学校法人 中越学園
長岡大学

文部科学省
地(知)の拠点

「空き家を使った移動販売型買い物支援」の実現に向けて

平成27年度
学生による地域活性化プログラム

米山宗久ゼミナール活動報告書

06
平成27年度

ご あ い さ つ

経済経営学部長　村山　光博

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」は，平成 19 年度に文部科学省の現代的教育ニーズ取組支援プログラムに採択された「学生による地域活性化提案プログラム ―政策対応型専門人材の育成―」に始まり，今年度で丸９年となります。次年度はいよいよ 10 年目ということになるわけですが，この教育プログラムの成果が実際に地域活性化に貢献できているのかについて，これまでを振り返りながら今後の取り組みへの方向性を確認する時期に来ているとも言えます。

直接的に目に見える貢献とまでは行きませんが，始めたばかりの９年前と比較すると周辺地域における「学生による地域活性化プログラム」の認知度は明らかに高まっていると感じます。これまで本プログラムの運営において積極的にご支援をいただいてきた地域連携アドバイザーの皆様だけでなく，初めてお会いする地域の方々からも本プログラムの個々の取り組みテーマに対するお問い合わせや称賛の声などをいただくことが増えてきております。また，テーマによっては学生の取り組みに関して新聞やテレビなどのメディアでも大きく取り上げていただくことが多くなりました。

長岡大学の建学の精神は，

・幅広い職業人としての人づくりと実学実践教育の推進

・地域社会に貢献し得る人材の育成

です。「学生による地域活性化プログラム」は，まさにこの精神を実現するための本学の重要な教育プログラムであると言えます。

「地域活性化とは何か」という問いに対する明確な答えは無いと思いますが，そのような答えの無い課題に対して，どのように考え，どのように行動して行くのかを学生が自ら試行錯誤しながら体得していくことができます。これは大学を卒業して地域社会の一員となる学生たちが，将来，それぞれの地域が抱える課題を乗り越えていかなければならないことを考えると，彼らにとって貴重な体験となるに違いありません。

本プログラムでは，ゼミナールという単位で１つのテーマを取り上げ，ゼミに所属する複数名の学生がグループで活動を進めて行くことになりますが，時には学生同士での意見の食い違いや，ちょっとしたすれ違いなどが起こることもあります。このような体験も学生がさらに一段成長する要素となります。ゼミで決めた研究テーマをまとめ上げるために，どのように他の学生とかかわりながら取り組みを進めて行くべきなのか，この取り組みの中で自分の果たすべき役割は何であるのか，などを考えながら活動を行っていくことで，チームで活動することの難しさだけでなく，チームでやり遂げたことの充実感や達成感を味わうことができます。

「学生による地域活性化プログラム」では，学生が地域の皆様と一緒に考え，汗をかき，そして楽しむことで，当面の地域貢献だけでなく将来にわたって地域の活性化を担っていける人材の育成を目指しております。

地域の皆様には日頃より，本プログラムへの多大なるご支援とご協力をいただき，心より感謝申し上げます。

平成 28 年３月

Japan Institution for Higher Education Evaluation
JIHEE
since 2004
2009.4－2016.3

長岡大学は、文部科学大臣が認証する財団法人日本高等教育評価機構による大学機関別認証評価を受け、平成22年３月24日付で、「日本高等教育評価機構が定める大学評価基準を満たしている」と「認定」されました。
認定期間は、2009年４月１日～2016年３月31日です。

はじめに

空き家を使った移動販売型買い物支援の実現に向けて

長岡大学准教授／ゼミ担当教員　米山　宗久

米山ゼミでは、平成 25 年度から「学生による地域活性化プログラム」に参加し、これまでの３年間、「高齢者の買い物支援」をテーマに活動を行ってきました。

活動のきっかけは、地域において困っていることをゼミ生と一緒にディスカッションしている中で、「以前は歩いて行けるところに小さな商店があったが、今はなくなっている。一方大型小売店は規模を拡大して集約型店舗となっている。高齢者は日常生活をおくるためにどのように買い物をしているのか」という、ゼミ生の疑問から始まった。

このようなことから、平成 25 年度は、「買い物」を中心とした長岡地域の活性化のため、長岡市における高齢福祉施策を知ること、車いす体験を通じて高齢者や障がい者の立場になること、ボランティア銀行の高齢者買い物動向を知ること、直接高齢者自身の意見を聞くこと、新たな支援策を提案することを活動の基本としました。その結果として、近隣での買い物、交流、コミュニケーション、空き家利用を兼ね備えた支援策として、「空き家を使った移動販売型買い物支援」を提案することができました。高齢者にとって「買い物」とは、生活を維持するだけでなく、直接商品を見ること、人との会話やコミュニケーションを楽しんでいることが、ゼミ生には新たな発見となりました。

昨年度は、ゼミ提案を実現可能とするために栖吉地区をモデル地区に設定して検証を行いました。モデル地区は、高齢化状況や小売店数、学生と高齢者の信頼関係などを考慮しました。具体的な活動は、栖吉地区の現状把握（バスツアーなど）、栖吉地区の高齢者との交流（お茶の間）、高齢者疑似体験の実施（大学内）、高齢者買い物同行の実施（小売店への買い物）、高齢者アンケートの実施（高齢者のみ世帯）、小売店ヒアリングの実施（大型店と小規模店）を行って、高齢者と小売店が抱えている課題や問題点を導き出し、さらに解決策を提案できました。

特に課題の抽出では、実体験の視点として高齢者疑似体験、お茶の間、買い物同行、客観的視点として高齢者アンケート、販売者の視点として小売店ヒアリングとさまざまな角度から検証できました。

本年度は、「空き家を使った移動販売型買い物支援」を実現可能とするため、地域住民と一緒に空き家の実態調査や改修費用の積算、実施に向けた財源把握、買い物支援を必要とする高齢者援助を行って、買い物支援の実現性を４つ実施案として集約ことができました。さらにその中から地域住民・小売店と社会福祉協議会が協働する実施案をゼミ提案として提言できました。また、高齢者との交流として、栖吉コミュニティセンター主催の「お茶の間（高齢者サロン）」、まちだ園主催の長寿健康教室「だんだん」にボランティアとして参画させてもらいました。

「買い物支援」には、高齢者の期待や要望が多数を占めており、ゼミ提案の実現需要は多く、また高齢者は「会話」を望んでいる傾向も多く、孤立化する高齢者に外出機会や交流を推進するためにも実のある成果が得られた。一方、これを実行するためには基礎自治体が地域住民や高齢者の目線に立って計画を遂行する実行力にかかっている。市民の奉仕者としての行動力を見とどけたい。

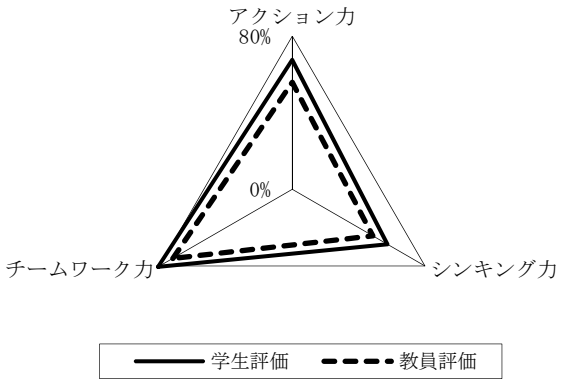
最後に、アドバイザーとしてご協力していただきました栖吉コミュニティセンター長　佐藤修一氏、社会福祉法人長岡社会福祉協議会地域福祉課長　本間和也氏には、この紙面を借りて御礼申し上げます。

平成 28 年 3 月

平成 27 年度　学生による地域活性化プログラム
社会人基礎力の上昇度

地域活性化プログラムにおける学生教育の目標は、社会人基礎力の向上、ビジネス展開能力の向上、専門的スキルの向上が目的である。平成 27 年度学生による地域活性化プログラムに参加した 9 取組の学生の「社会人基礎力」の伸び具合について、学生とゼミ担当教員にアンケートを実施した。アンケートは取組に参加した学生一人一人を対象に、社会人基礎力の変化を評価する形で実施した。学生は自己評価（有効回収 68）であり、教員は各ゼミ生についての評価である。

＜社会人基礎力＞の上昇度



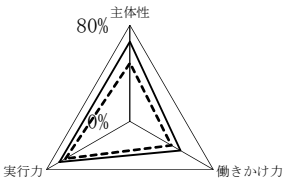
★「社会人基礎力」

＝「アクションカ」「シンキングカ」「チームワークカ」が上昇

3 つの社会人基礎力の上昇度（取組前と取組後の比較）は、学生の自己評価と教員評価の間にずれがある。
今後の取組においては、今年度の結果に現れている学生評価と教員評価の差を小さくすると同時に全体的な上昇度を高めていくことに対して、継続的に検討していく必要がある。

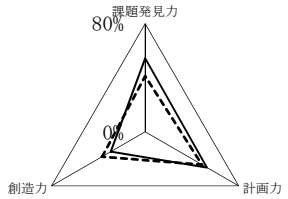
	学生評価	教員評価
アクション力	67.6%	55.9%
シンキング力	57.4%	48.5%
チームワーク力	80.9%	72.1%

＜アクション力＞の評価



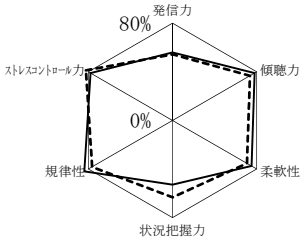
	学生評価	教員評価
主体性	66.2%	48.5%
働きかけ力	48.5%	39.7%
実行力	67.6%	61.8%

＜シンキング力＞の評価



	学生評価	教員評価
課題発見力	54.4%	41.2%
計画力	52.9%	48.5%
創造力	29.4%	36.8%

＜チームワーク力＞の評価



	学生評価	教員評価
発信力	55.9%	54.4%
傾聴力	77.9%	73.5%
柔軟性	75.0%	70.6%
状況把握力	52.9%	63.2%
規律性	83.8%	76.5%
ストレスコントロール力	77.9%	82.4%

＜アクションカ＞

アクション力の３つの指標を比較すると、主体的には取り組めたと思っている学生の割合は高いが、教員の評価は低くなっている。
学生はそれなりに積極的に活動を行っていると感じている一方で、教員としては、まだまだ自主性が足りないと感じているようである。

＜シンキングカ＞

学生の自己評価では、課題は見つけられたが、自分で計画して課題に立ち向かい、課題解決ができた学生は少なく、また創造力が極端に低くなっている。また、教員評価でも創造力については厳しいものになっている。昨年同様、シンキング力が弱い傾向があり、この点をどのようにして伸ばしていくかが課題として残った形である。

＜チームワークカ＞

チームワーク力は、「アクション力」や「シンキング力」よりも学生評価と教員評価の類似性が高い。
学生の自己評価も同様であるが、教員の評価が発信力と情況把握力が低い点は、今後指導を強めていく必要がある。

学校法人 中越学園
長岡大学

「地（知）の拠点整備事業」（大学 COC）
長岡地域〈創造人材〉育成プログラム

文部科学省 地(知)の拠点

平成27 年度 学生による地域活性化プログラム

空き家を使った移動販売型買い物支援の実現に向けて

■担当教員
米山宗久

■ゼミ学生
４年生：入澤郁也、尾坂亮、田中俊也、本間将嗣
３年生：金井彩香、韮澤宏紀、林鉄朗、堀沙耶果、依田琴弓、ヴ ォ･ﾃｨ･ﾌｫﾝ･ﾀｵ
ﾀﾞｳ･ﾃｨ･ﾕｴﾝ、ﾎｱﾝ･ﾃｨ･ﾘｴﾝ
２年生：熊谷輝、田中美也子、土佐謙太

■アドバイザー： 佐藤修一 氏（栖吉コミュニティセンター長）
本間和也 氏（社会福祉法人長岡市社会福祉協議会地域福祉課長）

取り組みの目的

平成２５年度提案した「空き家を使った移動販売型買い物支援」を実現するため、昨年度は、栖吉地区をモデル地区に選定し、高齢疑似体験・高齢者の買い物同行やアンケートを実施した。さらに小売店へのヒアリングを行って移動販売参入の意向を検証した。最終年度である今年は、空き家の実態調査や改修費用の積算、実施に向けた財源把握、買い物支援を必要とする高齢者援助を行って、買い物支援の実現性を集約する。

取り組みの意義

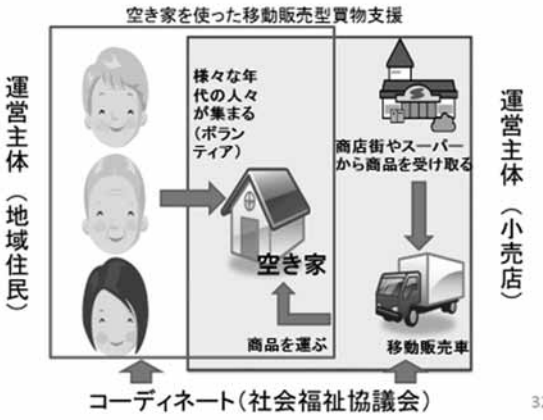
高齢者が不便と感じている「買い物」と「会話・交流」に着目し、高齢者が地域で暮らし続けるための方策として、基礎自治体に提言することができた。高齢者と交流し、一緒に買い物をすることにより高齢者に共感した視点を学修することができた。

取り組みの成果

「空き家を使った移動販売型買い物支援」を実現するために「空き家」「財源」を調査し、４つの方策（市直営・小売店運営・社協と住民の協働運営・ＮＰＯ運営）を導き出すことができた。その中からゼミでは、最も実現可能性がある「社協と住民の協働運営」を提言できた。今後は基礎自治体が高齢者の視点に立って実施できるかを見守りたい。

活動の枠組みと方法

買い物同行・車イス送迎研修・高齢者交流会
空き家調査・財源調査（市役所・社協）



「空き家を使った移動販売型買い物支援」の実現に向けて

米山宗久ゼミナール

12E004　入澤郁也
12E005　尾坂　亮
12E018　田中俊也
12M031　本間将嗣
13E009　金井彩香
13E021　韮澤宏紀
13M027　林　鉄朗
13M030　堀沙耶果
13M039　依田琴弓
13M401　ｳﾞｫ・ﾃｨ・ﾌｵﾝ・ﾀｵ
13M403　ﾀﾞｳ・ﾃｨ・ﾕｴﾝ
13M406　ﾎｱﾝ・ﾃｨ・ﾘｴﾝ
14K027　熊谷　輝
14K052　田中美也子
14K060　土佐謙太

目　　次

1. はじめに（入澤郁也）…… 1
1.1　研究目的…… 1
1.2　高齢者と買い物弱者…… 1
1.3　買い物支援をテーマにした意義…… 2
1.4　一昨年度の活動報告…… 3
1.5　昨年度の活動報告…… 4
1.6　今年度の活動…… 16
1.7　調査対象者等…… 16

2. 空き家調査（尾坂亮）…… 17
2.1　空き家の定義・概要…… 17
2.2　空き家の現状…… 19
2.3　空き家対策法の背景…… 19
2.4　空き家対策の取り組み…… 20
2.5　長岡市の空き家状況…… 23
2.6　空き家の選定理由…… 24
2.7　空き家の調査…… 24
2.8　空き家に関するヒアリング…… 24

3. 財源について（本間将嗣）…… 26
3.1　必要となる費用…… 26
3.2　赤い羽根共同募金による助成…… 27
3.3　移動販売車購入費助成制度…… 32
3.4　まとめ…… 35

4. ゼミナール案実現のための４つの実施案（田中俊也）…… 36
4.1　市の直営で行う場合…… 36
4.2　小売店による運営の場合…… 37
4.3　社会福祉協議会と地域住民の協働による運営の場合…… 37
4.4　ＮＰＯによる運営の場合…… 39
4.5　４つの実施案共通のメリット …… 40
4.6　ゼミナール推奨案…… 40
4.7　まとめ…… 42
4.8　三年間の総まとめ…… 42

謝辞

参考文献

1. はじめに

1.1 研究目的

近年、日本では少子高齢化や過疎化等の社会情勢の大きな変化に伴って、住宅地周辺の商店や公共交通機関、医療・福祉等において日常生活に必要不可欠な「生活のインフラ」が弱体化してきている傾向が見受けられる。こうした中、住民のニーズに地方自治体だけでの対応では困難になってきているという現実である。こういった地域の高齢者に対しての問題が懸念される中、経済産業省では、流通事業者等を中心とした民間主体と地方自治体等が連携して、持続的に行う地域の課題に対応する事業（宅配、移動販売、地域のコミュニティ活動との連携・協力）について、「地域生活のインフラを支える流通のあり方研究会」で検討されている。

経済産業省の研究では、買い物弱者の増加等の問題を解決するためには、流通事業者や地方自治体等の地域の主体が連携して事業の実施をすることが重要であるという結論に至っている。こういった地域の主体の連携による取り組みを進めていくために、関係省庁が協力しながら、買い物支援等における成功事例のポイントを整理した事例集を作成して、セミナー等を通じて普及・啓発を行っていく等、国としても積極的に関与を図っていくことを提言している。

