

(3) 買物弱者対策を推進していくための環境整備

実 態	説明図表番号
<p>今後、買物弱者の数がますます増加することが予想される中、買物弱者対策を持続的かつ効果的なものとするためには、行政が買物弱者対策に積極的に関与し、買物弱者対策を推進していくための環境整備に努めることが重要である。</p> <p>このため、今回、買物弱者対策を推進していくための環境整備の状況として、国及び調査対象地方公共団体における①買物弱者の実態把握の実施状況、②買物弱者対策の持続性に資する方策の実施状況、③買物弱者対策の推進体制の整備状況、④買物弱者対策に関する情報提供の実施状況及び⑤買物弱者対策に関する取組方針等の策定状況について調査したところ、次のとおり、積極的な対策が講じられている例もあるものの、買物弱者対策への認識は必ずしも高いとはいえない状況がみられた。</p> <p><b>ア 買物弱者の実態把握の実施状況</b></p> <p>買物弱者対策の実施の要否の判断に当たっては、どのような買物弱者がどこにどの程度存在するのか、現状を把握することが重要である。また、買物弱者への支援の手段、具体的な支援の実施内容等を検討していくに当たっては、買物弱者対策の検討段階に応じて、買物弱者が必要としている支援は何か（例えば、店舗の開設、移動販売、交通手段等）、買物弱者が具体的にどこで、どの程度の支援を必要としているのか（例えば、求めている商品、店舗の営業時間や移動販売の販売場所等）等、的確に買物弱者の実態を把握することが必要であると考えられる。</p> <p>今回、調査対象地方公共団体における買物弱者の実態把握の実施状況について調査したところ、次のとおり、買物弱者の実態把握を実施しておらず、買物弱者対策への認識が必ずしも高いとはいえない地方公共団体がみられた一方で、約半数の地方公共団体で買物弱者の実態把握が実施されている状況がみられた。また、実態把握を実施している地方公共団体では、買物弱者の実態を詳細に把握した上で、その結果を買物弱者対策に資する事業に活用している例がみられた。</p> <p><b>(7) 実態把握の実施状況</b></p> <p>調査対象 87 地方公共団体（20 都道府県及び 67 市町村）のうち、何らかの実態把握を実施している地方公共団体は 43 地方公共団体（12 都道府県及び 31 市町村）、実態把握を実施していない地方公共団体は 44 地方公共団体（8 都道府県及び 36 市町村）であった。</p> <p>実態把握を実施していないとする 44 地方公共団体について、その理由を聴取したところ、「買物弱者対策の必要性が低い（他の施策に優先して実施すべきと考えていない、喫緊の行政課題として認識していない等）」との回答が聴かれた。</p> <p>しかし、買物弱者対策の必要性が低いと判断した理由については、一部の</p>	<p>図表 3-(3)-①</p>

<p>地方公共団体が「関係団体、事業者、住民から買物弱者対策についての問合せや支援要請を受けたことがないこと」や、「現時点では、商業施設、商店街、スーパーマーケット等があり、公共交通機関も充実していること」を挙げているほかは、特に具体的な理由は聴取できなかった。</p> <p>また、当省が、これらの「買物弱者対策の必要性が低いため、実態調査を実施していない」としている地方公共団体から任意に抽出した9市町村の区域において、生鮮三品（青果、鮮魚及び精肉）を取り扱っている店舗及びコンビニエンスストアの半径500m圏外に居住している65歳以上の高齢者人口を推計したところ（注）、最も高い市町村では、65歳以上の高齢者人口に占める当該高齢者の割合が94.1%となっていた。当該高齢者の全てが買物弱者であるとは限らないものの、買物弱者対策の必要性はないとしている地方公共団体においても、日常の買物に支障を来している買物弱者が一定数存在するのではないかと推測されることから、買物弱者の実態調査が実施されていないことで、買物弱者問題が潜在化している可能性が考えられる。</p> <p>（注） 本推計では、店舗等からの距離を半径500mとして買物弱者の推計を行っているが、これは、農林水産政策研究所が、生鮮品販売店舗から直線距離で500m以上離れた地域に居住する高齢者について、「生鮮品販売店舗への徒歩でのアクセスが困難である」としていることによる。</p>	<p>図表 3-(3)-②</p>
<p><b>(イ) 実態把握における把握内容及び結果の活用状況</b></p> <p>何らかの実態把握を実施している43地方公共団体において実施された実態把握は、延べ98件（都道府県38件及び市町村60件）となっている。</p> <p>これらの実態把握における把握内容及び把握結果の活用状況について調査したところ、自治会、商店街、民生委員等の様々な団体・関係者を活用して実態把握を実施している例、買物弱者の推計、地域住民へのアンケート調査及びヒアリング調査を組み合わせた詳細な実態把握を実施し、その結果を活用して事業の実施地域等を検討している例、支援を要する側（買物弱者）とサービスを提供する側（商店等）双方からそれぞれ買物支援のニーズとニーズに対応する商品の提供体制等について把握した上で、モデル事業を実施している例等、様々な工夫により実態把握を実施し、その結果を活用している例がみられた。</p>	<p>図表 3-(3)-③</p>
<p><b>(ウ) 地方公共団体の意見等</b></p> <p>農林水産省及び経済産業省では、それぞれ「農山漁村の買物支援マニュアル」、「買い物弱者応援マニュアル ver3.0」の中で、買物弱者数の推計方法、アンケート調査及びヒアリング調査の実施の必要性等を示し、買物弱者の実態把握の必要性について周知している。しかし、これらのマニュアルでは、例えば、買物弱者対策の検討段階ごとに必要な実態把握の手法、アンケート調査及びヒアリング調査での具体的な聴取事項等については示されておらず、調査対象地方公共団体からは、地域の特性（人口、立地等）に応じた実態把握の手法、アンケート調査の設問の作成方法、調査結果の分析方法等に</p>	<p>図表 3-(3)-④ 図表 3-(3)-⑤ 図表 3-(3)-⑥</p>

<p>についての助言・指導や情報提供を求める意見も聴かれた。</p> <p><b>イ 買物弱者対策の持続性に資する方策の実施状況</b></p> <p>買物弱者は一過性の対策により解消されるものではないことから、その対策も持続的に実施されていく必要があり、事業者による買物弱者対策に資する取組も、一定程度継続して実施されることが重要である。この観点から、関係府省及び地方公共団体が実施する買物弱者対策に資する事業において採られている方策について調査したところ、次のような状況がみられた。</p> <p><b>(7) 事業者の採択時における審査等</b></p> <p>関係府省においては、事業者による買物弱者対策に資する取組が持続して実施されていくこと等を目指し、買物弱者対策に資する事業における事業者の採択時の審査等を充実させている例がみられた。</p> <p>(内閣府)</p> <p>内閣府の「地方創生推進交付金」では、交付対象とする地方公共団体の事業の要件の一つとして、自立性を掲げており、事業により実施する取組が、将来的（3年から5年後）に交付金に頼らず自立していくことが可能となるものであることを求め、補助事業申請時に、申請内容に係る自立性について審査している。</p> <p>(経済産業省)</p> <p>中小企業庁の「小規模事業者持続化補助金」では、申請者（小規模事業者）が、買物弱者の居住する地域での移動販売、宅配等の取組を行う事業についての補助申請を行う際、当該地域の地方公共団体が作成した推薦書の提出が必要となっている。</p> <p>当該推薦書では、取組の実施予定地域における買物弱者の状況等を踏まえ、買物弱者対策の効果や意義について記載することとなっている。</p> <p>また、調査対象地方公共団体における買物弱者対策に資する事業のうち、事業者への支援（補助、助成）を行う事業においては、事業者の採択に際して、事業者からの提出書類（事業計画等）のチェックや事業者からのヒアリング等を通じて取組の継続性を審査したり、補助期間終了後も数年間の取組継続を義務化している例などがみられた。</p> <p>その結果、採択された事業者の取組が補助期間終了後も継続していると認められるものがある一方で、審査を行っていても補助期間終了後に取組が終了していたり、継続していても収支が悪化し継続が危ぶまれる取組が生じているものもみられ、行政が事業者の将来計画等を審査することの困難さがうかがえる。</p> <p><b>(4) 事業期間終了後の事業者へのフォローアップ</b></p> <p>関係府省においては、買物弱者対策に資する事業の事業期間終了後のフォ</p>	<p>図表 3-(3)-⑦</p> <p>図表 3-(3)-⑧</p> <p>図表 3-(3)-⑨</p> <p>図表 3-(3)-⑩</p>
--	---

<p>ローアップを積極的に実施している例がみられた。</p> <p>経済産業省では、平成 22 年度補正予算により実施した「地域商業活性化補助事業（買物弱者対策支援事業）」について、当省の「高齢者の社会的孤立の防止対策等に関する行政評価・監視結果に基づく勧告」（平成 25 年 4 月）による指摘を踏まえ、補助金の交付を受けた事業者のうち、事業を継続している事業者であって売上額等の目標達成率が低調な事業者を対象に、事業実績向上に向けて採るべき改善策及びそれに基づいた実績報告を提出するよう要請したり、実績等が低調であった事業者に対し、個別に助言・指導を実施するなど、積極的なフォローアップを実施している。</p> <p>その結果、改善策を提出させた事業者の中には、販売拠点の拡大等の改善策の着実な実施により、売上額や利用者数等の実績、目標達成率が前年度に比べて大きく向上したものがあなど、一定の改善が図られている。</p> <p>調査対象地方公共団体における買物弱者対策に資する事業においては、事業者の取組の状況を定期的に把握し、生じた課題への対応を事業者と一緒に検討することとしている例、取組を実施している事業者を一同に集めて現状や課題についての報告会を開催している例、取組を継続させるために運営支援アドバイザーを派遣している例がみられた。</p> <p>また、地方公共団体が事業者から事業を活用した取組に係る実績報告書の提出を求めているものの、これに基づいた地方公共団体から事業者への指導等は行われていない例もみられた。</p>	<p>図表 3-(3)-⑪</p>
<p><b>(ウ) 事業の効果の把握・分析及び事業の見直し状況</b></p> <p>調査対象地方公共団体における買物弱者対策に資する事業の中には、当該事業を活用して実施された買物弱者対策に資する取組の実績やその効果を把握・分析し、事業の見直し等を行っている例がみられた。</p>	<p>図表 3-(3)-⑫</p>
<p>また、買物弱者対策を事業の主たる目的としていない、地方公共団体内の買物弱者の全体状況を把握できていない、買物弱者対策としての効果を測定する指標等がない・分からない等の理由から、買物弱者対策としての事業の実施効果について把握・分析していない例もみられた。</p>	<p>図表 3-(3)-⑬</p>
<p><b>ウ 買物弱者対策の推進体制の整備状況</b></p> <p>今回、国及び調査対象 87 地方公共団体における買物弱者対策の推進体制の整備状況を調査したところ、次のとおり、連絡会議等（注）の整備が低調な状況がみられた。</p> <p>（注） 買物弱者対策に資する事業を実施している関係府省（地方公共団体の部局）、外部の団体等により構成される連絡会議、協議会等のことをいう。</p> <p><b>(7) 国</b></p> <p>買物弱者対策の関係府省としては、項目 3 (1) のとおり、内閣府、総務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省及び国土交通省が該当するが、買物弱者対策という一つの施策を明確に所管する府省はない。</p>	

<p>国における連絡会議等の設置状況についてみると、平成 24 年度から 25 年度にかけて、農林水産省の主導により、同省のほか、内閣府、総務省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、市町村及び民間事業者で構成する「買い物弱者支援に関する連絡会議」を、毎月 1 回、計 10 回にわたり、非公開で開催した実績があり、「買い物弱者問題は各府省の所管であるが、連携して取り組む」ことが確認されているが、その後、特段の活動実績はない。</p> <p>また、こうした中、買い物弱者対策が主たる目的であると考えられる事業を実施している農林水産省及び経済産業省は、買い物弱者問題の取組に関して情報共有を行っているとしているが、その他の関係府省も含めた政府全体による連携体制は整備されていない。</p> <p>買い物弱者対策については、関係府省が、それぞれの所管行政において、買い物弱者対策に関連する取組として実施しており、これらの施策・事業は、多岐に渡るものであることもあり、農林水産省及び経済産業省からは、「関係府省が横断的に連携することが望ましい」、「2 省だけで対応できる問題ではなく連携する必要がある」との意見が聴かれた。</p>	
<p><b>(4) 地方公共団体</b></p>	
<p>調査対象 87 地方公共団体における買い物弱者対策の主担当部局の設置状況について調査したところ、①主担当部局を明確化している地方公共団体は、20 地方公共団体（5 都道府県及び 15 市町村）（23.0%）であり、②主担当部局を明確化していない地方公共団体は、67 地方公共団体（15 都道府県及び 52 市町村）（77.0%）であった。</p> <p>主担当部局を明確化している地方公共団体において、部局の系統をみると、商工・産業振興系部局が 10 地方公共団体と最も多く、次いで、地域振興系部局が 6 地方公共団体、企画・政策推進系部局が 4 地方公共団体となっており、地方公共団体により区々な状況であった。</p>	<p>図表 3-(3)-⑭</p>
<p>また、連絡会議等の設置状況について調査したところ、①連絡会議等を設置し開催している地方公共団体は、6 地方公共団体（1 都道府県及び 5 市町村）（6.9%）であり、②連絡会議等を設置していない地方公共団体は、81 地方公共団体（19 都道府県及び 62 市町村）（93.1%）であった。</p>	<p>図表 3-(3)-⑮</p>
<p>連絡会議等を設置している地方公共団体では、連絡会議の場を通じ、関係機関の知見を得て、販売場所の見直しを行い、売上げを増加させているなど効果を上げている例や、買い物支援のための報告書や買い物支援マップを作成している例がみられた。これらの取組については、後述する地方公共団体の行政計画に位置付けて取り組まれたものであり、同団体では、これによって、「関係部局の協力が容易に得られた」、「住民からのコンセンサスを得た事業を行政主導で展開できた」としている。</p>	<p>図表 3-(3)-⑯</p> <p>図表 3-(3)-⑰</p>
<p>また、地方公共団体が設置した連絡会議等ではないが、行政、事業者、商工会、地域住民等の関係者間で連携した取組を行っているものもあり、その中には、地方公共団体の商工部局と福祉部局が連携して高齢者福祉施設を販</p>	<p>図表 3-(3)-⑱</p>

<p>売場所に追加し売上げを増加させているなど効果を上げている例がみられた。</p> <p>連絡会議等の連携体制を整備していない地方公共団体では、その理由について必要に応じて関係部局で連携しているためなどとしているが、事業者からは、「主担当部局がなく、部局間のつながりもないためどこに相談してよいか分からない」、「市町村内の取組対象箇所について、補助金を交付する商工部局と取組の対象となる高齢者を所管する福祉部局で考え方が一致しない場合がある」などとして行政の連携を求める意見が聴かれた。</p>	<p>図表 3-(3)-⑱</p> <p>図表 3-(3)-⑳</p>
<p><b>エ 買物弱者対策に関する情報提供の実施状況</b></p>	
<p>買物弱者対策に資する事業は、各行政分野の推進のために実施している事業が、結果として買物弱者対策に資する事業になっているものであり、事業者が実施しようとする店舗開設、移動販売、宅配等の買物弱者対策の個別の取組ごとに活用できる補助メニューに必ずしも分かれておらず、事業者にとって、分かりやすいものになっていない。</p>	
<p>このため、事業者からは、国及び地方公共団体に対して、また、地方公共団体からも、国に対して、一元的な分かりやすい情報提供を求める意見があった。</p>	<p>図表 3-(3)-㉑、 ㉒</p>
<p>また、国及び調査対象 87 地方公共団体における買物弱者対策に関する情報提供の実施状況について調査したところ、次のとおり、国では、経済産業省及び農林水産省が、また、地方公共団体では 3 団体がホームページにおいて買物弱者対策に関する情報提供を実施しているが、関係府省や関係部局間の連携不足が原因と考えられる提供情報の漏れ等がみられた。</p>	
<p>(経済産業省)</p>	
<p>経済産業省は、ホームページにおいて、「買物弱者応援マニュアル」や、国・地方公共団体による買物弱者支援策等の情報を発信している。</p>	<p>図表 3-(3)-㉓</p>
<p>このうち、地方公共団体における買物弱者支援に係る予算（予算以外の取組例を含む。）を把握するために平成 23 年度から毎年度実施している「地方公共団体における買物弱者関係予算の調査」（以下「買物弱者関係予算調査」という。）により把握した地方公共団体からの報告結果については、「地方公共団体における買物弱者関連制度一覧」（以下「制度一覧」という。）として整理し、公表しており、27 年度の制度一覧には、315 地方公共団体の 574 事業が掲載されている。</p>	<p>図表 3-(3)-㉔</p> <p>図表 3-(3)-㉕</p>
<p>しかし、今回、調査対象地方公共団体が実施する買物弱者対策に資する事業について、制度一覧への掲載状況を調査したところ、当省の調査で把握した事業が未掲載となっている例や、同一事業が複数年度にまたがって実施されているが年度によって掲載、非掲載と区々になっている例がみられた。</p>	<p>図表 3-(3)-㉖、 ㉗</p>
<p>(農林水産省)</p>	
<p>農林水産省は、平成 24 年から、ホームページに「食料品アクセス問題ポータルサイト」を開設し、買物弱者問題への取組方法や支援施策、先進事例、各種調査結果等の情報を発信しており、関係府省や地方公共団体の施策も含め</p>	<p>図表 3-(3)-㉘</p>

<p>て、同サイトで閲覧できるようにしている。</p> <p>このうち、地方公共団体が実施している買物弱者対策の状況等を明らかにし、今後の政策立案に資するため、平成 23 年度から毎年度実施し、公表している「食料品アクセスに関する全国市区町村アンケート調査」で把握した地方公共団体の施策・事業一覧については、当該地方公共団体から紹介することの了解が得られた事業等のみを掲載しており、平成 28 年 6 月時点では、133 地方公共団体の 164 事業が掲載されている。</p> <p>しかし、今回、調査対象地方公共団体における当該アンケート調査への回答状況を調査したところ、地方公共団体内の関係部局間の連携が取れていないため、買物弱者対策に関する取組を行っている民間事業者が存在し、そのことを承知している関係部局があるにもかかわらず、存在していないと回答している例がみられた。</p> <p>経済産業省及び農林水産省の情報提供の取組は、買物弱者対策の範囲が明確でない中、所管行政に資する観点から、任意で行っているものであり、商工系や農水系の事業等に限らず福祉系や交通系のものも含め、横串的に情報を提供しているものである。これらの情報提供は、地域における買物弱者対策に取り組む事業者、地域住民、地方公共団体等にとって有意義であり、国として推進すべき取組であると考ええる。</p> <p>しかし、経済産業省の制度一覧と農林水産省の施策・事業一覧については、それぞれの所管行政を推進する観点から取り組んでいるものであることから、その掲載事業数については相当な較差がみられた。</p> <p>このように、経済産業省及び農林水産省の情報提供の内容に漏れ等がある理由としては、①国が買物弱者対策に資する事業の範囲を明確に示しておらず、何が買物弱者対策となるかについて地方公共団体の任意の判断となっていること、②地方公共団体における主担当部局が明確になっておらず、関係部局で情報共有が十分に図られていないことが考えられる。</p>	<p>図表 3-(3)-㉔</p> <p>図表 3-(3)-㉕</p>
<p><b>オ 買物弱者対策に関する取組方針等の策定状況</b></p> <p>今回、国及び調査対象 87 地方公共団体における買物弱者対策に関する取組方針等の策定状況について調査したところ、次のような状況がみられた。</p> <p><b>(7) 国</b></p> <p>国においては、買物弱者対策に特化した取組方針はなく、地方創生、高齢者福祉、食品流通、流通政策、商業活性化、地域公共交通確保等の各施策の観点から決定された方針等の一部に、買物弱者への対応の必要性が記載されているのみである。このうち、国の取組方針で閣議決定されているものは次のとおりである。</p> <p>a 総合物流施策大綱</p> <p>「総合物流施策大綱」(平成 25 年 6 月 25 日閣議決定)は、国における物流</p>	<p>図表 3-(3)-㉖～ ㉗</p> <p>図表 3-(3)-㉘</p>

