

都市計画実習 最終レポート

2014 年 7 月 1 日

社会工学類 都市計画専攻

サステイナビリティ班

班長	小野将平	石崎絢子	若林優妃
副班長	秋保佳祐	大内麻優子	
印刷機器	梶塚真良	田中皓介	
資料 DB	大原光代	細井大輔	

指導教員：谷口守 TA：土居千紘

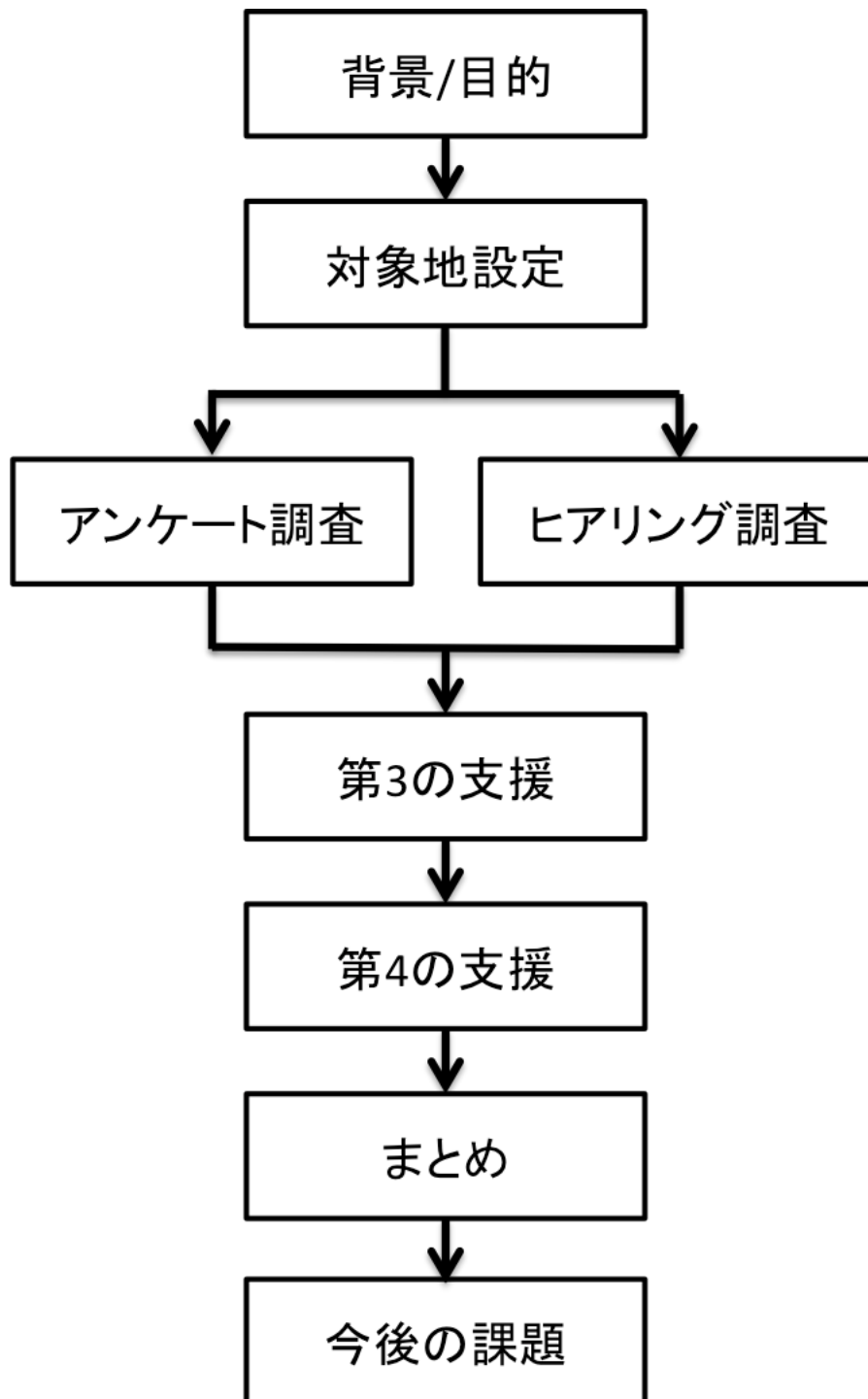
目次	
第1章 序論	3
1.1 研究のフロー	3
1.2 背景・目的	4
第2章 本論	5
2.1 既存研究レビュー	5
2.2 既存事例レビュー	5
2.2.1 経済産業省における取り組み	5
2.2.2 全国の自治会での取り組み	6
2.2.3 つくば市の取り組み	10
2.3 対象地の設定	11
2.3.1 つくば市の特徴	11
2.3.2 筑波茎崎地区の特徴	13
2.3.3 対象地の確定	13
2.4 ヒアリング調査	14
2.4.1 つくば市産業振興課	15
2.4.2 筑波地区各区会長	15
2.4.3 イオンモールつくば	16
2.4.4 カスミ	16
2.4.5 茎崎地区森の里自治会長	17
2.4.6 NPO 法人友の会たすけあい	17
2.4.7 ヒアリング調査のまとめ	18
2.5 アンケート調査	19
2.5.1 森の里団地住民の買い物環境	20
2.5.2 「店をつくろう」の支援の実現性	22
2.5.3 アンケート調査のまとめ	24
第3章 提案・提言	25
3.1 第3の支援	25
3.2 第4の支援	29
第4章 まとめ	31
第5章 今後の課題	33
第6章 参考文献・謝辞	34
6.1 参考文献	34
6.2 謝辞	35
第7章 補足資料	36
7.1 ヒアリング調査	36
7.4.1 つくば市産業振興課	36
7.4.2 筑波地区各区会長	38
7.4.3 イオンモールつくば	43
7.4.4 カスミ	45
7.4.5 茎崎地区森の里自治会長	47
7.4.6 NPO 法人友の会たすけあい	50
7.2 アンケート調査	53

図表リスト

表 2-1	事例①	7
表 2-2	事例②	8
表 2-3	事例③	9
表 2-4	つくば市における買い物支援	10
表 2-5	ヒアリング調査概要	14
表 3-1	動画の内容	29
図 2-1	高齢化率の推移	11
図 2-2	商業施設立地	12
図 2-3	人口 1000 人あたりの商業施設数	12
図 2-4	買い物頻度 (n=153)	20
図 2-5	買い物頻度が少ない理由 (n=153)	20
図 2-6	買い物に利用する店舗 (n=28 複数回答)	21
図 2-7	買い物に利用する店舗の場所	21
図 2-8	買い物の移動手段 (n=143)	21
図 2-9	空き家を利用した常設店舗の利用意向 (n=153)	22
図 2-10	買い物支援サービスの利用有無とその利用 (n=150)	23
図 2-11	移動販売の利用 (2012 年度実施 つくば市アンケート) (n=1664)	23
図 2-12	利用したことのある買い物支援サービス (n=150 複数回答)	24
図 3-1	店舗運営のモデル	26
図 3-2	常設店舗のランニングコストの試算	27
図 3-3	売り上げ目標と運営モデル	28
図 4-1	三位一体の概念図	32

第1章 序論

1.1 研究のフロー



1.2 背景・目的

高齢化の進行が日本における大きな社会問題の一つとなって久しい。その原因を挙げれば枚挙に暇が無いが、超高齢社会を迎えた日本が転換を求められていることは厳然たる事実であろう。中でも、高齢化の進行に伴う地域サービスの衰退は深刻であり、現在進行形の課題として、今後どのように対処していくかが問われている。

今回我々は、その地域サービスの中でも「買い物」という、人々の生活において最も身近で重要なテーマに焦点を当てた。現在日本には、『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い物が困難な状況に置かれている人々』、いわゆる「買い物弱者」が全国に約 600 万人存在すると推計されている¹⁾。商業施設や公共交通が衰退・撤退してしまった、あるいは、「し始まっている」地域において「買い物弱者問題」が深刻化しているのだ。生活の基本となる衣食住は買い物を通して成り立っており、買い物に不便するということは、生活そのものに困窮することと同義である。

とりわけ高齢者は、加齢とともに運動能力や認知能力が低下するため、自宅から遠くの店に買い物に行くことが次第に困難になる。また、頼みの自家用車もゆくゆくは手放さざるを得ない。故に高齢者は、買い物弱者になる可能性及びその影響が大きい存在であると考えられる。

対してつくば市は、一見すると高齢化を起因とする問題とは無縁に思われがちである。研究学園都市の名の下に、多くの研究機関と産業が集積し、つくばエクスプレスの開通によってますますの発展を見せる都市、という「イメージ」が先行している。しかし、つくば市の中心市街地を一步離れれば、そこには田畑や農村集落、新興住宅団地が広がり、地区には多くの高齢者が居住している。買い物弱者問題はつくば市においても無縁ではない。

特に、買い物弱者に関しては、つくば市ではこれまでほとんどクローズアップされてこなかった問題であり、その対策も近年ようやく始められた段階である。今後さらなる深刻化が予想される買い物弱者問題に対して、その実態を明らかにし、対策を検討・実行することは、つくば市「全体」の将来を考える上で欠かせないであろう。

以上のような背景から、我々は、つくば市の「買い物弱者問題」の実態把握、及びその解決に向けた提案・提言を行うことを目的として設定した。

なお、実態把握にあたっては、多面的な議論が展開できるよう、地区住民はもちろん、行政機関や民間企業、NPO など、多様な主体に対するアプローチすることを心がける。また、高齢化が進行する地区において、買い物弱者問題はその深刻化が予想されるため、提案・提言に当たっては「現在」の視点のみではなく、「将来」の視点も併せることで、より有用性のあるものとする。

第2章 本論

2.1 既存研究レビュー

買い物弱者が発生する理由について橋本²⁾は、①競争激化に伴う地元小売店の廃業・閉店、②住民の高齢化により、自動車を運転できない人の増加、③郊外型の大型店の増加などが挙げられ、それぞれの要因が重なりあって発生しているからとした。また橋本は、入居開始数十年が過ぎた団地やニュータウンにおいて、地域住民の高齢化が進み、「買い物弱者」が増加していることを述べている。

買い物弱者支援の効率化については、洪³⁾がよりよい買い物支援サービスの提供には、行政と民間、民間事業者間の連携による取り組み、支援サービスの複合化という視点が必要であることを指摘している。

2.2 先行事例レビュー

買い物弱者問題は近年日本全国で報告され、その解決に向けた取り組みが全国各地で行われている。経済産業省による国の取り組み、全国の自治体での事例、つくば市での取り組みを紹介する。

2.2.1 経済産業省における取り組み

経済産業省では買い物弱者を専門に扱う委員会を立ち上げ、地域の主体等が連携して買い物弱者支援を行っている先進事例とその工夫のポイントをまとめた「買い物弱者（買い物難民）応援マニュアル（第1版）」を2010年に公表した。その後第2版を翌年の2011年に公表している。このマニュアルでは買い物弱者を応援する3つの方法を示している。1つ目は身近な場所に提供できないモノやサービスを、移動販売車や宅配などで届ける「商品を届ける」支援である。2つ目は家まで乗合タクシーで送迎したり、気軽に乗れるコミュニティバスを運営したりすることによって、外出をしやすくする「移動の支援」である。3つ目は身近に買い物できる場所で、生活に必要なモノやサービスを提供できる「店を作る」支援である。

同省は2010年度及び2012年度の補正予算編成に合わせて、買い物弱者支援の各試みに補助金制度を設けた。そして買い物弱者支援事業を公募し、採択された事業に対し費用の2/3（100万円～1億円）の補助を行った。

2.2.2 全国の自治体での取り組み

「買い物弱者応援マニュアル第2版」を参考に、経済産業省による3つの支援サービスの事例を、表2-1, 2-2, 2-3に取り上げる。ここで取り上げる事例は、マニュアルで紹介されている事例の中でも、買い物弱者支援として他の地域でも比較的導入しやすいと判断したものである。

事例紹介の際、経済産業省の3つの支援を

- ①商品を届ける支援
- ②移動の支援
- ③店を作る支援

と分類する。

①「らくらくお買いものシステム」(熊本県熊本市：健軍商店街)

表 2-1：事例①

概要	健軍商店街は市電の起点停留所の周辺に位置し、ベッドタウンとして成長する熊本市東部の中核商店街として発展してきた。商圈の高齢化（24%程度）や大型店との競合が激化する中、平成 11 年にタウンモビリティ事業を実施。そこで商店と地元企業との協力でタクシーでの宅配を実現。商店街から半径 2km 程度に居住する顧客の買い上げ品を一日 2 便、タクシーにより配送。料金は 1 回当たり 300 円。うち 100 円を商店街から補助している。
得られた成果	平成 21 年度のらくらく宅配の利用実績：289 件
役割分担の工夫	<p>(1) 宅配は肥後タクシー（有）が実施。</p> <p>(2) 宅配料金 300 円のうち 100 円は商店街振興組合から「宅配補助券」を顧客に発行して支出。</p>
効率化や継続に向けた工夫	<p>(1) 買い物パターンの分析に基づく効果的な宅配時間の設定 高齢者等の買い物パターンの分析から、宅配を 12 時と 16 時の 1 日 2 便実施することが、効率的で利用者にも喜ばれることが確認できた。</p> <p>(2) 未稼働タクシー車両の有効活用 宅配時刻は、原則、12 時と 16 時を予定しているが、運用には若干の時間の自由度を持たせ、未稼働車両を有効に活用している。</p> <p>(3) 集いの場の提供による高齢者等のコミュニケーション機会の創出 宅配受付ステーションを中心に、お年寄りの集いの場を提供し、コミュニケーションの活性と、口コミによる販売促進を促している。</p>

②「キララちゃんバス」(茨城県土浦市：NPO 法人「まちづくり活性化土浦」)

表 2-2：事例②

概要	市街地の郊外化とモータリゼーションによって中心市街地へ人が集まらなくなった。そこで「市民が支えるバス」に賛同を得て、市と地域団体が話しあったところ、地域全体で中心市街地に向けた交通整備が必要であるとして、地域通貨「キララ」の発行と併せてバス運行を開始した。
得られた成果	(1) 利用者は1日平均395人(1便平均8.7人)。増加傾向にある。 (2) 乗車人数のうち15%が中心市街地等で使用可能な地域通貨キララを、使用している。
役割分担の工夫	(1) 商業関係者が中心となって、企画、ルート選定、運営主体の設立、試験運転、本格運行などを行っている。それにより買い物客のニーズに合致した交通手段となっている。 (2) バスの運行は、関鉄と土浦地区タクシー協同組合に委託。 (3) 事業者用の負担者として、土浦地域の商業事業者からの協賛金や土浦市からの補助金を受けている。
効率化や継続に向けた工夫	(1) 中心市街地活性化を目的とすることで、買い物客のニーズに合わせた事業設計が可能になった。 (2) バスの運賃として「100 キララ」という地域通貨を発券している。協賛店舗で1000円以上買い物をすることで1枚の「100 キララ」をもらえ、バスの運賃として使用できる。 (3) 企画段階で住民からの声を多く採り入れており、運営においても地元ボランティア等が高齢者の乗降サポート等を行っている。

③青研（熊本県荒尾市：中央青空企画）

表 2-3：事例③

概要	荒尾市では近年，人口の流出や高齢化が進んで商店街が衰退し，日々の買い物先の確保に悩む高齢者が増加している．そこで商店主らが企業組合を立ち上げ，商店，農家とともに取り組む徒歩圏内の高齢者をターゲットとした半径 300m の「徒歩圏内マーケット」を開設した．
得られた成果	<p>(1) 対象商圈はわずか 150 世帯ながら，日販 10 万円を達成した．</p> <p>(2) 歩いてくる高齢者向けに生鮮品などを揃えている(約 200 品目)．顧客にとっては，レジでの会話も買い物の楽しみのひとつになっている．(コミュニケーション機会の形成)</p>
役割分担の工夫	<p>(1) 企業組合がミニスーパーマーケットを開設した．食品などの品揃えを豊富にすると同時に，近隣農家による野菜の産直販売を実施した．</p> <p>(2) 売上の 85%は出荷者に，15%はミニスーパーマーケットの人件費等に充当している．</p>
効率化や継続に向けた工夫	<p>(1) 半径 300m の 150 世帯を対象として成り立つ事業を前提に綿密な事業設計を行った．</p> <p>(2) 開店コストを削減するために，空き店舗を安く借りるなど，運営費を収益の範囲内で賄っている．また，開店時は自分たちの手で改修し，設備を中古品で揃えることで，初期投資を抑制した．</p>

