

高齢者の買い物支援  
—地域のつながりの再構築—

米山ゼミナール

10E027	斎藤郁美	11E007	小野澤泰介
10E036	菅原伸吾	11E012	川津敬永
10E038	高野憲和	11E018	小林美穂
10E039	高橋将貴	11E020	坂井愛優
10E041	豊岡 丈	11E022	酒井直也
10E049	前山倫世	11E040	福原寛生
10E053	山倉恵莉		



## 目次

- 1 研究目的と意義（斎藤郁美）
  - 1.1 研究の目的
  - 1.2 高齢者とは
  - 1.3 高齢者の買い物弱者とは
  - 1.4 買い物支援をテーマにした意義
  - 1.5 研究方法
    - 1.5.1 調査対象者
    - 1.5.2 調査方法
  
- 2 現状分析（1）（山倉恵莉）
  - 2.1 社会環境動向
    - 2.1.1 核家族化と単独世帯
    - 2.1.2 少子高齢化
    - 2.1.3 過疎化
  - 2.2 高齢者動向
    - 2.2.1 身体的動向
    - 2.2.2 住環境的動向
    - 2.2.3 経済的動向
    - 2.2.4 交通手段
    - 2.2.5 要支援者のサービス確保
  - 2.3 市場動向
    - 2.3.1 大規模小売店
    - 2.3.2 小売店の減少
    - 2.3.3 専門店の減少
  
- 3 現状分析（2）（高野憲和）
  - 3.1 買い物支援動向とは
    - 3.1.1 経済産業省による買い物支援動向の3つの支援
    - 3.1.2 身近な場所に「店をつくろう」
    - 3.1.3 家まで「商品を届けよう」
    - 3.1.4 家から「出かけやすくしよう」
    - 3.1.5 考察
  
- 4 長岡市における買い物支援（高橋将貴）
  - 4.1 ボランティア銀行概要
    - 4.1.1 ボランティア銀行の概要
    - 4.1.2 会員
    - 4.1.3 サービスの内容
    - 4.1.4 サービスの仕組み

- 4.2 ボランティア活動
  - 4.2.1 会員数
  - 4.2.2 活動・利用状況
  - 4.2.3 点数預託・払出状況
  - 4.2.4 サービスの内訳
- 4.3 買い物支援状況
  - 4.3.1 活動概要
  - 4.3.2 買い物支援の実施状況
  - 4.3.3 高齢者状況
  - 4.3.4 買い物物品・支払方法
  - 4.3.5 苦労点
- 4.4 ボランティア銀行協力会員への聞き取り
  - 4.4.1 調査概要
  - 4.4.2 調査方法
  - 4.4.3 お話の内容
  - 4.4.4 まとめ
- 4.5 ボランティア銀行利用会員への聞き取り
  - 4.5.1 調査概要
  - 4.5.2 調査方法
  - 4.5.3 利用会員の回答
  - 4.5.4 まとめ
  
- 5 買い物支援の課題・ニーズポイント（菅原伸吾）
  - 5.1 課題発見
  - 5.2 利用者ニーズ
    - 5.2.1 利用者からの聞き取り調査から
  - 5.3 支援者ニーズ
    - 5.3.1 支援者への聞き取り調査から
  - 5.4 住民・行政に期待されるニーズ
    - 5.4.1 住民への期待されているニーズ
    - 5.4.2 行政に期待されるニーズ
  - 5.5 まとめ
  
- 6 新たな買い物支援（豊岡 丈）
  - 6.1 解決手段
    - 6.1.1 「空き家を使った移動販売型買い物支援」
    - 6.1.2 支援内容の説明
    - 6.1.3 メリット
    - 6.1.4 課題

- 6.2 活用資源
  - 6.2.1 空き家の活用
  - 6.2.2 ボランティアの活用
- 6.3 今後の課題
  - 6.3.1 車両の確保・空き家の確保・人的確保
    - 6.3.1.1 車両の確保
    - 6.3.1.2 空き家の確保
    - 6.3.1.3 ボランティアの確保

## 7 効果と影響の推測（前山倫世）

- 7.1 推測している効果
  - 7.1.1 近所で買い物ができるという効果
  - 7.1.2 商品を自分の目で見て決める事が出来る効果
  - 7.1.3 コミュニケーションができるという効果
- 7.2 予測している影響
  - 7.2.1 交流の幅が広がるという影響
  - 7.2.2 空き家の解消に一役担う可能性があるという影響
- 7.3 実地に向けた方策
  - 7.3.1 モデル地域を作りそこで行う
  - 7.3.2 移行調査・利用調査をする
  - 7.3.3 ボランティアをしてくれる人はいるのか
  - 7.3.4 空き家の確保について
  - 7.3.5 スーパー等が参入してくれるか0
- 7.4 総まとめ

参考文献

資料

謝辞

## 1. 研究目的と意義

### 1.1 研究の目的

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い、商店や公共交通機関、医療・福祉等の日常生活において不可欠な「生活インフラ」が弱体化している。こうした中、住民ニーズに地方自治体だけでは応えることが困難となってきたという現実がある。

このような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、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等）について、「地域生活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を実施することが重要であるとの結論に至っている。

このような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、買い物支援等での成功事例のポイントを整理した事例集を作成し、セミナー等を通じて普及・啓発していく等、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。この考え方に基づいて、本研究では、「高齢者の買い物支援——地域のつながりの再構築」として長岡市在住の高齢者を対象として高齢者の現状調査を行い、今後の買い物支援の在り方を見つめ直し、より良いまちづくりを進めるための提案をすることを目的とする。

### 1.2 高齢者とは

WHO（世界保健機関）の定義では、65歳以上の人のことを高齢者としている。65歳から74歳までを前期高齢者、75歳以上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。高齢者の割合は今後も増加していくと考えられ、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日現在、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。

### 1.3 高齢者の買い物弱者とは

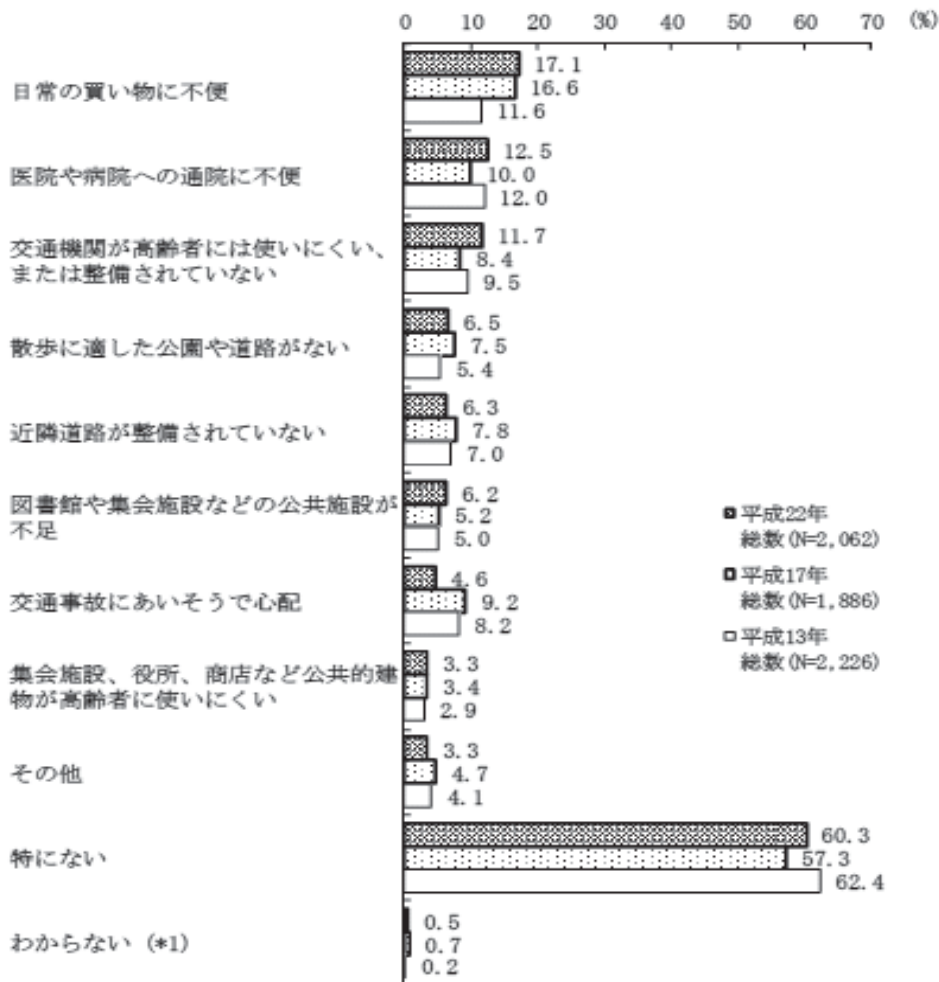
買い物弱者とは、流通機能や交通網の弱体化、高齢による身体的な問題により外出が困難、近くにスーパーがない、車を所有していない等の理由によって、食料品や生活必需品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている高齢者のことである。

近年、その増加の兆候は高齢者が多く暮らす過疎地域や高度成長期に建設された大規模団地等で見られ始めている。現在、経済産業省では、買い物弱者と呼ばれる人々が日本に600万人程度いると推測されており、買い物弱者600万人時代と言われている。特に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退や廃業に伴い、買い物弱者が増加していると考えられている。さらに少子高齢化が進むにつれて、より買い物弱者は増加していくと予測されている。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ているが、総売場面積は増加傾向にある。これは大型店の拡大により売場は拡大する一方、売り場面積の小さい個人商店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増加すると予測されている。

#### 1.4 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、高齢者が感じる地域の不便な点を見てみる。(図表1)。

図表1 地域の不便な点(複数回答)



(\*1) 平成13、17年は「無回答」

(出所) 内閣府(2010)。

地域で不便に思っている点について分析した結果、「特にない」が60.3%と全体の約6割を占める結果となっている。その他の項目に着目してみると「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%である。しかし、「日常の買い物に不便」と回答した方が17.1%と多くいることがわかる。高齢者以外にも日常の買い物に不便さを感じている人も少なくはないが、高齢者の場合は足腰も弱く若年層と比べ遠距離への移動が困難と考えられるため負担が大きくなる。

近年、大型商業店舗が増加に伴い、高齢者が歩いて行ける距離にある商店等が減少している。そして、高齢者は加齢に伴い、外出する機会が減少していく傾向にあり、外出頻度が低い人ほど日常の買い物は困難となる。しかし、生きていくためには、食事を欠かすことはできないため高

高齢者が不便なく買い物をできる環境をつくっていくことが課題となる。そこで、「高齢者は普段どのようにして買い物をしているのか」という疑問が生じ買い物支援および地域のつながりについての研究を行うことにした。

## 1.5 研究方法

### 1.5.1 調査対象者

調査対象者は、長岡市在住のおおむね 65 歳以上のボランティア銀行利用会員ならびにボランティア銀行協力会員である。調査対象者は、長岡市社会福祉協議会の職員の紹介により、ボランティア銀行利用会員 3 名、ボランティア銀行協力会員 4 名の協力を得ることが出来た。

### 1.5.2 調査方法

本研究では、昨年度同様、学生が地域の人々と触れ合う機会を重視し、調査方法として、ヒアリング調査を採用した。

ボランティア銀行利用会員への調査は、利用会員の自宅 2 ヶ所、長岡市内の社会福祉協議会 1 か所に訪問しヒアリング調査を行った。

ボランティア銀行協力会員への調査は、長岡市社会福祉協議会に訪問し協力会員へのヒアリング調査を行った。



## 2. 現状分析(1)

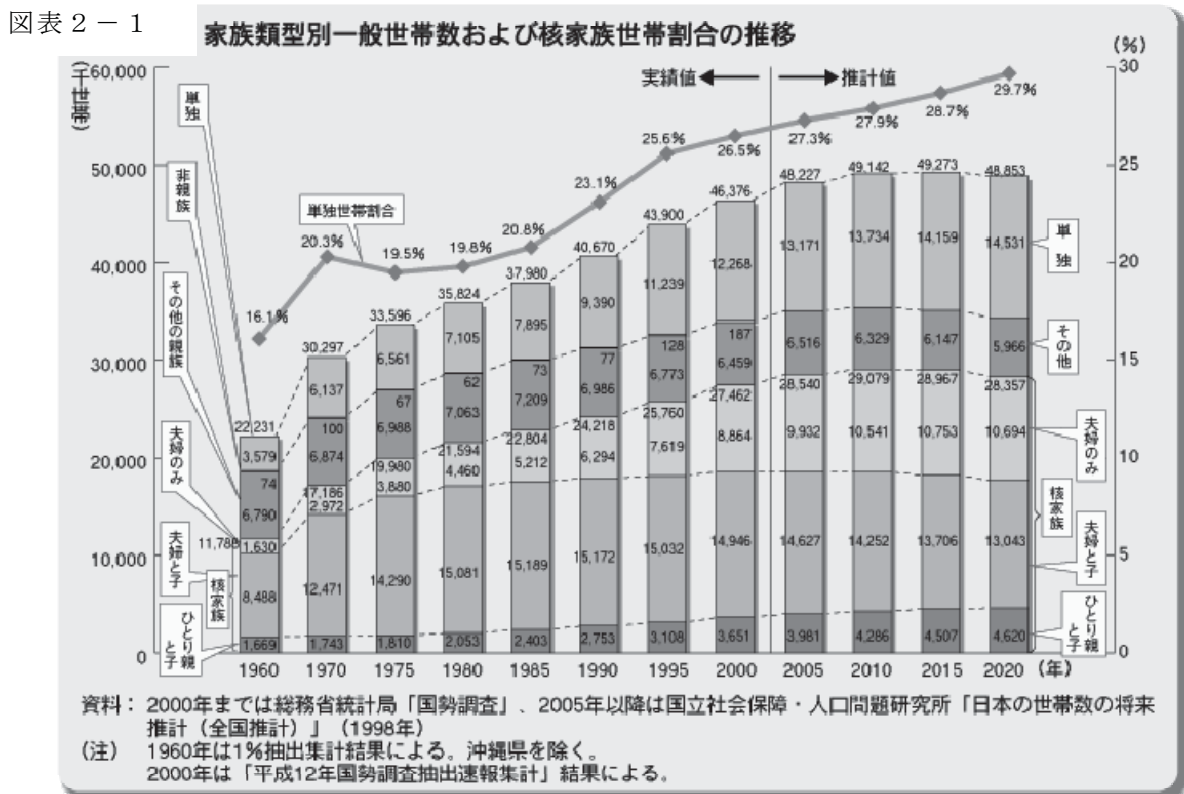
### 2.1 社会環境動向

#### 2.1.1 核家族化と単独世帯

まず始めに核家族とは夫婦とその未婚の子からなる家族のことであり、近年増加傾向にある家族形態のことである。

現在日本の世帯規模は年々縮小しており、三世帯世帯や核家族世帯の一般世帯数に占める割合が減少している。

以下がそのグラフとなる。



この厚生労働省のグラフを見てわかることは、核家族の世帯が増えていることはもちろんのこと単独世帯(一人暮らし)も年々微々ではあるが増加傾向にあるということだ。

また少子高齢化に伴い一人暮らしの高齢者も年々増加しており、我が国は迅速な対応が求められる。例えば買い物にフォーカス当てると、一人暮らしの高齢者で足が不自由な方は買い物をひとつにするにも大変な労力が必要となってしまう。

長岡市の現状で見てみる。

図表 2-2 世帯状況

区分	総世帯数	核家族世帯数 (%)	三世帯世帯数 (%)	単独世帯数 (%)
平成 12 年	93,347	46,616 (49.9)	21,142 (22.6)	20,906 (22.4)
平成 17 年	96,169	49,046 (51.0)	18,943 (19.7)	22,930 (23.8)
平成 22 年	98,548	51,130 (51.9)	16,716 (17.0)	25,094 (25.5)

