

買物弱者対策に関する実態調査

結果報告書

平成 29 年 7 月

総務省行政評価局

前 書 き

良好な買物環境は、日常の生活の基盤であり、地域で生活を営む上で不可欠なものであるが、全国的な人口の減少や少子高齢化、過疎化の影響もあり、流通機能や交通網の弱体化とともに買物環境が悪化し、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、いわゆる買物弱者が発生している。

こうした中、買物弱者対策として、一部の府省や地方公共団体において補助事業等が実施されているほか、企業、社会福祉法人、各種団体、自治会等の地域団体、特定非営利法人等様々な者により全国各地で店舗の開設、移動販売や宅配等が実施されている。

一方、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、持続的な買物弱者対策の実施が重要と考えられる。しかし、国において、買物弱者対策を中心となって取りまとめる府省はなく、一部の府省において国及び地方公共団体の補助事業等の一覧が取りまとめられているが、網羅的なものとなっていないため、その全体像は必ずしも明らかになっていない。また、補助事業等を活用した事業者における取組の状況については、一部の府省において先進事例等が取りまとめられているが、その現状や、既に終了してしまった取組の原因・理由等については必ずしも明らかになっていない。

この調査は、以上のような状況を踏まえ、買物弱者対策の実態を明らかにするとともに、持続的かつ効果的な対策を促進する観点から、国及び地方公共団体における買物弱者対策の実態や、事業者における買物弱者対策に資する取組の実態等を調査し、関係行政の改善に資するために実施したものである。

目 次

第1 実態調査の目的等	1
第2 実態調査結果	
1 買物弱者問題の概要	2
2 事業者における買物弱者対策に資する取組の実態	21
3 国及び地方公共団体における買物弱者対策の実態	
(1) 国における買物弱者対策の現状	62
(2) 地方公共団体における買物弱者対策	106
(3) 買物弱者対策を推進していくための環境整備	118
4 関連する規制の見直し	185
5 買物弱者対策を推進していく上での行政上の課題	198

図 表 目 次

1 買物弱者問題の概要

図表 1-① 「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）〈抜粋〉	6
図表 1-② 農林水産省による買物弱者数の推計	7
図表 1-③-ア 「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書～地域社会とともに生きる流通～」（平成 22 年 5 月経済産業省）〈抜粋〉	8
図表 1-③-イ 「買い物弱者応援マニュアル ver. 2.0」（平成 23 年 5 月経済産業省）〈抜粋〉	8
図表 1-④ 経済産業省による買物弱者数の推計	9
図表 1-⑤ 調査した地方公共団体における買物弱者の定義	10
図表 1-⑥ 65 歳以上の買物弱者数の推計値の比較	11
図表 1-⑦ 「食料品アクセス問題と高齢者の健康」（平成 26 年 10 月農林水産省農林水産政策研究所）〈抜粋〉	12
図表 1-⑧ 「買い物弱者・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報告書」（平成 27 年 4 月経済産業省）〈抜粋〉	13
図表 1-⑨ 「平成 28 年版高齢社会白書」（内閣府）〈抜粋〉	14
図表 1-⑩ 食料品店の減少の状況	16
図表 1-⑪ 「食料品アクセス問題と高齢者の健康」（平成 26 年 10 月農林水産省農林水産政策研究所）〈抜粋〉	18
図表 1-⑫ 「国土形成計画の推進に関する世論調査」（平成 27 年 8 月調査）報告書（内閣府）〈抜粋〉	19
図表 1-⑬ 買物弱者対策に資する取組の類型	20

2 事業者における買物弱者対策に資する取組の実態

図表 2-① 調査対象とした事業者の内訳	24
図表 2-② 買物弱者対策だけにとどまらない取組の例	25
図表 2-③ 調査対象とした取組の内訳	27
図表 2-④ 調査時点で継続中の取組における収支状況	27
図表 2-⑤ 収支が「黒字又は均衡」である理由（主な回答）	28
図表 2-⑥ 収支が「黒字又は均衡」の取組の例	29
図表 2-⑦ 収支が「赤字」であるが、取組を継続している理由等（主な回答）	38
図表 2-⑧ 収支が「赤字」の取組の例	40
図表 2-⑨ 終了した取組の例	48
図表 2-⑩ 事業者の主な意見・要望等	54

3 国及び地方公共団体における買物弱者対策の実態

(1) 国における買物弱者対策の現状

図表 3-(1)-① 買物弱者対策に関連する国の施策マップ	65
図表 3-(1)-② 買物弱者対策に資する国の主な補助事業等マップ	65
図表 3-(1)-③ 内閣府設置法（平成 11 年法律第 89 号）〈抜粋〉	66
図表 3-(1)-④ 買物弱者対策に関連する内閣府の主な施策	68
図表 3-(1)-⑤ 総務省設置法（平成 11 年法律第 91 号）〈抜粋〉	75

図表 3-(1)-⑥	買物弱者対策に関連する総務省の主な施策	76
図表 3-(1)-⑦	厚生労働省設置法（平成 11 年法律第 97 号）〈抜粋〉	82
図表 3-(1)-⑧	買物弱者対策に関連する厚生労働省の主な施策	83
図表 3-(1)-⑨	農林水産省設置法（平成 11 年法律第 98 号）〈抜粋〉	88
図表 3-(1)-⑩	買物弱者対策に関連する農林水産省の主な施策	89
図表 3-(1)-⑪-ア	経済産業省設置法（平成 11 年法律第 99 号）〈抜粋〉	93
図表 3-(1)-⑪-イ	中小企業庁設置法（昭和 23 年法律第 83 号）〈抜粋〉	93
図表 3-(1)-⑫	買物弱者対策に関連する経済産業省の主な施策	94
図表 3-(1)-⑬	国土交通省設置法（平成 11 年法律第 100 号）〈抜粋〉	100
図表 3-(1)-⑭	買物弱者対策に関連する国土交通省の主な施策	101
図表 3-(1)-⑮	関係府省における買物弱者対策が主たる目的であると考えられる事業	105

(2) 地方公共団体における買物弱者対策

図表 3-(2)-①	「食料品アクセス問題」に関する全国市町村アンケート調査結果（平成 28 年 3 月農林水産省）の概要	109
図表 3-(2)-②	事業の主たる目的の買物弱者対策に資する事業の数	110
図表 3-(2)-③	地方公共団体における買物弱者対策が主たる目的と考えられる事業（主なもの）	111
図表 3-(2)-④	主たる目的別・実施手法別の買物弱者対策に資する事業の数	115
図表 3-(2)-⑤	所管部局別の買物弱者対策に資する事業の数	116
図表 3-(2)-⑥	買物弱者対策に資する事業の実施に関する地方公共団体の主な意見等	117

(3) 買物弱者対策を推進していくための環境整備

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	128
図表 3-(3)-②	潜在的な買物弱者の存在についての推計	129
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	131
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〉	137
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〉	139
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	140
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〉	142
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〉	143
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	144
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〉	147
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	148
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	150
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	152

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	154
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	154
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	155
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	158
図表 3-(3)-⑱	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	159
図表 3-(3)-⑲	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	163
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	164
図表 3-(3)-㉑	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	166
図表 3-(3)-㉒	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	167
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>	169
図表 3-(3)-㉔	買物弱者関係予算調査の概要	170
図表 3-(3)-㉕	「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>	171
図表 3-(3)-㉖	買物弱者関係予算調査に正確な報告がされていない例	172
図表 3-(3)-㉗	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	173
図表 3-(3)-㉘	「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>	174
図表 3-(3)-㉙	「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>	175
図表 3-(3)-㉚	「食料品アクセス(買い物弱者等)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	176
図表 3-(3)-㉛	「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>	177
図表 3-(3)-㉜	「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>	177
図表 3-(3)-㉝	「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>	177
図表 3-(3)-㉞	「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>	178
図表 3-(3)-㉟	「総合物流施策大綱」(平成25年6月25日閣議決定) <抜粋>	178
図表 3-(3)-㊱	「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) <抜粋>	179
図表 3-(3)-㊲	「総合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日改定版総合物流施策推進会議) <抜粋>	180
図表 3-(3)-㊳	「食料・農業・農村基本計画」(平成27年3月31日閣議決定) <抜粋>	181

図表 3-(3)-㉔	「交通政策基本計画」(平成 27 年 2 月 13 日閣議決定) <抜粋>……………	181
図表 3-(3)-㉕	「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>……………	182
図表 3-(3)-㉖	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……………	182
図表 3-(3)-㉗	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……………	183
図表 3-(3)-㉘	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……………	184

4 関連する規制の見直し

図表 4-①	自動車による移動販売許可の取得に関する要望……………	190
図表 4-②	食品衛生法(昭和 22 年法律第 233 号) <抜粋>……………	190
図表 4-③	「自動車による食品の移動販売に関する取扱要領について」(昭和 42 年 3 月 3 日環乳第 5016 号厚生省環境衛生局長通知) <抜粋>……………	191
図表 4-④	「食品衛生法に基づく営業許可について」(平成 20 年 3 月 27 日付け食安監発第 0327002 号厚生労働省医薬食品局食品安全部監視安全課長通知) <抜粋>……………	193
図表 4-⑤	保健所の許可の取得の有無にかかわらず、管轄区域ごとに許可取得を必要としている理由……………	193
図表 4-⑥	移動販売許可の取得に要する費用の例……………	194
図表 4-⑦	移動販売車への流水式手洗設備の設置を義務付けていない都道府県の規定……………	196
図表 4-⑧	移動販売車への貯水槽設置緩和に関する意見・要望……………	197

第1 実態調査の目的等

1 目的

この実態調査は、買物弱者対策の実態を明らかにするとともに、持続的かつ効果的な対策を促進する観点から、国及び地方公共団体における買物弱者対策に資する事業の実施状況や、事業者における買物弱者対策の取組状況等を調査し、関係行政の改善に資するために実施したものである。

2 対象機関

(1) 調査対象機関

内閣府、総務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省

(2) 関連調査等対象機関

都道府県（20）、市町村（67）、事業者

3 担当部局

行政評価局

管区行政評価局 7局（北海道、東北、関東、中部、近畿、中国四国、九州）

四国行政評価支局

行政評価事務所 11事務所（青森、岩手、神奈川、長野、富山、三重、滋賀、和歌山、山口、大分、鹿児島）

4 実施時期

平成28年4月～29年7月

第2 実態調査結果

1 買物弱者問題の概要

実 態	説明図表番号
<p>ア 買物弱者の定義及び数</p> <p>我が国の法令において、「買物弱者」の語を用いている例はなく、その定義を明確にしたものも存在しない。</p> <p>国においては、農林水産省及び経済産業省が、次のような者を買物弱者と位置付け、その数を推計している。</p> <p>(農林水産省)</p> <p>農林水産省は、同省のウェブサイト（「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」）において、「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」）を買物弱者と位置付けている。</p> <p>また、農林水産省農林水産政策研究所では、国勢調査及び商業統計を用い、自宅から生鮮食料品販売店舗までの直線距離が 500m 以上であり、かつ、自動車を保有しない人口が平成 22 年（2010 年）時点で 850 万人程度（うち、65 歳以上人口は 380 万人程度）であると推計している。</p> <p>(経済産業省)</p> <p>経済産業省に設けられた有識者懇談会である「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」が平成 22 年 5 月に公表した報告書では、「流通機能や交通の弱体化とともに、食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々」を買物弱者と位置付けている。</p> <p>また、経済産業省が平成 23 年 5 月に公表した「買い物弱者応援マニュアル ver. 2.0」では、買物弱者がどの地区に何人いるかを簡易に推計する「買い物弱者マップ」の作成方法を紹介しており、生鮮三品（青果、鮮魚及び精肉）を取り扱う店舗を中心とした半径 500m から 1km（高齢者の平均的な徒歩移動可能距離）の円外に居住する単身又は二人暮らしの 65 歳以上の者を推計対象としている。</p> <p>さらに、平成 27 年 4 月に公表した「買い物弱者・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報告書」では、内閣府が実施した「平成 22 年度高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」において「日常の買い物に不便」と回答した者の割合（17.1%）に、平成 26 年の 60 歳以上の高齢者人口（4,198 万人）を乗じ、買物弱者数を 700 万人程度と推計している。</p> <p>調査対象とした 87 地方公共団体（20 都道府県及び 67 市町村）のうち、77 地方公共団体（16 都道府県及び 61 市町村）においては、どのような者を買物弱者と位置付けるかについての定義はみられないが、10 地方公共団</p>	<p>図表 1-①</p> <p>図表 1-②</p> <p>図表 1-③-ア</p> <p>図表 1-③-イ</p> <p>図表 1-④</p> <p>図表 1-⑤</p>

体（4都道府県及び6市町村）では、当該地方公共団体が実施している買物弱者対策に資する事業の実施要綱等において、買物弱者の定義を定めていた。その内容を見ると、「食料品等の日常の買物が困難又は不便な状況に置かれている者」のように定性的な定義となっている例が多いが、一定の条件（年齢、店舗までの距離、移動手段の有無、インターネットの利用が困難である等）により買物弱者を定義している例もみられ、地方公共団体により様々となっている。

このように、国及び地方公共団体において、どのような者を買物弱者と位置付けるかについて統一的な基準はないことから、愛知県が、住民へのアンケート調査の結果を基に、農林水産省、経済産業省等による買物弱者の定義により、同県内の買物弱者数を推計したところ、最小約 8.2 万人から最大約 31.1 万人まで大きく差が生じている例がみられ、買物弱者をどのように定義するかによってその推計値は大きく異なる実態がみられた。

図表 1-⑥

イ 買物弱者の今後の見込み

そもそも、日常の買物に不便を感じるか否かは、当該者の生活環境（健康状態、経済状態、店舗までの距離、買物に用いる交通手段の状況（自家用車の保有の有無、公共交通機関の利便性等）、家族等の状況（代わりに買物をしてくれる又は買物に付き添ってくれる家族の有無等）、地域コミュニティの状況等により異なってくるものと考えられることから、買物弱者数を正確に把握することは困難であるが、農林水産省及び経済産業省においては、次のように、買物弱者数は今後も増加していくと推計している。

（農林水産省）

農林水産省農林水産政策研究所では、生鮮食料品店舗へのアクセスが悪い（自宅から店舗までの直線距離が 500m 以上であり、かつ、自動車を保有しない）65 歳以上の人口について、平成 22 年に 382 万人と推計しているが、37 年には 598 万人まで増加すると推計している。また、食料品スーパーマーケット等までのアクセスが悪い 65 歳以上の人口については、平成 22 年の 644 万人が 37 年には 814 万人まで増加すると推計している。さらに、これらの買物弱者の数は、特に都市部で多くなると推計している。

図表 1-⑦

（経済産業省）

前述の「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報告書」では、大都市、ベッドタウン、地方都市及び農村・山間部という地域類型ごとに買物弱者問題の発生原因と今後の展望をまとめているが、これによると、i) 農村・山間部では過疎化が進むため、買物弱者の数は減少するものの、買物弱者問題は継続する見込みである、ii) 大都市・ベッドタウン・地方都市では、高齢化率が上昇するため、車での移動ができなくなって買物弱者化する高齢者が増える可能性が

図表 1-⑧

ある、iii) 全地域類型に共通して、核家族、子育て世代、単身高齢者世帯、非正規雇用者といった社会的弱者において買物弱者問題が発生し深刻化する可能性があるなどとしている。

また、次のような状況から、日常の買物に不便を感じる者の数は今後も増加していくものと考えられる。

① 高齢化の進展、一人暮らし高齢者の増加等

内閣府が公表している「平成 28 年版高齢社会白書」では、65 歳以上の高齢者人口は、平成 27 年に約 3,392 万人となっているが、37 年には約 3,657 万人に達すると見込まれている。その後も高齢者人口は増加を続け、平成 54 年に約 3,878 万人でピークを迎えると推計されている。また、65 歳以上の高齢者であって、かつ単身世帯の者は、平成 22 年に約 479 万人であったが、27 年には約 593 万人まで増加しており、37 年には約 700 万人にまで増加すると推計されている。

図表 1-⑨

② 食料品販売事業所の減少

経済産業省の「商業統計」によると、飲食料品小売業の事業所は減少傾向にあり、平成 19 年調査では約 39 万事業所であったが、26 年調査では約 24 万事業所まで減少している。

図表 1-⑩

このうち、生鮮三品の小売業（野菜・果実小売業、鮮魚小売業及び食肉小売業）の事業所数は、平成 19 年調査では約 5 万 7,000 事業所だったところ、26 年調査では約 3 万 6,000 事業所と約 40%減少しており、特に、住宅地区での減少率が高くなっている。また、業態分類別にみると、スーパーマーケットやコンビニエンスストアに比べ、「食料品専門店」（取扱商品のうち、食料品の占める割合が 90%以上である店）及び「食料品中心店」（同じく 50%以上である店）の減少率が高くなっている。

ウ 買物弱者が生じることによる影響等

買物環境が悪化し、買物弱者が発生することにより生じる問題等については、前述の「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報告書」において、詳細に整理されている。同報告書では、買物環境の悪化の影響として、①高齢者の外出頻度の低下による生きがいの喪失、②商店までの距離が遠くなることによる高齢者等の転倒・事故リスクの増大、③食品摂取の多様性が低下することによる低栄養化及びこれによる医療費や介護費の増加の可能性があるなどとしている。

また、農林水産省農林水産政策研究所も、平成 26 年 10 月に公表した「食料品アクセス問題と高齢者の健康」において、食料品アクセスに制約がある（食料品の買物で不便や苦勞を感じる）と、高齢者の健康（自立度）に影響するとされる食品摂取の多様性が低くなる可能性があること等を指摘している。

図表 1-⑪

エ 内閣府の意識調査結果

内閣府が実施した「国土形成計画の推進に関する世論調査」（平成 27 年 8 月調査）によると、日常生活を営む上で自宅から徒歩や自転車で行ける範囲に最低限必要とする施設として、「日用品、食料品などを販売するスーパーマーケット」を挙げた者の割合が 73.0%と最も高く、次いで「個人商店など小規模な小売店舗、コンビニエンスストア」が 69.6%となっており、生活基盤としての買物環境の確保を求める意識が高いことがうかがえる。

図表 1-⑫

オ 本調査における買物弱者対策に資する取組及び事業の整理

買物弱者対策に資する取組の具体的な方向性については、農林水産省及び経済産業省が、次のように整理している。

図表 1-⑬

（農林水産省）

農林水産省が平成 28 年度補助事業において取りまとめた「買い物困難者対策スタートブック」（平成 29 年 3 月公表）では、買物弱者対策の具体的な方向性として、①店を作る、②店への交通手段を提供する、③商品を届ける（宅配）及び④店舗を届ける（移動販売）という四つの方策を示している。

（経済産業省）

前述の「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報告書」では、買物弱者問題の解決に向けた取組を、①家まで商品を届ける（配食、買物代行、宅配）、②近くにお店を作る（移動販売、買物場の開設）、③家から出掛けやすくする（移動手段の提供）、④コミュニティを形成する（会食）及び⑤物流を改善・効率化する（コンパクトシティ、物流効率化）の五つに分類している。

本調査においては、上記両省の整理を参考に、企業、商店街振興組合や商工会等の商店主による組織、社会福祉法人、自治会や有志による任意団体等の地域住民による組織、特定非営利活動法人（NPO）、生協又は農協等の様々な者（以下「事業者」という。）が実施している①配食、②買物代行、③宅配、④移動販売、⑤店舗開設、⑥交通及び⑦その他（店舗での購入品の配達、買物への付添い、買物ツアーの実施）の 7 種類の取組を、「買物弱者対策に資する取組」と整理した。

また、買物弱者対策に資する取組を実施する際に活用し得ると考えられる国及び地方公共団体における事業を、「買物弱者対策に資する事業」と整理した。

図表 1-① 「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）＜抜粋＞

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NGO、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。

- (注) 1 農林水産省ホームページ (http://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/syoku_akusesu.html) による。
- 2 下線は、当省が付した。

図表 1-② 農林水産省による買物弱者数の推計

1. 食料品アクセスマップについて

近年、「買い物弱者」や「フードデザート（食の砂漠）」といった問題が、日本の各地で拡大しつつあります。農林水産政策研究所では、その問題が日本のどこで生じているのかを全国的に把握するために、GIS（地理情報システム）を活用して食料品アクセスマップを作成いたしました。この食料品アクセスマップとは、2分の1地域メッシュ（約500m四方の区画）という非常に小さな単位ごとに、生鮮品販売店舗への徒歩でのアクセスが困難である人口割合を推計したものです。ここでの「生鮮品販売店舗への徒歩でのアクセスが困難である」とは、生鮮品販売店舗から直線距離で500m以上であることとしています。

（生鮮品販売店舗までの距離が500m以上の人口・世帯数推計）

※平成22年国勢調査に基づく推計結果

表1. 生鮮品販売店舗まで500m以上の人口・世帯数推計(平成22年人口)

単位: 万人・世帯, %

		人口			65歳以上			世帯数		
			割合	変化率 (17年比)		割合	変化率 (17年比)		割合	変化率 (17年比)
生鮮品販売店舗まで500m以上	全国	4,600	36.2	-0.9	1,100	38.9	11.9	1,700	32.1	4.2
	三大都市圏	1,700	26.6	1.4	380	27.7	20.4	640	23.3	6.9
	東京圏	740	20.9	2.9	160	21.9	24.6	280	18.0	8.5
	名古屋圏	520	46.0	1.1	110	46.5	17.6	190	42.7	6.1
	大阪圏	480	25.9	-0.4	110	27.0	17.6	180	22.8	5.1
	地方圏	2,900	46.1	-2.3	750	48.9	8.0	1,000	42.3	2.6
うち自動車を持たない	全国	850	6.7	-0.1	380	13.1	14.2	320	6.1	4.9
	三大都市圏	400	6.1	2.5	160	11.8	22.8	150	5.5	7.8
	東京圏	200	5.5	4.3	76	10.5	26.5	77	4.9	9.5
	名古屋圏	73	6.4	1.4	29	11.8	18.6	27	6.1	6.3
	大阪圏	130	7.0	0.5	58	14.0	20.2	49	6.4	5.9
	地方圏	450	7.3	-2.4	220	14.3	8.6	170	6.8	2.4

資料: 農林水産政策研究所

注 1) 「平成19年商業統計メッシュデータ」及び「平成22年国勢調査地域メッシュ統計」をもとに推計したものである。

2) 「生鮮品販売店舗」は、生鮮食品小売業(食肉小売業, 鮮魚小売業, 果実・野菜小売業)及び百貨店, 総合スーパー, 食料品スーパーである。

3) 東京圏は、東京, 埼玉, 千葉, 神奈川, 名古屋圏は、愛知, 岐阜, 三重, 大阪圏は、大阪, 京都, 兵庫, 奈良である。

4) 自動車を持たない人口・世帯数は、1)によるメッシュ別推計値に「平成15年住宅・土地統計調査」をもとに市町村別に推計した自動車を持たない世帯割合を乗じて積み上げたものである。65歳以上については、自動車を持たない世帯割合に「小売店舗等に関する世論調査(平成17年5月)」から、65歳以上の買い物に自動車を利用する割合の全平均割合に対する比率を推計して乗じている。

5) ラウンドのため、合計が一致しない場合がある。

(注) 1 農林水産省ホームページ (http://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/syoku_akusesu.html) による。

2 下線は、当省が付した。

図表 1-③-ア 「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書～地域社会とともに生きる流通～」(平成 22 年 5 月経済産業省) <抜粋>

○第二章 流通による社会課題への対応

1 : 買い物環境の改善について

1. 現状について

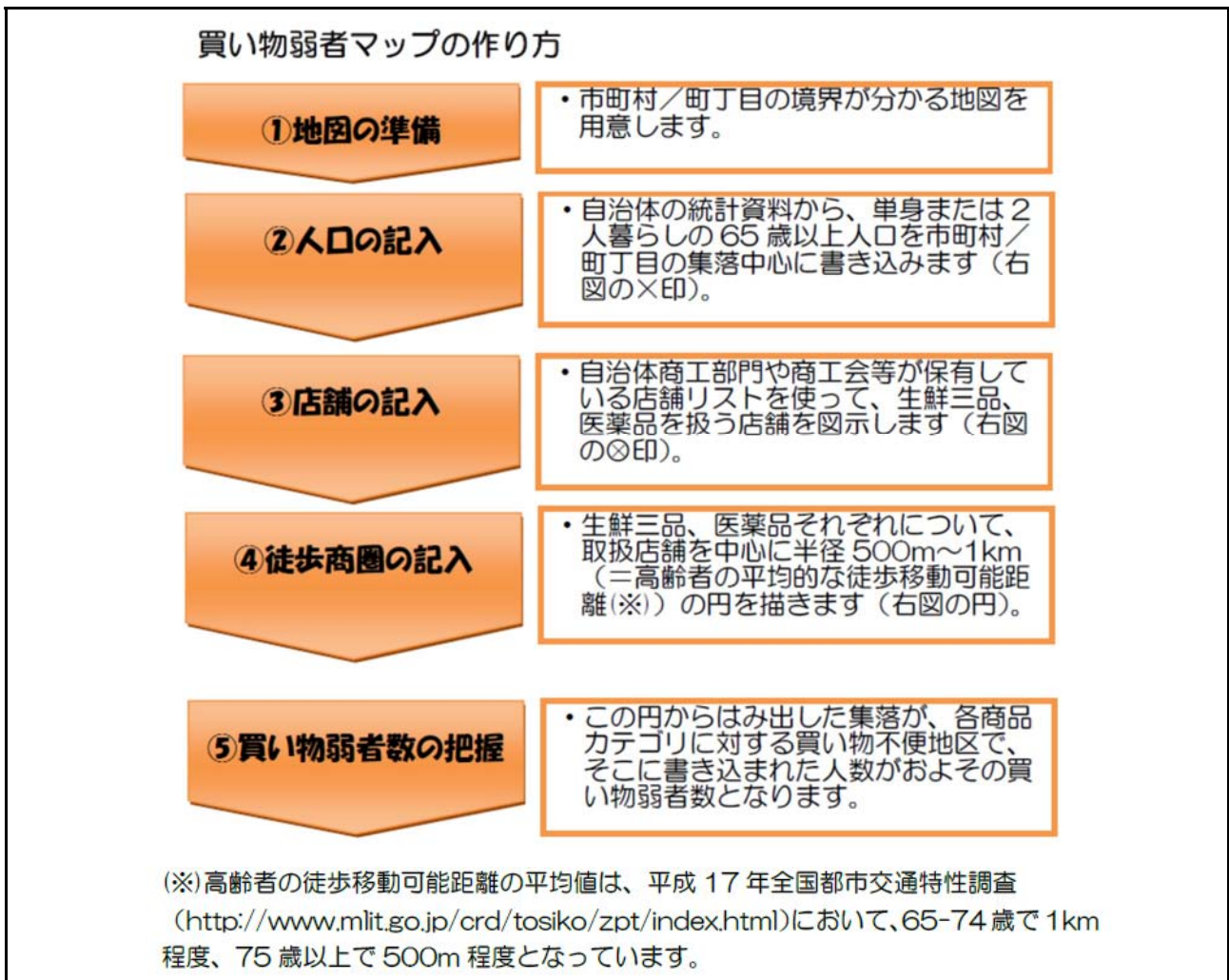
1) 弱る流通機能

(前略) 流通機能や交通の弱体化とともに、食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々(「買い物弱者」という)が増加し始めている。「買い物に困難」というと、医療や介護などと比べて生命に直結する深刻な課題と捉えにくい、地域によっては深刻度が増しており、また、医療や介護のような公的な制度が整備されていないことも踏まえ、社会的な課題として対応していくことが必要になってきていると評価できる。

注) 報道等では「買い物難民」と呼ばれることが多いが、「難民」は「(政治的・宗教的事情から)ある土地を離れて避難する人々」を指すことが多いため、当報告書ではより広義に困難な状況にある人を意味する「弱者」を用いている。近年、海外でも、「food access」問題として各種の論文発表や報道がなされているところ。

(注) 下線は、当省が付した。

図表 1-③-イ 「買い物弱者応援マニュアル ver. 2.0」(平成 23 年 5 月経済産業省) <抜粋>



図表 1-④ 経済産業省による買物弱者数の推計

経済産業省における前回調査と同様に推計すると、日本全国の買物弱者数は約700万人程度となり、その数は増加傾向にある。

	前回調査	本調査
<p>買物に困難を感じている人の割合</p> <p style="text-align: center;">×</p>	<p style="text-align: center;">16.6%</p> <p>Source: 内閣府「平成17年度高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」において、アンケートで「日常の買い物に不便」と回答した割合</p>	<p style="text-align: center;">17.1%</p> <p>Source: 内閣府「平成22年度高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」において、アンケートで「日常の買い物に不便」と回答した割合</p>
<p>60歳以上高齢者数</p> <p style="text-align: center;">=</p>	<ul style="list-style-type: none"> 平成17年10月1日: 3,422万人 平成20年10月1日: 3,717万人 <p>Source: 総務省統計局「人口推計」</p>	<ul style="list-style-type: none"> 平成22年10月1日: 3,928万人 平成26年10月1日: 4,198万人 <p>Source: 総務省統計局「人口推計」</p>
<p>買物弱者数(推計)</p>	<p style="text-align: center;">約600万人*</p> <p>(*平成17年人口で計算すると548万人、平成20年人口で計算すると617万人となることを踏まえ、約600万人が買い物弱者状態に置かれていると推測)</p>	<p style="text-align: center;">約700万人*</p> <p>(*平成22年人口で計算すると672万人、平成26年人口にて計算すると718万人であることから、約700万人が買物弱者であると推測)</p>

(注) 経済産業省の「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報告書」(平成27年4月30日)による。

図表 1-⑤ 調査した地方公共団体における買物弱者の定義

地方公共団体	位置付けている規程等	買物弱者の定義
長野県	買物弱者に関する調査の実施要領等	高齢者のうち、買物に不便を感じている者で、かつ次の3項目全てに該当する者 ① 商店が近く（500m以内）にない ② 徒歩・自転車で買物に行けない ③ 自動車を運転できない（しない）
愛知県	買物弱者に関する調査の実施要領等	①～③の全てに該当すること ① 日常の買物に不便とする者 ② i～iiiの全てに該当 i 商店が近く（500m以内）にない ii 徒歩、自転車で買物に行けない iii 自動車を運転できない（しない） ③ インターネットを利用できない（しない）
由利本荘市	実施している買物弱者対策に資する事業の要綱等	高齢や公共交通網の不足を理由として、食料品等の日常の買物が困難な状況におかれている人々
	庁内による整理	高齢や公共交通網の不足を理由として、食料品等の日常の買物が困難な状況におかれている人々で、次の一つでも該当する者 ① 高齢者(65歳以上) ② 公共交通機関の利用が不便な者 ③ 徒歩で行ける距離に店舗が無い者 ④ 車でなければ店舗に行けない者 ⑤ 自家用車が無い又は運転できない者 ⑥ 多くの物を運んで公共交通機関の乗り降りができない者
東成瀬村	実施している買物弱者対策に資する事業の要綱等	おおむね65歳以上の老人世帯及び重度身体障害者のいる世帯で、通院及び買物等が単独では困難(家に車がない、定期バス等の利用が困難等)な方。又は、おおむね65歳以上の老人及び重度身体障害者で、単独では困難な方
長野市	庁内での整理	自力で買物に行くことができず、かつ福祉サービスの対象とならない（提供を受けられない）人で、買物が困難な状況にある人
松本市	庁内での整理	① 買物困難者 自立して生活必需品の入手が困難な者 ② 買物不便者 最低限度の生活に必要な買物はできるが、負担が大きく、買物の選択肢が制限される等の不便を感じている者
寝屋川市	実施している買物弱者対策に資する事業の要綱等	食料品等の日常の買物が困難又は不便な状況に置かれている者
神石高原町	実施している買物弱者対策に資する事業の要綱等	近隣に店舗がなかったり、心身機能の衰えに伴い閉じこもりがちであったり等の理由により、日用品や食料品の買物が困難な高齢者や援護を必要とする者

香川県	実施している買物弱者対策に資する事業の要綱等	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
大分県	実施している買物弱者対策に資する事業の要綱等	過疎化・高齢化の進展や小売店の廃業、路線バスの廃止などにより、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている高齢者等

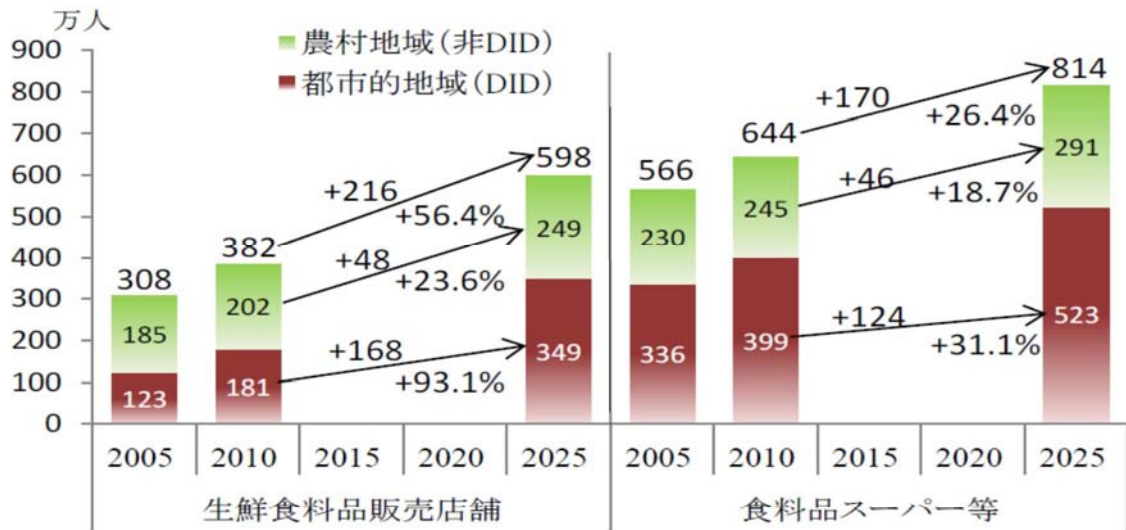
(注) 当省の調査結果による。

図表 1-⑥ 65 歳以上の買物弱者数の推計値の比較

定義	経済産業省の定義	農林水産省の定義	長野県の定義	愛知県の定義
平成 24 年 10 月 1 日現在の人口に基づく、65 歳以上の買物弱者数 (推計値)	310,807 人	146,726 人	88,351 人	82,040 人

- (注) 1 愛知県の「消費買い物環境調査事業」－買い物環境及び買い物行動に関するアンケート調査結果報告書(平成 25 年 5 月)に基づき、当省が作成した。
- 2 各推計における「買物弱者」とは、次のとおりである。
- ① 経済産業省の定義：日常の買物に不便とする者
 - ② 農林水産省の定義：生鮮品販売店舗までの距離が 500m 以上で、かつ、自動車を持たない者
 - ③ 長野県の定義：日常の買物に不便を感じている者で、かつ、商店が近く(500m 以内)にない、徒歩・自転車で買物に行けない、自動車を運転できない(しない)の 3 条件全てに該当する者
 - ④ 愛知県の定義：長野県の定義を満たした者であって、かつ、インターネットを利用できない(しない)者

図表 1-⑦ 「食料品アクセス問題と高齢者の健康」(平成 26 年 10 月農林水産省農林水産政策研究所)
 <抜粋>



店舗まで500m以上で自動車がない人口の将来推計(65歳以上)

注) 1. 2005年, 2010年は, それぞれ2002, 2007年商業統計の店舗数, それぞれ2005, 2010年国勢調査の人口を用いて推計。
 2. 2025年は, 店舗数は2022年推計値, 人口は2025年推計人口(国立社会保障・人口問題研究所2013)を用いて推計。
 資料) 農林水産政策研究所推計

店舗まで500m以上で自動車がない65歳以上人口(都市圏・地方圏, DID・非DID別)
 (生鮮食料品販売店舗)

	2010年			2025年			変化率		
	全地域	都市的地域(DID)	農村地域(非DID)	全地域	都市的地域(DID)	農村地域(非DID)	全地域	都市的地域(DID)	農村地域(非DID)
全国計	382	181	202	598	349	249	56.4	93.1	23.6
三大都市圏	163	115	48	294	231	63	80.1	100.5	30.8
東京圏	76	58	18	156	131	25	105.4	126.3	38.6
名古屋圏	29	15	14	43	26	18	51.3	73.1	28.2
大阪圏	58	43	16	94	75	20	61.4	75.1	24.2
地方圏	219	65	154	305	118	187	38.8	79.9	21.4

注: 東京圏は, 東京, 埼玉, 千葉, 神奈川, 名古屋圏は, 愛知, 岐阜, 三重, 大阪圏は, 大阪, 京都, 兵庫, 奈良である。

資料: 農林水産政策研究所

店舗まで500m以上で自動車がない65歳以上人口(都市圏・地方圏, DID・非DID別)
 (食料品スーパー等)

	2010年			2025年			変化率		
	全地域	都市的地域(DID)	農村地域(非DID)	全地域	都市的地域(DID)	農村地域(非DID)	全地域	都市的地域(DID)	農村地域(非DID)
全国計	644	399	245	814	523	291	26.4	31.1	18.7
三大都市圏	325	267	57	420	348	72	29.5	30.3	25.7
東京圏	177	155	22	233	204	29	31.9	31.9	31.8
名古屋圏	42	26	16	54	34	20	27.2	30.4	22.3
大阪圏	106	87	19	133	111	23	26.4	27.4	21.4
地方圏	320	132	188	394	175	219	23.3	32.8	16.6

注: 東京圏は, 東京, 埼玉, 千葉, 神奈川, 名古屋圏は, 愛知, 岐阜, 三重, 大阪圏は, 大阪, 京都, 兵庫, 奈良である。

資料: 農林水産政策研究所

図表 1-⑧ 「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報告書」
(平成 27 年 4 月経済産業省) <抜粋>

買物弱者問題の原因は、地域の特性ごとにその性質を異にする。今後は農村・山間部に加え、大都市やベッドタウン、地方都市でも問題が深刻化する可能性が高い。

まとめ(2/3)

- ✓ 買物弱者問題の原因は、その地域が持つ性質によって大きく異なる
 - 大都市では旧来の商店街の衰退による買物環境の悪化、コミュニティ希薄化が特に問題視されている
 - ベッドタウンでは、高齢化により買物を含む団地での生活が厳しくなるという問題がある
 - 団地では同世代、同属性の人々が集住しているため、高齢化が急激に進行する
 - 団地内食料品店が閉鎖され、坂を下って買物に行かなくてはならないという困難を抱えることになる
 - 地方都市では、商店の郊外出店により中心街の商店が撤退してしまい、買物が困難になっている
 - 農村・山間部では過疎化が進行しており、商圏人口を維持できる商店がないといった問題がある
- ✓ 今後の展望として、農村・山間部に加え、大都市を含む3地域で買物弱者問題が深刻化する可能性が高い
 - 農村地域では過疎化が進むため、買物弱者の母数自体は減少するが、問題は引き続き継続する見込み
 - 他3地域(大都市、ベッドタウン、地方都市)では高齢化率が上昇するため、車での移動ができなくなって買物弱者化する高齢者が増える可能性がある
 - また、全類型に共通して、核家族子育て世帯や単身高齢者世帯、非正規雇用者といった社会的弱者の間で問題が発生し深刻化する可能性がある

図表 1-⑨ 「平成 28 年版高齢社会白書」（内閣府）＜抜粋＞

第 1 章 高齢化の状況

第 1 節 高齢化の状況

1 高齢化の現状と将来像

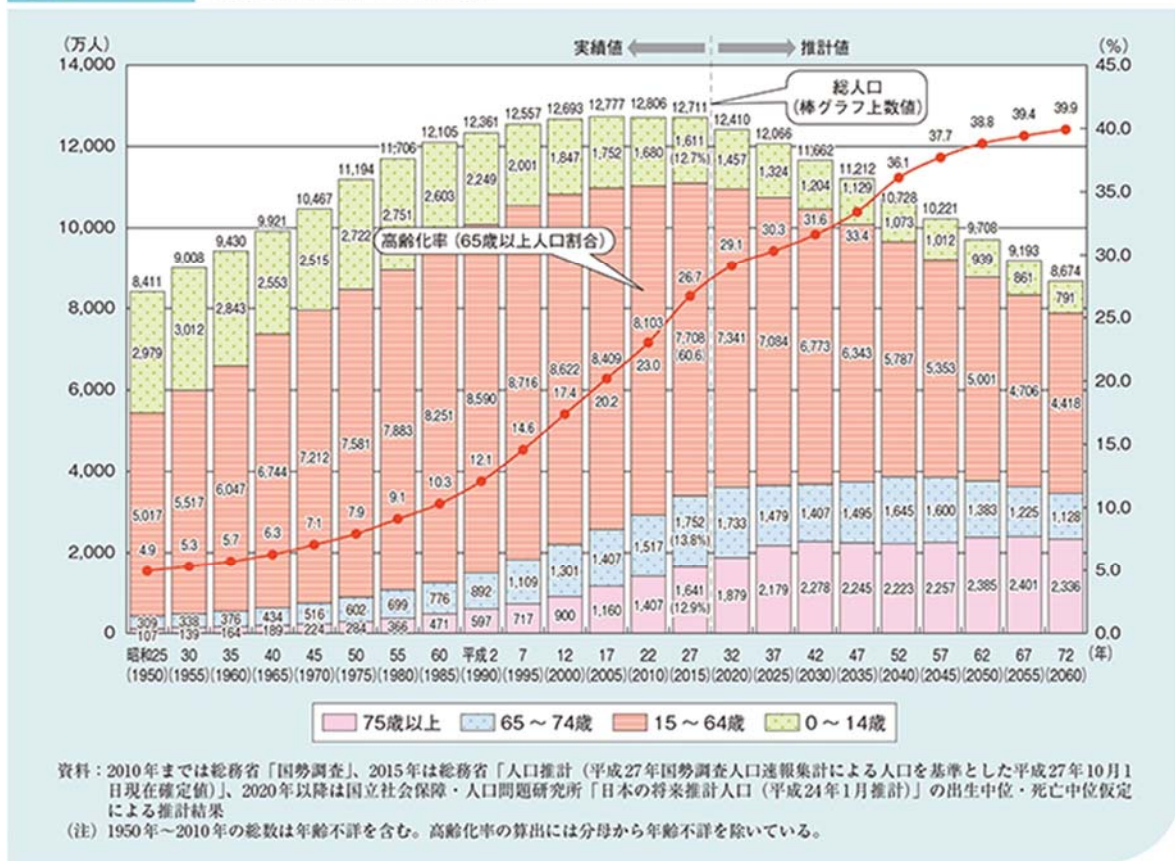
高齢者人口（当省注：65 歳以上の人口）は、「団塊の世代」が 65 歳以上となった平成 27（2015）年に 3,392 万人となり、「団塊の世代」が 75 歳以上となる 37（2025）年には 3,657 万人に達すると見込まれている。その後も高齢者人口は増加を続け、54（2042）年に 3,878 万人でピークを迎え、その後は減少に転じると推計されている。

（中略）

また、高齢者人口のうち、65～74 歳人口は「団塊の世代」が高齢期に入った後に平成 28（2016）年の 1,761 万人でピークを迎える。その後は、43（2031）年まで減少傾向となるが、その後は再び増加に転じ、53（2041）年の 1,676 万人に至った後、減少に転じると推計されている。

一方、75 歳以上人口は増加を続け、平成 29（2017）年には 65～74 歳人口を上回り、その後も増加傾向が続くものと見込まれている（図 1-1-4）。

図 1-1-4 高齢化の推移と将来推計

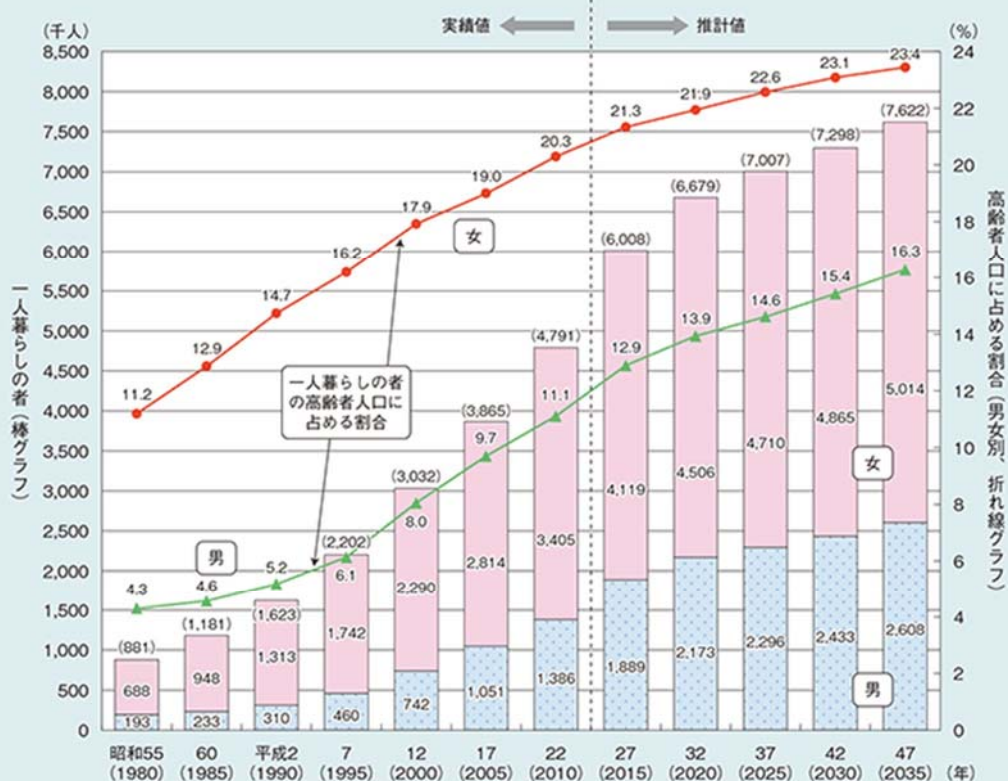


第 2 節 高齢者の姿と取り巻く環境の現状と動向

1 高齢者の家族と世帯

65 歳以上の一人暮らし高齢者の増加は男女ともに顕著であり、昭和 55（1980）年には男性約 19 万人、女性約 69 万人、高齢者人口に占める割合は男性 4.3%、女性 11.2%であったが、平成 22（2010）年には男性約 139 万人、女性約 341 万人、高齢者人口に占める割合は男性 11.1%、女性 20.3%となっている（図 1-2-1-3）。

