



買い物困難対策のポイントと進め方

平成27年度 農林水産省 食料品アクセス改善対策事業実施報告書

公益財団法人流通経済研究所

102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山脇ビル10階

TEL:03-5213-4532 Fax:03-5276-5457

主任研究員 折笠俊輔 (shunsuke_orikasa@dei.or.jp)



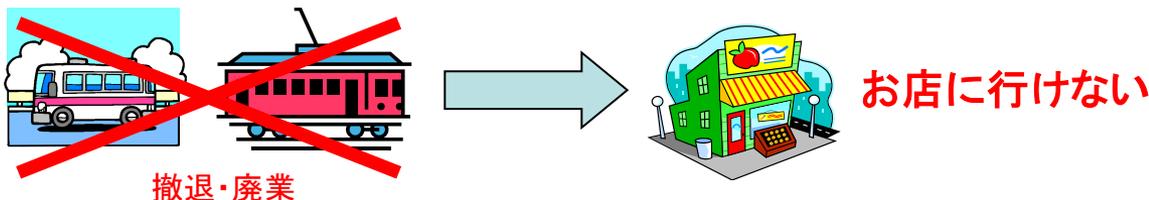
買い物困難者対策の基本的な方向性

どうして「買い物困難者」の問題が発生したのか？

- 買い物困難者が増加している背景としては、以下のような理由が考えられる

①人口の減少と少子高齢化によって、立ちゆかなくなった店舗が閉鎖

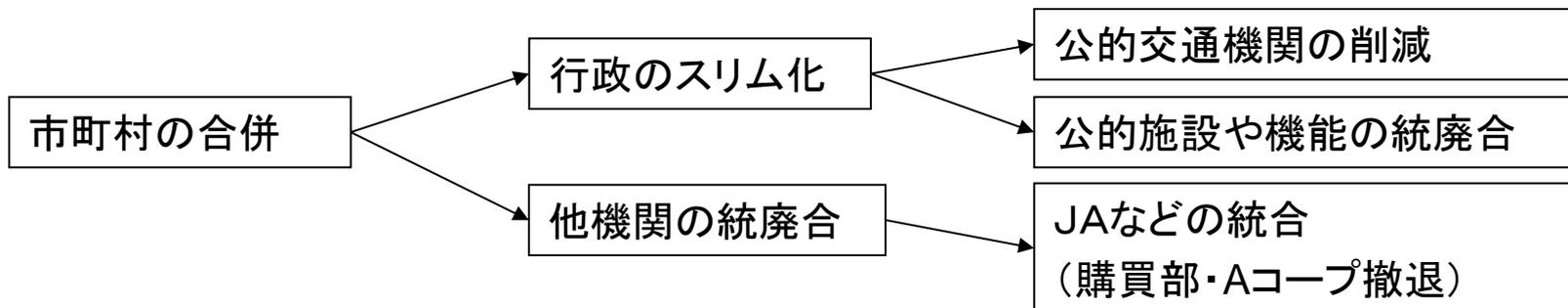