2.2.3 つくば市内での取り組み

つくば市での買い物弱者支援は、次節で対象地として設定する「茎崎地区」を中心に取り組まれている。その主な取り組みを、2.2.2の経済産業省による分類に当てはめたものが表2-4である。

同市は、買い物弱者支援に向けた調査・検討を進める中で、昭和50年前後に集中的に開発された住宅団地で、現在高齢化が著しい茎崎地区を対象として、買い物環境に関する住民アンケートを実施している。その結果、まず住民の自動車利用について、老夫婦や単身世帯は自動車を利用しない割合が多く、また住民の買い物に対する不便感については、年齢が高いほど「不便に感じる」と答える傾向があった。以上から将来茎崎地区の高齢化が進行して車を利用しなくなると、住民はますます買い物に不便してしまうことがわかった。

このアンケート調査を踏まえ、市は、カスミに3年間の期限付きで事業委託し、2013(平成25)年、茎崎地区を中心に移動販売事業を開始している。[※]

また、他に現在つくば市で行われている買い物支援サービスには、イオンモールつくばが運行する無料送迎バスがある。このバスは月に1回、茎崎地区とイオンモールつくばの間を往復しており、主に自動車を運転できない高齢者が利用している。

さらに、茎崎地区では「友の会たすけあい」というNPO法人も活動している。この団体は、様々な理由で移動するのが困難な人たちに対し、車を使って外出を助ける有償ボランティアを行っている。

表2-4：つくば市における買い物支援

種類	詳細
第1の支援 商品を届けよう	「移動販売」の実施 つくば市がカスミに事業委託 トラックに商品を載せ、販売場所を回る。茎崎地区を中心に展開
第2の支援 出かけやすくしよう	「無料送迎バス」の運行 イオンモールつくばが実施 毎月15日、茎崎地区とイオンモールつくばを往復 福祉有償運送事業 NPO法人「友の会たすけあい」が実施 外出が困難な高齢者や障害者を対象に、会員が目的地まで送迎
第3の支援 店を作ろう	特に実施なし

※2012(平成23)年に、環境省「地球温暖化対策技術開発等事業」の、移動販売車EV(電気自動車)化事業として、移動販売の実証がなされている。

2.3 対象地の設定

2.3.1 つくば市の特徴

本研究の目的は、「つくば市の買い物弱者問題の実態把握、及びその解決に向けた提案・提言を行う」ことである。しかし、一口に「つくば市」とは言っても、地区によって状況は大きく異なっており、対象地を設定するには地区ごとの特徴を捉える必要がある。

そこで、対象地を設定するための基準として、「高齢化率」と「商業施設の立地」に着目する。理由としては、「高齢化率」が高い地区において、買い物弱者の発生可能性とその影響が大きいと考えられるからだ。またそもそも論として、「買い物」について論じるのであれば「商業施設の立地」については押さえておかなければならない。

まず、高齢化率の推移を図 2-1 に示す。⁴⁾⁵⁾つくば市全体の高齢化率は、全国の高齢化率を下回っているがわかる。しかし、地区別で見ると、つくば市の南北に位置する「筑波地区」と「茎崎地区」の高齢化率がつくば市平均だけではなく、全国平均をも上回っていることがわかる。特に、茎崎地区は急速に高齢化が進行している。

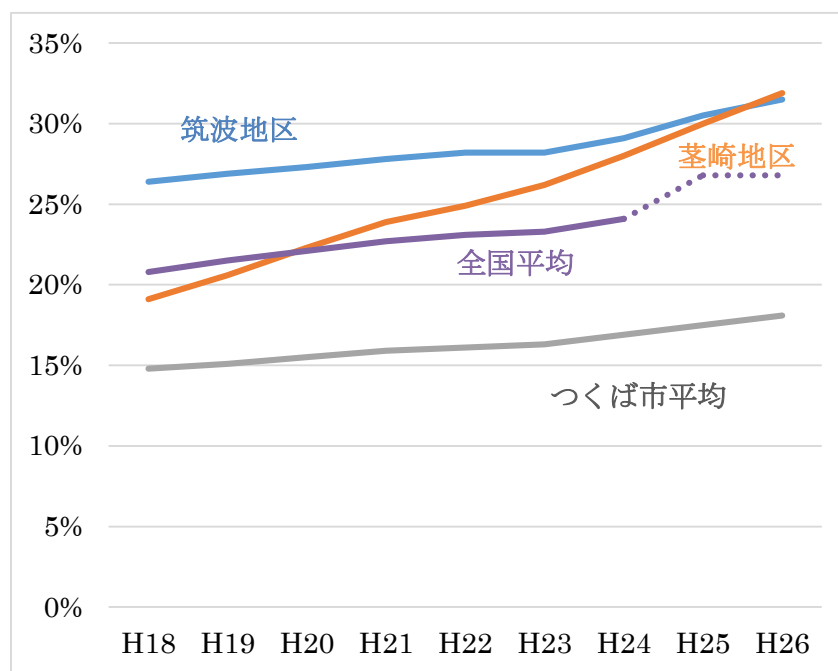


図 2-1：高齢化率の推移

(平成 25, 26 年度の高齢化率の全国平均は統計が存在しなかったため、平成 27 年時点の推計値を代用している。)

次に、「i タウンページ (<http://itp.ne.jp/?rf=1>)」で確認できた商業施設（スーパー・コンビニ）について ArcGIS を用いて地図上にプロットした（図 2-2）。スーパーとコンビニのみに着目した理由として、確かに地区内には個人商店や直売所のような施設が見受けられたがその品揃えが不足していたこと、あるいはそもそも営業しているのかどうか定かではなかったことが挙げられる。

概観すると、高齢化率の高い筑波・茎崎の 2 地区において、商業施設が少ないように見えるが、定量的に比較するために、地区別の人口 1,000 人あたりの商業施設数を算出した。その結果が図 2-3 であり、やはり筑波・茎崎の 2 地区について商業施設数が少ないことがわかる。

以上の結果から、我々は、対象地の「候補」として筑波地区と茎崎地区を取り上げることにした。

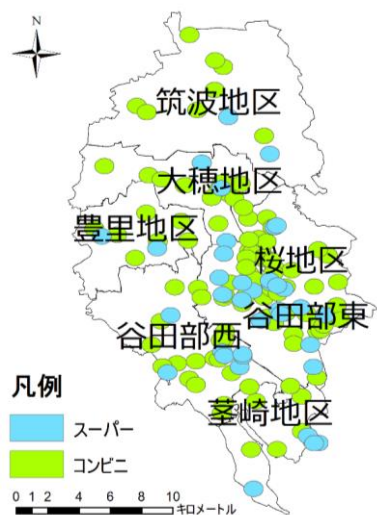


図 2-2：商業施設の立地

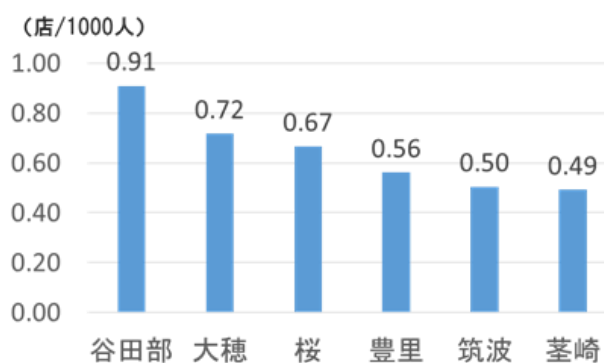


図 2-3：人口 1000 人あたりの商業施設数（地区別）

2.3.2 筑波・荃崎地区の特徴

筑波地区は、筑波山のふもとに位置し、農村集落が広く分布する地区である。地区内の商業施設はコンビニが点在する他、一定規模のあるスーパーは「カスミ筑波店（株式会社カスミ）」が立地するのみである。また前述の通り、高齢化率は高く推移している。

この状況に対し、筑波地区の区会長へのヒアリングでは、筑波地区のような昔から続く農村集落は地縁が濃いことから、高齢者になり身体的に不自由になったとしても、家族や地域の支援を得やすい、との結果を得ている。

一方、荃崎地区は、農村集落と、70～80年代にかけて造成された新興住宅団地が混在する地区である。この新興住宅地は、東京に通勤する会社員のベッドタウンとして造成されたもので、急激な人口増加をもたらした。荃崎地区の近年の急速な高齢化は、この頃入居した住民が一斉に高齢化していることによるものである。

自治会長へのヒアリングでは、自治会加入率の低下、空き家の増加など団地として衰退が進んでいるとの結果を得た。また、高齢化率の急上昇が端的に示すように、地縁は薄く、子どもは団地には残らない傾向にある。

（なお、ヒアリングの概要と結果については次章において詳細を述べることとする）

2.3.3 対象地の確定

筑波・荃崎地区ともに、高齢化が進行し、商業施設が少ない地区であることから、一見すると買い物弱者問題を抱えているように考えられる。しかし、「農村集落」の高齢者は「地縁」によって家族や地域の買い物への支援を期待できることから、買い物弱者問題はそれほど表出していないようであった。

むしろ、地縁が薄い「新興住宅団地」の方が買い物弱者問題はより深刻だと考えられる。荃崎地区の団地は今後さらなる高齢化が予測されている。以上より、今回我々がテーマとする「買い物弱者問題」をより特徴的に表していると考え、荃崎地区の団地の中でも、最も規模の大きい「森の里団地」を対象地として取り上げることとした。

2.4 ヒアリング調査

我々は、2014年5月9日から6月3日にかけて、計8回のヒアリング調査を行った。目的は、買い物弱者問題の実態把握、及び今後の解決策の提案・提言のためである。前者については、対象地の住民をよく知る筑波・茎崎地区の各区会長や自治会長を対象に、これまでの買い物環境の変化や、将来への危機感についてヒアリングした。後者については、対象地で買い物支援活動に取り組んでいるつくば市役所、カスミ、イオンモールつくば、友の会たすけあいを対象に、活動の実施に至った経緯や、実施前後の効果について調査した。その他、主な概要は表2-5の通りである。

質問とそれに対する回答については、補足資料に記す。

表2-5：ヒアリング調査概要

対象者	調査内容
つくば市役所	1.つくば市の取り組み 2.買い物環境アンケート(茎崎) 3.買い物弱者問題の現状、認識
(株)カスミ 一移動販売	1.実施に至る経緯 2.現状と今後の展望・課題
イオンモールつくば 一無料送迎バス	1.実施に至る経緯 2.現状と今後の展望・課題
筑波地区各区会長 (水守・臼井・洞下)	1.現状の買い物事業 2.地区での取り組み
茎崎地区自治会長 (森の里)	1.買い物環境の変化 2.空き家、空き店舗について
NPO法人 友の会たすけあい	1.これまでの取り組み 2.今後の展望

2.4.1 つくば市産業振興課

【概要】

つくば市で行われている買い物弱者問題に対する取り組みについて知るため、2014年5月9日(金)に、つくば市産業振興課の方々を対象に、ヒアリング調査を行った。

【結果及び考察】

買い物弱者問題において、つくば市内でも例外ではない。つくば市では大型住宅地であり、近年、高齢化率の急激な上昇が見られている茎崎地区をモデル地区とし、買い物環境に関するアンケート調査を実施した。そのアンケート結果をもとに、カスミに委託する形で移動販売を実施するにいった。

上述の通り、移動販売を実施する以前にはアンケート調査が行われたが、実施後にはアンケート調査が行われていない。したがって、移動販売前後の買い物環境の変化を調査する必要があると考えられた。また、それをもとに、住民に、どのような買い物支援サービスを提供すればよいのかを考えた。

2.4.2 筑波地区各区会長

【概要】

高齢化率の上昇と商業施設立地の少なさから、我々はつくば市の筑波地区に着目した。筑波地区における住民の買い物環境について実態を知るため、2014年5月8日(木)から16日(金)にかけて、主に各区会長を対象にヒアリング調査を行った。

GISを用いて、つくば市内のスーパー・コンビニの半径500メートルをプロットしたところ、筑波地区では洞下・臼井・水守の3地区が浮かび上がってきた。(付録参照)

よって、筑波地区の中で洞下・臼井・水守の3地区を対象とした。

【結果及び考察】

洞下・臼井・水守の3地区において、各家庭が自動車を保有していることは、当たり前であることがわかった。また、いずれの地区も昔からある農村地帯なので地縁が存在するため、家族や親戚・近所のつながりが強く、子供が家に残る慣習が残っているため、自分が車に乗れなくなっても、家族に頼めば買い物環境には困らないということであった。

つまり、高齢化率が高く、他の地区に比べて商業施設も少ない状況ではあるが、現時点では3地区とも買い物環境に不便している人は多くないようである。

2.4.3 イオンモールつくば

【概要】

茎崎地区を中心に運行されている無料送迎バスについて、それを実施するにいたった経緯や現状などを把握するため、イオンモールつくばに対して、2014年5月26日(月)にヒアリング調査を行った。

イオンモールつくばでは、2013年度から茎崎地区において毎月15日の月1回、無料送迎バスを運行している。この無料送迎バスは茎崎地区とイオンモールつくば間を往復しており、一日に6, 7便運行されている。主に自動車を運転できない高齢者によって利用されている。

【結果および考察】

イオンによる無料送迎バスは、普段の生鮮食品等の買い物のために利用されるというよりは、月に1回、実際に大型ショッピングセンターに行って一日買い物を楽しむことや、映画を見ることを目的に利用されているようだ。

2.4.4 カスミ

【概要】

筑波地区・茎崎地区を中心に行われている移動販売について、その現状を把握するため、移動販売を行っているカスミに対して、2014年5月21日(水)にヒアリング調査を行った。

カスミでは、2013年度から茎崎地区において移動販売を実施している。移動販売場所は地区内に数カ所存在し、場所によって週1～3回実施されている。

【結果および考察】

地域に根ざしているカスミだからこそ、これまでカスミを支えてくれたお客さんのために、移動販売をやめるつもりはない。今後、移動販売を続けていくためにも、移動販売の黒字化を目指している。

また、買い物弱者問題は“食”の問題だけでなく、少子高齢化、人口減少、地域の衰退といった様々な難題が絡んでいる社会問題である。そのため一主体だけでは解決できず、住民、行政、民間、NPOなどが、みんなで協力し合って解決する必要がある。

2.4.5 荃崎地区森の里自治会長

【概要】

対象地である荃崎地区における住民の買い物環境について実態を知るため、2014年6月2日(月)に荃崎地区森の里自治会長を対象にヒアリング調査を行った。

【結果および考察】

近年高齢化率は上昇しているものの、定年退職後であっても車を運転できる人が多く、現状では買い物環境に不便していないとのことだ。

過去には米屋や野菜直売所、ボランティアによる定期市等も行われていたが、いずれも倒産してしまっている。米屋と野菜直売所は団地中央部にある同じ建物に入っていたが、どちらも閉店してしまったため、その建物は今空きテナントとなっている。

森の里では空き家が増加しており、自治会でも空き家の対処に困っているようだった。また、同時期にできた他のニュータウンと比べ、森の里は空き家率が高い。

以上のことから、商業ベースの新たな出店は経営的に難しく、行政の支援等が入る余地があるといえる。

2.4.6 NPO法人 友の会たすけあい

【概要】

荃崎地区を中心に有償で移動支援活動を行っている、友の会たすけあいに対して、2014年6月3日(火)にヒアリング調査を行った。主な目的は、友の会たすけあいの活動状況や、荃崎地区住民の買い物環境の実態把握である。

友の会たすけあいは荃崎地区を中心に、外出が困難な高齢者や障害者に向けて、1997年から有償で移動支援活動を行っている。

【結果および考察】

送迎サービスの利用者は、老老家族(高齢者夫婦のみ)や独居老人が多く、また車を使えない人がほとんどである。これからますます高齢化率が上昇し、地域の衰退も進むと考えられるため、今後、さらに利用者の要望は増加するだろうと考えられる。

利用者の中には、この送迎サービス以外にも、カスミの移動販売やイオンの無料送迎バスを利用している人も多い。それらのサービスだけでは足りないため、友の会の送迎サービスで補っている、という人も少なくないようである。

