

平成 25 年度

新・買い物支援システム：オンデマンド

商店街の可能性調査・研究

報告書

2014 年 3 月

本書は、(一社)北陸地域づくり協会が公益事業で実施している「北陸地域の活性化に関する研究助成事業」で共同研究を行った[新・買い物支援システム：オンデマンド商店街の可能性調査・研究]の成果をまとめた報告書として、刊行したものです。

2014年3月
一般社団法人 北陸地域づくり協会
企画部

目次

序章 研究の概要

研究の流れ、スケジュール.....	1
研究内容、担当.....	2
共同研究者プロフィール.....	3

第1章 買い物支援システムの運用と課題

1. 研究の前提.....	4
2. 研究事業の概要.....	6
3. 研究事業の運営.....	10
4. 研究事業の成果.....	15

第2章 高齢者の買い物環境に関する実態とニーズ

1. はじめに.....	19
2. 調査概要.....	19
3. 調査結果.....	20
4. まとめ.....	30

第3章 高齢者の生活支援に関する基礎的調査

1. 研究内容.....	31
2. 方法.....	32
3. 結果.....	37
4. 考察.....	38

第4章 ゲーミング・シミュレーションによる地域通貨導入の検討

1. 地域通貨ゲーム.....	41
2. 地域通貨ゲームのフィードバック.....	44
3. 地域通貨導入事例.....	52
4. 津幡町での地域通貨導入にむけて.....	53

第5章 研究成果からの提言

1. 研究全体のまとめ.....	56
2. 提言と今後の課題.....	57

序章 研究の概要

研究の流れ、スケジュール

平成 25 年度の研究の流れについては、3 回の研究会を実施し、研究内容の詳細、研究成果の報告、研究成果の取りまとめ方等を協議した。また、石川県津幡町を対象に買い物弱者の実態とニーズ調査等を行うとともに、インターネットによる買い物支援システムの開発及び買い物支援システムを運用して、実際に商品の注文、配送、受け渡しを行う社会実験を実施した。また、津幡町での地域通貨の導入可能性を検討するため勉強会を実施した。

	研究会	調査 等	設計開発・実験
4 月			
5 月			
6 月			インターネットによる買い物支援システムの設計開発
7 月	4日 第1回	高齢者の買い物環境に関する実態とニーズ調査 高齢者の生活支援に関する基礎的調査	インターネットによる買い物支援システム運用 社会実験
8 月			
9 月			
10 月			
11 月	27日 第2回		
12 月			
1 月		25日 地域通貨勉強会	インターネットによる買い物支援システム運営開始
2 月		17日 地域通貨勉強会	
3 月	3日 第3回 18日 報告会		

図序-1 全体スケジュール

①インターネットによる買い物支援システムの設計開発

内容：買い物弱者が日常生活に必要な商品を購入できるように買い物支援センターにあるインターネット端末を閲覧しながら商品を注文し、参画店舗から集荷、配達をする「買い物支援システム」の設計開発を行った。

担当：石川工業高等専門学校 熊澤 栄二

②高齢者の買い物環境に関する実態とニーズ調査

内容：津幡町役場、津幡町社会福祉協議会の協力を得て、津幡町在住の高齢者を対象に買い物弱者の実態を探るためのアンケート並びに聞き取り調査を実施した。調査結果は、集計分析を行い、今後のニーズを把握、マーケットの規模を推定するとともに買い物支援システムの改良に活用した。

担当：金沢大学 山岸 雅子

③高齢者の生活支援に関する基礎的調査

内容：買い物支援システムの利用者を対象に、利用者の生活状況について聞き取り調査を実施した。調査結果は、集計分析を行い、今後のニーズを把握すると共に買い物支援システムの改良に活用した。

担当：石川県立看護大学 垣花 渉

④買い物支援システム運用社会実験

内容：買い物支援システムを運用して実際に買い物支援センターで注文した商品を注文し、参画店舗からの集荷、配達を行う社会実験を実施した。実施に当たり、買い物支援センター、参画店舗への交渉等の事前準備を行うとともに、社会実験で得られた実績データを検証、本格運用のためのシステム改良に活用した。

担当：石川工業高等専門学校 熊澤 栄二、津幡町商工会

⑤ゲーミング・シミュレーションによる地域通貨導入の検討

内容：買い物弱者支援を更に進化させた地域高齢者をサポートする仕組みを検討するために、津幡町商工会が実施している「ドレミファポイント」をベースに有償ボランティアの報酬としても使用できる地域通貨の導入可能性を探る機会として津幡町役場、社会福祉協議会、津幡町商工会に参加を募り、講師を招き「津幡町だけで使えるお金で地域づくりを考える集い（地域通貨勉強会）」を実施し、買い物支援システムへの導入を検討した。

講師、寄稿：上越教育大学 吉田 昌幸、北陸先端科学技術大学院大学 小林 重人

【共同研究者代表】熊澤 栄二

石川工業高等専門学校 建築学科准教授

【共同研究者】山岸 雅子

金沢大学人間社会研究域 人間科学系教授

【共同研究者】垣花 涉

石川県立看護大学 人間科学領域人間形成系群健康体力科学准教授

【共同研究者】舟田 勉

津幡町商工会 会長

【共同研究者】宮嶋 茂

津幡町商工会 事務局長

【共同研究者】浅谷 保光

津幡町商工会 商業部会 IT 部会長

【地域通貨講師、寄稿】

吉田 昌幸

上越教育大学大学院 学校教育研究科人文・社会教育学系准教授

小林 重人

北陸先端科学技術大学院大学 知識科学研究科助教

【事務局】

一般社団法人 北陸地域づくり協会 企画部長 五十嵐 晃

” ” 企画部副参事 須田 敦司

” ” 企画部主任 大堀 和明

第1章 買い物支援システムの運用と課題

1. 研究の前提

1. 1 研究の背景：津幡町の現状

津幡町は、古代より北陸道の加賀・能登・越中往来の分岐点に位置する宿場町であり、江戸時代には津幡宿として栄えた地である。現在でも「おやど商店街」という地名にその面影を残している。明治22年の町村制により津幡・清水・加賀爪・庄の各村が合併し中心市街地の骨格が据えられた。その後、昭和29年の新設合併により、中条村、笠谷村、井上村、英田村が加わり、続く昭和32年には倶利伽羅村を編入し現在の津幡町の規模が整えられた。近代においても交通の要衝としての機能は変わらず、明治33年には七尾鉄道（現在の七尾線）が北陸本線の津幡駅まで延伸され、後年全線国有化され津幡駅は鉄道の分岐点となる。また同地区は金沢と富山を結ぶ国道8号線と能登方面を結ぶ159号線・里山里海街道への分岐点として、北陸地域の交通の要としての役割を果たしてきた。

加えて、金沢から20km圏域という地の利もあり、平成に行われた中条地区の土地区画整理事業は成功をおさめ、平成25年現在においても津幡町は、人口微増地域（平成26年2月現在で約3万7千人）となっている。

一方、国内の多くの地方都市と同じく、平成3年に施行された所謂、大店法改正（大規模小売店舗法の改正）により大型量販店の出店が相次ぎ（平成9年4月にPlant-3津幡店、同年にコメリパワー津幡店、平成14年6月にアル・プラザ津幡店）、津幡町の中心市街地がかつては賑わったショッピングセンター・スカールも平成13年1月に閉店を余儀なくされた。アル・プラザ津幡店および津幡町文化ホール・シグナスの建設を含む中条地区の土地区画整理事業により、新市街地は順調に発展を遂げるが、先に触れたおやど商店街を含む中心市街地は、スカールの閉店に伴い跡地利用が数年間定まらず、またカジマート中央店、ビッグママなどのスーパーマーケットの閉店・移転、ムラサデパートの閉店により一気に空洞化したことに加え、経営者の高齢化に伴い後継者離れが止まらず、ここ数年は津幡町商店街も宅地化が進みかつての商店街の賑わいも消えつつある。

新市街地の成功とは対照的に、町域全体で110km²におよぶ津幡町は、その行政区内に国内屈指の森林公園（1,150ha）を含む広大な中山間地域を有しているが、それらの地域では過疎・少子高齢化が目に見えて深刻化してきている。平成に入り、中山間地域の生活の支えとなっていた、雑貨店やかかほく市界隈からの行商も高齢化のためか姿を消しつつあるという住民の声を聞くこと



図 1-1-1：津幡町の交通網

も多くなった。また昭和に開発を行った太田・中条地区などのニュータウンでも子育てを終えた世帯の間で俄かに高齢化が進行しており、車を手放した高齢者にとっては徒歩での買い物など身の回りの生活環境が厳しい地域になりつつある。



図 1-1-2 : 津幡町商店街 パピィ 1 通り

以上、津幡町の現状について、商店街の盛衰の沿革を踏まえて示した。津幡町の特徴でもある交通の便が良い点は新市街地の開発を含め人口増加に寄与していることは間違いないが、反って新住民の若い世代等を中心にして、金沢や大型量販店の利用を手軽なものとしてしまい、地元の商店街の客足を奪う状況を加速させてしまっている。言い換えるならば、津幡の交通における地の利を活かして新住民を確保し易いが、金沢や郊外の大型ショッピングセンターに客足を奪われる可能性も高くしてしまう。その一方、中山間地では少子高齢化に伴い買い物支援が必要な住民が確実に増加しているが、中心市街地の商店街がこれらの住民に対して現在までに直接有効な支援を果たすことが地理的にも難しいという地域性も縷々指摘されるところでもある。またニュータウンの地域は中山間地域に比べて買い物環境が良いように思われがちであるが、高齢化が進み車を放棄せざるを得ない住民にとって商店街や郊外の大型量販店までの距離は、徒歩での移動を強いられる高齢者には無視し難い状況を生んでいる。福祉的な観点からも中山間地域と同程度に今後、ニュータウンは買い物支援などの配慮が必要な地域となることを改めて付言しておきたい。

1. 2 研究の背景 : 津幡町商店街の取り組み

買い物弱者に対する黎明期とも言えるべき津幡町商工会の取り組みとして、20年ほど前に消防との連携を基に電話・FAXの活用により、中山間地域の高齢化問題に対応した仕組み作りを試みたようである（御用聞きと見守り活動）。しかし当時としては余りにも時期早々であり、実現に至らなかったとの話を聞く。資料が残されておらずプロジェクトの詳細は残念ながら分からない。

さて、大店法改正により商店街の衰退が顕在化しはじめた平成14年以降、行政の取り組みと連携して、中心市街地の策定と商店街の無電柱化などの中心市街地整備計画が実施された。加えて平成14年8月には、町と商工会それに一般の商工者が出資して中心市街地の活性化と維持に取り組むTMO組織として「株式会社ティたすティ」が設立された。当初、ティたすティは、先にも触れたように大店法改正の影響を受けて、閉店に至ったショッピングセンター・スカールの跡地に津幡小学校の移転・建て替えを誘導し、併せて小学校プールを当時より住民から要望が強かった温水プール・スポーツセンターとして民間経営することで商店街の活性化を図る施策を推進することを大きな目標のひとつとして設立された。当時、石川県内でも実施例が少なかったPFI方式での小学校建て替えに加え、小学校の民営プールの経営という全国でも例の無いユニークな試みであったが、それ故に議会での理解は得られず計画そのものが頓挫し、ティたすティという組織のみを現在に残すことになった。

その後十年近くは、先に記した様に商店街の衰退が徐々に顕在化することになる。しかし平成 24 年度に津幡町商工会は財団法人自治総合センターの「活力ある地域づくり助成事業」の採択を受けて新たな転換点を迎えることになった。当事業では平成 27 年の北陸新幹線開業に向けて観光と商店街の活性化を一体とする事業の実施を目的としていた。具体的には、「携帯サイトを通じた情報発信事業」と「地域の魅力発掘ウォーキング事業」の二つから成り、特にこの買い物支援事業にとって深い関係を持つ携帯サイト（図 1-1-3 参照）の基礎がこの時に設立された。携帯サイト事業は、津幡町の観光事業と連携して機能する仕組みとして設計されており、QR コードを利用して携帯電話で各観光スポットの解説を行う仕組みである「QR 観光看板」と、津幡町商工会加盟店を紹介し利用者に対してクーポン券を発行する「商店街ポータルサイト」の二つの仕組みから構成されている。ポータルサイトからは会員登録が可能であり、商店街加盟店のお得情報を配信することにより、地域外の観光客を商店街に誘客し、また地域内の住民に対しては商店街の情報を定期配信することにより商店街へのリピート率を高めることを目的にデザインされていた。

「活力ある地域づくり助成事業」では津幡町および商工会、津幡町健康ウォーク会との共同による「観こう・歩こう・買いに行こう実行委員会」が設置され、津幡町商工会 IT 部会および石川高専熊澤研究室の共同企画により加盟店の呼び掛け、会員募集を行ってきた。情報を直接利用者にリーチする機能は平成 24 年の段階で整備されたものの、まだ商店街近郊の住民に対する情報提供サービスに留まり、商店街の本工的な活性化につなげる様な、即ち津幡町全域に対して中心市街地への買い物行動を積極的に働きかける仕組みが改めて重要であることが明らかになった。



図 1-1-3：携帯ポータルサイト

2. 研究事業の概要

2. 1 研究事業の目的

本研究事業では、津幡町における中山間地域や都市部など、これからの買い物弱者層に対して買い物環境などの生活支援の仕組みおよび中心市街地への人口回帰となるような高齢者の外出支援を含む高齢者の居場所支援の仕組みを構築することを目的とする。買い物弱者である高齢者や乳幼児の母親等を対象として、商店街と社会福祉協議会、行政等が協力しあい自助・互助・共助・公助などの多様な地域ネットワークを支える組織と買いまわり環境の支援を相互に連動させる仕組みを「オンデマンド商店街」と名付け、商店街を中核として町のもつ福祉支援機能とを一体に機能するヴァーチャル商店街の実現を目指す。

2. 2 研究事業の手法

a. オンデマンド商店街

研究事業の仔細を説明する前に、本研究事業において想定している「オンデマンド商店街」の特徴について示す。『買い物支援サービスの将来性（ネットスーパー編）』（株式会社 矢野経済研究

所,平成 23 年 2 月)によると、経済産業省ではスーパーのビジネスモデルとして、リアル店舗タイプ、センター（物流倉庫）タイプ、システム・アウトソースタイプ、御用聞きタイプの4タイプに区分しているという。また報告書においてネットスーパーとは、既存のスーパーマーケットや店舗を持たない宅配専門の業者がインターネットで注文を受け付け、既存店舗から主に個人宅まで注文商品を即日配達する宅配サービスと、経済産業省では定義づけているという。

業態のモデルタイプからすると本研究事業で試みるオンデマンド商店街は、リアル店舗が抱える品切れ、欠品やバックヤードスペースの問題を解決する訳ではないが、ヴァーチャルスーパーとしては各店舗が恰もバックヤードスペースとして分散されるのでオンデマンド商店街そのものでは寧ろ、センタータイプ的な商品の動き方もあり得る。またシステムそのものは TMO 組織であるティタすティが運営することになるので、システム・アウトソーシングタイプの要素も含まれてくる。さらに商品受け渡しについては専門スタッフが対面型で対応し、さらに将来的には地域コミュニティの核として地域社協としての動きも内包するため御用聞きとしての機能も含んでいる。従って、オンデマンド商店街は既存の商店街機能とまちづくり機能、さらに地域コミュニティ機能を含ませた「複合タイプ」というべき業態をとる。ビジネスモデルとしては既存システムを再構成しているため、特段目新しさはないが、あらゆるタイプを包含するという意味では今までにない業態と考えて良いであろう。

ところで、買い物オーディエンスにとって、買い物フローを検討することで、今までの買い物のビジネスタイプとの差が見出しやすくなる。図 1-2-1 は特にリアルスーパーとネットスーパーの買い物フローを図示し、加えてオンデマンド商店街での買い物フローを比較している。リアルスーパー（あるいは商店街）の場合、各店舗での買い物行動は商品の吟味、会計、荷物の詰め込みまでの作業を個人で行わなければならない、体力の無い高齢者に各店舗を渡り歩く行動は負担が大きくなるざるを得ない。大型スーパーの場合は一店舗で、会計・荷物詰め込みが一度に行える点は高齢者にとってもメリットが大きい、広大な店舗を渡り歩くことは免れず、行動範囲を合理化する解決には成り得ない。その点、ネットスーパーは、買い物オーディエンスにとっては注文

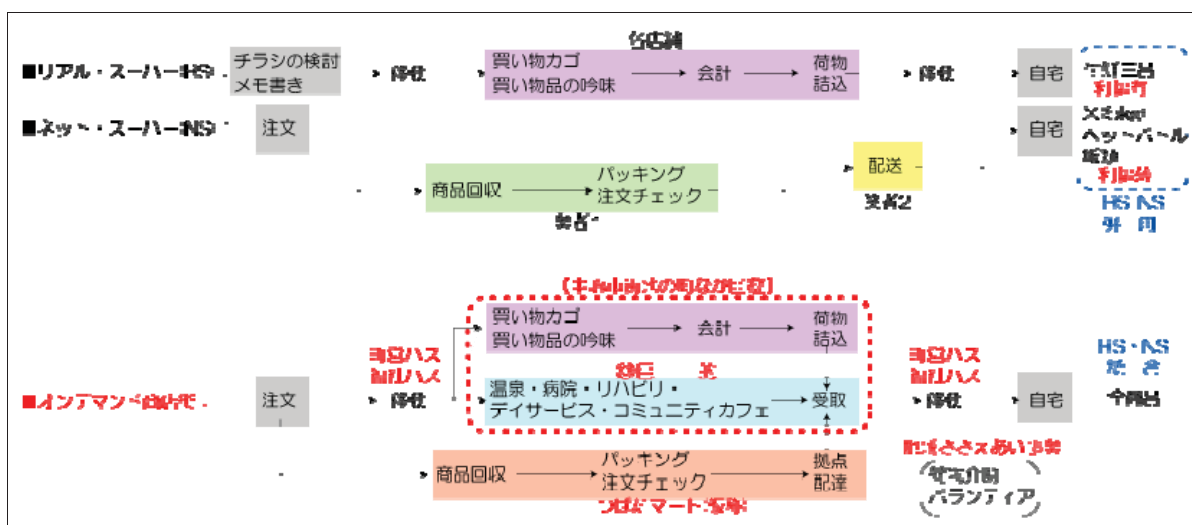


図 1-2-1：買い物フローの比較—オンデマンド商店街の特徴

のみで自宅配送までしてもらえる点は高齢者にも明らかに負担が少ない。特に米、ペットボトルなど荷が嵩張るものは高齢者にとっても負担が小さくてすむという利点がある。しかし商品を直接扱わないという買い物フローは、利用者にとっては生鮮三品を直接選ぶ楽しみがなくなる、というデメリットも示唆している。前掲書によると、リアルもしくはネットの両スーパーは利用者のライフスタイルによって適宜に取捨選択されている状況にあるという。しかし高齢者にとってネットスーパーのメリットも大きい筈だが、実質的にシステム修得までのハードルが高く、リアル店舗を優先して買い物行動をとっているのが実情であろう（因みにネットスーパー利用者の内60代以上の利用者は、全体の7.4%に留まっている（平成24年12月現在、イトーヨーカ堂調べ）。

