

# 食料品アクセス問題の現状と対応方向

農林水産省農林水産政策研究所  
食料品アクセス研究チーム

## 1. はじめに

我が国では、高齢者の増加、食料品店の減少等の状況の下で、いわゆる「フードデザート（食料砂漠）」、「買い物難民」、「買い物弱者」と呼ばれる問題が顕在化しつつある。

農林水産省農林水産政策研究所では、このような高齢者等が食料品へのアクセスに不便や苦労がある状況を「食料品アクセス問題」とし、これへの対応方向を検討するため、平成 22 年度に、同総合食料局（当時。以下同じ。）の協力を得て、

- ① 高齢者等の食料品へのアクセス状況に関する現状分析
- ② アクセス改善のための食料品提供のあり方の検討を行った。

この問題については、これまでも多くの研究者が関心を寄せ、研究成果も報告されている。当研究所では、これまでの成果のいくつかを今回の分析の参考にするため、食料品アクセス問題及びその周辺領域に関して知見を有する有識者を招いて、平成 22 年 6 月から 11 月まで 5 回にわたってセミナーを開催した。

開催状況は次の通りである。

第 1 回 6 月 17 日 「フードデザート問題の現状と対策案」

岩間信之氏（茨城キリスト教大学文学部 准教授）

第 2 回 7 月 15 日 「「買い物難民」問題と日本政府の課題」

杉田聡氏（帯広畜産大学 教授）

第 3 回 9 月 2 日 「都市社会における〈つながり〉の位相とフードデザート」

浅川達人氏（明治学院大学社会学部 教授）

第 4 回 10 月 14 日 「高齢者の健康と栄養問題」

熊谷修氏（人間総合科学大学人間科学部 教授）

第 5 回 11 月 17 日 「「都市縮小」の時代とまちづくり」

矢作弘氏（大阪市立大学大学院創造都市研究科 教授）

6 月の岩間信之氏は、「フードデザート」の定義と海外の状況、及びいくつかの地域における調査の概要について報告があり、①問題解決にはコミュニティの活性化が必要であること、②フードデザート問題の被害者は多岐にわたること、③長期的視点にたったまちづくりの必要性が示された。

7 月の杉田聡氏からは、都市の変貌により買い物難民がどのように生じたのか、買い物難民とされる方の生活の実態について報告があり、大店立地法の廃止や大型店と商店街との協

調の重要性、買物難民問題を行政のみならず市民一人一人が自分の問題として認識することの必要性について指摘があった。

9月の浅川達人氏からは、フードデザート問題を社会学の視点から分析し、都市の郊外化と再都市化の流れや人々の「つながり」がどう変わってきたかについて報告があり、フードデザート問題を解決するためにどのような「つながり」が今後必要になるか研究が必要との認識が示された。

10月の熊谷修氏は、高齢者の健康と栄養問題の切り口からフードデザート問題について分析を行い、フードデザートにより購買行動を制限されると考える能力が落ちたり食べ物の多様性が無くなり、高齢者の健康に悪影響が生じることから、高齢者の購買行動を抑制する環境を改善することが重要との考えが示された

11月の矢作弘氏からは、都市が縮小することの現状と国内外の対策について紹介があった。また、中心市街地の衰退を食い止めるべく、都市と農村の枠を越えた一体的な土地利用を図ることや郊外の開発を規制することが重要との報告があった。

これらのセミナーと並行して、当研究所では、大都市郊外団地、地方都市、農山村における現状分析等を実施し、総合食料局ではこれまでの取組事例の収集・分析を行った。

以下の分析は、これまでに報告された成果と比較して次の3つの点を特徴としている。

- ① 本報告での分析は、対象を高齢者に限っていない。これによって、高齢者の食料品アクセス問題の相対的な位置づけが明らかになる。
  - ② 食料品アクセス問題は、地域のおかれた状況によって、様々であろうことは容易に想像できる。本報告での分析は、大都市郊外団地、地方都市、農山村ごとの現状を分析しており、それぞれの状況の違いが明らかになる。
  - ③ 後述するように、食料品アクセス問題における重要な要素は、消費者と食料品店との距離である。本報告では、地理情報システム（GIS）を用いた計測などにより、随所で距離の要素を盛り込んだ分析を行っている。これにより、現状がより明瞭に分析される。
- なお、上記②のように、以下では3地域を事例として取り上げ、分析している。しかし、地域のタイプ分けは、これらの類型に限られる訳ではない。ここで取り上げた以外のタイプの現状分析は、今後の課題として残されている。

以下に本報告の構成を記す。まず、2. から5. までは全国の3地域における住民意識の分析であり、「2. 食料品の買い物における不便や苦勞の要因」においては、店舗までの距離や買い物における自動車の利用などが食料品の買い物に不便や苦勞に影響を与えている程度などを明らかにする。「3. 食料品の買い物における不便や苦勞の内容」では、食料品の買い物で不便や苦勞がある人は、どのようなことに不便や苦勞を感じているのかを明らかにする。逆に、「4. 食料品の買い物で不便や苦勞がない理由」では、不便や苦勞がない人はどのような条件にある人たちなのかをみる。そして、「5. 食料品の買い物における不便や苦勞を解消するために重要なこと（住民の視点）」では、住民から見て不便や苦勞の解消に何が重要だと思っているのかを明らかにする。「6. 食料品店への距離の現状」は、商業統計と国勢調査のメッシュ統計を用いた分析で、2. において店舗まで

の距離が重要な要素であることが明らかになったことを踏まえて、全国でどれくらいの人がどれくらいの距離にあるのかを推計し、その地域的な特徴をみる。7. と8. はこの問題に対する全国の市町村が有している意識の分析で、「7. 食料品の買い物における不便や苦勞を解消するための対策の必要性」では、どのような地域で不便や苦勞を解消するための対策が必要だと認識されているのかを、「8. 食料品の買い物における不便や苦勞を解消するために重要なこと（市町村の視点）」では、市町村は不便や苦勞の解消に何が重要だと思っているのかを6. で明らかにした店舗までの距離を利用しながら分析する。最後に、「9. 食料品の買い物における不便や苦勞を解消するための先進事例」で現在行われている先進事例を体系化し、取組の特徴、効果、課題等を示した上で、「10. 食料品の買い物における不便や苦勞を解消するための対策の方向性」では、これまでの分析結果を踏まえて、今後の食料品アクセス問題への対応はどのような方向に進むべきかを仮説的な提示も含めて明らかにする。

## 2. 食料品の買い物における不便や苦勞の要因

### — 何が食料品の買い物に不便や苦勞をもたらしているのか？

#### (1) 調査の概要

食料品アクセスの現状を分析するに当たり、大都市郊外団地、地方都市、農山村のそれぞれについて事例として1地域ずつ選定し、住民の意識を調査した。

大都市郊外団地は東京都西部の大都市郊外A団地、地方都市は福島県南部のB市中心市街地活性化地区、農山村は鳥取県南部のC町全域を対象として選定した。概要は第1表を参照されたい。

第1表 調査の概要

| 調査地域     | 調査地域の概要                                                                                                                                                                                                                                     | 調査時期            | 配布数   | 返送数   | 回収率   |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------|-------|-------|
| 大都市郊外A団地 | 東京都西部、JR中央線の駅から南に約2kmに位置し、約2,400世帯が入居しているURの賃貸の団地である。団地までは中央線の駅からバスが日中10分間隔で運行されており、公共交通機関の便はよい。ただし、関東平野の西の端に位置し、丘陵地である。食料品店は、団地の中央に食料品スーパー、魚屋、パン屋、そば屋、居酒屋がそれぞれ1店舗ある。団地の端から中央の食料品店までは、道路距離で最大600mである。                                       | 2010年<br>7～8月   | 2,354 | 906   | 38.5% |
| B市中心市街地  | 福島県南部に位置し、市域全体としては人口約65,000人、高齢化率22.5%（2010年4月）である。中心市街地からはずれた国道沿いに量販店が多く出店し、旧市街は空洞化が進行している。このため中心市街地活性化事業が行われており、この地区を調査対象とした。この地区の人口は約3,000人、2005年国勢調査では高齢化率33.8%となっており、市全域と比べて高齢化率が高い。近く、食料品スーパーが1店舗この中心市街地活性化地区に出店予定である（2011年6月下旬出店済み）。 | 2010年<br>9～10月  | 2,002 | 886   | 44.3% |
| C町全域     | 鳥取県南部、中国山地内の山村であり、町域34,094haのうち30,521haが森林である。米子まで道路距離で37.5km、2009年10月1日現在で人口5,489人、世帯数2,115世帯、高齢化率48.0%であり、全国で最も高齢化が進行している町村の一つである。町内には役場の近くに食料品スーパーが1店舗、そのほかに小規模な個人商店がいくつかある。                                                             | 2010年<br>10～11月 | 2,313 | 1,200 | 51.9% |

注. 調査は郵送質問紙調査によった。

## (2) 買い物で不便や苦労がある割合

まず、それぞれの地域で、食料品の買い物でどれくらいの割合の住民が不便や苦労を感じているかである（第2表）。大都市郊外A団地で45.3％、B市中心市街地で40.2％、C町全域で46.1％となっている。B市中心市街地で低いのは、回答者に占める65歳以上の割合が低いことによるものと考えられる（65歳以上の割合は、第3表参照）。

第2表 食料品の買い物で不便や苦労があるか

単位：％

|    | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地 | C町全域  |
|----|--------------|-------------|-------|
| 全体 | 100.0        | 100.0       | 100.0 |
| ある | 45.3         | 40.2        | 46.1  |
| ない | 54.7         | 59.8        | 53.9  |

資料：農林水産政策研究所

注. 「ある」は、「不便や苦労がある」、「不便や苦労を感じることがある」の合計、「ない」は、「不便や苦労はあまりない」、「不便や苦労は全くない」の合計である。

不便や苦労があると回答した割合を年齢階層、世帯類型別にみたものが第3表である。B市中心市街地とC町全域は年齢階層が高くなるほど高く、また、概して高齢単身世帯や高齢夫婦世帯で高くなっている。大都市郊外A団地については、50歳未満の割合が75歳以上よりも高く、また、3人以上世帯における割合が高齢単身世帯と同程度に高くなっており、他の地域と対照的である。この点については後述する。

なお、同様な調査は杉田〔7〕が、2005年に、65歳以上の全国の高齢者を母集団として、12市町村を対象に行っている。その結果は、「苦労あり」が49.1％となっている。本報告とは設問と集計処理の方法が異なるが、65歳以上で見ると、B市中心市街地が48.8

第3表 食料品の買い物で不便や苦労がある割合  
(年齢階層別、世帯類型別)

単位：％

|               |         | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地  | C町全域         |
|---------------|---------|--------------|--------------|--------------|
|               | 合計      | 45.3 (100.0) | 40.2 (100.0) | 46.1 (100.0) |
| 年齢<br>階層<br>別 | 50歳未満   | 48.1 (12.3)  | 24.8 (17.1)  | 35.4 (9.7)   |
|               | 50－64歳  | 40.9 (27.1)  | 35.7 (33.6)  | 36.8 (29.7)  |
|               | 65－74歳  | 46.3 (33.3)  | 47.1 (24.6)  | 46.1 (25.2)  |
|               | 75歳以上   | 47.1 (27.4)  | 50.5 (24.7)  | 56.8 (35.4)  |
|               | 65歳以上   | 46.7 (60.7)  | 48.8 (49.3)  | 52.3 (60.6)  |
| 世帯<br>類型<br>別 | 高齢単身世帯  | 46.3 (33.7)  | 49.5 (12.9)  | 56.0 (19.3)  |
|               | その他単身世帯 | 37.5 (15.0)  | 31.4 (10.4)  | 42.2 (5.5)   |
|               | 高齢夫婦世帯  | 47.2 (21.4)  | 42.1 (21.6)  | 51.2 (26.1)  |
|               | その他2人世帯 | 45.9 (12.9)  | 43.9 (17.4)  | 45.5 (10.7)  |
|               | 3人以上世帯  | 46.5 (17.0)  | 36.6 (37.7)  | 38.4 (38.4)  |

資料：農林水産政策研究所

注. ( )内は、構成比である。

%でこれに近い数値となっている。

次に、65歳以上の回答者について、老研式活動能力指標別にみたものが第4表である。老研式活動能力指標は、高齢者の高次生活機能の自立度を測定するものであり、13点満点で、数値が高いほど自立度が高い<sup>1</sup>。大都市郊外A団地、B市中心市街地で指標値12の割合が突出しているが、概してこの指標値が高い、つまり自立度が高いほど買い物で不便や苦労がある割合は低くなっているといえる。

**第4表 食料品の買い物で不便や苦労がある割合  
(65歳以上)  
(老研式活動能力指標別)**

単位: %

|                                           |      | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地  | C町全域         |
|-------------------------------------------|------|--------------|--------------|--------------|
|                                           | 合計   | 46.7 (100.0) | 48.8 (100.0) | 52.3 (100.0) |
| 老<br>研<br>式<br>活<br>動<br>能<br>力<br>指<br>標 | 10以下 | 50.3 (31.3)  | 57.1 (15.4)  | 70.5 (20.0)  |
|                                           | 11   | 41.0 (17.3)  | 50.0 (9.8)   | 47.8 (12.0)  |
|                                           | 12   | 47.3 (20.9)  | 56.1 (15.4)  | 44.6 (16.8)  |
|                                           | 13   | 40.3 (30.5)  | 44.3 (59.3)  | 46.5 (51.2)  |

資料: 農林水産政策研究所

注: ( )内は、構成比である。

最もよく利用する店舗までの道路距離と交通手段が買い物で不便や苦労がある割合にどのように影響しているかをみたのが第5表である。道路距離は、居住地区と店舗の位置の情報をもとに地理情報システム (GIS) を用いて計測している。距離が苦労の有無に影響を与えていることは、すでに杉田〔7〕29 ページ以下) で明らかにされている。まず、

**第5表 食料品の買い物で不便や苦労がある割合  
(道路距離、交通手段別)**

単位: %

|                | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地  | C町全域         |
|----------------|--------------|--------------|--------------|
| 全体             | 45.3 (100.0) | 40.2 (100.0) | 46.1 (100.0) |
| (店舗までの道路距離)    |              |              |              |
| ～250m          | 34.8 (9.9)   | 22.2 (4.5)   | －            |
| 250～500m       | 45.5 (30.1)  | 29.4 (15.8)  | 33.3 (0.8)   |
| 500～1,000m     | 44.4 (7.8)   | 30.2 (15.0)  | 23.8 (7.7)   |
| 1,000～2,000m   | 47.0 (11.9)  | 42.3 (40.9)  | 42.4 (3.3)   |
| 2,000～5,000m   | 46.3 (39.0)  | 49.2 (23.7)  | 34.9 (16.7)  |
| 5,000～10,000m  | 37.5 (1.3)   | －            | 38.9 (17.6)  |
| 10,000m以上      | －            | －            | 54.5 (53.9)  |
| (店舗までの交通手段)    |              |              |              |
| 徒歩             | 45.0 (42.4)  | 42.0 (21.0)  | 32.9 (7.0)   |
| 自転車            | 43.9 (4.9)   | 43.2 (17.7)  | 47.2 (3.3)   |
| 自身が運転する自動車かバイク | 33.0 (12.1)  | 30.2 (46.2)  | 36.3 (62.0)  |
| 同居する家族が運転する自動車 | 33.3 (4.7)   | 56.0 (10.7)  | 54.8 (11.7)  |
| 他の世帯の人が運転する自動車 | 50.0 (0.2)   | 75.0 (2.4)   | 68.0 (4.7)   |
| バス             | 52.9 (32.6)  | 83.3 (0.7)   | 84.2 (9.8)   |
| その他            | 30.4 (3.1)   | 81.8 (1.3)   | 53.3 (1.5)   |

資料: 農林水産政策研究所

注 1) 店舗までの道路距離は、最もよく利用する店舗までの距離である。

2) ( )内は、構成比である。

B市中心市街地では距離が遠くなるほど不便や苦勞がある割合が高くなっているが、大都市郊外A団地やC町全域では必ずしも明確ではない。これには自動車利用等の他の要因が関係している可能性がある。そこで、交通手段別に見ると、自分で自動車を運転して買い物に行く人の不便や苦勞がある割合は低くなっている。これらについては、後にロジットモデルを用いて他の要因をコントロールした上で買い物の苦勞への影響度合いを検討することとする。

最後に、地域コミュニティとの関係を見ておきたい。高齢者の栄養摂取が地域コミュニティと関係しているのではないかという指摘はこれまでもなされている（岩間編〔2〕73～75ページ、113～114ページ）。第6表は、買い物で不便や苦勞がある割合を地域活動への参加状況別にみたものである。「参加のみならず企画・立案もしている」と「参加していない」を比べると、いずれの地域でも後者の方が不便や苦勞がある割合が高くなっているが、その間の参加状況別をみると一定の傾向は見出しにくい。これについても、ロジットモデルで検討することとする。

第6表 食料品の買い物で不便や苦勞がある割合  
(地域活動への参加別)

単位: %

|                   | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地  | C町全域         |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|
| 全体                | 45.3 (100.0) | 40.2 (100.0) | 46.1 (100.0) |
| 参加のみならず企画・立案もしている | 41.2 ( 1.9)  | 36.6 ( 5.1)  | 43.4 ( 6.7)  |
| 自ら進んで参加している       | 32.9 (10.5)  | 40.1 (19.7)  | 37.1 (23.4)  |
| 人に誘われれば参加している     | 51.5 (12.1)  | 37.1 (28.5)  | 48.1 (36.9)  |
| 参加していない           | 45.6 (75.4)  | 42.2 (46.7)  | 49.7 (33.0)  |

資料: 農林水産政策研究所

注: ( )内は、構成比である。

### (3) ロジットモデルによる要因分析

以上の予備的な検討を踏まえて、食料品の買い物における不便や苦勞の要因分析を行った結果を以下に示す。これは、食料品の買い物で不便や苦勞があるかないかのいずれの回答を選択するかによつてどのような要因が関わっているかをロジットモデルによって分析したものである。これにより、不便や苦勞があると回答するかどうかによつてどの要因が関わっているか（有意か）、あるいは関わっているとは言えないか（有意でないか）、有意な場合、その程度はどの程度か、すなわちその要因に該当する場合に、不便や苦勞があると回答する確率はどの程度変化するか（限界効果）が明らかになる。「不便や苦勞がある」と答える確率が高い⇔苦勞度が高いと考えることもできるので、以下では、不便や苦勞があると回答する確率を直観的に苦勞度と表現することとする。

結論としては、次の4点を指摘できる。

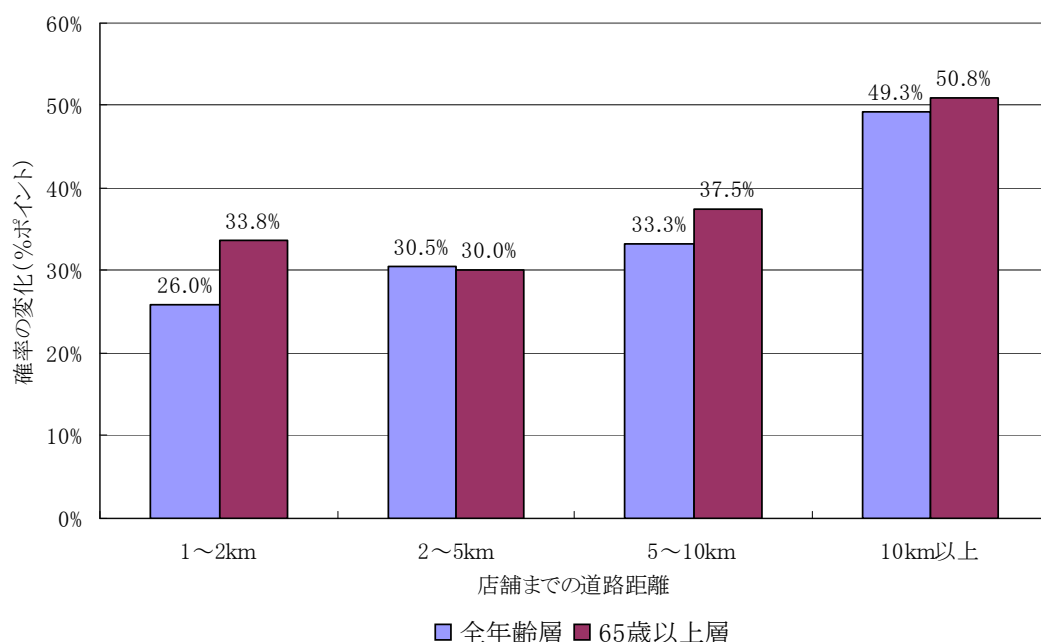
- ① 最もよく利用する店舗までの道路距離が長くなるほど、買い物の苦勞度は高くなる（「不便や苦勞がある」と回答する確率が高くなる）。

- ② 自分で自動車やバイクを運転して買い物に行く人は、苦労度が軽減される。
- ③ 以上のことは、65 歳以上の高齢者だけについても言える。
- ④ 高齢者については、以上に加え、生活の自立度が高いほど（老研式活動能力指標が高いほど）買い物の苦労度は軽減される。

### 1) 店舗への距離と自動車等の利用の影響

これらをひとつずつ見ていくと、第1図は、全地域のデータをもとに最もよく利用する店舗までの道路距離に応じて、道路距離が250m以下の場合と比較して何%ポイント「不便や苦労がある」と答える確率（苦労度）が高まるかを見たものである。例えば、店舗までの道路距離1～2kmの住民は、250m以下の住民に比べて26.0%ポイント、65歳以上に限れば33.8%ポイント苦労度が高まることを意味する。図で明らかなように、店舗までの道路距離が長くなるほど、苦労度は高まる。また、65歳以上の高齢世帯については、概して全年齢層以上に苦労度が増すことが見て取れる。ここで注意しなければならないのは、年齢や世帯員数などの他の条件がコントロールされた結果であり、他の条件が同じならば距離が長くなるほど苦労度が増すということの意味するということである。

次に、第2図は、自分で自動車やバイクを運転して買い物に行く場合に大きく苦労度が

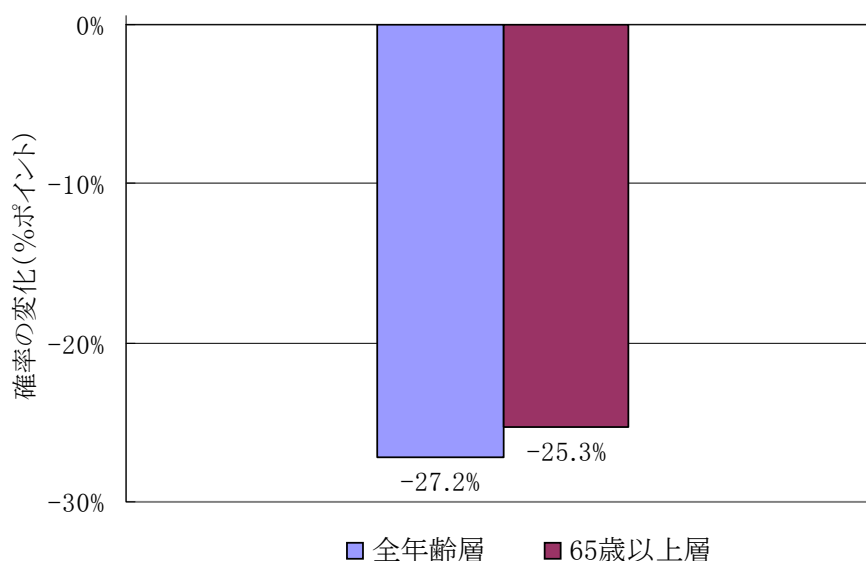


第1図 食料品の買い物で「不便や苦労がある」と答える確率の変化  
(全地域)

資料: 農林水産政策研究所

- 注
- 1) 店舗までの道路距離は、最もよく利用する店舗までの距離である。
  - 2) 店舗までの道路距離が250m以下の場合に対する確率の増加分である。
  - 3) すべて0.1%有意である。250～500m, 500m～1kmについては5%有意でないので表示していない。
  - 4) この他の変数は、店舗までの交通手段、年齢、性別、世帯員数、近くに別居している家族の有無、世帯主の収入源、要介護認定者の有無、地域活動への参加状況、買物頻度、宅配等利用頻度、地域ダミーである。





**第2図 食料品の買い物で「不便や苦労がある」と答える  
確率の変化(全地域)  
(自分が自動車やバイクを運転する場合)**

資料:農林水産政策研究所

注 1) 徒歩の場合に対する確率の変化分である。

2) いずれも0.1%有意である。

3) この他の変数は、店舗までの道路距離、年齢、性別、世帯員数、近くに別居している家族の有無、世帯主の収入源、要介護認定者の有無、地域活動への参加状況、買物頻度、宅配等利用頻度、地域ダミーである。

軽減されることをそれぞれ全年齢層、65歳以上層について示している。自分が自動車等を運転する場合、「不便や苦労がある」と答える確率(苦労度)は、徒歩の場合と比べて全年齢層で27.2%ポイント、65歳以上の場合は25.3%ポイント低下する。

しかしながら、この中には近い将来自動車運転できなくなる高齢者も含まれていることに留意する必要がある。最も自動車の利用が多いC町全域の調査での自由回答では、現在は自動車の運転ができるから苦労はなくても、できなくなったときのことを不安視する回答が目立った。

## 2) その他の要因

その他の要因も含めて、地域別及び全地域について買い物における苦労度への影響度合いを見たものが第7表、第8表である。第7表は全年齢階層について、第8表は65歳以上層についてまとめたものである。なお、第8表の変数には、老研式活動能力指標を含んでおり、全年齢層と65歳以上層を比較するために両者で同じ変数を用いて距離と自動車利用の影響度合いをみた第1図、第2図とは数値が違うので留意されたい。

(i) その他の交通手段

自分が自動車やバイクを運転する場合以外の店舗までの交通手段の影響を全年齢階層についてみると、大都市郊外A団地では、「他の人が運転する自動車」の場合に苦労度が大きく低下している。この場合の他の人とは、多くが同居する家族である。また、「バス」については、全地域のデータを一緒に分析した結果では有意ではないが、C町全域については苦労度を大きく高める方向に働いている。このことは、C町全域では、バスによる買い物は買い物の苦労を軽減するのではなく、バスに乗らなければならないほど遠方の商店で買い物をしなければならないという苦労のあらわれとみることができる。「その他」については、全年齢階層では大都市郊外A団地で苦労軽減の方向に働いている。大都市郊外A団地以外の「その他」の多くはタクシー利用であるが、大都市郊外A団地ではこのほかに、健康のため行きは歩いて帰りはバスという回答が多く含まれる。このようなポジティブな事情を反映して苦労軽減の方向になっていると思われる。

第7表 食料品の買い物における不便や苦労の要因分析  
(全年齢階層)

単位: %ポイント

|                     |                  | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地 | C町全域     | 全地域       |
|---------------------|------------------|--------------|-------------|----------|-----------|
| 定数項                 |                  |              | -57.0 ***   |          | -24.3 *   |
| 最も利用する<br>店舗までの道路距離 | 250～500m         |              |             | -        |           |
|                     | 500～1,000m       |              |             | -        |           |
|                     | 1,000～2,000m     |              | 38.2 ***    | 26.4 *   | 26.0 ***  |
|                     | 2,000～5,000m     |              |             |          | 30.5 ***  |
|                     | 5,000～10,000m    | 22.8 *       | 45.9 ***    | 20.7 *   | 33.3 ***  |
|                     | 10,000m以上        |              |             | 38.4 *** | 49.3 ***  |
| 店舗までの交通手段           | 自転車              |              |             |          |           |
|                     | 自分が運転する自動車又はバイク  | -24.7 **     | -19.7 **    |          | -27.2 *** |
|                     | 他の人が運転する自動車      | -29.2 **     |             |          |           |
|                     | バス               |              |             | 36.3 **  |           |
|                     | その他              | -30.7 *      |             |          |           |
| 年齢(歳)               |                  |              | 0.7 ***     |          | 0.2 *     |
| 男性                  |                  | -16.6 ***    |             | 10.2 *   |           |
| 世帯員数(人)             |                  |              |             |          |           |
| 近くに別居している家族有り       |                  | -12.7 **     |             | -7.3 *   | -8.0 ***  |
| 世帯主の状況              | 給与所得者(正規)        |              |             |          |           |
|                     | 給与所得者(アルバイト・パート) |              | 17.9 *      |          |           |
|                     | 自営業者             |              | 15.5 **     |          |           |
| 世帯に要介護認定者有り         |                  |              | 19.6 ***    |          | 11.4 ***  |
| 地域のサークルやイベントに参加している |                  |              |             |          | -4.8 *    |
| 1日1回以上買い物           |                  |              |             |          |           |
| 週1回以上宅配又は外部の人に購入を依頼 |                  |              |             |          |           |
| 大都市郊外A団地            |                  | -            | -           | -        |           |
| C町全域                |                  | -            | -           | -        | -9.9 *    |

資料: 農林水産政策研究所

注 1) 変数の値が1増加した場合又はその変数に該当する場合に「不便や苦労がある」と答える確率が何%高まるか(限界効果)を示したもの。

2) 道路距離は「250m未満」との比較(ただし、C町全域については「1,000m未満」との比較)、店舗までの交通手段は「徒歩」との比較、世帯主の状況は「年金生活者」との比較である。

3) 空欄は、5%有意ではないことを意味する。「-」は、変数に含まれていないことを示す。

4) \*: 5%有意、\*\*: 1%有意、\*\*\*: 0.1%有意

(ii) 年齢と性別

年齢については、全地域のデータの場合は、高くなるほど苦労が増すという結果だったが、地域別に見ると、この効果が有意にプラスなのはB市中心市街地のみであった。買い物の苦労度は、年齢そのものでは規定されない場合があることを意味する。

性別については、全年齢階層では大都市郊外A団地が、65歳以上層では大都市郊外A団地とB市中心市街地が、男性の場合に苦労が軽減されるという結果となったが、全年齢階層のC町全域は男性の場合に苦労が増すという結果になっている。この点は、普段における男性と女性の役割分担の地域差が現れている可能性がある。普段男性が食料品の買い物をしないC町全域のような農村部では、いざ男性が買い物をする段になると、女性以上に苦労を感じるということかも知れない。

第8表 食料品の買い物における不便や苦労の要因分析  
(65歳以上層)

単位:%ポイント

|                     |                                                    | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地 | C町全域     | 全地域       |
|---------------------|----------------------------------------------------|--------------|-------------|----------|-----------|
| 定数項                 |                                                    |              |             |          |           |
| 最も利用する店舗までの道路距離     | 250～500m                                           |              |             | -        |           |
|                     | 500～1,000m                                         |              |             | -        |           |
|                     | 1,000～2,000m                                       |              | 47.3 **     | 36.7 *   | 34.5 ***  |
|                     | 2,000～5,000m                                       |              |             |          | 33.6 ***  |
|                     | 5,000～10,000m                                      |              | 42.7 **     | 30.7 *   | 37.3 ***  |
|                     | 10,000m以上                                          |              |             | 47.6 *** | 51.4 ***  |
| 店舗までの交通手段           | 自転車<br>自分が運転する自動車又はバイク<br>他の人が運転する自動車<br>バス<br>その他 |              |             |          | -23.7 *** |
| 年齢(歳)               |                                                    |              |             |          |           |
| 男性                  |                                                    | -18.9 **     | -21.9 **    |          | -14.8 *** |
| 世帯員数(人)             |                                                    |              |             |          |           |
| 近くに別居している家族有り       |                                                    |              |             | -12.2 *  | -8.0 *    |
| 世帯主の状況              | 給与所得者(正規)<br>給与所得者(アルバイト・パート)<br>自営業者              |              | 21.6 *      |          |           |
| 世帯に要介護認定者有り         |                                                    |              | 24.5 **     |          |           |
| 地域のサークルやイベントに参加している |                                                    |              |             |          |           |
| 1日1回以上買い物           |                                                    |              |             |          |           |
| 週1回以上宅配又は外部の人に購入を依頼 |                                                    |              |             |          |           |
| 老研式活動能力指標(指標値)      |                                                    | -4.3 *       |             | -7.3 *** | -5.3 ***  |
| 大都市郊外A団地            |                                                    | -            | -           | -        | -11.7 *   |
| C町全域                |                                                    | -            | -           | -        | -13.9 *   |

資料: 農林水産政策研究所

- 注 1) 変数の値が1増加した場合又はその変数に該当する場合に「不便や苦労がある」と答える確率が何%高まるか(限界効果)を示したもの。  
 2) 道路距離は「250m未満」との比較(ただし、C町全域については「1,000m未満」との比較)、店舗までの交通手段は「徒歩」との比較、世帯主の状況は「年金生活者」との比較である。  
 3) 空欄は、5%有意ではないことを意味する。「-」は、変数に含まれていないことを示す。  
 4) \*:5%有意、\*\*:1%有意、\*\*\*:0.1%有意

(iii) 世帯員数と近くに別居している家族の有無

世帯員数については、有意な影響を及ぼしていない。これは世帯構成にも関係し、一概に世帯員数のみが苦労度に影響をするわけではないことを反映しているかもしれない。つまり、買い物を手伝える年齢の世帯員が多ければ苦労は軽減される可能性があるが、手間のかかる小さい子供が多ければかえって苦労は増す可能性がある。

近くに別居している家族がある場合は、全年齢層、65 歳以上層ともに全地域のデータの場合は苦労が軽減する結果となっており、地域別には、全年齢層の大都市郊外 A 団地と C 町全域、65 歳以上層の C 町全域で苦労が軽減している。

(iv) 世帯主の状況

世帯主の状況は、全年齢階層では B 市中心市街地がアルバイトや自営業者の場合に苦労度が増すという結果になっている。また、65 歳以上では B 市中心市街地が自営業者の場合に苦労度が増すという結果になっている。不安定な雇用、所得が苦労を増しているのかもしれない。

(v) 要介護認定者の有無

世帯に要介護認定者がいるかどうかは、全年齢階層で、全地域のデータの場合は苦労度が増すという結果になっており、地域別には、全年齢階層、65 歳以上ともに、B 市中心市街地で、要介護認定者がいると苦労度が増すという結果になっている。

(vi) 地域コミュニティへの参加、購買行動

そのほか、地域のコミュニティへの参加（「地域のサークルやイベントに参加している」）については、全地域のデータの全年齢階層の場合に、苦労度が低下するという結果になったが、65 歳以上の場合及び地域別には影響を確認できなかった。

購買行動（「1 日 1 回以上買い物」、「週 1 回以上宅配又は外部の人に購入を依頼」）については、全地域、地域別ともに有意な結果が得られなかった。このことは、買い物頻度が高いほど苦労度が高くなることがある（正の相関）反面、苦労度が高いことが買い物頻度を制約している（負の相関）こともありうることを示唆している。

(vii) 老研式活動能力指標

老研式活動能力指標は、65 歳以上の場合のみ変数として加えたものであるが、明らかにこれが高まる（自立度が増す）ほど苦労は軽減されている。これは全地域及び、地域別には大都市郊外 A 団地と C 町全域で確認される。このことは、高齢者ができるだけ高次生活機能を維持し、自立できる状態を保つこともまた、食料品アクセス問題の解決へのひとつの道筋であることを示唆する。

