

平成23年度 調査・研究事業

島根県 中山間地域における
買い物弱者・生活弱者の実態と支援策の提言

報 告 書

平成24年3月

社団法人 中小企業診断協会島根県支部

はじめに

わが国に高齢化社会の到来が言われ始めてかなりの年数が経過しましたが、その間、その傾向は一向に好転する様子も見せず、さらに高齢化が進展しているのが現状です。

島根県では、全国有数の高齢化地域ということもあり、この高齢化対策にも種々取り組まれています。その中で当協会では、今回県内モデル地域をいくつか挙げ、高齢化対策、特に買い物弱者に対する対策に焦点をあて、現状と今後について調査を実施いたしました。

本調査報告書が、県及び県下市町村の関係諸機関、県内の関係諸団体、並びに地域に暮らす人々にとって意味のあることと同時に、特に、県・市町村の関係諸機関にとっては今後の高齢化対策・買い物弱者施策検討の一助になれば幸いです。

最後になりましたが、この度の調査に当って、格別なるご協力を頂いた島根県商工会連合会や関係諸機関の皆様にご心から感謝申し上げます。

平成24年3月

社団法人 中小企業診断協会
島根県支部 支部長
井脇 寛

目 次

第1章 調査の背景	1
1. 地方における生活支援機能の弱体化	1
2. 買い物弱者問題	3
3. 島根県における買い物弱者、生活弱者支援の必要性	4
(1). 島根県において買い物弱者問題が深刻化している要因	4
(2). 本調査の視点	5
第2章 島根県及びモデル地域の現状	7
1. モデル地域の選定	7
2. モデル地域の概況	7
3. 島根県及びモデル地域の現状	9
(1). 人口動態	9
(2). 人口動態の予測	10
(3). 高齢者単身世帯・高齢者夫婦世帯の推移	13
A. 総世帯数の推移	13
B. 高齢者単身世帯、高齢者夫婦世帯の推移	14
C. 高齢者の運転免許保有率	16
(4). 商業の動向	17
A. 島根県の動向	17
B. モデル地域の状況	22
(5). 公共交通機関	23
A. 島根県のバス路線の現状	23
B. モデル地域の現状	24
(6). 島根県における買い物弱者の実態	25
A. 島根県商工会連合会連が実施した「買い物環境調査」について	25
B. 回答者属性からみた島根県の買い物弱者像	26
C. 島根県内旧市町村別の買い物弱者の状況	29
D. 買い物する際の困っている内容	32
E. 現在利用したい買物環境と10年後に利用したい買物環境	34
(7). モデル地域の調査結果	34
A. 海士町	34
B. 美郷町	39
第3章 島根県内で取り組まれている買い物弱者対策	44
1. 美濃商工会の宅配サービス	44
(1). 事業の背景と目的	44
(2). 事業の内容	44
(3). 事業実施による成果指標及び目標設定	46
(4). 事業の実施状況	46
(5). 23年度実施による評価・効果	47
(6). 24年度継続の意義・目的	47
(7). 今後の課題	47
2. 石央商工会旭支所の移動販売計画	47
(1). 浜田市旭町の状況	47
(2). 「いきいきサロン」に通う高齢者調査結果	48
(3). 商業者に対するヒヤリングの結果	50
(4). 各支援団体の買物等生活支援の状況	51

(5)．調査にみる課題と将来の方向性	52
(6)．高齢者ヒヤリングを実施した調査員の買物支援のまとめと意見	53
(7)．買い物弱者対策で旭町が目指す方向	55
(8)．商業機能の仕組みにおける将来的な留意点	60
3. 事例から見る買い物弱者支援の課題	60
第4章 買い物弱者支援方法の検討	62
1. 検討する支援方法	62
2. 海士町に対する提案	63
(1)．海士町に導入されている双方向告知通信システムの活用	63
A. 双方向告知通信システム「知らせますケン」の概要・特長	63
B. オプションシステム「おつかいケン」の特長・使い方	66
C. 買い物弱者支援システムにおける「おつかいケン」の活用方法	68
D. 買い物弱者支援事業におけるテレビ電話機能の活用	70
(2)．海士町における買い物弱者支援事業(案)	71
A. サービス利用対象者	71
B. 運営体制	71
C. 商品政策・注文チャネル	72
D. 配送頻度・時間帯等のサービス設計	73
E. 受発注～配送の流れ	73
F. 清算	74
(3)．採算性試算	75
(4)．サポーター加盟店との連携	78
(5)．将来の展望	78
3. 美郷町における買い物弱者支援事業(案)	80
(1)．留意すべき事項	80
(2)．買い物弱者支援における宅配事業の重要性	81
(3)．買い物弱者支援宅配事業の方向	81
(3)．当面の買い物弱者支援宅配事業(案)	82
A. サービス利用対象者	82
B. 「みさと市」の活用について	82
C. 商品情報提供方法	83
D. 配送頻度・時間帯等のサービス設計	84
F. 宅配エリア	84
G. 清算	85
(3)．採算性試算	85
(4)．行政支援の必要性	85
(5)．将来の対策	89

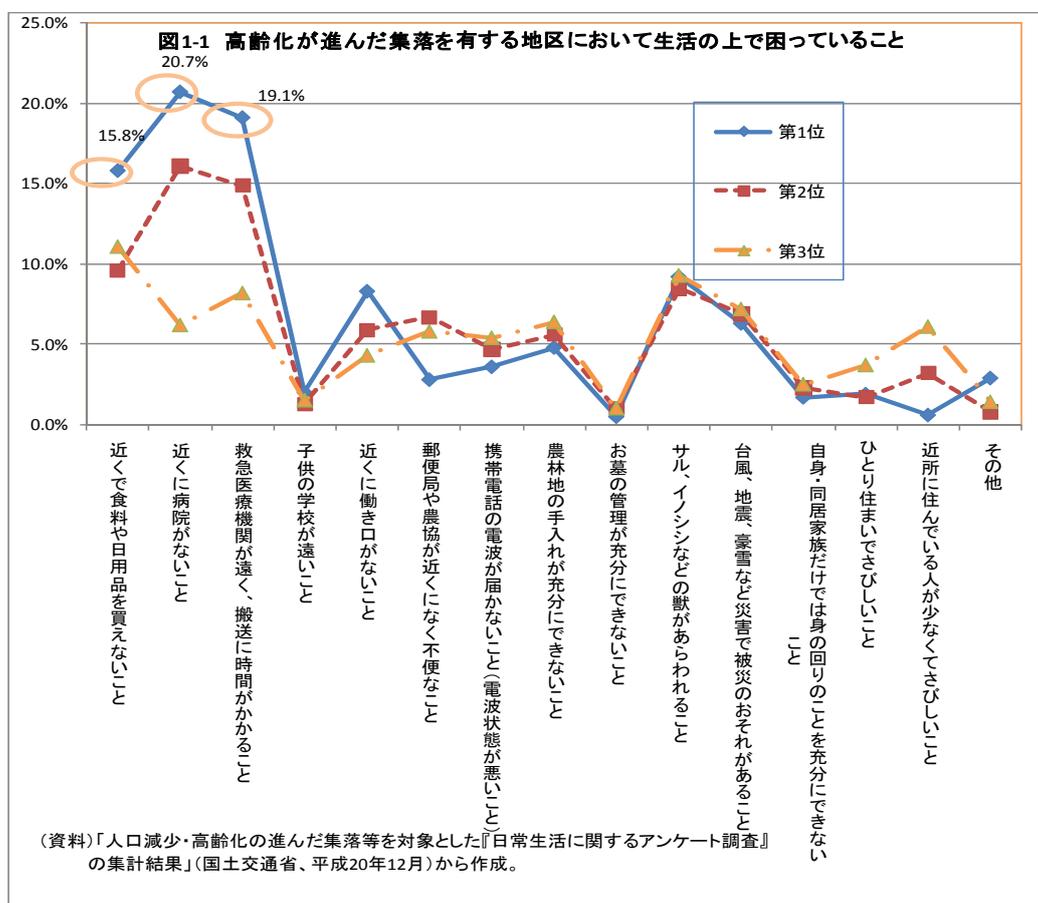
第1章 調査の背景

1. 地方における生活支援機能の弱体化

人口の減少（過疎化）、少子化・高齢化の進展、農業をはじめとする第一次産業の弱体化、さらに近年では産業空洞化の影響による製造業の生産機能の縮小等を主因とした雇用の場の減少などを背景に、地方は疲弊している。

生活面では、買い物をはじめ、医療・福祉、教育、防災・防犯などの生活を支援する諸機能（生活支援機能）が弱体化し、これらの機能・サービスの利用が困難な世帯が増加している。特に過疎化・高齢化の顕著な中山間地域や離島地域でその傾向が顕著である。

図 1-1 は、平成 20 年に国土交通省が人口減少・高齢化の進んだ集落等を対象に実施した「日常生活に関するアンケート調査」の中から「生活のうえで困っていること」をみたものである。調査対象は図 1-1 に記載した通り、高齢化が著しく進んだ集落を含む地区に居住する世帯主で、全国から 20 地区選定されているが、大半が中山間地域、離島地域である。



「生活のうえで困っていること」としては、近くに病院がない、緊急医療が不安といった医療に関する不安がトップを占めるが、これに次いで「近くで食料や日用品を買えない」という買い物の不便さを挙げる割合が高い。また、郵便局や農協といった身近な金融機関が近くにないことや台風・地震・豪雪など防災面での不安を挙げる割合も高くなっている。

このように、過疎化、高齢化が進んだ中山間地域や離島地域では、医療、買い物など、生活を支援する機能の弱体化が進んでいるが、その背景としては以下の要因が考えられる。

①地縁・血縁関係の希薄化

核家族化の進展、なかでも高齢者単身世帯や高齢者夫婦世帯の増加に代表されるように、高齢者であっても買い物などの行動で日常的に家族の支援が受けられない世帯が増加している。

②地域コミュニティの弱体化

豪雪・水害・地震などの防災機能や防犯機能、高齢者に対する支援（気付き等）などは、かつては地域住民のつながりの中で維持されてきたが、兼業農家の増加、過疎化・高齢化によるリーダーや担い手の減少を背景に、防犯・防災などの地域コミュニティ活動が弱体化している。

③商業・個人向けサービス機能の弱体化

近年の郊外型大型小売店の出店の加速に加え、経営者の高齢化・後継者不足、自家用車に依存するライフスタイルの定着などの諸要因が重なり、地域需要に密着した近隣型商店（街）や個人向けサービス業が衰退した。

また、開業医の減少、金融機関の店舗統廃合の進展など、医療・金融分野でも同様の傾向が進んでいる。

④公共交通機関の整理・縮小

人口の減少やモータリゼーションの進展を背景とした利用者数の長期的な減少により、路線バスなどの公共交通機関の整理・統合が進んだ。これにより、自家用車を持たず、家族の日常的な支援も受けられない高齢者単身世帯・夫婦世帯を中心に生活支援機能へのアクセスが困難な世帯が増加している。

⑤公的なサービス機能の弱体化

人口の減少、少子化、地方自治体の財政逼迫などを背景に公立学校の

統廃合が進んでいるほか、医師・看護師などの人材確保が困難なことも加わり、地域の中核医療機関となる公立病院や診療所の廃止・機能縮小が進んでいる。民間事業者だけでなく、地域住民の生活を支える公的なサービス機能も弱体化しつつある。

2. 買い物弱者問題

地方における生活支援機能の弱体化の代表的な例として、いわゆる「買い物弱者」が大きな社会的問題となりつつある。

買い物弱者という言葉の定義であるが、インターネット百科事典のウィキペディアでは次のように記載してある。「買い物弱者とは、郊外型の大規模店との競争や深刻な不況による経営難などから、従来型の商店街や駅前スーパーなどの店舗が閉店することで、その地域住民（特に高齢者らなど、車を運転できない人々）が生活用品の購入に困るという社会現象、またはその被害を受けた人々を指す言葉。」

買い物弱者の存在は平成 20 年に帯広畜産大教授の杉田 聡氏が買い物に苦勞する高齢者を「買い物難民」と著書で定義したのが始まりだと言われている。その後、経済産業省が設置した「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会（以下、あり方研究会）」が平成 22 年 5 月に発表した報告書の中で「食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々が増加し始めている」と記載し、その数は 600 万人程度になると報じたことにより、より具体的なイメージとともに世間に広まっていった。ちなみに、平成 22 年のユーキャン新語・流行語大賞 60 語の中に「買い物難民」という言葉がノミネートされた。

あり方研究会の報告書の 600 万人という人数であるが、出所は内閣府が平成 17 年度に実施した「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果（以下、高齢者意識調査）」から推計されている。全国の 60 歳以上の回答者で「日常の買い物に不便を感じている」と回答した割合である 16.6%に 60 歳以上の推計人口の 3,717 万人を乗じた結果が 600 万人と言う数字である。

さて、高齢者意識調査の「日常の買い物に不便を感じているか」という質問であるが、この質問からは何に対して不便を感じているのかという理由まではわからない。本当の意味での買い物弱者は「近隣の店舗が閉鎖され生活用品の購入に困っている」ということになるが、高齢者意識調査では単に「不

便を感じているか」という質問となっている。この質問では、買い物する際の不便の原因は近隣に店舗があるかないかは問題ではなく、例えば、店舗はあっても欲しい品物が買えないというような理由でも不便を感じるとの回答となる場合もある。

このことは 600 万人という数字の中には、本当に日常生活の買い物が出来ないという買い物弱者と、近隣に店舗はあり買い物は可能だが、欲しい商品が買えず不便を感じているなどの広い意味での買い物弱者も存在することを意味する。また、買い物弱者は高齢者が中心とはなるものの、高齢者でなくても買い物に不便を感じている人は存在しているはずであるから広義の買い物弱者は数的にはもっと多くなると思われる。

本調査では、経済産業省の定義も踏まとうえで、買い物弱者を次のように定義する。

本調査における買い物弱者の定義

①自宅の近くに日常的な買い物ができる商店がないうえに、②公共交通機関の利便性が低い地域に居住し、③自家用車などの移動手段を持たず、かつ④家族などの支援を日常的に受けられないために、食料品などの日常的な買い物が困難な状況に置かれている生活者。

経済産業省の定義に③、④を加えたのは生活者が買い物弱者となるかどうかの分かれ目は移動手段の有無だからである。近隣に商店がなく、公共交通手段に恵まれていない地域に住む生活者でも、自家用車などのパーソナルな移動手段があるか、日常的に家族の支援が受けられるのであれば、買い物弱者にならずに済む可能性が高いからである。

3. 島根県における買い物弱者、生活弱者支援の必要性

買い物弱者は地方だけの問題ではなく、大都市圏においても住民の高齢化が進み、近隣型商店（街）が衰退した郊外型団地や（かつての）ニュータウンなどでも大きな社会的問題となっているが、本調査では島根県における買い物弱者問題への対応を検討する。

(1). 島根県において買い物弱者問題が深刻化している要因

島根県は、もともと人口密度が低く、特に中山間地域や離島地域では集落

が点在している。また、過疎化、高齢化が加速度的に進行しており、65歳以上の高齢者比率（2010年国勢調査で29.0%）は全国トップである。中でも後期高齢者のウエイトの上昇が顕著であり、2010年には16.6%に達している。

これに伴い、高齢者のみの単身世帯や高齢者夫婦世帯の割合は上昇の一途を辿っており、特に後期高齢者のみの単身世帯や夫婦とも後期高齢者の世帯の割合が急速に高まっている。2010年時の高齢者のみの単身世帯・夫婦世帯の一般世帯に占める割合は22.3%、後期高齢者のみの単身世帯・夫婦世帯に限れば10.5%に達している。

一方で、65歳以上の高齢者の運転免許保有率は他の年代層に比べ大幅に低くなり、特に75歳以上の後期高齢者になると免許保有率は一段と低下する。

公共交通機関の利便性が低いことに加え、自家用車の運転ができない世帯の割合が増加していることから、移動手段を持たない世帯の割合が急速に高まっていると考えられる。そして、このことが地域需要に密着した近隣型商店（街）の衰退と相まって、買い物弱者の増加につながっていると考えられる。

実際に、60歳以上の高齢者で「日常の買い物に困っている人」の割合は全国（16.6%）に比べ、島根県は22.6%とかなり高い（注1-3-1）。特に中山間地域や離島地域でその割合が高くなっている（中山間地域23.8%、中山間地域以外15.7%。詳細は第2章に記載）。島根県にあっては、全国以上に買い物弱者が深刻な社会問題となっており、このままでは低栄養化など健康上の問題にもつながりかねない事態にある。

(2). 本調査の視点

このように、日本全体が今後直面する高齢化社会を全国に先駆けて経験している島根県、ことに中山間地域・離島地域といった条件不利地域こそ買い物弱者への支援体制を早急に構築する必要がある。

本調査では、島根県、特に中山間地域や離島地域における買い物弱者への支援のあり方を検討する。これらの地域における支援のあり方を重点的に検討するのは、都市部に比べ買い物弱者がより深刻な社会問題になっていること、並びに都市部においては既に大型小売店を中心にインターネットやF A

X等を利用した宅配サービスなどの取り組みが始まっており、比較的人口の集積した都市部では大型小売店主導で買い物弱者への支援が進んでいく可能性が高いと考えられるからである。

一方、中山間地域や離島地域では人口が少ないうえに、集落が点在しており、人やモノの移動、各種サービスの提供にコストがかかることから、大型小売店主導の買い物弱者支援は困難と考えられる。中山間地域や離島地域では、地域の中小小売店をはじめとする民間企業に加え、商工団体、行政、福祉団体などが連携して買い物弱者に対する支援体制を構築していく必要があると考えられる。

なお、先述のように、島根県ことに中山間地域や離島地域では買い物以外にも医療・福祉などの日常生活に欠かせない支援機能も低下していることが憂慮される。そこで、本調査では、買い物を中心としながらも、医療などその他の生活支援機能の提供体制の強化という側面からも検討を加えていくこととする。

(注 1-3-1)

資料出所)

全国は「平成 17 年度高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査」(内閣府)
島根県は「平成 22 年度島根県商勢圏実態調査」(島根県商工会連合会)

第2章 島根県及びモデル地域の現状

1. モデル地域の選定

島根県はわが国のなかでも過疎化（人口減少）、高齢化の進展が最も顕著な地域であり、買い物をはじめとする生活支援機能の低下が大きな社会的問題となっている。

中でも中山間地域、離島部でその傾向が顕著である。本調査では、中山間地域、離島部それぞれのモデル地域として美郷町、海士町をモデル地域として選定した（図 2-1）。

後述するように、両町とも人口減少、高齢化とも島根県全体をはるかに上回るスピードで進んでいる。高齢者比率は両町とも 2010 年時点で 4 割前後に達し、中でも 75 歳以上の後期高齢者が 4 分の 1 前後を占める。高齢者を中心に買い物などの生活支援サービスを利用しづらい状況が特に顕著な地域と推測される。

2. モデル地域の概況

美郷町は、島根県のほぼ中央に位置し、町域内を江の川（総延長 194km）が大きく蛇行しながら貫流している。江の川の沿岸部は侵食によって形成された急峻で起伏に富んだ地形になっており、その谷間や氾濫原に点在して集落が形成されている。

北西部には標高 300m 前後の丘陵地帯が広がっており、東部には標高 400~700m の急峻な山々が中国山地へと連なっている。総面積は 282.9 平方キロメートルで、大半は山林が占めるため、居住可能地域はわずかである。

一方、海士町は島根半島の沖合 60 km ほどの日本海に浮かぶ隠岐諸島に位置する。隠岐諸島のうち人が住んでいるのは西ノ島、中ノ島、知夫里島、島後島の 4 島で、隠岐諸島最大の島後島と他の 3 島はやや離れた地域にあり、この 3 島を島後に対して島前と呼ぶ。海士町は、中ノ島全体を町域とし、総面積 33.5 平方キロメートルである。

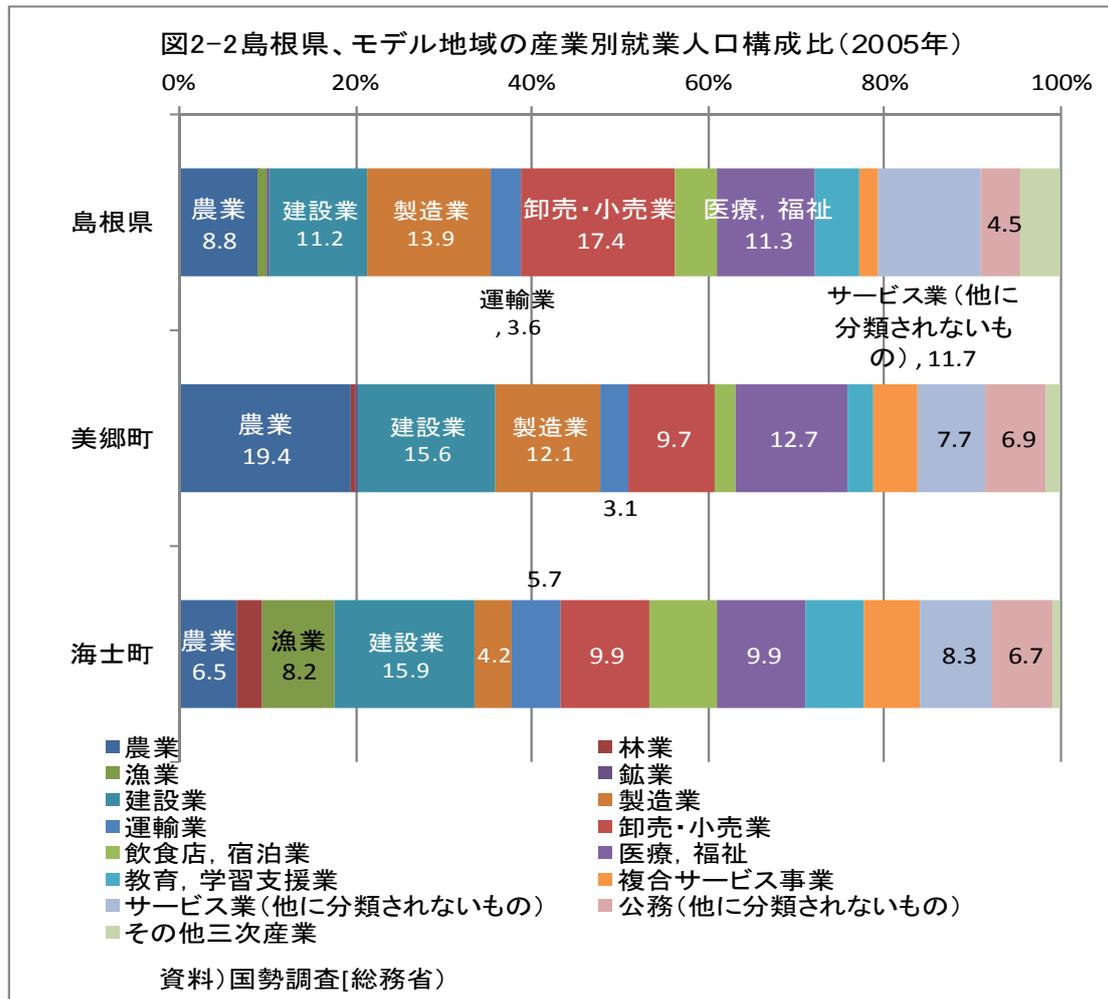
本土から島前への交通機関としては、島根県の七類港と鳥取県の境港から、春～秋の間はカーフェリーが一日計 3 便、高速旅客船が 1 日 1 便運航されている。本土から海士町への所要時間は高速船で約 2 時間、カーフェリーで 3～5 時間弱である。

人口は美郷町 5 千 3 百人余り、海士町は 2 千 3 百人余りである（2010 年国勢調査）。就業構造（2005 年）は図 2-2 の通りで、美郷町は島根県全体に比べ農業に特化した就業構造となっており、建設業の割合も高いが、一方で、卸小売業の割合は島根県全体に比べかなり低くなっている。

海士町は島根県全体に比べ漁業、建設業に特化した就業構造となっており、半面、製造業、卸小売業の割合は島根県全体に比べかなり低くなっている。

図 2-1 モデル地域の位置





3. 島根県及びモデル地域の現状

(1). 人口動態

島根県の人口は1990年時の78万1千人から2010年には717千人へと8.1%減少しており、全国を大きく上回るペースで人口減少が続いている(図2-3)。また、高齢化も加速度的に進んでおり、高齢者比率は1990年の18.2%から2010年には30.0%まで上昇している。中でも75歳以上の後期高齢者の占める割合は同7.7%から16.6%へと上昇している(図2-4)。

次にモデル地域の状況をみると(図2-5~図2-8)、美郷町、海士町とも県全体を大きく上回るペースで人口減少が進んでおり、美郷町では1990年の7,606人から2010年には5,351人へと約3割の減少、海士町も同3,119人から2,374人へと約24%の減少を示している。

高齢化の進展も顕著で、高齢者比率は美郷町、海士町とも2010年には4

割前後に達している。中でも両町とも75歳以上の後期高齢者の比率の上昇が著しく、2010年には両町とも後期高齢者の占める割合が4分の1前後に達しており、1990年時に比べ後期高齢者の割合が倍増している。

(2). 人口動態の予測

国立社会保障・人口問題研究所が2008年に行った将来推計人口によれば、島根県の人口は2020年には656千人、2030年には588千人まで減少すると予想されている。高齢者比率は2020年35.0%、2030年36.9%に上昇すると予想される。75歳以上の後期高齢者の割合は2030年には23.8%まで上昇すると予想されている。

美郷町、海士町の人口予測は図2-5～2-8の通りで、2020年には美郷町4.1千人程度、海士町2.0千人程度に減少すると予想されている。高齢者比率は2020年時点で美郷町は50%近く、海士町では45%程度に達すると予想されている。後期高齢者の占める割合は、2020年には美郷町約3割、海士町25%に達し、さらに2030年には両町とも3分の1前後に達すると予想されている。

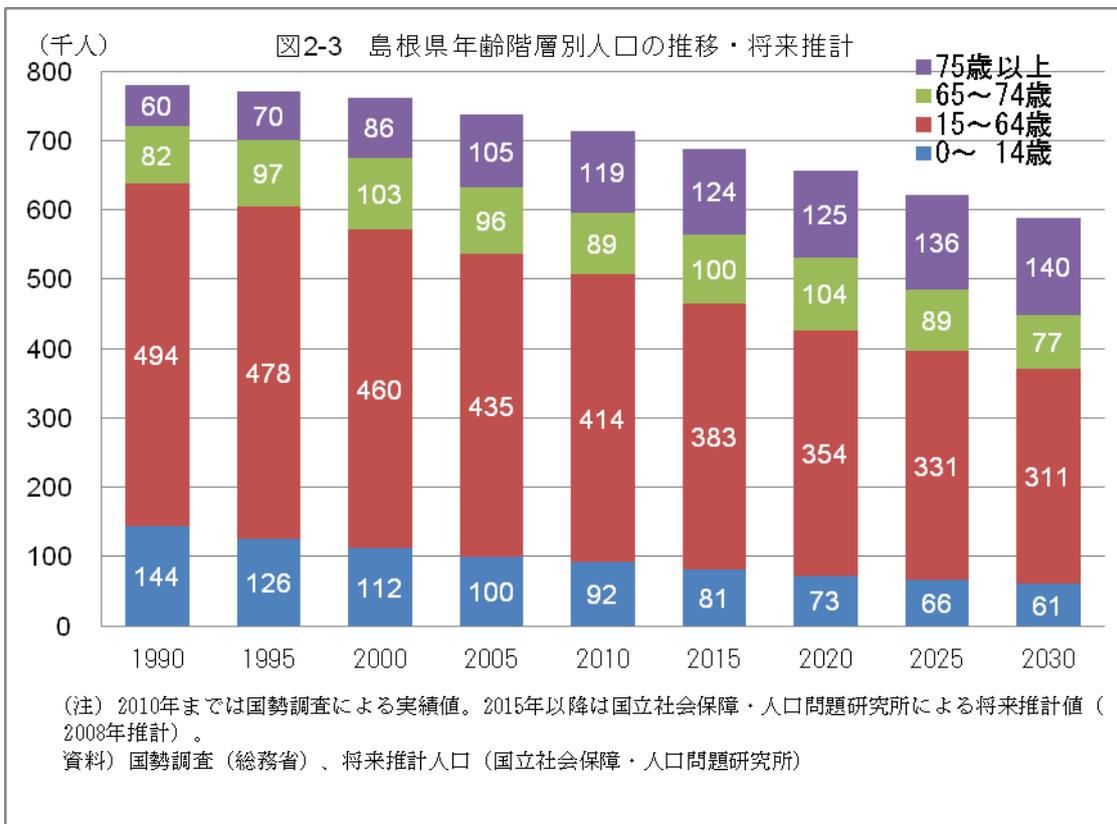
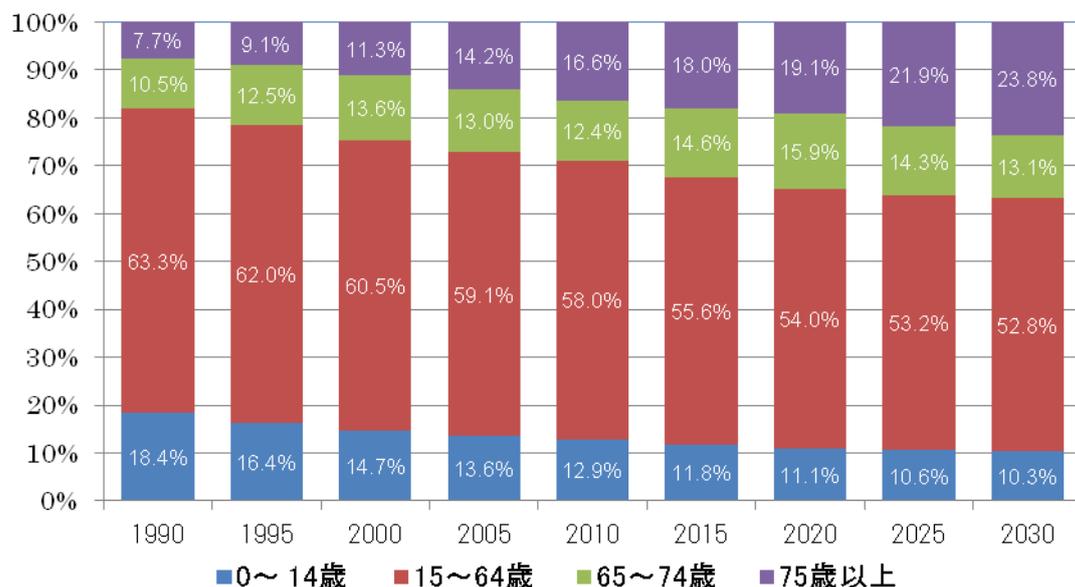


図2-4 島根県年齢階層別人口構成比の推移

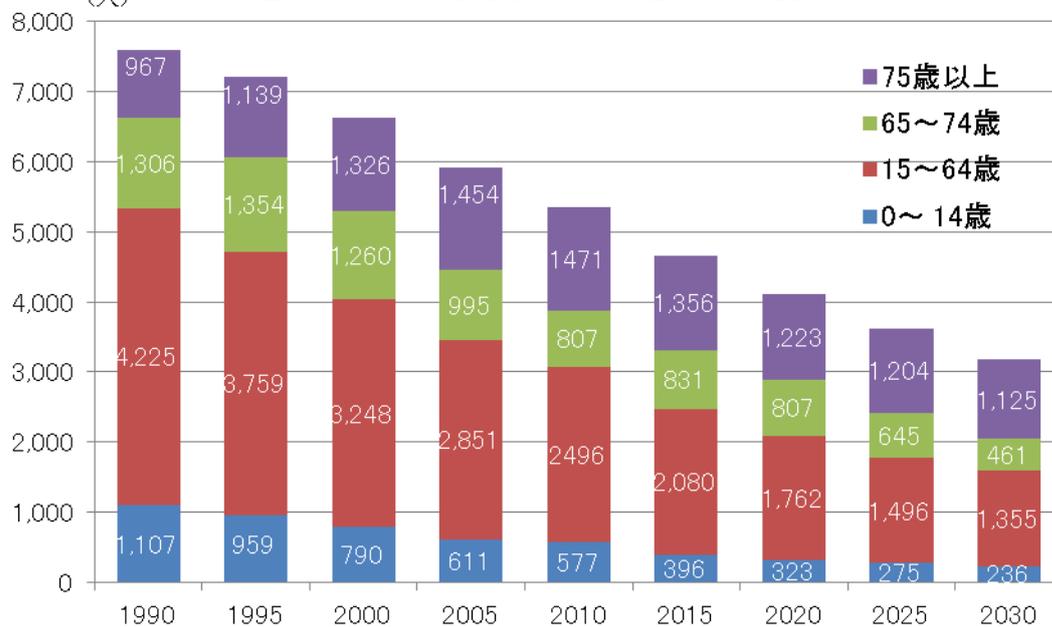


(注1) 2010年までは国勢調査による実績値。2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所による将来推計値(2008年推計)。

