

令和5年度買物弱者等実態把握調査

【調査結果報告書】

—概要版—

令和5年9月

鹿児島県

1 調査の概要

1 調査目的

買い物が困難となっている地域の課題を分析し、市町村と連携して課題解決につなげるための県の施策を検討するため、買い物弱者や現行の買い物支援サービス等に関する実態に加え、集落や買い物支援サービス提供事業者が必要と考える支援等を把握する基礎資料を得る目的で調査を実施した。

2 調査方法

調査	対象	調査手法
世帯調査	各集落の代表者が選定した各世帯	集落代表者による配布 郵送による回収
集落代表者調査	各市町村が選定した各集落の代表者	郵送による配布・回収
買い物支援サービス提供事業者調査	各市町村が選定した買い物支援サービスの提供事業者	郵送による配布・回収

3 回収結果

調査	配付数	有効回答数	有効回答率
世帯調査	3,730 件	2,380 件	63.8%
集落代表者調査	373 件	276 件	74.0%
買い物支援サービス提供事業者調査	117 件	58 件	49.6%

※回収した調査票のうち、1問以上回答があったものを有効回答数として計上している。

4 集計区分

地図上を 500 メートル四方に区切り、高齢者（65 歳以上）人口割合や小売（食料品・日用品）店舗数のデータにより県内集落を下記 6 パターンに分類し、クロス集計を行った。

また、移動販売や配達など買い物支援サービスの提供事業者を下記の 8 種類に分類した。

■世帯・集落代表者

パターン	65 歳以上人口の割合			小売店舗数		
	75% 以上	50~75%	50% 未満	0	1	2 以上
パターン 1	○			○		
パターン 2	○			○	○	
パターン 3	○					○
パターン 4			○	○		
パターン 5		○				○
パターン 6			○			○

■買い物支援サービスの提供事業者

No	中分類	分類
I-1	商品を近くに届けるサービス	配達
I-2		買物代行
I-3		移動販売
I-4		配食
I-5		自動販売機
II-1	家から出かけやすくするサービス	交通（バス）
II-2		交通（タクシー）
II-3		送迎支援