さらに、この指標を構成する 3 つの高次生活機能ごとに、食料品の買い物で不便や苦労があると回答する確率にどのような影響を及ぼすかを計測したものが第 9 表である。これ

第9表 高次生活機能別限界効果  
(65歳以上層)

単位: %ポイント

|                  | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地 | C町全域     | 全地域     |
|------------------|--------------|-------------|----------|---------|
| 活動能力指標(数値)－手段的自立 |              |             |          |         |
| 活動能力指標(数値)－知的能動性 |              |             |          | -5.9 *  |
| 活動能力指標(数値)－社会的役割 |              |             | -10.0 ** | -5.0 ** |

資料: 農林水産政策研究所

注 1) 第8表のモデルで、老研式活動能力指標の変数をその3つの構成要素に置き換えて計測したもの。変数の値が1増加した場合に「不便や苦労がある」と答える確率が何%高まるか(限界効果)を示したもの。

2) 空欄は、5%有意ではないことを意味する。

3) \*:5%有意、\*\*:1%有意

は、第8表の老研式活動能力指標の変数をその3つの構成要素で置き換えて計測したものである。これによると、全地域のデータでは知的能動性と社会的役割が有意となっており、それぞれ指標値が1増加すると5.9%ポイント、5.0%ポイント苦労度が減少するという結果になっている。地域別には、C町全域で、社会的役割が有意となった。3つの能力は、手段的自立<知的能動性<社会的役割の順により高い能力として位置づけられるとされており(熊谷〔3〕15ページ)、高齢者の食料品の買い物における不便や苦労を軽減するためには、できるだけ老化を遅らせ、高次生活機能のなかでも知的能動性、社会的役割という高い能力を維持することが重要であることが示唆される。

#### (4) 大都市郊外A団地における3人以上世帯の状況

最後に、大都市郊外A団地において、50歳未満や3人以上世帯に、買い物に不便や苦労がある割合が高かったことについて検討を加えておく。第10表は、3地域の3人以上世帯の状況を比較したものである。まず大都市郊外A団地の特徴として、3人以上世帯のうち夫婦又は片親と子の世帯が8割以上を占めるということである。B市中心市街地が4割強、C町全域が3割以下であるのと比べると際だっている。そこで、これらの世帯の状況を3地域で比較すると、特に50歳未満の世帯において買い物で不便や苦労がある割合が、大都市郊外A団地で44.1%、B市中心市街地で15.9%、C町全域で32.1%となっており、大都市郊外A団地の高さが際だっている。夫婦又は片親と子の世帯で50歳以上の世帯についてはそれぞれ42.2%、37.0%、41.0%であるから、それほど大きな差はない。50歳未満の夫婦又は片親と子の世帯は、いわば子育て世代と考えることができる。買い物で苦労しているのは高齢者だけではなく、大都市郊外A団地では、子育て世代も食料品へのアクセスにおいて不便や苦労を多く抱えていることがわかる。この状況は、公共交通機関の利便性が高い大都市郊外の団地においても、子育て世代が食料品の買い物に不便や苦労を抱える場合があることを示している。

第10表 3人以上世帯の比較

単位: %

| 地域           | 世帯構成         | 年齢    | 構成比   | 買い物で不便や苦労がある割合 |
|--------------|--------------|-------|-------|----------------|
| 大都市郊外<br>A団地 | 夫婦又は<br>片親と子 | 50歳未満 | 24.8  | 44.1           |
|              |              | 50歳以上 | 60.6  | 42.2           |
|              | その他          | 50歳未満 | 5.8   | 62.5           |
|              |              | 50歳以上 | 8.8   | 50.0           |
|              | 計            |       | 100.0 | 44.5           |
| B市<br>中心市街地  | 夫婦又は<br>片親と子 | 50歳未満 | 14.2  | 15.9           |
|              |              | 50歳以上 | 29.7  | 37.0           |
|              | その他          | 50歳未満 | 11.0  | 29.4           |
|              |              | 50歳以上 | 45.2  | 42.9           |
|              | 計            |       | 100.0 | 35.8           |
| C町全域         | 夫婦又は<br>片親と子 | 50歳未満 | 6.6   | 32.1           |
|              |              | 50歳以上 | 19.7  | 41.0           |
|              | その他          | 50歳未満 | 12.6  | 30.2           |
|              |              | 50歳以上 | 61.1  | 38.0           |
|              | 計            |       | 100.0 | 37.2           |

資料: 農林水産政策研究所

注1 高齢者の生活機能には、最も基本的な、①歩行、②排泄、③食事、④入浴、⑤着脱衣の5つの日常生活動作があるが、さらに、地域社会で独力で生活を営むためには、これら5項目は当然のこととして、より高い水準の能力である、①手段的自立、②知的能動性、③社会的役割が求められる。これらを「高次生活機能」という。手段的自立は、「掃除」、「食事の準備」、「金銭の管理」などができる能力、知的能動性は、「探索」、「創作」、「余暇活動」など知的な活動の能力、社会的役割は、「人を思いやる」、「相談にのる」、「若い世代との積極的な交流」など、地域で担うべき役割を果たし、情報交流を楽しむ能力であるとされる。(熊谷〔3〕14～16ページ)

これらの能力を計測するための指標が老研式活動能力指標で、次の13の質問に対する「はい」の数で表す。

- |                              |                         |
|------------------------------|-------------------------|
| (1) バスや電車を使って一人で外出できますか?     | (2) 日用品の買い物ができますか?      |
| (3) 自分で食事の用意ができますか?          | (4) 請求書の支払いができますか?      |
| (5) 銀行預金、郵便貯金の出し入れが自分でできますか? | (6) 年金などの書類が書けますか?      |
| (7) 新聞を読んでいますか?              | (8) 本や雑誌を読んでいますか?       |
| (9) 健康についての記事や番組に興味がありますか?   | (10) 友達の家をたずねることがありますか? |
| (11) 家族や友達の相談にのることはありますか?    | (12) 病人を見舞うことができますか?    |
| (13) 若い人に自分から話しかけることはありますか?  |                         |

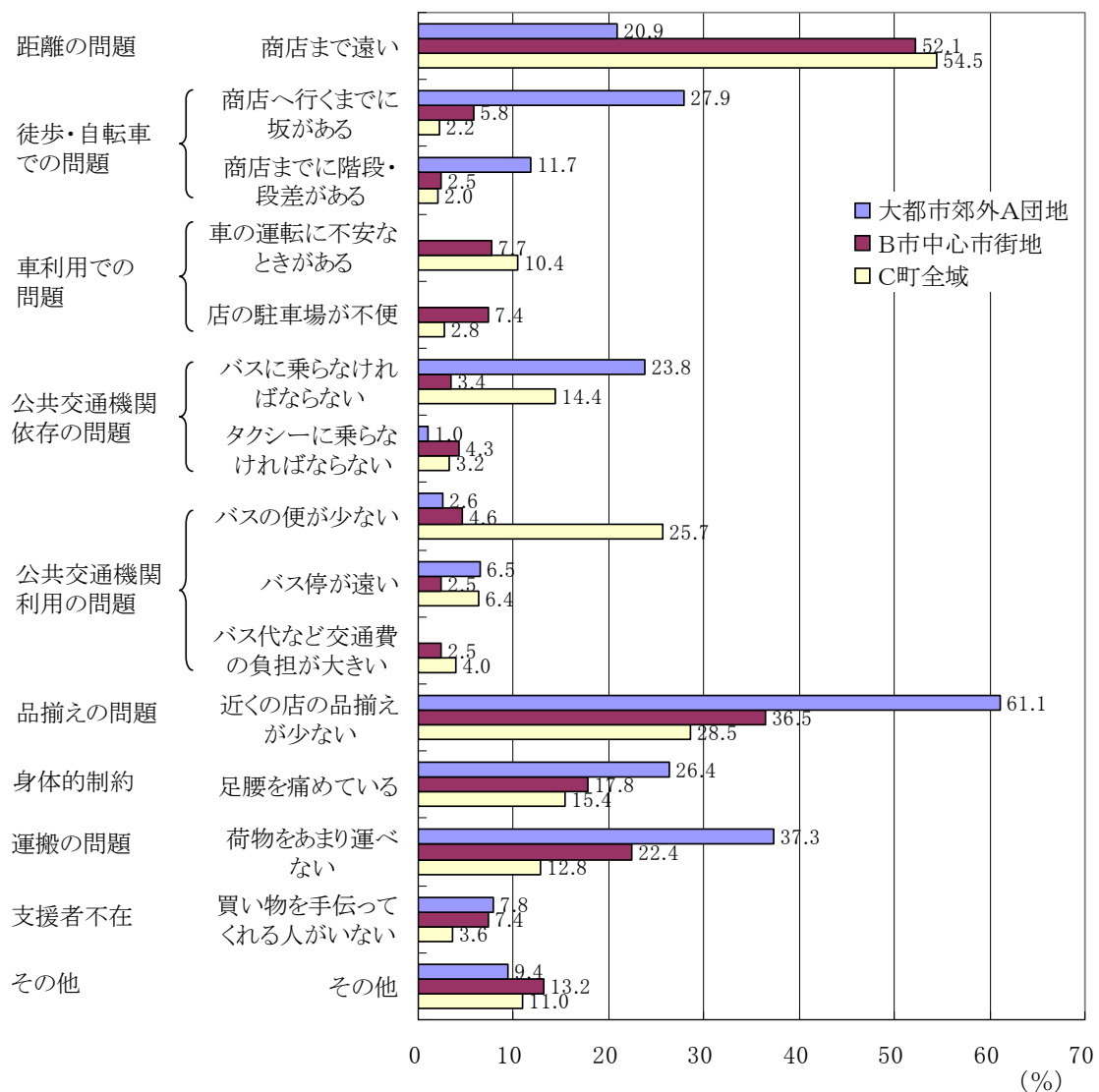
このうち(1)～(5)が手段的自立(5点満点)、(6)～(9)が知的能動性(4点満点)、(10)～(13)が社会的役割(4点満点)である。(熊谷〔3〕17ページ、熊谷〔4〕301～302ページ)

### 3. 食料品の買い物における不便や苦労の内容

#### ― 消費者はどのようなことに不便や苦労を感じるのか？

##### (1) 回答が多かった不便や苦労の内容

食料品の買い物において「不便や苦労がある」または「不便や苦労を感じることもある」と回答した者は、どのようなことに不便や苦労を感じているのかについてまとめた結果が第3図である。ここでは地域ごとにどのようなことが問題となっているかをみることにする。地域間の比較や、住民がおかれた状況ごとの比較は、後に主成分分析を用いて詳細に行う。



第3図 食料品の買い物における不便や苦労の内容(全年齢階層)

資料: 農林水産政策研究所

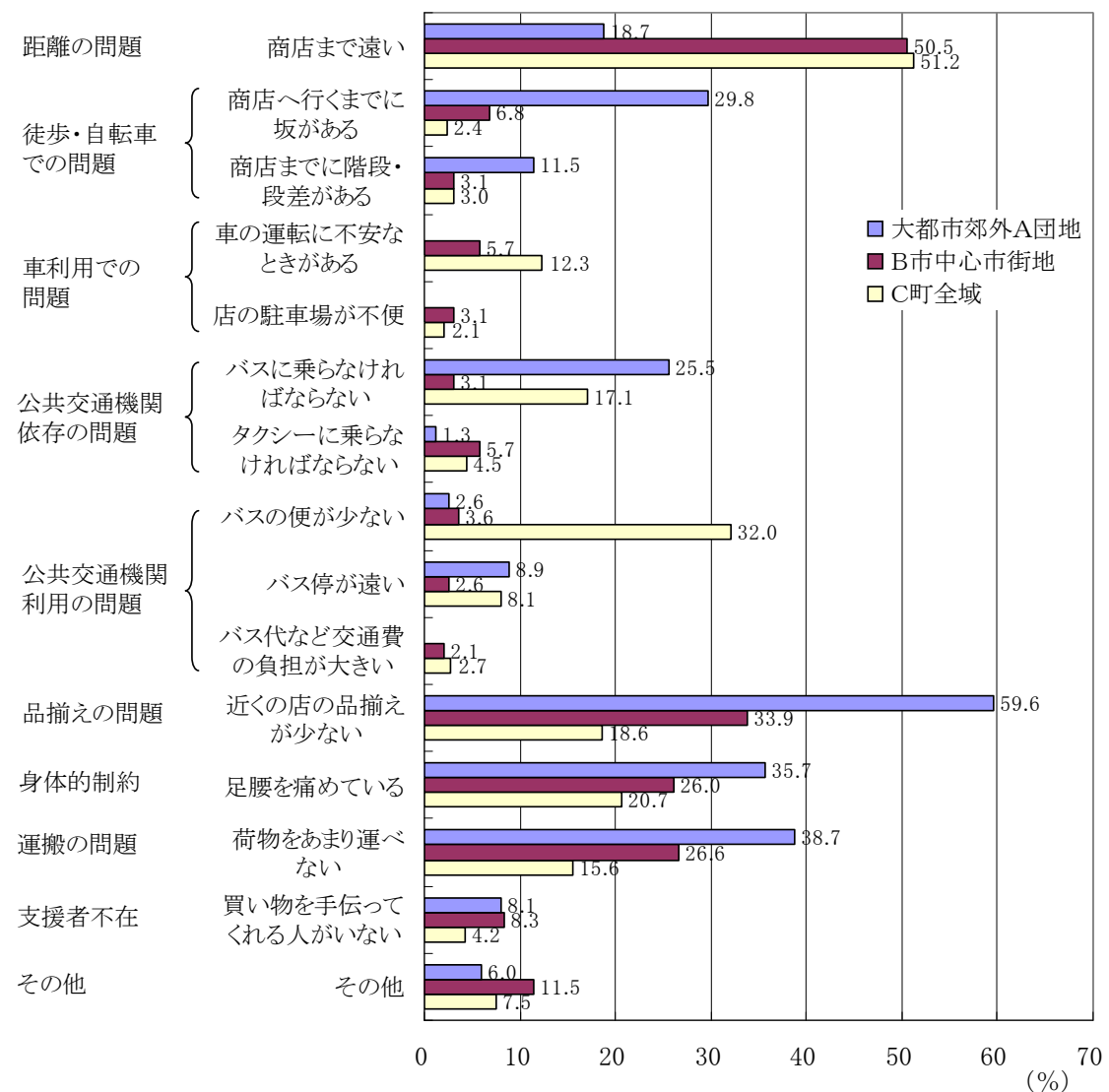
注: 「不便や苦労がある」、「不便や苦労を感じることもある」の回答者についてのもので複数回答。

地域別に問題となっている点は異なっており、「商店まで遠い」という距離の問題は、C町全域、B市中心市街地でそれぞれ54.5％、52.1％の者があげている。

大都市郊外A団地では、距離については他の地域ほどではないが、逆に多いのは「近くの店の品揃えが少ない」という問題で、61.1％の者がこれをあげている。品揃えの問題は大都市郊外A団地ほどではないが、他の地域でも大きい。

大都市郊外A団地で次いで多いのは「荷物をあまり運べない」という荷物運搬の問題であるが、「足腰を痛めている」という身体的制約によるものの他、前述した子育て世代が抱える問題でもある。また、「商店へ行くまでに坂がある」が多いのは、丘陵地であるという団地の地形的特徴を反映したものと思われる。

B市中心市街地でも、「足腰を痛めている」、「荷物をあまり運べない」という問題は多くの者が回答している。



第4図 食料品の買い物における不便や苦勞の内容(65歳以上)

資料: 農林水産政策研究所

注: 「不便や苦勞がある」、「不便や苦勞を感じることがある」の回答者についてのもので複数回答。



C町全域では「バスの便が少ない」、「バスに乗らなければならない」という問題が大きい。これは、第5表（6ページ）にみるように、C町全域では店舗までの距離が大都市郊外A団地やB市中心市街地よりも桁違いに長く、バスによる買い物が9.8%を占めることを反映しているとみられる。また、バスによる買い物は大都市郊外A団地でも32.6%に達しているが、これは、「近くの店の品揃えが少ない」ことを問題としてあげた住民が多いこととも関係していると考えられる。第3図において、大都市郊外A団地で「バスに乗らなければならない」ことを問題としてあげた住民が23.8%にも達しているのは、このような事情によるものと見られる。

問題として近くの店の品揃えがあげられていることは、食料品アクセス問題の解決に向けては、近くに店舗があるかどうかといった単なる食料品への物理的なアクセスのみならず、アクセスの質もまた重要な課題であることを提起している。最低限の食料品へのアクセスは当然確保されなければならないが、高度化した食生活を営む我が国においては、高齢者も含めて全ての国民が健康的で豊かな食生活を営めることが重要な課題である。

第4図は、第3図と同じ回答を65歳以上のみにについて集計したものである。選択肢間、地域間の相対的な関係は第3図とほとんど変わらないが、大都市郊外A団地では「足腰を痛めている」が35.7%と全年齢階層の26.4%を大幅に上回る。この他、B市中心市街地でも「足腰を痛めている」が26.0%、「荷物をあまり運べない」が26.6%で、全年齢階層を上回る。C町全域でも、「足腰を痛めている」が20.7%、「バスの便が少ない」が32.0%と全年齢階層を大きく上回っている。

## （２） 不便や苦勞の内容の地域間比較

どの地域の住民が、どのような問題を他の地域よりも相対的に多く抱えているかを、主成分分析によって明らかにした結果が、第11表である<sup>1</sup>。これによれば、大都市郊外A団地では、他地域に比べ、店舗までの距離が近いこと、徒歩による買い物が多いこと（6ページ第5表参照）を反映して、「商店へ行くまでに坂がある」、「商店までに階段・段差がある」といった、徒歩・自転車での問題が他地域よりも大きく出ている。また、「近くの店の品揃え」の問題も他地域より相対的に大きい。B市中心市街地では、「遠い」という距離の問題、「足腰を痛めている」という身体的な制約、「買い物を手伝ってくれる人がいない」という買い物を支援してくれる者の不在の問題が他地域より相対的に大きい。そして、C町全域では、店舗への距離が長いことを反映して、「バスの便が少ない」といった公共交通機関利用の問題が他地域より相対的に大きい。

ただし、以上は各地域の住民が抱える問題を地域間で比較した相対的なものであり、各地域ごとには、住民のおかれた状況に応じて、ここで指摘された以外のことも問題となっていることに注意が必要である。

第11表 食料品の買い物における不便や苦労の内容(地域間比較)

|             |                  | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地 | C町全域 | 特定の地域<br>に関わらない |
|-------------|------------------|--------------|-------------|------|-----------------|
| 距離の問題       | 商店まで遠い           | ×            | ○           | △    | △               |
| 徒歩・自転車での問題  | 商店へ行くまでに坂がある     | ○            |             | ×    | △               |
|             | 商店までに階段・段差がある    | ○            |             | △    | △               |
| 公共交通機関依存の問題 | バスに乗らなければならない    |              | ×           | △    | △               |
|             | タクシーに乗らなければならない  | ×            | △           | △    |                 |
| 公共交通機関利用の問題 | バスの便が少ない         | ×            | ×           | ○    |                 |
|             | バス停が遠い           |              | ×           | △    | △               |
| 品揃えの問題      | 近くの店の品揃えが少ない     | ○            | ×           | △    | △               |
| 身体的な制約      | 足腰を痛めている         | △            | ○           | △    | △               |
| 運搬の問題       | 荷物をあまり運べない       | △            | △           | △    | △               |
| 支援者不在       | 買い物を手伝ってくれる人がいない | ×            | ○           | ×    | △               |

資料：農林水産政策研究所

注 1) 全ての地域のデータを用いて主成分分析を行った結果を、因子負荷量0.3以上のものについて、表にしたものである。変数は、表頭、表側項目である。

2) どの地域(表頭)の住民が、他の地域と比べて相対的にどの選択肢(表側)に反応しているかを示しており、○は肯定的反応、×は否定的反応を示している。△は複数の主成分で相反する反応があることを示し、表頭項目に該当する住民の中に複数のグループがあることが示唆される。

3) 「不便や苦労がある」、「不便や苦労を感じることがある」と回答した者についてのものである。

### (3) 住民のおかれた状況に応じた不便や苦労の内容

第12表は、各地域ごとに行った主成分分析による詳細な分析結果である。どういう条件にある住民がどのような選択肢に肯定的あるいは否定的か、あるいは逆に、それぞれの選択肢に肯定的な住民はどのような住民かを表している。住民のおかれている条件として、「最もよく利用する店舗までの道路距離」と「高齢世帯か否か」そして、B市中心市街地についてはこれらに加えて「自分で自動車等を運転して買い物に行くか否か」も取り上げた。距離要因については、大都市郊外A団地は「～300m」、「300～600m」、「600m以上」の3区分、B市中心市街地は「～500m」、「500～1000m」、「1000m以上」の3区分、C町全域については、「～1000m」、「1000m以上」の2区分とした。

この結果からは次のような点が読み取れる。

- ① 「商店まで遠い」という店舗までの距離を問題にする住民は、当然のことながら店舗までの距離が大きな住民であるが、大都市郊外A団地では600m以上、B市中心市街地、C町全域では1000m以上の住民がこれに肯定的である。
- ② 大都市郊外A団地、B市中心市街地では、店舗までの距離が大きな住民は、バスやタクシーといった公共交通機関に依存しなければならないことを問題にしているが、この問題は、C町全域では、距離が大きな住民ではなく、高齢世帯の問題となっている。C町全域では、1000m以上か以下かで公共交通機関を使う必要性が決まるわけではない。
- ③ 高齢世帯が抱える問題としては、共通して「足腰を痛めている」ことがあげられる。C町全域では、「荷物をあまり運べない」という問題も抱えている。しかし、他の地域では、この問題は、高齢世帯か否かにかかわらず、店舗までの距離が中距離（大都市郊外A団地で300～600m、B市中心市街地で500～1000m）の住民が抱える問題となっている。

- ④ この他高齢世帯が抱える問題は、B市中心市街地では「商店へ行くまでに坂がある」、C町全域では「商店までに階段・段差がある」といった徒歩・自転車利用での問題があるが、大都市郊外A団地ではこれらの問題は高齢世帯ではなく、高齢世帯以外の世帯が問

第12表 食料品の買い物における不便や苦勞の内容(3地域詳細比較)

|             |                  | 店舗までの距離要因 |           |         | 高齢世帯か否か |        | 自身の自動車利用 |    |            |
|-------------|------------------|-----------|-----------|---------|---------|--------|----------|----|------------|
| 大都市郊外A団地    |                  | ～300m     | 300～600m  | 600m以上  | 高齢世帯    | 高齢世帯以外 | —        |    | 左の要因に関わらない |
| 距離の問題       | 商店まで遠い           | ×         | ×         | ○       | ×       | ○      | —        |    |            |
| 徒歩・自転車での問題  | 商店へ行くまでに坂がある     | △         | ×         |         | ×       | ○      | —        |    |            |
|             | 商店までに階段・段差がある    | ×         | ×         |         | ×       | ○      | —        |    |            |
| 車利用での問題     | —                | —         | —         | —       | —       | —      | —        |    |            |
|             | —                | —         | —         | —       | —       | —      | —        |    |            |
| 公共交通機関依存の問題 | バスに乗らなければならない    |           | ×         | ○       |         |        | —        |    |            |
|             | タクシーに乗らなければならない  |           | ×         | ○       |         |        | —        |    |            |
| 公共交通機関利用の問題 | バスの便が少ない         | △         | ○         |         | △       | △      | —        |    |            |
|             | バス停が遠い           | △         | ×         | ○       | △       | △      | —        |    |            |
|             | —                | —         | —         | —       | —       | —      | —        |    |            |
| 品揃えの問題      | 近くの店の品揃えが少ない     | ○         | △         |         |         |        | —        |    |            |
| 身体的な制約      | 足腰を痛めている         | ×         | ×         |         | ○       | ×      | —        |    |            |
| 運搬の問題       | 荷物をあまり運べない       | ×         | ○         |         |         |        | —        |    |            |
| 支援者不在       | 買い物を手伝ってくれる人がいない | ×         |           |         | ×       | ○      | —        |    |            |
| B市中心市街地     |                  | ～500m     | 500～1000m | 1000m以上 | 高齢世帯    | 高齢世帯以外 | あり       | なし | 左の要因に関わらない |
| 距離の問題       | 商店まで遠い           | ×         | ×         | ○       |         |        | ○        | ×  |            |
| 徒歩・自転車での問題  | 商店へ行くまでに坂がある     |           |           |         | ○       | ×      |          |    | △          |
|             | 商店までに階段・段差がある    |           |           |         | ×       | ○      |          |    | △          |
| 車利用での問題     | 車の運転に不安なときがある    |           |           |         | ○       | ×      |          |    | △          |
|             | 店の駐車場が不便         |           |           |         | ×       | ○      |          |    | △          |
| 公共交通機関依存の問題 | バスに乗らなければならない    |           |           | ○       | ×       | ○      |          |    |            |
|             | タクシーに乗らなければならない  |           |           | ○       | ○       | ×      |          |    |            |
| 公共交通機関利用の問題 | バスの便が少ない         |           |           | ○       | ×       | ○      |          |    |            |
|             | バス停が遠い           |           |           | ○       |         |        |          |    | △          |
|             | バス代など交通費の負担が大きい  |           |           | ○       |         |        |          |    | △          |
| 品揃えの問題      | 近くの店の品揃えが少ない     | ○         | ×         |         | ×       | ○      |          |    |            |
| 身体的な制約      | 足腰を痛めている         | ○         | ○         | ×       | ○       | ×      | ×        | ○  | △          |
| 運搬の問題       | 荷物をあまり運べない       | △         | ○         | ×       |         |        | ×        | ○  |            |
| 支援者不在       | 買い物を手伝ってくれる人がいない | ○         | ○         | ×       |         |        | ×        | ○  | △          |
| C町全域        |                  | ～1000m    |           | 1000m以上 | 高齢世帯    | 高齢世帯以外 | —        |    | 左の要因に関わらない |
| 距離の問題       | 商店まで遠い           | ×         |           | ○       | △       | △      | —        |    | △          |
| 徒歩・自転車での問題  | 商店へ行くまでに坂がある     | ×         |           | ○       |         |        | —        |    |            |
|             | 商店までに階段・段差がある    | △         |           | △       | ○       | ×      | —        |    |            |
| 車利用での問題     | 車の運転に不安なときがある    |           |           |         |         |        | —        |    | △          |
|             | 店の駐車場が不便         | ○         |           | ×       | ×       | ○      | —        |    | △          |
| 公共交通機関依存の問題 | バスに乗らなければならない    |           |           |         | ○       | ×      | —        |    |            |
|             | タクシーに乗らなければならない  |           |           |         | ○       | ×      | —        |    | △          |
| 公共交通機関利用の問題 | バスの便が少ない         |           |           |         | ○       | ×      | —        |    |            |
|             | バス停が遠い           |           |           |         | ○       | ×      | —        |    |            |
|             | バス代など交通費の負担が大きい  | △         |           | △       | △       | △      | —        |    |            |
| 品揃えの問題      | 近くの店の品揃えが少ない     | ○         |           | ×       | ×       | ○      | —        |    |            |
| 身体的な制約      | 足腰を痛めている         | ○         |           | ×       | ○       | ×      | —        |    | △          |
| 運搬の問題       | 荷物をあまり運べない       | ○         |           | ×       | ○       | ×      | —        |    |            |
| 支援者不在       | 買い物を手伝ってくれる人がいない |           |           |         | ○       | ×      | —        |    |            |

資料:農林水産政策研究所

- 注 1) 地域ごとに主成分分析を行った結果を、地域間の比較のため、因子負荷量0.3以上のものについて、表にしたものである。変数は、表頭、表側項目である。ただし、「—」は変数に含まれていない。
- 2) どのような条件(表頭)にある住民が、どの選択肢(表側)に反応しているかを示しており、○は肯定的反応、×は否定的反応を示している。△は複数の主成分で相反する反応があることを示し、表頭項目に該当する住民の中に複数のグループがあることが示唆される。
- 3) 空欄は因子負荷量が0.3未満であることを示す。
- 4) 「店舗までの距離」は、最もよく利用する店舗までの距離である(最も近い店舗までの距離ではない)。
- 5) ここでの「高齢世帯」は、「高齢単身世帯」と「高齢夫婦世帯」である。
- 6) 「不便や苦勞がある」、「不便や苦勞を感じることもある」と回答した者についてのものである。

題にしているほか、B市中心市街地でも「商店までに階段・段差がある」という問題は高齢世帯以外が問題にしている。大都市郊外A団地に関しては、前述の比較的若い世代でも買い物に不便や苦労があることと関連している可能性がある。

- ⑤ 車利用に関する問題は、B市中心市街地、C町全域共通して「店の駐車場が不便」は高齢世帯以外が問題としており、C町全域では店舗までの距離 1000m 以下の住民も問題としている。「車の運転に不安なときがある」はB市中心市街地では高齢世帯が問題としているが、C町全域では、高齢世帯か否かには関わりがなかった。
- ⑥ 公共交通機関への依存の問題は、②で述べたようにC町全域では高齢世帯が問題にしているが、B市中心市街地では、「バスに乗らなければならない」は高齢世帯以外、「タクシーに乗らなければならない」は高齢世帯が問題にしている。大都市郊外A団地では、高齢世帯か否かとの関係は見出されなかった。
- ⑦ 公共交通機関の利用の問題は、C町全域では、「バスの便が少ない」、「バス停が遠い」という問題は公共交通機関への依存の問題と同様高齢世帯が問題にしている。「交通費負担が大きい」という問題は、肯定的なグループと否定的なグループが存在する。B市中心市街地では、「バスの便が少ない」という問題は高齢世帯以外が問題にしているが、その他の問題も含め公共交通機関利用の問題は、店舗までの距離が 1000m 以上の住民が問題にしている。大都市郊外A団地では、「バスの便が少ない」、「バス停が遠い」ことについては高齢世帯のなかでも肯定的なグループと否定的なグループが存在するが、距離要因でみると、それぞれ 300 ～ 600m, 600m 以上の住民が問題にしている。
- ⑧ 店舗までの距離が近い（大都市郊外A団地で 300m 以下、B市中心市街地で 500m 以下、C町全域で 1000m 以下）住民は、共通して「近くの店の品揃えが悪い」ことを問題としており、距離が近いから問題がないというわけではない。また、距離が近いということは、徒歩や自転車での買い物が中心になると思われるが、「足腰を痛めている」（B市中心市街地、C町全域の 1000m 以下の住民）といった身体的な制約、「荷物をあまり運べない」（大都市郊外A団地で 300 ～ 600m, B市中心市街地で 500 ～ 1000m, C町全域で 1000m 以下の住民）といった運搬の問題がある。
- ⑨ 最後に、「買い物を手伝ってくれる人がいない」という買い物支援者の不在の問題は、地域によって状況が異なる。大都市郊外A団地では高齢世帯以外の世帯が、B市中心市街地では高齢世帯か否かにかかわらず 1000m 以下の世帯が、C町全域では高齢世帯が問題としている。

以上、各地域の問題を詳細にみてきたが、店舗が近くにあっても、品揃えが悪いという問題を共通して抱えていること、高齢世帯のみならず高齢世帯以外の世帯にとって問題となっていることもあることが明らかになっている。

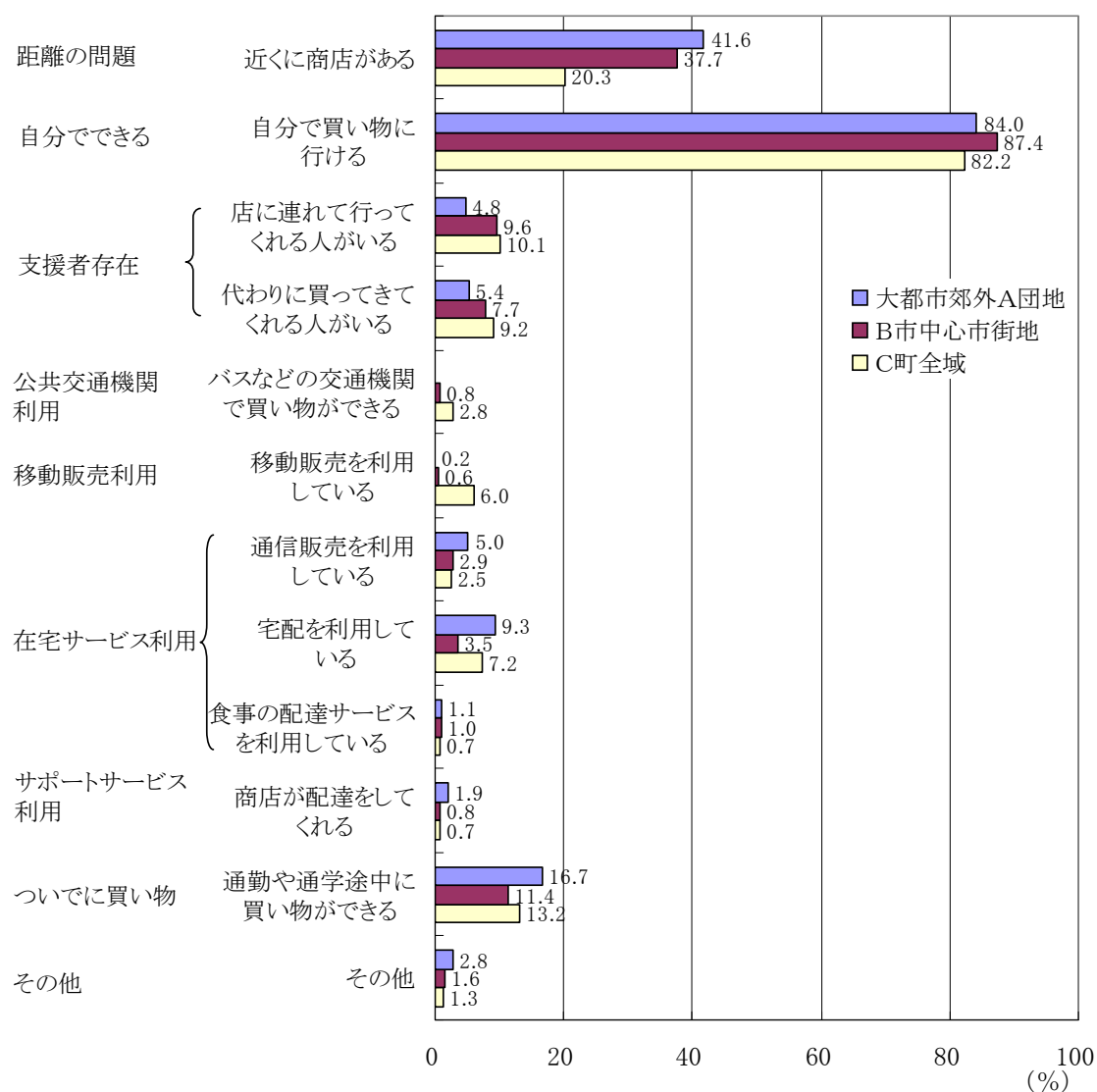
注1 主成分分析は、通常、多変数から小数の合成変数を作成するのに用いられるが、ここでは、さらに、因子負荷量を利用した変数間の因果関係の分析に用いている。以下の主成分分析でも同様である。このような分析手法については、石田〔1〕を参照。