上記のグラフは平成 22 年度の国勢調査を基に長岡市が作成したものだが、長岡市も国全体の結果と同様核家族と単独世帯が年々増加傾向にある。

高齢者世帯と住居状況は平成 12 年 (39,752 世帯) から平成 22 年 (42,834 世帯) の 10 年間で総世帯数は約 1.1 倍 (3,082 世帯) 近い伸びを示しており、中でも高齢単独世帯は、4,147 世帯から 5,322 世帯で約 1.6 倍に増えている。

住居については長岡市の高齢者のほとんどが持ち家で暮らしている。

図表 2-3 高齢者のいる世帯数の状況

区分	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年
総世帯数	93,347	96,169	98,548
65 歳以上親族のいる世帯	39,752 (42.6%)	42,834 (44.5%)	45,747 (46.4%)
高齢単独世帯	4,147 (4.4%)	5,322 (5.5%)	6,754 (6.9%)
高齢夫婦世帯	7,232 (7.5%)	8,714 (9.1%)	9,998 (10.2%)
その他の世帯	28,582 (30.6%)	28,798 (29.9%)	28,995 (29.4%)

※総世帯数に施設入所者は含まれない。

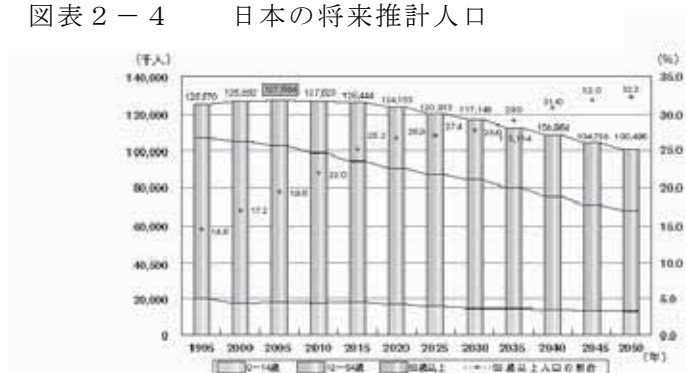
※夫婦どちらかが 65 歳以上の世帯は、高齢夫婦世帯に含める

長岡市だけではなく、全国的に家族による生活において子供夫婦は田舎を離れ市街地で働くことが多くみられるようになり、親 (高齢者) を残して新たな家庭を築く傾向が近年増加傾向にある。そして発展していない過疎地域は増える一方で発展を遂げている地域には核家族が増え続けている状況に陥っている。

## 2.1.2 少子高齢化

少子高齢化とは、出生率の低下により子供の数が減ると同時に平均寿命の伸びが原因で、人口全体に占める子供の割合が減り 65 歳以上の高齢者の割合が高まることをいう。先進諸国共通の現象である。我が国の合計特殊出生率は昭和 50(1975)年前後からその低下が始まり、平成 10(1998)年においては過去最低の 1.38(図表 1)となっている。また、「日本の将来推計人口」(中位推計)によれば、我が国の総人口は平成 17(2005)年をピークに減少を続け(図表 2)、平成 27(2015)年には 4 人に 1 人が 65 歳以上となり、我が国はかつてない少子高齢化社会へ突入しようとしているのである。将来的に我が国で問題となっている高齢者の孤独死がさらに増大し、長岡市でも問題となるのは時間の問題である。

図表 2 - 4 日本の将来推計人口

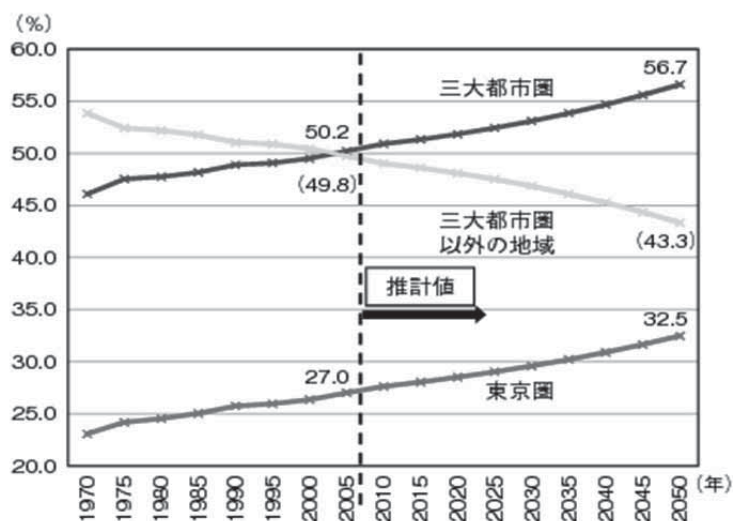


「日本の将来推計人口」(国立社会保障・人口問題研究所)により作成

## 2.1.3 過疎化

三大都市圏の人口が総人口に占める割合をみると、三大都市圏が総人口に占める割合は、従前から一貫して増加傾向にある。特に、その多くが東京圏のシェア上昇分である。一方で、過疎化が進む地域をみると、同地域全体の平均の人口は 2005 年(平成 17 年)の約 289 万人から 2050 年(平成 62 年)には約 114 万人に減少すると推計され、減少率は約 61.0%と見込まれる。これは、全国平均の人口減少率(約 25.5%)を大幅に上回る。このように、我が国においては、三大都市圏への人口集中と過疎化の進展が並行して進むことが想定される。

図表 2-5 三大都市圏及び東京圏の人口が総人口に占める割合



(出典) 国土交通省国土審議会政策部会長期展望委員会「国土の長期展望」中間とりまとめ

## 2.2 高齢者動向

### 2.2.1 身体的動向

#### ①足腰が悪く遠出ができない

上記の理由としては、高齢化に伴い足腰が不自由になり近場に行くのも容易ではなくなってしまう為である。

#### ②車いす生活のため外出が難しい

上記の理由としては、高齢化に伴い骨折や寝たきりの状態に陥ってしまい外出はもとより室内の移動も困難となってしまうリスクがある。

#### ③重い荷物が運べない

こちらも上記の理由同様足腰はもとより、腕力や背筋力の低下により高齢以前の状態より重い荷物を運べなくなってしまう場合がある。

#### ④障害を持っている

上記の理由としては手足が不自由であったり、知能や視覚、聴覚に障害があったりする。買い物等の外出時健常者に比べて困難や支障が多く、外出に不安を感じる場合がある。

### 2.2.2 住環境的動向

#### ①お店が近くにない

近年車社会の発展に伴い郊外に駐車場完備の大規模なショッピングモール等が新たに誕生し、中心市街地の小売店が衰退しつつある。車の運転が困難な高齢者や、車を所持していない人々は、近くにお店がなくなり買い物が不便になってきている。

#### ②交通の便が悪い

発展地域の電車状況はおおよそ1時間に1本程度運行しており、さほど不便ではない。しかし電車での移動が困難な地域のバスは、発展地域より利用者が少ないのに伴い本数も少ない状況である。

③季節の問題（例：雪の問題など）

特に長岡市は豪雪地帯と言われており、下記の気象庁発表の表からも分かるように冬季の降雪・積雪量は県内でも多い地域である。また、大雨や大雪の影響により外出が困難な場合がある。

図表 2 - 6 長岡市年毎の積雪量データ

年	雪（寒候年・c m）				
	降雪	日降雪の最大		最深積雪	
	合計	値	月日	値	月日時分
2008	385	26	2/16	75	2/16 20：00
2009	302	33	1/24	36	2/19 06：00
2010	599	44	1/14	114	1/17 10：00
2011	595	32	1/27	145	1/30 13：00
2012	779	47	2/08	170	2/10 10：00

気象庁のデータより

図表 2 - 7 新潟年毎の積雪量データ

年	雪（寒候年・c m）				
	降雪	日降雪の最大		最深積雪	
	合計	値	月日	値	月日
2008	76	12	1/25	10	1/27
2009	105	21	2/17	21	1/26
2010	253	50	2/4	81	2/5
2011	200	18	1/14	35	1/17
2012	304	48	2/17	71	2/17

気象庁のデータより

## 2.2.3 経済的動向

### ① まちの衰退

現在長岡市に限らず、全国規模での過疎地域の衰退が著しい。町に昔からあった商店街はシャッター通りとなり、活気が以前と比べ減少している。新潟県内では新潟市古町地区が特に著しく衰退している状況である。

下記の内容は新潟市のホームページから抜粋した内容だ。

(URL:[http://www.city.niigata.lg.jp/shisei/mayor/tegami\\_top/tegami/tegami\\_21top/21\\_4kankou/21\\_4kankou\\_19.html](http://www.city.niigata.lg.jp/shisei/mayor/tegami_top/tegami/tegami_21top/21_4kankou/21_4kankou_19.html))

古町周辺地区は、古くから湊まちとして、また商業の中心地として本市の発展を支えてきた地域であり、今後も政令市新潟の顔として地域経済を牽引していく重要な地区です。

しかしながら近年は、まちの元気が衰え、空き店舗の増加が目立ち、歩行者の通行量や商業販売額が減少を続けています。

こうした中心市街地の衰退は、高度経済成長期以降、急速なモータリゼーションの進展とともに市街地の拡散や大規模商業施設の郊外への立地が進み、中心市街地での定住人口の減少や商業・業務機能の低下が進行したことが背景となっていると考えられ、全国的な課題となっています。また、このような社会構造の変化に加え、昨年秋に始まった世界的な不況がさらに拍車をかけたことも大きな要因であると思います。

本市では中心市街地の衰退に歯止めをかけ、活性化を促進するために、新たな住宅と商業施設を一体的に整備する「西堀通6番町地区まちなか再生建築物等整備事業」など、まちなかの環境整備を進めるとともに、歴史や魅力を掘り起こしてPRするために、本町通りや古町通りなどに小路の解説板を設置する「まちなかお宝解説板等整備事業」や、180年の伝統を誇る新潟芸妓の舞をお楽しみいただける「新潟花街茶屋」の開催など、様々な施策を展開しています。

(回答：平成21年10月29日)

担当課：まちづくり推進課

と上記で記されている通りかつて新潟市で一番栄えていた地域であった古町地区でさえ衰退している。また休日になると若者や高齢者の方々が多く見られ、家族連れの方が少ないのが一目瞭然の状態である。

②年金で生活していくのは難しい

現在年金の受給額は年々減少しつつある。

以下が現在の年金制度の概要となる。

(URL: <http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000002quvo.html>)

図表 2 - 8 【事業の概況のポイント】

<公的年金制度>

○ 加入者数は、平成 23 年度末現在で 6,775 万人となっており、前年度末に比べて 51 万人 (0.7%) 減少している。

○ 受給者数 (延人数) は、平成 23 年度末現在で 6,384 万人 (福祉年金受給者を含む。) となっており、前年度末に比べて 196 万人 (3.2%) 増加している。また、年金総額は、平成 23 年度末現在で 52 兆 2 千億円となっている。

○ 重複のない公的年金の実受給権者数は、3,867 万人 (福祉年金受給権者を含む。) であり、前年度末に比べて 71 万人 (1.9%) 増加している。

以下は国民年金・厚生年金受給者の平均年金額の推移である。

図表 2 - 9 平均年金額

	国民年金	厚生年金
平成19年度	53,602	161,059
	(48,057)	
平成20年度	53,992	158,806
	(48,507)	
平成21年度	54,320	156,692
	(48,992)	
平成22年度	54,596	153,344
	(49,371)	
平成23年度	54,682	152,396
	(49,632)	

平成 23 年度の国民年金受給者の平均年金額は 5 万 4000 円だが、厚生年金の受給権をもっていない人は 4 万 9000 円と 5 万円を切っている。

以下は国民年金受給者の男女別の平均受給月額である。

図表 2 - 1 0 男女別平均年金受給月額

年金額	合計	男子		女子	
合計人数	26,504,223	11,524,141		14,980,082	
万円以上 万円未満	人	人	%	人	%
～1	116,884	11,217	0.1	105,667	0.7
1～2	351,978	58,395	0.5	293,583	2.0
2～3	1,111,636	213,889	1.9	897,747	6.0
3～4	3,515,140	790,307	6.9	2,724,833	18.2
4～5	3,715,496	1,018,958	8.8	2,696,538	18.0
5～6	5,085,167	1,917,775	16.6	3,167,392	21.1
6～7	11,174,592	7,132,836	61.9	4,041,756	27.0
7～	1,433,330	380,764	3.3	1,052,566	7.0
平均年金額(円)	54,612	59,200		51,083	

平均金額は男子の 5 万 9000 円なのに対して、女子は 5 万 1000 円。女子は 3 万円台からばらついているのが目立っている。

このグラフを見ると現在は 6 5 歳から支給され、微々ではあるが受給させている。今後は少子高齢化の影響により一人当たりの年金の負担が増えるだけではなく、将来本当に受給できるかさえ危うい状況となっている。

### ③高齢者だけの世帯では収入がない

高齢者夫婦世帯でかつ年金が受給出来ていれば支障はさほどないが、ひとり暮らしの高齢者でかつ年金の額が少額であれば一か月暮らすのにも容易ではない。上記で説明した通り今後少子高齢化の影響でますます生活が困難となってしまう。

## 2. 2. 4 交通手段

### ①公共交通機関（バス・電車）

発展している地域のバスや、電車の本数は衰退している地域に比べ一時間あたりの本数が多くさほど支障をきたさないが、衰退している地域のバスや電車の本数は一時間に一本運行するかないかの地域も多数ある。衰退している地域に住む高齢者にとっては非常に便の悪い状況となっているため、市や県が交通会社に補助金を出し本数を増やしてもらいしか解決法はないと言っても過言ではない。

### ②自家用車（同乗）

高齢者自身自動車免許を持ち、かつ自動車を保有していれば問題はない。しかし自動車免許を持たず、かつ自動車免許を保有していない高齢者にとっては便が悪い。そこで自動車免許を持ち、かつ自動車を保有している近隣住民同士が互いに助け合い困っている高齢者の手助けをするコミュニティーが今後さらに必要となっている。

### ③タクシー

電車やバスがなく、さらに近隣の住民の車に同乗させてもらうことが困難な場合タクシーが便利である。最近福祉タクシーなるものが徐々に増えてきており、福祉タクシーを利用する高齢者も徐々に増えてきている。



#### ④自転車

足腰が丈夫な場合自転車に乗って行動する高齢者も数多い。実際、高齢者の中にも自転車を普段使用している方がいる。足腰さえ良ければ非常に便利な乗り物である。

#### ⑤徒歩

足腰が丈夫な方や、丈夫ではないが杖を使い歩行が可能な方は基本的に近所に出かける場合は徒歩で行くという方が多い。

### 2.2.5 要支援者のサービス確保

#### ①買い物代行と宅配サービス

近年買い物に困難を覚える高齢者等が増加している。地方自治体の中には、商店街やボランティアが行う買い物支援サービスに対して補助金を出し、支援するケースが見られ始めている。国としても、例えば厚生労働省が「安心生活創造事業」において千葉市や横浜市のような都市部の自治体から飯豊町（山形県）や小菅村（山梨県）のような人口の少ない地域に及ぶ52市町村を選定し、高齢者等の「買い物」と「見守り」を確保する取組を行っており、持続可能な先導的モデルを創出することを目指している。

#### ②移動販売

住宅地などで自動車を使って食料品や日用雑貨などを販売する小売業の業態のことである。山間部や離島などで見受けられるが、発展地域ではあまり見受けられない。新潟県内も移動型スーパーマーケットがやってくる農村部があるが利用者は高齢者が多数を占め、自動車を保有している方はスーパーマーケット（イオンや原信、ウオロクなど）を利用する方が多い。