(注2) 構成比は年齢不詳は除外して算出。

資料) 国勢調査(総務省)、将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)

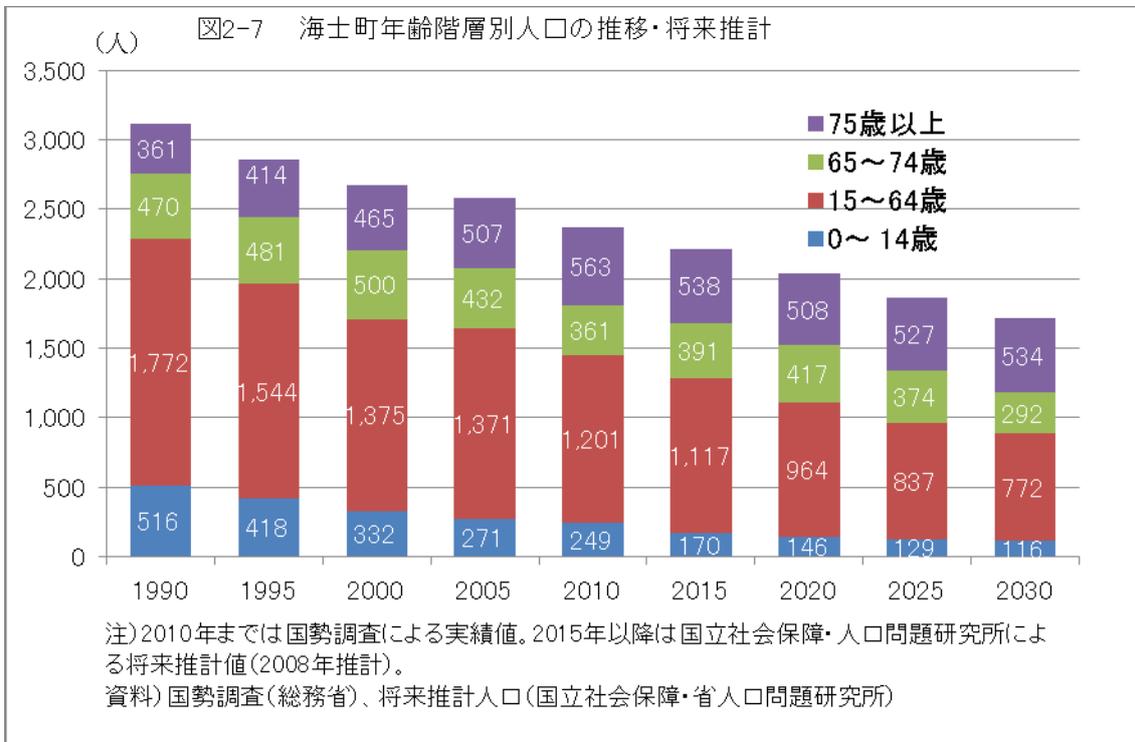
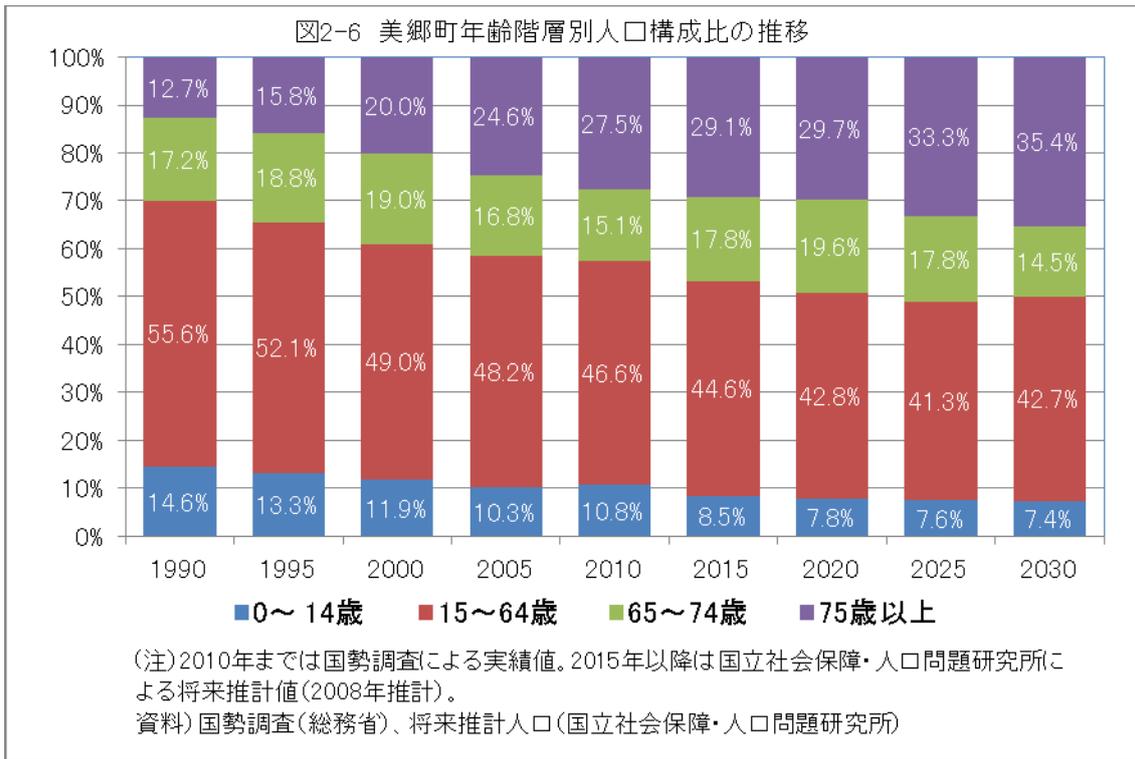
図2-5 美郷町年齢階層別人口の推移・将来推計

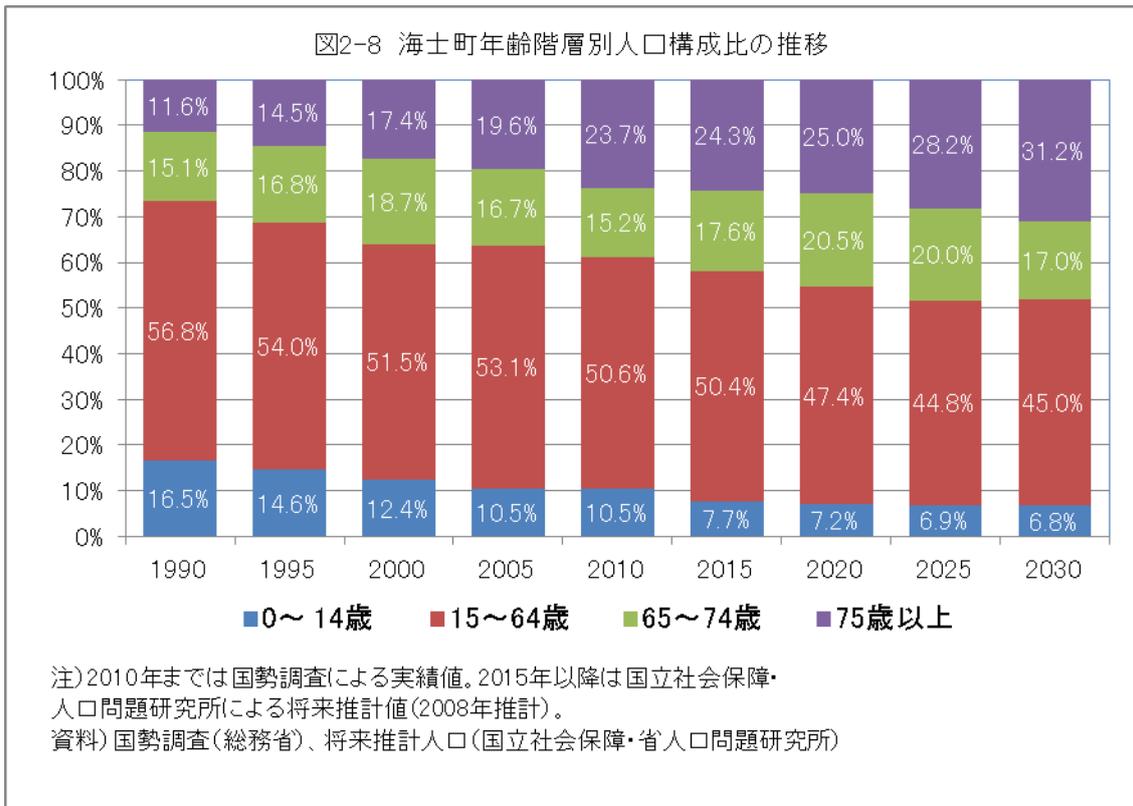


(注1) 2010年までは国勢調査による実績値。2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所による将来推計値(2008年推計)。

(注2) 2004年の合併以前は旧邑智町・大和村の合計(次図も同様)

資料) 国勢調査(総務省)、将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)





(3). 高齢者単身世帯・高齢者夫婦世帯の推移

A. 総世帯数の推移

島根県及びモデル地域の総世帯数の推移は表2-1の通りで、島根県では人口は減少しているが、核家族化の進展、単身世帯の増加等を背景に世帯数は増加が続いている。

一方、美郷町では1995年をピークに総世帯数は減少が続き、海士町は2005年には一旦増加に転じたが、2010年には再び減少している。

表2-1 島根県、美郷町、海士町の世帯数の推移 (単位:世帯)

	1990	1995	2000	2005	2010
美郷町	2,638	2,655	2,536	2,310	2,157
(旧)邑智町	1,856	1,864	1,812	—	—
(旧)大和村	782	791	724	—	—
海士町	1,136	1,098	1,095	1,160	1,052
島根県計	236,110	246,476	257,530	260,864	262,219

資料:国勢調査(総務省)

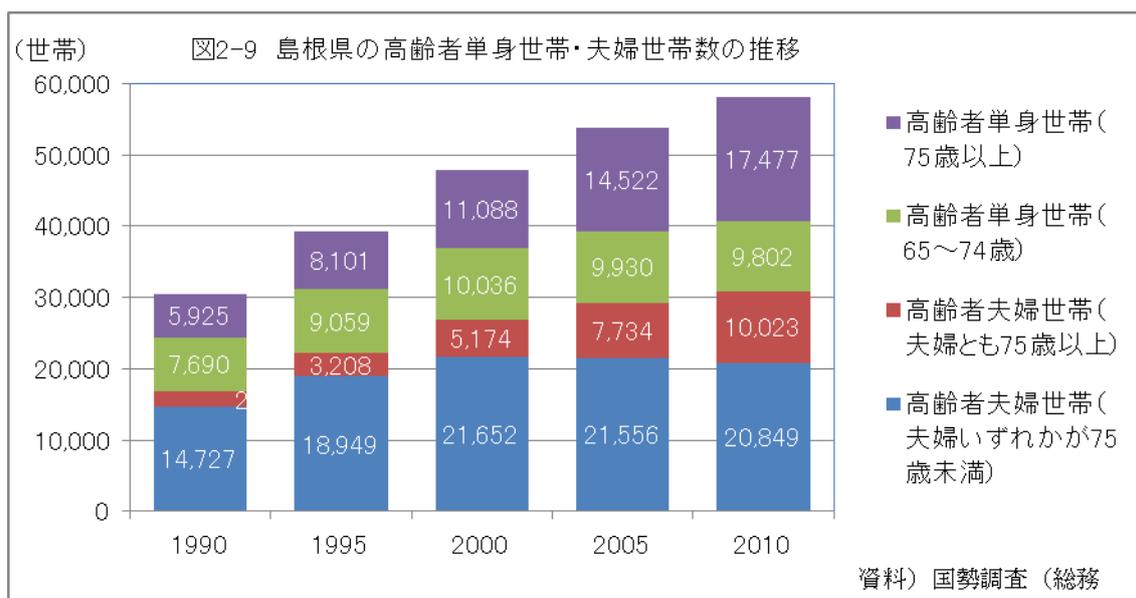
B. 高齢者単身世帯、高齢者夫婦世帯の推移

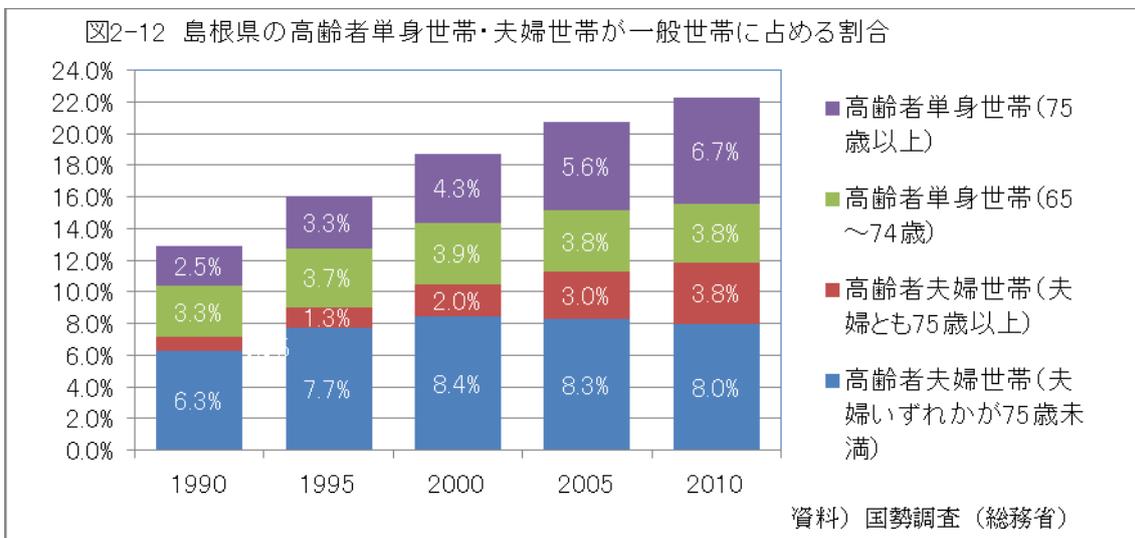
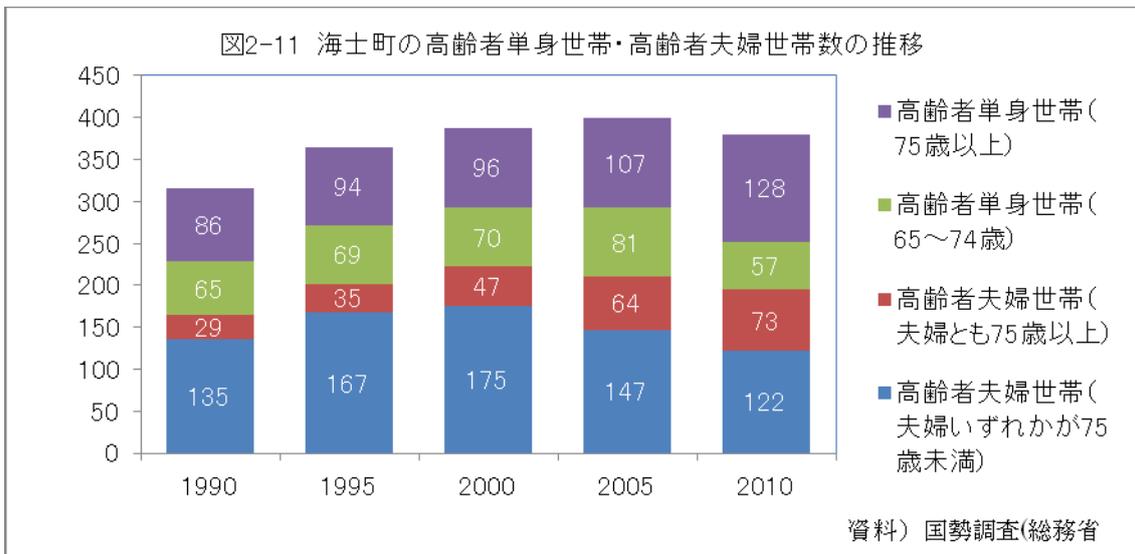
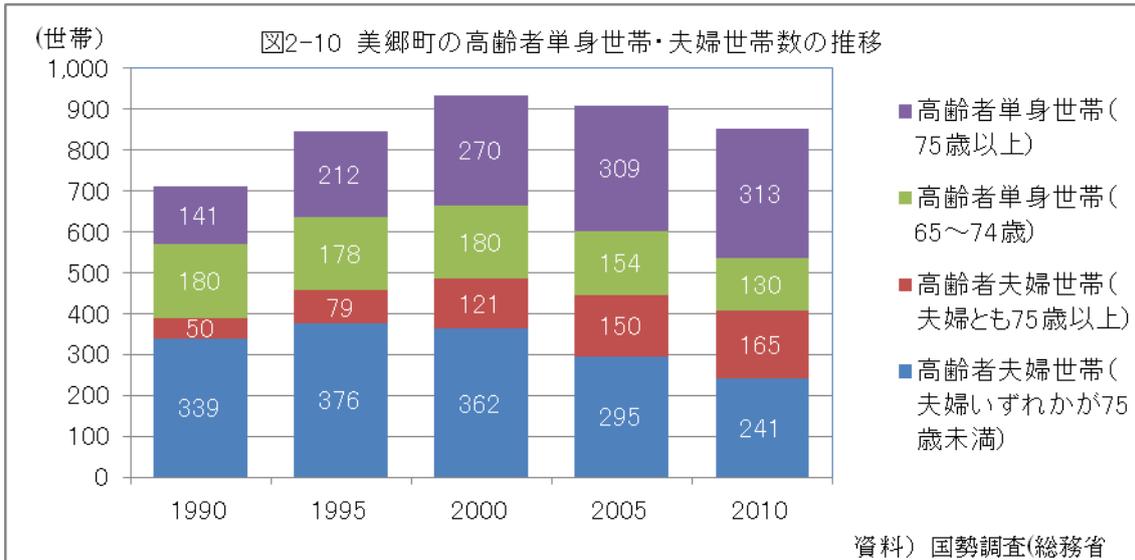
高齢者単身世帯、高齢者夫婦世帯（世帯主が65歳以上で配偶者が60歳以上の世帯）の状況をみると（図2-9～2-14）、島根県では単身世帯・夫婦世帯いずれも増加の一途をたどり、2010年には両者合計で58,151世帯に達している。施設等世帯を除く一般世帯に対する割合も上昇を続け、2010年には単身世帯・夫婦世帯合計で22.3%に達している。

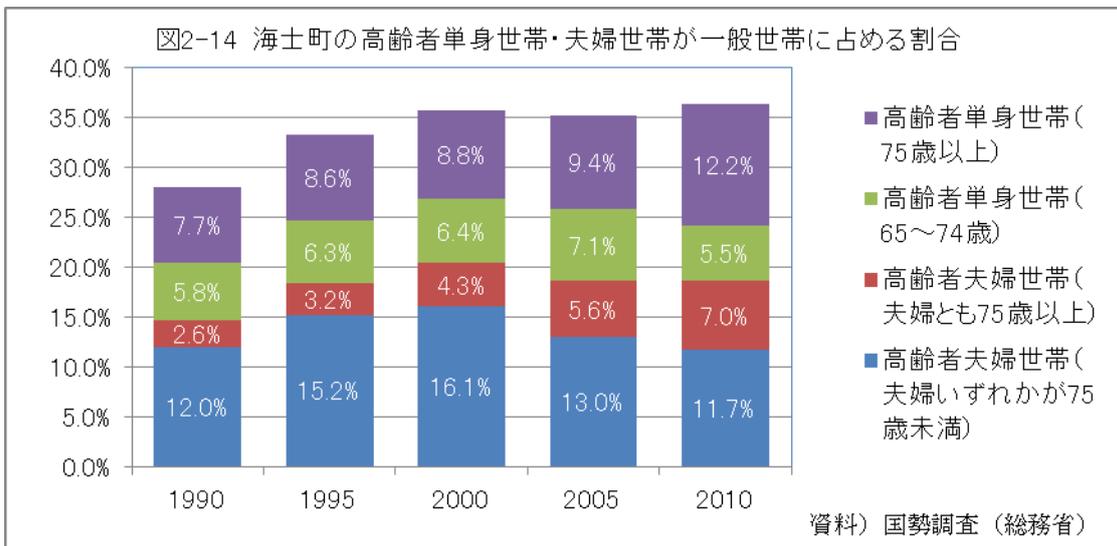
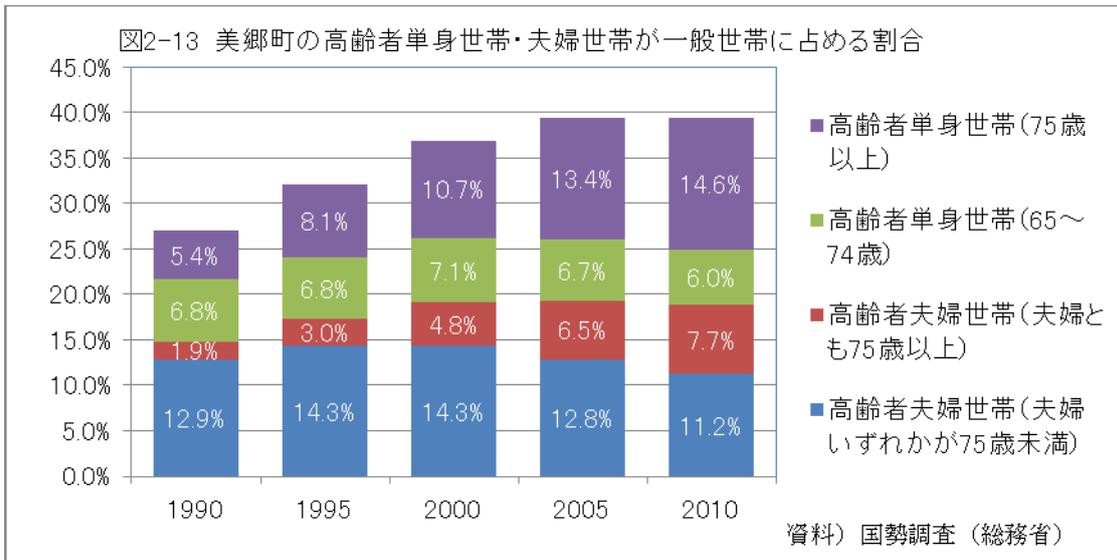
モデル地域の美郷町、海士町においては、高齢者単身・夫婦世帯の合計数は2000年または2005年まで増加を続けた後、減少に転じているが、一般世帯に占める割合はほぼ一貫して上昇を続けており、2010年には美郷町39.5%、海士町36.4%に達している。両町では既に一般家庭のうち高齢者単身世帯・高齢者夫婦世帯が1/3以上を占めている。

高齢者単身世帯、高齢者夫婦世帯の中でも、後期高齢者のみの単身世帯、及び夫婦とも後期高齢者の夫婦世帯の割合の上昇が顕著であり、両者の合計では2010年時点で島根県が1割強、美郷町・海士町では2割前後に達している。

なお、実数ベースでみると、島根県全体、美郷町・海士町いずれにおいても65～74歳の単身世帯、及び夫婦いずれかが75歳未満の夫婦世帯数は既にピークアウトしているのに対し、後期高齢者のみの単身世帯、夫婦世帯数は増加を続けており、高齢化の進展が一段と深刻な段階に入っている。







C. 高齢者の運転免許保有率

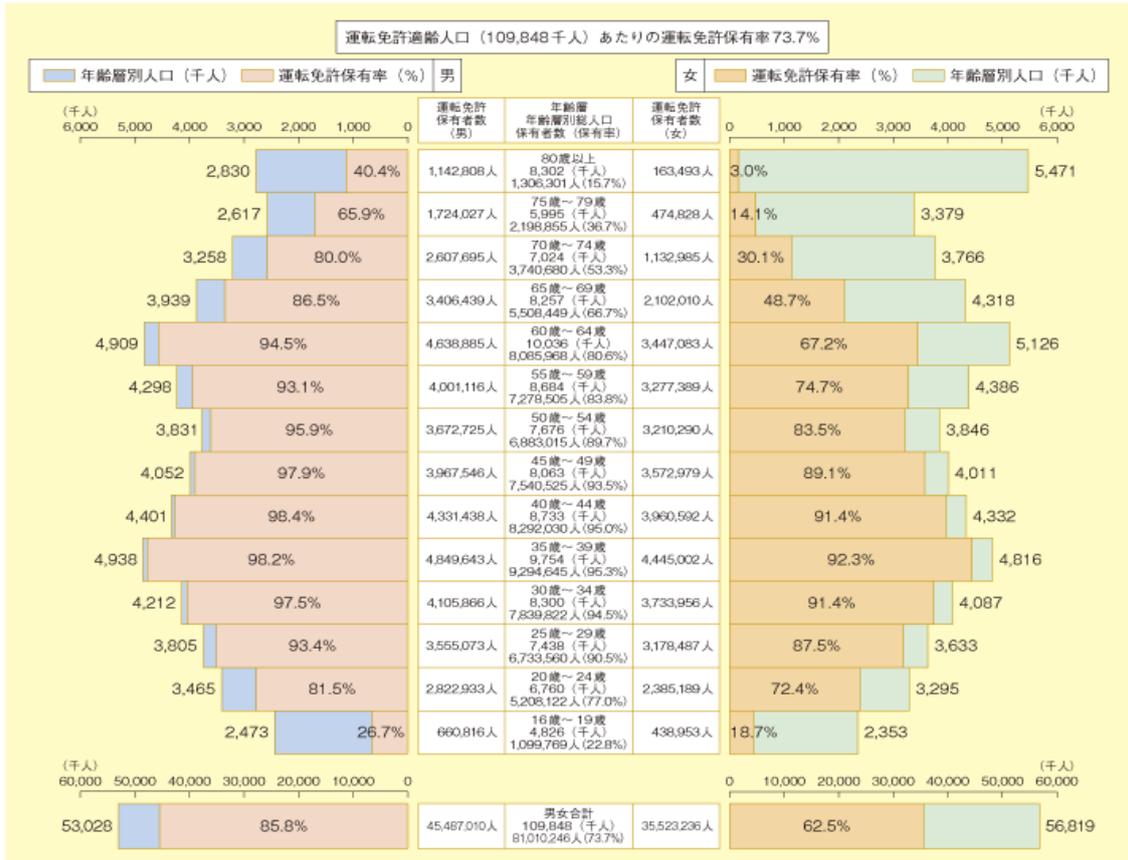
図 2-15 は年齢階層別の運転免許保有率をみたものである(全国データ)。65歳以上の高齢者になると男女とも運転免許保有率は、64歳までの年齢層に比べ大幅に低くなる。特に75歳以上の後期高齢者になると運転免許保有率は一段と低くなり、後期高齢者の運転免許保有率は男性で54.6%、女性では7.2%に止まる。

公共交通体系に恵まれない本県では、自家用車は「生活の足」として必需品に近いが、前項でみた高齢者単身世帯・夫婦世帯の割合の増加(中でも後期高齢者のみの世帯割合の増加)は、自家用車の運転ができない世帯の割合の増加を示している。

過疎地域が多い本県では、自家用車の運転ができないことは、買い物をはじめとする生活支援機能が利用し辛い環境にダイレクトに結びつく面が強く、買い物弱者増加の一因となっている。

図 2-15 年齢層別運転免許保有率（全国ベース）

第1-35図 男女別運転免許保有者数と年齢層別保有率（平成22年末）



注 1 警察庁資料による。
 2 人口については、総務省統計資料「年齢（5歳階級）、男女別推計人口 平成22年10月1日現在（確定値）」による。ただし、16歳から19歳までの人口は、「平成21年10月1日現在推計人口」における15歳から18歳までの人口による。
 3 人口の千単位は四捨五入しているため、合計の数字と内訳が一致しない場合がある。

（資料出所）「平成 23 年交通安全白書」（内閣府）から引用

(4). 商業の動向

A. 島根県の動向

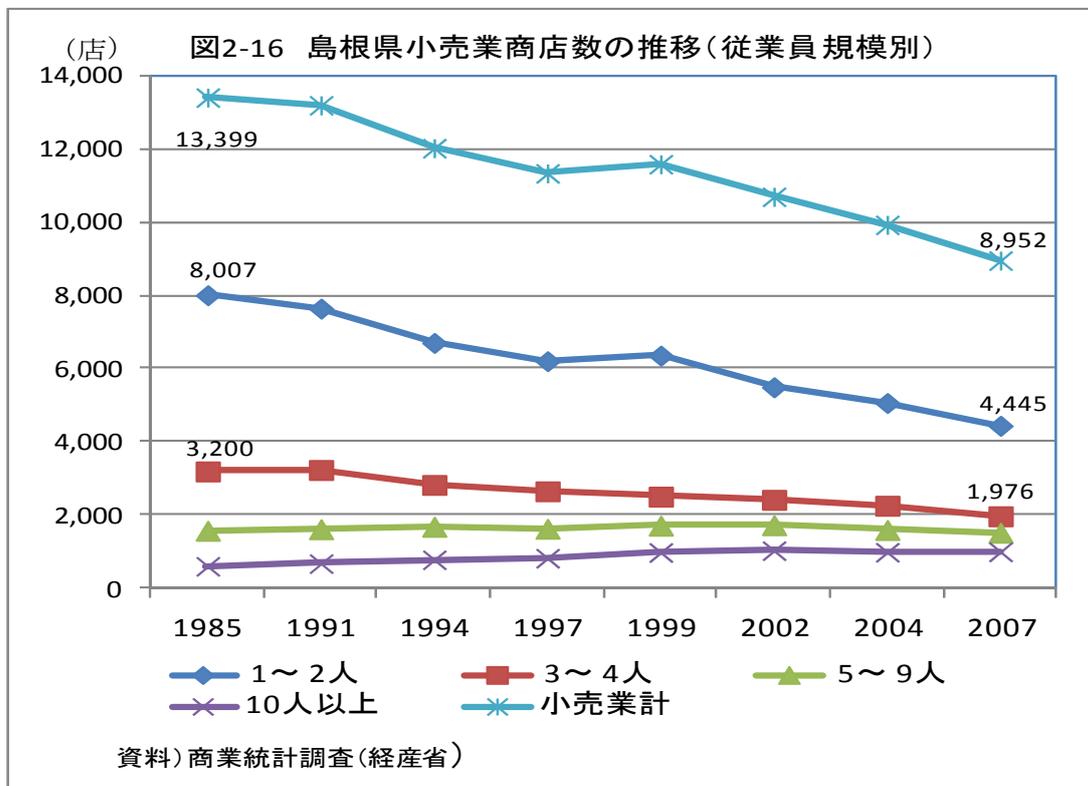
a. 従業員規模別動向

島根県の小売業の商店数は1980年代から長期にわたり減少が続いているが、特に1994年以降減少ペースに拍車がかかり、1991年の13,188店から2007年には8,952店へ減少し、この間の減少率は32.1%に達する(図 2-16)。

従業員規模別にみると、「1～2人」及び「3～4人」の小規模・零細店は90年代前半から一貫して大幅な減少が続き、1991年から2007年にかけての減少率はいずれも4割前後に達している。また、「5～9人」の規模も緩やかに減少を続けている。

一方、従業員10人以上の商店については、一部の規模層を除き、概ね各規模層とも2000年代初頭頃まで増加を続けた後、以後は横ばい、または微減基調で推移している。

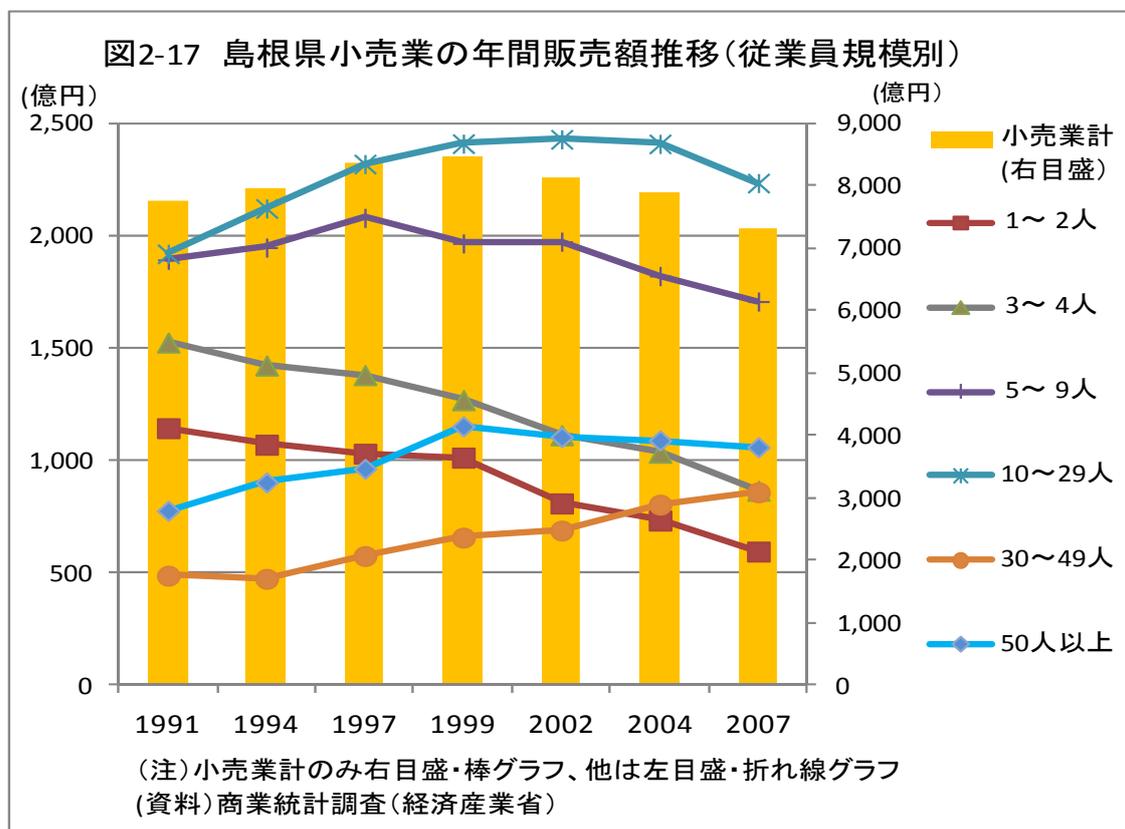
従業員4名以下の層を中心とした小規模・零細店が顕著な減少を続けている理由としては・・・①商圈人口の減少・高齢化による購買力（需要）の縮小、②大規模小売店（特に郊外型大型店）やインターネットをはじめとする通信販売等との競合による購買力の流出、③経営者の高齢化・後継者難など・・・を背景に廃業・倒産が増加したためと考えられる。半面、地域に密着した零細・小規模商店の減少は近隣型商店の減少につながり、公共交通機関に恵まれず、かつ自家用車の運転ができない高齢者単身世帯・夫婦世帯を中心に買い物弱者が増加する大きな要因となっている。



