

美祢市商工会

平成 29 年度  
美祢市の買い物環境等に  
関する実態調査  
【報告資料】

一般社団法人顧客獲得センター  
中小企業診断士  
松本宏之

# 目次

<b>1. 調査概要</b> .....	<b>2</b>
調査目的 .....	2
調査方法 .....	2
<b>2. 買い物困難者の実態</b> .....	<b>3</b>
I. 普段の買い物に不便さを感じていか？ .....	3
II. 買い物困難者の特徴 .....	3
III. 本章の分析結果の整理 .....	8
<b>3. 地域住民の買い物環境</b> .....	<b>9</b>
I. 商品ごとに買い物場所を選択する地域住民 .....	9
II. 商品ごとに買い物場所を選択する地域住民 .....	11
III. 地域別の買い物状況 .....	11
IV. 本章の分析結果の整理 .....	12
<b>3. スーパー「丸和・秋芳店」閉店の影響</b> .....	<b>13</b>
I. スーパー「丸和・秋芳店」閉店の影響 .....	13
II. 地域別のスーパー「丸和・秋芳店」閉店の影響 .....	14
III. 本章の分析結果の整理 .....	15
<b>4. 地域住民の要望から見た、改善策</b> .....	<b>15</b>
I. 買い物が便利になると期待される取り組み .....	15
II. 本章の分析結果の整理 .....	16
<b>5. まとめ</b> .....	<b>17</b>

# 1. 調査概要

---

## 調査目的

本調査は、近年、秋芳地域のスーパー及び商店の閉店や廃業等による生鮮食品や日用品などの日常必需品を取り扱う店舗の減少に伴い、日常的な買い物に支障をきたしている、秋芳地域を対象に「買い物環境等」の実態を明らかにすることを目的としている。

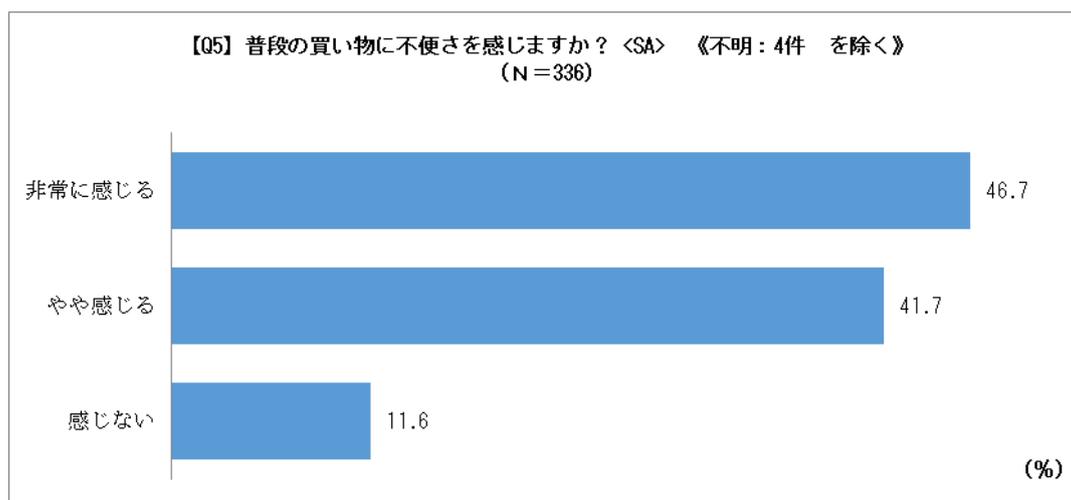
## 調査方法

- 実施時期：平成29年12月～平成30年3月
- 調査対象：美祢市秋芳地域の住民の内、特に高齢者
- 調査方法：聞き取りを中心とした質問紙記入式。
- 有効回答数：340件

## 2. 買い物困難者の実態

### Ⅰ. 普段の買い物に不便さを感じているか？

普段の買い物に不便さを感じるか否かについて質問をした結果、以下となった。



図：「普段の買い物に不便さを感じる」

「非常に感じる」「やや感じる」は共に4割を超えていた。およそ9割近くの方は普段の買い物に何らかの不便さを感じているという結果であった。

### Ⅱ. 買い物困難者の特徴

上記結果を受け、普段の買い物に不便さを「非常に感じる」「やや感じる」と回答した方を買い物困難群とし、「感じない」と回答した方を買い物非困難群とし、買い物困難群の特徴をクロス集計で分析を行った。