#### 4. 食料品の買い物で不便や苦勞がない理由

##### — 不便や苦勞がない消費者はどのような条件にある人か？

##### (1) 回答が多かった不便や苦勞がない理由

次に、食料品の買い物で「不便や苦勞はあまりない」、「不便や苦勞は全くない」と回答した者が、どのような理由で不便や苦勞がないとしているのか、その理由をまとめたのが第5図である。地域間の比較など詳細な比較は、後に主成分分析を用いて行う。



第5図 食料品の買い物に不便や苦勞がない理由(全年齢階層)

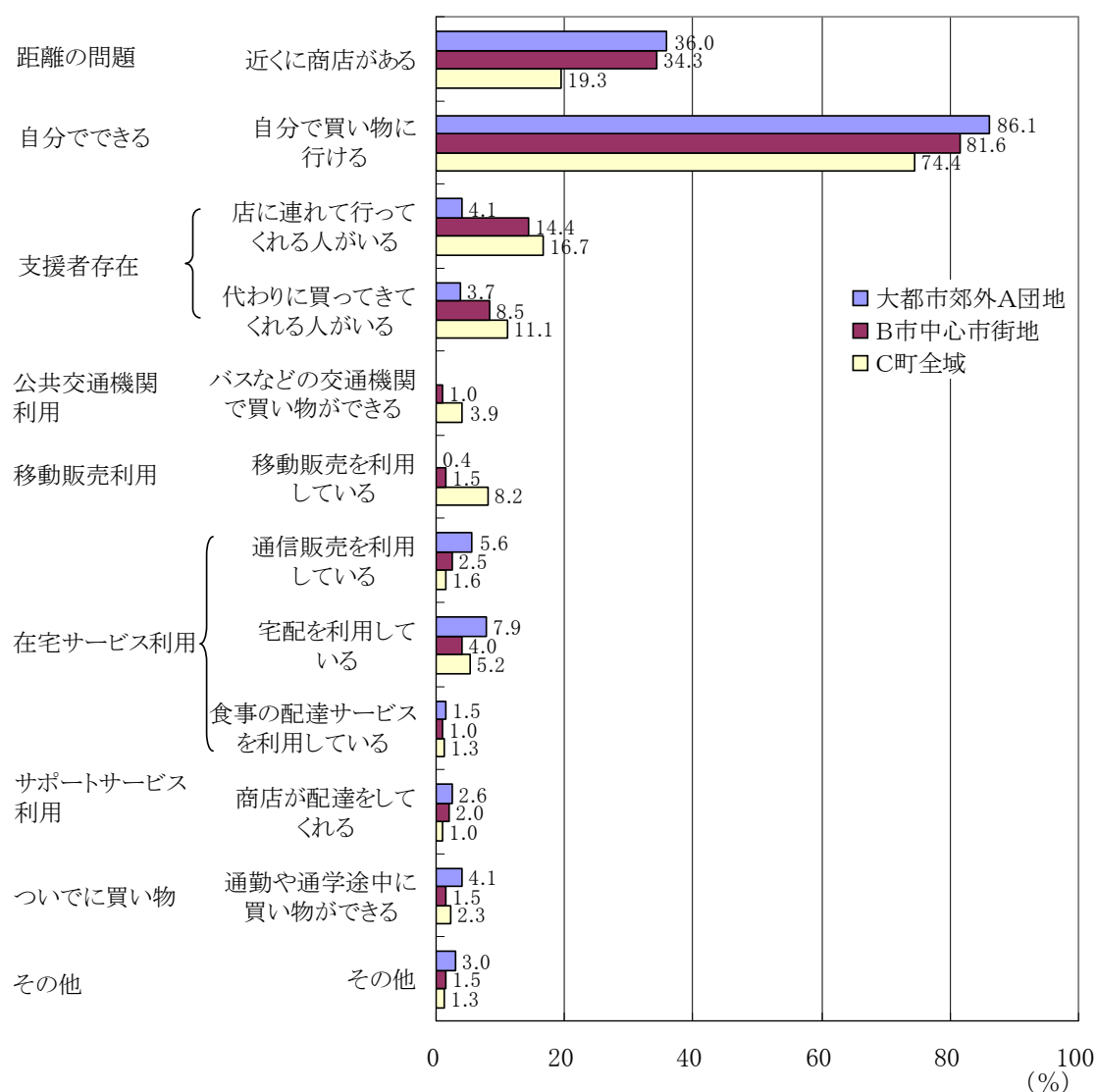
資料: 農林水産政策研究所

注. 「不便や苦勞はあまりない」、「不便や苦勞は全くない」の回答者についてのもので複数回答。

どの地域でも高い「自分で買い物に行ける」を除くと、「近くに商店がある」が、大都市郊外A団地 41.6 %，B市中心市街地 37.7 %，C町全域 20.3 %で最も高い。第3図とは逆に，商店への距離が近いということは，不便や苦勞のない大きな理由となっている。次いで，「通勤や通学途中に買い物ができる」が，いずれの地域でも高い。ただし，後述するように，65歳以上についての集計結果では，この理由は大きくはない。

大都市郊外A団地では，これに次いで，「宅配を利用している」が理由となっている。

B市中心市街地，C町全域で多い理由は，「店に連れて行ってくれる人がいる」，「代わりに買ってきてくれる人がいる」といった買い物支援者の存在である。この辺に，大都市郊外の団地よりも地方都市や農山村の方が「人と人のつながり」が強いことのあらわれをみてとることができよう。実際，地域活動への参加状況をみると（7 ページ第6表），地域活動に参加している割合は，「参加のみならず企画・立案もしている」，「自ら進んで参



第6図 食料品の買い物に不便や苦勞がない理由(65歳以上)

資料: 農林水産政策研究所

注. 「不便や苦勞はあまりない」，「不便や苦勞は全くない」の回答者についてのものので複数回答.

加している」、「人に誘われれば参加している」のいずれも、C町全域が最も高く、次いでB市中心市街地、大都市郊外A団地となっている。

以上の買い物における不便や苦勞がない理由を65歳以上に限って集計した結果が第6図である。全年齢階層の結果である第5図と比較すると「通勤や通学途中に買い物ができる」が低いほかは、特に、B市中心市街地とC町全域では買い物支援者の存在を理由とする割合が高い。特に、「店に連れて行ってくれる人がいる」の割合が「代わりに買ってきてくれる人がいる」の割合に比べて大幅に上昇しており、これらの地域では、高齢者は、人を買ってきてもらうよりも、店に連れて行ってもらって自分で買い物ができることが不便や苦勞のない理由となっている。

そのほか、C町全域では「移動販売を利用している」ことを理由とする者の割合が高いことも他の地域と比べた特徴となっている。

## (2) 不便や苦勞がない理由の地域間比較

食料品の買い物における不便や苦勞がない理由についての地域間の相対的な比較を主成分分析を用いて行った結果が第13表である。これによると、大都市郊外A団地、B市中心市街地では商店への距離が近いことが不便や苦勞がない理由となっているが、C町全域ではこれは理由になっておらず、これら2地域と対比して「移動販売を利用している」ことが不便や苦勞がない理由となっている。

このほか、「自分で買い物に行ける」を理由にしている人は大都市郊外A団地に相対的に多い。B市中心市街地とC町全域は、これを理由にしている住民のグループと、そうでないグループが存在するようである。

買い物支援者の存在については、大都市郊外A団地の住民は、これを理由とすることには否定的であるが、「店に連れて行ってくれる人がいる」については、B市中心市街地とC町全域ではこれに肯定的なグループも一部存在するとみられる。「代わりに買ってきてく

第13表 食料品の買い物における不便や苦勞がない理由(地域間比較)

|            |                  | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地 | C町全域 | 特定の地域<br>に関わらない |
|------------|------------------|--------------|-------------|------|-----------------|
| 距離の問題      | 近くに商店がある         | ○            | ○           | ×    |                 |
| 自分で買い物できる  | 自分で買い物に行ける       | ○            | △           | △    |                 |
| 買い物支援者の存在  | 店に連れて行ってくれる人がいる  | ×            | △           | △    |                 |
|            | 代わりに買ってきてくれる人がいる |              | ○           | ×    |                 |
| 移動販売利用     | 移動販売を利用している      | ×            | ×           | ○    | △               |
|            | 通信販売を利用している      | ×            |             |      |                 |
| 在宅でのサービス利用 | 宅配を利用している        | △            |             |      |                 |
|            | 食事の配達サービスを利用している | ×            |             |      | △               |
| サポートサービス利用 | 商店が配達をしてくれる      | ×            |             |      | △               |
| ついでに買い物    | 通勤や通学途中に買い物できる   |              |             |      | △               |

資料:農林水産政策研究所

注 1) 全ての地域のデータを用いて主成分分析を行った結果を、因子負荷量0.3以上のものについて、表にしたものである。変数は、表頭、表側項目である。

2) どの地域(表頭)の住民が、他の地域と比べて相対的にどの選択肢(表側)に反応しているかを示しており、○は肯定的反応、×は否定的反応を示している。△は複数の主成分で相反する反応があることを示し、表頭項目に該当する住民の中に複数のグループがあることが示唆される。

3) 「不便や苦勞はあまりない」、「不便や苦勞は全くない」と回答した者についてのものである。



れる人がいる」ことを理由にすることについては、B市中心市街地の住民が肯定的であり、C町全域の住民が否定的である。

「宅配を利用している」ことについては、大都市郊外A団地にはこれを理由とすることに肯定的なグループと否定的なグループの存在が示唆されるが、他の地域では不便や苦勞がないこととの関係が見出されなかった。

### (3) 住民のおかれた状況に応じた不便や苦勞がない理由

第14表は、各地域ごとに主成分分析を行った詳細な結果である。各地域ごとにどのような条件にある住民が、どのような理由で不便や苦勞がないのかを示している。この表からは次のことが見てとれる。

- ① 大都市郊外A団地では 600m 以下、B市中心市街地では 1000m 以下、C町全域では 2000m 以下までの住民が、「近くに商店がある」ことを理由としている。
- ② また、大都市郊外A団地では、300m 以下の住民が、「移動販売を利用している」、「商店が配達してくれる」ことを理由としており、B市中心市街地では、500～1000m の住民が「通信販売を利用している」ことを理由としている。また、C町全域では、1000～2000m の住民が、「食事の配達サービスを利用している」ことを理由としている。
- ③ 高齢世帯は、大都市郊外A団地では「自分で買い物できる」、「宅配を利用している」、「食事の配達サービスを利用している」、「商店が配達してくれる」を理由とし、B市中心市街地では、「移動販売を利用している」こと、C町全域では「食事の配達サービスを利用している」ことを理由としている。
- ④ 他方、大都市郊外A団地で買い物支援者の存在を理由としてあげたのは、高齢世帯以外の世帯であり、C町全域では高齢世帯以外の世帯が「代わりに買ってきてくれる人がいる」ことを理由として掲げた。③と併せて解釈すると、C町全域内部の分析では、C町全域の高齢者は、買い物支援者の存在よりも、食事の配達サービスが不便や苦勞がない理由となっていることが示唆される。なお、この分析での高齢世帯は、高齢単身世帯と高齢夫婦世帯であり、高齢世帯以外の世帯には高齢者のいる3人以上世帯が含まれる。3人以上世帯では、高齢者以外の世帯員が買い物支援者となっているのかもしれない。
- ⑤ また、在宅でのサービス利用も、B市中心市街地では「通信販売を利用している」ことを理由としたのは高齢世帯以外の世帯であり、C町全域では「通信販売を利用している」、「宅配を利用している」を理由としてあげたのは高齢世帯以外の世帯であった。③と併せて解釈すると、宅配の利用は大都市郊外団地の高齢者にとっては買い物の不便や苦勞がない理由となるが、農山村では、通信販売と併せて高齢世帯以外にとっての理由となっていること、在宅でのサービス利用のなかでも食事の配達サービスは、大都市団地、農山村の高齢者のいずれにも共通する理由となっていることが示唆される。
- ⑥ 最後に、「通勤や通学途中に買い物できる」を理由としてあげたのは高齢世帯以外の世帯であった。



以上から、高齢世帯にとって不便や苦勞のない理由は、大都市郊外団地や農山村では、食事の配達サービスの利用であり、これらの地域では、買い物支援者の存在は、概して高齢世帯以外の世帯の理由となっているといえる。そして、これについては、高齢世帯以外の世帯には、高齢者を含む3人以上世帯が含まれるため、世帯の中に買い物支援者がいることが理由である可能性がある。

第14表 食料品の買い物における不便や苦勞がない理由(3地域詳細比較)

|            |                                     | 店舗までの距離要因 |            |         | 高齢世帯か否か |        |            |
|------------|-------------------------------------|-----------|------------|---------|---------|--------|------------|
| 大都市郊外A団地   |                                     | ～300m     | 300～600m   | 600m以上  | 高齢世帯    | 高齢世帯以外 | 左の要因に関わらない |
| 距離の問題      | 近くに商店がある                            | ○         | ○          | ×       | ×       | ○      | △          |
| 自分でできる     | 自分で買い物に行ける                          |           |            |         | ○       | ×      |            |
| 支援者存在      | 店に連れて行ってくれる人がいる<br>代わりに買ってきてくれる人がいる |           |            |         | ×       | ○      | △          |
| 公共交通機関利用   | —                                   | —         | —          | —       | —       | —      | —          |
| 移動販売利用     | 移動販売を利用している                         | ○         |            |         | △       | △      |            |
| 在宅サービス利用   | 通信販売を利用している                         | △         | ×          |         | △       | △      |            |
|            | 宅配を利用している                           | △         | ×          |         | ○       | ×      |            |
|            | 食事の配達サービスを利用している                    | ×         |            |         | ○       | ×      | △          |
| サポートサービス利用 | 商店が配達をしてくれる                         | ○         |            |         | ○       | ×      |            |
| ついでに買い物    | 通勤や通学途中に買い物できる                      | △         |            |         | ×       | ○      |            |
| B市中心市街地    |                                     | ～500m     | 500～1000m  | 1000m以上 | 高齢世帯    | 高齢世帯以外 | 左の要因に関わらない |
| 距離の問題      | 近くに商店がある                            | ○         | ○          | ×       |         |        |            |
| 自分でできる     | 自分で買い物に行ける                          |           |            |         |         |        | △          |
| 支援者存在      | 店に連れて行ってくれる人がいる<br>代わりに買ってきてくれる人がいる | △         | △          |         | △       | △      | △          |
| 公共交通機関利用   | バスなどの交通機関で買い物ができる                   |           |            |         |         |        | △          |
| 移動販売利用     | 移動販売を利用している                         |           |            |         | ○       | ×      | △          |
| 在宅サービス利用   | 通信販売を利用している                         | ×         | ○          |         | ×       | ○      | △          |
|            | 宅配を利用している                           | △         | △          |         | △       | △      |            |
|            | 食事の配達サービスを利用している                    |           |            |         |         |        | △          |
| サポートサービス利用 | 商店が配達をしてくれる                         |           |            |         |         |        | △          |
| ついでに買い物    | 通勤や通学途中に買い物できる                      | △         | △          |         | ×       | ○      |            |
| C町全域       |                                     | ～1000m    | 1000～2000m | 2000m以上 | 高齢世帯    | 高齢世帯以外 | 左の要因に関わらない |
| 距離の問題      | 近くに商店がある                            | ○         | ○          | ×       |         |        |            |
| 自分でできる     | 自分で買い物に行ける                          |           |            |         |         |        | △          |
| 支援者存在      | 店に連れて行ってくれる人がいる<br>代わりに買ってきてくれる人がいる |           |            |         | ×       | △      | △          |
| 公共交通機関利用   | バスなどの交通機関で買い物ができる                   |           |            |         |         |        | △          |
| 移動販売利用     | 移動販売を利用している                         |           |            |         |         |        | △          |
| 在宅サービス利用   | 通信販売を利用している                         |           |            |         | ×       | ○      | △          |
|            | 宅配を利用している                           |           |            |         | ×       | ○      | △          |
|            | 食事の配達サービスを利用している                    | ×         | ○          |         | ○       | ×      |            |
| サポートサービス利用 | 商店が配達をしてくれる                         |           |            |         |         |        | △          |
| ついでに買い物    | 通勤や通学途中に買い物できる                      |           |            |         | ×       | ○      | △          |

資料：農林水産政策研究所

注 1) 地域ごとに主成分分析を行った結果を、地域間の比較のため、因子負荷量0.3以上のものについて、表にしたものである。

変数は、表頭、表側項目である。

2) どのような条件(表頭)にある住民が、どの選択肢(表側)に反応しているかを示しており、○は肯定的反応、×は否定的反応を示している。△は複数の主成分で相反する反応があることを示し、表頭項目に該当する住民の中に複数のグループがあることが示唆される。

3) 空欄は因子負荷量が0.3未満であることを示す。

4) 「店舗までの距離」は、最もよく利用する店舗までの距離である(最も近い店舗までの距離ではない)。

5) ここでの「高齢世帯」は、「高齢単身世帯」と「高齢夫婦世帯」である。

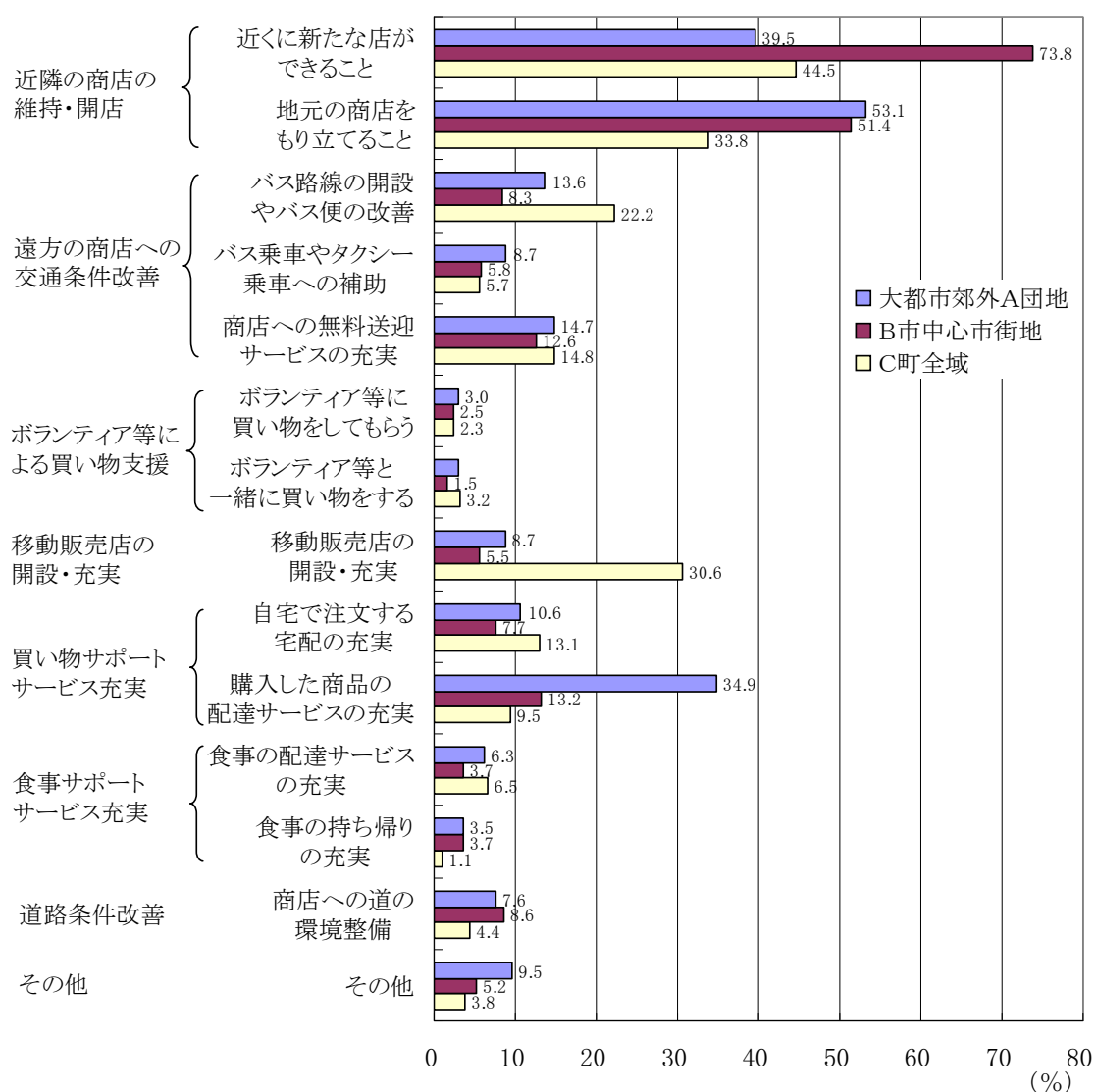
6) 「不便や苦勞はあまりない」、「不便や苦勞は全くない」と回答した者についてのものである。

## 5. 食料品の買い物における不便や苦労を解消するために重要なこと（住民の視点）

### ー 住民は不便や苦労の解消に何が重要だと思っているのか？

#### （1） 回答が多かった不便や苦労を解消するために重要なこと

住民の意識分析の最後は、食料品の買い物における不便や苦労を解消するためにそれぞれの地域の住民は何が重要だと思っているのかである。第7図は、全年齢階層の回答者についての集計結果である。B市中心市街地では、「近くに新たな店ができること」、「地元の商店をもち立てること」がそれぞれ 73.8 %、51.4 %に達しており、近隣の商店の維持



第7図 食料品の買い物における不便や苦労をなくすために重要なこと（全年齢階層）

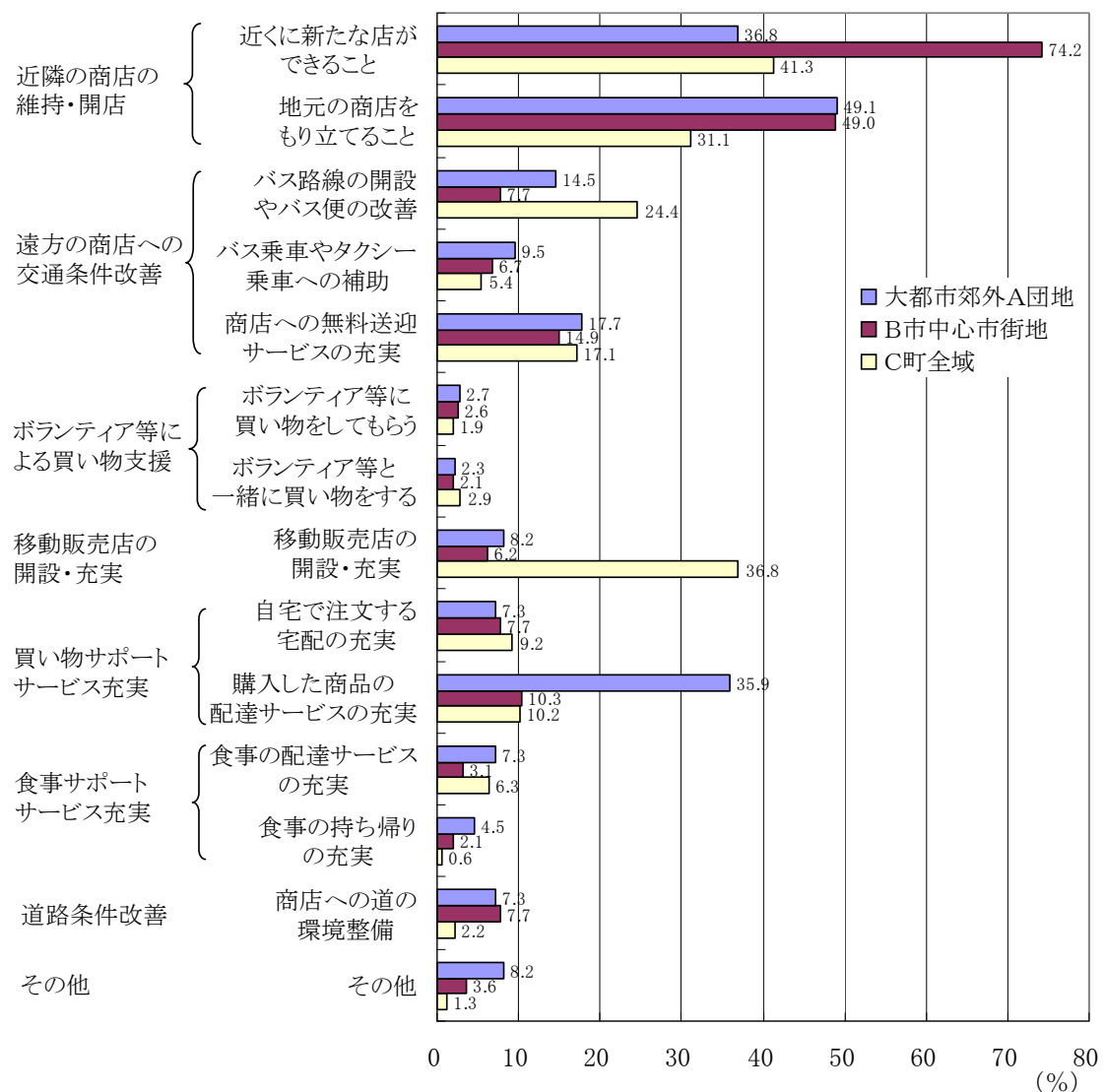
資料: 農林水産政策研究所

注: 「不便や苦労がある」、「不便や苦労を感じることもある」と回答した者についてのもので複数回答。

・開店が最も重要であると考えている。この状況は程度は大きく異なるが、他の2地域でも同様である。

しかし、その次にくるのは地域により大きく異なる。大都市郊外A団地では、次が「購入した商品の配達サービスの充実」で、34.9 %に達している。B市中心市街地でも程度は大きく異なるがこれが次にくる。両地域ともこれに続くのが「商店への無料送迎サービスの充実」、「バス路線の開設やバス便の改善」といった遠方の商店への交通条件の改善である。

他方、C町全域では、近隣の商店の維持・開店の次は「移動販売店の開設・充実」であり、他の地域が10 %以下なのに対して30.6 %と突出している。次いで「バス路線の開設やバス便の改善」(22.2 %), 「商店への無料送迎サービスの充実」(14.8 %)といった遠方の商店への交通条件改善となっている。また、「自宅で注文する宅配の充実」も、13.1 %



第8図 食料品の買い物における不便や苦勞をなくすために重要なこと  
(65歳以上)

資料: 農林水産政策研究所

注: 「不便や苦勞がある」、「不便や苦勞を感じることもある」と回答した者についてのもので複数回答。

と無料送迎サービスの充実と同程度となっている。

いずれの地域も、ボランティア等による買い物支援を重要と答えた割合は少なかった。

以上のような住民の反応は、それぞれの地域のおかれた条件に応じた、かなり現実的な反応と考えることができる。「近くに新たな店ができること」は、中心市街地でその潜在的な可能性があるB市中心市街地で高い。実際、調査時点では食料品スーパーが出店予定であった。いずれの地域も自ら店に出向いて買い物をする環境を整えることを重視しており、新たな店の出店等は現実的ではないC町全域では、「移動販売店の開設・充実」や遠方の商店への交通条件改善を重視している。そして、近くに店もあり、また公共交通条件も他地域に比べて恵まれている大都市郊外A団地では、「購入した商品の配達サービス」という買い物サポートサービスの充実を重要な課題としてあげている。食料品の買い物における不便や苦労を解消するために重要であると住民が考えているのは、まずは店舗へのアクセス改善であり、それは、地域の条件に応じて、「近くに店舗ができる」、「近くに店舗が来る」、「遠くの店舗に行きやすくする」のいずれかであるといえる。

以上を65歳以上について集計したものが第8図である。概して傾向は全年齢階層と同じであるが、特に、C町全域の65歳以上層は、「移動販売店の開設・充実」が全年齢層よりも高いことが大きな特徴となっている。また、65歳以上についてはB市中心市街地を除き、近隣の商店の維持・開店を重視する程度が全年齢層平均よりも低い。また、B市中心市街地を除き、「自宅で注文する宅配の充実」も全年齢層よりも低くなっている。

## (2) 不便や苦労を解消するために重要なことの地域間比較

以上の集計結果では、各地域においてどの選択肢が多く回答されているかを見ることはできるが、各地域間の比較を行うには十分ではない。そこで、全地域のデータをもとに主

第15表 食料品の買い物における不便や苦労をなくすために重要なこと(地域間比較)

|                     |                                                      | 大都市郊外<br>A団地 | B市<br>中心市街地 | C町全域 | 特定の地域<br>に関わらない |
|---------------------|------------------------------------------------------|--------------|-------------|------|-----------------|
| 近隣の商店の維持・開店         | 近くに新たな店ができること<br>地元の商店をもり立てること                       | ×            | ○           | △    | △               |
| 遠方の商店への<br>交通条件改善   | バス路線の開設やバス便の改善<br>バス乗車やタクシー乗車への補助<br>商店への無料送迎サービスの充実 | ×            | ○           | ○    | △<br>△<br>△     |
| ボランティア等による<br>買い物支援 | ボランティア等に買い物をしてもらう<br>ボランティア等と一緒に買い物をする               | ×            | ○           |      | △<br>△          |
| 移動販売店の開設・充実         | 移動販売店の開設・充実                                          |              | ×           | ○    |                 |
| 買い物サポートサービス<br>充実   | 自宅で注文する宅配の充実<br>購入した商品の配達サービスの充実                     | ○            |             | ×    | △               |
| 食事サポートサービス<br>充実    | 食事の配達サービスの充実<br>食事の持ち帰りの充実                           | ×            | ○           |      | △<br>△          |
| 道路条件改善              | 商店への道の環境整備                                           |              |             |      |                 |

資料：農林水産政策研究所

注 1) 全ての地域のデータを用いて主成分分析を行った結果を、因子負荷量0.3以上のものについて、表にしたものである。変数は、表頭、表側項目である。

2) どの地域(表頭)の住民が、他の地域と比べて相対的にどの選択肢(表側)に反応しているかを示しており、○は肯定的反応、×は否定的反応を示している。△は複数の主成分で相反する反応があることを示し、表頭項目に該当する住民の中に複数のグループがあることが示唆される。

3) 「不便や苦労がある」、「不便や苦労を感じることもある」と回答した者についてのものである。

成分分析を行って、地域間の相対的な比較を行ったのが第 15 表である。

まず、大都市郊外 A 団地では、他地域に比べ、「購入した商品の配達サービスの充実」といった買い物のサポートサービスの充実が他の地域よりも大きい。

次に、B 市中心市街地では、「近くに新たな店ができること」が他の地域よりも大きく出ている。また、「バス乗車やタクシー乗車への補助」、「商店への無料送迎サービスの充実」といった遠方の商店への交通条件改善が他地域よりも大きい。また、「ボランティア等により買い物をしてもらう」、「ボランティア等と一緒に買い物をする」というボランティア等による買い物支援、「食事の持ち帰りの充実」が他の地域よりも大きい。

最後に、C 町全域では、店舗への距離が他地域よりも大きいことを反映して、「バス路線の開設やバス便の改善」が他地域よりも大きい。また、「移動販売店の開設・充実」も他地域よりも大きい。

以上は各地域の住民が重要と考える点を地域間で比較した相対的なものであり、各地域ごとには、住民の属性に応じて、ここで指摘された以外のことも重要と考えられていることは留意が必要である。

### (3) 住民のおかれた状況に応じた不便や苦勞をなくすために重要なこと

各地域別に主成分分析により、どのような条件の住民が、どのような点を重要と考えるかを明らかにしたものが第 16 表である。

- ① それぞれの地域の中で相対的に遠方の商店で買い物をしている住民（大都市郊外 A 団地で 600m 以上、B 市中心市街地で 1000m 以上、C 町全域で 10km 以上）は、B 市中心市街地と C 町全域では「近くに新たな店ができること」が重要であると考えている。また、大都市郊外 A 団地と B 市中心市街地では、「バス路線の開設やバス便の改善」が、大都市郊外 A 団地と C 町全域では「自宅で注文する宅配の充実」が、B 市中心市街地では、「食事の持ち帰りの充実」、「商店への道の環境整備」が重要であると考えている。
- ② この他、バス便の改善等の遠方の商店への交通条件の改善は、B 市中心市街地では 500 ～ 1000m の住民が「バス乗車やタクシー乗車への補助」を、C 町全域では 10km 以下の住民が「バス路線の開設やバス便の改善」、「バス乗車やタクシー乗車への補助」、「商店への無料送迎サービスの充実」を重要であると考えている。
- ③ ボランティア等による買い物支援（「ボランティア等により買い物をしてもらう」、「ボランティア等と一緒に買い物をする」）については、どの地域も相対的に店舗までの距離が小さいか、中程度の住民が重要と考えており、大都市郊外 A 団地では 600m 以下の住民が、B 市中心市街地では 500m 以下の住民が重要と考えている。C 町全域では 5km ～ 10km の住民が重要と考えている。
- ④ ボランティア等による買い物支援については、B 市中心市街地では、高齢世帯は、ボランティア等により買い物をしてもらうのではなく、ボランティア等と一緒に買い物をすることを重視している。

- ⑤ 買い物サポートサービスについては、B市中心市街地では、自宅で注文する宅配の充実、500m以下の住民が重要であるとしている。この他、購入した商品の配達サービスの充実、大都市郊外A団地では300～600mの住民が、B市中心市街地では500m以下の住民が、C町全域では5km以下の住民が重要であるとしている。この買い物サポートサービスの充実については、B市中心市街地、C町全域では、高齢世帯以外の世