次に、島根県小売業の年間商品販売額の推移をみると、商品販売額は1999年まで増加を続けた後、減少に転じている（図2-17）。

従業員規模別にみると、1～2人、3～4人の商店の販売額は1990年代以降一貫して減少が続いており、1991年～2007年の減少率はそれぞれ48.0%、43.2%に達する。これに続いて小規模な5～9人の商店でも1997年をピークに販売額は減少に転じている。

一方、従業員30人以上の規模層の年間販売額は一貫して増加または1990年代末まで増加を続けた後、横ばい基調で推移しており、零細・小規模店の売上シェア縮小、大規模店の売上シェア拡大傾向が続いている。



b. 業種別動向

業種（産業中分類）別にみると、全ての業種で小売商店数は減少傾向が続いているが、中でも飲食料品小売業の減少が顕著で、1991年の5,215店から2007年には3,161店へと2,000店余り、率にして約4割の減少となっている（図2-18）。この間、小売業全体では13,188店から8,952店へと4,000

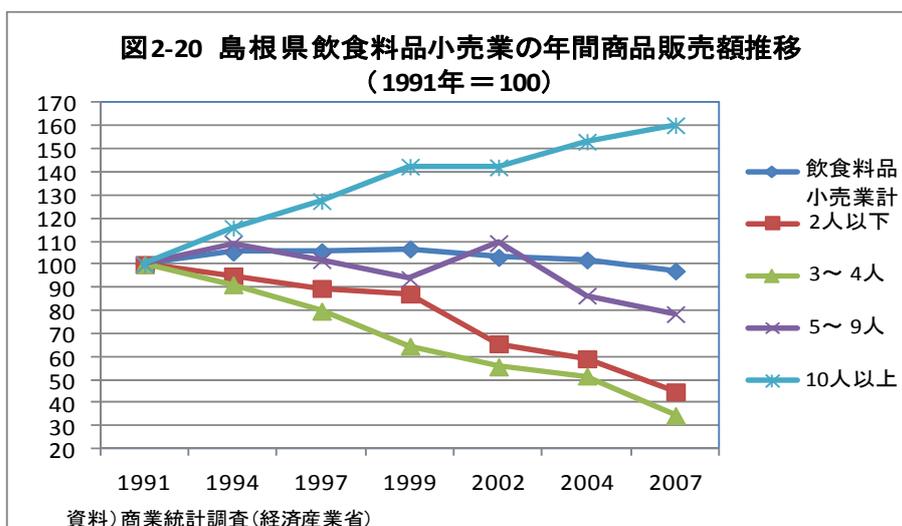
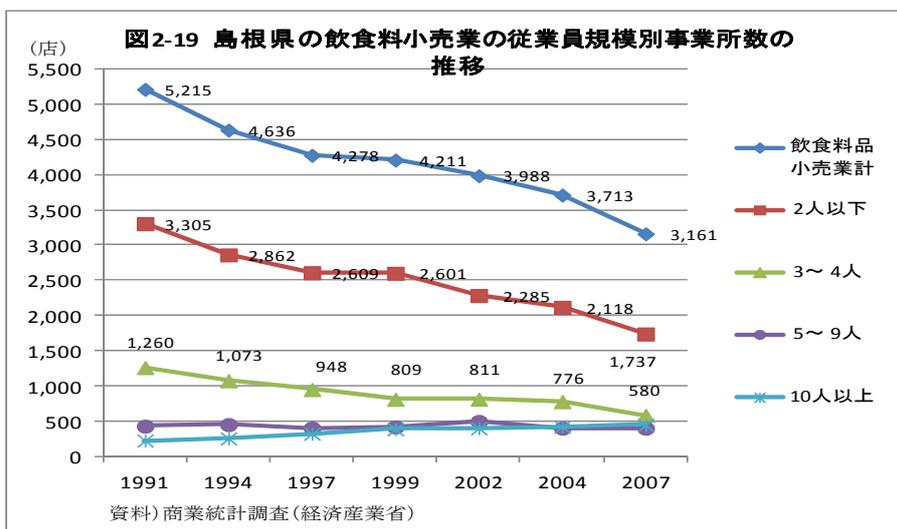
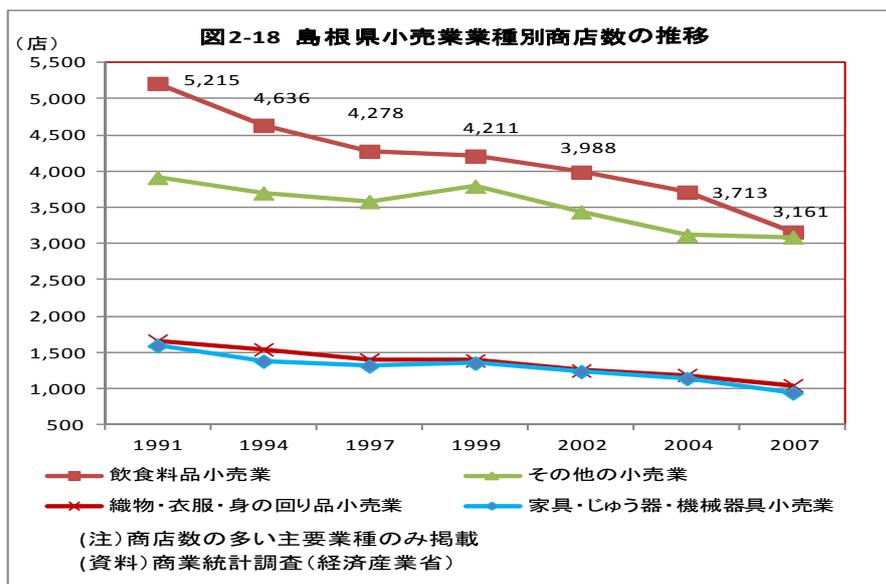
店余り、3割強の減少であり、小売業全体の減少幅の約半分を飲食料品小売業が占めていることになる。

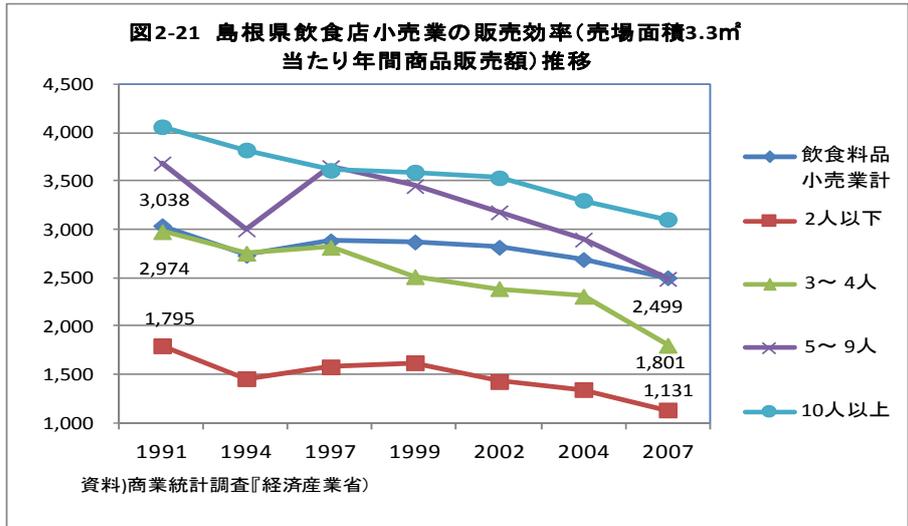
飲食料品小売業の商店数の推移を従業員規模別にみると（図 2-19）、従業員 1～2 人、3～4 人の零細・小規模店の減少が顕著である。1991 年～2007 年にかけていずれの層もほぼ半減しており、飲食料品小売業全体の減少分の大半をこの層が占めている。

日常生活のうえで最も不可欠な食料品分野において地域需要に密着した近隣型零細・小規模店が著しく減少しているわけであり、このことが深刻な買い物弱者問題を発生させる大きな要因となっている。

なお、飲食料品小売業の年間売上高は 1999 年をピークに微減基調で推移しているが、従業員 1～2 人、3～4 人の零細・小規模店の売上高は 1990 年代から一貫して大幅な減少が続いている（図 2-20）。1991 年から 2007 年にかけての売上高の減少率は 1～2 人規模で 55%、3～4 人規模で 65%に達し、商店数の減少ペースを上回っている。

従業員 4 人以下の小規模・零細飲食料品小売業では商店数や売場面積の減少を上回るペースで売上高が減少しており、1 店当たり売上高、売場面積当たり売上高いずれも大幅に低下している。図 2-21 にみられる通り、飲食料品小売業全体でも販売効率（売場面積 1 人当たり年間商品売上高）は低下が続いているが、従業員 4 人以下の零細・小規模店の低下が特に顕著であり、飲食店小売業平均との格差も拡大している。現状生き残っている零細・小規模飲食店小売業も経営環境は一段と深刻化しており、今後商店数の減少に一段と拍車がかかる可能性がある。





B. モデル地域の状況

1997年以降のモデル地域の小売業商店数の推移をみると(図2-22)、美郷町は一貫して減少が続く一方、海士町はほぼ横ばいで推移している。両町ともほぼ半分のシェアを占める飲食品料品小売業についても美郷町は一貫して減少が続く、海士町はほぼ横ばいで推移している。

年間商品販売額については年次により秘匿数字が多いが、小売業全体、飲食料品小売業いずれについても、美郷町では大幅な減少が続く、1997年～2007年の10年間で4割以上の減少となっている。一方、海士町は比較的緩やかな減少に止まっている。

海士町の小売業商店数がほぼ横ばいで推移し、年間販売額も比較的緩やかな減少に止まっている理由としては、離島という立地環境から本土の中山間地域に比べ大型小売店等への購買力の流出が比較的軽微であること、観光客の流入があり、一部の商店ではその購買力を取り込んでいることが考えられる。

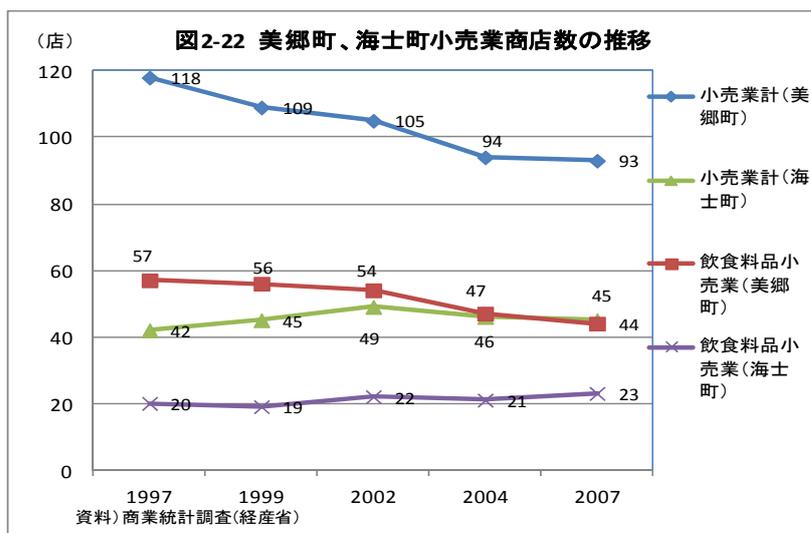


表2-2 美郷町・海士町の小売業年間販売額の推移

(単位: 百万円)

	1997	1999	2002	2004	2007	2007年/1997年対比増減率
美郷町小売業計	4,106	x	x	x	2,312	-43.7%
うち飲食料品小売業	1,793	1,790	1,387	1,219	1,044	-41.8%
海士町小売業計	x	2,141	2,052	1,861	1,778	-16.9%
うち飲食料品小売業	1,108	1,044	1,040	975	956	-13.7%

注1) xは秘匿数字

注2) 海士町の小売業計の年間商品販売額の増減率は2007年と1999年の対比(1997年計数秘匿のため)

資料) 商業統計調査(経済産業省)

(5). 公共交通機関

A. 島根県のバス路線の現状

地域住民にとって最も身近な公共交通手段といえるバス事業の動向をみると、島根県における乗合バスの輸送人員は、1964年度の約5,500万人をピークとして、2006年度には824万人へと約15%にまで減少している(国土交通省調べ)。

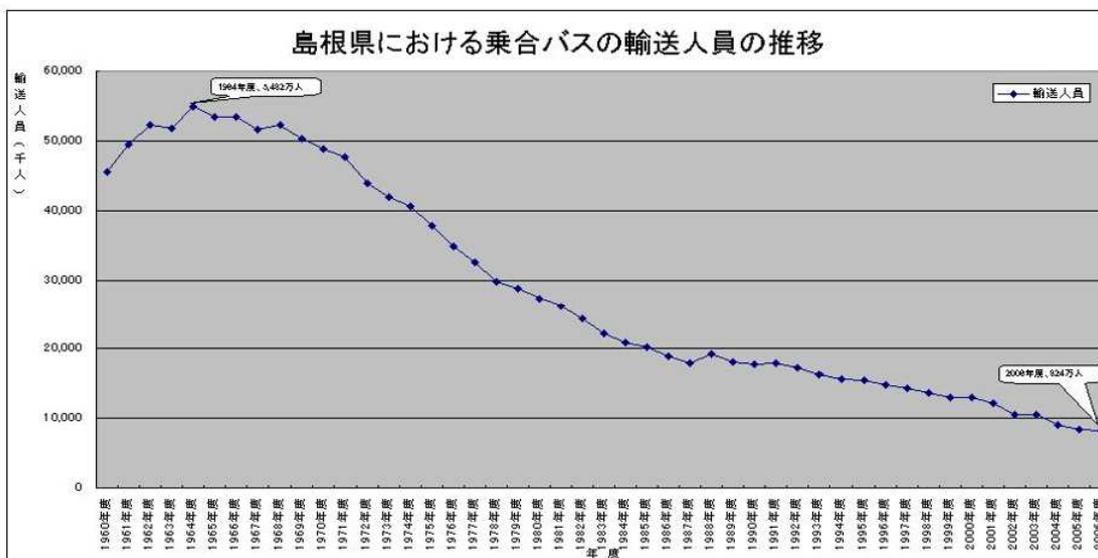
また、2002年2月に乗合バス事業の規制緩和が施行され、不採算路線からの退出が容易となり、不採算路線を多く抱える島根県のバス路線の維持・確保はますます困難になっている。

このため、現在、県内21市町村中、19市町村が廃止代替バス等による代替輸送を行っているが(島根県交通対策課調べ)、市町村の財政逼迫や利用者減少による事業収支の悪化によって代替路線も廃止・縮小の傾向にある。

前述のように、65歳以上の高齢者の運転免許保有率は他の年齢層に比べ

低く、特に後期高齢者になると一段と低くなる。高齢者単身世帯・夫婦世帯の割合の増加（中でも後期高齢者のみの世帯割合の増加）とあいまって、自家用車の運転ができない世帯の割合が増加する一方で、公共交通機関の廃止・縮小が続いており、これが、買い物をはじめとする生活支援機能の利用に支障を来す世帯割合の増加に結び付いている。

図 2-23 島根県における乗合バスの輸送人員の推移



資料) 島根県交通対策課HPより引用

B. モデル地域の現状

美郷町ではJR三江線（江津～三次間 108.1km）、路線バスが公共交通機関として挙げられる。

JR三江線の列車本数は江津～浜原間及び口羽～三次間が1日5往復、浜原～口羽間が1日4往復である。1日当たり乗車人員は一貫して減少傾向で推移しており、1992年の1,409人から2009年には324人へと約1/4に減少している。

乗車人員の約8割が通学定期利用者で、通院・買い物利用者が1割強、通勤利用者は1割未満を占める。美郷町内には粕淵駅ほか合計10駅があり、10駅合計の1日当たり乗降客数平均は平日106人、休日52人である。

美郷町のバス路線としては、石見交通バス（赤名線・都賀線）、大和観光バス（布施線）、美郷町スクールバスなどがある。また、65歳以上の高齢者

を対象とした無料バスとして、「おおち号」（15 人乗り）、「スマイル号・町営バス」（29 人乗り）を運行している。これらは合計で 5 コースを運行し、各コースとも月 2 回程度の運行である。

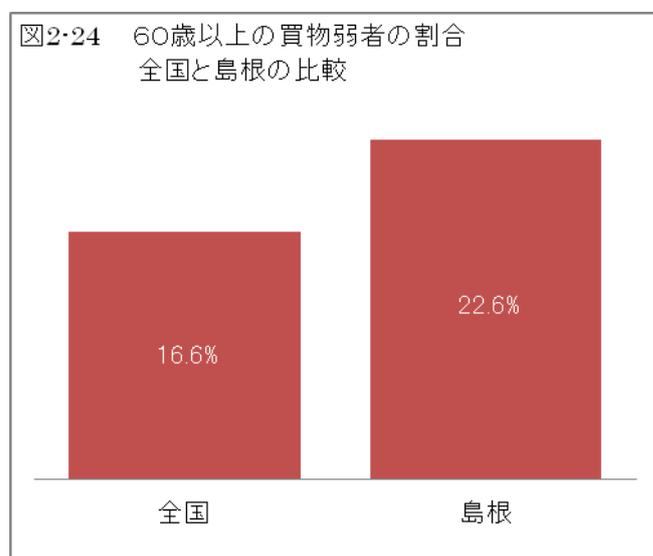
海士町では陸路の公共交通機関は路線バスのみで、隠岐海士交通が運行する豊田線と海士島線の 2 ルートがある。

(6). 島根県における買い物弱者の実態

A. 島根県商工会連合会連が実施した「買い物環境調査」について

島根県における買い物弱者の実態は、平成 22 年度に島根県商工会連合会（以下、島根商工連）が全県を対象に実施した買い物環境調査がある。サンプル数は 15,323 人であり、県内世帯数の約 5.5%にあたる。その調査結果の抜粋、あるいはデータ加工により島根県における買い物弱者の実態を考察する。

島根商工連が実施した買い物環境調査の質問は「日常生活の買い物に困っているか」と聞いている。内閣府の高齢者意識調査では「日常の買い物に不便を感じているか」という問いであり多少異なるが、両質問ともに理由を限定して聞いていないので比較可能と思われる。

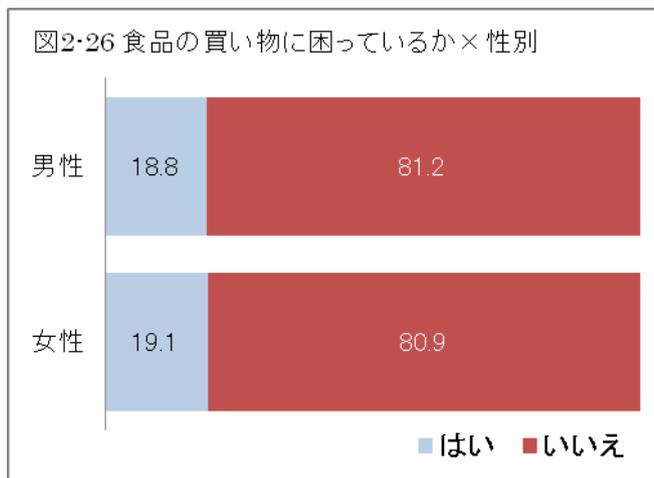
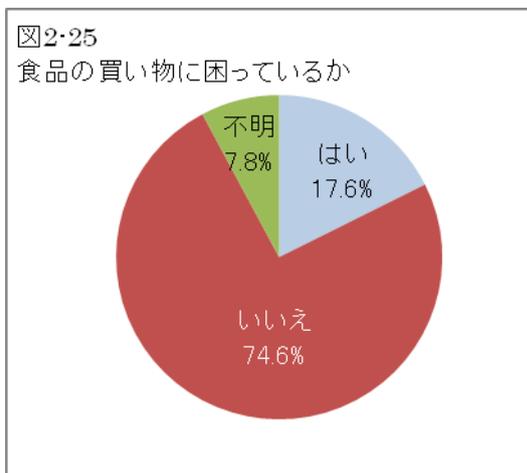


買い物環境調査で「日常生活の買い物に困っている」と回答した人は全体で 2,694 人であり回答者全体の 17.6%である。全国との比較のため 60 歳以上の回答者に限定すると 60 歳以上の回答者 6,056 人のうち、1,371 人であり困っている人の割合は 22.6%となる(図 2-24)。買い物弱者の人数を

推計すると県内の 60 歳以上の人数約 25 万人×22.6%=5 万 7 千人と推計される。

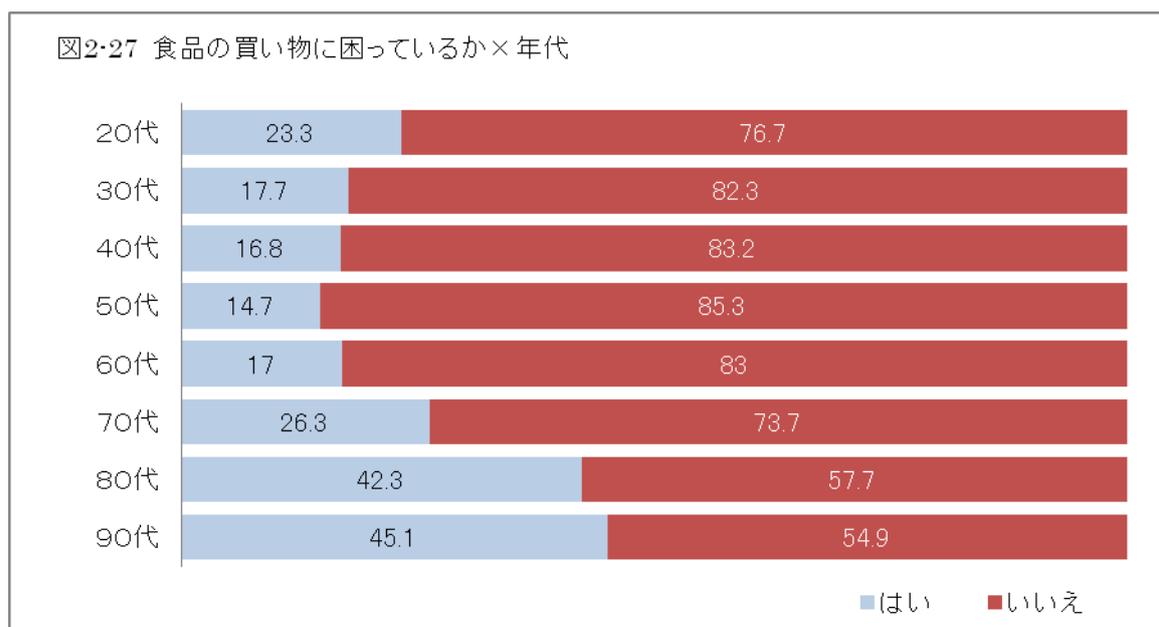
B. 回答者属性からみた島根県の買い物弱者像

買い物に困っていると回答した人を回答者の属性別に見てみる。全体では17.6%の人が困っていると回答しているが(図 2-25)、その 17.6%の人について性別ではほとんど変わらない(図 2-26)。



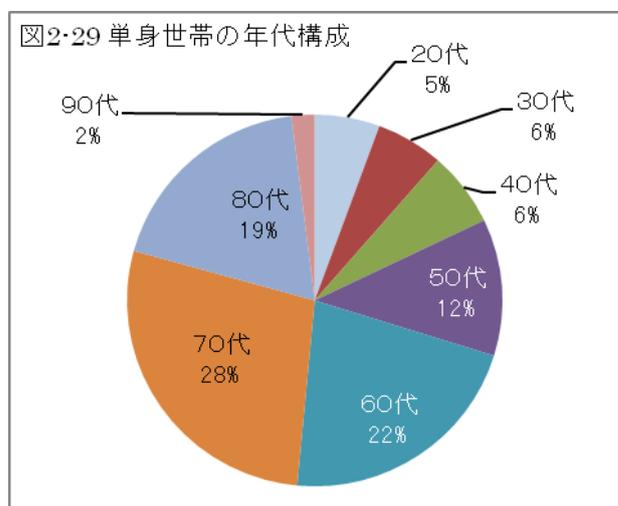
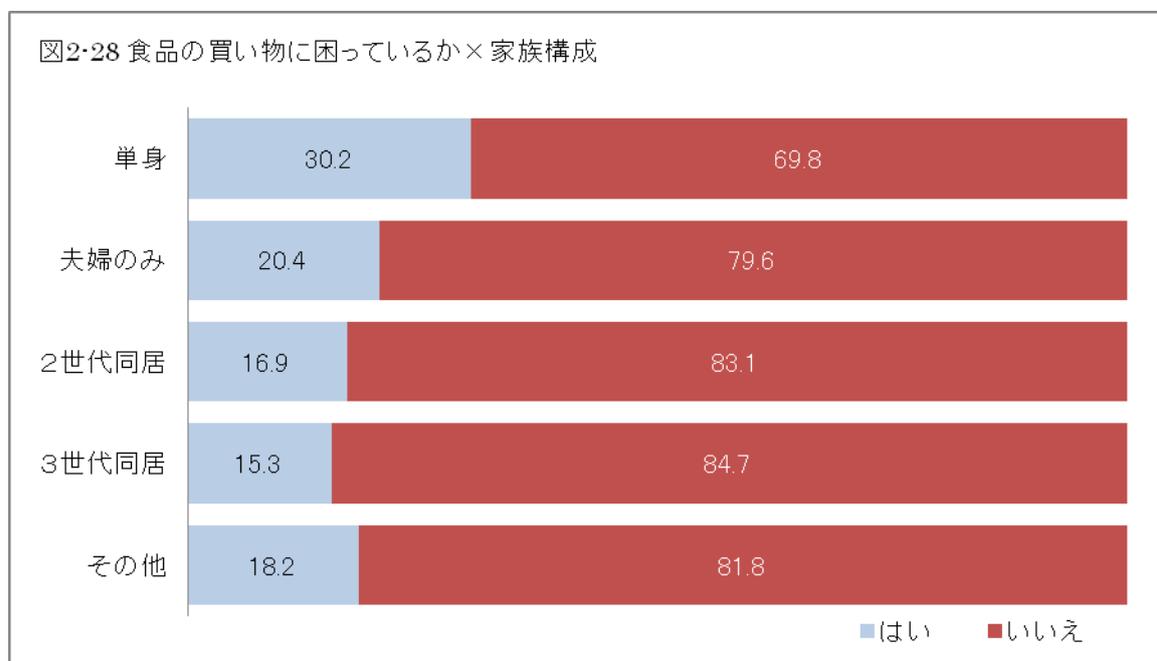
年代別では、80代と90代の4割を超える人が困っていると回答している。続いて70代が26.3%と多いが、20代でも23.3%であり30代から60代の人達よりも困っている割合が高い(図 2-27)。

買い物弱者の定義をもっと広義に捉えれば、買い物弱者＝高齢者という構図以外も考えられる。

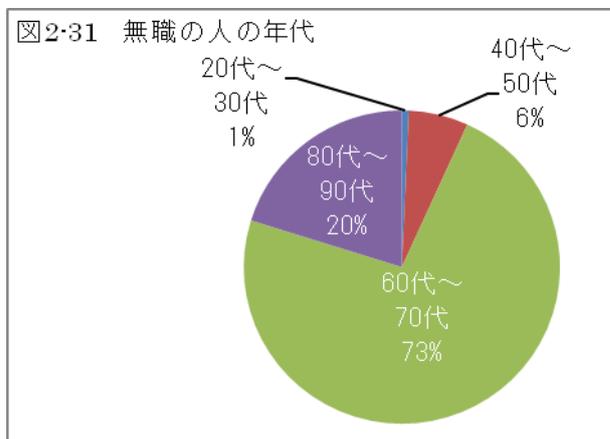
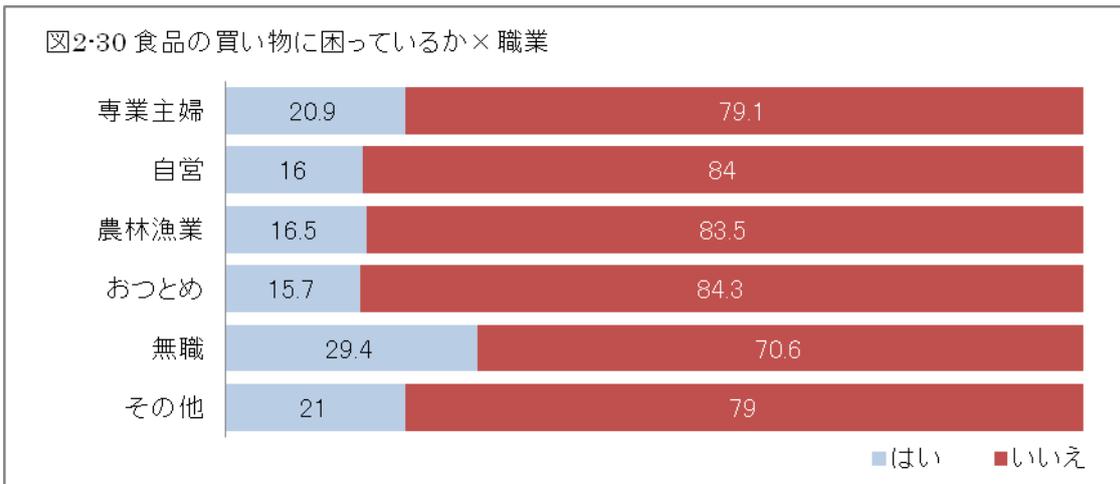


家族構成別では、単身の約3割が困っていると回答している(図2-28)。

単身世帯の年代構成は70代以上が約半数の47%であり、60代も加えると69%となり3人に2人は高齢者となる(図2-29)。

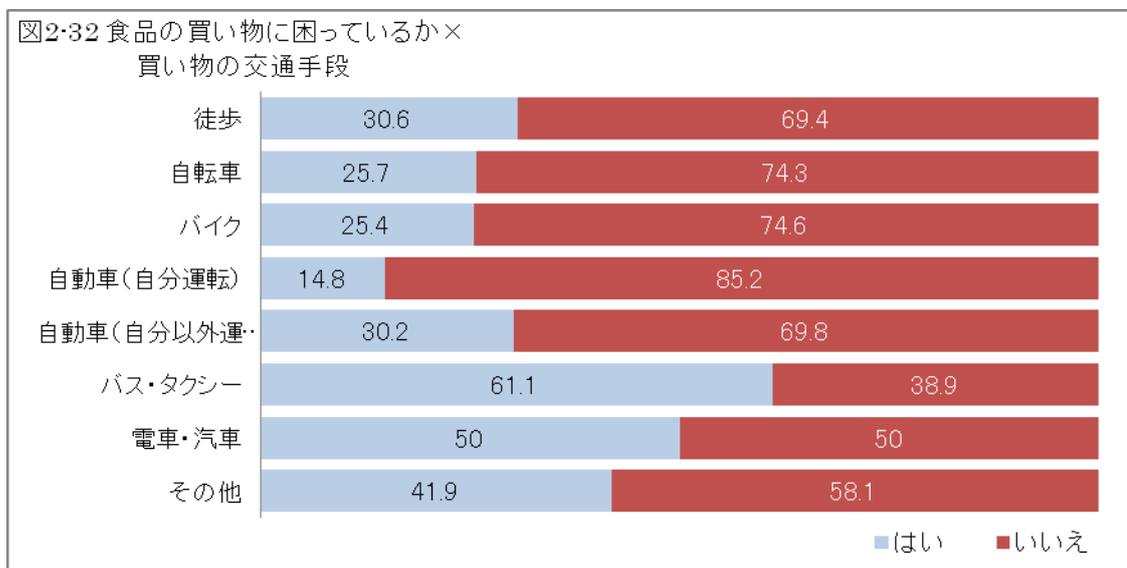


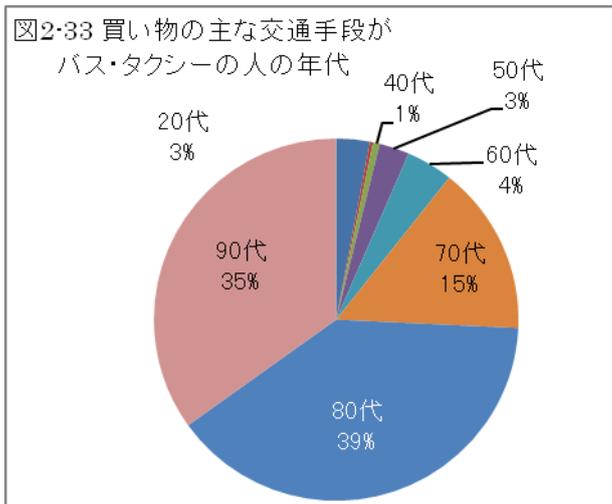
職業別では無職の人の約3割が買い物に困っていると回答しており最も割合が高い(図2-30)。無職の人は高齢者が多く職業特性というよりも無職の人の年代が高いために買い物に困っているという割合が高くなっていると考えられる(図2-31)。



