

盛岡市における買い物弱者の現状と課題

岩手大学工学部社会環境工学科

学生会員 ○遠藤 寛千

正会員 平井 寛

正会員 南 正昭

1. はじめに

盛岡市においても全国と同様に買い物弱者が市全体の地域課題となってきた。しかし、岩手県で行われている買い物弱者支援関連制度は遠野市のみであり、盛岡市において支援制度はみられない。これは市全体として買い物弱者の問題認識が低いためであると考えられる。

本研究では盛岡市、盛岡商工会議所と合同で民生児童委員に対してアンケート調査を行う。地域別の買い物環境や買い物弱者の人数を把握し、地域の買い物環境の現状を調べることで今後の対策として行うべき課題を考察する。

2. 買い物弱者の定義

経済産業省の定義では流通機能や交通網の弱体化を背景として、食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々としている。今回の調査では、自分で店に出向いて買うこと、または他者の支援や注文配達によって買い物をすることが難しい人々を買い物弱者と定義する。

3. 研究方法

3-1. 対象

盛岡市全体の地域の現状を把握するため、各地域において住民の立場に立ち相談や援助を行っている民生・児童委員にアンケートを行うことで担当地域についての買い物環境の評価を受けた。調査は平成 24 年 10 月 1 日～11 月 15 日の期間に民生委員協議会を通して民生児童委員全数 500 名に配布した。アンケートについては盛岡市内の民生児童委員全数 500 名に依頼し、462 名から回答を得た。(有効回答率 92.4%)

3-2. 調査項目

買い物弱者の想定人数、買い物弱者に対する問題意識の程度、買い物環境の問題、現在行われている買い物支援のアンケート項目で調査を行った。なお、買い物環境の問題と買い物支援の項目については、あてはま

るもの 3 つまで選択してもらった。

3-3 分析方法

i タウンページから生鮮食品の店舗の位置を把握し、地理情報システム(以下 GIS)を用いて店舗から半径 500m 圏の面積を求めた。担当地域の面積のうち店舗 500m 圏にカバーされている面積の割合(以下カバー率)を求めた。アンケートによる民生委員の主観的評価とカバー率や店舗分布などの客観的評価から買い物課題を調べ、以下その結果を示す。

4. 調査結果

(1) 盛岡の買い物弱者に対する認識

買い物弱者を「地域全体の問題」、「一部の地域の問題」として認識している回答は 131 件であり回答数の 28.3%であった。それに対して、「今後顕在化する問題」や「問題と認識していない」と回答した地域は 232 件で 50.4%あった。盛岡市において買い物弱者の問題は、今後増加するものとして認識されていると考えられる。

次に店舗の半径 500m のカバー率で買い物弱者の問題認識を比較した(表 2)。カバー率が低い地域では「現在の問題」と認識している割合が盛岡市全体の 24.8%となっているが、「今後の問題」として認識している地域も 20.5%あり、カバー率が低い地域でも地域によって格差がみられた。しかし、今回の調査では地域に暮らす住民個人の買い物状況はわからないため、家族の支援や買い物支援が充実していることで問題視されていないことも考えられる。

表 1: 盛岡市における買い物弱者の問題認識

	回答数	割合
地域全体の問題	51 件	11.0%
一部の地域の問題	80 件	17.3%
今後顕著化する問題	119 件	25.7%
問題と認識していない	113 件	24.7%
わからないなど	99 件	21.3%
合計	462 件	100.0%

表 2：店舗のカバー率別に見た問題認識

	カバー率が低い地域	カバー率が高い地域
現在の問題として認識	24.8%	7.5%
今後の問題として認識	20.5%	14.0%
わからない	7.1%	5.2%
その他	15.3%	6.6%

(2) 地域別の買い物環境の問題

図 1 と図 2 はそれぞれ問題があると答えた地域を斜線で、店舗分布を点で記している。2つの図を比較してみると店舗に近い地域では身体的理由や道路環境など、歩いて買い物をするうえでの問題が集中している。対照的に近くに店舗がない地域では、店舗までの移動手段に関する問題が集中していることがわかる。



図 1：身体的理由や道路環境に問題がある地域と店舗分布

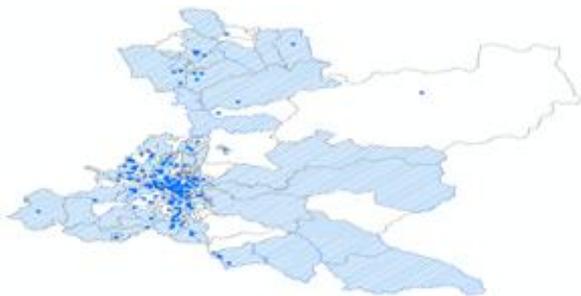


図 2：自動車を利用できない・公共交通に問題がある地域と店舗分布

(3) 買い物弱者に対する認識の違い別の買い物支援

図 3 は買い物弱者の問題意識の高い地域と低い地域別にアンケートを集計した結果である。「店への送迎サービス」について注目すると、問題認識が高い地域では 35.9%の回答に対して問題認識が低い地域では 3.8%と顕著な違いがみられた。問題認識が高い地域では、買い物支援制度に対して需要がありスーパーなどの民間企業側も買い物支援の対策が立てやすいことが考えられる。

実際に和歌山県田辺市龍神村では住民からの買い物支援要望の声から地元の商店街が立ち上がり宅配のサービスの支援事業を実施している。このように問題認識の高いことが、民間側が参入しやすくなる要因の一つであることが考えられる。

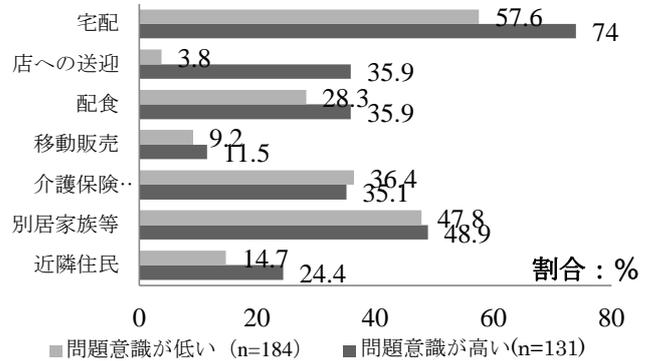


図3：問題認識別の買い物支援

5. おわりに

民生委員が担当地域の現状をすべて把握しているわけではないが、これらの結果から盛岡市における買い物弱者の問題認識は約 50%の地域で問題認識が薄く、店舗カバー率が 50%以下でありながら問題意識の薄い地域は盛岡市全体の 20.5%という結果になった。そして、問題認識の高い地域では実際に送迎サービスなどの民間からの支援を受け対策が取られていることが分かった。

盛岡市も他県と同じように今後高齢化が増加し現在よりも買い物困難者が増加することが予想される。徒歩で買い物をしやすい環境下にある地域でも身体的理由で買い物に行くことができなくなることも考えられ、買い物環境が良い地域でも問題にならないとは限らない。地域として買い物弱者の問題認識を持つことが、事業参入の要因になる可能性を秘めている。増加が予想される買い物弱者対策の初期段階として問題認識の向上に取り組むべきではないだろうか。

参考資料

1. 石原武政：「小売業から見た買い物難民」、都市計画, Vol.60,p 46-49,2011.
2. 日本経済新聞、「買い物弱者」支援広がる、山間地へ商品配達など

http://www.nikkei.com/article/DGXNASHD1501W_V10C10A9LDA000/ (2013年1月23日閲覧)