一方、オンデマンド商店街は、「買い物行動を起こす動機が必ずしも買い物に限らない」点は他のビジネスタイプに当て嵌まらないユニークなところである。温泉、デイサービス、コミュニティ・カフェ利用など、高齢者の外出支援が動機づけになり得る点、そしてまちなかでの行動は高齢者の要求に任せられる点も他とは大きく異なる。

高齢者の買い物オーディの買い物行動として例えば、コミュニティ・カフェでの空き時間で、生鮮三品だけは自分で厳選し、残りの買回り品はオンデマンド商店街の注文サービスを受ける。自宅までは公営バスで移動し、荷が嵩む場合や重い場合は、地域の買い物支援（荷物介助ボランティア）を受けて自宅まで配達支援を受ける、という様に各自の身体機能に即して、ライフスタイルにあわせて買い物フローが可変的に設定できる点（＝オンデマンド）は新しいと言えよう。このような互助・共助システムが中山間地域の独居老人に対する自然な見守り活動となり、日常での不便などを直接商工会加盟店のサービスで解決を図るなど、地域コミュニティが有する既存機能を大いに活用しながら高齢者の日常生活を支える仕組みである点は、寧ろ福祉政策の活動領域をカバーするシステムと解しても良いであろう（表1-2-1参照）。

実際にオンデマンド商店街を運用するためには、図1-2-1に示すような、「地域ポータルサイト」と「ネットスーパー」の二つの機構を想定してデザインがされている。また各機構には地域住民と商店街とをつなげるための具体的な活動として、「商店街誘客促進」「観光・地域情報発信」「ネット注文」「コミュニティ形成」の4つの事業から構成されている。以下、各事業について紹介することにする。

表1-2-1：同分野・他分野との取り組み内容の比較

※各地域での活動内容は、経済産業省「買物支援マニュアル 買い物弱者を支えてくために」（平成23年）を参照した

地域	取り組み内容	商店街活性化	まちなか回遊・老人の居場所	中山間地域	バス利用	商品受け渡し
石川県河北郡津幡町	つばたマート：オンデマンド専門店	○	○	○	○	拠点
埼玉県上原市	さいたま工房：埼玉県内に宇都宮商品の受け渡し拠点を作成。コミュニティサロンを併設	×	○	×	×	拠点
群馬県みなみかみ町	三井物産の産直生協から取り入れるミニスーパー事業や共同サービス、コミュニティ拠点として整備	△	○	○	×	拠点
新潟県十日町市	雇用協定が判明の訪問人の受け渡し拠点（野山田産直ネット）	○	×	○	×	宅配
石川県羽咋郡志賀町	地元白米が産するコミュニティバスの活用やスーパー施設に連携	△	△	○	○	スーパー
広島県安芸高田市	川口産直が中山間地域に届いて委託サービスを行い老人健診施設への配達支援	△	○	○	×	送迎
熊本県阿蘇郡高森町	産直会・スタッフ会連席での買い物代行者を募り、売場に呼び寄せなど	○	×	○	×	宅配

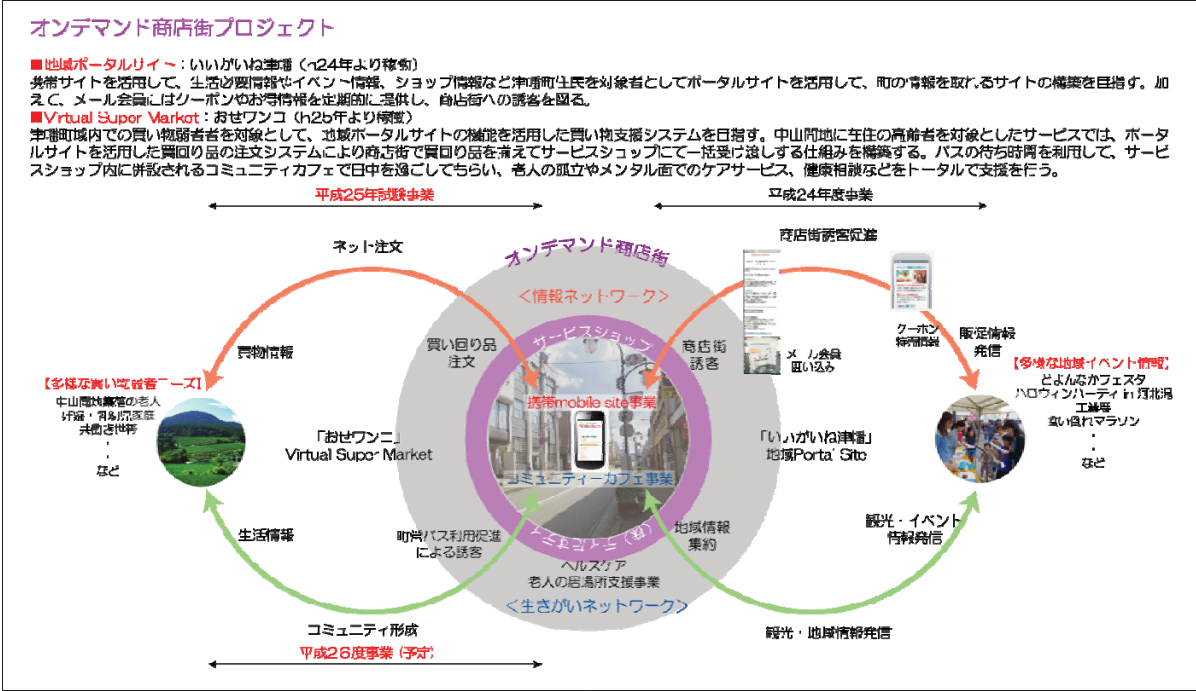


図 1-2-2：オンデマンド商店街概念図

b. 地域ポータルサイト：いいがいね津幡（平成 24 年度より運用開始）

商店街誘客促進：メルマガ会員に対して加盟店のお得情報やお店の魅力を伝える情報を提供することで各個店のリピート率を高める。また地域の販促イベントやクーポンを定期的に配信してサービス面において会員との差別化を図る。

観光・地域情報発信：主に地域外の来町者をターゲットとする。特に津幡町の観光地に来訪する観光客（平成 27 年の北陸新幹線の開業による観光効果など）を想定したサービスとする。加盟店の情報を集約して示し津幡町の商店街で可能なサービスを分かりやすく提示する。また津幡町で行われる定期・不定期のイベント情報を提供して参加を促す。

c. ネットスーパー：おせワンコ（平成 25 年度より運用開始）

ネット注文：「おせワンコ」のシステムを活用した注文集約システムである。携帯端末、PC 端末いずれからからも商店街加盟店で取り扱いのある商品に注文を行い、売れ残りを極力避ける（詳細は「3.2 ヴァーチャルネットスーパー「おせワンコ」の仕組み」を参照）。併せて中山間地の会員に対しては中心市街地での情報を提供する。

コミュニティ形成：地域の有償ボランティアを核としてコミュニティサロン（平成 25 年 4 月現在、7 地区 34 カ所）を買い物支援の拠点として、買い物支援車・移動販売車による拠点配送から自宅への品物の受け渡し支援および独居老人の見守り、地域の困りごと情報を集約・解決する地域社協としての機能を果たす。加えて中心市街地への高齢者の外出支援およびコミュニティ・カフェ等への買い物支援活動を行う。

3. 研究事業の運営

本研究事業は、社会実験を通じた今後の津幡町の将来の制度設計の試みとしての側面が強い。加えて今回導入を試みたヴァーチャルネットスーパーの仕組みは、株式会社 Inter ARTX のオリジナル商品となる。商品の販売フローのみならず、運営そのものにも特徴があるため、その概要について報告する。

3. 1 事業推進の組織

オンデマンド商店街、前節でも指摘した様にビジネスモデルとしては複合タイプと指摘したが、本システムを稼働するためには多様な分野との連携・

企画調整が必要である。また分野横断的な組織を取りまとめていくためには、個別的な現場サイドの課題を解決するためのワーキング活動とその全体を統括する組織、という具合で二階建ての組織が必然的に要求される（図 1-3-1 参照）。

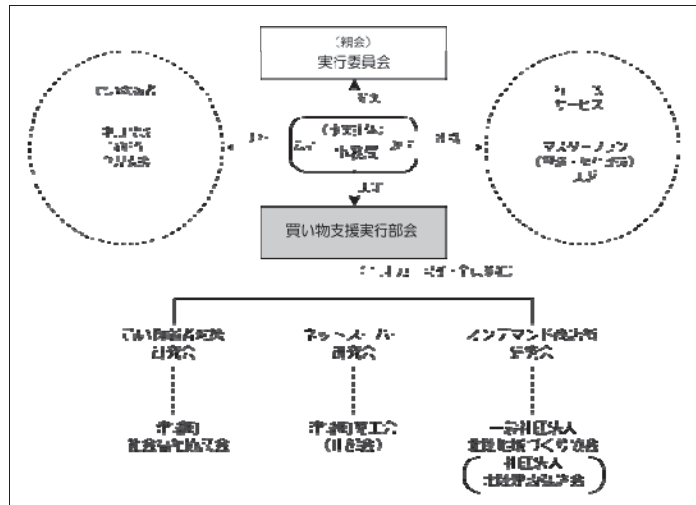


図 1-3-1：買い物支援組織

a. 買い物支援実行委員会（親会）

本事業は、商業と福祉関連組織の連携など町にとってもはじめての取り組みが多く、関係ワーキングでの話し合いが重要な役割を果たしている。ワーキングで検討された案件は「買い物支援実行部会」により各ワーキングの合意形成および企画調整を行う。

買い物支援実行部会で検討を行った案件は、将来的な行政的な施策としていく必要もあり、津幡町副町長をはじめとして社会福祉協議会長、津幡町商工会長さらにワーキング部会長の四者による企画の調整と合意形成を検討する会（親会）として「買い物支援実行委員会」を構える。実行委員会での議決された企画は、各関連組織にて実行する。

b. 買い物支援実行部会（各ワーキング）

部会では、親会である買い物支援実行委員会の決定に従って、個々のワーキングでの課題を集約し、連携ならび企画実行に関する具体的な決定を行う。ワーキングは平成 25 年度での活動として「買い物弱者対策研究会」「ネットスーパー研究会」「オンデマンド商店街研究会」の三つの研究ワーキングから構成されている。以下に、各ワーキングの課題を記す。

- **買い物弱者対策研究会**：平成 26 年に試験稼働を行う買い物支援の有償ボランティア組織、事業内容等について検討を行う。
- **ネットスーパー研究会**：ネットスーパー機能である「おせワンコ」の運用全般に関わる検討、システム全体の検討、津幡町商工会との企画調整を行う。
- **オンデマンド商店街研究会**：中山間地域における買い物状況の調査および高齢者の社会参画による生きがいの向上(QOL 調査)など、基礎データの収集と検討を行う。

3. 2 ヴァーチャルネットスーパー「おせワンコ」の仕組み

a. システムの概要

買い物支援システムは、「買い物支援サービス」で商品の注文やその受け渡しのために使用するシステムのことを指す。「買い物支援サービス」とは、津幡町で設置する「買い物支援センター」において、高齢者等が日常生活に必要な商品を購入することを支援するサービス全般を意味する（図 1-3-2 参照）。

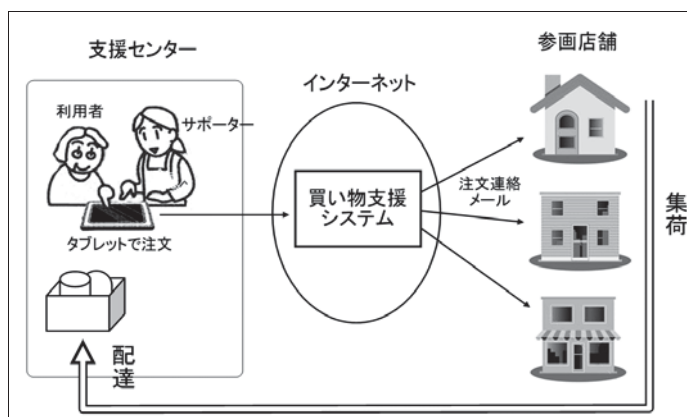


図 1-3-2：買い物支援サービス概要図

b. システム操作概要

買い物支援システムの操作は大きく分けて、利用者用（顧客）、参画小売店用、および買い物支援センター用の 3 つに分かれる（図 1-3-3 参照）。

(1) 利用者の操作

- ・ ログイン
- ・ 商品閲覧
- ・ 注文商品選択・注文数変更・取消し
- ・ 注文確定

(2) 参画小売店の操作

- ・ ログイン
- ・ 商品情報登録・変更
- ・ 商品閲覧
- ・ 受注情報表示

(3) 買い物支援センター

- ・ ログイン
- ・ 参画小売店登録・変更
- ・ 商品シラシ作成・印刷
- ・ 利用者登録・変更
- ・ 注文受け処理
- ・ 受注情報連絡
- ・ 受渡し完了設定
- ・ 受注書印刷
- ・ 売上処理

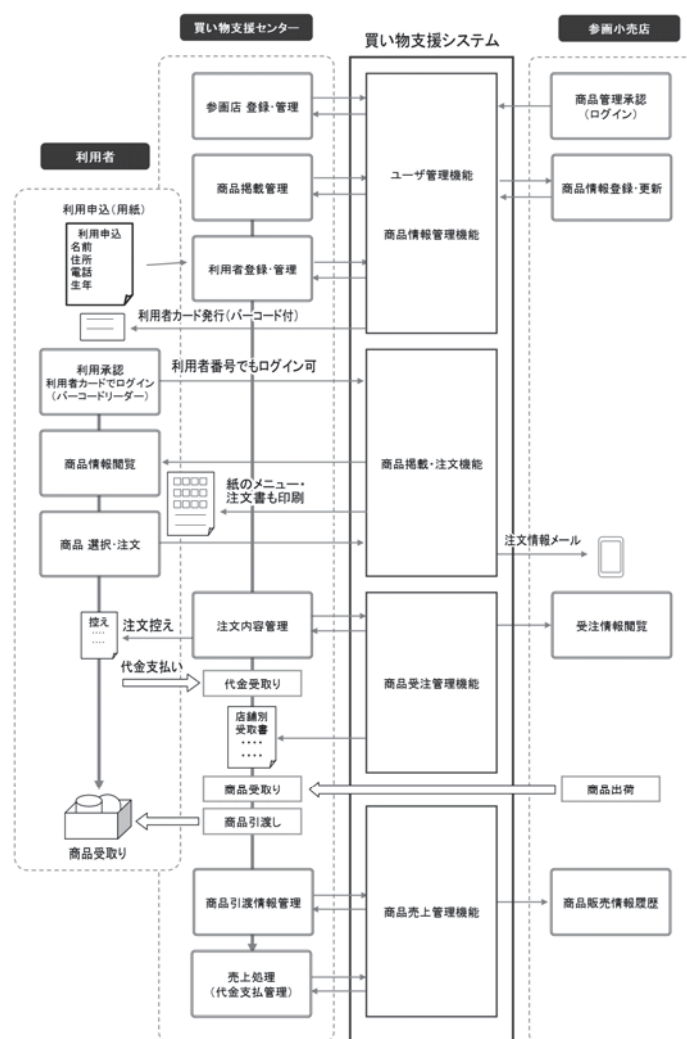


図 1-3-3：システム処理概要図

c. システムの起動

トップページの URL



http://osewanko.net/ordertop.html



買い物支援システム トップページ

d. 利用者の操作

① ログイン



トップページで利用者カードの番号入力
もしくはバーコードリーダーで読み込む



正常にログインの後、登録された利用者情報の名前
を表示

② 商品の閲覧



上部の店舗名を押すと各店舗の商品が表示



〔商品名で探す〕を押し、商品名やメーカーで検索

③注文商品を選ぶ



商品選択：商品選択は「注文」又は画像を押す



注文数変更・取り消し：注文数変更は「-」「+」

注文取り消しは「取消」を押す

④注文確定する



[注文内容を見る]で、注文選択した商品内容の一覧を確認

[注文する]で、注文が確定、「注文控え」が印刷される

⑤その他1 チラシ印刷機能



[ファイル(F)] から [印刷プレビュー] [ページ設定]

で用紙サイズを [B4(拡大縮小)] に設定し [OK]

を押して印刷

⑥その他2 売り上げ集計書の表示



■ 準備操作

① 支援センターでログイン

パソコンの おせワenko を起動

利用開始 で 支援センターの番号（13桁）を入力

② 商品チラシの印刷

情報設定 の **商品チラシ** で商品チラシ作成画面が表示

PAGE1 **PAGE2** **PAGE3** で編集ページを選択

S1 **S2** **S3** で商品を選んでレイアウトを編集

[印刷プレビュー] の **[ページ設定]** で用紙サイズを **[B4 (拡大縮小)]** に設定し **[OK]**

印刷サイズを **[150%]** にして プリンター **EPSON PX-1700F B4** を選択

[C現在のページ] を選んで **[印刷]** ※2枚以上印刷は **[口部単位で印刷]** のチェックを外す

■ 利用者登録

情報設定 の **利用者登録** をクリックし利用者登録画面を表示

利用者情報を入力し **確認** → **OK** で登録 ※**[お名前]** のみ必須入力

※登録後すぐ利用する場合などは、その他の情報を利用者一覧の **編集** で入力

■ 注文操作（タブレット）

利用開始 ページで利用者番号のバーコードを入力

各店舗の商品一覧より注文商品を選択

注文内容を見る で注文内容を確認し **注文する** を押す

「ご注文明細書」が印刷される（上はお客様用、下はセンター控え）

※注文の取消しは パソコン画面の **受注情報** → **受付中** → **[利用者別]** の **取消**

■ 受注連絡～商品受渡し処理

① 各店への受注情報メールを送信

情報設定 の **受注情報メール** で手動と自動を切り替え

受注情報メール 手動状態 **受注情報** の **受注情報メール送信** で送信

受注情報メール 自動送信状態 **情報設定** の **設定時刻に自動送信**

② 各店での商品受取り用「店舗別受取書」を印刷

受注情報 → **連絡済** の **店舗別受取書** の表示内容を印刷 ⇒ 商品を受取りに行く

③ 利用者への商品渡し完了処理

受注情報 → **連絡済** → **[利用者別]** の **完了** を押す

■ 売上処理

① 売上集計書を印刷

受注情報 → **受渡済** の **売上集計書** で表示内容を印刷

② 各店へ売上集計内容のメールを送信

受注情報 → **受渡済** の **売上情報メール送信** で送信

4. 研究事業の成果

平成 25 年度の研究事業の成果は、買い物支援システム「おせワンコ」の導入とウェルピア倉見における社会実験を実施した(図 1-4-1)にある。さらに本研究事業を遂行するためには、まちづくり TMO 会社であるティたすティの定款を変更し、まちづくりの事業として継続的に続けられるような体制づくりが整えられたことも大きな成果と言えよう。

