

# 移動販売が高齢者に果たす役割 －移動販売車「あいさい号」を事例に－

---

12010107 中条萌花

# I. はじめに

---

## I. 問題の所在と既存研究

- ・ 少子化による若年人口の減少や高齢化

→ 単身世帯の増加、交通網の弱体化、地元小売業の衰退など地域社会にさまざまな影響

高齢者を中心に食料品などの日常の買い物に不便や苦勞を感じる

「**買い物弱者**」が増加・・・食料品アクセス問題

過疎地域のみならずベッドタウンや地方都市などでも深刻な問題

## はじめに

---

- ・農林水産省の食料品アクセス問題に関する全国市町村アンケート調査  
回答市町村（**1013**市町村）のうち**87.2%**が「食料品アクセス問題への対策が必要」  
対策が必要とする市町村の**9割**以上で市町村または民間事業者による対策  
民間事業者独自の取組みが増えている
- ・対象地域である入善町でも移動販売や宅配、買い物バス

買い物弱者対策のなかでも「**移動販売車の導入・運営**」が増加傾向

# はじめに

---

## 行商・移動販売に関する研究

- ・ 中村（1985）

自動車営業者は内陸部や僻地性の強い地区に多く分布し、都市では魚介類などの専用車、農村部は野菜・肉・菓子などの混載車が中心

- ・ 武市（2000）

移動販売の販路決定は地元商店との間に問題が発生しないよう配慮しつつ需要のあるところに設定されていること、また、山間部のみならず比較的近くに食料品店が存在する地域でも交通手段を持たない高齢者は移動販売に大きく依存していることを明らかにした

# はじめに

---

移動販売の買い物支援以外の役割に着目した研究

・小坂田・佐藤（2002）

移動販売は、日常生活用品の提供とともに、話し相手や簡易な生活支援、介護予防など**役割の広がり**を持っている

・土屋・佐野（2011）

移動販売が**見張り役としての機能**を果たし、高齢者の心のケアの一助となることで安心・安全な地域社会の形成につながる

・浅井・熊谷（2014）

移動販売の利用者は購買だけでなく販売者や他の利用者との**コミュニケーション**を求める

# はじめに

---

## 2. 研究目的

移動販売はその業務を通して、話し相手や外出機会づくりなど、生活支援活動とともに予防福祉活動としての役割も果たす（小坂田・佐藤 2002）



入善町においても買い物支援事業としての役割だけでなく、話し相手や見守りといった福祉的な役割を果たすことで、高齢者が買い物に対して感じる不便さの解消につながっているのでは？

入善町において、移動販売車「あいさい号」を利用する高齢者の食料品購買行動の実態を把握することを試みる。そして、地域福祉の視点からみた、移動販売車「あいさい号」が高齢者に果たす役割について明らかにする



## Ⅱ. 研究の概要

---

### I. 研究方法

#### ①移動販売車「あいさい号」事業者へのインタビュー調査

内容：移動販売車運行の経緯、課題、販売品目など

#### ②移動販売車「あいさい号」利用者へのインタビュー調査

内容：世帯構成、移動販売の利用理由、普段の買い物など

# 研究の概要

## 2. 入善町の概要

富山県入善町

- ・ 富山県の北東部
- ・ 人口**23,839**人
- ・ 高齢化率**36.9**%
- ・ 人口が減少する一方で世帯数は概ね横ばいであり、核家族化の進行や高齢者独居世帯の増加が見られる

