

博士論文

**買い物における副次的な価値が高齢者の
生きがいにもたらす効果に関する研究**

令和 2 年 1 月

鈴木 雄

秋田大学大学院

理工学研究科

買い物における副次的な価値が高齢者の生きがいにもたらす効果に関する研究

目次

第1章 序論	1
1.1 序論の概説	1
1.2 研究の背景	1
1.2.1 日本における高齢化の現状	1
1.2.2 日本における高齢者の外出	3
1.2.3 日本における高齢者の健康	5
1.2.4 高齢者の健康に対する既存の研究	6
1.2.5 日本における買い物弱者問題	7
1.2.6 日本における高齢者の外出支援・買い物支援策	8
1.2.7 高齢者の買い物支援策と Society5.0 や物流改善	10
1.2.8 日本における高齢者の外出と孤立や閉じこもり	11
1.2.9 日本における高齢者の心の健康	12
1.3 背景の整理と研究の目的	13
1.4 本研究の構成	16
1章の参考文献	18
第2章 本研究の位置付け	20
2.1 本研究の位置付けの概説	20
2.2 高齢者の買い物における副次的な価値の概要	20
2.3 高齢者の買い物における副次的な価値の類似した概念	22
2.4 本研究で対象とする高齢者	25
2.5 既往研究のレビュー	26
2.5.1 高齢者の外出と交通手段の関係に着目した研究	26
2.5.2 QOL や Capabilities Approach, 買い物の情緒的価値に着目した研究	30
2.5.3 高齢者の交通環境や買い物行動と健康との関係に着目した研究	32
2.5.4 高齢者のアクセシビリティに着目した研究	34
2.6 本研究と関係性の高い研究	34

2.7 本研究の位置付け.....	36
2章の参考文献.....	40
第3章 調査対象地の概要.....	45
3.1 調査対象地の概要の概説.....	45
3.2 秋田県秋田市の概要.....	45
3.3 秋田市における高齢者の外出促進策.....	48
3.4 エイジフレンドリーシティ.....	49
3.5 高齢化率でみる秋田県秋田市の位置付け.....	50
3章の参考文献.....	54
第4章 高齢者の買い物における副次的な価値の重要性評価.....	55
4.1 高齢者の外出活動における副次的な価値の重要性評価の概説.....	55
4.2 4章での参考文献.....	55
4.3 調査の概要.....	56
4.4 高齢者の買い物における副次的な価値の設定.....	58
4.5 調査対象者の基本属性.....	60
4.6 買い物における副次的な価値の必要性の認識と達成状況.....	64
4.7 利用店舗による副次的な価値の達成状況.....	68
4.8 副次的な価値と買い物支援策の利用意向.....	75
4.9 4章の小括.....	81
4章の参考文献.....	83
第5章 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に着目した副次的な価値の重要性評価.....	84
5.1 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に関する研究の概説.....	84
5.2 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に関する既往研究.....	85
5.3 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に関する調査の概要.....	87
5.4 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」の存在.....	89
5.5 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」と副次的な価値の関係.....	96
5.6 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に関する研究の小括.....	103
5章の参考文献.....	104

第6章 高齢者の買い物における副次的な価値の重要性を用いた研究事例	106
6.1 高齢者の買い物における副次的な価値の重要性を用いた研究事例の概説	106
6.2 買い物送迎バスが限界集落の高齢者にもたらす価値の多様性	106
6.2.1 買い物送迎バスが限界集落の高齢者にもたらす価値の多様性の概説	106
6.2.2 買い物送迎バスに関する既往の研究	107
6.2.3 買い物送迎バス研究の調査の概要	108
6.2.4 調査における基本特性	110
6.2.5 買い物送迎バスにおける副次的な価値	115
6.2.6 買い物送迎バスが限界集落の高齢者にもたらす価値の多様性の小括	120
6.2 の参考文献	122
6.3 副次的な価値に着目した高齢者のコンビニエンスストア利用の抵抗感に 関する研究	123
6.3.1 高齢者のコンビニエンスストア利用の抵抗感に関する研究の概説	123
6.3.2 高齢者のコンビニエンスストア利用に関する研究の既往研究	124
6.3.3 高齢者のコンビニエンスストア利用に関する研究の調査概要	124
6.3.4 高齢者のコンビニエンスストア利用に関する基本特性	126
6.3.5 高齢者のコンビニエンスストア利用における副次的な価値	132
6.3.6 高齢者のコンビニエンスストアでの副次的な価値の小括	139
6.3 の参考文献	141
 第7章 本研究の成果と課題	143
7.1 本研究の成果	143
7.2 本研究のまとめと提言	146
7.3 本研究の課題	148
 謝辞	149
全体の参考資料	150
付録	161

第 1 章 序論

1.1 序論の概説

本研究では、高齢者の生きがいに寄与する、買い物における副次的な価値に着目する。ここでの高齢者の生きがいとは、普段の生活において会話があることや、気分転換ができること、街や地域の変化の様子を知ることなどと定義する。若年者にとってこれらのことは、出来て当たり前である。しかし、高齢者の中ではこれらの当たり前のことでさえできていない人の存在が考えられる。本研究では、これらの高齢者の生きがいに対し、買い物からのアプローチを行う。買い物は、生活をする上で必要不可欠な活動である。つまり、ほとんどの人にとって必ず行う活動といえる。この必ず行う活動である買い物において、会話や気分転換などの価値が達成させることで、多くの高齢者の生きがいに寄与するものと考えられる。本研究では、これらの買い物でモノを得る消費活動以外の価値について、副次的な価値と定義して扱う。現在、高齢者の買い物施策として様々なものが行われているが、これらの副次的な価値が必ずしも考慮されているわけではない。本研究では、これらの買い物における副次的な価値の重要性を示すとともに、買い物手段や買い物施策によるこれらの価値の達成状況についての分析を行う。また、これらの分析から、高齢者のための買い物施策について副次的な価値を考慮すべきことの提言を行う。

本章では、研究の背景と目的について述べる。具体的には、研究の背景として、日本における高齢化の現状、高齢者の外出の状況、外出促進策の現状、買い物支援策の現状などから、高齢者の買い物に関する問題点などについて示す。また、これらの背景から、高齢者の買い物における副次的な価値の重要性を示すことや、その達成状況について分析を行うことの目的の詳細について述べる。

1.2 研究の背景

1.2.1 日本における高齢化の現状

日本の総人口は、2010 年の 1 億 2,806 万人をピークに減少を続ける。図 1-1 に、高齢化率の推移と将来推計について示す。2018 年 10 月 1 日現在での日本の人口は、1 億 2,644 万人となっている。人口に関しては今後も減少を続け、2065 年には 8,808 万人になると推計されている。その一方で、65 歳以上人口割合である高齢化率は、今後も増加を続けると推計されている。2018 年 10 月 1 日現在の 65 歳以上の人口は、3,558 万人となり、総人口の約 28.1%にもおよぶ。これらの高齢化率は 1965 年では 6.3%、1985 年では 10.3%、1995 年では 14.6%、2005 年では 20.2%、2015 年では 26.6%となっている。2065 年では高齢化率

は 38.4%にもおよぶと推計され、65 歳以上の高齢者 1 人を 15～64 歳の 1.3 人が支える計算になる¹⁾。

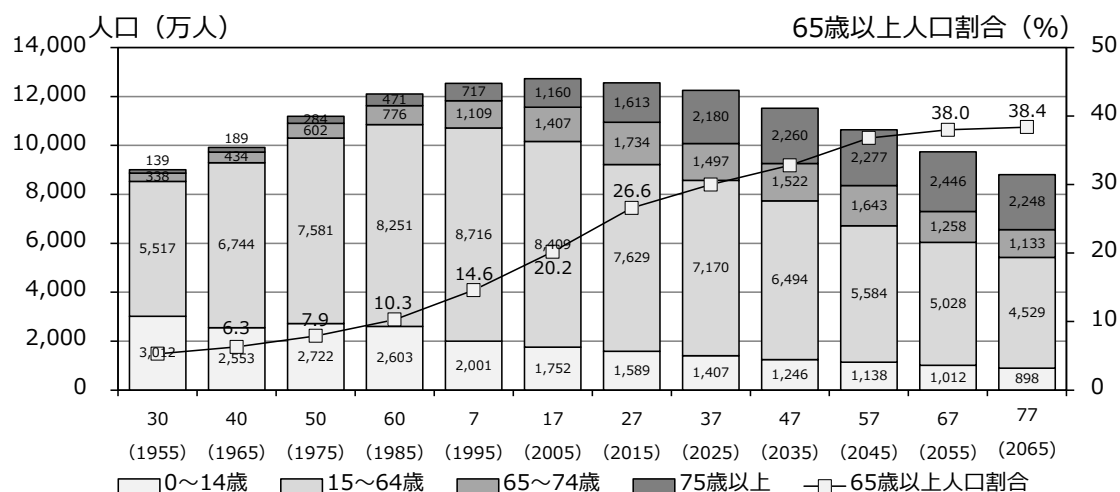


図 1-1 高齢化の推移と将来推計（平成 30 年度版高齢白書¹⁾より筆者が作成）

全世帯に占める 65 歳以上の高齢者がいる世帯の割合は、1990 年では 26.9%であるのに対し、2000 年では 34.4%，2010 年では 42.6%，2016 年では 48.4%となっている。現在では、全世帯の約半数が 65 歳以上の高齢者がいる世帯となっている。これらの中で、高齢者のみの世帯の割合は、1990 年では 36.3%となっている。また、2000 年では 46.8%，2010 年では 54.1%，2016 年では 58.2%となっている。高齢者のみの世帯の割合も増加していることがわかる。以上のことから、2016 年現在で、全世帯の約半数が 65 歳以上の高齢者のいる世帯となっており、またその約 6 割が高齢者のみの世帯となっている²⁾。

これらの高齢化の背景などから、政府は平成 30 年 2 月 16 日に、第 29 回高齢社会対策会議を開催し、高齢社会対策大綱³⁾の案をまとめている。さらに、同日の閣議において新たな高齢社会対策大綱が可決されている。高齢社会対策大綱の基本的な考え方として、「(1)年齢による画一化を見直し、全ての年代の人々が希望に応じて意欲・能力をいかして活躍できるエイジレス社会を目指す。」「(2)地域における生活基盤を整備し、人生のどの段階でも高齢期の暮らしを具体的に描ける地域コミュニティを作る。」「(3)技術革新の成果が可能にする新しい高齢社会対策を志向する。」としている。高齢社会対策大綱の分野別の基本的施策としては、「就業・所得」「健康・福祉」「学習・社会参加」「生活環境」「研究開発・国際社会への貢献」「すべての世帯の活躍推進」が示されている。この中で「健康・福祉」では、「健康づくりの総合的推進」として、「生涯にわたる健康づくりの推進」や「介護予防の推進」が明記されている。また、「生活環境」の中では、「高齢社会に適したまちづくりの総合的推進」として、「多世代に配慮したまちづくり・地域づくりの総合的推進」「公共交通機関等の移動空間のバリアフリー化」などが明記されている。

1.2.2 日本における高齢者の外出

本節では、高齢者の外出の特性についてみる。これらの特性について、国土交通省「全国都市交通特性調査（平成 27 年）」⁴⁾の結果から高齢者の外出率をみる。ここで、外出率とは、調査日となる平日に外出していた人の割合である。これらの外出率では、非高齢者で「免許あり」の人が 86%、「免許なし」の人も同じく 86%である。一方で、65 歳以上の高齢者で「免許あり」の人の外出率が 78%、「免許なし」の人の外出率が 57%である。また、75 歳以上の高齢者で「免許あり」の人の外出率が 74%、「免許なし」の人の外出率が 52%となっている。非高齢者では「免許あり」と「免許なし」で外出率が変わらないものの、高齢者では運転免許の有無が外出率に影響している。また、「免許あり」「免許なし」ではともに、65 歳以上よりも 75 歳以上の人の方が外出率の低下している。

次に、居住都市別の外出率を比較⁴⁾する。65 歳以上「免許あり」の人の外出率は、三大都市圏中心都市が 80%、地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人以上）が 79%、地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人未満）が 76%、地方中心都市が 74%となっている。一方で 75 歳以上「免許あり」の人の外出率は、三大都市圏中心都市が 76%、地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人以上）が 75%、地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人未満）が 70%、地方中心都市の外出率が 65%となっている。次に「免許なし」の人についてもみる。65 歳以上「免許なし」の人の外出率では、三大都市圏中心都市の外出率が 60%、地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人以上）が 54%、地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人未満）が 48%、地方中心都市が 44%となっている。一方で 75 歳以上「免許なし」の人では、三大都市圏中心都市の外出率が 55%、地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人以上）が 47%、地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人未満）が 43%、地方中心都市の外出率が 40%となっている。いずれも 65 歳以上よりも 75 歳以上の人の方が外出率が低い。また、「免許あり」よりも「免許なし」の人の方が外出率が低い。さらに、地方部の高齢者の方が外出率が低い結果となっている。

次に、高齢者の外出目的³⁾についてみる。ここでは、私事目的の活動別平均外出頻度についてみる。平均外出頻度とは、1 人 1 ヶ月あたりの外出日数である。非高齢者では、日用品の買い物が 10.1 日、日用品以外の買い物が 4.0 日、食事・社交・娯楽が 4.4 日、通院が 1.9 日となっている。それに対し、65 歳以上の高齢者では、日用品の買い物が 13.1 日、日用品以外の買い物が 4.1 日、食事・社交・娯楽が 5.1 日、通院が 3.0 日となっている。また、75 歳以上の高齢者では、日用品の買い物が 13.4 日、日用品以外の買い物が 3.9 日、食事・社交・娯楽が 4.9 日、通院が 3.5 日となっている。日用品の買い物では、非高齢者よりも高齢者の方が外出頻度が高い。食事・社交・娯楽では、75 歳以上の高齢者の方が 65 歳以上の高齢者よりもわずかに頻度が低い。また、通院では、75 歳以上の高齢者の方が 65 歳以上の高齢者よりも頻度が高くなっている。

次に、高齢者の外出における利用交通手段⁴⁾についてみる。「自分で運転する自動車」の

利用率では、60～64 歳で 78.8%，65～69 歳で 68.6%，70～74 歳で 63.3%，75～79 歳で 45.7%，80 歳以上で 36.1%となっている。また、「バス」の利用率では、60～64 歳で 12.6%，65～69 歳で 20.2%，70～74 歳で 22.0%，75～79 歳で 24.5%，80 歳以上で 19.2%となっている。さらに、「家族などの運転する自動車」の利用率では、60～64 歳で 14.1%，65～69 歳で 14.9%，70～74 歳で 18.6%，75～79 歳で 19.8%，80 歳以上で 36.1%となっている。これらの結果は、複数回答によるものである。これらの結果から、加齢により自分で運転する自動車の利用率が低下する一方で、家族などの運転する自動車の利用率は上昇していることがわかる。

次に、バスの利用に着目する。ここで、都市別のバスの分担率³⁾をみる。非高齢者の三大都市圏中心都市のバス分担率は 2%となっている。また、地方中核都市（中心 40 万人以上）では 3%，地方中核都市（中心 40 万人未満）では 2%，地方中心都市では 1%となっている。それに対し 65 歳以上の高齢者では、三大都市圏中心都市のバス分担率が 6%，地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人以上）では 4%，地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人未満）では 3%，地方中心都市では 1%となっている。また、75 歳以上の高齢者では、三大都市圏中心都市で 7%，地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人以上）で 7%，地方中核都市圏中心都市（中心 40 万人未満）で 4%，地方中心都市で 1%となっている。

これら上記のデータについて、図 1-2 に、外出率を示す。また、図 1-3 に居住都市別の 75 歳以上の外出率、図 1-4 に私事目的の活動別平均外出頻度、図 1-5 に居住都市別の 75 歳以上のバス分担率を示す。

以上のことから、外出特性について示した。

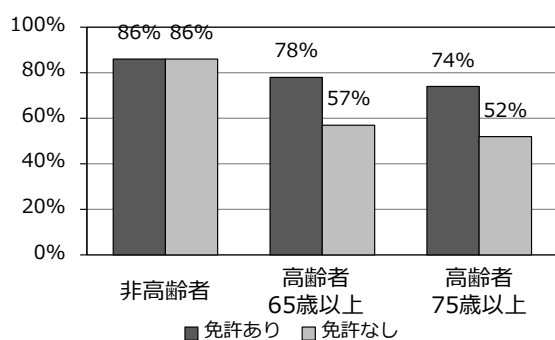


図 1-2 外出率

(資料を参考に筆者が作成)

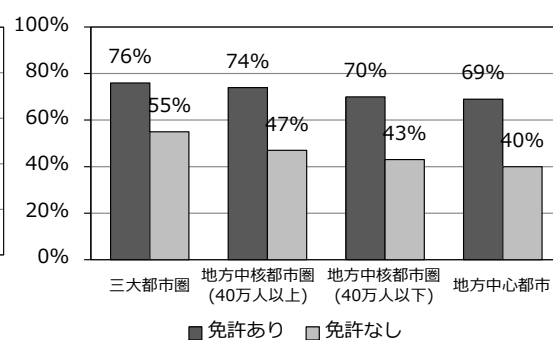


図 1-3 75 歳以上居住都市別外出率

(資料を参考に筆者が作成)

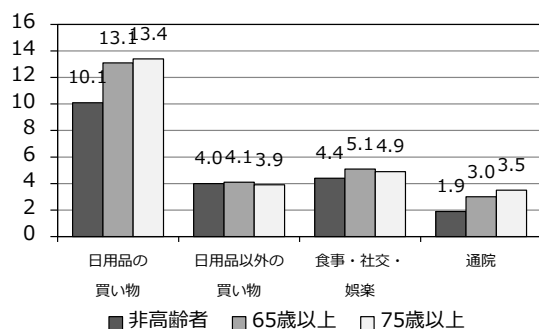


図 1-4 私事目的の活動別平均外出頻度
(資料を参考に筆者が作成)

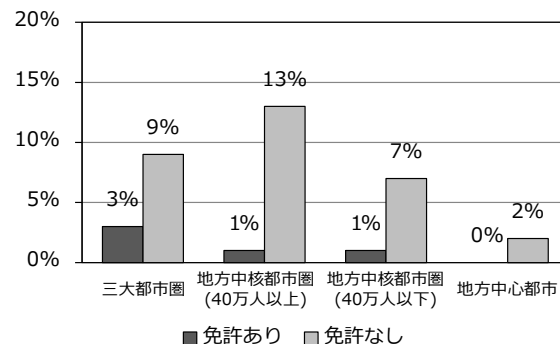


図 1-5 居住都市別バス分担率
(資料を参考に筆者が作成)

1.2.3 日本における高齢者の健康

本節では、高齢者の健康について示す。はじめに健康の指標として寿命に着目する。男性の平均寿命は、2001 年では 78.07 歳となっている。また、2010 年では 79.55 歳、2016 年では 80.98 歳となっている。一方で女性の平均寿命は、2001 年では 84.93 歳となっている。また、2010 年では 86.30 歳、2016 年では 87.14 歳となっている。男女共に、平均寿命は増加している。次に、健康寿命についてみる。健康寿命は、「健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間」と定義されている。健康寿命の算定方法として健康日本 21（第二次）⁵⁾で採用されているのは、Sulli-van 法による障害なしの平均余命である⁶⁾。男性の健康寿命は、2001 年では 69.40 歳となっている。また、2010 年では 70.33 歳、2016 年では 72.14 歳となっている。一方で女性の健康寿命は、2001 年では 72.65 歳、2010 年では 73.62 歳、2016 年では 74.79 歳となっている。平均寿命と同様に、男女共に健康寿命は増加している。ここで、平均寿命と健康寿命との差についてみる。男性の平均寿命と健康寿命との差は、2001 年では 8.67 歳となっている。また、2010 年では 9.13 歳、2016 年では 8.84 歳となっている。一方で女性の平均寿命と健康寿命との差は、2001 年では 12.28 歳、2010 年では 12.68 歳、2016 年では 12.35 歳となっている。平均寿命と健康寿命との差は男女ともに 10 歳前後で推移している。図 1-6 に平均寿命と健康寿命の推移を示す。

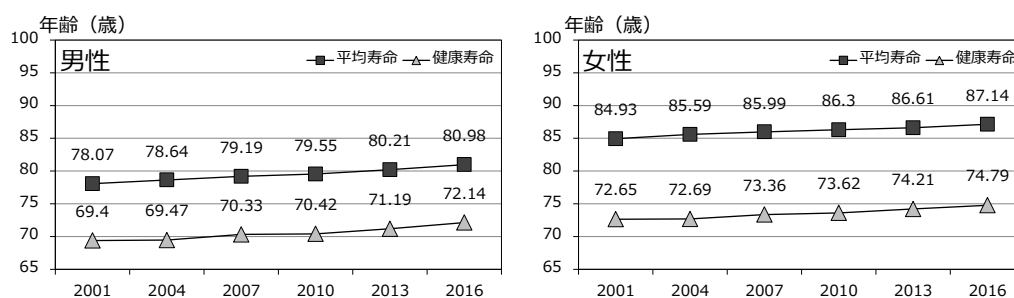


図 1-6 平均寿命と健康寿命の推移（健康日本 21⁵⁾ を参考に筆者が作成）

2000 年に WHO（世界保健機関）が健康寿命を提唱して以来、平均寿命を延ばすだけでなく、いかにして健康寿命を延ばすかについて関心が高まっている。平均寿命と健康寿命との差が拡大すれば、当人の健康の問題だけでなく、医療費や介護費の増加による家計や国への負担の影響も懸念されている。

ここで、高齢者の健康状態を判断する 1 つの指標として、要支援者・要介護者についてみる。要支援者・要介護者とは介護保険制度⁷⁾における要介護または要支援の認定を受けた人のことである。65 歳以上の要支援者・要介護者の総数をみると、2003 年では 370.4 万人となっている。また、2010 年では 490.7 万人、2015 年では 606.8 万人となっている。2015 年における 65 歳以上の要支援者・要介護者の数は、2003 年の約 1.6 倍となっている。65～74 歳の被保険者中の要支援者の割合は 1.4% である。また、要介護者の割合は 2.9% である。一方で 75 歳以上の被保険者中の要支援者の割合は 8.8%、要介護者の割合は 23.3% となっている。75 歳以上になると、要介護の認定を受ける人の割合が大きく増加する。

要支援者・要介護者の増加にともない、介護保険の総費用も増加している。介護保険の総費用は、2003 年では 5.7 兆円であった。それに対し 2015 年では 10.1 兆円まで増加している⁷⁾。

次に、高齢者の健康を支えるための、運動習慣についてみる。高齢社会対策大綱³⁾の中でも、「生涯にわたる健康づくりの推進」を掲げている。運動習慣者とは 1 回 30 分以上の運動を週 2 回以上実施し、1 年以上継続していると回答した者を示す。男女共に、20～64 歳よりも、65～74 歳および 75 歳以上の高齢者で運動習慣者の割合が高い。高齢になり健康に気を遣っていることや、自由時間が多いことが要因と考えられる。

男性で 75 歳以上の運動習慣者をみると、平成 22 年では 40.3% となっている。また、平成 25 年では 45.4%、平成 29 年では 43.3% となっている。一方で、女性の 75 歳以上の運動習慣者は、平成 22 年で 28.8% となっている。また、平成 25 年で 31.4%、平成 29 年で 38.0% となっている。女性よりも男性の方が運動習慣者の割合は高い。ここまで、日本における平均寿命および健康寿命や、介護認定の現状、高齢者の運動習慣の現状について示した。

1.2.4 高齢者の健康に対する既存の研究

高齢者の健康について、老年学を中心に数多くの研究が行われている。例えば、Tamada ら⁸⁾の研究では、ほとんど笑わない人は、ほぼ毎日笑う人と比較して新規要介護認定リスクが 1.4 倍であることが示されている。また、Saito ら⁹⁾の研究では、週に 1 回以上趣味やスポーツの会に参加した高齢者はその後 11 年間の介護費用が 30 万円～50 万円低いことを示している。Fujihara ら¹⁰⁾の研究では、社会参加の多い地域では、少ない地域と比較して IADL 低下のリスクが 10% 低いことを示している。Sato ら¹¹⁾の研究では、山梨県のコミュニティ「無尽」の参加者は、非参加者と比較して 3 年後に活動能力を維持している人の確立が 1.75 倍であることを示している。Takahashi ら¹²⁾は、社会参加する高齢者は 9 年後の要介護リス

クが 0.8 倍、死亡リスクも 0.8 倍であることを示している。Tani ら¹³⁾の研究では、外出時に車を利用せず近隣に野菜や果物が手に入る食料品店が存在しない場合、死亡リスクが 1.6 倍になることを示している。吉澤ら¹⁴⁾の研究では、高齢者のフレイル（加齢により心身が老い衰えた状態）に対するリスクが、身体活動を行っておらず、文化活動とボランティア・地域活動を行っている人で 2.2 倍、身体活動を行っており、文化活動とボランティア・地域活動を行っていない人で 6.4 倍であることを示している。このことから、高齢者のフレイルに対するリスクとして、身体活動だけでは十分でないことが示唆されている。Holt-Lunstad J ら¹⁵⁾は、太りすぎないことや、運動すること、アルコールを飲み過ぎないこと、たばこを吸わないことよりも、社会とのつながりの種類や量が多いことや、社会とのつながりを介して受け取る支援が多い方が死亡リスクが低いことを示している。

以上の研究などから、高齢者の健康について、身体機能の維持だけではなく、交流や会話が重要であることが示唆されている。

1.2.5 日本における買い物弱者問題

高齢化率の増加、核家族化の進展から、普段の買い物が困難である買い物弱者と呼ばれる高齢者の存在が問題となっている。高齢者の買い物を支えることは重要である。ここで、これらの買い物弱者であるが、日本の法令において「買い物弱者」の定義を明確にしたものは存在しない。国の機関においては、経済産業省や農林水産省がそれぞれ買い物弱者の位置付けや、その総数の推計を行っている。

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」では、「流通機関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おかれている人々」を買い物弱者と定義している。経済産業省が公表した「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、買い物弱者の数を約 700 万人と推計している。これは、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 17.1%に、平成 26 年の 60 歳以上人口 4,198 万人を乗じたものである¹⁶⁾。

農林水産省では、「食品アクセス（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」を買い物弱者と位置付けている。また、農林水産省農林水産政策研究所では、国政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直線距離が 500m 以上あり、かつ自家用車を保有しない人から、65 歳以上で 380 万人が買い物弱者であると推計している¹⁶⁾。

経済産業省による「買い物弱者応援マニュアル Ver3.0」¹⁷⁾では、買い物弱者対策として「①家まで商品を届ける」「②近くにお店を作る」「③家から出かけやすくする」「④コミュニティを形成する」「⑤物流を改善・効率化する」を挙げている。また、その対策の内訳として「①家まで商品を届ける」では「宅配」「買い物代行」「配食」、 「②近くにお店を作る」

では「移動販売」「買物場の開設」, 「③家から出かけやすくする」では「移動手段の提供」, 「④コミュニティを形成する」では「会食」, 「⑤物流を改善・効率化する」では「物流効率化」を挙げ、それぞれの事例の紹介を行っている。

1.2.6 日本における高齢者の外出支援・買い物支援策

高齢者の外出手段確保に関する取組みは、全国で行われている。国土交通省総合政策局公共交通政策部では、「高齢者の移動手段の確保に関する検討委員会中間とりまとめへの対応」¹⁸⁾として高齢者の外出手段確保についてまとめている。この中で、高齢者の公共交通機関利用促進に対する地方公共団体の助成事例や、地方部における地域の足の確保に向けた取組み事例が示されている。高齢者の公共交通機関利用促進に対する地方公共団体の助成事例では、70歳以上の住民が交通系 IC カードにより公共交通運賃が半額になる高松市の「ゴールド IruCA」、70歳以上の住民が年の負担金 20,510 円にて公共交通が乗り放題となる東京都の「シルバーバス」、75歳以上の住民に 5,000 円分のバス乗車券を 1,500 円で販売する鳥栖市の「高齢者福祉乗車券」、75歳以上の住民にタクシー相乗りの場合 1 乗車 500 円を助成する前橋市の「移動困難者へのタクシー運賃助成制度」、65歳以上の住民が交通系 IC カードにより公共交通 1 乗車 100 円となる堺市の「おでかけ応援制度」などが紹介されている。また、地方部における地域の足の確保に向けた取組みでは、新潟県三条市のデマンド乗合タクシーの事例などが紹介されている。

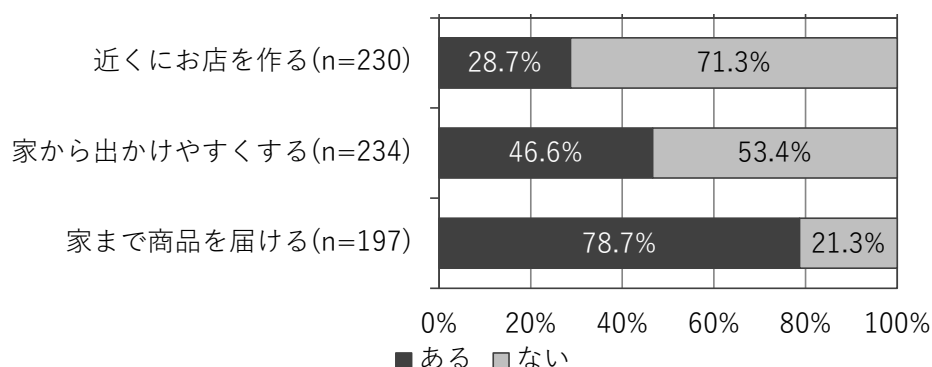
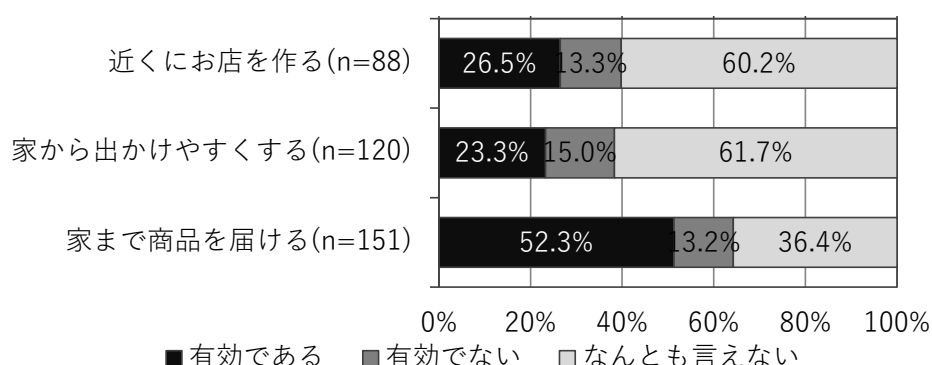
経済産業省の「買い物弱者応援マニュアル Ver3.0」¹⁷⁾では、買い物弱者対策として「①家まで商品を届ける」「②近くにお店を作る」「③家から出かけやすくする」「④コミュニティを形成する」「⑤物流を改善・効率化する」を挙げている。また、その対策の内訳として「①家まで商品を届ける」では「宅配」「買い物代行」「配食」, 「②近くにお店を作る」では「移動販売」「買物場の開設」, 「③家から出かけやすくする」では「移動手段の提供」, 「④コミュニティを形成する」では「会食」, 「⑤物流を改善・効率化する」では「物流効率化」を挙げ、それぞれの事例の紹介を行っている。表 1-1 に、「買い物弱者応援マニュアル Ver3.0」¹⁷⁾で挙げられている事例を示す。ここでは、買い物弱者に対する支援として 22 の先進事例が紹介されている。

表 1-1 買い物弱者応援マニュアルでの事例¹⁷⁾

(買い物弱者応援マニュアル Ver3.0 より作成)

家まで商品を届ける	宅配	すかいらーく株式会社による宅配サービス
		東急セキュリティ株式会社による即配サービスの無料提供
		株式会社平野新聞舗による「ほっとおつかい便Motteku（もってく）」
		株式会社ファミリーネットワークシステムによる御用聞きサービス「わんまいる」
		株式会社フジと日本郵便株式会社四国支社による「おまかせJP便」
近くにお店を作る	買物代行	株式会社アクティブモコによる買物代行・送迎「モコ宅配便」
		ココネット株式会社による御用聞きサービス「喜くばり本舗」
	配食	コープネット事業連合による夕食宅配サービス
	移動販売	有限会社安達商事による「あいきょう」の移動販売ひまわり号
		社会福祉法人臥牛三敬会による「虹の懸け橋まごころお届け便」
		有限会社さんわ182ステーションによる「やまびこローソン」の移動販売
		セブンイレブン株式会社による「セブンあんしんお届け便」
		株式会社とくし丸による移動スーパー「とくし丸」
家から出かけやすくする	買物場の開設	株式会社ヤオミ/足助商工会による移動販売「おいでん便」
		合同会社うらだによる「スーパーふれあい浦田」
		NPO法人かさおか島づくり海社/高島まちづくり協議会による「婆ーちゃるショップ高島屋」
		株式会社大国屋/がんばろう若山台による「リトルマート大国屋」
		イーグルバス株式会社による「お出かけサポート便」
コミュニティを形成する	移動手段の提供	株式会社光タクシーによる枝光やまさか乗合ジャンボタクシー
物流を改善・効率化する	会食	支えあう会みのりによる会食交流会・配食サービス
		株式会社国分による「問屋 国分ネット卸」
		西日本電信電話株式会社/株式会社北國銀行/株式会社アール・ティー・シー他による「れじおん」サービス

買い物弱者の問題解決のために経済産業省では、全国9か所で「買い物弱者の現状と対策に関するシンポジウム」を実施している。シンポジウムの参加者は企業や行政機関、個人、大学、商工会などとなっており、延べ540名が参加している。ここで、シンポジウムで実施したアンケート結果を示す。これらのアンケート結果は、「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」¹⁹⁾にてまとめられている。図1-7に、各地域での買い物弱者問題の対策を示す。こちらはシンポジウムの参加者に対し「あなたが事業を行っている地域/管轄している地域において、買い物弱者問題の対策はされていますか」の質問に対する回答である。「ある」と回答された割合をみると、「近くにお店を作る」で28.7%、「家から出かけやすくする」で46.6%、「家まで商品を届ける」で78.7%となっている。次に、図1-8に各買い物弱者問題の対策の有効性について示す。こちらは「対策がなされている場合、その取組は有効ですか」の質問に対する回答である。「有効である」と回答された割合をみると、「近くにお店を作る」で26.5%、「家から出かけやすくする」で23.3%、「家まで商品を届ける」で36.4%となっている¹⁹⁾。これらの結果から、シンポジウムの参加者は「家まで商品を届ける」取組みが多く行われ、その効果も比較的大きいと認識していることがわかる。「家まで商品を届ける」取組みは比較的实施しやすいため、その実施率も高くなっているものと考えられる。

図 1-7 買い物弱者問題の対策（調査報告書¹⁹⁾より作成）図 1-8 買い物弱者問題の対策の有効性認識（調査報告書¹⁹⁾より作成）

1.2.7 高齢者の買い物支援策と Society5.0 や物流改善

Society5.0 とは、「サイバー空間とフィジカル空間を高度に融合させることにより、地域、年齢、性別、言語等による格差なく、多様なニーズ、潜在的なニーズにきめ細かに対応したモノやサービスを提供することで経済的発展と社会的課題の解決を両立し、人々が快適で活力に満ちた質の高い生活を送ることのできる、人間中心の社会」²⁰⁾とされている。これらの超スマート社会の実現が推進されている。その中で IoT(Internet of Things)により、様々なものがインターネット上で繋がることが考えられる²¹⁾。それにより、買い物における利便性も格段に向上すると予想されている。例えば、冷蔵庫の中の食料が無くなった場合に、インターネットを通じ自動で注文・宅配を行うシステムが考えられる。これにより、自宅にいながら、簡単に食料品を得ることができるようになる。また、近年物流の改善による買い物支援も行われ始めている。例えば、ドローンによる宅配や、自動運転車両による宅配が検討されている。国土交通省は、平成 31 年 3 月に、過疎地等におけるドローン物流ビジネスモデル検討会を設立している。海外では、アメリカバージニア州クリスチャンズバーグのドラッグストアチェーンが、顧客にむけて食品・飲料・日用品等をドローンで配送する取組みを始めている。日本では、平成 31 年 9 月に ANA ホールディングスが、ドローンを用いた

離島間の物流実験を行っている。また、自動運転による宅配も行われている。イギリスやドイツにおいて、エストニア製の自律走行ロボットを利用したピザなどのデリバリーが行われている。また、中国では大手 EC 事業者が自律走行型ロボットによる配送を実施している。日本においても、貨客混載の自動運転の社会実験²²⁾が行われている。これらの自動運転による宅配の発展においても、高齢者は自宅から出ることなく食料品や日用品を受け取ることができるようになる。これらの物流の改善により、普段の買い物は格段に利便性の高いものとなる。その一方で、高齢者が自宅から出かけなくなることによる健康的影響、人と会話をする頻度の低下による影響についても考慮する必要があるといえる。

1.2.8 日本における高齢者の外出と孤立や閉じこもり

高齢者の外出と、孤立や閉じこもりとの関係についてみる。高齢者の外出頻度や、社会的孤立については、内閣府の「平成 29 年高齢者の健康に関する調査結果」²³⁾にてまとめられている。ここでは、外出頻度が 2～3 日に 1 回以下の人が 60 歳以上の高齢者男性で 37.2%、60 歳以上の高齢者女性で 42.6%存在するとされている。また、社会的孤立として、家族や友人との会話の頻度が週に 1 回以下の高齢者は、単身世帯男性で 32.0%、単身世帯女性で 13.2%となっている。渡辺ら²⁴⁾の研究では、週に 1 回以下の外出の人を閉じこもりとして、要介護認定と閉じこもりとの関係について分析を行っている。これによると、30 ヶ月後の要介護の発生率は、非閉じこもり高齢者で 7.4%であるのに対し、閉じこもり高齢者では 25.0%となることを示している。さらに、東京都健康長寿医療センター²⁵⁾の調査では、同居家族以外とのコミュニケーションが週 1 回未満である社会的孤立と、外出頻度が 2～3 日に 1 回未満の両方の条件に当てはまる場合、両方に当てはまらない場合と比較して 6 年後の死亡率が 2.2 倍になることを示している。これらのことから、高齢者の会話を中心としたコミュニティや会話の重要性と、外出の重要性が示されている。

日本のコミュニティをみると、近所の人達との挨拶以外の会話の頻度について、ほとんど毎日と回答したのが 22.7%である。これを他の国と比較すると、韓国では 40.9%、アメリカでは 29.4%、ドイツでは 40.5%、スウェーデンでは 33.1%となり、日本は他の国よりも低い状況である²⁶⁾。また、高齢者に限ったデータではないが、日本は社会的孤立の割合も高く、男性で約 16%、女性で約 14%となっている。これは OECD（経済協力開発機構）平均の約 6%を大きく上回る²⁷⁾。近所付き合いの程度について、「よく行き来している」と回答したのは、2000 年では 13.9%であったのに対し、2007 年では 10.7%と近所のコミュニティも低下してきている²⁸⁾。

高齢者の健康についてコミュニティが重要視される一方で、日本は他国と比較してもコミュニティが低く、さらにコミュニティが年々低下してきている現状にある。

1.2.9 日本における高齢者の心の健康

高齢者の心の健康も重要である。厚生労働省「休養・こころの健康」²⁹⁾では、健康寿命延伸に向けた取組みとして「こころの健康づくり」の推進が挙げられている。また、ここでは「こころの健康」を保つための対策として「気分転換をはかる」ことなどが挙げられている。高齢者の普段の生活において、会話をすることや、気分転換をはかることは重要である。ここで、高齢者の会話や、気分転換が得られる機会について考える。高齢者の活動の場の代表的なものとして町内会活動や老人クラブが考えられる。ここではその老人クラブについて示す。高齢者の老人クラブへの加入率は18.4%³⁰⁾である。また、加入者の参加率が4割未満の老人クラブが23.8%³¹⁾存在する。老人クラブへの参加率は高いとは言えない。これは、老人クラブが比較的健康で、積極性の高い高齢者しか参加していないためだと考えられる。老人クラブまで移動できる手段を持つ高齢者や、老人クラブで活動できる健康状態である高齢者でないと参加はできない。また、移動手段を持ち健康状態の良い高齢者であっても、自ら参加を拒否している高齢者の存在も考えられる。

ここで、高齢者が行って楽しいと感じる場所について示す。これらについて、第一生命経済研究所の「高齢者の外出の現状とその意向」³²⁾の調査結果を示す。表1-2にこれらの結果を示す。

表 1-2 高齢者が行って楽しい場所
(高齢者の外出の現状とその意向³²⁾を参考に筆者が作成)

	65～69歳		70～74歳		75歳以上	
1位	行楽地、観光地	80.9%	行楽地、観光地	83.9%	行楽地、観光地	61.0%
2位	文化・娯楽施設	77.3%	買い物をする場所	72.2%	買い物をする場所	59.6%
3位	会合・サークル活動・学習のための施設	68.0%	文化・娯楽施設	71.1%	文化・娯楽施設	48.2%
4位	買い物をする場所	59.8%	会合・サークル活動・学習のための施設	62.8%	家族・親戚や友人・知人の家	45.4%
5位	飲食店	55.2%	飲食店	61.7%	会合・サークル活動・学習のための施設	44.0%

高齢者が行って楽しいと感じる場所について、「65～69歳」では、「行楽地、観光地」が80.9%、「文化・娯楽施設」が77.3%、「会合・サークル活動・学習するための施設」が68.0%、「買い物をする場所」が59.8%、「飲食店」が55.2%となっている。また「70～74歳」では、「行楽地、観光地」が83.9%、「買い物をする場所」が72.2%、「文化・娯楽施設」が71.1%、「会合・サークル活動・学習するための施設」が62.8%、「飲食店」が61.7%となっている。また、「75歳以上」では、「行楽地、観光地」が61.0%、「買い物をする場所」が59.6%、「文

化・娯楽施設」が 48.2%,「家族・親戚や知人・友人の家」が 45.4%,「会合・サークル活動・学習するための施設」が 44.0%となっている。なお,これらは複数回答による調査の結果である。70 歳以上の高齢者の行って楽しいと感じる場所では,「買い物をする場所」が 2 番目に高い値となっている。買い物における気分転換や,それによる心の健康への期待も大きい。

また,土井ら³³⁾の研究では,愉しみの活動の実施率として,「買物」が 33%となっている。これは「テレビ視聴・ネット閲覧・SNS」と同等となっている。また,会話と活動との関係について,会話の実施場所として「日常的買い物」が回答されたのは「非高齢者」で 34%,「前期高齢者」で 33%,「後期高齢者」で 29%となっており,「地域の活動」「知人との交流」「スポーツ習い事」など他の活動よりも大きくなっている。つまり,これらのことから,買い物は高齢者にとっての愉しみの活動であり,会話が行われる活動であることが明らかとなっている。

1.3 背景の整理と研究の目的

本節では,研究背景の整理と,本研究の目的について述べる。図 1-9 に,研究背景の整理を示す。また,図 1-10 に,高齢者の健康に対する買い物の位置付けのイメージ図を示す。高齢化の進展が著しく,高齢者の生活について考えることは重要である。高齢者の健康寿命延伸のためには,こころの健康づくりが重要となっている。こころの健康づくりのためには,会話や気分転換の機会を創出することが必要である。高齢者の会話についてみると,週に 1 回の会話すらできていない高齢者が存在する。週に 1 回未満の会話と,2~3 日に 1 回未満の外出頻度が合わさることで,6 年後の死亡率が 2.2 倍になることも指摘されている。高齢者の会話や気分転換の機会としては,町内会や老人クラブが考えられる。ただし,これらの参加率は高いとは言えない。健康状態の悪い場合や,参加意思が無い場合には,これらの活動には参加しないことが考えられる。そこで本研究では,買い物に着目した。買い物は生活する上で必要不可欠な活動である。そのため,ほぼすべての高齢者が買い物を行う。買い物において会話や気分転換などの価値を付加できた場合,多くの高齢者がこれらの価値を達成できることになる。ここで,高齢者の買い物支援策をみると,「家まで商品を届ける」が最も実施されており,さらにその効果認識も高い。物を得るだけの消費活動として宅配は有効であるが,会話や気分転換の機会になることは少ないと考えられる。高齢者にとっての買い物は,気分転換に繋がったり,交流の機会となったり,健康の一助になったりと,数多くの価値を有することが考えられる。高齢者に対し,食料品や外出手段を与えるだけでなく,これらの価値が付加されたサービスや交通手段を提供すべきである。

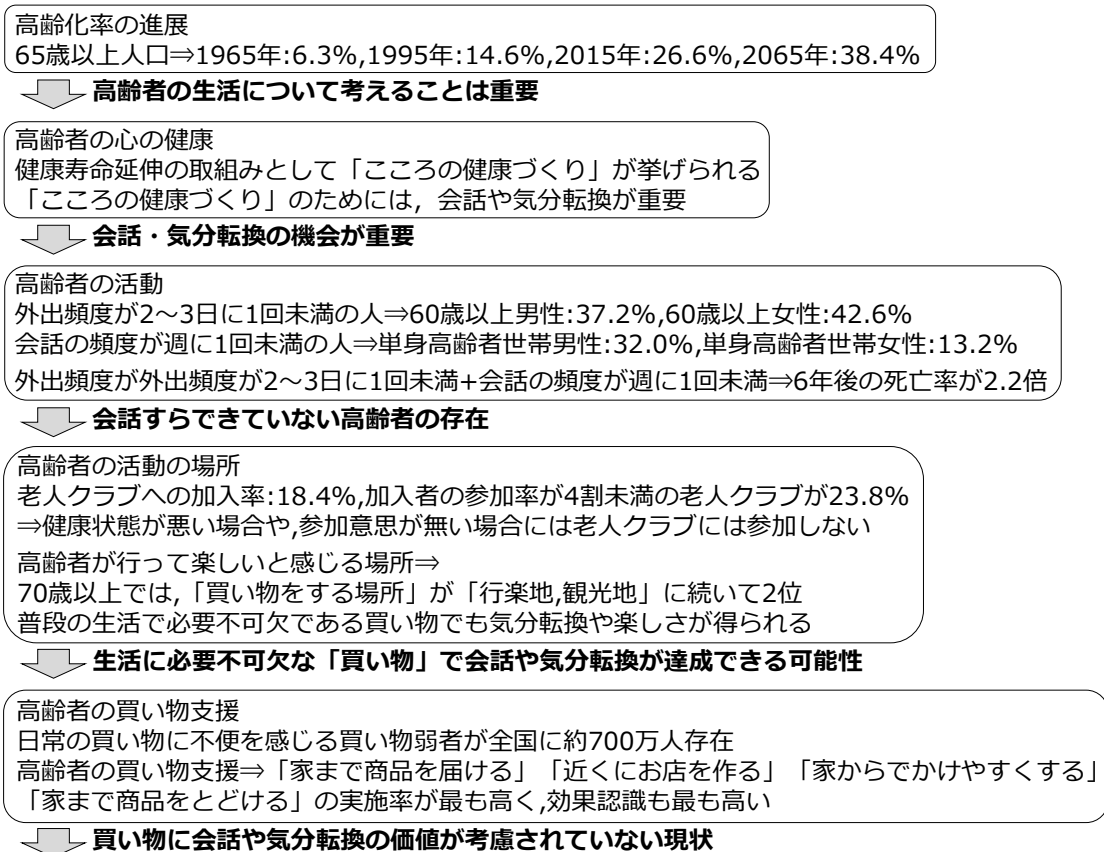


図 1-9 研究背景の整理

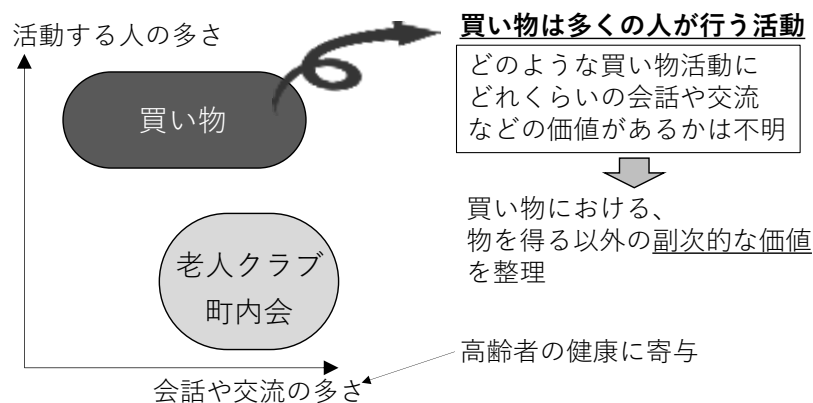


図 1-10 高齢者の健康に対する買い物の位置付けイメージ

上記の背景から、本研究では、これらの買い物における会話や気分転換などの副次的な価値の重要性を示すとともに、買い物手段や買い物施策によるこれらの価値の達成状況について分析を行う。また、これらの分析から、高齢者のための買い物施策について副次的な価値を考慮すべきことの提言を行う。図 1-11 に本研究で扱う領域について示す。買い物により会話の機会があることや、気分転換できること、交流の機会が得られることは、心の健康

や身体健康、さらにはそれらのことから社会的便益にも繋がる。ただし、それらの派生的な現象まで正確に捉えることは難しい。高齢者にとって会話の機会や気分転換になること自体が非常に重要である。そこで本研究ではまず、買い物の機会そのものの価値の達成について分析を行う。

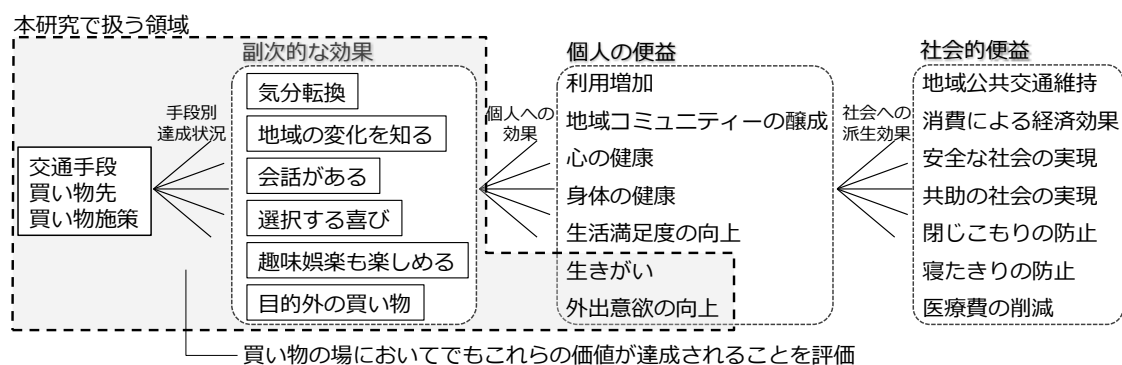


図 1-11 本研究で扱う領域

高齢者に対する副次的な価値の重要性を評価せずに施策を行った場合、施策全体の評価を誤る可能性がある。図 1-12 に、施策による高齢者への効果イメージを示す。利便性のみを評価指標とした場合には、施策 A の方が優れているが、副次的な価値を考慮すると施策 B の方が優れている。高齢者にとってはこれらの副次的な価値は、利便性よりも重要である可能性が高い。これらの価値を考慮した施策になるべきである。本研究では、これらの活動における副次的な価値の評価手法の提案を行う。さらに、これらの活動における価値について、それぞれの交通手段、買い物先での達成状況について示す。また、これらの高齢者の活動の副次的な価値の評価手法を用いて、買い物送迎バス、買い物利用店舗などの事例について評価を行うことを目的とする。

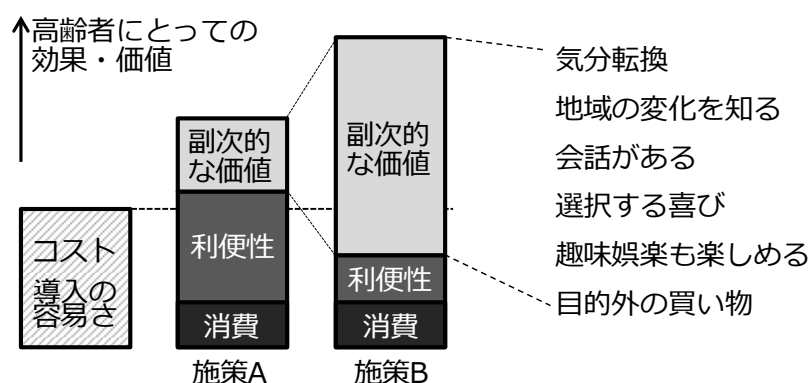


図 1-12 施策による高齢者への効果イメージ

1.4 本研究の構成

本研究において、買い物における副次的な価値の重要性評価と達成状況を分析するためのアプローチを図 1-13 に示す。本研究では、複数の調査分析から、高齢者の買い物における副次的な価値の評価を行う。副次的な価値の重要度認識では「買物の価値の多様性からみた高齢者の買物行動の実態と買物支援方策に関する研究」の調査結果を用いる。また、副次的な価値の達成状況では、「買物の価値の多様性からみた高齢者の買物行動の実態と買物支援方策に関する研究」「買い物送迎バスの運行が限界集落にもたらす効果と課題に関する研究」「高齢者のコンビニエンスストア利用の抵抗感に関する研究」の調査結果を用いる。さらに、副次的な価値の重要度認識と副次的な価値の達成状況との関係については「高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に関する研究」の調査結果を用いる。これらの調査分析結果から、総合的に高齢者の買い物における副次的な価値の評価を行う。

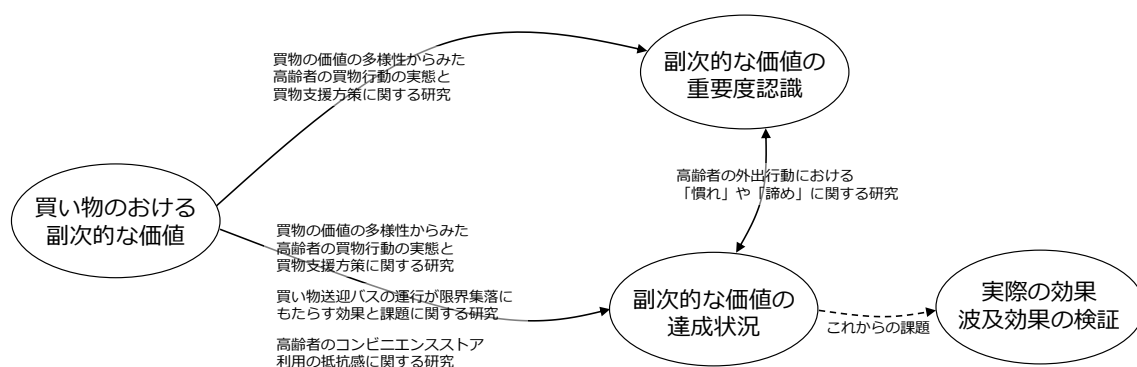


図 1-13 本研究のアプローチ

本研究の構成を図 1-14 に示す。

第 2 章では，本研究に関する既往研究のレビューを行う．第 3 章では，調査対象地の概要について述べる．さらに第 4 章では，高齢者の活動における価値の重要性の検証や，交通手段，買い物先での価値の達成度の違いについて検討を行う．第 5 章では，これらの副次的な価値と高齢者の慣れ・諦めとの関係を示す．これにより，副次的な価値の重要性を明らかにする．第 6 章では，これらの高齢者における副次的な価値の概念を用いた，交通施策や利用店舗，高齢者の潜在意識の評価を行う．具体的には，6-1 で副次的な価値の概念を用いた買い物送迎バスの評価を行う．また，6-2 では，副次的な価値の概念を用いた買い物での利用店舗の評価を行う．最後に第 7 章で本研究のまとめを行う．

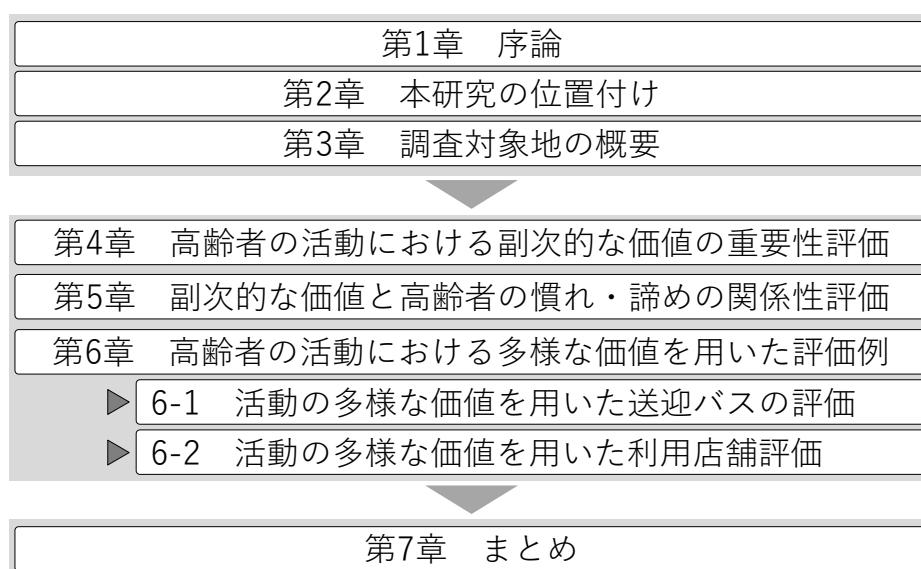


図 1-14 本研究の構成

<1 章の参考文献>

- 1)内閣府：平成 30 年度版高齢社会白書 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
- 2)内閣府：平成 30 年度版高齢社会白書 第 1 章高齢化の状況 第 1 節高齢化の状況 3 家族と世帯
- 3)内閣府：高齢社会対策大綱
- 4)総務省：令和元年版高齢社会白書（全体版） 第 1 章高齢化の状況 第 3 節<特集>高齢者の住宅と生活環境に関する意識 3 外出と自動車の運転に関する状況
- 5)厚生労働省：健康日本 21（第二次）
- 6)Sullivan DF：A single index of mortality and morbidity.HSMHA Health Rep, 86, pp.347-354, 1971.
- 7)厚生労働省：介護保険制度の概要
- 8) Tamada Y, Takeuchi K, Yamaguchi C, Saito M, Ohira T, Shirai K, Kondo K. Does laughter predict onset of functional disability and mortality among older Japanese adults? the JAGES prospective cohort study. Journal of Epidemiology 2020.
- 9) Saito Masashige, Aida Jun, Kondo Naoki, Saito Junko, Kato Hiroataka, Yasuhiro Ota, Amemiya Airi, Kondo Katsunori: Reduced long-term care cost by social participation among older Japanese adult: A eleven-year follow-up study in JAGES.
- 10) Fujihara S, Tsuji T, Miyaguni Y, Aida J, Saito M, Koyama S, Kondo K. International Journal of Environmental Research and Public Health, 16(5), 828, 2019.
- 11) Sato K, Kondo N, Kondo K. Rotating savings and credit association, its members' diversity, and higher-level functional capacity: A 3-year prospective study from the Japan Gerontological Evaluation Study. Geriatr. Gerontol. Int. 2019
- 12) Takahashi S, Ojima T, Kondo K, et al. Social participation and the combination of future needs for long-term care and mortality among older Japanese people: a prospective cohort study from the Aichi Gerontological Evaluation Study (AGES)BMJ Open 2019
- 13) Tani Y, Suzuki N, Fujiwara T, Hanazato M, Kondo N, Miyaguni Y, Kondo K. Neighborhood food environment and mortality among older Japanese adults: results from the JAGES cohort study.International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity. 2018
- 14)吉澤裕世・田中友規・高橋競・藤崎万裕・飯島勝矢：地域在住高齢者における身体・文化・地域活動の重複実施とフレイルとの関係，日本公衆衛生雑誌，Vol.66 No.6, pp.306-316, 2019.
- 15)Holt-Lunstad J, Smith TB, Layton JB:Social relationships and mortality risk:A meta-analytic review. PLoS Medicine 2010.

- 16)総務省行政評価局：買物弱者対策に関する実態調査結果報告書
- 17)経済産業省：買物弱者応援マニュアル Ver3.0
- 18)国土交通省総合政策局公共交通政策部：高齢者の移動手段の確保に関する検討委員会
中間とりまとめへの対応
- 19)経済産業省：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
- 20)総務省：「Society5.0」関連資料
- 21)経済産業省：IoT時代に対応したデータ経営 2.0 の促進のための議論について（討議用資料）
- 22)経済産業省：自動走行ロボットの社会実装に向けて
- 23)内閣府：平成 29 年高齢者の健康に関する調査結果
- 24)渡辺美鈴，渡辺丈眞，松浦尊磨，河村圭子，河野公一：自立生活の在宅高齢者の閉じこもりによる要介護の発生状況について，日本老年医学会雑誌，42 巻 1 号，2005.
- 25)東京都健康長寿医療センター研究所：プレスリリース
- 26)内閣府：高齢者の生活と意識に関する国際比較，2010.
- 27)OECD:Society at a Glance,2005.
- 28)内閣府：平成 19 年度版国民生活白書
- 29)厚生労働省：休養・こころの健康
- 30)厚生労働省：厚生労働省報告例（平成 27 年度）
- 31)全国老人クラブ連合会：老人クラブ実態調査報告書
- 32)第一生命経済研究所：高齢者の外出の現状とその意向
- 33)土井勉・西堀泰英・石塚裕子・安東直紀・白水靖朗・中矢昌希：「ゆしみ」に対して生活に身近なインフラストラクチャが果たす役割-活動と会話人数に着目して-，第 57 回土木計画学研究発表会・講演集，15-05，2018.