<p>施策の指針を示すものである。同大綱では、「いわゆる「買い物弱者問題」への対応について、食品サプライチェーンの活用や異業種との連携など、買い物環境の改善に向けた地方自治体や民間事業者等の取組を支援するとともに、問題解決に向けた情報交流ネットワークを構築する」と規定されている。また、同大綱に基づき策定される「総合物流施策推進プログラム」（平成 28 年 12 月 26 日改定版総合物流施策推進会議決定）では、今後推進していく施策として 127 施策が掲げられ、「買い物弱者問題」の改善については、その中の一つの施策として位置付けられている。</p> <p>しかし、これは効率的な物流の実現に向けた取組の一つとして記載されているもので、買い物弱者対策を主たる目的とした取組として位置付けられたものではない。</p>	<p>図表 3-(3)-⑳</p>
<p>また、同プログラムに掲げる取組に関する実施状況の調査結果（平成 28 年 11 月末時点）をみると、実施された施策は、農林水産省と経済産業省による前述の食料品アクセス問題ポータルサイトの運用や、食料品アクセス環境改善対策事業等のみであり、その他の関係府省の取組は掲載されていない。</p> <p>なお、食料品アクセス環境改善対策事業については、平成 28 年度に終了することになっており、具体的な予算事業はなくなるため、農林水産省は、次期大綱において、引き続き「買い物弱者問題」についての記載が盛り込まれるか否かは未定としている。</p>	<p>図表 3-(3)-㉑</p>
<p>b 食料・農業・農村基本計画</p> <p>「食料・農業・農村基本計画」（平成 27 年 3 月 31 日閣議決定）は、食料・農業・農村基本法（平成 11 年法律第 106 号）第 15 条に基づき、食料・農業・農村に関し政府が中長期に取り組むべき方針を定めたものである。同計画では、食料の安定供給の確保の観点から、「高齢化や人口減少等の影響により食料の入手が困難となっている消費者が存在する地域において、移動販売や宅配サービスの展開など、食品産業事業者等による地域の関係者等と連携した取組を推進する」と規定されている。</p> <p>同計画には、具体的な事業の実施等に関する記載はなく、農林水産省は、前述の食品流通の施策の取組を進めているとしている。</p> <p>また、同計画には、農林水産省以外の関係府省による買い物弱者対策に資する施策については記載されていない。</p>	<p>図表 3-(3)-㉒</p>
<p>c 交通政策基本計画</p> <p>「交通政策基本計画」（平成 27 年 2 月 13 日閣議決定）は、交通政策基本法（平成 25 年法律第 92 号）第 15 条に基づき、国が今後講ずべき交通に関する施策について定めたものである。同計画では、「過疎地域等において日常の買い物等が困難な状況に置かれる者への対応や宅配ネットワークの維持のため、「小さな拠点」の形成等の施策との連携を図りつつ、貨客混載や自治体、NPO 法人等関係者との連携など過疎地物流の確保策を検討する」と規定されている。</p>	<p>図表 3-(3)-㉓</p>



施策の目標に向けた数値指標については、デマンド交通の導入数(目標: 700 市町村、現状: 311 市町村) 等が記載されている。

また、同計画には、国土交通省以外の関係府省による買物弱者対策に資する施策については記載されていない。

d まち・ひと・しごと創生総合戦略

「まち・ひと・しごと創生総合戦略(2016改訂版)」(平成28年12月22日閣議決定。以下「総合戦略」という。)は、まち・ひと・しごと創生法第8条に基づき、地方創生に関する政策目標や施策の基本的方向、具体的な施策をまとめたものである。総合戦略では、「日常生活に必要な機能・サービスを集約・確保し、集落生活圏内外との交通ネットワークを形成するとともに、地域住民のニーズに対応した、地域の運営組織等が提供する生活サービスの多機能化、生活サービスを持続していくための物流システムの構築等を推進する」とされており、「小さな拠点」の形成(集落生活圏の維持)を施策に掲げている。この「小さな拠点」の形成は、項目1(2)で述べたように、買物弱者対策に資する施策であり、主として内閣府、総務省及び国土交通省によって関連する事業が実施されている。

総合戦略のアクションプラン(個別施策工程表)では、施策の成果目標として、①「小さな拠点」の形成数1,000か所、②住民の活動組織(地域運営組織)形成数3,000団体を目指すと規定されており、平成28年度時点の「小さな拠点」の形成数は722か所、27年度時点の地域運営組織の形成数は1,680団体となっている。

また、総合戦略には、上記以外の関係府省による買物弱者対策に資する施策は記載されていない。

なお、まち・ひと・しごと創生法第9条及び第10条の規定において、国の総合戦略を勘案して「都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略」及び「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」(以下「地方版総合戦略」という。)を作成することに努めるとされており、平成28年7月末までに47都道府県及び1,739市区町村で、地方版総合戦略が策定されている。

(4) 地方公共団体

調査対象87地方公共団体における買物弱者対策に関する取組方針について、地方公共団体が定める行政計画への反映状況を調査したところ、①行政計画に位置付けている地方公共団体は46地方公共団体(12都道府県及び34市町村)(52.9%)、②行政計画に位置付けていない地方公共団体は41地方公共団体(8都道府県及び33市町村)(47.1%)となっている。

行政計画に位置付けている46地方公共団体における計画の種類をみると、総合計画が22地方公共団体、地方版総合戦略が21地方公共団体、福祉関係の計画が20地方公共団体、過疎・中山間関係の計画が9地方公共団体、商工関係の計画が4地方公共団体、交通関係の計画が2地方公共団体などとなっている(複数回答あり)。しかし、国と同様に、買物弱者対策に特化し

図表3-(3)-⑩

図表3-(3)-⑪、  
⑫

<p>て明確に位置付けた行政計画を策定している地方公共団体はなかった。</p> <p>行政計画に位置付けている地方公共団体からは、位置付けることによる効果について、事業の推進や予算の確保等がしやすいとの意見が聴かれた。</p> <p>一方、行政計画に位置付けていない地方公共団体では、その理由について、喫緊の課題ではないこと、優先度が低いことなどを挙げており、買物弱者問題に対する課題認識が低い状況がみられた。</p>	<p>図表 3-(3)-⑰ (再掲)</p> <p>図表 3-(3)-⑱</p>
---	--

図表 3-(3)-① 地方公共団体が買物弱者の実態把握を実施していない主な理由

分類	主な理由
買物弱者対策の必要性が低い	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 買物弱者対策は検討すべき課題と認識しているが、他の諸施策の優先順位が高く、当面、買物弱者対策に資する事業等の実施予定もない。</li> <li>・ 現時点では、行政による支援を必要とするほど買物弱者問題が顕在化しているとは判断していない。</li> <li>・ 買物弱者問題について、実態調査を実施しなければならないほど喫緊の行政課題として認識していない。</li> <li>・ 現段階では、買物弱者対策を主たる目的とした事業を行っておらず、今後も予定がない。</li> <li>・ 現時点では、商業施設、商店街、スーパーマーケット等があり、公共交通機関も充実していることから、買物弱者対策を喫緊の行政課題に位置付けたり、買物弱者の実態把握や住民アンケートを実施したりする必要性は特に感じられない。</li> <li>・ 関係団体・事業者や市民から買物弱者に係る問合せや支援の要請もないため、実態把握の必要性を特に感じていない。</li> <li>・ 市が自ら買物弱者対策に取り組むよりも、地域からの発意で、地域が自主的に同対策に取り組んでいくことが重要であり、市が買物弱者対策を主たる目的とした事業を行う必要性を感じていない。</li> <li>・ 買物弱者支援に資する取組も含め、商業振興、地域福祉及び地域公共交通に関する対策は、都道府県ではなく、市町村が主体となって取り組む事項であると考えている。</li> <li>・ 中山間地域づくりや、地域公共交通の維持確保、高齢者等の生活支援等に関連する各種事業の中で、買物弱者問題に副次的・間接的に対応しており、それらの各種事業と切り離して買物弱者対策を単独の主要な政策課題として考えていない。</li> <li>・ 買物弱者の実態把握等を行っていないことによる支障がない。</li> </ul>
実態把握の実施方法が不明	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実態調査を実施するとしても、国のどこに相談すればよいか、どのような内容の調査を行えばよいかなどノウハウもなく、市単独で実態調査を実施することは難しい。</li> <li>・ 市街地と中山間地区では全く状況が異なり、共通のスケールを用いた実態調査というのは疑問がある。</li> </ul>
体制や予算等の都合で実施が困難	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市全域を対象とした実態把握等を行うには、相当額の経費を要するが、財政がひっ迫しており、予算措置が困難である。</li> <li>・ 現在の体制では対応が困難である。</li> <li>・ 買物弱者対策の主管課がない。</li> </ul>
他の調査等がある	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商工会連合会が既に行ったアンケート調査で足りている。</li> </ul>

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-② 潜在的な買物弱者の存在についての推計  
(推計方法等)

<p><b>【推計対象】</b></p> <p>○ 買物弱者の実態把握を実施していない地方公共団体のうち、その理由が「買物弱者対策の必要性が低いため」としている市町村から、任意に9市町村を抽出</p> <p><b>【推計方法】</b></p> <p>① NTT東日本及びNTT西日本が発行する電話帳等への掲載を承諾した全国の店舗及び企業の情報をベースに、NTTタウンページ(株)が独自に収集した店舗及び企業の詳細な情報等で構成される「iタウンページ」を用いて、生鮮三品(青果、鮮魚及び精肉)を取り扱っている店舗及びコンビニエンスストアの住所情報を収集</p> <p>② ①で収集した店舗情報について、総務省統計局及び独立行政法人統計センターが運営する「jSTAT MAP」(注1)に取り込み</p> <p>③ 店舗等から半径500mのエリアを「jSTAT MAP」上に表示(注2)</p> <p>④ ③の結果から、居住地域の半径500m圏内に生鮮食品等を販売する店舗等が存在せず、日常の買物に不便を感じていると推測される地域を推計</p> <p>⑤ ④で推計した地域を「jSTAT MAP」上に表示</p> <p>⑥ 65歳以上の人口(平成22年国勢調査)と⑤で表示した地域を重ね合わせ、当該地域に居住する65歳以上高齢者の人口を推計</p> <p>(注)1 「jSTAT MAP」は、総務省統計局と独立行政法人統計センターが提供している地理情報システムであり、インターネット上で利用できる統計データと地図上の特定の地域を重ね合わせることで、指定した地域に関する様々なデータを地図上で把握することができる。同システムは、主に次のような機能を有している。</p> <p>① 利用者の保有するデータを取り込んで分析する機能</p> <p>② 任意に指定したエリアにおける統計算出機能</p> <p>③ 地域分析レポート作成機能</p> <p>2 本推計では、店舗等からの距離を半径500mとして買物弱者の推計を行っているが、これは、農林水産政策研究所が、生鮮品販売店舗から直線距離で500m以上離れた地域に居住する高齢者について、「生鮮品販売店舗への徒歩でのアクセスが困難である」としていることによる。</p>
---

(推計結果)

No.	実態把握を実施していない理由	当該市町村の65歳以上の人口に占める、店舗空白地域に居住する65歳以上の人口の割合 (単位：%)
1	現段階では買物弱者対策を主たる目的とした事業を行っておらず、町内の関係団体・事業者や町民から買物弱者対策に係る問合せや支援の要請もないため、買物弱者対策を他の施策に優先して実施すべきとは考えていない。	94.1
2	実態調査等を実施しなければいけないほどの課題にはなっていない。	37.6
3	実態調査等を実施しなければいけないほどの課題になっていない。	80.2
4	これまで必要と感じたことがない。住民から買物が不便なので対策を講じてほしいとの意見はない。	53.8

5	買物弱者対策については、検討すべき事項であると認識しているが、他の諸施策の優先順位が高く、当面、実施予定もない。	13.1
6	現時点では行政による支援を必要とするほど、買物弱者が問題として顕在化しているとは判断していない。	35.6
7	買物弱者について、喫緊の行政課題として認識していない。	60.2
8	市が買物弱者対策を主たる目的とした事業を行う必要性を感じていない。そのため、買物弱者対策を主たる目的とした事業を行っておらず、事業者からの問合せ等もないことから、買物弱者について実態を把握する必要性を特に感じていない。	54.3
9	現状では買物弱者対策は所管する業務において重要な課題ではなく、買物弱者対策を主目的とした独自の事業も実施していない。	61.9

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-③ 買物弱者に係る実態を詳細に把握し、把握結果を買物弱者対策に活用している例

地方公共団体名	内容等
旭川市	<p><b>【実態把握の名称等】</b> 食料品等入手困難地域調査（平成 24 年度）</p> <p><b>【実態把握の概要】</b> 旭川市は、同市内を食料品等入手可能地域（スーパーマーケットから半径 500m 以内）及び食料品等入手極困難地域（スーパーマーケット、コンビニエンスストア及び個人商店等のいずれからも半径 500m 以上）に区分し、それぞれの地域内に居住している市民の人口を機械的に試算している。</p> <p>これら人口の試算は、i) 旭川市内の地図に電話帳から把握したスーパーマーケット、コンビニエンスストア及び個人商店等の住所情報をプロットし、これらを中心として半径 500m の円を記載、ii) i) の地図の円内外の人口を平成 22 年の国勢調査結果に基づいて試算、iii) インターネット注文販売やカタログ注文販売を行っているスーパーマーケット、コンビニエンスストア及び個人商店等を、該当事業者に対する電話照会等により把握、iv) 移動販売等の実施地域や食料品等入手可能地域における人口、高齢化率を試算、集計して行っている。</p> <p>調査の結果、旭川市全体では、人口のうち食料品等入手可能地域に居住していない市民は 19 万 4,904 人（56.2%）であり、これら市民のうち高齢者は 5 万 1,990 人（26.7%）となっていること、及び旭川市に所在する主要スーパーマーケット等 7 社が、移動販売、ネット注文販売、カタログ注文販売又は買物代行を行っていることが確認された。</p> <p><b>【結果の活用状況】</b> 旭川市は、経済産業省の補助事業の一部において求められている推薦書（注）の記載に当たって、当該調査結果を活用し、生鮮三品を入手可能な食料品等入手可能地域に居住する住民の割合が少ないことなど、当該地域において買物弱者対策を実施することの必要性・有効性等について詳細に記載している。</p> <p>（注） 経済産業省の実施する補助事業の一部においては、申請時の添付資料として、申請者が活動する地域の地方公共団体によって作成された推薦書の提出を求めており、同省は、当該推薦書の内容を確認し、申請者が活動する地域における買物弱者対策の必要性について審査している。当該推薦書では、取組の実施予定地域における買物弱者の存在状況等を踏まえた買物弱者対策の必要性について記載することとされており、具体的には、事業申請事業者が買物弱者対策の実施を予定している地域において、「自ら車を運転できない高齢者等の増加」、「高齢者等が歩いて行ける範囲に生鮮三品等を扱う事業者が不足し、日常の買物に不便を感じる者が増加している状況」等、買物を行うことが難しい状況や買物支援のニーズがあることなどについて記載を求めている。</p>
弘前市	<p><b>【実態把握の名称等】</b> 買い物弱者の現状及び課題の調査研究（平成 23 年度）</p> <p><b>【実態把握の概要】</b> 弘前市は、経済産業省の「買い物弱者応援マニュアル」において、買物弱者を把握する方法として買物弱者マップの作成が推奨されていることを受け、市内の地区別に買物弱者の現状を分析するに当たって、i) 65 歳以上の高齢化率の分布状況、ii) 県内や東北地方一帯でチェーン展開を行っている店舗の分布状況について地図上で確認し、買物弱者が存在すると思われる地域の推定を行っている。</p> <p>弘前市は、当該推計結果に基づいて、高齢化率が高く、小売店舗が少ない 4 地区を抽出し、当該地区に居住する、同一世帯の構成員全員が 60 歳以上で、かつ、その中に 60 歳から 79 歳までの構成員が 1 人以上含まれている 2,387 世帯を対象に、大学に委託して、買物弱者の現</p>

	<p>状及び課題に関するアンケート調査を実施している。</p> <p>当該アンケート調査では、「日常の買物について感じていること」、「買物先」、「交通手段」等について把握している。調査委託先である大学は、当該調査結果から、弘前市に対して、i) NPOによる買物配達サービス、ii) 地域に密着した送迎サービスと店舗経営、iii) 団地住民の生活環境を育てる活動等の実施の必要性について提言している。</p> <p><b>【結果の活用状況】</b></p> <p>弘前市は、当該調査結果を受けて、「買い物利便性向上対策モデル事業」を創設するとともに、アンケート調査の対象地区を含む居住者を対象に、商店街振興組合と協力して、配達料を無料とする宅配サービス事業を試行的に開始している。</p>
弘前市	<p><b>【実態把握の名称等】</b></p> <p>日常の買い物に関するアンケート（平成 25 年度）</p> <p><b>【実態把握の概要】</b></p> <p>弘前市は、小売店の分布が少なく、買物に関して日常的に不便を感じている世帯が多いと思われる地区の町会長を対象に、日常の買物に関するアンケート調査を実施している。</p> <p>当該調査では、買物の形態、買物先、移動手段、日常の買物に不便が生じている状況などの買物弱者の実態、住民が求めている買物支援の内容等について把握している。</p> <p><b>【結果の活用状況】</b></p> <p>弘前市は、アンケート調査の結果に基づき、「平成 26 年度買い物利便性向上対策モデル事業」に採択された事業者が訪問販売を実施する地区を選定している。</p>
神奈川県	<p><b>【実態把握の名称等】</b></p> <p>一人暮らし高齢者等ニーズ調査（平成 22 年度）  孤独死等に関する意識調査（平成 22 年度）  「買い物弱者」に関する商業者調査（平成 22 年度）</p> <p><b>【実態把握の概要】</b></p> <p>神奈川県は、「県営住宅における孤立死に関する調査研究事業」（平成 22 年度）を活用し、次のとおり、3 種類の調査を実施している。</p> <p>① 「一人暮らし高齢者等ニーズ調査」  県営団地に居住する 1,200 世帯を対象にアンケートを実施し、居住者が買物に困っている原因、求めている買物支援ニーズ等について把握している。</p> <p>② 「孤独死等に関する意識調査」  県営団地の自治会役員、地区福祉協議会役員、地区担当の民生委員・児童委員、地区所管の地域包括支援センター（ケアプラザ等）の職員及び老人クラブ役員等を対象にアンケートを実施し、買物に困っている高齢者に必要なサービス等について把握している。</p> <p>③ 「「買い物弱者」に関する商業者調査」  i) 県営団地の周辺（徒歩 15 分圏内）に立地する商業者又は団地自治会への事前ヒアリング等により把握した、団地住民がよく利用する商業者、ii) 主に食料品、日用品を扱う商業者、iii) 個人商店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア等の店舗を構えている商業者又は団地へ出張販売に訪れる商業者等の全ての要件を満たす事業者を対象にアンケート及びヒアリングを実施し、現在地での 10 年後の営業継続の可能性及び営業継続が困難な</p>

	<p>理由等について把握している。</p> <p><b>【結果の活用状況】</b>  これらの調査結果から、回答者の 6 割強が孤独死を身近な問題と感じていることなどが明らかになったことから、神奈川県は、地域における高齢者等の見守りや買物弱者への対応などの支え合い活動を推進するため、平成 23 年度に「県営住宅支え合い活動モデル調査研究事業」を実施している。  この事業は、地域の支え合いに資する事業をモデル事業として実施し、有効な運営方法等について調査研究を行うものであり、同事業を実施した 1 団地において、青空市の取組が実施され、平成 27 年度現在も継続して実施されている。</p>
長野県	<p><b>【実態把握の名称等】</b>  生活必需品買物環境実態調査（平成 22 年度）</p> <p><b>【実態把握の概要】</b>  長野県は、高齢者にとってのライフラインである商店街の役割とその貢献策を探ることを目的として、県内在住高齢者の買物環境の実態及び商店街における高齢者向け買物支援サービスの実施状況を調査している。  この調査は、5 種類の調査から構成されており、それぞれの対象者、把握内容等は次のとおりである。</p> <p>① 高齢者調査（平成 22 年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 対象者：長野県内在住の満 65 歳以上の者 6,000 人</li> <li>・ 調査方法：アンケート</li> <li>・ 把握内容：店舗までの距離、買物支援ニーズ等</li> </ul> <p>② 商店街調査（平成 22 年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 対象者：長野県内に所在する 10 店舗以上の会員により組織され、かつ共同事業を実施している 260 商店街</li> <li>・ 調査方法：アンケート</li> <li>・ 把握内容：店舗において実施している買物支援サービス、実施に当たってのあい路等</li> </ul> <p>③ 生活必需品購入困難地域現地調査（平成 22 年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 対象者：高齢者調査の結果から把握した、特に買物に不便を感じている者が多い市町村に居住する 65 歳以上の高齢者及び食料品を扱っている商店の店主</li> <li>・ 調査方法：ヒアリング</li> <li>・ 把握内容：買物先、移動手段、商店として工夫している点、周辺施設、道路状況等</li> </ul> <p>④ フードデザートマップエリア現地調査（平成 22 年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 対象者：独居老人又は老夫婦世帯を中心とした、フードデザートエリア内とそのエリア以外に居住する者それぞれ 10 人（計 20 人）</li> <li>・ 調査方法：ヒアリング</li> <li>・ 把握内容：家族構成、買物頻度、移動手段、買物金額、食料品摂取状況等</li> </ul> <p>⑤ 先進商店街現地調査（平成 22 年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 対象者：阿智村商工会</li> <li>・ 調査方法：ヒアリング</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>把握内容：阿智村商工会が取り組んでいる買物支援サービスのメニュー選定の背景、内容、実態、今後の課題等</li> </ul> <p><b>【結果の活用状況】</b></p> <p>長野県は、これらの調査結果から、県内に高齢の買物弱者が約 5 万 2,000 人から 8 万人存在していること、「食品宅配サービス」と「店舗への送迎サービス」の満足度が高いこと、中山間地域では、「移動販売・移動スーパー」のニーズが高く、その他の地域では、「宅配サービス」のニーズが高いことなどを認識し、高齢買物弱者を対象とした商店街振興施策について検討した結果、高齢買物弱者支援モデル事業を実施している。</p> <p>同事業は、「宅配システムの構築」、「移動販売車の運行」、「買物客の移動手段の確保」、「小規模店舗の開設」など、高齢の買物弱者の買物環境の改善を目的として行う取組について、事業者に委託して実施し、買物弱者支援のための事業モデルを構築するものである。</p>
松本市	<p><b>【実態把握の名称等】</b></p> <p>安原地区買い物弱者アンケート調査（平成 23 年度）</p> <p><b>【実態把握の概要】</b></p> <p>松本市は、安原地区に居住する 75 歳以上の一人暮らし世帯及び 75 歳以上の老々世帯を対象に、民生委員を活用した聞き取り調査を実施し、全体の 13%の世帯が買物に困っていることなどについて把握している。</p> <p><b>【結果の活用状況】</b></p> <p>松本市は、当該調査結果を分析し、一般に買物弱者と一くくりにまとめられている住民について、①現に生活必需品の入手が困難な「買物困難者」、②買物に不満を感じているものの、福祉サービスの対象とはならない「買物不満者」、③現に買物に困難も不便もないが、漠然とした不安を抱えている「買物不安者」の 3 類型に分類し、それぞれの買物困難度合いごとに必要な行政支援の内容について検討している。</p>
富山市	<p><b>【実態把握の名称等】</b></p> <p>富山市中山間地移動販売支援試行事業に関するアンケート調査（平成 27 年度）</p> <p><b>【実態把握の概要】</b></p> <p>富山市は、移動販売の実施地区及び未実施地区において住民アンケート調査を実施している。</p> <p>移動販売の実施地区を対象としたアンケートでは、普段の食料品の調達方法、移動販売での品揃え、移動販売車の到着時刻などについての意見等を把握しており、移動販売の未実施地区を対象としたアンケートでは、移動販売車の利用を希望するか否か、希望する場合その理由、利用するとした場合の利用頻度等について把握している。</p> <p><b>【結果の活用状況】</b></p> <p>この調査結果によると、移動販売の未実施地区において回答のあった 294 世帯のうち 77 世帯が「移動販売を利用したい」としていたことから、補助事業の受託者（移動販売を実施している事業者）とタイムスケジュールや運行ルート調整を行い、当該地区においても移動販売を実施するなど、買物弱者対策の実施エリアの拡大を図っている。</p>
春日井市	<p><b>【実態把握の名称等】</b></p> <p>お買物環境に関するアンケート調査（平成 26 年度） 商圏調査（平成 26 年度）</p>

