

買物弱者・フードデザート問題等の現状及び 今後の対策のあり方に関する調査報告書

本編

0 プロジェクト/スケジュールの概要

1 買物弱者・フードデザート問題の実態

1-1: 買物弱者問題の全体像

1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望

1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題

1-4: 実態調査結果のまとめ

2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント

2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像

2-2: 先進事例の概要とポイント

2-3: インフラ面・法律面の現状と課題

2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組

2-5: 取組調査結果のまとめ

3 調査まとめ

資料編

A 参考文献

B 全国シンポジウム開催概要

C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

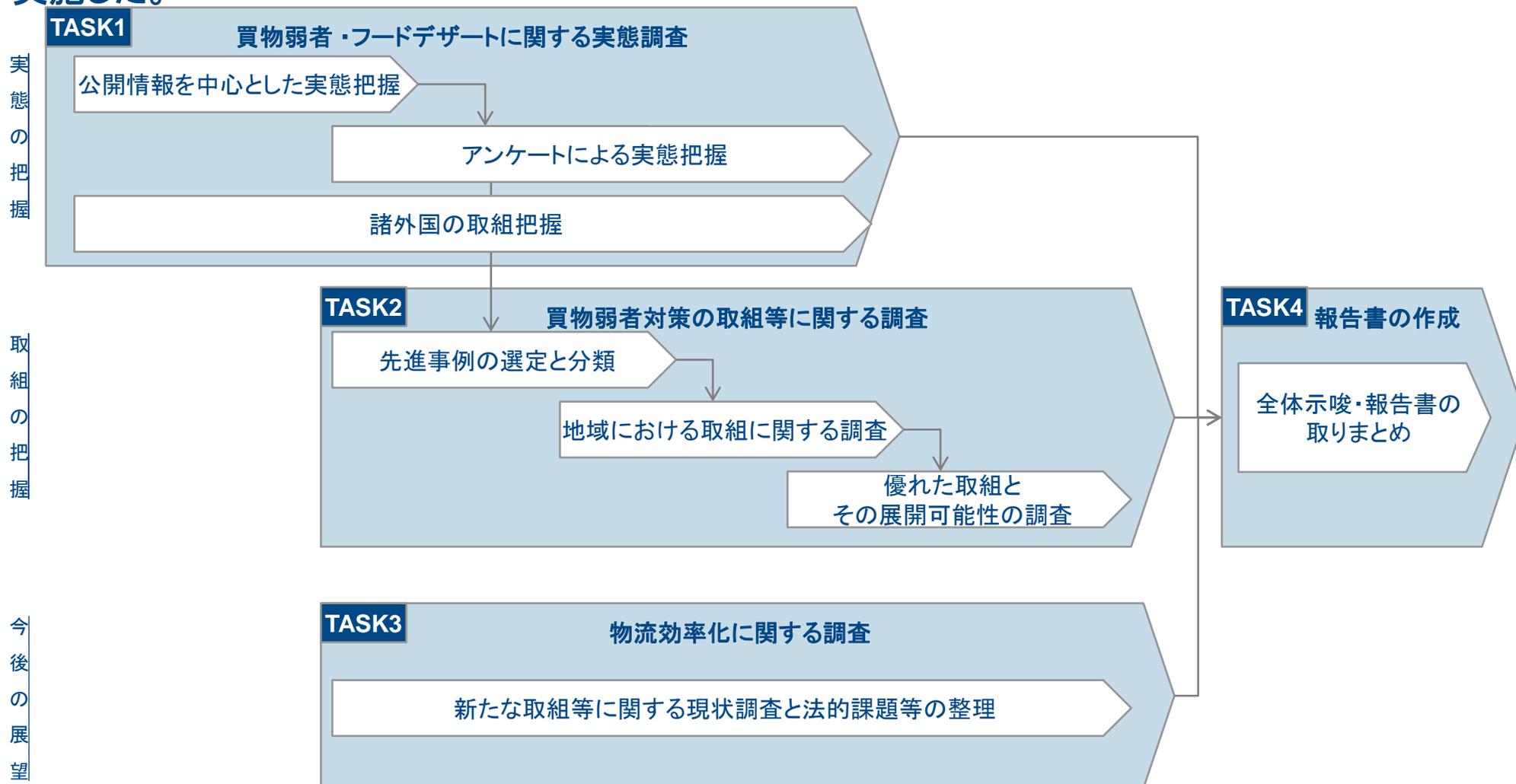
ア 買物弱者応援マニュアル

イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書

ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書

エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

買物弱者・フードデザート問題の実態と取組、長期的視点からの物流効率化等について調査を実施した。



検討ステップ

検討内容

主な想定情報ソース

TASK1: 買物弱者・フードデザートに関する実態調査

公開情報を中心とした実態把握

- 過去の研究事例や先行研究をもとにして、課題構造の全体像を整理する
- 課題構造を踏まえて地域を類型化し、各種公的統計などを用いて類型ごとの基礎情報を整理する

- 主な先行研究の報告書・論文
- 各種公的統計

アンケートによる実態把握

- 住民などへのアンケート調査を実施する
- 加えて、調査結果も適宜共有しながら、有識者などへのヒアリング調査を実施する

- 意見交換会などでのアンケート調査
- 有識者(や地方自治体や民間企業の一部)へのヒアリング調査

諸外国の取組把握

- 諸外国(米英を想定)における買物弱者・フードデザート問題への取組を調査する
- 調査結果をもとにして、同問題に対する施策の全体像を整理する

- 対象国における政府発表資料
- 政府施策の効果や、民間・NPOの取組に関する各種報道記事

TASK2: 買物弱者対策の取組等に関する調査

先進事例の選定と分類

- 地域特性に応じて、問題を類型化する
- 問題に取り組む小売業者等20社程度の先進事例及び成功の秘訣等をヒアリング調査する

- TASK1の検討結果
- 以前の調査報告書(マニュアルなど)
- 小売業者(や自治体)へのヒアリング調査

地域における取組に関する調査

- 複数の地域等において、課題解決のための関係者による意見交換会を実施する
- 上記結果等を踏まえ、新規で事業を立ち上げる際の合意形成方法や、課題・問題点を整理する

- TASK2-1などの調査結果
- 意見交換会における討議内容
- 有識者とのディスカッション

優れた取組とその展開可能性の調査

- 今回の調査結果を、他地域に横展開すべく、対策マニュアルを作成する
- また、当マニュアルを広く普及させるためのPR活動を推進する

- TASK1およびTASK2の調査結果

TASK3: 物流効率化に関する調査

新たな取組等に関する現状調査と法的課題等の整理

- 物流効率化に貢献しうる異業種連携等の取組を収集・整理する
- 産業への影響や実現に向けた課題(法的障害など)の整理を行う
- 物流のサプライチェーン中で最もコストがかかる とされるラストワンマイルについて調査する
- 調査結果を踏まえて、より効率的な流通・物流のあり方について提言する

- 各種プレスリリースや専門誌・業界誌
- 各種専門誌・業界誌やプレスリリース
- 関連する先行研究

TASK4: 報告書の作成

全体示唆・報告書の取りまとめ

- 一連の調査結果を踏まえて、政策示唆について取りまとめた、調査報告書を作成する
- 買物弱者・フードデザート問題等への対応のための先進事例等を整理したマニュアルを作成する

- 一連の調査結果
- 特にTASK2の検討結果

本報告書では、一連の調査結果を踏まえ、買物弱者問題の実態とその解決に向けた取組とポイントについて述べる。

本報告書の構成

目次	検討内容	主な想定情報ソース			
		公開情報	ヒアリング	意見交換会	シンポジウム
第1章 買物弱者・フードデザート問題の実態	<ul style="list-style-type: none"> 公開情報、本調査で得られた知見をもとにして、課題構造の全体像を整理 地域を類型化し、問題の将来像を提示 波及課題の仮説を導出 	■			
第2章 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント	<ul style="list-style-type: none"> ヒアリング結果を踏まえ、買物弱者対策事業に取り組む際のポイントを導出 個別事業に加え、各事業の共通基盤としての流通のあり方を提言 海外における買物弱者の取組を紹介 		■	■	
第3章 調査まとめ	<ul style="list-style-type: none"> 第1章～第2章まとめ 全体を通じての政策示唆の提言 	▨	▨	▨	▨
Appendix 付録	<ul style="list-style-type: none"> 意見交換会を紹介 PR活動の結果を紹介 アンケート調査の結果を紹介 		■	■	■

本編

0 プロジェクト/スケジュールの概要

1 買物弱者・フードデザート問題の実態

1-1: 買物弱者問題の全体像

1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望

1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題

1-4: 実態調査結果のまとめ

2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント

2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像

2-2: 先進事例の概要とポイント

2-3: インフラ面・法律面の現状と課題

2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組

2-5: 取組調査結果のまとめ

3 調査まとめ

資料編

A 参考文献

B 全国シンポジウム開催概要

C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

ア 買物弱者応援マニュアル

イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書

ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書

エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

買物弱者とは「流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々」を指す。

買物弱者問題の概要

買物弱者問題とは

- 買物弱者とは、住んでいる地域で日常の買物をしたり、生活に必要なサービスを受けたりするのに困難を感じる人たちのこと
- 買物弱者・食料品アクセス問題・フードデザート問題等、報道などでは様々な表現・説明が使用されている
 - ✓ 参考: 食料品アクセス問題
生鮮食料品店までの距離が500m以上かつ自動車を持たない人を買物困難者としている。

食料品アクセスマップによる買物弱者地域の推定

- 生鮮食料品店まで500m以上ある地域を、買物弱者がいる可能性が高い地域としてマップ化している
- 市町村といった区域の境界に関わらず、買物弱者が存在する可能性があり、詳細なアンケート調査等による分析が必要
- (参考) 東京23区における食料品アクセスマップ



※この図は自宅から生鮮食料品店までの空間的な近接性を基に作成したものである。データの制現上、公共交通機関の有無や社会福祉の充実度、家族構成、所得などは加味していない。
本図は、フードデザートを把握する上での一つの目安であり、絶対的な指標ではない。

買物弱者、フードデザート、食料品アクセスなどの類似概念が複数存在しており、捉え方も各調査・研究により異なる。本調査では買物弱者とフードデザートに着目した。

類似概念と研究の広がり

	定義/提唱主体	特徴
買物弱者	<ul style="list-style-type: none"> 「住んでいる地域で日常の買物をしたり、生活に必要なサービスを受けたりするのに困難を感じる人たち」 経済産業省「買物弱者応援マニュアル」 	<ul style="list-style-type: none"> 難民、の差別的な意味合いを弱めるために使用 流通的視点が強い
フードデザート	<ul style="list-style-type: none"> 社会的排除の一部。①社会的弱者が集住し、②食料品アクセスとソーシャル・キャピタルのいずれか、あるいは双方が低下したエリアを指す 岩間信之編著『改訂新版 フードデザート問題 無縁社会が生む「食の砂漠」(2013年、農林統計協会)』 	<ul style="list-style-type: none"> イギリスの研究の流れを汲んでおり、健康被害まで視野に入れている 地理学的視点を含有
食料品アクセス	<ul style="list-style-type: none"> 「自宅から500m以内に生鮮食料品店がなく、かつ自家用車を所有していない65歳以上高齢者」 農林水産政策研究所「食料品アクセス問題の現状と対応方向 — いわゆるフードデザート問題をめぐって—」 	<ul style="list-style-type: none"> 地理学的視点を含有 買物の中でも「食料品」に焦点を当てている

フードデザート研究はイギリス、アメリカが先行している。フードデザート発生メカニズムや現象が異なることも相俟って、対象者、波及/周辺課題の点で日本より広い領域を包括している。

欧米先行研究との比較

	各国におけるFDsの捉え方	対象地域	対象者	波及/周辺課題の広がり	発生要因
イギリス	<ul style="list-style-type: none"> スーパーストアの郊外化によるインナーシティの食料品店が廃業、貧困層は都市に残存する雑貨店での買物を強いられた その結果、貧困層における栄養事情が悪化し、疾患発生率が上昇していることが問題となっている 生鮮食料品の供給が焦点 	<ul style="list-style-type: none"> 都市が中心 	<ul style="list-style-type: none"> 社会的弱者（例：低学歴者や無職者、階級やシングルマザー、高齢者、障害者、低所得者等） 	<ul style="list-style-type: none"> 健康被害の発生（ガンや心臓疾患といった疾患の増加） テロ/犯罪の温床 コミュニティの希薄化 暮らしにくくなり、社会的弱者がさらに集住 	<ul style="list-style-type: none"> 大規模店舗等商業機能の郊外化 治安の悪さによる出店規制 安価な加工食品の販売
アメリカ	<ul style="list-style-type: none"> 商業機能の郊外化によって中心部の食料品店が廃業、空白地域にファーストフードが多数出店 その結果、栄養過多による肥満問題が発生、特に子供の肥満が著しいことが問題となっている 人種差別との関わりも大きい 		<ul style="list-style-type: none"> 社会的弱者（低所得者、アフリカ系アメリカ人等） 		
日本	<ul style="list-style-type: none"> 当初は過疎地やシャッター通りといった物理的な買物が困難な地域を想定 ただし、今後高齢者が増加するのは郊外住宅団地等都市部であるため、都市部での深刻化が懸念されている 食料品アクセスの低下だけでなく、ソーシャル・キャピタルの低下にも言及 	<ul style="list-style-type: none"> 地方都市、大都市、大都市郊外、農村・山間部と多岐に渡る 	<ul style="list-style-type: none"> 社会的弱者（健康被害においては高齢者が中心） 	<ul style="list-style-type: none"> 健康被害 	<ul style="list-style-type: none"> 大規模店舗の郊外化による中心街の過疎化を中心として、地域類型ごとに多様な要因がある

日本のフードデザート現象は非常に多面的であるため、波及/周辺課題も含めてその全体像の把握を行った。

経済産業省前回調査では、内閣府調査における「日常の買い物に不便」と答えた人の割合と60歳以上高齢者数を掛け合わせ、買物弱者の数を推計した。

前回調査(「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会～地域社会とともに生きる流通～報告書」)における推計方法

計算方法

買物に困難を感じている人の割合

×

60歳以上高齢者数

=

買物弱者数(推計)

出所

内閣府「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」において、アンケートで「日常の買い物に不便」と回答した割合

総務省統計局「人口推計」における上記意識調査実施当時の高齢者数および本試算時の直近の高齢者数を用いて幅を持って試算*

*前回調査では、「平成17年度」および「平成21年度」の高齢者数を用いていると報告書にて記載しており、それぞれ前者は平成17年度国勢調査の結果である平成17年10月1日時の高齢者数、後者は平成20年10月1日時の高齢者数(確定値、研究会開催時の直近の人口確定値)を指している

上記計算結果の概算値を買物弱者数と推測

1-1: 買物弱者問題の全体像 推計結果

経済産業省における前回調査と同様に推計すると、日本全国の買物弱者数は約700万人程度となり、その数は増加傾向にある。

	前回調査	本調査
買物に困難を感じている人の割合	16.6% Source: 内閣府「平成17年度高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」において、アンケートで「日常の買い物に不便」と回答した割合	17.1% Source: 内閣府「平成22年度高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」において、アンケートで「日常の買い物に不便」と回答した割合
×	×	×
60歳以上高齢者数	<ul style="list-style-type: none"> 平成17年10月1日: 3,422万人 平成20年10月1日: 3,717万人 Source: 総務省統計局「人口推計」	<ul style="list-style-type: none"> 平成22年10月1日: 3,928万人 平成26年10月1日: 4,198万人 Source: 総務省統計局「人口推計」
=	=	=
買物弱者数(推計)	約600万人* (*平成17年人口で計算すると548万人、平成20年人口で計算すると617万人となることを踏まえ、約600万人が買い物弱者状態に置かれていると推測)	約700万人* (*平成22年人口で計算すると672万人、平成26年人口にて計算すると718万人であることから、約700万人が買物弱者であると推測)

買物弱者は増加傾向にあり、その対策が求められる。

1-1: 買物弱者問題の全体像 (参考)内閣府「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」について

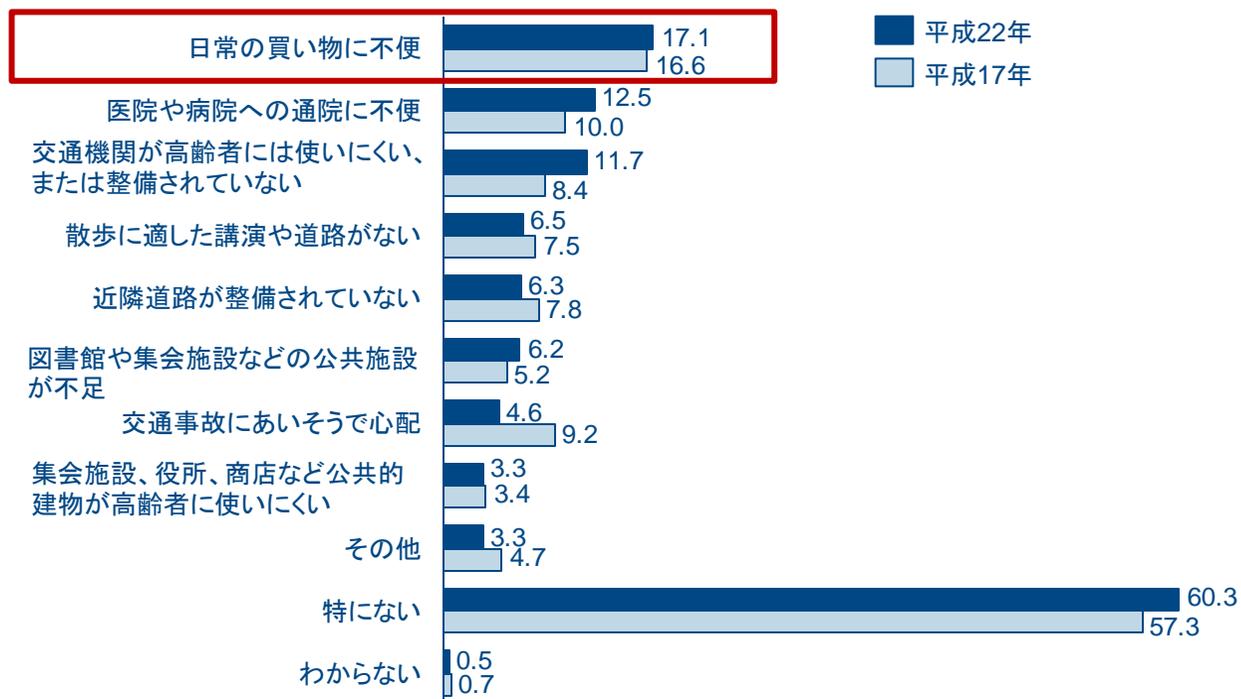
買物に困難を感じている人の割合は、内閣府による全国60歳以上の男女を対象とした調査の中で、地域の不便な点を問う質問に対し、「日常の買い物に不便」と回答した割合を採用した。

内閣府「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」

調査概要

- 高齢者の住宅と生活環境に関する意識等を把握し、今後の高齢社会対策の推進に資することを目的として行われている調査
- 全国の60歳以上の男女を対象
- 調査員による面接聴取法によって調査
- 調査対象者の基本属性に関する事項、基本的生活に関する事項、住宅・生活環境に関する事項、その他に関する事項を調査

問36: 地域の不便な点



本編

0 プロジェクト/スケジュールの概要

1 買物弱者・フードデザート問題の実態

1-1: 買物弱者問題の全体像

1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望

1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題

1-4: 実態調査結果のまとめ

2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント

2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像

2-2: 先進事例の概要とポイント

2-3: インフラ面・法律面の現状と課題

2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組

2-5: 取組調査結果のまとめ

3 調査まとめ

資料編

A 参考文献

B 全国シンポジウム開催概要

C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

ア 買物弱者応援マニュアル

イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書

ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書

エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

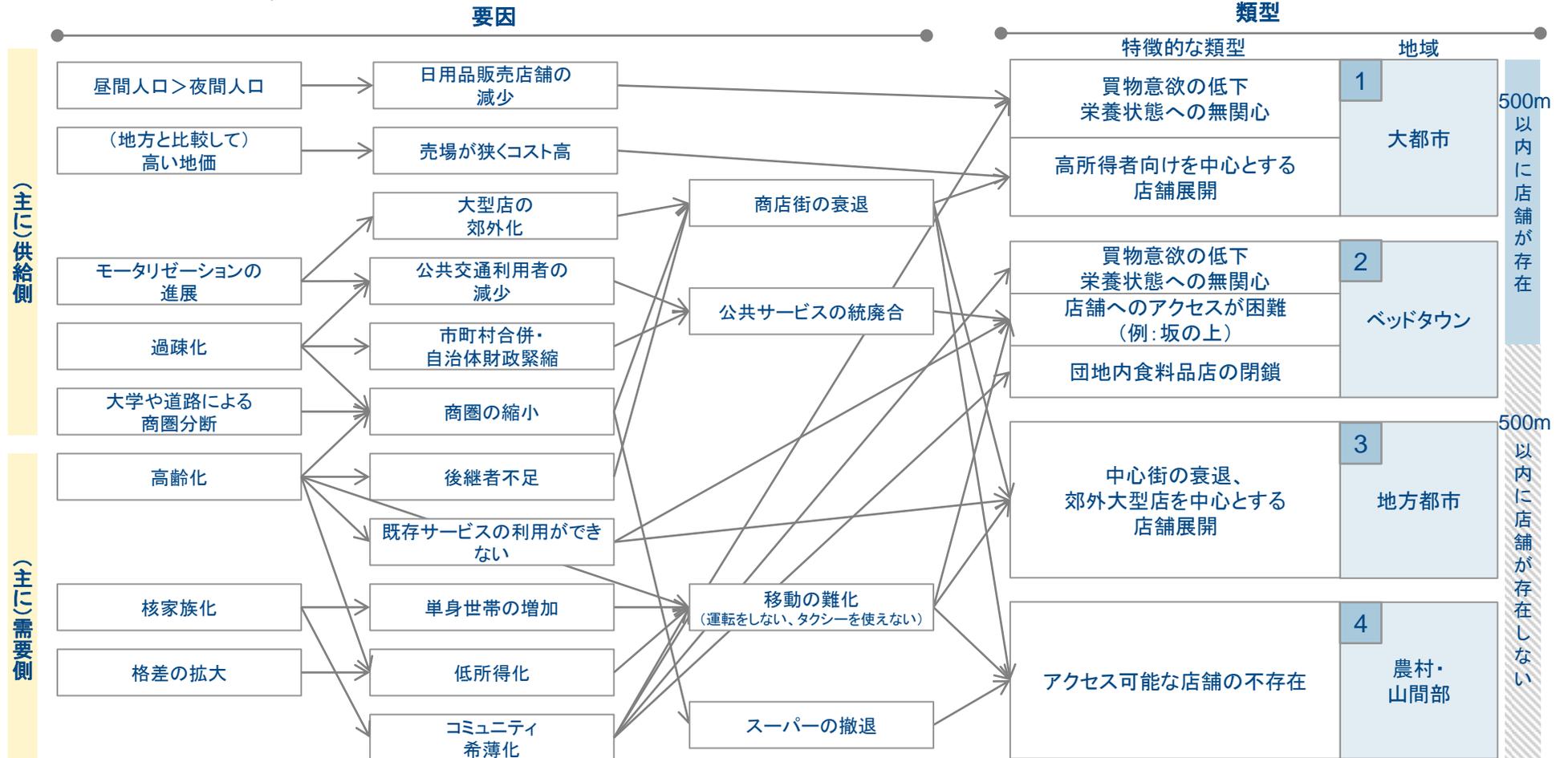
先行研究を踏まえ、買物弱者の発生要因の観点から、本調査における類型を設定した。

過去の選考調査の内容					本検討での類型
調査名	地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書	買物弱者対応マニュアル	食料品アクセス問題の現状と対応方向	改訂新版 フードデザート問題 無縁社会が生む「食の砂漠」	買物弱者・フードデザート問題等の現状及び今後の対策のあり方に関する調査
内容 (主体・時期)	経済産業省 平成22年5月	経済産業省 平成23年5月	農林水産省 農林水産政策研究所 平成23年8月	茨城キリスト教大学 岩間信之氏 平成23年4月	本調査 (平成26年度)
上記調査 における 類型		大都市部・ 中心市街地		都心部	1 大都市
	都市郊外	都市郊外	大都市郊外団地	大都市郊外	2 ベッドタウン
		地方中心市・ 地方都市	地方都市	地方都市	3 地方都市
		地方周辺都市・ 田園地域			
	農村部	中山間地域	農山村	縁辺部 (山間部)	4 農村・山間部

Source:各種二次情報よりADL作成

1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望 全体像

買物弱者問題は供給側／需要側の双方の要因に起因し、地域によってそのメカニズムが異なってくる。そこで本章では、メカニズムの分析のために、地域の類型化を行い、それぞれにおける発生要因と展望を検討した。



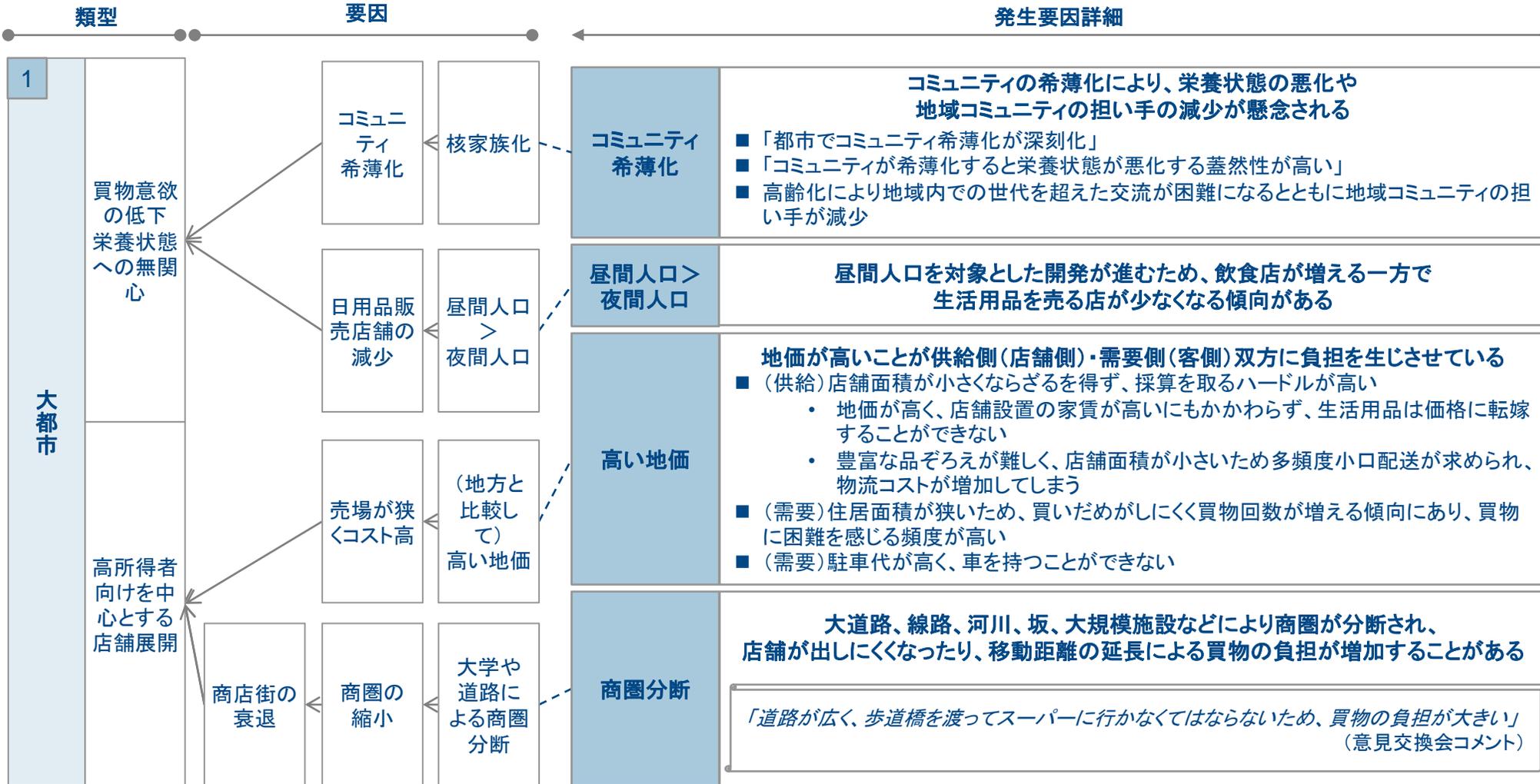
※ただし、各自治体で対策を考えるにあたっては個別地域単位での議論が必要

統計的定義、各地域の背景を加味し全国の自治体を類型化した。

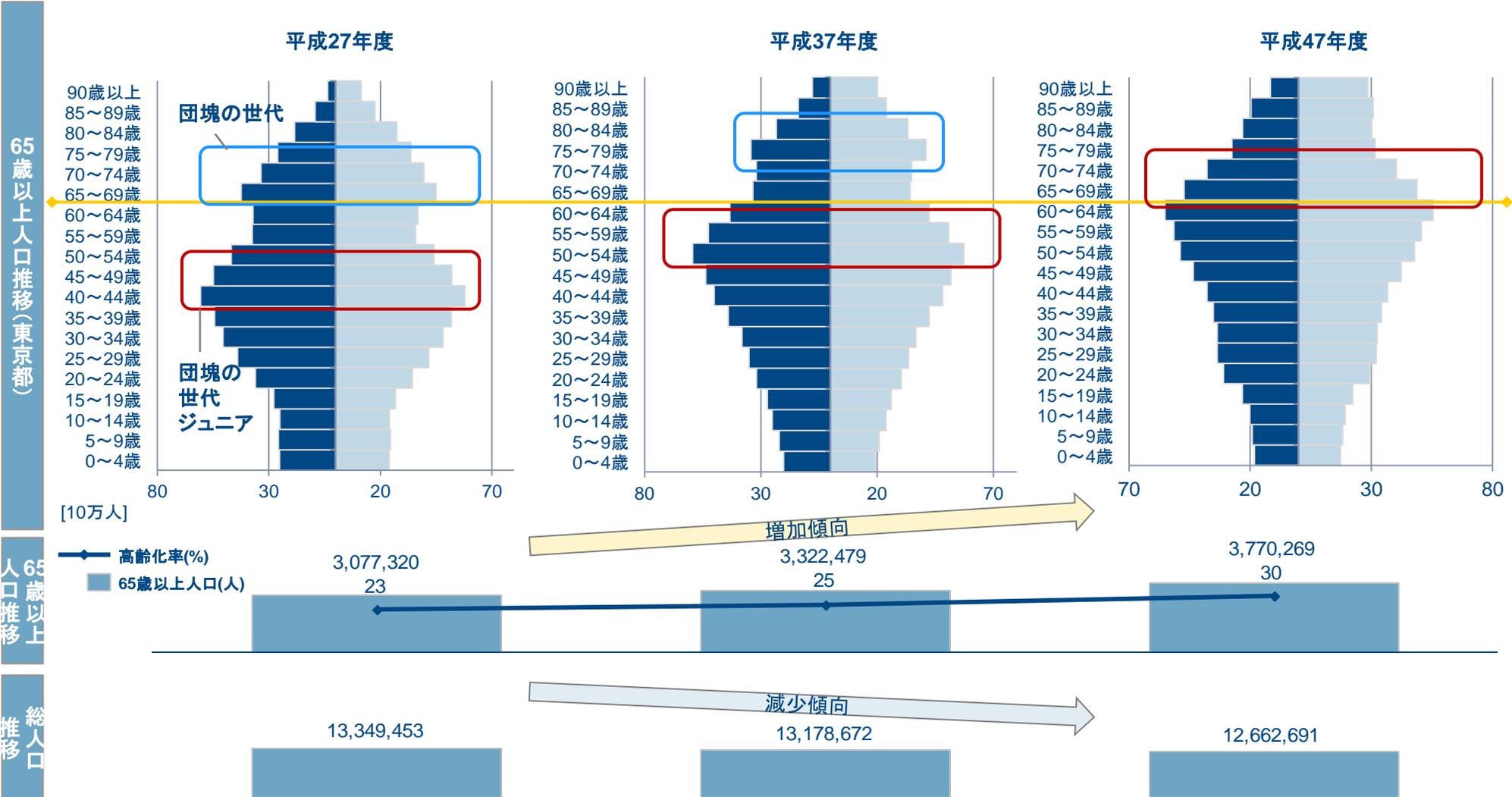
類型	定義	各類型に対応する自治体例	地域状況概要(詳細後述)	
1 大都市	<ul style="list-style-type: none"> 買物意欲の低下 栄養状態への無関心 高所得者向け店舗のみ存在 	<ul style="list-style-type: none"> 人口50万人以上 典型的には100万人～1000万人未満 	<ul style="list-style-type: none"> 東京23区 等 	<ul style="list-style-type: none"> 公共交通機関が整備されており、利便性が高い地域 しかしコミュニティの希薄化やコスト高による地元小売店の減少が懸念
2 ベッドタウン	<ul style="list-style-type: none"> 買物意欲の低下 栄養状態への無関心 アクセス困難な店舗のみ存在(例:坂の上) 団地内食料品店の閉鎖 	<ul style="list-style-type: none"> 大都市郊外圏に存在し、ベッドタウンとして機能 統計的に明確なデータは存在しない 	<ul style="list-style-type: none"> さいたま市 千葉市 等 	<ul style="list-style-type: none"> UR等によって大都市のベッドタウンとして団地が造成され、団塊の世代が一斉に居住した地域 高齢者の急増に対応しきれておらず、バリアフリー対応等が不完全 近所づきあいの希薄化も課題
3 地方都市	<ul style="list-style-type: none"> 中心街の衰退、郊外に大型店が存在 	<ul style="list-style-type: none"> 人口30万人～40万人程度* *山口(2004)により郊外化が進行しやすい人口規模とされている 	<ul style="list-style-type: none"> 広島市 仙台市 水戸市 等 	<ul style="list-style-type: none"> 県庁所在地が典型例、バイパス沿いに大規模店舗が進出、公共機関も郊外化しており、中心街の商店街は衰退 移動手段の乏しい高齢者にとって大規模店舗へのアクセスが課題
4 農村・山間部	<ul style="list-style-type: none"> アクセス可能な店舗の不存在 	<ul style="list-style-type: none"> 人口数千人～数万人程度 	<ul style="list-style-type: none"> 岩手県西和賀町 茨城県常陸太田市 等 	<ul style="list-style-type: none"> 過疎化が進んでいる地域 高齢化率も高く、需要が縮小。採算がとれない、後継者がいないことから小売店の撤退が他類型より早期に問題化

「市町村合併があったため、市町村単位で厳密な類型化を行うことは困難である。ただし、政策の実行単位が市町村であることから、市町村単位での類型化を行うほかない」(有識者コメント)

大都市では、コスト高による商店街の衰退やコミュニティ希薄化等によって買物弱者が発生している。



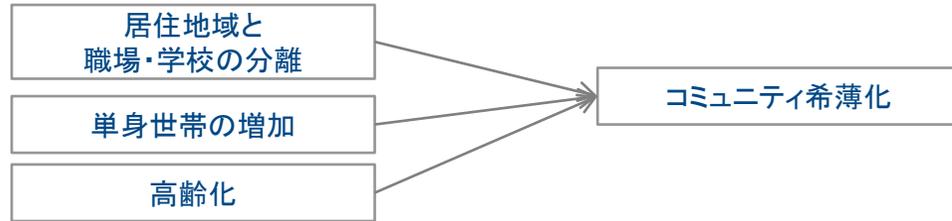
大都市では人口は減少するものの高齢化率は上昇しており、団塊の世代ジュニアが高齢者となる20年後に買物弱者の発生率が高くなると予想される。



大都市のコミュニティの希薄化は進行すると予測されており、今後も買物弱者問題は継続、深刻化すると予想される。

コミュニティの希薄化の進行

単身世帯の増加、高齢化により、コミュニティ希薄化が進行

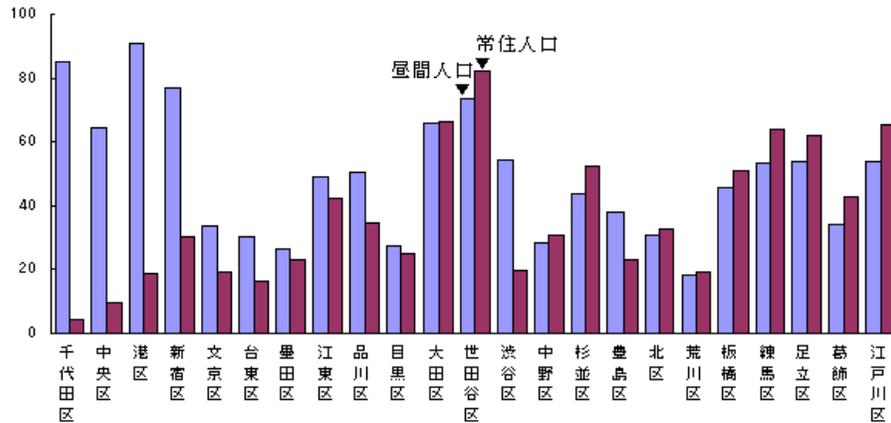


Source:国土交通省「交通白書」

居住地域と
職場・学校の分離

居住地域と職場・学校の分離傾向は継続すると予測

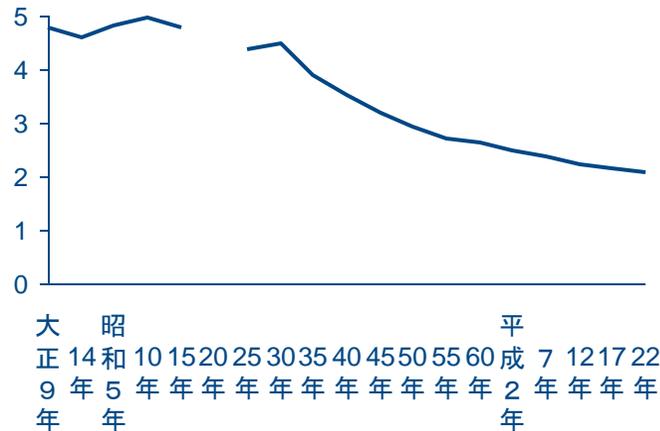
東京都における区別昼間人口及び常住人口(平成17年)



