

和泉本町・西野川・東野川エリアの
買い物環境に関する調査

－高齢者等へのアンケート調査を中心として－

2024年8月

こまえ正吉苑エリア福祉のまちづくり委員会
「のがわのわ」

概 要

狛江市和泉本町・西野川・東野川エリアにおける買い物に関する課題について、高齢者を中心とした住民へのアンケート調査を実施した。有効回答者数は308人であり、その84%を70代以上の高齢者が占めている。

その結果、「買い物の際に不便に感じることもあるか」との問いに対して、「少し不便を感じる」、「大変不便である」を合わせると51%に及び、当エリアにも相当数の買い物弱者¹が存在するものと推定された。

また、アンケート結果に基づいて当エリアにおける買い物弱者の具体像を描き出すことを試み、これに基づき各種サービスの適用性や課題を概略評価した。

目 次

1. はじめに.....	1
2. アンケートの概要.....	1
3. 当エリアの特徴.....	4
4. アンケート結果参照にあたって留意事項.....	8
5. アンケート結果の概要	9
6. 買い物弱者の具体像	28
7. 買い物弱者の視点から見た各種サービスの特徴と課題.....	288
8. 「誰一人取り残さない」ための補完的視点	32
9. おわりに.....	34
参考文献.....	35
本調査報告に関する問い合わせ先	36
添付資料.....	36

¹ 「買い物弱者」は経済産業省が用いている用語で、「流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々」[1]のことを指す。この定義にもとづき、本報告書において日常の買い物に困難を抱えている人々を「買い物弱者」と記す。

1. はじめに

「こまえ正吉苑エリア福祉のまちづくり委員会『のがわのわ』(以下、「当委員会」)では、狛江市の和泉本町・西野川・東野川を圏域とする「こまえ正吉苑エリア」(以下、「当エリア」)における買い物環境に関する課題について話し合いを行ってきたが、当委員会委員の経験・知見のみに頼ることなく、議論の基礎として客観的に当エリアの実情を把握する必要性を認識し、高齢者を中心とする住民に対してアンケートを実施することとした。また、アンケート結果の分析に基づいて、当エリアにおける買い物弱者の具体像を描き出し、各種買い物支援サービスの適用可能性や課題を概略評価した。

なお、以下の記述では、スーパーマーケットを「スーパー」、コンビニエンスストアを「コンビニ」と略す。

2. アンケートの概要

(1) 目的

狛江市の和泉本町・西野川・東野川を圏域とする当エリアにおける、住民(特に高齢者)の日常の買い物環境に関する課題の実情を把握し、対策の立案に向けた基礎資料とする。

(2) 実施主体

当委員会は、「身近な生活圏域の中で、地域住民や地域の様々な団体等が自ら地域の課題に気づき、共有し、ともにその解決に取り組む仕組み」[2]として、社会福祉法人狛江市社会福祉協議会(以下、「当会」)が市内三つのエリアの各々に設置した「福祉のまちづくり委員会」のうちの一つである。

当委員会の委員は、当会主催の市民向け講座「福祉カレッジ」の修了生、コミュニティソーシャルワーカー、及びこまえ正吉苑地域包括支援センター職員等で構成されている。

(3) 実施期間

2023年10月～12月

(4) 実施方法

当エリア内の一部のコミュニティ（老人会等）・集合住宅に配布したアンケート用紙及びオンラインフォーム（一部集合住宅のみ）に対する無記名回答

(5) 配布先・オンラインフォーム入力依頼先及び回答者数

配布先・オンラインフォーム入力依頼先及び回答者数

属性	配布先	町丁	回答数
老人会	かわせみ会（狛江ハイタウン）	東野川3丁目	16
	第三長寿会	東野川全域	20
	はなみずき会（狛江セントラルハイツ）	和泉本町1丁目	24
	あすなろ会	西野川全域	15
	和泉本町健康クラブ	和泉本町全域*1	47
	狛江団地健康クラブ	和泉本町4丁目7番	5
	狛江団地若草会	和泉本町4丁目7番	26
高齢者サロン	サロン野川	西野川1丁目	32
認知症カフェ	さくらカフェ	西野川4丁目	23
集合住宅	狛江ハイタウン	東野川3丁目	74
	狛江ハイタウン（オンライン）	東野川3丁目	43
	豊栄狛江マンション	和泉本町1丁目	12
地域の居場所	comarch（こまち）	西野川2丁目	2
回答数合計（無効回答*2を含む）			339
有効回答数			308

*1: 4丁目7番都営狛江団地を除く *2: エリア外居住者、無回答等

(6) 質問項目

質問項目は以下の 13 問である。調査に用いたアンケート用紙を添付資料 1 に示す。なお、質問項目の作成にあたっては、埼玉県越谷市新方地区が行った買い物環境アンケート[3]を参考とした。

- 【問 1】 年齢
- 【問 2】 居住地域
- 【問 3】 住居形式
- 【問 4】 世帯構成
- 【問 5】 普段買い物に行く人
- 【問 6】 日常的に必要な商品 (a. 食料品：野菜・肉・魚等/b. 日用品・雑貨：トイレットペーパー・洗剤等) を購入する場所 (①業態/②店舗) (複数回答可)
- 【問 7】 買い物の頻度
- 【問 8】 店舗への移動方法 (複数選択可)
- 【問 9】 買い物の際に不便に感じることもあるか
- 【問 10】 問 9 で回答した不便に感じる理由 (複数選択可)
- 【問 11】 各種買い物支援サービス (下記 a~f) の①利用状況、②利用している店舗・サービス
 - a. 移動販売車・移動スーパー
 - b. 店舗で購入した商品を配達してくれるサービス
 - c. 生協等の宅配サービス
 - d. インターネットスーパー
 - e. 代わりに買い物に行ってくれるサービス
 - f. 買い物へ出かける際の送迎サービス
- 【問 12】 利用中または利用したい買い物支援サービス (自由回答)
- 【問 13】 買い物環境に関する意見・感想等 (自由回答)

なお、問 11 の各種支援サービスは、既に実用化され、比較的一般的と考えられるサービスの一部を取り上げたものであり、以下の内容を想定している。

- 移動販売車・移動スーパー (移動販売)：地域を巡回する移動販売車による販売。当エリアの一部地域でも、一部の移動スーパーがサービスを提供している。

- 店舗で購入した商品を配達してくれるサービス（店舗宅配）：スーパー等の商業施設が店頭で購入した商品を自宅まで配達するサービス。当エリアでも複数のスーパーが提供している。
- 生協等の宅配サービス（生協宅配）：生協等が配布するカタログを見て、入手したい商品を注文票・電話・スマートフォン等で注文し、週一回等宅配するサービス。当エリアでも複数の生協等が提供している。
- インターネットスーパー（ネットスーパー）：スーパーやスーパーと提携した事業者がインターネット上で注文を受け付け、スーパーの商品を自宅まで配達するサービス。当エリアでも複数のスーパーが提供している。
- 代わりに買い物に行ってくれるサービス（買い物代行）：介護保険のヘルパーや有償ボランティア等が、当事者から買いたい商品を聞き、買い物をして自宅まで届けるサービス。当エリアでも複数の事業者が提供している。
- 買い物へ出かける際の送迎サービス（送迎）：自動車等により商業施設までの送迎を行うサービス。民間の介護タクシー等が提供するほか、住民互助、社会福祉法人、生協等による事例がある。車両には、バス、ミニバン、グリーンスローモビリティ（小型・低速の電動車。ゴルフカート状の軽便な車両を含む。）等が用いられている。当エリア内では、介護タクシーや福祉有償運送等の一般的な移送サービスのみ確認されており、地域密着型や買い物支援に特化した移送サービスはない。

3. 当エリアの特徴

アンケート結果の分析に先立ち、解釈の基礎となる当エリアの特徴を整理しておく。

（1）地理

当エリアは北西が高く南東が低い緩やかな傾斜地にあるが、体感的には概ね平坦である。また、エリア内には住民の行き来を分断するような川幅の広い河川は存在していない。このため、徒歩や自転車による移動は一般に容易である。一方、エリア東縁には一級河川の野川、さらにその東側には国分寺崖線による

落差があり、世田谷区成城や調布市との行き来には傾斜地を越える必要がある。

(2) 土地利用

当エリアは大部分を第一種低層住居専用地域が占めており、低層の戸建て住宅が多い。団地、マンション等の大型の集合住宅としては、和泉本町一丁目のマンション群、和泉本町4丁目の都営狛江団地、西野川一丁目の神代団地（UR賃貸住宅）、東野川三丁目のマンション群等がある。

(3) 人口・高齢化率

狛江市の人口は2020年をピークとして減少に転じているが、高齢者人口は増加の一途をたどっている。高齢化率は当エリア全域で27%を超え、都営狛江団地（1966～1975年度建設）が立地する和泉本町四丁目では57%を超えて市内でもっとも高齢化率の高い地域となっている。

(4) 交通

当エリアは南縁を小田急線、北方を京王線に挟まれている。主要な道路としては狛江通り、松原通り、一中通り等があり、小田急バス・京王バスの主要なバス路線はこれらの道路を運行している。コミュニティバス「こまバス」も運行している。近年、一部のバス路線が廃止あるいは減便され、当エリアの一部地域における買い物に影響を及ぼしている。

(5) 商業店舗

スーパー、ドラッグストア及びコンビニは、主に小田急線・京王線の駅周辺と(4)の主要な道路沿いに立地している。個人商店も概ね同様である。個人商店は近隣の住民に貴重な選択肢を提供しているが、数が少なく、立地地域も分散している。このため、最も店舗が集積している狛江駅周辺でも、個人商店のみで生活に必要な食品・日用品・雑貨を調達することは不可能であり、エリア住民はスーパー、ドラッグストア、コンビニを主な買い物先としている。