このようなことから、一昨年度の研究では、昨年研究した「高齢者の買い物支援―地域のつながりの再構築」の具体策として提案した「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用）」を実現可能とするため、モデル地区として長岡市栖吉地区在住の高齢者を対象にアンケート調査、また高齢者だけでなく地域周辺のスーパーや商店へのヒアリング調査や買い物同行を行い、今後これからの買い物支援を実現するための対策を提案することを目的とする。

1.2 高齢者と買い物弱者

WHO（世界保健機関）の定義では、65 歳以上の高齢者の人たちのことをいう。65 歳～74 歳までの高齢者を前期高齢者、75 歳以上の高齢者を後期高齢者としている。現在、日本の高齢者の割合は 2 割を超え、世界で最も高い水準となっている。そして、今後も高齢者の割合は増加していく傾向にあると考えられ、総務省統計局によると 2015 年には 25%を超えると見込まれている。

平成 25 年 12 月 1 日頃の高齢者人口は 3207 万人で、総人口に占める割合は 25.2%となっている。この傾向に伴って、近年、周辺地域の高齢者の買い物弱者が年々増えてきている。

買い物弱者とは、流通機能や交通網の弱体化、高齢による身体的な問題により外出が困難、また歩いて行ける距離に商店街やスーパーや大型商業施設がない、車を所持していない、遠くの場所に歩いていくことが困難等といった諸々の理由によって、食料品や生活必需品・日用雑貨等といった日常生活における買い物に困難な状況に置かれている高齢者のことを言う。そして、近年、こういった買い物に対して困難な状況に置かれている高齢者の方々が増加の兆候が見られてきている。そして、この兆候は高齢者が多く暮らす過疎地域や高度経済成長期の頃に多く建設された大規模団地地帯で多く見られてきている。

そして現在、経済産業省では、買い物弱者と呼ばれる高齢者の方々が日本国内におよそ 600 万人いると推測されており、今では、買い物弱者 600 万人時代とも言われている現状

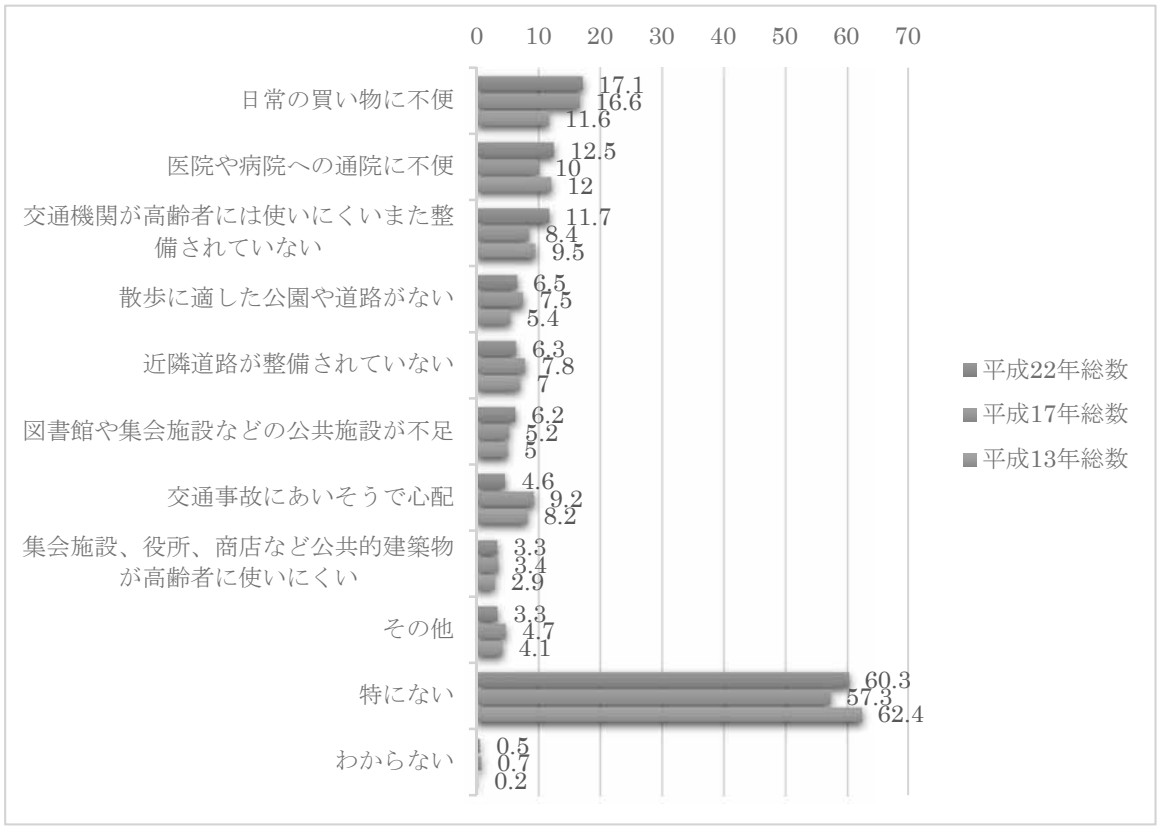
である。特に国内の中山間地域を中心とした農山漁村では、スーパーや商店の撤廃や廃業に伴って、買い物弱者が今後さらに増加していくと考えられている。さらに少子高齢化が進んでいくにつれて、より買い物弱者は増加していくかもしれないと予測されている。

現在、日本では小売業の店舗数は 1980 年代前半をピークに減少し続けているが、総売り場面積は増加傾向にある。その理由は、大型スーパーやデパートといった大型店の拡大によって売り場は拡大していく一方で、売り場面積の小さい個人商店といった小規模店舗などが減少していることを示している。さらに日本では、2020 年には 60 歳以上の人口割合が 35%を超えると推計されており、外出が困難になる高齢者がさらに増加していくと予測されている。

1.3 買い物支援をテーマにした意義

まず、平成 22 年度に内閣府が 60 歳以上の高齢者を対象に行った「高齢者の住宅と生活に関する意識調査」より、現在その地域に住んでいる高齢者が感じている不便な事をまとめた点について考察してみる。(図表 1-1)

図表 1-1 地域の不便な点（複数回答）



（出所）内閣府（2010）

地域に住んでいる高齢者の方々から住んでいる地域について不便だと思っている点について分析を行った結果では、「特にない」が 60.3%と全体の約 6 割を占めている結果となっている。またその他の項目に着目してみると、「日常の買い物に不便」と回答をした方々が 17.1%と最も多く、次に「医院や病院への通院に不便」が 12.5%、「交通機関が高齢者には使いにくい、整備されていない」が 11.7%と続く。

しかし、これは、高齢者以外にも日常生活における買い物に不便さを感じている地域住

民も少なくないが、高齢者の場合は、足腰も弱く若年層の方々と比べて遠距離への移動が大変困難と考えられるため体にかかる負担が非常に大きくなる。そして、近年、住んでいる地域から大きく離れた地域に大型スーパーやデパートといった大型商業店舗の増加に伴い、高齢者の方々が歩いていける距離にある商店などが大きく減少してきている。

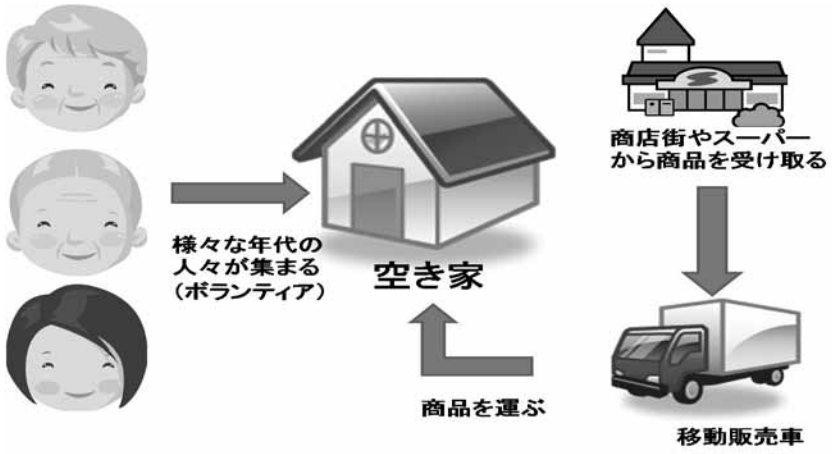
そして、高齢者の方々は加齢に伴い、外出する機会が大きく減少していく傾向にあり、外出する頻度が低い人ほど日常生活における買い物が大変困難な状況となってくる。しかし、高齢者の方々を含むいろいろな人たちが日常生活をしていくためには、食事は絶対に欠かすことはできないため今後とも高齢者の方々が住んでいる地域で不便なく買い物をできる環境を作っていくことが今後の課題となる。

1.4 一昨年度の活動報告

一昨年度は、身体的・精神的な状況、地域環境の変化に伴って、商店街の衰退や車社会の進展等のさまざまな要因によって、身近な商店で買い物ができない高齢者が増加していることを調査し、実際にボランティア銀行の利用会員の自宅に訪問をしてヒアリングを行い「高齢者の買い物支援―地域のつながりの再構築―」というテーマにもとづいて「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用)」を提言した。

図表 1-2 「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用)」

一昨年度提案した概要



一昨年度、ボランティア銀行の利用会員の高齢者のニーズはまず、自宅を出ないで買い物をするだけでは運動機能が低下していく一方で体が弱っていくため少しでも歩いて行けるところまで買い物をしたいと思っている。

次に、自宅からでの買い物では直接商品を自分の目で確かめることができないので実際の商品がどういったものなのか良くわからないので直接自分の目で確かめた上で商品を買いたいこと。また、自宅にこもってばかりでは、地域の人たちとの会話ができないためコミュニケーションを図ることができない。そのため、コミュニケーション能力が低下してきてしまうので少しでも外に出て地域の人たちと会話をしたいことを望んでいる。

「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用)」のメリットとしては、まず、空き家を利用することによって地域の人たちが買い物だけでなく地域の人たちとの交流の場や休憩ができる場所ができる。次に、車を運転することができない高齢者の方々のために

も歩いていける距離の空き家に市を開くことによって遠くのスーパーや大型商業施設に行かなくても近くの場所で買い物ができる。

また、移動販売車を使うことで、高齢者の近くに簡易的な店を開くことができ、家から移動するのが困難な高齢者のためにもなる。定期的に空き家を使って市を開くことによって高齢者の方々だけでなくさまざまな年代の人たちを集めることができる。そして、店に来た人たちは、買い物をしながら地域の人たちと交流をすることができる。

1.5 昨年度の活動報告

1.5.1 調査対象者

昨年度の調査対象者は、長岡市在住の栖吉地区の 65 歳以上の高齢者、大型店舗、コンビニエンスストア、個人運営の小規模の小売店舗とした。

1.5.2 調査方法

本研究では、昨年度同様、学生がモデル地域の人々と触れ合う機会を重視するだけではなく、毎月 1 回に行われる栖吉地区のコミュニティセンターでのお茶の間に参加し互いにコミュニケーションを取りながら情報交換を行った。

調査方法として、栖吉地区の高齢者の方々には、民生委員の方々とのアンケート項目の検討やアンケート実施時期の確認をして、栖吉地区在住の 65 歳以上の単身世帯または夫婦世帯の方々（110 名）にアンケート調査を実施した。また、ヒアリングの調査先としては、大型店舗 2 店、コンビニエンスストア 1 店・小規模小売店舗 2 店に訪問を行いヒアリングの調査を行った。

1.5.3 栖吉地区を選択した理由

昨年度、栖吉地区を買い物支援のモデル地区として選択した理由は、1 つ目は、この地域はとても広い地域で住んでいる住民も多く、その中でも 65 歳以上の高齢者の方々も多く住んでいる。さらに、夫婦世帯の高齢者や一人で暮らしている単身世帯の高齢者が年々増加傾向にある。

2 つ目は、地域内の商店が極端に少ないことである。商店は、コンビニエンスストアが 2 店と個人運営の小規模小売店舗が 2 店ととても少ない。コンビニエンスストアの近隣は住宅地である。小規模小売店舗は古くから住んでいる人が多く、歩いて行ける距離にある。

3 つ目は、この地域には大型店舗もないことである。中越地震以前はあったが、震災の影響で建築基準を満たすことができなく撤退した。

4 つ目は、公共交通機関であるバス路線がある。長岡駅方面への定期バス路線があり、買い物が可能である。

5 つ目は、長岡大学の位置関係的にはとても近いことである。地域住民との交流を頻繁に行うことができるからである。

以上のことから、栖吉地区を本研究のモデル地区として選んだ。

1.5.4　アンケート調査

1.5.4.1　アンケートの目的

栖吉地区の高齢者が普段からどのような移動手段で買い物に行き、どのような場所で何を買い、またコミュニケーションをとりたいかなど、買い物の実態を把握・検証することを目的とする。

1.5.4.2　アンケートの概要

調査対象　栖吉地区在住の６５歳以上で単身または夫婦世帯の方

回収率　104/110 名　94.5%

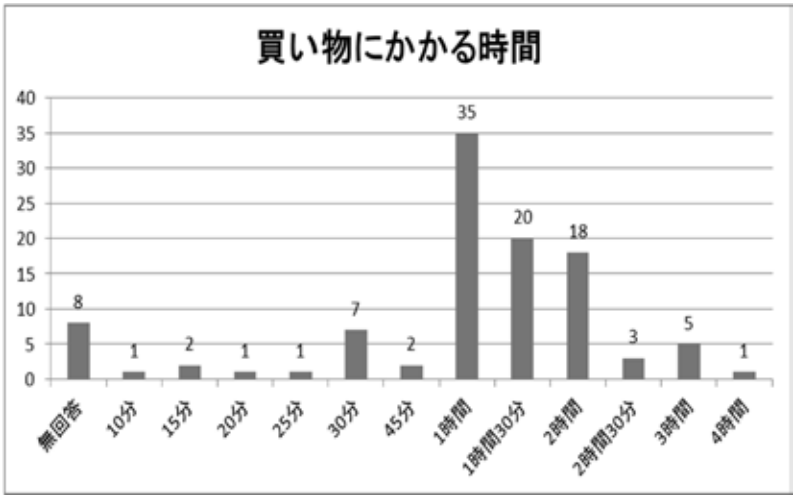
性別　男性 28 名　　女性　71 名　　無回答 5 名

1.5.4.3　アンケート結果

以下のアンケート結果は昨年度調査した内容から重要であると判断したものを抜粋したものである。

問 1　買い物にかかる時間はどれくらいですか。

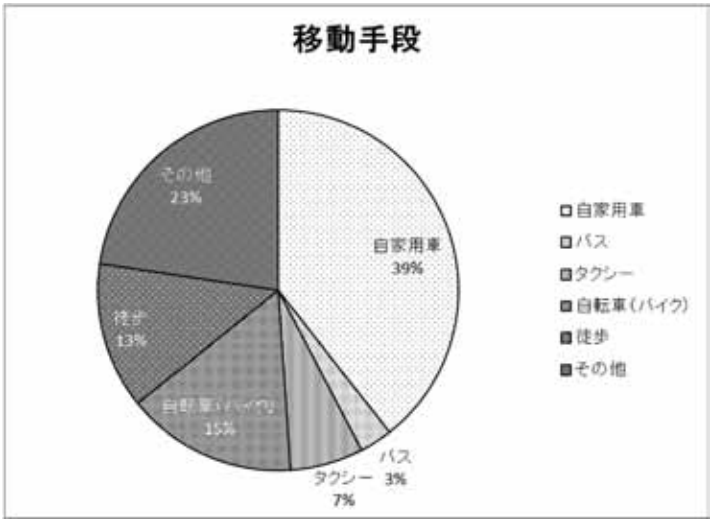
図表 1－3



買い物にかかる時間は約「1 時間」が 35 人と最も多く、次に「1 時間 30 分」が 20 人、「2 時間」が 18 人となっている。1 時間以上を合計すると 82 人で全体の 78%を占めている。

問 2 移動手段はなんですか。

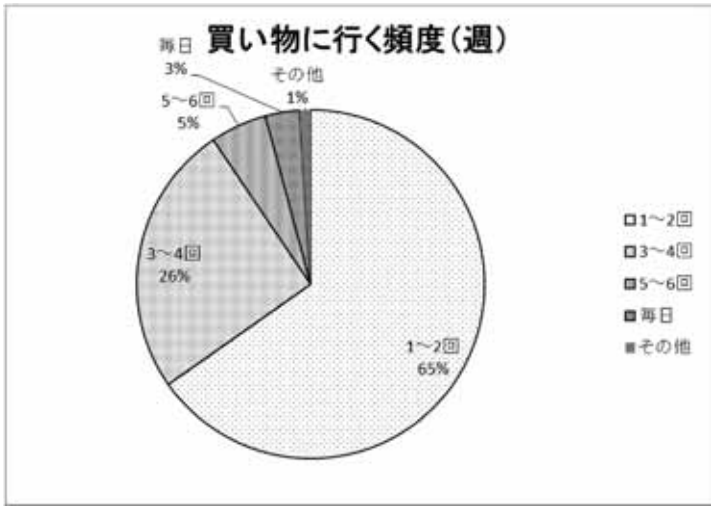
図表 1－4



「自家用車」で買い物をする高齢者が 39%、「自転車（バイク)」が 15%、「徒歩」が 13%、「バス」「タクシー」（公共交通機関）が 10%。「その他」の意見には、他者の車に乗せてもらうなどの意見があった。

