

羽咋市買い物支援プロジェクト： 意義と今後の課題

報告会
2020年8月24日(月) 羽咋市役所

西村茂
金沢大学地域政策研究センター

目次

はじめに

1. 新型コロナと買い物行動の変化
2. 羽咋市の買い物支援プロジェクト

おわりに

はじめに

この報告では、

- * まず、新型コロナが買い物行動を変えた点を整理し、今後の買い物支援策について示唆する点を提起します。
- * 次いで、羽咋市の取組の特徴、買い物支援マルシェの利用者アンケートについて紹介し、今年度の課題を考えます。

1. 新型コロナと買い物行動の変化

- * 2020年、コロナ感染症の世界的流行によって、これまでの生活の在り方が見直されつつあります。
- * 大きな変化は、外出が制限されたことです。
外出は、人にとって大切な行動です。
その制限は、人々の健康状態にも影響が及びます
- * 買い物は外出の最大のきっかけと言われますが、
外出制限と「密の回避」から買い物も大きな影響を受けました。

①移動販売

- * (千葉)移動販売が人気

これまで、自宅の近くに店舗がない高齢者ら「買い物弱者」の利用が中心だったが、コロナ禍を機に顧客の支持が拡大

- * (飛驒)移動スーパー

需要が高まっている。

高齢者らが混み合った店舗を避けている。

移動販売

(福井新聞7月6日)

- * 県民生協

宅配の4月売り上げは前年比18%増。移動販売は同20%増、買い物代行は同60%のアップ

- * とくし丸

4月の売り上げは前年比20%増。5月以降も高水準を維持

- * 越前市のセブン-イレブン

移動販売サービスが、自粛期間中に売り上げを伸ばした

- * 一方、自粛期間中には移動販売や宅配に厳しい見方をする人もいた

②食品スーパー

2020年3～5月の四半期決算

- * 食品スーパーとドラッグストア(食品)は2桁増収、2桁以上の大幅増益

都などが**買い物頻度を下げる要請**を行い、**生活必需品が1カ所で揃う「スーパーとドラッグストア」**が利用された

- * コンビニ、大型ショッピングセンター・百貨店(広域商圏)は、2桁の減収減益

③ テイクアウト

- * 店舗へ行ってもテイクアウト
- * 売る側の取組としては、
「店舗に依存しない販売」や店頭受け渡しが増加
店内が密にならないように入店制限

買い物支援対策：コロナ以前と以後

- * いずれは元に戻るのか？
- * それとも変化は不可逆で「常態化」する？

多様な支援策の再考

- * ソーシャルディスタンスからみると、**通販、テイクアウト、**そして**移動販売**は、店舗や定期市(マルシェ)での購入よりも、感染のリスクを減らすという利点があります。
- * 今後は、通販、テイクアウト、移動販売の比重が高くなるかもしれません。
- * 買い物支援策としては、買い物代行、配食サービス、移動販売への公的な支援の検討が必要かもしれません。

外出の意義と買い物支援

- * しかし外出には大きな意義があります。
- * 外出や買い物は、人との交流機会です。
外出制限の中でも意識的に交流機会を維持することは、
今まで以上に大きな意義があります。
- * 買い物支援策では、配達配食(ネット)や買い物代行(利用者在宅)
交流がありますが、最小限です。
- * **定期市、移動販売**(利用者が外へ出る)
交流機会が、より多くあります。

外出支援と買い物支援どちらも必要

①外出を促す

マイカーの利用が困難な人に、外出を促すという点からみると、以下のように整理すると以下ようになります。

公共交通(るんるんバス)充実(デマンド・乗合、低運賃・無料、本数増)
買い物ツアー>店舗新設(農産物直売所)>定期市(買い物マルシェ・魚市)・移動販売

②モノを届ける

自力で移動できない人には、

移動販売(個別訪問)、配食サービス、買い物代行(御用聞き)

「買い物マルシェ」

- * 羽咋市の買い物マルシェは、感染防止対策を工夫すれば、コロナ以後に意義のある取り組みであると思います

2. 羽咋市の買い物支援プロジェクト

- * 2018年度から大学教員が参加し「買い物難民対策プロジェクト」(現在「買い物支援プロジェクト」)を立ち上げました。
- * 多分野の市職員が参加して意見交換連携し、買い物支援に総合的にどう取り組むか、具体策を考えるプロジェクトとなっています。

