

## 買物弱者問題の検討

—関満博『中山間地域の「買い物弱者」を支える』（新評論、2015年）を手がかりとして—

坂本秀夫

### 要旨

近年、人口減少と高齢化、そして買物施設・店舗とりわけ零細小売商業施設の激減現象とともに、いわゆる「買物弱者問題」が地方の過疎地のみならず、都市部でも深刻な社会問題として急浮上している。しかも、用語的には「買物弱者問題」というよりも「フードデザート問題」と表現した方が妥当であり、問題の本質は単なる買物先の消滅にあるのではなく、弱者切り捨ての構図すなわち社会的排除問題にこそあるだけに、問題はより深刻化している。

本稿では、買物弱者問題の本質や問題解決の方向性について、関満博の著書を手がかりとして検討を重ねている。問題解決の方向性としては、「移動販売」、「買物代行」、「宅配」、「配食サービス」、「送迎バス」、「デマンド交通」、「店をつくる」、「店を引き継ぐ」などが鍵となる。なお、問題解決の主体は基本的には民間ベースに委ねられるとしても、最後の砦は行政依存しかない。

この分野の研究は端緒についたばかりであり、今後のより本格的な研究の蓄積が待たれる。

[キーワード] 人口減少と高齢化、零細小売商業施設、高齢地域社会、買物弱者問題、フードデザート問題

### 1 はじめに

経済産業省「商業統計」によると、昭和57年（1982年）調査をピークとして、同60年（1985年）調査以降に始まった小売商店数の減少傾向に歯止めはかかっていない。ピーク時〔昭和57年（1982年）調査〕に172万1,000店あった小売商店数は直近の調査〔平成26年（2014年）調査〕では78万1,000店にまで落ち込んでしまった。これは調査開始〔昭和27年（1952年）調査：108万店〕以来、最低水準の数値であり、この間、実に94万店もが消滅したことになる。しかも、この数値は開店と閉店との増減差であ

るから、実際に閉店あるいは廃業等を行った店はこれよりもはるかに多いのである。

しかし、留意しなければならないのは、小売商店数の減少傾向は1～2人規模の限界的な零細店の激減によってもたらされている、ということである。1～2人規模の零細店は昭和57年（1982年）調査では103万6,000店であったが、平成26年（2014年）調査ではついに31万9,000店にまで落ち込み、この間、71万7,000店が消滅してしまった。

「商業統計」でいう従業者・就業者には個人事業主および無給家族従業者も含まれるから、1～2人規模店のほとんどは、実質上個人経営

店とみてよい。商店街の中核である個人商店が次々と閉店あるいは廃業等を行っている理由や背景としては、さまざまな要因を挙げることができるが<sup>(1)</sup>、大店法（大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律）規制緩和（撤廃）が1～2人規模店の減少に拍車をかけたことは明白であり<sup>(2)</sup>、大店法規制緩和実施以降は、大店法規制緩和ないし撤廃の影響が1～2人規模店激減の最大の要因になったと結論づけざるを得ない。1990年代に本格化した規制緩和によって、大型スーパーなどの出店が激増し、多くの商店街が競争に敗れた。地域によっては、「まちの顔」ともいうべき中心商店街ですら崩壊寸前の状態にあり、地域住民にも戸惑いが広がっている。

商店街は、①近隣型商店街、②地域型商店街、③広域型商店街、④超広域型商店街に類型化できるが、約8割が①、②のタイプであり、なかでも①が圧倒的多数を占めている。近隣型・地域型商店街を中心として多くの商店街の命運が風前の灯になろうとしている。ちなみに、NPO法人まちづくり協会顧問兼地域商業研究所所長の三橋重昭から筆者にも配信されたメールによると<sup>(3)</sup>、永年の実務経験に基づいて、日本の商店街、約1万8,000カ所のうち過半数近くが「限界商店街」化していると推測している。なお、三橋は下記5つの要件が当てはまる商店街を限界商店街と定義している。①物販・サービス・飲食店の集積が20店舗未満、②65歳以上の店主の比率が全体の50%以上、③後継者が3人未満、④事業予算が年間50万円未満、⑤リーダーが不在。関連していえば、「限界集落」は、一般的には、65歳以上の人口が50%を超え、もはや再生不可能に近く、自然消滅の可能性がきわめて高い集落であると定義されようが、その意味で、三橋の上記の定義はきわめて妥当なものであると思われる。

また、平成26年（2014年）調査における小売商店数の業種別構成比をみると、かつて昭和43年（1968年）調査で小売業の半数を占めた「飲食料品小売業」全体の構成比は30.6%にまで落ち込んでしまっており、縮小化がいつそう進んでいる。

人間が生活を営んでいくうえでの「衣食住」という基本的条件のうち、地域によっては「食」が賄えないという危機的状況に陥りつつあることが、上記のようなデータ上からも窺い知ることができる。

かくして、近年は、高齢者を中心に食料品等の買物がしたくても買物施設・店舗にアクセスできない人たちが急増し、いわゆる「買物弱者問題」として社会問題化している。しかも、この問題は地方の過疎地のみならず、都市部でも発生している。日本における人口の高齢化は諸外国でも例をみないほどに急激な速度で進行しており、また身体障がい者への配慮を考えると、たとえば地域生活者の80%が満足しているから問題は解決しているとみるだけでは不十分なのである。

住み慣れた土地で「普通の生活」を営むために普通の買物をすることは異常なことでもなんでもない。ごくありふれた日常の風景である。そうした普通の生活を普通に行うことができない社会の有り様こそ異常である。