第2章 本研究の位置付け

2.1 本研究の位置付けの概説

本章では、はじめに高齢者の活動における副次的な価値の概要の説明を行う。その後、本研究に関係した既往研究のレビューと本研究の位置付けについて述べる。本研究は、高齢者の買い物における副次的な価値について扱う。本研究で設定する副次的な価値は、手段が得られることの価値に付加される会話や気分転換などの価値である。これらの価値は、高齢者の QOL との関係も深い。既往研究としては、高齢者の外出と交通手段の関係に着目した研究、高齢者の QOL や ICF に着目した研究、Capabilities Approach に着目した研究などについて示す。

2.2 高齢者の買い物における副次的な価値の概要

本研究では、高齢者の活動における副次的な価値の重要性を示すことを目的とする。本節では、これらの価値について概要を示す。買い物における副次的な価値の概念の参考として、図 2-1 にマズローの欲求 5 段階説¹⁾²⁾と本研究で扱う高齢者の活動の副次的な価値の概念図を示す。マズローの欲求 5 段階説とは、心理学者アブラハム・マズローが「人間は自己実現に向けて絶えず成長するものである」と仮定し、人間の欲求を 5 段階で示したものである。第一段階は「心理的欲求」となっており、「食欲」「排泄欲」「睡眠欲」などがこれにあたる。これが満たされなければ生命の維持が困難となる。第二段階は「安全と安心」となっている。これは、病気や事故から身を守る安全・安心な暮らしへの欲求となっている。第三段階は「愛と所属」となっている。これは、愛着や集団への帰属への欲求となっている。この欲求が満たされない場合に、社会からの孤独感を得ることになる。第四段階は「自尊心」となっている。これは、自分が社会や他人から認められたい、自分の能力は素晴らしいといった、自尊の欲求となっている。最後に第五段階は「自己実現」となっている。これは、自己啓発や自己実現の欲求となっている。

ここで、これらのマズローの欲求 5 段階説と本研究で扱う高齢者の活動の価値について比較する。本研究で扱う高齢者の活動の価値は「欲求」ではないが、高齢者の活動のあるべき姿として、マズローの欲求 5 段階説が参考になる。本研究で扱う高齢者の活動として、まず「生理的欲求」がある。これはマズローの欲求 5 段階説と同様である。「生理的欲求」では、食料品を得たい、移動したいといった、生きていく上で必要な欲求となっている。次に「質への欲求」となる。これは、「生理的欲求」で求められる食料品の調達や、移動などについて、より良いものを、安く、簡単に得たいといった欲求である。現在行われている高齢者の外出促進策や、買い物弱者支援方策は、これらの「生理的欲求」

「質への欲求」までを想定しているものが多い。簡単に言えば、高齢者が食料を得られさえすれば良い、高齢者が移動できれば良いといった考えとなっている。本研究では、この点に疑問を投げかけている。高齢者の活動において、買い物や外出は、食料品や日用品を得る消費活動だけでなく、様々な価値を有するべきだと考えられる。そこで「付加価値の達成（副次的な価値）」が挙げられる。付加価値の達成では、買い物や外出の際に「誰かと一緒に過ごせる」ことや、買い物や外出の際に「家族以外の人との会話を楽しめること」など、高齢者がより高い次元で、有意義に生活ができるために必要な事項となっている。

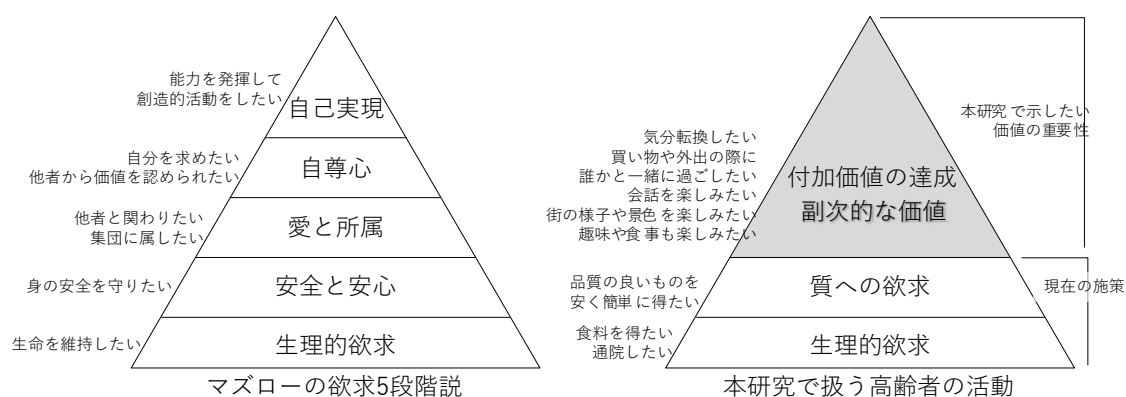


図 2-1 マズローの欲求 5 段階説と本研究で扱う高齢者の活動の価値

ここで、買い物における副次的な価値の定義を示す。本研究における副次的な価値の定義は「消費活動に付加される生きがいを感じられる価値」とする。また、その生きがいとしては、会話の機会、交流の機会、気分転換、楽しみ、地域の変化を知ることなどとする。図 2-2 に、本研究における副次的な価値の定義の概略図を示す。

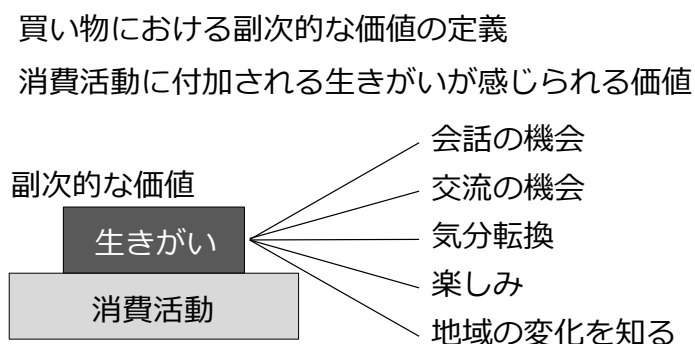


図 2-2 買い物における副次的な価値の定義

2.3 高齢者の買い物における副次的な価値の類似した概念

本研究では、買い物における副次的な価値として、会話ができることや、気分転換になること、交流の機会になること、街や地域の変化を知ることなどとして扱っている。また、これらの活動を高齢者の生きがいと定義している。つまり、高齢者の心理的な部分を扱っている。高齢者の心理や心の健康についての評価指標としてはこれまで、QOL(Quality of Life)やICF(International Classification of Functioning, Disability and Health)、主観的幸福度などが用いられている。本節では、これらの評価指標の説明と、本研究で扱う買い物における副次的な価値評価の関係について示す。

QOL(Quality of Life)は、健康状態を測る指標として用いられる。数多くの QOL 指標の中で、SF-36TM^{3) 4) 5)}は 1993 年に米国 Medical Outcomes Study で開発された、最も普及している尺度である。SF-36TMは(1)身体機能、(2)日常役割機能(身体)、(3)体の痛み、(4)全体的健康観、(5)活力、(6)社会機能、(7)日常役割(精神)、(8)心の健康の 8 つの概念からなる。過去 1 ヶ月の健康状態について 36 の質問に対する回答の得点の大きさから、上記 8 つの下位尺度の評価を行う。表 2-1 に SF-36TMの 8 つの下位尺度を示す。SF-36TMは、主に身体の状態や体の痛みなど、医療的な観点からみた個人の健康状態の評価に使用される。本 SF-36TMのうち(8)心の健康については、本研究と関係している部分でもある。ただし、これらは個人の状態を評価しているものである。本研究で扱う買い物の副次的な価値は、手段や機会そのものを評価している点で異なる。SF-36TMだけではなく、生活全般の満足度を QOL と定義した指標もある。これまでは、モビリティを評価する際の代理指標として、これらの QOL 指標が扱われてきている。

表 2-1 SF-36TMの 8 つの下位尺度(参考文献 5)より筆者が作成)

下位尺度名	略語	得点の解釈	
		低い	高い
身体機能 Physical functioning	PF	入浴または着替えなどの活動を自力で行うことが、とてもむずかしい	激しい活動を含むあらゆるタイプの活動を行うことが可能である
日常役割機能(身体)	RP	過去1か月間に仕事やふだんの活動をした時に身体的な理由で問題があった	過去1か月間に仕事やふだんの活動をした時に、身体的な理由で問題がなかった
体の痛み Bodily pain	BP	過去1か月間に非常に激しい体の痛みのためにいつもの仕事が非常にさまたげられた	過去1か月間に体の痛みはぜんぜんなく、体の痛みのためにいつもの仕事がさまたげられることは
全体的健康感 General health	GH	健康状態が悪くなく、徐々に悪くなっていく	健康状態は非常に良い
活力 Vitality	VT	過去1か月間、いつでも疲れを感じ、疲れはてていた	過去1か月間、いつでも活力にあふれていた
社会生活機能 Social functioning	SF	過去1か月間に家族、友人、近所の人、その他の仲間とのふだんのつきあいが、身体的あるいは心理的な理由で非常にさまたげられた	過去1か月間に家族、友人、近所の人、その他の仲間とのふだんのつきあいが、身体的あるいは心理的な理由でさまたげられることはぜんぜんな
日常役割機能(精神)	RE	過去1か月間、仕事やふだんの活動をした時に心理的な理由で問題があった	過去1か月間、仕事やふだんの活動をした時に心理的な理由で問題がなかった
心の健康 Mental health	MH	過去1か月間、いつも神経質でゆううつな気分であった	過去1か月間、おちついていて、楽しく、おだやかな気分であった

ICF(International Classification of Functioning, Disability and Health)⁶⁾は、2001 年に WHO 総会において採択された、人間の生活機能と障害の分類法である。それまでの分類法がマイナス面から捉えられることが中心であったのに対し、生活機能というプラス面からみるように視点を転換し、さらに環境因子等の観点を加えたものである。環境因子は、個人の状態にプラスして、物的環境・人的環境・社会的環境を考慮したものである。ここでの生活機能とは、心身機能・構造、活動、参加からなる。ICF の根底となる考え方に「生活機能モデル」がある。生活機能モデルとは、疾病や障害の有無に関わらず、すべての人が生活の中で関る健康上のあらゆる問題について、共通した見方やとらえ方をするものである。図 2-3 に、ICF の生活機能モデルの概略を示す。本研究で扱う買い物における副次的な価値は、ICF 生活モデルの活動・参加の中でのコミュニケーション、対人関係、コミュニティライフと関係している。ただし、これらの項目については、個人の状態を評価しているもので、機会や場によって得られる価値を評価しているものではない。ICF に関しても、これまでにモビリティ評価の代理指標として扱われている。

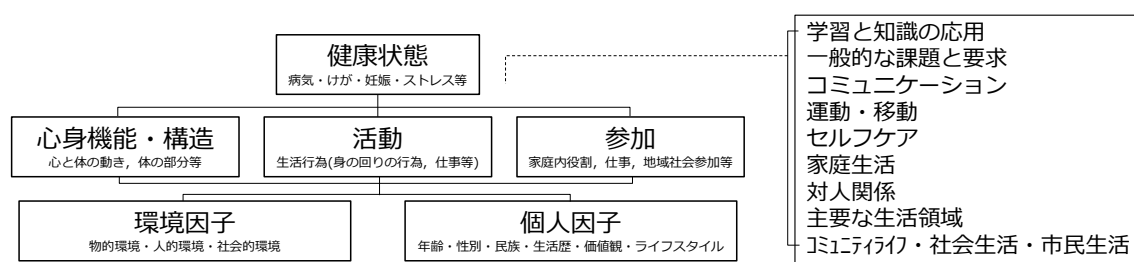


図 2-3 ICF の生活機能モデル（参考文献 6）より筆者が作成）

主観的幸福度は、個人の主観的判断、心理的側面の評価指標である。主観的幸福度の尺度は単一のものがあるわけではない。研究者や研究分野においてその指標は様々である。しかし、主観的幸福度の構造として、認知的側面と感情的側面の二つの領域があることは多くの研究者の一致した見解となっている。伊藤ら⁷⁾は、WHO が開発した SUBI をもとに主観的幸福度の構成を行っている。また、橋本ら⁸⁾は、Neugarten らによる生活満足度尺度(Life Satisfaction Index:LSI)の縮小版として Wood らが作成した LSI-Z を主観的幸福感尺度として用い、これらの主観的満足度と移動しやすさとの関係についてみている。表 2-2 に、主観的幸福度 LSI-Z の設問表を示す。これらの指標は、個人の心理的な状態を評価しているものである。本研究では、機会自体で得られる価値について扱っている。主観的幸福度に関しても、これまでにモビリティ評価の代理指標として扱われてきている。

表 2-2 主観的幸福度尺度(LSI-Z)の設問表 ((5)を参考に筆者が作成)

1	年をとるということは、若い時に考えていたよりも良いことだと思いますか
2	あなたの人生は、他の人に比べて恵まれていたと思いますか
3	これまでの人生で、今が一番わびしい時だと思いますか
4	あなたは若い時と同じように幸福だと思いますか
5	あなたの人生で、今が最良の時だと思いますか
6	あなたがしていることは、退屈で単調なことばかりだと思いますか
7	あなたがしていることは、面白いことばかりだと思いますか
8	あなたの人生を振り返ってみて、満足できますか
9	一ヶ月先、一年先の計画ができていますか
10	あなたのはこれまでの人生で、望んでいた大切なものをほとんど手に入れそなったと思いますか
11	他の人と比べて、ふさぎ込むことが多すぎると思いますか
12	これまでの人生で、あなたは求めていたことをほとんど実現できたと思いますか
13	誰が何と言おうと、たいていの人の生活は悪くなる一方だと思いますか

本研究では、これらの以上の評価指標を参考にしつつ、買い物における副次的な価値の設定を行った。具体的には、ICFの「活動」を主に参考にしている。図 2-4 に、本研究の指標と、他の指標との関係を示す。SF-36™ および主観的幸福度が個人の状態を評価しているのに対し、本研究では機会の中で達成される価値について評価している。個人の状態は、機会が得られた結果であり、施策などの評価を行うためには、その機会の中での価値の達成状況についてみる必要がある。高齢者の生きがいなどについて、代理指標としてみるのではなく、機会そのもので得られる価値を評価する点で本研究に特徴がある。高齢者の場合、機会が得られた結果が状態まで派生しない人の存在も考えられる。高齢者にとって、会話や交流、気分転換の機会があるだけでも大きな意味を持つにも関わらず、代理指標を用いた場合には、それらが正しく評価されない可能性がある。

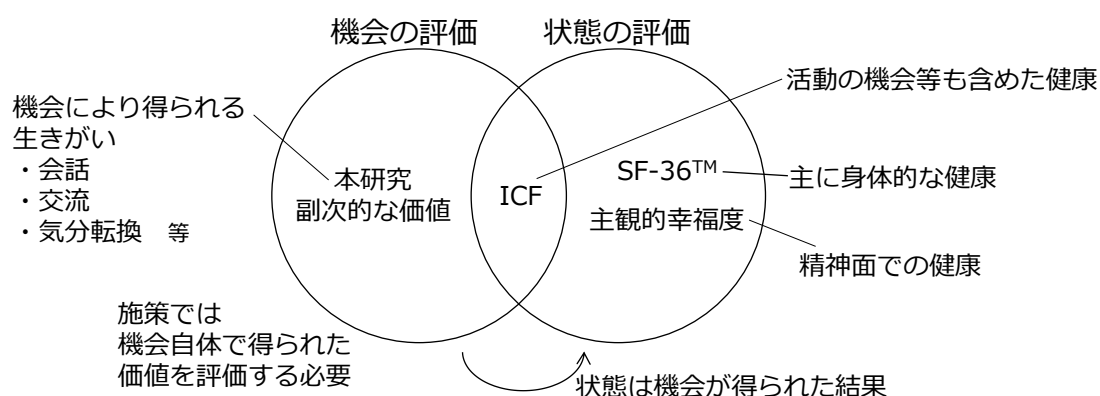


図 2-4 本研究の指標と他の指標との関係

2.4 本研究で対象とする高齢者

本研究では、買い物における副次的な価値を扱う。買い物による副次的な価値は、その達成状況や、達成における重要度は高齢者の属性により異なることが予想される。例えば、自家用車を不自由なく利用できる高齢者は、買い物手段を自由に選択できることから、買い物における副次的な価値の達成は容易である。そのため、自家用車を不自由なく利用できる高齢者は本研究の対象とはならない。ただし、運転への不安等から買い物先を自由に選択できない高齢者や、自家用車から他の交通手段への転換期にある高齢者などの一部は本研究の対象となる。また、加齢による健康状態の低下や、歩行可能距離の低下から自宅からまったく出られず、自身での買い物が行えない高齢者も本研究の対象とはならない。副次的な価値を考慮した施策を講じても利用できないためである。ただし、閉じこもりになった直後の高齢者や、宅配や自宅の軒先での買い物が利用できる高齢者などの一部は本研究の対象となる。

ここで、研究の対象者の参考のため、図 2-5 に、年齢と歩行可能距離などの各種指標との関係を示す。また、図 2-6 に、年齢と移動手段との関係を示す。また、図 2-7 に、本研究で対象とする高齢者の概要を示す。

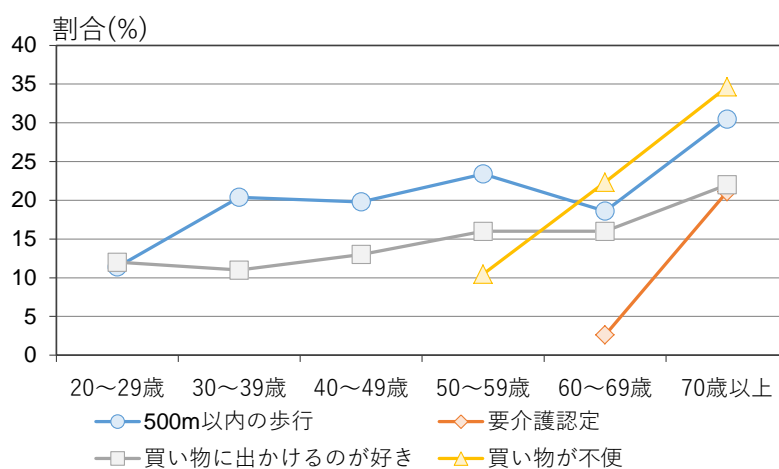
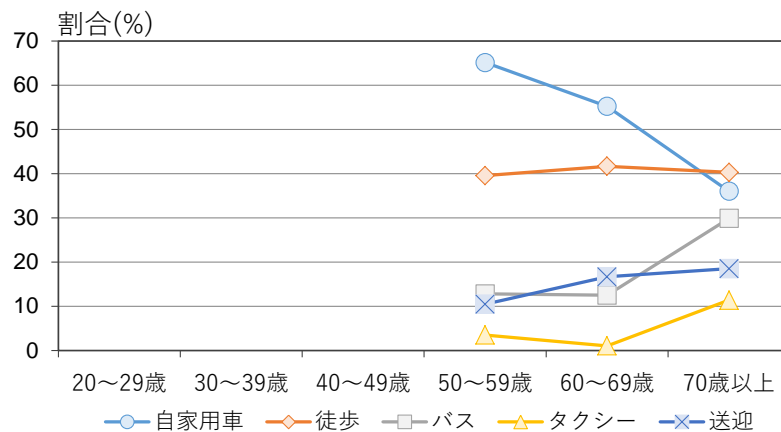


図 2-5 各種指標と年齢との関係 ^{9) 10) 11) 12)}

(参考文献 9) 10) 11) 12)より筆者が作成)

図 2-6 移動手段と年齢との関係¹³⁾

(参考文献 13)より筆者が作成)

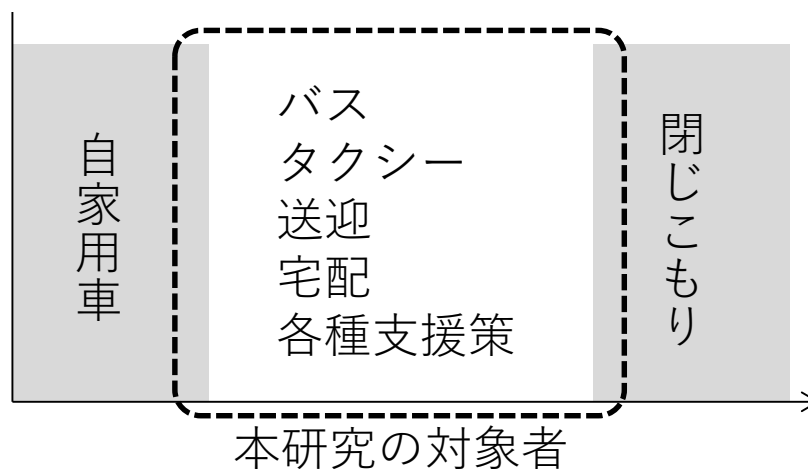


図 2-7 本研究で対象とする高齢者の概要

2.5 既往研究のレビュー

2.5.1 高齢者の外出と交通手段の関係に着目した研究

本節では、主に高齢者の外出と交通手段との関係について扱った研究のレビューを行う。これらの研究の概要を以下に示す。これらの研究は、交通手段と活動能力との関係を示したものや、交通手段の利用要因について示したものである。買い物や交通手段の重要性や、それらの利用要因について示されている点で本研究の参考となる。ただし、これらの研究の中で、買い物自体で達成される副次的な価値について扱われているものは存在しない。

橋本ら⁸⁾は、高齢者が自家用車を持っていることや、連続歩行可能距離が 1km 以上であることが移動のしやすさが満足する方向に寄与していることを示している。また、バスサー

ビスへの満足度の要因としては、運賃の安さの影響が大きく、運行本数や、時刻表どおりの運行なども関係していることを示している。また、Neugarten らによる生活満足度尺度(Life Satisfaction Index:LSI)の縮小版として Wood らが作成した LSI-Z を主観的幸福感尺度として用い、これらの主観的満足度と移動しやすさとの関係についてみている。この結果、移動のしやすい人ほど、主観的満足度も高いことを示している。移動や買い物先で得られる価値そのものではないものの、移動の利便性のみならず、その質が幸福感に影響を与えることを示している点で本研究の参考になる。

谷本¹⁴⁾は、活動能力が低下すると「バス停・駅までの距離」や「乗り降り」、「荷物の運搬」といった身体的な負担が公共交通サービス利用の阻害要因になっていることを示している。また、乗り合いの交通システムそのものは、活動能力の低下に伴う大きな阻害要因にならないことも示している。公共交通利用の阻害要因として「行きたい時刻に便がない」ことや「行きたい場所に行けない」などについても挙げている。買い物に言及したものではないが、自由な時間に外出ができることや、行きたい場所に行けることは、高齢者の外出活動における価値の一つと捉えられる。その点で本研究の参考となっている。

谷本¹⁵⁾は、鳥取市の高齢者を対象に外出手段が生活機能の推移に及ぼす影響について分析を行い、各生活機能へ影響する外出手段を明らかとしている。具体的には、要介護の「基本チェックリスト」で示されている項目と、自家用車、家族の送迎、公共交通、徒歩・自転車などの利用との関係について示している。これらの分析で用いられている、厚生労働省の「基本チェックリスト」の項目として「バスや電車で一人で外出していますか」や「友人の家を訪ねていますか」などがある。友人の家を尋ねられることは外出の価値の一つと考えられる。また、一人で外出できることも外出の価値の一つではあるが、その一方で、友人や知人など複数で外出できることも高齢者の外出にとっての価値といえる。これらのことについて、本研究の参考としている。

新谷ら¹⁶⁾は、面談式のアンケート調査を行い、積雪期には高齢者のバスのトリップが減少することから、高齢者の積雪期のバス利用が不便なものであることを示している。また、冬季の徒歩交通の代替となる交通手段の構築の重要性を示している。つまり、積雪期におけるバスでの移動は、行動範囲が狭くなることや、利用頻度が少なくなることを示している。数多くの外出ができることや、遠くまで外出できることは高齢者の外出における価値といえる。積雪期にこれらの価値が小さくなる可能性について示されている点で本研究の参考になる。

Stanley ら¹⁷⁾はオーストラリアの都市中心部と地方地域においてトリップと社会的排除、幸福に関する調査を行い、トリップの価値を定量的に推定されることを可能としている。また、モビリティの改善が潜在的な主観的幸福度を間接的に改善することを示している。本研究で対象としている、交通や買い物先の利用により得られる直接的な価値ではないが、交通と主観的幸福度との関係を示している点で、本研究の参考になる。

柳原・三宅¹⁸⁾は、郊外住宅地における買物困難者の属性と買い物時の交通手段から、買

い物弱者への支援策を検討している。支援策としては、公共交通の充実、シルバーカーの貸出しサービス、商業施設への送迎サービス、買い物の宅配サービスへの利用意向を調査している。これらの利用における価値の達成をみているものではないが、支援策の利用意向を調査している点で本研究の参考になる。

樋野¹⁹⁾は、店舗選択の理由や買い物頻度、交通手段などと高齢者の食生活との関係から、望ましい買い物支援サービスの検討が行っている。店舗選択理由として、「自宅から近い」や「価格が安い」などの買い物利便性の他、「店内で野菜以外の買物もできる」や「近くにお店以外のよく行く所がある」「店内の雰囲気が良い」など価値に関する設問も行われている。この点で本研究の参考になる。

崔・鈴木²⁰⁾は、ソウル市の高齢者を対象に、食糧品購入行動の分析を行っている。これにより自動車の保有状況や地区特性がもたらす利便性に関しての考察を行っている。「買い物および食生活において感じること」の設問では、「最寄り店が近い」や「公共交通の料金が低い」などの直接的な利便性の他に、「家族が買い物に同行してくれる」や「日頃から体に良いものを食べている」など間接的な価値についても質問を行っている。この点で本研究の参考になる。

葛西・山田²¹⁾は、移動困難な高齢者が利用できる交通機関が不十分であることから、日常の外出諦めが多く、外出意欲の潜在化が起りやすいことを示している。また、地域住民による高齢者の外出促進事業は、一定の効果をあげているものの、資金難やスタッフ不足の問題があることを示している。また、貸切ジャンボタクシーを利用した乗合送迎サービス「木曜サロンカー」を対象に、利用意向の調査を行っている。ここでは、送迎サービス利用と木曜サロンの参加理由として「健康増進」や「話し相手になる人がいるから」「知人が増えるから」「とにかく外出をしたいから」などが挙げられている。話し相手ができることなどは、外出における価値と考えられる。その点で本研究の参考になる。

伊勢²²⁾らは、各種買い物支援サービス導入状況別の都市中心部への外出頻度の規定要因とその影響度を明らかにするため、アンケート調査を行っている。その結果、各買い物支援サービスの外出頻度モデルに共通して、加齢や身体機能の低下、利用可能私的交通手段の制約が都市中心部への外出を低下させることを明らかにしている。また、移動販売の導入が都心中心部への外出頻度を低下させることを示している。これは、仮に移動販売にて様々な価値の達成が低い場合、価値の達成の面からみると移動販売の導入がマイナスに寄与することを示している。

関口ら²³⁾は、店舗の質・距離に対する満足度を用いて、高齢者の食料品購入行動の分析を行っている。店舗に対する信頼感、品揃え、価格・品質のバランスの質問から、店舗の質に関する主成分を抽出している。また、これらの主成分にて回答者をグループ分けし、それぞれの属性などについて示している。店舗により物を得られるかどうかだけでなく、その質に着目している点で本研究の参考になる。

その他に、外出における価値について扱ったものではないが、健康状態と外出頻度の関係、

交通手段と外出頻度の関係などについて着目している研究は以下のようなものが挙げられる。

清水ら²⁴⁾は、高齢者の冬季の交通手段の転換や外出回数の減少、外出の断念行動から都市交通環境整備の重要性を示している。

新田・竹林²⁵⁾は ICF の活動と参加の領域から移動について実行状況と能力に関するチェック票を作成し、コミュニティバスの導入効果を推定している。また、現在の ICF の達成状況の把握と能力評価の重要性を示している。

丁ら²⁶⁾は、高齢者の交通手段やトリップからその買い物行動の特性を明らかにしている。

南林²⁷⁾は、経済学分野の研究として、高齢者の店舗選択基準の傾向や交通環境に着目し買い物頻度の実態などの考察を行っている。

古川・橋本²⁸⁾は、買い物行動支援サービスの利用意向などの分析を行っている。

崔・鈴木²⁹⁾は、高齢者に着目し、食糧品購入行動の分析を行っている。これにより自動車の保有状況や地区特性がもたらす利便性に関しての考察を行っている。

農林水産省農林水産政策研究所の食糧品アクセスに関する住民調査³⁰⁾では、大都市郊外団地、地方都市、農山村において食糧品アクセスの住民意識調査を行い、年齢による意識の違いや、食糧品の買い物における不便や苦勞の要因を分析している。これによると、食糧品の買い物において不便や苦勞をする内容として、65 歳以上の人では、足腰を痛めていることや、荷物をあまり運べないことが挙げられている。

笹井³¹⁾は、買い物難民の発生原因とその現状について検証し企業・行政・地域住民の立場から取り組みのあり方を考察している。

橋本・田尾³²⁾は、運動機能に加え、年齢や性別などの個人属性、居住環境が外出頻度に与える影響について明らかにしている。その結果、店舗までの移動時間が 31 分以上の場合や、健康状態が悪い場合、足腰が弱い場合に外出頻度が低くなることを示している。また、週 4 日以上外出している人は、自動車を自由に使える人が多いことを示している。

柳原³³⁾らは、外出頻度に影響を与える身体的要因、移動手段選択の要因について都市部と地方部とで比較を行っている。その結果、高齢者の外出頻度に影響する要因が移動手段であることは地方部と都市部で変わらないが、その中で地方部が自身の運転がもっとも影響しているのに対し、都市部ではバイク・自転車での移動であることを示している。

鈴木ら³⁴⁾は、高齢者の路線バス利用が 1 回 100 円になる制度を対象に分析を行い、割引率の大きい人ほどバス利用が増えていることを明らかにしている。

以上、高齢者の外出と交通手段との関係について扱った研究のレビューを示した。

2.5.2 QOL, Capabilities Approach, 買い物の情緒的価値に着目した研究

本節では、高齢者の QOL や Capabilities Approach, 買い物における情緒的な価値に着目した研究のレビューを示す。QOL や Capabilities Approach に関する研究では、交通手段や機会が得られることによる QOL への効果や、活動の可能性について示されたものである。手段や機会があることによる高齢者の生活への効果について扱っている点では、本研究と類似している。ただし、これらの研究では、手段や機会が得られた結果の状態を評価しているものである。施策の評価を行うためには、手段そのものの評価を行うことが必要である。その点、本研究では、買い物の手段により達成される価値そのものについて扱っている点で違いがある。買い物における情緒的な価値では、買い物における快楽的な価値の存在を指摘しているものである。買い物において食料品を得るだけではない価値を有していることを指摘している点で、本研究と関係が深い。

張・小林³⁵⁾は、高齢者の健康 QOL の指標として、SF-36v2™を用い、身体的健康、社会的健康、精神的健康の各因子と、交通行動や健康づくり活動との関係についての関係性をみている。その結果、健康づくり活動や住環境、交通行動や都市インフラ整備も健康へ影響していることを明らかにしている。交通手段などの利用から得られる価値そのものではないが、交通を利用した結果得られる健康などへの効果について扱っている点で本研究の参考になる。

猪井ら³⁶⁾は福祉巡回バスの利用者を対象に Capability Approach について調査を実施し、外出についての Functioning（通院や買い物など）を交通の状態ごとに達成可能かどうか明らかにしている。実際に交通を利用することにより得られるもののみならず、達成可能か考えることができることは、高齢者にとっての価値の一つである。その点で本研究の参考になる。

土井ら³⁷⁾は、QOL 評価の指標として、「安心安全性」「経済活動機会」「生活文化機能」「空間快適性」「環境維持性」の5つの領域を選定している。ここで「生活文化機能」では、「大都市への所要時間」「大規模文化施設数」「公共交通の運行頻度」を挙げている。これらのインフラ整備と QOL との関係について示している。

栄徳・溝上³⁸⁾は、移動に関する QOL を QOM(Quality of Mobility)と定義し、移動可能性と移動選択性において QOM を評価する手法を提案している。ここでは、「日常必須活動の移動のしやすさ」や「日常必須活動以外の移動のしやすさ」などについてモデルの作成を行っている。日常必須活動以外の移動に着目している点で、本研究の参考になる。

森山ら³⁹⁾は、個人の移動可能性、移動のしやすさ、買い物のしやすさ、交流のしやすさ等と QOL との関係について示し、構造化を行っている。移動や買い物のみならず、交流と QOL との関係について示している点や、交流と移動のしやすさとの関係を示している点で本研究の参考になる。

安藤ら⁴⁰⁾は、バス運賃の低廉化と QOL との関係について示している。QOL の指標として SF36TM や、ICF(International Classification of Functioning, Disability and Health)を参考にして、この結果、バス運賃の低廉化により利用回数が増加した人は、「新しい日課ができる」「行かなかったところへ行く」「今までできなかったことへの意欲」「新しい仲間ができる」など様々な価値を有していることが明らかとなっている。また、Capability Approach の指標として、バス利用が増えていない人であっても「自分の用事でバスを利用することが考えられる」や「趣味のためにバスを利用することが考えられる」など、効果がみられている。バスの利用により、新しい仲間ができることなどは、副次的な価値といえる。その点で本研究と関係が深い。

溝上ら⁴¹⁾は、パーソナルモビリティ乗車の実証実験を行い、実験前後での QOL の変化について示している。この結果、日常役割機能について、身体面、精神面ともに向上していることから、仕事やふだんの活動をした時の身体的または精神的な理由での問題が少なくなったことを示している。モビリティの導入が QOL に影響を与えている点で本研究の参考になる。また、分析の中の一部ではあるが、ICF の指標を用いてパーソナルモビリティ利用の評価を行っている。ここでは、新しい仲間ができることや、コミュニケーションが増えることなどが扱われている。モビリティの導入によりこれらの副次的な価値が達成されることを示している点で本研究と関係が深い。

溝上ら⁴²⁾は、QOM(Quality of Mobility)の概念の構築を行っている。これらの QOM により地域間の交通を評価するモデルの作成を行っている。この中で、日常必須の移動のしやすさや、日常必須以外の移動のしやすさと QOM との関係、日常買い物のしやすさと、移動時間による移動のしやすさ、交通手段の選択による移動のしやすさ、交通施設の快適性などとの関係について示している。さらに、これらのモデルを用い QOM の都市間比較を行っている。モビリティの質について都市間で比較を行っている点、QOM の概念が構築されている点で本研究の参考になる。

佐々木・徳永⁴³⁾は、地域交通と住民の幸福との関係について分析を行っている。ここで、住民の幸福としては、買い物満足度、通院満足度、趣味・交流満足度、生活総合満足度などの満足度指標を用いている。これらの満足度への影響要因として、車利用の制約や、送迎の制約、バスサービス満足度との関係について分析を行っている。交通特性と満足度との関係について分析を行っている点で本研究の参考となる。

Myers ら⁴⁴⁾は、QOL を環境の物理量と主観的評価の両方から計測される生活の充実度として、都市計画に QOL を考慮することの重要性を指摘している。また、Eck ら⁴⁵⁾は、交通施設と土地利用が個人の QOL に与える影響について、オランダのニュータウンを対象に分析を行っている。Barton⁴⁶⁾は、施設配置などの地域環境が心身の健康状態だけではなく、ソーシャルキャピタルのような個人の心理面への QOL に影響を与えている可能性を示している。大森⁴⁷⁾の研究では、高齢者のモビリティと QOL との関係について、海外の研究事例から考察を行っている。この中では、Metz⁴⁸⁾の研究について触れられている。

Metz は、モビリティと QOL との関係について分析を行っている。加齢によるモビリティの損失が、高齢者の QOL を低下させることを指摘している。モビリティの質的な要素として、①希望の人や場所へのアクセスのための移動、②移動による心理的な便益、③運輸の便益、④ローカルコミュニティへの関わり合い、⑤潜在交通の 5 つが重要であるとしている。高齢者にとっては特に②～⑤が重要であると指摘している。これらを直接観測することは困難であるが、代理指標による観測の可能性を提案している。また、Banister and Bowling⁴⁹⁾ と Bowling ら⁵⁰⁾ は、高齢者の QOL を理解するうえで、モビリティとソーシャルネットワークの両方を考慮する必要について示している。この中でソーシャルネットワークに関しては、友人との電話の頻度や、親戚と会う頻度が QOL に影響していることを示している。

次に、買い物における消費活動以外の価値に着目した研究を示す。Barry ら⁵¹⁾ は、買得物を実用的な価値と情緒的な価値の 2 つの面から捉えている。実用的な価値は物を得る消費活動としての価値で、情緒的な価値とは買得物を通じて得られる快楽的な価値である。快楽的な価値は物を買うことの楽しみなどが挙げられている。また、Michael ら⁵²⁾ は、Barry ら⁵¹⁾ の研究で示されている買得物における情緒的な価値は、買得物の満足度と売り上げに関係することを示している。また、売上への影響では、営利主義的な買得物よりも、情緒的な買得物の方が大きいことも示している。また、Jeffrey W. ら⁵³⁾ は、インターネットでの買得物においても上記で示されている営利的な買得物と、情緒的な買得物の両方が影響していることを示している。また、Mark ら⁵⁴⁾ は、情緒的な買得物の動機についての要素を示している。また、Jason M.⁵⁵⁾ も営利主義的な買得物と情緒的な買得物の両方が顧客の満足度や売り上げに影響していることを示している。さらに Kim ら⁵⁶⁾ は、買得物における実用的な価値と、情緒的な価値の構造と、消費の関係について示している。これらの研究は、買得物が物を得る消費活動としての価値に留まらないことを示している点では本研究と類似している。ただし、これらの研究では、買得物における副次的な価値を情緒的（快楽的）な観点からでしか捉えていない。そのため、対象も若年層を含めた全体となっている。本研究は、福祉的な点も含めて買得物の価値を示している点で異なる。

以上、高齢者の QOL や Capabilities Approach、買得物における情緒的な価値に着目した研究のレビューを示した。

2.5.3 高齢者の交通環境や買得物行動と健康との関係に着目した研究

本節では、交通環境や買得物行動から派生される健康との関係について分析された研究のレビューを行う。これらの研究では、健康状態を交通環境評価の代理指標としているものや、交通手段による健康への影響について論じているものが多い。

古倉ら⁵⁷⁾は、自転車での移動に着目し、自転車での移動が徒歩圏外への移動の手段となることや、健康促進に寄与することをしめしている。この中で、電動アシスト自転車の利用開始後に日常生活で改善された内容について触れられている。ここでは、「遠くまで行ける」「荷物・子供を楽に乗せられる」などの利便性の向上のみならず、「あまりしなかった外出ができる」「自然を感じる等余裕をもって走行ができる」などの付加価値についても分析が行われている。この点で本研究の参考なる。

森田⁵⁸⁾らは、居住環境・就業環境が個人の生活行動と健康に与える影響について分析を行っている。この中で、居住利便性について示されている。居住利便性については、コンビニエンスストア、スーパーマーケット、小さな食料品店、大型専門店、図書館、保育園など22の施設についてそれぞれ、徒歩での移動時間の質問を行っている。これらの居住利便性が1日の交通機関の利用時間に関係していることを示している。施設の利用のしやすさと、健康、交通との関係について示している点で本研究の参考になる。

松本ら⁵⁹⁾は、健康意識に働きかけるモビリティ・マネジメントを実施し、個人属性に着目し、その効果の測定を行っている。この結果、動機付け前後で意識の変容が確認でき、健康意識、徒歩意欲について、2か月後の事後調査時にも意識変容が継続していることが明らかとしている。環境意識は2ヶ月後に低下しており、健康に着目した情報提供の影響が大きいことが明らかとなった。についても明らかとしている。健康意識とモビリティとの関係について示している点で本研究の参考となる。

谷口ら⁶⁰⁾は、交通行動と健康状態、車の運転動機、交通手段への態度、主観的幸福感等との関係について分析を行っている。これらの分析から、通勤、業務、買い物、社交娯楽、通院における自家用車の使用とBMIとの関係について示している。自動車利用の交通行動とその結果得られる健康との関係について示している点で本研究の参考になる。

難波・室町⁶¹⁾は、都市環境が徒歩行動と健康に与える影響について分析を行っている。具体的には、歩道整備率とBMI、通勤時と非通勤時の身体活動量、ライフスタイルなどの関係について分析を行っている。これにより、通勤交通手段がBMIに与える影響について明らかとしている。交通状況と健康との関係について扱っている点で本研究の参考になる。

野原ら⁶²⁾は、中山間地における人的ネットワークの強さと健康指標との関係について分析を行っている。これらにより、ネットワークの入次数とADL、食物摂取頻度得点とのそれぞれとの間において相関関係を確認している。人的ネットワークと活動能力、食物摂取頻度得点との関係について示されている点で本研究の参考となる。

倉持・谷本⁶³⁾は、中山間地の移動販売に着目し、買い物行動は食料を調達するだけでなく、多様な生活機能の維持にも関係していることを明らかとしている。ここでは、自分の運転や他人に同乗、買い物頻度などの交通特性と、手段的自立、知的能動性、社会的役割のADLとの関係について分析している。また、性別や年齢などの個人属性や、交通特性と、閉じこもり傾向や、転倒予防、物忘れ、社会参加、鬱などとの関係について示してい

る。交通特性がこれらの生活機能の維持に関係していることを示している点で本研究の参考となる。その他、健康を動機付けとしたモビリティマネジメントに関する研究として、奥嶋⁶⁴⁾らの研究や、真坂ら⁶⁵⁾の研究がみられる。

以上、交通環境や買い物行動から派生される健康との関係についての研究レビューを示した。

2.5.4 高齢者のアクセシビリティに着目した研究

本節では、アクセシビリティ指標に着目した研究のレビューを行う。アクセシビリティ指標は、到達可能な店舗や交通について評価してものである。様々な条件においてアクセシビリティが評価されているが、それらの過程で達成される価値については考慮されていないものが多い。

買い物や施設までのアクセシビリティに着目した研究は以下のようなものがある。

金森・巖⁶⁶⁾は、震災による集団移転団地における高齢者の徒歩アクセシビリティについて分析を行っている。浅野ら⁶⁷⁾は、個人の店舗選択行動を考慮したアクセシビリティについて分析を行っている。店舗選択行動としては、店舗面積や食料品取扱い品目数などとしている。谷本・土屋⁶⁸⁾は、活動機会に着目したアクセシビリティについて分析を行っている。喜多ら⁶⁹⁾は、公共交通利用時の身体的機能を考慮したアクセシビリティ指標の構築を行っている。谷本ら⁷⁰⁾は、地方部における公共交通計画のためのアクセシビリティ指標の分析を行っている。大森ら⁷¹⁾は、個人の生活パターンを考慮したアクセシビリティ指標の分析を行っている。佐々木⁷²⁾は、居住地のアクセシビリティと個人の運動頻度や健康、生活満足度との関係について分析を行っている。

これらのアクセシビリティに関する研究は、基本的に施設などにアクセスできるかどうかについて扱われており、本研究の目的とするそこでの価値については考慮されていない。ただし、施設などにアクセスできなければ、そもそも価値の有無も発生しないことから、アクセスの重要性を示している点で本研究の参考になる。

以上、アクセシビリティ指標に着目した研究のレビューを示した。

2.6 本研究と関係性の高い研究

本研究と関係性の高い論文として、溝上らの研究（参考文献 41）や、安藤らの研究（参考文献 40）が挙げられる。溝上らは、高齢化社会におけるパーソナルモビリティが高齢者の QOL に与える影響について分析を行っている。ここでは、電動車いすの使用前後での QOL を比較している。これらの分析の中で ICF が用いられている。ICF における「活動」および「参加」の観点からみた主観的な QOL について分析を行っている。ICF の全 9 分類項目の(1)学習と知識の応用、(2)一般的な課題と要求、(7)対人関係、(9)コミ

ユニティライフ・社会生活・市民生活から各2項目、(3)コミュニケーション、(4)運動・移動、(5)セルフケア、(6)家庭生活、(8)主要な生活領域から各1項目の13項目の設定を行っている。表2-3に、これらの設問と設問への回答率を示す。ICF設問の中で、隣人などとのコミュニケーションの機会が増えたことや、新しい仲間ができたことが扱われている。これらは、本研究で扱う買い物の副次的な価値の会話や交流に相当する。ただし、これらはパーソナルモビリティを利用して移動した訪問先で得られた効果である。つまり、派生的な効果といえる。本研究では機会そのもので得られる価値について扱っており、その点で異なる。

表 2-3 ICF 設問の内容と回答率（溝上ら⁴¹⁾の研究から筆者が作成）

設問	Yes
モンパルの操作（扱い）を修得することに積極的に取り組みましたか	83.3%
モンパルを使用するようになって、これまでできなかった課題（こと）に意欲的に取り組んだり、行ったりするようになりましたか	41.7%
モンパルを使用するようになって、日課などの課題を行うことが簡単になりましたか	33.3%
モンパルを使用するようになって、新しい日課などができましたか	50.0%
モンパルを使用するようになって、家族や友人、隣人などとのコミュニケーション(会話)の機会が増えましたか。＊話題はモンパルに限らない。	83.3%
モンパルを使用するようになって、外出の頻度や自宅内外での体を動かす動作が増えましたか、これまで行かなかったような場所へ行くなど行く場所が増えましたか。	50.0%
モンパルを使用するようになって、通院などの近隣への移動が簡単になりましたか（苦にならなくなりましたか）。	50.0%
モンパルを使用するようになって、家庭の中で何か役割を担うようになりましたか。＊たとえば買い物、ごみ出し、モンパルの手入れ	25.0%
モンパルを使用するようになって、新しい人との関係（仲間）ができましたか。	41.7%
モンパルを使用するようになって、家族の絆が深まりましたか。	25.0%
モンパルを使用するようになって、何か仕事（畑、庭仕事）をするようになりましたか。	8.3%
モンパルを使用するようになって、何か社会的な役割を担うようになりましたか(社会的な団体に参加するようになりましたか)。	16.7%
モンパルを使用するようになって、遊びや趣味活動が増えましたか。	16.7%

次に、安藤ら⁴⁰⁾の研究について示す。安藤らの研究では、バスが一律 100 円になる施策を対象に QOL の変化について示している。図 2-8 にバス利用頻度の変化と QOL との関係について示す。安藤らの研究においても、ICF の指標や Capabilities Approach が参考にされている。ここでも、コミュニケーションができることや、新しい仲間ができることなど、本研究で扱う買い物における副次的な価値の評価指標を関係のある指標が用いられている。ただし、こちらの研究も派生的な価値について着目されており、機会そのものを評価したものではない。

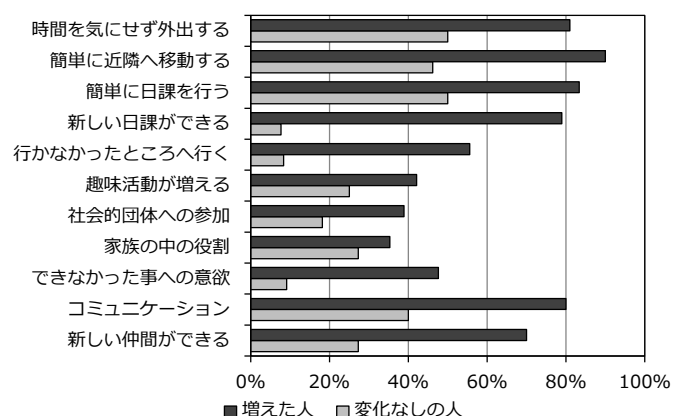


図 2-8 バス利用頻度の変化と QOL の効果⁴⁰⁾

2.7 本研究の位置付け

本節では、本研究の位置付けについて述べる。

本研究では、高齢者がより良く暮らせる社会のための、高齢者の生きがいについて扱う。本研究における高齢者の生きがいは、会話をすることや、交流があること、気分転換ができること、地域や季節の変化を楽しむことなどである。これらを達成するために、買い物に着目した。図 2-9 に本研究の概要の簡略図を示す。

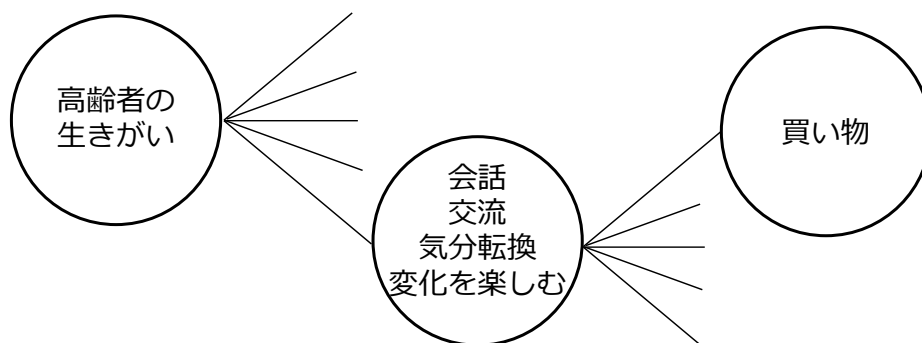


図 2-9 本研究の概要の簡略図

これまでも、土木計画学分野、都市計画分野、社会学分野、医学分野など、高齢者の外出や買い物について数多くの研究が行われてきた。土木計画学分野や都市計画分野では、主に交通手段や施設配置と高齢者の外出、買い物との関係について分析した研究が多い。また、社会学分野、医学分野などでは、高齢者が外出や買い物ができない身体的要因や、外出できないことによる社会的・医学的影響について述べられているものが多い。

土木計画学分野、都市計画分野では、各交通手段を利用できない要因や、買い物支援策や新しい交通手段導入による外出への効果、外出や交通手段導入による QOL や ICF、健康状態への影響について多くの研究成果の蓄積がある。これらの研究では、モビリティの評価に QOL や ICF、健康状態を代理指標として用いているものが多い。つまり、現在の状態について評価されたものである。これらの派生効果について代理指標を用いた場合には、機会そのものの評価が困難である。また、これらの研究では、本研究で扱う副次的な価値について、ほとんど触れられていない。消費に着目された海外の研究では、買い物における副次的な価値が扱われている。これらでは、買い物が物を得るだけの消費活動だけでなく、情緒的（快楽的）な要因を含んでいることを指摘している。また、これらの情緒的な要因が売り上げに影響していることを示している。これらの研究では消費における情緒的な価値について取り上げられ、福祉的な面からみた価値については扱われていない。

表 2-4 に上記の既存研究のうち、本研究との関係の近いものについて示す。

図 2-10 に、上記の既存研究の中での本研究の位置付けについての中における本研究の位置付けのイメージ図を示す。これまでの研究では、QOL や ICF の代理指標を用いてモビリティ等を評価したものが多かった。本研究では、買い物などの機会そのものにおける、会話や交流などの高齢者の生きがいの達成について分析を行っている。

表 2-4 既存研究と本研究との関係

参考文献 番号	著者	CA	QOL	幸福度	利用要因	活動能力	支援策	交通	施設	健康	福祉的な 価値	消費的な 価値	対象
	本研究					△	○	○	○	△	○		移動・買い物
3)	橋本ら			○	○			○					移動
4)	谷本				○	○		○			△		移動
5)	谷本					○		○			△		移動
6)	新谷ら				○			○			△		移動
7)	Stanley			○	○			○					移動
8)	柳原・三宅				○		○	○					買い物
9)	樋野				○		○	○	○		△		買い物
10)	崔・鈴木				○			○	○		△		買い物
11)	葛西・山田				○	○	○	○	○		△		移動
12)	伊勢				○	○	○	○					買い物
13)	関口ら				○			○	○		△		買い物
25)	張・小林		○		○	○		○		○			健康
26)	猪井ら	○						○					移動
27)	土井ら		○		○			○					インフラ
28)	栄徳・溝上	○	○		○			○					移動
29)	森山ら		○		○			○					移動
30)	安藤ら		○		○	○	○	○					移動
35)	森田ら				○	○		○	○	○			施設
39)	Myersら		○					○	○				環境
40)	Eckら		○					○	○				環境
43)	Metz		○					○					移動
45)	Bowlingら		○					○					移動
46)	Barryら											○	買い物
47)	Michaelら											○	買い物
49)	Markら											○	買い物
50)	Jason M											○	買い物
51)	Kimら											○	買い物

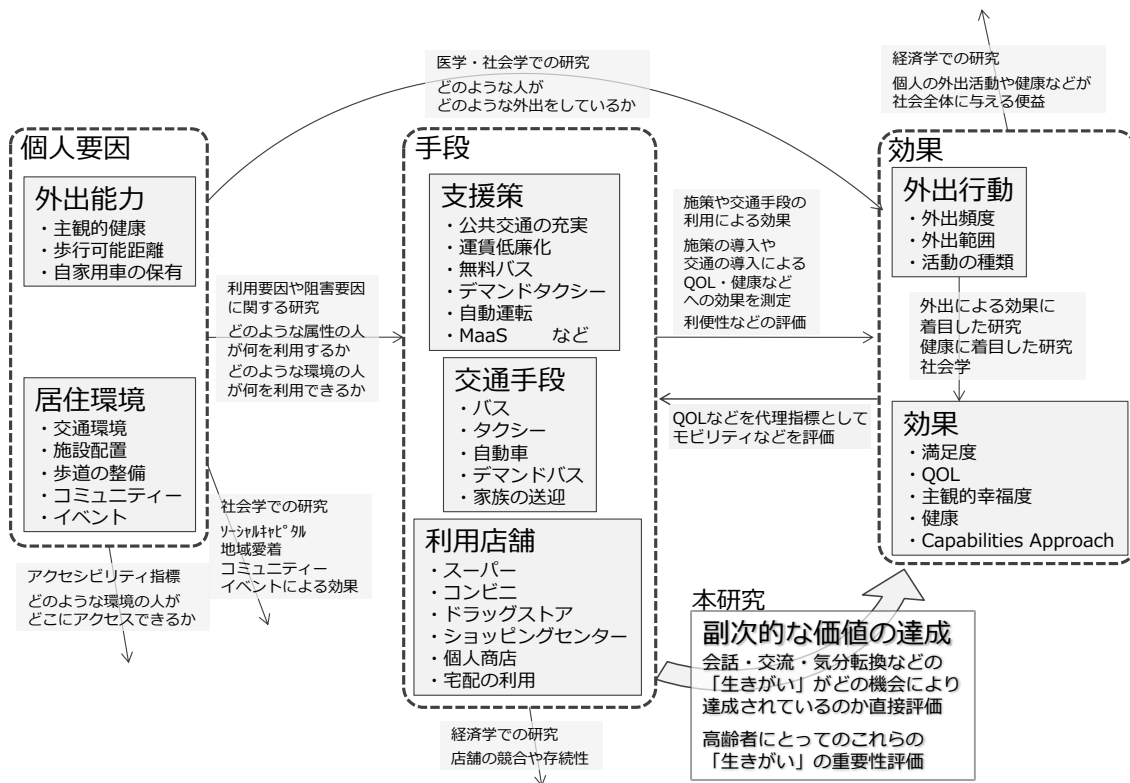


図 2-10 本研究で扱う領域

＜2 章の参考文献＞

- 1)廣瀬清人，菱沼典子，印東桂子：マズローの基本的欲求の階層図への原典からの新解釈，聖路加看護大学紀要，No.35，pp.28-36，2009.
- 2)Potter, A.P, Perry, A.G.：Basic Nursing：Theory and Practice, Mosby-Year Book, pp. 25-30, 1991.
- 3)Fukuhara S, Bito S, Green J, Hsiao A, Kurokawa K.：Translation, adaptation, and validation of the SF-36 Health Survey for use in Japan. J Clin Epidemiol 1998; 51: 1037-44.
- 4)Fukuhara S, Ware JE, Kosinski M, Wada S, Gandek B.：Psychometric and clinical tests of validity of the Japanese SF-36 Health Survey. J Clin Epidemiol 1998; 51: 1045-53.
- 5) iHope International 株式会社：健康関連 QOL SF-36
- 6)厚生労働省：「国際生活機能分類－国際障害分類改訂版－」（日本語版）
- 7)伊藤裕子，相良順子，池田政子，川浦康至：主観的幸福感尺度の作成と信頼性・妥当性の検討，心理学研究，第 74 巻 第 3 号，pp.276-281，2003.
- 8)橋本成仁・厚海尚哉：移動のしやすさと高齢者の主観的幸福感の関係に関する研究，都市計画論文集，Vol.50，No.2，pp162-169，2015.
- 9)内閣府：世論調査
- 10)国土交通省：H22 調査 70 都市の集計結果
- 11)厚生労働省：介護給付実態調査
- 12)鈴木雄，木村一裕，日野智，金子侑樹：買物の価値の多様性からみた高齢者の買物行動の実態と買物支援方策に関する研究，土木計画学論文集 D3, Vol. 70, No. 5, pp.I_371-I_382, 2014.
- 13)鈴木雄，日野智，佐藤聡太：高齢者の健康活動の質に着目した都市・交通政策に関する研究，土木計画学論文集 D3, Vol. 73, No. 5, pp.I_421-I_431，2017.
- 14)谷本圭志：高齢者の活動能力を踏まえた公共交通サービスの阻害要因に関する考察：，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol.69，No.4，pp276-285，2013.
- 15)谷本圭志：地方における高齢者の外出手段と機能的健康の維持に関する実証分析，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol. 70, No. 5, pp. 395-403, 2014.
- 16)新谷陽子，原文宏，中島燈，秋山哲男：積雪寒冷地における高齢者の冬の外出及び交通行動に関する研究，第 27 回土木計画学研究発表会講演集，CD-ROM,83, 2003.
- 17)Stanley, J. K., Hensher, D. A. Stanley, J. R. and VellaBrodrick, D.：Mobility, social exclusion and well-being:Exploring the links, Transportation Research Part A, Vol.45, 2011.
- 18)柳原崇男，三宅翔太：郊外住宅地における買い物困難者への支援方法に関する研究，第 45 回土木計画学研究発表会・講演集，CD-ROM, 172, 2012.
- 19)樋野公宏：買物不便が高齢者の食生活に与える影響とその対策－板橋地域における高齢者買物行動調査の結果分析－，日本建築学会計画系論文集，No. 556, pp. 235-239, 2002.

- 20) 崔唯爛, 鈴木勉: 高齢者に着目した食糧品購買行動と利便性の意識に関する研究, 都市計画論文集, Vol.47, No. 3, pp. 271-276, 2012.
- 21) 葛西紘子, 山田稔: 高齢者の外出状況からみた移動支援サービスに関する利用動向とニーズについてー茨城県日立市を事例にー, 都市計画論文集, No. 41-3, pp. 49-54, 2006.
- 22) 伊勢昇, 湊絵美, 櫻井祥之: 買い物支援サービス導入状況別にみた都市中心部への外出頻度の要因分析, 都市計画論文集, Vol.51 No.3, pp.1265-1270, 2016.
- 23) 関口達也, 樋野公宏, 石井 儀光: 店舗の質・距離に対する満足度を用いた高齢者の食料品の購買行動分析, 都市計画論文集, Vol.51 No.3, pp.372-379, 2016.
- 24) 清水浩志郎, 木村一裕, 古山広功: 積雪寒冷地方都市における高齢者交通の現状と特性について, 都市計画論文集, No. 23, pp.421-426, 1988.
- 25) 新田保次, 竹林弘晃: 生活機能面からみた交通サービスの効果把握の方法について, 土木計画学研究・講演集, Vol.37, 2008.
- 26) 丁育華, 近藤光男, 余田翔平: 地方圏における高齢者の買物行動の分析, 第 36 回土木計画学研究発表会・講演集, CD-ROM, 84, 2007.
- 27) 南林さえ子: 高齢者の買い物行動ー埼玉県西部地域を事例としてー, 駿河台経済論集, Vol. 20, No. 2, 2011.
- 28) 古川のり子, 橋本成仁: 居住者の買物行動支援サービスおよび公共交通の活用意向とバス支援意識との関係性把握, 土木計画学論文集 D3, Vol. 67, No. 5, pp.I_1029-I_1037, 2011.
- 29) 崔唯爛, 鈴木勉: 高齢者に着目した食糧品購買行動と利便性の意識に関する研究, 都市計画論文集, Vol.47, No. 3, pp. 271-276, 2012.
- 30) 農林水産省農林水産政策研究所食糧品アクセスチーム: 食糧品アクセス問題の現状と対応方向ーいわゆるフードデザート問題をめぐってー, サプライチェーンプロジェクト研究資料, 第 1 号第 1 分冊, 2012.
- 31) 笠井かおり: 「買い物難民」問題ーその現状と解決に向けた取組ー, 立法と調査, No. 307, pp. 109-119, 2010.
- 32) 橋本成仁, 田尾圭吾: 基本チェックリストによる高齢者の運動機能の把握と外出頻度に影響を与える要因分析, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.70 No.5, pp.637-644, 2014.
- 33) 柳原崇男: 高齢者の外出頻度から見た日常生活活動能力と移動手段に関する考察, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.71, No.5, pp.459-465, 2015.
- 34) 鈴木雄, 原田彩, 日野智, 木村一裕: 高齢者のためのバス運賃の低廉化施策に対する市民の受容意識, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.69 No.5, pp.677-686, 2013.
- 35) 張峻屹, 小林敏生: 健康増進に寄与するまちづくりのための健康関連 QOL の調査および因果構造分析, 都市計画論文集, Vol. 47, No. 3, pp. 277-282, 2012.
- 36) 猪井博登, 新田保次, 中村陽子: Capability Approach を考慮したコミュニティバスの効果評価に関する研究, 土木計画学研究・論文集, Vol.21, pp.167-174, 2004.
- 37) 土井健司, 中西仁美, 杉山郁夫, 柴田久: QoL 概念に基づく都市インフラ整備の多元的

評価手法の開発, 土木学会論文集 D, Vol.62 No.3, pp.288-303, 2006.

38) 栄徳洋平, 溝上章正: QoM 指標によるモビリティ水準の地域間比較手法の提案, 土木計画学研究・論文集, Vol.25 No.1, pp.109-119, 2008.

39) 森山昌幸, 藤原章正, 杉恵頼寧: 高齢社会における過疎集落の交通サービス水準と生活の質の関連性分析, 土木計画学研究・論文集, Vol.19 No.4, pp.752-732, 2002.

40) 安藤晃太, 木村一裕, 鈴木雄, 日野智: バス運賃の低廉化による高齢者の行動の多様化と QOL への効果, 土木学会論文集 D3, Vol.70 No.5, pp.579-587, 2014.

41) 溝上章志, 川島英敏, 大森久光, 永田千鶴, 野尻晋一, 矢口忠博: 高齢化社会においてパーソナルモビリティが QOL に与える影響に関する実証調査, 土木学会論文集 D3, Vol.68 No.5, pp.141-153, 2012.

42) Youhei EITOKU, Shoshi MIZOKAMI: An Evaluation Method of Transportation Policies by Quality of Mobility Index based on Capability Approach, Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, 2009.

43) 佐々木公明, 徳永幸之: 地域交通と住民の幸福, 運輸政策研究, Vol.14 No.4, 2012.

44) Myer D.: Building Knowledge about Quality of Life for Urban Planning, APA journal, pp.347-359, 1998.

45) Eck, J.R.V, Burghouwt G, Dijse M: Lifestyle spatial configurations and quality of life in daily travel: an explorative simulation study, Journal of Transport Geography, Vol.13, pp.415-432, 2004.

46) Barton, H.: Sustainable Communities: The Potential for Eco-Neighbourhoods, Routledge, 1999.

47) 大森宣暁: 高齢者のモビリティと Quality of Life, 運輸政策研究, Vol.8 No.3, pp.54-55, 2005.

48) Metz, D.: Mobility of older people and their quality of life, Transport Policy, 7 (2), 149-152, 2000.

49) Banister, D. and A. Bowling: Quality of life for the elderly: the transport dimension, Transport Policy, 11 (2), pp.105-115, 2004.

50) Bowling, A., D. Banister, S. Sutton, O. Evans and J. Windsor: A multidimensional model of the quality of life in older age, Aging and Mental Health, 6 (4), pp.355-371, 2002.

51) Barry J Babin, William R. Darden, and Mitch Griffin: Work and/or fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value, Journal of consumer Research, Vol.20, No.4, pp.644-656, 1994.

52) Michael A. Jones, Kristy E. Reynolds, Mark J. Arnold: Hedonic and utilitarian shopping value: Investigating differential effects on retail outcomes, Journal of Business Research, Volume 59, Issue 9, pp.974-981, 2006.

53) Jeffrey W. Overby, Eun-Ju Lee: The effects of utilitarian and hedonic online shopping value

on consumer preference and intentions, *Journal of Business Research*, Volume 59, Issues 10–11, pp.1160-1166, 2006.

54) Mark J. Arnold, Kristy E. Reynolds: Hedonic shopping motivations, *Journal of Retailing*, Volume 79, Issue 2, pp.77-95, 2003.

55) Jason M. Carpenter: Consumer shopping value, satisfaction and loyalty in discount retailing, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 15, Issue 5, pp.358-363, 2008.

56) Youn-Kyung Kim, Min-Young Lee, Soo-Hee Park: Shopping value orientation: Conceptualization and measurement, *Journal of Business Research*, Volume 67, Issue 1, pp.2884-2890, 2014.

57) 古倉宗治, 佐藤利明, 吉川泰生: 自転車活用による高齢者の外出の足及び健康の同時確保の可能性に関する研究, *土木学会論文集 D3*, Vol.74 No.5, pp.897-908, 2018.

58) 森田紘圭, 稲永哲, 青木英輔, 村山顕人: 居住・就業環境が個人の生活行動と健康及び知的生産性に与える影響の分析, *土木学会論文集 D3*, Vol.74 No.5, pp.399-407, 2018.

59) 松本隼宜, 長田哲平, 大森宣暁: 新規バス路線沿線居住者を対象とした健康意識に働きかけるモビリティ・マネジメントの効果分析, *土木学会論文集 D3*, Vol.73 No.5, pp.1191-1199, 2017.

60) 谷口綾子, 佐々木洋典, 藤本宣, 中原慎二: 交通行動と健康診断データ・心的傾向の関連分析ー神奈川県大和市職員を対象としてー, *土木学会論文集 D3*, Vol.73 No.5, pp.1173-1182, 2017.

61) 難波孝太, 室町泰徳: 都市環境が徒歩行動と健康に与える影響に関する研究, *都市計画論文集*, Vol.42 No.3, pp.925-930, 2007.

62) 野原康弘, 佐藤栄治, 中村哲也: 中山間地域における人的ネットワークの強さと健康指標との関連性に関する研究, *都市計画論文集*, Vol.53 No.3, pp.1036-1042, 2018.

63) 倉持裕彌, 谷本圭志: 中山間地域における高齢者の買い物行動と健康維持に関する実証分析, *都市計画論文集*, Vol.50 No.3, pp.1281-1288, 2015.

64) 奥嶋政嗣, 多久和岬, 近藤光男: 健康および環境に関する情報組み合わせ提示による通勤交通手段転換意向形成についての分析, *土木学会論文集 D3*, Vol.73 No.5, pp.1129-1137, 2017.