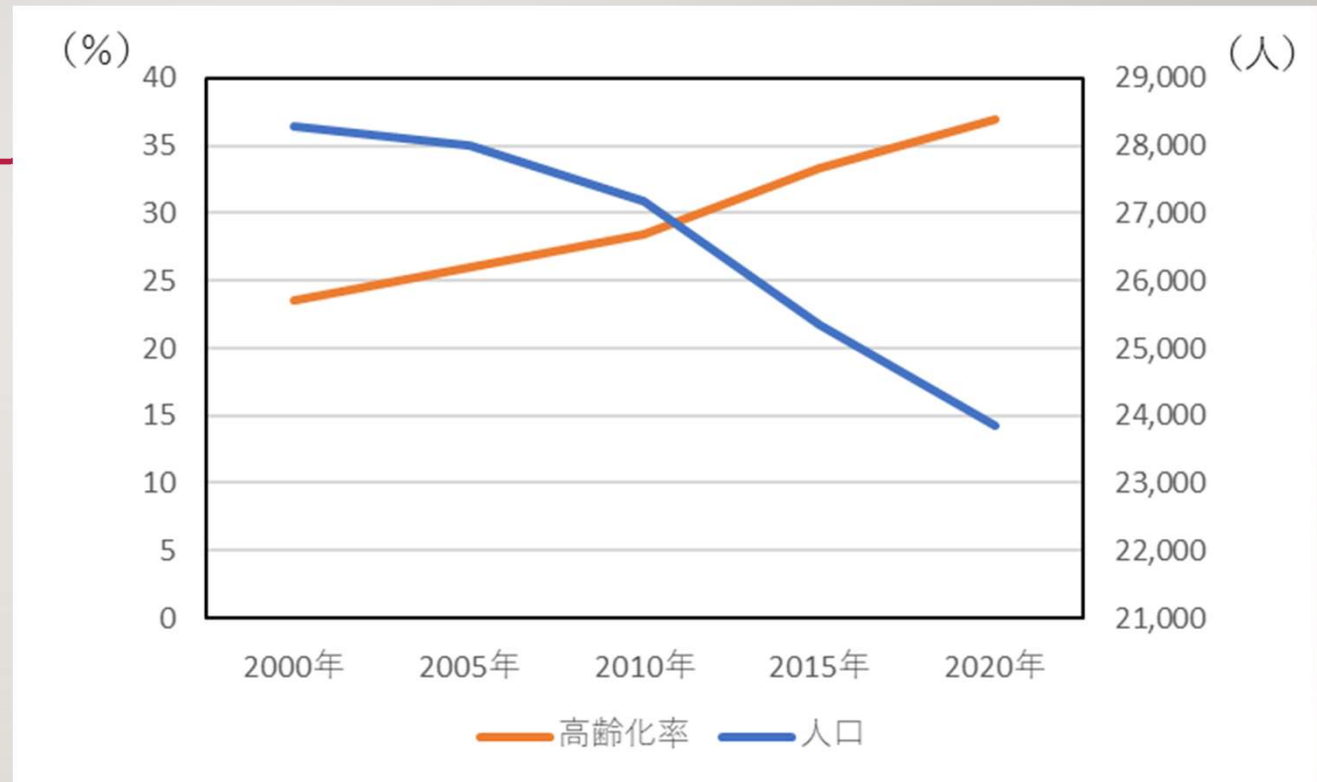


図1 入善町の人口と高齢化率の推移  
(国勢調査より作成)