図1-2-1-3 一人暮らし高齢者の動向



資料：平成22年までは総務省「国勢調査」、平成27年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（平成25（2013）年1月推計）」、「日本の将来推計人口（平成24（2012）年1月推計）」

(注1)「一人暮らし」とは、上記の調査・推計における「単独世帯」のことを指す。

(注2)棒グラフ上の()内は65歳以上の一人暮らし高齢者の男女計

(注3)四捨五入のため合計は必ずしも一致しない。

図表 1-⑩ 食料品店の減少の状況

ア 立地環境別産業分類別事業所数

(単位：事業所)

立地環境 調査年 産業分類	全国		商業集積地区		住宅地区		その他地区	
	平成 19	平成 26	平成 19	平成 26	平成 19	平成 26	平成 19	平成 26
各種商品小売業	4,742	3,672 (22.6%)	2,276	1,859 (18.3%)	1,145	766 (33.1%)	727	460 (36.7%)
うち、百貨店、総合スーパー	1,856	1,608 (13.4%)	1,379	1,147 (16.8%)	203	130 (36.0%)	94	99 (+5.3%)
うち、その他の各種商品小売業	2,886	2,064 (28.5%)	897	712 (20.6%)	942	636 (32.5%)	633	361 (43.0%)
飲食料品小売業	389,832	236,725 (39.3%)	127,396	78,496 (38.4%)	123,844	63,767 (48.5%)	90,115	56,345 (37.5%)
うち、各種食料品小売業	34,486	22,116 (35.9%)	7,636	5,300 (30.6%)	11,497	6,443 (44.0%)	12,027	7,130 (40.7%)
うち、野菜・果実小売業	23,950	15,220 (36.5%)	9,910	5,896 (40.5%)	6,822	3,557 (47.9%)	4,669	3,699 (20.8%)
うち、食肉小売業	13,682	9,467 (30.8%)	6,440	4,518 (29.8%)	3,875	2,176 (43.8%)	1,989	1,493 (24.9%)
うち、鮮魚小売業	19,713	11,118 (43.6%)	7,548	4,294 (43.1%)	5,383	2,444 (54.6%)	4,849	2,873 (40.8%)
(参考) 生鮮三品計	57,345	35,805 (37.6%)	23,898	14,708 (38.5%)	16,080	8,177 (49.1%)	11,507	8,065 (29.9%)

- (注) 1 経済産業省の「商業統計調査」(平成 19 年及び 26 年)に基づき、当省が作成した。
 2 平成 26 年の各欄下段の () は、平成 19 年の値からの減少率である。
 3 表中の「商業集積地区」とは、主に、都市計画法(昭和 43 年法律第 100 号)第 8 条に定める「用途地域」のうち、商業地域及び近隣商業地域であって、商店街を形成している地区をいう。
 4 表中の「住宅地区」とは、主に都市計画法第 8 条に定める「用途地域」のうち、第一種・第二種低層住居専用地域、第一種・第二種中高層住居専用地域、第一種・第二種住居地域及び準住居地域をいう。
 5 表中の「その他地区」とは、都市計画法第 7 条に定める市街化調整区域等である。

イ 区域別業態分類別事業所数

(単位：事業所)

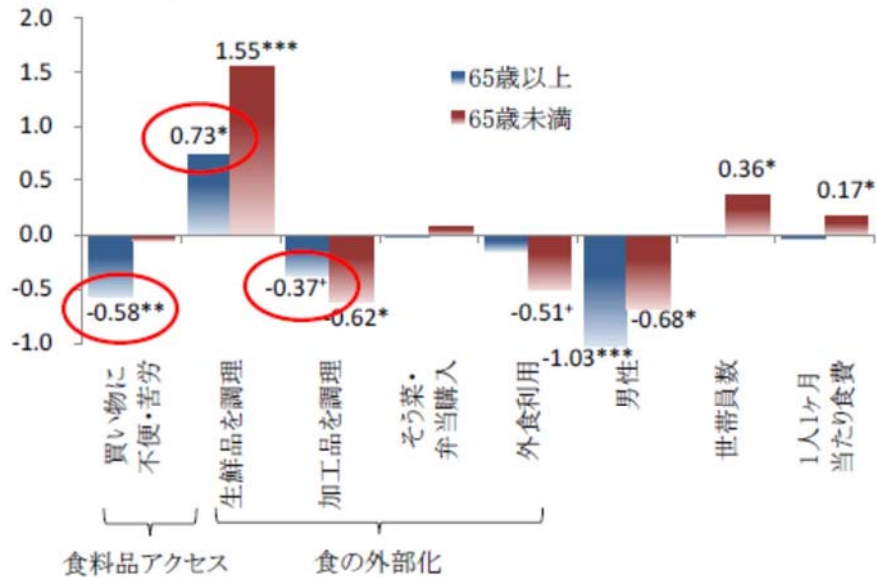
業態分類	全国		区部		市部		郡部	
	平成 19	平成 26	平成 19	平成 26	平成 19	平成 26	平成 19	平成 26
総合スーパー	1,585	1,413 (10.9%)	370	347 (6.2%)	1,099	963 (12.4%)	116	103 (11.2%)
食料品スーパー	17,865	14,768 (17.3%)	3,842	3,441 (10.4%)	11,886	9,881 (16.9%)	2,137	1,446 (32.3%)
コンビニエンスストア	43,684	35,096 (19.7%)	13,089	11,005 (15.9%)	26,218	20,978 (20.0%)	4,377	3,113 (28.9%)
その他のスーパー	55,615	45,154 (18.8%)	14,339	12,114 (15.5%)	34,590	27,801 (19.6%)	6,686	5,239 (21.6%)
食料品専門店	176,575	93,017 (47.3%)	46,817	26,420 (43.6%)	110,786	57,430 (48.2%)	18,972	9,167 (51.7%)
食料品中心店	98,998	58,933 (40.5%)	16,807	11,102 (33.9%)	64,101	38,118 (40.5%)	18,090	9,713 (46.3%)

- (注) 1 経済産業省の「商業統計調査」(平成 19 年及び 26 年)に基づき、当省が作成した。
 2 平成 26 年の各欄下段の () は、平成 19 年の数からの減少率である。
 3 表中の「総合スーパー」とは、衣、食、住にわたる各種商品を小売し、そのいずれも小売販売額の 10%以上 70%未満の範囲内にある事業所で、従業者が 50 人以上のスーパーマーケットである。
 4 表中の「食料品スーパー」とは、食料品を小売し、その販売額が小売販売額全体の 70%以上である事業所で、売場面積が 250 m²以上のスーパーマーケットである。
 5 表中の「食料品専門店」とは、食料品を小売し、その販売額が小売販売額全体の 90%以上である店舗であり、「食料品中心店」とは、同じく 50%以上である店舗である。

図表 1-⑪ 「食料品アクセス問題と高齢者の健康」(平成 26 年 10 月農林水産省農林水産政策研究所)
 <抜粋>

• 食品摂取の多様性得点(大都市郊外団地の例)

- 買い物に不便や苦勞がある住民は低い
- 生鮮品を調理することが多い住民は高い一方, 加工品調理への依存が高い住民は低い。



食品摂取の多様性得点に与える影響(得点の変化)

注) 1. ある大都市郊外団地のデータ(2013年)による。n: 65歳以上492, 65歳未満201

2. +:10%, *:5%, **:1%, ***:0.1%。

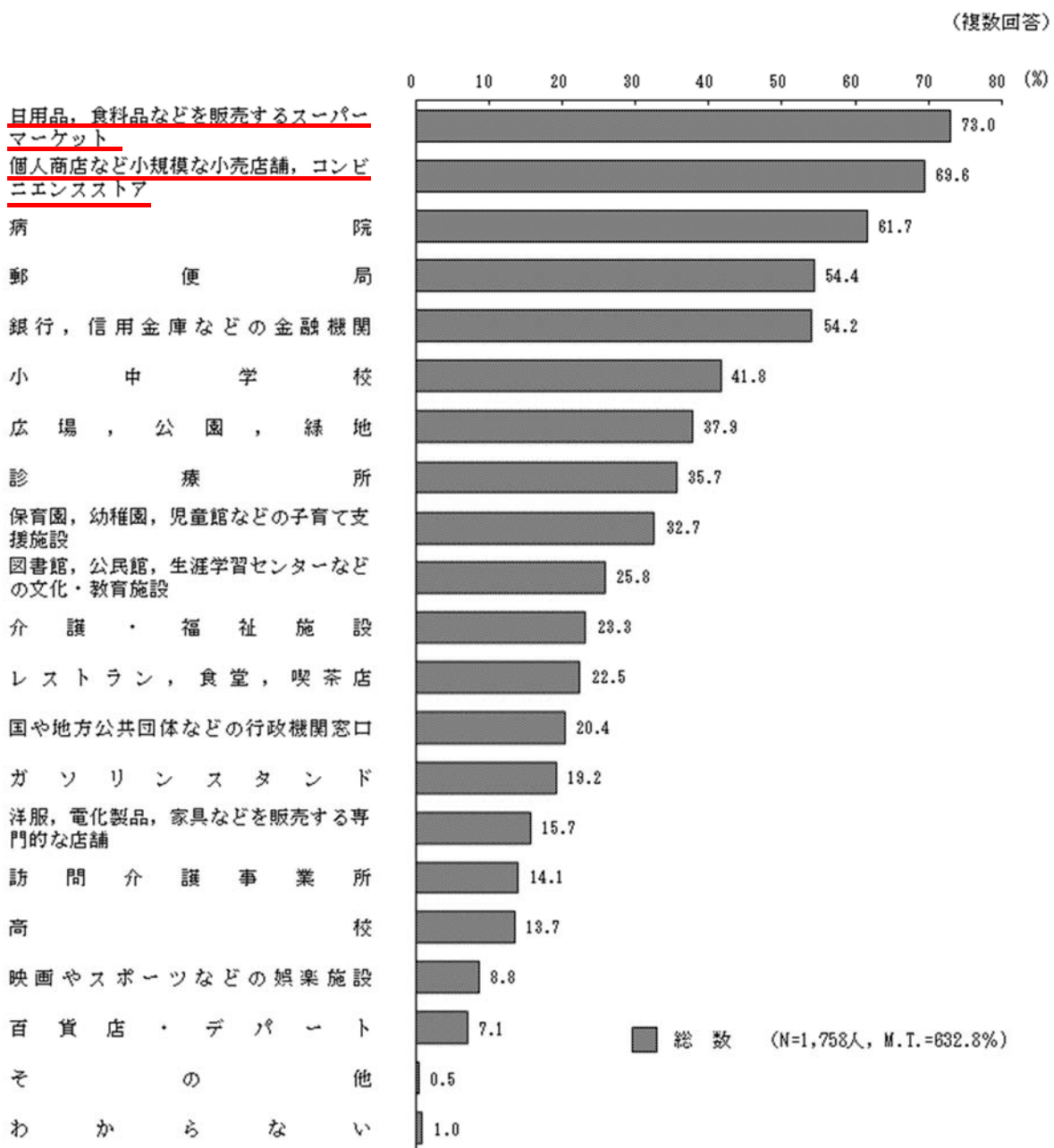
資料) 農林水産政策研究所

2. 居住地に求める条件について

(4) 徒歩・自転車で行ける範囲に必要な施設

日常生活を営む上で、自宅から徒歩や自転車で行ける範囲に最低限必要とする施設を聞いたところ、「日用品、食料品などを販売するスーパーマーケット」を挙げた者の割合が 73.0%、「個人商店など小規模な小売店舗、コンビニエンスストア」を挙げた者の割合が 69.6%と高く、以下、「病院」(61.7%)、「郵便局」(54.4%)、「銀行、信用金庫などの金融機関」(54.2%) などの順となっている。(複数回答、上位 5 項目)

図 8 徒歩・自転車で行ける範囲に必要な施設



(注) 下線は、当省が付した。

図表 1-⑬ 買物弱者対策に資する取組の類型

区分	農林水産省	経済産業省		本実態調査	
	「買い物困難者対策スタートブック」(平成 29 年 3 月公表)	「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報告書」(平成 27 年 4 月公表)			
取組の類型	商品を届ける	家まで商品を届ける	配食	配食	
			買物代行	買物代行	
			宅配	宅配、その他(店舗での購入品の配達)	
	店舗を届ける	近くにお店を作る	移動販売	移動販売	
	店を作る		買物場の開設	店舗開設	
	店への交通手段を提供する	家から出掛けやすくする	移動手段の提供	交通、その他(買物付添い、買物ツアー)	
	—	—	コミュニティを形成する	会食	—
物流を改善・効率化する			コンパクトシティ		
			物流効率化		

(注) 農林水産省及び経済産業省の資料に基づき、当省が作成した。

(本実態調査における 7 分類の具体例)

分類	具体例	
① 配食	定期的又は随時に注文を受け、食事・弁当等を顧客に配達	
② 買物代行	依頼を受け、商店街の各店舗やスーパーマーケット等で依頼主に代わって買物し、自宅まで配達	
③ 宅配	電話やインターネット等により注文を受け、自店舗の商品を顧客の自宅まで配達	
④ 移動販売	移動販売車により、地域を巡回して食料品等を販売	
⑤ 店舗開設	生活店舗などの常設店舗の開設 出張販売所やいわゆる青空市のような臨時店舗の開設	
⑥ 交通	コミュニティバスやデマンドタクシーの運行 店舗への買物バス等の運行	
⑦ その他	配達	自店舗又は商店街などで顧客が自ら購入した商品を預かり、顧客の自宅まで配達
	買物付添い	高齢者等と一緒に店舗等へ行き、買物に付添い
	買物ツアー	高齢者等を集め、大型ショッピングセンター等へのバス等による買物ツアーを開催

(注) 当省の調査結果による。

2 事業者における買物弱者対策に資する取組の実態

実 態	説明図表番号
<p>今回、調査対象とした都道府県の区域において、平成 23 年度から 27 年度までの間に買物弱者対策に資する取組を実施している事業者を任意に把握して調査協力を依頼し（注）、協力を得られた 183 事業者が実施した延べ 264 取組の内容、開始した経緯、現状や課題等について調査したところ、以下のとおり、取組の継続には、行政の積極的な支援や買物弱者の実態把握が重要であると考えられる状況がみられた。</p> <p>（注） 事業者による買物弱者対策については、その全体像が把握されていないため、調査対象事業者を選定する際に、無作為な抽出を行うことはできなかった。このため、調査対象事業者の選定は、有意抽出法により行うこととし、買物弱者が存在すると考えられる地域を中心に調査対象市町村を選定し、当該市町村ごとに当該市町村の区域内で取組を実施している一定数の事業者を選定した。具体的な事業者の選定に利用した資料は、国又は地方公共団体が実施している買物弱者対策に資する補助事業の採択事業者リストや、インターネット情報等である。</p>	
<p>（調査した事業者の内訳）</p> <p>調査した 183 事業者の内訳は、企業等 75 事業者、商店街振興組合や商工会等の商店主による組織 25 事業者、社会福祉法人 23 事業者、自治会や有志による任意団体等の地域住民による組織 24 事業者、特定非営利活動法人（NPO）20 事業者、生協又は農協等 12 事業者及びその他（一般社団法人等）4 事業者である。</p>	図表 2-①
<p>社会福祉法人やNPO等が実施している取組の中には、地域の関係者と連携して、買物弱者対策だけにとどまらず、高齢者の生活支援全般に取り組んでいるもの、高齢者の見守り等を併せて行っているもの、障害者の就労支援にも役立っているもの等もみられた。</p>	図表 2-②
<p>（調査した取組の内訳）</p> <p>調査した 264 取組の内訳は、店舗開設 46 取組、宅配 28 取組、移動販売 47 取組、買物代行 38 取組、配食 19 取組、交通 52 取組及びその他 34 取組であり、1 事業者が複数の取組を実施している場合もある。このうち、調査時点で継続しているものは 233 取組、平成 27 年度末までに終了していたものは 31 取組である。</p>	図表 2-③
<p>（調査した取組の収支状況）</p> <p>調査時点で継続している 233 取組のうち、平成 27 年度又は調査時点の当該取組に係る収支が「赤字」であるものは 106 取組（収支状況についての回答を得られなかった、又は当該取組に限った収支状況が不明であるとの回答であった 40 取組を除いた 193 取組の 54.9%）であり、「黒字又は均衡」であるものは 87 取組（同 45.1%）である。</p> <p>しかし、収支が「黒字又は均衡」である 87 取組の中には、地方公共団体との契約や補助金等により赤字を補填されているため収支が「黒字又は均衡」となっているものが 30 取組あり、これらを実質的な「赤字」と整理すると、収支が「黒字又は均衡」である取組は 57 取組（同 29.5%）となる。</p>	図表 2-④

<p>ア 収支が「黒字又は均衡」である取組</p> <p>収支が「黒字又は均衡」である取組について、その理由を調査したところ、在庫や商品ロスを減少させる取組の実施、地域住民以外の利用者の確保、ボランティアの活用等、様々な理由が聴かれた。これらの取組には、国や地方公共団体の補助事業等を活用して取組を開始し、補助期間が終了した後も様々な工夫等により取組を継続しているもの、補助事業は活用せず取組を継続しているもの、行政からの補助等を継続的に受けて運営費用等に充て、取組を継続しているもの等があるが、それぞれ、地域の状況に応じて様々な工夫を講じ、取組の継続・黒字化に努力している状況がみられた。</p>	<p>図表 2-⑤</p> <p>図表 2-⑥</p>
<p>イ 収支が「赤字」である取組及び終了した取組</p> <p>収支が「赤字」である取組について、今後の見通し、赤字であっても当該取組を継続している理由等を調査したところ、地域住民の買物環境の確保のため、収支が赤字となることは想定しつつ他の事業の収益等により赤字を補填することで取組を継続しているものや、取組主体による運営費用の借入れや個人負担により取組を継続しているものがみられた。これらの取組の中には、補助事業等を活用して取組を開始したが、補助期間の終了等により運営費の確保等に苦慮しているもの、補助事業は活用せず取組を継続しているが、赤字が続く取組の継続が懸念されるもの等があり、それぞれ、様々な工夫を講じているものの、人口減少・高齢化の進展等により利用者数や売上げが伸び悩む中、行政による支援がないと取組の継続が懸念される状況がみられた。</p>	<p>図表 2-⑦</p> <p>図表 2-⑧</p>
<p>また、終了した取組の中には、補助期間が終了し、自前で運営費や設備更新費が確保できなかったもの、事前のニーズ把握や過去の取組の分析が十分でなかったため利用が低調となったもの等がみられた。</p>	<p>図表 2-⑨</p>
<p>調査した事業者からは、人口の少ない地域で高齢者等を対象に取組を実施している事業者を中心に、取組を継続するための人件費や運営費（車両の燃料費等）、車両更新費用などの補助を求める意見や、新規に取組を始めようとする事業者だけでなく既に取組を実施している事業者への補助を求める意見等が聴かれた。また、経営支援・技術的助言の提供、行政や自治会・商工会・他の事業者の関係者間の仲立ち（コーディネート）、実施している取組の地域住民に対する周知活動への協力、移動販売場所等の確保への協力、顧客となる買物弱者の所在等について行政が持つ情報の提供、買物弱者対策に資する取組の推奨事例や失敗事例等の提供等を求める意見等も聴かれた。</p>	<p>図表 2-⑩</p>
<p>このように、調査した事業者においては、地域住民の買物環境の確保のため、様々な工夫を講じて買物弱者対策に資する取組を実施している一方で、中山間地域や過疎地域を中心に、人口減少・高齢化の進展等により利</p>	

用者数や売上げが伸び悩む中、行政による支援がないと取組の継続が懸念される状況もみられた。このため、今後、買物弱者対策に資する取組の継続を図り、買物弱者対策を推進していくためには、事業者の工夫・努力に期待するだけでなく、行政による積極的な支援が重要であると考えられる。

また、調査した取組が継続している要因や継続していくための課題は、取組内容、地域の状況、地域住民のニーズ等により、様々であることから、買物弱者対策に取り組む事業者に対する具体的な支援は、基本的には地方公共団体が担っていくべきものと考えられる。地方公共団体が事業者に対して効果的な支援を行い、買物弱者対策を推進していくためには、地方公共団体が、買物弱者対策に取り組む事業者の実態や事業者が求める支援内容、行政への意見・要望等を的確に把握することが重要であると考えられる。

図表 2-① 調査対象とした事業者の内訳

(単位：事業者、取組)

分類	事業者数	実施している取組数
株式会社等の企業（複数企業による組織体も含む。）	75	108
商店街振興組合、商工会等の商店主による組織	25	36
自治会や有志による任意団体等の地域住民による組織	24	35
社会福祉法人	23	36
特定非営利活動法人	20	27
生活協同組合、農業協同組合及びこれらの子会社	12	18
その他（一般社団法人、公益財団法人等）	4	4
計	183	264

- (注) 1 当省の調査結果による。
- 2 1事業者が複数の買物弱者対策に資する取組を実施している場合がある。
- 3 図表 2-②以降においては、上記分類の呼称について、それぞれ次のとおりとする。
- ・ 株式会社等の企業（複数企業による組織体も含む。）：企業
 - ・ 商店街振興組合、商工会等の商店主による組織：商工会
 - ・ 自治会や有志による任意団体等の地域住民による組織：地域団体
 - ・ 社会福祉法人：社会福祉法人
 - ・ 特定非営利活動法人：NPO
 - ・ 生活協同組合、農業協同組合及びこれらの子会社等：生協又は農協等
 - ・ その他（一般社団法人、公益財団法人等）：一般社団法人又は公益財団法人等

図表 2-② 買物弱者対策だけにとどまらない取組の例

分類	内容等
<p>地域団体が、買物代行を含む高齢者等の生活支援に取り組んでいる例</p>	<p>A市のa地区、b地区及びcニュータウンは、いずれも丘陵地帯に宅地開発された坂が多い地区であるが、高齢化の進行により、一人暮らしの高齢者等を中心に生活支援が必要な者が増えてきていた。</p> <p>このため、各地区の町内会、民生委員、地域住民有志などが、生活支援の在り方について検討を進め、地域の課題を解決するため、団体（3団体）を組織し、地域住民から依頼された買物代行を含む生活支援を有償で提供する取組を実施することとした。</p> <p>なお、活動開始の翌年度以降1年から3年の間は、A市の補助金の交付を受け、生活支援活動に必要な備品やコーディネーターの携帯電話使用料等に充当していたが、現在は補助金等の交付を受けていない。</p> <p>地域の住民が団体を組織し、地域の課題を解決するために自ら活動内容を決めて生活支援の活動を行っていることも、現在まで活動が継続している理由と考えられる。</p>
<p>社会福祉協議会が、企業と連携して、買物代行の取組を行うとともに、高齢者の見守りを行っている例</p>	<p>平成22年当時、a社会福祉協議会では、高齢者世帯に係る課題として、①雪かきの支援、②通院の際の移動手段の確保、③買物の支援、④緊急通報・連絡体制の構築、⑤身の回りの日常生活の支援の5点を認識していた。これらのうち、①及び⑤についてはボランティアを活用する取組を進めることとし、また、②については、町営の患者送迎バス事業があることや、地元タクシー事業者の理解を得るための事務的な負担が大きいことから、社会福祉協議会が取り組むことを見送った。その上で、③及び④について、社会福祉協議会として取組を講ずる必要があると判断し、補助事業等を活用できないかA町に相談したところ、10割補助であり、また事業内容としても合致する厚生労働省の安心生活創造事業を活用して、町内全域の一人暮らし高齢者、高齢者のみで生活している世帯等の買物を代行するとともに、専用システム（人感センサーが設置されている）を通じ、安否確認を行う取組を実施することとなった。</p> <p>社会福祉法人、地元スーパーマーケット及び宅配事業者が連携して買物を代行しており、①社会福祉法人（a社会福祉協議会）が、会員登録した者から電話等や専用システム（高齢者世帯に配布された通報スイッチ）により食料品等の買物の注文を受け付け、②法人職員が地域のスーパーマーケットで商品を購入して宅配事業者に引き渡し、③宅配事業者が注文者に配達して代金を徴収するとともに、安否確認をするという仕組みとなっている。</p>
<p>障害者福祉施設の利用者（障害者）が、移動販売の取組を担っている例</p>	<p>a法人（社会福祉法人）が運営する障害者就労支援事業所では、施設内でパンやお菓子、惣菜を作り、施設の前で販売していたが、特定の顧客しか来ないため、利用者が増えず販路を拡大する必要があるとともに、作りたてのパンなどを施設から離れた所に住む市民にも届けることができる方策を検討していた。</p> <p>一方、A市が実施した市民の困りごとに関する調査では、「買物が不便と感じている」とする回答が、交通が不便とする回答の次に多くあり、実際に、市内で買物ができる施設が少なくなっており、近所に買物に行ける場所が無いため困っている高齢者が多数いた。また、a法人が運営する事業所では、当時障害者の工賃を向上させるための取組が課題の一つとなっていた。</p> <p>このため、障害者就労支援に取り組むB都道府県の専門家やA市の障害福祉担当等に相談し、これらの課題（地域に住む高齢者等の買物支援、障害者の工賃向上と</p>

障害者への理解促進) をマッチングする事業として、障害者自らが行う移動販売事業に取り組むこととした。

具体的には、A市内の山間部等買物困難地域と思われる地域において、a 法人が運営している障害者福祉施設の利用者(障害者)及び職員が、施設内で作ったパン、惣菜等や市販の食料品・日用品等を移動販売車により販売している。

市内の販売ルートと販売箇所は、各地域からの要望を受け年々増加している。平成 26 年度の途中からは、市の社会福祉協議会が運営する通所介護施設に出向き、通所高齢者のレクリエーションとして買物の機会を提供している。

あわせて、移動販売の地域で、農家の顧客が収穫した農産物や山菜を買い取り、a 法人が運営する喫茶店においてその食材を使ったメニューを提供したり、他地域の移動販売の商品とするなど、実際の取引数量はそれほど多くないものの、移動販売と喫茶店と地域の間を人やモノが循環する「地産地消」の取組として、市内特産物のPRにも寄与している。

当該取組は、都道府県及びA市の障害者対策と高齢者福祉施策を併せ持った取組でもあることから、開始当初数年間はA市との協働の取組として実施し、定着すればその後は法人が補助を受けながら運営することとしていた。このため、平成 23 年度に、A市が、B都道府県の補助事業を活用して受給した補助金をa法人に助成しているほか、24年度から26年度までの間はA市との協働提案事業を、27年度は同市の別の移動販売事業向け補助金を活用している。また、障害者福祉等の関係団体から移動販売車両の一部助成金等を受けている。

a法人は、「障害者が売手となり、その就労訓練、就労支援が主たる目的であるほか、社会福祉法人の役割として、障害者との触れ合いを通じて障害を市民に理解してもらうことや地域のコミュニケーション作りなどに貢献している。一方で、運営面では効率的なものとなっていない側面があり、障害者が販売の担い手となるため、どうしても動作の速さ、販売スキル等に劣る面があること、施設から遠方にある対象人口の少ない過疎地域を販売エリアにしていることから、採算性を求めた効率的な運営は難しい側面がある。このため、市からの補助金を受けてもなお、移動販売事業として利益を出すことが難しく、国等からの訓練給付金等の財源も含めた法人全体として事業運営が行えている状況である。」としている。

(注) 当省の調査結果による。

図表 2-③ 調査対象とした取組の内訳

(単位：取組)

分類	計	調査時点で継続している取組	
		調査時点で継続している取組	平成 27 年度までに終了した取組
配食	19	17	2
買物代行	38	30	8
宅配	28	24	4
移動販売	47	44	3
店舗開設	46	40	6
うち常設店舗	27	24	3
うち臨時店舗	19	16	3
交通	52	46	6
うちコミュニティバス等	22	20	2
うち買物バス等	30	26	4
その他	34	32	2
配達	18	16	2
買物付添い	12	12	0
買物ツアー	4	4	0
計	264	233	31

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 1 事業者が複数の買物弱者対策に資する取組を実施している場合がある。

図表 2-④ 調査時点で継続中の取組における収支状況

(単位：取組)

計	収支状況について回答があった取組				回答なし・不明	合計	
	「赤字」と回答 (①)	「黒字又は均衡」と回答 (②)	うち、委託料・補助金があるため「黒字又は均衡」となっている取組 (③)	実質赤字 (①+③)			実質黒字 (②-③)
193 (100%)	106 (54.9%)	87 (45.1%)	30	136 (70.5%)	57 (29.5%)	40	233

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 () 内は、収支状況について回答があった 193 取組に占める割合を示す。

図表 2-⑤ 収支が「黒字又は均衡」である理由（主な回答）

分類	理由
補助金等による行政からの支援	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地方公共団体から委託を受けて実施している取組であり、受託費の範囲内で営業している、又は赤字分は地方公共団体から補助金等により補填される。 ・ 地方公共団体から補助金の交付を受けている。
ボランティアの活用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 運営を担う者（バスや移動販売車の運転手、販売員、買物代行を行う者など）にボランティアを活用しており、人件費支出を抑制している。
在庫や商品ロス減少のための努力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 移動販売で売れ残った商品を店舗（事業者が経営する店舗、提携先スーパーマーケット等）で引き取って販売するため、商品ロスが少ない。 ・ 移動販売の売れ残り品を飲食店に販売する等、商品ロス減少のための工夫をしている。 ・ 他企業と提携を結び、少量での商品仕入れ等を可能とするなどの支援を受けているため、生活店舗で無駄な在庫を抱えることがない。
寄付金等収入	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地元自治会や社会福祉協議会等からの寄付金がある。 ・ バスの利用者やバス路線沿線の企業からの寄付金がある。
顧客確保の努力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 住宅地図を基に戸別訪問して移動販売の利用者を開拓するなど、地道にニーズを把握する活動を実施し、顧客を確保している。 ・ 要望があれば、宅配時に併せて生活支援サービス（電球の交換、重い商品の2階への運搬等）も行うことで、顧客の囲い込みを行っている。 ・ スーパーマーケットが閉店した地区の自治会に働きかけを行ったり、行政からニーズ情報の提供を受けたりする等の活動により、積極的に移動販売地域の拡大を行っている。 ・ 地域住民が買物に困った際、すぐに相談できるよう、サービス専用電話を開設するとともに、これをPRするため、自治会の協力を得て自治会加入者にPRチラシを配布したり、地域住民が多数集まるお祭り等の場で説明するなど、地域住民に移動販売の取組を知ってもらうための広報活動を積極的に実施している。
自治会等の協力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地元自治会等から、移動販売の取組を継続するための買い支えの協力（購入の呼び掛け等）が得られている。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 移動販売車1台につき運転手と販売員の2人体制が一般的であるが、運転手が販売員を兼ねることで人件費を削減している。 ・ 商品販売の要望があった老人福祉施設の規模（施設の入所者数や来所者数、建物の広さ等）に応じて出張販売所の開設と事前に注文を受けた上での宅配の二つの取組を使い分けることで、採算を確保している。 ・ 閉店予定の又は閉店したスーパーマーケット等の建物に居抜きで出店することで、初期費用を大幅に抑制している。 ・ 生活店舗において、食料品や日用品等の販売だけでなく、地元果物の販売、郵便切手類の販売やゆうパックの取扱いなど、多様な業務を行うことで収益を上げている。 ・ スーパーマーケットへの無料送迎バス利用者は客単価が高く、利用者自体も増加しているため、費用をカバーできている。

(注) 当省の調査結果による。

図表 2-⑥ 収支が「黒字又は均衡」の取組の例

取組	内容等
<p>行政からの補助等を継続的に受けて運営費用等に充て、取組を継続している例 (配食)</p>	<p>【取組の概要】 a 法人（社会福祉法人）では、A市からの委託を受け、市がサービス利用を決定した者（市内の食の確保が困難な者で、65歳以上の単身世帯又は高齢者のみの世帯等）に、毎日、昼食と夕食を配達するとともに、安否確認を行っている。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 配食・見守りサービスを行えば、①配達の際、日常的に在宅の高齢者に接するため、知名度向上につながること、②施設に入所せざるを得ない状態となる前の高齢者の在宅での状況（栄養状態、親族との関わり、生活上困っていること等）を把握でき、何かあればA市や地域包括支援センターに高齢者の情報を伝えることにより、a 法人が実施している介護サービス、介護予防サービスの利用につなげられる可能性があることから、市の事業を受託した。</p> <p>【補助事業等の活用等】 A市からの委託事業であり、委託費を受領している。</p> <p>【取組の現状、継続していく上での工夫・課題等】 A市からの委託事業であることから赤字にはならず、委託期間中は継続していく予定である。</p>
<p>同上 (店舗開設)</p>	<p>【取組の概要】 平成 25 年から、近隣に買物ができる場所が少ないA市南部の旧保育園敷地内において、a 団体（地域団体）が、週 1 回、生鮮品や日用品等を購入できる青空市を開催している。また、平成 28 年 6 月からは、足湯や囲炉裏等が設置されている地域共生型福祉施設での開催やイベントの開催等により、地域住民の買物の場としてだけでなく、地域住民の交流の場、まちなにぎわいを創出する場としても活用している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 平成 17 年 3 月に a 団体を立ち上げ、地域のまちづくりのための取組を実施してきたが、高齢者から、店舗までの距離が遠い、店舗までの坂道がづらい、介護等により買物が困難である、配食等の既存の行政サービスでは商品を選ぶ楽しみがない等の意見が聴かれた。また、小さい子どもを持つ世帯からも、ベビーカーを押しながら坂道を買物に行くことがづらい、交通安全上の理由から買物が困難である等の意見が聴かれた。さらに、高齢者から、買物は息子や娘に行ってもらうためほとんど外出しないとの意見や、小さい子どもを持つ世帯から、インターネットでしか買物しないためほとんど外出しないとの意見が聴かれた。</p> <p>また、A市が、平成 22 年度から、一人暮らしの高齢者世帯を対象としたニーズ調査を毎年度実施しているが、その結果、A市南部において買物支援を必要とする一人暮らしの高齢者世帯が存在することや、生鮮食料品を販売する小売店がない地域があることを把握したため、a 団体から、買物弱者対策の実施を市に呼び掛けた。</p> <p>【補助事業等の活用等】 平成 26 年度から、青空市を含む a 団体の取組に対してA市からの補助金を受けている。</p>

	<p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】</p> <p>A市社会福祉協議会から無償で開催場所が貸与されていること、商品の仕入れ・販売に係るコストは参加事業者等の自己負担であること、青空市の運営はa団体の無償ボランティアが行っていることにより、ほとんど経費を要しない。また、僅かに要する消耗品等の経費についても、A市から補助金が交付されているため、赤字が生じない。</p>
<p>同上 (店舗開設)</p>	<p>【取組の概要】</p> <p>a社(企業)では、老人福祉施設等の施設において、施設の入所・来所人数など施設の規模に応じて、①施設規模がおおむね50人以上の場合は「訪問販売」、②施設規模がおおむね50人未満の場合は「御用聞き販売」を実施している。</p> <p>訪問販売では、施設利用者に買物を楽しんでもらうため、食堂やホールなどに簡易な売場を設置し、商品を販売している。販売する商品は、施設職員との打合せや施設利用者からの聞き取りで選定しており、冷凍食品、酒及びたばこを除き、常設店舗で扱っているものであれば対応している。</p> <p>御用聞き販売は、施設の入所・来所者から商品配達の1週間程前に注文を受け、常設店舗の販売促進部門担当者が商品を配達している。注文を受ける前に、事務机1台分のスペースに販売する商品サンプルを展示し、できるだけ実物の商品を見て注文できるよう工夫している。</p> <p>どちらも、施設と相談の上で開催回数を決めているため、施設ごとに異なるが、おおむね月1回程度開催している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】</p> <p>a社は、A市のスーパーマーケットであるが、平成18年頃にA市の老人福祉施設から訪問販売の実施に関する要望が寄せられたことから、取組を開始した。</p> <p>【補助事業等の活用等】</p> <p>a社では、平成26年度に、A市からの働きかけを受けて、同市の「買い物利便性向上対策モデル事業」を活用し、同市から提案を受けた3町内会で訪問販売を実施し、補助金を受給している。実施に当たっては、A市が、小売店が自宅近くになく、日常の買物に不便を感じていると思われる地区の町内会長を対象にアンケートを実施し、その結果、世帯数が多く、訪問販売の効果が見込まれる3町内会を選定した。</p> <p>また、平成27年度も、同モデル事業を活用し、A市から提案を受けた2施設で計3回の訪問販売を実施している。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】</p> <p>a社では、老人福祉施設から要望があった場合に訪問販売等を実施している。施設職員との打合せにおいて、①施設の入所・来所人数や建物の広さなど施設の規模、②希望する商品など利用者のニーズの把握を行っており、その結果から、施設の規模により収支の損益分岐点が異なることを把握し、施設の規模に応じて、訪問販売と御用聞き販売を使い分けている。これに加え、販売担当者や施設の職員のノウハウが蓄積されてきたこと、利用者のニーズに合った商品を提供できるようになってきたことなどから、最近では取組の収支が黒字となることが多く、平成27年度の収支は黒字である(人件費を加えると、収支は均衡)。</p>

<p>同上 (交通)</p>	<p>【取組の概要】 a 団体（NPO）では、A市のb地域において、鉄道の駅や病院、スーパーマーケット等を巡回するバスを運行している。バスの運賃設定や時刻・路線の管理等に関する運営についてはa 団体が行っているが、バスの車体や運転手の管理等は、a 団体がバス事業者に委託している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 平成14年に、b地域の路線バスが赤字のため廃止されることとなった。地域の自治会が住民を対象にアンケートを実施したところ、買物・通院のための交通手段がなくなるのは困るという意見が多数あった。このため、A市に対してバス路線の存続又はこれに代わる措置を要望したが、A市からは、市の全額負担によるバス路線の整備は予算の制約上難しい旨の回答があると同時に、地域に所在する企業から協賛金を得て運行する住民主体型のバスの運行方法について提案があった。このため、自治会が運営協議会を立ち上げ、バス路線沿線の協賛企業からの協賛金で運行経費を賄う形で無料の試験運行を開始し、平成15年度から、a 団体を設立し、本格運行を開始した。</p> <p>【補助事業等の活用等】 平成16年度から継続して、A市からの補助金を受給している。</p> <p>【取組の現状、継続していく上での工夫・課題等】 収支は毎年度赤字であったが、平成26年度に、ガソリン代の高騰を踏まえA市からの補助金の上限額が引き上げられたことから、黒字となった。しかし、平成27年度は、全てのバスの停留所を更新し、それに係る費用を計上したことから少額ながら赤字となった。</p> <p>利用者数については、年度により増減はみられるものの、減少傾向にある。減少の理由については、主な利用者が高齢者であると思われることから、その死亡等による減少の影響があると考えている。また、バス路線の沿線以外にも近隣でコンビニエンスストアやスーパーマーケット等が建てられたことから、徒歩で買物等に行く人が増えているのではないかと考えている。</p> <p>今後は、企業からの協賛金を集めていく取組を広げていくほか、継続してバスを利用してもらっている者以外の新規利用者を確保するための取組を実施していくことが課題と考えている。</p> <p>運行の開始準備の際には、バスの運行に関する知識がなく、また、当時は住民主体型のバスの運行についての取組は全国的にも例が少なかったことから、主に大学教授に助言等をしてもらいながら運行計画等を検討していった。他の地域の状況やバス路線の経路設定等、有識者の助言は大変参考となったので、今後住民主体型のバス運行等を検討する際には、行政が有識者と住民団体とのマッチングを行うことで、検討がスムーズに進むのではないかとと思われる。</p> <p>また、NPOによる自主運行バスは、仕事を定年で退職したような時間等に余裕がある人で、地域で中心となって活動を継続できる人がいなければ実施は難しいと思うので、いろいろな地域で住民主体の自主運行バスを広めていくためにも、行政はそういった人を育てる取組を強化してほしい。</p>
--------------------	--

<p>行政からの補助等を受けて取組を開始し、現在は補助を受けずに様々な工夫等により取組を継続している例（移動販売）</p>	<p>【取組の概要】 a 社（企業）が、A市の高台の住宅地である b 地区等において、移動販売車による移動販売を実施している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 a 社は、もともと b 地区でスーパーマーケットを運営している企業である。b 地区は、その大半が高台の住宅地である上、車を持たない高齢者の割合が年々増加する等により、店舗まで買物に行くことが困難と思われる住民が増加したため、店舗周辺の自治会から同社に対して、宅配等の強い要望があった。 これを受け、a 社では、これらの買物弱者に満足してもらえるビジネスモデルを検討してきたところ、経済産業省の移動販売車両に対する補助金の受給申請ができることになり、移動販売事業を開始するための準備を整え、平成 27 年 11 月から取組を開始した。</p> <p>【補助事業等の活用等】 経済産業省の「中心市街地再生事業費補助金（買物環境整備促進事業）」を活用して移動販売車を購入したが、その後の運営費用に対する補助金は受給していない。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】 a 社は、フランチャイズ形式で全国的に移動販売事業を実施している c に加盟しており、c から示されたノウハウにより、対象地区の住宅地図を基に各戸を戸別訪問し、移動販売の内容を説明した上で、買物を希望する世帯を個別に把握している。その際に、「日常の買物における不満や要望」や「移動販売での買物の希望の有無」などを確認し、身内の支援の有無などを聞き取り、その結果を基に、ニーズのある地域に移動販売のルートを設定する等の工夫を行っている結果、収支は黒字となっている。 また、a 社、A 市、A 市社会福祉協議会及び A 市民生委員児童委員協議会連合会との間で、地域住民の異変を察知した際には、速やかに関係機関に連絡すること等を内容とする協定を締結し、ニーズ調査により把握した移動販売希望者のリストを基に、高齢者等の見守りも行っている。</p>
<p>同上 （店舗開設）</p>	<p>【取組の概要等】 a 団体（地域団体）が、梨やぶどうの生産者で造る観光農園に隣接した場所に店舗を開設し、食料品や日用品を販売している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 A 市 b 地区は、平成 22 年国勢調査によると、人口は 400 人強、高齢化率は 60% を超えている中山間地域である。a 団体による店舗の開設以前には、同地区には、酒類のみを扱う酒屋 1 軒しか店舗がなく、近隣のスーパーマーケットまで片道 10km 以上離れており、また、農産物等の直売所を開設していた農協支所が将来的には撤退する話があるなど（実際、平成 20 年 2 月に撤退）、買物に不便な地域であった。 そのため、b 地区内に食料品や日用品を購入できる施設の整備を求める声が地域住民から上がったことから、生活店舗の開設について検討が進められた。 その後、平成 19 年 4 月に同地区の地域住民で構成する a 団体を設立し、B 都道府県及び A 市の補助事業による補助を受けて、同年 8 月に店舗を開設した。</p>

	<p>【補助事業等の活用等】 開設時にB都道府県及びA市の補助事業を活用し、補助金を受給したが、その後の運営費用に対する補助金は受給していない。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】 b 地区には、特産品である梨やぶどうの観光農園があるため、食料品等を買求める近隣住民だけでなく、遠方から来る観光客が同店を利用することとなり、売上げが確保できている。また、梨・ぶどうのカタログ販売、郵便切手類等の販売、ゆうパックの取扱いや酒・たばこの販売など、食料品や日用品等の販売以外にも多様な業務を行うことで収益を確保している。さらに、繁忙期以外はパートタイム従業員1人で店舗を管理・運営することで人件費を抑制し、収支の向上を図っている。これらのことから、収支はおおむね均衡し、補助金等に頼らず運営を続けられている。</p> <p>特産品である梨やぶどうは7月中旬から10月頃までしか取り扱っていないため、更なる利用客数の増加を図るには、新たな特産品を作ることが課題である。</p>
<p>同上 (店舗開設)</p>	<p>【取組の概要】 a 団体(地域団体)では、A市の中山間地域において、補助事業を活用して生活店舗を開設し、地域の女性が交代で店員を務め、毎日午前9時から午後3時まで食料品や日用品等を販売している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 A市b地域は、平成27年11月時点の人口が350人程度の集落であり、地域内に高齢者が経営する酒屋が1軒あるが、食料品・日用品が購入できる店舗までは片道6kmほどの距離がある。路線バスが通っているが、朝晩の通学に合わせたバス時刻となっており、買物のためにはほとんど使われていない。地域住民は、通常、自家用車で買物に出向くが、現在の高齢化率が40%前後であり、5年後には自家用車を持たない世帯が大幅に増加することが予想されたことから、地域住民が継続的に地域内で生活するためには、地域内に食料品・日用品が購入できる店舗が求められていた。</p> <p>a 団体では、従来から、地域を訪れる観光客を対象とした直売所を設置してきたほか、加工所を設置し山菜等の加工食品の開発を行うなど収入源づくりにも取り組んできたが、地域内に食料品・日用品が購入できる店舗がないという課題に対し、この直売所を改修し、地域を訪れる観光客に加え、地域住民のためのミニショップを設置することとした。</p> <p>その後、地域の町内会で話し合いを重ねた上で、既存の直売所に店舗施設を増設し、平成28年3月に店舗を開設した。</p> <p>【補助事業等の活用等】 B都道府県が内閣府の「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)」を活用して創設した補助事業を活用し、補助金を受給して既存直売所の施設の改修(店舗スペースの増設)、備品購入、各種許可取得などの運営準備を行ったが、その後の運営費用に対する補助金は受給していない。</p>