問題の「見える化」

- * 大学側がGIS(地理情報システム)利用のマップを作成し、市域の中でどの地域に課題がありそうか、地区ごとのイメージ、将来の高齢化進行を「見える化」
- * さらに、各部署から買い物環境に関するデータを検討し補強
- * 「地域懇談会」(地域包括ケア推進室)での住民の要望・意見、各部署から買い物支援策のアイデアを出してもらい議論を進めた

「マップ」の効果

- * 参加者の議論、提案を促す効果的な資料となった
- * 職員が持っている各地域のイメージをデータとしてより具体的に実感

各部署から支援対策の提案

- * 移動販売(会話交流ができ高齢者の見守りが可能)に、マップを活用し重点地区を判断、巡回ルートを整備
- * 公民館内や駐車場での販売で業者の参入ハードルが低く
- * 「出前商店街」「野菜の無人販売場所の設置」
- * 空き店舗の活用・創業への補助などの検討
- * 道の駅での魚市を不便地域への「行商」に拡大する案
- * 「地元にいる元タクシー・バスの運転手を活用した移送支援」
- * 「買い物ツアー」
- * 「元食料品店で集いを開催」

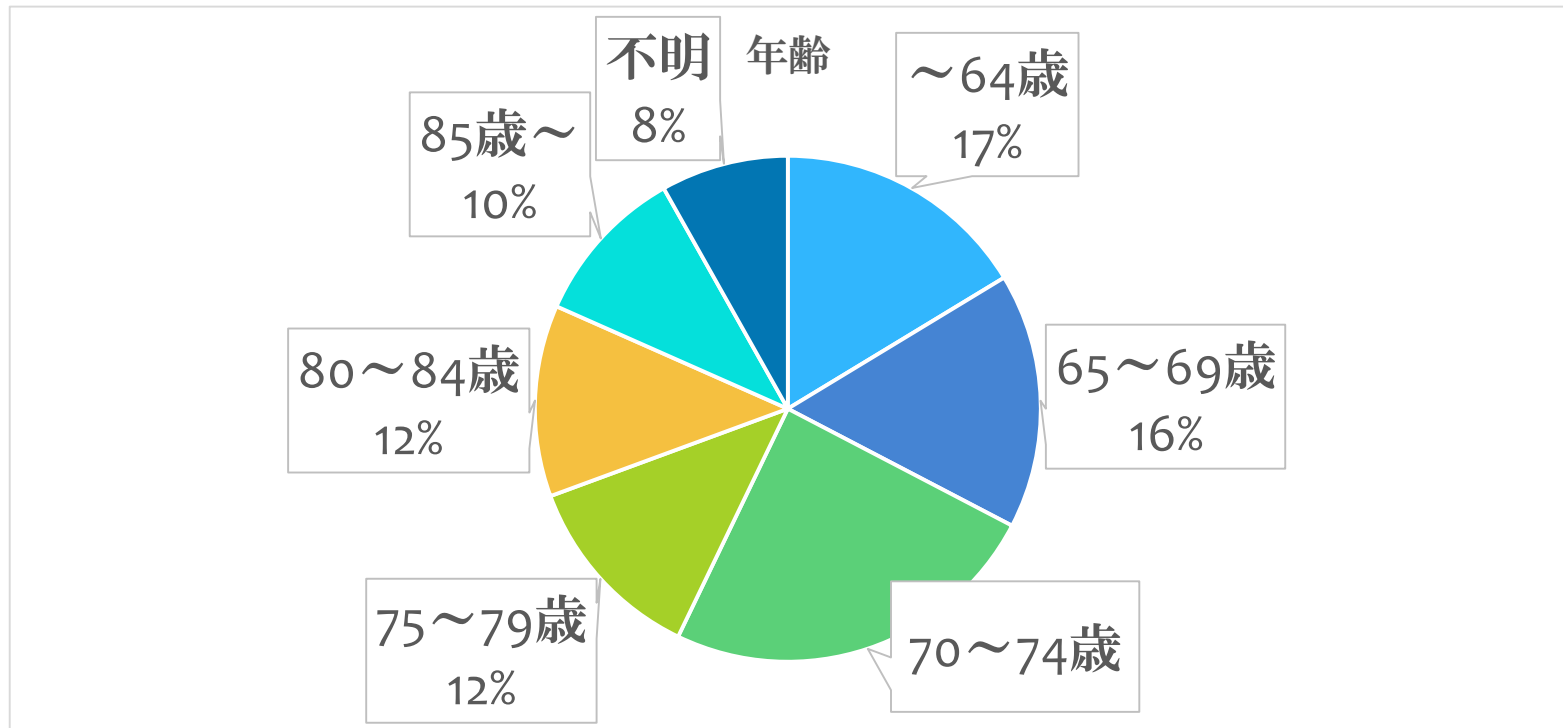
- * 移住者が副業として訪問販売や買い物代行を行う
- * 町会会館での農作物販売
- * 情報アプリで余り物情報の発信
- * 「乗り合わせ情報バンク」
買い物の行き先・日時・同乗可能人数を登録し、
運転者に店のポイントを付与する案