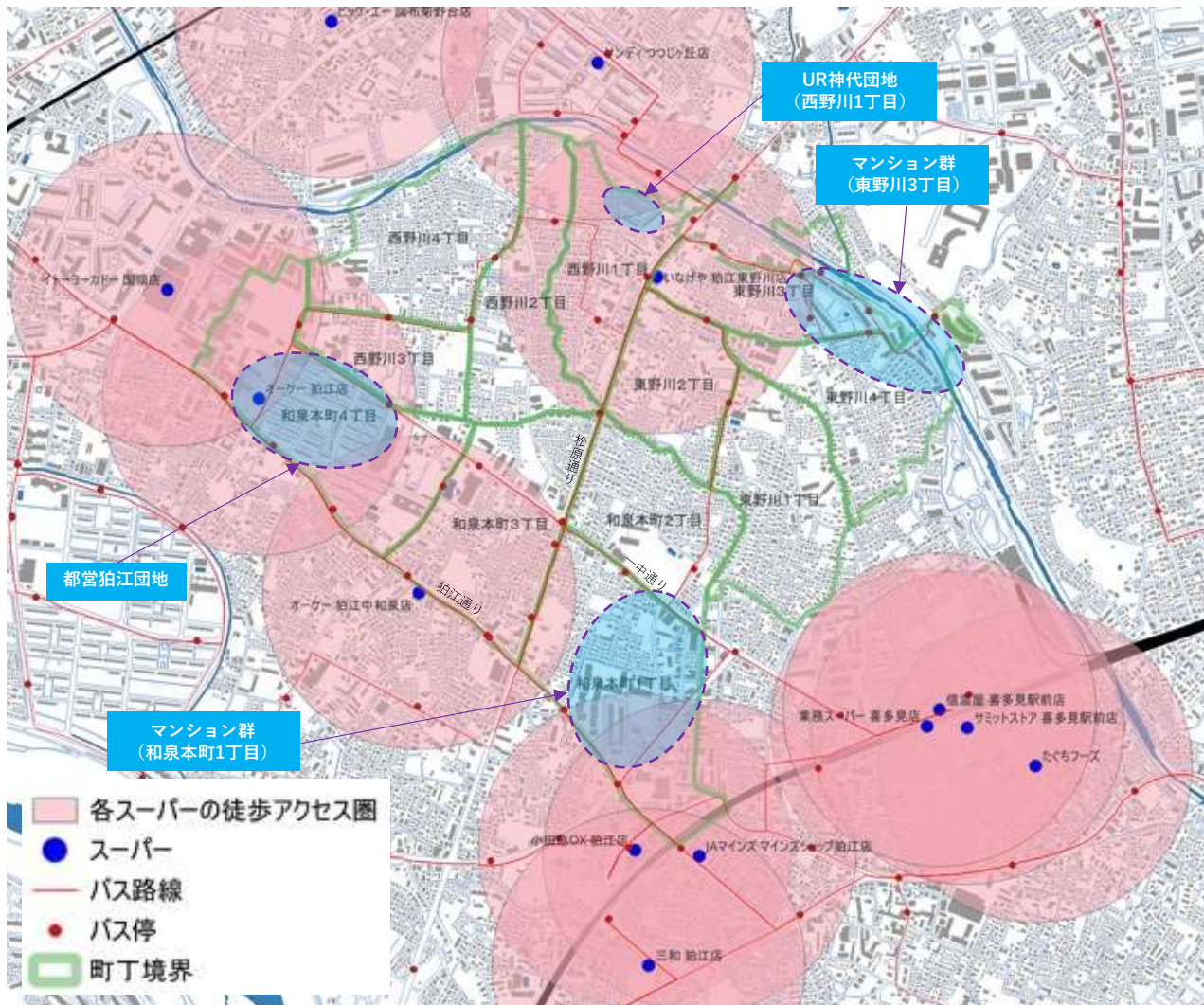
(6) スーパーへのアクセス性

スーパーは生鮮食料品を中心とする日常の買い物でエリア住民が訪れる店舗の主たる選択肢である。近年、ドラッグストアでも生鮮食料品を扱う事例が見られるが、当エリアの場合、比較的大きな店舗を構えるスギ薬局狛江店やウ

エルパーク薬局狛江松原店でも、日配品（鶏卵、牛乳、食パン、豆腐等）の取り扱いはあるものの、生鮮食料品の取扱いは極めて少ない。コンビニも同様である。数少ない個人商店は商圈が狭く、エリア全体には影響を及ぼし難い。このため、エリア住民における生鮮食料品購買の大部分を担う、エリア内及びエリア近傍のスーパーを対象を絞って、徒歩によるアクセス性を分析した結果を下図に示す。

下図では当エリア内及び周辺地域のスーパーから 500m の範囲を徒歩アクセス圏（ピンクの円）として図示化した。これは、「買い物弱者」「食料品アクセス困難人口」の評価において、店舗までの距離 500m を目安としてアクセス圏が定義される場合が多いことに基づく（例えば、[4][5]）。

ただし、二地点間の道路距離は、道路の屈折・屈曲により直線距離より長くなり、道路距離と直線距離の比は、東京 23 区内や多摩地区の場合、既往研究（[6][7]）で 1.1～1.3 程度と評価されている。このため、ここでは 500m を 1.2 で除した半径 417m の円内をもって徒歩アクセス圏と定義した。なお、当エリア外の東側（成城・入間・仙川方面）にも多くのスーパーがあるが、上記定義に基づく徒歩アクセス圏外にあるため示していない。



当エリアから主要なスーパーへのアクセス

(注) 本図作成に用いた地理情報の出所：建物・道路・鉄道・水域等：基盤地図情報 基本項目（国土地理院）、町丁境界：政府統計の総合窓口 e-Stat 統計地理情報システム（総務省統計局）、バス路線・バス停：国土数値情報（国土交通省）

上図より、当エリアの面積の半分以上を占める地域が、スーパーからの徒歩アクセス圏外となっていることがわかる。具体的には、和泉本町1丁目の北部と東部、和泉本町2丁目のほぼ全域、和泉本町3丁目の北部、西野川2丁目の西部、西野川3丁目の東部、西野川4丁目の中央部、東野川1丁目の大部分、東野川2丁目の南部、東野川3丁目の東部、東野川4丁目の大部分が徒歩アクセス圏外となっている。もちろん、これらの地域でも多くの住民が徒歩でスーパーに通っているが、高齢者等の徒歩での移動に課題を抱える住民は買い物に困難を生じていることが想像される。

集合住宅では、和泉本町4丁目の都営狛江団地はオーケー狛江店に隣接しており、全域が徒歩アクセス圏内にある。また、西野川1丁目のUR神代団地はサンディつつじヶ丘店といなげや狛江東野川店の徒歩アクセス圏内にある。一方、和泉本町1丁目のマンション群（狛江セントラルハイツ、グランドメゾン狛江、豊栄狛江マンション等）では、狛江駅への近接の程度により買い物の利便性が大きく異なる。また、東野川3丁目のマンション群（狛江ハイタウン、リバーサイドレジデンス喜多見、ライオンズステージ喜多見ガーデンシティ）は大部分が徒歩アクセス圏外となっている。

4. アンケート結果参照にあたっての留意事項

（1）概要

次章及び添付資料2において、前掲のアンケート結果の概要を示すが、参照にあたっては、以下の点に留意されたい。

（2）サンプルの偏り

本アンケートは、当エリア内の高齢者を中心とした住民における買い物上の課題の把握を目的としているため、老人会や集合住宅の自治会など、特定の経路でアンケート用紙を配布・回収した。このため、回答者の属性には、年齢、居住地域、住居形式等に大きな偏りがあるとともに、サンプル数も少ない。したがって、本アンケートの結果は、当エリア全体を代表しうるものではない。

特に、全回答者数に占める狛江ハイタウン（東野川3丁目に立地する集合住宅）の回答者の比率が高いことに注意が必要である。これは、買い物弱者に関する課題が理事会等で検討されている狛江ハイタウンでは、管理組合の同意の下、アンケートの全戸配布を行ったためである。狛江ハイタウンでは、近隣の個人商店の減少、及び路線バスの路線廃止・減便等により、買い物の利便性が低下している。この結果、狛江ハイタウン居住者の回答が調査結果の全体的傾向に影響を及ぼしている。

（3）回答者属性間の相関

地域によって開発時点が異なり、集合住宅の立地地域が一部に限られること

等の理由により、回答者属性（年齢、居住地域、住居形式、世帯構成）の間には避け難い相関があり、アンケート結果はその影響を受けている。例えば、特定の地域に古い集合住宅が集中し、結果として高齢化率が高くなっている場合には、地域の影響と年齢の影響を分離しにくい。

（４）非高齢者の回答

本調査は、基本的には高齢者を対象としているが、相対的に少数ながら非高齢者も回答者に含まれている。これは、高齢者を中心にアンケート用紙の配布を行ったが、非高齢者の回答を排除はしていないためである。

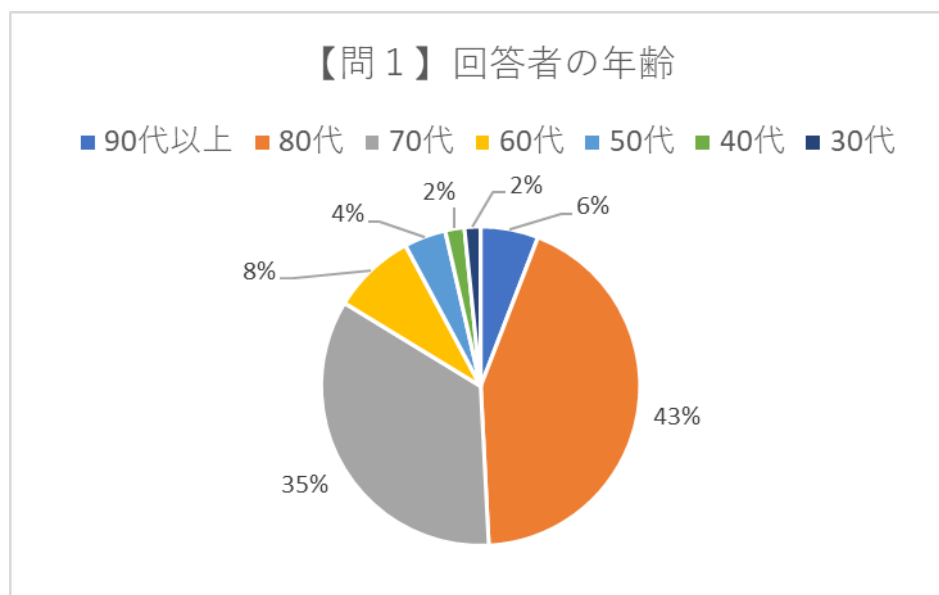
（５）その他

その他、細かな注意事項については、添付資料 2 を参照されたい。

5. アンケート結果の概要

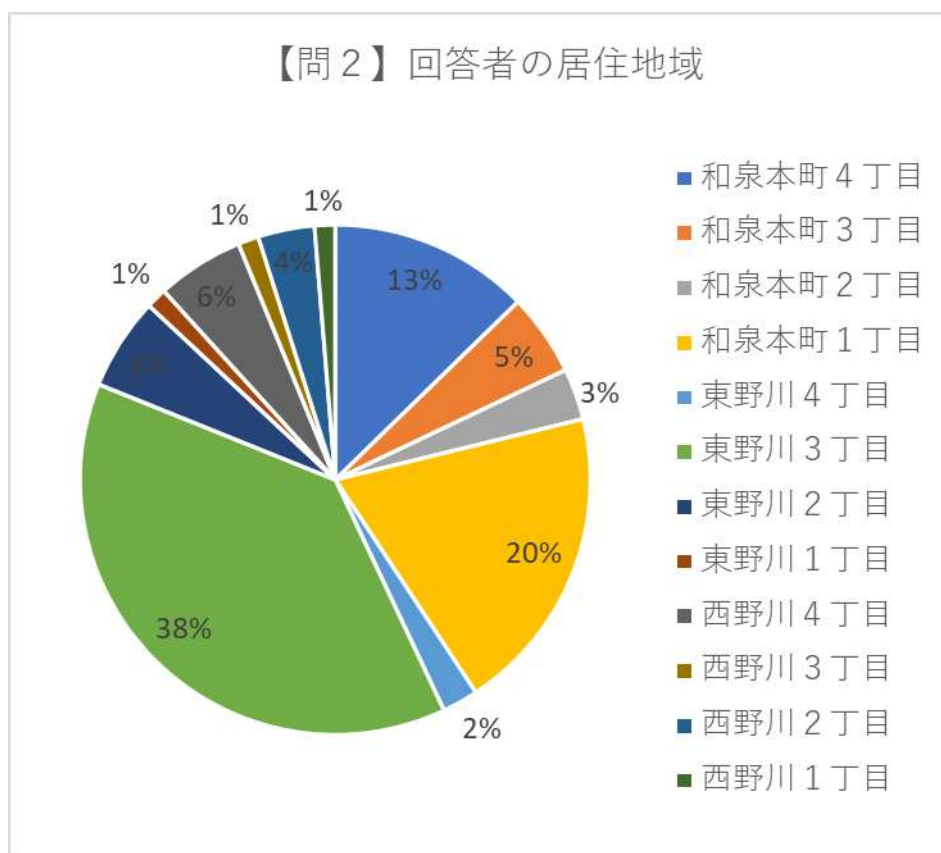
以下に、アンケート結果の概要を示す。グラフ等の詳細は添付資料 2 を参照されたい。