またこの研究事業を基礎として本格的に津幡町と商工会が取り組みを可能にする資本として厚生労働省の「起業支援型地域雇用創造事業」に採択され、平成 26 年 2 月 28 日より、本事業は業務としてティたすティに移管されることになった。平成 26 年以降は、オンデマンド商店街の完成のため買い物支援システムを支える地域ボランティア組織(地域社協計画)を具体化することが課題である。

本章を結ぶに当たり、平成 25 年度の活動をまとめ、ウェルピア倉見での実績を以下にまとめる。

4. 1 活動スケジュール

活動の概要としては、平成 25 年の 4 月から 6 月までは、実験事業のコンセプトの作り込み作業を行った。7 月からは「おせワンコ」のシステムの作り込みと協力店舗への説明を行った。

8 月から 10 月までは、実験事業の本番となり現場での細かな調整が続いた。9 月以降は、「起業支援型地域雇用創出事業(買い物支援事業)」の企画と経常利益の試算を行った。

実験事業終了後は、買い物弱者対策の企画とボランティアポイントの地域通貨化の企画の推敲作業が続いた。以下は、その記録の詳細である。

平成 25 年

3 月

- ・ 28 日 新・買い物支援システム 津幡町との協議
副町長・経済交流課長との新事業協議

4 月

- ・ 15 日 買い物支援実行部会 全体会議



図 1-4-1: おせワンコ開始 広告



平成26年3月1日付報道

上: 北陸中日新聞
下: 北國新聞

図 1-4-2: 報道記事

- ・ 22日 ネットスーパー研究会

5月

- ・ 2日 買い物弱者対策研究会
- ・ 7日 ネットスーパー研究会
- ・ 16日 ネットスーパー研究会
- ・ 23日 買い物支援実行部会 全体会議

6月

- ・ 10日 買い物支援委員会 全体会議
- ・ 11日 買い物弱者対策研究会
- ・ 19日 買い物支援委員会 部会
- ・ 27日 津幡町商工会青年部とカジマート打合せ会
／買い物支援委システム説明会
- ・ 28日 社会福祉協議会 社会福祉協議会打合せ

7月

- ・ 3日 買い物支援実行委員会 社会福祉協議会
打合せ／雇用面接
- ・ 4日 第一回買い物支援研究会・買い物支援実行
部会全体会 合同委員会
- ・ 16日 買物支援システム 雇用者向け説明会
- ・ 19日 第一回 買い物支援実行委員会（親会）
- ・ 22日～29日 システム導入調査期間
- ・ 24日 第一回 起業支援型地域雇用創出事業（買
い物支援事業）会議

8月1日～10月18日

- ・ 買い物支援システムによる販売実験
- ・ 問題があった場合に、随時連絡。特に会議招集はない。

8月

- ・ 7日 第二回 起業支援型地域雇用創出事業（買い物支援事業）会議

10月

- ・ 25日 買い物支援事業 打合せ会
- ・ 31日 買い物弱者対策研究会 打合せ（社会福祉協議会）

11月

- ・ 14日 買い物弱者対策研究会（買い物支援事業 打合せ会）
- ・ 22日 買い物弱者対策研究会
- ・ 27日 第二回買い物支援研究会・買い物支援実行部会 全体会 合同委員会

12月

- ・ 25日 買い物弱者対策研究会 打合せ（地域包括支援センター長）



図 1-4-3:倉見での買い物支援
社会実験事業 風景

12月～1月

- ・第19回「北陸地域の活性化」に関する研究 助成事業 企画推敲期間
- ・問題があった場合に、随時連絡。特に会議 招集はない。

平成 26 年

1 月

- ・25 日 第一回 地域貨幣勉強会（地域貨幣 ゲーム・ワークショップ）

2 月

- ・17 日 第二回 地域貨幣勉強会（地域貨幣ゲームの振り返り）
- ・28 日 株式会社 ティたすティ 買い物支援移動販売 開始
- ・28 日 買い物弱者対策研究会 打合せ（社会福祉協議会長・同事務局長）

3 月

- ・3 日 第三回買い物支援研究会・買い物支援実行部会全体会 合同委員会
- ・11 日 買い物弱者対策研究会 打合せ（健康福祉課長・地域包括支援センター長）
- ・13 日 スタンプ会理事会 ボランティアポイント制度の導入および法人設置の了解
- ・24 日 買い物支援実行部会 全体会
- ・26 日 第二回 買い物支援実行委員会（親会）

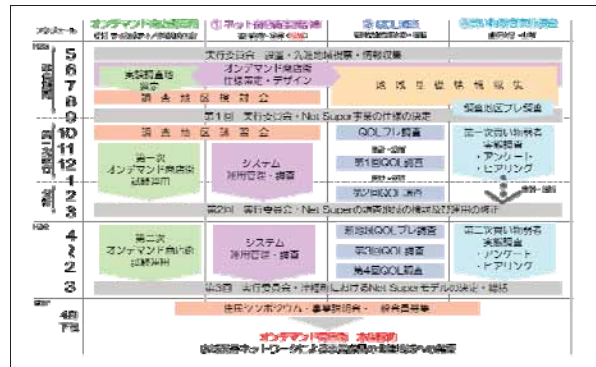


図 1-4-4：平成 25 年度計画案

4. 2 「おせワンコ」の実績

右の表 1-4-1-a、1-4-1-b は実験期間中、ウェルピア倉見での販売実績になる。ところで今回の社会実験で利用したウェルピア倉見は、津幡町の高齢者福祉施設でかつては「倉見温泉」とも呼ばれていた天然温泉である。

町の路線バスおよび福祉バスの停留所（倉見口）があり 65 歳以上の利用者は 12 回の無料利用券が年に一回支給される。中心市街地から車で 10 分弱の距離にあり、配達距離としては便利な場所である。

バス利用者を原則対象とするため、バスの到着・出発時間に左右されざるを得ない。「おせワンコ」の営業日・時間はカジマートの営業に考慮して、毎週月・火・木・金の 4 日間、注文受付時間は 11 時と 13 時の二回とした（図 1-4-1 参照）。注文は、専門のスタッフが利用者へ代

表 1-4-1-a：8 月分 販売実績

【日別売上】		【商品別売上】						
日付	利用者数	品番	商品名	サイズ	単価	数量	金額	
1 8月01日	1	101	ポテトフライ	2本入	240	8	1,920	
2 8月02日	8		おはようさんてんぷら	2個入	240	5	1,200	
3 8月05日	5		オレンジ	1個	120	2	240	
4 8月06日	6		赤い娘乳牛	1個	380	31	11,780	
5 8月08日	7		さびあんころ	170g	350	2	700	
6 8月09日	16		キヤムク	1玉	220	2	440	
7 8月12日	4		ぎやまぼ	1個	250	2	500	
8 8月13日	5		ジャーマンヨーグルト	400g	260	1	260	
9 8月19日	5		ピーマン10個入	1個	80	17	1,480	
10 8月20日	6		ピーマン3個入	3個入	270	13	3,480	
11 8月22日	10		ピーマン4個入	4個入	360	3	1,040	
12 8月23日	10		ピーマン5個入	5個入	450	6	2,700	
13 8月26日	10		はなはん草	1把	220	3	660	
14 8月27日	10		むぎのり生ヨーグル	1個	100	1	100	
15 8月29日	7		ヤクルト本入	65ml×5本	200	2	400	
16 8月30日	10		ポンスム	140g	310	4	1,240	
	120		煎豆パン	1個	130	2	260	
			黄魚じしや	1個	110	1	110	
			河北産餃子	1パック	200	8	1,600	
			河北産餃子	500ml	150	6	900	
			煎餅ふ	1	110	5	550	
			大巻	1本	280	6	1,680	
			超熟食パン	1袋	200	1	200	
			大串	1個	350	20	7,000	
			滑し豆腐	1個	230	5	1,150	
			102	キーマン餅身5切れ		300	12	3,600
				キマの存在		180	1	180
				キマの巨蛋		180	6	1,080
				キマの巨蛋	1-2人前	780	6	4,680
				ししや		300	5	1,500
				キマの餅身	大前	400	1	400
				はなはん草	下1枚	400	1	400
				ブリの揚げ		200	19	3,800
				ブリの揚げ		280	29	8,120
				ホウチンの揚げ		200	5	1,000
				はなはん草		200	7	1,400
				はなはん草		280	15	4,200
				厚揚げ		180	2	360
				はなはん草		330	11	3,630
				はなはん草		980	1	980
				103	1.5kg	277	76,900	

表 1-4-1-b : 9/10月分 販売実績

行して注文を取る方式とした。注文時間は期限があるので、スタッフがロビーにいる施設利用者に直接声掛けをして注文をとる形となったが、利用者から直接スタッフのところまで並んでもらえれば注文に関わる時間はかなり節約できそうであるが、周知期間が短かったためか利用者から主体的にスタッフの詰め所に訪れることは殆どなかった。

販売実績を見ると、8月が16日営業日で売上高が76,900円となり、平均で640.8円/人、4,806.3円/日の売上となった。9月が12日営業日で売上高が51,810円となり、平均で493.4円/人、4,317.5円/日の売上となった。10月が10日営業日で売上高が41,450円となり、平均で487.6円/人、4,145.0円/日となった。売り上げの最高金額は12,080円/日(8月9日)、最低金額400円/日(8月1日)であった。

売れた品物を比較してみると、その場で食べられる弁当などが8月期には良く売れていたが、10月になると白米、人参、食パン、牛乳1L、刺身など自宅での調理を前提とする食材が増えてきている様子が分かる。そのため売上そのものは伸びなかったが、着実に定着していたことが分かる。

4. 3 課題

1日2名のスタッフが活動しているため、売上としても15千円/日以上が無いと採算が取れない。数か所の拠点運営により30千円/日の売上があることが望ましい。8月には12千円/日の売上も記録しているので必ずしも無理な目標値ではない。また実験終了後にも、温泉利用者から、もう一度再開して欲しいとの声を聞くので、対応したい。

平成26年度は、有償ボランティアによる歩掛かり調査および活動での損益分岐点を明らかにする必要がある。

津幡町 買い物支援システム 販売実績 2013年9月

【日別売上】			【商品別売上】					
日付	利用人数	売上金額	商品番号	商品名	サイズ	単価	数量	金額
1	9月02日	13	101	カレーライ	240	13	3,120	
2	9月03日	15		おはぎ(あんこ)半斤だ	240	6	1,440	
3	9月05日	8		カレー風味チキン	1個	380	18	6,840
4	9月09日	8		ピザ(フロッグ)	1個	90	7	630
5	9月10日	10		ピザ(フロッグ)4人用	5人用	270	7	1,890
6	9月12日	6		ピザ(フロッグ)4人用	4人用	360	2	720
7	9月13日	7		ピザ(フロッグ)6人用	5人用	450	2	900
8	9月17日	8		ひじき煮(大塚)100g	100g	150	4	600
9	9月19日	7		はなはな草	1把	220	2	440
10	9月24日	8		お好み焼き(半斤)シュー	1個	100	2	200
11	9月27日	7		ポテト芋	127g	310	1	310
12	9月30日	8		高たんぱく	1個	130	11	1,430
				河北産栽培牛乳	1リットル	200	5	1,000
				河北産栽培牛乳	500ml	150	1	150
				福寿草	1本	110	1	110
				南極	100g	200	6	1,200
				人参	1本	280	4	1,120
				刺身(食べ比べ)2切	1袋	200	2	400
				天丼	1個	350	12	4,200
				白米	200g	160	4	640
				102	カレー(朝身)5切	300	3	900
				カレーのダン 醤油焼き	210	2	420	
				カレーの色付	180	6	1,080	
				カレーの用紙(5枚)	180	11	1,980	
				カレー(足付)	1~2人前	780	2	1,560
				カレー(朝身)5切	400	3	1,200	
				カレー(朝身)5切	200	15	3,000	
				カレー(朝身)5切	280	27	7,560	
				カレー(朝身)5切	200	6	1,200	
				カレー(朝身)5切	200	6	1,200	
				カレー(朝身)5切	280	8	2,240	
				カレー(朝身)5切	150	1	150	
				カレー(朝身)5切	330	6	1,980	
						206	51,810	

【利用者状況】	
利用回数	利用人数
1	9
2	8
3	6
4	5
5	4
6	3
7	2
8	1
	39

津幡町 買い物支援システム 販売実績 2013年10月

【日別売上】			【商品別売上】						
日付	利用人数	売上金額	商品番号	商品名	サイズ	単価	数量	金額	
1	10月01日	5	101	カレーライ	240	11	2,640		
2	10月03日	8		カレー風味チキン	1個	380	8	3,040	
3	10月04日	11		カレーパン	1個	220	2	440	
4	10月07日	5		ピザ(フロッグ)	1個	90	13	1,170	
5	10月08日	9		ピザ(フロッグ)4人用	5人用	270	8	2,160	
6	10月10日	4		ピザ(フロッグ)4人用	4人用	360	2	720	
7	10月11日	6		ピザ(フロッグ)6人用	5人用	450	1	450	
8	10月15日	9		ひじき煮(大塚)100g	100g	150	7	1,050	
9	10月17日	12		はなはな草	1把	220	1	220	
10	10月18日	16		お好み焼き(半斤)シュー	1個	100	2	200	
				ポテト芋	127g	310	1	310	
				高たんぱく	1個	130	4	520	
				河北産栽培牛乳	1リットル	200	12	2,400	
				福寿草	1本	110	2	220	
				人参	1本	280	2	560	
				南極	100g	200	8	1,600	
				人参	1本	280	3	840	
				天丼	1個	350	6	2,100	
				白米	200g	160	7	1,120	
				102	カレー(朝身)5切	300	1	300	
				カレーのダン 醤油焼き	210	2	420		
				カレーの色付	180	3	540		
				カレーの用紙(5枚)	180	15	2,700		
				カレー(足付)	1~2人前	780	2	1,560	
				カレー(朝身)5切	400	2	800		
				カレー(朝身)5切	400	3	1,200		
				カレー(朝身)5切	200	18	3,600		
				カレー(朝身)5切	280	20	5,600		
				カレー(朝身)5切	200	4	800		
				カレー(朝身)5切	280	4	1,120		
				カレー(朝身)5切	150	3	450		
				カレー(朝身)5切	330	2	660		
				103	麦茶	500g	300	1	300
						180	41,450		

【利用者状況】	
利用回数	利用人数
1	8
2	6
3	5
4	4
5	3
6	2
7	1
	34

第2章 高齢者の買い物環境に関する実態とニーズ

1. はじめに

津幡町は全体として人口、世帯数が増加しているものの、世帯当たりの人員数は減少し、家族規模が縮小している。地区によっては人口減少や高齢化が顕著であり、買い物をはじめ日常生活をとりまく環境の困難性が推察される。そこで、津幡町における買い物環境の実態とニーズを明らかにするために、高齢者を対象にしたアンケート調査を実施し、補足的にヒアリング調査を実施した。本章では、アンケート調査の地区別集計結果について報告する。

2. 調査概要

津幡町健康福祉課による「日常生活圏域ニーズ調査」と合冊の調査票を作成し、調査を実施した。日常生活圏域ニーズ調査とは、日常生活圏域における高齢者の生活課題に関するアンケート調査よりニーズを把握し、高齢者の日常生活圏域ごとに必要なサービスの量と内容を検討するものである。平成22年度厚生労働省が全国の57市町村でモデル事業を実施し、津幡町は石川県におけるモデル事業対象地域のひとつになっている。

- ・調査対象者： 津幡町在住の66才、69才、72才、75才、78才、81才、84才、87才、90才、93才、96才、99才、102才
- ・調査方法： 郵送配布、郵送回収
- ・調査期間： 2013年8月23日～9月6日

津幡町には、津幡、中条、笠谷、井上、英田、河合谷、俱利伽羅の7つの地区がある。地区別の調査対象者数、回収数、回収率を表2-2-1に示す。有効回収数は1830票、全体の回収率は69.4%で、各地区の全対象者の70%前後の回収率であった。

表 2-2-1 調査対象者の居住地区

	対象者実数	回答者実数	回収率
津幡	859	632	73.6
中条	699	472	67.5
笠谷	210	134	63.8
井上	175	114	65.1
英田	330	237	71.8
河合谷	80	54	67.5
俱利伽羅	284	187	65.8
合計	2637	1830	69.4

3. 調査結果

(1) 地区別調査対象者属性

平成 22 年度の国勢調査結果による、地区別の世帯数、高齢者のいる世帯数、高齢者のみ世帯数、高齢化率について表 2-3-1 に示す。高齢化率が最も高いのは河合谷地区で、59.7% である。次いで 30.8% の笠谷地区、30.2% の倶利伽羅地区である。高齢化の進んだ河合谷地区、倶利伽羅地区、笠谷地区は世帯数も少ない。最も高齢化率の低いのは中条地区で 13.0% である。井上地区も高齢化率は低く 14.6% である。

表 2-3-1 平成 22 年度国勢調査による世帯数・高齢化率

	世帯数	65 才以上が いる世帯数	65 才以上の みの世帯数	高齢化率
津 幡 町	11942	4397	1526	18.2%
津幡地区	3851	1380	513	17.9%
中条地区	4029	1097	358	13.0%
笠谷地区	306	188	54	30.8%
井上地区	1139	354	92	14.6%
英田地区	1107	373	93	20.8%
河合谷地区	141	122	82	59.7%
倶利伽羅地区	275	183	59	30.2%

地区別に調査対象者の特徴をみると、河合谷地区を除く地区は男性 40% 強、女性 50% 強である。河合谷地区は女性の割合が高く 70% を超え、家族構成は一人暮らし世帯の割合が高い。高齢女性の一人暮らしが多いといえる。次いで一人暮らしが多いのは笠谷地区、中条地区となり、井上地区が最も少ない。

表 2-3-2 性 別 % (n) N=1830

	男	女	合 計
津 幡	43.8 (277)	56.2 (355)	100 (632)
中 条	44.5 (210)	55.5 (262)	100 (472)
笠 谷	44.0 (59)	56.0 (75)	100 (134)
井 上	47.4 (54)	52.6 (60)	100 (114)
英 田	42.6 (101)	57.4 (136)	100 (237)
河合谷	29.6 (16)	70.4 (38)	100 (54)
倶利伽羅	43.3 (81)	56.7 (106)	100 (187)

表 2-3-3 家族構成 % (n) N=1830

	一人暮らし	家族など同居(二世帯住宅を含む)	その他(施設入居など)	不明	合計
津幡	9.2(58)	84.2(532)	2.7(17)	4.0(25)	100(632)
中条	11.0(52)	83.1(392)	2.1(10)	3.8(18)	100(472)
笠谷	13.4(18)	82.1(110)	2.2(3)	2.2(3)	100(134)
井上	6.1(7)	86.0(98)	4.4(5)	3.5(4)	100(114)
英田	8.0(19)	87.8(208)	1.7(4)	2.5(6)	100(237)
河合谷	22.2(12)	70.4(38)	3.7(2)	3.7(2)	100(54)
俱利伽羅	9.1(17)	80.7(151)	4.3(8)	5.9(11)	100(187)

