

論 説

中山間地域における高齢者買い物支援システムの展望

— 宅配を通じた地域福祉実践の展開に向けて —

土 居 靖 範
丹 間 康 仁

目 次

はじめに

- I 社会福祉協議会のかかわる宅配サービスへの着目
- II 買い物支援システムの発足過程と利用状況
- III 中山間地域における買い物行動の実態
- IV 買い物支援を必要とする高齢者の生活状況
- V 中山間地域の実態に基づく買い物支援システムの展望

は じ め に

いわゆる「買い物難民」, 「買い物弱者」という用語の登場は, 高齢者をはじめ, 日常の買い物に困難を抱えた人々の存在を広く社会的に認知させた¹⁾。特に「難民」という言葉がインパクトを与え, 各地の自治体や関係機関は喫緊の課題として対策に乗り出している。

買い物支援をめぐるのは, 全国各地で多様な主体が独自の取り組みを展開している²⁾。なかでも, 専用販売車の導入, 商店街への送迎車の運行, 新規店舗の設置などは, 特色のある支援方策として注目を集めている。しかし, これらの対策方法は, 初期投資が大きく維持コストの高いものも少なくない。過疎化と高齢化の進む中山間地域にあつては, 支援の対象となる住民が広い範囲に点在している一方, 行政の負担しうるコストは限られている。したがって, 新規に資本を投下することは容易でなく, むしろ, 地域に今ある資源を有効に生かしつつ, 人々の生活実態に適合したシステムを構築していく方策が求められている。地域の現状を踏まえた草の根の仕組みづくりとして, 買い物支援システムを創出していくことが重要な課題となっている。

地域の現状に合致した買い物支援システムの構築には, 第一に, 一般の住民を含めた地域全体での日常の買い物行動の実態を明らかにすることが求められる。そのうえで, 第二に, 買い物支援を必要としている人々に焦点を絞りで込んで, そうした人々の日常の買い物行動が制約されている状況について明らかにすることが重要である。たとえば, 買い物が制約される要因には, これまで利用していた集落の地元商店が廃業したり, 外出手段であった生活交通路線が廃止されたりするという外的要因, 一方, これまで頼っていた家族の転出や死去といった世帯構

1) 杉田聡『買い物難民—もうひとつの高齢者問題』大月書店, 2008年。

2) 経済産業省「買い物弱者を支えていくために～24の事例と7つの工夫 ver2.0～」2011年。

成の変化, さらに運転免許の返納や歩行の困難化といった身体的状況の変化に代表される内的要因の双方があると考えられる。これらの諸要因を踏まえたうえで, 買い物支援のあり方について検討していく必要がある。

以上を踏まえて, 本研究は, 中山間地域において生活する人々の買い物行動の実態的な把握を通して, 持続可能な買い物支援システムの展開方策について究明することを目的とする。なかでも, 宅配サービスを取り上げて, 社会福祉協議会の役割に注目する。Ⅰでは, 宅配サービス型の買い物支援に社会福祉協議会がかかわっている 3 つの事例 (岩手県西和賀町, 島根県益田市匹見町, 熊本県人吉市) を比較して, 社会福祉協議会の役割の多様性と共通性を指摘する。そのうえで, Ⅱからは, 3 事例のなかでも, 地域の既存の主体が可能な範囲で連携し合って運営している島根県益田市匹見町「匹見らくらく便」に焦点を当てる。Ⅲで匹見町の一般住民に対して実施した質問紙調査, Ⅳで「匹見らくらく便」の登録・利用世帯に対して実施した聞き取り調査の結果を考察して, 買い物支援の展開基盤となる地域の実態を明らかにする。以上に基づいて, Ⅴでは, 中山間地域において高齢者買い物支援システムを展開していく際の課題と展望を提示する。

Ⅰ 社会福祉協議会のかかわる宅配サービスへの着目

1. 買い物支援の基本類型

全国で展開されている買い物支援を類型化すると, 大きく以下の 4 つにまとめられると考えられる。すなわち, 宅配サービス, 移動販売, 商店への移動手段の提供, 近隣型小規模店舗の開業である。さらに, 買い物支援を担う関係者は, 幅広く存在する。自治体, 自治会, 民間の商業事業者 (商店, スーパー, コンビニ等) やその団体 (商工会), 生活協同組合, 農業協同組合, 社会福祉協議会, 宅配便事業者, さらに, 公共交通事業者などが挙げられる。

(1) 宅配サービス

まず, 生活協同組合が行っている宅配・班での共同購入が挙げられる。生活協同組合による個配の宅配事業 (無店舗事業ともいう) は, 食料品を中心として日常生活のための商品を幅広く取り扱い, 各都道府県のほぼ全域に対してサービスを提供している。会員制である。近年, 買い物制約者の生活を支える多様な取り組みを強めている。山間地や離島もカバーしようとしている。

次に, 民間の食材供給事業者による有機無農薬等をうたったの参入が増加している。誰でも注文でき, 対応地域も広いというメリットがある一方, 届くのにかかる (たとえば注文して 1 週間後) ことが多い。商品の宅配サービスは多様であるが, それぞれ長所と短所を有している。最近では当日配送と広域配送を両立させた例もある。

また、近年ではネットスーパーの広がりが著しい。ネットスーパーは、既存のスーパーマーケットや店舗を持たない宅配専門の業者がインターネット等で注文を受け付けて、既存店舗等にある商品から主に個人宅まで注文商品を即日配達する宅配サービスである。都市部では大手流通業によるネットスーパーが急速に展開されつつある。ネットスーパーとは、従来であれば、顧客が自らスーパーや店舗に出かけ、商品を選んで購入し、買い物袋に詰めて自宅に持ち帰っていた一連の買い物のプロセスを、事業者が代行するものといえる。ネットスーパーは、ある程度注文量がまとまらないと送料を割安にできず、食事の量が少ないシニア層にとっては、注文量がまとまらないためにサービスを受けにくい状況にある。また、IT に不慣れであるという点も指摘される。

そのほか、物流事業者のヤマト運輸によるネットワーク連携が挙げられる。上述のネットスーパーにおいては、注文管理のシステム構築や物流網の整備への投資が新たに必要となり、開設の敷居がきわめて高い。その際、ヤマト運輸では、自社の物流網を生かした配送サービスと、ネットスーパーの運営のためのシステムをパッケージ化し、中小スーパーにサービスを提供している。このサービスを活用することで、自社での設備を低減し、地元スーパーでも容易にネットスーパー事業を開始できる。

(2) 移動販売

移動販売は、商品を積載した車両で店舗ごと顧客のもとまで移動するもので、トラックやバンなどで食料品や日用雑貨を取り扱う移動販売が、過疎化の進んだ中山間地域などを中心に行われてきた。消費者が実際に商品を見て手に取って購入できることから、高齢者の活力や健康の維持にも資すると考えられる。そこに在庫がない商品であっても、依頼して取り寄せてもらうこともできる。従来の移動販売の形態としては、青果や鮮魚など、単一の商品群を販売する移動商店が中心であったが、鮮魚・精肉・青果等の生鮮3品を中心に、多様な商品群を販売する「移動スーパー」も最近出てきている。コンビニ店主が「移動スーパー」を走らせるなど、店舗が周辺にない地域での利便性の向上は著しく、移動スーパーのように、生活必需品をひと通り揃えることのできる移動販売の仕組みに期待が寄せられている。

(3) 商店への移動手段の提供

日常生活において、買い物は、生活必需品の調達作業である。しかし、必要なものすべてを宅配やネットスーパーでまかなえばよいというものではない。むしろ、様々な商品を自ら選んで歩いたり、店員とコミュニケーションしたりすることによって得られる買い物の楽しみの重要性を忘れてはならない。この点において、店舗での買い物は、商品の宅配や移動販売では十分に満たされない消費者の欲求に応えるものであり、その意味において、店舗への移動手段

の提供はきわめて重要である。いわゆる「買い物難民」問題は、交通問題からも引き起こされてきた側面がある。自宅から店舗までの移動において、マイカーを持っていない地域住民に利用しやすい鉄道やバス等の公共交通機関の整備が求められる。周辺に小売店舗が皆無であったとしても、公共交通のアクセスが確保されていれば、問題解決の一端になる。しかしその際、鉄道やバスの場合は、駅やバス停から自宅までの距離が問題となる。とりわけ、買い物帰りの重い荷物が大きな抵抗となる。タクシーを利用すれば、Door-to-Door で便利だが、運賃の高さが大きな障壁となる。こうしたなか、地域や路線は限られるものの、ボランティアによる送迎サービスや小売店舗が送迎バスを出す例も出てきている。