（１）【問 1】 あなたの年齢を教えてください。



- 70代以上の高齢者が84%を占めている。
- 居住地域による年齢構成の違いが見られる。これには、団地・大型マンション等の有無、建設時点、一戸建ての比率、アンケート回収経路の違い等が影響していることが考えられる。
- 一戸建てでは、集合住宅に比べて、年齢が全体的に高くなっている。
- 家族や配偶者と同居している場合に比べて、一人暮らしの方が高齢者の比率が高い。

(2) 【問2】 お住まいの地域はどちらですか。



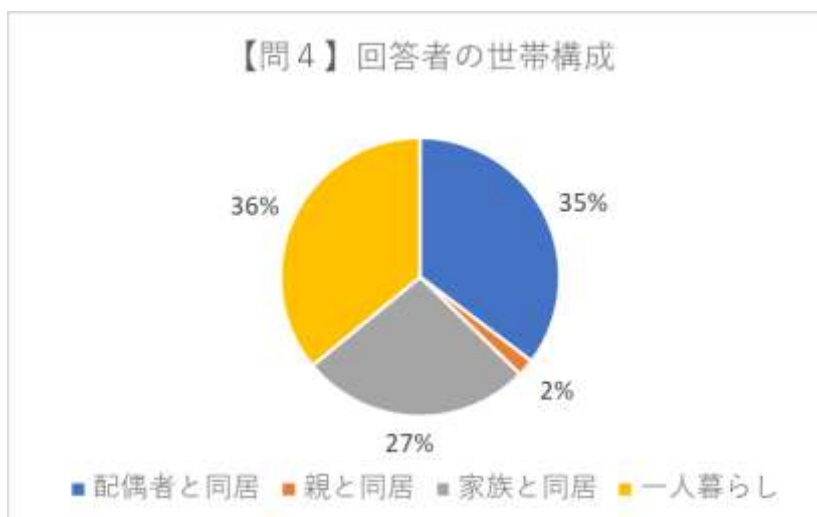
- 東野川3丁目、和泉本町1丁目、和泉本町4丁目の比率が高い。これは、アンケートの収集方法に起因して、収集地域が偏ったことが原因と考えられる。
- 年齢による居住地の偏りが顕著に見られる。特に、東野川3丁目には若い世代が多く、和泉本町1丁目には高齢の世代が多い。東野川3丁目です若い世代が多いことには、狛江ハイタウンの全戸配布が影響しているものと考えられる。

(3) 【問3】 お住まいは以下のどれに当てはまりますか。



- 全体の74%を集合住宅（アパート、マンション等）が占めている。これはアンケートの配布・回収経路が影響していると考えられる。
- 年齢が上がるほど、一戸建ての比率が高くなる。
- 集合住宅の比率に居住地域による顕著な違いがある。これには、大型の集合住宅の有無や建設時期、アンケートの配布・回収経路等が影響している可能性がある。
- 「一人暮らし」、「配偶者と同居」では、集合住宅の比率が高い。

(4) 【問4】 どなたとお住まいですか。

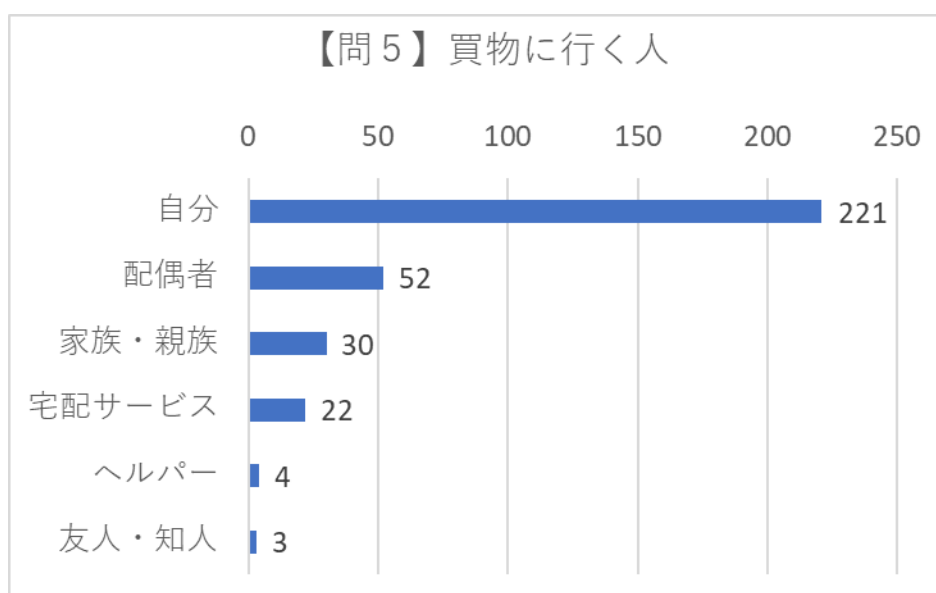


- 「一人暮らし」が最も多く36%、次いで「配偶者と同居」が35%、「家

族と同居」が27%という順となっている。この結果には、アンケートの配布・回収経路が影響している可能性もある。

- 年齢による世帯構成の変化が顕著である。一人暮らしの比率を見ると、30代から年齢が上がるに従っていったんは低下するが、50代を底として、高齢者となるほど増加し、90代では、56%と半数を超える。
- 居住地域による世帯構成の違いが顕著である。これには、居住地域による住居形式の違いや、年齢構成の違いが影響しているものと考えられる。
- 一戸建てに比べて、集合住宅においては家族と同居の割合が低い。

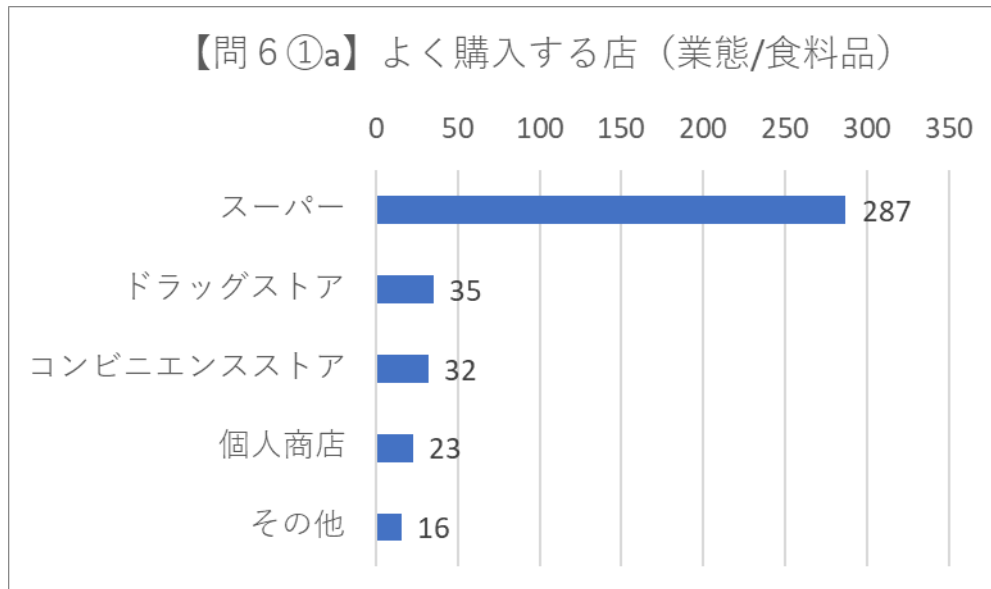
(5) 【問5】 普段、日常的に必要な商品（生鮮食料品など）は、主にどなたが買いに行きますか。



- 自分で買いに行く人が多数を占め、次いで配偶者、家族・親族の順となる。
- 高齢者では、年齢が上がるとともに、買い物における家族・親族への依存が強まり、90代で急増している。
- 居住地域によって、自分で買い物をする人の割合にかなりの違いが見られる。ただし、これには、サンプルの偏りが影響している可能性がある。
- 一戸建てより集合住宅で、自分で買い物する割合が高い。これは、一人暮らしの多さを反映している可能性が考えられる。
- 一人暮らしの場合には、自分で買い物する割合が高い。一方、配偶者と同居の場合には、配偶者が買い物する割合が高い。

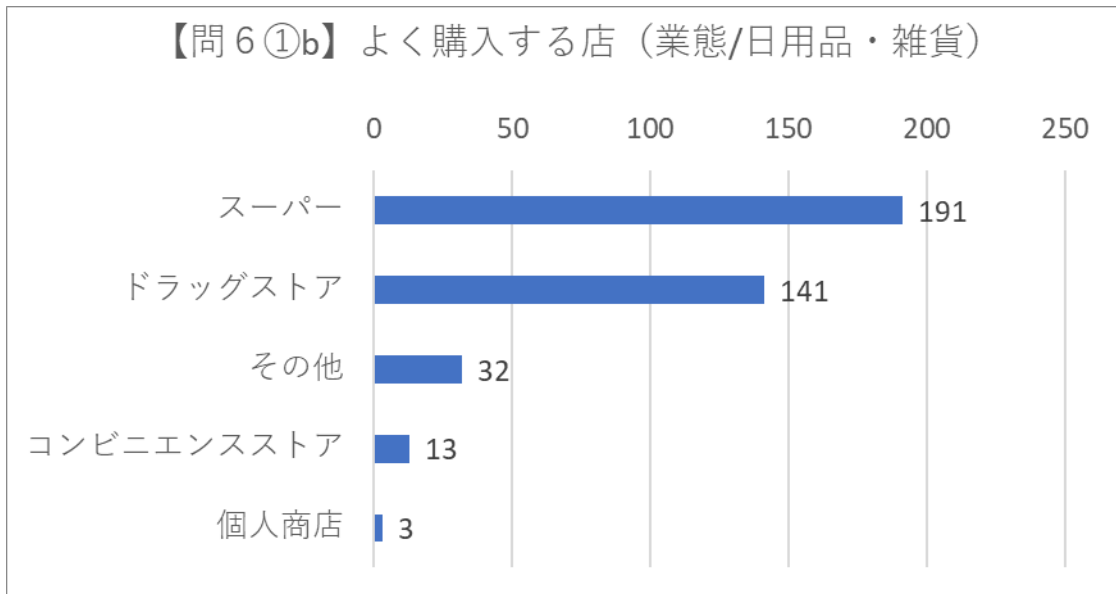
(注) 本設問はアンケート用紙では単数選択としているが、実際には複数選択している回答者が存在するため、複数選択として集計した。

(6) 【問6①a】 日常的に必要な商品をよく購入するお店(業態)はどこですか。(複数選択可) [食料品(野菜・肉・魚など)]



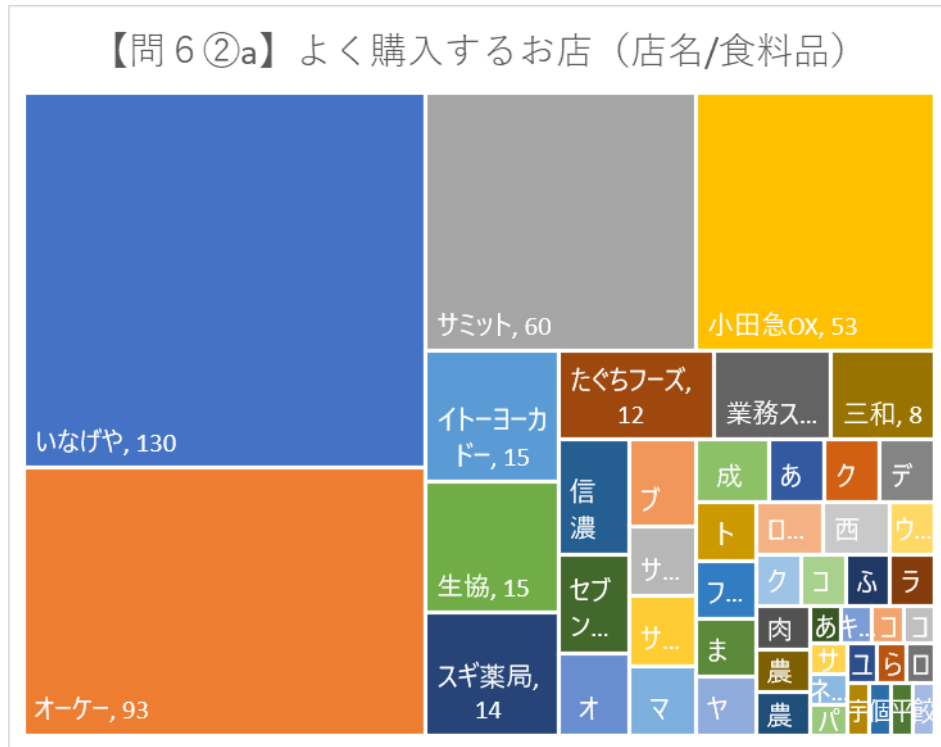
- 食料品購入はスーパーが大多数を占める。これは、スーパー以外では、生鮮食料品の十分な入手が難しい当エリアの現状を反映したものと考えられる。同時に、スーパーにはない特色を求めて、あるいは、距離や移動手段等の問題で、様々な業態・店舗を活用しながら食料品の購入をしている住民の買い物事情が窺える。
- 年齢、居住地域、住居形式、世帯構成による大きな違いは見られない。