問 3 週に何回買い物に行きますか。

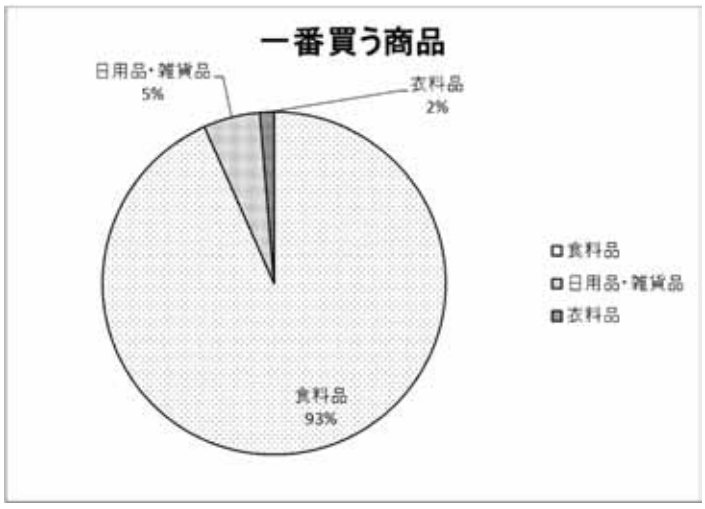
図表 1－5



週に「1～2 回」買い物に行く高齢者が 65%を占めている。次に「3～4 回」が 26%となっている。

問 4　買い物をする中で一番買う商品は何ですか。

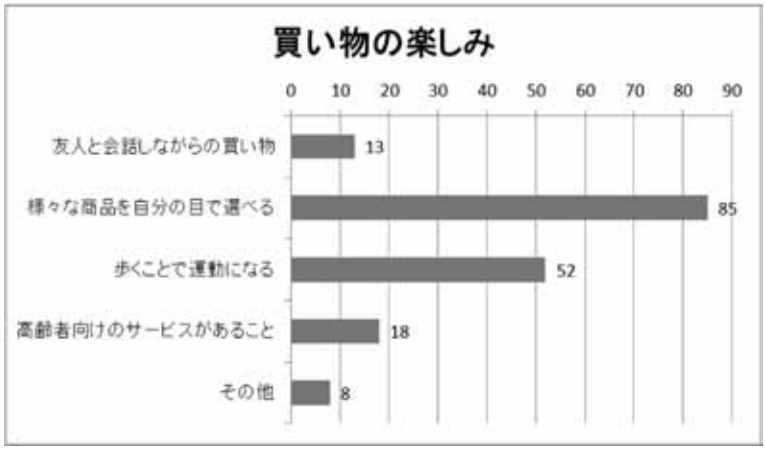
図表 1－6



買い物で一番買う商品は「食料品」が 93%で、生きていく為の必需品を買っている。

問 5　買い物をしての楽しみ・便利なことはなんですか。

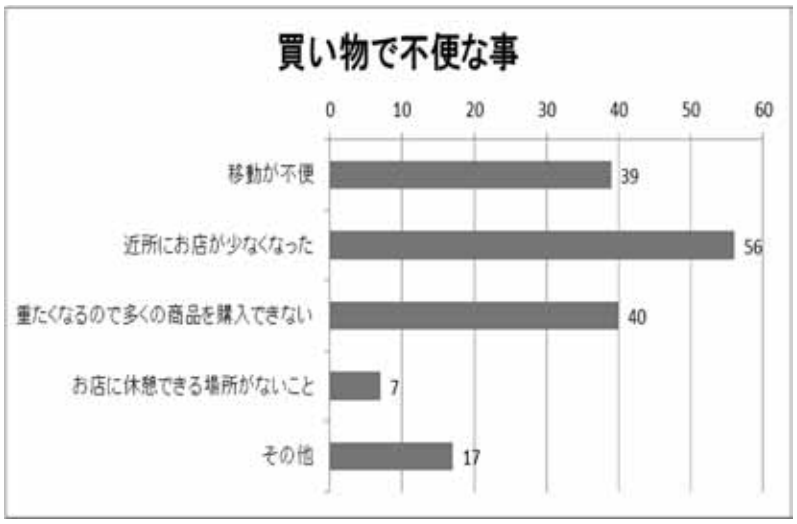
図表 1－7



買い物をする上で楽しみにしていることは､「様々な商品を自分の目で選べる」ことで 85 人と最も多く、次に「歩くことで運動になる」が 52 人、「高齢者向けのサービスがあること」が 18 人、「友人と会話しながらの買い物」が 13 人という順になっている。（複数回答）

問 6　買い物について不便に感じることはありますか。

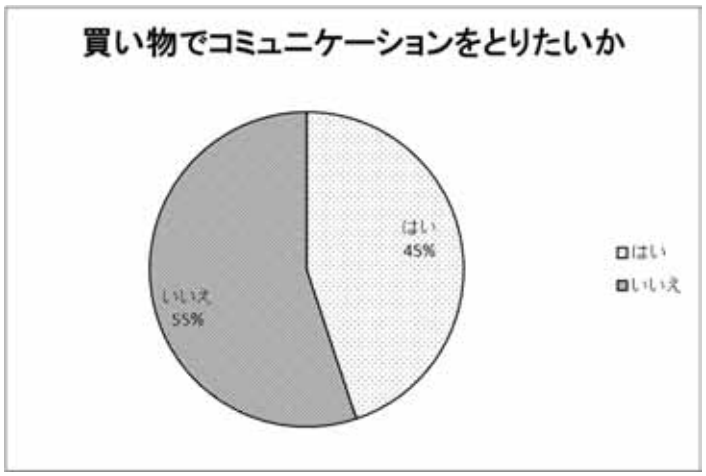
図表 1－8



近所にお店が少なくなった」と感じている高齢者が 56 人、また「重たくなるので多くの商品を購入できない」高齢者が 40 人、「移動が不便」と感じている高齢者は 39 人いた。移動に関することで買い物の不便さを感じている高齢者が全体の 84％を占めている。（複数回答）

問 7　買い物を通して、友人・知人などとコミュニケーションをとりたいですか

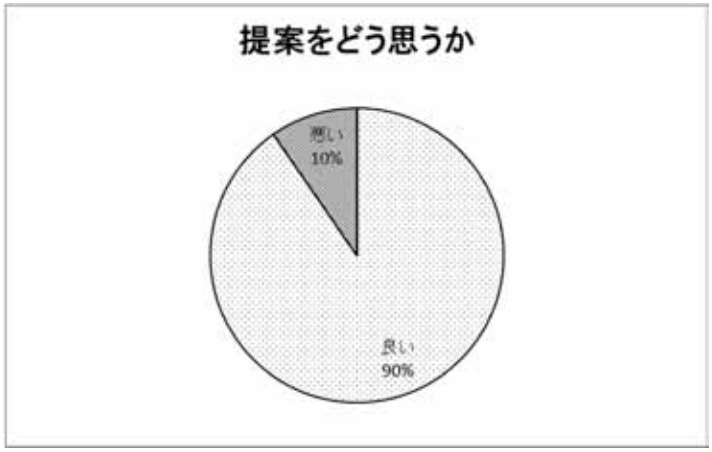
図表 1－9



買い物に行った際、コミュニケーションをとりたいかという質問で「はい」答えた高齢者は 45％、「いいえ」と答えた高齢者は 55％だった。

問 8　空き家を買い物場所として使うことはどう思いますか。

図表 1－10



空き家を買い物場所として使う提案について「良い」と答えた高齢者が 90％、「悪い」と答えた高齢者が 10％だった。

1.5.4.4　アンケートの考察

アンケートの結果以下のことが考察できる。

１つ目は、車を持っていない高齢者が一人で買い物に行くと、たくさん買うことも重い物を買うことも難しい。

２つ目は、何回も買い物に行けないので、1 回の買い物で大量の商品を購入しなければならない。

３つ目は、栖吉地区では近隣に小さな商店はあるものの、なんでも揃っているわけではないため、大型スーパーに足を運ぶ高齢者が多い。また、「移動が不便」「重たくなるので多くの商品を購入できない」というのも近隣にお店がなく不便ということに繋がる。

４つ目は、出かけた際に近所の方や知り合いとコミュニケーションをとることを楽しみにしている高齢者も少なくない。そのためにも、自宅から近いところにコミュニケーションをとれる場所があるといい。例をあげると、現在栖吉地区で行われている「お茶の間」のようなものがもう少し近くにあれば､参加者も増え､コミュニケーションが活発になる。

５つ目は､「移動販売であってほしい商品」という質問､「食料品」が最も多く、さらに「日用品」を購入したいという人もいた。しかし、たくさん買うと大荷物になってしまうので、移動販売があると購入希望をかなえてあげることができる。「その他」の中には、生鮮食品と答えた高齢者もいた。買い物の移動に時間がかかってしまうと生鮮食品は傷んでしまうので、移動販売で買うことができれば便利である。

６つ目は、ゼミ提案である空き家を使った移動販売型買い物支援を実現することによって、買い物とコミュニケーションを促進することができ､「移動販売を利用したい」という要望にも答えてあげることができる。

1.5.5　事業所ヒアリング

1.5.5.1　調査目的

店舗側から見た高齢者の実態調査及び「空き家を使った移動販売型買い物支援」の実施に向けた意向について調査する。

1.5.5.2　調査方法

ゼミ生（ヒアリング班）6 名を 2 班編成にし、電話でアポを取り、ヒアリングを実施した。ヒアリング時にはヒアリングする人、メモを取る人、写真を撮る人にそれぞれ分かれ実施した。

1.5.5.3　事業所の選定

大型店 2 店、コンビニエンスストア 1 店、小売店 2 店

1.5.5.4　事業所選定理由

モデル地域に選定している栖吉地区には大型店舗がないため、隣接している大型店を選定した。コンビニエンスストア、小売店については栖吉地区内にあるため、その中から選定した。

1.5.5.5　ヒアリング内容

ヒアリングの設問項目として、まず高齢者の来店状況、店としての工夫していること、移動販売についての考え方を中心としてヒアリングを行った。

①客の高齢者割合
②高齢者が買うもの
③来店時間、天候、季節
④誰と来店するか
⑤高齢者からの要望
⑥高齢者について困っていること
⑦高齢者に来店してもらうための工夫
⑧ネット販売高齢者利用割合
⑨今後、展開しようと思っている事業
⑩移動販売ついてどう思うか、なぜできないのか、実現するためには

1.5.5.6　ヒアリング結果

図表 1－11

	大型店A店	大型店B店	コンビニエンスストアC店	小売店D店	小売店E店
①客の高齢者割合	木曜シルバーズデイが多い →2 割以上が65歳以上	2割程度	全体で2～3割、5人に1人ほど 19時以降は2割もいない。常連客が多い	高齢者のみ	高齢者のみ
②高齢者が買うもの	野菜など小分けにしたもの	製菓、野菜、日用品 1000円以内での買い物が多い	タバコ、惣菜、お茶 買いだめが多い →持って帰れる範囲	日用品	お菓子
	大型店A店	大型店B店	コンビニエンスストアC店	小売店D店	小売店E店
③来店時間、天候、季節	午前中が多い 雨や冬の時	開店～17：00に来る 雨や雪で影	昼間が多い 雨が降ると少ない	晴れでないとこない 14：00過ぎ	16時ごろ 雨だとこない

	は少ないが、晴れると一度にたくさんくる	響する	冬は少ない	が多い	冬はほとんど移動販売の客
④誰と来店するか	ヘルパーさんが1人で来る ヘルパーさんと一緒にくる時もある	夫婦	1人が多い 息子と一緒にくる ヘルパーさんは見たことがない	1人が多い 近所の人と	押し車で1人
⑤高齢者からの要望	鮮度 小分けにしてほしい	ない	高いところの物が取れない あまりない →高齢者にかぎったことではない	みかんなど生ものがほしい →近々販売予定	電話で配達してほしい →人手が足りないからできない
⑥高齢者について困っていること	配達してと言われる	マナーが悪い 自己中心的	話を聞き取りにくい	ない	物忘れ(財布など) →会計時に財布の色や、お金、レシートなど注意して見ている
⑦高齢者に来店してもらうための工夫	シルバーズデイ →チラシの工夫、袋詰め、バリアフリーなど店内工夫	レジが詰まらないように、トランシーバーで情報共有	一緒に買い物を手伝ってあげる	買ったものを車まで運んであげる 日用品は切らさないようにする	レジ近くに椅子を置いておく →足腰が悪いから→買い物よりお話しにくる
	大型店A店	大型店B店	コンビニエンスストアC店	小売店D店	小売店E店
⑧ネット販売高齢者利用割合	他店舗でやっている 高齢者はあ	行っていない	中沢店ではやっていない	行っていない	行っていない

	まり利用しない →手数料がかかる				
⑨今後、展開しようと思っている事業	床暖など、施設の整備 ノントレー商品、大、小サイズ商品、 魚のおろしサービス強化	分からない	分からない	分からない	ない
⑩移動販売ついてどう思うか、なぜできないのか、実現するためには	今後もしない 高齢者のコミュニケーションの場になるからその点は良い	分からない	ミールサービスはある →食事を届けるサービス、ネット予約、昼間利用する人が多い	移動販売は行っていないが、いいと思う →金銭面での問題	各場所 40 分、5～10 人ほどの客 週 1 回木曜 成願寺など 3 か所

1.5.5.7　ヒアリングから考察できる大型店と小売店の共通点と相違点

（1）共通点

高齢者は昼間の来店がほとんどで、雨や雪が高齢者の来店に大きく影響することは、どの事業所のヒアリングでも共通した。事業所は高齢者の来店時間、天候が推測できるので、高齢者に対する配慮など、事前に準備がしやすいと感じた。

（2）相違点

高齢者は大型店やコンビニで食料品や日用品を 1000 円ほど買い物する。これに対し、小売店ではお菓子などを少量買う程度だ。小売店へ買い物に行く高齢者は、買い物はほとんどせず、買い物より店員と会話をするのが目的であると考える。もはや小売店は高齢者にとって買い物をする所ではなく、コミュニケーションをはかる憩いの場でもあると思う。このような場は高齢者にとって貴重であり、大切なものに感じる。

このことは、高齢者がお店に誰と来店するかでも考えることができる。大型店やコンビニへはヘルパー、家族など複数での来店が多い。しかし、小売店への来店はほとんどが 1 人だ。大型店やコンビニには、目的が買い物であるため、広い店内で商品を探したり、重い荷物を持つために助けが必要になる。これに対し小売店には、目的が会話なために、1 人での来店が多いと考える。

ヒアリングで各事業所に高齢者に来店してもらうための工夫を聞いてきた。大型店では、高齢者が安く買い物をすることができる優待日を設けたり、障がい者用トイレの設置、通

路幅を大きく設定するなどの店内工夫、高齢者優待日にチラシに高齢者が好む商品を入れるなど工夫している。これに対し、小売店では買ったものを車まで運んであげたり、レジ近くに椅子を置き、来店したらとりあいず休んでもらう。そこで会話をする。

このことから、大型店、コンビニは来店客を中心とした考え方に対して、小売店は高齢者への配慮がより細かく、固定客を大事にしている印象を受ける。

1.5.6　高齢者側の課題

私たちの調査の結果、高齢者は買い物のときに次の 3 点について要望していることが分かった。①歩いていける距離で買い物をしたい②様々な食料品、日用品を購入したい③様々な年代の方とコミュニケーションをとりたい。特にこの 3 点の要望については私たちの提案を実現するためにも取り組むべき課題である。

1.5.6.1　「歩いて行けるところで買い物をしたい」という要望について

高齢者の方にアンケートをしたときに不便なこととして「近所にお店が少なくなった」「移動が不便になった」という意見が多くあがった。栖吉地区にある商店は中沢三叉路を起点として半径 1km 以内に点在しており、そのほかの場所には商店が少ないことが現状としてある。ヒアリングでは買い物に行く時間だけで 1 時間もかかるという人もいた。荷物が重くなるため一度に多くの買い物はできず一週間に何度も行くという人は少なくない。週に何度も行くことになれば高齢者にとってその労力は計り知れないものになっている。このように遠くのお店にバスや自転車、徒歩で行くとなった場合、高齢者の方には非常に大きな負担となっている。

