

# 公共交通サービス水準が低い地域での生活を支える移動型サービス

Mobile type services that support quality of life  
in areas with low levels of public transport services

学籍番号 186776  
氏名 森脇 洸太 (Moriwaki, Kota)  
指導教員 日下部 貴彦 講師

## 1. 研究背景

現在、日本では少子高齢化が進んでいる。地方の農村部では高齢化率が特に高くなり、人口だけでなく社会機能を支えることができない場所が出てきた。このような地域では人々の生活を支えるために必要な機能を持つ施設を維持することができないと判断され、撤退や廃止となった場所がある。その地域に取り残された人々は地域内でこれまでの生活の質を支えることができなくなり、生活の質を保つために自ら長距離の移動を余儀なくされるケースもある。

筆者は研修室が茨城県常陸太田市高倉地区で行っている「中山間地域における交通需要実態調査」のフィールドワークに携わり、従来のように、高齢者が供給者のもとに赴くのではなく、供給者が高齢者のもとに訪問するという形式を考えたが、高倉地域ではすでに移動販売車両が地域を訪問しているにもかかわらず、利用者が少なく、住民の生活に結びついていない現状が見受けられた。

研究目的は農村・山間地域の住民の生活の質を保つことを目的とした移動販売が持続可能な形で成立するための要素について整理することである。本論文では、このた

めに既往の移動販売事業に関わるステークホルダーの役割を明らかにし、移動型サービス導入から利用者の増加や定着までの要因を整理する。

## 2. 移動型サービス

生活の質を保つ日常的な活動から買い物について着目すると、買い物難民支援や食料アクセス問題として行政が対応を行っている。経済産業省の買い物弱者応援マニュアル 3.0 によると、支援策には大きく分けて 5 つあり、「①家まで商品を届ける」という宅配や買い物代行、配食、「②近くにお店を作る」という移動販売や買物場の設置、「③家から出かけやすくする」移動手段の提供、「④コミュニティを形成する」会食、「⑤物流を改善・効率化する」物流効率化などがあるが、本研究では、低いアクセシビリティでの生活に必要な日常の買い物を支援するという理由で、移動販売を対象をしばることとした。また、移動販売にはオフィス街で見かけるキッチンカーのようなものではなく、スーパーマーケットのような日常の買物の対象となる商品をトラックに乗せ決まった日時で運行するものとして扱う。

このような移動販売の利点としては、消

費者の元に商品が来ること、商品の選択ができるということ、人々の交流の拠点となること、外出の機会となること、供給者にとっては新規商圏の創出や新規顧客開拓、が挙げられる。対して移動販売の課題としては運送コスト、人件費、商品廃棄ロスの可能性、販売価格の値上げ、高い初期投資がある。さらに、移動販売には食品の販売許可や手洗い設備設置義務がある。

移動型サービスに関わる官民の役割について、倉持ら（2015）は損益分岐点分析モデルにより民間だけでの運営には限界があり官民役割分担が必要としている。また、柴田（2016）は移動販売の損益分岐点計算の数式を基に、収支均衡が成り立つ収入および利用者数、移動販売のルート近辺の人口を試算し初期費用への補助や利用者への手数料が採算性の確保をやすくしており、目標収入を上回った場合の手数料を下げるといった利用促進も提案している。また倉持（2016）によると移動販売は利用者減少により民間だけでは事業継続が難しくなるとして効果的な官民連携の事業モデルを提案している。

総務省の実態調査（2017）によると、各省庁が異なる補助金を出しており、対応分野が重なっていることや事業者から見てどの補助金に対応しているかの判別ができないまたは認知しきれないなど情報の一元化や整理が求められている。地方公共団体においては対応する部局がそれぞれ異なっており、ステークホルダーが相談する際に混乱が生じ、また部局間でも情報共有がなされていない現状から問題となっている。