## 研究の概要

- ・ 入善町は入善、上原、青木、飯野、小摺戸、新屋、桐山、横山、舟見、野中の10地区からなる

- ・ 入善町の公共交通

デマンド交通「ウチマエくん」、  
町営バス「のらんマイ・カー」

- ・ 高齢者の外出支援が積極的に行われている

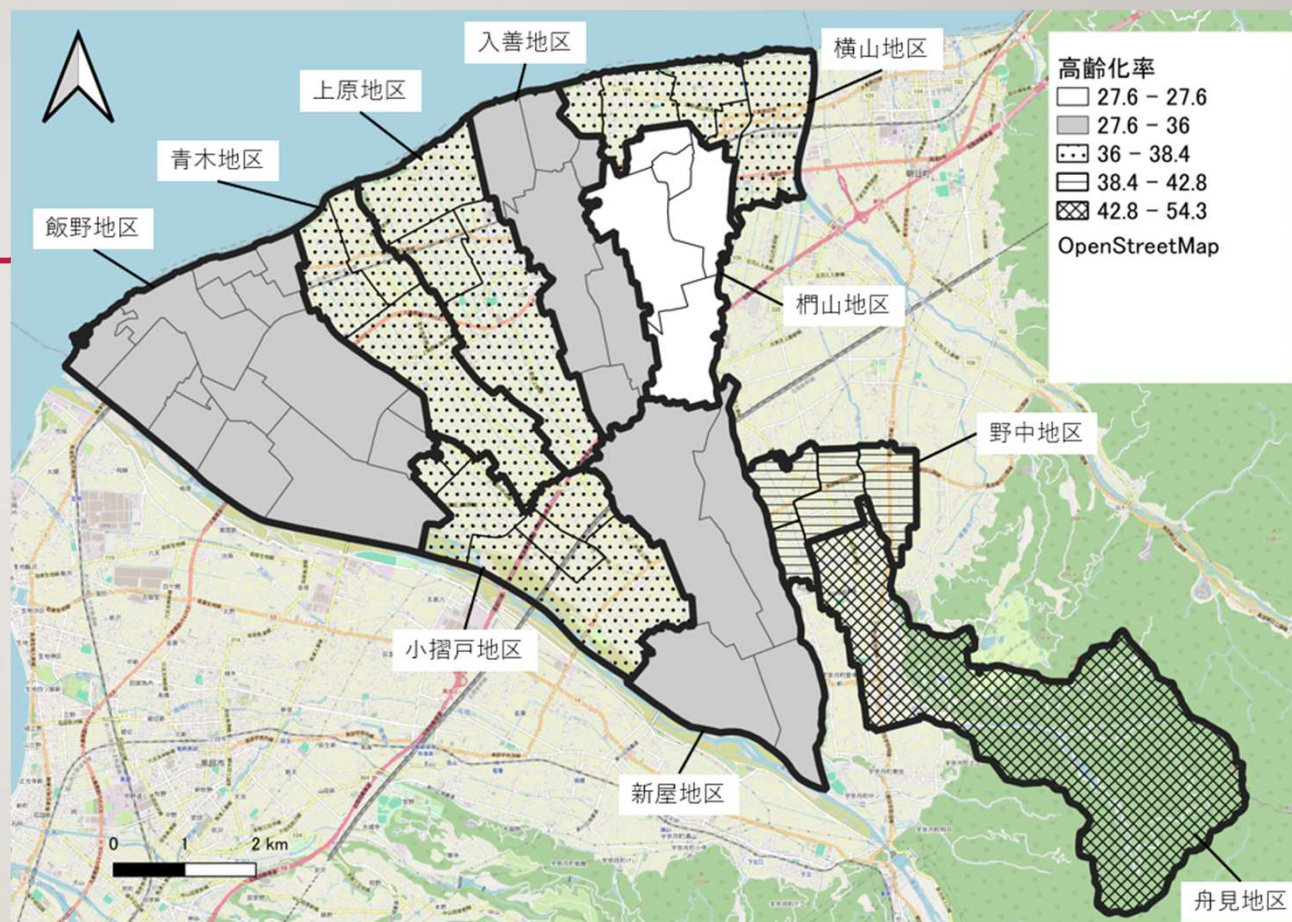


図2 入善町の地区別高齢化率  
(JAみな穂資料より作成)

### Ⅲ. 調査結果

---

#### ①事業者への聞き取り

- ・移動販売車「あいさい号」はJAみな穂の買い物支援事業で、利益を目的としていない
- ・人手不足や金銭面での課題
- ・利用者の顔ぶれはほとんど決まっている
- ・生鮮食品や惣菜、冷凍食品、調味料、その他日用品などおよそ**300品目以上**



図3 移動販売車「あいさい号」  
(2023年10月17日 筆者撮影)



図4 移動販売車「あいさい号」の車内  
(2023年10月12日 筆者撮影)