第16表 食料品の買い物における不便や苦勞をなくすために重要なこと(3地域詳細比較)

|                 |                   | 店舗までの距離要因 |             |          | 高齢世帯か否か |        | 年金生活者か否か |         |            |
|-----------------|-------------------|-----------|-------------|----------|---------|--------|----------|---------|------------|
| 大都市郊外A団地        |                   | ～300m     | 300～600m    | 600m以上   | 高齢世帯    | 高齢世帯以外 | 年金生活者    | 年金生活者以外 | 左の要因に関わらない |
| 近隣の商店の維持・開店     | 近くに新たな店ができること     | △         | ×           |          | ○       | ×      |          |         | △          |
|                 | 地元の商店をもち立てること     | ×         |             |          |         |        |          |         | △          |
| 遠方の商店への交通条件改善   | バス路線の開設やバス便の改善    | ×         | ×           | ○        | ○       | ×      | ○        | ×       |            |
|                 | バス乗車やタクシー乗車への補助   | ×         | ×           | ×        | ×       | ○      | ×        | ○       |            |
|                 | 商店への無料送迎サービスの充実   | ×         | △           | ×        | △       | △      | △        | △       |            |
| ボランティア等による買い物支援 | ボランティア等買い物をしてもらう  | ○         | ○           | ×        | △       | △      | △        | △       | △          |
|                 | ボランティア等と一緒に買い物をする | ○         | ○           | ×        | △       | △      | △        | △       | △          |
| 移動販売店充実         | 移動販売店の開設・充実       |           |             | ×        |         |        |          |         | △          |
| 買い物サポートサービス充実   | 自宅で注文する宅配の充実      | ×         |             | ○        |         |        |          |         |            |
|                 | 購入した商品の配達サービスの充実  | ×         | ○           |          | △       | △      | ○        | ×       | △          |
| 食事サポートサービス充実    | 食事の配達サービスの充実      | ○         | ○           | △        | △       | △      | △        | △       |            |
|                 | 食事の持ち帰りの充実        |           |             |          | ○       | ×      | ○        | ×       | △          |
| 道路条件改善          | 商店への道の環境整備        |           | ×           |          | ×       | ○      | ×        | ○       | △          |
| B市中心市街地         |                   | ～500m     | 500～1000m   | 1000m以上  | 高齢世帯    | 高齢世帯以外 | —        |         | 左の要因に関わらない |
| 近隣の商店の維持・開店     | 近くに新たな店ができること     | ×         | ×           | ○        | ○       | ×      | —        | —       |            |
|                 | 地元の商店をもち立てること     |           |             |          | ×       | ○      | —        | —       | △          |
| 遠方の商店への交通条件改善   | バス路線の開設やバス便の改善    | ×         |             | ○        |         |        | —        | —       |            |
|                 | バス乗車やタクシー乗車への補助   | △         | ○           | △        |         |        | —        | —       |            |
|                 | 商店への無料送迎サービスの充実   | △         | △           | △        |         |        | —        | —       |            |
| ボランティア等による買い物支援 | ボランティア等買い物をしてもらう  | ○         | ×           |          | ×       | ○      | —        | —       | △          |
|                 | ボランティア等と一緒に買い物をする | ○         | ×           |          | ○       | ×      | —        | —       |            |
| 移動販売店充実         | 移動販売店の開設・充実       | △         | △           | △        |         |        | —        | —       |            |
| 買い物サポートサービス充実   | 自宅で注文する宅配の充実      | ○         | △           | △        |         |        | —        | —       |            |
|                 | 購入した商品の配達サービスの充実  | ○         | △           | ×        | ×       | ○      | —        | —       |            |
| 食事サポートサービス充実    | 食事の配達サービスの充実      | ○         | ×           | △        |         |        | —        | —       |            |
|                 | 食事の持ち帰りの充実        | ×         | △           | ○        |         |        | —        | —       |            |
| 道路条件改善          | 商店への道の環境整備        | ×         |             | ○        | ×       | ○      | —        | —       | △          |
| C町全域            |                   | ～5000m    | 5000～10000m | 10000m以上 | 高齢世帯    | 高齢世帯以外 | —        |         | 左の要因に関わらない |
| 近隣の商店の維持・開店     | 近くに新たな店ができること     | △         | ×           | ○        | ×       | ○      | —        | —       |            |
|                 | 地元の商店をもち立てること     |           |             |          |         |        | —        | —       | △          |
| 遠方の商店への交通条件改善   | バス路線の開設やバス便の改善    | ○         | ○           | ×        | ○       | ×      | —        | —       |            |
|                 | バス乗車やタクシー乗車への補助   | ○         | ○           | ×        | ○       | ×      | —        | —       |            |
|                 | 商店への無料送迎サービスの充実   | ○         | ○           | ×        |         |        | —        | —       |            |
| ボランティア等による買い物支援 | ボランティア等買い物をしてもらう  | △         | ○           | △        |         |        | —        | —       | △          |
|                 | ボランティア等と一緒に買い物をする | △         | ○           | △        |         |        | —        | —       | △          |
| 移動販売店充実         | 移動販売店の開設・充実       |           |             |          | ○       | ×      | —        | —       | △          |
| 買い物サポートサービス充実   | 自宅で注文する宅配の充実      | ×         |             | ○        | ×       | ○      | —        | —       |            |
|                 | 購入した商品の配達サービスの充実  | ○         | △           | ×        |         |        | —        | —       |            |
| 食事サポートサービス充実    | 食事の配達サービスの充実      | ○         | ○           | ×        | ×       | ○      | —        | —       | △          |
|                 | 食事の持ち帰りの充実        | ○         | ○           | ×        | ×       | ○      | —        | —       | △          |
| 道路条件改善          | 商店への道の環境整備        |           |             |          | ○       | ×      | —        | —       |            |

資料：農林水産政策研究所

注 1) 地域ごとに主成分分析を行った結果を、地域間の比較のため、因子負荷量0.3以上のものについて、表にしたものである。変数は、表頭、表側項目である。ただし、「—」は変数に含まれていない。

2) どのような条件(表頭)にある住民が、どの選択肢(表側)に反応しているかを示しており、○は肯定的反応、×は否定的反応を示している。△は複数の主成分で相反する反応があることを示し、表頭項目に該当する住民の中に複数のグループがあることが示唆される。

3) 空欄は因子負荷量が0.3未満であることを示す。

4) 「店舗までの距離」は、最もよく利用する店舗までの距離である(最も近い店舗までの距離ではない)。

5) ここでの「高齢世帯」は、「高齢単身世帯」と「高齢夫婦世帯」である。

6) 「不便や苦勞がある」、「不便や苦勞を感じるがある」と回答した者についてのものである。

帯が重要であるとしている。

- ⑥ 食事のサポートサービスの充実については、大都市郊外A団地では 600m 以下の住民、B 市中心市街地では 500m 以下の住民が、「食事の配達サービスの充実」を、C 町全域では、10km 以下の住民が「食事の配達サービスの充実」、「食事の持ち帰りの充実」が重要であるとしている。「食事の持ち帰りの充実」は、大都市郊外A団地では高齢世帯が重要であるとしているが、C 町全域では「食事の配達サービスの充実」とともに、高齢世帯以外の世帯が重要であるとしている。
- ⑦ 以上の他、高齢世帯が重要であるとしているのは、大都市郊外A団地とB 市中心市街地では「近くに新たな店ができること」、大都市郊外A団地では「バス路線の開設やバス便の改善」、「食事の持ち帰りの充実」、C 町全域では「バス路線の開設やバス便の改善」、「バス乗車やタクシー乗車への補助」といった遠方の商店への交通条件の改善や、「移動販売店の開設・充実」、「商店への道の環境整備」である。

以上の分析から、店舗へのアクセスという点では、大都市郊外A団地とB 市中心市街地の高齢者は近くに新たな店ができることを、C 町全域の高齢者は交通条件の改善と移動販売店の充実が重要であるとしていることが明らかとなった。また、買い物サポートサービスは、B 市中心市街地とC 町全域では高齢世帯以外の世帯が重要だと思っており、食事サポートサービスは、C 町全域では、高齢世帯以外の世帯が重要だと思っていることが明らかとなっている。さらに、ボランティア等による買い物支援は、B 市中心市街地の高齢者はボランティア等と一緒に買い物をすることが重要であると考えていることが明らかとなった。



## 6. 食料品店への距離の現状

### ― 全国でどれくらいの人がどれくらいの距離にあるのか、その地域性は？

#### (1) 店舗までの距離が500m以上の人口・世帯数の推計

2. で、食料品の買い物における不便や苦勞の大きな要因は、店舗までの距離が大きいことであることが明らかになった。また、これを軽減するのに、自分自身での自動車等の利用が大きな影響を持つことも示された。これを受けて、ここでは我が国では、どれくらいの人が食料品店からどれくらいの距離にあるのかを推計する。データは、「平成 19 年商業統計メッシュデータ」及び「平成 17 年国勢調査地域メッシュ統計」の 500m メッシュデータである。このデータからは、全国のそれぞれの 500m メッシュにおける店舗数と人口、世帯数等がわかる。これらを用いて、最も近い店舗までの距離（直線距離）が 500m 以上の人口等を推計することにより、店舗と住民との距離を測る尺度とすることとする。ある地域でこの人口の割合が高いことは、最も近い店舗までの距離が遠いことを意味しよう。しかし、メッシュデータでは、メッシュのどこに店舗なり住民が存在するかまではわからない。そこで、人口のあるメッシュごとに、当該及び周辺のメッシュにおける店舗の存在状況から、最も近い店舗が 500m 以上である確率を求め、この確率により人口を按分した<sup>1</sup>。なお、この確率の計算には、農林水産省農林水産研究情報総合センターのベクトル型スーパーコンピューター SX-9 を使用した。

なお、ここでの推計結果は、買い物に不便や苦勞のある人口をそのまま示すものではない。2. で示したのは、主観的な不便や苦勞の度合いであって、実際には様々な要因が複雑に絡み合って決まるものである。不便や苦勞のある人口は、以下に示す人口等に限らない可能性もあれば、以下に示す人口等が全て買い物に不便や苦勞のある人口というわけではない<sup>2</sup>。

主観に基づく不便や苦勞のある人口と以下に挙げる人口との違いについて以下に例を挙げる。

- ① 2. で不便や苦勞の要因となったのは最もよく利用する店舗への道路距離であった。道路距離と直線距離の違いはおいておくとして、例えば、500m 以内に食料品店はあるが、品揃え等で満足できない場合、そしてそのために、1km 遠方の店を最もよく利用するような場合は、最も近い店舗への距離だけで見れば 500m 以内であるため、以下に示す人口等には含まれないが、不便や苦勞がある人口には含まれる可能性が高い。
- ② 後に店舗までの距離が 500m 以上で、自動車を持たない人口を推計するが、自動車を持っていてももっぱら通勤用で買い物にはほとんど使えず、実際には遠い距離を苦勞して徒歩や自転車で行かなければならない場合は、自動車を持たない人口には含まれないが、不便や苦勞がある人口には含まれる可能性が高い。
- ③ ここでは過去の研究事例等から 500m を基準として計算した。しかし、人によっては、



片道 1km, 往復 2km を歩いて買い物しても苦労が全くない場合もありうる。その場合は、以下の人口には含まれるが、不便や苦労がある人口には含まれない可能性が高い。当然のことながら逆の場合もありうる。なお、内閣府の「歩いて暮らせるまちづくりに関する世論調査（平成 21 年 7 月）」によると、普段の生活で歩いていける範囲として、500m が 21.6 %, 501 ~ 1,000m が 37.3 %, 1,001 ~ 1,500m が 17.3 %, 1,501 ~ 2,000m が 12.1 %, 2,001m 以上が 9.7 %となっている。直線距離 500m は、道路距離では多くの場合 501 ~ 1,000m に相当すると考えられるため、最頻値でみると妥当な基準と考えられるが、なお、これ以上あるいはこれ以下の人もいることに留意する必要がある。

このように、以下に示す数字はそのまま不便や苦労のある人口という訳ではないが、メッシュごとの客観的な数値に基づくものであるため、地域間の比較等細かな分析が可能であるというメリットがある。

第 17 表は、最も近い店舗までの距離が 500m 以上の人口・世帯数の推計結果である。食料品販売店舗までの距離で見ると全国で 1,400 万人、世帯数では 440 万世帯が 500m 以上の距離にある。なお、ここで食料品販売店舗は、商業統計の各種商品小売業（総合スーパー等）と飲食物品小売業をとっているの、コンビニや、菓子屋なども含め様々な食料品店が含まれる。もっとも広い範囲の食料品販売店舗であるといえる。2. では、住民は、単に店が近くにあるだけでなく、品揃え等の食料品アクセスの質にも敏感であったことから、このことは、これより多くの人々が不便・苦労をしている方向に影響する。

1,400 万人は総人口の 11.0 %であるが、65 歳以上でみると 370 万人、14.3 %となる。つまり、店舗までの距離は、高齢者ほど遠いと言える。

地域別に見ると、店舗までの距離が 500m 以上の人口は、三大都市圏は 340 万人で 5.4 %に過ぎないのに対し、地方圏は 1,100 万人、16.8 %に達しており、大都市に比べて地方では食料品店への距離が遠いことを意味している。65 歳以上でみると、三大都市圏は 78 万人、6.7 %に過ぎないのに対して、地方圏は 290 万人、20.6 %に達しており、全国の食料品販売店舗までの距離が 500m 以上の 65 歳以上人口 370 万人のうち、約 8 割が地方圏に居住していることがわかる。

アクセスの質を一部考慮するために、生鮮食料品を販売している店舗に限って、そこまでの距離が 500m 以上の人口等を推計したものが下段である。生鮮食料品を販売している店舗としては、食肉、鮮魚、果実・野菜の各小売業、百貨店、総合スーパー、食料品スーパーを取り上げた。ただし、食肉小売業等は、500m メッシュ統計には含まれておらず 1km メッシュにしかないの、500m メッシュに按分推計して用いた。

結果は、4,400 万人が 500m 以上で、総人口の 34.7 %を占める。世帯数でも 1,500 万世帯で 30.7 %を占める。65 歳以上に限ると、970 万人で 65 歳以上総人口の 37.9 %を占める。地域別に見ると、三大都市圏でも 1,600 万人と人口の 24.6 %を占め、地方圏では、2,900 万人で 44.9 %を占めるという結果になった。65 歳以上で見ると、地方圏では 970 万人のうち 680 万人と約 7 割を占め、地方圏の 65 歳以上人口の 48.2 %とほぼ半分を占めていると推計される。

第17表 店舗までの距離が500m以上の人口・世帯数推計

単位: 万人、%

|                              | 地域区分  | 人口    | 対総人口<br>割合 | 65歳以上 | 対65歳以上<br>人口割合 | 世帯数   | 対総世帯数<br>割合 |
|------------------------------|-------|-------|------------|-------|----------------|-------|-------------|
| 食料品販売店舗<br>への距離が500m<br>以上   | 全国    | 1,400 | 11.0       | 370   | 14.3           | 440   | 9.1         |
|                              | 三大都市圏 | 340   | 5.4        | 78    | 6.7            | 110   | 4.2         |
|                              | 東京圏   | 110   | 3.3        | 25    | 4.2            | 36    | 2.5         |
|                              | 名古屋圏  | 130   | 11.3       | 28    | 13.2           | 40    | 9.6         |
|                              | 大阪圏   | 100   | 5.6        | 25    | 7.2            | 32    | 4.4         |
|                              | 地方圏   | 1,100 | 16.8       | 290   | 20.6           | 340   | 14.4        |
| 生鮮食料品販売<br>店舗への距離が<br>500m以上 | 全国    | 4,400 | 34.7       | 970   | 37.9           | 1,500 | 30.7        |
|                              | 三大都市圏 | 1,600 | 24.6       | 300   | 25.4           | 550   | 21.4        |
|                              | 東京圏   | 650   | 18.8       | 110   | 19.1           | 230   | 16.0        |
|                              | 名古屋圏  | 500   | 44.1       | 93    | 44.4           | 170   | 40.9        |
|                              | 大阪圏   | 440   | 23.7       | 88    | 24.8           | 150   | 20.7        |
|                              | 地方圏   | 2,900 | 44.9       | 680   | 48.2           | 960   | 40.8        |

資料: 農林水産政策研究所

注 1) 「平成19年商業統計メッシュデータ」及び「平成17年国勢調査地域メッシュ統計」をもとに推計したものである。

2) 「食料品販売店舗」は、各種商品小売業及び飲食物品小売業。「生鮮食料品販売店舗」は、生鮮食品小売業(食肉小売業、鮮魚小売業、果実・野菜小売業)及び百貨店、総合スーパー、食料品スーパー。

3) 東京圏は、東京、埼玉、千葉、神奈川、名古屋圏は、愛知、岐阜、三重、大阪圏は、大阪、京都、兵庫、奈良である。

4) ラウンドのため、合計が一致しない場合がある。

ここで、食料品販売店舗で見た場合(上段)と、生鮮食料品販売店舗で見た場合(下段)の地域別人口を比べると、生鮮食料品に限った場合には、三大都市圏で 500m 以上の人口が 340 万人から 1,600 万人に 5 倍弱に増えていることがわかる(地方圏では 1,100 万人から 2,900 万人に 3 倍弱)。この三大都市圏での急増は、もともと大都市圏では食料品店のなかにコンビニなど様々な店舗があったことを反映しているとみられる。

## (2) 店舗までの距離が500m以上で、自動車を持たない人口・世帯数の推計

前述のように、以上の人口の全てが買い物に不便や苦勞をしている人口というわけではない。既に明らかになっているように、買い物に自動車を利用できる場合は、不便や苦勞が大幅に軽減される。そこで、以上のうちどのくらいが自動車を利用できない人口等なのかを以下に推計する。

ここでの問題は、自動車利用に関する統計が大幅に不足していることである。自動車の登録台数と普及率に関するデータは市町村別にあるが、当然 1 世帯に 2 台以上車がある場合がある。2 台の場合より 3 台の場合の方が苦勞度は軽減されようが、それ以上に、自動車があるかないかの方が影響は大きいと考えられる。そこで、少し古いが、「平成 15 年住宅・土地統計調査」による自動車を持っている主世帯数の統計から都道府県別に自動車を持っている世帯の割合を推計し、1 からこの割合を引いたものを都道府県別に上記で計算された人口等に乗じて全国集計し、店舗までの距離が 500m 以上で自動車を持たない人口等を推計した。ただし、問題は 65 歳以上の場合である。自動車利用の年齢別統計はない

が、おそらく、高齢者ほど自動車を持たない世帯割合は高いと思われる。そこで、データの性質は全く異なるが、「小売店舗等に関する世論調査（平成 17 年 5 月）」における年齢階層別の買い物における自動車の利用状況に関する結果から、全年齢平均の自動車を利用しない率に対する 65 歳以上の自動車を利用しない率の比率を推定して、65 歳以上の自動車を持たない割合の推計に用いた。

結果は第 18 表に示した。店舗までの距離が 500m 以上で、自動車を持たない人口は、食料品販売店舗までの場合で 260 万人、総人口の 2.1 %、生鮮食料品販売店舗までの場合で 910 万人、7.1 %となっている。世帯数は、食料品販売店舗までの場合で 83 万世帯（1.7 %）、生鮮食料品販売店舗までの場合で 310 万世帯（6.4 %）となっている。65 歳以上に限るとそれぞれ 120 万人（4.8 %）、350 万人（13.5 %）となり、大きく 65 歳以上にしわ寄せされていると言える。

地域別に見ると、食料品販売店舗までの場合は三大都市圏に 83 万人、地方圏に 180 万人、生鮮食料品販売店舗までの場合は三大都市圏に 420 万人、地方圏に 480 万人となっており、三大都市圏と地方圏の差が縮まっている。これは、もともと大都市ではコンビニなど生鮮食料品を扱わない店舗が多いことに加え、大都市では概して自動車を持っている世帯の割合が低いことを反映している。65 歳以上に限ると、食料品販売店舗までの場合、三大都市圏に 34 万人、地方圏に 88 万人、生鮮食料品販売店舗までの場合、三大都市圏に 140 万人、地方圏に 210 万人と推計される。

第18表 店舗までの距離が500m以上で、自動車を持たない人口・世帯数推計

単位: 万人、%

|                              | 地域区分  | 人口  | 対総人口<br>割合 | 65歳以上 | 対65歳以上<br>人口割合 | 世帯数 | 対総世帯数<br>割合 |
|------------------------------|-------|-----|------------|-------|----------------|-----|-------------|
|                              |       |     |            |       |                |     |             |
| 食料品販売店舗<br>への距離が500m<br>以上   | 全国    | 260 | 2.1        | 120   | 4.8            | 83  | 1.7         |
|                              | 三大都市圏 | 83  | 1.3        | 34    | 2.9            | 26  | 1.0         |
|                              | 東京圏   | 32  | 0.9        | 13    | 2.1            | 10  | 0.7         |
|                              | 名古屋圏  | 18  | 1.6        | 7     | 3.4            | 6   | 1.4         |
|                              | 大阪圏   | 32  | 1.7        | 14    | 4.0            | 10  | 1.4         |
|                              | 地方圏   | 180 | 2.8        | 88    | 6.3            | 58  | 2.5         |
| 生鮮食料品販売<br>店舗への距離が<br>500m以上 | 全国    | 910 | 7.1        | 350   | 13.5           | 310 | 6.4         |
|                              | 三大都市圏 | 420 | 6.6        | 140   | 12.1           | 150 | 5.8         |
|                              | 東京圏   | 200 | 5.8        | 64    | 10.6           | 72  | 5.1         |
|                              | 名古屋圏  | 77  | 6.9        | 25    | 12.2           | 26  | 6.4         |
|                              | 大阪圏   | 140 | 7.8        | 51    | 14.4           | 50  | 6.9         |
|                              | 地方圏   | 480 | 7.6        | 210   | 14.8           | 160 | 7.0         |

資料: 農林水産政策研究所

注 1) 「平成19年商業統計メッシュデータ」及び「平成17年国勢調査地域メッシュ統計」をもとに推計したものである。

2) 「食料品販売店舗」は、各種商品小売業及び飲食料品小売業。「生鮮食料品販売店舗」は、生鮮食品小売業(食肉小売業、鮮魚小売業、果実・野菜小売業)及び百貨店、総合スーパー、食料品スーパー。

3) 東京圏は、東京、埼玉、千葉、神奈川、名古屋圏は、愛知、岐阜、三重、大阪圏は、大阪、京都、兵庫、奈良である。

4) 1) による都道府県別推計値に、「平成15年住宅・土地統計調査」による自動車を持たない世帯割合を乗じて積み上げたものである。65歳以上については、自動車を持たない世帯割合に、「小売店舗等に関する世論調査(平成17年5月)」から、買い物に自動車を利用する割合の65歳以上の全平均に対する比率を推計して乗じている。

5) ラウンドのため、合計が一致しない場合がある。

最後に、以上の基礎となったメッシュデータを地図上に表示したものを示す。第 9 図、第 10 図は食料品販売店舗までの距離についてのものである。計算は 500m メッシュ単位で行っているが、表示の都合で、1km メッシュに集計して表示した。

第 9 図は、食料品販売店舗までの距離が 500m 以上の人口割合である。割合で見ると、大都市や県庁所在地などで 20 %未満のところが目立つ一方、農村部や、山間部などで 80 %を超えているところが多い。農山村では食料品販売店舗までの距離が長いことが示されている。この人口割合を市町村別に平均した結果は第 18 図（50 ページ）に示した。

第 10 図は、食料品販売店舗までの距離が 500m 以上の人口である。1km メッシュ単位での表示であるから、1 つの点がおよそ 1 平方キロメートルあたりの密度を示していると考えてよい。これは 2 つの要素の積となっている。1 つは 500m 以上の人口割合であり、他は人口密度である。大都市の中心部は 500m 以上の人口割合が低いことの影響が人口密度が高いことの影響を上回り、500m 以上の人口密度が低くなっている。他方、農山村部では、人口密度が低いことの影響により、500m 以上の人口の実数は低いあるいは中程度となっている。1km メッシュ当たりの 500m 以上の人口が多いのは、割合も人口密度もある程度高い大都市の周辺部となっている。

第 11 図、第 12 図は、生鮮食料品販売店舗までの距離が 500m 以上の人口割合と人口である。割合を見るとほとんどのメッシュが 80 %以上となっている。第 9 図と比べると特に都市部で 20 %以下のメッシュが減少していることがわかる。人口をみると、特に都市の近郊地帯で 254 人/km<sup>2</sup>を超えているところが多い。

### （３） 東日本大震災が食料品アクセス状況に及ぼした影響

以上は、2005 年の人口と 2007 年の店舗状況に基づくものであるから、2011 年 3 月 11 日の東日本大震災の影響は反映されていない。東日本大震災では、沿岸部の津波被害により多くの食料品販売店舗が失われ、これにより、多くの住民の食料品へのアクセス条件が悪化したと推定される。以下では、以上で用いた手法を利用して、岩手県と宮城県の沿岸部市町村を対象として、2011 年 5 月時点における東日本大震災後の状況を推計し、震災前後の状況を比較することとしたい。

試算は、食料品販売店舗（各種商品小売業、飲食料品小売業）を対象として、津波到達域にかかるメッシュ内の店舗が全て喪失したと想定して行った。津波到達域については、国土地理院による浸水範囲概況図等により、メッシュを特定した。

総務省統計局「浸水範囲概況にかかる人口・世帯数（平成 22 年国勢調査人口速報集計結果による）」によると、岩手県沿岸部市町村では、浸水地域の人口が 10.8 万人で、市町村全体の人口 27.4 万人の 39.2 %を占める。宮城県沿岸部市町村（仙台市については宮城野区、若林区、太白区のみ）では、浸水地域が 33.2 万人で全体 120.6 万人の 27.5 %を占める。震災による死者・行方不明者（岩手県 0.7 万人、宮城県 1.4 万人（5 月現在））の大多数が津波によるものであると想定して震災前後の状況を比較したものが第 19 表である。

試算にあたって、浸水地域に居住していた住民が現在どこに住んでいるのかが不明なので、避難所の避難者（在宅含む）は非浸水地域、避難所以外の人は全て浸水地域に住んでいるとした場合と全て非浸水地域に避難した場合の極端な2通りを試算し、幅で示した。

結果は、食料品販売店舗まで500m以上の人口割合は、岩手県沿岸市町村の場合24.9%から42.5～51.6%に、宮城県沿岸市町村の場合10.7%から16.1～28.2%に上昇したと推定される。500m以上の人口は、岩手県沿岸市町村の場合6.8万人から11.3～13.8万人に、宮城県沿岸市町村の場合12.9万人から19.2～33.6万人に増加したと推定される。最も人口割合が上昇したのが岩手県大槌町で、15.0%から75.9～82.3%、最も人口が多いのが宮城県石巻市で、割合は15.5%から39.2～71.1%に、人口は2.5万人から6.1～11.0万人に増加したと推定される。

これを地図上で示したのが第13図と第14図であるが、震災前は海に面した平地にアクセスの良い地域（500m以上割合20%以下、図の青の部分）があったのが、震災後は極端に少なくなったのを見てとれる。

震災の被災者は、避難所から仮設住宅、恒久住宅へと移り住むことになるが、復興を遂げるまでの間においても食料品へのアクセスの確保が重要な課題となっている。

第19表 震災前後の食料品販売店舗までの距離が500m以上の人口割合及び人口の変化

|           |       | 人口<br>(万人)<br>注1 | 震災前                                      |                                     | 震災後                                      |                            |                  |                           |                           |                                  |      |                                 |      |
|-----------|-------|------------------|------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------|------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------------|------|---------------------------------|------|
|           |       |                  | 店舗まで<br>500m以上<br>の人口<br>割合<br>(%)<br>注2 | 店舗まで<br>500m以上<br>の人口<br>(万人)<br>注3 | 店舗まで<br>500m以上<br>の人口<br>割合<br>(%)<br>注2 | 死者・行<br>方不明者<br>(万人)<br>注4 | 差引<br>(万人)<br>注5 | 震災後の居<br>住地<br>(万人)<br>注6 | 震災後人<br>口想定<br>(万人)<br>注4 | 店舗まで500m以上<br>の人口割合<br>(%)<br>注7 |      | 店舗まで500m以上<br>の人口<br>(万人)<br>注8 |      |
|           |       |                  |                                          |                                     |                                          |                            |                  |                           |                           | A                                | B    | A                               | B    |
| 岩手県沿岸市町村計 | 浸水地域  | 10.8             | 9.6                                      | 1.0                                 | 80.4                                     | 0.7                        | 10.0             | 避難所                       | 2.5                       | 58.0                             | 58.0 | 1.5                             | 1.5  |
|           |       |                  |                                          |                                     |                                          |                            |                  | 避難所以外                     | 7.5                       | 44.7                             | 77.3 | 3.3                             | 5.8  |
|           | 非浸水地域 | 16.7             | 34.8                                     | 5.8                                 | 39.1                                     |                            |                  | 非浸水地域                     | 16.7                      | 39.1                             | 39.1 | 6.5                             | 6.5  |
|           | 合計    | 27.4             | 24.9                                     | 6.8                                 |                                          |                            |                  |                           | 26.7                      | 42.5                             | 51.6 | 11.3                            | 13.8 |
| 宮城県沿岸市町村計 | 浸水地域  | 33.2             | 12.7                                     | 4.2                                 | 80.4                                     | 1.4                        | 31.8             | 避難所                       | 2.5                       | 40.8                             | 40.8 | 1.0                             | 1.0  |
|           |       |                  |                                          |                                     |                                          |                            |                  | 避難所以外                     | 29.3                      | 30.6                             | 79.8 | 9.0                             | 23.3 |
|           | 非浸水地域 | 87.4             | 9.9                                      | 8.7                                 | 10.6                                     |                            |                  | 非浸水地域                     | 87.4                      | 10.6                             | 10.6 | 9.2                             | 9.2  |
|           | 合計    | 120.6            | 10.7                                     | 12.9                                |                                          |                            |                  |                           | 119.2                     | 16.1                             | 28.2 | 19.2                            | 33.6 |

注 1) 総務省統計局「浸水範囲概況にかかる人口・世帯数」(平成22年国勢調査人口速報集計結果)による。  
2) 農林水産政策研究所試算結果による市町村平均。「食料品販売店舗」は、「各種商品小売業」と「飲食料品小売業」。  
3) 市町村別の「人口」×「店舗まで500m以上の人口割合」の合計。  
4) 死者・行方不明者、避難者人数は、岩手県資料(5月24日)、宮城県資料(5月25日)による。  
5) 死者・行方不明者は大多数が津波によるものと想定。  
6) 避難所は非浸水地域と想定。避難所以外は非浸水地域又は浸水地域と想定。  
7) 逆算して求めた市町村平均(店舗まで500m以上の人口÷震災後人口想定)。  
8) 人口から死者・行方不明者数及び避難者数を差し引いた人数が、全て浸水地域に居住の場合(B)と、全て非浸水地域に避難(A)の場合の2ケースを試算。市町村別に、非浸水地域を想定した人口については非浸水地域の人口割合、浸水地域を想定した人口については浸水地域の人口割合を震災後の人口想定に乗じたもの。

注1 500m メッシュを利用して、食品販売店舗までの距離（直線距離）が500m以上の人口を推計する場合を例に説明する。

国勢調査でデータのある（人が住んでいる）全てのメッシュについて、当該メッシュ及びその周辺メッシュに図の四角で囲んだように番号をつける。当該メッシュが33である。

メッシュ33の中の×点の住民を中心に半径500mの円を描き、当該メッシュ及び周辺メッシュそれぞれのメッ

シュをこの円の内側と外側に分けたときの外側の面積割合を求める。

これにより、店舗がメッシュ内に一様に分布しているとして、それぞれのメッシュについて、×地点の住民にとってメッシュ内の1つの店舗が500m外にある確率が求まる。

例えば、メッシュ42にある店舗が500m外である確率は0.939である。

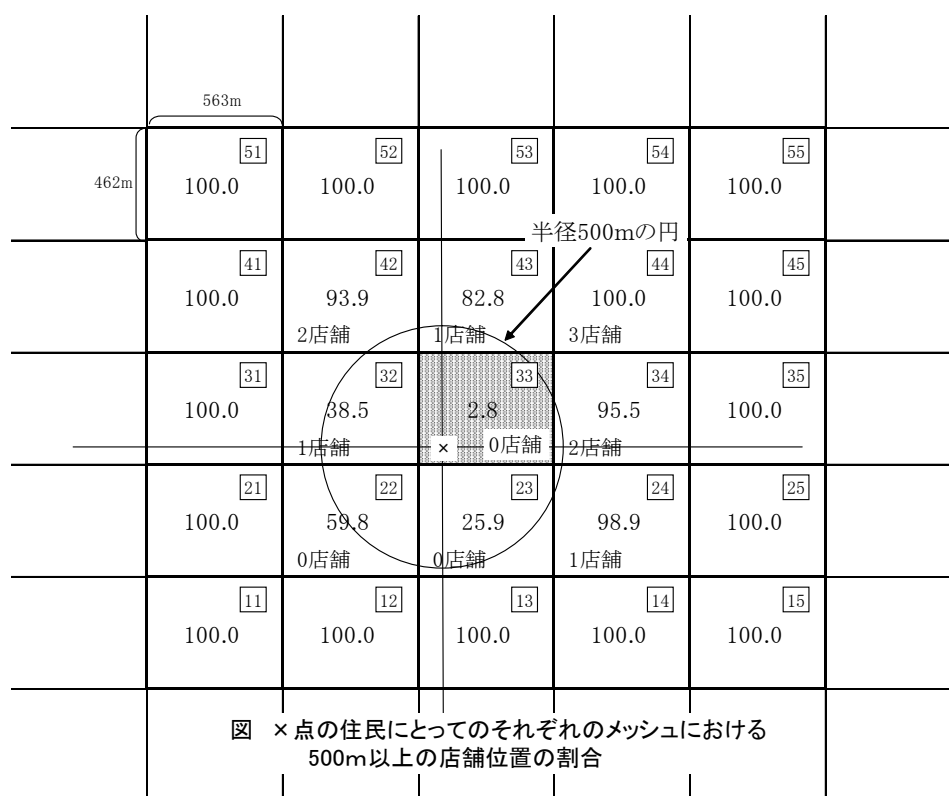
もし、メッシュ42に店舗が2店舗あった場合、2店舗とも500m外である確率は、 $0.939 \times 0.939 = 0.882$ となる。3店舗の場合は3乗で、以下同様である。

仮にメッシュ42において×から500m以内に店舗が無くても、他のメッシュには500m以内に店舗がある場合がある。このため、×の位置の住民にとって、500m以内に店舗がない確率は、当該及び周辺メッシュの全てにおける500m以内に店舗がない確率の積となる。

すなわち、図の例で言うと、

$$0.939^2 \times 0.828 \times 1.000^3 \times 0.385 \times 0.028^0 \times 0.955^2 \times 0.598^0 \times 0.259^0 \times 0.989 = 0.254$$