2019年度の取組

市が主催する「買い物支援マルシェ」を、一之宮地区(公民館)で開催
第1回(11月14日)、年度内に計3回実施。

- * 市職員が当日運営(のぼり制作)
- * 市商業協同組合と一之宮地区生活支援協議体(一之宮ささえ愛隊)が共催
- * PR活動(チラシ配布、地元で声かけ、マスコミ)
- * 組合の店舗、障がい者施設、地元住民が出品
- * 定例開催の予定
- * 見守りや配食サービスへのつながりも想定

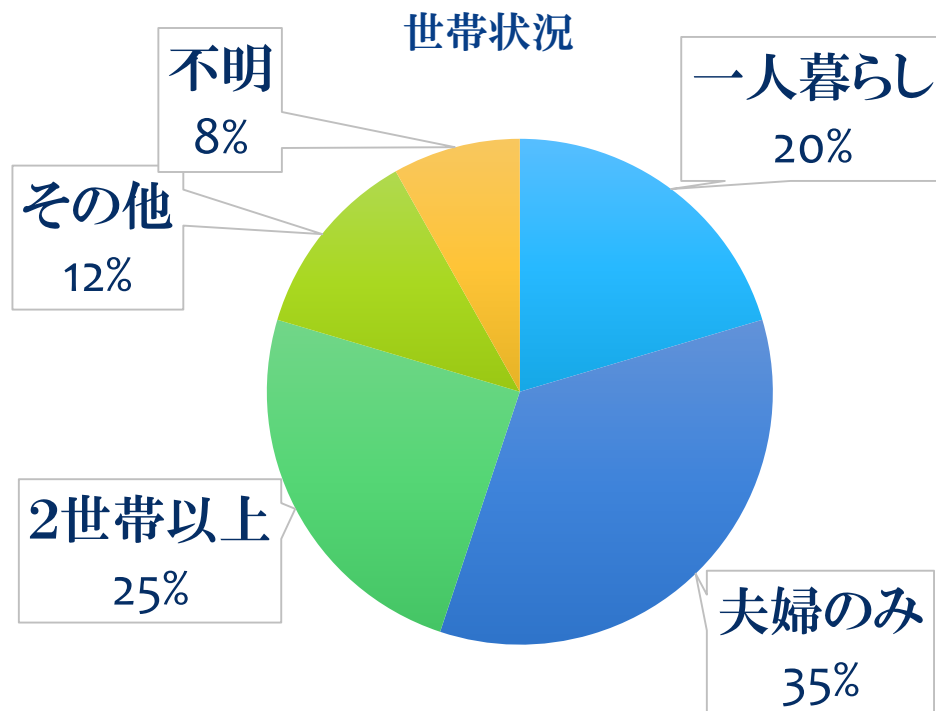
一ノ宮地区 買い物支援マルシェ アンケート



年齢構成

- * 高齢者には、居住地の近くでのニーズがある
- * マルシェ利用者の3人の1人は75歳以上

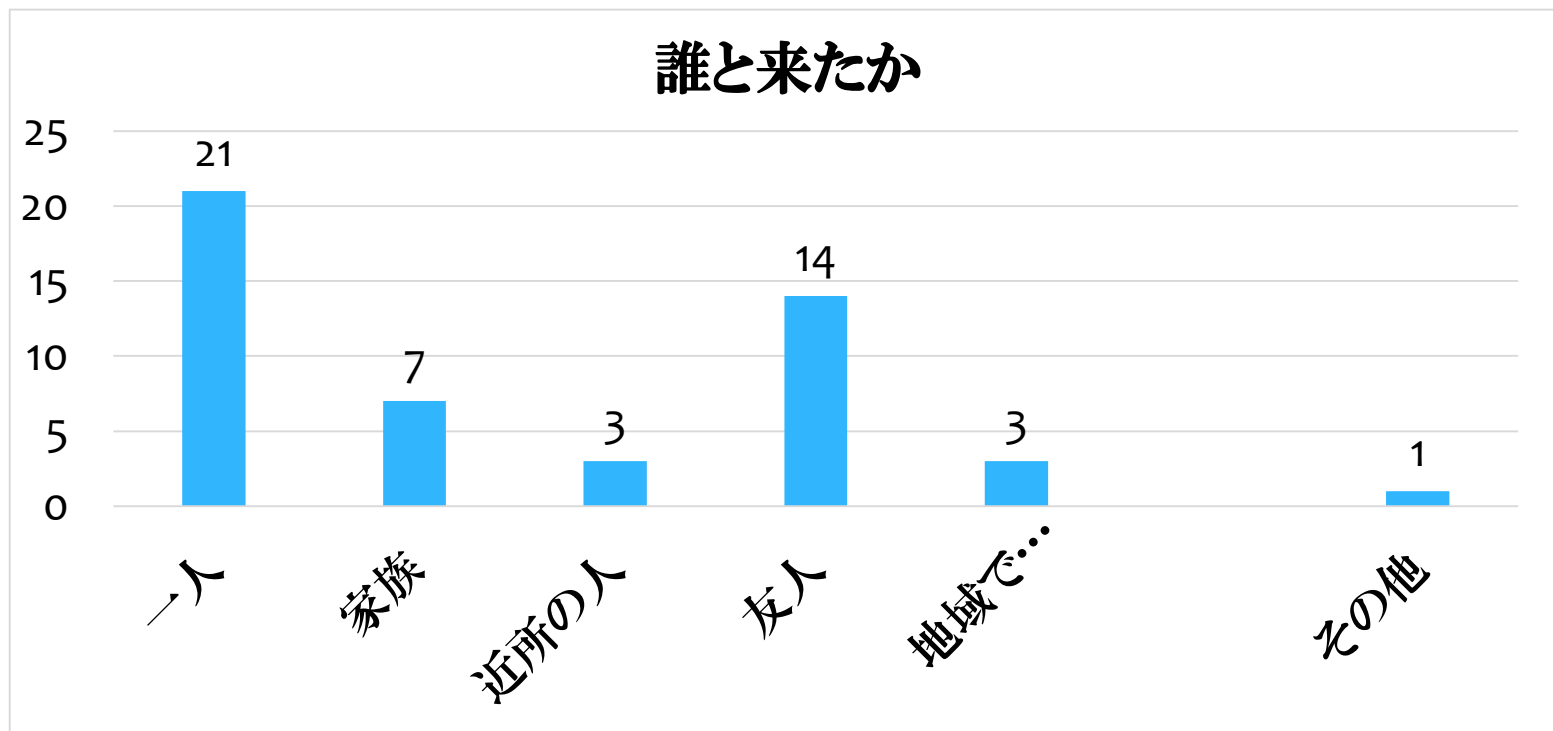
世帯状況



世帯状況

- * 5割強の利用者は、1人暮らし、夫婦のみの世帯