②旅客運送事業の撤退規制緩和による交通機関の撤退・廃業



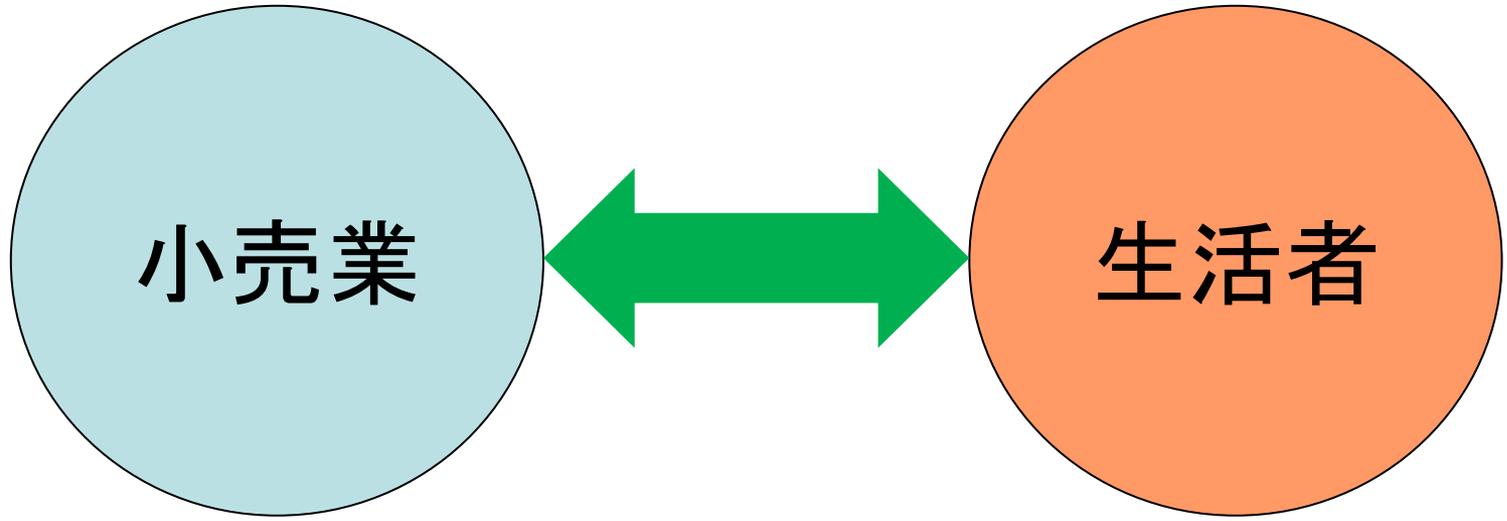
③規制撤廃による郊外への大型店舗の出店



④市町村合併による行政のスリム化、JAなどの機関の統廃合



セルフサービス業態・集客型大型店が主流の商圈において
顧客が「超高齢化」することによってもたらされる
需要と供給のミスマッチ



売りたいくても売れない

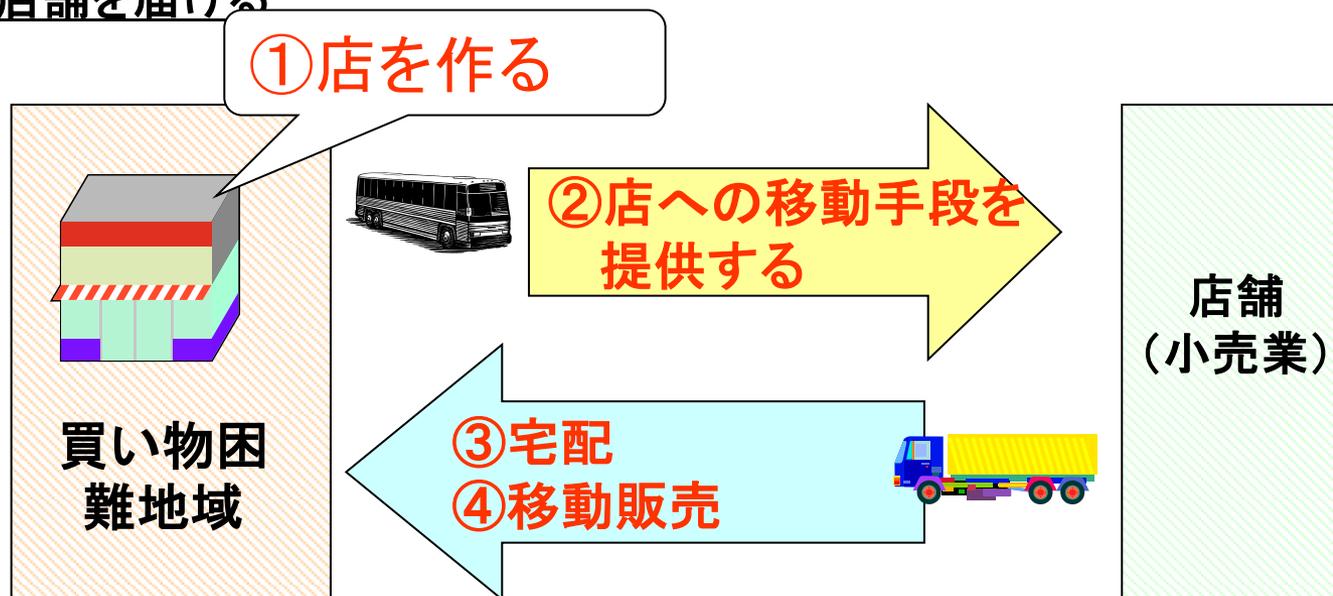
- 競合店舗の増加
- 消費の縮小
- 店舗の大型化

買いたくても買えない

- 交通手段の問題
- 身体的な問題
- 近くに売場がない

買い物困難者支援の具体的な4つの方向性

- 買い物困難者への対策・支援を実施する方法としては、以下の4つがあげられる
 - ①店を作る
 - ②店への交通手段を提供する
 - ③商品を届ける
 - ④店舗を届ける