2.4.7 ヒアリング調査のまとめ

現在、つくば市では「商品を届ける支援」としてカスミによる移動販売、「移動の支援」としてイオンによる無料送迎バスの運行、友の会たすけあいによる移動支援活動が行われている。これらの支援について、いずれも利益を伸ばすことよりも、今後も長く続けることによって利用者を増やし、買い物や生活に困っている人を一人でも多く助けたい、ということを第一として活動していた。

一方で、その事業の運営は厳しく、買い物弱者問題の解決の難しさが伺われた。茎崎地区の高齢者は「現在は」車を利用できており、買い物支援サービスの利用者がなかなか増加しないという現状があるためである。地区には様々な住民が居住しており、車で買い物に行ける人から少し移動するのもしんどいという人まで存在している。

多様な主体へのヒアリングを通して、一主体による買い物支援が難しいことから、支援を受ける住民も含めて、地域・社会全体で互いに協力しあい解決していくべき大きな問題であると考えた。

2.5 アンケート調査

我々が着目した森の里団地では、カスミの移動販売やイオンの無料送迎バスといった買い物支援サービスが行われている。森の里団地は、買い物支援サービスの導入前につくば市が行ったアンケートにおいて買い物の不便感が現れていた地区であるが、導入後、それらが実際の住民のニーズに合い、利用されているのかについてはわかっていない。我々は森の里団地住民の現在の買い物環境の実態について詳しく把握することで、よりよい買い物支援の方法を検討することができるのではないかと考えた。

そこで、団地内の住民にアンケートを実施し、買い物環境の実情とともに、もし現在森の里では行われていない「店をつくろう」という支援を導入すると仮定したとき、どの程度実現性があるのかについて調査した。

アンケート調査票、及び各設問ごとの集計結果については、補足資料を参照されたい。

【アンケート調査の概要】

調査名：買い物環境に関する地域住民アンケート

調査対象：森の里団地全世帯〈全数調査〉

配布方法：ポスティング

回収方法：住民が指定日時に家のポストに挟んだものを回収

実施期間：2014年6月3日(火)〔配布〕 ～ 6月7日(土)〔回収〕 の5日間

配布部数：1100部

回収部数：156部

回収率：14.2%

【アンケート項目】

- ・現在の買い物頻度
- ・普段食料品の買い物に利用する店舗とその場所
- ・普段の買い物に利用する交通手段と所要時間
- ・利用したことのある買い物支援サービス
- ・森の里団地に存在する空き地・空き家の希望活用法
- ・空き家を活用した店舗ができた場合の利用・運営意志
- ・個人属性（年齢・性別・居住年数など）

2.5.1 森の里団地住民の買い物環境

まず、現状の森の里団地の住民の買い物環境に関する項目をみる。大問1の問1「現在、あなたが食料品の買い物をする頻度はどのくらいですか」という設問に対して、図2-4より「ほぼ毎日」「週2・3回程度」と回答した人、つまり週2回以上買い物に行くことのできている人は全体の80%にのぼった。また、買い物頻度が多いとは言えない「週1回程度」「月に1回」「ほとんど行かない」と回答した人にその少なさの理由を問う設問では、図2-5より約半数の人が「現在の買い物頻度で不便していないから」と回答した。

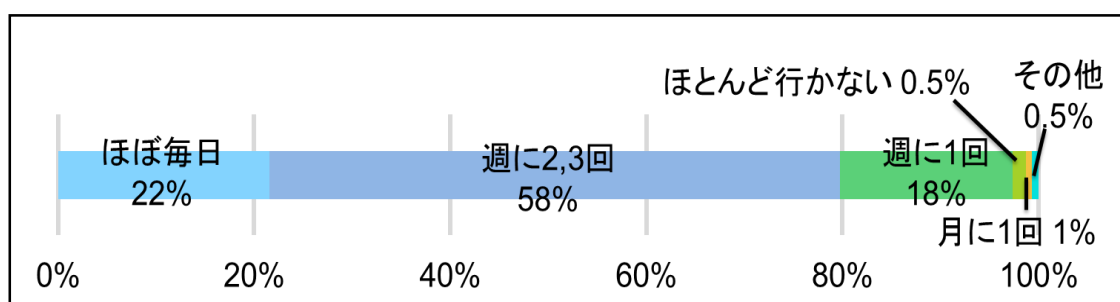


図2-4：買い物頻度 (n=153)

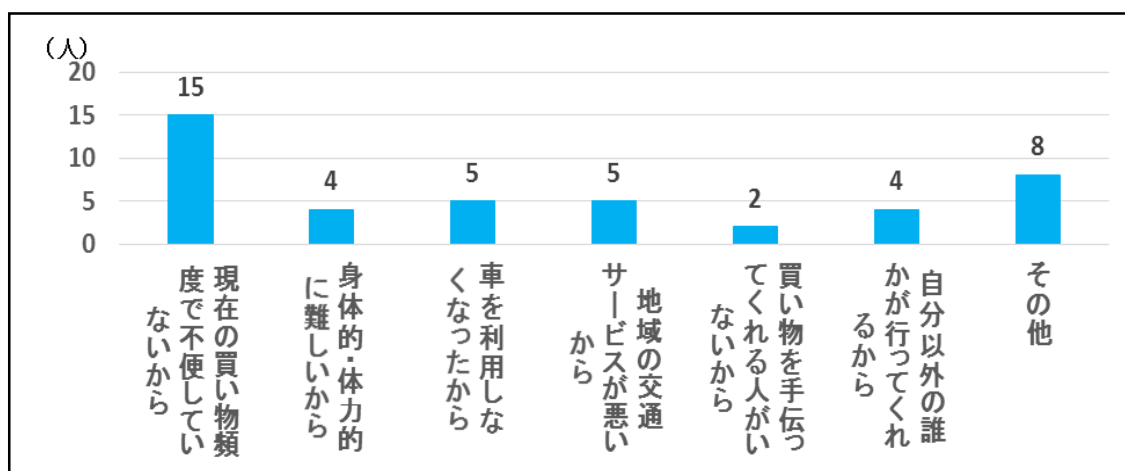


図2-5：買い物頻度が少ない理由 (n=28 複数回答)

次に、同じく問3「あなたが現在、食料品の買い物をする際に、最もよく利用する店舗の所在地と店舗名をお答えください」という設問の回答結果をみてもみる。下の図2-6は回答数の多かった上位5店の店舗をあげたものである。有効回答数の約80%がこれら5店を回答したが、図2-7より全て森の里団地から直線距離で約2.5km以上離れており、徒歩で買い物に行くことが難しい場所に位置していることがわかる。

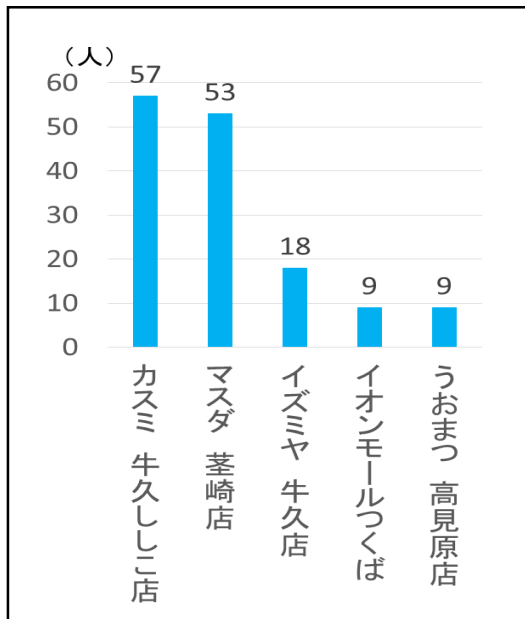


図 2-6：買い物に利用する店舗 (n=145)



図 2-7：買い物に利用する店舗の場所

また、同じく問4「あなたのご自宅から問3で回答した店舗まで移動する際によく利用する移動手段と所要時間をお答えください」という設問において、移動手段についてみると、図2-8より「自分で車を運転」「他者が車を運転」と回答した人は全体の約86%にのぼった。

以上大問1・問1～4の結果から、現状の森の里住民はほとんどの人が買い物に車を利用することが可能であるため、遠く離れた店舗へ行ったり好きな時に好きな頻度で買い物したりすることができる状況にあり、買い物には不自由していない人が多いことがわかった。

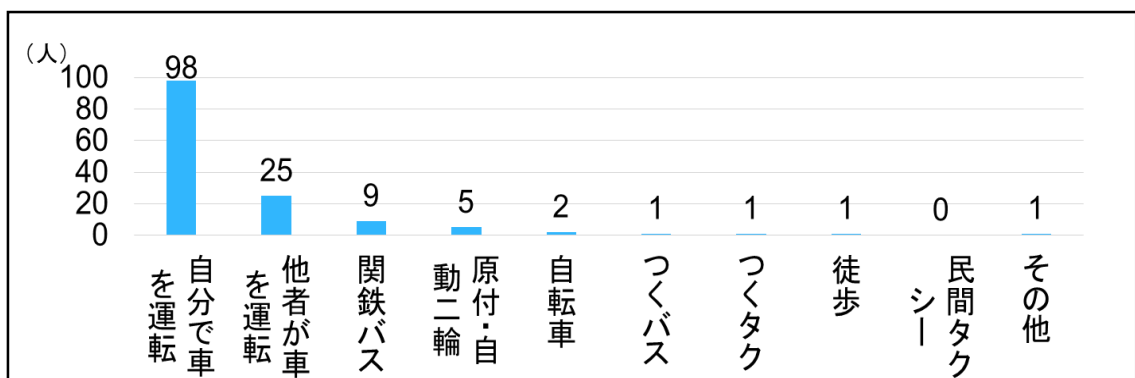


図 2-8：買い物の移動手段 (n=143)

2.5.2 「店をつくろう」の支援の実現性

続いて、我々が考える「店をつくろう」の支援の実現性についての項目を見る。なお、店舗の設置には団地内に存在する空き家や空きテナントを活用するものとする。まず大問4の問1「森の里団地内の、あなたの家から楽に歩いて行けるところに、空き家を活用した食料品の常設店舗が開業した場合、どの程度あなたは利用すると思いますか」という設問に対して、図2-9より「よく利用する」「たまに利用する」と回答した人は全体の約75%にのぼり、一見すると提案が実現した場合には比較的多くの住民が利用してくれるように考えられる。しかし、大問2における食料品の買い物支援サービスの利用実態の項目をみると、その通りにはいかない可能性が読み取れる。問1で森の里住民が利用したことのある買い物支援サービスの種類を問うているが、「どれも利用したことが無い」と回答した人は図2-10より全体の半分にもものぼった。さらにその回答者に利用したことが無い理由を問う項目では、約83%の人が「現状、特に買い物について不便はしていないから」と回答した。つまり、もし買い物支援サービスが導入された場合には利用したいと回答する人も、自分が不便している状況に無ければ実際にサービスが導入されても利用しない傾向があるのではないかということが予想される。

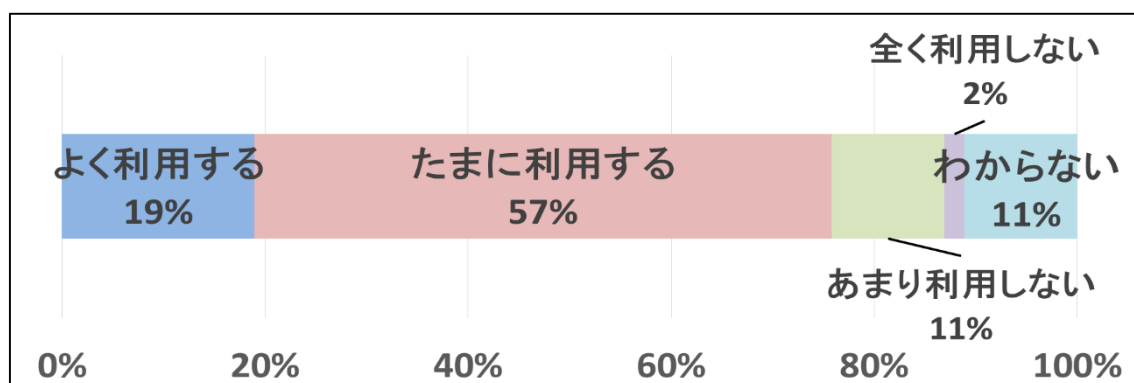


図2-9：空き家を利用した常設店舗の利用意向（n=153）

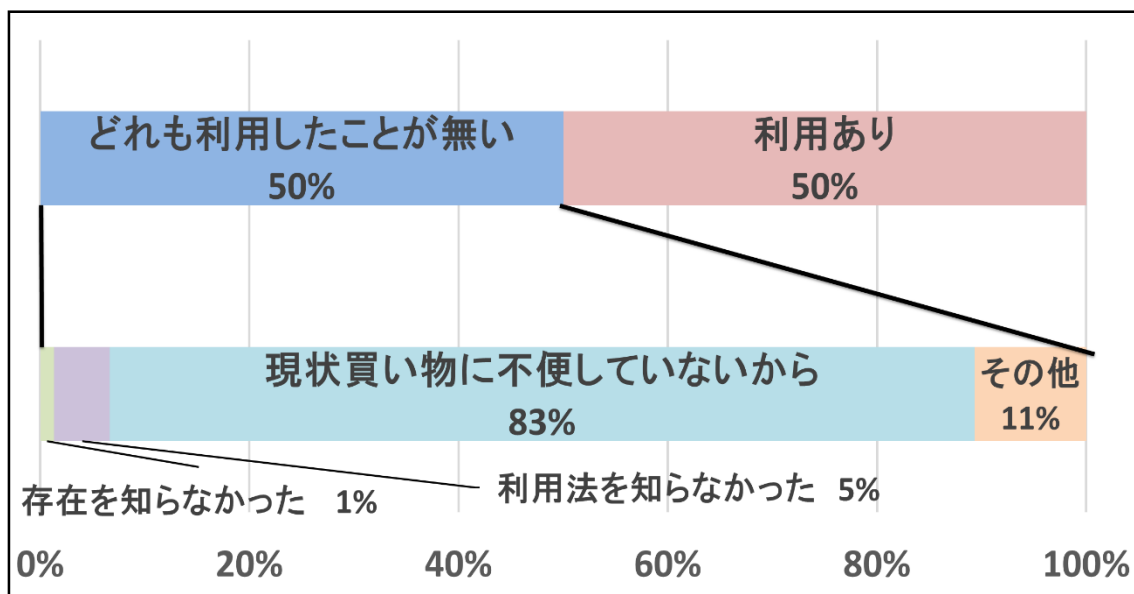


図 2-10：買い物支援サービスの利用有無とその利用（n=150）

同じ傾向は、つくば市が茎崎地区にカスミの移動販売を導入する前に行った住民アンケートにおいてもみられる。茎崎地区住民を対象としたこのアンケートの中の、移動販売が自宅近くに来た場合の利用の有無を問う設問で、図 2-11 より「利用したい」「なるべく利用したい」と回答した人は全体の約 57%であった。しかし我々のアンケート調査において、移動販売を実際に利用したことのある住民は、図 2-12 より全体の約 37%であることがわかった。このことから、買い物支援サービスの利用意志と実際の利用実態には差があることが読み取れる。