先行研究では高齢者の人口減による移動販売業の収縮が唱えられていたが、高倉で

の利用が少なかったことや買い物弱者の推計が700万人と人数が非常に多く今後も増加傾向にあると予想されていることから、移動販売の利用をする潜在的ニーズも増える可能性があると考えられる。そこで、継続可能だと思われる他の事業の実地調査を行い、移動販売の利用者が増えるような取り組みや移動販売の形態を整理する。

### 3. 調査手法

移動販売の実態調査を行うために、調査の対象者は複数のステークホルダーに行くこととした。利用者アンケートと販売員へのアンケート並びに事業者へのインタビューを実施し、移動販売に関わる三者への調査を行った。

対象地は官公庁の報告書や新聞記事等で事業が継続可能と判別でき、移動販売事業に関わるステークホルダーが異なるものを選定し以下の3つの事例（表1）について調査した。

表1 調査対象地について

	コープこうべ	とくし丸	まんのう町商工会
調査市町村	兵庫県小野市 中山間地域・ 団地	徳島県板野町・ 藍住町 中山間地域	香川県まんのう町 中山間地域
販売員の所属	コープこうべ西神店	Tサポート	千葉生花店
発案者	小野市地区協議会	とくし丸	まんのう町商工会
補助金	無	無	あり

利用者へのアンケートは主に移動販売がどのように使われているか、利用するようになったきっかけ、普段の行動と購買行動の関係性などについて利用者様から見た移

動販売利用環境を把握することが目的である。移動販売車に同行し、現地の停留所でアンケートを収集した。販売員アンケートは移動販売の利用者と事業者の中間の立場として、移動販売の利用のされ方や現場で求められていることなどについて質問をする。事業者インタビューに関しては反構造化インタビューとし、個々の事例に特徴的な運営システムや背景を聞き取る。インタビューの内容は事業開始の検討課題、住民への周知の方法、固定客になるための取り組み、他のステークホルダーとの関りなどである。

#### 4. 論考

##### 4.1. 移動販売の利用のされ方

決まったスケジュールで外出する際に、ついでとして買い物を行うかどうかを調査した質問で、高齢者は体力がないことから一度の外出で一つの目的のみしかできないことが現状であると判明した。つまり、移動販売車がなければ普段の目的とは別に買い物をするためだけに外出しなければならず、負担がかかっている現状があることが分かった。

また、買い物頻度と移動販売での購入金額の関連を見たところ、買い物頻度が多いほど購入金額が少なく、買い物頻度が少なくなるにつれて、移動販売での利用金額が増加していた。週に1回や2回の人々は移動販売に行くことで店舗の利用を減らしていることがあり、移動販売が利用者の生活に必要なものとなっていた。さらに、移動販売のみの利用者はより高い金額を移動販売で使っており、店舗で買い物していた部分を移動販売での購入に置き換えたと考え

ることができた。

移動販売の利用については段階があると考え、利用者の移動販売の利便性や買い物頻度、他のサービスの利用から移動販売の利用者を以下の図1のように買い物に占める移動販売への依存度で分類した。