(4) 近隣型小規模店舗の開業

近隣型小規模店舗として、都市部では、コンビニエンスストアが中心的な役割を果たしている。最近では、大手流通事業者によって生鮮品も取り扱う小型スーパーの出店が進められている。都市近郊の大規模住宅団地では、団地内あるいは隣接のスーパーや商店が撤退するところも増えつつある。そこで生じた団地の空き店舗を活用して、高齢者の買い物支援と地域コミュニティづくり(居場所づくり)を地域生協等がスタートさせる試みも出現している。また、過疎地では、住民の有志が出資して、地域コミュニティが共同で運営する店舗をつくる例もみられている。沖縄県で多くみられる共同店はその原型といえよう。

2. 社会福祉協議会のかかわる宅配サービス

買い物支援をめぐることは、上述のように、地域の特性や実情に応じて多角的な方策が組み込まれている。こうしたなか、本研究では、買い物支援の4種類のなかでも、特に、宅配サービスを取り上げる。中山間地域における買い物支援の特徴として、支援の対象となる住民が広い範囲に点在する反面、行政が負担しうるコストは限られているという点が指摘される。現状として、中山間地域で生活する住民の多くは、自動車で遠方まで出かけて買い物を済ませている。そのため、自動車を運転せず買い物に制約を抱えている住民は、地域に点在するマイノリティとなっている。したがって、中山間地域においては、たとえ近隣に店舗がなくても、自動車を運転できていれば買い物ができるという条件の下で、地域に点在している少数派の買い物制約者に対して適切な支援をすることが買い物支援の前提となる。そこで本研究では、地域に今ある店舗を生かしつつ、関係機関が連携し合って構築しうる草の根のシステムづくりとしての宅配サービスに焦点を当てる。その際、地域福祉の担い手として、社会福祉協議会に着目する。

以上を踏まえて、本研究では、中山間地域における宅配サービス型の買い物支援のうち、社会福祉協議会のかかわる特徴的な事例を3つ選定した。岩手県西和賀町「まごころ宅急便」、

島根県益田市匹見町「匹見らくらく便」、熊本県人吉市「買い物支援センター」である。いずれも、県境に位置する山間地での取り組みである。事例によって、社会福祉協議会の担っている部分が異なる。これら複数の事例のシステムについて、現地調査（資料収集、実施主体へのヒアリング、宅配への同行）を実施した。宅配サービスによる買い物支援をめぐる、社会福祉協議会がいかなる関わりをみせているかについて、順に取り上げたい。

（1）岩手県西和賀町「まごころ宅急便」

岩手県の北西部に位置する西和賀町は、奥羽山脈を抱き、秋田県との県境に位置する山間の自治体である。面積 590.78 km²、人口 6,285、高齢化率 44.1%（2012 年 10 月 1 日時点）である。

図 1 に、「まごころ宅急便」のシステムの実態的な動きを示した。利用者からの注文は、社会福祉協議会が電話で受ける（矢印 1）。注文を受けた社会福祉協議会の職員は、地元スーパーに出向いて商品を買集め（矢印 2）、ヤマト運輸の宅急便としてスーパーから発送する（矢印 3）。宅急便を利用しているため、社会福祉協議会が注文を受けることのできる平日であれば、何曜日でも宅配が可能である。商品は、代金引換の宅配便として届けられる（矢印 4）。そのため、利用者は、商品代金のほか、1 回の宅配ごとに、宅急便運賃と代金引換手数料の計 400 円を負担する（矢印 5）。宅配ドライバーは、商品を届ける際に利用者の様子を確認して、その情報を「お元気情報」として社会福祉協議会にファックスで伝える（矢印 6）。その後、運送事業者のファイナンス会社よりスーパーへ商品の売上金が支払われる（矢印 7）。

「まごころ宅急便」で利用されている店舗は、西和賀町の湯本地区にある格安スーパーである。休日には、町内はもとより隣県からも買い物に訪れる客で賑わう人気店である。このスーパーは、特価品や特売品が多く、新聞へのチラシの折り込みを行っている。そのため、「まごころ宅急便」の利用者は、チラシを見て特価品を注目でき、買い物のお得感を楽しむこともできる³⁾。

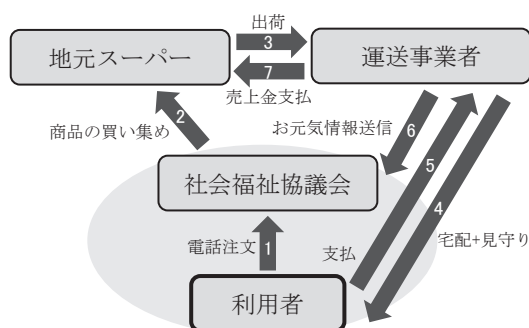


図 1 「まごころ宅急便」のシステム

（西和賀町社会福祉協議会より提供を受けた資料に基づき筆者作成）

3) 2013 年 7 月 15 日～ 16 日に実施した現地調査に基づく。

(2) 島根県益田市匹見町「匹見らくらく便」

島根県の西南部に位置する益田市匹見町は、広島県と山口県の両県境に接する中国山地の旧町である。面積 300.08 km²、人口 1,367、高齢化率 53.2% (2013 年 3 月 31 日時点) である。

図 2 に示すとおり、「匹見らくらく便」は、社会福祉協議会、商工会、地元商店、市総合支所が協力し合って構築しているシステムである。利用者は、地元商店に直接電話をかけて注文する (矢印 1)。町内の 7 店舗を利用でき、どの店舗に注文するかは利用者の自由である。注文を受けた商店は、商品を取り揃えて社会福祉協議会に納品する (矢印 2)。社会福祉協議会では、商品の鮮度や品質について検品を行ったうえで、受託するデイスサービスの送迎の回送時に商品を届ける (矢印 3)。デイスサービスは、地域ごとに指定された曜日の週 1 回であるため、宅配についても原則として同じ曜日に週 1 回となっている。売上処理 (矢印 4～6) にあたって外部のシステムを利用しているため、それにかかる手数料が必要となっている。利用者は、初回利用時に 500 円の登録手数料、利用のあった月に 200 円の事務処理手数料を支払う。手数料は、1 か月分の商品代金にあわせて口座から引き落とされる。事務処理手数料は、月内に複数回利用しても一律 200 円で、その月に一度も利用しなければ不要である。商品の売上金は、商工会がとりまとめて地元商店に支払う (矢印 7)⁴⁾。

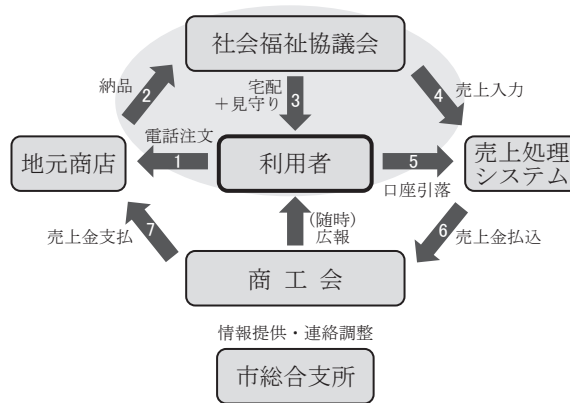


図 2 「匹見らくらく便」のシステム

(益田市社会福祉協議会匹見支所より提供を受けた資料に基づき筆者作成)

(3) 熊本県人吉市「買い物支援センター」

熊本県の最南端に位置する人吉市は、鹿児島県と宮崎県の両県境に接する。九州山地に囲まれた山間の盆地である。面積 210.48 km²、人口 34,905、高齢化率 30.9% (2013 年 3 月 31 日時点) である。人吉市社会福祉協議会は、厚生労働省モデル事業「安心生活創造事業」を受けて、商