関満博『中山間地域の「買い物弱者」を支える』（新評論、2015年）は対象こそ主として、日本の国土面積の約70%を占める中山間地域に限定しているが、人口減少と高齢化が同時進行しつつある特殊日本的な条件のもとで、「買物弱者問題」の本質や問題解決の方向性などについて考究する際に数多くの有効な示唆を与えてくれる。関によると、『条件不利地域の買い物弱者支援』とでもいうこの領域、沖縄の共同売店<sup>(4)</sup>を除くと、まだ系統的な研究は開始され

ていない」<sup>(5)</sup>という。

かかる状況のもと、本稿では、関の上記著作を手がかりとして、買物弱者問題の本質や問題解決の方向性などについて検討していくこととする。

## 2 買物弱者問題の発生

食料品等の買物がしたくても買物施設・店舗にアクセスできない人たちは、買物難民、買物弱者、あるいはフードデザート（食の砂漠）難民<sup>(6)</sup>など多様な用語で表現することができる。これらの用語にはそれぞれの強調点の相違がある。すなわち、「消費者の都合ではなく、企業の都合による店舗の撤退や廃業によって生じた買い物困難は買い物難民、消費者の体力的低下や車の運転ができなくなった場合、買い物時間の不足によって生じる買い物困難は買い物弱者、そして家族やコミュニティの欠如や孤立によって栄養価のある食料品にアクセスできないことから生じる買い物困難はフードデザート〔難民（引用者追記）〕という区分をすることもできる」<sup>(7)</sup>。

用語の強調点の相違はさておき、日本においてこうしたいわゆる「買物弱者問題」が顕在化したのは平成12年（2000年）頃からであり、最近になってこの問題が急速に拡大している。しかも、前述したように、この問題は地方の過疎地のみならず、都市部でも発生している。

なお、日本で買物難民という用語が初めて使用されたのは、杉田聡の著作、『買物難民』（大月書店、2008年）においてである。杉田は、買物難民が出現する背景として、大店法の規制緩和によって大型店の郊外出店が増加し、そこに自動車利用の消費者が大量に吸引されたことなどを指摘している。そのうえで、大型店の郊外出店の増加が中心市街地や過疎地の中小小売店を衰退させ、高齢化する消費者の買物困難が増

加することに警鐘を鳴らしている。

さて、宇野政雄は「買物弱者問題」、「買物難民問題」、あるいは「フードデザート問題」という用語こそ使用していないものの、30年余り前に今日のような事態が生じるであろうことをすでに予測していた。

以下、宇野の主張を要約しておこう。

ヨーロッパ各国ではハイパーマーケットを中心とした大型店が発展した結果、高齢者や身体障がい者など社会的弱者や地域住民にとってはむしろ不便になった。日本においても大型店出店によって従来の商業集積における秩序が破壊されつつあり、そこに過密と過疎が起こってくるが、これからは過密現象の解決をどうするかということのほか、地域においては過疎現象が生じてくることも見落としてはならない、と宇野は主張した<sup>(8)</sup>。そのうえで、大型店出店によって街中の中小小売店が廃業すれば、高齢者や身体障がい者など社会的弱者に購買上の不便をきたすことから、社会的弱者救済の立場に基づいて中小小売店を確保しなければならないといった視点が今後重要となる、と主張していたのである<sup>(9)</sup>。

以上のような宇野の主張はまさに慧眼であった。筆者もこうした宇野の主張をもとに、30年余り前に下記のような主張を行った。すなわち、「中小零細小売業は社会的弱者救済という社会的使命を帯びているのであり、もはや問題は中小零細小売業にのみ負わされているのではない。中小零細小売業のみならず、社会的弱者をも巻き込んだ形で問題になるのである。そこに、社会的弱者救済との関連から、『中小零細小売業を存立させなければならない』という強い意味で、その存立を外部から支える根拠の積極的要因を見出すことができる」<sup>(10)</sup>と。

かくして30年余り前の宇野の主張は今日、現実化しつつある。宇野は商業集積における過疎

現象が生じてくることに警鐘を鳴らしていたが、宇野の憂いが現実化し、社会問題化している。宇野が憂えた社会問題とは、詳細は後述するが、岩間信之らによればすなわちフードデザート問題の発生である。フードデザートでは、生鮮食料品の購入先のみならず医療や公共交通機関の減少、社会福祉の切り詰め、家族やコミュニティの希薄化などさまざまな問題が発生している。しかも、問題の本質は単なる買物先の消滅にあるのではなく、弱者切り捨ての構図すなわち社会的排除問題にこそあり、発生の主要因こそ地域ごとに異なるものの、これが全国各地で発生している。

なお、経済産業省は「流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々」を「買物弱者」と定義し、買物弱者は日本全国で約700万人に上ると推計している<sup>(11)</sup>。また、農林水産省の推計によると、最寄りの生鮮食料品店まで直線で500m以上離れ、自動車を保有しない「買物弱者」は910万人に上るといふ。しかも、買物弱者は公共交通機関が貧弱な過疎地のみならず、都市部でも発生しているだけに、事態はいっそう深刻である<sup>(12)</sup>。

### 3 関満博『中山間地域の「買物弱者」を支える』（新評論、2015年）の検討

#### (1) 関満博の研究者としての立ち位置と本書執筆の動機

関満博『中山間地域の「買物弱者」を支える』（新評論、2015年）の大半の章は、平成23年（2011年）1月から同27年（2015年）10月にかけて著者がさまざまな経済雑誌等に発表してきた論稿に大幅な加筆・修正等を加え、再編成されたものである。これらに一部書き下ろしの論稿を含めて、一冊の著作として集大成されたのが本書である。