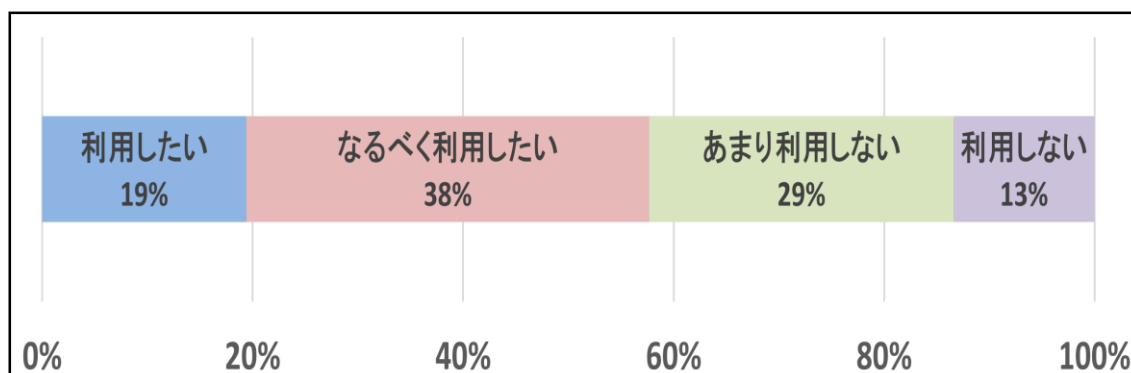


図 2-11：移動販売の利用（2012 年度実施 つくば市アンケート）（n=1664）

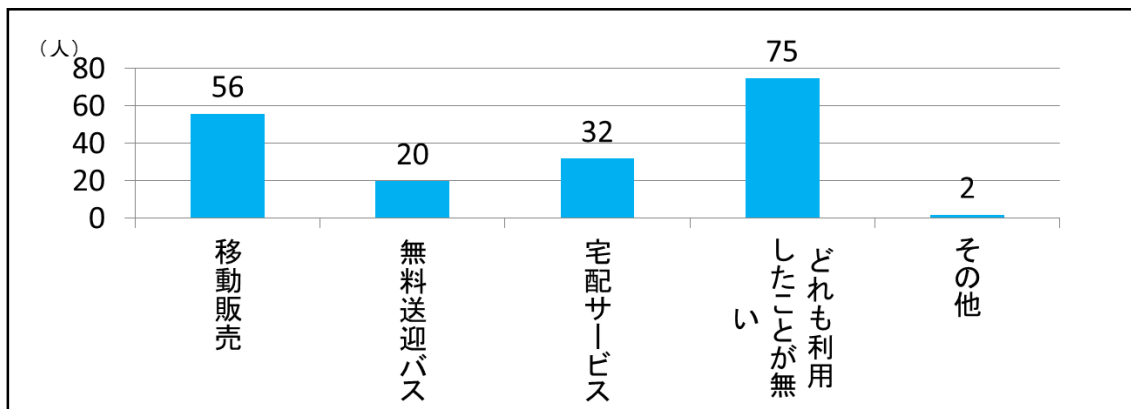


図 2-12 : 利用したことのある買い物支援サービス (n=150 複数回答)

2.5.3 アンケート調査のまとめ

以上から、現在森の里団地の住民は車の利用により買い物には不便していない状況であるため、仮に我々の提案する店舗が実現しても住民は利用せず、継続できないことが予想される。しかし今後は団地の高齢化率が上昇を続け、住民は車が運転できなくなったり外出が困難になったりして、このままでは将来買い物に困ることになるのは確実である。我々は今まで森の里で行われてきた支援策とは違う方法で、この問題に取り組むことを考えた。

第3章 提案・提言

3.1 第3の支援

森の里団地では、経済産業省の3つの支援のうち、第1の支援の「商品を届けよう」はカスミの移動販売、第2の支援の「出かけやすくしよう」はイオンによる無料送迎バスの運行やNPO法人友の会助け合いによる有償乗り合いタクシーの運行がなされている。しかし、「店をつくろう」という第3の支援はなされていない。「店をつくろう」という支援は他の2つの支援に比べて維持運営にコストはかかるが、自宅から歩いていける場所でいつでも商品が買える利便性を考えれば、住民から見て最も期待される支援であろう。

2.4.5の森の里自治会長からのヒアリングでは、以前森の里にあった商業店舗が利用者の減少と売り上げの低下に伴い撤退している事がわかった。この事から、新規店舗の参入・継続のためには何らかの経済的補助が求められる事がわかった。

また、2.4.4のカスミでのヒアリングでは、移動販売事業には市の補助金が投入されているものの、その事業化にはまだ至っておらず、衰退の進む地域では経済的な補助があったとしても、買い物支援が容易に成立するわけではない事が分かった。このため、カスミは、これからの時代は住民や行政、民間などの様々な主体による協働が求められる、と考えていた。これは、移動販売事業に留まらず、我々が目標とする「店をつくろう」の支援にも必要とされる考え方である。

「店をつくろう」の支援の障害となるのは、地域の衰退による需要の縮小によって、初期費用・運営費用がまかなえないことであった。これが解消されない限り、森の里団地での店舗の参入・継続は見込めない。

この問題を解決するひとつの方法論として、「行政・民間・住民が三位一体となって協働する」することを提言する。同時に、「自宅から歩いていける距離に、空きテナントを活用し、食料品の常設店舗をつくる」ということを我々の第3の支援として提案する。

森の里公会堂付近にある2階建て物件の空きテナントを活用することで、出店にかかる初期費用を抑えることができる。また、

行政による「運営費の補助」

民間企業による「社会貢献活動」

住民による「店舗の積極利用」「運営費の一部負担」

というように、それぞれの主体が「店をつくろう」の支援の実現に向けて、一体となって協働することで、持続可能な支援ができると考える。

【店舗運営モデルの検討】

図3-1は我々が提案する常設店舗の支援において、具体的にどの主体がどのような補助を行っていく必要があるかを示したものである。森の里で常設店舗を運営する際は、民間企業であるカスミが商品を配送するコスト（車両費、燃料費、人件費等）を負担、つくば市が空きテナントの賃料を補助、住民は運営費の負担・商店の買い支えと共に負担が大きくなる事が予想されるカスミへの配送費補助を行う。カスミが商品配送をする理由は森の里で既に移動販売事業を展開しており、茨城県の地元企業であるため、常設店舗に商品を配送する際も配送や運営のノウハウがあると考えられるためである。民間・行政・住民の3主体が共に負担し合う事によってこそ常設店舗の運営が行えると我々は考える。

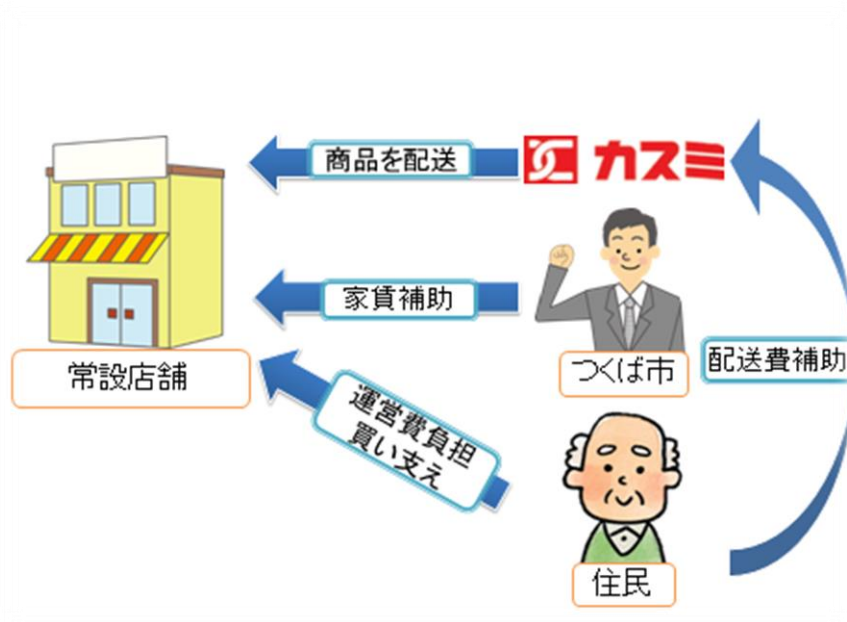


図3-1 店舗運営のモデル

また、実際に常設店舗が出来た際に店舗の維持管理にどのくらいのコストがかかるのかを試算した結果が図3-2である。森の里自治会長のヒアリングより、テナントの家賃は8万円、光熱費は一般的なコンビニエンスストアの電気代が約30万円/月である事から、常設店の営業時間を1日8時間、週6日営業として6万円とした。また人件費については、熊本県荒尾市の

青研の事例を参考に算出した。（事例集の○ページ参照）これらのランニングコスト（計29万円/月）はつくば市からの家賃補助4万円を除き、全て住民が負担する。また、人件費・車両費・燃料費など、多種の負担があるカスミに対し住民から月20万円の補助を行う。この補助によってカスミの負担が軽減される。ランニングコストとカスミへの配送費補助を

合わせ、森の里住民は45万円/月の負担をする事になる。森の里の人口は約3,000人いることから、一人当たり150円/月の負担である。このように、カスミ・つくば市・住民が一体となり店を支えていく事で運営コストは賄える可能性がある事が試算によりわかった。

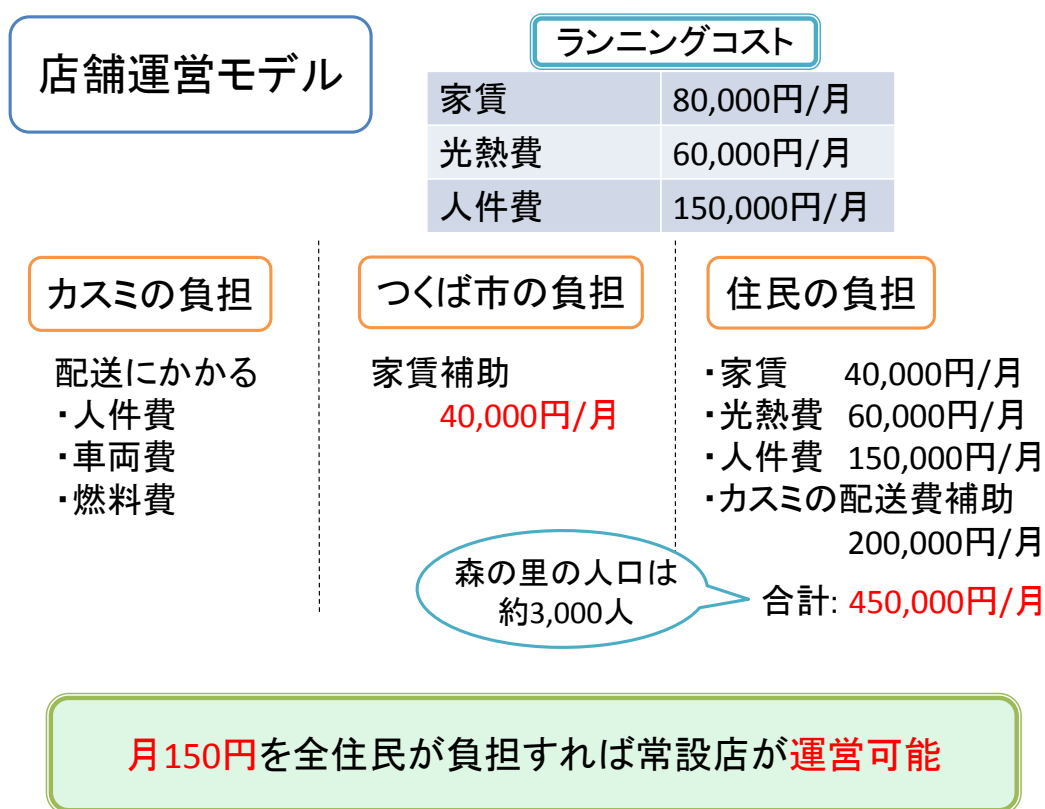


図3-2 常設店舗のランニングコストの試算

さらに、熊本県荒尾市の青研の事例を参考に店舗の売り上げ目標を10万円/月、250万円/月として、住民がどのくらいの買い支えを行えば、売り上げ目標を達成できるかを試算した。その結果が図3-3である。2014年5月現在、森の里団地に65歳以上の高齢者は1606人住んでおり、この高齢者らを常設店舗の主な顧客と考えた。250万円/月の売り上げを達成するためには、この1606人のうちの約40%の625人が週1回の頻度で1000円の買い物を行えば、売り上げ目標を達成できると試算した。今回は常設店舗の運営モデルとして、カスミから仕入れた価格のまま常設店舗で住民に販売する事を考えた。常設店舗の商品がカスミより高い価格設定であると、住民が利用しづらくなる。運営費は住民の負担によって成り立っているため、仕入れの値段に利潤を足して販売する必要はないのではないかと考えた。

この運営モデルの特徴は今までの支援と違い、民間の社会貢献活動と行政の補助のみならず、住民が負担をするということである。今まで全国で行われてきた買い物支援は住民

側にあまり負担をさせる事はなく、主に行政や民間企業が負担の主体となって事業が行われてきたが、住民の買い物環境を守るためには、その地区に住まう受益者としての住民が主体的に費用を負担していくことがこれからの時代において必要ではないかと我々は考えた。

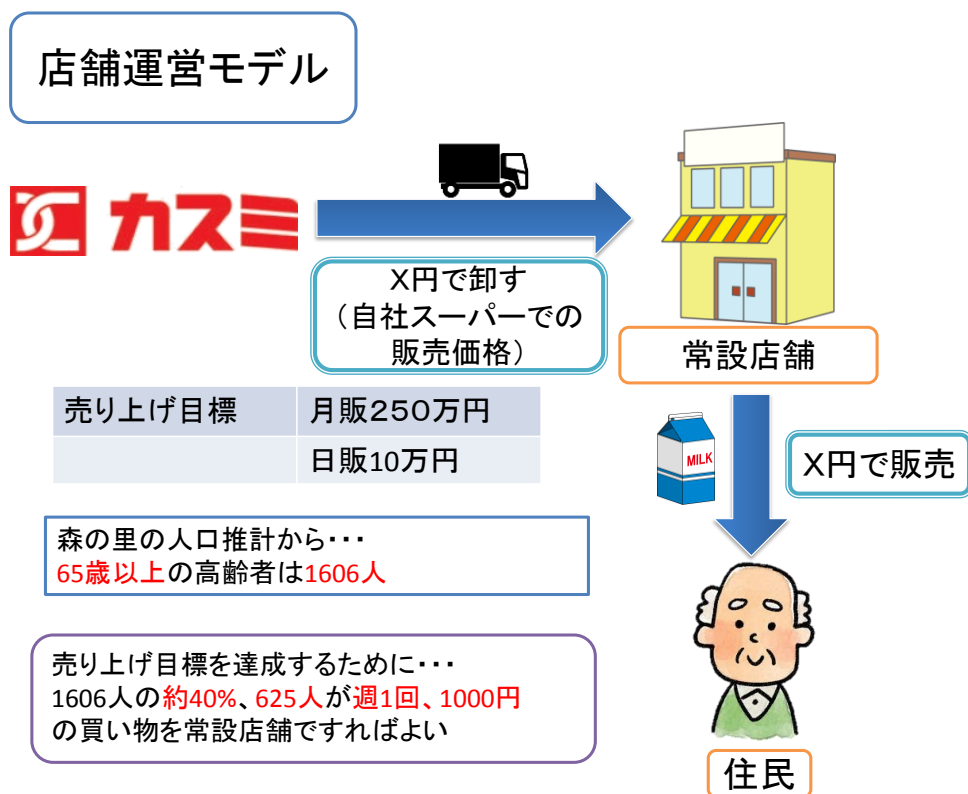


図3-3 売り上げ目標と運営モデル

3.2 第4の支援

アンケート調査の結果より、現状買い物に困っていない住民の買い物支援サービスの利用意向と、実際の行動には差があり、その差がある限り、買い物支援サービスを新しく提供しても、利用される可能性が低いことが分かった。

以上の結果を踏まえ、住民自身が「将来的には買い物環境が悪化する」という危機を認識することが重要であると考えた。将来の買い物環境が悪化することが認識されれば、今ある、又は今後増える買い物支援サービスの利用状況は変化すると考える。そこで、我々は表 2-4 に示す経済産業省の 3 つの支援に加え、「住民の意識を変えよう」を第 4 の支援として提案する。意識が変わることで行動が変わり、その結果、将来買い物に不便する可能性を減らすことができると考える。

住民自身が危機を認識することで、主体的に行動を起こすことを期待する。具体的に、現在は買い物に不便していない人でも、週に一度は移動販売を利用して買い支えてくれる人、公共交通を使い支えてくれる人など、実際に将来に備えて行動に移す人が現れるのではないかと考える。今ある買い物支援サービスをより一層利用することや、我々が提案する常設店舗の運営・利用に関わることが望ましい。住民が実際に行動に移すことで、持続的な買い物支援の実現を可能にしようと考えている。

そこで我々は将来の買い物環境に対して危機を認識してもらうべく、その方法として動画を選択し、作成した。表現媒体で動画を選択した理由として、短い時間の中で必要最低限の情報をまとめることができ、また演出によって視聴者の心情に訴えかけやすいことが挙げられる。映像のテーマは「フードデザート」と定めた。フードデザート(food desert)とは食の砂漠・買い物難民問題の別表現であり、社会情勢の大きな変化に伴う商業施設や公共交通の弱体化、また、その被害を受ける人々を言い表している。

