

買い物手段と交通に関する考察

岩手県立大学 学生会員 ○細沼由羽紀
 岩手県立大学 フェロー会員 元田 良孝
 岩手県立大学 正会員 宇佐美誠史

1. はじめに

近年、インターネットが普及するなどの背景から、買い物の仕方は多様化している。消費者のニーズに合わせたサービスも増加しており、買い物は利便性を増しているように思われる。しかし現在、流通機関や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている「買い物弱者」の数は、全国で 600 万人に及ぶといわれている¹⁾。自家用車の増加に伴い、公共交通機関が衰退し、主に自家用車を持たない中山間地の高齢者を中心に「買い物弱者」問題に陥っていると考えられる。現在、各地で様々な取り組みがなされているが、その評価については不明な点も多い。

本研究では、地方における買い物の現状を調査し問題点を分析するとともにその対策を考察することによって、今後の買い物弱者対策の一助とすることを目的とする。

2. 買い物に関する先行研究

経済産業省 (2010)¹⁾ は、商品を提供する側が「もっと消費者に自ら近づき、消費者の潜在時用を積極的に掘り起こしていく取組が図られるべき」として、買い物弱者への対策を①宅配サービス（商品を顧客に届ける）、②移動販売（商品を積載した店舗ごと顧客まで移動する）、③店への手段の提供（バスの運行等により顧客が店までの移動するのを促す）、④便利な店舗立地（顧客の近くに商品のある店を作る）の 4 つに分類している。

また、高橋ら (2012)²⁾ は、それまでの先行研究で提示された対策手段を、新たに流通と交通の観点から再整理した。流通からのアプローチは「商品を動かし（物流として）消費者に届けるもの」であり、交通からのアプローチは「消費者が動いて（旅客交通として）店舗・商品にアクセスするもの」を指す。

これらの先行研究から、地方での買い物対策はネット販売や移動販売等流通によるものと、公共交通機関での店へのアクセスがあるものと考えられる。ここではそれぞれの対策の得失を考察していきたい。

3. 陸前高田市調査に基づく考察

若干特殊な事例であるが被災地での買い物について述べる。元田ら (2013)³⁾ は、東日本大震災の被災地である岩手県陸前高田市の応急仮設住宅に居住している世帯を対象に、交通実態調査を行った。

それによると、買い物に行くときに使う交通手段として、82%の回答者が「自動車を利用する」と回答しており、バス等の公共交通はほとんど利用されていないことが明らかとなった。

また、週に 1 日以上頻度で買い物をしている人は、自由に使える自動車を持っている人が 84%、持っていない人が 66%となっており、両者の間に差が出る結果となった。(図 1)。移動販売を利用している人は約 35%、インターネットなど通信販売を利用している人は 20%程度と比較的少ない (図 2)。

キーワード：買い物弱者、公共交通、移動販売

連絡先 〒020-0193 岩手県滝沢村菓子152-52 岩手県立大学総合政策学部 TEL 019-694-2700

g041i084@s.iwate-pu.ac.jp

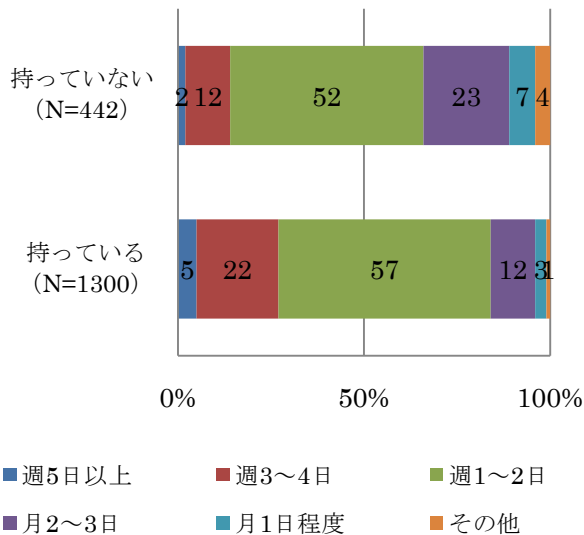


図1 自由に使える自動車を持っているかどうかによる買い物の頻度の違い

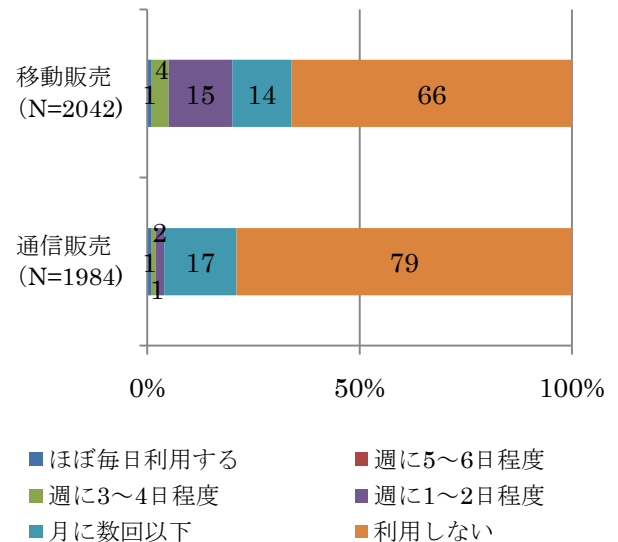


図2 移動販売及びインターネットなどによる通信販売の利用状況

被災地では、住民が高台の仮設住宅に移り住み、普段使っていた店までの距離が長く不便になったことや、店自体が被災して営業していない等の背景から、移動販売が重宝されていると考えられる。住民の需要と適合しており、被災地の「買い物弱者」対策として1つの対応であると言える。

一方で、一般的に移動販売は日常的に使われることが少ないために馴染みが薄く、他地域では同市ほど移動販売を利用しているとは考えられないため地域的比較が必要である。またインターネットを利用する通信販売等に関しては、買い物弱者の大半を占める高齢者層にとって、インターネットを使用できる環境が自宅にない、使いこなせないなどの理由から、被災している、していないに関わらず、多くの地域で浸透しづらいものなのではないかと推測される。

4. おわりに

ここまでで、買い物は流通と店へのアクセスに分けて考えられることが分かった。また、先行研究から、自由に使える自動車の有無によって買い物に行く頻度に差が出ることが明らかとなった。

今後取り組むこととして、まずは「自由に使える自動車の有無」が消費者の買い物行動に与える影響について明らかにしたい。特に、買い物に行く頻度の他に、買い物に行く時間帯や購入する商品の志向（価格、重さ等）、買い物に行くこと自体に対する心理（楽しい、面倒くさい等）について調査したいと考えている。さらに、被災地以外を含め買い物弱者にとって移動販売やインターネットを利用する通信販売等と、公共交通の充実のどちらが望まれるのかも明らかにしたい。店舗立地や公共交通機関のあり方、住民のニーズなど、地域それぞれの特色に合わせた対策方法を考察することによって、適切な対策を提案してゆきたいと考えている。

参考文献

- 1) 経済産業省：「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書」、2010
- 2) 高橋愛典・竹田育広・大内秀二郎：「移動販売事業をとらえる二つの視点—ビジネスモデル構築と買い物弱者対策—」、商経学叢第58巻第3号、2012
- 3) 元田良孝・宇佐美誠史：「陸前高田市応急仮設住宅交通実態調査報告書」、2012