

エイジング・イン・プレイスに資する生活支援に関する調査研究 ～郊外団地における買物支援サービスについて(中間報告)～

研究官 石井 義之
主任研究官 橋本 裕樹

調査研究の背景と目的

「エイジング・イン・プレイス（高齢者が安全かつ自立して地域に住み続けること）」の推進が求められる中、郊外の団地等においては、団地内商店街からの商店等の撤退により、日頃の買物をするような場所がなくなり、日常生活の利便性が低下している状況がみられる。

このような地域では、食料品などを積んだトラックによる移動販売が行われているところもあり、近年は大都市郊外においても実施箇所が増えてきている。特に高齢者は、自ら車を運転しない人が比較的多いことなどから、日常生活圏の範囲が限られるため、移動販売の実施等により日常生活圏内の利便性が確保されることはエイジング・イン・プレイスを支える上で重要であり、利便性を高めながら継続的に実施することが必要である。そこで本研究では、大都市郊外において移動販売が実施されている団地（2箇所）を対象に、移動販売に関するニーズや意識を把握するためのアンケート調査を実施し、エイジング・イン・プレイスを支える上で求められている移動販売のあり方や、団地において移動販売を継続的に実施していく上での課題等について検討することとしている。本稿では、研究の中間報告として、2018年度に実施したアンケート調査の結果概要について報告する。

アンケート調査結果概要

- ・大都市郊外の住宅団地（2箇所）において、住民を対象に、移動販売や買物に関するニーズ等を把握するためのアンケート調査を実施した。
- ・アンケート調査回答者の約3割が移動販売を利用しており、幅広い年齢層の住民が利用していた。健康状態があまり良くない人、車に乗らない人の利用が多いことから、身近で歩いて買物できる場所・機会の提供となっていることがわかった。
- ・移動販売の利用者の約1～2割は、移動販売を利用する理由として地域の住民との交流を挙げている。移動販売は単なる買物場所ではなく、住民同士のコミュニケーションの場としての価値があるなど、地域の重要な資源の一つになり得ると考えられる。
- ・一方、買物先に関する今後の意向としては「移動販売とスーパー・商店の併用」を望む人がアンケート回答者のほぼ半数に上り、日常生活における買物先の『選択肢の豊富さ』が求められていると考えられる。

1. はじめに

(1) 研究の背景・目的

我が国では、世界に類を見ないほど高齢化が進んでいるが、高齢者の多くは自宅に住み続けることを希望している。例えば、平成30年に内閣府が行った「高齢者の住宅と生活環境に関する調査」によると、9割を超える高齢者が「現在お住まいの地域に住み続ける予定」と回答している。また、平成24年の内閣府調査「高齢者の健康に関する意識調査」によると、「もし仮に、あなたの身体が虚弱になって、日常生活を送る上で、排泄等の介護が必要になった場合」でも、回答者の約35%は「自宅で介護してほしい」と回答している。

このような高齢者の意向を踏まえ、「エイジング・イン・プレイス（高齢者が安全かつ自立して地域に住み続けること）」の推進が求められるところであるが、郊外の団地等においては、団地内商店街からの商店等の撤退により、日頃の買物をするような場所すらなくなり、日常生活の利便性が低下しているところが多数みられる。

このような買物の不便な地域においては、食料品などを積んだトラックによる移動販売が行われているところもあり、近年は中山間地域のほか、一定規模の人口を有する大都市郊外の団地でも実施箇所が増えてきている。特に高齢者の場合は、自ら車を運転しない人が比較的多いことなどから、日常生活圏の範囲が限られているため、団地内での移動販売の実施は、日常生活圏内の利便性が従来と同様に確保されることにつながる。今後、特に大都市郊外において高齢化の急激な進展が見込まれる中、このような取組はエイジング・イン・プレイスを支える上で重要なものであり、事業者に対しては、移動販売の利便性をさらに高めながら、継続的に実施してもらうことが必要である。

そこで本研究では、大都市郊外において移動販売が実施されている団地（2箇所）を対象に、移動販売に関するニーズや意識を把握するためのアンケート調査を実施し、エイジング・イン・プレイスを支える上で求められている移動販売のあり方や、団地において移動販売を継続的に実施していく上での課題等について検討することとしている。本稿では、研究の中間報告として、2018年度に実施したアンケート調査の結果概要について報告する。