買い物をする際の交通手段別ではバスやタクシーを利用して買い物に行く人が最も困っている割合が高く、続いて電車・バスとなっている(図 2-32)。

これについても、高年齢になるほどバスやタクシーで買い物に出掛ける人の割合が高くなるためである(図 2-33)。





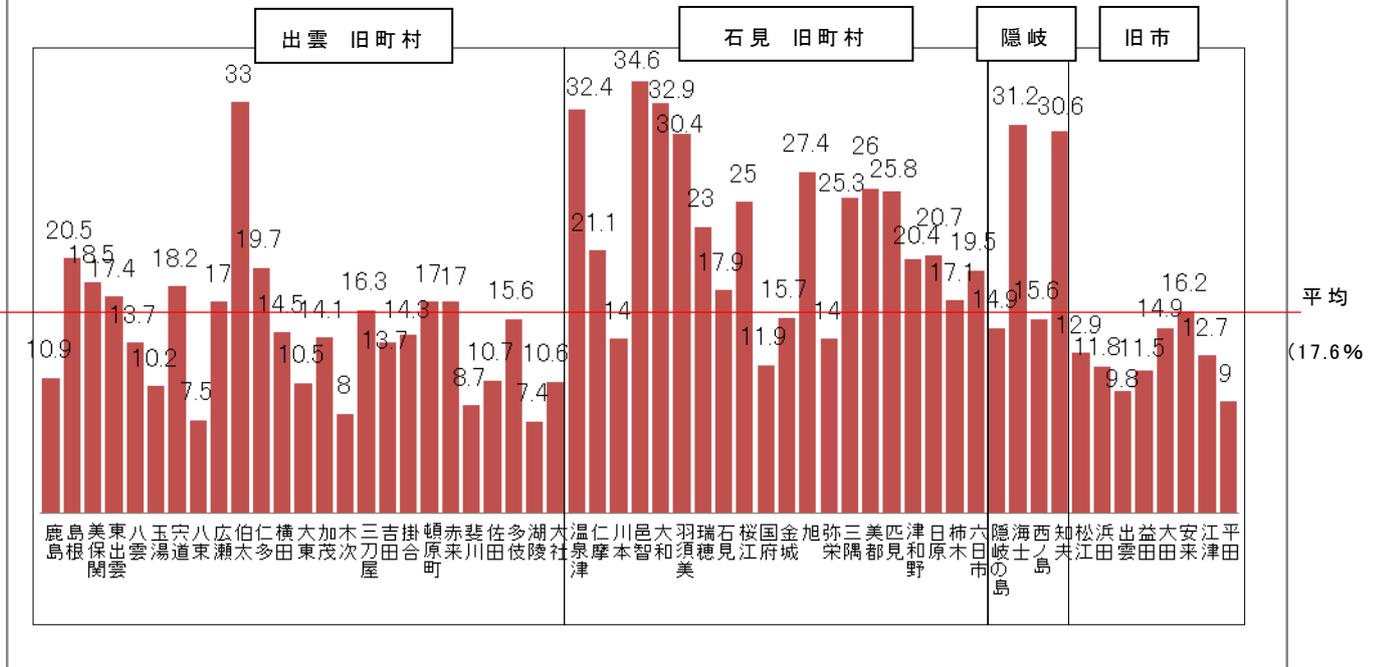
以上、回答者の属性別に買い物に困っている人を見てきたが、まとめると「単身世帯や夫婦のみの世帯など世帯同居数が少ない家族構成の高齢者で、バスやタクシーなどの移動手段を利用して買い物をする人」と言える。この属性は高齢者の属性とほぼ一致する。

C. 島根県内旧市町村別の買い物弱者の状況

買い物に困っていると回答した人の割合を旧市町別に見ると、旧8市はすべて全県の平均（17.6%）以下である。

旧町村部を出雲と石見、隠岐に分けると出雲は25町村の内、平均以下は21町村。石見は20町村の内、平均以下は5町村。隠岐は4町村の内、2町村が平均以下となっており、石見部の旧町村が最も買い物に困っていると回答した割合が高い。個別の旧町村別では、最も困っている人の割合が高いのは邑智町の34.6%であり、伯太33%、大和32.9%と続く(図2-34)。

図2-34 旧市町村別の買物に困っている人の割合



この旧市町村を島根県中山間地域活性化基本条例に基づく「中山間地域」「中山間地域以外」「離島」で集約すると、図 2-35 となり、エリア別では中山間地域で買い物に困っていると回答した人の割合が最も高く、離島地域が続く。

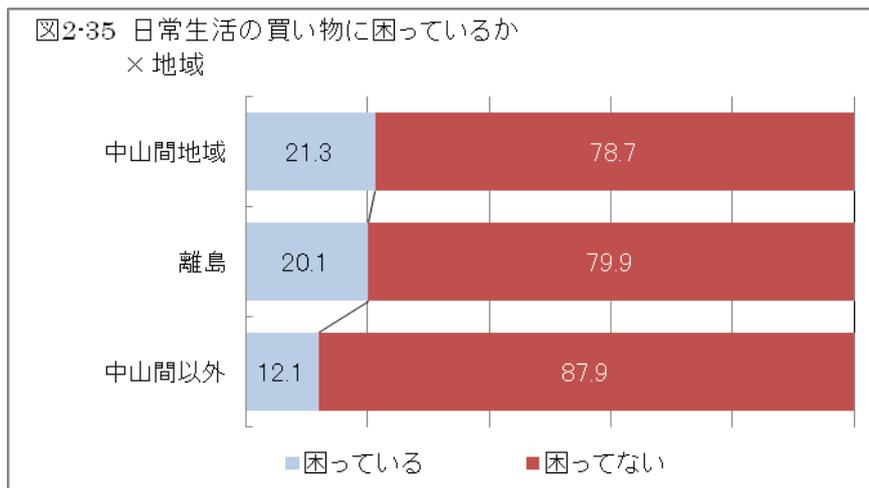


図 2-36 は 60 歳以上で買い物に困っていると回答した人と全体の回答を比較したグラフである。濃色(青帯)は 60 歳以上で買い物に困っていると回答した人の割合であり、淡色(赤帯)が全体との比較 (60 歳以上の回答割合マイナス全体の回答割合) であるが、プラスが大きいほど (淡色の帯が高い) 60

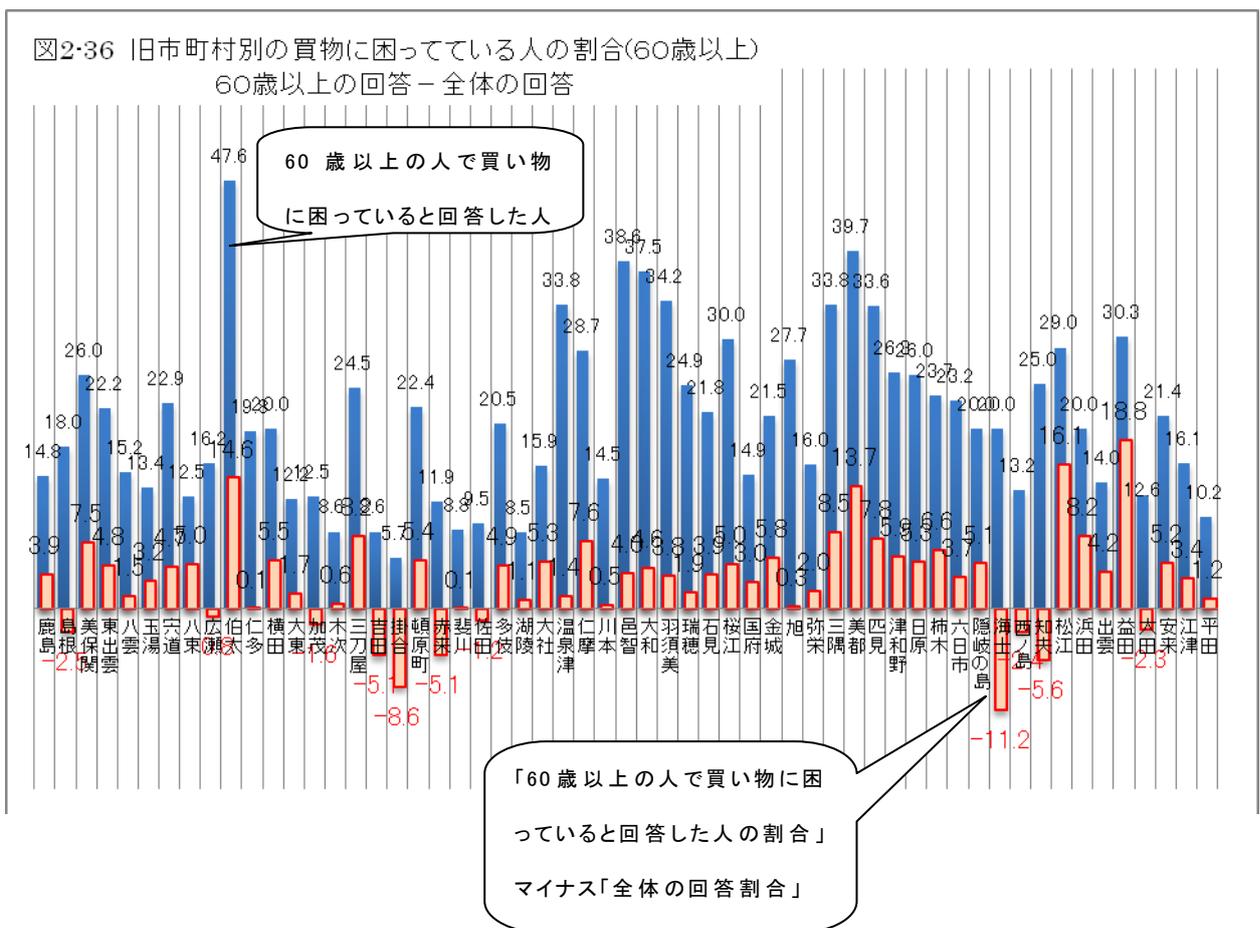
歳以上の買い物に困っていると回答した割合が全体の割合よりも高くなり、マイナスの場合は60歳上の人で買い物に困っていると回答した割合が全体の困っていると回答した割合よりも低いことを意味する。

60歳以上の人で買い物に困っていると回答した人の割合が最も高いのは伯太で、約半数の47.6%が買い物に困っていると回答している。

全体と60歳以上の人とのかい離幅が大きいのは益田市で、全体では11.5%の人が困っていると回答しているが(図2-34参照)、60歳以上だと30.3%の人が同様の回答をしており、その差は2.6倍となる。

淡色がマイナスとなっている市町村は11である。もっともマイナスが大きいのは海士町である。

一般的には高齢者ほど買い物に困っている割合が高いと考えられているが理由を限定しないで「買い物に困っているか」という質問をすればこのような内容になる場合もある。



D. 買い物をする際の困っている内容

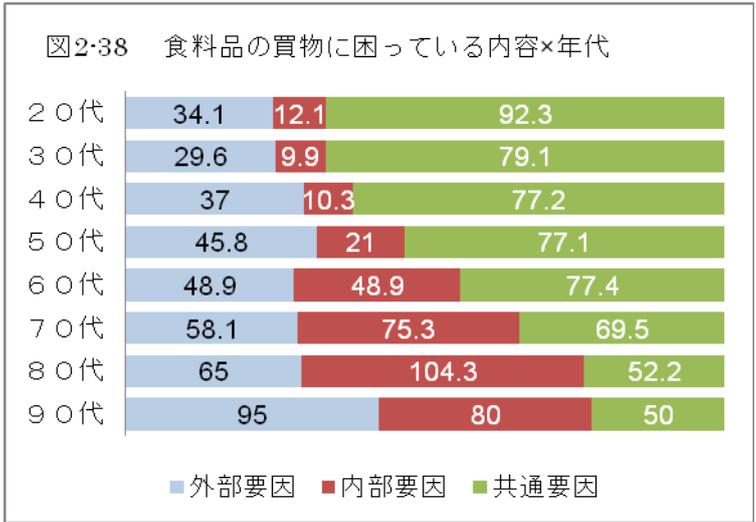
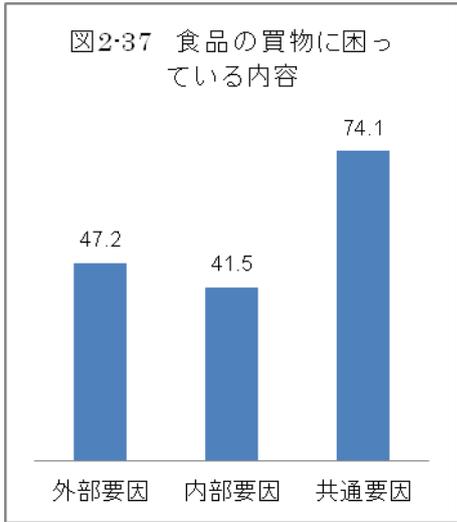
アンケートでは困っている内容について、選択肢の中から複数選択してもらうようにしている。困っている内容は店舗や宅配の有無など商品供給側の原因となる外部要因と、移動手段がないなどの消費者側の原因となる内部要因、並びにどちらとも捉えられる共通要因に分けることができる(表 2-3)。

これらを集計すれば図 2-37 のようになる。ここでは共通要因がもっとも多くなっているが、これは共通要因の中にすべての選択肢の中で最も回答を割合の高い「満足できる商品がない」という選択肢が含まれているためである。

これを年代別にみると図 2-38 のようになり、年代が高くなるにつれて商品に対する不満等を主因とする共通要因が減少し、移動手段の有無等に起因する内部要因の割合が増加する。このことは、商品に対する不満を言う以前に商品自体を手にする手段が難しくなっていく高齢者の実態を表している。

表 2-3

年代	外部要因			内部要因				共通要因	
	近隣に食料品を扱う店舗がない	近隣に食料品の移動販売車などが来ない	利用してる商店等に利用できる戸別配達がない	遠方へ買い物をするための自動車がいない	買い物依頼を親族や知り合いに頼めない	健康でないため買い物に出かけにくい	重いもの、大きい物が運びづらい	買い物に行くためのバス等が利用しづらい	近隣の店舗では満足できる商品がない
20代	26.4	5.5	2.2	4.4	1.1	0	6.6	7.7	84.6
30代	27.4	0.7	1.5	3.3	1.1	0	5.5	3.6	75.5
40代	30	4.1	2.9	3.6	1	0.7	5	2.9	74.3
50代	35.8	4.7	5.3	9.8	2.2	2.5	6.5	5.3	71.8
60代	35	7.5	6.4	23.1	2.6	4.4	18.8	7.3	70.1
70代	34.1	8.9	15.1	32.1	6.2	6.7	30.3	13.6	55.9
80代	40.5	12.9	11.6	34.5	8.6	23.7	37.5	19.4	32.8
90代	70	0	25	25	0	25	30	20	30
合計	33.8	6.3	7.1	17.1	3.2	5.1	16.1	8.1	66

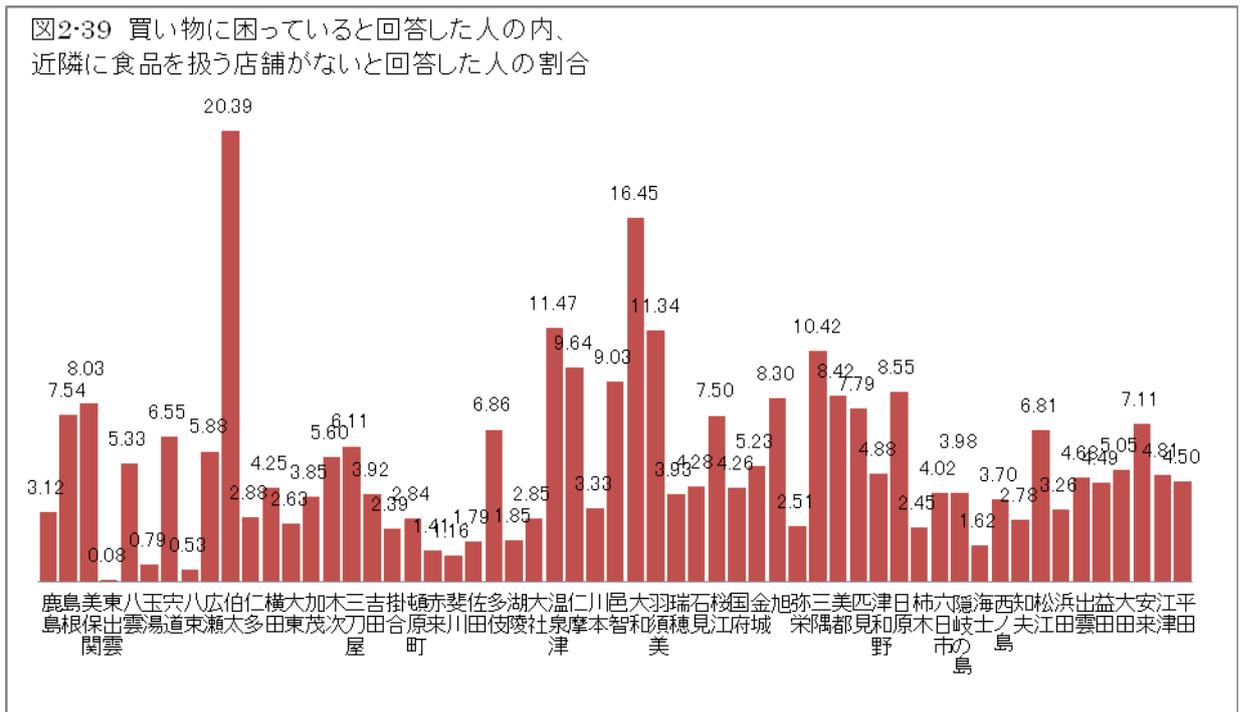


次に困っている内容を「近隣に食料品を扱う店舗がない」という買い物弱者の根本原因に限定して見てみる。

最も割合が高いのは伯太であり、大和、温泉津と続く。旧市でも安来 7.11%、松江 6.81%と比較的高い割合の市が存在する。海士町は理由を限定しない場合の回答割合は 31.2%であったが、ここでは 1.62%と大幅に減少している。

「近隣に食品を扱う店舗がない」という狭義の買い物弱者の定義で集計すれば、このように大きく変化する。

(図 2-39)



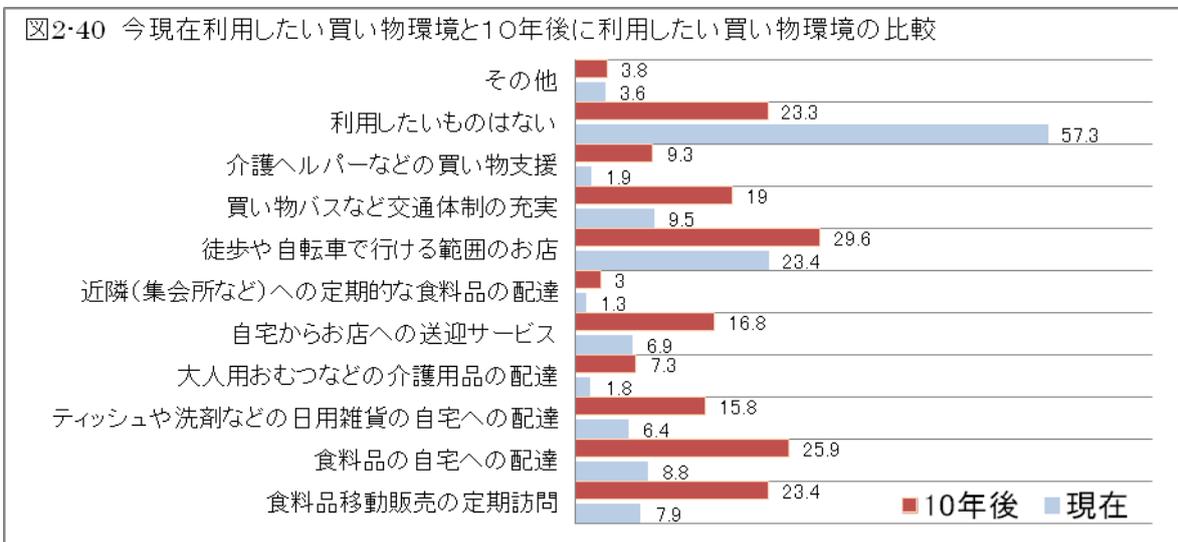
E. 現在利用したい買い物環境と10年後に利用したい買い物環境

現在と10年度の利用したい買い物環境について聞いた質問である。

「利用したいものはない」との回答が現在も10年後も最も多いが、10年後は現在と比較してすべての項目で増加している。

利用したい内容では「徒歩や自転車で行ける範囲のお店」が現在も10年後も多く、配達や訪問等の手段により商品を手に入るという以外の「店舗で買い物をしたい」という消費者ニーズの高さが伺える。

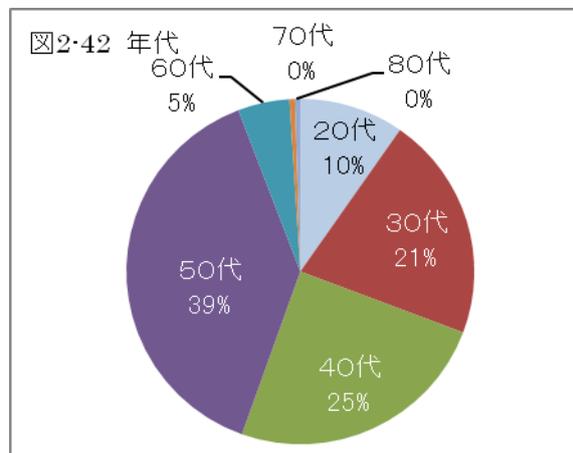
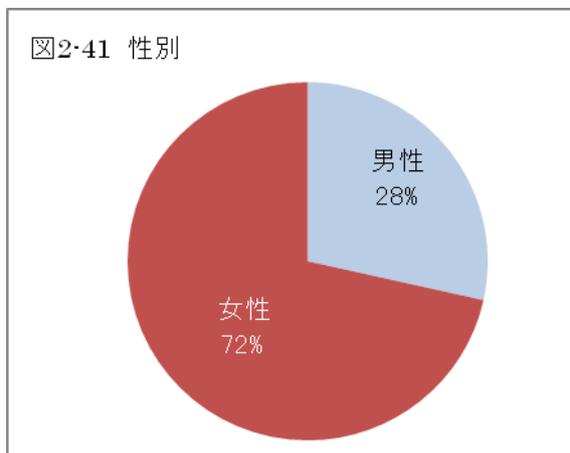
伸び率で高いものは「介護ヘルパーなどの買い物支援」が4.89倍、「大人用おむつなどの介護用品の配達」が4.06倍と老後に対する不安が読み取れる。(図2-40)

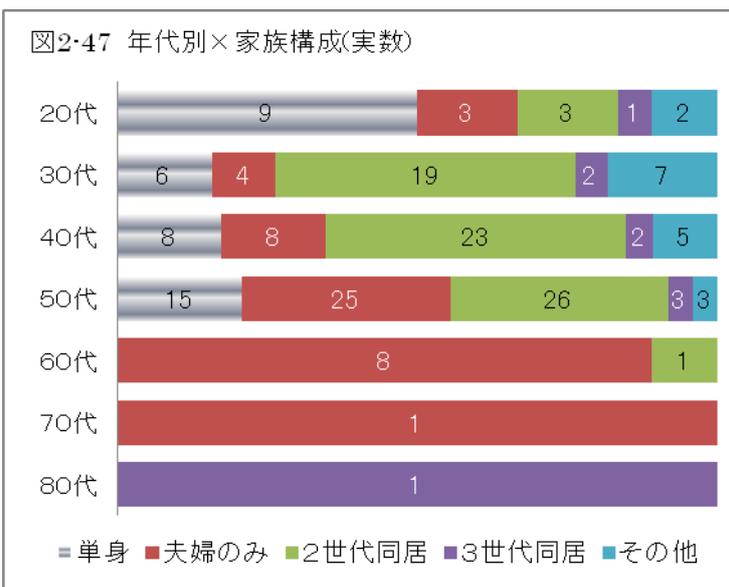
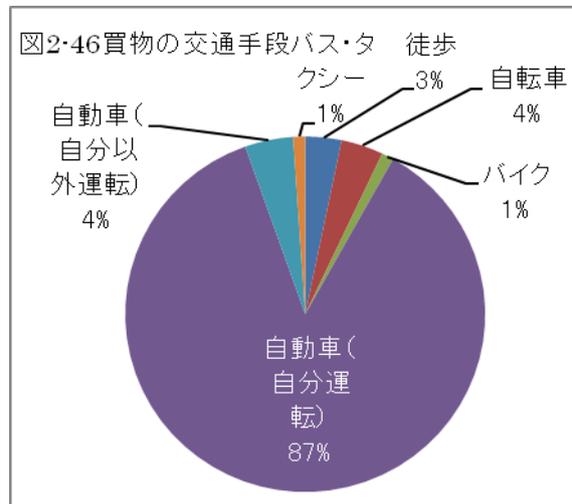
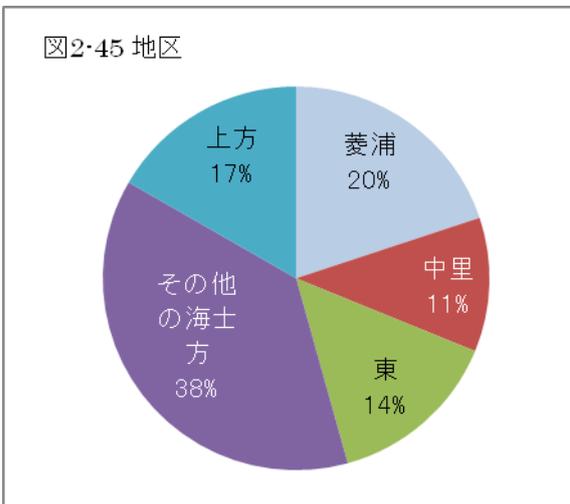
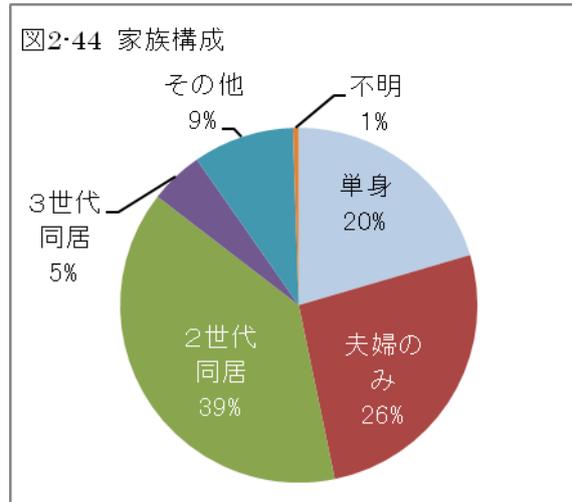
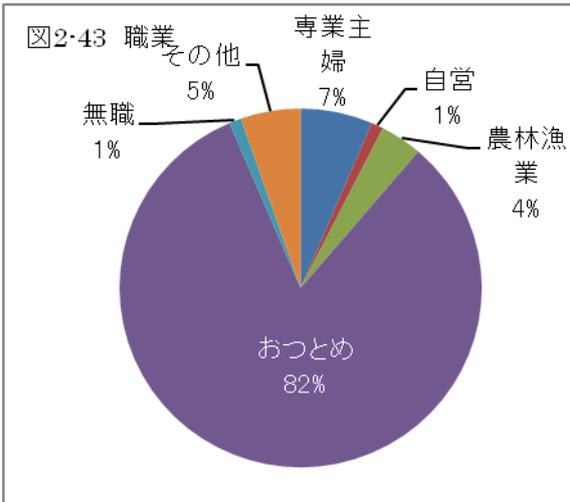


(7). モデル地域の調査結果

A. 海士町

a アンケート回答者属性





海士町のアンケート回答者数は 186 件で全世帯の約 17.7%である。本調査における買い物弱者の定義で、生活者自身に関するものは「自家用車などの移動手段を持たない」「家族などの支援が日常的に受けられない」としている。海士町のアンケート

回答者の属性からこの定義を判断するには「家族構成」と「買い物の交通手段」から判断できる。

家族構成では図 2-44 のとおり単身と夫婦のみで 46%と半分近くになっているが、単身世帯のすべては 20 代から 50 代までの回答者であり、夫婦のみも 60 代で 8 組、70 代で 1 組となっている(図 2-47)。

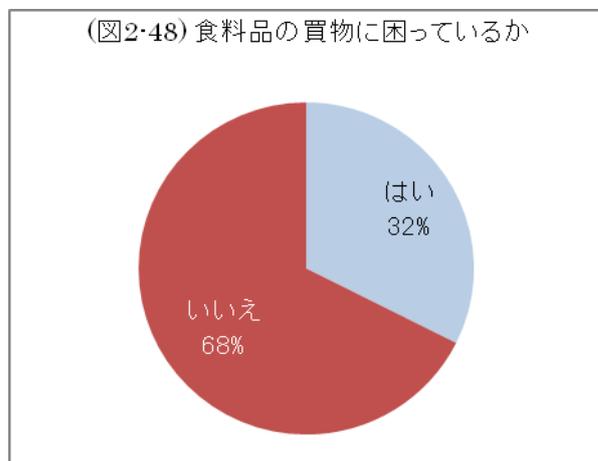
買い物の際の交通手段では 87%の人が「自分で運転する自動車」と回答し、「自分以外が運転する自動車」や「バス・タクシー」など自力以外での移動手段の利用者の合計は 5%となっている(図 2-46)。

買い物弱者と高齢者の属性がほぼ一致することを考えれば、海士町のアンケート回答者は 20 代から 50 代までで 95%であり(図 2-41)、60 代 9 件、70 代 1 件、80 代 1 件と全体的に高齢者の回答割合が少なく高齢者の声を反映した結果とはなっていない。

b 回答結果(食料品の買い物に困っているか)

全体では 32%の回答者が困っていると回答している(図 6-8)。

年代別では島根県全体の傾向とは間逆の結果で、若年層ほど買い物に困



っているとの回答割合が高い(図 2-49)。

世帯別では、単身世帯が他の世帯の 2 倍程度高くなっているが、単身世帯が 20 代~50 代ということを考慮すれば、仕事の関係で買い物に行く時間が自由にならないということが想定され、店舗の営業時間が関係して

いるかもしれない、(図 2-50)。

地区別では菱浦、中里という海士町の中心部に住んでいる人が困っている割合が高い(図 2-51)。

交通手段別の困っている人は、自転車が高く、バイクと続くが、自動車や徒歩で買い物をする人も困っているという回答割合が 30%~40%程度存在する(図 2-52)。

海士町の買い物に困っている人は、全県の傾向とは大きく異なっている。

理由は買い物に困っていると回答した人の年齢が関係していると考えられる。買い物に困っていると回答した人は実数では 58 件であり、その内 44 件は「近隣の店舗では満足できる商品がない」という理由である(図 2-53)。県全体の傾向では、高齢になるほど買い物に困っているという人の割合が高いが、その人達の理由は移動手段をはじめとする内部要因と店舗等の立地場所に関する外部要因であり、商品に対する不満は年齢が高くなるにつれて減少していく。(P29 図 2-38 参照)