#### ③送迎サービス

有償運送サービス（長岡市）主に病院

## 2.3 市場動向

### 2.3.1 大規模小売店

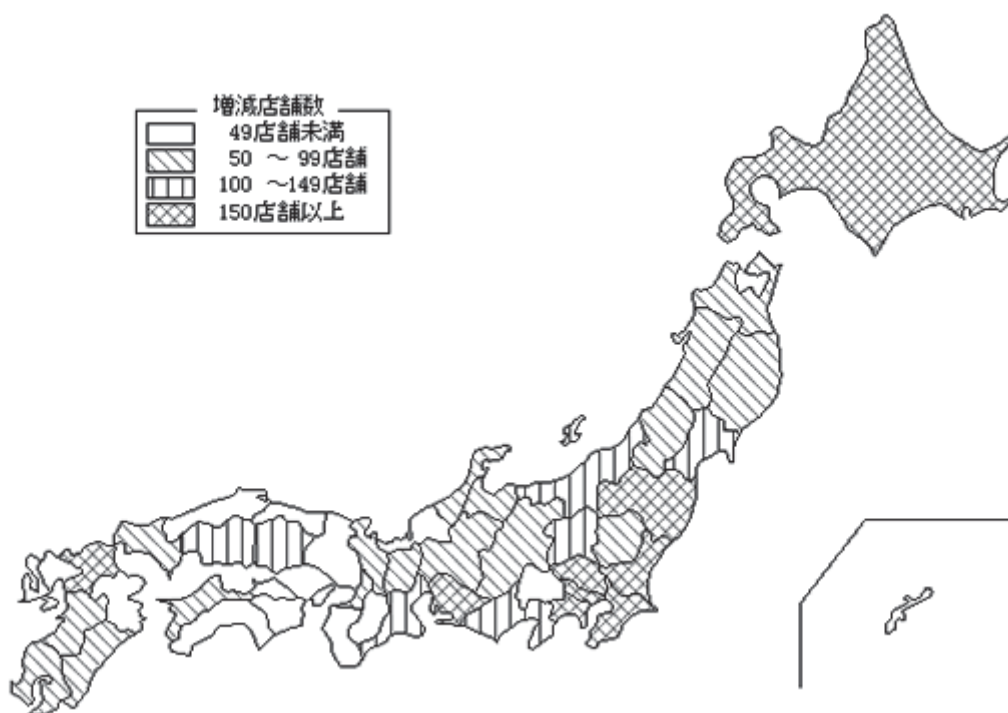
はじめに、990年代に入ってからの大規模小売店舗法の規制緩和を受けて大型店の出店が急増したが、その多くは郊外に立地する店舗である。

一方では、中心市街地や商店街など既成市街地における大型店の閉店が増加し、そうした中で商店街を立地基盤としていた小規模小売店の減少している。また商店街における空き店舗の年々増加が進んでいる。現在各地で中心市街地の衰退が問題となっているが、これは人口の郊外化や公共施設の郊外化に加え、大型店の郊外出店による商業機能の郊外化によってその衰退が加速されてきたといえる。以下は経済産業省の調べによるものである。

なお新潟県は、平成6年412店から平成9年536店になり、3年間で124店増加している。

図表 2 - 1 1

都道府県別大規模小売店舗数の増減

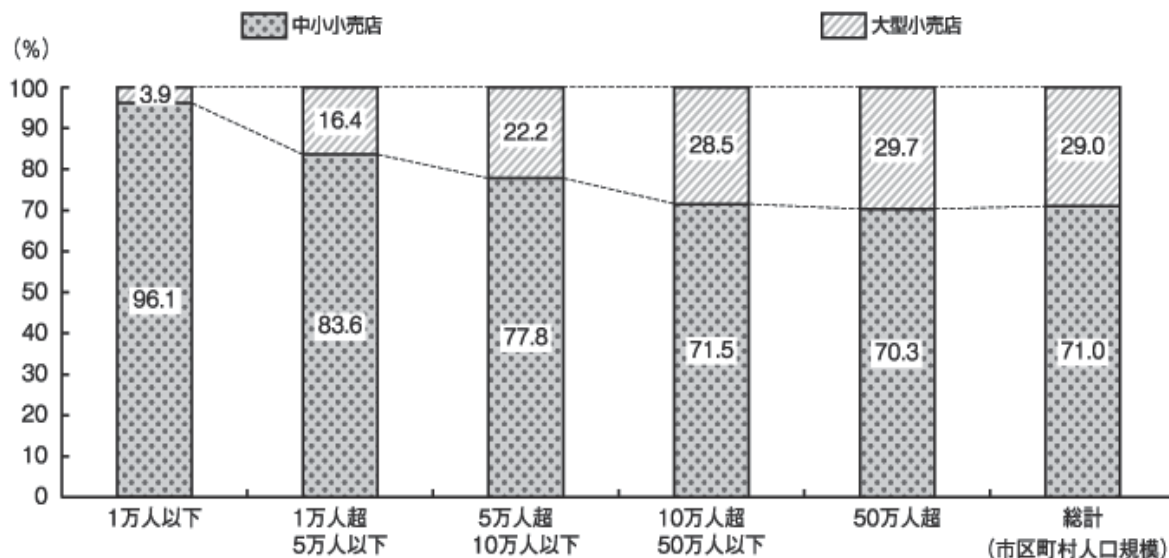


(URL:<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/result-2/h9/kakuho/daikibo/ken.html>)

### 2.3.2 小売店の減少

以下の図は、市区町村人口規模別に販売額に占める中小小売店の割合を示したものである。中小小売店は小売販売額の約7割を占め、人口規模が小さい市区町村ではその割合が高く、中小小売店がその地域の消費を支えていることが分かる。

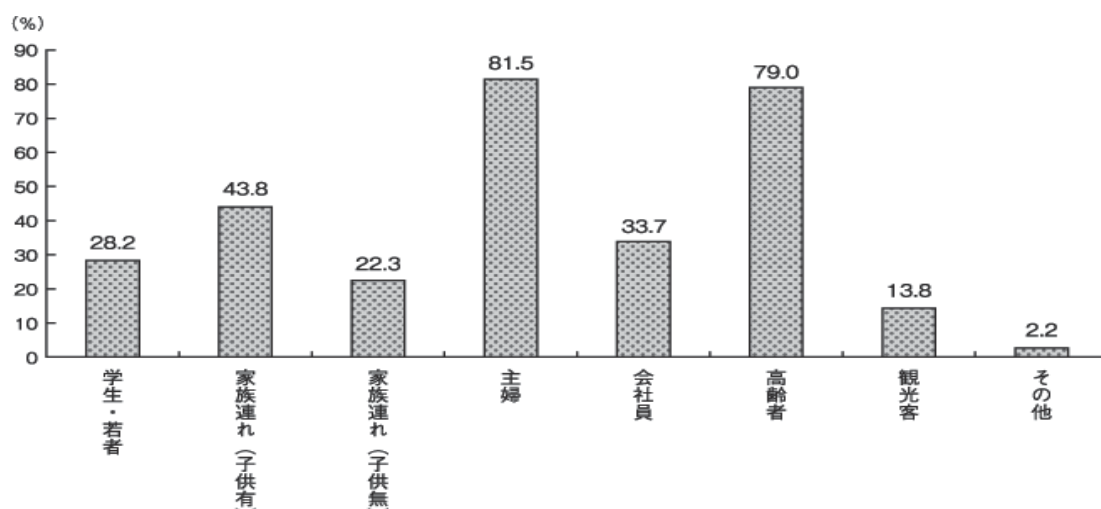
図表 2-12 平成19年商業統計表



資料：経済産業省「平成19年商業統計表」、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」(2007年3月31日現在)  
 (注) 従業者数50人以下の事業所を中小小売店とした。

こうした地域消費を支える中小小売店の一つである商店街には、どのような来街者がどのくらい時間をかけて買い物に訪れているのであろうか。以下の図は商店街の来街者の主な客層を示している。主な客層は、主婦と高齢者の割合が約8割と突出して高い。

図表 2-13 2010年全国商店街調査



資料：中小企業庁委託「全国商店街調査」(2010年11月、㈱三菱総合研究所)  
 (注) 複数回答であるため、合計は必ずしも100にならない。

(URL: <http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h23/h23/html/k213100.html>)

### 2.3.3 専門店の減少

中心店が減少し、スーパー等が増加している。

図表 2-14 事業種別商店数調査

業態別	商店数（店）				
	平成 11 年	平成 9 年	構成比		前回比 11年/9年
			平成 11 年	平成 9 年	
小売業計	16,947	16,091	100.0	100.0	▲ 7.6
百貨店	3	3	0.0	0.0	▲ 33.3
総合スーパー	12	13	0.1	0.1	▲ 7.7
専門スーパー	493	397	2.9	2.5	18.4
衣料品スーパー	86	63	0.5	0.4	35.5
食料品スーパー	222	218	1.3	1.4	▲ 1.4
住関連スーパー	185	116	1.1	0.7	46.6
コンビニエンスストア	346	350	2.0	2.2	▲ 6.9
うち終日営業店	180	128	1.1	0.8	28.1
その他のスーパー	654	671	3.9	4.2	▲ 6.7
専門店	11,248	9,729	66.4	60.5	▲ 5.7
衣料品専門店	1,473	1,415	8.7	8.8	▲ 2.2
食料品専門店	2,780	2,678	16.4	16.6	▲ 3.1
住関連専門店	6,995	5,636	41.3	35.0	▲ 7.8
中心店	4,126	4,887	24.3	30.4	▲ 14.3
衣料品中心店	921	1,086	5.4	6.7	▲ 16.4
食料品中心店	1,593	1,692	9.4	10.5	▲ 7.7
住関連中心店	1,612	2,109	9.5	13.1	▲ 19.1
その他の小売店	65	41	0.4	0.3	21.2

（注）平成 11 年調査において事業所の捕捉を行っており、前回比については時系列を考慮したもので算出している。

(URL: <http://www.pref.toyama.jp/sections/1015/lib/shogyo/repl1/report06.html>)

### 3 現状分析(2)

#### 3.1 買い物支援動向とは

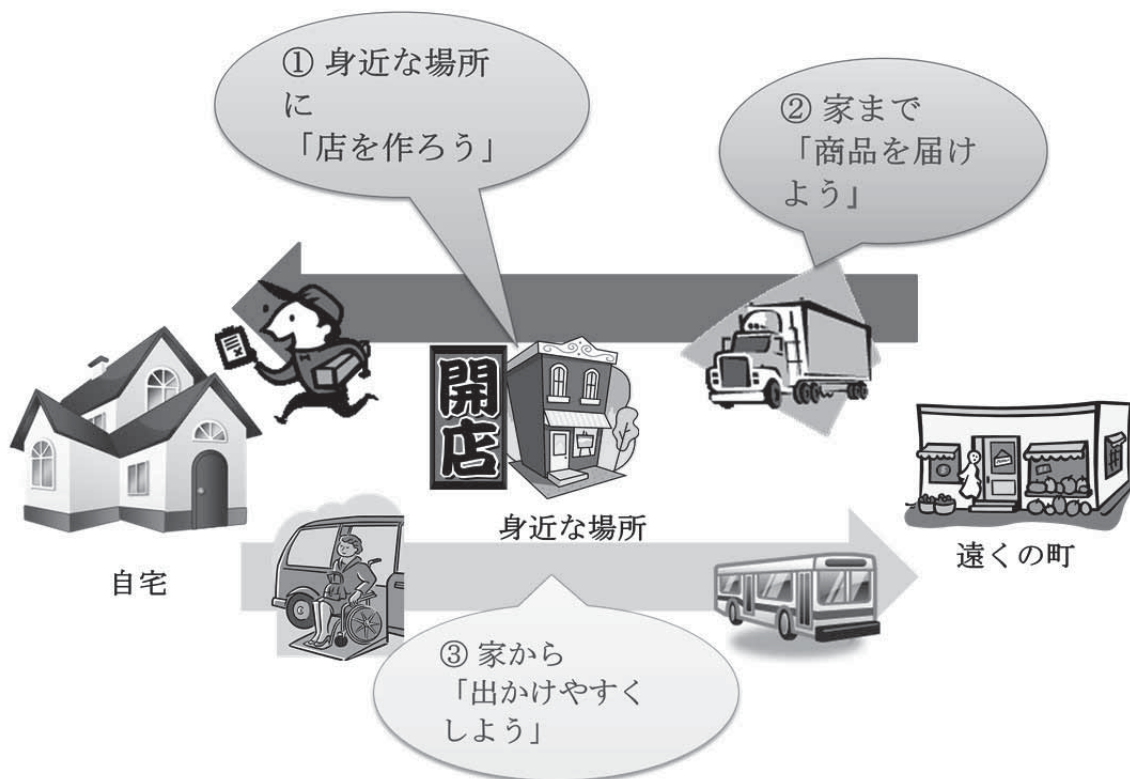
ここでは「経済産業省」をもとに流通事業者等を中心とした民間主体と地方自治体等が連携して持続的に行う地域の課題に対応する事業(宅配、移動販売、地域のコミュニティ活動との連携等)をまとめる。

買い物支援動向とは、少子高齢化や過疎化などの問題で、身近な場所から買い物をするための店舗が撤退をし、発展地区に大型商業店舗が増えている。なので、歩いて行ける距離に商店がなくなり、公共交通機関も減少している。高齢者は自動車や自転車を運転できない等の理由で遠くまで外出が困難になっている。

##### 3.1.1 経済産業省による買い物支援動向の3つの支援

そこで、買い物ができない高齢者を買い物できるよう問題を少しでも解消する方法として経済産業省は3つの方法を実行している。まず始めに全国各地で身近な場所に(1)一店を作ること、次に家まで(2)商品を届けること、そして最後に家から人々が(3)出かけやすくすることが現在経済産業省3つの支援である。この以下の3点をどのような支援で活動しているかまとめていく。

図表 3-1 買い物弱者を応援する3つの方法



### 3.1.2 身近な場所に「店をつくろう」

身近に買い物できる場所で、生活に必要なモノやサービスを提供できる店を作る提案である。事例として都市部にあるマルエツ プチと過疎地向けコンビニ(北海道：セイコーマート)と青研(熊本県荒尾市：中央青空企画)を挙げる。

#### (1) マルエツ プチ

都心部及び都市郊外の買い物不便地域のニーズに応えるミニスーパーである。都市部でも、生鮮品の買い物に困る高齢者は多い。都市部の目が肥えた高齢者でも買い物を楽しめるよう、生鮮品の比率が半分近くを占め、近隣立地で利便性の高い都市型ミニスーパーを展開した。

都市部に出店する工夫として、コンビニやファミリーレストラン等の跡地に出店することで賃料を抑制と店舗開発を迅速、効率化し、売場面積を 140～170 平方メートル程度や加工センターに調理を集約し、バックヤード業務をなくすことで店舗人員を抑制などして工夫している。低コストで開設できるので、今後の課題として都心だけでなく郊外にも出店できないか探っている。



(出所) 経済産業省、買い物弱者応援マニュアル(第2版)ファイル(前半)(2012.12.10)

#### (2) 過疎地向けコンビニ(北海道：セイコーマート)

利尻島・礼文島・奥尻島等の離島を始めとした過疎地においては、配送コストがかかる一方で商圏人口が少ない。このため、日常的な買い物でも、価格が高い場合や、船に乗らないと買えない場合がある。セイコーマートは道内を中心に店舗展開する北海道最大のコンビニエンス・ストア・チェーンであり、離島をはじめとする過疎地にも展開して地域生活を支えている。

離島など過疎地への出店する工夫として、豊富牛乳や農場、農業法人への出資に加え、自社グループの物流システムも再構築することで、調達・製造・流通・販売までの効率的なサプライチェーン・マネジメントを実現し、低コストのオペレーションを活用できた。利用者の満足度を下げないように、日常的に必要な生鮮品を常に通り返うようにしている。