介護・介助の状況を見ると、必要ない者の割合は河合谷地区以外の地区は70%である。河合谷地区は44.4%と低く、介護・介助を受けている者が比較的多い。しかし、他地区も介護が必要な者は2割程度あり少なくない。

表 2-3-4 介護・介助の必要 % (n) N=1830

	介護・介助は必要ない	何らかの介護・介助は必要だが現在は受けていない	現在何らかの介護を受けている(介護認定を受けていない場合も含む)	不明
津幡	70.9(448)	5.7(36)	10.4(66)	13.0(82)
中条	73.1(345)	4.4(21)	8.5(40)	14.0(66)
笠谷	66.4(89)	7.5(10)	11.9(16)	14.2(19)
井上	70.2(80)	7.0(8)	11.4(13)	11.4(13)
英田	73.4(174)	5.5(13)	6.8(16)	14.3(34)
河合谷	44.4(24)	16.7(9)	14.8(8)	24.1(13)
俱利伽羅	62.0(116)	7.5(14)	9.1(17)	21.4(40)

買い物行動は車を運転しているかによって異なる。車を運転している者の割合は、河合谷地区は38.9%と他地区と比較し低く、その他の地区は54~59%が運転していると回答している。最も運転者が多いのは笠谷地区である。

表 2-3-5 車の運転 % (n) N=1830

	運転している	運転していない	不明
津 幡	54.0 (341)	41.9 (265)	4.1 (26)
中 条	57.6 (272)	39.8 (188)	2.5 (12)
笠 谷	59.0 (79)	35.1 (47)	6.0 (8)
井 上	52.6 (60)	42.1 (48)	5.3 (6)
英 田	58.6 (139)	38.0 (90)	3.4 (8)
河合谷	38.9 (21)	55.6 (30)	5.6 (3)
俱利伽羅	54.0 (101)	39.6 (74)	6.4 (12)

(2) 食料品の買い物実態と意識

買い物による外出は、津幡地区、中条地区は「ほぼ毎日」とする者が最も多く、笠谷地区、井上地区、英田地区は「週 2~3 回」が多くなっている。河合谷地区は「週 1 回程度」が最も多い。河合谷地区と笠谷地区では「ほぼ毎日」買い物に行く者の割合が低い。まとめ買いと生鮮品の冷凍によって、対応していると推察される。

表 2-3-6 買い物の外出頻度 % (n) N=1830

	ほぼ毎日	週に 4~5 回	週 2~3 回	週 1 回程度	その他	不明
津 幡	34.8 (220)	17.9 (113)	26.7 (169)	7.8 (49)	0.6 (4)	12.2 (77)
中 条	29.2 (138)	24.2 (114)	25.6 (121)	8.9 (42)	1.5 (7)	10.6 (50)
笠 谷	11.2 (15)	14.2 (19)	43.3 (58)	17.2 (23)	0.7 (1)	13.4 (18)
井 上	29.8 (34)	18.4 (21)	30.7 (35)	5.3 (6)	0 (0)	15.8 (18)
英 田	21.5 (51)	18.6 (44)	32.1 (76)	13.1 (31)	2.1 (5)	12.7 (30)
河合谷	11.1 (6)	7.4 (4)	27.8 (15)	35.2 (19)	5.6 (3)	13.0 (7)
俱利伽羅	15.0 (28)	15.5 (29)	37.4 (70)	17.1 (32)	2.1 (4)	12.8 (24)

食料品の主な買い物場所は、食品スーパー(カジマート、A コープ、ビッグママ等)がどの地区も圧倒的に多い。中条地区ではアルプラザ、英田地区、河合谷地区はプラント 3 へ食料品の買い物に行く割合が比較的高くなっている。

店までの移動には、どの地区も車によることが多いが、津幡地区、中条地区は徒歩や自転車による移動がやや多い。また、バスの利用は全体的に非常に少ないものの、河合谷ではややみられる。

表 2-3-7 食料品の主な買い物場所 % (n) N=1830

	食品スーパー (カジマート、 Aコープ、ピッ グママ等)	アルプラ ザ	プラント 3	個人商 店	コンビニエ ンスストア	ドラッグ ストア	生協等の宅 配サービス	その他	不明
津 幡	76.9(486)	3.5(22)	12.3(78)	0.5(3)	0(0)	0(0)	0.6(4)	0.3(2)	5.9(37)
中 条	74.4(351)	15.3(72)	3.8(18)	0(0)	0.4(2)	0(0)	0.8(4)	0.8(4)	4.4(21)
笠 谷	79.9(107)	6.0(8)	6.7(9)	0.7(1)	0(0)	0(0)	1.5(2)	0(0)	5.2(7)
井 上	72.8(83)	3.5(4)	16.7(19)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	7.0(8)
英 田	62.9(149)	6.8(16)	21.5(51)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	1.7(4)	7.2(17)
河合谷	48.1(26)	9.3(5)	24.1(13)	1.9(1)	0(0)	0(0)	1.9(1)	1.9(1)	13.0(7)
俱利伽羅	75.4(141)	7.0(13)	6.4(12)	0(0)	0(0)	0.5(1)	0.5(1)	1.6(3)	8.6(16)

表 2-3-8 店までの移動手段 % (n) N=1830

	徒歩	自転車	バイク	車	バス	電車	その他	不明
津 幡	15.3(97)	13.3(84)	0.3(2)	60.1(380)	0.2(1)	0(0)	1.3(8)	9.5(60)
中 条	11.4(54)	14.4(68)	0.6(3)	63.8(301)	1.7(8)	0(0)	1.1(5)	7.0(33)
笠 谷	0.7(1)	7.5(10)	5.2(7)	70.9(95)	4.5(6)	0(0)	1.5(2)	9.7(13)
井 上	4.4(5)	10.5(12)	1.8(2)	71.9(82)	1.8(2)	0(0)	1.8(2)	7.9(9)
英 田	1.3(3)	9.7(23)	1.7(4)	73.8(175)	2.5(6)	0.8(2)	2.5(6)	7.6(18)
河合谷	1.9(1)	3.7(2)	1.9(1)	57.4(31)	7.4(4)	1.9(1)	1.9(1)	24.1(13)
俱利伽羅	1.1(2)	4.8(9)	1.1(2)	75.4(141)	2.1(4)	1.1(2)	2.1(4)	12.3(23)

食料品の買い物の店として利用する理由をみると、津幡地区、中条地区、井上地区は同様の傾向がみられ、「家が近い」こと、「品揃えが豊富」なこと、「商品が安い」ことが理由になっている。笠谷地区、河合谷地区では「家が近い」ことがあまり理由になっておらず、「品揃えが豊富」なことが最も大きな理由である。また、笠谷地区は、「昔から利用している」「品質が良く安心」を理由とする者の割合が高いのが特徴である。

買い物をすることについて、現在不便を感じている(非常に感じる+感じる)のは、津幡地区 13.9%、中条地区 13.6%、笠谷地区 15.7%、井上地区 12.2%、英田地区 13.1%、河合谷地区 38.9%、俱利伽羅地区 18.7%である。最も買い物に不便を感じる者の多い地区は河合谷地区であり、他地区と比較し非常に多い。また、「まったく感じない」と回答した者は 7.4%と少なく、河合谷地区は買い物に対して不便を最も感じている地区といえる。次いで俱利伽羅地区も不便感が高い。

表 2-3-9 店の利用理由 % (n) 複数回答

	家が近い	品揃えが豊富	商品が安い	営業時間が長い	昔から利用している	品質が良く安心	その他
津 幡	50.9 (322)	47.0 (297)	30.5 (193)	7.4 (47)	25.3 (160)	25.6 (162)	1.7 (11)
中 条	49.8 (235)	47.7 (225)	28.0 (132)	5.9 (28)	22.2 (105)	23.3 (110)	2.3 (11)
笠 谷	9.0 (12)	50.7 (68)	30.6 (41)	14.2 (19)	31.3 (42)	35.8 (48)	1.5 (2)
井 上	54.4 (62)	48.2 (55)	34.2 (39)	7.9 (9)	14.9 (17)	23.7 (27)	0 (0)
英 田	32.9 (78)	50.6 (120)	33.8 (80)	11.4 (27)	19.4 (46)	25.3 (60)	1.3 (3)
河合谷	5.6 (3)	42.6 (23)	27.8 (15)	9.3 (5)	18.5 (10)	14.8 (8)	3.7 (2)
倶利伽羅	12.8 (24)	56.7 (106)	29.9 (56)	8.6 (16)	29.4 (55)	23.0 (43)	2.1 (4)

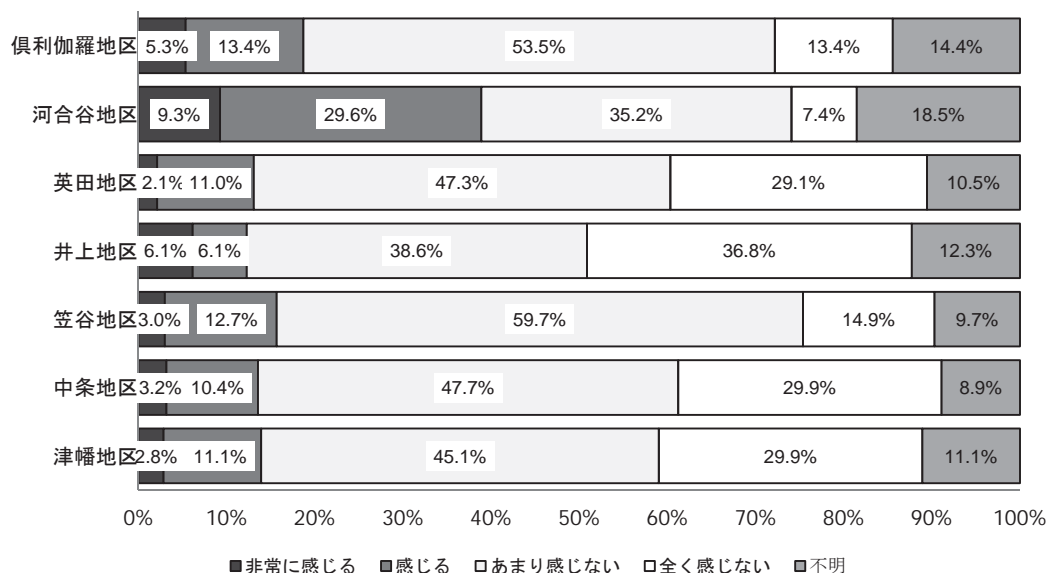


図 2-3-1 買い物不便感 N=1830

現在、買い物に関して困っていることを聞いたところ、「特になし」の回答が最も多く、河合谷地区以外は 50%程度あり、河合谷地区は 37%であった。困っている内容については、「車などが運転できない、または運転に不安がある」ことが多く挙げられた。特に河合谷地区では 27.8%と多い。車を使わなければ買い物に行けないため、不安を感じつつも車を運転している状況が推察される。ヒアリング調査においても同様の意見が多く得られた。また、「重い荷物が持てないため、一度に少量しか購入できない」とする者も多かった。

そこで、利用している買い物サービスについて聞いたところ、英田地区、笠谷地区で「移動販売」の利用が多い程度で、「利用していない」との回答がどの地区も60%以上あった。不便感が強い河合谷地区において、買い物サービスをよく利用しているという傾向は見られなかった。

表 2-3-10 買い物に困っていること 複数回答 % (n) N=1830

	津 幡	中 条	笠 谷	井 上	英 田	河合谷	俱利伽羅
通える範囲に行きたい店がない	5.5(35)	5.3(25)	8.2(11)	4.4(5)	3.8(9)	7.4(4)	7.5(14)
車などが運転できない、運転に不安	14.2(90)	14.0(66)	13.4(18)	14.9(17)	12.7(30)	27.8(15)	14.4(27)
重い荷物が持たないため、一度に少量しか購入できない	11.6(73)	10.8(51)	12.7(17)	7.9(9)	6.3(15)	22.2(12)	12.3(23)
公共交通機関の利用が困難、不便	3.0(19)	3.0(14)	5.2(7)	5.3(6)	5.1(12)	7.4(4)	9.6(18)
周囲に買い物を支援してくれる人がいない	1.1(7)	1.1(5)	2.2(3)	0.9(1)	0.8(2)	3.7(2)	0.5(1)
食料品を買うお金がない	1.6(10)	0(0)	0(0)	0.9(1)	0.4(1)	3.7(2)	0.5(1)
お金の支払いや引き落としが困難	0.3(2)	0.8(4)	0(0)	0(0)	0.4(1)	3.7(2)	1.1(2)
バス代等の交通費の負担が大きい	0.3(2)	1.5(7)	1.5(2)	1.8(2)	0.4(1)	3.7(2)	1.6(3)
商店の品ぞろえに不満がある	0.6(4)	1.1(5)	0(0)	1.8(2)	0.4(1)	0(0)	0.5(1)
健康ではなく買い物に出掛けにくい	4.4(28)	1.9(9)	5.2(7)	6.1(7)	3.4(8)	9.3(5)	4.8(9)
その他	1.3(8)	1.7(8)	0.7(1)	0(0)	2.1(5)	1.9(1)	3.7(7)
特になし	55.5(351)	54.7(258)	49.3(66)	51.8(59)	52.3(124)	37.0(20)	45.5(85)

表 2-3-11 利用買い物サービス % (n) N=1830

	宅配サービス	買い物代行サービス	移動販売	送迎など移動支援	お弁当の配達	インターネットショッピング	その他	利用していない
津 幡	5.5(35)	0.2(1)	5.0(1)	0(0)	2.1(13)	1.6(10)	0.5(3)	70.7(447)
中 条	10.0(47)	0(0)	10.0(2)	0.6(3)	1.9(9)	1.5(7)	1.3(6)	66.7(315)
笠 谷	6.7(9)	0.7(1)	25.0(5)	0(0)	1.5(2)	1.5(2)	1.5(2)	60.4(81)
井 上	3.5(4)	0(0)	0(0)	0(0)	0.9(1)	4.4(5)	0(0)	63.2(72)
英 田	4.2(10)	0.8(2)	40.0(8)	0.8(2)	0.4(1)	1.7(4)	1.3(3)	66.7(158)
河合谷	3.7(2)	1.9(1)	5.0(1)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	66.7(36)
俱利伽羅	7.0(13)	0.5(1)	15.0(3)	0(0)	1.1(2)	3.2(6)	0(0)	64.7(121)

買い物について改善したいことは「特になし」と回答したのは、河合谷地区ではやや少ないが、どの地区も 60%程度ある。改善したいと感じている者は、「自分の目で商品を選びたい」と思っている。この回答は地区により偏りがほとんどみられないことから、普遍的に感じているようだ。笠谷地区では「買い物の送り迎えをしてほしい」、河合谷地区では「手伝ってくれる誰かと一緒に買い物に行きたい」が多くなっていることが特徴的である。笠谷地区では移動の支援を、河合谷地区では移動支援とともに買い物そのものへの支援を望んでいるといえる。

表 2-3-12 買い物改善したいこと 複数回答 % (n) N=1830

	津 幡	中 条	笠 谷	井 上	英 田	河合谷	俱利伽羅
買い物の回数を増やしたい	1.6(10)	0.8(4)	0(0)	1.8(2)	1.3(3)	5.6(3)	0.5(1)
自分の目で商品を選びたい	12.3(78)	12.1(57)	12.7(17)	14.9(17)	11.0(26)	13.0(7)	13.4(25)
買い物の送り迎えをしてほしい	4.4(5)	3.4(8)	13.0(7)	2.2(3)	4.3(8)	4.2(20)	4.0(25)
自宅近くで買い物がしたい	8.2(52)	5.7(27)	9.7(13)	6.1(7)	4.2(10)	11.1(6)	8.6(16)
(重い)荷物を自宅に届けてほしい	4.7(30)	5.7(27)	2.2(3)	4.4(5)	2.1(5)	1.9(1)	5.9(11)
定期的買い物品を自宅に届けてほしい	0.8(5)	1.3(6)	0.7(1)	0(0)	0(0)	0(0)	0.5(1)
手伝ってくれる誰かと一緒に買い物に行きたい	3.5(22)	2.1(10)	6.0(8)	3.5(4)	3.4(8)	9.3(5)	4.3(8)
代わりの人に買い物をしてほしい	0.5(3)	0.2(1)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
自宅から商品を注文したい	1.6(10)	1.1(5)	0.7(1)	0.9(1)	0.4(1)	1.9(1)	0.5(1)
半調理品を届けてほしい	0.6(4)	0.6(3)	0(0)	0(0)	0.4(1)	1.9(1)	0.5(1)
お惣菜などの調理品や食事を届けてほしい	2.1(13)	1.1(5)	2.2(3)	0.9(1)	0.8(2)	0(0)	0.5(1)
その他	0.8(5)	0.4(2)	0.7(1)	0(0)	1.3(3)	1.9(1)	1.1(2)
特になし	62.3(394)	64.0(302)	53.0(71)	57.9(66)	61.6(146)	46.3(25)	52.9(99)

(3) 日常の食生活の現状

日々の食生活に 80%が満足している(非常に満足+満足)。しかし、非常に満足しているのは 10%に満たない。

食生活で気になることが「特になし」と回答しているのは中条地区が最も多く 64.0%である。最も少ないのは河合谷地区で 46.6%である。具体的な気になることは、「献立のバリエーションが少ない」ことや「お惣菜をよく利用する」が多い。また「栄養バランスが偏っている」「ありあわせで済ませることが多い」なども 10%前後が気になると回答している。

