

北海道の農村集落の維持に資する移動型サービスモデルと生活圏の構築

北海道大学大学院 工学研究院准教授 野村 理恵
北海道大学大学院 工学研究院教授 森 傑
阿南工業高等専門学校助教 池添 純子
(現) 徳島文理大学 人間生活学部准教授

I. はじめに

1. 目的と背景

人口減少と高齢化の加速を背景に、特に農村部では日常的な生活関連施設や公的サービスなどの撤退が相次ぎ、集落の維持そのものが課題となっている。そのような状況下で、日常生活を支える移動型サービスが注目されている。特に、購買活動に関わる移動販売については、「買い物弱者」や「フードデザート」といった問題提起がなされ、各省庁による調査報告や、買い物弱者支援対策のマニュアル作成、具体的な支援対策などの取組が展開されている。しかし、総務省による調査では、買い物弱者対策事業の約7割が実質的な赤字であるとの結果を公表している(総務省:2017)。さらに、多くの自治体等による支援は、部分的にならざるを得ず、支援策の持続可能性が危惧されている(倉持ら:2015)。既往研究においても、各地の支援対策の効果の検証や、事業維持の方策検討を目的とした、マーケティングの視点による顧客層の特徴分析(谷本ら:2015)、地域や利用者属性に応じた買い物手段選択のモデル構築(谷本ら:2017)などがみられる。他方で、伊勢ら(2017)は、買い物弱者対策の副次的な影響があることに注目し、利用者の外出頻度の変化を分析している。また、浅井ら(2014)は、移動販売と連携した予防医療の取組を評価し、移動販売が、人とのコミュニケーションの機会を創出している点に着目している。このように、移動販売については、人々の購買活動を支えるだけでなく、福祉的役割や、住民の生活環境における位置づけ、集落の特性に応じた生活圏の再構築を想定したサービスの導入手法を検討すべきであるが、それらについての研究は十分に蓄積されていない。

このような問題意識のもと、本研究グループでは、深川市納内地区において事業者及び地区住民に対する調査を実施した(大伏ら:2018)。ここでは、サービスを提供する「事業者」に加えて、サービスを受ける「利用者」や、その家族や近隣の「関係者」が相互に働きかけることにより、住民の購買環境及び地域居住を支える社会関係が構築されていることが明らかになった。しかし、この研究の調査時に協力を得ていた事業者も、2019年度での撤退を示唆しており、事業の持続性には課題が山積している。なお、北海道における地域の集落構造と移動販売の関係に着目した関(2015)は、本州の中山間地との比較から、地域の濃密な住民組織や移動販売などが低調であることを指摘している。同じ移動販売という形態であっても、地域の実情に応じてその導入から経営の維持、地域住民による生活上の位置づけに至るまで、各事業者は、試行錯誤を経て現在に至っている。

そこで、本研究では、北海道で実施されている移動販売事業について、各事業者による事業運営のプロセスを明らかにする。そのうえで、移動販売が地域住民の生活において担う役割を分析し、今後の事業支援のあり方を考察することを目的とする。

2. 研究方法

調査は、以下の3つの段階で進める。

(1) 事業者に対するヒアリング

道内における事業者の取組内容と事業実施の経緯、サービス維持のための試行錯誤の実態を明らかにするため、ヒアリング調査を実施する。

対象とする事業は、経済産業省が2013年度に実施した「地域自立支援型買い物弱者対策事業」に採択された事例、及び同省がとりまとめた、9年分¹の「地方公共団体における買い物弱者支援関連制度一覧」への掲載があった事例のなかから、2018年時点で移動販売事業を行っている事例、高齢者施設だけでなく、住宅地での販売も行っている事例を選定した。本研究では、上記の基準に該当する7事例を対象とする。

(2) 対象地域の地理情報把握

移動型サービスが展開されている地域の特徴を把握するため、総務省統計局が運用しているjSTATMAPを活用する。本報告では公開されている中で最新の2015年実施の国勢調査をもとに、地域の特徴を把握する。なお、移動販売車の出発地点から30分以内に到達可能なエリアの試算にあたっては、平成27年度の道路交通センサス結果を参考とした上で、旅行速度を時速40キロと設定している。本文中に示す「地区別人口密度と巡回地域」の図は、全てここに記す情報から作成している。その他の図表については、事業者に対するヒアリング及び同乗調査に基づき作成している。

(3) 同乗調査

事業の実態を詳細に把握するため、協力が得られた2事例（合同会社フカイチフーズ、雄武町商工会）について移動販売車に同乗し、観察を実施する。観察の際、ルート、利用者の乗降時刻、販売員の行動や停車位置を用紙に記録する。また、停車位置の経緯について、移動中や休憩時間を利用し可能な範囲で聞き取りを実施する。