今後の展開として、住民の方々に必要される場所があれば積極的に出店していく。



(出所) 経済産業省、買い物弱者応援マニュアル(第2版)ファイル(前半)(2012.12.10)

### (3)青研(熊本県荒尾市：中央青空企画)

商店、農家とともに取り組む半径300mの「徒歩圏内マーケット」である。荒尾市では近年、人口の流出や高齢化が進んで商店街が衰退し、日々の買い物先の確保に悩む高齢者が増加していた。商店主らが企業組合を立ち上げ、徒歩圏内の高齢者をターゲットとしてミニスーパーマーケットを開設した。開店するために空き店舗を安く借りるなど運営費を収益の範囲内で賄うや、半径300メートルの150世帯を対象として成り立つ事業を前提に綿密な事業設計を行なった。開店時は自分たちの手で改修し、整備を中古品で揃えることで初期投資を抑制して工夫した。このミニスーパーマーケットは、企業組合が開設し、食品などの品揃えを豊富にすると同時に、近隣農家による野菜の直売販売を実地して役割分担の工夫をしている。

また、歩いてくる高齢者向けに生鮮品などを揃えている。なので、多くの人々が来られるのでコミュニケーションの場所にもなり、買い物と会話を楽しみの一つの目的に来ている利用者がいる。今後の展開として、取り扱い品目を更に拡充や御用聞きと宅配サービスの実地を予定している。また、御用聞き等で地域のお年寄り宅を訪問することで、見守りサービスを提供し、安心安全な地域づくりを目指している。



(出所) 経済産業省、買い物弱者応援マニュアル(第2版)ファイル(前半)(2012.12.10)

### 3.1.3 家まで「商品を届けよう」

身近な場所で提供できないモノやサービスを移動販売車や仮設店舗、宅配などでお届けする提案である。事例としてハーツ便(福井県民生協同組合)と地域ステーション(埼玉県：埼玉コープ)と山間地向けネットスーパー(和歌山県田辺市：オークワ)を挙げる。

#### (1) ハーツ便(福井県民生協同組合)

中山間地などの身近な商店が少ない過疎地域への対応や身近に生協店舗が欲しいとの組合員の要望にこたえるため、平成 21 年 10 月より独自事業として販売車 3 台、22 か所で移動販売を開始した。平成 22 年度には販売車を 8 台に増やし、同時に国の基金も活用し福井県がモデル事業として 400 万円の予算を計上。公募の結果、福井県民生協が 2 年間の人件費補助を受けて事業を展開している。

住民の満足度を上げる対策として駐車場所を募集し、販売車の駐車場所に住民が集まることにより地域に新たなコミュニケーションの場を提供することができ、県との生協が連携して効率的な移動販売を実現した。他にも利用者から聞いた要望商品を翌週届けたり、季節企画商品(節分恵方巻きなど)を取り扱ったりするなど、ニーズに合わせた施策を行っている。そのため、利用者からは「買い物をする楽しさがある」「いろいろな人と顔を合わせて会話ができるのがうれしい」「雪の日に出かけられないので助かる」などとても喜ばれている。

今後の展開として 2015 年までには移動店舗を 20 台増車し、利用者を 9000 名に拡大する予定である。また、移動店舗による中山間地への食の支援に加え、買い物代行サービスのエリア拡大していく方針である。



(出所) 経済産業省、買い物弱者応援マニュアル(第2版)ファイル(前半)(2012.12.10)

#### (2) 地域ステーション(埼玉県：埼玉コープ)

宅配サービスではあらかじめ指定された時刻に利用者が在宅して受け取る必要があり、共働きの家庭などでは不便であった。このため、利用者が都合のよい時間に商品が受け取れるように、団地集会所や地域な商店に協力を求め、宅配注文商品の受け渡し場所を設置し、身近な商店などと協力することで利用者が都合のよい時間に注文品を受け取れる場所を展開した。

この支援活動は利用者に大変喜ばれているが、協力する商店にも喜ばれている。なぜなら、利用者が商店に必ず足を運んでくれることで地域の商店の認知度が高まるきっかけとなり、協力店側にも来店者数増加、来訪時に買い物してくれたりすることで商店にとって



も集客手段としてのメリットが得られた。その結果、協力店に地域貢献の意気込みなどが見られるようになった。

今後の展開として、さいたまコープではコンビニエンスストア並みの密度で地域ステーションを展開すること、団地の空店舗を利用した買い物支援とふれあい広場を兼ねたステーションを展開したいと考えている。



(出所) 経済産業省、買い物弱者応援マニュアル(第2版)ファイル(前半)(2012.12.10)

### (3) 山間地向けネットスーパー(和歌山県田辺市：オークワ)

和歌山県田辺市龍神村(約320世帯)では、市の中心部まで1時間程度かかる地域で、買い物に困る高齢者が増えている。同地区は光ファイバーが設備されておりインターネット環境は良好であるため、和歌山県とオークワが同地区向けの専用のネットスーパーを平成22年9月末から12月中旬まで実験的に開設した。和歌山県は、以前からITによる過疎地域活性化として同地区に光ファイバーを敷設しており、地域にインターネット環境は整っていた。市と共同して公共施設にパソコンを設置し、高齢者向けの教室を開き、市の行政局がサポーターを派遣し、週1回パソコン等の講習やネット発注のサポートを行っている。

オークワは関西圏を中心に展開するスーパーで、2006年よりネットスーパーで注文を受けて自宅に届けるネットスーパーを一部地域で独自に展開をしている。ネットスーパーでも、商品数10,000品目を取り扱っている。なので、商品が豊富であり、移動しないで買い物ができるので実証実験が終わったあとも今後続けてほしいや、身体が不自由な方からもとても助かると好評である。

今後の展開として、現丈では単独での採算性は厳しい。過疎地域は今後拡大していくことが考えられる。なので、単独で事業を継続するためには、地域や自治体との連携、配送費やIT支援を含めたコスト削減などを一層行う必要があるとの考えである。



(出所) 経済産業省、買い物弱者応援マニュアル（第2版）ファイル（前半）（2012.12.10）

### 3.1.4 家から「出かけやすくしよう」

家まで乗合タクシーで送迎したり、気軽に乗れるコミュニティバスで運営したりすることで、外出しやすくする提案である。事例としてキララちゃんバス(茨城県土浦市)とお買い物バス(北海道赤平市：コープさっぽろ)と過疎地・福祉有償運送(青森県佐井村)を挙げる。

#### (1) キララちゃんバス(茨城県土浦市)

土浦市はかつて商圏 50 万とも言われる商業都市だったが、市街地の郊外化やモータリゼーションによって衰退し、中心市街地へ人が集まらなくなった。市と地域団体とが中心市街地活性化について話し合ったところ、地域全体で中心市街地活性化に向けた交通整備が必要であるとして、地域通過キララの発行と併せてバス運行を開始した。

バスのルートを選定は、商業関係者が中心となって企画している。中心市街地活性化を目的とすることで、目的の明確化による対応ニーズの絞込みが可能になった。運行も買い物客のニーズに合致した交通手段になるように、運営主体の設立、試験運転、本格運行などを行っている。

このキララちゃんバスは乗車する高齢者にも喜ばれているが、商店にも喜ばれている。なぜなら地域通貨を通じた地元商店との連携で、バスの運賃として「100 キララ」という地域通貨を発行しているからである。協賛店舗で 1,000 円以上の買い物をすることで、1 枚の「100 キララ」をもらえ、バスの運賃として使用できるので買い物客が多く来店するようになるからだ。なので、両者の満足度が高いといえる。

今後の展開として、高齢化が進み、交通弱者も増加していくなか、公共交通の重要性が深刻化していく。対策として、より多くの市民の賛同を受け路線拡大、本数拡大を目指して努力していく。



(出所) 経済産業省、買い物弱者応援マニュアル（第2版）ファイル（前半）（2012.12.10）

### (2) お買い物バス(北海道赤平市：コープさっぽろ)

過疎の山間地である赤平市に出店するにあたり、高齢者にやさしい店舗づくりの一環として無料買い物バスの運行を企画した。工夫としてニーズに合わせた運行をしている。店舗が開店するよりも早い時間に店舗に到着する便を設定するなど、公共施設、病院の利用を前提とした運行を行っており、単なる集客手段ではなく、生協の公共性を前面に打ち出した運行を行っている。

その他にも組合員限定のサービスもある。店舗の集客手段として運営される買い物バスだが、生協の組織特性を生かして組合員として出資すれば無料、一般利用者が低額の負担をしてもらうことで乗車を可能にした。なので、赤平市の出店地が市中心の病院隣接であったことから、生協組合員であればバス代が無料で病院などの公共施設利用にも乗車ができ、大変利用者から喜ばれている。

今後の課題として、既存スーパーが廃業した地域での運行を開始や買い物バスを利用し、行政と地元大学が連携して行う健康向上事業への送迎を行う予定である。



(出所) 経済産業省、買い物弱者応援マニュアル（第2版）ファイル（前半）（2012.12.10）

### (3) 過疎地・福祉有償運送(青森県佐井村)

佐井村は津軽海峡に面し、南北40キロと細長い村域の海岸沿いに集落が点在している。人口減少、高齢化が進んでいる。最寄りの都市(むつ市)にも村中心部を除いて路線バスでの日帰りは不可能。車を持たない住民は集落に閉じこもる傾向にあった。過疎地有償運送

制度を利用したオンデマンド交通を村民ボランティアの協力を得て、平成 17 年 11 月より開始。平成 18 年度本格運行開始して、傾斜地の多い地区で高齢者の足を確保できた。

工夫として実施主体は社会福祉協議会で、予約受付や配車などを実地。また、協議会職員が輸送ボランティアになったり、協議会所有車両を輸送に利用したりしている。事業主体は村で、社会福祉協議会の運営費用を負担している。お得な特典として、地域のスーパーであるマエダに一般運転協力者が会員を乗せていった場合に、1 回ごとにスタンプを押してもらって、スタンプがたまればマエダの商品券と交換できる。

効率化として誰でも乗車できるように村内、村外をそれぞれ 8 ゾーンに分割し、ゾーンごとの運賃設定。また、タクシー利用よりも安く、また相乗りすると割安になる。わかりやすく利用しやすい運賃設定である。

利用者からは近隣市町への通院、買い物ほか最寄りのバス停までの送迎等にも利用されている。なので、とても出かけやすくなったと喜ばれている。

今後の展開として、地域住民の生活交通を確保するため、交通空白地域となっている地区から運転協力者を募り、地域住民の輸送の利便性を向上する予定である。

### 3.1.5 考察

先進事例のまとめを通じて、買い物支援を行うと問題解決以外にもメリットがあるとわかった。ただ問題を解決するのではなく、他にもメリットがあるようにしている。例えば、人と話せるようコミュニケーションを確保していることだ。過疎化や商店衰退、身体が不自由になり移動範囲が限定、交通手段がない等の問題が解決されていると同時にコミュニケーションが取れるようにしている。ただ便利に買い物ができるようにするのではなく、他にも利点があるように工夫しているのだ。事例で挙げたハーツ便(福井県民生活協同組合)が特にそうだ。コミュニケーションがとれることで買い物ついでに会話を目的に行く利用者が増えている。これにより、家から外出するようになり買い物支援を利用する数も増えていく。そのおかげで利用者からの意見が聴けて課題ができ、より支援が便利になっていくであろう。

そして、商店などを多く利用する人も増えて地域活性化にもつながっていくのだ。このように、コミュニケーションが取れることで、何が今後の課題で何が必要かわかり、買い物弱者の増加を防ぐことにも繋がることから、コミュニケーションはとれることは重要だと考えられる。

したがって、買い物支援は便利にすることはもちろん、会話もできることを一緒にふまえて考えて実行することが大事だと言えそうである。

## 4 長岡市における買い物支援

### 4.1 ボランティア銀行

#### 4.1.1 ボランティア銀行の概要

##### (1) 活動の概要

長岡市地域福祉・在宅福祉サービス事業（通称：ボランティア銀行）は、長岡市社会福祉協議会（以下「市社協」という。）を実施主体として、地区住民の福祉の向上を図ることを目的としており、旧長岡市地域の概ね小学校区に組織された市内 31 の地区福祉会・地区社会福祉協議会（以下「地区社協」という。）をベースに行われている住民相互の助け合い事業である。

この活動は、地域にお住まいの方の協力を得ながら、高齢者や体の不自由な方とその家族の日常生活上の負担を少しでも軽くするためのものである。

また、ボランティア銀行では、高齢者や心身障害者などのサービスを必要とする方を「利用会員」、理解と熱意をもってこの事業に協力くださる方を「協力会員」とする、会員方式による在宅の福祉サービスである。

##### (2) 設立の目的と経緯

ボランティア銀行は、「地域福祉の相互扶助を基調に、住民相互の助け合いが日常的に行われるよう地域福祉を推進し、在宅要援護者に対する福祉の向上を図る」ことを目的に、“で愛・ふれ愛・たすけ愛”をスローガンとして活動を開始した。

この事業を始めた経緯は、昭和 62 年から始められた住民の自主活動である。最初は、地域福祉の推進には住民の関わりが不可欠との考えから、4 地区で住民相互の助け合い活動が開始された。その後、「これからは、これまで以上に住民が主役となって地域で役割を担っていこう」という市社協の呼びかけのもと、平成 6 年度末にはすべての地域で活動が開始されるようになった。

#### 4.1.2 会員

ボランティア銀行では会員方式を採っており、地区内にお住まいの高齢者や心身障害者、母子・父子世帯、単身世帯等の方で、日常生活に支障があり地域でサービスを必要とする方を利用会員。地区内にお住まいの方で、この事業に理解をもって協力してくださる方を協力会員。また、この事業の趣旨に賛同し、支援金等の援助をしてくださる方を賛助会員としている。

#### 4.1.3 サービスの内容

サービスの内容は、主に食事のお世話、衣類の洗濯・補修、住居等の掃除・整理・補修・軽易な雪かき、買い物などの家事のお世話。身の回りのお世話、通院・外出時のつきそいなどの介助サービス。その他として、官公庁・医療機関等への連絡、相談相手、代筆・朗読などがある。ボランティア銀行でおこなわれるサービスは、すべて特に技術を必要とし