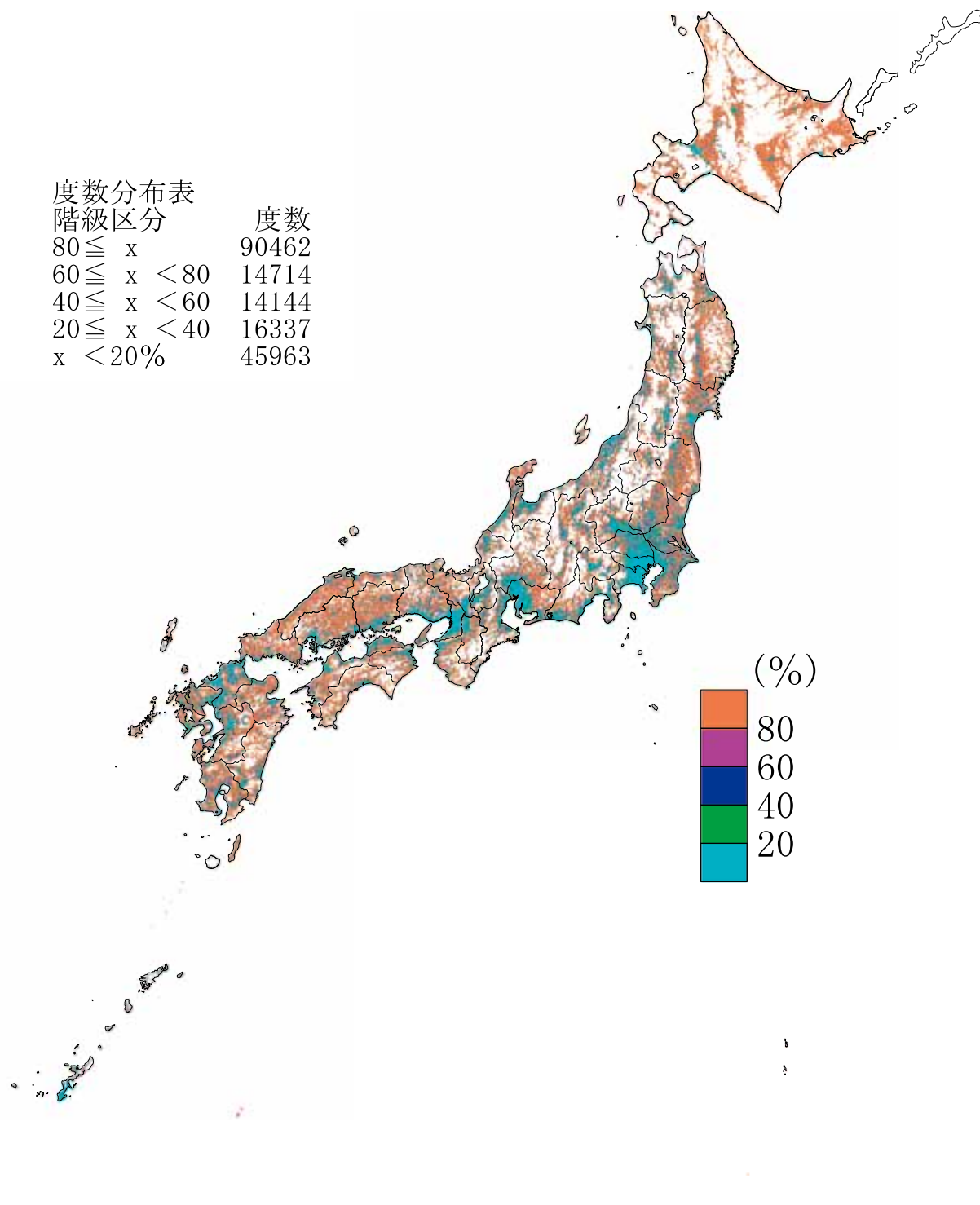
となる。



これをメッシュ33の全ての住民について平均したものを、メッシュ33の住民のうち500m以内に店舗がない住民の割合とする。

これをメッシュ33の人口に乗じれば、メッシュ33における店舗までの距離が500m以上の人口となる。

- 2 例えば、経済産業省『地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書』（平成22年5月）に記載された買い物弱者600万人程度という数字は60歳以上の男女を対象とした平成17年度の内閣府「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査」において、「地域の不便な点」についての質問で「日常の買い物に不便」と回答した割合16.6%に平成21年の60歳以上人口推計3,717万人を乗じたものである。したがって、主観に基づく数字であり、本研究で報告する数字とは性格が異なるため、比較はできない。



## 第9図 食料品販売店舗までの距離が500m以上の人口割合

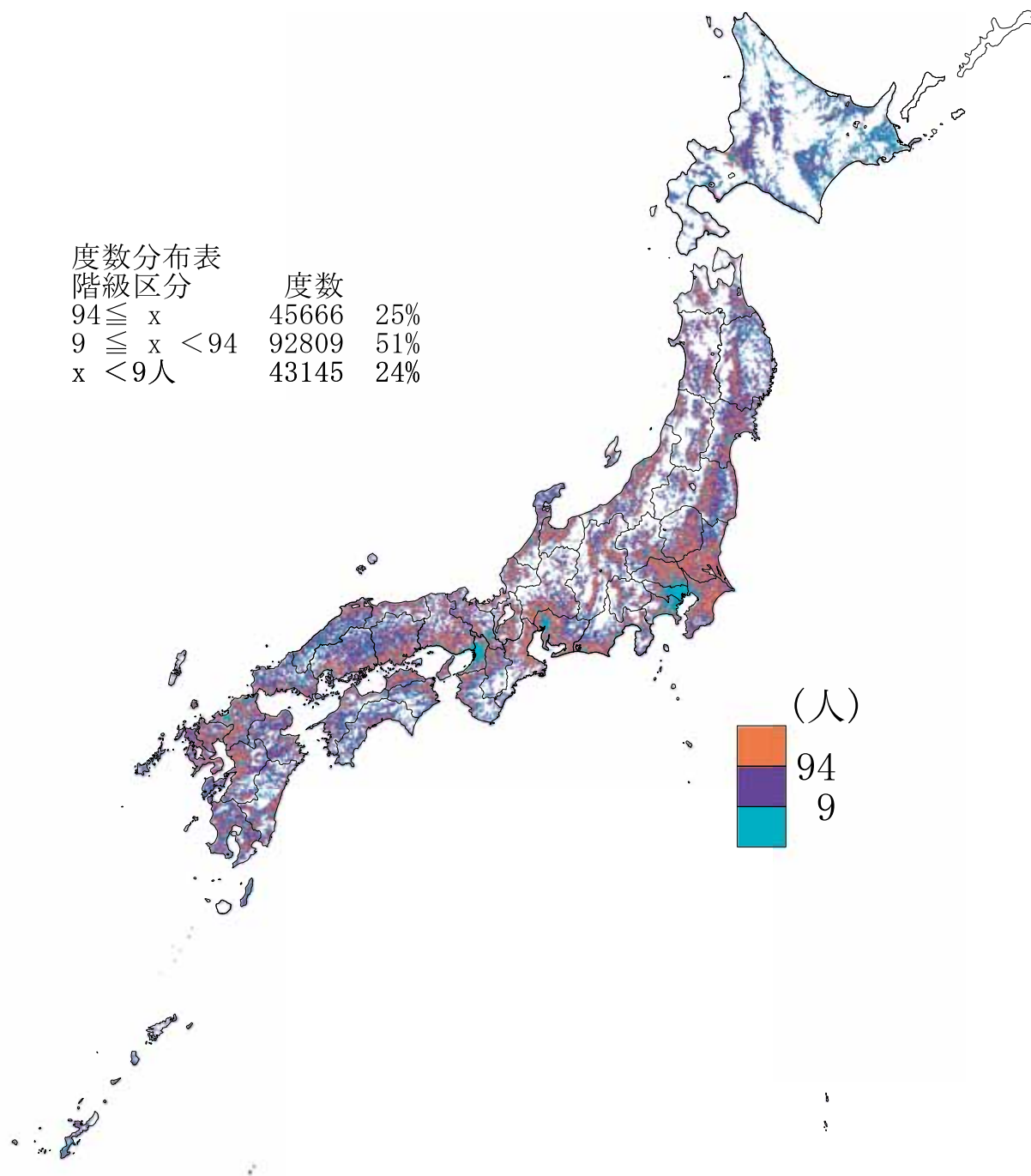
資料：農林水産政策研究所

- 注 1) 各種商品小売業及び飲食料品小売業までの距離が500m以上の人口割合（1kmメッシュ単位）である。
- 2) 平成19年商業統計メッシュデータ及び平成17年国勢調査地域メッシュ統計を用いて算出した。

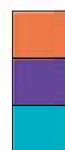
度数分布表

階級区分

| 階級区分            | 度数    | 割合  |
|-----------------|-------|-----|
| $94 \leq x$     | 45666 | 25% |
| $9 \leq x < 94$ | 92809 | 51% |
| $x < 9$ 人       | 43145 | 24% |



(人)



## 第10図 食料品販売店舗までの距離が500m以上の人口

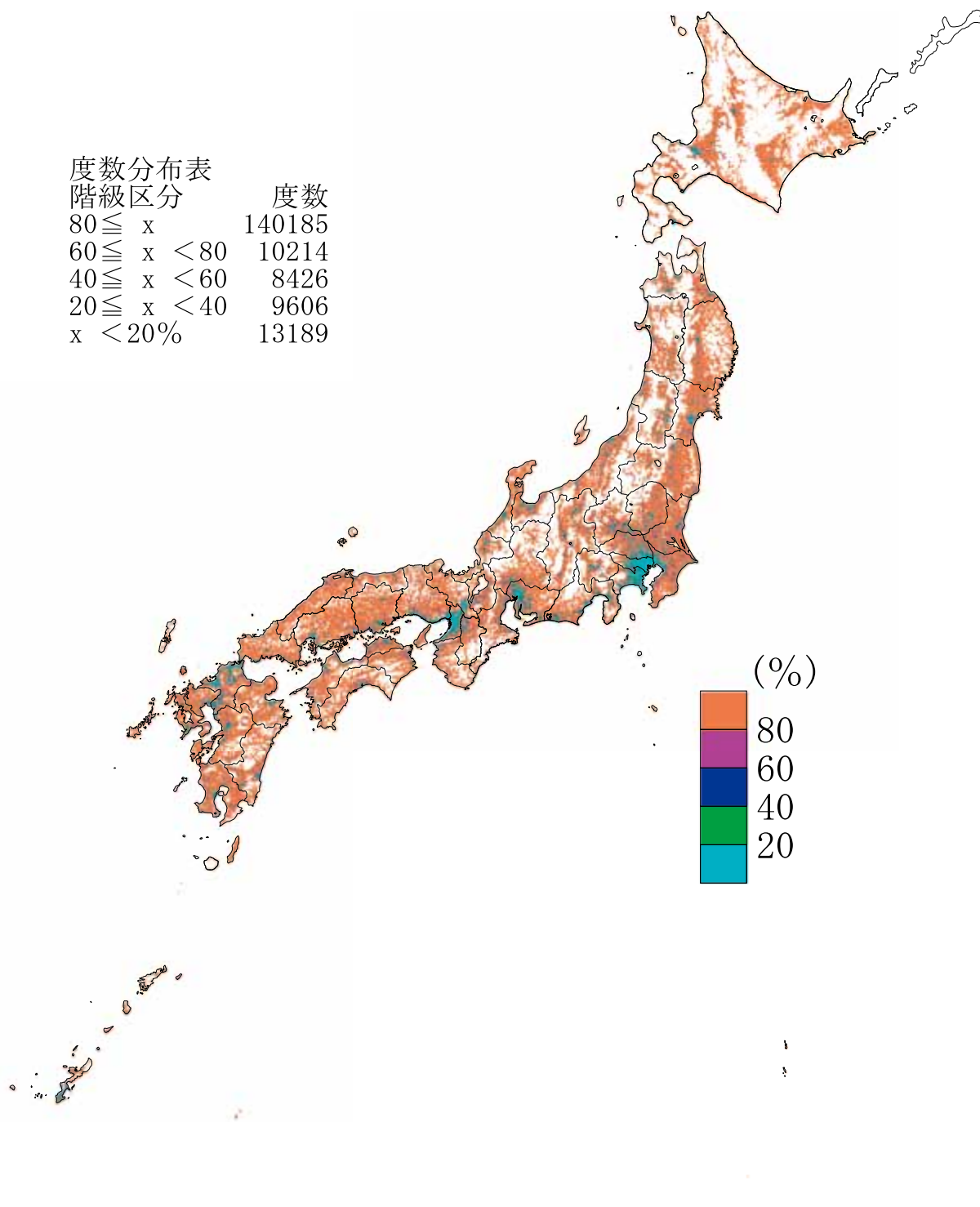
資料：農林水産政策研究所

注 1) 各種商品小売業及び飲食料品小売業までの距離が500m以上の人口（1kmメッシュ内の人口）である。

2) 平成19年商業統計メッシュデータ及び平成17年国勢調査地域メッシュ統計を用いて算出した。



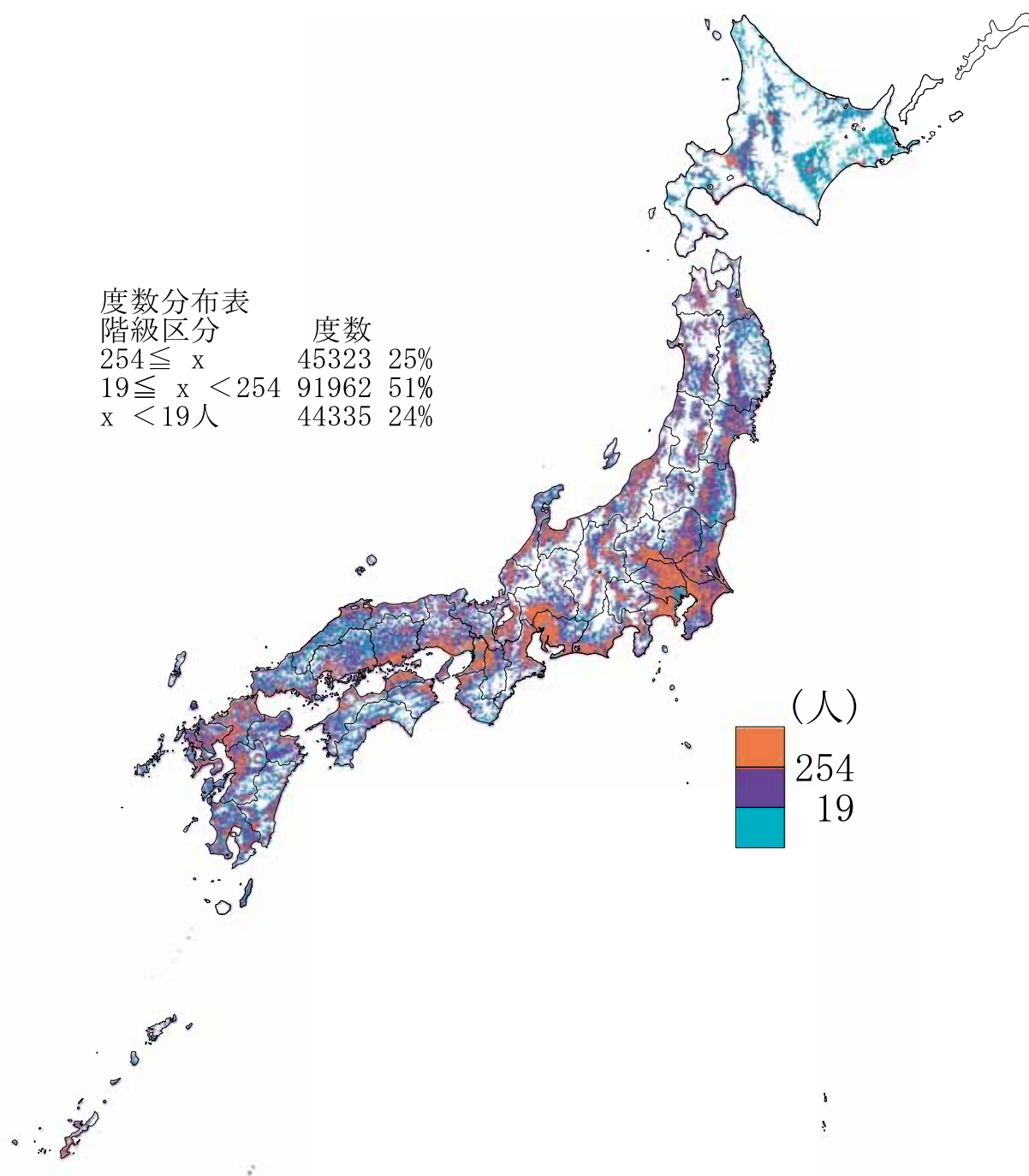
| 度数分布表<br>階級区分    | 度数     |
|------------------|--------|
| $80 \leq x$      | 140185 |
| $60 \leq x < 80$ | 10214  |
| $40 \leq x < 60$ | 8426   |
| $20 \leq x < 40$ | 9606   |
| $x < 20\%$       | 13189  |



## 第11図 生鮮品販売店舗までの距離が500m以上の人口割合

資料：農林水産政策研究所

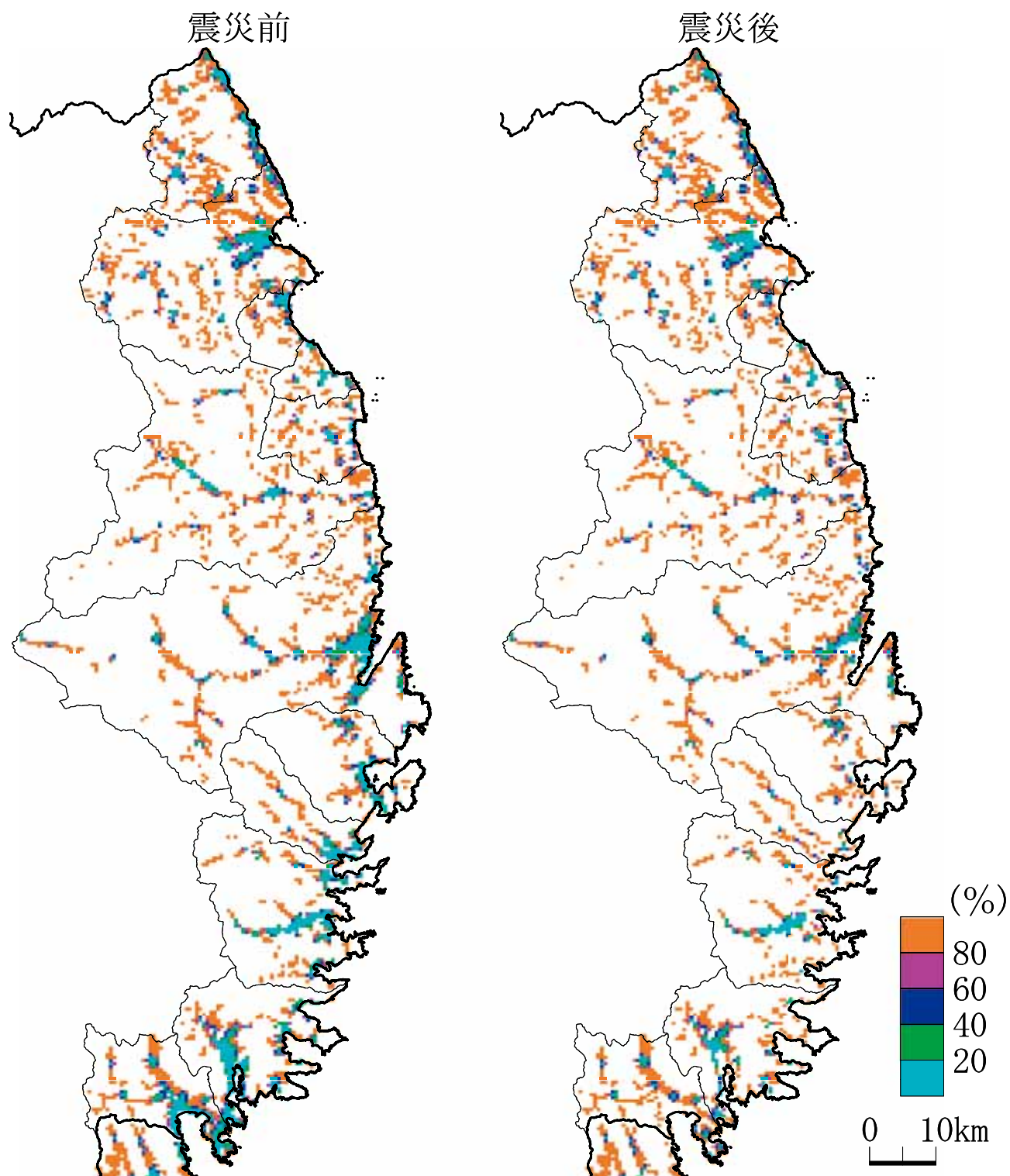
- 注 1) 生鮮品販売店舗までの距離が500m以上の人口割合（1kmメッシュ単位）である。
- 2) 生鮮品販売店舗は、食肉小売業、鮮魚小売業、野菜・果実小売業、百貨店、総合スーパー、食料品スーパーである。
- 3) 平成19年商業統計メッシュデータ及び平成17年国勢調査地域メッシュ統計を用いて算出した。



## 第12図 生鮮品販売店舗までの距離が500m以上の人口

資料：農林水産政策研究所

- 注 1) 生鮮品販売店舗までの距離が500m以上の人口（1kmメッシュ内の人口）である。
- 2) 生鮮品販売店舗は、食肉小売業、鮮魚小売業、野菜・果実小売業、百貨店、総合スーパー、食料品スーパーである。
- 3) 平成19年商業統計メッシュデータ及び平成17年国勢調査地域メッシュ統計を用いて算出した。



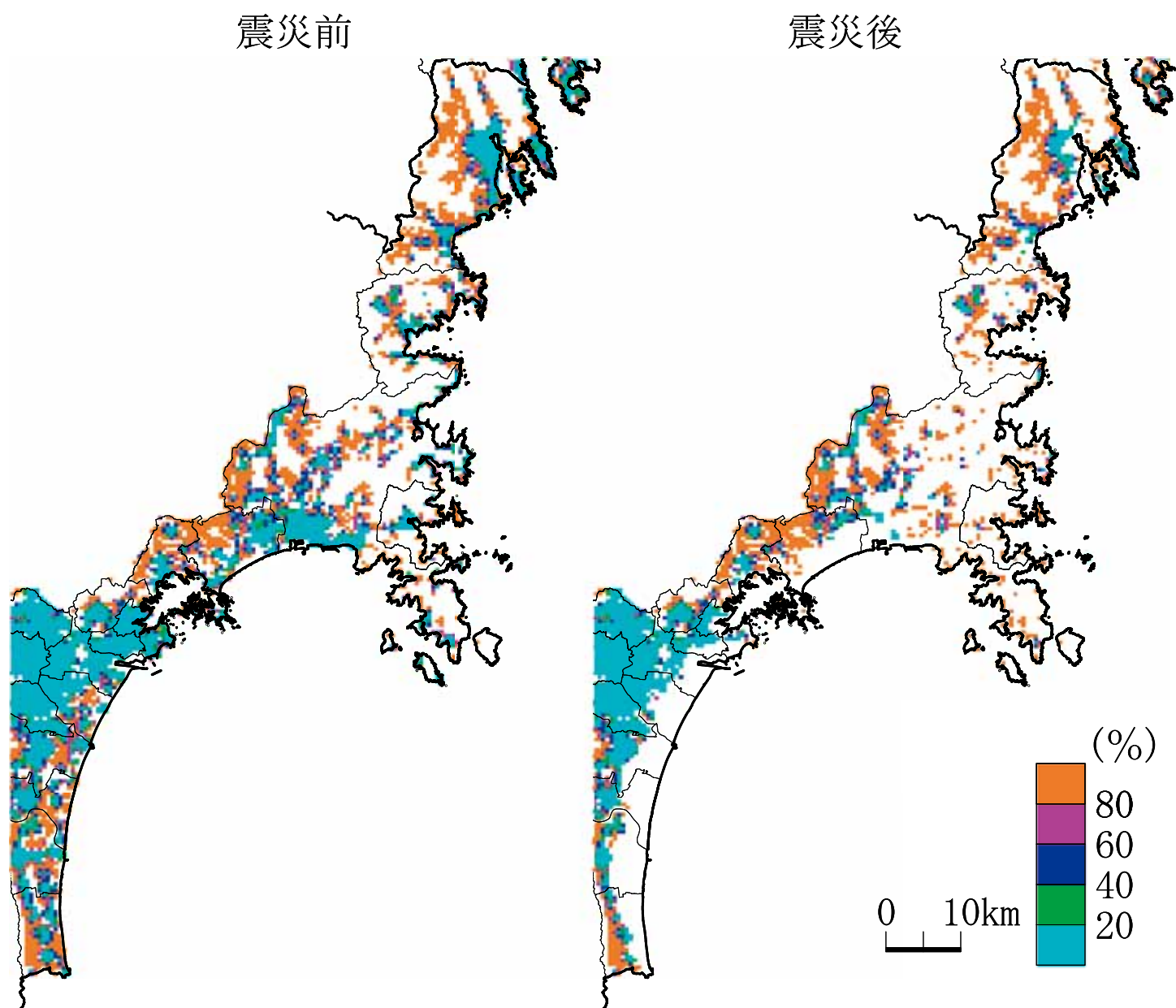
第13図 食料品販売店舗までの距離が500m以上の人口割合の変化  
(岩手県沿岸部)

資料:農林水産政策研究所

注 1) 食料品販売店舗(各種商品小売業, 飲食料品小売業)までの距離が500m以上の人口割合を, 500mメッシュ単位で示したものである.

2) 津波到達域にかかるメッシュ内の店舗が全て喪失したとの想定で試算した.

3) 震災後の津波到達域にかかるメッシュは空白としている.



第14図 食料品販売店舗までの距離が500m以上の人口割合の変化  
(宮城県沿岸部)

資料:農林水産政策研究所

- 注 1) 食料品販売店舗(各種商品小売業, 飲食料品小売業)までの距離が500m以上の人口割合を, 500mメッシュ単位で示したものである.
- 2) 津波到達域にかかるメッシュ内の店舗が全て喪失したとの想定で試算した.
- 3) 震災後の津波到達域にかかるメッシュは空白としている.

## 7. 食料品の買い物における不便や苦労を解消するための対策の必要性

### — どのような地域で不便や苦労を解消するための対策が必要だと認識されているのか？

#### (1) 調査の概要

全国のどのような市町村で、どの程度食料品アクセス問題への対策が必要と認識されているのか、及び行政はどのような対策が重要と考えているのかを分析するため、2010年7～8月に全市町村（全国の市町村及び東京特別区）を対象として意識を調査した。概要は第20表に示したとおりである。

第20表 調査の概要

|        | 市町村数  | 返送    | 回収率   |
|--------|-------|-------|-------|
| 北海道    | 179   | 113   | 63.1% |
| 東北     | 228   | 148   | 64.9% |
| 関東・甲信越 | 453   | 302   | 66.7% |
| 中部・東海* | 214   | 147   | 68.7% |
| 近畿     | 198   | 120   | 60.6% |
| 中四国    | 170   | 108   | 63.5% |
| 九州・沖縄  | 308   | 180   | 58.4% |
| 総計     | 1,750 | 1,118 | 63.9% |

資料：農林水産政策研究所

注：富山・石川・福井を含む

#### (2) 対策の必要性

食料品の買い物が不便な住民に対して、現段階で対策が「必要である」と考える市町村は全体の3割弱、また「ある程度必要」と考えている市町村についても全体の半数を超えていることから、これらを併せた何らかの対策が必要としている市町村は全体の8割を超えており、食料品アクセス問題の認識が急速に拡大していることがうかがえる(第21表)。また、これらは都市規模に関わらず同様の傾向が見られることから、既に全国的に一般的な問題として認識されている状況にあることが示されている。

一方、これらの状況を県別にみた場合、対策の必要性には各県で差がみられ、山形、富山、長野、鳥取、広島、愛媛、高知、佐賀、大分、宮崎、鹿児島県において、何らかの対策を必要と考える市町村は9割に上り、その対策の必要性がうかがえる(第15図)。一方、神奈川、石川、沖縄県の各県において、対策を必要と考える市町村は6割以下であることが示されている。

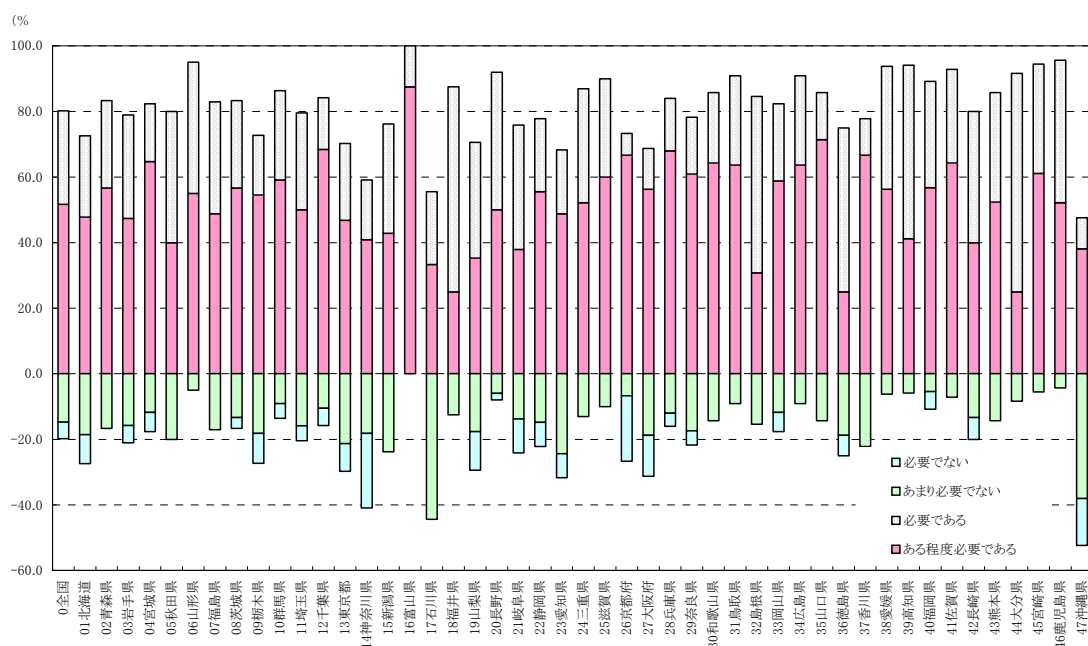


第21表 食料品の買い物が困難な住民に対する対策の必要性(都市規模別)

単位: %

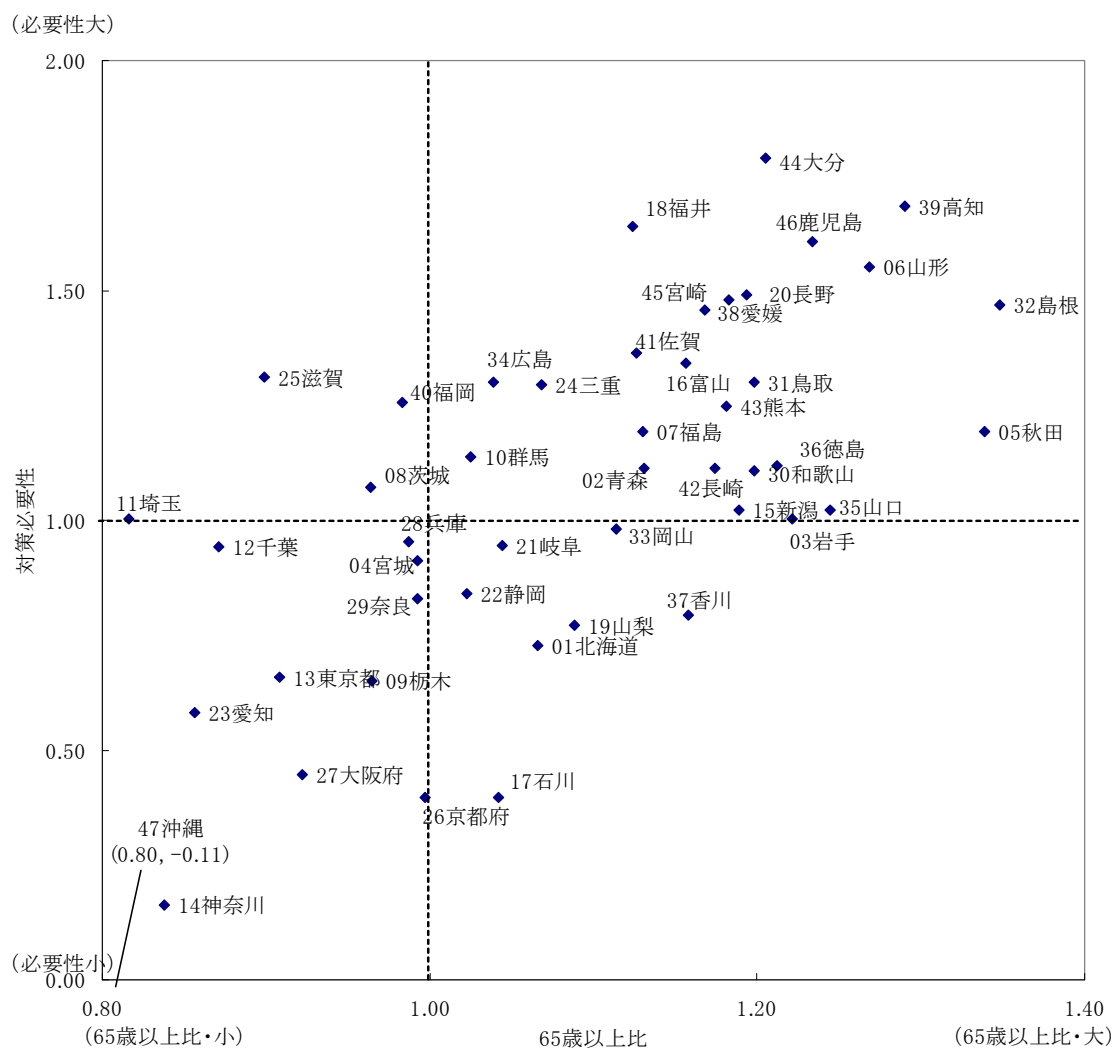
|           | 合計    | 大都市<br>(20万以上) | 中小都市  | 町村    |
|-----------|-------|----------------|-------|-------|
|           | 100.0 | 100.0          | 100.0 | 100.0 |
| 必要である     | 28.5  | 30.9           | 27.0  | 29.4  |
| ある程度必要である | 51.7  | 48.2           | 55.5  | 49.2  |
| あまり必要でない  | 14.8  | 14.5           | 13.2  | 16.1  |
| 必要でない     | 5.0   | 6.4            | 4.4   | 5.3   |

資料: 農林水産政策研究所



第15図 食料品の買い物が困難な住民に対する対策の必要性(県別)

ここで、食料品の買い物が不便な住民に対する対策の必要性（「必要である」「ある程度必要である」の合計）と、65 歳以上人口比率の関係を県別にみる。各回答をスコア化しそれらの平均を 1 とした場合、住民の高齢化率が高い県ほど対策の必要性の認識が高いという傾向が示されており、買い物に不便や苦労のある住民に対する対策の必要性と高齢化が密接に関連していることがうかがえる(第 16 図)。