	<p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】</p> <p>地域の農協の関連会社と協定を締結し、取扱商品の仕入れや運営のための支援を受けており、少量の仕入れが可能となっているため、無駄な在庫を抱えることが少ないことから、収支は黒字となっている。</p> <p>当初、日用品等のほか、牛乳、アイスクリーム等を販売する予定であったため、乳類販売業の許可を取得するための営業施設基準について事前に保健所に照会したところ、保健所から、B都道府県の食品衛生法施行条例に基づき、手洗設備を設置するよう指導された。このため、店舗に手洗設備を設置し、排水については土地改良区が管理する排水路に流すことにし、当該土地改良区の下承も得た。しかし、店舗の建築確認申請時に、A市の建築確認担当部局から、公共的な建物で手洗設備を設置する場合には、排水は公共下水道に接続するよう指導された。土地改良区の排水路であれば、店舗からの距離が短く、経費も少なく済むが、公共下水道に接続するとなると距離が長くなり、経費も多額となることから、結果的に、手洗設備の設置については断念し、牛乳、アイスクリーム等の販売についても断念した。</p> <p>(注) 当省が、乳類販売業に係る営業施設基準についてA市保健所に照会したところ、包装されたアイスクリームの販売だけであれば、手洗設備は必要としないが、牛乳を販売する場合は、手洗設備は必要とのことであった。</p>
<p>同上 (交通)</p>	<p>【取組の概要】</p> <p>a 団体（地域団体）が、A市b地区内の交通手段を持たない高齢者等を会員（約200人）として、駅や買物施設等20か所程度の停留所を循環するワゴンバスを運行している。</p> <p>会員は年会費を支払うが、毎回の利用（乗車）料金は無料である。</p> <p>バスは、週2回、1日3便定期運行しており、複数のスーパーマーケット前などを停留所としている。また、平日には、事前予約により、A市内の他地区にあるショッピングセンターや病院までのデマンド運行も実施している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】</p> <p>平成18年に、b地区内を走るバス会社2社がいずれも赤字を理由に撤退したため、地区内を走るバス路線がなくなった。このため、自家用車などの交通手段を持っていない高齢者や障害者等が、買物や通院で鉄道駅やスーパーマーケットに出かけるための移動手段がなくなってしまった。同地区は、急峻な坂道が多くあるため、交通弱者にとっては外出も困難となったが、A市がコミュニティバス等を運行する計画も特に無かった。</p> <p>そこで、地域住民の有志が、地区内住民に対して、路線バスに関する調査を行い、一定のニーズがあることを把握したことから、a団体を立ち上げ、地区内の駅やスーパーマーケット等を巡回するワゴンバスやデマンド車を自主運行することとした。</p> <p>【補助事業等の活用等】</p> <p>平成24年度の1年間のみ、B都道府県の補助事業を活用して補助金を受給し、運転手の手当等に充てたが、その後は補助金は受給していない。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】</p> <p>地域住民の移動手段を自ら確保すること、及び地域コミュニティの形成を図ることを目的とした活動であるため、事業運営（事務局、運転手等）の従事者は全てボランティアによっている。このため、人件費がかかっていないことから結果として</p>

	<p>経費が抑えられている。また、バスの運行運賃は無料であるが、利用者からの心付けや地域住民の交通手段としての貢献を認めた地域自治会や社会福祉協議会からの寄附を主な収入としており、これによりガソリン代、駐車料金、車検代金等を賄っていることから、収支は毎年度黒字となっており、その積立てにより、平成 28 年度には、バスの車両（大型の新車）を購入している。</p> <p>また、地区住民がバスに乗り合わせることで住民間のコミュニケーションが広がるなど、地域を活性化させる取組として地域住民から感謝と今後の運行への期待を受けていること、外部から表彰を受ける等、第三者からも事業内容を認められたことが事業継続のモチベーション維持につながっている。</p>
<p>同上 (買物ツアー)</p>	<p>【取組の概要】 a 法人（NPO）が、月に 1 回のペースで、地域の高齢者等に対し買物ツアーを開催している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 a 法人に対し、高齢者等から「買物をするための機会を作ってほしい」との要望があったこと等から、地域の自治会・老人会、送迎をする地元企業、受け入れる商店街及びボランティア間の調整を図り、平成 27 年 6 月から「買物ツアー」を開始した。その際、A 市の補助事業を活用して買物ツアーを受け入れる商店街の中にある倉庫スペースを改修し、買物ツアーの拠点施設として活用している。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】 買物ツアーに使用する送迎車両は、運転手も併せて地元の企業から無償で提供を受けており、a 法人には金銭的な負担は生じていない。 この取組は、高齢者の買物支援といった福祉活動のみではなく、商店街振興にも該当するため、今後の高齢社会も見据え、市の内部で連携した上で、商工部局にも積極的に関わってほしいと考えている。</p>
<p>行政からの補助等は受けずに独自の工夫等により取組を継続している例 (買物代行)</p>	<p>【取組の概要等】 a 団体（NPO）では、会員となった住民に対し、買物代行サービスを提供している。具体的には、会員が、電話又はファックスで a 団体に商品を注文し、a 団体のボランティアがスーパーマーケットで買物し、会員の自宅まで配送している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 地区のスーパーマーケットの社長が、自分で買物に来ることが困難な高齢者のために、ボランティアで買物代行をしてくれる人を探していたことから、地域住民が平成 18 年に NPO を立ち上げてサービスを実施することにした。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】 NPO を立ち上げた時に会員になった者が、高齢化により認知症などで料理ができなくなったことや入院した等の理由から、買物代行を利用しなくなってきており、新しい会員もいるが、利用単価は昔からの会員の方が高いことから、売上げは減ってきている。 このため、新規開拓をしていく必要があるが、高齢者がどこにいるのか承知していないので、近隣の地域包括支援センターや有料老人ホームにチラシを置いて利用を呼び掛けている。</p>

	<p>収支は、設立当初の平成 18 年から 2 年間は明らかに赤字であったが、その間は地区のスーパーマーケットが赤字分を補填してくれていた。平成 24 年度以降は収支は均衡している。</p>
<p>同上 (移動販売)</p>	<p>【取組の概要等】</p> <p>a 社（企業）が、A 市、B 市及び C 市の区域において、移動販売を実施している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】</p> <p>a 社は、D 都道府県南部にスーパーマーケットを複数店舗展開している企業であるが、フランチャイズ形式で全国的に移動販売事業を実施している c に加盟し、c から示されたノウハウにより、移動販売の取組を開始した。</p> <p>利用者である地域の高齢者は、元々スーパーマーケットの顧客であり、足腰が弱り、移動手段も持たない。このような、店舗に来店できなくなっている者への恩返しの意味も込めた社会貢献として取組を開始した。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】</p> <p>a 社では、移動販売車を運行しようとする地域において、約 3 か月をかけて戸別訪問してニーズを把握するなど、綿密かつ徹底したマーケティング調査を行っている。戸別訪問した結果に基づき、買物に対する困り度を厳密にチェックし、顧客となりうると判断した世帯を地図上にプロットして効率的な移動販売ルートを決定しており、その後は、新規顧客の取込みを行いながら、随時、移動販売ルートの見直しを行っているため、無駄のない安定した売上げにつながっている。</p> <p>また、車両（軽トラック）1 台に食料品から日用品まで約 300 品目 1,000 点を積載しており、同一品目でも複数の商品が並ぶため、利用者には選択の幅が広がっていることから好評を得ている。さらに、通常の移動販売の場合、日持ちのしない商品の売れ残りはそのまま赤字となるどころ、消費期限内であれば店舗に持ち帰って販売するため、売れ残りを心配する必要がなく、商品に無駄が出ない仕組みとなっている。</p> <p>このほか、a 社では、移動販売地域の一部の警察署と覚書を締結し、地域の見守りの役割も担っている。この結果、移動販売車で買物中の高齢者が熱中症のため倒れ、移動販売店員の通報により救急車で病院搬送された例や、大みそかに一人暮らし高齢者宅に届けた商品が正月まで玄関先に手付かずのまま放置されていることに販売員が気付き、家の中を覗いたところ倒れていたため通報し、病院搬送され一命を取り留めた例などの実績を上げている。</p>
<p>同上 (移動販売)</p>	<p>【取組の概要等】</p> <p>a（生協）では、A 都道府県下の 7 市町村との間で買物困難者の買物支援を目的とした委託契約を締結し、3 台の移動販売車により、移動販売を実施している。</p> <p>移動販売の停留所数は 137 か所であり、平日の 11 時から 16 時に、週 1 回を基本に各停留所を巡回している。平成 28 年 5 月の利用者数は約 860 人（1 停留所当たりの来店者数 6.3 人）となっている。また、取扱商品は、生鮮食品等の生活必需品約 1,000 品目である。</p> <p>なお、生協組合員以外の住民が移動販売を利用できるよう市町村との間で覚書（移動販売の委託契約）を締結している。</p>

【取組を開始した経緯等】

平成 23 年 11 月、B 市内の商工業者・団体、住民団体、社会福祉協議会等の 12 事業者・団体を参集し「B 市における買物困難者支援のための意見交流会」を開催した B 市から、買物困難者に対する支援方策を検討してほしいとの協力依頼があった。この意見交流会では、住民団体から、商品を身近で見て購入できる移動販売への要望が多く出たため、参加メンバーであった a が、他の生協が実施している移動販売事業の視察等を行った後、平成 24 年 6 月から A 市及び B 村の 2 市村において、移動販売が事業として成立するかどうかの実証実験を行った。

その結果、事業として成り立つ見込みがあると判断し、上記 2 市村以外の市町への販路拡大を図ることとした。

【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】

a では、取組の実施に際し、次のような工夫を講じている。

- ① 生協の宅配事業に従事していた退職者を移動販売車の乗務員として再雇用することにより、人件費を節減している。
- ② 移動販売車に積んだ商品の温度管理を徹底しており、売れ残った肉や乳製品等は店舗（母店）に戻して販売している。また、店舗に戻すことができない刺身や惣菜等は値引き販売により完売している。
- ③ 停留所の設定に当たっては、市町村（高齢者福祉関係部署）、社会福祉協議会及び地域包括支援センターから高齢者等の現状等の情報収集に努めており、その結果を参考に、買物が困難な者の存在が見込まれる地域の a の組合員からも情報収集の上、地域組織の代表者（区長、自治会長、町会長など）との間で、地域として本当に移動販売の利用を必要としているのかを協議している。
- ④ ③の地域組織の代表者との協議において、a が設定した 1 日・1 停留所当たりの利用目安を提示し、地域住民が移動販売車を積極的に利用することによって将来に向けた事業継続を支えてくれるよう、協力を要請している。

このような工夫の結果、平成 27 年度は、3 台の移動販売車のうち 2 台は黒字となっている（3 台目については、稼働日数が週 3 日のため赤字）。

また、移動販売車の利用者からは、「車に乗れないので買物が不便で困っていた、本当に助かっている」、「以前はバスに乗って買物に行っていたが、移動販売車で新鮮なお造りやアイスクリームが買えるので嬉しい」、「米などの重量のある商品を扱っているので、助かっている」等の意見が寄せられている。

ただし、店舗（母店）からの支援を受けることにより事業として成立できており、移動販売を単独事業として展開することは困難である。また、上記の事業運営上の努力・工夫や、地域住民の理解と協力が不可欠である。

（注） 当省の調査結果による。

図表 2-⑦ 収支が「赤字」であるが、取組を継続している理由等（主な回答）

分類	理由等 ※（ ）は、事業者の実施している取組
補助金等による支援により継続しているもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市からの補助金を受給しているが、ガソリン代、車両維持費等をカバーできない。また、他の地域の事業者が撤退し、市から配食の委託を受ける地域が拡大しているため、さらに配送コストが増大し、赤字が拡大している。今後補助金の増額がないと継続は困難である。（配食） ・ 運転手の人件費が必要であることに加え、既存店舗の周辺では販売を行わないこととしているため、売上げが伸びない。地方公共団体に運営費の助成を要請した結果、平成 25 年度から運営費への補助が行われるようになり、収支は改善したが、それでも赤字であって負担が大きいことから取組を中止したい。しかし、地方公共団体や利用者からの継続要望があることから、継続している。（移動販売） ・ 収支は赤字であるが、地方公共団体からの運営委託料があるため継続できている。運営委託料がなければ継続していくことは困難である。（店舗開設） ・ バス停留所の見直し等、運営方法を工夫しているものの、他企業等による移動販売が行われるようになってから買物をこれらで済ます住民も多くなり、買物のための利用が減少しているが、市からの補助金を受けて継続している。（交通）
他の事業の収益や自己負担による補填により継続しているもの	<p>【他の事業の収益等により赤字を補填することで取組を継続しているもの】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域で食料品を購入できる店舗が減る中、店舗が地域のライフラインであるとの認識から、採算は度外視している。（宅配） ・ 客単価が安く売上げが伸びない一方、移動販売車の燃料費がかさむこと、取り扱う商品全般の知識を持ち、かつ、安全に自動車を運転できる者を確保するため人件費を抑制できないことから、赤字となっている。他の事業による収益があるので継続しているが、会社の経営状態が悪化した場合には継続できるかわからない。（移動販売） ・ 売上目標を達成できず、車両費、車両の燃料費、人件費の合計が粗利益を上回っているが、地域生活の利便性確保に資する事業を継続していく使命があると考えている。（移動販売） ・ 片道約 100km、所要時間約 2 時間の遠距離まで販売エリアとしており、燃料費や、長時間稼働し続けなければならない冷蔵設備の修繕費が大きな負担となっている。過疎地の高齢化は深刻で、赤字であっても生鮮食料品の供給を継続しなければならないという使命感から継続している。（移動販売） ・ 遠く離れた中山間部を販売エリアとしているため、燃料費や人件費がかさみ、赤字である。運営する障害者施設に対して国等から交付される訓練等給付金等の財源も含め、法人全体として運営できているのが現状である。障害者の就労支援や市民理解の促進などに効果があるため、継続している。（移動販売） ・ 集客のため価格を抑えたり割引販売等を行っているほか、団地内商店会との間で、自動販売機を設置しないこと、他の商店と同じメーカーの商品を販売しないこと等の取決めをしているため、利益率の高い自動販売機の設置や、集客に寄与すると考えられる酒類・たばこの販売ができず、売上げが伸びない。しかし、併設しているデイサービス施設の利益で赤字を補填して継続している。（店舗開設） ・ 日常の買物は、生協宅配の利用や、自家用車を利用しての買い出し等で済ませる住民が多く、売上げが伸びない。併設するガソリンスタンドの売上げにより継続しているが、灯油・ガソリンの販売量も年々減少しており、経営的には非常に厳しい。（店舗開設） ・ 生活店舗で販売する商品は、地域住民からの注文や要望を受けて、他のスーパーマーケット等で購入しているため、仕入原価が高く利益が出ない。他の事業による

	<p>収益を充当することで継続している。(店舗開設)</p> <ul style="list-style-type: none"> 買物バス利用者から利用料を徴収しておらず、利用者による店舗での売上げにより送迎バス運行に要する経費(運転手給与、燃料費等)をカバーできていない。長年、店舗で買物をしてくれた地域住民への恩返しのためで継続している。(交通) 地元企業として地域の人々の暮らしを守るという使命感から継続しており、取組開始以降、利用者の要望に基づき買物バス運行路線を増やしているが、地域の人口自体は減少しており、また、更新時期を迎える車両(マイクロバス)の購入経費等を考えると、今後継続できるかどうか分からない。(交通) <p>【取組主体や従事者の負担により取組を継続しているもの】</p> <ul style="list-style-type: none"> 豪雪地帯であり冬季の売上げが見込めないこと、販売商品をスーパーマーケット等から一般市価で仕入れているため利幅が薄いこと等から、一定の利用者・売上げは確保しているものの、黒字化は困難で、法人の基本財産の取崩し等法人全体で赤字を補填している。このままの状態では取組の継続が困難であるため、赤字を地方公共団体に補填してもらえよう、運営を地域団体に移管することを検討している。(移動販売) 福祉有償運送の利用料金の設定が低額であるとともに、遠方の利用者であっても送迎料金を徴収していないため、運営費用を賄えない。運転手の賃金を最低賃金レベルに抑えることや、他の事業による収入の補填により継続している。(交通) 利用料では運営費用を賄えないが、地域のため、地方公共団体からの補助金、事業者からの協賛金及び自己負担等で補填している。補助金額は年々減額されていく予定なので、今後の活動維持が厳しい。(買物代行) 近隣の高齢者等の買物の場を確保するため、毎月の赤字(約1万5,000円)を店長が個人負担している。また、店長及び副店長は1時間400円の謝金を受ける有償ボランティアとなっている。(店舗開設) 地域の人口が少ない上、自家用車やデマンド交通を利用して地区外の大規模店舗へ買物に行く人が多いため、売上げが伸びない。地区で唯一の店舗であり、なくなると住民の生活が不便になるため、赤字を覚悟して開始した取組であるので、運転資金の借入れ等により継続している。(店舗開設) 地域の高齢化等により利用者が減少しており、売上げが減少している。店舗運営の担当者は年金生活者であることから事実上ボランティアとして携わっていること、店舗施設が個人所有のため家賃負担を軽減できること等により、かろうじて営業を継続している。(店舗開設) 移動時間の割に売上げが伸びず、車両の燃料費もかさんで赤字であるが、商店街全体の活性化を図るために必要な取組と考えており、会員の自己負担で赤字を補填している。(移動販売)
<p>(今後の収支改善の見込みがあるため継続しているもの)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 現時点では赤字であるが、取組が定着し、地域住民との信頼・協力関係がある程度築けたことから、今後、利用者に対し、継続に必要なコストの負担(商品価格の値上げ)をお願いする予定であり、収支改善が見込める。(移動販売) 利用者への定期的なアンケートによるニーズ把握や販売ルートの見直し等により、売上高、利用者数、売上単価などが伸びてきており、採算ベースに乗せることを目標として継続している。(移動販売)

(注) 当省の調査結果による。

図表 2-⑧ 収支が「赤字」の取組の例

取組	内容等
<p>行政からの補助等を継続的に受けている例 (移動販売)</p>	<p>【取組の概要】 a 社（企業）が、A 市 b 地区の 72 か所を週 1 日ずつ移動販売車で巡回し、生鮮食品、食品加工品、日用品雑貨等を販売している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 A 市 b 地区の商工会が、どうしたら中心部の商店に買物客を呼び込めるかという観点から、平成 23 年度に、同地区の全世帯における 65 歳以上、かつ一番買物をする者を対象にアンケート調査を実施したところ、車を運転しない（できない）、又は店舗までの距離が遠いため買物に不便を感じている高齢者が多くみられた。また、買物を便利にするために重要と思うこととして、「移動販売・移動スーパー」という回答が多かった。このため、商工会がスーパーマーケットを運営する a 社に声をかけて、移動販売を実施することとなった。</p> <p>【補助事業等の活用等】 経済産業省の「地域自立型買い物弱者対策支援事業」を活用して取組を開始し、その後、A 市の補助事業を活用し、運営費用等に対する補助金を受給している。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】 i) 移動販売の対象地域は小規模な集落が広範囲に点在しており運搬コストがかかること、ii) 移動販売は労働環境が厳しい上、接客技術や商品知識も必要であり、業界未経験のパート労働者等に任せられず、人件費を削減できないこと、iii) 地域住民に利益目的でないことを理解してもらい、信頼・協力関係を構築するために、店舗と同じ価格で販売していること等から、収支は赤字である。しかし、直近の売上げは増加傾向にあるとともに、移動販売が地域に定着し、地域住民との信頼・協力関係がある程度築けたことから、今後、事業継続に必要なコストの負担（商品価格の値上げ）について、地域住民の理解・協力を求めていく予定にしており、更なる収支の改善を見込んでいる。 取組の継続に当たっては、地元の商工会が、移動販売の取組に活用可能な補助事業を把握するとともに、a 社に代わって申請書類を作成したり、地元住民を対象として開催する事前説明会に同行し、取組が a 社の利益目的ではなく、買物弱者対策として地域貢献のために実施するものであることや、継続のために買い支え等の協力が必要であることを説明する等、積極的に協力している。これにより、地域住民の理解・協力を得やすくなっている。</p>
<p>同上 (移動販売)</p>	<p>【取組の概要】 a 法人（一般財団法人）が、中山間地域において、移動販売を実施している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 A 市 b 地区は、平成 27 年 4 月時点の人口が約 3,400 人、高齢化率が 35%を超える中山間地域である。同地区には、食料品を取り扱う商店のほか、3 集落に農協の販売店があり、食料品や日用品の買物ができる環境にあったが、その後、過疎化や高齢化が急速に進み、これらの店舗が次々に閉店していった。また、スーパーマーケットがある地区へ向かう路線バスはあったものの、運賃が高い上、運行本数も少なく、また、購入した荷物の持ち帰りが負担となることもあり、日常の買物に不便さや困難さを感じる高齢者が多く出てきた。その後、さらに過疎化が進み、b 地区</p>

には小さな個人商店が2店舗あるだけの状態となったため、住民から、移動販売を実施してほしいとの要望が聴かれるようになった。

そこで、地域社会づくりに取り組んでいるa法人が、地域の各自治会に移動販売の実施についてアンケートを行い、ニーズの有無について確認したところ、ほとんどの自治会から実施してほしいとの回答があったため、移動販売を実施すれば利用のニーズは相当あるものと判断した。このため、a法人では、平成25年4月から、試験的に、同法人所有の自家用車（ワゴン車）に冷蔵が不要な野菜等を積載して各集落で販売する移動販売を、隔週で実施した。この取組が好評を博し、毎週実施してほしいとの要望も出てきたことから、国の補助金を活用して新たに移動販売専用車を購入し、同年10月から冷蔵や冷凍食品等もそろえた本格的な移動販売を開始し、現在に至っている。

【補助事業等の活用等】

これまでに、経済産業省の「買い物弱者支援事業補助事業」及びB都道府県の補助事業を活用し、補助金を受給した。また、現在も、A市の補助事業を活用して、補助金を受給している。

【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】

事前に把握した顧客ニーズや道路事情等を踏まえ、販売ルートや時間、地区の巡回順序を変更したり、利用者の求める商品を調達して次回訪問時に販売するなど、運営面で工夫を凝らしている。また、通常の移動販売以外でも、休日に行われる祭り等のイベントにも露店として参加し、売上げの増加を図っている。さらに、顧客と相対でのやり取りで得られる情報を利用することで、購入促進につなげていく工夫をしている。

なお、平成28年度からは、見守りとニーズ把握、利用者台帳作成のため、利用客にアンケートを実施し、家族構成や緊急連絡先、移動販売を利用している理由、意見・要望などを把握している。

しかし、収支については、販売員の人件費や移動販売車のガソリン代、保険代等経費の全額を、移動販売の利益と補助金によって賄うことはできず、基本財産の取崩し等により法人全体で賄っている。気候の安定している季節は多くの売上げが見込めるが、豪雪地帯でもあり冬は売上げが少ない傾向にあるため、売上額がこれ以上増えることは考えにくい。大手流通業者のように、自社で生産する自主品牌製品があれば採算がある程度取れると思うが、販売商品をスーパーマーケット等から一般市価で仕入れているため、利益は僅かしか出すことができない。採算を考慮すれば仕入れの倍以上の価格設定にする必要があるが、現実的にそのような設定は難しく、市価での仕入れを行っている限り、それだけで採算を取るとは難しい。

人口減少・過疎地域では移動販売を採算に合う事業とするのは難しく、民間事業者の参入は期待できないため、財団法人が担っていく必要があると考えているが、収支が赤字のため、法人の運用財産は全て取り崩してしまい、また、基本財産も減少している。このため、今後も自立して継続することは難しいと判断し、平成28年度中に法人を解散し、運用財産をA市の過疎基金の中に組み入れた上で、A市が地域団体に資金を交付して移動販売を実施する委託事業として継続していく予定である。

同上
(交通)

【取組の概要】

a 団体（地域団体）が、A市b地区の住民に対し、スーパーマーケット等までの

送迎サービスを実施している。

【取組を開始した経緯等】

A市b地区は、平成27年度末の人口が700人強、高齢化率が40%弱の地区である。同地区の住民により組織されたa団体では、平成23年頃から、地区内有志で地区の活性化方法について協議しており、その中で、地区内の全世帯に対して福祉関係全般についてのアンケート調査を実施したところ、地区内に買物ができる店舗を作してほしい、買物支援の取組を行ってほしいなどの要望が10数人から寄せられた。

その頃、A市から、総務省の「過疎地域等自立活性化推進交付金（過疎集落等自立再生緊急対策事業）」の紹介があったことから、これを活用し、地区の活性化事業の一つとして買物弱者支援事業に取り組みこととし、平成26年3月から、民生委員の安否確認の訪問対象である75歳以上の一人暮らし高齢者を対象に、買物代行サービスを実施するとともに、日用雑貨等を販売する店舗を開設した。

買物代行サービスについては、平成25年度の利用が延べ2人とどまったため、26年7月からは対象を60歳以上に引き下げた。しかし、60歳代の住民は自ら自動車を運転する住民も多く、平成26年度の利用も4人であった。その後、平成27年8月からは対象を75歳以上に戻し、買物代行ではなく、住民が自ら品物を選んで買物できるよう、スーパーマーケット等までの送迎サービスに変更したが、27年度の利用も2人とどまったため、28年6月からは、利用者の年齢制限を廃止した。

【補助事業等の活用等】

取組の開始時に、総務省の「過疎地域等自立活性化推進交付金（過疎集落等自立再生緊急対策事業）」を活用したA市からの補助を受け、生活支援車（4人乗りの軽自動車）、冷蔵冷凍ショーケース・陳列棚等を購入している。

また、A市が、市内各地域のコミュニティ協議会の活動に対して行っている補助を、送迎サービス用の車の維持費（ガソリン代、自動車保険代等）に充てている。

【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】

本取組の運営はボランティアによっており、人件費はかかっていないため、サービスの利用者から利用料は徴収していない。

i) b地区内ではデマンド型乗合タクシーが週3回・1日3便、路線バスが1日7便運行されており、公共交通手段が確保されていること、また、自動車等を自ら運転する高齢者も多いこと、ii) サービスを運営している民生委員やボランティアもb地区内の住民であり、依頼する高齢者に「申し訳ない」という意識が働くため、親族が訪問した際に買物を頼んでいる場合が多いとみられること、iii) 高齢者にとって、この取組を頻繁に利用するようになると、これまで買物支援のために訪問していた親族を遠ざけてしまうとの懸念もあるのではないかと考えられること等から、高齢者世帯へのチラシ配布や地区コミュニティだよりにより、取組の広報は行っているものの、対象年齢やサービス内容を見直してもサービスの利用が低調である。

また、生活支援車には、運転手の民生委員、買物サポートを担うボランティアを含めて4人までしか乗車できないため、1回に2人までしか高齢者が乗車できないこと、サービスを運営している民生委員やボランティアも自らの本業との調整を

	<p>図る必要があり、常に利用要望に応えられるとは限らないことから、余り利用者が増えすぎても対応が困難になる。</p>
<p>行政からの補助等を受けて取組を開始したが、現在は補助を受けておらず、取組の継続に苦慮している例 (買物代行)</p>	<p>【取組の概要】 a 団体（地域団体）が、A市のb・c地区の65歳以上の高齢者及び身体障害者を対象に、週1回、ファックス等で注文を受け、地元スーパーマーケットで買物を代行し、利用者の自宅まで届けている。 あわせて、ボランティア安否確認、草刈等庭園作業、家屋修理等も行っている。現在、登録されているボランティアとサービス利用者は、それぞれ約100人である。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 外出が困難な高齢者の増加が著しくなっており、町内会として何らかのサポートの必要性を感じていたところ、補助制度があることを知り、これを活用して支援活動に取り組むこととした。</p> <p>【補助事業等の活用等】 取組開始（平成23年6月）から平成27年度まで、A市の補助事業により補助金を受給し、運営費に充てていたが、同年度で補助期間が終了した。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】 利用者等から徴収した利用料は僅かであり、平成27年度の収入のうち約3割がA市からの補助金、約1割が事業者からの広告協賛金で、残り約6割はa団体会長の拠出金（個人負担）である。地域にサービスを必要とする高齢者がいるため取組を継続していくつもりであるが、会員も高齢化し、協力を得ることが難しくなっており、運営の担い手を募集しているが、なり手がいない。</p>
<p>同上 (店舗開設)</p>	<p>【取組の概要】 a 団体（地域団体）が、A市b地区において、野菜や食品等を取り扱う店舗を運営するとともに（肉や魚は取り扱っていない。）、店舗近くに居住する特定の障害者の買物付添い、特定の高齢者への配達サービスを行っている。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 A市b地区には商店がなく、独居老人等が近くで買物できる場所がないこと、近隣地区の野菜の地産地消を促進することを目的に、有志でガレージを借りて改装し、平成23年7月に店舗を開店した。</p> <p>【補助事業等の活用等】 店舗の改装費用等として、平成23年度及び24年度にA市からの補助金を受給したが、その後、補助金は受給していない。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】 店舗開設当初は、宅配、買物代行、高齢者の話し相手や草刈りなども行っていたが、有志の減少（病気や施設入居による離脱）、近隣スーパーマーケットによる同種サービスの取組開始、野菜等の仕入先の変更（通年供給のため卸売業者からの仕入れに変更）などの要因もあり、現在は店舗近辺の高齢者等に限定してサービスを提供している。</p>

	<p>売上高は天候に左右され、冬期は利用者減等により目標の6割程度となっている。店員は有償ボランティアとして働いており、また、毎月の赤字（ガレージ借用の家賃相当）は有志代表が個人的に負担している。</p>
<p>同上 (店舗開設)</p>	<p>【取組の概要】</p> <p>a 団体（地域団体）が、A市のb地区において、食料品、日用品等を取り扱う店舗及びガソリンスタンド（GS）を運営している。</p> <p>店舗の取扱商品は、食料品（生鮮品を含む。）、日用品、酒、たばこ、衣料、農機具等である。</p> <p>【取組を開始した経緯等】</p> <p>A市のb地区は、平成28年4月の人口が450人強、高齢化率が45%を超える中山間地域である。平成11年には、同地区にあった農協支所の統廃合により、農協直営の店舗及びGSが撤退することとなった。同地区内には他に店舗及びGSがなかったことから、地域住民の生活上の利便確保のため、a団体が店舗及びGSを引き継いで、平成12年から運営を開始した（灯油、軽油の配送サービスも併せて開始。）。</p> <p>運営するに当たり、b地区の住民に自分たちの店舗等であることを意識してもらう趣旨で、同地区の全世帯から出資を得て、店舗及びGSの運営組織を設立し、独立採算で運営することとした。</p> <p>【補助事業等の活用等】</p> <p>店舗の運営については、これまでに補助金を受給したことはない。</p> <p>なお、店舗まで買物に来ることが困難な高齢者等の利便を図るため、平成24年度及び25年度に農林水産省の「食と地域の交流促進対策交付金」を活用して、移動販売車（リース車両）による店舗の取扱商品等の移動販売を実施した。平成26年度には当該リース車両を買い取り、現在も移動販売を継続している。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】</p> <p>b地区の人口減の他に、平成21年から同地区において市町村運営有償運送が運行されるようになり、これにより高齢者等の地区外（A市の中心部等）への移動が便利になったため、地区外の店舗で買物をする人が増えたことが大きく、店舗及びGSの売上げは減少しており、収支は赤字となっている。</p> <p>b地区から店舗及びGSがなくなると、車が運転できない高齢者等が地区内で食料品、日用品、灯油等が買えなくなり、生活の利便性が著しく低下することから、運転費用の借入れを続けながら現在まで運営を継続している。</p> <p>また、運営開始の際、b地区の全世帯から出資してもらうことにより、住民に自分たちの店舗であることを意識させるとともに、店舗を継続させるため、地区の住民が集まる機会を通じて、店舗の利用促進について周知等を図ってきたこと等により、平成12年から現在まで運営を継続できている。</p>
<p>同上 (交通)</p>	<p>【取組の概要】</p> <p>a社（企業）が、A市の丘陵地帯であるb地区を中心とする高齢者等からの希望を受け、利用者を自宅近くからa社が経営するスーパーマーケットまで無償で輸送し、1時間弱の生鮮食品等の買物の後、自宅へ輸送する「買物送迎バス」を運行している。</p>

	<p>なお、開始当初は市内の 2 地区のみの運行だったが、既存スーパーマーケットの閉店に伴い買物が不便になった他の自治会や、介護サービス付き高齢者向け住宅の住民からも要望を受け、送迎サービスの対象地区を拡大している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】</p> <p>A市b地区は、丘陵地に開発された住宅団地で、いずれも昭和40年代の開発当初に入居した住民が高齢化していた。また、最も身近なスーパーマーケットから約1km離れており、かつ、最寄りのバス路線も廃止が噂されていたことから、地域住民の生活物資の調達が今後更に不便になることが予測された。また、店舗利用者から、丘陵地の団地からスーパーマーケットまでの坂道の往復に苦労しているとの声が聴かれ、地元の自治会協議会からも買物バス運行についての要望があった。このため、社会貢献すべきとのa社社長のリーダーシップもあって、買物送迎バスの運行を開始した。</p> <p>【補助事業等の活用等】</p> <p>経済産業省の「地域自立型買い物弱者対策支援事業」（平成24年度）を活用し、送迎用車両を購入したが、運営費等について補助金は受給していない。</p> <p>【取組の現状、取組を継続していく上での工夫・課題等】</p> <p>無料送迎であり、利用者がスーパーマーケットで購入した金額とバス運行経費を比較しても赤字であるが、他店との競合の中で、売上増に貢献しているため、継続している。</p>
<p>行政からの補助等は受けずに取組を継続している例 (買物代行)</p>	<p>【取組の概要】</p> <p>a社(企業)が、利用者から電話による注文を受けたタクシー運転手が、タクシー利用者がいない時間を利用し、利用者の希望する店舗で希望する商品(食料品等)を購入し、利用者宅に配達する取組を実施している。</p> <p>また、あわせて、利用者の希望に応じ、病院の受付代行や公共料金の支払い、忘れ物や緊急書類の配達、幼稚園の送迎、タイヤ交換や自家用車のけん引等の困りごと対応、独居老人の見回り等の介助サービス等も実施している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】</p> <p>高齢化社会の到来に向けて、タクシー会社として何か役に立てたらという思いがあったこと、新規需要を掘り起こすことでタクシー事業の活性化を図りたいと考えたことから、独自のサービスとして開始した。</p> <p>【補助事業等の活用等】</p> <p>これまでに補助金を受給したことはない。</p> <p>【取組の現状、赤字でも取組を継続している理由、今後の課題等】</p> <p>買物代行だけでみれば収支的に赤字であり、a社のタクシー事業全体で赤字分を吸収している状況となっている。しかし、「タクシーにお客を乗せるか荷物を載せるかの違いしかなく、買物代行もタクシー事業の一部」と考えており、ニーズがあること、新規顧客を開拓することができること、タクシーの効率的な運用が可能になること等から、取組を継続している。</p> <p>取組の周知が課題であり、「タクシーがこんなに利用しやすい」という周知が進めば、利用者が増えていくのではないかと考えている。</p>

<p>同上 (店舗開設)</p>	<p>【取組の概要】 a 団体（NPO）が、農協の事業所跡の建物を改装し、地域で唯一の生活用品を販売する店舗を開設している。販売商品は、地域住民の要望に応じて適宜仕入れており、缶詰やカップ麺、菓子や調味料等の食料品を始め、洗剤、紙おむつ、文房具等の日用品、洋服等の衣料品、野菜の種まで取り扱っているが、肉や魚などの生鮮食品は、移動販売業者との共存のため、取り扱っていない。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 A市b地区では、農業資材や生活用品を販売していた農協の事業所が広域合併のため、平成15年に閉店した。これにより、地域から店舗がなくなり、買物に困っている住民がいることを知った住民有志が、地域住民を会員とするa団体を設立し、農協事業所跡の建物を買い取り、店舗を開設した。</p> <p>【補助事業等の活用等】 これまでに補助金を受給したことはない。</p> <p>【取組の現状、赤字でも取組を継続している理由、今後の課題等】 開設当初は利用者も多く、地域活性化の取組の推奨事例として報道で取り上げられたり、買物弱者対策の推奨事例として経済産業省の作成した「買い物弱者応援マニュアル」にも取り上げられていたが、地区住民の高齢化のため、現在は利用者が減少し、売上げが大きく減少しており、収支は赤字である。店舗の運営担当者が年金生活者であることからボランティアに近い状態で勤務していること、店舗はa団体の事務局長の個人所有であり、家賃負担も融通が利くことから、かろうじて営業を継続できている状況である。 また、運営担当者（商品の仕入れから販売、経理まで全てを担当）が高齢のため、店舗の営業日も当初の平日週5日から、週3日に短縮しており、運営の後継者がいないことも課題である。</p>
<p>同上 (交通)</p>	<p>【取組の概要】 aニュータウン内の商業施設運営会社であるb社（企業）が、商業施設が集積するセンター地区への循環バス（有料）を運行している。</p> <p>【取組を開始した経緯等】 aニュータウンは、昭和43年の入居開始以来40年余りが経過し、高齢化が急速に進展していた。また、丘陵地形であるaニュータウン内には、センター地区以外に商業店舗がほとんどなく、自家用車等がないと高齢者等は移動が困難な状況であった。このため、地元住民から、b社に対し、商業施設が集積するセンター地区への循環バスの運行の要望があったことから、循環バスの運行を開始した。</p> <p>【補助事業等の活用等】 これまでに補助金を受給したことはない。</p> <p>【取組の現状、赤字でも取組を継続している理由、今後の課題等】 買物のための移動手段のない高齢者等と商業施設双方にメリットがあり、住民アンケートにおいても継続要望が非常に強いことから、現状のルート、便数を維持していく予定である。</p>

しかし、バスの運行に必要な事業費に対し、バス利用者からの運賃収入は大きく下回っており、その差額はバスの広告収入のほか、b社及びaニュータウン内の商業施設が負担している。

今後、バスの広告収入の減少や事業費が上昇し、また、利用者が減少すると、運営が厳しくなるため、イベントの開催などによりセンター地区の魅力を高めて集客を強化することや、ルートの見直しを行うなど、利用者数を増加させる対策を講じているほか、将来的に料金の改定も選択肢として考えている。

(注) 当省の調査結果による。

図表 2-⑨ 終了した取組の例

取組	内容等
<p>行政からの補助等を受けて取組を開始したが、終了した例 (配食)</p>	<p>【取組実施時期】 平成 21 年～25 年 6 月、26 年 10 月～27 年 3 月</p> <p>【取組を開始した経緯、取組の内容、終了に至った経緯等】 A 市 a 地区では、農協の撤退、個人商店の廃業等により地域における生活機能が低下していた。このため、平成 21 年に、同地区の自治会が住民に寄附を募った上で、旧農協の土地及び施設を買い取り、生活の機能を守るための地域拠点施設を開設した。同施設には、産地直売所、高齢者向け配食事業施設、レストランがあり、そのほか、学童保育所、民俗芸能の道場が併設されている。平成 24 年 5 月に b 団体（NPO）が設立され、同年 7 月から同施設の運営団体となっている。</p> <p>b 団体は、法人発足時に、自治会が実施していた弁当の宅配（配食）サービスを引き継いだ。同サービスは、利用件数は多かったものの、配達エリアが a 地区外にまで広がっていたこと等により人件費等の負担が大きく、収支は赤字の状態であった。このため、b 団体では、平成 25 年 6 月に配食サービスを中止した。</p> <p>その後、b 団体は、平成 25 年度に、国土交通省のモデル調査事業（集落地域における「小さな拠点」形成推進に関する調査（「小さな拠点」づくりモニター調査））を活用したが、その中で、今後取り組む事業として、在宅高齢者への弁当配達（既存の食堂施設活用）等を再検討することとし、平成 26 年度に、総務省の「過疎集落等自立再生対策事業」を活用し、同年 10 月から、地域内の高齢者向けの配食サービスを再開した。</p> <p>しかし、再開した配食サービスも利用者数が少なかったため採算がとれず、平成 27 年 3 月に中止された。</p> <p>なお、上記モニター調査において、過去に配食サービスが中止となった原因の検証等が行われたかどうかは不明である。</p>
<p>同上 (買物代行)</p>	<p>【取組実施時期】 平成 23 年 11 月～25 年 11 月</p> <p>【取組を開始した経緯、取組の内容、終了に至った経緯等】 A 市の a 地区は、平成 22 年国勢調査による人口が 6,600 人強、高齢化率が 45% 強の中山間地域である。b 社（企業）では、同地区の独居世帯の高齢者等が日常の買物に窮している状況を踏まえ、買物代行サービスを実施しようと企画していた。</p> <p>このため、b 社は、地元の商工会に相談し、都道府県商工会連合会等の支援を受けながら、A 市の補助金を活用し、配達車両等の購入、チラシの作成等を行い、平成 23 年 11 月から買物代行サービスを開始した。</p> <p>この取組は、a 地区及び同地区に隣接する c 地区の住民を対象に、地区にあるスーパーマーケットが取り扱う食料品や日用品について、あらかじめ利用登録した住民から、ファックスなどで注文を受け、利用者に商品を配達するものであった。商品の配達は、各地区週 2 回、軽自動車で行い、利用者から配達料として一律 300 円の手数料を徴収するとともに、スーパーマーケットから買物価格の 10% の手数料を徴収していた。</p> <p>しかし、取組 1 年目の平成 23 年 10 月から 24 年 3 月までの半年間の売上高は目標の 2.5% にとどまり、その後も売上げは伸びず、目標と大きくかい離れたままとなっていた。</p>

	<p>また、平成 24 年秋頃から、利用者から注文のあった商品を事前にスーパーマーケットに発注していても、配達当日に商品が一度にそろわない日が続くようになり、その後、25 年 11 月末に当該スーパーマーケットが閉店してしまったため、取組を終了することとなった。</p> <p>なお、買物代行サービスで用いた車両は、b 社が引き続き実施している「暮らしのお手伝いサービス」（庭の手入れ、家屋の修理・掃除、お墓の掃除等の代行サービス）に引き継がれている。</p> <p>b 社では、買物代行サービスの利用が低調であった理由等について、次の点を挙げている。</p> <p>① 事前登録した住民が利用できる仕組みとしていたが、高齢者は事前登録を避けたがる傾向にある。買物代行サービスの説明をすると、いい反応を示す人でも、事前登録を求めると、必要になったときをお願いすると言って避けられることもあった。</p> <p>② 商品は、カタログを見て注文する方法にしていたが、日常の食料品などは実物を見て購入したいと言う人が非常に多かった。</p> <p>③ 買物に困っているという声は多くあるようにみえるが、実際には、同居していない子ども夫婦から宅急便で食料品を送ってもらったり、顔見知りの近所の人に頼んでいたりするなど、多くの人は何とか対応している。例えば、90 歳近い高齢者の一人暮らしの方のように本当に困っている人がいることは確かであり、そういう人には喜ばれたが、人数も限られるので、そういった方を主な対象として取組を自立させていくことは困難であると考える。</p>
<p>同上 (宅配)</p>	<p>【取組実施時期】 平成 23 年 4 月～24 年 3 月</p> <p>【取組を開始した経緯、取組の内容、終了に至った経緯等】 A 市は、近年、高齢化が進み、特に山間地域等では、高齢世帯や独居老人世帯の増加が顕著で、店舗の廃業、バス路線の廃止に伴い、買物をする手段がないに等しい状況にあった。このような状況を踏まえ、a 社（企業）は、地域の購買ニーズに応えようと、食品・生活必需品の宅配、移動販売に取り組むこととした。</p> <p>なお、取組の実施に際し、a 社では、経済産業省の「地域商業活性化補助金（買い物弱者対策支援事業）」を活用し、移動販売車両を購入した。</p> <p>しかし、経済産業省に提出した事業計画書に記載した平成 23 年度の数値目標（売上高約 1,000 万円、利用客数約 1,000 人、配達件数約 2,000 件）に対し、取組開始後の実績はいずれも 30%前後と低調（売上高約 350 万円、利用客数約 300 人、配達件数約 600 件）であり、収支の赤字が大きかったため、a 社は、このまま取組を継続しても利益が出る見込みがないと判断し、平成 24 年 3 月末をもって取組の継続を断念した。</p> <p>なお、補助金の受給要件（継続期間）を満たせなかったため、既に受給していた補助金は国に全額返還した。</p> <p>a 社では、売上、客数及び配達件数の実績が目標値の 30%前後になった理由について、「A 市内に潜在的に買い物弱者はいると思われるが、そのような人がどこに住んでいるのか把握できなかつたため、移動販売車を各地域で走らせその存在を探し、一部の買い物弱者の方へのニーズに応えていたが、事業を成立させるためのコストに見合うだけの売上げを上げることができなかつた。」としている。</p>

<p>行政から運営費用等の補助等を受けていたが、補助期間の終了後、運営費用等を自前で確保できず、取組が終了した例 (買物代行)</p>	<p>【取組実施時期】 平成 23 年 8 月～24 年 9 月</p> <p>【取組を開始した経緯、取組の内容、終了に至った経緯等】 a 団体（商工会議所）は、厚生労働省の「ふるさと雇用再生特別交付金」により造成した基金を活用した A 都道府県の「ふるさと雇用再生特別基金活用事業」により、平成 23 年度に A 都道府県と委託契約を締結し、B 市に居住する、自由に買物に行くことが困難な高齢者世帯等を対象に、買物代行の取組を開始した。</p> <p>この取組では、a 団体の職員が市内の個人宅を回り、利用希望者の登録を行うとともに、登録者から必要な物品の注文の聞き取り（御用聞き）を行い、受け付けた注文をあらかじめ登録した商店に連絡し、当該商店から個人宅へ商品を配達することとしていた。</p> <p>本取組の実施に当たっては、2 人の職員が雇用され、当該職員が新規の高齢者への訪問（利用登録の新規勧誘）や、利用登録者への御用聞きを実施した。1 日当たりの訪問世帯数の目標は職員 1 人当たり 10 件（勧誘及び御用聞きの合計）と設定し、実績はこれを上回っていたが、利用登録者数に比べ実際に利用した者が少なく（約 12%）、さらに、多数回利用する者がいた一方、1 回のみ利用者が半数以上という状況であった。</p> <p>登録者に比べ利用者が少なかった理由について、a 団体では、①注文に際し、価格の分かるチラシやカタログが欲しいというニーズに対応できなかった、②介護ヘルパーがスーパーマーケットで買物を代行していたケースが多かったと分析しており、また、複数回利用する者が少なかった理由について、①食料品については、短いサイクルで御用聞きに来てほしいというニーズが強いが、そのサイクルでの訪問ができなかった、②登録者の求める商品の種類が多く、また少量のため、効率の面で個々の商店の対応が難しかったと分析している。</p> <p>また、a 団体では、取組の対象者と想定する独居老人等の名簿の提供を B 市の福祉担当部局に依頼したが、個人情報であることを理由に断られたことから、登録者の新規開拓が困難であった。</p> <p>さらに、本取組は、平成 23 年度は A 都道府県による委託事業として実施した後、24 年度は a 団体の自主財源で実施されることとなったが、利用者や商店から手数料を徴収しなかったため、a 団体の費用のみが発生することとなった。</p> <p>これらの結果、また、a 団体における自主財源が半年分しか確保できなかったこともあり、平成 24 年 9 月末をもって取組を終了し、その後利用者から商店へ直接注文をしてもらうこととした。</p> <p>a 団体では、「継続した事業実施のためには、事業開始時から手数料を徴収するといった、あらかじめ自立的に運営できる仕組みとしておく必要があった」としている。</p>
<p>同上 (買物代行等)</p>	<p>【取組実施時期】 平成 26 年 6 月～27 年 3 月</p> <p>【取組を開始した経緯、取組の内容、終了に至った経緯等】 A 市 b 地区は、地域の商業の中心として栄えてきたが、駅の廃止や A 市役所の移転等により、買物をする者の流れが他の地区に移ってしまった。そのため、c 団体（商店街振興組合）では、商店街の活性化を図るため、商店街活性化事業計画を作成し、その事業の一つである「買い物客の優待及び会員ネットワーク整備事業」として、平成 26 年 6 月から、買物代行及び宅配のサービスを開始した。</p>

