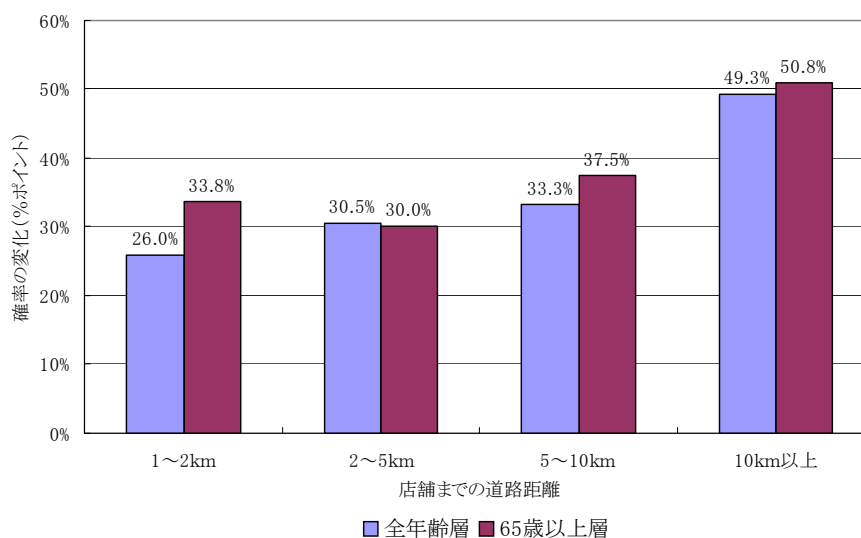


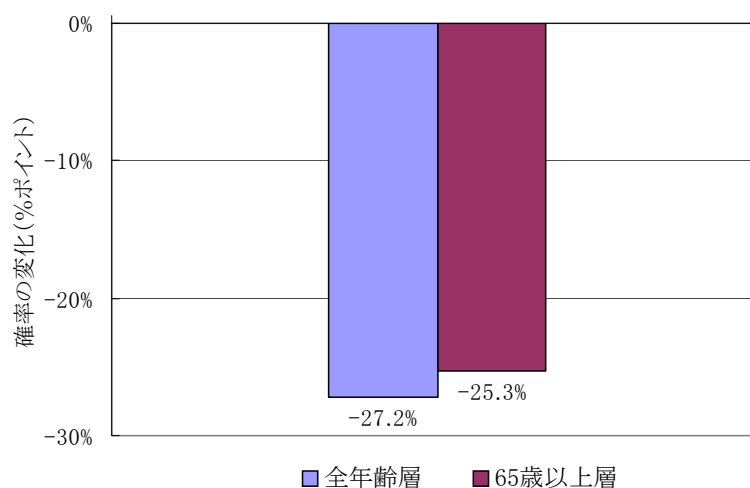
高齢者等の食料品へのアクセス状況に関する現状分析（参考図表）



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

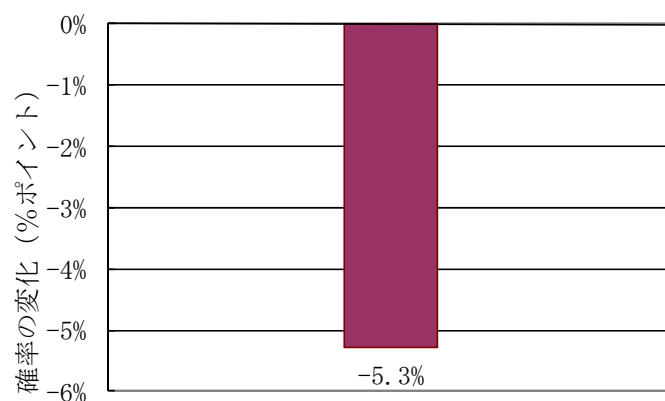
- 注 1) 店舗までの道路距離は、最もよく利用する店舗までの距離である。
 2) 店舗までの道路距離が250m以下の場合に対する確率の増加分である。
 3) すべて0.1%有意である。250~500m, 500m~1kmについては5%有意でないので表示していない。
 4) この他の変数は、店舗までの交通手段、年齢、性別、世帯員数、近くに別居している家族の有無、世帯主の収入源、要介護認定者の有無、地域活動への参加状況、買物頻度、宅配等利用頻度、地域ダミーである。