1.5.6.2　「様々な食料品、日用品を購入したい」という要望について

私たちが普段見かける移動販売は食料品を運んでいるものが多いのではないだろうか。私たちのアンケートでも食料品がほしいという回答が多くを占めていた。ここは、高齢者のニーズに合っている。だが、アンケートでは、日用品・雑貨品を求める回答も見受けられた。実際、私たちは普段の生活で食事、風呂、トイレなど様々な行動をとり、そこで多くの日用品を使っている。これらの物は食料品とは違い頻繁に買うものではないが移動販売として近くで買うことができれば便利である。ただ、頻繁に買うものではない日用品を毎回持っていくのは効率が悪く、その分食料品を持って行ったほうが買い物をする人のためになるのではないだろうか。なので、日用品に関しては買い物に来た人からどの商品がいくつ欲しいのか要望を聞き次回持ってくるという販売方法にする。

食料品に関してはお店と同じ販売方法とする。その理由は高齢者が買い物の楽しみとして「様々な商品を自分の目で選べる」ことをあげているからである。要望を聞き決まった数だけを持って行くということは選択肢をなくし、買い物の楽しみもなくすことになる。私たちの調査では高齢者は買い物のときに価格、産地、鮮度、量に気を付けていることが

分かった。自分の目で選べないということは高齢者の気にかけていることを店側が決めてしまうことになる。様々な家庭のニーズに応えていくにはこの方法が良いと考えられる。

1.5.6.3　「様々な年代の方とコミュニケーションをとりたい」という要望について

私たちが栖吉コミュニティセンターで開かれている「お茶の間」に参加したとき同じ施設にある体育館では子供たちが遊んでいることがあった。だが、高齢者と子供たちが同じ場所にはいるが一緒にコミュニケーションをとることはなかった。しかし、重要なのはこの違う年代が一緒になれる施設があるということである。集まれる場所があるのならそこで地域の交流会を開くことで様々な年代の方とコミュニケーションをとることができる。

また、この交流会を私たちの提案する空き家で行った場合、普段は買い物場所として一定の賑わいを見せていた場所が交流スペースとしても利用されることで今まで以上に活気づくことが予想できる。

1.5.7　事業所側の課題

事業所側の課題としては①大規模店における高齢者への身体的、心理的配慮②小売店の経営、運営面の支援があげられる。この 2 点の課題について対応しなければならない。

1.5.7.1　「大規模小売店における高齢者への身体的、心理的配慮」について

図表　1－12

身体機能の変化	主な特徴と店舗への影響
関節や骨の委縮	高いところに手が届かなくなり上段の商品は取りづらくなる。
視野が狭くなる	横方向に展開した売り場は一覧することが難しい。 足元や上が見えづらくなる。
握力の低下	重い商品は持ちにくい。まとめ買いもしづらい。
歩く速度が遅くなる	売り場面積の広い店舗は買い物に時間を要する。
咀嚼する力が低下する	固いものは食べにくく、飲み込むのも困難になる。販売する商品に工夫が必要になる。
白内障の進行	正確な色の認識が難しくなる。
聴覚の低下	接客でのコミュニケーションがとりづらくなる。
紙めくりがしにくくなる	指先が滑るためお金を財布から取り出しづらくなる。 レジの清算に時間がかかる。

今後の日本は高齢化が進み店舗への高齢者の来店は増えていくと考えられる。これにより店舗側は高齢者に十分な対応をするための接客と店舗づくりの環境を整える必要がある。そのためには現場で働く社員への教育を徹底しなければならない。図表 1－12 は高齢者の身体機能の変化とそれに伴う店舗への影響を表したものである。高齢者の利用しやすい店舗を作るにはまず高齢者の身体的特徴を理解する必要があり、上記の表のことを理解するとしないとでは接客や店舗づくりに大きな差ができてしまう。また、身体的特徴だけでな

く心理的な面からも高齢者にはサポートが必要になってくる。社員一人一人への教育を徹底し、高齢者が利用しやすい環境を整えていくことが重要である。

1.5.7.2　高齢者への接客で気を付けるべきポイント

図表 1－13

・過度な老人扱いはやめる
・狭い通路ですれ違う時は道を譲る
・広告やプライスカードの文字は大きくする
・会話をしたくて来店することもあるので話し相手になる
・困っているときは話しかけ必要なら買い物を手伝う

図表 1－13 は高齢者への接客で気を付けるべきポイントをまとめたものである。

身体的な面で見ると体力の落ちている高齢者にとっては広い店内を移動したり商品をとったりする動作だけでも相当な疲れが出る。疲れるという悪い印象をもたれた店舗では二度と買い物をしてもらえない可能性もある。来店した高齢者に快適に買い物をしてもらうためにも移動の邪魔にはならないこと、商品名、値段はわかりやすく表示する、必要であれば話しかけ買い物を手伝うなどのサービスをすることも必要になる。ただ気を付けたいことは、過度な老人扱いをしないことである。高齢者に電車やバスで席を譲ったら逆に怒られたという話をよく聞くがそれと同じである。過剰なサービスは逆に相手を不快な気持ちにさせてしまうこともあるので注意が必要である。

心理的な面では会話をしたいためにお店に来る人がいる。一人暮らしに多く買い物ついでに店員と会話をする高齢者である。この場合、言葉遣いには気を付けながら話し相手になることで高齢者は気持ちよく買い物ができる。また、話し相手になることで固定客につながることもある。

1.5.7.3　高齢者への店舗づくりで気を付けるべきポイント

図表 1－14

すれ違うための通路幅の広さを確保する
よく利用する商品は目線の位置に配置する
雨や雪の日には床のすべりやすさに注意する
文字の大きさ見やすさに注意する
売り場にある商品の場所をわかりやすくする
休憩スペースを設置する

図表 1－14 は高齢者への店舗づくりで気を付けるべきポイントをまとめたものである。

先ほど説明した通り高齢者は身体的な面でのサポートを必要としている。店舗では通路幅を広くすることで移動の不便をなくすこと、広告やプライスカードの文字を大きく表示することで目の悪い人にも対応できる。広い店内では様々な場所に商品が並べられているので欲しい商品が見つけにくい場合がある。商品の案内を掲示するなどの対応も必要である。また、雨や雪の降った日などは店舗にしかれているタイルは非常に滑りやすくなる。注意喚起の紙を掲示することや、濡れている床に気づいたら店員はタオルでふくなどの対

応が必要となってくる。

腰の曲がった高齢者の場合、高いところにある商品は見えにくく、取りにくいことがある。高齢者がよく利用する商品は目線の高さに合わせた場所に配置することが大切である。

そして高齢者への対応として大事なことが休憩スペースの設置である。休憩スペースが設置してある店舗では買い物のついでに近所の方との会話を楽しみ、お昼になるとお惣菜を買ってそこで昼食を済ませる高齢者もいる。移動距離の長い大規模な店舗ほど休憩スペースの設置は必要となる。そして、高齢者によっては休憩スペースがある店舗を選んで買い物をすることもあるので高齢者を支援する取り組みとして大切である。

1.5.7.4 「小規模小売店の経営、運営面の支援」について

日本全国にシャッター街と呼ばれる場所が増えていく中で、昔から同じ場所で経営を続けているという小売店も少なくはない。その小売店がなぜ経営を続けていけるのか、という理由については立地が良いことや、近くに大型スーパーがないことなど様々である。ただ、一番の理由としては昔からその場所にあるという信頼感や安心感なのではないだろうか。同じ場所で昔から経営することで地域に住む人のニーズを理解し、そこに対応する。その積み重ねがあったからこそ現在までお店が残っているのである。そういった小売店を利用している人は昔からの顔なじみの高齢者が多いと考えられる。ただ、高齢者の利用だけで、今後も経営を続けられるかは不透明であり、新たな利用者を増やしていかなければならない。新たな利用者を増やすためには、新たな取り組みが必要になってくる。小売店へのヒアリングで移動販売について聞いたところ「すでに移動販売を行っている」、「移動販売はしていないが良い取り組みだと思う」という回答が得られた。ただ、「移動販売での利益はない」、「始めるための資金が用意できない」という運営面についての意見もある。

小売店が移動販売を始める際に必要になる車は冷凍、冷蔵設備がついたもので 1,000 万円から 2,000 万円、軽トラックの小型車で 150 万円から 400 万円といわれている。この金額を自己負担で払うとなると、なかなか手は出しづらく移動販売での利益はないという意見もあるため、取り組みたい人がいてもできない状況である。この状況を変えなければ地域での買い物支援は難しくなり買い物弱者は増え続けることが予想される。

経済産業省では買い物弱者対策支援として都道府県や各地域で補助金が公募されている。また、新潟県では「買い物利便性向上ビジネス支援事業」を行っている。これは地域の買い物環境の向上に取り組む事業者を支援するもので対象者は商店街組合、社会福祉法人、民間事業者など幅広く対応している。補助率は経費の 2/3 以内のため多くの補助が見込める。このような支援事業の充実が地域の小規模小売店を支えていくのである。

1.5.8 まとめ

私たちは今回、「移動販売型買い物支援」実現に向けて、高齢者の買い物に関するアンケート調査と事業所へのヒアリングなどを行ってきた。アンケート調査では多くの住民から回答を得ることができ信頼のある調査結果にまとめることができた。アンケートの結果では私たちの提案を良いと感じる高齢者は多く利用したいという回答も多数を占めていた。このことから提案を実現した際の高齢者からの需要は多く見込める結果となった。

だが、肝心の小売店からは移動販売には消極的な意見があがり、移動販売に積極的な小

売店からは運営面での指摘を受ける結果となった。買い物支援があるのなら利用したいという高齢者が多くいるにもかかわらず小売店側は消極的であり、気持ちはあっても運営面でかかる費用を考えると取り組めないということが今の状況である。

現在、政府では買い物支援策に対する補助金の支援を行っている。私たちの提案では移動販売車に加え､空き家の確保も必要になってくるため多くの費用を負担することになる。補助金での支援が充実してくることでこれらの費用を抑えることができ提案の実現性も高まると考えられる。

1.6　今年度の活動

モデル地区に設定した栖吉地区の中沢 1 丁目と 2 丁目に実際にはどの程度の空き家があるのかを調査する。中沢 1 丁目と 2 丁目の地区長の方に同行してもらい、空き家の数だけでなく、中沢 1 丁目と 2 丁目の現状も調べた。

空き家を使った移動販売型買い物支援の実施に向けて、財源の調査を行った。長岡市社会福祉協議会の方にヒアリングを行い、補助金や費用についての調査を行った。

1.7　調査対象者等

本研究の調査対象者は、長岡市在住の栖吉地区の 65 歳以上の高齢者、栖吉地区内の空き家、長岡市社会福祉協議会とした。

2. 空き家調査

2.1 空き家の定義・概要

空き家を調査するにあたり、空き家に関する理解を深めた。空家対策特別措置法第2条1項では、空き家を次のように定義している。「空家等とは、建築物又はこれに附属する工作物であって居住その他の使用がなされていないことが常態であるもの及びその敷地（立木その他の土地に定着するものを含む。）をいう。ただし、国又は地方公共団体が所有し、又は管理するものを除く。」なお、「建築物」「これに附属する工作物」について、「基本指針」では次のようにされている。

・「建築物」というのは、土地に定着する工作物のうち、屋根及び柱又は壁を有するもの（これに類する構造のものを含む）、これに附属する門又は塀等

・「これに附属する工作物」とは、ネオン看板など門又は塀以外の建築物に附属する工作物

市町村はこれらのうち、「居住その他の使用がなされていないことが常態であるもの」を空き家等と判断し、空き家対策特別措置法を適用することになる。「居住その他の使用がなされていないことが常態である」ということの判断基準として、1年間使用されていないことが1つの目安となるという考えが「基本指針」で示された。「居住その他の使用がなされていないことが常態である」とは、建築物等が長期間にわたって使用されていない状態をいい、例えば、概ね年間を通して建築物等の使用実績がないことは1つの基準となると考えられる。建築物等というのは、「建築物」と「これに附属する工作物」を指す。また、建築物等の使用実態の有無の判断について、「基本指針」では次の点をふまえて客観的に判断することが望ましいとされている。

・建築物等の用途
・建築物等への人の出入りの有無
・電気・ガス・水道の使用状況、それらが使用可能な状態にあるか否か
・建築物等とその敷地の登記記録、建築物等の所有者等の住民票の内容
・建築物等の適切な管理が行われているか否か
・建築物等の所有者等によるその利用実績についての主張

空家対策特別措置法第2条2項では、特定空き家を次のように定義している。「特定空家等とは、倒壊等著しく保安上危険となるおそれのある状態、著しく衛生上有害となるおそれのある状態、適切な管理が行われていないことにより著しく景観を損なっている状態、その他周辺の生活環境の保全を図るために放置することが不適切である状態にある空家等をいう。」

空き家等の物的状態の判断に際して参考となるガイドライン。以下は例示であり、これによらない場合も適切に判断していく必要がある。

①そのまま放置すれば倒壊等著しく保安上危険となるおそれのある状態

1)建築物が著しく保安上危険となるおそれがある。

(1)建築物が倒壊等するおそれがある。

・基礎に不同沈下がある　　・柱が傾斜している
・基礎が破損又は変形している　　・土台が腐朽又は破損している

(2)屋根、外壁等が脱落、飛散等するおそれがある。

・屋根が変形している　　・屋根ふき材が剥落している
・壁体を貫通する穴が生じている　　・看板、給湯設備等が転倒している
・屋外階段、バルコニーが腐食、破損又は脱落している

2)擁壁が老朽化し危険となるおそれがある。
・擁壁表面に水がしみ出し、流出している

②そのまま放置すれば著しく衛生上有害となるおそれのある状態

(1)建築物又は設備等の破損が原因で、以下の状態にある。
・吹付け石綿等が飛散し暴露する可能性が高い状況である。
・浄化槽等の放置、破損等に及ぶ汚物の流出、臭気の発生があり、地域住民の日常生活に支障を及ぼしている。
・排水等の流出による臭気の発生があり、地域住民の日常生活に支障を及ぼしている。

(2)ごみ等の放置、不法投棄が原因で、以下の状態にある。
・ごみ等の放置、不法投棄による臭気の発生があり、地域住民の日常生活に影響を及ぼしている。
・ごみ等の放置、不法投棄により、多数のねずみ、はえ、蚊等が発生し、地域住民の日常生活に影響を及ぼしている。

③適切な管理が行われていないことにより著しく景観を損なっている状態

(1)適切な管理が行われていない結果、既存の景観ルールに著しく適合していない状態となっている。
・景観法に基づき景観計画を策定している場合において、当該景観計画に定める建築物又は工作物の形態意匠等の制限に著しく適合していない状態となっている。
・地域で定められた景観保全に係るルールに著しく適合しない状態となっている。

(2)その他、以下のような状態にあり、周囲の景観と著しく不調和な状態である。
・屋根、外壁等が、汚物や落書き等で外見上大きく傷んだり汚れたまま放置されている。
・多数の窓ガラスが割れたまま放置されている。
・立木等が建築物の全面を覆う程度まで繁茂している。

④その他周辺の生活環境の保全を図るために放置することが不適切である状態

(1)立木が原因で、以下の状態にある。
・立木の枝等が近隣の道路等にはみ出し、歩行者等の通行を妨げている。

(2)空き家等に住みついた動物等が原因で、以下の状態にある。
・動物のふん尿その他の汚物の放置により、臭気が発生し、地域住民の日常生活に支障を及ぼしている。
・シロアリが大量に発生し、近隣の家屋に飛来し、地域住民の生活環境に悪影響を及ぼすおそれがある。

(3)建築物等の不適切な管理が原因で、以下の状態にある。
・門扉が施錠されていない、窓ガラスが割れている等の不特定の者が容易に侵入できる状態で放置されている。

2.2　空き家の現状

平成 25 年に総務省が実施した住宅・土地統計調査の速報値（平成 26 年 7 月 29 日公表）によると、全国の総住宅数は 6,063 万戸となっている一方、総世帯数は 5,246 万世帯となっており、住宅ストックが量的には充足していることが分かる。このうち空き家※1 の数は 820 万戸であり、これが全国の総住宅数に占める割合は 13.5%となっている。また「賃貸用又は売却用の住宅※2」及び「二次的住宅※3」を除いた「その他の住宅※4」に属する空き家の数は 318 万戸に上っている。これが全国の総住宅数に占める割合は 5.2%であるが、その数は過去 20 年間で約 2 倍に増加しているところである。

※1 住宅・土地統計調査における「空き家」とは、以下に掲げる「賃貸用又は売却用の住宅」、「二次的住宅」及び「その他の住宅」を合計したものをいう。

※2 住宅・土地統計調査における「賃貸用又は売却用の住宅」とは「新築・中古を問わず、賃貸又は売却のために空き家になっている住宅」をいう。

※3 住宅・土地統計調査における「二次的住宅」とは「別荘（週末や休暇時に避暑・避寒・保養などの目的で使用される住宅で、普段は人が住んでいない住宅)」及び「その他住宅（普段住んでいる住宅とは別に、残業で遅くなったときに寝泊りするなど、たまに寝泊りしている人がいる住宅)」を合計したものをいう。