4) 2012 年 5 月 29 日～30 日に実施した現地調査に基づく。

店街の空き店舗に「買い物支援センター」を設置した。センターには、専任の職員と専用の車両を配置している。買い物支援を通して、高齢者の生活の見守り活動の展開と中心市街地の商店街の活性化を目指している。図3に示すとおり、商品の注文は、センターの職員が各戸を訪問した際に受けている（矢印1）。写真1に示すカタログが用意されているため、注文時の確認や連想に役立てられている。訪問曜日は地域ごとに決まっており、週1回ないし2回である。注文を受けると、回目の訪問時に、センターの職員が商店街の店舗で買い揃えてから宅配していく（矢印2～3）。代金は商品を渡す際にセンターの職員が対面で受け取る（矢印4）。宅配手数料は1回ごとに100円である。配達終了後、センターから各商店に売上金が支払われる（矢

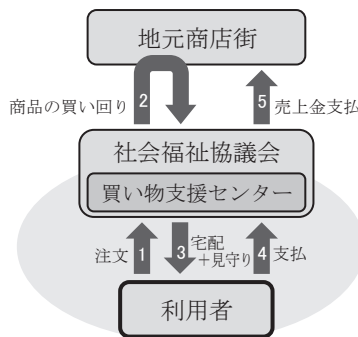


図3 「買い物支援センター」のシステム
（人吉市社会福祉協議会より提供を受けた資料に基づき筆者作成）

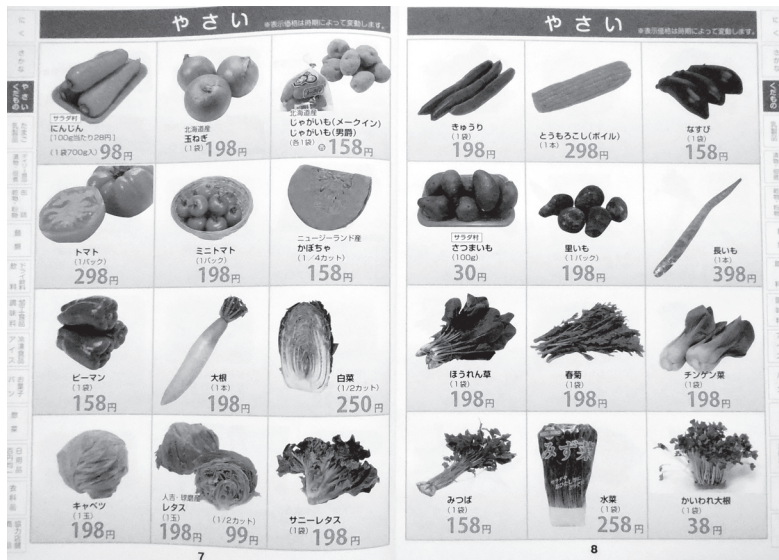


写真1 「買い物支援センター」の用意した商品カタログ
（筆者撮影）

印 5)。いわば、センターの職員が利用者の買い物を代行するシステムである。注文、宅配、支払がその都度、対面で行われるため明瞭である。専任の職員と専用の車両を配置することによって、注文がなくても登録者宅を丹念に訪問することができ、手厚い見守り活動が実現している。センターの職員は、訪問時に、「体調はどうか」、「困っていることはないか」などを尋ねて、日常的なコミュニケーションを図ることで、利用者との信頼関係を築いている⁵⁾。

3. 宅配サービスにおける社会福祉協議会の役割

以上の 3 事例の宅配サービスについて、注文受付からはじまる一連のプロセスを図 4 のとおり整理した。社会福祉協議会の担う役割の多様性と共通性について、次のことが指摘される。

まず、宅配のプロセスについては、事例ごとにさまざまな方法が採られていた。「まごころ宅急便」では、ヤマト運輸の宅急便が利用されていた。また、「匹見らくらく便」では、デイサービス迎いの回送が活用されていた。これらに対して、「買い物支援センター」では、専用の宅配車両を用意することで、独自にルートを設定して、手厚い見守りを実施していた。宅配の部分は、既存の地域輸送体系を有効活用するのか、新規の輸送手段を確保するのかによってコストに大きな差が生じる。何のために買い物支援を行うのかという目的をはじめ、対象とする地域の広さや利用者の分布状況をはじめとする現状に応じて、事例ごとに多様な工夫を試みうる部分であるといえる。

次に、商品の検品のプロセスについては、いずれの事例も社会福祉協議会が行っていた。直接商品を手にとって選ぶことのできる買い物の方法とは異なり、宅配サービスでは、利用者が直接、目を見て、手に取って選んだわけではない商品が利用者の手元に届くことになる。そのため、商品の鮮度や品質を検査することは、宅配サービスの信頼性を担保するうえで重要なプロセスの一つである。そのプロセスを社会福祉協議会が率先して担うことで、利用者店舗をつなぐ役割を果たしている。

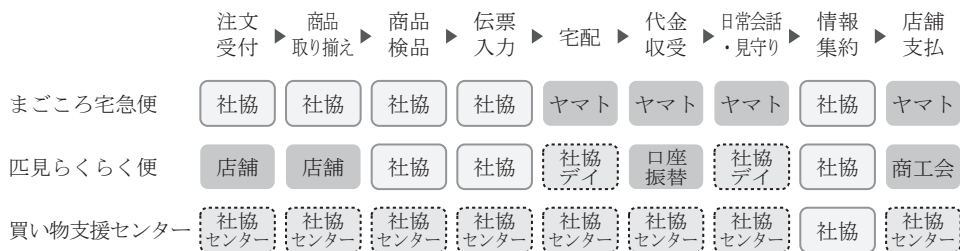


図 4 社会福祉協議会のかかわる宅配プロセスの比較

(筆者作成)

5) 2013年7月30日～31日に実施した現地調査に基づく。

また、情報集約のプロセスは、いずれの事例も社会福祉協議会が担っていた。宅配時の声かけや簡単な御用聞きについては、「まごころ宅急便」であれば配達ドライバー、「匹見らくらく便」であればデイサービスの送迎スタッフ、「買い物支援センター」であればセンターの職員が担っていた。事例によっては、商品の宅配時だけでなく、配送ルートで通りがかる際、利用のない高齢者の様子を確認することも行われていた。このような宅配時の見守り活動で得られた情報の集約先は、共通して社会福祉協議会であった。社会福祉協議会のかかわる宅配サービスの目的が、単に商品を届けることに留まらないことが理解される。宅配という方法を媒介とした地域への巡回を通じて、高齢者の様子確かめて、異常があればすみやかに察知するという生活の見守り活動が重視されている。宅配サービスに託されたもう一つの目的として、高齢者の見守り活動があるといえる。

このような比較検討を踏まえて、以下では、島根県益田市匹見町「匹見らくらく便」に焦点を当てて検討を深めることとする。中山間地域における高齢者買い物支援システムの展開上の課題について考察するうえで、「匹見らくらく便」は、地元商店、商工会、社会福祉協議会をはじめ、地域における多様な主体が買い物支援システムに関与している事例として位置づけられる。コストのかかる宅配の部分については、既存の地域輸送体系であるデイサービスの送迎の回送を有効活用するというアイデアも特筆される。地域の各主体ができる範囲で連携している実践は、ローコストで持続可能なシステムを実現するうえで示唆に富むのではないかと考えられる。

II 買い物支援システムの発足過程と利用状況

1. 事例地域の概要

匹見町は、2004年11月に益田市、美都町と合併し、現在は、島根県益田市に属する。広島県と山口県の両県境に接し、中国山地の山間部にあつて、町の総面積のうち97%を山林が占めている。林業が町の重要な産業であり、溪谷が織りなす多彩な自然を生かした観光開発に力が注がれてきた。

匹見町は、過疎過密の用語が生まれた高度経済成長以降、人口減で推移している。1955年の国勢調査で7,550であった人口は、その後の「昭和38年豪雪」を契機とした流出も影響して、2013年3月末現在、1,367である。匹見町は、匹見上地区、匹見下地区、道川地区の3地区で構成される。匹見上地区には、益田市役所匹見総合支所をはじめ、官公庁等の機関が集まり、旧匹見町時代からの中心地区となっている。そのため、多くの商店は匹見上地区に集中している。これに対して、匹見下地区では、近年になって地区の商店がすべて廃業した。匹見下地区では、2006年に地区の小学校が廃校となり、学校も商店もない地区となっている。一方、道川地区には、広島県と島根県を結ぶ国道191号が通り、地区には、道の駅・匹見峡がある。