本書の紹介・分析は次節で行うが、まずは、著者の研究者としての立ち位置と本書執筆の動機を紹介していこう。

著者の関満博は一橋大学名誉教授であり、現在は明星大学経済学部常勤教授の職を務めているが、言わずと知れた著名な地域産業問題研究者である。過去にも、第9回中小企業研究奨励賞特賞（1984年）、第34回エコノミスト賞（1994年）、第19回サントリー学芸賞（1997年）、第14回大平正芳記念賞特別賞（1998年）などさまざまな学術的な賞を受賞している。

しかし、関は単なる「象牙の塔」にこもった研究者ではない。むしろ、関の真骨頂はたえず現場に立ち入り、現場の人たちに寄り添いつつ調査を行い、問題解決を図っていく、という徹底した現場主義にある。

引用が長くなるが、関はいう。「『条件不利地域の買物弱者支援』とでもいうこの領域、沖縄の共同売店を除くと、まだ系統的な研究は開始されていない。研究者が訪ねてくるのは初めてという現場が多かった。この間、南は沖縄本島の辺境の山原から、九州山地の最奥の一つの佐伯市宇目、限界集落という言葉の生まれた四国高知の仁淀川上流域、急激な人口減少と高齢化に直面している中国山地の島根県石見地方から鳥取の岡山県境、さらに、東北の奥羽山脈の最奥の西和賀から津波被災地、そして、人口が10分の1まで減少している北海道の夕張までを訪れた。この2年ほどの間に、日本の辺境をほぼ一周したのかもしれない<sup>(13)</sup>と。しかも、現地で通り一遍の話しを聞いてくるのではなく、「訪ずれる『現場』では、できるだけ移動車（引用者注・移動販売車）に乗せてもらい、あるいはクルマで同行を重ね<sup>(14)</sup>、現地の苦悩を肌で感じようとしている。

また、関は平成23年（2011年）3月11日に出張先の岩手県釜石市で東日本大震災に遭遇して

いるが、「以来、この先の自分の仕事は被災地の産業、中小企業復興と見定め、2015年夏のこの時期までの4年ほどの間に300日は被災地の『現場』に立ってき」<sup>(15)</sup> ている。関は現在、岩手県東日本大震災津波からの復興に係わる専門委員、宮城県気仙沼市震災復興会議委員、福島県浪江町復興有識者会議委員も務めているが、ここまで徹底して現場に寄り添う研究者は、筆者は関を除いて寡聞にして知らない。

さて、関の本書執筆の動機である。

関によれば、「中山間地域問題に深入りし始めて十数年が経ち、商店が全て無くなった中国山地や四国山地の現実に衝撃を受けており、買い物の問題が気になっていた」<sup>(16)</sup> という。そういう状況のところへ、永らく交流があった大分県佐伯市で、平成25年（2013年）の秋、「ふとしたことから、佐伯市番匠商工会による『買い物代行』と個人事業者による移動販売車（バス型）の『ママサン号』のことを知る」<sup>(17)</sup>。

関は、上記佐伯市の「買物支援」の現場から移動型の販売方式に関心を惹かれ始め、また、東日本大震災の復興支援に従事するなかで、仮設住宅に住む多くの人たちが買物に苦慮し、中山間地域の高齢化が著しい集落に住む人たちと同様の問題を抱えていることに、胸を痛める。関は、「ここから、非日常である被災地の生活再建、そして、日常化している中山間地域の『買い物弱者』問題に関心を深めてい」<sup>(18)</sup> き、全国各地の中山間地域などの条件不利地域を訪ね歩いた。

以上が本書執筆の動機であるが、こうして本書は誕生した。

## (2) 本書の構成と若干の分析

A 5版全361頁から成る本書はまさしく大著である。本書には各種統計資料等を駆使した図表だけでも計48図表（うち図は計20図、表は計

28表）、また現地の写真は計163枚もが収録されている。

本書は、主として中山間地域などの条件不利地域を対象として、「普通の暮らし」を支える全国各地の実践をとりまとめた壮大な実践記録である。と同時に、「条件不利地域の買物弱者支援」についてまだ系統的な研究が開始されていない状況のなかで、初めてこれに取り組んだ本格的な研究書でもある。

本書では、東日本大震災の被災地を含む全国20地域・30事業が精査されている。全体として平易な表現でありながら、達意の文章力によって、弱者に対する関の温かい眼差しと熱い「思い」がひしひしと胸に迫ってくる。

さて、本書の構成は下記の通りとなっている。

- 序章 人口減少、高齢化と中山間地域における「買い物弱者」
- 第I部 中山間地域の移動販売、買い物代行、バス送迎
  - 第1章 大分県佐伯市／買物を支える多様な展開
  - 第2章 高知県土佐市／30年にもわたるバス型移動販売
  - 第3章 鳥取県日野町・江府町／山間地の閉鎖店舗を引き継ぎ、移動販売
  - 第4章 秋田県横手市／無料送迎バスを運行する地元スーパー
  - 第5章 岩手県西和賀町／社協、スーパー、ヤマト運輸が連携する買物支援
  - 第6章 北海道札幌市／店舗、宅配に加え、移動販売車75台を展開
- 第II部 中山間地域に店舗を展開
  - 第7章 宮城県丸森町大張地区／住民出資の共同売店を展開
  - 第8章 岩手県北上市口内町／共同売店化