※4 住宅・土地統計調査における「その他の住宅」とは「賃貸用又は売却用の住宅」又は「二次的住宅」以外の人が住んでいない住宅で、例えば転勤・入院などのために居住世帯が長期にわたって不在の住宅や建て替えなどのために取り壊すことになっている住宅などをいう。

2.3　空き家対策法の背景

近年、地域における人口減少や既存の住宅・建築物の老朽化、社会的ニーズの変化及び産業構造の変化等に伴い、居住その他の使用がなされていないことが常態である住宅その他の建築物又はこれに附属する工作物及びその敷地（立木その他の土地に定着する物を含む）が年々増加している。このような空き家等（空き家等対策の推進に関する特別措置法第２条第１項に規定する「空き家等」をいう）の中には、適切な管理が行われていない結果として安全性の低下、公衆衛生の悪化、景観の阻害等多岐にわたる問題を生じさせ、ひいては地域住民の生活環境に深刻な影響を及ぼしているものがある。今後、空き家等の数が増加すれば、それがもたらす問題が一層深刻化することが懸念されるところである。

このような状況から、市町村（特別区を含む）等の地方公共団体は、適切な管理が行われていない空き家等に対して既存法や条例に基づき必要な助言・指導、勧告、命令等を行い適切な管理を促すとともに、それぞれの地域の活性化等の観点から、国の財政上の支援措置等を利用しながら空き家等を地域資源として有効活用するなど地域の実情に応じた空き家等に関する施策を実施している。

しかしながら、空き家等がもたらす問題が多岐にわたる一方で、空き家等の所有者又は管理者の特定が困難な場合があること等解決すべき課題が多いことを踏まえると、空き家等がもたらす問題に総合的に対応するための施策の更なる充実を図ることが求められるところである。

以上を踏まえ、適切な管理が行われていない空き家等が防災、衛生、景観等の地域住民

の生活環境に深刻な影響を及ぼしていることに鑑み、地域住民の生命、身体又は財産を保護するとともに、その生活環境の保全を図り、あわせて空き家等の活用を促進するため、空き家等に関する施策に関し、国による基本指針の策定、市町村による空家等対策計画の作成その他の空き家等に関する施策を推進するために必要な事項を定めることにより、空き家等に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって公共の福祉の増進と地域の振興に寄与することを目的として、平成 26 年 11 月 27 日に、「空き家等対策の推進に関する特別措置法」が公布された。

2.4　空き家対策の取り組み

2.4.1　国の取り組み

施策の概要

○国による基本指針の策定・市町村による計画の策定等

国土交通大臣及び総務大臣は、空き家等に関する施策の基本指針を策定（5 条）

市町村は、国の基本指針に即した、空き家等対策計画を策定（6 条）・協議会を設置（7 条）

都道府県は、市町村に対して技術的な助言、市町村相互間の連絡調整等必要な援助（8 条）

○空き家等についての情報収集

市町村長は、法律で規定する限度において、空き家等への調査（9 条）

空き家等の所有者等を把握するために固定資産税情報の内部利用（10 条）

市町村は、空き家等に関するデータベースの整備等を行うよう努力（11 条）

○空き家等及びその跡地の活用

市町村による空き家等及びその跡地に関する情報の提供その他これらの活用のための対策の実施(13 条)

○特定空き家等に対する措置

特定空き家等に対しては、除却、修繕、立木竹の伐採等の措置の助言又は指導、勧告、命令が可能

さらに、要件が明確化された行政代執行の方法により強制執行が可能(14 条)

○財政上の措置及び税制上の措置等

市町村が行う空き家等対策の円滑な実施のために、国及び地方公共団体による空き家等に関する施策の実施に要する費用に対する補助、地方交付税制度の拡充を行う（15 条 1 項）

2.4.2　先進的に取り組んでいる都道府県の実例

北海道新得町 空き家活用促進制度は、以下のとおりである。

○概要

町内の空き家の解消と定住の促進を目指し、町内の空き家を改修し賃貸する場合、もしくは空き家を購入し改修を行う場合に、改修に必要な費用に対し「奨励金」を交付する。

○対象地域

新得町内全域

○対象者要件

町税及び使用料等、町に納付すべき公金が完納されていること

住宅の所有者であること

次の条件のどちらかを満たしている方　①空き家を改修して他人に賃貸する方

②空き家を購入し、1年以内に改修する方

○対象の住宅

町内に存在する個人又は法人が所有する専用住宅、併用住宅及び共同住宅で、現に居住していない住宅（空き家）

国、道及び町等の行う事業により、転移補償または補助を受けていないこと

住宅の建築に対する町の他の助成制度を受けていないこと

○奨励金額等

空き家改修完了時に「奨励金」を交付

改修工事施工が町内の業者の場合、改修工事に要した費用の 30%以内の額（上限 30 万円）

改修工事施工が町外の業者の場合、改修工事に要した費用の 20%以内の額（上限 20 万円）

群馬県 空き家活用・住みかえ支援事業は、以下のとおりである。

○概要

マイホーム借上げ制度を活用した「群馬県空き家活用・住みかえ支援事業」とは、50歳以上の方のマイホームを一般社団法人移住・住みかえ支援機構（JTI）が借上げ、3年の定期借家契約により貸し出すもの。高齢者世帯の持ち家を機構が借上げ、安定した家賃収入を保証し、借上げた住宅は、子育て世帯等に転貸する。

○制度利用者のメリット

JTI がマイホームを最長で終身借上げ、安定した家賃収入を保証

入居者との契約期間が 3 年単位なので、マイホームに戻ることも可能

家を長持ちさせるメンテナンス費用を、家賃収入でまかなうこともできる

○子育て世代など家を借りる人のメリット

良質な住宅を、相場より安い家賃で借りられる

敷金や礼金の必要がない（契約時の仲介手数料などは必要）

貸し主の了承が必要だが、壁紙などの一定の改修が可能

3 年ごとに優先して再契約できる

○群馬県における事業体制

ぐんま住まいの相談センターを総合窓口とし、県内協賛事業者による空き家活用の相談や、群馬県居住支援協議会と連携した住みかえ相談や住みかえ先の案内を実施。

○借上げの主な条件

日本国内にある住宅をお持ちの 50 歳以上の方

住宅に一定の耐震性が確保されていること

島根県江津市 U・Ｉターンのための空き家改修費補助金は、以下のとおりである。

○概要

U・Ｉターン希望者の江津市への定住を促進することを目的に「江津市空き家改修事業補助金」を交付する。

○各要件

1)対象空き家の要件

(1)「江津市空き家バンク」に登録された物件であること

(2)改修事業は、補助金申請後に行われること

(3)過去に本補助金の交付を受けていないこと

2)各対象者の条件

U・Ｉターン者（次のいずれにも該当する必要あり）

(1)進学、就職などのために江津市外において 5 年以上居住していた市内出身者、または、江津市に居住経験の無い転入者であって、本市に転入前または転入して 1 年以内の方

(2)対象となる空き家の所有者であること

(3)対象となる空き家に 5 年以内居住すること

(4)過去に本補助金の交付を受けていないこと

空き家所有者（次のいずれにも該当する必要あり）

(1)U・Ｉターン者に対して所有する空き家を貸し出す意思のある方

(2)対象となる空き家の改修後１ヵ月以内にU・Ｉターン者が入居すること

(3)対象となる空き家に入居するU・Ｉターン者は 5 年以上居住すること

(4)過去に本補助金の交付を受けていないこと

事業者（次のいずれにも該当する必要あり）

(1)江津市内に事業者を有する事業者であること

(2)対象となる空き家を社宅として所有していること

(3)江津市に転入して 1 年以内の社員 1 名以上の雇用受け入れを行うために、空き家を社宅として改修すること

(4)対象となる空き家が過去に本補助金の交付を受けていないこと

○補助対象経費

施工業者が行う増築、改築、修繕、設備工事その他の工事であって、快適な住環境確保のために必要と認められる工事に要する経費。

○補助金額

対象経費の 2 分の 1 以内。上限 50 万円。

長崎県佐世保市 老朽危険空き家除却費補助金は、以下のとおりである。

○概要

安心・安全な住環境づくりを促進するため、平成 24 年 5 月 1 日より老朽化し危険な空き家住宅の除却を行う方に対し、除却費の一部を補助する。

○対象建築物

次の 1 から 6 の要件をすべて満たす建築物が対象建築物となる。また、住宅以外につ

いては 6 の要件も満たす建築物が対象建築物となる。

1. 佐世保市内の建物である
2. 現在、使用されていない
3. 木造又は鉄骨造
4. 構造の腐朽又は破損が著しく、危険性が大きいもの
5. 木造で、築後 22 年以上経過したもの（鉄骨造の場合は尋ねる必要あり）
6. 老朽化又は自然災害等により、空き建築物の建築材料が脱落し、若しくは飛散することにより、人の生命若しくは財産に害を及ぼすおそれのある状態にあるもの

○申請対象者

次の 1 から 3 のいずれかに該当する方が対象者となる。ただし、1 から 3 に該当する方であっても、市税等の滞納がある方や、他の権利者（抵当権設定者など）からの同意を得られない方は対象者とならない。

1. 登記事項証明書に所有者として記録されている者（未登記の場合は固定資産関係資料による）
2. 1 の相続人
3. 1 又は 2 の方から対象建築物の除却についての同意を受けた方

○対象工事

次の 1 から 3 の要件をすべて満たす工事が対象工事となる。

1. 建築業の許可などを受けた者に請け負わせる除却工事であること
2. 建築物のすべてを除却する除却工事であること（長屋の場合は当該部分の除却工事でも可）
3. 他の制度等により補助金の交付を受けない除却工事であること。

○補助金額

以下の 2 つを比較して、いずれか低い額の 1/2 を補助し、上限額は 60 万円。

1. 補助対象建築物の除却に要した費用の 80%
2. 国土交通大臣が定める標準額

2.5 長岡市の空き家状況

長岡市では、以下のことを踏まえ空き家バンクを設立した。それは、住み替えの促進、UJI ターンによる定住、福祉的活用、その他多目的に活用することがねらいである。

①少子高齢化、人口減少により空き家が増加、空き家率 11.5%（H20 住宅・土地統計調査）
②空き家がもったいない、活用できないか
③住宅政策マスタープランの当面の取り組み方針「空き家の有効活用による定住促進」

○空き家と思われる一戸建て住宅の調査

市内全域 対象 109,350 戸
空き家戸数 1,786 戸を確認
期間 平成 21 年 1 月～9 月（川口地域は平成 22 年 8 月）

○所有者の確認

登記簿により確認　所有者判明 1,006 件
意向調査票を送付　回答 494 件　調査・登録希望 62 件

平成 22 年 3 月 15 日 18 件の登録でスタートした。

○住宅リフォーム支援事業補助金

リフォーム工事費の 20%を補助

限度額 10 万円

○リフォーム資金融資制度

金 利 ： 1.6～2.9% （固定金利）

限度額： 400 万円

期 間 ： 最長 25 年

2.6 空き家の選定理由

昨年の長岡市栖吉地区高齢者にアンケートやヒアリングを行った結果から、

①歩いて行ける距離で買い物をしたい

②直接目で見て買いたい

③会話をしたい

この 3 つの回答が最も多かったため、空き家を選定した。

空き家を利用することにより、地域の方々が買い物をするだけでなく交流の場、休憩をとれる場所が出来る。そして、自動車を運転することが出来ない高齢者のためにも、歩いて行ける距離の空き家に市を開くことにより、遠くのスーパーマーケットや大型商業施設に行かずとも、近くの場所で買い物が出来る。

2.7 空き家の調査

2.7.1 空き家の調査地区設定

去年に引き続き、長岡市栖吉地区を空き家の調査地区とした。

2.7.2 空き家の調査概要

日時 ： 平成 27 年 6 月 30 日

場所 ： 中沢 1 丁目、2 丁目

参加人数 ： 地区長 1 人、アドバイザー1 人、ゼミナール生徒 3 人

調査内容 ： 中沢 1 丁目、2 丁目の地区長に同行してもらい、調査を行った。調査中は空き家の有無を確認しつつ、中沢の現状等も調べた。

2.7.3 調査結果

・中沢 1 丁目、2 丁目にある空き家は 2 軒であった。

・近年、他の地域から空き家への入居者が増え、空き家がなくなってきている。

・一見空き家に見えても、別荘代わりに使っている人もいた。

2.8 空き家に関するヒアリング

2.8.1 ヒアリング概要

日時 ： 平成 27 年 11 月 24 日

場所 ： 栖吉コミュニティーセンター

参加人数： ゼミナール生徒２人
ヒアリング内容： 空き家を貸してもらうための条件　　①賃借料　　②借主
対象者　： 10 人（男性１人、女性９人）

2.8.2　ヒアリング結果

①賃借料　：　無料　　１人（管理してくれれば良い）
　　１万円　　６人
　　３万円　　２人
　　不明　　１人
②借主　：　信頼のおける者であれば良い

3. 財源について

3.1　必要となる費用

空き家を使った移動販売を実現させるためには膨大な費用が掛かる。その中でより重要となってくるのが改修費、運営費、移動販売車購入費である。この３つの費用を準備することができなければ、空き家を使った移動販売の実現は難しい。

3.1.1　改修費

空き家の定義上、１年間の使用実態がないものとされているため、空き家の内装・機能は低下していると考えられる。また主に空き家を利用するのは高齢者のため、高齢者に負担を与え過ぎないような改修を行う必要がある。そのうえで各部屋を高齢者目線で、どう改修するべきかを考える必要がある。代表的な改修内容は、廊下と階段に手すりの設置、キッチンの水回りの整備、居間の改修・修繕である。しかし反対に改修しなくても大丈夫な場所もある。この空き家は移動販売をする場所・地域交流を目的としているため、人が泊まることはない。したがって、お風呂周りの改修は必要ない。

改修内容について廊下・階段に手すりと書いたが、階段の場合、まず前提に階段の段位が高いといくら手すりがあったとしても上ることが困難である。また高齢者の中には車いすを利用している人もいる。そのため、階段の場合は手すりの代わりにスロープを設置する方が良いのかもしれない。次にキッチンの水回りについてである。一般的なコミュニティセンターなどでは、毎週お茶会などを開いているため、コミュニティセンターの給湯室やキッチンを利用数頻度が高い。したがって、ここにもしっかりとした改修が必要となってくる。居間も同様にお茶会などの目的で使用されることがあるために改修が必要である。そして駐車場での移動販売を行うため、駐車場の整備も行う必要が出てくる。移動販売は車内で行うことを想定している。車体が大きいものになる可能性がある。そのため、駐車場はある程度の大きさが必要となってくる。

3.1.2　運営費

運営費に含まれる費用は、空き家を使用するうえで発生する光熱水費、通信費、材料費(日用雑貨、消耗品費など)、損害保険料、賃借料などである。他のコミュニティセンターなどの運営費のみの費用が公開されていないため、どのくらいの費用がかかるかは不明ではある。しかし毎日使うこともないため、他の費用よりも高い金額にはならないと考えている。

3.1.3　移動販売車購入費

移動販売車購入費とは、移動販売車として使用する車両代、移動販売する上で取り付けなければいけない装備代を含めた費用のことである。この費用に関しては車両の規模によって車両代、装備代が大きく変動する。我々の計画の場合、移動販売車の購入・管理は商店側に行ってもらうため、明確な車両の規模は現時点では不明となってしまう。しかし、高齢者側の要望では自分の身の回りでのものを見て買いたいとのことから、食品、日用雑貨類の販売を行うと考えられる。この場合の規模だと、２ｔトラックが使用されることが多い。２ｔトラックの新車中古車の販売価格は約２５０万円～５００万円となっている。

3.2　赤い羽根共同募金による助成

3.2.1　共同募金の根拠

共同募金についての根拠は社会福祉法に記載されている内容である。また内容は以下のとおりである。

第三節　共同募金

（共同募金）

第百十二条 この法律において「共同募金」とは、都道府県の区域を単位として、毎年一回、厚生労働大臣の定める期間内に限つてあまねく行う寄附金の募集であつて、その区域内における地域福祉の推進を図るため、その寄附金をその区域内において社会福祉事業、更生保護事業その他の社会福祉を目的とする事業を経営する者（国及び地方公共団体を除く。以下この節において同じ。）に配分することを目的とするものをいう。

