

第4章 人口が低密度な地域の小売業・生活関連サービスの可能性

第1節 人口密度が低い地域の小売業・生活関連サービスの立地の現状

1. 人口密度が低い地域の状況

(1) 諸外国と比較した我が国の人口密度

(我が国の山村地域の人口密度は北欧諸国並み)

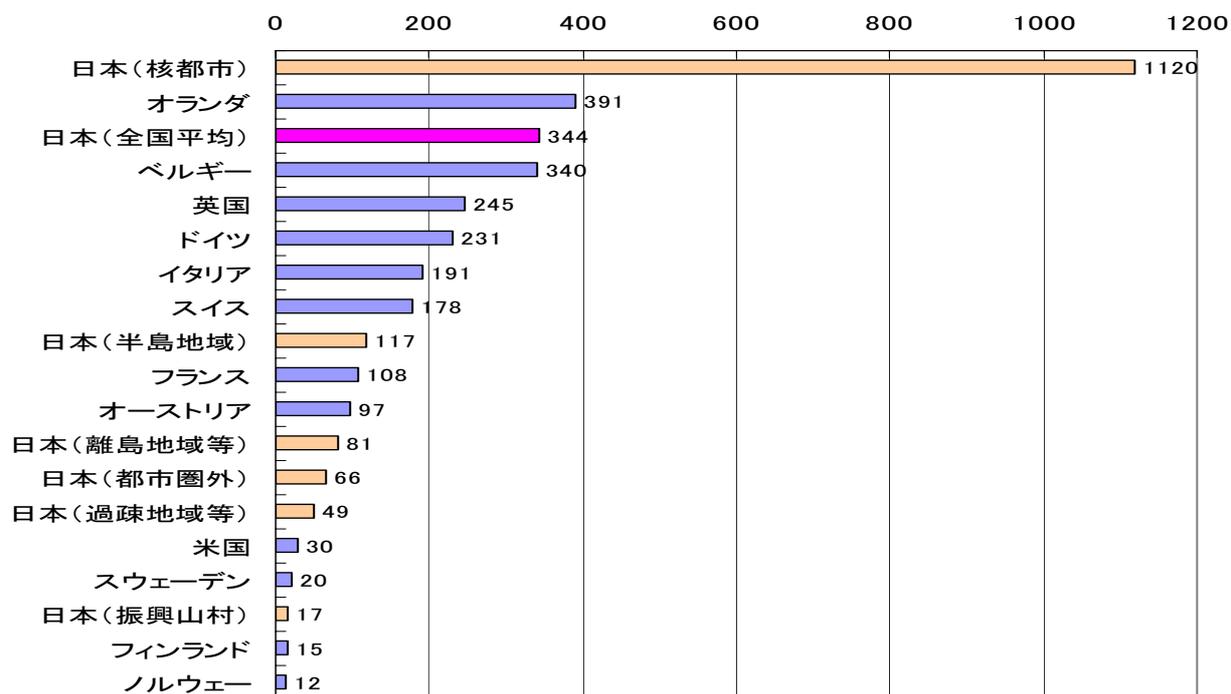
我が国の人口密度は 343.6 人/k m²と、諸外国と比較すると稠密であるが、その状況は一様でない。

条件不利地域等を中心に、人口密度の低い地域も多く、振興山村に全域を指定された市町村においては 16.6 人/k m²と北欧諸国並みに人口は稀薄である。

また、近年の市町村合併等により、ひとつの市町村の中にも、山村地域や離島を合併した県庁所在都市なども少なくないため、人口規模がかなり大きい都市の中にも、振興山村や過疎地域等に指定された地域を擁する都市も少なくない。

図表 I-4-1: 我が国の地域と欧米諸国の人口密度

(単位: 人/k m²)



資料: 諸外国については、総務省統計局「世界の統計 2007」による。

条件不利地域については総務省統計局「平成 17 年国勢調査報告」により作成。

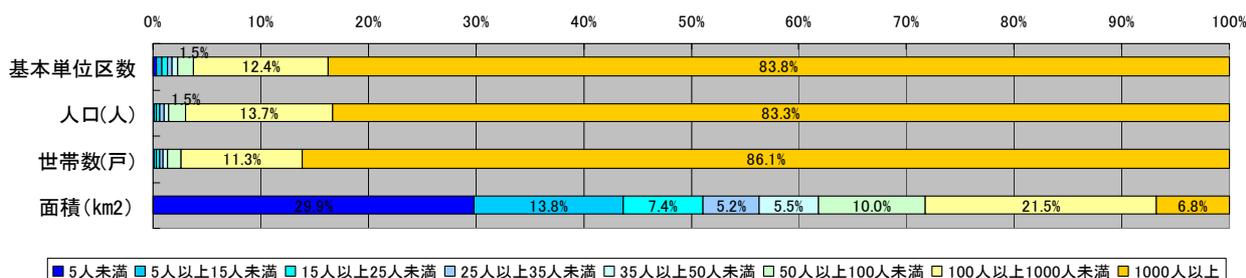
注: 条件不利地域については、それぞれの条件不利地域に全域が指定された市町村のみの数値であり、一部指定の市町村は含まない(詳細は凡例参照。)

(2) 人口が稀薄な地域の状況

(人口が低密度な地域に住む人口は約 190 万人)

市町村よりも小さい単位で、人口密度に応じた人口等を把握するために、国勢調査の基本単位区毎の人口密度に応じた人口、世帯及び面積の状況をみると、基本調査区の人口密度が 50 人/k m² (市町村の全域が過疎地域に指定されている市町村の平均。) を下回る地域に居住する人口は全体の 1.5% (約 189 万人)、25 人/k m²未満の地域の住民は 0.7% (約 85 万 6 千人) となっている²³。

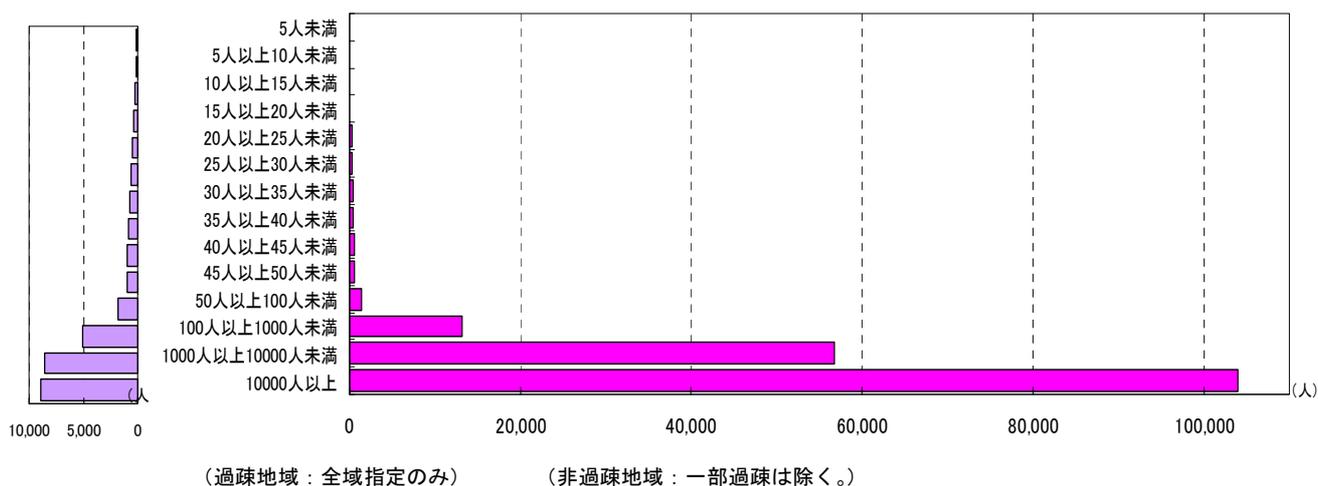
図表 I-4-2: 国勢調査基本単位区の人口密度別人口等の割合



(非過疎地域にもある人口密度の低い地域)

過疎地域と非過疎地域別に見ると、過疎地域にも人口密度が全国平均を超える基本単位区もあり、非過疎地域にも過疎地域に比べれば少ないが、人口密度が 50 人/k m²の基本単位区もあることが分かる。

図表 I-4-3: 過疎・非過疎別人口密度が低い地域の人口



資料: 図表 I-4-2、図表 I-4-3 ともに、総務省統計局「平成 17 年国勢調査報告」基本単位区 (調査区) 境界データにより集計。

注: 過疎地域は全域が過疎地域に指定された市町村のみ。非過疎地域は、全域または一部が過疎地域に指定された市町村を除く。時点は平成 17 年 10 月時点の市町村。

²³ 基本単位区は、平成 2 年国勢調査の調査時に設定。原則として街区を基準にし、街区が設定されていない地域は道路や川などの地物で分割し設定されている。街区を基準にしているものの、統計上の区分であり、実際の集落エリアとは必ずしも一致しない。また一部に海面を含む場合がある。

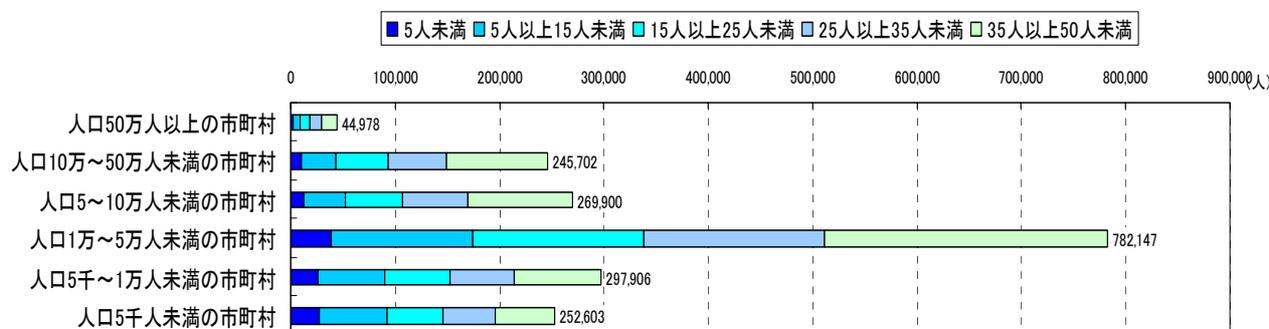
(人口1～5万人規模の都市に多い人口が稀薄な地域)

人口規模別にみると、過疎地域等以外の地域においても、特に、人口が50万人を超える都市においても、人口密度が低い地域に住民が住んでいることが分かる。人口密度50人/k㎡未満の地域に住む人口が多いのは、人口1万人から5万人の市町村であり、約78万人が住む。

条件不利地域についてみると、全域が振興山村に指定された市町村においては、人口密度50人/k㎡未満の基本単位区に住む人口が、全体の23.2%を占め、全域が離島地域に指定された市町村においては8.6%を占める。

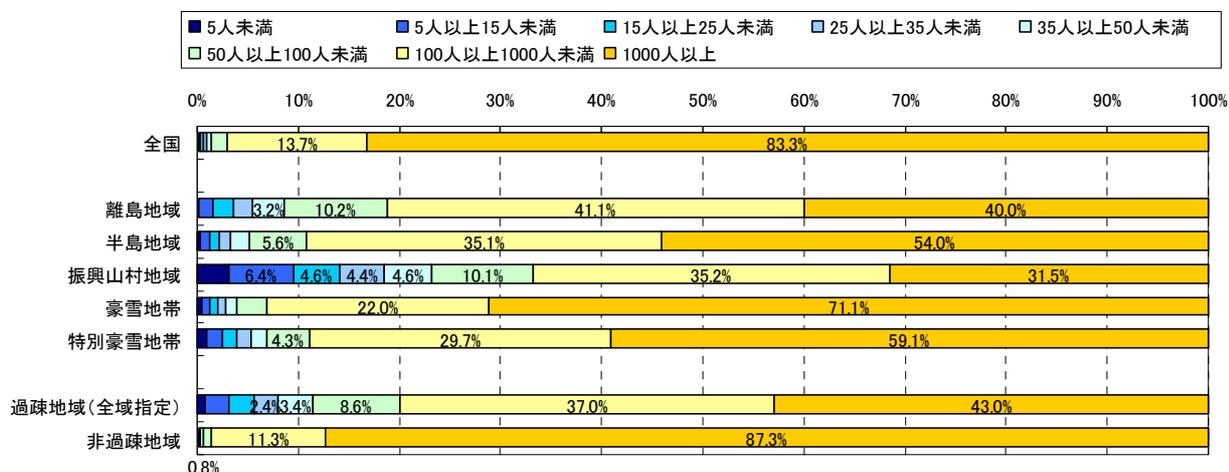
人口が稀薄な地域には、民間商店や生活に必要なサービスの進出は一般には期待しにくい。また、人口1万～5万人といった比較的人口規模の小さな市町村にとって、広域に散らばる人口に持続的な行政サービスの提供が課題となる。

図表 I-4-4: 市町村の人口規模別にみた人口密度が低い地域の人口(人口密度50人未満)



資料：総務省統計局「平成17年国勢調査報告」基本単位区(調査区)境界データにより集計。

図表 I-4-5: 地域類型別の人口密度別人口



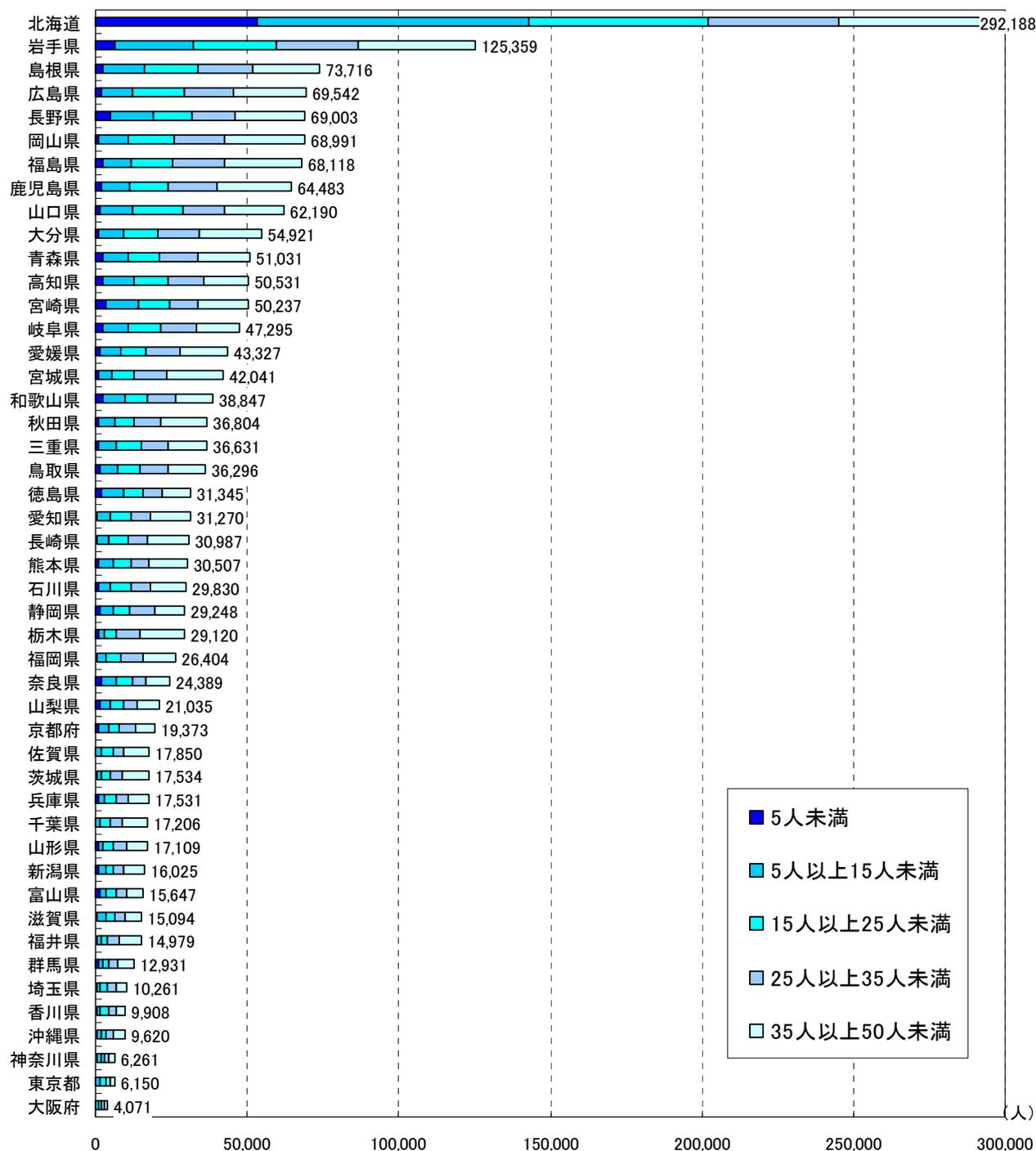
資料：総務省統計局「平成17年国勢調査報告」基本単位区(調査区)境界データにより集計。

(人口稀薄地域が多いのは北海道、岩手、長野など)

都道府県別に人口が稀薄な地域の状況をみると、人口 50 人/k²未満の基本単位区に住む人口が多い都道府県は、北海道のほか、岩手、島根、広島及び長野の各県となっている。

また、19 道県で、人口 5 人/k²の基本単位区が 100 を超えている。

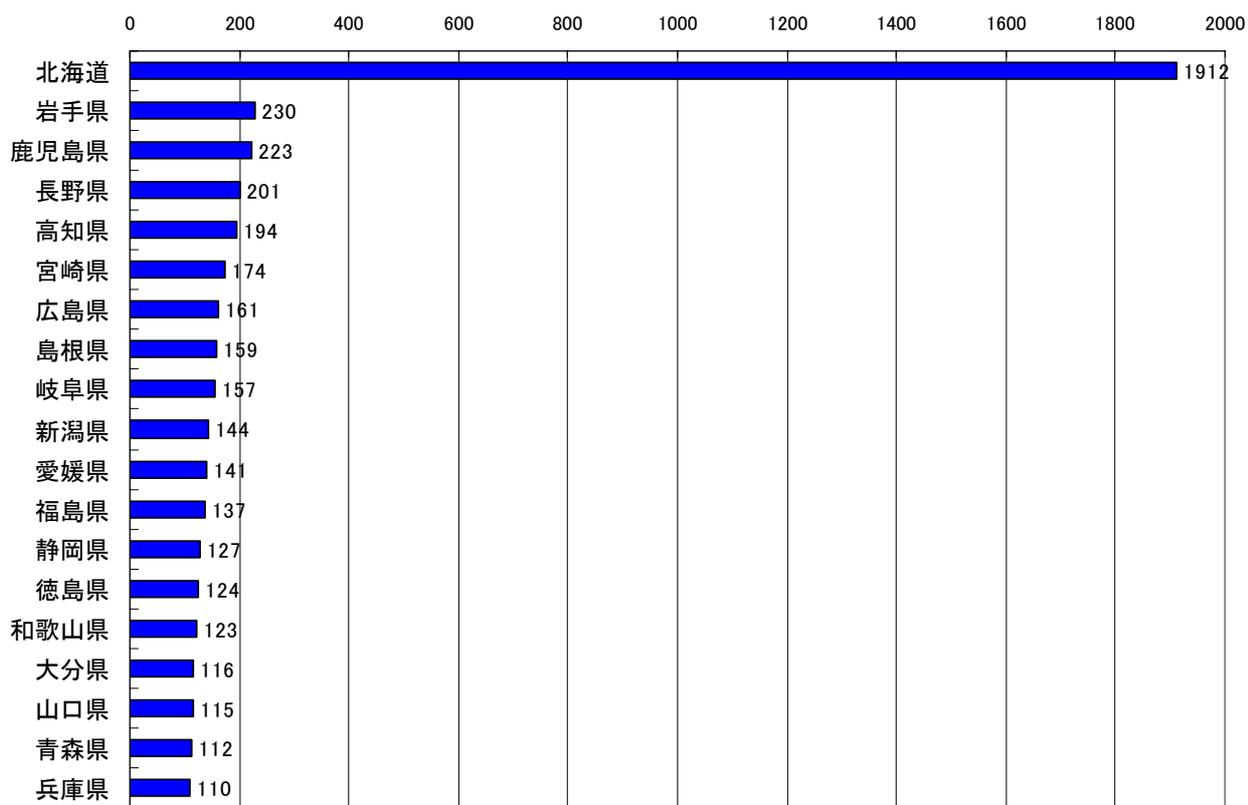
図表 I-4-6: 都道府県別基本単位区の人口密度別人口 (人口 50 人/k²未満の基本単位区人口が多い順。)