	<p>このサービスは、商店街の近隣地域の高齢者及び自動車を持っていない顧客に対し、c団体の会員30店が参加して、週2回、買物代行及び宅配を行うもので、商品の買付けや仕分けはアルバイトを雇用して対応し、配送は業者に業務委託をしていた。</p> <p>収支については、参加店から手数料を徴収していなかったため収入がなかった一方、買付けや仕分けを行う人件費や宅配業務の委託費を要したため、赤字であった。</p> <p>取組開始に当たっては、経済産業省の「地域商業自立促進事業」及びA市の商店街活性化事業を活用し、補助金を受給したが、これらの補助金は単年度の補助であったため、平成27年度以降は、商店街全体で補助金によらずに取組を継続することを検討した。しかし、人手や経営面の問題から各店舗の負担が大きく、取組の継続は困難であったことから、商店街振興組合としての取組は終了することとし、平成27年度以降は、商店街の会員30店舗のうち6店舗が自主的に宅配サービスを実施している。</p>
<p>同上 (店舗開設)</p>	<p>【取組実施時期】 平成23年11月～28年1月</p> <p>【取組を開始した経緯、取組の内容、終了に至った経緯等】</p> <p>a団体（商店街振興組合）の周辺地域は、新幹線駅の開設に伴い、近年急激に開発が進んでいる地域であり、周辺には郊外型大型店舗が複数存在している。開発に伴い、商店街近辺で営業していたスーパーマーケットが撤退し、近年、商店街近辺には生鮮三品を取り扱う店舗がない状況が続いていた。また、a団体では、平成15年度から近隣住民をターゲットにした惣菜店を開設していたが、利用客等から「生鮮三品の買物ができる店がほしい」といった要望を受けていた。</p> <p>a団体が、周辺住民等を対象に独自にアンケート調査を実施したところ、回答者の63%から「買物支援が必要」、21%から「近隣の商店で買物をする」、45%から「週3日以上買物をする」、40%から「移動手段がない若しくは不便を感じる」との回答を得た。また、試験的に販売会も実施したところ、多数の入店待ちができ、その際に実施したアンケートでも生鮮食品を販売する店舗を要望する声が大半を占める等、地域住民の期待の大きさがうかがわれた。</p> <p>このため、a団体では、経済産業省、県及び市の補助事業を活用し、平成23年11月に、生鮮三品をそろえた小規模店舗を開設するとともに、①会員登録した者からの電話注文を受け、店舗での取扱商品を自宅まで配達する宅配の取組、②店舗での取扱いのない商品を商店街や近隣の大型スーパーマーケット等で購入し、配達する買物代行の取組を開始した。</p> <p>しかし、①店舗利用者の客単価が低かったこと、②生鮮食品を取り扱うことによる商品ロスの影響が大きかったこと、③品揃えに限界があり、かつ、小規模店舗のため大量仕入れができず、仕入単価が高く、大型スーパーマーケット等との差別化が図れなかったこと等から、結果的には利用が進まず、平成28年1月から店舗を休業し、買物代行サービスだけを継続している。</p> <p>事前に実施したアンケート調査の結果とは異なる結果となったことについて、a団体では、『買物支援が必要か』と聞かれれば、通常は『必要である』と回答するし、『買物支援サービスが必要か』と聞かれれば、やはり『必要である』と回答するだろうと思われるので、アンケート調査の設問に配慮が足らなかった」としている。</p>

<p>同上 (店舗開設)</p>	<p>【取組実施時期】 平成 23 年 4 月～26 年 3 月</p> <p>【取組を開始した経緯、取組の内容、終了に至った経緯等】 A市の a 商店街では、近郊に郊外型の大型店舗が次々に開店したこと等から、来街者数が減少し、各店舗の売上げも減少していったこと、また、後継者難により閉鎖する店舗が相次ぎ、商店街の衰退が加速していたことから、その活性化方策が課題となっていた。さらに、同商店街の中に生鮮三品や惣菜を取り扱う店舗がなくなり、車を持っていない地区内の高齢者等が日常の買物に困っているという状況もみられるようになった。</p> <p>このため、b 団体（商店街振興組合）の理事長が、商店街の活性化対策として、試験的に自ら空き店舗を借りて野菜市を開催したところ、多くの買物客があったため、商店街の事業として実施しても採算がとれると判断し、平成 23 年 4 月に、b 団体が、B 都道府県及び A 市の補助金を活用して、商店街の空き店舗を改装し、生鮮野菜、惣菜等を販売する店舗を開設するとともに、注文を受けて商店街店舗で扱う商品を宅配する取組を開始した。</p> <p>B 都道府県及び A 市の補助金の支給は最長 3 年間という期限付きであり、補助期間の終了時点で取組を継続するか否かを判断することとなっていた。b 団体では、農協や農家に直接出向き、新鮮な野菜等を買付け、それらを低価格で販売していたこと等もあり、店舗では当初想定していた程度の売上げは確保でき、期間中は若干の利益が出る等、収支は赤字にはなっていなかった。しかし、補助金を販売員の人件費や店舗改装費、家賃の支払い、広報活動費等に充当していたことから、補助金が無ければ取組継続は難しいと判断し、補助期間が終了した平成 26 年 3 月に取組を終了した。</p> <p>なお、b 団体としての取組は終了したが、地区住民から、野菜の販売を継続してほしい等の要望があったため、現在は、b 団体の理事長が経営する店舗に販売スペースを設置し、同理事長が自ら市場や農家等から野菜を仕入れ、販売している。</p>
<p>同上 (交通)</p>	<p>【取組実施時期】 平成 23 年 9 月～24 年 3 月</p> <p>【取組を開始した経緯、取組の内容、終了に至った経緯等】 a 法人（社会福祉法人）が運営する施設が所在する A 市 b 地区では、高齢・過疎化により市の中心部への買物や食事等で外出することが困難な者が増えていた。これを踏まえ、同法人では、所有する車両を活用して地域の高齢者等を市の中心部まで送迎することで、孤立しがちな高齢者同士のコミュニケーションの機会を創出するとともに、買物支援を行うこととし、B 都道府県の補助事業を活用し、平成 23 年 9 月に外出支援サービスの取組を開始した。</p> <p>a 法人では、補助事業に採択された後の平成 23 年 9 月から同年 10 月中旬までの約 1 か月半の期間に、地域の高齢者等にサービスを無料で体験してもらい、有料化した場合の希望乗車料金や希望運行時間、希望乗車場所、乗車した感想等を把握するためのアンケート調査を行った。その後、会員登録を募ったが、登録会員は 24 人とどまり、平成 23 年 10 月から 24 年 3 月までの 6 か月間の利用も延べ 80 人と低調であった。</p> <p>a 法人では、補助期間終了後の平成 24 年 4 月以降も 6 か月間は取組を継続して実施したが、利用実績は向上せず、24 年 7 月から 9 月までの 3 か月間は利用者が皆無であったため、やむなく事業を終了した。</p>

<p>行政からの補助等は受けずに独自の工夫等により取組を実施していたが、終了した例 (店舗開設)</p>	<p>【取組実施時期】 平成 20 年 10 月～27 年 3 月</p> <p>【取組を開始した経緯、取組の内容、終了に至った経緯等】 A 市 a 地区は、古くからの市街地・住宅街であり、かつては商店街があって自動車に頼らずとも生活できたため、運転免許を持っていない高齢者が多い地区であるが、昭和 40 年代にスーパーマーケットが多数出店し、古くからの商店街は数店舗を残して消滅してしまった。その後、スーパーマーケットの撤退が相次ぎ、最後に残ったスーパーマーケットも平成 20 年 7 月に撤退してしまったことから、高齢者はやむなく宅配に頼ったり、タクシーで買物に出かけたり、知人や家族に買物を頼んだりする、買物が困難な状況に陥っていた。また、買物の場で人と会って話をするという機会がなくなり、高齢者の孤立化という問題意識が町内会有志の中で話題となっていた。</p> <p>このため、b 団体（地域団体）が、平成 20 年 10 月から、地域の駐車場スペースに幾つかの商店が週 1 回臨時出店する、いわゆる青空市を開催することとした。</p> <p>青空市への出店事業者からは水道光熱費を徴収していたが、運営者である b 団体には特段の費用が発生していなかったこと、また、毎回、近隣住民が集まることで地域の憩いの場としても機能していたこと等から、取組を継続していたが、取組開始時に中古品を譲り受けていた鮮魚・精肉等の販売に不可欠である冷蔵庫の機能が低下し、代替品の入手が費用面から困難であったため、平成 27 年 3 月、やむを得ず取組を終了した。</p> <p>なお、b 団体では、青空市の取組終了後の買物弱者対策として、移動販売業者に a 地区への参入を働きかけているが、調査時点では目途が立っていない。</p>
--	---

(注) 当省の調査結果による。

図表 2-⑩ 事業者の主な意見・要望等

分類	主な意見・要望等
補助事業等以外の支援	<p>【コンサルティング、地域住民や関係者間の橋渡し・調整、人材についての支援を求めるもの】</p> <p>(コンサルティング、技術支援等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 取組の開始当初、買物代行を希望する者の募集方法や広報活動の方法など、具体的に事業を実施するノウハウが不足していたことから苦慮した。そのため、事業の開始前及び実施中に専門的なアドバイスを受けたい。(買物代行) ・ 買物弱者対策に対する支援は、補助金の交付だけでなく、取組を継続させるための技術的支援が必要ではないか。(店舗開設) ・ 地区の自治会が運営主体であり、行政の手続や契約書の作成等についての知識がないことから、それらに関する助言等のサポートを継続してほしい。(交通) <p>(関係者間の橋渡し・調整、人材派遣等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今後取組を継続していくためにも、地元の大学等の有識者とのつながりを生かし、学生等の若い人にもボランティア経験を積んでもらい、地域のボランティア活動を行う人材を育成していく必要があると思われる。このため、行政には、有識者とボランティア活動等を行っている団体等との橋渡しの役割を果たしてほしい。(交通) ・ 今後、高齢者の増加等を背景として、買物に支障を来す人が増えることが予想される中で、当社を含め、様々な企業・団体の取組が各地で講じられている状況だと思う。しかし、それぞれの取組が単独で持続していくことは容易ではない面もある。そこで、行政や商工会議所などが、そうした各地に点在する各種の取組が相互に連携できるよう支援してくれることを期待したい。例えば、買物弱者対策に取り組む企業・団体に対して、そのニーズのある地域や団体を紹介・あっせんしたり、他の企業・団体と協働して商品の配送等が行えるような仕組みを検討したりすることなどを期待したい。(宅配) ・ 移動販売を行うに当たって、事業者単独で地域の住民に協力を求めても、なかなか信用・理解してもらえないが、当社の取組においては、市場調査やヒアリングによる詳細なニーズ把握、取組に対する住民説明などは、地方公共団体主導で行われており、住民に安心感を与えるとともにスムーズな対応が可能となっている。また、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、利用者を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。(移動販売) ・ 取組の開始準備時、バスの運行に関する知識がなく、当時は住民主体型のバスの運行についての取組は全国的にも例が少なかったことから、主に地元大学の教授に助言をもらいながら準備を進めた。他の地域の状況やバス路線の経路設定等、有識者の助言は大変参考となったので、今後、住民主体型のバス運行等を検討する際には、行政が有識者と住民団体とのマッチングを行うことで、検討がスムーズに進むのではないかとと思われる。(交通) ・ 町内会との連携が必要であるが、協力を得ることが困難であるので、行政が間に入ってもらいたい。(買物代行) ・ 民間事業者が単独で地域住民に説明しても、なかなか信用・理解してもらえないため、社会福祉協議会や自治会などとタイアップして取組を開始している。公の機関の後押しがないと、取組を開始することが難しいと痛感している。買物弱者対策の取組は、国や地方公共団体などが旗振り役になれば利用者也安心して、事業

者としても対応しやすい。金銭的な支援ではなく、行政や地域が参加するような形で、民間の活動を後押しするような施策が必要であると考えます。(店舗開設等)

- ・ 地域振興等については複数の省庁が様々な事業を実施しているが、事業を紹介・調整するコーディネーターのような役割の人材を地域に配置してほしい。(店舗開設)

- ・ 地域に買物弱者対策をけん引するリーダーが必要である。また、国等において、地域のリーダーを育成する対策を講じてほしい。(買物代行)

【取組内容の周知についての支援を求めるもの】

- ・ 買物バスの運行時間について、民生児童委員などの地域に精通した人に対する周知や、公共施設での掲示をしてほしい。(交通)

- ・ 高齢者世帯が多くなると新聞も講読しなくなり、ますます情報が入りづらくなる。回覧板による広報等の方法により、もっと買物弱者対策に関する宣伝周知をしてほしい。(移動販売)

- ・ 高齢者や子育て世代で買物に困っている方への情報提供をしてほしい。例えば、民生委員の集まる会議等、買物弱者の存在を承知しているような者が集まる場において、事業者自ら取組をPRできる機会を設けるよう調整してほしい。(宅配)

- ・ 広報用のチラシを作成し、A市役所にチラシを置いてほしい旨依頼したが、一民間事業者の広報活動に行政機関が協力することはできないとして断られた。一方、B市では、市の広報誌に掲載してもらう等、広報活動に協力してもらっている。純粋な営利目的ではなく公共性もある取組であるのだから、広報活動に協力してほしい。(移動販売)

【移動販売の場所の確保等についての支援を求めるもの】

- ・ 積雪の多い地域であるため、冬季は移動販売車を停車させる場所に苦勞する。積雪の無い時期に停める場所は、冬場は雪寄せ場とされ停車させることができず苦勞するので、除排雪に関する行政の支援をお願いしたい。(移動販売)

- ・ 市内に移動販売事業者が数多く参入し、販売場所が重複する事態が起こったため、自社の販売場所を他の事業者に譲っていた時期があるが、その事業者が販売に来なくなってしまったので、当該地域の住民から再度移動販売の要望を受け付けたことがあった。行政には、事業者の規模や実績、補助金受給の有無等を勘案して販売場所を割り当てる等の調整の役割を担ってほしい。(移動販売)

- ・ 販売場所が道路上の場合、警察署の占用許可が必要となるが、この手続に非常に手間と時間を要している。例えば、地方公共団体の推薦書等により手続が簡略化されるような措置を講じてもらいたい。(移動販売)

- ・ 活動地域の自治会長と話し合い、出張販売の場所の確保、利用者の紹介等をお願いしている。今後は地方公共団体等の協力により、公共施設内の販売場所等を活用できればありがたい。(店舗開設等)

- ・ 中山間地のように空き地が多くある場所であれば移動販売の場所を確保することも容易だが、中心市街地のような地域では、場所を確保するのも難しい。また、スピーカーで音楽を流して集客していると苦情を受ける場合があるので、行政から住民に対して理解を求めるよう働きかけてほしい。(移動販売)

【買物弱者の所在情報等の提供を求めるもの】

- ・ そもそも買物弱者がどこに存在しているか分からないし、探そうにも個人情報保護の観点から簡単に情報が引き出せない。(宅配)

- ・ サービスを開始するに当たり、ニーズを把握する足掛かりとして、市の福祉課に対し、地域の介護世帯や一人暮らし高齢者世帯の情報提供を依頼したが、個人情報

	<p>であり、また、一事業者を応援することはできないと断られた。(買物代行)</p> <ul style="list-style-type: none"> 取組を周知するため地域を回り、住宅の外観等から高齢者宅ではないかとの見当を付けて戸別訪問している。確実な方法ではないので、支援が必要な高齢者がどこに住んでいるのかという情報が欲しい。(買物代行) 買物弱者対策として公益的な側面がある取組を行う者に対しては、地方公共団体が保有している情報(独居老人世帯の名簿等)を提供してほしい。情報の取扱いについて地方公共団体と事業者が協定を結ぶなどの対策を行った上で提供すれば問題ないのではないか。(買物代行) 潜在的な需要を掘り起こすとともに、現状以上に利用者ニーズに対応したサービスの提供を行うことが、移動販売を継続していくためにも重要であると考えている。このため、民生委員等の福祉に携わる者が保有している地域住民に関する情報(買物に困っている人の所在等)が提供されるよう要望する。(移動販売) 販売場所の提供を依頼するため、地域の公民館長や区長と交渉する必要があり、市にその氏名を照会したが、個人情報保護を理由に情報提供を受けられなかった。公民館長等は公的な立場であるので、情報を提供してほしい。(移動販売) <p>【買物弱者対策に資する取組の推奨事例等情報の提供を求めるもの】</p> <p>項目 3 (図表 3-(3)-㉑) 参照</p> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> 配達時に利用者の異変を発見した場合、明らかに事件や事故と判断できない場合は、警察や消防に通報することはできないので、地方公共団体の福祉部局に連絡するが、一般的に 17 時を過ぎると勤務時間が終了しており、福祉担当職員と連絡できない場合がある。高齢者の見守り協定を締結しているので、その実効性を高めるためにも、地方公共団体における体制の整備を要望する。(配食) 支援する会員(運転手)が高齢化していることもあり、万が一の自動車事故を懸念している。ボランティア団体に適用される自動車保険に加入し、利用者にも事故時の対応について一筆記載した書面を提出してもらうなどの対応を進めているが、事故の発生時の対応についての情報を提供してほしい。(交通) 農村部に出店する際、敷地を探していると、多くの場合、農用区域に設定されており、その除外に係る手続きが煩さであることに加え、除外までに 2 か月から 3 か月の期間を要する。企業としてはスピード感が大事であるので、もう少し迅速に除外の手続きを講じてもらいたい。(店舗開設) 自動車税の減免は、条例により、災害被災者、身体障害者、生活交通路線バス等の一般乗合旅客自動車運送事業者などに限り認められている。地域での自主的な取組に対しては、地域への貢献度を勘案した上で、自動車税や車検代などの必要経費について何らかの減免等の措置を講じてほしい。(交通)
<p>補助事業等による支援</p>	<p>【事業者等が活用できる補助事業等の周知等を求めるもの】</p> <p>項目 3 (図表 3-(3)-㉑) 参照</p> <p>【補助事業等の申請手続の簡素化、要件等の緩和等を求めるもの】 (申請書類、報告書類等)</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成 26 年度の「商店街まちづくり事業費補助金」(経済産業省)は、申請書類の内容や添付書類の種類が多く、申請書類の作成に相当な労力が必要であった。また、申請後の審査等についても時間を要しすぎたり、途中で担当者が交代した場合に追加で説明や資料を求められたりしたので何とかしてほしい(平成 26 年 7 月から 8 月にかけて電話等で 5 回程の書類の差し替え、追加依頼があった。)(移動販売)

(要件等)

- ・ 市との配食支援事業の委託契約において、事業の再委託を禁止されているため、自前で弁当の配送まで請け負っているが、当社の本業は、福祉施設での給食事業や仕出し弁当事業など食に関するものであり、配送に関しては事業として実施していくためのノウハウが乏しい状況にある。配送だけでも別の事業者にも再委託できるようにしてもらいたい。(配食)
- ・ 国からの補助金を受給して移動販売車を購入した。その後の国の実地調査の際、移動販売が赤字であることから、「現在の移動販売車を処分し、より利益が出て高齢者のためにもなるバスによる自社店舗までの送迎に切り替えたい」との希望を伝えたところ、「事業開始後5年未満で車両を処分すると、補助金を返還してもらうことになる」と言われた。5年間は長すぎるので、もっと短期間で柔軟な対応ができるようにしてほしい。(移動販売)
- ・ 買物代行の注文システムを導入するに当たり、町が国からの交付金で設置したブロードバンド回線を使用しようと検討したが、施設の目的外利用に当たるとはならないかの疑義があり、事業の進捗が遅れたことがあった。買物弱者対策として国の交付金等を活用して整備した通信設備を使用する際には、柔軟な取扱いを認めてほしい。(買物代行)

(公募期間)

- ・ 平成24年度の「地域自立型買い物弱者対策支援事業」(経済産業省)の申請書には、膨大な添付資料を用意する必要があり、その上、地方公共団体の推薦状が必要であったが、募集期間が3週間ほどと短期間であったため、結局応募を見送った。申請書に添付する資料については、自社で用意するので何とかなるが、地方公共団体の推薦状は準備にどれだけ時間を要するか分からなかった。補助金の公募期間は、もう少し余裕を持ったスケジュールとしてほしい。(店舗開設)
- ・ 平成24年度の「地域自立型買い物弱者対策支援事業」(経済産業省)を活用した際、添付資料である「要望書」について、本当に利用者があるのかどうか、チラシの配布枚数や店舗建設の際の各数値の見積りについて厳しく指摘されたが、公募開始から申請締切りまでの期間が短期であり、見積りの数値がおろそかになってしまった。補助事業の情報については、申請の提出締切りまでに余裕をもった時期に周知するようにしてほしい。(店舗開設)

(その他)

- ・ 不採択だった場合でも、その理由や改善が必要な点を説明してほしい。(移動販売)

【補助事業等の拡充・整備を求めるもの】

(補助事業全般)

- ・ 補助金なしで経営・運営することは困難であると思うが、地方公共団体によって補助事業の取組について相当の温度差がある。(移動販売)
- ・ 本来経営が成り立たなくなった場所における買物の不便を解消するために実施しているものであり、利益を上げることは難しい。(店舗開設)
- ・ 民間事業者が買い物弱者対策に取り組んでいるから行政は何もせずに民間事業者任せというスタンスではなく、民間の取組を継続させるためには、行政が民間事業者と連携して役割分担するとともに必要な助成等を行うべきである。(移動販売)

(燃料費、人件費等のランニングコストへの補助等)

- ・ 新規の取組に対する補助制度はあっても、その取組を維持していくための補助制度がない。当社が店舗を開業している地区はそもそも人口が少ない上、地理的に外部からの人の流れも期待できず、今以上に利用人数が増えることは想定できないので、自助努力だけではこの先も取組を継続していくことは難しい。過疎地域での自主的な取組が長く持続していけるように、運営費用に対しても助成するような補助メニューを創設してほしい。(店舗開設)
- ・ 現在、ガソリン代等自動車の維持費の一部を市からの補助金で賄っている。いかに自立して事業運営できるかが課題であると認識しているが、取組の実施地域には、市の中心部から90分以上かかる山村地域もあり、おそらく一般には採算の取れない事業であるので、補助を継続してほしい。(移動販売)
- ・ 赤字となっている交通路線バスに対し、交通の利便性確保のため、国が赤字額を補填するなど支援していることを考えると、買物の利便性を確保する観点から、買物弱者対策に資する取組を実施している事業者に対して、燃料費の一部を補助する仕組みがあってもよいのではないかと。(宅配)
- ・ 移動販売車の燃料費や自動車保険料等の負担について助成を検討してほしい。事業者が複数存在するなどして事業者への助成が難しいのであれば、利用者である高齢者に買物券を配布することも考えられるのではないかと。(移動販売)

(車両更新費用等の継続のためのコストへの補助等)

- ・ 人口減少、高齢化の進行等により年々売上げは減少しているが、住民のためにスーパーマーケットへの無料送迎バスの運行は継続したい。しかし、数年ごとのバス車両の更新経費は大きな負担になっているため、そのような費用に対する補助制度を創設してほしい。(交通)
- ・ 取組に使用している車両が老朽化している。今後も取組を継続するとなれば買換えが必要であるが、現在の利用状況、厳しい収支状況から自主財源で購入することは難しく、取組を継続するかどうか再検討する必要性が生じている。車両の更新に係る補助等があれば活用したい。(交通)
- ・ 既存の店舗の建て替えや冷蔵ケースの更新などを補助対象としてほしい。(店舗開設)

(取組を継続している事業者等への補助等)

- ・ 国や地方公共団体は、新規事業者に対する移動販売車の新規購入経費を補助しているが、新規に取り組む事業者だけでなく、移動販売を継続していることを評価する仕組みを考えてほしい。国や地方公共団体が赤字路線バスに対して補助金を交付していることを考えると、過疎集落や限界集落で取組を継続している移動販売事業者に対する一部補助があっても良いのではないかと。(移動販売)
- ・ 補助対象が事業開始時の投資に限定されている事業が多いが、補助金なしに軌道に乗り始めている取組を長続きさせるために設備を増強する場合も、補助対象としてほしい。(移動販売)

(継続的な補助等)

- ・ 買物弱者対策の取組は、ボランティア事業に等しいものである。設備投資、人件費、車両の燃料費等の運営経費について手厚い支援策が必要とされる。しかも単年度で終了しては全く意味がない。継続することによって効果が出てくるものであ

	<p>る。(移動販売)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 移動販売は担当者の負担が大きいので、処遇を良くしないと人材が集まらない。また、広範囲に集落が点在している地区で営業するため、販売時の走行距離が長く、商品の仕入先も遠隔地になるので、ガソリン代が高額になる。さらに、取組の開始時だけでなく、随時、地域内各戸へ商品カタログ等の配布が必要になる。このため、人件費、燃料費、広告費等に継続的な補助をしてほしい。(移動販売) <p>(行政の代行的な取組への補助等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 宅配時に、利用者の安否確認や見守りなど、行政が担うべき業務を代行している面もあるので、その部分は行政の委託事業とし、委託料を支給してほしい。(宅配) ・ 買物のためのバスを運行している民間企業が直接活用できる補助事業が少ないと思う。地域住民からの要望が強く、本来は行政が対応すべき取組を行政に代わって民間が担うこともありうることから、交通の分野にも、民間事業者が直接受けられる何らかの補助事業があっても良いのではないか。(交通) <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地方公共団体が買物サービスチケットを配布して、生活支援サービス団体として認可された団体で利用できるような支援制度や、商店街から配達できるような商店への支援制度、デパートやスーパーマーケット内での付添いや買物サービスを利用できるシステムづくりなどを実施してほしい。(その他(買物付添い等)) ・ 単に買物支援の取組ではなく、高齢者の生きがいづくり、支え合いという視点から、国等が補助金を交付することができないか。ボランティアに生きがいを感じて取り組んでいる高齢者も、自分がしたことに対価があるとやる気も起きる。高齢者の有償ボランティアに限り補助金が交付されれば、買物弱者対策にも活用しやすい。(店舗開設等) ・ 買物弱者は中山間地に限らず、街中や介護施設等の入居者にも存在し、今後ますますその傾向は増えると思われるので、補助対象の取組の活動地域を中山間地域に限定しない補助金を設けてほしい。(移動販売) ・ 小売業者ではないため、移動販売の商品は地元のスーパーマーケットなどから直接買い付けて販売している。少しでも経費負担を少なくできないかと考え、各店舗に業務提携について相談したこともあるが、いずれも協力は難しいとの返答であった。店舗側には協力することによるメリットもないため当然とも考えられるが、仕入価格を低くできなければ継続していくことは難しい。そこで、例えば、業務提携などにより販売側は仕入コストが抑えられ、かつ、スーパーマーケット等の協力店の方にもメリットがあるような施策や補助制度を創設してもらいたい。(移動販売) ・ 配達車両の駐車場所の確保が、特に都市部で困難であり、現在コインパーキングを利用しているが、経費がかさんでいるので、何らかの支援(場所の確保や駐車料金の無料化等)をしてほしい。(買物代行等)
<p>国及び地方公共団体の買物弱者対策のための体制整備等</p>	<p>項目 3 (図表 3-(3)-⑳) 参照</p>

関連する規制
の見直し

【移動販売営業の許可】

- ・ 移動販売で鮮魚、精肉及び乳類の販売を行う場合は、保健所ごとに食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）関係法令・条例に基づく各種の販売許可を得ることが必要になっている。A 都道府県の場合、A 都道府県、B 市、C 市、D 市及び E 市が設置している保健所から許可を得る必要がある。これらの許可を得るに当たり、それぞれの保健所が定めている許可基準等に違いはないと思われるが、それぞれに許可手数料を納める必要があり費用負担が大きい。このため、どこかの保健所で販売許可を得ている場合には、都道府県内全域における販売許可が得られているものとみなすよう、規制を緩和してほしい。
- ・ 通常、F 都道府県で営業しているが、被災地への応援のため増車予定の移動販売車 1 台を G 県で使用する手続を進めている。その際、営業許可を G 県で改めて取得しなければならないため、手続に苦慮している。現在利用している車両は、F 県で営業許可を受けている車両であり、一定の基準は満たしているはずである。災害時については、特例的に許可手続を不要にする、又は簡素化して、他県でも速やかに移動販売車の利用ができるようにしてほしい。
- ・ 移動販売車に係る自動車検査や故障修理の際、当該移動販売車の代車として、他の移動販売車を使用している。この場合、自動車検査や修理の必要が発生した移動販売車に係る各種の販売許可を得ている保健所と、代車に係る各種の販売許可を得ている保健所が異なる場合は、代車を使用する期間が僅かであっても、自動車検査や修理の必要が発生した移動販売車に係る各種の販売許可を得ている保健所に対し、改めて許可を申請する必要があり、許可手数料も発生している。代車も他の保健所から必要な各種の販売許可を得ているので、このような場合は、移動販売の期間を限定した届出等で移動販売が可能となるよう、規制を緩和してほしい。
- ・ 移動販売を行うに当たり、食品衛生法・条例に基づく各種販売許可は、移動販売車 1 台ごとに必要となっている。同一の法人が所有し、同一規格の移動販売車なのであるから、一定の条件を満たす場合は、購入時期が異なっていたとしても、一つの販売許可で販売を認める、許可手数料を減免する等の負担軽減策の検討を要望する。

【移動販売車の設備基準】

- ・ 保健所から指示があったため、移動販売車に手洗設備用の貯水槽を設置しているが、目的が分からず、タンクの衛生管理も大変である（2 トントラックに 50 リットル、軽トラックに 40 リットルのタンクを設置）。手の洗浄が必要であれば、アルコール消毒で代替可能とも考えられるので、目的を明確にした上で、より簡便な内容に見直してほしい。
- ・ 移動販売車に貯水槽付きの流水式手洗設備を設置しているが、取り扱う商品は包装されており、設置しなくても衛生上の問題はなく、実際ほとんど使用されていない。小さな車両なので、手洗設備分のスペースがなければもっと商品を積むことができる。不要な規制ではないかと思う。
- ・ 食品衛生法の営業許可を受けるに当たって、保健所を設置する自治体ごとに通達等の解釈について相違があると感じることもある。例えば、1 台目の移動販売車を購入した際は、H 市保健所の指導により、移動販売車の出入口に内扉を取り付けたが、H 市以外では内扉を取り付けていなくても営業許可がなされているところがある。また、内扉が衛生面から本当に必要なものであるのかも疑問である。このようなことから、移動販売事業の営業許可に当たり、移動販売車両として最低限必

要な設備等について、国の統一的な見解及び移動販売車両の基本モデルとなる図面等を示してほしい。

【移動販売等による酒及びたばこの取扱い】

- ・ 過疎地域に居住している高齢者から、酒及びたばこの販売要望が多く寄せられている。しかし、酒については、全国的に、移動販売車による販売は許可されておらず、たばこについては、定価に移動販売により増加する費用分を転嫁して販売するよう税務署から指導を受けており、利用者の理解を得ることが困難と想定されるため販売していない。移動販売の利用者の買物需要に対応するため、過疎地域における移動販売の場合には、規制緩和を要望する。

【移動販売時の道路の使用許可等】

- ・ 移動販売時の道路の使用許可に関して、幹線道路での移動販売ができないのは理解できるが、山間部の人通りも少ない県道・町道でも販売許可が下りないことがある。一律に許可しないという取扱いを変更してもらいたい。
- ・ 移動販売車両が来たことを拡声器で放送するに当たり、放送を行うための道路使用許可を毎月警察署に申請しなければならないが、通年で実施していることなので、年1回まとめて申請することを可能とするなどの改善をしてほしい。

【自家用旅客運送】

- ・ ボランティア団体が営利を目的としないで実施する旅客運送に対しては、道路運送法に関連した規制（自家用有償旅客運送事業の許可取得）をもう少し弾力的に運用してほしい。
- ・ 何の公共交通機関もない山間部においては、バス会社が撤退し、市町村も予算の都合でコミュニティバスの運行ができない場合には、公共の移動手段が完全になくなってしまう。人を輸送（送迎）する場合、事業許可を受けていなければ利用運賃を徴収できないとする道路運送法の規定は、タクシー等多くの事業者が存在する都市部では必要な規制であると考えられるが、このような交通機関が無く生活に支障を来すような地域においては、何らかの特例措置（規制緩和）を検討してほしい。

(注) 1 当省の調査結果による。

2 文末の（ ）内は、当該事業者が実施している取組である。

3 国及び地方公共団体における買物弱者対策の実態

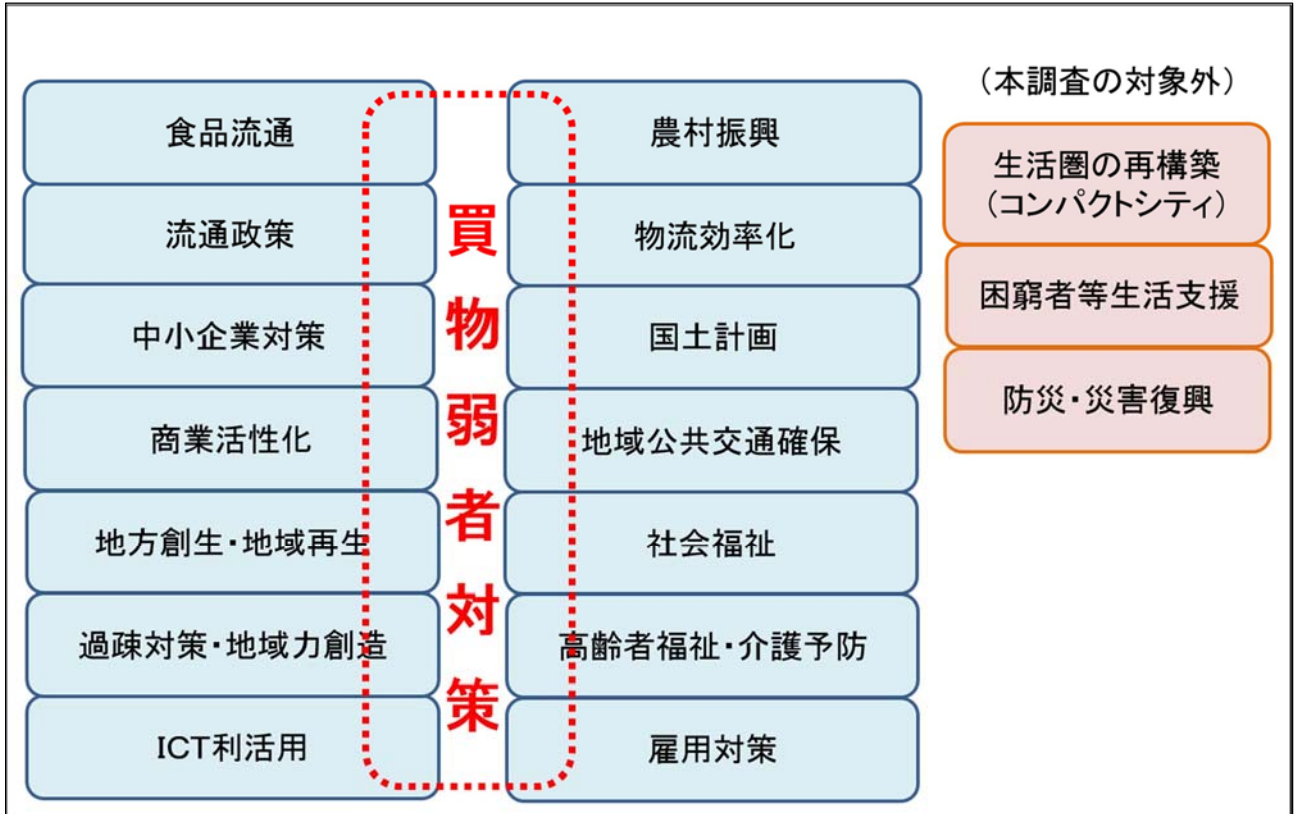
(1) 国における買物弱者対策の現状

実 態	説明図表番号
<p>国における買物弱者対策については、明確な所管府省（特に中心となって対策を進めている府省）は存在せず、関係府省がそれぞれの所管行政において推進している施策が、結果的に買物弱者対策に資するものとなっている現状にある。</p>	<p>図表 3-(1)-①</p>
<p>このため、関係府省の事業についても、過去には買物弱者対策を主たる目的として実施していると考えられる補助事業（経済産業省による「地域自立型買い物弱者対策支援事業」（平成 24 年度）等）が実施されたこともあるが、多くは買物弱者対策をその主たる目的とするものではなく、関係府省の所管行政の推進のための事業が、結果として買物弱者対策に資する事業になっている。</p> <p>本項目においては、平成 23 年度から 27 年度までに実施された施策であって、本省が買物弱者対策の推進に資すると判断したものについて、次のとおり、関係府省別に整理した。</p>	<p>図表 3-(1)-②</p>
<p>ア 内閣府</p> <p>内閣府（地方創生推進事務局）は、地方創生の推進を図るため、まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）により、内閣に置かれた「まち・ひと・しごと創生本部」の事務局である内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局と一体となって、地方創生の推進を図る施策に取り組んでいる。また、内閣府は、①中心市街地活性化・都市再生・地域再生の推進等を図るための基本的な政策に関する事項、②総合特別区域制度等を所管しており、これら「地方創生」等の観点から、買物弱者対策に関連する施策等を実施している。</p>	<p>図表 3-(1)-③</p>
<p>具体的には、地方創生推進交付金等の補助事業、集落等の活性化に関連する事業についての地方公共団体からの照会に対する窓口の設置等により、地方公共団体等における買物弱者対策に資する事業を支援している。</p>	<p>図表 3-(1)-④</p>
<p>イ 総務省</p> <p>総務省は、①地域の振興に関するものの企画及び立案並びに推進、②過疎対策に係る地域の振興に関するものの企画及び立案並びに推進に関する事務等を所管しており、これら「地域振興及び過疎対策」の観点から、買物弱者対策に関連する施策等を実施している。</p> <p>また、ICT利活用の推進等も所管しており、地域における「ICTの利活用促進」の観点からも、買物弱者対策に関連する施策等を実施している。</p>	<p>図表 3-(1)-⑤</p>
<p>具体的には、地方交付税措置や補助事業、地域振興に関する調査研究の実施、地域おこし協力隊等による人的支援等により、地方公共団体等にお</p>	<p>図表 3-(1)-⑥</p>

<p>ける買物弱者対策に資する事業を支援している。</p> <p>ウ 厚生労働省</p> <p>厚生労働省は、①少子高齢社会への総合的な対応に関する関係行政機関の事務の調整、②社会福祉に関する事業の発達、改善及び調整、③老人の福祉の増進、④老人の保健の向上、⑤地域における保健及び社会福祉の向上及び増進、⑥介護保険事業等を所管しており、これら「社会福祉」及び「高齢者福祉」の観点から、買物弱者対策に関連する施策等を実施している。</p> <p>具体的には、各種補助事業等、地域包括ケアシステムの推進等により、地方公共団体等における買物弱者対策に資する事業を支援している。このほか、雇用改善のための施策（補助金等）が、地方公共団体等における買物弱者対策に資する事業に活用されている例がある。</p> <p>エ 農林水産省</p> <p>農林水産省は、①食品産業の育成等、②農畜産物の生産、流通及び消費の増進・改善等を所管しており、これら「食品流通」の観点から、買物弱者対策に関連する施策等を実施している。また、農山漁村及び中山間地域等の振興に関する総合的な政策の企画及び立案並びに推進を所管しており、これら「農山漁村振興」の観点からも、買物弱者対策に関連する施策等を実施している。</p> <p>具体的には、農林水産政策研究所において、「食料品アクセス問題」の現状分析、調査研究等を行っているほか、食料品アクセス環境改善対策事業を始め各種補助事業等により、地方公共団体等における買物弱者対策に資する事業を支援している。</p> <p>オ 経済産業省</p> <p>経済産業省は、①産業組織の改善、②地域における商業振興、③物資の流通の効率化及び適正化、④中心市街地活性化等を所管しており、これら「商業振興」、「物流効率化」及び「市街地活性化」の観点から、買物弱者対策に関連する施策等を実施している。</p> <p>また、中小企業庁は、①中小企業の育成及び発展、②経営改善・向上、③新たな事業の創出、連携等を所管しており、これら「中小企業の発展等」の観点からも、買物弱者対策に関連する施策等を実施している。</p> <p>具体的には、「買い物弱者応援マニュアル」の作成、国や地方公共団体等による買物弱者対策に資する補助事業等の取りまとめ等を行っているほか、各種の補助事業等により、地方公共団体等における買物弱者対策に資する事業を支援している。</p>	<p>図表 3-(1)-⑦</p> <p>図表 3-(1)-⑧</p> <p>図表 3-(1)-⑨</p> <p>図表 3-(1)-⑩</p> <p>図表 3-(1)-⑪</p> <p>図表 3-(1)-⑫</p>
--	---

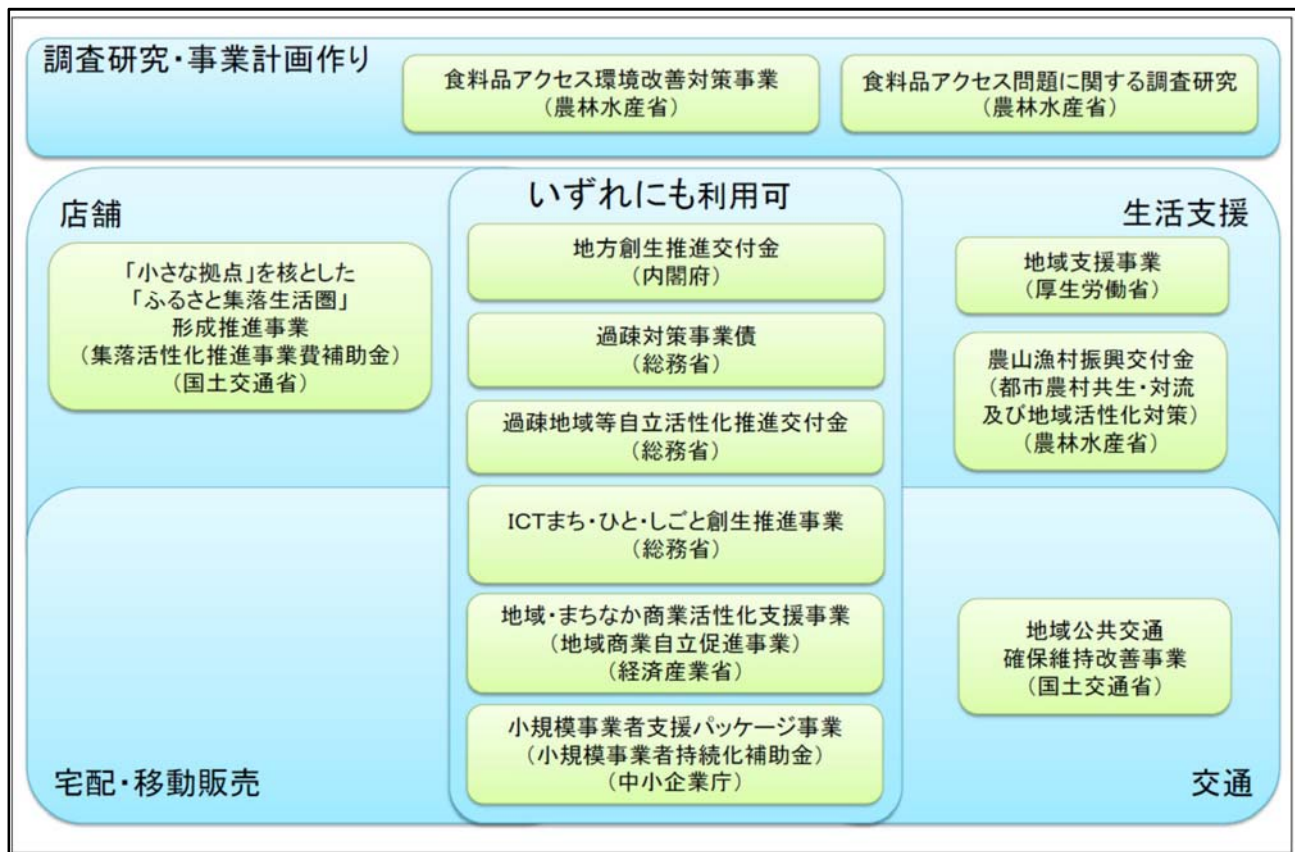
<p>カ 国土交通省</p> <p>国土交通省は、①国土の利用、開発及び保全に関する総合的かつ基本的な政策の企画及び立案並びに推進、②社会資本整備の推進、③地域的な交通に関する基本的な計画及び地域における交通調整、④貨物流通の効率化、円滑化及び適正化、⑤貨物利用運送事業の発達、改善及び調整、⑥地方の振興等を所管しており、これら「国土計画」、「貨物流通」及び「地域公共交通確保」の観点から、買物弱者対策に関連する施策等を実施している。</p> <p>具体的には、「小さな拠点」の取組の推進、物流の効率化のための調査研究、各種の補助事業等により、地方公共団体等における買物弱者対策に資する事業を支援している。</p>	<p>図表 3-(1)-⑬</p>
<p>キ 買物弱者対策が主たる目的であると考えられる事業</p> <p>関係府省が実施している買物弱者対策に資する事業のうち、買物弱者対策が主たる目的であると考えられる事業は、農林水産省及び経済産業省の一部の補助事業に限られている。</p> <p>このうち、農林水産省の補助事業は、食品流通業者と市町村等の地域の関係者が連携して設置・運営する企画検討会による検討を支援するもので、事業者が実施する買物弱者対策に資する取組を直接的に支援するものではない。</p> <p>また、経済産業省の補助事業は、補正予算により実施されている単年度限りの事業であり、平成 27 年度以降は実施されていない。経済産業省では、「経済産業省の買物弱者対策は、全国の地方公共団体、住民及び事業者に対するベストプラクティスの普及啓もう及び事案ごとに異なる効果的な解決手法に係る助言を行うことを対策の中心としている。このため、同省の補助事業はベストプラクティス構築のための補正予算による単年度事業に特化している」としている。</p>	<p>図表 3-(1)-⑭</p> <p>図表 3-(1)-⑮</p>