II. 調査結果

1. 調査事例の概要

調査の対象事例を表1に示す。事業主体別にみると、商工会から地域のコンビニエンスストアまで、多岐にわたることに加え、他の業者との競合が生じている地域の存在が読み取

¹ 公表されている入手可能なリストは平成23年度～平成31年度の9年分である。

れる。次に、展開エリアを図 1 に示す。低密度の居住地域が含まれており、ビジネスとしては決して好条件とは言い難い中、どのような背景や意図によってこれらの事業が成立しているのかについて、これから明らかにしていく。

表1 調査対象事例一覧

No.	市町村	事業主体 (販売車名称)	運転手 販売員	補助金名称	巡回頻度	巡回開始	競合有 無	補助金 条件
1	標津町	標津町商工会 (どこでもカウモン号)	1人	町：移動販売サービス事業 厚労省：ふるさと雇用再生特別 対策推進事業	1、2回 (月～金)	2010年 4月	無し	不明
2	新冠町	新冠町商工会 (らくらく号)	2人	町：高齢者等買い物支援事業	週1回 (月～金)	2011年 11月	1社	見守り
3	厚真町	ハマナスクラブ厚 真藤井店	1人	町：暮らしの安心サポート事業 町：高齢者世帯食材提供サービ ス事業	週1回 (月～金)	2013年 6月	1社	見守り
4	鹿追町	鹿追町農協	2人	経産省：地域自立型買い物弱者 対策支援事業	2週に1回程 度 (13コー ス)	2013年 9月	無し	500m制限
5	根室市	タイエー (タイちゃん)	1人	経産省：地域自立型買い物弱者 対策支援事業	週1回 (月～土)	2014年 2月	1社	500m制限
6	深川市 妹背牛町 秩父別町 北竜町 沼田町 幌加内町	合同会社フカイチ フーズ (買い物カーゴ)	1人	経産省：地域自立型買い物弱者 対策支援事業	週1回 (月～木)	2013年 9月	2社	500m制限
7	雄武町	雄武町商工会 (ひので丸)	3人	内閣府：地方創生推進交付金 町：買物環境向上事業	週1回 (火～金)	2018年 2月	無し	見守り