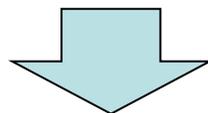
大きな方向性 ⇒ 顧客に流通が近づいていく



買い物困難者対策の継続に向けて

◆ 買い物困難者への対策・支援は、継続させることが重要

- ✓ 「買物」は地域に人が住み続ける限り、必ず行う行動であり、インフラである。途中で辞めてしまうと、取り組んだ意味がなくなってしまう
- ✓ 取り組みを行なっても、継続出来なかった場合、「やはり、もうどうしようも無い」と、地域の人々に絶望感を与えてしまう可能性がある



取り組みの継続に必要な2つの要素

(1) 採算性の確保

(2) 担い手の確保

①採算性の確保

- ◆ 普通に行うと採算性が取れないビジネスでありながら、長期継続しなければならない点に買い物困難者対策の難しさがある
- ◆ 採算が取れない理由は大きく2つ
 - ✓ 絶対的な顧客数の少なさ(商圈内人口が小さい)⇒収入が少ない
 - ✓ 顧客に接近することによるコストアップ(燃料費、人件費)⇒費用が多い

②担い手の確保

- ◆ 買い物困難者対策を自治体に頼るのには限界がある(商取引が入るため)
- ◆ 取り組みを生み出すリーダー、コーディネーターが必要(特に新規での取り組みを進める場合、強く推進する組織なり、個人がいないと進まないことが多い)
- ◆ 現場でサービスを提供するスタッフの人手不足
 - ✓ 完全なボランティアでは、後継者が見つかりにくい問題を抱えることが多く、継続的にスタッフを確保することが難しいケースが多く見受けられる
 - ✓ ある程度、「雇用の場」として対策が機能しないと人が確保できない(⇒採算性)
 - ✓ 場合によっては、共益に頼る必要性も(公益・共益・利益)
- ◆ 高齢者をサービスの受け手としてだけでなく、提供する側として捉える

採算性を確保するための5つのポイント

1. 別事業で稼ぐ（組織としてのポートフォリオの組み方）

買い物困難者対策以外の事業と合わせて、組織全体での利益率を重視する。別事業での利益を買い物困難者対策に投じる形になり、CSR的な取り組みになりやすいが、事業単体での収益性を追い求める必要はない

2. 範囲の経済を効かせる（リソースとプロセスの共通化）

買い物困難者対策も含め、自社の複数の事業のリソースとプロセスの共通化・標準化を行い、コストを削減する（詳細後述）

3. 粗利率を上げる

取り組みにおける販売額に占める粗利益の割合を高めることができれば、損益分岐点が下がり、採算性が確保しやすくなる（詳細後述）

4. 生活カバー率を上げる

顧客数の少ない地域においては、客数増ではなく、顧客1人あたりの販売額の向上を目指す方が効果的である

5. 住民の協力を得る

地域住民の協力を得て、コストの削減（受益者負担）、売上の向上（買い支え等）を図る

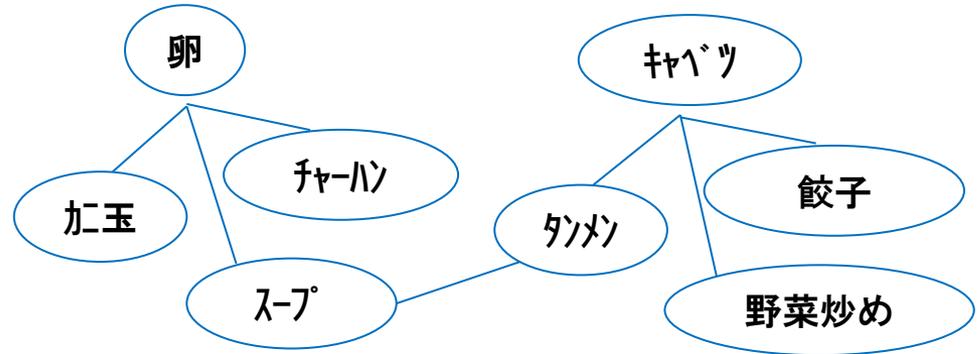
範囲の経済を効かせることでのコスト削減

• 規模の経済と、これからの鍵を握る範囲の経済

- 規模の経済: 一般的に大量生産すればコストが下がり、多品種化するとコストが上がる
- 範囲の経済: 複数の商品・サービスを展開する(多品種化)場合でも、プロセスや設備等を共通化することで低コストで運営することが可能となる

(例)