表 3-1：動画の内容

コンテンツ概要(時間：約 40 秒)
映像の中で一人の男がデザート(砂漠)の中を歩いている。手元には買い物袋が提げられており、疲弊した表情と周囲の風景によって買い物環境の劣悪さを表現している。その後シーンは男の自室に変わる。男がテーブルの上に買い物袋を置くのだが、その中身はすべて砂に変わっている。

この動画を住民に観てもらふ方法として、市に提供し、活用してもらふという方法がある。また、つくばのケーブルテレビ ACCS で放送してもらふという方法がある。ACCS とは、一般財団法人研究学園都市コミュニティケーブルサービスであり、独自のケーブルネットワークを使い、つくば市の住民にテレビサービスとインターネット接続サービスを提供している事業のことである。この事業では、番組と番組の間に CM として動画を放送してくれるサービスがある。秒数は 15 秒と 30 秒で、値段は税抜それぞれ 1000 円と 2000 円である。このサービスを活用し、CM で我々が作成した動画を放送することで、住民の目に触れることが可能なのではないかと考える。

第4章 まとめ

我々は、「買い物弱者問題の解決に向けた提案・提言を行う」ことを目的として調査を進めてきた。この問題の解決には、「対症療法」と「原因療法」の2つの方策が考えられる。

まず、「対症療法」として「買い物弱者を支援する」というものが考えられた。以下に改めて、経済産業省が示す、買い物弱者を支援する3つの方法を列挙する。

第1の支援：家まで「商品を届けよう」

第2の支援：家から「出やすくしよう」

第3の支援：身近な場所に「店をつくろう」

買い物弱者支援が必要とされる地区というのは、すなわち、地区として高齢化、衰退が進み、需要が縮小していく地区である。そのような地区にあつては、商業施設の進出は期待しにくく、各種支援についても、採算が取れないことが予想されるため、民間企業単体での参入は難しい。一方で、買い物支援をその福祉的な側面から公共事業として捉えた場合でも、行政自身が事業者となることは行政のスリム化の観点から難しく、補助・委託に関しても、財源に限りがある。また、仮に各種支援がなされた場合でも、そもそも住民が利用しなければ事業として成立しない。

以上のような議論から、我々は、「買い物弱者を支援する」ために民間・行政・住民の3主体の協働が求められることを提言してきた。単一の主体では、「買い物弱者支援」の開始・継続が困難であったとしても、3主体が三位一体となることで、その実現可能性は高まると考える。特に、住民は、ただ支援を受けるだけの存在ではなく、問題解決のための一つの重要な関係主体であるという「意識」を持つ必要がある。

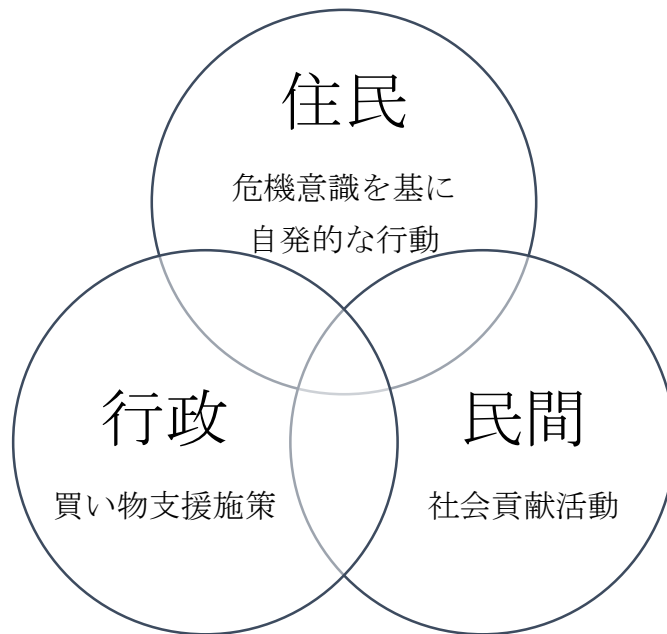


図 4-1：三位一体の概念図

この住民の「意識」こそ、「原因療法」を考える上で重要であると考ええる。

経済産業省が示す、買い物弱者を支援する 3 つの方法は、ただ支援をするばかりの、物理面・ハード面での支援に終始している。そこに住まう住民自身の意識が変わり、自発的な行動がなされなければ、この問題の根本的な解決とはならない。

故に、我々は、経済産業省の 3 つの支援に加え「住民の意識をかえよう」という提案を第 4 の支援として定義し、そのための動画を作成した。その最大の目的は、視聴した住民に、将来の買い物環境に対する危機を「認識」してもらうことにある。これにより、たとえ現在は買い物に不便をしていなかったとしても、将来の危機に向けて「行動」する可能性が高まると考える。これは、住民の「意識」にアプローチするという点で、ソフト面での支援と言えよう。

経済産業省が示す 3 つのハード面での支援に、我々が示すソフト面での支援を加え、民間・行政・住民の 3 主体が協働することが、これから深刻化、多発化する買い物弱者問題に立ち向かっていく上で求められると考える。

第5章 今後の課題

民間・行政・住民が三位一体となって協働する必要があると提言してきたが、実際には、行政が一部の民間に補助・委託をすることで、他の民間の経営を圧迫してしまうという「民業圧迫」という問題について考慮しなければならない。最も望ましいのは、行政が関与することなく、自然発生的に支援がなされることであるが、これが困難であることはすでに述べてきたとおりである。

この問題の「緩和策」としては補助・委託先業者の選定にプロポーザル方式を導入することで公平性を期すことが考えられるが、疲弊した事業者が体力のある事業者に勝つことは難しい。また、疲弊した事業者にしてみれば、体力のある事業者に「飲み込まれる」ことを危惧するため、事業者どうしの連携も難しい。

結局のところ、補助・委託に当たっては、その「バランス」が重要であり、買い物弱者問題と天秤にかけて事業を実施していくことが行政には求められるだろう。

一方で、仮に買い物弱者になるとすれば、それはあくまで住民の「自己責任」として住民自身に負担を求めるという考えもあるだろう。確かに、住民には、団地に入居した時点で、将来一斉に地区の高齢化が進むこと、将来は車を利用できなくなることなど、将来のリスクについて高い蓋然性を持って予測ができたかもしれない。

しかし、住宅開発が盛んになされていた当時、政府・自治体は現在の人口減少、少子高齢化社会を予測し適切な政策、条例を打ち出せていただろうか。社会の要請としての住宅開発であったという見方はあるだろうが、現在の社会情勢を鑑みれば、やはりそこには政府・自治体の責任も介在していると考えざるを得ない。

もちろん、行政に全ての責任があるということではない。買い物弱者問題の解決には住民の役割も重要であり、この点に関しては、我々の第4の支援「住民の意識をかえよう」という提案が一つの解を与えている。

各主体それぞれが責任を負っていることから、各主体が協働して「買い物弱者問題」の解決を目指すことが必要なのではないだろうか。

第 6 章 参考文献・謝辞

6.1 参考文献

1)経済産業省「買い物対策支援について」

<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distributeon/kaimonoshien2010.html>
(2014/06 最終閲覧)

2)橋本公秀(2013)「「買い物弱者」の現状と課題～その解決に向けた取り組みについて～」

<http://www.nantoeri.or.jp/research/pdf/tokusyu/201309-1.pdf> (2014/06 最終閲覧)

3)洪京和(2013)「地域における買い物弱者支援サービスの展開について」[http://www.rku.](http://www.rku.ac.jp/distribution/doc/distribution06_08.pdf)

[ac.jp/distribution/doc/distribution06_08.pdf](http://www.rku.ac.jp/distribution/doc/distribution06_08.pdf) (2014/06 最終閲覧)

4)内閣府「高齢社会白書」

<http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/index-w.html> (2014/06 最終閲覧)

5)つくば市「統計つくば」

<http://www.city.tsukuba.ibaraki.jp/14278/14279/14412/010572.html> (2014/06 最終閲覧)

つくば市「平成 20 年度 市民意識調査報告書」

<https://www.city.tsukuba.ibaraki.jp/14278/14279/5492/005497.html> (2014/06 最終閲覧)

つくば市「空き家等の適正管理は所有者・管理者の責任です」

<https://www.city.tsukuba.ibaraki.jp/14211/14248/14913/014914.html> (2014/06 最終閲覧)

谷口守, 森英高(2013)「被災地に見る移動販売の利用実態とその今後について」『第 33 回 交通工学研究発表会論文集』No. 45, pp. 239-244. 交通工学研究会

茎崎町(1994)「茎崎町史」茎崎町史編さん委員会

6.2 謝辞

今回の実習では、多くの方にご協力頂きました。心より感謝申し上げます。

永田様、矢島様、宇津野様、山下様(つくば市役所経済部産業振興課)

杉田様、馬場様、木村様、古宇田様(筑波地区区会長)

大場様、君和田様、鈴木様(カスミ新規事業開発宅配事業推進部)

原様(イオンモールつくば店)

鷺様(NPO 友の会たすけあい)

倉本様(森の里自治会長)

つくば市森の里団地の住民の皆様

最後に、成果をまとめるにあたり、的確なご指導とご助言を頂いた谷口守教授に感謝致します。また、TAの土居さん、近未来計画学研究室の森英高さんには日々の実習、発表練習を通じて様々な知識・意見を頂き大変お世話になりました。班員一同感謝しております。ありがとうございました。

平成 26 年度 サステイナビリティ班一同

第7章 補足資料

7.1 ヒアリング調査

7.1.1 つくば市産業振興課

表7-1：つくば市産業振興課へのヒアリング調査 概要

目的	買い物弱者問題に対して、つくば市が行っている取り組みについて調査するため
対象者	経済部産業振興課 永田様、矢島様、宇津野様、山下様
日時	2014年5月9日(金)
場所	つくば市役所
担当	小野、田中、若林



【移動販売実施にいたる経緯】

近年、地域の商業機能が徐々に低下しているという問題が浮上している。そこで、「地域の暮らしを支える」という視点で、地域の事業者が地域のニーズに合った事業展開を試行する部会を平成20年度から立ち上げ、内容を変えながら5年間継続してきた。

その中で、平成23年度には、地域住民の方々との意見交換や買い物環境に関するアンケート調査を実施した。平成24年度には、アンケート調査の結果を踏まえ、地域事業者による施行の実施に向けた検討を行った。この年、環境省の補助事業として、EVトラックの社会実験の一環で、カスミが茎崎地区において移動販売を行う。同年度末、プロポーザル方式によりカスミが選定、委託契約が締結され、3年間の期限付きで移動販売の委託が開始された。

【プロポーザル方式とは】

いくつかの企業に、提示した指標に基づく提案を出してもらった、複数の事業者の中から委託事業者を選定する方式。

【平成23年度に茎崎地区で行われたアンケート調査について】

経産省のモデル事業である、空き店舗を活用した常設店の開設と移動販売の2つを軸として構成した。他の地域のモデルケースや、セミナーを開くなどして常設店導入を目指したが、谷田部・茎崎地区では地元の人たちの協力(マンパワー)が足りず、常設店は開けなかった。

茎崎地区の住民は、自分が買い物弱者であるという認識は無いという印象だった。アンケート調査を行う際には地区の班長や区長の協力が必要だった。

【茎崎地区における移動販売の実績、利用者の声など】

カスミの移動販売は市内18か所、多い場所で週に3回行われている。

【買い物環境に関する住民からの要望、意見】

カスミの移動販売が行われていない地区の自治会長からあがっている要望について、カスミが調査している。それについては、販売場所や時間の見直しで対応している。

【カスミの移動販売を導入するにあたり、“民業圧迫”についてはどう考えていたか】

産業振興課で行う事業であり、地域の商店街に影響を及ぼしてはならないので、実施地区を選定する時に近くに生鮮食料品店がない所を選んだ。

産業振興課は地元の商工会の発展を目指していたためEVトラックの実証実験に反対していたが、結局、地域住民の利便性を第一に考えて導入した。プロポーザルではカスミが3年間の補助事業期間を終えても移動販売を継続するという条件で導入された。

【カスミの移動販売の予算（委託料）の使い道】

移動販売用のトラックのリース料、ガソリン代、売り子の人件費、道路使用料、印刷費など対象経費として認められるもの。それ以外にかかる費用はカスミの負担。

移動販売の売り上げの利益については、その分補助金を減らすという形をとっている。

【つくバス・つくタクなど公共交通との連携について】

買い物支援活動と連携させるつもりはない。臼井や洞下などといった筑波地区の住民は、1世帯に1台は車がある。同居世帯が多いため、息子・娘が仕事帰りに買い物を済ませてくる。同居していなくても身内が近くに別宅で住んでいるパターンが多い。車を持っているため、遠くでも便利な方を利用することが多い。

【車が利用できなくなった高齢者に対する支援について】

これは福祉課の問題になりうる。臼井地区に関しては住民同士の結束が強いため、ご近所同士で相乗りしたり、ヘルパーに頼んだり、近親者の訪問に合わせて買い物を頼んだりしているケースもある。

【今後10年，20年の方策】

民間企業のネットスーパーや，カスミの移動販売に頼っていくのが，基本的な流れだと思う．しかし移動販売は採算がとりづらく，行政が介入しないと継続は難しい．今後対策を打っていくためには，行政の協力が必要である．また，地域のNP0も中心となるのではないかなと思う．

地元のマンパワーを生かした方策については，団地住民だけでなく事業者側も高齢化していくため，難しいと考えられる．商店街の活性化には「よそ者・若者・ばか者」が必要である．

福祉サイドにおいてはNP0がどう動くかが問題となっている．産業振興課としてはやはり地元商工会の営業の幅を広げ，支援することを目的としている．

7.1.2 筑波地区各区会長

表7-2：筑波地区各区会長へのヒアリング調査 概要

目的	筑波地区におけるこれまでの買い物環境の変化や，住民の買い物事情についての実態把握		
対象者	臼井地区会長 杉田様	水守地区会長 馬場様 水守地区議員 木村様	洞下地区会長 古宇田様
日時	2014年5月8日(木)	2014年5月13日(火)	2014年5月16日(金)
場所	(電話でのヒアリング)	水守地区	古宇田様宅
担当	秋保	秋保，大内，大原	細井，石崎，大内

ー臼井地区ー

【現在の買い物事情について】

車に乗れる人はカスミ北条店や大穂地区のスーパーを利用している．また，自分は車に乗れなくても，家族の誰かが運転できる世帯がほとんどである．把握している範囲で，高齢者の一人暮らしは臼井地区84戸中1軒である．

今のところ買い物難民と呼べる人は集落にいないのではないかな．

【過去の買い物環境について】

30年前は今よりも「さかいや」という商店が賑わっていた．

【将来への危機感について】

臼井地区は血のつながった身内が多い集落なので、他と比べて結束力が強く、近くに住む親族が車を運転して、買い物に連れて行ってくれる。

【公共交通事情について】

以前はつくバスも通っていたが、車利用の方が便利のため、つくバスの利用者が増えず廃止されてしまった。現在はつくタクのみ運行されている。

ー水守地区ー

【水守地区について】

人口は560～600人くらいで、166軒の集落。農家中心の集落で、家族で暮らしていることがほとんどである。あまり1人暮らしの人はいない。しかし、中には1人で住んでいる人もいる。

社会福祉による見回りネットワーク（ボランティア）がいて、100%支援しているわけではないが、家に困っていることはないか、御用聞きなどをしている。民生委員もいるが、彼ら自らが用足しをすることはない。

ほとんど農業を続けている人はいない。水守に住んで、学園のほうに務めている人が多い。農業を続けているわけではない。



【過去の買い物環境について】

10年前までは、魚屋が配達を行っていた。しかし、カスミなどの大手スーパーの存在により、廃業。40年前は肉屋もあり、水守の中だけで買い物をすることに不便はなかった。50、60年前までは徒歩・バスの乗り継ぎで土浦に行っていた。1日がかりの買い物だった。

【今後の買い物環境について】

基本的に3世帯で構成されているため、家族に頼ることになるだろう。農業主体の集落で、助け合いの意識が高く、大家族が多い。長男が家に残るのは、当たり前。このまま高齢化が進んでも、自分たちの子どもが支援し、一緒に暮らしていく。このローテーションは続くため、たとえ動けなくなった人がいても、その人の子どもや家族が面倒を見るのが“当たり前”。

【買い物に行くときの交通手段について】

車がある場合、基本的に学園の方まで行く。大半の人が学園の方で務めているため、勤め帰りに買って帰ることができる。

車を持っていない、もしくは車を運転できない高齢者でも、家族にらせてもらったり、家族の人に頼んで買ってきてもらったりする。もしくは近くにある「ヤマトヤ」で基本的なものはそろっているため、そこで購入していた。