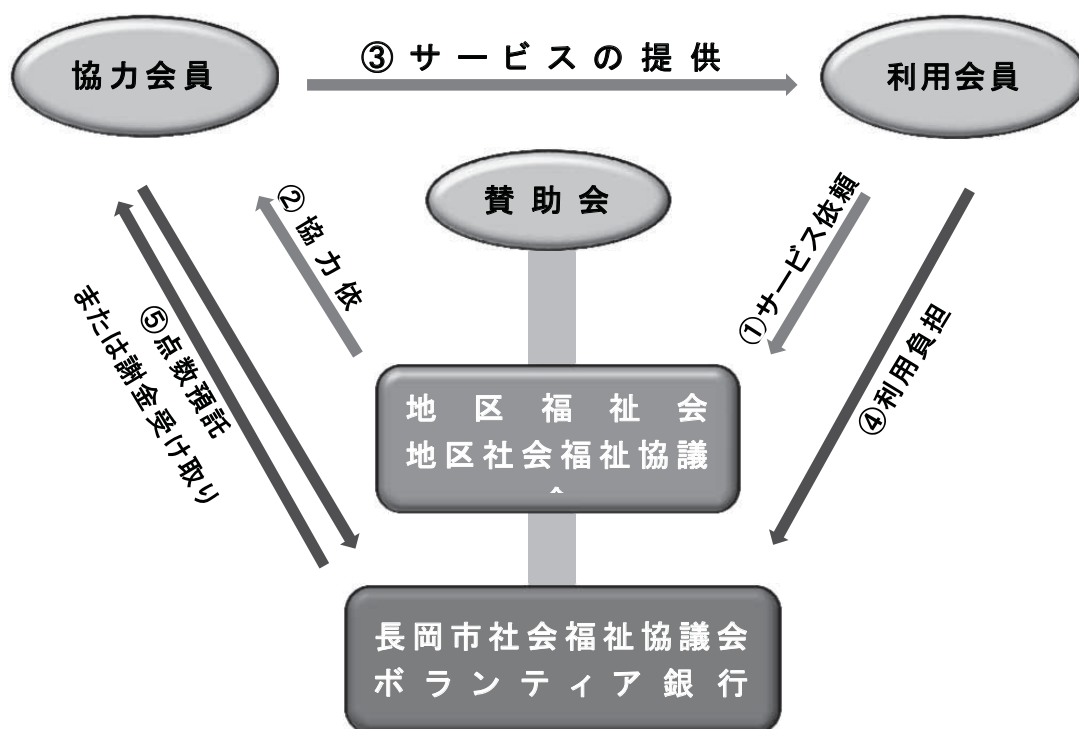
ない、どなたでもできるサービスである。

#### 4.1.4 サービスの仕組み

##### (1) サービスの仕組みの流れ

ボランティア銀行のサービスの仕組みは図表 4-1 のとおりである。①サービスを受けたいと思った利用会員は、地区福祉会・地区社協に依頼をする。②依頼を受けたら、地区福祉会・地区社協はボランティア銀行に登録している協力会員へ協力を依頼する。③依頼を受けた協力会員は、利用会員へサービスを提供することができる。④サービスを受けた利用会員は、利用負担を市社協・ボランティア銀行に負担する。⑤サービスを提供した協力会員は、市社協・ボランティア銀行から点数を預託してもらうか、謝金を受け取ることができる。

図表 4-1 サービスの仕組み



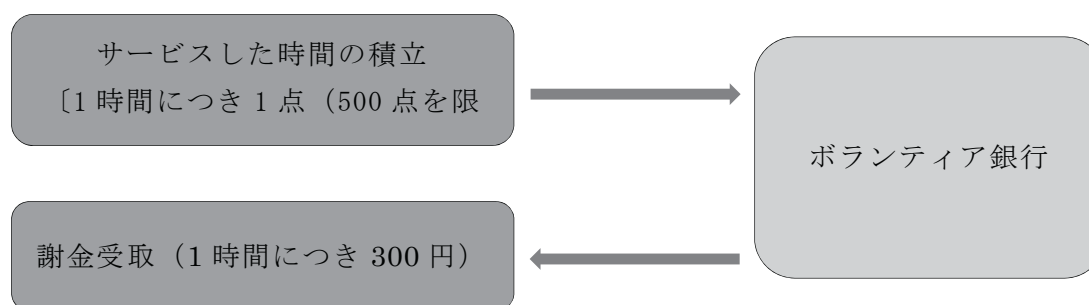
(出所) 市社協

##### (2) 活動システム

ここでは、(1) サービスの仕組みの流れの④、⑤を詳しく説明する。

この制度は地域の「お互いの助け合い活動」である。したがって協力会員がサービスを行ったときは、図表 4-2 の基準によりボランティア銀行に積み立てて将来に備えるか、あるいは謝金を受け取るか、協力会員自身が選択することができる。

図表 4 - 2 協力会員のサービス時間の積立・金銭清算



(出所) 市社協

#### ・利用会員

利用会員は利用時間1時間につき利用料300円をボランティア銀行に負担する。もしくは過去に協力会員として点数預託をされた方はその点数分を取り崩して無料で利用することが出来る。

#### ・協力会員

協力会員は協力時間1時間につき1点がボランティア銀行から預託される。その点数は、将来、自身が利用会員となった際に、その点数分に応じ、無料でサービスが受けることができる。また、協力会員自身のかわりに地区内にお住いの配偶者、父母、家族の心身障害者の方も積立点数を1時間につき1点として、無料でサービスが受けることができる。もしくは協力時間1時間につき300円をボランティア銀行から謝金として受け取ることができる。

※退会、転出、死亡のときは点数に応じて慰労金が支払われる。(ただし、ご自身や家族の将来に備え点数を積立てていくことを希望される場合には慰労金は支払われない。)

## 4.2 ボランティア活動

### 4.2.1 会員数

平成24年度の会員数を見つめる。図表4-3のとおり、長岡地域を含めた実施地区数36地区でのボランティア銀行の50歳から70歳の会員数は2,674人であった。会員種別で見ると、利用会員の数は1,206人で、そのうち男性が304人、女性が902人と利用会員の数は女性のほうがおよそ3倍も多かった。協力会員の数は1,468人で、そのうち男性は409人、女性は1,059人と女性のほうが2倍以上多かった。どちらの会員とも女性の会員のほうが多いのは、口コミや友達から誘われて会員になる場合が多いなどの理由がある。

図表 4 - 3 会員数（平成 24 年度）

実施地区数	会員種別		計
	利用会員	協力会員	
地区 36	人 1,206 (男性 304 女性 902)	人 1,468 (男性 409 女性 1,059)	人 2,674

（出所）市社協

#### 4.2.2 活動・利用状況

平成 24 年度の活動・利用状況を見てみる。図表 4 - 4 のとおり、ボランティア銀行を実施している 36 地区のうち、実際に活動を行った地区は 25 地区であった。ボランティア銀行のサービスの利用者の数は 790 人であり、利用会員のうちおよそ 7 割の方がボランティア銀行を利用していた。サービスの提供をした協力者の数は 868 人であり、協力会員のうちおよそ 6 割の方がボランティア銀行に協力していた。利用者が利用したすべてのサービスの回数は 2,885 回であり、利用時間は 3,392 時間であった。

図表 4 - 4 活動・利用状況（平成 24 年度）

実活動地区数	延利用者	延協力者	延回数	延時間
地区 25	人 790	人 868	回 2,885	時間 3,392

（出所）市社協

#### 4.2.3 点数預託・払出状況

平成 24 年度の点数預託・払出状況を見てみる。図表 4 - 5 のとおり、利用時間数 3,392 時間のうち、金銭清算は 1,389 時間、預託点数は 2,003 点であった。金銭清算よりも預託点数のほうが 2 割ほど多く、ボランティア銀行の協力会員の方は謝金を受け取るよりも、将来に備えサービスを受けるために点数を受け取った方が多かった。

払出点数のうち、現物（サービス）を受けとったのは本人（協力会員自身）が 64 点。贈与（協力会員自身の代わりに配偶者や父母など）が 90 点であった。現金（慰労金）として振出されたのは 2,577 点であった。



図表 4 - 5 点数預託・払出状況（平成 24 年度）

延時間数	金銭清算	預託点数	払出点数		差引預託 点 数
			現物(サービス)	現金(慰労 金)	
時間 3,392	時間 1,389	点 2,003	点 64 (本人) 90 (贈与)	点 2,577	点 △728

（出所）市社協

#### 4.2.4 サービスの内訳

平成 24 年度のサービスの内訳を見てみる。図表 4 - 6 のとおり、もっとも利用されたサービスは「住居等の掃除・整理」で、回数にすると 1,051 回、時間にすると 1,379 時間であった。次に利用されたサービスは「買い物」で、回数にすると 1,036 回、時間にすると 969 時間であった。3 番目に利用されたサービスは「通院・外出時の介助」で、回数にすると 221 回、時間にすると 412 時間であった。したがって、ボランティア銀行のサービスの中で、買い物支援のサービスが多く利用されていることがわかる。

また、事業開始からの累計を見ると、もっとも多く利用されているサービスは「通院・外出時の介助」で、回数にすると 66,133 回で、時間にすると 57,254 時間であった。次に多く利用されているサービスは「住居等の掃除・整理」で、回数にすると 18,921 回、時間にすると 25,921 時間であった。3 番目に多く利用されたサービスは「食事の世話」で、回数にすると 10,495 回、時間にすると 15,253 時間であった。「買い物」は 4 番目で、回数にすると 9,331 回で、時間にすると 9,766 時間であった。「買い物」は事業開始からの累計では、「通院・外出時の介助」、「食事の世話」に比べると回数・時間とも低いですが、平成 24 年度では「買い物」は「通院・外出時の介助」のおよそ 4 倍以上、「食事の世話」のおよそ 6 倍以上である。したがって近年では、買い物支援が必要とされているといえる。

図表 4 - 6 サービスの内訳（平成 24 年度）

24 年度のサービスの内訳			事業開始からの累計		
サービス内容		回 数	時間数	回 数	時間数
1	身の回りの世話	59	60	6,262	9,229
2	入浴の介助	0	0	107	141
3	病気の看護	10	26	235	411
4	通院・外出時の介助	221	412	66,133	57,254
5	食事の世話	168	174	10,495	15,253
6	衣類洗濯・補修	1	1	896	1,225
7	住居等の掃除・整理	1,051	1,379	18,921	25,921
8	住居の補修	4	4	237	423
9	軽易な雪かき	128	59	1,666	1,008
10	買い物	1,036	969	9,331	9,766
11	官公庁・医療機関等への連絡	29	59	502	808
12	相談相手	5	13	2,611	3,810
13	代筆	0	0	91	127
14	朗読	0	0	0	0
15	留守番	0	0	212	467
16	その他	173	236	6,348	7,887
計		2,885	3,392	124,047	133,730

（出所）市社協

### 4.3 買い物支援状況

ここでは、市社協のコーディネーターの方からお話しして頂いた、長岡地域の買い物支援の実施状況をまとめていく。

#### 4.3.1 活動概要

活動概要は以下の通りである。

日時：平成 25 年 7 月 2 日（火）

時間：14:40～16:10

場所：長岡大学 212 教室

講師：社会福祉法人長岡市社会福祉協議会本部事務局地域福祉課課長 本間和也 様

参加者：米山ゼミ生 13 名、米山先生

#### 4.3.2 買い物支援の実施状況

- ・現在長岡地域でボランティア銀行の買い物支援活動を実施しているのは31地区であり、この地区の分け方はおよそ小学校の校区内で区切られている。
- ・協力会員の方は基本的には自分の地区内で買い物支援をおこなっている。そのことにより、地区ごとで協力会員の数に差がでてしまい、協力会員の方が多い地区と少ない地区がでてしまっている。
- ・歩いて行ける距離に利用会員のかたが住んでいれば、車や交通機関を利用しなくてもいい人もいる
- ・利用会員の方が、協力会員の方に直接支援を申し込むことはなく、町内会長・ケアマネ・民生委員・地域包括センターが間に入る。
- ・買い物支援の仕方には、依頼を受けての買い出しと、利用会員のかたに付き添って買い物をする2通りがある。実際は買い出しのほうが多く、付き添いだと事故の心配がある。
- ・買い物支援のみを頼んでいるかたは少なく、ほかのサービスも一緒に受けている
- ・買い物支援を利用する頻度は様々で、定期的に頼んでいる方もいれば、天気の悪いときだけなどの人もいる。

#### 4.3.3 高齢者状況

長岡地域の場合、買い物支援サービスを受けている利用者は、郊外よりも街なかのほうが多くなっている。それは、若い人たちは周辺地くに移り住むことで、街中には高齢者世帯がおおくなっているからである。

#### 4.3.4 買い物物品・支払方法

- ・主な買い物物品としては、食料品・日用品・衣類が多い。家族に頼みにくいものや、女性用のものは、女性の協力会員の方に頼む人もいる
- ・支払方法には、毎回決まった金額を用意している方法や、協力会員の方が先に支払っておき後からもらう方法など様々である。

#### 4.3.5 苦労点

買い物支援において、協力会員のかたが何でもできるわけではないというのがコーディネートの苦労する点である。その理由として、協力会員の高齢化により体力が必要なことが出来ないのが、買い物支援は難しくなっている。また、協力会員には当然男性もいるので、女性と感覚が違い、買い物支援には向いていないというのがある。

#### 4.4 ボランティア銀行協力会員への聞き取り

ここでは、実際にボランティア銀行の買い物支援をしている協力会員の方にお話をきいたことをまとめる。

#### 4.4.1 調査概要

活動の概要は以下の通りである。

日時：平成 25 年 7 月 30 日（火）

時間：15:00～16:30

場所：長岡市社会福祉協議会（長岡市水道町 3-5-30）

参加者：ボランティア銀行登録者 4 名、長岡市社会福祉協議会職員 1 名  
長岡大生（米山ゼミナール 3.4 年生）12 名、米山先生

#### 4.4.2 調査方法

ボランティア銀行の協力会員のかたにお話を聞くため、市社協に、協力会員のかたに集まっていたいただき、買い物支援のボランティアについて、ヒアリング調査をおこなった。

#### 4.4.3 お話の内容

##### (1) Aさん：民生委員

- ・ 80 歳代の方 3 人の買い物支援をしている
- ・ 自家用車に乗せて、スーパーなどへ付き添っていく
- ・ 車いすがある原信を利用し、値引き日に合わせて買い物をする
- ・ 花屋やくすり屋にも行くことがある
- ・ 買った商品を家の中まで運んだり、保存したりまでする
- ・ その他の支援として、雪かき、銀行への同行、話し相手もする
- ・ 利用者は話がしたいので、買い物支援の時間も長くなる
- ・ 本当は車で送迎は危険であり、現在は、まごころタクシーを推進しているため、ボランティアによる送迎は自粛している
- ・ メモを何度も確認するが希望のものでない時があり、その場合はもう一度買いに行く
- ・ 支払方法は、事前に準備がしてあるお金で支払う
- ・ 協力会員になったきっかけは、親の介護を経験したためである
- ・ 私たちの提案する案については、歩いていけない人はどうするのが疑問である

##### (2) Bさん：ボランティア

- ・ 74 歳の方の買い物支援をしている
- ・ 利用者は歩くことはできるが、外へはあまり出ない方である
- ・ 買い物前に 10 分、買い物に 30 分、その後に 15 分の時間割としている
- ・ 歩いていける距離のスーパーに買い物に行っている
- ・ 利用者の食生活が乱れていても、強くは言えない
- ・ 甘いものなど、利用者の身体にとって悪いとわかっているが、利用者の希望のものを買う
- ・ 冬は体力的にキツイ
- ・ 自分の買い物は後回しになる
- ・ 支払方法は、あらかじめ決められた財布と用意されている 1 万円札で支払う

- ・協力会員になったきっかけは、もっと外に目を向けたいと思ったからである
- ・私たちの提案する案については、対象者は歩ける人だけなのかが疑問である

(3) Cさん：ボランティア

- ・80代の一人暮らしの利用者の買い物支援をしている
- ・利用者は団地の3階に住んでいる
- ・毎週水曜日に買い物にいくと決めている
- ・利用者は調理をすることができる
- ・買いたいものをメモしてもらっておく
- ・訪問が遅くなると心配して電話がくる
- ・週2回の希望があるが、現状では対応できていない
- ・病院に薬を取りに行ってもらいたいとの希望もある
- ・買い物したものが重い
- ・必ずしもヘルパーさんの支えがあるわけではない
- ・支払方法は、毎回用意されている1万円札で支払う
- ・協力会員になったきっかけは、自分の勤めがおわったからである
- ・私たちの提案する案については、送り迎えしてくれるシステムは良いと思う

(4) Dさん：ボランティア

- ・80代の3人の買い物支援
- ・10日に1度に行っている
- ・利用者の方から買うもののメモを受け取って買い物をする
- ・調理ができる方の場合、旬のものを買える
- ・安く、新鮮なものを買うようにしている
- ・長く支援しているので、利用者との信頼関係ができています
- ・スーパーのチラシを利用している
- ・おいしくないなど不満がある場合は、必ずその場で言うようにしている
- ・レシートを保管しておき、ヘルパーさんと共有しあとで支払う
- ・協力会員になったきっかけは、ボランティアが好きで、お年寄りのところに行くのが好きだからである