資料：総務省統計局「平成 17 年国勢調査報告」基本単位区（調査区）境界データにより集計。

図表 I - 4 - 7: 人口密度 5 人/km²未満の基本単位区が 100 以上の道県

(人口 5 人/km²未満の基本単位区数が多い順。)



資料：総務省統計局「平成 17 年国勢調査報告」基本単位区（調査区）境界データにより集計。

2. 人口密度が低い地域における小売業・サービス産業の立地の現状

(人口規模の小さな町村では小売店の種類が著しく少ない)

人口5千人未満の市町村には、約66万8千人が居住するが、近年小売店の数が急減する中で、食料品など毎日の暮らしに関わる小売店が、身近な地域からなくなったり、商品の多様性が限られる場合も少なくないと考えられる。

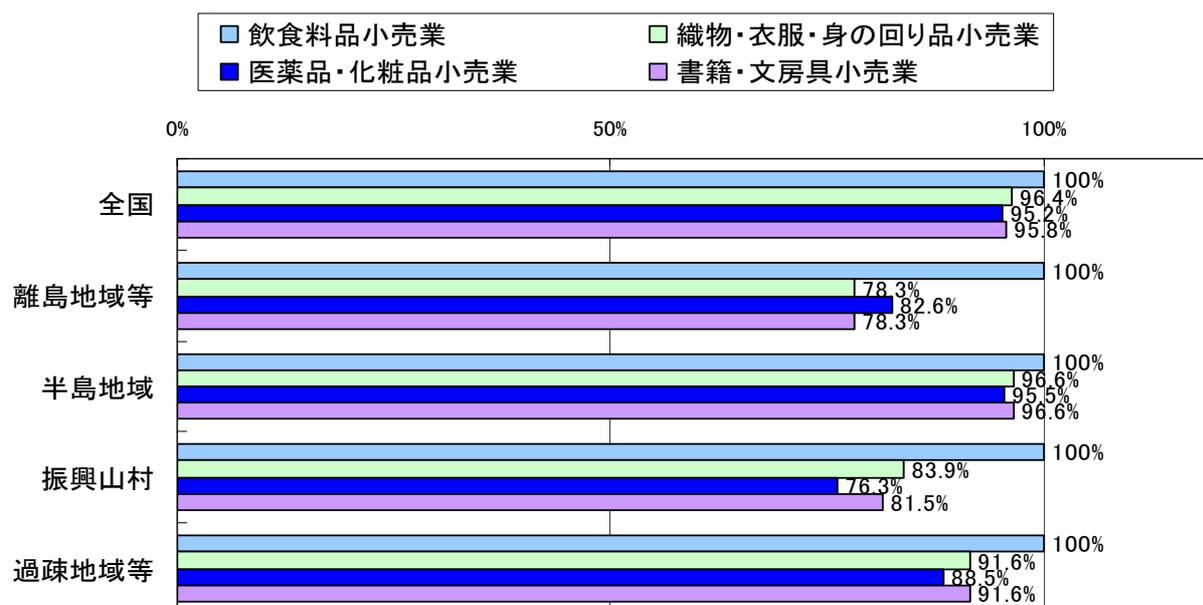
生活に密接に関連すると考えられる小売業及びサービス産業50業種について、人口規模別に市町村当たりの平均事業所数をみると、「郵便局」、「食堂、レストラン」、「その他の飲食料品小売業」及び「各種食料品小売業」は、人口千人未満の町村においても平均5事業所以上立地する。

一方、人口千人未満の市町村においては、1未満の業種が39業種、人口千人以上5千人未満の市町村においては10業種に上る。人口5千人以上1万人未満の市町村及び1万人以上2万5千人未満の市町村においては、平均5事業所未満の業種が、各々14業種、5業種となっている。市町村合併があれば、市町村当たりの事業所数は多くなっても、高齢者等の交通弱者にとって、必ずしも行きやすいところに立地するとは限らない。

(離島などには小売業等が立地しない市町村もある)

条件不利地域に全域が指定されている市町村について、事業所が立地する市町村の比率をみると、飲食料品小売業については、全ての市町村に立地しているが、振興山村地域においては「医薬品・化粧品小売業」76.3%、離島地域等においては「織物・衣服・身の回り品小売業」78.3%、「書籍・文房具小売業」78.3%と、2割以上の市町村には事業所が立地していない。

図表 I-4-8: 事業所が存在する市町村の比率(小売業・生活に密接に関わるサービス産業)



資料：総務省統計局「平成18年事業所・企業統計調査」

注：1) 条件不利地域については、全域が当該条件不利地域に指定されている市町村の値である。詳細は凡例参照。

2) 数値は対象市町村数に対する、事業所が存在している市町村数の割合である。

図表 I-4-9: 市町村の人口規模別・生活に密接に関連する業種の市町村あたり平均事業所数

(人口千人未満の市町村における平均事業所数が多い順。)

	全国	千人未満	千~5千人	5千~1万人	1万~2万5千人	2万5千~5万人	5万~10万人
対象市町村(H19年10月1日時点)	1,818	21	208	272	438	340	276
法律事務所, 特許事務所	32	0.0	0.0	0.0	0.1	0.6	2.6
映画館	10	0.0	0.2	0.9	1.0	2.4	4.8
公衆浴場業	14	0.0	0.7	0.5	2.5	4.4	9.9
時計・眼鏡・光学機械小売業	50	0.0	0.8	2.0	6.0	18.3	41.4
保険媒介代理業	58	0.0	0.7	2.2	6.7	18.5	44.0
食肉小売業	35	0.0	1.3	3.8	8.9	19.1	35.2
機械修理業(電気機械器具を除く)	76	0.0	2.1	4.0	9.3	25.2	51.8
呉服・服地・寝具小売業	53	0.0	0.8	3.0	8.9	25.3	54.1
スポーツ用品・がん具等小売業	96	0.0	1.2	3.4	12.2	32.0	77.8
貸家業, 貸間業	138	0.0	1.6	5.8	17.8	52.4	113.2
銀行(中央銀行を除く)	210	0.0	1.9	7.9	23.0	59.0	119.6
婦人・子供服小売業	188	0.0	3.6	12.1	27.0	69.1	144.1
百貨店, 総合スーパー	322	0.0	3.9	11.8	35.6	117.3	271.4
一般診療所	437	0.0	5.1	22.6	66.3	185.7	394.6
自転車小売業	15	0.0	0.5	1.1	2.9	6.9	13.7
男子服小売業	51	0.0	0.3	1.2	4.3	15.4	40.1
一般乗合旅客自動車運送業	55	0.0	1.7	4.1	10.0	27.7	47.0
学習塾	173	0.0	1.0	4.6	18.5	54.9	147.3
洗濯業	202	0.0	3.3	15.0	32.6	89.0	195.0
靴・履物小売業	27	0.1	0.5	2.2	4.2	11.3	22.5
その他の各種商品小売業	23	0.1	0.9	2.2	5.5	14.2	22.7
すし店	119	0.1	1.9	5.7	16.5	43.9	111.1
その他の一般飲食店	162	0.1	1.8	5.0	14.3	45.4	121.5
医薬品・化粧品小売業	294	0.1	5.0	17.0	51.4	132.4	275.7
その他の織物等小売業	96	0.1	1.6	3.7	8.4	24.7	64.0
家具・建具・畳小売業	71	0.1	2.3	6.1	16.5	36.3	68.7
歯科診療所	207	0.1	4.0	12.6	34.3	84.5	178.9
機械器具小売業	163	0.2	3.5	10.7	25.9	65.5	139.6
一般乗用旅客自動車運送業	238	0.2	3.9	10.0	27.1	70.4	136.1
米穀類小売業	29	0.3	2.7	3.0	7.2	14.9	26.7
その他のじゅう器小売業	60	0.3	3.2	5.4	13.8	32.3	61.4
教養・技能教授業	186	0.3	2.6	6.6	17.6	53.4	140.6
自動車小売業	331	0.3	5.3	19.6	61.9	159.1	343.7
鮮魚小売業	44	0.3	2.5	5.7	15.6	29.1	45.8
そば・うどん店	113	0.3	2.8	9.4	19.5	41.1	98.9
喫茶店	177	0.5	2.9	7.2	20.4	48.9	118.8
理容業	134	0.8	6.8	15.5	34.8	76.1	140.4
美容業	251	0.8	5.8	15.2	42.5	106.7	229.1
野菜・果実小売業	57	0.9	4.1	7.1	18.1	33.9	59.7
菓子・パン小売業	217	1.1	6.4	16.4	38.7	98.3	207.6
書籍・文房具小売業	356	1.4	12.4	36.6	79.6	177.6	347.6
他に分類されない小売業	340	1.6	11.0	28.5	71.1	161.9	330.9
老人福祉・介護事業	485	1.7	35.9	74.9	149.0	311.0	513.4
酒場, ビヤホール	368	1.8	5.0	13.0	35.2	98.9	241.2
酒小売業	92	3.0	7.2	15.0	29.2	56.4	94.6
燃料小売業	225	4.0	16.6	35.7	72.4	153.3	270.6
各種食料品小売業	557	6.1	19.1	53.6	131.3	305.1	568.8
食堂, レストラン	1,008	6.5	24.0	57.8	132.2	352.7	803.1
その他の飲食料品小売業	840	6.5	28.5	66.2	159.6	373.9	760.1
郵便局	199	6.7	19.1	29.4	53.0	107.4	196.4

資料: 総務省統計局「平成18年事業所・企業統計調査」

第2節 高齢化の進む地域と移動販売等の取組

以下では、高齢化の進む条件不利地域等における小売店の減少と、買い物に係る事情について、島根県、鳥取県などの例を紹介しつつ、今後の課題を整理する。

1. 高齢化と移動販売等需要

(買い物に行く際、高齢者は徒歩、バスの利用が多い)

高齢化の進む条件不利地域における高齢者の買い物の状況を把握するため、離島地域、中山間地域が占める割合が大きく、人口が稀薄な地域も多い島根県における調査の例からみると(島根県商工会連合会「平成19年商勢圏実態調査(お買い物調査)」)、車を運転しない場合も多い高齢者層と、それ以外の世代の違いが顕著である。

買い物をする際の交通手段として、全体では「自動車」が78.7%を占め、自転車・バイク9.1%、徒歩7.5%、バス2.5%であるが、65歳以上についてみると自動車57.1%、自転車・バイク15.3%、徒歩16.9%、バス6.7%となっており、徒歩及びバスの比率が高い。

図表 I-4-10: 買い物をする際の交通手段

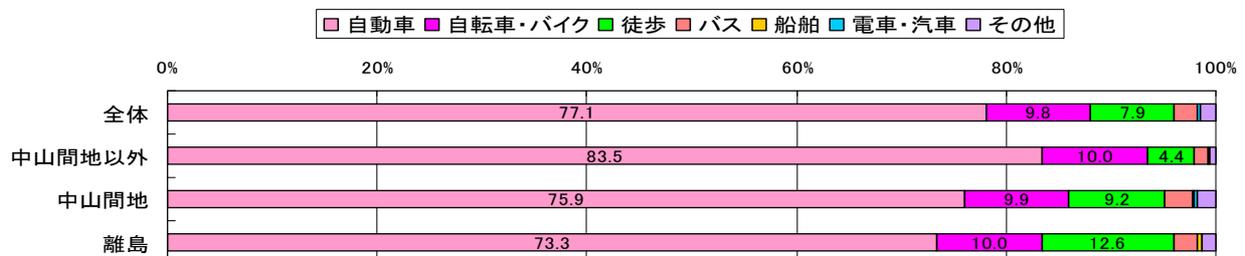


資料：島根県商工会連合会「平成19年商勢圏実態調査(お買い物調査)」

(自動車を持たない高齢者、若年層は買い物に不便を感じている)

買い物に行く際の交通手段について、平成16年調査により、地域別に見ると、離島地域、中山間地域においては、各々徒歩が12.6%、9.2%と、中山間地域以外の4.4%と比較して倍以上となっている。

図表 I-4-11: 買い物をする際の交通手段(中山間地・離島等別)



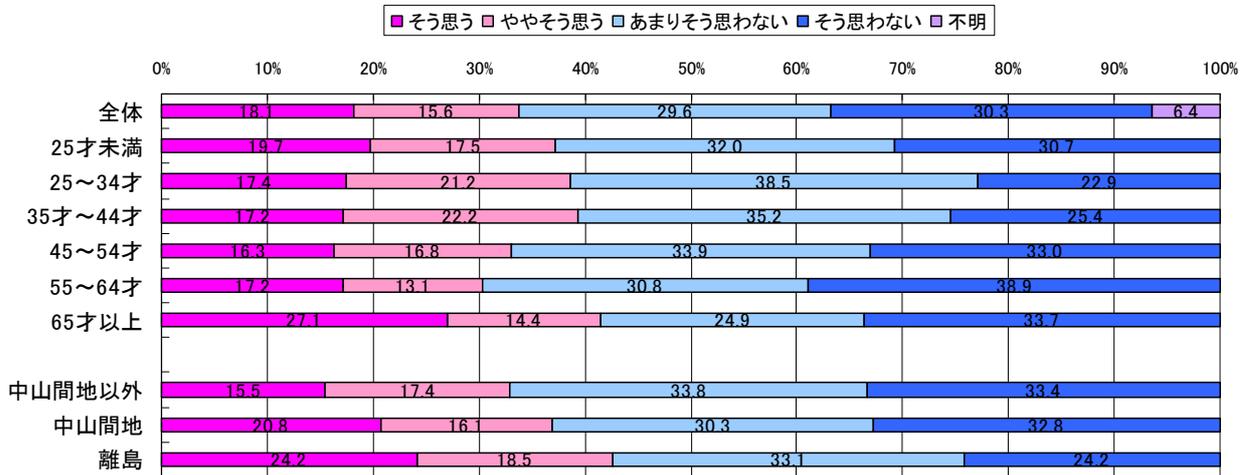
資料：島根県商工会連合会「平成16年商勢圏実態調査(お買い物調査)」

(高齢者の宅配サービスへの需要は大きい)

同様に 16 年調査により「宅配があれば利用したい」と考えている消費者の割合をみると、「食料品・日用雑貨」については、全体では「そう思う」は 18.1%であるのに対し、65 才以上の回答者については、27.1%、25 才未満の回答者は 19.7%と、比率が高い。

また、中山間地及び離島地域についても、それぞれ 20.8%、24.2%と、平均よりも比率が高い。

図表 I-4-12:「宅配があれば利用したい」と考えている消費者の割合



資料：島根県商工会連合会「平成 16 年商勢圏実態調査（お買い物調査）」

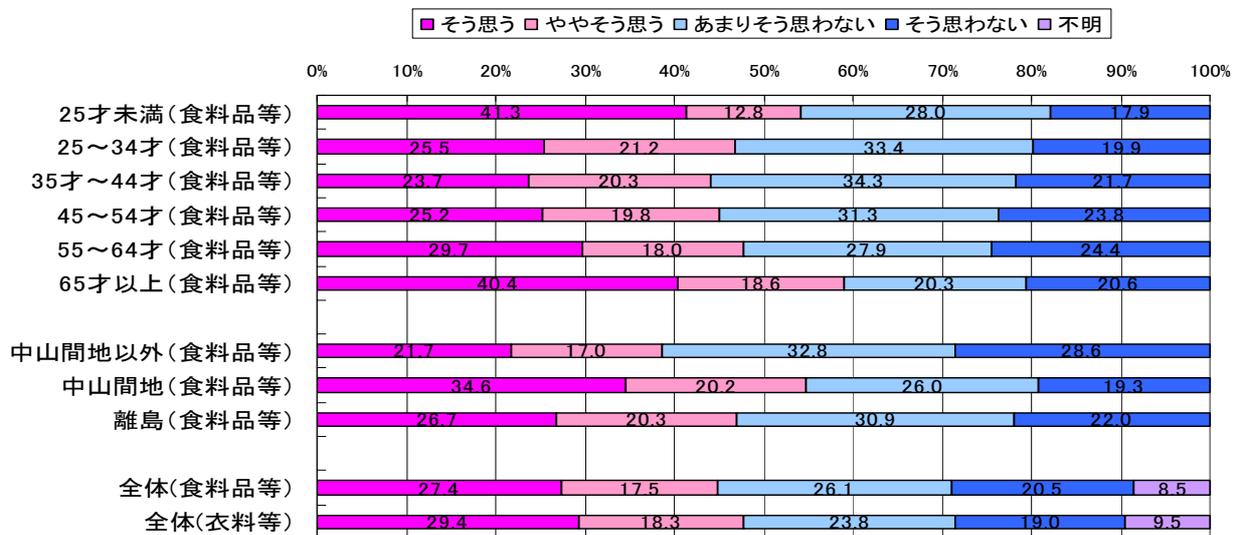
(衣料品等についての不便がより強く感じられている)

「買い物の場所がなくなり不便を感じている」消費者の比率をみると、「そう思う」とする回答は、「食料品・日用雑貨」については、全体では 27.4%、年齢別にみると、25 才未満と 65 才以上で、各々 41.3%、40.4%と高く、25 才未満の方が高い。

また、中山間地域で 34.6%と、それ以外の地域に比べて高い。

また、「食料品・日用雑貨」と「衣料・身回品・文化品」を比べると、全体で、各々 27.4%、29.4%と、衣料等の比率が高く、これは年齢別に見ても地域別にみても当てはまる。

図表 I-4-13:「買い物の場所がなくなり不便を感じている」消費者の比率



資料：島根県商工会連合会「平成 16 年商勢圏実態調査（お買い物調査）」

2. 鳥取県における移動販売の事例

(1) 鳥取県の小売業の状況

(減少し続ける小売販売額)

鳥取県の商業の状況をみると、卸売・小売業事業所数は、昭和 57 年調査の 11,614 事業所をピークに減少し続け、平成 19 年には 7,770 事業所（平成 16 年調査に比べ 712 事業所、8.4%減）、従業者数は平成 11 年の 55,617 人をピークに減少傾向が続き、50,103 人と、前回に比べ 1,819 人、3.5%減）となった（平成 19 年商業統計調査速報）。年間商品販売額も、平成 9 年調査の 1 兆 8709 億 1352 万円をピークに減少し、1 兆 3481 億 5592 万円と、前回に比べ 1302 億 5712 万円、8.8%減少した。