図表 3-(1)-① 買物弱者対策に関連する国の施策マップ



(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(1)-② 買物弱者対策に資する国の主な補助事業等マップ



(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(1)-③ 内閣府設置法（平成 11 年法律第 89 号）〈抜粋〉

（所掌事務）

第四条 内閣府は、前条第一項の任務を達成するため、行政各部の施策の統一を図るために必要となる次に掲げる事項の企画及び立案並びに総合調整に関する事務（内閣官房が行う内閣法（昭和二十二年法律第五号）第十二条第二項第二号に掲げる事務を除く。）をつかさどる。

一～三 （略）

四 中心市街地の活性化（中心市街地の活性化に関する法律（平成十年法律第九十二号）第一条に規定するものをいう。）の総合的かつ一体的な推進を図るための基本的な政策に関する事項

五 都市の再生（都市再生特別措置法（平成十四年法律第二十二号）第一条に規定するものをいう。）及びこれと併せた都市の防災に関する機能の確保を図るための基本的な政策に関する事項

六 （略）

七 構造改革特別区域（構造改革特別区域法（平成十四年法律第百八十九号）第二条第一項に規定するものをいう。）における経済社会の構造改革の推進及び地域の活性化を図るための基本的な政策に関する事項

八 地域再生（地域再生法（平成十七年法律第二十四号）第一条に規定するものをいう。）の総合的かつ効果的な推進を図るための基本的な政策に関する事項

九 （略）

十 総合特別区域（総合特別区域法（平成二十三年法律第八十一号）第二条第一項に規定するものをいう。第三項第三号の五において同じ。）における産業の国際競争力の強化及び地域の活性化の推進を図るための基本的な政策に関する事項

十一 国家戦略特別区域（国家戦略特別区域法（平成二十五年法律第七号）第二条第一項に規定するものをいう。第三項第三号の六において同じ。）における産業の国際競争力の強化及び国際的な経済活動の拠点の形成の推進を図るための基本的な政策に関する事項

十二～二十九 （略）

2 （略）

3 前二項に定めるもののほか、内閣府は、前条第二項の任務を達成するため、次に掲げる事務をつかさどる。

一～二 （略）

二の二 中心市街地の活性化に関する法律第九条第一項に規定する基本計画の認定に関すること。

三 （略）

三の二 構造改革特別区域法第四条第一項に規定する構造改革特別区域計画の認定に関すること。

三の三 地域再生法第五条第一項に規定する地域再生計画の認定に関すること、同法第十三条第一項の交付金に関すること（同法第五条第四項第一号ロに掲げる事業に要する経費に充てるための交付金については、当該交付金を充てて行う事業に関する関係行政機関の経費の配分計画に関することに限る。）、同法第十四条第一項に規定する指定金融機関の指定及び同項に規定する地域再生支援利子補給金の支給に関すること並びに同法第十五条第一項に規定する指定金融機関の指定及び同項に規定する利子補給金の支給に関すること。

三の四 （略）

三の五 総合特別区域法第八条第一項に規定する国際戦略総合特別区域の指定に関すること、同法第十二条第一項に規定する国際戦略総合特別区域計画の認定に関すること、同法第二十八条第一項に規定する指定金融機関の指定及び同項に規定する国際戦略総合特区支援利子補給金の支給に関すること、同法第三十一条第一項に規定する地域活性化総合特別区域の指定に関すること、同法第三十五条第一項に規定する地域活性化総合特別区域計画の認定に関すること、同法第五十六条第一項に規定する指定金融機関の指定及び同項に規定する地域活性化総合特区支援利子補給金の支給に関すること並びに総合特別区域における産業の国際競争力の強化及び地域の活性化に関

する関係行政機関の事務の調整に関すること。

三の六 国家戦略特別区域の指定に関すること、国家戦略特別区域法第八条第一項に規定する区域計画に関すること、同法第十六条の四第三項に規定する指針の作成に関すること、同法第二十八条第一項に規定する指定金融機関の指定及び同項に規定する国家戦略特区支援助子補給金の支給に関すること並びに国家戦略特別区域における産業の国際競争力の強化及び国際的な経済活動の拠点の形成に関する関係行政機関の事務の調整に関すること。

四～六十二 (略)

(地方創生推進事務局)

第四十条の二 地方創生推進事務局は、第四条第一項第四号、第五号、第七号、第八号、第十号及び第十一号並びに第三項第二号の二、第三号の二、第三号の三、第三号の五及び第三号の六に掲げる事務をつかさどる。

2～4 (略)

(参考) まち・ひと・しごと創生法(平成26年法律第136号) <抜粋>

(設置)

第十一条 まち・ひと・しごと創生総合戦略の推進を図るため、内閣に、まち・ひと・しごと創生本部(以下「本部」という。)を置く。

(所掌事務)

第十二条 本部は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 まち・ひと・しごと創生総合戦略の案の作成及び実施の推進に関すること。
- 二 まち・ひと・しごと創生総合戦略についてその実施状況の総合的な検証を定期的に行うこと。
- 三 前二号に掲げるもののほか、まち・ひと・しごと創生に関する施策で重要なものの企画及び立案並びに総合調整に関すること。

図表 3-(1)-④ 買物弱者対策に関連する内閣府の主な施策

【制度、具体的な取組等】

① 「小さな拠点」づくりに係る国の関連施策一覧の取りまとめ等

中山間地域等の集落生活圏において、安心して暮らしていく上で必要な生活サービスを受け続けられる環境を維持していくために、地域住民が、地方公共団体や事業者、各種団体と協力・役割分担をしながら、各種生活支援機能を集約・確保したり、地域の資源を活用し、しごと・収入を確保する取組を「小さな拠点」づくりと位置付け、これを実践するに当たり活用可能な国の関連施策を、関係府省の協力を得て取りまとめ、ホームページに掲載している。また、「住み慣れた地域で暮らし続けるために～地域生活を支える「小さな拠点」づくりの手引き～」を作成し、ホームページに掲載している。

図：「小さな拠点」づくりの取組イメージ



② 「集落等の活性化に関連する相談（ワンストップ窓口）」の設置

集落等の活性化に関連する事業について、地方公共団体が最適な事業を選択できるよう、ワンストップ窓口を設置し、各府省の「小さな拠点」の支援メニュー（事業）についての照会等に対応するほか、総務省の「過疎地域等自立活性化推進交付金」及び国土交通省の「「小さな拠点」を核とした「ふるさと集落生活圏」形成推進事業」の事業申請窓口も担っている。

- ・ 「集落等の活性化に関連する相談（ワンストップ窓口）」のページ（内閣府地方創生推進事務局）
http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/onestop_shuraku.html

③ 「地域活性化伝道師」派遣制度

地域活性化に向け意欲的な取組を行おうとする地域に対して、地域興しのスペシャリスト（地域活性化伝道師）を紹介し、指導・助言などを行う「地域活性化伝道師」を派遣する制度を設けており、平成 28 年 4 月 1 日現在、350 人の伝道師が登録されている。

平成 27 年度には 18 人を全国 21 地域に派遣しているが、これまでには、買物弱者対策に関連する内容（商店会振興）を含むものもみられる。

事業概要

地域の活性化に向け意欲的な取組を行おうとする地域に対して、地域興しのスペシャリスト(地域活性化伝道師)を紹介し指導・助言を行う。

地域活性化伝道師登録数、実績及び活用方法

○地域活性化伝道師登録数：350名(平成28年4月1日現在)
 ※推進室HP (<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/ouentai.html>) において公開
 分野別登録数(重複を含む)

1. 地域産業・イノベーション・農工商連携	2. 農・林・水産業	3. 観光・交流	4. 環境	5. まちづくり	6. 地域コミュニティ・集落再生	7. 地域医療・福祉・介護・教育	8. 地域交通・情報通信
121人	56人	114人	34人	139人	78人	23人	14人

○平成27年度実績：地域活性化伝道師18名を全国21地域に派遣

○活用方法：①各自治体及び団体等が、課題解決への取組に適した伝道師を選び、任意に招へいや相談を行う。
 ②地方創生推進事務局が、地域に対する助言等の一環として、取組熟度が相当程度高く、支援する意義が特に高いと判断される場合に、地域活性化伝道師を当該地域へ派遣する。

モデル地域における指導内容イメージ

①地域のリーダーの育成

地域活性化伝道師の講義を受け、取組の立ち上がり段階における実行プランの企画、取組の実施体制の構築を後押し。



②取組の実施段階

実行プランに基づく取組を実施拡大していく上で必要となる人員を確保し、スキルアップ研修などの実施を後押し。



③取組の事業化段階

地域リーダーが中心となって、地域の産学官連携で商品開発を進め、事業化に必要な経営や広告・宣伝のノウハウを伝授。



④販路拡大・雇用創出

マーケティング・販路拡大の支援を実施することにより、地域の新たな産業として定着。これがモデルとなり、地域間連携により、広域的に波及。



地域の成長力強化・雇用創出に資するよう、これを担う地域人材力の強化について地域活性化伝道師が切れ目なく支援

④ 地方創生コンシェルジュ

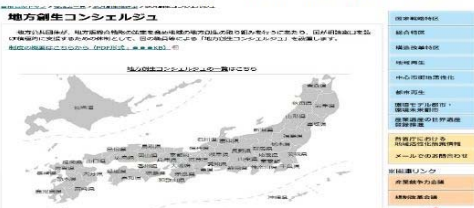
「地方版総合戦略」に沿って施策展開を進め、地方創生に取り組む地方公共団体に対して、国が相談窓口を設け積極的に支援するための体制として、当該地域に愛着のある国の職員を選任し、地方からの相談に応じるものである。

地方創生コンシェルジュ名簿について

○全国の地方公共団体に地方創生コンシェルジュ(17府省庁総勢965人)の連絡先・当該地域とのゆかりや想いを記載した名簿を送付。

○名簿は地方創生推進事務局のHP上でも公表。地方公共団体は、HP上から相談を行うことも可能。

【地方創生コンシェルジュトップページ：<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/concierge/>】



【地図上の各都道府県をクリックすると以下のような名簿を表示】

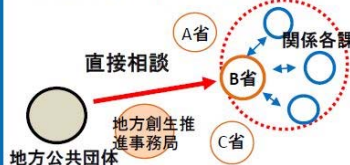
No.	担当都道府県	氏名	所属			
			省庁	局	課室	肩書
1	○×県	○○	○○省	○○局	○○課	課長
2	○×県	△△	△△省	△△局	△△課	課長補佐
3	○×県	××	××省	××局	××課	局長

相談方法について

○具体の相談先がわからない場合、地方創生推進事務局コンシェルジュが全体の窓口となり対応。必要に応じて関係府省庁の担当を紹介。



○具体の担当府省庁が明確な場合、当該府省庁の地方創生コンシェルジュが対応。より専門的な知見が必要な場合、各々の担当部局が協力対応。

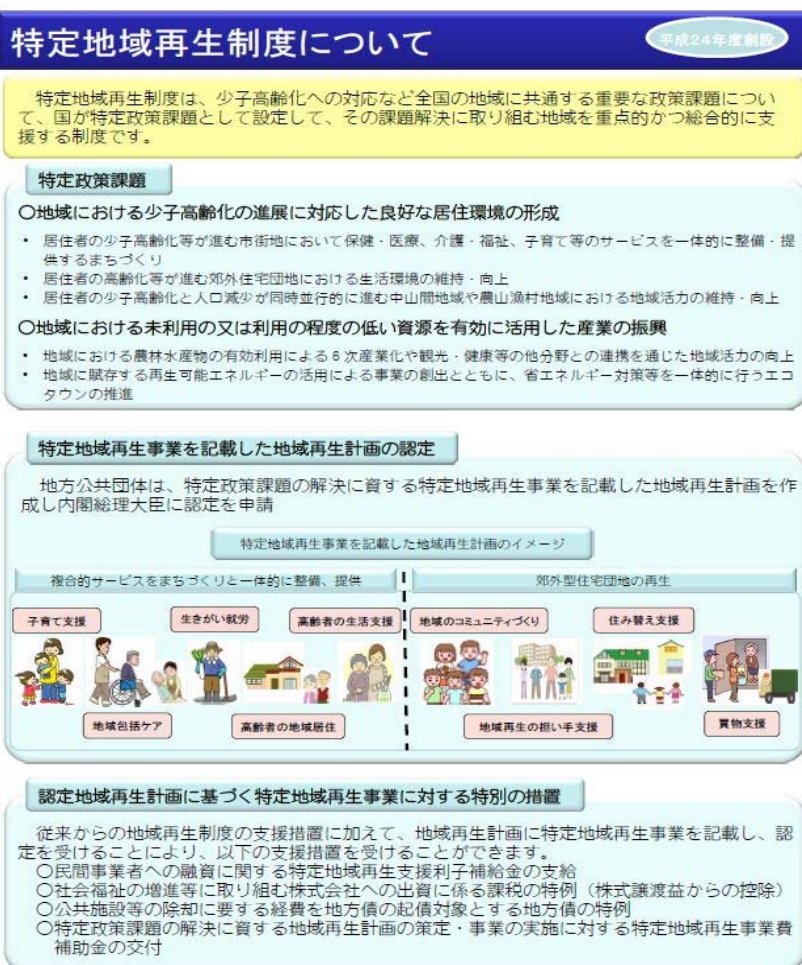


【補助金等】

① 特定地域再生事業費補助金（平成 24～26 年度）

少子高齢化への対応など、全国の地域に共通する重要な政策課題（特定政策課題）の解決に資する地域再生計画の策定・事業の実施を支援するものである。このうち、「特定地域再生計画策定費」は、特定政策課題の解決に資する地域再生計画を策定しようとする地方公共団体が、地域の将来像や課題の解決のための取組について住民や関係団体との合意形成を図るため、調査等を実施する場合に補助金を交付するものであり、「特定地域再生計画推進事業」は、地方公共団体やNPO等のうち地域再生推進法人として指定された者が、特定政策課題の解決に資する地域再生計画に記載された事業を実施する場合に補助金を交付するものである。

これまでには、「地域協働による高齢者等買い物支援の推進」などの買物弱者対策に関連する事業が採択された例がある。



② 地域再生戦略交付金（平成 26 年度、27 年度）

地域再生の観点から、地域が直面する課題への地域の創意工夫による実効ある取組を後押しするもので、i) 地域再生法（平成 17 年法律第 24 号）に基づく地域再生計画を策定する地方公共団体が、協議会を設置して地域の創意工夫による課題解決のための取組について住民や関係団体等との合意形成を図るために行う調査等の実施を支援する「地域再生計画策定事業」と、ii) 地域の創意工夫による地域の課題解決を後押しする仕組みとして、内閣総理大臣が認定する地域再生計画に位置付けられた事業であって、既存の補助等制度の対象事業と一体的に実施することで効果が高まるものを支援する「地域再生戦略事業」がある。

平成 27 年 6 月に「地域再生法の一部を改正する法律」（平成 27 年法律第 49 号）が公布され、地域再生計画の認定を受けた市町村が地域再生土地利用計画を作成し、都道府県知事の同意を得ることで、農地法（昭和 27 年法律第 229 号）、農業振興地域の整備に関する法律（昭和 44 年法律第 58 号）、都市計画法の特例を活用することができる、「小さな拠点の形成を促進するための措置」が追加された。

【買物弱者対策への活用例】

【大分県中津市】中山間地の拠点整備を通じた定住移住の促進

地域の課題

- 生活機能・福祉機能低下
- 第1次産業の活力低下
- 人口減少

KPI（業績指標）

- 施設利用者数
新規（H27）⇒2.8万人（H31）
- 新規農業従事者
4人（H26）⇒累計24人（H31）

大分県

中津市



人口：85,448人（H26）

事業概要

中山間地に買い物施設や福祉機能を有した複合施設を整備することで生活環境を向上させるとともに、農業経営体の農機具運搬車両の購入を補助することで、農業経営体を支援し、経営の拡大と担い手の育成を実施することで収益向上や雇用創出を行い、中山間地への定住移住促進を図る。
（交付決定額：19百万円）



政策間連携

- 小さな拠点の整備
- 農水省・国交省事業との連携

官民連携

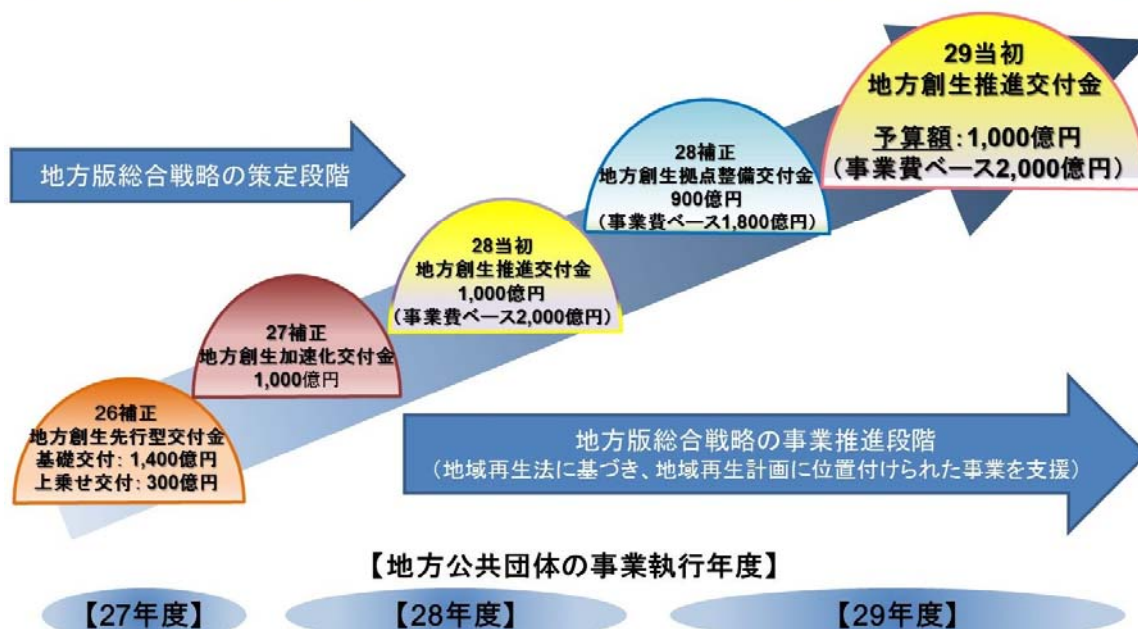
- 農業経営体と連携し収益向上・雇用創出
- 買い物機能維持の為、連携

③ 地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金（地方創生先行型）（平成 26 年度）、地方創生加速化交付金（27 年度）、地方創生推進交付金（28 年度）

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金（地方創生先行型）」は、都道府県及び市町村による地方版総合戦略の早期かつ有効な策定と、これに関する優良施策等の実施に対し、国が支援するものである。これは、地方版総合戦略の策定が始まった平成 27 年度に「地方創生加速化交付金」に引き継がれ、さらに、28 年度には、地方版総合戦略の本格的な推進に向け、「地方創生推進交付金」に引き継がれた。「地方創生推進交付金」は、地方公共団体の自主的・主体的な取組で先導的なものを支援するものであり、「小さな拠点」の整備など、買物弱者対策にも活用できるが、基本的には、仕組みづくり等のソフト面に関する取組であって、複数の拠点や複数の市町村が連携して取組を行うような場合に活用することが想定されている（拠点整備等のハード事業は国土交通省の、単独の市町村等によるソフト面の取組は総務省等の事業を活用することが求められている。）。

地方創生関係交付金の概要（イメージ）

- 自治体の自主的・主体的な取組で、先導的なものを支援
- KPIの設定とPDCAサイクルを組み込み、従来の「縦割り」事業を超えた取組を支援



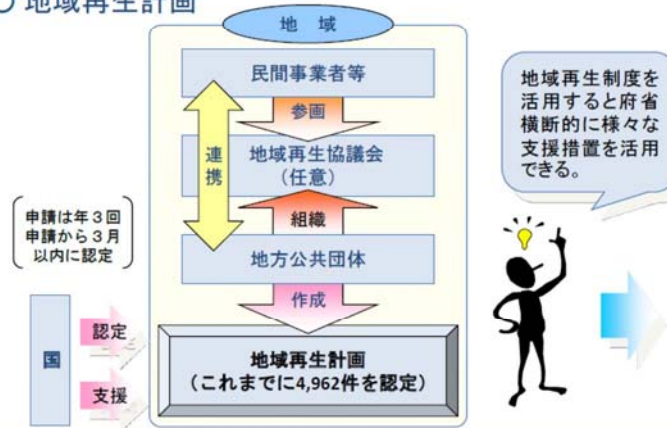
(参考)

地域再生制度の概要

○ 地域再生制度（地域再生法（平成17年法律第24号））

地方公共団体が行う自主的・自立的な取組（地域再生計画）を支援。

○ 地域再生計画



地域再生法の一部を改正する法律（平成28年法律第30号）（平成28年4月20日施行）

地方創生推進交付金の創設 ・地方公共団体の自主的・主体的な事業で先導的なものに係る支援措置	地方創生応援税制の創設 ・地方公共団体が行う地方創生プロジェクトに対する企業の寄附に係る税制優遇措置	「生涯活躍のまち」の制度化 ・中高年齢者が移り住み、健康でアクティブな生活を送り、継続的なケアを受けられる「生涯活躍のまち」形成促進
---	--	--

主な支援措置メニュー

◆「地域再生計画」と連動

■「地域再生法」に基づく施策

- ① 地方創生推進交付金
 - ② 地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）
 - ③ 地域再生支援利子補給金
 - ④ 企業の地方拠点強化の促進に係る税制の特例等
 - ⑤ 「小さな拠点（コンパクトビレッジ）」形成に係る手続の特例
 - ⑥ 「生涯活躍のまち」形成に係る手続の特例
 - ⑦ 農地等の転用等の許可の特例
 - ⑧ 補助対象施設の転用手続の一元化・迅速化の特例
- （その他：特定政策課題の解決に資する事業への支援措置）

■それ以外の連動施策

- ・実践型地域雇用創造事業 — 厚生労働省 —
- ・農山漁村振興交付金 — 農林水産省 —
- ・地域公共交通確保維持改善事業 — 国土交通省 — 等

（注）平成29年5月31日現在

【買物弱者対策への活用例】（地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金（地方創生先行型））

道の駅「田切の里」 買い物弱者対策推進事業	<small>いいじままち</small> 長野県飯島町	まちづくり・小さな拠点 交付金：16,000千円
事業の背景・概要 <p>○飯島町田切地域は、町内で最も少子高齢化が進んでいる地域であり、近隣に生活必需品を確保する商業施設が全くなく、老人世帯や在宅独居老人が増加している中、食料品、生活必需品等の安定供給、買い物弱者対策や地域コミュニティの維持と地域の安全・安心の確保が急務となっている。</p> <p>○本事業では、平成28年7月開業予定の「道の駅 田切の里」を地域の拠点施設として位置付け、地域の発展と住民の全員参加を基本理念とする法人「株式会社道の駅田切の里」が運営主体となり、高齢者の一人暮らし世帯に対する食料品、生活用品の宅配や給食、安否確認のシステム構築等を行い、買い物弱者の問題解決と地域の安全・安心の確保を図る。</p>	先駆性に係る取組（官民協働、地域間連携、政策間連携） 【官民協働】 <p>○飯島町は、高齢者を地域で支え合い、社会参加の機会を増やすことで、高齢社会にも対応出来るまちづくりを推進する。</p> <p>○「株式会社 道の駅田切の里」が運営主体となり、高齢一人暮らし世帯に対し、食料品、生活用品の宅配や給食、安否確認、高齢者交流サービス（食事提供を中心としたデイサービス事業、健康長寿教室）等を行う。</p> <p>○本事業の運営に当たり、上伊那農業協同組合とコンビニエンスストアが行う在宅サービスや上伊那医療生活協同組合が運営する「総合ケアセンターいいじま」の医療、福祉事業等のノウハウを活用し、各種サービスの向上や経営改善を目指す。</p>	【政策間連携】 <p>○買い物弱者対策、地域コミュニティの維持、地域の安全・安心の確保、地域農業振興、高齢者交流サービス等が連携したワンストップの体制を整備する。</p>
重要業績評価指標（KPI） <p>○宅配、給食、安否確認サービス意向確認件数：200件</p> <p>○安否確認サービス件数：200件 <平成31年度></p> <p>○認知症サポーター養成数（累積）：930人 （平成26年：675人）</p> <p>○地域活動支援センターやすらぎ月間利用者数：78人 （平成26年：70人）</p> <p>○グループホーム施設数：1か所（平成26年：0か所）</p>	今後の展開 <p>○本事業の実施と運営は、地域住民の大半が出資して設立する「株式会社 道の駅田切の里」が行い、経済的な自立を目指す。</p>	

④ 小さな拠点の形成に資する事業を行う株式会社に対する投資促進税制（平成 28 年度～）

地域再生法に基づく認定を受けた地域再生計画に定められた集落生活圏内において、地方公共団体と連携し、「小さな拠点」の形成に資する事業（地域製品の開発・販売や農家レストランの運営などのコミュニティビジネスや住民向け生活サービス）を営む株式会社に対して個人が出資した場合に、出資者に対する所得税の控除が受けられる制度であり、平成 28 年度からの 2 年間の特別措置として設けられている。

小さな拠点の形成に資する事業を行う株式会社に対する投資促進税制について

中山間地域でのコミュニティビジネスを応援しよう

中山間地域等において、地方公共団体と連携し、地域製品の開発・販売や農家レストランの運営などのコミュニティビジネスや住民向け生活サービスを営む株式会社に対して、個人が出資した場合に、出資者に対する所得税の控除が受けられます。



（注） 内閣府等の資料に基づき、当省が作成した。

図表 3-(1)-⑤ 総務省設置法（平成 11 年法律第 91 号）〈抜粋〉

（所掌事務）

第四条 総務省は、前条第一項の任務を達成するため、次に掲げる事務をつかさどる。

一～十九 （略）

二十 地方自治に係る政策で地域の振興に関するものの企画及び立案並びに推進に関すること。

二十一～五十六 （略）

五十七 符号、音響、影像その他の情報の電磁的方式による発信、伝送又は受信（以下「情報の電磁的流通」という。）のための有線又は無線の施設の設置及び使用の規律並びにこれらの施設の整備の促進に関すること。

五十八 （略）

五十九 前二号に掲げるもののほか、情報の電磁的流通の規律及び振興に関すること。

六十～六十八 （略）

六十九 情報の電磁的流通及び電波の利用に関する技術の研究及び開発に関すること。

七十 情報通信の高度化に関する事務のうち情報の電磁的流通に係るものに関すること。

七十一～九十六 （略）

2 （略）

図表 3-(1)-⑥ 買物弱者対策に関連する総務省の主な施策

【制度、具体的な取組等】

① 過疎対策事業債（平成 12 年度～）

過疎地域自立促進特別措置法（平成 12 年法律第 15 号）に基づく過疎地域の市町村に対し、過疎地域自立促進市町村計画に基づき行う事業（買物弱者対策に資する事業も含まれる。）の財源として特別に発行が認められた地方債である。従来、ハード事業のみが認められていたが、平成 22 年度からソフト事業も対象とされた。

【買物弱者対策への活用例】

上松町買い物支援事業（長野県上松町）

事業の概要（事業名：上松町買い物支援事業）

当町は、典型的な山間地の過疎自治体であり、少子高齢化及び、過疎化に晒されている。商店の減少や高齢化等により発生している買い物困難者の支援を行ったものである。

また、予防医療の観点から健康指導を併催したり、簡易な休憩スペースを設けることにより、地域に交流の場を創出し、住民同士の情報の交換や、互いの安否確認等の場としての利用を促進する。買い物支援を通じたコミュニティ機能の強化を図ることを目的とする。

情報提供、注文などを集約する事務所
●市内の商店
●高齢者向けの健康指導
●商店に集約した業務
●高齢者の商品を車載する巡回販売、移動販売車

上松町買い物支援事業モデル図

＜小学生の販売体験学習の様子＞

＜移動販売車（外観・内部）＞

事業の内容

事業主体：上松町
 事業内容：○上松町買い物支援事業の実施に係る上松町商工会への補助金
 ・町内の該当地域の集会所において巡回販売
 ○町保健師による健康指導
 ○町管理栄養士による栄養指導及び健康レシピの紹介
 ○社会福祉協議会との連携によるサロン（休憩スペース）の設営及び運営
 ○小学校との連携による小学生の販売業務体験学習
 ○地域高齢者を含めた地域住民間の交流（希薄になりがちな人間関係の再構築）

総事業費：

（百万円）	H25	H26
事業費	6.2	6.6
内過疎債	5.9	6.3

（下線事業内容につき、過疎債充当）

事業の成果・効果

- 買い物困難地域の一部が解消された。
- 地域内のコミュニティ機能が強化され、地域活動が活性化された。
- 協力団体同士の連携が密になり、以前と比較して組織の枠を跨いだ横断的かつ複合的な活動が容易になった。

【課題】

- 福祉と商業の折合いをつけ、長期に亘る事業継続を実現するか。
 ・将来的には需要が見込まれるため、事業を継続する必要がある。喫緊の課題として売上げと利用者数の増が課題。
- 高齢者福祉、生きがい対策等の事業へ取り込むか。
 ・高齢化を見据えて、今後、拡大する買い物需要に対応しつつ、高齢者の生きがい対策を事業に取り込んでいく。
- 高齢者や子供を地域で支え、守るコミュニティ機能の更なる強化
 ・希薄になりがちな人間関係の再構築を軸に地域の意識強化を今後も継続して図っていく。

② 地方財政計画・重点課題対応分（平成 28 年度～）

「地域運営組織の運営支援のための経費」及び「高齢者等のくらしを守る経費」（高齢者交流、声かけ・見守り、買物支援、弁当配達・配給食、雪下ろし等に係る所要の経費）について、地方財政計画に計上するものである。

③ 地域振興に関する調査研究の実施（平成 25～27 年度）

次のような調査研究を実施し、その結果をとりまとめ、公表している。

ア RMO（地域運営組織）による総合生活支援サービスに関する調査研究事業（平成 25 年度）
 地域の暮らしを守るため、地域で暮らす人々が中心となって形成するコミュニティ組織により生活機能を支える事業主体（地域運営組織（Region Management Organization））が展開する総合生活支援サービスについて検討することを目的とした調査研究事業（モデル事業の実施を含む。）である。その成果等については、「RMO（地域運営組織）による総合生活支援サービスに関する調査研究報告書」（平成 26 年 3 月総務省地域力創造グループ地域振興室）に取りまとめられている。

イ 公民連携・既存ストック有効活用による地域活性化に関する調査研究事業（平成 25 年度）
地域やコミュニティの活性化のため、公民の連携により、既存ストックを有効活用することを通じて地方都市の「まちなか」を活性化する方策を検討することを目的とした調査研究事業（モデル事業の実施を含む。）である。その成果等については、「公民連携・既存ストック有効活用による地域活性化に関する調査研究事業報告書」（平成 26 年 3 月総務省地域力創造グループ地域振興室）に取りまとめられている。

ウ 暮らしを支える地域運営組織に関する調査研究事業（平成 26、27 年度）
地域で暮らす人々が中心となって形成され、小さな自治機能を果たしている「地域運営組織」が抱える課題について検証するとともに、持続的な活動を確保するための方策を検討することを目的とした調査研究である。その成果等については、「暮らしを支える地域運営組織に関する調査研究事業報告書」（平成 27 年 3 月及び 28 年 3 月総務省地域力創造グループ地域振興室）に取りまとめられている。

エ 地域における生活支援サービス提供の調査研究事業（平成 26 年度）
地域においてコミュニティビジネスを活用しながら生活支援サービスを継続的に展開する取組を調査し、持続可能な課題解決モデルを提案することを目的とした調査研究事業（モデル事業の実施を含む。）である。その成果等については、「平成 26 年度地域における生活支援サービス提供の調査研究事業報告書」（平成 27 年 3 月総務省地域力創造グループ）に取りまとめられている。

オ 公民連携によるまちなか再生事例に関する調査研究事業（平成 26 年度）、条件不利地域における日常生活機能確保のための実証事業（27 年度）

毎日の買物のための地域住民の集まりから、人や情報の集積・交流により地域活性化につながる、中山間地域の拠点としての新しい「よろずや」づくりの取組についての調査研究である。その成果等については、「「小さな拠点」の形成に向けた新しい「よろずや」づくり（「公民連携によるまちなか再生事例に関する調査研究事業」報告書）」（平成 27 年 3 月総務省自治行政局地域振興室）及び「平成 27 年度条件不利地域における日常生活機能確保のための実証事業報告書」（平成 28 年 3 月総務省自治行政局地域振興室）に取りまとめられており、その中では、1 軒の店舗で生活に必要な様々な商品を取り扱う「よろずや」の全国各地の事例が紹介されている。

④ 地域おこし協力隊（平成 21 年度～）

地方公共団体が、都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を移し、生活の拠点を移した者を「地域おこし協力隊員」として委嘱するものである。隊員は、一定期間、地域に居住して地域おこしの支援や住民の生活支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図ることとされているが、隊員の活動に要する経費等について、特別交付税により財政支援が行われている。

⑤ 集落支援員（平成 20 年度～）

地方公共団体が、地域の実情に詳しい人材で、集落対策の推進に関してノウハウ・知見を有した人材を「集落支援員」として委嘱するものである。集落支援員は、集落への「目配り」として、集落の状況把握、集落点検の実施、住民と住民、住民と市町村の間での話し合いの促進等を実施しているが、支援員の活動経費について、特別交付税により財政支援が行われている。

【買物弱者対策への活用例】（当省の調査結果により把握したもの）

広島県神石高原町は、同町が実施している「神石高原町買物困難者支援及び安否確認事業」において、平成 26 年度から利用者からの利用登録の審査や登録、移動販売受託事業者へのサービス依頼など、事務的な業務において、集落支援員を活用している。

⑥ 「地域力創造アドバイザー」の派遣（平成20年度～）

地域独自の魅力や価値の向上に取り組むことで、地域力を高めようとする市町村が、地域活性化の取組に関する知見やノウハウを有する外部専門家（「地域人材ネット」登録者、通称「地域力創造アドバイザー」）を招へいするものである。総務省において外部専門家に関する情報提供を行うとともに、招へいに必要な経費について、特別交付税により財政支援が行われている。

アドバイザーの中には、自治組織を中心とした買物弱者支援の実践に取り組んでいる者もみられる。

⑦ 地域情報化アドバイザー・ICT地域マネージャー（平成19年度～）

ICTを地域の課題解決に活用する取組に対して、知見・ノウハウ面の支援を強化するため、地域の要請に基づき、総務省から委嘱を受けた「地域情報化アドバイザー」を派遣したり、ICT基盤・システムを利活用して効率的・効果的な事業の運営を検討する地域に対し、実務的・技術的ノウハウ等を有する「ICT地域マネージャー」を一定期間にわたり派遣するものである。

（一財）全国地域情報化推進協会のホームページには、地域情報化アドバイザーが支援を実施した地方公共団体などから優良団体を分野別に紹介しており、その中には買物弱者対策を講じたものも含まれている。

【補助金等】

① 過疎地域等自立活性化推進交付金（平成22年度～）

過疎地域市町村等を対象に、過疎地域における喫緊の諸課題に対応するための対策や、過疎地域市町村等が取り組む先進的で波及性のあるモデル事業（ソフト事業）に交付金を交付するものである。

過疎地域等自立活性化推進事業

過疎地域市町村等を対象に、過疎地域における産業振興、生活の安心・安全確保対策や定住促進対策などの喫緊の諸課題に対応するための取組を支援する。

取り組みのポイント

- 過疎地域における喫緊の諸課題に対応するためのソフト事業による対策
- 過疎地域市町村等が取り組む先進的で波及性のある事業をモデル的に推進

施策の概要

- (1) 事業主体
- (2) 交付額
- (3) 平成28年度予算額

過疎地域市町村等
1事業当たり1,000万円以内
140,000千円

- (4) 対象事業 おおむね以下の分野に該当するソフト事業



- ① 産業振興
- ② 生活の安心・安全確保対策
- ③ 集落の維持・活性化対策
- ④ 移住・交流・若者の定住促進対策
- ⑤ 地域文化伝承対策
- ⑥ 環境貢献施策の推進

【買物弱者対策への活用例】

高齢者の生活を守る買い物支援バス実証運行事業

概要

- 公共交通サービスの低下（公共交通の人口カバー率65%、限られたバスの運行本数）
- 商店の廃業（中心部への外出の必要性）
- 高齢者の社会的孤立（一人暮らし高齢者）

✓外出が困難な高齢者の増加、社会的孤立が懸念される
✓無理して車を運転し続ける高齢者も多く、安全面が懸念される

外出が困難な高齢者等の社会的孤立を防ぎ、住み慣れた地域で、いつまでも安心して暮らし続けられるように、外出支援、商品の宅配、安否確認等を一体型で行う買い物支援バスの実証運行を実施し、高齢者等の日常生活の支援対策を構築する

事業の内容

- ① 高齢者等支援会議の設置：福祉、商工関係、住民が一体となり、生活用品の購入、宅配、みまもり（安否確認）等について、一体的な対策を検討、構築
- ② 住民実態・意向調査：高齢者の移動ニーズ、移動手段等の把握のための、アンケート調査を実施し、その分析結果を反映させた利便性の高い運行計画の検討
- ③ 運行システムの構築：利用者の登録、申込み受付、運行計画、商品宅配、安否確認等の多様なサービスを統合した運行システムを構築
- ④ 実証運行(H27.9～H28.3)：5地域に運行区域を設定し、地域あたり週1回ずつ、平日午前中の買い物支援のための送迎バスを運行。午後は、商品の宅配、見守りサービス（安否確認）を実施
- ⑤ 運行車両の購入：10人乗りのワゴン車を1台購入

総事業費 10.1百万円

ポイント

- 住み慣れた地域で、いつまでも安心して暮らし続けられるように、高齢者等の日常生活の支援対策及び見守りサービス（安否確認）等を行う事により、高齢者が生きがいを持ち、安心・自立した生活をおくることができる
- 日中の高齢者限定のドアツードアの外出支援（買い物支援）を実施。運行日や地区を限定した運行の工夫
- 外出支援（買い物支援）、商品宅配、安否確認をセットで行うことで効果的な持続できるサービスを実施

事業の成果

<利用実績>

- ・買い物支援の9～3月までの稼働日数129日
- ・延べ利用者数283人（登録者30人）
- ・利用者数は増加傾向
- ・見守りサービスは延べ100人回の見守りを実施（対象者50人）

<買い物支援バスの利用の声>

- ・利用者の半数以上が外出機会が増えた
- ・9割近くが生活が便利になったと回答

<期待される効果>

- ・外出促進による地域内コミュニケーション活性化
- ・引きこもりによる身体機能低下の防止、及び孤立の防止
- ・安否確認による孤立高齢者世帯の事故等の防止

青森県陸ヶ沢町

○人口10,899人
高齢者4,065人
高齢化率37%
一人暮らし高齢者1,639人
(H27.3末住基人口)

② 地域雇用創造ICT絆プロジェクト補助金（平成 22、23 年度）

地域に根ざした雇用創造を推進するため、公共サービス分野及び地場産業分野においてICTの利活用により、地域課題の解決の実現とともに地域雇用の創出、地域人材の有効活用を図る取組に補助金を交付するものである。

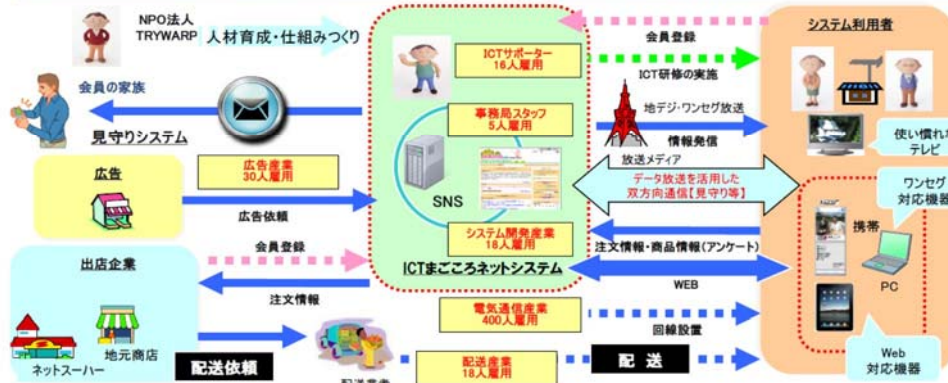
【買物弱者対策への活用例】

SNSと地デジ・ワンセグデータ放送を活用した「高齢者等買い物弱者」支援事業・イメージ詳細図

NPO法人 TRYWARP

申請主体名	事業運営者	利活用分野	主なシステム機器等
NPO法人 TRYWARP	株式会社かっぺ	福祉、介護	サーバ、PC、携帯電話

事業概要	期待される効果
買物が困難な高齢者等を支援することを目的に、コミュニケーションツールであるSNSの活用から、高齢者等と連携事業者（ネットスーパー等）を構築しをする買物支援及び安否確認サービスを提供。	買い物難民の支援と、高齢者見守りサービスを提供することによって、安心・安全な環境を提供すると共に高齢者へICTを活用したライフスタイルの提案を行う。



■ICTまごころネットシステム
SNSを活用し、会員が家族・友人とコミュニケーションを図る日常使用するツールの延長上で買い物及び安否確認を行うことでユーザーへのICTコンプレックスへの敷居を下げる。ログイン機能をもち、携帯ネットスーパーの一覧や、会員管理・地域ICTサポーターの動向管理、注文の集計や配達・集金確認等を行う機能のほか、ECサイトを持たない地元商店向けのEC店舗機能（商品登録、注文、注文内容送信等）を提供する。

■見守りシステム
本システムにアクセスすると、離れて暮らす家族へメールで連絡が届くシステム。これにより、一人暮らしのお年寄りなどの安否確認を行う。

③ 地域 ICT 利活用広域連携事業補助金（平成 22～24 年度）

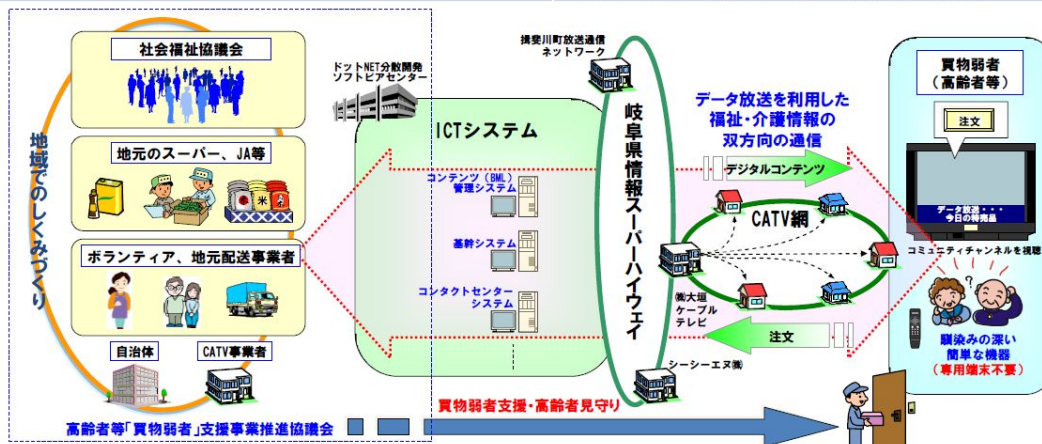
複数の地方公共団体が広域連携しつつ、NPO 等をはじめとする地域 ICT 人材を効果的育成・有効活用することにより、効率的な ICT 利活用に資する取組を委託事業として実施するものである。

【買物弱者対策への活用例】

高齢者等「買物弱者」支援事業・イメージ詳細図

NPO法人 ドットNET
分散開発ソフトピア・センター

実施団体名	運営主体	利活用分野	主なシステム機器等
NPO法人 ドットNET 分散開発ソフトピア・センター	NPO法人 ドットNET 分散開発ソフトピア・センター	福祉・介護	サーバ、パソコン、ネットワーク機器等
事業概要		期待される効果	
<p>少子高齢化、核家族化の急速な進行により高齢者世帯が増加する中、本事業では福祉・介護等に関連する情報をデジタルコンテンツ化し、特別な情報機器を導入することなく誰にでも使い慣れたテレビを媒体として、双方向の通信を実現するICTシステムを導入し、これを活用して、地域全体で買物弱者を支援・高齢者見守りのしほみを再構築することで、地域福祉・介護サービスの向上を図ります。</p>		<p>地域福祉・介護サービス(買物弱者(※)対策、見守り等)が向上し、高齢者などが安心して暮らせる地域(まち)を実現するほか、既存の情報基盤の有効活用、人材の活用による雇用確保、地元ICT産業の活性化も期待されます。 ※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い物に困難な状況に置かれている人々(経済産業省「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」より)</p>	



<p>■ 基幹システム 本事業を運営する上で必要な情報(高齢者情報、商品など)を管理するシステム。これにより情報が一元的に管理され、円滑な業務運営を可能とする。</p>	<p>■ コンテンツ(BML)管理システム 提供コンテンツの管理や高齢者からの通報・注文情報の連携を行うシステム。これにより、誰でも簡単に情報を取得したり注文したりすることが可能となる。</p>	<p>■ コンタクトセンターシステム 介護福祉関係者や買物弱者からの問合せ/注文のための情報管理システム。これにより関係者や買物者との円滑で高度なコミュニケーションを実現する。</p>
---	--	---

④ ICT まち・ひと・しごと創生推進事業（平成 26 年度～）

「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を踏まえ、ICT の一層の利活用により、農業、医療、防災など各分野で地域が直面する課題解決に貢献し、各地域の産業や行政の効率化、生産性向上を通じて地域の活性化に資するために行う事業であって、

ア これまで全国において実施してきた ICT を活用した街づくり(注)の成果事例、地域情報化大賞において表彰された成果事例を活用し、これらの成果事例において構築したシステムの「横展開」や、自立的・持続的な推進体制の整備等を通じて、各分野で地域が直面する課題解決に貢献するとともに、地域の活性化に資するもの