65) 真坂美江子, 加藤研二, 近藤光男, 奥嶋政嗣: 地方都市健康 MM における行動の習慣性に着目した環境・健康促進効果の比較, *土木学会論文集 D3*, Vol.69 No.5, pp.57-65, 2013.

66) 金森貴洋, 巖網林: 集団移転団地における高齢者の徒歩アクセシビリティの評価と生活に及ぼす影響の考察ー東日本大震災における宮城県気仙沼市の事例ー, *土木学会論文集 D3*, Vol.74 No.4, pp.261-274, 2018.

67) 浅野周平, 大森宣暁, 長田哲平: 個人の店舗選択行動を考慮した買い物アクセシビリティに関する研究, *土木学会論文集 D3*, Vol.73 No.5, pp.291-299, 2017.

68) 谷本圭志, 土屋哲: 活動機会に着目した地域のアクセシビリティ指標に関する研究, 土

木学会論文集 D3, Vol.72 No.5, pp.88-98, 2016.

69)喜多秀行, 小野祐資, 岸野啓一: 公共交通利用における身体的機能を考慮したアクセシビリティ指標の構築, 土木学会論文集 D3, Vol.68 No.5, pp.983-990, 2012.

70)谷本圭志, 神山結圭, 牧修平: 地方部における公共交通計画のためのアクセシビリティ指標に関する比較分析, 土木計画学研究・論文集, Vol.24, pp.677-686, 2007.

71)大森宣暁, 室町泰徳, 原田昇, 太田勝敏: 土木計画学研究・論文集, Vol.15, pp.671-678, 1998.

72)佐々木邦明: 居住地区のアクセシビリティと個人の運動頻度・健康・生活満足度の関係性に関する基礎分析, 都市計画論文集, Vol.52 No.3, pp.849-855, 2017.

第3章 調査対象地の概要

3.1 調査対象地の概要の概説

本章では、調査対象地の概要を述べる。本研究では、主に秋田県秋田市を対象に住民への意識調査を行っている。まずは、本研究で対象とした秋田県秋田市の人口や交通状況について示す。次に、秋田市で行われている高齢者の外出促進施策について述べる。高齢化の著しい秋田市においてこれらの調査を行うことで、今後高齢化が進む日本の高齢者外出問題の解決の一助となることに期待する。

3.2 秋田県秋田市の概要

秋田県秋田市は、秋田県の県庁所在地であり、県の政治、経済、交通の中心となっている。人口は、平成30年10月1日現在308,482人となっている。人口は平成17年以降、減少を続ける。図3-1に秋田市の人口と高齢化率の推移¹⁾を示す。秋田市は高齢化が著しく、平成30年現在で65歳以上人口割合である高齢化率は31.0%となっている。今後も高齢化は続き、2040年には高齢化率は42.3%にもおよぶと推測されている。秋田市の人口1人当たりの所得は、平成27年度で288.0万円であり、対全国比で94.1%となっている。

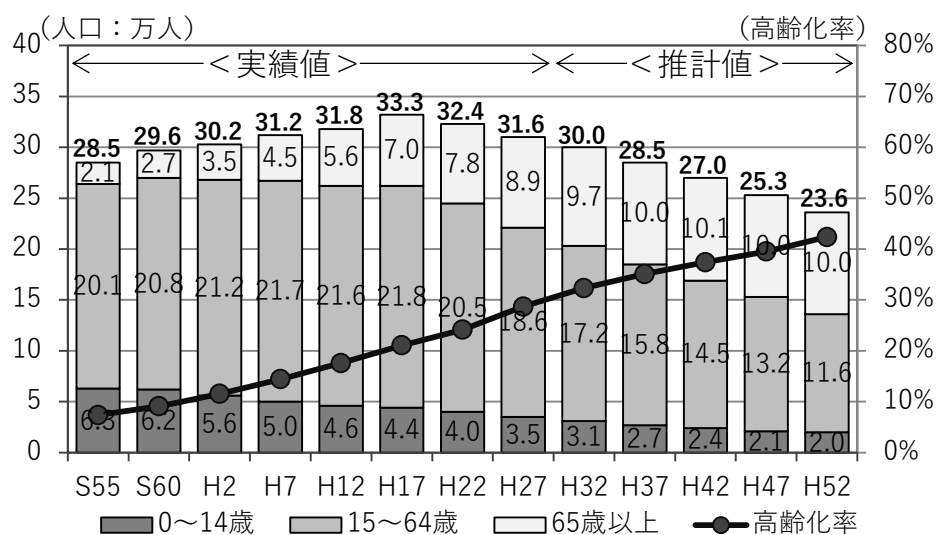


図3-1 秋田市の高齢化率の推移¹⁾（秋田市統計データより作成）

次に、秋田市の交通状況を述べる。秋田市の中心にあるJR秋田駅の1日の利用者数は、2018年度の平均で10,733人となっている。JR秋田駅は新幹線の発着となっており、盛岡方面（仙台方面）で平日に1日16本運行されている。また、JR男鹿線は男鹿方面に平日1

日に 17 本、JR 羽越本線は新津方面に平日で 1 日 22 本、JR 奥羽本線は福島方面に平日で 1 日 18 本、青森方面に平日で 1 日 45 本それぞれ運行されている²⁾。

秋田空港は、JR 秋田駅から南東約 14km に位置している。秋田空港からの羽田空港への発着は、全日本空輸株式会社で 1 日 5 往復、日本航空株式会社で 1 日 4 往復となっている。また、新千歳空港への発着は、全日本空輸株式会社で 1 日 1 往復、日本航空株式会社で 1 日 1 往復となっている。また、伊丹空港への発着は、全日本空輸株式会社で 1 日 3 往復、日本航空株式会社で 1 日 3 往復となっている。さらに、中部国際空港への発着は、全日本空輸株式会社で 1 日 2 往復となっている^{3) 4)}。

秋田市の路線バスは、秋田中央交通株式会社が運行している。また、不採算などを理由に秋田中央交通株式会社が撤退した路線に関しては、秋田市がマイタウンバスの運行を行っている。秋田市の路線バスの輸送人員は近年横ばいが続いている。平成 26 年度において、秋田市関連の秋田中央交通路線バス 57 路線(高速バス、空港リムジンバス、スクールバス除く)全体での赤字額約 1.9 億円/年であり、赤字 33 路線、黒字 24 路線と半数以上が赤字路線となっている。赤字が 500 万円を超える路線は全体の約 2 割(12 路線)であり、該当する路線だけで全体の赤字額 2.8 億円/年の 8 割以上を占めている。図 3-2 に秋田市の路線バスの輸送人員の推移⁵⁾を示す。

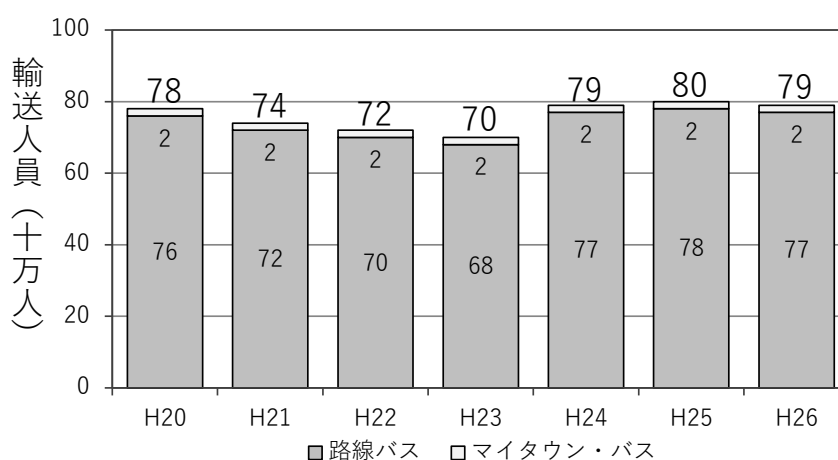


図 3-2 秋田市の路線バス・マイタウンバスの輸送人員の推移⁵⁾
(秋田市第 2 次総合交通戦略より作成)

秋田市では、高齢者の外出促進を目的とした、高齢者コインバス事業を実施している。高齢者コインバス事業とは、秋田市に住民登録をしている 65 歳以上の高齢者を対象に、市内の路線バスとマイタウンバスが 1 乗車 100 円となる制度である。秋田市の高齢者コインバス事業は、平成 23 年 10 月から 70 歳以上の市民を対象として実施された。事業が好評であることなどを理由に、対象年齢を段階的に下げ、令和元年現在では 65 歳以上を対象としている。平成 28 年度の高齢者コインバス資格証明書の交付者数(述べ人数)は 43,247 人とな

っている。これは、対象者全体の 47.7%にもおよぶ⁶⁾。

次に、秋田市におけるタクシーの状況について述べる。平成 28 年 8 月末日現在、秋田交通圏のタクシー法人事業者は 16 者で、車両が 570 両となっている。また、個人タクシーは 66 者で、車両が 66 両となっている。これに対し、平成 27 年 6 月 26 日付けで、東北運輸局が公表した適正と考えられる車両数は、法人タクシーが上限 518 両、個人タクシーが 66 両となっている。法人タクシーで 52 両、個人タクシーで 5 両の剥離となっている。これらのことから、秋田交通圏では、特定地域計画の目標として、法人 49 両削減、個人 3 両の削減を掲げている。秋田交通圏では、平成 31 年 2 月に運賃の改定を行っている。表 3-1 に秋田交通圏の改定運賃の概要⁷⁾を示す。秋田交通圏のタクシー運賃は実質値上がりをしている。普通車（改定前は小型車）の初乗り運賃を 1.0km 換算すると、改定前は 473.3 円であったのに対し、改定後は 500.0 円となっている。また、普通車（改定前は小型車）の加算料金を 100m 換算すると、改定前は 34.2 円であったのに対し、改定後は 37.7 円となっている。秋田交通圏の輸送人員は、減少を続けている。図 3-3 に秋田交通圏の輸送人員の推移⁷⁾を示す。秋田交通圏の輸送人員は平成 13 年では 6,767,979 人であったのに対し、平成 27 年では 3,534,401 人となっている。平成 27 年の輸送人員は、平成 13 年よりも 47.8%も減少していることになる。

表 3-1 秋田交通圏のタクシー運賃⁶⁾（秋田交通圏特定地域協議会資料より作成）

車種	改定運賃			旧運賃		
	初乗1.2km	加算		初乗1.5km	加算	
特定大型車	800円	191m	110円	950円	195m	110円
大型車	750円	202m	110円	890円	206m	110円
普通車	600円	265m	100円	中型730円	233m	100円
				小型710円	292m	100円

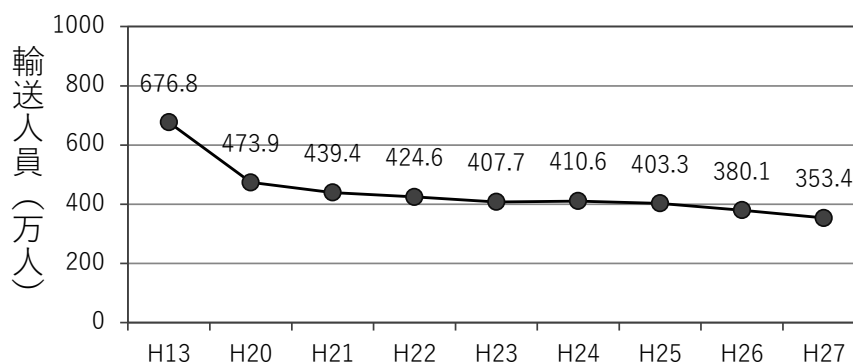


図 3-3 秋田交通圏のタクシー輸送人員⁷⁾（秋田交通圏特定地域協議会資料より作成）

以上のことから、調査対象地である秋田県秋田市の基本的な特性について示した。秋田県秋田市は、高齢化率が高く、交通の便も良いとは言えない。自家用車の使用できない高齢者にとっては、買い物も困難であると考えられる。

3.3 秋田市における高齢者の外出促進策

本節では、秋田市で行われている高齢者の外出促進策について述べる。

秋田市では、前節で述べた高齢者コインバス事業や、高齢者のタクシー利用が1割引になる運転免許返納高齢者割引タクシー制度が行われている。本節では、これらの制度の詳細とその効果について述べる。

まずは高齢者コインバス事業について示す。秋田市在住の65歳以上の高齢者が事業の対象となっている。市が交付する「コインバス資格証明書」を提示することで、秋田市内の路線バスおよび、秋田市マイタウン・バスに100円で乗車することができる。ここで、鈴木らが平成23年に行った調査⁸⁾の結果について示す。これらの結果は、コインバス事業が実施された年度に、秋田市の高齢者を対象に調査を行ったものである。図3-4に路線バス利用頻度の増減、図3-5に外出活動の増減を示す。コインバス事業の導入により、バスの利用が増えた人が約51%存在する。また、外出活動についての効果も確認できる。「買い物などの外出回数」では70.4%の人が「増えた」と回答している。また、「買い物で行ける範囲」では71.7%が「増えた」と回答している。これらの事業の効果がみられる。

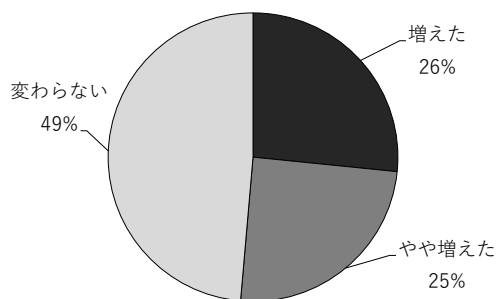


図3-4 路線バス利用頻度の増減⁸⁾

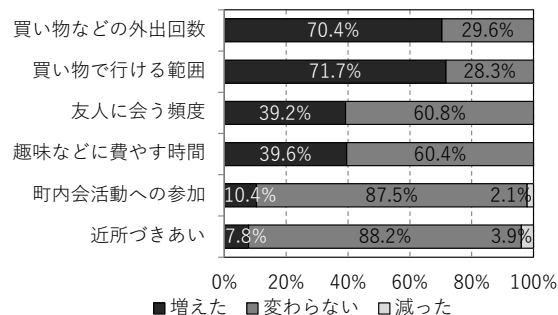


図3-5 外出活動の増減⁸⁾

次に、運転免許返納高齢者割引タクシー制度について示す。この制度は、秋田市在住の運転免許を自主返納した65歳以上の高齢者が制度の対象となっている。タクシー利用時に運転経歴証明書を提示することで、タクシー運賃が1割引となる。ここで、鈴木らが平成28年に行った調査⁹⁾の結果について示す。これらの結果は、秋田市の高齢者を対象に、タクシー運賃の割引による利用頻度の増減について質問を行ったものである。図3-6に、各運賃割引が適用された場合の利用頻度について示す。現行の制度である「1割引」に着目する。「7割引」において週1日以上利用すると回答したのは40.1%であるのに対し、「1

割引」では4.2%であった。現行の割引率では、高齢者の外出促進にほとんど寄与していないことが考えられる。

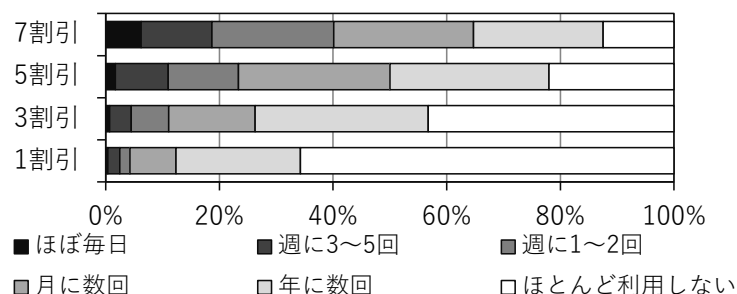


図 3-6 タクシー運賃割引適用時の利用頻度⁹⁾

以上の結果から、秋田市で行われている高齢者の外出促進方策の現状を示した。様々な自治体にて、高齢者の外出促進を目的とした取組みが行われている。本節で紹介した運賃低廉や無料の取組みや、デマンド型交通の導入、宅配の充実、移動販売など行われている。これらの交通や買い物先について、どのような価値が達成されるか把握することは重要である。

3.4 エイジフレンドリーシティ

エイジフレンドリーシティは、WHO(世界保健機関)が2010年に立ち上げた、高齢者にやさしい地域づくりに取り組む自治体等の国際的なネットワークである¹⁰⁾。2019年12月現在、世界46か国937市町村が参加している。WHOは高齢者にやさしい都市として、8つのトピックの検証が必要であるとしている。8つのトピックとは、「交通機関」「住居」「社会参加」「尊敬と社会的包摂」「市民参加と雇用」「コミュニケーションと情報」「地域社会の以遠と保険サービス」「屋外スペースと建物」である。さらに、これらの8つのトピックごとに84のチェックリストを作り、各都市が自己診断ツールとして使用することを推奨している。日本では、秋田市、宝塚市および、神奈川県22市町がエイジフレンドリーシティに参加している。秋田市は平成23年に日本の自治体で初めて、WHOエイジフレンドリーシティグローバルネットワークに参加している。また、平成25年には、第1次秋田市エイジフレンドリーシティ行動計画¹¹⁾を策定している。この第1次行動計画では、高齢者の社会参加・生きがいがづくりの推進・市民活動団体による普及啓発事業・民家事業者による高齢者や障害者等に配慮した取組みの推進などの体制を築いている。さらに、第2次計画として、第1次計画で達成された成果をさらに発展させ、超高齢社会の課題解決先進地として、高齢者のニーズや多様性を深く理解し、活かすことにより、地域社会や経済の発展につなげる秋田市モデルを推進している。

3.5 高齢化率でみる秋田県秋田市の位置付け

本研究の調査対象地である秋田市の位置付けについて示す。まずは、世界の中での日本の高齢化率についてみる。図 3-7 に、先進諸国の高齢化率の推移を示す。また、図 3-8 に、アジアの中での高齢化率の推移を示す。

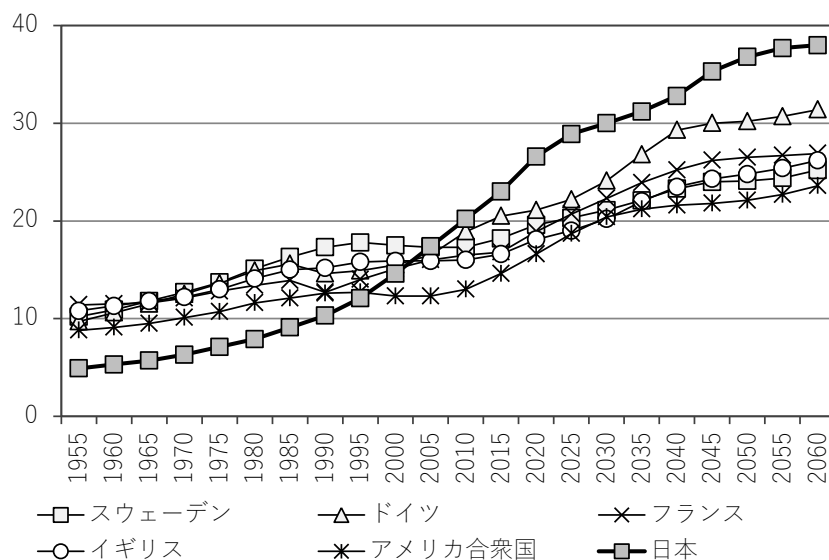


図 3-7 世界の先進諸国の高齢化率の推移¹²⁾
(平成 30 年度版高齢社会白書より作成)

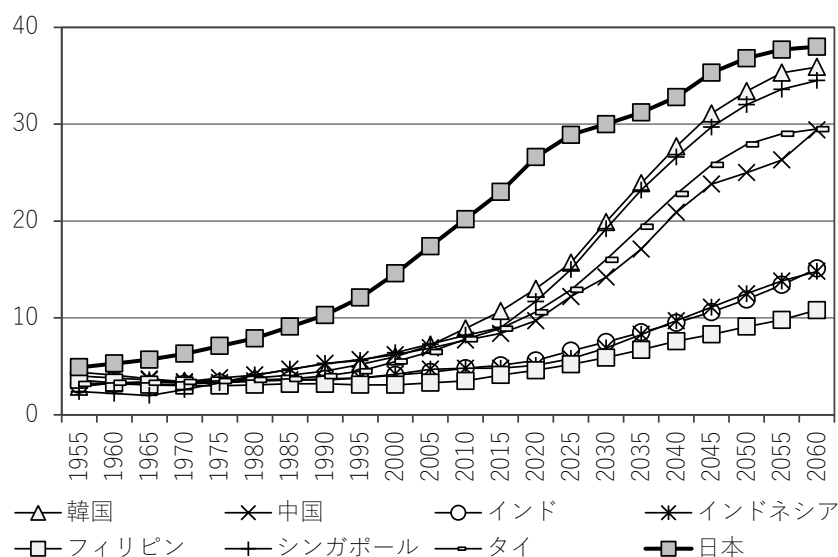


図 3-8 アジアの高齢化率の推移¹²⁾
(平成 30 年度版高齢社会白書より作成)

次に、図 3-10 に、2020 年推計での高齢化率の高い 7 都市の、2015 年から 2045 年までの、人口と高齢化率の推移を示す。秋田市は、2015 年時点での人口は約 31.6 万人、高齢化率 28.7%となっている。2045 年には、人口約 18.4 万人、高齢化率 47.7%にも達すると推計されている。2020 年推計での高齢化率の高い 7 都市の中では、秋田市は人口規模は平均をとっており、高齢化率の進展は青森市に次いで 2 番目に大きくなっている。

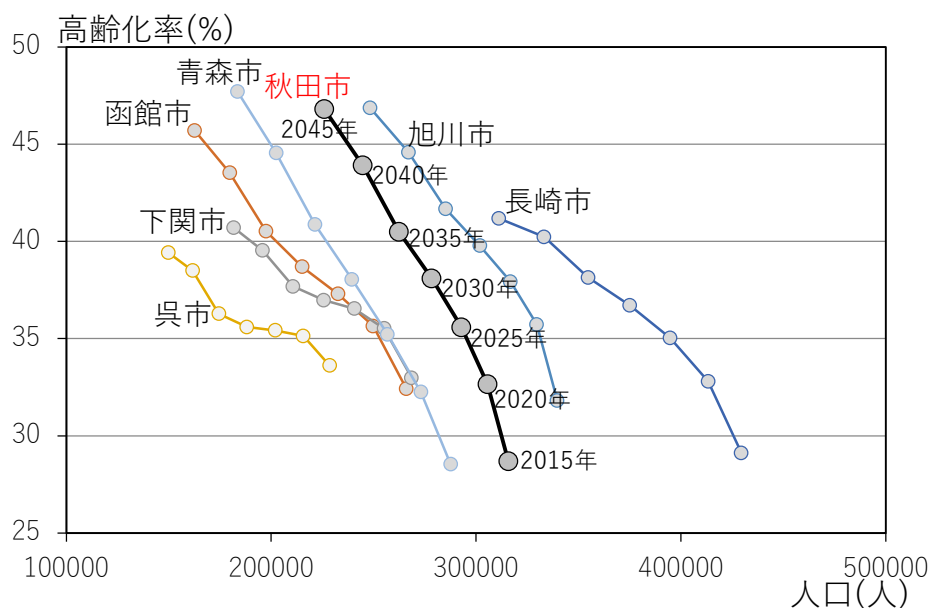


図 3-10 中核市の中で高齢化率の高い都市の人口と高齢化率の関係¹³⁾
(総務省統計局人口推計より作成)

次に、図 3-11 に中核市の中で 2045 年時点での高齢化率が低い 12 都市の、2015 年から 2045 年の高齢化率と人口の推移を示す。中核市の中で 2045 年時点での高齢化率の最も低い川口市においても、その値は 30.4%に達する。これは、2015 年時点の秋田市よりも高くなっている。2015 年時点での高齢化率が 20.3%と低い那覇市において、2045 年では高齢化率 31.4%、人口約 30.0 万人となる。これは、2020 年時点の秋田市の高齢化率および人口と同等の値をとる。また、明石市や越谷市、豊橋市、川越市なども 2045 年には、秋田市の 2020 年水準と近づく。秋田市の現在は、これらの都市の 25 年後の未来を描いているものと考えられる。

以上のことから、秋田市は全国の中核市の中の高齢化の進展が大きい都市の 1 つとして扱うことができる。また現在の秋田市は、那覇市や明石市、越谷市、豊橋市、川越市など現在高齢化率の高くない都市の 25 年後の未来像として扱うことができる。

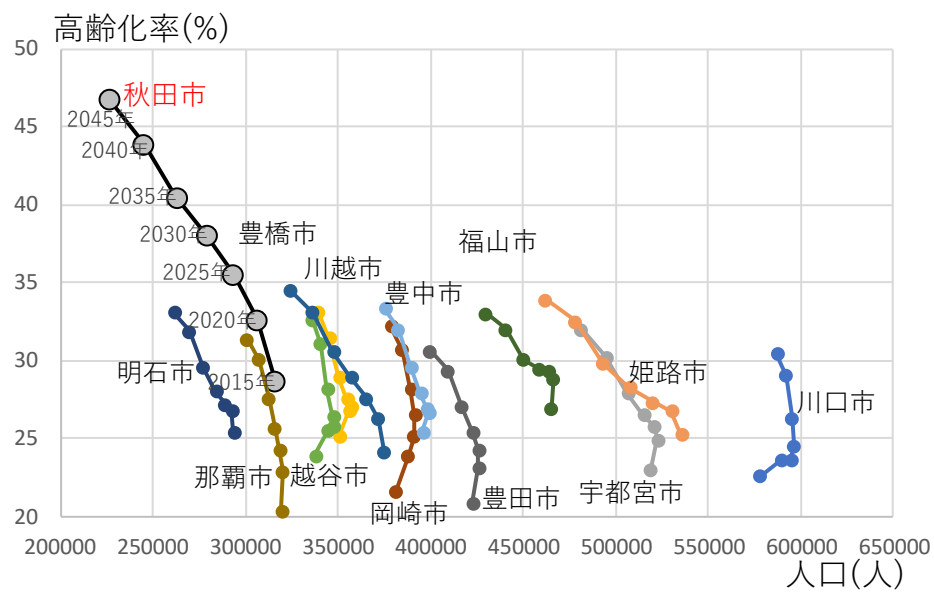


図 3-11 中核市の中で高齡化率の低い都市の人口と高齡化率の関係 ¹²⁾
(総務省統計局人口推計より作成)

＜3 章の参考文献＞

- 1)秋田市：第 2 次秋田市総合交通戦略
- 2)JR 東日本：時刻表
- 3)全日本空輸株式会社
- 4)日本航空株式会社
- 5)秋田市：第 2 次秋田市総合交通戦略
- 6)秋田市：第 2 次秋田市公共交通政策ビジョン
- 7)秋田交通圏特定地域協議会：「特定地域及び準特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法」に基づく秋田交通圏特定地域計画
- 8)鈴木雄，原田彩，日野智，木村一裕：高齢者のためのバス運賃の低廉化施策に対する市民の受容意識，土木学会論文集 D3，Vol.69 No.5， pp.677-686， 2013.
- 9)鈴木雄，日野智，前田悠抄：タクシー運賃の割引率が高齢者の外出行動へ与える影響に関する研究，都市計画論文集， Vol.52 No.3， 2017.
- 10)内閣府：平成 30 年度版高齢社会白書，高齢化の国際的動向
- 11)秋田市：エイジフレンドリーの概要
- 12)総務省：平成 30 年度版高齢社会白書
- 13)総務省：人口推計

第4章 高齢者の買い物における副次的な価値の重要性評価

4.1 高齢者の買い物における副次的な価値の重要性評価の概説

本章では、高齢者の買い物における副次的な価値の重要性評価を行う。高齢者の買い物は、物を得るだけの消費活動に留まらない価値が存在すると考えられる。既存の研究では、高齢者の買い物における交通行動などに着目したものや、買い物をする手段について多く取り扱われている。しかし、買い物とは、食糧品、日用品、衣料品など生活に必要な品物を得るためだけの「消費行動」というだけでなく、買い物に出かけることにより気分転換を行うことや、健康の維持につながることで、人との交流が生まれることなど副次的な価値を有す。さらに、これらの副次的な価値が地域コミュニティの醸成や、高齢者が健康になることによる介護保険総費用の減少など、社会的便益にも繋がる。これらの買い物による副次的な価値は、年齢によらず普遍的なものではある。しかしながら、自由な交通手段を持たず、外出機会の少なくなりがちな高齢者にとっては、これらの価値はより重要なものになると考えられる。全国的に行われている様々な買い物支援方策は、単に食糧品や日用品を届けるだけでなく、これらの価値が付加されたものになるべきである。

本分析では、買い物における副次的な価値をより必要とされる高齢者に着目した。高齢者を買い物の手段により分類し、それぞれの分類による買い物の特性を示す。また、これらの分類による副次的な価値の重要性認識と達成状況を分析することで、どのような属性の人において買い物による価値が達成されているかを示す。さらには、各買い物支援方策の利用意向と、買い物による価値の達成状況とを分析することで、買い物支援方策により達成される価値の可能性について考察を行う。

4.2 4章での参考文献

高齢者の買い物における行動や意識に関する研究は数多くみられ、満足度やQOL、交通行動などについて分析が行われている。高齢者の買い物行動などに着目したものでは、柳原・三宅¹⁾の研究により、郊外住宅地における買物困難者の属性と買い物時の交通手段から、買い物弱者への支援策が検討されている。また、丁ら²⁾の研究により、高齢者の交通手段やトリップからその買い物行動の特性が明らかにされている。涌井ら³⁾の研究では、商店街の歩行のしやすさや便所の設置、商品の取りやすさなどの物的環境整備に対する高齢者の評価からそれらの課題と問題点が明らかにされている。さらに、樋野⁴⁾の研究では、店舗選択の理由や買い物頻度、交通手段などと高齢者の食生活との関係から、望ましい買い物支援サービスの検討が行われている。南林⁵⁾は、経済学分野の研究として、高齢者の店舗選択基準の傾向や交通環境に着目し買い物頻度の実態などの考察を行って

る。また、古川・橋本⁶⁾の研究では、買い物行動支援サービスの利用意向などの分析を行っている。また、崔・鈴木⁷⁾の研究では、高齢者に着目し、食糧品購入行動の分析を行っている。これにより自動車の保有状況や地区特性がもたらす利便性についての考察を行っている。また、農林水産省農林水産政策研究所の食糧品アクセスに関する住民調査⁸⁾では、大都市郊外団地、地方都市、農山村において食糧品アクセスの住民意識調査を行い、年齢による意識の違いや、食糧品の買い物における不便や苦勞の要因を分析している。これによると、食糧品の買い物において不便や苦勞をする内容として、65歳以上の人では、足腰を痛めていることや、荷物をあまり運べないことが挙げられていた。

買い物難民に着目したものでは、鶴坂⁹⁾の研究では、買い物難民の現状と商業施設の充足度からその実態と今後の流通政策のあり方を考察している。また、笹井¹⁰⁾の研究では、買い物難民の発生原因とその現状について検証し企業・行政・地域住民の立場から取り組みのあり方を考察している。これらは、流通や問題解決への取り組みの観点から買い物難民の問題を指摘したものである。買い物における研究ではないが、高齢者の生活に着目したものでは、長島¹¹⁾の研究では、年齢層が高くなるにつれて、高齢者は巣籠り志向が強くなることを示している。

高齢者の健康に関する意識や、買い物における行動や意識に関する調査としては、以下のものがある。内閣府が実施した高齢者の健康に関する意識調査¹²⁾では高齢になるにしたがって、日頃の会話の頻度や町内会活動などの社会活動への参加が減少することを示している。また、若い頃思っていた高齢期の生活の違いとして、「外出の多さ」や「住みよい社会」、「健康」について想像していたよりも悪い状況にあると回答する高齢者が多いことも示されている。秋田市商工部が実施した平成23年度商店街振興関係調査¹³⁾では、高齢者が買い物をする際に若年層よりも「品揃えの豊富さ」や「値段が安いこと」、「品質が良いこと」を重要視しないことを示している。また、高齢層において「買い物代行、宅配サービス」が地域との関わりを深めると考えている割合が高いことも示されている。

以上の既往研究から、高齢者は加齢による健康状態の低下や、自家用車の運転が不可能になることで、食糧品などの買い物が不便になることが明らかにされている。また、高齢になるにつれて自宅に籠りがちになることや、社会活動が低下することが示されている。また、高齢になることで、加齢による行動や活動の減少だけでなく、自身の生活や買い物に関する意識も変化することが示されている。

4.3 調査の概要

本分析では、高齢者の外出や買い物における価値の重要性認識の把握のため、秋田市の住民に対する意識調査を実施した。表4-1に意識調査の概要を示す。調査は秋田県秋田市の旭南地区、土崎地区、大住地区の3地区において行った。旭南地区はJR秋田駅より南西約2.0km、土崎地区はJR秋田駅より北西約6.6kmでJR土崎駅周辺、大住地区はJR秋田駅よ

り南方約 3.4km となっている。表 4-2 に調査対象地区の概要を示す。調査対象地区は、スーパーなどの宅配サービスが受けられる地区であることを条件に、各店舗の数や公共交通の利用のしやすさが異なる地区を選定した。これは、宅配注文のみに頼っている高齢者の抽出を行うことや、地区特性による買い物環境の偏りを防ぐためである。例えば、旭南地区の 1km²あたりのバス停数が 17.7 なのに対し、大住地区では 4.0 である。店舗の数も同様で、スーパーマーケットの 1km²あたりの数は、旭南地区で 1.21 なのに対し、大住地区では 0.90 となっている。なお、本研究では、高齢者個人の行動や買い物の実態などに着目し、買い物における副次的な価値の重要度認識と達成状況を把握する。つまり、交通手段や利用店舗により分類を行い、副次的な価値の重要度認識と達成状況について把握する。そのため、地区別による分析は行っていない。

表 4-1 意識調査の概要

対象者	秋田市在住の60歳以上の高齢者		
	旭南地区	土崎地区	大住地区
配布票数	500	500	500
回収票数(回収率)	125(25.0%)	129(25.8%)	141(28.2%)
方法	投函配布・郵送回収方式		
調査日	2013/1/21～2013/1/22		
調査内容			
個人属性（性別、年齢、職業、世帯構成、健康状態、移動手段など）			
買い物頻度			
よく利用する買い物店舗の種類			
利用できる買い物店舗の種類			
日常の買い物の不便さに関する質問			
買い物の満足度（回数、店舗種類の数、商品の品質・価格、交通の便など）			
買い物の多様な価値に対する重要度認識			
買い物の多様な価値の達成度（気分転換、友人・知人との交流、店員との会話など）			
買い物支援策の利用意向（移動販売車、出張市場、宅配サービス、御用聞きなど）			

表 4-2 調査対象地区の特性

地区特性		旭南	大住	土崎
地区内人口		2,742	2,785	2,878
60歳以上人口		1,097(40.0%)	939(33.7%)	924(32.1%)
年代別人口	60-64歳	235	235	423
	65-69歳	202	225	157
	70-74歳	195	205	116
	75歳以上	465	274	417
地区面積		0.38km ²	0.32km ²	0.68km ²
徒歩圏面積 ^{*1}		2.48km ²	2.24km ²	2.86km ²
バス停数 ^{*2}		44 (17.7)	9 (4.0)	26 (9.1)
スーパー数 ^{*2}		3 (1.21)	2 (0.90)	3 (1.05)
個人商店数 ^{*2}		2 (0.81)	1 (0.45)	3 (1.05)
コンビニ数 ^{*2}		9 (3.63)	3 (1.34)	2 (0.70)
ドラッグストア数 ^{*2}		1 (0.40)	1 (0.45)	2 (0.70)
ショッピングセンター数 ^{*2}		1 (0.40)	0	0

*1 地区+地区の端から500mの範囲を徒歩圏とした

*2 徒歩圏内の店舗数をカウント、()は徒歩圏1km²当たりの店舗数

意識調査	旭南	大住	土崎
自家用車の利用	45.6%	48.8%	46.8%
バスの利用	25.6%	20.9%	19.2%
徒歩での移動 ^{*3}	36.0%	30.2%	24.8%
買い物への不満 ^{*4}	15.2%	13.2%	14.2%
買い物の回数への不満 ^{*4}	7.2%	5.4%	6.4%
買い物先の数への不満 ^{*4}	17.6%	14.7%	17.7%
商品の質への不満 ^{*4}	10.4%	14.0%	7.1%
商品の価格への不満 ^{*4}	21.6%	27.9%	27.7%
交通の便への不満 ^{*4}	24.0%	14.7%	23.4%
買い物が不便 ^{*5}	35.2%	17.1%	24.8%

*3 主な交通手段が徒歩のみの被験者

*4 不満に感じるおよび、やや不満に感じる被験者の割合

*5 不便に感じるおよび、やや不便に感じる被験者の割合

調査対象地である秋田市の 60 歳以上の人口は平成 22 年国勢調査¹⁴⁾からの推計値で 108,778 人となっており、これは市の全人口の 33.8%を占める。秋田市の主要公共交通機関である路線バスは、平成 10 年から平成 19 年までの 10 年間で輸送人員が 44%減少し、衰退を続けている。秋田市が 65 歳以上の高齢者を対象に行った「買い物環境に関するアンケート調査」によると、約 6 割の高齢者が自家用車の運転をしないと回答しており、自家用車を利用できない高齢者にとっては、普段の買い物が不便なものになっているものと予想される。

4.4 高齢者の買い物における副次的な価値の設定

本研究では、高齢者の買い物における副次的な価値について、重要性の把握と達成状況について分析を行う。買い物によって達成される副次的な価値を把握するにあたり、まずは買い物弱者支援方策の選定を行った。それにより、これらの各支援方策によって達成されると予想される副次的な価値を設定した。表 4-3 に、本研究で参考とした買い物弱者支援策を示す。買い物支援方策として、経済産業省の買い物弱者応援マニュアル¹⁵⁾「買い物弱者を支えていくために」では 24 の事例が紹介されている。また、それらの事例に全国の事例を追加して合計 40 の方策から、「移動販売車」や「出張販売市」「宅配サービス」

など 8 つの方策の選定を行った。これらの方策については、秋田大学計画学大学生 8 名のグループディスカッションにより、集約や選定を行っている。

表 4-3 本研究で選定した買い物支援方策

(S1)移動販売車	例)福井県民生活協同組合ハーツ号
地域の人が集まりやすい広場などへ、商品をのせた車で販売に来る	
(S2)出張販売市	例) 中津市ノーソンくらぶ
地域の公民館や広場などで屋台や交流スペースを設けた販売市を開催する	
(S3)宅配サービス	例) ワークスコープちば
値段や距離にかかわらず、店で買った物を自宅まで宅配してくれる	
(S4)買い物送迎バス	例) 狙班内買い物送迎バス
仲の良い友達たちと一緒に乗って遠くの店まで買い物に行ける	
(S5)御用聞きサービス	例) NPO法人あなたの街「三河や」
電話などで注文を聞いて、鮮度や大きさなどの細かな指定にも答えてくれる	
(S6)買い物サポーター	例) 鎌倉市高齢者生活サポーター
一緒に歩いて店を回り、買い物中には荷物を持ってくれたりする	
(S7)高齢者見守りサービス	例) 西和賀町まごころ宅急便
商品を配達するときに健康状態などを見て遠くの家族へと報告してくれる	
(S8)お手伝いサービス	例) 加茂市粹サポート事業
商品を配達するときに、電球交換や家具の移動など簡単な作業をしてくれる	

本研究では、これらの設定した買い物支援策や、普段の買い物から達成され则认为られる価値について設定を行っている。これらの価値の設定は、秋田大学計画学大学生 8 名によるブレインストーミング法により行っている。ブレインストーミング法では、設定した買い物支援策や、普段の買い物で高齢者が達成すべき項目、達成できそうな項目についての意見を収集している。これらの結果、合計 520 の意見が収集された。収集した意見の集約を行い、最終的に 7 項目の価値について設定を行っている。表 4-4 に、設定した価値について示す。本研究で設定した買い物における副次的な価値は、「買い物をすることで気分転換すること」「友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすこと」「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと」「買い物をする際に地域の様子や変化を知ること」「実際に手に取って、好みの商品を買うこと」「目的の商品以外にも、いろいろな商品を見て買うこと」「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」としている。

表 4-4 本研究で設定した買い物の副次的な価値

(V1)買い物をすることで気分転換すること
(V2)友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすこと
(V3)買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと
(V4)買い物をする際に地域の様子や変化を知ること
(V5)実際に手に取って、好みの商品を買うこと
(V6)目的の商品以外にも、いろいろな商品を見て買うこと
(V7)買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと

4.5 調査対象者の基本属性

本節では、調査により得られた調査対象者の基本属性について述べる。ここでは、買い物の手段によって高齢者を4つのグループに分類する。図4-1に分類のフローを示す。また、グループの分類条件として以下に説明する。

分類条件Ⅰ：主な買い物の手段をスーパーや生協への「宅配注文」もしくは「家族に買ってきてもらう」のみに頼っている。これに当てはまるグループを Group-1 とする。自身で外出しての買い物は行わないグループである。

分類条件Ⅱ：主な買い物を徒歩のみで行っている。これに当てはまるグループを Group-2 とする。

分類条件Ⅲ：主な買い物手段が自家用車である。これにあてはまるグループを Group-4 とする。Group-4 はもっとも自由な買い物手段があるグループといえる。また、この条件に当てはまらないグループを Group-3 とする。Group-3 は公共交通（バス、電車、タクシー）もしくは自転車を利用して買い物を行っているグループである。主な買い物手段として、徒歩と公共交通などを選択した人もこのグループに含まれる。主な移動手段として徒歩と公共交通を選択した人は、バス停などへの移動や、バス停からの移動として徒歩も選択したことが考えられる。Group-2, Group-3, Group-4 の中には「宅配注文」や「家族に買ってきてもらう」を利用している人も存在する。ただし、これらの人は他にも買い物手段を有していることから、「宅配注文」や「家族に買ってきてもらう」は普段の買い物の補助的に利用しているものと考えられる。

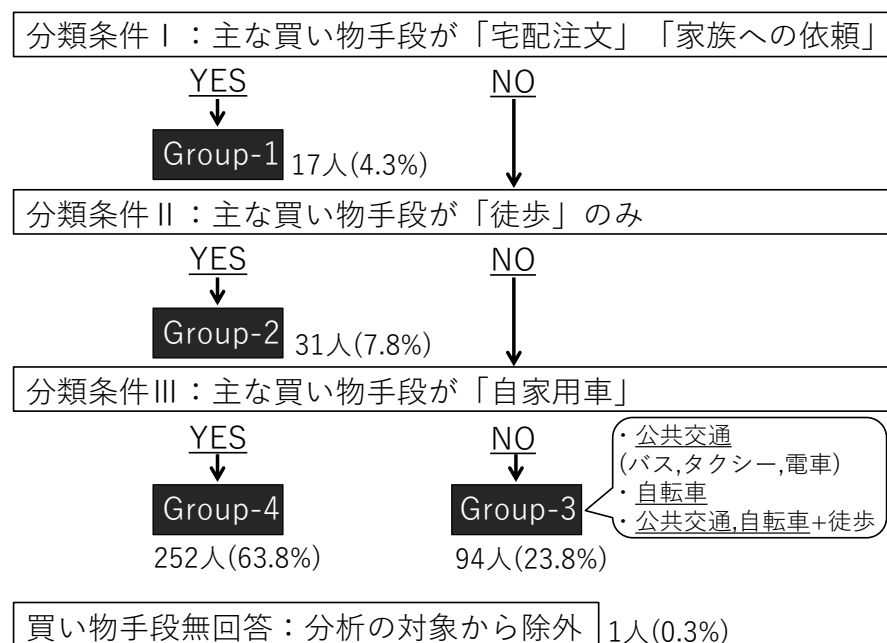


図 4-1 交通手段による分類のフロー

高齢者の行動特性・買い物特性として、図 4-2 に各グループにおける年齢構成を示す。年齢構成では、Group-4 から Group-1 になるにしたがい 75 歳以上の割合が増える傾向にある。各グループにおける 75 歳以上の人の割合の差について一元配置分散分析による検定を行った。その結果、有意水準 1% でグループにおける 75 歳以上の人の割合に有意な差がみられた。また、多重比較検定の結果、有意水準 5% で Group-1 と Group-4 の間に 75 歳以上の人の割合の差がみられた。主な買い物手段が「宅配」「家族への依頼」である人は、主な買い物手段が「自家用車」の人と比べて、75 歳以上の割合が高いことがわかる。高齢者になり、自家用車の運転ができないことから、普段の買い物を「宅配」や「家族への依頼」に頼っていることが考えられる。

次に、図 4-3 に健康状態を示す。ここでは、健康状態の指標として歩行可能距離に着目する。健康状態では、Group-1 では 500m 以下の歩行しかできない人が 60% を超える。これは他のグループと比較しても圧倒的に多い。各グループにおける 500m 以下の歩行しかできない人の割合について一元配置分散分析による検定を行った。その結果、有意水準 1% でグループにおける 500m 以下の歩行しかできない人の割合に差がみられた。多重比較検定では Group-1 と Group-2, Group-1 と Group-3, Group-1 と Group-4 のそれぞれのグループ間で有意水準 1% の差がみられた。Group-1 では、歩行が困難になり近隣の商店やスーパーマーケットへ行くことができないことから、宅配注文や家族への買い物の依頼に頼らざるをえない現状がうかがえる。

次に、図 4-4 に買い物頻度を示す。買い物頻度では、Group-1 では週に 1 回以下の買い物しかない人が 20.0% となっている。また、週に 3 回以下の買い物しかない人が 80%

を超える。これは、他のグループよりも多い傾向にある。一元配置分散分析による各グループにおける買い物頻度の割合の差の検定では、グループにおける有意な差はみられなかった。統計的に有意な差がみられないため確かではないが、Group-1 の買い物頻度が他のグループよりも少ない傾向にあるのは、家族に買い物を頼むことに対して遠慮があることや、宅配注文でまとめた購入しかできていないことが考えられる。

さらに、図 4-5 に買い物全般について不便に感じるかどうかについて示す。買い物に対して不便に感じる人は、Group-1 になるにしたがい増えている。Group-1 では不便に感じる（不便に感じる・やや不便に感じる）人が 50%を超えている。これは他のグループよりも多い。各グループにおける買い物に対して不便に感じる人の割合について一元配置分散分析による検定を行った。その結果、有意水準 1%でグループにおいて買い物に対して不便に感じる人の割合に差がみられた。多重比較検定の結果、有意水準 5%で Group-1 と Group-4、Group-3 と Group-4 で買い物に対して不便に感じる人の割合に差がみられた。買い物における手段の違いが買い物の不便さに影響を与えていると考えられる。

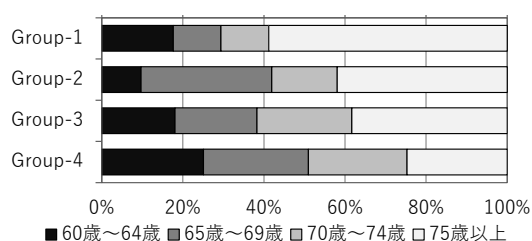


図 4-2 各グループの年齢構成

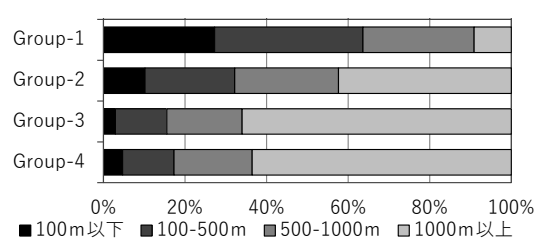


図 4-3 各グループの歩行可能距離

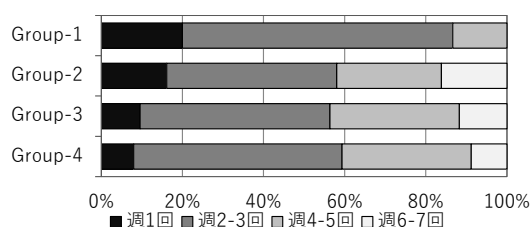


図 4-4 各グループの買い物頻度

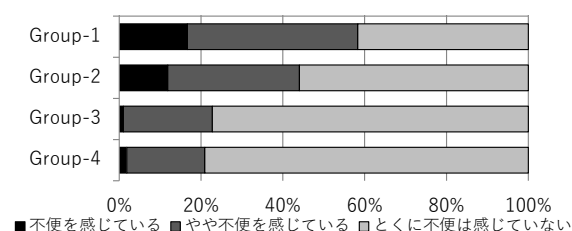


図 4-5 各グループの買い物の不便

次に、表 4-5 に各グループにおける買い物先の利用率を示す。買い物手段により、買い物先の利用率が異なると考えられる。買い物先の利用率は、普段買い物をする店舗等を複数回答にて質問している。そのため同グループ内での合計が 100%にはならない。これらの結果をみると、Group-1 以外のグループでは「スーパーマーケット」の利用率がもっとも高い。「コンビニエンスストア」と「ショッピングセンター」では、Group-2 から Group-4 になるにつれてその利用率が上がっている。「コンビニエンスストア」は比較的年齢構成の若いグループで使われていることがわかる。また、「ショッピングセンター」は自宅から遠い距離にあることが多く、より自由な交通手段を持っているグループの方が

利用率が高い結果となっている。「個人商店」や「ドラッグストア」では Group-2 から Group-4 の間で大きな傾向はみられない。各グループにおける買い物先利用率の差について一元配置分散分析による検定を行った。その結果、「コンビニエンスストア」では有意水準 1%、「ショッピングセンター」では有意水準 5%でグループにおける買い物先利用割合に差がみられた。また、多重比較検定では「コンビニエンスストア」の Group-1 と Group-3, Group-2 と Group-3 それぞれで有意水準 5%の差がみられた。「ショッピングセンター」では、Group-1 と Group-3 で有意水準 1%の差がみられた。買い物先の種類によっては、交通手段が買い物先の選択に影響を与えていると考えられる。Group-1 は「宅配注文」と「家族への依頼」がともに 47.1%となった。一方で、Group-1 よりも割合は少ないものの、Group-2, Group-3, Group-4 においても「宅配注文」と「家族への依頼」を使っている人もみられる。家族への依頼は Group-4 から Group-1 になるにつれてその利用率は上がっている傾向にある。

表 4-5 各グループの買い物先利用率

	Group-1	Group-2	Group-3	Group-4
スーパーマーケット	0.0%	96.8%	95.7%	98.4%
個人商店	0.0%	12.9%	14.9%	11.5%
ドラッグストア	0.0%	38.7%	53.2%	51.2%
コンビニエンスストア	0.0%	22.6%	29.8%	44.8%
ショッピングセンター	0.0%	25.8%	47.9%	53.6%
宅配注文	47.1%	16.1%	13.8%	17.9%
家族への依頼	47.1%	25.8%	19.1%	13.5%

各グループにおける買い物の満足度を示す。買い物手段により、買い物の満足度に差があることも考えられる。図 4-6 に買い物の回数についての満足度、図 4-7 に買い物手段の数についての満足度、図 4-8 に商品の品質についての満足度、図 4-9 に商品の価格についての満足度、図 4-10 に交通の便についての満足度、図 4-11 に買い物全般についての満足度をそれぞれ示す。これらの結果について、買い物の回数や交通の便、買い物全般に関しては、Group-1 において不満（「不満がある」「やや不満がある」と回答）の割合が高いことが示された。商品の品質や商品の価格については、Group-1 よりも他のグループの不満の方が高い結果となっている。これは、Group-1 の人にとっては「宅配注文」か「家族への依頼」しか選択肢がなく、自分自身の手で買い物をしていないことから、他の店の商品などと比較することができていないことが要因と考えられる。その他の項目に関してはグループ間で不満を感じる人の割合に大きな傾向はみられていない。グループにおける各項目の不満（「不満がある」「やや不満がある」と回答）に思う人の割合の差について一元配置分散分析による検定を行った。その結果、買い物の回数において有意水準 1%、交通の便において有意水準 5%の差がみられた。多重比較検定では買い物の回数において、

Group-1 と Group-2, Group-1 と Group-3, Group-1 と Group-4 のそれぞれのグループ間で有意水準 1%の差がみられた。また、交通の便において Group-1 と Group-3, Group-2 と Group-3 それぞれで有意水準 5%の差がみられた。

以上のことなどから、利用できる買い物の手段によって、買い物の頻度や普段の買い物を不便だと思っている人の割合が示された。特に、普段の買い物を「宅配注文」か「家族への依頼」のみに頼っている Group-1 の特性を把握することができた。

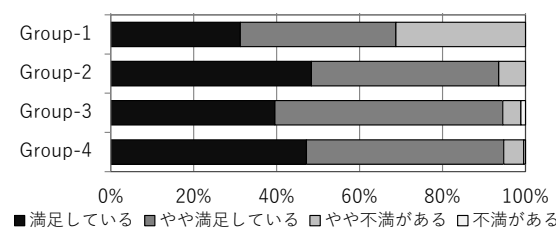


図 4-6 買い物回数についての満足度

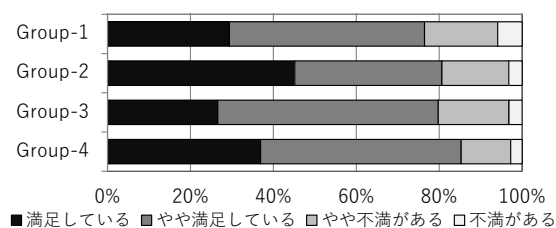


図 4-7 買い物手段の数についての満足度

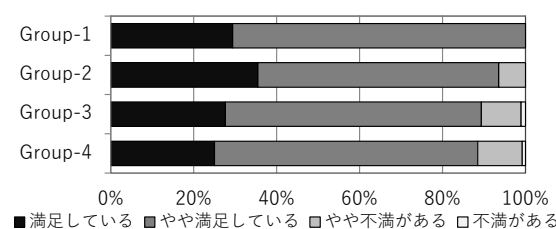


図 4-8 商品の品質についての満足度

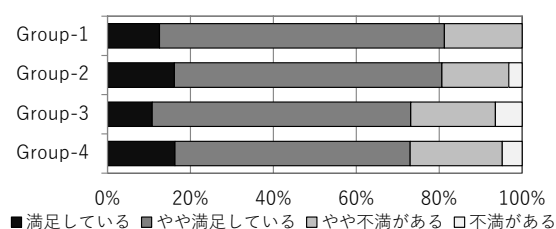


図 4-9 商品の価格についての満足度

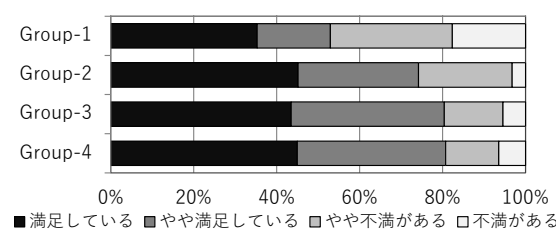


図 4-10 交通の便についての満足度

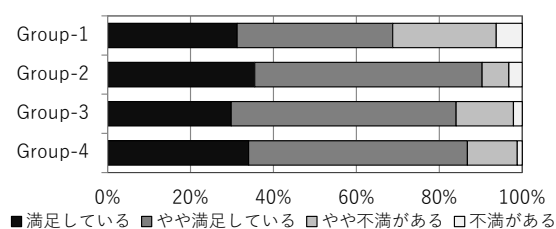


図 4-11 買い物全般についての満足度

4.6 買い物における副次的な価値の重要性の認識と達成状況

本節では、買い物における副次的な価値の重要度認識と達成状況について分析を行う。本研究では買い物における副次的な価値において「買い物をすることで気分転換すること」「友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすこと」「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと」「買い物をする際に地域の様子や変化を知ること」「実際に手に取って、好みの商品を買うこと」「目的の商品以外にも、いろいろな商品を見て買うこと」「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」の 7 項目の設定を行っている。これら

の7項目について、大切だと感じるかどうか、達成できているかどうかについて質問を行っている。

図4-12に、これらの価値の必要性の認識と達成状況について示す。副次的な価値に対して大切だと回答している人の割合は、すべての項目において高い。高齢者の買い物における副次的な価値の達成は重要であることが示された。特に「実際に手に取って好みの商品を買うこと」では96.7%、「買い物することで気分転換をすること」では89.9%と多くの人が大切だと回答している。一方で「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと」を大切だと感じている人は61.7%、「知人や友人と買い物へ行き楽しく過ごすこと」では60.2%となっており、7項目の中では少ない結果となった。次に、達成状況でみると「実際に手に取って好みの商品を買うこと」は92.1%の人が達成されていると回答しているのに対し、「知人や友人と買い物へ行き楽しく過ごすこと」では40.8%しか達成されていない。これらの7項目すべてにおいて、大切だと回答している人の割合よりも、達成できていると回答している人の割合の方が低い結果となった。大切だと回答している人の割合と、達成できていると回答した人の割合とで統計的検定を行ったところ、7項目すべてにおいて有意水準1%で有意な差がみられた。買い物における副次的な価値の重要性の認識は高いにも関わらず、その達成状況は低い。副次的な価値について大切であると感じながらも達成できていない人がいることが考えられる。

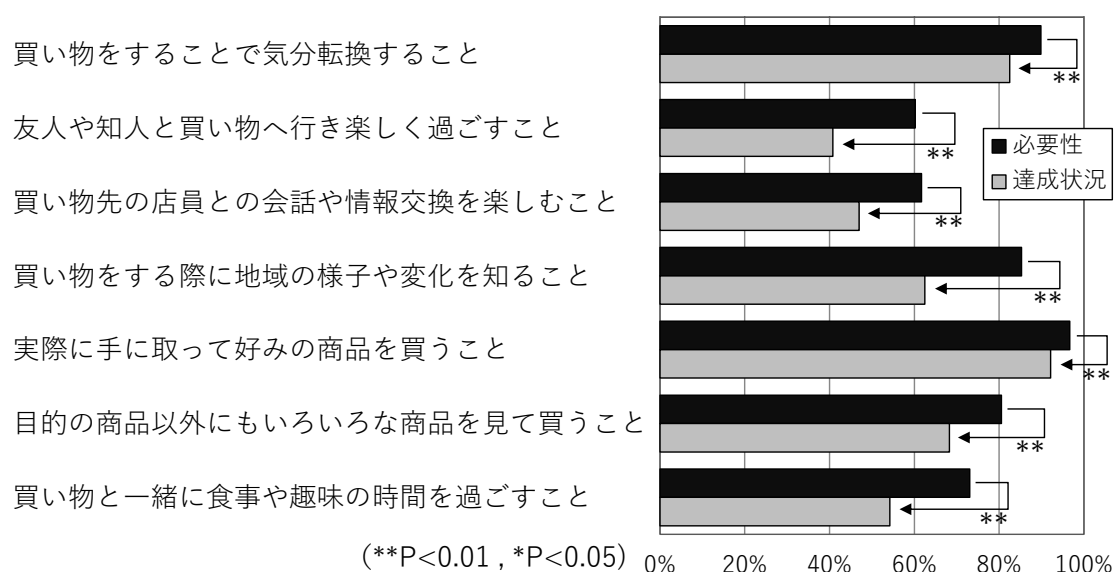


図4-12 副次的な価値の必要性の認識と達成状況

図4-12に示した各項目において、副次的な価値を「大切だと思うかどうか」と「達成できているかどうか」にてクロス集計を行った。その結果、各価値に対して「大切だと思いい達成されている」「大切だと思わないが達成されている」「大切だと思うが達成されていない」「大切だと思わないし達成されていない」の4つに分類を行った。これにより、大

切だと思いながらもそれが達成されていない人の抽出が行われた。図 4-13 に、それぞれの買い物における価値について、これらの分類による人の割合を示す。大切だと思いながらも、達成できていない人は、「買い物をする際に地域の様子や変化を知ること」では 25.5%、「知人や友人と買い物へ行き楽しく過ごすこと」では 23.2%存在する。これらの人にとって、現在利用している交通手段や利用店舗ではそれが大切だと思いながらも、買い物における副次的な価値が達成できていない。

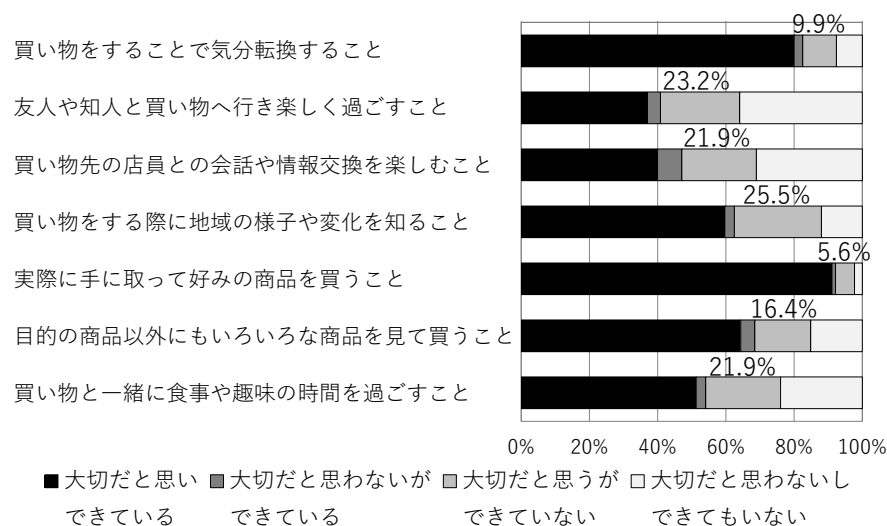


図 4-13 副次的な価値の必要性と達成状況のクロス集計

次に、買い物における副次的な各価値について、大切だと思いながらも達成できていない人の要因を明らかにするために、買い物手段による分類毎にこれらの割合について確認する。グループ毎の各分類の割合について、図 4-14 に「買い物をする事で気分転換すること」、図 4-15 に「友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすこと」、図 4-16 に「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと」、図 4-17 に「買い物をする際に地域の様子や変化を知ること」、図 4-18 に「実際に手に取って、好みの商品を買うこと」、図 4-19 に「目的の商品以外にも、いろいろな商品を見て買うこと」、図 4-20 に「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」をそれぞれ示す。買い物における副次的な価値において、大切だと思いながらも達成できていない人の割合は、「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」以外の項目では、Group-1 にて最も高くなっている。例えば、「買い物をする事で気分転換をすること」では、大切だと思いながらも達成できていない人の割合は、Group-1 で 29.4%であるのに対し、Group-4 では 9.1%となっている。グループ間における大切だと思いながらも達成できていない人の割合の差について、一元配置分散分析による検定を行った。その結果、「実際に手に取って好みの商品を買うこと」で有意水準 1%、「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」で有意水準 5%が示され、統計的に有意な差がみられた。また、多重比較検定では「買い物をする事で気分転換を

すること」の Group-1 と Group-3, Group-1 と Group-4 それぞれで有意水準 5%, 「実際に手に取って好みの商品を買うこと」の Group-1 と Group-3, Group-1 と Group-4 それぞれで有意水準 1%, 「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」の Group-2 と Group-3 で有意水準 5%の差がみられた。これらの統計的に有意な差がみられた項目に関しては、グループ（買い物の手段）によって、価値の認識と達成状況に違いがあることが考えられる。特に、Group-1 にて副次的な価値を大切だと思いながらも達成できていない割合が高い。宅配や家族送迎では、これらの副次的な価値を重要視しながらも達成できていない現状が把握できる。

