

過疎・寒冷積雪地域における買い物環境と心身の健康、生活の質（QOL）に関する調査

上川北部医師会／名寄市立大学コミュニティケア教育研究センター

松浦 智和、今野 聖士、中島 泰葉、結城 佳子、若林 智、刀禰 聡美、坂田 仁

I 緒言

わが国では、高齢化や単身世帯の増加、地元小売業の廃業、既存商店街の衰退等により、過疎地域のみならず都市部においても、高齢者等を中心に食料品の購入や飲食に不便や苦勞を感じる住民（いわゆる「買い物難民」「買い物弱者」「買い物困難者」）が増えてきており、「食料品アクセス問題」として社会的な課題になっている¹⁾。殊に、筆者らが所属する名寄市立大学が所在する北海道上川北部地域も同様の問題が生起しており、低密度分散型居住である過疎地域においては、「採算性」「継続性」が最大の障壁となってきたとみてとれる。さらに、これに加えて、寒冷豪雪地域であることも住民の買い物環境を勘案する上では看過できない因子である。さらには、農村地帯特有の購買行動や地域住民の支え合いなどもあることが推測され、その実態を明らかにし、基礎資料を作成することは喫緊の課題である。

本稿の射程もそのあたりにあるが、これらを検討する過程では、高齢者のみならず、地域住民の健康保持・増進や生活の質（QOL）の向上、子どもたちの教育などの観点も含め、コミュニティの維持を中核とする地域住民主体の取組みが、行政や民間事業者、NPO、有志のまちづくりを考える団体等がそれぞれ利点を活かしながら「買い物支援システム」としての構築と運営の可否にかかっていると推測できる。さらには、筆者らが所属する名寄市立大学がそのシステムのなかでどのような役割を担い得るかという論点もあろう。

以上を背景に、本研究では、住民のQOLの向上に寄与すべく、S市と名寄市立大学が共同で行ったアンケート調査の結果から買い物行動を中心に概況を把握し課題を明らかにするとともに、アンケート調査結果の周辺情報について学生が住民に行ったインタビュー調査の結果から、その持続可能性や今後の住民・行政・大学が一体となった課題の解決方法の一端を検討することを目的とした。

II 調査の概要

1. 対象地域（S市T地区）の概要

国道40号が地区の中心部を貫く、国道沿いを中心に発展した町であり、人口は840人程度、半数以上の住民が65歳以上の高齢者であり、人口に占める比率は50%を超えている。また、高齢単独世帯が増えている。主な産業は「農業」である。地区には、スキー場やパークゴルフ場、森林公園、温泉施設などがあり、世代を超えて人と人とのつながりを強めることができる地域の宝物として住民から大切にされている町である。

2. 調査対象者および調査内容

本研究では、T地区の住民全334世帯を対象に、「T地区の買い物環境についてのアンケート調査」を実施した。調査内容は、①基本属性・家族構成・自家用車所有の有無、②日常の買い物状況、③買い物以外の食糧（家庭菜園・保存食の状況）、④出店を仮定しての利用の有無・意向、⑤買い物先までの移動手段・バス利用の5点とした（本稿では①②を中心に報告する）。

3. 実施方法

調査実施にあたっては、戸別訪問を行い、研究目的について説明し、本研究への協力を確認したうえでアンケート調査を行った。

調査スケジュールは下記の通りである。

2019年6月：プレテスト

全戸アンケート調査開始

2019年7月：アンケート回収終了

2019年10月～2020年2月 大学生によるインタビュー調査

4. 分析方法

データの分析は、MS・Excelにてデータセットを作成し単純集計により集計した。

5. 倫理的配慮

本研究では、調査対象者に対し、S市職員を通じて研究の概要や目的、個人情報保護に関することについて口頭・書面にて説明を行い、協力の同意を得た。また、参加の自発性について口頭にて確認した。

Ⅲ 結果

T地区334世帯のうち回答が得られたのは268世帯（回答率80.2％）であった。

1. 回答者・家族の属性

高齢者の居住が多いこともあり、「無職・その他」（42.54％）が最も多く、次いで「農業」（38.06％）、「会社員」（8.96％）、「公務員・団体職員」（6.34％）、「自営業」（3.73％）となっていた。

表1 回答者・家族の職業（複数回答可）

項目	N（％）	項目	N（％）
無職・その他	114（42.54％）	公務員・団体職員	17（6.34％）
農業	102（38.06％）	自営業	10（3.73％）
会社員	24（8.96％）	無回答	15（5.60％）

註：％は実数を総回答数（268）で除したもの

2. 日常の買い物の不便

買い物における不便さについて、表2に示す。「お店までの距離が遠い」62.31％の世帯が不便さを感じていた。T地区は、市街地から近郊店舗まで5 km以上ある地域である。しかし、不便さを感じていない「特になし」が26.87％と次いで高い結果であった。さらに、T地区は高齢者世帯が多い一方、約9割の世帯が自家用車を保有しており、住民の主な交通手段となっている。「車の運転が不安」11.94％と比較的低い結果であった。

表2 日常の買い物の不便（複数回答可）

項目	N（％）
店までの距離が遠い	167（62.31％）
特になし	72（26.87％）
バスの利用が不便	36（13.41％）
車の運転が不安	32（11.94％）
家族などの手伝いがないと買い物に行けない（健康面、体力面、交通）	30（11.19％）
荷物が重く、一度に少量しか買い物ができない	27（10.07％）
その他	13（4.85％）
買い物をサポートしてくれる人がいない	11（4.10％）
無回答	4（1.5％）