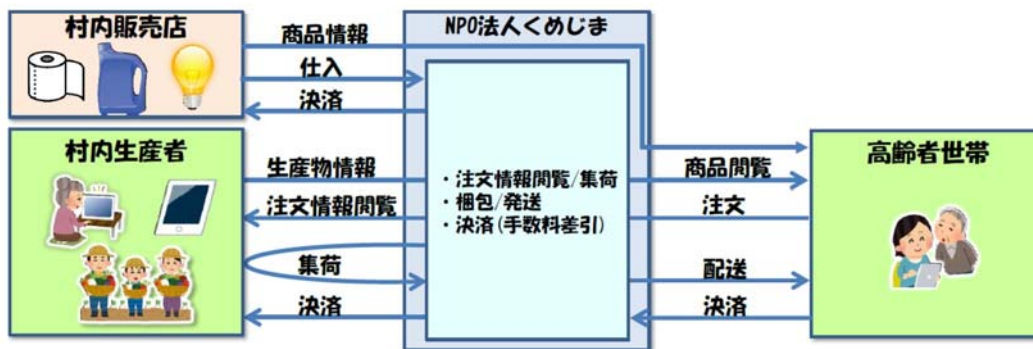
イ ICT の利活用を推進し、企業活動変革による地域の業務の効率化や、地域拠点の活用などを通じて、地域の産業の効率化や生産性向上に貢献するとともに、地域の活性化に資するものについて補助金を交付するものである。

(注) ICT 街づくり推進事業（平成 24～26 年度）によるもの

【買物弱者対策への活用例】

地産地消システムを活用した高齢者買い物支援プロジェクト

実施団体	沖縄県久米島町
実施地域	沖縄県久米島町
事業概要	ICTを活用した買い物支援(奈良県葛城市)の横展開に向けて、久米島町におけるICT街づくりの成果である「地産地消システム」を活用した高齢者買い物支援の仕組みを構築し、高齢者の利便性向上や地産地消の推進を図る。



ICTによる地方創生⑧(奈良県葛城市)【健康支援・買い物支援】

ICカードを活用した健康支援・買い物支援

課題

- ✓ 奈良県葛城市では、公共交通機関が不便な地域が多いことに加えて、高齢化の進行により買い物困難者数が増加。

実証内容

- ✓ 地元公民館等にタブレット端末を設置し、高齢者を中心とした240名にICカードを配付。タブレット端末にICカードをかざすだけで、健康支援・買い物支援等の多様なサービスを利用できるシステム(ポータルサイト)を構築。
- ✓ 当該システムにより、①身につけている活動量計から健康状態を把握し、②健康状態に合わせたレシピを提示したうえで、③ネットスーパー上でレシピに合わせた商品の購入をお勧めする、というサービスを実施。

効果

- ✓ 3ヶ月間の実証期間において、延べ753名(うち高齢者738名)が健康支援サービスを利用し、そのうち79名(うち高齢者75名)が買い物支援サービスを利用して商品を購入。
- ✓ 利用頻度の高い方においては、買い物支援サービスを週1回程度利用し、1回当たり平均6,100円分の商品を購入。

奈良県葛城市は、総務省からの支援により、ICT街づくり推進事業(H25年度)を実施。



市民コンシェルジュが対面でサービス利用者をサポート



公民館に設置されているタブレット端末にICカードをかざしてポータルサイトにログイン



ポータルサイトを通じて買い物支援等の多様なサービスを利用可能

(注) 総務省の資料に基づき、当省が作成した。

図表 3-(1)-⑦ 厚生労働省設置法（平成 11 年法律第 97 号）＜抜粋＞

（所掌事務）

第四条 厚生労働省は、前条第一項及び第二項の任務を達成するため、次に掲げる事務をつかさどる。

一 （略）

二 少子高齢社会への総合的な対応に関する関係行政機関の事務の調整に関すること。

三～八十 （略）

八十一 社会福祉に関する事業の発達、改善及び調整に関すること。

八十二～八十九 （略）

九十 老人の福祉の増進に関すること。

九十一 老人の保健の向上に関すること。

九十二 地域における保健及び社会福祉の向上及び増進に関すること。

九十三 介護保険事業に関すること。

九十四～百一 （略）

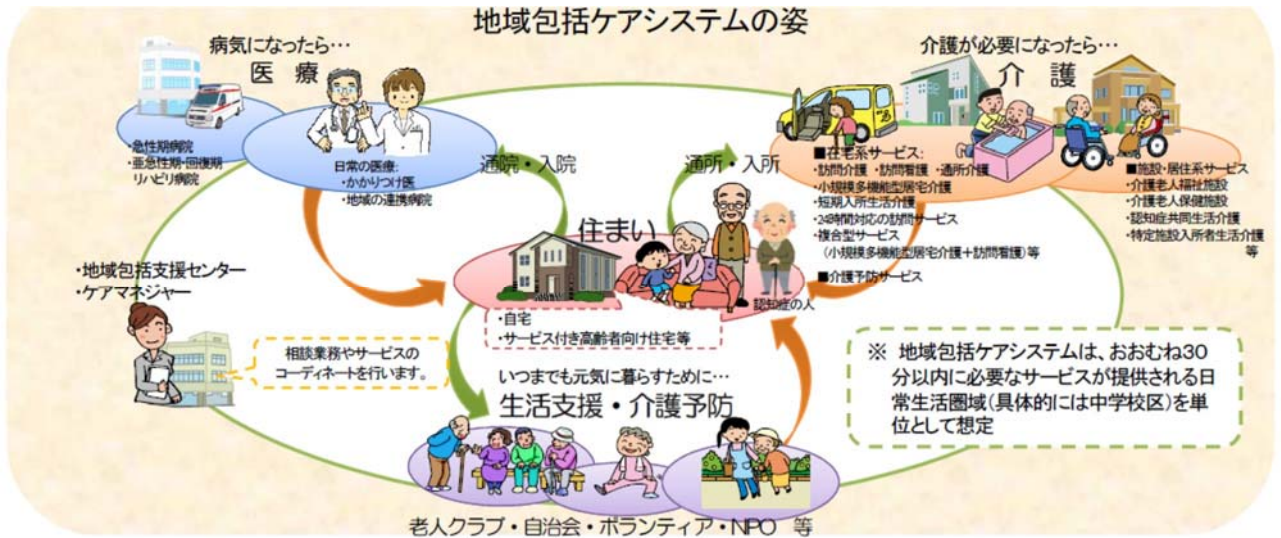
2～3 （略）

図表 3-(1)-⑧ 買物弱者対策に関連する厚生労働省の主な施策

【制度、具体的な取組等】

① 地域包括ケアシステムの構築

厚生労働省では、団塊の世代が 75 歳以上となる 2025 年（平成 37 年）を目途に、重度な要介護状態となっても住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができるよう、医療・介護・予防・住まい・生活支援が一体的に提供される「地域包括ケアシステム」の構築を実現することを目指している。地域包括ケアシステムは、おおむね 30 分以内に必要サービスが提供される日常生活圏域（具体的には中学校区）を単位として想定され、「介護・リハビリテーション」、「医療・看護」、「保健・予防」、「福祉・生活支援」、「住まいと住まい方」という五つの構成要素（分野）から成り立っており、この「生活支援」の中に、買物弱者対策に資する取組も含まれ得る。



また、老人保健事業推進費等補助金に基づく各種事業によって、過疎地域の実態に即した地域包括ケアシステムの実現に向けた手法や、生活支援サービスのコーディネート機能の考え方等に関する調査研究、地域包括ケアシステムの好事例集の作成等が行われている。これらの中では、移動販売や買物ツアーの実施等の取組も紹介されている。

② 認知症施策推進総合戦略

団塊の世代が 75 歳以上となる平成 37 年を見据え、認知症の人の意思が尊重され、できる限り住み慣れた地域の良い環境で自分らしく暮らし続けることができる社会の実現を目指し、「認知症施策推進総合戦略（新オレンジプラン）～認知症高齢者等にやさしい地域づくりに向けて～」を関係 11 府省庁と共同で策定している（平成 27 年 1 月 27 日）。この中では、基本的な施策の柱の一つとして「認知症の人を含む高齢者にやさしい地域づくりの推進」を掲げ、買物などの家事支援、配食サービス、買物弱者への宅配サービス等の提供等を支援することを規定している。

「認知症施策推進総合戦略（新オレンジプラン）～認知症高齢者等にやさしい地域づくりに向けて～」（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、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。

厚生労働省のホームページにおいて公表されている「認知症施策推進総合戦略に係る平成 27 年度当初予算案」には、上記の「家事支援、配食支援、外出支援、買物弱者への支援」に関する施策として、総務省の地域おこし協力隊や集落支援員による人材の活用施策、暮らしを支える地域運営組織に関する調査研究事業、厚生労働省の生活支援体制整備事業、農林水産省の移動販売・小型店舗の開設・宅配サービス等の検討支援（食料品アクセス環境改善対策事業）、経済産業省の買物弱者対策のための支援（買物環境整備促進事業）等が掲載されている。

【補助金等】

① 介護基盤緊急整備等臨時特例基金（地域支え合い体制づくり事業）（平成 21～26 年度）

介護基盤緊急整備等臨時特例交付金等により都道府県に造成された基金を活用して行う特別対策事業として、「地域支え合い体制づくり事業」がある。これは、地方公共団体、住民組織、NPO、福祉サービス事業者等との協働により、見守り活動チーム等の人材育成、地域資源を活用したネットワークの整備、先駆的・パイロット的な事業の立ち上げ支援など、日常的な支え合い活動の体制づくりの立ち上げに対するモデル的な助成を行うものである。

同事業は、地域における高齢者等の支援を行うNPOの立ち上げ支援等に活用でき、買物弱者対策としては、買物代行や買物付添いなどを行う活動にも活用し得る。

地域支え合い体制づくり事業の事業内容(例)

1 地域の支え合い活動の立ち上げ支援

(1) 地域における高齢者等の支援を行うNPO等の活動の立ち上げ支援

地域における市民活動として高齢者、障害者等への福祉サービスを提供する活動を支援するため、NPO法人等の設立手続や事務所立ち上げ時の初度経費等に対する支援を行う。

(2) 先駆的・パイロット的な事業の立ち上げ支援

徳島県上勝町における「葉っぱビジネス」に代表される、地域資源を軸として高齢者等が地域において活躍できる事業や、障害者を活用した高齢者に対する福祉サービスの実施など地域において共に支え合う事業等の実施を支援するため、起業にあたってのアドバイスや立ち上げ時の初度経費等に対する支援を行う。

(3) 地域の支援が必要な者とそのニーズの情報を基にした要支援者マップの作成等

地域の高齢者等の支援が必要な者・家族等とそのニーズの把握調査で得た情報をもとに、要支援者のマップ・台帳の作成と、行政、介護、医療機関等の日常的な連絡調整や情報交換により、支援が必要な者の情報共有するネットワークの整備を図る。

(4) 企業やボランティアとの連携体制の構築支援

行政や地域の社協等を中心として、企業やボランティアが参画するネットワークの構築により、各企業の社会貢献活動や地域のボランティア活動について共通理解を深めるとともに、各団体における新たな取組みへの示唆を図る。

(5) 地域包括ケアのための介護と医療の連携体制の整備

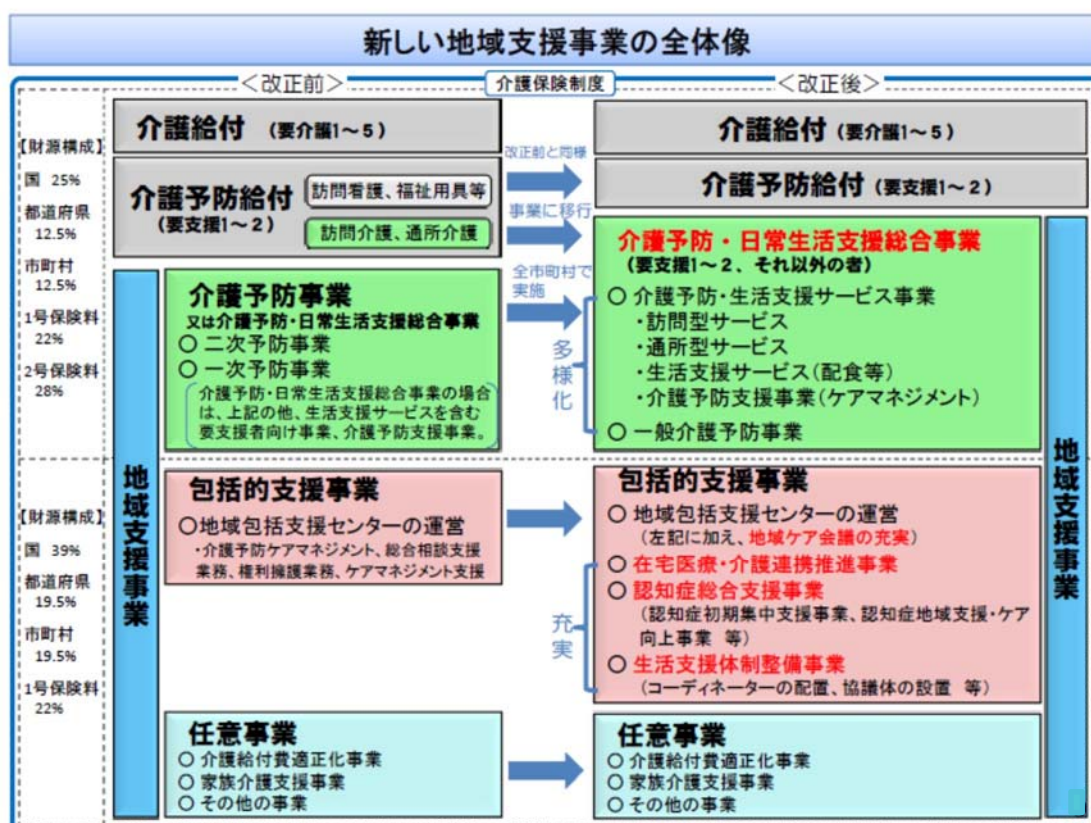
訪問介護と訪問看護が一体的に提供できるよう、訪問介護事業所と訪問看護事業所等を同一事務所として体制整備する場合の初度経費を支援する。

(6) 徘徊・見守りSOSネットワークの構築

認知症高齢者の徘徊に対応するために、警察や交通機関等を含め、市民が幅広く参加する徘徊高齢者の捜索・発見・通報・保護のためのネットワークづくりを進める。

② 地域支援事業

地域包括ケアシステムの構築を推進するため、介護保険法（平成9年法律第123号）に基づき、市町村は、被保険者の要介護状態等となることの予防又は要介護状態等の軽減若しくは悪化の防止及び地域における自立した日常生活の支援のための施策を総合的かつ一体的に行うため、厚生労働省令で定める基準に従って、地域支援事業として、「介護予防・日常生活支援総合事業」を行うものとされている（介護保険法第115条の45第1項）。



この「介護予防・日常生活支援総合事業」を構成する事業である「介護予防・生活支援サービス事業」では、「その他の生活支援サービス」として、配食サービスや買物支援などを実施することができる。

総合事業を構成する各事業の内容及び対象者

(1) 介護予防・生活支援サービス事業(サービス事業)

- 対象者は、制度改正前の要支援者に相当する者。
 - ① 要支援認定を受けた者
 - ② 基本チェックリスト該当者(事業対象者)

事業	内容
訪問型サービス	要支援者等に対し、掃除、洗濯等の日常生活上の支援を提供
通所型サービス	要支援者等に対し、機能訓練や集いの場など日常生活上の支援を提供
その他の生活支援サービス	要支援者等に対し、栄養改善を目的とした配食や一人暮らし高齢者等への見守りを提供
介護予防ケアマネジメント	要支援者等に対し、総合事業によるサービス等が適切に提供できるようケアマネジメント

- ※ 事業対象者は、要支援者に相当する状態等の者を想定。
- ※ 基本チェックリストは、支援が必要だと市町村や地域包括支援センターに相談に来た者に対して、簡便にサービスにつなぐためのもの。
- ※ 予防給付に残る介護予防訪問看護、介護予防福祉用具貸与等を利用する場合は、要支援認定を受ける必要がある。

(2) 一般介護予防事業

- 対象者は、第1号被保険者の全ての者及びその支援のための活動に関わる者。

事業	内容
介護予防把握事業	収集した情報等の活用により、閉じこもり等の何らかの支援を要する者を把握し、介護予防活動へつなげる
介護予防普及啓発事業	介護予防活動の普及・啓発を行う
地域介護予防活動支援事業	住民主体の介護予防活動の育成・支援を行う
一般介護予防事業評価事業	介護保険事業計画に定める目標値の達成状況等を検証し、一般介護予防事業の評価を行う
地域リハビリテーション活動支援事業	介護予防の取組を機能強化するため、通所、訪問、地域ケア会議、住民主体の通いの場等へのリハビリ専門職等による助言等を実施

また、市町村は、介護予防・日常生活支援総合事業等のほか、地域支援事業として、介護保険事業の運営の安定化及び被保険者の地域における自立した日常生活の支援のため必要な事業を行うことができ(いわゆる「任意事業」)、これにより、配食サービスなど買物弱者対策に資する取組も実施されている。

地域支援事業における任意事業の概要

○事業の目的

地域の高齢者が、住み慣れた地域で安心してその人らしい生活を継続していくことができるようにするため、介護保険事業の運営の安定化を図るとともに、地域の実情に応じた必要な支援を行う。

○事業の対象者

被保険者、要介護被保険者を現に介護する者その他個々の事業の対象者として市町村が認める者。

○事業の内容

地域の実情に応じ、創意工夫を生かした多様な事業形態が可能であり、具体的には以下に掲げる事業を対象。

介護給付等費用適正化事業

利用者に適切なサービスを提供できる環境の整備を図るとともに、介護給付等に要する費用の適正化のための事業を実施。

【主要介護給付等費用適正化事業】

- ① 認定調査状況チェック
- ② ケアプランの点検
- ③ 住宅改修等の点検
- ④ 医療情報との突合・縦覧点検
- ⑤ 介護給付費通知

【その他】

- ⑥ 給付実績を活用した分析・検証事業
- ⑦ 介護サービス事業者等への適正化支援事業

家族介護支援事業

介護方法の指導その他の要介護被保険者を現に介護する者の支援のため必要な事業を実施。

- ① 介護教室の開催
要介護被保険者の状態の維持・改善を目的とした教室の開催
- ② 認知症高齢者見守り事業
地域における認知症高齢者の見守り体制の構築
- ③ 家族介護継続支援事業
家族の身体的・精神的・経済的負担の軽減
 - ア 健康相談・疾病予防事業
 - イ 介護者交流会の開催
 - ウ 介護自立支援事業
 - ・ 家族を慰労するための事業(慰労金)
 - ・ 介護用品の支給(H26年度に実施している保険者のみ)

その他の事業

介護保険事業の運営の安定化及び被保険者の地域における自立した日常生活の支援のため必要な事業を実施。

- ① 成年後見制度利用支援事業
- ② 福祉用具・住宅改修支援事業
- ③ 認知症対応型共同生活介護事業所の家賃等助成事業
- ④ 認知症サポーター等養成事業
- ⑤ 重度のALS患者の入院におけるコミュニケーション支援事業
- ⑥ 地域自立生活支援事業
 - ア 高齢者の安心な住まいの確保に資する事業
 - イ 介護サービスの質の向上に資する事業
 - ウ 地域資源を活用したネットワーク形成に資する事業(配食・見守り等)
 - エ 家庭内の事故等への対応の体制整備に資する事業

③ 安心生活創造事業（平成 21～26 年度）

介護保険サービスなどの既存の公的サービスの対象とならない状態であるが一人暮らしなどで日常的な家族のサポートを得られない高齢者が、地域で安心して暮らすことができるよう、地域から孤立する可能性があり、定期的な基盤支援（悲惨な孤立死などを予防するための見守り・買物支援）が必要な者を対象に、3原則（①基盤支援を必要とする人々とそのニーズを把握する、②基盤支援を必要とする人がもれなくカバーされる体制をつくる、③それを支える安定的な地域の自主財源確保に取り組む）に基づき実施する事業について、国（厚生労働省）がその費用の一部を補助するものである。

当該事業は、平成 21 年度から 23 年度までの間に全国 58 の地方公共団体においてモデル事業として実施され、その効果を検証し、全国へ先駆的取組として情報発信などを行うこととされていたことから、厚生労働省は、平成 24 年 8 月に「安心生活創造事業成果報告書」を取りまとめている。

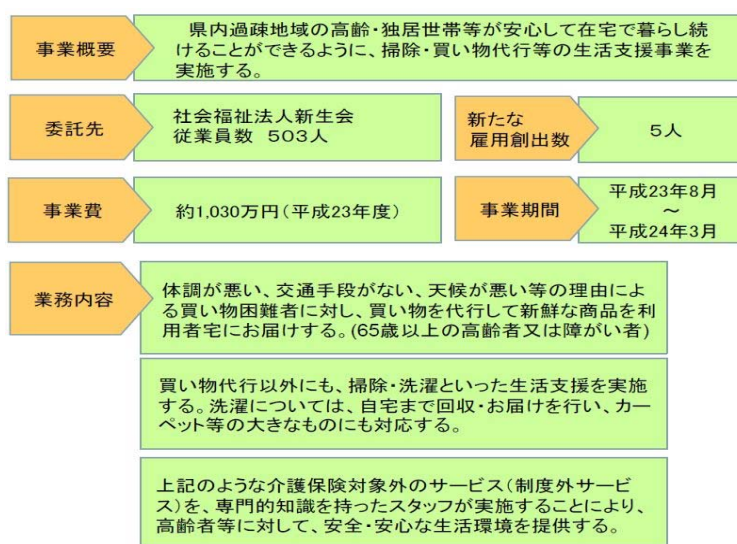
④ 雇用対策事業（平成 20～28 年度）

地域の雇用失業情勢が厳しい時期において、離職を余儀なくされた方の雇用機会を創出するため、国の交付金等により都道府県に基金を造成し、地方公共団体が当該基金を活用し、民間企業等に事業委託し、又は地方公共団体が直接事業を実施し、当該受託者又は直接事業を実施する地方公共団体が求職者を新たに雇い入れることにより、雇用を創出する事業である。当該基金を活用して実施された事業の中には、買物弱者対策に資する取組が行われたものもある。

【平成 23 年度以降に実施された雇用対策事業（震災対応事業を除く。）】

- ・ ふるさと雇用再生特別基金事業（平成 20～24 年度）
- ・ 起業支援型地域雇用創造事業（平成 24～26 年度）
- ・ 重点分野雇用創出事業（平成 21～25 年度）
- ・ 地域人づくり事業（平成 25～28 年度）

【買物弱者対策への活用例】（ふるさと雇用再生特別基金事業を活用した事業）



(注) 厚生労働省の資料に基づき、当省が作成した。

図表 3-(1)-⑨ 農林水産省設置法（平成 11 年法律第 98 号）〈抜粋〉

（所掌事務）

第四条 農林水産省は、前条第一項の任務を達成するため、次に掲げる事務をつかさどる。

一～九 （略）

十 食品産業その他の所掌に係る事業の発達、改善及び調整に関すること。

十一 食品産業その他の所掌に係る事業における資源の有効な利用の確保に関すること。

十二～十三 （略）

十四 農畜産物（蚕糸を含む。）の生産、流通及び消費の増進、改善及び調整に関すること。

十五～三十七 （略）

三十八 農山漁村及び中山間地域等（食料・農業・農村基本法（平成十一年法律第百六号）第三十五条第一項に規定する中山間地域等をいう。以下同じ。）の振興に関する総合的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。

三十九 豪雪地帯（豪雪地帯対策特別措置法（昭和三十七年法律第七十三号）第二条第一項の豪雪地帯をいう。）の雪害防除及び振興に関する総合的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。

四十 農業振興地域整備計画その他農山漁村の総合的な振興計画の作成及び実施についての指導及び助成に関すること。

四十一～八十七 （略）

2 （略）

図表 3-(1)-⑩ 買物弱者対策に関連する農林水産省の主な施策

【制度、具体的な取組等】

- ① 「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」（平成 24 年度～）

全国の地方公共団体や事業者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、平成 24 年度から、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掲載した「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」（http://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/syoku_akusesu.html）を開設している。

このサイトでは、次のような情報が掲載されている。

 - i 食料品アクセス（買い物弱者等）問題の現状
 - ・ 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（後述②）
 - ・ 各地の買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）」等、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（後述③）
 - ii 食料品アクセス（買い物弱者等）問題への取組方法
 - ・ 買物弱者支援の方法を解説した「農山漁村の買物支援マニュアル」等
 - iii 食料品アクセス（買い物弱者等）問題の取組事例
 - iv 企業・団体による全国を対象とした買物支援の取組事例
 - v 地方公共団体等が作成した買物支援の冊子やパンフレット
 - vi 関係府省、地方公共団体等による補助事業等の様々な支援施策
 - vii 食料品アクセス（買い物弱者等）問題関連の関係府省リンク
- ② 食料品アクセス問題に関する全国市町村アンケート調査（平成 23 年度～）

食料品アクセス問題に対する市町村の取組状況等を把握するため、地方農政局等を通じ、全国の市区町村を対象に毎年、アンケート調査を実施し、その結果を公表している。
- ③ 食料品アクセス問題に関する調査研究

農林水産政策研究所において、次のような調査研究等を実施し、取りまとめている。

 - i 「食料品アクセスマップ」（平成 25 年 6 月更新）

食料品アクセス問題が日本のどこで生じているのかを全国的に把握するため、GIS（地理情報システム）を活用し、2分の1地域メッシュ（約 500m 四方の区画）ごとに、生鮮品販売店舗への徒歩でのアクセスが困難である人口割合を推計した「食料品アクセスマップ」を作成している。
 - ii 食料品アクセス問題と高齢者の健康（平成 26 年 10 月）

現在の傾向が継続した場合の食料品アクセスに困難が想定される人口の推計や、食料品アクセスが高齢者の食品摂取の制約となる可能性及び高齢者の健康に及ぼす影響等について、分析している。
 - iii 食料品アクセス問題の現状と対応方向（平成 24 年 3 月）

食料品アクセス困難人口についての地域ごとの推計、全国レベルでの分析等を行っている。
- ④ 「農山漁村の買物支援マニュアル～地域の買物支援対策モデル～」（平成 24 年 3 月）

食料品アクセス問題の解決に取り組みたい者が、取組の進め方の手順を分かりやすく示したマニュアルとして、「農山漁村の買物支援マニュアル～地域の買物支援対策モデル～」を作成し、公表している。
- ⑤ 暮らしを支える活動に取り組む組織に関する実態調査アンケート（平成 25 年度）

地域の住民が中心となって、コミュニティバスの運行や弁当配達・給配食、買物支援等の生活支援サービスや高齢者福祉サービスなどの「暮らしを支える活動」に取り組む組織を立ち上げ、運営

している事例がみられるようになってきていることから、総務省と共同で、全国の市区町村にアンケート調査を実施し、取組主体（組織の形態）や取組内容等について把握している（平成26年度は総務省が単独で実施。）。

【補助金等】

① 食料品アクセス環境改善対策事業（平成26～28年度）

食料品アクセス問題を抱える地域ごとに、流通事業者、地方公共団体及び地域住民等による協議会を結成し、効果的な対策等を導入するための検討を補助事業として実施するものである。その成果等は、「買い物困難者対策スタートブック」として取りまとめられ、公表されている。

② 食と地域の交流促進対策交付金（平成23、24年度）

食を始めとする農山漁村の豊かな地域資源を活かし、創意工夫に富んだ集落ぐるみの自立的・継続的な都市農村交流や地域づくりの取組を支援するため、集落等が行う事業を実施するために必要な経費の一部について、国（農林水産省）が交付金を交付するものである。

交付事業のうち、「食と地域の交流促進集落活性化対策」においては、国が定めた10種類のメニューから選択して集落等が取組を実施しており、「生活条件確保」（買物の場・交通手段・高齢者見守り等の生活条件の確保に必要な取組）もメニューの一つに掲げられ、支援対象となっている。



③ 農村集落活性化支援事業補助金（平成27年度）

住民が主体となった地域の将来ビジョン作成、地域活性化のコーディネーターの育成、地域住民の意識改革を行うための先進地視察・セミナー参加等及び農村地域において地域のインフラとして従来から機能してきた組織（集落営農組織等）を活用した、地域の維持・活性化に必要なサービス

(農産物の庭先出荷、高齢農家に対する声かけや農業資材の購入サポート等)の提供が可能な体制の構築を支援するため、市町村を含んで構成される地域協議会が実施するこれらの取組について、国(農林水産省)がその費用の一部を補助するものである。

農村集落活性化支援事業

- 農村地域においては、人口減少・高齢化が都市に先駆けて進行し、単独で農地や農業用施設を維持・管理することが困難な集落が増加。
- このため、集落機能の低下により農地の管理が難しくなっている地域において、地域全体の存続を図るための将来像の構想を策定するとともに、集落間の連携によって互いの労働力不足を補完するなど地域ぐるみの組織化を図る取組に対して支援することにより、農村集落の活性化を推進。

【農山漁村の現状】

- ・ 高齢化や人口減少が都市に先駆けて進行。
- ・ 小規模集落が増加し、集落機能が低下。

【DIDs・非DIDsの人口と高齢化率の推移と見通し】

※DID: Densely Inhabited District (人口集中地区)
資料: 食料・農業・農村白書

【小規模集落の割合の推移】

資料: 農林水産省「農林業センサス」

地域全体の存続を図るため集落機能の集約と周辺集落のネットワーク化を推進

基幹集落への機能集約
(例) 公民館、農産物出荷拠点などを集約・再編

集落間のネットワーク化
(例) コミュニティバスの運行、ICTの整備など

集落営農組織等による広域的取組
(例) 農林地等地域資源の管理のほか、生産物の庭先集荷、住民の生活支援など

A集落 → 基幹集落 → B集落 → C集落 → D集落

役所所在地
・ 役場・病院・商店・事業所・駅
※住民の一体性がある地区(小学校区、大字等)単位を想定

このような地域の実現に向け、できるところから取組を進めていく

【農林水産省の支援策の概要】 1地区当たり上限1,000万円

- 1. 住民が主体となった地域の将来ビジョン作成**
 - ・ 住民間の徹底した話し合いを行う。その際、必要に応じ、専門知識をもったアドバイザーがコーディネートするワークショップを開催。
 - ・ 地域活性化のコーディネーターの育成や地域住民の意識改革を行うための先進地視察、セミナー参加等を実施。
 - ・ 地域の将来像を構想するために必要なビジョンを作成。
- 2. 地域全体の維持・活性化を図るための体制構築**
 - ・ 農村地域において地域のインフラとして従来から機能してきた組織(集落営農組織等)を活用し、地域の維持・活性化に必要なサービス(農産物の庭先出荷、高齢農家に対する声かけや農業資材の購入サポート等)の提供が可能な体制を構築。

④ 都市農村共生・対流総合対策交付金(このうち、集落連携推進対策)(平成27年度)、農山漁村振興交付金(都市農村共生・対流及び地域活性化対策)(28年度)

複数の集落、市町村、NPO等の多様な主体が連携して形成する集落連合体に対し、農山漁村の持つ資源を観光、教育、福祉等に活用する地域の活動を総合的に支援するため、これらが行う取組について、国(農林水産省)がその費用の一部を補助するものである。

買物弱者対策としては、農産物の庭先集荷や地域内外への食材の供給・配達と組み合わせた配食サービス等の取組等が支援の対象となり得る。

都市農村共生・対流総合対策交付金の創設

(旧小学校区単位)

(全国・都道府県単位)

集落連携推進対策

〔地域活性化や暮らしの安心の活動に必要な体制整備、自立的活動の後押し〕

■ 活力アップ重点地域

(中山間地域、離島など)

- 子ども農山漁村交流
- 地域資源の活用やボランティアを取り込んだグリーン・ツーリズム
- 自然・景観を生かした美しいむらづくり
- 集出荷などを通じた地域内外の連携
- 定住・集住等の環境整備
- 市民と連携した農業被害の防止

■ 自立発展可能地域

(平場農業地域など)

- 「食」を活用し観光と連携したグリーン・ツーリズム
- 農山漁村における大学・企業等の研修
- 「食」の提供などを通じた学校・企業等との連携
- ITを活用した消費者とのネットワークづくり
- 「農」を活用した医療・福祉との連携
- 地域提案活動

- 実施主体：地域協議会、農業法人、NPO等
- 実施期間：上限2年
- 補助率：定額（上限800万円/地区、中山間地域等の小規模・高齢化集落を含む地区 上限900万円/地区）

+ 人材活用対策

〔地域の手づくり活動の推進に必要な人材の確保〕

- 外部人材・都市の若者の受入と活用・育成

・外部人材や都市の若者の長期受入と活動の支援、実践研修の実施

- 実施主体：地域協議会、農業法人、NPO等
- 実施期間：上限3年
- 補助率：定額（上限250万円/地区）

+ 施設等整備対策

〔地域の手づくり活動に必要な施設の補修等〕

- 観光、教育、健康等の地域活性化や暮らしの安心に必要な施設等

・空き家、廃校等の補修等

- 実施主体：地域協議会、農業法人、地域協議会の構成員(市町村等)等
- 実施期間：上限2年
- 補助率：1/2等（上限2,000万円/地区等）

広域ネットワーク推進対策

〔地域を越えた人材の活用、優良事例の情報発信〕

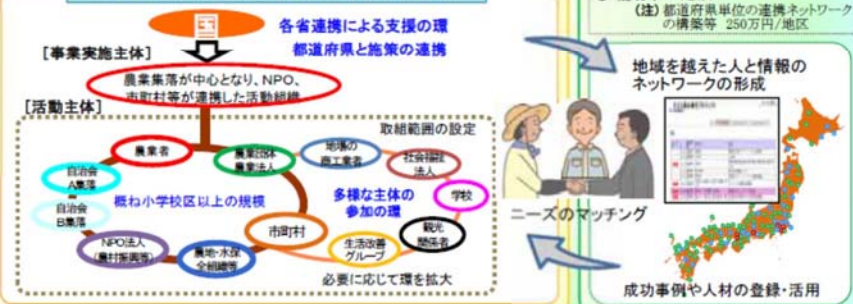
- 地域を越えた人と情報のネットワークの形成
- 都市と農山漁村、大学、福祉団体、学校等とのマッチング
- アドバイザー等の派遣
- 都道府県単位の啓発・普及

・専門家による相談会の開催等

- 実施主体：民間団体、NPO、都道府県(社)等
- 実施期間：5年間
- 補助率：定額

(注) 都道府県単位の連携ネットワークの構築等 250万円/地区

集落連合体による事業の実施(旧小学校区単位)



(注) 農林水産省の資料に基づき、当省が作成した。

図表 3-(1)-⑪-ア 経済産業省設置法（平成 11 年法律第 99 号）〈抜粋〉

<p>(所掌事務)</p> <p>第四条 経済産業省は、前条第一項の任務を達成するため、次に掲げる事務をつかさどる。</p> <p>一～三 (略)</p> <p>四 企業間関係その他の産業組織の改善に関すること。</p> <p>五～十 (略)</p> <p>十一 地域における商鉦工業一般の振興に関すること。</p> <p>十二～三十九 (略)</p> <p>四十 物資の流通（輸送、保管及び保険を含む。）の効率化及び適正化に関する所掌に係る事務に関すること。</p> <p>四十一～五十六 (略)</p> <p>五十七 中小企業庁設置法（昭和二十三年法律第八十三号）第四条に規定する事務（中略）</p> <p>六十 前各号に掲げるもののほか、法律（法律に基づく命令を含む。）に基づき経済産業省に属させられた事務</p> <p>2～3 (略)</p>

図表 3-(1)-⑪-イ 中小企業庁設置法（昭和 23 年法律第 83 号）〈抜粋〉

<p>(所掌事務等)</p> <p>第四条 中小企業庁は、前条の任務を達成するため、次に掲げる事務をつかさどる。</p> <p>一 中小企業の育成及び発展を図るための基本となる方策の企画及び立案に関すること。</p> <p>二 中小企業の経営方法の改善、技術の向上その他の経営の向上に関すること。</p> <p>三 中小企業の新たな事業の創出に関すること。</p> <p>四～八 (略)</p> <p>九 中小企業の交流又は連携及び中小企業による組織に関すること。</p> <p>十～十三 (略)</p> <p>2～9 (略)</p>

図表 3-(1)-⑫ 買物弱者対策に関連する経済産業省の主な施策

【制度、具体的な取組等】

- ① 「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」(平成 21 年 11 月～23 年 5 月)

流通事業者等を中心とした民間事業者等と地方公共団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」を開催し、検討を行っている。

同研究会では、買物弱者の増加等の問題を解決するためには、流通事業者や地方公共団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、こうした地域の主体の連携による取組を進めていくため、関係府省が協力しながら、国が取り組むべき点として、①官民連携ガイドラインの策定、②セミナーや協議会の開催を通じた普及・啓発を提言した「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書～地域社会とともに生きる流通～」(平成 22 年 5 月)を取りまとめ、公表している。

また、同研究会の主催で、同研究会で検討された内容や課題、今後の展開等について、広く社会に周知するためのセミナーを全国 3 か所で開催している。
- ② 「買い物弱者応援マニュアル」(平成 22 年 10 月、23 年 5 月、27 年 3 月)

地域生活インフラを支える流通のあり方研究会の提言(官民連携ガイドラインの策定)を受け、平成 22 年 10 月に、先進事例集と買い物弱者を継続的にサポートし続けるために参考になると考えられる工夫ポイントを内容とする「買い物弱者(買い物難民)応援マニュアル～買い物弱者問題を解決する 20 の先進事例と 7 つの工夫ポイント～」を取りまとめ、公表している。

その後、平成 23 年 5 月に新たな四つの先進事例と国・地方公共団体の支援制度等の情報を追加した第 2 版を、27 年 3 月に第 3 版を公表している。
- ③ 買い物弱者・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(平成 26 年度)

買い物弱者問題についての先行研究や事例を精査し、問題の実態と課題・対応策を整理することで問題の解決を促進する目的で、委託事業として「買い物弱者・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」を実施した。

同事業では、地方公共団体の協力を得て、買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たほか、調査結果の説明やディスカッションを内容とするシンポジウムを全国 9 か所で開催し、最終的な調査結果を、「買い物弱者・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報告書」として取りまとめ、公表している。
- ④ 地方公共団体における買い物弱者支援関連制度一覧の取りまとめ、公表(平成 24 年度～)

毎年度、地方経済産業局を通じて地方公共団体の商工系部局に照会して取りまとめた「地方公共団体における買い物弱者支援関連制度一覧」を公表している。
- ⑤ 地域商店街活性化法に基づく商店街活性化事業計画の認定及びこれに基づく支援

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。以下「地域商店街活性化法」という。)に基づき、商店街振興組合等が行う地域住民の需要に応じた事業活動について、経済産業大臣による商店街活性化事業計画の認定、当該認定を受けた計画に基づく事業に対する支援を行い、商店街の活性化を図っている。

地域商店街活性化法第 3 条第 1 項の規定に基づき、商店街活性化事業の促進の意義及び基本的な方向に関する事項、商店街活性化事業に関する事項並びに商店街活性化支援事業に関する事項等を定めた「商店街活性化事業の促進に関する基本方針」では、「商店街は、(中略)地域の中小小売商業や中小サービス業を振興するという経済的機能を有するだけでなく、地域住民の生活利便や消費

者の買物の際の利便を向上させ、地域の人々の交流を促進する社会的機能をも有する存在である。」として、商店街振興組合等が策定して国の認定を受ける「商店街活性化事業計画」に基づく商店街活性化事業について、「例えば、(中略) 宅配・買物支援サービスの実施、(中略) などの地域住民の利便に寄与する取組(中略)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。」としている。

認定商店街活性化事業計画は、平成 27 年度末で 115 件あり、この中には、買物代行、宅配、出張・移動販売、買物バスの運行等の取組を含んでいるものがみられる。

⑥ 商店街実態調査

中小企業庁(経営支援部商業課)では、商店街の最近の景況や空き店舗の状況、商店街が抱える課題など商店街の実態をアンケート調査により明らかにし、今後の商店街活性化施策の基礎資料とすることを目的として「商店街実態調査」を委託事業により実施している(昭和 45 年に開始され、平成 27 年度調査が 12 回目。平成 27 年度調査では、全国 14,655 の商店街から 8,000 を抽出してアンケートを実施、有効回答数 3,240 件(40.5%)。)

これによると、平成 27 年 11 月 1 日現在、「電話・FAX による商品の宅配、買物代行」に取り組んでいる商店街は全体の 4.3%、実施を検討中の商店街は全体の 8.0%となっている。

⑦ (株)全国商店街支援センターによる商店街よろず相談アドバイザー派遣事業の実施

中小企業関係 4 団体(全国商工会連合会、日本商工会議所、全国中小企業団体中央会及び全国商店街振興組合連合会)が出資し、地域商業の活性化を目指し、地域商店街活性化法認定支援事業、商店街よろず相談アドバイザー派遣事業などの商店街支援(研修実施、専門家の派遣、人材育成、セミナー・イベント開催、情報・ノウハウ提供等)を行う「(株)全国商店街支援センター」を設立している。

このうち、「商店街よろず相談アドバイザー派遣事業」は、商店街からの要請に応じ、「商店街よろず相談アドバイザー」を現地に派遣して、①商店街活性化のための一般相談及びアドバイス(課題抽出、現状分析、具体策等の検討)、②活性化の企画等のアドバイス(共同宅配サービスなどを含む。)等を行うものである。

⑧ ミラサポ

中小企業・小規模事業者とその支援を行う支援機関や専門家のためのインターネットサービスとして「ミラサポ」を運営している(委託事業)。ミラサポでは、全国の事業者・専門家などが参加するコミュニティでの交流(要会員登録)のほか、中小企業・小規模事業者向け補助金の検索機能(目的別・地域別等で検索可能)等が設けられており、買物弱者対策に資する取組に活用し得る補助事業等も検索できる。

【補助金等】

① 中心市街地再生事業費補助金(このうち、買物環境整備促進事業)(平成 26 年度)

地域住民の買物に関する利便性向上につながる取組を継続的に行う事業に対し、国(経済産業省)がその費用の一部を補助するものである。特に、①採算性を確保するための具体的な工夫や、他の事業者等との連携により実施する、②地元地方公共団体、住民団体、地域住民等の関係者が積極的に参加・協力するという特徴があり、持続可能性の高い事業を優先的に選択している。

中心市街地再生事業費補助金

平成26年度補正予算額 **22.0億円**

高務流通保安グループ 中心市街地活性化室
03-3501-3754
高務流通保安グループ 流通政策課
03-3501-1708

事業の内容

事業目的・概要

- 市町村が策定した中心市街地活性化基本計画に基づき、民間事業者が実施する地域の中心市街地活性化に必要な施設の改修・リノベーション（例：集客力向上のための街並や景観の統一）等、雇用や地域の消費活性化に対して即効性が期待できる事業であって、中心市街地及び周辺地域も含めた経済活力を向上させる事業に絞って支援します。
- 過疎地対策やコンパクトシティ化を進める中で不可欠となる買物弱者対策について、一刻も早い全国展開を図るための支援モデルを早期に構築します。

成果目標

- 中心市街地の歩行者通行量を20%以上増加させ、経済活力の維持・向上を目指します。
- 買物弱者対策に関する事業については、5年後の継続率を80%とし、補助事業者が設定する利用者数の維持・向上を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）

【補助上限額】
商業施設の改修等：2億円（4億円※）
買物弱者対策：1億円
※特定民間中心市街地経済活力向上事業計画の経済産業大臣認定を受けた場合に引き上げ
【公募期間】4月16日（木）～5月28日（木）
（ただし、予算の執行状況に応じて追加公募の可能性あり）

事業イメージ

商業施設の改修等の支援

改修前 → 既存施設をリノベーション → 改修後

地域の個性や地域住民・近隣市町村・観光客等のニーズに即した事業で、雇用や消費活性化の効果が、中心市街地及び周辺地域に及ぶ施設整備事業。

<要件>
①中心市街地活性化基本計画に、基本方針で定める「経済活力の向上の為の事業」（第7章）に該当する事業として記載されていること。
②ニーズ調査等、事業化に向けた調査事業を実施していること。

買物弱者対策のための支援

中心市街地の活性化を始めとする「コンパクトシティ」を進めていく上で起こりうる、買物弱者問題等に対応する事業を支援します。

特に、様々なサービスと組み合わせる等の持続可能性が高いモデル事業を支援し、得られた成果を他の地域へ横展開していくことを通じて、買物環境の整備を促進します。

② 地域自立型買い物弱者対策支援事業（平成24年度）

「買い物困難地域」において、①ミニ店舗事業、②移動販売事業、③宅配事業等による買物機会の提供につながる取組の開始を支援するため、国（経済産業省）がその費用の一部を補助するものである。申請に当たっては、①地域の買い物弱者対策に有効であるとの市区町村からの推薦書、②事業実施地域に生鮮三品等の店舗が不足していることを示す「買い物弱者マップ」の添付を求めている。

また、①地元地方公共団体・地域住民等が事業運営に積極的に参加・協力するもの、②他の事業者との連携、高齢者の見守りサービスや宅食、地域での交流拠点の設置といった、地域の基盤的機能も併せて提供するものといった特徴のある事業を優先的に支援している。

平成24年度補正事業 地域自立型買い物弱者対策支援事業

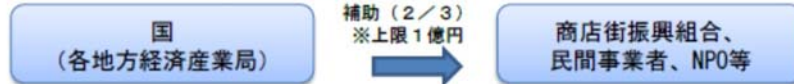
- 近隣の商店の撤退や高齢化等の進展から、日常の買い物に不便を感じる「買い物弱者」と言われる方が増えています。
- このため、民間事業者やNPO等による買い物機会を提供する新たな取組を支援します。

【補助対象事業のイメージ】

- 本補助金では、
 - ・ 徒歩で行ける範囲に生鮮三品等を扱う商店が不足しているため、居住する高齢者等が日常の買い物に不便を感じている「買い物困難地域」において、
 - ・ ①ミニ店舗事業、②移動販売事業、③宅配事業等による、買い物機会の提供につながる取組の開始を支援します。
 ※ 応募の際に、以下のような資料を申請書に添付していただきます。
 - ①地域の買い物弱者対策に有効であるとの市区町村からの推薦書
 - ②事業実施地域に生鮮三品等の店舗が不足していることを示す「買い物弱者マップ」
- また、以下のような特徴のある買い物支援事業を優先的に支援します。
 - ①地元自治体・地域住民等が事業運営に積極的に参加・協力するもの
 - ②他の事業者との連携、高齢者の見守りサービスや宅食、地域での交流拠点の設置といった、地域の基盤的機能も併せて提供するもの