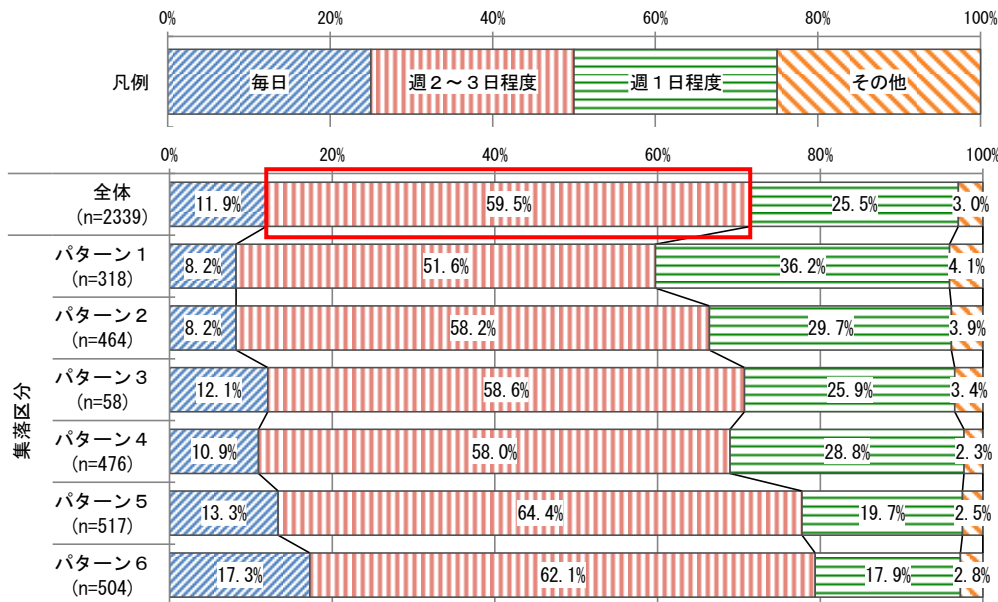
2 世帯調査の結果

※ パターン3は回答母数が少ないため、回答の比率が他のパターンと大きく異なる場合があることに留意（以下同様）

(1) 買い物の実態

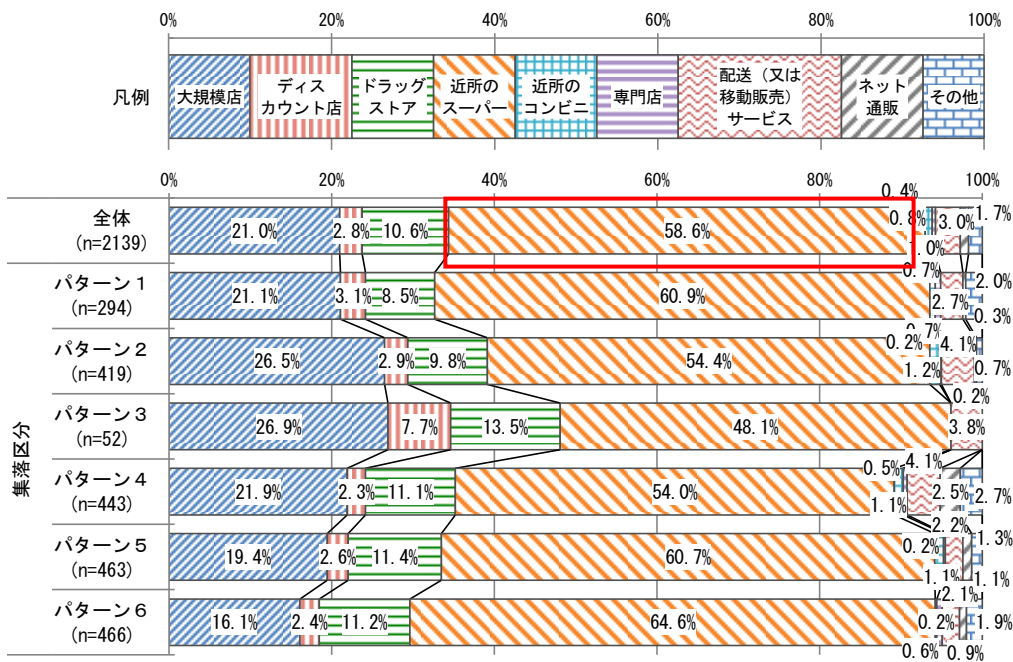
① 買い物の頻度

- ・ 「週2～3日程度」が全体の約6割を占める
- ・ 高齢者人口の割合が高く、近くに店舗の少ない地域（パターン1やパターン2）では、「毎日」「週2～3日程度」が他のパターンと比較して少なく、「週1日程度」が多い



② 日常的に最も利用する買い物先

- ・ 「近所のスーパー」が全体の約6割を占め、「大規模店」と「ドラッグストア」を合わせると全体の約9割を占める
- ・ 高齢者人口の割合が高く、近くに店舗の少ない地域（パターン1やパターン2）では、他のパターンと比較して「大規模店」が多い



(具体的な店舗名)