中華料理店は範囲の経済を効かせた商売である



■ 買い物困難者対策での範囲の経済

⇒ 事業の組み合わせ

⇒ リソースとプロセスの共通化

ネットスーパーと買い物弱者対応の電話注文を同じプロセスで処理する(ピッキング等)

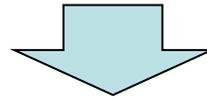
移動販売時に、その農家で生産した農産物を買取る(京都のいととめ)

移動販売車で注文を受けた商品の宅配、店舗購入商品の宅配まで実施してしまう

粗利率向上による損益分岐点の引き下げ

• 粗利率の向上へのアプローチ

- 一般的な小売業(量販)における粗利率20%~30%(カテゴリーで差はある)
- サービスが付加された商品が、店頭と同じ価格で販売されている⇒同じ商品であっても、店頭よりも粗利率が下がる



方針①: 事業の再生産可能な粗利を価格に転嫁する

- ◆ ある意味、当然のアプローチにも関わらず実施されていない(国民性・価格競争)
- ◆ 事業者が思っているほど、買い物に困っている顧客は価格を気にしていない
- ◆ とくし丸の+10円戦略 等

方針②: 小売業から、製造販売業へ(SPA化・PB強化・メーカー化)

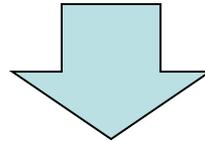
- ◆ 小売業の粗利よりも、メーカーの粗利の方が大きい(SPAの利益率)
- ◆ 豆腐屋の移動販売はなぜ潰れないのか? ⇒利益率が小売業よりも大きいため
- ◆ PB等を含め、自社製造商品を増やすことで損益分岐点を下げる(メーカー参入もあり)

方針③: 生鮮等を中心に受注商品を増やす(ロス率削減+売上向上)

- ◆ 刺身や惣菜などは人気商品であるがロス率が高い: 受注商品化することでロス削減
- ◆ 利益率の高い受注商品(ケーキ、おせち、恵方巻等の催事商品等)の購買促進

生活カバー率を上げる

顧客が少ないのであれば、
顧客1人あたりの売上(利益)を向上させるしかない



「食品」だけでなく、「日用品」や、「サービス」まで生活をしていく上で必要なものを販売していく(場合によっては、連携&仲介)

- ✓ 現代の御用聞きを目指す(本当の意味での“御用”聞き)
- ✓ 生活に必要な買物のカバー率を上げる⇒LTVの向上(Life Time Value)