買い物のために外出できる同居家族の有無と、買い物困難群／非困難群の構成比に違いがあるかを調べた結果が以下であった。

(単位：横%)

	合計	買い物困難群	買い物非困難群
全体	332	294	38
(%)	(100)	(89)	(11)
いる	224	194	30
(%)	(100)	(87)	(13)
いない	108	100	8
(%)	(100)	(93)	(7)

図：買い物で外出可能な家族の有無と  
買い物困難比率の関係

買い物のために外出できる同居家族がいない方が、買い物困難群の比率が高いという結果であった。

また、上記質問において、「外出できない理由」について買い物困難群に質問（複数回答可）したところ、以下の結果であった。

(単位：横%)

	合計	身体が不自由 だから	移動手段がな いから	その他
買い物困難群	103	32	60	25
(%)	(100)	(31)	(58)	(24)

図：買い物のために外出不可能な理由

1番の理由は「移動手段がないから」、続いて「身体が不自由だから」という結果であった。

また、買い物困難群に対し、不便さを感じる理由を質問（複数回答可）したところ、以下の結果であった。

(単位：横%)

	合計	徒歩でいけ ない	車がない	車や自転車が しんどい	重いものが持 てない	その他
買い物困難群 (%)	276 (100)	202 (73)	66 (24)	44 (16)	96 (35)	45 (16)

図：買い物困難者における、買い物を困難にさせる理由

「徒歩でいけない」という回答が最も高く73%、次いで、「重いものが持てない」「車がない」という回答が続いた。

性別の違いで、買い物困難群／非困難群の構成比に違いがあるかを調べた結果が以下であった。

(単位：横%)

	合計	買い物困難群	買い物非困難群
全体 (%)	327 (100)	288 (88)	39 (12)
女性 (%)	286 (100)	251 (88)	35 (12)
男性 (%)	41 (100)	37 (90)	4 (10)

図：性別と買い物困難比率の関係

買い物困難群の女性比率は88%、買い物非困難群の男性比率は90%と性別による違いはほとんど見られなかった。

年代の違いで、買い物困難群／非困難群の構成比に違いがあるかを調べた結果が以下であった。

(単位：横%)

	合計	買い物困難群	買い物非困難群
<b>全体</b>	328	289	39
<b>(%)</b>	(100)	(88)	(12)
<b>～40代</b>	2	2	
<b>(%)</b>	(100)	(100)	
<b>50代</b>	10	9	1
<b>(%)</b>	(100)	(90)	(10)
<b>60代</b>	61	50	11
<b>(%)</b>	(100)	(82)	(18)
<b>70代</b>	114	106	8
<b>(%)</b>	(100)	(93)	(7)
<b>80代</b>	111	95	16
<b>(%)</b>	(100)	(86)	(14)
<b>90代～</b>	30	27	3
<b>(%)</b>	(100)	(90)	(10)

図：年代と買い物困難比率の関係

各年代において、総じて買い物困難群の比率は8割以上であり、各世代まんべんなく存在するという結果であった。

居住地区で買い物困難群／非困難群の構成比に違いがあるかを調べた結果が以下であった。

(単位：横%)

	合計	買い物困難群	買い物非困難群
<b>全体</b>	325	286	39
<b>(%)</b>	(100)	(88)	(12)
<b>嘉万</b>	104	93	11
<b>(%)</b>	(100)	(89)	(11)
<b>別府</b>	62	49	13
<b>(%)</b>	(100)	(79)	(21)
<b>秋吉</b>	105	97	8
<b>(%)</b>	(100)	(92)	(8)
<b>岩永</b>	54	47	7
<b>(%)</b>	(100)	(87)	(13)

図：地域と買い物困難比率の関係

特に、秋吉地区（92%）、嘉万地区（89%）で買い物困難群の構成比が高いという結果であった。

同居家族人数の違いで、買い物困難群／非困難群の構成比に違いがあるかを調べた結果が以下であった。

（単位：横%）

	合計	買い物困難群	買い物非困難群
<b>全体</b>	238	219	19
<b>(%)</b>	(100)	(92)	(8)
<b>1人</b>	73	68	5
<b>(%)</b>	(100)	(93)	(7)
<b>2人</b>	88	80	8
<b>(%)</b>	(100)	(91)	(9)
<b>3人</b>	42	40	2
<b>(%)</b>	(100)	(95)	(5)
<b>4人</b>	17	16	1
<b>(%)</b>	(100)	(94)	(6)
<b>5人以上</b>	18	15	3
<b>(%)</b>	(100)	(83)	(17)