## 調査結果

- ・火曜日から木曜日の週3日、24地点、停車時間は1地点およそ5～20分
- ・運行は比較的農村部が多い
- ・主にJAみな穂に隣接する「あいさい広場」で商品を仕入れる
- ・社会福祉協議会が年に1回各地域に要望を募り、販売地域を決定
- ・販売員は利用者との**会話**において年齢や家庭状況、自宅の場所などを把握していることが多い→**見守り機能**

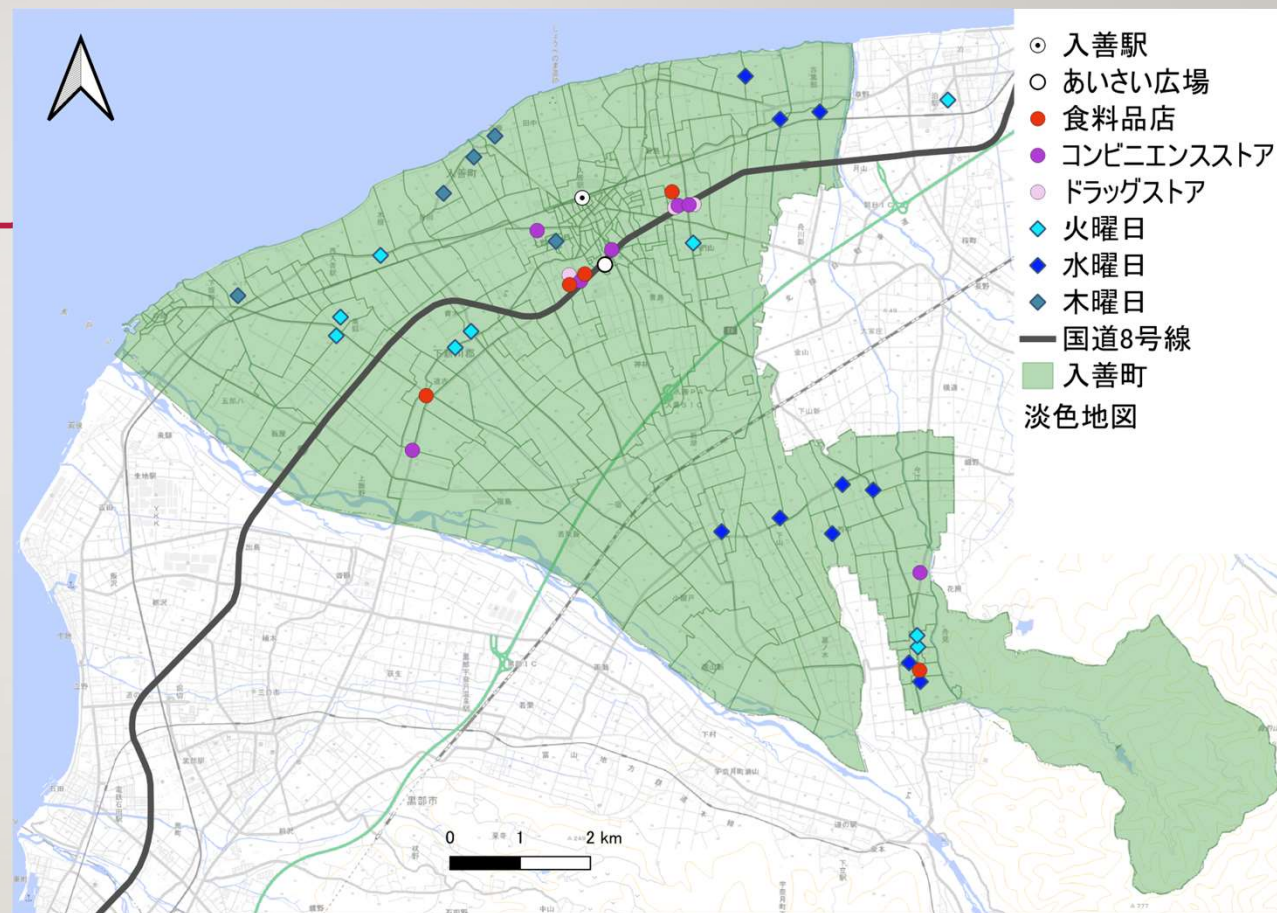


図5 移動販売車の販売地点と食料品店等の立地

# 調査結果

## ②利用者への聞取り

- ・ **24**地点**48**人の利用者にインタビューを実施  
そのうち男性は**1**人、**47**人が女性
- ・ **37**人（**77.0%**）が**75**歳以上の後期高齢者
- ・ 世帯構成：1人暮らし**14**人（**29.1%**）、夫婦**2**人暮らし**13**人（**27%**）、子ども（子ども家族）と同居**21**人（**43.7%**）
- ・ 自分で車を運転できる人、休日に子どもが買い物に連れて行ってくれるが平日は移動手段がない人、移動販売のみを生活の拠り所としている人、など利用者は多岐にわたる

表1 運行スケジュールとインタビュー実施日における各地点の利用者数

（単位：人）

| 火曜日          |   | 水曜日          |   | 木曜日        |   |
|--------------|---|--------------|---|------------|---|
| 西部支店         | 6 | 西中公民館        | 5 | 吉原1区公民館    | 5 |
| 三ツ家公民館       | 7 | あぐり館         | 1 | 吉原2区公民館    | 6 |
| 柴垣公民館        | 1 | 舟見1区（平沢さん宅前） | 3 | 柳原公民館      | 2 |
| 広域働く婦人の家     | 2 | 舟見3区公民館      | 3 | 新上野公民館     | 1 |
| 三島公民館        | 6 | 中沢公民館        | 1 | 園家（野坂さん宅前） | 7 |