註：％は実数を総回答数（268）で除したもの

3. 買い物改善に必要なこと

買い物環境の改善に必要なことについて表3に示す。「T地区にお店を出店」69.78％、「移動販売」32.84％と、住民は出店への思いが強かった。また、「送迎」や「交通の充実」といった交通手段への期待は小さかった。自身でお店に向かい、欲しい商品を自身の目で見えて選ぶことに住民は価値を見出していると考えられた。さらに、「特になし」と回答した世帯は約15％に至っていた。

表3 買い物環境改善に必要なこと（複数回答可）

項目	N（％）
地区内に出店	187（69.78％）
移動販売	88（32.84％）
商品の宅配サービス	55（20.52％）
市内の店までの送迎サービス	48（17.91％）
特になし	39（14.55％）
バスなどの交通の充実	31（11.57％）
家族の協力	24（8.96％）
その他	10（3.73％）
介護ヘルパーなどの支援	9（3.36％）
近隣住民の協力	4（1.49％）
無回答	7（2.61％）

註：％は実数を総回答数（268）で除したもの

4. 住民へのインタビュー調査結果

本研究では、先に得られたアンケート調査の結果について、住民を対象に周辺情報や買い物環境改善に関する意見等を学生がインタビュー形式で調査を実施した。その結果、以下の方向性が示唆された。なお、新型コロナウイルス感染拡大防止のため2020年3月よりインタビュー調査を休止している。したがって、対象世帯の約8割の回答から示唆された内容を記している。

表4 住民のインタビュー調査結果から得られた「買い物環境改善」「地域づくり」に関する示唆

「買い物環境改善」に関すること	「地域づくり」に関すること
・「店の出店」への期待は大きい ・買い物は「買う」行動だけでなく「選ぶ」行動 ・地元の店に期待することは「ちょっとしたもの」 ⇒頻度・購買額の不安定さ ・「コンビニ」という言葉が多用される出店への願望 ⇒希望像はある程度明確になりつつある ・限界があることも知る住民像：「価格」「利便性」「品揃え」何をとりのか	・「つながり」や「協力」が大切なのも分かるが、独居ゆえの「気楽さ」と「不安感」に揺れ動く ・「つながり」の重要性；これにより買い物環境改善も含めて解決できる課題がある ・自動車がないと生活が成り立たないという認識；自動車での生活の持続可能性を計らざるを得ない現実 ・生活への満足度の高さ ・「ほどよい」人間関係の存在⇒干渉しすぎず、ゆるやか ・担い手の多様化の必要性和地域づくりの持続可能性⇒現住民、大学生、移住者 誰が何を担うかの検討の必要性 ・どうしても発生する様々な問題への住民相互の“温度差”

IV 考察

住民の店舗出店への期待が高いことは明白であった。一方で、T地区住民が地元の店舗に期待しているのは、来客が来たときの茶菓子や調味料が足りなかったときに“ちょっとしたもの”を購入できる店舗であった。したがって、課題となるのは、「品物の価格」、「利便性」、「品揃え」の何を優先し選択するのかということと店舗の持続可能性のバランスということとなる。また、近年では、「まちづくり」の一環としての買い物環境改善の視点もある。ゆえに、店舗の維持は、住民にとって身近な店舗で、かつ買い物以外のまちづくりの拠点とする可能性なども考えていく必要がある。

また、ひとつは、健康やQOLの維持・向上のツールとしての買い物環境の整備の必要性である。高齢者にとって外出は、自身の運動機能や認知機能を用いる機会であるため、健康維持に有効と考えられ、特に公共交通を利用した外出はより寄与があると考えられている。先行研究では、高齢者の健康が買い物の不便や苦労を軽減したと報告し、老化を遅延させ、できるだけ長く自立した生活を送れるようにすることが、食料品アクセス問題を改善する道筋の一つであると述べられており^{2, 3)}、買い物という機会は、外出の機会を増やすことで身体機能や認知機能を維持し、自分の好きな物や欲しい物を見て、選択する自己決定・自己実現の場である。買い物という場は、生活全般を活性する意味を持っており、生活の質に寄与すると考えられることも忘れてはならない視点である。買い物環境改善や食料品アクセス問題などは、不便や苦労だけではなく、健康問題や医療格差、地域コミュニティの枯渇による社会的孤立など、様々な要因が絡み合っていると考えられる。買い物環境を改善することは、地域住民の自立した生活を保ち、安心・安全な日常生活を担保することであり、結果として、生活満足度・生活の質を向上することにつながると推測された。

V 謝辞

本研究への助成に衷心より感謝申し上げます。そして、本研究のアンケートやインタビュー調査に協力してくださった皆様に深謝申し上げます。

文献

- 1) 黒川智紀：過疎地域の買い物弱者対策における採算性及び継続性の研究。PPP研究センター紀要、5：1-13、2015.
- 2) 薬師寺哲郎、高橋克也、田中耕市：住民意識からみた食料品アクセス問題－食料品の買い物における不便や苦労の要因－。農業経済研究、85（2）：45-60、2013.
- 3) 佐藤龍一、大江靖雄：高齢者の買物環境と生活満足度－東京都多摩ニュータウン地域を対象として－。農林業問題研究、53（4）：209-214、2017.