移動販売事業の利用意向調査及びヒアリング調査（平成 26 年度）

【実態把握の概要】

春日井市は、買物弱者の実態及び必要な買物弱者対策の内容等について把握するため、次のとおり、3種類の調査を実施している。

① 「お買物環境に関するアンケート調査」

市内全域の65歳以上のみで構成された世帯から無作為に抽出した1,000世帯を対象にアンケートを実施し、日常の買物に不便を感じているか、最もよく利用する店舗までどのくらい離れており、どのように移動しているかなどの買物不便感について把握している。

春日井市は、当該調査結果から、買物弱者対策の必要性があると判断している。

② 「商圈調査」

統計資料等の分析により、65歳以上の世帯数が多い地区及び市内の大型店舗から半径500mを超える区域を把握している。

春日井市は、同調査結果から買物弱者対策が必要な地域の絞り込みを実施している。

③ 「移動販売事業の利用意向調査及びヒアリング調査」

②の商圈調査によって絞り込んだ地域の社会福祉協議会を対象にヒアリングを実施し、地域住民が買物に困っている原因、買物支援ニーズ、販売してほしい商品等について把握している。また、同地域の住民を対象にアンケート及びヒアリングを実施し、移動販売を実施した場合の利用希望、利用する場合の利用場所などについて把握している。

【結果の活用状況】

春日井市は、これらの調査結果から、買物弱者対策として移動販売を実施することを決定し、また、地域住民を「A：直ぐに利用したい人で、玄関先まで来てほしい人」、「B：直ぐに利用したい人で、地区拠点を利用したい人」、「C：あれば助かる人で、玄関先まで来てほしい人」、「D：あれば助かる人で、地区拠点を利用したい人」に分類し、特に買物に困っていると思われるAについては、個別に訪問し、駐車場の有無等を確認した上で、自宅又はその最寄りの場所を移動販売拠点に設定するなど、実態調査結果を活用して移動販売の実施場所や販売ルート等の設定を行っている。

高浜市

【実態把握の名称等】

独居高齢者調査（平成 22 年度から毎年度実施）

【実態把握の概要】

高浜市は、平成 22 年度に厚生労働省の安心生活創造事業（モデル事業）を活用して、独居高齢者を対象とした民生委員によるヒアリング調査を実施し（23 年度以降も市の単独事業で毎年度実施）、表 1 のとおり、買物を始めとする独居高齢者の困りごとを把握している。

表 1 高浜市における独居高齢者の困りごと（平成 22 年度独居高齢者調査）

	外出	買物	通院	掃除	洗濯	調理	ごみ出し	話し相手	回答者数
市全体	54	67	56	44	29	33	45	15	641
高浜南部地区	8	8	7	7	4	5	7	3	86

（注） 高浜市の資料に基づき、当省が作成した。

**【結果の活用状況】**

調査結果は、特定非営利活動法人高浜南部まちづくり協議会による青空市の開始の判断や開催場所の検討等に活用されており、青空市の利用者数は、表 2 のとおり、年々増加している。

表 2 青空市の利用者数の推移

年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
利用者数	731 人	1,255 人	1,678 人
前年度比	—	+71.7%	+33.7%

(注) 当省の調査結果による。

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-④ 「農山漁村の買物支援マニュアル」(農林水産省) <抜粋>

ステップ①: 困り合う寄り合いをしよう

ステップ①-2: 取り組みの基本構想をまとめる

ステップ  
①-2

### 取り組みの基本構想をまとめる

- ステップ①-2では、地区の現状を把握し、2章で紹介した3つの方法のうち、どの方式で取り組みを進めるのか、その基本構想を地域住民との話し合いなどを通じて検討し、まとめます

#### 【地区の現状を把握】

- 買物弱者マップの作成: 買物弱者がどの地区に何人くらいいるのかを定量的に把握します (詳細は78ページ)
- 地域の交通機関の状況確認(バスの運行本数、ルート、タクシー利用時の買物場所や病院までの費用など)
- 最も近隣にある買物の場の確認(場所・開店閉店時間・品揃え)
- 地域にある資源の確認(空き店舗、遊休施設、遊休設備など)

#### 【取り組みの方向性を検討、まとめる】

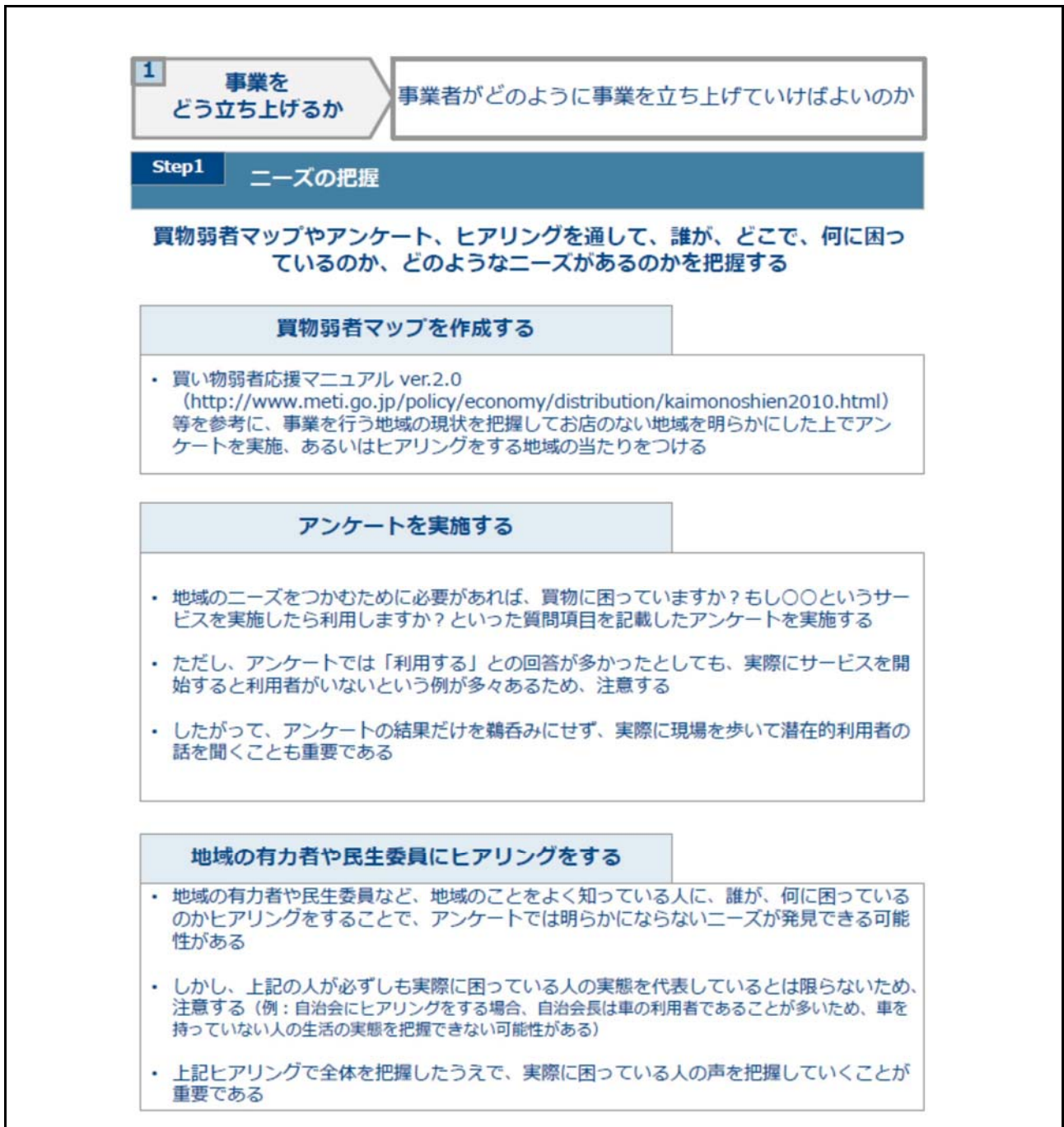
- 「店をつくる」、「店への移動手段を提供する」、「商品を届ける」のうち、どの方法で取り組んでいくか、いくつか組み合わせるべきなのか、その方向性を地域の特性なども考慮しながら検討します
- 検討するにあたっては、他の地域での取り組み事例などを参考にしましょう
- 大枠の計画が決定したら、その内容を地域の住民や他の団体や企業に説明しやすいように、簡単に計画書にしてまとめましょう
- 計画書は、「なぜその取り組みを行うのか」、「どういう方法で行うのか」、「取り組みを行うには、どういったものが必要なのか」が分かるように作成しましょう

## 参考資料：買物弱者マップの作成方法

- 買物弱者がどこにどれくらい居るのかを、正確に把握することで、どういった取り組みを行うべきかの判断材料の一つになります
  
- 買物弱者マップの作り方(簡易版)
  - ①地図の準備
    - 市町村／町丁目の境界が分かる地図を用意します。
  - ②人口の記入
    - 自治体や国の統計資料などから、単身または2人暮らしの高齢者を中心に、その人口を市町村・町丁目の集落の中心に書き込みます
  - ③店舗の記入
    - 自治体商工部門や、商工会が保有している店舗リストを利用し、生鮮3品、医薬品を扱う店舗を図示します
  - ④徒歩圏の記入
    - 生鮮3品、医薬品それぞれについて、取り扱いの店舗を中心に半径500～1000mの円を描きます
  - ⑤買物弱者の数の把握
    - ④で記入した円からはみ出している集落が、各商品における買物不便地区となります。
  
- 買物弱者マップ(買物弱者マップ)の詳細な作成方法は、以下の資料に掲載されています

資料：「買い物弱者(買い物弱者)応援マニュアル(第2版)」：経済産業省  
<http://www.meti.go.jp/press/2011/05/20110530002/20110530002.html>

図表 3-(3)-⑤ 「買い物弱者応援マニュアル ver. 3.0」(経済産業省) <抜粋>



図表 3-(3)-⑥ 買物弱者の実態把握についての地方公共団体の主な意見・要望等

分類	主な意見・要望等
<p>国からの支援（ノウハウや推奨事例等の情報の提供）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 買物弱者対策に初めて取り組む市町村は、現状を把握するノウハウがなく、対応が困難であることから、買物弱者を対象とした実態把握に関する事例集があれば取り組みやすい。</li> <li>・ 買物弱者対策が成功している同規模の地方公共団体が実施したアンケート調査の内容について情報提供してもらえれば、買物弱者の実態把握の参考になると思う。</li> <li>・ 農林水産省が実施している「食料品アクセス（買物弱者等）問題」に関するアンケート調査の調査結果について、県別・市町村別の分析データを提供してほしい。</li> <li>・ 国は、買物弱者の実態把握の具体的な方法・手段及び進行手順や買物弱者対策の方向性を定めたガイドラインを策定し、市町村に対して専門的助言・指導を行ってほしい。</li> <li>・ アンケート調査の設問の作成方法、調査結果の分析方法などの知見を有していないため、このような知見についての助言や指導を受けることができる機会を国等が設けてほしい。</li> <li>・ 国が作成した実態把握やアンケート調査に関するマニュアルがあれば、調査を効果的に行えるのではないかと。地域の規模（人口、地形等）に応じた調査手順を示してもらえれば、調査のノウハウがない地方公共団体でも調査が実施され、買物弱者の実態をよりの確に把握できるのではないかと。</li> <li>・ 国が統一的な定義や窓口を設けることで、今後実態調査を行う地方公共団体等にとって、よりの確な調査のための相談や情報共有が可能になるのではないかと。</li> <li>・ 全国の地方公共団体の取組例を参考情報として提供してもらえるとありがたい。</li> <li>・ 買物に不便を感じている市民を把握することは重要としているものの、定義付けがない等により、的確な買物弱者の実態把握をするための手法が分からない。先例的な参考となる事例の情報提供があればよい。</li> <li>・ 支援対象が多岐に渡ることが想定される上、どうすれば的確なニーズ把握が行えるのかが分からない。例えば、「移動販売車に来てほしいか」という質問をすれば「来てほしい」という回答が多数を占めると思われるが、実際に利用されるかは疑問である。また、中山間地の住民か市街地の住民か等、住民それぞれの状況によって求める支援は異なると思われる。そうした個々のニーズをどのようにすれば的確に把握できるのか分からない。</li> </ul>
<p>国からの支援（実施費用等）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国から費用面の補助があれば、地方公共団体も助かると思われる。</li> <li>・ 市町村が取り組まねばならない課題が増えている現状では、体制的に買物弱者の実態把握等を行うことが困難である。そのため、国や県が市町村の代わりに買物弱者の実態把握を行ってほしい。その場合、民間事業者に委託することもできるのではないかと。</li> <li>・ 買物弱者の実態把握や、住民アンケートを実施する際の事業費（コンサルタントへの委託経費等）への補助を要望する。</li> <li>・ 限られた予算の中で、買物弱者の実態把握のための費用を市の一般財源で捻出することは困難である。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 買物弱者を把握するための調査に係る補助金などを交付してもらえると、市としても実態を把握できると思う。</li> </ul>
<p>具体的な実態把握の手法等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域の事情が分かる人（例：町内会長、民生児童委員）を対象にしたヒアリングを実施すると、その地域の買物環境や買物弱者の状況を把握しやすい。</li> <li>・ 店舗から遠い地域や坂が多い地域に居住している者でも、自動車を運転する者であれば買物の際に大きな障害にはならないので、対象地域の運転免許保有者の把握も検討する必要があるのではないかと。</li> <li>・ 民生委員は定期的に地域の高齢者を訪問して、生活状況や困りごと等を把握している。このため、民生委員を活用して地域の買物弱者を把握すれば、より精度の高い実態が把握できるのではないかと。</li> <li>・ 地域で行商を行っているような小さな事業者については商工会が実態を把握していることもあるので、全国的な調査を行う場合には商工会にも協力を求めるとよいのではないかと。</li> <li>・ 対象者が高齢者、障害者、子育て世帯等の多岐に渡ることから、各戸配布によるアンケート調査が必要であると考えます。</li> <li>・ 災害対策基本法（昭和 36 年法律第 223 号）に基づき市町村長に作成が義務付けられている避難行動要支援者名簿には、障害の種類及びその程度、要介護状態区分などの避難行動要支援者個人の避難能力に関する事項のほか、同居親族の有無等といった避難支援等を特に必要とする理由等が記載されており、買物弱者の実態把握の一助になると思われる。ただし、避難行動要支援者名簿を買物弱者の把握のために使用すれば、目的外使用になるかもしれない。</li> <li>・ 時間の経過により買物弱者の状況は変化すると考えられるため、定期的な調査の実施が必要となる可能性がある。</li> </ul>

(注) 当省の調査結果による。



図表 3-(3)-⑦ 「新型交付金（「地方創生推進交付金」）の取扱い（案）について」（地方創生に関する都道府県・指定都市担当課長説明会（平成 28 年 1 月 14 日）資料）＜抜粋＞

### Ⅲ. 支援対象

#### 1. 先駆タイプ

##### (1) 対象事業及び基準

原則として、以下の（イ）に掲げる事業分野のいずれかに該当し、（ロ）に掲げる事業の仕組みを全て備え、（ハ）に示す先駆性を有する事業を実施する場合を対象とする。

##### (ハ) 先駆性

###### i 先駆性

以下の①から⑦の観点から、先駆的事业であること（地方創生に関する従来の事業の成果を踏まえつつ、事業内容、実施体制、事業の手法に新規性のある取組であること等）。

特に、①自立性、②官民協働、③地域間連携、④政策間連携の要素は重要であるので、原則として、これらの4つの要素が全て含まれることを、地域再生計画認定申請及び交付金申請の要件とする。（中略）

###### ① 自立性

事業を進めていく中で、「稼ぐ力」が発揮され、事業推進主体が自立していくことにより、将来的（3～5年後）に本交付金に頼らずに、事業として自走していくことが可能となる事業であること。

具体的には、事業収入や会員からの収入、また、地方公共団体独自の財源確保等に取組むこと。

(注) 下線は、当省が付した。

図表 3-(3)-⑧ 「平成 27 年度補正予算 小規模事業者持続化補助金」公募要領（平成 28 年 2 月経済産業省）＜抜粋＞

(様式 7) 「買い物弱者対策の取り組み」に関する説明書

「買い物弱者対策の取り組み」として補助上限額 100 万円（共同申請の場合は、100 万円×小規模事業者数）への引き上げを希望する場合には、以下の項目に記入のうえ、本紙を申請時に添付してください。

また、「買い物弱者の取り組み」を実施する予定である地域の市区役所・町村役場から、「様式 8：買い物弱者対策事業推薦書」の作成・交付を受け、本紙添付書類として必ず提出してください。

市区町村が記入

(様式 8)

「買い物弱者対策事業」推薦書

記載市区町村		印(※)
担当部署		
担当者名		
所在地		
電話番号		
メールアドレス		

(※) 印は、担当部署印や担当印でも可。

補助事業者名（共同実施の場合は代表事業者名）	
事業名	

1. 提案事業者の事業予定地域における買い物弱者の状況（高齢者等の徒歩圏に小売店等の立地が不足する状況等）

（提案事業者の事業予定地域において、自ら車を運転できない高齢者等の増加や、高齢者等が歩いて行ける範囲に生鮮三品等を扱う小売店の立地が不足し、日常の買い物に不便を感じる者が増加している状況等についてご記入ください。特に、事業予定地域で生鮮三品等を扱う事業者が不足している状況については、必ず記載ください。）

2. 提案事業者の申請事業が「買い物弱者対策」として効果的かつ意義が大きいこと

（提案事業者の事業が、事業予定地域（上記 1. に記載のあった地域）における高齢者等に対して買い物機会を効果的かつ継続的に提供することにつながり、事業地域のコミュニティの維持等に意義が大きいことなどについてご記入ください。）

図表 3-(3)-⑨ 事業者等の採択に際して、取組の継続性を重視した審査等を実施している等の例

区分	内容等
採択時の要件により取組の継続性等の確認を行っている例	<p><b>【事業名】</b> 集落生活支援複合サービス推進事業（平成 27 年度）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 集落生活に必要な不可欠なサービスが継続的に行われるよう、法人、任意団体等と複数の市町村で構成された協議会等が、「買い物支援」＋「安否確認」の複合的なサービスの提供に取り組む場合、その取組に要する経費を補助するものである。</p> <p><b>【継続性等を重視した審査等の内容】</b> 本事業の対象事業者は、法人、法人以外の団体と複数の市町村で構成された団体とし、また、取組について経営診断や助言など第三者によるコンサルティングを受けることを要件としており、事業者の採択時における取組の継続性・自立性の確認を重視している。</p> <p><b>【事業を活用した事業者等による取組の状況】</b> 本事業を活用して取組を実施した a 集落生活支援協議会では、b 社から、a 集落生活支援複合サービス推進事業に関するコンサルティングを受けている。コンサルティングの結果報告書によると、a 集落生活支援協議会の構成員が実施する取組について、ニーズの掘り起こし、地域でのサービスの必要性に対する意識啓発、サービスの複合化によるターゲットの多様化等の指摘を受けている。</p>
審査会による審査を実施している例	<p><b>【事業名】</b> 買い物弱者利便性向上事業（平成 25、26 年度）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 県内に事業所を有する民間事業者、商店街、特定非営利活動法人、商工団体、地域団体（社会福祉団体、町内会、自治会等）などが、移動手段を持たない在宅の高齢者等を対象に、買物機能を確保・維持し、そこに居住する買物弱者の生活向上を目的とした取組を実施する場合、その取組に要する経費の一部を補助するものである。</p> <p><b>【継続性等を重視した審査等の内容】</b> 事業者の採択に当たっては、外部人材を加えた審査会による審査を実施しており、公募のあった応募書の書類審査及び応募者によるプレゼンテーション・質疑応答等を通じて、実現性（目的、内容、体制等が明確で事業を完全に遂行できるか、ビジネスとして実現可能な取組手法か、事業が可能な財務状況か、事業実施における必要経費は妥当か）を審査している。</p> <p><b>【事業を活用した事業者等による取組の状況】</b> 本事業に採択された 4 件の取組は、一部に事業休止したメニューはあるものの、継続して実施されている。 しかし、本事業を活用し、平成 26 年度に店舗を開設し、併せて移動販売及び宅配の取組を開始した a 事業者では、補助事業実施期間中（平成 26 年 8 月～27 年 3 月）の売上目標金額を 500 万円に設定したものの、実際の売上額は 145 万円（目標金額の 29%）にとどまり、収支が赤字となったことから、移動販売については、補助期間終了直後から中止している。</p>