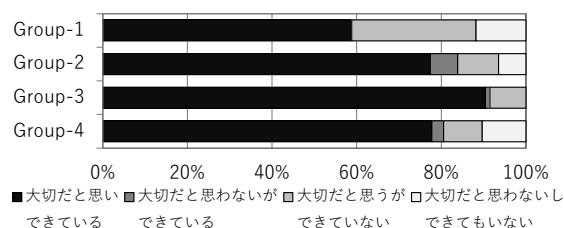


図 4-14 気分転換の集計結果

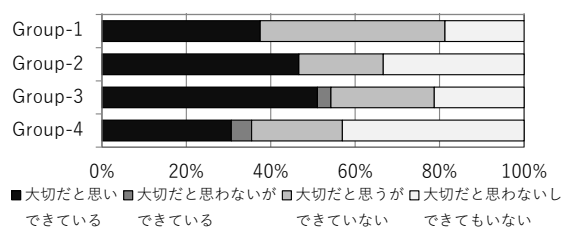


図 4-15 知人・友人の集計結果

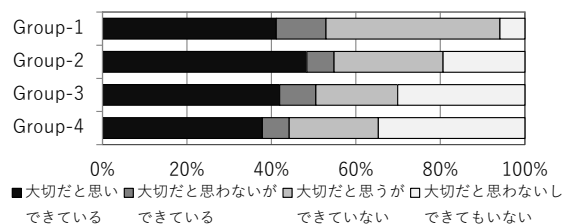


図 4-16 店員との会話の集計結果

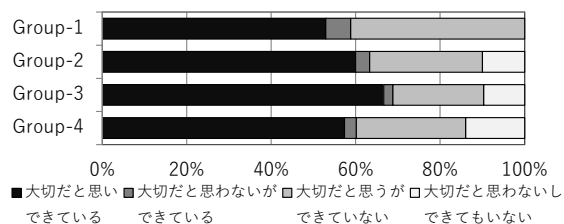


図 4-17 地域の様子の集計結果

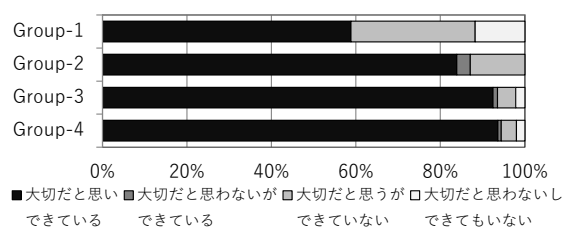


図 4-18 実際に手に取るの集計結果

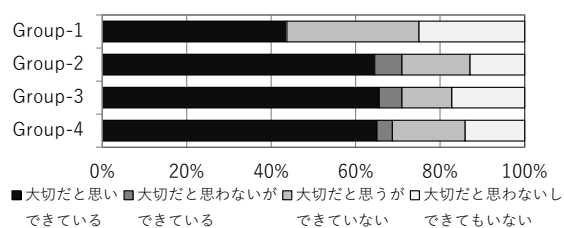


図 4-19 目的外の商品の集計結果

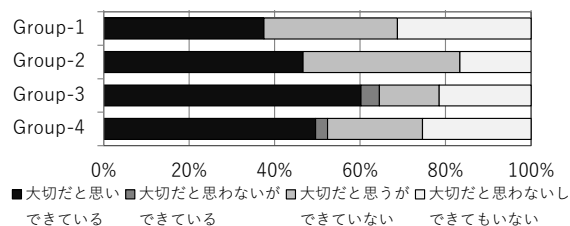


図 4-20 食事趣味の集計結果

4.7 利用店舗による副次的な価値の達成状況

本節では、利用店舗と買い物における副次的な価値の達成状況の関係について分析を行う。買い物における副次的な価値の達成状況は、買い物を行う店舗の種類によって異なると考えられる。買い物先の種類によって、どのような副次的な価値が達成されるのかを明らかにするために、それぞれの副次的な価値が達成されている人と、達成されていない人との間で、各買物先の利用率の差の検定を行った。ここでは、母平均の差の検定を行っている。それらの結果を表に示す。表 4-6 に「買い物をすることで気分転換すること」、表 4-7 に「友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすこと」、表 4-8 に「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと」、表 4-9 に「買い物をする際に地域の様子や変化を知ること」、表 4-10 に「実際に手に取って、好みの商品を買うこと」、表 4-11 に「目的の商品以外にも、いろいろな商品を見て買うこと」、表 4-12 に「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」の結果を示す。これらの表では、例えば気分転換についてみると、買い物により気分転換ができている人のスーパーマーケットの利用率が 94.9%、買い物により気分転換ができていない人のスーパーマーケットの利用率が 82.1%となっている。

はじめに、「買い物によって気分転換をすること」についてみると、達成できている人の方が、達成できていない人よりも、「スーパーマーケット」や「ドラッグストア」の利用率が高い。一方で、「宅配注文」や「家族に買ってきてもらう」では、「買い物によって気分転換をすること」が達成できている人よりも、達成できていない人の方が利用率が高い結果となった。自分の手で買い物が出来ない買い物では、「気分転換をすること」が達成されないことが予想される。

ここで他の項目について、各価値について達成できている人と、達成できていない人で、各買い物手段の利用率に統計的に有意な差がみられたものをみる。「友人や知人と一緒に買い物に行き楽しく過ごすこと」では、「スーパーマーケット」と「コンビニエンスストア」にて価値を達成している人の方が利用率が高く、統計的に有意な差がみられる。「スーパーマーケット」と「コンビニエンスストア」など、気軽に行ける店舗にて、友人や知人と楽しく買い物することが達成されていることが予想される。「実際に手に取って、好みの商品を買うこと」では、「スーパーマーケット」や「ショッピングセンター」にて、達成している人の方が利用率が高いのに対し、「宅配注文」や「家族に買ってきてもらう」では、達成していない人の方が利用率が高い。「宅配注文」や「家族に買ってきてもらう」を利用している人では、これらの価値が達成されていないことが考えられる。また、「目的の商品以外にも、いろいろな商品を見て買うこと」では、「ショッピングセンター」にて、達成している人の方が利用率が高い。「ショッピングセンター」では予定の食料品や日用品を購入する以外にも、様々なものを購入できていることが考えられる。

表 4-6 「買い物をする事で気分転換すること」達成状況と店舗の利用

気分転換	達成			非達成			P値
	n	M	SD	n	M	SD	
スーパーマーケット	316	94.9%	0.22	39	82.1%	0.39	0.002 **
個人商店	316	12.3%	0.33	39	12.8%	0.34	0.932
ドラッグストア	316	52.5%	0.50	39	28.2%	0.46	0.004 **
コンビニエンスストア	316	38.3%	0.49	39	35.9%	0.49	0.772
ショッピングセンター	316	48.7%	0.50	39	33.3%	0.48	0.069
宅配注文	316	15.8%	0.37	39	41.0%	0.50	0.000 **
家族に買ってきてもらう	316	16.1%	0.37	39	30.8%	0.47	0.024 *

表 4-7 「友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすこと」達成状況と店舗の利用

友人・知人と楽しく	達成			非達成			P値
	n	M	SD	n	M	SD	
スーパーマーケット	145	95.2%	0.22	91	87.9%	0.33	0.041 *
個人商店	145	9.7%	0.30	91	8.8%	0.28	0.825
ドラッグストア	145	51.0%	0.50	91	44.0%	0.50	0.292
コンビニエンスストア	145	35.2%	0.48	91	23.1%	0.42	0.050 *
ショッピングセンター	145	49.7%	0.50	91	42.9%	0.50	0.311
宅配注文	145	20.0%	0.40	91	19.8%	0.40	0.967
家族に買ってきてもらう	145	19.3%	0.40	91	18.7%	0.39	0.905

表 4-8 「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと」達成状況と店舗の利用

店員との会話を楽しむ	達成			非達成			P値
	n	M	SD	n	M	SD	
スーパーマーケット	157	94.3%	0.23	86	89.5%	0.31	0.179
個人商店	157	16.6%	0.37	86	11.6%	0.32	0.303
ドラッグストア	157	51.6%	0.50	86	52.3%	0.50	0.913
コンビニエンスストア	157	37.6%	0.49	86	30.2%	0.46	0.253
ショッピングセンター	157	51.6%	0.50	86	51.2%	0.50	0.949
宅配注文	157	17.2%	0.38	86	23.3%	0.42	0.255
家族に買ってきてもらう	157	19.7%	0.40	86	17.4%	0.38	0.663

表 4-9 「買い物をする際に地域の様子や変化を知ること」達成状況と店舗の利用

地域の様子や変化を知る	達成			非達成			P値
	n	M	SD	n	M	SD	
スーパーマーケット	234	94.0%	0.24	100	92.0%	0.27	0.498
個人商店	234	12.4%	0.33	100	11.0%	0.31	0.720
ドラッグストア	234	50.0%	0.50	100	41.0%	0.49	0.132
コンビニエンスストア	234	37.2%	0.48	100	33.0%	0.47	0.467
ショッピングセンター	234	49.1%	0.50	100	49.0%	0.50	0.981
宅配注文	234	17.1%	0.38	100	22.0%	0.42	0.292
家族に買ってきてもらう	234	17.9%	0.38	100	15.0%	0.36	0.513

表 4-10 「実際に手に取って、好みの商品を買うこと」達成状況と店舗の利用

実際に手に取って買う	達成			非達成			P値
	n	M	SD	n	M	SD	
スーパーマーケット	358	95.5%	0.21	22	68.2%	0.48	0.000 **
個人商店	358	12.8%	0.34	22	9.1%	0.29	0.608
ドラッグストア	358	49.7%	0.50	22	36.4%	0.49	0.225
コンビニエンスストア	358	37.4%	0.48	22	36.4%	0.49	0.920
ショッピングセンター	358	50.6%	0.50	22	22.7%	0.43	0.011 *
宅配注文	358	17.0%	0.38	22	36.4%	0.49	0.022 *
家族に買ってきてもらう	358	15.6%	0.36	22	31.8%	0.48	0.048 *

表 4-11 「目的の商品以外にも、いろいろな商品を見て買うこと」達成状況と店舗の利用

目的以外の商品も見る	達成			非達成			P値
	n	M	SD	n	M	SD	
スーパーマーケット	251	95.6%	0.21	64	90.6%	0.29	0.115
個人商店	251	13.1%	0.34	64	10.9%	0.31	0.637
ドラッグストア	251	52.2%	0.50	64	43.8%	0.50	0.229
コンビニエンスストア	251	40.2%	0.49	64	31.3%	0.47	0.188
ショッピングセンター	251	56.6%	0.50	64	25.0%	0.44	0.000 **
宅配注文	251	18.7%	0.39	64	15.6%	0.37	0.567
家族に買ってきてもらう	251	15.5%	0.36	64	15.6%	0.37	0.986

表 4-12 「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」達成状況と店舗の利用

趣味や食事の時間も過ごす	達成			非達成			P値
	n	M	SD	n	M	SD	
スーパーマーケット	201	95.5%	0.21	86	93.0%	0.26	0.385
個人商店	201	10.4%	0.31	86	15.1%	0.36	0.264
ドラッグストア	201	54.7%	0.50	86	39.5%	0.49	0.018 *
コンビニエンスストア	201	39.8%	0.49	86	32.6%	0.47	0.247
ショッピングセンター	201	58.2%	0.49	86	36.0%	0.48	0.001 **
宅配注文	201	19.4%	0.40	86	20.9%	0.41	0.767
家族に買ってきてもらう	201	15.9%	0.37	86	18.6%	0.39	0.578

これらの分析から、買い物で利用する店舗の種類によって、達成される価値に違いがあることが予測された。しかし、これらの分析はそれぞれの副次的な価値が達成されている人と、達成されていない人との間で、各買物先の利用率の差の検定を行ったのみである。したがって、買い物先の種類によって、その価値が達成されるかどうかの直接的な因果関係を示すことはできない。さらに、人は複数の種類の店舗を利用していることが多く、これらの効果の達成がどの店舗によって行われているかについて正確に知るには別の分析が必要である。

上記による分析から、利用する店舗の種類によって達成される価値に違いがある可能性が示された。本研究におけるアンケート調査では、それぞれの買い物における価値について、達成されているかどうかを質問している。また、その価値が「達成されている」と回答した人には、その達成がどの種類の買い物手段により行われているかについても質問している。例えば、「買い物することで気分転換すること」が「達成されている」と回答した人が、その達成が「スーパーマーケット」と「ショッピングセンター」で達成されていると思うのであれば、その両方に○を付けることになる。つまり、その価値の達成が、どの種類の買い物先で達成されているのかを直接的に説明できる。図 4-21 に、各店舗の種類の利用者の中で、その買い物先で副次的な価値が達成されていると回答している人の割合を示す。また、これらの詳細を表 4-13 に示す。

「スーパーマーケット」を利用している人の 72.1%が、スーパーマーケットで買い物をするだけで気分転換をすることができていると回答している。これは買い物をするだけで気分転換をすることができると回答している全ての人の人中で 87.4%にもおよぶ。一方で、「家族に買い物を頼んでいる」と回答した人で、それにより気分転換できると回答したのは 14.5%しかいない結果となった。その他の項目でも「家族への依頼」による買い物では、多くの副次的な価値が達成できていない結果となっている。買い物手段の種類による副次的な価値の達成の差について、一元配置分散分析による検定を行った。その結果、「買い物をするだけで気分転換をすること」など、買い物における副次的な価値の 7 項目

すべてで有意水準 1%の差がみられた。つまり、これらの価値の達成は、買い物手段によることがわかる。また、各買い物手段間の差をみるために多重比較検定を行った。表 4-14 に多重比較検定で店舗の種類間による副次的な価値の達成割合に有意な差がみられたものを示す。表 4-14 では、水準 1 と水準 2 とで副次的な価値の達成について統計的に有意な差がみられたものを示し、水準 1 の方が高い達成率の場合は左側に「*」を、水準 2 の方が高い達成率の場合は右側に「*」を付けている。「(V1)買い物をすることで気分転換すること」では、「スーパーマーケット」が他のどの店舗よりも達成されていることがわかる。また、「(V4)買い物をする際に地域の様子や変化を知ること」や「(V5)実際に手に取って好みの商品を買うこと」においても、他の多くの店舗よりも「スーパーマーケット」の方が達成されていることがわかる。一方で、「目的の商品以外にも、いろいろな商品を見て買うこと」「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」では、「スーパーマーケット」よりも「ショッピングセンター」での達成割合が高い結果であった。また、「宅配」や「家族に頼る」では、買い物における副次的な価値の達成状況が低いことが示された。

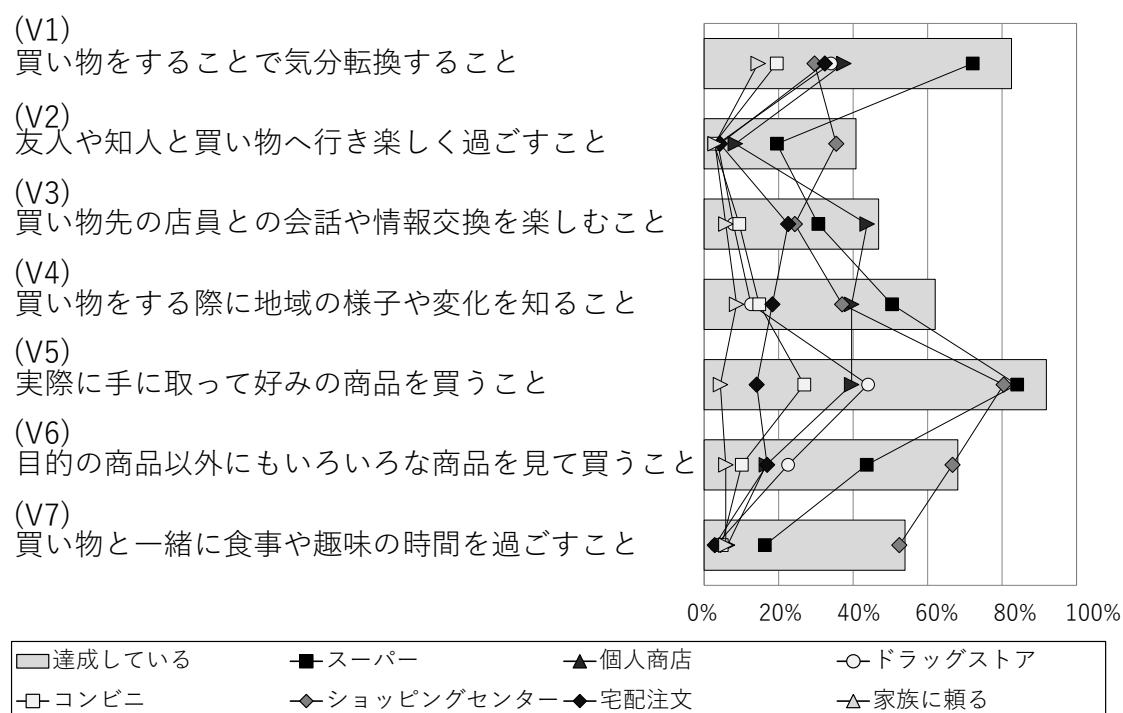


図 4-21 副次的な価値が達成されている買い物先

表 4-13 副次的な価値が達成されている買い物先の割合

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	利用率
達成している	82.5%	40.8%	46.8%	62.0%	91.9%	68.1%	53.9%	-
スーパー	72.1%	19.5%	30.6%	50.4%	84.0%	43.6%	16.3%	93.4%
個人商店	37.5%	8.3%	43.8%	39.6%	39.6%	16.7%	6.3%	12.2%
ドラッグストア	34.0%	3.7%	7.9%	12.6%	44.0%	22.5%	3.1%	48.4%
コンビニ	19.5%	2.7%	9.4%	14.8%	26.8%	10.1%	4.7%	37.7%
ショッピングセンター	29.6%	35.4%	24.3%	37.0%	80.4%	66.7%	52.4%	47.8%
宅配注文	32.4%	4.2%	22.5%	18.3%	14.1%	16.9%	2.8%	19.0%
家族に頼る	14.5%	2.9%	5.8%	8.7%	4.3%	5.8%	5.8%	17.5%

※V1～V7は図9のそれぞれの価値に対応

表 4-14 利用する店舗の種類での多重比較検定

水準1	水準2	(V1)	(V2)	(V3)	(V4)	(V5)	(V6)	(V7)
スーパー	個人商店	**				**	**	
	ドラッグストア	**	**	**	**	**	**	**
	コンビニ	**	**	**	**	**	**	**
	ショッピングセンター	**		**	**		**	**
	宅配注文	**	**		**	**	**	*
	家族に頼る	**	**	**	**	**	**	
個人商店	ドラッグストア			**	**			
	コンビニ			**	**			
	ショッピングセンター		**	*		**	**	**
	宅配注文			*		*		
	家族に頼る			**	**	**		
ドラッグストア	コンビニ	*				**		
	ショッピングセンター		**		**	**	**	**
	宅配注文					**		
	家族に頼る	*				**		
コンビニ	ショッピングセンター		**	**	**	**	**	**
	宅配注文							
	家族に頼る					**		
ショッピングセンター	宅配注文		**		*	**	**	**
	家族に頼る		**	*	**	**	**	**
宅配注文	家族に頼る							

※V1～V7は図9のそれぞれの価値に対応 (*p<0.05 *p<0.01)

※各価値について達成されている割合が水準1の方が高いものを点線の左側、水準2の方が高いものを右側に表示

以上のことから、各買い物手段における価値の達成状況について示すことができた。ここで、各店舗の立地とその利用率をみる。主な買い物の手段が徒歩である Group-2 の人に着目した。本研究では、近隣の店舗までの移動時間を質問している。図 4-22 に、各店舗

が徒歩 8 分以内にある人の割合と、その利用率を示す。徒歩 8 分は高齢者の歩行速度でおよそ 500m となっている。農林水産省¹⁶⁾の買い物弱者の基準として自宅から 500m 以内に生鮮食糧品が購入できる店舗がないことが挙げられており、この基準を参考にした。「スーパーマーケット」をみると徒歩 8 分以内に立地している人は全体の 30.6%であるのに対し、その利用は 96.8%となっている。徒歩 8 分以上かかるスーパーに買い物に行っている人は 66.2%も存在する。多少は無理をしてでもスーパーに買い物に行っていることが考えられる。スーパーマーケットは「実際に手に取って買い物ができること」や「気分転換をすること」、「知人や友人と一緒に楽しく買い物をする事」などについて副次的な価値を有す可能性がある。高齢になり歩行可能距離が短くなった場合は、スーパーマーケットの利用が困難になり、これらの副次的な価値も達成されなくなる可能性がある。

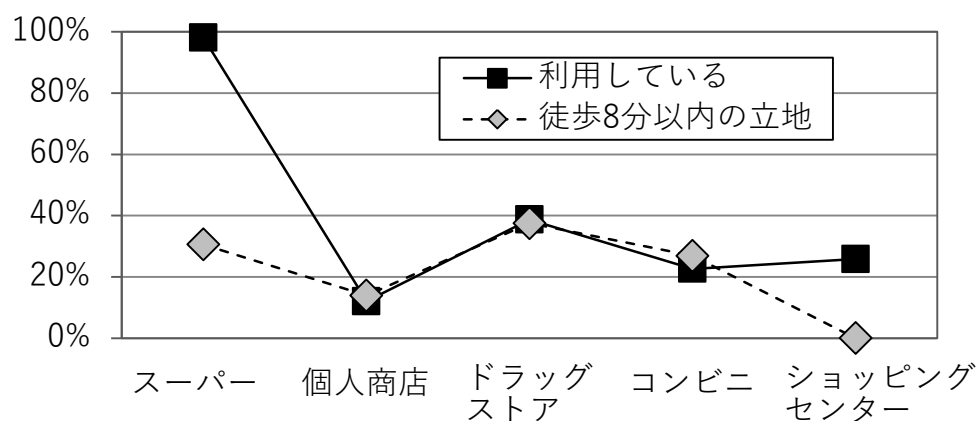


図 4-22 主な買い物手段が徒歩の人の店舗立地と利用率

ここまで、買い物による副次的な価値の重要性を認識している人は、その価値を達成している人よりも多いことが示された。また、買い物における副次的な価値を必要としながらも達成できていない高齢者の存在も明らかになった。買い物における副次的な価値は、重要と認識されながらも、達成できていない現状が示された。さらに、買い物で利用する店舗によって、達成される価値に違いがあることが明らかになった。店舗の種類では、「スーパーマーケット」を利用している人にて、多くの価値が達成されている状況であった。徒歩にてスーパーマーケットを利用している人は、徒歩 8 分以内にスーパーマーケットが立地していない割合が高く、加齢による歩行距離の低下により、スーパーマーケットの利用ができなくなる可能性もある。

4.8 副次的な価値と買い物支援策の利用意向

本節では、買い物支援方策の利用意向と、買い物における副次的な価値の重要度認識の関係について分析を行う。表 4-15（表-4-3）に本分析で用いた買い物支援策について再掲する。

表 4-15 本研究で選定した買い物支援方策

(S1)移動販売車	例) 福井県民生活協同組合ハーツ号
地域の人が集まりやすい広場などへ、商品をのせた車で販売に来る	
(S2)出張販売市	例) 中津市ノーソンくらぶ
地域の公民館や広場などで屋台や交流スペースを設けた販売市を開催する	
(S3)宅配サービス	例) ワークスコープちば
値段や距離にかかわらず、店で買った物を自宅まで宅配してくれる	
(S4)買い物送迎バス	例) 狙班内買い物送迎バス
仲の良い友達たちと一緒に乗って遠くの店まで買い物に行ける	
(S5)御用聞きサービス	例) NPO法人あなたの街「三河や」
電話などで注文を聞いて、鮮度や大きさなどの細かな指定にも答えてくれる	
(S6)買い物サポーター	例) 鎌倉市高齢者生活サポーター
一緒に歩いて店を回り、買い物中には荷物を持ってくれたりする	
(S7)高齢者見守りサービス	例) 西和賀町まごころ宅急便
商品を配達するときに健康状態などを見て遠くの家族へと報告してくれる	
(S8)お手伝いサービス	例) 加茂市粋サポート事業
商品を配達するときに、電球交換や家具の移動など簡単な作業をしてくれる	

本研究では、各買い物支援方策の利用意向を「今から使ってみたい」「将来的には使ってみたい」「使わないと思う」の3段階で質問をしている。図 4-23 に、各方策の利用意向を示す。「今から使ってみたい」人の割合はすべての項目で低い。項目の中で一番高い割合の「宅配サービス」でみても、「今から使ってみたい」人は 13.5%となっている。「今から使ってみたい」および「将来的には使ってみたい」人を合わせると、「宅配サービス」では 72.5%、「お手伝いサービス」では 62.4%となっている。各買い物支援方策について「将来的には使ってみたい」と回答した人は、将来自身の体力が衰退し買い物が困難になった場合や、現在使っている交通手段が使えなくなった場合に各買い物支援方策を利用したいと回答していると考えられる。つまり将来的というのは、「何十年も先」というよりは、「現在の状況が変化したら」や「機会があれば」などと解釈されると考えられる。

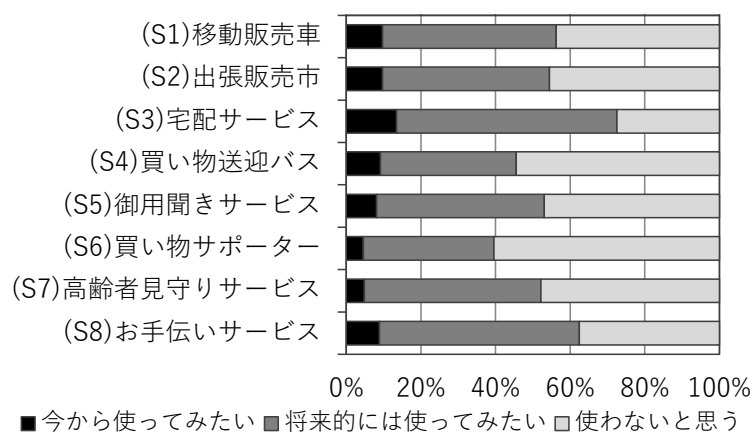


図 4-23 買い物弱者支援方策の利用意向

次に、上記利用意向について、買い物手段の各グループ別に把握を行う。図 4-24～図 4-31 に交通手段による分類における各買い物支援方策の利用意向を示す。これらの利用意向について、「今から使ってみたい」人の割合でみると、「宅配サービス」以外の項目において、Group-1 がもっとも高い値となっている。また、「御用聞きサービス」や「買い物サポーター」、「高齢者見守りサービス」、「お手伝いサービス」では Group-4 から Group-1 になるにつれて「今から使ってみたい」人の割合が高くなる傾向にある。これらの項目では、自由な買い物手段を持たない人ほど、各支援方策の利用意向が高くなっていることが考えられる。「今から使ってみたい」人の割合にグループにて差があるかどうかについて、一元配置分散分析による検定を行った。その結果、「出張販売市」「宅配サービス」「買い物送迎バス」「買い物サポーター」「高齢者見守りサービス」にて有意水準 5% が示され、有意な差がみられた。多重比較検定では、「出張販売市」の Group-1 と Group-2、Group-1 と Group-4、「宅配サービス」の Group-3 と Group-4、「買い物サポーター」の Group-1 と Group-4、「高齢者見守りサービス」の Group-1 と Group-4 において有意水準 5% の有意な差がみられた。「宅配サービス」の Group-3 の利用意向が高い理由として、購入した食糧品などが重い場合に公共交通での移動は困難になるため、買った荷物を運んでくれる「宅配サービス」の利用意向が高くなったものと考えられる。

「今から使ってみたい」と回答した人の割合は Group-1 で高い傾向にあるのに対し、「今から使ってみたい」および「将来的には使ってみたい」と感じている人を合わせた割合でみると、各グループ間に明確な差はみられないものが多い。一元配置分散分析による検定では「買い物送迎バス」のみ有意な差がみられた。将来的に各種方策を利用したいと思うかどうかは、現在の交通手段によらないことがいえる。Group-1 の「将来的には使ってみたい」と回答した人が少ないのは、Group-1 は高齢の人が多くことから、将来ということよりも今使いたいとの意識が働いたものと考えられる。

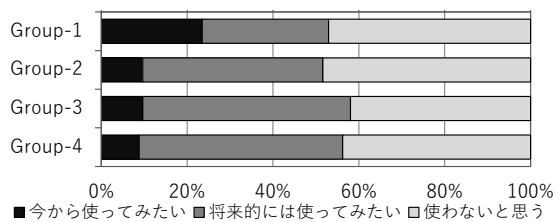


図 4-24 移動販売の利用意向

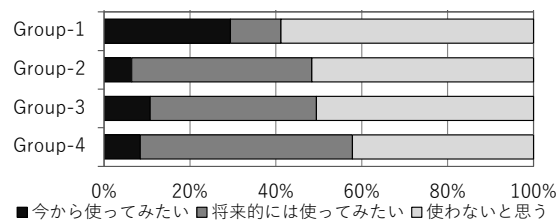


図 4-25 出張販売市の利用意向

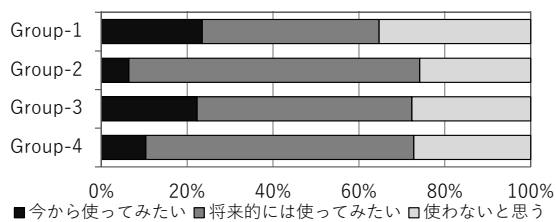


図 4-26 宅配サービスの利用意向

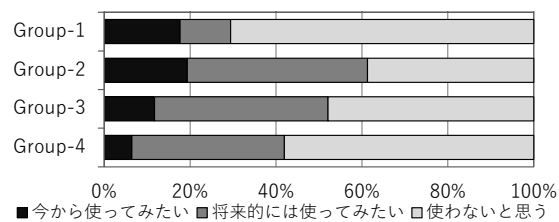


図 4-27 買い物送迎バスの利用意向

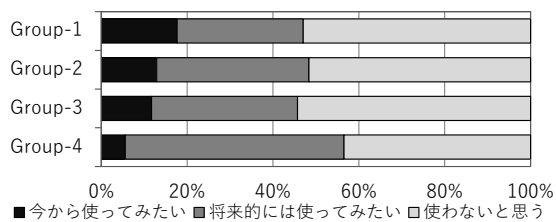


図 4-28 御用聞きサービスの利用意向

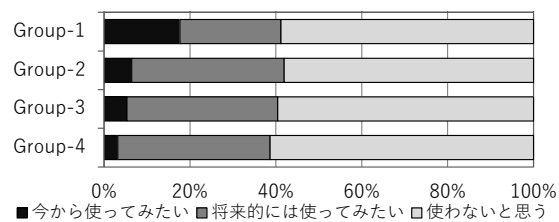


図 4-29 買い物サポーターの利用意向

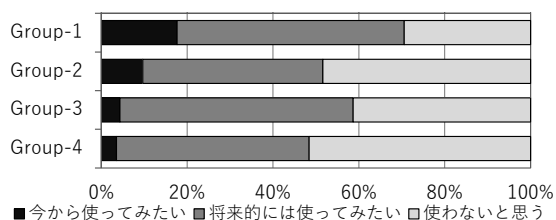


図 4-30 高齢者見守りサービスの利用意向

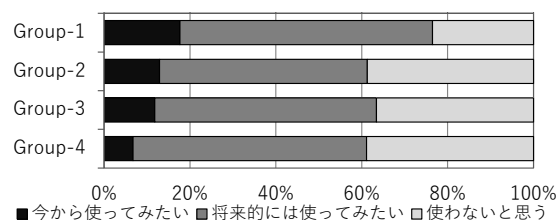


図 4-31 お手伝いサービスの利用意向

次に、買い物における副次的な価値の重要性認識と、各施策の利用意向との関係について分析を行う。買い物における副次的な価値の重要性を認識しているからこそ、各施策に利用意向を示していることも考えられる。つまり、副次的な価値の重要性を認識していない人よりも、重要性を認識している人の方が施策の利用意向が高い場合には、それらの施策により価値が達成される可能性がある。本分析では、買い物における副次的な価値の重要性を認識している人と、認識していない人とで、各施策の利用意向割合について母比率の差の検定を行った。例えば「気分転換」でみると、「買い物をすることで気分転換をすること」について重要と感じている人の中で、「移動販売」を利用したい人の割合は

57.5%である。一方で、「買い物をする事で気分転換をすること」について重要と感じていない人の中で、「移動販売」を利用したい人の割合は44.7%である。これらの比率の差について検定を行っている。これらの結果について、表4-16に「気分転換」のもの、表4-17に「友人・知人と楽しく」のもの、表4-18に「店員との会話を楽しむ」のもの、表4-19に「地域の様子や変化を知る」のもの、表4-20に「実際に手に取って買う」のもの、表4-21に「目的以外の商品も見る」のもの、表4-22に「趣味や食事の時間も過ごす」のものをそれぞれ示す。これらの分析において、買い物における副次的な価値の重要性を認識している人と、していない人とで、各施策の利用意向に差がみられたものは、「友人・知人と楽しく」の「出張販売市」「買い物送迎バス」、「店員との会話を楽しむ」の「移動販売」「出張販売市」「買い物送迎バス」「高齢者見守りサービス」、「地域の様子や変化を知る」の「移動販売」「出張販売市」「宅配サービス」「買い物送迎バス」「お手伝いサービス」、「実際に手に取って買う」の「買い物送迎バス」、「目的以外の商品も見る」の「出張販売市」「宅配サービス」「買い物送迎バス」「買い物サポーター」、「趣味や食事の時間も過ごす」の「移動販売」「出張販売市」「宅配サービス」「買い物送迎バス」「買い物サポーター」「高齢者見守りサービス」「お手伝いサービス」となっている。いずれも、買い物における副次的な価値の重要性を認識している人の方が、していない人よりも高い利用意向を示している。

表 4-16 「気分転換」の重要度認識と各施策の利用意向

気分転換	重要		非重要		P値
	n	M	n	M	
移動販売	353	57.5%	38	44.7%	0.132
出張販売市	353	55.2%	38	47.4%	0.354
宅配サービス	353	72.5%	40	72.5%	0.998
買い物送迎バス	353	46.5%	38	36.8%	0.258
御用聞きサービス	355	53.8%	39	46.2%	0.364
買い物サポーター	354	41.0%	40	27.5%	0.099
高齢者見守りサービス	353	52.7%	40	47.5%	0.533
お手伝いサービス	354	62.7%	40	60.0%	0.737

n:サンプル数 M:選択割合 SD:標準偏差 *p<0.05 **p<0.01

表 4-17 「友人・知人と楽しく」の重要度認識と各施策の利用意向

友人・知人と楽しく	重要		非重要		P値	
	n	M	n	M		
移動販売	234	59.8%	154	51.9%	0.125	
出張販売市	234	59.4%	154	48.1%	0.028	*
宅配サービス	235	72.3%	155	73.5%	0.793	
買い物送迎バス	234	54.7%	155	32.3%	0.000	**
御用聞きサービス	236	51.7%	155	56.1%	0.390	
買い物サポーター	235	42.6%	156	35.3%	0.149	
高齢者見守りサービス	234	53.8%	156	49.4%	0.385	
お手伝いサービス	235	63.0%	156	62.2%	0.873	

n:サンプル数 M:選択割合 SD:標準偏差 *p<0.05 **p<0.01

表 4-18 「店員との会話を楽しむ」の重要度認識と各施策の利用意向

店員との会話を楽しむ	重要		非重要		P値	
	n	M	n	M		
移動販売	242	62.8%	148	45.9%	0.001	**
出張販売市	241	61.0%	149	44.3%	0.001	**
宅配サービス	243	74.5%	149	69.8%	0.312	
買い物送迎バス	242	51.7%	149	35.6%	0.002	**
御用聞きサービス	243	54.7%	150	50.7%	0.433	
買い物サポーター	243	43.2%	150	34.0%	0.070	
高齢者見守りサービス	241	56.4%	151	45.7%	0.038	*
お手伝いサービス	242	66.1%	151	57.0%	0.068	

n:サンプル数 M:選択割合 SD:標準偏差 *p<0.05 **p<0.01

表 4-19 「地域の様子や変化を知る」の重要度認識と各施策の利用意向

地域の様子や変化を知る	重要		非重要		P値	
	n	M	n	M		
移動販売	335	59.4%	56	37.5%	0.002	**
出張販売市	334	58.7%	57	29.8%	0.000	**
宅配サービス	335	74.9%	58	58.6%	0.010	*
買い物送迎バス	334	48.2%	57	29.8%	0.010	*
御用聞きサービス	337	53.7%	57	49.1%	0.521	
買い物サポーター	336	40.2%	58	36.2%	0.568	
高齢者見守りサービス	335	53.7%	58	43.1%	0.135	
お手伝いサービス	336	64.6%	58	50.0%	0.034	*

n:サンプル数 M:選択割合 SD:標準偏差 *p<0.05 **p<0.01

表 4-20 「実際に手に取って買う」の重要度認識と各施策の利用意向

実際に手に取って買う	重要		非重要		P値
	n	M	n	M	
移動販売	378	56.6%	12	50.0%	0.649
出張販売市	378	55.3%	12	33.3%	0.133
宅配サービス	378	73.5%	13	69.2%	0.729
買い物送迎バス	378	46.6%	12	16.7%	0.041 *
御用聞きサービス	381	53.8%	12	33.3%	0.162
買い物サポーター	380	40.5%	13	15.4%	0.068
高齢者見守りサービス	379	52.8%	13	38.5%	0.310
お手伝いサービス	380	62.9%	13	53.8%	0.507

n:サンプル数 M:選択割合 SD:標準偏差 *p<0.05 **p<0.01

表 4-21 「目的以外の商品も見る」の重要度認識と各施策の利用意向

目的以外の商品も見る	重要		非重要		P値
	n	M	n	M	
移動販売	312	58.3%	75	48.0%	0.105
出張販売市	312	57.4%	75	42.7%	0.022 *
宅配サービス	314	75.8%	75	60.0%	0.006 **
買い物送迎バス	313	48.2%	74	32.4%	0.014 *
御用聞きサービス	315	54.9%	75	46.7%	0.198
買い物サポーター	315	42.2%	75	28.0%	0.024 *
高齢者見守りサービス	313	52.1%	76	52.6%	0.931
お手伝いサービス	314	63.1%	76	59.2%	0.535

n:サンプル数 M:選択割合 SD:標準偏差 *p<0.05 **p<0.01

表 4-22 「趣味や食事の時間も過ごす」の重要度認識と各施策の利用意向

趣味や食事の時間も過ごす	重要		非重要		P値
	n	M	n	M	
移動販売	286	59.8%	104	47.1%	0.026 *
出張販売市	286	58.4%	104	44.2%	0.013 *
宅配サービス	287	76.7%	105	61.0%	0.002 **
買い物送迎バス	286	52.4%	104	26.9%	0.000 **
御用聞きサービス	288	55.9%	105	45.7%	0.073
買い物サポーター	288	42.4%	105	31.4%	0.050 *
高齢者見守りサービス	286	55.2%	106	43.4%	0.037 *
お手伝いサービス	287	65.9%	106	52.8%	0.018 *

n:サンプル数 M:選択割合 SD:標準偏差 *p<0.05 **p<0.01

以上の分析の結果、多くの項目で、買い物における副次的な価値の重要性を認識している人の方が、各施策の利用意向が高いことが示された。特に、「買い物送迎バス」に関しては、すべての買い物における副次的な価値において、重要性を認識している人の方が、各施策の利用意向が高いことが明らかとなった。これらの分析は、それぞれの支援方策の利用により達成できる価値を質問しているわけではないので、直接の因果関係を説明することはできないが、これらの副次的な価値が必要だと思う潜在的な意識が働き、施策を利用したいと考えていることも予想される。つまり、これらの各施策の利用により、買い物における副次的な価値が達成される可能性がある。実際の施策の利用による副次的な価値の達成については、他の分析が必要である。

以上のことなどから、買い物支援方策の利用意向が示された。各支援方策を今から利用したいと思っている高齢者は Group-1 で多い傾向にある。しかしながら、「将来的には使ってみたい」まで含めるとグループ間の利用意向に明確な差はみられない支援方策がほとんどであった。買い物における副次的な価値の重要性認識と、各施策の利用意向の関係について分析した結果、重要性を認識している人の方が各施策の利用意向が高い結果であった。

それらの副次的な価値を必要だと思っているからこそ利用意向を示したことが考えられる。各支援方策を利用することでこれらの価値が達成される可能性が示されている。

4.9 4章の小括

本研究では、高齢者の買い物における副次的な価値の重要性と、買い物弱者支援方策の利用意向について分析を行ったものである。本研究の結論を以下に示す。

(1) 高齢者の買い物における副次的な価値として設定した項目のすべてにおいて、それを必要だと回答する人の割合が高いことが示された。特に、「実際に手に取って好みの商品を買うこと」や「買い物をすることで気分転換をすること」において高い必要性が示された。一方で、それらの買い物における副次的な価値の達成状況でみると、すべての項目で、必要だと思う人よりも、達成できている人の割合が少ない結果となった。それぞれの項目の副次的な価値において、必要だと感じながらもそれが達成できていない人の存在を確認した。この人は「買い物をする際に地域の様子や変化を知る」の項目でもっとも高い割合を示し、全体の 25.5%となっていた。これらの人に対し、副次的な価値が達成されるような施策が必要といえる。

(2) 買い物における副次的な価値の達成に影響する要因として、買い物で利用する店舗の種類に着目し分析を行った。店舗の種類によって、達成される副次的な価値に違いがあることが明らかになった。特に、「スーパーマーケット」の利用において、他の店舗よりも副次的な価値が達成されている項目が多い結果となった。徒歩でスーパーマーケットを利用している人は、徒歩 8 分以内にスーパーマーケットが立地している割合が少なく、歩行可

能距離の低下によりスーパーマーケットが利用ができなくなる可能性がある。副次的な価値が達成されている項目の多いスーパーマーケットが利用できなくなることで、これらの価値も達成されなくなる可能性がある。

(3)買い物支援方策の利用意向の分析では、「今から使ってみたい」「将来的には使ってみたい」を合わせると、全体的に高い利用意向が示された。特に「宅配サービス」では全体の72.5%がその利用意向を示している。また、買い物の手段による利用意向を比較したところ、Group-1の人において他のグループよりも「今から使ってみたい」と回答する割合が高い結果となった。Group-1は買い物の手段が「宅配注文」か「家族に買ってもらう」のみの人である。自由な買い物手段を持たないGroup-1の人にとって、これらの方策を利用することで自らが買い物を行うことができ、その結果副次的な価値の達成がなされる可能性も考えられる。

(4)買い物における副次的な価値の重要性と、各買い物支援方策の利用意向との関係についての分析を行った。その結果、買い物における副次的な価値の重要性を認識しているの方が各施策の利用意向が高い傾向にあることが示された。買い物における副次的な価値の重要性を認識している人と、認識していない人との間に支援方策の利用意向に差がみられたものに関しては、その施策を利用することで副次的な価値が達成されることも考えられた。

以上のことから、これまで着目されてこなかった、買い物における副次的な価値の重要性が示された。また、買い物手段や買い物先店舗、買い物支援策によって、これらの価値の達成が異なることが示された。具体的には、宅配や家族への買い物依頼を利用している人は副次的な価値の達成が低いことが示された。また、利用店舗ではスーパーマーケットで副次的な価値の達成状況が高いことや、支援策では買い物送迎バスにおいて副次的な価値の達成状況が高いことが示された。ただし、これらの実際の達成状況などについては、別の詳細な調査が必要となる。

＜4 章の参考文献＞

- 1)柳原崇男, 三宅翔太: 郊外住宅地における買い物困難者への支援方法に関する研究, 第 45 回土木計画学研究発表会・講演集, CD-ROM, 172, 1973.
- 2)丁育華, 近藤光男, 余田翔平: 地方圏における高齢者の買物行動の分析, 第 36 回土木計画学研究発表会・講演集, CD-ROM, 84, 2007.
- 3)涌井志野, 三宅良一, 園田真理子: 高齢者の日常的な買い物行動とそれに関連する環境評価－高齢者の生活・外出行動とまちの環境条件に関する研究(その 1)－, 日本建築学会大会学術講演概要集, 1999.
- 4)樋野公宏: 買物不便が高齢者の食生活に与える影響とその対策－板橋地域における高齢者買物行動調査の結果分析－, 日本建築学会計画系論文集, No. 556, pp. 235-239, 2002.
- 5)南林さえ子: 高齢者の買い物行動－埼玉県西部地域を事例として－, 駿河台経済論集, Vol. 20, No. 2, 2011.
- 6)古川のり子, 橋本成仁: 居住者の買物行動支援サービスおよび公共交通の活用意向とバス支援意識との関係性把握, 土木計画学論文集 D3, Vol. 67, No. 5, pp. I_1029-I_1037, 2011.
- 7)崔唯爛, 鈴木勉: 高齢者に着目した食糧品購買行動と利便性の意識に関する研究, 都市計画論文集, Vol. 47, No. 3, pp. 271-276, 2012.
- 8)農林水産省農林水産政策研究所食糧品アクセスチーム: 食糧品アクセス問題の現状と対応方向－いわゆるフードデザート問題をめぐって－, サプライチェーンプロジェクト研究資料, 第 1 号第 1 分冊, 2012.
- 9)鶴坂貴恵: 流通政策の死角－都市部における買い物難民問題－, 商学論究, Vol. 58, No. 4, pp. 111-127, 2011.
- 10)笠井かおり: 「買い物難民」問題～その現状と解決に向けた取組～, 立法と調査, No. 307, pp. 109-119, 2010.
- 11)長島直樹: 生活者の価値観変化と消費行動への影響: 富士通総研経済研究所研究レポート, No. 363, 2010.
- 12)内閣府共生社会政策総括官: 平成 20 年度高齢者の生活実態に関する調査結果(全体版), 2008.
- 13)秋田市商工部商工労務課: 平成 23 年度商店街振興関係調査(商店街ニーズ調査), 商工労務課統計資料, 2013.
- 14)統計局: 国政調査
- 15)経済産業省: 買い物弱者応援マニュアル Ver.2.0「買い物弱者を支えていくために～24 の事例と 7 つの工夫 Ver2.0～」, 2012.
- 16)農林水産省: 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

第5章 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に着目した副次的な価値の重要性評価

5.1 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に関する研究の概説

第4章にて、高齢者の買い物において副次的な価値が重要であると指摘している。本章では、高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」の存在について、副次的な価値の概念を用いて分析を行う。

都市・交通施策の評価を行うにあたり、住民への意識調査から施策への満足度などの非観測要因を正確に把握することは重要である。しかし、過去の調査結果をみると、高齢層において過剰に満足度が高くなる傾向がある。十分な外出ができていない人であっても外出の満足度に「満足」と回答する場合がみられる。鈴木ら¹⁾の調査によると、高齢者の外出において、高齢になるほど外出頻度が下がっているにもかかわらず、満足度は上がっていることを指摘している。本分析では、このような現象が高齢者の「慣れ」や「諦め」により起こるものと予測した。加齢や自身の活動能力の低下により外出が不便な状態であることに慣れてしまい不満に感じないことや、高齢者なのだから外出できないのは仕方がないなどといった諦めから不満に感じないことが考えられる。

高齢者の外出行動に「慣れ」や「諦め」が起こることの問題点としては大きく2つ挙げられる。1つ目は、前述した意識調査の結果が正確に得られないことである。例えば、満足度の結果を一つの指標とした場合、施策を過大に評価してしまう可能性がある。「慣れ」や「諦め」により施策が過大評価された場合、改善の余地のある施策を見逃すことが問題として挙げられる。2つ目は、「慣れ」や「諦め」により、高齢者自身の外出頻度などの活動が急激に下がることである。渡辺²⁾らの調査では、閉じこもりと要介護の発生関係について報告されている。これによると、非閉じこもり高齢者の30ヶ月後の要介護割合が7.4%なのに対し、閉じこもり高齢者の30ヶ月後の要介護割合が25.0%となっている。つまり、自宅に閉じこもることにより急激に要介護状態になることが示されている。高齢者に対し、「慣れ」や「諦め」を起こさないことが重要である。本研究では、高齢者の外出行動に対する「慣れ」や「諦め」に着目した。高齢者の外出行動に対する「慣れ」や「諦め」の実態や、それらが外出行動に与える影響の把握、「慣れ」や「諦め」を構成する因子について分析を行うことを目的とする。本章では主に、「慣れ」「諦め」と副次的な価値との関係について示す。副次的な価値が達成されないことにより、「慣れ」「諦め」が発生し、さらに「慣れ」「諦め」が発生することで、副次的な価値が達成されないことの負のサイクルについて分析を行う。また、それらの分析から、買い物における副次的な価値の達成の重要性の確認とする。

5.2 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に関する既往研究

本研究では、高齢者の外出に対する「慣れ」や「諦め」が外出行動や外出意欲に与える影響について分析を行っている。「慣れ」や「諦め」を対象をしているものではないが、外出頻度への影響要因について分析を行った研究は以下のようなものがある。

伊勢³⁾らは、各種買い物支援サービス導入状況別の都市中心部への外出頻度の規定要因とその影響度を明らかにするため、アンケート調査を行っている。その結果、各買い物支援サービスの外出頻度モデルに共通して、加齢や身体機能の低下、利用可能私的交通手段の制約が都市中心部への外出を低下させることを明らかにしている。また橋本・田尾⁴⁾は、運動機能に加え、年齢や性別などの個人属性、居住環境が外出頻度に与える影響について明らかにしている。その結果、店舗までの移動時間が31分以上の場合や、健康状態が悪い場合、足腰が弱い場合に外出頻度が低くなることを示している。また、週4日以上外出している人は、自動車を自由に使える人が多いことを示している。柳原⁵⁾は、地方部の高齢者における外出頻度と移動手段および活動能力との関係を分析することで、外出頻度に影響する要因について示している。その結果、外出頻度に最も影響を与えるのは、移動手段であり、特に自身の運転の有無であった。自身で運転して外出しない場合は、年齢やIADL（手段的自立）が外出頻度に影響していることを明らかにしている。さらに柳原⁶⁾らは、外出頻度に影響を与える身体的要因、移動手段選択の要因について都市部と地方部とで比較を行っている。その結果、高齢者の外出頻度に影響する要因が移動手段であることは地方部と都市部で変わらないが、その中で地方部が自身の運転がもっとも影響しているのに対し、都市部ではバイク・自転車での移動であることを示している。また、全ら⁷⁾は、障害手帳や介護認定を受けた高齢者を対象に、属性別の日常外出実態を明らかにしている。その結果、加齢に伴い外出頻度が低下する一方で、身体機能の水準や介護認定の有無などによっても外出頻度に有意な違いをもたらすことを示している。また、鈴木ら⁸⁾は、タクシー運賃の割引制度により、高齢者の外出意識が向上することを示している。さらに鈴木ら⁹⁾は、高齢者の路線バス利用が1回100円になる制度を対象に分析を行い、割引率の大きい人ほどバス利用が増えていることを明らかにしている。

以上の他にも高齢者の外出に与える影響要因に関する研究は行われている。これらの研究では、健康状態や移動手段、移動費用などの要因が外出頻度に与える影響について分析を行っている。つまり、外出の「不便さ」そのものを対象としたものである。本研究では、これらの不便な状況に対する「慣れ」や「諦め」が存在することを示し、この「慣れ」や「諦め」の影響により外出による価値を重要と認識しなくなることを明らかにする。不便な状況に慣れることや、不便な状況の改善を諦めることは、ますますの外出の低下につながる恐れがある。

高齢者の外出に対する「慣れ」や「諦め」を扱った研究は、ほとんどみられない。ただし、心理学の分野では「慣れ」や「諦め」を扱った研究はいくつか存在する。例えば「諦

め」についてみると、Feifel・Strack¹⁰⁾は、葛藤状況に対する典型的なコーピングスタイルを problem-solving（問題解決）、avoidance（回避）、resignation（諦め）の3つであるとし、このうち resignation（諦め）は、ストレスフルな状況を変えようとすることなく、それに従ったり受け入れることであるとしている。Carver ら¹¹⁾により作成されたコーピング方略の測定尺度である COPE では Mental disengagement（心理的諦め）がコントロール感と負の相関、不安と正の相関があることを示している。また、Behavioral disengagement（行動的諦め）がコントロール感、自尊心、ハーディネスと負の相関、不安と正の相関があることを示している。一方で、上田¹²⁾は自己評価が低くても、狭義の自己受容としての「上手なあきらめ」が、自己評価に対するメタレベルでの肯定度を高く保ち、自尊心の向上に働きかけることを指摘している。菅沼¹³⁾も、諦めは精神的健康に必ずしもネガティブな影響を与えるとは限らず、諦めることの多様なバリエーションの中で、精神的健康への機能に違いが存在すると指摘している。大塚¹⁴⁾は上記で用いられている COPE、Brief COPE について日本語版の作成を行い、信頼性、妥当性の検討を行っている。COPE では、「心理的諦め」下位尺度の質問項目として「そのことから気をそらすために、仕事や他の活動にとりかかる」「他のことについて空想する」「いつもより多く寝る」「そのことについてあまり考えないようにするために、映画やテレビをみる」としている。また、「行動的諦め」下位尺度の質問項目として「それに対応できないことを認めて、対応することをやめる」「自分の目標を達成しようとするのをあきらめる」「自分が希望することを得ようとするのをあきらめる」「その問題を解決するための努力を減らす」としている。Brief COPE では「行動的諦め」下位尺度の質問項目として「それに取り組もうとするのをあきらめる」「それに対応しようとするのをあきらめる」としている。

「慣れ」に関する研究をみると、Glass・Singer¹⁵⁾は慣れは、心理機序の違いから「心理学的慣れ」と「認知的慣れ」に分けられるとしている。「生理学的慣れ」とは、刺激に対する感覚受容器の感覚量が低下する過程を示している。「認知的慣れ」とは、反復提示される情報や刺激に対する探索反応が低下することを示している。溝口ら¹⁶⁾は、同じ刺激が持続あるいは繰り返し提示されると、刺激に対する反応がしだいに減弱し、ついには消滅する現象を慣れとしている。ただしこれら扱われている「慣れ」は騒音や映像など外部からの刺激に対する生体反応としての慣れがほとんどである。その他にも、機械操作に対する慣れなどについては研究が行われている。白萩ら¹⁷⁾は、ドライバーの経路選択や運転操作に関する慣れについて分析を行っている。また、杉邑・上野¹⁸⁾は、ソフトウェア利用時のユーザインターフェイスに対する慣れについて分析を行っている。生活や健康状態への慣れに関する研究はみられない。

本研究で扱う外出行動に関する「慣れ」や「諦め」に関して、「諦め」では、Feifel・Strack¹⁰⁾の「諦め(resignation)：ストレスフルな状況を変えようとすることなく、それに従ったり受け入れること」が援用できる。これらの概念を高齢者の外出行動へ適用した。高

高齢者の外出行動に際し、ストレスフルといえるほどの状況は考えにくいいため、「ストレスフルな状況」を「不便な状況」に置き換えた。また、従ったり受け入れるといった表現も過大であるため、「それに従ったり受け入れること」を「仕方ないと感じること」に置き換えた。つまり、本研究における「諦め」を「不便な状況に対して仕方ないと感じること」と定義して分析を行う。また「慣れ」に関しては、本研究に援用できる研究は少ない。そのため、「諦め」の「不便な状況に対して仕方ないと感じること」の定義と合わせ、本研究における「慣れ」を「不便な状況に対して慣れてしまうこと」と定義して分析を行う。つまり生活・外出への欲求の低下について扱う。

5.3 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に関する調査の概要

本研究では、高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」の実態の把握のために、秋田県秋田市の高齢者を対象に意識調査を実施した。秋田県は全国でも最も高齢化が深刻な県である。平成30年10月時点での秋田市の総人口に占める65歳以上人口の高齢化率は31.0%となっており、今後も増加することが推計されている。また、秋田市の路線バスの輸送人員は年々減少しており、採算性の低い路線については廃止や統合が行われている。路線バスの利便性が低くなることに対して「慣れ」や「諦め」が発生することも考えられる。

本研究では、秋田市の旭川地区、保戸野地区、南通地区、御野場地区、寺内地区の計5地区にそれぞれ500部の調査票の配布を行った。高齢者の外出行動に対する「慣れ」や「諦め」の実態把握と、その要因分析を目的としている。年齢や交通手段を含め、幅広い属性の高齢者からの意識を調査するため、それぞれ高齢化率や、JR秋田駅からの距離などの異なる5地区を調査対象として選定した。JR秋田駅からの距離は、旭川地区で南西に約2km、保戸野地区で西方に1.5km、南通地区で南方に0.5km、御野場地区で南方5km、寺内地区で北西に4kmの位置となっている。表5-1に、本研究で対象とした地区の路線バスの状況として秋田駅までの運行本数、運賃、乗車時間を示す。秋田市では秋田中央交通株式会社が路線バスの運行を行っている。表-1に運賃を示したが、秋田市では65歳以上の高齢者が1回100円で路線バスに乗車できる「高齢者コインバス事業」を実施している。そのため本調査の対象者はすべて1回100円の運賃である。

表 5-1 各地区の路線バス状況

地区	バス停	本数/日	運賃	乗車時間
旭川	旭川小学校前	25本	250円	15分
保戸野	すわ町	47本	170円	12分
南通	南大通・中通病院前	6本	170円	7分
御野場	御野場幼稚園前	15本	430円	33分
寺内	寺内地域センター前	41本	360円	21分

次に、表 5-2 に意識調査の概要を示す。

表 5-2 意識調査の概要

調査票配布対象：秋田市在住の65歳以上の高齢者			
調査票配布日：平成29年12月15日～16日			
調査方式：直接投函・郵送回収方式			
配布地区	65歳以上 人口	65歳以上 人口割合	回収票数 (回収率)
旭川	762	32.6%	106票(35.3%)
保戸野	1,735	31.8%	68票(22.7%)
南通	975	27.0%	65票(21.7%)
御野場	1,962	28.6%	80票(26.7%)
寺内	2,664	30.6%	77票(25.7%)
全体			396票(26.4%)
個人属性			
-性別 -年齢 -職業 -世帯構成 -健康状態 -65歳の時と比較した健康状態 -普段の趣味を行ううえでの不便 -普段の買い物を行ううえでの不便 -自家用車の所有 -普段の利用施設 など			
普段の生活の満足度			
-外出頻度の満足度 -外出範囲の満足度 -買い物する店舗数の満足度 -趣味娯楽内容の満足度 -趣味娯楽頻度の満足度 -交通手段の満足度 -買い物の方法に関する満足度			
各活動をやめてからの年数			
-自動車を運転しなくなってからの年数 -仕事をやめてからの年数 -趣味娯楽が十分にできなくなってからの年数 -健康のための運動ができなくなってからの年数 -一人で生活するようになってからの年数 -階段の上り下りがつらくなってからの年数			
各種活動内容			
現在の活動内容・65歳時の活動内容			
自身が希望する活動内容			
-外出頻度 -外出範囲 -交通手段 -買い物頻度 -買い物する店舗数 -趣味娯楽の頻度			
生活における慣れや諦め			
-慣れ：6項目（購入意欲の低下など） -諦め：13項目（趣味娯楽の時間の低下など）			
外出の各価値における重要度の認識と達成状況			
-好きな時に外出ができること -好きな場所に外出ができること -他人とコミュニケーションが取れること -自宅ではできない体験ができること -自身で手に取り購入できること -日常生活が充実したと感ずること -外出先までの移動が楽しいこと			
老研式活動能力指標			
-手段的自立：5項目 -知的能動性：4項目 -社会的役割：4項目			
各施策に対する関心度			
-免許返納者への支援 -コインバス事業 -デマンドバス -買い物送迎バス -移動販売			

本調査では主に、交通手段（自家用車・バス・送迎）や、仕事の有無、趣味娯楽活動の有無、健康活動の有無、同居の有無などの要因による「慣れ」や「諦め」の大きさについて比較を行う。また、一般生活による「慣れ」や「諦め」がどのような因子で構成されているかの把握を行い、それらが外出の重要度認識を低下させることを示す。各地区内において、年齢や移動手段、健康活動の有無、同居の有無などの割合は異なる。地区に分けて上記の分析を行う場合、各地区が抱えるこれらの母数を反映した結果となる可能性が高

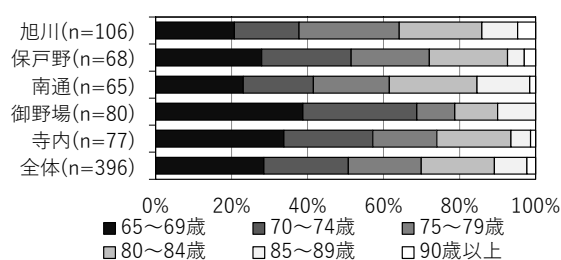
い。各個人属性の要因毎の「慣れ」「諦め」を把握することを目的とするため、本研究では地区毎の分析は行わない。意識調査では、個人属性、普段の生活の満足度、各活動をやめてからの年数、65歳の時と比較した外出行動の変化と慣れや諦め、希望する外出行動、生活における慣れや諦め、外出の各価値における重要度の認識と達成状況、老研式活動能力指標、各施策に対する関心度などについて質問を行っている。

5.4 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」の存在

本研究では、高齢者の外出行動に対する「慣れ」や「諦め」の実態把握と、その要因について分析を行う。

はじめに基本的な特性として、調査対象地域毎の年齢構成と、交通手段について示す。図 5-1 に年齢構成、表 5-3 に交通手段を示す。年齢構成では、御野場地区でやや若い層が多く、「65～69 歳」が 38.8%となっている。全体としては、高齢になるほど構成割合が少なくなるが、85 歳以上の高齢者からも 43 票の調査票が回収できている。次に、交通手段についてみる。交通手段は、複数回答による結果である。全体でみると、「徒歩」が 60.1%と最も高い値となっている。次いで「自動車」の 57.3%、「バス」の 54.1%となっている。年齢構成や交通手段において、幅広い属性の意見を回収できている。本研究では、「慣れ」や「諦め」の要因について把握を行う。年齢や交通手段の違いについて、その要因の分析を行うため、地域毎による分析は行わない。

表 5-3 調査対象地区の交通手段



	徒歩	自転車	自動車	送迎	タクシー	バス	電車
旭川(n=106)	58.1%	43.8%	49.5%	26.7%	39.0%	63.8%	12.4%
保戸野(n=68)	75.0%	39.7%	48.5%	25.0%	39.7%	57.4%	2.9%
南通(n=65)	69.8%	31.3%	46.0%	39.1%	29.7%	37.5%	4.7%
御野場(n=80)	46.8%	35.4%	68.4%	24.1%	16.5%	50.6%	7.6%
寺内(n=77)	55.3%	26.3%	73.7%	25.0%	31.6%	55.3%	10.5%
全体(n=396)	60.1%	36.0%	57.3%	27.6%	31.6%	54.1%	8.2%

図 5-1 調査対象地区の年齢構成

次に、65歳のときと現在の外出行動の違いについて明らかとする。表 5-4 に外出頻度、表 5-5 に利用店舗数、表 5-6 に買い物頻度、表 5-7 に趣味娯楽の頻度について示す。それぞれの表の数字は該当する人数を示している。例えば表 5-4 の外出頻度をみると、65歳のときに「ほぼ毎日」外出していて、現在も「ほぼ毎日」外出している人が 113 人存在することになる。表中の灰色の網掛けは、65歳のときよりも現在の方が各種頻度が減少した人を示している。外出頻度では 112 人(全体の 31.0%)、利用店舗数では 107 人(全体の 29.7%)、買い物頻度では 91 人(全体の 24.7%)、趣味娯楽の頻度では 81 人(全体の 22.1%)

において各種活動の頻度が減少している。65歳のときと比較して、各種活動の頻度が変化しない高齢者が多いなかで、頻度が減少した高齢者の存在も確認できる。

表 5-4 65歳の時との外出頻度比較

		現在の外出頻度				
		ほぼ毎日	週3～5日	週1～2日	月に数日	無しでよい
65歳の頻度	ほぼ毎日	113	37	14	4	2
	週3～5日	1	89	41	4	2
	週1～2日		3	33	4	3
	月に数日	1		2	4	1
	しない		1			2

表 5-5 65歳の時との利用店舗数比較

		現在の利用店舗数				
		5店舗以上	4店舗	3店舗	2店舗	1店舗
65歳の店舗数	5店舗以上	100	25	17	6	2
	4店舗	2	47	25	9	2
	3店舗	2	4	69	17	1
	2店舗	1	2	3	21	3
	1店舗					2

表 5-6 65歳の時との買い物頻度比較

		現在の買い物頻度				
		ほぼ毎日	週3～5日	週1～2日	月に数日	無しでよい
65歳の頻度	ほぼ毎日	37	17	7	3	4
	週3～5日	2	127	44	1	4
	週1～2日	2	7	75	6	4
	月に数日			5	16	1
	しない		1	2	1	3

表 5-7 65歳の時との趣味娯楽頻度比較

		現在の趣味娯楽頻度				
		ほぼ毎日	週3～5日	週1～2日	月に数日	無しでよい
65歳の頻度	ほぼ毎日	23	8	2	1	
	週3～5日	4	57	18	7	5
	週1～2日	1	9	77	12	7
	月に数日		3	2	62	21
	しない		1	3	3	40

次に、希望の各種活動頻度と現在の実際の頻度の比較を行う。これらの関係について、表 5-8 に外出頻度、表 5-9 に利用店舗数、表 5-10 に買い物頻度、表 5-11 に趣味娯楽の頻度について示す。