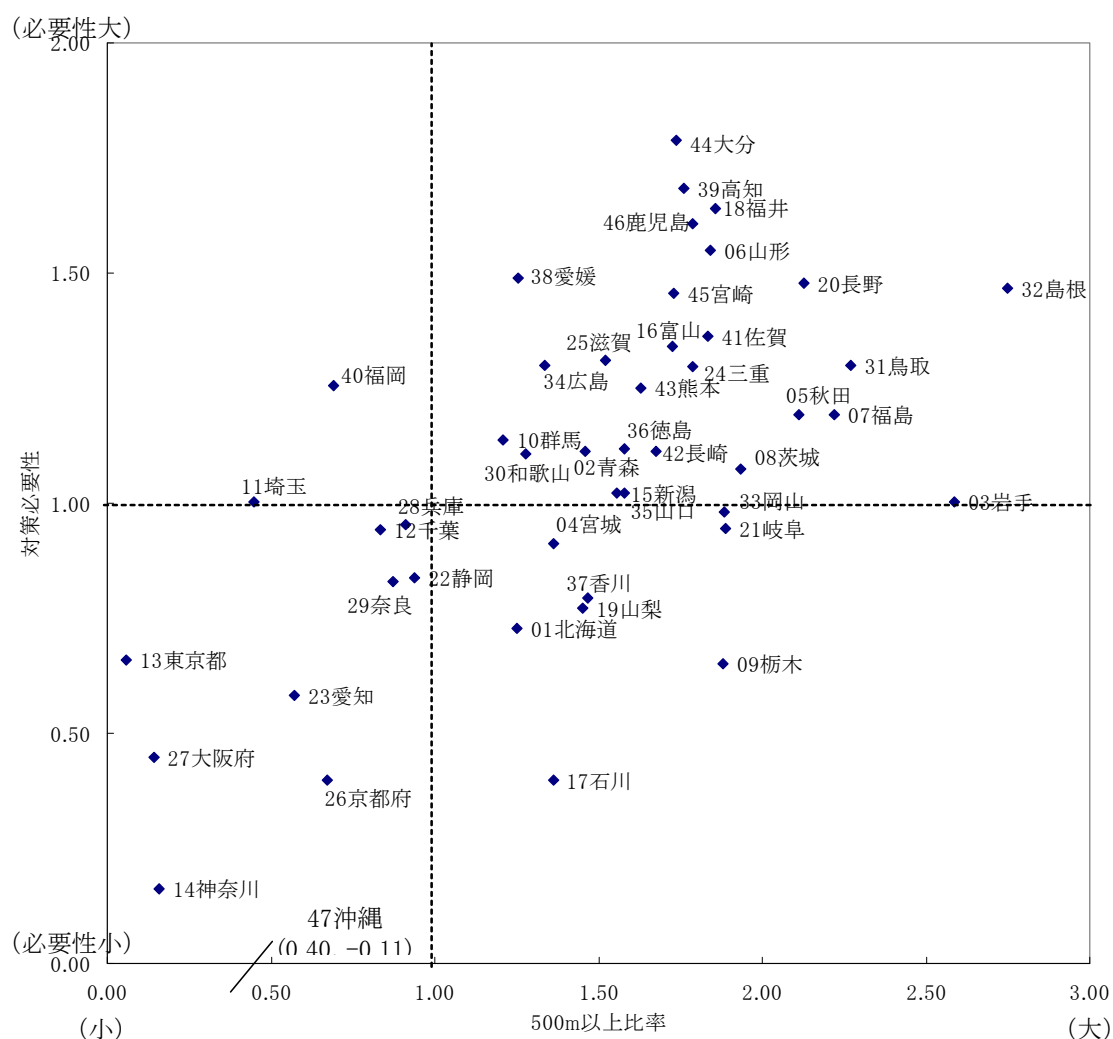


第16図 65歳以上人口比と対策の必要性(全国平均＝1)

資料：農林水産政策研究所，国勢調査

注．対策必要性の各県別比率を一定の係数でスコア化し，全国平均を 1 としたもの。

先にみた食料品販売店舗への距離の視点から、各市町村における住民と店舗までの距離が 500m 以上人口(500m 以上比率)と対策の必要性の関係では、500m 以上比率が高いほど（＝店舗までの距離が遠い人口が多い県ほど）買い物が不便な対策の必要性が高くなることが示されている(第 17 図)。相対的に 500m 以上比率が低いのは、東京や神奈川、大阪、京都、愛知といった大都市周辺とともに、沖縄があげられており、これらの都道府県では対策の必要性が低いという結果が示されていることから、店舗までの距離要因も各自治体の対策の必要性に対して大きな要因となっていることが示されている。



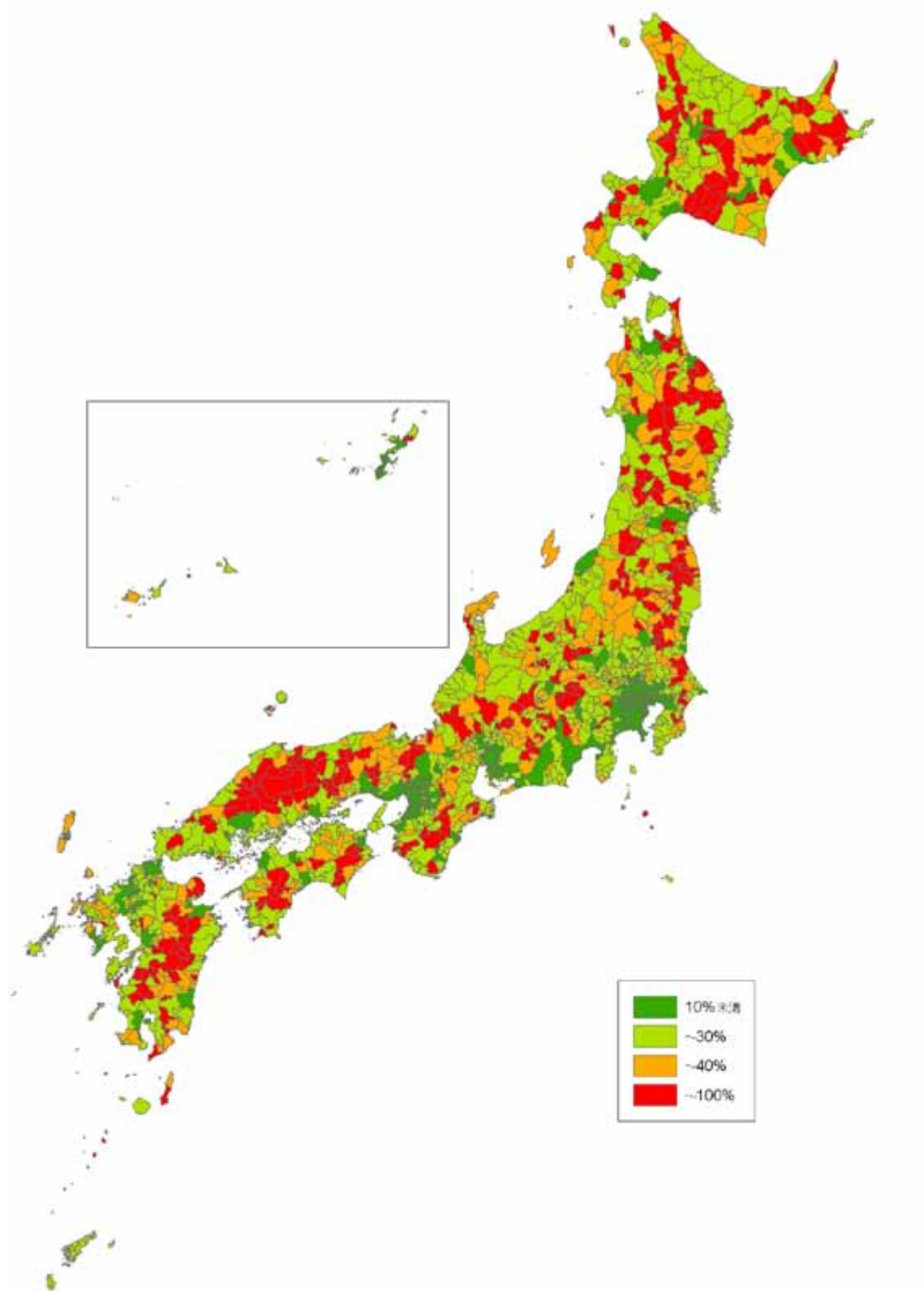
第17図 500m以上比率と対策必要性(全国平均＝1)

資料：農林水産政策研究所

注．対策必要性の各県別比率を一定の係数でスコア化し、全国平均を1としたもの。



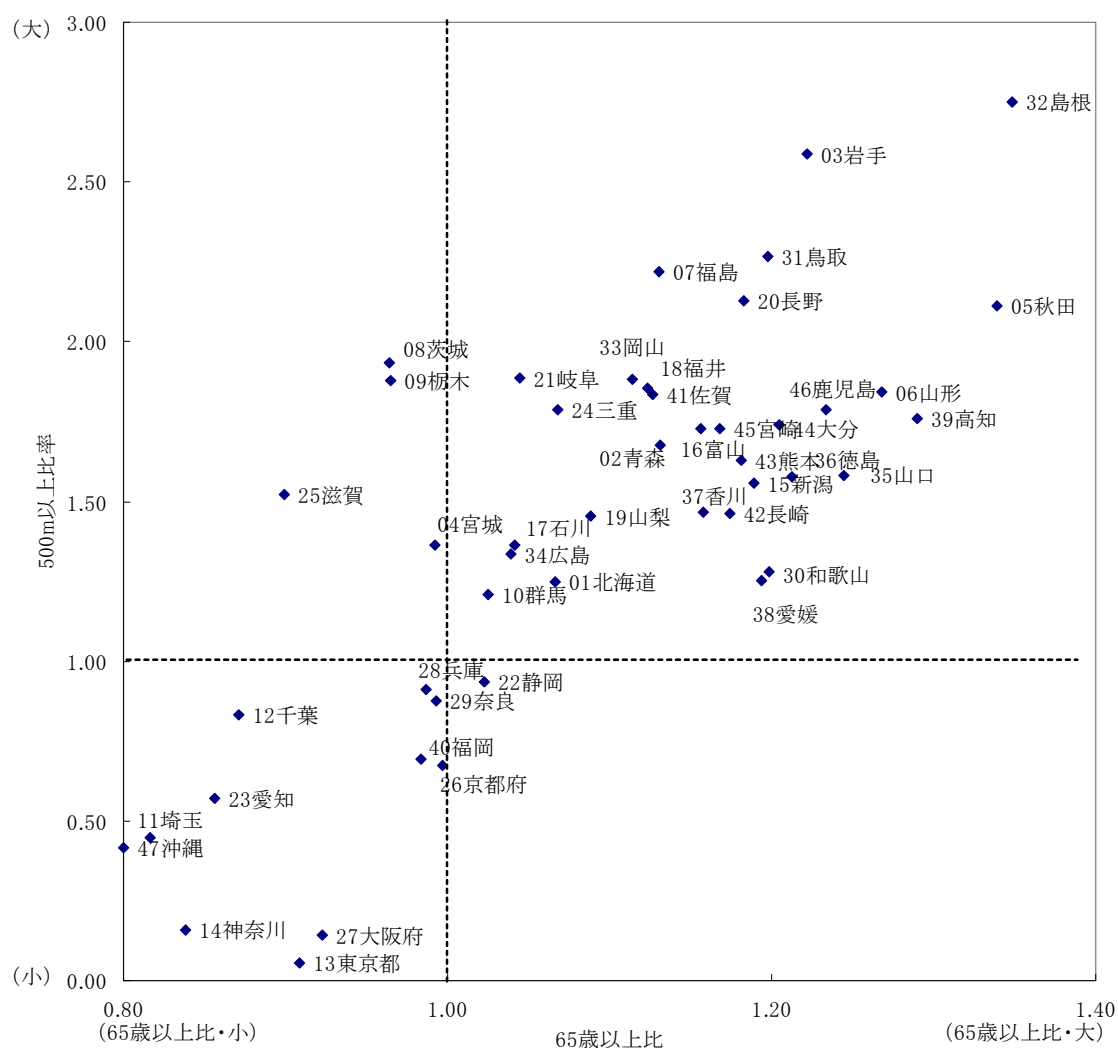
さらに、これら 500m 以上比率を市町村別に集計し、地図上に表示したものが第 18 図である。500m 以上比率を 4 段階（0.1 未満，～ 0.3，～ 0.4，0.4 以上）に区分している。各自治体の住民と店舗までの距離が相対的に近い 0.1 未満（緑）の市町村は、政令市や中心市といった大都市に集中していることが分かる。一方、住民と店舗までの距離が相対的に高い 0.4 以上（赤）の市町村は、主に日本列島の脊梁部の山間部等に集中していることがわかる。なかでも、中国、四国、九州地方の山間部ではこれらエリアが集中していることから、地域全体の社会的問題としてこれら問題が極めて重要なものになっていると考えられる。



第18図 500m以上比率（食料品販売店舗まで500m以上人口割合・全市町村）

資料：農林水産政策研究所

各市町村の 65 歳以上人口比と 500m 以上比率といったいわば市町村のおかれた環境の  
 関係を見ると、両者は正の相関関係にあることがわかる(第 19 図)。すなわち、高齢化の  
 進んでいる県においては、住民と店舗までの距離が相対的に長くなる関係にある。対  
 策の必要性が認識されているところは、店舗までの距離の長さで高齢化の両方の問題を  
 抱えている可能性が高い。

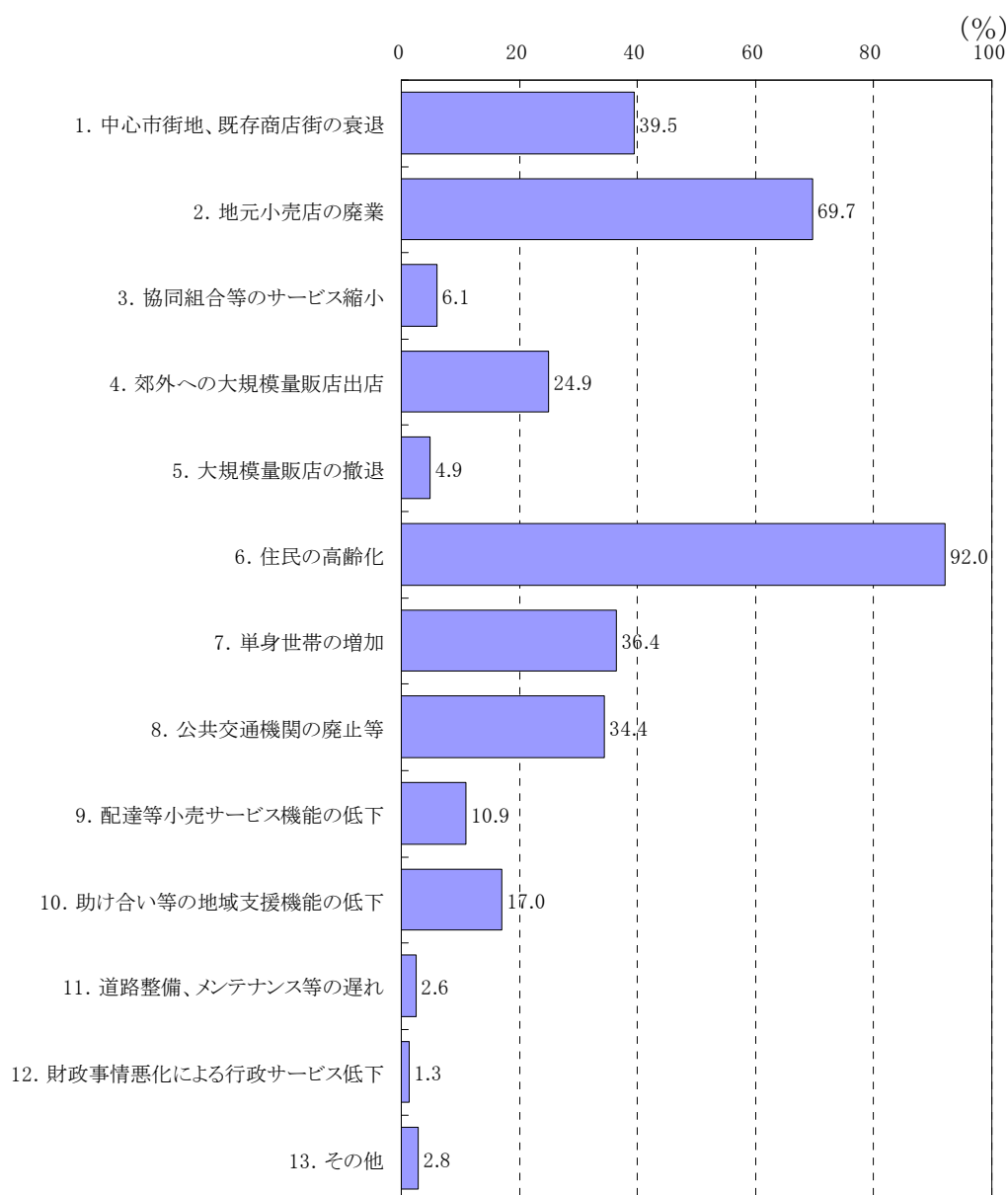


第19図 65歳以上人口比と500m以上比率(全国平均=1)

資料：農林水産政策研究所

### (3) 買い物が不便な住民が発生する原因

ここで、市町村が認識している食料品の買い物が不便な住民が発生する理由(複数回答)をみると、最も多いのは「住民の高齢化」であり、全体 9 割の市町村であげられている(第 20 図)。次いで「地元小売店の廃業」「中心市街地・既存商店街の衰退」といった小売店側の供給要因とともに、「単身世帯の増加」や「公共交通機関の廃止等」といった、需要側の要因及び交通条件も同時に示されている。これらは単純な原因としてだけではなく、他の要因が密接に関連した「結果」としての要素も含んでいることから、食料品アクセス問題とはこれら要因が複合した現象であることが指摘できる。



第20図 買い物が不便な住民が発生する理由

資料：農林水産政策研究所

ここでこれら各原因を県別にみると、その特徴がより明確となる。各原因の全国平均を 1 として各県の比率をとり、それらが 2 以上の場合（全国平均の 2 倍以上）をみた（第 22 表）。原因としての「協同組合サービスの縮小」では、福井や鳥取、島根、愛媛各県の比率が高く、これら地域で JA 等の支店や A-Coop 店舗が急速に縮小していることを裏付けている。

また、群馬や奈良といった県では「大規模量販店（GMS）の撤退」も指摘されており、一旦、地域に出店した大規模量販店が競争の激化から閉店・撤退するという現象が発生しており、小売環境が急速に空洞化する場合があることを示している。同時に、石川、福井、京都などでは「小売サービスの低下」についても指摘されており、既存の小売店舗の高齢化や縮小化から、配達等のサービスが十分に行えていない状況にあることがうかがえる。小売店舗へのアクセスといった点では、「道路整備・メンテの遅れ」も取りあげられており、岩手、福井、岐阜、奈良、和歌山といった各県においては、市町村財政の縮小から道路等の既存インフラの整備が追いついていない状態であることが指摘されている。同時に、和歌山、岡山、山口、愛媛、鹿児島各県では、「行政サービスの低下」があげられており、市町村合併による支所の統廃合や財政事情の悪化によって、地域集会やイベントへの支援や補助といった従来からの住民サービスが低下していることを示している。

第22表 買い物が不便な住民が発生する理由(全国平均=1)

|        | 1.中心・商店街衰退   | 2.地元小売店廃業    | 3.組合サービス縮小  | 4.郊外GMS      | 5.GMS撤退     | 6.住民高齢化      | 7.単身世帯増      | 8.公共交通機関廃止   | 9.小売サービス低下   | 10.地域支援機能低下  | 11.道路整備メンテナンス遅れ | 12.行政サービス低下 |
|--------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|-------------|
| 0全国    | 39.5%<br>1.0 | 69.7%<br>1.0 | 6.1%<br>1.0 | 24.9%<br>1.0 | 4.9%<br>1.0 | 92.0%<br>1.0 | 36.4%<br>1.0 | 34.4%<br>1.0 | 10.9%<br>1.0 | 17.0%<br>1.0 | 2.6%<br>1.0     | 1.3%<br>1.0 |
| 01北海道  | 1.2          | 1.0          | 0.6         | 1.1          | 1.7         | 1.0          | 0.9          | 0.8          | 1.3          | 0.6          | 0.4             | 0.7         |
| 02青森県  | 1.2          | 0.9          | 0.0         | 1.1          | 1.2         | 1.0          | 0.9          | 0.6          | 1.2          | 0.2          | 0.0             | 0.0         |
| 03岩手県  | 1.1          | 1.1          | 0.9         | 1.9          | 1.1         | 1.0          | 1.4          | 1.2          | 0.5          | 1.2          | 2.1             | 0.0         |
| 04宮城県  | 1.3          | 1.0          | 1.0         | 1.8          | 2.6         | 0.9          | 1.4          | 0.5          | 0.6          | 0.7          | 0.0             | 0.0         |
| 05秋田県  | 0.4          | 1.1          | 0.8         | 0.6          | 0.0         | 1.0          | 1.0          | 1.7          | 0.0          | 0.6          | 2.0             | 0.0         |
| 06山形県  | 1.0          | 0.9          | 0.0         | 1.4          | 0.0         | 1.1          | 0.8          | 1.7          | 0.9          | 0.6          | 0.0             | 3.9         |
| 07福島県  | 1.2          | 1.0          | 0.0         | 1.2          | 0.5         | 1.0          | 1.2          | 1.3          | 0.7          | 1.1          | 0.0             | 0.0         |
| 08茨城県  | 1.1          | 1.2          | 0.0         | 1.2          | 1.4         | 1.0          | 1.2          | 1.5          | 0.9          | 1.6          | 0.0             | 0.0         |
| 09栃木県  | 1.4          | 1.0          | 1.5         | 1.8          | 0.0         | 1.1          | 1.2          | 0.5          | 1.1          | 2.1          | 0.0             | 0.0         |
| 10群馬県  | 1.4          | 1.2          | 0.0         | 1.6          | 2.8         | 1.0          | 1.6          | 0.5          | 1.3          | 1.6          | 1.8             | 0.0         |
| 11埼玉県  | 1.2          | 1.1          | 0.0         | 1.5          | 1.9         | 1.0          | 1.2          | 0.2          | 0.2          | 1.5          | 0.9             | 0.0         |
| 12千葉県  | 1.5          | 1.2          | 0.4         | 0.4          | 0.5         | 1.0          | 0.9          | 1.0          | 0.5          | 1.2          | 0.0             | 0.0         |
| 13東京都  | 1.3          | 1.1          | 0.4         | 0.3          | 0.4         | 0.9          | 1.1          | 0.0          | 2.0          | 1.7          | 0.0             | 1.7         |
| 14神奈川県 | 1.0          | 0.9          | 0.0         | 1.1          | 0.0         | 0.9          | 0.7          | 0.7          | 1.7          | 1.4          | 1.9             | 0.0         |
| 15新潟県  | 0.8          | 1.0          | 2.3         | 0.8          | 2.0         | 1.0          | 0.7          | 1.2          | 1.7          | 1.1          | 1.9             | 0.0         |
| 16富山県  | 1.6          | 1.1          | 0.0         | 1.5          | 2.6         | 0.8          | 1.7          | 1.1          | 0.0          | 0.7          | 0.0             | 0.0         |
| 17石川県  | 0.3          | 0.3          | 0.0         | 1.3          | 0.0         | 1.1          | 0.6          | 1.9          | 2.0          | 0.7          | 0.0             | 0.0         |
| 18福井県  | 0.6          | 1.1          | 6.1         | 0.5          | 0.0         | 1.1          | 0.3          | 1.5          | 2.3          | 1.5          | 4.9             | 0.0         |
| 19山梨県  | 0.5          | 1.0          | 0.0         | 0.5          | 0.0         | 1.0          | 1.1          | 1.4          | 0.6          | 0.8          | 0.0             | 0.0         |
| 20長野県  | 1.1          | 0.9          | 2.0         | 0.6          | 1.2         | 1.0          | 0.9          | 0.9          | 1.1          | 0.6          | 1.6             | 0.0         |
| 21岐阜県  | 1.1          | 1.0          | 1.1         | 1.2          | 0.7         | 0.9          | 0.9          | 0.8          | 0.3          | 0.8          | 2.7             | 2.7         |
| 22静岡県  | 0.9          | 0.7          | 0.0         | 0.6          | 0.8         | 1.0          | 1.5          | 1.2          | 0.4          | 1.4          | 0.0             | 0.0         |
| 23愛知県  | 1.1          | 1.1          | 0.4         | 0.9          | 0.5         | 0.9          | 0.8          | 0.9          | 0.9          | 0.9          | 0.0             | 2.0         |
| 24三重県  | 0.8          | 1.3          | 2.3         | 0.4          | 2.0         | 1.0          | 1.4          | 1.4          | 0.4          | 0.8          | 0.0             | 0.0         |
| 25滋賀県  | 0.8          | 0.9          | 0.0         | 1.2          | 0.0         | 1.0          | 0.5          | 1.2          | 0.9          | 1.8          | 0.0             | 0.0         |
| 26京都府  | 1.4          | 1.0          | 4.3         | 0.5          | 0.0         | 1.0          | 0.9          | 1.0          | 2.4          | 1.2          | 0.0             | 0.0         |
| 27大阪府  | 1.3          | 0.9          | 0.0         | 0.9          | 1.9         | 1.0          | 1.0          | 0.5          | 0.0          | 1.1          | 1.2             | 2.4         |
| 28兵庫県  | 1.0          | 0.9          | 0.7         | 1.0          | 0.0         | 1.0          | 1.3          | 0.5          | 0.7          | 1.4          | 0.0             | 3.1         |
| 29奈良県  | 0.6          | 0.9          | 0.7         | 1.3          | 3.4         | 1.0          | 0.8          | 1.2          | 1.5          | 0.7          | 4.9             | 0.0         |
| 30和歌山県 | 0.2          | 1.1          | 0.0         | 0.6          | 1.5         | 1.0          | 0.6          | 0.6          | 0.7          | 1.7          | 5.6             | 5.6         |
| 31鳥取県  | 0.9          | 1.0          | 7.4         | 0.7          | 0.0         | 1.0          | 1.0          | 1.3          | 0.8          | 0.5          | 3.5             | 0.0         |
| 32島根県  | 1.2          | 1.2          | 3.8         | 1.2          | 0.0         | 1.1          | 0.4          | 1.6          | 2.1          | 3.0          | 0.0             | 0.0         |
| 33岡山県  | 0.4          | 1.0          | 2.9         | 0.5          | 1.2         | 0.9          | 1.5          | 1.4          | 1.6          | 0.7          | 0.0             | 4.6         |
| 34広島県  | 0.5          | 0.7          | 3.0         | 0.7          | 1.9         | 1.0          | 0.7          | 1.8          | 0.8          | 0.0          | 0.0             | 0.0         |
| 35山口県  | 0.4          | 0.9          | 2.3         | 0.3          | 1.5         | 1.0          | 0.6          | 1.5          | 0.7          | 1.3          | 2.8             | 5.6         |
| 36徳島県  | 0.5          | 0.9          | 2.2         | 1.3          | 1.4         | 1.0          | 1.5          | 1.5          | 1.2          | 1.2          | 0.0             | 0.0         |
| 37香川県  | 0.8          | 1.0          | 1.8         | 1.3          | 0.0         | 1.0          | 0.9          | 1.3          | 2.0          | 2.0          | 0.0             | 0.0         |
| 38愛媛県  | 1.0          | 0.9          | 4.8         | 0.9          | 2.4         | 1.0          | 1.6          | 1.9          | 1.1          | 0.7          | 0.0             | 4.6         |
| 39高知県  | 1.0          | 0.8          | 1.0         | 0.7          | 0.0         | 1.1          | 1.1          | 1.2          | 0.0          | 0.0          | 2.3             | 0.0         |
| 40福岡県  | 0.8          | 1.2          | 1.0         | 0.8          | 1.2         | 1.0          | 1.2          | 1.6          | 1.1          | 1.6          | 0.0             | 0.0         |
| 41佐賀県  | 1.2          | 0.8          | 0.0         | 1.5          | 1.6         | 1.1          | 1.3          | 0.7          | 0.0          | 0.9          | 0.0             | 0.0         |
| 42長崎県  | 0.3          | 0.8          | 0.0         | 1.0          | 0.0         | 1.0          | 0.7          | 1.3          | 2.3          | 1.1          | 4.9             | 0.0         |
| 43熊本県  | 1.3          | 1.0          | 1.6         | 2.1          | 0.0         | 1.0          | 0.8          | 0.7          | 0.9          | 0.6          | 0.0             | 3.7         |
| 44大分県  | 0.7          | 1.2          | 3.0         | 0.7          | 0.0         | 1.0          | 1.2          | 1.1          | 2.5          | 1.6          | 3.5             | 0.0         |
| 45宮崎県  | 0.4          | 1.0          | 0.0         | 1.3          | 0.0         | 1.0          | 1.2          | 1.5          | 1.0          | 0.7          | 0.0             | 0.0         |
| 46鹿児島県 | 0.7          | 0.9          | 1.4         | 0.7          | 0.0         | 1.0          | 0.6          | 1.0          | 1.2          | 1.0          | 1.7             | 6.8         |
| 47沖縄県  | 0.3          | 0.8          | 1.0         | 0.9          | 0.0         | 1.0          | 0.6          | 0.9          | 1.1          | 1.0          | 4.6             | 0.0         |

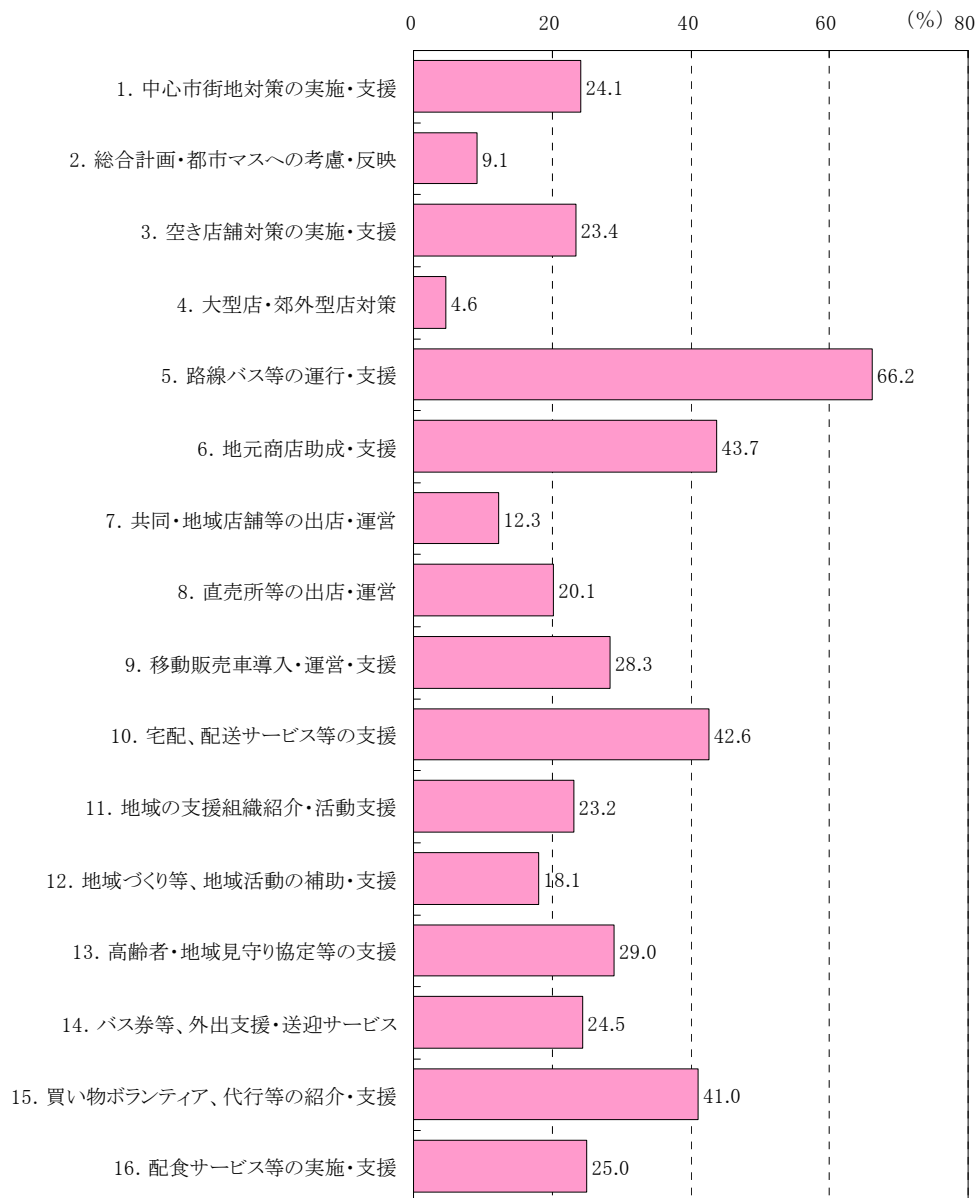
資料：農林水産政策研究所

## 8. 食料品の買い物における不便や苦労を解消するために重要なこと（市町村の視点）

### ー 市町村は不便や苦労の解消に何が重要だと思っているのか？

#### （１） 買い物が不便な住民に重要な対策

食料品の買い物における不便や苦労を解消するために、市町村が重要と考えている対策は何であろうか。食料品の買い物が不便や困難な住民に対してそれらの解消に重要と考えられる対策として最も多くあげられているのは「路線バス等の運行の運行・支援」（66.2％）であり、市町村において店舗までの交通条件の改善といった対策が重視されていることが示されている（第 21 図）。同時に「地元商店助成・支援」（43.7%）とともに「宅配・配送サービス等の支援」（42.6%）などの、小売環境の改善とそれらのサービスの充実が困難の軽減にとって重要であるとしている。さらに、「買い物ボランティア・代行等の紹介・支援」（41.0%）などの住民同士の互助活動への支援についても期待されていることが読み取れる。



資料：農林水産政策研究所

## 第21図 買い物が不便・困難な住民に重要と考える対策

ここで買い物の不便や困難の解消に重要と考えられる対策について都道府県別にみると、茨城、香川などでは総合計画などの街づくり全体の対策が重視されているとともに、栃木、富山などでは大型店・郊外型店の出店規制などの直接的対策の導入が求められていることが示されている。さらに、共同・地域店舗の出店支援、あるいは直売所等の支援といった地域住民と共同型の比較的低コストの行政サポートについても重視されていることが示されている(第23表)。移動販売車への支援については、福井、和歌山、島根、高知などの各県でその効果が期待されており、これら各県での移動販売車導入の実績が評価されているものと考えられる。