(2) 調査対象地域

アンケート調査は、首都圏郊外のX市にある2箇所の住宅団地（以下「A団地」、「B団地」という。）で実施した。

A団地は、最寄りの鉄道駅からバス約10分、下車後徒歩約5分に位置する戸建て住宅団地である（バスは日中15分間隔）。丘陵地にあるため、団地内にも坂道が多い。団地内に食料品店はないが、団地から約1.1kmの位置にスーパーマーケットが営業している。A団地における移動販売は、そのスーパーマーケットとは別の事業者が実施しており、軽自動車による比較的小規模の事業形態である。団地の端部に位置する商店跡地の駐

車スペースを借用し、週に3回行われている。

B団地は、最寄りの鉄道駅からバスで約10分のところに位置している集合住宅団地である（バスは日中3～11分間隔）。団地センターのバス停のすぐ近くに商店街があるが、スーパーマーケットは既に閉店しており、現在は生鮮食料品を売る店舗はない。団地内には坂道が多く、住宅はエレベーターのない5階建ての建物とエレベーター付きの高層の建物が混在している。団地から約1.2kmの位置にスーパーマーケットが数店立地している。B団地における移動販売は、市内の別地区に店舗を持つ大手スーパーマーケットにより、大型トラックで行われており、団地内商店街の駐車場の一部を借用し、週1回実施されている。



図 1-1～1-4 移動販売の様子
(上段は A 団地、下段が B 団地)

(3) 調査内容・方法

調査内容の詳細を表1に示す。調査票は、両団地の全世帯に2019年1月下旬から2月上旬にかけて戸別配付し、郵送での返送を依頼した。なお、配付から返送までの期間は約2週間とした。

調査票の配付にあたっては、「利用者向け」「非利用者向け」の2種類を各一部ずつ各世帯に配付し、利用状況によってどちらかに答えていただいた。移動販売を利用している場合には、その世帯の住民のうち移動販売を実際に利用している人が回答するよう依頼した。

表 1 アンケート調査の内容

	質問項目
属性	性別、年齢、住居の状況、住居の階数、同居の家族、現在の仕事、医療機関の受診状況、健康状態、要介護認定
外出関連	連続して歩くことができる時間、外出頻度、外出に関する不満
人とのつながり、地域活動	友人・知人と会う頻度、困ったときの相談相手、地域活動に参加する頻度
買物、移動販売に関すること	よく利用する店舗までの移動手段・所要時間、普段の買物の方法、移動販売を利用する（しない）理由、移動販売の利用頻度、移動販売で購入する商品、移動販売を利用するようになったきっかけ、移動販売に対する希望、移動販売会場までの所要時間、移動販売に対する感想、今後希望する買物の方法、インターネット通販の利用希望、その他の生活支援サービスの利用希望

2. アンケート調査結果(概要)

郵便で返送していただいた調査票について、締切までに到着した全ての調査票を有効回答とし、集計・分析を行った。調査票の回収状況について表 2 に示す。また、移動販売利用者・非利用者の特性・移動販売に関するニーズなど、アンケート調査結果の概要について以下に述べる。

表 2 アンケート調査の回収状況内容

調査対象地区	A団地（戸建て）	B団地（集合）	合計
調査票の配布数	377 件	367 件	744 件
合計回収数	169 件	112 件	281 件
回収率	44.8%	30.5%	37.8%

(1) 移動販売の利用状況

各団地における移動販売の利用状況を表3に示す。両団地ともに回答者の約3割が利用していたが、B団地の方が利用者の割合が高かった。これを性別・年齢別・世帯構成別で集計したものを図2～5に示す。性別では、男性よりも女性の方が利用したことのある人の割合が高い（両団地とも、女性のうち3～4割が利用していた。男性の利用率は2割前後であった。）（図2）。また、移動販売の利用者の内訳を男女別に見ると、両団地とも男性の割合は約2割、女性が約8割で、大多数を女性が占めている（図3）。移動販売の利用の有無を年齢別にみると、幅広い層が利用しているが、傾向としては、年齢が高いほど利用率が上がっている（図4）。更に世帯構成別では、A団地においては一人暮らしの人では45%が移動販売を利用したことがあり、家族と同居している人に比べて割合が相当程度高いが、B団地においては同様の傾向はみられず、むしろ一人暮らしの人の利用率は低かった（図5）。

表3 移動販売の利用の有無

調査対象地区	A団地	B団地	両団地計
移動販売を利用したことあり	45人 (27%)	37人 (33%)	82人 (29%)
移動販売車を利用したことなし	124人 (73%)	75人 (67%)	199人 (71%)
合計	169人	112人	281人