食品

- ✓ 生鮮食品
- ✓ 日配食品
- ✓ 菓子類
- ✓ 清涼飲料水
- ✓ 酒類
- ✓ 惣菜・弁当

日用雑貨

- ✓ 洗剤類
- ✓ 紙類
- ✓ サランラップ等
- ✓ 調理器具

サービス

- ✓ 庭の手入れ
- ✓ 屋根の雪おろし
- ✓ 住宅のメンテナンス
- ✓ クリーニング
- ✓ 掃除代行

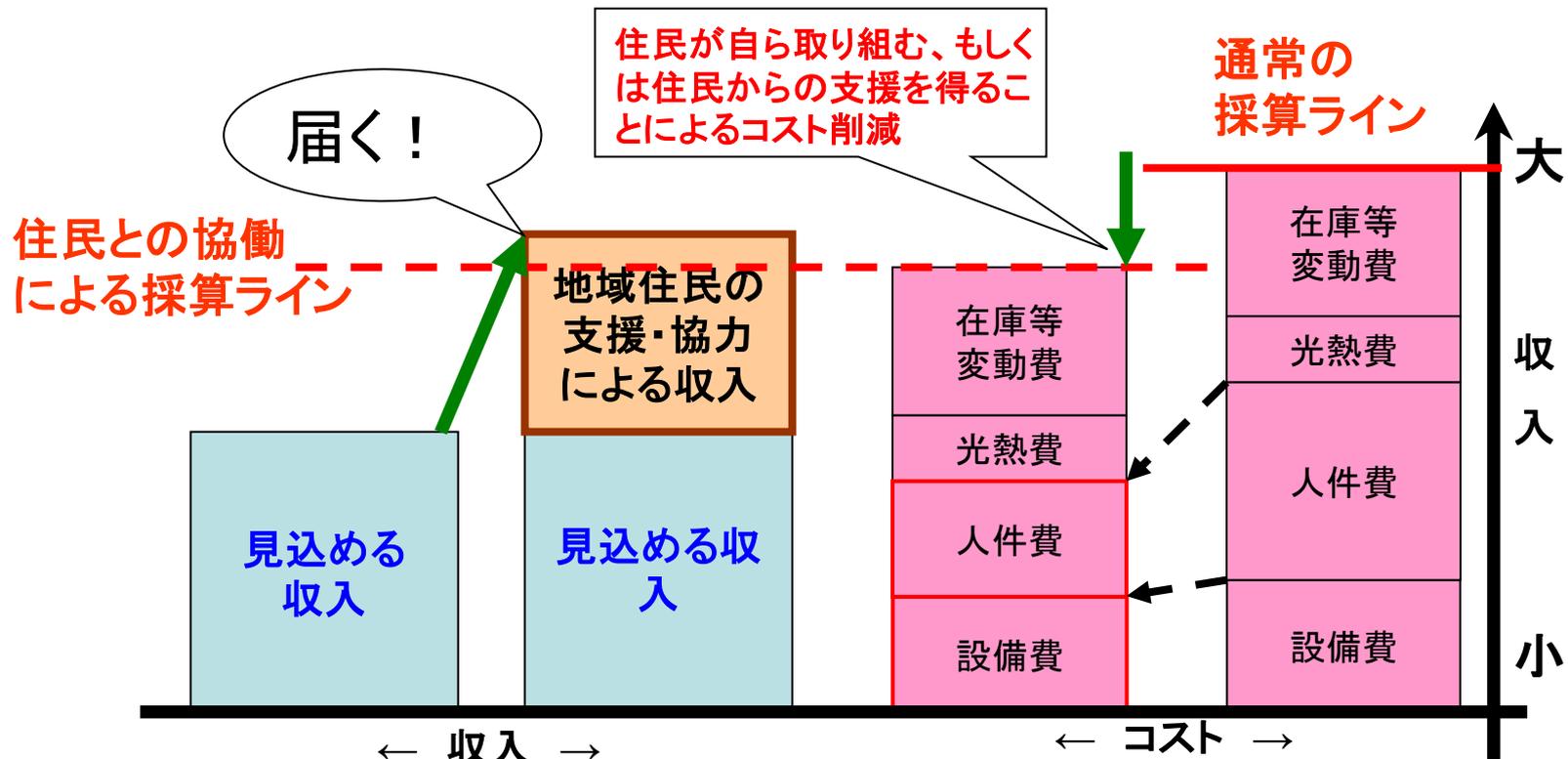
住民の協力を得ることによる採算性の確保

住民の協力によるコスト削減

- ◆ 配達のラストワンマイルを住民で実施（生協の共配）などを含め、移動コストや時間コストを住民側（受益者）に負担してもらう

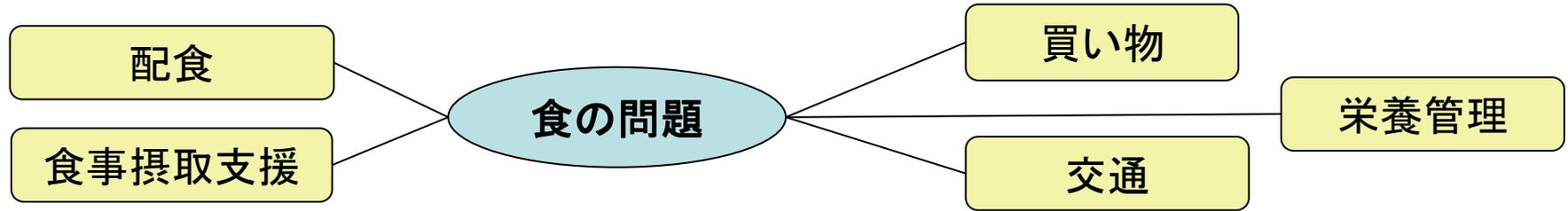
住民の協力による売上の向上

- ◆ 取り組みの周知徹底、訪問時の近隣への声掛け、町内でのイベントなどでの積極利用による買い支えによる売上向上



買い物困難者対策における地域内連携の重要性

- 「食」や「生活」の問題として、買い物困難者問題を考えると、福祉～流通～交通まで多くの視点が必要＝行政も含めた地域内での事業者間の連携が重要



採算性確保、担い手確保の鍵を握る「地域内連携」について

1. 地域協議会による地域内連携強化のアプローチ

昨年度のセミナーで発表した内容であるが、地域協議会を通じたステークホルダー間の情報共有と意見交換が重要である

2. 現状把握の調査の注意点と連携による克服（現状把握における注意点）

地域の現状把握における調査の限界と注意点を理解し、地域内連携で把握が可能な情報や、連携しなければ取得できない情報があることを理解しておく必要がある

3. 福祉介護と商業・流通の連携（製配販医福連携）；どこに人が集まるか

買い物困難者対策は、福祉領域と商業領域のグレーゾーンである。地域包括ケアシステムの検討が進む介護福祉業界と、商業・流通業界の連携がとりわけ重要である。また、「どこに人が集まるか」といった視点で考えた場合も医療・福祉との連携の必要性は増す