匹見町内の店舗での商品の取り扱い状況は、食料品 5 店舗、衣料品 4 店舗、灯油・ガソリン 1 店舗、たばこ 2 店舗、文房具 1 店舗、酒類 5 店舗 (重複あり) である。匹見町での買い物をめぐる変化を振り返ると、高度経済成長期に入る前、都市近郊への人口集中がはじまるまでは、町内のたいていの集落に小規模な商店やたばこ屋・酒店があった。海岸部から離れた匹見町には、魚や鯨肉等を扱う行商が訪れていた。昭和 30 年代に入ると、町内外の商店や商人がクルマで移動販売をはじめていたとされる⁶⁾。

1990 年代に入ると、モータリゼーションが浸透し、自家用車が普及したことで、益田市内の大型店やスーパーに出かけてまとめ買いする町民が著しく増えはじめた。自動車が運転できない高齢者も少なくないが、通院で市内へ出かけた際に買い物をしたり、移動販売を利用したり、町外に住む子どもなどに買い物を頼んだりしてきた。近年は、JA や地域生協などが行っている宅配サービスが匹見町でも浸透していた。

2. 「匹見らくらく便」の発足経緯

「匹見らくらく便」は、2011 年 6 月から開始された食材や雑貨の注文配達システムである。益田市匹見総合支所 (旧匹見町役場)、美濃商工会匹見支所、益田市社会福祉協議会匹見支所が連携し合い、高齢者への買い物支援と生活の見守りを目的として運用されているものである。

「匹見らくらく便」の導入の背景としては、地元 JA の食材宅配サービスからの撤退が挙げられる。匹見町においては、2001 年頃より、地元 JA が食材宅配サービスを行ってきた。JA が 1 か月分の献立に沿ったセット食材を週 3 回、自宅へ届けるというものである。加熱や解凍で簡単なおいしい料理が楽しめるという内容であった。しかし、食材宅配の利用者数は、高齢者の入院や施設入居、死去などで横ばいから減少しはじめ、JA の経営合理化と相まって、2011 年に廃止となった。その際、匹見町において食の不安が高まったという背景がある。

住民の食への不安がつのるなかで、市町村合併を契機とした生活課題の掘り下げが進められていた。匹見町は、2004 年 11 月、益田市と美都町と合併した。その後、2008 年 10 月、匹見町では、町内関係機関で構成される「匹見地域づくり戦略プラン連絡・調整会議」を設置した。益田市社会福祉協議会匹見支所、JA 西いわみ匹見支所、美濃商工会匹見支所、匹見郵便局、益田市匹見総合支所の 5 機関で構成された⁷⁾。「匹見地域づくり戦略プラン連絡・調整会議」は、地域住民が、匹見地域でよりよい生活を送るためのしくみや組織・体制づくりについて検討する目的で設置された。「匹見地域づくり戦略プラン連絡・調整会議」は、まず、住民の日常の声を丁寧に聞き取ることからはじめた。匹見総合支所の職員を総動員して、2 名 1 班体制で、町内の全戸を訪問して聞き取り調査を展開した。家族問題、生活課題、地域課題、農地や家屋

6) 匹見町誌編纂委員会編『匹見町誌 現代編』益田市、2007 年、pp.749-753。

7) 2012 年度より匹見峡温泉支配人が加入して 6 機関となった。

の状況などについて、実態や問題点を聞き取っていくという旧町を挙げての大規模な調査であった。調査の結果は、2011年3月、報告書として刊行されている⁸⁾。

このような地域調査を通した関係機関職員の学びが基盤となり、匹見町内には、日常の買い物で困っている人が多数いるという実態が浮き彫りにされた。市町村合併を契機とした地域調査によって、買い物支援という地域課題が広く共有されたといえる。「匹見地域づくり戦略プラン連絡・調整会議」に参加していた益田市社会福祉協議会匹見支所、美濃商工会匹見支所、益田市匹見総合支所等が対策を話し合い導き出された方策の一つが「匹見らくらく便」構想であった。

3. 「匹見らくらく便」の利用状況

2011年6月、「匹見らくらく便」が発足し、最初の利用者のもとへ商品が届けられた。その後、徐々に登録が増え、2013年5月20日現在、17世帯が登録している。

利用状況は、表1に示すとおりである。月によって変動がみられるものの、登録世帯のうち数世帯が定期的に利用している。65歳以上で買い物に困っている人であれば、登録の申請ができる。登録自体に手数料は発生しないため、買い物へ出かけられなくなったときに備えて、念のため登録しておき、今のところ利用がないという世帯もある。

表1 「匹見らくらく便」の利用状況

2011年度												
月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
利用世帯数	—	—	1	2	4	4	4	3	3	3	5	4
利用回数	—	—	3	8	12	10	11	8	8	7	17	13
2012年度												
月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
利用世帯数	3	3	3	6	5	3	5	4	5	3	3	3
利用回数	10	6	10	15	13	10	9	10	10	10	7	9

(益田市社会福祉協議会匹見支所提供資料に基づき作成)

「匹見らくらく便」の登録者は、図5に示すとおり、広域な町内に点在している。登録している17世帯は、匹見町内46自治会のうち、9自治会に集まっている。商店まで離れた山間の集落での登録をはじめ、近年になって地元商店の廃業した匹見下地区、一方でいくつかの商店の集まっている匹見上地区での登録もみられる。

8) 益田市匹見地域づくり戦略プラン・連絡調整会議『匹見からの一歩～地域のみなさんとともに～匹見個別開取り調査のまとめとご提案』2011年。

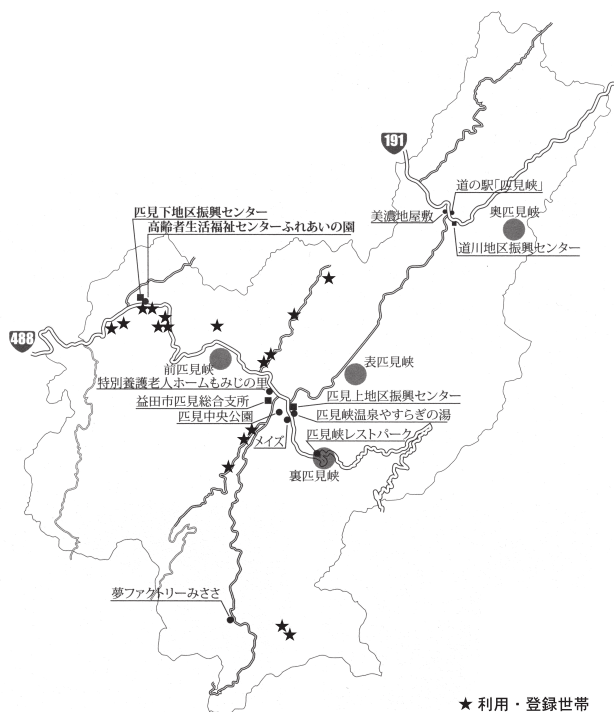


図 5 「匹見らくらく便」の登録・利用世帯の分布

(匹見町誌編纂委員会編『匹見町誌 現代編』巻頭地図を転載したうえで、益田市社会福祉協議会匹見支所より提供を受けたデータに基づき作成)

Ⅲ 中山間地域における買い物行動の実態

1. 住民を対象とした質問紙調査の実施

買い物支援を有効に機能させていくためには、地域で日ごろ行われている買い物行動の実態を把握することが重要である。支援の対象として想定されている高齢者のみに限定せず、広く一般住民の買い物行動の実態を明らかにすることで、その地域において買い物が制約される要因を把握することができる。

本研究では、益田市匹見総合支所および匹見町内自治会の協力を得て、2013年5月と8月から9月にかけて、一般住民を対象とする質問紙調査を実施した。質問紙は、この地域における住民の日常的な買い物行動の実態を明らかにする目的で設計した。「食料品」、「衣料品」、「書籍・雑誌」、「灯油(冬季)」の4品目を対象として、最近1か月(灯油のみ2013年2月を想起)における買い物の頻度、方法、行き先等を尋ねた。

匹見町には、3地区に計46自治会がある。本研究では、3地区の計14自治会から調査実施への協力を得た。世帯内で買い物行動が異なる場合も想定されることから、全住民(転出・入院中の住民、中学生未満の子どものみを除く)を対象に配布を依頼した。各戸に世帯人数分を配布し、