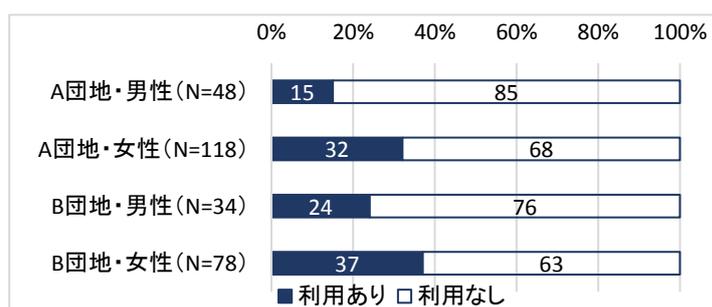


図2 男女別の移動販売の利用の有無

(注：無回答があるため、合計は回答者数と一致しない。
以降の図についても同様。)

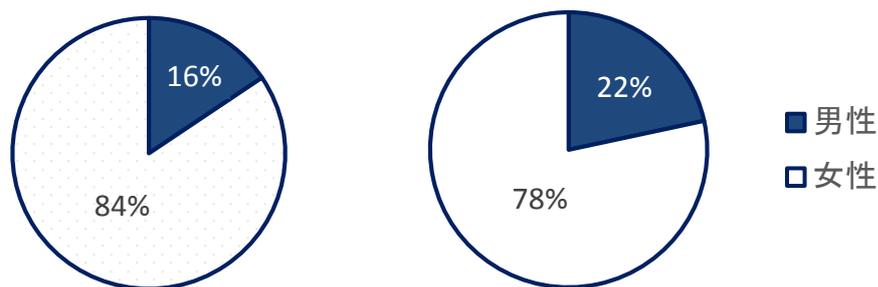


図3 移動販売利用者の男女別割合
(左：A 団地 (N=45)、右：B 団地 (N=37))

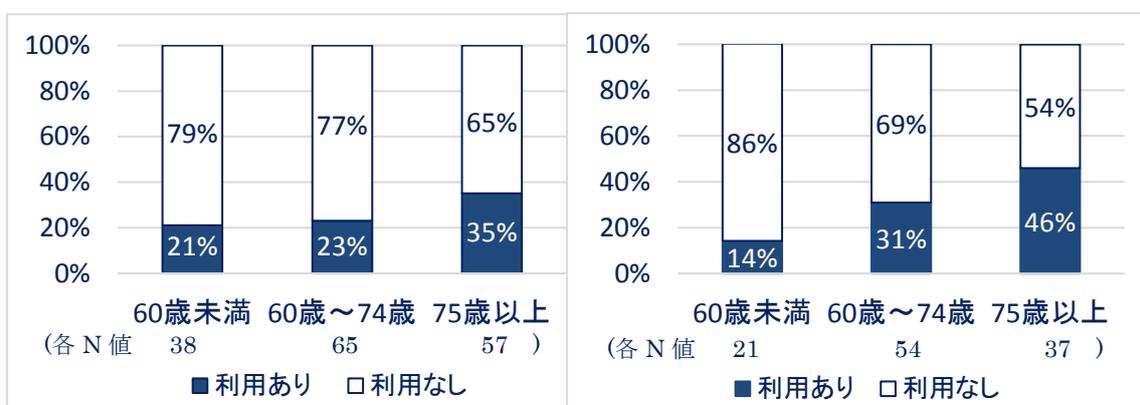


図4 年齢別にみた移動販売利用の有無
(左：A 団地、右：B 団地)

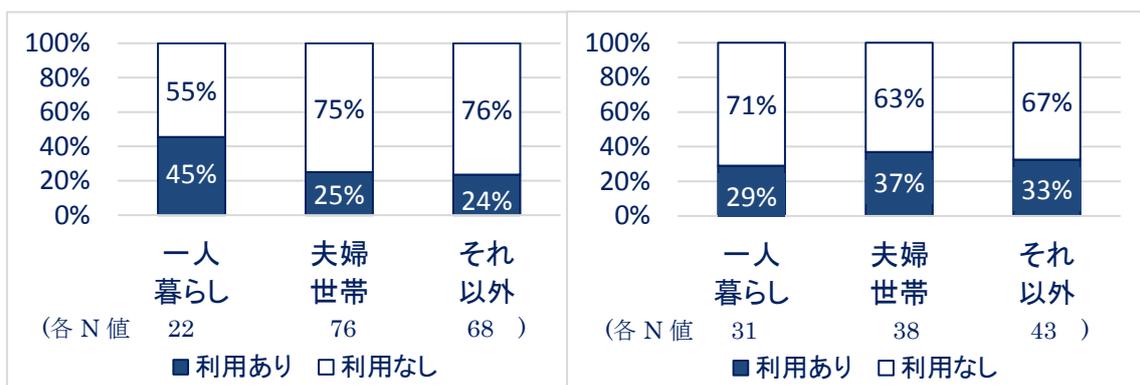


図5 世帯構成別にみた移動販売の利用の有無
(左：A 団地、右：B 団地)