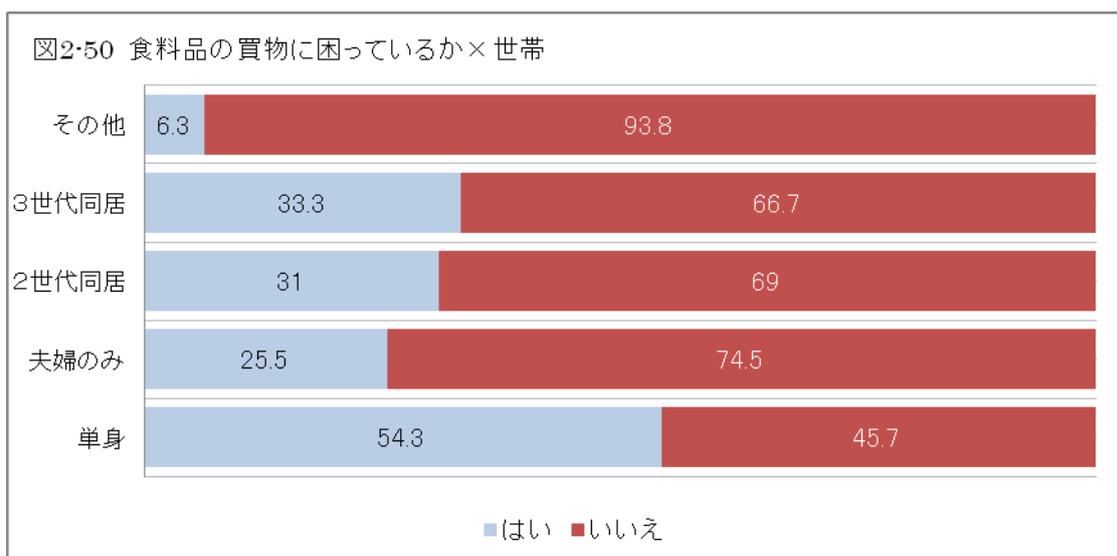
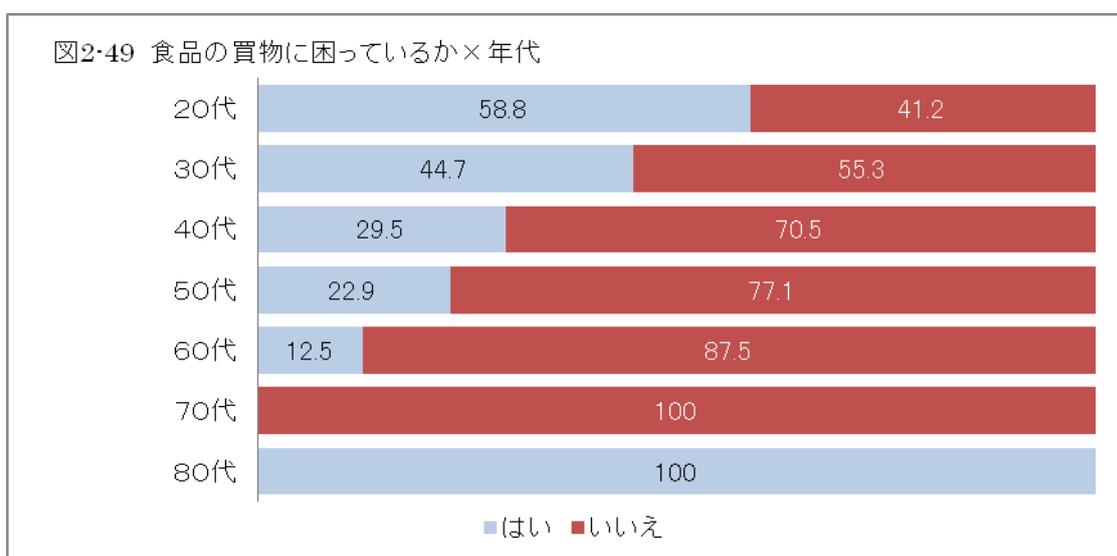


図2-51 食品の買物に困っているか×地区

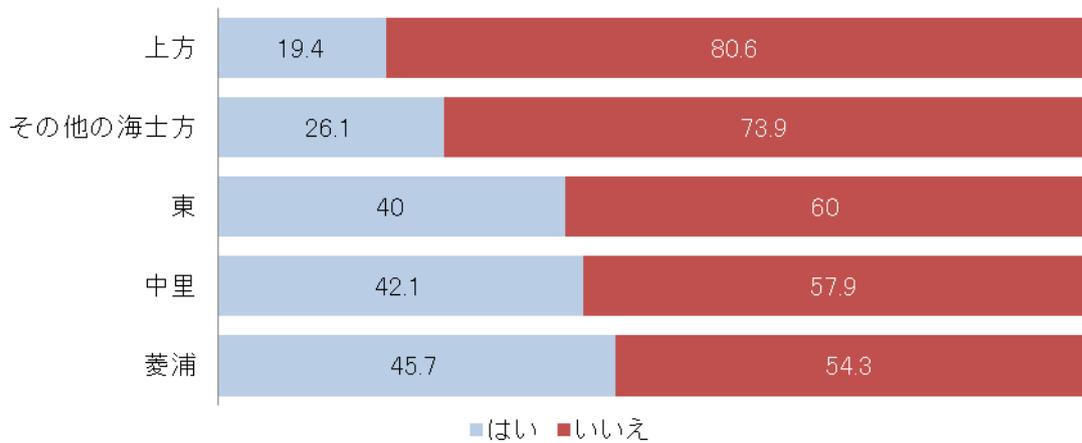


図2-52 食品の買物に困っているか×買物の交通手段

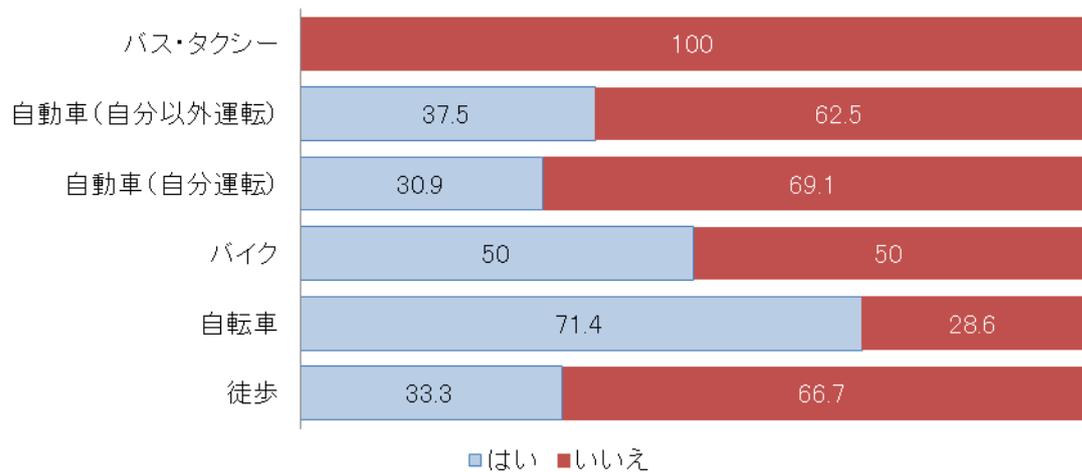
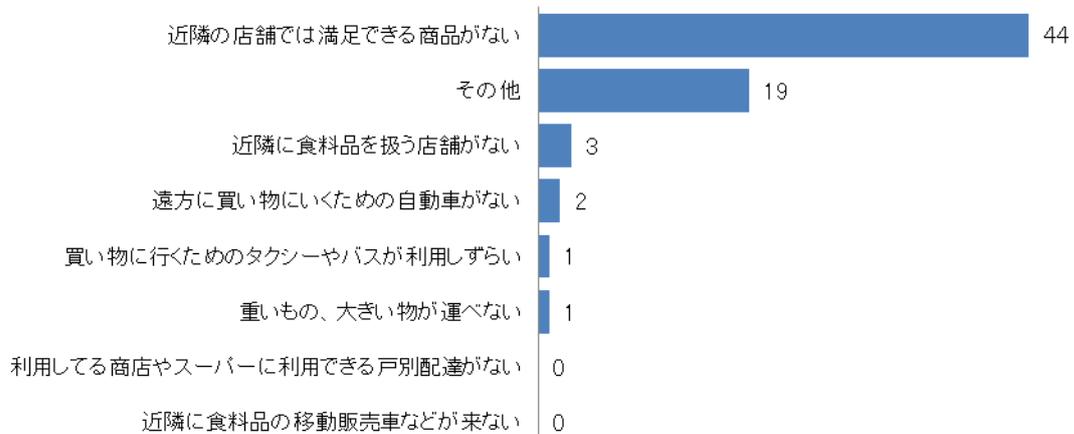
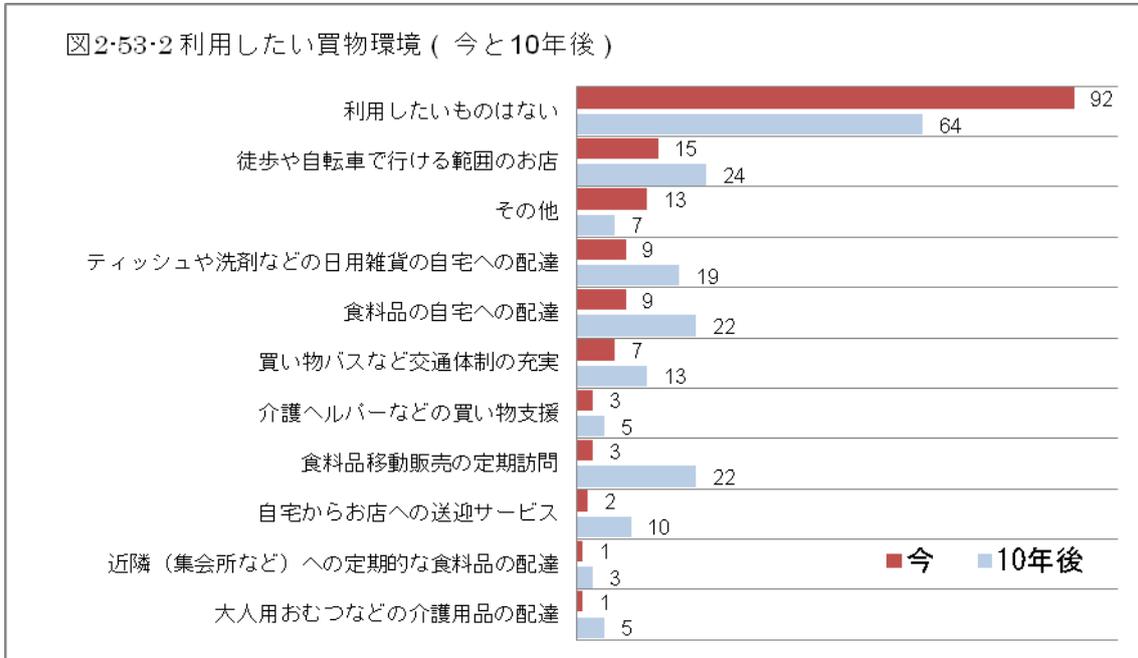


図2-53 困っている内容 (件数)

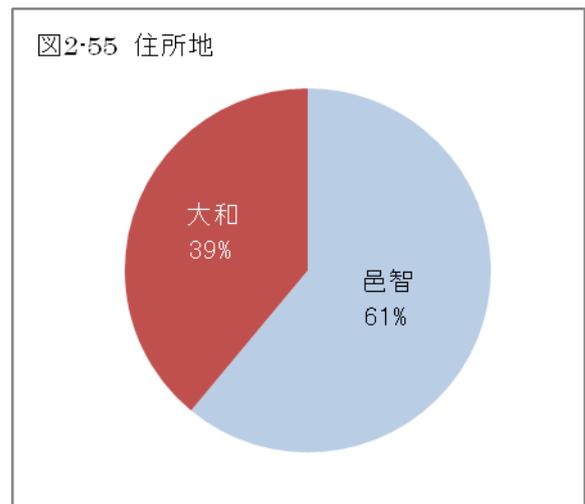
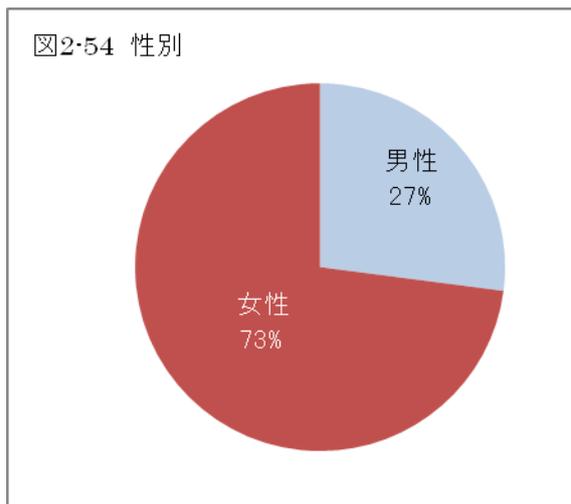


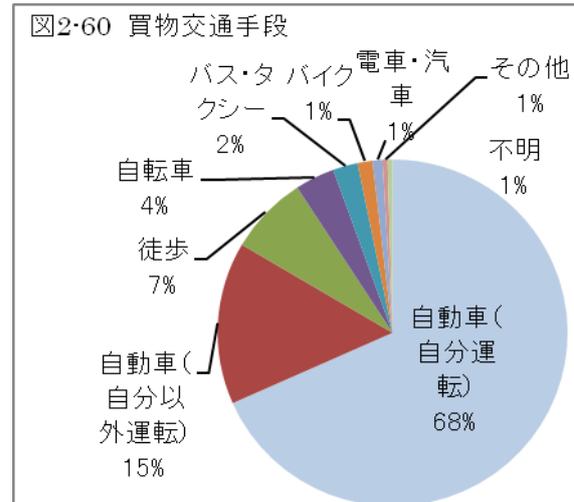
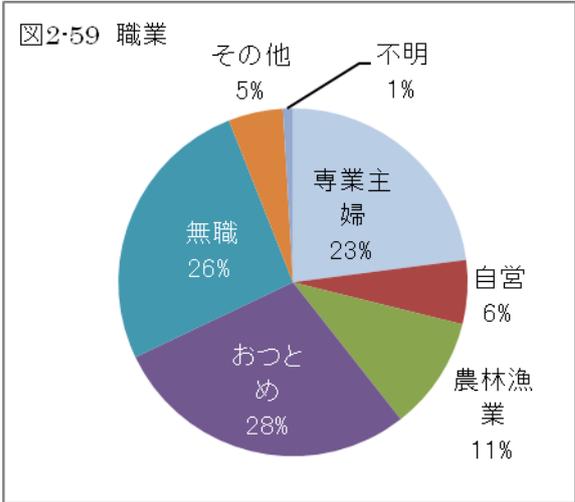
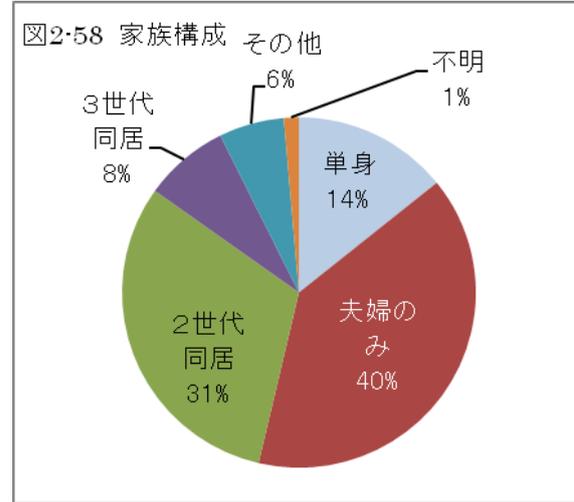
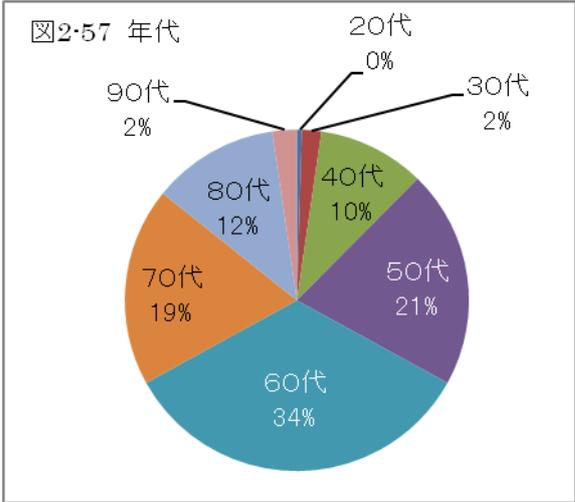
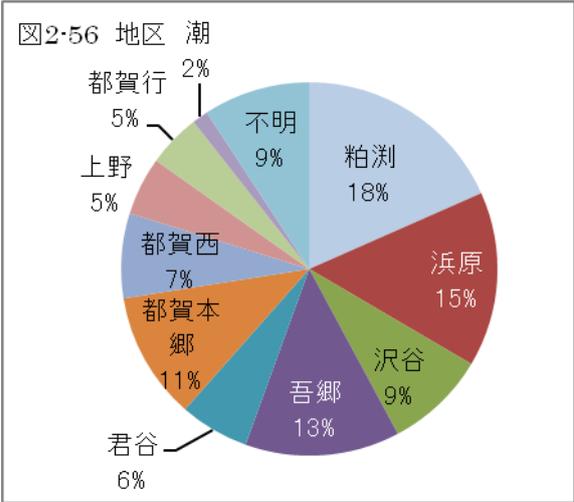
現在と10年の利用したい買い物環境を聞いた質問では、いずれも「利用したいものはない」が最も多いが、10年後はすべてのサービスが増加する。特に移動販売や宅配の伸びが高くなっている(図2-53-2)。



B. 美郷町

a. アンケート回答者属性 (全体)





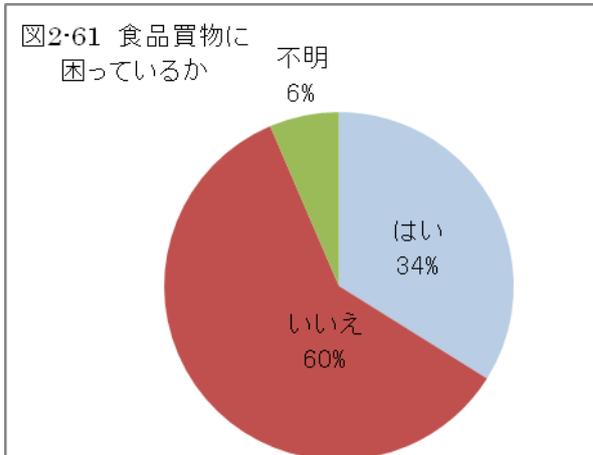
アンケート回答者数は 218 件で美郷町の全世帯 2,451 世帯の 8.9% である。

年代は 70 代以上が 33% と高齢者については美郷町の年齢構成と比較的近い(図 2-57)。(町は 34.7%)

家族構成は単身世帯と夫婦のみ世帯を合わせると過半数となる。(図 2-58)

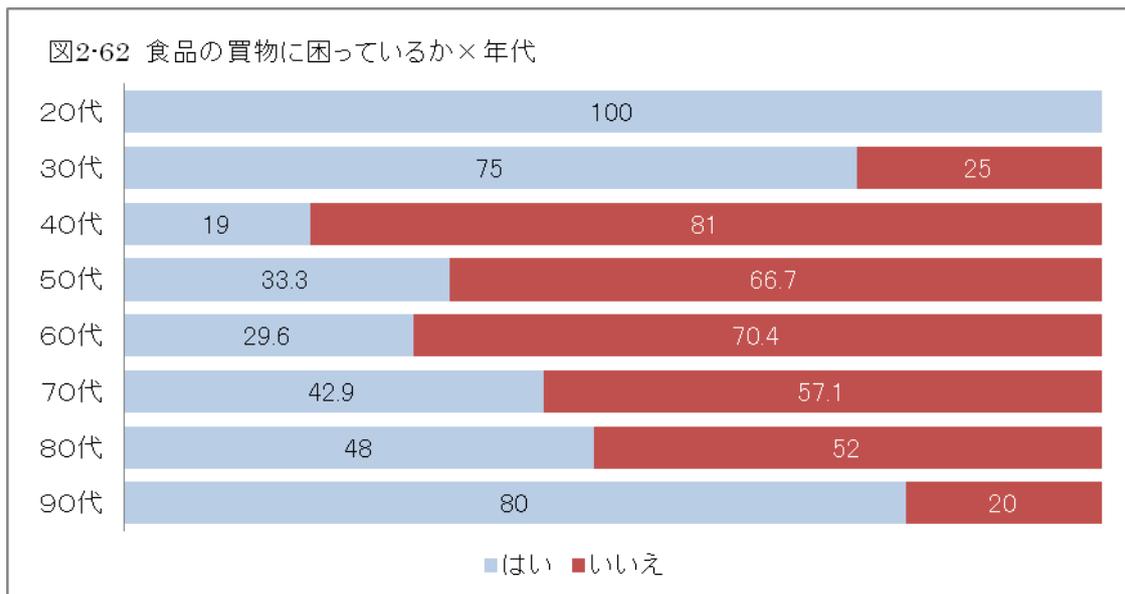
買い物の際の交通手段は自分で運転する自動車が 68% と最も多く、自分以外の運転の自動車が続く。(図 2-60)

b. 回答結果(食料品の買い物に困っているか)



買い物に困っていると回答した方は34%である。(図2-61) 全県17.6%の約2倍の割合となる。

年代別では、20代・30代を除き高年齢になるほど困っていると回答した割合が高くなっている(図2-62)。(※回答者で20代は1名・30代は4名である。)



家族構成別では、単身世帯の約半数が困っていると回答している。(図2-63)

単身世帯の年代構成は70代・80代で約半数。60代を加えれば80%となり全体の傾向と同様に単身の高齢者が買い物に困っている状況となっている。(図2-63-2)

図2-63 食品の買物に困っているか×家族構成

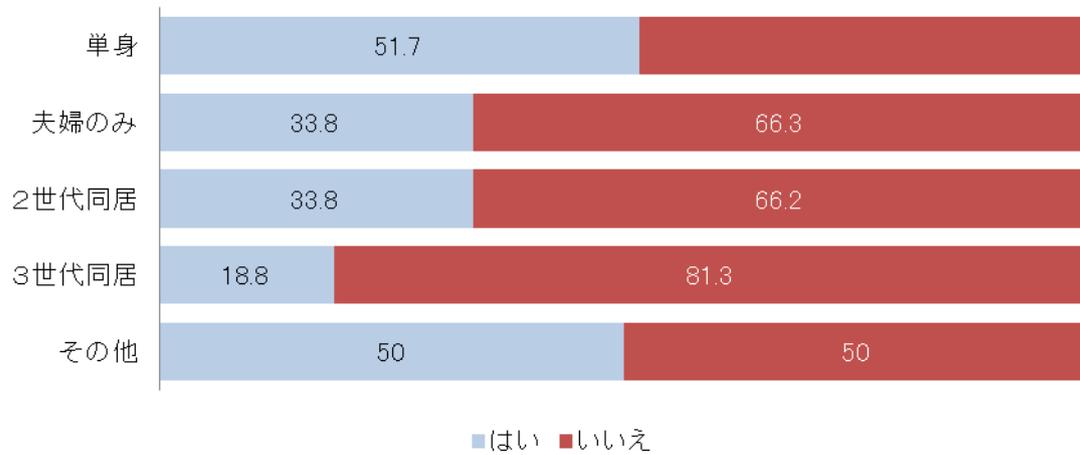
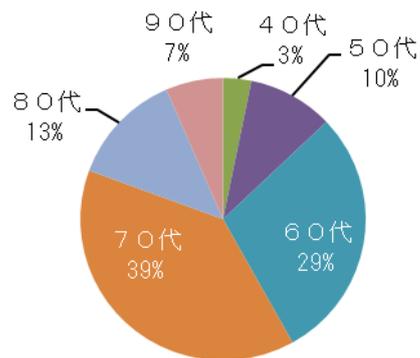
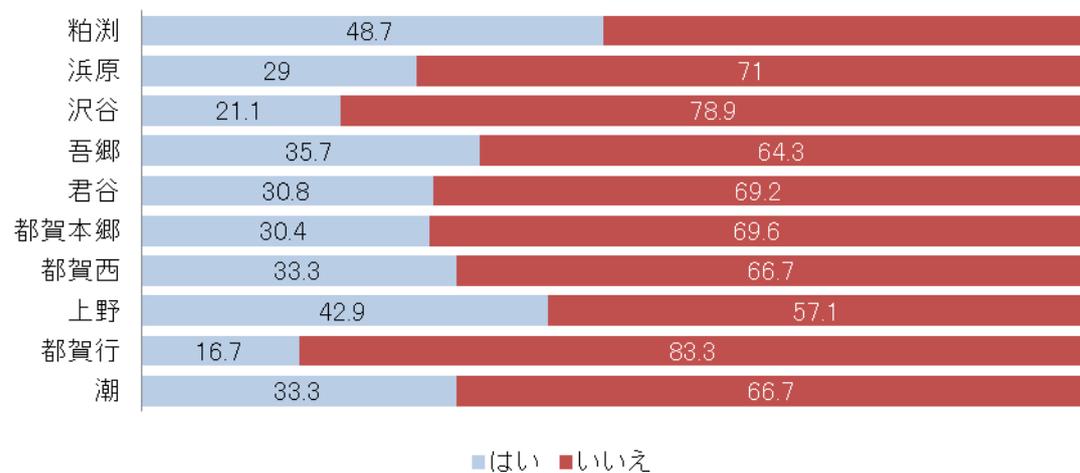


図2-63-2 単身世帯の年代



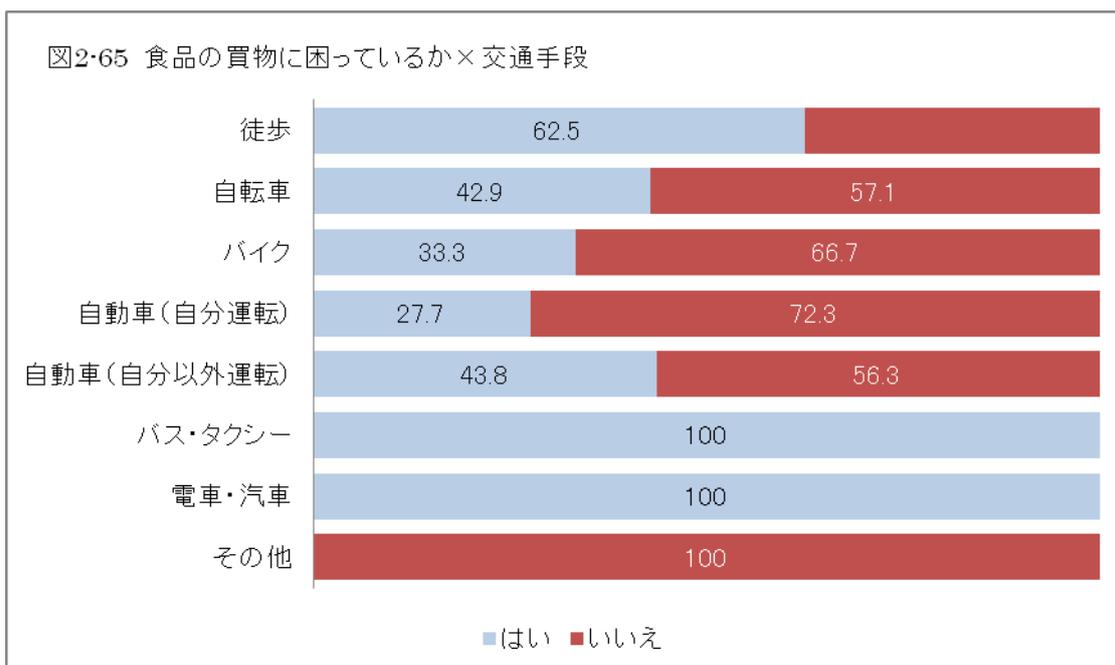
居住地域では、粕淵が最も高く、都賀行が最も低い。(図 2-64)

図2-64 食品の買物に困っているか×居住地区



交通手段別では、自分で運転する自動車で買い物をする人が最も低く、バス・タクシー、電車・汽車はすべての人が買い物に困っていると回答している。徒歩も半数以上の人買い物に困っていると回答している(図2-65)。

(※回答者でバス・タクシーは5名・電車・汽車は2名である。)



第3章 島根県内で取り組まれている買い物弱者対策

島根県内で取り組まれている買い物弱者対策として美濃商工会の取り組みと石中央商工会旭支所の研究事例から課題等を検討する。

1. 美濃商工会の宅配サービス

(1). 事業の背景と目的

美濃商工会地区は、高齢化率40%超、人口は4千人を切るなど高齢化及び過疎化が進展している。また、消費の地域外流出に歯止めがかからず、小売商業者の経営環境は年々厳しさを増し、事業主の高齢化と併せて経営維持の危機に直面している。

一方、現在の買い物時の交通手段の中心は自家用車であるが、今後の高齢化社会においては、その手段を失う住民が増加すると推察される。この地域から生活基盤である小売店が消滅すれば、地域からの人口流出に拍車がかかることになる。

また、地域コミュニティの崩壊が懸念されている中で、高齢者世帯や独居老人世帯と地域社会との繋がりも徐々に希薄になりつつあり、孤独死等の問題も発生している。

生活基盤の確保とコミュニティの維持についての対策が必要となっている。

(2). 事業の内容

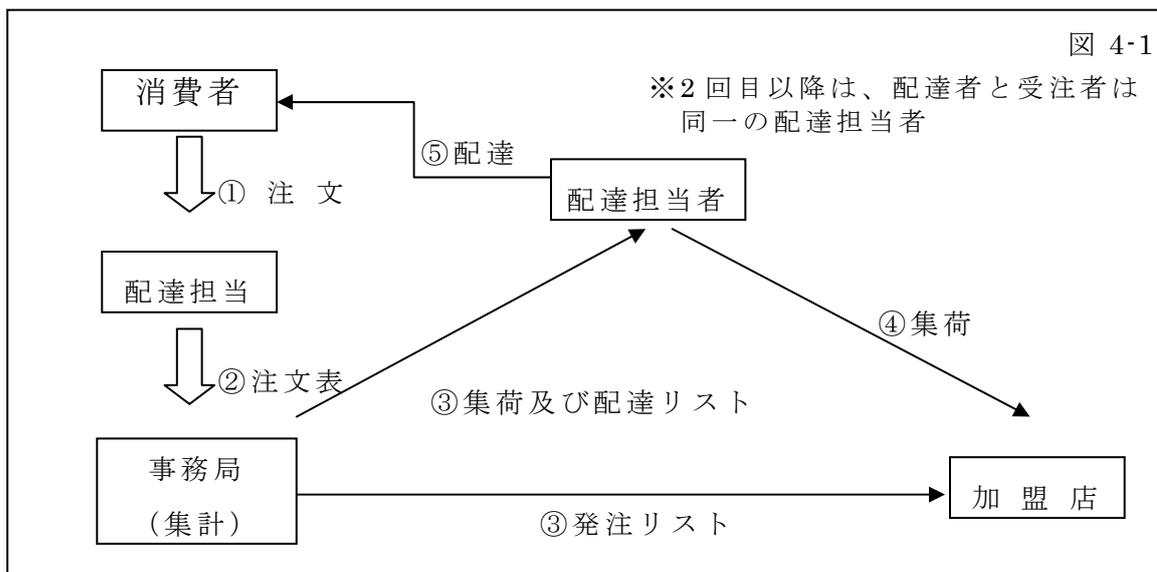
○美都地区

受注については配達時に各顧客から注文表を受け取る「御用聞きシステム」とする。受注配達加盟店等で分担し、管理は美濃商工会事務局で行う。

尚、実施エリアは美都地区及びその周辺の旧益田市中山間地区に拡大しての実施を予定。

□受注集荷配達業務

配達担当者が配達時に注文表を受取り、取り纏めて事務局へ。事務局で集計後各加盟店に発注リストを送付。次の配達担当者へ各加盟店からの集荷リスト及び配達リストを送付。配達担当者は担当日に各加盟店より集荷後、顧客ごとに小分けして配達。配達日については地区ごとにルート設定をし、週一回配達を行う。利用者ニーズ及び加盟店等の状況によっては、週二回実施について検討する。取扱商品については、食料品及び生活必需雑貨品等の最寄品で実施する。※事業イメージは図4-1参照