表2 質問紙調査の実施状況

調査協力自治会		配布日	回収日	配布数	回収数	回収率	配布・回収方法
A地区	a自治会	5月13日	5月20日	41	37	90.2%	自治会長が各戸を訪問
	b自治会	8月28日	9月1日	32	28	87.5%	連合自治会長が各戸配布、敬老会で回収
	c自治会						
	d自治会						
	e自治会						
	f自治会						
B地区	g自治会	9月13日	9月21日	46	46	100.0%	自治会長が各戸を訪問
	h自治会	9月3日	9月26日	15	15	100.0%	自治会長が各戸を訪問
C地区	i自治会	9月17日	9月24日	31	30	96.8%	地区振興センター職員と民生委員が各戸を訪問
	j自治会	9月17日	9月24日	39	28	71.8%	
	k自治会	9月17日	9月24日	20	19	95.0%	
	l自治会	9月17日	9月24日	14	14	100.0%	
	m自治会	9月17日	9月24日	8	6	75.0%	
	n自治会	9月17日	9月24日	21	21	100.0%	
計				267	244	91.4%	

（調査実施状況に基づき筆者作成）

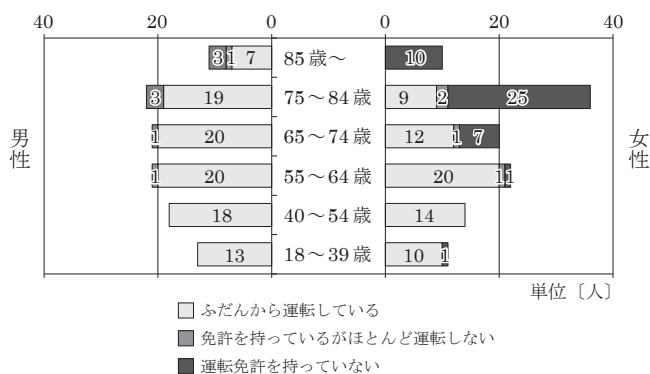


図6 自動車運転の状況

（質問紙調査の結果に基づき筆者作成）

1人1通での回答を依頼した。承諾を得た自治会から順次、配布・回収を進めた。その結果、表2のとおり、調査票の配布総数267、回収総数244（回収率91.4%）にて質問紙調査を完了した。質問紙の配布・回収を自治会ごとに依頼したため、配布範囲や回収方法に一部ばらつきが生じたものの、各自治会の回収率は少なくとも70%を上回った。

2. 自動車運転の状況別にみた買い物行動の実態

歩いて行ける範囲に商店があるとは限らない中山間地域では、個人の買い物行動を促進したり制約したりする要因の一つに、自動車運転の状況が挙げられる。本調査の対象地域における住民の自動車運転の状況は、図6に示すとおりである。女性の場合、65歳以上で運転免許を持っていない割合が高い。一方、男性の場合は、85歳以上でもふだんから運転している割合が高い。

運転免許を持っていない人は、女性の高齢者に集中しているといえる。

以下では、質問紙調査の結果を、買い物の頻度、買い物の行き先、買い物の方法（店舗までの移動方法、直接店舗に行かなかった場合は商品の入手方法）という 3 つの観点から集計した。ふだんから運転している場合と運転していない場合（免許はあるがほとんど運転していない場合と運転免許を持っていない場合の合計）の状況別に、買い物行動の実態を比較する。

(1) 買い物の頻度

第一に、買い物の頻度を図 7 に示した。調査した 4 品目のうち、とりわけ食料品の買い物の頻度が高い。大半が 1 週間に 2～3 回ないし 1 回程度という回答であった。ほぼ毎日という回答もみられた。一方、衣料品と書籍・雑誌は、1 か月に 1 回程度ないし一度も買わなかったという回答がほとんどであった。しかし、書籍・雑誌では、1 週間に 2～3 回ないし 1 回程度という高い頻度の回答もわずかにみられた。また、灯油の買い物については、ほぼ毎日という回答から 1 か月に 1 回程度ないし一度も買わなかったという回答に至るまで、幅広い分布がみられた。

自動車運転の状況別に比較すると、いずれの品目も、ふだんから運転している人に比べて、運転していない人の買い物の頻度は低くなっている。たとえば、食料品の場合、ふだんから運

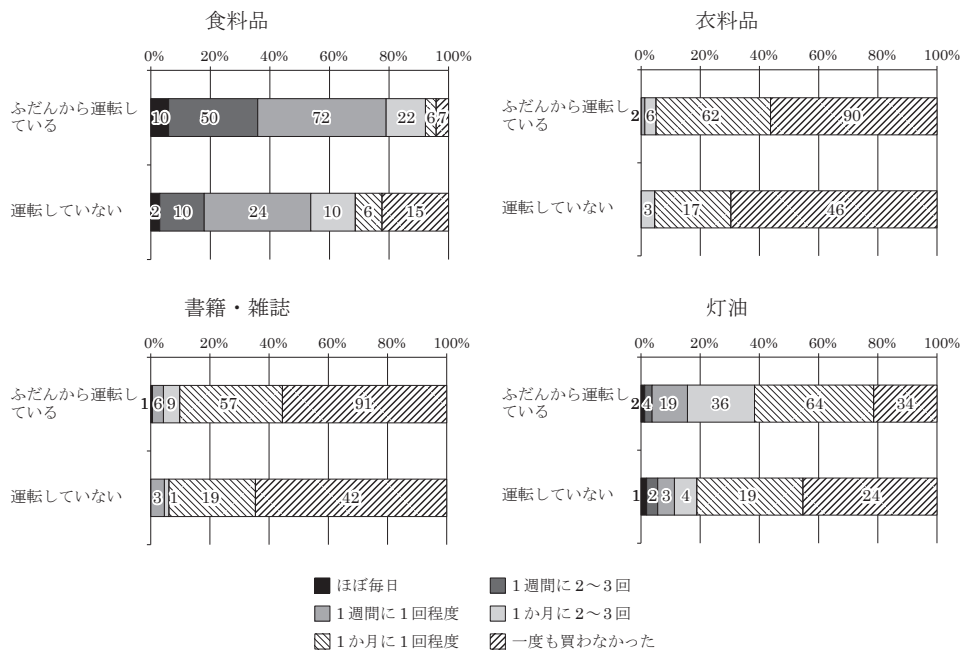


図 7 自動車運転の状況別にみた買い物の頻度
(質問紙調査の結果に基づき筆者作成)

転している人の8割近くは1週間に1回以上の頻度となっているのに対して、運転していない場合は、半数程度に留まっている。一方、一度も買わなかった人の割合にも大きな差がみられた。ふだんから運転している場合、食料品を一度も買わなかったという人はごくわずかであるのに対して、運転していない場合は2割に上る。自動車運転の状況別に一度も買わなかった人の占める割合を算出して比べると、食料品で5.3倍、灯油で2.1倍という開きが生じている。

(2) 買い物の行き先

第二に、品目ごとの買い物の行き先である。匹見町内は、3つの地区に分かれている。平成の市町村合併によって、益田市および美都町と合併した。この経緯を踏まえて、買い物に行った店舗の場所を、地区内（調査対象の地区内）、町内（匹見町内）、市内（合併前の益田市内または美都町内）、市外ほか（益田市外）という4つの範域に分けて集計した。また、直接店舗へ行かないで買い物をしたという選択肢も加えた。

集計結果を示した図8によれば、食料品については、地区内や町内という近隣での買い物が4分の1ないし3分の1程度の割合でみられた。一方、衣料品と灯油については、地区内や町内での買い物は限定的な割合で、書籍・雑誌に関してはほとんどみられなかった。食料品、衣料品、書籍・雑誌の買い物については、主に市内や市外ほかの遠方まで出かけているとみら