(5) その他

- ・ボランティアは、マンツーマンで行っている
- ・毎日のように様々なボランティアが行われている
- ・高齢者宅とスーパーまでの距離は、500メートルくらいになるように、コーディネートする
- ・1人の利用者を協力会員が交代で担当する地区もある
- ・サービスの支援を若い人たちにもやってほしいが、自分の仕事もあって難しい
- ・生協を利用するのも手だが、話し相手にはなってくれない

- ・食料品は毎日必要だが、衣料品など毎日必要でないものは、利用者の子どもや家族に頼む
- ・街中の地区の方が買い物支援は多い

#### 4.4.4 まとめ

協力会員4名の方のお話で、共通することをまとめる。

- ・買い物支援は信頼関係が大切である
- ・買い物をする以前に、会話をしたい・コミュニケーションをとりたい利用者が多い
- ・季節（雪）や、年齢・体力的な問題がある
- ・商品の誤購入や、利用者の希望に合わないときがある

#### 4.5 ボランティア銀行利用会員への聞き取り

ここでは、実際にボランティア銀行のサービスを利用している利用会員の方にお話を聞いたことをまとめる。

##### 4.5.1 調査概要

活動の概要は以下の通りである。

##### (1) 神田地区

日時：平成25年11月13日（水）

時間：15:00～16:00

場所：利用者宅

参加者：米山ゼミ生4名、神田コミュニティセンター福祉担当主事2名、利用者1名

##### (2) 栖吉地区

日時：平成25年11月12日（火）

時間：13:00～14:00

場所：利用者宅

参加者：米山ゼミ生3名、利用者1名

##### (3) 中之島地区

日時：11月12日（火）

時間：14:30～15:30

場所：長岡市サンパルコなかのしま

参加者：米山ゼミ生3名、市社協中之島支所職員1名、利用者1名

#### 4.5.2 調査方法

米山ゼミナールの3、4年生が3、4人ずつに分かれて、ヒアリング調査を行った。あらかじめ、市社協のかたに調整をおこなってもらい、日時・時間・インタビューを行う場所は利用会員のかたのやりやすい場所でおこなった。インタビューの時間は、利用会員のかたの負担にならないよう、30分～1時間程度とし、インタビュー時はコミュニティセンターの福祉担当主事の方にも立ち会ってもらったところもあった。事前に質問事項を考えていき、質問をした。

#### 4.5.3 利用会員の回答

##### (1) 神田地区 女性

##### ① 「買い物」に関する質問

- ・自分でも買い物に行くのか  
骨折しているため自分ではいかない。
- ・ボランティアを頼んだきっかけ  
骨折をして自分で買い物に行けなくなったから
- ・1度に買う商品  
1000円～2000円くらい
- ・買い物の時間帯  
お昼くらいが多い。
- ・ボランティアを頼んで良かったこと悪かったこと  
○買い物をしてもらえること ×意見が合わない 商品の間違え

##### ② 「コミュニケーション」に関する質問

- ・普段の会話  
あまりしない。ボランティアの方との会話が多い  
けがのため自分からも外出できない
- ・人とのコミュニケーションをとりたいか  
同年代と話をしたいがそれ以上に若い世代とも会話をしたい
- ・子供と会う機会はあるか  
月に2回ほど病院に連れて行ってもらっている  
会話はその時にする

##### ③ 私たちの提案に関しての質問

「空き家」

- 買い物をしながら休憩できることはうれしい
- 市（いち）とは違い空き家があれば天気を気にせず買い物ができる

(2) 中之島地区 女性

①「買い物」に関する質問

- ・自分で買い物に行くか  
はい
- ・週に何度買い物に行くか  
2回。冬は病院の診察帰りに。
- ・ボランティアを頼んだきっかけ  
夫の介護があるため
- ・一度にどのくらいの買い物をするか。  
食品はボランティア。日用品は自分。自分の目で見たい。
- ・ボランティアを頼んで良かったこと悪かったこと  
良くしてもらっている。悪いことはない。
- ・移動手段  
自転車
- ・買い物の予算  
決めていない
- ・買い物に行く時間帯  
11時くらい 診察の帰り
- ・買い物の場所  
近くのお店

②「コミュニケーション」に関する質問

- ・普段の会話  
近親者
- ・話す内容  
農家の話
- ・人とのコミュニケーションをとりたいか  
はい

③ 私たちの提案に関する質問

- ・近くがいい。品物が多いと疲れる。

(3) 栖吉地区 男性

①「買い物」に関する質問

- ・自分でも買い物に行くことはあるのか  
基本的には行かないが、食糧が足りなくなった際には行く
- ・ボランティアを頼んだきっかけ  
以前は主治医の紹介で社協のヘルパーを頼んでいたが、都合によりヘルパーが買い物に行けなくなったため。ヘルパーには家事全般をやってもらっていたが買い物支援ボランティアに変更してから家事等できることは自分でするようにした。



- ・一度にどれくらいの商品を購入するのか（予算や量）  
4～5千円程度
- ・移動手段  
タクシー
- ・買い物に行く時間  
1時間
- ・買い物する場所  
原信（美沢店）
- ・ボランティアを頼んで良かったこと、悪かったこと  
良かった点は、女性の方なので男性では気が付かないところまで気が回る。  
そのため、旬の食材を教えてくれるのでありがたい。  
悪かった点は、商品を自分の目で直接見て買うことができない。

## ②「コミュニケーション」に関する質問

- ・普段、誰と会話をしているか  
自分と同じように障害者手帳を所持している方とよく話をしている
- ・話す内容や場所  
基本的には相手に自宅に来てもらって話をする
- ・近所の方との交流  
全くない
- ・どの年代の方と話をしたいか  
どの年代でも好き嫌いなく話すことができるが、20歳以上年の差があるとジェネレーションギャップもあり話が合わない。  
同年代の方とは気が合うが、若い人と話すと考え方が違うと感じる。
- ・外出して話をするのか  
夏など天気の良い季節は週に1～2回ほど  
冬は月に2回ほど友人の自宅に行き話をする
- ・子どもや孫とどれくらいの頻度で会っているのか  
孫は高校生のため部活等で忙しくなかなか会うことはできないが、クリスマス・孫の誕生日・お正月等イベントの時には必ず来る。

## ③ 私たちの提案に関しての質問

利用できるのならどちらも利用してみたいが自宅から近い方が良い  
現在はボランティアの方に買い物に行ってもらっているので商品を目で見て購入することはできないので直接商品を見ることができるのは嬉しい。  
1日も早く実現してほしい。

#### 4.5.4 まとめ

利用会員 3 名のかたのお話で共通する点をまとめる。

- ・ 買い物支援は信頼関係が大切である
- ・ 買い物支援で購入する商品は食品が多い
- ・ 近所づきあいが少ないと感じている
- ・ コミュニケーションをとりたいと思っている
- ・ 欲しい商品と違う場合がある
- ・ 買い物支援を利用して良かったと感じている

## 5 買い物支援の課題・ニーズポイント

### 5.1 課題発見

現状分析と長岡市ボランティア銀行を利用している利用者と支援者からのヒヤリングにより以下のようにまとめることにする。

長岡市ボランティア銀行の現状としては、支援者一人に対して複数の利用者を支援している場合が支援者の負担が大きいのが現状である。さらに少子高齢化に伴いボランティア銀行の利用者が年々増えていくのは容易に予想が出来、今後支援者を増やす対策をしなければならない。

また利用者の中には過疎地域在住の方もおり、過疎地域では発展地域より著しく商店が少ない。さらに発展地域から離れた地域では遠方のスーパーやホームセンターに行くことが困難であり、さらに買い物の足となってくれる若者が減少している一方で高齢者は年々増えているのが現状である。

ヒヤリングを行った利用者の現状としては買い物支援に対しおおむね満足してらっしゃった。利用者と支援者双方とも互い信頼関係を持ち、支援者に対し日々の活動に感謝しているようだった。中には支援者の訪問を心待ちにしている利用者の方もいらした。ヒヤリングを行った支援者の方たちは、ボランティア銀行の活動以前から介護に携わっていた方たちが多数おり、介護で培ったノウハウを活かし活動されていた。しかし上記でも記した通り支援者の数が足りておらず、支援者一人に対しての負担が大きいため人員の増員が求められる。



(女性利用者へのインタビュー) (インタビュー風景)

## 5.2 利用者ニーズ

### 5.2.1 利用者からの聞き取り調査から

#### (1) 買い物を自らしたい・もしくは出来ない

ヒヤリングを行った発展地域の利用者は自ら買い物に行き、自分が欲しい商品を買いたいと思っている利用者が多数であった。しかし、高齢に伴い足腰が悪くなり身体が不自由になってしまい結果としてボランティア銀行を利用せざるを得ない状況となっている。

ヒヤリングを行った過疎地域の利用者は足腰が丈夫で自転車に乗り一人でスーパーマーケットまで買い物に行くことは可能ではあるが、毎日遠方のスーパーマーケットまで買物をしに行くのは危険であり、さらに冬場は自転車で買い物に行くことが出来なくなってしまう為ボランティア銀行を利用していた。

#### (2) コミュニケーションをとりたい

ボランティア銀行の利用者の多くは足腰が不自由であり、自宅から容易に外出するのが困難な利用者が多い状況となっている。

今現在自宅に居ながらにしてパソコンやタブレット、スマートフォンなどでインターネットを通し、無料でテレビ電話(Skype等)などを出来るソフトウェアなどがある。しかしそういった高機能な物を高齢者が利用し、活用するには技術的に困難を要してしまう。つまり高齢者が電子機器を使い、他人とコミュニケーションをとることは厳しいと推測される。結果的に高齢者にとってコミュニケーションをとる方法は、直接人と会ってコミュニケーションをとる方法がベストなのである。

しかし、コミュニケーションをとりたいが近所にコミュニケーションをとれる友人が居ないという利用者や、一人暮らしにより話し相手(同年代)が周囲にいないという利用者もいた。そこで周囲の環境的問題と足腰が不自由である身体的問題があり、かつコミュニケーションをとりたい利用者にとってボランティア銀行(支援者)の活動は必要不可欠なのである。

#### (3) 買い物の品目

利用者が支援者を買ってきてもらう品目は主に食料品が多く、次いで日用品(洗剤やせっけんなど)だった。食料品は毎日消費するものなので、支援者を買ってきてもらいたいという理由だった。日用品も毎日消費するものだが食料品ほど多く消費するものではないので、支援者を買ってきてほしいというニーズはあまりなかった。

## 5.3 支援者ニーズ

### 5.3.1 支援者への聞き取り調査から

#### (1) 高齢者支援

ヒヤリングを行った方に高齢者を支援したくなった理由を聞いた。自分は以前介護職に勤めていたことから高齢者をボランティアで支えたい。という理由でボランティア銀行の支援者として活動を始めた方もいれば、義父の介護をしていたきっかけでボランティア銀行の支援者として活動した方もいる。また、ボランティア大学の先生の紹介で活動を始めたという方もいた。他に高齢者とコミュニケーションをとりたいという意見や、自分の近くに住む高齢者を支援したいという意見や、高齢者の見守りもしやお手伝いをしたいという意見もあった。

#### (2) 買い物要望内容

利用者から支援者へ買い物の要望内容は、直接利用者が商品を見て買いたいという利用者からの意見などがある。そのためヒヤリングを行った支援者のお一人は、利用者の要望に応じて一緒に買い物に連れていく場合があるとおっしゃっていた。(※本来利用者を連れて行くことは原則禁止である。)

また、利用者が同行しない場合の方は大概の方は口頭や、メモを渡されてリストに沿った商品を購入する。他にはスーパーマーケットの特売日の広告を支援者に見せ、特売品の中から買って来て欲しい商品を指定される場合があるようだ。

#### (3) 買い物場所の要望

長岡市中心部の支援者は基本的に利用者の自宅から近いスーパーマーケット（原信やウオロクなど）で商品を購入する。理由としては、品揃えが良く、低価格でさらに利用者が近所のスーパーであれば何が置いてあるかおおよそ把握出来てあるからだ。また支援者も基本的には徒歩で買い物に行くため、近場のスーパーを利用している。

また長岡市の郊外エリアに住む利用者の方は支援者に買い物を依頼し、支援者は車で近郊のスーパーマーケットで買い物をする。郊外に住む利用者は上記同様メモ等を支援者に渡し、支援者は車でスーパーマーケット等に行き買い物をする。

## 5.4 住民・行政に期待されるニーズ

### 5.4.1 住民への期待されているニーズ

高齢者は自分の居住している場所へ直接スーパーが来てくれ、自分以外の人に物を買ってきてもらうのではなく自分の目で買い物を気軽に買い物が出来るようになることを希望している。さらに利用者同士で会話や近所の友人などと世間話しなどをする事によってコミュニケーションも図ることもでき、さらに一般の近隣住民も利便性が増すことが期待できる。

### 5.4.2 行政に期待されるニーズ

行政に対してもメリットがあると我々は考えている。期待出来ることを下記にまとめた。

	期待出来ること	左記からさらに期待出来ること
①	・長岡市の PR が出来る。	長岡市の先進性を全国に情報発信出来る。
②	・商品購入の際、栄養指導が出来る。	高齢者の栄養指導が可能となる。
③	・健康寿命が延びる。	健康寿命が延び、社会保障低減も期待出来る。

#### (1)長岡市の PR が出来る。

という期待は上記で記したが、長岡市が全国に先駆けた取り組みを行う。また長岡市全体で取り組むことによりマスコミが長岡市の取り組みを評価し、テレビや新聞なので情報を発信する。発信すれば県内もしくは全国に PR することが可能である。マスコミが情報発信することで他の市町村の住民や全国の方に長岡市の先進性、福祉サービスの充実を広く発信することが出来る。情報発信をすることで注目集まる。そのことにより先進的で、福祉サービスも充実し老後はゆっくり緑ゆたかな長岡市でスローライフを過ごそうと思う方も大勢いるはずだ。長岡市へ移住してくる住民が増えれば長岡市の経済はさらに発展し、今後は新潟県第2位の市としてますます成長していくはずだ。

#### (2)商品購入の際、栄養指導が出来る。

利用者に栄養バランスを考えたメニュー等をアドバイスする。特に高齢の利用者に対しては購入しようとする商品を一品一品チェックし、アドバイスする。また塩分や糖分など偏った商品を購入しようとする利用者には購入しないよう勧め、バランスの取れたメニューの提案をし、バランスの取れた商品を購入するよう勧める。利用者はバランスのとれた食事を摂取することにより、健康寿命が延びることが期待出来る。

### (3)健康寿命が延びる。

バランスの取れた食事を摂取することと、定期的に移動型販売に来店するという運動行為と、来店した際の利用者同士のコミュニケーションを図ることで健康寿命が延びる期待が出来る。さらに利用者の健康寿命が延びるだけでなく、健康寿命が延びると社会保障負担低減の期待が大きくもたれる。

以下は健康寿命について厚生労働省のホームページから抜粋したものである。

(URL: [http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/dl/chiiki-gyousei\\_03\\_02.pdf](http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/dl/chiiki-gyousei_03_02.pdf))