【不便に思っていること】

バスが無いため、交通機関の不便は感じている。また、買い物に関しても、昔に比べると地区内の店舗が小さくなってしまい、また、それにより車で遠くの店舗まで行かなければならない点に関して、不便に感じている。昔は、地区内に3軒くらい店舗があったため、それで住まうことが出来ていた。

【公共交通事情について】

つくバスを買い物に利用する人は、まずいないだろう。基本的には、通学か、駅に行くために利用する人がほとんどである。

【「ヤマトヤ」(水守地区内にある店舗)について】

水守地区にとって、ヤマトヤは、本当に大事な存在である。緊急で欲しいものはすべて揃っていて、そこで買う。住民の大きな助けになっているから、営業している。ガソリンスタンドがない頃には、ガソリンまで売っていたほど基本的な物はすべてそろう。しかし、カスミなどのせいでシェアは下がり、昔より小さくなっている。

【周囲の新しい家について】

新しく移り住んで来るとい人はいない。きれいな新築の家は、地区内に親世代が住んでいて、移り住んで来たとい人たちが大半である。また、今まで住んでいた人たちに、新しい家族(子世代)ができ、家を広くするために改築するとい人や、家族が住んでいる近くで暮らしたいために家を建てるとい人もいる。

【移動販売について】

ヤクルトの宅配くらいで、そのほか水守地区にきている移動販売はいない。30年前ぐらいは大洗からの魚の販売がきていた。ニーズあった。しかし、大型スーパーが出来始めてから、撤退していった【新たに店をつくる提案に関して】

店が近くにあったらそれは便利に決まっている。しかし世の中の経済状況的に、近く簡単にお店をつくることは出来ない。地域性を見た中での必要不可欠な場所や、商業施設の少ない地域にしか、コンビニ・スーパーはつukらない。

ー洞下地区ー

【洞下地区について】

基本的にすべての家が車を保有しており、80代になって、車を運転することが困難になり、免許証を返上する人はいる。しかし、子どもが運転するので不便はしていない。



世帯構成に関して、基本的には2世帯までは残っている。長男は後を継ぐ、という風習が残っていて、そのように考えている人が多い。みんな家に残っていると思っている。

現在、農業をしている人はおらず、若者は、みんな外に出て働いている。また、農業だけでは生活が出来ないため、自給自足で自分の家の分の野菜を作っている人はいるが、大量に作ってそれを商売にしている人はいない。

【現在の買い物環境について】

バスがないため、車がないと買い物に行けない。土浦に行く人はあまりおらず、北条や大穂のカスミに行く人が多い。車がなく、子どももいない家庭は、移動販売を利用しているのではないだろうか。

【過去の買い物環境について】

昔は、駄菓子屋、魚屋、コンビニのようなものがあつた。しかし、コンビニなどの便利なお店に人が流れてしまったため、廃業になった。

【将来について】

(区会長さん自身、)免許証がなくなつたら、老人ホームとかにお世話になるかもしれないが、出来るだけ元気でいたいと思っている。自分で買い物に行ったり、外に出かけたりしたい。

将来的には、移動販売の週を増やせば良い。

【「ささや」について】

洞下にある店は「ささや」のみ。生ものなどは売っておらず、畑で利用する種やせんべいなど、腐りにくいものしか売っていない。基本的にはガスを販売している。日常的な買い物として使っている人はあまりいない。買い物に行けないお年寄りが利用している。

【現在の交通事情について】

市でも考える必要があると思う。2～3年前はバスが通っていたが、乗る人があまりいないため事業は赤字となり、撤退した。その結果、使いたいときに電話して使うつくタクが残り、住民はそれを利用している。

【買い物において重視する点】

値段と新鮮さ。しかし、足腰が悪くなって外に出られなくなってきたら、便利性が優先されていくのではないだろうか。

【買い物支援サービスについて】

週2回（火曜日、木曜日）、カスミの移動販売がきている。中地区という、洞下地区の中心部の空き地に止まって販売している。買い物にあまり行けず、また、車を運転することの出来ない高齢者10人ぐらいが利用している。

宅配サービスはないが、あれば便利だと思う。足腰が悪くなった人は、外に出て買い物にはいけないので、届けてくれるサービスがあるほうがいい。しかし、それ以外の人は物を直接目で見て買い物したいだろうから、お店に直接行けるほうが良い。

ネットスーパーについては、講習会などがあったら参加したいと思う。地区内の住民で、ネットを使っている人がいないわけではない。

7.1.3 イオンモールつくば

表7-3 イオンモールつくばへのヒアリング調査 概要

目的	無料送迎バス運行に至る経緯，現状，そして今後の展望・課題
対象者	イオンモールつくば次店長 原様
日時	2014年5月26日(月)
場所	イオンモールつくば
担当	小野，田中，若林

【買い物支援について】

買い物支援をする上でお客さんのことをもっと知らないといけない．地域ごとの人口や年齢，住民の傾向や特徴，また住民の中で65歳以上の人の割合などについて調べた．



【無料送迎バス運行に至った経緯】

イオンモールは大型ショッピングセンターなので，一日中買い物を楽しむことや，買い物だけでなく映画などを楽しむことも出来る．そういったニーズに応えるため，バスを出そうと思った．バスに乗る対象者は，大半が55歳以上の方のため，GG感謝デー（55歳以上の方がお得になる日）である毎月15日にバスを運行している．

無料送迎バス利用者の中で重い荷物を家まで運べない高齢者のために，その日に買った荷物をお届けするサービスをしている．

【利用者について】

大半が60代くらいの人たちで，車に乗れない女性がほとんどである．

森の里地区住民の利用者が多く，ほぼ満席になる．森の里地区では自治会が告知に力を入れており，また口コミの力もあるため認知度がある．他の地域の住民の利用はそれほどでもない．増便の要望はあっても，実際には利用してくれないのが現状である．まだまだ認知度が足りていない部分もある．

住民の声としては，一気に拡大するよりは細く，長くやってほしいというものがある．

【地域との連携について】

定期的に地区の自治会長とミーティングを行い、住民の意見を聞いている。先日のミーティングでは、「もう少しバスを増やしてほしい」「火曜市の時などにバスを出して欲しい」「もっと他の地域にバスを出して欲しい」などという要望があった。

また荃崎地区で活動している、NPO法人友の会たすけあいにはバスルート設定に関して協力してもらっている。

【ルート設定について】

友の会たすけあいの方や自治会長から協力をいただき、調整した。つくバスのバス停近くに無料送迎バスが停まるようにした。住民にわかりやすく、また利用者を増やすためだ。告知は自治体の協力を得て、各自治体を通じてお知らせを配布したり、回覧板を回してもらったりした。森の里・あしび野・自由が丘の三地区に設定したのは、人口が多く、また住民の要望が強かったためだ。

【利用者を増やすための取り組み】

これは難しい問題である。利用者数は少しずつ増えており、今は一日100人ほどである。現在、告知を増やしたり、スキンケアや美容相談のイベントといったお得な取り組みをしたりすることで利用者増加を図っている。またWAONカードの使い方を積極的に教える、もっとGG感謝デーを盛り上げていくなどのサービスを行っている。

【荃崎地区についてどう考えている】

親から子へ、といった循環がないタイプのニュータウンという問題を抱えているが、地区内でお祭りが開かれているほどには地域の力が強い。

【今後の展望について】

無料送迎バスの拡大は考えていない。今のルートの中でもっと利用者を増やすことを考えている。もっと認知してもらい、一日200人くらい来てもらうことが目標。行政、地域、NPOが協力していかななくてはならず、実際に行政の協力がないとやはり厳しい。

7.1.4 カスミ

表7-4 カスミへのヒアリング調査 概要

目的	現状で行われている移動販売の利用実態と、それによる効果についての把握
対象者	カスミ 新規事業開発宅配事業推進部 大場様，君和田様，鈴木様
日時	2014年5月21日（水）
場所	カスミつくばセンター
担当	小野，大原，梶塚

【移動販売の経緯】

移動販売は実証実験を始める1年前の平成23年から始まっている。東京アールアンドデーという会社がトラックを改造し、トラックのEV化，それによる実証実験を行っていた。東京アールアンドデーがつくば市で実験を行いたいとつくば市側にかけあい，そこからEVトラックによる移動販売事業が始まった。EV事業は環境省の補助金を受けていた。



当初は三カ所で移動販売を行っていた。他の地域で行われている移動販売を視察し，つくば市と1年間かけてつめていった。始めてみると，買い物に行きたくても行けない人に喜ばれているということを実感した。

今やつくば，取手，日立の三地域に拡大している。

【三年後には補助金が出なくなるが，その後はどうするのか】

やめることは絶対にしない。これは実証実験を始める時からつくば市にも話はしてある。3年でカタチにすることを目標としている。移動販売事業が赤字のためつくば市は引くかもしれないが，カスミはカスミで続けるつもりである。

地域に根ざしているカスミだからこそ，今までカスミを支えてきてくれたお客さんの要望に応えたい。

【移動販売でよく売れるもの】

野菜，果物，刺身といった，週末まとめ買いできない新鮮なものやコンビニで買えないようなものである。

【移動販売とネットスーパーとの兼ね合いはどう考えているか】

まずネットと移動スーパーでは世代が違う．60～80代は主に移動販売，30～40代は主にネットスーパーを利用するだろう．

実際に手に取り，見て買えるという買い物には買い物の楽しみがある．ネットの画面を見て選ぶのとは違う．移動スーパーにも続ける価値があるのではと考えている．

【移動販売以外の買い物支援について】

カスミで買ったものをお届けするサービスを1回100円で行っているが，そもそも買い物を持ち帰るのが大変だという人向けだから，そんなに利用者はいない．

また，フードデザートによる栄養バランス問題の対策として，公民館などでカスミの専門家による高齢者向けの食育活動を計画している．

宅配事業なども検討はしているが，まだ実行はしていない．採算が合わないため，将来的に採算の合うように出来ないか考えて事業化していこうと考えている．

タブレットの無料配布も考えたが，通信費が月に約5000円かかるため，負担が大きいということで断念した．

【移動販売事業を通して気付いた点】

一つめは，茨城県には買い物出来なくて困っていても，周りを見渡せばどこかにコンビニがある，つまりメディアでクローズアップされるような本当の買い物弱者はいない．

二つめは，結構な高齢者も車を運転できているため，移動スーパーの対象が非常に絞られるということ．茨城県には対象者が少ないかもしれない．また，何らかの形で車に乗れない人や，年齢的に高齢者である人が移動販売の対象かという点と違う．

【移動販売を行う上で一番大切なことは何か】

いまは支え合う社会だ．すべてにおいて関係性が大切で，この事業についてもそうである．

たとえば，販売員にはお客さんと名前を呼び合う関係，会話を出来る関係になってもらう．ドライバーや販売員がお客さんと話をする，ある決まった販売時間に集まってお客さん同士が話をする，というようにそこに集まること自体がコミュニティの形成につながる．一つの楽しみなのである．過去に辞めてしまった販売員の中には，辞めるときにお客さんから手作りでプレゼントをいただいている人もいた．このようなことは稀であり，実際に自治会，つくば市，民間のスーパーが一体となって買い物弱者支援に取り組んでいる例は珍しいらしい．


住民との関係性も大切なので、カスミの移動販売によって、その地域の商店街がつぶれることは避けるようにした。

【買い物弱者問題についてどう考えるか】

健康障害やフードデザート問題もある。食の情報がない、知識がないことによる栄養バランスの崩れがありそう。この買い物弱者の問題は“食”だけの問題ではない。社会問題なのだから、これはみんなで解決する問題だと思っている。

7.1.5 荃崎地区森の里自治会長

表7-5 荃崎地区森の里自治会長へのヒアリング調査 概要

目的	森の里地区におけるこれまでの買い物環境の変化や、住民の買い物事情についての実態把握	
対象者	森の里自治会長 倉本様	
日時	2014年6月2日(月)	
場所	森の里自治会公会堂	
担当	秋保, 細井, 石崎	

【森の里について】

昭和53年頃にディベロッパーにより開発が始まり、30代半ばくらいの、同年代の人々が一斉に入居し始めた。新興団地であり、昔はスーパーもあり、バスなどの公共交通も盛んに利用されていた。しかし、若い世代が流出し、同年代が一気に年をとったため、購買力が低下して20年前くらいにスーパーが撤退した。開発当初は自治会のほかに管理組合があった。しかし、ディベロッパーだけではインフラを整備しきれなくなったため、インフラの整備は市に委託するようになった。

現在、1300世帯中200世帯ほどは自治会に未加入である。

近くの第三小学校はもともと1200人ほどの児童がいたが、今は300人ほどに減少した。昔は多くの児童を収容した教室やグラウンドも、今では使っていない部分もある。そういった使用されていないところは荒れてしまう。児童の親は共働きが多くPTAも手がまわらないため、代わりに高齢者の一部が校庭の草刈を行っている。

3年前の震災の時、団地内の道路の一部が壊れてしまった。市から補助金は出たものの、

肝心の修理してくれる人手がない状態だった。

高齢者の交流は自治会公会堂などで行われているが、若い世代と高齢者をつなぐ交流は図れていない。若い世代は共働きが多く、自治会活動に参加できないため、自治会としては、住民同士の親睦を深めることと、生活環境の維持を目的に活動を行っていきたい。

【現在の買い物事情について】

つくば市商工会による買い物環境に関するアンケートでは、今の買い物環境に対し「まだ困っていない」という回答の方が多かった。定年した年代であっても車に乗れるからだ。今、買い物に困っているのは車に乗れない高齢者だろう。

森の里の住民がよく利用するスーパーは比較的離れており、どこに行くにしても、車を利用している。住民の中には、買い物環境の自己防衛として、生協やセブンイレブンの宅配を利用している人もいるだろう。イオンも宅配をやっており、ネットでも電話でも注文できるので、おそらく利用している人はいると思う。

ここ最近、カスミの移動販売やイオンの無料送迎バスが森の里に導入された。イオンのバスは、買い物という行為以上に、映画やウインドショッピングといった娯楽を求めて、月1回の運行日に100人程度が利用している。

カスミの移動販売はもともと1箇所だけだったが、3箇所に増えたこともあり、今では利用者が増え、全部で40～50人が利用している。

【過去の買い物環境について】

団地ができた当初は、団地内のどこに商店を作るかという協定があった。なぜなら、森の里は住宅団地として開発されたので、いたるところに商業施設を立地させないためである。肉屋・八百屋・魚屋など色々な店があり、商店街を形成していたが、時代が進むにつれ閉店していった。今でも残っているのは米屋、寿司屋、薬局、理髪店くらいである。

米屋は家賃8万円の建物であるが、それに見合った利益が出せていない。過去に、自治会公会堂で米を売らせてほしいという話があったが、住民のお金で建てた公的な建物で一企業が販売することに賛否両論あり、結局その話は白紙となった。

昔、ボランティア団体が毎週土曜日に里の市を開いていたが、解散してしまった。

野菜直売所もあったが、平成24年の暮れに閉店した。定年を迎えた人が趣味で畑仕事を始め、そこで収穫された野菜などを売っていた。野菜直売所がなくなった今も、その人たちは自分の作った野菜を懇意な人に売っている。

【空き家について】

空き家は増えており、現在、地区内に86件ほどある。

空き家は一度空き家になると荒れるのが早いので、建物を他の用途で利用したいのなら、空き家になった瞬間から利用し始めるべきだろう。自治会としても、空き家の活用方法は考えたが、家賃が高い（月5万円くらい）ため、なかなか利用できないのが現状である。固定資産税が年間4～5万円なので、それくらいならば自治会費からお金を出して、麻雀をする等コミュニティの場として活用できるのではないかと。団地内のピーベリーハウスという、軽食と喫茶のお店は、空き家になってすぐの建物を利用している。団地内の耕作放棄地も荒れ放題で、早く手を打たないと手遅れになってしまう。荒れた空き家や耕作放棄地は、隣人に迷惑をかけることになり、また、団地の景観を損なうことになる。景観が悪いと、新しい入居者が来なくなってしまう。防犯面でもよくないため、「綺麗に使ってくれるなら、ちょっと貸してやるか」くらいのスタンスをもって、保有者が低コストで貸してくれることが理想だろう。