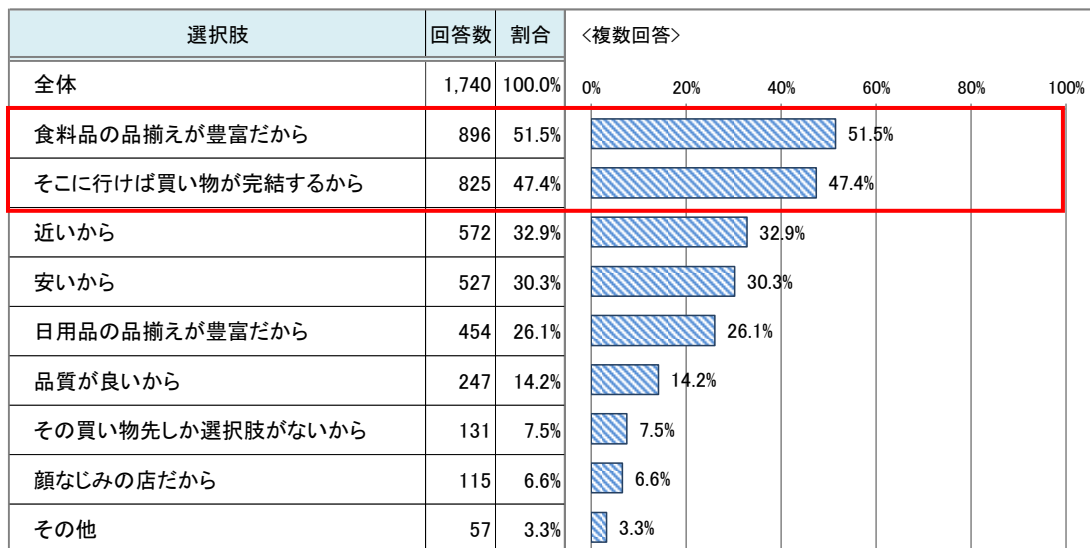
大規模店・・・例：イオン，A Z，ニシムタ など

ディスカウント店・・・例：ダイレックス，トライアル など

(1) 買い物の実態

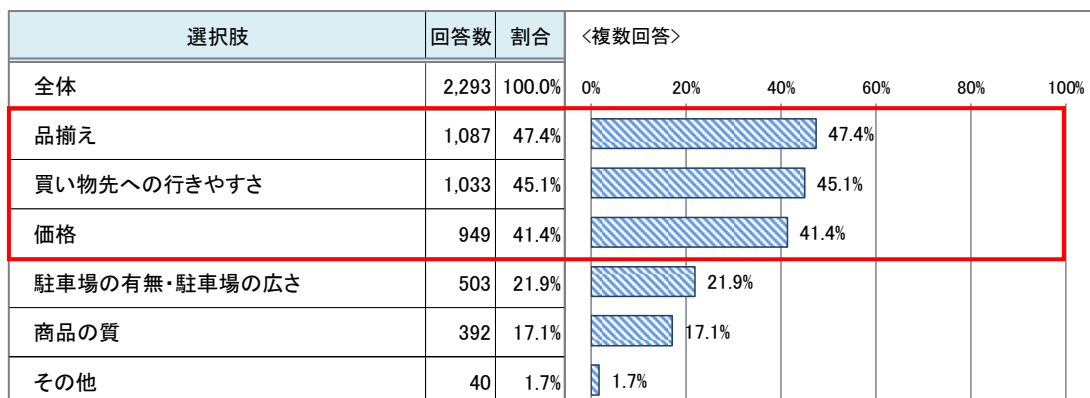
③ 最も利用する買い物先を利用する理由（店舗販売）

- 「食料品の品揃えの豊富さ」や「買い物が完結すること」がメリットとなっている



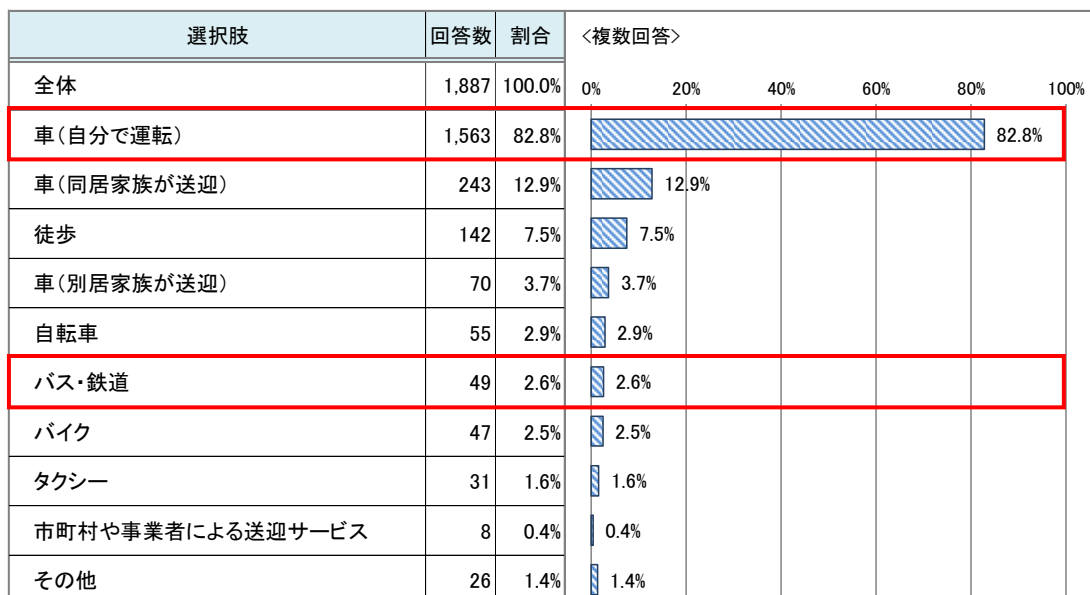
④ 日常の買物（生活必需品の調達）で最も重視すること

- 「品揃え」「買物先への行きやすさ」「価格」が重視されている



⑤ 買い物際の交通手段

- 「車（自分で運転）」が 83%にのぼり、「バス・鉄道」の利用は 3%に留まる