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

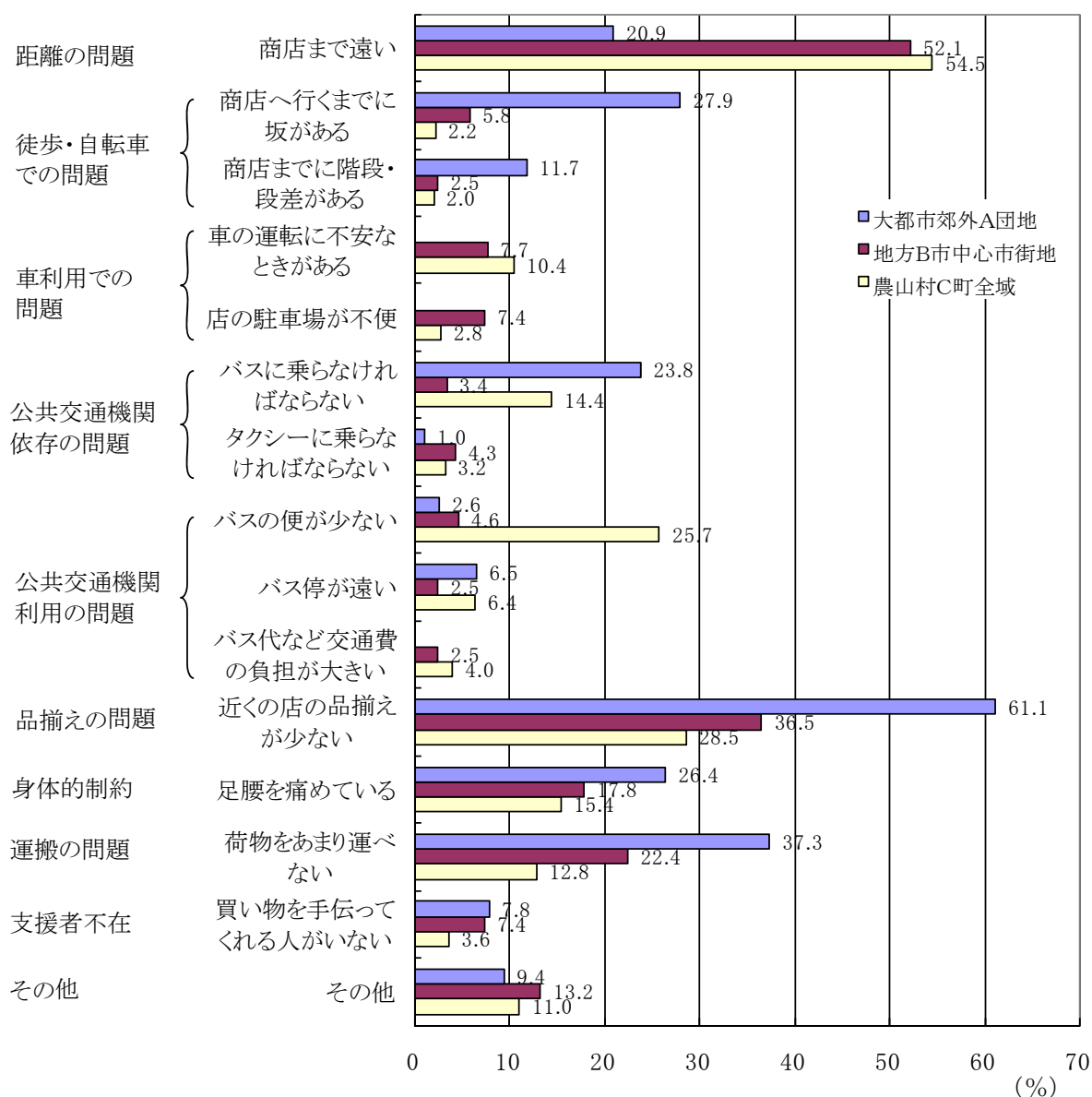
- 注 1) 徒歩の場合に対する確率の変化分である。
 2) いずれも0.1%有意である。
 3) この他の変数は、店舗までの道路距離、年齢、性別、世帯員数、近くに別居している家族の有無、世帯主の収入源、要介護認定者の有無、地域活動への参加状況、買物頻度、宅配等利用頻度、地域ダミーである。