(2) 健康状態と移動販売の利用

健康状態と移動販売の利用状況の関連について、図6に示す。なお、ここでの健康状態とは、「ご自身の現在の健康状態」(以下「主観的健康状態」という。)について回答いただ

いたものである。その結果、A 団地においては主観的健康状態の良い人に比べて「あまり良くない」と答えた人の移動販売利用率が高く、半数以上の人移動販売を使ったことがあると回答した。一方、B 団地では主観的健康状態が「まあ良い」と答えた人の約半数が移動販売を利用したことがあると回答し、その他の健康状態の人に比べて利用者の割合が高かった。この理由としては、例えば後述する「(5)移動販売を使う理由、移動販売の感想等」に示すように、移動販売を使う理由が A 団地と B 団地で異なっていることなどを踏まえると、両団地で住民が求めている移動販売のあり方が異なり、このことが利用者層の健康状態の違いにも現れている可能性があると考えられる。

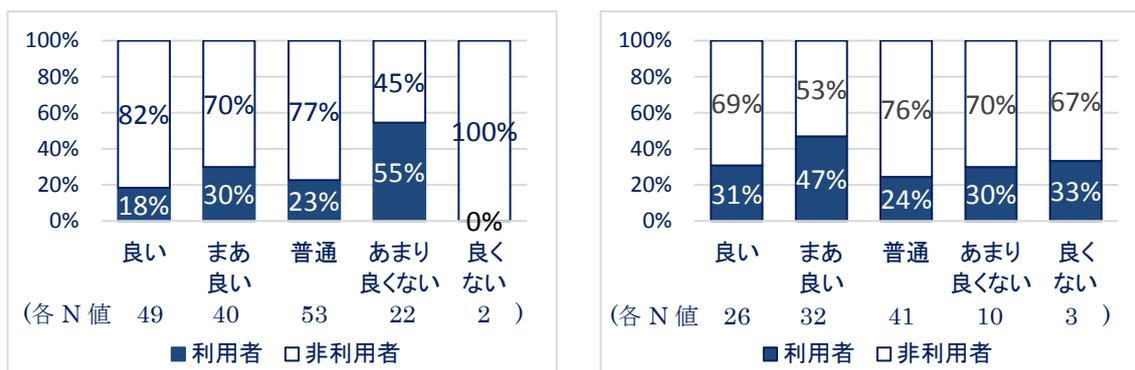


図6 主観的健康状態別に見た移動販売の利用の有無
(左：A 団地、右：B 団地)

(3) 日頃の移動手段と移動販売の利用

移動販売の利用の有無と日頃の移動手段との関連について、図7に示す。A 団地、B 団地ともに、移動販売を利用していない人は、利用している人に比べて、「車（自分で運転）」の割合が高い一方、バス移動の割合が低いことから、一人で近隣のスーパー・商店等に出かけることが可能な人は、移動販売を利用しない傾向にあることが考えられる。

(4) 地域活動への参加と移動販売の利用

趣味活動やボランティア等の地域活動への参加頻度と、移動販売の利用との関連について図8に示す。A 団地・B 団地で割合に差はあるものの、地域活動に週1回以上参加している人は、それ未満の参加頻度の人に比べて、移動販売を利用している人の割合が比較的高い傾向にあることがわかった。