	する農産物直売所とJ A売店跡の再開
第9章	島根県美郷町／閉鎖されたミニスーパーを商工会有志で復活
第10章	沖縄県／100年の歴史を重ねる共同売店
補論	各地の多様な取り組み
1	島根県雲南市（旧掛合町）／集落に唯一残った商店が1996年から移動販売
2	島根県松江市／ほっかほっか亭から食品加工、配食・買い物代行サービスへ
3	福島県相馬市／朝市とりやカー「海援隊」を展開
4	高知県四万十市（旧西土佐村）／地区唯一のJ A店を引き継ぐ
5	島根県松江市（旧鹿島町）／閉鎖されるJ A店を引き受ける
6	岡山県赤磐市仁美地区／高齢者ボランティアが店舗と配達
7	島根県雲南市（旧掛合町）／廃校に住民組織がマイクロスーパーを開店
8	北海道／地元最有力コンビニチェーンが過疎地に進出
9	島根県美郷町（旧邑智町）／山間地集落のデマンド交通の取り組み
10	島根県吉賀町／山間地でデマンドバスを運行
終章	条件不利地域の暮らしを支える

以上が本書の構成であるが、序章と終章を除き、各章、補論ともまず地域の実態を詳細に分析・紹介したうえで、買物弱者支援に向けて展開されているさまざまな具体的取り組みが紹介されている。しかし、限られた紙数で、豊富かつ膨大な内容を有する本書を各章ごとに要約し、紹介していくことは並大抵の作業ではない。

関は、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」（『中小企業白書』2014年版、3頁）にて、買物弱者支援のために指摘されている3つのポイント、すなわち身近な場所に①「店をつくること」、家まで②「商品を届けること」、そして家から③「人々が出かけやすくすること」というフレームワークを利用して、本書の概要を説明している<sup>(19)</sup>。以下では、これをベースとして本書の概要を紹介していこう。

#### ① 近くに「店をつくる」

本稿の冒頭でも触れたように、零細小売店が成り立たなくなってきたことが買物弱者問題のひとつの背景であり、経済産業省がいうような近くに店をつくることは容易なことではない。とくに中山間地域などの条件不利地域ではなおさらそうである。しかし、こうした困難な状況下にあっても、全国各地の条件不利地域で「知恵」を出し合いながら、近くに店をつくっているケースが見受けられる。本書では、こうしたケースが詳細に分析・紹介されている。

まずは、本書第10章で扱われている沖縄の「共同売店」のケースである。沖縄の辺境の地であった本島北部の山原では、100年以上も前から字（区）単位で生活防衛のための「共同売店」を住民全体の出資によって設置し、運営してきた。沖縄全体で最盛期には約130店を数えたが、経営難により閉鎖されることも多く、現在は約70店に縮小している。しかし、近年、再び必要性が住民により再認識され、復活しているケースも散見される。沖縄の「共同売店」は住民の強い意思のもとで設置運営されているものとして注目に値する。

また、近年、地方のJ A店舗の閉鎖により、買物の場を失った地域で、住民や商工会により店舗が再開されるケースも散見される。本書第7章の宮城県丸森町の「なんでもや」、補論4の高知県四万十市（旧西土佐村）の大宮産業の

ケースがそうである。また、補論5の「まるちゃんストア」のように、個人が閉鎖J A店を継承したケースも各地で見られる。

さらに、近年、全国各地に農産物直売所が設置されているが、近くに食料品店がなくなるなかで、本書第8章の岩手県北上市口内町の「あぐり<sup>も</sup>夢くちない」のように、一般食料品も取り扱うミニスーパー的な農産物直売所も登場している。また、条件不利地域で今後店をつくっていくひとつのあり方として、本書第9章の島根県美郷町の「みさと市」のように閉鎖されたスーパーを商工会の有志が再建したケース、補論7の廃校跡に住民組織が全日食チェーンのマイクロ・スーパーを開店したケース、さらに補論6の年金世代がJ A売店を復活させた「まちづくり夢百笑」のケースなども注目される。

## ② 「商品を届ける」

買物弱者に直接「商品を届ける」ものとしては、伝統的には「移動販売」があり、近年では「宅配」や「買物代行」も模索されている。

買物弱者との関連からいえば、生鮮食料品から日用品まで多様な商品を搭載して訪れる移動販売が歓迎されている。その担い手としては、専業の個人営業、小売店の事業、またスーパーや生協によるものまで多岐に渡る。しかし、多様な商品を扱う場合、仕入がポイントになり、個人営業ではなかなか難しく、スーパーや生協店をベースにして展開していくことが基本のようにみえる。

本書では、個人でバス型移動販売を手掛けている大分県佐伯市のケース（第1章）、地元スーパーの事業部として移動販売に取り組んでいる高知県土佐市のサンプラザのケース（第2章）、閉鎖された生協店、J A店を買収し、これを拠点として移動販売を展開している鳥取県日野町の安達商事のケース（第3章）、北海道全体に広がる生協組織であるコープさっぽろが

全道に75台の移動販売車を展開しているケース（第6章）、地区に最後まで残った商店（よろずや）が移動販売を展開している鳥取県雲南市（旧掛合町）の泉商店のケース（補論1）が詳細かつ具体的に分析・紹介されている。

なお、東日本大震災の被災地では、不便な場所に仮設住宅が設置される場合が多いが、それらに対して移動販売、買物代行も広く行われている。本書では、それらのなかから、補論3で福島県相馬市で取り組まれている「リヤカー海援隊」のケースを取りあげ、詳細な分析・紹介が展開されている。