	<p>なお、店舗及び宅配については、補助期間終了後も継続して実施しているが、a 事業者によれば、「どちらも利用が少ないため取組を終了したいとも考えているが、補助事業で備品を購入した経緯もあるため、継続していく」としている。</p> <p>a 事業者によると、「取組の実施地区には後期高齢者が約 300 人いること、事業採択後に実施したアンケート調査結果では回答者のうち 63%が本事業を利用したいとしていることから、需要はあると考えて取組を開始したが、結果的にみれば需要見込みが甘かった」としている。</p>
<p>提出書類を 基に、継続 性、有効性 等について 総合的に審 査を行って いる例</p>	<p><b>【事業名】</b> 一人暮らし高齢者等対策事業（平成 24、25 年度）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 近隣の店舗が廃業したり、身体機能が衰えて外出が困難になる等の理由により、日用品や食料品の買物が困難な状態にある一人暮らし高齢者等が日常の買物に困らないよう、事業者から買物支援に有効な事業の提案を募集した上で、優れた提案について、その事業の初期経費の全部又は一部を補助することで、早期の事業展開を促し、一人暮らし高齢者等が住み慣れた自宅で暮らし続けられるよう支援を行うものである。</p> <p><b>【継続性等を重視した審査等の内容】</b> 補助要綱において、「事業開始後 5 年以上、継続して実施されることが確実な事業であること」を採択の要件としている。これを踏まえ、事業者の採択に当たっては、公募の提出書類として直近 2 期の決算書類を求め、選定委員会において、申請者から提出された提案書等を採算性や 5 年継続性、有効性等の審査項目に基づいて総合的に審査を行っている。</p> <p><b>【事業を活用した事業者等による取組の状況】</b> 本事業に採択された 3 件の取組のうち、事業開始後 5 年以上継続して実施できなかったものが 2 件みられる。</p> <p>① 平成 24 年度に補助金の交付を受けた a 事業者は、少なくとも 28 年度までは補助金の交付を受けた移動販売の取組を実施しなければならないこととされていた。しかし、同事業者は、本体事業（店舗販売）の経営不振を理由に、平成 27 年 1 月に裁判所へ自己破産申請して倒産した。</p> <p>② 平成 25 年度に補助金の交付を受けた b 事業者は、少なくとも 29 年度までは補助金の交付を受けた配食の取組を実施しなければならないこととされていた。しかし、同事業者は、本体事業（情報機器リサイクル・リユース取扱事業）と配食事業の再編整理を行う中で、平成 28 年 2 月末に食品事業（配食の取組）を廃止することとし、県に対し同年 4 月に補助事業の中止（廃止）承認申請を行った。</p>
<p>採択要件を 設定し、当 該要件の審 査を行って いる例</p>	<p><b>【事業名】</b> 買い物サービス支援事業（平成 23 年度～）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 近隣の小売店の閉店などにより、日常生活において身近な買物に不便を感じている高齢者等が増加していることを踏まえ、買物困難地域（主として中山間地域）において新たに買物サービスを提供する、又は買物サービスを拡充して提供する事業者に対して、取組の初期費用等を補助するものである。</p>

	<p><b>【継続性等を重視した審査等の内容】</b> 採択の条件として、①次年度以降も継続して実施されることが確実な事業であること、②複数事業者が連携して実施する事業であることを課している。</p> <p>①については、事業者から提出された事業計画書などの内容を考慮し、当該要件を満たしているかの審査を行っている。また、②について、県は、「買物弱者対策に資する取組は、採算が厳しいものになることが推測されるので、複数事業者で連携して実施してコスト削減などを図ることにより継続することを期待して設けた条件である」としている。</p> <p><b>【事業を活用した事業者等による取組の状況】</b> これまでに本事業に採択された7件の取組のうち6件は、平成28年5月時点でも継続しており、事業者採択時の審査が一定程度機能しているものと推測される。</p>
<p>学識経験者等による審査、申請事業者へのヒアリングを実施している例</p>	<p><b>【事業名】</b> ソーシャルビジネス支援事業（平成23年度～）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 市内の事業者等による、地域における社会的課題（買物弱者、少子高齢化、安全・安心、環境配慮、地域資源活用等）の解決に向けた創業等に対し、その初期費用・運営費用を補助するものである。</p> <p><b>【継続性等を重視した審査等の内容】</b> 事業者等の採択に当たり、市商業振興委員会において、学識経験者等による審査を実施し、申請事業者の担当者呼び、補助事業終了後の継続性・自立性についてヒアリングを実施している。</p> <p><b>【事業を活用した事業者等による取組の状況】</b> これまでに採択された4事業者の取組のうち、1事業者では補助期間終了とともに取組も終了しており、また、3事業者では補助事業終了後も取組は継続しているがいずれも採算がとれていない。このうち2事業者の取組については、市では「継続が危ぶまれる状況である」と認識しており、「中山間地域における買物弱者対策については、事業の必要性が高い一方、継続性・自立性の確保が難しく、審査が難しい」としている。</p>

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑩ 高齢者の社会的孤立の防止対策等に関する行政評価・監視の結果に基づく勧告に対する改善措置状況（2 回目のフォローアップ）の概要（平成 27 年 2 月総務省）＜抜粋＞

勧告事項	各府省が講じた改善措置状況
<p>1 日常における高齢者の社会的孤立の防止対策の効率的・効果的な実施</p> <p>(1) 社会的孤立の防止に関する国庫補助事業等の効果的な実施 (勧告要旨)</p> <p>(略) 経済産業省は、高齢者の社会的孤立の防止対策を効率的かつ効果的に実施するため、以下の措置を講ずる必要がある。</p> <p>① (略)</p> <p>また、経済産業省は、国庫補助終了後も事業が継続的に実施され、補助金で整備された設備が有効に利用されるよう、事業実施主体に必要な助言・指導を行うとともに、事業対象者のニーズ把握により、有効利用が図られないと判断された場合、事業の中止・中断について事業実施主体に必要な助言・指導を行うこと。(地域商業活性化補助事業)</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>→ : 1 回目のフォローアップ時に確認した改善措置状況</p> <p>⇒ : 2 回目のフォローアップ時に確認した改善措置状況</p> </div> <p>(経済産業省)</p> <p>→ 本事業において、補助金の交付を受けた 45 事業者のうち、現在も事業を継続している事業者であって、平成 24 年度売上額等の目標達成率が低調な 12 事業者を対象に、事業実績向上に向けて採るべき改善策を平成 25 年 8 月 30 日までに、それに基づいた実績報告を 26 年 4 月 30 日までに報告するよう要請</p> <p>現在、提出のあった改善策の内容を精査し、必要な助言・指導を行っているところであり、実績報告の結果を踏まえて、改めて設備の有効利用等について必要な助言・指導を行う予定</p> <p>⇒ 平成 25 年度実績報告を確認したところ、改善策の提出を受けた 12 事業者のうち 6 事業者は、販売拠点の拡大等の改善策の着実な実施により、設備の有効利用が図られ、売上額や利用者数等の事業実績、目標達成率が、前年度に比べて大きく向上。具体的には、利用者数が 561 人から 1.7 倍、売上額が 1,910 千円から 10.7 倍になった事業者があるなど一定の改善</p> <p>一方、それらが低調であった 4 事業者に対しては、設備の有効利用が図られ、事業実績が向上するように、他の地域における潜在的顧客の開拓や加工品の商品力強化等について助言・指導を実施</p> <p>なお、平成 25 年 12 月末時点の取組状況を踏まえ、経済産業省から 12 事業者に対し事業継続等について助言・指導を行ったところ、2 事業者が事業の継続は困難であると判断し、事業を廃止するとともに取得財産の処分を実施</p> <p>現在も事業を継続している事業者については、設備の有効利用が図られるよう、引き続き、必要な助言・指導を行っていく予定</p>

図表 3-(3)-⑪ 補助期間終了後の事業者等の状況の把握や事業者等に対する指導・助言等を行っている  
(行っていない) 例

区分	内容等
<p>収支状況について四半期ごとに把握している例</p>	<p><b>【事業名】</b> お互いさまスーパー創設事業（内閣府・地域住民生活等緊急支援のための交付金（地方創生先行型）を活用した事業）（平成 27 年度）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 人口減少等によりスーパーマーケット等が撤退し、買物が困難となっている地域において、地域の自治会等が「交流機能を有したミニショップ」を創設・運営する取組に対し、運営組織の立ち上げ、関係者間のネットワーク構築と調整、初期費用（内装改修、基本設備購入）の補助等を行うものである。</p> <p><b>【補助期間終了後の事業者等の状況把握、指導・助言等の実施状況】</b> 本事業による取組は開始されて間もないが、県では、店舗ごとの収支状況について四半期ごとに把握し、店舗運営主体及び関係市町村と運営に当たっての課題、今後の対応等を協議していくことを予定している。</p>
<p>事業報告会において、取組を開始した事業者が取組概要等を発表させている例</p>	<p><b>【事業名】</b> 成熟型社会対応サービス産業支援事業（平成 22～24 年度）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 県に事業所を有する商業・サービス業を営む事業者、NPO 及びそれらを含むグループ等が、移動手段を持たない在宅の高齢者等を対象に、健康、福祉、安全・安心、環境、少子高齢化対策等、社会課題に対応した新たな商業サービスを実施する場合、その取組に要する経費を補助するものである。</p> <p><b>【補助期間終了後の事業者等の状況把握、指導・助言等の実施状況】</b> 取組を開始した事業者等を採択翌年度に集め、事業報告会を開催し、取組の概要、成果、反省と今後の計画及び都道府県への要望等について発表させるとともに、翌年度の補助事業の紹介を行っている。また、補助期間終了後の平成 26 年 9 月に、採択事業者等に対し、文書により現在の取組の状況（中止している場合はその理由）及び取組継続に当たっての課題について照会している。 なお、本事業は平成 24 年度に終了したが、事業の成果を踏まえた後継の補助事業が翌年度から実施されている。</p>
<p>事業者から定期的な事業報告を受けるとともに、事業者へのヒアリングを行っている例</p>	<p><b>【事業名】</b> 地域福祉・交流拠点整備事業（平成 22 年度～）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 商店街や駅前等の空き店舗を活用した地域の高齢者、障害者、子ども、乳幼児と親など多世代の交流拠点や、地域住民が気軽に立ち寄り、楽しみながら介護予防・健康づくりなどに取り組める拠点等を整備する NPO、社会福祉法人等の非営利組織に対し、その費用の一部を補助するものである。</p> <p><b>【補助期間終了後の事業者等の状況把握、指導・助言等の実施状況】</b> 市では、平成 26 年度から、拠点を整備した運営法人から定期的に事業実績を報告させて</p>

	<p>おり、また、27年度には、それまでに拠点整備を実施した運営法人から、運営状況等に係るヒアリングを行っている。</p> <p>さらに、平成28年度には、本事業を活用して整備した拠点の運営を支援するため、運営アドバイザーを派遣している。これについて、市では、「本事業を活用して拠点を整備した事業者等に継続して取組を実施してもらうため、運営費を支援することはできないので、運営アドバイザーを派遣することとした」としている。</p>
<p>取組継続を取りやめるよう助言している例</p>	<p><b>【事業名】</b> 市商店街活性化事業（平成23～27年度）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 市内の商店街が衰退していたことを受けて、商店街の活性化を推進する必要があることから、商店街の活性化のための地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律（平成21年法律第80号）に基づく商店街活性化事業計画を策定し、経済産業省の認定を受けた商店街振興組合等が行う事業に要する経費について、補助金の交付を行うものである。</p> <p><b>【補助期間終了後の事業者等の状況把握、指導・助言等の実施状況】</b> 本事業による補助金を受給して、商店街振興組合が、平成26年度に「買い物客の優待及び会員ネットワーク整備事業」として、買物代行及び宅配のサービスを実施した。補助期間は単年度であるため、同組合では、補助期間の終了時に、補助金によらない取組の継続可能性を検討したが、市では、買物代行及び宅配事業の収支状況、受付状況等を分析し、補助金によらずに取組を継続することが困難であると判断した。その結果、市は、同組合に対し、取組継続を取りやめるよう助言している。</p> <p>同組合では、市の助言を踏まえ、補助期間が終了となる平成26年度末に取組を終了している。なお、平成27年度からは、商店街加盟の一部店舗が自主的に宅配サービスを実施している。</p>
<p>事業者から提出された実績報告書を活用した実績がみられない例</p>	<p><b>【事業名】</b> ふるさと雇用再生特別基金事業（平成20～24年度）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 厚生労働省からの交付金により創設された「ふるさと雇用再生特別基金」を基に、県又は県から補助を受けた市町村が、新たに失業者の雇用に結び付ける取組であって地域内にニーズがあり、かつ、今後の地域の発展及び地域における継続的な雇用が期待される取組の実施を事業者等に委託するものである。</p> <p><b>【補助期間終了後の事業者等の状況把握、指導・助言等の実施状況】</b> 平成23年度に本事業を活用して買物弱者対策に資する取組を実施した例が3件みられる。これらにおいては、委託期間終了後に、事業者から実績報告書が提出されたが、同報告書には具体的な実績等が記載されていないため、取組の状況が具体的に分からないものとなっている。しかし、県から事業者に対し追加資料の提出等を求める等の対応を行った記録は残されておらず、また、同報告書が特段活用された実績もみられない状況となっている。</p> <p>これらの3件の取組のうち、2件は委託期間終了時に、1件は委託期間終了から6か月後に、それぞれ、取組を終了している。</p> <p>県では、「本事業は失業者の雇用対策を主たる目的としている事業であることから、取組内容についての指導・助言や、委託期間終了後の状況把握等は行っていない」としている。</p>

(注) 当省の調査結果による。



図表 3-(3)-⑫ 買物弱者対策の観点から、事業の効果等を把握・分析し、事業の見直し等を行っている例

区分	内容等
<p>事業者からの実績報告書等に基づき、事業の見直しを行っている例</p>	<p><b>【事業名】</b>                      買い物利便性向上対策モデル事業（平成 23 年度～）</p> <p><b>【事業の概要】</b>                      商店街振興組合や民間事業者が行う出張販売、宅配、移動販売、その他買物の利便性向上に資する取組について、その要する費用の一部を補助するものである。</p> <p><b>【事業効果等の把握・分析及びその結果を活用した事業の見直し等の内容】</b>                      事業者からの実績報告書などに基づき、実施効果の把握・分析を実施し、その結果に基づき、次のような事業の見直しを実施している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業初年度（平成 23 年度）は、対象者が市内の二つの商店街振興組合だけであったが、平成 24 年度からは、商店街振興組合に加え、商店街振興組合連合会、商工会議所、商工会、特定非営利活動法人、中小企業者等も対象とした。</li> <li>・ 事業者に対する補助金の対象を、市が情報提供を行った二つの老人福祉施設で実施した訪問販売のみとしていたが、これまでの訪問販売の実績から買物弱者対策として効果があると判断したため、平成 28 年度から、市が情報提供を行った施設以外で事業者が独自に実施する訪問販売についても補助金の交付対象とした。</li> </ul>
<p>地域住民に対するアンケート調査の結果を踏まえ、移動販売実施地区の拡大を図っている例</p>	<p><b>【事業名】</b>                      中山間地移動販売支援試行事業（平成 20 年度～）</p> <p><b>【事業の概要】</b>                      住民を対象とした移動販売を行う事業者等に対し、その費用の一部（人件費、車両の燃料費等）を補助するものである。</p> <p><b>【事業効果等の把握・分析及びその結果を活用した事業の見直し等の内容】</b>                      事業者が行う移動販売は、市が指定したルートで行われているが、同市では、地域住民に対するアンケート調査をこれまでに 6 回実施し、その結果を踏まえ、事業者と移動販売のタイムスケジュールや運行ルートを調整するなどして、移動販売の実施地区の拡大を図っている。</p>
<p>事業の効果について分析を行い、補助率及び採択要件の見直しを行っている例</p>	<p><b>【事業名】</b>                      出向く商店街事業（平成 23～25 年度）</p> <p><b>【事業の概要】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 出向く商店街事業                          車を運転できない等の理由で商店街へ容易に行けない高齢者等の移動を支援する取組や、商店街が出向くサービス（移動商店街、臨時商店街、宅配サービス）を実施する商店街に対し、その取組に要する費用の一部を補助するものである。</li> <li>② 行きたくなる商店街づくり事業                          出張商店街・宅配サービス等の買物支援の取組を実施する商店街に対し、その取組に要する費用の一部を補助するものである。</li> </ol> <p><b>【事業効果等の把握・分析及びその結果を活用した事業の見直し等の内容】</b>                      県では、平成 25 年度の「出向く商店街事業」の評価において、①高齢者等の身近な買い</p>

<p>物の場として、また、地域コミュニティの担い手としての商店街の機能・役割を強化することによって、商店街の活性化を図る必要があること、②宅配サービス等は、運営コストがかさむため、補助金による支援終了後事業主体が自己資金で運営することが難しいなどの課題がみられたが、運営コストが比較的にかからない出張商店街は、売上げやPRに効果的であるなど、一定の成果が認められたこと、③事業実施から3年が経過し、民間事業者の参入や市町村の独自事業なども含めると、買物弱者対策が一定程度定着してきたこと等の分析を行った。</p> <p>その結果、平成26年度から、補助率を県の重点支援事業としての2/3から他の商店街支援事業と同様の1/3に見直した上で、市町村からの補助を受けることを採択条件とする「行きたくなる商店街づくり事業」に組み替えることとした。</p>
---

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑬ 買物弱者対策の観点からは事業効果を把握・分析していない事業の例

区分	内容等
<p>買物弱者対策を主たる目的としていないことを理由に、事業効果を把握・分析していない例</p>	<p><b>【事業名】</b> にぎわいのまちづくり総合支援事業（平成 20 年度～）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 商店街のにぎわいを創出するために行う取組であって、①商店街という場所や機能を活用して、少子化、高齢化、安全・安心、地域資源活用、農工商連携、創業・人材、環境など、地域社会が抱える課題解決に資すること、②商店街の存在価値を地域にとってかけがえのないものに高め、今後の可能性を開く要素があること等の要件を満たす取組を行う商店街に対し、その費用の一部を補助するものである。具体的な実施事業の中に、買物弱者対策に資する取組（地元農産物の直売所運営、宅配サービス等）が含まれる場合がある。</p> <p><b>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】</b> 本事業では、調査対象とした平成 23 年度から 27 年度までの間に、毎年度 15 件から 19 件の取組が採択され、その中には、買物弱者対策に資する取組も含まれている。しかし、県では、事業の主たる目的を商店街の活性化としており、買物弱者対策を主たる目的としていないため、「成果指標として『来街者数』や『通行量』が用いられることが多く、買物弱者に関する実施効果については特に把握していない」としている。</p>
<p>市全体の買物弱者の状況を把握できていないことを理由に、事業効果を把握・分析していない例</p>	<p><b>【事業名】</b> 地域生活応援団設立支援事業（平成 23 年度～）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 地域住民の日常的な買物の不便さを解消するため、地域住民等の非商業者が商業者と連携して「地域生活応援団」を設立し、市内において買物代行サービス事業を実施する場合に、その費用の一部を補助するものである。</p> <p><b>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】</b> 市では、「本事業の実施担当課以外でも買物弱者対策に資する事業を行っており、市全体の買物弱者の状況を把握できていないことから、本事業についての効果等の把握・分析は行っていない」としている。</p> <p>なお、本事業は平成 23 年度から開始されたが、採択実績は 25 年度に 1 件あるのみである。市では、その理由について、「本事業は、非商業者（住民等）が商業者と設立する団体により、事業実施区域（世帯数をおおむね 2,000 世帯）において 5 年間継続して行うことが見込まれる買物代行サービスを対象としており、これらの要件（特に非商業者と商業者の連携）を満たすことが難しいためではないか」としている。</p>
<p>効果を把握するための成果指標等がないため、事業効果を把握・分析できないとしている</p>	<p><b>【事業名】</b> 空き店舗家賃補助事業（平成 25 年度～）</p> <p><b>【事業の概要】</b> 商工会に登録された空き店舗を利用して、小売、飲食を主とする業種及びコミュニティ施設の営業を開始した事業者に対し、家賃を補助するものである。</p> <p>市では、市民の高齢化、核家族化、郊外型やロードサイド型店舗の増加に伴う地域の小売店の減少が進んでいることなどから、日常の買物に不便を感じている市民が存在す</p>