単身世帯の増加

1世帯当たり人員は減少傾向にあり、希薄化傾向は継続する模様

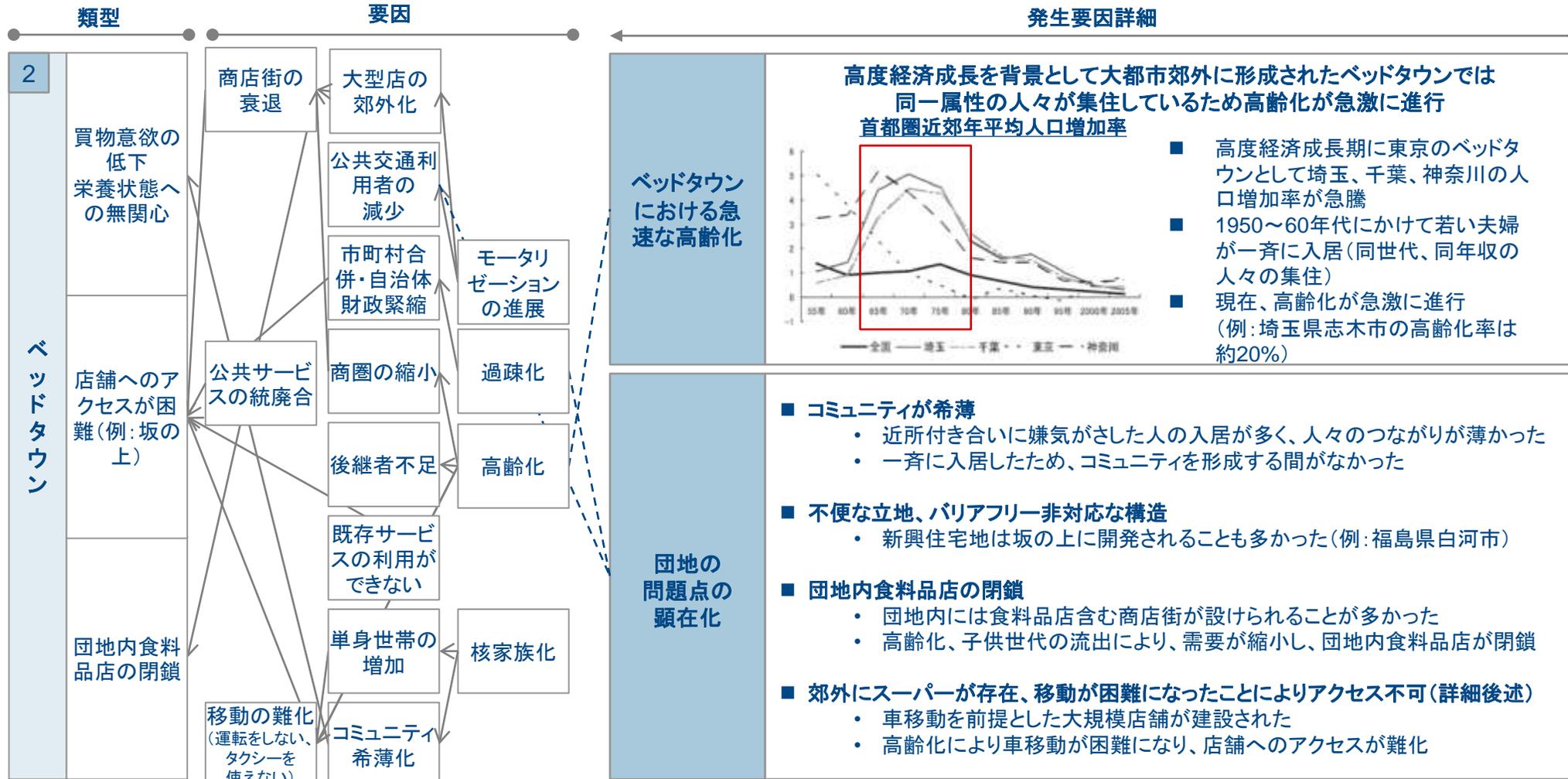
東京都における総世帯の1世帯当たり人員



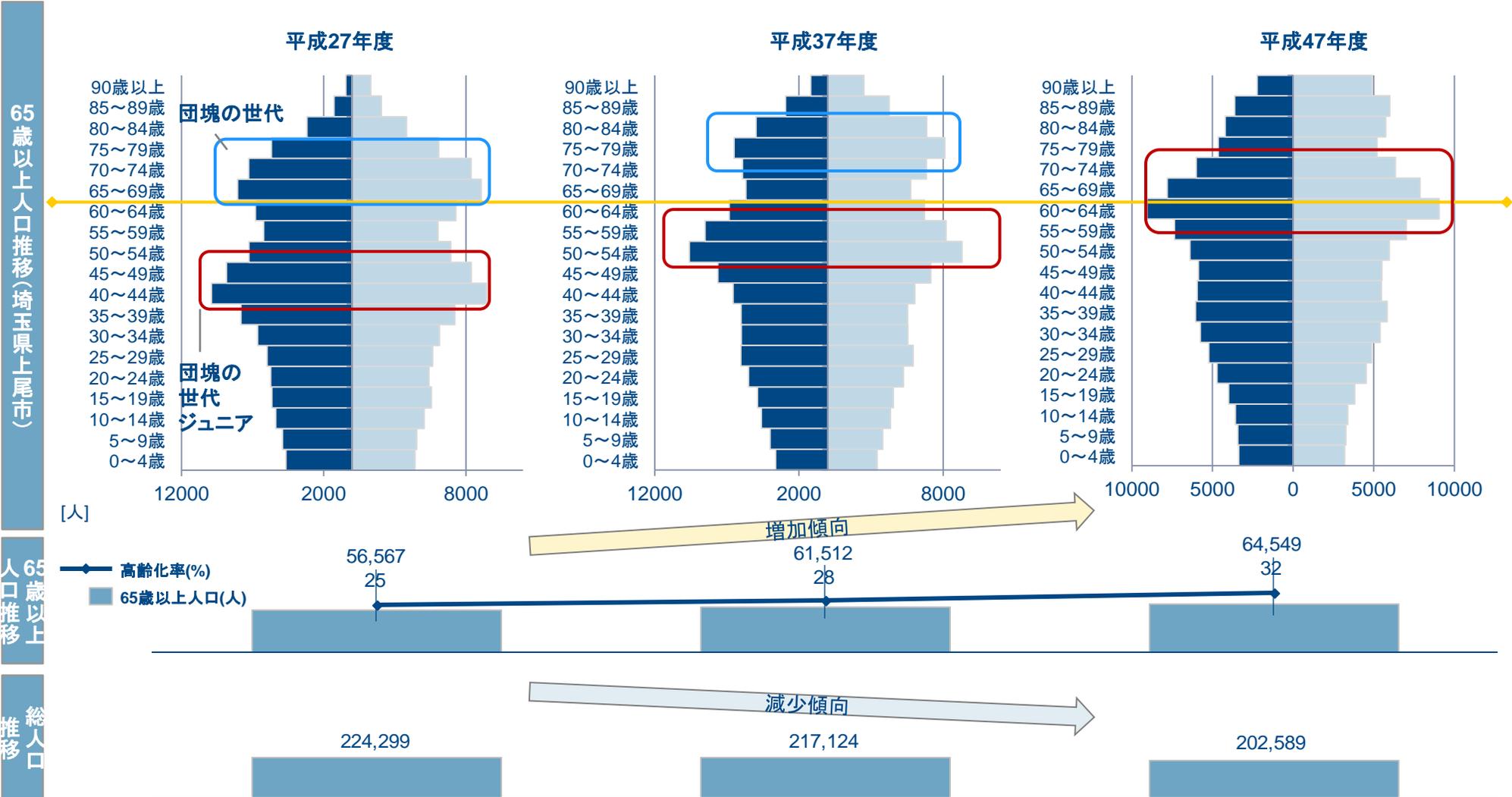
Source:東京都統計データ

総人口に占める単身世帯の割合は、1985年は6.5%だったが、2010年は13.1%となり25年間で2倍となった。さらに国立社会保障・人口問題研究所の将来推計では2035年には16.5%と、6人に1人が単身世帯になると予想されている

ベッドタウンでは、高齢化や子供世代の流出を背景として不便な立地に位置する等の団地の問題点が顕在化しており、買物弱者が発生している。



ベッドタウンでは、2025年にかけて高齢化がさらに進行し、買物弱者の増加が予想される。2035年にかけては高齢化の速度は落ちるものの、高齢者人口は3割に達する。



ニュータウンでの高齢化の進行、工場の撤退による団地の衰退の可能性が高まっており、ベッドタウンでの買物弱者問題は深刻化すると考えられる。

高齢化するニュータウン数の増加

ニュータウンの開発数は1980年代がピークであり、その人々が今後急速に高齢化することが予想される

年代別全国のニュータウン数

事業終了年度	開発数	計画戸数(戸)	計画人口(人)	20-30代で入居したと仮定した場合の現在年齢(2015年)
1950年代	1	3,600	—	85歳以上
1960年代	138	319,950	478,561	75歳以上
1970年代	392	602,223	2,695,691	65歳以上
1980年代	454	758,283	3,904,814	55歳以上
1990年代	428	564,473	3,416,950	45歳以上
2000年代	285	397,627	2,396,002	35歳以上
2010年代	NA	NA	NA	

高齢化

高齢化予備軍

(参考) 産業空洞化による団地衰退

工場の撤退によって、労働者の住んでいた団地は荒廃再開発の余地のない地域において買物弱者問題が発生する可能性有

■ 工場の撤退による住宅含む地域への影響

北九州市の場合

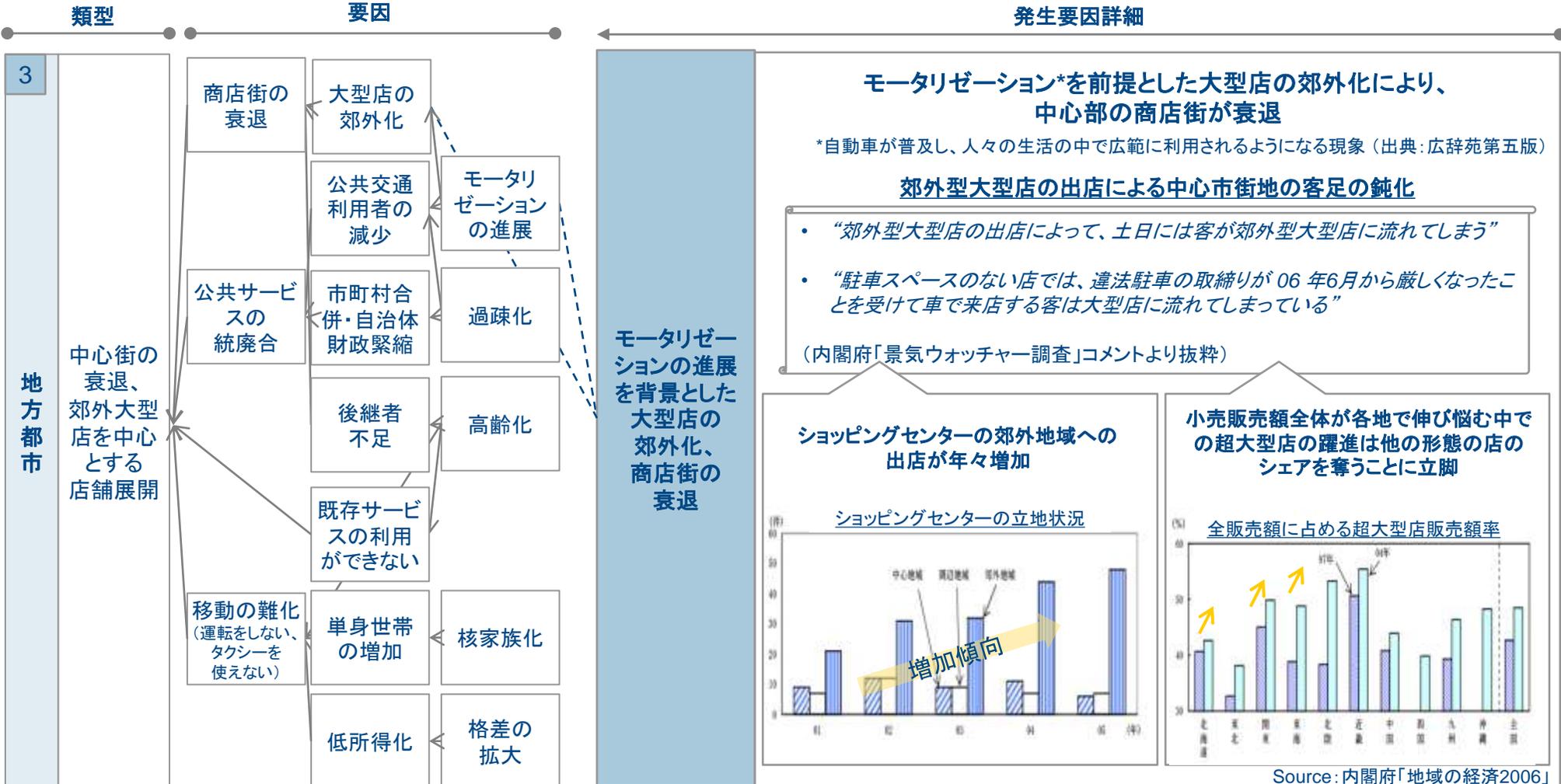
20年前に新日鐵本事務所が八幡地区・枝光地区から撤退
→中心街空洞化
→高齢化が進行し、まちは衰退
団地でも高齢化が進行し、買物弱者が発生

川崎市の場合

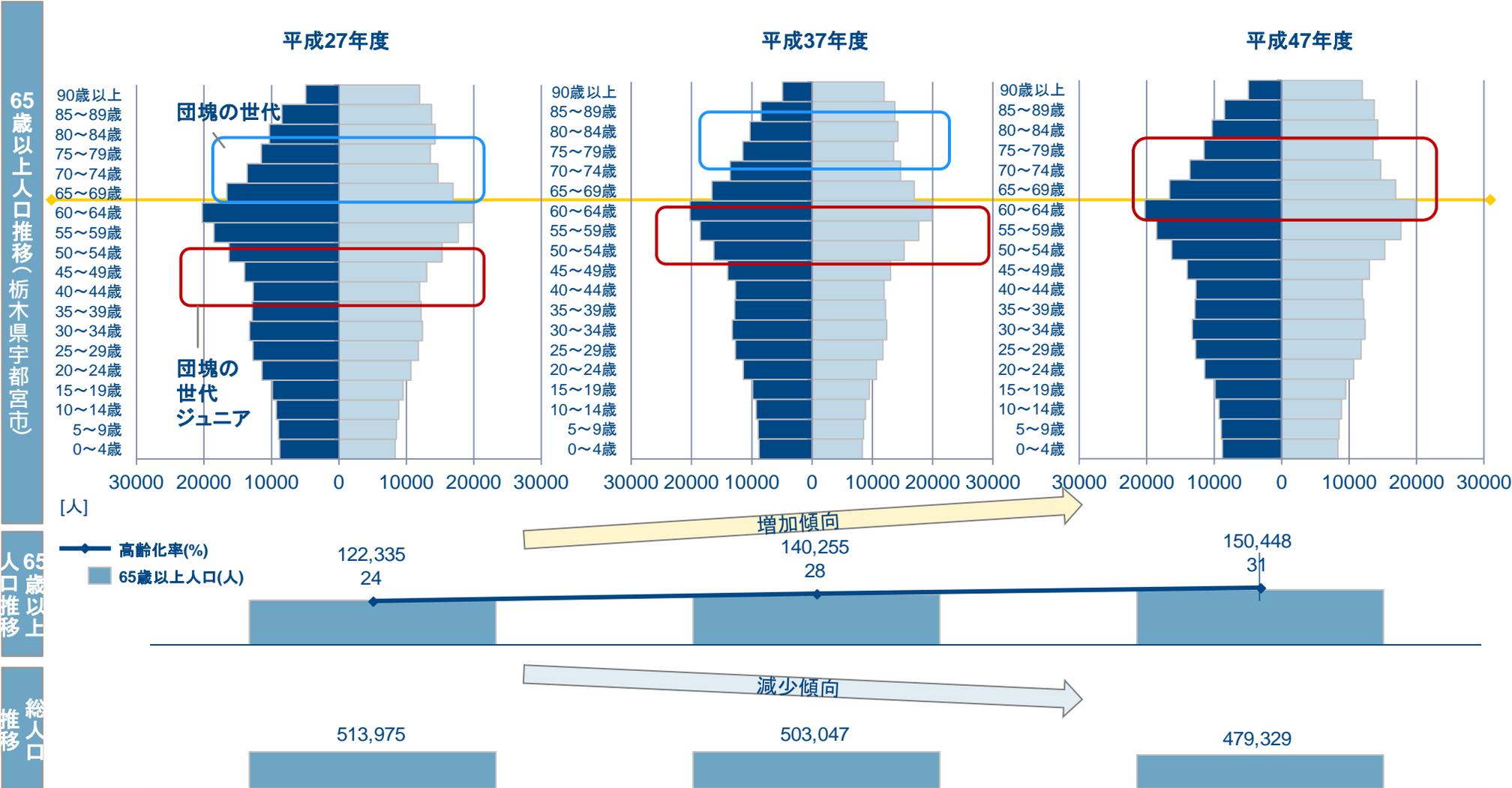
1972年工業再配置促進法の制定により工場が100ほど撤退
→工場跡地は住宅地、学校として利用される
→空洞化には至らなかった

- ①再開発の余地のない地域
 - ②坂が多い等高齢化に弱い地域(通常の大都市郊外圏のケースと同様)
- において団地の荒廃による買物弱者が発生する可能性がある

地方都市では、モータリゼーションを背景とした大型店の郊外化によって商店街が衰退してきた中で、高齢化に伴って運転の困難性を抱えた高齢者を中心として、買物弱者が発生している。



地方都市では、2025年にかけての高齢化のスピードが他地域よりも速く、また、2035年時の高齢化率も他地域より高いため、買物弱者問題の急激な深刻化が予想される。

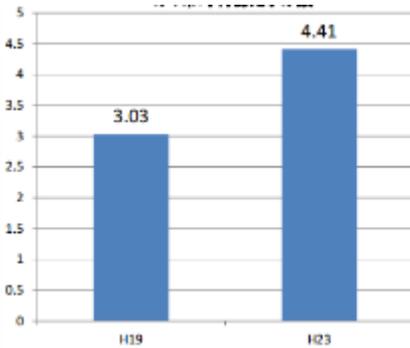


商機能の郊外化と自動車の高保有は今後も継続傾向が予測されている中、運転に不安を感じている高齢者もあり、地方都市における買物弱者問題は引き続き深刻と考えられる。

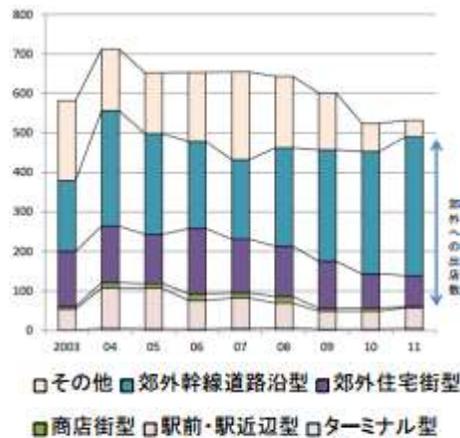
商機能の郊外化

郊外地域への出店件数は長期的には減少していくと予想されるが、依然として高水準である

中心市街地エリア外に立地する
大型店舗の1市町村あたりの数



開店年次・立地形態別の店舗数



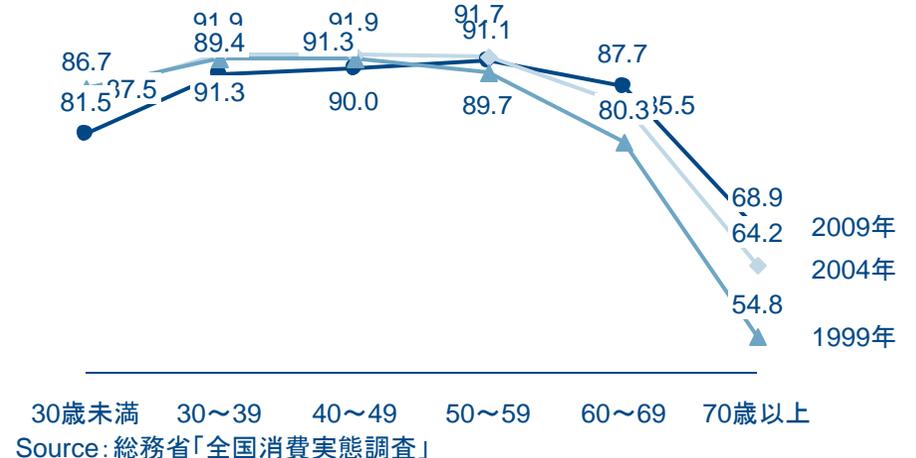
Source: 経済産業省委託事業「平成23年度中心市街地商業等活性化支援業務(中心市街地における大型空き店舗等遊休不動産の活用に係る調査・研究事業)」、経済産業省委託事業「平成19年度大型空き店舗等調査」、東洋経済「全国大型小売店総覧2013」

18年の改正まちづくり3法の施行により、店舗面積が1万m²を越える大型店の郊外への出店規制が強化されるなど、長期的にみると、大型小売店の市場規模は、縮小が避けられない見通し(「静岡県内主要産業の動向」)

自動車保有率の行方

自動車の保有率は以前として高水準にあるが、運転に不安を感じている高齢者がいる

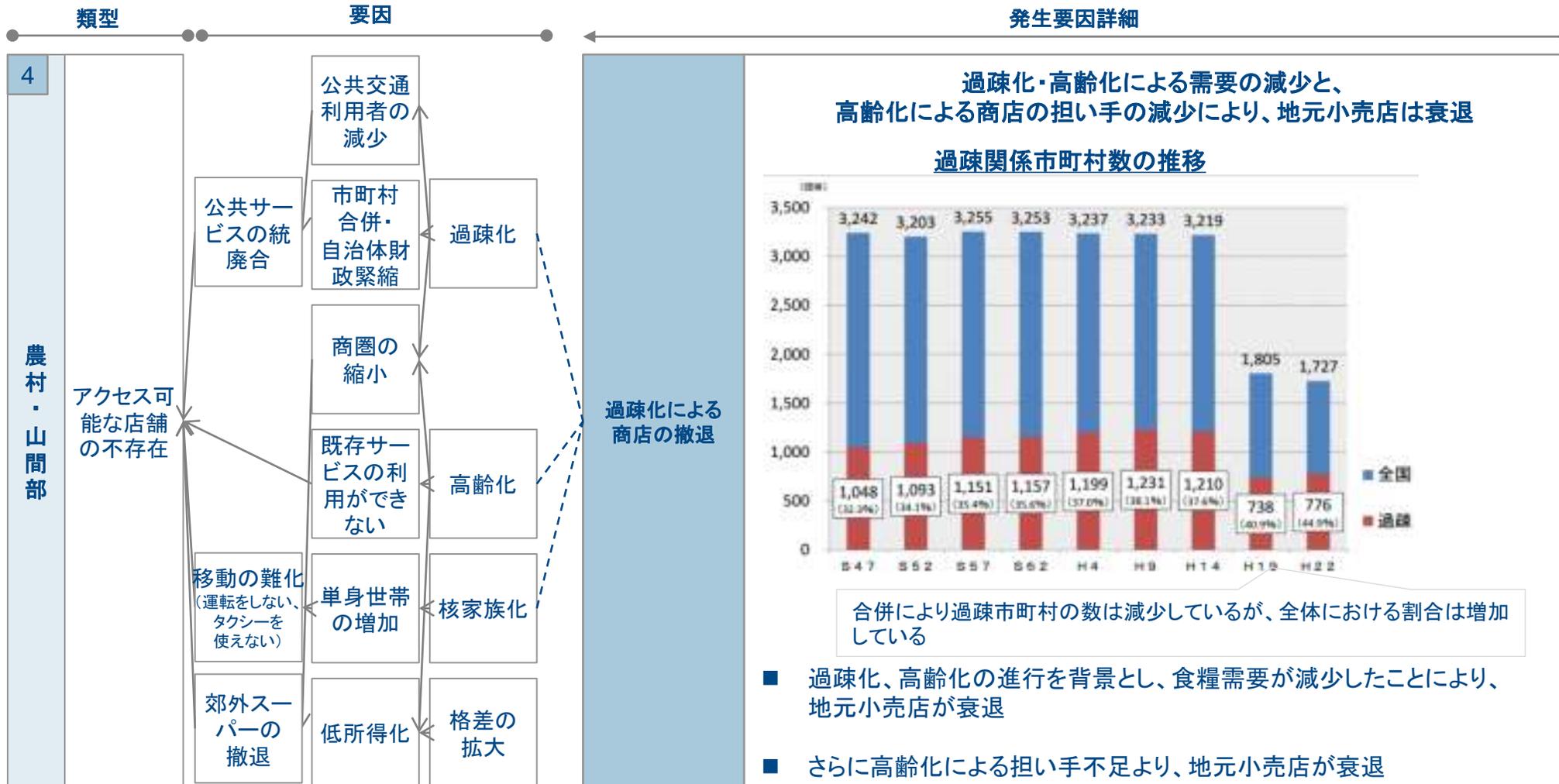
■ 世帯形態別自動車保有率(二人以上の一般世帯)



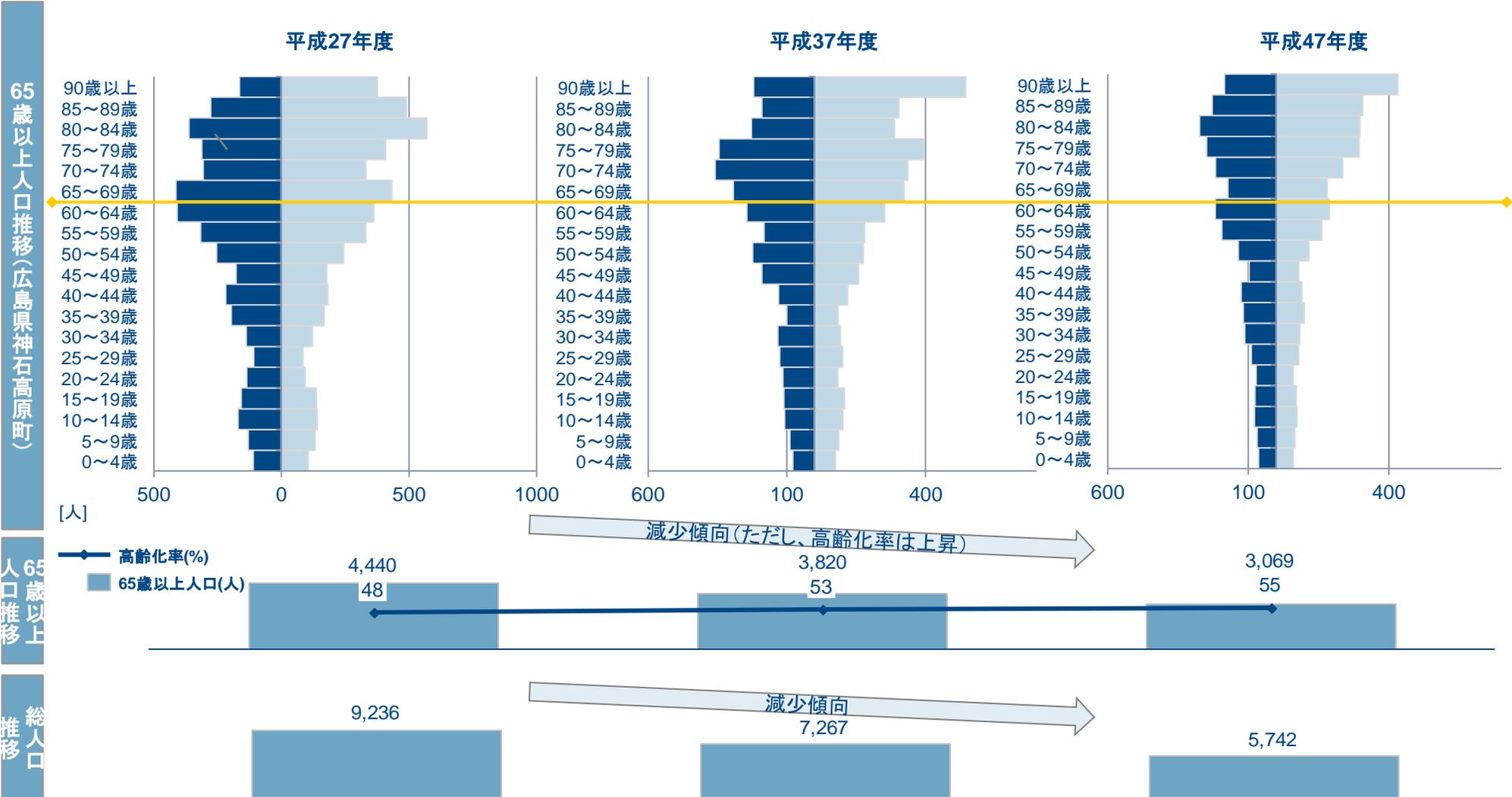
■ 自動車運転に対する高齢者の意識

60~79歳男女に全国でアンケート調査を行ったところ、自動車の運転に対する意識では、「現在の自分の生活は自動車に頼りすぎている」と思う割合が61.1%である。自分の運転能力については「自信がある」と61.6%が思う一方、「以前に比べて低下した」と56.9%が思っている(水野映子「高齢期の外出」、2012年)

農村・山間部では過疎化等を原因とした地元小売店の衰退による買物弱者が早期に発生してきた。また、高齢者を中心とする移動の難化等により、さらに問題が進行している。



農村・山間部では、既に高齢化率は地域内総人口の約50%に達している。今後、高齢化率の上昇は緩やかになるが、引き続き高い水準とになることが予想される。



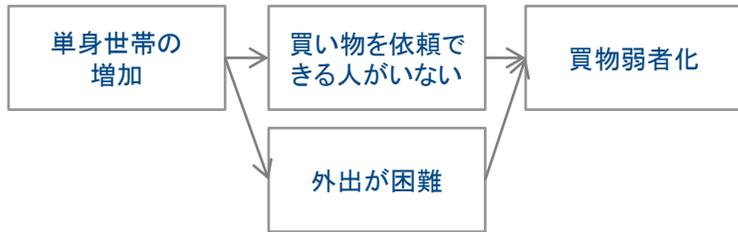
1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望 まとめ

買物弱者問題は、既に顕在化している農村・山間部に加えて他地域でも深刻化すると予測。中でもベッドタウン、地方都市は高齢化率が高いため深刻度が高い。

	需要面			供給面		今後の変化が予想される要因	今後の買物弱者問題傾向
	コミュニティの希薄化の程度 (「ほとんど、もしくは全く付き合っていない」)	人口の減少 2025→2035	高齢者人口 2025→2035 (高齢化率)	商圈への影響			
大都市	45.1%	13,178,672人 ↓ 12,662,691人 (東京都)	3,322,479人 (25%) ↓ 3,770,269人 (30%) (東京都)	巨大ショッピングセンター (商圈人口: 100万人以上)	都市部のコミュニティの希薄化等は進行すると予測	高齢者人口は今後20年にわたって増加するため、買物弱者問題は深刻化すると予測。左記要因も継続が予想される。	
ベッドタウン		217,124人 ↓ 202,589人 (埼玉県上尾市)	61,512人 (28%) ↓ 64,549人 (32%) (埼玉県上尾市)	大型ショッピングセンター (商圈人口: 40~80万人)			ニュータウンでの高齢化の進行、工場の撤退による団地の荒廃の可能性高
地方都市		36.3%	503,047人 ↓ 479,329人 (栃木県宇都宮市)	140,255人 (28%) ↓ 150,448人 (31%) (栃木県宇都宮市)	郊外型中型ショッピングセンター (商圈人口: 15~30万人)	モータリゼーションを背景とした大型店の郊外化によって商店街が衰退。高齢化に伴って運転の困難性高	高齢化スピードは鈍化するが高齢化率は最も高く、問題は深刻化すると予測。左記要因の継続が予想される。
農村・山間部			7,267人 ↓ 5,742人 (広島県神石高原町)	3,820人 (53%) ↓ 3,069人 (55%) (広島県神石高原町)	ミニスーパー (商圈人口: 4,500人)		
				鮮魚店や青果店 (商圈人口: 3,000人)			

単身高齢者は買物を依頼できる人がいないなどの理由により買物弱者化する可能性が高い。その数は今後5年間で11%、10年間で16%増加すると予測されている。

単身世帯と買物弱者



- 借家住まいの一人暮らし、とりわけ男性が、最も社会的孤立が懸念される高齢者である
 - 「困ったときに頼れる人の有無」「会話の頻度」について、一人暮らしの男性の24.4%が「いない」と回答
 - 借家暮らしの人は持ち家の人に比べ4倍近くがいないと回答
 - 単身高齢者は共同住宅の割合が34.8%と高齢者世帯全体の約2倍と高い
 - エレベーターのない中層の集合住宅に住む高齢者の外出頻度は低くなる
- (ニッセイ基礎研究所「高齢者の社会的孤立について」、2010年)
- 住民の高齢化、地元小売業の廃業、中心市街地や既存商店街の衰退、単身世帯の増加が主な原因と認識(農水省食料品アクセスマップ、2013年)

単身高齢者世帯の増加

単身高齢者世帯は今後5年間で11%、10年間で16%増加すると予測されている



非正規雇用者の増加により、格差が拡大し低所得者が増加する可能性があるとの指摘もある。従前は自家用車あるいはタクシーで買物に行っていた層が買物弱者化する可能性がある。

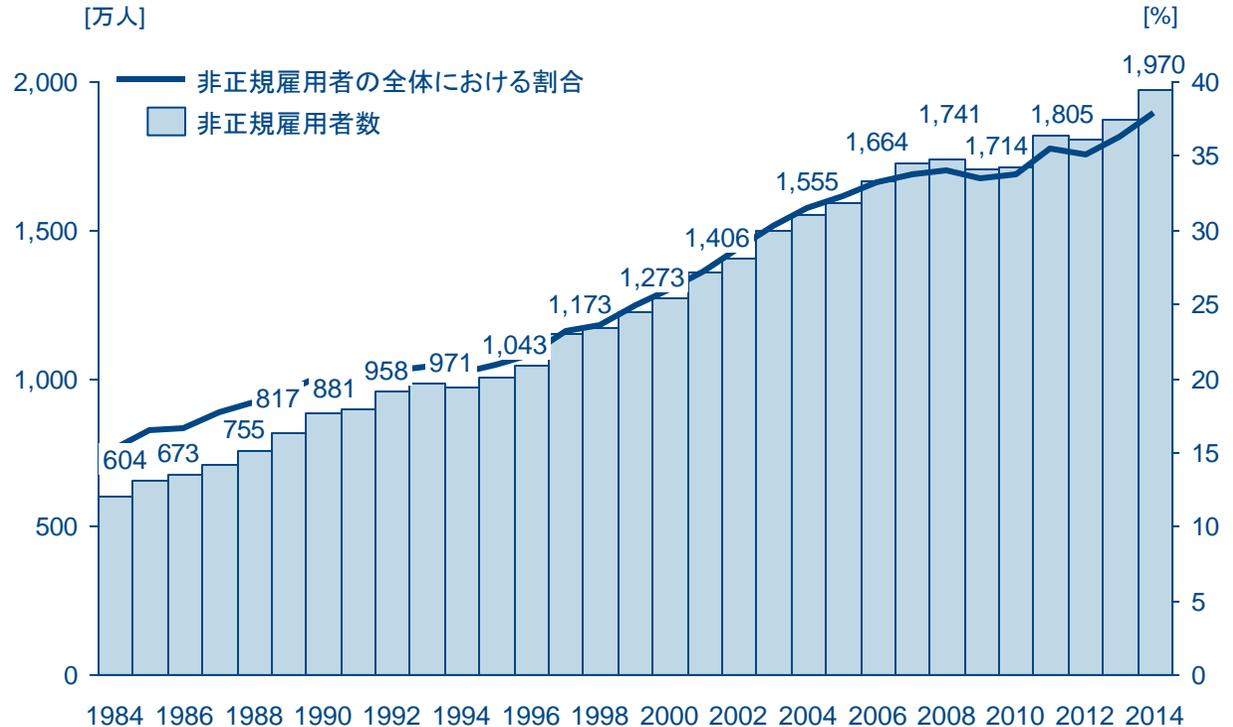
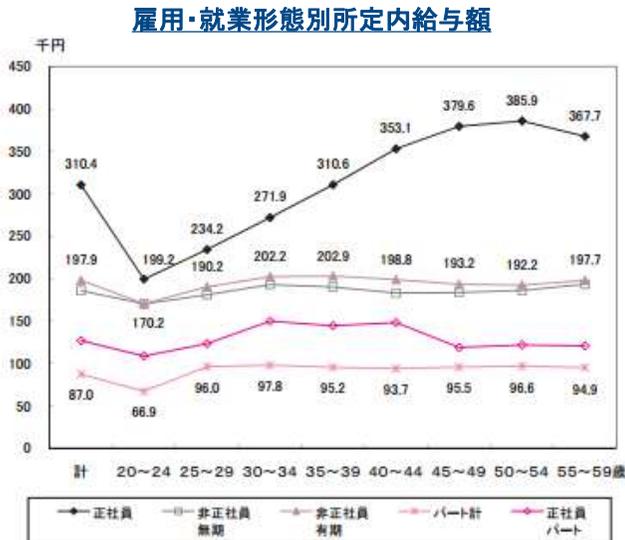
非正規雇用者と買物弱者



非正規雇用者の増加

非正規雇用者数、割合ともに増加傾向にあり、今後もこの傾向は継続すると考えられる

■ 非正規雇用者の賃金は正社員と比較し、低い傾向にある



子育て世代のうち、特に周りの人の協力が得にくい核家族の数は減少傾向にあるものの、減少幅は今後10年間で3%にとどまり、依然として買物弱者化する可能性がある。

子育て世帯と買物弱者



- 子育て中の外出は困難であるとの声が多い
- 核家族では、買物においても協力が得にくい
- 子育てをする親の意見を聞いたところ、以下のような声があり、買い物が困難である状況が推察できる
 - 「少しでも目を離すと危ないため、子供を連れて買物に行かねばならない」
 - 「子供が騒ぐため、買物が苦痛」

子育て世帯数

核家族の子育て世帯は減少傾向にあるが、減少幅は小さい



コミュニティ内での自助努力によって買物弱者問題が防ぐことができている一方で、一部の人の負担になってしまっている可能性がある。また、買物ができても栄養状態に難があったり、好きなものを思う存分購入できていない人がいる。

意見交換会、先進事例ヒアリングにて明らかにされた様々な買物弱者像

“現在は同じコミュニティの人が車で買物に連れて行っているものの、頻度が多く送迎する人の負担になってしまっているという声を聞く”

(意見交換会 コメント)

“重いものを持つのが大変”

(先進事例インタビューコメント)

“今まで栄養に気をつけておらず、栄養が取れていない高齢者がいる”“外食や惣菜ばかりで塩分過多になってしまっている高齢者がいる”

(意見交換会 コメント)

“嫁の目があり、思う存分好きなものを買物できない”“好きなものを買物ができる環境整備が必要”

(先進事例インタビューコメント)

“料理を作ったことがなく、生鮮食品を買っても調理できない人がいる”“介護で忙しく、料理を作る時間がない”

(意見交換会 コメント)

“買物に化粧をしていくのが嫌だ”/“買物のときに化粧をするのが張り合いである”(気取らずに買物ができる環境整備が必要/コミュニティを構築できる環境整備が必要)

(先進事例インタビューコメント)

本編

0 プロジェクト/スケジュールの概要

1 買物弱者・フードデザート問題の実態

1-1: 買物弱者問題の全体像

1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望

1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題

1-4: 実態調査結果のまとめ

2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント

2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像

2-2: 先進事例の概要とポイント

2-3: インフラ面・法律面の現状と課題

2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組

2-5: 取組調査結果のまとめ

3 調査まとめ

資料編

A 参考文献

B 全国シンポジウム開催概要

C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

ア 買物弱者応援マニュアル

イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書

ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書

エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題 全体像

買物弱者問題は都市の抱える問題の入り口であり、その影響として、生きがいの喪失、低栄養、転倒・事故リスクの増大、商店街の衰退による治安悪化等が懸念されている。



学術研究が及んでいない分野も多いため、その内容の検証と対策の議論が必要である。

※買物弱者を生み出している土壌は共通的に他の問題の土壌にもなっており、本研究ではこの意味で「波及課題」として位置づけた

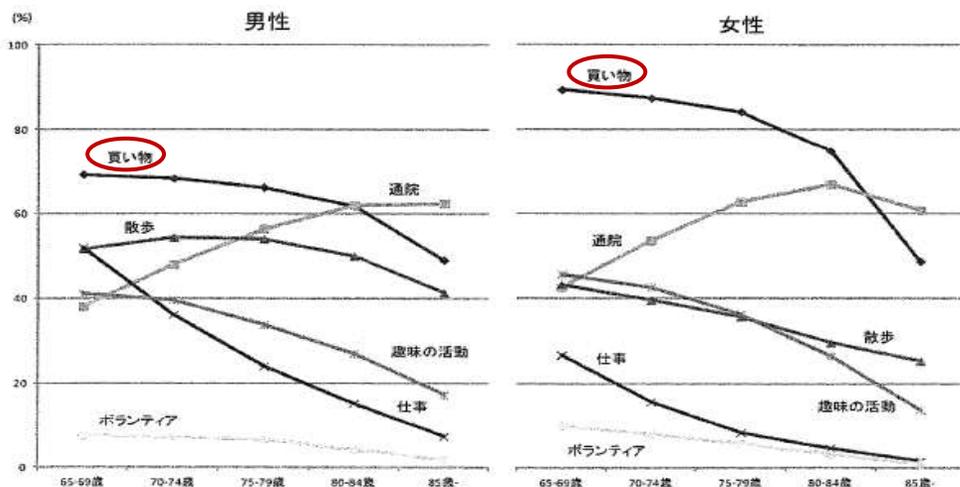
1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題 ① ひきこもりの増加と生きがいの喪失仮説

買物は外出機会の多くを占めており、買物に行けないことによる外出頻度の低下は引きこもり状態や生きがい喪失を招く可能性がある。

ひきこもりの増加と生きがいの喪失

外出頻度の低下による引きこもり増加

性・年齢別の外出目的の分布



- 65歳以上の高齢者において、85歳以上の人を除くと、全世代において買物が外出の第一目的になっている
- 85歳以上では通院が外出の第一目的となっているものの、買物は依然として外出目的の第2位の位置にある

買物と生きがいの喪失

- 買物について食物の摂取以上の意味合いがある
 - 「買物は、通院とともに健康・生命維持のための両輪となる営みなのである。(中略)買物という行為は、たんなる生命を維持するための活動ではなく、より広い人間的意味をもっている。つまりそれは、個人の生きがいに直結する」
 - 「買物は、自己実現・自己確認の手段でありえる」(『買物難民(杉田聡、2008年)』)
- 「自分の目で食材を選び、自分の手で調理をするという行為もフードデザート問題を解決する上で重要」(『改訂新版 フードデザート問題 無縁社会が生む「食の砂漠」(岩間信之編著、2013年)』)
- (参考)外に出て自分で商品を選ぶことが重要であるとし、宅配でなく移動販売を重視する事業体がある