河合谷地区は特にこれらの回答が多く、買い物が困難であるために栄養に偏りが生じているといえる。

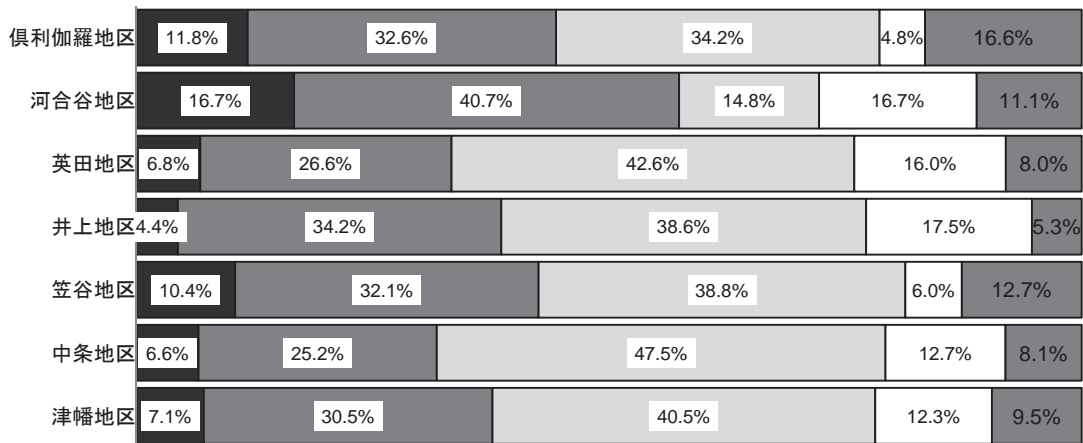
表 2-3-13 食生活で気になること 複数回答 % (n) N=1830

	津 幡	中 条	笠 谷	井 上	英 田	河合谷	俱利伽羅
献立のバリエーションが少ない	16.3(103)	14.2(67)	13.4(18)	18.4(21)	12.2(29)	14.8(8)	13.9(26)
栄養バランスが偏っている	12.8(81)	7.2(34)	9.7(13)	10.5(12)	7.6(18)	14.8(8)	9.1(17)
調理が十分にできない	3.5(22)	3.0(14)	3.7(5)	2.6(3)	2.5(6)	13.0(7)	3.2(6)
お惣菜をよく利用する	14.2(90)	11.2(53)	10.4(14)	11.4(13)	11.0(26)	14.8(8)	16.6(31)
冷凍食品を利用することが増えた	5.7(36)	5.3(25)	5.2(7)	5.3(6)	4.2(10)	7.4(4)	7.0(13)
市販の調理食品の味が合わない	2.8(18)	1.9(9)	2.2(3)	4.4(5)	3.0(7)	0(0)	2.1(4)
ありあわせで済ませることが多い	9.3(59)	8.7(41)	12.7(17)	9.6(11)	10.1(24)	16.7(9)	12.8(24)
家族と食事のペースや時間が合わない	4.6(29)	5.1(24)	6.0(8)	3.5(4)	3.4(8)	1.9(1)	3.2(6)
食事の時間が楽しくない	1.9(12)	1.5(7)	0.7(1)	2.6(3)	2.1(5)	0(0)	1.6(3)
その他	2.4(15)	1.1(5)	5.2(7)	0.9(1)	1.7(4)	1.9(1)	2.1(4)
特になし	62.3(394)	64.0(302)	53.0(71)	57.9(66)	61.6(146)	46.5(25)	52.9(99)

(4) 将来の買い物に対する不安とニーズ

潜在的な買い物弱者の存在を把握するために、近い将来の買い物に対する不安について聞いた。近い将来として家族や健康状況について想像可能な範囲として、3年後とした。その結果、「不安がある(非常にある+ある)」と回答したのは、津幡地区 37.6%、中条地区 31.8%、笠谷地区 42.5%、井上地区 38.6%、英田地区 33.4%、河合谷地区 57.4%、俱利伽羅地区 44.4%となった。図 2-3-1 に示した現在の買い物不便感と比較すると、非常に多くの者が将来の買い物に不安を感じているといえる。現在はまだ運転ができる、あるいは健康上の不安は少ないが、近い将来これまでと同様の買い物行動を続けることができないと感じていることがわかる。地区別にみると、河合谷地区が半数以上を占め不安感が高く、俱利伽羅地区と笠谷地区では不安が「全くない」と回答する者が5%前後と少ない。

3年後の買い物に対する不安は、具体的には、どの地区も「健康・体調を害し買い物に出掛けにくくなる」「車などが運転できなくなる」「(重い)荷物が持てなくなる」を挙げる者の割合が高い。特に河合谷地区では車の運転ができなくなることの不安感が高い。前述のように、河合谷地区では現在も運転に不安を抱えながらも、やむを得ず、自らあるいは配偶者が車を運転して買い物をしている。それが近い将来できなくなることに對しての不安が大きいと思われる。



■非常にある ■ある □あまりない □全くない ■不明

図 2-3-2 3年後の買い物不安感 N=1830

表 2-3-14 3年後の買い物に対する不安内容 複数回答 % (n) N=1830

	津幡	中条	笠谷	井上	英田	河合谷	俱利伽羅
通える範囲に行きたい店がない	8.2 (52)	5.5 (26)	9.7 (13)	7.9 (9)	5.1 (12)	5.6 (3)	13.9 (26)
車などが運転できなくなる	23.1 (146)	20.6 (97)	29.9 (40)	21.1 (24)	22.8 (54)	37.0 (20)	27.8 (52)
(重い)荷物が持てなくなる	22.2 (140)	21.0 (99)	23.1 (31)	18.4 (21)	17.3 (41)	27.8 (15)	28.9 (54)
公共交通機関の利用が困難・不便	3.6 (23)	8.7 (41)	12.7 (17)	5.3 (6)	9.3 (22)	9.3 (5)	19.9 (37)
周囲に買い物を支援してくれる人がいない	1.6 (10)	2.5 (12)	5.2 (7)	3.5 (4)	2.1 (5)	1.9 (1)	5.3 (10)
食料品を買うお金がない	1.7 (11)	1.5 (7)	4.5 (6)	2.6 (3)	0.4 (1)	1.9 (1)	1.1 (2)
お金の支払いや引き落としが困難	1.9 (12)	2.8 (13)	2.2 (3)	2.6 (3)	1.7 (4)	1.9 (1)	2.7 (5)
バス代等の交通費の負担が大きい	1.7 (11)	1.9 (9)	1.5 (2)	0.9 (1)	1.7 (4)	3.7 (2)	5.3 (10)
商店の品ぞろえに不満がある	0.9 (6)	0.8 (4)	0.7 (1)	0.9 (1)	0.8 (2)	0 (0)	1.6 (3)
健康・体調を害し買い物に出掛けにくくなる	27.4 (173)	21.6 (102)	27.6 (37)	24.6 (28)	29.1 (69)	25.9 (14)	32.1 (60)
その他	2.4 (15)	0.6 (3)	1.5 (2)	1.8 (2)	1.7 (4)	0 (0)	0.5 (1)
特になし	40.8 (258)	40.5 (191)	25.4 (34)	39.5 (45)	44.7 (106)	18.5 (10)	28.9 (54)

表 2-3-15 3年後の買い物、食生活ニーズ % (n) N=1830

	津 幡	中 条	笠 谷	井 上	英 田	河 合 谷	俱 利 伽 羅
自分の目で商品を選びたい	46.0 (291)	39.2 (185)	42.5 (57)	43.9 (50)	37.6 (89)	38.9 (21)	44.4 (83)
買い物の送り迎えをしてほしい	7.6 (48)	7.8 (37)	9.7 (13)	13.2 (15)	9.7 (23)	14.8 (8)	16.0 (30)
自宅近くで買い物がしたい	22.6 (143)	21.0 (99)	14.2 (19)	20.2 (23)	11.4 (27)	18.5 (10)	16.0 (30)
(重い)荷物を自宅に届けてほしい	10.4 (66)	8.9 (42)	5.2 (7)	2.6 (3)	5.1 (12)	9.3 (5)	10.2 (19)
定期的買い物品を自宅に届けてほしい	2.2 (14)	3.6 (17)	5.2 (7)	0.9 (1)	1.7 (4)	7.4 (4)	2.7 (5)
手伝ってくれる誰かと一緒に買い物にいきたい	10.4 (66)	8.7 (41)	11.9 (16)	5.3 (6)	15.6 (37)	24.1 (13)	15.5 (29)
代替りの人に買い物をしてほしい	3.2 (20)	1.3 (6)	4.5 (6)	4.4 (5)	0.8 (2)	3.7 (2)	2.1 (4)
自宅から商品を注文したい	3.3 (21)	4.0 (19)	7.5 (10)	3.5 (4)	2.5 (6)	13.0 (7)	3.2 (6)
お惣菜などの調理品や半調理品を届けてほしい	2.7 (17)	2.5 (12)	2.2 (3)	4.4 (5)	1.3 (3)	3.7 (2)	3.2 (6)
食事をつくってほしい・届けてほしい	3.5 (22)	3.4 (16)	8.2 (11)	6.1 (7)	2.1 (5)	7.4 (4)	4.8 (9)
隣人や友人等誰かと一緒に食事をしたい	6.1 (7)	3.4 (16)	4.5 (6)	4.6 (29)	3.0 (7)	5.6 (3)	4.8 (9)
その他	1.1 (7)	2.3 (11)	1.5 (2)	3.5 (4)	2.1 (5)	0 (0)	2.1 (4)
特になし	32.1 (203)	32.2 (152)	23.9 (32)	29.8 (34)	40.9 (97)	24.1 (13)	26.7 (50)

3年後、買い物や食生活に対する希望として、「特になし」と回答したものは24%から40%で、多くない。「自分の目で商品を選びたい」がどの地区も圧倒的に多く、40%前後ある。買い物行動が困難になったとしても、強く望むことは自分で商品を選択したいということだと考えられる。また「自宅近くで買い物がしたい」「手伝ってくれる誰かと一緒に買い物に行きたい」「買い物の送り迎えをしてほしい」と回答する者が比較的多い。「定期的買い物品を自宅に届けてほしい」「代替りの人に買い物をしてほしい」などを望む者は少数であることから、買い物品を手に入れることより、自身が出かけて直接買い物をする行動そのものを望んでいることがわかる。「自宅から商品を注文したい」を望む者は全体では少数であるが、河合谷地区、笠谷地区では比較的多くみられる。「お惣菜などの調理品や半調理品を届けてほしい」より「食事をつくってほしい、届けてほしい」が、どの地区もわずかであるが多く、どちらかといえば完成品を望んでいるといえそうだ。

4. まとめ

高齢者は、買い物について不便を感じている。不便を感じていると回答しているのは15%程度であるが、地区によっては40%が不便を感じており、地区により差がみられる。85%が不便を感じていないのではなく、不安を感じながらも運転を続けていたり、家族などに頼むなどして、何とか工夫しながら買い物を続けているのが現状である。また、ありあわせで済ますなどで対応しており、栄養の偏りが懸念される。買い物不便の状況は健康維持に大きな影響を与えているといえる。

加齢による健康上の不安もあり、近い将来には40%程度の者が買い物に不安を感じている。買い物行動に困難が生じても、自身が買い物に出かけ、自分で選んで買いたいという気持ちが強い。それは、買い物は食料品などが手元に届くという以上の意味を持つからであろう。自分で選択する楽しみや、納得できる商品を得たい、外出し人と会話して交流したいという要求に応えながら、また、地区による特徴をふまえながら、支援がなされなければならない。

第3章 高齢者の生活支援に関する基礎的調査

1. 研究内容

我が国の高齢化率は世界一であり、高齢者や要支援・要介護者の急増により公的保険の財源は逼迫している。そのため、各種の疾病や要支援・要介護の状態を未然に防ぐ対策は我が国の急務な課題となっている。

このような課題の解決を図るため、地域住民の健康の維持・増進には日々の健康管理や運動の継続と共に、交流や趣味を始めとする「人のつながり」が大きく関係していることは知られている。例えば、地域組織に参加する者は精神的な健康状態がよいことが報告されている¹。また、ソーシャルキャピタル（地域や人とのつながりや信頼感をもとに、人が他人を思いやる協調的な行動をとり、それが地域全体や自分の財産になるという考え方）に着目した研究²は、他者に対して不信感を持つ人よりも信頼感を抱く人の方が主観的健康感が高いことを明らかにしている。したがって、地域住民の健康の維持・増進を図るためには、地域資源である人や組織をうまく結びつけられるソーシャル・ネットワークの構築がきわめて重要になっている。

このような健康づくりに関して、専門職や研究者による従来の「トップダウン型」指導には適応と限界があることが報告されている。「21世紀における国民健康づくり運動」（健康日本 21）では、「意識して運動している人の割合」や「外出に積極的な態度を持つ高齢者」等の身体活動や運動に対する意識の指標は改善している³。しかしながら、運動習慣者の割合や一日あたりの歩数等々の行動の指標は逆に悪化している。このようなトップダウン型の指導の適応と限界には、社会経済的因子による健康格差に目を向けない、または健康を個人の責任と考える社会的風潮が依然として強いことが関係している^{4, 5}。例えば、減塩指導の効果を調べたシステマティック・レビュー⁶は、個人への健康指導の短期的な効果は長期間になるとはっきりした効果は認められないことを明らかにしている。健康や疾病の原因を個人の生活習慣と捉えて個人に健康教育で介入する取組または研究のみでは、人の健康状態を維持・増進させる十分な成果を得ることは難しいものと考えられる。

そのため2000年以降、健康や疾病に対して、個人の生活習慣の背景にある生物・心理・社会的因子に着目した社会疫学分野の研究が展開されている。例えば、知識はあっても生活習慣を改善できない心の弱さや抑うつ等の「心理的因子」、生きがいや閉じこもり等の「心理・社会的因子」、及びこのような因子に影響を及ぼす「個人レベルの社会因子」や「地域レベルの社会因子」といったものは、相互に関係しながら個人の健康状態や疾病に影響を及ぼすことが報告されている⁴。また、住民が社会参加するまたは相互に支え合う

等の地域づくりというソーシャル・ネットワークの構築は住民自らの健康を維持・増進させることを示した報告もされている^{7,8}。このように、健康をキーワードとした住民による主体的な地域社会の維持または運営は、住民自らの自信や意欲や自尊心を高め、そのことが地域全体の健康の維持・増進につながるものと考えられる。したがって、地域の健康づくりは、専門職や研究者によるトップダウン型指導から、専門職や研究者が住民の主体的な参加を促しながら共に活動する「参加・協働型」へ移行することが望ましいものと考えられる。

一方米国では、1990年代からコミュニティ（共通点を持った人々の意識的な集まり）の健康及び生活の質の向上を目指し、研究者と住民はパートナーシップを形成して地域社会の健康課題に取り組み、研究の開始から評価までのすべての過程に関わる研究またはアプローチ（Community-Based Participatory Research、以後、CBPR）が展開されている⁹。このようなCBPRが展開される背景には、失業、貧困、保健医療へのアクセス等の人種における格差が顕著であり、それは罹患率や死亡率等の健康格差に直接的に関係しているという問題がある¹⁰。併せて、個人の努力のみで健康の維持・増進に取り組むことは限界があるため、社会制度を変えるまたは健康に関する文化を育むという認識が関係している。

本研究の目的は、石川県津幡町を舞台に、買回り品受け渡しサービスショップと併設するコミュニティカフェを構築すると共に、まちへ訪れた高齢者が若者と交流を図ることで高齢者の困りごとを支援することであった。本研究では、上述した文献研究をもとに、「高齢者の困りごとは、自身の健康の維持・増進を支援してくれる仲間が不足していること」という作業仮説を立てた。そのため、今年度は「健康づくり」をテーマにしたコミュニティ構築の実現可能性を実践的に調べることを目標とした。そのため、CBPRの考え方を基盤に研究方法を構築した。

2. 方法

CBPRの原則に基づき、①健康をテーマに住民主体の地域づくりに関心があるコミュニティを作ること、②コミュニティが持つ「人と人のつながり」を資源として活動すること、③住民と研究者は協議会を通して意見を共有し活動の方向性を見定めること、④コミュニティの知恵と研究者の問題解決力を融合して健康課題の解決を図ること、⑤健康づくりの要点やテクニックをコミュニティへわかりやすく伝えること、⑥教育歴、所得、職業階層等による健康格差にも目を向けた活動であること、⑦健康問題の現状把握、問題発見、解決策の構想、実践、評価の過程を繰り返して健康づくりの活動を充実

させること、⑧健康づくりの活動を広報や講演会を通して住民へ普及させること、⑨健康づくりの自助グループが活動できるよう講習会等を継続すること、をコンセプトに「健康」をテーマにしたコミュニティを作ることを目指した。併せて、このようなコンセプトを基盤に、①健康問題を感じ取る、②仲間を集め組織を作る、③健康課題を明確にする、④計画を作り実施する、⑤活動を評価し普及を図る、の過程を経る研究方法を構築した。

2-1. 地域の健康問題の発見

最初に、地域の健康問題の発見に努めた。著者の研究室では、「津幡町地域福祉計画」に関する調査結果から、図 3-2-1 に示すように、高齢化率の速度は平成 22 年以降さらに速まることに注目した。

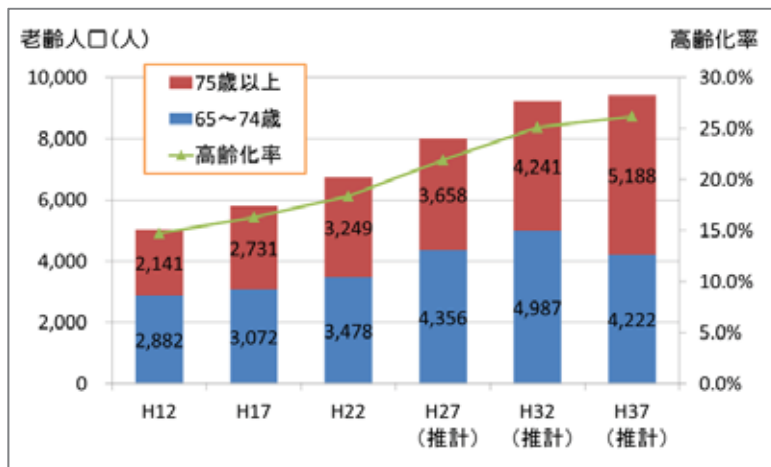


図 3-2-1. 津幡町における高齢者の数と割合

そこで、津幡町の 7 地区における平成 22 年の高齢化率を調べた結果、図 3-2-2 に示すように、高齢化率の低い中心市街地と高齢化率の高い中山間地が混在することが明らかになった。したがって、津幡町の健康問題は、高齢者へのケアのあり方は一様でなく、中心市街地と中山間地では明らかに異なるケアが必要であると考えられた。

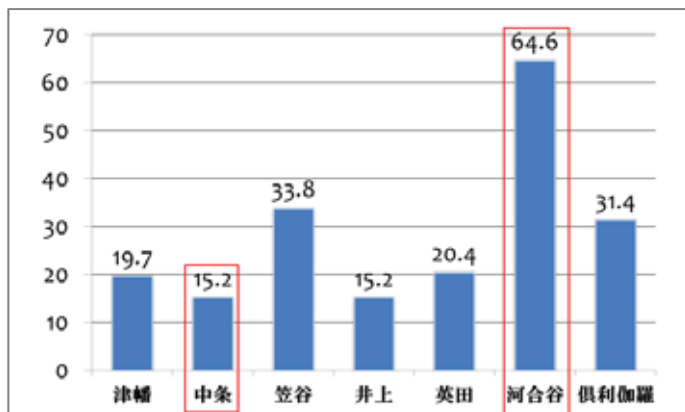


図 3-2-2. 津幡町の地区別の高齢化率

2-2. 組織の構築

上記の健康問題に対して、本研究室では看護大学の保健・福祉・健康に関する知を、看護学生及びまちづくりを志向する地域密着の団体（地域包括支援センター、社会福祉協議会）を介して多くの住民へ伝えることのできる健康コミュニティを起ち上げるというプロジェクトを発案した。しかしながら、このようなプロジェクトを展開するための具体的な方策はなかった。そのため、まずプロジェクトを遂行するための企画・運営という中核的な活動を担う運営チームを、大学の研究者、関係団体の代表者、及び看護学生の代表者で構成する必要があった。