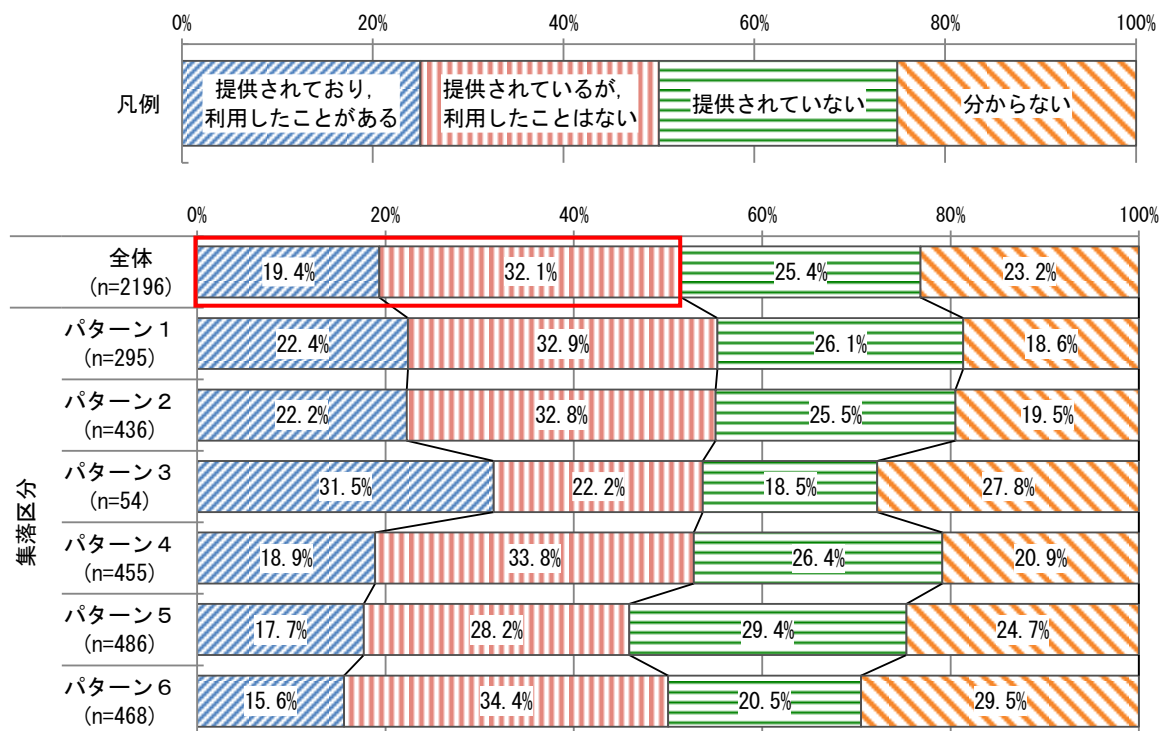


(2) サービス利用

配送・移動販売サービス

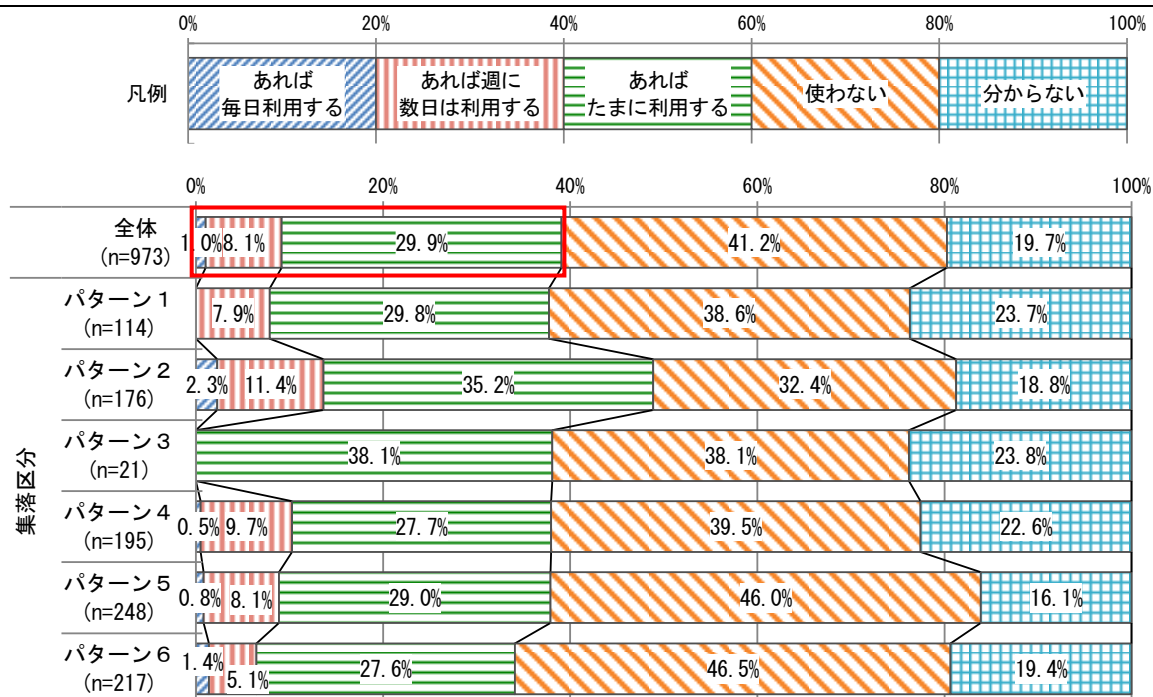
① サービスの提供・利用状況等

- ・ 全体の約5割でサービスが提供されており，利用したことがあるのは全体の約2割
- ・ パターン1～3で「提供されており，利用したことがある」が比較的多い
- ・ 利用したことがある人の，再度の利用意向は94%にのぼる



② 利用希望（サービスが提供されていない，分からない人）

- ・ サービスが提供されていない者のうち，約4割が「サービスがあれば利用」を希望
- ・ パターン2で「あれば毎日利用する」と「あれば週に数日は利用する」の合計が多い