このことは、日頃から地域活動に参加するなど、地域コミュニティとの関わりを持つ人ほど移動販売を利用している可能性があることを示すものと考えられる。

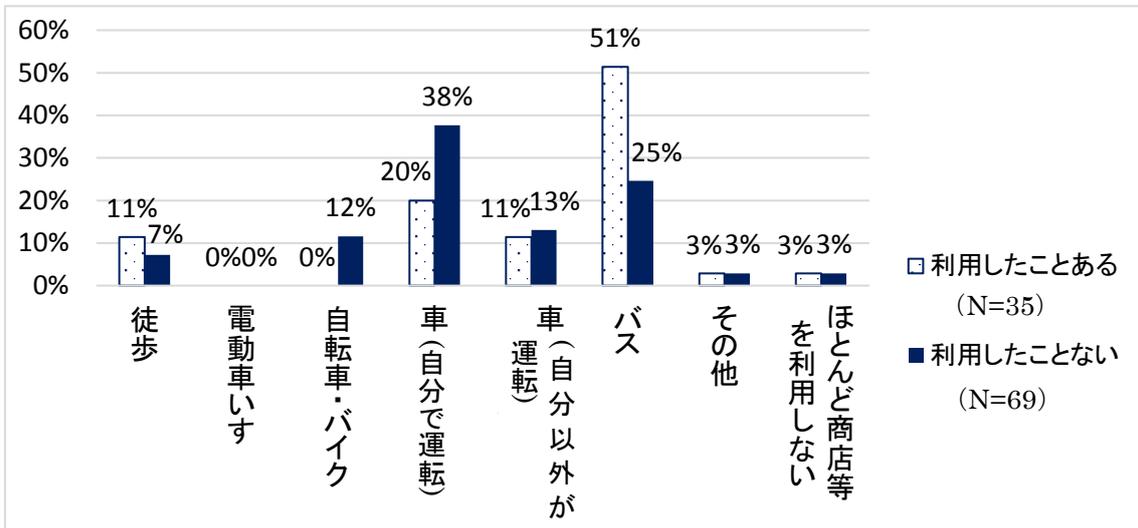
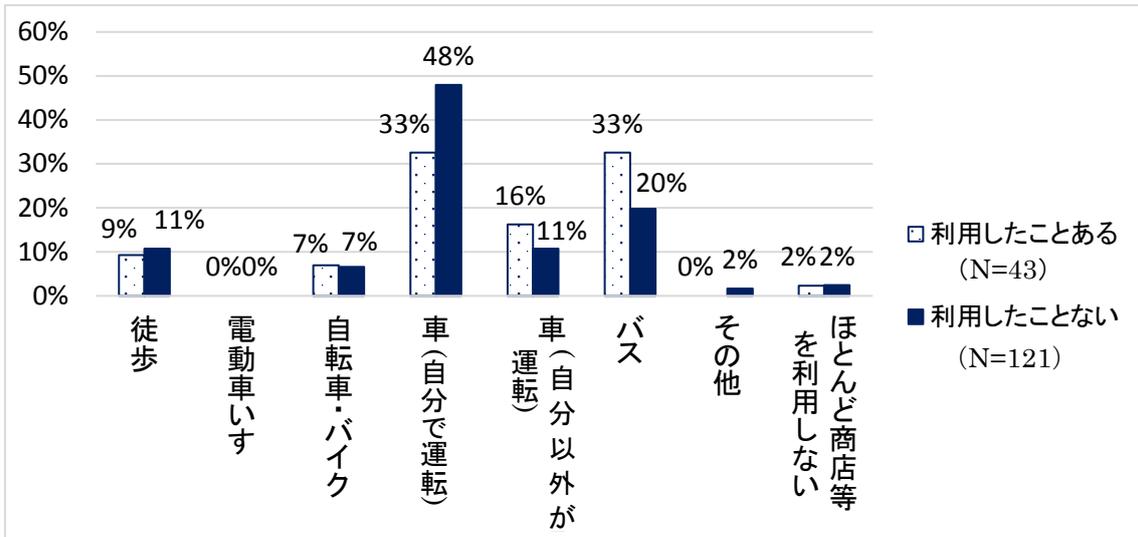


図7 移動販売利用の有無別の日頃の移動手段 (上: A団地、下: B団地)

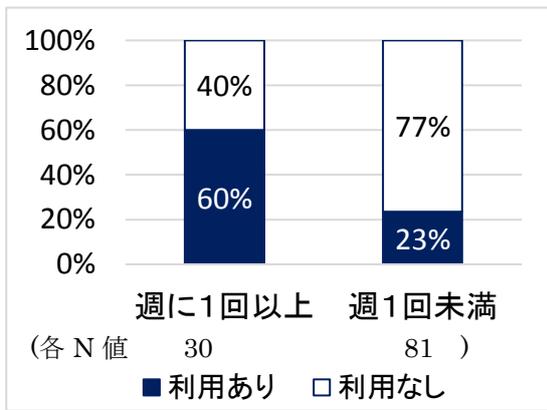
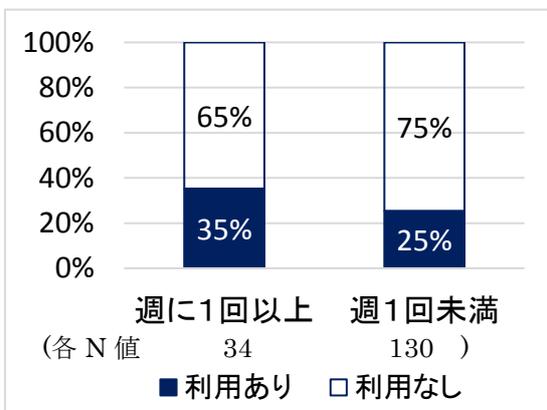