| 舟見4区公民館      | 2 | 下山公民館        | 2 |            |   |
| 舟見5区旧JAスタンド跡 | 1 | 南部支店         | 4 |            |   |
| 棚山住宅         | 0 | 古黒部公民館       | 4 |            |   |
| あさひ支店        | 3 | 藤原公民館        | 0 |            |   |
|              |   | 春日（舟渡さん宅前）   | 1 |            |   |

# 調査結果

---

- ・ 買い物に不便や苦勞を感じると答えたのは15人（31.2%）で、80～90代や、1人暮らしの高齢者に多い

→年齢を重ねるとともに、買い物先まで自力で出かけることや、重い荷物を自宅まで運ぶことに対する**身体的な負担**が大きくなり、日常の買い物に対するハードルが上がっているのではないか

- ・ 80～90代や1人暮らしであっても買い物に不便や苦勞を感じていない人は、子どもや友人に買い物に連れて行ってもらったり、食料品を届けてもらったりといったさまざまな工夫で**買い物に対する困難さを解消**

身近な人のサポートが受けられない高齢者であっても移動販売によって買い物の困難さは解消されているとの声も多い→買い物支援事業としての移動販売車「あいさい号」は高齢者のニーズを的確に捉えているといえる



# 調査結果

---

- ・移動販売車「あいさい号」の利用理由

「近くて便利だから」（16人）、「自分で商品を見て好きなものを選ぶのが楽しみだから」（7人）、「コミュニケーションのため」（7人）、「新鮮な野菜や刺身があるから」（7人）、「今後の事業継続に貢献したいから」（6人）、「買い足しのため」（4人）、「スーパーより見やすいから」（1人）

- ・野菜や刺身などの生鮮食品のほか、惣菜やカップ麺といった手軽に食べられる商品を手に取る利用者が多い

- ・移動販売の利用理由を「買い足しのため」と答えた高齢者の大半が子どもと同居しており、**補助的な役割**として移動販売を利用

- ・移動販売車「あいさい号」の利用や身近な人のサポートなどによって買い物の困難さを解消できている人が多く、空間的に不利な条件にある高齢者が必ずしも買い物に不便や苦勞を感じているとは限らない

