

「凍える高齢者」の灯油購入行動に関する研究

秋田大学 学生会員 ○藤田 有佳
 秋田大学大学院 正 会 員 鈴木 雄
 秋田大学大学院 正 会 員 日野 智

1. はじめに

近年、わが国では高齢化が進み、さらに単身世帯の高齢者が増加の一途をたどっている。そのため、経済産業省等の国の機関では、「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「買い物弱者」と定義し、高齢者の生活の質の向上の目的から、様々な支援が検討されている。さらに、積雪寒冷地では灯油購入も生活に必要な不可欠な行動である。すなわち、「買い物弱者」と同様に、灯油購入の困難さは生活に大きな影響を及ぼす。本研究では灯油購入に困難を感じている「凍える高齢者」の存在を把握し、必要施策の提案を行うことを目的とする。

2. 意識調査の概要

本研究では、秋田県秋田市に住む 50 歳以上の住民を対象に灯油購入に関する実態調査を行った。調査は平成 28 年 12 月 12・13 日に投函配布・郵送回収方式で実施した。給油所までの距離や居住形態などを考慮し、3 地区で 1250 世帯に 1250 票を配布して計 339 票を回収した(回収率:27.1%)。

調査では、被験者の属性、灯油購入の方法、暖房費の節約のための取り組み、灯油購入時の苦勞、必要施策等について質問している。

3. 凍える高齢者の実態分析

灯油購入を不便に感じている被験者の割合を示す(図 1)。被験者の 33%が灯油購入を不便に感じていることがわかった。さらに、「凍える高齢者」となる要因を明らかにするため、属性毎に灯油購入時の不便さを把握した(図 2)。質問内容は上から順に、積雪期の歩行可能距離、積雪期の移動手段(自分での運転の可否で分類)、住居の階数、世帯形態、住居の構造、給油所までの距離、住居の窓についてである。分析結果から給油所までの距離が 3km 未満でも約 5 割の人が不便に感じて

いることがわかる。さらに 3km 以上になると 6 割を超えており、遠い給油所に行き灯油を購入することは大変な行動であることが推測される。さらに、2 階以上に住んでいる被験者は灯油利用者の約半数近くおり、玄関先まで運んでくれる等の宅配サービスの充実が必要だと考えられる。

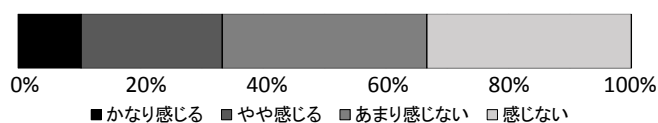


図 1 灯油購入の不便さ

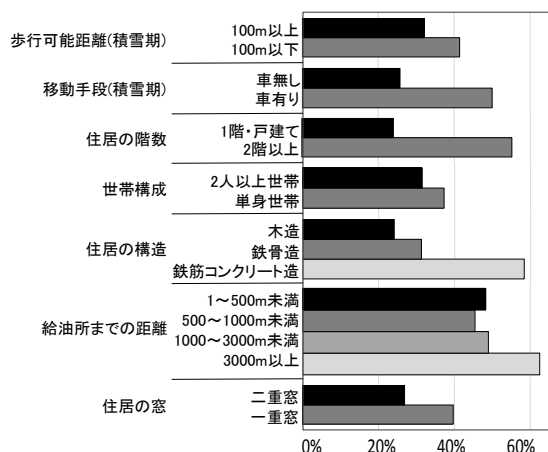


図 2 灯油購入を不便に感じている要因

図 3 に、暖房機器の種類と暖房費を節約するための行動との関係を示す。石油ストーブの利用者は暖房をつける部屋に制限をしていることがわかる。

図 4 に、灯油購入の不便さと暖房費節約行動との関係を示す。灯油購入を不便に感じる被験者は、室内で厚着をしている、温度設定を最小限にしている、暖房をつける部屋を制限するという行動が多くみられた。これらの項目は灯油利用者の 6~8 割の被験者が行っており、我慢して生活をしていることがわかる。このことから、灯油購入に不便を感じている被験者には、生活を制限しながら暮らしている人が少なくないことがわかる。