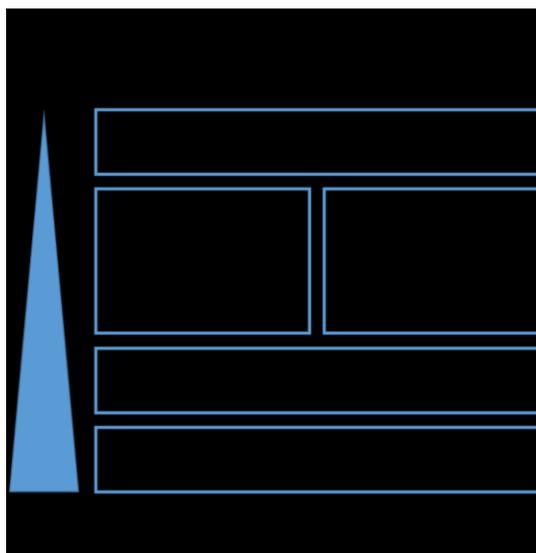


図1 移動販売の利用状況から分類した利用者の買物状況

移動販売利用者の中でも移動販売に対して低依存な人は興味や将来への不安感から移動販売を利用している。より依存度の高い利用者には移動販売を活用して普段の買い物を減らすケースや食品の品目によって移動販売と店舗などを使い分けるケースがあった。さらに、移動販売に依存している場合はどうしてもという場合にのみ店舗まで買い物をしに行くといった、移動販売中心に買い物を行っている例である。そして、最終的な形態として完全に移動販売に頼る人々がいた。

これらの他に子連れや学校帰りの子供たちの利用のような高齢者以外の層が移動販売によって生活の質が高められている例があった。

## 4.2. 移動販売の種類

各ステークホルダーは移動販売に関して商業的側面と福祉的側面のどちらかまたは両方の目的を持っており、一概に移動販売事業をビジネスや福祉と言い切ることはできない。また、目的とは別に他のステークホルダーへのメリットとなる移動販売事業における役割（表2）がある。

表2 各ステークホルダーの移動販売における役割

ステークホルダー	商業的 はたらきかけ	福祉的 はたらきかけ
住民	商品の購入	コミュニティ創出
民間事業者	商品の供給	
行政	補助金・助成金	
民生委員・ 児童委員		コミュニティ創出 買い物サポート
商工会	補助金・助成金 機材管理・ 事業支援	
社会福祉 協議会		住民の 生活状況把握

このほかに地域や利用者に合わせて運行スタイルで移動販売の種類を分けることもでき、客単価は低くなるが、空き地や施設の駐車場のよう多くの利用者が集まる拠点のようなスタイルと客単価は高いが、一軒一軒の庭先や玄関先までトラックが来て販売するスタイルがある。

## 4.3. 持続可能性の検討

移動販売というビジネスが続くのであれば、販売員や事業者にとっては収入があり続けることになるため有益である。福祉的に移動販売が続くというのはその地域の住民が買い物をする場が近くにあり、生活の質を保ち続けることができるという点で行政も住民にとっても有益である。移動販売

事業継続のためにはより多くの住民に移動販売を利用してもらう必要がある、これらのステークホルダーが移動販売に関わる場合、立場を生かした協力を移動販売にしていく必要がある。また、利用者を保つためには住民との信頼関係が一番重要であるとの意見が多数であったため、事業者は民生委員や社会福祉協議会などを通して住民に情報が伝達するような仕組みが効果的なのではないかと考える。

## 参考文献

- 1) [http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000496982.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000496982.pdf), 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(閲覧日2019年8月28日)
- 2) [https://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/150427\\_manual\\_2.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/150427_manual_2.pdf), 経済産業省商務情報政策局(2015) 買物弱者応援マニュアル ver3.0(閲覧日2019年9月12日)
- 3) 村上稔(2016)「買い物難民を救え 移動スーパーとくし丸の挑戦」(緑風出版)
- 4) 倉持裕彌,谷本圭志,酒井裕規,土屋哲(2015)「官民の役割分担に着目した移動販売の持続可能性の改善に関する考察」運輸政策研究,vol.18pp2-11
- 5) 井上隆(2018)「小売業の新潮流:買物弱者支援手段としての移動販売車—社会的有用性と事業継続性—」青森大学附属総合研究所紀要,vol.19pp17-28
- 6) 藤澤研二(2014)「試行錯誤が続く買い物弱者対策」江戸川大学紀要(24)pp395-413
- 7) 倉持裕彌(2016)「中山間地域における持続可能な移動販売サービスに関する実証的研究」鳥取大学博士論文
- 8) 柴田翔大朗(2016)「移動販売事業を中心とした買い物弱者対策に関する研究」東京海洋大学修士論文