表 5-8 希望の外出頻度の比較

		現在の外出頻度				
		ほぼ毎日	週3～5日	週1～2日	月に数日	無しでよい
希望の頻度	ほぼ毎日	93	8	3	3	
	週3～5日	23	120	31	3	1
	週1～2日	3	9	53	5	3
	月に数日			2	5	4
	しない	2	1	2	2	2

表 5-9 希望の利用店舗数の比較

		現在の利用店舗数				
		5店舗以上	4店舗	3店舗	2店舗	1店舗
希望の店舗数	5店舗以上	100	12	16	2	
	4店舗	5	54	15	4	1
	3店舗	5	6	80	18	5
	2店舗	3	5	4	26	2
	1店舗			1	2	2

表 5-10 希望の買い物頻度の比較

		現在の買い物頻度				
		ほぼ毎日	週3～5日	週1～2日	月に数日	無しでよい
希望の頻度	ほぼ毎日	36	5	2		
	週3～5日	9	137	20	1	5
	週1～2日		10	112	5	4
	月に数日		2	5	18	3
	しない		1		2	3

表 5-11 希望の趣味娯楽頻度の比較

		現在の趣味娯楽頻度				
		ほぼ毎日	週3～5日	週1～2日	月に数日	無しでよい
希望の頻度	ほぼ毎日	26	5		1	
	週3～5日	2	68	17	1	1
	週1～2日	1	6	82	29	9
	月に数日		1	2	60	27
	しない		1	1		36

例えば、表-8の外出頻度をみると、「ほぼ毎日」外出をしたいと希望していながら、「週3～5日」しか外出できていない人が8人存在することになる。表中の灰色の網掛けは、希望よりも実際の頻度が少ない人を示している。外出頻度では61人(全体の16.1%)、利用店舗数では75人(全体の20.4%)、買い物頻度では45人(全体の11.8%)、趣味娯楽の頻度では90人(全体の23.9%)が希望の頻度よりも実際の頻度の方が低い。希望どおりの外出や活動ができていない高齢者の存在が確認できる。

次に、活動頻度への希望と、満足度との関係についてみる。これらの関係について、まずは各種活動に対して「希望未満」と「希望以上」に分ける。各種活動頻度について、希望と実際の頻度が同等、もしくはそれ以上の人を「希望以上」とした。また、希望よりも実際の頻度の方が低い人を「希望未満」した。これらの分類の後、さらにその活動に「不満」か「不満以外」かの分類を行った。「不満」は各種活動に対して「不満」「やや不満」と回答した人、「不満以外」は「満足」「やや満足」と回答した人の集計を行っている。これらの分析では、各種活動に対する希望と満足度の両方に回答している人のデータを用いている。これらの分析により、各種活動の頻度が「希望未満」にも関わらず、不満に感じない人の存在が確認できる。これらの関係について図5-2に外出頻度、図5-3に利用店舗数、図5-4に買い物頻度、図5-5に趣味娯楽のものを示す。本研究では、希望未満にも関わらず不満に感じない人が「慣れ」や「諦め」の影響によるものと考えられる。例えば、図5-2の外出頻度をみると、「希望未満」の人が56人、「希望以上」の人が294人存在する。さらに「希望未満」の中で「不満」が21人、「不満以外」が35人存在していることがわかる。外出頻度について「希望未満」にも関わらず、不満に感じていない人が62.5%存在することが明らかとなった。同様に「希望未満」の中で「不満以外」の人は、利用店舗数で45人(64.3%)、買い物頻度で26人(63.4%)、趣味娯楽頻度で50人(72.5%)存在することがわかる。また、一部に各種活動が「希望以上」であるにも関わらず「不満」となっている人の存在も確認できる。これは、希望より多くの外出や買い物をせざるを得ない人が存在することが理由の1つとして考えられる。例えば、自身の健康状態が良くないためあまり外出をしたくないが、配偶者の介護などのため外出せざるを得ない場合などである。また、希望の水準は満たしているものの、もっと多く得られる場合にはさらに良いといった欲求の高さから「不満」と回答していることも考えられる。これらの人にとっても「慣れ」や「諦め」は存在すると考えられる。ただし、これらの人は本研究で扱う「欲求の低下」をもとにした「慣れ」や「諦め」には含まれない。

ここで、これらの満足度と「慣れ」「諦め」との関係について分析を行う。各種活動に対して希望未満にも関わらず、不満に感じないことは、「慣れ」や「諦め」が影響していると考えられる。各種活動が希望未満であることに對して、仕方がないと思うかどうか、その状況にすでに慣れたかどうかについて質問を行っている。仕方がないと思うかどうかを「諦め」、その状況に慣れたかどうかについて「慣れ」として扱う。図5-6に、満足度と「諦め」の関係、図5-7に、満足度と「慣れ」の関係を示す。これらの各項目にて

「満足」の人と「満足以外」の人とで「仕方がないと思う」「すでに慣れた」と回答された割合について母比率の差の検定を行った。まずはじめに、「諦め」についてみる。「仕方がないと思う」と回答している人の割合は、すべての項目において「不満」よりも「不満以外」の方が高い。しかし、その差はわずかであり、「不満」と「不満以外」とで「仕方がないと思う」と回答した比率に統計的に有意な差はみられていない。次に、「慣れ」についてみる。「諦め」と同様に、「すでに慣れた」と回答している人の割合は、すべての項目において「不満」よりも「不満以外」の方が高い。「慣れ」に関しては「利用店舗数」にて5%有意、「買い物頻度」にて10%の有意傾向、「趣味娯楽の頻度」にて10%の有意傾向の差がみられる。つまり「慣れ」の影響により、希望未満にも関わらず不満を感じないことが考えられる。

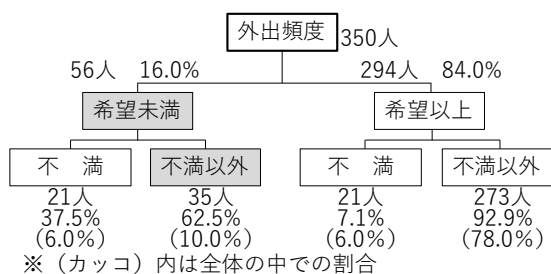


図 5-2 外出頻度のフロー

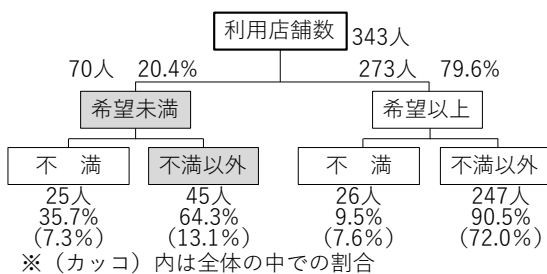


図 5-3 利用店舗数のフロー

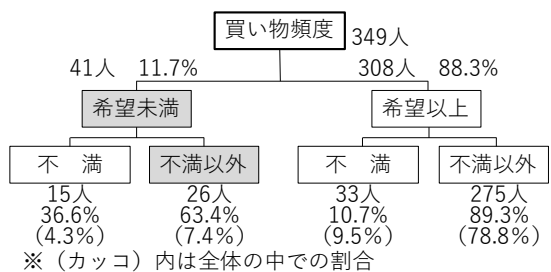


図 5-4 買い物頻度のフロー

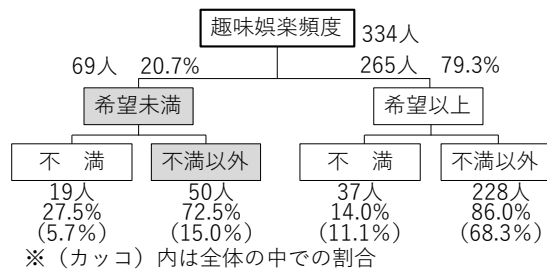


図 5-5 趣味娯楽頻度のフロー

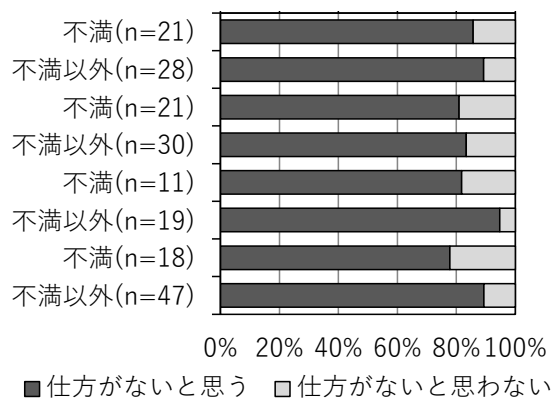


図 5-6 満足度と「諦め」の関係

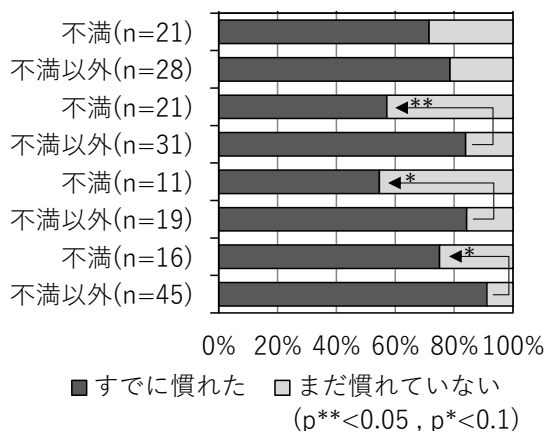


図 5-7 満足度と「慣れ」の関係

次に、「慣れ」や「諦め」の因子についての分析を行う。本分析では、「慣れ」や「諦め」について、より一般的な項目の質問を行い、その関係性の把握を行う。「慣れ」に関しては6項目、「諦め」に関しては13項目としている。「慣れ」と「諦め」の項目は、秋田大学の計画系研究室の学生7名によりブレインストーミング法により選定・抽出を行っている。表5-12に、「慣れ」や「諦め」の項目とそれぞれの設問の該当率を示す。まずは、各設問の該当率をみる。該当率は各設問に「はい」と回答した人の割合である。「該当率」の高い設問は「諦め」では、「以前と比べて激しい運動ができなくなったが、それは仕方がないことだと思う」の83.7%や、「友人や知人と多くの時間を過ごせていないが、それは仕方がないことだと思う」の71.6%となっている。また「慣れ」では、「年々、自分の欲しいものを買いたい気持ちが低下してきているが、現在の生活に慣れているため、不便に感じない」の82.8%や、「毎日が同じことの繰り返しになってきているが、その生活に慣れてきてしまっているため、不便に感じない」の81.3%となっている。

表 5-12 「慣れ」「諦め」の設問と該当率

諦めの設問		該当率
(1)	趣味や娯楽に時間を費やせていないが、それは仕方がないことだと思う	60.7%
(2)	以前と比べて激しい運動ができなくなったが、それは仕方がないことだと思う	83.7%
(3)	友人や知人と多くの時間を過ごせていないが、それは仕方がないことだと思う	71.6%
(4)	現状、公共交通の整備に関して不満があるが、それは仕方がないことだと思う	53.6%
(5)	様々なことにチャレンジしてみたいが、年齢のせいで諦めてしまうのは仕方がないことだと思う	60.7%
(6)	年々、他の人とコミュニケーションが少なくなってきたことは、仕方がないことだと思う	64.0%
(7)	スマートフォンなどの新しいものをうまく利用できないことは、仕方がないことだと思う	70.4%
(8)	身体機能が低下して日常生活の様々なことが不自由になることは、仕方がないことだと思う	68.0%
(9)	階段の上り下り进行を避けるようにしていることは、仕方がないことだと思う	42.0%
(10)	家からなかなか外出しなくなってしまうことは、仕方がないことだと思う	33.5%
(11)	若いころと比べて生きがいが減ってきてしまうことは、仕方がないことだと思う	52.0%
(12)	生活にメリハリが無くなってきたことは、仕方がないことだと思う	45.6%
(13)	新聞や本など、文字が読みにくくなってしまうことは仕方がないことだと思う	64.7%
慣れの設問		該当率
(14)	年々、自分の欲しいものを買いたい気持ちが低下してきているが、現在の生活に慣れているため、不便に感じない	82.8%
(15)	毎日が同じことの繰り返しになってきているが、その生活に慣れてきてしまっているため、不便に感じない	81.3%
(16)	やりたいことや行ってみたい場所はあるが、生活に必要不可欠ではないので不便に感じない	73.4%
(17)	外出する際の交通手段が不便であるが、現在の生活に慣れているため、大きな問題だと感じない	62.8%
(18)	もっと旅行などの遠出の機会を増やしたいが、生きる上で絶対に必要なものではないために、後回しになっている	63.1%
(19)	普段家では食べることのできない料理を食べたいが、普段の食事で問題が無いいためなかなか行こうと思わない	55.3%

これらの「慣れ」や「諦め」の項目を集約するために、因子分析を行った。因子の単純構造化を行うため、プロマックス法による斜交回転を用いた。その結果を、表5-13に示す。因子分析の結果、固有値1以上の3因子が抽出された。これら3因子に着いて信頼性分析を行った結果、すべての因子で α 係数が0.7を超えた。因子1に関しては、「身体機能低下への諦め」や「激しい運動への諦め」の因子負荷量が高いため、「活動能力に関する諦め」とした。第2因子に関しては、すべて「慣れ」の項目で構成された。「同じ生活の繰り返しへの慣れ」や「購買欲求低下への慣れ」の因子負荷量が高く「活動欲求に関する

慣れ」とした。さらに、第3因子に関しては、「生活のメリハリ減少への諦め」や「読み書き能力低下への諦め」の因子負荷量が高く「生活の質に関する諦め」とした。つまり、日常生活における「慣れ」と「諦め」は「活動能力に関する諦め」「活動欲求に関する慣れ」「生活の質に関する諦め」で解釈されることが明らかとなった。

表 5-13 「慣れ」や「諦め」の因子得点

因子	設問	因子1 寄与率: 27.5%	因子2 寄与率: 8.0%	因子3 寄与率: 3.6%	α 係数
活動能力に関する諦め	(8) 身体機能低下への諦め	0.65	0.00	0.03	0.82
	(2) 激しい運動への諦め	0.59	0.00	-0.11	
	(6) 交流機会減少への諦め	0.59	0.03	0.06	
	(5) チャレンジすることへの諦め	0.57	0.02	0.03	
	(9) 階段の上り下りへの諦め	0.57	-0.06	0.15	
	(7) IT技術の利用への諦め	0.53	0.15	-0.07	
	(3) 友人と過ごす時間減少への諦め	0.51	0.07	0.10	
	(1) 趣味の時間減少への諦め	0.50	0.03	0.15	
活動欲求に関する慣れ	(15) 同じ生活の繰り返しへの慣れ	0.12	0.72	-0.10	0.73
	(14) 購買意欲低下への慣れ	0.15	0.64	-0.09	
	(16) 活動欲求への慣れ	0.06	0.63	0.05	
	(19) 外食機会減少への慣れ	-0.20	0.49	0.37	
	(17) 外出の際の交通手段への慣れ	-0.05	0.45	0.13	
	(18) 遠出機会減少の慣れ	-0.12	0.30	0.28	
生活の質に関する諦め	(12) 生活のメリハリ減少への諦め	0.26	-0.02	0.59	0.75
	(13) 読み書き能力低下への諦め	0.09	-0.02	0.44	
	(11) 生きがい減少への諦め	0.40	-0.03	0.41	
	(10) 外出行動低下への諦め	0.38	-0.07	0.38	
その他	(4) 交通整備への諦め	0.12	0.07	0.22	

次に、抽出された3因子について得点化を行った。得点化は、各設問に該当する場合を1、該当しない場合を0として、その合計値を設問数で割ったものを用いる。つまり、1を最大値、0を最小値として、数値が高いほど「慣れ」や「諦め」も高いことを示す。図5-8に、「活動能力に関する諦め」、「活動欲求に関する慣れ」、「生活の質に関する諦め」の得点の分布を示す。

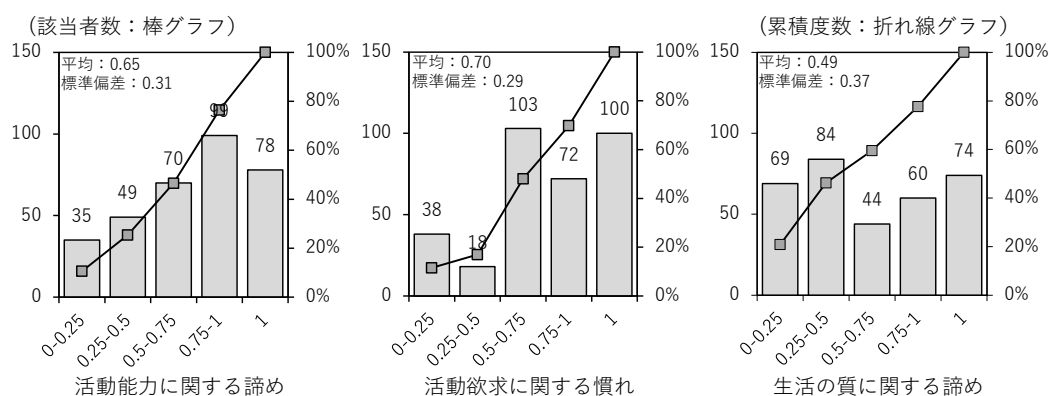


図 5-8 「慣れ」「諦め」に関する因子の得点分布

「活動能力に関する諦め」の得点の平均値は0.65、「活動欲求に関する慣れ」の得点の平均値は0.70、「生活の質に関する諦め」の得点の平均値は0.49となっている。「慣れ」や「諦め」の得点が最大の1である人は、「活動能力に関する諦め」では78人(全体の23.6%)、「活動欲求に関する慣れ」では100人(全体の30.2%)、「生活の質に関する諦め」では74人(全体の22.4%)となっている。

次に、これらの得点と交通手段との関係について分析を行う。各交通手段ごとの「慣れ」や「諦め」の得点を比較する。一元配置分析による多重比較検定(Tukey)の結果を示す。図5-9に、「活動能力に関する諦め」、「活動欲求に関する慣れ」、「生活の質に関する諦め」の結果を示す。

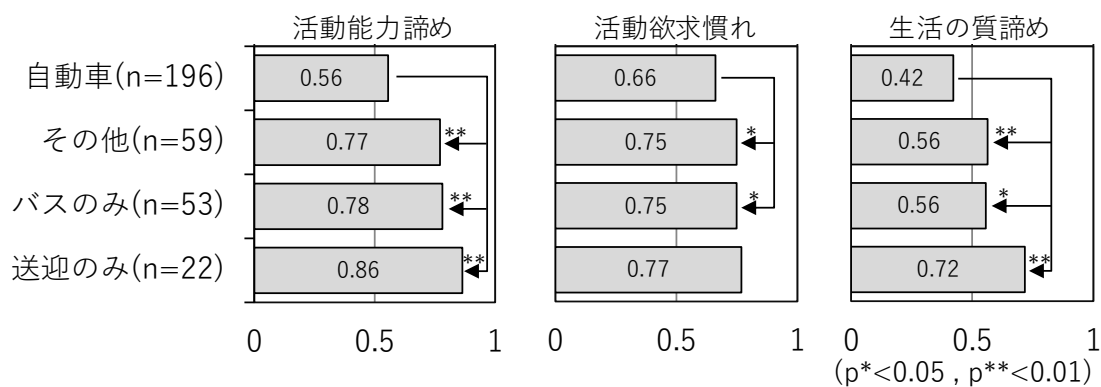


図 5-9 交通手段による「慣れ」「諦め」の得点

「活動能力に関する諦め」および「生活の質に関する諦め」において、「自動車」とそれ以外の交通手段との間に統計的に有意な差がみられる。また、「活動欲求に関する慣れ」において、「自動車」と「その他」、「自動車」と「バスのみ」の間に統計的に有意な差がみられる。ここで、「その他」は、自家車を利用しておらず、電車やタクシーまたは、それらとバスを組み合わせて使っている人のことである。以上のことから、自動車を利用できない人にとって、一般生活における「慣れ」や「諦め」が生じていることが考えられる。

5.5 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」と副次的な価値の関係

「活動能力に関する諦め」、「活動欲求に関する慣れ」、「生活の質に関する諦め」の各得点と、外出や買い物に関する副次的な価値の重要度認識との関係について分析を行う。

「慣れ」や「諦め」により、外出や買物の副次的な対して重要と思わなくなると考えられる。はじめに、外出や買い物に関する副次的な価値の重要度認識について示す。副次的な価値の重要度の認識として、「自分が外出したいときに外出できる」「自分が外出したい場所に外出ができる」「外出することによる気分転換できる」「外出により友人や知人とコミュニケーションが取れる」「普段行かないような場所に行くことで、自宅でできないような体験ができる」「外出先で欲しい商品を手に取って比べて買うことができる」「外出によって日常生活が充実したと感じる」「外出先までの移動が楽しいこと」の8項目の設定を行っている。表 5-14 に、設定した副次的な価値を示す。また、図 5-10 にこれらの外出における副次的な価値の重要度の認識について示す。本分析で使用する外出における副次的な価値は、第4章で用いた買い物における価値を修正して使用している。本分析で扱う「慣れ」や「諦め」は、買い物に限ったことではないため、質問項目を「外出全般」に置き換えている。また、買い物以外の価値についても把握するため、「自分が外出したいときに外出できる」や「自分が外出したい場所に外出ができる」の項目を追加している。これらの副次的な価値について、「重要」「やや重要」と回答した割合では、「外出場所」の 87.1%や、「外出頻度」の 85.8%などとなっている。多くの項目で重要と感じている割合は高い。

表 5-14 外出や買い物における副次的な価値の項目

(1)	自分が外出したいときに外出できる
(2)	自分が外出したい場所に外出できる
(3)	外出することにより気分転換できる
(4)	外出により友人や知人とコミュニケーションが取れる
(5)	普段行かないような場所に行くことで、自宅でできないような体験ができる
(6)	外出先で欲しい商品を手にとって比べて買うことができる
(7)	外出によって日常生活が充実したと感ずること
(8)	外出先までの移動が楽しいこと

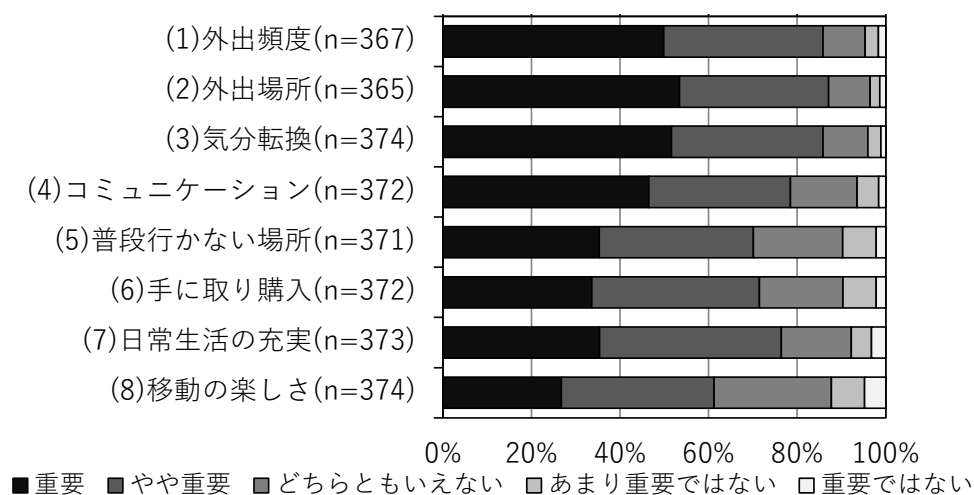


図 5-10 買い物や外出における副次的な価値の重要度認識

これらの外出や買い物における副次的な価値の重要度認識と、「活動能力に関する諦め」「活動欲求に関する慣れ」「生活の質に関する諦め」の得点との関係について分析を行う。各設問に対し「重要」「やや重要」と回答した人を「重要度認識」、それ以外の人を「重要度非認識」として、「慣れ」や「諦め」の各得点の比較を行った。表 5-15 にそれらの結果を示す。分析の結果、すべての項目において「重要度認識」群よりも、「重要度非認識」群の方が得点が高い結果となった。つまり、一般生活の「慣れ」や「諦め」が多い人ほど、外出や買い物における副次的な価値の重要度を認識していないことが示唆されている。もしくは、副次的な価値を重要と感ずない人は、「慣れ」や「諦め」を感じていることになる。これらの因果関係については示されていないが、副次的な価値の重要度認識と「慣れ」「諦め」との関係性は大きい。各種得点について「重要度認識」群と「重要度非認識」群とで2群の母平均の差の検定を行った。表 5-15 にこれらの結果をしめす。分析の結果、多くの項目で統計的に有意な差が確認された。「慣れ」や「諦め」があることで、副次的な価値の重要度認識が下がる構造が示されている。

表 5-15 外出における副次的な価値の重要度認識と「慣れ」「諦め」の得点

副次的な価値	慣れ・諦め	重要度認識			重要度非認識			t値
		n	M	SD	n	M	SD	
(1)外出頻度	能力（諦め）	266	0.63	0.32	47	0.72	0.24	1.84
	活動（慣れ）	266	0.67	0.31	47	0.80	0.21	2.65 **
	生活（諦め）	266	0.47	0.37	47	0.56	0.36	1.65
(2)外出場所	能力（諦め）	268	0.64	0.31	42	0.66	0.25	0.41
	活動（慣れ）	268	0.68	0.30	42	0.79	0.20	2.29 *
	生活（諦め）	268	0.47	0.37	42	0.50	0.36	0.42
(3)気分転換	能力（諦め）	270	0.64	0.31	50	0.71	0.29	1.39
	活動（慣れ）	270	0.69	0.30	50	0.75	0.28	1.25
	生活（諦め）	270	0.47	0.36	50	0.75	0.28	5.03 **
(4)コミュニケーション	能力（諦め）	244	0.63	0.31	74	0.72	0.27	2.13 *
	活動（慣れ）	244	0.67	0.30	74	0.78	0.25	2.80 **
	生活（諦め）	244	0.44	0.36	74	0.59	0.37	3.13 **
(5)普段行かない場所	能力（諦め）	217	0.61	0.32	101	0.73	0.26	3.53 **
	活動（慣れ）	217	0.66	0.30	101	0.78	0.26	3.54 **
	生活（諦め）	217	0.44	0.36	101	0.57	0.37	3.14 **
(6)手に取り購入	能力（諦め）	223	0.63	0.32	94	0.69	0.27	1.64
	活動（慣れ）	223	0.67	0.31	94	0.76	0.25	2.42 *
	生活（諦め）	223	0.46	0.37	94	0.55	0.36	2.01 *
(7)日常生活の充実	能力（諦め）	239	0.64	0.31	79	0.69	0.29	1.25
	活動（慣れ）	239	0.67	0.30	79	0.78	0.25	3.08 **
	生活（諦め）	239	0.45	0.36	79	0.59	0.35	3.12 **
(8)移動の楽しさ	能力（諦め）	194	0.61	0.33	125	0.70	0.27	2.57 *
	活動（慣れ）	194	0.65	0.32	125	0.77	0.24	3.64 **
	生活（諦め）	194	0.44	0.37	125	0.55	0.36	2.65 **

n:サンプル数, M:平均値, SD:標準偏差, *p<0.05 **p<0.01

次に、「活動能力に関する諦め」、「活動欲求に関する慣れ」、「生活の質に関する諦め」の各得点と、外出や買い物に関する副次的な価値の達成状況との関係について分析を行う。外出や買い物に関する副次的な価値が達成されないことにより、さらに「慣れ」や「諦め」が発生することもあると考えられる。図 5-11 にこれらの外出における副次的な価値の達成状況について示す。これらの各設問について「達成できている」「やや達成できている」と回答した人の割合をみる。これらの割合は、「自分が外出したいときに外出できる」で 84.3%、「外出することにより気分転換できる」で 82.5%、「自分が外出したい場所に外出できる」で 80.7%となり、高い値となっている。一方で、「外出先までの移動が楽しいこと」では 53.2%、「普段行かないような場所に行くことで、自宅でできないような

体験ができる」では 58.5%，「外出先で欲しい商品を手に取ってく食べて買うことができる」では 64.7% となり，その達成率は低い。

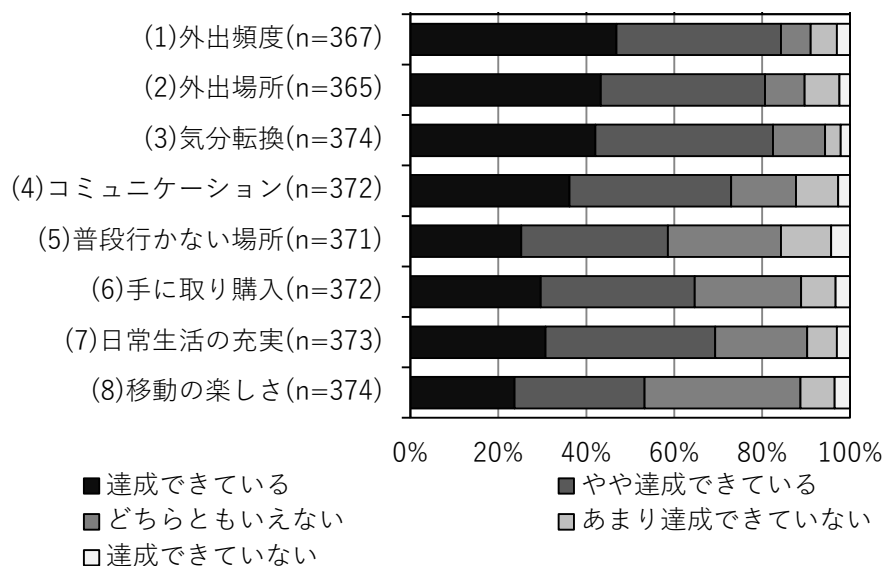


図 5-11 買い物や外出における副次的な価値の達成状況

これらの買い物や外出における副次的な価値の達成状況と、「活動能力に関する諦め」「活動欲求に関する慣れ」「生活の質に関する諦め」の得点との関係について分析を行う。各設問に対し「達成できている」「やや達成できている」と回答した人を「価値達成」、それ以外の人を「価値非達成」として、「慣れ」や「諦め」の各得点の比較を行った。表 5-16 にそれらの結果を示す。分析の結果，すべての項目で「価値非達成」の人の方が「慣れ」や「諦め」の得点が高い結果となった。つまり，これらの副次的な価値が達成されないことにより，「慣れ」や「諦め」が発生する可能性がある。もしくは，「慣れ」や「諦め」が起こった人が活動しなくなることにより，これらの副次的な価値が達成できていない可能性もある。これらの因果関係については示していないが，副次的な価値の達成と，「慣れ」「諦め」との関係については示されている。各種得点について「価値達成」群と「価値非達成」群とで 2 群の母平均の差の検定を行った。表 5-16 にこれらの結果を示す。分析の結果，多くの項目で統計的に有意な差が確認された。「慣れ」や「諦め」があることで，副次的な価値の達成が下がる構造が示されている。

表 5-16 外出における副次的な価値の達成状況と「慣れ」「諦め」の得点

副次的な価値	慣れ・諦め	価値達成			価値非達成			t値
		n	M	SD	n	M	SD	
(1)外出頻度	能力（諦め）	266	0.63	0.31	49	0.76	0.27	2.77 **
	活動（慣れ）	266	0.70	0.30	49	0.71	0.28	0.22
	生活（諦め）	266	0.46	0.36	49	0.59	0.39	2.29 *
(2)外出場所	能力（諦め）	253	0.62	0.31	59	0.74	0.29	2.50 *
	活動（慣れ）	253	0.69	0.30	59	0.71	0.30	0.39
	生活（諦め）	253	0.46	0.36	59	0.59	0.38	2.61 **
(3)気分転換	能力（諦め）	257	0.63	0.31	60	0.72	0.30	1.87
	活動（慣れ）	257	0.68	0.30	60	0.77	0.27	2.00 *
	生活（諦め）	257	0.46	0.36	60	0.56	0.40	1.80
(4)コミュニケーション	能力（諦め）	232	0.62	0.31	87	0.73	0.28	2.85 **
	活動（慣れ）	232	0.68	0.30	87	0.75	0.27	2.03 *
	生活（諦め）	232	0.44	0.35	87	0.58	0.38	3.05 **
(5)普段行かない場所	能力（諦め）	180	0.60	0.32	135	0.71	0.29	2.95 **
	活動（慣れ）	180	0.66	0.30	135	0.74	0.28	2.39 *
	生活（諦め）	180	0.43	0.35	135	0.55	0.37	2.74 **
(6)手に取り購入	能力（諦め）	201	0.61	0.32	115	0.71	0.28	2.63 **
	活動（慣れ）	201	0.67	0.30	115	0.74	0.28	2.01 *
	生活（諦め）	201	0.44	0.36	115	0.55	0.36	2.69 **
(7)日常生活の充実	能力（諦め）	215	0.62	0.31	99	0.71	0.28	2.39 *
	活動（慣れ）	215	0.67	0.30	99	0.75	0.28	2.19 *
	生活（諦め）	215	0.44	0.36	99	0.58	0.37	3.27 **
(8)移動の楽しさ	能力（諦め）	170	0.60	0.33	147	0.70	0.28	3.08 **
	活動（慣れ）	170	0.65	0.31	147	0.75	0.27	3.10 **
	生活（諦め）	170	0.43	0.34	147	0.55	0.38	2.97 **

n:サンプル数, M:平均値, SD:標準偏差, *p<0.05 **p<0.01

ここまで、「慣れ」「諦め」と、買い物や外出における副次的な価値の重要度認識および、達成状況との関係について示した。ここでは、副次的な価値の重要度認識と、副次的な価値の達成状況との関係について分析を行う。買い物や外出における副次的な価値について「重要」「やや重要」と回答している人を「重要」、「どちらともいえない」「あまり重要でない」「重要でない」と回答している人を「非重要」として、副次的な効果の達成状況について比較を行った。「重要」「非重要」のそれぞれで、「達成」の割合について比較を行っている。副次的な価値の達成状況では、「達成できている」「やや達成できている」を「達成」として集計を行っている。図 5-12 にこれらの関係について示す。

ここで「達成」の割合をみると、「重要」群では、「(1)自分が外出したいときに外出できる」で87.4%、「(2)自分が外出したい場所に外出ができる」で83.0%、「(3)外出することによる気分転換できる」で87.4%、「(4)外出により友人や知人とコミュニケーションが取れる」で84.1%、「(5)普段行かないような場所に行くことで、自宅ではできないような体験ができる」で74.3%、「(6)外出先で欲しい商品を手にとって比べて買うことができる」で82.1%、「(7)外出によって日常生活が充実したと感じる」で82.6%、「(8)外出先までの移動が楽しいこと」で77.1%となっている。一方で、「非重要」群では、「(1)自分が外出したいときに外出できる」で64.7%、「(2)自分が外出したい場所に外出ができる」で68.2%、「(3)外出することによる気分転換できる」で51.9%、「(4)外出により友人や知人とコミュニケーションが取れる」で30.4%、「(5)普段行かないような場所に行くことで、自宅ではできないような体験ができる」で19.4%、「(6)外出先で欲しい商品を手にとって比べて買うことができる」で21.4%、「(7)外出によって日常生活が充実したと感じる」で24.7%、「(8)外出先までの移動が楽しいこと」で14.7%となっている。「重要」群の方が達成率が高い。ここで、「達成」の割合について、「重要」群と「非重要」群とで母比率の差の検定を行った。その結果、「(2)自分が外出したい場所に外出ができる」で5%水準の有意差、それ以外の項目で1%水準の有意差が認められた。このことから、買い物や外出の副次的な価値の重要性を認識している人ほど、達成状況も高いことが明らかとなった。

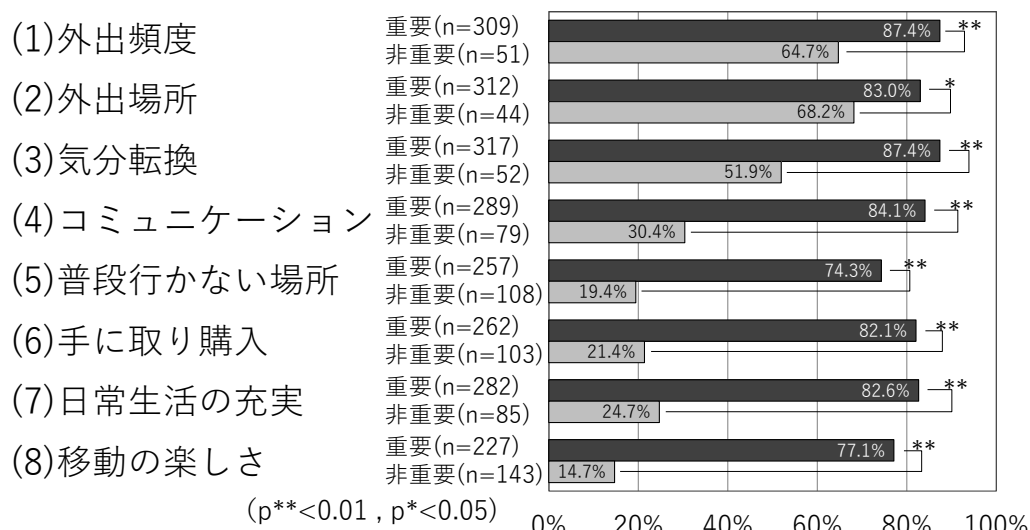


図 5-12 買い物や外出における副次的な価値の重要度認識と達成状況の関係

本分析では、「慣れ」や「諦め」と副次的な価値に関する構造を示すことを目的とする。そのために、「活動能力に関する諦め」「活動欲求に関する慣れ」「生活の質に関する諦め」と、「副次的な価値の達成状況の低さ」「副次的な価値の重要度認識の低さ」との関係について、共分散構造分析を行った。これらを潜在変数、それらを構成する各要素を観測変数として分析を行った。なお観測変数として「活動能力に関する諦め」「活動欲求に

関する慣れ」「生活の質に関する諦め」の各項目については「該当する：1」「該当しない：0」としている。また、「副次的な価値の達成状況の低さ」については、「達成できている：1」「やや達成できている：2」「どちらともいえない：3」「あまり達成できていない：4」「達成できていない：5」としている。さらに「副次的な価値の重要度認識の低さ」については「重要：1」「やや重要：2」「どちらともいえない：3」「あまり重要ではない：4」「重要ではない：5」としている。各変数間のパスを探索的に繋ぎ、すべてのパスが有意かつ、GFI および AGFI の値が十分に高くなるよう繰り返し分析を行った。その結果、「副次的な価値の達成度の低さ」から、「活動能力に関する諦め」から「活動欲求に関する慣れ」と「生活の質に関する諦め」から説明される「慣れ・諦め」に繋がり、そこから「副次的な価値の重要度認識の低さ」につながる共分散構造モデルの構築ができた。図 5-13 に、モデルとパスの標準化解を示す。これらのパスは「活動欲求に関する慣れ」と「運動機会の減少」のパスで 5% の有意水準、それ以外のパスでは 1% の有意水準が得られた。ここで、潜在変数間のパスをみる。「慣れ・諦め」へのパスの標準化解は、「活動欲求に関する慣れ」で 0.45、「活動能力に関する諦め」で 0.90、「生活の質に関する諦め」で 0.89 となっている。「副次的な価値の達成状況の低さ」から「慣れ・諦め」へのパスの標準化解は 0.35 となっている。また、「慣れ・諦め」から「副次的な価値の重要度認識の低さ」へのパスの標準化解は 0.22 となっている。

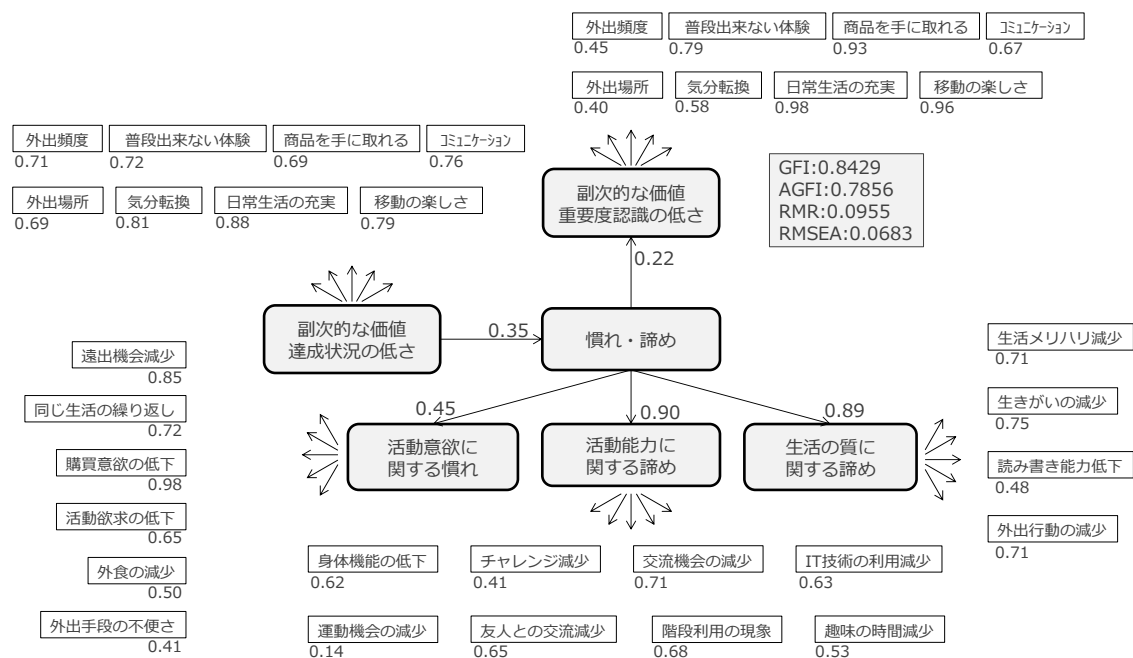


図 5-13 「慣れ」や「諦め」と買い物や外出における副次的な価値の構造モデル

「慣れ」や「諦め」と買い物や外出における副次的な価値の構造モデルより、「副次的な価値の達成状況の低さ」が「慣れ・諦め」に繋がり、それらがさらに「副次的な価値の

重要度認識の低さ」に繋がることが示された。副次的な価値の重要度認識が下がることで、その達成状況が下がることを考えると、副次的な価値が達成されないことにより、慣れや諦めが起こり、それが副次的な価値の重要度認識の低さに繋がる負のループになる可能性がある。ここで図 5-14 に、副次的な価値における負のループのイメージを示す。これらの負のループが成り立つと仮定すると、買い物や外出における副次的な価値の達成は非常に重要になる。

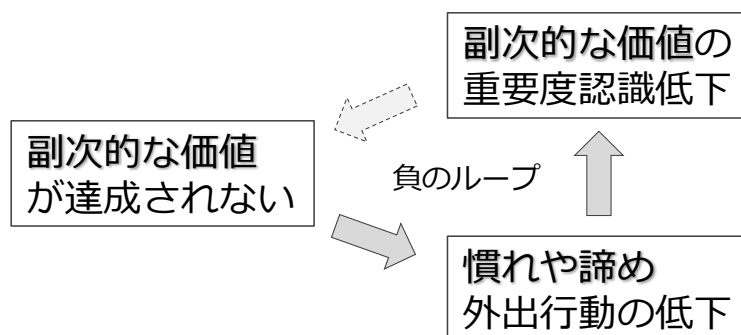


図 5-14 副次的な価値における負のループのイメージ

5.6 高齢者の外出行動における「慣れ」や「諦め」に関する研究の小括

外出などの活動に対して、希望未満の頻度であるにも関わらず、不満に感じていない高齢者の存在が明らかとなった。これらの要因として「慣れ」や「諦め」が影響している可能性が示された。特に、現在の外出の際に家族に送迎してもらっている人で、「慣れ」や「諦め」が発生していることが考えられた。

普段の生活の「慣れ」や「諦め」として「活動能力に関する諦め」「活動欲求に関する慣れ」「生活の質に関する諦め」の3つの因子で解釈されることが明らかとなった。これらの因子の得点は、自家用車を利用している人よりも、バスや送迎で外出をしている人の方が高いことが示された。つまり、自家用車を利用できない人にとって「慣れ」や「諦め」が生じる可能性がある。さらに、これらの「慣れ」や「諦め」が生じることで、買い物や外出における副次的な価値の重要度認識が低くなることが示された。

「慣れ」や「諦め」の構造として、「買い物や外出における副次的な価値の達成の低さ」が、「活動能力に関する諦め」「活動欲求に関する慣れ」「生活の質に関する諦め」から構成される「慣れ・諦め」に繋がり、さらに「買い物や外出における副次的な価値の重要度認識の低さ」へと繋がることが示された。これらのことから、副次的な価値が達成されないことが、副次的な価値の重要度認識の低さに繋がる負のループの可能性が示された。副次的な価値の達成は、外出意欲を向上させるためにも重要といえる。

5 章の参考文献

- 1)鈴木雄，日野智，中村光太郎：子縁による地域コミュニティ醸成の可能性に関する研究，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol.72 No.5，pp.461-471，2014.
- 2)渡辺美鈴，渡辺丈眞，松浦尊磨，河村圭子，河野公一：自立生活の在宅高齢者の閉じこもりによる要介護の発生状況について，日本老年医学会雑誌，Vol.42 No.1，pp.99-105，2005.
- 3)伊勢昇，湊絵美，櫻井祥之：買い物支援サービス導入状況別にみた都市中心部への外出頻度の要因分析，都市計画論文集，Vol.51 No.3，pp.1265-1270，2016.
- 4)橋本成仁，田尾圭吾：基本チェックリストによる高齢者の運動機能の把握と外出頻度に影響を与える要因分析，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol.70 No.5，pp.637-644，2014.
- 5)柳原崇男：高齢者の外出頻度から見た日常生活活動能力と移動手段に関する考察，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol.71 No.5，pp.459-465，2015.
- 6)柳原崇男，嶋田真尚，大藤武彦：高齢者の外出頻度と交通行動の地域間特性に関する一考察，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol.73 No.5，pp.761-769，2017.
- 7)全相俊，吉田樹，竹内龍介，秋山哲男：都市地域における高齢者の外出実態とその影響要因としての個人属性に関する研究，土木計画学研究・論文集，Vol.25，pp.755-762，2008.
- 8)鈴木雄，日野智，前田悠抄：タクシー運賃の割引率が高齢者の外出行動へ与える影響に関する研究，都市計画論文集，Vol.52 No.3，pp.795-801，2017.
- 9)鈴木雄，原田彩，日野智，木村一裕：高齢者のためのバス運賃の低廉化施策に対する市民の受容意識，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol.69 No.5，pp.677-686，2013.
- 10)Feifel, H. & Strack, S. : Coping with conflict situations: Middle-aged and elderly men, *Psychology and Aging*, 4(1), pp.26-33, 1989.
- 11)Carver, Charles S., Scheier, Michael F., Weintraub, Jagdish K. : Assessing coping strategies: A theoretically based approach, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.56, pp.267-283, 1989.
- 12)上田琢哉：自己受容概念の再検討-自己評価の低い人の“上手なあきらめ”として-，心理学研究，Vol.67 No.4，pp.327-332，1996.
- 13)菅沼慎一郎：青年期において諦めることはどのように体験されるか：プロセスに着目して，発達心理学研究，Vol.26 No.1，pp.23-34，2015.
- 14)大塚泰正：理論的作成方法によるコーピング尺度：COPE，広島大学心理学研究，No.8，2008.
- 15)David C. Glass and Jerome E. Singer. : Urban Stress. Experiments on Noise and Social Stressors., Academic Press, New York, pp.178-179, 1972.

- 16)溝口耕三, 岡本健久, 田中洪: 選択的注意から見た「慣れ」の測定法の研究, 日本音響学会誌, Vol.55 No.5, pp.343-350, 1999.
- 17)白萩久輝, 栗谷川幸代, 景山一郎: 運転行動からみた走行環境への慣れに関する研究, 日本人間工学会大会講演集, 2011.
- 18)杉邑洋樹, 上野秀剛: 視線を利用したユーザインタフェースに対するユーザの慣れの定量化, 研究報告ヒューマンコンピュータインタラクション (HCI), 2012-HCI-150(9), 1-7, 2012.

第 6 章 高齢者の買い物における副次的な価値の重要性を用いた研究事例

6.1 高齢者の買い物における副次的な価値の重要性を用いた研究事例の概説

前章では、高齢者の買い物における副次的な価値の重要性を、「慣れ」と「諦め」の概念から示した。本章では、高齢者の買い物や外出における副次的な価値を用いた研究事例について示す。具体的には、これらの価値の指標を用いた買い物送迎バスの評価、買い物での利用店舗評価を行う。買い物送迎バスは 4 章にて、買い物における副次的な価値の達成が高いことが予想された。本章では、実際に買い物送迎バスを利用している人を対象にその価値の達成状況について分析を行う。また、同じく 4 章にて、スーパーマーケットの利用において、買い物における副次的な価値の達成が高いことが示された。本章では、スーパーマーケットとコンビニエンスストアで価値の達成状況の違いから、高齢者のコンビニエンスストア利用の抵抗感について分析を行う。コンビニエンスストアに着目した理由としては、コンビニエンスストアが比較的多く存在し、利用しやすいためである。4 章よりコンビニエンスストアがスーパーマーケットより買い物における副次的な価値の達成が低いことが示されている。コンビニエンスストアを高齢者が利用する場合の課題として、これらの価値の達成と利用意向との関係について分析を行う。

6.2 買い物送迎バスが限界集落の高齢者にもたらす価値の多様性

6.2.1 買い物送迎バスが限界集落の高齢者にもたらす価値の多様性の概説

本分析では、横手市狙半内地区の買い物送迎バスについて扱う。横手市狙半内地区の買い物送迎バスは、地区の共助運営体と商業施設の協力により運行されている。利用料金は無料である。このように、企業と限界集落の住民主体の運営体との協定による買い物送迎バスの事例は他にみられない。限界集落で運行される買い物送迎バスは「家からでかけやすくなる」効果だけではなく、「コミュニティを形成する」効果にも期待できる。本研究では、買い物送迎バスの利用による、住民の QOL（生活満足度）の変化や、買い物における副次的な価値の達成についての分析を行う。買い物における副次的な価値とは、商品を得るという消費活動だけではなく、友達と一緒に買い物をする中で楽しく買い物ができる等の価値である。横手市狙半内地区の買い物送迎バスの事例から、買い物送迎バス運行における効果の把握と課題についての分析を行うことを目的としている。本節では、これらの研究の中でも高齢者の副次的な価値に関する部分を中心に示す。

6.2.2 買い物送迎バスに関する既往の研究

地域住民の移動手段や、買い物弱者対策に着目した研究は数多く行われている。コミュニティバスや送迎バスの運行プロセスや導入に関する研究では、コミュニティバスの導入プロセスを自治体間の波及の観点から分析した横山・片岡¹⁾の研究が行われている。また、徳島市応神ふれあいバスを事例に運行までの経緯とステークホルダーの行動を把握し、行政支援の重要性を示した加藤・福本²⁾の研究などもある。さらに、自治体バスの効果的・効率的運行のための望ましい自治体と交通事業者の関係について問題と課題の抽出を行った山崎ら³⁾の研究や、商業施設協力型路線バスの成立可能性を運行本数や利用者数、購入金額などから分析を行った藤垣ら⁴⁾の研究などがある。

コミュニティバスや送迎バスへの評価に関する研究では、日進市の公共施設巡回バスを事例にコミュニティバスの運行ルートや支払い料金に対する利用者評価を分析した磯部⁵⁾の研究がある。また、コミュニティバスの各事例における運行の実態と利用者評価の分析を行った樋口・秋山⁶⁾の研究や、日進市のくくりんバスを事例に利用実態と利用者意識を調査することで、コミュニティバスを必要としている属性を示した井上ら⁷⁾の研究などがある。これらの研究は、コミュニティバスや送迎バスの導入までの背景や、経緯などの分析を行ったもの、効率的な運行のための分析を行ったものである。バス運行の継続性や導入に対してはこれらの分析は非常に重要であるが、公共交通について議論する場合には、外出の機会が得られることによる利用者の生活の質の向上や、心のゆとりなども考慮しなければならない。

交通の整備によりもたらされる生活の質に関する研究としては、社会資本の整備がQOLの地域分布や個人ごとの要素構成に及ぼす影響を捉えた林ら⁸⁾の研究がある。また、福祉の観点から交通を評価し、Capability Approachを考慮したコミュニティバスの効果評価について分析を行った猪井ら⁹⁾の研究がある。

高齢者の買い物手段や買い物支援対策についての研究としては、高齢者の活動能力に応じた買い物手段選択について明らかとした谷本ら¹⁰⁾の研究がある。また、倉持ら¹¹⁾は、中山間地域の移動販売に着目し、その利用属性について分析を行うことで、移動販売の在り方について分析を行っている。さらに、買い物行動様式の利用頻度や支払意思額からその需要について分析を行った伊勢¹²⁾の研究、各買い物支援サービスの利用とそれに関する要因について分析を行った森ら¹³⁾の研究がある。

6.2.3 買い物送迎バス研究の調査の概要

本研究の調査対象地である狙半内地区は、秋田県横手市東部の地区である。もともとは増田町内の地区であったが、平成 17 年に増田町が横手市と合併されたため、現在は横手市となっている。平成 22 年の調査では、狙半内地区の人口は 570 人、65 歳以上人口割合は 37.5%であった。特に高齢化率の高い滝ノ下集落では、65 歳以上人口割合は 51.4%となっており、限界集落となっている。世帯数は、平成 23 年では 182 世帯なのに対し、平成 24 年では 165 世帯となっている。1 年間で 17 世帯が減少し、過疎化の著しい地区である。主な産業は、農業や林業となっている。商店は個人経営の 1 店舗が地区中央部に存在し、最低限の食料は購入することができるものの、十分とはいえない。路線バスは、週に 3 日、1 日 3 往復運行されていたが、利用者の減少などを理由に平成 20 年に廃止されている。現在、路線バスを利用するには地区の入口から 3km 先のバス停まで移動しなければならない。長距離を歩くことができない高齢者にとって、路線バスを利用することは困難である。

狙半内地区では、住民自身が主体となり地域課題を解決することを目的に、平成 24 年 9 月に狙半内共助運営体が設立された。狙半内共助運営体は、狙半内自治会、狙半内地域センター運営協議会、狙半内各集落会長、老人クラブ、狙半内地域住民で構成されている。設立にあたり、秋田県南 NPO センターが協力している。狙半内共助運営体では、高齢者の通院の送り迎えや、積雪期の屋根の雪下ろしの手伝いなどの活動を行っている。また、住民への買い物支援として、狙半内共助運営体から株式会社マルシメへ買い物バス運行の依頼がされた。株式会社マルシメでは、地域貢献の一環として依頼を了承し、平成 24 年 12 月から買い物送迎バスが試行運行された。買い物送迎バスは、株式会社マルシメの経営するスーパーモールラッキーと狙半内地区を無料で結ぶ。買い物バス運行の際に、狙半内共助運営体と株式会社マルシメとが直接話し合い、運行ルートや停留所、運行日や時間などが決められている。企業側と直接話し合うことによって、より住民が利用しやすい買い物送迎バスとなっている。これらの取り組みが好評であったことや、送迎バスを利用して店舗を訪れた人が商品を購入することで企業側にとっても赤字にはならなかったことから、買い物送迎バスは平成 25 年 4 月から本格運行されている。

読売新聞¹⁴⁾によると、国の 2015 年の調査では、65 歳以上の高齢者が 50%以上を占める限界集落は 15,568 存在し、5 年間で 174 の集落が消滅した。さらに、今後 3,044 の集落が消滅されるとされている。限界集落での取組みとして、行政などによる移動手手段の確保、生活物資の確保などが行われている。これらの取組みの中で、集落の運営体と地域の商店との協力で買い物送迎バスが運行されているのは珍しい例である。

狙半内地区とスーパーモールラッキーを結ぶ買い物送迎バスは、毎週金曜日に運行されている。平成 20 年まで運行されていた路線バスと、買い物送迎バスの比較を表-1 に示す。買い物送迎バスは、地区の最も奥にある滝ノ下を 8:45 に出発し、9:25 にスーパーモ

ールラッキーに到着する。帰りは、11:30 にスーパーモールラッキーを出発し、12:15 に滝ノ下に着く。滝ノ下とスーパーモールラッキーの間には、狙半内地区の 11 の各集落にバス停が設けられている。また、運行ルート上ということもあり萩袋地区の鍋ヶ沢にもバス停を設けている。スーパーモールラッキーでの滞在時間は約 2 時間である。買い物送迎バスを利用するには利用証の発行が必要であるが、必ずしもスーパーで買い物する必要は無く、中には買い物送迎バスを通院に利用する高齢者もいる。これは、株式会社マルシメ側も認めている。滝ノ下とスーパーモールラッキー間は約 20km である。狙半内買い物送迎バスは、試行運行の結果、1 回の運行につき 4 人乗車し、1 人あたり 2,000 円の購入により赤字にならないことがわかった。買い物送迎バスの運行開始からの利用者数を図 6-2-1 に示す。

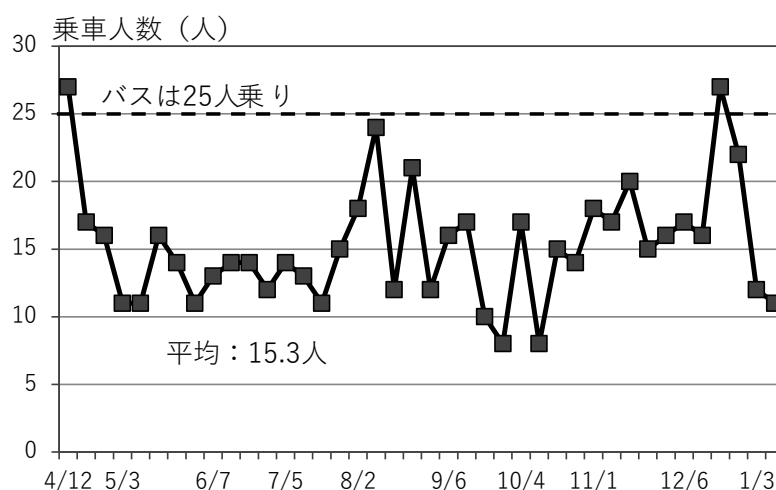


図 6-2-1 買い物送迎バスの利用者数

利用者数のデータは狙半内共助運営体会長の奥山氏および、買い物送迎バスの運転手が収集したものである。狙半内買い物送迎バスには 1 回の運行で平均 15.3 人が乗車している。1 人あたり 500 円程度の購入で赤字にはならない計算だが、これはあくまでガソリン代において赤字にならないだけで、人件費などは含まれていない。株式会社マルシメでは、運行コストよりも地域貢献を重要視している。帰りのバスでは、運転手が高齢者の荷物を肩にかけてあげたり、購入した商品を家の玄関内まで運んであげている姿がみられる。

本研究では、買い物送迎バス利用者の QOL (満足度) の変化や、買い物による副次的な価値の達成についての分析を行う。買い物送迎バス利用者の意識を把握するにあたり、アンケート調査を実施した。アンケート調査は、平成 25 年 12 月 19 日に狙半内地区の全世帯を訪問してのインタビュー調査を行った。また、平成 25 年 12 月 20 日に買い物送迎バスに乗り込んでのインタビュー調査を行っている。表 6-2-1 に調査の概要を示す。

表 6-2-1 調査の概要

	利用者	非利用者	西・東成瀬
調査時期	訪問調査:平成25年12月19日 乗込調査:平成25年12月20日		平成24年12月20日
配布票数	151票		342票
回収票数	92票(60.9%)		89票(26.0%)
	39票	53票	
調査内容	個人属性 買い物の満足度 普段の生活の満足度 買い物における重要度 買い物によって達成できること 送迎バスが運行されてからの生活の変化(利用者) 送迎バスを利用しない理由(非利用者) 送迎バスの認知(西・東成瀬)		

各世帯を訪問してのインタビュー調査では、住民が不在の場合には投函配布・郵送回収方式とした。世帯を訪問してのインタビュー調査に回答した人には、バスに乗り込んでのインタビュー調査時には回答してもらっていない。そのため回答者の重複はない。また、比較対象として、買い物送迎バスが運行されていない西成瀬・東成瀬地区にも平成25年12月20日にアンケート調査を行っている。西成瀬・東成瀬地区は狙半内地区に隣接している地区である。狙半内地区よりもJR十文字駅に近く、国道342号が通っている。西成瀬・東成瀬地区では、定期的に路線バスが運行されている。こちらは投函配布・郵送回収方式としている。西成瀬・東成瀬用のアンケート調査では、1世帯につき2票の配布を行い、家族で回答できる人が複数いる場合には、2票分の回答をしてもらっている。

6.2.4 調査における基本特性

各アンケート調査により得られた基本属性を示す。本研究では、買い物をする際の交通手段によって分類し分析を行う。表6-2-2に、買い物送迎バスの「利用者」「非利用者」「西成瀬・東成瀬」における普段の買い物における交通手段を示す。複数回答であるため、各属性の合計が100%にはなっていない。買い物送迎バスを1度でも利用したことのある「利用者」でみると、82.1%の人が、普段の買い物において、買い物送迎バスを利用していることがわかる。つまり、残りの17.9%の人は、買い物送迎バスの利用経験はあるものの、普段の買い物における交通手段としては利用していない。普段の買い物において

買い物送迎バスのみを利用している人は 51.3%であった。つまり、30.8%の人は、買い物送迎バスと別の交通手段を併用している。

表 6-2-2 普段の買い物における交通手段

	利用者	非利用者	西・東成瀬
自家用車	12.8%	81.1%	76.4%
家族などの送迎	35.9%	11.3%	10.1%
送迎バス	82.1%	0%	0%
路線バス	0%	0%	6.7%
自転車	0%	0%	5.6%
バイク	0%	0%	1.1%
タクシー	0%	0%	1.1%
徒歩	0%	5.7%	2.2%
送迎バスのみ	51.3%	0%	0%
家族の送迎のみ	10.3%	11.3%	6.7%

次に、普段の買い物における交通手段が家族の送迎のみの人に着目する。「利用者」では 10.3%、「非利用者」では 11.3%、「西・東成瀬」では 6.7%の人が、普段の買い物において家族の送迎のみに頼っている。買い物送迎バスの利用経験のある人でも、10.3%は買い物送迎バスの利用をせず、家族の送迎のみに頼っていることがわかる。

本研究では、買い物送迎バスの運行による効果の把握のため、普段の買い物における交通手段での分析を行った。普段の買い物における交通手段の分類は「自家用車」を利用している人、「買い物送迎バスのみ」を利用している人、「家族の送迎のみ」を利用している人とした。これは、例えば自家用車と買い物送迎バスを併用している人の場合、QOL や 買い物の価値の達成状況が、どちらの交通手段の利用によるものかわからなくなるためである。まずは各分類の基本的な特性の分析を行う。

交通による分類の基本特性を示す。表 6-2-3 にこれらの特性を示す。「買い物送迎バスのみ」と「家族の送迎のみ」では、すべて 60 歳以上の人となっている。高齢になり自家用車が運転できなくなった人が買い物送迎バスを利用しているものと推測される。

表 6-2-3 交通による分類における基本特性

年齢構成	自家用車	送迎バス	送迎
20～50歳	31.9%	0%	0%
60代	39.7%	15.0%	18.8%
70代	26.7%	45.0%	43.8%
80歳以上	1.7%	40.0%	37.5%
買い物頻度	自家用車	送迎バス	送迎
ほぼ毎日	8.6%	0%	0%
週3～5回	36.2%	0%	0%
週1～2回	53.4%	90.0%	62.5%
月に数回	1.7%	10.0%	37.5%
歩行可能距離	自家用車	送迎バス	送迎
0分	15.5%	20.0%	43.8%
5分以内	7.8%	20.0%	12.5%
5～10分	18.1%	25.0%	12.5%
10～20分	16.4%	10.0%	18.8%
20～30分	18.1%	15.0%	6.3%
30分以上	24.1%	10.0%	6.3%