キーワード：地域計画、QOL、高齢者、意識調査分析

連絡先：〒010-8502 秋田県秋田市手形学園町1-1 TEL(018)-889-2359 FAX(018)-889-2975

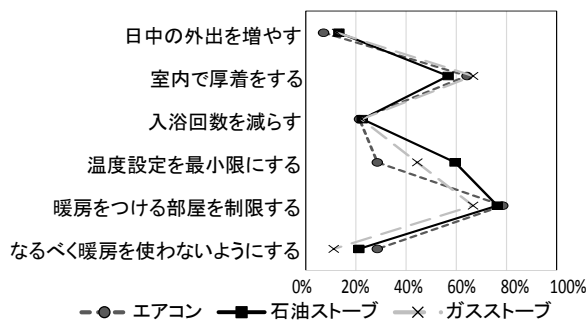


図3 利用している暖房機器と暖房の節約

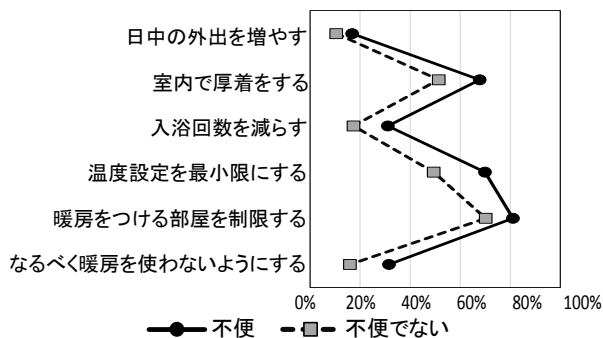


図4 灯油購入の不便さと暖房の節約

図5に、灯油缶が重い、灯油の値段が高いなどの理由から灯油購入を控えている被験者の割合を示す。灯油缶が重いため灯油の購入を控えているに当てはまる・やや当てはまると回答した被験者は16.5%であった。このことから、購入の不便さから実際に灯油購入を控えている現状がみられる。

図6に、上記の灯油購入を控えている現状の3つの項目のうち、該当する個数に対する被験者の割合を示す。灯油購入を控えている現状のうち、1つ以上に該当する被験者は26.5%いることが分かった。

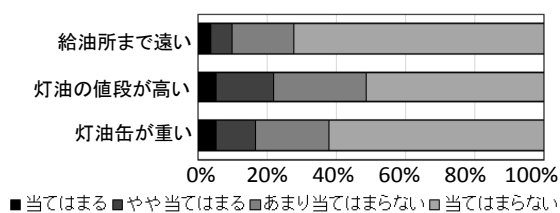


図5 灯油購入を控える要因

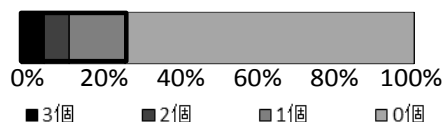


図6 灯油購入を控える割合

以上のことなどから、給油所までの距離が遠い人、集合住宅の上階に住む人など灯油購入に不便を感じている人の存在が確認された。不便を感じ、実際に灯油購入を控える行動をとっている人を本研究における「凍える高齢者」と定義する。

4. 必要施策の提案

図7に、必要施策を示す。現在、秋田市では灯油価格が高騰した年に限り、高齢者のみの世帯などに5000円の助成がされている。しかし本研究で、最も必要とされた施策は、上階まで灯油を運んでくれる制度であった。

そこで、現在の民間企業の取り組みを把握するために給油所への聞き取り調査を行った(表1)。上階へ運んでいる企業は12企業中6企業であり、2階以上へ宅配している企業は、灯油代に上階分の料金が加算されていた。また上階へ配達をしている企業は宅配エリアが限定されていた。

以上のことから、企業の中には、上階への配達を行っているところもあるが、宅配エリアが狭く全ての人が平等にサービスを受けることは厳しい状況である。行政としては、補助金などの金銭的制度だけでなく、企業と連携するなど、上階への宅配サービスを支援する必要があるといえる。さらに、上階への宅配サービスを行う企業を住民に知らせるために広報などへの掲示を行うことも必要だと考えられる。

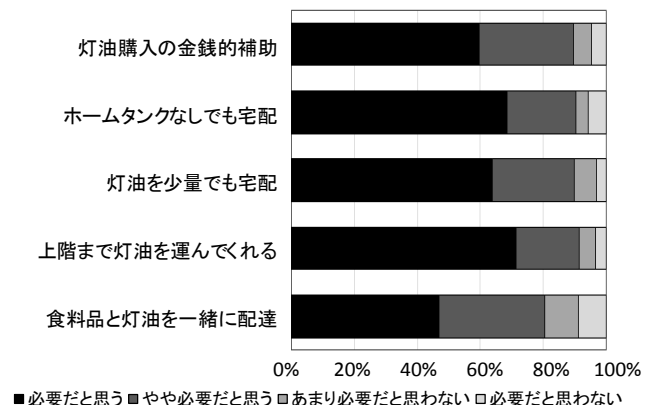


図7 必要施策の提案

表1 上階への宅配サービス

上階への宅配	企業数	条件
行っていない	6企業(50%)	
2階まで	3企業(25%)	
2階以上	3企業(25%)	2階上がる毎に+20円 3階上がる毎に+2円/L 4階上がる毎に+10円

5. おわりに

分析の結果、灯油購入が困難であるために、冬季に寒い思いをしながらも暖房の節約や灯油購入を控える「凍える高齢者」が存在していることが明らかとなった。自由回答には、今後高齢になった場合に灯油購入ができるか不安になるという意見も挙げられており、今後、さらに深刻な問題となる可能性もある。