ただし、身近な人のサポートを受けている人でもサポートの頻度や食の好みによって買い物に不便を感じる



## IV. 考察

---

- ・ コミュニケーションを移動販売利用の主な目的としているのは、1人暮らしなど世帯人数が少ない高齢者に多い

→ 普段人と話す機会が少ない高齢者ほど移動販売における会話を求める

- ・ 主な利用理由を「近くて便利だから」と回答した利用者のなかにも、「近所の人との会話も目的の一つ」との声があり、移動販売が、利用者同士や販売員との会話を生む**コミュニケーションの場として機能**し、地域コミュニティが形成されている

- ・ 普段から地域の人との関わりが多い地域では、移動販売によって新たな地域コミュニティが形成されているとは言い切れず、地域のイベントなどで日頃から形成されている地域の人々とのつながりを保持する場の一つとして機能しているにすぎない

## 考察

---

- ・「普段は特に行くところもなく家でテレビを見ているだけ」と話す利用者が移動販売に楽しみを見出していたことから、移動販売が**閉じこもりの予防**につながっていると考えられる
- ・「話すことが日々の1番の楽しみ」と話す利用者にとって、移動販売での会話が**生きがい**になっており、特に1人暮らしの場合は**孤立感の解消**にもつながっている
- ・自分で行って自分の目で見て好きな商品を選ぶという買い物自体に対して楽しみを見出している利用者も見られ、「移動販売が日常の楽しみ」という意識によっても買い物の困難さは解消されることが考えられる

利用者同士のつながり→移動販売が楽しみ・生きがい→買い物の困難さが軽減

# 考察

---

・ 移動販売車「あいさい号」は、移動販売とは関係のない頼み事を聞き入れることや、販売員が個人宅に直接様子を見に行くことはできず、高齢者の見守りという面での福祉事業的な役割は薄い

しかし、販売員の代わりに他の利用者が自宅に様子を見に行ったり、連絡を取ったりするなど、利用者同士が互いの状況を気にかける様子が見受けられた

→移動販売が地域住民の一員として**見守りの意識**をもつきっかけ

## V. おわりに

---

- ・ 移動販売車「あいさい号」は、高齢者の買い物に関わる身体的負担や心理的負担を和らげる存在として買い物の機会を提供しているだけでなく、コミュニケーションの場としての役割も果たすことで、販売員と利用者、さらには利用者同士のつながりを創出し、高齢者の社会的孤立の防止や外出機会づくりに貢献
- ・ 主に移動販売における会話によって自然と話し相手や安否確認といった福祉的役割が果たされ、高齢者が買い物に対して感じる不便さの解消の一助となっている
- ・ 個別に自宅を訪問する形態の移動販売と比較すると、高齢者の見守りといった面での福祉的役割は薄い。しかし、その分利用者同士の関わりができ、会話を楽しむだけでなく互いに見守りの意識をもつことにつながっている



# 参考文献

---

- ・農林水産省，食料品アクセス（買い物困難者等）問題ポータルサイト，  
[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/syoku\\_akusesu.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/syoku_akusesu.html)（最終閲覧日：2024年1月3日）
- ・経済産業省，買物弱者対策支援について，<https://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonopakusyashien.html>（最終閲覧日：2024年1月4日）
- ・入善町ホームページ，<https://www.town.nyuzen.toyama.jp/index.html>（最終閲覧日：2024年1月4日）
- ・浅井秀子・熊谷昌彦 2014. 中山間地域における買い物弱者対策に関する取り組み－鳥取県江府町の事例－. 日本建築学会技術報告集20(44): 269-272.
- ・小坂田 稔・佐藤豊信 2002. 地域福祉の視点からみた中山間地における移動販売の新たな役割. 農村生活研究464: 15-27.
- ・武市伸幸 2000. 高知県中央部における自動車を用いた移動販売と利用者の意識. 新地理48(1): 37-44.
- ・土屋 哲・佐野可寸志 2011. 中山間地で移動販売者が担いうる社会サービスニーズに係る検討－長岡市山古志地域住民へのアンケート調査を通じて－. 農村計画学会誌30: 273-278.
- ・中村周作 1985. 水産物行商人の空間行動様式－山陰地方の事例を中心として－. 人文地理学研究37(4): 310-331.