(7) 【問6①b】 日常的に必要な商品をよく購入するお店（業態）はどこですか。（複数選択可） [日用品・雑貨（トイレトペーパー・洗剤など）]



- スーパーが最も利用頻度が高く、ドラッグストアが続く。
- 年齢とともにスーパーの利用頻度が増大し、ドラッグストアの利用頻度が低下する。これは、高齢化で移動の困難さが増大することにより、移動距離や買い物頻度を減らそうとする（スーパーでの食料品購入に合わせて日用品を買おうとする）ことも一因ではないかと考えられる。
- 居住地域によるスーパーの比率の違いは、近隣における各種商業施設の分布状況を反映している可能性が考えられる。

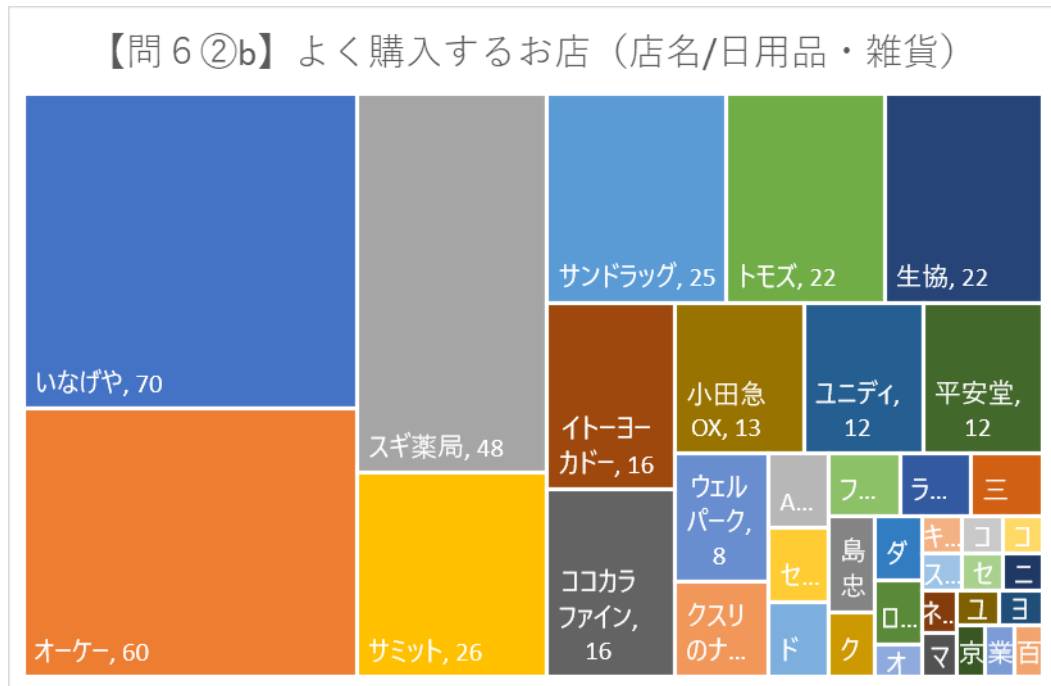
(8) 【問6②a】 日常的に食料品(野菜・肉・魚など)をよく購入するお店(店名)はどこですか。(複数回答可)²



- 1～5位はスーパーで占められている。これは、生鮮食料品の購入において、スーパー以外の選択肢が極めて限られていることを反映したものと考えられる。
- 6位の生協は、主に宅配を指しているものと考えられる。
- 居住地域による違いは、近隣の店舗が選好される結果と考えられる。

² 業務ス...業務スーパー、信濃...信濃屋、セブン...セブンイレブン、オ...オオゼキ、ブ... ブリーズウェイ、サ...サンディ、サ...サンドラッグ、マ...マルエツ、成...成城石井、あ...あおば、ク...クイーンズ伊勢丹、デ...デパート、ト...トモズ、フ...ファミリーマート、ま...まつばや、ヤ...ヤオコー、ロ...ローソン、西...西友、ウ...ウェルパーク、ク...クスリのナカヤマ、コ...コンビニ、ふ...ふじ青果、ラ...ライフ、肉...肉のうちだ、農...農家無人販売、農...農協、あ...あめや、キ...キャプテンフーズ(電話注文)、コ...ココカラファイン、コ...コストコ、サ...サンデーサン、ネ...ネットスーパー、パ...パルコ、ユ...ユニディ、ら...らでいっしゅぼーや、ロ...ロピア、宇...宇田川豆腐店、個...個人店、平...平安堂、餃...餃子雪松

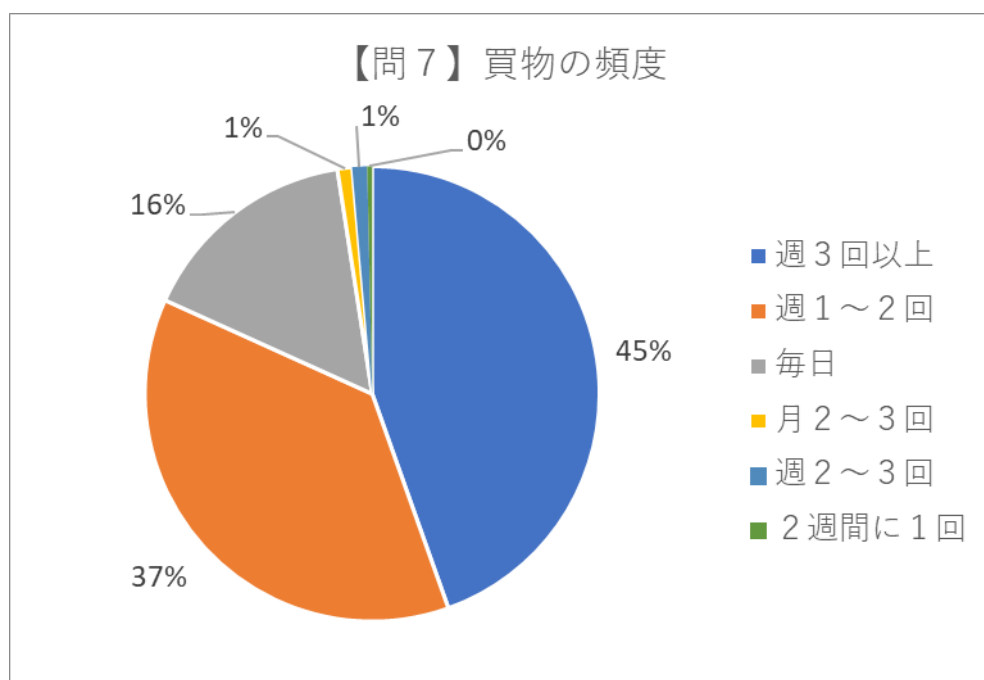
(9) 【問6②b】日常的に日用品・雑貨（トイレットペーパー・洗剤など）をよく購入するお店（店名）はどこですか。（複数回答可）³



- 1～6位は大型スーパーとドラッグストアが混在している。
- 7位の生協は、主に宅配を指しているものと考えられる。
- 居住地域による違いは、近隣の店舗が選好された結果と考えられる。

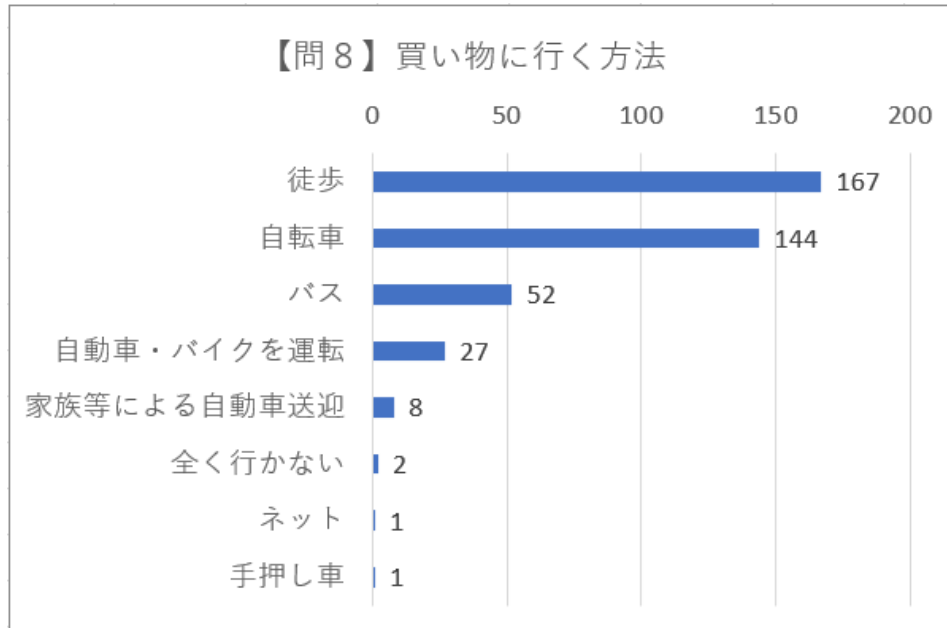
³ クスリ...クスのナカヤマ、A...Amazon、セ...セブンイレブン、ド...ドラッグストア、フ...ファミリーマート、ラ...ライフ、三...三和、島忠...島忠ホームズ、ク...クリエイト、ダ...ダイソー、ロ...ローソン、オ...オオゼキ、キ...キャンドゥ、コ...コストコ、コ...コルモピア、ス...スーパー、セ...セリア、ニ...ニトリ、ネ...ネット通販、マ...マルエツ、ユ...ユニクロ、ヨ...ヨドバシドットコム、京...京王、業...業務スーパー、百...百円ショップ