買物が困難になることによって、転倒・事故リスクを増す可能性が指摘されており、個人の精神面・身体面両面に影響を及ぼすと予想される。

買物と転倒・事故リスク増大

- **交通事故総合分析センターのデータを引用し、買物目的での歩行中もしくは自転車利用中の事故死者・負傷者数に言及**
 - 歩行中もしくは自転車利用中の高齢者の死者数:2560人/年
 - 同 負傷者数:5万人/年
 - (全年齢層における)通行目的では、買物での負傷および死亡が最大要因
- **高齢者の実際の声を記載し、定性的にも補足**
 - 「私は転ぶことのない様よくよく気を付けています(母が100歳のとき転んで3年間寝たきりでしたから)」(四街道市80前)
 - 「店までの途中、車の交通量の多いところを通るのでよく気を付けないと事故に・・・」(同60後)
- **高齢者の事故の起きる原因、影響を考察**
 - 高齢者は認知能力のみならず情報処理能力も判断能力も低下しているし、加えて反応速度も遅くなっている
 - 皮膚は老化すると薄かつ傷つきやすくなる。また細胞の分裂の量は加齢とともに低下する。だから高齢者の場合、青壮年層と比べて傷の治りははるかに遅く、
 - 買物時間がさらに長くなる
- **大型店でも商店街でも危険性は同様**

買物と健康被害に関する先行調査では、良好な買物環境による低栄養リスクの減少が示唆されている。

買物と健康被害に関する調査	
背景・問題意識	<ul style="list-style-type: none"> 活動能力に制限のある人や調理の経験のない男性において低栄養のリスクが高いと指摘されている 地方都市A市中心部と都市郊外C団地でアンケート調査を実施し、買物と低栄養の関係を明らかにした
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査を実施 食品摂取の多様性調査を実施 <ul style="list-style-type: none"> 指標となる10の食品群をどの程度食べているのか10点満点で評価するもの 1~3点の場合、低栄養のリスクが高いとみなす
結果	<ul style="list-style-type: none"> A市中心部: 全体の46%が低栄養リスクあり <ul style="list-style-type: none"> 買物担当者が本人以外の場合、買物頻度が高い場合、低栄養リスクは低くなる C団地: 全体の49%が低栄養リスクあり <ul style="list-style-type: none"> 買物環境は優れていたものの、栄養事情は悪化していた 社会的役割の喪失、近所付き合いの希薄と栄養事情の悪化が正の関係であった
考察	<ul style="list-style-type: none"> 良好な買物環境は、低栄養リスクを減じていると予測できる 物理的な買物環境以外の要因である、社会からの孤立が、高齢者の栄養事情に大きく影響していると推測される

調査では、食品摂取多様性得点の測定によって、商店との距離が近く買物環境は良好とみられる地方都市中心部でも、低栄養リスクが高い可能性があることがわかる。

食品摂取の多様性得点と低栄養リスク

食品摂取の多様性得点が高い場合、低栄養のリスクが低いとされている

- 指標となる10の食品群をどの程度食べているのか10点満点で評価するもの

※10の食品群

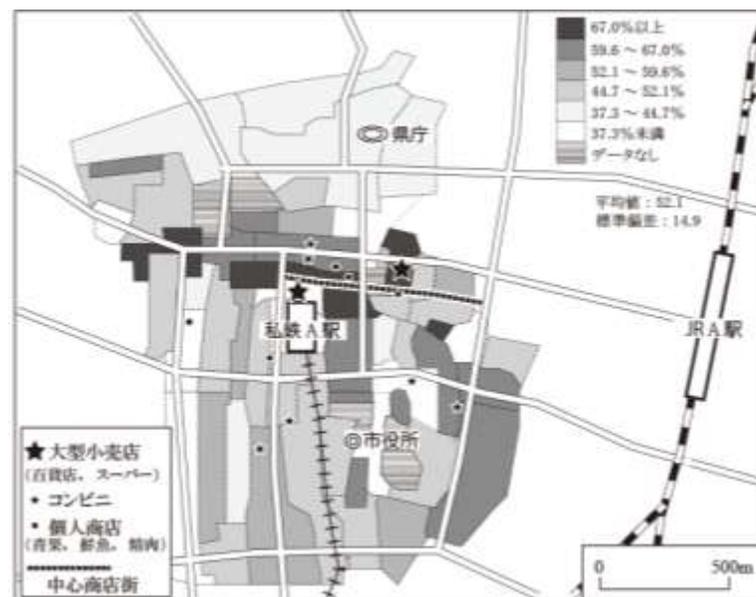
- ・魚介類(生鮮、加工品を問わずすべての魚介類です)
- ・肉類(生鮮、加工品を問わずすべての肉類です)
- ・卵(鶏卵、うずらなどの卵で、魚の卵は含みません)
- ・牛乳(コーヒーマル、フルーツ牛乳は除きます)
- ・大豆・大豆製品(豆腐、納豆などの大豆を使った食品です)
- ・緑黄色野菜類(にんじん、ほうれん草、かぼちゃ、トマトなどの色の濃い野菜です)
- ・海藻類(生、乾物を問いません)
- ・いも類
- ・果物類(生鮮、缶詰を問いません。トマトは含みません。トマトは緑黄色野菜とします)
- ・油脂類(油いため、てんぷら、フライ、パンに塗るバターやマーガリンなど脂を使う料理です)

- ・ 1~3点(低群)の場合、低栄養のリスクが高いとみなす

地方都市A市における食品摂取多様性得点低群地図

中心商店街周辺(中心部)、および中心部近郊において多様性得点低群(低栄養予備軍)が多い

食品摂取多様性得点3点未満(低群)の世帯割合



*回収率10%未満の自治会は割愛

低栄養といったリスクの高低は、買物できる商店が近くにあるかどうか
といった要素だけでは判断できないことがわかる。

英国の研究では、フードデザート(Food Poverty)から生じる健康被害について、実際の経済損失と結び付けて言及している。

言及している研究

『Food Poverty』(Bristol City Council, 2013年7月)

フードデザート(Food Poverty)の原因

- **フードデザート(Food Poverty)は、3つの側面から生じると言及している(P4)**
 - 1) 経済的側面: 収入、食品の価格
 - 2) 社会的側面: 教育、社会的地位
 - 3) 物理的側面: 店舗へのアクセス
- **経済的側面: 貧困者は栄養価のある食事がとれない状況にあると述べている(P5-7)**
 - ・貧困者が一日に必要なカロリーを摂取するためには、カロリー当たりのコストが安い、砂糖等が添加された高カロリー低栄養な食事に頼らざる負えないため、高栄養な食事がとれない状況にある。
- **社会的側面: 教育水準が低い者や社会的地位が低い者は、低栄養な食事を強いられると述べている(P7-8)**
 - ・教育水準が低い者は、栄養に対する知識が乏しく、野菜や果物を購入しない。
 - ・移民や低技能者などの社会的地位の低い者は、貧困者であったり教育の水準が低いため、低栄養な食事を強いられる。
- **物理的側面: 店舗への移動手段がない者が、栄養価のある食品にアクセスできない状況を述べている(P7-8)**
 - ・移動手段が無い者は、遠くのスーパーへ移動できず、近所のコンビニやファーストフード店に頼らざる負えないため、栄養価の高い食品を購入できない。

フードデザート(Food Poverty)による健康被害とその経済損失

- **フードデザート(Food Poverty)から生じる健康被害について述べている(P15)**
 - ・ フードデザートによって、ビタミンや食物繊維、ミネラルなどの栄養を摂取する機会が不足すると、慢性病、心臓病、脳卒中、糖尿病、癌などの健康被害が生じる可能性が高まる。
 - ・ 高齢者においては、低栄養が原因で転倒や骨折、身体障害のリスクが高まる。
- **英国 保険省のレポートを引用し、不健康によって生じる経済損失について言及している(P15)**
 - ・ 低栄養な食事を続けたことによって死亡する英国人の数は年間約70,000人になる。
 - ・ 英国の国民保健から、栄養不足が原因の病気に対して支払われる金額は年間約20億ポンド(3700億円)に達する。

英国研究者によると、英国におけるフードデザートによる経済損失は60億ポンドに達すると計算されている。

言及している研究

Mike Rayner etl.“ The Burden related ill health in the UK” (2005)

フードデザート(Food Poverty)による経済損失 本論文内での算出方法

食生活が原因で発病する疾患にかかる医療費
180億ポンド(イギリス全体)

食生活習慣のみが原因で発病する割合
1/3

食生活の悪さに起因する医療費
60億ポンド
(イギリス全体医療費の約10%)

感染症

循環器系疾患(心臓病、心臓発作)

糖尿病、ホルモン・免疫システムの病気

がん

歯科、他の消化器系疾患

精神性疾患

けが

その他

食生活が原因で
発病する疾患

左記の疾患の主な原因

生鮮食品*の不足

肥満

高コレステロール

高血圧

*生鮮食品は野菜、果物を指しているため、
肉類は含まない

タバコ

⋮

NHS(National Health Service)の1992/1993データ

WHO comparative risk assessment project

算出方法

元データの
算出の
出所

食料品店は災害時には物資供給拠点として必要とされており、実際に日本全国に展開するナショナルチェーンは避難所への物資供給機能を担っている。郊外を含め近くに食料品店が存在しない場合、緊急時の物資供給が困難になる可能性が考えられる。

避難所への物資輸送

イオンの取り組み

日本全国に展開するナショナルチェーンは、各自治体と提携を結び、災害時に救援物資を供給することを定めている

- イオン株式会社は日本の様々な県と包括提携協定を締結している。包括提携協定とは全国活地との地域行政と協働し、防災・福祉・環境保全の推進や「ご当地WAON」などを活用した商業・観光の振興など様々な分野で双方が持つ資源を有効に活用するための協定を締結
- その中の「地域防災への協力」に当たる部分により、物資提供
- 防災協定については災害が発生時に、救援物資の供給、避難所としての駐車場の提供、防災訓練の共同実施などが含まれる。

イトーヨーカ堂の取り組み

日本全国に展開するナショナルチェーンは、各自治体と提携を結び、災害時に救援物資を供給することを定めている

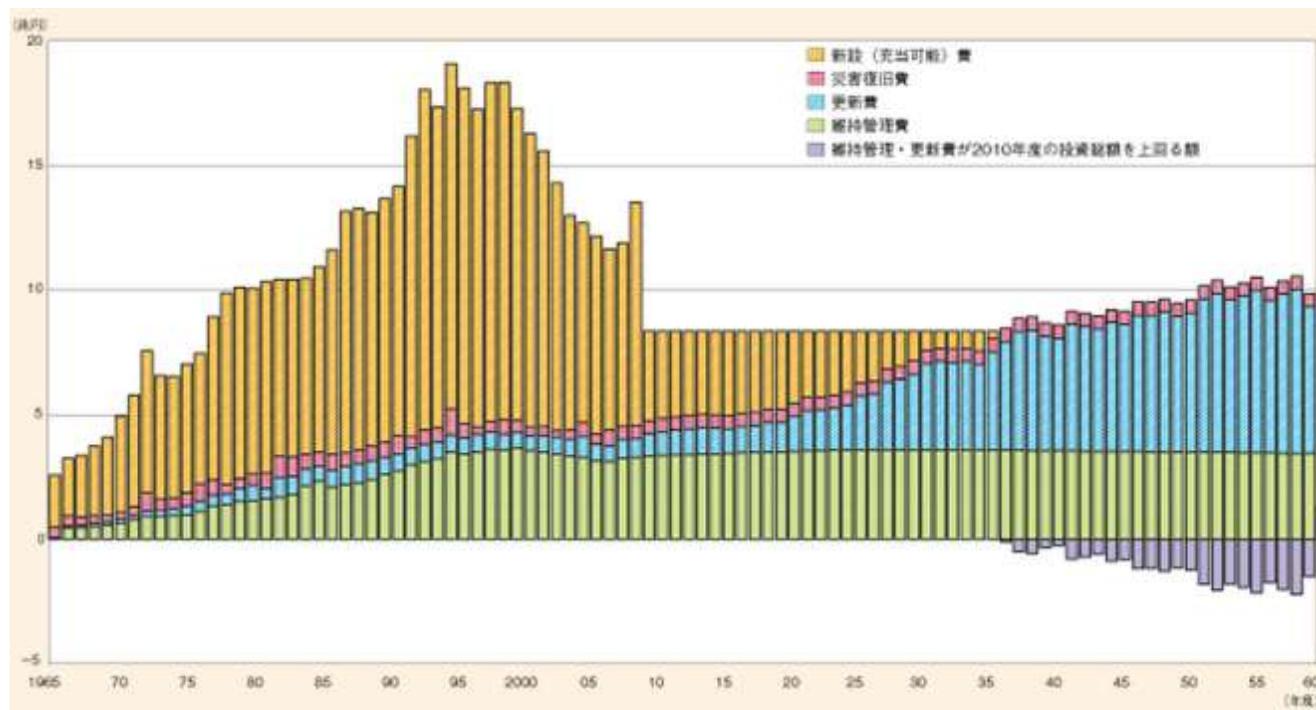
- 地震当初に、宮城県知事から宮城の食料品インフラの確保協力の要請を受け、集配センター周辺の搬出用道路の確保を宮城県に申し出た。その結果地震翌日には集配センター周辺の道路を自衛隊などが開通させ、4t車は入れるようになり、センター内に合った22万個の食品を避難所に配送した
- また、在宅の避難者への物資提供も行った

1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題 5 公共インフラ維持コストの増大

過疎化が進行することにより、道路や下水道などの基礎的なインフラや路線バスなどの公共交通機関の維持に莫大なコストが発生する可能性がある。

公共インフラ維持コストの増大

社会資本に関して従来どおりの維持管理・更新をした場合の推計

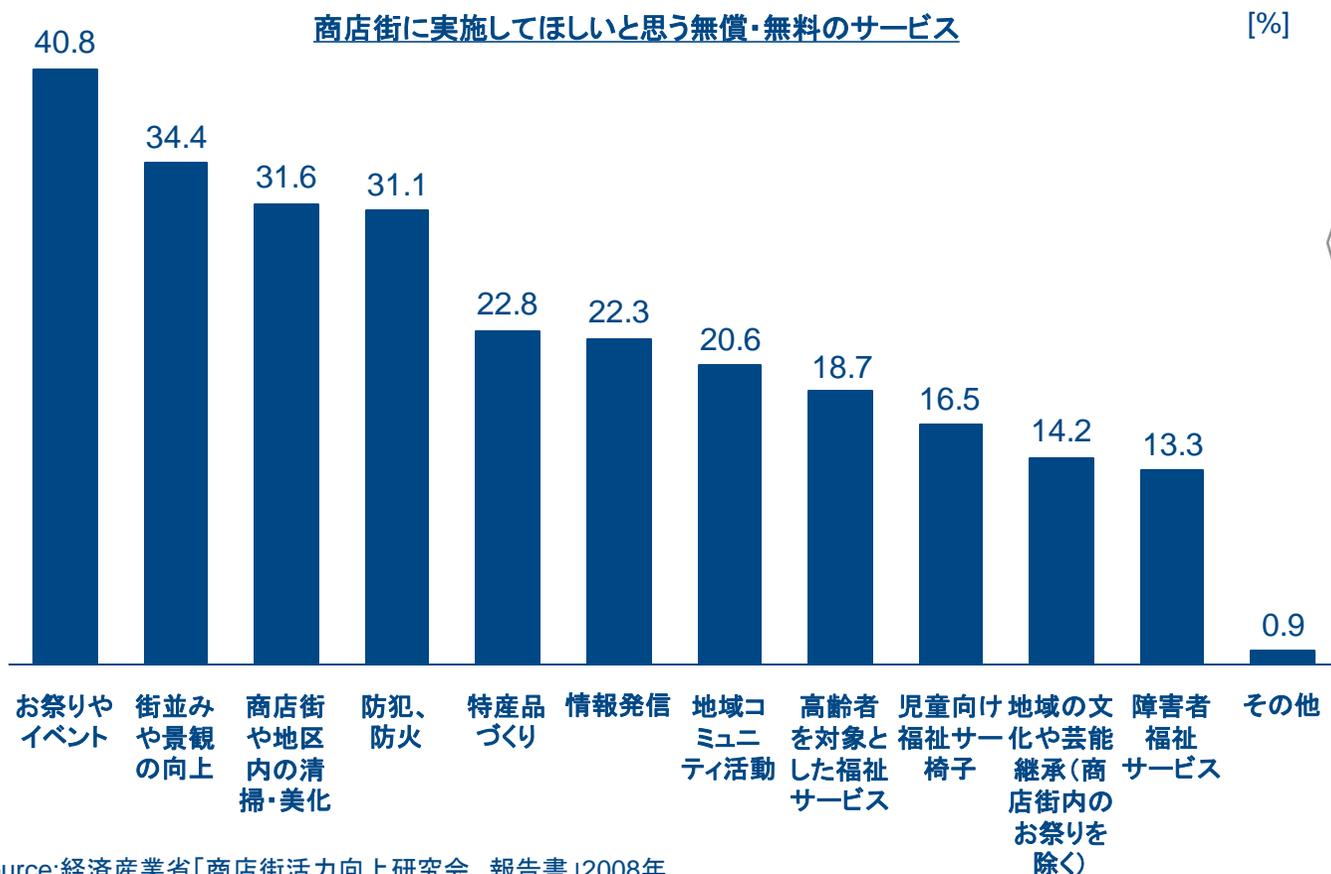


※社会資本: 道路、港湾、空港、公共賃貸住宅、下水道、都市公園、治水、海岸
Source: 国土交通省「国土交通白書2012」

- 2010年度以降対前年度比±0%で、維持管理・更新に従来どおりの費用の支出を継続すると仮定すると、2037年度には維持管理・更新費が投資総額を上回る
- 2011年度から2060年度までの50年間に必要な更新費(約190兆円)のうち、約30兆円(全体必要額の約16%)の更新ができないと試算されている

買物弱者発生の要因の1つである商店街の衰退によって、街並みや景観の維持が困難になる、あるいは治安が悪化するなどの影響が生じる可能性がある。

商店街の衰退とその影響



- 人々は商店街に対して、お祭りやイベント、景観の向上、商店街や地区内の清掃・美化、防犯・防火といった役割を期待している
- 商店街がなくなってしまうことにより、こうした役割を果たす主体がいなくなってしまうと予測される

団地、過疎地ともに、住民の高齢化によるコミュニティの低下が問題となっている。特に過疎地では物理的に食品へのアクセスが断絶してしまう可能性も考えられ、災害に対する脆弱性が高い。

(参考) 大都市郊外圏、農村・山間部の災害への脆弱性

団地の限界集落化

団地ではコミュニティの低下により、大規模災害時に多くの被害者が出ると予測されている

- 高齢化に伴う防災上の課題は過疎地だけのものではなく、都市部でも大きな課題となっている

例: 高度成長期に開発された団地やニュータウン

- 住民が一斉に高齢化することにより、コミュニティの機能維持が困難に
＝過疎地における「限界集落」と同様の状況が出現
- 災害時に高齢者を守るコミュニティの力が低下
- 大規模災害発生の際には、多くの被害者が出ることが想定される



過疎地の限界集落化

過疎地域は災害により孤立集落化する恐れがあり、その結果食料へのアクセスが断絶されてしまう可能性が高い

- 「高齢化が進む中での孤立集落対策も重要な課題である」
- 内閣府が平成 22 年に実施した調査結果
 - 自然災害により道路交通による外部からのアクセスが途絶され、住民生活が困難もしくは不可能な状態となる、孤立可能性のある集落: 17,406 集落
(中山間地域に位置する農業集落 59,547集落の約 30%)
 - その中で自主防災組織が無い集落: 5,835 集落 (33.5%)
 - また、多くの集落で食料や医薬品などの備蓄がされていない状況

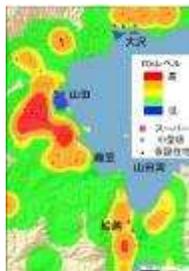
被災地において買物弱者問題は顕在化していないが、自家用車利用を前提とした商業集積がされていることから、移動販売撤退後の仮設住宅在住高齢者の買物弱者化が危惧される。

(参考) 被災地における生活環境悪化に関する懸念

山田町における買物環境現状

震災発生当初は被災により食料品不足が発生したが、現在は食料品店の復旧や行政とNPOによる仮設住民へのサポートにより、買物の利便性が確保されている

- 「他の被災地と同様に、山田町でも震災発生当初は深刻な食料品不足が発生した。しかし、地域住民や行政、企業の方々の弛まぬ努力のなかでインフラ等の復旧作業が進み、現在、町は一定の落ち着きをみせている」
- 「山田町では、仮設住宅における住民の買い物行動や栄養状態に関する詳細な調査は実施されていない」
- 「しかし、食料品店の復旧や、行政とNPOによる仮設住民へのサポートが進んでいるため、買い物の利便性はある程度維持されていると予想される」



一方で、需給の観点からは、人口が多いが商店が少ない地域は存在しており、注視が必要

- ただし、従来の商業施設の多くが被災し仮設住宅が多数作られた山田地区、船越地区においてフードデザートが発生している可能性がある

図: 山田町におけるフードデザートマップ

問題点

①自家用車利用を前提とした商業集積

- 仮設住宅で暮らす住民は自家用車所有者が多く、かつバス交通なども充実しているため問題は顕在化していない
- しかし、自家用車を利用できない高齢者が存在⇒現在は高齢者向けには移動販売車が回っているものの赤字のためいずれ撤退が予想される

②地元商店街の停滞

- スーパーやコンビニ、ショッピングモールが健闘するなかで、仮設店舗で営業する地元商店は苦戦を強いられている
- 区画整理事業の完了を待たねばならぬため、商店街の復興にも時間がかかる

③在宅避難者への対応

- スーパーやコンビニ、ショッピングモールが健闘するなかで、仮設店舗で営業する地元商店は苦戦を強いられている
- 区画整理事業の完了を待たねばならぬため、商店街の復興にも時間がかかる

④人口の減少

- 現在、山田町では、復興作業員やボランティアの流入により、昼間人口が増加している
- 今後も土地の嵩上げや宅地建設などの作業が続くため、一定期間は現在の人口が維持されると期待できるが、こうした商圈人口の増加は一過性のもの

本編

0 プロジェクト/スケジュールの概要

1 買物弱者・フードデザート問題の実態

1-1: 買物弱者問題の全体像

1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望

1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題

1-4: 実態調査結果のまとめ

2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント

2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像

2-2: 先進事例の概要とポイント

2-3: インフラ面・法律面の現状と課題

2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組

2-5: 取組調査結果のまとめ

3 調査まとめ

資料編

A 参考文献

B 全国シンポジウム開催概要

C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

ア 買物弱者応援マニュアル

イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書

ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書

エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

買物弱者問題とは、流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々を指し、現在、全国で約700万人存在すると推計される。

まとめ(1/3)

- ✓ 買物弱者問題とは、「流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々」を指す
 - 買物弱者、フードデザート、食料品アクセスなどの類似概念が複数存在しており、捉え方も各調査・研究により異なる
 - 本調査では買物弱者とフードデザートに着目

- ✓ 日本全国の買物弱者数は現在、約700万人程度と推計される
 - 2010年経済産業省調査時の推計値である約600万人と比較し、増加傾向にある
 - 今後も深刻化すると予測され、引き続きの対策が必要である

買物弱者問題の原因は、地域の特性ごとにその性質を異にする。今後は農村・山間部に加え、大都市やベッドタウン、地方都市でも問題が深刻化する可能性が高い。

まとめ(2/3)

✓ 買物弱者問題の原因は、その地域が持つ性質によって大きく異なる

- 大都市では旧来の商店街の衰退による買物環境の悪化、コミュニティ希薄化が特に問題視されている
- ベッドタウンでは、高齢化により買物を含む団地での生活が厳しくなるという問題がある
 - 団地では同世代、同属性の人々が集住しているため、高齢化が急激に進行する
 - 団地内食料品店が閉鎖され、坂を下って買物に行かなくてはならないという困難を抱えることになる
- 地方都市では、商店の郊外出店により中心街の商店が撤退してしまい、買物が困難になっている
- 農村・山間部では過疎化が進行しており、商圈人口を維持できる商店がないといった問題がある

✓ 今後の展望として、農村・山間部に加え、大都市を含む3地域で買物弱者問題が深刻化する可能性が高い

- 農村地域では過疎化が進むため、買物弱者の母数自体は減少するが、問題は引き続き継続する見込み
- 他3地域(大都市、ベッドタウン、地方都市)では高齢化率が上昇するため、車での移動ができなくなって買物弱者化する高齢者が増える可能性がある
- また、全類型に共通して、核家族子育て世帯や単身高齢者世帯、非正規雇用者といった社会的弱者の間で問題が発生し深刻化する可能性がある

買物弱者は波及課題を生ずる可能性があり、中でも低栄養問題は、地域・国全体の医療費や介護費の増加をもたらす可能性がある。

まとめ(3/3)

- ✓ 買物弱者の原因は、他の都市問題の原因ともなりえ、波及課題を生ずる可能性がある
 - 買物弱者発生による種々の「波及課題」がある
 - ※「波及課題」: 買物弱者を生み出している土壌は共通的に他の問題の土壌ともなっており、本研究では「波及課題」をこの意味で用いている
 - 買物は個人の健康や精神に影響を与える他、商店街の衰退による治安悪化など、地域社会にも影響を与えている可能性がある

- ✓ 中でも、低栄養問題は深刻であり、地域・国全体の医療費や介護費の増加を招く可能性があるとされている例もある
 - 買物困難地域における低栄養リスクの増大が指摘されている
 - 低栄養は様々な疾病の原因となっており、イギリスにおいては低栄養が医療費や介護費の増加をもたらすとして、その経済損失が議論されている

本編

- 0 プロジェクト/スケジュールの概要
- 1 買物弱者・フードデザート問題の実態
 - 1-1: 買物弱者問題の全体像
 - 1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望
 - 1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題
 - 1-4: 実態調査結果のまとめ
- 2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント**
 - 2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像**
 - 2-2: 先進事例の概要とポイント
 - 2-3: インフラ面・法律面の現状と課題
 - 2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組
 - 2-5: 取組調査結果のまとめ
- 3 調査まとめ

資料編

- A 参考文献
- B 全国シンポジウム開催概要
- C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

- ア 買物弱者応援マニュアル
- イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書
- ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書
- エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

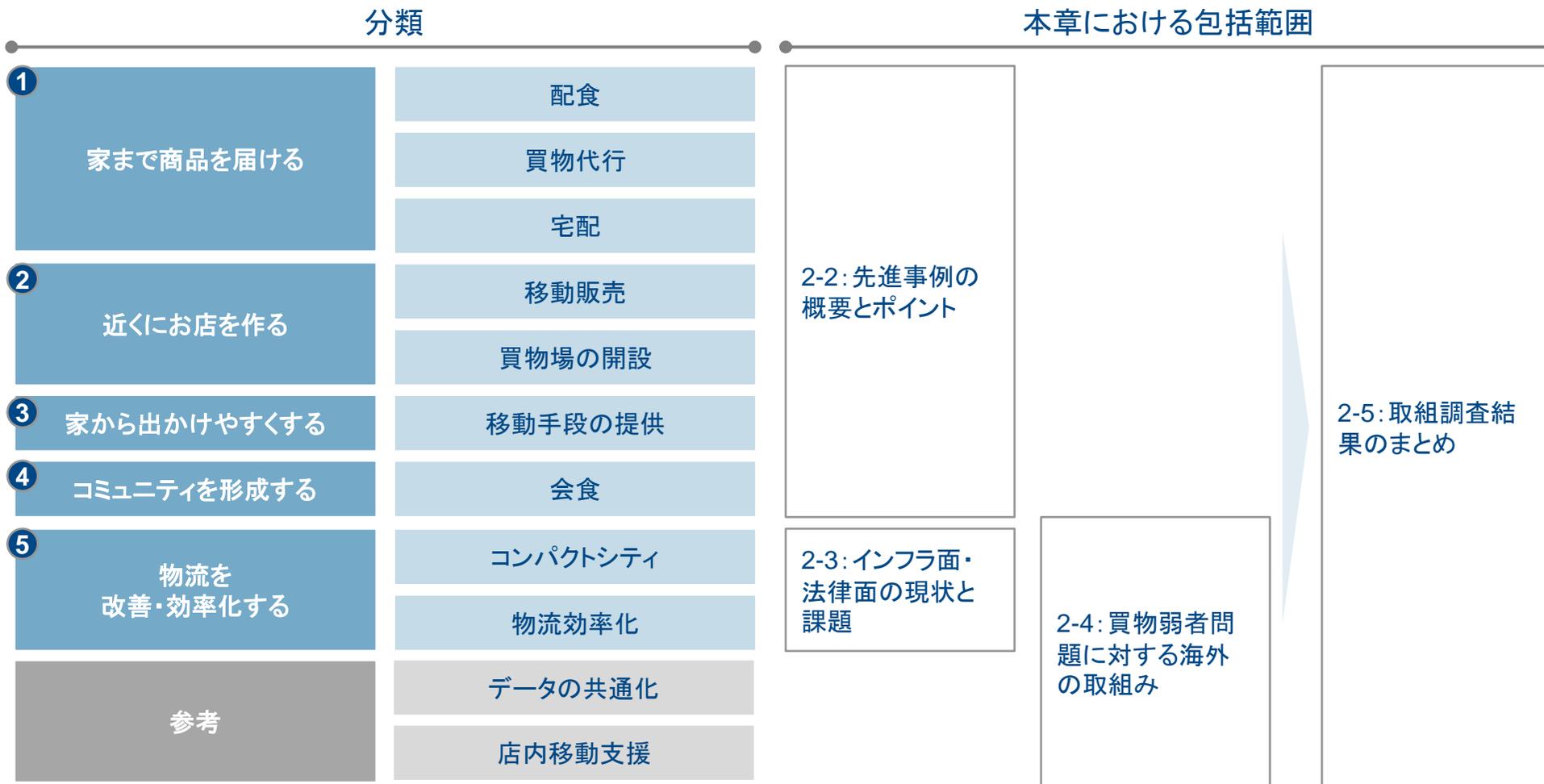
2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組みの全体像 先行研究における取組み分類と本調査における分類

本調査では、買物弱者問題解決に向けた取組みとして、先行研究を包括する、会食～物流効率化までに巨範囲について調査した。

		過去の先行調査の内容				本調査における分類			
調査名		地域生活インフラを支える流通のあり方研究会 報告書等	買い物応援マニュアル ver.2.0	食料品の買い物における不便や苦勞を解決するための先進事例	フードデザート問題—無縁社会が生む「食の砂漠」	平成26年度商取引適正化・製品安全に係る事業	(参考) 左記先行調査における代表事例像		
内容 (主体・時期)		経済産業省 平成22年5月	経済産業省 平成23年3月	農林水産省 平成23年8月	茨城キリスト教大学 岩間信之准教授 2013年7月	本調査			
上記調査における類型	買物代行	家まで「商品を届けよう」	共食型	会食	共食型	会食	→	会食	老人たちを公共施設に集めて会食を実施
	宅配		食品宅配	料理・弁当の宅配	配達型	配食	→	配食	昼食を高齢者の自宅まで宅配
	移動販売		買い物代行	買い物代行、御用聞き	御用聞き、有機野菜宅配、ネットスーパー、生活協同組合宅配	買物代行	→	買物代行	注文を受けた商品を加盟店から買付け、自宅まで配達
	移動販売		移動販売	移動スーパー、訪問販売	移動販売	→	移動販売	電話・ネット注文を受けた商品を自宅まで配達	
	便利な店舗立地	身近な場所に「店を作ろう」	店舗販売	最寄り店舗の新設、朝市、生鮮食品の販売	アクセス改善型	買物場の開設	→	買物場の開設	徒歩圏に買物の場がない地域に住民が共同出資してスーパーを開業
	店への移動手段の提供	家から「出かけやすくしよう」	店舗販売	移動手段の提供	買物バス	→	移動手段の提供	地元スーパーが集客のために無料バスを運行	
	店内移動の支援					→	店内移動の支援	高齢者の買物負担を軽減するために、スーパーが電動車いすを貸出し	
	物流改善					→	物流効率化、その他基盤改善	各卸売業者が持っていた配送ルートを集約し配送コストを削減、過疎地の商店をサポート	

2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組みの全体像 取組みの分類と本調査における位置付け

本調査では買物弱者に関する先行研究での分類に、基盤を改善する取組みであるコンパクトシティや物流の効率化を加え、2+5分類について調査した。



本編

- 0 プロジェクト/スケジュールの概要
- 1 買物弱者・フードデザート問題の実態
 - 1-1: 買物弱者問題の全体像
 - 1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望
 - 1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題
 - 1-4: 実態調査結果のまとめ
- 2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント**
 - 2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像
 - 2-2: 先進事例の概要とポイント**
 - 2-3: インフラ面・法律面の現状と課題
 - 2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組
 - 2-5: 取組調査結果のまとめ
- 3 調査まとめ

資料編

- A 参考文献
- B 全国シンポジウム開催概要
- C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

- ア 買物弱者応援マニュアル
- イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書
- ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書
- エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

今回ヒアリングした先進事例は、家まで商品を届ける、近くにお店を作る、家から出かけやすくする、コミュニティを形成する、物流を改善・効率化するの5つに分けることができる。

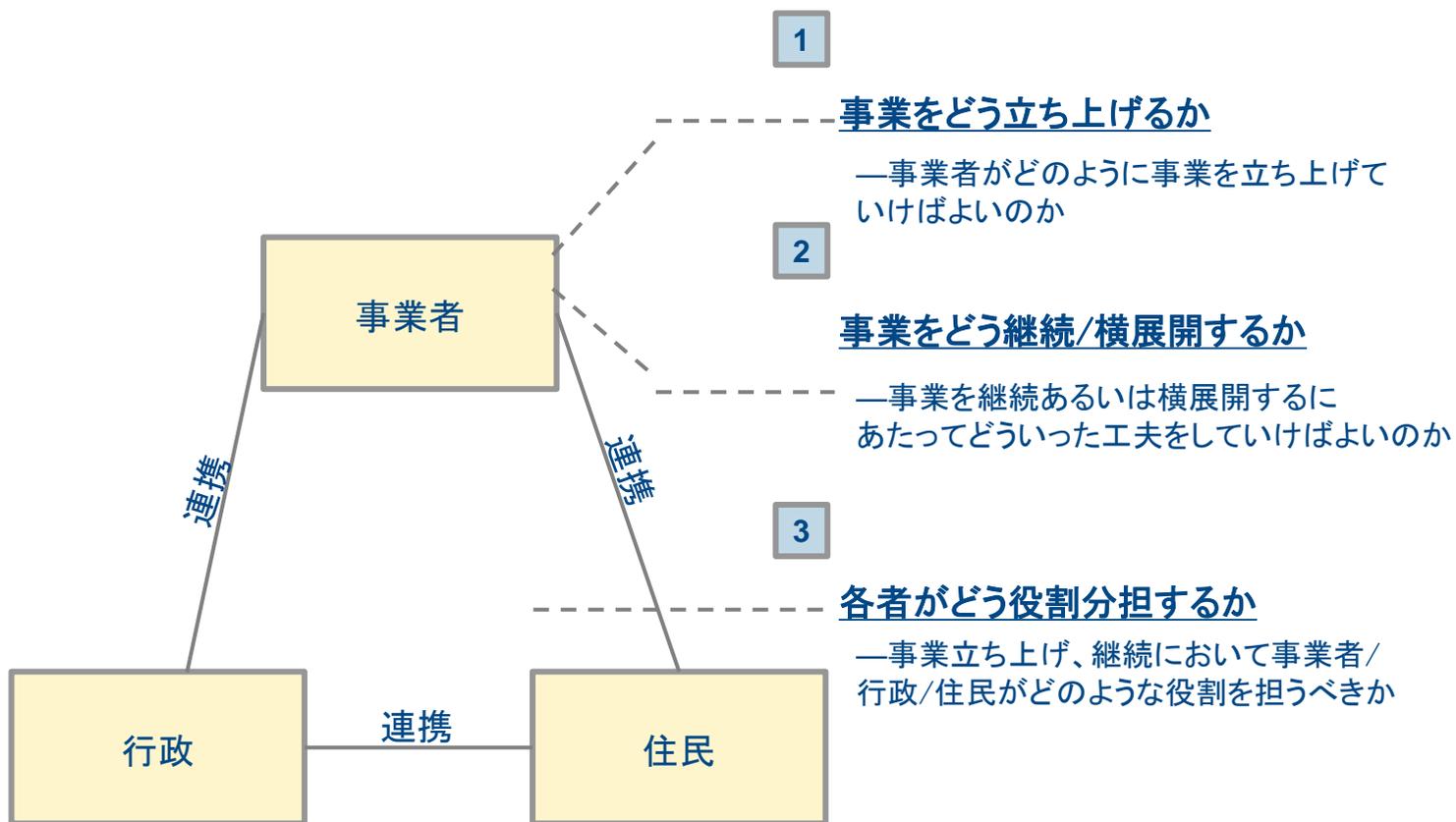
先進事例分類結果

① 家まで商品を届ける	宅配	すかいらーく株式会社による宅配サービス 東急セキュリティ株式会社による即配サービスの無料提供 株式会社平野新聞舗による「ほっとおつかい便Motteku(もってく)」 株式会社ファミリーネットワークシステムズによる御用聞きサービス「わんまいる」 株式会社フジと日本郵便株式会社四国支社による「おまかせJP便」
	買物代行	株式会社アクティブモコによる買物代行・送迎「モコ宅配便」
	配食	ココネット株式会社による御用聞きサービス「喜くばり本舗」 コープネット事業連合による夕食宅配サービス
② 近くにお店を作る	移動販売	有限会社安達商事による「あいきょう」の移動販売ひまわり号 社会福祉法人臥牛三敬会による「虹の懸け橋まごころお届け便」 有限会社さんわ182ステーションによる「やまびこローソン」の移動販売 セブンイレブン株式会社による「セブンあんしんお届け便」 株式会社とくし丸による移動スーパー「とくし丸」 株式会社ヤオミ/足助商工会による移動販売「おいでん便」
	買物場の開設	合同会社うらだによる「スーパーふれあい浦田」 NPO法人かさおか島づくり海社/高島まちづくり協議会による「婆一ちやるショップ高島屋」 株式会社大国屋/がんばろう若山台による「リトルマート大国屋」
	移動手段の提供	イーグルバス株式会社による「お出かけサポート便」 株式会社光タクシーによる枝光やまさか乗合ジャンボタクシー
③ 家から出かけやすくする	会食	支えあう会みのりによる会食交流会・配食サービス
④ コミュニティを形成する	物流効率化	株式会社国分による「問屋 国分ネット卸」
⑤ 物流を改善・効率化する		西日本電信電話株式会社/株式会社北國銀行/株式会社アール・ティー・シー他による「れじおん」

詳細は別添の買物弱者応援マニュアル*を参照

先進事例の調査結果より、事業をどう立ち上げるか、事業をどう継続/横展開するか、各者がどう役割分担するか、に関して示唆を得た。

先進事例から得られた示唆 全体像



事業の立ち上げ時には、①ニーズを把握し、②既存資源の棚卸しをし、③事業計画を立て、④地域を巻き込むことが重要である。

1	事業をどう立ち上げるか	事業者がどのように事業を立ち上げていけばよいのか
	事業の立ち上げステップ	ポイント
Step1	ニーズを把握する	<ul style="list-style-type: none"> 買物弱者マップを作成する アンケートを実施する 地域の有力者や民生委員にヒアリングをする
		意味合い
Step2	地域資源や自社資源の棚卸しをする	<ul style="list-style-type: none"> 公的設備やコミュニティなど地域資源の棚卸しをする 自社でできることの棚卸しをする 他の主体と連携できないか考える
Step3	事業計画を立てる	<ul style="list-style-type: none"> ニーズをもとに採算が取れるか計算する (採算が取れない場合、)行政や住民との連携を考える 行政や利用者と一緒に話し合いの場を持つ
Step4	地域を巻き込む	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民・行政・事業者で協力しあい事業を継続する 常に利用者のニーズを把握する

次ページにて内容を一部紹介

一部紹介

1 事業をどう立ち上げるか 事業者がどのように事業を立ち上げていけばよいのか

Step1 ニーズの把握

買物弱者マップやアンケート、ヒアリングを通して、誰が、どこで、何に困っているのか、どのようなニーズがあるのかを把握する

買物弱者マップを作成する

- 買物弱者応援マニュアル ver.2.0
(<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien2010.html>)
等を参考に、事業を行う地域の現状を把握してお店のない地域を明らかにした上でアンケートを実施、あるいはヒアリングをする地域の当たりをつける

アンケートを実施する

- 地域のニーズをつかむために必要があれば、買物に困っていますか？もし〇〇というサービスを実施したら利用しますか？といった質問項目を記載したアンケートを実施する
- ただし、アンケートでは「利用する」との回答が多かったとしても、実際にサービスを開始すると利用者がいないという例が多々あるため、注意する
- したがって、アンケートの結果だけを鵜呑みにせず、実際に現場を歩いて潜在的利用者の話を聞くことも重要である