<p>る例</p>	<p>ることを認識しており、平成 25 年 9 月に策定した第 5 次総合計画の基本構想において、まちづくりの方向の一つに「産業の活力が増し、にぎわいと交流が生まれるまち」を掲げている。また、基本構想の実現を目指し、個別課題を解決するための施策を示す基本計画では、「買物がしやすく人びとの交流の場ともなる、にぎわいと商業のまちをめざす」としている。これらを踏まえ、市民生活を守るという視点から、買物困難者への対応を進めるため、空き店舗の活用促進により、市民の利便性の向上と地域商業の活性化を図ることとした。</p> <p><b>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】</b></p> <p>市では、本事業の成果指標として、「営業を開始した空き店舗数」を設定している。実績をみると、本事業開始後、平成 27 年度までに 14 件の営業が開始されている。</p> <p>市では、「本事業が商店街の活性化には一定寄与していると評価しているが、買物弱者対策としてどの程度寄与しているのかについては、効果を把握するための成果指標やその把握方法が思い当たらず、把握できていない」としている。</p>
	<p><b>【事業名】</b></p> <p>商店街生き生き対策事業（平成 19 年度～）</p> <p><b>【事業の概要】</b></p> <p>商店街の振興及び地域の活性化を図るため、商店街団体等が、地域の特性や消費者の消費行動の多様化に対応するために自主的かつ意欲的な事業を行う場合、その費用の一部を補助するものである。</p> <p>市では、「店舗の廃業等に伴い生鮮品を取り扱う店舗が少なくなり、商店街内の店舗だけでは生活必需品を買いそろえることができなくなったことから、商店街の空き店舗を活用して、生鮮食料品を販売することで人を呼び込み、商店街の活性化を図る事業として実施した」としている。</p> <p><b>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】</b></p> <p>本事業では、これまで 2 商店街の事業を採択しているが、市では、「事業効果を測定する適当な指標がないため、買物弱者対策としての効果は把握していない」としている。</p>
<p>資料等がないため、買物弱者の支援に関する取組終了の経緯とその効果が検証できない例</p>	<p><b>【事業名】</b></p> <p>共に仲良く暮らすための地域コミュニティ再生事業（平成 26 年度）</p> <p><b>【事業の概要】</b></p> <p>町及び a 地区地域づくり協議会が、国の補助事業を利用して実施する事業の一つとして、高齢者等を対象に、買物等のための送迎サービス（無償送迎）を試験実施するものである。送迎には、a 地区に在住する地域おこし協力隊の職員を活用している。</p> <p>送迎サービスは、平成 27 年 3 月に国の補助事業が終了した後も、引き続き同年 12 月まで実施する予定としていたが、利用者がなかったことや、事業の担い手である地域おこし協力隊の職員がいなくなったため、当初の予定よりも早い同年 10 月に終了している。</p> <p><b>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】</b></p> <p>町及び a 地区地域づくり協議会には、平成 27 年 4 月から 10 月までの買物等のための送迎サービスの利用実績等の資料が残されていないため、当該サービスを終了した経緯、利用実績等に基づく効果が検証できない状況となっている。</p>

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑭ 調査対象地方公共団体における買物弱者対策に関する主担当部局の設置状況

(単位：機関、%)

区分	主担当部局 の設置なし	主担当部局 の設置あり				
			商工・産業 振興系部局	地域振興系 部局	企画・政策 推進系部局	福祉系部局
都道府県 (20)	15	5	3	2	0	0
市町村 (67)	52	15	7	4	4	0
合計	67	20	10	6	4	0
構成比	77.0	23.0	11.5	6.9	4.6	0

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑮ 調査対象地方公共団体における買物弱者対策に関する連絡会議等の設置状況

(単位：機関、%)

区分	連絡会議等の設置あり	連絡会議等の設置なし
都道府県 (20)	1	19
市町村 (67)	5	62
合計	6	81
構成比	6.9	93.1

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑯ 地方公共団体が設置主体となっている連絡会議の概要及び開催の成果の例

地方公共団体	阪南市
連絡会議の名称	阪南市市買い物支援プロジェクトチーム
目的	高齢、障害又は交通手段がない等により日常の買物が困難になっている人を対象に、買物をしやすくなる手段を講ずることを公民協働で検討する。
設置経緯	住民意識調査及び住民懇談会（市内全 12 小学校区で開催）において、「高齢者を中心に、買物が困難で安心した地域での生活に支障を来している人が多い」等の意見が多かったことから、買物支援は地域福祉課題の一つであり、その対応が必要と認識したため、平成 26 年に設置した。
構成員	商工会、いきいきネット相談支援センター、校区福祉委員会、民生委員児童委員協議会、介護保険事業者、障害福祉事業者、市関係部局（総務部みらい戦略室、総務部市民協働まちづくり振興課、市民部商工労働観光課、健康部介護保険課、事業部都市整備課）
連絡会議の取組内容及び開催の成果	<p>1 モデル地域の選定</p> <p>プロジェクトチームでは、買物支援が必要な対象者（以下「買物要支援者」という。）は、住んでいる地域や自宅周辺の環境によって支援の必要な度合いに差異があり、市内全体を総体的、画一的に検討していくことは困難と判断した。このため、平成 26 年に「モデル地域」を選定し、買物支援に係る課題を把握することとした。モデル地域の選定に当たっては、地域のニーズを把握し、買物要支援者が多く居住していると予想される地域を選定するため、「買物要支援者分布マップ」（注 1）を作成したほか、「校区（地区）福祉委員会活動アンケート調査」（注 2）及び「介護保険・障がい福祉サービス事業者アンケート調査」（注 3）を活用している。</p> <p>（注 1） 経済産業省の「買い物弱者応援マニュアル（ver2.0）」を参考に作成している。なお、マップを作成したことにより、買物要支援者の多い地域として 3 校区を把握している。</p> <p>（注 2） 市社会福祉協議会が校区（地区）福祉委員会を対象に実施しているアンケート調査である。平成 25 年度に実施した同アンケート調査で、「買い物困難者への支援について」の質問項目に対して「校区内で課題がある」と回答した 5 校区を把握している。</p> <p>（注 3） プロジェクトチームが、平成 26 年度に、日頃から高齢者や障害者と接する機会の多い介護保険・障害福祉サービス事業者に対して実施したアンケート調査である。「利用者から買い物で困っているという声をよく聞く校区」の質問項目に対して回答が多かった 4 校区を把握している。</p> <p>これらの結果、プロジェクトチームは、モデル地域として 3 地域を選定している。各モデル地域における取組は次のとおりである。</p> <p>① 舞校区</p> <p>舞校区内の買物要支援者の実態を把握するため、舞校区福祉委員会・社会福祉協議会が舞校区民生児童委員の協力を得て、校区内の高齢者に対してアンケート調査を実施したところ、移動困難の課題が大きいことが判明した。</p> <p>また、プロジェクトチームが、校区内にある 2 店舗に確認したところ、「電話一本でいつでも商品を宅配する」等の回答があった。</p> <p>このため、プロジェクトチームは、上記店舗と協働による買物支援について協議し、その後、買物に困っている人への地域の支援情報を掲載したチラシを作成し、校区福祉委員及び民生児童委員が把握している買物要支援者に配布している。</p> <p>なお、当該チラシには、商店による宅配などのサービスの内容と併せて、地域一体で買物支援に取り組んでいる旨も記載している。</p>

## ② 波太校区

波太校区内の買物要支援者の実態を把握するため、波太校区福祉委員会・阪南市社会福祉協議会が同校区福祉委員等の協力を得て、校区内の高齢者に対してアンケート調査を実施したところ、集合住宅において身近な買物場所が必要であることが判明した。

このため、プロジェクトチームは、校区内で移動販売を実施している大阪いずみ市民生活協同組合と協議し、「まちなかカフェ ほっとサロンはた」開催中に移動販売を行い、相乗効果が上がるよう工夫している。

## ③ 箱作校区

箱作校区内にある「箱の浦自治会まちづくり協議会」（平成24年6月設立。自治会役員、民生児童委員、校区福祉委員及び住民有志で構成）は、地区内の交通が不便である、高齢化が進行している等の状況から、プロジェクトチームが設置される以前から、独自に朝市を開催し、買物支援の取組を実施していた。このため、プロジェクトチームは、先進的事例として同校区をモデル地域に選定している。

## 2 プロジェクトチーム活動結果の活用

### (1) 報告書の作成等

阪南市は、モデル地域以外の地域においても買物支援に取り組んでもらうため、平成27年3月にプロジェクトチームの活動を取りまとめた報告書を300部作成し、民生児童委員等に配布するとともに、市のホームページにも掲載している。

### (2) 買い物支援マップ

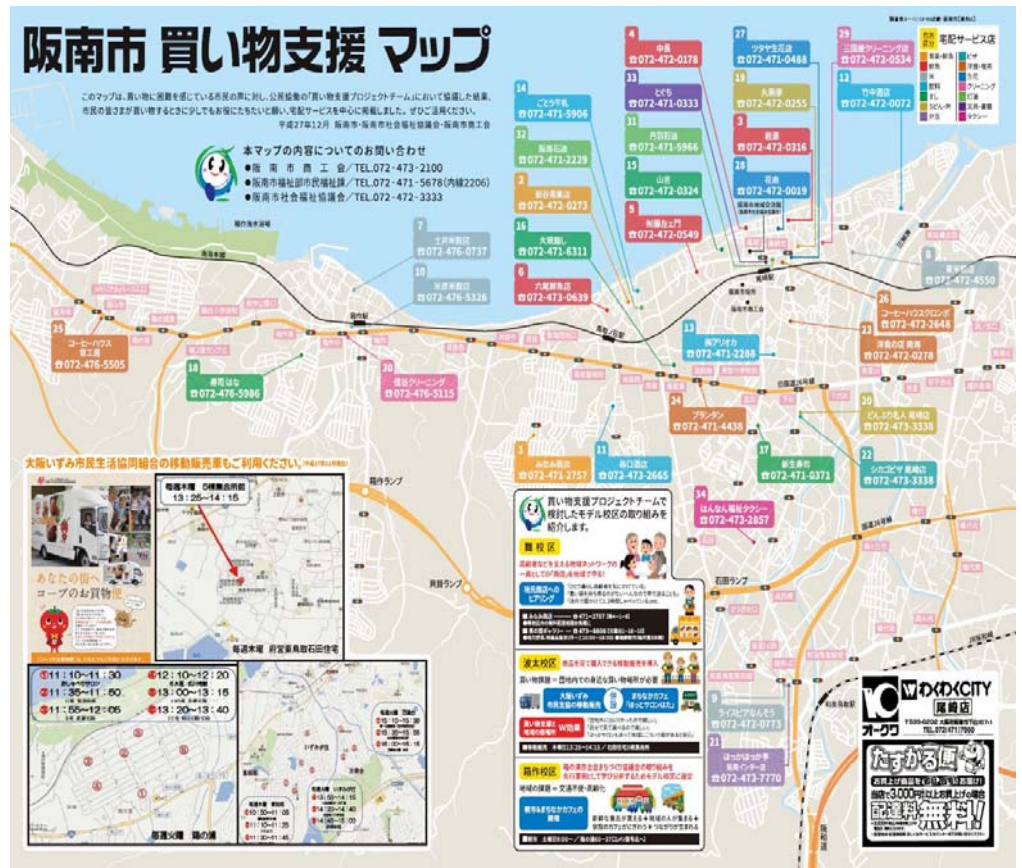
阪南市は、宅配サービスが可能な市内の店舗の紹介など、買物支援に資する情報を掲載した「買い物支援マップ」を約2万4,000部作成し、このうち、約2万3,000部を平成27年12月発行の市広報誌に折り込み、市内全戸に配布している。また、市のホームページにも掲載している。

なお、阪南市が、平成28年2月に、「買い物支援マップ」に掲載された34店舗にアンケート調査を実施したところ、34店舗中10店舗においてマップ作成・配布後に顧客が増加したとの回答があった。また、宅配利用件数もこれら10店舗合計で月20件から25件増加した。

## 3 その他

阪南市は、モデル地域の取組を他の地域にも広げるため、平成28年度からコーディネーターを配置することとしている。コーディネーターは、買物支援に関するニーズの把握、報告書に基づく取組や買物支援に資する地域活動の運営・立ち上げの支援等を行うこととなっている。

なお、コーディネーターの配置は、社会福祉法人阪南市社会福祉協議会が行い、阪南市が同協議会に人件費等を補助することとなっている。



地方公共団体	東栄町
連絡会議の名称	買物弱者対策支援連携会議
目的	買物弱者対策を継続可能な事業とするための方向性等（実績報告、予算執行状況報告、利用調査、課題と問題点の検討、販売場所の見直し、効果）を協議する。
設置経緯	東栄町では、買物弱者対策を喫緊の課題として、町の総合計画や地方版総合戦略に明記し、町自らの事業として、平成27年から、移動販売事業を実施している。 同事業は、東栄町が町商工会に業務委託した上で、町商工会が公募により選定した地元小売業者に再委託する形態で運営されているが、同事業の課題や問題点を関係者が共有し、改善策を検討する場として、平成27年に「買物弱者対策支援連絡会議」を設置した。
構成員	町経済課、町商工会、事業者
連絡会議の取組内容及び開催の成果	東栄町は、連絡会議において、前月の実績報告、利用状況、課題と問題点などを協議し、平成28年3月に販売場所の見直し（14か所を廃止し、18か所を新設）を実施している。当省の試算によると、この販売場所の見直しにより、次表のとおり、1日の平均客単価及び平均売上げは増加したものと考えられる。



表 販売場所の見直し前後における売上状況の比較

期 間	売上高	利用人数	稼働日数	1日の平均客単価	1日の平均売上げ
見直し前（平成27年11月から28年2月まで）	4,688,146円	2,537人	76日	1,848円 (100)	61,686円 (100)
見直し後（平成28年3月から28年5月まで）	4,256,792円	2,041人	66日	2,086円 (112.9)	64,497円 (104.6)

(注) 1 当省の調査結果及び東栄町提出資料に基づき、当省が作成した。  
2 ( )内は、見直し前を100とした場合の指数である。

東栄町、町商工会及び事業者は、本事業について、「住民の期待は高く、買い支えが浸透してきていることから、予想していた以上の売上げ（年間1,000万円の目標に対して5か月の実績が627万4,000円、年間に換算すると1,505万9,000円（目標に対する達成率は151%））がある」としている。

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑰ 行政計画に位置付けることによる効果に係る調査対象地方公共団体の主な意見

- ・ 予算の確保が容易になり、実務上は事業化につなげやすくなる効果があった。
- ・ 村の重点課題となり、事業がしやすくなった。
- ・ 市と社会福祉協議会が実施している配食サービスについて、運営するボランティアの人数が不足していたことから、市内の一部地区では配食利用回数の上限を下げざるを得ない状況であったが、地域福祉計画に記載することを契機に、社会福祉協議会等にボランティアの確保対策に取り組んでもらうこととなった結果、ボランティア参加者数を増やすことができ、配食回数を増やすことができた。
- ・ 町の重点施策として高い順位で買物弱者対策に資する事業の予算を確保でき、また、町民からのコンセンサスを得た事業を町主導で展開できた。
- ・ 買物弱者対策に関する関係部局連絡会議に対する協力が容易に得られた。また、市財政当局の理解が得られやすかった。

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑩ 行政を含めた関係者間の連携した取組によって効果を上げている例

地方公共団体	概要																																																												
春日井市	<p>春日井市は、市、市観光コンベンション協会及び事業者の間で協定書を締結し、3者において役割分担を取り決め、共同で移動販売の取組を実施している。</p> <p>同市は、事業者への補助について、取組開始時の移動販売車の購入費への補助だけにとどめ、取組開始後の人件費や運営費などのランニングコストに対する補助は行わず、関係者と連携して、金銭的支援以外の支援策を講じている。</p> <p>その結果、次のとおり、①関係者による会合を開催し、事業の効果、収支等の把握分析による販売ルート等の見直し、②福祉部局と連携した販売ルートの拡大などの効果を上げている。</p> <p>① 関係者会合の開催による事業の効果・収支等の把握・分析</p> <p>春日井市は、i) 事業者から日々のルート別販売実績を毎月入手するとともに、ii) 販売場所に出向き、利用者からヒアリングを定期的実施するほか、iii) 3か月に1回、市、市観光コンベンション協会、事業者の3者による会合を行うなどにより、随時、事業者の売上げの把握・分析を行っている。売上げが低調な状況がみられるなどの問題が発生している場合には、直ちにその原因等を分析し、販売ルートの見直しを図るなど、必要な対策を講じている。こうした取組もあり、表1のとおり、事業開始当初の平成27年度上半期に比べると、同年度下半期は、1日平均の売上げ、平均客単価は、いずれのルートでも増加している。</p> <p>表1 移動販売事業の地区別の売上高等の状況</p> <table border="1" data-bbox="363 1064 1473 1608"> <thead> <tr> <th>事業者名</th> <th>販売ルート</th> <th>区分</th> <th>平成27年度</th> <th>同年度上半期 (4月から9月まで)</th> <th>同年度下半期 (10月から3月まで)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6">a 事業者</td> <td rowspan="3">c 地区</td> <td>売上高</td> <td>10,281,478 円</td> <td>4,930,229 円</td> <td>5,351,249 円</td> </tr> <tr> <td>1日平均売上げ</td> <td>97,919 円</td> <td>94,812 円</td> <td>100,967 円</td> </tr> <tr> <td>平均客単価</td> <td>1,373 円</td> <td>1,240 円</td> <td>1,525 円</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">d 地区</td> <td>売上高</td> <td>9,664,357 円</td> <td>4,520,298 円</td> <td>5,144,059 円</td> </tr> <tr> <td>1日平均売上げ</td> <td>92,927 円</td> <td>86,929 円</td> <td>98,924 円</td> </tr> <tr> <td>平均客単価</td> <td>1,242 円</td> <td>1,119 円</td> <td>1,374 円</td> </tr> <tr> <td rowspan="6">b 事業者</td> <td rowspan="3">e 地区</td> <td>売上高</td> <td>9,105,663 円</td> <td>4,511,182 円</td> <td>4,594,481 円</td> </tr> <tr> <td>1日平均売上げ</td> <td>91,057 円</td> <td>90,224 円</td> <td>91,890 円</td> </tr> <tr> <td>平均客単価</td> <td>1,354 円</td> <td>1,234 円</td> <td>1,498 円</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">f 地区</td> <td>売上高</td> <td>6,356,126 円</td> <td>2,888,675 円</td> <td>3,467,451 円</td> </tr> <tr> <td>1日平均売上げ</td> <td>61,710 円</td> <td>55,551 円</td> <td>67,989 円</td> </tr> <tr> <td>平均客単価</td> <td>1,361 円</td> <td>1,244 円</td> <td>1,477 円</td> </tr> </tbody> </table> <p>(注) 当省の調査結果及び春日井市観光コンベンション協会提出資料に基づき、当省が作成した。</p> <p>特に、業績が低調であった f 地区では、表2のとおり、平成28年1月に行った販売ルートの見直し等により、1日の平均利用者数及び平均売上額が共に増加している。</p>	事業者名	販売ルート	区分	平成27年度	同年度上半期 (4月から9月まで)	同年度下半期 (10月から3月まで)	a 事業者	c 地区	売上高	10,281,478 円	4,930,229 円	5,351,249 円	1日平均売上げ	97,919 円	94,812 円	100,967 円	平均客単価	1,373 円	1,240 円	1,525 円	d 地区	売上高	9,664,357 円	4,520,298 円	5,144,059 円	1日平均売上げ	92,927 円	86,929 円	98,924 円	平均客単価	1,242 円	1,119 円	1,374 円	b 事業者	e 地区	売上高	9,105,663 円	4,511,182 円	4,594,481 円	1日平均売上げ	91,057 円	90,224 円	91,890 円	平均客単価	1,354 円	1,234 円	1,498 円	f 地区	売上高	6,356,126 円	2,888,675 円	3,467,451 円	1日平均売上げ	61,710 円	55,551 円	67,989 円	平均客単価	1,361 円	1,244 円	1,477 円
事業者名	販売ルート	区分	平成27年度	同年度上半期 (4月から9月まで)	同年度下半期 (10月から3月まで)																																																								
a 事業者	c 地区	売上高	10,281,478 円	4,930,229 円	5,351,249 円																																																								
		1日平均売上げ	97,919 円	94,812 円	100,967 円																																																								
		平均客単価	1,373 円	1,240 円	1,525 円																																																								
	d 地区	売上高	9,664,357 円	4,520,298 円	5,144,059 円																																																								
		1日平均売上げ	92,927 円	86,929 円	98,924 円																																																								
		平均客単価	1,242 円	1,119 円	1,374 円																																																								
b 事業者	e 地区	売上高	9,105,663 円	4,511,182 円	4,594,481 円																																																								
		1日平均売上げ	91,057 円	90,224 円	91,890 円																																																								
		平均客単価	1,354 円	1,234 円	1,498 円																																																								
	f 地区	売上高	6,356,126 円	2,888,675 円	3,467,451 円																																																								
		1日平均売上げ	61,710 円	55,551 円	67,989 円																																																								
		平均客単価	1,361 円	1,244 円	1,477 円																																																								

表2 f地区(ルート)の売上げ等の状況(平成27年10月から28年3月まで)

月	売上額/月	利用者数/日	売上額/日	平均客単価	備考
10月	470,819円	39人	52,313円	1,341円	
11月	395,751円	36人	49,469円	1,369円	
12月	457,507円	35人	50,834円	1,466円	
10月から12月までの間の1か月平均	441,359円	36.6人	50,872円	1,392円	
1月	637,175円	54人	79,647円	1,482円	ルートの見直し等実施
2月	716,299円	58人	89,537円	1,540円	
3月	789,900円	56人	87,767円	1,580円	
1月から3月までの間の1か月平均	714,458円	56人	85,650円	1,534円	