プロジェクトを具現化するため、本研究室が2008年度より石川県かほく市で取り組む健康づくり活動を参考にした。この活動は、看護学生が元気な高齢者を大学へ招き、形態や体力等の健診、食事や運動等の健康づくりの講義、体操やレクリエーションゲーム等の運動を体験しながら交流を深めるといった健康教育であった。このような活動を企画・運営するボランティア看護学生を、プロジェクトを遂行する中心的な存在と位置づけることを考えた。

2-3. 健康課題の把握

健康づくりのコミュニティを起ち上げるというプロジェクトの趣旨を伝えるため、今年度はまず、高齢化率の低い中心市街地（中条地区）と高齢化率の高い中山間地（興津地区）を対象とした。広報誌や回覧を使ってコミュニティを起ち上げるための研修会への参加を募った。その結果、中心市街地で24名、中山間地で27名の参加があった。



図 3-2-3. 形態の測定（左）、及びアンケート調査（右）

看護大生が調査員となり、図 3-2-3 に示すように、参加者は各自の身長、体重、体脂肪量、筋肉量等の形態、及び主観的な健康観（QOL）や生活の自立度（ADL）を調べた。形態測定は、専用の測定器（In Body 3.0）を使って調べた。また QOL や ADL は、図 3-2-4 に示すように、専用のアンケート用紙を使って調べた。

I 主観的な健康観についてのアンケート

1 車を使って一人で外出する	はい	いいえ
2 日用品の買い物を自分でする	はい	いいえ
3 食事の支度をする	はい	いいえ
4 金銭管理・計算をする	はい	いいえ
5 身の回りのことを自分でする	はい	いいえ
6 健康と感じている	はい	いいえ
7 毎日気持ちよくすごせる	はい	いいえ
8 体調が優れない事が多い	はい	いいえ
9 元気だと感じている	はい	いいえ
10 周りの人とうまくいっている	はい	いいえ
11 友人との付き合いに満足している	はい	いいえ
12 家族との付き合いに満足している	はい	いいえ
13 近所付き合いに満足している	はい	いいえ
14 ある程度お金に余裕がある	はい	いいえ
15 小遣いに満足している	はい	いいえ
16 将来に不安を感じている	はい	いいえ
17 寂しいと思うことがある	はい	いいえ
18 自分が無力と感じる	はい	いいえ
19 気分が落ち込む	はい	いいえ
20 将来に夢や希望がある	はい	いいえ
21 生きがいがある	はい	いいえ
22 毎日の生活で活力を感じている	はい	いいえ

Ⅱ 主観的な日常生活の動作能力のアンケート

1 バスを使って一人で外出する	はい	いいえ
2 自分で日用品の買い物をする	はい	いいえ
3 食事の支度をする	はい	いいえ
4 請求書の支払いをする	はい	いいえ
5 銀行貯金・郵便貯金の出し入れをする	はい	いいえ
6 年金などの書類を書く	はい	いいえ
7 新聞を読む	はい	いいえ
8 本や雑誌を読む	はい	いいえ
9 健康についての記事や番組に関心がある	はい	いいえ
10 友達の家を訪ねる	はい	いいえ
11 家族や友達の相談に乗ることがある	はい	いいえ
12 病人を見舞うことがある	はい	いいえ

図 3-2-4. 主観的な健康観（QOL）や生活の自立度（ADL）を調べるためのアンケート用紙

健康調査を通じて運動・食事・睡眠のライフスタイルの現状に気づくと共に、健康の状態や問題点を意見交換した。

形態の量的なデータ、及びライフスタイルや主観的な健康観の質的なデータの分析を、参加者が協働して行うことは重要であった。このような過程を通じて、自らの健康問題に気づき取り組もうという意識が高まると共に、今後の活動の目標を共有することが考えられた。

参加者は、全体の健康課題の傾向として、①健康行動に取り組んでいる人とそうでない人の差が大きいこと、②適度な運動やバランスの取れた食事に取り組むきっかけに乏しいこと、③意欲はあるが健康づくりの行動が長続きしないこと、であることを共有した。

3. 結果

中山間地で社会活動に積極的に参加されている方に対して、形態測定を行った結果、図 3-3-1 に示すように、Body mass index (BMI) は男性・女性とも標準の範囲内であった。一方、体脂肪率は男性では標準の範囲内であったが女性はやや肥満の傾向にあった。基礎代謝や骨密度は男性・女性とも標準値を上回っていた。全体的な傾向として、中山間地では健康状態が良好であることが明らかになった。

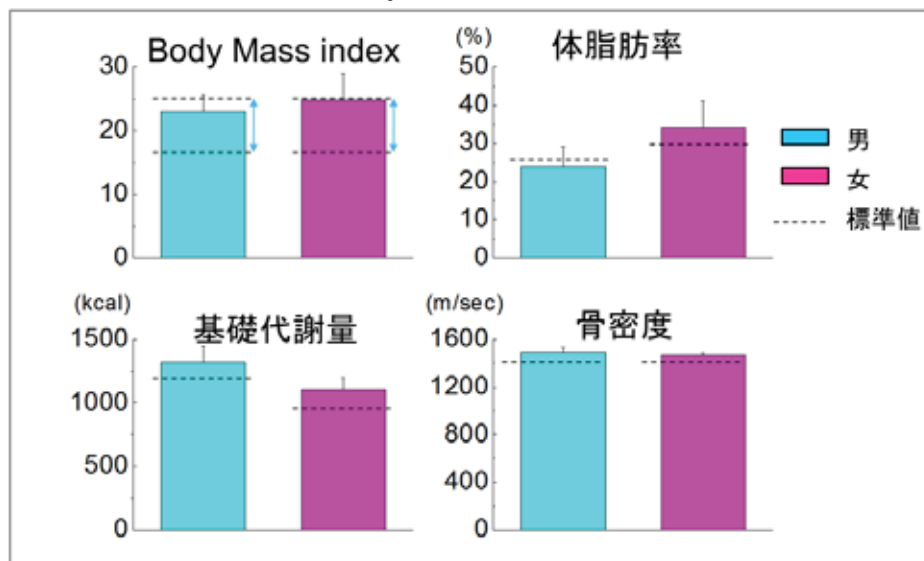


図 3-3-1. 形態測定の結果

主観的な健康観 (QOL) を調べた結果、中山間地は中心市街地と比較してほとんどの項目で値が小さかった。「精神的活力」においては、中山間地は中心市街地と比べて有意に低かった。また、生活の自立度 (ADL) を調べた結果、中山間地は中心市街地と比較してすべての項目で値が小さかった。「知的能動性」、「社会的役割」、および3つの項目の合計において、中山間地は中心市街地と比べて有意に低かった。

表 3-3-1. 主観的な健康観 (QOL)、及び生活の自立度 (ADL) の結果

		市街地	中山間地	P value
QOL	生活活動力	4.44±0.65	4.04±1.13	0.124
	健康満足感	3.64±0.99	3.22±1.12	0.162
	人的サポート満足感	3.72±0.46	3.70±0.82	0.93
	経済的ゆとり満足感	1.24±0.88	1.22±0.89	0.171
	精神的健康	2.20±1.41	2.63±1.11	0.227
	精神的活力	2.40±0.76	1.70±0.99	0.006
	合計	17.64±2.53	16.52±3.30	0.177
ADL	手段的自立	3.76±1.27	3.70±1.14	0.866
	知的能動性	3.72±0.46	3.26±0.86	0.020
	社会的役割	3.56±0.71	2.63±1.28	0.002
	合計	11.04±1.77	9.59±2.56	0.023

4. 考察

今年度の研究によって、「健康づくり」をテーマに住民同士が意見交換するというグループワークは、互いの健康行動の努力を認め励ましあう雰囲気を作ると共に、健康づくりの主体性を育む効果があることが推察された。そのため、来年度以降は健康づくりのサークル活動（健康行動に取り組んでいる人が見本となり、肥満と判定される人の健康意欲を高めるまたは健康行動を促すという緩やかなつながり）の起ち上げを、広く住民へ呼びかけたいと考えている。



図 3-4-1. 「健康づくり」を核とした地域連携と役割

近年、各自治体において住民の健康づくりに関する様々な計画が立案・実行されるようになってきている。たとえば、「健康日本 21」や「健やか親子 21」はその代表的なものとして知られている。このような計画は、行政主体ではなく住民、行政、及び専門職・研究者の協働による立案を通して、計画実施のためのアクションプラン（行動計画）に住民が主体的に参加するというエンパワメント効果を求めている。芳賀ら⁷は、地域住民の社会参加の縮小を防ぐため、地域活動の役割分担というテーマで自治会単位の話し合いの場を設定した。この取組では、行政担当者や研究者は話し合いの議論を交通整理するファシリテーターの役割を担うため、住民による主体的な議論の繰り返しが必要となった。その結果、住民のボランティア意識が芽生えると共に地域活動の提案・実行が起こり、このことが生活の自立度（ADL）や生活の質（QOL）等の住民の心身の健康または生きがいの向上につながった。このような住民と行政や研究者が協働して地域の課題解決に取り組むアクションリサーチの効果は、世代間交流を目的とした小学生への本の読み聞かせ活動^{11,12}、介護予防を推進する体操教室⁹等の先行研究からも裏付けられている。本研究では、このような先行研究の先駆的事例をもとに、住民の主体的な地域活動への参加はソーシャル・ネットワークの拡大につながるのかを、

実践的に立証したいと考えている。そのためには、図 3-4-1 に示すように、地域の大学・行政・社会福祉協議会・商工会がパートナーシップを形成して、役割分担に基づいた「地域の健康づくり」を推進することが重要となるものと考えられる。

一方米国では、1990年代から地域住民が研究者と協働して地域の健康課題を解決するためのプロセスや方法、及びその成果物である地域の能力を示した研究が報告されるようになってきている。このような CBPR の要は、立場の異なる機関や人達が活動を通して互いに信頼し育ち合う関係性（パートナーシップ）を持つことであることは知られている。本研究は、「健康づくり」をキーワードに、大学は健康教育の活動の企画・運営を担った。一方、地域包括支援センターや社会福祉協議会は活動の支援を担い、各機関の得意分野を活かしながら健康づくりの施策を練った。CBPR のパートナーシップにおけるグループの発達過程には、成立期、発展期、安定期、解体期という段階がある。本研究は、まず成立期に向けて、グループメンバーの増加に伴う役割分担の明確化、意見の衝突、グループ成果の可視化等の段階的な課題に対してどのような解決を図ったのかという過程を詳細に記述することが重要になるものと考えられる。

CBPR の先駆的な取組の多い米国では、コミュニティの活動に学生を関わらせることが学生の教育力向上につながるということが知られている。その背景には、地域、職場、学校等の社会をうまく運営するためのソーシャル・キャピタルという考え方がある。このようなソーシャル・キャピタルは、そこに暮らすまたは働く人々の社会力によって決まると考えられるため、「コンピテンシー」の能力をどのように育むのかは重要である。一方、米国で誕生した「サービス・ラーニング」とは、次のように体験を通じて学ぶ教育手法として知られている。

1. 次の学生または住民が、入念に計画されたコミュニティ活動への能動的な参加を通じて学習し、成長する。
2. その活動は、コミュニティの中で実行され、コミュニティのニーズに応えるものである。
3. 初等学校、中等学校、高等教育機関やコミュニティ活動のプログラム及びそのコミュニティと連携しあい、市民の責任の育成を助ける。

したがって、本研究は今後このようなサービス・ラーニングの手法を健康づくりのコミュニティ活動に導入し、住民や学生の「コンピテンシー」を養うことも視野に入れた活動を展開することが重要であると考えられる。

引用・参考文献

1. 近藤克則, 平井寛, 吉井清子, 他, 2005, 日本の高齢者一介護予防に向けた社会疫学的大規模調査. 調査目的と調査対象者・地域の特性, 公衆衛生, 69, 69-72.
2. IchidY, Kondo K, Hirai H, et al, 2009, Social capital, income inequality and self-rated health in Chita peninsula, Japan: a multilevel analysis of older people in 25 communities, Social Science & Medicine, 69, 489-499.
3. 健康日本 21 評価作業チーム, 2012, 「健康日本 21」最終評価
4. 近藤克則, 2005, 健康格差社会, 医学書院.
5. 広井良典, 2009, コミュニティを問い直す一つながり・都市・日本社会の未来, ちくま新書.
6. Hooper L, Bartlett C, Smith GD, et al, 2002, Systematic review of long term effects of advice to reduce dietary salt in adults, BMJ, 325, 628-632.
7. 芳賀博, 植木章三, 島貫秀樹, 他, 2003, 地域における高齢者の転倒予防プログラムの実践と評価, 厚生指標, 50(4), 20-26.
8. 島貫秀樹, 本田春彦, 伊藤常久, 他, 2007, 地域在宅高齢者の介護予防推進ボランティア活動と社会・身体的健康および QOL との関係, 日本公衛誌, 54(11), 749-759.
9. Israel, BA, Schulz AJ, Parker EA, et al, 1998, Review of community-based research: assessing partnership approaches to improve public health, Annu Rev Public Health, 19, 173-202.
10. Minkler M, Walleerstein N, 2003, Community -based participatory research for health, 1st ed, 3-9.
11. Fried LP, Carlson MC, Freedman M, et al, 2004, A social model for health promotion for an aging population: initial evidence on the Experience Corps model, J Urban Health, 81, 64-78.
12. 藤原佳典, 西真理子, 渡辺直紀, 他, 2006, 都市部高齢者による世代間交流ヘルスプロモーションプログラム—“REPRINTS”の1年間の歩みと短期的効果—, 日本公衛誌, 53, 702-713.

第4章 ゲーミング・シミュレーションによる地域通貨導入の検討

2014年1月25日と2月17日に津幡町商工会館にて「津幡町だけで使えるお金」で地域づくりを考える集いが開催された。勉強会は、1月25日に地域通貨ゲームを行い、地域通貨の使用体験を得てもらい、2月17日には地域通貨ゲームの結果のフィードバックと、津幡町での地域通貨導入において参考となる事例紹介、そして地域通貨導入過程における要点についてレクチャーを行った。本章では、これらの結果を報告すると共に、当日のディスカッションを反映させた地域通貨導入への提言を行う。

1. 地域通貨ゲーム

地域通貨ゲームとは、参加者に特定の地域経済社会の成員となってもらい、法定通貨のみの場合と法定通貨と地域通貨を併用した場合とで、経済取引やボランティアを行う状況にどのような違いがあるのかについて体験するマルチプレイヤー対面型ゲームである。ここでは、1月25日に行った地域通貨ゲームの設定について説明する。

(1) 役割設定

本ゲームでは、サラリーマン、学生、ガソリンスタンド、農家、レストラン、温泉ホテルという6つの住民がいる津幡町を設定している（図4-1-1を参照のこと）。参加者に対しては、事前に町民間の助け合いがなく、町内の商店での売上

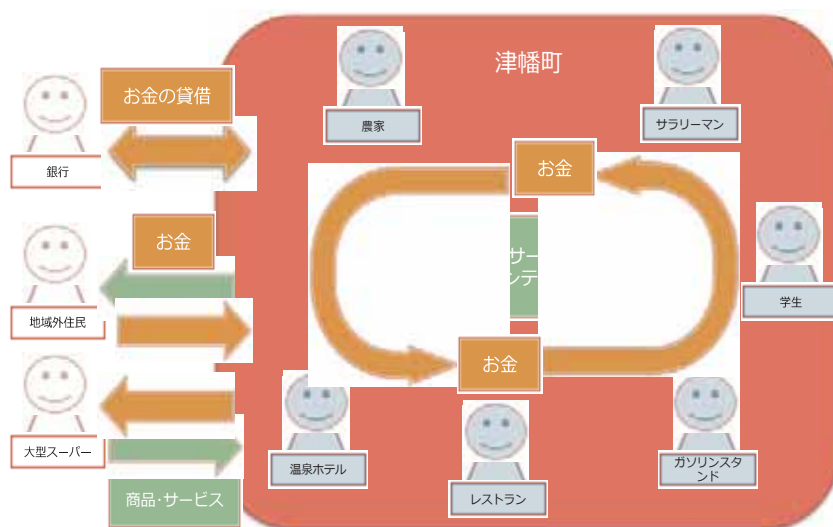


図 4-1-1 地域通貨ゲームの役割設定

げが低下しているという2つの問題を抱えていることが示されており、地域通貨を使用することで、これらの問題が解決できるかどうか考えるように指示されている。

参加者は6つの住民のいずれか1つをグループで担い、サイコロの目によって決まる地域外収入と町民同士の取引によってもたらされる地域内収入を用いて、アイテムの購入やボランティアの依頼などを行う。これらの取引はサイコロで決められており、地域内の住民同士だけではなく、地域外に設置した郊外大型スーパーや町外住民、銀行などとも行う。

(2) ゲームの構成

ゲームは全 5 ターンあり、前半の 2 ターンは法定通貨のみで取引を行い、後半の 3 ターンは法定通貨と地域通貨の両方を用いて取引を行う。6 つの住民の役割毎に取引記録表（図 4-1-2）を配布しており、参加者は地域外からの収入、購入アイテムとその購入先、ボランティアの依頼とその実行・拒否の内訳、販売アイテムの販売量、提供できるボランティアの実行回数などをターン毎に記録することになっている。

また、地域通貨導入後のターンでは、上記の事柄に加えて、販売アイテムの地域通貨受け取り割合や提供するボランティアの対価などを決定していくことになる（詳細は後述）。

取引記録表：地域通貨導入前					
第()ターン					
ガソリンスタンド					
	サイコロ(1)	購入アイテム・購入先			お持ちの現金/クレジット
購入リスト	1	労働力 サラリーマン	洋服 地域外	ラーメン レストラン/地域外	大掃除の手伝い サラリーマン
	2	カレー レストラン/地域外	アルバイト 学生	家電 地域外	除雪の手伝い サラリーマン/学生
	3	米 地域外	宿泊 温泉/地域外	労働力 サラリーマン	
	4	おかず 地域外	アルバイト 学生	ラーメン レストラン/地域外	山菜採り レストラン
	5	労働力 サラリーマン	カレー レストラン/地域外	家電 地域外	
	6	宿泊 温泉/地域外	野菜 地域外	家電 地域外	子どもの世話 学生
販売					
販売アイテム			数量		
ガソリン(5000円)					
灯油(4000円)					
ボランティア					
メニュー			回数		
なし					
地域外住民の 利用	サイコロ(2)	収入	前ターンでボランティアをした回数		実際の収入
	1,2	9000円			円
	3,4	15000円	前ターンでボランティアをしてもらえたか		
	5,6	21000円	Yes	No	