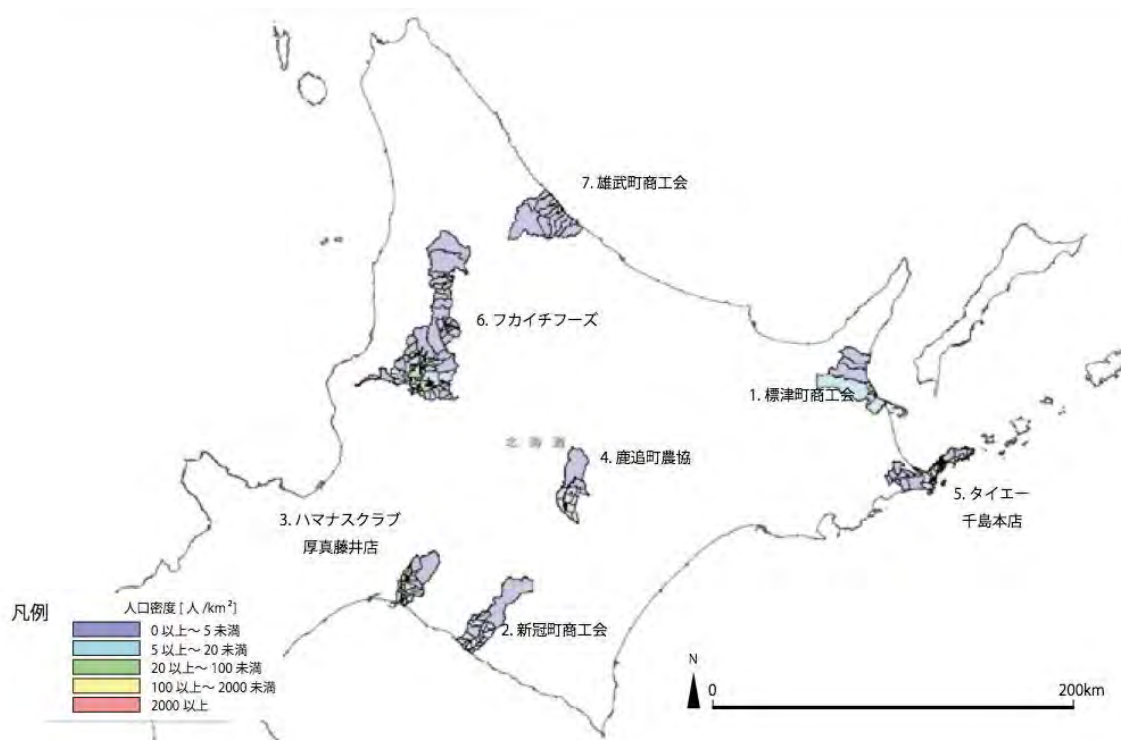


図 1 対象事業の展開エリア

2. 各事例の事業経緯

(1) 標津町商工会「どこでもカウモン号」

①地域の概要

根室管内の標津町は人口約 2,500 人を擁する町で、オホーツク海側に面して形成された市街地から北西方向へと酪農地帯や山間部が続いている（図 2）。低密度な人口分布を示す北部の中でも薫別地区は、販売車の 30 分圏外に立地しており、市街地へのアクセスは必ずしも良いとはいえないことがうかがえる。市街地にはコンビニや商店街があるものの、多くの町民は隣町の店舗まで車で移動し、買い物を済ませている。複数の公営住宅の中央部で行われている移動販売は、不足する商業機能を補うものとして位置づけられている（図 3）。

②事業の経緯

事業の経緯を図 4 に示す。隣町への購買力の流出を受けて、商工会が協議し、移動販売車を導入することになった。当時、商工会が移動販売を運営することは初めての試みであり、手探りの状態から事業は開始された。