図：同居家族人数と買い物困難比率の関係

5人以上家族の場合、買い物困難群比率が83%と全体の92%に比べ低いという結果であった。ただし、1人～4人家族においてはどの世帯人数でも買い物困難群比率は9割を超えるという結果であった。

（単位：横%）

	合計	買い物困難群	買い物非困難群
<b>全体</b>	332	294	38
<b>(%)</b>	(100)	(89)	(11)
<b>いる</b>	115	107	8
<b>(%)</b>	(100)	(93)	(7)
<b>いない</b>	217	187	30
<b>(%)</b>	(100)	(86)	(14)

図：要介護家族の有無と買い物困難比率の関係

要介護家族のいる世帯の方が買い物困難群である比率が高いという結果であった。

運転免許書保有家族の有無で、買い物困難群／非困難群の構成比に違いがあるかを調べた結果が以下であった。

(単位：横%)

	合計	買い物困難群	買い物非困難群
全体	330	292	38
(%)	(100)	(88)	(12)
いる	254	220	34
(%)	(100)	(87)	(13)
いない	76	72	4
(%)	(100)	(95)	(5)

図：運転免許書保有家族の有無と買い物困難比率の関係

運転免許書保有家族のいない世帯の方が買い物困難群である比率が高いという結果であった。

### Ⅲ. 本章の分析結果の整理

以下に、本分析結果を受けた、買い物困難者に共通する傾向を整理する。

- ✓ 調査対象の内、約9割の回答者は普段の買い物に何らかの不便を感じている
- ✓ 買い物に不便を感じている方の傾向
  - 買い物で外出可能な家族のいない方が比較的多い
  - 4人以下の家族で比較的多い
  - 要介護家族のいる方が比較的多い
  - 運転免許書保有家族のいない方が比較的多い
  - 秋吉地域が比較的多い
- ✓ 買い物の不便さを感じる傾向に、年齢・性別の違いはほとんど見られない
- ✓ 独居高齢者に限らず、4人以下の家族であれば買い物に不便を感じる割合は高い。

本分析結果から、上記のような傾向が見られた。参考に、日本の高齢者における買い物に不便さを感じる割合を確認すると以下であった。

	前回調査	本調査
買物に困難を感じている人の割合	16.6% Source:内閣府「平成17年度高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」において、アンケートで「日常の買い物に不便」と回答した割合	17.1% Source:内閣府「平成22年度高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」において、アンケートで「日常の買い物に不便」と回答した割合
×	×	×
60歳以上高齢者数	・平成17年10月1日:3,422万人 ・平成20年10月1日:3,717万人 Source:総務省統計局「人口推計」	・平成22年10月1日:3,928万人 ・平成26年10月1日:4,198万人 Source:総務省統計局「人口推計」
=	=	=
買物弱者数(推計)	約600万人* (*平成17年人口で計算すると548万人、平成20年人口で計算すると617万人となることを踏まえ、約600万人が買物弱者状態に置かれていると推測)	約700万人* (*平成22年人口で計算すると672万人、平成26年人口で計算すると718万人であることから、約700万人が買物弱者であると推測)

図：日本の高齢者における、日常の買い物が不便な方の人口比率  
(出典：経済産業省「買物弱者・フードデザート問題等の現状及」2015)

上記結果では、日本の高齢者における買い物に不便さを感じる割合は17.1%であった。この数値を見ても、本調査の買い物に何らかの不便さを感じる割合88.4%は全国平均をはるかに上回る、極端な数値と言える。両調査では、調査標本の定義の違いもあり単純な比較はできないものの、全国平均との極端な開きは注視に値する。同地域における買い物支援策の早急な対応が望まれる。

### 3. 地域住民の買い物環境

#### 1. 商品ごとに買い物場所を選択する地域住民

対象者に商品別に利用店舗の質問をしたところ、以下の回答であった。

(単位；横%)