※「送迎バス」は送迎バスのみの被験者、

「送迎」は家族による送迎のみの被験者

次に、買い物の頻度に着目する。「自家用車」利用者の買い物頻度が高いことがわかる。一方で、「送迎のみ」では週に3回以上の買い物をする人はいない。また、買い物送迎バスの運行が週に1回であることから、「買い物送迎バスのみ」で週に3回以上買い物をする人もいない。「買い物送迎バスのみ」では週に1～2回の買い物をする人が90.0%であるのに対し、「家族の送迎のみ」では、週に1～2回の買い物頻度の人は62.5%となっている。家族への依頼の難しさから、「家族の送迎のみ」の人の買い物頻度が低いことが考えられる。

次に、歩行可能距離に着目する。ここでは「仮に歩いて買い物に行くとして、どのくらいの時間なら歩けるのか」を質問している。「買い物送迎バス」では、90.0%の人が30分以内の歩行しかできないと回答している。狙半内地区の入口から路線バスのバス停までは3kmであるため、高齢者の歩行では40分以上かかるものと考えられる。買い物送迎バスが無くなった場合、買い物が困難だと考えられる。

買い物送迎バスの利用などについて示す。図 6-2-2 に、買い物送迎バスの利用頻度を示す。また、図 6-2-3 に、普段の買い物における買い物送迎バスの依存度を示す。さらに、表 6-2-4 に、買い物送迎バス運行以前の交通手段について示す。

買い物送迎バスの利用頻度では、週に 1 度運行されている買い物送迎バスであるが、頻繁に利用している人が 35.9%，時々利用している人が 46.2%である。買い物送迎バスへの依存度では、普段の買い物のほぼすべてを買い物送迎バスに頼っている人は 23.1%，普段の買い物の半分ほどを買い物送迎バスに頼っている人は 46.2%となっている。買い物送迎バスが運行されて以来、買い物送迎バスの利用者にとっては、買い物先への交通手段として重要な役割を果たしていることがわかる。買い物送迎バス運行以前は、路線バスで買い物に行っていた人が多いことがわかる。地区内の路線バスが廃止されてから買い物送迎バスが運行されるまでの間、地区から約 3km 離れたバス停まで徒歩で移動し、路線バスを利用していたことが推測される。買い物送迎バス運行以前の買い物における交通手段において「徒歩」と回答した人は存在しない。このことから、買い物送迎バスの利用者は地区内の個人商店は元から利用しておらず、無理をして路線バスを利用してでも遠方のスーパーマーケットに行っていたことや、宅配サービスや家族の送迎、家族への買い物の依頼を行っていたことが考えられる。

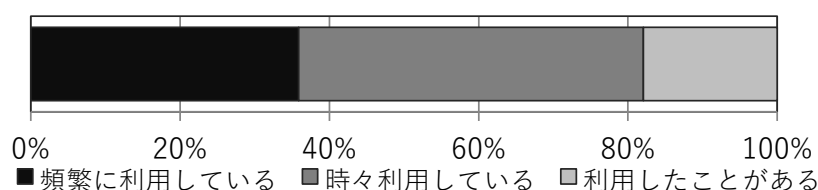


図 6-2-2 買い物送迎バスの利用頻度

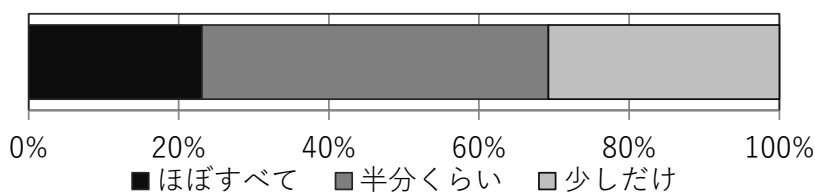


図 6-2-3 買い物送迎バスへの買い物の依存度

表 6-2-4 買い物送迎バス運行以前の交通

	ほぼすべて	半分くらい	少しだけ
自分の運転	11.1%	5.6%	8.3%
家族の送迎	0%	55.6%	58.3%
路線バス	66.7%	72.2%	25.3%
自転車	0%	0%	0%
バイク	0%	0%	8.3%
タクシー	0%	0%	0%
徒歩	0%	0%	0%
通信販売	0%	0%	8.3%
宅配サービス	11.1%	0%	8.3%
家族への依頼	0%	11.1%	25.0%

ここで、買い物送迎バスが運行されてからの生活の変化について分析を行う。図 6-2-4 に、買い物送迎バスを利用してからの生活の変化を示す。

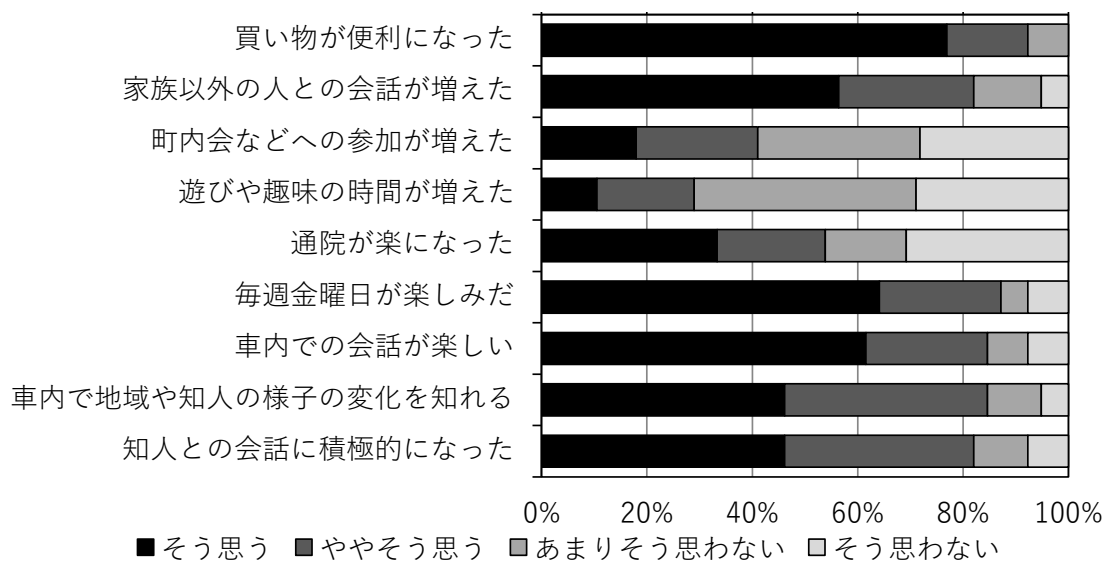


図 6-2-4 買い物送迎バス利用してからの生活の変化

「買い物が便利になった（そう思う、ややそう思う）」と回答した人が 92.3%であり、買い物送迎バス本来の目的である買い物の利便性向上がみられる。また、「家族以外の人との会話が増えた」では 82.1%、「車内での会話が楽しい」では 84.6%となり、買い物の利便性向上のみならず、コミュニティー醸成の役割も果たしていることがわかる。さらに、「町内会などへの参加が増えた」では 41.0%、「遊びや趣味の時間が増えた」では 28.9%の人が、そう思う・ややそう思うと回答している。コミュニティーの醸成に伴い副次的な

効果も確認できる。買い物送迎バスの車内でのインタビュー調査では、「買い物送迎バスが運行される前までは話したことが無かった別の集落の人と話すようになり、いつも電話をしたり、家に遊びに行ったり、一緒にでかけるようになった」と話す高齢者もいた。

以上の結果より、買い物送迎バスの利用者にとっては、買い物の利便性が上がっただけでなく、家族以外の人との会話の回数が増えるなど、コミュニティー醸成としての効果も高いことが示された。

6.2.5 買い物送迎バスにおける副次的な価値

本研究では、買い物における副次的な価値の分析を行う。本研究において「買い物における副次的な価値」とは、買い物が食糧品や衣料品を入手だけの消費行動にとどまらず、実際に手に取って自分の好きな商品を買うことで満足感が得られることや、買い物の際に店員や友達と会話ができて楽しいことなどの効果をいう。本研究では、買い物における副次的な価値として、「数多くの買い物をする事」や「たくさんの時間を買い物に使えること」など7項目を設定した。これらの価値は、4章で示したものの一部変更を行っている。副次的な価値の概念を用いることは同様であるが、事前の共助運営体や商業施設へのインタビュー調査から、より買い物送迎バスの実態に合ったものに指標を修正している。表 6-2-5 に、設定した副次的な価値を示す。

表 6-2-5 買い物送迎バス調査において設定した副次的な価値

(V1)	数多くの買い物をする事
(V2)	たくさんの時間を買い物に使えること
(V3)	商品を自分の手に取って買い物をする事
(V4)	商品を選んで買い物をする事
(V5)	友達と一緒に買い物をする事
(V6)	買い物をする際に店員や友達と会話をする事
(V7)	買い物手段の確保により安心感が得られること

買い物における副次的な価値の重要度の認識と達成度について分析を行う。各価値に対して、重要だと回答している人の割合と、達成していると回答している人の割合を示す。図 6-2-5 に「数多くの買い物をする事」、図 6-2-6 に「たくさんの時間を買い物に使えること」、図 6-2-7 に「商品を自分の手に取って買い物すること」、図 6-2-8 に「商品を選んで買い物をする事」、図 6-2-9 に「友達と一緒に買い物をする事」、図 6-2-10 に「買い物をする際に店員や友達と会話をする事」、図 6-2-11 に「買い物手段の確保により安心感が得られること」について示す。

各価値について重要だと回答している人の割合と、達成していると回答した人の割合を比較する。「数多くの買い物をする事」「たくさんの時間を買物に使えること」において、自家用車利用者は重要性の認識よりも達成状況の方が割合が高く、両者に統計的に有意な差がみられた。また、「たくさんの時間を買物に使えること」では、買い物も送迎バスのみの利用で重要だと回答している人よりも達成されていると回答した人の方が少なく、両者に統計的に有意な差がみられた。これは、買い物送迎バスを利用している買い物が2時間に限られていることが原因と考えられる。

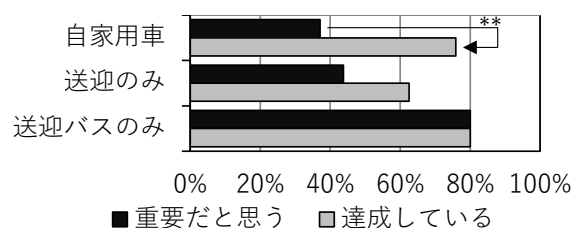


図 6-2-5 数多くの買い物の価値

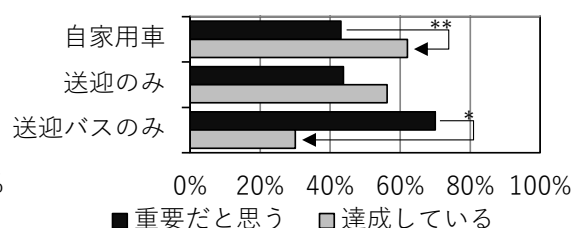


図 6-2-6 たくさんの時間の価値

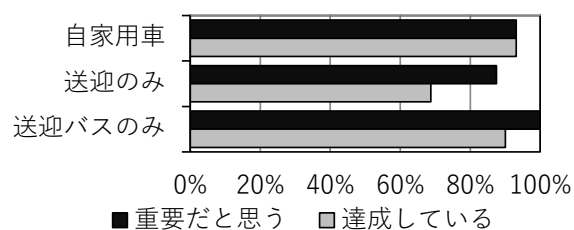


図 6-2-7 自分の手での価値

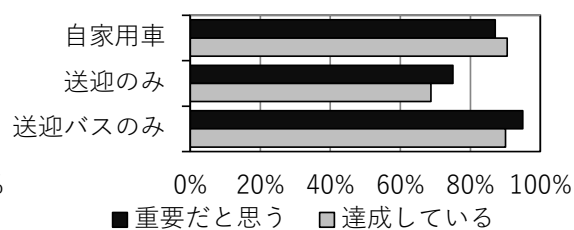


図 6-2-8 選んで購入の価値

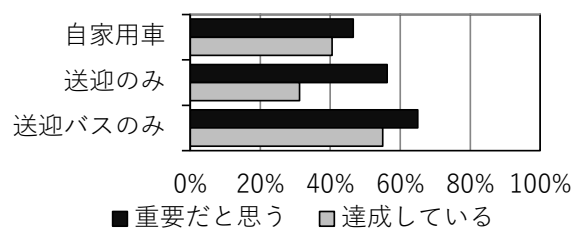


図 6-2-9 友達と一緒にの価値

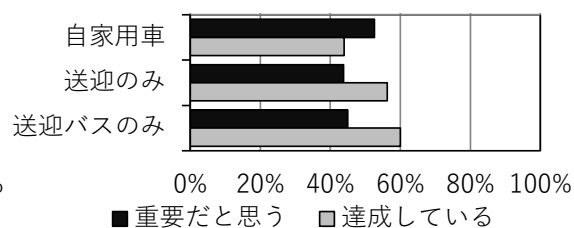


図 6-2-10 店員との会話の価値

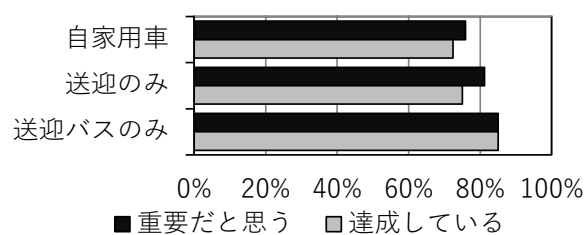


図 6-2-11 安心感の価値

次に、副次的な価値の重要性の認識と達成状況についてそれぞれ交通手段別に分析を行う。買い物における副次的な価値の重要性の認識と、副次的な価値の達成状況について一元配置分散分析を行った。その結果について、表 6-2-6 に副次的な価値の重要性のものを、表 6-2-7 に副次的な価値の達成状況のものをそれぞれに示す。表 6-2-6 および、表 6-2-7 における「平均」は、各価値において「重要、やや重要」、「達成している、やや達成している」と回答した人の割合を示している。

まず、買い物における副次的な価値の重要性の認識について着目する。「数多くの買い物をする事ができる」や「たくさんの時間を買い物に使えることができる」などの項目で交通手段により重要だと回答した人の割合に有意な差がみられた。また、多重比較検定により、「数多くの買い物をする事ができる」や「友達と一緒に買い物をする事」では、他の交通手段よりも買い物送迎バスの利用者の方が重要視している人が多いことが明らかとなった。例えば、「数多くの買い物をする事ができる」では、買い物送迎バスのみの利用者では 80% が重要視しているのに対し、家族の送迎のみの人では 44% しか重要視していない。これは、買い物送迎バスを利用することによりこれらの価値の重要性を認識したとも考えられる。しかし、それらの価値を認識している人の属性（例えば年齢や健康状態）が、買い物送迎バスを利用している属性と重なっていると考えの方が自然である。

表 6-2-6 買い物における副次的な価値の重要性の認識分散分析

		分散分析	多重比較検定										
			自家用車		家族送迎		自家用車		送迎バス		家族送迎		送迎バス
回数	割合	-	0.37	0.44	0.37	0.80	0.44	0.80					
	P値	0.001	0.602		0.000		0.026						
	判定	***			***		**						
時間	割合	-	0.43	0.44	0.43	0.70	0.44	0.70					
	P値	0.082	0.961		0.026		0.116						
	判定	*			**								
自身で	割合	-	0.93	0.88	0.93	1.00	0.88	1.00					
	P値	0.315	0.399		0.253		0.136						
	判定												
選んで	割合	-	0.87	0.60	0.87	0.95	0.60	0.95					
	P値	0.003	0.002		0.352		0.002						
	判定	***	***				***						
友達	割合	-	0.47	0.45	0.47	0.81	0.45	0.81					
	P値	0.030	0.897		0.009		0.030						
	判定	**			***		**						
会話	割合		0.53	0.44	0.53	0.45	0.44	0.45					
	P値	0.697	0.512		0.535		0.941						
	判定												
安心	割合		0.53	0.44	0.53	0.45	0.44	0.45					
	P値	0.697	0.512		0.535		0.941						
	判定												

表 6-2-7 買い物における副次的な価値の達成状況分散分析

		分散分析	多重比較検定										
			自家用車		家族送迎		自家用車		送迎バス		家族送迎		送迎バス
回数	割合		0.76	0.63	0.76	0.80	0.63	0.80					
	P値	0.444	0.251		0.695		0.232						
	判定												
時間	割合	-	0.62	0.56	0.62	0.30	0.56	0.30					
	P値	0.027	0.655		0.007		0.111						
	判定	**			***								
自身で	割合	-	0.93	0.69	0.93	0.90	0.69	0.90					
	P値	0.009	0.002		0.661		0.031						
	判定	***	***				**						
選んで	割合	-	0.91	0.69	0.91	0.90	0.69	0.90					
	P値	0.039	0.012		0.947		0.049						
	判定	**	**				**						
友達	割合		0.41	0.31	0.41	0.55	0.31	0.55					
	P値	0.331	0.483		0.228		0.154						
	判定												
会話	割合		0.44	0.56	0.44	0.60	0.56	0.60					
	P値	0.317	0.359		0.188		0.824						
	判定												
安心	割合		0.72	0.75	0.72	0.85	0.75	0.85					
	P値	0.497	0.825		0.238		0.498						
	判定												

次に、買い物における副次的な価値の達成状況に着目する。「たくさんの時間を買い物に使えることができる」「商品を自分の手に取って買い物をすることができる」「商品を店頭で選らんで買い物をすることができる」において交通手段により達成できていると回答した人の割合に差がみられた。多重比較検定の結果、「たくさんの時間を買い物に使えることができる」では、買い物送迎バスのみの利用者よりも自家用車の利用者の方が達成できていると回答した割合が高く、両者に統計的に有意な差がみられた。これは、買い物送迎バスを利用時のスーパーモラルッキーでの滞在時間が2時間に限られていることが原因と考えられる。一方で、「商品を自分の手に取って買い物をすることができる」「商品を店頭で選らんで買い物をすることができる」では、買い物送迎バスのみの利用者の方が、家族の送迎のみの人よりも達成していると回答した割合が高く、両者に統計的に有意な差がみられた。これは、買い物送迎バスの利用者が家族の送迎のみの人に比べ、自由に自分自身で買い物ができていることが考えられる。自家用車と送迎バスとの達成している割合について比較すると、「時間」以外の項目では、統計的に有意な差が認められない。4章では、自家用車を利用するグループの買い物における副次的な価値の達成状況が高い結果であった。買い物送迎バスは、「時間」以外では、その自家用車と同等の価値の大きさを有していることがわかる。また、統計的に有意な差は認められていないが、「買い物をする際に、店員や友達と会話をすること」では、自家用車の達成率が44%であるのに対し、送迎バスが60%と高くなっている。

以上、買い物における副次的な価値について、重要性の認識と達成状況のそれぞれについて比較してきた。しかし、買い物における副次的な価値は、重要だと思っていない人にとっては、その達成状況に関してあまり意味のないものだと考えられる。そこで、買い物における副次的な価値を重要だと思いつつも達成できていない人に着目した。各交通手段において、副次的な価値を重要だと思いつつも達成できていない人の割合を比較した。表 6-2-8 に一元配置分散分析によって交通手段により有意な差がみられたものを示す。表 6-2-8 における「割合」は各価値において「重要だと思いつつも達成できていない」人の割合である。多重比較検定の結果、買い物送迎バスのみの利用者は自家用車の利用者や家族の送迎のみの人と比較して、「数多くの買い物をすることができる」および「たくさんの時間を買い物に使えることができる」の項目において、重要だと思うが達成できていないと回答した割合が高い。これは、買い物送迎バスが週に 1 回の運行しかされていないことと、スーパーモールラッキーでの滞在時間が 2 時間に限られていることが原因と考えられる。

表 6-2-8 買い物における副次的な価値について重要だと思いつつも達成できていない人

		分散分析	多重比較検定					
			自家用車	家族送迎	自家用車	送迎バス	家族送迎	送迎バス
時間	割合	-	0.03	0.00	0.03	0.15	0.00	0.15
	P値	0.049	0.798		0.054		0.075	
	判定	**			*		*	
自身で	割合	-	0.15	0.13	0.15	0.45	0.13	0.45
	P値	0.004	0.974		0.003		0.027	
	判定	***			***		**	

***P<0.01, **P<0.05, *P<0.1

時間：たくさんの時間を買い物に使えることができる

自身で：商品を自分の手に取って買い物をすることができる

ここまで、買い物における副次的な価値の達成と、買い物における満足度について分析を行ってきたが、これらはお互いに関係性が深い。表 6-2-9 に、買い物における副次的な価値の達成と、買い物における満足度の相関分析を行った結果を示す。表 6-2-10 は、これらの分析で用いた項目である。買い物における副次的な価値の達成を(V1)～(V7)に、買い物における満足度を(S1)～(S8)として示した。

表 6-2-9 買い物における副次的な価値と買い物の満足度との関係

	(S1)	(S2)	(S3)	(S4)	(S5)	(S6)	(S7)	(S8)
(V1)	0.30 **	0.29 **	0.15 *	0.20 **	0.23 **	0.17 *	0.27 **	0.26 **
(V2)	0.29 **	0.19 *	0.16 *	0.23 **	0.20 **	0.13	0.19 *	0.18 *
(V3)	0.26 **	0.33 **	0.17 *	0.19 *	0.29 **	0.09	0.25 **	0.23 **
(V4)	0.24 **	0.25 **	0.16 *	0.17 *	0.20 **	0.08	0.21 **	0.17 *
(V5)	0.08	0.13	0.05	0.08	0.08	0.04	0.16 *	0.11
(V6)	0.13	0.15 *	0.10	0.14	0.11	0.05	0.18 *	0.20 **
(V7)	0.39 **	0.24 **	0.22 **	0.15 *	0.29 **	0.29 **	0.28 **	0.39 **

**P<0.01, *P<0.05

表 6-2-10 買い物における副次的な価値と買い物の満足度との関係分析の項目

(S1)	現在の買い物の回数	(V1)	数多くの買い物をする事
(S2)	よく利用する店舗の品揃え	(V2)	たくさんの時間を買い物に使える事
(S3)	よく利用する店舗のサービスの質	(V3)	商品を自分の手に取って買い物をする事
(S4)	よく利用する店舗の価格	(V4)	商品を選んで買い物をする事
(S5)	買い物できる店舗の数	(V5)	友達と一緒に買い物をする事
(S6)	店舗までの交通の便	(V6)	買い物をする際に店員や友達と会話をすること
(S7)	買い物できる店舗の種類		
(S8)	買い物全般の総合満足度		

「(V1)数多くの買い物をする事」や「(V7)買い物手段の確保により安心感が得られること」では、買い物における満足度の各項目と弱い相関がみられる。また「(S7)買い物できる店舗の種類」では、すべての価値と弱い相関がみられる。今後は、これらの価値と満足度の詳細な分析が必要といえる。

6.2.6 買物送迎バスが限界集落の高齢者にもたらす価値の多様性の小括

本分析では、限界集落の住民に対し地域の商店が無料で買物送迎バスを運行する事例を扱った。限界集落の共助運営体と地域の企業との協定にて買物送迎バスが運行されている事例は他にみられない。高齢者にとって買い物とは、単なる消費行動ではなく、自身が商店に行き、自身の手で選んで購入することにより様々な価値を有することが考えられる。本研究では、買い物における満足度や、買い物における副次的な価値の観点から、買物送迎バスを利用することでの効果について分析を行った。本研究にて明らかとなったことを以下に示す。

買物送迎バスが運行されたことにより、買物送迎バスの利用者の多くが「買い物が便利になった」と回答し、その効果がみられる。また、「家族以外の人との会話が增えた」や「バス車内での会話が楽しい」などと回答する人も多く、コミュニティー醸成の役

割も果たしていることがわかる。買い物送迎バスを利用することで、買い物の満足度向上のみならず、普段の生活の満足度向上へも効果があることが示された。買い物における副次的な価値では、買い物送迎バスの利用者は家族の送迎のみで買い物を行っている人と比較して「商品を自分の手に取って買い物をする事ができる」や「商品を店頭で選んで買い物をする事ができる」などで達成できていることが明らかとなった。また、「たくさんの時間を買い物に使えることができる」以外の項目では、買い物における副次的な価値の達成状況は、自家用車と買い物送迎バスとで、統計的に有意な差がみられない結果であった。これは、買い物送迎バスが自家用車と同等の副次的な価値を有している可能性が考えられる。また、「買い物をする際に、店員や友達と会話をすること」では、自家用車よりも買い物送迎バスの方が達成率の高い結果であった。

買い物送迎バスの効果が示された一方で、その課題も明らかとなった。「数多くの買い物をする事ができる」や「たくさんの時間を買い物に使えることができる」の価値では、他の交通手段よりも重要だと思いながらも達成できていない人の割合が高いことが明らかとなった。これは、現行の買い物送迎バスが週に1度の運行で、買い物の時間が2時間に限られていることが原因と考えられる。また、買い物送迎バスを利用できる環境にも関わらず利用していない人も存在することが明らかとなった。これは健康状態などの問題から、買い物送迎バスのバス停まで移動できないことや、買い物送迎バスでの40分の移動が困難である可能性が考えられた。

高齢者の買い物における副次的な価値の概念を用い、買い物送迎バスについて評価を行った。このことにより、単なる利便性では評価できない点が確認できた。

以上のことから、買い物送迎バスを例に、実際の施策の利用での買い物における副次的な価値の達成状況について分析が行われた。

＜6.2 の参考文献＞

- 1)横山大輔, 片岡正昭:コミュニティバスの導入と自治体間波及に関する考察～東京近郊の事例より～, 都市計画論文集, No.38-3, pp.481-486, 2003.
- 2)加藤博和, 福本雅之:住民主導型コミュニティ交通の立ち上げに関する実証研究-徳島市応神ふれあいバスの試み-, 第45回土木計画学研究発表会・講演集, CD-ROM(192), 2012.
- 3)山崎基浩, 加知範康, 國定精豪:自治体バス運行における事業者の役割と契約のあり方に関する一考察, 第45回土木計画学研究発表会・講演集, CD-ROM(225), 2012.
- 4)藤垣洋平, 高見淳史, 大森宣暁, 原田昇:送迎バスとの代替性に着目した商業施設協力型路線バスの成立可能性に関する分析-埼玉県三郷市を中心的な事例として-, 都市計画論文集, Vol.47, No.3, pp.337-342, 2012.
- 5)磯部友彦:コミュニティバス事業に対する利用者評価-日進市の公共施設巡回バスを事例に-, 都市計画論文集, Vol.35, pp.523-528, 2000.
- 6)樋口民夫, 秋山哲男:コミュニティバス計画のサービス水準の評価に関する研究, 都市計画論文集, Vol.35, pp.512-522, 2000.
- 7)井上佳和, 松本幸正, 松井寛:コミュニティバスの利用者属性に基づく利用実態と利用者意識の分析-愛知県日進市「くるりんばす」をケーススタディとして-, 都市計画論文集, No.40-3, pp.319-324, 2005.
- 8)林良嗣, 土井健司, 杉山郁夫:生活質の定量化に基づく社会資本整備の評価に関する研究, 土木学会論文集, No.751, IV-62, pp.56-70, 2004.
- 9)猪井博登, 新田保次, 中村陽子:Capability Approach を考慮したコミュニティバスの効果評価に関する研究, 土木計画学研究・論文集, Vol.21, No.1, pp.167-174, 2004.
- 10)谷本圭志, 倉持裕彌, 土屋哲:活動能力に着目した高齢者の買い物手段に関する考察—中山間地域を参考に, 土木学会論文集 D3, Vol.70, No.5, pp.781-788, 2014.
- 11)倉持裕彌, 谷本圭志, 土屋哲:中山間地域における買い物支援に関する考察—移動販売に着目して—, 社会技術研究論文集, Vol.11, pp.33-43, 2014.
- 12)伊勢昇:買い物弱者における買い物支援策の利用頻度と支払意思額に関する研究, 交通工学論文集, 第1巻, 第2号(特集号A), pp.26-31, 2015.
- 13)森英高, 西村洋紀, 谷口守:買い物支援サービスの利用意向とその促進に向けた一考察, 土木学会論文集 D3, Vol.71, No.5, pp.839-848, 2015.
- 14)読売新聞:老いをどこで 第2部, 2018.06.12

6.3 高齢者のコンビニエンスストア利用の抵抗感に関する研究

6.3.1 高齢者のコンビニエンスストア利用の抵抗感に関する研究の概説

第4章にて、高齢者の買い物において副次的な価値が重要であると指摘している。副次的な価値とは「買い物をすることで気分転換になる」や「友人・知人と一緒に買い物へ行き楽しく過ごす」、「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむ」、「実際に商品を手に取って、好みの商品を選んで購入する」などの価値である。つまり、自身の足で店舗に行き、購入することが重要であるとしている。しかし、地方部においては自宅から店舗までの距離も遠く、公共交通の便も悪い場合が多い。そのため、自家用車を持たない高齢者にとっては、自身の足でスーパーマーケットなどの店舗へ行くことは困難であることも考えられる。そこで本研究では身近にある買い物先の1つとしてコンビニエンスストアに着目した。例えば、秋田県秋田市において平成30年1月時点でのスーパーマーケットの店舗数が57であるのに対し、コンビニエンスストアの店舗数は161となっている。コンビニエンスストアの店舗数は、スーパーマーケットよりも多い。生鮮食料品や日用品の購入において、コンビニエンスストアがスーパーマーケットでの買い物を代替可能である場合や、両者の使い分けが可能な場合に、買い物の利便性は向上するものと考えられる。

農林水産省では「生鮮品販売店舗への徒歩でのアクセスが困難であることは、自宅から生鮮品販売店舗まで直線距離500m以上であること」と定義¹⁾している。スーパーマーケットでの買い物を補う形で、コンビニエンスストアを利用できた場合、多くの地域が500m圏内になることが期待できる。平成28年5月に政府は「第1種低層住居専用地域」でのコンビニエンスストアの出店を条件付きで認めるよう、都市計画法の規制を緩和する方針を固めた。これは、近所に商店がなく普段の買い物に困難な高齢者などの「買い物弱者」対策を目的にしたものである。このように、普段の食料品などの買い物先としてコンビニエンスストアが着目されてきている。また、コンビニエンスストア事業者自身においても、今後増える高齢者を顧客ターゲットとする取り組みが行われてきている。例えば、お食事お届けサービス²⁾や御用聞き²⁾、ケアマネージャーの常駐³⁾などである。

これらのように、コンビニエンスストアを普段の買い物先として利用する取組が広がってきている。自身で買い物に出かけ多くの商品から選んで購入することは、宅配や移動販売などの買い物支援策では達成されない重要なことである。その点で、コンビニエンスストアはスーパーマーケットでの買い物を補う可能性がある。その一方で、コンビニエンスストアでの買い物に対して、スーパーマーケットと比較して「品質が悪い」「値段が高い」などの意識を有していることも予想される。これらのことから、コンビニエンスストアでの買い物に抵抗感を有していたり、不便に感じていることも考えられる。経済産業省では買い物弱者を「日常の買い物に不便」と回答した人と定義²⁾している。買い物において抵抗感を有していたり、不便に感じ利用されないのであれば、コンビニエンスストアが

買い物弱者対策になるとはいえない。そこで本研究では、これらの抵抗感や不便さの有無を把握するとともに、それらに影響する要因の分析を行う。これらの抵抗感や不便さの要因は、年齢によって異なることが予想される。年齢による要因の違いを明らかとし、コンビニエンスストアでの買い物において、高齢者が抵抗感や不便さを感じないための考察を行うことを目的とする。

本節では、これらの高齢者のコンビニエンスストア利用に関して、副次的な価値の分析の部分を中心に示す。

6.3.2 高齢者のコンビニエンスストア利用に関する研究の既往研究

本研究に関連する研究としては、アクセシビリティに関するものや、買い物支援策に関するもの、店舗の競合について扱ったものなどが挙げられる。

アクセシビリティに関する研究では、高見ら⁴⁾の研究、喜多ら⁵⁾の研究、谷本・土屋⁶⁾の研究、寺山・小谷⁷⁾の研究、関口ら⁸⁾の研究、平井・南⁹⁾の研究、平井ら¹⁰⁾の研究、浅野ら¹¹⁾の研究、吉見ら¹²⁾の研究などが挙げられる。

買い物支援策に関する研究では、古川・橋本¹³⁾の研究、谷本ら¹⁴⁾の研究、湊ら¹⁵⁾の研究、谷本ら¹⁶⁾の研究、森ら¹⁷⁾の研究などが挙げられる。

店舗の競合に関する研究では、福山ら¹⁸⁾の研究、本間・宇野¹⁹⁾の研究などが挙げられる。福山ら¹⁸⁾の研究は、地方部におけるドラッグストアの立地について分析を行っている。その結果、ドラッグストアの立地はコンビニエンスストアとは補完するものの、スーパーマーケットとは競合することを明らかとしている。また、買い物困難なエリアにドラッグストアが立地した場合、多くの人の移動距離が減少することを示している。ドラッグストアを、スーパーマーケットの代替や補完の店舗として着目した点で、本研究と類似した問題意識である。以上の研究は、いずれも買い物行動や買い物に関する意識について分析を行ったものである。これらの研究では、高齢者のコンビニエンスストアの利用意識に関するものはみられない。数ある買い物先の1つとしてコンビニエンスストアの利用について分析を行うことも重要である。

6.3.3 高齢者のコンビニエンスストア利用に関する研究の調査概要

本研究では、高齢者のコンビニエンスストア利用に関する意識の把握のために、2種類の意識調査を実施した。

1つめの調査は、コンビニエンスストア各社や、各店舗責任者に対する意識調査である。本調査では、高齢者のコンビニエンスストア利用の現状や、高齢者がコンビニエンスストアを利用する際に抵抗となっている項目の認識、コンビニエンスストアの利用で達成できる項目、高齢者向けサービス実施の有無などについて質問を行っている。回収された

調査票 40 票のうち、全国の事業者から回収したものが 14 票、秋田市内の店舗から回収したものが 26 票であった。

2 つ目の調査は、コンビニエンスストアでの買い物に対する利用者意識調査である。本調査では、普段の外出や買い物の頻度、交通手段などの他に、スーパーマーケットとコンビニエンスストアを比較した際の品質の良さや、商品の価格などの買い物利便性、各買い物先での価値の達成などについて質問を行っている。意識調査は、年齢による意識の差を明らかにするため、10 代から 90 代までの住民を対象としている。本研究で対象にした、新屋地区、広面地区、泉地区はいずれも住宅地となっている。普段の買い物先への意識の比較がしやすいように、スーパーマーケットとコンビニエンスストアの店舗数が同程度の地区をそれぞれ選定している。例えば、新屋地区はスーパーマーケットとコンビニエンスストアが 6 店舗ずつ、広面地区はスーパーマーケットが 10 店舗およびコンビニエンスストアが 8 店舗、泉地区はスーパーマーケットとコンビニエンスストアが 5 店舗ずつの地区となっている。調査票は 3 地区合計で 332 票の回収を行っている。

表 6-3-1 に、コンビニエンスストア事業者への意識調査の概要を示す。また、表 6-3-2 に、住民に対するコンビニエンスストア利用に関する意識調査の概要を示す。

表 6-3-1 コンビニエンスストア事業者への意識調査概要

コンビニエンス事業者への調査	
調査票配布日	平成27年11月
調査対象	秋田市内の店舗および全国の事業者
(回収票数)	(40票)
調査内容	高齢者を顧客とする必要性の認識 高齢者が利用する際の抵抗への意識 価値の達成についての認識 現在行っている高齢者向けサービス

表 6-3-2 コンビニエンスストア利用に関する意識調査概要

コンビニエンスストアの利用に関する調査			
調査票配布日	平成27年12月15日		
調査票配布場所	秋田市新屋地区，秋田市広面地区，秋田市泉地区		
調査票配布枚数	各地区200世帯600票（1世帯2票）		
調査票回収票数 （回収率）	新屋地区	広面地区	泉地区
	106票	112票	114票
	26.5%	28.0%	28.5%
70歳以上人口	2,739人	2,495人	1,684人
（70歳以上人口割合）	18.0%	17.6%	16.5%
スーパーマーケット数	6	10	5
コンビニエンスストア数	6	8	5
調査内容	個人属性		
	性別，年齢，職業，同居人，外出頻度，自家用車の保有 歩行可能距離，将来の運転の不安，各買い物先の利用頻度		
	コンビニエンスストアの利用		
	利用における抵抗感，スーパーマーケットの代替利用		
	買い物をする際の重要項目		
	商品の安さ，品質の良さ，接客の良さ， 店舗までの行きやすさ，商品の品揃え		
	スーパーマーケットとの比較		
	商品の安さ，品質の良さ，接客の良さ，店舗までの行きやすさ 商品の品揃え，店内の雰囲気，食料品のおいしさ		
	買い物における価値の達成		
	気分転換，友人や知人と買い物，店員との会話 自分の手で選んで購入，店員との会話，自分の手で選んで購入 目的以外の購入，食事や趣味の時間 手段が確保されていることでの安心		

6.3.4 高齢者のコンビニエンスストア利用に関する基本特性

本節では，高齢者のコンビニエンスストア利用に関する基本特性について示す。

まず，コンビニエンスストアへのアクセスの把握を行う。本研究では，対象となる秋田市の4次メッシュ(500mメッシュ)での65歳以上の高齢者の人口分布と，スーパーマーケットおよびコンビニエンスストアの立地について分析を行っている。図6-3-1に，65歳以上の高齢者が1人以上存在するメッシュと，スーパーマーケットおよびコンビニエンスス

トアの立地について示す。本研究では、これらの分析のため、GIS ソフトの jSTATmap を用いた。また、人口分布については、平成 26 年度国勢調査の結果を用いた。スーパーマーケットおよびコンビニエンスストアの立地については、i タウンページの情報から住所を取得後、GoogleMap にて緯度・経度に変換を行っている。これらの集計による秋田市内のスーパーマーケットの店舗数は 57、コンビニエンスストアは 161 であった。なお i タウンページにて検索された店舗のうち、事務所として使われているものや、重複したものは除いて集計を行っている。

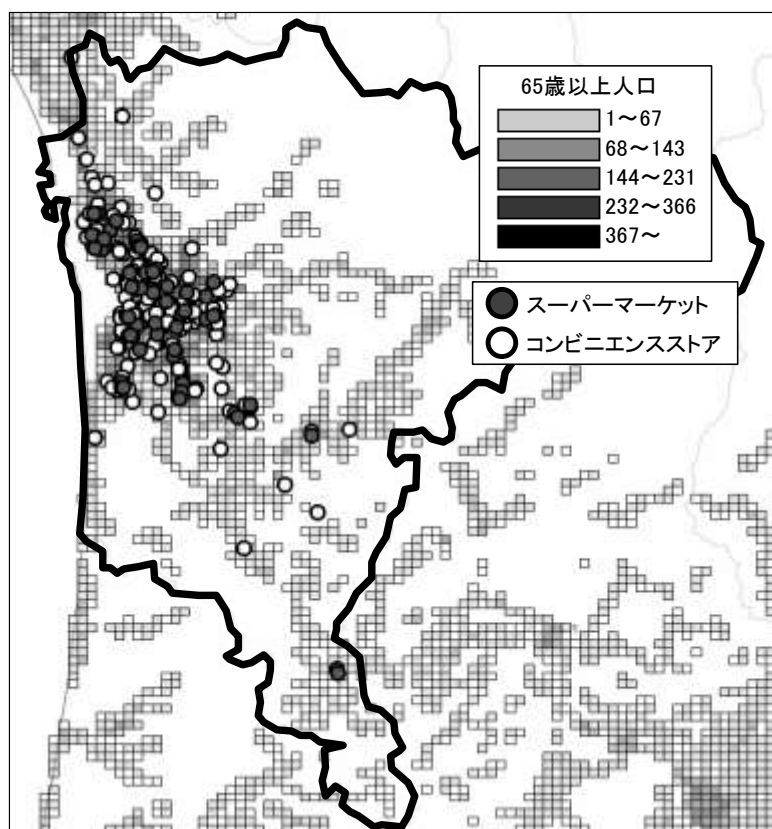


図 6-3-1 秋田市における 65 歳以上の人口分布と店舗立地

秋田市内において 65 歳以上の高齢者が 1 人以上存在する 4 次メッシュは 1,035 メッシュであった。これらの各メッシュの中心から、500m 以内に存在する店舗について集計を行っている。農林水産省では生鮮食料品店まで 500m 以上かつ自動車を持たない人を買い物弱者としており¹⁾、本研究においても 500m の基準を用いて集計を行った。本来、アクセス性を計算するためには、店舗までの経路や高低差などを考慮しなければならない。しかし本分析では、普段の買い物先としてコンビニエンスストアも利用可能であることを示すものとなっている。正確なアクセス性の計算を目的としていない。そのため、各メッシュの中心から 500m の店舗数をカウントすることにより、おおまかなアクセス性を比較す

ることにとどまっている。図 6-3-2 に 500m 以内に存在する店舗数で区分した際のメッシュ数について示す。「スーパーマーケット」の場合、500m 以内に 1 店舗も存在しないメッシュが 875 メッシュ存在し、これは全体の 84.5%であった。一方で、「コンビニエンスストア」の場合、500m 以内に 1 店舗も存在しないメッシュは 731 メッシュであり、これは全体の 70.6%であった。平均すると「スーパーマーケット」では 1 メッシュあたり 0.25 店舗、「コンビニエンスストア」では、0.68 店舗利用可能であった。スーパーマーケットよりもコンビニエンスストアの方がアクセスしやすいことが明らかとなった。生鮮食料品の購入先としてコンビニエンスストアが利用できた場合や、コンビニエンスストアとスーパーマーケットを併用できた場合など、買い物の利便性が向上するものと考えられる。

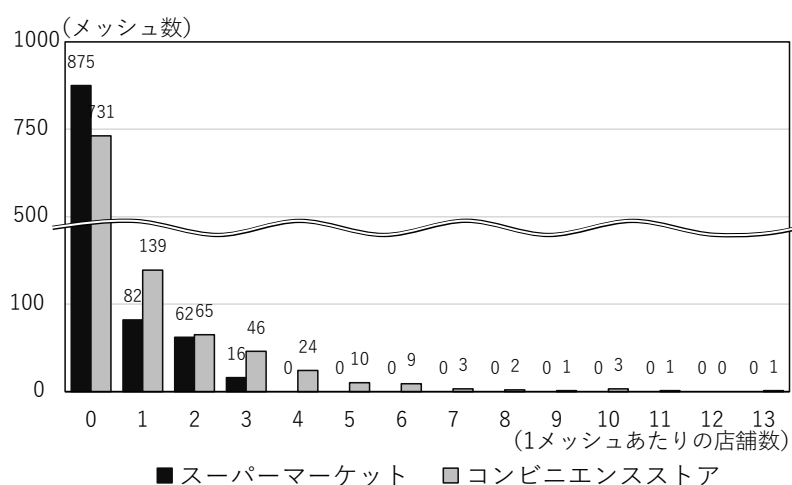


図 6-3-2 1 メッシュ(500m)あたりの店舗数とメッシュ数の関係

スーパーマーケットと比較して、コンビニエンスストアでの食料品や日用品の買い物に対しては抵抗感があることも予想される。そこで本研究では、抵抗感の有無についての把握を行う。また、それらの抵抗感の要因について分析を行う。現在、高齢者の定義として 65 歳以上として扱われることが多いが、平成 30 年 1 月に日本老年学会・日本老年医学会がこの定義を 75 歳以上へ引き上げることを提案している。本研究ではこれらの間を取り、70 歳以上を高齢者の定義として用いる。図 6-3-3 に、回答者の年齢構成について示す。70 歳以下の回答者は 63.5%，70 歳以上の回答者は 36.5%であった。本研究では、70 歳以上と 70 歳以下に分類し分析を行う。

次に、図 6-3-4 に、70 歳以上と 70 歳未満の人のそれぞれのコンビニエンスストアの利用頻度を示す。週に 1 回以上利用している割合をみると、70 歳以上で 17.4%，70 歳未満で 39.9%となっている。高齢者はコンビニエンスストアの利用頻度が低いことがわかる。

次に、コンビニエンスストアで食料品や日用品を購入することに抵抗を感じるかどうかの分析を行った。図 6-3-5 に、70 歳以上と 70 歳未満の人のそれぞれの抵抗感について示す。「抵抗感がある」「やや抵抗感がある」と回答したのは、70 歳未満で 51.1%，70 歳以

上で 42.7%であった。統計的に有意な差ではないものの高齢者の方がコンビニエンスストアでの買い物に抵抗感がない結果となっている。70 歳以上と 70 歳未満とともに、コンビニエンスストアで食料品や日用品を購入することへの抵抗感は低くはない。これらの抵抗感に繋がる要因について分析を行うことが必要である。

次に、図 6-3-6 に仮にスーパーマーケットが使えなくなった場合の、コンビニエンスストアの利用について示す。70 歳以上でみると、「不便に感じて利用しない」が 10.4%、「不便を感じるが仕方ないので利用する」が 34.9%、「不便なので利便性が上がれば利用する」が 27.4%となっている。利便性の向上によっては、今後スーパーマーケットの代替としてコンビニエンスストアが利用できる可能性もある。

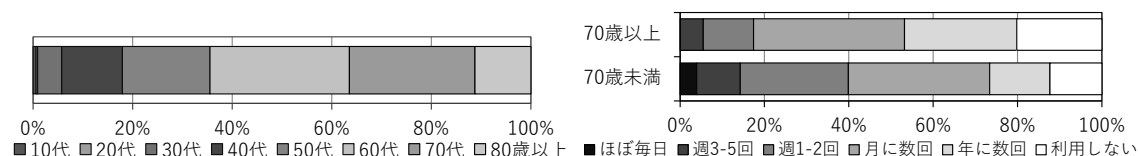


図 6-3-3 回答者の年齢構成

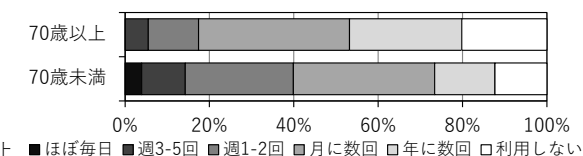


図 6-3-4 コンビニエンスストアの利用頻度

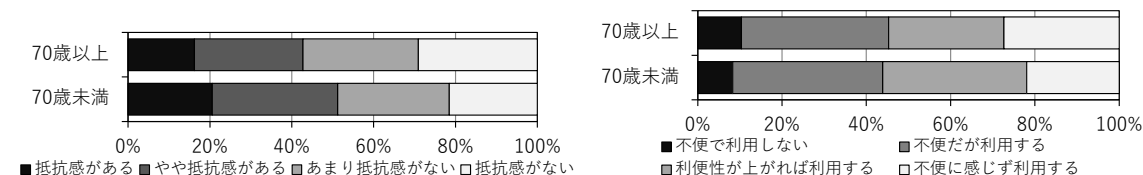


図 6-3-5 コンビニエンスストア購入の抵抗感

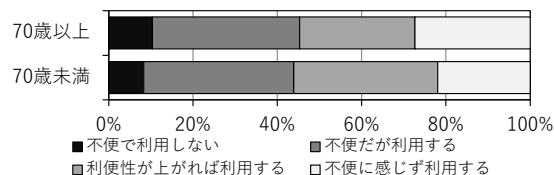


図 6-3-6 スーパーが使えない場合の行動

価格や商品の質などのコンビニエンスストアの評価が、利用に対する抵抗感に繋がっていることが考えられる。本研究ではこれらを把握するため、スーパーマーケットと比較したコンビニエンスストアの評価について質問を行った。質問項目は、スーパーマーケットと比較して「食料品が高いと思う」「日用品が高いと思う」「品揃えが少ないと思う」など 9 項目を設定した。

図 6-3-7 に、各項目に「そう思う」「ややそう思う」と回答した割合について、70 歳以上と 70 歳未満で比較した結果を示す。「そう思う」「ややそう思う」と回答した人の割合をみると、「品揃えが少ないと思う」では、70 歳以上で 72.8%、70 歳未満で 75.9%となっている。また、「食料品がおいしくないと思う」では、70 歳以上で 65.7%、70 歳未満で 53.7%となっている。70 歳以上と 70 歳未満とともに「食料品が高いと思う」「日用品が高いと思う」「食料品がおいしくないと思う」「ゆっくり買い物ができないと思う」の項目にて割合が高い。つまり、これらの項目でスーパーマーケットよりも悪い評価となってい

る。一方で、「商品の質が悪いと思う」「店員の接客が悪いと思う」「店内の雰囲気が悪いと思う」では割合が低く、スーパーマーケットと比較しても悪い評価となっていない。

各項目の70歳以上と70歳未満の回答割合を比較するために、2群の母比率の差の検定を行った。その結果、「食料品が高いと思う」「日用品が高いと思う」「ゆっくり買い物ができないと思う」の項目で70歳未満の方が割合が高く、両者に統計的に有意な差がみられる。一方で、「食料品がおいしくないと思う」では、70歳以上の方が割合が高い結果となった。つまり、これらの項目で70歳以上と70歳未満の評価が異なることがわかる。

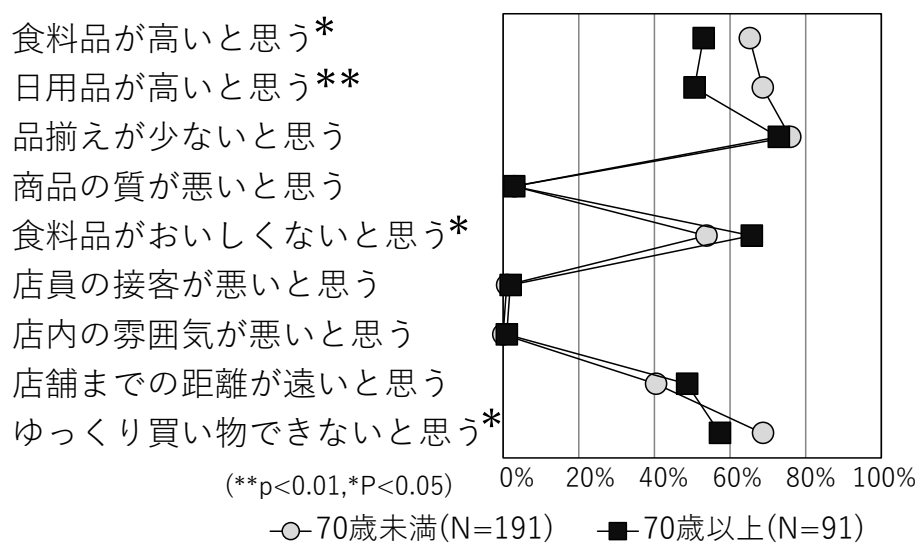


図 6-3-7 スーパーマーケットと比較したコンビニエンスストアの評価

これらの評価が、コンビニエンスストア利用の抵抗感、コンビニエンスストアをスーパーマーケットの代替として利用する際の不便さに影響していることが考えられる。そこで、各項目に良い評価をしている人と、そうでない人とで、コンビニエンスストア利用の抵抗感や不便さの比較を行った。コンビニエンスストアの各評価について「そう思う」「ややそう思う」と回答した人を「悪い」、それ以外の人を「良い」とした。コンビニエンスストア利用の抵抗感では「抵抗感がある」「やや抵抗感がある」と回答した人の割合を集計している。また、スーパーマーケットの代替として利用する際の不便さでは「不便に感じて利用しない」「不便に感じるが仕方ないので利用する」「不便に感じるため利便性が向上したら利用する」と回答した人の割合を集計している。表 6-3-3 に、コンビニエンスストア利用の抵抗感について 2 群の母比率の検定を行ったものを示す。また、表 6-3-4 に、スーパーマーケットの代替として利用する際の不便さについて 2 群の母比率の検定を行ったものを示す。

まずはコンビニエンスストアでの買い物において抵抗感を有している人の割合についてみる。70歳未満の人で「悪い」と「良い」での割合に統計的に有意な差がみられた項目

は、「食料品の高さ」「日用品の高さ」「品揃え」「食料品のおいしさ」「店舗までの距離」であった。一方で70歳以上の人では、「品揃え」「ゆっくり買い物」となっている。これらの項目で、「悪い」評価の人の方が、コンビニエンスストアでの買い物において抵抗感を有している割合が高い結果となっている。コンビニエンスストアでの買い物の抵抗感に対してはこれらの項目が要因となっていることが考えられる。

次に、スーパーマーケットが利用できなくなった場合にコンビニエンスストアを利用することの不便さについて分析を行う。70歳未満の人で「悪い」と「良い」での割合に統計的に有意な差がみられた項目は、「日用品の高さ」「品揃え」「食料品のおいしさ」「店舗までの距離」「ゆっくり買い物」である。一方で、70歳以上の人では「食料品の高さ」「品揃え」となっている。いずれも「悪い」評価の人の方が、不便に感じる人の割合が高い結果となっている。スーパーマーケットの代替としてのコンビニエンスストア利用の不便さの認識については、これらの項目が要因となっていることが考えられる。

これらの結果から、70歳未満と70歳以上の人とで、コンビニエンスストア利用の抵抗感や不便さに影響する要因が異なることが示されている。また、コンビニエンスストア利用の抵抗感や不便さの要因となる項目の数は、70歳以上よりも70歳未満の人で多いことが示されている。つまり、70歳未満の人の方がスーパーマーケットと比較した評価が抵抗感や不便さに影響していることが考えられる。

表 6-3-3 各項目の評価とコンビニエンスストアでの購入の抵抗感の関係

		70歳未満			70歳以上		
		悪い	良い	両側P値	悪い	良い	両側P値
食料品の高さ	n	129	69	0.0002	53	47	0.1939
	比率	61.2%	33.3%	**	49.1%	36.2%	
日用品の高さ	n	131	60	0.0343	44	45	0.2455
	比率	56.5%	40.0%	*	52.3%	40.0%	
品揃え	n	154	49	0.0198	75	26	0.0196
	比率	55.8%	36.7%	*	49.3%	23.1%	
商品の質	n	6	197	0.4426	3	99	0.3829
	比率	66.7%	50.8%		66.7%	41.4%	
食料品のおいしさ	n	108	93	0.0015	65	32	0.9315
	比率	61.1%	38.7%	**	41.5%	40.6%	
店員の接客	n	2	202	0.9666	1	100	-
	比率	50.0%	51.5%		100.0%	43.0%	
店内の雰囲気	n	0	204	-	1	100	-
	比率	-	51.5%		100.0%	43.0%	
店舗までの距離	n	82	121	0.0455	49	54	0.2422
	比率	59.8%	45.5%	*	36.7%	48.1%	
ゆっくり買い物	n	140	64	0.3746	57	44	0.0125
	比率	53.6%	46.9%		54.4%	29.5%	

**P<0.01,*P<0.05

「-」は母数が少ないために計算不能

表 6-3-4 各項目の評価とスーパー代替としてコンビニエンスストア利用の不便さの関係

		70歳未満			70歳以上		
		悪い	良い	両側P値	悪い	良い	両側P値
食料品の 高さ	n	126	69	0.4359	48	45	0.0025 **
	比率	80.2%	75.4%		87.5%	60.0%	
日用品の 高さ	n	128	60	0.0454 *	42	43	0.0894
	比率	82.8%	70.0%		83.3%	67.4%	
品揃え	n	151	49	0.0136 *	72	23	0.0071 **
	比率	82.1%	65.3%		80.6%	52.2%	
商品の質	n	6	194	0.7488	3	93	0.2964
	比率	83.3%	77.8%		100.0%	73.1%	
食料品の おいしさ	n	107	92	0.0345 *	61	31	0.1434
	比率	84.1%	71.7%		78.7%	64.5%	
店員の 接客	n	2	199	0.4518	2	94	0.4093
	比率	100.0%	77.9%		100.0%	74.5%	
店内の 雰囲気	n	0	201	-	1	95	-
	比率	-	0.781094527		100.0%	74.7%	
店舗まで の距離	n	81	120	0.0024 **	46	51	0.3188
	比率	88.9%	70.8%		69.6%	78.4%	
ゆっくり 買い物	n	139	62	0.0019 **	58	37	0.1990
	比率	84.2%	64.5%		79.3%	67.6%	

**P<0.01,*P<0.05

「-」は母数が少ないために計算不能

6.3.5 高齢者のコンビニエンスストア利用における副次的な価値

買い物における副次的な価値について分析を行う。第4章では、買い物では商品を得るだけでなく、様々な価値の達成が必要であることを示している。本分析では、買い物における副次的な価値として、「買い物をすることで気分転換になる」や「友人や知人と楽しく買い物をする」、「店員との会話や情報交換を楽しむ」など7項目を設定した。表 6-3-5に、本分析で設定した買い物における副次的な価値を示す。本分析では4章で使用した買い物における副次的な価値に、手段確保の安心感を追加している。

表 6-3-5 設定した買い物における副次的な価値

(V1)買い物をすることで気分転換すること
(V2)友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすこと
(V3)買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと
(V4)実際に手に取って、好みの商品を買うこと
(V5)目的の商品以外にも、いろいろな商品を見て買うこと
(V6)買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと
(V7)買い物の手段が確保されていることで安心できること

ここで、図 6-3-8 に、買い物における副次的な価値の回答結果について示す。70 歳以上の回答で、各価値について「重要」「やや重要」と回答した割合を「70 歳以上重要」として示す。また、70 歳以上の回答でコンビニエンスストアで「達成できている」「やや達成できている」と回答した割合を「70 歳以上 CS 達成」、スーパーマーケットのものを「70 歳以上 SM 達成」として示す。さらにコンビニエンスストアの事業者が、自社の店舗で「達成できている」「やや達成できている」と回答した割合を「CS 事業者達成」として示す。さらに、70 歳未満の回答でコンビニエンスストアで「達成できている」「やや達成できている」と回答されたものを「70 歳未満 CS 達成」として示している。

まずは、コンビニエンスストアでの価値の達成状況について 70 歳以上と 70 歳未満とで比較を行う。コンビニエンスストアでの副次的な価値の達成では、すべての項目で 70 歳以上の方が達成している割合が高い結果となった。しかし、2 群の母比率の差の検定では、両者に統計的に有意な差がみられる項目は存在しない。つまり、コンビニエンスストアでの価値の達成状況において、70 歳以上と 70 歳未満とでは差がみられない。

次に、70 歳以上の重要度の認識について分析を行う。各価値に対し「重要」「やや重要」と回答した割合をみると、「手段が確保されていることで安心」で 88.3%、「実際に手に取り好みの商品を買う」で 84.5%となり、高い値となっている。一方で「友人や知人と楽しく買い物をする」では 21.6%となり、項目の中では低い値となっている。それでも約 2 割の人は重要視している結果となっている。商品を得るだけでなく、買い物における副次的な価値も重要視されていることがわかる。

次に、各店舗での価値の達成状況について分析を行う。「買い物をすることで気分転換をする」でみると、「70 歳以上 CS 達成」が 23.7%、「70 歳以上 SM 達成」が 46.1%、「CS 事業者達成」が 82.5%となっている。同様に、「友人や知人と楽しく買い物をする」では、「70 歳以上 CS 達成」が 8.9%、「70 歳以上 SM 達成」が 17.5%、「CS 事業者達成」が 67.5%となっている。70 歳以上では、副次的な価値の達成状況では、すべての項目で「CS 達成」<「SM 達成」<「CS 事業者達成」となっている。コンビニエンスストアでは、副次的な価値の達成状況が低いにも関わらず、事業者側は自社の店舗で達成されていると過大評価している可能性が示された。

70 歳以上の副次的な価値の重要度の認識と、各店舗での達成状況との比較を行う。コンビニエンスストアでは、すべての項目で重要度の認識よりも達成状況の方が低い。スーパーマーケットでみると、「買い物をすることで気分転換をする」、「実際に手に取り好みの商品を買う」、「目的の商品以外の商品も購入できる」の項目で重要度の認識よりも達成状況の方が高い結果であった。

買い物をすることで気分転換をする
 友人や知人と楽しく買い物をする
 店員との会話や情報交換を楽しむ
 実際に手に取り好みの商品を買う
 目的の商品以外の商品も購入できる
 買い物と一緒に食事や趣味を行う
 手段が確保されていることで安心

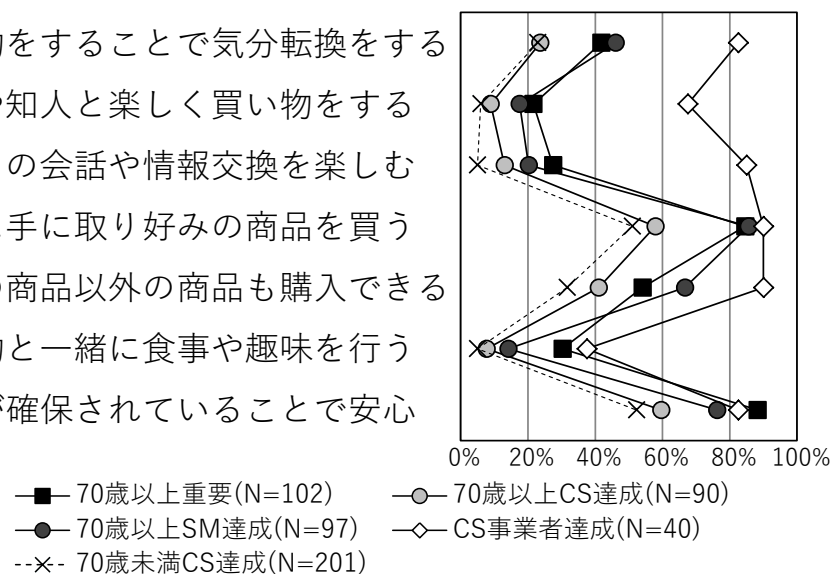


図 6-3-8 各店舗の副次的な価値の達成状況と重要度認識

以上の分析について、重要度の認識と達成状況の差の分析のために、一元配置分散分析を行った。表 6-3-6 にそれらの結果を示す。また、表 6-3-7 にそれらの多重比較検定の結果を示す。表中の「V1」は「買い物をすることで気分転換をする」,「V2」は「友人や知人と楽しく買い物をする」を示す。多重比較検定の結果をみると,「V5」の「目的の商品以外の商品も購入できる」以外の項目で,「CS 達成」と「重要」との間に有意な差がみられる。「CS 達成」と「SM 達成」では,「V2」の「友人知人と楽しく買い物をする」,「V3」の「店員との会話や情報交換を楽しむ」,「V6」の「買い物と一緒に食事や趣味を行う」以外の項目で有意な差がみられた。

表 6-3-6 副次的な価値の重要度認識と各店舗での達成状況

価値	平方和	自由度	平均平方	F 値	P 値	判 定
V1	2.74	2	1.37	6.00	0.003	**
V2	0.82	2	0.41	3.02	0.050	
V3	1.01	2	0.50	3.12	0.046	*
V4	4.86	2	2.43	14.75	0.000	**
V5	3.23	2	1.61	6.72	0.001	**
V6	2.76	2	1.38	9.83	0.000	**
V7	4.20	2	2.10	12.15	0.000	**

表 6-3-7 副次的な価値の重要度認識と各店舗での達成状況（たじゅ比較検定）

価値	水準1	水準2	平均1	平均2	差	統計量	P 値	判 定
V1	重要	CS達成	41.8%	23.7%	18.2%	2.70	0.007	**
	重要	SM達成	41.8%	46.1%	4.3%	0.65	0.517	
	CS達成	SM達成	23.7%	46.1%	22.4%	3.27	0.001	**
V2	重要	CS達成	21.6%	8.9%	12.7%	2.43	0.016	*
	重要	SM達成	21.6%	17.5%	4.1%	0.80	0.425	
	CS達成	SM達成	8.9%	17.5%	8.6%	1.60	0.111	
V3	重要	CS達成	27.5%	13.0%	14.4%	2.50	0.013	*
	重要	SM達成	27.5%	20.2%	7.2%	1.28	0.201	
	CS達成	SM達成	13.0%	20.2%	7.2%	1.23	0.219	
V4	重要	CS達成	84.5%	57.9%	26.7%	4.69	0.000	**
	重要	SM達成	84.5%	85.6%	1.0%	0.19	0.853	
	CS達成	SM達成	57.9%	85.6%	27.7%	4.81	0.000	**
V5	重要	CS達成	54.1%	41.1%	13.0%	1.90	0.059	
	重要	SM達成	54.1%	66.7%	12.6%	1.88	0.062	
	CS達成	SM達成	41.1%	66.7%	25.6%	3.67	0.000	**
V6	重要	CS達成	30.3%	7.7%	22.6%	4.25	0.000	**
	重要	SM達成	30.3%	14.1%	16.1%	3.10	0.002	**
	CS達成	SM達成	7.7%	14.1%	6.4%	1.19	0.237	
V7	重要	CS達成	88.3%	59.6%	28.7%	4.93	0.000	**
	重要	SM達成	88.3%	76.2%	12.1%	2.11	0.036	*
	CS達成	SM達成	59.6%	76.2%	16.7%	2.80	0.006	**