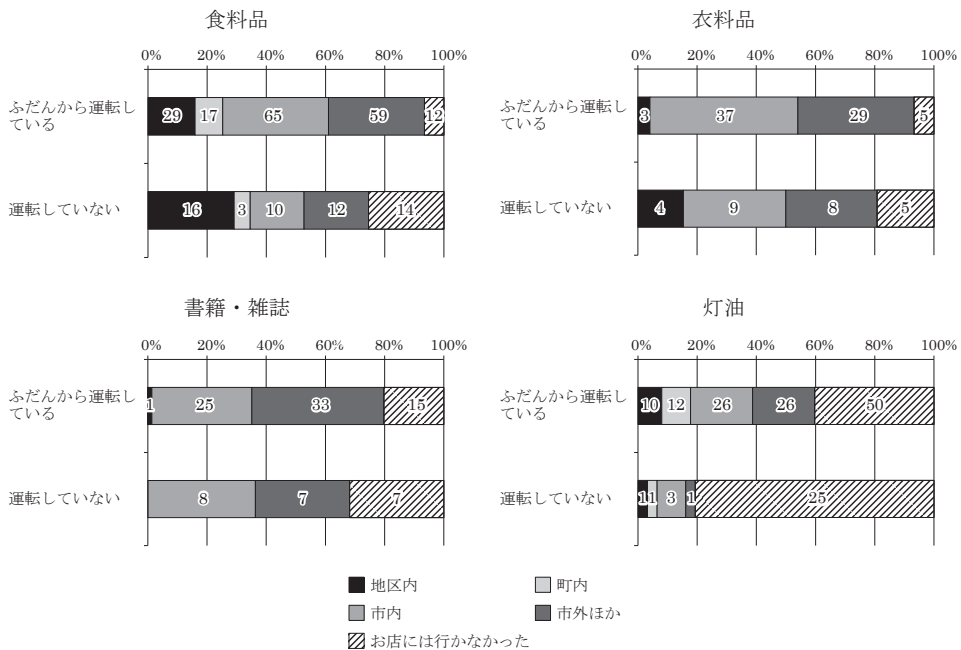


図8 自動車運転の状況別にみた買い物の行き先
（質問紙調査の結果に基づき筆者作成）

れる。また、灯油については、直接店舗に行かないで購入したという回答が多くを占めていた。

買い物の行き先を自動車運転の状況別にみると、調査 4 品目のなかでも、特に食料品では、ふだんから運転している場合と運転していない場合で対照的な違いがみられた。すなわち、ふだんから運転している場合は、主に市内や市外ほかの遠方で買い物を済ませていたのに対して、運転していない場合は、主に地区内や町内の近隣で買い物を行ってた。ふだんから運転している場合に比べて、運転していない場合は、地区内や町内という回答が高い割合を占める一方、市内や市外ほかという回答は低い割合となった。さらに、運転していない場合、店舗に行かないで買い物をした割合が高くなった。自動車運転の状況によって、買い物の行き先のみならず、直接店舗へ行くかどうかさえも異なっている状況が窺える。

(3) 買い物の方法

第三に、買い物の方法についてである。直接店舗に出かけた場合は、そこまでの移動方法について尋ねた。また、直接行かなかった場合は、品物の入手方法について尋ねた。

まず、直接店舗で買い物をした場合に関して、自宅から店舗までの移動方法を図 9 のとおり集計した。いずれの品目でも、徒歩・自転車・電動三輪車・単車という回答は少なく、灯油については皆無であった。自動車を自分で運転するか、家族や知人に運転してもらうかという

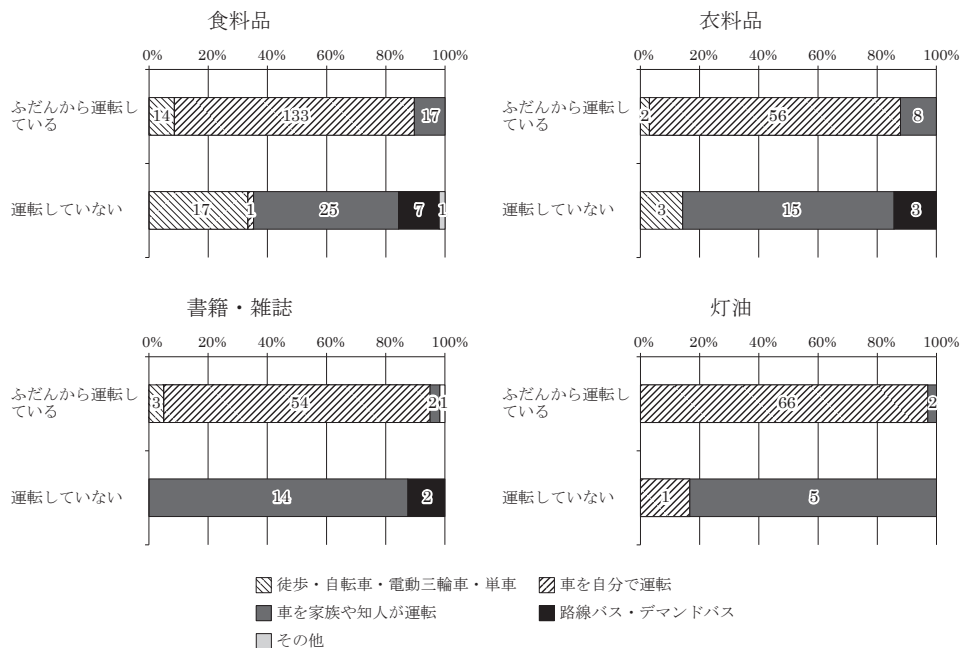


図 9 自動車運転の状況別にみた来店時の買い物の方法
(質問紙調査の結果に基づき筆者作成)

回答が大半を占めた。また、路線バス・デマンドバスの利用は、食料品、衣料品、書籍・雑誌の買い物において、一定の割合でみられた。

店舗までの移動方法を自動車の運転状況別に集計したところ、ふだんから運転している場合と運転していない場合では、対照的な違いがみられる。ふだんから運転している人は、家族や知人に運転を頼むことはあまりなく、自ら運転して買い物に出かけていた。また、路線バス・デマンドバスの利用は皆無であった。これに対して、運転していない人は、主に家族や知人に運転を依頼していたほか、徒歩・自転車・電動三輪車・単車の割合が高く、路線バス・デマンドバスという回答もみられた。運転していない人は、自分で自動車を運転して買い物へ出かける人とは対照的に、各々が多様な移動方法で買い物に出かけていたといえる。

次に、直接店舗へ行かないで買い物をした場合、どのような方法で商品を購入したかについて集計した。回答数が少ないため、実数の積み上げグラフを図10に描いた。店舗まで出向かないで買い物をした場合、いずれの品目でも、家族が買ってきてくれたという回答が数人～10人程度みられた。一方、近所の人や友達に買い物を頼んだという回答は、食料品で1人、衣料品で1人に留まった。また、品目ごとに入手方法の違いがみられた。食料品では、生協の共同購入や個配が多くみられたほか、移動販売車での購入もみられた。一方、衣料品については、インターネットや通信販売の利用が多くみられた。書籍・雑誌についても、同様にインターネットや通信販売の利用がみられたが、ほかにも店舗に頼んで配達してもらったり生協の共同購入や個配を利用したりと、多様な方法で買い物が行われていた。また、灯油に関しては、店舗に頼んで配達してもらったという回答が圧倒的多数を占めていた。

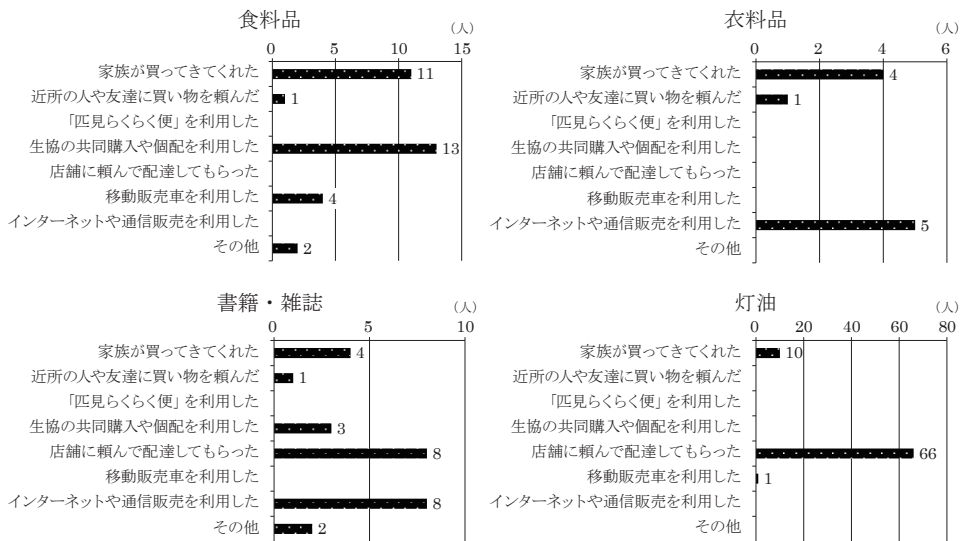


図10 直接来店しない場合の買い物の方法
(質問紙調査の結果に基づき筆者作成)