		利用者計	生鮮食品	他の食品	日用品 雑貨	医療品	衣料品
個人商店	件数	101	73	19	9	5	36
	%	(100)	(72)	(19)	(9)	(5)	(36)
美祢市内 スーパー	件数	279	247	226	193	69	98
	%	100	(89)	(81)	(69)	(25)	(35)
美祢市外 スーパー	件数	166	114	109	91	35	116
	%	100	(69)	(66)	(55)	(21)	(70)
コンビニ	件数	65	7	59	11	4	2
	%	100	(11)	(91)	(17)	(6)	(3)
ホーム センター	件数	187	6	28	116	141	14
	%	100	(3)	(15)	(62)	(75)	(7)
通販	件数	89	45	56	43	12	39
	%	100	(51)	(63)	(48)	(13)	(44)
移動販売	件数	52	42	38	12	2	3
	%	100	(81)	(73)	(23)	(4)	(6)

図：商品別の利用店

上記結果から、以下のような傾向が見られた。

- ✓ 利用者計から、住民は美祢市内スーパーの利用が最も多い（279件）。
- ✓ 各店舗の特徴は以下の通り。
  - 個人商店・・・ 生鮮食品を購入
  - 美祢市内スーパー・・・ 生鮮食品と他の食品を購入
  - 美祢市外スーパー・・・ 生鮮食品と衣料品を購入
  - コンビニ・・・ 他の食品を購入
  - ホームセンター・・・ 日用品と衣料品を購入
  - 通販・・・ 生鮮食品と他の食品を購入
  - 移動販売・・・ 生鮮食品と他の食品を購入

特に、個人商店、美祢市内スーパー、美祢市外スーパーは生鮮食品の購入件数、購入比率がともに高く、地域住民の日常の食生活を支えている存在であることがうかがえた。

## II. 商品ごとに買い物場所を選択する地域住民

対象者に利用店舗の利用頻度を質問をしたところ、以下の回答であった。

(単位；横%)

		利用者 計	ほぼ毎日	週に 2,3回	週に 1回程度	月に 2,3回	月に 1回程度	2,3ヶ月に 1回
個人商店	件数	84	5	17	28	16	8	10
	%	(100)	(6)	(20)	(33)	(19)	(10)	(12)
美祿市内 スーパー	件数	276	31	84	118	35	13	1
	%	(100)	(11)	(30)	(43)	(13)	(5)	(0)
美祿市外 スーパー	件数	160	4	11	59	37	42	11
	%	(100)	(3)	(7)	(37)	(23)	(26)	(7)
コンビニ	件数	88	6	12	28	26	9	8
	%	(100)	(7)	(14)	(32)	(30)	(10)	(9)
ホーム センター	件数	164	1	15	43	51	47	8
	%	(100)	(1)	(9)	(26)	(31)	(29)	(5)
通販	件数	94	0	9	55	7	7	16
	%	(100)	(0)	(10)	(59)	(7)	(7)	(17)
移動販売	件数	41	2	18	18	1	2	0
	%	(100)	(5)	(44)	(44)	(2)	(5)	(0)

図：利用店別の利用頻度

上記結果から、個人商店、美祿市スーパー、美祿市外スーパー、コンビニ、通販は「週に1回程度」が、ホームセンターは「月に2,3回」が、移動販売は「週に2,3回」「週に1回程度」が、それぞれ最頻であった。

## III. 地域別の買い物状況

居住地域別に利用店舗を調査した結果が以下であった。

(単位；横%)

	利用者計	個人商店	美祢市内スーパー	美祢市外スーパー	コンビニ	ホームセンター	通販	移動販売	利用比率	
									件数	%
嘉万	件数	102	36	89	61	18	61	22	11	
	%	(100)	(35)	(87)	(60)	(18)	(60)	(22)	(11)	
別府	件数	61	10	53	23	11	34	15	6	
	%	100	(16)	(87)	(38)	(18)	(56)	(25)	(10)	
秋吉	件数	102	38	78	50	18	49	34	28	
	%	100	(37)	(76)	(49)	(18)	(48)	(33)	(27)	
岩永	件数	53	10	50	26	12	36	15	5	
	%	100	(19)	(94)	(49)	(23)	(68)	(28)	(9)	