【補助対象者】

商店街振興組合、民間事業者、NPO等

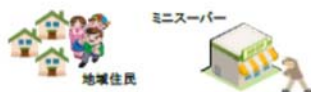


※補助対象は、買い物機会の提供に必要な部分の立ち上げ費用(販売等の事業開始までの準備に必要な費用)に限定

※従来行われてきた事業を継続・更新する内容の提案は対象外

地域住民主体のミニ店舗の運営

- 店舗が撤退し買い物が不便になった地域で、地域住民が資金を拠出して会社を設立し、住民に必要な商品を販売するミニ店舗を開設。
- 併せて、施設内に「お茶の間広場」を設置し住民の交流を促進するほか、老人保健施設と連携した介護予防事業や健康相談を展開。



中山間地に必需品を届ける移動販売車

- 移動販売車を運行開始することで、地域のスーパーが、自社店舗で扱っている生鮮三品等を、近隣の中山間地でも販売。
- 併せて、移動販売の際に、自治体との見守り協定を結び、高齢者の安否確認する取組を実施。






- ③ 地域商業自立促進事業（平成 26、27 年度）、地域・まちなか商業活性化支援事業（地域商業自立促進事業）（28 年度～）

地域住民等のニーズや当該商店街を取り巻く外部環境の変化を踏まえ、地方公共団体と密接な連携を図り、商店街組織が単独で、又は商店街組織がまちづくり会社等の民間企業等と連携して行う、少子・高齢化、地域交流等六つの分野に係る公共性の高い取組について、国（経済産業省）がその費用の一部を補助するものである。

地域・まちなか商業活性化支援事業

平成28年度予算額 **20.3億円 (29.0億円)**

中小企業庁 商業課
03-3501-1929
商務流通保安グループ/中心市街地活性化室
03-3501-3754

事業の内容	事業イメージ						
<p>事業目的・概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 中長期的に、更なる人口減少、少子・高齢化の進展が叫ばれている中、地域における中心市街地等のまちなか、商店街機能の活性化・維持を図ることが、地域経済活性化のために不可欠です。 ● 本事業では、 <ul style="list-style-type: none"> (1) コンパクトシティ化に取り組む「まち」における、周辺地域の経済活力を向上させる波及効果の高い民間プロジェクト（商業施設等の整備） (2) 地域コミュニティ機能、買物機能の維持・強化を図る全国モデル型の「商店街」における、各種サービスの提供に向けた取組に対して支援を行います。 ● 支援を行った取組については、周知を図り、他の地域への波及を目指します。 <p>成果目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 平成26年度からの事業であり、平成28年度は、他の商店街等への波及効果が認められた補助事業の割合50%の達成を目指します。 <p>条件（対象者、対象行為、補助率等）</p> <p>(1) まちなか機能集約支援型</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>国 → 中心市街地活性化基本計画の認定を受けた民間事業者等 補助（2/3以下）</p> </div> <p>(2) 地域コミュニティ、買物機能の維持・強化型</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>国 → ・地域商店街活性化法の認定を受けた商店街振興組合等 ・上記以外の商店街組織 (注) いずれも、まちづくり会社、NPO法人等との連携体を含む。 補助（2/3以下）</p> </div>	<p>事業イメージ</p> <p>(1) まちなか機能集約支援型</p> <p style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px;">高度な商機能の整備に向けた支援</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> <p style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px;">事例) 農産物直売所やスーパースhop、スイーツカフェ等、住民や観光客等のニーズに対応出来る複合集客施設と大型駐車場を整備する事業</p> <p>(2) 地域コミュニティ、買物機能の維持・強化を図る全国モデル型</p> <p><支援対象></p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="background-color: #92D050;">(例) ① 少子・高齢化 ・子育て支援、福祉施設の設置 ・買物弱者向けサービスの提供 等</td> <td style="background-color: #92D050;">(例) ② 地域交流 ・まちなか交流スペースの設置 ・コミュニティカフェの設置 等</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #92D050;">(例) ③ 新陳代謝 ・インキュベーション施設の設置 ・空き店舗への店舗誘致 等</td> <td style="background-color: #92D050;">(例) ④ 構造改善 ・地方自治体等と連携した共通ポイントカードシステムの導入 等</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #92D050;">(例) ⑤ 外国人対応 ・Wi-Fiの設置、免税対応機器等の導入 等</td> <td style="background-color: #92D050;">(例) ⑥ 地域資源活用 ・アンテナショップの設置 ・オリジナル商品の開発 等</td> </tr> </table>	(例) ① 少子・高齢化 ・子育て支援、福祉施設の設置 ・買物弱者向けサービスの提供 等	(例) ② 地域交流 ・まちなか交流スペースの設置 ・コミュニティカフェの設置 等	(例) ③ 新陳代謝 ・インキュベーション施設の設置 ・空き店舗への店舗誘致 等	(例) ④ 構造改善 ・地方自治体等と連携した共通ポイントカードシステムの導入 等	(例) ⑤ 外国人対応 ・Wi-Fiの設置、免税対応機器等の導入 等	(例) ⑥ 地域資源活用 ・アンテナショップの設置 ・オリジナル商品の開発 等
(例) ① 少子・高齢化 ・子育て支援、福祉施設の設置 ・買物弱者向けサービスの提供 等	(例) ② 地域交流 ・まちなか交流スペースの設置 ・コミュニティカフェの設置 等						
(例) ③ 新陳代謝 ・インキュベーション施設の設置 ・空き店舗への店舗誘致 等	(例) ④ 構造改善 ・地方自治体等と連携した共通ポイントカードシステムの導入 等						
(例) ⑤ 外国人対応 ・Wi-Fiの設置、免税対応機器等の導入 等	(例) ⑥ 地域資源活用 ・アンテナショップの設置 ・オリジナル商品の開発 等						

④ 商店街まちづくり事業費補助金（平成 24、25 年度）

商店街等が地域の行政機関等からの要請に基づいて実施する、地域住民の安心・安全な生活環境を守るための施設・設備等の整備等を支援するもので、全国商店街振興組合連合会が、国（経済産業省）からの補助金を受けて基金造成し、その基金を活用して実施する。

対象となる事業には、高齢者向け御用聞き型宅配サービス施設（移動販売車や店舗等を含む。）も含まれる。

【買物弱者対策への活用例】

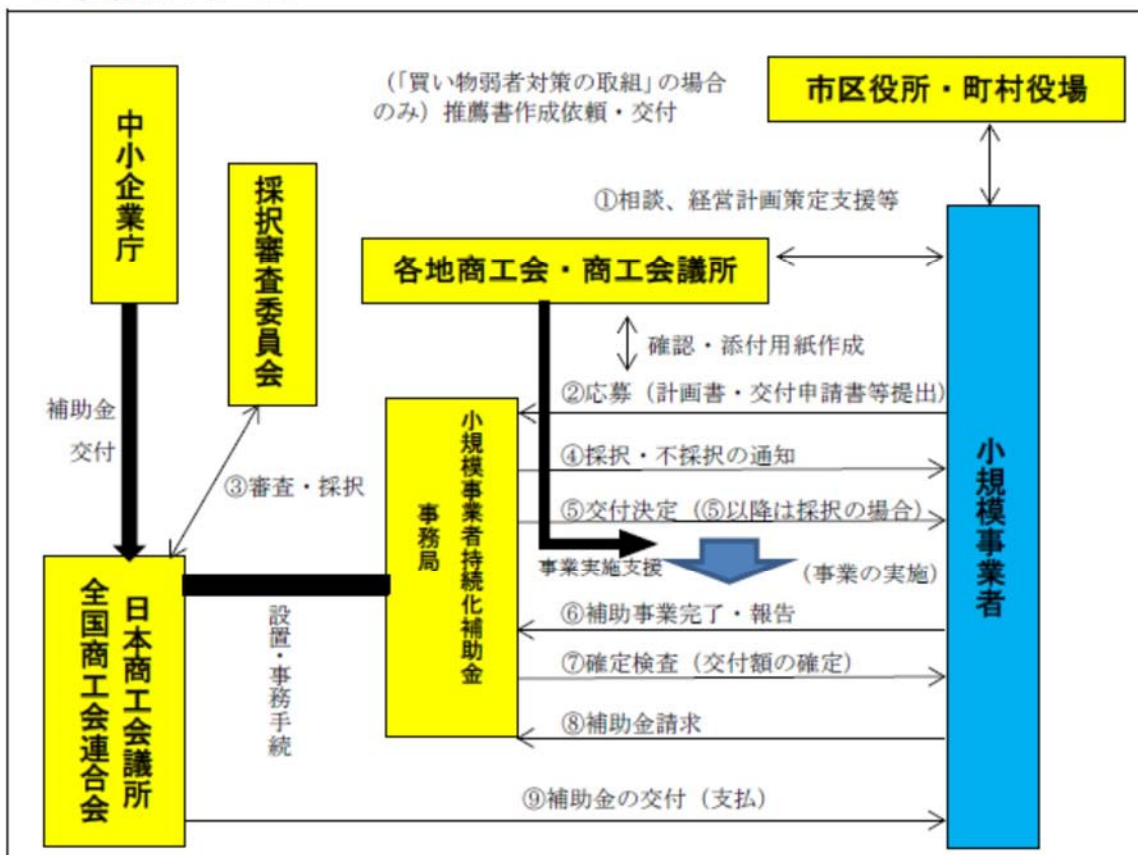
<p><例1></p> <p>ニーズの高い生鮮品・食料品の出張販売を実施するとともに、地域住民の利便性を配慮し、電話による注文を受け付け、次回販売時に持参するなどの対応により売上を伸ばし持続可能な新たな商店街事業として確立していく。</p> <p>(補助対象経費:車両購入費、内装・設備・施工工事費)</p>	
<p><例2></p> <p>カタログから商品を選んでもらい、電話注文と携帯メール注文で希望日に届ける宅配業務と、荷物の持ち運びも手伝う送迎や買い物代行を行っている。商店街を含むエリア周辺を事業実施範囲として、商品1つからでも宅配を行い、どんな内容でも可能な範囲で支援するとともに、御用聞きの役割も担っている。</p> <p>(補助対象経費:車両購入費)</p>	
<p><例3></p> <p>自転車を利用して商店街で買った商品を自宅へ宅配するサービスを実施。宅配拠点は商店街の組合事務所を利用している。</p> <p>(補助対象経費:車両購入費、内装・設備・施工工事費)</p>	

⑤ 小規模事業者支援パッケージ事業（小規模事業者持続化補助金）（平成 26 年度～）

小規模事業者の事業の持続的発展を後押しするため、小規模事業者が、各地の商工会・商工会議所の支援を受けて経営計画を作成し、その計画に沿って取り組む販路開拓等の費用の一部について、国（経済産業省（中小企業庁））が全国商工会連合会及び日本商工会議所を通じて補助するものである。

車両を活用した移動販売など、実施する区域の市区町村の推薦を受けた買物弱者対策については、補助上限額を引き上げ、重点的に支援することとなっている。

V. 事業のスキーム



(注) 経済産業省の資料等に基づき、当省が作成した。

図表 3-(1)-⑬ 国土交通省設置法（平成 11 年法律第 100 号）〈抜粋〉

（所掌事務）

第四条 国土交通省は、前条第一項の任務を達成するため、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 国土計画その他の国土の利用、開発及び保全に関する総合的かつ基本的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。
- 二 国土の利用、開発及び保全に関する基本的な政策に関する関係行政機関の事務の調整に関すること。
- 三 社会資本の総合的かつ効率的な整備の推進（公共事業の入札及び契約の改善を含む。）に関すること。
- 四 （略）
- 五 都市交通その他の地域的な交通に関する基本的な計画及び地域における交通調整に関すること。
- 六～十六 （略）
- 十七 貨物流通の効率化、円滑化及び適正化に関する所掌に係る事務に関すること。
- 十八 （略）
- 十九 貨物利用運送事業の発達、改善及び調整に関すること。
- 二十～三十八 （略）
- 三十九 国土の総合的かつ体系的な利用、開発及び保全を図る観点からの、地方の振興に関する総合的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。
- 四十～七十六 （略）
- 七十七 道路運送及び道路運送事業の発達、改善及び調整に関すること。
- 七十八～百二十八 （略）

2 （略）

図表 3-(1)-⑭ 買物弱者対策に関連する国土交通省の主な施策

【制度、具体的な取組等】

① 自家用有償運送事業制度

過疎地域での輸送や福祉輸送といった、地域住民の生活維持に必要な輸送について、それらがバス・タクシー事業によっては提供されない場合に、国土交通大臣の登録を受けた市町村やNPO等が、自家用車を用いて有償で運送できることとする制度である。

自家用有償運送事業制度には、①市町村が行う「市町村運営有償運送」、②NPO等が過疎地域その他の交通が著しく不便な地域において行う「公共交通空白地有償運送」、③NPO等が身体障害者等及びその付添人に限って運送する「福祉有償運送」の3種類があり、買物弱者対策にも活用されている。

② 地域公共交通支援センターホームページ

地域公共交通の確保・維持に取り組もうとした場合、全国各地における様々な先進事例の情報が非常に有効であることを踏まえ、出先機関である地方運輸局のネットワークを最大限に活用し、地域公共交通の確保・維持に係る全国の先進事例や国の支援制度等を一元的に発信するためのホームページ (<http://koutsu-shien-center.jp/index.html>) を開設している。

③ 「小さな拠点」の形成の推進

「小さな拠点」づくりの推進を図るため、次の取組を実施している。

i 集落地域における生活支援機能の拠点化、広域連携による持続的な地域づくりに関する調査（平成 24 年度）

有識者からなる検討会を設置し、「小さな拠点」の形成を通じた持続可能な集落づくりについて調査検討を行い、その成果として「集落地域の大きな安心と希望をつなぐ『小さな拠点』づくりガイドブック」を取りまとめている。

ii 「小さな拠点」形成を核とした「ふるさと集落生活圏」の形成推進に関する調査（平成 25、26 年度）

「小さな拠点」を核とした「ふるさと集落生活圏」づくりの実践的なノウハウの蓄積・普及を図るため、「小さな拠点」づくり等に向けた合意形成・プランづくりの過程における課題やその解決手法等について、具体的な集落地域を対象としたモニター調査を実施し、そこから得られたノウハウを取りまとめ、これまでのガイドブックを全面改定する形で、「【実践編】「小さな拠点」づくりガイドブック」を作成、公表している。

iii 「小さな拠点」づくりフォーラムの開催（平成 26 年度）

「小さな拠点」づくりを通じた持続可能な集落地域づくりに関する取組の普及とともに、関係者間の交流・情報交換を図るため、フォーラムを開催している。

「小さな拠点」とは

小学校区など、複数の集落が散在する地域において、商店、診療所などの日常生活に不可欠な施設・機能や地域活動を行う場所を、歩いて動ける範囲に集め、周辺集落とコミュニティバス等の交通ネットワークで結ぶことで、人々が集い、交流する機会が広がっていく、集落地域の再生を目指す取組



④ 過疎地域等の集落に関する調査等の実施

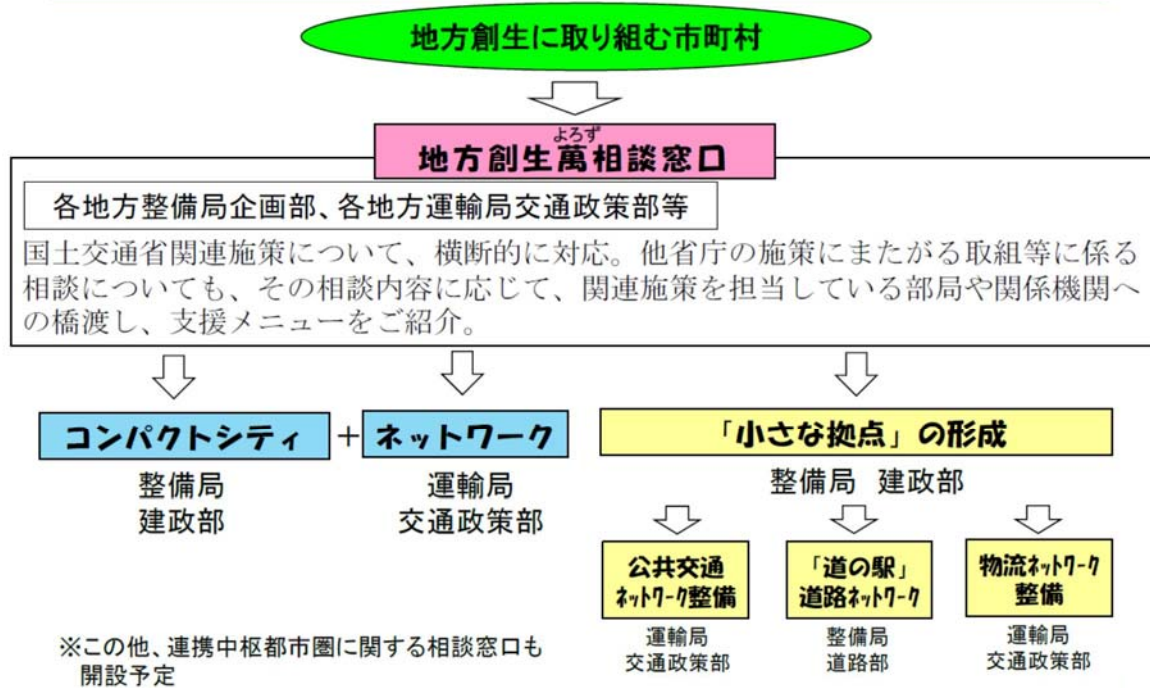
次のような調査等を実施し、その結果を取りまとめ、公表等を実施している。

- i 長期的な展望を踏まえた集落の多様な生活・コミュニティ確保方策に関する調査（平成 23 年度）
集落の将来を見据え、再生・再編に取り組んでいる具体的な事例を調査し、その成果をコミュニティの維持・活性化に取り組む集落の関係者や地方公共団体の活動の参考となるよう、ヒント集として取りまとめている。
- ii 日常生活サービス機能が集約した「小さな拠点」事例集（平成 24 年度）
「道の駅」に隣接して、診療所や介護施設等の日常生活サービス機能が集約した「小さな拠点」を形成している事例について収集・整理し、事例集として取りまとめている。
- iii 集落地域に関する都市住民アンケート（インターネット調査）（平成 24 年度）
人口減少、高齢化が進む集落が集まる農山漁村地域に対する都市住民の意識や交流の状況、今後の交流・活動意向等について、東日本大震災後の変化も含め把握するため、全国の都市住民を対象にインターネットを通じたアンケートを実施し、その結果を取りまとめている。

⑤ 地方創生萬相談窓口

地方創生の取組を行うに当たっての地方公共団体からの相談に対し、国土交通省の地方部局（地方整備局及び地方運輸局）において一元的に対応するため、各地方整備局企画部、各地方運輸局交通政策部等に「地方創生萬相談窓口」を設置し、国土交通省関連施策について、横断的に対応している。また、他省庁の施策にまたがる取組等に係る相談についても、その相談内容に応じて、関連施策を担当している部局や関係機関への橋渡し、支援メニューの紹介等を行うこととしている。

市町村の地方創生の取組を行うに当たっての相談に対し、国土交通省の地方部局（地方整備局及び地方運輸局）において一元的に対応。



⑥ 「地域を支える持続可能な物流システムのあり方に関する検討会」（平成26年10月～27年3月）等

「小さな拠点」形成の取組の一環として、過疎地等における事業者とNPO等の共同による宅配サービスの維持・改善や、買物弱者支援等にも役立つ新たな物流システムのあり方を検討するため、有識者等による検討会を開催し、その成果として、平成27年3月に報告書を取りまとめ、公表している。同報告書では、今後、過疎地等における持続可能な物流サービス・生活支援サービスの提供、地域経済の活性化を実現するための取組がその重要性を増しているとして、「小さな拠点」を核とした新たな共同配送スキームの構築及び公共交通を活用した貨客混載の導入や自家用自動車の活用により、物流の効率化、生活支援サービスの維持・向上、地域経済の循環促進を実現する必要があること、これらを進めるための地域における関係者からなる協議スキームを検討する必要があること等を提言している。

また、同報告書の提言を踏まえ、①域外からの商品の集落への共同宅配、②地域商店への商品の集荷・集落への運送及びこれと併せた生活支援サービスの提供、③バス等を活用した新たな貨物輸送サービスの提供等、複数のサービスに係る輸送を複合化することによって輸送の効率化を実現するものを内容とするモデル事業を実施する地域を、公募により5地域選定し、当該地域における協議会の設立や試験的な運行の実施等により、実践的なノウハウの蓄積等を進めている。

モデル事業では、買物代行・買物送迎・配食サービスの複合的实施、地域特産品の集荷・高齢者等の安否確認等と御用聞き（買物代行）の複合的实施、大手物流事業者による買物代行・一括配送等が行われ、平成28年5月に報告書が取りまとめられている。

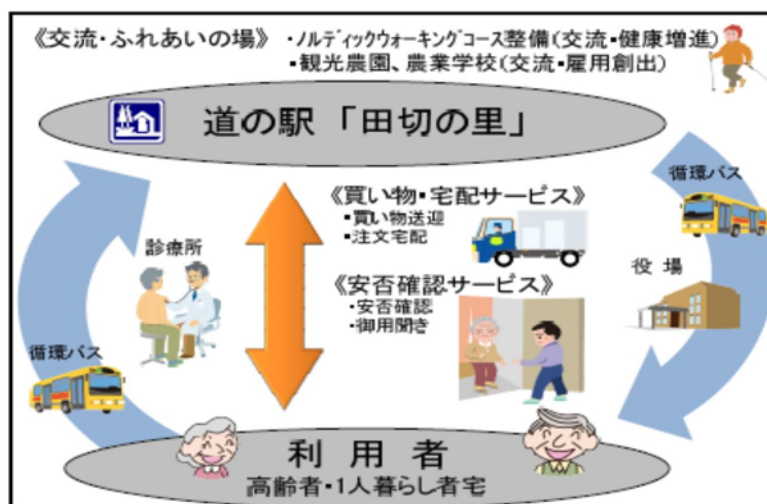
このほか、高齢者の多い地域等において、地方公共団体等と物流事業者が連携し、買物支援や高齢者の見守り等、地域の維持・活性化に向けた取組を行う例を収集・整理し、ホームページで紹介している (http://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/seisakutokatsu_freight_tk1_000046.html)。

⑦ 重点「道の駅」

「道の駅」(地域の創意工夫により道路利用者への安全で快適な道路交通環境を提供し、地域の振興に寄与する施設で、国土交通省の登録を受けたもの)のうち、地域活性化の拠点となる優れた企画があり、今後の重点支援で効果的な取組が期待できるものについて、重点「道の駅」として選定し、その取組を広く周知するとともに、取組の実現に向けて、地方公共団体や関係機関による協議会等を設け、複数の関係機関の所管する制度の活用等について、ワンストップで相談できる体制を整備したり、道路区域内の駐車場、休憩施設、トイレ、道路情報提供施設等について、社会資本総合交付金等を活用する等の支援を行っている。

重点「道の駅」の中には、買物弱者対策に取り組んでいるものがみられる。

【買物弱者対策への活用例】



【補助金等】

① 地域公共交通確保維持改善事業（平成 23 年度～）

生活交通の存続が危機にひんしている地域等において、地域の特性・実情に最適な移動手段が提供され、また、バリアフリー化やより制約の少ないシステムの導入等移動に当たっての様々な障害の解消等がなされるよう、地域公共交通の確保・維持・改善を支援することを目的とした事業であり、赤字路線バスの運行事業者への補助、バス車両の更新費用や路線バスからデマンド型交通への転換に要する費用への支援等がある。

買物弱者対策に関連するものとしては、地域特性や実情に応じた最適な生活交通ネットワークを確保・維持するため、地域間交通ネットワークと密接な地域内のバス交通・デマンド交通の運行を行う等の事業者に対し、国（国土交通省）がその費用の一部を補助するものがある。

② 「小さな拠点」を核とした「ふるさと集落生活圏」形成推進事業（集落活性化推進事業費補助金）（平成 20 年度～）

公益サービス機能を維持確保するため、廃校舎等の遊休施設を活用した既存公共施設の再編・集約に係る改修費のほか、生活圏の維持・再生に必要な機能を施設の再編・集約と併せて導入することや、再編・集約に伴う廃止施設の除却等について補助するものであり、集落コンビニエンスストア等を設置することなども対象となり得る。

「小さな拠点」の形成推進

人口減少・高齢化が進む中山間地域等において、基幹集落に複数の生活サービスや地域活動の場を集め、周辺集落とネットワークで結ぶモデル的な「小さな拠点」の形成を推進する。「小さな拠点」は、地域外の人が利用する施設を組み入れることにより、「対流拠点」となることが期待される。

このため、既存施設の再編・集約に対して、NPO等による事業も補助対象に追加するとともに、新たなモデル性の高い事業に重点化して支援を行う。



「小さな拠点」：日常生活に必要な機能・サービスを集約・確保し、周辺集落との間を交通ネットワークで結んだ地域の拠点

○補助制度の概要

(※下線部は平成29年度拡充事項に係る部分)

「小さな拠点」を核とした「ふるさと集落生活圏」形成推進事業
(集落活性化推進事業費補助金)

●対象地域：過疎、山村等の条件不利地域

●実施主体：市町村、NPO法人等(間接補助)

●対象事業

遊休施設を活用した、小さな拠点の形成に向けた既存施設の再編・集約に係る改修

(注) 国土交通省の資料等に基づき、当省が作成した。

図表 3-(1)-⑮ 関係府省における買物弱者対策が主たる目的であると考えられる事業

府省名	事業の名称
農林水産省	食料品アクセス環境改善対策事業(平成26～28年度)
経済産業省	中心市街地再生事業費補助金(このうち、買物環境整備促進事業)(平成26年度)
	地域自立型買い物弱者対策支援事業(平成24年度)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 各事業の詳細は、図表 3-(1)-⑩及び図表 3-(1)-⑫参照。

(2) 地方公共団体における買物弱者対策

実 態	説明図表番号
<p>ア 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実施状況</p> <p>農林水産省は、平成 23 年度から、毎年、買物弱者問題（食料品アクセス問題）に対する地方公共団体の取組状況等を把握するため、地方農政局等を通じ全国の市町村を対象に「食料品アクセス問題」に関する全国市町村アンケート」を実施し、その結果を農林水産省のホームページにおいて公表している。</p> <p>平成 28 年度に実施した同アンケートによると、アンケートに回答した 1,245 市町村のうち、1,020 市町村（81.9%）において、何らかの買物弱者対策が必要と回答しているが、実際に何らかの対策が実施されている市町村は 622 市町村（61.0%）となっている。また、実施されている対策の内容は、「コミュニティバス、乗合タクシーの運行等に対する支援」が 72.7% と最も高く、次いで、「空き店舗対策等の常設店舗の出店、運営に対する支援」（29.3%）、「宅配・御用聞き・買い物代行サービス等に対する支援」（28.3%）の順となっている。</p> <p>今回、調査対象 87 地方公共団体（20 都道府県及び 67 市町村）が平成 23 年度から 27 年度までに実施した事業であって、当省が買物弱者対策に資する事業として把握できたものは、295 事業（都道府県 70 事業、市町村 225 事業）であった。</p>	<p>図表 3-(2)-①</p>
<p>(7) 主たる目的別の事業の実施状況</p> <p>事業の主たる目的別に買物弱者対策に資する事業の数をみると、把握できた 295 事業のうち、買物弱者対策が主たる目的であると考えられる事業は、35 事業（11.9%）（都道府県 10 事業、市町村 25 事業）と少なく、そのほかは、国と同様に、関係部局の所管行政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った。</p> <p>買物弱者対策が主たる目的であると考えられる事業は、事業者を支援する補助事業のほか、店舗の運営等を事業者に委託するもの、地方公共団体が直接実施するもの、住民への経済的支援を行うもの等があり、様々な方法で実施されている状況がみられた。</p>	<p>図表 3-(2)-②</p>
<p>買物弱者対策が主たる目的であると考えられる 35 事業を除いた 260 事業について、当該事業の主たる目的と考えられる事項をみると、高齢者・障害者等の福祉の向上、商店街振興を始めとする地域商業・産業の振興、公共交通空白地域の解消等の地域交通の確保、地域の活性化や地域づくり等となっていた。</p>	<p>図表 3-(2)-③</p>
<p>このうち、福祉の向上や地域交通の確保が主たる目的であると考えられる事業では、高齢者等向けの配食サービスや生活支援の委託、交通空白地域におけるコミュニティバスやデマンドタクシーの運行の委託等、</p>	<p>図表 3-(2)-④</p>

行政からの委託により実施する事業が多くなっている（福祉の向上が主たる目的であると考えられる 90 事業中 55 事業、地域交通の確保が主たる目的であると考えられる 86 事業中 38 事業）。また、地域振興や商業振興が主たる目的であると考えられる事業では、地域活性化を目的として地域団体が実施する取組に対する補助、商店街の活性化を図るため商店街振興組合が実施する取組に対する補助等、事業者が実施する取組を支援する事業が多くなっている（地域振興が主たる目的であると考えられる 34 事業中 22 事業、商業振興が主たる目的であると考えられる 37 事業中 32 事業）。

また、買物弱者対策が主たる目的であると考えられる事業を複数実施している地方公共団体がある一方、買物弱者対策に資する事業を実施していないとする地方公共団体、公共交通空白地域の解消等を目的としたコミュニティバスの運行等の事業のみ実施している地方公共団体もみられ、地方公共団体によって事業の実施状況に差がみられた。

(イ) 所管部局別の事業の実施状況

買物弱者対策に資する事業を所管（実施）している部局別にみると、都道府県が実施する事業（70 事業）では、高齢者福祉、地域福祉、介護等の福祉担当部局の所管が多く（23 事業）、次いで商工、中小企業振興等の商業・産業担当部局（18 事業）、地域づくり、都市計画、過疎対策等の地域担当部局（17 事業）が多くなっている。

また、市町村が実施する事業（225 事業）では、福祉担当部局（68 事業）、地域担当部局（46 事業）、商業・産業担当部局（38 事業）、交通担当部局（30 事業）が多くなっている。

このほかにも、政策企画全般を担う企画部局や、住民生活全般や住民との協働等を担当する部局、農業振興等を担当する部局等が買物弱者対策に資する事業を実施しており、買物弱者対策に関係する部局が多岐にわたっている状況がみられた。

図表 3-(2)-⑤

イ 買物弱者対策の推進に関する地方公共団体の意見

前述の平成 28 年度に農林水産省が実施した市町村に対するアンケート調査結果によると、買物弱者対策を実施していない理由として挙げられている回答（複数回答）は、「食料品の買い物等が不便な住民が相対的に少なく、対策の必要性が低い」（46.1%）、「どのような対策を実施すべきかわからない」（17.3%）、「財政上の問題から対策を実施できない」（8.5%）、「事業者の参入等により、現在は（対策の）必要性は低くなった」（7.1%）などとなっている。また、買物弱者対策の検討・実施・継続に当たっての国等からの必要な支援の内容として挙げられている回答（複数回答）は、「移動販売や買い物バス等の事業の運営費用への支援」（61.7%）、「移動販売車の購入や空き店舗等の整備費用への支援」（57.5%）、「支援施策や成功事例

図表 3-(2)-①
(再掲)

<p>等の情報提供」(53.2%)、「各種対策に関する専門的な助言や指導」(34.0%)、「移動販売やコミュニティバス等に関する規制の緩和」(30.2%)などとなっている。</p> <p>今回、調査対象地方公共団体において、買物弱者対策に資する事業の実施に関する意見を聴取したところ、国からの支援(補助事業の創設、一元的な相談窓口の設置等)を求めるもの、規制緩和を求めるものなどがみられたほか、民間が取り組む買物弱者対策にどのように地方公共団体が関与すべきかに苦勞しているといった意見も聴かれた。</p>	<p>図表 3-(2)-⑥</p>
--	-------------------

図表 3-(2)-① 「食料品アクセス問題」に関する全国市町村アンケート調査結果（平成 29 年 3 月農林水産省）の概要

（調査対象）

全国の 1,741 市町村（東京都特別区を含む。）（有効回答数：1,245 市町村（回答率 71.5%））

（調査期間）

平成 28 年 11 月、12 月

（調査結果の概要）

- 対策の必要性と背景
 - ・ 現時点で対策が必要と回答した市町村は 1,020（81.9%）で前年より 61 市町村増加
 - ・ このうち、何らかの対策が実施されている市町村は 622（前年より 11 増加）、実施率（61.0%）は前年より 2.7%減少。対策を検討中の市町村は 70（6.9%）。328 市町村（32.2%）では対策の実施も検討もされていない。
 - ・ 対策を必要とする背景は、「住民の高齢化」が 97.8%と最も高く、次いで、「地元小売業の廃業」（78.2%）、「中心市街地、既存商店街の衰退」（58.2%）、「単身世帯の増加」（51.0%）と続いております、前年までと同じ傾向にある。
- 対策の内容
 - ・ 対策の内容は、「コミュニティバス、乗合タクシーの運行等に対する支援」が 72.7%と最も高く、次いで、「空き店舗対策等の常設店舗の出店、運営に対する支援」（29.3%）、「宅配・御用聞き・買い物代行サービス等に対する支援」（28.3%）と続いているが、「宅配等への支援」は減少傾向、「空き店舗対策等の常設店舗の出店、運営に対する支援」、「移動販売車への支援」は増加傾向にある。
- 対策の実施手法等
 - ・ 対策の実施手法は、「民間事業者等への費用補助や助成等の支援」が 37.3%と最も高く、次いで、「民間事業者等へ業務運営委託」（33.3%）、「市町村が自ら実施」（26.8%）が高い。
- 対策を実施していない理由
 - ・ 対策を実施していない理由は、「食料品の買い物等が不便な住民が相対的に少なく、対策の必要性が低い」（40.5%）が高いが、「どのような対策を実施すべきかわからない」（15.0%）、「財政上の問題から対策を実施できない」（11.1%）も増加傾向にある。
 - ・ 「民間事業者の参入等により、現在は（対策の）必要性は低くなった」（11.3%）は増加傾向だが、「行政による対策の結果、現在は低くなった」と回答した市町村は全体の 1.0%しかない。
- 対策の実施に必要な支援
 - ・ 対策の実施に必要な支援は、「運営費用への支援」（57.4%）が最も高く、次いで、「整備費用への支援」（52.5%）、「情報提供」（51.5%）が高い。都市規模ごとに必要な支援に特徴が認められ、政令指定都市及び特別区では「情報提供」が高いが、人口 5 万人未満の市町村では「運営費用への支援」が高い。

（注） 農林水産省の資料に基づき、当省が作成した。

図表 3-(2)-② 事業の主たる目的別の買物弱者対策に資する事業の数

(単位：事業)

事業の主たる目的	都道府県		市町村	
	数	構成比	数	構成比
買物弱者対策（買物）	10	14.3%	25	11.1%
高齢者・障害者・地域等の福祉の向上（福祉）	21	30.0%	69	30.7%
公共交通空白地域の解消や地域住民の交通の確保（交通）	8	11.4%	78	34.7%
商店街振興、地域の商業の活性化（商業）	11	15.7%	26	11.6%
市街地・地域の活性化、魅力ある地域づくり（地域）	17	24.3%	17	7.6%
地域の雇用拡大、失業者対策（雇用）	3	4.3%	4	1.8%
市民活動・市民協働の推進（市民活動）	0	-	4	1.8%
地産品の消費拡大（地産品）	0	-	2	0.9%
計	70	100%	225	100%

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(2)-③ 地方公共団体における買物弱者対策が主たる目的と考えられる事業（主なもの）

地方公共団体	事業の内容等
富山県	<p>【事業名】 買い物サービス支援事業（平成 23 年度～）（事業者への支援（補助）を行う事業）</p> <p>【事業を実施した経緯等】 富山県内では、それまでの過去 5 年間で 60 店舗以上の食料品店が閉店し、中山間地域だけでなく市街地でも買物弱者が問題化されていること、このため、近年、NPO や社会福祉法人による宅配サービスや移動販売などの買物弱者対策が一部で行われるようになってきていることから、これらを支援していくことを検討し、補助事業を実施することとした。</p> <p>【事業の目的】 買物弱者の支援</p> <p>【事業の概要】 買物困難地域（主として中山間地域）で実施され、2 以上の事業主体が連携し、新たに、又は従来より拡大して実施される買物弱者の生活利便性を向上させる取組について、その費用の一部を補助する。</p> <p>【事業を活用した取組の例】 本事業を活用した事業者により、買物バスの運行、宅配サービスの実施、出張販売の実施、閉店したスーパーマーケット跡地を活用したミニスーパーマーケットの開設、ボランティアによる買物代行の実施などの取組が実施されている。</p>
中津市	<p>【事業名】 山国買い物支援事業（平成 27 年度～）（委託事業）</p> <p>【事業を実施した経緯等】 高齢化率が 46% を超える中津市山国地区では、平成 20 年に唯一のスーパーマーケットが閉店し、また、移動販売事業者も順次撤退していき、地域内に精肉の販売店がなくなる等、買物事情が悪化した。このため、自家用車を持たない世帯においては、コミュニティバスから路線バスへの乗り継ぎで隣接する都市まで買物に行ったり、自家用車を持つ協力者に買物をしてきてもらう、又は買物に連れて行ってもらう等、明らかに買物に不便な状況におかれていた。</p> <p>そうした中、平成 26 年に、中津市、山国地区にある複合文化施設の運営団体である a 事業者、中津市社会福祉協議会、集落支援員等による買物弱者対策に関するワーキンググループが設置され、検討を重ねた結果、地域住民の買物支援のため店舗開設を行うこととなり、複合文化施設内に生活店舗を整備し、27 年 6 月から a 事業者に店舗の運営を委託する事業を実施することとなった。</p> <p>【事業の目的】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 山国地区の買物の利便性の向上 2 地域コミュニティの活性化（常設店舗を開設することで地域住民が集う場所をつくり、地域コミュニティの活性化を図る。） 3 地元商業の振興（地域内に点在する小売商店からの商品を預かる委託販売を行うこ

	<p>とで、地域商店の振興を図る。)</p> <p>【事業の概要】 複合文化施設内に食料品、日用品を販売する生活店舗を開設し、事業者に運営を委託する。</p> <p>具体的には、中津市と a 事業者が委託契約を締結し、a 事業者は、中津市からの委託料（赤字補填の観点から中津市が独自に積算した金額であり、平成 27 年度は開店のための店舗改修及び備品購入を含めて 10,000 千円）により店舗を運営する。</p>
秩父市	<p>【事業名】 買物支援事業（平成 24 年度～）（委託事業）</p> <p>【事業を実施した経緯等】 秩父市大滝地区は、市街地から車で 1 時間ほど離れた山間地域であり、商店主の高齢化などの理由で地元の商店がほとんどなくなり、買物環境が悪化している地域である。</p> <p>秩父市は、平成 22 年度に、山間地域の高齢者等（買物弱者）の日常生活を支える仕組みづくりを目的として、国土交通省の「地域経営推進事業」を活用して出張商店街の実証実験を行ったが、その後の住民アンケートの結果、取組の継続希望があった大滝地区においては、過去から介護施設における「出張商店街」の開催実績があった a 事業者に出張商店街の実施を委託することにした。</p> <p>【事業の目的】 買物弱者の支援</p> <p>【事業の概要】 大滝地区にある診療所の駐車場において、出張販売所（「出張商店街」）を月 3 回ほど開設する取組を、事業者に委託する。</p> <p>具体的には、秩父市と a 事業者が委託契約を締結し、a 事業者は、秩父市からの委託料（販売所に参加する商店主の開催場所までの燃料費相当分であり、平成 27 年度は年額約 50 万円）により、出張販売所を開設する。</p>
長浜市	<p>【事業名】 買物支援事業（平成 26 年度）（直営事業）</p> <p>【事業を実施した経緯等】 市議会で買物弱者対策に関する質疑が行われたり、報道で買物弱者の問題が取り上げられたことから、長浜市内で活動する事業者に対し買物弱者対策の実施状況についてヒアリング調査を実施したところ、事業者から、「地道に営業していても、サービスが市民に知られていないので、客足が伸びず困っている」との話があったため、事業者の取組の情報を掲載したパンフレットを市が作成し、市民に配布することとした。</p> <p>【事業の目的】 個人宅への訪問による宅配等各種サービスを行っている事業者と買物の支援を必要とする市民をつなぐ。</p> <p>【事業の概要】 長浜市内の宅配や移動販売等を実施する事業者の取組のうち、掲載を希望するものに</p>

	<p>ついて、市が、業態ごとに事業者を分け、取組の内容、配達エリア、注文方法等を取りまとめ、市の施設等各所に備え置くほかに、民生委員・児童委員、地域包括支援センター、ケアマネジャー、自治会長等にも周知し、このパンフレットが必要な市民に配布する。</p>
秩父市	<p>【事業名】 買物タクシー利用券交付事業（平成 22 年度～）（住民（利用者）支援事業）</p> <p>【事業の目的】 買物弱者対策（買物弱者の利便性向上及び高齢者の生活移動手段の一助に資する）</p> <p>【事業の概要】 対象地域（公共交通の便が悪い地域を市が指定）に居住する 65 歳以上の者のうち希望者に対し、市がタクシー利用券（2,000 円分）を交付することで、タクシー利用料金の一部を補助する。市は使用された利用券の実績に応じ、事業者へ負担金を支払う。</p>
芦屋町	<p>【事業名】 船頭町駐車場活用事業（平成 23 年度～）（地方公共団体が店舗を設置して事業者に貸与する事業）</p> <p>【事業を実施した経緯等】 芦屋町は、中心市街地の衰退が著しくなっており、地域活性化及び住民の買物利便性向上のため、商業施設の誘致が緊急かつ重要な課題となっていた。平成 5 年度以降、中心市街地の衰退抑制及び商業施設誘致促進のため、地元商工会との対策検討・意見調整、企業訪問、町有地売却、賃貸、商業施設誘致要件の緩和対策（固定資産税免除期間の延長等）を実施したが、効果が上がらなかった。 このため、町では、出店可能性のある県内事業者から意向等を聴取の上、平成 22 年 11 月、町がスーパーマーケットの店舗を建設し、その建物と土地を貸し付ける方式（いわゆる「建貸方式」）で事業者を公募することとした。その結果、1 事業者が公募に応じたため、スーパーマーケットを開設した。</p> <p>【事業の目的】 市街地活性化及び町民の生活利便性向上（買物弱者対策）</p> <p>【事業の概要】 芦屋町中心市街地に位置する船頭町駐車場（町有地等）に、芦屋町が商業施設（スーパーマーケット及び駐車場）を整備し、公募により選定された事業者に賃貸する。 具体的には、事業者と事業用定期建物賃貸借契約を締結し、契約期間を 15 年間で定めている。また、賃料は、総事業費相当額を契約期間の 15 年間で回収できるように設定されている。</p> <p>【その他】 本事業の採択事業者である a 事業者によると、芦屋町へのスーパーマーケット出店については、専門調査会社に依頼し市場調査等を行った結果、商圈が狭過ぎること、高齢化率が福岡県の平均値よりも高い町であるため販売単価の増加が見込めないこと（高齢化の進む地域においては年金生活者が多いため）、近隣に既存スーパーマーケットが 2 店舗あることから競合するとみられること等から、新規出店したとしても収益を確保す</p>

ることが非常に厳しい状況と認識していた。また、出店に当たっては、土地取得費や建物建設等に必要初期投資費用が最大の負担となっており、出店後の企業経営を圧迫するリスクがあるとしている。

しかし、芦屋町のように行政が初期投資費用を一旦肩代わりし、事業者側が行政に対し計画的に返済する形式としたことで、初期投資が備品等の費用のみで済むことから、出店が可能となったとしている。

なお、店舗運営の収支は黒字であり、事業者からは確実に賃料が支払われている。

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(2)-④ 主たる目的別・実施手法別の買物弱者対策に資する事業の数
(都道府県の事業 (70 事業))

(単位：事業)

実施手法 主目的	直営	委託	事業者 支援	住民支援	その他	市町村 補助	計
買物		1	9				10
福祉	1	3	8			9	21
交通			6			2	8
商業			7		1	3	11
地域	1		13		2	1	17
雇用		1				2	3
市民活動							0
地産品							0
計	2	5	43	0	3	17	70

(市町村の事業 (225 事業))

(単位：事業)

実施手法 主目的	直営	委託	事業者 支援	住民支援	その他	市町村 補助	計
買物	4	6	10	1	4	/	25
福祉		52	9	5	3		69
交通	7	38	31	2			78
商業		1	25				26
地域		2	9		6		17
雇用		4					4
市民活動			4				4
地産品			2				2
計	11	103	90	8	13		225

(合計 (295 事業))

(単位：事業)

実施手法 主目的	直営	委託	事業者 支援	住民支援	その他	市町村 補助	計
買物	4	7	19	1	4		35
福祉	1	55	17	5	3	9	90
交通	7	38	37	2		2	86
商業		1	32		1	3	37
地域	1	2	22		8	1	34
雇用		5				2	7
市民活動			4				4
地産品			2				2
計	13	108	133	8	16	17	295

- (注) 1 当省の調査結果による。
2 主目的の分類は、図表 3-(2)-②参照。
3 実施手法の分類は、次のとおり。

直営：都道府県又は市町村が自ら実施するもの（委託を除く。）

委託：都道府県又は市町村が自ら実施するものであるが、実際の取組の運営等は事業者に委託しているもの

事業者支援：取組を実施する事業者に対する経済的支援（補助金や助成金の交付等）を行うもの

住民支援：地域住民に対する経済的支援（クーポン券の配布、利用料金の免除等）を行うもの

市町村補助：市町村が行う事業に対してその費用等の一部を支援（補助金の交付等）するもの

その他：上記に分類できないもの（例：地方公共団体が事業者と連携して行うもの等）

図表 3-(2)-⑤ 所管部局別の買物弱者対策に資する事業の数

(単位：事業)