(10) 【問7】日常的に必要な商品は、どのくらいの頻度で買いに出かけますか。



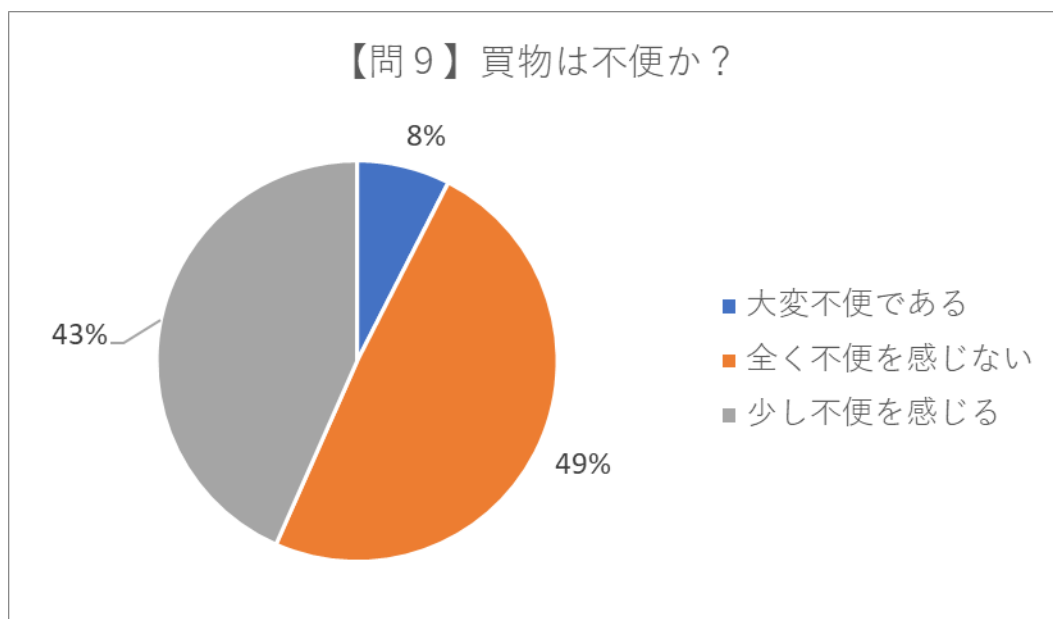
- 週3回以上が45%を占め、次いで週1~2回、毎日が続く。
- 60代は、全世代中で買い物の頻度が最も高い（毎日と週3回以上を合わせた比率が高い）。高齢となると移動の困難さ等によって、若齢者では仕事や子育てによる時間的制約等によって、買い物の頻度が低下することが考えられる。
- 居住地による買い物頻度の違いは、主要な店舗群（スーパー等）への移動距離の違いを反映しているものと考えられる。
- 買い物の頻度は一人暮らしの世帯で最も低い。これには、世帯人数の少なさによる買い物量の少なさや、年齢が影響している可能性がある。

(11)【問8】あなたが買い物に行くとき、お店へはどのようにして行きますか。(複数選択可)



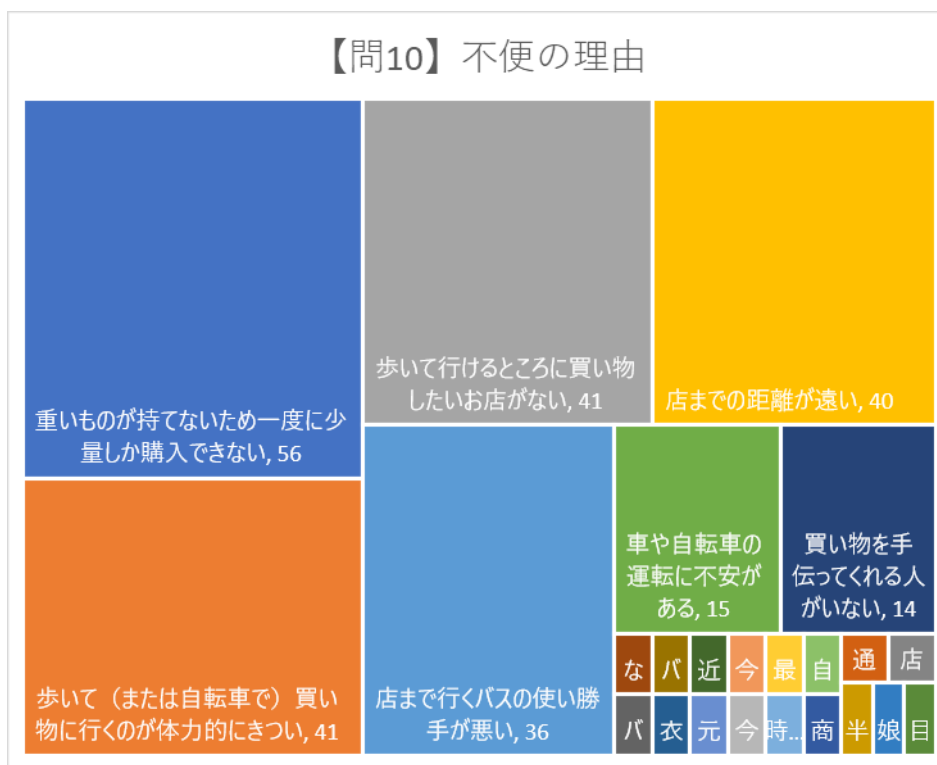
- 徒歩が最も多数を占め、自転車、バスがこれに続く。
- 60代より上の世代では、年齢が上がるほど自転車の利用率が低下する。これは体力や安全性に起因して自転車利用を避けるようになるためと考えられる。
- 60代より上の世代では、年齢が上がるほどバスの利用率が増加する。
- 80代以上に「全く行かない」が見られる。90代では「手押し車」も現れる。これらは加齢による移動の困難さを反映したものと考えられる。
- 居住地域による違い（例えば、徒歩やバスの比率の違い）が見られる。これには主要な商業施設への距離の違いが影響しているものと考えられる。

(12) 【問9】 買い物の際に不便に感じることがありますか。



- 少し不便を感じる、大変不便である、を合わせると 51%に及ぶが、これは買い物に課題を感じる人が回答に協力しやすいということが影響している可能性が高い。
- 60代以上では、年齢が上がるほど、不便を感じる割合が増加する。これは移動の困難さが加齢により増大することを反映したものと考えられる。
- 30代の回答数は5件と少ないが、その6割が買い物に不便を感じていると回答している。個別の意見としては、「(通勤で利用する)最寄駅からの道中にスーパーがなく、スーパーに寄る場合は遠回りする必要がある」(単身世帯)、「買い物を手伝ってくれる人が必要」(子育て世帯)、「近くにコンビニがない」「幼児と出かける際にバスの本数が少ない」(子育て世帯)などの回答があった。若年層の買い物ニーズの調査については今後の課題である。
- 居住地域による違いは、主要な商業施設への距離を反映したものと考えられる。

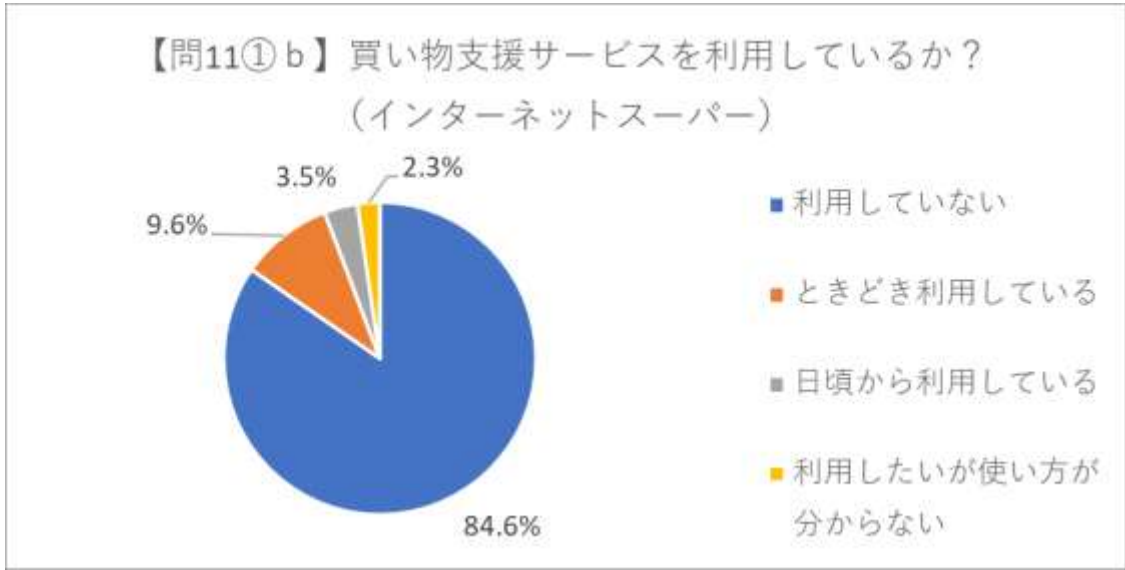
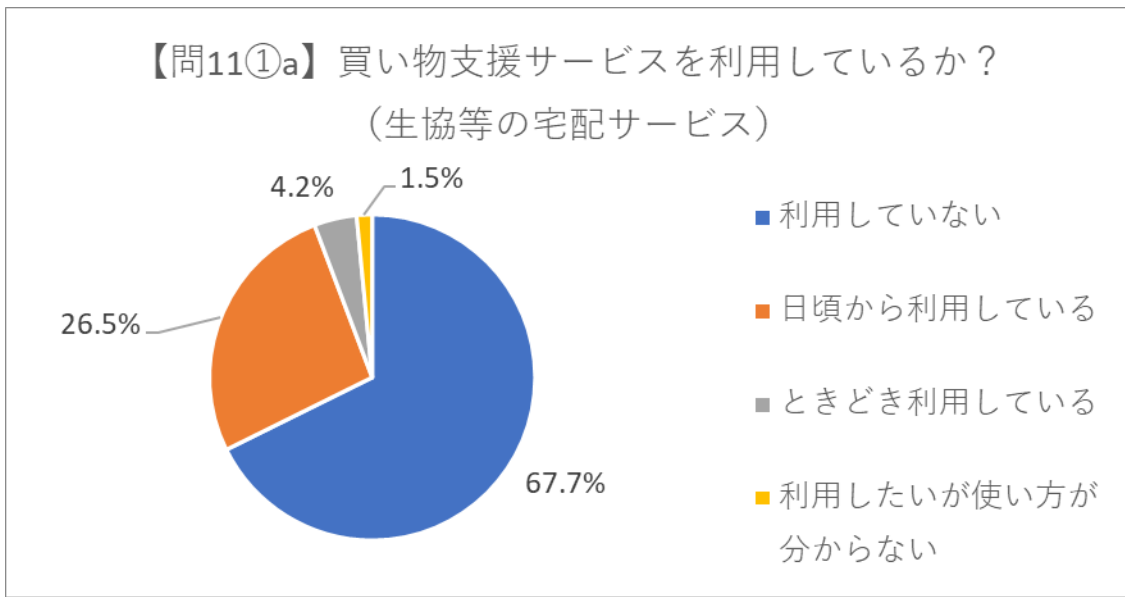
(13)【問10】問9で回答した不便を感じる理由は、どのようなことですか。
(複数選択可)⁴



- 最も多い回答は、「重いものが持てないために一度に少量しか購入できない」である。これは、重いものを持って長距離を移動する困難さを反映したものと考えられ、移動に関する問題とみなすことができる。
- 上記を考慮すると 1~6 位のすべてが移動に関係する問題となっているが、これは 8 つの選択肢のうち 5 つが直接的に、1 つが間接的に移動に関係することに起因する。