（共同募金会）

第百十三条 共同募金を行う事業は、第二条の規定にかかわらず、第一種社会福祉事業とする。

２ 共同募金事業を行うことを目的として設立される社会福祉法人を共同募金会と称する。

３ 共同募金会以外の者は、共同募金事業を行つてはならない。

４ 共同募金会及びその連合会以外の者は、その名称中に、「共同募金会」又はこれと紛らわしい文字を用いてはならない。

（共同募金会の認可）

第百十四条 第三十条第一項の所轄庁は、共同募金会の設立の認可に当たつては、第三十二条に規定する事項のほか、次に掲げる事項をも審査しなければならない。

一 当該共同募金の区域内に都道府県社会福祉協議会が存すること。

二 特定人の意思によつて事業の経営が左右されるおそれがないものであること。

三 当該共同募金の配分を受ける者が役員、評議員又は配分委員会の委員に含まれないこと

四 役員、評議員又は配分委員会の委員が、当該共同募金の区域内における民意を公正に代表するものであること。

（配分委員会）

第百十五条 寄附金の公正な配分に資するため、共同募金会に配分委員会を置く。

２ 第三十六条第四項各号のいずれかに該当する者は、配分委員会の委員となることができない。

３ 共同募金会の役員は、配分委員会の委員となることができる。ただし、委員の総数の三分の一を超えてはならない。

４ この節に規定するもののほか、配分委員会に関し必要な事項は、政令で定める。

（共同募金の性格）

第百十六条 共同募金は、寄附者の自発的な協力を基礎とするものでなければならない。

（共同募金の配分）

第百十七条 共同募金は、社会福祉を目的とする事業を経営する者以外の者に配分してはならない。

２ 共同募金会は、寄附金の配分を行うに当たつては、配分委員会の承認を得なければならない。

3　共同募金会は、第百十二条に規定する期間が満了した日の属する会計年度の翌年度の末日までに、その寄附金を配分しなければならない。
4　国及び地方公共団体は、寄附金の配分について干渉してはならない。

3.2.2　赤い羽根共同募金の概要

次に赤い羽根共同募金の概要である。以下の内容は赤い羽根共同募金のホームページからの引用である。

①共同募金についての理念

ひとり、ひとりのやさしさが、あなたの住む町を、もっと、やさしくしてくれます。
赤い羽根の募金活動は、 町の人のやさしい気持ちを集める活動です。
あなたのやさしさが、あなたの声かけが、あなたの行動が、きっと、町を変えていくはじめの一歩となるはずです。
もっと、もっと、良いまちになりますように。

②共同募金の意味と歴史

赤い羽根共同募金は、民間の運動として戦後直後の1947年（昭和22年）に、市民が主体の取り組みとしてスタートした。

当初は戦後復興の一助として、戦争の打撃をうけた福祉施設を中心に資金支援する活動としての機能を果たしてきた。

その後、「社会福祉事業法（平成12年社会福祉法に改正)」という法律をもとに「民間の社会福祉の推進」に向けて、社会福祉事業の推進のために活用されてきた。

そして60年以上たった今、社会が大きく変化する中で、さまざまな地域福祉の課題解決に取り組む、民間団体を支援する仕組みとして、また、市民のやさしさや思いやりを届ける運動として、共同募金は市民主体の運動を進めている。

赤い羽根共同募金は、市民自らの行動を応援する、「じぶんの町を良くするしくみ」である。

③共同募金の仕組み

募金の約70%は、町を良くするために 使われている。
誰かのためにと思って募金をしたら、じぶんたちの町のための募金でもあり、町のみんなで集めた募金は、じぶんの町を良くする活動に使われている。

助成額を決めてから募金（寄付）を集める仕組みである。

共同募金は、地域ごとの使い道や集める額を事前に定めて、募金を募る仕組みで、これを「計画募金」と呼び、「助成計画」を明確にすることにより、市民の理解と協力を得やすくしている。また「助成計画」があるからこそ、1世帯当たりの目安額などを定めて募金を集めることができる。もっとも、寄付は寄付する方の自由なので、目安額はあくまで目安に過ぎない。(地域によってその額や方法に違いがある)

地域で集めた募金は、集めた地域で使われおり、集まった募金の約70％は、募金をいただいた地域で使われている。残りの30％は、住んでいる市区町村を超えた広域的な課題を解決するための活動に、都道府県の範囲内で使われています。災害にも共同募金は使われている。

大規模な災害が起こった際のそなえとして、各都道府県の共同募金会では、募金額の一

部を「災害等準備金」として積み立てている。この積み立ては、大規模災害が起こった際に、災害ボランティア活動支援など、被災地を応援するために使われている。

④共同募金の使われ方

募金は、民間の地域福祉を支える活動に使われている。共同募金の助成は、高齢者サロンの運営や点訳ボランティアなど草の根のボランティア活動の費用から、障がい者作業所の車の整備・社会福祉施設の改修まで、さまざまな民間社会福祉活動を支援しており、年間約7万件の市民が担う地域福祉活動を応援している。助成（配分）の決定も市民参加で実施している。

都道府県共同募金会には、助成先を決定する「配分委員会」が市民参加により設置されており、その配分委員会により、助成団体や金額が決められる。また最近は、公開で審査を実施して、助成団体を決定している地域もある。

⑤共同募金への参加

全国で200万人のひとがやさしさを集める活動をしており、共同募金運動は、年間200万人といわれるボランティアの皆さんにより支えられている。全国各地で、自治会・町内会、民生・児童委員、企業や学校関係者などの皆さんにより、思い思いの募金運動が展開されている。

さまざまな募金活動の展開方法

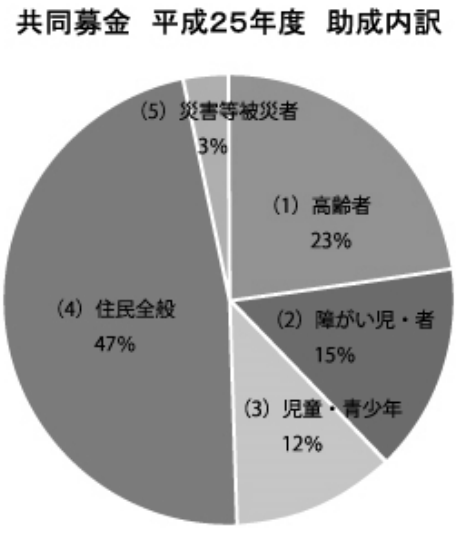
・「戸別募金」：ボランティアの皆さんが、地域の各家庭を訪問して募金を呼びかける。
・「街頭募金」：街角や人の集まる場所で募金を呼びかける。
・「法人募金」：企業を訪問して寄付を依頼する。
・「職域募金」：企業の従業員の方に職場での募金を依頼する。
・「学校募金」：学校において児童・生徒に募金を呼びかける。
・「イベント募金」：イベントを企画して募金を呼びかける。

その他、さまざまな方法でボランティアの方々のご協力を得ている。

⑥地域福祉活動のための募金

共同募金は、都道府県ごとに行われており、災害の時などの例外を除き、集まった募金はその県内で使いみちが決められる。つまり、寄付した皆さんの地域で役立てられている募金である。共同募金は、社会課題を解決するための活動や、様々な地域課題を解決するための活動を行う団体に対して助成されており、毎年、およそ6万件の地域福祉活動に総額約165億円を助成している。

図表3-1



図表３－２

共同募金　平成２５年度　分野別助成内訳　（単位：千円）

助成分野	実績額	構成率
（１）高齢者を対象とした事業	3,777,463	23%
（２）障がい児者を対象とした事業	2,489,426	15%
（３）児童・青少年を対象とした事業	1,924,483	12%
（４）住民全般を対象とした事業	7,820,636	47%
（５）災害等準備金	540,845	3%
合　　計	16,548,853	100%

共同募金会では、共同募金に寄せられた募金を、毎年、全国のおよそ6万件の地域福祉活動や草の根のボランティア活動支援活動に助成している。助成総額は、毎年165億円以上に上る。

⑦財務省が認める「指定寄附金」

共同募金会への寄付は、税制上の優遇措置の対象で、特に「共同募金」への寄付は、財務省が認める「指定寄附金」として、法人寄付の場合、全額損金算入できる。(指定寄附金の対象となる数少ない団体のひとつである)。

また、中央共同募金会と米国のチャリティ組織United Wayは協力関係にあり、海外企業・団体からも寄付をもらっており、中央共同募金会は、United Wayを通じて、米国政府より制限なく寄付を受けられる団体として承認されている。

さらに、大手企業から個人事業主まで全国約30万の企業から、年間16億以上のご寄付をお預かっており、共同募金に対する「安心・信頼」の証といえる。

赤い羽根共同募金会は、ともに社会課題を解決するパートナーとして、寄付プログラムや社員参加プログラムなどで、多くの企業と協働している。

⑧助成の基本

これからの共同募金は、助成に住民の声を反映させ、福祉のまちづくりにむけて、市区町村の実情に応じた多彩な活動を財政面で支えていくことになる。これまでも、共同募金は、民間の社会福祉施設や社会福祉協議会の先駆的な事業に配分してきた。さらに積極的に草の根団体の活動を掘り起こしていくことが大切になってきている。

そのために次のような助成の取り組みが必要になってきている。

1.先駆的な助成を行う。

2.助成期間を限定して行う（3年程度を目安とする)。

3.助成の公募を行う。

4.重点的な助成を行う。

5.助成事業にかかる管理経費も対象としていく。

6.保健・医療・教育など、範囲を拡大していく。

7.配分委員会の機能を強める。

また、市区町村内で助成を決定していくためには審査委員会を設けて助成プログラムを設定してプログラムごとの助成要綱、基準を定めていくことが求められている。

その際のプログラムの枠組みは次のとおりである。

「地域の実情に応じた助成プログラム」

共同募金会及び共同募金委員会（支会分会）は、関係者との協議により、地域の実情に応じた助成プログラムを策定し、これに則った助成を実施する。

「先駆的活動助成プログラム」

共同募金会及び共同募金委員会（支会分会）は、新たな地域課題や生活課題に対応する先駆的及び開拓的な多様な活動を育成するため、活動の立ち上がりの時期を含む活動に対する支援を行う。

「重点助成プログラム」

共同募金会及び共同募金委員会（支会分会）は、地域住民の要請と時代に即応した活動に対し、重点助成を実施する。

「緊急・即応助成プログラム」

共同募金会は、社会的な課題解決への支援を行う。又、非常災害等により緊急に助成する必要が認められる場合には、緊急・即応的な助成を実施することができる。

⑨助成のしくみと流れ

共同募金の助成に関する動きは、目標額を設定する以前に、数多くの民間社会福祉施設や団体の資金の必要性や緊急性を十分審査することから、運動のしくみの全体と関わっている。

⑩配分委員会の機能

都道府県共同募金会には、それぞれ「配分委員会」が設けられており、共同募金委員会（支会分会）には、それぞれ「審査委員会」を設けて住民にわかりやすい効果的な助成を行えるよう進めている。 総花的、少額、機械的な継続配分を見直し、助成にメリハリをつけることなどを行う配分委員会や審査委員会は、次のような機能をもっている。

1. 先駆的な活動の資金需要の把握
2. 助成プログラムの作成
3. 助成申請団体の実地訪問やヒアリング調査
4. 助成計画の策定
5. 受配事業の評価・効果測定、監査

⑪助成の決定機関

審査委員会で協議された助成計画案は、運営委員会で議決され都道府県共同募金会に進達される。

それを受けて配分委員会が作成した助成案は、理事会・評議員会を経て、決定され、その後、都道府県内の民間社会福祉施設や団体に有効に助成されます。

⑫助成の時期

10月1日から12月31日までに集められた一般募金は、原則として翌年４月からの民間社会福祉施設や団体の事業活動資金として助成される。

⑬助成の対象

共同募金への寄付金がどのように、使われているか、助成を受けている団体または施設等を大きく分けてみると、次のように助成される。

1. 主として社会福祉協議会（地域福祉のための各種事業費）
2. 社会福祉を目的とする団体・ボランティア団体（さまざまな活動や事業の推進費）
3. 福祉施設（新・改築，設備の整備や事業）

3.2.3　赤い羽根から助成できる改修費・運営費

以下の内容は、社会福祉法人新潟県共同募金会が発行した平成２７年度地域福祉活動拠点整備支援事業助成要項の内容から引用または簡潔にまとめたものである。

①助成目的

在宅の高齢者や障害者などで社会的支援を必要とする方々や、引きこもりやニートなど社会参加への支援を必要とする方々が、地域で安心して生活ができるよう、日常生活においての生活支援や就労支援の活動を促進するために助成を行う。

②助成対象

助成対象は、新たに立ち上げる事業及び事業拡大に伴う拠点施設整備事業で尚且つ、公的補助金の対象にならない事業でなければならない。

③助成対象事業

助成対象事業は、高齢者のための交流施設を設置する事業、障害者のための就労する場で地域住民の交流の場を設置する事業、社会参加への支援を必要とする方々のための就労・交流施設を設置する事業の３つである。

④助成基準

助成対象経費及び助成基準は、建物の改修費（対象事業費の４分の３以内で２００万円を限度とする)、建物賃借料（年間賃借料の２分の１以内で３０万円を限度とする)、備品整備費（取得整備費の４分の３以内で５０万円を限度とする）の３つとする。助成対象事業の運営費は、公的補助金の対象とならない限り、光熱水費・通信費・材料費・広報宣伝費・印刷費・活動に伴う損害保険料・賃借料とし、１０万円を限度とする。助成対象団体は、社会福祉法人・ＮＰＯ法人・自治会等の地域団体とする。

3.3　移動販売車購入費助成制度

3.3.1　長岡市の現状

まず、現状長岡市で移動スーパーが行われている事例は私たちが調査した結果、確認できなかった。一部の食品スーパー、コンビニエンスストアが、インターネットから注文をとって宅配するサービスは行われているが、移動販売車を使用して消費者の元に行くことはしていない。しかし、県外市町村では、高齢者の見守りを兼ねた移動スーパーが実施されている。実施例は下記のとおりである。

3.3.2　兵庫県宍粟市の実施例（助成）

実際に助成を行っている先進例を見てみる。内容は、兵庫県宍粟市のホームページ（移動販売車の購入を支援 最大２００万円助成）から引用したものである。

住宅を訪問したり、市内を巡回したりして、生鮮食料品や加工食品、日常生活用品の販売を行う方、または行おうと準備をしている方を対象に、その経費の一部を助成とする。

①対象者と条件

補助を受けるには、次の条件をすべて満たす必要がある。

1. 市内で食料品等の販売を目的とした事業所を1年以上営業しており、移動販売を行うために必要な営業許可を受けている方、または受けようとする方
2. 「消費生活支援地域」で 週1回以上移動販売を行っている、または行おうとする方
3. 引き続いて5年以上移動販売を行うことが誓約できる方
4. 市税や国民健康保険税、上下水道使用料など、市に納入義務のある料金を完納している方
5. 補助対象経費の合計額が10万円以上であること
6. 本事業の補助金を受けたことがある方は、補助金を受けてから5年以上が経過していること

②消費生活支援地域とは

「消費生活支援地域」を設定している。

③補助の対象経費

移動販売を行うために必要な次の経費が補助の対象である。

1. 移動販売車の購入費、または改修費
2. 移動販売を行うための設備改修費
3. 宣伝広告経費（補助金額に占める割合は2分の1 以内で、この経費のみの申請は不可）

④補助金額

補助率は2分の1で、補助金の上限額は200万円である。

3.3.3 群馬県高崎市の実施例（助成）

以下の内容は群馬県高崎市のホームページ（高齢者の見守りを兼ねた移動販売事業）から引用したものである。

高崎市では、「自宅近くに商店がない」、「移動手段がない」、「家族などの協力が得られない」などの理由で、生鮮食料品等の日常的な買い物に支障をきたしている高齢者（買い物困難者）を支援するため、高齢者の見守りを兼ねた移動販売を行う事業者に対する運営費等の補助を行っている。

見守りを兼ねた移動販売事業者

安心見守り中ステッカー

①見守りを兼ねた移動販売の利用について

見守りを兼ねた移動販売の利用を希望する場合、「補助事業者一覧」を参照のうえ、直接事業者へ相談する。

※自宅が事業者の巡回地域から離れている場合、事業者が対応できない場合もある。

②移動販売事業補助制度について

補助事業対象者

市内の商工会議所又は商工会会員

市内の特定非営利活動法人（ＮＰＯ法人）

補助対象となる事業内容

生鮮食料品、日用雑貨品など、日常生活に欠かせない多種類の生活物資の移動販売を行う事業者が、市内で1週間に1回、おおむね10人以上の高齢者に対して、見守りを兼ねた移動販売を行うことが補助要件となる。

※「見守り」とは、移動販売において高齢者への声かけや見守りを意識して、普段と様子が異なる高齢者を発見した場合、市へ情報提供を行っていただくものである。

補助金額

1. 運営費補助　月額 10,000 円
2. 車両購入費等補助　（車両購入費補助、車両更新費補助、設備更新費補助）　必要経費の2分の１（上限100万円）

※車両購入費補助は移動販売を新たに開始することを目的に車両を購入した場合が対象である。

※車両更新費補助及び設備更新費補助は、見守りを兼ねた移動販売事業者（補助事業者）が移動販売事業のための車両の更新・設備の更新をした場合が対象である。

3.3.4　茨城県取手市の実施例（委託方式）

以下の内容は茨城県取手市の広報誌「とりで」からの引用である。

市は日常の買い物に困っている方を支援するため、移動販売（スーパー）を５月１７日から、市内１６地点で実施する。

買い物支援対策については、インターネット販売や宅配サービスなど、さまざまな形態がある。市では、消費者である皆さんが商品を手に取り、目で見てかうことができる「移動販売」を行うことで、「買い物の楽しさ」も同時にお届けしたいと考え、この形を取ることにした。移動販売の運営は、他市でも同様の実績がある（株）カスミに委託して行う。