(注) 当省の調査結果及び春日井市観光コンベンション協会提出資料に基づき、当省が作成した。

② 福祉部局と連携した販売ルートの拡大

福祉部局と連携して、平成27年7月から10月にかけて、販売ルートに市内の高齢者福祉施設(軽費老人ホーム、生活支援ハウス、サービス付高齢者住宅等7か所)を追加する見直しを実施した。その結果、同年10月から28年3月までの高齢者福祉施設における売上額は、表3のとおり、全体の売上額の17%から19%を占めるに至り、下半期の売上げの拡大に貢献している。

表3 高齢者福祉施設における売上げの状況(平成27年10月から28年3月まで)

事業者名	移動販売全体の売上げ (a = b + c)	地区(巡回ルート)での売上げ (b)	高齢者施設での売上げ (c)	施設数	割合 (c/a)
a事業者	12,585,756円	10,495,308円	2,090,448円	4	16.6%
b事業者	9,895,056円	8,061,932円	1,833,124円	3	18.5%

(注) 春日井市観光コンベンション協会提出資料に基づき、当省が作成した。

また、事業者からも、関係者間が連携した取組について、「移動販売を行うに当たって、民間事業者単独で地域の住民に協力を求めても、すぐには信用、理解してもらえないが、市が住民とのパイプ役を果たすことにより、利用者からの信頼と認知が進み、取組へのプロセスにおいてスムーズな対応を可能にするとともに、利用者において取組を応援したい気持ちが生まれていることが感じられる」との意見が聴かれた。

また、事業者では、「行政の支援がなく、民間事業者だけで現在の売上額を達成することは非常に難しいと痛感しており、行政、民間事業者がそれぞれの強みを生かして共同で対処していくことは、移動販売による買物弱者対策において、有効な手段であると考えている」としている。

地方公共団体	概要
横浜市	<p>特定非営利活動法人お互いさまねっと公田町団地(以下「お互いさまねっと」という。)では、独立行政法人都市再生機構公田町団地(以下「公田町団地」という。)の高齢者等の買物支援の取組として、平成20年から公田町団地内の多目的拠点施設において週1回「あおぞら市」を開催し、また、22年4月からは同拠点において、日用雑貨、食料品等の販売を実施している。</p> <p>お互いさまねっとが実施している見守り・交流活動、買物支援の取組においては、次</p>

のとおり、NPO、横浜市、独立行政法人都市再生機構神奈川地域支社（以下「UR神奈川支社」という。）が連携している状況がみられた。

- ① 横浜市では、公田町団地を地域の支え合い活動のモデル地区として位置付け、平成20年度から28年度までの間、補助金等による支援を実施している。お互いさまねっとでは、当該補助金等をあおぞら市を開催している施設の賃料等に充てている。
- ② 横浜市は、平成20年6月に団地自治会と協働して、孤立死等を予防するための情報提供や相談支援を行う仕組みづくりを行った。また、同市では、平成20年8月にタウンミーティングを開催したが、その際、買物支援についても意見が多数出されたことを契機に、同年10月からあおぞら市を開催することとなった。お互いさまねっとでは、「あおぞら市の開催には、市の協力が不可欠であった」としている。
- ③ 横浜市は、公田町団地における孤独死問題等に取り組むため、平成20年に、国土交通省及び厚生労働省が推進する「安心住空間創出プロジェクト」を、UR神奈川支社とともに実施することとし、「栄区公田町団地安心住空間創出協議会」を立ち上げ、公田町団地における高齢者の見守り機能の強化、住民の交流の促進などに取り組んでいる。
- ④ UR神奈川支社は、お互いさまねっとが行う見守り・交流活動、買物支援の取組を支援するため、多目的拠点施設の家賃を、通常の2分の1に引き下げて賃貸している（実質的に家賃の半額を補助している形となっている。）。

地方公共団体	概要																
まんのう町	<p>香川県商工会連合会は、平成24年度に、香川県からの補助金を受給して、「高齢者等買物支援モデル事業」（以下「モデル事業」という。）を実施し、実験販売として、まんのう町内の山間部の一部住民を対象に食料品及び生活用品の移動販売を行っている。</p> <p>その際、香川県商工会連合会は、同連合会のほか、まんのう町、まんのう町社会福祉協議会、まんのう町商工会及び中小企業診断士で構成する「連絡会議」を設置している。</p> <p>連絡会議において、実験販売で売上げが好調だった商品や販売方法について検証した結果、モデル事業終了後も引き続き、まんのう町内の山間部で食料品を中心に移動販売を実施する必要性があるとの結論に至った。</p> <p>このため、まんのう町では、平成25年度に、まんのう町商工会による移動販売事業の初期経費に対し補助金を交付する事業を創設し、まんのう町商工会は、25年9月に、当該事業による補助を受け、商工会の会員との連携により、移動販売事業を開始した。</p> <p>移動販売の実施地域では、まんのう町商工会の会員である商店が、「連携会員」として移動販売に協力している。</p> <p>移動販売の利用者数及び売上額は、表1及び2のとおり、年々増加している。</p> <p style="text-align: center;">表1 まんのう町商工会による移動販売の利用者数 <span style="float: right;">（単位：人）</span></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">事業実施地域 \ 年度</th> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>旧仲南町</td> <td>2,067</td> <td>3,456</td> <td>4,375</td> </tr> <tr> <td>旧琴南町</td> <td>（未実施）</td> <td>（未実施）</td> <td>722</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>2,067</td> <td>3,456</td> <td>5,097</td> </tr> </tbody> </table> <p>（注）1 まんのう町の資料に基づき、当省が作成した。                  2 平成25年度は、25年9月～26年3月、また、旧琴南町の27年度は、27年12月～28年3月の人数である。</p>	事業実施地域 \ 年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	旧仲南町	2,067	3,456	4,375	旧琴南町	（未実施）	（未実施）	722	計	2,067	3,456	5,097
事業実施地域 \ 年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度														
旧仲南町	2,067	3,456	4,375														
旧琴南町	（未実施）	（未実施）	722														
計	2,067	3,456	5,097														

表2 まんのう町商工会による移動販売の売上額

(単位：円)

事業実施地域 \ 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
旧仲南町	3,443,604	6,811,596	8,829,938
旧琴南町	(未実施)	(未実施)	929,950
計	3,443,604	6,811,596	9,759,888

(注) 1 まんのう町の資料に基づき、当省が作成した。

2 平成 25 年度は、25 年 9 月～26 年 3 月、また、旧琴南町の 27 年度は、27 年 12 月～28 年 3 月の売上額である。

まんのう町商工会は、旧仲南町地域での移動販売の利用者数及び売上額が年々増加している要因として、移動販売の実施箇所数を増やしていること（平成 25 年度：延べ 432 か所、26 年度：延べ 854 か所、27 年度：延べ 1,033 か所）を挙げている。また、移動販売の実施箇所数を増やしている理由として、「連携会員」である商店が移動販売の際に顧客の要望を把握し、可能な限り顧客の要望に応じていることを挙げている。

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑱ 調査対象地方公共団体において連絡会議等を設置していない主な理由

区分	理由の例
必要に応じて関係部局で連携している	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商工業の振興に関連する事務、公共交通に関連する事務、高齢者の在宅福祉サービス事業等に関連する事務として、それぞれが対応する体制とし、必要に応じて関係課との連携を図っている。</li> <li>・ 必要に応じて、日常的に情報交換を行い、連携を図っており、連絡会議等を整備する必要性を感じていない。</li> <li>・ 買物弱者対策に資する事業は各課の所掌事務の一部として実施しており、必要があればその都度、関係各課で連携、情報共有を図って実施している。</li> <li>・ 連絡会議等を設けずとも、個々の担当課同士で適宜連携を図ることで対応可能であると考えている。</li> <li>・ 事業を実施している担当課で、必要に応じて適宜の情報交換を行えばよいと考えている。</li> <li>・ 住民の高齢化、高齢者単独世帯数の増加、小売業者の減少がみられて、何らかの買物弱者対策が必要になると考えているが、現状としては、高齢者福祉部局と商工担当部局で適宜情報交換を行っている。</li> <li>・ いずれかの課室等に、複数の所管業務にまたがる相談や要望があった際には、必要に応じ、関係課室が情報共有しながら対応している。</li> </ul>
喫緊の課題ではない、他の施策と比べて優先度が低い	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高齢者支援や交通支援など町において優先すべき取組事項があるため、買物弱者への支援は優先度が低く、連絡会議の設置や連絡体制の整備は必要性を感じていない。</li> <li>・ 町内の関係団体・事業者から、買物弱者対策についての支援要請や問合せ、意見・要望がなく、買物弱者対策を主たる目的とした事業を行う必要性を感じていない。</li> <li>・ 喫緊の課題ではなく、各部局とも所掌業務の中で関連してくる事業が存在するかどうかという程度であるため、現状では連携等の必要性は感じていない。</li> <li>・ 現在のところ、市民から当課に対して、買物弱者対策の実施要望が寄せられていない。</li> </ul>
個々の部局で対応する課題である	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現在のところ、買物弱者の存在について、具体的に把握しておらず、各施策においても、買物弱者対策は、他の目的（交通弱者、福祉等）の副次的な位置付けにとどまっており、これらの取組については、各主管課が対応している。</li> <li>・ 各部局が責任を持つことで買物弱者対策は対応可能である。</li> <li>・ 買物弱者問題は複数の部署に関連する問題と捉えており、問題が生じた観点に応じて担当部局が対応することになっている。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 買物弱者対策の所管部署を特定していない。</li> <li>・ 買物弱者対策の主管課・中心課がない。</li> </ul>

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑳ 国や地方公共団体に行政の連携等を求める調査対象事業者の意見・要望の例

区分	意見・要望の例
<p>行政の連携等を求めるもの</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市町村内の取組対象箇所について、補助金を交付する商工部局と取組の対象となる高齢者を所管する福祉部局で考え方が一致しない場合があるため、行政機関における庁内の連携は必要であるとする。</li> <li>・ 事業を実施して分かったこととして、独居老人の多くは食事を含めて日常の買物にほとんど支出せず、粗食で済ましている方が非常に多い。現在、買物弱者対策は主に経済産業省主導で、「商業活性化」の視点で推進されているが、高齢者施策の一環として、「独居老人の食の改善」という視点も必要である。</li> <li>・ 地方公共団体、社会福祉協議会、自治会、民生委員協議会、事業者などが連携すれば事業展開がしやすい。行政主導による横の連携が必要だと思われる。厚生労働省の「生活支援体制整備事業」が実施されることになり、各課の連携に期待している。</li> <li>・ 行政機関は縦割りで、各府省・各部局の所掌事務の目的達成のために施策を行ったり、補助メニューを設けたりする傾向にあるが、住民レベルではいくつもの取組を同時に実施することは体制的に困難であるため、行政機関には、特定の府省や部局の行政目的を達成するための取組に用途を限定されないような、柔軟性のある補助金を設けてほしい。</li> <li>・ 市の市民協同課には、市民活動を行う団体が登録されており、情報も豊富であるが、それが補助事業を管轄する介護・高齢福祉課と共有されていない。お互いに遠慮しているためか縦割りになってしまっている傾向にあると思われる。</li> <li>・ 買物弱者対策は、そのみを取り出して取り組むのではなく、地域づくりという広い枠組みの中で、高齢者への声掛けや少子化対策等のそれぞれの施策に位置付けて取り組んでいくことが必要ではないか。まずは、国において位置付けを明確にしてもらいたい。</li> <li>・ 高齢者の買物支援といった福祉活動のみではなく、商店街振興にも寄与するため、市の福祉部局と商工部局が連携した上で積極的に関わってほしい。</li> </ul>
<p>一元的な対応窓口の整備を求めるもの</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 買物弱者対策は多様な目的が含まれていることから、頻繁に新しい制度が創設されており、また、様々な既存の事業との関連もあるため、各府省が進める事業について一元的な相談対応をしてくれる窓口が明確になれば、円滑に事業を進めることができると思われる。</li> <li>・ 市に買物弱者担当課があれば、補助金等も含めた支援について相談しやすいが、主担当部局がなく、部局間のつながりもないためどこに相談してよいか分からない。従来は、身近な町役場と常に相談等を行っていたが、市町村合併後、行政とのつながりが希薄になってきている。買物弱者対策についての総合窓口や連携体制を確保してもらいたい。</li> <li>・ 事業を実施していく上で配慮すべきことやコンプライアンスが多様であるため、相談窓口を明確にし、かつ、一元化してもらえれば、課題への早めの対応が可能になるのではないかと考える。</li> <li>・ 事業の収支状況の安定のためには、一定程度の利用者数を維持することが必要であり、そのためには、地域住民への広報が重要である。また、利用者は高齢者が多く、ホームページではなく、紙媒体を利用することが効果的であると考えている。このため、安価で広範囲に広報する手段として市の広報誌による広報を行いたい。市のどの部課に相談すればよいか分からず困っている。</li> <li>・ 国、県、市とも、縦割りで担当が別れている。相談した時に様々な施策を案内</li> </ul>

	<p>してくれるような総合的な窓口があれば助かる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国・地方公共団体に限らず、買物弱者対策の連携を強力に進めるため最も必要なことは、緊急に一元的な窓口を整備し、一貫した対応策をとることである。</li> <li>・ 店舗が老朽化しており、改装のための何か補助があれば活用したいが、どのようなものがあるのかなどを相談する窓口が分からない。</li> <li>・ 移動販売を希望する人の多くが高齢者であるため、市の福祉部局と連絡を取ることがあるが、市の福祉部局といっても、介護担当や民生児童委員の担当など、複数の部局にまたがることがあるので、行政機関として一元的な窓口を整備してもらえると助かる。</li> <li>・ 近年、新たな事業者が移動販売を開始し、販売日・場所を当方と同じにしていたことがあった。地域住民がより利用しやすいように調整しようとしたが、うまくいかなかった。市に買物弱者対策について一元化した窓口があれば、このような場合の両事業者間の調整が可能である。</li> <li>・ 各府省が把握している食料品アクセスマップ、高齢化率等の買物弱者対策に係る情報を一元的に所管する府省ができるとありがたい。そうなれば、情報を活用しやすくなる。</li> </ul>
--	--

(注) 当省の調査結果による。



図表 3-(3)-⑳ 国や地方公共団体に一元的な情報提供等を求める調査対象事業者の意見・要望の例

区分	意見・要望の例
補助事業関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 内閣府、総務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省及び国土交通省が様々な補助制度を設けていることを知らなかった。乗合タクシーの維持・拡充に活用可能な補助金があるのであれば積極的に活用を考えていきたいが、これら府省の補助メニューについては、事業者には十分周知されていないように感じるため、積極的な周知を期待する。</li> <li>・ 国や地方公共団体の補助事業は多種多様であり、自分たちが実施したい事業にどの補助事業が活用できるのかが分かりにくく、補助事業を探す際に非常に時間を要するので、分かりやすい情報提供を行ってほしい。</li> <li>・ 国の補助事業のメニューはホームページ等で検索しづらいと感じている。使用目的で検索するのではなく、単語で検索できるような仕組みを要望する。</li> <li>・ 国や地方公共団体の補助事業の名称だけで買物弱者対策として活用できるとは分からないため、補助事業の内容を自分で調べる必要があるが、調べても、それが買物弱者対策として活用できると明記されているものがほとんどないと思われる。国や地方公共団体は、買物弱者対策として活用できる補助事業について、積極的な情報発信を行ってほしい。</li> <li>・ 国の補助事業の情報は、日本商工会議所から提供を受けているが、経済産業省に関する内容に偏っている。福祉関係の補助金に関する情報が提供されてこないので、国で位置付けを整理した上で、必要な情報が行き渡るように取り組んでほしい。</li> <li>・ 国のある補助事業の活用を検討したものの、既に公募期間が終了しており、活用できなかったことがあるので、各府省が現在公募している補助金一覧表等の情報を提供してほしい。</li> <li>・ 経済産業省がホームページに買物弱者対策の情報を掲載していることを知らなかった。少なくとも経済産業省の補助金の交付を受けて買物弱者対策に関する事業を行っている者に対しては、補助金交付決定通知書の郵送時等に、同省が作成しているホームページのURLを周知してほしい。また、事業が途中で頓挫した例については、自身の事業を継続していくためにも大変参考になると考えられるので、積極的に情報提供してほしい。</li> <li>・ 補助事業に関する内容別・所管別などのガイドブックを作成して、配布してほしい。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国が開催する研修会等においては、継続している具体的な取組内容や成功・失敗事例等の情報提供をしてほしい。</li> <li>・ 国が買物弱者対策の事例について情報提供する際には、人口規模、公共交通機関の存続状況、地理・気候等が類似している市町村ごとに整理してもらえると活用しやすくなる。</li> <li>・ 買物弱者対策を実施するに当たり、ノウハウ情報の不足を感じているため、情報提供があればありがたい。具体的に必要なノウハウ情報としては、移動販売における①食品以外の積載商品の種類、売れ筋商品の種類、鮮魚・肉類の鮮度を保つための方法、生鮮食品の販売ノウハウ等、②売れ残った商品の管理方法、③お客様の求める商品が積載されていない場合の対応等である。</li> <li>・ 補助事業を活用して成功した取組、失敗した取組をそれぞれまとめた冊子があれば、補助事業の活用を検討する際の参考になる。</li> </ul>

(注) 当省の調査結果による。


図表 3-(3)-⑳ 国に一元的な情報提供等を求める調査対象地方公共団体の意見・要望の例

区分	意見・要望の例
<p>一元的な情報提供等を求めるもの</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業者や関係団体等から、商工関係以外の買物弱者対策に関する照会があった場合に対応できることから、国において、買物弱者対策に係る情報の一元化を図ってもらえるとありがたい。</li> <li>・ 国の事業は似たような内容の事業が多く、内容が分かりづらいため、情報が一元化されていればありがたい。また、補助事業のメニューや採択結果が検索・閲覧できるようなインターネットサイトがあれば、市民や事業者から照会があった場合、適切な対応ができるのではないかと考える。</li> <li>・ 国の補助事業において、どのような買物弱者対策に資する事業が採択されているかが分かれば、買物弱者対策を進める上で参考となるため、国の補助事業の採択状況について、情報を一元化して提供してほしい。</li> <li>・ 国の補助事業では、事後評価（フォローアップ結果）の提出が求められるが、その内容のうち、推奨事例については各府省のホームページに掲載されることがある一方、失敗事例については掲載されず、また、関係者での情報提供もなされない。国は、事後評価結果を整理・分析して、失敗の要因について情報提供してほしい。</li> <li>・ 各府省が実施する事業の取組について、地域の状況を踏まえ、活用にも有効な事業を総合的にアドバイスしてくれるコーディネーターがいるとありがたい。また、各府省が実施する補助事業をキーワードで検索できるサイトがあればありがたい。</li> <li>・ 地方公共団体の一担当部局では、国の補助金を活用しようとしても、担当分野以外の補助金の情報を知るには限界がある。ポータルサイト等で補助メニューが分かる機能があれば活用したい。</li> <li>・ 国の主管府省を決定してくれれば、市としても担当部局を決める指針になり、情報の一元化が進むのではないかと考える。</li> <li>・ 社会福祉の担当部局の場合、国の補助事業でも福祉分野の補助事業しか知ることができず、例えば、経済産業省の実施する商工関係の補助事業は知る機会がない。国において連携体制が取られることで、他分野の補助事業を知ることができるとも考える。</li> <li>・ 国の補助事業を活用しようとする場合には、インターネットで検索しているが、検索に苦勞している。また、今後、買物弱者が増加した場合、当市としても本格的に対策を実施しなければいけないため、国において連携を図り、一元的な窓口を整備してもらえればありがたい。</li> <li>・ 各府省の事業メニューが多すぎて分かりづらいため、アドバイスを実施してくれる窓口があれば、事業の絞り込みが容易になると考える。</li> <li>・ 国の補助事業の窓口が各府省別になっているため、各府省の補助事業の要件に該当するか否かを個別に照会しなければならず、面倒である。</li> <li>・ 県の財政当局からは、国の補助事業があれば当該補助事業を活用した上で、予算要求をするように言われているが、どの府省でどのような事業が実施されているか分からないため、一元的な窓口を整備してほしい。</li> </ul>
<p>アンケート調査等の統一・充実を求めるもの</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 農林水産省や経済産業省がそれぞれの施策の観点から買物弱者対策に関するアンケート調査を実施しており、情報の共有がなされていない。地方公共団体が今後、買物弱者対策を行っていくためには、関係府省が連携し、各地方公共団体や事業者が実際に行っている取組の情報共有、データベース化（経緯、サービス内</li> </ul>

	<p>容、事業費、採算性等を記載したもの) が望まれる。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 各府省が連携を図ることにより、農林水産省及び経済産業省が実施している買物弱者対策に関するアンケート調査が統一・統合されることが期待できる。</li><li>・ 農林水産省が実施している買物弱者対策に関するアンケート調査について、県別に分析した結果のデータが欲しい。調査票の内容も、具体的な市町村の実態を自由に記載させる欄を設けるなどして、情報量を増やした上で都道府県別に集計してもらえれば、買物弱者対策の実施に当たり非常に参考となる。</li></ul>
--	--

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-㉓ 「買物弱者対策支援について」(経済産業省ホームページ) <抜粋>