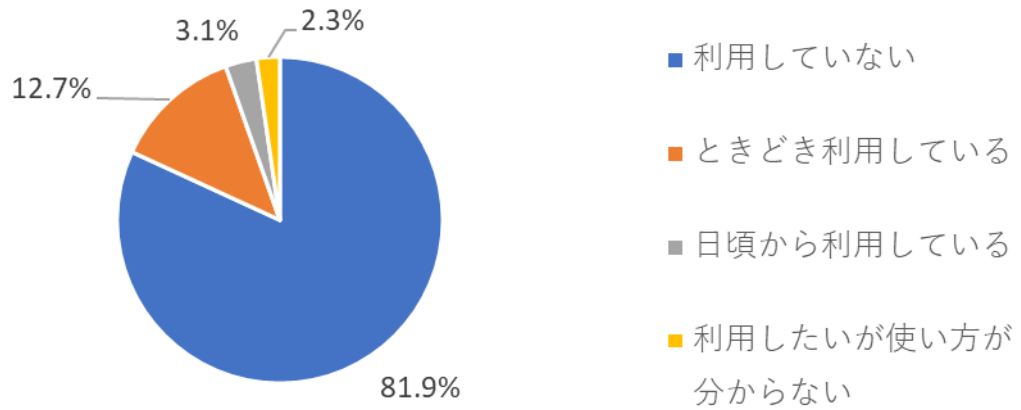
⁴ な...なし、バ...バスの便数が少ない、バ...バスの本数は少ない、衣...衣料を買える店が少ない、近...近くに 100 円均一の店がない(以前は 2 件あったがいずれも閉店)、元...元気が何よりですが、年を重ねるごとに切実に思う、今...今のところない、今...今は自転車にのれるから不便は感じない、最...最寄駅からの道中にスーパーがなく、スーパーに寄る場合は遠回りする必要がある、時...時々妹が買ってくる、自...自転車の場合、雨天の時困る場合がある、商...商店の数が少なすぎる、通...通勤の帰りに買い物をするが、終バスが終わっているので、とても重い荷物を徒歩 20 分かけて運ばなければならない、店...店まで行くバスの使い勝手がとても良い、半...半年前まではつつじヶ丘オオゼキによく出かけていた。オオゼキは肉魚が良い、娘...娘が来宅の際に、まとめ買いを依頼している、目...目が不自由で色がわかりづらい

(14) 【問11①】以下の買い物支援サービスについて、該当する番号（利用状況）に○をつけてください。



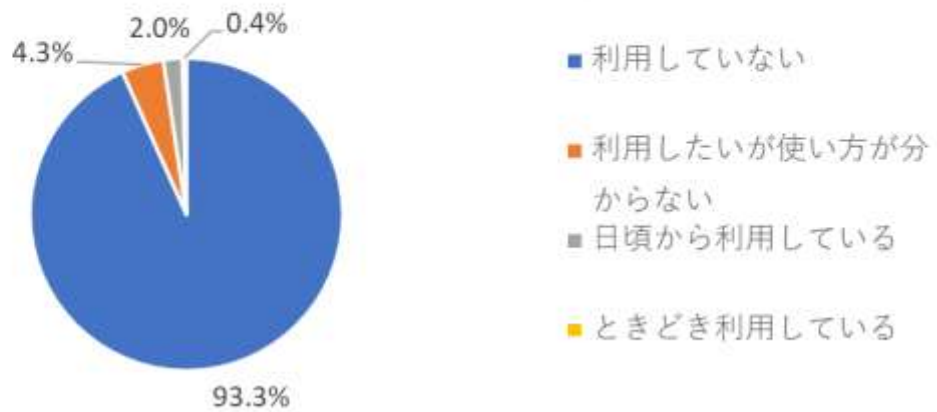
【問11①c】 買い物支援サービスを利用しているか？

(店舗宅配サービス)



【問11①d】 買い物支援サービスを利用しているか？

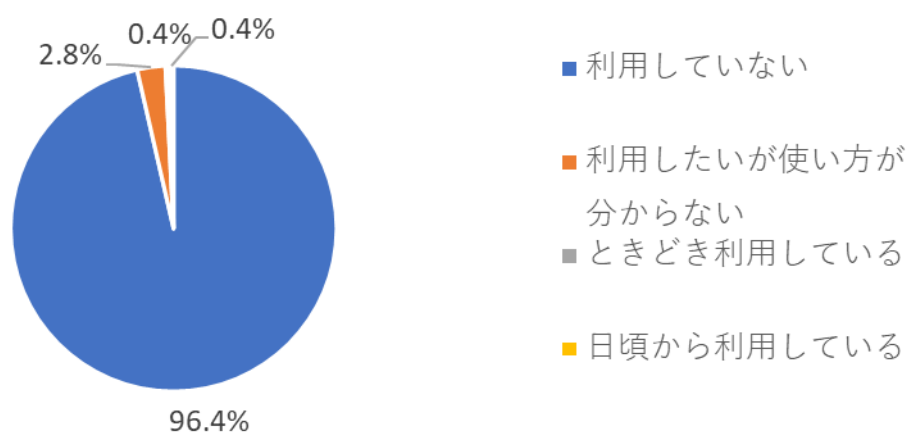
(移動販売車・移動スーパー)



【問11①e】 買い物支援サービスを利用しているか？
（買物代行サービス）



【問11①f】 買い物支援サービスを利用しているか？
（買物送迎サービス）



- 全てのサービスに関して、「利用していない」が最も多い。
- 全てのサービスに関して、「利用したいが使い方が分からない」との回答が2~4%ほどある。また、「利用していない」との回答の中にも潜在的に「サービスについて（詳しく）知らないために利用していない」人がいることも想像される。この点については、7.(8)で情報アクセスの課題について検討をおこなう。
- 最も利用率が高いのは、「生協等の宅配サービス」である。これに「店舗で購入した商品を配達するサービス」、「インターネットスーパー」が続く。

- 「移動販売車・移動スーパー」、「買い物送迎サービス」、「買い物代行サービス」の利用率はいずれも数%に留まる。
- サービスの違いによる利用率の違いは、当該サービスに関する情報アクセスの容易さの違い、それによる認知度の違いを反映している可能性がある。

（15）【問11①】以下の買い物支援サービスについて、該当する番号（利用状況）に○をつけてください。（年齢別）

- 最も利用者の多い「生協等の宅配サービス」は、60代以上では年齢に関係なく一定程度利用されており、認知度の高さが伺われる。
- 「利用したいが使い方がわからない」という回答は、70代以上に多くなっており、買い物支援を最も必要とする高齢者に情報が届きにくい現状を表している。
- インターネットスーパーは、60代以上では年齢が高くなるほど利用頻度が低下しており、高齢者のネットリテラシーの低さが影響していることが窺える。
- 店舗購入商品の宅配サービスは、60代から80代にかけて年齢とともに利用頻度が増加しており、重量物運搬の負担が影響している可能性が考えられる。

（16）【問11①】以下の買い物支援サービスについて、該当する番号（利用状況）に○をつけてください。（居住地域別）

- 利用頻度への居住地域の影響は、明瞭には現れてはいない。

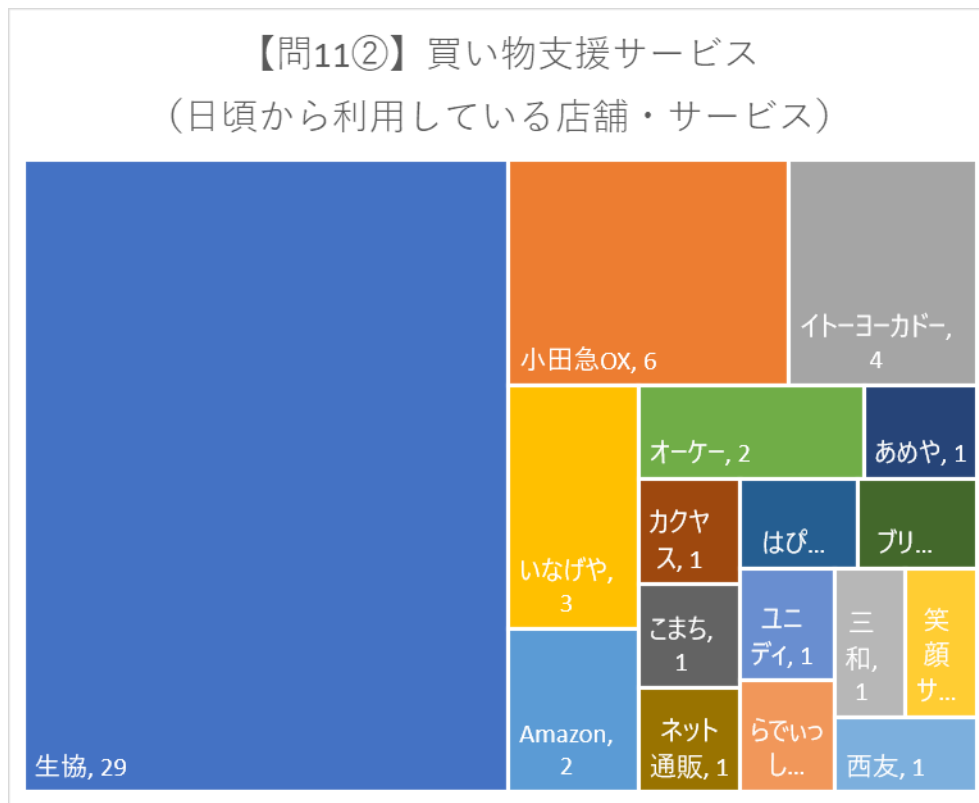
（17）【問11①】以下の買い物支援サービスについて、該当する番号（利用状況）に○をつけてください。（住居形式別）

- 利用頻度への住居形式の影響は、明瞭には現れてはいない。

（18）【問11①】以下の買い物支援サービスについて、該当する番号（利用状況）に○をつけてください。（世帯構成別）

- 利用頻度への世帯構成の影響は、明瞭には現れてはいない。

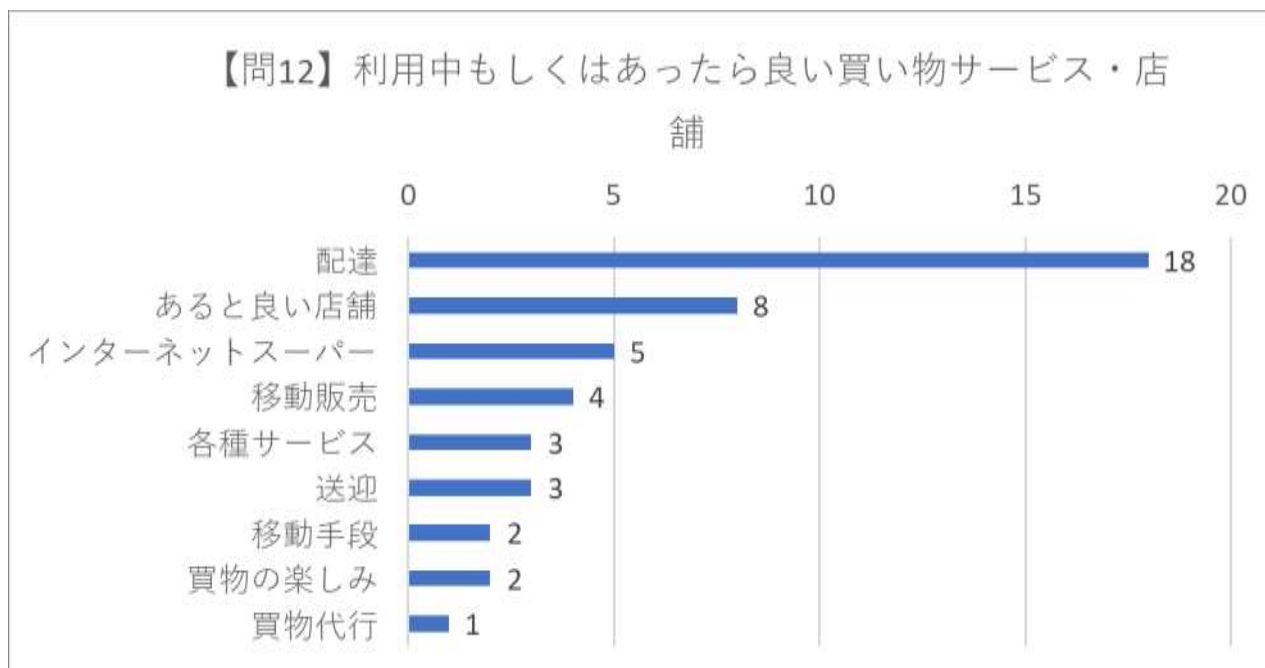
(19) 【問11②】以下の買い物支援サービスについて、該当する番号（利用状況）に○をつけてください。（利用している店舗・サービス）（自由記述）⁵