第3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)
(65歳以上層)
(老研式活動能力指標値)

資料: 農林水産政策研究所

- 注 1) 老研式活動能力指標とは, 高齢者の自立度を測る指標で, 高いほど自立度が高く, 13点満点.
2) 指標値が1増加することにより「不便や苦労がある」と答える確率がどう変化するかを示す.
3) 0.1%有意である.
4) この他の変数は, 店舗までの道路距離, 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4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がある」の回答者についてのもので複数回答.

第1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 割合	65歳以上	対65歳以上 人口割合	世帯数	対総世帯数 割合
食料品販売店舗 への距離が500m 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 店舗への距離が 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」をもとに試算したものである。

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。

第2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 割合	65歳以上	対65歳以上 人口割合	世帯数	対総世帯数 割合
食料品販売店舗 への距離が500m 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 店舗への距離が 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

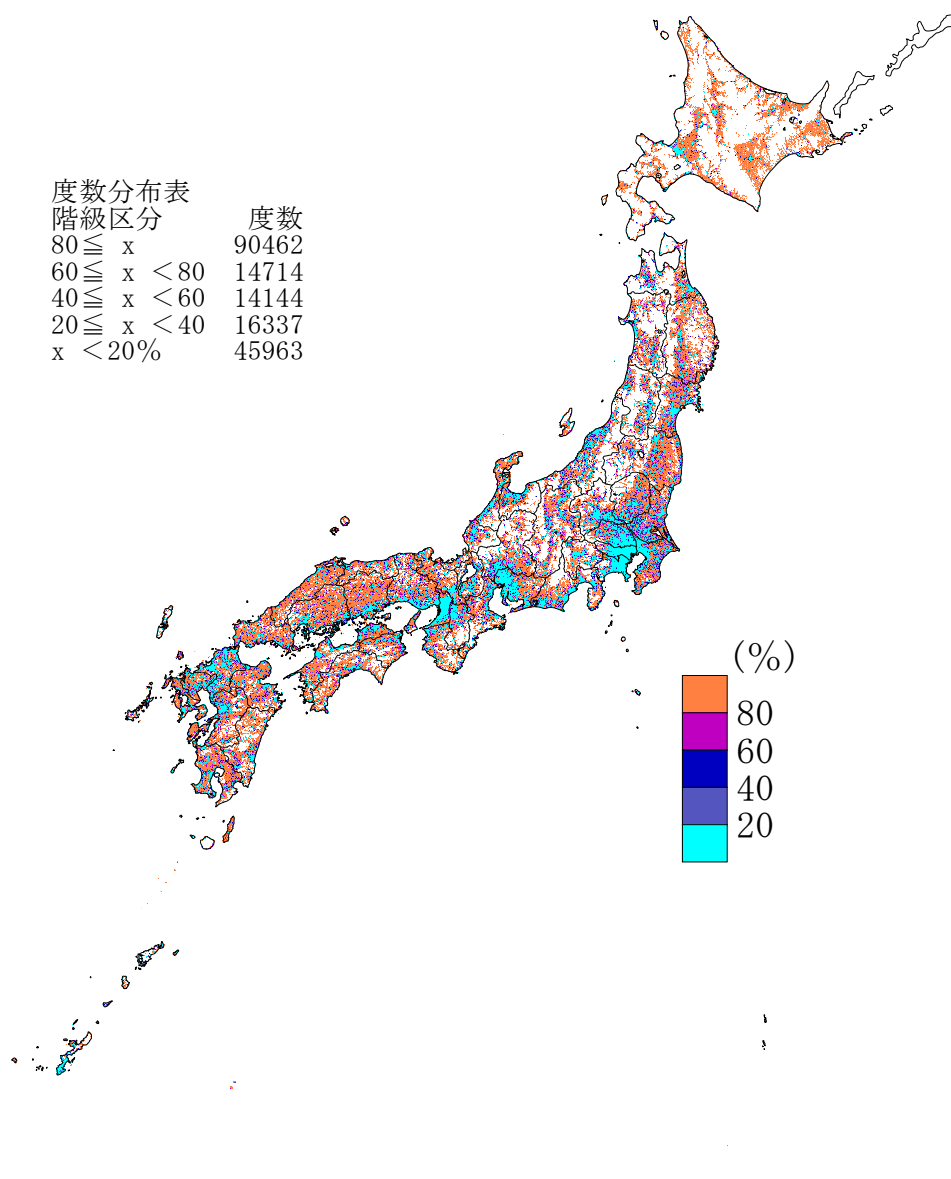
注 1) 「平成19年商業統計メッシュデータ」及び「平成17年国勢調査地域メッシュ統計」をもとに試算したものである。