図8 地域活動への参加頻度別にみた移動販売利用者の割合 (左: A団地、右: B団地)

(5) 移動販売を使う理由、移動販売の感想等

移動販売を使う理由について集計した結果を図9に示す。A団地とB団地で傾向が少し異なる結果となった。A団地では、「行きやすいところにスーパーや商店がない」や「行きやすいところに店舗等はあるが買物に不都合」に加え、「移動販売に欲しいものがある」が約3割に上った。一方、B団地では、「行きやすいところにスーパーや商店がない」が6割超の人に挙げられ、理由として最も多かった。更に、「移動販売に来る知り合い等と会える」や「地域の人と知り合うきっかけになる」も2割以上の人が選んでおり、一部の住民にとっては、移動販売の場が住民同士のコミュニケーションの機会になっていると考えられる。

次に、移動販売を利用して感じていることについて、集計結果を図10に示す。「便利に買物できるようになった」と回答した人の割合が、A団地で42%、B団地で27%であり、移動販売により利便性の向上を感じる人が一定程度存在することがわかる。また、「地域の方と話す機会が増えた」と回答した人の割合がA団地で24%、B団地で35%である。B団地においては「地域の方を見守る気持ちができる」と回答した人の割合が27%であった。

更に、移動販売に望むことについて、集計結果を図11に示す。「より多くの商品を購入できるようにしてほしい」が両団地とも5割程度を占め、B団地では「販売に来る回数を増やして欲しい」が約5割となった。一方で「現状で満足」も約3割を占めていた。