- 最も利用されているサービスは生協の宅配であり、これに大手スーパーのサービス（宅配等）が続く。
- 70代・80代は絶対数こそ少ないものの、様々なサービスが利用されており潜在的なニーズの大きさが窺える。
- 比較的大きな集合住宅のある東野川3丁目と和泉本町1丁目では、利用されている買い物支援サービスの種類が多い。

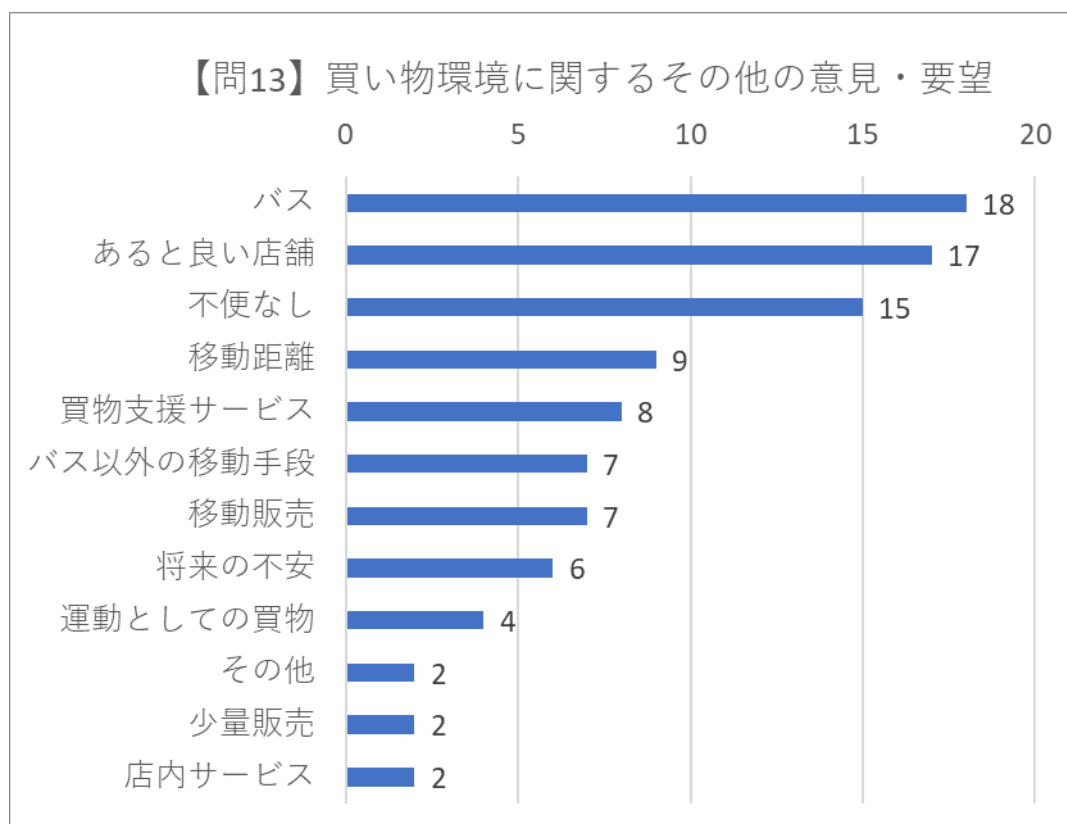
⁵ はび...はびねすくらぶ、ブリ...ブリーズウェイ、らでいっし...らでいっしゅぼーや、笑顔サ...笑顔サービス

(20) 【問12】 あなたがよく利用している、もしくはあったらいいなと思う「買い物に関するサービス」がありましたら教えてください。ご利用中のサービスは具体的な店の名前を書いていただいても構いません。(自由記述)



- 最も多い回答は「配達」に関するものであり、「あると良い店舗」「インターネットスーパー」「移動販売」が続く。
- 買い物サービスの課題としては、【配達】サービス利用が可能な購入金額の高さ・電話注文、【インターネットスーパー】インターネット利用・品揃え、【送迎】サービスの周知、【買い物代行】気を遣う、などが挙げられている。
- なお、現存のサービスを知らずに「あったらよい」と回答している場合もあると考えられ、サービスの周知は重要な課題と考えられる。
- 送迎や移動支援に関しては、ゴルフカートによる送迎、バスの整備、店内のエスカレーター整備などが挙げられている。
- また、買い物自体の楽しみ、コミュニケーションなど、リアルな店舗に固有の機能も期待されている。

(21) 【問13】 その他、お住まいのエリアでの買い物環境についてご意見・ご要望などがありましたら自由にご記入ください。



- 多いのは移動に関する意見であり、その中でもバス関係が最も多い。特に、減便による不便やこまバス増便の必要性が訴えられている。これは粕江ハイタウンの回答者が多いことが反映されている可能性が高い。
- また、店舗への移動距離の遠さや、バス以外の移動手段の問題（タクシーの減少や駐輪場の少なさ等）も挙げられている。
- あると良い店舗や買い物支援サービスに関する意見は、概ね問12と同様であるが、買い物支援サービスでは特に移動販売に関する意見が多い。
- 買い物に関して将来の不安を訴える声が見られる一方、運動としての買い物をポジティブに捉える回答も見られる。
- 店内サービスについては、セルフレジの普及や店内商品の定期的な配置変更が利用しづらさにつながっているとの意見、少人数家族のための少量販売の必要性等が訴えられている。
- 買い物弱者に直接関係しないその他の問題としては、フードロスや、医療アクセス（バス減便による通院の困難さ等）等が挙げられている。

6. 買い物弱者の具体像

(1) 概要

問9「買い物の際に不便に感じることはありませんか。」への回答で、「少し不便を感じる」と「大変不便である」を併せると51%、「大変不便である」が8%存在することは、当エリアに相当数の買い物弱者が存在していることを示唆している。

アンケート結果をもとに想像力を働かせると、当エリアにおける買い物弱者の具体像をイメージすることができる。そこで、各種の買い物弱者対策を評価する際の参考として、当エリア内に現実に存在し得る、買い物に困難を感じている仮想的な住民像「住民 A」を描き出すことを試みる。描出にあたっては、想像力を働かせつつも、アンケート結果と矛盾しないことを原則とする。

もちろん、買い物に関する課題やニーズは千差万別であり、もっと厳しい状況にある住民、「住民 A」の条件に該当しなくても買い物に困難を感じている住民、同様な状況にあっても近隣の支援等により問題が顕在化していない住民等の存在も十分に想定し得る。「住民 A」は、買い物弱者対策を考えるための仮の基準点であり、当エリアの状況全体を代表させることを意図したものではないことに留意されたい。

(2) 仮想的な買い物弱者「住民 A」の具体像

- 年齢：75歳以上（後期高齢者）
- 住居形式：一戸建て、または集合住宅（介護職員等が常駐する高齢者施設を除く）
- 世帯構成：一人暮らし、または配偶者と二人暮らし（配偶者の年齢は当該住民と同等以上）
- 家族の居住地：子ども・孫等の家族は遠隔地に居住しており、当該住民に対して日常的なサポートを常時提供することはできない。
- 住居から商業施設までの道路距離：食品スーパーやドラッグストアまで500m以上。コンビニや生鮮食料品を購入し得る個人商店まで300m以上。
- 居住地域周辺の交通：鉄道駅まで500m以上。バスの便がよくない（バス停が遠い、運行本数が少ない、運行ルートがニーズに合わない等）。
- 自動車：普通免許は保有していたが、75歳を期に返納し、車も手放した。

- 自転車：足腰が弱ったため、安全性を考慮して利用を取りやめた。
- 収入：収入は公的年金のみであり、貯金を取り崩しながら生活している。
- 買い物支援サービス：買い物支援サービスを利用した経験はなく、サービスの詳細を自分で調べ、理解することは難しい。
- インターネット：スマートフォンは所持しているが、電話と簡単なメッセージのやりとりのみで、インターネットや様々なアプリの活用は難しい。
- 要介護度：自立～要支援1程度（概ね身の回りのことは自立している）

7. 買い物弱者の視点から見た各種サービスの特徴と課題

(1) 概要

買い物弱者「住民A」の視点から、問11で取り上げた6種の買い物支援サービスの特徴と課題を検討する。また、各種サービスに共通する課題として、情報アクセスの問題を整理する。

(2) 移動販売車・移動スーパー（移動販売）

当エリア内でも、一部の地域で移動販売のサービスが提供されている。住民Aの本質的問題は徒歩移動に関する制約であるから、近隣に移動販売が来ることは住民Aが最も望む対策の一つと考えられる。品揃えは限られるが、注文すれば次の巡回時に入手できる。実際の商品を見て購入することができることはメリットである。近隣住民が集まることで、高齢者が他者と交流する場としても期待される。

移動販売を利用する上での最大の課題は、巡回ルートに自宅近隣が含まれるかどうか、という点にある。実際、当エリア内では一部の地区しか巡回していない。当エリアに展開している移動スーパー「とくし丸」の場合、近隣が巡回先に含まれていない場合には、移動販売を行うドライバーや、商品の提供を行う提携スーパーに巡回地域の拡大を要請することになるが、時間的な制約等から必ずしも応じてもらえるとは限らない。新たな巡回ルートを開設するには、移動販売事業を統括する事業者とスーパーの提携、ドライバーの募集などのステップを踏む必要があり、実現のハードルはさらに高くなる[8]。

(3) 店舗で購入した商品を配達してくれるサービス（店舗宅配）

当エリアでも一部のスーパー等が店舗宅配を実施している。店舗宅配は「重い荷物を持って移動するのがつらい」という当エリアの強いニーズに応えることができる。店舗で商品を見て確かめて購入できることは、後述する生協等の宅配サービスやネットスーパーにはない特徴となる。

ただし、配達是有料の場合が多く、最低利用金額が設定されている場合もある。また、冷凍品や一部の生鮮食品等が対象外の場合がある。当エリアの場合、最大の問題は多くの住民にとって近いとは言いがたいスーパーまで足を運ばなければならない点である。

(4) 生協等の宅配サービス（生協等宅配）

生協等宅配は広く普及しており、当エリアでも多くの住民に利用されている。言うまでもなく、買い物のための移動は不要となる。品揃えは豊富であり、冷凍品・冷蔵品も保冷容器に入れて宅配される。

生協等宅配の最大の課題は、商品を自分の目で見て選ぶことができない。買い物の楽しみや人との交流の機会も得られない。また、一般的に週に一度程度しか配達されないため、冷凍して保存する等の手間がかかる。認知能力が低下してくると、保存した食材の管理も負担となるかもしれない。毎週届く大量のカタログを見て注文票に記入する手間が、認知能力の低下した高齢者には負担となることも想定し得る。スマートフォンであれば簡単に注文できるが、ネットリテラシーの低い高齢者にはハードルが高い。

(5) インターネットスーパー（ネットスーパー）

当エリアを配達区域とするネットスーパーは多い。ネットスーパーも生協等宅配同様、買い物のための移動を不要とすることが最大のメリットである。本アンケートでは品揃えに限られるとの声があったが、その点も改善されてきている。生協等宅配と異なり、注文当日の配達も可能な迅速性が最大の特徴である。最短10分での配達を誇る事業者もある。

ネットスーパーも、生協等宅配同様、商品を手にとって選べないこと、人との交流の機会が得られないこと、不良品などがあった場合は、商品を返送したり、交換品を送り直してもらう必要があり、デメリットとなる。また、他の注文方法がある生協等宅配と異なりネット利用が必須となるため、ネットリテラシーの低い高齢者には6種のサービス中でも特段ハードルが高いと考えられ