また、買物代行に関しては、ネットによる発注が普及しつつあるが、高齢者にはこれがなかなか難しい。この問題に対応すべく、「電話注文」をベースとして、地元商工会、全国企業のヤマト運輸、社会企業家などが買物代行に取り組んでいる。本書では、第1章で、地元商工会によるものとして大分県佐伯市番匠商工会の取り組み、第5章で、ヤマト運輸によるものとして岩手県西和賀町の「まごころ宅急便」のケース、補論2で、社会企業家によるものとして島根県松江市のモルツウエルの取り組みがそれぞれ紹介されている。

さらに、「買物代行」から進化したものとして「配食サービス」にまで踏み込んでいるケースもある。この分野の最大手は1日28万食を提供するワタミタクシヨクであるが、本書第6章のコープさっぽろなど多くの企業も取り組んでいる。しかし、第1章の佐伯市宇目地区の取り組み、補論2のモルツウエルのケースは、地域の最後の1マイルまでを視野に入れ、地域の普通の食を提供する地域独自の取り組みとして注目される。

## ③ 「人々が出かけやすくする」

人口減少と高齢化が同時並行的に進行する中山間地域では、もともと交通過疎地であること

に加え、近年、路線バスの廃止、便数の削減が進められているケースが少なくない。このような状況に対して、オンデマンド型のバス・タクシーの運行、また地元スーパーによる送迎バスの運行が実施されているケースもある。

オンデマンド型のバス・タクシーについては、「ダイヤありの路線迂回型」、「ダイヤありの送迎型」、「ダイヤなしの送迎型（フルデマンド）」など全国的にかなり多くの取り組みが重ねられている。本書では、補論10で、買物のみならず、通学、通院も意識した島根県最奥の吉

賀町の「ダイヤありの路線迂回型」のケースを取りあげ、具体的な考察が展開されている。

また、交通過疎地においては、平成18年（2006年）にNPO、社会福祉協議会等の非営利団体による「過疎地有償運送」、「福祉有償運送」が認められたことに伴い<sup>(20)</sup>、全国各地で具体的な取り組みが開始されている。本書第8章の岩手県北上市口内町、補論9の島根県美郷町別府地区の取り組みはこのようなケースについて取りあげられたものであるが、いずれも地域のNPO団体が運行している。

図表1 「買い物弱者」を支える「方式」と「担い手」

区分	移動販売	買い物代行 宅配	配食サービス	送迎バス デマンド交通	店を作る 店を引き継ぐ
個人 事業者	ママサン号 (1-3)  山中家 (1-4)  泉商店 (補1)	ヤマト運輸 (5)  モルツウエル (補2)	モルツウエル (補2)		マルコウ (補5)  安達商事 (3)
食品店 スーパー	サンプラザ (2)  安達商事 (3)	オセン (5)		マルシメ (4)	安達商事 (3)  セイコーマート (補8)
商工会 経済団体		番匠商工会 (1-1)  なんでもや (7)			なんでもや (7)  産直みさと市 (9)
住民組織 社協 NPO 生協	コープさっぽろ (6)  海援隊 (補3)	西和賀社協 (5)  コープさっぽろ (6)  夢百笑 (補6)	宇目まち協 (1-2)  コープさっぽろ (6)	はたマーケット (補7)  別府ネット (補9)	あぐり夢くちない (8)  沖縄共同売店 (10)  大宮産業 (補4)  夢百笑 (補6)  はたマーケット (補7)
行政				吉賀デマンドバス (補10)	

注：( ) 内は、本文の章、補論  
 (資料) 関満博『中山間地域の「買い物弱者」を支える』新評論、2015年、353頁。



さらに、地元スーパーが独自に送迎バスを運行している場合もある。本書第4章で取りあげられている秋田県横手市のマルシメのケースでは路線バスのスタイルを採用している。また、補論7の廃校跡にマイクロ・スーパーを設置した島根県雲南市（旧掛合町）では、狭い大字の範囲で送迎を行っている。

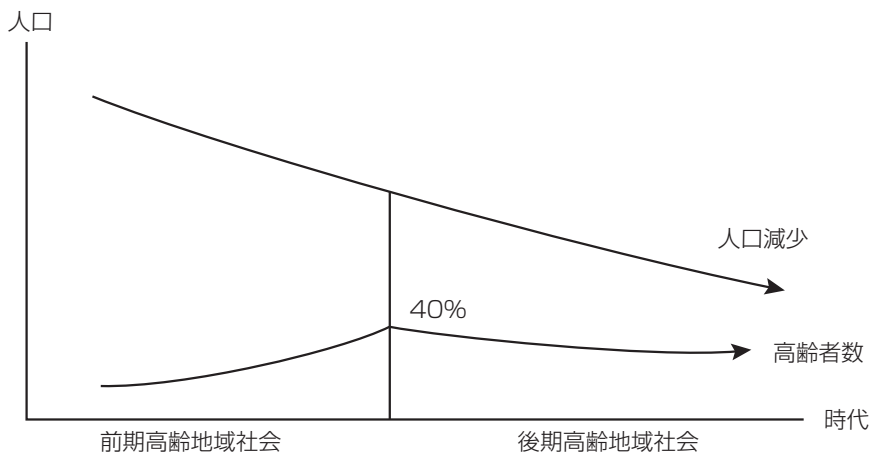
以上、本書の概要を紹介してきたが、図表1は本書で取り扱われてきたケースを「方式」と「担い手」に分類し、集約したものである。本図表に示されているように、買物弱者を支える方式は「移動販売」、「買い物代行・宅配」、「配食サービス」、「送迎バス・デマンド交通」、「店を作る・店を引き継ぐ」などに分類できる。また、担い手としては「個人・事業者」、「食品店・スーパー」、「商工会等の経済団体」、「住民組織・社会福祉協議会・NPO・生協」、「行政」などが登場している。中山間地域などの条件不利地域では、これらの組み合わせのなかで、買物弱者支援に向けての具体的な取り組みが積み重ねられてきたのである。