図 4-1-2 取引記録表（地域通貨導入前）

(3) 地域通貨

今回のゲームでは、法定通貨に近く不特定多数に広がりやすい紙幣型（100Y、500Y、1000Y）の地域通貨を用いた。1Y=1 円に相当する。Y は津幡町内での取引のみに用いられ、地域外の銀行や大型スーパーなどでは使えない。入手方法としては、(1)地域内での取引で入手する、(2)地域活性化案の提出（後述）、(3)地域通貨発行団体が 10%のプレミアムをつけて円と交換発行、という 3 つの方法がある。本ゲームでは、地域通貨発行団体において 10%の換金手数料をつけて Y を円に換金できるようにしている。

(4) アイテム取引

参加者はターン毎にサイコロで決められた 3 つのアイテムを購入する。アイテムの価格はあらかじめ設定されており変更することはできない。ただし、地域通貨導入後は、販売するアイテムの対価として地域通貨を受け取る割合についてターン毎に販売側が決定する

ことができる¹。また、全 20 の取引アイテムのうち 6 種類のアイテムについては、地域内外の両方で販売されている。それらのアイテムの価格は地域内の方が高く地域外の大型スーパーの方が安い。参加者はこれらのアイテムを購入する場合、安さをとって地域外の大型スーパーで購入するか高くても地域内で購入するかを決定しなければならない。

(5) ボランティア

参加者はターン毎に 2/3 の確率でボランティアを 1 つ依頼しに行く。ボランティアには全てのターンで提供できる個別ボランティアと地域通貨導入後に提供できる地域活性化ボランティアがある。個別ボランティアは町民毎に提供できるメニューや数が異なる。一方、地域活性化ボランティアは、地域通貨を導入する第 3 ターンのはじめに、地域内に設立された地域通貨発行団体が町民全員から地域活性化アイデアを募集し、各町民が最大 2 つまでメニューを提供できる。提供したメニューひとつにつき 1000Y の地域通貨を地域通貨発行団体から町民は受けとることができる。地域活性化ボランティアを依頼する場合は、提出された様々な地域活性化策の中から最も町の活性化に役立ちそうだと思うアイデアを出した町民へと依頼しに行く。

ボランティアの対価は、地域通貨導入前は無償であるが、地域通貨導入後は提供する側がボランティアの対価として無償、500Y、1000Y のどれかをターンごとに決定しなければならない。本ゲームではボランティアを行う費用として、ボランティアを 1 回実行する度に次のターンの地域外収入が 10%減少するように設定している。ボランティアを依頼された場合、次のターンの収入を考えてボランティアを断るか地域住民の助け合いを重視してボランティアを行うかを決定しなければならない。ちなみに、ボランティアを断られた場合は、断られた内容の事柄を自分で行わなければならないので、断られた方の次のターンの収入から 1 回につき 10%地域外収入が差し引かれる。

(6) 実施の様子

当日は、16 名（男性 11 名、女性 5 名）がゲームに参加し、ゲームの事前と事後に意識調査アンケートを行った。これらの結果は 2 月 17 日に行われた 2 回目の勉強会において提示し、ゲーム参加者へのフィードバックを行った。ゲームは約 2 時間で行われ、終了後ゲームや地域通貨への感想などを話し合った。

¹ 例えば、1000 円のアイテムであれば、0 円+1000J、700 円+300J、1000 円+0J などのように、割合を自由に決めることができる。



図 4-1-3 地域通貨ゲームの様子

2. 地域通貨ゲームのフィードバック

2月17日に行った2回目の勉強会では、前半に地域通貨ゲームの結果のフィードバックを行い、後半に津幡町で地域通貨を導入する上で参考となる地域通貨の導入事例の紹介と地域通貨を導入する上でのポイントについてレクチャーとディスカッションをおこなった。地域通貨ゲームのフィードバックをおこなうに当たって用意した観点は参加者の行動と意識の変化の2つである。

1. 地域通貨を導入する前後でどのような行動の変化が起こったのか
 - 地域内と地域外のどちらでアイテムを購入したのか
 - アイテムの販売価格に占める地域通貨と円の割合をどのようにしたのか
 - 依頼されたボランティアを引き受けたかどうか
2. 地域通貨ゲームを体験したことでどのような意識の変容が起こったのか
 - お金に対する価値観は変化したのか
 - 地域通貨に対する評価

(1) ゲームにおける参加者の行動

① 購買行動

地域通貨ゲームでは参加者がアイテムを購入する際に地域内のお店で購入するか、地域外のお店で購入するかのどちらかを選択することを迫られる場合がある。その際に地域内外のどちらを選択したかを表したのが図 4-2-1 である。地域通貨が導入される前は、地域内外での購入割合は半々であったが、地域通貨が導入された後では地域内を選択する割合が 17 ポイント上昇した。

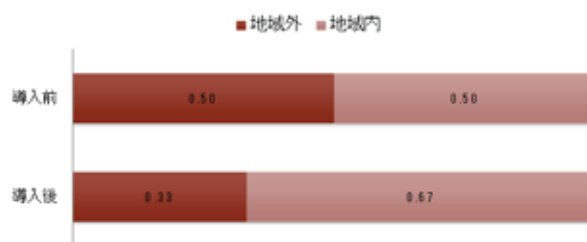


図 4-2-1 アイテム購入時の地域内外選択割合

続いて図 4-2-2 におけるターン別でのアイテム購入時における地域内の選択割合の平均を見よう。ゲーム開始当初のターン 1 では域内購入割合が 60%あったが、ターン 2 では 20 ポイント下落している。これは参加者が地域内外のお店の価格差を把握して購入先を地域外に変更したことが考えられる。地域通貨が導入された直後のターン 3 では最も域内における購入割合が高く 75%であった。その理由は、導入当初に地域通貨を配布するイベントがあったため、参加者の多くがそれを使用するために域内でアイテムを購入したからであろう。しかし、その後は徐々に域内での購入割合は下落する傾向にあった。当初は無償で提供された地域通貨であるが、その後は自分たちの取引によって入手しなくてはならなくなったため、域内での決済手段として使用される機会が低下した可能性がある。現実の事例においても導入当初は地域通貨が活発に使用されるが、地域通貨の滞留や補助金の打ち切りによって徐々に使用されなくなったり、中止されたりする地域通貨は多い。ゆえに、導入後もいかに地域通貨を循環させ続ける施策を講じるかも重要な検討課題となる。

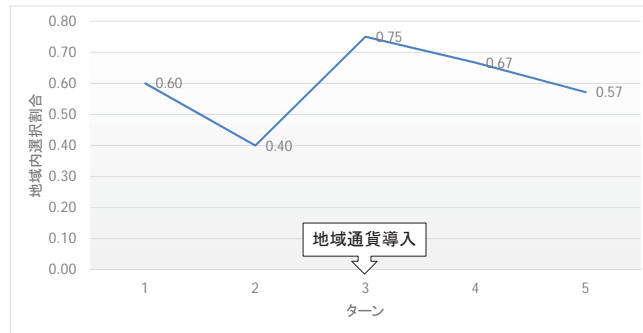


図 4-2-2 アイテム購入時に地域内を選択した割合（ターン別）

図 4-2-3 は、アイテム販売価格に占める地域通貨の割合の平均をターン別に示したものである。販売価格に占める円と地域通貨の割合は、平均ではほぼ半々であるが、グループ別に見ると 0%もしくは 100%のどちらかに設定して販売していたグループが多かった。地域通貨を 100%でアイテムを販売していると、受け取るお金が地域通貨だけとなり、地域外でのアイテム購入に支障をきたすことになる。逆に円の割合を 100%にしてアイテムを販売していると、地域通貨を使用してアイテムを購入したいお客を取りこぼすことになる。つまり、円と地域通貨を入手する量を自身の取引や残高の状況に合わせてどのようにバランスするのか考える必要がある。これは現実の取引でも考慮しなくてはならない点であり、地域通貨を受け取ってばかりいると特定のお店に地域通貨が滞留し、効率的な地域通貨の循環の妨げとなる怖れがある。

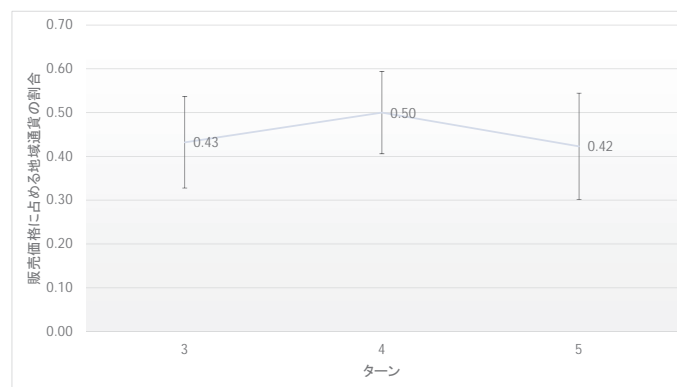


図 4-2-3 アイテム販売価格に占める地域通貨の割合（エラーバーは標準誤差）

② ボランティア行動

ボランティアの依頼は、地域通貨導入前で 3 回、地域通貨導入後で 18 回の合計 21 回行われたが、そのいずれにおいても引き受けられた。つまりボランティアの実行率は、地域

通貨の導入前後ともに 100%であった。このゲームではボランティアを 1 回引き受ける毎に次ターンの収入が 10%減少することから、参加者は自身の収入が減少することをいとわずに他者から依頼されたボランティアを引き受けたことになる。依頼されたボランティアを引き受けるかどうかは、認知的ソーシャルキャピタルと言われる参加者個人が持つ「信頼」、「互酬」、「愛着」の強さと正の相関があることがわかっている（吉田・小林、2013）。今回の参加者も事前のアンケート調査から、認知的ソーシャルキャピタルに関わるすべての質問項目の平均点数が 4 以上であることから（5 段階評価）、参加者の特性として相互扶助の意識が高いために、有償無償に関わらずボランティアが引き受けられたと考えられる。このような意識が高い地域では、地域通貨のようなツールを用いた新たな相互扶助関係を構築することが難しいことがある。この場合の地域通貨は、従来からその地域に存在している慣習的互酬を否定する存在になりやすい。山崎（2013）は、「ローカルな認知規制の濾過作用」によって地域通貨の否定的な認識が生まれると述べている。

図 4-2-4 は、ゲーム内において参加者が設定した地域通貨による有償ボランティアの平均価格の推移である。ボランティアはその内容によって個別ボランティアと活性化ボランティアの 2 つに分類され、前者は個人する私的な依頼（例：子どもの世話、雪かき等）であり、後者は地域全体の活性化に寄与する依頼（例：地域の居場所の設置、商店街イベントの実施等）となっている。図から個別ボランティアの提供価格が全体平均より高く、活性化ボランティアの提供価格が全体平均より低いことがわかる。この理由として、参加者が公共性に関わるボランティアは無償か、もしくは低い価格で引き受けても良いと考えていることが挙げられる。栗田（2010）は、公共性の高いボランティアの対価として受け取ったり、支払ったりする謝礼として地域通貨が他の形式（無償、粗品、現金）よりも受け入れられやすいを示している。ゆえに、公共性の高いボランティアは、地域通貨を介することで少ない報酬でも活発に行われる可能性が高いと言える。

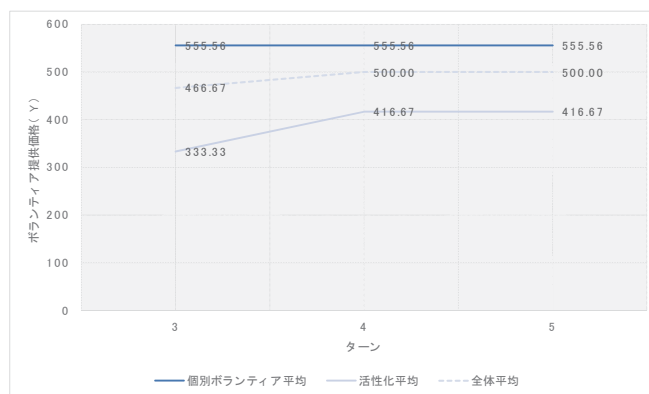


図 4-2-4 ボランティア提供価格の平均 (Y) : ボランティア提供価格は 0S、500S、1000S のいずれかである

(2) ゲームの事前事後アンケート

① お金に対する意識変容

地域通貨が効率的に循環している地域の住民は、そうではない地域の住民と比べて「お金の多様性」を是認する意識が強いことが知られている (Kobayashi et al., 2013)。地域通貨ゲームを体験することによって、参加者のお金に対する意識のどの部分が変化したのかを調べた。表 4-2-1 は、ゲーム前後のアンケート調査によって統計的に有意な差が認められたアンケート項目を示したものである。アンケートは 5 段階尺度で回答を求め、点数が高いほどその項目について肯定していることになっている。結果から、ゲーム前後で参加者の「お金の多様性」と「お金を介した人と人との繋がり」を認める意識が強まったことがわかる。先行研究からも効率的な循環には地域住民の「地域通貨」に対する理解が重要であることがわかっている。今後津幡町で地域通貨が導入される場合には、地域通貨について知らない住民を対象にゲームを実施することで、地域通貨が地域経済の活性化と住民同士の結びつきを強めるためのツールであることを理解してもらえ、可能性が高いと言える。

表 4-2-1 ゲーム前後における参加者のお金に対する意識の変容

質問項目	ゲーム開始前	ゲーム終了後	p値
お金の発行権を中央銀行や商業銀行だけでなく人々やコミュニティも持つべきだと思いますか。	2.67	3.67	.030
いろいろな種類のお金から好ましいものを選ぶことができればよいと思いますか。	2.73	3.4	.041
お金は人と人とを結びつけるものであればよいと思いますか。	3.07	3.7	.031

p値はWilcoxonの符号付順位和検定による。

強く思う…5点 少し思う…4点 どちらでもない…3点 少し思う…2点 まったく思わない…1点

② 地域通貨に対する評価

ゲーム終了後に地域通貨に対する評価について参加者に 5 段階尺度で尋ねた。「あなたの住んでいる地域に地域通貨があればよいと思いますか」という問いに対しては、参加者の 88%に当たる 14 名が「強く思う」もしくは「少し思う」と回答し、2 名を除いて地域通貨に対して肯定的な態度を示した (図 4-2-5)。もうひとつ「あなたが住んでいる地域に地域通貨があるとして、あなたは地域通貨と円のどちらを使いたいですか」という問いに対しては、参加者の 50%が「どちらかという地域通貨」と回答した一方で、44%が「どちらでもない」と回答した (図 4-2-6)。また、地域通貨を使いたいと回答した参加者はひとりもいなかった。これはすなわち自分たちの住んでいる地域に地域通貨が存在することは認めても、その地域通貨を自分たちが使うかどうかはまた別の問題であると考えていることを示唆している。

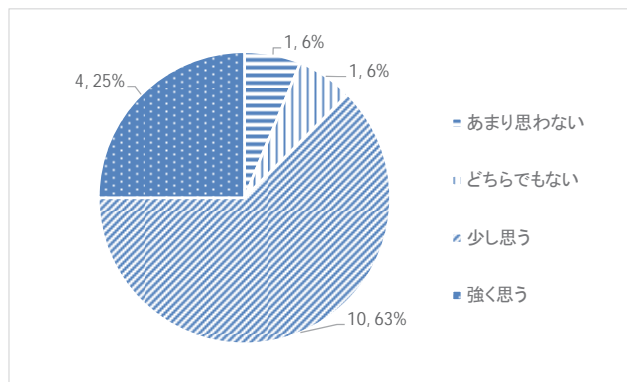


図 4-2-5 あなたの住んでいる地域に地域通貨があればよいと思いますか

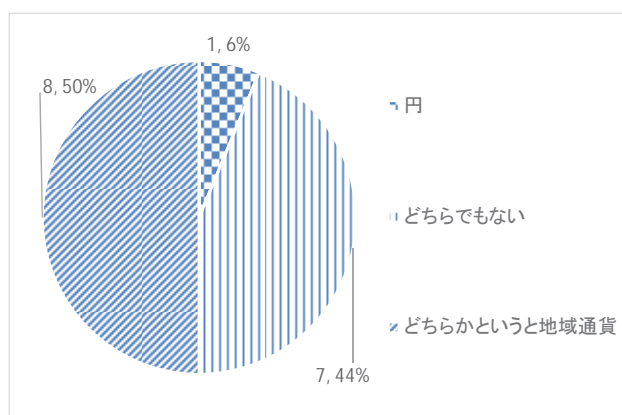


図 4-2-6 あなたが住んでいる地域に地域通貨があるとして、あなたは地域通貨と円のどちらを使いたいですか

③ 地域通貨ゲームを通じた参加者の感想

「地域通貨ゲームを行ってどんな感想を持ちましたか」という問いについて自由記述形式で回答してもらった。回答の多くは地域通貨に関する意見であり、地域通貨ゲームそのものに対する感想はほとんど見られなかった。下記に地域通貨に対するポジティブな評価とネガティブな評価の双方を挙げた。

地域通貨に対するポジティブな評価としては、地域通貨を使用することで地域に対する愛着の向上や住民同士の交流の増加、地域貢献への寄与と回答するものがあった。ネガティブな評価としては、地域通貨を使用する際の不便さやインセンティブの低さを指摘する声が聞かれた。

[地域通貨に対するポジティブな評価（自由記述）]

- 地域通貨を使うことで地域のことをより意識するようになった。（最初は関係ないとドライだった）
- 地域の人々が交流できる。思いやりが育つ。就労にも繋がる。
- 地域通貨を使うだけで地域貢献している気持ちになり、地域への愛着心がわいた。

[地域通貨に対するネガティブな評価（自由記述）]

- 手数料を取られてまで地域通貨に換金して地域で購入しようとは思わない。地域通貨を取り入れたほうが良いのかはまだよくわからない。
- 地域通貨によってその地域が活性化されるのは良いと感じたが、制限やルールによって使い勝手が悪くなるとも感じた。

この結果から示唆されることは、実際に津幡町で地域通貨が導入された場合には、地域通貨ゲームと同じように、地域住民が上記のポジティブな評価を感じ、実際に愛着の向上や住民同士の交流増加が発生する可能性があるということである。しかしその一方で、今回のようにネガティブな評価を下す地域住民も同じように発生するであろう。

確かに地域通貨は法定通貨である円と比べるとその使用については不便なお金であると言わざるを得ない。だが、特定の地域でしか使用することができない不便なお金であるがゆえに、地域経済の活性化や地産地消といった自律型の域内循環を達成できる可能性がある。そのためには、地域通貨を導入する目的を明確し、その導入意図を地域住民に対して丁寧に説明する必要がある。その際には、地域通貨を各自で使用していくことが、地域のためになるという意識付けも必要である。また、自由記述で述べられた不便さを間接的に解消する方法として、利用者に地域通貨を使用するインセンティブを持たせることが考えられる。その方法としては、今回のゲームでも設定された地域通貨に対するプレミアムの付与やイベント等における地域通貨の配布が挙げられる。いずれも利用者にとって金銭的なメリットがあるため、地域通貨を使用するインセンティブを高めることができるが、プレミアムや配布のための原資をどのようにして確保するのかということは、地域通貨の持続可能性と絡めて事前に十分な考慮をする必要がある。

(3) おわりに

これまで地域通貨ゲームの結果と現実の事例を比較しながら津幡町に地域通貨が導入された際に考慮しなくてはならない事項について検討してきた。しかしながら、地域通貨ゲームが現実の事例と大きく異なるのは、地域通貨ゲームは地域通貨がある程度流通することが前もって設定されている点である。ゆえに、今回のゲーム結果は津幡町で実際に地域通貨を導入した際に必ず発生する事象ではない。むしろ、ゲームで見られたような地域通貨の域内流通を実現するために津幡町の現状を鑑みながら、足りないことやこれから実現していかななくてはならない事柄について地域のステークホルダーを巻き込みながら検討する必要がある。

参考文献

- Kobayashi, S., Hashimoto, T., Kurita, K. & Nishibe, M. (2013) “Correlation between Currency Consciousness among Participants of Community Currency and Its Circulation”, *The Proceedings of 2nd International Conference on Complementary Currency Systems*, p.12.
- 栗田 健一 (2010) 「地域通貨プロジェクトの効果と課題ー学際的アプローチに基づく地域コミュニティ活性化の評価と考察ー」北海道大学大学院経済学研究科博士論文.
- 吉田 昌幸*・小林 重人* (2013) 「地域通貨は地域コミュニティ形成に寄与するか？ーゲーミング・シミュレーションを用いた検討ー」『第 49 回経済社会学会 大会報告集』, pp. 10-1. (*equal contribution)
- 山崎 茂 (2013) 『地域再生の手段としての地域通貨ー「エコマネー」の可能性と限界に注目して』OMUP ブックレット No. 39 「地域活性化」シリーズ 3 大阪公立大学共同出版会.