**経済産業省**  
Ministry of Economy, Trade and Industry

**買物弱者対策支援について**

**事業背景・目的**

少子高齢化や過疎化等の社会情勢の大きな変化に伴い、お店や交通機関、医療・福祉等の日常生活に不可欠な「生活インフラ」が弱体化しています。こうした中、住民ニーズに地方自治体だけで応えるのは難しくなっているという現実があります。このような問題意識の下、経済産業省では、流通事業者等を中心とした民間主体と地方自治体等が連携して持続的に行う地域の課題に対応する事業（宅配、移動販売、地域のコミュニティ活動との連携等）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」で検討してまいりました。

本研究会では、買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りました。こうした地域の主体の連携による取り組みを進めていくため、関係省庁が協力しながら、買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ます。

上記提言を受け、経済産業省では、平成22年度以降、全国で展開されている買物弱者支援事業を公募し、採択事業に対して補助金を交付するとともに、地域の主体等が連携して買物弱者支援を行っている先進事例とその工夫のポイントをまとめた「買い物弱者（買物難民）応援マニュアル（第1版）」を平成22年12月に公表し、併せてセミナーを開催してその成功事例や工夫ポイントの普及・啓発に努めてまいりました。このマニュアルは随時更新しており、最新版は買物弱者応援マニュアル（第3版）として公開しています。

**平成26年度買物弱者・フードデザート問題への対応に関する意見交換会協力団体の募集について**

経済産業省では、平成26年度事業として、買物弱者・フードデザート問題等の現状及び今後の対策のあり方に関する調査を実施しています。当該調査は公募の結果、アーサー・D・リトル・ジャパン株式会社が受託し、実施しています。


当該調査の一環として、市区町村（以下、地方自治体という）のご協力のもと、買い物に困難を抱える地域の実態と課題を整理し、解決策について検討する意見交換会を実施します。当該調査にご協力をいただける地方自治体等を募集した結果、以下の自治体にご協力頂けることになりました。


埼玉県 日高市  
千葉県 銚子市  
大阪府 泉佐野市  
(順不同)


**調査協力団体の募集について**


**最新版調査報告書、買物弱者応援マニュアル（第3版）、国・地方自治体による買物弱者支援策を公表**


本省が行っている補助事業の採択結果や、調査報告書及び国及び地方自治体による支援策を紹介しています。


[買物環境整備促進事業（2次募集）の採択結果を公表します（PDF形式：171KB）](#)  **(New!)**


[買物弱者等に関する報告書（要約抜粋版）（PDF形式：784KB）](#)  **(New!)**


[買物弱者等に関する報告書（PDF形式：2,071KB）](#)  **(New!)**

[買物弱者応援マニュアル Ver. 3.0（PDF形式：2,245KB）](#)  **(New!)**

[買物弱者対策関連事業予算等（国）とりまとめ（平成27年度）（PDF形式：254KB）](#)  **(New!)**


[買物弱者対策関連事業予算等（地方自治体）とりまとめ（平成27年度）（PDF形式：933KB）](#)  **(New!)**

[買い物弱者応援マニュアル（第2版）ファイル（前半）（PDF形式：1,747KB）](#) 

[買い物弱者応援マニュアル（第2版）ファイル（後半）（PDF形式：1,974KB）](#) 

[買物弱者対策関連事業予算等（国・地方公共団体）とりまとめ（平成26年度）](#)

[買物弱者対策関連事業予算等（国・地方公共団体）とりまとめ（平成25年度）](#)

[買い物弱者対策関連事業予算等（国・地方公共団体）とりまとめ（平成24年度）（PDF形式：0KB）](#) 

**買物弱者とは**

流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々のこと。徐々にその増加の兆候は高齢者が多く暮らす過疎地や高度成長期に建てられた大規模団地等で見られ始める。経済産業省では、その数を700万人程度と推計。

**今後の予定**

(注) 経済産業省ホームページ (<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien2010.html>) による。

図表 3-(3)-⑭ 買物弱者関係予算調査の概要

- 1 経済産業省の買物弱者関係予算調査  
買物弱者関係予算調査は、経済産業省が、平成 23 年度から地方公共団体における買物弱者支援に係る予算（予算以外の取組例を含む。）を把握するために毎年度実施しており、把握方法は次のとおり、経済産業省が地方公共団体に対して調査票作成を依頼し、地方公共団体が調査票で回答する方法により実施している。  
**【買物弱者関係予算調査での把握方法】**
  - ① 毎年度、経済産業省商務流通保安グループ流通政策課長から各地方公共団体の商業振興担当部長宛てに依頼文書である「地方公共団体における買い物弱者関係予算の調査について」（以下「依頼文書」という。）を発出
  - ② 地方公共団体は、所管する予算で幅広く買物弱者支援に活用できる予算（予算以外の取組例を含む。）がある場合は、依頼文書に添付されている「地方公共団体における買物弱者関連制度調査票」（以下「調査票」という。）により、経済産業省経済産業局に回答
  - ③ 経済産業省経済産業局は、地方公共団体からの回答を取りまとめ、経済産業省に報告し、経済産業省が報告結果を整理して制度一覧として公表
- 2 依頼文書及び調査票における「買い物弱者」の定義、調査内容等  
経済産業省の依頼文書及び調査票では、「買い物弱者」の定義、調査内容、報告対象とすべき予算（予算以外の取組例を含む。）については、幅広く買物弱者支援に活用できる各地方公共団体の予算（予算以外の取組例を含む。）について、報告者の判断で報告するよう依頼している。

(注) 経済産業省の資料に基づき、本省が作成した。

図表 3-(3)-⑳ 「地方公共団体における買物弱者支援関連制度一覧」(経済産業省ホームページ) < 抜粋 >

# 平成27年度 地方公共団体における 買物弱者支援関連制度一覧

平成 27 年 4 月

経済産業省  
商務流通保安グループ流通政策課

地方公共団体における買物弱者支援関連制度一覧(平成27年度)(北海道経済産業局管内)

自治体名称	支援事業の名称	平成27年度 予算額(千円)	概要(買物弱者対策支援事業としての活用イメージ)	担当課室の名称 ・連絡先(電話)
1 北海道	地域商業活性化総合対策事業費 (連携力向上サポート事業)	2,700	補助金 地域商業の活性化に向け、商店街組織等が実施体制の構築や活性化計画の策定などを行う事業に対し、道と市町村が連携を図り必要な経費の補助を行う。買物弱者を支援するための、共同宅記事業の計画策定などへの活用が可能。	経済部経営支援局 中小企業課商業グループ 011-204-5341
	無障生活支援複合サービス推進事業	10,000	補助金 高齢者の生活に必要な不可欠な買物支援サービスと安否確認サービスを複合的に取り組む法人又は団体等と複数市町村で構成するコンソーシアムに対して、必要な経費の補助を行う。 ※H26補正 地域住民等緊急支援交付金活用	総合政策部地域づくり支援局地域政策課兼地域政策・地域活力グループ 011-204-5781
	地域づくり総合交付金 (地域づくり推進事業) 集落維持・活性化推進事業	1,400,000 ※本交付金全体の 当初予算計上額	交付金 地域の創業と主体性に基づく地域の特性や優位性を生かした取組の促進を図るため、市町村やNPO等の各種団体が地域課題の解決や地域活性化を目的として取り組む事業に対して支援を行う。	総合政策部地域づくり支援局地域政策課地域再生グループ 011-204-5149
2 釧路市	高齢者バス等利用助成事業	54,786	助成金 買物弱者の支援と位置づけたものではないが、市民税非課税の70歳以上の高齢者に、年間4,800円相当のバス等利用助成券(バス券、入浴助成券、居住地によってはハイヤー券のいずれか1つ)を交付している。	福祉部介護高齢課 高齢福祉担当 0154-31-4539
	食の自立支援サービス事業	12,007	委託事業 買物弱者の支援と位置づけたものではないが、在宅高齢者が健康で自立した生活を送ることができるよう週7回までの範囲で配食サービスを実施している。	
	重度障害者・児童交通費助成	13,100	助成金 毎年4月1日現在において釧路市に住居がある方で、障がい要件及び所得要件のいずれにも該当する方に対して、タクシー料金または自動車燃料費を年間12千円交付している。(施設入所、長期入院、学校の寮に入居している方は除く。)	福祉部障がい福祉課 障がい福祉担当 0154-31-4537

(注) 経済産業省ホームページ (<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien2010.html>) による。

図表 3-(3)-㉔ 買物弱者関係予算調査に正確な報告がされていない例

概要						
1 A都道府県における買物弱者関係予算調査への対応状況						
<p>A都道府県は、経済産業省が実施する買物弱者関係予算調査の対応について、主に中小企業課が行っており、平成 27 年度の依頼文書及び調査票の送付があった時には、同課から関係部局に対して照会し、各市町村に対しては、A都道府県の出先機関から電子メールで、それぞれ照会している。</p> <p>また、調査票の回答については、A都道府県の回答は、中小企業課が取りまとめて経済産業局に報告しており、各市町村からの回答は、市町村から直接、経済産業局に報告している。</p>						
2 A都道府県における買物弱者関係予算調査への回答状況						
<p>平成 24 年度から 28 年度までの制度一覧をみると、次表のとおり、A都道府県が、①買物弱者支援に関係する予算に該当する事業でありながら、事業の途中まで買物弱者関係予算調査で報告していなかった事業（a、c）、②過去に買物弱者支援に関係する予算として買物弱者関係予算調査で報告していながら、事業が終了していないうちに報告を止めた事業（a、b、c）があった。</p> <p>また、平成 28 年度の a 事業については、地域政策課から中小企業課に、本事業が買物弱者支援に資する事業との報告があったが、中小企業課から経済産業局への報告は行われていない状況がみられた。</p>						
表 買物弱者の支援に資する事業の制度一覧への掲載状況						
A都道府県が実施する補助事業等名		地方公共団体における買物弱者支援関連制度一覧の掲載状況				
事業等名	実施期間	平成 24 年度	25 年度	26 年度	27 年度	28 年度
a 事業 (所管：地域政策課)	平成 25 年度～	/	×	×	○	×
b 事業 (所管：中小企業課)	24～26 年度	○	○	×	/	/
c 事業 (所管：中小企業課)	26～28 年度	/	/	×	○	×
d 事業 (所管：地域政策課)	27 年度	/	/	/	○	/
(注) 1 当省の調査結果による。						
2 「○」は制度一覧に掲載していることを示し、「×」は掲載していないことを示す。						

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-⑳ 買物弱者関係予算調査に統一的な考え方で報告がされていない例

概要
<p>A市の商業振興課は、平成 21 年度から「商店街ソフト事業」を実施している。その後、A市は、平成 26 年度に、買物弱者対策として移動手段の提供、商品配達及び移動販売に取り組む事業を実施する場合における車両のリースをソフト支援事業の補助対象に追加している。</p> <p>A市は、追加後、経済産業省から同年度中に平成 27 年度制度一覧への掲載について照会を受け、「商店街ソフト事業」を 27 年度制度一覧に掲載することとし、この結果、27 年度制度一覧には、「商店街ソフト事業」が掲載されている。</p> <p>その後、A市は、平成 27 年度に、28 年度制度一覧への掲載について照会を受けたが、次の理由により、「商店街ソフト事業」を掲載しない旨回答した。</p> <p>① 平成 26 年度及び 27 年度において、買物弱者対策として移動手段の提供、商品配達及び移動販売に取り組む事業の実績がなかったため。</p> <p>② 「商店街ソフト事業」が、買物弱者対策を主目的として実施している事業でないため。</p> <p>なお、A市に関しては、道路局計画調整部企画課が実施している「地域交通サポート事業」（平成 19 年度から実施。継続中）についても平成 27 年度制度一覧に掲載されているが、27 年度のみ掲載されている理由について、同課では不明としている。</p>

(注) 当省の調査結果による。



図表 3-(3)-㉔ 「食料品アクセス（買い物弱者・買い物難民等）問題ポータルサイト」（農林水産省ホームページ）＜抜粋＞

会見・報道・広報
政策情報
統計情報
申請・お問い合わせ
農林水産省について

ホーム > 組織・政策 > 食料産業 > 食料品アクセス（買い物弱者・買い物難民等）問題ポータルサイト

## 食料品アクセス（買い物弱者・買い物難民等）問題ポータルサイト



我が国では、高齢化や単身世帯の増加、地元小売業の廃業、既存商店街の衰退等により、**過疎地域のみならず都市部においても**、高齢者等を中心に食料品の購入や飲食に不便や苦勞を感じる方（いわゆる「買い物難民」、「買い物弱者」、「買い物困難者」）が増えてきており、「食料品アクセス問題」として社会的な課題になっています。

食料品アクセス問題は、商店街や地域交通、介護・福祉など様々な分野が関係する問題であり、国の関係府省、地方公共団体の関係部局が横断的に連携し、民間企業やNPO、地域住民等の多様な関係者と連携・協力しながら継続的に取り組んでいくことが重要です。

農林水産省では、全国の地方公共団体や民間事業者等が食料品アクセス問題の解決に向けた取組に役立てられるよう、食料品アクセス問題への取組方法や支援施策、先進事例、調査結果等の情報を積極的に発信していきます。

**新着情報** New

[平成27年度の食料品アクセス環境改善対策事業実施報告書（農林水産省）を掲載しました。](#)  
New

[平成27年度の食料品アクセス問題に関する市町村アンケート調査結果を公表しました。](#)  
[\(PDF: 803KB\)](#) New

[\(一社\) 食品産業センターの機関誌「明日の食品産業」に、食料品アクセス問題についての特集記事が掲載されました。](#)

**食料品アクセス（買い物弱者等）問題の現状について**  
New

全国の市町村による対策の取組状況等を調べたアンケート調査結果や、各地の買い物困難者の人口割合を地図上にマッピングした「食料品アクセスマップ（農林水産政策研究所）」のほか、研究機関等による食料品アクセス問題に関する研究報告等を掲載しています。

**食料品アクセス（買い物弱者等）問題への取り組み方について**

買い物弱者支援を地域の話し合い段階から計画、実行、運営までステップ別に詳しく解説した「農山漁村の買物支援マニュアル」や、豊富な事例を基にポイントを押さえながら工夫して取り組む方法を解説した「買い物弱者応援マニュアル（経済産業省）」を掲載しています。



食料品アクセス問題への取り組み方イメージ

(注) 農林水産省ホームページ ([http://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/syoku\\_akusesu.html](http://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/syoku_akusesu.html)) による。

図表 3-(3)-㉑ 「地方公共団体の対象分野別の支援施策・事業等」(農林水産省ホームページ) <抜粋>

地方公共団体	施策・事業等	調査 検討	店 舗	移動 販売	宅 配	交 通	生活 支援	その 他
北海道伊達市	伊達版ライフモビリティサービス(愛のりタクシー) [外部リンク]					○		
比布町	チャレンジショップ [外部リンク]		○					
音更町	コミュニティバス [外部リンク]					○		
上士幌町	保健福祉課 [外部リンク]							
青森県	買い物環境改善(買い物弱者問題)に対する取組 [外部リンク]							○
岩手県久慈市	社会福祉協議会 [外部リンク]							
宮城県角田市	デマンド型乗合タクシー(愛称:ラビットくん) [外部リンク]					○		
蔵王町	公共交通の確保 [外部リンク]					○		
山形県東根市	生活交通路線バス [外部リンク]、おでかけさぼーとタクシー事業 [外部リンク]					○		
大江町	各課からのお知らせ(デマンドタクシーほか) [外部リンク]					○		
高畠町	デマンドタクシー [外部リンク]					○		
茨城県ひたちなか市	空き店舗チャレンジショップ事業 [外部リンク]、コミュニティバス [外部リンク]		○			○		
かずみがうら市	霧ヶ浦広域バス・乗合タクシー [外部リンク]					○		
東海村	デマンドタクシーあいのりくん [外部リンク]					○		
栃木県小山市	軽度生活援助 [外部リンク]						○	
真岡市	コミュニティバス「コットベリー号」 [外部リンク]、デマンドタクシー「いちごタクシー」 [外部リンク]					○		
下野市	配食サービス [外部リンク]、デマンドバス「おでかけ」号 [外部リンク]					○	○	
上三川町	デマンド交通「かみたん号」 [外部リンク]					○		
茂木町	デマンドタクシー「めぐるくん」 [外部リンク]					○		
芳賀町	デマンド交通ふれあいタクシー「ひばり」 [外部リンク]					○		
那珂川町	デマンドタクシー「なかちゃん号」 [外部リンク]					○		
群馬県桐生市	桐生市買物弱者支援商業モデル事業 [外部リンク]	○	○	○	○	○		
埼玉県熊谷市	熊谷市おでかけバス [外部リンク]							

(注) 「食料品アクセス(買い物弱者・買い物難民等)問題ポータルサイト」(農林水産省ホームページ)([http://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/access\\_sien.html](http://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/access_sien.html))による。

図表 3-(3)-③ 「食料品アクセス（買物弱者等）に関する全国市区町村アンケート調査」への回答において、地方公共団体内の関係部局間の連携がとられていない例

概要																									
<p><b>【事例 1】</b></p> <p>アンケート調査を受けたA市農業振興課は、「貴団体の管内では、民間事業者等が食料品の買い物が不便・困難な住民に対して、それらの軽減や解消を目的とした取組を、補助等によらず独自に実施や検討していますか」との問に対して、実施していないと回答している。</p> <p>しかし、当省の調査結果によれば、A市において移動販売の取組を行っている事業者が存在しており、また、A市の関係部局である産業政策課は、そのことを承知していた。</p> <p>この原因は、A市農業振興課が、産業政策課を含む関係部局にアンケート調査について照会していなかったことであると考えられる。</p>																									
<p><b>【事例 2】</b></p> <p>アンケート調査を受けたB市福祉総務課は、次表の問について、「4. 宅配、御用聞き、買い物代行サービス等」及び「5. 共食、会食等の共同の食事サービス等」を実施中と回答している。</p> <p>しかし、当省の調査結果によれば、買物弱者対策に関する「青空市」、「移動販売」及び「コミュニティバスの運行」の取組を行っている事業者が存在していた。B市福祉総務課では、「担当者はいずれも承知していない」としている。</p> <p>この原因は、B市福祉総務課が、商業関係、交通関係の関係部局にアンケート調査を周知しておらず、同課のみの判断で回答したことであると考えられる。</p>																									
<p>表 アンケート調査&lt;抜粋&gt;</p>																									
<p><b>【問 8】</b>（食料品の買い物が不便・困難な住民への民間事業者等の独自の取組） 貴団体の管内では、民間事業者等が食料品の買い物が不便・困難な住民に対して、それらの軽減や解消を目的とした取組を、補助等によらず独自に実施や検討していますか。 選択：<input checked="" type="checkbox"/> 1. 実施している</p> <p>上記で「実施している」又は「実施を検討している」を選択された場合、民間事業者等が実施又は検討している対策に該当するもの全てについて、以下から実施中又は検討中を選択して下さい。</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">実施中</th> <th style="text-align: center;">検討中</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. 空き店舗等の常設店舗の出店、運営</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. 朝市、青空市等の仮設店舗の出店、運営</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. 移動販売車の導入・運営</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. 宅配、御用聞き、買い物代行サービス等</td> <td style="text-align: center;">実施中</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. 共食、会食等の共同の食事サービス等</td> <td style="text-align: center;">実施中</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6. コミュニティバス、乗合いタクシーの運行等</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>7. その他(上記以外)</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			実施中	検討中	1. 空き店舗等の常設店舗の出店、運営			2. 朝市、青空市等の仮設店舗の出店、運営			3. 移動販売車の導入・運営			4. 宅配、御用聞き、買い物代行サービス等	実施中		5. 共食、会食等の共同の食事サービス等	実施中		6. コミュニティバス、乗合いタクシーの運行等			7. その他(上記以外)		
	実施中	検討中																							
1. 空き店舗等の常設店舗の出店、運営																									
2. 朝市、青空市等の仮設店舗の出店、運営																									
3. 移動販売車の導入・運営																									
4. 宅配、御用聞き、買い物代行サービス等	実施中																								
5. 共食、会食等の共同の食事サービス等	実施中																								
6. コミュニティバス、乗合いタクシーの運行等																									
7. その他(上記以外)																									
<p>(注) B市の資料に基づき、当省が作成した。</p>																									
<p>(注) 当省の調査結果による。</p>																									

図表 3-(3)-㉑ 「認知症施策推進総合戦略（新オレンジプラン）」（平成 27 年 1 月 27 日）〈抜粋〉

第 2. 具体的な施策
5. 認知症の人を含む高齢者にやさしい地域づくりの推進
【基本的考え方】
生活の支援（ソフト面）、生活しやすい環境（ハード面）の整備、就労・社会参加支援及び安全確保の観点から、認知症の人を含む高齢者にやさしい地域づくりを推進する。
(1) 生活の支援
○ 一人暮らし高齢者や夫婦二人のみ世帯が増加する中で、例えば、 <u>買い物、調理、掃除などの家事支援サービス、配食サービス、外出支援サービス、買物弱者への宅配サービスの提供等を支援する。</u>

(注) 下線は、当省が付した。

図表 3-(3)-㉒ 「商店街活性化事業の促進に関する基本方針」（平成 21 年 8 月 14 日経済産業省）〈抜粋〉

第二 商店街活性化事業に関する事項
1 商店街活性化事業の内容に関する事項
(3) 商店街活性化事業の内容
商店街活性化事業の内容は、商店街振興組合等が中心となって地域住民のニーズにこたえる取組であり、収益のみにこだわらず、 <u>「地域コミュニティの担い手」としての商店街に期待される役割を發揮することにより、商店街への来訪者を増加させ、中小小売商業者又は中小サービス業者の事業機会の増大を図るものである。</u>
例えば、高齢者・子育て支援施設の設置や運営、 <u>宅配・買物支援サービスの実施</u> 、防犯施設の設置や防犯パトロールの実施、アーケード・広場・街路整備などの地域住民の利便に寄与する取組又は地域資源を活かしたイベント、販売施設、ブランド開発など地域の魅力を発信する取組は、これらが地域住民のニーズを踏まえており、かつ、商店街の活性化が見込まれるものであれば、商店街活性化事業となり得る。