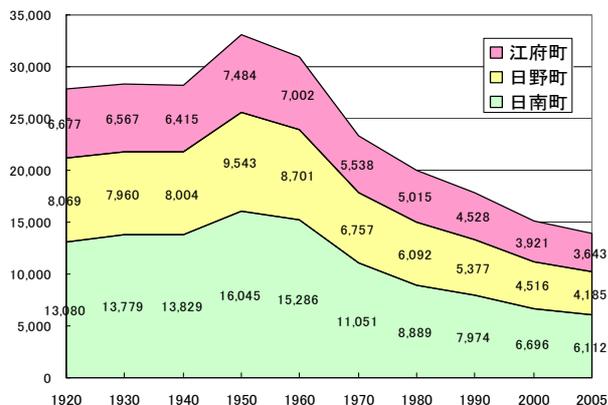
(2) 江府町の移動販売の事例

1) 日野地域の概況

鳥取県西部の旧日野郡は、日南町、日野町及び江府町からなり、米子都市圏に属する。3 町とも豪雪地帯に指定されているほか、日南町及び日野町は振興山村及び過疎地域に、江府町は一部が振興山村に指定されている。いずれも第一次産業就業者比率が高い地域である。

高度成長期以降、人口減少が続き、過去 5 年間の人口減少率は 3 町とも 7%を超えている。高齢者比率も高く、日南町では 65 歳以上人口比率が 44.9%、85 歳以上の比率が 6.4%に上る。

図表 I-4-14：日野郡の人口動向



江府町位置図



図表 I-4-15：日野郡の人口減少、高齢化の状況、経済活動別就業者比率等

	人口増減率	世帯数増減率	65歳以上人口比率	85歳以上人口比率	一次産業就業者比率	二次産業就業者比率	三次産業就業者比率
	2000-2005	2000-2005	2005	2005	2005	2005	2005
日南町	-8.7%	-2.6%	44.9%	6.4%	34.6%	18.4%	46.9%
日野町	-7.3%	-6.8%	38.3%	6.0%	18.9%	25.7%	54.9%
江府町	-7.1%	-2.9%	37.0%	4.9%	27.8%	24.4%	47.7%

資料：総務省統計局「平成 17 年国勢調査報告」

(減少する小売事業所数)

鳥取県と日野郡の小売業の状況をみると、県全体としては事業所は減少しているが、売場面積は増加している。

日野郡全体では、前回調査(平成16年)と比較して、事業所数は3町で29減少した。日南町で小売販売額が1割以上増加したほかは、従業者数、小売販売額、売り場面積は郡部計と比較しても大きく減少している。

図表 I-4-16: 日野郡の小売業の状況

	事業所数			従業者数			小売販売額			売場面積		
	平成19年	増減数	前回比	平成19年	増減数	前回比	平成19年	増減数	前回比	平成19年	増減数	前回比
鳥取県計	6,250	△ 622	△ 9.1	36,841	△ 617	△ 1.6	63,561,389	△ 1,214,090	△ 1.9	885,116	30,595	3.6
市計	4,720	△ 465	△ 9.0	29,520	△ 271	△ 0.9	52,372,229	△ 1,128,183	△ 2.1	735,326	31,112	4.4
郡計	1,530	△ 157	△ 9.3	7,321	△ 346	△ 4.5	11,189,160	△ 85,907	△ 0.8	149,790	△ 517	△ 0.3
日南町	77	△ 12	△ 13.5	238	△ 32	△ 11.9	380,469	42,443	12.6	3,969	△ 496	△ 11.1
日野町	55	△ 14	△ 20.3	213	△ 46	△ 17.8	320,070	△ 12,115	△ 3.6	5,008	△ 1,450	△ 22.5
江府町	38	△ 3	△ 7.3	135	△ 24	△ 15.1	188,803	△ 6,129	△ 3.1	1,742	△ 215	△ 11.0

資料：経済産業省「平成19年商業統計速報」(鳥取県ホームページより)。

2) 旧日野地域の小売業の状況；商工会調査から

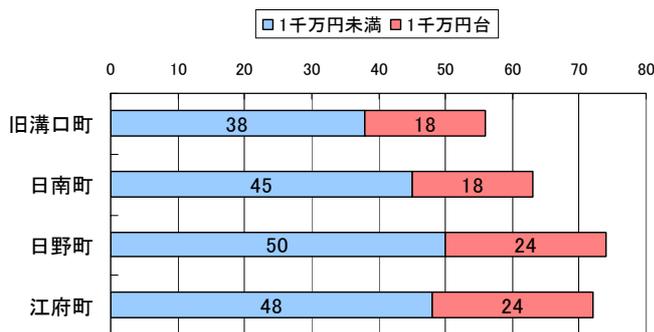
(ほぼ4分の1の小売店で過去10年以内に5割以上売上げが減少)

日野郡商工会議所が平成17年度に実施した、日南町、日野町、江府町、旧溝口町の小売業サービス業実態調査によると、調査対象事業所274事業所のうち46.9%が年商1千万円以内であり、江府町の46%、その他3町のほぼ4分の1の事業所で、過去10年以内に5割以上の売上げの減少があり、事業収入が経営者の収入の100%と回答した者は、日野町以外では半数前後であった。

また、調査対象事業所の43%が後継者はいないと回答した。

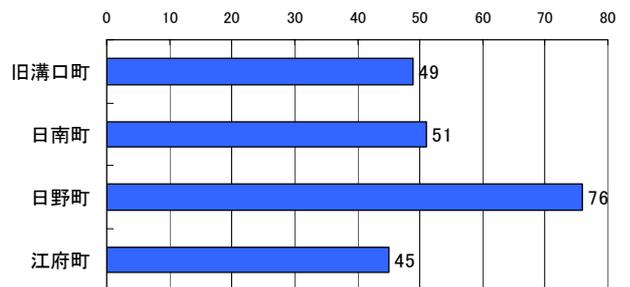
図表 I-4-17: 日野郡の町の小売店の年間売上げ

(単位：%)



図表 I-4-18: 経営者の収入源の100%が事業収入である者の割合

(単位：%)



資料：日野郡商工会議所「日南町、日野町、江府町、旧溝口町の小売業サービス業実態調査(平成17年)」

3) 江府町における移動販売の取組

(地域の暮らしを守る移動販売)

以上みてきたとおり、鳥取県の中山間地域においては、小売店が減少し、車を持たない高齢者が買い物に出かけられる商店は減少している。

こうした中で、鳥取県日野町の小売店「有限会社安達商事」は、平成2年から、日野町及び江府町などで、JAや生協が撤退した後の店舗を引き継ぎ、食料品等の小売店を展開するとともに、商店のない集落を中心に、生鮮食料品等の移動販売を行ってきた。

有限会社安達商事、屋号「あいきょう」の概要（平成20年6月15日）

本店：鳥取県日野町根雨

店舗数：6店舗 日野町2店、江府町4店（含むローソン江府店）

移動店舗：4台：マイクロバス（3t）、中型保冷車（1.5t）、軽保冷車（0.45t）、ひまわり号（3t）

従業員：36名（パート、アルバイトを含む。）

売上げ：約5億円（約75%が店舗、約25%が移動販売）

(大手コンビニエンス・チェーンとの提携)

一方、大手コンビニエンス・チェーンの株式会社ローソンは、江府町の中心部に出店するために、提携先となる地元の商店を探していた中で、安達商事を紹介された。

安達商事は、地元の調理食品等の卸売業者が減少しており、将来的に仕入先を確保するためにも、大手コンビニエンス・チェーンとの提携が必要と考えた。また、同社は、一人暮らしも多い山間部の高齢者等に多品種少量の多様なコンビニ商品が喜ばれることを予想し、提携に際して、ローソンの店舗内だけでなく、安達商事の移動販売車にも、ローソンの調理食品などの商品を積んで販売することを提案した。

ローソン側は、店舗外で商品を販売する前例はなかったが、地域住民の利便性向上を考える安達商事側の熱意から、移動販売についても前向きに検討した。

安達商事側は、以前から、冷凍庫、冷蔵庫のある特別仕様の移動販売車「ひまわり号」を特注し利用していたが、これを用いる場合にはローソン商品も搭載できることとなった。

<移動販売車>



<社内の様子>



<移動販売の様子>



資料：株式会社ローソン提供

(高齢者に好評を得ている調理食品等)

安達商事とローソンは、フランチャイズ契約を結び、本年4月23日にローソン江府店が開店し、同時に、移動販売車「ひまわり号」はローソンの弁当や総菜などの商品を載せて、江府町の約12の集落を巡り始めた。

安達商事は、自社の商品（野菜、魚、肉、日用品、菓子、調味料等）のほか、ローソンの商品の中から中山間地域の集落の高齢者のニーズに応える商品を選び、弁当、寿司、おにぎり、サンドイッチ、調理麺、サラダ、総菜などを販売している。

（消費者の反響、前向きな事業者）

3ヶ月を経過し、車を運転しない高齢者からも好評を得ており、山間部の高齢者の中にも、多品種少量の商品へのニーズがあることが実証された。また、ローソンの商品を扱うことにより、若い利用者も現れ始めたという。安達商事は、このような移動販売を可能であれば拡大していきたいという。

ローソンにとって、今回の提携は、同社の社会貢献としてではなく、あくまでビジネスとして位置づけ、取り組んだものである。今後も中山間地域などにおいて、顧客の信頼を得て営業するノウハウを有する地域の事業者が現れば、他の地域においても、条件が整えば協力することにも前向きである。また、この形態に限らず、地域ごとの現場の実情に適した店舗づくり、高齢者のニーズに応えた店舗などを工夫していきたいという。

4) 今後の課題：人口が低密度な地域のニーズをとらえた小売業の今後に向けて （全国チェーンと地元小売業者のノウハウ）

江府町の移動販売のようなケースが、全国の中山間地域等にも広がっていくためには、課題も少なくない。人口の稀薄な商圈における売上げは限られており、今後、高齢化が一層進行し、人口規模が小さくなれば、ますます条件は厳しくなると考えられる。安達商事においても、店舗での事業の基礎があって、移動販売は成り立っているという。

江府町のケースが実現した背景には、大手コンビニ・チェーンと地元の小売業者の連携が鍵となっている。

① 全国チェーンのノウハウとネットワーク

地元の卸売業者や調理食品製造業者の減少が進む過疎地などにおいても、着実に商品を納入できる業者、高齢化や単身世帯の増加に対応した、多品種少量の商品を安価に提供できる大手チェーン等のノウハウ、ネットワークは有用である。

② 地域の信頼を得た地元の小売業者のノウハウ

中山間地域等のニーズをとらえたサービスをビジネスとして成り立たせていくためには、多数の商品の品質管理等を確実に行うことはもとより、集落毎、利用者毎のニーズをきめ細かく把握している販売員が、季節にも応じて売れる商品を選び販売するなど、地域の消費者を知悉し、顧客の信頼に支えられている事業者が不可欠である。

（地域レベルでの住民、民間、行政の密接な意思疎通が重要）

江府町の移動販売は大手コンビニ・チェーンと地元小売業者が出会い、連携が成立したことにより実現した。このようなサービスを、他の地域においても実現させ、地域に必要な商業を維持していくためには、行政やNPO等との連携・協働も検討課題となろう。

民間のノウハウを活かしつつ、例えば、高齢者の見守りや、安否確認、福祉、医療、配食といったサービスと組み合わせるといった工夫も必要となる。

地方都市の商店街の中には、宅配サービス、お買い物券の活用などを通じて、高齢者のニーズに対応しつつ、顧客拡大に努める地域もある。また、NPOや社会的企業等を設立し、行政とも連携しつつ、生活関連サービスを維持している地域もある。

民間企業の進出が期待しにくい地域、事業環境が厳しい地域において、住民が必要とする小売業やサービスが失われないようにしていくためには、地域レベルで住民のニーズ、民間のノウハウを結びつけるための、関係者の意思疎通、情報交換が不可欠となる。

第3節 人口密度が低い地域におけるサービスへのアクセスと家計消費

以下では、家計消費の側面から、大都市部と比べた町村部、条件不利地域における家計の経済負担について考察する。

1 町村部・地方における家計支出の特色

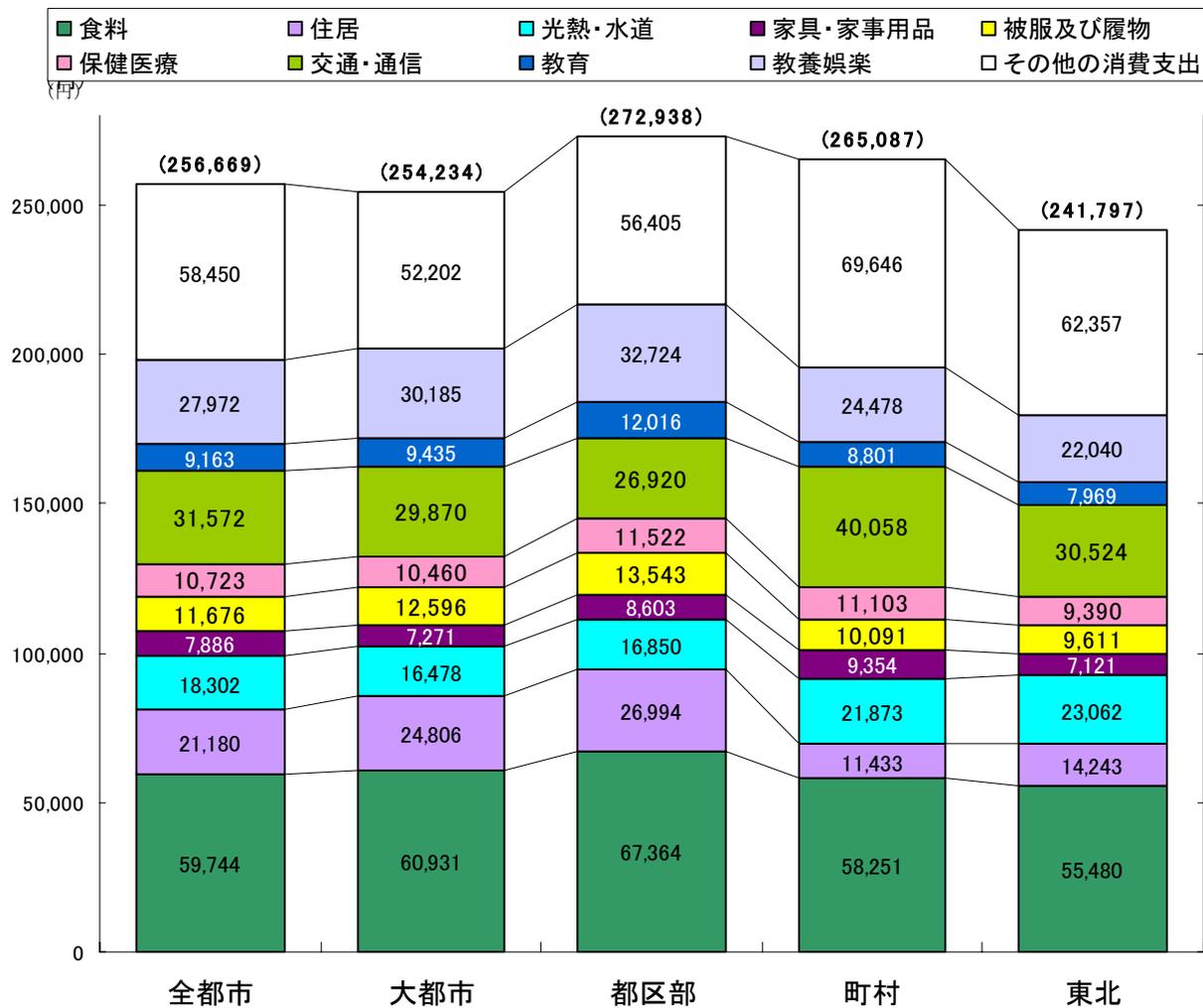
(1) 概況

(東北地方の家計支出は全国平均を下回る)

大都市部と町村部について、家計調査により、1世帯あたりの1ヶ月平均支出をみると、全国平均256,669円に比較して、食料費、住居費等の支出が大きい都区部は27万円以上となっている。また、町村部は、住居費や教養・娯楽費などは平均を下回るが、光熱・水道費、交通・通信費などは全国平均より多く、全体として全国平均を上回る。

これに対し、地方ブロックの例として東北地方をみると、全国平均を下回る。

図表 I-4-19: 大都市・町村別の家計支出



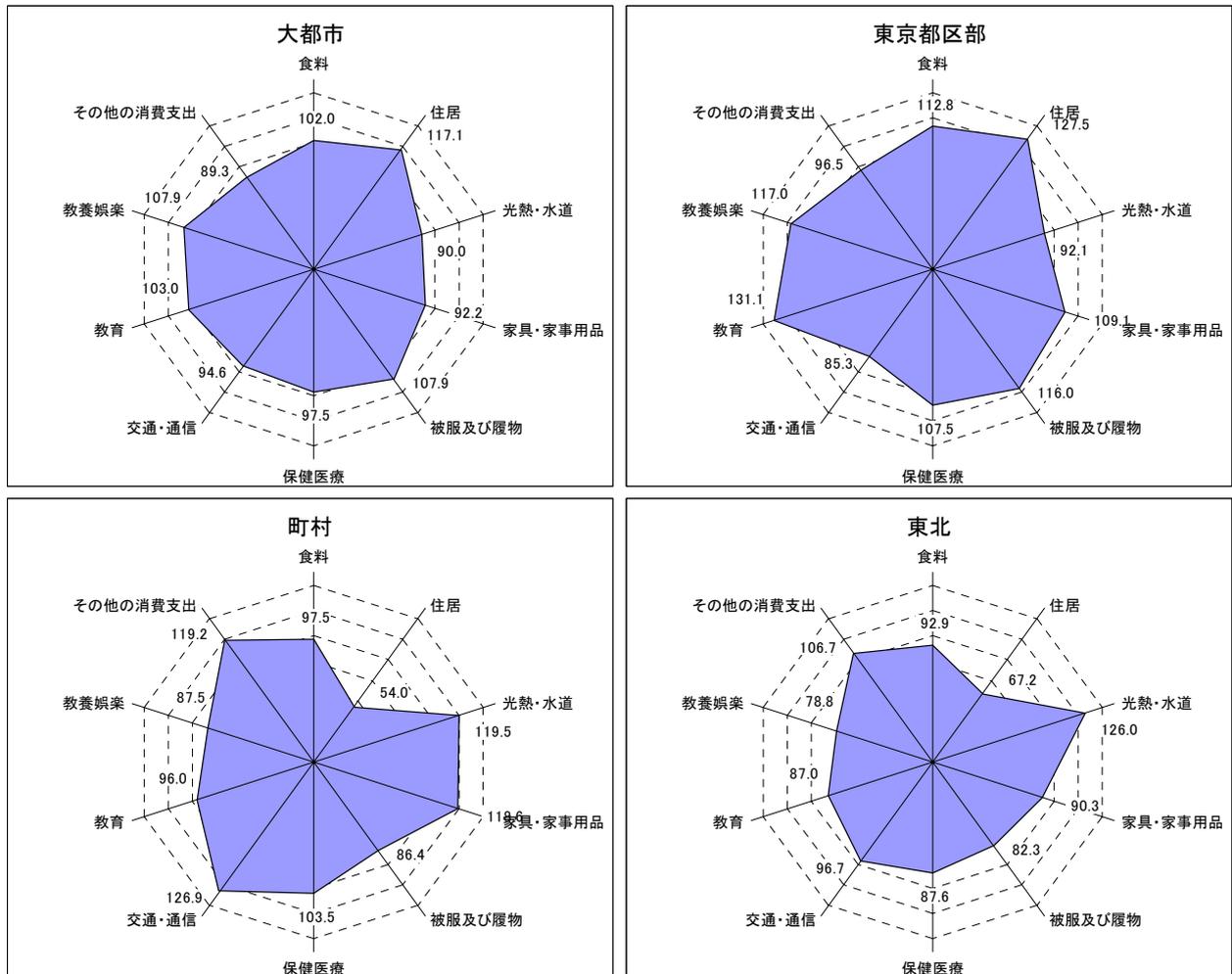
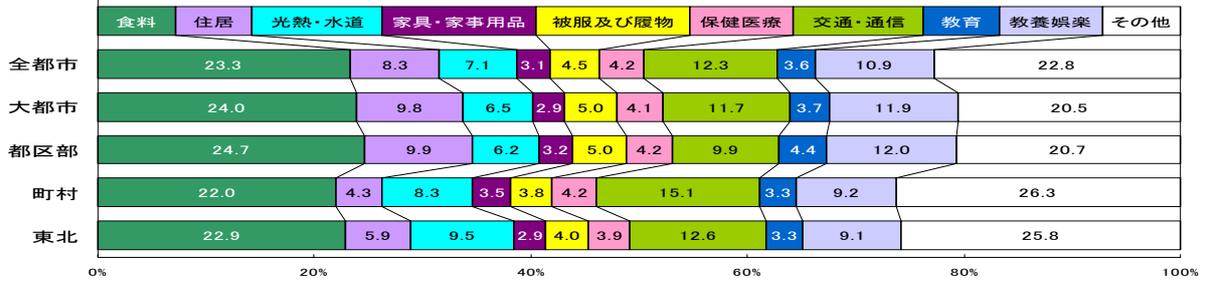
資料：総務省統計局「平成18年家計調査」