【自治会公会堂の活用状況】

自治会公会堂はそもそも市の土地である。建設に8000万円かかった。いまは、会議やサークル、自治会の行事や、コミュニティの場などとして利用されている。住民が卓球をするのに利用している場合もある。毎月1回は映画鑑賞会を行っており、高齢者の交流の場となっている。

朝9時～夕方5時までは、自治会が雇っている管理人（主婦の方）がいる。

【今後について】

近年、日本全体として少子高齢化が進み、将来は右肩下がりに人口が減ることが予測されている。市は、新しい開発に力を入れているようだが、それよりも、荃崎のように既存の団地のインフラ整備の方が先決ではないのか。既存のまちを大事にすべきなのではないか。

7.1.6 NP0法人 友の会たすけあい

表7-6 NP0法人 友の会たすけあいへのヒアリング調査 概要

目的	友の会たすけあいの活動状況や、荖崎地区住民の買い物環境の実態把握
対象者	NP0法人 友の会たすけあい理事長 鷲様
日時	2014年6月3日(火)
場所	友の会たすけあい事務所
担当	小野，大原，田中



【「友の会たすけあい」発足の経緯】

友の会たすけあいは、平成17年度にNP0法人に登録した。20年前に高齢化が進行し始めた、自由が丘の住民が買い物に行く際、バスが不便なために近隣住民同士で車の乗り合いを始めたのがきっかけである。そして年々その人数が増加し始めたので、NP0の団体となった。国交省の「有償旅客運送」というライセンスをNP0として取得することで、より広い範囲での活動を実現している。

【活動範囲】

つくば市の国道354号線以南の地域である。ドライバーのボランティアがこの地域に偏っているためである。

【サービスの利用にあたって】

友の会は会員制であり、サービスを利用できるのは、高齢者、身体的・精神的に障害を持った人など支援や介護が必要な人(移動制約者)に限られ、年齢制限は無い。ただし、「特定高齢者」に当てはまれば、前の条件を満たしていなくても利用できる。

正月（1月1，2，3日），雪や台風などの天候不良のとき以外は，毎日サービスを行っており，時間帯は7:00～18:00くらいである。ただし，利用者の要望に応えられるように，稀に朝早く・夜遅くなどの例外がある。予約は利用日の2日前までに行うことになっており，友の会から前日に確認の電話を入れている。電話と訪問には，高齢者の安否確認の意味も含まれている。

協力会員は，利用者の自宅の前など利用者の指定した場所に車をつけて，玄関から車への乗り降りの補助（見守り）までを行う。利用範囲は，病院やスーパーなど行きたい所な

ら、どこでも行くことができる。利用者の要望があれば追加料金で、車いす補助など目的地での用事の際の手助け（介助）まで行う。介助の料金は1時間1000円で、3時間以上は3000円で利用できる。

【利用会員数、世帯構成など】

2014年4月1日現在で、利用会員は70名である。2013年度の年間運送回数は2132回、運送人数は2502人（片道で1回または1人とカウント）、利用会員数は104名となっている。会員になるきっかけには、ロコミやヘルパー・ケアマネージャーの紹介、イオン無料送迎バス内での告知や自治会の回覧板などがあるが、一番多いのはかかりつけの病院での案内である。世帯構成として、老老家族（高齢者夫婦のみ）や独居老人が多い。独居老人には生活の手助けを必要としている人もいれば要らないという人もいて、その割合は半々くらいである。

【利用料金】

サービスは有料であり、利用会員が支払う。サービスに利用する車の維持費や、ガソリン代などを、車の持ち主が負担しなければならないからである。料金の目安は、タクシーの料金の半分くらいである。

【運転ボランティアについて】

ドライバーは協力会員として登録され、有償で車を運転するボランティアを行っている。車の維持費やガソリン代は、車保有者の負担である。

協力会員の希望者には、知人の紹介やホームページを見て友の会に参加し、退職後も地域貢献したいという人が多い。しかし、利用者は高齢者が多く、ただのアルバイト感覚で参加されては困るので、手を挙げたから、誰でも協力会員になれるというわけではない。

【民間の公共交通との関係性】

国交省の指導により、地域のバス・タクシー会社、学識者、NPO法人、市（コーディネータとして）などが1ヶ所に集まって「運営協議会」を開き、NPO法人とバス・タクシー会社間の利用価格・金銭的問題の調整が行われている。

友の会としては、会員の利用料金を安くしたいと考えているが、民間企業の衰退につながってはいけないという問題がある。しかし、たとえこれらの交通サービスの運行ルートがより密になったとしても、それすら利用できない人々を、友の会たすけあいがかoverする必要がある。

本来、つくば市内の施設を利用するのであれば、つくば市外の住民も利用可能である。

しかし、民間公共交通の利用者を奪ってしまうことになるので、実現にはその自治体の「運営協議会」で調整をする必要がある。

【今後の活動について】

生活の手助けが必要な高齢者の要望は、今後確実に増えることになるので、その対応が課題である。一番の問題は、ドライバーの確保が難しいということである。継続的なサービスの提供には、多くのお金と時間が必要であり、協力会員には将来まで大きな負担がかかることになる。サービスの拡大のために、それを受け入れてまでボランティアを実行してくれる精神のある人を確保することが難しい。サービスの持続には、やはり市の補助があると一番助かる。

7.2 アンケート調査

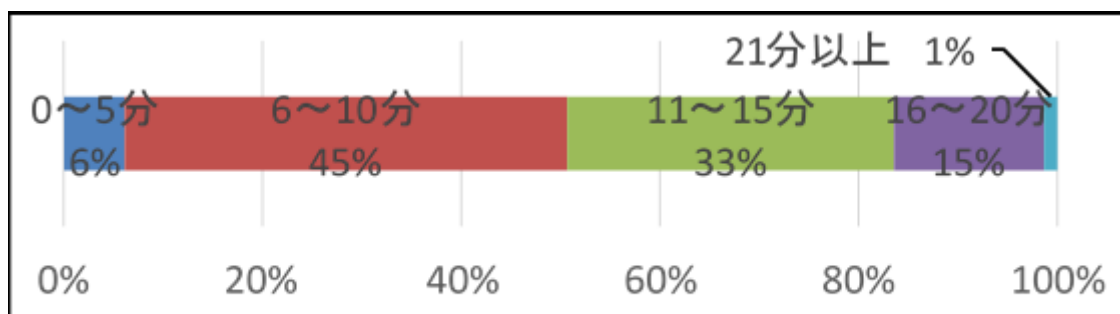


図 7-1 買い物場所までの移動時間 (n=146)

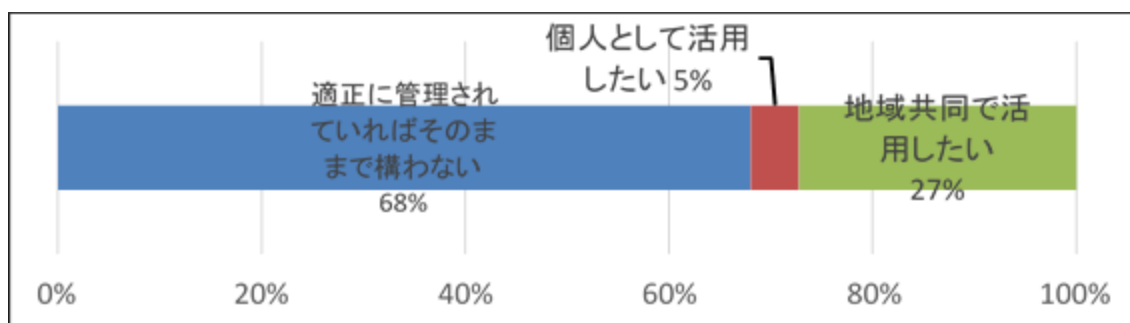


図 7-2 空き地・空き家の活用法 (n=147)

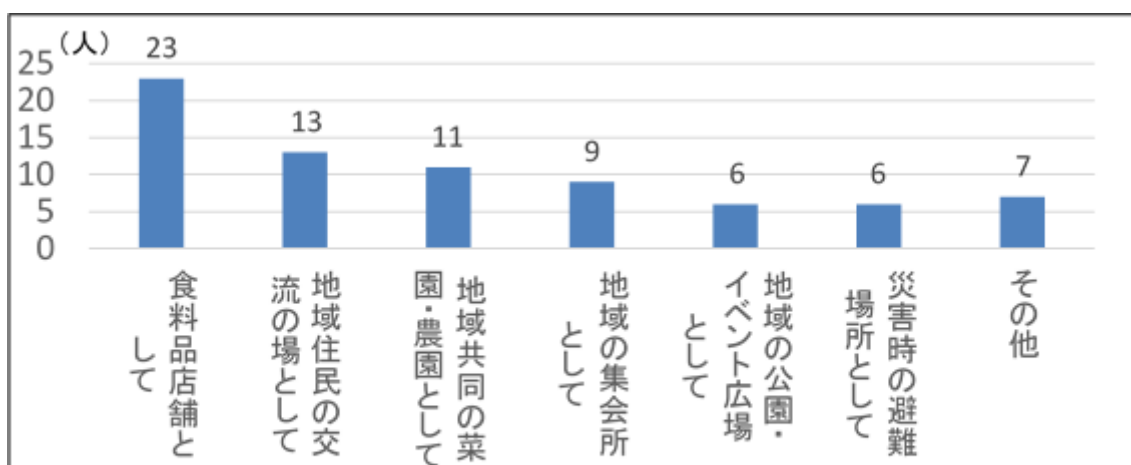


図 7-3 地域共同での活用の方法 (n=153)

(図 7-2 「地域共同で活用したい」の回答者 n=40 複数回答)

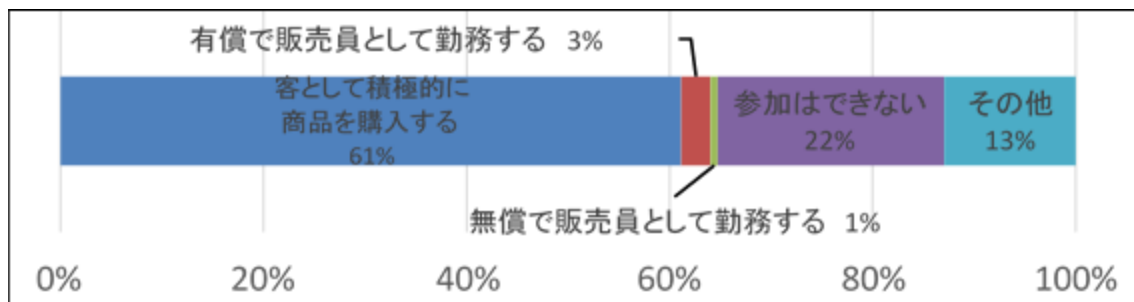


図 7-4 常設店舗の運営への住民の参加意欲 (n=139)

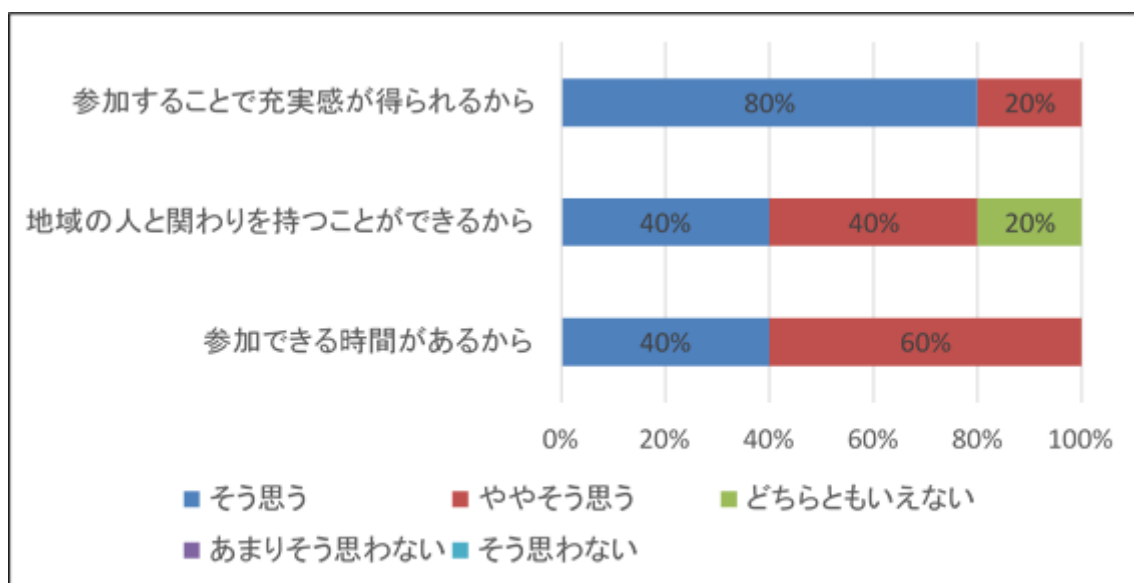


図 7-5 「有償及び無償で勤務する」と回答した理由 (n=5)

(図 7-4 の設問)

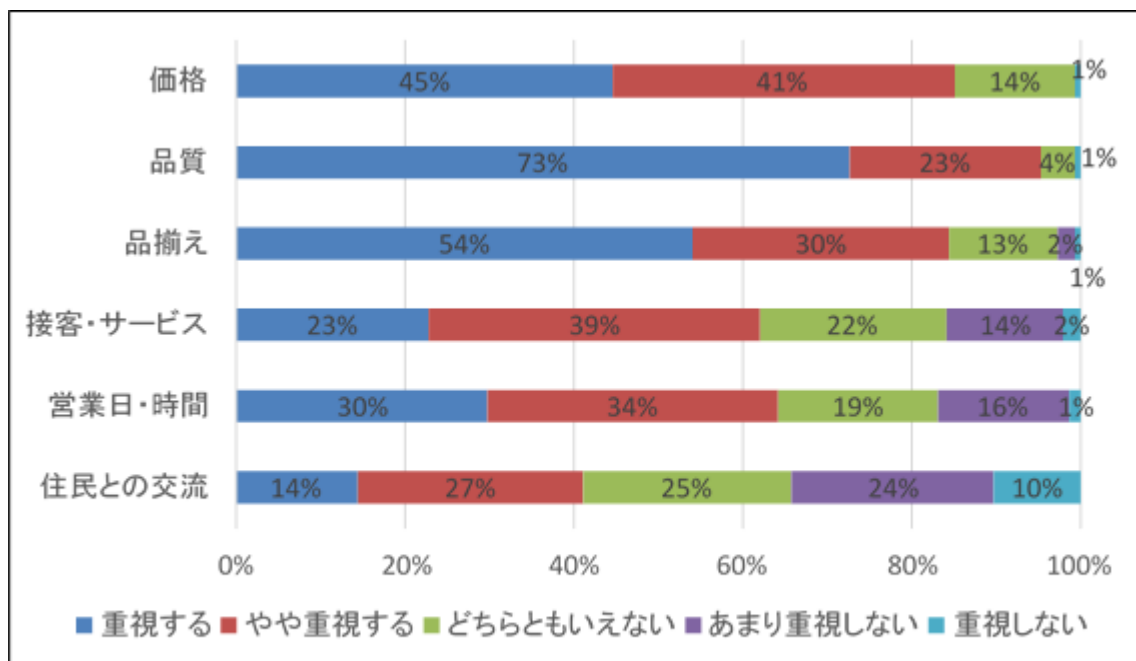


図 7-6 空き家を利用した常設店舗の重視項目 (n=150)

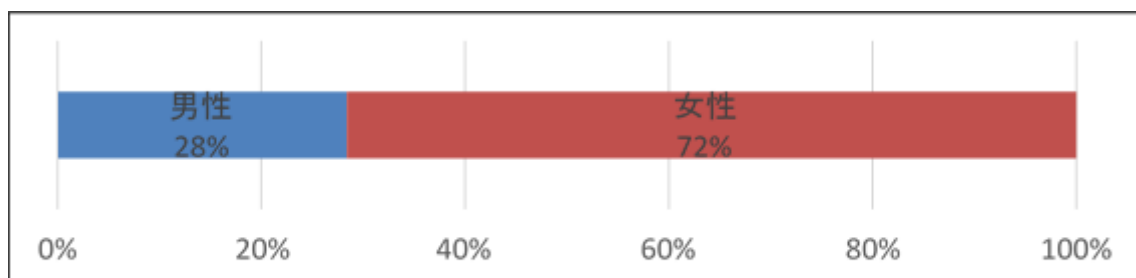


図 7-7 性別 (n=148)

