

地域共生社会と企業 (6)

自宅の近くにスーパーなどが無い「買い物難民」が増えている。住民の高齢化が進む一方、地域の小売業者の廃業が相次いでいるためだ。

2022年に農林水産省が市町村を対象に実施した「食料品アクセス問題に関するアンケート調査」によると、買い物難民対策を必要とする市町村の割合は87%を超えている。人口の少ない小さな自治体だけでなく、単身世帯が増加する都市部でもその数は年々増えている。

これらの市町村のうち90%が、行政によるコミュニティバスの運行や、協同組合や民間企業による移動販売車の運営といった対策に取り組んでいる。このような買い物難民対策は法律に基づいて実施しているものではない。そのため、自治体や民間企業のいずれが司令塔なのかははっきりしていない場合も多いのが実情だ。

また、収益化が難しいことから事業継続をあきらめて撤退する民間企業も増えている。自治体や民間企業単独で、持続可能な買い物難民対策を維持することは限界を迎えつつあり、国に運営費用や整備費用の支援を求める声も広がっている。

こうした中、民間企業に求められるのは、自治体との連携や地域交通の活用など、他の地域資源と連携させながら「点」ではなく「面」で地域を支えていく姿勢

買い物難民対策を要する市町村の割合



買い物弱者対策、民間の知恵

だ。地域の実情をよく知る自治体が地域で求められる買い物ニーズを絞り込めれば、民間企業は効率的なサービスの提供が可能になってくる。

例えば、新潟県村上市山北地区では、高齢者が集う福祉施設で日用雑貨や衣類などを販売する軽トラ市のようなマルシェを開催している。買い物が困難な状況の解消に加え、地域住民のよりどころとしての機能の確保を目指している。

この仕組みでは、構想段階から、自治体に加え、商工会・商工会議所や病院、社会福祉協議会、まちづくり協議会など多くの参加者が連携している点が特徴となっている。民間企業だけでなく、地域全体で課題を解決していく取り組みであることがうかがえる。

一方、収益事業化するには、利用者の高齢化への対応や安定した仕入れ先の確保など考慮すべき課題が多く、長期的な視野に立つて事業全体を捉えることが求められる。

買い物は、高齢者にとって体を動かす機会を増やし、店で知り合いなどと会話や交流するきっかけとなり、高齢者のウェルビーイング（心身の健康や幸福）を維持するうえで効果がある。買い物の場人が集うことで、地域のコミュニティが強化され、地域づくりの土台にもなる。

買い物は、地域の福祉向上や高齢者のウェルビーイングの観点からも地域全体で取り組むべき問題だ。民間企業は、自治体など多くの地域のプレーヤーと連携し、長期的な視野から事業化に取り組む目線が求められるだろう。



ふくしま・かずた 損保ジャパン医療福祉関連営業を経て2019年より現職。地域づくり、地域公共交通、スマートシティ、コンパクトシティ、地域や行政のデジタル化など地域政策全般に関する調査研究に従事。税理士。