図：地域別の利用店

地域別の特徴的な傾向を整理した。

**嘉万地区**・・・個人商店、美祢市外スーパーの利用比率が高い。

通販の利用比率が低い

**別府地区**・・・個人商店、美祢市外スーパーの利用比率が低い

**秋吉地区**・・・個人商店、通販、移動販売の利用比率が高い

美祢市内スーパー、ホームセンターの利用比率が低い

**岩永地区**・・・美祢市内スーパー、コンビニ、ホームセンターの利用比率が高い

移動販売の利用比率が低い

#### IV. 本章の分析結果の整理

地域住民は商品ごとに様々な店舗を利用していることがうかがえた。その中でも最も利用している店舗は「美祢市内スーパー」であった。しかし、各地域でまんべんなく利用されているわけではない。岩永地区は他の地区に比べ利用比率は高い（94%）が、一方で秋吉地区は他の地区に比べ利用比率は低い（76%）。

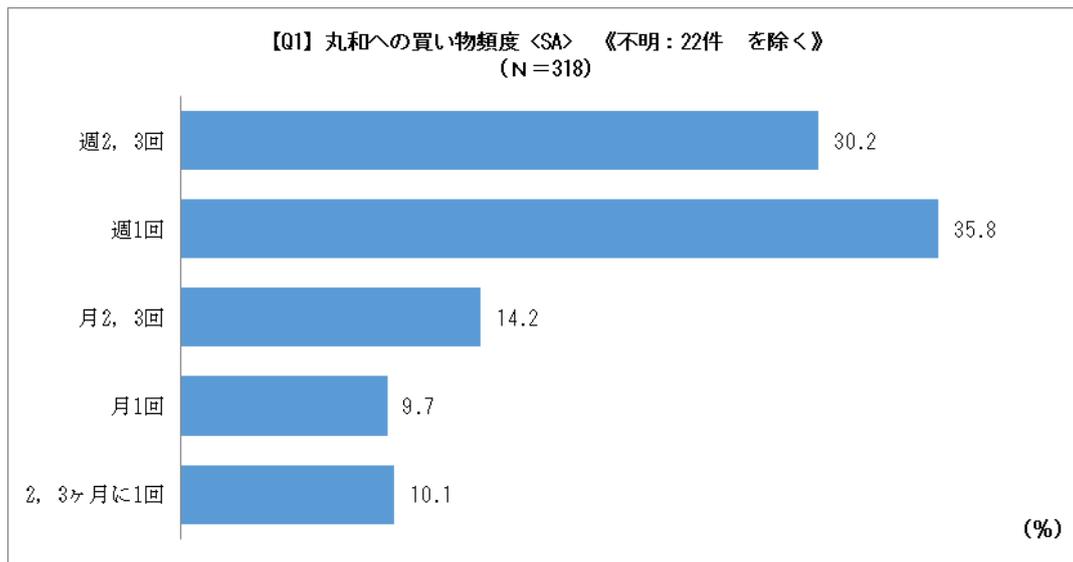
本来であれば利用したいにもかかわらず、比較的遠距離のため利用できないのであれば、秋吉地区の住民への重点的な支援も考慮に入れる必要がある。

※上記結果の I、II、IIIにおいて利用者計の数値は、回答未記入を除いた、いずれかの選択支に回答した回答者数の合計とした。その結果、I、II、IIIにおいて利用者計の数値が異なっている。