3. 地域通貨導入事例

地域通貨ゲームのフィードバックの後に、津幡町での地域通貨導入を考える上で鍵となる、地域経済と地域コミュニティを同時に活性化することを目的に導入された 3 事例（大阪府寝屋川市、北海道苫前町、北海道更別村）について紹介を行った。これら 3 つの事例はいずれも、紙幣型で、ボランティアや相互扶助を促進すると同時に商工業でも活用して地域経済の活性化を図るという点で共通している。

これらの事例から見られる地域通貨導入によるメリットとして、第 1 に地域通貨導入により、ボランティアの対価として受けとった地域通貨を商店街などで利用するという流れを作ることができた点が挙げられる。これにより、地域の福祉と経済の両方が促進されるような仕組みがもたらされ、地域の福祉と経済の両方を支援するという地域通貨を使用することの意味づけがなされる。さらに、寝屋川市の事例では介護などの有償ボランティア活動に地域通貨が用いられ、福祉と経済の連携がより強化されている。

一方、経済面の方に焦点を当てると、苫前町の事例において見られたことであるが、発行した地域通貨券が複数回流通することによって地域内での需要が創出されることがわかっている。苫前町の事例では第 1 次流通実験（2004 年 11 月から 2005 年 2 月）では約 29 万円、第 2 次流通実験（2005 年 8 月から 2006 年 1 月）では約 98 万円分の需要が地域通貨導入により新たに生み出されている。また、複数回流通することは運営側にとってもメリットがある。更別村の事例では、発行した地域通貨が円に換金されたのは約 46%で、残りの約 53%は地域通貨のまま循環・滞留していることがわかっている（2008 年 11 月から 2010 年 5 月）活用を促すことになる。発行した地域通貨券が利用後すぐに換金されず転々流通する特性は、地域商品券などと異なる地域通貨の特徴である。

一方、課題もある。第 1 に地域通貨の複数回流通の難しさが挙げられる。紙幣型地域通貨は複数回流通することによって特に地域経済の活性化において効力を発揮する。しかし、その地域通貨券が複数回流通するためには、地域内での多様な利用方法が用意されている必要がある。寝屋川市の事例では、有償ボランティアでもらった地域通貨を商店街で活用するという経路が最も多いが、それ以外の使われ方が少ないことが課題として挙げられていた。個人間の相互扶助や商店間での利用など、ボランティアや地域商店街における相互利用の仕組みづくりが複数回流通においては重要である。

第 2 の課題は継続的な運営資金の確保という問題である。紹介した中で苫前町の事例は現在休止しているが、その理由の 1 つは運営資金の問題である。多くの場合、補助金等の獲得が必要となり、寝屋川市の事例でも年間 50-100 万円ほどの助成金をとっている。また、更別村の事例のように、発行主体の NPO が村から事業を請け負うなどして資金を確保する場合もある。

4. 津幡町での地域通貨導入にむけて

最後に、地域通貨導入において決めるべきその後のディスカッションをもとにした津幡町での地域通貨導入にむけた提案を行う。

(1) 導入において決めるべきこと

地域通貨導入に当たって以下の6点について決定する必要がある。

(1)発行目的、(2)名形、(3)形態、(4)何に還元するか、 (5)発行組織、(6)流通経路
--

第1に、何のために地域通貨を導入するのかについて明確にしなければならない。ここには、単に地域通貨を導入する目的を明らかにするだけでなく、自分たちの地域の状況を把握し、そこで解決されるべき問題を明らかにすることも含まれている。第2に、地域通貨の名称は地域通貨を発行する目的や理念を表すものとして重要である。例えば更別村の「サラリ」には、「更・別・人・ニ・利・ア・リ」という意味が含まれており、紙幣にもそれが記載されている。第3に、地域通貨は、現金通貨に近い紙幣型、コミュニティ形成が比較的容易なLETS型、ポイントなどを用いた電子カード型など多様な形態で発行されている。地域通貨の発行目的に合わせた形で発行形態を決める必要がある。第4に、地域通貨を最終的に何に還元するのかという点について決めなければならない。これは地域通貨の価値をどのように担保するのかということにも関わる。地域通貨は法定通貨に還元するだけでなく、一定の労働時間や米や地場産品に還元するものもある。第5に発行組織をどこにするのかという問題は、どのような流通経路を形成するのかということにも関わる問題である。第6に流通経路である。発行した地域通貨が複数回流通するためにはどのような場所で地域通貨が使えるようにするのが良いのかなどについて決めていくことが重要である²。

(2) 地域通貨導入のための協同体制

導入した地域通貨が持続的に流通・活用されるためには、上述した6つの決定事項を決めるだけでなく、地域通貨導入を目指すリーダー、地域通貨の利用者となる地域住民、そして地域通貨の研究者との協同体制を構築していくことが望まれる（以下図4-4-1参照のこと）。地域通貨導入を企画するリーダー層のみで上記の6点を決定するのではなく、地域通貨の利益や負担を被る様々な団体と共に決定していくことが望ましい。

² これらの事柄については、西部忠編（2013）『地域通貨』ミネルヴァ書房が参考となる。

また、導入した地域通貨は住民によって利用されなければその効果はもたらされることがない。それゆえ、導入する上で策定した事柄は地域住民の意見を反映させたものでなければならない。もちろん、地域通貨導入を企画する団体だけでそれらを行うことは難しい。そこで、地域通貨の研究者との協同体制が有効である。地域通貨の研究者が中心となり、地域住民に対して自らの地域社会がもつ地域資源が何であるかについての気づきをもたらし、それに対して地域通貨がどのような有効性を持つのかについての理解を促す。また、リーダー層とともに地域通貨の発行や流通デザインを決定していく。このような協同体制の下で地域通貨導入を進めていくことで、持続可能な流通デザインの設計が可能となる。

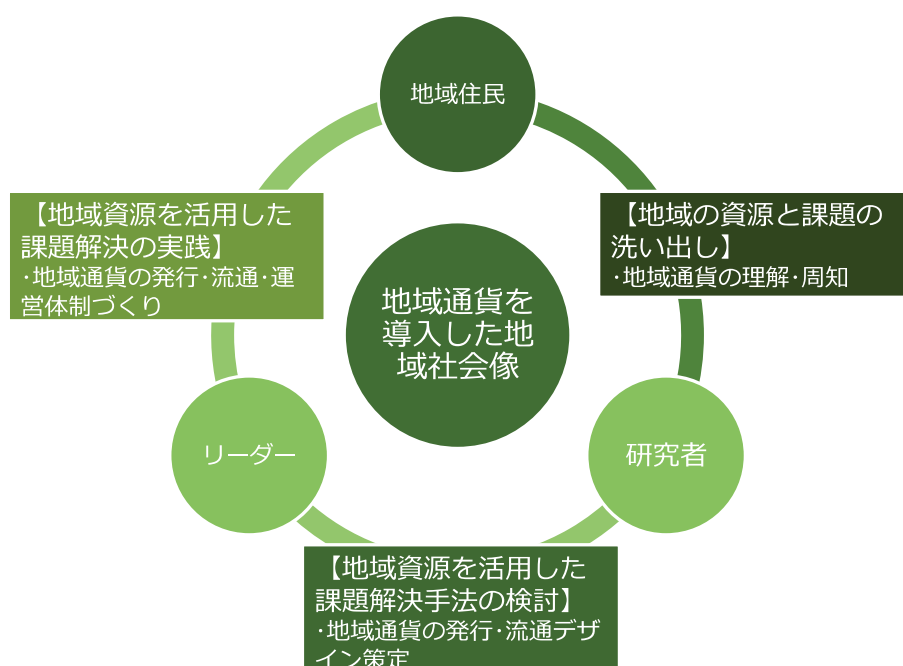


図 4-4-1 地域通貨導入の協同体制

(3) 津幡町での地域通貨導入に向けて

最後に、津幡町での地域通貨導入において 2 つの提案を行う。第 1 に、地域通貨導入を考える上で、現在津幡町で利用されているドレミファスタンプ（満点）カードの仕組みを発展的に活用していくことが望ましい。現在のドレミファスタンプは、加盟店で 100 円利用する毎に 1 ポイントをもらえ、500 ポイントがたまれば、(1) 加盟店で 500 円分の買い物、(2) 信用金庫に 500 円分の預金、(3) 500 円分で町役場での納税等、という 3 つの方法で活用することができる。また、津幡町では、スタンプ会が発行する商品券だけでなく、出生や長寿など様々な商品券が発行・利用されている。これらの仕組みを基にして地域通貨導入を図る上で、現在のドレミファスタンプ会がそのまま地域通貨発行団体となるの

ではなく、町内のコミュニティ活動やボランティア活動団体と共に新たな地域通貨発行団体を形成することが望ましい。

第 2 に、地域通貨の利点を最大限に活用していくために、コミュニティ活動やボランティア活動の対価として現在活用されているポイントや商品券を活用できる仕組みを導入し、その先に地域通貨券へと統合していくことが望ましい。上記の 3 つの地域通貨導入事例で示してきたように、地域通貨は複数回流通することによってその効果を発揮する。それゆえ、地域内での様々なコミュニティ活動やボランティア活動での地域通貨利用を促すことが商店街のスタンプから津幡町の地域通貨へと進化させていくために必要である。

第5章 研究成果からの提言

1. 研究全体のまとめ

今回の調査・研究事業では、建築学、生活科学、地域研究、応用健康科学の研究者らから津幡町の高齢者の住環境について、大きくは、買い物環境という問題をテーマに置きながらも多様なアプローチから津幡町の生活環境の実態について明らかにされたものと思う。それぞれ研究の視点、方法等は多彩ではあるが、共通して見出される課題は、地域における人と人とのつながり・ネットワークの重要性、という問題であった。

山岸は、津幡町の買い物環境の実態とニーズを明らかにするため、津幡町の7地区について津幡町健康福祉課による「日常生活圏域ニーズ調査」との合冊で調査票を作成し高齢者に対してアンケート調査を実施した。調査結果は、河合谷地区などの中山間地域における買い物環境の悪さが改めて明らかにされた。加えて、全地区に共通な課題として近い将来、現在と同様の買い物行動を続けられることができないと感じている4割程度の高齢者がいるという実態を明らかにした。また買い物では自分で選んで買いたいという気持ちと同時に外出し人と会話して交流したいという要求に応えることの重要性を指摘している。

垣花は、地域住民の健康の維持・増進を図るためには、ソーシャルキャピタルの高さが重要であるという仮説に基づき、「健康づくり」をテーマとしたコミュニティ構築の現実可能性を実践的に調べる研究を実施した。研究の手法はCBPRを基礎に構築し、高齢化率が比較的低い中心市街地（中条地区）および高齢化率の高い中山間地区（興津地区）を対象として筋肉量等の形態測定、主観的な健康観（QOL）ならびに生活の自立度（ADL）を調査した。その結果、中山間地域の高齢者は、基礎代謝や骨密度は男女とも標準地を上回り健康状態が良好でことが分かったがQOLやADLについては中心市街地の高齢者に比べて有意に低いという結果を得ている。また、住民のボランティア意識が芽生えることにより地域活動の提案・実行が起りADLの向上やQOL等の住民の心身の健康または生きがいの向上につながった研究事例を踏まえ「住民と行政や研究が協働して地域の課題解決に取り組むアクションリサーチ」の効果について手ごたえを得ている。

一方、熊澤は高齢者福祉施設に集まる高齢者を対象とした買い物支援システム「おせワンコ」の導入とその運用について社会実験を実践し、津幡町における買い物支援システムの定着を図った。加えて、株式会社ティたすティに本事業を移管して、買い物支援移動販売事業を継続的に行う仕組みを整備した。しかしこれらのシステムを支えるためには地域ボランティアによる買い物環境の改善のための組織が必要であることを指摘している。

吉田・小林は地域通貨ゲーミングシミュレーションにより、地域ボランティア活動の有償化に伴う地域経済に及ぼす効果を、地域通貨の使用という観点から明らかにした。特に、地域通貨ゲームを通じて、地域の人々の交流が芽生え、思いやりが育つこと、また地域通貨を使用することで地域への愛着心が向上するといった地域ネットワークを構築する上で重要な論点を提出している。

「新・買い物支援システム: オンデマンド商店街の可能性調査・研究」体制展開図

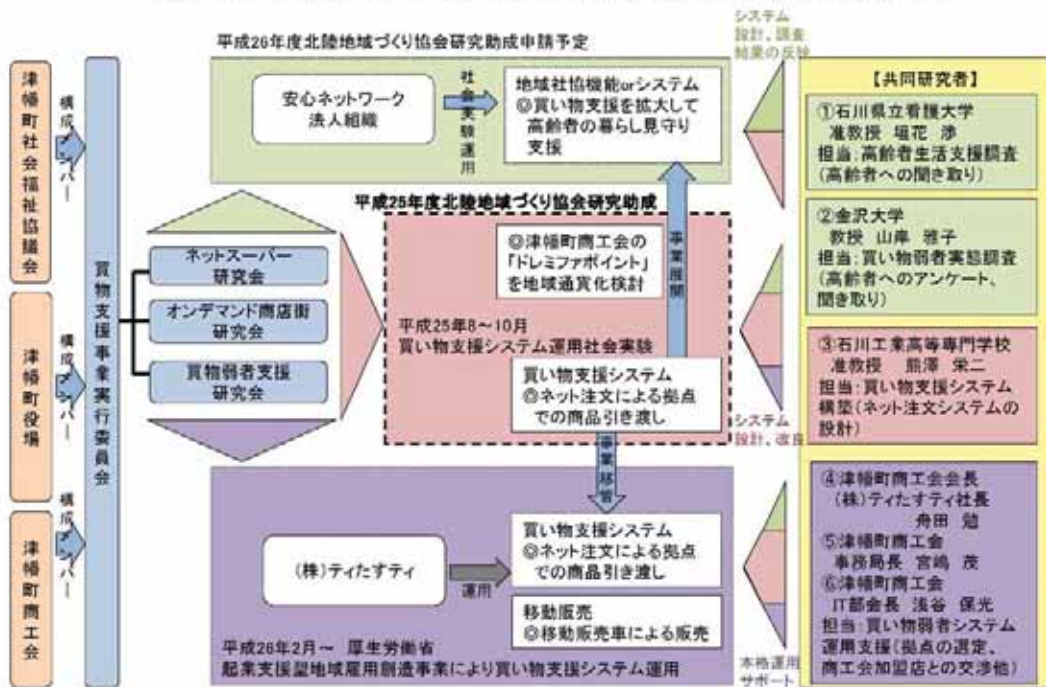


図 5-1-1 : 研究体制展開図

2. 提言と今後の課題

平成 25 年度の研究成果の振り返りを基に、平成 26 年度以降の研究の方針について提言を以下の通りまとめる。

1. 買い物支援システム（オンデマンド商店街）は、地域の互助・共助・公助などの地縁ネットワークを再編もしくは再構築するためのシステムとして、その有効性を調査研究もしくは社会実験を通して明らかにする必要がある。
2. 地域コミュニティの構築には、地域の高齢者の社会参画への機会を醸成することの有効性を社会実験により具体的に明らかにする必要がある。特に、若者と高齢者、行政と商工会や研究機関など多様な立場の人が関わる活動を提供するコミュニティカフェなどを視野に入れる必要がある。
3. 有償ボランティアによる買い物支援の組織作りと地域通貨としてボランティアポイントを津幡町内で導入実験をする必要がある。

オンデマンド商店街 事業フロー

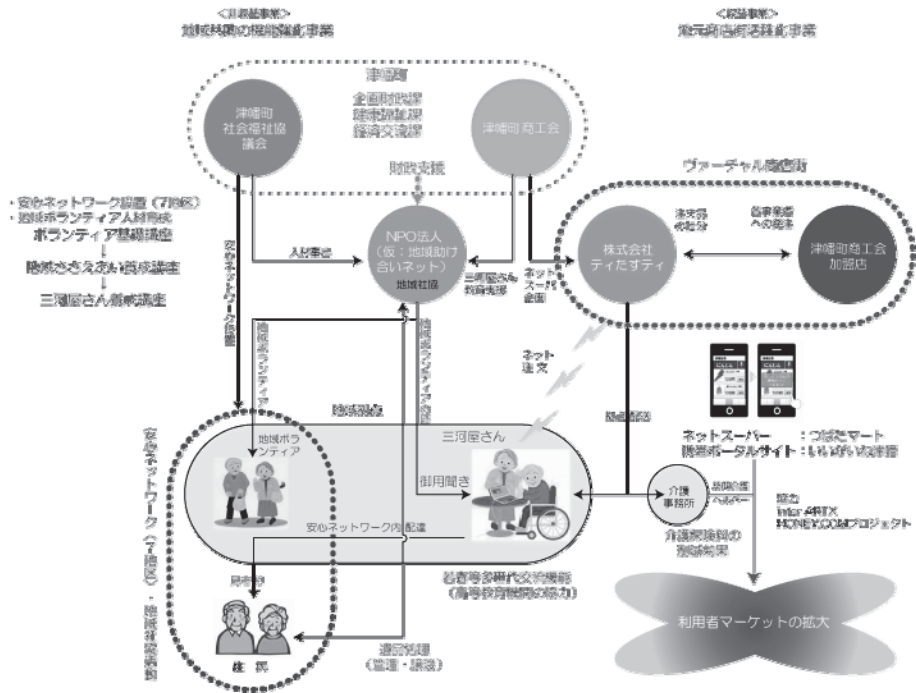


図 5-2-1 : 事業フロー