以上のことから、移動販売は単に買物の不便を補うだけでなく、地域住民の交流や声かけの場所として「井戸端会議」的に利用されていることが考えられる。

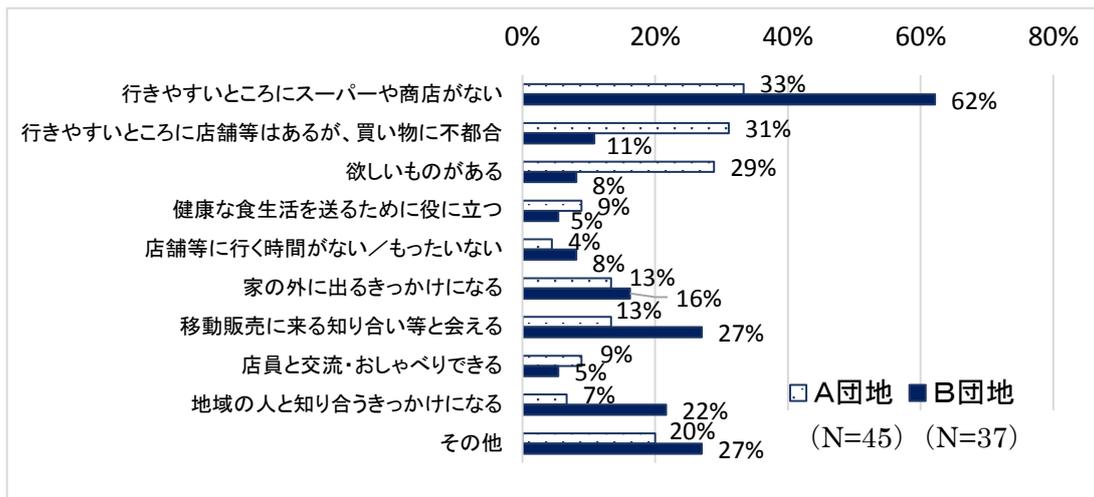


図9 移動販売を利用する理由（複数回答）

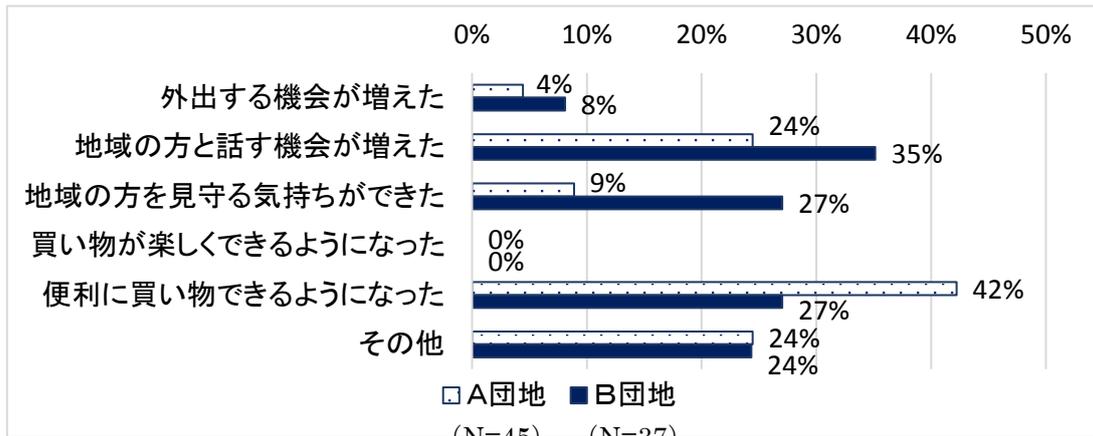


図 10 移動販売を利用して感じたこと（複数回答）

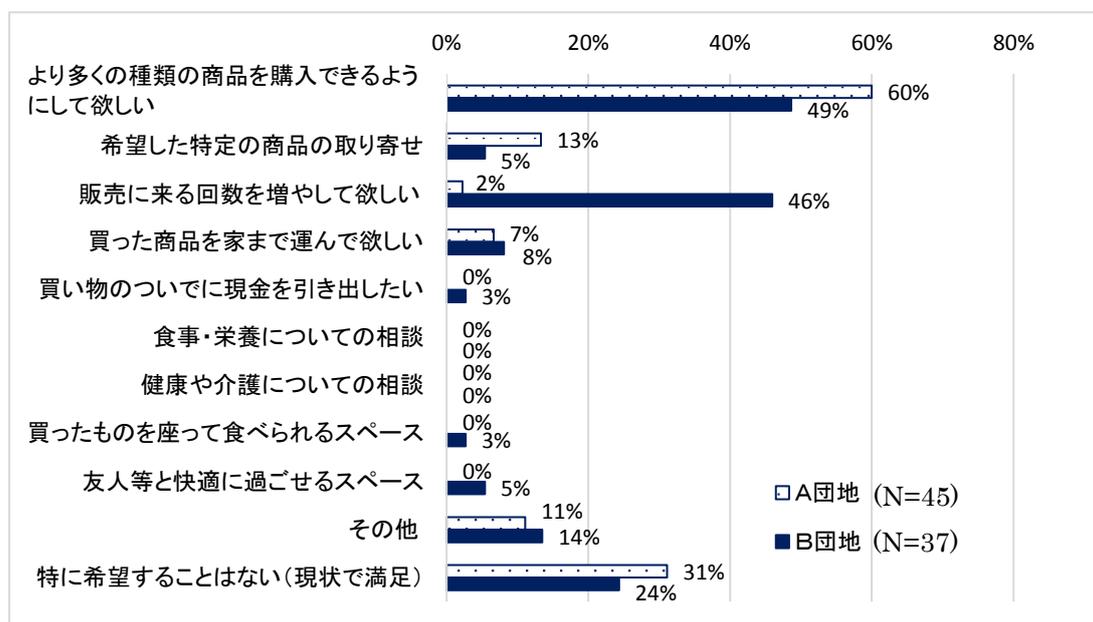


図 11 今後の移動販売に望むこと（複数回答）

(6) 買物先に関する今後の意向

移動販売を利用したことのある人が、今後どのように買物したいかについて、集計結果を図 12 に示す。両団地とも「お店と移動販売を利用して買物したい」が最も多く、次いで「できるだけお店に行って買物したい」が多かった。更に「移動販売と宅配を利用して買物したい」が続いた。

これらのことから、移動販売を利用しながらも、お店でも買物したい人が多数いることが明らかになった。一般の店舗と移動販売の違いとして、自分の行きたいときに行けること、品揃えの多様さなどが考えられるが、こうした点は住民にも望まれているようである。また、便利だと考えられる宅配サービスについては、そのみで買物をすませたいという人はほとんどおらず、自由に多様な買物ができる買物先の『選択肢の豊富さ』が求められているものと考えられる。