地域協議会を軸にした検討モデル

■ 地域協議会を作る目的

地域によって、人口の分散度合やコミュニティの強度などが大きく異なる。そのため、買い物困難者対策の策定にあたっては、地域特性を考慮しながら、「買い物」という行動を軸として、「食」を中心とした総合生活支援の視点を持って地域全体で進めていかなければならない。



地域住民も含め、福祉から流通、交通まで多くの主体で検討することが重要であるため、地域協議会のような組織体が必要

■ 地域協議会の委員構成

【委員構成のイメージ】

- 自治体(商業・産業関係)担当者
- 自治体(高齢福祉関係)担当者
- 小売業(地場の食品スーパー)担当者
- 福祉事業者(社会福祉協議会等)担当者
- 商工会・商工会議所 担当者
- 交通企業(バス・鉄道等)担当者
- NPO法人(地場) 担当者
- 住民代表者(町内会連合会等)
- 有識者(地域の研究者等)
- 農林漁業者

検討ステップ

地域協議会の結成

地域の現状把握

協議会での
対策検討の実施

実証実験

効果検証
事業継続

■ 地域協議会の機能

① 情報共有機能

- ✓ 商業、福祉、交通など同一地域内の接点の少ない事業者同士が、どういった取り組みを行っていて、どういった課題を抱えているのか、共有できる
- ✓ 住民の現状や要望について、事業者、行政と共有できる
- ✓ 地域内にある様々な資源(学校跡地、空便トラック、空店舗)等について共有できる

② 利害調整機能

- ✓ 取り組みによって生じる不利益についての調整(買い物バスの運行がバス・タクシーを圧迫する可能性、移動販売が小規模商店の経営を圧迫する可能性 等)
- ✓ 事業者間のコンフリクトについて協議会内で調整できる(ある小売業が行政の支援を受けて取り組みを実施する場合、別の小売業との間に生まれる軋轢の有無など)

③ 対策創出機能

- ✓ 事業者間の連携による新たな取り組みの創出(商店街と大手スーパーの連携、福祉介護施設と商工会、スーパーとの連携 など)
- ✓ 複数の主体によるブレインストーミング、アイデア出しの実施による創発効果
- ✓ 行政との連携のあり方に関する議論の実施

地域協議会での検討内容

- 各主体の現状と課題の共有
 - ・ 各主体からの発表・相互質問の実施
- 地域の現状理解
 - ・ 調査の実施、住民代表からの意見発表等
- 各主体間の連携可能性検討
 - ・ ブレスト的にざっくばらんな議論、アイデア出し
- 地域における買い物困難者対策の方向性検討
 - ・ 長中期的な戦略の策定(将来どうあるべきかを含む)
- 具体的な対策案の検討
 - ・ 緊急性のある地域への対策、まず取り組むべき対策の検討
- 実証実験等の実施内容検討
 - ・ 採算性の検討、実施した施策が本当に効果があるかを確認
- 効果検証と次の一手を検討
 - ・ 実証実験をやりっぱなしにしない、継続有無の確認、別施策検討

現状把握の調査の注意点と連携による克服

地域の現状把握における各種調査の限界

- 買い物困難者MAPの限界
 - ✓ 非常に参考になるが、店舗との距離以外の判断は難しい(農村地域で自給自足している、コミュニティが機能しているか否か、おすそ分け文化の有無...等)
- 住民へのアンケート調査の限界
 - ✓ WEB調査は論外⇒現状、後期高齢者の多くはネットを使っていない
 - ✓ 郵送調査が前提となるが、それでも対象者は「ポストに行ける人」に限定される
 - ✓ 「不便であることへの自覚」が無いことも多い