本書は主として中山間地域などの条件不利地

域を対象として、買物弱者問題を具体的に検討しているが、都市部における同種の問題を検討する際にも数多くの有効な示唆を与えてくれる。買物弱者問題は、「都市でも中心市街地のシャッター通り化した商店街の増加や高度成長時代に一齐に開発・入居が行われた郊外の団地やマンションなどを中心に社会問題化している」<sup>(21)</sup>。

日本は平成22年（2010年）頃から総人口の減少局面に入ってきたが、地方ではすでに約30年前から人口減少過程に入っているところも少なくない。留意しなければならないのは、それと同時に並行的に高齢者数（65歳以上の老年人口）が増加しているということである。したがって、高齢化率が急激に上昇し、「高齢化の第1段階＝前期高齢地域社会」となる。地方の多くはすでにこの段階に突入しているが、とくにこの数年、日本の特殊事情として、団塊の世代が65歳を超えてきたところから高齢化率は急上昇している。ところが、高齢化率が40%前後に到達すると、今度は人口減少に加え、高齢者の絶対数が減少していく。すなわち、「高齢化の第

図表2 地方の人口減少、高齢化の二つの局面



(資料) 図表1の文献、17頁。

2段階＝後期高齢地域社会」への突入であるが、その後は、高齢化率の上昇はやや緩やかに50%ほどのところに向かっていく。図表2はこうしたプロセスを跡づけたものである。すでに高知県や島根県の山間部あたりは、後期高齢地域社会と呼ぶべき未体験ゾーンに突入している<sup>(22)</sup>。

本書では、主としてすでに前期高齢地域社会に突入している条件不利地域での「買物弱者問題」が検討されている。そこでは、問題の解決に向けてさまざまな取り組みが実践されていたが、共通するのは、「それを担う人たちが存在していた」という事実である。関はいう。「このような取り組みは『仕組み』だけでは動かない。それを担う人びとの『思い』が基本的な要素とな」<sup>(23)</sup>り、「携わる人びとの『思い』と集う人びととの『コミュニケーション』」<sup>(24)</sup>こそが重要なのであると。

しかし、中山間地域などの条件不利地域は一般に、地縁・血縁を重視する傾向が濃厚にみられる伝統的な社会、いわば、助け合いを重視する「きずな社会」である。そうした社会では、問題解決に向けて強力なリーダーが現われ、携わる人たちの「思い」と集う人たちとの「コミュニケーション」も醸成されやすいであろう。問題は、都市部においてもこのような雰囲気醸成されるか否かである。

次章で詳述するが、地方都市の駅前地区や大都市圏のベッドタウンでは、高齢者は社会から孤立している。これをどうするかが課題であるが、本書は主として中山間地域などの条件不利地域の「買物弱者問題」を分析対象としているだけに、当然のこととはいえ、その処方箋は提示されていない。関は都市部における「買物弱者問題」の解決をどう考えるであろうか。同時に、これは我々にも課された重い課題でもあるが……。

## 4 買物弱者問題の検討

本稿第2章で触れたように、買物がしたくても買物施設・店舗にアクセスできない人たちを買物難民、買物弱者、あるいはフードデザート難民というが、それぞれの用語上の意味合いについては若干のニュアンスの相違がある。しかし、いずれの用語においても、今後、買物が困難になる人たちが高齢化を背景にいつそう増加していく、という点では通底するものがある。

問題は、上記のような問題をいかなる用語で表現するかである。私見によれば、フードデザートに集住する買物困難者が買物難民、買物弱者である。従来、「買物難民問題」あるいは「買物弱者問題」は、商店街の空洞化などによる店までのアクセスの低下といった空間的要因から捉えるのが主流であった。しかし、後述するように、その深奥には貧困や社会からの孤立といったもっと深刻な問題が横たわっている。すなわち、フードデザート問題の発生である。したがって、買物難民あるいは買物弱者にまつわる諸問題については、「フードデザート問題」という用語で表現するのが最も妥当であろう。

では、フードデザート問題とはいかなる問題であるのか。その意味合いについては、筆者はすでに別稿で検討しているが<sup>(25)</sup>、再度、振り返っておこう。

前述したように、日本においていわゆる買物弱者問題（より厳密にはフードデザート問題）が顕在化したのは平成12年（2000年）頃からであり、最近になってこの問題が急速に拡大している。岩間信之らはフードデザート問題を「①社会・経済環境の急速な変化の中で生じた『食料品供給体制の崩壊』と、②『社会的弱者の集住』という二つの要素が重なったときに発生する社会問題」<sup>(26)</sup>であると定義し、問題の本質は「弱者切り捨ての構図、いわゆる社会的排除問

題 (Social Exclusion Issues) にある」<sup>(27)</sup> としている。つまり、さまざまな排除のなかで「食」に注目したときに浮上してくるのがフードデザート問題である、というのである。