地域の有力者や民生委員にヒアリングをする

- 地域の有力者や民生委員など、地域のことをよく知っている人に、誰が、何に困っているのかヒアリングをすることで、アンケートでは明らかにならないニーズが発見できる可能性がある
- しかし、上記の人が必ずしも実際に困っている人の実態を代表しているとは限らないため、注意する（例：自治会にヒアリングをする場合、自治会長は車の利用者であることが多いため、車を持っていない人の生活の実態を把握できない可能性がある）
- 上記ヒアリングで全体を把握したうえで、実際に困っている人の声を把握していくことが重要である

Step2 地域資源や自社資源の棚卸しをする

事業に必要なものを新しく1から全てそろえようとする初期投資分を回収するハードルが高くなるため、できる限り今ある資源を活用する

公的設備やコミュニティなど地域資源の棚卸しをする

- 無料で使える公的設備や空き家などがないか確認する
- 地域のコミュニティが強固であれば、ボランティアに運営を任せられる可能性がある
- ボランティアに運営を任せることによって、地域コミュニティの活性化や人件費の抑制につながる

自社でできることの棚卸しをする

- 自社の資源を最大限利用する
- 例えばタクシー会社であればタクシー運転手、お店であれば従業員の空いている時間を最大限活用し、追加コストがかからないようにする

他の主体と連携できないか考える

- 自社には資源がないが、他の事業者が持っている、あるいは行政が持っている資源があれば連携して事業をできないかを考える

事業の継続にあたっては、①売上の向上、②コストの低減のための工夫によって、持続的な収益を確保することが必要である。

2	事業をどう継続/横展開するか	事業を継続あるいは横展開するにあたってどういった工夫をしていけばよいのか
---	-----------------------	--------------------------------------

持続的な収益確立のための取組み

売上の向上		コスト低減		
事業からの収益確立	客数の確保	<ul style="list-style-type: none"> 買物に対するニーズを切実に感じている人にアプローチをする <ul style="list-style-type: none"> 1軒1軒聞き込みをすることによってニーズを把握する (買物のための移動手段を提供する場合、)人口が一定程度密集している地域にて事業を実施する 公民館やサークルといった大口顧客を狙う 	地域資源活用によるコスト低減	<ul style="list-style-type: none"> 地域のボランティアを活用することで人件費を削減する 定年退職者を従業員として雇用することで人件費を削減する 空き家や公共施設を活用する
	客単価の向上	<ul style="list-style-type: none"> 商品魅力度を向上する <ul style="list-style-type: none"> 顧客のニーズを踏まえた品揃えを展開する、 特に、高齢者の関心が高い健康や安全に訴求した商品を揃える 定期的に新商品を追加し、飽きさせないようにする 季節性商品を展開する 接客による信頼関係を構築する <ul style="list-style-type: none"> 売り子を配置し、商品のおすすめをする 過去の購買履歴を保存しておき、リコメンドを行う 対面にて注文票を回収することによって、信頼を築く 信頼関係の構築により、買い支えを促進する 	共通・共有化によるコスト低減	<ul style="list-style-type: none"> 社内の従業員を利用することで、人件費を削減する <ul style="list-style-type: none"> 自社店舗の従業員を移動販売でも活用する タクシー運転手を乗り合いタクシー運転手としても活用する 店舗を配送拠点とすることによって、物流コストやロスコストを削減する <ul style="list-style-type: none"> 自社店舗を商品提供拠点として活用する 店舗と移動販売車で商品を融通することで、商品販売を最適化する 本業への波及効果をメリットと捉えることで、継続する <ul style="list-style-type: none"> 買物弱者対策事業による企業イメージの向上や広告効果をメリットと捉える 他社との連携によって、リソースを共有する <ul style="list-style-type: none"> 得意分野の異なる事業者同士で連携することで、能力を補完する
事業以外からの収益確立	行政サービスなどの受託	<ul style="list-style-type: none"> 行政から見守りなどの公共サービスを受託することで収益を得る <ul style="list-style-type: none"> 事業者が行政サービスを実施することで、行政自らが1からサービスを提供するよりも安価で済むことが多い メーカーからのサンプリング依頼を受託する 収益源の多様化により、収益を確立することができる 		

横展開を進めるにあたっては、社内の体制作り、社外との関係作りにおいて工夫すべき点がある。

2 事業をどう継続/横展開するか	事業を継続あるいは横展開するにあたってどういった工夫をしていけばよいのか
---------------------	--------------------------------------

横展開を進めるための取組み

社内における体制作り	<ul style="list-style-type: none"> 個人への依存を低減する <ul style="list-style-type: none"> ITツールを駆使することによって、ノウハウを共通化する 横展開の方法を仕組み化することによって、誰でも立ち上げられるようにする 新事業に前向きな人の評価を高める <ul style="list-style-type: none"> 通常、新事業(店舗に対する宅配)はすぐに売上に直結しないため軽視される傾向にある そこで、新事業に取り組むと評価される制度を構築することで、取組みを推進する 	社外との関係作り	<ul style="list-style-type: none"> 既存事業者に対して粘り強く説得を行う <ul style="list-style-type: none"> 事業展開に反対する既存事業者に対しては粘り強い説得を行い、事業を実行する 例えば、乗り合いタクシー事業は、既存タクシーの顧客を奪うことにはならないと説明する 利用者に対して認知度の向上を行う <ul style="list-style-type: none"> インターネットやチラシなどの販促ツールを用いて認知度の向上を図る 地域の有力者にアプローチして認知度の向上を図る 各市町村の規制に対応する <ul style="list-style-type: none"> 市町村ごとに異なる規制に、きめ細かく対応する
------------	--	----------	--

買物弱者問題に対する取組みでは、事業者/行政/住民関係各者が協力し合うことが重要である。

3 各者がどう役割分担するか		事業立ち上げ、継続において事業者/行政/住民がどのような役割を担うべきか		
		事業者	行政	住民
立ち上げ時	<ul style="list-style-type: none"> ノウハウ保持者として積極的に事業推進 	<ul style="list-style-type: none"> 地域情報の提供 住民代表者や有力者の紹介 公共施設の提供 事業者同士のマッチングや住民と事業者の橋渡し 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者ヒアリングへの積極的な協力 	
事業継続時	<ul style="list-style-type: none"> 自社リソース(ヒト、モノ、カネ)の利用による採算性・事業性確保 事業性の観点から取組みが継続できるよう努力 	<ul style="list-style-type: none"> 公共事業の発注 規制の緩和 	<ul style="list-style-type: none"> ボランティアとして参加 買い支え/乗り支えの意識を持つ 	

埼玉県日高市、千葉県銚子市、大阪府泉佐野市の3つの自治体で、買物弱者問題の実態と課題を整理し、解決策について検討する意見交換会を実施した。

意見交換会の概要

概要	<ul style="list-style-type: none"> 市区町村(以下、地方自治体という)の協力のもと、買物に困難を抱える地域の実態と課題を整理し、解決策について検討した 意見交換は、計2回開催した 				
目的	<ul style="list-style-type: none"> 意見交換会での過程・結果等を踏まえ、当該地域であたらしく買物弱者対策事業を立ち上げる際の合意形成方法や、課題・問題点を整理し、調査報告としてまとめることである 				
参加自治体	自治体名	埼玉県日高市	千葉県銚子市	大阪府泉佐野市	
	人口	57,329人	67,085人	100,310人	
	概要	<ul style="list-style-type: none"> 既存路線バスの役割について、買物としての行動・外出をどの程度満たしているのか、どのような移動ニーズはあるのかをアンケートにて明らかにした上で、おでかけをどうサポートするかを検討した 	<ul style="list-style-type: none"> 平成25年9月ミヤスズの閉店を契機として買物環境が悪化した 市全域で75歳以上の1人暮らし高齢者に対して実施したアンケート等をもとに議論した 民間事業者が買物弱者対策のための取組みに関する発表を行った 	<ul style="list-style-type: none"> 社会福祉協議会の調査資料や地域事業者の声をもとに現状把握を行った 	
	意見交換会開催日程	第1回	2015年1月9日(金) 10:00-11:30	2015年1月13日(月) 13:00-16:00	2014年12月24日(水) 16:00-18:00
		第2回	2015年2月17日(火) 14:00-15:30	2015年1月26日(月) 16:00-19:00	2015年1月30日(金) 14:00-16:00

3自治体とも、買物弱者の発生について課題意識は持っていたものの、当初、具体的な実態の把握や解決策の立案はしていなかった。

漠然とした課題意識を解決すべき課題と認識し、解決のためのアクションにつなげるためには、地域における議論で、課題の明確化、合意形成、今後の方針策定をしていく必要がある。

	1 課題の明確化 ～漠然とした問題意識を、 解決すべき課題にまで落とし込む～	2 合意形成 ～行政・住民・事業者で解決すべき課題である ことを認識・確認する～	3 今後の方針策定 ～どのように現状把握や解決策の議論をするか 計画を立てる～	
概要	<ul style="list-style-type: none"> 買物弱者問題とは何か、なぜ問題なのか、など基本的認識のすり合わせを行う 漠然とした課題意識を明確にするため、関係各者が情報を持ち寄り、議論する 	<ul style="list-style-type: none"> 買物弱者問題への取組みは事業者単独ではなく、行政や住民との連携が必要であることを認識する 	<ul style="list-style-type: none"> 今後どのように現状把握(Step1ニーズの把握、Step2地域資源の棚卸し)や解決策の議論(Step3事業計画の立案)につなげていくのか計画を立てる 	
各自治体における議論の結果	日高市	<ul style="list-style-type: none"> 地域の自治会の主要メンバーを集め、路線バスの存続が困難であることを周知した 路線バスは買物や通院にも使われており、バスの廃止は高齢者の生活に大きな影響を及ぼすことを認識した 	<ul style="list-style-type: none"> アンケート結果を踏まえ、住民や行政の意見をもとに日高団地路線の将来像を考えていくことに合意した 	<ul style="list-style-type: none"> 本意見交換会で実施したアンケート結果を踏まえ、日高団地路線の今後について検討する
	銚子市	<ul style="list-style-type: none"> 地元スーパーの撤退により、一部地域において買物弱者が発生しているとの課題意識から意見交換会を開催した 現地視察を通して、外川地区における買物環境の悪化を眼前にし、対策の難しさを認識した 	<ul style="list-style-type: none"> 買物弱者問題は市の多様性を踏まえると、市全体で画一した事業を行うことは困難であることがわかった コミュニティ・行政・事業者が一体となって何らかの対応ができれば理想的であると確認した 	<ul style="list-style-type: none"> 事業実施地区の選定にあたっては、現地視察を行った地区で、事業提案のあった銚子電鉄の駅がある「銚子第二中学区」を対象地区として対応策を検討している 買物弱者発生地域や現状を把握するためにアンケートを実施する必要があると考えている
	泉佐野市	<ul style="list-style-type: none"> 社会福祉協議会のアンケート結果をもとに、買物弱者問題が市内で発生していることを確認した 詳細な調査を行うため、アンケートを実施することを決定した 	<ul style="list-style-type: none"> 出席者が事業者、行政が中心であったため、住民の意見を取り入れるべく、アンケートを企画した(実際には類似アンケートを既に実施していたため中止) 	<ul style="list-style-type: none"> 買物弱者対策には多様な手段があるため、今後、地方版総合戦略を策定する中で検討する予定である

議論に住民、事業者、行政の三者が参加することが望ましい。

課題意識はあるものの問題が曖昧な中で議論を進める際には、地域として最初の一步を踏み出せるよう、地域のニーズを把握している主体と解決策の実施能力・意欲を持っている主体を巻き込んでいくことが有効である。

意見交換会を踏まえた地域における事業設計のあり方

誰を呼ぶか	なぜその人か	何を準備するか	(主に)何をテーマとするか	具体例(抜粋)
地域の有力者 (自治会長等)	<ul style="list-style-type: none"> 地域におけるニーズを確認するため 	<ul style="list-style-type: none"> 管轄エリアの住民の声を事前に収集してから会議に臨む 	<ul style="list-style-type: none"> どこで、誰が、どのようなニーズを持っていそうか 	<ul style="list-style-type: none"> 有力自治会の参加により住民の切実な声を聞くことができた
民生委員				<ul style="list-style-type: none"> 民生委員の参加により、高齢者の生活の実態が明らかになった
社会福祉協議会やNPO団体				<ul style="list-style-type: none"> 社協が既に実施していたアンケートにより買物環境が明らかになった
市町村の関係部署 (商工観光課、交通政策課、福祉課)	<ul style="list-style-type: none"> 地域情報の提供が可能であるため 中立的な立場で事業者や住民のマッチングが可能であるため 	<ul style="list-style-type: none"> 各課で実施している取組みをまとめておく 必要なデータ(小学校区ごとの人口・高齢化率等)をまとめておく 	<ul style="list-style-type: none"> 地域において、どのような解決策を実施することが可能そうか 	<ul style="list-style-type: none"> 買物弱者問題は多岐に渡るテーマであるため横串を刺して検討することで各課の視点からの取組み可能性が明らかになった
地域の事業者 (小売事業者、商店街関係者、交通事業者など)	<ul style="list-style-type: none"> 取組みの実施主体となる可能性が高いため 	<ul style="list-style-type: none"> 自社で考えている取組みを発表できる形式にしてから会議に臨む 		<ul style="list-style-type: none"> 複数業種の民間事業者の参加により、横串を刺した取組みの可能性が広がった

各意見交換会の出席者は以下の通り。(詳細は各自治体報告書参照)

意見交換会出席者 (第1回・第2回を区別していない)

	埼玉県日高市	千葉県銚子市	大阪府泉佐野市
地域の有力者 (自治会長等)	近隣自治会 自治会長 近隣自治会 副会長 日高市議会議員(傍聴)	銚子市長 町内会連合協議会	
民生委員	日高市民(傍聴)	民生委員 保健推進員	
社会福祉協議会や NPO団体		NPO法人ナルク銚子	社会福祉協議会 地域福祉グループ
市町村の関係部署 (商工観光課、交通政策課、 福祉課)	日高市産業振興課 日高市介護福祉課 日高市交通政策課	銚子市政策秘書課 銚子市高齢者福祉課 銚子市障害福祉課 銚子市社会福祉課 銚子市地域協働課 銚子市観光商工課	泉佐野市市長公室 泉佐野市健康福祉部 泉佐野市生活産業部
地域の事業者 (小売事業者、商店街関係 者、交通事業者など)	イーグルバス株式会社	(一社)千葉県タクシー協会東総支部 銚子中心市街地活性化研究会 銚子市地域雇用創造協議会 銚子商工会議所 銚子電気鉄道(株) 銚子銀座商店街	株式会社ファミリーネットワークシステムズ 一般社団法人フクシライフ 地方独立行政法人りんくう総合医療センター 泉佐野市有志生産農業者 医療法人龍志会ゲートタワー-IGTクリニック
有識者	公益財団法人 流通経済研究所 農林水産政策研究所	日本大学商学部 流通経済研究所 農林水産政策研究所	茨城キリスト教大学 公益財団法人 流通経済研究所
事務局他	経済産業省 流通政策課 アーサー・D・リトル・ジャパン株式会社 日本経済新聞社(傍聴)	経済産業省 流通政策課 アーサー・D・リトル・ジャパン株式会社 農林水産省 食品小売サービス課	経済産業省 流通政策課 アーサー・D・リトル・ジャパン株式会社 農林水産省 食品小売サービス課

意見交換会は下記の通り実施され、闊達な議論が行われた。

意見交換会の様子

埼玉県日高市



▲ 第1回意見交換会(1/9)の様子

千葉県銚子市



▲ 第1回意見交換会(1/13)の様子

大阪府泉佐野市



▲ 第2回意見交換会(1/30)の様子

本編

- 0 プロジェクト/スケジュールの概要
- 1 買物弱者・フードデザート問題の実態
 - 1-1: 買物弱者問題の全体像
 - 1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望
 - 1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題
 - 1-4: 実態調査結果のまとめ
- 2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント**
 - 2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像
 - 2-2: 先進事例の概要とポイント
 - 2-3: インフラ面・法律面の現状と課題**
 - 2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組
 - 2-5: 取組調査結果のまとめ
- 3 調査まとめ

資料編

- A 参考文献
- B 全国シンポジウム開催概要
- C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

- ア 買物弱者応援マニュアル
- イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書
- ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書
- エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

個別の取組みにおいて、採算を確保した上の継続はハードルが高い。そこで、個別の取組みに加え、その基盤となる物流の効率化やコンパクトシティ化に取り組む必要がある。

先進事例等、個別の取組みの限界

他事業における黒字で赤字を補填しているため継続可能であるが、採算を取るハードルは高い

- 宅配送迎事業単独での採算を取るのは、規制の壁等もあり、現状では困難。
- 会社全体の事業経費の一部として事業を捉えることで継続が可能になっている。

- 移動販売だけで採算は取れないが、社会福祉法人の従業員に支払われる支援費で事業が継続できている。

- 単体での採算はとれていないが、既存事業である新聞配達事業への波及効果があることから今後も継続していきたいと考えている

Source: 先進事例インタビューよりADLまとめ

基盤改善の必要性

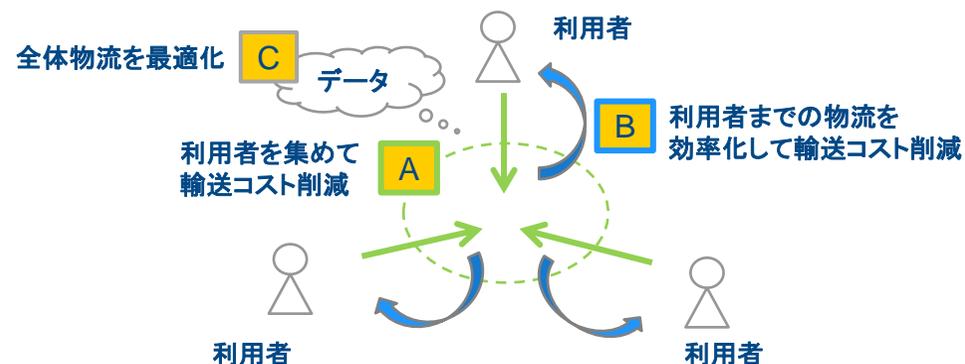
共通基盤となる物流効率化の取組みや、コンパクトシティ化に取り組む必要がある

基盤を改善・効率化する

利用者を集めて輸送コスト削減 **A** コンパクトシティ

利用者までの物流を効率化して輸送コスト削減 **B** 物流効率化

全体物流を最適化 **C** データの共通化



1か月に3回、陸の商店街商品を離島で販売する取組みは、陸～島の燃料代を売上によってカバーすることができないため、現在市からの補助によって成り立っている。

既存事業の採算性(事例:離島における買物場創設)

<p>売上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上: 約3~4万円/回(仕入代と同額) 	<ul style="list-style-type: none"> • ボランティアの協力なくては、事業継続はできない • 赤字分の燃料費に関しては市から補助することによって、継続が可能になっている
<p>コスト</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 仕入代: 約3~4万円/回売上代と同額 ■ 陸地商店街～島への燃料代: 3,000円~4,000円/回 ■ 人件費: 0円 <ul style="list-style-type: none"> ■ ボランティアで賄っているため、人件費はかかっていない 	
<p>年間赤字 144,000円</p> <p>(市からの補助は 180,000円)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 1回あたりの赤字額: 3,000円~4,000円 ■ 1月に3回、1年で36回実施 ■ 年間赤字: 144,000円(1回あたり4,000円にて計算) ■ 市からの補助: 15,000円/月のため、180,000円 	

地方都市A市のコミュニティバスは、コミュニティバスの指標の観点からは「事業採算性がある」と考えられているが、年間4,100万円の赤字が継続的に発生するモデルとなっている。

基盤整備の必要性 既存事業の採算性(事例:地方都市A市コミュニティバス)

<p>売上</p> <p>51,000千円</p>	<p>運賃収入 (平成15/ 2003年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 年間利用者数:542千人(未就学児を含む590千人) ■ 運賃収入 :51,000千円(消費税含む53,550千円) 	<p>「コミュニティバスの事業採算の目標としては、運賃収入の割合が運行経費の50%程度と設定することが考えられる。</p> <p>※ヨーロッパ諸都市の地域交通は、イニシャルコスト(車両やバス停など)は行政サイドで負担し、ランニングコスト(運行経費)は40~60%を運賃収入で賄い、残りを行政や企業への交通税などで負担している。</p> <p>本コミュニティバスのランニングコスト(運行経費)に対する運賃収入の占める割合は、50%程度である。この割合は、ヨーロッパ諸都市の地域交通の40~60%の範囲であり、おさんぽバスをこの指標で評価するとすれば、十分に事業採算性の目標を達成していると判断されよう。(A市コミュニティバスに関する実証運行の検証資料より)」</p>
<p>コスト</p> <p>92,000千円</p> <p>※イニシャルコストは年間赤字の計算には含まない</p>	<p>イニシャルコスト (136,750千円) (平成14/ 2002年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 車両購入費 :131,250千円(5台、税込み) ■ バス停設置費:5,500千円(29カ所/55基) 	
<p>ランニングコスト (平成15/ 2003年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 運行経費(年間):73,000千円 ■ 車両修繕費:19,000千円 		
<p>年間赤字 41,000千円(A市負担)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ ランニングコストに占める運賃収入の割合--- 55.4% ■ 利用者1人あたりのA市の負担額(未就学児含む)--- 69.5円 		

物流コストの6割を占める輸送コストのうち、移動距離や時間によって影響を受ける運転者人件費、燃料油脂費の占める割合は6割にもする。コンパクトシティ化による移動距離の短縮により、これらのコスト削減が見込まれる。

コンパクトシティ化による買物弱者問題解決への貢献

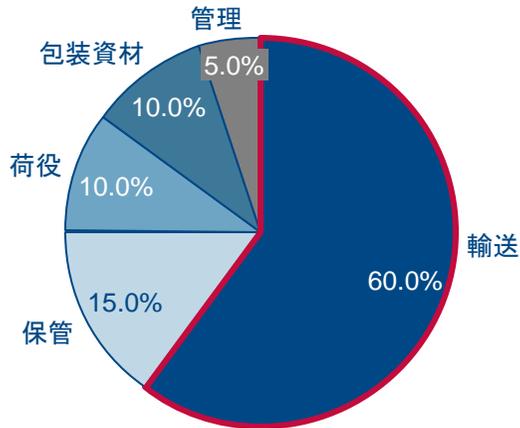
物流コストの構成

物流コストの6割を占める輸配送コストの内訳のうち、移動距離・時間が直接影響を与える運転者人件費、燃料油脂費が6割を占めている

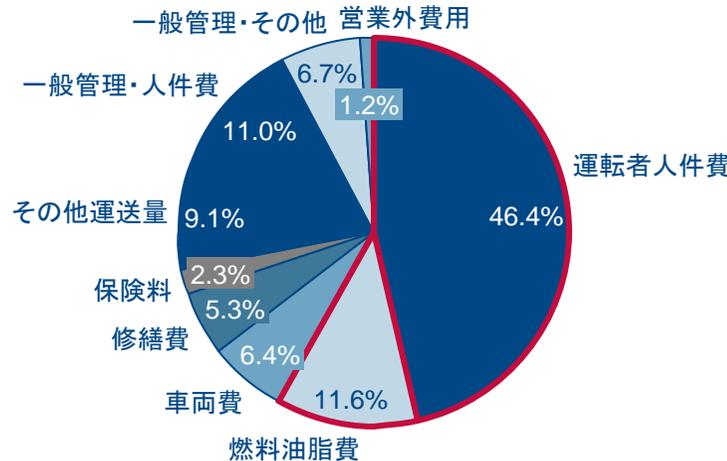
コンパクトシティ化によって得られる効果

都市内での移動距離の短縮により、輸送コストが低下すると予想される

企業物流コストの内訳



輸送コストの内訳



コンパクトシティの特徴

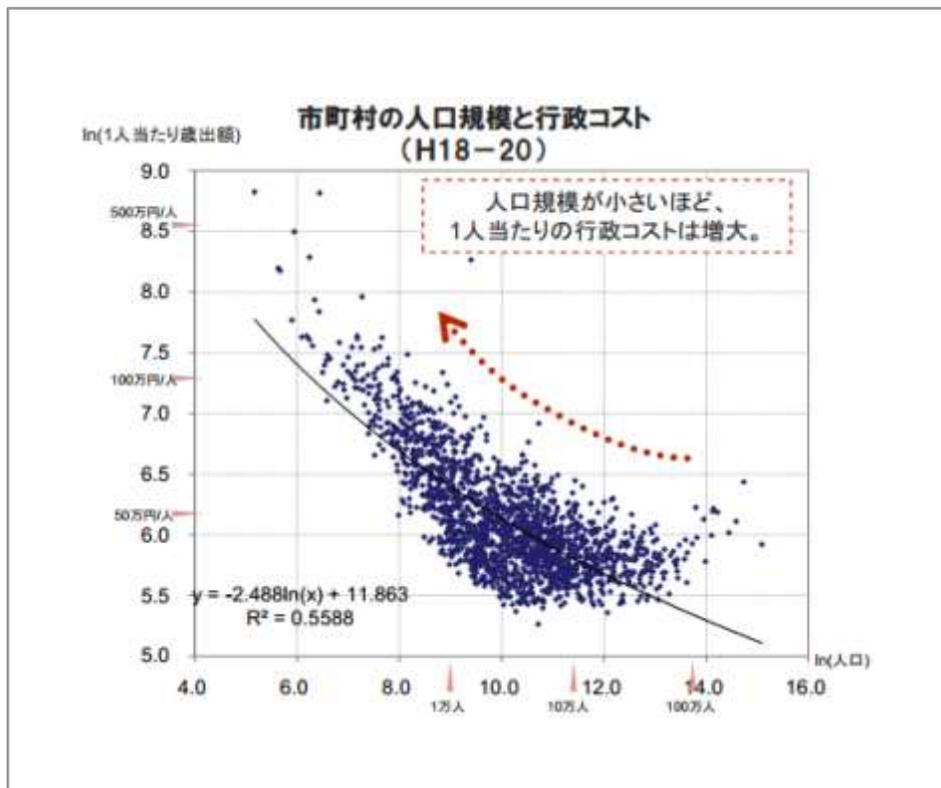
1. 都市内の移動距離の短縮
2. 自動車依存の低減
3. 地域単位でのエネルギーの利用と地域でのエネルギー生産の増進
4. 土地資源の最適利用と都市・農村連携の機会の拡大
5. 公共サービスの提供の効率化
6. 地域の多様なサービスや職場へのアクセスの良さ

(Source: OECD「OECDグリーン成長スタディ コンパクトシティ政策(2012)」)

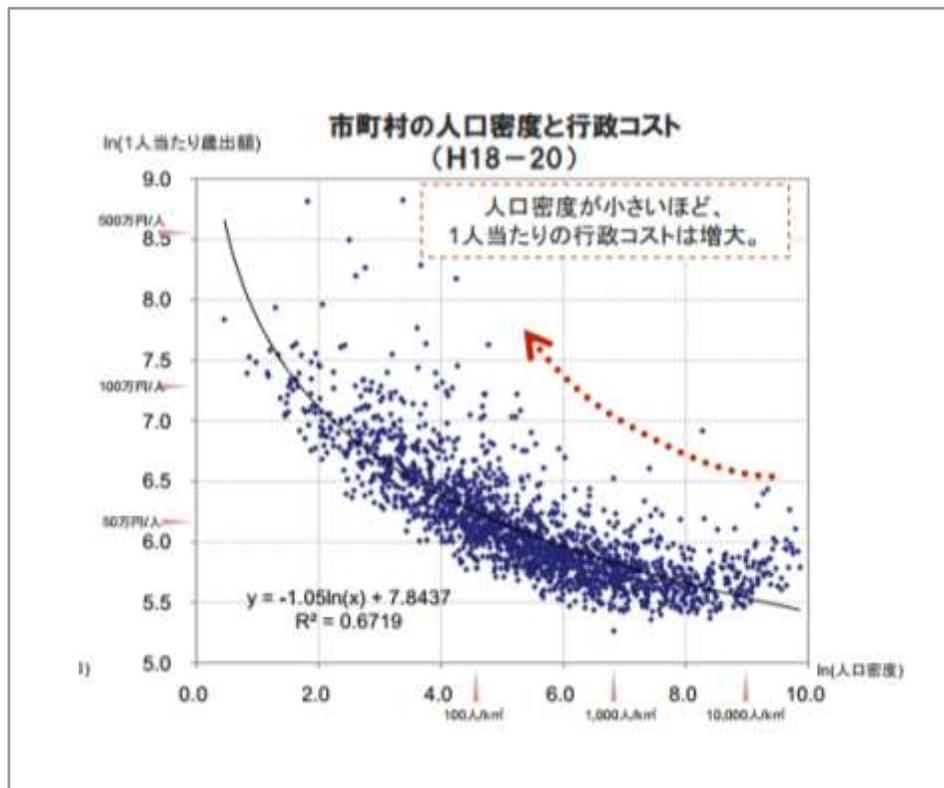
国土交通省により、人口規模・密度の上昇によって行政コストが減少することが明らかにされており、コンパクトシティ化には物流コストの削減以外にもメリットが存在する。

コンパクトシティによる財政効率の向上ー人口・規模密度と行政コスト

人口規模と行政コスト



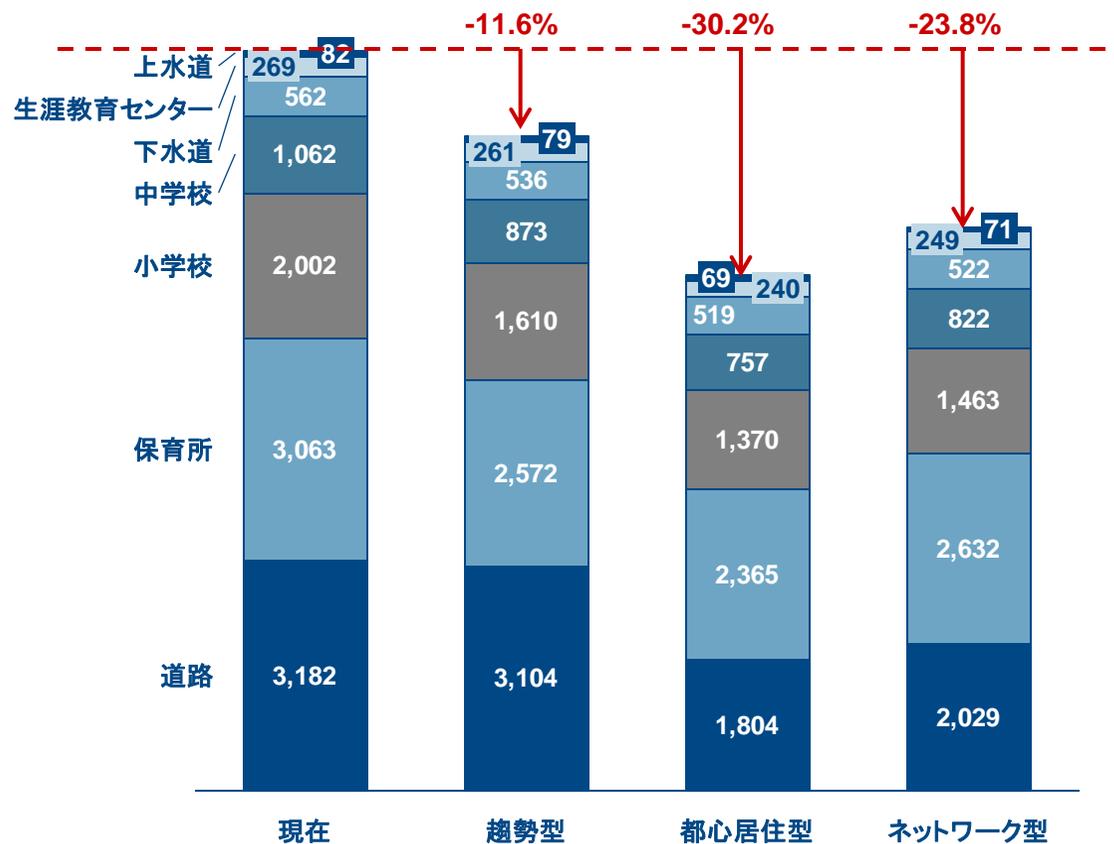
人口密度と行政コスト



Source: 国土交通省「国土の長期展望」中間とりまとめ(案)より抜粋

コンパクトシティ化によって、上下水道、生涯教育センター、小中学校、道路といった都市施設の維持管理費は低減すると見込まれている。

行政コスト(都市施設維持管理費)の低減 —宇都宮市



- 趨勢型では、少子高齢化の影響を受け、特に小中学校、保育所といった施設のコストが減少する
- 都心居住型、ネットワーク型いずれも趨勢型と比較すると行政コストの減少幅が大きい
- ネットワーク型は保育所のコストに関しては趨勢型と比較して維持管理費が増加する結果となったが、これは各保育所が立地する周辺圏域が集約場所となったために圏域内の人口が増加し、利用者数が増加したためである

- **趨勢型**: 追加の都市利用規制や交通施策を実施せず、現在の都市形態を2035年まで維持した場合
- **都心居住型**: 宇都宮市の市街化区域を集約側、市街化調整区域を撤退側とし、市街化調整区域の人口を市街化区域を集約させた場合
- **ネットワーク型**: 既存の集積等をもとに、メッシュ単位の選定基準を作成して、6つの集約拠点の選定を行った場合

Source: 森本章倫「都市のコンパクト化が財政および環境に与える影響に関する研究」(都市計画論文集、2011年10月)よりADL作成

イギリスのアーバンデザイン政策では、優れたデザインによる持続可能な開発を謳っている。

コンパクトシティ – イギリスのアーバンビレッジ

概要

イギリスのコンパクトシティはアーバンビレッジと呼ばれ、イギリスの伝統的なデザインを重視し、そのデザインの利点を利用している

- イギリス都市政策の歴史
 - ✓ ~1970年代: 新しい開発はタウンセンター内
 - ✓ 1980年代(サッチャー政権): 郊外立地の進行
 - ✓ 1990年代~: 商業立地のスプロール化抑制
⇒その中でチャールズ皇太子の率いるアーバンビレッジ運動(都市の中の村、運動)、アーバンデザイン政策が活発化
- アーバンビレッジ運動
 - ✓ イギリスの伝統的なコミュニティを再評価、その利点を現代の都市再生と持続可能な都市形成に活かすことを目的とする
 - ✓ 人口3~5千人、最大歩行距離800mの用途複合地区を建設
- アーバンデザイン政策
 - ✓ 1997年に環境省はPPG1の改訂を行い、「デザイン重視の都市政策」を実施
 - ✓ 優れたデザインが持続可能な開発を支えるとした
 - ✓ 99年には推進機関としてCABE (Commission for Architecture and the Built Environment) を設立。CABEはアーバンデザインに関する教育・研究、普及・啓発活動、各自治体の計画に対するデザイン審査等を行う
 - ✓ By Design: Urban Design in the planning system- towards better practice(2000) を発表

具体例

パウンドベリーにおける実証実験

- ✓ 25年かけて約3,000戸の住宅建設
- ✓ 第1期には250戸の開発地区が建設された
- ✓ 住宅とともに店舗、事務所、軽工業等が組み込まれており、約220人職場が設けられていた
- ✓ 開発密度は約40戸/ha
- ✓ 現在は土地の価格が当初の10倍、分譲住宅は8,000万円程度に



グリニッチ・ミレニアム・ビレッジ

- ✓ ミレニアム・コミュニティズ・プログラムのうちの1つ
- ✓ 運営主体: イングリッシュ・パートナーシップ (現在はHCA: The Homes and Communities Agency)
- ✓ 約80haのブラウンフィールド(工場跡地)の再生プロジェクト
- ✓ 10,000戸の住宅を建設、29,000人の雇用を創出
- ✓ 住宅、商業・業務施設、教育施設、スポーツ・エンタテインメント施設等の開発が含まれる
- ✓ マスタープランには、質の高い公共交通、歩行者・自転車交通の促進・50%の建設廃材の削減、80%のエネルギー消費の削減、30%の上水利用の削減、CO2 排出ゼロ化といった目標が掲げられている



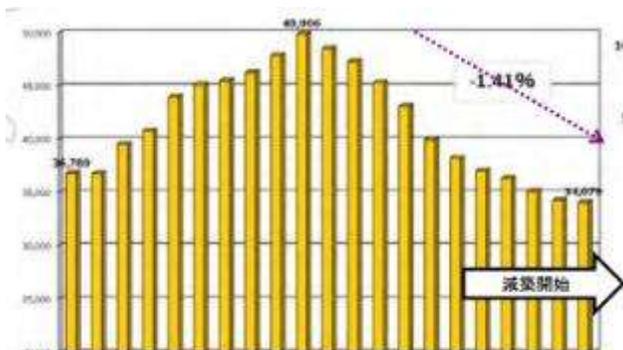
シュテンダール市では、人口減少を背景として、市街地外縁部の集合住宅を除却し、中心部の人口の維持・増加に成功している。

コンパクトシティ ー 独・シュテンダール市の取り組み

独・シュテンダール市の概要

シュテンダール市は、1988年に約5万人あった人口が7割程度に減少

- ベルリンと旧西ドイツの中間に位置するザクセン＝アンハルト州、シュテンダール市
- 出生率低下と原発廃止による社会減



シュテンダール市の人口推移 (出所) シュテンダール市資料より

シュテンダール市の取り組み

市街地外縁部の公的住宅供給機関の集合住宅を除却し、中心部の人口を維持・増加させている

- 分譲住宅は市が買収して除却を実施。賃貸住宅は所有者である公的住宅供給機関が市からの補助を得て除却を実施
- 強制力は行使せず、まずは先行例をつくり、オープンスペースが確保されること等により住環境が向上することを住民に理解してもらいながら取組を進めている

シュタットゼー地区

- 2000年から2,511戸(空室戸数の8割)の住居を除却
- 世代間を超えた永続的住宅への改造
- 学校・コミュニケーションの整備等

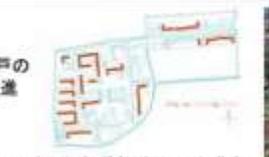
※着色部分が2000年から2010年にかけて除却した2,197戸の住宅。



南地区

- 2005年から2,820戸の住居を除却(現在進行中)

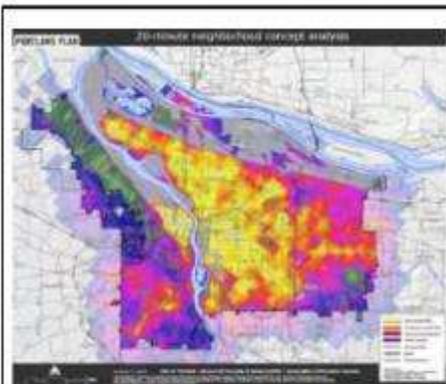
※着色部分が2005年から2008年にかけて除却した2,197戸の住宅。



ポートランドでは住民投票によって都市範囲を規定し、コンパクトシティ化を推進している。

コンパクトシティ ー米国・ポートランド市の取り組み

- 米国ポートランドではコンパクトシティの取組を進めており、例えば20分間で歩いてアクセスできる範囲に病院や学校、買い物施設があるかといった、都市計画立案過程で使うデータを、GIS(地理情報システム)を活用しながら可視化し、市民と共有。それらをもとに、住民投票で都市範囲を決め、その外側は厳しい開発規制を実施。
- ポートランドの取組は米国でも注目されており、開発規制と併せて郊外線が路面電車として中心部に乗り入れる便利な公共交通網が整備される。衰退地域は都市再生を実施し、賑わいが復活した地域が形成。



GIS等を活用しながら、20分アクセスの悪い場所を示したデータを可視化し、歩いて暮らせる範囲を確認するなど、市民と情報を共有



共有したデータをもとに、今後の都市のあり方を決定。広域行政で都市の範囲を決定し、開発の規制を実施



市内では、バスの他、ライト・レール(LRT)やストリート・カー(路面電車)等の公共交通機関が整備されており、市民の足として活躍

物流効率化における物流共通化に焦点を絞り、共同輸配送、貨客混載、自家用有償旅客運送について調査を行った。

物流効率化に関する調査 概要

		検討テーマ	普及の障害	普及に向けた動き	先進事例(例)	
物流効率化	B 輸送コストの削減 距離を減らす ※科学技術等は他研究会で補完 回数を減らす＝物流共通化	物流業者 複数業者で運ぶ	B 共同輸配送	法的障害はないが、事業上の課題があり、普及は限定的	共同配送を促進するため、物流総合効率化法が制定されている	日本郵政公社とローソンによる共同配送
		物流業者 単一業者内でヒト・モノを運ぶ	B 貨客混載	道路運送法において、旅客業者による貨物輸送、貨物業者による旅客輸送が制限されている	左記規制を緩和するため、豊かな未来社会に向けた自動車行政の新たな展開に関する小委員会が開催されている	愛媛県内子町における実証実験
	非物流業者 非物流業者がヒトを運ぶ	B 自家用有償旅客運送	道路運送法において一般旅客自動車運送事業を行うことのできる者は許可制となっている	事業者となり得る者、旅客の範囲を限定して規制緩和 今後さらなる規制緩和が予定されている	徳島県上勝町におけるNPO法人による自家用有償旅客運送	
	保管					
	荷役					
	流通加工					
	包装					