平均寿命と健康寿命との差は、日常生活に制限のある「不健康な期間」を意味する。

平均寿命と健康寿命（日常生活に制限のない期間）の差は、平成22年で、男性が9.13年、女性が12.68年となっている。今後平均寿命の延伸に伴い、こうした健康寿命との差が拡大すれば、医療費や介護給付費の多くを消費する期間が増大することになります。疾病予防と健康増進、介護予防などによって、平均寿命と健康寿命の差を短縮することができれば、個人の生活の質の低下を防ぐとともに、社会保障負担の軽減も期待できる。健康寿命について平成13年と平成22年を比べると、男性は69.40年から70.42年へと1.02年、女性は72.65年から73.62年と0.97年延びている。一方、平均寿命をみると同期間で、男性は78.07年から79.55年へと1.48年、女性は84.93年から86.30年へと1.37年延びている。また、国立社会保障・人口問題研究所の日本の将来推計人口（平成24年1月推計）によれば、平成25年から平成34年にかけて、平均寿命は男性では80.09年から81.15年へと1.06年、女性では86.80年から87.87年へと1.07年とさらに延びることが予測される。今後、こうした平均寿命の延伸とともに、健康な期間だけでなく、不健康な期間も延びることが予想される。国民の健康づくりの一層の推進を図り、平均寿命の延び以上に健康寿命を延ばす（不健康な状態になる時点を遅らせる）ことは個人の生活の質の低下を防ぐ観点、社会的負担を軽減する観点からも重要である。

## 5.5 まとめ

長岡市のボランティア銀行の利用者の多くは自分の目で見て買い物をしたいという希望や、近隣住民の方々とのコミュニケーションなどをとりたいこと分かった。

また健康寿命が延びるなど行政への期待出来るニーズポイントもあることから、新たな支援策を提案する。

## 6.1 解決手段

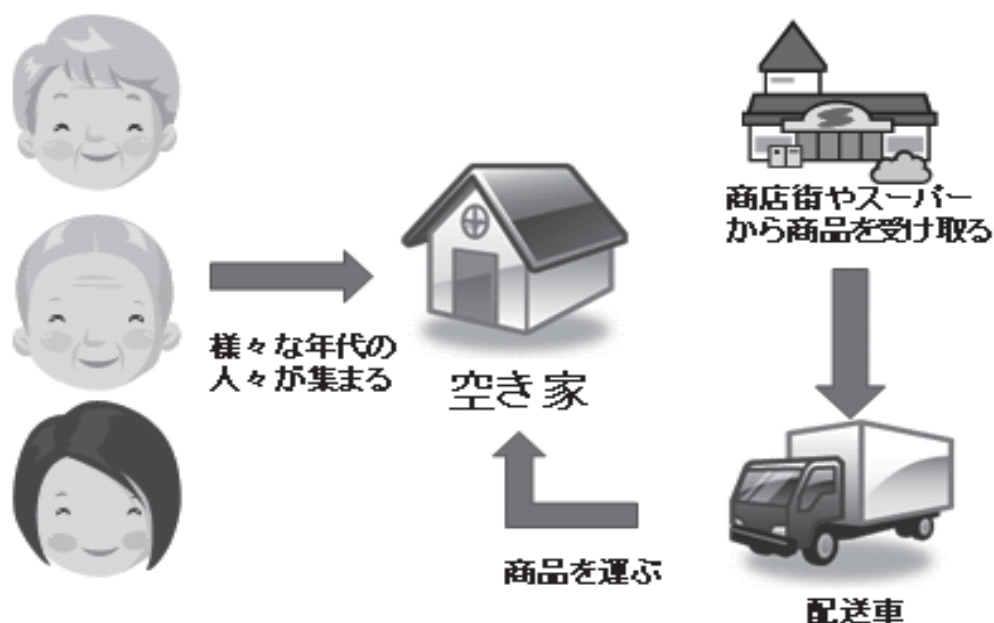
### 6.1.1 「空き家を使った移動販売型買い物支援」

私たちは新たな買い物支援として「空き家を使った移動販売型買い物支援」（市場併用）という案を考案した。

### 6.1.2 支援内容の説明

これは、その地域にある使われなくなった家もしくは学校や商業施設をそのまま放置せずにリノベーションを行い地域の人たちが買い物や休憩、災害時には避難所になるようなコミュニティスペースとして作り直す。商店街やスーパーから商品受け取り、販売車で商品を運ぶ。そうすることで、その地域の様々な年代の人々が集まることが可能となる。また、移動販売車で地域ごとに作ったコミュニティスペースに向向いて簡易的な店を開き、お店に来た人は買い物をしながらコミュニティスペースで地域の人たちと交流することができるというものである。月二回に「市（いち）」を行うことも私たちは考えている。

図表 6-1 イメージ図





### 6.1.3 メリット

「空き家を使った移動販売型買い物支援」（市場併用）

私たちが提案する「空き家を使った移動販売型買い物支援」のメリットは以下の事が上げられる。

図表 6-2 メリット一覧表

	期待出来ること	左記からさらに期待出来ること
①	・わざわざ車を出さずに買い物が出来る。	・車を出さない為CO2削減に繋がる
②	・利用者同士でコミュニケーションをとれる。	・コミュニケーションをすることにより脳を活性化出来る。
③	・地域の人を知ることが出来る。	・今までになかった新たな交流が出来る。
④	・お茶のみサロンになる。	・今までよりも繋がりが親密になる。
⑤	・評判により利用者が増える。	・他の町内にも出店の可能性がある。
⑥	・他の町内もすることで脚光を浴びる可能性	・脚光を浴びることで新潟県や全国にPR出来、活動が広まる可能性がある。
⑦	・全国に広まれば、利便性の悪い地域に住む住民すべての利便性が高まる可能性	・活気が薄れている地域もこの案件で活気づく可能性がある。
⑧	・「市（いち）」を行えば、様々な年代の人と交流が出来る。	・⑦と同様に地域が活気づく。

①わざわざ車を出さずに買い物が出来る。という期待は普段自動車を活用する利用者は近場に移動スーパーマーケットが来て販売してくれるため、自動車を利用せずに買い物が出来る。その為CO2排出を抑えることが可能である。さらにガソリンなどの限りある資源の節約にもなり、利用者はガソリン代の節約にもなる。

②利用者同士でコミュニケーションをとれる。という期待は普段外出しない利用者も買い物ついでに他の利用者とコミュニケーションが図れることが可能である。また一人暮らしで普段会話しない人にとっては脳の活性化にもなり、アルツハイマーの抑制にも期待が出来る。

③地域の人を知ることが出来る。という期待は地域の世帯数が多い長岡市中心部などで今まで知らなかった人や近所ではあるが世代が離れている住民とも新たな交流が出来る期待をもてる。

④お茶のみサロンになる。という期待は買い物をしに行かなくとも利用者同士のコミュニケーションの輪が広がり、今までよりさらに親密になり災害時や緊急事態が発生してもお互い助け合い、相互扶助の関係が出来る可能性がある。

⑤評判により利用者が増える。という期待は事業開始当初は利用者が少なくとも、事業内容が利用者から高く評価してもらえば口コミで噂は広まり利用者増大の期待がもてる。さらに他の町内へ噂が広まれば、他の町内での出店が可能となる期待がもてる。

⑥他の町内もすることで脚光を浴びる可能性。という期待は長岡市の一部の地域だけで「空き家を使った移動販売型買い物支援」を行っているのではなく、長岡市の多くの地域が「空き家を使った移動販売型買い物支援」を行えばマスコミ等に広く情報発信することが出来、新潟県内や全国に取り組みをPR出来る可能性があり普及啓発の期待がもてる。

⑦全国に広まれば、利便性の悪い地域に住む住民すべての利便性が高まる可能性。という期待は現在長岡市だけではなく、高齢者社会により全国的にこの買い物支援の課題は全国の自治体に課せられた問題である。このことから「空き家を使った移動販売型買い物支援」を長岡市は新たに全国の自治体の先陣を切ってスタートし、そして発展させ全国でこの案件が広がれば買い物弱者問題で悩む自治体にアピール出来る上、今まで買い物が困難であった地域の利用者は

非常に便利になる可能性がある。

⑧「市（いち）」を行えば、様々な年代の人と交流が出来る。という期待は、②と同様にコミュニケーションを取ることが可能となり、行った地域の活性化にも繋がる。

上記のことより私たちが考案した「空き家を使った移動販売型買い物支援」が実際に長岡市で執り行うことが可能であれば、上記で記した内容の事柄が大いに期待出来る。

#### 6.1.4 課題

先に上げた、私たちが提案する「空き家を使った移動販売型買い物支援」（市場併用）のメリットには主に4つの課題をクリアしなければならない。

1つ目に空き家や移動販売に使う販売車を誰が管理するかということである。市もしくは町内会や集落単位なのかが問題となってくる。

2つ目に資金面である。建物を管理するので、予算が膨大になってしまう。それをどのように工面するかが問題となる。

3つ目に情報面である。

「空き家を使った移動販売型買い物支援」（市場併用）。この活動でお店を開く上で、お客様が集まらなると意味をなさない。開催するという情報をどのように告知するのが問題となってくる。

4つ目に事業者との協力体制である。

「市（いち）」を行う上で事業者との協力が必要となってくる。商店街やスーパー、どの団体なら協力を得られるかが問題となる。

### 6.2 活用資源

#### 6.2.1 空き家の活用

私たちが提案するこの案に空き家がなければ始まらない。放置されて使われなくなった小学校・公民館・潰れてしまったお店などを借りて、活用する。

空き家がない地域はこの案が使えないのかという疑問が浮かんだが、公民館を借り、空き家でなくてもガレージ等を借りて行えると考えられる。

#### 6.2.2 ボランティアの活用

空き家を借りてお店を開いたとしても、お店を機能させるには人員が必要である。そのためボランティア銀行の会員・地域ボランティアの方々のお力を借りて、お店を機能させる。

### 6.3 今後の課題

#### 6.3.1 車両の確保・空き家の確保・人的確保

##### 6.3.1.1 車両の確保

商品を届けるための配送車を確保するために越後交通からバスを借りる。県、市、地区、町内会に車を買っていただく。ワゴン車や軽トラ、生鮮食品が新鮮なままにお届けできる設備がある車が必要とされる。スーパーなどの小売店が独自に車両の確保。市町村が車を買ひ、貸し与える場合や小売店が購入した車両に補助金を支給することも想定される。

#### **6.3.1.2 空き家の確保**

空き家を見つける事は、さほど難しくない。インターネット上に空き家バンクと言うページがある。このページを使って空き家を探すことは容易であると考えられる。見つけるまでは良い。問題は、確保である。失わないように手に入れるためには、金銭的な問題、責任者を誰にするのか、などといった問題が考えられる。そここのところは来年以降話し合う必要がある。

#### **6.3.1.3 ボランティアの確保**

ボランティア銀行については現在の活動が活発なので、さらなる推進をしてもらう。そのためには、移動スーパーが来る空き家の近隣に住む方々もボランティア銀行に推進してもらう。

社会福祉協議会についてはボランティア銀行の事を周知していただくために、講座の開催やボランティア体験を行ってもらい関心を高めてもらう。

近隣の住民に呼びかけボランティアを行ってくれる人を確保する。自分の将来のことを踏まえて近隣同士の助け合い（相互扶助）を高める。

## 7. 効果と影響の推測

高齢者にアンケートを取った結果、ニーズが 3 点あった。自宅の近くで買い物をしたい事と、商品を自分の目で見て決めたいこと、そして、コミュニケーションが取りたいということである。私たちの提案は、この 3 点を包括していると考ええる。

### 7.1 推測している効果

#### 7.1.1 近所で買い物ができるという効果

地域密着型の移動販売を行うため、高齢者の身近な空き家（コミュニテースペース）に行き商品を展開する。このことから、高齢者自身の自宅の近くで買い物ができるというニーズが満たされることとなる。

自宅の近くで買い物ができるということは、もっとも重要な事だと思われる。調査の結果に、全員が遠くのスーパーよりも近くで買い物がしたいと答えている。足が不自由なことや、運動能力が衰えている高齢者にとっては、遠くまで行くには酷な話といえる。だからこそ、買物代行という形で高齢者の買物支援を行っている、ボランティア銀行の買物支援に頼むが、そもそも、自分の足で通える範囲に自分の買いたい商品が置いてある店があるに越したとはない。下半身に障害があり、歩くことさえ困難な高齢者の場合は、買物代行のボランティアに頼むこととなろうとも、利用者のお宅に届ける性質をもつこのボランティア側からしても、利用者のお宅の近くにお店があれば楽であると考えられる。

#### 7.1.2 商品を自分の目で見て決める事が出来る効果

上記に説明した通り近所にお店があるとする。もし利用者が、健常者だと仮説立てると、調査の結果から自分で買い物に行くということが導きだされる。それを踏まえると、連鎖的に頭を使うという嬉しい効果ももたらせられることとなる。

まず、買い物は、その場の商品を自分の目で見て、肌で感じて、頭で料理のメニューを考えたり、家にあるティッシュペーパー、トイレットペーパーといった消耗品の数を思い出したり、時には、衝動買いをしながら楽しむべきものではないだろうか。そして、調査の結果に買い物は自分でしたいと全員が答えていた。さらに、買い物は、頭を使う。日常的に行う家事の中で頭を使う事はそう多くない。

頭を使うということは、認知症の予防にもなる。買ってきた食材で、料理をすることも大切な認知症の予防方法のひとつだ。料理は、メニューを考える事で、頭を使い、ナイフや、包丁を使う事で手と、指を使う。これらの行動は、認知症予防に大きく効果があると、近年様々な研究から明らかになってきている。

地域密着の移動販売を行う事は、高齢者のこの様な買い物における最重要と思われるニーズに応える事ができ、さらには、毎日の健康で文化的な日常を送る事に繋がると考える。

#### 7.1.3 コミュニケーションができるという効果

そして、もうひとつのコミュニケーションのニーズも満たされると推測する。

私たちの提案では、空き家（コミュニテースペース）に商品を展開するため、その場所に人が集まることを前提としている。集まる人たちは、みな近くで買い物ができる場所を望んでいた高齢者の人々であると考えられる。同じ年代、近所、近くで買い物ができるとして、コミュニケーションを望んでいた者同士が集まるわけであり、利用者同士で交流が生まれる可能性が考えられるからだ。

ただ、人間は、皆がみな何のきっかけも無しに仲良くなれるわけではない。すぐに、誰とでも仲良くなる人もいるが、仲良くなることに時間のかかる人もいる。十人十色なのである。

なので、近所の者同士で交流会や、時間的に限りのあるコミュニティーセンターの帰路時に立ち寄れるようにすれば、交流が生まれるのかもしれない。この様な事となれば、コミュニケーションがしたいという高齢者のニーズに応える事が出来る。

また、市（いち）の開催を私たちは考えている。空き家（コミュニティースペース）を中心として市場（いちば）を開催する。

その付近の住民などがそれぞれ有志で参加する。提供するものは、自家製の野菜や、穀物、自分で作った品物を販売する。もっともこれは、農家や、自家栽培で野菜などを作っている家庭が近所になれば開けないが、開けた場合は、社会貢献になるだけでなく、良いコミュニケーションの場ができることとなる。

さらに、買物が不自由な高齢者の多くは、『世の中から取り残されている』という疎外感を感じる事がある。この私たちの案が受け入れられたのならば、この様な悲しい感情を払拭できると信じている。

## 7.2 予測している影響

さらに、私たちの案には高齢者のニーズに応える事以外にも2点の付加価値がつくと現段階で予想している。

### 7.2.1 交流の幅が広がるという影響

その空き家（コミュニティースペース）に集まる人が高齢者に限られないということである。

場所によって異なるが、近所の夫婦、親子、子供、若者といった人たちも立ち寄る可能性もある。近くにあるという事はそれだけで大きなメリットとなる。近所の夫婦、親子は休日の自宅でゆっくりしたい時などは近くに昼食や夕食のときに利用できる。遠くまで移動手段に乏しいであろう子供や、学校帰りの子供にはそのまま立ち寄る事が出来る。子供は、様々な文化に触れる事が出来、豊かな人間性と多様性を育む事が出来る。

これらの事を踏まえると、高齢者が高齢者同士の交流をするばかりだけではなく、近隣住民が、近隣住民同士の交流をすることができると言える。

また、市場（市場）を開いた場合にも同じことが考えられる。地域における合意や、地域住民が一体となった取り組み等の公共性が高められるイベントには、車両通行止めにする事ができる。市（いち）を開催している道路を通る人は、高齢者に限られないため交通規制を設ける。そのようにすることで、交通車両を気にせず、様々な年齢層の人が市（いち）で交流が生まれるのではないだろうか。