### 3. スーパー「丸和・秋芳店」閉店の影響

#### 1. スーパー「丸和・秋芳店」閉店の影響

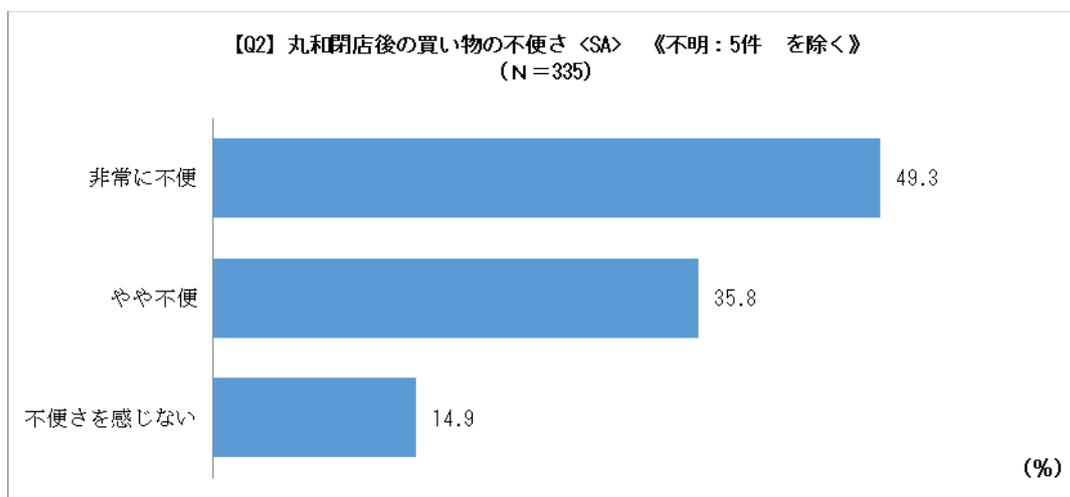
スーパー丸和・秋芳店の閉店前の利用状況について質問した結果は以下であった。



図：丸和秋芳店の利用頻度

「週に2, 3回」との回答が約30%、「週1回」との回答が約36%であり、両者合わせ66%であった。これより、7割弱ほどの住民が、スーパー丸和秋芳店を日常的に利用していたことが分かった。

また、同店舗の閉店ともない、不便を感じるかについての結果は以下であった。



図：丸和秋芳店閉店の影響

「非常に不便」との回答が約 50%、「やや不便」との回答が約 36%、両社合わせて 86%であり、9 割弱の住民が、同店閉店に伴い、買い物が不便になっていると感じていることが分かった。

## II. 地域別のスーパー「丸和・秋芳店」閉店の影響

居住地域別に同店の利用頻度の質問結果は以下であった。

(単位；横%)

	合計	週2, 3回	週1回	月2, 3回	月1回	2, 3ヶ月に1回
<b>全体</b>	306 (100)	92 (30)	107 (35)	44 (14)	31 (10)	32 (10)
<b>嘉万</b>	99 (100)	22 (22)	34 (34)	21 (21)	14 (14)	8 (8)
<b>別府</b>	56 (100)	9 (16)	21 (38)	10 (18)	5 (9)	11 (20)
<b>秋吉</b>	98 (100)	39 (40)	34 (35)	10 (10)	8 (8)	7 (7)
<b>岩永</b>	53 (100)	22 (42)	18 (34)	3 (6)	4 (8)	6 (11)