共同輸配送を規制する法律は無いが、各社事業運営上の課題で進展しなかった。そこで、共同配送の利用を促す法律が制定され、現在まで利用拡大に向けた取組みがされている。

B

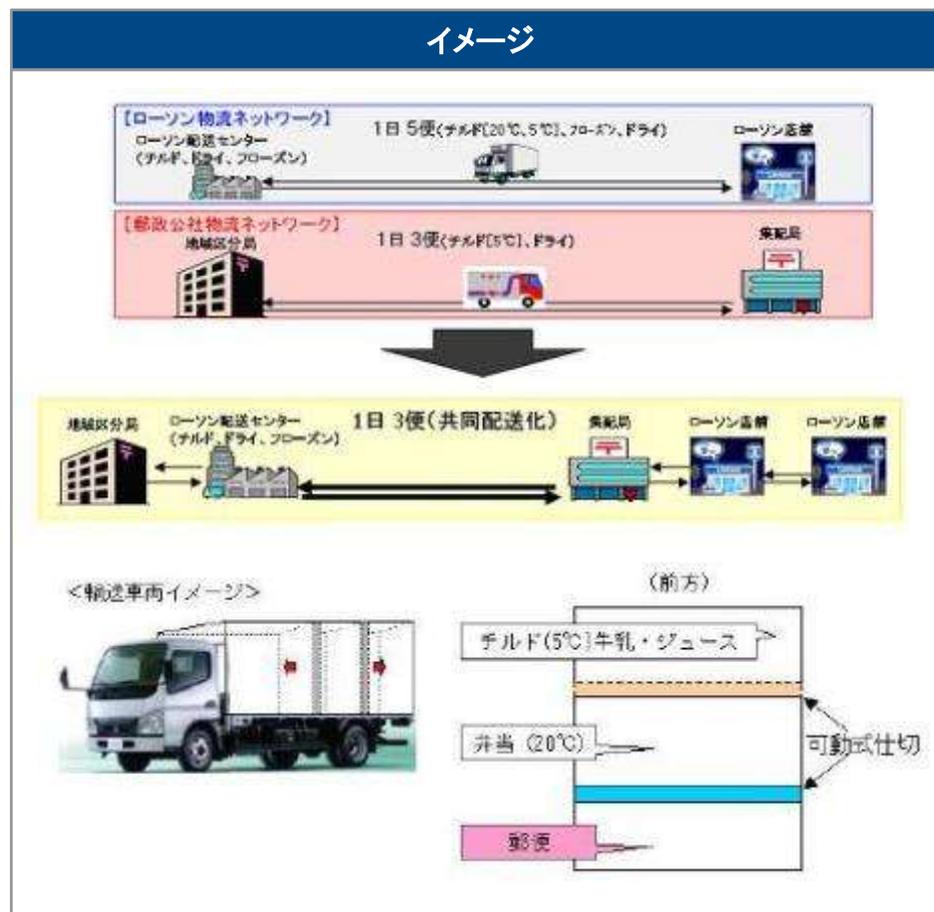
共同輸配送

共同配送の概要	流れ	<ul style="list-style-type: none"> 共同配送は、輸送効率や省エネルギーなどのメリットがあるため、昭和40年代初めから各方面で取り上げられてきた。 メリットは大きいですが、各社の思惑によるデメリットが障害となっており、その進展は遅々としている。 	利用促進法	背景	<ul style="list-style-type: none"> 近年、サービス多様化を背景に小口高頻度な物流が求められており、経済的な非効率及び環境負荷の増大が深刻になっている 各社のメリットを増大させ、デメリットを上回る政策をもって、共同輸配送促進を図る必要がある。
	メリット	<p>物流コストを削減できる</p> <ul style="list-style-type: none"> 同業他社と配送料金をシェアすることで、車両の燃料費や人件費等のコストを抑えられる。 <p>配送時間の効率化を図れる</p> <ul style="list-style-type: none"> 中継地点の経由、多数の配達先といった物流のタイムロスを排除でき、作業時間を削除できる。 <p>環境問題の改善</p> <ul style="list-style-type: none"> 輸配送車両台数が減ることで、排気ガスを削減できる。 		法律	<p>○物流総合効率化法～流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律～ 平成17年10月1日</p> <ul style="list-style-type: none"> 共同輸配送を行う企業に対して、税金の優遇措置や、その認定基準を定めた法律 物流拠点の総合化と流通業務の効率化によって、物流改革の推進と、環境負荷の低減を図る
	デメリット	<p>出荷情報が同業他社に漏れてしまう</p> <ul style="list-style-type: none"> 出荷情報が同業他社に漏れてしまい、自社の営業戦略が流出する。 <p>配送センターの立地条件が各社で異なる</p> <ul style="list-style-type: none"> 配送センターの立地でコストが増加する企業があり、各社の希望を一致させることが難しい。 <p>責任所在を明確化させなければいけない</p> <ul style="list-style-type: none"> 輸配送中に生じた、貨物の破損、損失等の責任の所在を決めることが難しい。 <p>利益・コストの分配を決めることが困難</p> <ul style="list-style-type: none"> 利益・コストの分配ルールを決定する必要がある。 		支援措置	<p>1) 物流事業の総合的実施の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業許可などの一括取得 <ul style="list-style-type: none"> - 倉庫業、貨物自動車運送事業等の許可 <p>2) 社会資本と連携した物流拠点施設の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 営業倉庫に関する税制特例 <ul style="list-style-type: none"> - 法人税・固定資産税等の特例 施設の立地規制に関する配慮 <ul style="list-style-type: none"> - 市街化調整区域の開発に係る配慮 <p>3) 中小企業者等に対する支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 資金面等の支援 <ul style="list-style-type: none"> - 中小企業信用保険の限度額の拡充 政策金融 <ul style="list-style-type: none"> - 低利融資、高度化融資

物流総合効率化法制定後、日本郵政公社とローソンが共同配送を実施。配送温度が異なる課題を3温度帯車両を使って克服し、郵便物とコンビニ商品の共同配送を実現した。

B 共同配送事例

概要	
開始時期	平成18年10月7日
事例名	郵便物とコンビニ商品の共同配送事業
主体	日本郵政公社、ローソン
地域	高知県 四万十市、宿毛市 2ヶ所
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・燃料費・人件費などの輸送コストの削減 ・双方の運送トラック台数低減に伴う環境対策
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニの商品と郵便物の混載が可能な車両で共同配送を実施 ・最初に郵便局へ郵便物を運び、そのあとでローソン店舗に商品を配送する
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・弁当・飲料・郵便物では、配送温度が異なるため混載が困難
工夫点	<ul style="list-style-type: none"> ・弁当・飲料などの店舗商品と郵便物の混載が可能な3温度帯車両(温度別に仕切りのある車両)を使って商品を配送



人口減少・高齢化を背景として、過疎地域における輸送サービスの維持が困難な状況にあるため、規制を緩和する議論が現在も進められている。

B 貨客混載

① 現行の規制法	背景	<ul style="list-style-type: none"> 貨物運送事業者の収益性確保 乗客の安全性確保 	② 現行の規制緩和法	背景	<ul style="list-style-type: none"> 郵便物や新聞等の公共性の強いものが、輸送手段が無い場合に運べないと問題が生じる 地域公共交通再編の一環として
	法律	<p>○<u>道路運送法 第4条(昭和26年)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 有償で旅客輸送を行う場合は、一般旅客自動車運送事業の許可を国土交通大臣に受けなければならない。 <p>○<u>道路運送法 第83条</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 貨物自動車運送事業者は、災害などの場合を除き、有償で旅客の運送をしてはならない。 		法律	<p>○<u>民間バス事業者(道路運送法 第82条①)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 旅客の運送に付随して、少量の郵便物、新聞紙その他の貨物を運送することが可能。 <p>○<u>自家用有償旅客運送(地域公共交通活性化・再生法 第27条の6②、平成26年11月施行)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 地域公共交通再編事業に係る自家用有償旅客運送において、旅客の運送に付随して少量貨物の運送が可能。
			要約	バス及び自家用有償旅客運送は一定条件下で貨客混載が可能	

③ 今後の緩和動向	背景	<ul style="list-style-type: none"> 過疎地域においては、公共交通を単一の輸送事業として維持することが困難な状況にあるため、貨客混載による採算性の改善が求められる。
	課題	<ul style="list-style-type: none"> 現行制度上、バス事業者や自家用有償旅客運送が一定の条件の下で貨客混載を行うことが認められているが、タクシーやトラック事業者に貨客混載を認める規定はない。
	研究会	<p>○<u>豊かな未来社会に向けた自動車行政の新たな展開に関する小委員会(国土交通省、平成26年9月24日～現在進行中)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 既存事業者の営業が行き届かない過疎地域において、円滑な人流・物流の確保を通じた生活環境の整備を図る。 タクシーによる「有償貨物運送」やトラックによる「有償旅客運送」を可能にすることについて検討すると提言。

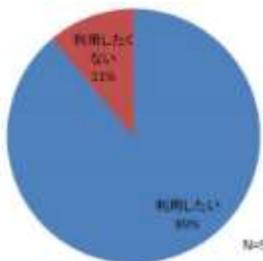
貨客混載の効果・課題を調査する目的で、デマンドバスに住民の農作物を載せた実験が行われ、アンケートでは、9割の出荷者が「利用したい」、過半数の利用者が「運用上問題ない」と回答した。

B 貨客混載についての実証実験

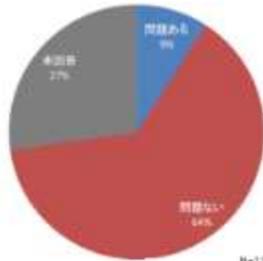
概要

- 高齢化の進む愛媛県内子町においては、住民の通院や買物等のため、町が民間タクシー事業者に委託する形で、週に数日デマンドバスを運行させている
- 住民が自らの農作物をこのバスに乗せられれば、高齢のドライバーによる運転の機会が減り、交通安全上も好ましいことから、2013年1月28日～2月17日にデマンドバスを活用した農産物出荷等の実証実験を実施した
- 実験後のアンケートでは、出荷者の約9割が「今後利用したい」、旅客利用者の64%が「(運用上)問題ない」と回答した

実験後のアンケート結果

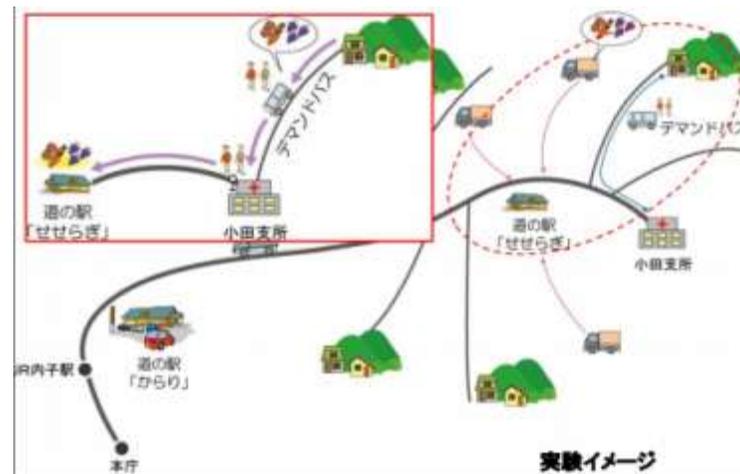


今後の利用意向(出荷者)



旅客利用者への影響

イメージ図



スイスでは、郵便馬車に乗客を乗せてきた歴史から、ポストバス事業が発展した。地域住民の移動手段になっているほか、観光客の利用も多い。

B 貨客混載 ースイスのポストバス

概要

イメージ図

スイスには、郵便と乗客を混載するポストバスが存在するが、
現在では観光用途での利用が増加している

- 契機
 - ✓ 当時郵便配達を担っていた馬車に乗客を乗せたのが始まり
 - ✓ 馬車は1930年には全てバスにとって代わられている
 - ✓ 現在では、乗客が主体になりつつあるが、停留所では郵便物の受け渡しがいまでも行われている

- 現在の役割
 - ✓ 地域住民の重要な移動手段になっている
 - ✓ 山岳地帯を運行するルートが多く景観が良いため、観光客も利用する
 - ✓ 798路線、10,363キロ、約2000台のバスが運行している
 - ✓ 年間利用者は約1億人

- 運営主体
 - ✓ スイスポスト(国営企業)の子会社であるPostBus Switzerlandが運営
 - ✓ 電話事業はスイスコムとして分離、民営化されているが、ポストバスは国有的のままである
 - ✓ 入札によって各地域のバス路線の運行を担っている



過疎地域の移動手段確保を目的として、自家用有償旅客運送の導入については柔軟な制度となっており、今後更なる手続の緩和や実施主体の拡大が予定されている。

B 自家用有償旅客運送

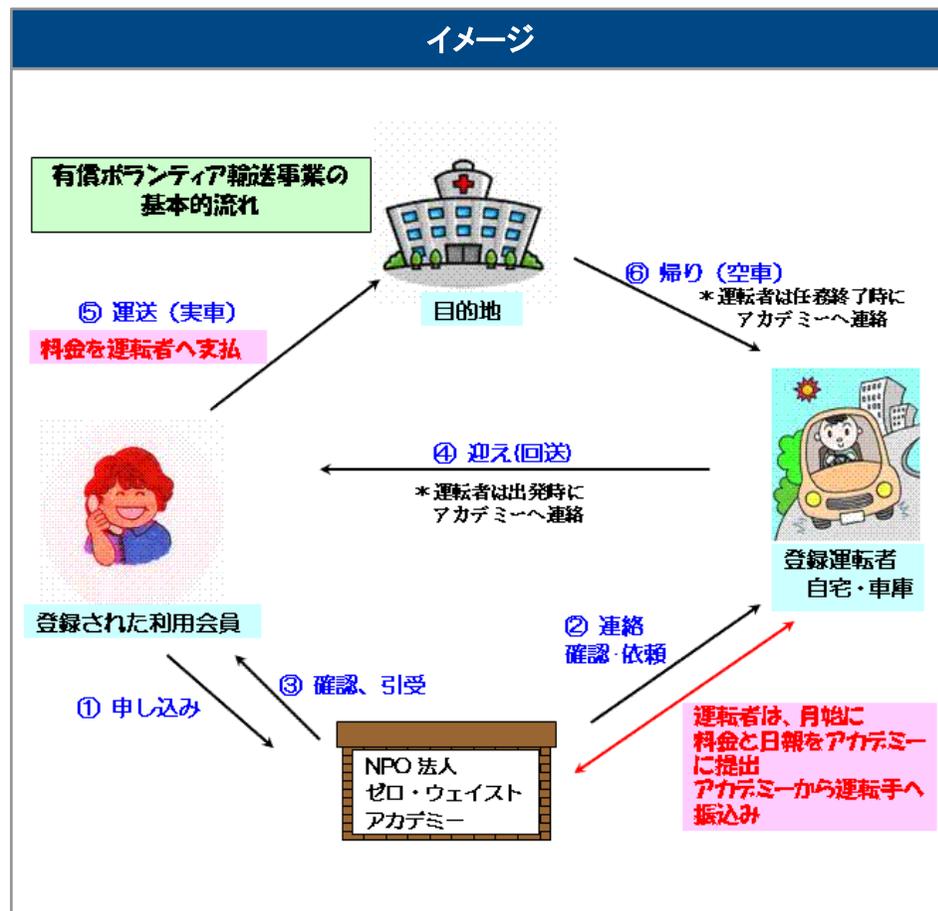
① 現行の規制法	背景	<ul style="list-style-type: none"> タクシー事業者の収益性確保 顧客に被害を与えた際の責賠償能力の確保 不当に高額な運賃・料金設定の予防 	② 現行の規制緩和法	背景	<ul style="list-style-type: none"> 過疎化の進行により路線バスの撤退が進んでいるため、生活交通の確保が求められる。 <p>○道路運送法の例外(道路運送法 第78,79条、平成18年10月1日施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> 登録によって自家用有償旅客運送を認める
	法律	<p>○道路運送法 第4条(昭和26年)</p> <ul style="list-style-type: none"> 有償で旅客輸送を行う場合は、一般旅客自動車運送事業の許可を国土交通大臣に受けなければならない。 <p>○道路運送法 第96条①</p> <ul style="list-style-type: none"> 無許可で一般旅客自動車運送事業を営んだ者は、3年以下の懲役若しくは300万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。 		法律	<p>○自家用有償旅客運送を行う者(道路運送法施行規則 第48条、平成18年10月1日施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> 自家用有償旅客運送業務の行うことができる者を定めている(例:市町村、NPO、一般社団法人、農協等) <p>○自家用有償旅客運送の旅客の範囲(道路運送法施行規則 第49条、平成18年10月1日施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> 自家用有償旅客運送の旅客の範囲を定めている(例:地域内の住民、当該地域への勤務者、学生等)
			要約		一定の条件下で自家用有償旅客運送が認められた

③ 今後の緩和動向	背景	<ul style="list-style-type: none"> 急激な人口の減少及び高齢化により、過疎地域の公共交通不足に歯止めがかからないため、更なる規制緩和が必要
	課題	<ul style="list-style-type: none"> 地域外から来た者は旅客として認められておらず、また自家用有償旅客運送運営者も一定の団体に制限されている。 自家用有償旅客運送業務は国土交通大臣による認可が必要で、業務の許可を受けることが複雑かつ困難。
	研究会	<p>○自家用有償旅客運送の事務・権限の地方公共団体への移譲等のあり方に関する検討会(平成25年10月~26年3月)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域外からの訪問者も利用者として、市町村長が認めた「権利能力なき社団」も運営者として認めることを提言。 輸送の安全を確保した上で、希望する市町村に対して自家用有償旅客運送の事務・権限の移譲することを宣言。

上勝町は過疎化が進む中、町内の民間バス・タクシー業者が廃業したため、自家用有償旅客運送を導入し住民の移動手段を確保している。

B 自家用有償旅客運送事例

概要	
開始時期	平成18年
事例名	過疎地における有償ボランティア輸送事業
主体	NPO法人 ゼロ・ウェイストアカデミー
地域	徳島県 上勝町
課題	町内のタクシー及びバス業者の廃業に伴う公共交通の喪失
概要	・登録したボランティアが、自身の持つ自家用車でタクシーサービスを実施
料金	<ul style="list-style-type: none"> ・走行1キロメートル当り100円 ・送迎料金300円 ・時間待ち料金10分当り100円 ・年会費1000円、家族一人当たり200円
事業規模 (平成21年3月31日時点)	<ul style="list-style-type: none"> ・登録運転手17人 ・登録車両台数21台 ・年間利用者1,213人、利用回数830回(減少傾向)
その他	・事故回数 0回



福祉有償運送は自家用有償旅客運送の1つであり、実施可能主体や条件、利用者に規制が厳しく定められているため、今年度の緩和が検討されている。

B 福祉有償運送 概要

福祉有償運送とは

道路運送法第78条における「自家用有償旅客運送」の1つである

		具体例	
旅客自動車運送事業 (法 § 2)	一般旅客自動車運送事業 (法 § 3)	路線定期運行 (省 § 3の3)	・一般路線バス ・コミュニティバス ・定時定路線型集合タクシー ・高速バス ・定期観光バス
		路線不定期運行 (省 § 3の3)	・コミュニティバス ・デマンド型集合タクシー
		区域運行 (省 § 3の3)	・デマンド型集合タクシー
		一般貸切旅客自動車運送事業 (法 § 3)	・観光バス ・ツアーバス
		一般乗用旅客自動車運送事業 (法 § 3)	・ハイヤー ・タクシー ・福祉タクシー
	特定旅客自動車運送事業 (法 § 3)	・特定の事業所への通勤用等の送迎バス ・スクールバス	
国土交通大臣の許可を受けた場合等における、貸切バス事業者、タクシー事業者による乗合旅客の運送 (法 § 21)		・工事期間中の鉄道代行バス ・イベント送迎シャトルバス	
自家用自動車による有償の旅客運送 (法 § 78)	自家用有償旅客運送 (法 § 78)	市町村運営有償運送 (省 § 51)	
		路線地有償運送 (省 § 51)	
		福祉有償運送 (省 § 51)	
	国土交通大臣の許可を受けた有償運送 (法 § 78)	・幼稚園送迎バス	
	災害のため緊急を要するときに行う運送 (法 § 78)		

法=道路運送法
省=道路運送法施行規則

※無償運送は道路運送法適用外
※訪問介護員等による有償運送は許可制度が設けられている

福祉有償運送の条件

- 実施可能主体
 - ✓ 特定非営利活動法人、一般社団法人または一般財団法人、農協、消費生活共同組合、医療法人、社会福祉法人、商工会議所、商工会、認可地縁団体
 - ✓ 輸送の安全や旅客の利便を確保するためには組織的な基盤が必要とされているため団体でなくてはならない
 - ✓ 採算面からバス、タクシー事業者が参入しないような場合に行われるものであるため、営利団体は認められていない
- 実施の条件
 - ✓ 福祉有償運送を行うためには、福祉有償運送運営協議会の協議のもと、登録を行い講習を受ける必要がある
 - ✓ 登録には1ヶ月かかり、登録料として15,000円(新規)必要
- 利用者
 - ✓ 身体障害者、介護保険の要介護者・要支援者、肢体不自由、内部障害、知的障害、精神障害その他の障害を有し、一人でタクシー等の公共交通機関を利用することが困難な方及びその付添人
 - ✓ 利用するには、あらかじめ国土交通省による登録を受けた団体への会員登録が必要

現在、自家用有償旅客運送全体の規制緩和が行われようとしており、これに伴い、福祉有償運送もその対象として、主体や条件の緩和が行われる可能性がある

福祉有償運送の類似概念として福祉タクシー、訪問介護職員等による有償運送があるが、根拠法、条件等が異なる。

B 福祉有償運送 類似概念	
福祉タクシー	訪問介護職員等による有償運送
<p>福祉タクシーはタクシー事業者が身体障害者等の移動制約者の輸送を目的としてサービスを実施するものである</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 定義 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 一般タクシー事業者が福祉自動車を使用して行う運送 ✓ 障害者等の運送に業務の範囲を限定した許可を受けた福祉限定タクシー事業者が行う運送 ■ 根拠法 <ul style="list-style-type: none"> 道路運送法第3条「一般乗用旅客自動車運送事業」(一般のタクシーやハイヤーと同様の規定) ■ 実施の条件 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 国土交通省から「一般乗用旅客自動車運送事業(限定)」の許可を得る必要がある ✓ ホームヘルパー等の資格は不要 ■ 利用者 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 身体障害者、介護保険の要介護者・要支援者、肢体不自由、内部障害、知的障害、精神障害その他の障害を有し、一人でタクシー等の公共交通機関を利用することが困難な方及びその付添人 	<p>訪問介護職員等による有償運送は、利用者が介護保険対象者に限定されるものである</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 定義 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 介護事業所等の指定を受けた運送事業者が行う有償運送 ■ 根拠法 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 道路運送法第78条 ■ 実施の条件 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 介護事業所が国土交通省から許可を得る必要がある ■ 利用者 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 介護保険対象者

Source:国土交通省「地域における福祉タクシー等を活用した福祉輸送のあり方調査」、フクシライフHPよりADL作成

政府による民間データの利用は、行政の影響力が強く、競争性の低い交通業界では散見されるが、流通業における適用例は少ない。

主要国政府のデータ利用(ビッグデータ含む)現状

		データ利用政策概要	対象データ		
			流通	交通	その他
アメリカ		<ul style="list-style-type: none"> 大統領府の化学技術政策局(OSTP)がビッグデータ関連政策を遂行 「ビッグデータ研究開発イニシアティブ」にてデータ分析技術等に投資 		✓	
欧州	イギリス	<ul style="list-style-type: none"> ビッグデータ専門研究機関「アラン・チューリング・データ化学研究所」を2014年に設立 		✓	
	フランス	<ul style="list-style-type: none"> 先端産業育成計画「未来への投資」の一項目として、ビッグデータ技術・サービス開発プロジェクトへの助成を実施、企業の利活用を念頭に置く 		✓	
	その他(デンマーク)	<ul style="list-style-type: none"> デンマークでは政府データのオープン化を中心に、特に医療のIT化を推進 (参考)日立製作所は2014年デンマークに「デンマークビッグデータラボ」を設立 	(✓)		
アジア	中国	<ul style="list-style-type: none"> 中国において、ビッグデータはクラウド・コンピューティング、モノのインターネット及びモバイルインターネットに次ぐ新興産業として位置付け 		✓	
	韓国	<ul style="list-style-type: none"> 国家情報化戦略委員会が「スマート国家具現のためのビッグデータ・マスタープラン」をまとめる 医療や交通・物流などの有望6業種でのビッグデータ活用プロジェクトを推進 		✓	
	シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> 情報通信開発庁(IDA)の公表している「情報通信技術ロードマップ」ではビッグデータ分野を主要テーマの一つとしており、ICT分野における専門職の育成を政策的課題として重要視 		✓	
	その他(台湾)	<ul style="list-style-type: none"> 台湾ではData.gov.twを公開する等、オープンガバメントの推進に注力している 	✓		
その他新興国(ナイジェリア)		<ul style="list-style-type: none"> (参考)ナイジェリアでは、通信インフラの整備が不十分であり、最低限のサービス利用も難しい状態である 	✓		
日本		<ul style="list-style-type: none"> 総務省を中心に推進 有識者会議や大学研究も進行中 	(✓)	(✓)	(✓)

シンガポールでは交通システムを統合し、データを集約することによって、効率的な交通網を実現しようとしている。

シンガポールにおける交通システム再編とデータ利用

<p>概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> シンガポールでは1日に300万の移動がある 交通システムは自動車による移動(高速道路)と公共交通機関に分断されていた その2つを統合し、データ収集を行うことで交通政策にフィードバックする 	<p>解くべき課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> 混雑による価格設定と公共交通機関という2つのシステムが存在しており、コストが20億ドルから30億ドルかかっていた 新しい交通システムを導入し、データを収集することで、効率的な交通システムを構成、渋滞緩和等に役立てる <ul style="list-style-type: none"> バスや電車のルート最適化 コスト削減
<p>開始年</p>	<p>2015年にかけて展開</p>		
<p>主体</p>	<p>Singapore Land Transit Authority</p>		
<p>使用データ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 顧客カードから得られる交通データ、購買データ 	<p>仕組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> 新しい交通システムを導入 <ul style="list-style-type: none"> 消費者が共通化したカードを使用するシステム 公共交通、タクシー、自家用車、小売店での買物全てで利用が可能 データを集約して収集することで交通網の効率化を行う

ナイジェリアでは、POS端末を用いて農業補助金の使用状況のモニタリングと、POSデータの農業政策へのフィードバックを企図している。

POS端末を利用した農業補助金のモニタリングと農業政策へのフィードバック

<p>概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 成長促進補助スキームにおいて、POS端末にて肥料や農業関連補助金の情報を発信 どういった補助金を得たのかをPOSを通じてデータを収集 	<p>解くべき課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> 民間事業者（農業ディーラー）の持つPOSシステムを活用することによって、農家による肥料や改良品種への入手可能性を高めることができる 300,000人の農民がこのプログラムによって利益を得ている POSデータを収集し、農業政策にフィードバックすることも考えている
<p>開始年</p>	<p>2013年</p>	<p>仕組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> 農業ディーラーのPOSシステムに肥料などの農業関連補助金の情報を発信 これによって収穫量が増加する 商業銀行よりPOSは提供されるためディーラーはコストを負担する必要がなく、普及している
<p>主体</p>	<p>ナイジェリア政府の成長促進補助スキーム (Growth Enhancement Support, GES) Cellulant Nigeriaが技術提供</p>		
<p>使用データ</p>	<ul style="list-style-type: none"> POSデータ 		

本編

- 0 プロジェクト/スケジュールの概要
- 1 買物弱者・フードデザート問題の実態
 - 1-1: 買物弱者問題の全体像
 - 1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望
 - 1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題
 - 1-4: 実態調査結果のまとめ
- 2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント**
 - 2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像
 - 2-2: 先進事例の概要とポイント
 - 2-3: インフラ面・法律面の現状と課題
 - 2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組**
 - 2-5: 取組調査結果のまとめ
- 3 調査まとめ

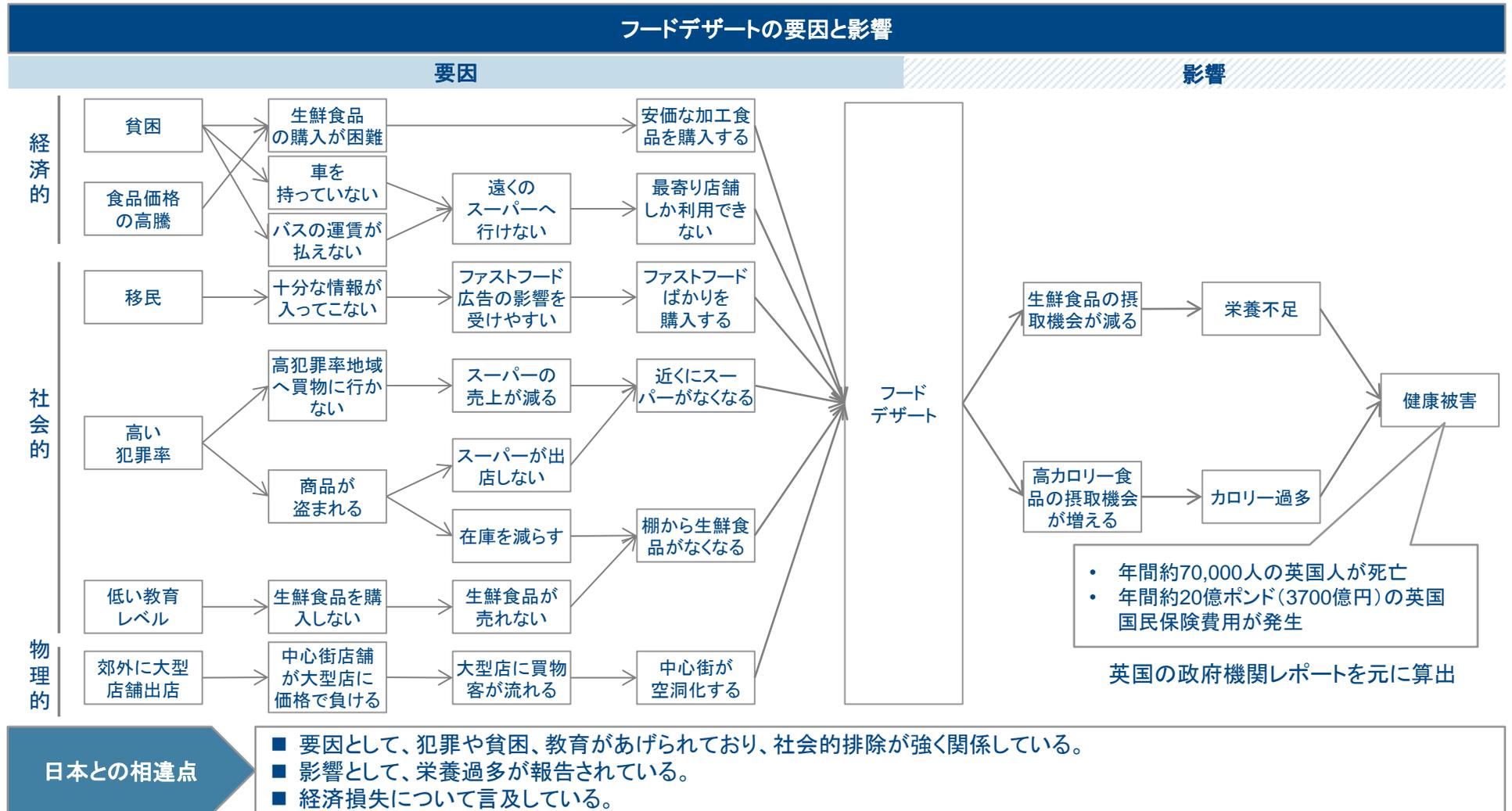
資料編

- A 参考文献
- B 全国シンポジウム開催概要
- C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

- ア 買物弱者応援マニュアル
- イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書
- ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書
- エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

英国と米国でのフードデザートの問題として、経済的、社会的、物理的側面が、影響としては健康被害が報告されている。



日本との相違点

英国と米国のフードデザート政策では、食事教育やFDs地域への小売店出店支援などの積極的な取組みが行われている。

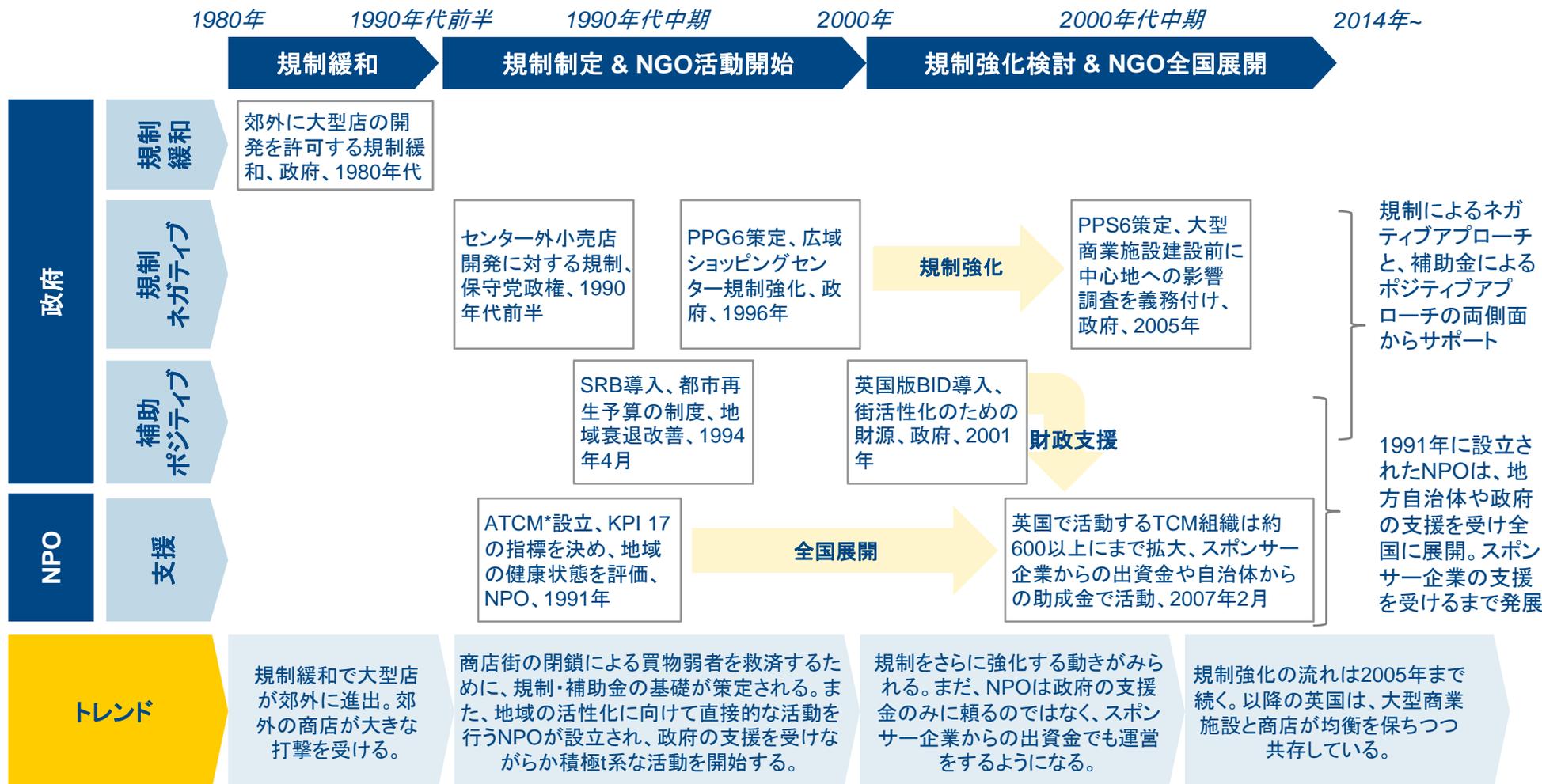
海外の政策									
	社会支援			小売支援			移動支援		
	食事教育	NPO支援	FDsマップ作成	出店支援	大型店規制	農家支援	朝市開催	貨客混載	コンパクトシティ
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 学校で親・子供に栄養教育を実施 学校給食メニューを改善 	<ul style="list-style-type: none"> 栄養教育や食料配布など、FDs問題に取り組むNPOに対して補助金を支給 	<ul style="list-style-type: none"> 全米のFDsマップを作成・ネットで公開 	<ul style="list-style-type: none"> FDs地域へのスーパー出店を支援 予算は年間\$4億(約600億円)、10年間継続 	<ul style="list-style-type: none"> 校外への大型商業施設出店を規制 中心市街地への出店を推進 	<ul style="list-style-type: none"> 農家に対して年間約\$1千万(約12億円)を支給 	<ul style="list-style-type: none"> FDs地域で朝市を開催する団体に運営費\$61,000(約740万円)を支援 	<ul style="list-style-type: none"> 法規制を緩和し、郵便配達者などの貨物輸送者に旅客を乗せることを承認 	<ul style="list-style-type: none"> 最大歩行距離800m程度のコンパクトな街構想を掲げ、自治体に技術支援を実施
目的	<ul style="list-style-type: none"> 子供の肥満を減少させ、健康状態を図る 健康被害から生じる社会保障費を減らす 	<ul style="list-style-type: none"> NPOの活動を活性化し、多様なFDs問題に対処する 	<ul style="list-style-type: none"> 対策が必要な地域を明確化し、NPOや小売店に対する行動を促す 住民の啓発を図る 	<ul style="list-style-type: none"> FDsへのスーパー出店を促し、全米でFDs撲滅を図る 	<ul style="list-style-type: none"> 中心街の手小売店を守り、食品へのアクセス改善を図る 	<ul style="list-style-type: none"> 農産物の市場流通量を拡大し、地元商店の農産物扱い量を増加させる 	<ul style="list-style-type: none"> FDs地域における、野菜や果物の買物の場を設け、住人の栄養状態改善を図る 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の移動手段確保 処方箋などの小物が、地域の隅々までいく渡ることを図る 	<ul style="list-style-type: none"> 商業施設を都心部に集中させ、車に頼らずに買物ができる街づくりを目指す
主体	・米国大統領府	・米国農務省	・米国農務省	・米国大統領府	・英国政府	・米国農務省	・米国農務省	・英国政府	・英国政府
地域	・全米	・全米	・全米	・全米	・英国主要都市	・米国農村部	・米国バージニア州	・英国過疎地	・英国過疎地
時期	・2011年～	・2011年～	・2011年～	・2010年～	・1996年～	・2011～	・2013年～	・1965年～	・1996年～

日本との相違点

- 食事教育に重要政策として取組んでいる。
- FDs地域へのスーパー出店に大規模な予算が組まれている。
- 貨客混載などの移動手段確保に対して積極的に取組んでいる。

2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組み 英国の取組み まとめ

1980年、大規模小売店規制緩和政策によって、小規模小売店打撃が打撃を受けたことから問題は始まる。政府は方針を展開し、1990年から2005年まで規制強化を進める。その間、小規模小売店の活性化を促すNPOも広がりを見せ、政府の財政支援を受けながら全国的に活動の幅を広げ、小規模小売店救済の一翼となる。



*ATCM: Association of Town & City Management

Source: 各種二次情報よりADL作成

商業施設の郊外進出の自由を強く規制したPPG6とPPS6の2つの政策は、英国のフードデザート問題解決に大きく寄与した。

PPG6 (1996年~)概要

シーケンシャルアプローチによって、郊外出店の抑制、
中心市街地周辺への立地を促進した

- 商業施設の立地に当たって、中心市街地への立地を優先すべきという方針を中央政府が明確化
- 郊外開発により中心市街地が衰退する中で、郊外への商業施設の立地を都市計画的な手法で規制
- シーケンシャルアプローチの導入により、郊外出店の抑制と中心市街地周辺への立地促進を実現
 - シーケンシャルアプローチ
商業施設等の立地に当たっては、中心市街地、中心市街地隣接地の順で立地可能性を検討。不可能な場合に初めて郊外立地の計画許可を受けることが可能になるという考え方
- 効果
イングランドにおける新設の商業施設の立地場所(床面積ベース)
 - 1995年: タウンセンター内 20.7% タウンセンター周縁部 31.3%
 - 2000年: タウンセンター内 30.8% タウンセンター周縁部 40.6%