こうしたフードデザート問題はなぜ発生したのであろうか。フードデザートでは、「生鮮食料品の購入先のみならず、医療や公共交通機関の減少、社会福祉の切り詰め、家族や地域コミュニティの希薄化など、様々な問題が発生している」<sup>(28)</sup>。つまり、買物先の消滅はフードデザート問題の一側面であるに過ぎない、ということに留意しておかなければならない。上記のような問題が複雑に絡み合っ、フードデザート問題が発生しているのである。しかも、問題をもたらす主要因も地域ごとに異なっている。

岩間らによれば、フードデザート問題の発生には、商店街の空洞化などによる店までのアクセスの低下といった「空間的要因」のみならず、貧困や社会からの孤立といった「社会的要因」も大きく影響している。しかも発生の主要因も地域ごとに異なっているのであるが、以下、図表3に基づきつつ、岩間らの主張を簡潔に整理しておこう<sup>(29)</sup>。

① 縁辺部の場合、生鮮食料品店数が絶対的

に不足しており、生鮮食料品店までの近接性の悪化がフードデザート問題の主要因となっている。

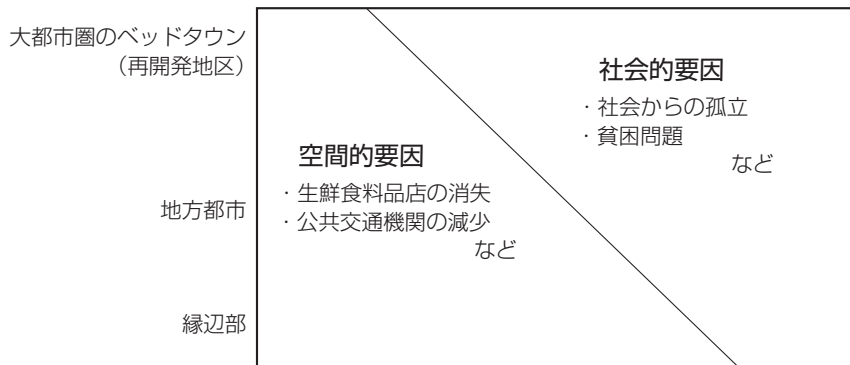
② 地方都市では、空間的要因と社会的要因の双方がフードデザート問題に影響している。中心商店街の空洞化が進み、街中の一部地域では買物が困難なエリアが広がっている。また、人の出入りが激しい駅前地区などでは、高齢者の社会からの孤立も顕在化している。

③ 大都市圏のベッドタウン（再開発地区）では社会的要因の影響が強い。こうした地域では近接に食品スーパーなどが比較的多い反面、家族や地域コミュニティの希薄化が深刻である。社会から孤立する高齢者ほど、生き甲斐の喪失や健康な食生活に対する興味関心の低下のなかで、食生活が悪化する傾向にある。

以上のようなフードデザート問題は日本全国で発生している、というのが岩間らの主張である。

以上、買物弱者問題の本質を追究してきたが、より厳密には、それは岩間らがいうような「フードデザート問題」と称すべき問題である

図表3 地域別にみるフードデザートの発生要因



(資料) 岩間信之編著『フードデザート問題』(財)農林統計協会、平成23年、150頁。

ことが明らかとなった。では、買物弱者問題、より厳密にはフードデザート問題の解決の方向性はどこに求められるであろうか。問題解決の方向性をめぐっては、本稿第3章で紹介・分析した関満博の著書が大きな手がかりとなる。

以下、関の著書を再度振り返り、問題解決の方向性を追究していこう。

前掲図表1によれば、「買物弱者」を支えるさまざまな方式と担い手とが集約されている。これは、主として中山間地域などの条件不利地域を対象として、関が膨大な時間と労力をかけて収集してきた事例を集約したものである。関自身、「本書はこの問題（引用者注・買物弱者問題）に対する研究の予備的なものに過ぎず、全国の取り組みの中から問題を象徴的に示しているケースを採り上げ、その意味するもの、今後の課題を明示し、この問題に対する議論を深め、さらに具体的な取り組みを進めていくための基礎的条件を提示することを目的とした」<sup>(30)</sup>のものであると述べているように、図表1はあくまでも事例の集約である。しかし、事実上、これが問題解決の方向性を導く手がかりとなっている。問題解決の方向性を導くキーワードは「移動販売」、「買物代行」、「宅配」、「配食サービス」、「送迎バス」、「デマンド交通」、「店をつくる」、「店を引き継ぐ」である。これらのキーワードは中山間地域などの条件不利地域のみならず、都市部（地方都市の駅前地区、大都市圏のベッドタウンなど）でも有効であろう。

買物弱者問題（より厳密にはフードデザート問題）の解決の主体は、資本主義社会である以上、基本的には民間ベースに委ねられるべきものかも知れない。しかし、民間ベースにいつまで委ねられるのか、という点が問題となる。民間ベースでは、採算ベースに乗らない限り、事業継続は困難である。

また、前期高齢地域社会に突入している中山

間地域では、すでに高齢者となっている、いわば篤志家ともいえる社会企業家がリーダーとなって、地域の高齢者を支えているケースも少なからずあった。つまり、高齢者が高齢者を支えていたのである。ある種の「老老介護」と同様の様相を呈している、といったら言い過ぎであろうか。リーダー自らが高齢化している以上、後期高齢地域社会に突入したら、どうなるのであろうか。我々に突きつけられた重い課題である。

さらに、問題解決に向けては「思い」や「情熱」が重要であり、このことを否定はしないが、都市部ではまず「仕組みづくり」こそ重要であろう。「きずな社会」とはいえない多くの都市部では、貧困や社会からすでに孤立している高齢者が少なからず存在する。