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。

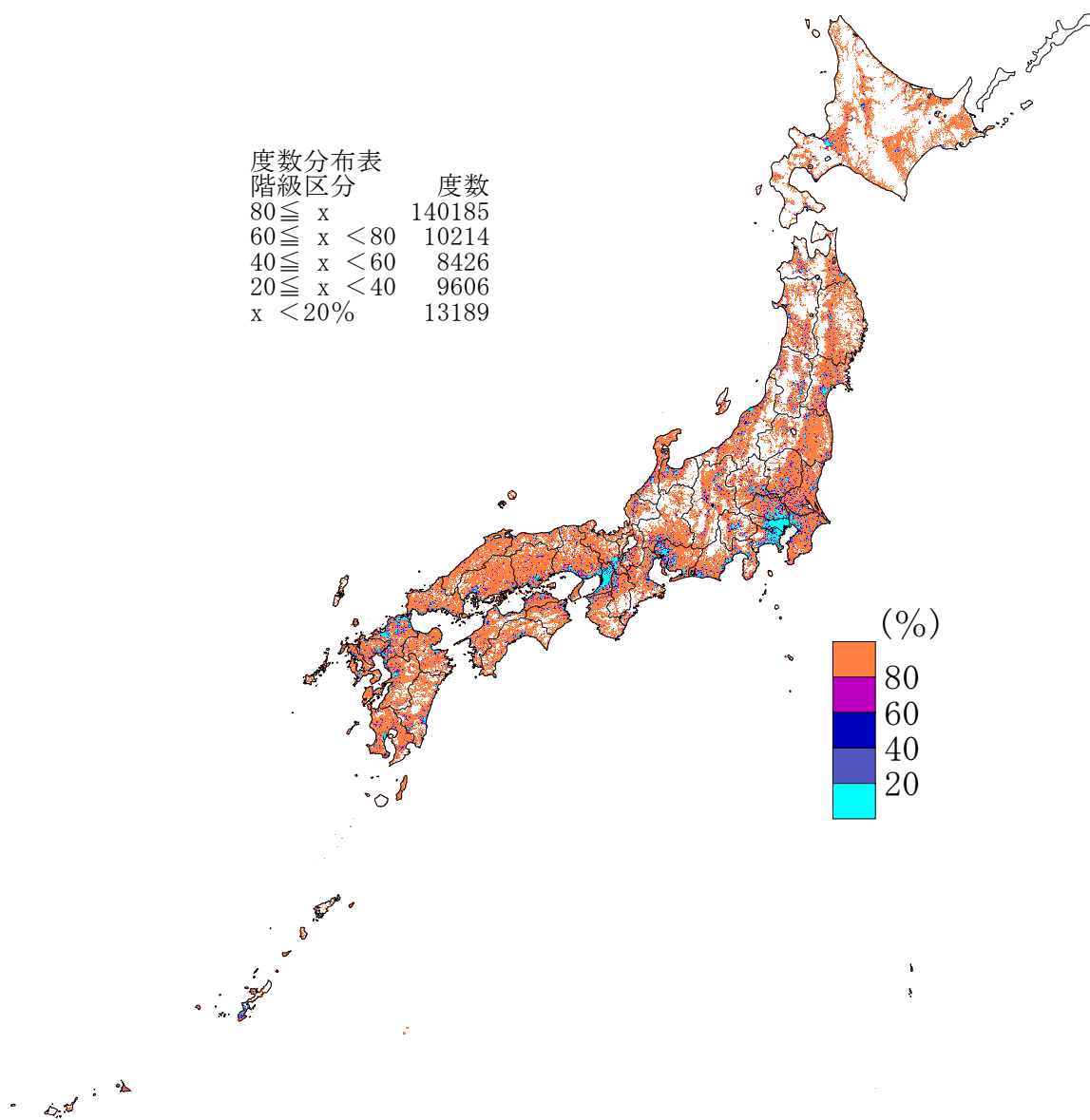
度数分布表	
階級区分	度数
$80 \leq x$	90462
$60 \leq x < 80$	14714
$40 \leq x < 60$	14144
$20 \leq x < 40$	16337
$x < 20\%$	45963