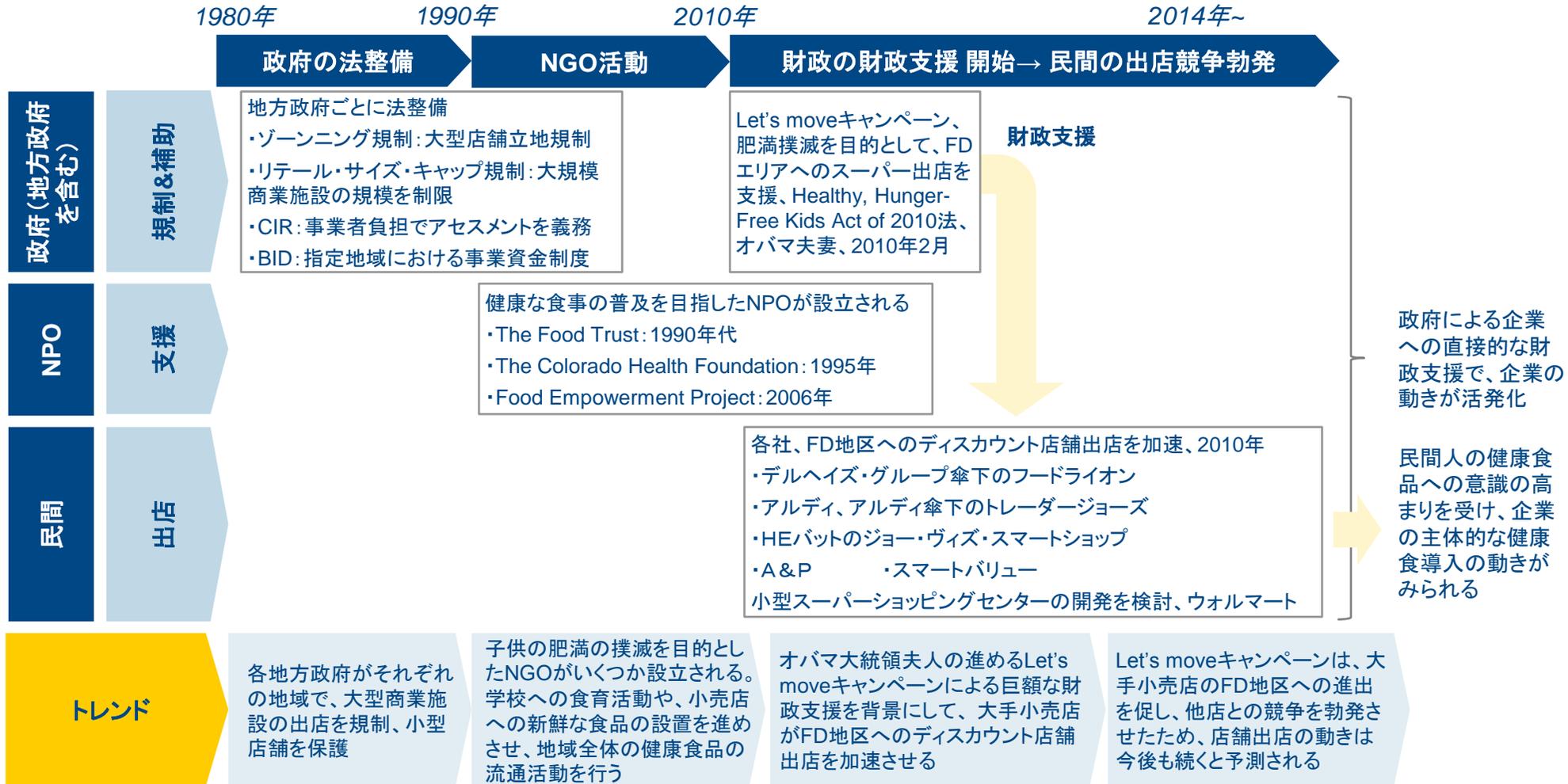
PPS6 (2005年~)概要

PPG6の規制を強化したのが、PPS6であり、
床面積別の規制強化、商業施設以外の施設の規制強化を行った

- 1996年のPPG6をより規制強化したもの
- 床面積に応じて、規制を強化している
 - 床面積2,500㎡以上の商業施設を立地する場合には中心市街地への影響調査を義務化
 - 床面積が1万㎡以上の商業施設等で、PPSに整合しないものを地方自治体が許可しようとする場合、国による介入が可能
 - 床面積5万㎡以上の大規模商業施設等については、RSS(中央政府が策定する地域空間戦略)に位置づけられた場合のみ立地が可能
- 商業施設以外のサービス施設等の集客施設についても立地に際してシーケンシャルアプローチの適用対象化
- 計画策定者たる地方自治体等が中心部の階層を決定する際、下記の3点を考慮することを義務化
 - 高位の中心部に成長が過度に集中することの是非
 - 再生を必要としている中心部を強化するための投資と成長の要否
 - 既存のセンターがより高位の機能を果たすようになる、あるいは新しい中心部を設定することによって、地域経済における機能の不足を補うべきか否か

2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組み 米国の取組み まとめ

アメリカは州ごとに整備された法律のもとで、大規模小売店の活動が規制されてきた。1990年からは、食育を目指したNPOいくつか設立され、NPO主体のFD改善が進められた。その後は2010年に、FD地区へのスーパー誘致支援金を景気として、大手スーパーの小規模小売店の出店が相次いだ。



Source: 各種二次情報よりADL作成

米国のフードデザート是正の動きは、NPOによる活動や、政府の補助金によって火付けされた企業間競争が主流となっている。活動の主な目的は、子供の肥満解消であり、FD問題の解決につながっている。

NPOの取組 1990年代～

The Food Trust の場合

- 20年以上にわたり活動しているNGOで、現在は100名以上のスタッフが在籍している。活動の拠点は、主に米フィラデルフィア。

活動内容

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 学校での栄養教育 地元食を学校給食に導入 | } | 子供の肥満率を半減させることに成功 |
| <ul style="list-style-type: none"> コンビニに生鮮食品・冷蔵庫を導入 大人への栄養教育 コンビニで無料健康診断を実施 | } | 660のコンビニで実施、60%の売上増、持続的かつ自主的な運動に繋がった |
| <ul style="list-style-type: none"> FD地区へスーパーの誘致活動を実施 Pennsylvania's Fresh Food Financing Initiativeファンドと協力して店舗出店時のローンを提供 | } | 3年間で\$3千万の融資を受け、88のプロジェクトを実施。5000人の労働を創出し、400,000人(予測)の食糧難民を解消 |
| <ul style="list-style-type: none"> フィラデルフィアでFD調査を実施 調査結果・活動結果をまとめた本を出版 | } | FD問題の認知度を高めた |

Let's moveキャンペーン 2010年～

- きっかけ: 2010年2月にミシェル・オバマ大統領夫人の呼び掛け
- 目標: 2030年までに肥満の子どもを現在の17%から、肥満が増え始めた1970年代の5%に引き下げる
- 背景: アメリカでは2~19歳の31.7%が肥満もしくは体重オーバーと言われており、医療費を押し上げる原因となっていること
- 内容: 4つの柱で構成される。①子どもの両親を教育してヘルシーな家庭生活習慣を定着させる、②学校給食を改善させる、③ヘルシーで安価な食糧がフードデザートでも手に入るようにする(目標: フードデザートエリアを7年間でゼロにする)、④運動を促す
- 法律: Healthy, Hunger-Free Kids Act of 2010、予算は10年間で45億ドル、オバマ大統領の後押しで成立
- 影響: 危機感を募らせた大手食品メーカーやスーパー、外食産業、スポーツ界、学校も大きく変わろうとしており、全米で子どもの肥満撲滅に取り組む動きが広がっている

子供の肥満防止キャンペーンが大々的に行われており、両親への教育だけでなく給食の改善、食料品店設置のための補助金交付等様々な手段が用いられている。

食育への取組み – アメリカにおけるLet's moveキャンペーン

<p>概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 子供の肥満防止キャンペーン 2010年2月、ミシェル・オバマ大統領夫人の呼び掛けを契機として開始 	<p>内容</p> <p>4本の柱によって成り立っている</p> <p>① 子どもの両親を教育し、ヘルシーな家庭生活習慣の定着を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> 食品の栄養ラベル表示内容の改善 健康的な食生活と運動の重要性を、医療機関を通して訴える アメリカ農務省でのフードピラミッドの見直し 大手メディア企業による、子供の肥満問題に関する公共広告PSAの制作・配信・番組企画 <p>② 学校給食を改善する</p> <ul style="list-style-type: none"> 給食メニューの改善 地域の学校に対する栄養アドバイス <p>③ ヘルシーで安価な食糧がフードデザートでも手に入るようにする</p> <ul style="list-style-type: none"> 食料品店設置のための補助金交付 ファーマーズ・マーケット設置のための補助金交付 FDエリアを7年間でゼロにすることを目標 <p>④ 運動を促す</p> <ul style="list-style-type: none"> アメリカ保健省内に「フィジカルフィットネス&スポーツ委員会」を設置 プロスポーツリーグと提携し、1日60分間身体を動かそうキャンペーンを制作、全国放映
<p>背景</p>	<ul style="list-style-type: none"> アメリカでは2~19歳の31.7%が肥満もしくは体重オーバーと言われており、医療費を押し上げる原因となっている 経済的損失は2018年には3,430億ドルに増えると専門家が試算している 	
<p>目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> 2030年までに肥満児を5%に引き下げる(2010年は17%、5%は1970年代の値) The National Health and Nutrition Examination Surveyにて数値は公表 	
<p>根拠法</p>	<ul style="list-style-type: none"> Healthy, Hunger-Free Kids Act of 2010 予算は10年間で45億ドル オバマ大統領の後押しで成立 	
<p>影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> 大手食品メーカーやスーパー、外食産業、スポーツ界、学校など、全米で子どもの肥満撲滅に取り組む動きが広がっている 健康に配慮した食品の販売強化等 	

健康食品融資イニシアチブとして2011年度予算より約300億円が食料品店の開設支援に融資されている。

出店支援－アメリカにおける「健康食品融資イニシアチブ(Healthy Food Financing Initiative)」

<p>概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> Let's moveキャンペーンの1つである「健康食品融資イニシアチブ」で食料品店の開設に補助を出す 2011年度予算 財務省、農務省、保健福祉省が担当 	<p>内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> 国勢調査を利用して小売店の設立プロジェクトの優先順位を決定 食料品店へのアクセスレベルの低い低所得地域をフードデザート地域としている 都市、農村の区別はなく、全国的に発生していると捉えている 農務省の2011年予算では、5000万ドルの公共/民間融資を行うことを決定した <ul style="list-style-type: none"> 3500万ドルは直接融資として 1500万ドルは技術的あるいは財政上の援助をするために用いられ、そのうち10%は地域の発展農業マーケティングサービスプログラムによって決定される 財務省は2.75億ドルを予算に計上した <ul style="list-style-type: none"> 2.5億ドルをthe New Markets Tax Credit 2500万円をTreasury-certified community development financial institutions(CDFIs) <ul style="list-style-type: none"> フードデザート地域における食料品店を援助 保健福祉省は2000万ドルをCommunity Economic Development program fundsに利用 融資を受けられるのは、民間企業、地方政府、NPO、組合・大学、農業部、財務省認定のコミュニティデベロップメント機関、組合である スーパーマーケットに対する減税措置、ゾーニングのインセンティブ設定、等を行っている州も存在する
<p>背景</p>	<ul style="list-style-type: none"> ペンシルベニア州では食料品店への融資を行う「生鮮食品融資イニシアチブ(the Fresh Food Financing Initiative)」を実施し、1.2億ドル(1,200億円)を費やし、80の食料品店の設置を行っており、この成功事例を国に拡張した 		
<p>目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> 食料品店の開設による雇用の増加も見込む 		
<p>根拠法</p>	<ul style="list-style-type: none"> Healthy Food Financing Initiative 		
<p>影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> 各種プログラムが実施されている 		

英国では、National Federation of Shopmobility UKが中心となり、高齢者や障害者に対し、買物のための移動手段を提供している。

英国における店内移動支援

概要

英国では高齢者や障害者に対し、買物のための店内/商店街内移動手段を提供している

■ サービス内容

- ✓ サービスの内容は、高齢者や障害者に対し、買物のための電動もしくは手動の車椅子やスクーターを貸し出すというもの
- ✓ 地域の商店街やショッピングセンターなどでの買物のための移動を助けている

■ 1980年代後半に開始し、現在イギリスの約 400 箇所で展開されている

■ 主体

- ✓ イギリスには NFSUK(national Federation of Shopmobility UK)という全国的な組織があり、ここが中心となって普及や教育・啓蒙活動を行っている
- ✓ ロンドン市内カムデン地区事務所の例

- 貸し出し台数: 5 台のスクーター、2 台の電動車椅子、5 台の手動車椅子
- 利用時間: 9:30~16:30(日曜を除く)
- 利用料: 初期登録費として4ポンド(約600円)。実際には徴収コストのほうがかかるため、無料。
- 利用エリア: カムデンにある事務所で機器を貸し出すが、貸し出されたスクーターを利用できるエリアに制限は設けていない。
- 会員数: 350名。うちアクティブメンバーは50名程度。
- 会員以外も登録により利用可能なため、ロンドンへの旅行者の利用もある。
- 利用者数: 夏は平均 6~10 名(1日当り)
- 従業員: 1 名(機器の管理・利用者への貸し出し・説明等を行う)

イメージ図



2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組み スイスにおける貨客混載

スイスでは、郵便馬車に乗客を乗せてきた歴史から、ポストバス事業が発展した。地域住民の移動手段になっているほか、観光客の利用も多い。

貨客混載 – スイスのポストバス

概要

イメージ図

スイスには、郵便と乗客を混載するポストバスが存在するが、
現在では観光用途での利用が増加している

■ 契機

- ✓ 当時郵便配達を担っていた馬車に乗客を乗せたのが始まり
- ✓ 馬車は1930年には全てバスにとって代わられている
- ✓ 現在では、乗客が主体になりつつあるが、停留所では郵便物の受け渡しがいまでも行われている

■ 現在の役割

- ✓ 地域住民の重要な移動手段になっている
- ✓ 山岳地帯を運行するルートが多く景観が良いため、観光客も利用する
- ✓ 798路線、10,363キロ、約2000台のバスが運行している
- ✓ 年間利用者は約1億人

■ 運営主体

- ✓ スイスポスト(国営企業)の子会社であるPostBus Switzerlandが運営
- ✓ 電話事業はスイスコムとして分離、民営化されているが、ポストバスは国有的のままである
- ✓ 入札によって各地域のバス路線の運行を担っている



イギリスのアーバンデザイン政策では、優れたデザインによる持続可能な開発を謳っている。

コンパクトシティ — イギリスのアーバンビレッジ

概要

イギリスのコンパクトシティはアーバンビレッジと呼ばれ、イギリスの伝統的なデザインを重視し、そのデザインの利点を利用している

- イギリス都市政策の歴史
 - ✓ ~1970年代: 新しい開発はタウンセンター内
 - ✓ 1980年代(サッチャー政権): 郊外立地の進行
 - ✓ 1990年代~: 商業立地のスプロール化抑制
⇒その中でチャールズ皇太子の率いるアーバンビレッジ運動(都市の中の村、運動)、アーバンデザイン政策が活発化
- アーバンビレッジ運動
 - ✓ イギリスの伝統的なコミュニティを再評価、その利点を現代の都市再生と持続可能な都市形成に活かすことを目的とする
 - ✓ 人口3~5千人、最大歩行距離800mの用途複合地区を建設
- アーバンデザイン政策
 - ✓ 1997年に環境省はPPG1の改訂を行い、「デザイン重視の都市政策」を実施
 - ✓ 優れたデザインが持続可能な開発を支えるとした
 - ✓ 99年には推進機関としてCABE (Commission for Architecture and the Built Environment)を設立。CABEはアーバンデザインに関する教育・研究、普及・啓発活動、各自治体の計画に対するデザイン審査等を行う
 - ✓ By Design: Urban Design in the planning system- towards better practice(2000)を発表

具体例

パウンドベリーにおける実証実験

- ✓ 25年かけて約3,000戸の住宅建設
- ✓ 第1期には250戸の開発地区が建設された
- ✓ 住宅とともに店舗、事務所、軽工業等が組み込まれており、約220人職場が設けられていた
- ✓ 開発密度は約40戸/ha
- ✓ 現在は土地の価格が当初の10倍、分譲住宅は8,000万円程度に



グリニッチ・ミレニアム・ビレッジ

- ✓ ミレニアム・コミュニティズ・プログラムのうちの1つ
- ✓ 運営主体: イングリッシュ・パートナーシップ (現在はHCA: The Homes and Communities Agency)
- ✓ 約80haのブラウンフィールド(工場跡地)の再生プロジェクト
- ✓ 10,000戸の住宅を建設、29,000人の雇用を創出
- ✓ 住宅、商業・業務施設、教育施設、スポーツ・エンタテインメント施設等の開発が含まれる
- ✓ マスタープランには、質の高い公共交通、歩行者・自転車交通の促進・50%の建設廃材の削減、80%のエネルギー消費の削減、30%の上水利用の削減、CO2 排出ゼロ化といった目標が掲げられている



2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組み コンパクトシティ —独・シュテンダール市の取組み

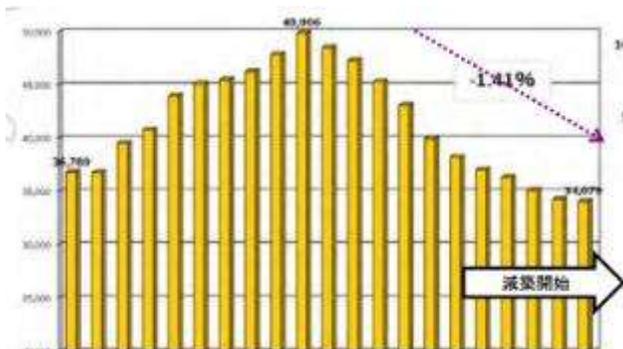
シュテンダール市では、人口減少を背景として、市街地外縁部の集合住宅を除却し、中心部の人口の維持・増加に成功している。

コンパクトシティ —独・シュテンダール市の取組み

独・シュテンダール市の概要

シュテンダール市は、1988年に約5万人あった人口が7割程度に減少

- ベルリンと旧西ドイツの中間に位置するザクセン＝アンハルト州、シュテンダール市
- 出生率低下と原発廃止による社会減



シュテンダール市の人口推移 (出所)シュテンダール市資料より

シュテンダール市の取組み

市街地外縁部の公的住宅供給機関の集合住宅を除却し、中心部の人口を維持・増加させている

- 分譲住宅は市が買収して除却を実施。賃貸住宅は所有者である公的住宅供給機関が市からの補助を得て除却を実施
- 強制力は行使せず、まずは先行例をつくり、オープンスペースが確保されること等により住環境が向上することを住民に理解してもらいながら取組を進めている

シュタットゼー地区

- 2000年から2,511戸(空室戸数の8割)の住居を除却

- 世代間を超えた永続的住宅への改造
- 学校・コミュニケーションの整備等

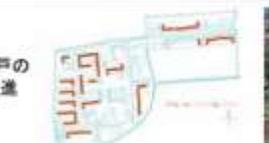
※着色部分が2000年から2010年にかけて除却した2,197戸の住宅。



南地区

- 2005年から2,820戸の住居を除却(現在進行中)

※着色部分が2005年から2008年にかけて除却した2,197戸の住宅。

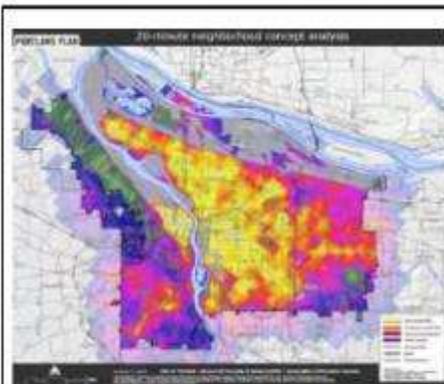


2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組み コンパクトシティ —米国・ポートランド市の取組み

ポートランドでは住民投票によって都市範囲を規定し、コンパクトシティ化を推進している。

コンパクトシティ —米国・ポートランド市の取組み

- 米国ポートランドではコンパクトシティの取組を進めており、例えば20分間で歩いてアクセスできる範囲に病院や学校、買い物施設があるかといった、都市計画立案過程で使うデータを、GIS(地理情報システム)を活用しながら可視化し、市民と共有。それらをもとに、住民投票で都市範囲を決め、その外側は厳しい開発規制を実施。
- ポートランドの取組は米国でも注目されており、開発規制と併せて郊外線が路面電車として中心部に乗り入れる便利な公共交通網が整備される。衰退地域は都市再生を実施し、賑わいが復活した地域が形成。



GIS等を活用しながら、20分アクセスの悪い場所を示したデータを可視化し、歩いて暮らせる範囲を確認するなど、市民と情報を共有



共有したデータをもとに、今後の都市のあり方を決定。広域行政で都市の範囲を決定し、開発の規制を実施



市内では、バスの他、ライト・レール(LRT)やストリート・カー(路面電車)等の公共交通機関が整備されており、市民の足として活躍

本編

0 プロジェクト/スケジュールの概要

1 買物弱者・フードデザート問題の実態

1-1: 買物弱者問題の全体像

1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望

1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題

1-4: 実態調査結果のまとめ

2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント

2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像

2-2: 先進事例の概要とポイント

2-3: インフラ面・法律面の現状と課題

2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組

2-5: 取組調査結果のまとめ

3 調査まとめ

資料編

A 参考文献

B 全国シンポジウム開催概要

C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

ア 買物弱者応援マニュアル

イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書

ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書

エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

買物弱者対策の取組みとして、食品を入手できるようにする個別の取組みから、基盤となる物流システムに対して働きかける取組みまで存在している。

取組み調査から得られた示唆(1/3)

- ✓ 買物弱者対策の取組みとしては、①家まで商品を届ける、②近くにお店を作る、③家から出かけやすくする、の他に④コミュニティを形成する、⑤物流を改善・効率化する、といった取組みがある
 - ①家まで商品を届ける～③家から出かけやすくする、は買物弱者が直接食品を手に入れられるようにするための取組みである
 - ①家まで商品を届ける取組みには配食、買物代行、宅配等のサービスが含まれる
 - ②近くにお店を作る取組みには移動販売や買物場の開設が含まれる
 - ③家から出かけやすくする取組みにはコミュニティバスや乗合タクシー等買物のための移動手段が含まれる
 - ④コミュニティを形成する、はフードデザートの一要素と考えられているコミュニティの希薄化に働きかける取組みであり、食品を手に入れられるようにするためのものと比較すると、間接的な取組みである
 - ④コミュニティを形成する取組みには、人が集まって食事をする会食が含まれる
 - ⑤物流を改善・効率化する、は①～③の基盤となる物流システムに対して影響を及ぼす取組みである
 - ⑤物流の改善・効率化する取組みには、物流におけるIT利用等の取組みが含まれる

取組み開始時には、ニーズを具体的に把握し、既存資源を用いた計画を立てて地域で共有することが重要であり、継続していくためには、収益確保による採算性の担保や事業者・行政・住民の連携が肝要である。

取組み調査から得られた示唆(2/3)

- ✓ 事業立ち上げ時には、ニーズの把握と地域資源や自社資源の棚卸し、事業計画立案、地域の巻き込みが必要である
 - ニーズを把握する際は誰が、どこで、何に困っているのか、どのようなニーズがあるのかを具体的に把握することが重要である
 - 地域資源や自社資源の棚卸しによって、事業の立ち上げコストを低減することが可能である
 - 事業継続にあたっては事業計画上無理がないことや地域住民や行政、既存事業者の理解が必要であるため、事業開始時に、具体的な事業計画を立案することと地域関係者との議論がポイントとなる
 - 議論の結果も踏まえ、地域を巻き込み三者で協力しあって事業継続に向けた仕組み作りをしていくことが肝要である

- ✓ 事業を継続していくためには、持続的な収益の確保や事業者・行政・住民の三者の協力が重要である
 - 事業継続のためには、売上の向上、コストの低減による収益確保が必要である
 - 売上向上のためには、利用客の数と単価を担保することによって事業からの収益を確立すること、例えば行政の事業を受託するなどの、事業外からの収益を確立することがポイントである
 - コスト低減のためには、地域資源の活用や自社内資源・他社資源の共通・共有化が有効な手段である

- ✓ 課題意識はあるが、問題を的確に把握できていない状況下では、地域のニーズを把握している主体と解決策の実施能力・意欲を持っている主体が参加して、地域における第一歩目の議論を始めることも有効である

個別の取組みにおける採算性確保を支えるために、共通する物流基盤を整備する取組みが求められる。

取組み調査から得られた示唆(3/3)

- ✓ コンパクトシティ化によって、物流コストの過半を占める輸送コストの削減が見込まれる
 - 物流コストの6割を輸送コスト、その6割を運転者人件費と燃料費が占めており、コンパクトシティ化による移動距離の削減によって、物流コストを低減することができる
 - 物流コストの他にも、インフラ維持費などの行政コストを抑制することができる
- ✓ 物流の効率化のうち、複数事業間、運搬貨物・ヒト間での共通化を行う物流共通化によって、物流コストを削減することが可能だが、道路運送法等の規制により、貨客混載、自家用有償旅客運送の実施には課題がある
 - 複数事業者で運ぶ共同輸配送、ヒト・モノを同時輸送する貨客混載によって輸送の無駄を省くことができる
 - 共同輸配送には法的障害が存在しないが、貨客混載や非物流業者がヒトを運ぶ自家用有償旅客運送等は道路運送法等において規制がある

本編

- 0 プロジェクト/スケジュールの概要
- 1 買物弱者・フードデザート問題の実態
 - 1-1: 買物弱者問題の全体像
 - 1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望
 - 1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題
 - 1-4: 実態調査結果のまとめ
- 2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント
 - 2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像
 - 2-2: 先進事例の概要とポイント
 - 2-3: インフラ面・法律面の現状と課題
 - 2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組
 - 2-5: 取組調査結果のまとめ
- 3 調査まとめ**

資料編

- A 参考文献
- B 全国シンポジウム開催概要
- C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

- ア 買物弱者応援マニュアル
- イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書
- ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書
- エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

1章 買物弱者・フードデザート問題の実態 まとめ(1/3)

買物弱者問題とは、流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々を指し、現在、全国で約700万人存在すると推計される。

買物弱者・フードデザート問題の実態 まとめ(1/3)

- ✓ 買物弱者問題とは、「流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々」を指す
 - 買物弱者、フードデザート、食料品アクセスなどの類似概念が複数存在しており、捉え方も各調査・研究により異なる
 - 本調査では買物弱者とフードデザートに着目

- ✓ 日本全国の買物弱者数は現在、約700万人程度と推計される
 - 2010年経済産業省調査時の推計値である約600万人と比較し、増加傾向にある
 - 今後も深刻化すると予測され、引き続きの対策が必要である

1章 買物弱者・フードデザート問題の実態 まとめ(2/3)

買物弱者問題の原因は、地域の特性ごとにその性質を異にする。今後は農村・山間部に加え、大都市やベッドタウン、地方都市でも問題が深刻化する可能性が高い。

買物弱者・フードデザート問題の実態 まとめ(2/3)

✓ 買物弱者問題の原因は、その地域が持つ性質によって大きく異なる

- 大都市では旧来の商店街の衰退による買物環境の悪化、コミュニティ希薄化が特に問題視されている
- ベッドタウンでは、高齢化により買物を含む団地での生活が厳しくなるという問題がある
 - 団地では同世代、同属性の人々が集住しているため、高齢化が急激に進行する
 - 団地内食料品店が閉鎖され、坂を下って買物に行かなくてはならないという困難を抱えることになる
- 地方都市では、商店の郊外出店により中心街の商店が撤退してしまい、買物が困難になっている
- 農村・山間部では過疎化が進行しており、商圈人口を維持できる商店がないといった問題がある

✓ 今後の展望として、農村・山間部に加え、大都市を含む3地域で買物弱者問題が深刻化する可能性が高い

- 農村地域では過疎化が進むため、買物弱者の母数自体は減少するが、問題は引き続き継続する見込み
- 他3地域(大都市、ベッドタウン、地方都市)では高齢化率が上昇するため、車での移動ができなくなって買物弱者化する高齢者が増える可能性がある
- また、全類型に共通して、核家族子育て世帯や単身高齢者世帯、非正規雇用者といった社会的弱者の間で問題が発生し深刻化する可能性がある

1章 買物弱者・フードデザート問題の実態 まとめ(3/3)

買物弱者を生み出している土壌は、他の都市問題の土壌でもあり、「都市問題の入り口」として取り組むことが求められる。

買物弱者・フードデザート問題の実態 まとめ(3/3)

- ✓ 買物弱者を生み出している土壌は、他の都市問題の土壌でもあり、単に買物の不便さにとどまらず、低栄養などの問題を生ずる可能性がある
 - 買物弱者発生による種々の「波及課題」がある
 - ※「波及課題」: 買物弱者を生み出している土壌は共通的に他の問題の土壌ともなっており、本研究では「波及課題」をこの意味で用いている
 - 買物は個人の健康や精神に影響を与える他、商店街の衰退による治安悪化など、地域社会にも影響を与えている可能性がある
- ✓ 中でも、低栄養問題は深刻であり、地域・国全体の医療費や介護費の増加を招く可能性がある
 - 買物困難地域における低栄養リスクの増大が指摘されている
 - 低栄養は様々な疾病の原因となっており、イギリスにおいては低栄養が医療費や介護費の増加をもたらすとして、その経済損失が議論されている

2章 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント まとめ(1/3)

買物弱者対策の取組みとして、食品を入手できるようにする個別の取組みから、基盤となる物流システムに対して働きかける取組みまで存在している。

買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント まとめ(1/3)

- ✓ 買物弱者対策の取組みとしては、①家まで商品を届ける、②近くにお店を作る、③家から出かけやすくする、の他に④コミュニティを形成する、⑤物流を改善・効率化する、といった取組みがある
 - ①家まで商品を届ける～③家から出かけやすくする、は買物弱者が直接食品を手に入れられるようにするための取組みである
 - ①家まで商品を届ける取組みには配食、買物代行、宅配等のサービスが含まれる
 - ②近くにお店を作る取組みには移動販売や買物場の開設が含まれる
 - ③家から出かけやすくする取組みにはコミュニティバスや乗合タクシー等買物のための移動手段が含まれる
 - ④コミュニティを形成する、はフードデザートの要因となっているコミュニティの希薄化に働きかける取組みであり、食品を手に入れられるようにするためのものと比較すると、間接的な取組みである
 - ④コミュニティを形成する取組みには、人が集まって食事をする会食が含まれる
 - ⑤物流を改善・効率化する、は①～③の基盤となる物流システムに対して影響を及ぼす取組みである
 - ⑤物流の改善・効率化する取組みには、物流におけるIT利用等の取組みが含まれる

2章 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント まとめ(2/3)

取組み開始時には、ニーズを具体的に把握し、既存資源を用いた計画を立てて地域で共有することが重要であり、継続していくためには、収益確保による採算性の担保や事業者・行政・住民の連携が肝要である。

買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント まとめ(2/3)

- ✓ 事業立ち上げ時には、ニーズの把握と地域資源や自社資源の棚卸し、事業計画立案、地域の巻き込みが必要である
 - ニーズを把握する際は誰が、どこで、何に困っているのか、どのようなニーズがあるのかを具体的に把握することが重要である
 - 地域資源や自社資源の棚卸しによって、事業の立ち上げコストを低減することが可能である
 - 事業継続にあたっては事業計画上無理がないことや地域住民や行政、既存事業者の理解が必要であるため、事業開始時に、具体的な事業計画を立案することと地域関係者との議論がポイントとなる
 - 議論の結果も踏まえ、地域を巻き込み三者で協力しあって事業継続に向けた仕組み作りをしていくことが肝要である

- ✓ 事業を継続していくためには、持続的な収益の確保や事業者・行政・住民の三者の協力が重要である
 - 事業継続のためには、売上の向上、コストの低減による収益確保が必要である
 - 売上向上のためには、利用客の数と単価を担保することによって事業からの収益を確立すること、例えば行政の事業を受託するなどの、事業外からの収益を確立することがポイントである
 - コスト低減のためには、地域資源の活用や自社内資源・他社資源の共通・共有化が有効な手段である

- ✓ 課題意識はあるが、問題を的確に把握できていない状況下では、地域のニーズを把握している主体と解決策の実施能力・意欲を持っている主体が参加して、地域における第一歩目の議論を始めることも有効である

2章 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント まとめ(3/3)

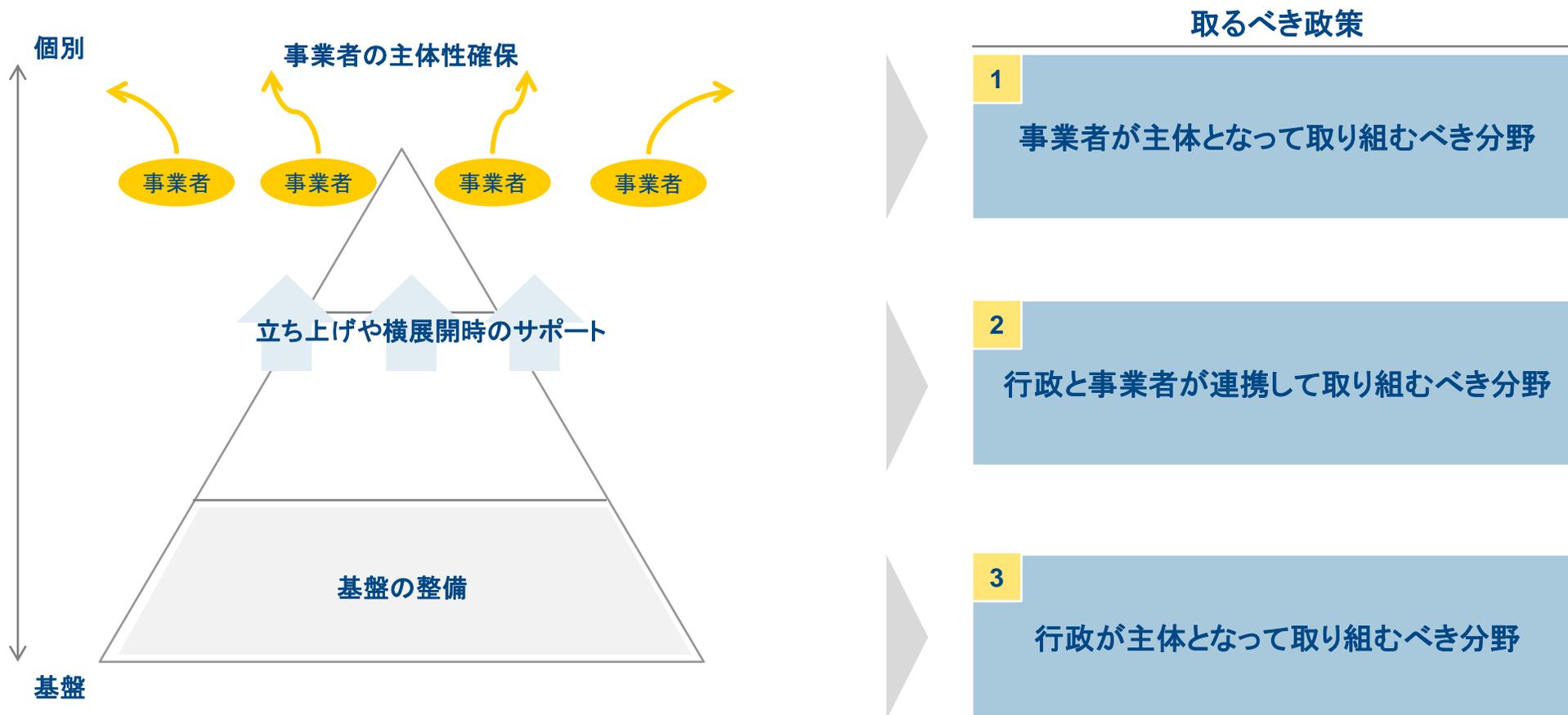
個別の取組みにおける採算性確保を支えるために、共通する物流基盤を整備する取組みが求められる。

買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント まとめ(3/3)

- ✓ コンパクトシティ化によって、物流コストの過半を占める輸送コストの削減が見込まれる
 - 物流コストの6割を輸送コスト、その6割を運転者人件費と燃料費が占めており、コンパクトシティ化による移動距離の削減によって、物流コストを低減することができる
 - 物流コストの他にも、インフラ維持費などの行政コストを抑制することができる

- ✓ 物流の効率化のうち、複数事業間、運搬貨物・ヒト間での共通化を行う物流共通化によって、物流コストを削減することが可能だが、道路運送法等の規制により、貨客混載、自家用有償旅客運送等の実施には課題がある
 - 複数事業者で運ぶ共同輸配送、ヒト・モノを同時輸送する貨客混載によって輸送の無駄を省くことができる
 - 共同輸配送には法的障害が存在しないが、貨客混載や非物流業者がヒトを運ぶ自家用有償旅客運送は道路運送法において規制が敷かれている

国は、①事業者が主体となって取り組むべき分野、②行政と事業者が連携して取り組むべき分野、③行政が主体となって取り組むべき分野に対して支援していくことが求められる。



地域ごとに事情が異なるため、地域が主体性を発揮できるような制度設計をすることが必要である一方で、補助金がなくとも事業が継続するように一定の基準を設ける必要がある。

1

事業者が主体となって取り組むべき分野

- ✓ 地域ごとに文化や既存資源、地形等事情が異なることから、地域によって最適な買物弱者対策の取組みは異なるため、地域が主体性を発揮できるような制度設計をすべきである
 - 例えば、コミュニティ意識が強い地域では、住民が主体となる取組みが成功しやすい一方で、そうでない地域では住民以外のプレーヤーが住民を鼓舞することから取組みを始める必要がある
 - 買物弱者対策に関しては、エリアや用途等柔軟な補助金制度が求められている
 - 事業立ち上げ時には、移動販売や買物場の開設など設備投資が必要な場合が多々あり、その補助をすることが引き続き必要である
- ✓ 一方で、補助金に依存しない取組みを増やすため、継続可能性の観点から一定の基準を設ける必要がある
 - 買物バスに関しては、路線バスに対して赤字分をただ補てんする補助金ではなく、売上や収益をもとに計算する補助金といった、事業者の収益確保に対するモチベーションを高める制度設計が必要である
 - 補助金の切れ目が事業の切れ目とならぬよう、継続可能性の高い計画を提出させるなどの工夫が必要である
- ✓ 先進事例で紹介したように、地域主体で取組みを成功させることは可能である。そこで、地域で取り組めば解決が見込める課題として継続的に周知していくことが必要である
 - 先進事例では、各地域の事業者や住民が中心となって、買物弱者対策事業を継続している例が多くある
 - 採算が取れないため継続は不可能だと捉えるのではなく、地域での取組みによって解決が可能である、ということ啓蒙していくことが必要である

事業者と住民および事業者同士のマッチングや、買物弱者支援事業実施において障害となる制度の見直しに際しては事業者と行政が連携して実施していくことが求められる。

2 行政と事業者が連携して取り組むべき分野

- ✓ 行政が中心となり、事業者と住民および事業者同士のマッチングを促進していくことも有効である
 - 新興事業者が警戒心の強い高齢者に対してサービス提供をすることは困難な場合が多い
 - そこで、自治体が地域住民と事業者をつなぐ努力(広報や事業者に同行しての挨拶まわり等)をすることによって事業のハードルを低くすることができる
 - リソースを持っている者同士が足りない部分を補い合うことで、かかるコストを低減することができるため、事業者同士のマッチングを地域行政が主体となって取り組むことが有効である

- ✓ 事業者が買物弱者支援事業を実施する際に、障害となる規制や制度がある場合、行政および関係者との連携による支援が求められる
 - 事業者が事業を全国展開するにあたっては、自治体ごとに制度の運用が異なるのが実情であり、事業者の負担になることがあるため、行政との連携による解決が期待される
 - 事業者が既存事業の資源を用いて買物弱者対策に取り組むことが1つの成功パターンであることを鑑みると、既存事業の資源活用に関する障害がある場合は、特に行政および関係者との連携が求められる

行政は個別の取組みだけでなく、共通の基盤となる物流の効率化や、長期的視野からコンパクトシティ化の支援体制を整備していく必要がある。

3 行政が主体となって取り組むべき分野

- ✓ 個別の取組みだけでなく、基盤となる物流効率化等の取組みに対しての応援体制を整える必要がある
 - 個別の取組みにおいて、採算を確保した上での継続はハードルが高いため、個別の取組みの支援に加え、共通する物流基盤に対する取組みが必要である
 - 多くの省庁にまたがる課題であるため、横串を通した議論が求められる
 - 市町村レベル、国レベル双方において買物弱者の対応窓口を一本化していくことが求められる

- ✓ 長期的には人口が減少していく将来に備え、コンパクトシティ化を推進していくことが求められる
 - コンパクトシティには物流コストの低減にとどまらず、行政コストの削減効果も議論される
 - 買物弱者問題への対策は、コンパクトシティ化が完了するまでの過渡期において、特に重要な取組であり、今後コンパクトシティ化と歩調を合わせて対策を実施していく必要がある