### 7.2.2 空き家の解消に一役担う可能性があるという影響

空き家とは、文字通り人が住んでいない家の事である。

また、空き家は、そのままでは将来において外部不経済（公害）を引き起こす可能性が高い。

空き家率については、2008年では、13.1%であるが、現状維持で行く場合、その20年後の2028年には23.7%になると予想されている。

だが、この数値は、このまま何もしない場合である。新設住宅着工戸数の抑制と空き家の除去をした場合、10年後の空き家率は、何もしない場合から8%減少する15.7%になる。空き家を再利用することを前提としている私たちの案はこの空き家除去に貢献できるのではないだろうか。

### 7.3 実施に向けた方策

では、これからどうすればいいのかと言うと、残念ながら、その方法を話し合うまで至らなかった。実施に向けた方策なるものは、来年のゼミ生に任せることとしたい。

しかし、このまま全てを来年に持ち越すことは、新ゼミ生並びに、現3年生のゼミ生に多大な負担を与えることとなり、申し訳ないと思う。そこで、ひとつの目安として実施に向けた方策なるものの道標として、下記の5項目を残したい。

#### 7.3.1 モデル地域を作りそこで行う

まず、ひとつ目にモデル地域を作りそこで行うということである。

モデル地域となる場所で、試しに行ってみる。企画者の視点で様子を伺うという方法である。この方法をとれば、客観的に問題が浮き彫りになるはずである。

しかし、現段階では、詳細なモデル地域を選定していないので、今年の調査の結果を生かし、①住宅街が密集していて近隣にスーパーが無くなっている地域②過疎により小売店がなく、交通手段も減少している地域③駅前交通は良いが小売店が減少している地域と、以上のような所から選定していきたいと考えている。

#### 7.3.2 移行調査・利用調査をする

モデル地域を設定した後は、本当に利用されているのか、また、利用されている人の不満はあるのかを、調査する事が必要であると考えます。

確かに、私たちは高齢者の買物支援ということで、自分たちでどういう支援が必要なのかを考え、高齢者からの意見も聞いたうえで、独自の考えを提案したが、それらは、いまだ理想論でしかない。

もし、仮に実現したとしても、この支援が利用される人々にとっての良し悪しは、実際に利用した人の意見を聞かなければ分からない。いわゆるクレームと言う形で意見をもらいたいと思う。利用者が今後も私たちの提案に期待をしてくださるなら意見をもらい改善できるはずである。

#### 7.3.3 ボランティアをしてくれる人はいるのか

このプロジェクトに限らず、企画を実行に移すためには、必ず人間の力が必要となってくる。責任者、協力をしてくださる方といった力が必要である。

今回の場合、もっとも安直な方法として、ボランティアを募るという方法があげられる。

経済広報センターの2011年の「ボランティア活動に関する意識・実態調査」によると、東日本大震災後67%の人がボランティア活動の意識が高まり、ボランティア活動に参加したい、機会があればしたいと応えた人が83%にも上った。このことから、ボランティアを募集することは有意義でと言える。

しかし、ボランティアをする方も何かしらの理由があるから参加をするものである。ボランティアに参加する人に参加理由を問われると、社会に役立つあるからが最も多く61%となり、人間として成長できる、自分の能力を生かせる、困っている人の役に立つが、30%台にのぼっている。

以上の事から、私たちの案も、地域の役に、そして、困っている人の役に立つため、ボランティアに参加してくださる可能性が高いと言える。

#### 7.3.4 空き家の確保について

空き家を見つける事は、さほど難しくない。インターネット上に空き家バンクと言うページが

ある。このページを使って長岡の空き家を探すことは、容易であると考え。見つけるまでは良い。問題は、確保である。失わないように手に入れるためには、金銭的な問題、責任者を誰にするのか、などといった問題が考えられる。そここのところは来年以降話し合う必要がある。

### 7.3.5 スーパー等が参入してくれるか

近年の企業は、社会的責任（以下 CSR）を果たさなければならない。CSR の明確な定義はないようだが、企業の利益や、株主のための利益、消費者だけでなく、企業の活動の中で様々な、影響を与える事になる社会的集団の事を考慮しなければならないとされている。

その点を踏まえて考えてみると、地域住民という社会的集団の消費者がいてこそ利益を上げる事が出来るスーパー等は、私たちの提案で利益を見込めると確信してくれれば、協力してくれると考えられる。企業側にとっても CSR を果たすことになり、多くの地域住民にプラスの印象を与えられるため、より顧客の増加が見込めると考える。

もちろん、このことは、学生目線のため間違っているのかも知れないが、もし、自分が買い物弱者で、そのような事を行ってもらったのなら、そのスーパーのファンになり、今後も利用することは、はっきりと宣言できる事は確かである。

だが、最大の課題は、このプロジェクトにおける利益に関して、詳細な資料の作成と説明をしなければならないことである。

## 7.4 総まとめ

私たちは、今年から買い物支援というテーマで活動を始めた。まず、長期的なプランでこのプロジェクトを始めて行く事に決めた。その中で今年は、長岡市の買い物支援の実態を知り、現実の人の意見を聞いて、新規性、有効性のある提案をすることを前提に活動を始めた。

すでに長岡で行われている買い物支援「ボランティア銀行」の協力を得て調査を行い、貴重な生の意見を聞くことができた。特に、信頼関係築くこと、コミュニケーションを図ること、商品のご購入を防ぐことを、実際のボランティアさんと、利用会員の方々から意見を頂戴し、そこから期待されている事を考え、今年目標だった提案をすることまで進める事が出来た。

しかし、こうして1年かけて提案している間にも、買い物弱者に分類される方々は、日々に買い物に困っている状況が続いている。来年以降は、提案で終わらずに実施に向けて活動を行うことが課題である。

さて、去年 2013 年日本漢字能力検定協会が主催する今年の漢字に「輪」が選ばれた。今年の漢字とは、全国から公募した今年の世相を表す漢字の事である。

大きな決め手となったのは、2020年のオリンピック、パラリンピックの東京開催があげられる。当時、報道機関が大々的に取り上げていたことは、記憶に新しい。オリンピック（五輪）に関係するから「輪」というのは、よくわかる。

しかし、「輪」に込められた意味は、全てがすべて、オリンピック関連ではない。台風 30 号で甚大な被害を受けたフィリピンへ過去最大規模の自衛隊の派遣、国境を越えた支援の「輪」、東北地方の一致団結した大きな「輪」で掴んだ、東北楽天イーグルスの優勝と、人の「輪」というものを感じた 2013 年であった。私たちの案も人の「輪」がなければ実現しないものである。地域との「輪」ゼミ生との「輪」このプロジェクトに関わる人たちとの「輪」を持って今後の長岡の町にイノベーションを起こしてほしい。

## 参考文献

一般社団法人日本食農連携機構/財団法人流通経済研究所、農山漁村買い物支援プロジェクト  
(<http://www.kaimono-shien.com/intro/index.html>)

菊池いづみゼミ、2012、「セーフコミュニティの可能性 - 命を大切にすまちづくり -」  
『学生による地域活性化プログラム 平成 24 年度活動報告書』長岡大学地域活性化プログラム推進室

経済広報センター、2011、ニュースリリース  
(<http://www.kkc.or.jp/release/detail.php?page=1&year=2011&id=67>)

経済産業省、「買い物弱者応援マニュアル（第2版）ファイル（前半）」  
([http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/pdf/kaimonomanual\\_ver1.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/pdf/kaimonomanual_ver1.pdf))

経済産業省、「買い物弱者応援マニュアル（第2版）ファイル（後半）」  
(<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/manuaruver2-2.pdf>)

経済産業省、「買い物支援弱者対策支援について（METI/経済産業省）」  
(<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien2010.html>)

国土交通省道路局、路上イベントにおける道路占用の好事例等の紹介  
([http://www.mlit.go.jp/road/sisaku/senyo/event/sen\\_even03.html](http://www.mlit.go.jp/road/sisaku/senyo/event/sen_even03.html))

高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果 平成 22 年度「地域の不便な点」  
(<http://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/h22/sougou/zentai/index.html>)

笹井かおり、2010、「買物難民問題～その現状と解決に向けた取組～」  
([http://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/rippou\\_chousa/backnumber/2010pdf/20100801109.pdf](http://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/rippou_chousa/backnumber/2010pdf/20100801109.pdf))

総務省統計局、人口推計 平成 25 年 12 月報（平成 25 年 7 月確定値、平成 25 年 12 月概算値）  
(<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/new.htm>)

地域教育力再生プラン  
([http://www.bunka.go.jp/geijutsu\\_bunka/11sisaku/plan/pdf/18\\_saisei\\_gaiyou.pdf](http://www.bunka.go.jp/geijutsu_bunka/11sisaku/plan/pdf/18_saisei_gaiyou.pdf))

長岡市、空き家バンク  
(<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/akiya/>)



長岡市、2006、地域福祉・在宅福祉・サービス事業

(<http://www3.shakyo.or.jp/cdvc/jusan/jirei/jirei03.htm>)

日本漢字能力検定協会、2013、「今年の漢字」

([http://www.kanken.or.jp/kanji2013/common/data/release\\_kanji2013.pdf](http://www.kanken.or.jp/kanji2013/common/data/release_kanji2013.pdf))

萩原愛一、2005、「企業の社会的責任」

(<http://www.ndl.go.jp/jp/data/publication/issue/0476.pdf>)

米山秀隆、2012、「空き家率の将来展望と空き家率」

(<http://jp.fujitsu.com/group/fri/downloads/report/research/2012/no392.pdf>)

資料 1

長岡市の高齢者施策勉強会

日時：平成 25 年 6 月 11 日 14:40~15:30

場所：長岡大学 212 教室

講師：長岡市福祉保健部長寿はつらつ課高齢福祉係主査 綿貫哲夫 様

参加者：米山ゼミ生 14 名、米山先生

内容：長岡市の高齢者の現状

長岡市総合計画・後期基本計画に基づく施策の体系の説明

長岡市の介護予防事業の説明

地域包括ケアシステムの説明



## 資料 2

### 車いす体験

日時 平成 25 年 7 月 23 日 (火) 14 : 40 ~ 16 : 10

場所 長岡大学 (一号館、二号館、体育館など)

講師 米山先生

参加者 米山ゼミ生 13 名

#### 概要と活動内容

すこやかともしびまつりで車いす介助のボランティア練習や高齢者が買い物を行うための環境把握を行った。

車いすに乗っている高齢者の不安や不便を実感するため生徒自身が車いすに乗り、三年生と四年生でペアを組み二人一組で長岡大学内を散策した。

段差やエレベーター、トイレ、坂道などバリアフリーが行われている場所、そうでない場所を体験した。



車いす体験風景 坂道



廊下

資料 3

栖吉地区コミュニティセンター「お茶の間会」

日時：平成 25 年 10 月 9 日(水)、23 日(水)、11 月 13 日(水)、27 日(水)、12 月 11 日(水)  
13：30～15：30

場所：栖吉地区コミュニティセンター

参加者：栖吉地区の高齢者  
米山ゼミ生 13 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いとともに、話し合いの時間には買い物についての意向を聞いた。

- 10 月 9 日： 健康寿命を延ばすお話と体操
- 10 月 23 日： くすりの飲み合わせのお話
- 11 月 13 日： 介護予防らくらく運動会
- 11 月 27 日： 大人の読み聞かせ
- 12 月 11 日： 地域の安全安心について



体操の風景



## 資料 4

### すこやかともしびまつり

#### ともしび運動

「ともしび運動」は、1988（昭和 63 年）に旧長岡市においてスタートした。「これは、一人ひとりの持っている思いやりの心、助け合いの心をひとつの『ともしび』として持ち寄り、それを大きく育て、障害のある人もいない人も、高齢者も若者も『ともに生きる仲間』として、誰もがお互いに支えあう社会づくりを目指すもので、」旧長岡市では、この理念に基づき、福祉教育の推進、ふれあいと相互理解や地域活動の促進、ボランティアの育成等の施策を展開し、ノーマライゼーションの理念の普及に大きな成果をあげてきた」（長岡市福祉保健部福祉総務課 2009）。この運動の一環として、年に一度、「すこやか・ともしびまつり」を開催している。

「すこやか・ともしび祭り 2013」の概要とボランティア活動の内容は次のとおりである。

日時 平成 25 年 9 月 28 日（土）、29 日（日） 9：00～16：00

場所 アオーレ長岡

内容（両日）： すことも物販コーナー  
すこともレストラン  
福祉機器展示コーナー  
障害者スポーツ体験コーナー  
第 26 回ともしび運動ポスター展  
福祉のカフェりらん

（28 日）：炊き出し実演

表彰式

ステージアトラクション

（29 日）：ふれ愛コンサート

チャリティーバザー

ボランティア活動の内容：ステージ発表受付

会場設置

来場者車いす介助

キャラクターすくい補助

## 謝辞

本研究において、ご多忙にも関わらず、アンケート調査を快く引き受けて頂いた長岡地域の皆様、ボランティア銀行の皆様、地域活性化プログラム事務職員の方々をはじめ、この研究を支援して下さった多くの関係者の皆様にお礼を申し上げます。ありがとうございました。特に、直接調査にご協力いただいたボランティア会員の皆さま、並びに、ボランティア銀行の利用者様には、貴重なお時間を割いていただき誠にありがとうございました。この場をお借りして感謝致します。

長寿はつらつ課高齢福祉係の綿貫さんには、長岡市における高齢化状況と施策の状況、第五期長岡市高齢者保健福祉計画、介護保険事業計画について説明していただきました。長岡の状況が分かり、その後の調査の具体的な方針が定まりました。

社会福祉協議会の本間課長には、ご公務のお忙しい中で、ボランティア銀行利用会員の方や、ボランティアさんへの調査の際に、相手を見つけて頂くことから、中間発表、成果発表の意見を頂く事まで、様々な面での協力をしてくださり、ありがとうございました。高齢者に対する事業を生業としている方の客観的な意見を聞くことができ、重々反省する点が見えてまいりました。

また、本研究とは直接的な関係ではないですが、高齢者との交流の場を築いてくださった栖吉コミュニティセンターの方々にもお礼申し上げます。おかげで、高齢者にも様々な方がいるという見分を広げる事が出来ました。

こうして、今年の調査を無事終える事が出来たのは、今年から、諸々の諸事情につき、ゼミの教授が交代し、代々引き継いできた研究テーマが継続できなくなり、ゼミ生一同困惑していた中で、買い物支援をしようとして提案して下さった米山准教授のおかげです。調査に必要な関係者様と連絡を取り合い、ゼミ生を導いて下さり、ありがとうございました。本当に感謝の気持ちでいっぱいです。

今後もこの活動を続けて行く予定ではありますが、この先、何があるかわかりません。それでも、このプロジェクトを来年以降も引き継ぐ事が出来れば、関係者の皆さまには、大変ご迷惑をおかけしますが、その培ってきた経験や、意見、人脈等のお力添えをしていただければ幸いです。勝手な意見を申している事は、承知しておりますが、それでも協力して下さる時は、何卒、よろしく願いいたします。

最後に、私たち4年生をサポートしてくれた3年生に感謝します。4年生が戸惑う中で、この買い物支援提案の核となる空き家を使うアイデアと市（いち）を開催するアイデアを閃いたのも3年生でした。この閃きがなければ、ここまで案がまとまらなかったと思います。また、ゼミ生一同で、活動できたのも、一重に、みんなの人柄のおかげだと思っています。おかげでゼミ生同士が仲良くなり、調査が捗ることができました。本当にありがとうございました。