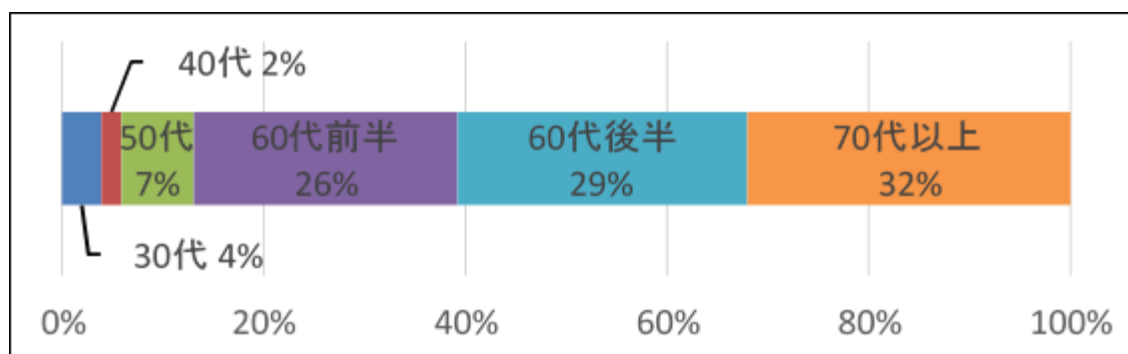


図 7-8 年齢 (n=153)

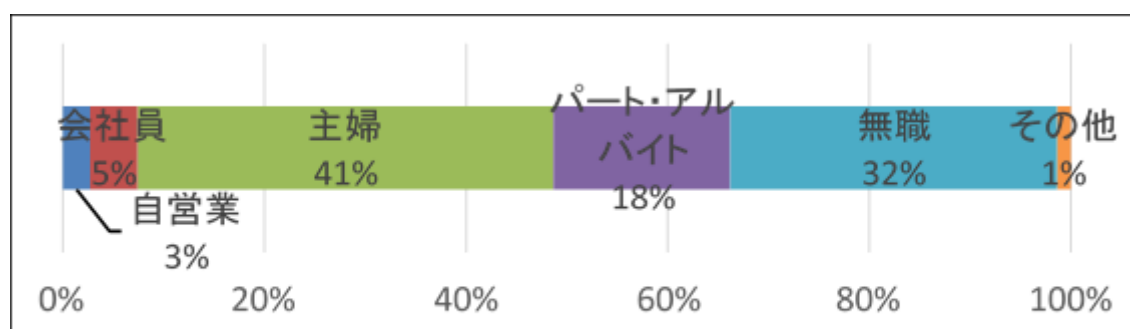


図 7-9 職業 (n=148)

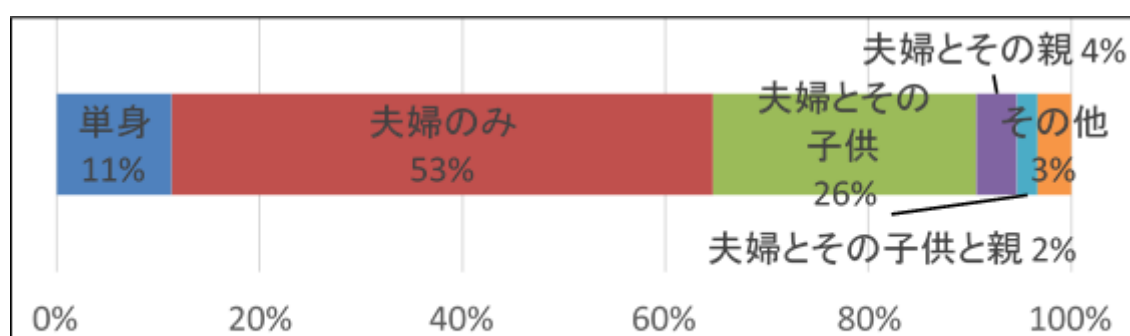


図 7-10 世帯構成 (n=150)

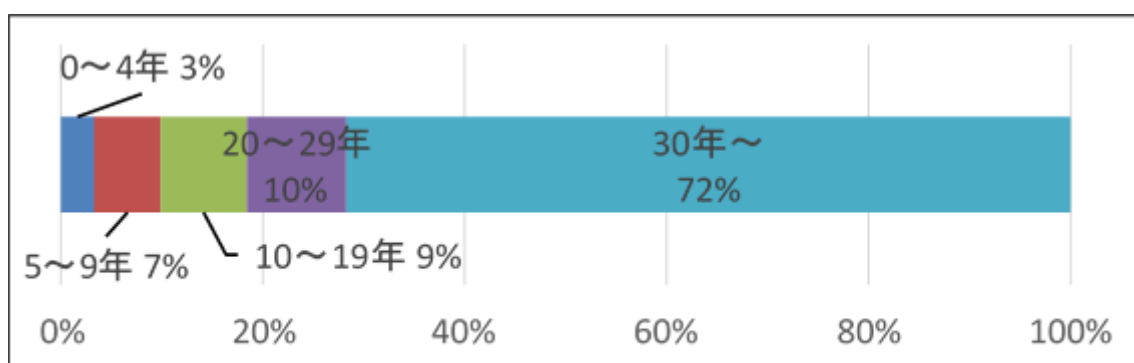


図 7-11 現住所での居住年数 (n=152)

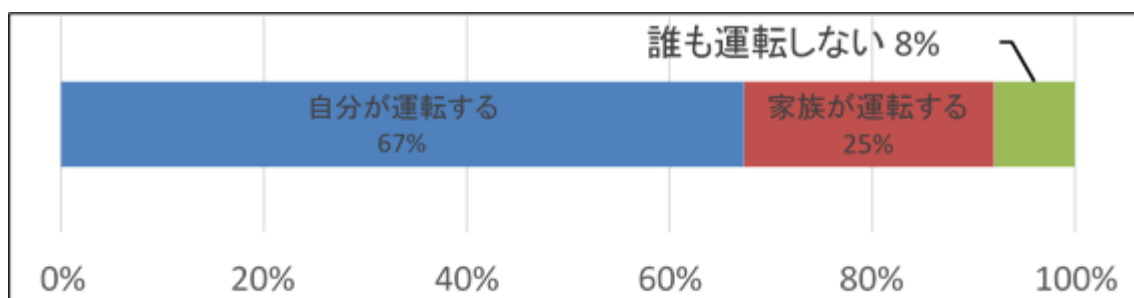


図 7-12 車の利用 (n=138)

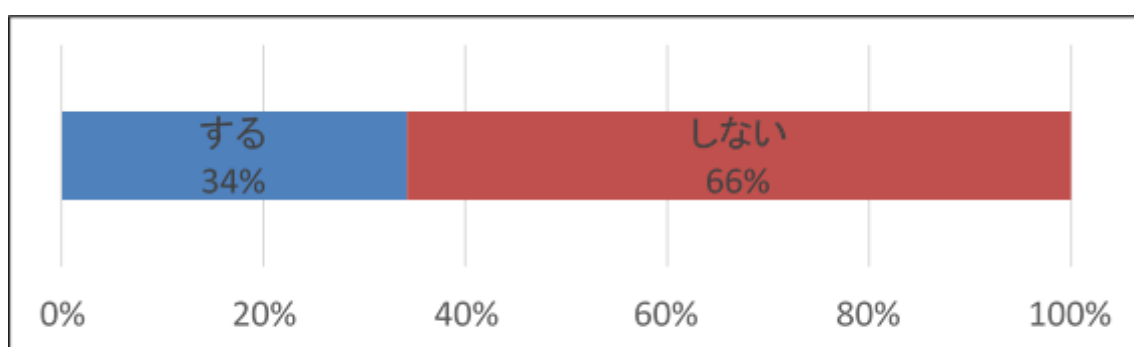


図 7-13 インターネット利用 (n=149)

買い物環境に関する地域住民アンケート

筑波大学理工学群社会工学類 都市計画専攻 3 年次 都市計画実習サステイナビリティ班

〈回収方法〉

回収は、6 月 7 日(土)14:00～19:00 頃に行います。お手数ですがポストにアンケート用紙を挟んで回収可能な状態にしておいて下さい。宜しくお願い致します。

はじめまして。私達は、筑波大学理工学群社会工学類都市計画専攻の者です。現在、都市計画実習という講義の一環で、茎崎地区における買い物環境に関する調査を行っております。

現在つくば市茎崎地区では、急速な高齢化が進んでおります。これに伴い、一人で自由に買い物をすることが困難になる高齢者が増えてきております。私達は、この問題の解決に向けた調査を進めております。

尚、いただいた回答を今回の実習以外の目的で使用することは一切ありません。また、個人が特定されることもありません。

ご多用のところ、突然このような調査をお願いし、申し訳ありません。大変恐縮ですがどうかご協力をお願い致します。

調査に関しましてご不明な点がありましたら、下記までお問い合わせください。

問合せ先：小野将平（電話番号 090-2911-9254, [メール s1211235@sk.tsukuba.ac.jp](mailto:s1211235@sk.tsukuba.ac.jp)）

問合せ時間：9:00～19:00

ご記入についてのお願い・ご注意

- ・あなたの世帯で主に買い物を行う方にご回答をお願い致します。
- ・回答欄に番号がある場合は、該当する番号を○で囲んで下さい。 例：①
- ・回答欄の中に()があるとところは、適切な数字や語句をご記入下さい。 例：片道(10)分

1. あなたご自身の普段の食料品の買い物についてお尋ねします

問1 現在、あなたが食料品の買い物をする頻度はどのくらいですか？

(当てはまるもの1つに○を付けて下さい)

頻度	1. ほぼ毎日	2. 週に2・3回程度	3. 週に1回程度
	4. 月に1回程度	5. ほとんど行かない	6. その他()

問2 問1で、「3・4・5」に○を付けた方にお聞きします。

買い物の頻度が少ない理由について、当てはまるものすべてに○を付けて下さい。

理由	1. 現在の買い物の頻度で不便していないから
	2. 身体的・体力的に難しいから
	3. 車を利用しなくなったから
	4. 地域の交通サービスが悪いから
	5. 買い物を手伝ってくれる家族・知人・ボランティア等がいないから
	6. 自分以外の誰かが行ってくれるから
	7. その他()

問3 あなたが現在、食料品の買い物をする際に、最もよく利用する店舗の「所在地」と「店舗名」をお答えください。（下記の空欄にご記入下さい。）

所在地	例) つくば市森の里
店舗名	

問4 あなたのご自宅から問3で回答した店舗まで移動する際によく利用する「移動手段」と「所要時間」をお答えください。

（当てはまる「移動手段」1つに○を付け片道の「所要時間」をご記入下さい）

移動手段	1. つくバス	所要時間	片道()分程度
	2. つくタク		
	3. 自分で車を運転		
	4. 他者が車を運転		
	5. 民間タクシー		
	6. 原付・自動二輪		
	7. 自転車		
	8. 徒歩		
	9. その他 ()		

2. 食料品の買い物支援サービスについてお尋ねします

現在、荃崎地区では買い物支援サービスとして以下のような取り組みが展開されています。

- 1) 移動販売……………(株)カスミが実施している、トラックに商品を載せて地区内の拠点を回り商品を販売するサービス
- 2) 無料送迎バス……………(株)イオンモールつくばが実施している、イオンモールつくばと団地を結ぶ無料の送迎バスを運行するサービス
- 3) 宅配サービス……………インターネットやカタログ、チラシ等を見て注文した食料品を自宅まで配達するサービス

問1 あなたが利用したことがある食料品の買い物支援サービスについて、当てはまるものすべてに○を付けて下さい。

サービス	1) 移動販売 2) 無料送迎バス 3) 宅配サービス
	4) どれも利用したことが無い 5) その他()

↓
問2 問1で、「4) どれも利用したことがない」に○を付けた方にお聞きします。
買い物支援サービスを利用したことがない理由についてお答え下さい。

（当てはまるもの1つに○を付けて下さい）

理由	1. サービスの存在を知らなかったから 2. 利用の仕方がよくわからないから 3. 現状、特に買い物について不便はしていないから 4. その他()
----	---

3. 現在、高齢化の進行と地域の衰退による、空き家・空き地の増加が懸念されております。

森の里団地でも、空き家・空き地が点在しております。

問1 空き家・空き地の「活用法」についてあなたはどのようにお考えですか。（当てはまるもの1つに○を付けて下さい）

活用法	1. 適正に管理されていればそのまま構わない 2. 個人として活用したい(例. 倉庫にしたい, 賃貸住宅として貸し出したい等) 3. 地域共同で活用したい
-----	---

問2 問1で、「3. 地域共同で活用したい」に○を付けた方にお聞きします。

活用法について、あなたが望ましいと考えるものすべてに○を付けて下さい。

活用法	1. 食料品を扱う店舗として 2. 地域の公園・イベント広場として 3. 地域の集会所として 4. その他()	2. 地域共同の菜園・農園として 3. 災害時の避難場所として 4. 地域住民の交流の場として
-----	---	---

4. 森の里団地の空き家の活用方法の一例として、空き家を食料品の販売店舗へと転用することを考えるとします。

問1 森の里団地内の、あなたの家から楽に歩いて行けるところに、空き家を活用した食料品の常設店舗が開業した場合、どの程度あなたは利用すると思いますか。（当てはまるもの1つに○を付けて下さい）

常設店舗	1. よく利用する 2. たまに利用する 3. あまり利用しない 4. 全く利用しない 5. わからない
------	--

問2 森の里団地に空き家を活用した食料品の常設店舗が設置される場合、あなたは何を重視しますか。（項目ごとに1つずつ○を付けて下さい）

項目	回答欄				
	重視する	やや重視する	どちらとも いえない	あまり 重視しない	重視しない
1) 価格	1	2	3	4	5
2) 品質	1	2	3	4	5
3) 品揃え	1	2	3	4	5
4) 接客・サービス	1	2	3	4	5
5) 営業日・時間	1	2	3	4	5
6) 住民との交流	1	2	3	4	5

問3 常設店舗の運営について、あなた自身はどのような形で参加をしたいと思いますか。（当てはまるもの1つに○を付けて下さい）

参加意向	1. 客として積極的に商品を購入する 2. 有償で販売員として勤務する 3. 無償で販売員として勤務する 4. 参加はできない 5. その他()	<input type="checkbox"/> → 問4にお進み下さい
------	---	--------------------------------------

問4 問3で、「2. 有償で販売員として勤務する」「3. 無償で販売員として勤務する」に

○を付けた方にお聞きします。

そう考えるのは何故ですか。（項目ごとに1つずつ○を付けて下さい）

項目	回答欄				
	そう思う	やや そう思う	どちらとも いえない	あまり そう思わない	そう思わない
1) 参加することで充実感が得られるから	1	2	3	4	5
2) 地域の人と関わりを持つことができるから	1	2	3	4	5
3) 参加できる時間があるから	1	2	3	4	5
4) その他					

5. あなたご自身のことについてお尋ねします。（項目ごとに1つずつ○を付けて下さい）

項目	回答欄
1) 性別	1. 男性 2. 女性
2) 年齢	1. ～19 歳 2. 20 歳～29 歳 3. 30 歳～39 歳 4. 40 歳～49 歳 5. 50 歳～59 歳 6. 60 歳～64 歳 7. 65 歳～69 歳 8. 70 歳～
3) 職業	1. 農林水産業 2. 自営業 3. 公務員 4. 会社員 5. 主婦 6. 学生 7. パート・アルバイト 8. 無職 9. その他()
4) 世帯構成	1. 単身 2. 夫婦のみ 3. 夫婦とその子供 4. 夫婦とその親 5. 夫婦とその子供と親 6. その他()
5) 現住所での 居住年数	1. 0～4 年 2. 5 年～9 年 3. 10 年～19 年 4. 20 年～29 年 5. 30 年～ 6. わからない
6) 車利用	1. 自分が運転する 2. 家族が運転する 3. 誰も運転しない
7) ネット利用	1. する 2. しない

6. 最後に、どのようなことでも結構ですので、日常の買い物について感じることを自由にご記入ください。

--

アンケートは以上となります。ご協力ありがとうございました。

回収は、6月7日(土)14:00～19:00 頃に行います。お手数ですがポストにアンケート用紙を挟んで回収可能な状態にしておいて下さい。宜しくお願い致します。