そして、地元北海道で、1,000店を超える最大の店舗数を誇り、条件不利地域へも果敢に出店しているコンビニ・チェーンのセイコーマートのように（関満博、前掲書、補論8参照）、『『人がいる限り、やるしかない』（丸谷智保社長）<sup>(31)</sup>が、「出店そのものが、最後の1マイルに近づいており、ラストの500mが難しい」<sup>(32)</sup>といわれるとき、残された最後の砦は行政依存であろう。人間が人間らしく生きていくことを支援するために、最後は行政サイドが頼みの綱となる。財政難に苦しむ自治体も多いが、知恵を出し合って財源を確保し、買物弱者問題（より厳密にはフードデザート問題）の解決に取り組んでいくことが求められよう。

## 5 おわりに

以上、本稿では、近年、深刻な社会問題となっている「買物弱者問題」の本質や問題解決の方向性について、関満博『中山間地域の「買物弱者」を支える』（新評論、2015年）を手がかりとして、検討を重ねてきた。買物弱者に

まつわる諸問題はその本質からいって、用語的には「フードデザート問題」と称すべき問題であることが明らかとなった。問題解決の方向性については、関の著書をベースとして模索していったが、現状、民間ベースで取り組まれている「移動販売」、「買物代行」、「宅配」、「配食サービス」、「送迎バス」、「デマンド交通」、「店をつくる」、「店を引き継ぐ」などさまざまな方式が参考になることを明らかにした。また、問題解決の主体は基本的には民間ベースに委ねられるとしても、最後の砦は行政依存しかないことを明らかにした。

なお、買物弱者との関連からいえば、「業者」の消滅ではなく、「施設」の消滅こそがより大きな問題としてクローズアップされている以上、激減しつつある零細小売商業施設の社会的有用性に関する研究をも、従来にも増して深化させていかなければならない。零細小売商業施設にはさまざまな存在意義があるが<sup>(33)</sup>、そのひとつとして、筆者は別稿で、社会的排除問題の拡大化を防止する防波堤としての役割があることを明らかにしている。零細小売商業施設の消滅は社会的弱者切り捨ての社会を拡大することにつながりかねない。これ以上の拡大化を防止するためには、残された零細小売商業施設を有効に活用していくことも問題解決の一助となるのではないか。

と同時に、買物弱者問題はきわめて複雑かつダイナミックな研究対象であるだけに、流通論のみならず、さまざまな関連学問分野から総合的に解明していかざるを得ない。今後はとりわけ地理学、社会学、都市計画論などの分野からの解明が強く要請されていくであろう。ともあれ、この分野の研究はまだ端緒についたばかりであり、今後のより本格的な研究の蓄積が待たれる。

## (注)

- (1) 詳しくは、拙著『現代流通の諸相』同友館、2016年、187頁を参照されたい。
- (2) 零細小売店激減現象と大店法規制緩和(撤廃)の因果関係について詳しくは、拙稿「零細小売店激減現象の理由および社会的インパクト」『経済学研究紀要(明星大学)』第38巻第2号、2007年、6-9頁を参照されたい。
- (3) 2014年10月2日配信。
- (4) 沖縄の共同売店については、沖縄国際大学南島文化研究所を軸とする壮大な研究成果がある。詳しくは、関満博『中山間地域の「買い物弱者」を支える』新評論、2015年、221頁および280頁を参照されたい。
- (5) 同書、361頁。
- (6) この用語は筆者自身の造語であるが、「食の砂漠を漂流し、行き場を失った民」という意味で使用している。
- (7) 田口冬樹『流通イノベーションへの挑戦』白桃書房、2016年、62-63頁。
- (8) 宇野政雄「これからの流通展望」『早稲田商学(早稲田大学)』第296号、1982年、20頁。
- (9) 詳しくは、同論文、20-27頁を参照されたい。
- (10) 拙稿「中小零細小売業存立を支える理論的根拠の一般化」『商学研究科紀要(早稲田大学)』第18号、1984年、150頁。
- (11) 経済産業省商務情報政策局商務流通グループ流通政策課『買い物弱者応援マニュアル』(2015年3月)。
- (12) 『読売新聞』2012年6月25日付。
- (13) 関満博、前掲書、361頁。
- (14) 同書、360頁。
- (15) 同書、359頁。
- (16) 同書、同頁。
- (17) 同書、同頁。
- (18) 同書、360頁。
- (19) 同書、21-25頁。
- (20) 「福祉有償運送及び過疎地有償運送に係わる道路運送法第80条」を参照のこと。
- (21) 田口冬樹、前掲書、61頁。
- (22) 以上詳しくは、関満博、前掲書、15-19頁を参照されたい。
- (23) 同書、358頁。
- (24) 同書、361頁。
- (25) 拙著、前掲書、192-194頁を参照のこと。
- (26) 岩間信之編著『フードデザート問題』(財農林統計協会、2011年、1頁。なお、本書は6名の共同著作であるが、執筆分担章が明示されていないので、章ごとの執筆者名を明示することは不可能である。
- (27) 同書、2頁。

- (28) 同書、151-152頁。
- (29) 詳しくは、同書、149-150頁を参照されたい。
- (30) 関満博、前掲書、4頁。
- (31) 同書、331頁。
- (32) 同書、333頁。
- (33) 筆者は6つの存在意義を提示している。詳しくは、拙著、前掲書、198-203頁を参照されたい。