(町村部では「光熱・水道」や「交通・通信」の割合が大きい)

1世帯あたり1ヶ月支出額の項目別の構成割合を大都市と東京都区部及び町村等と比較すると、大都市及び都区部では、町村と比較して「食料」及び「住居」「教育娯楽」関連の支出の割合が大きい。これに対し、町村及び地方の例としてみた東北では、「光熱・水道」や「交通・通信」の割合が大きい。

図表 I-4-20:大都市・町村部別にみた家計の支出項目

(一世帯当たり1ヶ月平均支出の項目別構成比)



資料：総務省統計局「平成18年家計調査」

(町村部で目立つ「自動車等関係費」、「仕送り金」、「電気代」の支出)

大都市・都区部と町村・東北とで支出額の大きい品目を比較すると、町村や東北ではガソリン代などを含む「自動車等関係費」が第2位となっているほか、「仕送り金」や「電気代」も上位10項目内に入っており、都市部との支出構造の差が見られる。

図表 I-4-21: 大都市・町村部等別家計の品目(中項目)別支出額及び順位

(単位:円)

大項目	中項目	大都市	都区部	町村	東北
		金額 (順位)	金額 (順位)	金額 (順位)	金額 (順位)
食料	穀類	4,886 (20)	5,086 (18)	5,242 (17)	4,573 (21)
	魚介類	5,080 (18)	5,398 (17)	6,487 (15)	6,227 (14)
	肉類	4,331 (21)	4,454 (21)	5,234 (18)	4,007 (23)
	乳卵類	2,550 (29)	2,821 (29)	2,957 (30)	2,940 (29)
	野菜・海藻	6,761 (13)	7,514 (12)	6,695 (14)	7,048 (12)
	果物	2,172 (32)	2,217 (33)	2,170 (33)	2,262 (31)
	油脂・調味料	2,159 (33)	2,307 (32)	2,806 (31)	2,523 (30)
	菓子類	3,733 (23)	3,838 (24)	4,114 (21)	4,083 (22)
	調理食品	7,487 (11)	8,221 (11)	6,863 (12)	6,472 (13)
	飲料	3,564 (25)	3,720 (25)	3,235 (26)	3,321 (27)
	酒類	2,679 (28)	3,064 (27)	3,015 (29)	3,212 (28)
	外食	15,276 (5)	18,705 (5)	9,406 (9)	8,747 (9)
	賄い費	254 (48)	19 (49)	25 (49)	64 (49)
住居	家賃地代	19,420 (2)	22,543 (2)	3,368 (25)	9,220 (8)
	設備修繕・維持	5,385 (15)	4,451 (22)	8,065 (11)	5,024 (18)
光熱・水道	電気代	7,026 (12)	7,197 (13)	9,520 (8)	8,581 (10)
	ガス代	4,996 (19)	5,037 (19)	4,425 (20)	4,763 (19)
	他の光熱	727 (43)	299 (47)	3,211 (27)	4,685 (20)
	上下水道料	3,729 (24)	4,317 (23)	4,717 (19)	5,033 (17)
家具・家事用品	家庭用耐久財	2,372 (31)	3,019 (28)	3,022 (28)	2,005 (32)
	室内装備・装飾品	705 (44)	815 (43)	706 (44)	504 (45)
	寝具類	515 (46)	623 (45)	602 (46)	462 (46)
	家事雑貨	1,609 (35)	1,842 (35)	1,687 (37)	1,401 (37)
	家事用消耗品	1,565 (36)	1,666 (36)	1,974 (35)	1,663 (35)
	家事サービス	505 (47)	638 (44)	1,362 (39)	1,085 (39)
被服及び履物	和服	556 (45)	504 (46)	368 (47)	297 (47)
	洋服	5,230 (17)	5,914 (15)	3,880 (23)	3,704 (24)
	シャツ・セーター類	2,481 (30)	2,479 (31)	2,082 (34)	1,928 (34)
	下着類	971 (40)	968 (41)	960 (42)	870 (41)
	生地・糸類	166 (49)	199 (48)	115 (48)	193 (48)
	他の被服	838 (42)	895 (42)	813 (43)	797 (42)
	履物類	1,407 (37)	1,517 (37)	1,214 (40)	1,071 (40)
	被服関連サービス	947 (41)	1,066 (39)	659 (45)	750 (44)
保健医療	医薬品	1,407 (38)	1,480 (38)	1,766 (36)	1,611 (36)
	健康保持用摂取品	1,012 (39)	1,052 (40)	995 (41)	785 (43)
	保健医療用品・器具	1,659 (34)	1,945 (34)	1,623 (38)	1,335 (38)
	保健医療サービス	6,382 (14)	7,044 (14)	6,719 (13)	5,659 (15)
交通・通信	交通	8,161 (10)	9,053 (9)	4,063 (22)	3,571 (26)
	自動車等関係費	12,507 (6)	8,600 (10)	24,258 (2)	16,256 (2)
	通信	9,202 (8)	9,267 (8)	11,737 (6)	10,697 (7)
教育	教育	9,435 (7)	12,016 (6)	8,801 (10)	7,969 (11)
教養娯楽	教養娯楽用耐久財	2,967 (27)	2,779 (30)	2,331 (32)	1,990 (33)
	教養娯楽用品	5,291 (16)	5,561 (16)	5,865 (16)	5,495 (16)
	書籍・他の印刷物	4,221 (22)	4,575 (20)	3,625 (24)	3,656 (25)
	教養娯楽サービス	17,706 (4)	19,808 (3)	12,657 (5)	10,899 (5)
その他の消費支出	諸雑費	18,580 (3)	19,606 (4)	19,209 (3)	15,841 (3)
	こづかい(使途不明)	9,014 (9)	10,597 (7)	12,713 (4)	11,250 (4)
	交際費	21,359 (1)	22,559 (1)	27,515 (1)	24,441 (1)
	仕送り金	3,249 (26)	3,643 (26)	10,208 (7)	10,825 (6)

資料: 総務省統計局「平成18年家計調査」

(地方ブロックにおいてはガソリン代支出が多い)

地方ブロック別にガソリン代などを含む「自動車等関係費」をみると、いずれの地方においても3千円～1万円程度、大都市を上回り、支出額の順位も2位又は3位と上位になっている。地方の家計は大都市以上に石油価格の変動の影響を受ける可能性がある。

また、沖縄を除く各地方ブロックでは「仕送り金」支出も大きい。

図表 I-4-22: 地方ブロック別品目(中項目)別支出額及び順位

(単位: 円)

大項目	中項目	大都市	北海道	東北	北陸	中国	四国	九州	沖縄
食料	穀類	4,886 (20)	4,622 (18)	4,573 (21)	5,661 (17)	4,979 (18)	4,744 (19)	4,598 (20)	4,183 (14)
	魚介類	5,080 (18)	5,253 (14)	6,227 (14)	6,304 (15)	5,904 (16)	5,567 (16)	5,398 (16)	2,920 (21)
	肉類	4,331 (21)	3,562 (25)	4,007 (23)	4,626 (21)	4,904 (19)	4,746 (18)	5,012 (17)	3,487 (19)
	乳卵類	2,550 (29)	2,083 (31)	2,940 (29)	2,804 (30)	2,723 (30)	2,481 (29)	2,438 (30)	2,053 (28)
	野菜・海藻	6,761 (13)	5,878 (13)	7,048 (12)	7,388 (13)	6,086 (15)	5,576 (15)	6,143 (14)	4,758 (11)
	果物	2,172 (32)	2,226 (30)	2,262 (31)	2,350 (33)	2,218 (33)	2,090 (33)	1,991 (33)	1,405 (32)
	油脂・調味料	2,159 (33)	2,043 (33)	2,523 (30)	2,600 (31)	2,595 (31)	2,461 (30)	2,424 (31)	1,847 (29)
	菓子類	3,733 (23)	3,554 (26)	4,083 (22)	4,276 (22)	3,821 (24)	3,682 (24)	3,461 (25)	2,611 (25)
	調理食品	7,487 (11)	5,037 (15)	6,472 (13)	7,790 (12)	7,273 (12)	6,589 (13)	6,245 (13)	5,812 (10)
	飲料	3,564 (25)	3,261 (27)	3,321 (27)	3,281 (27)	3,118 (26)	3,326 (26)	2,907 (26)	3,228 (20)
	酒類	2,679 (28)	2,449 (28)	3,212 (28)	3,398 (26)	2,806 (29)	2,789 (27)	2,618 (27)	2,414 (26)
	外食	15,276 (5)	7,883 (9)	8,747 (9)	10,897 (6)	9,698 (7)	10,122 (9)	10,122 (6)	8,541 (6)
賭い費	254 (48)	21 (49)	64 (49)	50 (49)	102 (49)	104 (49)	163 (48)	0 (49)	
住居	家賃地代	19,420 (2)	13,402 (4)	9,220 (8)	7,187 (14)	9,214 (9)	11,349 (6)	10,385 (5)	20,982 (1)
	設備修繕・維持	5,385 (15)	6,089 (12)	5,024 (18)	8,559 (11)	6,463 (14)	6,083 (14)	7,532 (10)	2,122 (27)
光熱・水道	電気代	7,026 (12)	6,788 (10)	8,581 (10)	9,387 (8)	8,625 (10)	8,797 (10)	7,489 (11)	7,611 (7)
	ガス代	4,996 (19)	3,693 (23)	4,763 (19)	4,993 (20)	4,520 (20)	4,466 (20)	4,790 (18)	3,827 (16)
	他の光熱	727 (43)	6,450 (11)	4,685 (20)	3,055 (29)	1,400 (38)	1,499 (38)	1,137 (40)	595 (40)
	上下水道料	3,729 (24)	3,907 (22)	5,033 (17)	5,525 (18)	4,048 (23)	3,403 (25)	3,795 (23)	3,762 (17)
家具・家事用品	家庭用耐久財	2,372 (31)	2,313 (29)	2,005 (32)	3,188 (28)	3,049 (27)	2,448 (31)	2,549 (28)	1,507 (31)
	室内装備・装飾品	705 (44)	493 (45)	504 (45)	801 (44)	928 (42)	603 (46)	681 (45)	276 (45)
	寝具類	515 (46)	332 (46)	462 (46)	584 (46)	564 (46)	732 (44)	615 (46)	313 (43)
	家事雑貨	1,609 (35)	1,277 (38)	1,401 (37)	1,584 (36)	1,656 (37)	1,537 (37)	1,561 (36)	919 (37)
	家事用消耗品	1,565 (36)	1,574 (35)	1,663 (35)	1,837 (35)	1,723 (35)	1,831 (35)	1,681 (34)	1,841 (30)
	家事サービス	505 (47)	679 (44)	1,085 (39)	880 (42)	1,184 (40)	846 (41)	1,052 (41)	207 (46)
被服及び履物	和服	556 (45)	92 (48)	297 (47)	187 (47)	219 (47)	183 (48)	320 (47)	30 (48)
	洋服	5,230 (17)	3,916 (21)	3,704 (24)	3,773 (24)	4,360 (22)	3,778 (22)	4,134 (22)	2,724 (22)
	シャツ・セーター類	2,481 (30)	1,821 (34)	1,928 (34)	2,261 (34)	2,412 (32)	2,327 (32)	2,180 (32)	1,316 (33)
	下着類	971 (40)	783 (42)	870 (41)	992 (41)	927 (43)	820 (42)	922 (42)	535 (41)
	生地・糸類	166 (49)	126 (47)	193 (48)	134 (48)	159 (48)	185 (47)	119 (49)	41 (47)
	他の被服	838 (42)	822 (41)	797 (42)	784 (45)	738 (44)	817 (43)	737 (43)	426 (42)
	履物類	1,407 (37)	1,049 (40)	1,071 (40)	1,281 (39)	1,137 (41)	1,181 (40)	1,151 (39)	850 (38)
	被服関連サービス	947 (41)	739 (43)	750 (44)	813 (43)	681 (45)	669 (45)	708 (44)	282 (44)
保健医療	医薬品	1,407 (38)	1,531 (36)	1,611 (36)	1,526 (38)	1,677 (36)	1,584 (36)	1,495 (37)	957 (36)
	健康保持用摂取品	1,012 (39)	1,185 (39)	785 (43)	1,139 (40)	1,349 (39)	1,266 (39)	1,172 (38)	737 (39)
	保健医療用品・器具	1,659 (34)	1,443 (37)	1,335 (38)	1,560 (37)	2,043 (34)	1,886 (34)	1,667 (35)	977 (35)
	保健医療サービス	6,382 (14)	4,921 (16)	5,659 (15)	5,797 (16)	6,868 (13)	7,660 (11)	5,884 (15)	3,987 (15)
交通・通信	交通	8,161 (10)	3,680 (24)	3,571 (26)	3,428 (25)	4,418 (21)	4,107 (21)	4,533 (21)	3,750 (18)
	自動車等関係費	12,507 (6)	15,438 (3)	16,256 (2)	22,764 (3)	20,221 (2)	18,319 (2)	15,922 (3)	9,643 (3)
	通信	9,202 (8)	9,200 (7)	10,697 (7)	10,670 (7)	9,521 (8)	10,601 (7)	9,904 (7)	9,290 (5)
教育	教育	9,435 (7)	4,889 (17)	7,969 (11)	8,673 (10)	7,338 (11)	7,033 (12)	6,414 (12)	4,397 (12)
教養娯楽	教養娯楽用耐久財	2,967 (27)	2,055 (32)	1,990 (33)	2,448 (32)	3,035 (28)	2,707 (28)	2,494 (29)	1,095 (34)
	教養娯楽用品	5,291 (16)	4,582 (19)	5,495 (16)	5,374 (19)	5,307 (17)	5,212 (17)	4,650 (19)	2,668 (24)
	書籍・他の印刷物	4,221 (22)	3,920 (20)	3,656 (25)	3,787 (23)	3,589 (25)	3,709 (23)	3,516 (24)	2,711 (23)
	教養娯楽サービス	17,706 (4)	10,522 (5)	10,899 (5)	13,562 (5)	13,322 (4)	13,408 (4)	12,330 (4)	6,294 (8)
その他の消費支出	諸雑費	18,580 (3)	16,371 (2)	15,841 (3)	21,170 (4)	19,699 (3)	17,531 (3)	17,868 (2)	9,569 (4)
	こづかい(使途不明)	9,014 (9)	9,617 (6)	11,250 (4)	25,520 (2)	9,896 (5)	13,217 (5)	8,816 (8)	6,256 (9)
	交際費	21,359 (1)	20,162 (1)	24,441 (1)	25,702 (1)	25,902 (1)	25,124 (1)	23,736 (1)	16,645 (2)
	仕送り金	3,249 (26)	9,175 (8)	10,825 (6)	9,130 (9)	9,882 (6)	10,155 (8)	7,561 (9)	4,220 (13)

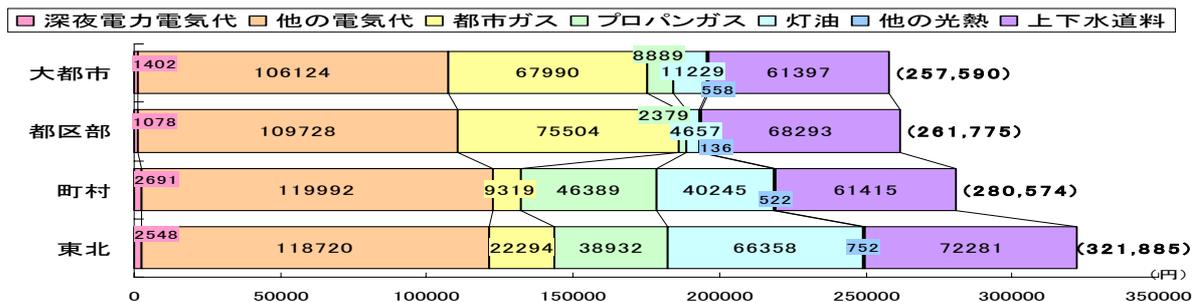
資料: 総務省統計局「平成18年家計調査」

(2) 光熱費及び交通費

(地方の光熱費はプロパンガスと灯油への支出が多い)

大都市と町村、地方を比較して、支出の割合が大きい項目のうち、光熱・水道に係る支出についてみると、大都市や都区部では光熱費の大部分は電気代と都市ガスで占められている。これに対して町村や東北地方では、プロパンガスや灯油に係る支出が高く、これらを合わせた支出額（町村で86,634円、東北で105,290円）は都市部における都市ガスの支出額（大都市で67,990円、都区部で75,504円）よりも大きい。

図表 I-4-23: 大都市・町村等別に見た光熱・水道費



資料：総務省統計局「平成18年家計調査」

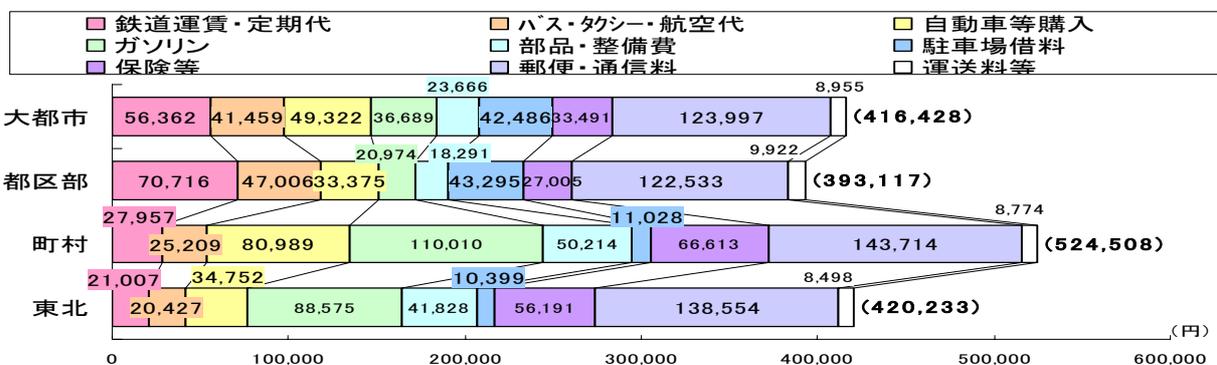
(大都市と町村ではガソリン代に大きな開きがある)