3. 地域における買い物の状況と制約要因

買い物行動に関する質問紙調査の結果を踏まえて、以下では、地域での買い物行動の状況を整理したうえで、日常の買い物が制約される背景や条件について検討を深める。

質問紙調査では、買い物の品目を4つに絞ったが、なかでも特に高い頻度で購入されていたのが食料品である。ほぼ毎日買うという人もみられ、多くの人が週に1回は買い物をするという主要品目になっていた。しかし、そのような主要品目であっても、運転していない人の場合、買い物の頻度がふだんから運転している人よりも低くなっている状況が指摘された。一方、衣料品については、毎週のように定期的な買い物をするという状況はみられず、市内等の遠方まで出かけて買い物をする品目となっていた。また、書籍・雑誌は、本を読むという習慣自体に個人差があるためか、買い物の頻度が高低に分かれた品目である。同様に、灯油の購入頻度もさまざまであった。冬季の暖房に用いる燃料の種類や住居の灯油タンクの有無や大きさによって、買い物の必要性が異なるためと考えられる。以上のことから、買い物の品目でみると、多くの人々に共通する生活必需品として、まずもって食料品を挙げることができる。一方、書籍・雑誌と灯油については、買い物の頻度に個人差があると指摘される。すべての人に共通する高い需要ではないながらも、人によっては定期的に必要とされている品目であるといえよう。

そのうえで、個人の自動車運転の状況によって、買い物行動は対照的な実態を呈することが明らかとなった。ふだんから運転している人の場合、市内や市外の遠方の店舗まで、自分で運転して出かけることが一般的となっていた。そのため、地区内や町内の店舗はあまり利用していない。むしろ、徒歩・自転車・電動三輪車・単車で買い物は稀であり、路線バス・デマンドバスでの買い物は皆無であった。これに対して、運転していない人の場合、市内や市外の遠方まで買い物に行くこと自体が低い割合となっていた。遠くまで出かけるにしても、その際の移動方法は、家族や知人に運転を依頼する場合が中心となっていた。本人のみの自由な意思で買い物へ出かけられる状況ではないものと指摘される。しかしなかには、徒歩・自転車・電動三輪車・単車で買い物、路線バス・デマンドバスを使った買い物もみられた。それぞれの人が移動方法を工夫しながら買い物に出かけている様子が窺えた。

一方、直接店舗に行かないで買い物をした場合に焦点を当てると、家族を超えたつながりでの助け合いの難しさが垣間みられた。いずれの品目についても、家族が買ってきてくれるという回答が一定の割合でみられた一方で、近所の人や友人に買い物を頼んだという回答は、食料品と衣料品のごくわずかに留まった。家族には買い物を頼むことができても、近所の人や友人にはなかなか頼みづらい実情があるのではないかと推察される。そのほか、品目ごとの多様な方法が浮き彫りとなった。特に、灯油の配達が地域に浸透している様子であった。運転していない人はもちろん、ふだんから運転している人も、灯油を店舗に頼んで配達してもらって

た。重量物であるがゆえの購入方法が地域で確立していると考えられる。また、衣料品と書籍・雑誌については、インターネットや通信販売が一部の人に使われていた。このように、直接店舗に行かない買い物の場合も、家族とともに買い物へ出かけたり、店舗の行っているサービスを受けたりしながら、必要な品物の入手を工夫している実態が指摘される。

IV 買い物支援を必要とする高齢者の生活状況

1. 登録・利用世帯への聞き取り調査の実施

買い物に制約を抱える人々へ適切な支援を届けるには、地域での買い物行動を全般的に把握するとともに、そのなかで支援を必要としている人々の個別的な状況にもアプローチする必要がある。買い物支援を必要としている高齢者の生活実態に根差して、買い物支援システムを構築することが必要である。そこで、益田市社会福祉協議会匹見支所と「匹見らくらく便」の登録世帯の同意と協力を得て、利用・登録世帯を対象とした聞き取り調査を実施した。

聞き取り調査は、表3のとおり実施した。「匹見らくらく便」の登録・利用世帯を、①定期的に利用のある世帯、②一時的に利用のある世帯、③登録のみで利用のない世帯という3つの属性で分類した。そのうえで、社会福祉協議会の職員とともに、登録・利用世帯宅に出向き、各30分程度の聞き取り調査を実施した。聞き取り調査では、「匹見らくらく便」に登録した経緯とその後の利用状況、登録・利用前後での買い物行動の変化、利用頻度と利用内容を基本的な質問項目としつつ、既定の項目のみに限定しない半構造化インタビューを行った。

表3 聞き取り調査の実施状況

調査対象	「匹見らくらく便」登録 17世帯
調査内容	登録した経緯とその後の利用状況 登録・利用前後での買い物行動の変化 利用頻度と利用内容
調査期間	2013年5月20日～21日
回答状況	対象17名 協力17名（各世帯1名） 回答協力率 100.0%

（筆者作成）

以下では、聞き取り調査の結果に基づき、買い物支援を必要とする高齢者の生活状況の一端に迫る。なかでも、生活必需品である食料品に焦点を当てて、その具体的な入手方法を明らかにする。あわせて、高齢者の日常生活に果たす買い物支援システムの役割について考察する。

2. 登録・利用世帯における食料品の入手方法

食料品の入手方法については、表4に示す状況が聞かれた。「匹見らくらく便」を定期的に利用している人であっても、市内へ出かけた際に買い物を済ませることもあれば、移動販売を利用することもあるという状況が注目される。定期的な利用世帯であっても、食料品の買い物

表 4 食料品の入手方法

利用状況	年齢	性別	世帯人数	食料品の入手方法
定期的な利用あり	84	女	2	今でも 2 週間に 1 度くらい、土曜か日曜に隣の市から行商が魚を売りに来ることがある。生の魚は「らくらく便」でも買っているが、行商の側もこちらを当てにして来ているので買っている。
定期的な利用あり	94	女	1	コメは買うが、あまり食べない。畑をやっている。野菜は作ったものを食べている。
定期的な利用あり	73	女	1	月に 2～3 回、路線バスとタクシーを乗り継いで益田市内の病院まで出かけた際、市内で買い物もしている。買ったものが足りなくなると「らくらく便」を利用する。野菜は少しだけ作っている。
一時的な利用あり	83	女	2	たまには魚もほしい。出かけたときに買い物をしている。その間は、貯蔵品でやりくりしている。
一時的な利用あり	76	女	1	「らくらく便」ではたまに魚の刺身を頼む。ブロックで頼んで、必要なぶんだけ自分で切って使う。野菜は近所の人がかれたり、親元から送ってもらったりしている。
一時的な利用あり	92	男	2	電動三輪車で出かけている。通路が狭い店もあるので、店内をあちこち歩き回るのが大変である。メモを書いて持って行き、店で渡すこともある。冬は雪があると出かけられない。
一時的な利用あり	86	女	2	隣の集落に商店があるが、前のようにたくさん置いていない。電動三輪車に乗って行くこともある。野菜は自分で作っているが、この歳になると大変である。
一時的な利用あり	80	女	1	週 1 回、魚や野菜の行商が来ている。売りに来たのを見て買う。匹見町内に娘がいるので、益田市内の病院まで送ってもらっている。娘に買い物を頼むこともできている。
登録のみで利用なし	85	女	2	夏は野菜や米は自給している。魚と玉子を買えば食べられる。冬は青い葉の野菜は買っている。行商は買ったことがない。買わなければ、立ち寄りなくなる。
登録のみで利用なし	78	女	3	バイクに乗って自分で買い物に出かける。品物を入れた箱を荷台にしばって帰る。雪が降ったらバイクは恐ろしくて乗れない。野菜は食べるぶんだけ作っているが、冬は買わなければいけない。
登録のみで利用なし	75	女	2	畑を続けている。野菜は自分で食べるぶんを作っている。田は去年からやっていない。まだ自分で作ったコメが残っているので食べている。
登録のみで利用なし	77	男	1	野菜は少し作っている。今まで野菜を買ったことはない。隣の集落にある商店も以前は行ったが、今は廃業した。匹見町内では購入できない商品があるので、益田市内までバイクで買いに行く。
登録のみで利用なし	81	女	1	軽トラックの移動販売は 1 年前までは来ていたが、やめたようでもう来ていない。野菜は自分で作っている。家族や人にあげることもある。コメは娘が作っている、それを食べている。