□ 清算業務

顧客及び加盟店の清算は月1回とし、それぞれに買い物料金の顧客からの集金及び加盟店への支払を事務局で行う。

※尚、本事業では、加入者から配達手数料等の徴収は行わず、加盟店（商品供給事業者）から配達手数料（販売額の5%）を徴収する。

○ 匹見地区

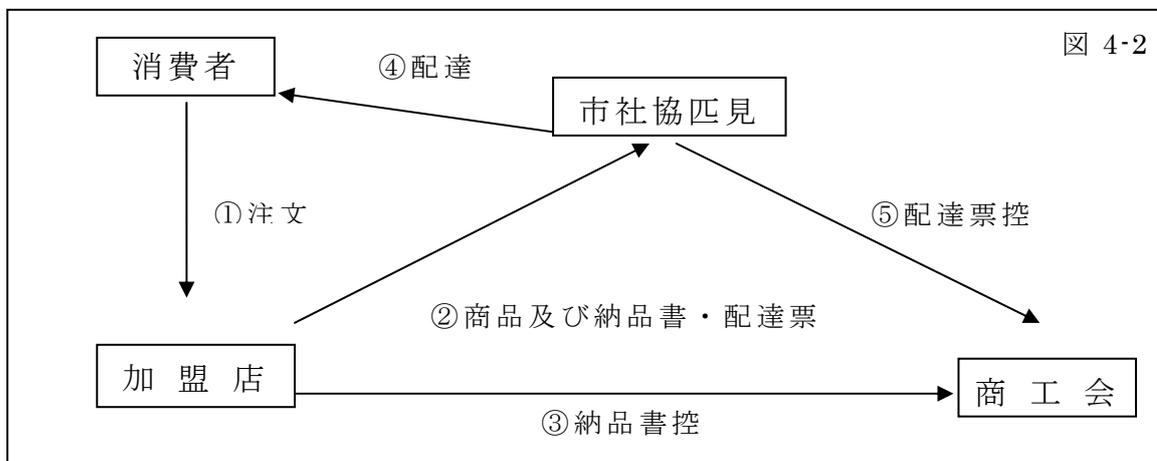
各個店で受注した商品の配達業務について益田市社会福祉協議会匹見支所と連携して実施する。管理については、益田市社会福祉協議会システムを利用し、美濃商工会事務局で行う。

□ 受注配達業務

加入者から加盟店へ直接商品を注文。加盟店は配達日にあわせて社協匹見支所へ納品書（加入者用）及び配達票を添えて注文品を持参。あわせて事務局へ納品書控を送付。社協は加入者へ商品を配達。尚、配達日については地区ごとにルート設定をし、週一回配達を行う。

尚、同事業を利用出来るのは、65歳以上の高齢者世帯等のみ。

※事業イメージは図4-2参照



□ 清算業務

顧客及び加盟店の清算は月1回とし、それぞれに買い物料金の顧客からの集金及び加盟店への支払を事務局で行う。

(3) 事業実施による成果指標及び目標設定

美都地区においては、平成20年度実施の消費動向調査の際に対象とした周辺地区世帯（約200世帯）のうち約40%の80世帯加入を目標として設定している。

匹見地区においては、現在高齢者世帯が約200世帯あるが、その中でも周辺地区約100世帯のうち40%の40世帯を目標として設定している。

【美都地区】

23年度 加入 60世帯 毎週 60世帯×1回

24年度 加入 80世帯 毎週 80世帯×1回

【匹見地区】

23年度 加入 30世帯 毎週 30世帯×1回

24年度 加入 40世帯 毎週 40世帯×1回

(4) 事業の実施状況

○ 美都地区の状況

地区住民説明会（事業内容説明及び加入者募集）7回、加盟店会議（加入者からの要望及び運営上の問題点等について）を2回開催。

チラシ配布（市広報折込及び新聞折込）10回、店頭幟作成10枚配達、車両用広報マグネットシート5台分作成。

稼働状況（加盟店、加入者及び配達等の状況）は加盟店数6店、加入者数43名、ルート数5ルートである。

○ 匹見地区の状況

事業検討会議（事業内容の決定及び実施要綱策定等）16回、地区住民説明会（事業内容説明及び加入者募集）を2回開催、事業者説明会（事業内容説明及び加盟店募集）を1回開催

チラシ配布（市広報折込及び新聞折込）1回、市社協利用者へのチラシ配布随時

益田市ホームページへの掲載

稼働状況（加盟店、加入者及び配達等の状況）は加盟店数7店、加入者数10名、ルート数4ルートである

(5). 23年度実施による評価・効果

加入者数及び利用度合いは目標に達していない状況ではあるが、加入者の多く（美都地区 43 名中 15 名、匹見地区 10 名中 5 名）は日常的な買い物に大きな支障をきたしている利用者であり本事業に生活基盤の一部を頼っているため、本事業の必要性は高い。

匹見地区においては、市社会福祉協議会との連携体制が構築され、本事業による買い物弱者対策だけでなく様々な形態の地域住民サービス事業に向けての基盤が出来つつある。

また、本事業を契機に美都地区においては将来の中山間地域の商業形態について協議が始まったことは大きな成果である。

潜在的にあるニーズの把握とより一層の制度普及が必要である。

(6). 24年度継続の意義・目的

当地域においても、今後、買い物弱者が増加することが予想されており、本事業は、その地域住民に生活基盤の確保をどう計るかについての対策事業として不可欠であると思える。

本事業により「御用聞き配達」をより利用しやすいシステムの構築をし、合わせて必要経費の積算と運営のために必要な販売額等についての検証をし、地域住民・商業者・行政でどのように費用分担するかの問題の解決を図ること等により、今後継続していくための指針とするためにも継続の必要性がある。

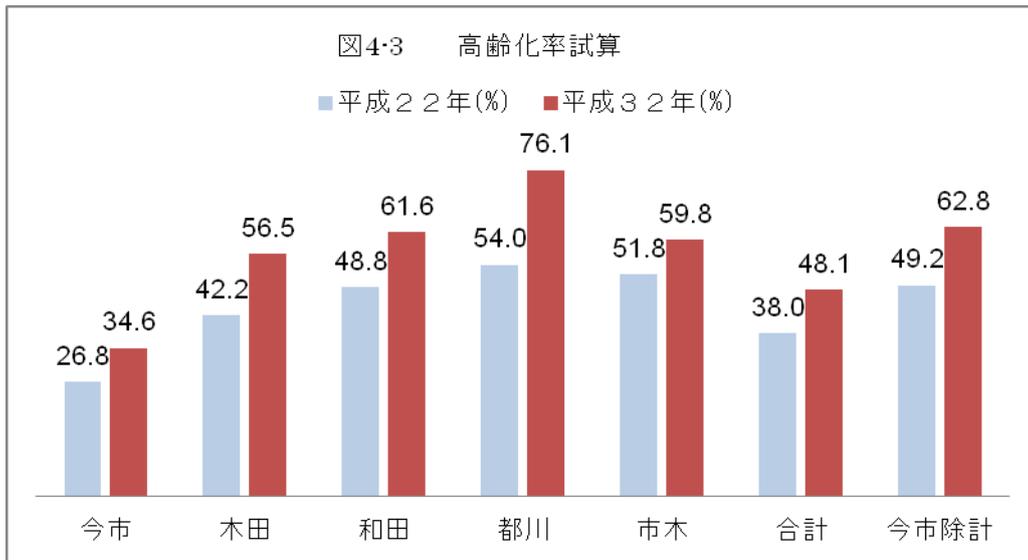
(7). 今後の課題

- ・より一層の住民周知の方法
- ・買い物弱者予備軍への制度理解の推進
- ・実物を確認しながら買い物したいというニーズへの対応
- ・品揃えと価格に対する要求への対応
- ・加入者増及び週 1 回訪問からの稼働アップに向けての体制作り
- ・運営の安定継続に向けての組織及び仕組み作り

2. 石央商工会旭支所の移動販売

(1). 浜田市旭町の状況

今市地区を除く高齢化率は 49.2%であり 75 歳以上の比率は 34.5%である。単純予測（現在構成を 10 歳ずらして計算したもの）によると、10 年後の高齢化率は 48.1%（今市除くと高齢化率 62.8%、75 歳以上 45.3%）と試算される（図 4-3）。



(2). 「いきいきサロン」に通う高齢者調査結果

「いきいきサロン」とは浜田市社会福祉協議会が運営を支援する地域の「仲間づくりの場」である。活動はレクリエーションや茶話会等を行い高齢者が主体のサロンとなっている。ここに集う高齢者に対して質問した結果である。

「買い物場所」について、主に買い物をする人は、地元での購買が68%、地域外購入が32%と地元利用率が高い(図4-4)。主ではないが買い物をする人も、地元での購買が67.5%、地域外購入は32.5%と地元利用率が高い(図3-5)。

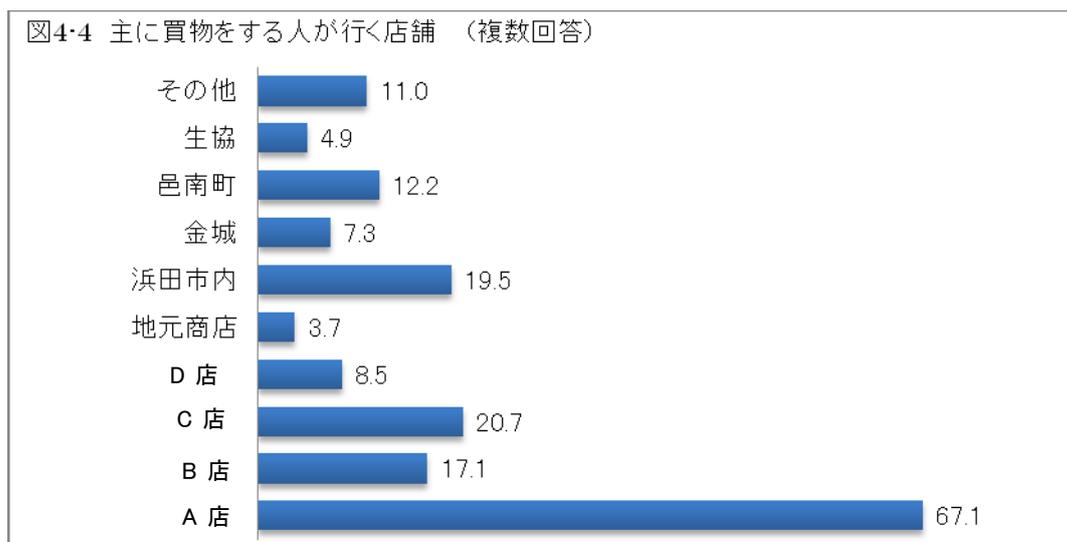


図4-5 主でなくても本人が買物に行く店舗(複数回答)

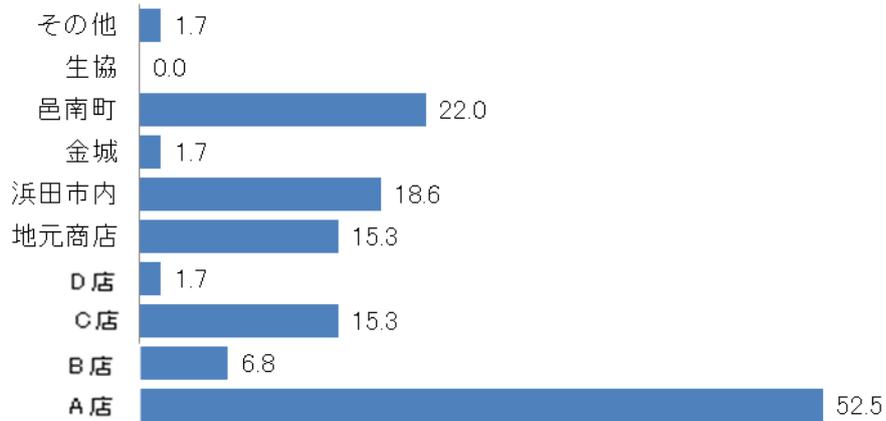
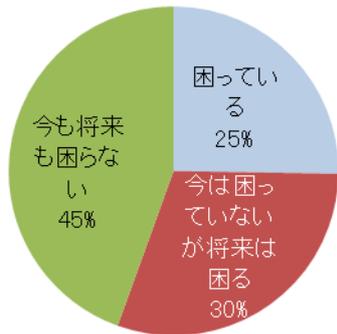


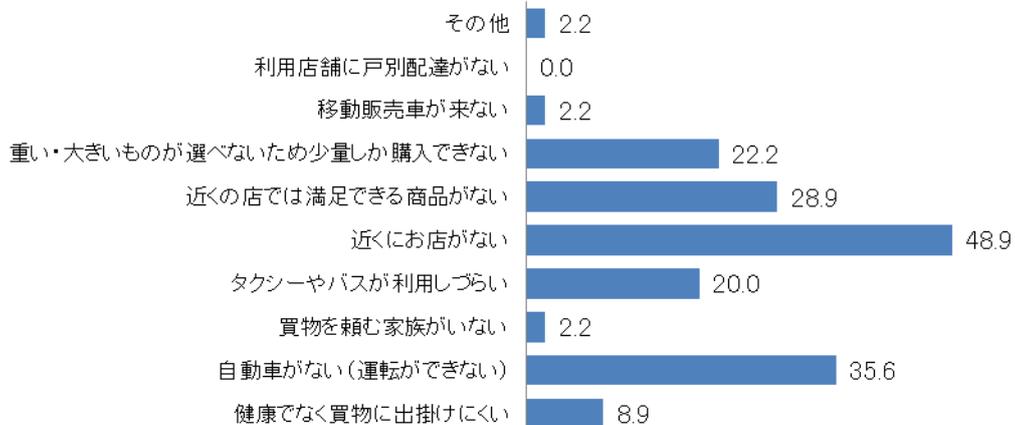
図4-6 現在、買い物に困っているか



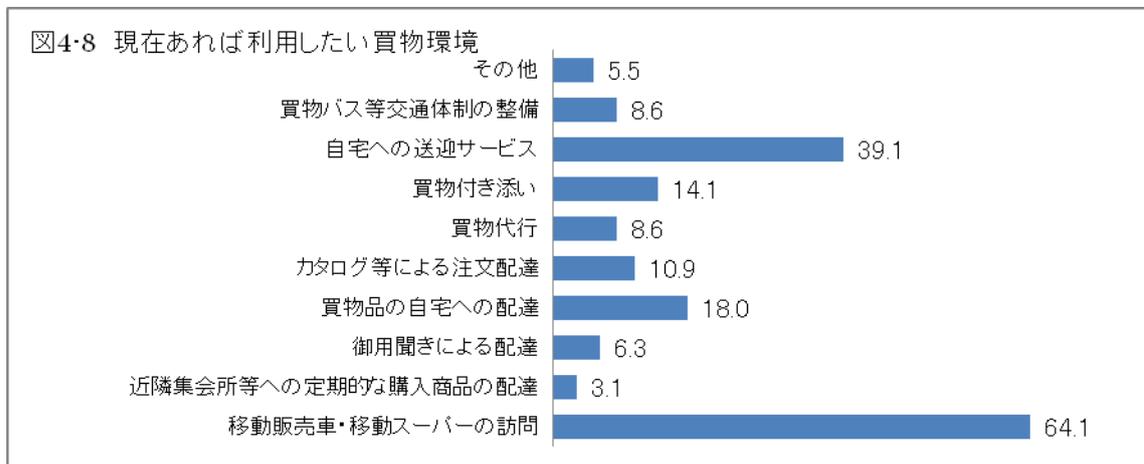
「現在買い物に困っている」と回答した人は、25.3%、「今は困っていないが将来は困る」と回答した人は30.2%、「今も将来も困らない」と回答した人は44.5%である。

買い物に困っている内容をみると「近くにお店がない」が48.9%、「運転できない」が35.6%、「品揃えに対する不満」が28.9%、「少量しか買えない」が22.2%である。

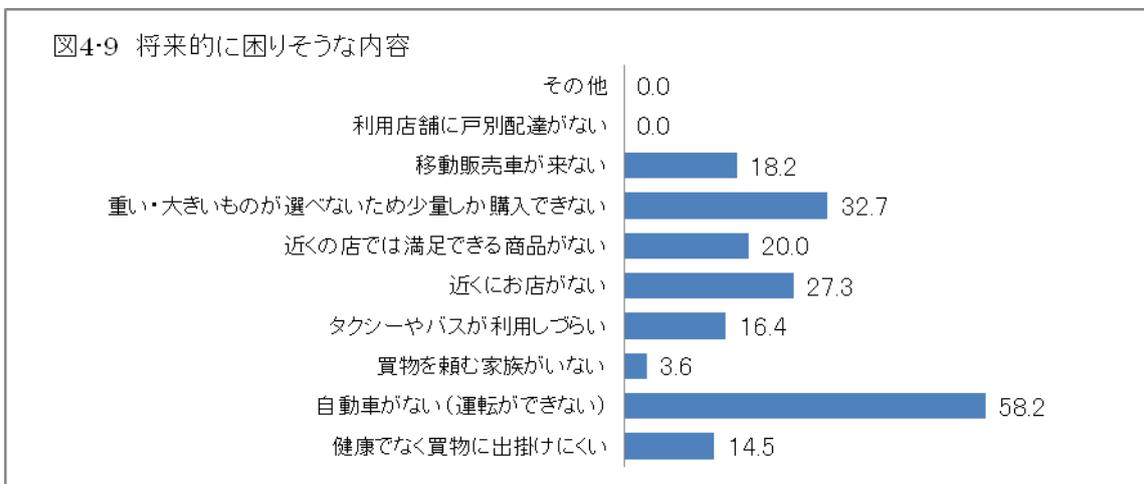
図4-7 現在買物に困っている内容



あれば利用したい買い物環境は「移動販売車等の訪問」が 64.1%、「自宅への送迎サービス」が 39.1%、「買い物品の自宅への配達」が 18%である(図 4-8)



将来的に困りそうなことは「運転できない」が 58.2%、「少量しか買えない」が 32.7%、「近くにお店がない」が 27.3%、「品揃えに対する不満」が 20%である(図 4-9)。



(3) 商業者に対するヒアリングの結果

木田地区 2 店舗、今市地区 2 店舗、和田地区 3 店舗、都川地区 2 店舗、市木地区 4 店舗の計 13 店舗で経営者に対するヒヤリングを行い、以下の結果を得た。

- ① 買い物調査等で顧客支持の高い地区店の取り組みを参考にすると、しっかりとした経営意志と裏付けのある仕入ルート確保は大切である。

- ②多くの店舗が、高齢者対策として配達や電話注文を実施している。
- ③地区店経営者の経験から、地区店舗を運営していくためには店舗はコミュニティの場としての役割が必要。また、地区住民の生活維持に資するという経営意志が大切と考えている。
- ④将来的に事業継続としているのは7店舗であるが、その中には後継者がいない店舗があり、事業継続は事実上難しい状態にある。
- ⑤将来的には、地域内3~4店舗（調査外2店含む）になることも予測され、地区密着店舗の存続維持は難しいものとなっている。

(4). 各支援団体の買い物等生活支援の状況

○社会福祉協議会

- ①家事支援を有償にて実施。
- ②家の修繕、草刈り等有償サービス実施。
- ③配食サービスとして、週2回ボランティアが弁当をつくり配食する。
対象者に制限はない。
- ④買い物や病院に連れて行ったりすることは事故の問題もあり実施は難しい。有償サービスとして障害者手帳等があれば対応できるが、買い物弱者というだけでは現状では難しい。
- ⑤安心ネットとして80歳以上の1人暮らし（地域の民生委員が必要と認めた高齢者2人世帯等も対象）のお宅を近所3軒位で、週1回見守りをする「ふれあいネットワーク」を立ち上げており、町内で100を超えるネットワークがある。しかし、安否確認が目的であり、買い物支援にまでは広がっていない。

○福祉施設

- ①施設内で、地元店の移動販売を実施している。
- ②施設利用者が「店舗に注文し、店は商品を施設に届け、帰宅時にデイスサービスの車で商品を持って帰る」というサービスを提供している。
- ③以前デイスサービスのバスで買い物をしてもらっていたが、安全性・事務関係の問題で中止している。
- ④訪問ヘルパーによる昼食作り支援。

○行政

- ①「地域交流プラザ」を設立し、移動販売や会員制での安否確認をすす

めている。

- ②病院への送迎が目的ではあるが、デマンドバスを運行している。
- ③交通弱者対策として自治会輸送事業の導入を検討している。運行範囲や利用目的については自治会の中の協議会決定によることとし、できるだけ利用制約を取り除いていきたい。
- ④事業者向けに移動販売車の購入助成を実施している。
- ⑤配食サービスを実施している。
- ⑥在宅の1人暮らしの65歳以上の高齢者・身体障害者及び65歳以上の高齢者・身体障害者のみの世帯で、昼食の確保が困難な方に弁当を365日宅配する。

○その他

- ①実施する事業に対する費用等利用者負担についても（負担が重たくならないようにする）検討が必要。
- ②介護保険適用外の利用を考慮した仕組みも形態のなかに取り入れる必要があるのではないか。
- ③行政連絡委員が町内に61名おり、毎月行政の発行する会報等を地区に配布しているが、買い物等支援とは直接の関係はない。
- ④郵便局の買い物支援事業への参加は現状では困難な状態である。
- ⑤公民館の買い物支援事業への参画については、具体的な計画の提示によってその可否を協議することになる。
- ⑥ケーブルテレビの加入状況は80%以上の設置である。ケーブルテレビの買い物支援事業への利活用助成については、具体的な計画の提示によってその可否を協議することになる。

(5). 調査にみる課題と将来の方向性

○人口統計にみる生活環境の変化

- ・超高齢化地区の出現
- ・高齢化により、互助依存による支援の限界
- ・超高齢化に適した商業機能の必要性

○消費者の要望

- ①現在は特に不便さを感じていない人でも、10年後となると店舗に対する不満と自分自身を原因とする将来に対する不便さとに不安を感

じている状態である。

- ②高齢化するに従って、地元（地区内）での生活が中心となってくることから、地区店においても配達であるとか、買い物支援の実施が必要となってくる。
- ③自宅中心の生活とはいっても、交通手段の確保も課題となる。
- ④和田地区の〇〇〇のように小売業の基本機能を充実させることで、地区内購買を確保することができる。
- ⑤消費者の意識として、やはり、「店舗に行って、商品を見て買いたい」。そのために、「近隣店舗の存続」「送迎サービス」「交通体制の充実」「買い物付き添い」か「配達」を求めている。
- ⑥店舗に行けないまでもせめて見て買いたいので将来は「移動販売」を希望している。
- ⑦高齢化するにつれ、「集会所に届けてもらってもよい」というコミュニティ利用がみえてくる。
- ⑧店舗販売であれ、移動販売であれその基本機能（品揃え、価格、品質）の充実は欠かせない。そして、高年齢化と共に買い物支援的買い物利便性を付加していくことが求められているようである。従って、本事業においてもこの点への取り組みは欠かせない。

○商業者の課題

- ①新たな商品・サービス開発への取り組みが必要
- ②地区店舗消滅の危惧
- ③買い物利便性提供の必要性のあるなかで、提供困難な状態の出現
- ④基本機能充実と運営主体の確保
- ⑤コミュニティ機能の必要性

(6). 高齢者ヒヤリングを実施した調査員の買い物支援のまとめと意見

○坂本・丸原地区

- ①現行の移動販売車の利用は多い。問題点を改善すれば買い物支援として必要とされる可能性はある。
- ②「商品を見て買いたい」「重たい物を運べない」とのニーズは多いため、バスの運行（送迎）は必要な支援。
- ③「重たい物を運べない」等に対しては、Aコープの木曜牛乳配達の利

用は多く発展させれば必要な支援となる。

○今市地区

- ①惣菜の販売は喜ばれる。
- ②バスは必要。
- ③浜田市の□□は有料で宅配している。

○和田地区

- ①家まで来てくれるバス。
- ②商品の充実した移動販売車。
- ③元気なうちはどうにかして買える。元気でなくなったときは、ヘルパーや施設に頼むので、買い物支援は必要とされていないのではないか。
- ④店舗存続支援の方がよいのではないか。
- ⑤他地区の移動販売車等の取り組みは、補助金がなくなったのではなく、元々必要とされていなかったから止めたのかも知れない。

○重富地区

- ①家まで来てくれて、商品が充実した移動販売車。
- ②〇〇〇商店の継続。
- ③電話での配達、品揃えの面からも〇〇〇商店の支持率は非常に高いので、店舗維持が大事ではないか。

○戸川・本郷地区

- ①家まで来てくれて、商品が充実した移動販売車。
- ②中心地から離れている地区なので、中心地のヒヤリングに比べれば困っている人が多い。

○木田地区

- ①地元商店の存続。
- ②宅配も生協のような複雑なチラシではなく、1枚ものの簡単なほうがいい。

○都川地区

- ①ニーズとしては「品揃えが良くて、新鮮で、軒先まできてくれて、自分の目で見えて買える移動販売車が週1～2回」。

○来尾地区

- ①ニーズとしては「品揃えが良くて、新鮮で、軒先まできてくれて、自分の目で見えて買える移動販売車が週1～2回」。

- ②一気に不便になったのではなく、徐々に不便になっているので、（環境変化に）ライフスタイルを合わせている。
- ③■■■は食品・日用雑貨等全て揃うが、旭地域はそうした店がないので、バスを走らそうと思うと、行きたくない店まで行かざるを得ないかもしれない。

○市木地区

- ①商品が充実した移動販売車。

(7). 買い物弱者対策で旭町が目指す方向

旭町が目指す方向としては、地区の商業機能の維持を図り、買い物利便性の確保に資することである。そのための対策として、基幹店による地区店の基本機能充実とコミュニティ機能との複合化ならびに自治会輸送による交通手段の確保によって地元購買率を高め、地区商業機能を維持するものである。

○商業機能維持のための3つの店舗形態

町内各地区において、以下の店舗形態を選択し、商業機能維持を図るものとする。尚、将来的に人口減少・高齢化の進展によって地区店の単独経営も難しくなることが予想される。その時点では商圈範囲を広域にとらえて地域店によって各地区を支えていくことが必要になってくるものとする。そこでは旭町において既に実施されている公設による「地域交流プラザ」方式も一つの方法であるとする。本事業においても当施設の利活用等を含んだものとなっている。

□第1形態：既存店舗の基本機能充実型

- ①基幹店の支援による委託販売での品揃えの充実と買い物バス（自治会輸送）の運行による買い物手段の確保
- ②基幹店による地区店支援システムの整備と地区・地域店利用促進策としての自治会ポイント制度の確立
- ③課題として、店舗形態等の理由からコミュニティ機能の充実には限界がある。

□第2形態：公民館等への移動店舗展開によるコミュニティ機能連携型

- ①基幹店による公民館等での移動店舗開設によって、コミュニティ活動との連携を図った形態。（但し移動店舗によって既存店を補完す

るケースも考えられる。)

- ②品揃えの充実と買い物バス運行等による利用促進。
- ③地区・地域店利用促進策としての自治会ポイント制度の確立。
- ④地区店舗(移動店舗)から鮮魚店への直接商品検索システムの整備。
- ⑤基幹店によって、運営主体が素人でも、店舗運営のできる体制作りを推進する。
- ⑥課題は冬場の寒さである。外に設置した移動販売車での買い物は困難。施設整備を必要とする。

□第3形態：コミュニティ集合店舗による生活機能充実型

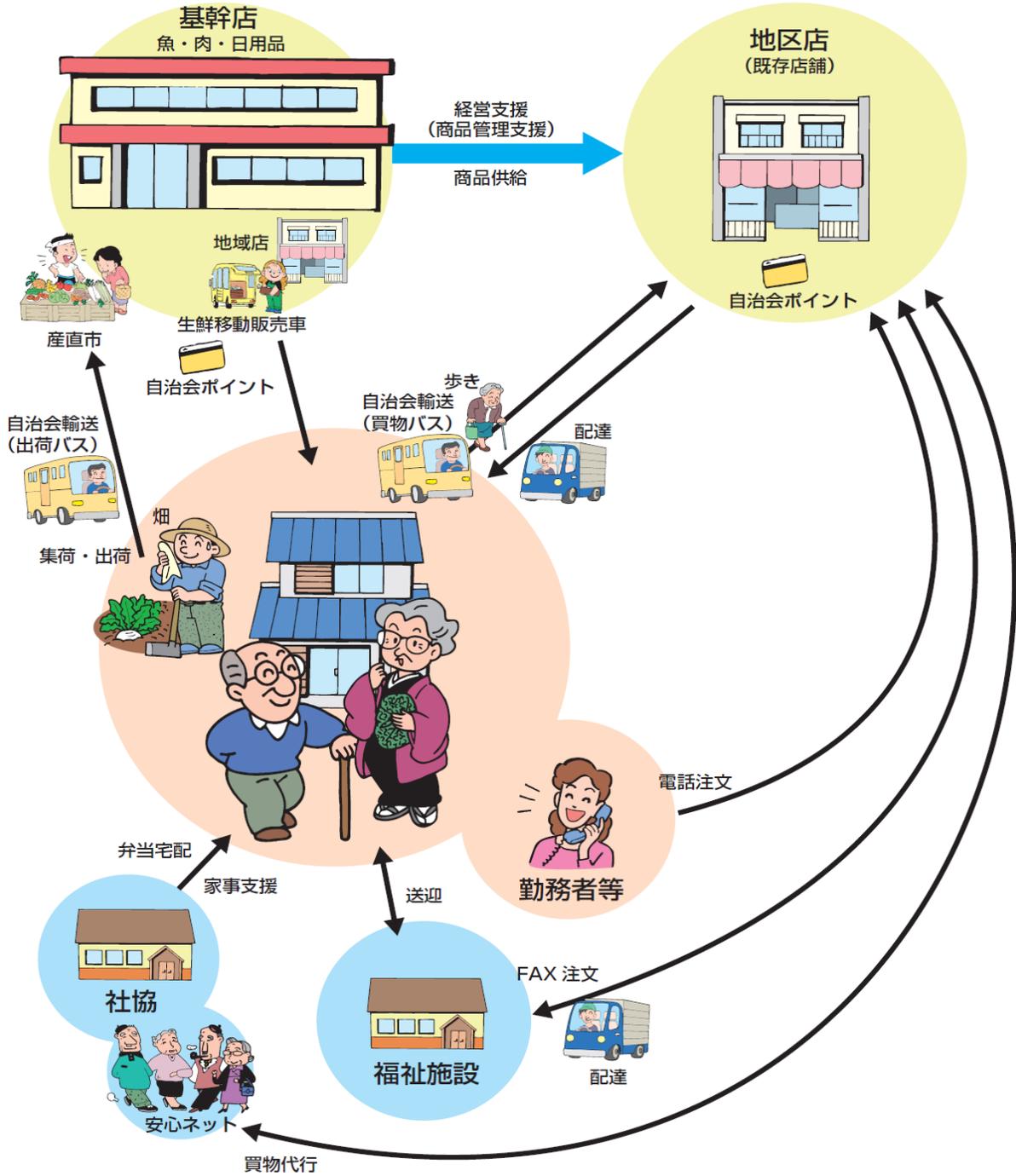
第3形態は、コミュニティ機能との一体化を目指した店舗形態である。コミュニティ利用等ある目的をもって集まった人が、買い物をして帰る、又買い物に来たついでにコミュニティ活動への参加をして帰る等、区内での生活全般に利用できる複合施設として提案する店舗形態である。