交通・通信費用についてみると、特に「ガソリン」代に大きな開きがみられ、地方での車に依存した生活を反映した支出構造となっている。

町村における1世帯の1ヶ月平均の「ガソリン」代は11万円に上り、東北でも1ヶ月平均88,575円と、交通・通信関連の支出の21%を占めている。また、地方では1世帯あたり複数台の自家用車を保有している世帯も多いことなどから、「自動車等購入」や「保険等」も都市部より支出が多いが、「駐車場借料」は都市部の3分の1以下である。

これに対して、大都市や都区部では、「鉄道運賃・定期代」に町村や東北の3倍前後（6～7万円）の支出がみられるが、「ガソリン」代が少ない分、交通・通信全体の支出額も低く抑えられている。

図表 I-4-24: 大都市・町村等別に見た交通・通信費



資料：総務省統計局「平成18年家計調査」

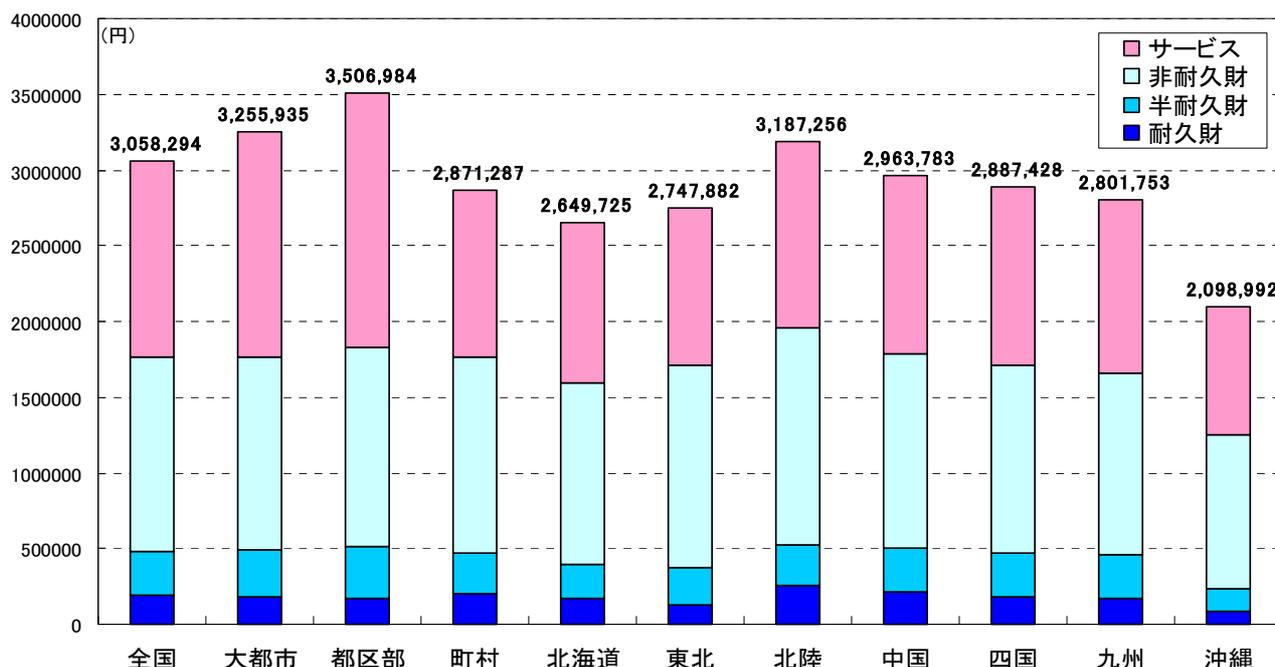
なお、「平成 19 年商業統計速報」により、小売業の業種別年間商品販売額をみても、原油価格上昇の影響から、燃料小売業の販売額は 127,333 億円と、平成 16 年時 (109,352 億円) と比較して 16.4% と大きく増加している (小売業全体での増加率は 1.0%)。

(3) 財・サービス区別にみた生活コストの比較 (地方で小さいサービス支出)

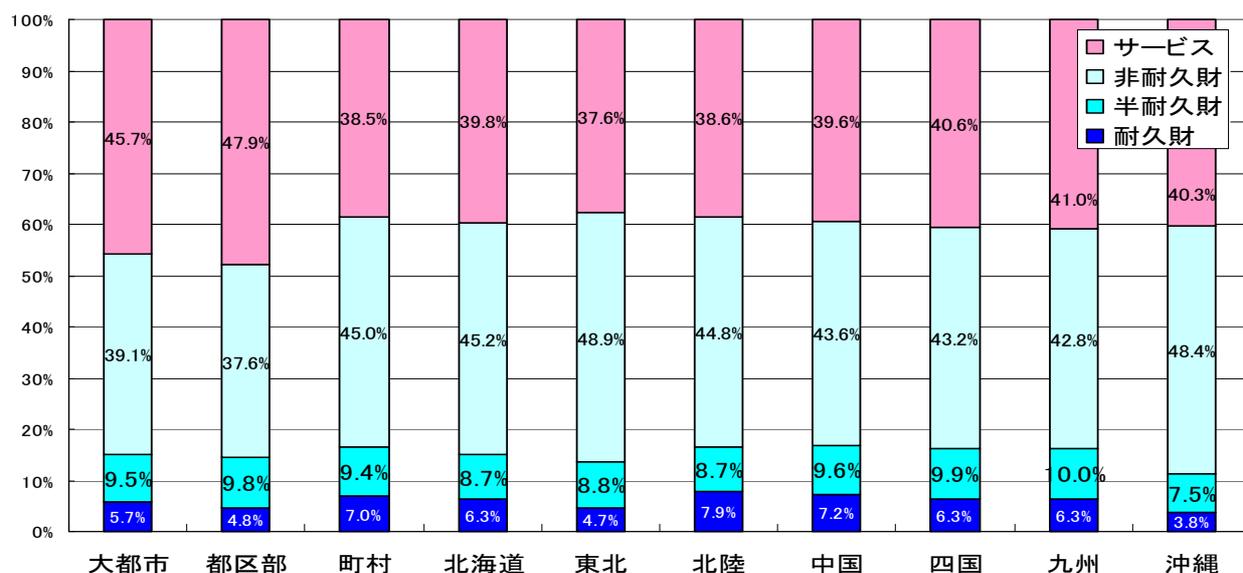
「家計調査」の 2 人以上世帯の年間平均支出額から、財・サービス区別の支出額をみると、大都市及び都区部に比べて各地方ブロックではサービスへの支出が小さく、比率で見ても、低い。

図表 I-4-25：大都市・地方別にみた財・サービス別の支出

<支出額>



<比率>

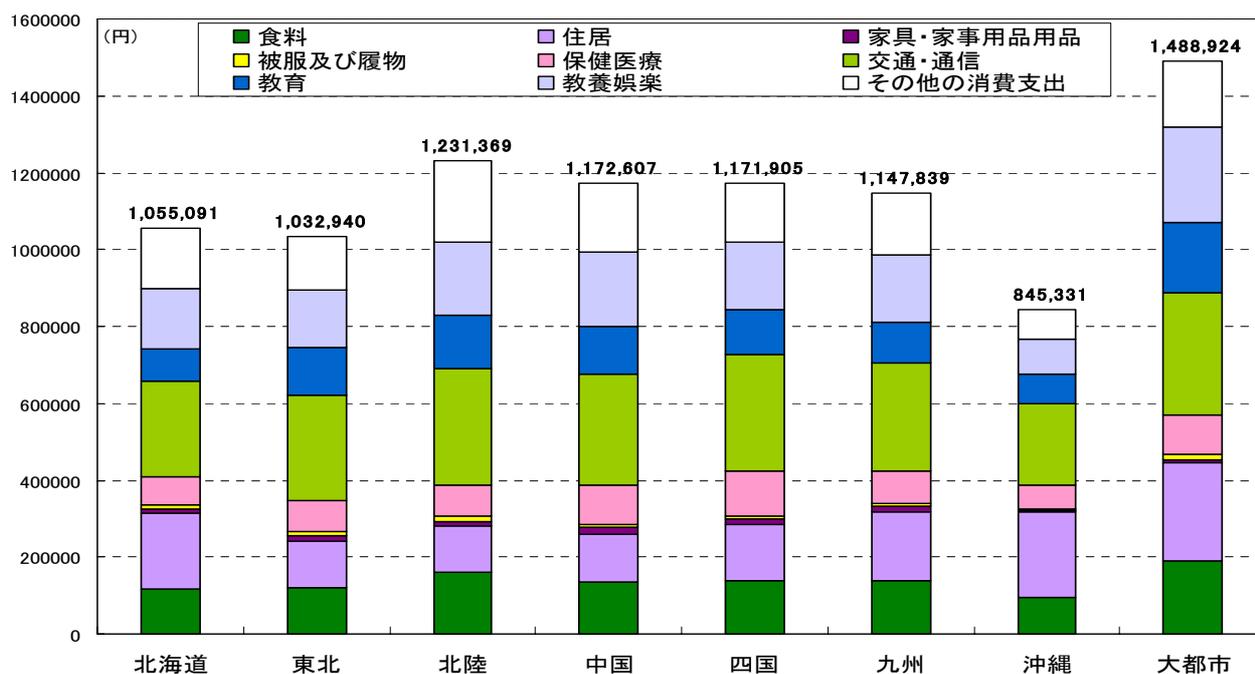
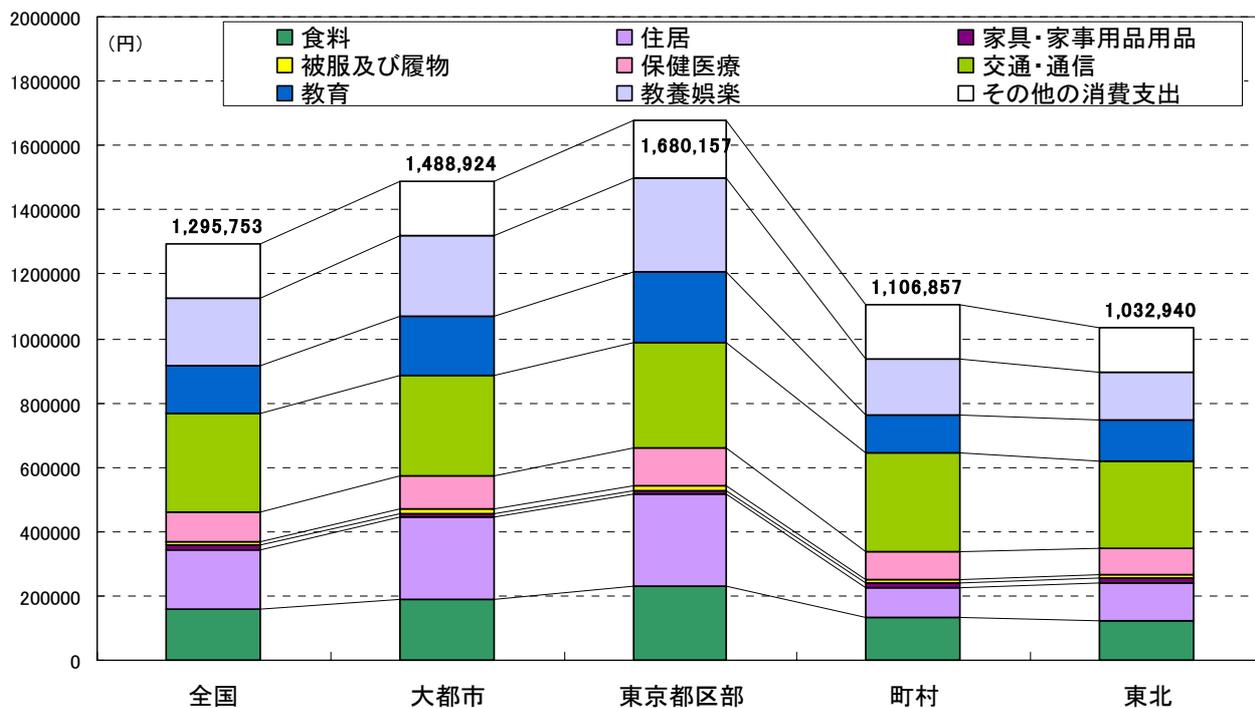


資料：総務省統計局「平成 18 年家計調査」

(地方で小さい「住宅」や「教育」、「教育娯楽」への支出)

サービスの内訳について、大都市・都区部と町村を比較すると、大都市及び東京都特別区においては「食料」や「住宅」に係るサービスへの支出が大きいほか、「教養娯楽」サービスへの支出も大きい。一方、地方ブロックにおいては、大都市と比べて「住宅」や「教育」、「教養娯楽」への支出が小さい。

図表 I-4-26: サービスへの支出(2人以上世帯・年間)



資料：総務省統計局「平成18年家計調査」

2. 昭和 40 年代と比較した大都市と町村での消費傾向の変化

(1) 町村部の支出の変化

大都市と町村の家計支出の変化を、昭和 45 年及び平成 18 年について比較すると、ガソリン代等の自動車関係経費や光熱費、仕送り金や補習教育、月謝、私立大学の学費といった教育関係経費について特に年間支出額が昭和 45 年当時から大きく増加している。

これを支出額の伸び率でみると、最も伸び率が大きかった品目は、外食（洋食）費であり、昭和 45 年当時の 60 倍近くになっている。また、ガス代も 50 倍近い額となっており、昭和 40 年代当時から比べると、町村部においても外食産業や都市ガスの発達など、都市化が進んだことが窺える。また、私立小学校の学費や補習教育教材についても支出額が大きく伸びている。

図表 I-4-27: 昭和 45 年と比較して町村において世帯当たりの消費が多くなった品目

(金額ベース)

順位	大項目名	中項目名	品目	年間支出額			支出構成比		
				S45	H18	増加額	S45	H18	
1	交通・通信	自動車等関係費	ガソリン	5,462	110,010	104,548	0.43	2.00	*
2	その他	仕送り金	国内遊学仕送り金	18,741	114,131	95,390	1.87	2.16	*
3	光熱・水道	ガス代		1,104	55,708	54,604	0.74	1.96	*
4	光熱・水道	他の光熱		17,148	40,767	23,619	1.32	0.67	
5	教育	教育	補習教育教材	1,420	24,621	23,201	0.28	0.94	*
6	住居	家賃地代		11,649	33,939	22,290	2.74	3.65	*
7	交通・通信	自動車等関係費	自動車整備費	2,397	24,472	22,075	0.20	0.50	*
8	教養娯楽	教養娯楽サービス	月謝類	6,329	27,024	20,695	0.82	1.06	*
9	教育	教育	私立大学学費	2,600	17,426	14,826	0.47	1.00	*
10	食料	外食	洋食	220	13,131	12,911	2.36	2.48	*

(増加率)

順位	大項目名	中項目名	品目	年間支出額		S45からの 伸び(倍)	支出構成比		
				S45	H18		S45	H18	
1	食料	外食	洋食	220	13,131	58.7	2.36	2.48	*
2	光熱・水道	ガス代		1,104	55,708	49.5	0.74	1.96	*
3	教育	教育	私立小学校学費	7	322	45.0	0.02	0.03	*
4	食料	外食	他のめん類外食	42	1,145	26.3	0.40	0.35	
5	交通・通信	自動車等関係費	ガソリン	5,462	110,010	19.1	0.43	2.00	*
6	教育	教育	補習教育教材	1,420	24,621	16.3	0.28	0.94	*
7	食料	酒類	他の酒	359	3,692	9.3	0.06	0.11	*
8	その他	諸雑費	整髪・養毛剤	179	1,833	9.2	0.03	0.06	*
9	交通・通信	自動車等関係費	自動車整備費	2,397	24,472	9.2	0.20	0.50	*
10	その他	諸雑費	口紅	129	893	5.9	0.02	0.03	*

資料：1. 総務省統計局「平成 18 年家計調査」

2. 昭和 45 年の数字は「日本列島における人口分布の長期時系列分析」（昭和 49 年 株式会社社会工学研究所）による。

注：支出構成比は全国計であり、*印は構成比が増加している項目である。

(2) 大都市部の支出の変化

大都市部における支出額の変化について同様に見ると、金額ベースでは家賃地代が約16万円増加しているほか、私立大学学費や補習教育教材、月謝類、仕送り金、私立高校学費など、教育関連経費の支出額の増加が目立っている。

支出額の増加率でみると、最も大きく増加した費目は外食費であり、町村の増加率よりは低いものの、昭和45年当時の約25倍の支出となっている。外食に次いで伸び率が高いのはガソリン代であり、昭和45年当時から約12倍となっている。このほか、補習教育教材、私立中学校学費、仕送り金、私立大学学費など、教育関連経費の増加率も大きい。

図表 I-4-28: 大都市において世帯当たりの消費が増加した品目

(金額)

順位	大項目名	中項目名	品目	年間支出額			支出構成比		
				S45	H18	増加額	S45	H18	
1	住居	家賃地代		42,229	205,255	163,026	2.74	3.65	*
2	光熱・水道	ガス代		14,567	76,880	62,313	0.74	1.96	*
3	教育	教育	私立大学学費	7,118	57,667	50,549	0.47	1.00	*
4	教育	教育	補習教育教材	4,271	41,820	37,549	0.28	0.94	*
5	教養娯楽	教養娯楽サービス	月謝類	10,120	45,052	34,932	0.82	1.06	*
6	交通・通信	自動車等関係費	ガソリン	2,911	36,689	33,778	0.43	2.00	*
7	その他	仕送り金	国内遊学仕送り金	3,675	33,509	29,834	1.87	2.16	*
8	食料	外食	洋食	719	19,170	18,451	2.36	2.48	*
9	教育	教育	私立高校学費	5,494	18,642	13,148	0.39	0.42	*
10	交通・通信	自動車等関係費	自動車整備費	1,657	10,856	9,199	0.20	0.50	*

(増加率)

順位	大項目名	中項目名	品目	年間支出額		S45からの 伸び(倍)	支出構成比		
				S45	H18		S45	H18	
1	食料	外食	洋食	719	19,170	25.7	2.36	2.48	*
2	食料	外食	他のめん類外食	168	2,125	11.6	0.40	0.35	
3	交通・通信	自動車等関係費	ガソリン	2,911	36,689	11.6	0.43	2.00	*
4	教育	教育	補習教育教材	4,271	41,820	8.8	0.28	0.94	*
5	教育	教育	私立中学校学費	1,046	10,220	8.8	0.07	0.14	*
6	その他	仕送り金	国内遊学仕送り金	3,675	33,509	8.1	1.87	2.16	*
7	教育	教育	私立大学学費	7,118	57,667	7.1	0.47	1.00	*
8	その他	諸雑費	整髪・養毛剤	317	2,153	5.8	0.03	0.06	*
9	交通・通信	自動車等関係費	自動車整備費	1,657	10,856	5.6	0.20	0.50	*
10	光熱・水道	ガス代		14,567	76,880	4.3	0.74	1.96	*