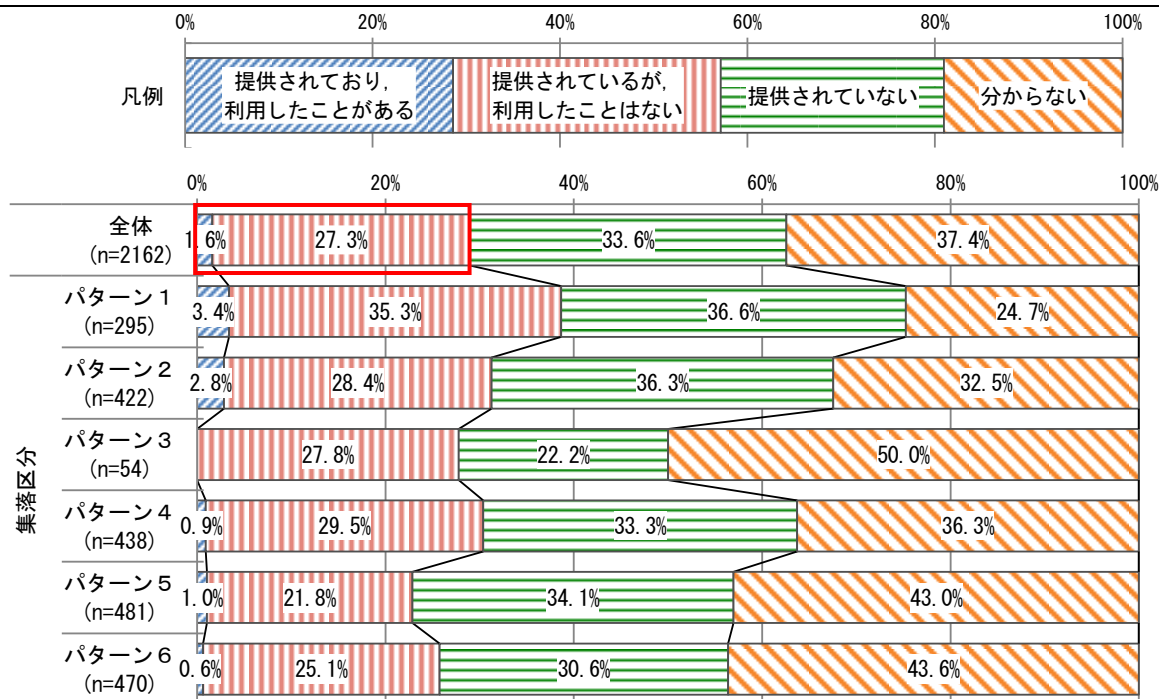


(2) サービス利用

送迎サービス

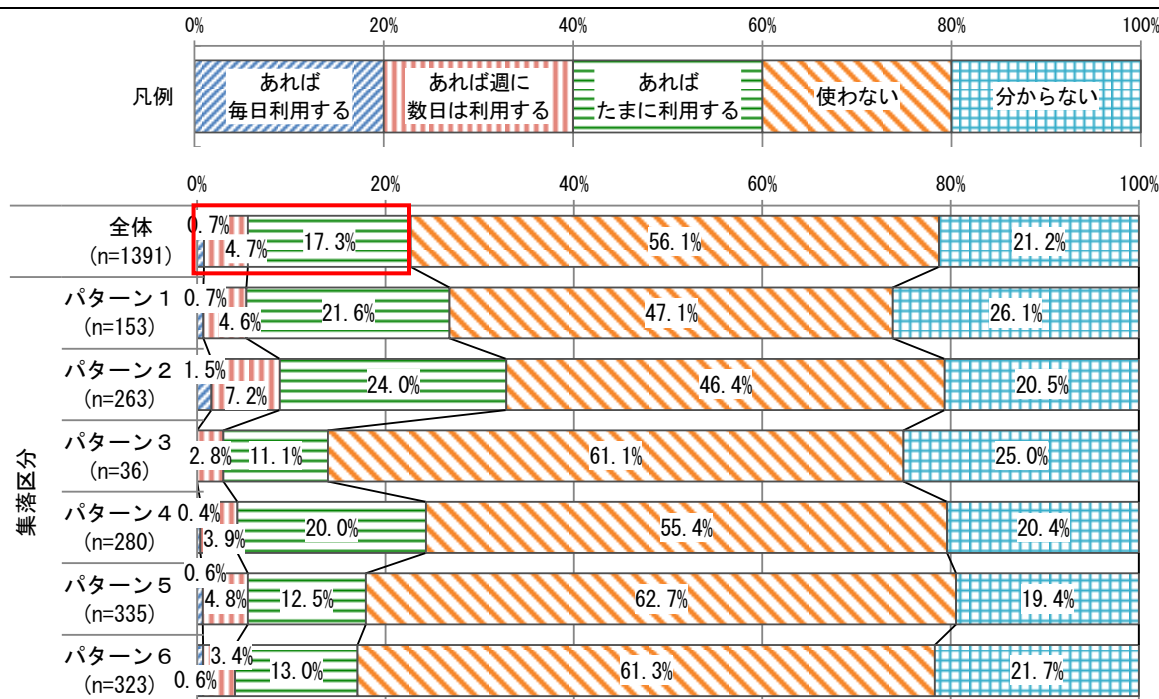
① サービスの提供・利用状況等

- ・ 全体の約3割でサービスが提供されているが、利用したことがあるのはわずか（パターン1及び2）
- ・ 利用したことがある人の、再度の利用意向は96%にのぼる



② 利用希望（サービスが提供されていない、分からない人）

- ・ サービスが提供されていない者のうち、約2割が「サービスがあれば利用」を希望



(2) サービス利用

その他

- ・ カタログ販売やネットスーパー，買物代行等のサービスの利用がある
- ・ 利用したことがある人の，再度の利用意向は 78%

(3) 買い物支援策のニーズ

高齢者等への支援

- ・ 高齢者による持ちにくい大きいもの，かさばるもの，重いものの調達に関する支援
- ・ 高齢者の見守りも兼ねた買い物支援
- ・ 福祉サービスの提供も兼ねた移動販売の実施
- ・ インターネット通販における，高齢者への技術的なサポートや講習会の実施
- ・ 移動販売車の訪問地点まで行けない人への支援 など

事業者等への支援

- ・ 集落にある店舗への支援
- ・ 移動販売ではあまり販売されない商品（本，衣服，薬，介護用品等）の調達
- ・ 経済面での支援（買い物支援ポイント付与，商品券，無料バス・タクシー，交通費補助等）
- ・ 移動販売業者が事業を継続できるような支援（ガソリン代の補助等）
- ・ シルバー人材の活用（送迎，買物代行）