第1形態：既存店舗の基本機能充実型

【基幹店】とは、地区店への委託販売等を実行する卸もしくは地域店をいう。

【地域店】とは、町全体を商圏とする店舗をいう。

【地区店】とは、店舗の位置する地区を商圏とする店舗をいう。

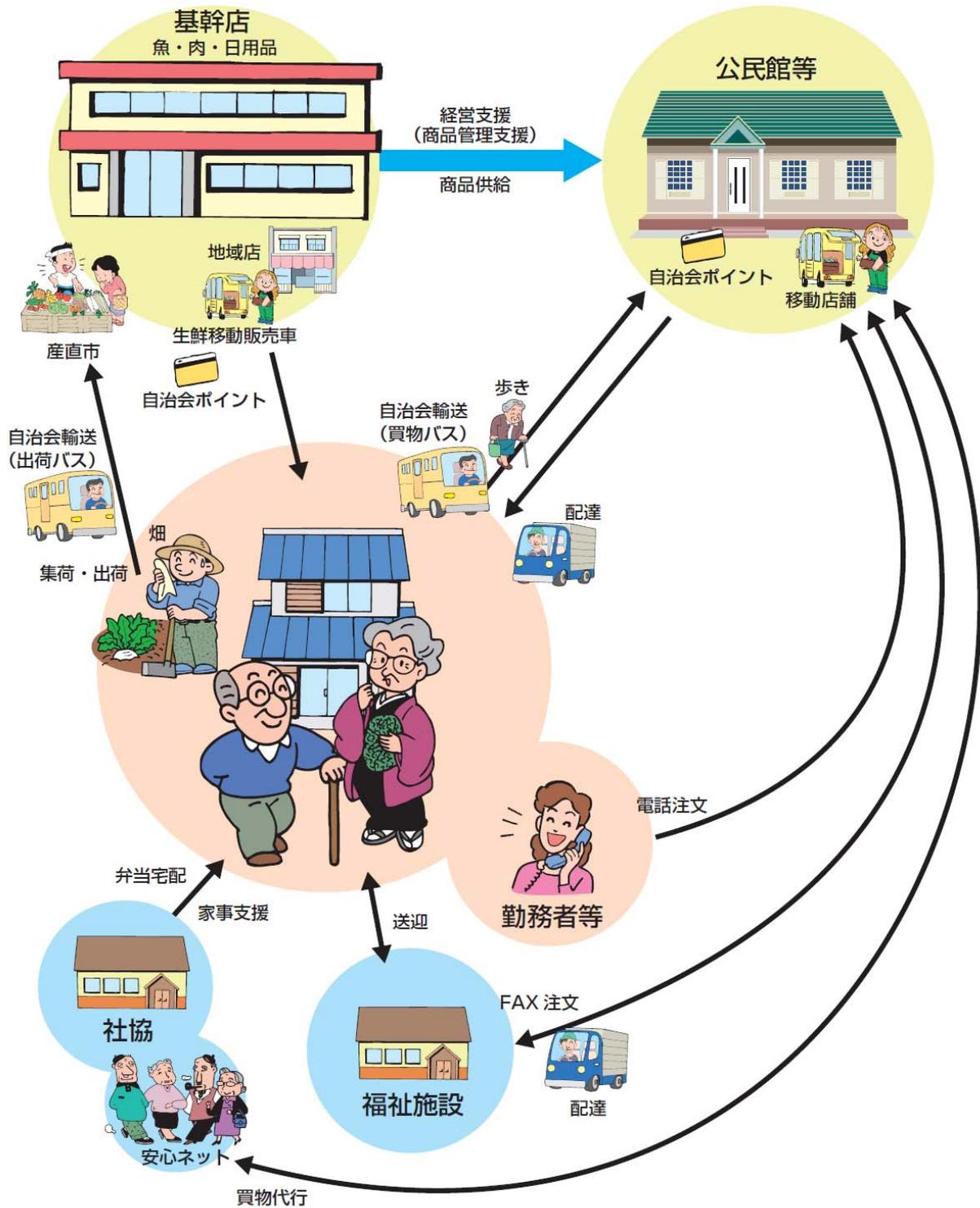


第2形態：公民館等への移動店舗展開によるコミュニティ機能連携型

【基幹店】とは、地区店への委託販売等を実行する卸もしくは地域店をいう。

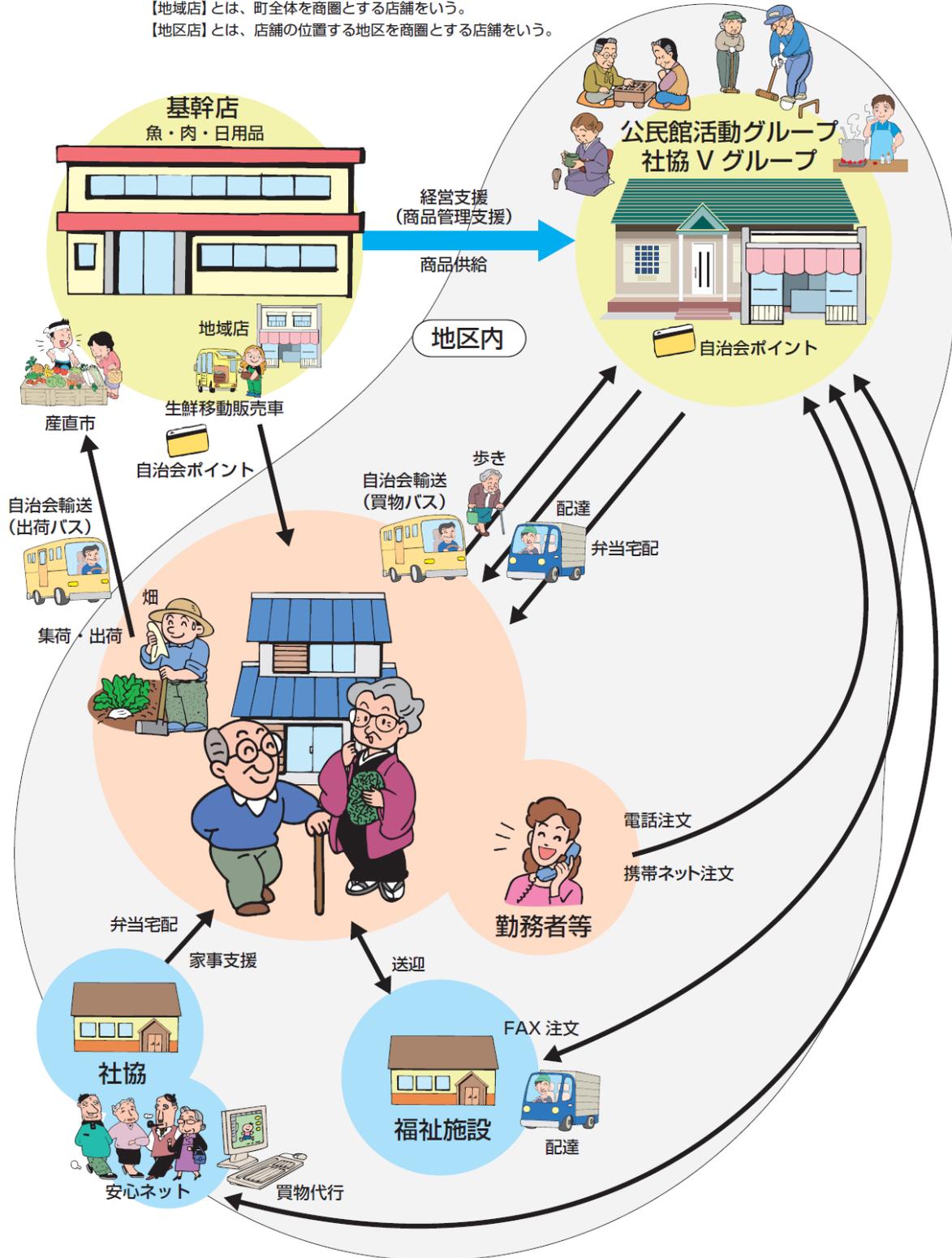
【地域店】とは、町全体を商圈とする店舗をいう。

【地区店】とは、店舗の位置する地区を商圈とする店舗をいう。



第3形態：コミュニティ集合店舗による生活機能充実型

【基幹店】とは、地区店への委託販売等を実行する卸もしくは地域店をいう。
 【地域店】とは、町全体を商圈とする店舗をいう。
 【地区店】とは、店舗の位置する地区を商圈とする店舗をいう。



(8). 商業機能の仕組みにおける将来的な留意点

① I T 技術の導入によって効率化を図る

今後、ネット技術の進歩やその利用者の意識変化等によって、在宅での商品選択の機会は広がる(現在研究されているCATV等ICTの利活用による通信手段の一般利用化が進むことで、遠隔での受発注も容易になってくる)。将来的にはこうしたシステムを活用し効率的なものに改善させていくことも必要になる。

② 「移動(運搬)」方法の改善を図る

「物」や「サービスの現地提供」にあっては、[消費・使用される場所へ「物」や「サービス」の移動(運搬)]は現状では避けられないし、コスト面の負担も大きい。事業の継続を図るための採算性確保にとっては、この「移動(運搬)」についての合理化改善も必要となる。

③ 地区店運営の円滑な継承を確保する。

現状では、人口減少、高齢化の流れは止めようもなく、将来的に対象人口の減少や高齢化による需要減退により単独店での経営維持も厳しく、過年度の例によると地区商業者が事業を断念するケースが発生することもあるものと考えられる。そうした地区では、運営主体が、民間主体から地区又は地域主体による営利目的ではない店舗維持の取組へと変化していく。更には、基幹店等による店舗維持へと変化せざるを得ないケースも生じるのではないかと考えられる。

このように、地区店舗を取り巻く環境が変化するなかで店舗機能維持を継続するためには、時宜に応じて経営主体や運営主体や仕組みの変更が求められるし、またその間の円滑な継承を確保することが必要と考える。

3. 事例から見る買い物弱者支援の課題

美濃商工会は実際に宅配事業を行った中で抽出された課題であり、石中央商工会は計画段階で考えられる課題である。

主な課題は、美濃商工会では

- ・ 宅配事業のより一層の住民周知の方法
- ・ 買い物弱者予備軍への制度理解の推進
- ・ 実物を確認しながら買い物したいというニーズへの対応

- ・品揃えと価格に対する要求への対応
- ・加入者増及び週1回訪問からの稼働アップに向けての体制作り
- ・運営の安定継続に向けての組織及び仕組み作り

石央商工会旭支所では

- ・IT技術を活用した効率的な買い物仕組み構築
- ・物流の合理化
- ・環境変化に対応しながらの運営主体の維持となっている。

第4章 買い物弱者支援方法の検討

1. 検討する支援方法

買い物弱者に対する支援のあり方として、地域生活インフラを支える流通のあり方研究会が発表した報告書では次の4つの類型が示されている。

①. 宅配サービス	⇒	商品を消費者へ送り届ける
②. 移動販売		(商品が動く)
③. 店への移動手段の提供	⇒	消費者を店舗(商品)へ送り届ける
④. 便利な店舗立地		(消費者が動く)

いずれも商品と消費者を結び付ける方法であるが、①の宅配サービスと②の移動販売については消費者に対する物流(商品)と情報の受発信の方法(受発注)を検討する必要がある。③の店への移動手段の提供と④の便利な店舗立地は消費者の移動手段を検討する必要がある。またすべての類型で、誰がどれほどのコストを負担するのかということと、永続的に誰が運営するのかということが課題になる。

今回の買い物弱者支援方法の検討にあたって、モデル地域として設定した海士町・美郷町の2地域を、支援の方法としては「宅配サービス」を検討する。

地域設定に関しては、第2章のモデル地域の現状で述べたとおりモデルの2地域は島根県の中でも高齢化が特に進んだ地域であり、世帯構成の面でも高齢者単身世帯・高齢者夫婦世帯の占める割合が極めて高く、移動手段に困っている交通弱者が多い。また、小規模集落が点在しているため「移動手段の提供」や「便利な店舗立地」といった方法ではサービス拠点へのアクセスが困難な住民をカバーできない可能性がある。

宅配サービスは買い物弱者と商品を結び付ける方法(情報流と物流)を検討する中で、様々なサービスの可能性と買い物以外の生活支援サービスへの活用など汎用性が高いことと、今後のIT化の進展と買い物弱者のIT利用率の向上により、対策方法も進化していくことが考えられるためである。

2. 海士町における提案

(1) 海士町に導入されている双方向告知通信システムの活用

A. 双方向告知通信システム「知らせますケン」の概要・特徴

海士町では双方向告知通信システム「知らせますケン」が既に全戸に導入されている。様々な展開の可能性をもったシステムであり、同システムを活用した買い物弱者支援を検討する。

「知らせますケン」にはオプションとして「おっかいケン」という買い物支援システムが導入できる。特徴としては以下の点が挙げられる。

① オールインワン端末

告知端末は告知機能、テレビ電話機能が利用できる。各家庭に新しい機器を設置する必要はない。センター側の設定と端末の再起動だけでサービスを開始。工事や配線も不要。(図 4-1)



② シンプルな操作性

告知端末はタッチパネル式で、テレビのリモコンなどよりも操作が簡単。また、買い物をする際の画面もシンプルに操作が可能となるような設計。

(図 4-2)



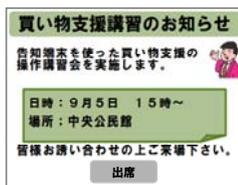
③ 告知機能、テレビ電話サービスと組み合わせたサービスが可能

告知配信機能を利用して、特売情報の配信や注文の有無を確認する放送を行うことが出来る。テレビ電話機能と組み合わせれば、不明な点があった場合でも、テレビ電話で顔を見ながら問い合わせが可能(図 4-3)。

「知らせますケン」は現在、行政情報やフェリーの発着情報など生活に必要な情報を中心に配信されている(図 4-4)。

オプションとして付加できる「おつかいケン」の概要は以下のとおりである。また、テレビ電話機能もあり、その両方を活用した買い物支援方策を検討してみる。

告知配信による周知



告知の基本機能を生かし、双方向のお知らせを配信することができる。

買い物情報の告知配信 図 4-3



広告放送として、特売品の情報などを配信することができる。

テレビ電話機能との組み合わせ



店員の顔を見ながら商品を見ながらコミュニケーションができる。電話での状況確認時に高齢者の安否確認等も可能。

18
火 4月

海士町

13:20
市から：未読1ヶ
その他：未読0ヶ

取扱説明

お知らせタイトル	配信日時	捨てる	
* 役場からののお知らせ	04/18 13:20		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">本日のお知らせ</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">町からのお知らせ</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">その他のお知らせ</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">暮らしの便利情報</div>
レシピ	04/18 12:20		
セールのお知らせ	04/18 11:30		
予防接種について	04/18 10:00		
ごみ収集のお知らせ	04/18 11:40		

(1/1ページ)

B. オプションシステム「おつかいケン」の特徴・使い方

「おつかいケン」で商品を購入するには、①店舗を選ぶ(長谷川鮮魚店を選択)⇒②商品群を選ぶ(特売品を選択)⇒③商品を選ぶ(真鯛の刺身を選択)⇒④配達時間を選ぶ(午後4時～6時を選択)⇒⑤注文確定となる。選択にはタッチペンを使用する(図4-5)。

店舗選択画面は1ページで6店舗となり、それ以上から選択する場合は「次へ」を選択し次ページに移る。商品選択も同様であり店舗数・商品数が多くなればなるほど、商品選択を行うのに多くの画面を開く必要があり、タッチペンでの選択を考えると日々利用するシステムとしてストレスなく使うには「慣れ」が必要になる。

一方、商品を掲載する店舗側では、生鮮食品のような価格や商品内容が変化する商品は日々商品選択画面の改廃を行う必要がある。また、このような商品は売り切れてなくなる場合もあり在庫管理も必要となる。店舗によってはこのような作業に対応し辛い場合もあると考えられる。

図 4-5

トップ画面

あいこみ村 商品お届けサービス
おっかいケン

6月27日(月) に商品を届けるよ～

お買い物をはじめよう
配達予定商品
購入履歴
使い方

商店選択画面

お買い物するお店を選んでね

- 長谷川鮮魚店: 新鮮な魚介類を取り揃えています。
- 山田青果店: 地元の新鮮な野菜が豊富です。
- 太田陶器店: 全国の有名陶器を揃えています。
- 山陰堂: 山陰の有名和菓子を揃えています。
- 本田電気店: 家庭用電気製品を取り揃えています。
- スーパー栄道: あらゆる商品を安く提供しています。

1/2

商品選択画面

長谷川鮮魚店にきたよ～

特売品: 刺身, 調理用, 加工品

- 鳥根県産天然真鯛の刺身 (2人前)
- あご野焼き
- 養殖ふりの刺身 (2人前)
- 鳥根県産あじ (1匹)
- 煙のたたく (2人前)
- 鳥根県産天然ハマチの刺身 (2人前)

1/2

今、長谷川鮮魚店です (TEL 0852-66-9876) 商店を選びなおす

商品購入画面

鳥根県産天然真鯛の刺身 (2人前)

1ヶ 600円 (税込)

いくついる?

1ヶ, 2ヶ, 3ヶ, 4ヶ, 5ヶ

ほかの商品も見てみる

この商品の取り扱い: 長谷川鮮魚店 (TEL 0852-66-9876)

配達時間選択画面

商品を届ける時間を教えて～

お届けは 6月27日(月) となります。

当日のお届け時間を教えてください。
※お届け時間を選択すると注文確認画面に進みます。

午前10時～午後0時, 午後2時～午後4時, 午後4時～午後6時, 午後6時～午後8時

あっ、買い忘れがあった, おっかい袋の中を見る

注文確定画面

6月27日(月) 午前10時～午後0時にとどけるね～

ご注文者: 山田太郎様, お届け日時: 6月27日(月) 午前10時～午後0時

商店名	商品名	価格 (税込)	数量	合計金額 (税込)
長谷川鮮魚店	鳥根県産天然真鯛の刺身 (2人前)	600円	3	1,800円

合計金額 1,800円

あっ、買い忘れがあった, お届け時間を変更する, おっかいを終わる

配達予定のご注文商品です

配達日	配達時間	商店名	商品名	価格	数	計
06/27	午後4時～午後6時	山田青果店	鳥根県産白菜 (大)	250円	2	500円
06/27	午後4時～午後6時	山田青果店	鳥取県産長芋 (大)	130円	1	130円
06/27	午後4時～午後6時	長谷川鮮魚店	鳥根県産天然真鯛の刺身 (2人前)	600円	1	600円
06/27	午後4時～午後6時	長谷川鮮魚店	鳥根県産あじ (1匹)	400円	2	800円
06/27	午後4時～午後6時	長谷川鮮魚店	イカの塩から (100g入り)	600円	2	1,200円

1/3

C. 買い物弱者支援システムにおける「おつかいケン」の活用方法

以上のことを考えれば、本システムの導入当初は使い方に慣れてもらうことに主眼を置き、「同一商品を扱う店舗数を少なく」かつ「商品数」を絞り込むことが得策と考えられる。

消費者は「多くの店舗、多くの商品の中から選んで買い物をしたい」というのが一般的な心理だと思われるが、「多くの商品の中から選ぶことができる」ということと、「買い物がしやすい」や「商品が良く売れる」ということは必ずしもイコールではない。

コロンビア大学ビジネススクールのシーナ・アイエンガー教授は、商品アイテムが多いほど売れるという訳ではなく、商品の選択肢が多いため迷った挙げ句に購入しないという実験例を報告している(コラム参照)。

同教授は、消費者は選択肢が多い場合に、①現状を維持しようとする、②自己の利益に相反する選択を行う、③選択の結果に満足しない、という3つのマイナスの要因が働くことを指摘している。その原因としては①知覚判断と記憶力に限界がある、②わずかな違いを見分けられない、③個性的な選択をしようとする、の3つを挙げている。

さらに、同教授はアメリカの心理学者ジョージ・ミラーの研究を示し、人間が短期的に記憶できる容量は7±2の範囲だとしている。選択肢が多く、選ぶ人が戸惑わないようにするためには、「省く」「分類する」「複雑さを整理する」ことを提案している。

また、関東学院大学福田敦准教授の論文「高齢者の購買行動と地域商業の課題」によれば高齢者の消費者行動として「高齢者は買い物を規則的に行い、少量ずつ毎日買い物をしている」「高齢者は購買経験を積むことにより、積極的な情報検索を行わなくなる傾向があつて、製品情報も身近なもので済ませ、現在の知識にあるアイテムから選択して購入する」ということが記載されている。

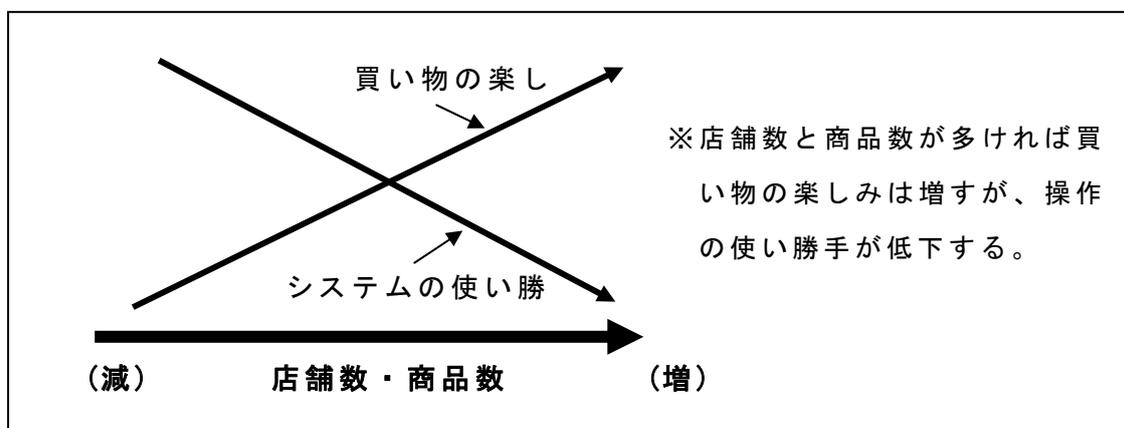
以上を踏まえると、高齢者の商品選択における精神的・肉体的負担を軽減するため、導入当初のシステムは「単純なシステム」を心掛け、店舗と商品数を絞り込み商品選択方法をシンプルにし「使い方がよくわからない」「面倒で使わない」という状況にならないようにしたい。

また、商品を供給する側の店舗でも、オペレーションに慣れるまでは商品改廃があまり必要のない定番商品で比較的購買頻度の高い商品、例えば

食パンやジャガイモ・玉ねぎなどの根菜類、酒類や飲料などで訓練する方が良い。注文した商品が品切れだったり、届いた商品の鮮度が悪かったりすれば買い物支援システム自体の信頼性が損なわれる。一度失った信頼を取り戻すには大変な労力を要する。

導入当初は「おつかいケン」では定番食品や消耗品などを主に扱い、利用状況を見ながら段階的に取扱商品を拡大していく方向が現実的と考える。

一方で、買い物に苦勞している高齢者は生鮮食品に対するニーズが強く、買い物弱者支援宅配事業の先進事例を見ても生鮮食品の取扱は欠かせない。生鮮食品については次のテレビ電話機能を活用することで対応する。



<コラム>

以下は NHK の白熱教室でコロンビア大学ビジネススクールのシーナ・アイエンガー教授が行った講義の一部を要約したものである。

ある食品スーパーでジャムの試食を行った。ひとつは 24 種類のジャムでの試食、もうひとつは 6 種類のジャムの試食である。

24 種類のジャムの試食では 60% の人が立ち寄り、その内 3% の人が購入した。6 種類のジャムでは 40% の人が立ち寄り、その内 30% の人が購入した。

1,000 人の来店客だとすれば 24 種類の試食では 18 人の人が購入し、6 種類の試食では 120 人の人が購入したことになる。商品アイテムが多いほど売れるという訳ではなく、商品の選択肢が多いため迷った挙げ句に購入しないという事例である。

D. 買い物弱者支援事業におけるテレビ電話機能の活用

「知らせますケン」にはテレビ電話機能がある。日々変化する生鮮食品についてはテレビ電話で注文を受けることが有効と考えられる。生鮮食品はその日に注文して、その日に食べるのが一般的である。商品告知から注文受付の流れの例としては次のようになる。(図 4-6)

①商品の告知【店舗】

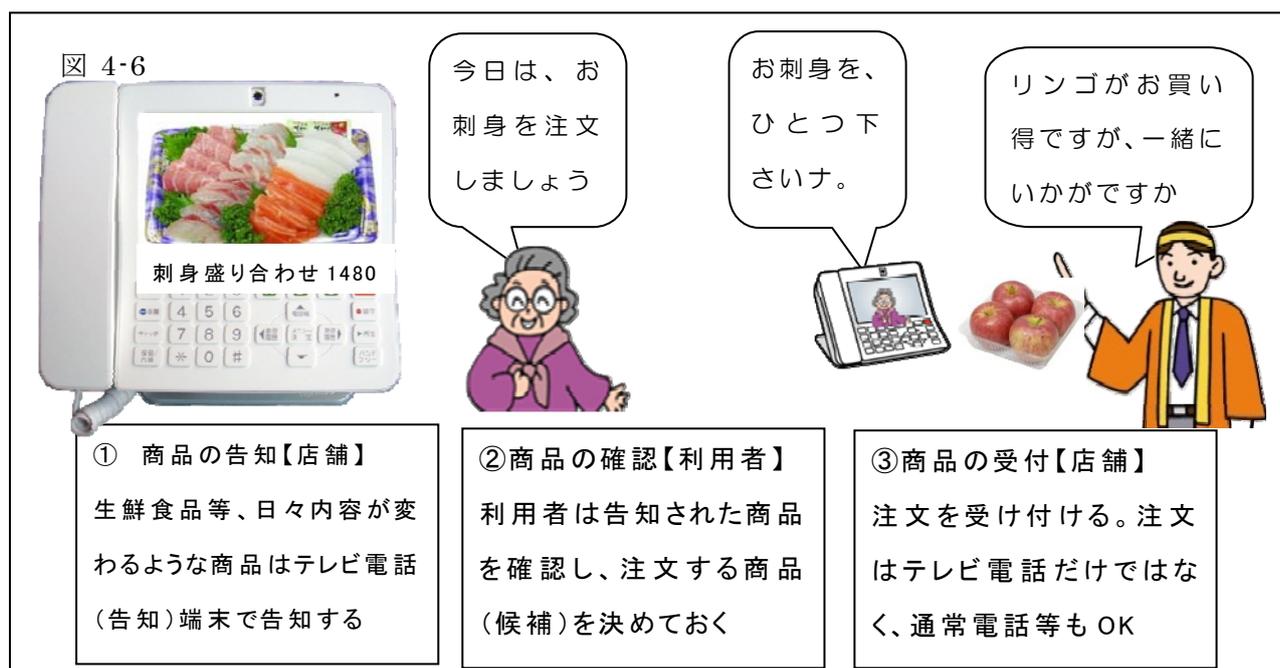
一定の時間帯に（例えば当日の午前 9 時から午前 12 時まで）告知配信として販売する商品情報を流す。商品は現物を撮影しテレビ電話（告知）端末システムにアップする。

②商品の確認【利用者】

消費者は配信時間に商品を確認し、注文する商品（候補）を決めておく。

③商品の注文受付【店舗】

一定の期間帯（例えば当日の 11 時から 12 時まで）を注文受付時間としてテレビ電話等で受け付ける。ここでは、必ずしもテレビ電話でなくても通常の電話やファックス等でも注文を受け付けることも可能である。テレビ電話で対応すれば、店舗側は“face-to-face”で、顧客と会話しながら、場合によれば実物を見せながらの商品セールスが可能となり、告知した商品はもとより、それ以外の商品も勧めることができ、売上のアップにつながられる。



(2) 海士町における買い物弱者支援事業（案）

既に整備されている双方向告知通信端末システム「知らせますけん」と、そのオプションである買い物支援システム「おつかいケン」を活用した事業計画案を以下に示す。なお、本事業計画案は現段階におけるものであり、実現に向けては買い物弱者の実態やニーズ等の把握を踏まえ、事業者、商工団体、行政、福祉団体等の関係者との協議・調整により、買い物弱者へのより有効な支援と実現性の高いものにしていく必要がある。

A. サービス利用対象者

a. 会員制の採用

宅配サービス事業は会員制とする。買い物弱者支援という本事業の趣旨を踏まえ、会員となる消費者には一定の制限を設ける（車の運転ができず、家族の支援も受けられない高齢者単身世帯・高齢者夫婦世帯、傷がい者のいる世帯等に限定）。

b. 会費

年会費は有料（年間 1,000～3,000 円程度）とする（ただし加入促進のため一定期間は無料とすることも検討）。

c. 配送手数料

会員は配達手数料を負担する（1回 100 円～300 円程度）。公共交通手段を利用する場合の運賃負担や手間を考慮すれば、事業存続のためにも一定の範囲内で受益者の負担は必要と考える。配達手数料は本事業の運営経費に充当される。

B. 運営体制

a. 事務局

事務局は商工会とし、次の役割を担う。

- ① 会員募集、加盟店、サポーター加盟店の募集
- ② 配送商品の集荷（持ち込み）窓口、会員への配送業務
- ③ 清算業務（会員からの集金、加盟店への支払い）
- ④ 行政、社会福祉団体等との連絡・調整
- ⑤ 会員の買い物以外の生活関連サービスや住居に関するニーズ、「困りごと」に係る相談窓口、事業者の紹介

b. 加盟店

加盟店は地域内の小売事業所とし、買い物弱者に対し商品を提供する。加盟店は商品の配送や清算業務等を担う商工会に対し売上高に応じ一定の率の手数料を支払う。手数料は事務局の運営経費に充当される。

c. サポーター加盟店

小売業以外の生活関連サービス業、住宅関連業者等にもサポーター加盟店として参画してもらい、買い物以外の分野での会員の生活・住居等に関するニーズに応えられる体制を整備する（(例) 理髪サービス、住宅修繕・リフォームなど）。

d. 医療・福祉機関との連携強化

高齢者の医療・福祉に対するニーズに対応し、医療機関や社会福祉協議会などの福祉団体や福祉関連企業との連携を強化し、医療・福祉に係るサービスの充実に貢献する。安否確認に加え、例えば（関連規制のクリアを前提に）医薬品の宅配、介護・福祉器具の宅配などの業務を受託することも検討する。

C. 商品政策・注文チャネル

商品政策については前節で詳しく検討しているので、ここでは簡単な整理にとどめる。

①生鮮品以外の食品、日用品、家庭用品等については、双方向通信告知システム「おつかいケン」を活用するが、買い物弱者は高齢者が大半を占めることを考慮し、商品の選択に伴う負担軽減のため、アイテムの幅をなるべく限定し、定番商品を中心とした品揃えとする。なお、「おつかいケン」以外にも、TV電話、一般電話、FAX一般電話による注文も可とする。

②高齢者のニーズに対応し、適切な鮮度管理のもと生鮮食品を取り扱う。また、調理の手間がいらす、すぐ食べられる惣菜類の充実に図る。

「生鮮食品」の注文チャネルはTV電話を主に活用するが、一般電話、FAXによる注文も可とする。

D. 配送頻度・時間帯等のサービス設計

a. 配送頻度

スタート段階では、地区ごとに週 2 回程度の配送頻度とし、利用状況を見極めながら段階的拡充を図る。

取扱商品の中心となる食料品については、農家が多く自家生産を行っている世帯が多いという地域特性もあいまって、高齢者単身・夫婦世帯の購買量は少量とみられ、毎日配送に対するニーズは必ずしも高くないと考えられる。海士町と同様、中山間地域の鳥取県日野町周辺で行われている移動店舗事業は買い物弱者支援事業の先進事例として買い物弱者世帯から高い評価を得ているが、地区別に週 2 回程度の配送としている。

b. 注文時間・配送時間帯

鮮度が重視される生鮮食品を取り扱うことから、配送当日の一定の時間帯を注文時間帯として定め(例えば当日の午前 9 時から午前 12 時まで)、商品の集荷・梱包・集荷等の完了後、夕刻までの配達(例えば午後 1 時 30 分から 6 時まで)とする方向で考えたい。なお、配送人員・宅配車等に限られる中、短時間で配送を完了するには配送効率を高める必要があり、地区別に注文受付・配達日を定めることが現実的と考える。

c. 最低購入額の設定

過度の小口・多頻度の配送となる負担を避け、配送効率の向上を図るため、最低購入額(1,000 円程度)を設定する。

E. 受発注～配送の流れ

a. 受注

- ①注文窓口はすべて個店(加盟店)とする。「おつかいケン」による注文については窓口を一本化することも考えられるが、TV 電話や一般電話等を活用した注文については商品を熟知した個店による対応の方が購買者にとっても望ましく、各店の営業活動にも結び付けやすい。
- ②注文を受け付けた加盟店は、会員からの各種チャネルによる受注情報を取りまとめ注文者名、品名、数量を商工会(事務局)に連絡する。

b. ピッキング・仕分・梱包

- ①加盟店は注文商品をピッキングのうえ顧客ごとに仕分け、梱包し、配達時間に合わせ商工会へ納品書(会員用)、配達票を添えて注文品を持

参（または中継取りまとめ店へ持参）。生鮮品など要冷蔵・冷凍のものは、別梱包とする。

②商工会では、加盟店から配送された商品（または中継取りまとめ店で集荷した商品）を顧客毎に取りまとめ、顧客専用バッグ等に梱包する。

c. 配送

①配送は商工会担当者（臨時職員等を想定）が行う。生鮮食品等を取り扱うため、冷蔵・冷凍設備を備えた宅配用車両を導入する。

②地区ごとに配送ルートを決し、商工会（または中継取りまとめ店）で商品を積み込み、配送を行う。

③留守時の対応

顧客の留守時は、生鮮食品など要冷蔵・冷凍食品等を除き（予め）指定された場所に留め置く。要冷蔵・冷凍食品等は可能な限り当日に再配達する。

F. 清算

①顧客の代金決済は月1回～2回程度の決済とする。効率化のため原則として口座振替による決済とする。

②商工会が顧客から回収した売上代金は、販売手数料を控除のうえ加盟店へ支払う。

(3) 採算性試算

一定の前提条件のもと、本事業に係る事務局の収支を試算した結果、別表 4-1、4-2 の通りとなった。

主な前提条件は下記の通りだが、初期投資（宅配用軽トラック 1 台）の減価償却負担を除くキャッシュフロー・ベースでも採算は厳しい。

（推計）買い物弱者世帯の 50%まで利用率を高める一方、配達要員はパートとし、バックオフィス業務補助については有償ボランティアを活用するなど経費節減に努めても、収支は小幅ながら赤字となることが見込まれる（経費をかなり控えめにみており、また、宅配車両も配達戸数増加に伴い、第 3 年度には増車の可能性もあるので、実際には赤字額はより拡大する可能性もある）。

買い物弱者支援は福祉事業的性格を併せ持っていることも勘案し、一定の範囲内での運営経費の助成など、運営面においても行政の支援が必要と考えられる。

<主な前提条件>

- ① 買い物弱者世帯は高齢者単身世帯・高齢者夫婦世帯（2010 年国調で 380 戸）のうち車の運転ができない世帯を 50%と仮定し、戸数 190 戸と推計。
- ② 買い物弱者世帯のうち本サービス事業を利用する世帯を初年度 30%、2 年度 40%、3 年度 50%と目標設定。
- ③ 利用頻度は週 1.5 回、月 6 回と仮定。
- ④ 配達手数料は他地域事例で有料の場合 1 回 100～300 円程度であり、町内バスの往復料金（200 円 2 = 400 円）も勘案し、150 円と設定。
- ⑤ 加盟店売上手数料は他地域事例を参考に本事業に係る売上高の 5%と設定。
- ⑥ 1 世帯の 1 回当たり平均購入額は他地域の宅配事業や移動店舗を参考に高齢者単身世帯 2,000 円（月平均 2,000*6 回 = 12,000 円）、高齢者夫婦世帯 3,000 円（月平均 18,000 円）と仮定。
- ⑦ 事務局では初期投資として宅配専用車（軽トラック）1 台を導入、運営に当たり宅配担当者としてパート 1 名、バックオフィス補助要員として有償ボランティア 1 名（半日勤務）を雇用すると仮定。