事業を所管する部局	都道府県		市町村	
	数	構成比	数	構成比
高齢者福祉、地域福祉、介護等を担当する部局	23	32.9%	68	30.2%
地域づくり、都市計画、過疎対策等を担当する部局や、市町村合併前の旧市町村に置かれている支所等	17	24.3%	46	20.4%
商工、中小企業振興等を担当する部局	18	25.7%	38	16.9%
交通政策等を担当する部局	8	11.4%	30	13.3%
政策企画全般を担当する部局	0	0.0%	21	9.3%
住民生活全般や住民との協働等を担当する部局	1	1.4%	17	7.6%
農業振興等を担当する部局	1	1.4%	4	1.8%
雇用対策を担当する部局	2	2.9%	1	0.4%
計	70	100.0%	225	100.0%

(注) 当局の調査結果による。

図表 3-(2)-⑥ 買物弱者対策に資する事業の実施に関する地方公共団体の主な意見等

分類	意見等の内容
国からの支援	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後、住民組織などによる地域での活動はますます重要になるため、これらを促進できる支援制度の実施について、国・県においても検討してほしい。 ・ 地方公共団体が買物弱者対策に資する事業を実施しようとした場合、国から何らかの補助があれば、同様の補助事業を実施しやすいので、少しでも多くの補助事業を創設してもらいたい。
規制緩和	<ul style="list-style-type: none"> ・ NPOから、「無償でコミュニティバスを運行するため、補助金の交付を申請したい」旨の相談があった。このため、国土交通省（運輸局）に照会したところ、無償でコミュニティバスを運行する取組に使用するガソリン代等の運行経費に対して、補助金を支出することはできないことが判明した。コミュニティバスの運行についての自発的な活動を尊重する観点から、もう少し柔軟な対応をしていただければありがたい。
対策、事業の在り方	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地方公共団体が買物弱者対策に資する補助事業を実施するに当たっての課題として、中山間地域で移動販売や宅配等の取組により採算を確保することは困難であり、採算性と自立が求められる現状の商業者支援を目的とした補助事業で対応し続けるのが難しくなっていることが挙げられる。今後の更なる高齢化の進展も踏まえて、何らかの取組を継続したいと考えているが、商業者支援以外のどのような目的で支援を継続できるのかという観点から、事業の見直しを検討中である。 ・ 生鮮食品を販売するスーパーマーケットがない地域でも、事業者は消費者のニーズ把握をしており、一定の人口があるなど採算がとれそうなところでは、ドラッグストアで生鮮品も販売する等の取組を行っている。一方で、民間参入が難しい地域において、行政としてどこまで入り込んでいくべきか、どこまで行政として時間をかけて対策を行うべきか等、買物弱者対策にどのように取り組むかは難しい問題である。 ・ 郊外での大規模量販店の開店等に伴い、中心市街地や既存商店街が衰退し、住民の高齢化や助け合いなどの地域における支援機能が低下しつつある。そのため、買物弱者対策がある程度必要と考えているものの、市内に所在するスーパーマーケットが配達サービスを実施している地域もあり、行政としてこの問題にどのように関わっていくかの判断が難しい。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国の補助事業を活用して事業者が取組を実施した場合、補助終了時点で事業も終了することが多く、公的な補助がなければ取組の継続は難しいので、取組の実施に当たって市町村から支援計画を提出させるなど、市町村を関与させる工夫が必要であるとも考えられる。また、事業者が行う国の補助事業に係る申請・報告等は都道府県を經由しないため、情報が入ってこない。このため、事業者からの国の補助事業の申請や国への実績報告については、都道府県や市町村を經由させてほしい。

(注) 当省の調査結果による。

(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>ア 買物弱者の実態把握の実施状況</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>(7) 実態把握の実施状況</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>(イ) 実態把握における把握内容及び結果の活用状況</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>(ウ) 地方公共団体の意見等</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>イ 買物弱者対策の持続性に資する方策の実施状況</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>(7) 事業者の採択時における審査等</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>(4) 事業期間終了後の事業者へのフォローアップ</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を行われていない例もみられた。</p>	<p>図表 3-(3)-⑪</p>
<p>(ウ) 事業の効果の把握・分析及び事業の見直し状況</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>ウ 買物弱者対策の推進体制の整備状況</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>(7) 国</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>(4) 地方公共団体</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、買物支援のための報告書や買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>エ 買物弱者対策に関する情報提供の実施状況</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>オ 買物弱者対策に関する取組方針等の策定状況</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>(7) 国</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"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
実態把握の実施方法が不明	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 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。
体制や予算等の都合で実施が困難	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 現在の体制では対応が困難である。 ・ 買物弱者対策の主管課がない。
他の調査等がある	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。

(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>【推計対象】</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>【推計方法】</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>【実態把握の名称等】 食料品等入手困難地域調査（平成 24 年度）</p> <p>【実態把握の概要】 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>【結果の活用状況】 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>【実態把握の名称等】 買い物弱者の現状及び課題の調査研究（平成 23 年度）</p> <p>【実態把握の概要】 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>【結果の活用状況】</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>【実態把握の名称等】</p> <p>日常の買い物に関するアンケート（平成 25 年度）</p> <p>【実態把握の概要】</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>【結果の活用状況】</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>【実態把握の名称等】</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>【実態把握の概要】</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」</p> <p>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」</p> <p>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」</p> <p>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>【結果の活用状況】 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>【実態把握の名称等】 生活必需品買物環境実態調査（平成 22 年度）</p> <p>【実態把握の概要】 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"> ・ 対象者：長野県内在住の満 65 歳以上の者 6,000 人 ・ 調査方法：アンケート ・ 把握内容：店舗までの距離、買物支援ニーズ等 <p>② 商店街調査（平成 22 年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 調査方法：アンケート ・ 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 <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"> ・ 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 ・ 調査方法：ヒアリング ・ 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 <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"> ・ 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） ・ 調査方法：ヒアリング ・ 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 <p>⑤ 先進商店街現地調査（平成 22 年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 対象者：阿智村商工会 ・ 調査方法：ヒアリング

	<ul style="list-style-type: none"> 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 <p>【結果の活用状況】 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。 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、事業者へ委託して実施し、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>【実態把握の名称等】 安原地区買い物弱者アンケート調査（平成 23 年度）</p> <p>【実態把握の概要】 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>【結果の活用状況】 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>【実態把握の名称等】 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>【実態把握の概要】 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。 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>【結果の活用状況】 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>【実態把握の名称等】 お買物環境に関するアンケート調査（平成 26 年度） 商圈調査（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、こ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>

1	事業を どう立ち上げるか	事業者がどのように事業を立ち上げていけばよいのか
Step1 ニーズの把握		
買物弱者マップやアンケート、ヒアリングを通して、誰が、どこで、何に困っているのか、どのようなニーズがあるのかを把握する		
買物弱者マップを作成する		
<ul style="list-style-type: none">• 買い物弱者応援マニュアル ver.2.0 (http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien2010.html) 等を参考に、事業を行う地域の現状を把握してお店のない地域を明らかにした上でアンケートを実施、あるいはヒアリングをする地域の当たりをつける		
アンケートを実施する		
<ul style="list-style-type: none">• 地域のニーズをつかむために必要があれば、買物に困っていますか?もし〇〇というサービスを実施したら利用しますか?といった質問項目を記載したアンケートを実施する• ただし、アンケートでは「利用する」との回答が多かったとしても、実際にサービスを開始すると利用者がいないという例が多々あるため、注意する• したがって、アンケートの結果だけを鵜呑みにせず、実際に現場を歩いて潜在的利用者の話を聞くことも重要である		
地域の有力者や民生委員にヒアリングをする		
<ul style="list-style-type: none">• 地域の有力者や民生委員など、地域のことをよく知っている人に、誰が、何に困っているのかヒアリングをすることで、アンケートでは明らかにならないニーズが発見できる可能性がある• しかし、上記の人が必ずしも実際に困っている人の実態を代表しているとは限らないため、注意する(例:自治会にヒアリングをする場合、自治会長は車の利用者であることが多いため、車を持っていない人の生活の実態を把握できない可能性がある)• 上記ヒアリングで全体を把握したうえで、実際に困っている人の声を把握していくことが重要である		

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"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
<p>国からの支援（実施費用等）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。

	<ul style="list-style-type: none"> 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。
<p>具体的な実態把握の手法等</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。 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。 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。 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。 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。 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。

(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＞

<p>Ⅲ. 支援対象</p> <p>1. 先駆タイプ</p> <p>(1) 対象事業及び基準</p> <p>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。</p> <p>(ハ) 先駆性</p> <p>i 先駆性</p> <p>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）。</p> <p>特に、<u>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。</u>（中略）</p> <p>① 自立性</p> <p><u>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。</u></p> <p><u>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。</u></p>
--

(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>【事業名】 集落生活支援複合サービス推進事業（平成 27 年度）</p> <p>【事業の概要】 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>【継続性等を重視した審査等の内容】 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>【事業を活用した事業者等による取組の状況】 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>【事業名】 買い物弱者利便性向上事業（平成 25、26 年度）</p> <p>【事業の概要】 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>【継続性等を重視した審査等の内容】 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>【事業を活用した事業者等による取組の状況】 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>【事業名】 一人暮らし高齢者等対策事業（平成 24、25 年度）</p> <p>【事業の概要】 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>【継続性等を重視した審査等の内容】 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>【事業を活用した事業者等による取組の状況】 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>【事業名】 買い物サービス支援事業（平成 23 年度～）</p> <p>【事業の概要】 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>【継続性等を重視した審査等の内容】 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>【事業を活用した事業者等による取組の状況】 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>【事業名】 ソーシャルビジネス支援事業（平成23年度～）</p> <p>【事業の概要】 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>【継続性等を重視した審査等の内容】 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>【事業を活用した事業者等による取組の状況】 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>【事業名】 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>【事業の概要】 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>【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】 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>【事業名】 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>【事業の概要】 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>【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】 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。</p> <p>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>【事業名】 地域福祉・交流拠点整備事業（平成 22 年度～）</p> <p>【事業の概要】 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>【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】 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>【事業名】 市商店街活性化事業（平成23～27年度）</p> <p>【事業の概要】 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ったことから、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>【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】 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>【事業名】 ふるさと雇用再生特別基金事業（平成20～24年度）</p> <p>【事業の概要】 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>【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】 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>【事業名】 買い物利便性向上対策モデル事業（平成 23 年度～）</p> <p>【事業の概要】 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>【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】 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"> ・ 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。 ・ 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。
<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>【事業名】 中山間地移動販売支援試行事業（平成 20 年度～）</p> <p>【事業の概要】 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>【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】 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>【事業名】 出向く商店街事業（平成 23～25 年度）</p> <p>【事業の概要】</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>【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】 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>【事業名】 にぎわいのまちづくり総合支援事業（平成 20 年度～）</p> <p>【事業の概要】 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>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】 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>【事業名】 地域生活応援団設立支援事業（平成 23 年度～）</p> <p>【事業の概要】 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>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】 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>【事業名】 空き店舗家賃補助事業（平成 25 年度～）</p> <p>【事業の概要】 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>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】</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>【事業名】</p> <p>商店街生き生き対策事業（平成 19 年度～）</p> <p>【事業の概要】</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>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】</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>【事業名】</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>【事業の概要】</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>【事業効果等の把握・分析が行われていない理由等】</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

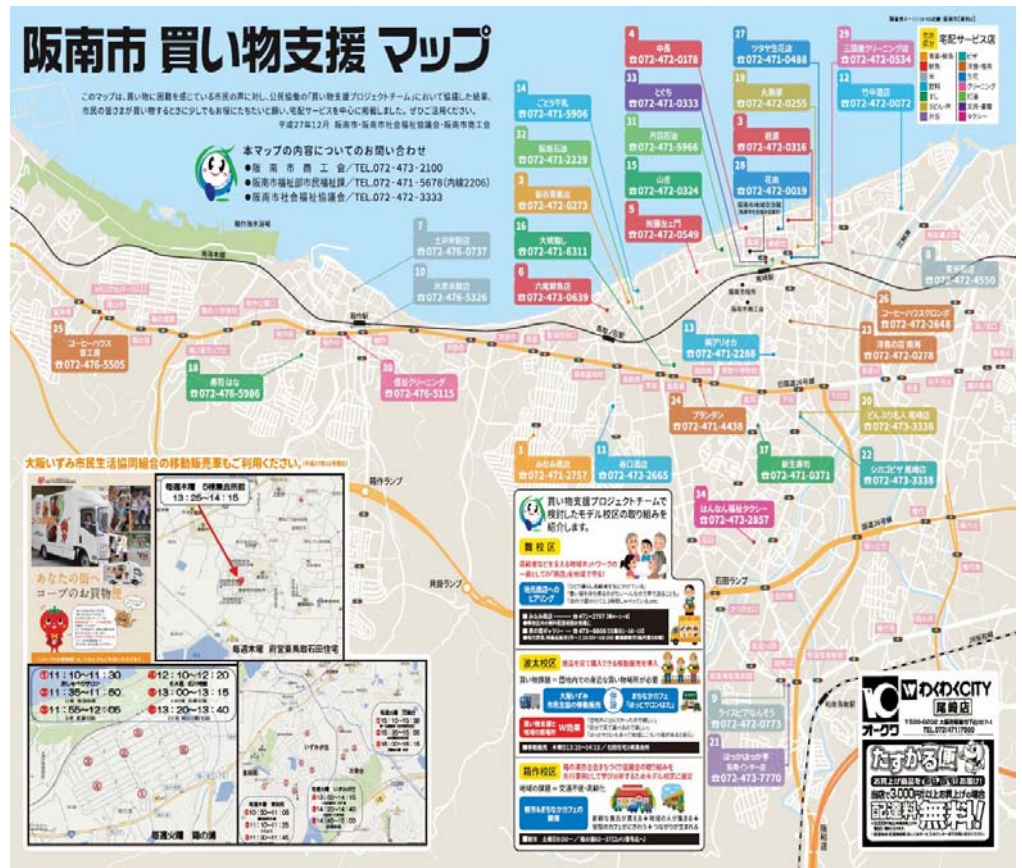
阪南市は、宅配サービスが可能な市内の店舗の紹介など、買物支援に資する情報を掲載した「買い物支援マップ」を約2万4,000部作成し、このうち、約2万3,000部を平成27年12月発行の市広報誌に折り込み、市内全戸に配布している。また、市のホームページにも掲載している。

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 （単位：人）</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">年度 事業実施地域</th> <th style="text-align: center;">平成25年度</th> <th style="text-align: center;">平成26年度</th> <th style="text-align: center;">平成27年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">旧仲南町</td> <td style="text-align: center;">2,067</td> <td style="text-align: center;">3,456</td> <td style="text-align: center;">4,375</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">旧琴南町</td> <td style="text-align: center;">（未実施）</td> <td style="text-align: center;">（未実施）</td> <td style="text-align: center;">722</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">計</td> <td style="text-align: center;">2,067</td> <td style="text-align: center;">3,456</td> <td style="text-align: center;">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>	年度 事業実施地域	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
年度 事業実施地域	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"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
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"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
個々の部局で対応する課題である	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 買物弱者対策の所管部署を特定していない。 ・ 買物弱者対策の主管課・中心課がない。

(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
行政の連携等を求めるもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
一元的な対応窓口の整備を求めるもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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

	<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"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
--	--

(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"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。

(注) 当省の調査結果による。


図表 3-(3)-㉓ 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"> ・ 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。 ・ 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けばありがたい。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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
<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"> ・ 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

	<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">・ 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。・ 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。
--	--

(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

<p>1 経済産業省の買物弱者関係予算調査</p> <p>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。</p> <p>【買物弱者関係予算調査での把握方法】</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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。</p>

(注) 経済産業省の資料に基づき、当省が作成した。

図表 3-(3)-② 「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無障対策・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	地域の創意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	/	/	/	○	/
<p>(注) 1 当省の調査結果による。</p> <p>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。</p>						

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(3)-㉓ 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)-⑳ 「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

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) 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]		○			○		
かすみがうら市	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) による。

図表 3-(3)-③⑩ 「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>【事例 1】</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>【事例 2】</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<抜粋></p>																									
<p>【問 8】（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>【 国民生活の維持・発展を支える物流 】</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) <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

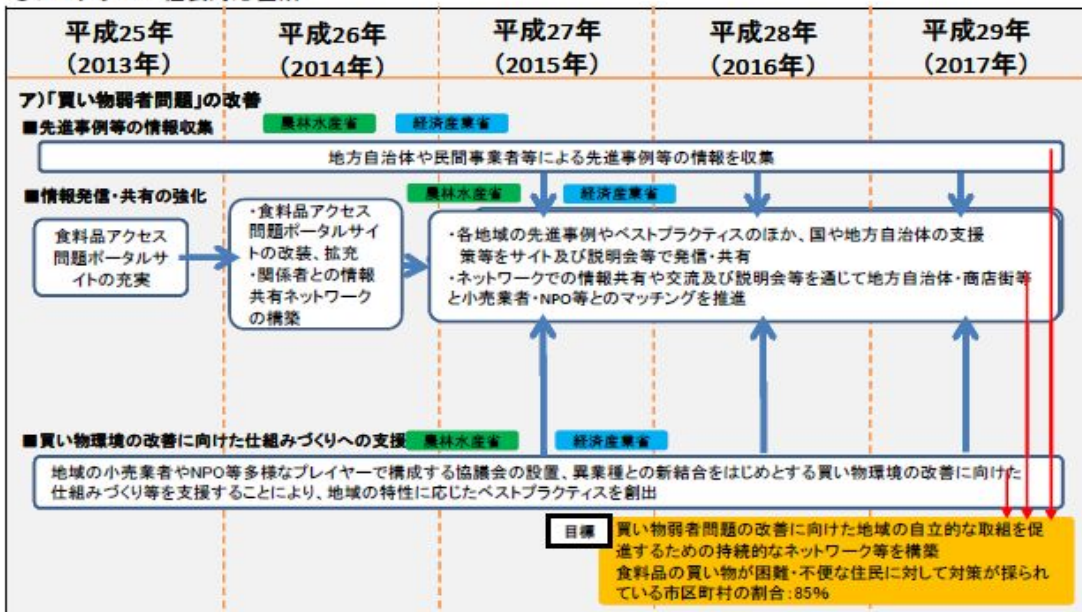
4) 「買い物弱者問題」への対応

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><取組内容を今後新たに検討するもの></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"> ・ 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。 ・ <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> ・ 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。
--

(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"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。
実態把握等を実施していない	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。

(注) 当省の調査結果による。

4 関連する規制の見直し

通 知	説明図表番号
<p>買物弱者対策に資する取組を継続して実施するためには、買物弱者対策に取り組んでいる事業者の自助努力やこれらに対する金銭的支援だけではなく、事業者が取組を実施しやすい環境作りも必要と考えられる。特に、人口が少ない中山間地域を中心に、採算ベースに乗りにくい取組を実施している事業者のためには、少しでもその負担を軽くする環境作りが必要と考えられる。</p> <p>今回、調査した 183 事業者及び 87 地方公共団体において、買物弱者対策に資する取組を行う上で、支障となっている規制はないか聴取したところ、次のとおり、移動販売事業における許可取得や移動販売車への手洗設備の設置に関して規制の見直しを求める意見がみられた。</p>	
<p>ア 食品の移動販売許可</p> <p>【意見・要望等】</p> <p>複数の地方公共団体の区域をまたがって移動販売を行う際、保健所を設置している地方公共団体の管轄区域ごとに移動販売の許可が必要となっており、その都度、申請書類作成や申請手数料等の負担が生じている。ある特定の地方公共団体で自動車による移動販売許可を取得した場合は、他の保健所を設置している地方公共団体の管轄区域でも営業できるようにしてほしい。</p>	図表4-①
<p>【制度の概要】</p> <p>食品衛生法第 51 条では、飲食店営業その他公衆衛生に与える影響が著しい営業として、食品衛生法施行令（昭和 28 年政令第 229 号）第 35 条で定める 34 業種について、条例で、業種別に、公衆衛生の見地から必要な基準を定めなければならないとされている。また、これらの営業を行おうとする者は、同法第 52 条及び第 66 条により、都道府県知事又は保健所を設置する市若しくは特別区の長（以下「都道府県知事等」という。）による許可が必要とされている。</p>	図表4-②
<p>一方、自動車による食品の移動販売の営業については、厚生労働省が「自動車による食品の移動販売に関する取扱要領について」（昭和 42 年 3 月 3 日付け環乳第 5016 号厚生省環境衛生局長通知。以下「取扱要領」という。）を発出している。</p> <p>取扱要領では、食品の移動販売車に対して食品衛生法に基づき許可を与えるに当たっては、食品衛生上の支障が生じないような施設につき許可がなされるよう、食肉販売業、魚介類販売業及び乳類販売業のうち、自動車に販売施設を設けて出店予定地を巡回販売する形態のもの（以下「移動販売」という。）を対象に、許可の単位、許可の際に付すことができる条件、施設基準等、都道府県知事等が移動販売に係る食品衛生法に基づく許可</p>	図表4-③

(以下「移動販売許可」という。)の取扱いを条例等で定める際の留意点について示している。この中で、移動販売許可は、営業者の属する主たる固定施設の営業所等の所在地を管轄する都道府県知事等が行うものとする。こととし、営業所等の所在地以外の都道府県等の管轄区域にも移動して移動販売を行う場合には、改めて当該都道府県知事等の許可を要するとしている。

また、厚生労働省は、「規制改革推進のための3か年計画」(平成19年6月22日閣議決定)を受け、「食品衛生法に基づく営業許可について」(平成20年3月27日付け食安監発第0327002号厚生労働省医薬食品局食品安全部監視安全課長通知。以下「20年通知」という。)を発出し、移動販売による営業も含め、都道府県等に対し、複数の地域にまたがって営業を行う営業者について、既に近隣の都道府県等の営業許可を取得している場合には、営業許可手続の簡素化が図られるように努めるよう要請している。

図表4-④

【調査結果】

今回、調査対象20都道府県のうち、当該都道府県内に保健所を設置する市がある19都道府県において、既に営業所等の所在地を管轄する都道府県知事等の移動販売許可を得ている者が、当該都道府県知事等の管轄区域を越えて移動販売を行う場合の移動販売許可の取扱いについて調査したところ、

- ① 既に営業所等の所在地を管轄する都道府県知事等の移動販売許可を取得している場合、同一都道府県内であれば、新たに移動販売許可を取得しなくても、移動販売が営業できる取扱いとしているものが6都道府県
- ② 都道府県知事等の移動販売許可による営業は、あくまで当該都道府県知事等の管轄する区域内に限られ、この区域外で営業することは、同一都道府県内であっても、認められていないものが13都道府県となっていた。

なお、都道府県をまたいで移動販売を行う場合については、19都道府県全てにおいて、それぞれの都道府県知事等の移動販売許可が必要とされていた。

上記②の13都道府県では、そのような取扱いとしている理由について、「許可権者が異なるため」、「都道府県内の保健所を設置する市と、移動販売許可の基準(特に施設基準)が異なるため」、「都道府県内の保健所を設置する市と調整を行った上で移動販売許可の基準を定めてはいるが、違反が発生した場合の処分方法について調整を図っていないため」などとしている。

図表4-⑤

一方、上記①の6都道府県の中には、営業所等の所在地で移動販売許可を受けている者が、営業所等の所在地以外の都道府県知事等の管轄区域に

において不適切な営業を行っている場合、営業所等の所在地以外の都道府県等が移動販売許可を与えている都道府県知事等に指導等の必要性について連絡する申合せを行い、処分方法について調整を図っている例がみられた。

厚生労働省も、上記①の取扱いが実施できている都道府県知事等間では、施設基準等が同じ内容となっていることが考えられるとし、施設基準等については条例等により規定されるため、各許可権者間で施設基準の内容、監視指導の方法、違反発生時の行政処分の取扱い等について調整が整えば、営業所等の所在地を管轄する都道府県知事等以外による移動販売許可を不要とする取扱いは可能であるとしている。

しかし、厚生労働省は、20年通知において想定している営業許可手続の簡素化は、審査期間の短縮や申請書様式の統一であるとしており、営業所等の所在地を管轄する都道府県知事等以外による移動販売許可を不要とする取扱いまでは想定していなかったとしている。

移動販売を行っている事業者の営業区域が複数の都道府県知事等の管轄区域にまたがることは容易に想定されるが、この場合、上記②の取扱いのように、管轄区域ごとに移動販売許可が必要とされていると、それぞれに許可申請書類の作成、申請手数料の支払等が必要となり、事業者の負担になるものと考えられることから、移動販売の取組の継続を支援する観点からは、複数の都道府県知事等の管轄区域にまたがって営業する移動販売について、営業所等の所在地を管轄する都道府県知事等以外の移動販売許可は不要とする取扱いが推奨されるべきと考えられる。

図表4-⑥

【所見】

したがって、厚生労働省は、買物弱者対策に取り組む事業者の負担軽減の観点から、複数の都道府県知事等の管轄区域で移動販売を実施しようとする事業者が、既に、営業所等の所在地を管轄する都道府県知事等の移動販売許可を取得している場合、関係都道府県知事等の間で、同水準の施設基準の下で、監視指導の方法、行政処分の取扱い等について調整がなされているときは、移動販売許可を取得している都道府県知事等の管轄区域外においても、新たに移動販売許可を取得しなくても移動販売が営業できる取扱いとして差し支えないことを都道府県等に周知する必要がある。

イ 移動販売車の施設基準

【意見・要望等】

都道府県が定めている移動販売に係る施設の基準の中には、食肉、魚介類及び乳類を販売する場合には、移動販売車に飲料に適する水を十分供給することのできる容積の貯水槽を有した流水式手洗設備を設置する必要があるとされているものがある。このため、その設置費用がかさむほか、商

品を置く場所もその分狭くなっている。パック詰めされた食品のみを取り扱う場合には、アルコール除菌スプレー等で代用可能とする等、流水式手洗設備の設置の義務付けを緩和してほしい。

【制度の概要】

厚生労働省は、取扱要領において、都道府県知事等が移動販売許可の基準を整備する上での留意事項として、飲食に起因する衛生上の危害を防止するために必要な限度において、取扱品目の制限等の条件を付することができることとし、具体的に、「あらかじめ包装したものに限りて取扱うこと」（食肉販売業）、「車内で調理加工を行わず、取扱う生食用の魚介類はあらかじめ包装したものに限ること」等を例示している。また、都道府県知事等が移動販売車に係る施設基準を整備する上での留意事項として、「営業車には、飲用に適する水を十分供給することのできる容積の貯水槽を有した流水式手洗設備を設け、かつその汚水が衛生的に処理できるようにされていること」を示している。

【調査結果】

今回、調査対象 20 都道府県のうち 18 都道府県では、移動販売車に係る施設基準において、流水式手洗設備の設置が義務付けられていた。

厚生労働省は、取扱要領において流水式手洗設備に関する基準を示している理由について、「食肉、魚介類、乳類等の動物由来食品については、原料由来の病原微生物の付着等による食中毒リスクの高い食品であるため、温度管理や二次汚染防止等の衛生管理が特に必要と考えており、包装された食品であっても、食品の小分けや外装の破損等によりあらかじめされている包装を解き、再包装をする場合等もあることから、手洗設備が必要である」としている。また、「移動販売車であっても固定施設と同等の衛生管理状態を確保する必要があるため、固定施設と同様、流水式手洗設備の設置を基準とした」としている。

一方、「取扱要領は都道府県知事等に対し施設基準の参考として示しているものであり、必ずしも取扱要領のとおり施設基準を策定することを義務付けるものではないことから、都道府県等の判断により、移動販売で取り扱う食品の状態等を踏まえ、流水式手洗設備の設置により確保される衛生管理状態と同等の状態を確保できる他の設備の設置をもって、施設基準を満たすこととしても差し支えない」としている。

しかし、厚生労働省は、その旨を通知等により明文化したことはなく、特段の周知も行っていないとしている。

一方、調査対象 20 都道府県のうち 2 都道府県では、衛生上支障がないと知事が認めた場合や、消毒設備により代用できる場合には、業種を限定しつつも、移動販売車への流水式手洗設備の設置を義務付けていない状況が

図表4-③
(再掲)

図表4-⑦

みられた。

調査した移動販売を行う事業者からは、「包装された食品のみを取り扱っているため、流水式手洗設備を用いる頻度は多くない」とする意見も聴かれた。

移動販売車への流水式手洗設備の設置の義務付けが緩和されれば、事業者にとっては、当該設備の設置のための費用等の負担が軽減されることが想定される。また、貯水槽の設置が不要となることにより、その分多くの商品を移動販売車に積むことが可能となり、事業者にとって有益であると考えられる。

【所見】

したがって、厚生労働省は、買物弱者対策に取り組む事業者の負担軽減等の観点から、取り扱う食品の再包装を行わない等、移動販売で取り扱う食品の状態等を踏まえた適切な衛生管理状態を保つことができている場合には、都道府県知事等の判断により、流水式手洗設備の設置を義務付けなくても差し支えないことを都道府県等に周知する必要がある。

図表4-⑧

図表 4-① 自動車による移動販売許可の取得に関する要望

- ・ 複数の地方公共団体の区域をまたがって移動販売を行う際、保健所を設置している地方公共団体の管轄区域ごとに移動販売の許可が必要となっており、その都度、申請書類作成や申請手数料等の負担が生じている。ある地方公共団体で自動車による移動販売許可を取得した場合は、他の保健所を設置している地方公共団体の管轄区域でも営業できるようにしてほしい。
- ・ 移動販売の営業地域を拡大する場合、現在許可を取得している保健所の管轄と営業地域が異なると改めて営業許可を申請する必要がある、手数料等の負担が発生している。何度も手続を行うことは書類作成や費用の負担が大きいいため、手続を簡素化してほしい。

(注) 当省の調査結果による。

図表 4-② 食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）〈抜粋〉

第五十一条 都道府県は、飲食店営業その他公衆衛生に与える影響が著しい営業（食鳥処理の事業の規制及び食鳥検査に関する法律第二条第五号に規定する食鳥処理の事業を除く。）であつて、政令で定めるものの施設につき、条例で、業種別に、公衆衛生の見地から必要な基準を定めなければならない。

第五十二条 前条に規定する営業を営もうとする者は、厚生労働省令で定めるところにより、都道府県知事の許可を受けなければならない。

2～3 (略)

第五十三条～第六十五条の三 (略)

第六十六条 第四十八条第八項、第五十二条、第五十三条第二項、第五十四条、第五十五条第一項、第五十六条及び第六十三条中「都道府県知事」とあるのは、保健所を設置する市又は特別区にあつては、「市長」又は「区長」とする。ただし、政令で定める営業に関する政令で定める処分については、この限りでない。

(注) 下線は、当省が付した。

図表 4-③ 「自動車による食品の移動販売に関する取扱要領について」(昭和 42 年 3 月 3 日付け環乳
第 5016 号厚生省環境衛生局長通知) <抜粋>

近年都市部への人口の集中及び生活形態の変化などにより、大規模な移動店舗ともいべき食品の移動販売用自動車の利用が増加する傾向にある。

これらの特殊自動車に対して食品衛生法第21条に基づいて許可を与えるに当たっては、当然従来定められている施設基準に準じ食品衛生上支障のないような施設につき許可しているものと思われるが、その許可条件が食品衛生法本来の目的からみて必ずしも適正であるとは言い難いものも見受けられる。その際その取扱いに遺憾なきを期するため、次のような取扱要領を定めたのでこれを参考として食品衛生の維持向上のために努力されたい。

自動車による食品の移動販売に関する取扱要領

第1 目的

この要領は、自動車に販売施設を設けて食品を販売する形態の営業について、必要な取扱い方針を定めることによって食品衛生法(以下「法」という。)の円滑な運営をはかり、もって飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止することを目的とする。

第2 対象

この要領は、法上許可業種とされている食肉販売業、魚介類販売業及び乳類販売業のうち、自動車(道路輸送車輛法第2条第2項に定めるものをいう。以下同じ。)に販売施設を設けて出店予定地を巡回する形態のものを対象とする。

(中略)

第3 取扱方針

自動車を利用した移動販売営業については、固定店舗と同程度の衛生水準が維持できるものであれば許可する方針であるが、固定店舗を主たる対象として設けられた現行の施設基準を適用するにあたっては、施設基準及びその運用方法について再検討を加え、その営業形態の特殊性を考慮して現実的な観点から所要の措置を講ずるものとする。その際、当該営業について営業場所の極端な制限を行う等公衆衛生の見地を逸脱するような条件を付してはならない。

1 営業許可

(中略)

(イ) 営業許可にあたっては、法第二十一条第三項の規定にもとづき、飲食に起因する衛生上の危害を防止するために必要な限度において、品目の制限その他の条件を付することができること。なお、取扱品目に関する条件を付する場合には、次のようなものが考えられること。

食肉販売業にあつては、あらかじめ包装したものに限りて取扱うこと。魚介類販売業にあつては、車内で調理加工を行わず、取扱う生食用の魚介類はあらかじめ包装したものに限りて取扱うこと。

(ウ) 営業許可は、営業車の属する主たる固定施設の営業所またはこれに代る当該営業車を管理する事務所等(以下「営業所等」という。)の所在地を管轄する都道府県知事(政令市長を含む。以下同じ。)が行うものとする。営業所等の所在地以外の都道府県の管轄区域にも移動して営業を行う場合には、改めて当該都道府県知事の許可を要するものとする。

(中略)

2 施設について

営業車は固定店舗と販売形態を異にするもので、その販売形態の特殊性を考慮して、特に次の事項に留意して施設基準の取扱要領等の整備を計ること。

(中略)

(エ) 営業車には、飲用に適する水を十分供給することのできる容積の貯水槽を有した流水式手洗設備を設け、かつその汚水が衛生的に処理できるようにされていること。

(以下略)

(注) 下線は、当省が付した。

図表 4-④ 「食品衛生法に基づく営業許可について」（平成 20 年 3 月 27 日付け食安監発第 0327002 号厚生労働省医薬食品局食品安全部監視安全課長通知）〈抜粋〉

1 施設基準関係

食品衛生法（昭和22年法律第233号）第52条に基づき都道府県知事が定める飲食店営業等の施設基準の設定に係る技術的助言として、「営業施設基準の準則」（昭和32年9月9自衛環発第43号別添）を示しているが、業態が特殊なものであって、知事が公衆衛生上支障がないと認めた事項については、しんしゃくすることが可能としている。

各都道府県等が定める施設基準等の許可要件については、各都道府県等において関係部局間で十分に協議を行い、施設の規模、提供される食事の種類、数量等を考慮し、必要に応じ条例改正の検討や弾力的運用を行うよう努めること。

2 複数の地域をまたがる事業者に係る営業許可手続関係

複数の地域をまたがって営業を行う営業者については、各地域において営業許可を取得する必要があるが、既に近隣の都道府県等の営業許可を取得している場合には、関係都道府県等の施設基準の内容を考慮し、当該都道府県等と連携の上、営業許可手続の簡素化が図られるよう努めること。

(以下略)

(注) 下線は、当省が付した。

図表 4-⑤ 保健所の許可の取得の有無にかかわらず、管轄区域ごとに許可取得を必要としている理由

- ・ 設置要件等は各保健所設置地方公共団体の条例により定められており、許可権者が異なる。
- ・ 都道府県内の保健所を設置する市と調整を行った上で許可の基準を定めてはいるが、違反が発生した場合の処分方法について調整を図っていない。
- ・ 都道府県内の保健所を設置する市と、許可の基準（特に施設の基準）が異なる。

(注) 当省の調査結果による。

図表 4-⑥ 移動販売許可の取得に要する費用の例

地方公共団体	内容																						
<p>A都道府県 a市</p>	<p>A都道府県では、A都道府県内の保健所設置市（4市）において移動販売許可を得ている者であっても、当該市の区域外のA都道府県の区域において移動販売を行おうとする際には、以下の業種ごとにA都道府県による移動販売許可を得ることが必要である。</p> <p>（A都道府県における移動販売許可の業種及び許可申請手数料）</p> <table border="1" data-bbox="379 495 930 674"> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>許可申請手数料（新規）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食肉販売業</td> <td>12,600円</td> </tr> <tr> <td>魚介類販売業</td> <td>12,600円</td> </tr> <tr> <td>乳類販売業</td> <td>12,600円</td> </tr> </tbody> </table> <p>一方、A都道府県内の保健所設置市であるa市の区域において移動販売を行おうとする際には、以下の業種ごとにa市による移動販売許可を得ることが必要である。</p> <p>（a市における移動販売許可の業種及び許可申請手数料）</p> <table border="1" data-bbox="379 887 930 1066"> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>許可申請手数料（新規）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食肉販売業</td> <td>10,500円</td> </tr> <tr> <td>魚介類販売業</td> <td>10,500円</td> </tr> <tr> <td>乳類販売業</td> <td>10,500円</td> </tr> </tbody> </table> <p>上記のことから、例えば、a市に所在する事業者が、a市の区域及びa市の区域以外のA都道府県の区域にまたがって、食肉、魚介類、乳類の3業種について移動販売を行おうとする場合には、以下のとおり、69,300円の許可申請手数料が必要となる。</p> <table data-bbox="405 1279 1230 1402"> <tbody> <tr> <td>許可申請手数料（a市）</td> <td>31,500円（10,500円×3業種）</td> </tr> <tr> <td>許可申請手数料（A都道府県）</td> <td>37,800円（12,600円×3業種）</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>69,300円</td> </tr> </tbody> </table>	業種	許可申請手数料（新規）	食肉販売業	12,600円	魚介類販売業	12,600円	乳類販売業	12,600円	業種	許可申請手数料（新規）	食肉販売業	10,500円	魚介類販売業	10,500円	乳類販売業	10,500円	許可申請手数料（a市）	31,500円（10,500円×3業種）	許可申請手数料（A都道府県）	37,800円（12,600円×3業種）	合計	69,300円
業種	許可申請手数料（新規）																						
食肉販売業	12,600円																						
魚介類販売業	12,600円																						
乳類販売業	12,600円																						
業種	許可申請手数料（新規）																						
食肉販売業	10,500円																						
魚介類販売業	10,500円																						
乳類販売業	10,500円																						
許可申請手数料（a市）	31,500円（10,500円×3業種）																						
許可申請手数料（A都道府県）	37,800円（12,600円×3業種）																						
合計	69,300円																						
<p>B都道府県 b市</p>	<p>B都道府県では、B都道府県内の保健所設置市（4市）において移動販売許可を得ている者であれば、当該市の区域外のB都道府県の区域で移動販売を行おうとする際には、改めてB都道府県において移動販売許可を得る必要はない。</p> <p>（B都道府県における移動販売許可の業種及び許可申請手数料）</p> <table border="1" data-bbox="379 1659 930 1839"> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>許可申請手数料（新規）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食肉販売業</td> <td>11,000円</td> </tr> <tr> <td>魚介類販売業</td> <td>11,000円</td> </tr> <tr> <td>乳類販売業</td> <td>11,000円</td> </tr> </tbody> </table> <p>なお、B都道府県内の保健所設置市であるb市における移動販売許可の手数料は、以下のとおりである。</p>	業種	許可申請手数料（新規）	食肉販売業	11,000円	魚介類販売業	11,000円	乳類販売業	11,000円														
業種	許可申請手数料（新規）																						
食肉販売業	11,000円																						
魚介類販売業	11,000円																						
乳類販売業	11,000円																						

(b市における移動販売許可の業種及び許可申請手数料)

業種	許可申請手数料(新規)
食肉販売業	9,600円
魚介類販売業	9,600円
乳類販売業	9,600円

上記のことから、例えば、b市に所在する事業者が、b市の区域及びb市の区域以外のB都道府県の区域にまたがって、食肉、魚介類、乳類の3業種について移動販売を行おうとする場合には、以下のとおり、b市における許可申請手数料28,800円だけが必要となる。

許可申請手数料(b市)	28,800円(9,600円×3業種)
許可申請手数料(B都道府県)	不要
合計	28,800円

(注) 当省の調査結果による。

図表 4-⑦ 移動販売車への流水式手洗設備の設置を義務付けていない都道府県の規定

地方公共団体	規定内容
三重県	<p>○ 三重県食品衛生規則第16条第2号に基づき定める基準（自動車による食品の調理販売営業）＜抜粋＞</p> <p>1 目的 この基準は、自動車に施設を設けて食品の調理又は販売する形態の営業について、三重県食品衛生規則第16条2号に基づき公衆衛生上講ずべき措置等を定め、食品衛生法の円滑な運営を図るとともに、飲食に起因する危害の発生を防止することを目的としている。</p> <p>2 対象 この要領の適用を受ける業種は、次のものとする。 飲食店営業、菓子製造業、喫茶店営業、アイスクリーム営業、魚介類販売、食肉販売業、乳類販売業</p> <p>(中略)</p> <p>4 施設基準 (一般基準) (3) 施設内には、消毒装置を備えた流水式手洗設備を設けること。ただし、<u>乳類販売業、食肉販売業、包装された魚介類販売業</u>においてはこの限りではない。</p> <p>(以下略)</p>
大阪府	<p>○ 大阪府食品衛生法施行条例＜抜粋＞</p> <p>第4条 食品衛生法第51条に規定する基準は、別表第3各号の表の中欄に掲げる区分に応じ、それぞれ同表の下欄に定める要件を備えることとする。</p> <p>(中略)</p> <p>別表第3(第4条関係)</p> <p>1 共通基準 2項 営業の施設の構造設備の基準</p> <p>(中略)</p> <p>22 露店により営業を行う場合又は自動車により営業(魚介類販売業を除く。)を行う場合は、次に掲げる要件を備えること。 (1) <u>流水受槽式手洗設備を有しないときは、消毒用アルコール、逆性石けん等を含ませた綿を十分に入れた容器を備えること。</u></p> <p>(以下略)</p>

(注) 三重県及び大阪府の資料に基づき、当省が作成した。

図表 4-⑧ 移動販売車への貯水槽設置緩和に関する意見・要望

- ・ A都道府県が定めている移動販売に係る施設基準では、食肉、魚介類及び乳類を販売する場合には、移動販売車に飲料に適する水を十分供給することのできる容積の貯水槽を有した流水式手洗設備を設置する必要があるとされている。このため、その設置費用がかさむほか、商品を置く場所もその分狭くなっている。パック詰めされた商品のみを取り扱う場合には、アルコール除菌スプレー等で代用可能とする等、流水式手洗設備の設置の義務付けを緩和してほしい。
- ・ 移動販売車には、18リットル以上の貯水槽を有する流水式の手洗設備を設置するよう求められている。貯水槽及び手洗設備は広い設置スペースを必要とするため、移動販売車に積載する商品を制限せざるを得ない支障が発生している。当該移動販売車では、肉・魚の生鮮品はパック詰めされているため、直接商品に触れることもなく、流水式手洗設備を用いる頻度は多くない。貯水槽及び手洗設備の設置について規制緩和してほしい。

(注) 当省の調査結果による。

5 買物弱者対策を推進していく上での行政上の課題

通 知	説明図表番号
<p>買物環境は日常生活の基盤であり、項目1で述べたように、その悪化は高齢者の健康、過疎化、地方への移住等様々な分野に影響を与える可能性があり、また、高齢化や飲食料品小売業の減少が全国的に進展する状況においては、今後、中山間地域だけでなく、都市部も含め全国的に買物弱者の数が増加していくことが予想される。このような状況においては、買物弱者対策は、全国的な生活インフラ整備の一環として、これまで以上に重要となっていくと考えられる。</p> <p>調査した事業者が実施する買物弱者対策に資する取組の中には、地域住民の買物環境の確保のため、様々な工夫を講じて買物弱者対策に資する取組を実施している状況がみられた一方で、人口が減少し高齢化が進展する地域等を中心に、行政による支援がないと取組の継続性が懸念される状況もみられ、事業者からは、行政による積極的・継続的な買物弱者対策が不可欠であるとの声が多く聴かれた。</p> <p>項目3(1)及び(2)で述べたように、国及び地方公共団体では、様々な買物弱者対策に資する施策・事業が実施されている。しかし、現状の買物弱者対策は、高齢者福祉、地域振興、商業振興等の各施策の一部により構成されており、買物弱者対策を正面から捉え、買物弱者問題の改善を主たる目的としていると考えられる施策・事業は少ない。また、項目3(3)で述べたように、国及び地方公共団体における買物弱者対策の推進態勢が整っている状況にはなく、買物弱者対策の重要性について十分に検討・認識されているとはいえない。</p> <p>これらを踏まえると、買物弱者対策を推進していくためには、事業者による自主的な取組のみに依存したり、各行政分野で実施される施策の副次的効果に任せるだけでは必ずしも十分ではないと考えられ、国及び地方公共団体が、買物弱者対策を国・地方を通じた行政上の課題として捉え、積極的に関与していくことが重要であると考えられる。</p> <p>また、買物弱者の態様は全国均一ではなく、買物弱者数や買物弱者が求める支援内容等は各地域によって様々であると考えられ、さらに、項目2で述べたように、事業者による買物弱者対策に資する取組の状況は、地域の買物弱者の発生状況や買物環境の悪化の程度等により様々であることを踏まえると、買物弱者対策に取り組む事業者への具体的な支援は、基本的には地方公共団体が担っていくべきものと考えられる。その際、調査した地方公共団体においては、買物弱者対策についての認識、買物弱者対策に取り組む事業者への支援の状況、買物弱者の実態把握の実施状況等に差がみられたことを踏まえると、今後、地方公共団体が買物弱者対策を推進していくに当たっては、買物弱者の実態や買物弱者対策を実施している事業者のニーズ等を把握することにより、買物弱者対策の重要性を認識していくことが重要であると考えられ、その上で、今後、地域振興・福祉・商業・交通等の買物弱者対策に関</p>	

係する幅広い関係者の連携態勢を構築すること、事業者の取組の継続を支援するような効果的な事業を実施すること等、具体的な支援に積極的に取り組んでいくことが期待される。

買物弱者対策について中心となって推進する府省が明確になっていない現状を踏まえると、関係府省においては、事業者や地方公共団体における買物弱者対策の推進を図るため、買物弱者対策の重要性を認識し、それぞれの所管行政と買物弱者対策の関わりを整理した上で、関係府省間で関係施策の情報等について共有することが重要である。

また、買物弱者が一過性の対策により解消されるものではなく、対策が持続的に実施されていく必要があることを踏まえ、今後、関係府省が連携・協力して、地方公共団体による買物弱者の的確な実態把握の実施を支援すること、買物弱者対策の視点から関連する事業・取組について広く情報を収集・分析し、その結果を積極的に地方公共団体・事業者に対して提供すること、関連する規制の見直しを図ること等、持続的な買物弱者対策の実施のための環境整備に取り組んでいくことが期待される。

さらに、将来的には、買物弱者対策を一体的に推進し、持続的かつ効果的なものとしていくため、買物弱者対策に関する課題認識、取組内容等を示した方針を策定することを検討していくことが望まれる。