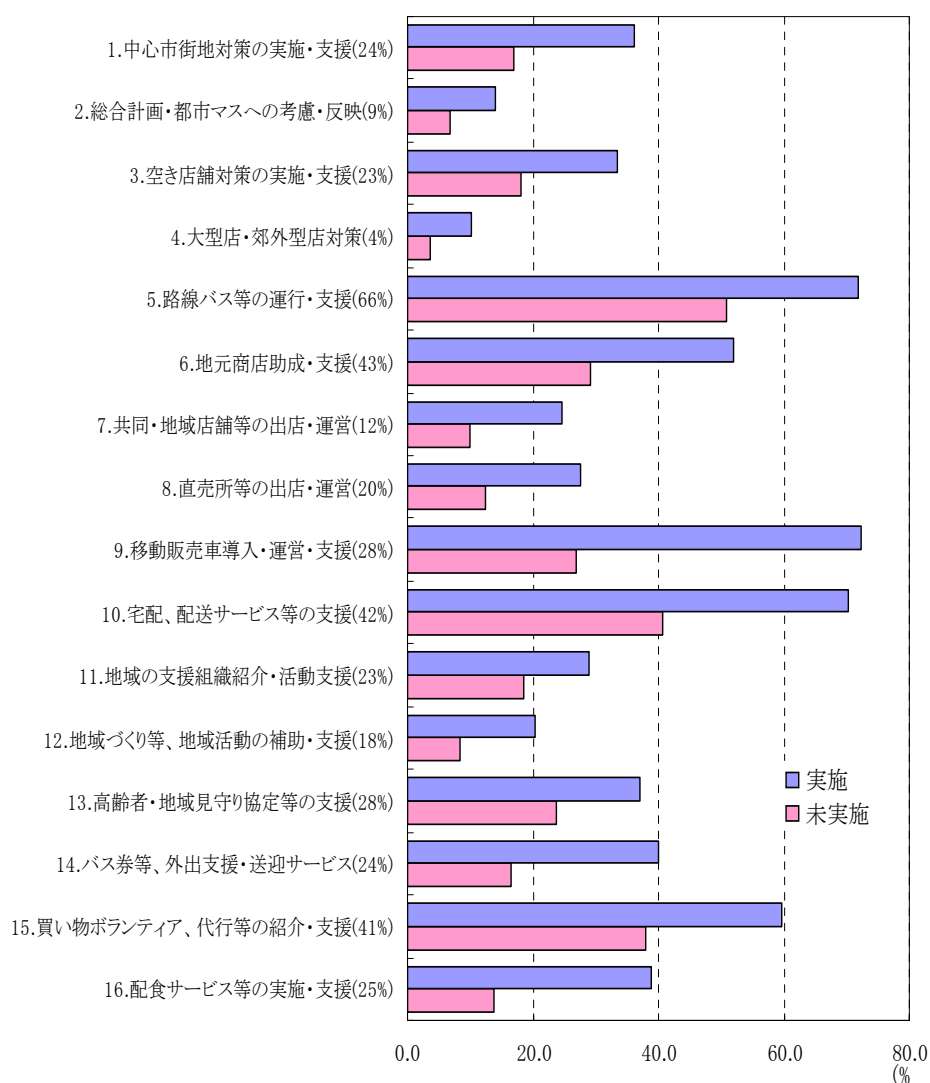
第23表 買い物物が不便な住民に重要と考えられる対策(全国平均＝1)

|        | 1.中心市街地 | 2.総合計画 | 3.空き店舗 | 4.大型店 | 5.路線バス | 6.地元商店 | 7.共同・地域店舗 | 8.直売所 | 9.移動販売車 | 10.宅配、配送 | 11.地域の支援 | 12.地域づくり | 13.高齢・地域協定 | 14.バス券・外出 | 15.買物代行 | 16.配食サービス |
|--------|---------|--------|--------|-------|--------|--------|-----------|-------|---------|----------|----------|----------|------------|-----------|---------|-----------|
| 0 全国   | 24.1%   | 9.1%   | 23.4%  | 4.6%  | 66.2%  | 43.7%  | 12.3%     | 20.1% | 28.3%   | 42.6%    | 23.2%    | 18.1%    | 29.0%      | 24.5%     | 41.0%   | 25.0%     |
| 01北海道  | 1.3     | 1.0    | 1.1    | 0.0   | 0.8    | 0.9    | 0.5       | 0.4   | 0.8     | 1.2      | 0.7      | 0.8      | 1.0        | 1.2       | 1.0     | 0.9       |
| 02青森県  | 1.1     | 0.8    | 0.9    | 1.5   | 1.0    | 0.7    | 0.8       | 1.4   | 0.5     | 1.0      | 1.2      | 1.1      | 1.5        | 1.3       | 1.3     | 0.8       |
| 03岩手県  | 0.7     | 0.6    | 0.5    | 2.3   | 1.2    | 1.3    | 1.1       | 1.3   | 1.3     | 0.9      | 1.1      | 1.5      | 1.3        | 0.9       | 1.2     | 1.3       |
| 04宮城県  | 1.5     | 1.9    | 1.3    | 2.6   | 1.2    | 1.1    | 1.4       | 0.9   | 0.6     | 0.7      | 1.3      | 1.3      | 1.2        | 1.2       | 0.7     | 0.5       |
| 05秋田県  | 0.8     | 1.1    | 1.1    | 0.0   | 1.1    | 0.7    | 0.4       | 1.2   | 0.9     | 1.1      | 0.2      | 0.3      | 1.4        | 1.0       | 1.1     | 0.6       |
| 06山形県  | 0.9     | 0.6    | 0.5    | 1.1   | 1.0    | 1.2    | 0.9       | 1.0   | 1.3     | 1.4      | 0.9      | 0.9      | 1.1        | 0.9       | 0.9     | 0.6       |
| 07福島県  | 1.6     | 1.9    | 1.0    | 2.7   | 1.2    | 1.0    | 1.2       | 1.0   | 1.0     | 1.3      | 0.6      | 1.5      | 1.0        | 1.2       | 1.0     | 1.0       |
| 08茨城県  | 1.4     | 2.3    | 1.5    | 1.5   | 1.1    | 0.8    | 1.1       | 1.0   | 1.3     | 1.2      | 0.9      | 0.6      | 1.0        | 0.8       | 0.8     | 1.1       |
| 09栃木県  | 1.7     | 1.1    | 1.3    | 4.3   | 1.1    | 1.1    | 0.8       | 2.0   | 0.7     | 0.9      | 1.7      | 1.1      | 2.0        | 2.0       | 1.7     | 1.6       |
| 10群馬県  | 1.6     | 1.0    | 1.2    | 2.1   | 0.8    | 1.1    | 0.8       | 1.9   | 1.2     | 1.2      | 1.0      | 1.1      | 0.5        | 1.6       | 1.6     | 1.0       |
| 11埼玉県  | 1.3     | 0.5    | 1.7    | 1.5   | 0.7    | 1.4    | 0.8       | 0.9   | 0.9     | 0.8      | 1.1      | 0.4      | 1.0        | 0.5       | 1.1     | 1.0       |
| 12千葉県  | 1.0     | 0.9    | 1.2    | 0.6   | 1.0    | 1.1    | 1.1       | 1.0   | 0.7     | 1.1      | 1.0      | 0.4      | 0.6        | 0.8       | 1.0     | 0.9       |
| 13東京都  | 1.0     | 2.0    | 1.6    | 1.5   | 0.7    | 1.8    | 1.5       | 0.5   | 0.7     | 0.8      | 1.5      | 1.9      | 1.4        | 0.4       | 1.0     | 1.2       |
| 14神奈川県 | 0.9     | 0.0    | 1.6    | 0.0   | 0.8    | 1.1    | 0.7       | 1.6   | 0.8     | 0.7      | 0.4      | 1.0      | 0.9        | 0.6       | 0.7     | 0.7       |
| 15新潟県  | 1.4     | 0.5    | 0.8    | 2.1   | 1.2    | 0.9    | 0.8       | 1.4   | 0.7     | 1.2      | 1.4      | 0.8      | 1.0        | 1.8       | 1.3     | 1.3       |
| 16富山県  | 1.2     | 0.0    | 1.2    | 3.1   | 1.3    | 1.0    | 1.2       | 2.1   | 0.5     | 1.0      | 1.8      | 0.8      | 1.0        | 0.0       | 1.0     | 0.6       |
| 17石川県  | 0.5     | 0.0    | 0.0    | 0.0   | 1.3    | 0.3    | 0.9       | 1.7   | 0.8     | 1.0      | 1.0      | 0.0      | 1.2        | 1.4       | 1.1     | 1.8       |
| 18福井県  | 0.6     | 1.6    | 1.2    | 0.0   | 0.6    | 0.7    | 1.2       | 0.7   | 3.0     | 1.0      | 1.2      | 0.0      | 1.0        | 1.8       | 0.7     | 1.1       |
| 19山梨県  | 1.0     | 1.9    | 1.0    | 1.3   | 1.2    | 0.9    | 2.9       | 1.5   | 1.2     | 0.8      | 1.0      | 1.6      | 1.4        | 0.7       | 0.9     | 0.9       |
| 20長野県  | 1.2     | 0.7    | 0.6    | 1.8   | 1.1    | 0.8    | 1.3       | 0.8   | 1.1     | 1.1      | 0.7      | 0.7      | 0.8        | 1.7       | 1.3     | 1.0       |
| 21岐阜県  | 1.1     | 1.1    | 0.4    | 0.7   | 1.0    | 0.9    | 1.7       | 1.4   | 1.0     | 1.0      | 1.6      | 1.7      | 0.6        | 1.3       | 0.6     | 1.1       |
| 22静岡県  | 1.1     | 0.0    | 0.8    | 0.8   | 0.9    | 0.7    | 0.6       | 0.6   | 1.6     | 0.8      | 1.7      | 0.8      | 0.7        | 0.9       | 1.3     | 1.4       |
| 23愛知県  | 1.2     | 1.4    | 0.5    | 1.6   | 0.9    | 1.5    | 0.8       | 0.9   | 0.4     | 0.8      | 1.0      | 1.0      | 0.4        | 0.6       | 0.9     | 0.6       |
| 24三重県  | 0.7     | 1.0    | 0.7    | 0.0   | 1.1    | 0.8    | 1.4       | 2.6   | 1.4     | 0.9      | 1.5      | 1.4      | 1.1        | 0.9       | 0.8     | 0.9       |
| 25滋賀県  | 0.4     | 2.2    | 0.4    | 0.0   | 0.8    | 0.5    | 0.8       | 1.0   | 1.1     | 0.9      | 0.9      | 0.6      | 0.7        | 0.8       | 1.0     | 1.6       |
| 26京都府  | 0.6     | 0.7    | 0.6    | 0.0   | 0.8    | 0.9    | 0.0       | 0.7   | 1.4     | 1.3      | 1.4      | 0.4      | 1.2        | 1.6       | 1.1     | 0.8       |
| 27大阪府  | 0.8     | 0.7    | 2.0    | 2.2   | 0.5    | 1.3    | 0.8       | 0.8   | 0.6     | 0.8      | 1.2      | 1.7      | 1.0        | 0.1       | 0.7     | 0.5       |
| 28兵庫県  | 0.7     | 0.5    | 1.1    | 1.8   | 1.0    | 0.9    | 1.7       | 1.7   | 0.7     | 1.0      | 1.6      | 0.7      | 0.7        | 0.2       | 0.8     | 1.0       |
| 29奈良県  | 0.9     | 1.4    | 0.7    | 0.0   | 1.3    | 1.0    | 0.7       | 0.8   | 0.6     | 0.6      | 0.5      | 0.7      | 0.6        | 0.7       | 0.7     | 0.5       |
| 30和歌山県 | 0.3     | 0.8    | 0.6    | 0.0   | 0.8    | 0.3    | 0.6       | 0.0   | 2.3     | 0.7      | 0.6      | 0.4      | 1.5        | 1.5       | 1.4     | 1.1       |
| 31鳥取県  | 0.4     | 0.0    | 0.8    | 0.0   | 1.2    | 0.4    | 0.7       | 0.9   | 1.9     | 1.1      | 0.0      | 1.0      | 1.3        | 2.6       | 1.1     | 0.4       |
| 32島根県  | 0.3     | 0.8    | 1.3    | 0.0   | 1.0    | 1.2    | 2.5       | 1.1   | 2.2     | 1.8      | 1.0      | 0.0      | 0.8        | 0.0       | 2.1     | 1.2       |
| 33岡山県  | 0.7     | 0.6    | 1.0    | 0.0   | 1.0    | 0.5    | 0.5       | 0.9   | 1.0     | 1.1      | 1.3      | 1.9      | 1.4        | 1.2       | 0.9     | 1.2       |
| 34広島県  | 0.4     | 0.0    | 0.8    | 0.0   | 1.2    | 0.6    | 2.2       | 1.4   | 1.3     | 1.1      | 0.8      | 0.5      | 1.6        | 1.1       | 0.9     | 1.8       |
| 35山口県  | 1.3     | 0.8    | 0.7    | 0.0   | 1.2    | 0.7    | 1.9       | 0.4   | 1.1     | 1.3      | 1.3      | 0.0      | 1.1        | 0.3       | 0.9     | 0.9       |
| 36徳島県  | 0.3     | 0.7    | 1.1    | 0.0   | 1.3    | 0.8    | 0.0       | 1.7   | 0.9     | 0.5      | 0.6      | 1.1      | 1.4        | 0.8       | 0.8     | 1.1       |
| 37香川県  | 0.5     | 2.4    | 1.0    | 0.0   | 0.8    | 1.0    | 0.9       | 1.7   | 0.8     | 1.0      | 1.4      | 1.8      | 0.4        | 0.5       | 0.8     | 0.9       |
| 38愛媛県  | 0.7     | 0.6    | 1.0    | 0.0   | 1.2    | 1.2    | 1.4       | 0.3   | 1.7     | 1.4      | 0.8      | 0.3      | 1.4        | 1.9       | 1.7     | 0.9       |
| 39高知県  | 0.9     | 0.0    | 0.7    | 0.0   | 1.0    | 1.0    | 0.9       | 0.6   | 2.2     | 1.0      | 0.5      | 0.6      | 1.3        | 1.1       | 0.7     | 0.2       |
| 40福岡県  | 0.7     | 1.6    | 1.1    | 1.9   | 1.3    | 1.1    | 1.7       | 1.8   | 0.9     | 0.9      | 1.0      | 2.3      | 1.5        | 0.7       | 0.9     | 1.1       |
| 41佐賀県  | 0.9     | 0.0    | 0.9    | 1.6   | 1.0    | 1.1    | 0.6       | 0.7   | 0.8     | 0.8      | 0.9      | 0.8      | 0.7        | 0.9       | 0.9     | 0.9       |
| 42長崎県  | 0.3     | 0.7    | 0.8    | 0.0   | 1.0    | 1.3    | 0.0       | 0.6   | 0.9     | 1.0      | 1.1      | 0.7      | 0.9        | 1.0       | 1.1     | 1.5       |
| 43熊本県  | 1.5     | 1.6    | 1.5    | 1.1   | 1.1    | 1.3    | 2.4       | 0.5   | 0.7     | 1.1      | 0.9      | 1.7      | 0.7        | 1.6       | 0.9     | 0.6       |
| 44大分県  | 0.7     | 0.9    | 0.0    | 0.0   | 1.5    | 0.4    | 0.7       | 0.4   | 2.1     | 1.2      | 2.2      | 1.4      | 1.2        | 0.7       | 0.8     | 1.3       |
| 45宮崎県  | 0.5     | 0.6    | 0.8    | 0.0   | 1.2    | 1.3    | 0.5       | 0.6   | 1.5     | 1.2      | 0.8      | 1.3      | 1.4        | 1.7       | 0.7     | 1.6       |
| 46鹿児島県 | 0.7     | 1.4    | 0.9    | 0.0   | 1.4    | 0.8    | 0.0       | 1.1   | 1.2     | 1.0      | 0.8      | 0.5      | 1.2        | 1.1       | 1.0     | 1.7       |
| 47沖縄県  | 1.2     | 1.1    | 0.9    | 2.2   | 0.6    | 0.8    | 0.8       | 1.5   | 1.1     | 0.6      | 0.9      | 1.7      | 0.5        | 0.6       | 0.7     | 1.8       |

資料：農林水産政策研究所

また、それぞれの対策について、買い物が不便・困難な住民に重要と考えている市町村の割合を、その対策を実施している市町村と実施していない市町村に分けてみたものが第22図である。

それぞれの対策について、それを実施している市町村の方が、実施していない市町村よりもその対策を重要と考えている割合は高い。対策を実施している市町村が重要と考えている割合が高いのは、「路線バス等の運行・支援」、「移動販売車導入・運営・支援」、「宅配、配送サービス等の支援」、「買い物ボランティア、代行等の紹介・支援」である。これらには、実際に実施した経験が反映されている可能性が高い。他方、現在実施していない市町村が重要であると考えている割合が高い対策も、「路線バス等の運行・支援」、「宅配、配送サービス等の支援」、「買い物ボランティア、代行等の紹介・支援」である。



第22図 買い物が不便・困難な住民に重要と考える対策（対策実施状況別）

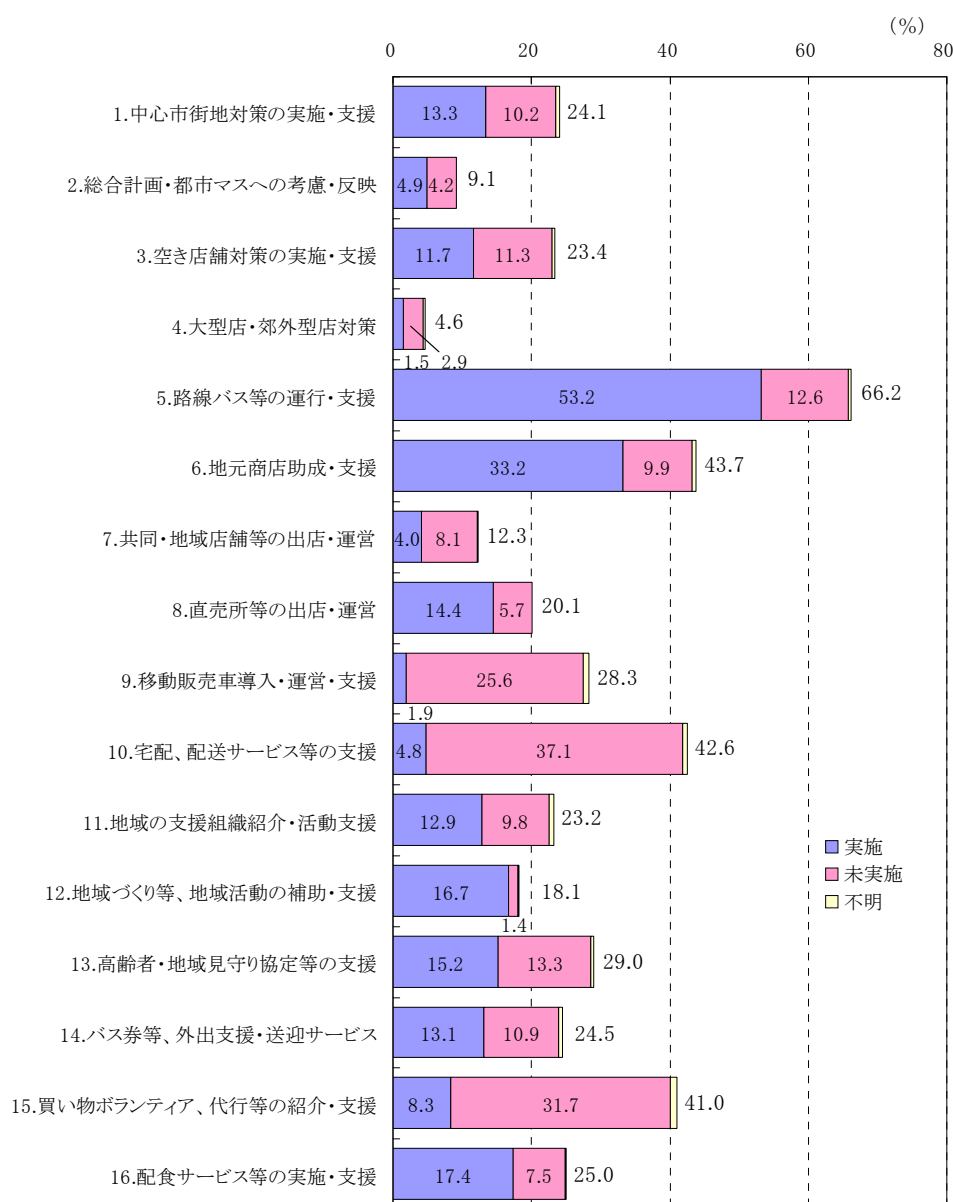
資料：農林水産政策研究所

注．カッコ内は各項目の平均である。

次に、それぞれの対策を重要と考える市町村は、その対策を実施している市町村が多いのであろうか。あるいは実施していない市町村が多いのであろうか。そこで、対策を重要と考えている市町村の当該対策の実施、未実施別の内訳をみたものが第23図である。

「路線バス等の運行・支援」、「地元商店助成・支援」、「直売所等の出店・運営」、「地域づくり等、地域活動の補助・支援」、「配食サービス等の実施・支援」が重要と考えている市町村の多くは現在実施中の市町村である。

逆に、「移動販売車導入・運営・支援」、「宅配、配送サービス等の支援」、「買い物ボランティア、代行等の紹介・支援」、「共同・地域店舗等の出店・運営」が重要と考えている市町村の多くは、これらを実施していない市町村である。



第23図 対策が重要と回答した市町村の対策実施・未実施別内訳

資料：農林水産政策研究所

## (2) 市町村のおかれた状況と買い物が不便な住民に重要な対策

主成分分析により、市町村のおかれた状況と食料品の買い物が不便や困難な住民に対して重要と考えられる対策の関係を明らかにしたものが第24表である。ここでは、外生的な変数として店舗までの距離が500m以上の人口割合、都市規模、高齢世帯比率、自動車普及率の4変数を設定し、重要と考えられる対策との主成分分析によってその特徴を明らかにする。

- ① 店舗までの距離が500m以上人口の割合(500m以上比率)でみると、相対的に近距離である0.1未満の市町村では、中心市街地対策や総合計画の設定といった街づくりが重視されるとともに、大型店・郊外店や空き店舗対策等が重要視されている。一方、店舗までの距離が相対的に遠い市町村(500m以上比率0.3以上)では、路線バス支援や移動販売、バス券などの外出支援といった交通条件の改善が重視され、さらに地域見守り協定や配食サービスといった地域づくりや行政サービスを重要と考えていることが示されている。
- ② 都市規模でみると、政令市・中心市などの大都市においては、買い物ボランティア・代行とともに配食サービスや宅配・配送サービスなどの支援が重視されている反面、それ以外の市町村においては特に重視されないという結果となっている。
- ③ 高齢世帯の多く抱える市町村においては、空き店舗対策などが重要と考えられており、既存店舗の活用が重要な課題となっていることが示されている。
- ④ 自動車普及率の点からみると、ここで重視されている対策は交通条件改善対策であり、これら市町村では自動車普及率が高い反面でそれらから取り残された住民に対しての対策が重視されるという状況におかれていることが予想される。

第24表 市町村の状況に応じた買い物が不便な住民に重要な対策

|        |                     | 500m以上比率 |      |       | 都市規模 |    | 高齢世帯比率 | 車普及率 | 他要因 |
|--------|---------------------|----------|------|-------|------|----|--------|------|-----|
|        |                     | 0.1未満    | -0.3 | 0.3以上 | 中心市  | 以外 |        |      |     |
| 街づくり   | 中心市街地対策の実施・支援       | ○        |      | ×     |      |    |        | ×    | △   |
|        | 総合計画・都市マスへの考慮・反映    | ○        |      | ×     |      |    |        | ×    | △   |
| 店舗対策   | 空き店舗対策の実施・支援        | ○        |      | ×     |      |    | ○      | ×    |     |
|        | 大型店・郊外型店対策          | ○        |      | ×     |      |    |        | ×    |     |
|        | 地元商店助成・支援           | ○        |      | ×     |      |    |        | ×    |     |
|        | 共同・地域店舗等の出店・運営      | △        |      | △     |      |    |        | △    | △   |
|        | 直売所等の出店・運営          | △        |      | △     |      |    |        | △    | △   |
| 交通条件改善 | 路線バス等の運行・支援         | ×        |      | ○     |      |    | ×      | ○    |     |
|        | 移動販売車導入・運営・支援       | ×        |      | ○     |      |    |        | ○    | △   |
|        | バス券等、外出支援・送迎サービス    | ×        |      | ○     |      |    |        | ○    |     |
| 地域支援   | 地域の支援組織紹介・活動支援      | ○        | ×    | △     |      |    | ×      | ×    |     |
|        | 地域づくり等、地域活動の補助・支援   | ×        |      | ○     |      |    |        | ○    |     |
|        | 高齢者・地域見守り協定等の支援     | △        | △    | △     | ○    | ×  |        | △    |     |
|        | 買い物ボランティア、代行等の紹介・支援 | △        | △    | △     | ○    | ×  |        | △    |     |
| 行政サービス | 配食サービス等の実施・支援       | △        | ×    | ○     | ○    | ×  | ×      | △    |     |
|        | 宅配、配送サービス等の支援       | △        | △    | △     | ○    | ×  |        | △    |     |

資料: 農林水産政策研究所

注 1) 因子負荷量0.3以上のものについて、表にしたものである。変数は、表頭、表側項目である。

2) 「500m以上比率」は食料品販売店舗までの距離が500m以上の人口割合を市町村別に求めたもの。

3) どのような条件(表頭)の市町村が、どの選択肢(表側)に反応しているかを示しており、○は肯定的反応、×は否定的反応を示している。△は複数の主成分で相反する反応があることを示し、該当する住民の中に複数のグループがあることが示唆される。

## 9. 食料品の買い物における不便や苦労を解消するための先進事例

### — 先進事例に学ぶ食料品アクセス問題の解決に資する効果的な取組 —

住民意識及び市町村意識の分析においてみてきたように、食料品アクセス問題は、個々の地域における地理的な条件や公共交通機関の利便性、購買者自身の身体的な制約、またその家族環境など多様な要因があることから、その解決策も一様ではない。

このような食料品アクセス問題を解決するためには、個々の地域における食料品アクセスの現状を分析し、そこに内在する課題を十分把握した上で、課題解決に資する効果的な取組を行うことが必要である。そのためには、既に取り組まれており、一定の成果をあげている各地の先進事例からそのノウハウを学ぶことが肝要である。

このため、本研究では、全国各地で食料品アクセス問題の解決に資する先進的な取組を行っている地方公共団体や民間事業者、NPO法人等の関係者からヒアリングを行うとともに、食料品アクセス問題に関係する文献調査を併せて行った。以下においては、ヒアリングや調査から見出された全国各地の先進的な取組について、分類、体系化し、その特徴や効果、今後の課題等を整理する。

#### (1) 食料品提供サービスの分類と体系

全国各地で取り組まれている食料品アクセス問題の解決に資する先進的な食料品提供サービスは、消費者に対する食品の提供方法の特徴の違いから、店舗まで買い物に行く「店舗販売」、自宅に食品を届けてもらう「食品宅配」、近所に移動してきた店舗において食品を購入する「移動販売」、複数人で食事を共に楽しむ「共食・会食」の4種に大別され、第25表のように分類することができる。以下では、この分類に従って、それぞれの食料品提供サービスの特徴、取組の効果、課題等について整理する。

- 1) 店舗販売（最寄り店舗設置、買い物バス等）
- 2) 食品宅配（ネットスーパー、生協宅配等）
- 3) 移動販売（移動販売車、訪問販売等）
- 4) 共食・会食

第25表 食料品アクセス問題の改善に資する食料品提供サービスの分類と概要

|       |                | サービス内容                                     | 概要                                                                               |                                                                               |
|-------|----------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 店舗販売  | 商品を手に取り目で見えて選ぶ | 最寄り店舗の新設                                   | 食料品スーパーや商店街の専門食料品小売店が閉店したことに伴い、食料品アクセス問題が生じた地域において、小規模な食料品小売店を新たに設置する取組          |                                                                               |
|       |                | コンビニエンスストアにおける生鮮食料品の販売                     | 地域住民にとって身近となっているコンビニエンスストアにおいて、加工食品に加えて、青果物、魚介類、食肉などの生鮮食料品を取扱い、多様な食料品の提供を行う取組    |                                                                               |
|       |                | 朝市                                         | 地域の住民及びその団体などが空き店舗や駐車場などを活用して、地域住民に買い物をする場を設定し、生鮮食料品や加工食品を提供する取組                 |                                                                               |
|       |                | 移動手段の提供                                    |                                                                                  | 食料品店舗までの距離が遠く、交通手段が限られていることなどを背景として、店舗までの送迎バスや、乗合タクシー、コミュニティーバスなどの移動手段を提供する取組 |
|       |                | 移動販売                                       | 移動販売車                                                                            | 過疎地などの地域で食品小売事業者などが自動車に食料品などを積み、販売ルートに沿って移動しながら販売を行う取組                        |
|       |                | 訪問販売                                       | 商店街や食料品スーパーなどの事業者が、地域の集会所や老人介護施設などに出向いて、商店街や食料品スーパーで販売している商品を当該場所で販売する取組         |                                                                               |
| 食品宅配  | カタログなどで選ぶ      | 生活協同組合宅配                                   | 生活協同組合に出資を行った一定地域内に居住する組合員に対して、生活協同組合が地域のグループ単位の拠点及び個人宅に配達し食料品の提供のサービスを行う取組      |                                                                               |
|       |                | 料理・弁当宅配                                    | 外食事業者が都市部などを中心に、セントラルキッチンや飲食店などで調理された料理や弁当を宅配する取組                                |                                                                               |
|       |                | 有機野菜宅配                                     | 有機栽培を行っている農家と直接取引をした宅配専門事業者が有機野菜・果物を中心に、有機野菜等を原料とした加工食品や魚介類、畜肉を含めた品揃えで、食品宅配を行う取組 |                                                                               |
|       |                | ネットスーパー                                    | 食料品スーパーなどが、店舗又は配送センターから、インターネット等の通信機器を用いて注文を行った利用者に対して食料品などを宅配する取組               |                                                                               |
|       |                | 御用聞き                                       | サービスを提供する事業者側から電話などで注文や御用を伺う営業手法を活用して、食料品を提供する取組                                 |                                                                               |
|       |                | 買い物代行                                      | 買い物に出かけられないなどの高齢者や子育て中の主婦などに代わって、買い物代行業者が食料品などを購入して、宅配する取組                       |                                                                               |
| 共食・会食 |                | 地域の住民の繋がりが希薄になっている地域などで、地域の住民が集まり共に食事を行う取組 |                                                                                  |                                                                               |

## (2) 食料品提供サービスの特徴、効果、課題等について

### 1) 店舗販売

店舗販売の取組として、(i) 食品スーパー等が閉店した地域における空き店舗等を活用した「最寄り店舗の新設」、(ii) 「コンビニエンスストアにおける生鮮食料品の販売」、(iii) 地域住民などによる「朝市」、(iv) 買い物バスなどで遠方の店舗までの「移動手段の提供」の事例について調査を行った。

これらの取組は、店舗の設置や移動手段の確保などを通じて食料品アクセスの問題を解決することに加え、消費者が店舗で実際に多種の商品を手に取り自らの目で見えて判断して食品の選択ができることを通じ、顧客満足度を上げるという特徴を有している。

近年の老年医学研究によれば、高齢者が行う食事の準備を目的とした買い物は、食材の吟味、代替品の探索など高次生活機能の一部である知的能動性の発揮を必要とする行為であり、創作や余暇活動などと同様に高齢者の知的能動性の低下を予防するとともに、食品摂取の多様性を通じた食生活改善に寄与し、さらに、高齢者の老化の遅延、健康の維持・改善に役立つ効果があるとされている(熊谷〔3〕98～99ページ)。

加えて、店舗や販売先で行われる会話などのコミュニケーションは、お互いの安否確認や地域の助け合いがなされる地域コミュニティの維持・形成に寄与している。

以下において、それぞれの先進事例の特徴や課題などについて、整理を行った。

#### (i) 最寄り店舗の新設

「最寄り店舗の新設」とは、食料品スーパーや商店街の専門食料品小売店等が閉店したことに伴い、食料品アクセス問題が生じた地域において、小規模な食料品小売店を新たに設置する取組である。

この取組は、消費者の購買行動の特徴の一つである「最寄り当用買い」を再生するものであり、消費者にとって、①買い物の機会が増えること、②生鮮食料品など新鮮な食品を購入できること、③自ら品物を手に取って自らの目で見て判断して商品を選択できること、④店舗まで行くことで外出の機会が持てることが期待されるほか、⑤店舗が地域住民のコミュニケーションの場となるなど多岐にわたる効果がある。

最寄り店舗の新設は、過疎地域や商圈の狭間に設置するため、事業としての採算性が低いなどの課題がある。このため、実際の取組として一部の事業者では空き店舗を活用したリニューアルによりイニシャルコストを抑え、販売商品も購買頻度の高い食料品に絞り管理コストを削減するとともに、IT 技術を駆使し POS レジを活用した自動発注システムによるローコストオペレーション化や顧客が購入頻度の高い商品について割引を行うなどの顧客確保による収益向上の取組を行っている。

なお、一部の事業者からは事業実施に当たって、商圈内の世帯数や年齢構成などの人口動態を示すデータベースの提供があれば参入リスクを低減するために有効なものとして期待されている。

#### (ii) コンビニエンスストアにおける生鮮食料品の販売

「コンビニエンスストアにおける生鮮食料品の販売」とは、地域住民にとって身近となっているコンビニエンスストア（以下「CVS」と称する。）において、加工食品に加えて、青果物、魚介類、食肉などの生鮮食料品を取扱い、多様な食料品の提供を行う取組である。

この取組により、①生鮮食料品をはじめとする多様な食品の摂取の機会が確保され、栄養改善につながり得ること、②利便性をコンセプトとしている CVS は、生鮮食料品を扱うことでワンストップ化が図られること、③営業時間が長いこと食料品の購入機会が増えるなどの効果がある。

生鮮食料品は日持ちがしないことから、商品管理などに課題がある。こうした中、生鮮食料品の販売に取り組んでいる CVS 事業者は、食料品の供給面などの取組として、①農場との長期の直接取引関係の構築による安定的な生鮮食料品の確保、②事業者間で連携し商品供給や物流の効率化を図る取組、③ CVS チェーン本部とその子会社・関連会社が原料の生産から加工、物流、販売に至るまで一貫したサプライチェーンシステムを構築することによる効率化を図る取組、また顧客確保の取組として④カード会員制による顧客の確保とマーケティングの取組、⑤店舗で販売しない電化製品、キッチン用品、衣類などについてはカタログ販売（店頭引渡）サービスの実施などを行い、効率化と収益の確保を図り事業の持続性を担保している。

食品小売業の事業所数は減少傾向で推移する中で、CVS は増加傾向にあることから、今後、CVS の役割は食料品アクセス改善に資するものとして重要になってくるものと期待される。

### (iii) 朝市

「朝市」とは、地域の住民及びその団体などが空き店舗や駐車場などを活用して、地域住民に買い物をする場を設定し、生鮮食料品や加工食品を提供する取組である。

朝市の取組は、食料品を提供するだけでなく、高齢者に外出の機会を提供し、朝市がコミュニケーションの場となるなど、地域コミュニティの維持・形成につながる効果があると考えられる。

朝市開催のきっかけの多くは、団地内等の店舗が閉店したことによるものである。このため当該団地等の住民で構成する自治区会等が運営主体となって食料品の仕入れ・販売などの運営を行っている。一方で、運営資金、人材などの継続的な財源等確保が課題となっており、地域住民が積み立てている基金を活用したり、ボランティアなどの活用により事業の下支えをしている。このため、運営主体はボランティアによる継続した活動を確保するため、必要に応じてボランティアに対しリクリエーションや食事の機会を提供することなどの配慮が必要であると考えられる。

「朝市」による食料品の提供サービスは、地域住民が一体となって行う地域住民型による食料品アクセス問題の解決策であるとともに、また地域コミュニティの維持・発展に繋がる取組であり、今後のこれらの取組が普及が期待される。

### (iv) 移動手段の提供

「移動手段の提供」とは、自宅などから食料品店舗までの距離が遠く、交通手段が限られていること、また、歩行が不自由な人などへの買い物の機会を確保する必要があることなどを背景としている。関係事業者が特に地方都市やその周辺などの地域で、店舗までの送迎バスや、中心街の主要公共施設、スーパーなどに停留所を設置し周辺地域との間を循環する乗合タクシー、コミュニティバスなどの移動手段を提供することにより、買い物の不便や苦労を軽減する取組である。これらの運営は、地域の NPO 法人が商店街などと連携して事業を展開している。商店街などとの連携は、地域交通や商店街の活性化につながる効果も得られている。

買い物バスなど移動手段を必要とする地域は、店舗を設置するには事業としての採算性が低く、また、利用者の確保が難しいなどの課題がある。このため、地域住民全体が運営費の負担を行うことでバスなどの利用率を高める工夫や商店街と連携したイベントなどの利用者を確保するためのサービスを実施して事業の持続性を維持している取組がある。しかしながら、これらの取組の中には行政の支援によって起業している事業もあり、円滑な事業の運用を確保するため、行政の関与が必要な例も多く存在する。