移動販売車では、生鮮食品や日用品など約４００品目の販売を行う。販売価格には経費の上乗せをせず、スーパーの店頭価格と同額で販売する。また移動販売車で働くスタッフは、販売経験のある方を新たに採用し、雇用の創出につなげる。

事業を行う背景には、郊外への大型スーパー出店などが進み、既存の住宅団地内にあった店舗が相次いで撤退していることや、買い物の行動範囲が比較的狭い高齢者の割合が、今後より一層増えることが予測されていることなどがある。

なおこの事業は、国の補助金を受けて３年間行います。ので、この間の事業に掛かる市の経費負担はない。３年間経過後は、この間の販売データを基に、受託した事業者が独自に販売を継続するのかどうかを決める予定である。

3.4　まとめ

3.4.1　長岡市への提案

必要となる費用のうち、改修費と運営費については、赤い羽根共同募金を利用することで運用できる。そして移動販売車購入費については、長岡市から助成を行ってもらおうと考えている。

長岡市の人口の高齢化率は年々高まりつつあり、平成28年1月1日現在で全体人口の約29％が高齢者という結果が出ている。そんな中で高齢者の「買い物は自分の目で見て買いたい。」という意見を実現する方法のひとつとして移動販売車を使用した移動スーパーは有効だと思われる。そこで、移動スーパー実現のために長岡市でも実施例のある県外市町村と同様に「移動販売車購入費への補助制度」を提案する。

提案内容は大まかに３つである。まず１つ目は移動販売車購入費の補助金である。車両購入代及び装備代の費用のうち２分の１（上限200万円）を市から補助する。２つ目に補助対象者は、長岡市内に食料品を扱う店舗を持ち、１年以上の営業活動が行えていることとする。３つ目に移動販売は長岡市内でのみ行い、移動販売でかかった経費及び売上報告書の写しを長岡市に提出することとする。この提案内容は、県外市町村の実施例を参考に考えたものである。補助対象者の条件については、食品管理上の安全性を最優先にしなければいけないため、１年以上の営業経験を条件に加えている。経費及び売り上げ報告の提出は、移動販売においてどこに費用が掛かっているのか、移動販売でどれ位の利用者数がいるのかなどを長岡市が把握するためである。この報告をもとに移動販売の優位性を感じ、より手厚い補助制度の確立に繋げてほしい。

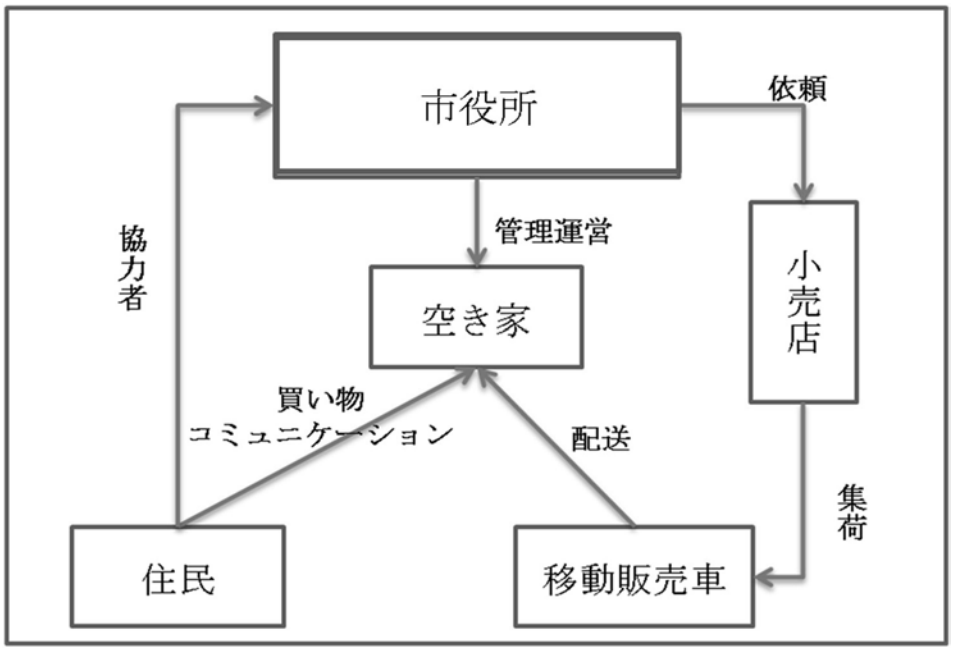
4. ゼミナール案実現のための４つの実施案

私たちの今までの調査の結果、高齢者の買い物に対するニーズ、事業者側の高齢者への対応、実際の空き家事情、そして補助金という財源を調べ、提案することが出来た。
そしてそれを踏まえ、私たち米山ゼミナールの最初の提案である、「空き家を使った移動販売型買い物支援」の実現させるために、どういった組織が主体となって空き家の管理・運営を行って行くのが現実的か考察した結果、①市の直営、②小売店による運営、③社会福祉協議会と地域住民の協働運営、④ＮＰＯ法人による運営、という４つの実施案を提示するに至った。以下はその実施案の説明である。また、同時に経済産業省による『買い物弱者応援マニュアルＶｅｒ３．０』より類似した形態の運営事例を紹介する。

4.1　市の直営で行う場合

１つ目の案は市の直営で空き家の管理をするという方法である。この場合、市は移動販売車を民間の企業に委託することとなる。

図表 4-1



上記の図表4-1は市の直営で運営する場合の事業イメージ図である。

4.1.1　メリット

大きなメリットと言えるのは、その場所に高齢者などの地域住民が集まることにより、より市民と近い目線で、直接意見が聞ける機会が生まれること。つまり、「簡易的な市の相談窓口として活用が可能」だということである。

4.1.2　デメリット

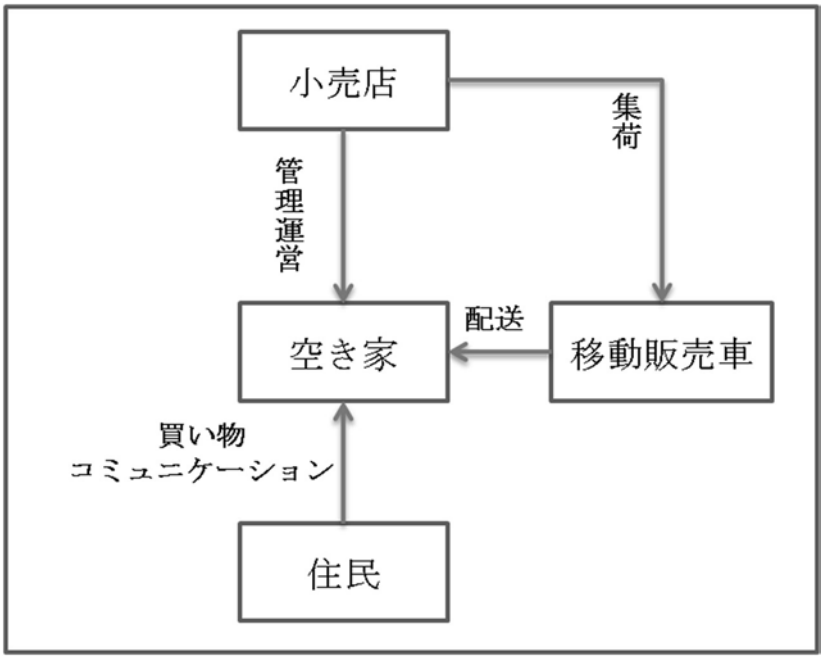
デメリットとなるのは、費用対効果の悪さである。空き家の改修費や管理・維持費は前述した通りであるが、人件費にかかる費用をどこから回収するかが問題となってくる。長期的に運営していくことを前提として見積もるならば、最初は元が取れなくとも高齢者が

集まるようなイベントを企画し、徐々に費用を回収していくことが望ましいと思われる。

4.2　小売店による運営の場合

２つ目の案は小売店により運営する場合である。この場合、小売店は空き家の管理と移動販売車の管理を両方行うこととなる。

図表 4-2



図表4-2は小売店による運営する場合の事業イメージ図である。

4.2.1　メリット

この場合のメリットはまず、近所の高齢者という固定客が得られるということである。高齢者が集まるようになれば、「高齢者のコンビニエンスストア」として活用されることが期待できる。さらに、「地域密着型企業」であるということを大いに社会にアピールできるということである。それはつまり、地元就職を考えている学生たちにも１つ大きなアピールポイントをつくることができるということである。

4.2.2　デメリット

デメリットは、利益が見込めない場合、早期撤退してしまい長く続かないという可能性があること。また、店舗の他に空き家を管理するために常駐する人がいなければならないため、その分コストがかかることが予想されることである。

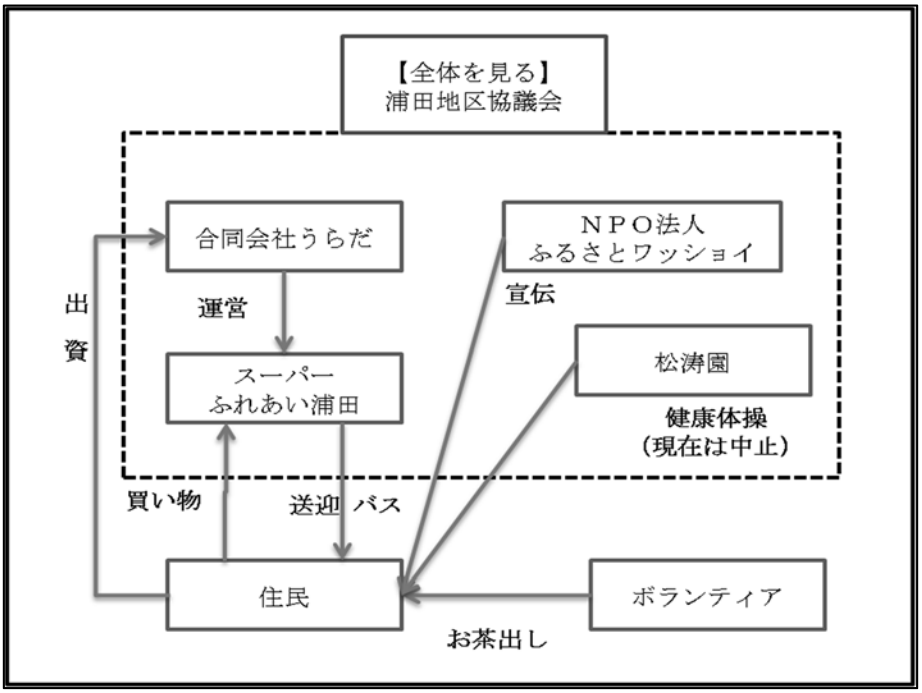
4.3　社会福祉協議会と地域住民の協働による運営の場合

３つ目の案は社会福祉協議会と地域住民の協働運営の場合である。この場合、空き家の管理は地域住民のボランティアで行い、移動販売は民間企業に委託し、社会福祉協議会はそれら全体のコーディネイトを行うというのが理想的である。

この運営形態に類似した事例は、“合同会社うらだ”による“スーパーふれあい浦田”が

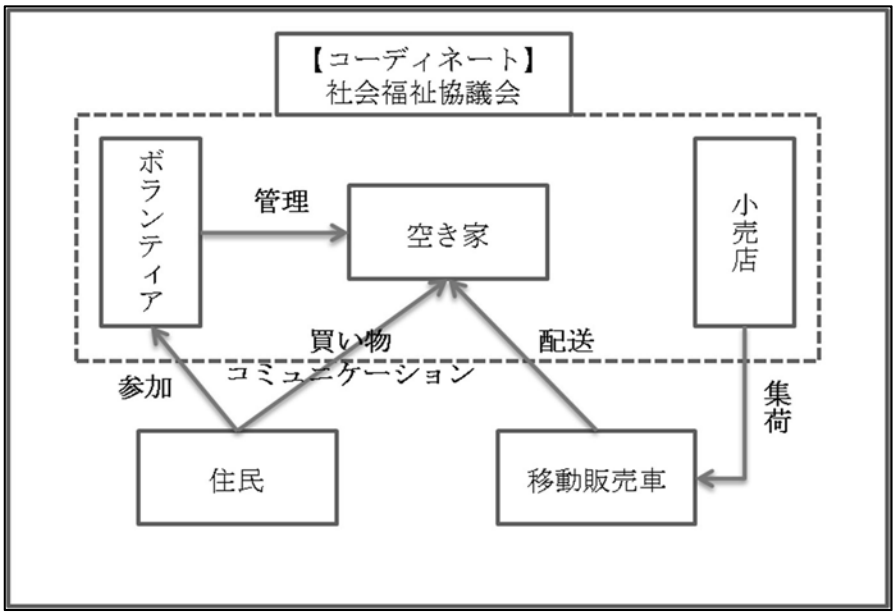
これにあたる。

図表 4-3



上の図表4-3は、“スーパーふれあい浦田”の事業イメージ図である。“スーパーふれあい浦田”は新潟県十日町市で行われている事業であり、２００９年に地元の農協系スーパーが撤退したことで地元の主婦を中心に声が上がり、資本金は地区協議会で持っていた４００万円と発起人の５人が１万円ずつ出資した計４０５万円と、住民より寄付を募り２５８万円の出資を受けた“合同会社うらだ”により事業が始まった。

図表 4-4



そして図表4-4は社会福祉協議会と地域住民の協働運営の事業イメージ図である。
類似した点を挙げると、浦田地区協議会の役目が地域福祉協議会にあたり、スーパーふれ

あい浦田が空き家と移動販売にあたる。また、“スーパーふれあい浦田”が行っている、ＮＰＯ法人に協力を依頼し宣伝をしてもらう。他の高齢者施設とも協力するなどしてイベントを企画することは、私たちの案にも取り入れることが出来るものであることがわかる。

4.3.1　メリット

この場合のメリットは、社会福祉協議会がサポートしてくれることによって、地域住民が参加しやすい環境をつくりやすくなるということ。そして、まだ働ける・働きたいにもかかわらず、定年退職してしまった高齢者の働くための受け皿となることができるということ。さらに、移動販売だけでなく地域住民が畑で作った野菜などを持ち寄り、販売するといったことを定期的に行うことで、地域活性化の足掛かりを作ることができるということである。また、ほとんど人件費がかからないことも大きなメリットの１つである。

4.3.2　デメリット

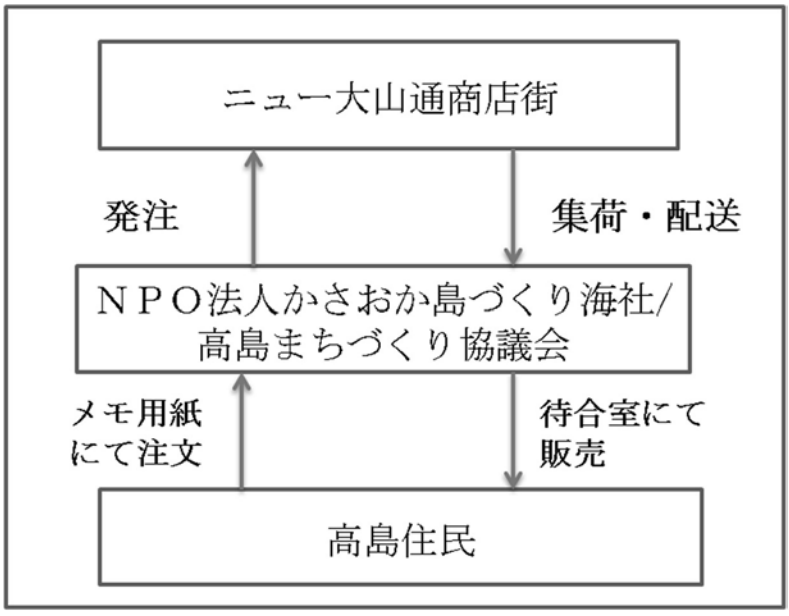
デメリットは、この案の場合最も地域住民の協力が重要なため、地域住民がどれだけ前向きな気持ちで協力してくれるかにかかっているということ。つまり協力なしでは成り立たないという不安定な要素である。