(聞き取り調査の結果に基づき筆者作成)

のすべてを「匹見らくらく便」のみに頼っているわけではない。一時的な利用世帯も同様であり、「匹見らくらく便」以外に、食料品の多様な入手方法を確保している。具体的には、既に野菜やコメを自給していたり、別居の家族が届けてくれたり、市内の病院まで出かけた際に買ったりしている状況が聞かれた。とはいえ、冬季になると、積雪によって外出の制約が大きくなるほか、収穫できる野菜の種類も限られてくるという状況がある。また、移動販売については、

表 5 利用者と商店の関係性からみた注文と宅配の実情

利用状況	年齢	性別	世帯人数	利用者と商店の関係性からみた注文と宅配の実情
定期的な利用あり	84	女	2	らくらく便では、いつも同じ商店を利用している。知った店だから心安い。何十年と行っている商店だから、電話注文でもすぐ分かる。
定期的な利用あり	94	女	1	電話で頼むとき、「古いのは要らんよ」としっかり伝えている。カボチャなら、重いものを指定している。
定期的な利用あり	73	女	1	届いた品物が悪いことは1, 2回あった。電話で商店に伝えたら、翌日、交換しに持って来てくれた。それ以降、古いものが来たことはない。
一時的な利用あり	83	女	2	いつも行っている行きつけの商店なので、らくらく便で電話注文してもすぐ分かる。品物を見ないので、生ものでも心配がある。また、期限切れだったとしても、行きつけなので、直接は言いにくい。
一時的な利用あり	76	女	1	賞味期限の残り少ないものが届いたことがあった。翌日までの期限のパンでは、一人では食べることができない。
一時的な利用あり	86	女	2	商店に電話で注文すると、益田市内へ仕入れに行った帰りに寄って品物を届けてくれていた。らくらく便がはじまる前から、その商店に頼んでいた。昔、この集落にも支店があった関係で、心安い。
一時的な利用あり	83	女	1	以前住んでいた集落のときは商店が近かったので、直接配達してくれたこともあった。

(聞き取り調査の結果に基づき筆者作成)

買っている人も買わない人もみられた。販売者がわざわざ訪れるから買うという実情のほか、買わなければ販売に来なくなるという状況も聞かれた。

「匹見らくらく便」のシステムでは、利用者が商店に直接電話をかけて注文するものの、商品の宅配を行うのはデイサービスや社会福祉協議会の職員である。したがって、利用者と商店の人が直接顔を合わせることはない。聞き取り調査では、表5に示すとおり、いつも利用している商店について、「知った店」、「行きつけの商店」、「心安い」という言葉が聞かれた。かつては直接買い物に出かけていた商店を、「匹見らくらく便」の利用時にも、引き続き頼りにしているという状況がみられる。あくまでも商店の人の顔が分かる関係性のなかで、商品の注文が行われているといえる。したがって、「匹見らくらく便」は、高齢者が馴染みの商店に直接出かけられなくなった時も、その商店を利用し続けていくためのシステムとして機能していると考えられる。

一方、商品の鮮度と品質について、さまざまな声が聞かれた。宅配では、実物の商品を直接見て買うことができない。そのため、ごく稀に、注文者からみて品質の不十分な商品が届いてしまうことがあるという。その際、商店に交換の要望を直接伝えることができた利用者もいたが、一方で、鮮度の低い商品が届いても言い出せなかった利用者もいた。個人の性格や商店との付き合いにもよると考えられるが、利用者と商店の信頼関係が崩れないよう、社会福祉協議会があいだに入って検品を真摯に実施することの重要性が示唆されるところである。

3. 高齢者の生活における買い物支援システムの役割

以上の結果から、高齢者の生活における買い物支援システムの役割について、次のことが指摘される。すなわち、高齢者は、すべての買い物を「匹見らくらく便」に依存しているのではなく、複数の多様な方法を組み合わせて品物を入手している。しかし、冬季の積雪や移動販売の停止など、既存の買い物の方法が制限される状況が生じた際、「匹見らくらく便」がセーフティネットの機能を発揮する。さらに、「匹見らくらく便」は、高齢者が外出に制約を生じた際にも、馴染みの商店を利用し続けていくうえで役立っていることが明らかになった。その際、利用者は、商品を直接手にして選べないからこそ、宅配されてくる商品の品質を注視している。それまで利用者と商店とのあいだで築かれてきた関係が、顔を合わせない状況下になっても保たれていくには、二者間関係に第三者の介在が求められる。その第三者こそが社会福祉協議会である。宅配前に社会福祉協議会において実施されている検品は、商品の質保証という本来の目的とともに、利用者と商店との大切な信頼関係を維持していくうえで意義深いプロセスになっていると考えられる。

V 中山間地域の実態に基づく買い物支援システムの展望

本研究では、持続可能な高齢者買い物支援システムの展開方策を究明するにあたって、中山間地域における宅配サービスに焦点を当てて検討を進めてきた。社会福祉協議会のかかわる複数の事例を比較したのち、特に注目される事例として島根県益田市匹見町を選定した。匹見町においては、住民に対する質問紙調査および買い物支援を必要とする高齢者への聞き取り調査を実施した。以下では、本研究を通して得られた知見に基づき、買い物支援システムの今後の展望について述べる。

まず、宅配サービスによる買い物支援の目的についてである。ここでは、単に商品の宅配を目的とするのではなく、宅配を通じた関係づくりを視野に入れた展開が求められる。本研究で取り上げた3事例では、利用者と商店の二者間関係に、第三者として社会福祉協議会が介在して商品の検品を実施していた。また、宅配時の見守り情報を、社会福祉協議会が集約していた。すなわち、商店と利用者との関係づくり、宅配担当者との関係づくりを、社会福祉協議会が支えていた。こうした実態からすれば、買い物支援システムの目的は、高齢者の関係づくりとしての地域福祉実践の展開にあるといえる。

そのうえで、買い物支援システムの展開上の条件として、中山間地域では、自動車運転の可否によって、住民の買い物行動が対照的な状況に置かれていることが指摘される。質問紙調査を通して明らかになったように、匹見町では、ふだんから運転している人の大多数が、町外にある遠方の店舗まで自動車を出かけて買い物をしてきた。これに対して、運転免許を持っていない人は、町内にある近隣の地元商店を頼りにして買い物をしてきた。同じ地域で二極化する

買い物行動のなかで、支援の対象とする人々の生活実態を見極めたシステムの設計と運用が必要である。

最後に、宅配サービスによって利用者が得ようとしているのは、届けられる商品のみではないという視点である。「匹見らくらく便」は、高齢者がこれまで利用していた商店にいざ出かけられなくなったときでも、電話注文を通じて、引き続き同じ商店で買い物をしていくうえで重要な役割を果たしていた。聞き取り調査の結果が示すように、利用者は、商店と互いに顔の知れた関係を持つなかで、方法は変わっても、その行きつけの商店で買い物をし続けることができていた。すなわち、利用者と地元商店の人間的なつながりを基盤に組み込んだ買い物支援システムが成り立っていた。これまで地元商店を頼りに生活してきた高齢者が、これからも地元商店との付き合いを大切にしながら生活していくためのシステムであるといえる。そこで住み続けることに希望を抱くことのできる買い物支援システムを構築するためには、買い物を一つのツールにしながら、利用者を取り巻く人間的なつながりを豊かにしていくという発想が不可欠である。利用者どうしをつなぎ、商店との付き合いを深めるために、「買い物通信」の定期発行・配達や「買い物ツアー」の実施など、関係づくりの視点に立った買い物支援システムの実践的な展開が求められる。