地域内連携による「現状把握」によって、調査結果を補足する

- 行政との連携
 - ✓ 高齢住民への全数調査の場合など、行政との連携が無いと送付が難しい
 - ✓ 行政の名前、地元商工団体の名前があると回答率が上がる(経験上50%前後)
- 福祉・介護業界との連携
 - ✓ 地域の高齢者を現場で見守る「福祉業界」は、地域の高齢者の生活や現状について多くの情報を持っている(社会福祉協議会、社会福祉法人、民生委員)
 - ✓ 福祉・介護業界との連携が必要(弊所でも山北地域では民生委員と連携)
- 小売・流通業界との連携(福祉介護事業者視点)
 - ✓ 生活者の商品の購入状況、売場での行動などは、小売・流通業が多くの情報と知見を持っているほか、実際の商品供給ルートも持っている
 - ✓ 商品の調達と物流の面でも、小売・流通業との連携は有効

買い物困難者対策における商業・流通と福祉・介護の連携

- 地域包括ケアの視点から高まる連携需要
 - ✓ 2025年の完全実施を目標に厚労省が進める地域包括ケアシステムは自立生活を支援する目的の施策であり、買い物の支援なども要素として含まれるとされる
 - ✓ 市町村、ならびに各事業者は、地域包括ケアセンターを中心に、今後の取り組みについて検討中：商業・流通サイドからの提案を受ける素地は出来つつある

- 高齢者が集まる「場」としての福祉と医療の現場
 - ✓ 高齢者が集まる「場」として、病院やデイサービス拠点を捉えた場合、連携することで集客効果を得られる可能性がある

- 福祉・介護業界と連携することで、行動のサポートが得られる可能性も
 - ✓ 買い物実施時におけるサポート（同行してのヘルパーサポート）
 - ✓ 在宅介護との連携（配食サービスと、食事での在宅介護の連携など）
 - ✓ 商品の提供だけでなく、連携することでサービスの提供も可能になる可能性



【食料品アクセス環境改善対策事業】のご報告

本事業の趣旨

事業名：農林水産省平成27年度農山漁村6次産業化対策事業

【食料品アクセス環境改善対策事業】

事業の目的：

本事業は、食料品の購入などに不便や困難をもたらす「食料品アクセス問題」を改善するために、課題を抱える地域ごとに事業者及び有識者による協議会を結成、対策方法を検討し、将来の地域のあり方を検討することを支援することを目的とする。

方策の策定にあたっては、地域特性を考慮しながら、「買い物」という行動を軸として、「食」を中心とした総合生活支援の視点を持って進めるものとする。

事業の内容：

【地域別に食料品アクセス問題検討協議会を立ち上げ、地域課題にそくした方策の策定を支援】

①協議会の結成と開催・運営

□有識者や自治体、NPO法人、商工会、小売業、交通事業者といった幅広い主体から成る「食料品アクセス問題検討協議会」を地域ごとに結成し、食料品アクセスに関する課題の抽出から、持続可能な対策プランの策定までを支援する

②協議会の検討内容に合わせた調査の実施

□上記の協議会を進めていくにあたり、必要に応じて各地域で調査を行います。調査内容としては、地域住民が感じている課題やニーズを把握するためのアンケート調査や、先進事例のヒアリング調査を実施した

協議会の実施内容

- ◆ 千葉県銚子市では、地域の現状把握の調査を実施し、今後の対策についての議論を実施した。
- ◆ 調査は当初、高齢化率が高く、課題が大きいと考えられた銚子市2中学区(外川地区)での実施を検討していたが、1回目の協議会内で議論した結果、市内全域を調査することになった。
- ◆ 2回目の協議会では、調査結果を踏まえた対応策の検討が行われ、最後の3回目の協議会では、出張販売会等を実施するなどの具体的な方向性が決定された。

本年度策定した方向性

- 事業者間の情報共有の促進を実施すること：地域で様々な取り組みを実施する事業者間での情報共有を継続していくことで、地域内での事業者間の連携強化を図っていく
- 「出前商店街」のように地域に商業が接近する取り組みの実施：調査で把握した「買物に不便を感じる地区(外川地区、観音駅、春日町周辺)」において事業者による出張販売会である「出前商店街」の実施を検討
- 「出前商店街」では、買物の場を提供すると共に、出店する事業者と地域住民との接点構築を目指す(住民に市内の店舗や事業者を知ってもらう)

実施した協議会の詳細：【地域名：埼玉県川口市】

協議会の実施内容

埼玉県川口市では、全3回の協議会を実施し、以下のような検討を実施した。

回数	実施年月	検討内容
1回目	2015年12月	現状把握のための調査における内容確認
2回目	2016年2月	調査結果の報告と、調査結果についての意見交換
3回目	2016年3月	川口市における将来の買い物困難者対策について検討