4.4　ＮＰＯによる運営の場合

４つ目の案はＮＰＯによる運営の場合である。買い物弱者のための活動を行うＮＰＯは全国におり、そういったＮＰＯに手を挙げてもらって成立する運営形態である。

この形態に類似した事例は、“ＮＰＯ法人かさおか島づくり海社”“高島まちづくり協議会”による、“婆ーちゃるショップ高島家”がこれにあたる。

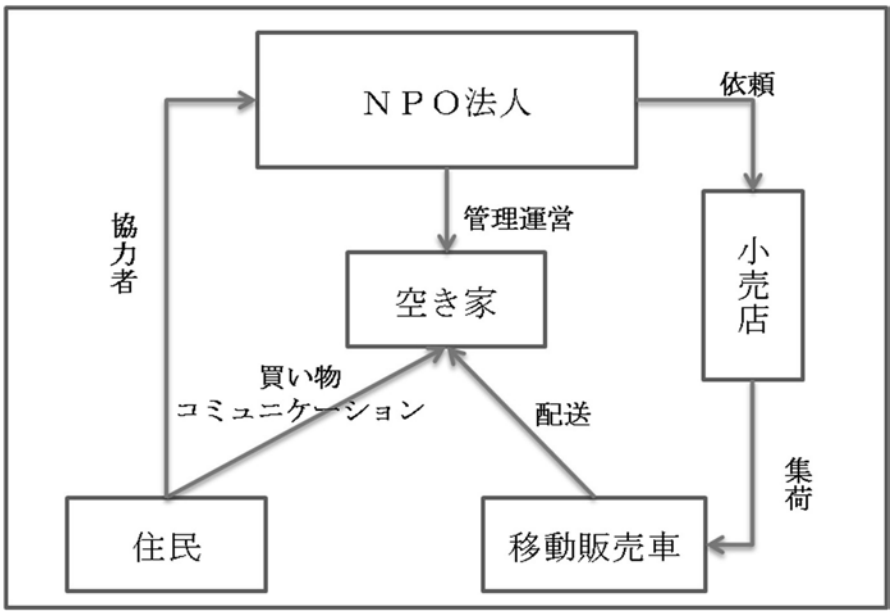
図表 4-5



上の図表4-5は、“婆ーちゃるショップ高島家”の事業イメージ図である。“婆ーちゃるショップ高島家”は岡山県笠岡諸島で行われている事業である。住民からメモ用紙で受けた注文を、とりまとめを行う島の担当者が商店街担当者に連絡。受注した商品を商店街で調達し、高島まで送付。毎月１０日、２０日、３０日に島の待合室にてボランティア２名

を中心に商品を販売するという方式だ。開始当初はＮＰＯ法人かさおか島づくり海社で立ち上げた事業であったが、現在は地元まちづくり協議会に移管し、行政の補助を受けながら継続している。

図表 4-6



上記の図表4-6はＮＰＯによる運営の事業イメージ図である。類似している点を挙げると、ＮＰＯによる運営であること・小売店から商品を受注して配送してもらうことだ。
“婆ーちゃるショップ高島家”がコスト削減に行っている、必要なものを事前にまとめて依頼し届けてもらう方式は、移動販売車で買い物をした際のアンケートとして取り入れることができる。それによって小売店の負担は最小限に抑えることが出来ると思われる。

4.4.1　メリット

この場合のメリットは、地域で活動を続けていく中で、新たな支援者、支援団体を得ることができる可能性がある点である。

4.4.2　デメリット

デメリットは、不確定な要素が多いことである。メリットで挙げた新たな支援者、支援団体というのもあくまで「可能性」でしかないものである。

4.5　４つの実施案共通のメリット

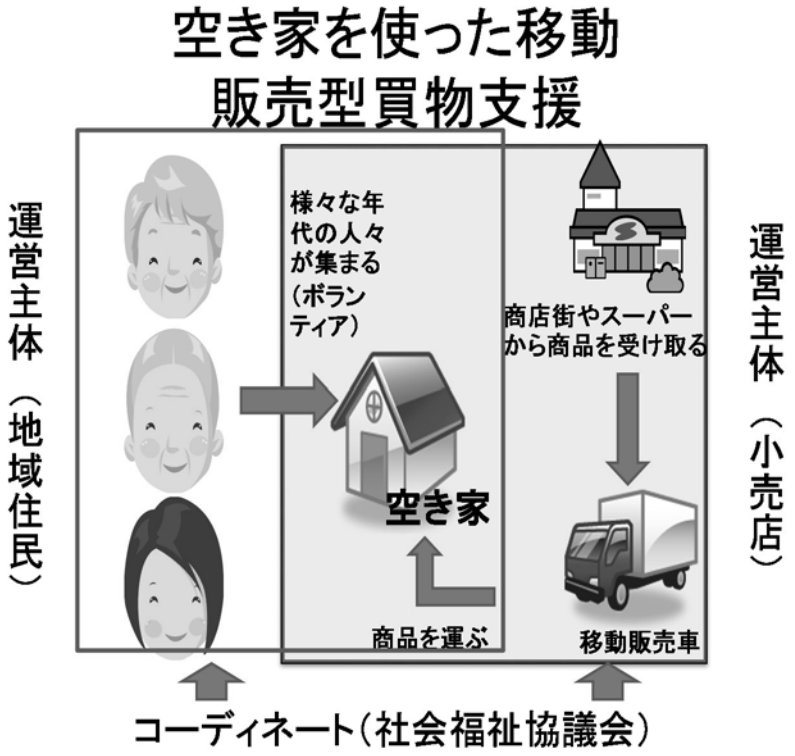
これら４つの実施案に共通するメリットは、高齢者の集まる場をつくるため、高齢者の見守り対策となること。それによって高齢者を地域全体で支える形に近づく。そしてそのことで、負担が分散され介護に疲れた若者が地域を離れることも少なくなり、地域活性化へとつながることである。

4.6　ゼミナール推奨案

上記４つの実施案を提示してきたが、この中で本ゼミナールが最も推奨する案は、３つ

めの「地域福祉協議会と地域住民の協働運営」である。理由は、様々なところで分担して行っていくため、リスクが少ない。また、かかる費用の少なさも挙げられる。改修費・運営費は前記の財源の赤い羽根募金からある程度まかなうことが出来る。人件費は、空き家の管理を担当する地域住民はボランティアのため必要がない、地域福祉協議会は「地域コーディネイト」の業務内のため必要ではない、移動販売を行う小売店は売り上げをそのまま利益とればよいので低コストに抑えることが出来る。

図表 4-7



上記の図表4-7は、社会福祉協議会と地域住民の協働運営を図に示したものである。

昨年度掲げた問題点をクリアできるかということも重要なポイントである。昨年掲げたポイントは、「歩いて行けるところで買い物をしたい」「さまざまな食料品、日用品を購入したい」「さまざまな年代の方とコミュニケーションが取りたい」というものであった。

1つ目は、空き家を利用することで、距離の問題を解決できるのでクリアできる。2つ目は、地域の人々の要望を社会福祉協議会を通して伝えることで実現は可能なのでクリアできる。また、小売店と地域住民の間の意見のすり合わせを行う際に調停役となってくれる役割がある点でも適していると言える。3つ目は、空き家を憩いの場として使うことで、買い物を終えた後のコミュニケーションの場となれるためクリア。さらに、社会福祉協議会がコーディネートをすることによって、保育園など近くの施設と交流が企画でき、多くの年代が集まることが出来、活気が出る可能性があるので適している。

以上の理由から、私たちは社会福祉協議会と地域住民の協働運営を最も推奨する。

4.7　まとめ

私たちは今回、「空き家を使った移動販売型買い物支援」の実現に向けて、栖吉地区の空き家調査をするために、中沢１、２丁目の地区長とアドバイザーの方に同行していただき空き家調査を行い、財源を明らかにするべく赤い羽根共同募金の長岡市担当の社会福祉協議会の方にお話を伺った。また、栖吉コミュニティーセンターでも空き家の貸し借りに関する貴重なご意見をうかがうことができた。

今回の調査で私たちの提案は、リスクは伴うが実現可能なものであるということが明らかとなった。

4.8　三年間の総まとめ

私たちは今まで三年間にわたって高齢者の買い物支援をテーマに活動してきた。

一昨年度私たちが初めに行ったことは、ボランティア銀行の利用会員の方の自宅を訪問してヒアリングを行い、身近な商店で買い物ができない高齢者の実態とそのニーズを調査することであった。その結果、ボランティア銀行利用会員のニーズは①自宅を出ないで買い物をするだけでは運動機能が低下していく一方であるため、少しでも歩いて行けるところまで買い物をしたいということ。②自宅からの買い物では、自分の目で確かめることが出来ないので、直接商品を見て買い物をしたいということ。さらに、③自宅にこもってばかりでは地域の人たちとコミュニケーションを図ることが出来ないため、コミュニケーション能力が低下してしまう。そのため、少しでも外に出て地域の人たちと会話をしたい。という３つであることがわかった。そしてその実態を受けて、「空き家を使った移動販売型買い物支援」を提言した。

昨年度は「移動販売型買い物支援」の実現に向けて、①モデル地区とした栖吉地区の現状調査、②高齢者の買い物に対するアンケート調査、③事業所へのヒアリング調査、④高齢者疑似体験、⑤栖吉コミュニティーセンターでの「お茶の間」への参加、⑥高齢者の買い物への同行調査、を行った。それらの調査で分かったことは、アンケートでは私たちの提案に好感を示してくれる高齢者が多く、提案を実現した際に高齢者の需要が多く見込めるであろうことが分かる結果となった。逆に事業所ヒアリングで分かったことは、移動販売に消極的であるという実態であった。また、移動販売に積極的な小売店からは、運営面での指摘を受けることとなった。栖吉地区の現状調査、「お茶の間」への参加、高齢者の買い物同行調査、では実際に高齢者がどのような場所で買い物をするのか、その日常の過ごし方を知ることができた。高齢者疑似体験では、高齢者が日常生活でどのような不便に見舞われているのか、主観的に調査することが出来た。これらの結果から、ゼミナール案の実現に向けての方策として、「高齢者側の課題」と「事業者側の課題」を打ち出した。「高齢者側の課題」とは、①「歩いて行けるところで買い物をしたい」という要望、②「様々な食料品・日用品を購入したい」という要望、③「様々な年代の方とコミュニケーションを取りたい」という要望、の３つである。「事業者側の課題」とは、①「大規模小売店における高齢者への身体的、心理的配慮」について、②「小規模小売店の経営、運営面の支援」について、の２つである。

そして、今年度は前回の課題を受けて、①実際の空き家調査と、②必要経費とその支援となる補助金などの財源について、③ゼミナール案実現のための４つの実施案と、最推奨

案についての、調査及び考察をすることとなった。また、④栖吉コミュニティーセンターの「お茶の間」への参加は前年に引き続き行い、それに加えて⑤特別養護老人ホーム「まちだ園」での「長寿健康教室だんだん」へ参加することとなった。

私たちゼミナールはこの三年間、地域活性化ゼミナールの名のもとに高齢者問題、とりわけ買い物弱者に焦点を絞り、調査・提案を行ってきた。私たちの今までの提案がどれだけの人々を動かすことが出来るのかは、実際にその提案が実行されてみなければ分からない。だが、地域活性化のためにある程度有効であるということは断言できる。私たちは実際に調査を進めていく中で、現状不便をしている高齢者がいることを知り、その上でこの提案をしたのだ。高齢者からの需要もあることがアンケートで分かった。事業者の資金問題も今回の調査で対策を明らかにした。そして実現可能だと思われる実施案を、４つ提示した。後はこの提案が、少しでも多くの人の目にとまり、長岡の、新潟県の、ひいては日本全国の買い物弱者を救済するための一助となってくれることを、願うばかりである。

謝辞

今回の研究においても多くの方々からご協力いただきました。この場を借りて感謝いたします。

長岡市社会福祉協議会の本間課長、栖吉コミュニティーセンターの佐藤センター長のお二人には、アドバイザーとして本研究において貴重な意見をいただきました。

栖吉コミュニティーセンターの古屋主事には、今年も「お茶の間」で栖吉地区の高齢者の方々と交流する機会を与えていただきました。高齢者の方から直接聞く意見は本研究において大変参考になるものとなりました。

特別養護老人ホーム「まちだ園」の方々におかれましては「長寿健康教室だんだん」に参加させて頂き、多くの高齢者と交流する機会を与えていただきました。

長岡社会福祉協議会の赤い羽根共同募金担当の方には、赤い羽根共同募金についてのヒアリングをした際、丁寧に対応していただきました。

その他にも空き家の調査にご協力いただいた中沢１・２丁目の地区長様、ヒアリングに応じていただいた栖吉地区の皆様、本当にありがとうございました。

参考文献

赤い羽根共同募金ホームページ
（http://www.akaihane.or.jp/）
空き家等対策の推進に関する特別措置法関連情報 国土交通省
（http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk3_000035.html）
空き家活用促進制度 北海道新得町
（http://www.shintoku-town.jp/kurashi/sumai_kotsu_snow/jyosei/akiiekatsuyo/）
空き家活用・住みかえ支援事業 群馬県
（http://www.pref.gunma.jp/04/h7300064.html）
空き家バンク 長岡市
（http://www.city.nagaoka.niigata.jp/akiya/）
茨城県取手市の広報誌「とりで」
(http://www.city.toride.ibaraki.jp/index.cfm/11,23251,c,html/23251/koho_toride_130515_p1.pdf)
群馬県高崎市ホームページ
（http://www.city.takasaki.gunma.jp/docs/20140）
経済産業省ホームページ「買い物弱者応援マニュアル Ver.3.0」
（http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/150430_manual.pdf）
社会福祉協議会の提供資料
「平成２７年度地域福祉活動拠点整備支援事業助成要項（平成２８年度対象事業)」
社会福祉法
（http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S26/S26HO045.html）
長岡大学（2014）「学生による地域活性化プログラム　平成 25 年度活動報告書」
長岡大学（2015）「学生による地域活性化プログラム　平成 26 年度活動報告書」
兵庫県宍粟市のホームページ
（http://www.city.shiso.lg.jp/jigyosha/yushiseido/1411537216679.html11700598/）
U・Ｉターンのための空き家改修費補助金 島根県江津市
（http://www.city.gotsu.lg.jp/8761.html）
老朽危険空き家除却費補助金 長崎県佐世保市
（http://www.city.sasebo.lg.jp/tosiseibi/kentiku/rokyu.html）

まちだ園　長寿健康教室「だんだん」

日時　　平成 27 年 4 月 28 日
　　平成 27 年 5 月 19 日
　　平成 27 年 5 月 28 日
　　平成 27 年 6 月 2 日
　　平成 27 年 6 月 16 日
　　平成 27 年 7 月 7 日
　　平成 27 年 11 月 24 日
　　平成 27 年 12 月 15 日

場所　　「まちだ園」

参加者　米山ゼミ生 15 名、プログラム参加高齢者

活動内容

　プログラム参加高齢者と共に、貯筋(ちょきん)プログラム、健口(けんこう)プログラム、食イキプログラム、外出プログラムへの体験参加すること。プログラム中の職員の補助(血圧測定、体温計測、椅子の配置、参加者への用具や飲み物の配布など)。車椅子、車椅子用リフトの操作体験。

栖吉地域コミュニティーセンター「お茶の間会」

日時：平成27年6月9日（火）、16日（火）、23日（火）、7月7日（火）、14日（火）、
11月17日（火）、24日（火）

開催時間：13：30～15：30

場所：栖吉コミュニティーセンター　和室

参加者：栖吉地区の高齢者
米山ゼミ生15名
地域包括センター職員
長岡市長寿はつらつ課職員など

内容：高齢者と一緒に各種行事を行うとともに、栖吉地区の空き家の情報収集をおこなった。
6月 9日：介護について
6月16日：健康にこにこ体操
6月23日：ゲームと楽しい体操
7月 7日：認知症予防
7月14日：肩こり予防
11月17日：健康にこにこ体操
11月24日：ゲームと楽しい体操

すこやか・ともしびまつり　２０１５　ボランティア活動

日時　2015 年 9 月 19 日（土）～2015 年 9 月 20 日（日）
　　午前 10 時～午後 4 時

場所　アオーレ長岡

参加者　ゼミ生 13 名

内容
すこやかともしび祭りとは、健康でふれあいのあるまちづくり実現のために、参加団体の活動紹介、作品展示、参加体験コーナー、ステージ発表などを通じて広く健康づくりと福祉への理解を呼びかけるためのイベントである。

参加した活動
私たち長岡大学が 2015 年のすこやかともしび祭りで参加した活動は以下の 3 つである。
① 会場案内
　会場への誘導、会場内の見回り、高齢者などの介助
② 車いす体験
　体験をしに来た方への応対など
③ キャラクターすくい
　おもちゃすくいの運営、ポイの準備、ビニールプールなどの管理

平成27年度　学生による地域活性化プログラム

米山宗久ゼミナール活動報告書

【発行日】　平成28年３月31日
【発行人】　村山　光博
【発　行】　長岡大学　地域活性化プログラム推進室
〒940－0828　新潟県長岡市御山町80-8
ＴＥＬ　0258-39-1600（代）
ＦＡＸ　0258-39-9566
http://www.nagaokauniv.ac.jp/