情報提供・その他

- ・ 買い物支援等に関する情報提供や相談窓口
- ・ 支援対象の拡大（交通サービスが一部の人しか受けられない） など

(4) 買い物に対する不安

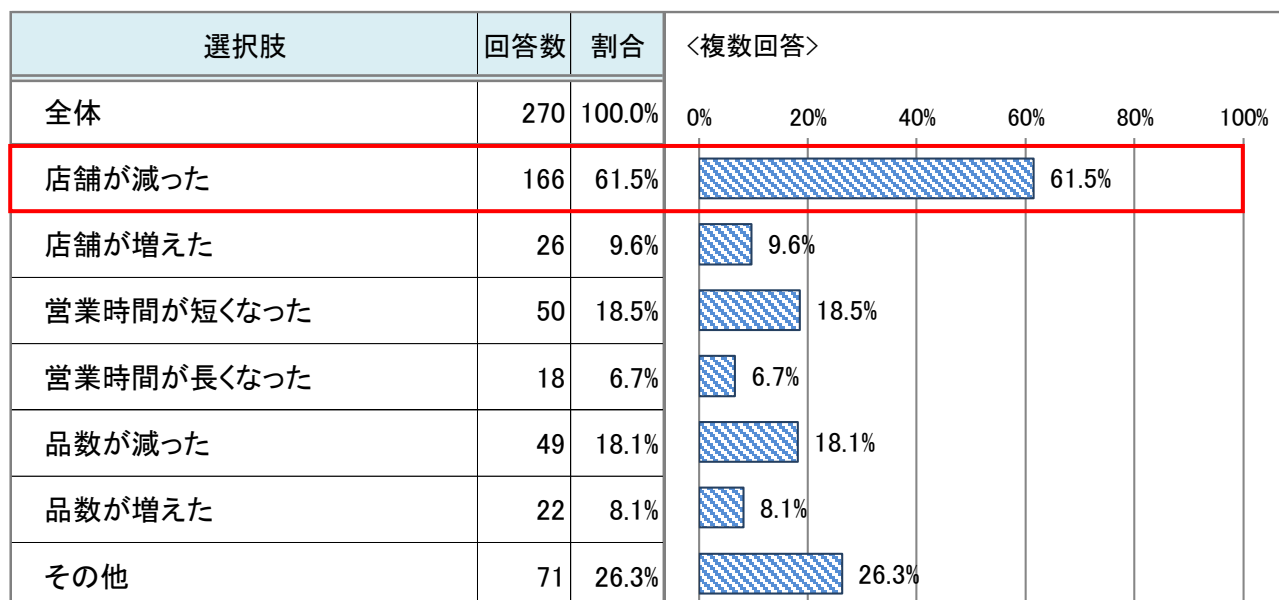
- ・ 重いものが持てない
- ・ タクシー代，ガソリン代等交通費の負担が大きい
- ・ バスを利用すると待ち時間が長い
- ・ 足が悪く外出が困難
- ・ 免許返納後（運転できなくなった時）の生活が不安
- ・ 健康が悪化し歩行できなくなった時の生活が不安
- ・ 地域の過疎化が不安
- ・ 外出する機会が少なくなるのも寂しい など