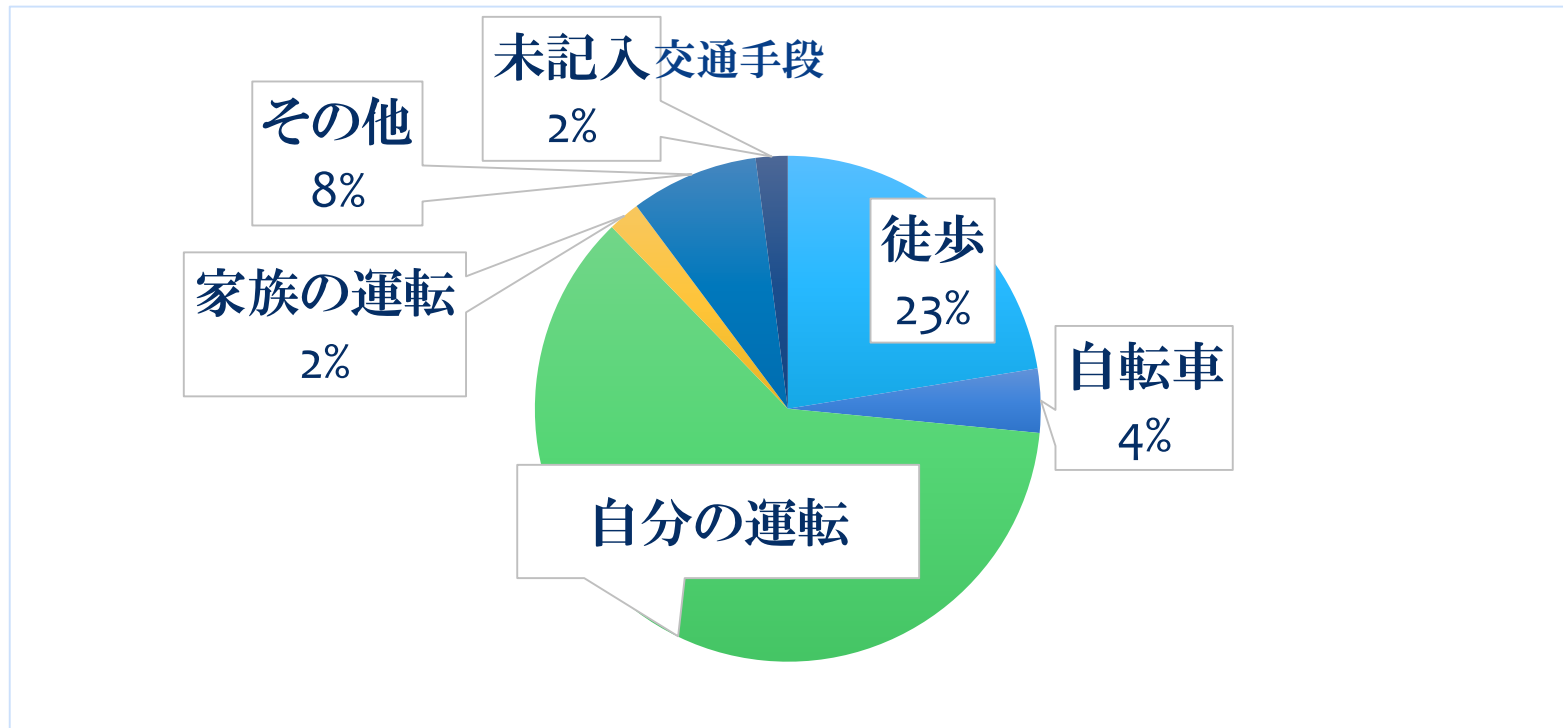
誰と来たか



誰と来たか

- * 3人に1人は、友人・近所の人と誘い合わせてきている。

交通手段



交通手段

- * 6割の人は自家用車を利用しているので、日頃の買い物に不自由はないと考えられる。
- * マルシェは「買い物難民」への支援であるが、それだけではない別の意味があると考えられる。

自由記述

- * これだけの品ぞろえなら、他にも来てほしい地区があるかと思います。
- * 月1回あればいいな、100円バス利用しにくい
- * 住まいの近くで、買い物ができるとうれしい
- * 余喜にもできればいいなと思って見に来た
- * 地域の高齢者にとって、大変いい取り組みだと思う
- * 次回は有料老人ホームの入居者もつれてこようと思う
- * 思ったよりにぎやかで楽しかった。できれば午前中の開催が良いと思います。
- * 公民館へ来れない人はどうしますか？
- * 上甘田にも
- * 天気が悪かったのでお年寄りが少なかったように思います。
- * 楽しかった、また来たい、惣菜や日持ちがするものがあって良かった。
- * いろんな物があってよかった、食べ物が多いのはよい。
- * 沢山の人で大盛況！！
- * たくさん出品があった
- * 企画は大変良いとおもいます。次回にもお願いします。
- * 色々とたくさんの品物があればいい

買い物マルシェの意義

羽咋市の買い物マルシェは、

- * 感染防止対策を工夫すれば、
- * 買い物だけでなく、外出や交流の機会として、コロナ以後でも意義のある取り組みであると思います

おわりに：今年度の課題

①マルシェを定期化、他の地区でも開催

そのため、市職員だけでなく、地域や商工会との連携をすす
め、運営を担当してもらおう。

②他の支援策の検討

とくに移動販売サービスに対して、市が何をできるのか検討

③移動手段の再検討

公共交通(るんるんバス)、自転車、乗合タクシー