資料：1. 総務省統計局「平成18年家計調査」

2. 昭和45年の数字は「日本列島における人口分布の長期時系列分析」(昭和49年(株)社会工学研究所)による。

注：支出構成比は全国計であり、*印は構成比が増加している項目である。

(3) 大都市と町村の違いの変化

(教育関係経費・外食費に違い)

大都市と町村との消費支出の差が、この30年間でどのように変化したかをみると、和食系の外食費や清掃代、電気・ガス以外の光熱費、自動車等関連費などでは都市と町村との支出額の差が縮小している。このことは、町村部における外食産業の成長、下水道整備の進展、都市ガス等の発達を示唆するものである。

一方、都市との支出額の差が拡大している品目として、洋食系の外食費、各種私立学校学費、補習教育教材費・月謝等の教育関連経費などがみられる。

町村部といっても地域によって状況が異なるが、外食産業や教育などの中には町村部においては未だにアクセスが困難な場合もあると考えられる。

図表 I-4-29: 大都市と町村との世帯当たり支出額の差の変化

	CODE	大項目名	中項目名	品目	S45支出額		H18支出額		支出構成比		
					大都市	町村	大都市	町村	S45	H18	
大都市との差が縮小	1	食料	菓子類	ケーキ	3,249	1,414	7,905	7,395	0.23	0.22	
	1	食料	酒類	他の酒	774	359	4,007	3,692	0.06	0.11	*
	1	食料	外食	日本そば・うどん	3,234	1,142	5,977	4,027	0.40	0.35	
	1	食料	外食	すし(外食)	9,445	3,259	15,619	11,597	2.36	2.48	*
	3	光熱費	電気・ガス以外の光熱費		6,425	17,148	11,787	40,767	1.32	0.67	
	4	家具・家事用品	家事サービス	清掃代	423	1,703	1,242	10,052	1.32	0.14	
	7	交通・通信	自動車等関係費	ガソリン	2,911	5,462	36,689	110,010	0.43	2.00	*
	7	交通・通信	自動車等関係費	自動車整備費	1,657	2,397	10,856	24,472	0.20	0.50	*
	9	教養娯楽	教養娯楽サービス	スポーツ観覧料	956	265	885	383	0.06	0.02	
	10	その他の消費支出	諸雑費	口紅	223	129	881	893	0.02	0.03	*
	10	その他の消費支出	仕送り金	国内遊学仕送り金	3,675	18,741	33,509	114,131	1.87	2.16	*
大都市との差が拡大	1	食料	菓子類	他の洋生菓子	1,242	666	5,804	4,438	0.09	0.15	*
	1	食料	調理食品	しゅうまい	684	158	1,337	800	0.05	0.03	
	1	食料	外食	他のめん類外食	168	42	2,125	1,145	0.40	0.35	
	1	食料	外食	洋食	719	220	19,170	13,131	2.36	2.48	*
	1	食料	外食	喫茶代	1,684	639	6,964	3,675	0.55	0.62	*
	2	住居	家賃地代		42,229	11,649	205,255	33,939	2.74	3.65	*
	3	光熱・水道	ガス代		14,567	1,104	76,880	55,708	0.74	1.96	*
	5	被服及び履物	被服関連サービス	洗濯代	8,278	4,743	11,644	7,212	0.74	0.25	
	7	交通・通信	交通	タクシー代	4,004	2,135	9,830	3,463	0.34	0.17	
	7	交通・通信	自動車等関係費	自転車購入	684	1,049	2,837	1,972	0.18	0.07	
	8	教育	教育	私立小学校学費	454	7	1,968	322	0.02	0.03	*
	8	教育	教育	私立中学校学費	1,046	246	10,220	0	0.07	0.14	*
	8	教育	教育	私立高校学費	5,494	2,410	18,642	10,081	0.39	0.42	*
8	教育	教育	私立大学学費	7,118	2,600	57,667	17,426	0.47	1.00	*	
8	教育	教育	補習教育教材	4,271	1,420	41,820	24,621	0.28	0.94	*	
9	教養娯楽	教養娯楽サービス	月謝類	10,120	6,329	45,052	27,024	0.82	1.06	*	
10	その他の消費支出	諸雑費	整髪・養毛剤	317	179	2,153	1,833	0.03	0.06	*	

資料：1. 総務省統計局「平成18年家計調査」

2. 昭和45年の数字は「日本列島における人口分布の長期時系列分析」(昭和49年(株)社会工学研究所)による。

注：支出構成比は全国計であり、*印は構成比が増加している項目である。

3. 条件不利地域における家計消費の試算

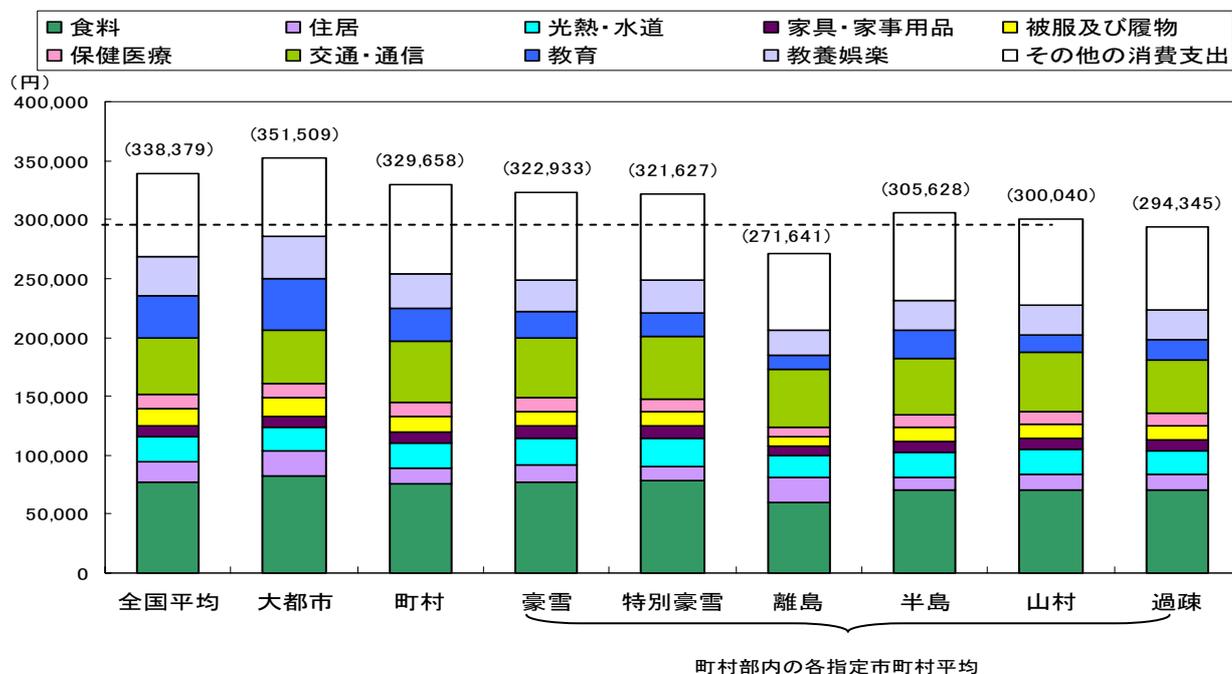
(1) 条件不利地域における家計消費の試算

(水道・光熱費、交通・通信費の負担の大きい条件不利地域)

以上みてきたとおり、大都市部と町村部には、消費支出や家計の負担の面において、一定程度の違いが見られる。ここでは、さらに、条件不利地域に指定された町村部における家計の負担について、「全国消費実態調査」調査対象市町村から、町村部のうち、豪雪・特別豪雪・離島・半島・山村・過疎ごとに、全域がこれらの条件不利地域に指定されている町村を抜き出して求めた係数を用いて、夫婦と子ども2人世帯の場合の生活コストを試算した²⁴。

その結果をみると、「光熱・水道」費は豪雪地帯及び特別豪雪地帯において特に多いほか、いずれの条件不利地域においても、大都市平均を上回る。また、「交通・通信」費についても、特に特別豪雪において多い。一方、教育費は、大都市部と比較して特に離島、山村などにおいて少ない。

図表 I-4-30: 条件不利地域(町村部のみ)夫婦と子ども2人世帯での1ヶ月平均生活コストの推計



資料：総務省統計局「平成16年全国消費実態調査」等をもとに試算。

注：各条件不利地域は、全国消費実態調査の市町村別データから全域指定されている市町村を抽出したものである。全国消費実態調査では各条件不利地域を表章するものとして対象市町村の抽出は行われていないため、あくまでも参考値である。

²⁴ 試算方法は以下のとおり。

1) 「全国消費実態調査」からの大都市部・町村部・条件不利地域別係数の算出

平成16年全国消費実態調査(都道府県別・二人以上世帯の集計)『第I-1-30表 地域別1世帯当たり1か月間の収入と支出』の市町村別データから、大都市部・町村部及び『町村』部であり、かつ各条件不利地域に全域が指定されている町村のデータを抜き出し、各条件不利地域ごとの平均支出を集計した上で、モデル推計の係数となる各品目支出額の全国平均に対する比率を算出した。

2) 「全国消費実態調査」の品目別支出額をベースとしたモデル生活費の推計

平成16年全国消費実態調査(家計収支編・二人以上の世帯)『第15表 世帯類型別1世帯当たり1か月間の収入と支出』での各モデル世帯の支出品目別支出額(全国平均)から1)で推計した町村部の支出をベースとし、上記2)の係数をかけて、条件不利地域でかつ町村部における生活コストを推計した。

(教育費及び教養娯楽費の比率は低い)

条件不利地域(町村部のみ)においては、交通・通信費の比率が高く、特に離島においては17.9%に及ぶ。また、光熱・水道費については、特別豪雪地帯の比率が7.5%と最も高い。また、教育費は、離島(4.4%)、山村(4.8%)、過疎(5.8%)においては、大都市(12.3%)と比較して半分以下となっている。教養娯楽費は、条件不利地域(町村のみ)は押しなべて大都市平均及び町村平均よりも低い。

図表 I-4-31: 条件不利地域(町村部のみ)夫婦と子ども2人世帯での1ヶ月平均生活コストの推計(割合)



資料：総務省統計局「平成16年全国消費実態調査」等をもとに試算。

(2) 条件不利地域における小売物価価格と生活コストへの影響

ここでは、「平成 18 年度小売物価統計調査」²⁵のデータを用いて、抽出された調査市町村を都市階層や条件不利地域の別に集計し、生活コストへの影響を試算した。

1) 人口規模別・条件不利地域別にみた物価の比較 (石油製品は豪雪地帯等で割高)

既に見たとおり、「光熱・水道」や「交通・通信」においては、都市規模や条件不利地域などによって違いが見られた。ここでは、これらの項目についての物価を人口規模別・条件不利地域の指定（全域が条件不利地域に指定された市町村のみ。）に着目して比較した。

「光熱・水道」のうち、電気代の単価（燃料費調整単価；1kwh）をみると、都市階層では大都市より町村の方が、人口規模では5万人未満の方が、条件不利地域別では山村や特別豪雪において、それぞれ単価が高くなっている。半島を除く条件不利地域では、人口10万以上の市町村平均よりも高い。

同様に、プロパンガスの単価（従量料金 10m³）についても、大都市より町村が、また10万以上より5万未満の方がそれぞれ高く、条件不利地域別では特に特別豪雪や豪雪において高い。

灯油（18L）の単価については条件不利地域であり差は見られず、むしろ都市規模が大きい方が単価はやや高い。

「交通・通信」のうち、自動車のガソリン料金を比較すると、レギュラーガソリンは135円/リットル前後となっているが、過疎地域や特別豪雪地帯でやや単価が高くなっている。また同様にプレミアムガソリンをみると、特別豪雪地帯や半島地域、豪雪地帯で単価が高い。

なお、本調査の対象地域には離島地域に全域が指定されている市町村は含まれていないが、離島地域においては、後述するとおり、ガソリンや灯油などの石油製品の価格は本土より高い。

図表 I-4-32: 人口規模・条件不利地域の指定別 小売物価価格

	都市階層		人口規模		条件不利地域				
	大都市	町村	10万以上	5万未満	豪雪	特豪	半島	山村	過疎
市町村数	14	48	86	65	39	11	7	1	29
光熱・水道									
電気代(燃料費調整単価;1kwh)	0.25	0.29	0.28	0.30	0.37	0.43	0.23	0.51	0.34
プロパンガス代(従量料金;10m ³)	4,564	4,728	4,663	4,856	5,356	5,512	5,065	5,145	5,003
灯油(18L)	1,559	1,496	1,554	1,502	1,484	1,478	1,491	1,463	1,498
交通・通信									
レギュラーガソリン(1L)	134.2	135.5	134.9	136.0	135.5	136.3	135.9	134.0	137.2
プレミアムガソリン(1L)	145.3	143.4	146.1	144.7	146.5	147.3	146.6	144.0	143.7

資料：総務省統計局「平成 18 年小売物価統計調査」により集計。

注：調査対象市町村の中には、離島地域に全域が指定された市町村は含まれていない。

²⁵ 「小売物価統計調査」（総務省）は、商品の小売価格、サービス料金及び家賃を全国規模で把握するために毎年実施されており、全国の 167 市町村を調査市町村とした抽出調査である。

価格調査及び家賃調査の調査市町村は、都道府県庁所在市、川崎市及び北九州市をそれぞれ調査市とするほか、それ以外の全国の市町村を人口規模、地理的位置、産業的特色などによって 118 層に分け、各層から一つずつ抽出し 167 の調査市町村を設定している。

2)小売物価価格の違いによる生活コストへの影響(試算)

(豪雪地帯等家計にとっては年間数万円の追加負担)

物価の違いについて、さらに、町村部に限定して試算すると、町村のうち豪雪及び特別豪雪地帯、振興山村においては、「光熱・水道」に係る電気代及びプロパンガス代の小売単価は町村平均より高く、灯油代については、特に半島地域で単価が高い。レギュラーガソリンは、振興山村以外の条件不利地域町村において、町村平均よりもやや高い。

これを用いて、「家計調査」の二人以上世帯における世帯当り年間の購入物量データから、特に町村部における条件不利地域について、「光熱・水道」及び「交通・通信」に係る小売物価価格の差による生活コストへの影響を試算すると、特別豪雪地帯(町村)においては、町村部の一世帯当たり年間平均消費量を購入すると、電気・プロパンガス代合わせて、町村平均よりも約4.6万円多くかかる。

また、灯油代は、半島地域において、町村平均に対して年間約1.6万円負担が大きい。なお、町村一世帯当たり年間平均消費量を大都市部で消費すると仮定した場合と比べると、特別豪雪地帯の町村において電気・プロパンガス合わせて6万円近くの追加負担となる。

ガソリン代についてみると、町村部の1世帯当り年間平均の消費量と同量を購入すると仮定すると、半島地域町村においては、町村平均より2千円近くの追加負担となり、これと同量を大都市で消費したと仮定した場合と比べると都市・地域、約3千円の追加負担となる。

図表 I-4-33: 町村部及び町村内の条件不利地域の小売物価価格

	町村						参考:
	豪雪	特豪	半島	山村	過疎	大都市	
市町村数	48	15	5	5	1	18	14
光熱・水道							
電気代(燃料費調整単価;1kwh)	0.29	0.36	0.41	0.22	0.51	0.30	0.25
プロパンガス代(従量料金;10m ³)	4,728	5,170	5,316	4,431	5,145	4,903	4,564
灯油(18L)	1,496	1,472	1,479	1,526	1,463	1,494	1,559
交通・通信							
レギュラーガソリン(1L)	135.5	136.3	137.0	137.6	134.0	136.4	134.2
プレミアムガソリン(1L)	143.4	147.1	148.0	148.6	144.0	139.8	145.3

資料：総務省統計局「平成18年小売物価統計調査」により集計。

注：同調査の対象市町村の中には、離島地域に全域が指定された町村はなかった。

図表 I-4-34: 町村部条件不利地域における小売物価価格の格差による生活コストへの影響

	町村 1世帯年間購入量	町村平均	格差					参考: 大都市
			豪雪	特豪	半島	山村	過疎	
光熱・水道								
電気代	5,689.45 (1kWh)	1,667	2,067	2,310	1,229	2,902	1,723	1,443
		町村平均との差→	(401)	(643)	(-438)	(1,235)	(56)	
		大都市との差→	(624)	(867)	(-214)	(1,459)	(280)	
プロパンガス	77.84 (1m ³)	368,039	402,386	413,802	344,916	400,477	381,627	355,219
			(34,347)	(45,763)	(-23,123)	(32,437)	(13,588)	
			(47,167)	(58,583)	(-10,304)	(45,257)	(26,407)	
灯油	527.81 (1%)	789,770	776,727	780,632	805,440	772,187	788,374	822,707
			(-13,044)	(-9,138)	(15,669)	(-17,583)	(-1,396)	
			(-45,980)	(-42,074)	(-17,267)	(-50,519)	(-34,333)	
交通・通信								
ガソリン	846.15 (1%)	114,618	115,302	115,922	116,430	113,384	115,452	113,565
			(684)	(1,304)	(1,812)	(-1,234)	(834)	
			(1,737)	(2,357)	(2,865)	(-181)	(1,887)	

資料：総務省統計局「平成18年小売物価統計調査」により集計。

注：町村部の1世帯年間購入量は、平成18年家計調査より。

4. 離島地域の物価について

(離島地域の物価は本土と比べて高い場合も多い)

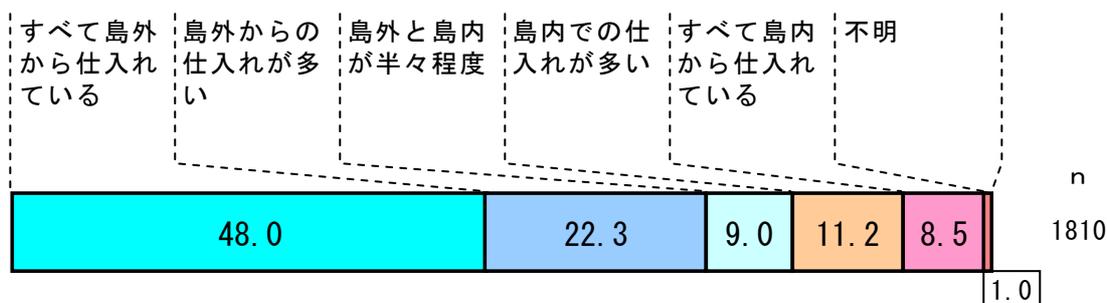
条件不利地域等における物価について、総合的に比較が可能な調査はないが、以下では、平成20年2～3月に、離島地域の小売業・サービス業者を対象に実施した「離島地域の商業・サービス業事業者対象アンケート調査結果」²⁶から、離島地域の物価について、概要を把握する。これによると、遠隔に立地し、アクセスの制約がある離島地域の物価は本土の県庁所在都市等と比較して高い場合も多いことが分かる。

(1) 商品等の仕入と原油価格高騰の影響

(離島地域の小売店等の7割は島外からの仕入れている)

離島地域に立地する小売・サービス業者の商品・資材等の仕入先については、「全て島外から仕入れている」と回答した店舗が48.0%と最も多く、「島外からの仕入れが多い」と回答した22.3%を含め、70.3%の店舗が主に島外から商品等を仕入れている。