(注) 下線は、当省が付した。

図表 3-(3)-㉓ 「サービス産業チャレンジプログラム」（平成 27 年 4 月 15 日日本経済再生本部決定）〈抜粋〉

4. 業種別施策
(7) 卸・小売
<IT 等を活用した新需要創出と業務の効率化>
・ <u>人口減少等による買い物困難地域における事業者と地域の関係者の連携した取組の推進を図る。</u>

(注) 下線は、当省が付した。

図表 3-(3)-㉔ 「国土のグランドデザイン 2050～対流促進型国土の形成～」(平成 26 年 7 月 4 日国土交通省) <抜粋>

<p>4. 基本戦略</p> <p>(1) 国土の細胞としての「小さな拠点」と、高次地方都市連合等の構築</p> <p style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">中山間地域から大都市に至るまで、コンパクト+ネットワークにより新たな活力の集積を図り、それらが重層的に重なる国土を形成する</p> <p>行政や医療・福祉、商業等各種サービス業の効率性を高め、よりよいサービスを提供するため、コンパクトな拠点をネットワークで結ぶ地域構造を構築する。まず、サービス機能の集約化・高度化を進め、交通及び情報ネットワークで住民と結ぶとともに、その後、一定の時間軸の中で、誘導策等により居住地の集約化を進める。</p> <p>集落が散在する地域において、<u>商店、診療所など日常生活に不可欠な施設や地域活動を行う場を、歩いて動ける範囲に集め、周辺地域とネットワークでつないだ「小さな拠点」を形成する。</u>この「小さな拠点」は、<u>一定のエリア内においてワンストップで複数の生活サービスを提供することにより、日常生活の「守りの砦」となって周辺の集落を一体的に支えていくだけでなく、道の駅等と連携して6次産業機能等を付加することにより、雇用を生み出す「攻めの砦」となることが期待される。</u>「小さな拠点」は、いわば「国土の細胞」であり、この考え方は大都市郊外のいわゆる「オールドニュータウン問題」にも当てはまるものである（「小さな拠点」の形成は全国で5千箇所程度を想定）。さらに、ICTを活用した遠隔医療・遠隔教育の実施や、地方公共団体・物流事業者・コンビニ等と連携した配達サービスの確保等、「未来型小さな拠点」のための環境整備の検討を行う。</p>
---

(注) 下線は、当省が付した。

図表 3-(3)-㉕ 「総合物流施策大綱」(平成 25 年 6 月 25 日閣議決定) <抜粋>

<p>2. 今後の物流施策の方向性と取組</p> <p>(1) 産業活動と国民生活を支える効率的な物流の実現に向けた取組</p> <p><b>【 国民生活の維持・発展を支える物流 】</b></p> <p>多様な消費者ニーズに応え得る質の高い物流の維持・発展を図りつつ、非効率な部分を改善していくとともに、人口減少・少子高齢化、地域構造の変化などによって生じた国民生活を支える物流をめぐる課題の解決を図る。</p> <p>4) <u>いわゆる「買い物弱者問題」への対応について、食品サプライチェーンの活用や異業種との連携など、買い物環境の改善に向けた地方自治体や民間事業者等の取組を支援するとともに、問題解決に向けた情報交流ネットワークを構築する。</u></p>
--

(注) 下線は、当省が付した。

図表 3-(3)-⑳ 「総物流施策推進プログラム」(平成 28 年 12 月 26 日改定版総物流施策推進会議  
決定) <抜粋>

1. 産業活動と国民生活を支える効率的な物流の実現に向けた取組

(4) 国民生活の維持・発展を支える物流

4) 「買い物弱者問題」への対応

ア) 「買い物弱者問題」の改善

買い物弱者問題に取り組む各地域の地方自治体や民間事業者等による先進事例や地域の特性に応じたベストプラクティス等を情報共有ネットワーク及び説明会等で発信・共有するとともに、地方自治体・商店街と小売業・NPO等とのマッチング等を実施すること等により買い物弱者問題の改善に向けた地域の自立的な取組を促進する。

【農林水産省・経済産業省】

5) 条件不利地域等における輸送網の確保・維持

イ) 輸送網確保についての取組促進

過疎地等における事業者とNPO等の協働による宅配サービスの維持・改善や買い物難民支援等にも役立つ新たな輸送システムを構築するため「小さな拠点」を核とした貨物輸送の共同化、生活支援サービスとの複合化、公共交通事業者等の輸送力を活用した貨客混載の取組等を推進する。また、関係者の合意形成の円滑化や相互理解を深めるため、自治体の主体的な関与の下、地域の多様な関係者から構成される協議会の設立等を促す。

また、小型無人機による荷物の配送の実現のための環境の整備に取り組む。

(注) 下線は、当省が付した。

図表 3-(3)-⑳ 「総物流施策推進プログラムに掲げる取組に関する実施状況～平成 28 年 11 月末時点の取組状況～」(平成 28 年 12 月 26 日改定版総物流施策推進会議) <抜粋>

1. 産業活動と国民生活を支える効率的な物流の実現に向けた取組

No.61

(4) 国民生活の維持・発展を支える物流

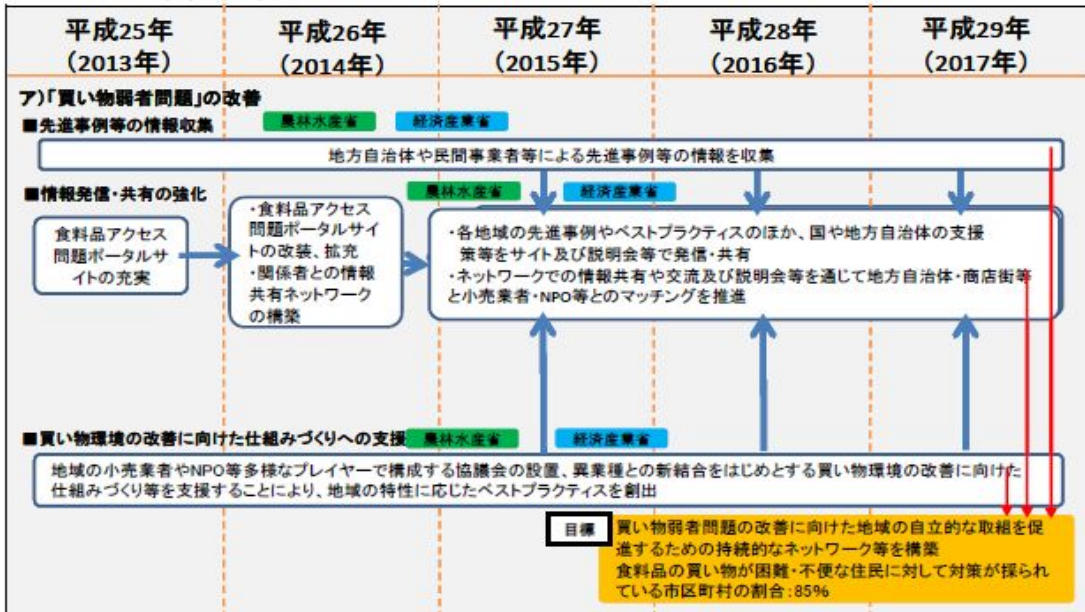
4) 「買い物弱者問題」への対応

ア) 「買い物弱者問題」の改善

○プログラム本文対応箇所

買い物弱者問題に取り組む各地域の地方自治体や民間事業者等による先進事例や地域の特性に応じたベストプラクティス等を情報共有ネットワーク及び説明会等で発信・共有するとともに、地方自治体・商店街と小売業・NPO等とのマッチング等を実施すること等により買い物弱者問題の改善に向けた地域の自立的な取組を促進する。【農林水産省・経済産業省】

○プログラム工程表対応箇所



○施策の取組状況

食料品アクセス問題ポータルサイトについては、省庁横断的に支援施策や取組マニュアル、各調査結果等を紹介するとともに、全国で効果的な買い物支援の事業を展開する新たな企業の情報を追加するなど、内容の充実を図り、国民各層に対して周知している。

また、地域の自治体や商工会、小売業者、NPO等の多様なプレイヤーで構成する協議会を5地区で設置し、買い物環境の改善に向けた仕組み等の検討を実施している。

更に、地域住民の買い物に関する利便性の向上を図るため、民間事業者やNPO等による買い物機会を持続的に提供する新たな取り組みの支援を実施している。

【平成28年度予算(国費) 食料品アクセス環境改善対策事業8百万円】

○課題及び今後の対応の方向性

今後とも、買い物弱者問題に対する地域の関係者や国民各層の認識を深め、買い物環境の改善に向けた地域の自立的な取組が進められるよう、支援していく必要がある。

このため、全国的に買い物支援に取り組んでいる企業や団体の情報など、買い物弱者問題に取り組む地域の関係者等にとって有用性の高い情報を継続的に発信し、地方自治体や関係機関、関係企業等との情報共有を促進する。

また、地域の自治体や関係事業者等で構成する協議会の場を有効に活用し、小売業者等の民間企業と自治体や関係機関等が連携した持続可能な買い物支援事業が創出されるよう、協議会の効果的な運営を支援する。

更に、各地域で買い物弱者対策に取り組む事業者や地方自治体に対する説明会や事業展開の支援等を行う機会を通じて、地域事情を考慮した事業の安定継続を支援し、ベストプラクティス化を目指す。

担当省庁：農林水産省(食料産業局食品流通課)、経済産業省(商務情報政策局商務流通保安グループ流通政策課)

図表 3-(3)-㉔ 「食料・農業・農村基本計画」(平成 27 年 3 月 31 日閣議決定) <抜粋>

<p>第 3 食料、農業及び農村に関し総合的かつ計画的に講ずべき施策</p> <p>1. 食料の安定供給の確保に関する施策</p> <p>(3) 生産・加工・流通過程を通じた新たな価値の創出による需要の開拓</p> <p>② 食品産業の競争力の強化</p> <p>食品産業は、消費者ニーズに対応した食品を安定的に供給するという役割を担うとともに、国内農業とも深く結び付いた地域の主要産業の一つとして地方創生に欠かせない存在となっている。このため、輸入食品との競争が激化する中で、高齢化の進展や人口減少、女性の社会進出等による市場環境の変化に的確に対応し、引き続き食品産業がその役割を十分に発揮していくことができるよう、中小規模の事業者も含め食品産業全体の競争力の強化に向けた取組を促進する。</p> <p>エ 環境問題等の社会的な課題への対応</p> <p>食品産業の持続的な発展に向け、環境問題への取組を始め社会的課題への対応のための取組を推進する。</p> <p>具体的には、食品産業事業者による温室効果ガスの排出削減等の取組を進めるとともに、食品ロスの削減に向け、食品の流通過程における納品期限等に関する商慣習の見直しの促進や、消費者への普及啓発等を行う国民運動の展開を図る。また、食品産業事業者と農業者等との連携により食品廃棄物を飼料や肥料として再生利用する取組を促進する。</p> <p><u>高齢化や人口減少等の影響により食料の入手が困難となっている消費者が存在する地域において、移動販売や宅配サービスの展開など、食品産業事業者等による地域の関係者等と連携した取組を推進する。</u></p> <p>3. 農村の振興に関する施策</p> <p>(1) 多面的機能支払制度の着実な推進、地域コミュニティ機能の発揮等による地域資源の維持・継承等</p> <p>② 「集約とネットワーク化」による集落機能の維持等</p> <p>農村において、地域全体でコミュニティ機能を維持する観点から、地域の実情を踏まえつつ、複数の集落群(小学校区程度の規模)において、<u>生活サービスの機能(診療所、介護・福祉施設、保育所、公民館等)や農産物の加工・販売施設など産業振興の機能を基幹集落へ集約した「小さな拠点」と、交通網の整備や情報化などによるこれらの拠点と周辺集落のネットワークの形成を推進する。</u></p>
---

(注) 下線は、当省が付した。

図表 3-(3)-㉕ 「交通政策基本計画」(平成 27 年 2 月 13 日閣議決定) <抜粋>

<p>第 2 章 基本的方針、目標と講ずべき施策</p> <p>基本的方針 A. 豊かな国民生活に資する使いやすい交通の実現</p> <p>目標① 自治体中心にコンパクトシティ化等まちづくり施策と連携し、地域交通ネットワークを再構築する。</p> <p>&lt;取組内容を今後新たに検討するもの&gt;</p> <p>○ <u>過疎地域等において日常の買い物等が困難な状況に置かれる者への対応や宅配ネットワークの維持のため、「小さな拠点」の形成等の施策との連携を図りつつ、貨客混載や自治体、NPO 法人等関係者との連携など過疎地物流の確保策を検討する。</u></p>
--

(注) 下線は、当省が付した。



図表 3-(3)-④ 「まち・ひと・しごと創生総合戦略(2016改訂版)」(平成28年12月22日閣議決定)  
 <抜粋>

<p>Ⅲ. 今後の施策の方向</p> <p>3. 政策パッケージ</p> <p>(4) 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する</p> <p>(イ) 「小さな拠点」の形成(集落生活圏の維持)</p> <p>【主な施策】</p> <p>◎(4)-(イ)-③ 地域で暮らしていきける生活サービスの維持・確保</p> <p><u>日常生活に必要な機能・サービスを集約・確保し、集落生活圏内外との交通ネットワークを形成するとともに、地域住民のニーズに対応した、地域の運営組織等が提供する生活サービスの多機能化、生活サービスを持続していくための物流システムの構築等を推進する。</u></p> <p>そのため、地域再生法を改正(平成27年8月施行)し、福祉・利便施設を拠点地域に集約・確保するなどの「小さな拠点」の形成に取り組む市町村が作成する「地域再生土地利用計画」の制度を創設し、これらの施設の立地誘導を図るための届出・勧告制度や、誘導施設の整備に対する農地転用許可、開発許可等の特例措置を設けるとともに、2016年度より「小さな拠点」の形成に資する事業を行う株式会社への出資に対する税制上の特例措置を講じたところであり、先発事例の整理・情報提供等により、地域再生計画を活用した「小さな拠点」の形成に資する取組の一層の普及・推進を図るとともに、関係府省庁による連携を進め、地域の状況に応じ、以下のような施策を進める。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 拠点施設における福祉サービスのワンストップ化を推進する。</li> <li>・ <u>住民の買い物等を支える円滑な物流のため、運送各社等が連携した新たな共同配送スキームの構築やボランタリーチェーン等との連携、安定的な石油製品の供給システムの確立を推進する。</u></li> <li>・ 地域の人・モノの複合的かつ効率的な輸送システムの構築や、特区等における自動走行などの近未来技術等の推進を図るとともに、2018年頃に離島、山間部における小型無人機を活用した荷物配送を本格化させる仕組みを導入する。</li> </ul>
--

(注) 下線は、当省が付した。

図表 3-(3)-④ 調査対象地方公共団体における行政計画への買物弱者対策の位置付け状況

(単位：機関、%)

区分	行政計画に位置付けなし	行政計画に位置付けあり	行政計画の区分						
			総合計画	地方版総合戦略	福祉関係	過疎・中山間関係	商工関係	交通関係	その他
都道府県(20)	8	12	5	7	5	2	3	1	0
市町村(67)	33	34	17	14	15	7	1	1	1
合計	41	46	22	21	20	9	4	2	1
構成比	47.1	52.9	25.3	24.1	23.0	10.3	4.6	2.3	1.1

(注) 1 当省の調査結果による。

2 複数の行政計画に買物弱者対策を位置付けている地方公共団体があるため、行政計画に買物弱者対策の位置付けがある都道府県数及び市町村数は、「行政計画の区分」の合計数と一致しない。

図表 3-(3)-④ 調査対象地方公共団体の行政計画における買物弱者対策に関する記載例

区分	記載内容
総合計画	<p>○ 生活に身近な地域の小売店が衰退する一方、車などで大規模商業施設を利用することが困難な高齢者が増加しています。このことから、日々の生活用品の購入に事欠く市民が今後ともに増加することが予想され、市民生活を守るという視点から、買物困難者への対応を進めます。</p> <p>1) 宅配事業の促進 買物困難者に対する宅配事業を支援・促進し、その利便性の向上と地域商業の活性化を進めていきます。</p> <p>2) 空き店舗の活用促進 空き店舗への新規参入促進など、その有効活用を進めていき、市民の利便性向上と地域商業の活性化を図ります。</p>
地方版 総合戦略	<p>○ 買い物弱者や交通弱者対策などをより一層推進するため、乗合タクシーやデマンド型交通システム等の導入を含む総合的な検討を行うほか、生活交通バス路線などの地域の生活を支える公共交通の維持を支援します。</p>
福祉関係	<p>○ 高齢となって移動能力が低下したり、一人暮らし高齢者などの家族環境、交通や買物の利便性が低い地域性などを背景に、住んでいる地域での日常の買物に不便や苦勞を感じる人たちが増えつつあります。一方でこうした人をサポートする団体や事業所のサービス展開も進んできています。しかし、取り組まれている宅配や移動販売、買物代行などのサービスを、不安を抱える高齢者等が知らない、利用の仕方がわからないという事情も見られます。このため、これら買物支援活動の情報をまとめたパンフレット『買物情報宅配便』を作成し、買物に困難を感じる高齢者等地域住民等のニーズとサービス活動を結びつけ、生活利便性の向上、支援サービスの持続につなげます。</p>
過疎・中 山間関係	<p>○ 本地域では、近年スーパーマーケットやガソリンスタンドが撤退するなど地域住民の日用品の買い物等、生活の利便性は低下してきている。特に、交通手段をもたない高齢者は、公共交通を利用して遠出するか、移動販売や親族・近所の援助に頼らざるを得ず、安心して買い物ができる状況になっていない。このように、買い物をはじめとした生活機能の確保を図ることが喫緊の課題となっており、地域住民の生活実態を詳細に把握するとともに、地域の特性に応じた買物の利便性等、生活機能を高める仕組みを構築することが必要である。</p>
商工関係	<p>○ 各地域においては、既に商店街などによる買い物バスの運行などの取組も見られますが、今後、一層の高齢化が進むことが予想される中で、地域における商圈の維持、拡大の観点から、「買い物弱者」への対応についても積極的な検討が必要です。</p> <p>この場合においては、事業の継続性の観点から、商業者が地域とどのように連携していくか、「買い物弱者」の問題を抱える地域とそれぞれの個店をどのように結びつけていくかという視点とともに、地域としても今後の高齢化を見据え、より主体性を持って取組に関わることが必要であり、地域の実情を踏まえた、きめの細かい対応を目指していくことが重要です。</p>
交通関係	<p>○ 近年では、近くに商店がなかったり、自らの移動手段をもっていないことから、日常生活に必要な買物が困難な、いわゆる「買い物難民」が問題視されています。対応策としては、移動販売や宅配サービス等が挙げられていますが、公共交通についても、その一つとして充実が求められています。</p>

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-④ 調査対象地方公共団体において行政計画に位置付けていない主な理由

区分	理由の例
喫緊の課題ではない、他の施策と比べて優先度が低い	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 買物弱者対策を喫緊に展開する段階にはないため、具体的なプランを盛り込んでいない。</li> <li>・ 地区懇談会、行政区長会等において、買物弱者に関連した意見・要望が提出されたことはなく、現時点で総合計画等に位置付け、他の施策に優先して実施すべきとの認識がない。</li> <li>・ 本市では、流通機能や交通網が整備されており、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている買物弱者の問題が、現時点では顕在化していない。</li> <li>・ 課題であるとは認識しているが、他の諸施策（産業政策、介護予防、子育て施策等）の優先順位が高いため、各計画において記載はしていない。</li> <li>・ 計画に記載する施策は、施策を所管する各課において「柱」と位置付けているものと考えており、当課では地域福祉の観点から買物弱者対策を「柱」とは位置付けていない。</li> <li>・ 市内には商業施設が多く立地し、民間事業者等による弁当、食材等の配達サービスも充実していることなどから、買物弱者対策が重要課題とはなっていないため、策定している計画等において位置付けていない。</li> <li>・ 買物弱者対策は所管する業務において重要な課題ではなく、買物弱者対策を主導する所管課も決まっていない。</li> </ul>
実態把握等を実施していない	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 買物弱者対策が課題であるとの認識はあるが、総合計画等に位置付け、施策を打ち出すためには、買物弱者の実態を把握し、買物弱者の課題を明らかにする必要があるところ、予算や人員などの制約により、実態調査を行うことができていない。</li> <li>・ 買物弱者に関する実態把握が不十分であること、地域によって集落、物流、交通インフラ、商業等の実状が異なっていることから、県全域での対応策・方向性が整理されていない。</li> <li>・ 買物弱者対策を主たる目的として取り組んでいる施策がなく、そもそも買物弱者対策への市民のニーズについて調査したこともないため、現時点では実態が分からず、今のところ、買物弱者対策に取り組む予定がない。</li> <li>・ 国及び都道府県において買物弱者が定義されていないこと、買物弱者に限定した補助事業を実施していないことなどから、計画に買物弱者対策について掲載するのは難しい。</li> </ul>

(注) 当省の調査結果による。