**:1%有意 *:5%有意

上記の分析により、副次的な価値の重要度の認識が高いにも関わらず、コンビニエンスストアの達成状況は低いことが明らかとなった。買い物における副次的な価値が達成されていないことで、コンビニエンスストアでの買い物における抵抗感や、スーパーマーケットの代替として利用する際の不便さにつながっていることが考えられる。そこで、買い物における副次的な価値を達成している人と、そうでない人とで、コンビニエンスストアでの買い物における抵抗感や不便さの比較を行った。コンビニエンスストアでの副次的な価値の達成について「達成している」「やや達成している」と回答した人を「達成」、それ以外の人を「非達成」とした。コンビニエンスストア利用の抵抗感では「抵抗感がある」

「やや抵抗感がある」と回答した人の割合を集計している。また、スーパーマーケットの代替として利用する際の不便さでは「不便に感じて利用しない」「不便に感じるが仕方ないので利用する」「不便に感じるため利便性が向上したら利用する」と回答した人の割合を集計している。表 6-3-8 にコンビニエンスストア利用の抵抗感について 2 群の母比率の検定を行ったものを示す。また、表 6-3-9 に、スーパーマーケットの代替としてのコンビニエンスストアの不便さについて 2 群の母比率の検定を行ったものを示す。

まずはコンビニエンスストアでの買い物において抵抗感を有している人の割合についてみる。70歳以上の人で「達成」と「非達成」での割合に統計的に有意な差がみられた項目は「気分転換」「友人知人と買い物」「手に取り購入」「目的外の購入」「手段確保の安心」である。コンビニエンスストアでの買い物の抵抗感に対してはこれらの項目が要因となっていることが考えられる。一方で、70歳未満の人で統計的に有意な差がみられた項目は存在しない。70歳未満の人では、買い物における副次的な価値の達成は、コンビニエンスストア利用の抵抗感の要因となっていないことがわかる。

次に、スーパーマーケットが利用できなくなった場合にコンビニエンスストアを利用することの不便さについて分析を行う。70歳以上の人で「達成」と「非達成」での割合に統計的に有意な差がみられた項目は、「気分転換」「友人知人との買い物」である。一方で70歳未満では「気分転換」のみとなっている。スーパーマーケットの代替としてのコンビニエンスストア利用の不便さの認識については、これらの項目が要因となっていることが考えられる。

これらの結果から、70歳未満と70歳以上の人とで、コンビニエンスストア利用の抵抗感や不便さに影響する副次的な価値の達成度の要因が異なることが示されている。また、コンビニエンスストア利用の抵抗感や不便さの要因となる項目の数は、70歳未満よりも70歳以上の人で多いことが示されている。つまり、70歳以上の人の方がコンビニエンスストアでの副次的な価値の達成が抵抗感や不便さに影響していると考えられる。

表 6-3-8 各項目の達成状況とコンビニエンスストア利用の抵抗感の関係

		70歳未満			70歳以上		
		達成	非達成	両側P値	達成	非達成	両側P値
気分転換	n	46	155	0.1067	22	69	0.0036
	比率	41.3%	54.8%		18.2%	53.6%	**
友人知人と 買い物	n	12	189	0.1882	8	80	0.0496
	比率	33.3%	52.9%		12.5%	48.8%	*
店員との 会話	n	10	191	0.4459	12	78	0.7714
	比率	40.0%	52.4%		41.7%	46.2%	
手に取り 購入	n	103	99	0.5790	54	39	0.0419
	比率	53.4%	49.5%		35.2%	56.4%	*
目的外の 購入	n	64	138	0.9355	39	54	0.0427
	比率	51.6%	52.2%		30.8%	51.9%	*
食事趣味 の時間	n	10	191	0.4459	7	82	0.3643
	比率	40.0%	52.4%		28.6%	46.3%	
手段確保 の安心	n	105	96	0.1745	55	37	0.0292
	比率	46.7%	56.3%		36.4%	59.5%	*

**P<0.01, *P<0.05

表 6-3-9 各項目の達成状況とスーパーの代替としての不便さとの関係

		70歳未満			70歳以上		
		達成	非達成	両側P値	達成	非達成	両側P値
気分転換	n	45	153	0.0030	20	68	0.0289
	比率	62.2%	83.0%	**	55.0%	79.4%	*
友人知人と買い物	n	12	186	0.0737	6	79	0.0235
	比率	58.3%	80.1%		33.3%	75.9%	*
店員との会話	n	10	188	0.1501	9	78	0.7620
	比率	60.0%	79.3%		77.8%	73.1%	
手に取り購入	n	101	98	0.2101	53	37	0.2278
	比率	74.3%	81.6%		69.8%	81.1%	
目的外の購入	n	63	136	0.4471	37	53	0.3296
	比率	74.6%	79.4%		70.3%	79.2%	
食事趣味の時間	n	10	188	0.1501	6	81	0.6384
	比率	60.0%	79.3%		66.7%	75.3%	
手段確保の安心	n	105	93	0.1472	53	36	0.4472
	比率	74.3%	82.8%		73.6%	80.6%	

**P<0.01, *P<0.05

スーパーマーケットと比較したコンビニエンスストアの評価や、コンビニエンスストアでの買い物における価値の達成と、コンビニエンスストア利用の抵抗感との関係について分析を行う。これは、コンビニエンスストアでの買い物への抵抗感や、スーパーマーケットが使えなくなった場合のコンビニエンスストア利用の不便さ、コンビニエンスストアの評価、コンビニエンスストアでの買い物における副次的な価値の達成についての全体の構造を把握するものである。本研究では、これらの関係について共分散構造分析を行った。潜在変数は、まず「コンビニエンスストアへの抵抗感のなさ」、「スーパーマーケットとの利便性の比較」「コンビニエンスストアでの買い物における価値の達成」とした。さらに、「スーパーマーケットとの利便性の比較」と繋がる「価格の比較」および「買い物の質」を設定し、「コンビニエンスストアでの買い物における価値の達成」に繋がる「選択の多様性」および「買い物の楽しみ」を設定した。観測変数は、「スーパーマーケットと比較したコンビニエンスストアの評価の各項目」や、「コンビニエンスストアでの買い物による副次的な価値の各項目」、「コンビニエンスストアを利用することに対する抵抗」、「スーパーマーケットが利用できなくなった場合のコンビニエンスストアの利用」としている。これらの分析により得られた構造について、図 6-3-9 に、70 歳以上の人のものを、図 6-3-10 に、70 歳未満の人のものをそれぞれ示す。パス上の数字は標準化係数をあらわす。構造化にあたり、スーパーマーケットとの利便性比較による評価や、コンビニエンスストアでの買い物における価値の達成が、コンビニエンスストアでの買い物の抵抗感を減少させると仮定し、探索的にパスを設定しつつ、5%水準で有意でないパスは削除した。その結果、70 歳以上の人のモデルの適合度は、GFI が 0.925、AGFI が 0.876 であり、70 歳未満

の人のモデルの適合度は、GFI が 0.925、AGFI が 0.877 となった。すべてのパスが統計的に有意な比較的説明力の高い推定結果が示すことができたと考えられる。

「コンビニエンスストアでの買い物への抵抗感のなさ」へのパスに着目すると、70 歳以上では「スーパーマーケットとの利便性の比較」および「コンビニエンスストアでの買い物における価値の達成」から正方向のパスが繋がっている。つまり、スーパーマーケットと比較したコンビニエンスストアの評価が高いほどコンビニエンスストアへの抵抗感が低下する。また、コンビニエンスストアでの副次的な価値が達成されているほど、コンビニエンスストアへの抵抗感が低下する。これらのパスの係数をみると、それぞれ 0.342 となっており、「コンビニエンスストアでの買い物への抵抗感のなさ」への影響は両者で同程度と考えられる。商品の価格や品揃え、商品の質などが利用の抵抗感に繋がることは当たり前であるが、副次的な価値の達成によっても抵抗感が減少することが示された。一方で、70 歳未満では「コンビニエンスストアでの買い物における価値の達成」から「コンビニエンスストアでの買い物への抵抗感のなさ」へ有意なパスを引くことはできなかった。つまり、70 歳未満の人にとって、買い物の価値の達成と利用における抵抗感の関係はみられなかった。買い物における副次的な価値の達成と抵抗感との関係は、70 歳以上の高齢者特有のものであるといえる。

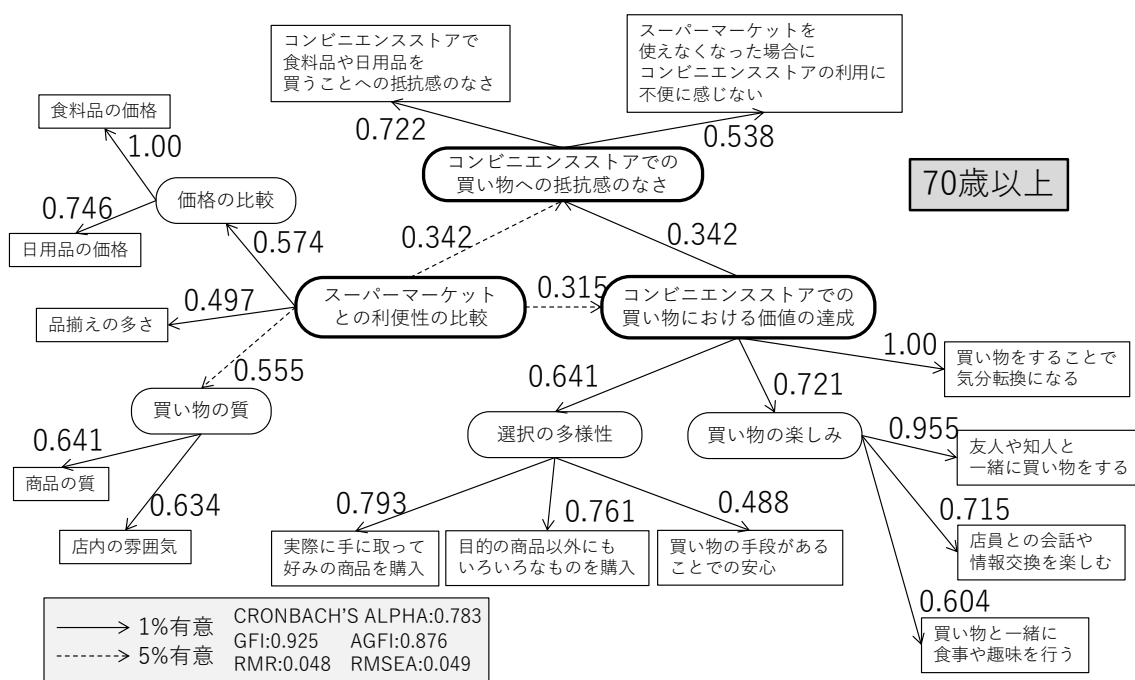


図 6-3-9 70 歳以上のコンビニエンスストアでの抵抗感に関する共分散構造モデル

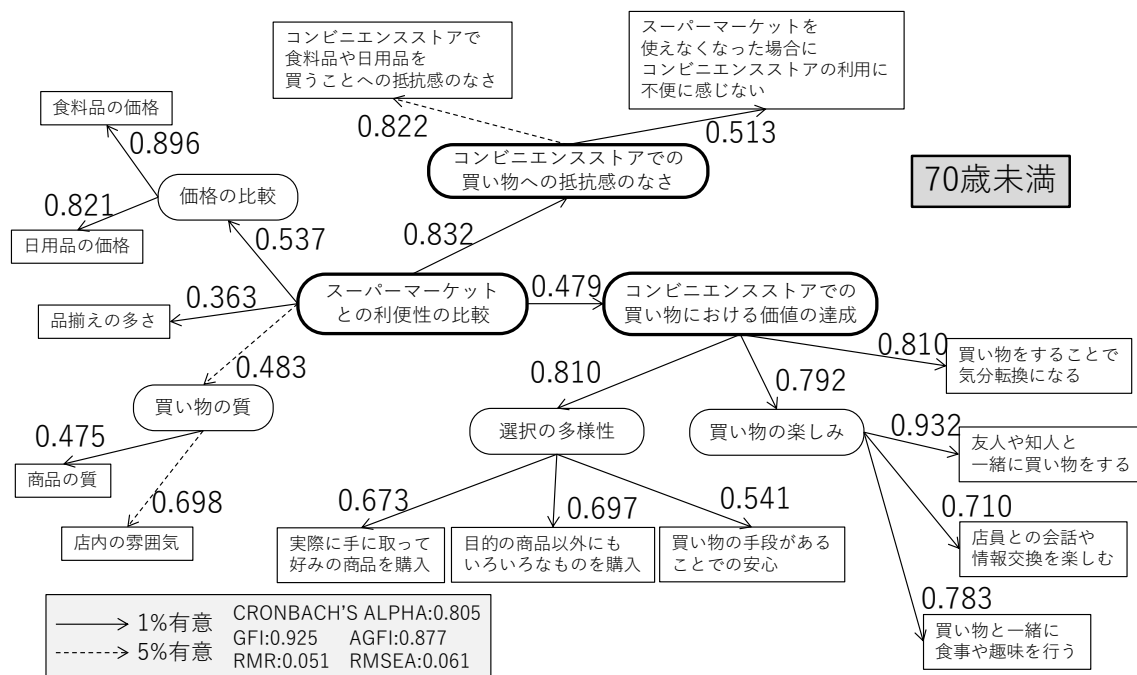


図 6-3-10 70 歳未満のコンビニエンスストアでの抵抗感に関する共分散構造モデル

6.3.6 高齢者のコンビニエンスストアでの副次的な価値の小括

高齢者の買い物における副次的な価値の重要度の認識は高い結果であった。しかし、コンビニエンスストアではその達成状況がスーパーマーケットよりも低いことが示された。それに関わらず、コンビニエンスストア事業者や店舗責任者の達成状況の認識は非常に高いことが明らかとなった。事業者や店舗責任者は副次的な価値の達成状況を過大評価している可能性がある。

コンビニエンスストアでの買い物に対する抵抗感の要因では、70 歳以上の人で「気分転換」「友人知人と買い物」「手に取り購入」「目的外の購入」「手段確保の安心」となっていた。一方で、70 歳以上の人で抵抗感の要因となる項目は存在しない結果であった。スーパーマーケットが使えなくなった時のコンビニエンスストア利用の不便さの要因では、70 歳以上の人で「気分転換」「友人知人との買い物」、70 歳未満の人で「気分転換」となっている。

コンビニエンスストアでの買い物に対する抵抗感や不便さの要因は、70 歳未満の人と 70 歳以上の人とで異なる。これらの要因となる項目数は 70 歳未満よりも 70 歳以上の人の方が多い。つまり、70 歳以上の人の方が、コンビニエンスストアでの買い物における副次的な価値の達成状況が抵抗感や不便さの認識に繋がっていると考えられる。

70 歳以上の人の抵抗感や不便さを解消するためには、コンビニエンスストアでの買い物において「気分転換」「友人知人と買い物」「手に取り購入」「目的外の購入」「手段確保の安心」を達成させる必要がある。

共分散構造分析により、70 歳以上の人と 70 歳未満の人のコンビニエンスストアでの買い物の抵抗感につながる構造を示した。70 歳以上の人では、買い物における副次的な価値の達成状況から、コンビニエンスストアでの買い物の抵抗感へのパスが繋がっているのに対し、70 歳未満の人ではその関係性はみられない。つまり、コンビニエンスストアでの買い物における抵抗感全体としての構造では、買い物における副次的な価値の達成と抵抗感、不便さとの関係は 70 歳以上特有のものである。

以上のことから、高齢者の買い物における副次的な価値の概念を用いて、スーパーマーケットとコンビニエンスストア利用の評価を行った。共分散構造分析では、70 歳以上の高齢者のみ副次的な価値が抵抗感に繋がっている結果であった。これらの結果は、単純な利便性のみを調査したものでは得られない結果である。高齢者の買い物における副次的な価値の概念において評価することの重要性が示された。

＜6.3 の参考文献＞

- 1)内閣府：平成 27 年度版高齢社会白書，http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2015/zenbun/27pdf_index.html，2016.04.05 閲覧.
- 2)経済産業省：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報告書（抜粋版）
http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/150430_report_summary.pdf，2018.7.10 閲覧.
- 3)内閣府：17 年度 高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果（全体版），
http://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/h17_sougou/index2.html，2018.7.10 閲覧.
- 4)高見淳史，木澤友輔，大口敬：個人属性・地形要因を反映した徒歩・自転車による日常的活動機会へのアクセシビリティに関する研究，都市計画論文集，Vol.42 No.3，pp.919-924，2007.
- 5)喜多秀行，小野祐資，岸野 啓一：公共交通利用における身体的機能を考慮したアクセシビリティ指標の構築，土木学会論文集 D3，Vol.68，No.5，pp.939-990，2012.
- 6)谷本圭志，土屋哲：活動機会に着目した地域のアクセシビリティ指標に関する研究，土木学会論文集 D3，Vol.72，No.1，pp.88-98，2016.
- 7)寺山一輝，小谷 通泰：目的地・交通手段選択モデルに基づく買い物交通のアクセシビリティの評価，都市計画論文集，Vol.49 No.3，pp.429-434，2014.
- 8)関口達也，樋野公宏，石井 儀光：店舗の質・距離に対する満足度を用いた高齢者の食料品の購買行動分析，都市計画論文集，Vol.51 No.3，pp.372-379，2016.
- 9)平井寛，南正昭：盛岡市における食料品店と買い物不便者の分布の変化，都市計画論文集，Vol.48 No.3，pp.969-974，2013.
- 10)平井寛，武田岳，南正昭：盛岡市における買い物環境と食物の摂取状況との関連の検討，土木学会論文集 D3，Vol.70，No.5，pp.295-303，2014.
- 11)浅野周平，大森宣暁，長田 哲平：個人の店舗選択行動を考慮した買い物アクセシビリティに関する研究，土木学会論文集 D3，Vol.73，No.5，pp.291-299，2017.
- 12)吉見美咲，山田崇史，岸本達也：地方都市における買物地の訪問行動の特性- 郡山都市圏における Web アンケート調査に基づく実態分析-，都市計画論文集，Vol.50 No.3，pp.1316-1323，2015.
- 13)古川のり子，橋本成仁：居住者の買物行動支援サービスおよび公共交通の活用意向とバス支援意識との関連性把握，土木学会論文集 D3，Vol.67，No.5，pp.1029-1037，2011.
- 14)谷本圭志，倉持裕彌，土屋哲：中山間地域における移動販売サービスの顧客層に関する実証分析，都市計画論文集，Vol.50 No.3，pp.324-330，2015.
- 15)湊絵美，伊勢昇，櫻井祥之：買い物支援サービス導入状況別にみた都市中心部への外出頻度の要因分析，都市計画論文集，Vol.51 No.3，pp.1265-1270，2016.

- 16)谷本圭志, 倉持裕彌, 土屋哲:活動能力に着目した高齢者の買い物手段に関する考察ー中山間地域を対象に, 土木学会論文集 D3, Vol.70, No.5, pp.781-788, 2014.
- 17)森英高, 西村洋紀, 谷口守:買い物支援サービスの利用意向とその促進に向けた一考察, 土木学会論文集 D3, Vol.71, No.5, pp.839-848, 2015.
- 18)福山敬, 桑野将司, 丸山裕也:地方フードデザートにおけるドラッグストアの立地可能性に関する分析, 土木計画学研究発表会・講演集, Vol.56, 53, 2017.
- 19)本間健太郎, 宇野求:混在する“多様な施設(従来店)”と“画一的な施設(コンビニ)”の競合モデル, 日本建築学会計画系論文集, Vol.78, No.694, pp.2565-2571, 2013.

第7章 本研究の成果と課題

7.1 本研究の成果

本研究では、高齢者の買い物における副次的な価値の概念に着目し、都市・交通施策の評価を行った。高齢者の買い物には、物を得るだけの消費活動に留まらない価値が存在すると考えられる。例えば、買い物をすることで気分転換につながったり、買い物の際に友人・知人と会話をしたり、買い物先の店員との会話を楽しんだりすることが挙げられる。これらの価値は、高齢者にとっては非常に重要なものであるといえる。ただし、現在行われている買い物弱者対策では、これらの価値が考慮されていないものも存在する。例えば、宅配が挙げられる。経済産業省の買い物弱者応援マニュアルでは、「家まで商品を届ける」「近くにお店を作る」「家からでかけやすくする」施策の事例が同列で扱われている。「買い物弱者の現状と対策に関するシンポジウム」でのアンケート結果では、各地域の買い物弱者問題の対策として「家まで商品を届ける」が最も高い実施率であった。さらに、「家まで商品を届ける」「近くにお店を作る」「家からでかけやすくする」の中で、最も買い物弱者問題の対策としての効果認識の高い結果であった。高齢者にとって、同じ商品を得る場合でも、宅配で購入することと、店舗で友人と話しながら自身の目で選んで購入することでは、まるで価値が異なる。これは、外出活動においても同様で、ただ高齢者を運べば良いわけではない。移動中に楽しみがあったり、友人・知人との会話がなかったり、街の様子や景色の変化を楽しむなどの価値が重要であると考えられる。

本研究では、これらの高齢者の活動における副次的な価値の重要性を示した。また、に、交通手段や、買い物での利用店舗の種類によるこれらの価値の達成状況について分析を行った。以下に、本研究の成果を示す。

第4章では、高齢者の買い物における副次的な価値の重要性評価と、その達成状況についての析を行った。高齢者の買い物における副次的な価値として「買い物をすることで気分転換すること」「友人や知人と買い物へ行き楽しく過ごすこと」「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと」「買い物をする際に地域の様子や変化を知ること」「実際に手に取って好みの商品を買うこと」「目的の商品以外にもいろいろな商品を見て買うこと」「買い物と一緒に趣味や食事の時間を過ごすこと」の7項目の設定を行った。これらの買い物における副次的な価値について、必要だと感じるかどうか、自身が達成できているかどうかについて質問を行っている。その結果、すべての項目で比較的高い必要性が示された。例えば、「実際に手に取って好みの商品を買うこと」では96.7%、「買い物することで気分転換すること」では89.9%が必要だと回答している。一方で「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと」では61.7%、「知人や友人と買い物へ行き楽しく過ごすこと」では60.2%となっており、7項目の中では少ない結果となった。買い物における副次

的な価値について比較的高い必要性が示された一方で、その達成状況は低い結果となった。達成状況についてみると「実際に手に取って好みの商品を買うこと」は 92.1%の人が達成されていると回答しているのに対し、「知人や友人と買い物へ行き楽しく過ごすこと」では 40.8%しか達成されていない。これらの 7 項目すべてにおいて、大切だと回答している人の割合よりも、達成できていると回答している人の割合の方が低い結果となった。大切だと回答している人の割合と、達成できていると回答した人との割合とで統計的検定を行ったところ、7 項目すべてにおいて有意水準 1%で有意な差がみられた。副次的な価値について大切であると感じながらも達成できていない現状がみられる。

上記の買い物における副次的な価値の達成状況について、交通手段と買い物先の種類での比較を行った。交通手段の種類では、買い物手段が「宅配」もしくは「家族への依頼」のみの Group1、それ以外で「徒歩」のみの Group2、それ以外で公共交通を利用している Group3、自家用車を利用している Group4 に分類して分析を行った。買い物における副次的な価値について必要だと感じながら達成できていない人の割合について分析を行ったところ、「買い物をすることで気分転換をすること」や「実際に手に取って好みの商品を買うこと」、「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」などにおいて、Group1 が高い結果であった。宅配や家族への買い物の依頼をしている人は、これらの価値が必要と感じながらもそれが達成できていない現状がみられる。

買い物における副次的な価値の達成状況を利用店舗でみると、「買い物をすることで気分転換をすること」など多くの項目で、スーパーマーケットでの達成が高い結果となった。ただし、「友人や知人と買い物へ行き楽しく過ごすこと」や「目的の商品以外にもいろいろな商品を見て買うこと」、「買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと」では、スーパーマーケットよりもショッピングセンターの方が達成率の高い結果となった。また、個人商店は「買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと」において、ドラッグストアやコンビニエンスストア、ショッピングセンターよりも達成率が高い結果となった。

以上のことから、高齢者の買い物における副次的な価値の重要性が示された。また、交通手段や買い物における利用店舗での副次的な価値の達成率の違いについても示された。

第 5 章では、高齢者の外出活動における「慣れ」や「諦め」の存在について、副次的な価値の概念を用いて評価を行った。高齢者の外出活動における「慣れ」や「諦め」とは、高齢者が不便な状況にあるにも関わらず、その状況に慣れることや、改善を諦めることで、現状に不満に感じなくなる現象である。ここでは、外出における副次的な価値の項目として、「自分が外出したいときに外出できる」「自分が外出したい場所に外出できる」「外出することにより気分転換できる」「外出により友人や知人とコミュニケーションが取れる」「普段行かない場所に行くことで、自宅でできないような体験ができる」「外出先で欲しい商品を手に取って比べて買うことができる」「外出によって日常生活が充実したと感じる」「外出先までの移動が楽しい」の 8 項目の設定を行った。高齢者の「慣れ」や

「諦め」と買い物や外出における副次的な価値との関係について、共分散構造モデルの作成を行った。その結果、「買い物や外出における副次的な価値の達成の低さ」が、「活動能力に関する諦め」「活動欲求に関する慣れ」「生活の質に関する諦め」から構成される「慣れ・諦め」に繋がり、さらに「買い物や外出における副次的な価値の重要度認識の低さ」へと繋がることが示された。これらのことから、副次的な価値が達成されないことが、副次的な価値の重要度認識の低さに繋がる負のサイクルの可能性が示された。副次的な価値の達成は、外出意欲を向上させるためにも重要といえる。

第6章では、第4章で示された高齢者の買い物における副次的な価値の概念を用いて、交通施策、利用店舗の評価を行った。

6.1 では、高齢者の活動における副次的な価値の概念を用いて、買い物送迎バスの評価を行った。ここでは、週に1日、1往復のみ運行される無料の買い物送迎バスの事例について分析を行っている。この買い物送迎バスと自家用車、家族による送迎について、副次的な価値の達成状況についての比較を行った。本調査で用いた副次的な価値の項目として、第4章で用いた買い物における副次的な価値の項目を外出用に修正して用いている。項目としては「数多くの買い物をする」「たくさんの時間を買い物に使える」「商品をお手にお手にとって買い物をする」「商品を選んで買い物をする」「友達と一緒に買い物をする」「買い物をする際に店員や友達と会話をする」「買い物手段の確保により安心感が得られる」の7項目として、これらの価値について達成率の比較を行った。その結果、買い物送迎バスは「たくさんの時間を買い物に使える」で自家用車よりも低い達成率であった。その一方で、「商品をお手にお手にとって買い物をする」「商品を選んで買い物をする」では、家族の送迎よりも高い達成率であった。買い物送迎バスについて、副次的な価値の概念を用いることで、外出自体や、物を得ること自体以外の部分での評価が行えている。

6.2 では、高齢者の活動における副次的な価値の概念を用いて、利用店舗の評価を行っている。ここでは、スーパーマーケットとコンビニエンスストアとの比較を行った。高齢者の買い物における副次的な価値として、「買い物をする事で気分転換をする」「友人や知人と楽しく買い物をする」「店員との会話や情報交換を楽しむ」「実際に手に取り好みの商品を買う」「目的の商品以外の商品も購入できる」「買い物と一緒に食事や趣味を行う」「手段が確保されている事で安心感がある」の7項目の設定を行った。これらの買い物における副次的な価値の達成状況について、スーパーマーケットとコンビニエンスストアとで比較を行ったところ、「買い物をする事で気分転換をする」「実際に手に取り好みの商品を買う」「手段が確保されている事で安心感がある」にて、コンビニエンスストアの方が達成率の低い結果であった。コンビニエンスストアでの商品の購入の抵抗感について分析を行ったところ、70歳以上の高齢者で、買い物における副次的な価値の達成状況と、店舗利用の抵抗感との間に相関がみられた。これらのコンビニエンスストア利用の抵

抗感に関する共分散構造モデルの作成を行った。70歳以上の人のコンビニエンスストア利用の抵抗感への影響は、買い物における副次的な価値の達成状況が、商品の価格や商品の質などの利便性評価と同等であることが示された。一方で、70歳未満の人のコンビニエンスストア利用の抵抗感への影響は、商品の価格や商品の質などの利便性評価のみが効いており、買い物における副次的な価値の達成は影響していないことが明らかとなった。店舗の利便性評価だけでなく、買い物における副次的な価値を評価指標とすることで、高齢者のコンビニエンスストア利用の抵抗感の要因把握が行えた。また、コンビニエンスストア利用において、買い物における副次的な価値の達成による影響は、高齢者特有のものであることが示された。

以上のことから、高齢者の活動における副次的な価値が重要であることが示された。また、交通手段や買い物店舗の種類によって、これらの副次的な価値の達成状況の違いを示した。これらの副次的な価値の概念を用いることで、今までの利便性評価のみでは見ることの出来なかった問題の発見に繋がった。今後の高齢者の買い物支援策、外出支援策について、これらの副次的な価値の達成も考慮したものになることに期待したい。

7.2 本研究のまとめと提言

本研究のまとめとして、各属性に対する施策の提案を行う。表 7-1 に、それらの結果を示す。

表 7-1 各属性に対する施策の提案

自宅から出られない人	宅配を利用 気分転換：家族への依頼の約2倍達成（32.4%） 会話の機会：家族への依頼の4倍達成（22.5%）
	宅配に「高齢者見守りサービス」や「お手伝いサービス」を付加 「高齢者見守りサービス」：宅配・家族への依頼者の利用意向が高い（70.6%） ⇒会話の機会が達成される可能性 「お手伝いサービス」：宅配・家族への依頼者の利用意向が高い（76.5%） ⇒地域の変化を楽しむことが達成される可能性
中山間地域で車を利用できない人	買い物送迎バスでスーパーマーケットまでの移動手段を確保 気分転換の達成:72.1%、会話の機会の達成:30.6%、地域の変化を知る達成:50.4% 車内や店舗で友達と一緒に買い物することの達成:55.0%
	買い物送迎バスが運行できない場合⇒近隣の個人商店を利用する仕組み 気分転換：スーパーマーケットの約半分達成（37.5%） 会話の機会：スーパーマーケットの1.5倍達成（43.8%）
	平行して移動販売車や出張販売市を展開 移動販売車⇒会話の機会、地域の変化を楽しむことが達成される可能性 出張販売市⇒友達との買い物、会話の機会、地域の変化を楽しむことが達成される可能性
都市部で車を利用できない人	スーパーマーケットやショッピングセンターを経由するバス路線の設定 ショッピングセンター⇒目的外の購入の達成:66.7%、趣味や食事の時間の達成:52.4%
	近隣の個人商店を利用する仕組み 気分転換：スーパーマーケットの約半分達成（37.5%） 会話の機会：スーパーマーケットの1.5倍達成（43.8%）
	コンビニエンスストアを有効利用するには、副次的な価値の改善が必要

各属性として「自宅から出られない人」「中山間地域で車を利用できない人」「都市部で車を利用できない人」とした。

「自宅から出られない人」に対しては、宅配に「高齢者見守りサービス」や「お手伝いサービス」を付加することが有効である。宅配は、買い物における副次的な価値の達成はスーパーマーケットなどよりは低いものの、家族への買い物の依頼よりは高い結果となっている。「高齢者見守りサービス」や「お手伝いサービス」は、宅配・家族への買い物の依頼を利用している人の利用意向が高い。また、「高齢者見守りサービス」では、会話の機会が達成される可能性が示されている。さらに、「お手伝いサービス」では、地域の変化を楽しむことが達成される可能性が示されている。

「中山間地域で車を利用できない人」に対しては、買い物送迎バスの運行によるスーパーマーケットの利用が有効である。スーパーマーケットの利用では、気分転換の達成が72.1%、会話の機会の達成が30.6%、地域の変化を楽しむことの達成が50.4%となっている。また、買い物送迎バス自体の効果として、友達と一緒に買い物をするものの達成が55.0%となっている。買い物送迎バスの運行や、スーパーマーケットへの路線を確保できない場合などには、個人商店を利用する取組みも有効となってくる。個人商店の利用では、気分転換の達成はスーパーマーケットの約半分（37.5%）となっているが、会話の機会ではスーパーマーケットの1.5倍（43.8%）となっている。また、これらの施策と並行して、移動販売車や出張販売市を展開することも有効となってくる。移動販売車では、会話の機会や、地域の変化を楽しむことが達成される可能性がある。出張販売市では、友達との買い物や、会話の機会、地域の変化を楽しむことが達成される可能性がある。

「都市部で車を利用できない人」に対しては、スーパーマーケットやショッピングセンターを立地することや、それらの場所までのバス路線の設定が有効である。さらにバス路線を設定する場合には、高齢者の自宅からバス停までの距離も重要となってくる。ショッピングセンターでは、目的外の購入の達成が66.7%、趣味や食事の時間を楽しむことの達成が52.4%となり、これらの項目では、スーパーマーケットよりも価値が大きくなっている。スーパーマーケットやショッピングセンターが利用できない場合には、中山間地域と同様に個人商店を利用する仕組みづくりも必要である。また、都市部で数多く立地しているコンビニエンスストアの利用も考慮すべきである。ただし、コンビニエンスストアでは、買い物における副次的な価値の達成は低い。さらに、これらの副次的な価値の低さが、コンビニエンスストア利用の抵抗感に繋がっていることが示されている。店員からの積極的な声掛けなどでも効果はあると考えられる。ただし、コンビニエンスストア事業者側は、これらの価値は達成されていると誤認しており、これらの改善が必要となる。

以上のことから、「自宅から出られない人」「中山間地域で車を利用できない人」「都市部で車を利用できない人」のそれぞれに対する施策の提言を行った。地域により年齢構成や交通の事情は様々である。そのため一概に買い物施策の正解を見つけることはできないが、副次的な価値を考慮した施策になることが望まれる。

7.3 本研究の課題

本研究では、高齢者の活動における副次的な価値の概念に着目した。これらの副次的な価値についての必要性を示すことができた。ただし、本研究で用いた副次的な価値の指標は、少人数でのブレインストーミング法により選定されたものである。用いた指標について、十分に議論されたものではない。今後は、これらの価値の指標についての大規模な調査が必要である。また、これらの副次的な価値の評価指標は、使用する場面により異なる。本研究では、これらの副次的な価値を考慮した高齢者に対する施策として買い物送迎バスのみでしか検証していない。今回は買い物において概念を当てはめて分析を行ったが、買い物の種類や、外出の種類によっても副次的な価値の評価指標を使い分ける必要があると考える。さらに、本研究で示した高齢者の活動における副次的な価値について、必要性が示されたものの、その必要性の大きさや、それを考慮することの波及的な効果の大きさについては検証が十分でない。今後は、それらの必要性や効果の大きさについての調査も必要である。

謝辞

本論文を結ぶにあたり，本研究の遂行について，ご指導，ご支援いただきました方々に心より感謝の意を表します。

秋田大学理工学部システムデザイン工学科土木環境工学コース教授浜岡秀勝先生には，本研究の分析や構成について，数多くのご指導をいただきました。本論文の主査として，本論文の細部までご助言いただきました。また，本論文の作成のみならず，研究の着想や，研究者としてあるべき姿など，大変多くのことについてご教授いただいております。さらに，本論文の研究のみならず，様々な研究や調査に携わらせていただき，自身の成長において非常に重要な経験をさせていただいております。研究に行き詰ることの多かった筆者が本論文を作成することができたのは，ひとえに浜岡先生の幅広い見識に基づく，親切丁寧なご指導ご鞭撻によるものであります。ここに深甚なる謝意を表します。

秋田大学理工学部システムデザイン工学科土木環境工学コース准教授日野智先生には，本論文の着想や分析方法まで，大変貴重なご助言をいただきました。また，行き詰ることの多かった筆者の相談にも乗っていただきました。心より感謝を申し上げます。

秋田大学理工学部システムデザイン工学科土木環境工学コース教授後藤文彦先生，教授徳重英信先生には，本論文の副査として，多くのご助言やご指摘をいただきました。心より感謝を申し上げます。

秋田大学工学資源学部土木環境工学科元教授木村一裕先生には，筆者が研究を志すきっかけを与えていただきました。また，研究の着想や研究方法など，筆者が現在研究を行ううえでの基礎を築いていただきました。心より感謝申し上げます。

東京コンサルタンツ株式会社の金子侑樹氏，東京都水道局の保坂亜沙希氏，湯沢市役所建設部の今野閑氏，栃木県栃木土木事務所の小島遼太郎氏には，本論文における研究の調査や分析に多大なるご協力をいただきました。心より感謝申し上げます。

秋田大学理工学部システムデザイン工学科土木環境工学コース教職員の方々には，日ごろより激励をいただいております。感謝申し上げます。

最後に，ここに記しきれない多くの方々のご助言やご支援があり，本論文を完成させることができました。末尾ながら，厚くお礼を申し上げます。

令和2年1月

鈴木 雄

全体の参考資料（掲載順）

- ・内閣府：平成 30 年度版高齢社会白書 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
- ・内閣府：平成 30 年度版高齢社会白書 第 1 章高齢化の状況 第 1 節高齢化の状況 3 家族と世帯
- ・内閣府：高齢社会対策大綱
- ・総務省：令和元年版高齢社会白書（全体版） 第 1 章高齢化の状況 第 3 節<特集>高齢者の住宅と生活環境に関する意識 3 外出と自動車の運転に関する状況
- ・厚生労働省：健康日本 21（第二次）
- ・Sullivan DF：A single index of mortality and morbidity.HSMHA Health Rep, 86, pp.347-354, 1971.
- ・厚生労働省：介護保険制度の概要
- ・Tamada Y, Takeuchi K, Yamaguchi C, Saito M, Ohira T, Shirai K, Kondo K. Does laughter predict onset of functional disability and mortality among older Japanese adults? the JAGES prospective cohort study. Journal of Epidemiology 2020.
- ・Saito Masashige, Aida Jun, Kondo Naoki, Saito Junko, Kato Hirotaka, Yasuhiro Ota, Amemiya Airi, Kondo Katsunori: Reduced long-term care cost by social participation among older Japanese adult: A eleven-year follow-up study in JAGES.
- ・Fujihara S, Tsuji T, Miyaguni Y, Aida J, Saito M, Koyama S, Kondo K. International Journal of Environmental Research and Public Health, 16(5), 828, 2019.
- ・Sato K, Kondo N, Kondo K. Rotating savings and credit association, its members' diversity, and higher-level functional capacity: A 3-year prospective study from the Japan Gerontological Evaluation Study. Geriatr. Gerontol. Int. 2019
- ・Takahashi S, Ojima T, Kondo K, et al. Social participation and the combination of future needs for long-term care and mortality among older Japanese people: a prospective cohort study from the Aichi Gerontological Evaluation Study (AGES)BMJ Open 2019
- ・Tani Y, Suzuki N, Fujiwara T, Hanazato M, Kondo N, Miyaguni Y, Kondo K. Neighborhood food environment and mortality among older Japanese adults: results from the JAGES cohort study. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity. 2018
- ・吉澤裕世・田中友規・高橋競・藤崎万裕・飯島勝矢：地域在住高齢者における身体・文化・地域活動の重複実施とフレイルとの関係，日本公衆衛生雑誌，Vol.66 No.6, pp.306-316, 2019.
- ・Holt-Lunstad J, Smith TB, Layton JB: Social relationships and mortality risk: A meta-analytic review. PLoS Medicine 2010.

- ・総務省行政評価局：買物弱者対策に関する実態調査結果報告書
- ・経済産業省：買物弱者応援マニュアル Ver3.0
- ・国土交通省総合政策局公共交通政策部：高齢者の移動手段の確保に関する検討委員会中間とりまとめへの対応
- ・経済産業省：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
- ・総務省：「Society5.0」関連資料
- ・経済産業省：IoT 時代に対応したデータ経営 2.0 の促進のための議論について（討議用資料）
- ・経済産業省：自動走行ロボットの社会実装に向けて
- ・内閣府：平成 29 年高齢者の健康に関する調査結果
- ・渡辺美鈴，渡辺丈眞，松浦尊磨，河村圭子，河野公一：自立生活の在宅高齢者の閉じこもりによる要介護の発生状況について，日本老年医学会雑誌，42 巻 1 号，2005.
- ・東京都健康長寿医療センター研究所：プレスリリース
- ・内閣府：高齢者の生活と意識に関する国際比較，2010.
- ・OECD:Society at a Glance,2005.
- ・内閣府：平成 19 年度版国民生活白書
- ・厚生労働省：休養・こころの健康
- ・厚生労働省：厚生労働省報告例（平成 27 年度）
- ・全国老人クラブ連合会：老人クラブ実態調査報告書
- ・第一生命経済研究所：高齢者の外出の現状とその意向
- ・土井勉・西堀泰英・石塚裕子・安東直紀・白水靖朗・中矢昌希：「愉しみ」に対して生活に身近なインフラストラクチャが果たす役割-活動と会話人数に着目して-，第 57 回土木計画学研究発表会・講演集，15-05，2018.
- ・廣瀬清人，菱沼典子，印東桂子：マズローの基本的欲求の階層図への原典からの新解釈，聖路加看護大学紀要，No.35，pp.28-36，2009.
- ・Potter, A.P, Perry, A.G. : Basic Nursing : Theory and Practice, Mosby-Year Book, pp. 25-30, 1991.
- ・橋本成仁・厚海尚哉：移動のしやすさと高齢者の主観的幸福感の関係に関する研究，都市計画論文集，Vol.50, No.2, pp162-169, 2015.
- ・谷本圭志：高齢者の活動能力を踏まえた公共交通サービスの阻害要因に関する考察：，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol.69, No.4, pp276-285, 2013.
- ・谷本圭志：地方における高齢者の外出手段と機能的健康の維持に関する実証分析，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol. 70, No. 5, pp. 395-403, 2014.
- ・新谷陽子，原文宏，中島燈，秋山哲男：積雪寒冷地における高齢者の冬の外出及び交通行動に関する研究，第 27 回土木計画学研究発表会講演集，CD-ROM,83, 2003.

- ・ Stanley, J. K., Hensher, D. A. Stanley, J. R. and VellaBrodrick, D. : Mobility, social exclusion and well-being:Exploring the links, Transportation Research Part A,Vol.45, 2011.
- ・ 柳原崇男, 三宅翔太：郊外住宅地における買い物困難者への支援方法に関する研究, 第 45 回土木計画学研究発表会・講演集, CD-ROM, 172, 2012.
- ・ 樋野公宏：買物不便が高齢者の食生活に与える影響とその対策－板橋地域における高齢者買物行動調査の結果分析－, 日本建築学会計画系論文集, No. 556, pp. 235-239, 2002.
- ・ 崔唯爛, 鈴木勉：高齢者に着目した食糧品購買行動と利便性の意識に関する研究, 都市計画論文集, Vol.47, No. 3, pp. 271-276, 2012.
- ・ 葛西紘子, 山田稔：高齢者の外出状況からみた移動支援サービスに関する利用動向とニーズについて－茨城県日立市を事例に－, 都市計画論文集, No. 41-3, pp. 49-54, 2006.
- ・ 伊勢昇, 湊絵美, 櫻井祥之：買い物支援サービス導入状況別にみた都市中心部への外出頻度の要因分析, 都市計画論文集, Vol.51 No.3, pp.1265-1270, 2016.
- ・ 関口達也, 樋野公宏, 石井 儀光：店舗の質・距離に対する満足度を用いた高齢者の食料品の購買行動分析, 都市計画論文集, Vol.51 No.3, pp.372-379, 2016.
- ・ 清水浩志郎, 木村一裕, 古山広功：積雪寒冷地方都市における高齢者交通の現状とその特性について, 都市計画論文集, No. 23, pp.421-426, 1988.
- ・ 新田保次, 竹林弘晃：生活機能面からみた交通サービスの効果把握の方法について, 土木計画学研究・講演集, Vol.37, 2008.
- ・ 丁育華, 近藤光男, 余田翔平：地方圏における高齢者の買物行動の分析, 第 36 回土木計画学研究発表会・講演集, CD-ROM, 84, 2007.
- ・ 南林さえ子：高齢者の買い物行動－埼玉県西部地域を事例として－, 駿河台経済論集, Vol. 20, No. 2, 2011.
- ・ 古川のり子, 橋本成仁：居住者の買物行動支援サービスおよび公共交通の活用意向とバス支援意識との関係性把握, 土木計画学論文集 D3, Vol. 67, No. 5, pp.I_1029-I_1037, 2011.
- ・ 崔唯爛, 鈴木勉：高齢者に着目した食糧品購買行動と利便性の意識に関する研究, 都市計画論文集, Vol.47, No. 3, pp. 271-276, 2012.
- ・ 農林水産省農林水産政策研究所食糧品アクセスチーム：食糧品アクセス問題の現状と対応方向－いわゆるフードデザート問題をめぐって－, サプライチェーンプロジェクト研究資料, 第 1 号第 1 分冊, 2012.
- ・ 笠井かおり：「買い物難民」問題～その現状と解決に向けた取組～, 立法と調査, No. 307, pp. 109-119, 2010.
- ・ 橋本成仁, 田尾圭吾：基本チェックリストによる高齢者の運動機能の把握と外出頻度に影響を与える要因分析, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.70 No.5, pp.637-644, 2014.

- ・柳原崇男：高齢者の外出頻度から見た日常生活活動能力と移動手段に関する考察，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol.71, No.5, pp.459-465, 2015.
- ・鈴木雄，原田彩，日野智，木村一裕：高齢者のためのバス運賃の低廉化施策に対する市民の受容意識，土木学会論文集 D3（土木計画学），Vol.69 No.5, pp.677-686, 2013.
- ・張峻屹，小林敏生：健康増進に寄与するまちづくりのための健康関連 QOL の調査および因果構造分析，都市計画論文集，Vol. 47, No. 3, pp. 277-282, 2012.
- ・猪井博登，新田保次，中村陽子：Capability Approach を考慮したコミュニティバスの効果評価に関する研究，土木計画学研究・論文集，Vol.21, pp.167-174, 2004.
- ・土井健司，中西仁美，杉山郁夫，柴田久：QoL 概念に基づく都市インフラ整備の多元的評価手法の開発，土木学会論文集 D, Vol.62 No.3, pp.288-303, 2006.
- ・栄徳洋平，溝上章正：QoM 指標によるモビリティ水準の地域間比較手法の提案，土木計画学研究・論文集，Vol.25 No.1, pp.109-119, 2008.
- ・森山昌幸，藤原章正，杉恵頼寧：高齢社会における過疎集落の交通サービス水準と生活の質の関連性分析，土木計画学研究・論文集，Vol.19 No.4, pp.752-732, 2002.
- ・安藤晃太，木村一裕，鈴木雄，日野智：バス運賃の低廉化による高齢者の行動の多様化と QOL への効果，土木学会論文集 D3, Vol.70 No.5, pp.579-587, 2014.
- ・溝上章志，川島英敏，大森久光，永田千鶴，野尻晋一，矢口忠博：高齢化社会においてパーソナルモビリティが QOL に与える影響に関する実証調査，土木学会論文集 D3, Vol.68 No.5, pp.141-153, 2012.
- ・Youhei EITOKU, Shoshi MIZOKAMI：An Evaluation Method of Transportation Policies by Quality of Mobility Index based on Capability Approach, Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, 2009.
- ・佐々木公明，徳永幸之：地域交通と住民の幸福，運輸政策研究，Vol.14 No.4, 2012.
- ・古倉宗治，佐藤利明，吉川泰生：自転車活用による高齢者の外出の足及び健康の同時確保の可能性に関する研究，土木学会論文集 D3, Vol.74 No.5, pp.897-908, 2018.
- ・Myer D. :Building Knowledge about Quality of Life for Urban Planning ,APA journal, pp.347-359, 1998.
- ・Eck, J.R.V, Burghouwt G, Dijse M:Lifestyle spatial configurations and quality of life in daily travel: an explorative simulation study, Journal of Transport Geography, Vol.13 ,pp.415-432,2004.
- ・Barton, H. : Sustainable Communities: The Potential for Eco-Neighbourhoods, Routledge, 1999.
- ・大森宣暁：高齢者のモビリティと Quality of Life, 運輸政策研究, Vol.8 No.3, pp.54-55, 2005.
- ・Metz, D. : Mobility of older people and their quality of life, Transport Policy, 7 (2) , 149-152, 2000.

- ・ Banister, D. and A. Bowling: Quality of life for the elderly : the transport dimension, *Transport Policy*, 11 (2) , pp105 – 115, 2004.
- ・ Bowling, A., D. Banister, S. Sutton, O. Evans and J. Windsor: A multidimensional model of the quality of life in older age, *Aging and Mental Health*, 6 (4) , pp355 – 371, 2002.
- ・ Barry J Babin, William R. Darden, and Mitch Griffin : Work and/or fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value, *Journal of consumer Research*, Vol.20, No.4, pp.644-656, 1994.
- ・ Michael A. Jones, Kristy E. Reynolds, Mark J. Arnold: Hedonic and utilitarian shopping value: Investigating differential effects on retail outcomes, *Journal of Business Research*, Volume 59, Issue 9, pp.974-981, 2006.
- ・ Jeffrey W. Overby, Eun-Ju Lee: The effects of utilitarian and hedonic online shopping value on consumer preference and intentions, *Journal of Business Research*, Volume 59, Issues 10–11, pp.1160-1166, 2006.
- ・ Mark J. Arnold, Kristy E. Reynolds: Hedonic shopping motivations, *Journal of Retailing*, Volume 79, Issue 2, pp.77-95, 2003.
- ・ Jason M. Carpenter: Consumer shopping value, satisfaction and loyalty in discount retailing, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 15, Issue 5, pp.358-363, 2008.
- ・ Youn-Kyung Kim, Min-Young Lee, Soo-Hee Park: Shopping value orientation: Conceptualization and measurement, *Journal of Business Research*, Volume 67, Issue 1, pp.2884-2890, 2014.
- ・ 森田紘圭, 稲永哲, 青木英輔, 村山顕人: 居住・就業環境が個人の生活行動と健康及び知的生産性に与える影響の分析, *土木学会論文集 D3*, Vol.74 No.5, pp.399-407, 2018.
- ・ 松本隼宜, 長田哲平, 大森宣暁: 新規バス路線沿線居住者を対象とした健康意識に働きかけるモビリティ・マネジメントの効果分析, *土木学会論文集 D3*, Vol.73 No.5, pp.1191-1199, 2017.
- ・ 谷口綾子, 佐々木洋典, 藤本宣, 中原慎二: 交通行動と健康診断データ・心的傾向の関連分析ー神奈川県大和市職員を対象としてー, *土木学会論文集 D3*, Vol.73 No.5, pp.1173-1182, 2017.
- ・ 難波孝太, 室町泰徳: 都市環境が徒歩行動と健康に与える影響に関する研究, *都市計画論文集*, Vol.42 No.3, pp.925-930, 2007.
- ・ 野原康弘, 佐藤栄治, 中村哲也: 中山間地域における人的ネットワークの強さと健康指標との関連性に関する研究, *都市計画論文集*, Vol.53 No.3, pp.1036-1042, 2018.
- ・ 倉持裕彌, 谷本圭志: 中山間地域における高齢者の買い物行動と健康維持に関する実証分析, *都市計画論文集*, Vol.50 No.3, pp.1281-1288, 2015.

- ・奥嶋政嗣，多久和岬，近藤光男：健康および環境に関する情報組み合わせ提示による通勤交通手段転換意向形成についての分析，土木学会論文集 D3，Vol.73 No.5，pp.1129-1137，2017.
- ・真坂美江子，加藤研二，近藤光男，奥嶋政嗣：地方都市健康 MM における行動の習慣性に着目した環境・健康促進効果の比較，土木学会論文集 D3，Vol.69 No.5，pp.57-65，2013.
- ・金森貴洋，巖網林：集団移転団地における高齢者の徒歩アクセシビリティの評価と生活に及ぼす影響の考察 一東日本大震災における宮城県気仙沼市の事例一，土木学会論文集 D3，Vol.74 No.4，pp.261-274，2018.
- ・浅野周平，大森宣暁，長田哲平：個人の店舗選択行動を考慮した買い物アクセシビリティに関する研究，土木学会論文集 D3，Vol.73 No.5，pp.291-299，2017.
- ・谷本圭志，土屋哲：活動機会に着目した地域のアクセシビリティ指標に関する研究，土木学会論文集 D3，Vol.72 No.5，pp.88-98，2016.
- ・喜多秀行，小野祐資，岸野啓一：公共交通利用における身体的機能を考慮したアクセシビリティ指標の構築，土木学会論文集 D3，Vol.68 No.5，pp.983-990，2012.
- ・谷本圭志，神山結圭，牧修平：地方部における公共交通計画のためのアクセシビリティ指標に関する比較分析，土木計画学研究・論文集，Vol.24，pp.677-686，2007.
- ・大森宣暁，室町泰徳，原田昇，太田勝敏：土木計画学研究・論文集，Vol.15，pp.671-678，1998.
- ・佐々木邦明：居住地区のアクセシビリティと個人の運動頻度・健康・生活満足度の関係性に関する基礎分析，都市計画論文集，Vol.52 No.3，pp.849-855，2017.
- ・秋田市：第 2 次秋田市総合交通戦略
- ・JR 東日本：時刻表
- ・全日本空輸株式会社
- ・日本航空株式会社
- ・秋田市：第 2 次秋田市総合交通戦略
- ・秋田市：第 2 次秋田市公共交通政策ビジョン
- ・秋田交通圏特定地域協議会：「特定地域及び準特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法」に基づく秋田交通圏特定地域計画
- ・鈴木雄，原田彩，日野智，木村一裕：高齢者のためのバス運賃の低廉化施策に対する市民の受容意識，土木学会論文集 D3，Vol.69 No.5，pp.677-686，2013.
- ・鈴木雄，日野智，前田悠抄：タクシー運賃の割引率が高齢者の外出行動へ与える影響に関する研究，都市計画論文集，Vol.52 No.3，2017.
- ・内閣府：平成 30 年度版高齢社会白書，高齢化の国際的動向
- ・秋田市：エイジフレンドリーの概要
- ・総務省：人口推計

- ・柳原崇男，三宅翔太：郊外住宅地における買い物困難者への支援方法に関する研究，第 45 回土木計画学研究発表会・講演集，CD-ROM, 172, 1973.
- ・丁育華，近藤光男，余田翔平：地方圏における高齢者の買物行動の分析，第 36 回土木計画学研究発表会・講演集，CD-ROM, 84, 2007.
- ・涌井志野，三宅良一，園田真理子：高齢者の日常的な買い物行動とそれに関連する環境評価－高齢者の生活・外出行動とまちの環境条件に関する研究（その 1）－，日本建築学会大会学術講演概要集，1999.
- ・樋野公宏：買物不便が高齢者の食生活に与える影響とその対策－板橋地域における高齢者買物行動調査の結果分析－，日本建築学会計画系論文集，No. 556, pp. 235-239, 2002.
- ・南林さえ子：高齢者の買い物行動－埼玉県西部地域を事例として－，駿河台経済論集，Vol. 20, No. 2, 2011.
- ・古川のり子，橋本成仁：居住者の買物行動支援サービスおよび公共交通の活用意向とバス支援意識との関係性把握，土木計画学論文集 D3, Vol. 67, No. 5, pp. I_1029-I_1037, 2011.
- ・崔唯爛，鈴木勉：高齢者に着目した食糧品購買行動と利便性の意識に関する研究，都市計画論文集，Vol. 47, No. 3, pp. 271-276, 2012.
- ・農林水産省農林水産政策研究所食糧品アクセスチーム：食糧品アクセス問題の現状と対応方向－いわゆるフードデザート問題をめぐって－，サプライチェーンプロジェクト研究資料，第 1 号第 1 分冊，2012.
- ・鶴坂貴恵：流通政策の死角－都市部における買い物難民問題－，商学論究，Vol. 58, No. 4, pp. 111-127, 2011.
- ・笠井かおり：「買い物難民」問題～その現状と解決に向けた取組～，立法と調査，No. 307, pp. 109-119, 2010.
- ・長島直樹：生活者の価値観変化と消費行動への影響：富士通総研経済研究所研究レポート，No. 363, 2010.
- ・内閣府共生社会政策総括官：平成 20 年度高齢者の生活実態に関する調査結果（全体版），2008.
- ・秋田市商工部商工労務課：平成 23 年度商店街振興関係調査（商店街ニーズ調査），商工労務課統計資料，2013.
- ・経済産業省：買い物弱者応援マニュアル Ver.2.0「買い物弱者を支えていくために～24 の事例と 7 つの工夫 Ver2.0～」，2012.
- ・農林水産省：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
- ・横山大輔，片岡正昭：コミュニティバスの導入と自治体間波及に関する考察～東京近郊の事例より～，都市計画論文集，No.38-3, pp.481-486, 2003.

- ・加藤博和，福本雅之：住民主導型コミュニティ交通の立ち上げに関する実証研究-徳島市
応神ふれあいバスの試み-，第45回土木計画学研究発表会・講演集，CD-ROM(192)，
2012.
- ・山崎基浩，加知範康，國定精豪：自治体バス運行における事業者の役割と契約のあり方
に関する一考察，第45回土木計画学研究発表会・講演集，CD-ROM(225)，2012.
- ・藤垣洋平，高見淳史，大森宣暁，原田昇：送迎バスとの代替性に着目した商業施設協力
型路線バスの成立可能性に関する分析-埼玉県三郷市を中心的な事例として-，都市計画論
文集，Vol.47，No.3，pp.337-342，2012.
- ・磯部友彦：コミュニティバス事業に対する利用者評価-日進市の公共施設巡回バスを事例
に-，都市計画論文集，Vol.35，pp.523-528，2000.
- ・樋口民夫，秋山哲男：コミュニティバス計画のサービス水準の評価に関する研究，都市
計画論文集，Vol.35，pp.512-522，2000.
- ・井上佳和，松本幸正，松井寛：コミュニティバスの利用者属性に基づく利用実態と利用
者意識の分析-愛知県日進市「くるりんばす」をケーススタディとして-，都市計画論文
集，No.40-3，pp.319-324，2005.
- ・林良嗣，土井健司，杉山郁夫：生活質の定量化に基づく社会資本整備の評価に関する研
究，土木学会論文集，No.751，IV-62，pp.55-70，2004.
- ・猪井博登，新田保次，中村陽子：Capability Approach を考慮したコミュニティバスの効
果評価に関する研究，土木計画学研究・論文集，Vol.21，No.1，pp.167-174，2004.
- ・谷本圭志，倉持裕彌，土屋哲：活動能力に着目した高齢者の買い物手段に関する考察—
中山間地域を参考に，土木学会論文集 D3，Vol.70，No.5，pp.781-788，2014.
- ・倉持裕彌，谷本圭志，土屋哲：中山間地域における買い物支援に関する考察—移動販売
に着目して—，社会技術研究論文集，Vol.11，pp.33-43，2014.
- ・伊勢昇：買い物弱者における買い物支援策の利用頻度と支払意思額に関する研究，交通
工学論文集，第1巻，第2号（特集号A），pp.26-31，2015.
- ・森英高，西村洋紀，谷口守：買い物支援サービスの利用意向とその促進に向けた一考
察，土木学会論文集 D3，Vol.71，No.5，pp.839-848，2015.
- ・内閣府：平成27年度版高齢社会白書，http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2015/zenbun/27pdf_index.html，2016.04.05 閲覧.
- ・経済産業省：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
報告書（抜粋版），
http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/150430_report_summary.pdf，
2018.7.10 閲覧.
- ・内閣府：17年度 高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果（全体版），
http://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/h17_sougou/index2.html，2018.7.10 閲覧.

- ・高見淳史, 木澤友輔, 大口敬: 個人属性・地形要因を反映した徒歩・自転車による日常的活動機会へのアクセシビリティに関する研究, 都市計画論文集, Vol.42 No.3, pp.919-924, 2007.
- ・喜多秀行, 小野祐資, 岸野 啓一: 公共交通利用における身体的機能を考慮したアクセシビリティ指標の構築, 土木学会論文集 D3, Vol.68, No.5, pp.939-990, 2012.
- ・谷本圭志, 土屋哲: 活動機会に着目した地域のアクセシビリティ指標に関する研究, 土木学会論文集 D3, Vol.72, No.1, pp.88-98, 2016.
- ・寺山一輝, 小谷 通泰: 目的地・交通手段選択モデルに基づく買い物交通のアクセシビリティの評価, 都市計画論文集, Vol.49 No.3, pp.429-434, 2014.
- ・関口達也, 樋野公宏, 石井 儀光: 店舗の質・距離に対する満足度を用いた高齢者の食料品の購買行動分析, 都市計画論文集, Vol.51 No.3, pp.372-379, 2016.
- ・平井寛, 南正昭: 盛岡市における食料品店と買い物不便者の分布の変化, 都市計画論文集, Vol.48 No.3, pp.969-974, 2013.
- ・平井寛, 武田岳, 南正昭: 盛岡市における買い物環境と食物の摂取状況との関連の検討, 土木学会論文集 D3, Vol.70, No.5, pp.295-303, 2014.
- ・浅野周平, 大森宣暁, 長田 哲平: 個人の店舗選択行動を考慮した買い物アクセシビリティに関する研究, 土木学会論文集 D3, Vol.73, No.5, pp.291-299, 2017.
- ・吉見美咲, 山田崇史, 岸本達也: 地方都市における買物地の訪問行動の特性- 郡山都市圏における Web アンケート調査に基づく実態分析-, 都市計画論文集, Vol.50 No.3, pp.1316-1323, 2015.
- ・古川のり子, 橋本成仁: 居住者の買物行動支援サービスおよび公共交通の活用意向とバス支援意識との関連性把握, 土木学会論文集 D3, Vol.67, No.5, pp.1029-1037, 2011.
- ・谷本圭志, 倉持裕彌, 土屋哲: 中山間地域における移動販売サービスの顧客層に関する実証分析, 都市計画論文集, Vol.50 No.3, pp.324-330, 2015.
- ・湊絵美, 伊勢昇, 櫻井祥之: 買い物支援サービス導入状況別にみた都市中心部への外出頻度の要因分析, 都市計画論文集, Vol.51 No.3, pp.1265-1270, 2016.
- ・谷本圭志, 倉持裕彌, 土屋哲: 活動能力に着目した高齢者の買い物手段に関する考察- 中山間地域を対象に, 土木学会論文集 D3, Vol.70, No.5, pp.781-788, 2014.
- ・森英高, 西村洋紀, 谷口守: 買い物支援サービスの利用意向とその促進に向けた一考察, 土木学会論文集 D3, Vol.71, No.5, pp.839-848, 2015.
- ・福山敬, 桑野将司, 丸山裕也: 地方フードデザートにおけるドラッグストアの立地可能性に関する分析, 土木計画学研究発表会・講演集, Vol.56, 53, 2017.
- ・本間健太郎, 宇野求: 混在する“多様な施設(従来店)”と“画一的な施設(コンビニ)”の競合モデル, 日本建築学会計画系論文集, Vol.78, No.694, pp.2565-2571, 2013.
- ・鈴木雄, 日野智, 中村光太郎: 子縁による地域コミュニティ醸成の可能性に関する研究, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.72 No.5, pp.461-471, 2014.