図表 I-4-35: 商品などの仕入先の割合(島外・島内)



²⁶調査の概要；離島地域の商業・サービス業事業者対象アンケート調査（国土交通省）

調査対象：全国の人口規模100人以上の離島振興法指定離島に所在する、小売業者・サービス業者（8,090店舗）。サービス業については、飲食店、クリーニング店、理美容店、自動車整備業、大工工事業を選定。

抽出方法：平成18年事業所・企業統計調査をもとに、地域と業種を特定して抽出した。

調査方法：郵送により配布・回収するアンケート調査

調査期間：平成20年2～3月

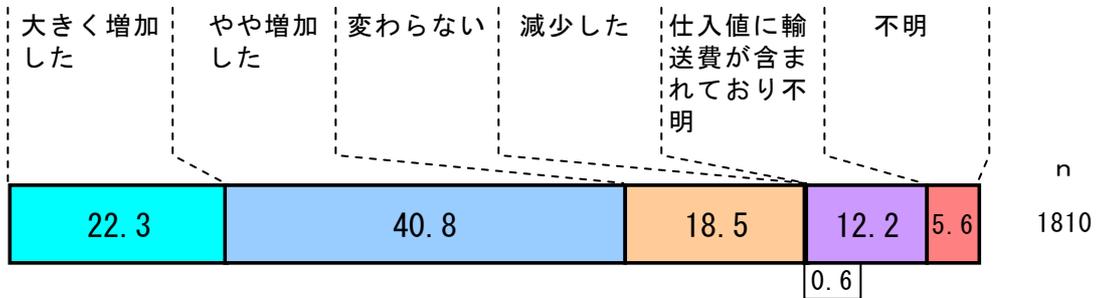
回収状況・回収率：配布数：8,090、有効回収数及び有効回収率：1,810（22.4%）

調査項目：店舗属性、商品等の仕入と原油価格高騰の影響、使用している石油製品と原油価格高騰の影響、原油価格高騰の収益への影響と対応策、取扱商品・サービスの価格

(原油価格高騰により調達経費は増加)

原油価格高騰により商品等の調達経費が「やや増加した」と回答した店舗が 40.3%と最も多く、「大きく増加した」と回答した 22.3%を含め、63.1%の店舗が「増加した」と回答している。離島地域の小売・サービス業者は商品・資材等を島外から調達する機会が多いため、海上輸送費を含む島外からの調達コストが増加していることが窺がえる。

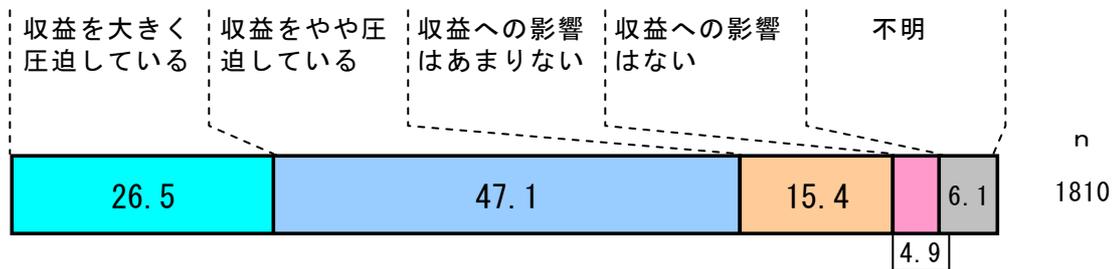
図表：原油価格高騰による調達経費の増加状況



(原油価格高騰により、収益が圧迫されている)

原油価格高騰による収益への影響については、「収益をやや圧迫している」と回答した店舗が 47.1%と最も多く、「収益を大きく圧迫している」と回答した 26.5%を含め、73.6%の店舗が、原油価格高騰により「収益が圧迫されている」と回答している。

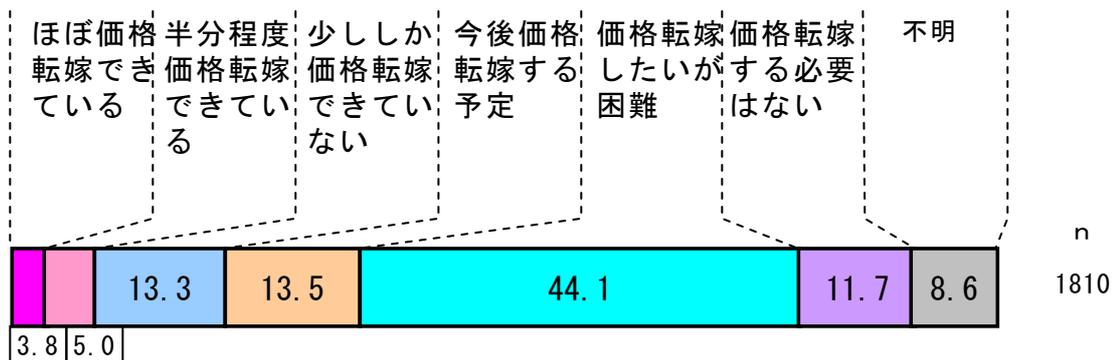
図表：原油価格高騰の収益への影響



(原油価格高騰を価格転嫁できていない)

原油価格高騰に対する商品やサービスの価格転嫁（値上げ）については、「価格転嫁したいが困難」と回答した事業者が 44.1%と最も多い。逆に「ほぼ価格転嫁できている」と回答した事業者は 3.8%しかおらず、経費の増加を価格に転嫁できていない店舗が多い。

図表 I-4-36：商品・サービスへの価格転嫁状況



(2) 離島地域等における商品・サービスの価格について

(本土に比べて価格が高い品目も目立つ離島の物価)

離島地域の小売店・サービス業事業者で取り扱われている商品・サービスの価格を、本土の都市部と比較すると²⁷、離島の価格が高い品目も目立つ。

例えば、小麦粉、即席めんなどは、全国共通の商品であっても、離島地域においては流通段階の海上輸送費、薄利多売とならないなどの理由のため、高くなっている。

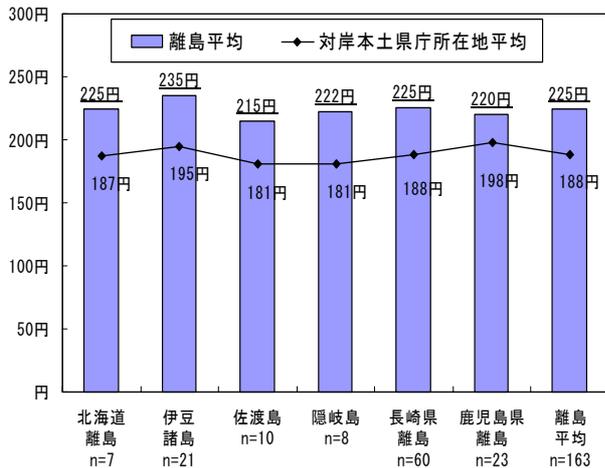
同様に全国共通商品であっても、ビールや感冒薬などメーカーの価格統制力が強いと考えられる商品について価格差はさほどみられない。また、外食サービス、理容・美容サービスなどは人件費の安さや離島の所得水準を反映した価格設定になっていると考えられ、離島地域の方が安く、あるいはさほど本土と変わらない傾向にある。

一方、クリーニング代などは、石油系溶剤を使用し、また、離島においては需要が少ないことから、高価格となっている。

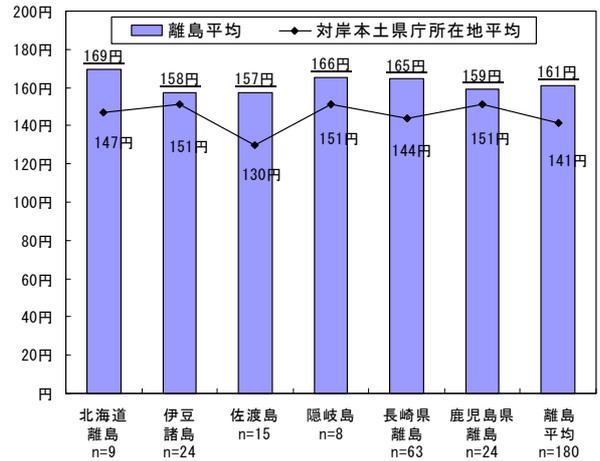
うるち米やマグロなどの食品は、商品そのものの質や、各々の産地からの流通コストが反映され、価格差がみえにくくなっていると考えられる。

図表 I-4-37: 離島地域等と本土の価格

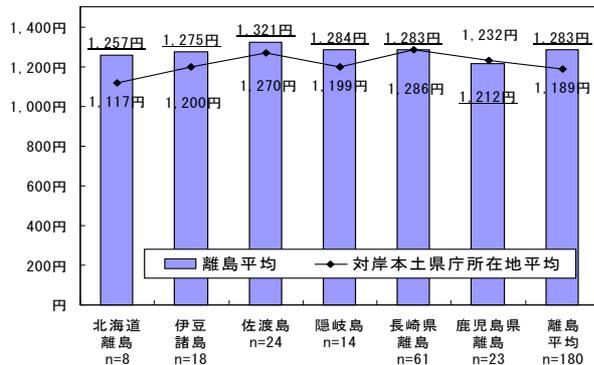
①小麦粉



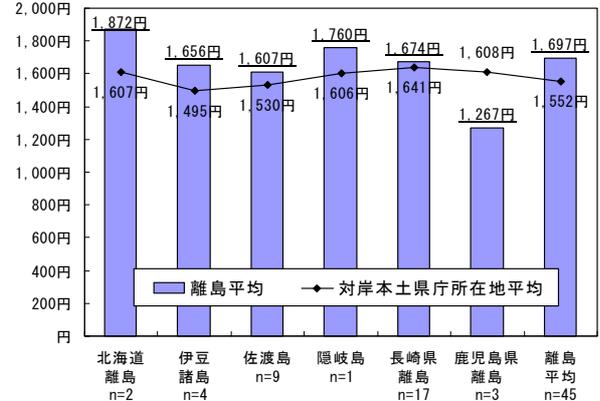
②即席めん



③ビール



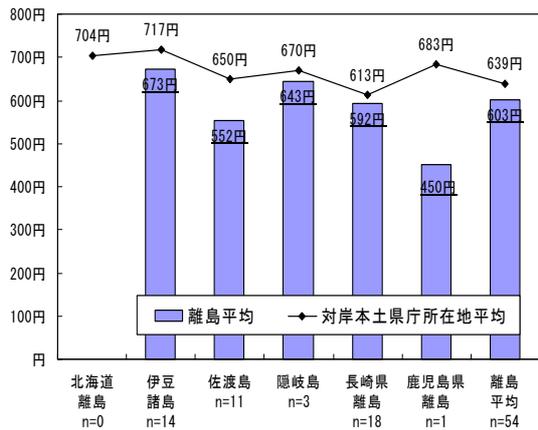
④感冒薬



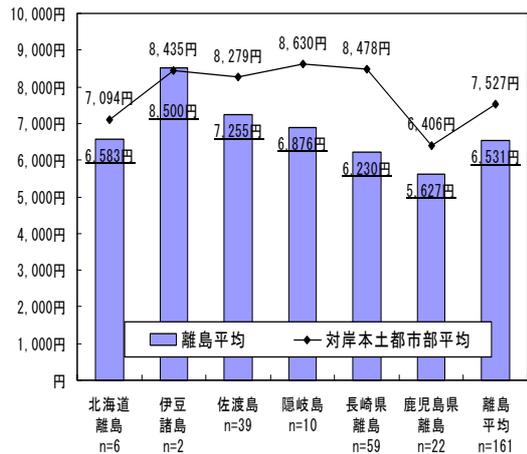
²⁷ 1) 離島地域の価格は、アンケート調査で回答のあった離島地域の小売・サービス業店舗価格の単純平均値である（本資料では、比較対象を12品目に絞ったが、アンケート調査では71品目について調査をしている）。

2) 本土地域の価格は、総務省統計局「小売物価統計調査」（平成20年3月調査結果）における「主要品目の都市別小売価格－県庁所在地及び人口15万人以上の市」による。

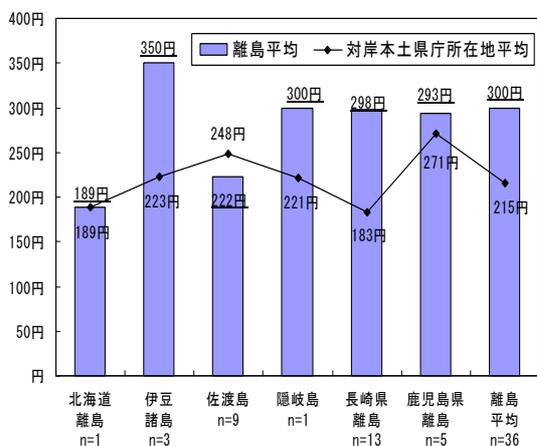
⑤ 外食サービス(カレーライス)



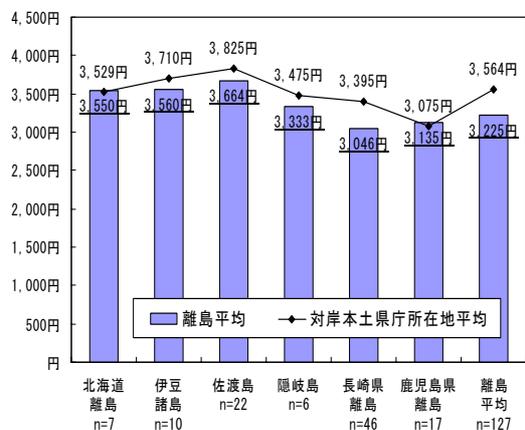
⑥ パーマネント代



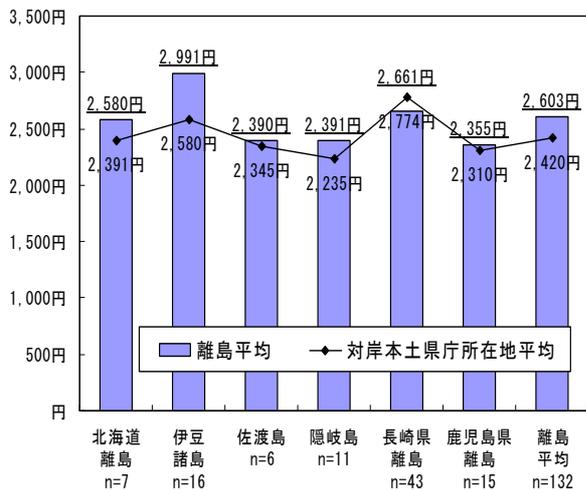
⑦ 洗濯代 (ワイシャツ1枚)



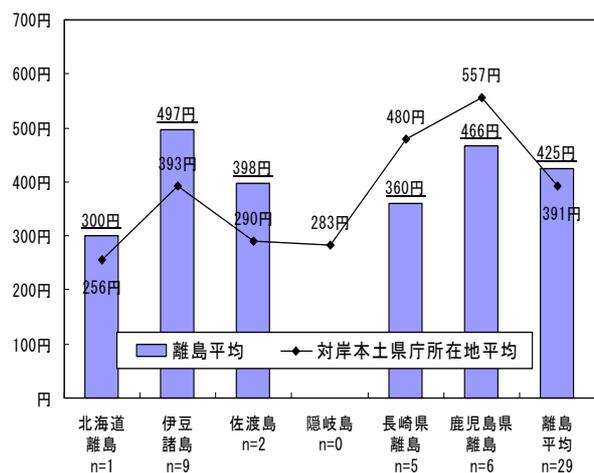
⑧ 理髪料



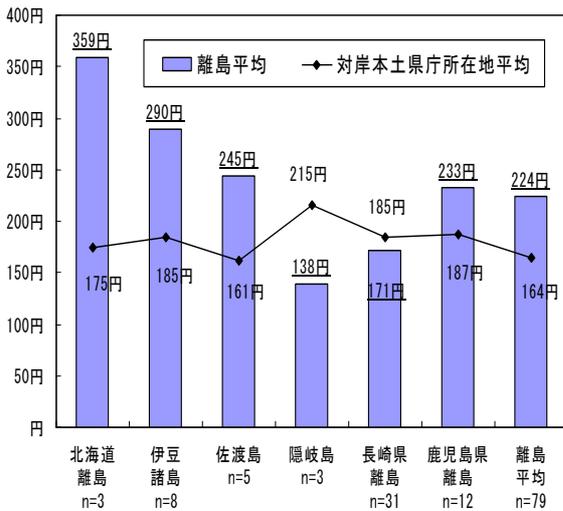
⑨ うるち米(コシヒカリ 5kg 入り 1 袋)



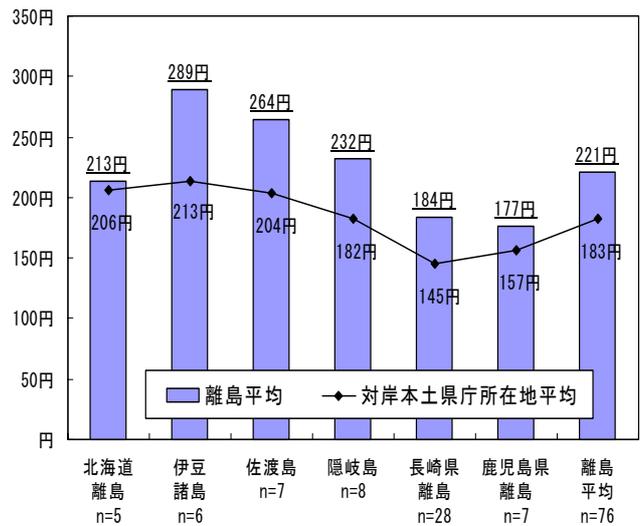
⑩ まぐろ(赤身 100g)



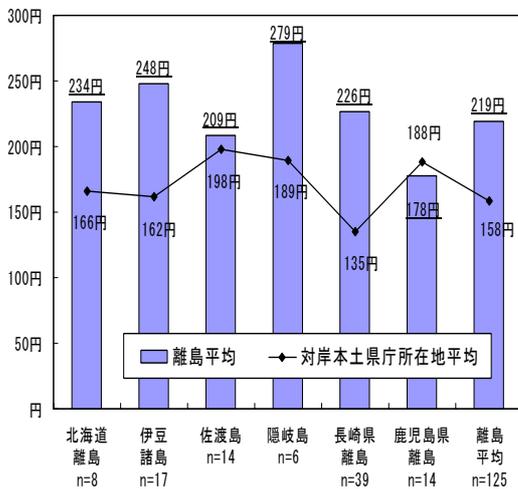
⑪ソーセージ(100g)



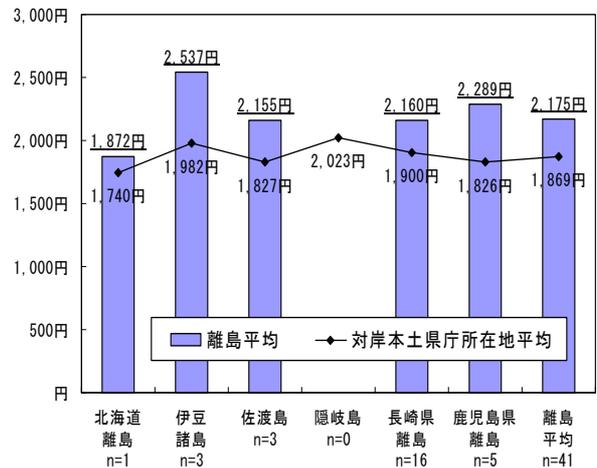
⑫キャベツ(1kg)