図：地域別、丸和秋芳店の利用頻度

「週2，3回」に利用している比率の高い地域は、秋吉、岩永であった。特にこの2地域は同店を日常利用している住民が多かったことが分かった。

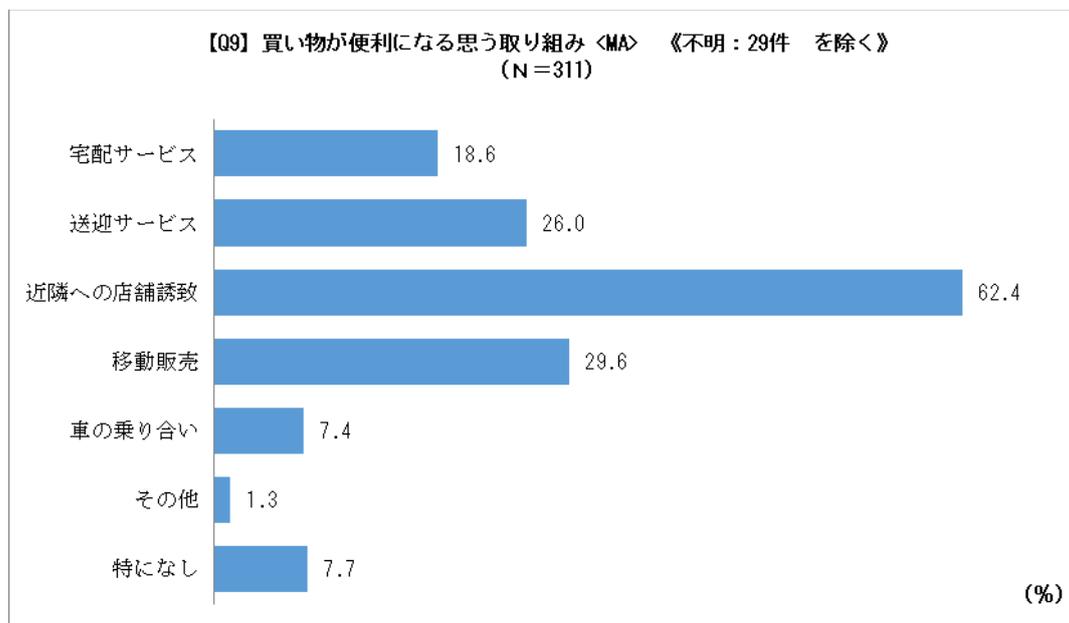
### Ⅲ. 本章の分析結果の整理

閉店した丸和秋芳店を日常的に利用していた（週1回以上と定義する）割合は66%であった。また、同店閉店に伴い、何らかの不便さを感じている方の割合は86%であった。調査対象者のおよそ9割の方々は同店が閉店したことにより買い物が不便になっているということが調査結果から明らかになった。特に地区別でみると、秋吉・岩永地区で同店を利用している割合が高かった。同地区を中心に買い物環境に関する整備と支援策が望まれる。

## 4. 地域住民の要望から見た、改善策

### Ⅰ. 買い物が便利になると期待される取り組み

対象者に自身の買い物が便利になると期待される取り組みを質問した結果は以下となった。



図：望まれる買い物支援の取り組み

「近隣への店舗誘致」が最も多くおよそ6割、次いで「移動販売」でおよそ3割という結果であった。

さらに、地域別に見た結果が以下であった。

(単位；横%)

	合計	宅配サービス	送迎サービス	近隣店舗誘致	移動販売	車乗り合い	その他	特になし
<b>全体</b>	299 (100)	55 (18)	77 (26)	184 (62)	85 (28)	20 (7)	4 (1)	24 (8)
<b>嘉万</b>	97 (100)	22 (23)	20 (21)	70 (72)	26 (27)	9 (9)	2 (2)	5 (5)
<b>別府</b>	51 (100)	9 (18)	11 (22)	25 (49)	19 (37)	1 (2)	1 (2)	6 (12)
<b>秋吉</b>	98 (100)	17 (17)	27 (28)	54 (55)	30 (31)	4 (4)		9 (9)
<b>岩永</b>	53 (100)	7 (13)	19 (36)	35 (66)	10 (19)	6 (11)	1 (2)	4 (8)

図：地域別に見た、望まれる買い物支援の取り組み

期待される取り組みとして、嘉万、別府、秋吉は「近隣への店舗誘致」次いで「移動販売」という結果であり、岩永地区は「近隣への店舗誘致」次いで「送迎サービス」という結果であった。

## II. 本章の分析結果の整理

住民の買い物環境に関する期待される取り組みは、店舗誘致が圧倒的に多く6割であった。次いで、移動販売であり、およそ3割であった。この点は、買い物に困っている住民の要望と捉えることができる。

## 5. まとめ

---

本調査は、秋芳地区の高齢者における、日常の買い物状況の現状把握につながった。特に、注視すべき点として、日常の買い物に不便さを感じている高齢者比率の高さであろう。全国平均の17.1%を大きく上回る88.4%の方が、日常の買い物に対し何らかの不便さを感じているという結果であった。この点については非常に深刻な状況であり、早急な対応が望まれる。

特に秋吉地区についてはスーパー丸和秋芳店を日常利用していた割合が高く、且つ、買い物に不便さを感じている割合も9割を超えていた。この点からも、秋吉地区を中心とした、買い物支援策の実施が望まれる。

また、期待される対策として最も多かった声は「店舗の誘致」であり、次いで「移動販売」であった。住民の期待からすれば店舗の誘致が最良の選択ではあるが、現実的には難しいかもしれない。現にスーパー丸和秋芳店も撤退している。そのため、次点の策として「移動販売」は現実的であると考え。この点を踏まえ、参考文献として、移動販売に関する指針となる資料を添付する。

繰り返しになるが本調査より、地域で買い物に不便を感じている高齢者の方が全国平均から見ても極端に多いという現状が浮き彫りになった。これら高齢者の方々の不便さや不安さをいかに取り除くことができるか、今後の対策は重要になる。本調査が地域高齢者の生活向上の一助になることを望み、文末とする。