- ・渡辺美鈴, 渡辺丈眞, 松浦尊磨, 河村圭子, 河野公一: 自立生活の在宅高齢者の閉じこもりによる要介護の発生状況について, 日本老年医学会雑誌, Vol.42 No.1, pp.99-105, 2005.
- ・伊勢昇, 湊絵美, 櫻井祥之: 買い物支援サービス導入状況別にみた都市中心部への外出頻度の要因分析, 都市計画論文集, Vol.51 No.3, pp.1265-1270, 2016.
- ・橋本成仁, 田尾圭吾: 基本チェックリストによる高齢者の運動機能の把握と外出頻度に影響を与える要因分析, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.70 No.5, pp.637-644, 2014.
- ・柳原崇男: 高齢者の外出頻度から見た日常生活活動能力と移動手段に関する考察, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.71 No.5, pp.459-465, 2015.
- ・柳原崇男, 嶋田真尚, 大藤武彦: 高齢者の外出頻度と交通行動の地域間特性に関する一考察, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.73 No.5, pp.761-769, 2017.
- ・全相俊, 吉田樹, 竹内龍介, 秋山哲男: 都市地域における高齢者の外出実態とその影響要因としての個人属性に関する研究, 土木計画学研究・論文集, Vol.25, pp.755-762, 2008.
- ・鈴木雄, 日野智, 前田悠抄: タクシー運賃の割引率が高齢者の外出行動へ与える影響に関する研究, 都市計画論文集, Vol.52 No.3, pp.795-801, 2017.
- ・鈴木雄, 原田彩, 日野智, 木村一裕: 高齢者のためのバス運賃の低廉化施策に対する市民の受容意識, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.69 No.5, pp.677-686, 2013.
- ・Feifel, H. & Strack, S.: Coping with conflict situations: Middle-aged and elderly men, *Psychology and Aging*, 4(1), pp.26-33, 1989.
- ・Carver, Charles S., Scheier, Michael F., Weintraub, Jagdish K.: Assessing coping strategies: A theoretically based approach, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.56, pp.267-283, 1989.
- ・上田琢哉: 自己受容概念の再検討-自己評価の低い人の“上手なあきらめ”として-, 心理学研究, Vol.67 No.4, pp.327-332, 1996.
- ・菅沼慎一郎: 青年期において諦めることはどのように体験されるか: プロセスに着目して, 発達心理学研究, Vol.26 No.1, pp.23-34, 2015.
- ・大塚泰正: 理論的作成方法によるコーピング尺度: COPE, 広島大学心理学研究, No.8, 2008.
- ・David C. Glass and Jerome E. Singer.: Urban Stress. Experiments on Noise and Social Stressors., Academic Press, New York, pp.178-179, 1972.
- ・溝口耕三, 岡本健久, 田中洪: 選択的注意から見た「慣れ」の測定法の研究, 日本音響学会誌, Vol.55 No.5, pp.343-350, 1999.
- ・白萩久輝, 栗谷川幸代, 景山一郎: 運転行動からみた走行環境への慣れに関する研究, 日本人間工学会大会講演集, 2011.

- ・杉邑洋樹, 上野秀剛: 視線を利用したユーザインタフェースに対するユーザの慣れの定量化, 研究報告ヒューマンコンピュータインタラクション (HCI), 2012-HCI-150(9), 1-7, 2012.

付録

本研究の付録として，第 4 章，第 5 章，の分析で用いた意識調査票を掲載する．

- 付録 1：高齢者の外出の価値に関する意識調査票
- 付録 2：高齢者の「慣れ」や「諦め」に関する意識調査票
- 付録 3：買い物送迎バスに関する意識調査票（送迎バス利用者）
- 付録 4：買い物送迎バスに関する意識調査票（送迎バス非利用者）
- 付録 5：買い物送迎バスに関する意識調査票（別地区用）
- 付録 6：コンビニエンスストア利用に関する意識調査票

60歳以上の方にご回答をお願いしております。

A. あなたの日常の買い物行動に関する質問

問1 表の中に示した買い物の方法について、◎・○・△のそれぞれどれにあてはまるものに下の例のように記号をつけて下さい。
同じ記号は何度つかってもかまいません。

◎ は 非常によく利用する
○ は よく利用する
△ は たまに利用する

例

1. パー	2. 近所の個人商店	3. ドラッグストア
4. コンビニ	5. ショッピングセンター	6. 生協などの宅配注文
7. 弁当の宅配	8. 家族などに買ってもらう	9. その他()

ここからお答えください

1. スーパー	2. 近所の個人商店	3. ドラッグストア
4. コンビニ	5. ショッピングセンター	6. 生協などの宅配注文
7. 弁当の宅配	8. 家族などに買ってもらう	9. その他()

問2 あなたが日ごろどれくらいの頻度で買い物をするのかをお聞きます。
下の【 】に数字をお書きください。

一週間に、だいたい【 】回 ほど買い物をする

問3 あなたが日常の買い物にどの程度の不便さを感じているかについてお聞きます。
下の選択しからあてはまるものに○をつけてください。

① 歩行は不安だが、健康や生活のリズムをつくるために、

歩いて買い物に行くことを

している ・ することもある ・ していない

② お金がかかるが、自分で買い物をしたいのでタクシーを使って

買い物に行くことを

している ・ することもある ・ していない

③ 日常の「買い物」全般にたいしては

不便を感じている ・ やや不便を感じている ・ とくに不便は感じてはいない

問4 次の7つのことは、あなたにとって大切なことだと思いかをお聞きます。
下の例のように、あてはまる数字に○をつけてください。

例 1. 大切だと思う 2. やや大切だと思う 3.そこまで大切とは思わない

① 買い物することで気分転換をすることは

1 2 3

ここからお答えください

1. 大切だと思う 2. やや大切だと思う 3. そろそろ大切とは思わない

① 買い物することで気分転換をすることは

1 2 3

② 友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすのは

1 2 3

③ 買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむことは

1 2 3

④ 買い物をする際に、地域の様子や変化を知することは

1 2 3

⑤ 実際に手に取って、好みの商品を選んで買うことは

1 2 3

⑥ 目的の商品以外にも、いろんな商品を見て買う

という買い物（ウィンドウショッピング）は

1 2 3

⑦ 買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすことは

1 2 3

問5 「買い物」には物を買う以外にも気分転換など、いろいろな効果があります。
そこで次の7つのことについて、あなたが日頃しているかどうかお聞きます。
下の例のように、あてはまるものに○をつけてください。

例： 日頃、スーパーで買い物をすることで気分転換ができている人の例

「している」と答えた方は、どんな店でしているのかも教えてください。

① 買い物することで気分転換をすることを【 している ・ していない 】

- | | | |
|-----------------|----------------|--------------|
| 1. <u>スーパ</u> ー | 2. 近所の個人商店 | 3. ドラッグストア |
| 4. コンビニ | 5. ショッピングセンター | 6. 生協などの宅配注文 |
| 7. 弁当の宅配 | 8. 家族などに買ってもらう | 9. その他() |

ここからお答えください

① 買い物することで気分転換をすることを【 している ・ していない 】

- | | | |
|----------|----------------|--------------|
| 1. スーパー | 2. 近所の個人商店 | 3. ドラッグストア |
| 4. コンビニ | 5. ショッピングセンター | 6. 生協などの宅配注文 |
| 7. 弁当の宅配 | 8. 家族などに買ってもらう | 9. その他() |

② 友人知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすことを
【 している ・ していない 】

- | | | |
|----------|----------------|--------------|
| 1. スーパー | 2. 近所の個人商店 | 3. ドラッグストア |
| 4. コンビニ | 5. ショッピングセンター | 6. 生協などの宅配注文 |
| 7. 弁当の宅配 | 8. 家族などに買ってもらう | 9. その他() |

③ 店員との会話や情報交換を楽しむことを【 している ・ していない 】

- | | | |
|----------|----------------|--------------|
| 1. スーパー | 2. 近所の個人商店 | 3. ドラッグストア |
| 4. コンビニ | 5. ショッピングセンター | 6. 生協などの宅配注文 |
| 7. 弁当の宅配 | 8. 家族などに買ってもらう | 9. その他() |

④ 買い物の際に、地域の様子や変化を知ることが【 している ・ していない 】

- | | | |
|----------|----------------|--------------|
| 1. スーパー | 2. 近所の個人商店 | 3. ドラッグストア |
| 4. コンビニ | 5. ショッピングセンター | 6. 生協などの宅配注文 |
| 7. 弁当の宅配 | 8. 家族などに買ってもらう | 9. その他() |

⑤ 実際に手に取り、好みの商品を選んで買う買い物を
【 している ・ していない 】

- | | | |
|----------|----------------|--------------|
| 1. スーパー | 2. 近所の個人商店 | 3. ドラッグストア |
| 4. コンビニ | 5. ショッピングセンター | 6. 生協などの宅配注文 |
| 7. 弁当の宅配 | 8. 家族などに買ってもらう | 9. その他() |

⑥ 目的の商品以外にも、いろんな商品を見て買うという
買い物を(ウィンドウショッピングを)【 している ・ していない 】

- | | | |
|----------|----------------|--------------|
| 1. スーパー | 2. 近所の個人商店 | 3. ドラッグストア |
| 4. コンビニ | 5. ショッピングセンター | 6. 生協などの宅配注文 |
| 7. 弁当の宅配 | 8. 家族などに買ってもらう | 9. その他() |

⑦ 買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすことを【 している ・ していない 】

- | | | |
|----------|----------------|--------------|
| 1. スーパー | 2. 近所の個人商店 | 3. ドラッグストア |
| 4. コンビニ | 5. ショッピングセンター | 6. 生協などの宅配注文 |
| 7. 弁当の宅配 | 8. 家族などに買ってもらう | 9. その他() |

問6 あなたの日頃の買い物にたいする満足度をお聞きます。
次の5つことについて、下の例のようにあてはまるものに○をつけてください。

例

1. 満足している 2. やや満足している 3. やや不満がある 4. 不満がある

① 買い物の回数にたいしては

1 2 3 4

ここからお答えください

1. 満足している 2. やや満足している 3. やや不満がある 4. 不満がある

① 買い物の回数にたいしては

1 2 3 4

② 自分が利用できる**買い物先の数**にたいしては

1 2 3 4

③ いつも買っている**商品の品質**にたいしては

1 2 3 4

④ いつも買っている**商品の価格**にたいしては

1 2 3 4

⑤ 買い物に行くまでの**交通の便**にたいしては

1 2 3 4

⑥ 日常の**「買い物」全般**にたいしては

1 2 3 4

問7 高齢になると車が運転できなくなるなどの理由から、より買い物が必要になることが考えられます。

そこで、次の8つの買い物支援サービスが地域にあった場合、今あるいは将来的に使ってみたいと思うかについてお聞きます。

下の例のように、あてはまる数字に○をつけてください。

例

1. 今から使ってみたい 2. 将来的には使ってみたい 3. 使わないと思う

① 地域のひとが集まりやすい広場などへ、
商品のをせた車で販売にくる「移動販売車」

1 2 3

ここからお答えください

1. 今から使ってみたい 2. 将来的には使ってみたい 3. 使わないと思う

① 地域のひとが集まりやすい広場などへ、
商品のをせた車で販売にくる「移動販売車」

1 2 3

② 地域の公民館や広場などで開催して、
屋台や交流スペースなどを設けた「出張販売市」

1 2 3

③ 値段や距離にかかわらず店で買ったものを
自宅まで宅配してくれる「宅配サービス」

1 2 3

④ 仲の良い友人たちと一緒に乗って
遠くの店へ買い物に行く「買い物送迎バス」

1 2 3

⑤ 電話で注文を聞いて、鮮度や大きさなどの
こまかな要望にも応えてくれる「御用聞きサービス」

1 2 3

⑥ 一緒に歩いて店を回り、買い物中には
荷物を持ってくれたりする「買い物サポーター」

1 2 3

⑦ 商品を配達するときに健康状態などを見て
遠くの家族へと報告してくれる「高齢者見守りサービス」

1 2 3

⑧ 商品を配達するときに、**電球交換や家具の移動など
簡単な作業**をしてくれる「お手伝いサービス」

1 2 3

B. あなたのお住まい周辺の買い物環境に関する質問

問 1 あなたのお住まい周辺にはどのような買い物先があるのかお聞きします。
下の例のように、店までの交通手段とかかる時間をお答えください。

例)

交通手段		店舗までかかる時間
1. 自動車	2. 徒歩	3. 自転車
4. バス	5. タクシー	6. その他 ()

①: _____ スーパー _____ が家から 自動車 で 20 分のところにある

②: _____ 個人商店 _____ が家から 徒歩 で 15 分のところにある

ここからお答えください

※ お近くでない買い物先の記入はけっこうです。

- ①: スーパー _____ が家から _____ で _____ 分のところにある
- ②: 個人商店 _____ が家から _____ で _____ 分のところにある
- ③: ドラッグストア _____ が家から _____ で _____ 分のところにある
- ④: コンビニ _____ が家から _____ で _____ 分のところにある
- ⑤: ショッピングセンター _____ が家から _____ で _____ 分のところにある
- ⑥: その他 () _____ が家から _____ で _____ 分のところにある
- ⑦: 電話やカタログで注文し、宅配をしてもらえる店舗が 【 ある ・ ない 】
- ⑧: 家族等が近くにおいて、気軽に買い物をたのむことが 【 できる ・ できない 】

C. あなた自身のことに関する質問

次の質問について、あてはまるものに○をつけてください。

問 1 あなたの性別は？

1. 男性 2. 女性

問 2 あなたの年齢は？

1. 60歳～64歳 2. 65歳～69歳 3. 70歳～74歳 4. 75歳以上

問 3 あなたの職業は？

1. 会社員 2. 農林水産業 3. 自営業 4. 主婦(夫)
5. 無職(定年退職) 6. パート・アルバイト 7. その他 ()

問 3 あなたが現在お住まいの世帯構成は？

1. 夫婦(1世代) 2. 親と子(2世代) 3. 親と子と孫(3世代)
4. 一人暮らし 5. その他 ()

問 4 ご自身の健康状態から、徒歩でどの程度の距離を歩くことができますか？

1. 100m以下 2. 100m～500m程度
3. 500m～1000m程度 4. 1000m以上

問 5 あなたが外出する際に、主に用いる移動手段はなんですか？

1. 自動車(自分で運転) 2. 徒歩 3. 自転車 4. バス
5. タクシー 6. 電車 7. 家族などの送迎 8. その他 ()

その他、買い物に関して何かありましたらご自由にお書きください。

質問は以上になります。ご協力ありがとうございました。
アンケート用紙を返信用封筒に入れ、ポストに投函してください。

本調査は65歳以上の方に回答をお願いしています。

普段の買い物や交通行動に関する意識調査

秋田大学 理工学部 福祉環境工学分野

A あなたの自身のことについてお聞きします。

問 1 あなたの性別をお答えください。

- (1) 男性 (2) 女性

問 2 あなたの年齢をお答えください。

- (1) 65歳～69歳 (2) 70歳～74歳 (3) 75歳～79歳
(4) 80歳～84歳 (5) 85歳～89歳 (6) 90歳以上

問 3 あなたの職業をお答えください。

- (1) 会社員・公務員 (2) 自営業 (3) 農林水産業 (4) パート・アルバイト
(5) 専業主婦 (6) 無職 (7) その他 ()

問 4 現在のお住まいについてお答えください。

- (1) 持ち家 (一戸建て) (2) 持ち家 (集合住宅) (3) 賃貸 (一戸建て)
(4) 賃貸 (集合住宅) (5) その他 ()

問 5 現在のお住まいでの居住年数をお答えください。

- (1) 1年未満 (2) 1～5年 (3) 6～10年
(4) 11～15年 (5) 16～20年 (6) 21年以上

問 6 現在のお住まいの世帯構成をお答えください。

- (1) 夫婦(1世代) (2) 親と子(2世代) (3) 親と子と孫(3世代)
(4) 一人暮らし (5) その他 ()

問 7 現在の生活でよく利用するスーパーなどの商業施設名をすべてお答えください。(記述式)

記入例) グランマート手形店、イオン御所野店、秋田駅周辺

回答欄) _____

問 8 買い物を除いた外出では、どこに行くことが多いかを全てお答えください。(複数回答可)

- (1) 図書館 (2) 映画館 (3) 美術館 (4) 病院 (5) 郵便局 (6) 市役所、役所
(7) 飲食店 (8) 親族の家 (9) 友人の家 (10) 郵便局 (11) その他 ()

問 9 ご自分の現在の健康に関してお答えください。

- (1) 良い (2) どちらかといえば良い (3) どちらともいえない
(4) どちらかといえば良くない (5) 良くない

問 10 66歳以上の方にお聞きします。ご自身の65歳の頃の健康状態を思い出してお答えください。

- (1) 良い (2) どちらかといえば良い (3) どちらともいえない
(4) どちらかといえば良くない (5) 良くない

問 11 ご自分の健康状態では、ご自宅からどの程度の距離のバス停まで徒歩で移動することができるかをお答えください。

- (1) 100m未満 (2) 100～500m (3) 500～1000m (4) 1000m以上

問 12 秋田市の高齢者コインバス(100円バス)事業を利用されているかをお答えください。

- (1) 利用している (2) 利用していない

問 13 問 12で「(1)利用している」と回答した方にお聞きします。いつごろから利用しているかをお答えください。

- (1) 数か月前 (2) 1年前 (3) 1～2年前 (4) 2～3年前 (5) 3年以上前

問 14 ふだん趣味を行う上で不便に感じることもあるかをお答えください。

- (1) 感じる (2) 少し感じる (3) あまり感じない (4) 感じない

問 15 ふだん食料品の買い物に関して不便に感じることもあるかをお答えください。

- (1) 感じる (2) 少し感じる (3) あまり感じない (4) 感じない

問 16 自動車免許を所有しているかをお答えください。

- (1) 所有している (2) 所有していない (3) 所有していたが返納した

問 17 ご自分で運転する自動車を所有しているかをお答えください。

- (1) 所有している (2) 所有していない

B 現在のあなたの生活に関する満足度に関してお聞きします。あてはまる箇所1つを○で囲んで回答してください。

(1) 現在の外出頻度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 現在の外出範囲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 普段利用する買い物店舗数	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 趣味・娯楽の内容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 趣味・娯楽を楽しむ頻度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 普段利用している交通手段	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 買い物の方法・手段	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C あなたの現在の生活又は過去の生活に関してお聞きします。以下の項目でどちらかを選び、以前まで当てはまっていた方に関しては、おおよその年数をご記入ください。

問 1 あなたは現在、自動車を運転していますか？また、以前運転していた方は何年前に運転しなくなりましたか？

- (1) 運転している (2) 【 】 年前まで運転していた (3) 元々運転していない

問 2 あなたは現在、仕事をしていますか？また、以前していた方は何年前に仕事をしなくなりましたか？

- (1) 仕事をしている (2) 【 】 年前まで仕事をしていた

問 3 あなたは現在、階段の上り下りをするのがつらくなかったと感じますか？また、以前から感じていた方は何年前ごろから感じていましたか？

- (1) 感じている (2) 【 】 年前から感じていた

問 4 あなたは現在、自分の趣味をするために十分に外出ができていますか？また、以前までできていた方は何年前ごろからできなくなりましたか？

- (1) できている (2) 【 】 年前までできていた

問 5 あなたは現在、健康のための運動など十分に体を動かすことができていますか？また、以前までできていた方は何年前ごろからできなくなりましたか？

- (1) できている (2) 【 】 年前までできていた

問 6 あなたは現在、家族の誰かと一緒に生活をしていますか？また、以前までしていた方は何年前ごろから一人で生活するようになりましたか？

- (1) できている (2) 【 】 年前までしていた

D あなたの現在の生活や過去からの変化に関してお聞きします。

あなたの通勤を除く外出頻度についてお聞きします。

問1. あなたは、現在どれくらい外出していますか？
(1. ほぼ毎日 2. 週3～5日 3. 週1～2日 4. 月に数日 5. ほとんど外出しない)
問2. 66歳以上の方にお聞きします。あなたは、 <u>65歳の頃</u> にどれくらい外出していましたか？
(1. ほぼ毎日 2. 週3～5日 3. 週1～2日 4. 月に数日 5. ほとんど外出しなかった)
問3. あなたは、普段どれくらい外出したいですか？
(1. ほぼ毎日 2. 週3～5日 3. 週1～2日 4. 月に数日 5. 外出しなくてもよい)
[65歳の頃に比べて現在の外出頻度が下がった人にお聞きします。]
問4. 外出頻度が下がったことについて仕方がないと思いますか？
(1. 仕方がないと思う 2. 仕方がないと思わない)
問5. 外出頻度が下がった生活にすでに慣れましたか？
(1. すでに慣れた 2. まだ慣れていない)

あなたの通勤を除く外出範囲についてお聞きします。

問1. あなたは現在ふだん外出する場所で最も自宅から遠い場所はどこですか？（記述式）
記入例) イオン御所野店、秋田駅周辺、自宅周辺のスーパー、近くの公園 など
回答欄) _____
問2. 66歳以上の方にお聞きします。あなたの <u>65歳の頃</u> にふだん外出していた場所で最も自宅から遠かった場所はどこでしたか？（記述式）
回答欄) _____
問3. あなたは現在の外出範囲のほうが65歳の頃と比べてどう変化したと思いますか？
(1. 狭くなったと思う 2. 変わらないと思う 3. 広がったと思う)
[問3で「1. 狭くなったと思う」と回答した方々にお聞きします。]
問4. 外出範囲が狭くなったことについて仕方がないと思いますか？
(1. 仕方がないと思う 2. 仕方がないと思わない)
問5. 外出範囲が狭くなった生活にすでに慣れましたか？
(1. すでに慣れた 2. まだ慣れていない)

あなたの交通手段についてお聞きします。

問1. あなたは現在、どんな交通手段を利用しますか？あてはまるもの全てをお答えください。
(1. 徒歩 2. 自転車 3. 自動車(自分の運転) 4. 自動車(自分以外の運転)
5. タクシー 6. バス 7. 電車 8. その他 ())
問2. 66歳以上の方にお聞きします。あなたは <u>65歳の頃</u> 、どんな交通手段を利用していましたか？あてはまるもの全てをお答えください。
(1. 徒歩 2. 自転車 3. 自動車(自分の運転) 4. 自動車(自分以外の運転)
5. タクシー 6. バス 7. 電車 8. その他 ())
問3. あなたは普段の生活でどんな交通手段を利用したいですか？あてはまるもの全てをお答えください。
(1. 徒歩 2. 自転車 3. 自動車(自分の運転) 4. 自動車(自分以外の運転)
5. タクシー 6. バス 7. 電車 8. その他 ())

あなたが買い物でよく利用する店舗の数に関してお聞きします。

問1. あなたの現在の買い物でよく利用している店舗の数はいくつですか？
(1. 1店舗 2. 2店舗 3. 3店舗 4. 4店舗 5. 5店舗以上)
問2. 66歳以上の方にお聞きします。あなたは <u>65歳の頃</u> に、買い物でよく利用していた店舗の数はいくつですか？
(1. 1店舗 2. 2店舗 3. 3店舗 4. 4店舗 5. 5店舗以上)
問3. あなたが普段買い物をしたいと思う店舗の数はいくつですか？
(1. 1店舗 2. 2店舗 3. 3店舗 4. 4店舗 5. 5店舗以上)
[65歳の頃に比べて現在の買い物店舗の数が減少した人にお聞きします。]
問4. 買い物店舗の数が減少したことについて仕方がないと思いますか？
(1. 仕方がないと思う 2. 仕方がないと思わない)
問5. 買い物店舗の数が減少した生活にすでに慣れましたか？
(1. すでに慣れた 2. まだ慣れていない)

あなたの買い物行動に関してお聞きします。

問1. あなたは現在どのくらいの頻度で自分自身で店頭に行き、買い物をしていますか？
(1. ほぼ毎日 2. 週3～5回 3. 週1～2回 4. 月に数回 5. ほとんどしていない)
問2. 66歳以上の方にお聞きします。あなたは <u>65歳の頃</u> 、どのくらいの頻度で自分自身で店頭に行き、買い物をしていましたか？
(1. ほぼ毎日 2. 週3～5回 3. 週1～2回 4. 月に数回 5. ほとんどしていない)
問3. あなたは普段の生活で、どのくらいの頻度で自分自身で店頭に行き、買い物をしたいと考えますか？
(1. ほぼ毎日 2. 週3～5回 3. 週1～2回 4. 月に数回 5. 店頭に行かなくてもよい)
[65歳の頃と比べて自分自身で店頭に行き買い物をしている回数が減少した方にお聞きします]
問4. 回数が減少したことに関して仕方がないと思いますか？
(1. 仕方がないと思う 2. 仕方がないと思わない)
問5. 回数が減少した現在の生活にすでに慣れましたか？
(1. すでに慣れた 2. まだ慣れていない)

あなたの趣味・娯楽の活動頻度についてお聞きします。

問1. あなたは現在どのくらいの頻度で趣味・娯楽に関する活動をしていますか？
(1. ほぼ毎日 2. 週3～5回 3. 週1～2回 4. 月に数回 5. ほとんどやらない)
問2. 66歳以上の方にお聞きします。あなたは <u>65歳の頃</u> 、どのくらいの頻度で趣味・娯楽に関する活動をしていましたか？
(1. ほぼ毎日 2. 週3～5回 3. 週1～2回 4. 月に数回 5. ほとんどやなかった)
問3. あなたは普段どのくらいの頻度で趣味・娯楽に関する活動をしたと思いますか？
(1. ほぼ毎日 2. 週3～5回 3. 週1～2回 4. 月に数回 5. ほとんどやらない)
[65歳の頃に比べて現在の趣味・娯楽の回数が減少した方にお聞きします。]
問4. 趣味・娯楽の回数が減少したことに関して仕方がないと思いますか？
(1. 仕方がないと思う 2. 仕方がないと思わない)
問5. 趣味・娯楽の回数が減少した生活にすでに慣れましたか？
(1. すでに慣れた 2. まだ慣れていない)

E あなたの生活に関してお聞きします。以下の質問に「はい」か「いいえ」でお答えください

- (1) 趣味や娯楽に時間を費やせていないが、それは仕方がないことだと思う。(はい ・ いいえ)
- (2) 以前と比べて激しい運動ができなくなったが、それは仕方がないことだと思う。(はい ・ いいえ)
- (3) 友人や知人と多くの時間を過ごせていないが、それは仕方がないことだと思う。(はい ・ いいえ)
- (4) 現状、公共交通の整備に関して不満はあるが、それは仕方がないことだと思う。(はい ・ いいえ)
- (5) 年齢のせいで思うように自家用車を運転できないが、それは仕方がないことだと思う。(はい ・ いいえ)
- (6) 様々なことにチャレンジしてみたいが、年齢のせいで諦めてしまうことは仕方がないことだと思う。(はい ・ いいえ)
- (7) 年々、他の人とコミュニケーションが少なくなってきたことは、仕方がないことだと思う。(はい ・ いいえ)
- (8) スマートフォンなどの新しいものをうまく利用できないことは、仕方がないことだと思う。(はい ・ いいえ)
- (9) 身体機能が低下して日常生活の様々なことが不自由になることは、仕方のないことだと思っている。(はい ・ いいえ)
- (10) 階段の上り下り为了避免するようにしていることは、仕方のないことだと思っている。(はい ・ いいえ)
- (11) 家からなかなか外出しなくなってしまうことは、仕方のないことだと思っている。(はい ・ いいえ)
- (12) 若いころと比べて生きがいが減ってきてしまうことは、仕方のないことだと思っている。(はい ・ いいえ)
- (13) 生活にメリハリが無くなってきてしまうことは、仕方のないことだと思っている。(はい ・ いいえ)
- (14) 新聞や本など、文字が読みにくくなってしまうことは、仕方のないことだと思っている。(はい ・ いいえ)

F あなたの生活に関してお聞きします。以下の質問に「はい」か「いいえ」でお答えください。

- (1) 年々、自分の欲しいものを買いたい気持ちが高下が低下してきているが、現在の生活に慣れているため、あまり不便に感じない。(はい ・ いいえ)
- (2) 毎日が同じことの繰り返しになってきているが、その生活に慣れてしまっているため不便に感じない。(はい ・ いいえ)
- (3) やりたいたいことや行ってみたい場所はあるが、生活に必要不可欠ではないので不便に感じない。(はい ・ いいえ)
- (4) 外出する際の交通手段が不便ではあるが、現在の生活に慣れているため、大きな問題だと感じていない。(はい ・ いいえ)
- (5) もっと旅行などの遠出の機会を増やしたいが、生きるうえで絶対に必要ではないために、後回しにしている。(はい ・ いいえ)
- (6) 普段家では食べることでできない料理を食べたいが、普段の食事でも問題が無いためなかなか行こうと思わない。(はい ・ いいえ)

G 現在のあなたの外出に関する項目の重要度に関してお聞きします。あてはまる箇所1つを○で囲んで回答してください。

- | | 重要 | やや重要 | どちらでもない | あまり重要でない | 重要でない |
|---------------------------------------------|----|------|---------|----------|-------|
| (1) 自分が外出したい時に外出できること。 | | | | | |
| (2) 自分が外出したい場所に外出できること。 | | | | | |
| (3) 外出をすることによって気分転換できること。 | | | | | |
| (4) 外出によって友人や知人と会ったり、他の人と会ってコミュニケーションを取ること。 | | | | | |
| (5) 普段行かないような場所に行くことで、自宅でできないような体験ができること。 | | | | | |
| (6) 外出先で買い物をすることで欲しい商品を手にとって比べて買うことができる。 | | | | | |
| (7) 外出によって日常生活が充実したと感ずること。 | | | | | |
| (8) 外出先までの移動中が楽しいこと。 | | | | | |

H 現在のあなたの外出に関する項目の達成度に関してお聞きします。あてはまる箇所1つを○で囲んで回答してください。

- | | 達成できている | やや達成できている | どちらでもない | あまり達成できていない | 達成できていない |
|---------------------------------------------|---------|-----------|---------|-------------|----------|
| (1) 自分が外出したい時に外出できること。 | | | | | |
| (2) 自分が外出したい場所に外出できること。 | | | | | |
| (3) 外出をすることによって気分転換できること。 | | | | | |
| (4) 外出によって友人や知人と会ったり、他の人と会ってコミュニケーションを取ること。 | | | | | |
| (5) 普段行かないような場所に行くことで、自宅でできないような体験ができること。 | | | | | |
| (6) 外出先で買い物をすることで欲しい商品を手にとって比べて買うことができる。 | | | | | |
| (7) 外出によって日常生活が充実したと感ずること。 | | | | | |
| (8) 外出先までの移動中が楽しいこと。 | | | | | |

I 外出の際の各交通手段の利用頻度に関してお聞きします。それぞれの項目にお答えください。
また66歳以上の方は、65歳の頃の状態を思い出しながら問2.4.6.8にもお答えください。

問1	あなたの現在の外出の際に、 <u>徒歩</u> だけの移動の頻度はどのくらいですか？	(1) ほぼ毎日	(2) 週3～5回	(3) 週1～2回	(4) 月に数回	(5) ほとんどない																					
問2	あなたが <u>65歳の頃</u> の外出の際に、 <u>徒歩</u> だけで移動した頻度はどのくらいでしたか？	(1) ほぼ毎日	(2) 週3～5回	(3) 週1～2回	(4) 月に数回	(5) ほとんどない																					
問3	あなたの現在の外出の際に、 <u>自動車（自分の運転）</u> での移動の頻度はどのくらいですか？	(1) ほぼ毎日	(2) 週3～5回	(3) 週1～2回	(4) 月に数回	(5) ほとんどない																					
問4	あなたが <u>65歳の頃</u> の外出の際に、 <u>自動車（自分の運転）</u> で移動した頻度はどのくらいでしたか？	(1) ほぼ毎日	(2) 週3～5回	(3) 週1～2回	(4) 月に数回	(5) ほとんどない																					
問5	あなたの現在の外出の際に、 <u>送迎（自分以外の運転）</u> での移動の頻度はどのくらいですか？	(1) ほぼ毎日	(2) 週3～5回	(3) 週1～2回	(4) 月に数回	(5) ほとんどない																					
問6	あなたが <u>65歳の頃</u> の外出の際に、 <u>送迎（自分以外の運転）</u> で移動した頻度はどのくらいでしたか？	(1) ほぼ毎日	(2) 週3～5回	(3) 週1～2回	(4) 月に数回	(5) ほとんどない																					
問7	あなたの現在の外出の際に、 <u>バス</u> での移動の頻度はどのくらいですか？	(1) ほぼ毎日	(2) 週3～5回	(3) 週1～2回	(4) 月に数回	(5) ほとんどやらない																					
問8	あなたが <u>65歳の頃</u> の外出の際に、 <u>バス</u> で移動した頻度はどのくらいでしたか？	(1) ほぼ毎日	(2) 週3～5回	(3) 週1～2回	(4) 月に数回	(5) ほとんどやらない																					
J	普段の生活に関して次の13個の項目の <u>全て</u> について「はい」・「いいえ」でお答えください。	(1) バスや電車を使って一人で外出ができますか？	(はい ・ いいえ)	(2) 日用品の買い物ができますか？	(はい ・ いいえ)	(3) 自分で食事の用意ができますか？	(はい ・ いいえ)	(4) 請求書の支払いができますか？	(はい ・ いいえ)	(5) 銀行預金、郵便貯金のお出し入れが自分でできますか？	(はい ・ いいえ)	(6) 年金などの書類が書けますか？	(はい ・ いいえ)	(7) 新聞を読んでいますか？	(はい ・ いいえ)	(8) 本や雑誌を読んでいますか？	(はい ・ いいえ)	(9) 健康についての記事や番組に関心がありますか？	(はい ・ いいえ)	(10) 友人の家を訪ねることがありますか？	(はい ・ いいえ)	(11) 家族や友人の相談に乗ることがありますか？	(はい ・ いいえ)	(12) 病人を見舞うことがありますか？	(はい ・ いいえ)	(13) 若い人に自分から話しかけることがありますか？	(はい ・ いいえ)

K 高齢者の外出を手助けする施策に対する関心度をお聞きします。以下の各施策についてどれくらい関心があるかを、当てはまる箇所1つを○で囲んで回答してください。

(1) 免許返納者への支援サービス	関心が ある	やや関心 がある	あまり関心 がない	関心が ない
運転免許証を返納の際に公布できる運転履歴証明書 を提示すると、指定の店舗での買い物や公共交通に 割引制度のサービスを受けることができる事業のこと。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) コインバス（100円バス）事業	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
市が交付する証明書を提示することで市内の指定 の路線バスと秋田市マイタウン・バスに100円で 乗車できるようになる事業のこと。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 予約制オンデマンドバス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
利用したいときに事前に予約をすることで 乗合制のバスを一回200～300円で利用する ことができる事業のこと。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 買い物バス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
地域の各バス停などから商業施設へ運行されるバス 事業のこと。運賃は低額であり、無料の場合もある。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 移動販売サービス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
買い物に行くことが困難な人々のために、商品や載せ た小型トラックが地域に行きその場で商品を手に取り 買い物ができるというサービス。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

M その他、現在の買い物や交通行動に関して不便に感じることや、改善点などがありましたらご自由にお答えください。

調査は以上で終了です。多くの設問にご回答いただき、ありがとうございました。

買い物バス利用者用

買い物送迎バスの調査

秋田大学 工学資源学部 福祉環境工学講座

このアンケート用紙は「買い物送迎バス」利用者専用です。ご家族に「買い物送迎バス」利用者
がいる場合は、その方に書いてもらってください。「買い物送迎バス」を利用していない方は、利用
していない方用のアンケート用紙に書いてください。

I あなた自身のことについておたずねします。該当するもの 1 つに○印をつけてください。

問 1	あなたの性別をお答えください。 (1) 男性	(2) 女性
問 2	あなたの年齢をお答えください。 (1) 10代 (5) 50代	(2) 20代 (6) 60代 (3) 30代 (7) 70代 (4) 40代 (8) 80歳以上
問 3	あなたの職業をお答えください。 (1) 会社員・公務員 (5) 専業主婦	(2) 自営業 (6) 学生 (3) 農林水産業 (7) 無職 (4) パートアルバイト (8) その他 ()
問 4	現在、一緒に住んでいる方をすべてお答えください。 (1) 夫・妻 (5) 子ども	(2) 父・母 (6) 孫 (4) 兄弟・姉妹 (8) その他 ()
問 5	現在の、外出の頻度をお答えください。 (1) ほぼ毎日 (5) 年に数回	(2) 週に3～5回 (6) ほとんど外出しない (3) 週に1～2回 (4) 月に数回
問 6	現在の、食料品などの普段の買い物の頻度をお答えください。 (1) ほぼ毎日 (5) 年に数回	(2) 週に3～5回 (6) ほとんど外出しない (3) 週に1～2回 (4) 月に数回
問 7	現在、普段の買い物で利用している商業施設・サービスをお答えください（複数回答可）。 (1) 近隣の個人商店 (4) ビフレ稲川店周辺 (6) その他 ()	(2) マルシメ・lucky 周辺 (5) 買い物は家族の送迎や宅配サービスに頼っている (3) イオン横手店周辺 (4) 自転車 (8) その他
問 8	現在、買い物をする際の交通手段についてお答えください。 (1) 自家用車 (5) バイク	(2) 家族の送迎 (6) タクシー (3) バス・送迎バス (7) 徒歩 (4) 自転車 (8) その他
問 9	仮に、歩いて買い物に行くとして、どれくらいの距離までなら歩けますか。 (1) 歩いて買い物へは行けない (4) 10～20分	(2) 5分以内 (5) 20～30分 (3) 5～10分 (6) 30分以上
問 10	ご自身で自動車を運転する方にお聞きます。ご自身の運転に不安を感じますか。 (1) 不安を感じる (3) 不安を感じない	(2) 現在には不安を感じないが、将来的には不安を感じる (4) わからない (5) 運転していない

II 買い物の満足度についてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

(例)	満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	不満
問 1	現在の買い物の回数について 現在の買い物回数にやや満足の場合	満足	やや満足	やや不満	不満
問 1	現在の買い物の回数について	満足	やや満足	やや不満	不満
問 2	よく利用する店舗の品揃え				
問 3	よく利用する店舗のサービスの質				
問 4	よく利用する店舗の価格				
問 5	買い物できる店舗の数				
問 6	店舗までの交通の便				
問 7	買い物ができる店舗の種類				
問 8	上記の項目を考慮した、 買い物全般の満足度				

III 普段の生活の満足度についてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1	友人に会う頻度	満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	不満
問 2	趣味や娯楽についてやす時間					
問 3	趣味や娯楽、買い物など普段の 生活で外出する回数					
問 4	町内会活動や地域の祭りなどの 参加					
問 5	ご近所の方々との付き合い					
問 6	普段の生活で外出できる範囲					
問 7	家族以外の人との会話の回数					

アンケートは裏面に続きます

IV 買い物送迎バスについてお聞きします。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1 狛半内共助運営体が主催（マルシメ運行）している買い物送迎バスを利用しているかどうかをお答えください。

(1) 頻繁に利用している	(2) 時々利用している	(3) 利用したことがある
(4) 利用したことがない	→利用したことがない方は「利用したことがない用のアンケート」にお答えください。	

問 2 自分や同居人（一緒に住んでいる方）だけで自由に買い物に行けるかをお答えください。

(1) 自分や同居人だけで買い物に行ける	(2) 自分や同居人だけでは買い物に不自由を感じる
(3) 自分や同居人だけでは買い物に行くことができない	

問 3 買い物送迎バスを利用する前は、どのような買い物手段を使っていたかをお答えください。当てはまるものすべてに○を付けてください。

(1) 自分の運転で買い物	(2) 家族の送迎	(3) バス
(4) 自転車	(5) バイク	(6) タクシー
(7) 徒歩	(8) 通信販売	(9) 宅配サービス
(10) 家族に買い物頼んでいた	(11) その他（	）

問 4 普段の買い物のどれくらいを買い物送迎バスでの買い物に頼っているかをお答えください。

(1) ほぼすべて	(2) 半分くらい	(3) 少しだけ
-----------	-----------	----------

問 5 買い物送迎バスを利用した場合のマルシメ七日町店とラッキーでの過ごし方をお聞きします。自分の行動に近いものに○をつけてください（複数回答可）。

(1) 食料品の購入	(2) 衣料品の購入	(3) 日用雑貨の購入	(4) 飲食
(5) 薬の購入	(6) 本・CDの購入	(7) A T Mの利用	(8) 休憩
(9) クリーニング	(10) 友人や知人との会話	(11) その他（	）

問 6 買い物送迎バスを利用する際、問 5 以外の他の施設にも行くことができるかをお答えください。

(1) 行くことができる	(2) 行きたいが行けない	(3) 行きたいと思わない
--------------	---------------	---------------

問 7 狛半内共助運営体が主催（マルシメ運行）している買い物送迎バス（平成 25 年 4 月運行開始）が運行されてからの生活の変化についてお聞きします。該当する箇所に○を付けてください。

1. 買い物便利になった	そう思う	ややそう思う	あまりそう 思わない	そう思わない
2. 家族以外の人との会話が増えた				
3. 町内会活動などへの参加が増えた				
4. 遊びや趣味の時間が増えた				
5. 通院が楽になった				
6. 買い物バスが運行される 毎週金曜日が楽しみだ				
7. 買い物バスの車内での会話が楽しい				
8. 買い物バスの車内で地域や知人の 様子の変化を知ることができた				
9. 知人との会話に積極的になった				

V 買い物に関しての各項目が重要かどうかについてお聞きします。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1	買い物へ行く回数が多いこと	重要	やや重要	どちらとも いえない	あまり重要 ではない	重要では ない
問 2	たくさんの時間を買い物に使えること					
問 3	商品を自分の手に取って買い物 すること					
問 4	商品の選択の幅が広がること					
問 5	一緒に買い物をする友達が いること					
問 6	買い物の際に店員や友達と 会話をすること					
問 7	買い物の手段が確保されている ことで得られる安心感があること					

VI 買い物に関しての各項目を達成できているかどうかについてお聞きします。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1	数多くの買い物をする ことができる	達成 できている	やや達成 できている	どちらとも いえない	あまり達成 できていない	達成 できていない
問 2	たくさんの時間を買い物に 使える ことができる					
問 3	商品を自分の手に取って 買い物 することができる					
問 4	商品を店頭で選んで 買い物 することができる					
問 5	友達と一緒に 買い物 することができる					
問 6	店員や友達と 会話を して買い物 することができる					
問 7	買い物の手段が確保 される ことができる こと					

普段の買い物や、買い物送迎バスに対して何か意見や感想がございましたら自由にご記入ください。

以上でアンケートは終わります。ありがとうございました。

買い物バス非利用者用

買い物送迎バスの調査

秋田大学 工学資源学部 福祉環境工学講座

このアンケート用紙は「買い物送迎バス」利用したことがない人専用です。ご家族に「買い物送迎バス」を利用していない方がいる場合は、その方に書いてもらってください。「買い物送迎バス」を利用している方は、利用している方用のアンケート用紙に書いてください。

I あなた自身のことについておたずねします。該当するもの 1 つに○印をつけてください。

問 1	あなたの性別をお答えください。	(1) 男性	(2) 女性
問 2	あなたの年齢をお答えください。	(1) 10代 (5) 50代	(2) 20代 (6) 60代 (3) 30代 (7) 70代 (4) 40代 (8) 80歳以上
問 3	あなたの職業をお答えください。	(1) 会社員・公務員 (5) 専業主婦	(2) 自営業 (6) 学生 (3) 農林水産業 (7) 無職 (4) パートアルバイト (8) その他 ()
問 4	現在、一緒に住んでいる方をすべてお答えください。	(1) 夫・妻 (5) 子ども	(2) 父・母 (6) 孫 (4) 兄弟・姉妹 (8) その他 ()
問 5	現在の、外出の頻度をお答えください。	(1) ほぼ毎日 (5) 年に数回	(2) 週に3～5回 (6) ほとんど外出しない (3) 週に1～2回 (4) 月に数回
問 6	現在の、食料品などの普段の買い物物の頻度をお答えください。	(1) ほぼ毎日 (5) 年に数回	(2) 週に3～5回 (6) ほとんど外出しない (3) 週に1～2回 (4) 月に数回
問 7	現在、普段の買い物物で利用している商業施設・サービスをお答えください（複数回答可）。	(1) 近隣の個人商店 (4) ビフレ稲川店周辺 (6) その他 ()	(2) マルシメ・lucky 周辺 (5) 買い物は家族の送迎や宅配サービスに頼っている (3) イオン横手店周辺 (4) 自転車 (8) その他
問 8	現在、買い物をする際の交通手段についてお答えください。	(1) 自家用車 (5) バイク	(2) 家族の送迎 (6) タクシー (3) バス・送迎バス (7) 徒歩 (4) 自転車 (8) その他
問 9	仮に、歩いて買い物に行くとして、どれくらいの距離までなら歩けますか。	(1) 歩いて買い物へは行けない (4) 10～20分	(2) 5分以内 (5) 20～30分 (3) 5～10分 (6) 30分以上
問 10	ご自身で自動車を運転する方にお聞きます。ご自身の運転に不安を感じますか。	(1) 不安を感じる (3) 不安を感じない	(2) 現在には不安を感じないが、将来的には不安を感じる (4) わからない (5) 運転していない

II 買い物物の満足度についてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

(例)	満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	不満
問 1	現在の買い物の回数について				
	現在の買い物回数にやや満足の場合				
問 1	現在の買い物の回数について				
問 2	よく利用する店舗の品揃え				
問 3	よく利用する店舗のサービスの質				
問 4	よく利用する店舗の価格				
問 5	買い物できる店舗の数				
問 6	店舗までの交通の便				
問 7	買い物ができる店舗の種類				
問 8	上記の項目を考慮した、 買い物全般の満足度				

III 普段の生活の満足度についてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1	友人に会う頻度	満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	不満
問 2	趣味や娯楽についてやす時間					
問 3	趣味や娯楽、買い物など普段の 生活で外出する回数					
問 4	町内会活動や地域の祭りなどの 参加					
問 5	ご近所の方々との付き合い					
問 6	普段の生活で外出できる範囲					
問 7	家族以外の人との会話の回数					

アンケートは裏面に続きます

IV 買い物送迎バスについてお聞きします。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1 狛半内共助運営体が主催（マルシメ運行）している買い物送迎バスを利用しているかどうかをお答えください。

(1) 利用したことがない	(3) 時々利用している	(4) 利用したことがある
(2) 頻繁に利用している		

問 2 買い物送迎バスを知っているかどうかをお答えください。

(1) 知っている	(2) 聞いたことがある	(3) まったく知らない
-----------	--------------	--------------

問 3 買い物送迎バスを利用しない理由をお答えください。

(1) 自分で運転して買い物ができるか	(2) 家族の運転で買い物へ行くことができるから
(4) 利用する都合があわないから	(6) バス停留所（集合場所）から遠いから
(7) 一人で買い物をしたいから	
(8) 家族が自分の代わりに買い物をしてきてくれるから	(9) その他（ ）

問 4 どのようなになれば買い物送迎バスを利用するかをお答えください。

(1) 将来自分で運転ができなくなったり、家族に買い物を頼れなくなったら	
(2) 買い物送迎バスの利便性が向上したら	(3) どうなっても利用しない
(4) その他（ ）	

問 5 買い物の際に不便を感じる品物についてお答えください。（複数回答可）

(1) 食料品	(2) 日用雑貨品	(3) 本や雑誌	(4) 電化製品
(5) 薬・医薬品	(6) 衣類	(7) その他（ ）	

V 普段の買い物の手段についてお聞きします。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1	自分の運転での買い物	頻繁に利用する	たまに利用する	利用したことがある	利用したことがない
問 2	公共交通機関を利用しての買い物				
問 3	徒歩や自転車での買い物				
問 4	家族の送迎による買い物				
問 5	家族への買い物の依頼				
問 6	食料品などの宅配サービス				
問 7	インターネットを使った通信販売				
問 8	テレビや新聞の折り込み広告を使った通信販売				
問 9	移動販売市・出張販売市				

VI 買い物に関しての各項目が重要かどうかについてお聞きします。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1	買い物へ行く回数が多いこと	重要	やや重要	どちらともいえない	あまり重要ではない	重要ではない
問 2	たくさんの時間を買い物に使えること					
問 3	商品を自分の手に取って買い物をすること					
問 4	商品の選択の幅が広がること					
問 5	一緒に買い物をする友達がいること					
問 6	買い物の際に店員や友達と会話をすること					
問 7	買い物の手段が確保されていることで得られる安心感があること					

VII 買い物に関しての各項目を達成できているかどうかについてお聞きします。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1	数多くの買い物をすることができている	達成できている	やや達成できている	どちらともいえない	あまり達成できていない	達成できていない
問 2	たくさんの時間を買い物に使えることができている					
問 3	商品を自分の手に取って買い物をすることができている					
問 4	商品を店頭で選んで買い物することができている					
問 5	友達と一緒に買い物することができている					
問 6	店員や友達と会話をして買い物することができている					
問 7	買い物の手段が確保されることで安心感を得ることができること					

普段の買い物や、買い物送迎バスに対して何か意見や感想がございましたら自由にご記入ください。

以上でアンケートは終わります。ありがとうございました。

買い物に関する意識調査

秋田大学工学資源学部福祉環境工学講座

・回答いただいた結果は全て統計的に処理いたしますので、記入内容や個人情報公表されるといった皆様にご迷惑をおかけすることは一切ありません。

・あてはまる番号を○で囲むか、記入欄にご記入ください。また、このアンケート用紙は両面あります。

・現在の買い物の環境などについて率直にお答えください。

I あなた自身のことについておたずねします。該当するもの 1 つに○印をつけてください。

問 1	あなたの性別をお答えください。	(1) 男性	(2) 女性
問 2	あなたの年齢をお答えください。	(1) 1 0 代	(2) 2 0 代
		(5) 5 0 代	(6) 6 0 代
問 3	あなたの職業をお答えください。	(3) 3 0 代	(4) 4 0 代
	(1) 会社員・公務員	(7) 7 0 代	(8) 8 0 歳以上
	(5) 専業主婦	(3) 農林水産業	(4) パートアルバイト
		(7) 無職	(8) その他 ()
問 4	現在、一緒に住んでいる方をすべてお答えください。	(4) 兄弟・姉妹	(3) 祖父母
	(1) 夫・妻	(7) 一人暮らし	(8) その他 ()
	(5) 子ども	(6) 孫	
問 5	現在の、外出の頻度をお答えください。	(1) ほぼ毎日	(2) 週に 3 ～ 5 回
	(5) 年に数回	(3) 週に 1 ～ 2 回	(4) 月に数回
		(6) ほとんど外出しない	
問 6	現在の、食料品などの普段の買い物の頻度をお答えください。	(1) ほぼ毎日	(2) 週に 3 ～ 5 回
	(5) 年に数回	(3) 週に 1 ～ 2 回	(4) 月に数回
		(6) ほとんど外出しない	
問 7	現在、普段の買い物で利用している商業施設・サービスをお答えください（複数回答可）。	(1) 近隣の個人商店	(2) マルシメ・lucky 周辺
	(4) ビフレ稲川店周辺	(5) 買い物は家族の送迎や宅配サービスに頼っている	(3) イオン横手店周辺
	(6) その他 ()		
問 8	現在、買い物をする際の交通手段についてお答えください。	(1) 自家用車	(3) バス・送迎バス
	(5) バイク	(6) タクシー	(4) 自転車
			(8) その他
問 9	仮に、歩いて買い物に行くとして、どれくらいの距離までなら歩けますか。	(1) 歩いて買い物へは行けない	(2) 5 分以内
	(4) 1 0 ～ 2 0 分	(5) 2 0 ～ 3 0 分	(3) 5 ～ 1 0 分
			(6) 3 0 分以上
問 10	ご自身で自動車を運転する方にお聞きます。ご自身の運転に不安を感じますか。	(1) 不安を感じる	(2) 現在には不安を感じないが、将来的には不安を感じる
	(3) 不安を感じない	(4) わからない	(5) 運転していない

II 買い物の満足度についてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

(例)	満足	やや満足	どちらとも いいない	やや不満	不満
問 1	現在の買い物の回数について				
	現在の買い物回数にやや満足の場合				
問 1	現在の買い物の回数について	満足	やや満足	やや不満	不満
問 2	よく利用する店舗の品揃え				
問 3	よく利用する店舗のサービスの質				
問 4	よく利用する店舗の価格				
問 5	買い物できる店舗の数				
問 6	店舗までの交通の便				
問 7	買い物ができる店舗の種類				
問 8	上記の項目を考慮した、 買い物全般の満足度				
III	普段の生活の満足度についてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。				
問 1	友人に会う頻度	満足	やや満足	どちらとも いいない	やや不満
問 2	趣味や娯楽についてやす時間				
問 3	趣味や娯楽、買い物など普段の 生活で外出する回数				
問 4	町内会活動や地域の祭りなどの 参加				
問 5	ご近所の方々との付き合い				
問 6	普段の生活で外出できる範囲				
問 7	家族以外の人との会話の回数				

アンケートは裏面に続きます

IV 狛半内地区の買い物送迎バスについてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

平成 25 年 4 月から狛半内地区では狛半内共助運営体が主催（マルシメ運行）の買い物送迎バスが運行されてます。これは毎週金曜日の午前中に狛半内境ノ下地区とスーパーモールを 1 往復し、地区内の停留所と増田町のスーパー（マルシメ、ラッキー）へ無料で送迎する制度です。

問 1 狛半内共助運営体が主催（マルシメ運行）している買い物送迎バスを知っているかをお答えください。

(1) 知っている

(2) 聞いたことがない

問 2 あなたがお住まいの地域に買い物送迎バスが運行されたいと思うかお答えください。

(1) ぜひ利用したい

(2) 場合によっては利用したい

(3) 利用したくない



問 2 で (3) と答えた方にのみお聞きます。

問 3 利用したいと思わない理由をお答えください。

(1) 自分で運転して買い物ができるから

(2) 家族の運転で買い物へ行くことができるから

(3) 家族が自分の代わりに買い物をしてきてくれるから

(4) 買い物送迎バスに魅力を感じないから

(5) バスの停留所が遠いと思不便だと思うから

(6) その他（ ）

問 4 どのようになれば買い物送迎バスを利用するかをお答えください。

(1) 将来自分で運転できなくなったり、家族に買い物を頼れなくなったら

(2) 買い物送迎バスの利便性が向上したら

(3) どうなっても利用しない

(4) その他（ ）

V 普段の買い物手段についてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

	頻繁に 利用する	たまに 利用する	利用した ことがある	利用した ことがない
問 1 自分の運転での買い物				
問 2 公共交通機関を利用しての買い物				
問 3 徒歩や自転車での買い物				
問 4 家族の送迎による買い物				
問 5 家族への買い物物の依頼				
問 6 食料品などの宅配サービス				
問 7 インターネットを使った通信販売				
問 8 テレビや新聞の折り込み広告を使った通信販売				
問 9 移動販売市・出張販売市				

V 買い物に関しての各項目が重要かどうかについてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

	重要	やや重要	どちらとも いえない	あまり重要 ではない	重要では ない
問 1 買い物へ行く回数が多いこと					
問 2 たくさんの時間を買い物に使えること					
問 3 商品を自分の手に取って買い物をする					
問 4 商品の選択の幅が広がること					
問 5 一緒に買い物をする友達が いること					
問 6 買い物の際に店員や友達と 会話をすること					
問 7 買い物の手段が確保されている ことで得られる安心感があること					

VI 買い物に関しての各項目を達成できているかどうかについてお聞きます。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

	達成 できている	やや達成 できている	どちらとも いえない	あまり達成 できていない	達成 できていない
問 1 数多くの買い物をする ことができる					
問 2 たくさんの時間を 買い物に使える ことができる					
問 3 商品を自分の手に取って 買い物をする ことができる					
問 4 商品を店頭で選んで 買い物をする ことができる					
問 5 友達と一緒に 買い物をする ことができる					
問 6 店員や友達と会話を して買い物 することができる					
問 7 買い物の手段が確保 されることで 安心感を得る ことができる					

普段の買い物や、買い物送迎バスに対して何か意見や感想がございましたら自由にご記入ください。

以上でアンケートは終わります。ありがとうございました。

日常の買い物における実態調査

秋田大学 工学資源学部 福祉環境工学講座

I あなた自身のことについておたずねします。該当するもの 1 つに○印をつけてください。

問 1	あなたの性別をお答えください。 (1) 男性 (2) 女性				
問 2	あなたの年齢をお答えください。 (1) 10代 (2) 20代 (5) 50代 (6) 60代	(3) 30代 (7) 70代	(4) 40代 (8) 80代以上		
問 3	あなたの職業をお答えください。 (1) 会社員・公務員 (2) 自営業 (5) 専業主婦 (6) 無職	(3) 農林水産業 (7) その他 ()	(4) パートアルバイト		
問 4	現在、一緒に住んでいる方をすべてお答えください。 (1) 夫・妻 (2) 父・母 (5) 子ども (6) 孫	(3) 祖父母 (7) 一人暮らし	(4) 兄弟・姉妹 (8) その他 ()		
問 5	現在の外出の頻度をお答えください。 (1) ほぼ毎日 (2) 週に3～5回 (5) 年に数回 (6) ほとんど外出しない	(3) 週に1～2回	(4) 月に数回		
問 6	現在の買い物に出かける頻度をお答えください。(食料品・日用品を含む) (1) ほぼ毎日 (2) 週に3～5回 (5) 年に数回 (6) 自身ではほとんど買い物をしてない	(3) 週に1～2回	(4) 月に数回		
問 7	買い物に不便を感じるかを答えください。 (1) かなり感じる (2) やや感じる (3) あまり感じない (4) 感じない				
問 8	ご自身の健康状態から、苦勞なく歩くことができると思う距離をお答えください。 (1) 100m以下 (2) 100m～500m程度 (3) 500m～1000m程度 (4) 1000m以上				
問 9	あなたの自家用車の保有についてお答えください。 (1) 自家用車を保有している (2) 自分のものではないが自由に使える自家用車がある (3) 自家用車を保有していない				
問 10	ご自身で運転する方にお聞きます。ご自身の運転に不安を感じるかを答えください。 (1) 不安を感じる (2) 現在には不安を感じないが、将来的には不安を感じる (3) 不安を感じない (4) わからない (5) 運転していない				
問 11	もし、ご自身で運転できなくなった場合、買い物はどうすると思うかを答えください。 (1) 家族や友人に頼む (2) タクシーやバスを利用する (3) 買い物先(行き先)を変える (4) 特に影響はない (5) 宅配サービスを利用する				
問 12	スーパーマーケットの利用頻度をお答えください。 (1) ほぼ毎日 (2) 週に3～5回 (5) 年に数回 (6) 利用しない	(3) 週に1～2回	(4) 月に数回		
問 13	コンビニエンスストアで食料品や日用品を買うことに抵抗を感じるかを答えください。 (1) 抵抗感がある (2) やや抵抗感がある (3) あまり抵抗感がない (4) 抵抗感がない				

問 14 生鮮食料品や日用品の宅配注文の利用の有無をお答えください。また、宅配注文を利用して
いる方は注文先をすべてお答えください。

(1) ほぼ毎日 (2) 週に3～5回 (3) 週に1～2回 (4) 月に数回					
(5) 年に数回 (6) ほとんど宅配注文を利用しない					
注文先	① 宅配専門業者	② イオンの宅配サービス	③ タカヤナギの宅配サービス		
	④ 生協の宅配サービス	⑤ コンビニの宅配サービス	⑥ その他 ()		
問 15	家族や知人・友人などに買い物依頼する頻度をお答えください。 (1) ほぼ毎日 (2) 週に3～5回 (3) 週に1～2回 (4) 月に数回				
(5) 年に数回 (6) ほとんど家族に買い物依頼しない					
問 16	もしスーパーマーケットを使えなくなった場合、普段の買い物先としてコンビニエンスストアを利用することによって不便を感じると思うかを答えください。 (1) 不便に感じてコンビニを利用しない (2) 現段階で不便に感じるが、仕方ないのでコンビニを利用する (3) コンビニエンスストアの利便性が今よりもあがったら利用する (4) 現段階で不便に感じず、コンビニを利用する				
II	買い物をするにあたって重要視することについてお答えください。該当するもの 1 つに○印をつけてください。	重要	やや重要	どちらともいえない	あまり重要ではない
問 1	商品の価格の安さ				
問 2	店舗までの行きやすさ (店舗までの距離や交通の便など)				
問 3	商品の品質の良さ				
問 4	店員の接客の良さ (あいさつや話しやすさなど)				
問 5	店舗の雰囲気 (店舗内の明るさや音楽)				
問 6	商品の品揃えの豊富さ				
問 7	買い物することで気分転換をすること				
問 8	友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごすこと				
問 9	買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむこと				
問 10	実際に手にとって、好みの商品を選んで買うこと				
問 11	目的の商品以外にも、いろんな商品を見て買うこと				
問 12	買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごすこと				
問 13	買い物の手段が確保されていることで得られる安心感があること				

IV コンビニエンスストアの利用やイメージについてお答えください。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。利用したことがない方は予想・イメージでお答えください。

問 1 コンビニエンスストアの利用頻度をお答えください。
(1) ほぼ毎日 (2) 週に3～5回 (3) 週に1～2回 (4) 月に数回
(5) 年に数回 (6) ほとんど利用しない

問 2 コンビニエンスストアの食料品がスーパーマーケットと比べ、高いと感じるかどうかをお答えください。また「(1) かなり高い、(2) 高い、(3) やや高い」を選択した方は、何割くらい高いと思うかをお答えください。
(1) かなり高い (2) 高い (3) やや高い (4) 高いと思わない

→ コンビニエンスストアの食料品は、スーパーマーケットと比べ ☐ 割くらい高い
問 3 コンビニエンスストアの日用品がスーパーマーケットと比べ、高いと感じるかどうかをお答えください。また「(1) かなり高い、(2) 高い、(3) やや高い」を選択した方は、何割くらい高いと思うかをお答えください。
(1) かなり高い (2) 高い (3) やや高い (4) 高いと思わない

→ コンビニエンスストアの日用品は、スーパーマーケットと比べ ☐ 割くらい高い
問 4 コンビニエンスストアの品揃えがスーパーマーケットと比べ、どのくらい少ないと感じるかをお答えください。
(1) かなり少ない (2) 半分くらい少ない (3) やや少ない (4) 少ないと思わない

問 5 コンビニエンスストアの商品の質がスーパーマーケットと比べ、悪いと感じるかどうかをお答えください。
(1) かなり悪い (2) 悪い (3) やや悪い (4) 悪いと思わない

問 6 コンビニエンスストアの食料品がスーパーマーケットと比べ、おいしいと感じるかどうかをお答えください。
(1) かなりおいしい (2) おいしい (3) ややおいしい (4) おいしいと思わない

問 7 コンビニエンスストアの店員の接客がスーパーマーケットと比べ、悪いと感じるかどうかをお答えください。
(1) かなり悪い (2) 悪い (3) やや悪い (4) 悪いと思わない

問 8 コンビニエンスストアの店内の雰囲気がスーパーマーケットと比べ、悪いと感じるかどうかをお答えください。
(1) かなり悪い (2) 悪い (3) やや悪い (4) 悪いと思わない

問 9 コンビニエンスストアまでの距離がスーパーマーケットと比べ、近いと感じるかどうかをお答えください。
(1) かなり近い (2) 近い (3) やや近い (4) 近いと思わない

問 10 あなたが知っているコンビニエンスストアのサービスをすべてお答えください。
(1) A T M (2) 宅配便 (3) 公共料金等の支払い (4) インターネット代金の支払い
(5) 郵便ポスト (6) 高速バス券販売 (7) 交通チケッ ト販売
(8) 写真プリントアウト (9) F A X (10) お食事お届けサービス
(11) 介護ケアマネジャーの設置

問 11 コンビニエンスストアはスーパーマーケットと比べ、ゆっくりと買い物ができると感じるか
どうかをお答えください。
(1) かなりゆっくりと買い物ができる (2) ゆっくりと買い物ができる
(3) あまりゆっくりと買い物ができない (4) ゆっくりと買い物ができない

V 以下の項目について、スーパーマーケットでの買い物で達成できていると思うかどうかをお答えください。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1 買い物することで気分転換をする
達成できている やや達成できている どちらともいえない あまり達成できていない 達成できていない
問 2 友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごす
問 3 買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむ
問 4 実際に手にとって、好みの商品を選んで買う
問 5 目的の商品以外にも、いろんな商品を見て買う
問 6 買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごす
問 7 買い物の手段が確保されていることで得られる安心感がある

VI 以下の項目について、コンビニエンスストアでの買い物で達成できていると思うかどうかをお答えください。該当する箇所 1 つに○印をつけてください。

問 1 買い物することで気分転換をする
達成できている やや達成できている どちらともいえない あまり達成できていない 達成できていない
問 2 友人や知人と一緒に買い物へ行き、楽しく過ごす
問 3 買い物先の店員との会話や情報交換を楽しむ
問 4 実際に手にとって、好みの商品を選んで買う
問 5 目的の商品以外にも、いろんな商品を見て買う
問 6 買い物と一緒に食事や趣味の時間を過ごす
問 7 買い物の手段が確保されていることで得られる安心感がある

普段の買い物に関して意見や感想がございましたらご自由にご記入ください。

調査は以上で終了です。ご協力いただき、ありがとうございました。