本年度策定した方向性

- まずは、情報の共有を中心に置きながら、今後の対策や連携可能性を模索していく
- 情報共有を行い、連携可能性を模索しておくことで、将来の課題に対する備えとする
- 買い物困難者対策における商業・流通と福祉・介護の連携の促進（地域包括ケアの視点から高まる連携需要があり、高齢者が集まる「場」としての福祉と医療の現場を捉えることも有効）

実施した協議会の詳細：【地域名：静岡県下田市】

協議会の実施内容

静岡県下田市では、全4回の協議会を実施し、右のような検討を実施した。

時期	会議名等	内容
4月	実証実験実施(※自主開催) 「下田市 出張商店街(みくらの里)」	社会福祉法人梓友会の「みくらの里」において、梓友会、地元商店、スーパー等が連携した出張商店街を実施
5月	2015年度 第一回検討協議会	出張商店街の実施内容報告 稲梓地区での実施に向けた調整
9月	2015年度 第二回検討協議会	稲梓地区での実施に向けた調整と最終的な打ち合わせ
10月	実証実験実施 「下田市 出張商店街(稲梓)」	稲梓基幹集落センターにおいて、JA、地元商店、スーパー等が連携した出張商店街を実施
12月	2015年度 第三回検討協議会	稲梓地区での出張商店街の実施内容報告
3月	2015年度 第四回検討協議会	下田市での今後の取組みの方向性の検討

本年度策定した方向性

- 具体的な取り組みとして出張商店街(販売会)を実証実験として2回(稲梓、みくらの里)実現し、その結果を踏まえ、出張商店街の継続を決定した
- 将来的な下田市での取り組みの方向性として、協議会を継続しながら住民ニーズに合わせて取り組み内容を随時見直していくことが決まった

実施した協議会の詳細：【地域名：静岡県伊東市（伊豆高原地区）】

協議会の実施内容

静岡県伊東市（伊豆高原地区）では、全3回の協議会を実施し、以下のような検討を実施した。

回数	実施年月	検討内容
1回目	H27年7月	現状把握のための調査における内容確認
2回目	H27年12月	調査結果の報告と、調査結果についての意見交換
3回目	H28年3月	伊豆高原地域における将来の対策の方向性を検討

本年度策定した方向性

- 地域全体で取り組む食料品アクセス対策の方向性として、地域内で検討を今後も推進していくネットワークを維持することが決定された
- 地域の中に、住民からスーパー、交通企業等からなる検討をするためのネットワークを構築することができた

協議会の実施内容

新潟県村上市山北地域では、全3回の協議会を実施し、以下のような検討を実施した。

回数	実施年月	検討内容
1回目	H27年7月	実証実験実施に向けた協議の実施
2回目	H27年12月	実証実験結果の報告と意見交換
3回目	H28年2月	山北地域における短期的施策と中長期的展望の策定

本年度策定した方向性

- 中長期的な食料品アクセス対策の方向性（道の駅構想などと連携し、地域全体で考えていく方向性）を立案した
- 短期的な改善施策として、社会福祉協議会・病院と連携した商品販売（軽トラ販売）の継続と、買い物電話帳の発行を決定した



取り組みに向けて

■ 対策を進める場合、何から始めるか？

⇒まずは、関係する人々を集めてみる(例えば、協議会)

■ 次に、地域の現状の把握を行う

⇒意見交換の中での現状把握でも良い

⇒調査を実施する際には、手法と対象者に注意が必要

⇒郵送調査だけでは見えない部分を連携によってクリアする
(ネットワークを活用した高齢者へのヒアリング等の実施など)

■ 調査結果も踏まえ、具体的な対策を検討する

⇒対策の検討においては、採算性について考慮することが重要

⇒将来の担い手に関する検討も重要

買い物困難者対策への行政のかかわり方

• 補助金等の資金面での支援

- 国や都道府県単位の補助金の獲得支援
- 自治体単位での補助の実施

• 資金面以外での連携

- 地域状況の把握を行政が行い、対策を民間主導で検討する（民間事業者が取り組みやすい環境整備）
- 住民や各団体、機関との調整の実施
- 民間の取り組み組織に「お墨付き」を与える
- こうした支援は、資金面の補助よりも、効果が見込める場合も多い

• 横断的な連携

- 買い物困難者対策は、商業振興、公共交通機関の再編、福祉介護まで幅広い領域にまたがる（介護防止効果も）
- 高齢者福祉、公共交通、商業関係など、多くの部署が横断的にかかわっていくことが重要