以上を踏まえ行政、関係事業者、地域住民などが連携すること、また、連携により様々



な事業運営に役立つ取組を実施することが、持続的事業運営をするために極めて肝要である。

## 2) 食品宅配

食品宅配は、家庭（や事業所）などに対して食料品を配達するサービスである。2008年度における市場規模は前年比 104.0 % の 1 兆 5,844 億円と推計されている。分野別の市場構成比は、生協個配 (50.9 %)、惣菜宅配 (20.2 %)、宅配ピザ (7.8 %)、牛乳宅配 (6.7 %)、自然派食品宅配 (4.0 %)、宅配寿司 (3.2 %)、宅配配食 (2.9 %)、外食チェーン・ファストフード宅配 (2.8 %)、コンビニ・ネットスーパー宅配 (1.5 %) の順となっている（矢野経済研究所〔8〕18 ページ）。

食品宅配の市場規模が進展している中、既に取り組まれている先進的な「食品宅配」の、(i) 生協宅配、(ii) 料理・弁当宅配、(iii) 有機野菜宅配、(iv) ネットスーパー、(v) 御用聞き、(vi) 買い物代行について、それぞれの取組などについて調査を行った。

これらの取組は、自宅にいながら容易に宅配によって食料品を確保できるという機能を有するが、インターネットなどの注文になれない世代には情報端末操作が困難という課題や、年会費、月会費などの負担、また配送料も一定金額を購入しないと利用者負担という状況がある。

一方で、宅配事業者によっては、注文時の栄養相談、健康食の提供、高齢者の安否確認など多様な事業を展開しており、単に食料品を提供するだけでなく、利用者に対し、これら付加価値のあるサービスを併せて行っている例もある。

以下において、それぞれの先進事例の特徴や課題などについて、整理を行った。

### (i) 生活協同組合宅配

「生活協同組合宅配」とは、生活協同組合（以下「生協」と称する。）に出資を行った一定地域内に居住する組合員に対して、生活協同組合が地域のグループ単位の拠点及び個人宅に配達し、食料品の提供のサービスを行う取組である。

生協宅配は、利用者が出資し組合員になることにより、各生協のサービス区域内であれば地域を限定せず、平等で多様なサービスを受けられることやグループ購入などを通じて地域コミュニティの維持・形成に寄与している。

一方で、組合員が高齢化してきており、高齢化した組合員のニーズにあったサービスへの対応が必要となっている。このための取組例としては、高齢者に対して見やすいカタログの作成や高齢者向けの弁当宅配の取組を実施している。また、スーパーの跡地などを活用して設置した宅配ステーションでの商品の受け渡しを行い、高齢者などのコミュニティの場とし、地域コミュニティの維持・形成を図っている。更に、高齢単身世帯など向けには、例えば魚一尾単位のパック、100 ㌔単位の肉などの小分け・個包装を行う取組や、高齢者夫妻のどちらかが 65 才以上であれば配送料が半額に割引される「シルバー割引」等の高齢化社会に対応した多様なサービスを行っている。

生協宅配は、相互扶助の精神の下、幅広い地域で展開されるため、高齢化社会にとって極めて有効であり、今後の役割について期待される。

#### (ii) 料理・弁当の宅配

「料理・弁当の宅配」とは、外食事業者が都市部などを中心に、セントラルキッチンや飲食店などで調理された料理や弁当を宅配する取組である。

料理・弁当の宅配は、料理する時間がないなどといった人に対する食料品提供サービスであるが、一部の事業者においては、栄養バランスやカロリーなどが管理された調理済みの料理や弁当の提供を行ったり、特定の疾患に対応した健康食の提供を行うなど顧客ニーズにマッチした様々な付加価値のあるサービスを展開している。

大手外食事業者が行っている宅配サービスの地域は、配送の拠点となるセントラルキッチンや飲食店の所在地からの配達時間を考慮して、宅配地域を限定しているものの、サービスを楽しむ顧客を増やすことなどによる経営拡大を図る観点から、限定地域以外の顧客に対しては、冷凍弁当を配送している事例もある。宅配事業者によっては、自治体と連携して、自治体の配食サービス事業を通じて行う高齢者の安否確認などの取組もあわせて行っている。こうした取組は自治体の補助を受け採算性を確保している。

料理・弁当の宅配による調理済みの食料品の提供は、今後、さらに高齢化が進めば需要が増加すると予測され、必要性が高まっていくものと考えられる。とりわけ、冷凍弁当については、全国に配送が可能であり、家庭の冷凍庫で保存が可能であることから、食料品アクセス問題の解決策としての役割が大きくなると考えられるが、冷凍弁当の普及拡大のためには、まとめ買いが可能な家庭用大型冷凍庫の普及が必要である。

#### (iii) 有機野菜宅配

「有機野菜宅配」とは、有機栽培を行っている農家と直接取引をした宅配専門事業者が有機野菜・果物を中心に、有機野菜等を原料とした加工食品や、トレースのできる魚介類、食肉を含めた品揃えで、食品安全、健康・環境への意識が高い消費者などを顧客として食料品宅配を行う取組である。

この取組は、提供する商品がサービスを利用する消費者のニーズを踏まえて宅配業者が独自に制定した「環境保全型生産基準」に則り、生産者、メーカーが生産・製造しているため、商品に対する信頼感・安心感が醸成されること、また、農家と直接取引をしているため、季節を通して旬で多様な青果物を提供できること、併せて日用品などを取り扱っているため、買い物の利便性が高まることなどの効果がある。

一方で、有機野菜宅配は食料品スーパーなどの商品単価より割高であるため利用者がまだ少なく、採算性の観点から、配送地域は人口が集中している地域に限定されるなどの課題がある。

このため、事業の採算性を上げる取組としては、会員制とすることで宅配事業の多寡に関わらず安定した会費収入を得るものとしている。

また、会員以外も利用できる移動販売を実験的に行うことで、有機野菜宅配の認知度を上げ、本来業務の宅配利用者を増やす活動を行っている。

有機野菜宅配の取組は、これまで一定の売上げを確保してきており、今後の高齢化社会の中で健康志向はますます高まることが予測されることから、このような取組の役割は重要になると考えられる。

#### (iv) ネットスーパー

「ネットスーパー」とは、食料品スーパーなどが、店舗または配送センターから、インターネット等の通信機器を用いて注文を行った利用者に対して、食料品などを宅配する取組である。

ネットスーパーは、食料品スーパーなどで扱っている食料品をはじめ日用品も購入することができ、特に持ち帰りが困難な水や米などの重い品物などを宅配してもらう利便性がある。また、注文はインターネットを利用するため昼夜に関係なくできるメリットがある。

都市部で事業を展開しているネットスーパーの事例では、顧客属性は、30～40歳代の主婦層が多く、買い物の不便を感じているのは高齢者だけではないことがうかがえる。

多くのネットスーパーは、店頭で販売している価格と同じ価格で商品を提供するため、コスト（配送、ピッキング、梱包、受発注管理等）を吸収することが困難である。このため、採算性の観点から一定額を購入しないと配送料は顧客負担とする仕組みや、店舗でのピッキング配送から、効率的なピッキングができる配送センターでの出荷形態にシフトした取組事例がある。

自宅等にいながら任意の時間に注文ができ宅配してくれるネットスーパーは、パソコンなどのIT技術に慣れた世代が高齢化する社会において需要は高くなると考えられる。

#### (v) 御用聞き

「御用聞き」とは、サービスを提供する事業者側から電話などで注文や御用を伺う営業手法を活用して、食料品だけでなく様々なサービスを提供する取組である。

御用聞きは、サービスを提供する事業者側からの訪問などにより、高齢者などの安否確認や、料理の献立や栄養相談などのサービス、また配送時間指定サービスなどがある。

御用聞きの事業の取組事例としては、地域の企業がNPO法人を設立し、地域の商店街と連携して事業を行っている。具体的には、NPO法人の担当者が住民に対して行う御用聞きを通じて、商店街事務局に商品の発注を行い、納品はNPO法人が宅配している。また事業の採算性の観点から商品に5%配送料の上乗せしている例がある。

御用聞きは、注文を伺う時間が長くなる傾向があるため、サービスを提供する上でのコストが嵩むといった課題がある。一部の事業者は、日頃から利用者との係わり（人との交流）を行って継続的な利用を確保したり、サービスについては、会員制として入会金、月会費などの一定した収入を得ることで採算を合わせている。

会話や相談などコミュニケーションの機会を持つ御用聞きのような取組は、地域コミュ

ニティが希薄な地域においては、重要な取組みの一つになるものと考えられる。

#### (vi) 買い物代行

「買い物代行」は、買い物に出かけられない高齢者や子育て中の主婦などに代わって、買い物代行業者が食料品などを購入して、宅配する取組である。

この取組は、買い物代行業者が自ら店舗や専用配送センターなどを所有しないため事業を始める際のイニシャルコストが過大ではないこと、また、購入する商品の範囲がないため、顧客の希望に合わせた食料品などを提供できる。

事業の収入については、事業に参加している加盟店から購入手数料のほか、利用者が支払う一回 100 円から 200 円の配送料がある。しかしながら、事業を運営するコストを吸収できていない場合が多くある。このため、買い物代行業者が自ら商品を買付け、また製造した品物を販売することにより、収益を確保するなどの取組をしている。このように買い物代行業業のみならず商品の仕入れや製造、販売なども行い複合的に事業を展開していくことが肝要であると考えられる。

買い物代行による取組みは、事業を開始するのに過大な資金を必要としない事業であるため、ビジネスモデルが確立されれば今後拡大していく取組であると考えられる。

### 3) 移動販売

「移動販売」について、(i) 近隣に店舗がない過疎地などでの「移動スーパー」、(ii) 食料品スーパーや商店街などによる「訪問販売」の事例を調査した。

これらの取組は、1) 店舗販売の特徴で記述した、実際に商品を手に取り、自らの目で見て判断して購入商品を選択することができること、高齢者の老化を遅延させ健康の維持・改善に役立つ効果が期待されている。このほか、販売先での顧客間の会話や情報交換が、地域住民のコミュニケーション維持・形成や安否確認の機会となっている。また、店舗が移動可能であることから、店舗販売のような商圈の範囲に制約が無く、コストが見合えば相当な広範囲に食料品の提供サービスを行うことができる。

以下において、それぞれの先進事例の特徴や課題などを記述する。

#### (i) 移動スーパー

「移動スーパー」とは、過疎地などの地域で食品小売事業者などが自動車に食料品などを積み、販売ルートに沿って移動しながら販売を行う取組みである。

移動スーパーは、利用者の要望に柔軟に対応することが可能であり、販売ルートも可能な限り弾力的に設定することができるほか、取扱商品も利用者のニーズにより品揃えの対応が可能であることなど、利用者の要望にあった運営が可能である。また移動販売の実施場所に利用者が集まることで、会話や情報交換の場としての機会となり、地域住民のコミュニケーション維持・形成等にも寄与している。

この取組みの多くは、人口密度が低く事業の採算性が取れにくいとされる過疎地域等の

条件不利地域で行われることが多く、事業の継続性や採算性の確保が課題であると考えられる。このため、一部の事業者では CVS で扱っている商品の販売や、目玉商品となるような高鮮度の生鮮食料品の品揃えや、移動販売時に品切れを起こさないように、固定店舗から移動スーパーに対して商品供給ができるバックアップ体制をとるなどのサービスの向上に努め、利用者の増加を図る取組みを行っている。また、30 年という長きにわたり無店舗型の移動スーパーを運営している事業者は、「当日仕入れ・当日販売」による高鮮度商品と、惣菜などの自社加工による付加価値向上などにも取り組むことにより、スーパー等の価格よりも 2～3 割増しの価格設定での販売を可能にし、採算性と持続性を確保している。また、地域によっては行政から燃料代の補助を受け事業を展開している事業者もある。

移動スーパーの取組は、食料品小売業が撤退した地域や過疎地などで行われていることが多いが、都市部でも買い物の利便性向上や食料品アクセス改善の観点から、人が集中する場所で、例えば、団地内の駐車場や買い物の中心となる多くの主婦らが立ち寄る幼稚園などの施設で事業が展開されるなどの事例が考えられる。

#### (ii) 訪問販売

「訪問販売」とは、商店街や食料品スーパーなどの事業者が、地域の集会所や老人介護施設などに出向いて、商店街や食料品スーパーで販売している商品やサービスを提供する取組である。

調査した事例としては、大手食料品スーパーが老人介護施設に出向き、店舗で販売している商品を提供する取組や、商店街の数店が集まり、地域の集会所などにおもむき、商店で提供している品物やサービスを提供する取組がある。

これらの取組みは、買い物の不便の解消だけでなく、商店街や食料品スーパーがもつ様々なサービス、例えばキッチン用品の修理などを併せて提供することができる特徴がある。

一方で、訪問に要するコストの問題や利用者確保の課題があるが、これには、開催前に予め利用者の購入したい商品の要望を聞いたり、利用者を訪問販売所に誘導するためのマイクロバスを運行させることで利用者の確保を図っている。

訪問販売による食料品の提供サービス取組は、買い物不便の解消だけでなく、本業である商店街や食料品スーパーの活性化にも繋がることから、新たな取組みとして注目される。

#### 4) 「共食・会食」

「共食・会食」とは、それぞれ「食を共にする、共に楽しく食する行為」「拠点に集まり一同で食事をする行為」などをコンセプトとして、地域の住民の繋がりが希薄になっている地域で、住民が集まり共に食事を行う取組である。

調査した取組みでは、定期的開催する共食を通じて栄養のバランスのとれた食事の提供、参加者間での交流、共食によって閉じこもりの予防、各種情報提供・情報交換など多様な効用がある。また地域を支えるコミュニティの維持・形成や、食事を行うことで高齢

者の活動能力の向上などが期待されている。

一方、運営する主体が地域の住民であることが多いため、運営にかかる資金やボランティアなどの人材の確保が課題となっている。このため、自治体との連携や企業などからの寄付金により資金を確保している。人材の確保については、活動の軸となるリーダーの育成を共食・会食活動などを通じて行っており、日頃からボランティア自身も楽しめるイベントの開催などの活動を行うことなどで活動への意義や意識の向上を促している取組もある。

「共食・会食」のような地域住民が主体となる活動は、地域コミュニティが希薄になっている現代において重要な取組みであると考えられる。

## 10. 食料品の買い物における不便や苦労を解消するための対策の方向性

### ― 今後の対策はどのような方向に進むべきか？その地域性は？

以上に見たように、食料品アクセス問題の現状は複雑である。また、9. で述べたように既に様々な取組がなされている。これらを踏まえて、今後の対策はどのような方向に進むべきか、仮説的なものも含め以下に提示する。

#### (1) 食料品アクセス改善の目標

まず、食料品アクセス問題への対策は、何を目標とすべきであろうか。これまでの分析から2つの視点が必要であると考えられる。それは、

- ① 食料品への物理的なアクセスの改善
- ② 食料品へのアクセスの質的向上

によって健康的で豊かな食生活が送られることである。以下ではこの2つをあわせて「食料品アクセス改善」と呼ぶこととする。

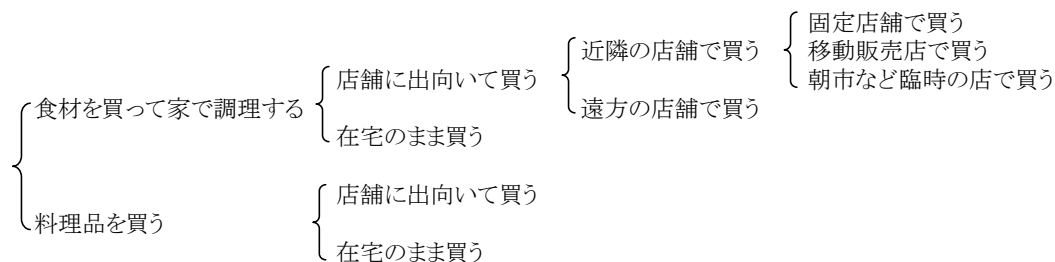
##### 1) 食料品への物理的なアクセスの改善

食料品は国民生活にとって最も基本的な物資であるから、全ての国民が食料品に物理的にアクセスできなければならない。しかし、ここでの物理的なアクセス改善には、かなり広範囲のものが含まれる。

消費者の視点から食料品を購入する方法を分類すると、第24図に示したように、大きく分けて、まず、「食材を買って家で調理する（いわゆる肉食）」か「料理品を買う（いわゆる中食）」かに分けられる。そして、それぞれは、「店舗に出向いて買う」か「在宅のまま買う（宅配など）」かに分かれる。

そしてさらに、店舗に出向いて買う場合には「近隣の店舗で買う」及び「遠方の店舗で買う」という2つの場合がある。

最後に、近隣の店舗で買う場合は、「固定店舗で買う」、「移動販売店で買う」、「朝市など臨時の店で買う」という次の3つのケースがある。



第24図 食料品購入の方法

第26表 食料品購入方法と食料品提供サービス

| 食料品購入の方法                                                                             | 食料品提供サービス                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 食材を買って調理する<br>店舗に出向いて買う<br>固定店舗で買う<br>移動販売店で買う<br>朝市など臨時の店で買う<br>遠方の店舗で買う<br>在宅のまま買う | 最寄り店舗の新設、コンビニエンスストアにおける生鮮食料品の販売<br>移動スーパー、訪問販売<br>朝市<br>移動手段の提供<br>生活協同組合宅配、有機野菜宅配、ネットスーパー、御用聞き、<br>買い物代行 |
| 料理品を買う<br>店舗に出向いて買う<br>在宅のまま買う                                                       | (上記と類似)<br>料理・弁当宅配                                                                                        |
| 共に食事をする                                                                              | 共食・会食                                                                                                     |

これは、消費者の視点からの分類であるため、第 25 表における食料品提供サービスの分類とは異なる。食料品購入の方法それぞれについて、第 25 表で掲げたようなアクセス改善の手段はある。これらの対応関係を整理したのが第 26 表である。この表には食料品購入の方法に「共に食事をする」を加えている。どれに重点を置くかは、地域のおかれた状況によるが、食料品への物理的なアクセスの改善は以上に示した食料品の購入が円滑に行われるようにすることである。

## 2) 食料品へのアクセスの質的向上

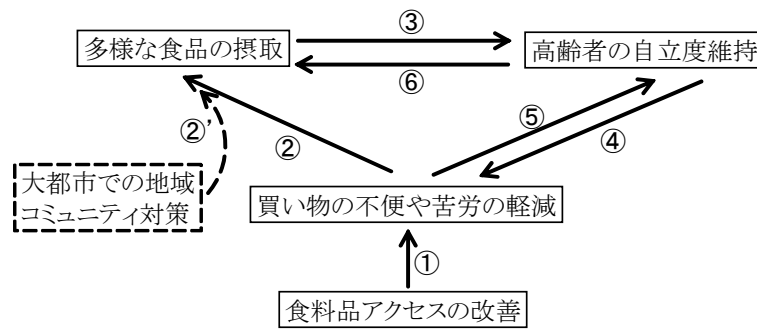
しかしながら、近くに食料品店があればそれで十分かというところではない。その店が食料品スーパーであったとしても品揃えが悪く自分の欲しいものがない場合は、結局より遠くの店舗に買い物に行くことになる。近くの店の品揃えが悪いことも買い物の不便や苦勞の要因となる。食料品へのアクセスの質的向上はこのような問題を改善することである。

また、消費者にとっては不便や苦勞なく複数の買い物チャネルを利用できることが望ましい。このことは消費者にとっての利便だけでなく、店舗に競争を促し、よりよい消費者サービスをもたらすことにつながる。

## 3) 健康的で豊かな食生活の維持・発展

食料品への物理的なアクセスの改善と食料品へのアクセスの質的向上は、健康的で豊かな食生活の維持・発展に貢献するものである。このことは、また、高齢者の高次生活機能<sup>1</sup>の維持、自立度の維持にも関係している。高齢者の食品摂取の多様性<sup>2</sup>が自立度低下の危険度を低める（熊谷〔3〕111～112 ページ、熊谷〔5〕541 ページ）ことが明らかになっており、高齢者が多様な食品群に容易にアクセスできることがこの観点からも重要である。





第25図 食料品アクセスの改善の好循環プロセス

- 注 1) ②'は、岩間信之編『フードデザート問題』(2011年, 農林統計協会)第VI章による。  
 2) ③は熊谷修『介護されたくないなら粗食はやめなさい』(2011年, 講談社)111～112ページによる。  
 3) ④は、農林水産政策研究所による。  
 4) ⑤, ⑥は、熊谷前掲書98～99ページによる。

## (2) 食料品アクセス改善の好循環プロセス

食料品への物理的アクセスの改善と食料品へのアクセスの質的向上は、直接的には食料品の買い物における不便や苦勞を軽減させるが、これが高齢者の食品摂取の多様性を高めるならば、高齢者の老化の遅延、高次生活機能の維持、自立度の維持に貢献する。そして、さらに高齢者については自立度が高いほど食料品の買い物における不便や苦勞が低い（12ページ2. (3) 2) (vii) 参照）ため、さらに食品摂取の多様性を高める可能性があるといった好循環プロセスが生じうる（第25図）。

他方、食料品の買い物と食事の準備は、①手段的自立、②知的能動性、③社会的役割といった高次生活機能の全体が必要な行為であり（熊谷〔3〕98～99ページ）、買い物の不便や苦勞の軽減により買い物しやすくなれば、多様な食品の摂取を経由しなくても直接高齢者の自立度維持に貢献する。このため、「買い物の不便や苦勞の軽減」と「高齢者の自立度維持」の間には双方向の関係があるといえる。

また、高齢者の自立度が維持されなくなり、特に知的能動性の発揮の機会が失われると食品摂取の多様性が失われると言われており（熊谷〔3〕同）、「高齢者の自立度維持」と「多様な食品の摂取」の間にも双方向の関係があるといえる。

結局、買い物における不便や苦勞の軽減は、買い物行動による知的能動性の発揮を通じて多様な食品の摂取を促すことになり、この点からも食料品アクセスの改善は重要となる。

しかしながら、大都市では、食料品アクセスの条件のよい地域でも食品摂取の多様性が低い事例が指摘されており、高齢者の食品摂取の問題は地域コミュニティと関連があるとの報告がある（岩間編〔2〕第VI章）。大都市においては、上述の好循環プロセス発揮のためには地域コミュニティに関する効果的な対策が必要となる。

高齢化が全国にさきがけて進み、さらに今後人口の減少が予想される農山村では、食料品アクセス改善によって高齢者の老化を遅らせ、自立ができるだけ長い期間維持されることが、この地域における市場の維持と食品関係事業者の事業の持続性にも寄与する。

### (3) 食料品アクセス改善の方向

今後、食料品アクセス改善のためにどのような点に重点を置くべきかについては、地域のおかれた条件によって異なる。住民意識の分析によれば、住民は地域によって次のような点を重視していることが明らかとなった。大都市郊外団地の例では買い物サポートサービス（購入した商品の配達サービス）が他地域よりも相対的に重視されていた。地方都市の例では近隣での新規開店、遠方の商店への交通条件改善（バス乗車等への補助、無料送迎サービス充実）、ボランティア等による買い物支援（ボランティア等買い物をしてもらう、ボランティア等と一緒に買い物をする）が相対的に重視されていた。そして農山村の例では遠方の商店への交通条件改善（バス路線開設、バス便の改善）、移動販売店の充実が重視されていた。

他方、市町村が有する意識の分析によれば、政令指定都市などの大都市では買い物ボランティア・代行等の支援、配食サービス、宅配・配送サービス支援が重要であると考えられ、店舗までの距離が比較的近い市町村では、地元商店支援、空き店舗対策の実施等が、店舗までの距離が遠い市町村では、路線バス等の運行・支援、移動販売車導入・支援等が重要であると考えられていた。

住民の意識と市町村の意識には共通点がある。例えばともに大都市では買い物サポートサービスが重要と考えられていること、店舗までの距離が比較的近い地方都市では新規開店、空き店舗対策が重要と考えられていること、店舗までの距離が遠い農山村では交通条件改善や移動販売店の充実が重要と考えられていることである。

しかしながら、相違する点もある。大都市の行政は買い物ボランティア等の支援が重要であると考えている一方で、大都市郊外団地の住民は、他地域と比較して、ボランティア等による買い物支援には否定的である（地方都市では肯定的）。これには、大都市の団地では人と人のつながりが弱く、他の住民の干渉、他の住民との接触を好まないということ

第27表 地域のおかれた条件と食料品アクセスの改善方向

|                 | 大都市 | 地方都市旧市街地 | 農山村 |
|-----------------|-----|----------|-----|
| 現在の条件           |     |          |     |
| 空間的条件(店舗までの距離)  | 近 ← |          | → 遠 |
| 経済的条件(事業の採算性)   | 大 ← |          | → 小 |
| 社会的条件(人と人のつながり) | 小 ← |          | → 大 |
| 今後の重点           |     |          |     |
| 移動販売、交通条件改善     |     |          | ○   |
| 新規開店等採算性の活用     | ○   | ○        |     |
| 人と人のつながりの開拓     | ○   | ○        |     |
| 人と人のつながりの活用     |     | ○        | ○   |

注. 表中の「大」、「小」などの表現はあくまでも他の地域と比較してのものである。

がある一方、行政はこのような状況であっても、人と人のつながりを開拓するためにも、ボランティア等の支援が重要であると考えているのではないかと考えられる。

住民意識と市町村意識の共通点、相違点は、以下のような整理と整合的である。大都市、地方都市旧市街地、農山村のそれぞれのおかれた条件を整理すると、店舗までの距離は、大都市<地方都市旧市街地<農山村となる。大都市で店舗までの距離が近いということは、経済的には人口が密集していて市場機会に恵まれているということでもある。その意味で、市場機会（採算性）からみると、大都市>地方都市旧市街地>農山村となろう。これに対して市場とは異なる社会的な切り口としてコミュニティの活性度あるいは人と人のつながりの程度をみると、大都市<地方都市旧市街地<農山村となる（7 ページ第6表）。なお、この表における「大」や「小」の表記はあくまでも地域間比較における相対的なものであり、「大」と表記しているからといって問題がないとは限らないことに留意されたい。このような条件を考えると、大都市や地方都市旧市街地では店舗の新規開店等採算性の活用が、農山村では移動販売の充実や交通条件の改善が重要になると考えられる。また、大都市では人と人のつながりを開拓するような取組が、農山村ではこれを活用するような取組が重要になると考えられる（第27表）。

以上の条件を踏まえると、第24図に示した食料品購入方法別の地域別の方向は以下の通りとなる。なお、いずれの場合であっても、民間事業者による持続的な対応が重要であるが、9. でみたように、採算性等の課題に地域全体で支え合って対応していこうという事例がある。地域住民のネットワーク、NPO 等による、社会的、地域的な観点も加えた持続的対応が必要である。また、食料品アクセス問題の解決には、中心市街地・商店街の衰退、都市の郊外化、地域公共交通の脆弱化、コミュニティの希薄化、高齢者の健康と栄養問題など多様な政策課題の解決が必要であり、住民に最も身近な地方自治体に加えて、国においても関係府省が連携して取り組むべき課題である。

## 1) 近隣の店舗で買い物をするために

### (i) 固定店舗設置

市場機会が相対的に大きな大都市や地方都市では、農山村に比べて民間事業者による出店などにより食料品アクセスが改善される余地がある。

他方、人口がまばらな農山村では、役場などがある中心集落では民間事業者による新規出店の可能性がある場合もないわけではないが、それ以外ではほとんど考えられない。したがって、農山村で店舗を設置しようとすれば、民間事業者による低コスト経営の努力以外に、行政、農協、地域住民の協力・連携による取組が必要とされる。幸い農山村では地域のコミュニティが維持されており、地域住民の連携という面では他の地域に比べて条件が整っている。

また、地方都市や農山村の中心集落などでは農協等による地元農産物の直売所の設置による食料品アクセスの改善が考えられる。この場合は、アクセスの質の改善にも寄与しよう。

## (ii) 移動販売

店舗への距離が遠く、人口密度の低い農山村では、民間事業者による移動販売の充実により食料品アクセスが改善される余地がある。その場合、販売車の駐車スペースの確保や通行条件の確保（豪雪地帯の雪対策など）などで地域住民や行政の協力が必要な場合がある。

## (iii) 定期・不定期の朝市

大都市などで、自治会や NPO 法人が主催で行う朝市も食料品アクセスの改善に寄与する。これは、特に大都市で希薄になる人と人のつながりの開拓にも貢献しよう。

## 2) 遠方の店舗で買い物をするために

特に農山村では、バスなどの公共交通機関で食料品の買い物に行かなければならない場合が多い。また、地方都市でもこのような場合がある。このためバス路線、バスの便などの改善をすることにより食料品アクセスは改善される。これに重要な役割を果たすのは行政であるが、また、NPO 法人による乗合タクシーの運営や事業者による買い物バスの運営など公共交通に限らない様々な取組があり得る。

地方都市や農山村では、多くの人が自動車で買い物をしているが、車の運転に不安を抱えている人もいる。特に、現在は車の運転ができるが、いつまでできるかを不安に思う高齢者は多い。このような取組は高齢者が車を運転できなくなった場合には必要となる。

## 3) 在宅のまま買い物をするために

自宅で注文する宅配の充実、相対的に見ると大都市部で重視されているが、地方都市や農山村においてもそのニーズはあると考えられる（26 ページ第 7 図参照）。現在宅配の充実が高齢者よりも高齢者以外が重視しているが、現在宅配を重視している世代が数十年後には高齢者の仲間に入り、コーホート効果で依然として宅配を重視することになるかも知れない。これはインターネット利用においても同じことが言える。「宅配」という買い物方式が高齢者にも一般化した場合には、やはりニーズにあった豊富な品揃えが必要である。現在宅配の主体となっている民間事業者等はこのような長期的な視点で対応することが必要となる。

## 4) 買い物しやすくするために

購入した商品の配達サービスやボランティア等による買い物支援などの買い物サポートサービスは、買い物をしやすくするという意味で食料品アクセスの改善に寄与する。これらは相対的に大都市の住民や店舗への距離が近い住民が重視しているが、どの地域でも必要とされる取組である。

商品の配達サービスは高齢者のみが必要とするとはかぎらない。世帯員数の多い子育て世代にとっても望まれているサービスであると考えられる。

また、大都市においてボランティア等による支援をおこなうことは、人と人のつながりを開拓することにもなる。また、直接的な買い物支援にとどまらず、孤立しがちな大都市住民を買い物に誘い出すような取組もまた食料品アクセスの改善に貢献しよう。

#### 5) 家で調理をしなくて済むように

食料品アクセスの改善には食材へのアクセスのほか料理品へのアクセスの改善もありうる。食事の配達サービスの利用は高齢者にとっては買い物での不便や苦労がない理由となっている。行政が主体で行う高齢者向け配食サービスのほか、外食事業者、流通業者等の民間事業者がサービスを提供することがアクセス改善に貢献する。

また、NPO 法人が食事会を主催するなどいわゆる「共食・会食」の取組もありうる。この取組は大都市において人と人のつながりを開拓することにもなる。

#### 6) 以上の取組における共通事項

##### (i) アクセスの質の改善

上記のいずれにおいても、アクセスの質の改善は常に心がけなければならない。消費者は、ただ近くに店があり、食料品があるだけでは満足しない。事業者は可能な限り消費者ニーズを把握し、それを満たすような品揃えやサービスを心がける必要がある。このことは、事業者にとっても顧客を維持・確保する上で重要なことである。地域の店がその地域の消費者のニーズに応え、消費者がその店を頻繁に利用することが、近隣の店舗を維持することにもつながる。

また、消費者にとって、食料品入手のチャネルはできるだけ複数ある方がいい。複数の固定店舗、固定店舗と宅配、複数の移動販売店、複数の料理品配達サービスなどにより、消費者の選択の幅が広がることが重要である。

##### (ii) 現状把握に基づいた対応

上に、大都市、地方都市、農山村と区分して述べたが、個々の地域で実際にどのような取組がふさわしいのかは、その地域の様々な現状により異なる。このため、まずは地域でどのような人がどのような不便や困難を抱えているかの現状把握が不可欠であろう。

その上で、実施にあたっては、地域の関係主体による連携した取組が必要である。特に、個別の対策では採算性に限界がある場合でも、イベントなど他の対策により需要を喚起できるような場合は地域でとりうる対策をパッケージで考える必要も出てこよう。

また、これまで食料品アクセスの問題では高齢者の問題に焦点が当てられることが多かった。概して高齢者の利便性を高める取組は、高齢者以外の人々の利便も高めると考えられるが、例えばサービスの対象者を限定しなければならない場合には、サービスを必要とする人が対象者となるよう慎重に対処すべきであろう。

注1 2. の注1 (14 ページ) 参照。

- 2 食品摂取の多様性は、これと高齢者の健康指標の変化の関係の分析に基づき、熊谷修氏らによって開発された「食品摂取の多様性得点」によって評価される。これは、肉類、魚介類、卵、牛乳、大豆・大豆製品、緑黄色野菜、いも類、果物、海藻類、油脂類の10品目群について、それぞれごとに「ほとんど毎日食べる」に1点、そうでない場合は0点を与え合計した点数。最大は10点。(熊谷〔3〕107～109ページ)

#### [参考文献]

- 〔1〕 石田秀人 (2010)『考える統計学』, 工学社
- 〔2〕 岩間信之編著 (2011)『フードデザート問題 無縁社会が生む「食の砂漠」』, 農林統計協会
- 〔3〕 熊谷修 (2011)『介護されたくないなら粗食はやめなさい』, 講談社+α新書
- 〔4〕 熊谷修 (2007)「自立高齢者の老化そのものに着目した栄養管理」  
『Geriatric Medicine』第45巻第3号, 東京, (株) ライフ・サイエンス
- 〔5〕 熊谷修 (2007)「健康長寿のための方策—ライフスタイルの重要性— 1) 食生活」  
『Geriatric Medicine』第45巻第5号, 東京, (株) ライフ・サイエンス
- 〔6〕 杉田聡 (2008)『買物難民 もうひとつの高齢者問題』, 大月書店
- 〔7〕 杉田聡 (2006)「モータリゼーションによる都市変貌がもたらした高齢者の生活実態についての研究」, 2003-5 年度科学研究費補助金 (基盤研究 C2) 研究成果報告書
- 〔8〕 (株) 矢野経済研究所 (2009)『2009 年版 食品宅配市場の展望と戦略』

#### [謝辞]

この食料品アクセス問題研究においては、明治学院大学社会学部教授浅川達人氏、茨城キリスト教大学文学部准教授岩間信之氏を当研究所の客員研究員に委嘱して研究の指導を得たほか、徳島大学大学院ソシオ・アート・アンド・サイエンス研究部准教授田中耕市氏には、指導とともに調査地における店舗までの道路距離の計測作業の協力を得た。さらに、本報告9. の先進事例の収集・分析は農林水産省総合食料局流通課で行った。記して謝意に代えたい。

[農林水産政策研究所食料品アクセス研究チーム執筆分担]

|        |                       |                |
|--------|-----------------------|----------------|
| 薬師寺 哲郎 | 食料・環境領域上席主任研究官 (チーム長) | (1. ～ 6., 10.) |
| 高橋 克也  | 食料・環境領域主任研究官          | (7., 8.)       |