3 集落代表者調査の結果

(1) 集落内の買い物環境の変化

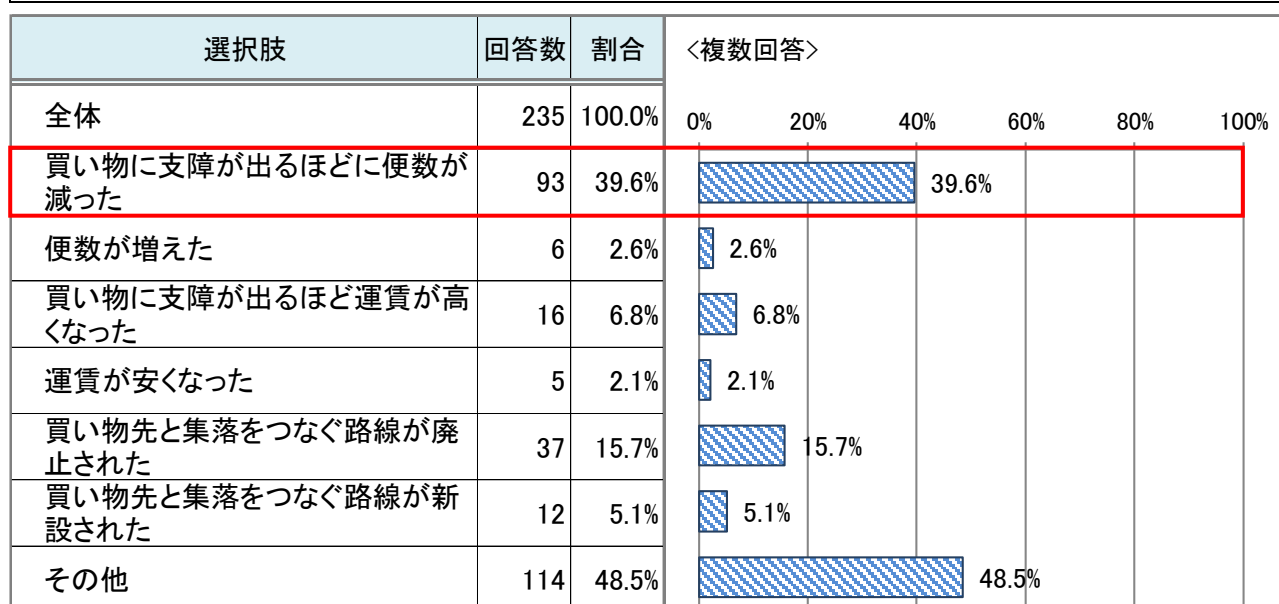
① 買い物について

- ・ 「店舗が減った」が約6割を占める
- ・ 店舗数、営業時間、品数のいずれも、「減った」「短くなった」との回答が「増えた」「長くなった」を上回っている



② 交通について

- ・ 「買い物に支障が出るほどに便数が減った」が約4割を占める
- ・ 便数、運賃、路線のいずれも、「減った」「高くなった」「廃止された」との回答が「増えた」「安くなった」「新設された」を上回っている
- ・ 「その他」の回答は、「元々公共交通機関がない」が多い



(2) 集落における買い物弱者支援の取組

- ・ 集落における買い物対策に関する話し合いや独自の取組を行っているところは、全体の約1割(例)
 - ・ ドライブサロン開設について話し合いを行っている
 - ・ 町内会見守り隊により協議
 - ・ 支え合い会議の中で議題としており、各集落において、特に行動困難な方の支援を行っている
 - ・ 集落で年3回、高齢者支援の会議を行い、団体を設立し、買物代行、ゴミ出し等を行っている
 - ・ 体の不自由な方の買い物などを有料で代行している

(3) 必要と考える支援・施策

買い物支援サービスの提供

- ・ 移動販売, 送迎, 買物代行, 宅配
- ・ 支援業者のあっせん
- ・ 交通機関の提供による移動支援 (乗合タクシー, デマンドタクシー, コミュニティバス 等)
- ・ バス本数の増便, 路線の拡充 など

経済的な支援

- ・ 支援業者・団体への補助 (移動販売車の購入助成, 燃料費助成, 団体維持の補助金等)
- ・ 交通関連の費用助成 (タクシー利用の補助) など

情報提供・その他

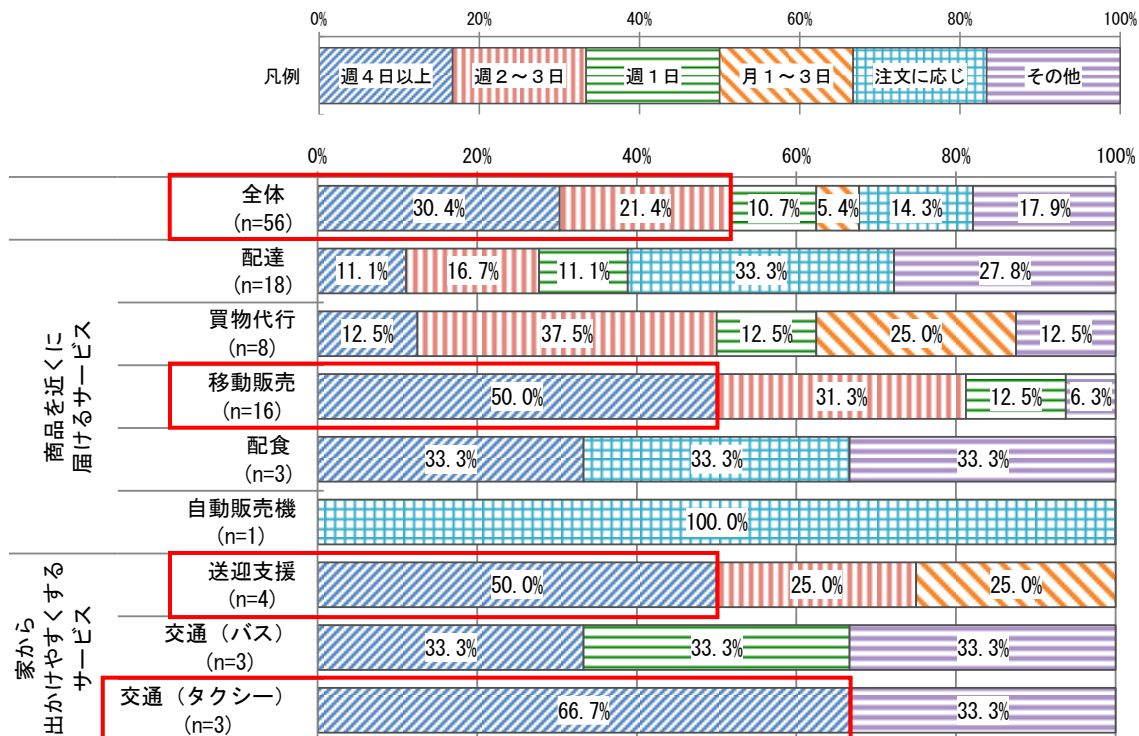
- ・ 買い物支援サービスに関する情報提供
- ・ 高齢者にも分かりやすい買い物支援関連サービスの周知
- ・ 買い物弱者に対する相談窓口の設置, 周知
- ・ 地域の助け合いの仕組みづくりへの支援 など