第5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。



第6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3表 震災前後の食料品アクセス状況の変化
(岩手県、宮城県の沿岸部)

単位: %

	震災前推計	震災後推計
岩手県沿岸部市町村の食料品販売店舗まで500m以上の人口割合	24.9	42.5～51.6
宮城県沿岸部市町村の食料品販売店舗まで500m以上の人口割合	10.7	16.1～28.2

資料: 農林水産政策研究所

注. 震災前に浸水地域に住んでいた人口が、震災後にどこに避難ないし居住しているのかが不明なので、その人口から死者・行方不明者・避難者数を差し引いた人口が、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。

第4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(住民意識の地域間比較)

		大都市郊外 A団地	地方B市 中心市街地	農山村 C町全域	特定の地域 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 地元の商店をもり立てること	×	○	△	△
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	ボランティア等に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 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) 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。

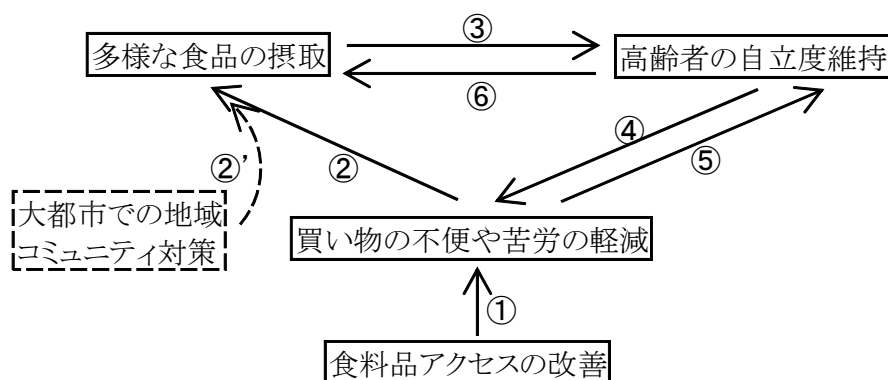
第5表 買い物が不便な住民に重要な対策(市町村意識の比較)

		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) 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。



第7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)による。

2) ③、⑤、⑥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)による。

3) ④は、農林水産政策研究所による。

第6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。