表 4-1

海士町 双方向通信告知システムを活用した宅配モデル事業 収支シミュレーション				
1. 事務局（商工会）				
<初期投資>				
項目	初年度 金額(千円)	2年度 金額(千円)	3年度 金額(千円)	設定条件、算出根拠等
宅配用軽トラック(冷凍・冷蔵設備付)	450	-	-	車両価格1台1,800千円程度を見込む。 島根県地域商業構築モデル事業を利用し、車両取得整備費用の1/2を県の助成、1/4を町の助成により充当することを見込む。
合計	450			
<収支>				
項目	初年度 金額(千円)	2年度 金額(千円)	3年度 金額(千円)	設定条件、算出根拠等
配達手数料	616	821	1,026	配達手数料150円に設定（別表参照）
加盟店手数料	516	688	860	手数料率5%に設定（別表参照）
手数料収入計	1,131	1,508	1,886	
人件費				
パート職員雇用	1,260	1,260	1,260	(配達担当) 750円/h * 7h * 20日 * 12カ月 * 1人
有償ボランティア		240	240	(2~3年度) 1000円/日 * 20日 * 12カ月 バックオフィス業務補助要員 (受注情報管理、配達商品取りまとめ等)
人件費計	1,260	1,500	1,500	
(一般管理費)				
宅配用車両維持費	50	50	50	宅配用車両維持費(税金、点検費、消耗品費等)
宅配用車両燃料費	240	288	346	配送回数の増加に応じ年毎20%増加と仮定。
その他諸費・雑費	50	50	50	
一般管理費計	340	388	446	
損益	-469	-380	-60	
(注) 宅配車の減価償却費は計上していない。				
2. 加盟店				
<宅配事業の収支>				
項目	初年度 金額(千円)	2年度 金額(千円)	3年度 金額(千円)	設定条件、算出根拠等
売上高	10,314	13,752	17,190	別表参照
売上高総利益	2,579	3,438	4,298	平均粗利25%と仮定
販売手数料	516	688	860	別表参照
事業単体損益(売上高総利益-販売手数料)	2,063	2,750	3,438	

表 4-2

配達手数料、加盟店売上高手数料の算出根拠						
	記号	単位	初年度	2年度	3年度	
高齢者単身世帯	a	世帯	185	185	185	2010年国調に基づく。以後の増減は考慮せず。
高齢者夫婦世帯	b	世帯	195	195	195	同上
合計	c	世帯	380	380	380	同上
高齢者単身世帯のうち車の運転ができない世帯(買い物弱者世帯)の推計	d	%	93	93	93	車の運転ができない世帯50%と仮定。(a*50%)
高齢者夫婦世帯のうち車の運転ができない世帯(買い物弱者世帯)の推計	e	%	98	98	98	車の運転ができない世帯50%と仮定。(b*50%)
うち車の運転ができない世帯数(買い物弱者世帯)合計	f	世帯	190	190	190	
「買い物弱者世帯」のうち宅配サービス利用世帯割合見込み	g	%	30	40	50	初年度30%、2年度40%、3年度50%に設定
宅配サービス利用世帯(推計)	h		57	76	95	f*g
うち高齢者単身世帯	i		28	37	46	d*g
うち高齢者夫婦世帯	j		29	39	49	e*g
月平均利用回数	k	回	6	6	6	週平均利用回数1.5回*4週
1回当たり配達手数料	m	円	150	150	150	他地域事例では有料の場合100~300円程度 町内バス料金(片道)200円*2の4割
年間配達手数料	n	千円	616	821	1,026	h*m*k*12カ月
1世帯、1回当たり購入額(以下の通り仮定)						
a. 高齢者単身世帯	p	円	2,000	2,000	2,000	移動店舗の1回当たり客単価等から設定
b. 高齢者夫婦世帯	q	円	3,000	3,000	3,000	移動店舗の1回当たり客単価等から設定
商店売上高						
a. 高齢者単身世帯	r	千円	3,996	5,328	6,660	i*p*k*12カ月
b. 高齢者夫婦世帯	s	千円	6,318	8,424	10,530	j*p*k*12カ月
c. 合計	t	千円	10,314	13,752	17,190	
加盟店手数料率	v	%	5	5	5	
加盟店売上高手数料	w	千円	516	688	860	t*v
(参考)						
利用会員数(再掲)	h	世帯	57	76	95	
1週当たり配送回数	x	世帯	86	114	143	h*1.5回
1日当たり配送回数	y	世帯	17	23	29	x/5
宅配車台数	z	台	1	1	1	
宅配車1台・1日当たり配送回数	(1)	世帯	17	23	29	y/z
パート職員数	(2)	人	1.0	1.0	1.0	
パート職員1人・1日当たり配送回数	(3)	世帯	17	23	29	y/(2)

(4) サポーター加盟店との連携

これまでは、買い物弱者支援の方法等を検討してきたが、買い物弱者は買い物以外にも、例えば住宅修繕・リフォーム、電気・水道設備関係、理美容サービスなど、様々な生活面の困りごと、ニーズを有しているとみられる。

宅配事業における配送業務を商工会の担当者が行うことにより、“face to face”で、買い物弱者世帯の生活支援に係るニーズを直接把握することが可能となる。

予め宅配事業利用者（会員）の了解を得たうえで、サポーター加盟店として参画している（小売業以外の）生活関連サービス業、住宅関連業者等に会員のニーズを伝え、マッチングを図っていくことも重要である。

商工会の有する会員企業ネットワークを活用し、買い物弱者世帯の生活支援サービス機能に対するニーズに広く対応していきたい。

(5) 将来の展望

既に海士町に導入されている「知らせますケン」については、買い物弱者に止まらず、生活弱者全般を見据えた対策にも活用できると思われる。

例えば、緊急医療対応として消防署と住民をテレビ電話で結びリアルタイムに病状を伝え応急対応の指示を受けることも可能である。また、テレビ電話診療による調剤・配達といった展開も考えられる。いわば総合的な生活支援機能ネットワークとして活用していく方向である（図 4-7）。

今回提案した買い物支援宅配事業についても、行政や医療・福祉機関（事業所）などとの連携を強化し、安否確認や安全見回りなどの役割を担うとともに、関連規制がクリアできるならば、医薬品・医療器具や福祉機器の宅配など、これらの機関・事業所の業務の一部を受託することで、より広範な生活支援機能の充実に貢献することを目指したい。

■買物弱者 & 生活弱者対策のイメージ

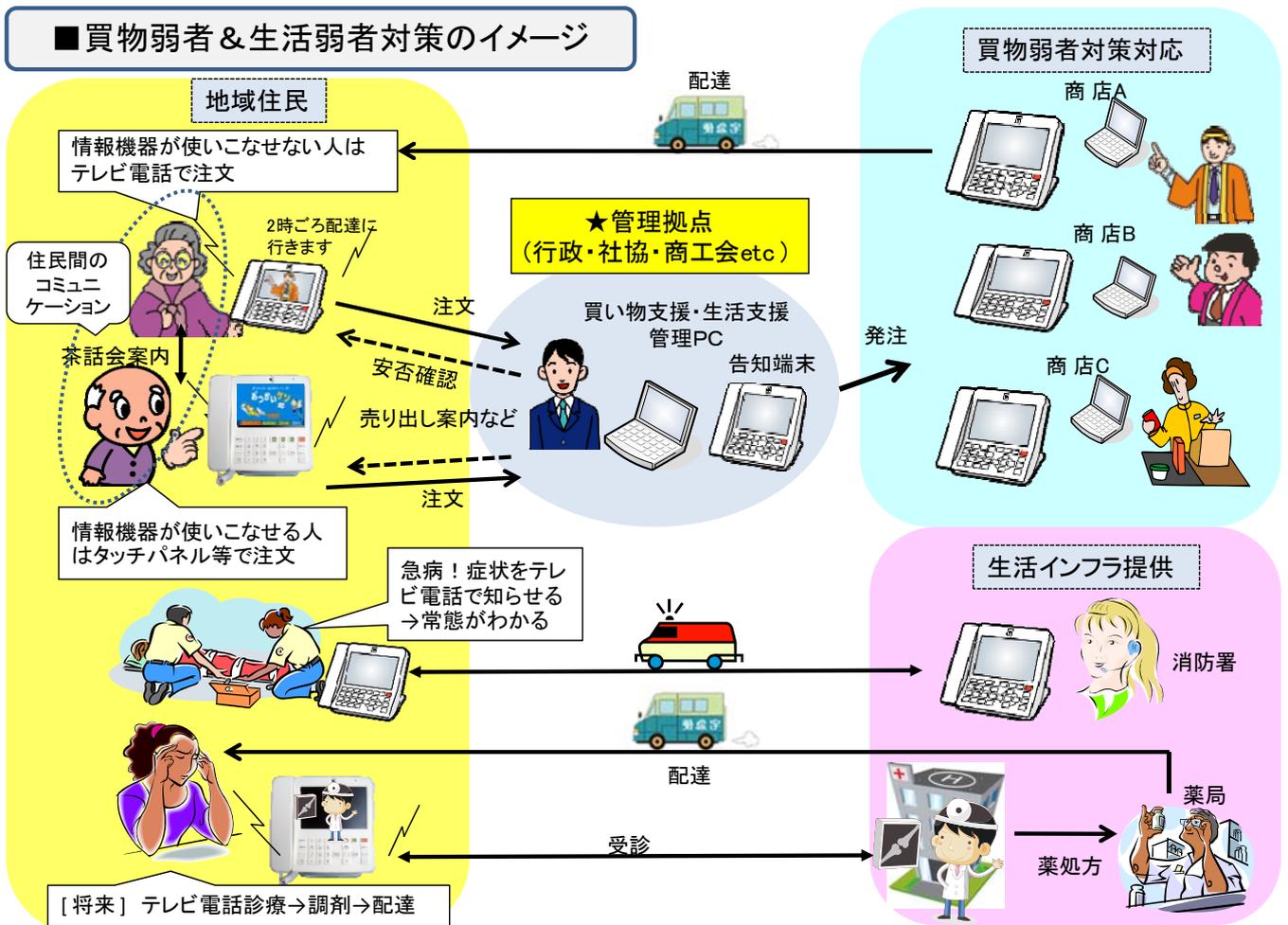


図 4-7

(注) 買い物弱者対策の内容は今回提案した宅配事業の内容とは異なる。

3. 美郷町における提案

(1) 留意すべき事項（美郷町の特色）

美郷町における提案に際し、特に留意すべき点として「小規模集落が広範囲に多数点在している」ことが挙げられる。これは中山間地域に共通することではあるが、特に美郷町についてはその傾向が顕著である。

「集落」には様々な捉え方があるが、農林業センサスにおける農業集落を集落数とみなすと、2010年時点で美郷町の農業集落数は115集落である（表4-3）。総人口1万人当たり農業集落数を算出してみると、美郷町は214.9戸と県内市町村最多となる。また、同町と距離的に近く、世帯・人口規模もほぼ同じ飯南町の56集落に比べても2倍の集落数となっている（下表参照）。県内中山間地域の中でも、特に小規模集落が多数点在している地域であることが統計からも裏付けられる。

美郷町は町内を江の川が貫流し、沿岸部は浸食によって形成された急峻で起伏に富んだ地形となっている。面積の大半を山林が占め、谷間や氾濫原に小規模な集落が形成されてきたという地理的条件と数字にわたる合併がその背景にある。

表 4-3

島根県内市町村の総人口当たり農業集落数(2010年)

	総人口 (人)	農業集落数 (集落)	人口1万人当 たり農業集落 数 (集落)
松江市	194,258	329	16.9
浜田市	61,713	426	69.0
出雲市	143,796	773	53.8
益田市	50,015	353	70.6
大田市	37,996	398	104.7
安来市	41,836	194	46.4
江津市	25,697	246	95.7
雲南市	41,917	338	80.6
東出雲町	14,355	27	18.8
奥出雲町	14,456	120	83.0
飯南町	5,534	56	101.2
斐川町	27,689	160	57.8
川本町	3,900	44	112.8
美郷町	5,351	115	214.9
邑南町	11,959	192	160.5
津和野町	8,427	92	109.2
吉賀町	6,810	108	158.6
海士町	2,374	14	59.0
西ノ島町	3,136	15	47.8
知夫村	657	7	106.5
隠岐の島町	15,521	81	52.2
島根県	717,397	4,088	57.0

〔資料〕農林業センサス、国勢調査

(2) 買い物弱者支援における宅配事業の重要性

買い物弱者支援の手法については、本章の第1節で示したように、①宅配サービス、②移動販売、③店への移動手段の提供、④便利な店舗立地の4つの手法がある。

中山間地域の中でも、特に小規模集落が広範囲に多数点在しているという美郷町の特質を踏まえると、なるべく多くの買い物弱者をカバーするためには、やはり①の宅配サービスが最も有力な方法と考えられる。

②移動販売は巡回できない集落が多くなる可能性が高い。

③店への移動手段の提供もカバーできない集落が多くなる可能性が

高い。また、特に後期高齢者にとっては停留所までのアクセスが身体的負担となることも想定される。なお、現在美郷町では高齢者の買い物、通院などを支援するため、65歳以上の高齢者を対象に「らくらくバス」を無料で2台運航しているが、各コース月2回の運航であり、高齢者を中心とする買い物弱者のニーズには充分応えきれていない。

④便利な店舗立地は、小規模集落が大半を占め、中心地へのアクセスも利便性が低い条件のもとでは採算的に成り立ちにくい。

以下では、買い物弱者支援の宅配サービス事業について検討するが、もとより、宅配サービスについても小規模集落が広範囲に多数点在しているため、物流関連コストが極めて割高になるという問題点がある。これについては、事業者、利用者、さらには行政も含めた適正なコスト分担を検討していく必要がある。

(3) 買い物弱者支援宅配事業の方向

美郷町では既に「みさと光ネット」という光ファイバ網が敷設されている。現在は、以下のサービスを提供している。

①インターネット（光ブロードバンドインターネットサービスの基盤提供）

②IP通信サービス（地域の行政情報・災害時の緊急情報等の告知放送、町内無料電話）

③ひかりTV

④地上デジタル放送

折角の高度情報通信インフラであり、将来的にはこの光回線を活用し、商

品の受発注など買い物弱者支援に活用したいが、海士町の双方向告知システムのような買い物支援に利用可能なシステムは現在導入されていない。

そこで、当面の対策として「アナログ対応」による買い物弱者支援策を検討する。次に将来の対策として、「みさと光ネット」を活用した支援策について展望したい。

(4) 当面の買い物弱者支援宅配事業（案）

A. サービス利用対象者

a. 想定される買い物弱者世帯数

美郷町の高齢者単身世帯・夫婦世帯で運転免許を保有しない世帯は2010年の国勢調査では849世帯である。この内、運転免許保有率を約50%と仮定すると、買い物弱者世帯は420世帯程度と推計される。全世帯2,100世帯の約2割を占めることとなる。

b. 会員制の採用

海士町と同様宅配サービス事業は会員制とする。買い物弱者支援という本事業の趣旨を踏まえ、会員となる消費者には一定の制限を設ける（車の運転ができず、家族の支援も受けられない高齢者単身世帯・高齢者夫婦世帯、傷がい者のいる世帯等に限定）。

c. 会費

年会費は有料（年間1,000～3,000円程度）とする（ただし加入促進のため一定期間は無料とすることも検討）。

d. 配送手数料

会員は配達手数料を負担する（1回100円～300円程度）。現在、美郷町では65才以上を対象に無料バスが運行されており、抵抗が強いかもしれないが、その他の公共交通手段を利用する場合の運賃負担や手間を考慮すれば、事業存続のためにも一定の範囲内で受益者の負担は必要と考える。

B. 「みさと市」の活用について

海士町では商工会が事務局となって共同配送機能等を担い、複数の加盟店が商品提供を行う事業案を提示したが、美郷町においては小規模集落が広範囲に多数点在している立地環境のため、小売店舗も各所に分散してい

る。

このため、複数の店舗が参加し、共同配送を行うことは難しく、地域の拠点となる核店舗が宅配事業を行うことが現実的である、

そこで、事業主体として「みさと市」を想定した。「みさと市」は美郷町の邑智地区中心部にある食品スーパーで、食品全般ならびに医薬品も扱っている。農協系小売店舗と並んで地域の核店舗としての役割を果たしており、この店舗を商品供給の拠点として、買い物弱者支援事業を検討することとしたい。

C. 商品情報提供方法

商品情報の発信は美濃商工会が行っているものと同様に、チラシやカタログなどの紙媒体となる。

この方法だと商品の入れ替えはその都度コストが発生するので、原則として改廃の少ない定番商品が対象となり、商品数もあまり多くは掲載できない。

導入当初と定期的な利用対象者への配布は、公共の広報誌等の配布便等を利用し、なるべくコストがかからないようにしたい。利用者がある程度確定してくると、商品配達時に併せてカタログ等を配布することが可能になる。

D. 商品政策

宅配事業で取り扱う商品は、利用対象者である高齢者の購買を意識した品揃えとなる。カタログやチラシの体裁と関係するが、商品写真を掲載しない場合も考えられるので、出来れば名前を聞いただけでどのような商品か判断できる定番なメジャー商品で、主には食料品と日用雑貨とする。

問題となるのは生鮮食品の扱いである。購買ニーズと購入頻度が高い商品は生鮮食品である。扱える商品は、例えば肉類、野菜で言えば根菜類やキノコ類など、魚では塩干魚など、また総菜などの常時商品の供給が出来るものを扱う。価格が変動する商品は問い合わせで応じるという形態になる。

E. 配達頻度・時間帯等のサービス設計

a. 配達頻度

配達日は利用者の属性を考えれば毎日でなくてもよく、少なくともスタート段階では地区ごとに週2回程度の配達とする。

配達日の注文でない場合などは、いつの注文はいつ配達するのかも定めておく。留守時は利用者が指定する場所に留置くことにしておく。

b. 注文方法

注文は電話かファックスを利用する。

c. 注文時間帯・配達時間帯

鮮度が重視される生鮮食料品も取り扱うことから、配達当日の一定の時間帯を注文時間帯と定める（例えば午前10時から12時まで）。ピッキング、梱包、配達業務を効率的に行うためにも注文時間帯を定めることは必要である。利用者側も慣れてくれば注文時間帯に注文するようになる。その際に対応する電話はフリーダイヤルとしたい。また、電話の場合は間違いが起きないように受注時に注文内容を確認することをマニュアル化しておく。

商品のピッキング・梱包等の完了後、夕刻までの配達（例えば午後1時から6時まで）とする方向で考えたい。なお、配送人員・宅配車等に限られる中、短時間で配送を完了するには配送効率を高める必要があり、例えば旧村単位など地区別に注文受付・配達日を定めることが現実的である。

d. 最低購入額の設定

過度の小口・多頻度の配達となる負担を避け、配送効率の向上を図るため、最低購入額（1,000円程度）を設定する。

F. 宅配エリア

あるデータによるとネットスーパーで注文する利用者は半径5kmの範囲で95%を占めるそうである。また、利用したことのない店舗のネットスーパーを利用する人は稀だということである。

配達のコスト等を考えれば、なるべく狭い範囲をエリアとした方が採算的には良いが、ここで検討する宅配事業は、日常的な買い物に困っている世帯の生活支援という福祉対策としての側面も有している。

利用者、商業者、行政で適正なコスト分担を行い、広範囲に点在する美郷

町内の買い物弱者全般に対応する検討すべきであろう。

ただし、宅配事業には宅配車両をはじめ相当な初期投資がかかるほか、配達要員の確保など運営経費も多大である。また、宅配事業のノウハウもほとんどゼロから蓄積していくことを考慮すれば、当面は狭いエリアからスタートし、利用状況、需要動向などを見極め、宅配事業に係るノウハウを蓄積しながら配達エリアの段階的拡充を図っていくことも検討すべきである。

G. 清算（決済方法）

顧客の代金決済は月1回～2回程度の決済とする。効率化のため原則として口座振替による決済とする。

(5) 採算性試算

一定の前提条件のもと、本事業に係る事務局の収支を試算した結果、別表の通りとなった（表4-4、4-5）。

主な前提条件は下記の通りだが、（推計）買い物弱者世帯の40%まで利用率を高める一方、配達要員、バックオフィス業務補助についてパートを活用するなど最大限経費節減に努めると、第2年度以降は一定の営業利益が確保できるという試算結果となった。もとより一定の前提を積み重ねた上での試算であり、経費についてもかなり控えめにみているので、実際の採算はもっと厳しいものとなる可能性がある。

配達要員や商品のピッキング・梱包などを担当するスタッフの確保、宅配車両の維持費など物流関連コストが経費の大半を占めるので、いかに利用率を高めていくかが採算を確保するうえで最大の鍵となる。なお、配達手数料を除くと営業利益はマイナスが続くという試算結果となる。事業継続のためにも、一定の範囲内で配達手数料などの形で受益者負担を求めていくことは必要と考えられる。

<主な前提条件>

- ① 買い物弱者世帯は高齢者単身世帯・高齢者夫婦世帯（2010年国調で849世帯）のうち車の運転ができない世帯を50%と仮定し、戸数425世帯と推計。
- ② 買い物弱者世帯のうち本サービス事業を利用する世帯を初年度20%、2年度30%、3年度40%と目標設定。（海士町に比べ面積が広く、多数の小規

模集落が広範囲に点在という美郷町の特徴を踏まえ、低めに設定)

- ③利用頻度は週 1.5 回、月 6 回と仮定。
- ④配達手数料は他地域事例で有料の場合 1 回 100～300 円程度であり、150 円と設定。
- ⑤1 世帯の 1 回当たり平均購入額は他地域の宅配事業や移動店舗を参考に高齢者単身世帯 2,000 円 (月平均 2,000*6 回 = 12,000 円)、高齢者夫婦世帯 3,000 円 (月平均 18,000 円) と仮定。
- ⑥初期投資として初年度に宅配専用車 (軽トラック) 2 台を導入、第 3 年度に 1 台追加導入と仮定。導入に当たっては公的助成制度を活用し、自己資金負担は 1/4 と設定。
- ⑦配送要員初年度 2 名、3 年度に 1 名増員と仮定(バックオフィス業務兼務)。別途、商品の受注、ピッキング、梱包などのバックオフィス要員を 1～2 名確保と仮定。

(6) 行政支援の必要性

前項でみたように、買い物弱者支援宅配事業は採算的には厳しいとみられるが、美郷町のように高齢化が著しく進み、小規模集落が広範囲に多数存在するという中山間地域の特徴が際立った地域では、物流関連コストがどうしても割高とならざるをえない。

収益性の面では事業者にとって魅力のある事業ではないが、買い物弱者支援事業は、日常の生活に不便を来している人々の生活を支援するという一種の生活インフラ支援事業であり、福祉事業的性格を併せ持っている。

このことを踏まえ、行政においては、宅配事業をはじめとする買い物弱者支援事業については、宅配車両の導入など初期投資に対する負担軽減策のほか、運営経費についても、少なくとも利用率が一定のレベルに達するまでの段階においては経費の一部を助成するなどの支援策を講じていく必要があると考える。

地域住民の生活インフラ支援という事業の特徴を踏まえ、事業者、利用者、行政の間で適正なコスト分担を検討していく必要がある。

表 4-4

美郷町 カタログによる宅配モデル事業 収支シミュレーション				
<初期投資>				
項目	初年度	2年度	3年度	設定条件、算出根拠等
	金額(千円)	金額(千円)	金額(千円)	
宅配用軽トラック(冷凍・冷蔵設備付)	900		450	車両価格1台1,800千円程度を見込む。 島根県地域商業構築モデル事業を利用し、車両取得整備費用の1/2を県の助成、1/4を町の助成により充当することを見込む。 自己資金1,800千円*1/4 初年度2台購入、3年度1台追加購入
合計	900		450	
<運営収支>				
項目	初年度	2年度	3年度	設定条件、算出根拠等
	金額(千円)	金額(千円)	金額(千円)	
宅配事業売上高	15,149	22,723	30,298	別表参照
宅配事業部門売上高総利益	3,787	5,681	7,574	売上高総利益率25%に設定
配達手数料	917	1,375	1,834	配達手数料150円に設定(別表参照)
手数料収入計	917	1,375	1,834	
人件費				
パート職員雇用	3,024	3,024	4,536	(配達担当) (1~2年度) 900円/h * 7h * 20日 * 12か月 * 2人 (3年度) 900円/h * 7h * 20日 * 12か月 * 3人 (海士町に比べ長距離配送となるので単価は高めに設定した)
	1,176	1,176	2,016	(バックオフィス業務・・・ピッキング、梱包、経理処理等) (1~2年度) 700円/h * 7h * 20日 * 12か月 * 1人 (3年度) 700円/h * 7h * 20日 * 12か月 * 1人 700円/h * 5h * 20日 * 12か月
人件費計	4,200	4,200	6,552	
(販売費・一般管理費)				
宅配用車両維持費	100	100	150	宅配用車両維持費(税金、点検費、消耗品費等) (1~2年度) 50千円/台 * 2台 (3年度) 50千円/台 * 3台
宅配用車両燃料費	600	720	900	(1年度) 25千円/月 * 12か月 * 2台 (2年度) 配送回数の増加に応じ20%増加と仮定 (3年度) 25千円/月 * 12か月 * 3台
広告費	400	400	400	宅配用カタログ作成費(100千円 * 年4回)
その他諸費・雑費	150	150	150	
減価償却費	150	150	225	(1~2年度) 取得原価(助成金除く) 450千円/6年 * 2台 (3年度) 取得原価(助成金除く) 450千円/6年 * 3台
販売費・一般管理費計	1,400	1,520	1,825	
営業利益 (売上高総利益+配達手数料-販売費・一般管理費)	-896	1,336	1,031	
(参考) 配達手数料除く 営業利益	-1,813	-39	-803	

(注) 設備投資、増加運転資金等に伴う借入金利息は考慮せず。

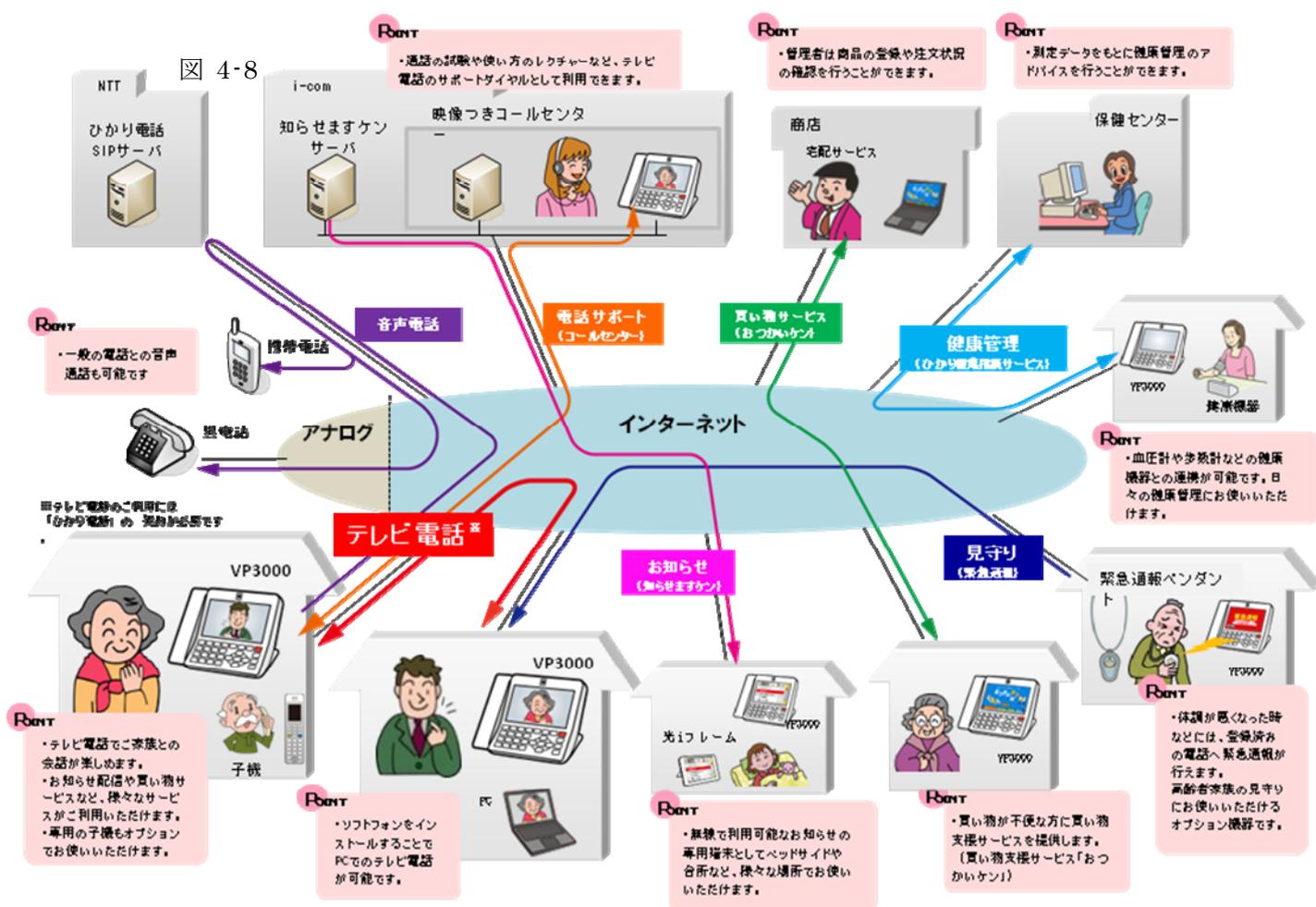
表 4-5

配達手数料、加盟店売上高手数料の算出根拠(美郷町)						
	記号	単位	初年度	2年度	3年度	
高齢者単身世帯	a	世帯	443	443	443	2010年国調に基づく。以後の増減は考慮せず。
高齢者夫婦世帯	b	世帯	406	406	406	同上
合計	c	世帯	849	849	849	同上
高齢者単身世帯のうち車の運転ができない世帯(買い物弱者世帯)の推計	d	%	222	222	222	車の運転ができない世帯50%と仮定。(a*50%)
高齢者夫婦世帯のうち車の運転ができない世帯(買い物弱者世帯)の推計	e	%	203	203	203	車の運転ができない世帯50%と仮定。(b*50%)
うち車の運転ができない世帯数(買い物弱者世帯)合計	f	世帯	425	425	425	
「買い物弱者世帯」のうち宅配サービス利用世帯割合見込み	g	%	20	30	40	初年度20%、2年度30%、3年度40%に設定
宅配サービス利用世帯(推計)	h		85	127	170	f*g
うち高齢者単身世帯	i		44	66	89	d*g
うち高齢者夫婦世帯	j		41	61	81	e*g
月平均利用回数	k	回	6	6	6	週平均利用回数1.5回*4週
1回当たり配達手数料	m	円	150	150	150	他地域事例では有料の場合100~300円程度
年間配達手数料	n	千円	917	1,375	1,834	h*m*k*12カ月
1世帯、1回当たり購入額(以下の通り仮定)						
a. 高齢者単身世帯	p	円	2,000	2,000	2,000	移動店舗の1回当たり客単価等から設定
b. 高齢者夫婦世帯	q	円	3,000	3,000	3,000	移動店舗の1回当たり客単価等から設定
商店売上高						
a. 高齢者単身世帯	r	千円	6,379	9,569	12,758	i*p*k*12カ月
b. 高齢者夫婦世帯	s	千円	8,770	13,154	17,539	j*p*k*12カ月
c. 合計	t	千円	15,149	22,723	30,298	
(参考)						
利用会員数(再掲)	h	世帯	85	127	170	
1週当たり配送回数	x	世帯	127	191	255	h*1.5回
1日当たり配送回数	y	世帯	25	38	51	x/5
宅配車台数	z	台	2	2	3	
宅配車1台・1日当たり配送回数	(1)	世帯	13	19	17	y/z
配送担当パート職員数	(2)	人	2.0	2.0	3.0	
パート職員1人・1日当たり配送回数	(3)	世帯	13	19	17	y/(2)

(7) 将来の展望

美郷町には既に「みさと光ネット」という高度情報通信基盤が整備されている。将来的（10年以内）にはこのインフラを活用し、海士町で導入されているような双方向通信告知端末システムなどを導入し、買い物支援だけでなく生活全般を支援する仕組みを構築したい。（図 4-8）

利用対象となる高齢者も年数が経つにつれてITを日常的に利用する人が増加してくるため、利用するのに多くの時間は要さないと思われる。



出所：(株)アイ・コミュニケーション VP3000 利用シーン