る。利用料金や最低利用金額も負担となる場合がある。

(6) 代わりに買い物に行ってくれるサービス（買い物代行）

当エリア内で複数の事業者がサービスを買い物代行のサービスを行っている。移動困難な高齢者にとって、買い物代行は最も望ましいサービスの一つである。継続的な利用で代行者と親しくなり、受け渡し時の短時間とは言え、人との交流も可能となるかもしれない。

ボランティアが代行者を務める場合には、必要な数のボランティアを確保することが容易ではなく、事業規模の制約要因となっていると考えられる。介護保険事業者の生活援助サービスでの買い物代行を利用するためには、介護保険サービスの利用手続きを経る必要がある。営利事業者の家事代行サービスを利用する方法もあるが、一般的に料金が高い。アンケート結果では、代行者への遠慮を感じるとの回答もあった。

(7) 買い物へ出かける際の送迎サービス（送迎）

長距離の徒歩移動に困難を感じる高齢者にとって、送迎サービスは最も望ましいサービスの一つと考えられる。移動の負担を限定しつつ、実店舗における購買体験を提供できることは大きなメリットである。ただし、当エリアでは、一般のタクシーや介護タクシーのほかに利用できる送迎サービスは確認できていない。「野川まちづくり協議会」が主体となり、主要スーパーと住宅街をつなぐグリーンスローモビリティとしての電動カートの試験走行が2022年に実施され期待が寄せられているが、定期運行の見通しは未定である。

他自治体の事例として、山口県光市の住民互助による移動支援サービス「三島おたすけネット」では、車両を市が貸与し、ドライバーをボランティアが務めている [9]。ただし、車両を用いる以上、運行地域と頻度がコストによって制約される。「三島おたすけネット」でも週一回しか運行していない。送迎サービスは車両やドライバーに関するコストが最大の課題と考えられる。

また、近隣の三鷹市大沢地区では住民と社会福祉法人が連携のもと「買い物ツアーかわせみ」という高齢者買い物送迎事業を行っている。車両やドライバーなどを社会福祉法人が担っており、住民側に費用負担はない。そのため法人側の社会貢献的な面が非常に強い取り組みとなっている [10]。他に各地域の生協でも送迎サービスを行っており、大阪いずみ市民生活協同組合の「らくらくショッピングカー」 [11]、コープしがの「お買い物サポートカー」 [12]などが

無料送迎を行っている。それぞれ違いはあるが、事前登録制で、週1回の運行、送迎ルートが決められている場合が多い。また65歳以上の高齢者、障害者手帳所持者、妊婦や乳幼児のいる方を対象としたり、各世帯1人での乗車と決まりを設けているところもある。

(8) 情報アクセスに関する課題

問11では6種の買い物支援サービスを利用していない人が多く、利用したいが使い方がわからないとの回答もあった。もちろん、こうしたサービスを必要としない住民が多いことは確かであるが、一方で、買い物支援サービスに関して、以下の情報アクセスの問題が影響していることも考えられる。

- 各種サービスに関する情報の所在が分散し、しかも更新されているため、最も必要とする高齢者に必要な情報が届きにくい。
- 高齢者がサービス内容を理解しにくい場合や、未知のサービスへの不安を感じることで、利用の障害となる場合がある。
- ネットスーパーのようにネット利用が必須な場合や、生協等の宅配サービスのようにネット利用が利便性に影響を及ぼす場合がある。

これらの課題を解決するためには、以下の支援が必要と考えられる。

- エリア内の関連情報を常時収集・整理し、高齢者が到達しやすく、高齢者が利用しやすい媒体で提供する。
- 高齢者に対してサービス内容をわかりやすく説明し、スムーズに利用開始できるよう、ハンズオンの支援を提供する。
- 高齢者に対して、ネット利用環境の導入、利用方法の教育、利用時のサポートなどの支援を提供する。

8. 「誰一人取り残さない」ための補完的視点

(1) 外出困難高齢者と調理困難高齢者

高齢者や弱者の問題を考える際、「誰一人取り残さない」社会的包摂の視点は非常に重要である。アンケート調査では多数者のニーズに焦点が当たり、少

数者のニーズが見逃されやすい。

また、買い物弱者問題は、食料品アクセス困難者の問題と重なるが、完全に一致するわけではない。「買い物」という問題設定によって、結果として一部の食料品アクセス問題を見逃す恐れがある。

本調査報告のここまでの文脈に即して考えると、エリア内に一定数が確実に存在する、外出困難な高齢者と調理困難な高齢者のニーズに配慮することが重要と考えられる。以下、これら高齢者を支援する観点から、配食サービスと会食サービスの必要性について付記しておく。

（２）配食サービス

外出困難な高齢者や調理困難な高齢者に対しては、問 11 の 6 種の支援サービスの中では、生協等宅配、ネットスーパー、及び買い物代行が有効と考えられるが、加えて、「配食サービス」、すなわち調理済みの食事を自宅に配達するサービスも重要と考えられる。配食サービスは冷凍・冷蔵の弁当によるものが多く、食の体験という意味では自家調理に劣ると言わざるを得ないが、栄養状態の維持という観点では重要な選択肢と考えられる。

（３）会食サービス

調理困難な高齢者のうち、特に一人暮らしの場合には、孤食による孤独感などの問題にも配慮する必要がある。孤食問題への対応という観点では、買い物弱者という本調査の本来のスコープからやや逸脱するが、地域食堂などによる「会食サービス」も重要と考えられる。

また、外出困難の手前には外出忌避の高齢者が存在し、これを放置すれば生活機能の低下を招く。会食サービスはこのような高齢者が外出する先の地域の「居場所」としても重要と考えられる。もちろん、会食サービスには外出可能・調理可能な高齢者でも多くのニーズがあることは容易に想像される。

当エリア内でも一部の地域食堂で高齢者向けの食事が提供され、食事の楽しみと人との交流の機会を提供している。ただし、当エリアに限らず、低廉な価格で食事を提供可能な施設はごく限られている。当事者の潜在的なニーズに応ずることのできる規模・頻度を実現するためには、資金・食材・人員等の支援が必要である。

9. おわりに

狛江市和泉本町・西野川・東野川エリアにおける日常の買い物の状況について、高齢者を中心とした住民へのアンケート調査を実施した結果、当エリアには相当数の買い物弱者が存在することが示唆された⁶。

また、アンケート結果に基づいて、当エリアにおける買い物弱者の具体像を描き出すことを試み、これを用いて各種支援サービスの適用性や課題を概略評価した。

農林水産省が全国の市町村を対象として2023年に実施した、食品アクセス問題に関するアンケート調査では、全国の市町村の50.6%が、当該問題に対策を講ずる上での課題として、「地域の現状・課題・分析不足」を挙げている[13]。本調査で実施したアンケートは、サンプル数が限られ、配布・回収経路も偏っていることから、当エリアの全体を代表し得るものではないが、本報告を契機として、当エリアの現状や課題についての利害関係者の関心が深まり、問題解決へ向けた具体的な一歩に繋がることを期待したい。

なお、本報告における買い物支援サービスの評価は、当委員会委員の経験と短時間の簡易な調査に基づくものに過ぎず、関連市場の最新状況を反映したものではない。また、本調査では食料品・日用品の買い物に限定してアンケートをおこなったが、衣料品や家電等の購入についても課題を抱える住民が少なからず存在することも想定される。近年、さまざまな事業者の取り組みや行政の支援等により、多種多様なサービスが実用化されている。これらの新たなサービスが当エリアで展開されることで、高齢者のみならず地域のすべての住民にとって買い物の利便性が向上することを望みたい。

⁶ 令和5年に狛江市によって実施された無作為抽出の市民アンケート[14]では、「あなたは、狛江市内での飲食や買い物が便利だと感じますか」との問いに対して「便利だと感じる 21.8%」「どちらかといえば便利だと感じる 45.9%」「どちらかといえば不便だと感じる 25.2%」「不便だと感じる 6.3%」との結果が出ている。市民アンケートでは7割近くが「狛江市内での飲食や買い物は便利である」と回答しており、市の基本計画が定める飲食や買い物の利便性に関する指標の目標値は達成されているとされるが、本調査報告は、市民アンケートにおいても3割強存在する「買い物に不便を感じる」層に焦点を当て検討をおこなったものであるということが出来る。

参考文献

- [1] 経済産業省.(2023). 買物弱者支援事業者 事例集.
<https://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/houkokusyo.pdf>
- [2] 社会福祉法人狛江市社会福祉協議会ホームページ.
https://welfare.komae.org/s_list/reg_volunteer/csw/area_committee/
- [3] 新方地区地域支え合い会議.(2021). 新方地区 買い物環境アンケート 調査報告. 越谷市社会福祉協議会.
<http://www.koshigaya-syakyo.com/wp/wp-content/uploads/2021/02/%E8%B2%B7%E3%81%84%E7%89%A9%E7%92%B0%E5%A2%83%E3%82%A2%E3%83%B3%E3%82%B1%E3%83%BC%E3%83%88%E7%B5%90%E6%9E%9C%EF%BC%88PDF%EF%BC%89.pdf>
- [4] 農林水産省.(2024). 2020年食料品アクセス困難人口の推計結果の公表及び説明会の開催について. 同省プレスリリース.
<https://www.maff.go.jp/j/press/kanbo/kihyo01/240227.html>
- [5] 総務省行政評価局.(2017). 買物弱者対策に関する実態調査 結果報告書.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000496982.pdf
- [6] 腰塚武志, 小林純一.(1983),道路距離と直線距離.都市計画論文集, 18巻, pp. 43-48.
https://www.jstage.jst.go.jp/article/journalcpj/18/0/18_43/_article/-char/ja/
- [7] 森田匡俊, 鈴木克哉, 奥貫圭一.(2014). 日本の主要都市における直線距離と道路距離との比に関する実証的研究. GIS-理論と応用, 22巻, 1号, pp. 1-7.
https://www.jstage.jst.go.jp/article/thagis/22/1/22_1/_article/-char/ja/
- [8] とくし丸ホームページ.
<https://www.tokushimaru.jp/>
- [9] 山本光男.(2023). 住民互助による移動支援サービス(生活支援コーディネーター参加によるサービス創設)の検討から現在まで. 移動支援セミナー. 厚生労働省中国四国厚生局.
https://kouseikyoku.mhlw.go.jp/chugokushikoku/chiikihoukatsusuishin/20230124_00003.html
- [10] 高齢者買い物送迎支援事業「買い物ツアーかわせみ」事例紹介ホームページ.
<https://www.tcs.w.tvac.or.jp/koueki/torikumi/2020-0924-1623-42.html>

- [11] 大阪いずみ市民生活協同組合「らくらくショッピングカー」ホームページ.
<https://www.izumi.coop/shopping/shop/okaimonoshien.html>
- [12] コープしが「お買い物サポートカー」ホームページ.
<https://www.pak2.com/shop/sougeiservice.html>
- [13] 農林水産省. (2024). 「食品アクセス問題」に関する全国市町村アンケート調査結果（令和5年度調査結果）. 食品アクセス（買物困難者等）問題ポータルサイト.
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/attach/pdf/access_genjo-9.pdf
- [14] 狛江市. (2023). 令和5年度狛江市前期基本計画の指標等に係る市民アンケート調査報告書.
<https://www.city.komae.tokyo.jp/index.cfm/46,100599,c,html/100599/20230905-190125.pdf>

本調査報告に関する問い合わせ先

社会福祉法人 狛江市社会福祉協議会
地域福祉課 地域総務係 地域共生社会推進事業担当
電話： 03-3488-0313

添付資料

- 添付資料1：和泉本町・西野川・東野川エリア 買い物に関するアンケート（アンケート用紙）
- 添付資料2：「和泉本町・西野川・東野川エリア 買い物に関するアンケート」の分析結果（詳細版）

以上