本編

- 0 プロジェクト/スケジュールの概要
- 1 買物弱者・フードデザート問題の実態
 - 1-1: 買物弱者問題の全体像
 - 1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望
 - 1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題
 - 1-4: 実態調査結果のまとめ
- 2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント
 - 2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像
 - 2-2: 先進事例の概要とポイント
 - 2-3: インフラ面・法律面の現状と課題
 - 2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組
 - 2-5: 取組調査結果のまとめ
- 3 調査まとめ

資料編

- A 参考文献
- B 全国シンポジウム開催概要
- C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

- ア 買物弱者応援マニュアル
- イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書
- ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書
- エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

各省庁の買物弱者問題等に関する調査の概要は以下のとおり

タイトルおよび発行者・時期	調査スタンス	実態調査の概要(特にアンケート面)	備考	URLなど
<p>「地域生活インフラを支える流通のあり方」(経済産業省、平成22年5月)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 地域生活インフラに対する流通の役割について調査研究。その一環として買物環境改善を検討 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者における「買物における重視項目」「現状」「対策アプローチへの評価」について、住民に対してアンケート(WEBベース) 買物難民人数の試算(但し、本アンケートは内閣府・国交省によるもの) 事業者や自治体の代表的な取組みを掲載 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.meti.go.jp/report/data/g100514aj.html
<p>「買い物弱者対応マニュアル」(経済産業省、ver1.0:平成22年12月、ver2.0:平成23年5月)</p>	<ul style="list-style-type: none"> (調査結果に基づく)事業者における先進事例の紹介 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的には事例調査 <ul style="list-style-type: none"> 「身近な場所に店を作る」「家まで商品を届ける」「家から出かけやすくする」のフレームワークにて、計20件の取組みを紹介 それぞれ、取組内容および今後の展開/成果/工夫のポイントについて整理 全体を通じて、工夫のポイントを整理 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien2010.html
<p>「中心市街地活性化政策の見直しの方向性」(経済産業省、平成24年12月)</p> <p>※中心市街地活性化に向けた有識者会議</p>	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地の政策に関する方向性について調査研究。その一環として中心市街地での買物環境改善を検討 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者における「買物における重視項目」「不便な点」「移手段」について、住民に対してアンケート(但し、本アンケートは内閣府・国交省によるもの) 中心市街地の商機能低下の状況と、原因、影響に関してアンケート調査 事業者や自治体の、中心市街地活性化に向けた代表的な取組みを掲載 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.meti.go.jp/press/2012/12/20121221001/20121221001.html

各省庁の買物弱者問題等に関する調査の概要は以下のとおり

タイトルおよび発行者・時期	調査スタンス	実態調査の概要(特にアンケート面)	備考	URLなど
<p>「産業構造審議会 中心市街地活性化部会」(経済産業省、平成25年6月)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地の政策に関する方向性について調査研究。その一環として中心市街地での買物環境改善を検討 	<ul style="list-style-type: none"> 中心街商機能衰退による「買物弱者深刻度」「スーパー配置状況」「対策必要性」について、住民に対してアンケート 買物難民人数の試算(但し、本アンケート農林水産省によるもの) 事業者や自治体の代表的な取組みをアンケート結果をもとに集計掲載 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.meti.go.jp/committee/gizi_1/28.html
<p>「食料品アクセス問題の現状と対応方向 ―いわゆるフードデザート問題をめぐって―」(農林水産政策研究所、平成23年8月)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 食料品アクセスの困難性に関する事項について調査研究。その一環として食料品アクセス環境改善を検討 	<ul style="list-style-type: none"> 食料品の買物において「アクセス距離」「不便さ」「苦労の原因」について、住民に対してアンケート 買物難民人数を試算し、不便な原因毎に分類集計 GIS(地理情報システム)をもとに、FDエリアを特定 事業者や自治体の代表的な取組みを掲載 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.maff.go.jp/primaff/meeting/gaiyo/seika_hokoku/2011/110802_siryou.html
<p>「中心市街地活性化 評価・調査委員会」(内閣府、平成25年3月)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地の活性化に関する法律の改善を図るために施行状況について調査。その一環として中心市街地での買物環境改善を検討 	<ul style="list-style-type: none"> 中心街における「商機能の衰退度」「消費動向」について、住民に対してアンケート 高齢者の受ける影響を試算 事業者や自治体の高齢化に対応した代表的な取組みを掲載 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/chukatu/hyouka/dai1.html

各省庁の買物弱者問題等に関する調査の概要は以下のとおり

タイトルおよび発行者・時期	調査スタンス	実態調査の概要(特にアンケート面)	備考	URLなど
<p>「安心生活創造事業推進検討会」(厚生労働省、平成24年6月)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「見守り」と「買い物支援」が必要な高齢者の支援策について調査。その一環として買物環境改善を検討 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的には事例調査 <ul style="list-style-type: none"> 高齢者にたいして「地域の見守り機会を作る」「家まで商品を届ける」「地域の人から支援を受けやすくする」のフレームワークにて、全国の取組みを紹介 それぞれ、取組内容および今後の課題／成果／工夫のポイントについて整理 全体を通じて、工夫のポイントを整理 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/2r9852000002dpfa.html
<p>「交通基本法検討会」(国土交通省、平成22年3月)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 安全で安心な地域の移動手段を確保するために、交通基本法の制定と関連施策の充実について検討。その一環として交通弱者の交通環境改善を検討 	<ul style="list-style-type: none"> 地域交通における「現状の課題」「満足度」「都市交通との比較」について、住民や交通機関関係者に対してアンケート 交通弱者の試算 国内外の事業者や自治体の代表的な取組みを掲載 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/sosei_transport_fr_000040.html
<p>「社会資本整備審議会 都市計画・歴史的風土分科会 都市計画部会」(国土交通省、平成21年6月)</p> <p>※中心市街地活性化に向けた有識者会議</p>	<ul style="list-style-type: none"> 今後の都市政策の基本的あり方として、都市機能集中させたコンパクトシティの実現可能性について調査。その一環として高齢者の買物環境改善を検討 	<ul style="list-style-type: none"> 地域交通における「経営コスト」「利用者数」「高齢化の推移」について、資料調査 移動困難の問題を試算し、コンパクトシティの必要性を示唆 今後の都市計画について検討 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.mlit.go.jp/report/press/city02_hh_000013.html

各省庁の買物弱者問題等に関する調査の概要は以下のとおり

タイトルおよび発行者・時期	調査スタンス	実態調査の概要(特にアンケート面)	備考	URLなど
<p>「買物支援マニュアル」 (平成26年3月、一般社団法人日本食農連携機構/財団法人 流通経済研究所)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 通常のお店運営が難しい地域や集落において、日常生活に必要な商品を提供する方法についてマニュアル化 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的には事例調査 <ul style="list-style-type: none"> 「困りあう寄合をしよう」「取組の全体像をまとめる」「取組の運営・発展」の3ステップで課題解決をするよう提唱している ステップごとに具体的に行動レベルまで落としていることが特徴 		<ul style="list-style-type: none"> http://www.kaimono-shien.com/download/index.html

買物弱者について直接言及するものを中心に、学術分野における先行研究も調査。

	タイトル	著者	年月
1.	「地方都市中心部における高齢者の孤立と居住環境の悪化 研究成果報告書」	田中耕一、岩間信之、佐々木緑、 駒木信比古、斉藤幸夫	平成17年
2.	「地域生活を支える流通のあり方と『買物弱者』対策の課題」	上原征彦、中麻弥美	平成23年5月
3.	「買い物弱者対策の諸類型」日本交通政策研究会『都市・地域圏構造を考慮した総合交通政策の研究』(日交研シリーズ)	高橋愛典	平成24年
4.	「買い物弱者を応援するサービス事例から得られる継続可能な協働への示唆」『流通情報』	工藤憲一、木村淳、野崎洋之、上 田一全	平成23年
5.	「住民意識からみた食料品アクセス問題-食料品の買い物における不便や苦勞の要因—」 『農業経済研究』	薬師寺哲郎、高橋克也、田中耕 一	平成25年
6.	食料品アクセスに関する市町村の意識	高橋 克也、薬師寺 哲郎	平成23年8月
7.	「『買物弱者』対策と事業採算性」『経営研究』	赤坂嘉信、加藤司	平成24年
8.	「『買い物弱者』問題と流通システム、生協購買事業」『生活協同組合研究』	木立真直 他	平成22年9月
9.	「いまもう一度、フードデザートを考える」	木立真直 他	平成23年12月
10.	地域社会における食のやさしさとフード・セーフティネット・システムの構築	岡井康二、岡井紀代香	平成26年
11.	「フードデザート問題の現状と地域づくり」『月刊福祉』	岩間信之	平成26年
12.	「今こそ求められる『買物支援』」『都市計画』	古沢由紀子	平成23年
13.	『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)	岩間信之	平成25年
14.	『買物難民 もうひとつの高齢者問題』(大月書店)	杉田聡	平成20年9月

本編

- 0 プロジェクト/スケジュールの概要
- 1 買物弱者・フードデザート問題の実態
 - 1-1: 買物弱者問題の全体像
 - 1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望
 - 1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題
 - 1-4: 実態調査結果のまとめ
- 2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント
 - 2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像
 - 2-2: 先進事例の概要とポイント
 - 2-3: インフラ面・法律面の現状と課題
 - 2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組
 - 2-5: 取組調査結果のまとめ
- 3 調査まとめ

資料編

- A 参考文献
- B 全国シンポジウム開催概要**
- C 意見交換会アンケート結果

資料編(別添)

- ア 買物弱者応援マニュアル
- イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書
- ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書
- エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

本調査では、シンポジウム開催、買物弱者問題の周知を行うと共に来場者へのアンケートを行い買物弱者を取り巻く状況についても調査。

PR活動 概要

概要

- 買物弱者問題への意識を全国で高めるため、雑誌や新聞記事への広告記事の掲載と、全国9か所(東京、沖縄、福岡、高松、広島、名古屋、大阪、仙台、札幌)でのシンポジウムを実施した
- シンポジウムでは2時間の中で、有識者の講演(1時間程度)、政策紹介(15分程度)、パネルディスカッション(30分強)を行った(時間は目安)
- 来場者にアンケートを配布・回収し、各地域の買物弱者問題に対する意識を調査した

シンポジウムの状況



▲大阪における有識者講演の様子



▲仙台における政策紹介の様子



▲東京におけるパネルディスカッションの様子



▲名古屋におけるパネルディスカッションの様子

B 全国シンポジウム開催概要 (参考)シンポジウム登壇者

シンポジウムでは、有識者のほか、事業者や自治体の協力を得た。

シンポジウム登壇者(敬称略)

開催日	開催地	有識者	自治体	事業者
2/23	東京	日本大学商学部 秋川卓也	千葉県野田市	(合)うらだ、若山台自治会連合会、 京王電鉄
2/24	沖縄	沖縄大学人文学部 宮城能彦	—	(株)ファミリーネットワークシステムズ [※] ココネット(株)、(株)琉球新報社
2/27	福岡	明治学院大学 浅川達人	福岡県福岡市 福岡県北九州市	(株)光タクシー、ココネット(株)
3/4	高松	茨城大学人文学部 田中耕市	高知県	那賀町商工会、NPO法人(まち)のよろず屋 (株)とくし丸
3/5	広島	茨城キリスト教大学文学部 岩間信之	鳥取県 広島県神石高原町	(有)安達商事、(有)さんわ182ステーション (株)ポプラ
3/11	名古屋	拓殖大学商学部 池田真志	愛知県豊田市 静岡県御殿場市	足助商工会、(株)アクティブモコ
3/13	大阪	茨城キリスト教大学文学部 岩間信之	—	若山台自治会連合会、(株)松源、 (株)ファミリーネットワークシステムズ [※]
3/19	仙台	茨城大学人文学部 田中耕市	宮城県角田市	(社協)臥牛三敬会、(有)河内屋商店 福島県商工会連合会
3/20	札幌	愛知大学地域政策学部 駒木伸比古	—	NPO法人地域おこし協力隊、下川ふるさと開発振 興公社、若山台自治会連合会、株式会社グローバル・コ ミュニケーションズ、ヤマト運輸北海道支社

シンポジウムでは、事業における押さえどころや、行政との関係性など、多岐にわたる質問が有識者および参加者から投げかけられた。

シンポジウムにおける質疑応答(抜粋)

<p>Q. 事業で進める上で苦労することは？</p>	<p>A. 既存商店からの反発に対し説得することが大変である A. 事業当初は既存事業者からの反発があったが、事業による地域活性化の結果、既存事業者の仕事も増加した。現在では歓迎ムードである。</p>
<p>Q. 採算性を向上させるためには？</p>	<p>A. 事業の必要性を住民自身が認識し、支えていく必要がある A. 配送コストを抑えるために、同じトラックにあらゆる業種の商品をいかに混載することが重要 A. ボランティアがチラシを制作することで、広告費を削減することができ、収益が圧迫されずに済んでいる(コストを下げて収益を確保することが重要)</p>
<p>Q. 事業の成功/失敗の分かれ道となる一番大切なことは？</p>	<p>A. 何が困っているのか、というリサーチを行い、ニーズを的確に把握することが重要である A. 交通の場合、パイを広げるのではなく、目的(「誰が」「何をするための」交通なのか)を明確にする必要がある(パイを広げると、皆のメリットが薄く不便な乗り物になってしまう)</p>
<p>Q. 行政との関係のあり方、あるべき姿は？</p>	<p>A. 地域を訪問する際に、キーパーソンを紹介してもらえたことが大変ありがたい A. 行政自身もニーズを見つけ出すことが大変である。地域と事業者の関係を構築する際に行政が入ることが重要である。</p>
<p>Q. 買物弱者支援事業で大切だと思うことは？</p>	<p>A. 利用者の多くは人とのつながりを求めており、それに応えられるのが買物弱者支援事業である A. コミュニティを維持したいという人材をどのように育てていくかが今後非常に重要である</p>

本調査では、買物弱者問題を全国に周知するとともに地域ごとの現状を把握するため、全国9か所においてシンポジウムを開催し、アンケートを実施した。

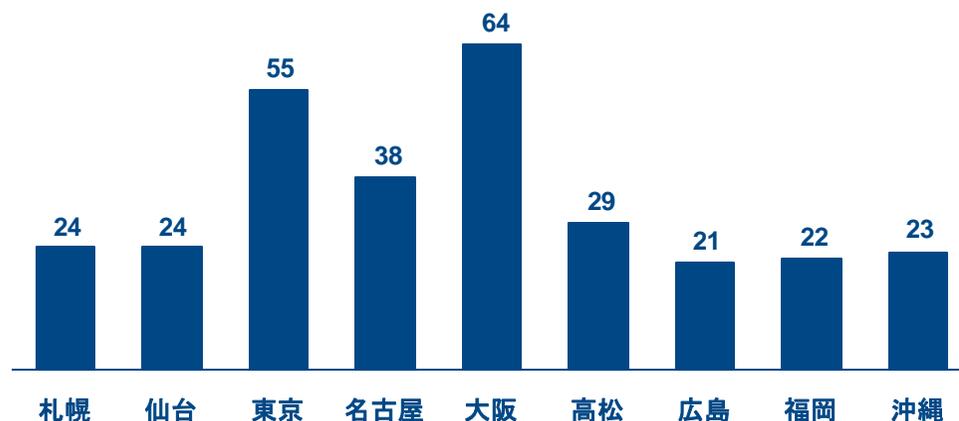
アンケート質問項目

- Q1 本日も越しいただいた会場を選択してください
- Q2 所属組織を教えてください
- Q3 本日のシンポジウムのご感想をお聞かせください
- Q4 本日のシンポジウムを踏まえ、買物弱者対策事業を始めたいと思いましたが
- Q5 あなたが事業を行っている地域/管轄している地域に買物弱者がいると思いますか
- Q6 あなたが事業を行っている地域/管轄している地域において、買物弱者問題の対策はされていますか。対策がなされている場合、その取組は有効ですか
- Q7 シンポジウムや買物弱者問題等、その他ご意見ございましたら、以下にご記入ください

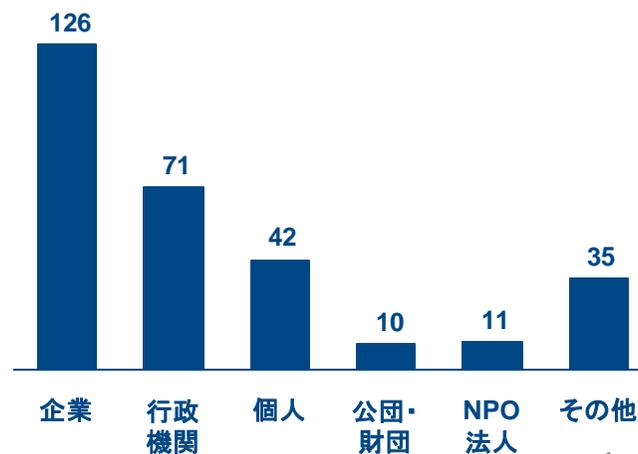
全国9か所の会場に述べ540名が参加した。参加者の属性では、企業に所属する人が最も多かった。

PR活動アンケート結果 参加者の属性

Q1 本日お越しいただいた会場を選択してください



Q2 所属組織を教えてください

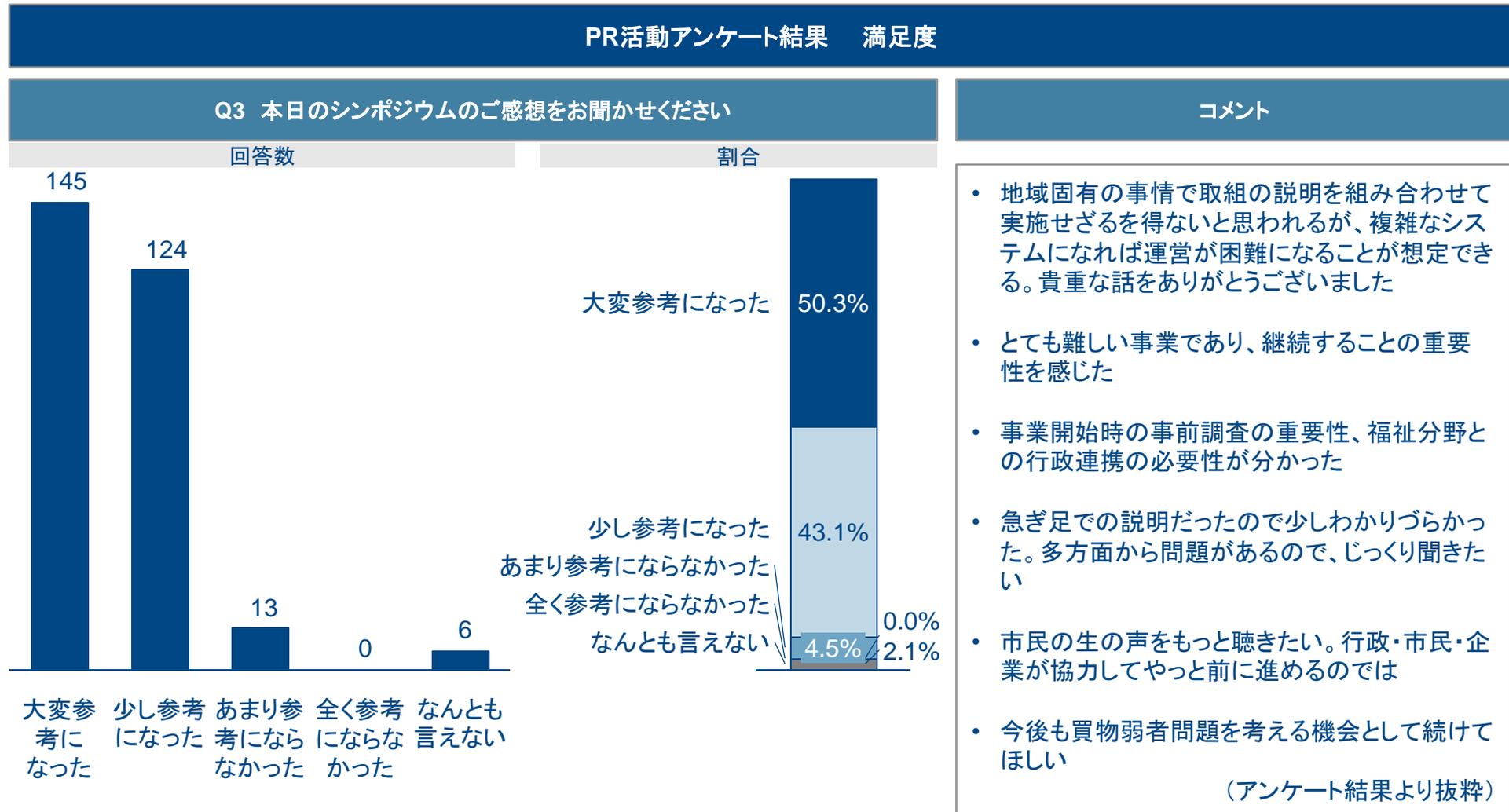


(参考)各会場参加人数

札幌	46名	名古屋	66名	広島	44名
仙台	43名	大阪	100名	沖縄	52名
東京	100名	高松	51名	福岡	38名
		総計	540名		

【その他 一例】
大学、医療法人、商店街、商工会など

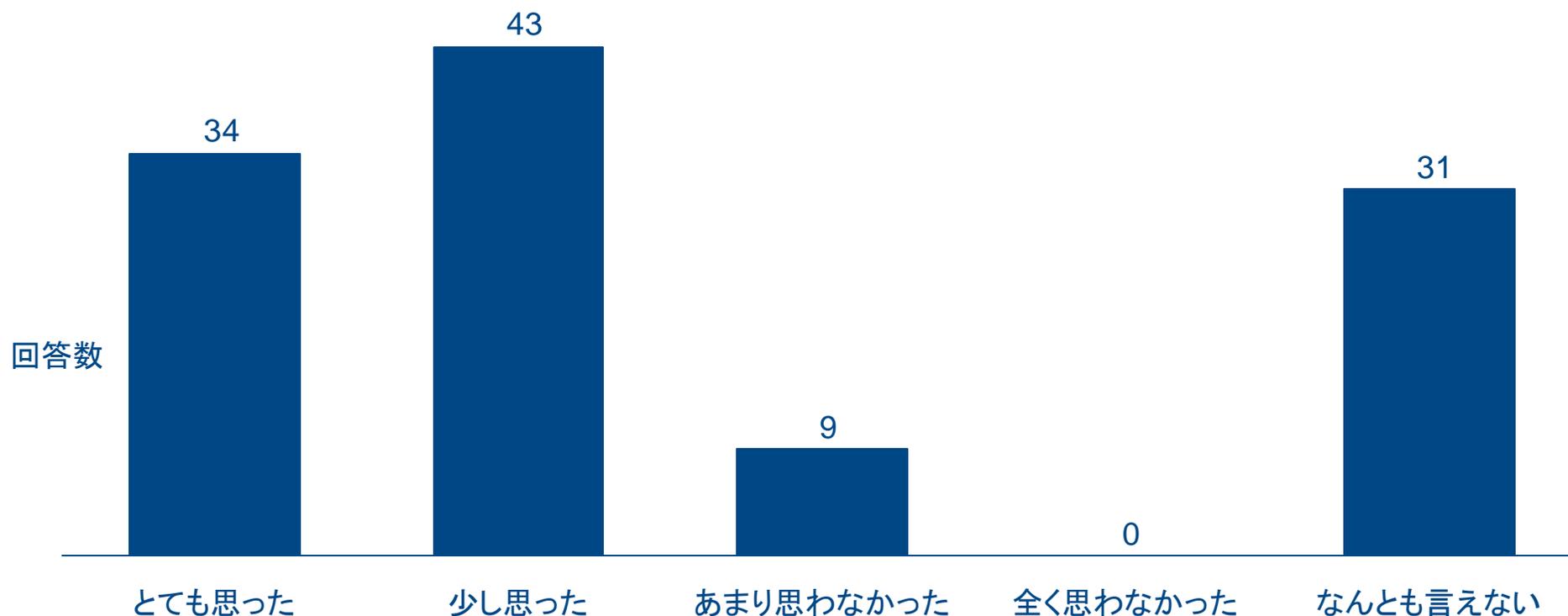
参加者アンケートによると、「大変参考になった」「少し参考になった」と回答した参加者が全体の9割を占めていた。



シンポジウムの結果、買物弱者対策事業へ関心を持つ事業者が過半数を超えた。

PR活動アンケート結果 Q4 本日のシンポジウムを踏まえ、買物弱者対策事業を始めたいと思いましたが

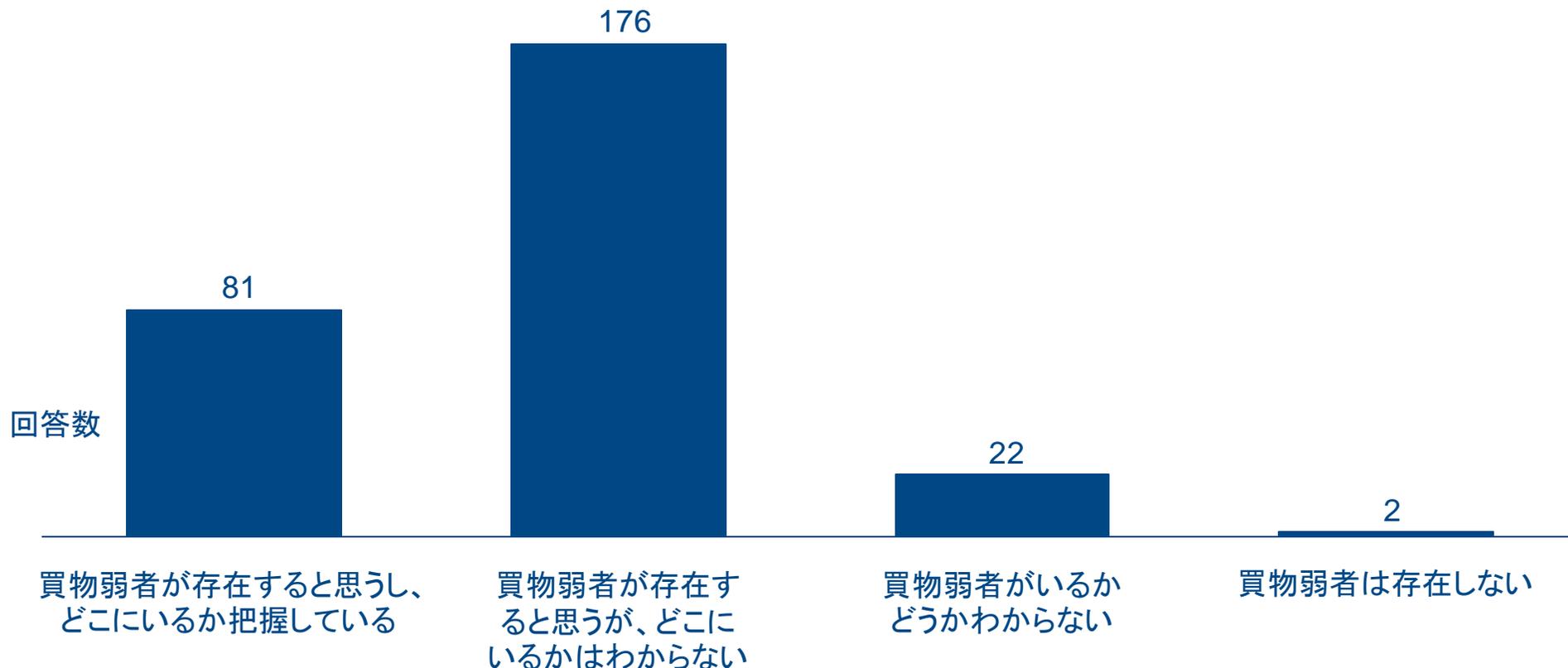
所属組織「企業」のみの結果



Source:「買物弱者の現状と対策に関するシンポジウム」アンケート結果よりADL作成

買物弱者の存在有無に対して質問したところ、「買物弱者が存在すると思うが、どこにいるかはわからない」と回答した人が最も多く、買物弱者に対する実態把握が不足している可能性がある。

PR活動アンケート結果 Q5.買物弱者がいるか

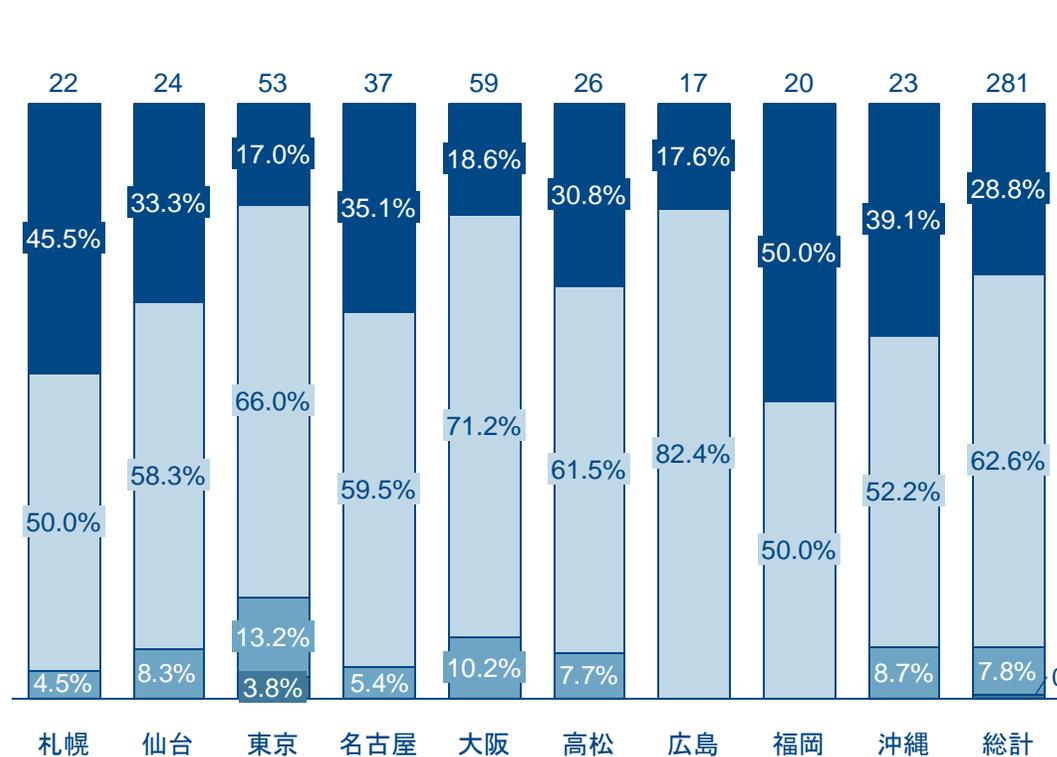


Source:「買物弱者の現状と対策に関するシンポジウム」アンケート結果よりADL作成

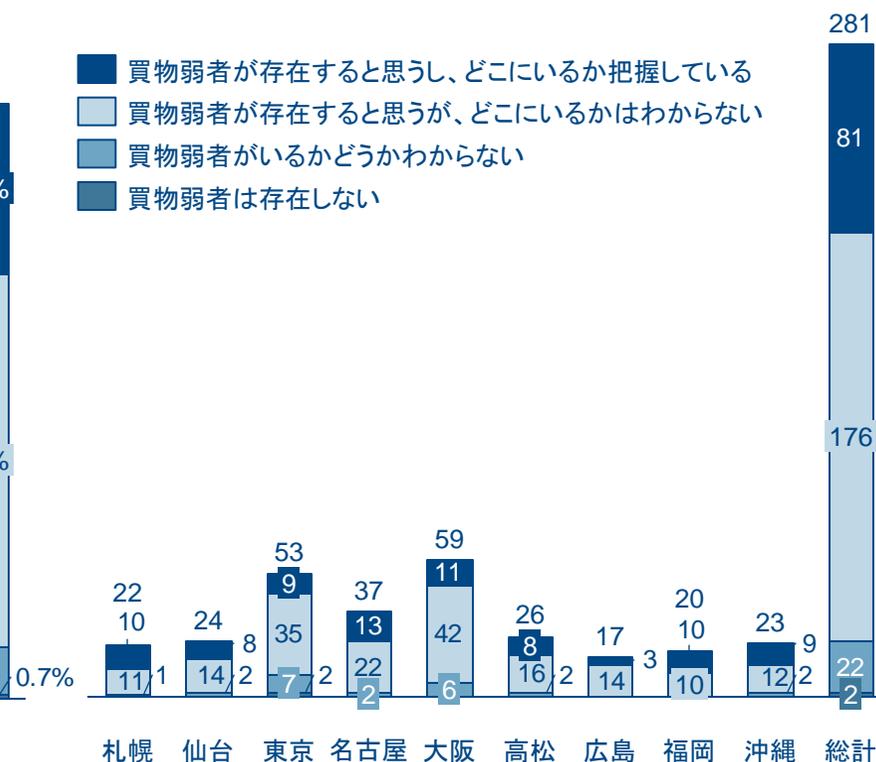
買物弱者の存在に対する認知度を地域別に見ても、有意な差は見られなかった。

PR活動アンケート結果 Q5.買物弱者がいるか

買物弱者の把握 割合



買物弱者の把握 絶対数



Source:「買物弱者の現状と対策に関するシンポジウム」アンケート結果よりADL作成

取組みの有無と有効性をまとめると、家まで商品を届ける取組みが最も普及率が高く、有効性も高いと認識されている。

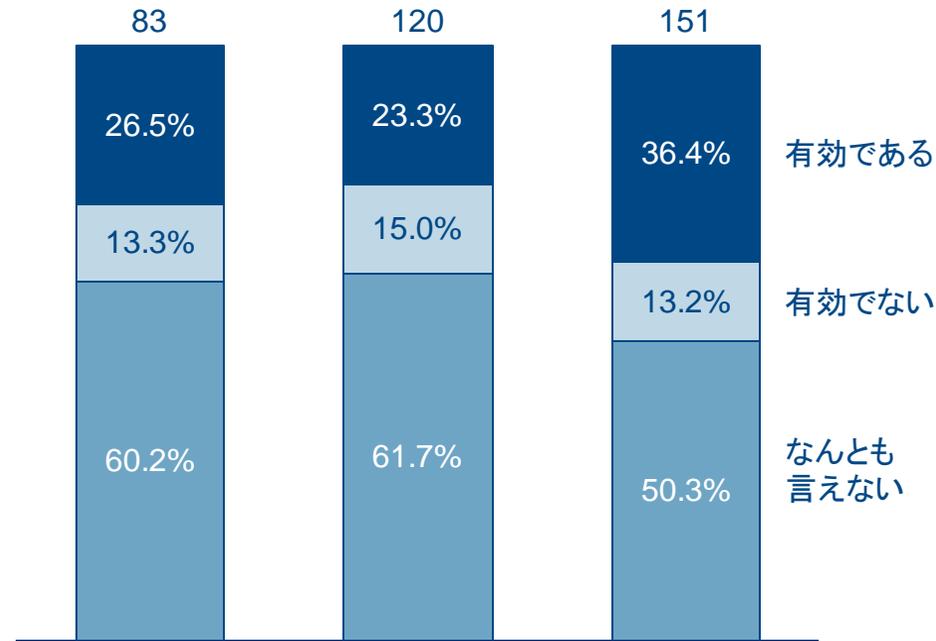
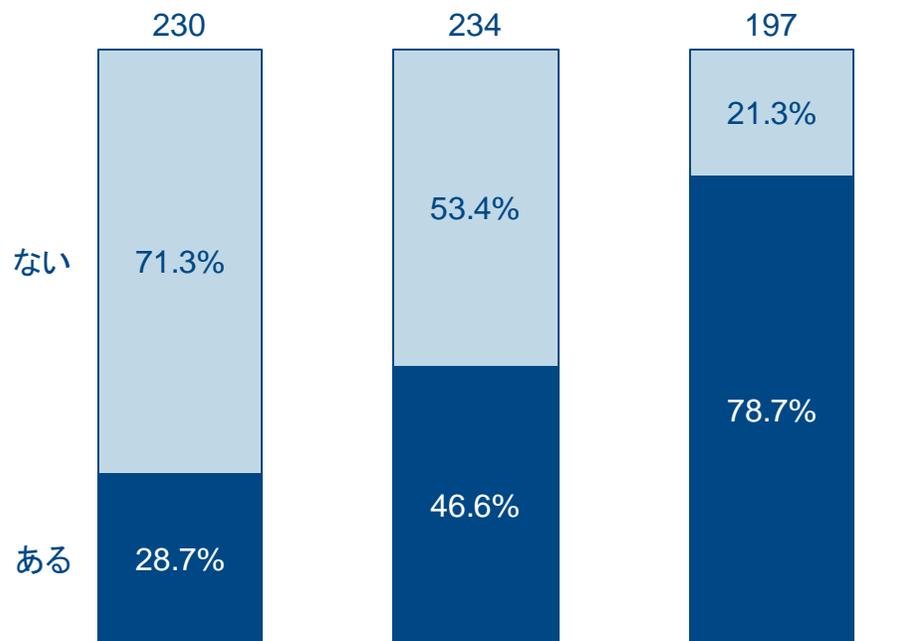
PR活動アンケート結果 買物弱者問題対策事業の有無と取組みの有効性 “近くにお店を作る”

あなたが事業を行っている地域/管轄している地域において、買物弱者問題の対策はされていますか

対策がなされている場合、その取組は有効ですか

近くにお店を作る 家からでかけやすくする 家まで商品を届ける

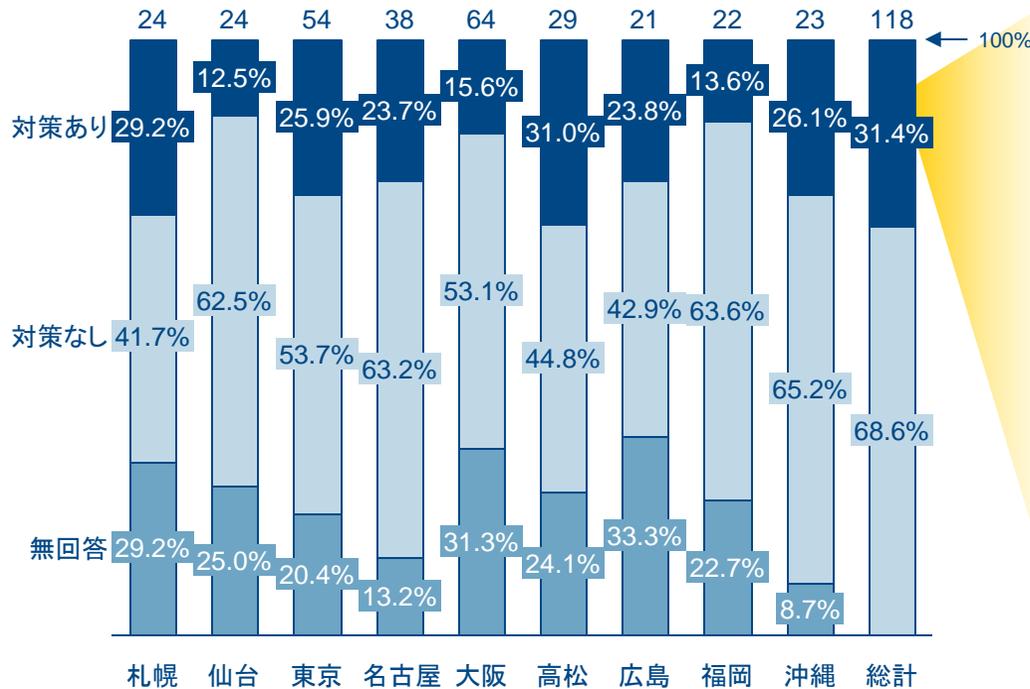
近くにお店を作る 家からでかけやすくする 家まで商品を届ける



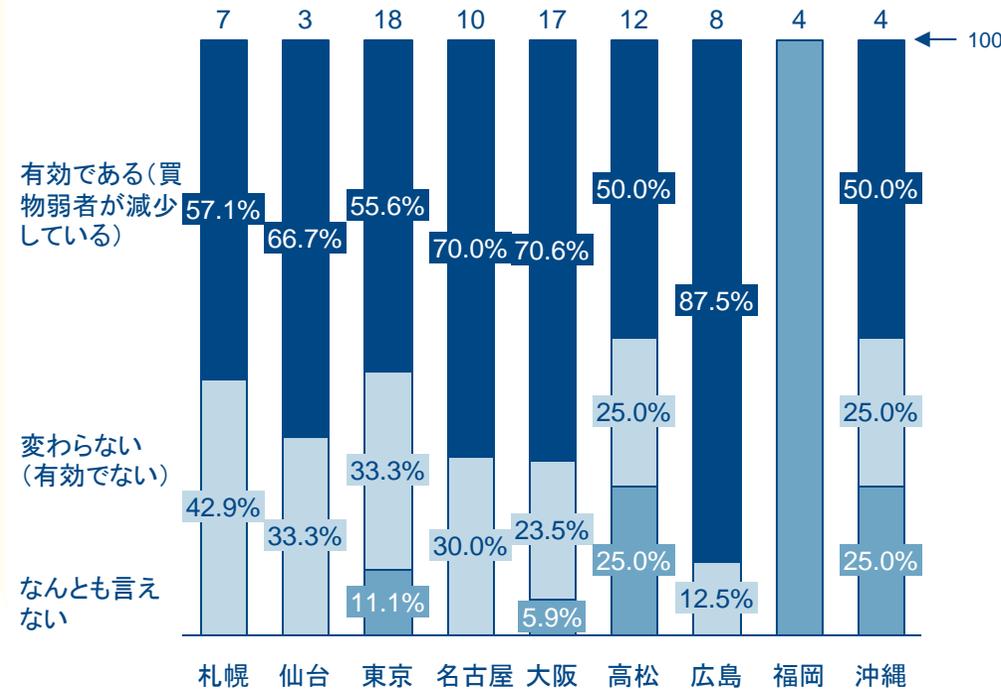
「近くにお店を作る」取組みに関して、地域ごとに大きな差はない。

PR活動アンケート結果 買物弱者問題対策事業の有無と取組みの有効性 “近くにお店を作る”