⑬ミネラルウォーター(2L)



⑭灯油(配達)



以上みてきたとおり、離島地域においては、本土と比較して石油製品の価格が高く輸送コストや仕入価格が上昇しており、また、本土間の流通には、海上輸送コストが必要となり物流コストが高額になる。このため、経営に影響を与えているとする小売業者・サービス業事業者が多い。

離島地域の住民の生活を守り、定住環境を維持していくためには、生活に密接に関わる小売業・サービス等へのアクセスの状況とともに、家計の経済的な負担についても、注視していく必要がある。

第4節 小売店の撤退と地域の対応

人口が減少し、売上げが減少すれば、価格転嫁が困難であれば民間企業であれば撤退する。小売店の数が減少し続けている中で、ここでは、中山間地域と地方都市で、各々、実際に生活に密接な商店が撤退した地域において、暮らしを守るために住民や地域が立ち上がり、独自に商店を運営している事例を2つとりあげる。

例1：JA撤退後の地域の運営による日用品店（安芸高田市・川根振興協議会）

（地区住民全員で引継ぎ運営する商店）

広島県安芸高田市の川根地区（旧川根村）は、同市北端の島根県境の山間地域に位置し、人口約600人、19の集落からなる。昭和31年の合併以降人口減少が続いた中で、現在では全戸が加入する「川根振興協議会」を組織し、特産品販売やエコミュージアムの運営、農地管理、福祉等他分野にわたり活動してきた。

JA撤退後、他に商店のない川根地区では、高齢者の生活を守るため、住民に1戸当たり千円の出資を求め、ふれあいマーケット運営協会を設立し、協議会が店舗とガソリンスタンドを継承・運営している。年間の売上げは、店舗は約2千万円で、僅かながら黒字、ガソリンスタンドは約3千2百万円で、大きな収益はないが、行政からの支援はない。

（1）川根振興協議会の設立とその後の経緯

1）地域の概要（安芸高田市と川根地区）

安芸高田市は広島県中北部に位置し、広島市・呉市都市圏に属する。平成16年3月に、6町の合併により誕生した、人口33,096人（平成17年国勢調査）の市である。川根地区は同市北端の島根県境に位置し、人口約600人、19の集落からなる山間地域であり、過疎地域、振興山村、豪雪地帯の指定区域内にある。広島市から高速バスで約1時間の高宮バス停から10数km北部に位置し、川根地区内の路線バスは日に二便ほどである。



<川根地区位置図>



<川根地区の様子>

川根地区は昭和の大合併前は一つの村であり、医師、食料品店、農協、旅館等は地区内にあったが、昭和31年の3村合併により高宮町となり、役場がなくなったことや、若者の流出が続く、昭和30年代に2千人を数えた人口は減少を続けている。

図表：安芸高田市の人口の推移等

総人口											人口増減率	65歳以上人口比率	85歳以上人口比率
1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	1995	2000	2005	2000-2005	2005	2005
47,229	45,893	42,188	57,214	49,715	38,541	36,984	36,115	35,821	34,439	33,096	-3.9%	32.5%	5.7%

安芸高田市全体では528の集落（行政区）のうち約65が、川根地区19集落の内10程度が、20世帯未満かつ高齢者比率が人口の半数を超えている。そのため、集落が単独で農地を守り、自治機能を維持するのは困難になってきている。

安芸高田市の主要産業は、畜産・野菜・果樹・花き・酒米等の農業であるが、川根地区でも主要産業は農業である。小規模の兼業農家が多く、勤務先は、川根地区内、市内の旧吉田町、三次市、北広島町（工業団地が立地）などであり、高速バスで広島へ通う住民もいる。

2) 川根振興協議会の発足と活動の拡大

（経緯：地域全体で多様な活動を続ける川根振興協議会）

過疎化や高齢化が進行した川根地区では、昭和47年に地域の課題を住民で考え地域振興を進めていくため、住民の有志により「川根振興協議会」が組織された。

同年7月、未曾有の大洪水を契機に、復興への強い意志と過疎化による将来への危機感から活動が活発化した。昭和49年には活動拠点施設「川根生活改善センター」が竣工し（施設は町が整備。）、昭和52年には地域全戸が加入する組織となった。昭和56年には「川根柚子振興協議会」を結成し、「ゆずみそ」「ゆずジュース」などの生産・販売を開始した。

昭和63年、川根中学校が廃校となると、地域文化のよりどころなるものをつくらうという気運が高まり、地域の将来構想図「川根夢ろまん宣言」を平成3年に作成、平成4年に廃校跡地に交流拠点施設「エコミュージアム川根」がオープンした（施設整備は町）。その後活動分野はさらに拡大し、農地管理、福祉、交流、伝統芸能継承など多岐にわたり、振興協議会を中心として19の集落全体で地域の自治機能を担うシステムづくりに取り組んでいる。

（協議会の取組体制）

川根振興協議会は任意組織であり、法人格は持っていない。地区内の全戸が加入すると共に、老人会、子ども会、女性会などの団体や企業も構成団体となっている。

年間の事業規模は約440万円であり、その経費は1戸あたり1500円の会費と市の助成金、行事の際の寄付金、その他の収入で賄っている。

協議会の専属の職員はいないが、「エコミュージアム川根」を運営する「エコミュージアム運営協議会」（川根振興協議会他20団体が出資して設立）や後述の「万屋・油屋運営協会」では合計2人の職員を雇用している。なお、これらのエコミュージアム、店舗・ガソリンスタンドは川根振興協議会本体の事業とは別会計となっている。

<川根振興協議会の決算（2006年度）>

収入の部

科目	決算額（円）	備考
繰越金	2,149,985	
会費	330,000	1,500円×220戸
助成金	2,489,442	市助成金、指定管理委託料等
使用料	126,270	川根生活改善センター及び川根振興センター
寄付金	1,436,035	
寄付金	1,150,184	はやし田植え、ほたるまつり、せいらゆうまつり、敬老会
香典返し・見舞い返し	190,000	
福祉募金	95,851	
雑収入	7,352	たかみやまつりバザー収入
合計	6,539,084	

支出の部

科目	決算額（円）	備考
事務費	178,405	消耗品費、通信費、旅費
会議費	146,625	会議費、研修費
部費	556,092	総務部、農林水畜産部、文化部、教育部、ふれあい部、体育部、開発部、女性部
事業費	2,733,300	はやし田植え、ほたるまつり、たかみやまつり、せいらゆうまつり、敬老会
施設管理費	560,286	
慶弔費	11,300	
予備費	185,529	
合計	4,398,937	

3) J A 撤退と振興協議会による日用品販売機能の継承 (経緯)

川根地区では、かつては J A が生活のあらゆる側面で窓口機能を果たしてきた。川根支所にも約 15 人の職員がいたが、小規模支所を閉鎖する方針となったことから、川根地区からも平成 11 年に撤退することとなり、J A が運営していた店舗とガソリンスタンドの継承が問題となった。

川根地区内には J A のほかに商店がなかったため、車を運転せず、地区外に買い物に行くことが困難な高齢者の生活を支えるための方策が問題となった。協議会内の議論では、「振興協議会が商売までするのか。」「J A が撤退するぐらいだから儲けは出ない。」といった声もあったが、地域の高齢者の安心・安全を活動の中心におくことを重視し、振興協議会が店舗とガソリンスタンドを継承することになった。

協議会の活動が実績を積んでいたこともあり、J A 側からの理解も得ることが出来た。建物・土地は J A から帳簿価格で譲渡を受け、平成 12 年「ふれあいマーケット」（食料品、雑貨、簡易な農機具等を扱う）と「ふれあいスタンド」（ガソリンスタンド）の運営を開始した。

(協議会による店舗の引継ぎ)

取得価格は 35 万円余りで、大きな負担とはならなかった（マーケットと事務所が入居する建物が 5,003 円、ガソリンスタンドが 34 万 7,000 円）。開設に当たり 1 戸当たり 1,000 円の出資を得て、ふれあいマーケット運営協会を設立した。出資は「自分達の店である。」「自分達の生活を支え守る。」という自覚を高める趣旨である。引き継ぎの際の棚卸しで、230～240 万円分の商品があり、その 6 割程度を J A に支払ったが、振興協議会には資金がなく、しかも任意団体であるため、会長名義等で融資を受けた。実際の運営は地区内の建設会社が行い、同会から委託することとなった。

（新店舗整備と運営形態の変化）

J Aは店舗・事務所として旧川根村役場の建物を使用していたが、老朽化しており、川の合流地点に近く、冠水しやすいという防災上の問題もあった。このため、河川改修に伴う県の移転補償金を活用し、この地域に「タウンセンター」を建設し、店舗・ガソリンスタンドも移築する計画を県・町に提案した。協議会の提案に基づき、平成16年、新しいガソリンスタンド及びマーケットの施設、特定郵便局、農産物加工施設（ゆず加工）が立地するタウンセンターがオープンした。

平成17年には、「ふれあいマーケット運営協会」を引き継ぐ「万屋・油屋運営協会」を設立し、同年10月から同協会が直営で運営している（「万屋」がマーケット、「油屋」がガソリンスタンド。）。



<万屋・油屋全景>



<万屋内部>

4) 運営面の成果と課題

マーケットの年間の売上げは約2千万円でわずかながらも黒字となっている。ガソリンスタンドは約3千2百万円で大きな収益はないが独立採算で運営しており、行政からの支援はない。マーケット、ガソリンスタンドの従業員2名の人件費は約360万円である。

J Aが撤退した地区の中で、店舗を地域で引き継いだ事例としては、安芸高田市内では、旧甲田町小原地区で住民有志による組織が運営している程度であり、川根地区のように地域を挙げて運営している事例はめずらしい。

川根地区の場合、店舗を引き継ぎ運営できる主体として、地域全体で活動する実績を積み重ねてきた協議会が存在したことが大きかった。

一方、この施設は地域の安心を確保することが目的であるが、外部利用は期待できず、地域内利用の向上と継続がなければ施設の存続は困難となる。

今後は、平成20年2月に地区住民140名が参加して設立した「農事組合法人かわね」に経営を移管する予定であり、同法人が、約60haの農地の維持管理を中心として、川根地区の経済活動を総合的・一体的に行うことにより、事業の相乗効果や収益性を高めていくこととしている。

事例2:大規模店舗撤退と地域の取組(長崎県諫早市)

(商店街の連携により、大規模 SC 撤退後 1 年で再出発した地域の複合型店舗)

大型店の進出や撤退は、都市においても地域住民の日常の暮らしに直接影響を及ぼす。長崎県諫早市の中央商店街では、大型SC撤退後に、商店街協同組合連合会が迅速に地権者や金融機関、行政と協議し、撤退後 1 年で跡地を利用した複合商業施設「アエルいさはや」を立ち上げた。「アエルいさはや」は、商店街協同組合連合会が直接運営し住民のニーズに応えたテナントを誘致し、商店街の活性化にも貢献している。

(1) 概要

諫早市は長崎市の東部、長崎都市圏に属する人口約 14 万人（平成 17 年国勢調査報告）、面積約 312 k m²の都市である。JR 長崎駅から鉄道で 17 分、JR 博多駅から 1 時間 30 分のアクセスである。

諫早市は長崎県内では長崎市、佐世保市に次ぐ 3 番目の商業集積となっており、県全体の卸売業・小売業の事業所数の 8.9%、従業者数の 10.3%、小売販売額の 10.9%を占めるが（平成 19 年商業統計速報）²⁸、小売店の数や販売額は近年減少傾向にある。

市内には、市役所周辺を中心地区の中央商店街と、JR 諫早駅前の商店街の 2 つの商業集積があるが、典型的な車社会である諫早市では市外の大規模店や郊外型店舗の増加などにより、中央商店街の空洞化が懸念されている。このため、市は平成 11 年に中心市街地活性化基本計画を策定し、また、平成 20 年 2 月には、まちづくり三法の改正を踏まえ、コンパクトで賑わいあふれるまちづくりを進めるために「諫早市中心市街地活性化基本計画」について、意見募集を実施した。

諫早市位置図（市HPより）



図表：諫早市の人口・小売業の状況

	小売店事業所数	従業者数	小売販売額
平成 14 年	19,505	99,619	1,491,382
平成 16 年	18,450	94,527	1,466,497

資料：経済産業省「商業統計調査」

(2) 「アエルいさはや」 (大型 SC の撤退の経緯)

諫早市の中央商店街のショッピング・アーケードに隣接して立地していた大手ショッピングセンターは、生鮮食料品部門は盛況であったが、売場面積も狭く全体では赤字であり、不採算店舗の整理の一環で、平成 17 年 2 月に撤退した。商店街への誘客効果もあったため、中央商店街の 3 つの商店街協同組合の連合会は、生鮮食品部門だけでも残してもらうために住民と商店街をあげてショッピングセンターを応援したが、撤退は避けられなかった。

（「アエルいさはや」の立ち上げ）

商店街の危機意識は強く、中心市街地全体の活性化のためには、住民の生活に密接に結びつく店舗の立地が不可欠と考え、跡地の活用の合意形成を急ぎ、撤退の決定のほぼ半年後の平成 17 年 1 月には、老朽化した店舗を建て替え、複合商業施設とする意思決定をした。さらに、同年 8 月から出店者を募集し、9 月には住民のニーズを踏まえながら、出店者も

²⁸ 長崎県ホームページによる (http://www.pref.nagasaki.jp/toukei/new_date/19shougyou/shigunshichou.htm)

決定した。12月に建設に着工し、翌18年4月に完成、5月に開業した。

（地域のニーズを踏まえたフロア構成）

「アエルいさはや」の建物は、鉄筋コンクリート3階建、店舗は、市内に不足している業種を基本に誘致した。連合会で商店街に対する要望に関するアンケートをとったところ、駐車場、生鮮食料品へのニーズが大きく、また、このほか衣料品、生活雑貨、ファーストフードなどの要望もあった。これらを満たすため、共同店舗事業とすることとした。キーテナントは、地域に定着し、地元の商店街との連携した地域に密着したサービスを展開していくため、ナショナルチェーンではなく、地域の食品スーパーを誘致した。

1階部分が食料品、生活雑貨、医薬品、クリーニング等の店舗のほか諫早ケーブルテレビのサテライトスタジオ等、2階部分は飲食店、インキュベータショップ、まちづくり工房、イベント広場等、全体で10店舗、5機能が入居している。2階の一部と3階は駐車場とした。

まちづくり工房は、長崎ウエスレヤン大学の「まちづくり研究室」及び「まちづくり生涯学習室」からなり、大学の研究教育機能を活かしつつ、「中心市街地やコミュニティの再生」、「学習するコミュニティ」づくりを目指すものである。まちづくり講座、シンポジウム、商店街のイベントなどが開催され、市民交流の場となっており、²⁹商業高校、農業高校などの教育機関とも連携している。

（土地・建物）

商店街協同組合連合会（3つの地元商店街組合の連合）は、地主が所有していた土地・建物のうち、土地については、260坪は購入、557坪を借りており、年間約10百万円の賃借料を支払っている。建物の取り壊し費用は連合会が負担することで、半年で交渉に合意することができた。建物は老朽化していたため、新しいテナントの入居や、チャレンジショップ等には使い勝手が悪いため、建て替えに踏み切った。³⁰

（事業のスキーム）

総事業費は約6億円にのぼり、このうち3億円は補助金であり、国から2億円（経済産業省「戦略補助金」）、市の補助が1億円となっている。市の補助は、固定資産税収入が年間750万円となるため、十数年で取り戻すことができる計算となる。

残る2億6000万円については、地方銀行3行及び商工中金に共同融資を依頼した。金利は変動金利で市中金利より低く抑えられている。融資は毎年1千7百万円ずつ返済し、20年間で完済する見込みである。

（店舗の経営の状況）

現在は入居店からの賃料収入がつき420万円（年間約5000万）の他、駐車場の収入がある。駐車場は、90分迄は無料のため、当初、駐車場収入は見込んでいなかったが、利用頻度が高く（8～9回転／日）、現在は年間約750万円の収入となっている。全体の売上は概ね10億円程度であり、黒字となっている。

²⁹ 長崎ウエスレヤン大学ホームページ。http://www.wesleyan.ac.jp/blog/?itemid=248

³⁰ <土地・建物の詳細>

敷地面積：2,682 m²

建築面積：2,401 m²

延床面積：4,811 m²

店舗面積：1,949 m²

駐車場：106台

（地域の取組体制）

取組の主体は商店街協同組合連合会であるが、市役所及び商工会議所も密接に協力している。因みに行政の担当者も、短期間で代わることがないように、連合会は常に申し入れており、これを受けて市も6～10年程度同じ担当者が担当している。

この地域では、何かあれば三者で議論する体制が構築されており、地域の関係者が、個別の商店の利害を超えて、商店街全体が良くなるように、「まず商店街全体を」という認識のもとで事業を推進してきている。連合会の意志決定は多数決ではなく、全員一致を旨としている。

（3）取組の効果と今後の課題

（地元住民、商工会議所、市役所の連携が可能とした迅速な対応）

「アエルいさはや」は、住民生活に必要な利便性の高い施設として機能しており、開店後に歩行者通行量が増加に転じたことなどから、成功事例とすることができる。主な成功要因としては、地元住民、商工会議所、市役所の連携体制が確立されていたことがあげられる。これにより、大手ショッピングセンター撤退後、迅速な意志決定と実現が可能となった。

（民間主導の適材適所の取組）

商工会議所が資金調達面、市役所が補助金関係などで活躍するとともに、大学とも連携しつつ、民間主導で民間の人材とノウハウを活かし事業を進めたことも、成功要因のひとつである。

事業のための融資についても、連合会構成員の元銀行員が商工会議所とともに、資金計画作成のノウハウを活かし、明確に収支シミュレーションを示して説得したことにより、金融機関からの資金調達が容易に行われた。このようなケースでは、一般に、商店街の各店から出資を募ることが多いが、「アエルいさはや」の場合には、借入れ中心で進め、各商店に金銭的な負担を要求しなかったことから、反対者も現れず、成功につながった。

また、テナント誘致については、共同店舗方式を初めて採用することになり、ノウハウがなかったため、入居条件や家賃交渉、大店法の交渉等は、専門家を活用した。工事費用までを連合会が負担したことが、積極的な応募につながった。このような柔軟な対応は、民間主導で進めたことのメリットといえる。

（より広がりのある取組をめざして）

「アエルいさはや」は、商店街の活性化に貢献しているが、一方で周辺の食料品店や駐車場との競合も問題となりうる。また、周辺で撤退が確定している大型店舗もあり、そうしたエリアをどのように活用し、面的な広がりをもった中心市街地の活性化につなげていくかも、今後の課題となっている。

（地域の連携体制が鍵）

以上見たとおり、人口が低密度な地域だけに関わらず、今後、人口減少が進み、商圈人口が縮小していく中で、都市においても生活に不可欠な小売店等が撤退することはありうる。2つの事例は、各々地域の住民、企業、行政の連携体制が既に形成されていたことが、その後の対応を迅速に進めることにつながった。

高齢化社会を迎える中で、小売業やサービス産業など民間企業の動向についても、地域社会が目を配り、住民、民間、行政の意思疎通をよくしていくことで、高齢者等交通弱者の生活の不便や、よりよいサービスの実現も可能となる。