4 事業者調査の結果

(1) 提供している買い物支援サービス

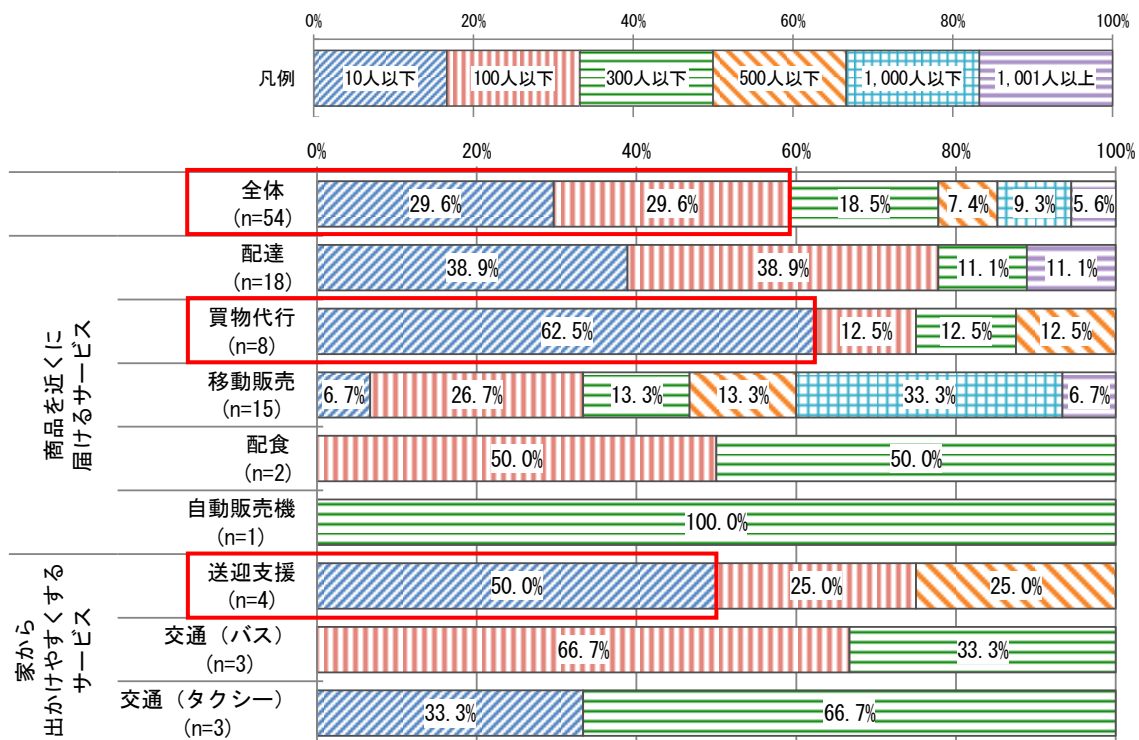
① サービスの提供頻度

- ・ 週2日以上が全体の約5割
- ・ 移動販売・送迎支援・交通（タクシー）の提供は週4日以上が5割を超える



② 1ヶ月の平均利用者数

- ・ 100人以下が全体の約6割
- ・ 買物代行・送迎支援については、10人以下が全体の5割を超える



(1) 提供している買い物支援サービス

③ 利用者の特徴

- ・ 高齢者が全体の8割を超える

選択肢	回答数	割合	＜複数回答＞
全体	56	100.0%	0% 20% 40% 60% 80% 100%
高齢者	46	82.1%	82.1%
女性	31	55.4%	55.4%
その他	10	17.9%	17.9%
障がいや移動に不安のある人	4	7.1%	7.1%
交通手段を持たない人	3	5.4%	5.4%
ひとり暮らし	3	5.4%	5.4%

課題・懸念

- ・ 利用者の減少や高齢化により購入量が少なく、事業の継続が難しい
- ・ 採算が合わない（燃料費の高騰、収益性がない、車両等備品の維持困難等）
- ・ 業務負担と人件費が見合わない
- ・ 人手不足（時間や人手のやりくりが困難）
- ・ サービスやその利用方法が周知されていない、新規利用者の獲得が困難

(2) 必要と考える支援・施策

経済的な支援

- ・ 人材不足に関する支援（人件費、人材確保）、車両に関する費用（燃料費、車両購入費）
- ・ 利用者に対するサービス利用の金銭的補助（費用の補助、利用チケット等配付、支払代行）
など

情報提供・連携・その他

- ・ 買い物支援サービスに関する情報提供、広報支援、行政による周知
- ・ 配達、買物代行の利便性向上のため注文の一括化（行政、地区長等が取りまとめを行うなど）
- ・ 新規利用者獲得のための行政との連携（必要な人へのサービスや店舗の紹介、体験会の実施等）
- ・ 行政、他業者との連携、協議の場の設置、情報交換の機会の創設
- ・ 行政による交通機関の提供（コミュニティバス、乗合タクシー等）
など