あなたが事業を行っている地域/管轄している地域において、
（“近くにお店を作る”という）買物弱者問題の対策はされていますか



（“近くにお店を作る”という）対策がなされている場合、
その取組は有効ですか

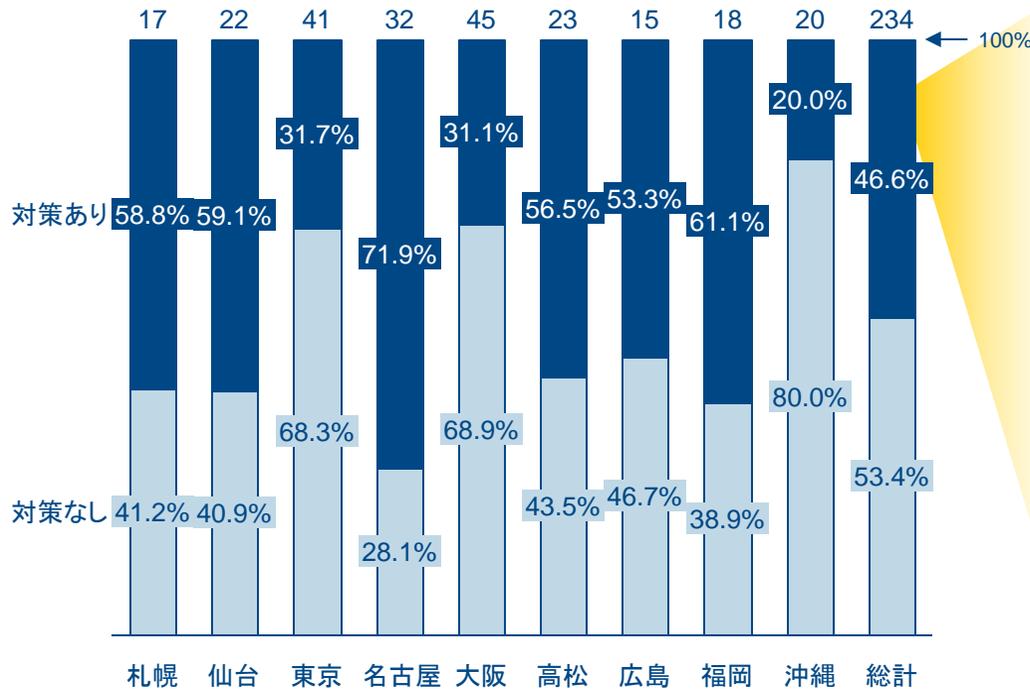


Source:「買物弱者の現状と対策に関するシンポジウム」アンケート結果よりADL作成

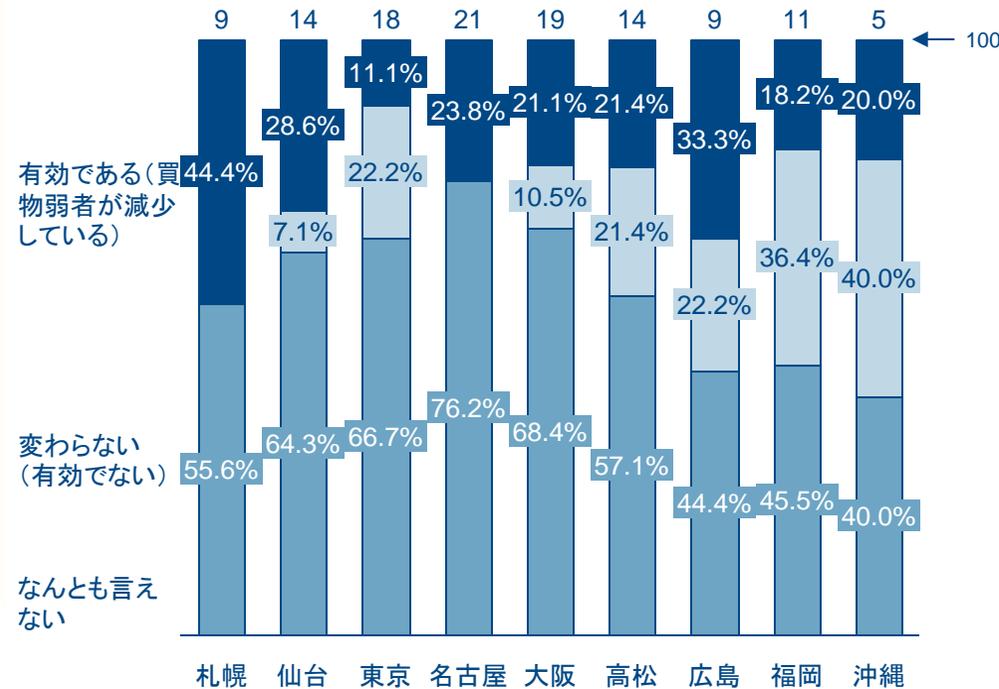
「家から出かけやすくする」取組みについて、東京、沖縄、大阪を除く地域では半数以上の人々が「対策あり」と回答しているが、有効性は総じて低い。

PR活動アンケート結果 買物弱者問題対策事業の有無と取組みの有効性 “家から出かけやすくする”

あなたが事業を行っている地域/管轄している地域において、
（“家から出かけやすくする”という）買物弱者問題の対策はされていますか



（“家から出かけやすくする”という）対策がなされている場合、
その取組は有効ですか

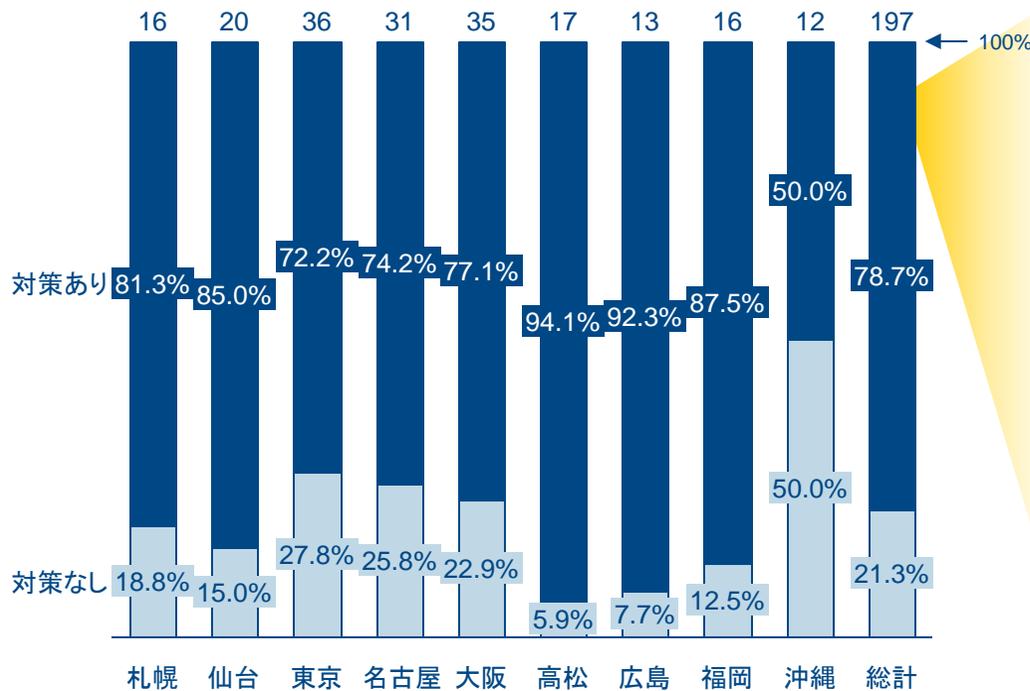


Source:「買物弱者の現状と対策に関するシンポジウム」アンケート結果よりADL作成

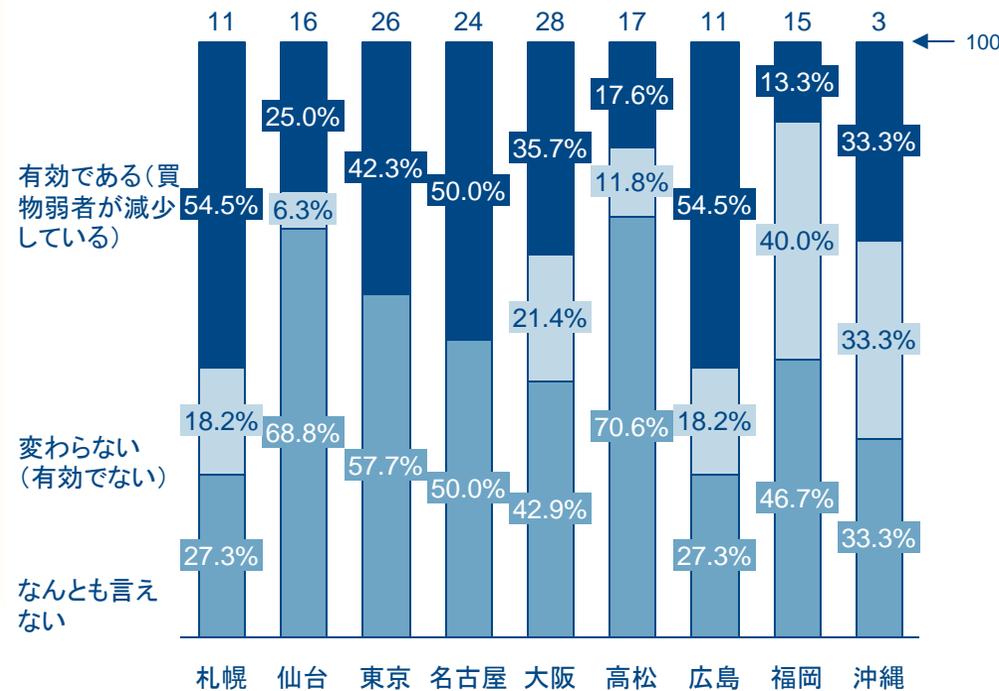
「家まで商品を届ける」取組みについて、沖縄を除く都市圏での普及度は7割を超えているが、有効性に対する認識は様々である。

PR活動アンケート結果 買物弱者問題対策事業の有無と取組みの有効性 “家まで商品を届ける”

あなたが事業を行っている地域/管轄している地域において、
（“家まで商品を届ける”という）買物弱者問題の対策はされていますか



（“家まで商品を届ける”という）対策がなされている場合、
その取組は有効ですか



Source:「買物弱者の現状と対策に関するシンポジウム」アンケート結果よりADL作成

シンポジウム参加者に対するアンケートの結果、買物弱者に対する問題意識は高く、取組みも各地で行われてはいるものの、取組みが不十分な地域は依然として多いと考えられる。

PR活動アンケート結果 まとめ

- ✓ シンポジウムには述べ500名が参加し、そのうち企業に所属する人が4割を占めていた
- ✓ シンポジウムに対する満足度は概ね高く、「大変参考になった」「少し参考になった」と回答した参加者が全体の9割を占めていた。
- ✓ シンポジウムの結果、買物弱者対策事業を始めたいと思った人が約7割を占め、本シンポジウムが買物弱者問題および対策への啓発に寄与したと考えられる
- ✓ 買物弱者の存在有無に対して質問したところ、「買物弱者が存在すると思うが、どこにいるかはわからない」と回答した人が最も多く、買物弱者に対する実態把握の甘さが浮き彫りになった
- ✓ 買物弱者問題への取組み「近くにお店を作る」「家から出かけやすくする」「家まで商品を届ける」のうち、「家まで商品を届ける」の普及率が高く、有効性も高いと認識されている
 - 「近くにお店を作る」取組みは全体の約3分の1で実施されているものの、その有効性は低く、3割程度にとどまる
 - 地域ごとに大きな差は見られなかった
 - 「家から出かけやすくする」取組みも全体の約半数で実施されているが、その有効性は低く、2割程度にとどまっており、3つの取組みの中で最も有効性が低いと認識されている
 - 東京、沖縄、大阪を除く地域では半数以上の人が「対策あり」と回答しているが、有効性は総じて低い
 - 「家まで商品を届ける」取組みは、他の2つの取組みと比較すると多く、全体の8割で実施されているが、有効性はそのうち4割程度にとどまる
 - 沖縄を除く都市圏での普及度は7割を超えているが、有効性に対する認識は様々である

本編

- 0 プロジェクト/スケジュールの概要
- 1 買物弱者・フードデザート問題の実態
 - 1-1: 買物弱者問題の全体像
 - 1-2: 各地域類型における買物弱者問題の発生要因と今後の展望
 - 1-3: 買物弱者問題から生じる波及課題
 - 1-4: 実態調査結果のまとめ
- 2 買物弱者問題の解決に向けた取組とポイント
 - 2-1: 買物弱者問題の解決に向けた取組の全体像
 - 2-2: 先進事例の概要とポイント
 - 2-3: インフラ面・法律面の現状と課題
 - 2-4: 買物弱者問題に対する海外の取組
 - 2-5: 取組調査結果のまとめ
- 3 調査まとめ

資料編

- A 参考文献
- B 全国シンポジウム開催概要
- C 意見交換会アンケート結果**

資料編(別添)

- ア 買物弱者応援マニュアル
- イ 埼玉県日高市意見交換会 報告書
- ウ 千葉県銚子市意見交換会 報告書
- エ 大阪府泉佐野市意見交換会 報告書

日高市では、「買物・地域公共交通についてのアンケート調査」を実施した。

「買物・地域公共交通についてのアンケート調査」概要

調査概要

- 配布期間: 2014年1月22日～(28日頃)
- 配布方法: 郵送配布(地域指定配達郵便)
- 回収方法: 郵送回収(料金後納)
- 配布数: 2000世帯(4000部) ※1世帯に1つの封筒で2部同封
- 回答数: 833世帯(1350部)
- 回収率: 世帯回収率 44.22% (調査票回収率 33.8%)
- 配布対象エリア: ひだか団地(戸建て)地区として、バス路線沿線の以下のエリアを設定
 - 埼玉県日高市(高萩1丁目、高萩2丁目、高萩の一部)
 - 埼玉県川越市(笠幡の一部)
 ※原則として全世帯への配布だが、一部地区で数量不足により未配達があったと連絡有り。



アンケート配布地域 地図

アンケート質問項目

別添資料参照

C 意見交換会アンケート結果 (参考)バス停留所と近隣スーパーの位置

日高団地に最も近いベイシアひだかモール店は、「ひだか団地入口」から徒歩10分、「ひだか団地」からは徒歩15分強の位置にある。

(参考)バス停留所と近隣スーパーの位置



ベイシアひだかモール店

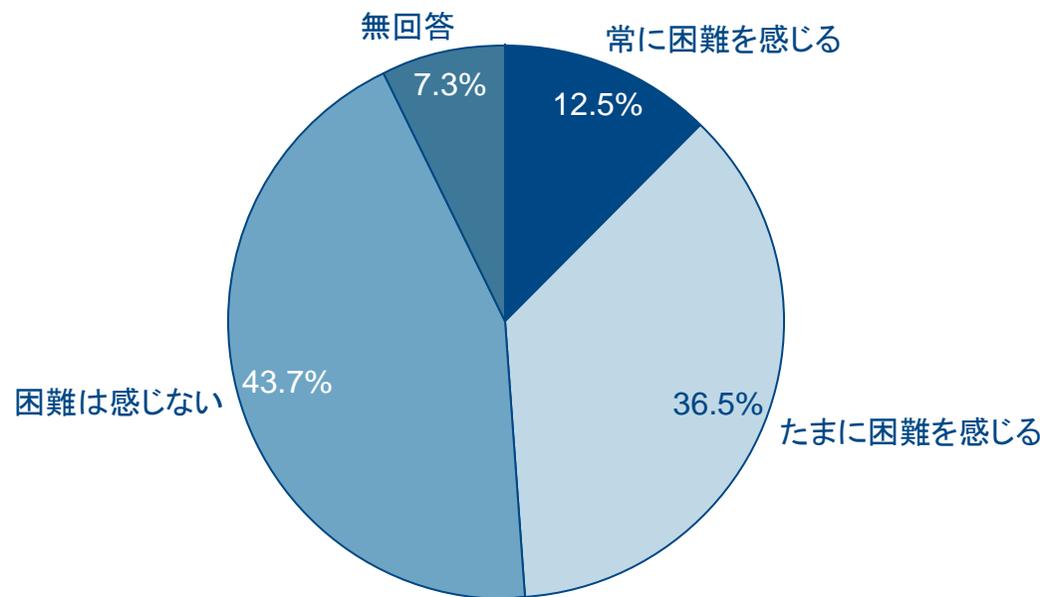
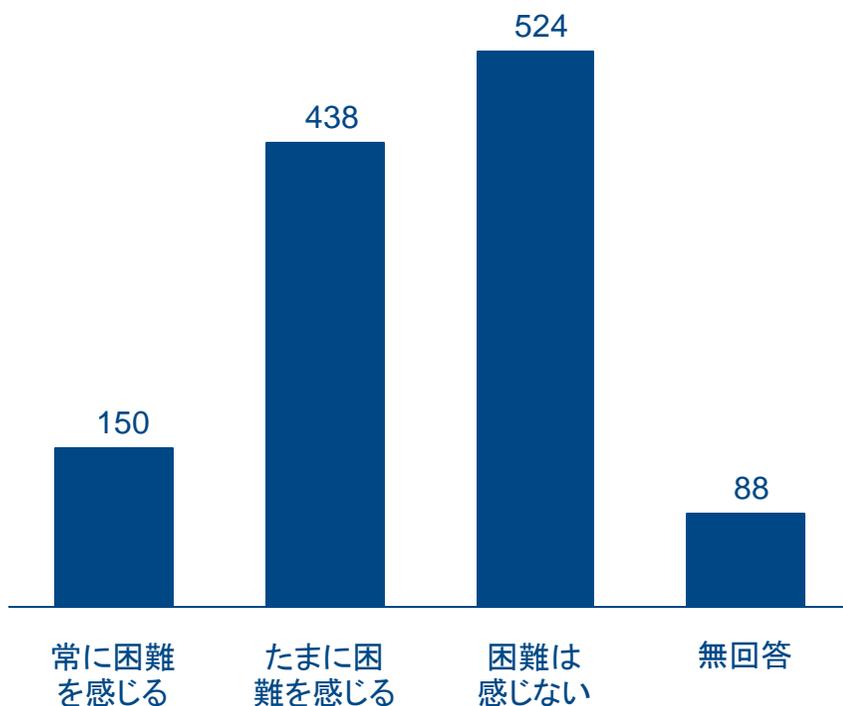


日高団地において、買物に困難を感じる人が発生している。

日高市アンケート結果 買物困難人口

日常の買物に困難を感じている人数

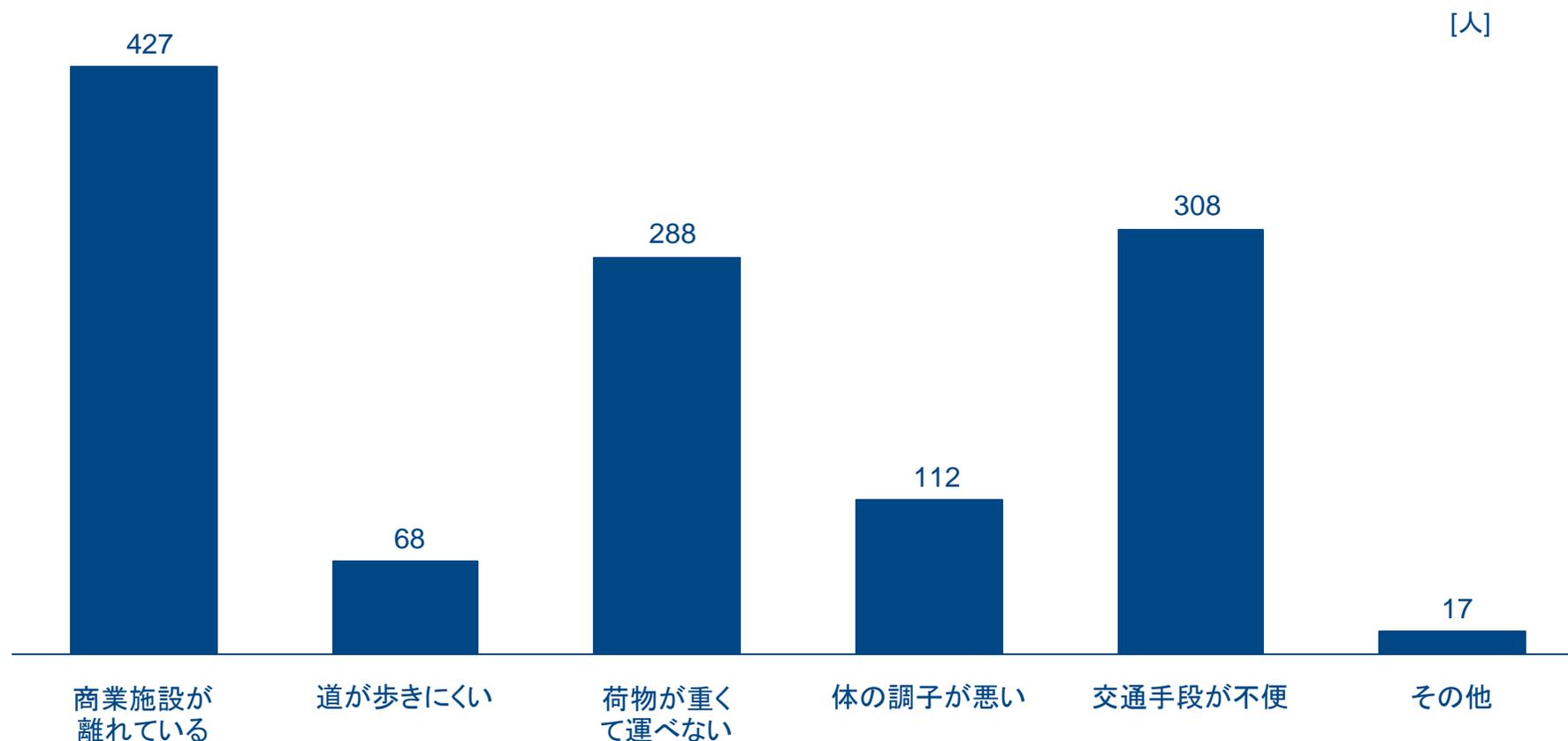
日常の買物に困難を感じている割合



C 意見交換会アンケート結果 買物が困難だと感じる理由

買物に「たまに困難を感じる、常に困難を感じる」と回答した人の困難と感じる理由は、商業施設が離れているためであるという意見が最も多い。

日高市アンケート結果 買物が困難だと感じる理由



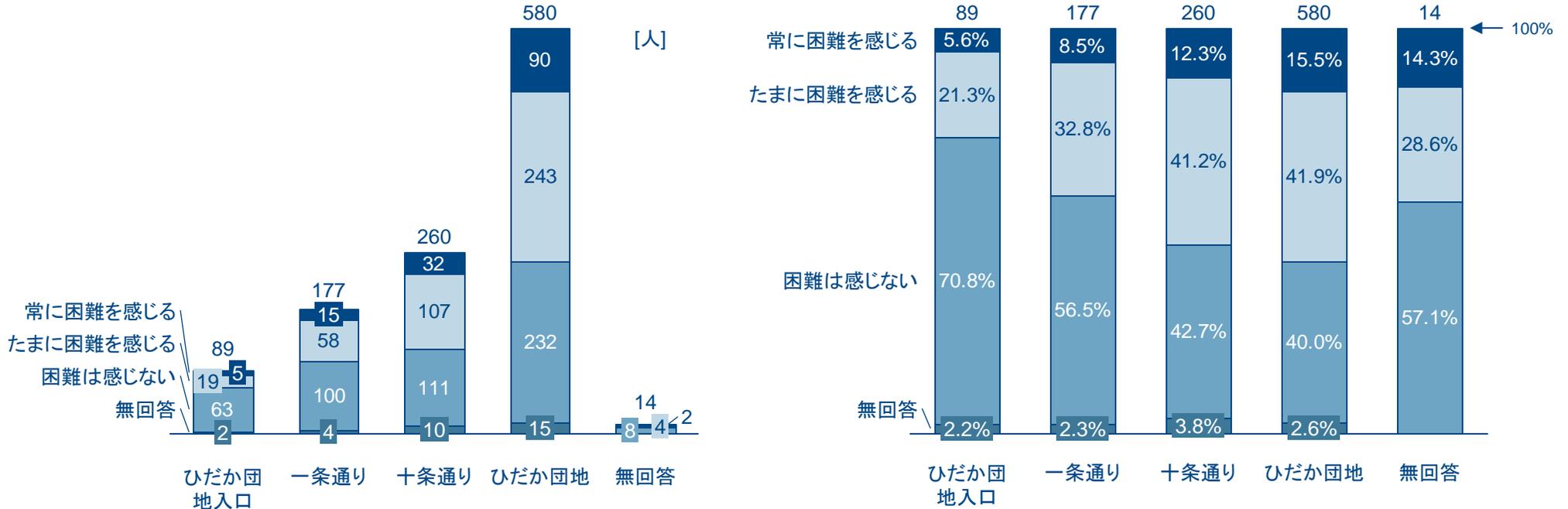


実際に、他地域と比較すると、ひだか団地バス停地域における買物困難人口が、数および割合ともに最も高い。次に困難人口が多いのは十条通りバス停地域である。

日高市アンケート結果 居住地域と買物困難人口

居住地域と買物困難人口

居住地域と買物困難人口の割合



ひだか通り、十条通りともに、日高団地内では高萩駅から遠い地域であるため、買物が困難になっている可能性が高い。

徒歩圏内の団地内への食料品が充実したスーパーの設置あるいは近隣スーパーマーケットへの移動手段が求められている。

買物環境に対するコメント

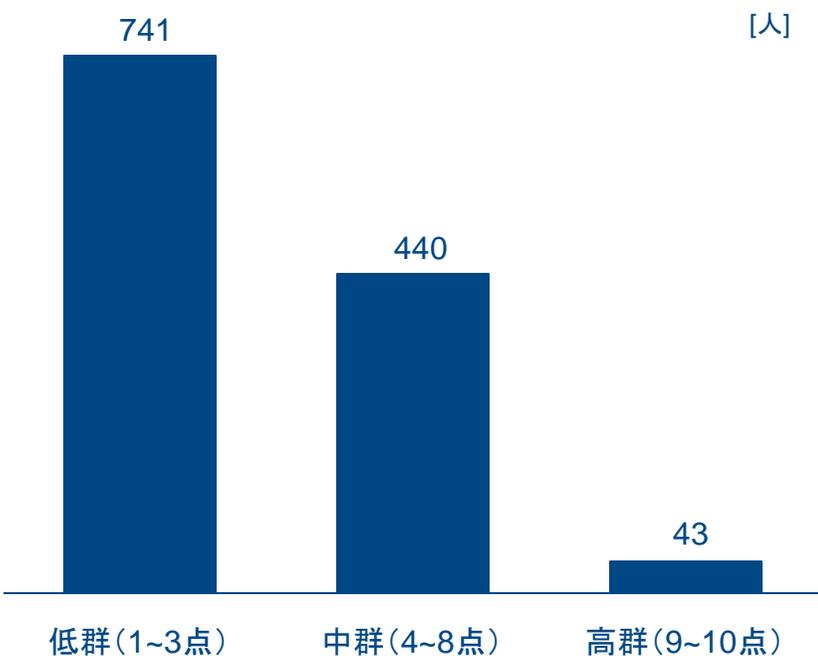
- 団地内に食料品店を求める声が多い
 - 団地内にまともな商店がない
 - 日高団地にスーパー(鮮魚)がなく不便を感じる
 - 団地内で徒歩圏内で可能な買物施設が欲しい
 - 徒歩で行ける範囲にコンビニエンスストアが欲しい(以前あったが閉店した)
- 近隣スーパーであるベイシアへの移動手段を求める声が多い
 - 日高モールベイシアにバスが乗り入れてほしい
 - 団地から駅へ直行でなくスーパー(カインズ・ベイシア)を廻って駅へ行く便が出来るとありがたい

C 意見交換会アンケート結果 食品多様性得点

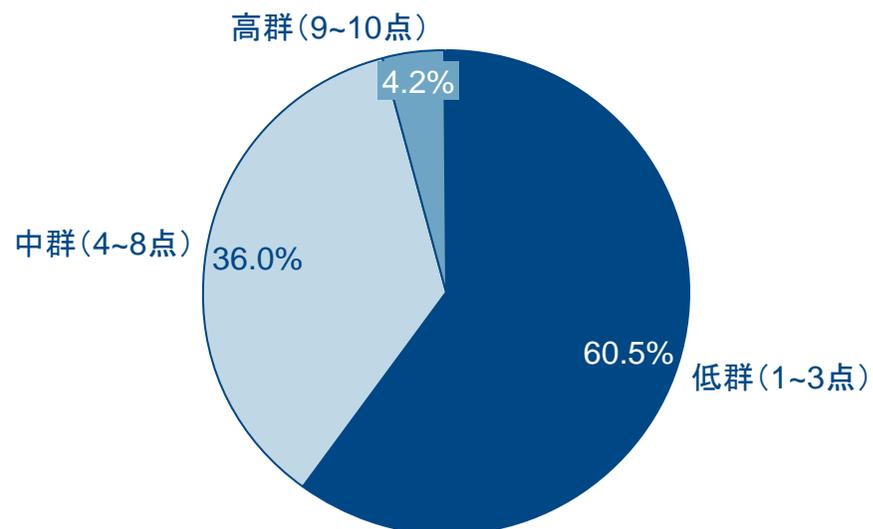
低栄養のリスクが高まる食品多様性得点低群の割合は全体の6割にも及ぶ。

日高市アンケート結果 食品多様性得点

食品多様性得点 各群の人数



食品多様性得点 各群の割合

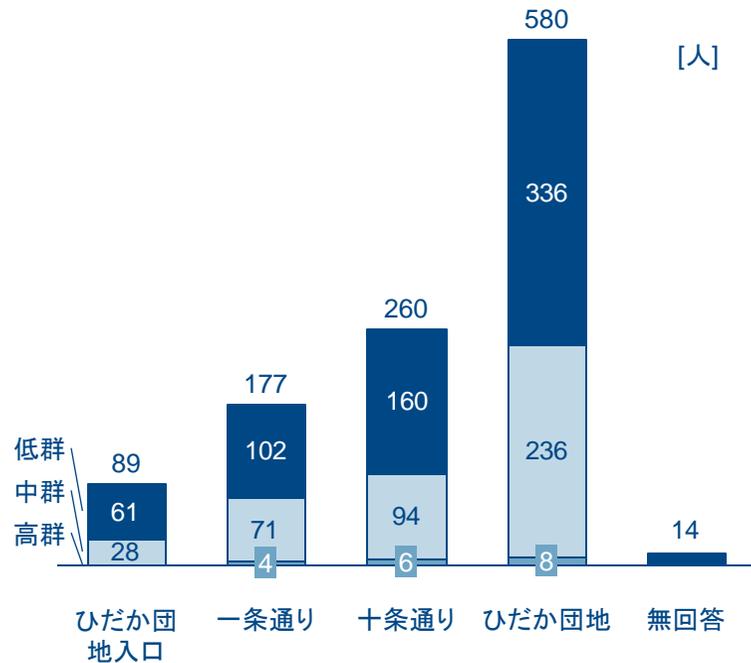




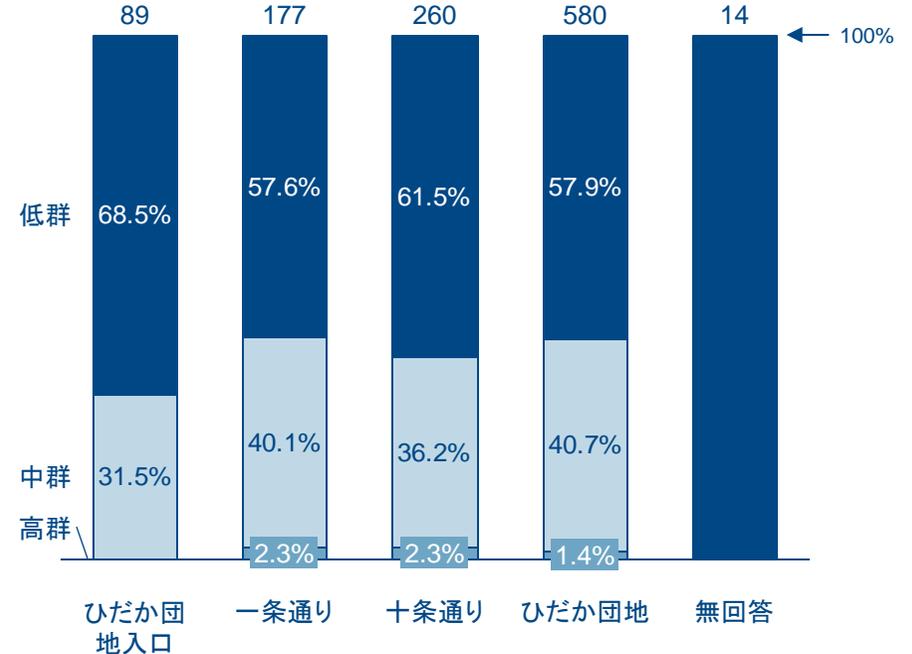
食品多様性得点の低下(=低栄養の深刻化)は、買物困難地域に限定せず発生しており、交通手段の改善以外の対策が求められる可能性がある。

日高市アンケート結果 食品多様性得点

居住地域と食品多様性得点低群 人数



居住地域と食品多様性得点低群 割合



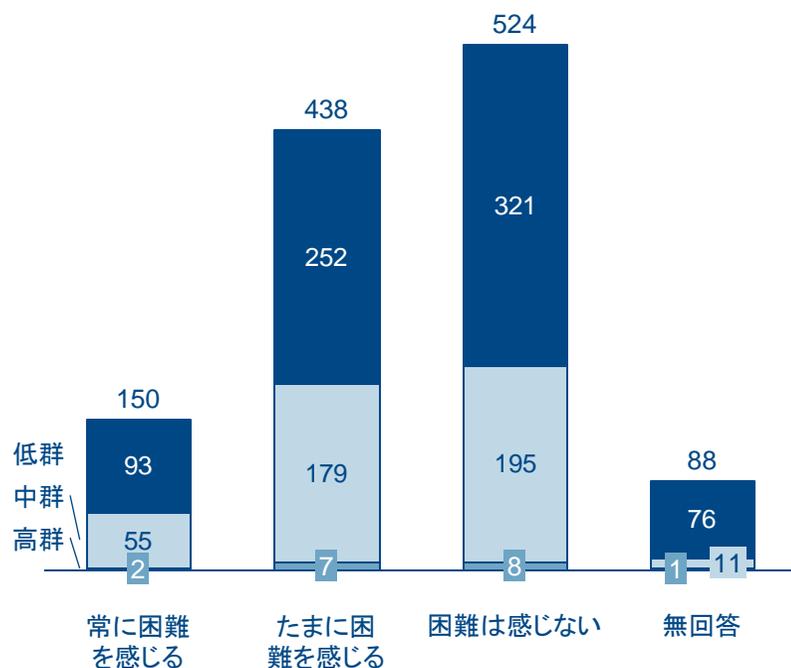
Source: イーグルバスアンケート結果よりADL作成

C 意見交換会アンケート結果 食品多様性得点 (参考)買物困難度別結果

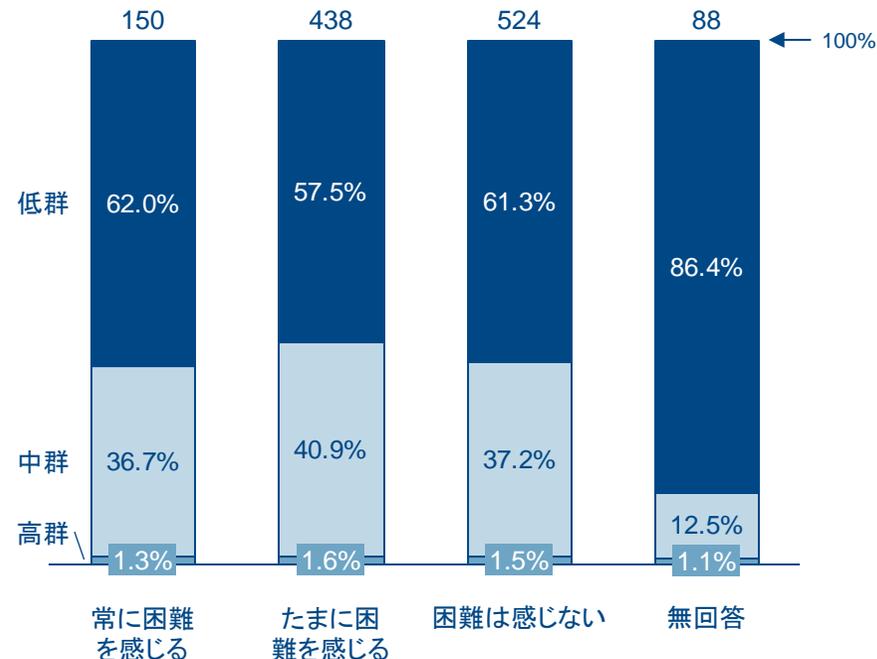
日高団地では、買物の困難度と食品多様性得点の相関が低く、食品多様性得点の低下は、買物困難地域に限定せず発生しており、交通手段の改善以外の対策が求められる可能性がある。

日高市アンケート結果 食品多様性得点

買物困難度と食品多様性得点低群 人数



買物困難度と食品多様性得点低群 割合



Source: イーグルバスアンケート結果よりADL作成

日高団地においては買物弱者の発生が確認され、今後買い物場の開設あるいは交通手段の拡充が求められている。今後、詳細なニーズの把握が求められる。

日高市アンケート結果 まとめ

【買物弱者問題とその対策について】

- ✓ 日高団地において、買物に困難を感じる人が全体の約半数を占めており、買物弱者が発生している
- ✓ 買物が困難だと感じる最も大きな理由は、商業施設が離れていることである
 - － 他に、「荷物が重くて運べない」、「交通手段が不便」なども主な理由として挙げられている
- ✓ 実際に、駅や近隣スーパーから離れているバス停留所周辺地域において買物に困難を抱える人が存在している
 - － 駅や近隣スーパーから距離のある「ひだか団地バス」停地域、「十条通りバス」停地域において、買物が困難だと感じている人が多い
 - － 最も駅に近い「ひだか団地入口」停留所から、団地一番奥のバス停「ひだか団地」までは徒歩の場合約10分弱かかってしまう
- ✓ 日高団地の現状、アンケートを踏まえると徒歩圏内の団地内への食料品が充実したスーパーの設置あるいは近隣スーパーマーケットへの移動手段が求められている
- ✓ 今後買物弱者対策事業の事業化にあたっては、アンケートだけでなく、より詳細なニーズの把握が必要となる

日高団地においては、地域に関わらず食品多様性得点の低下が生じており、今後、交通手段の改善以外の対策が求められる可能性がある。

日高市アンケート結果 まとめ

【波及効果としての低栄養問題】

- ✓ 低栄養リスクを見る食品多様性得点を分析すると、買物環境が比較的良好とされる「ひだか団地入口」停留所周辺において、食品多様性得点低群人口の割合が高い
 - 買物に対する困難度別に分析を実施しても、買物の困難度と食品多様性得点の相関は低く、食品多様性得点の低下＝低栄養化は地域を問わず発生している
- ✓ 商店までの距離だけにとらわれず、交通手段の改善以外の対策も併せて求められる可能性がある

Contact details

As the world's first consultancy, Arthur D. Little has been at the forefront of innovation for more than 125 years. We are acknowledged as a thought leader in linking strategy, technology and innovation. Our consultants consistently develop enduring next generation solutions to master our clients' business complexity and to deliver sustainable results suited to the economic reality of each of our clients.

Arthur D. Little has offices in the most important business cities around the world. We are proud to serve many of the Fortune 500 companies globally, in addition to other leading firms and public sector organizations.

For further information please visit www.adl.com

Contact:

Arthur D. Little (Japan), Inc.
3-5-1 Toranomom Minato-ku, Tokyo JAPAN

Tel : +81-3-3436-2196

Fax : +81-3-3436-2197