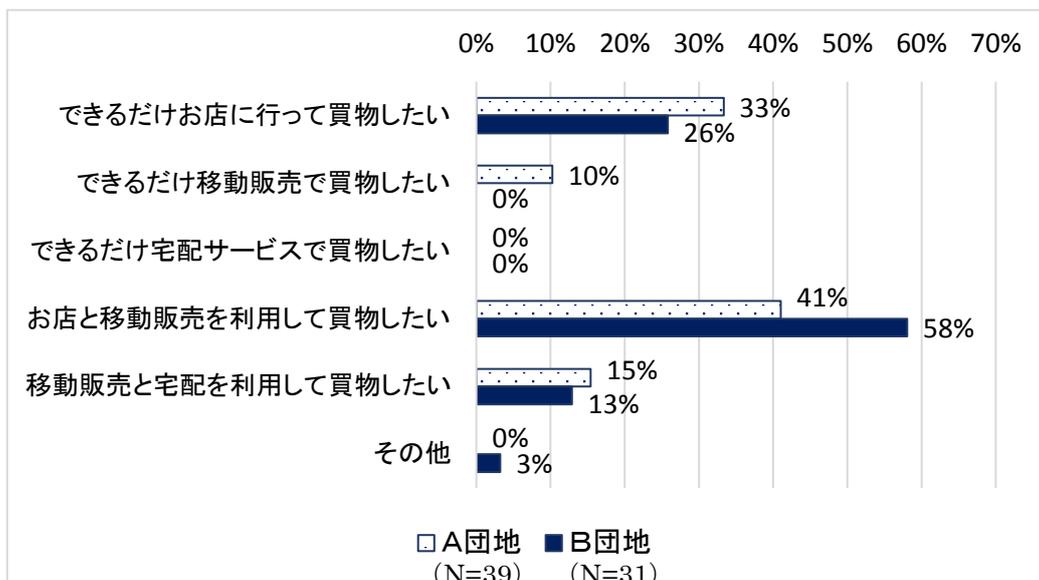


図 12 買物先に関する今後の意向

3. おわりに

本稿では、アンケート調査結果（概要）について述べた。調査の結果を簡単にまとめると次のとおりである。

- ・ 移動販売の利用者は回答者の約 3 割であり、女性の方が利用したことのある人の割合が高く、年齢別では幅広い層が利用しているが、年齢が高いほど利用率が上がっていた。また、世帯構成別では、A 団地においては一人暮らしの人の利用が多かったが、B 団地においては同様の傾向はみられなかった。
- ・ A 団地においては主観的健康状態の良い人に比べて「あまり良くない」と答えた人の移動販売利用率が高かった。一方、B 団地では主観的健康状態が「まあ良い」と答えた人の約半数が移動販売を利用したことがあると回答していた。

(以下、両団地に共通)

- ・ 移動販売を利用しない人は利用している人と比べて、日頃の移動手段として、車（自分で運転）と回答した人の割合が高い一方、バスを利用している人の割合が低い。
- ・ 地域活動に週 1 回以上の頻度で参加する人は、それ未満の頻度で参加する人に比べて、移動販売を利用する割合が高い。
- ・ 移動販売の利用者からは、住民と話す機会が増えたといった回答がみられ、移動販売は単に買物の不便を補うだけでなく、地域住民の交流の場所として利用されていることが考えられる。
- ・ 移動販売を利用していても、今後の買物の手段としてはお店でも買物したいという人

が、移動販売と併用したい人もあわせて多数になった。また、宅配サービスのみで買物をすすめたいという人はほとんどいなかった。

アンケート調査では以上のような結果となったが、移動販売の利便性向上に向けて、例えば具体的にどのような商品を購入したいかなどの詳細なニーズについては、アンケート調査で十分に把握することが難しい側面もある。また、移動販売の利用状況等について、両団地で結果に違いが出たが、団地形態の違い（戸建て住宅、集合住宅）や、地域周辺の店舗立地状況なども異なることから、本アンケート調査の結果のみではその要因を一般化して分析することは難しい。従って、今後、移動販売の事業者や、実施に協力している自治体へのヒアリング調査、住民へのヒアリング調査を行い、アンケート結果の補完調査を行うとともに、継続的に事業を実施するにあたっての課題等を整理することとしたい。

また、こうした事業を導入するにあたっては、地域住民の努力も必要である。今回の B 団地においては、住民ボランティアが高齢者の買物を手伝っている様子が見られたが（図 13）、こうした住民による支援は事業継続の有力な手立てになり得る。このような点にも注目しながら、今後調査のとりまとめを行う予定である。



図 13 高齢者の移動販売利用者を支援するボランティア