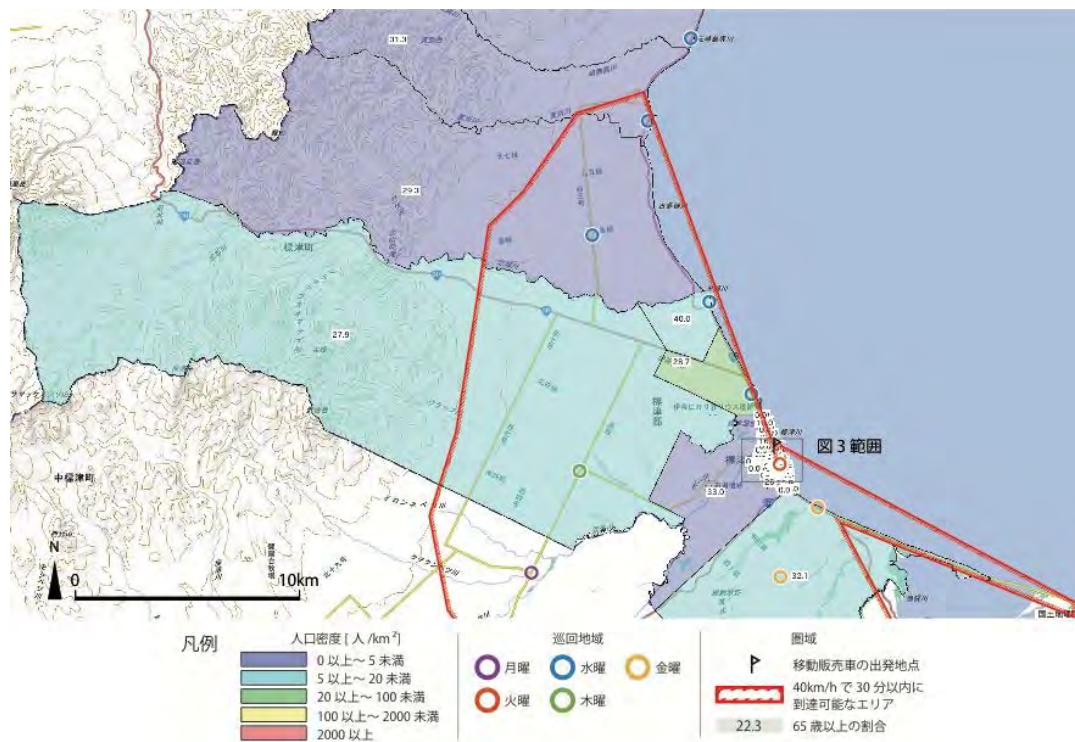


図 2 標津町の地区別人口密度と巡回地域

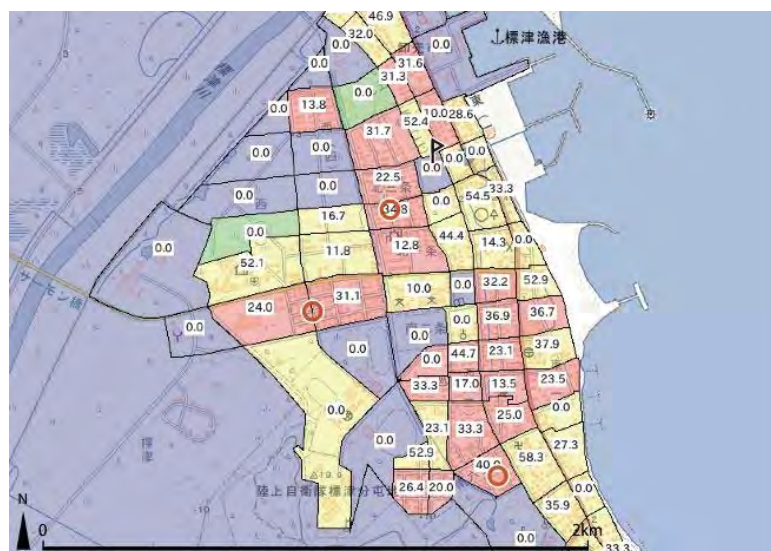


図 3 標津町市街地の地区別人口密度と巡回地域

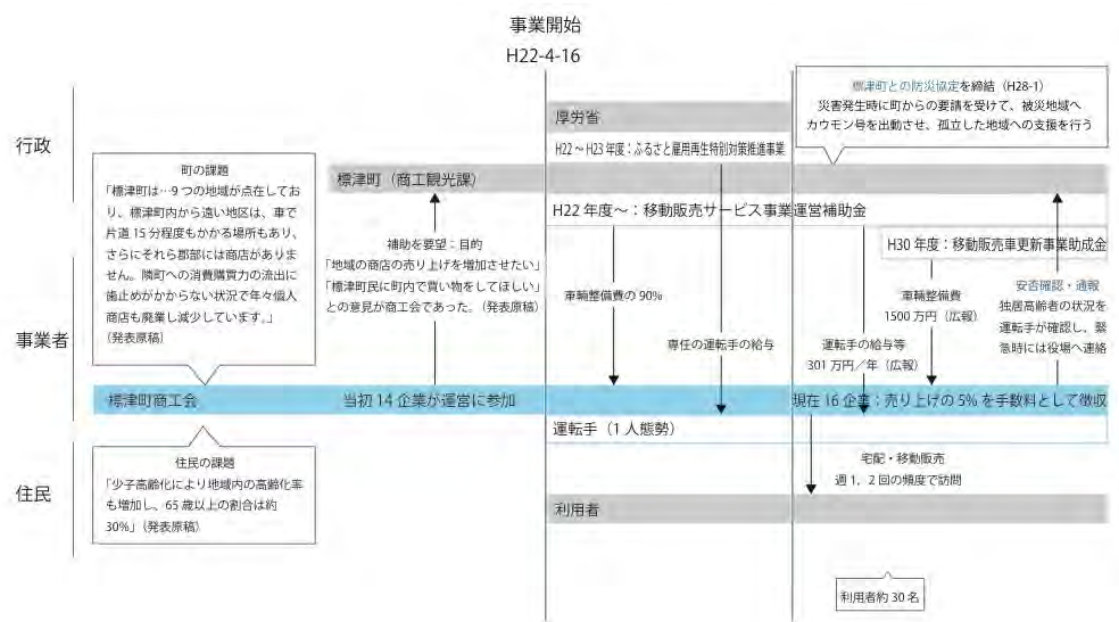


図4 標津町における事業の経緯

(2) 新冠町商工会／らくらくにいかっぷ運営協議会「らくらく号」

①地域の概要

日高管内の新冠町は人口約 5,600 人を擁する町で、北東部は山岳地帯で南西側は太平洋に面しており、海岸に沿って市街地が形成されている。2016 年には町内唯一の生鮮食料品を扱う店舗が閉店したため、隣町で買い物せざるを得ない状況が続いていた。(2018 年 12 月に生鮮品を扱う店舗が市街地に開店している。)

新冠川の両岸に点在する集落では競走馬の飼育や酪農が盛んに行われており、牧場の有無によって高齢化率に差がみられる(図 5)。また、30 分圏外である北部の一部地域への巡回も行っていることから、店舗へのアクセスの不便な地域の解消に移動販売が役立てられていることも読み取ることができる。

②事業の経緯

事業の経緯を図 6 に示す。商工会に加盟する町内の店舗数減少を背景に、危機感をもった新冠町商工会では 2011 年 11 月から 1 年 5 か月を試行期間として宅配事業「らくらくにいかっぷ」を開始する。翌々年度の 2013 年 4 月からは、町の支援により専用車両(軽トラック)を導入し、見守り活動を兼ねた事業として本格的に開始する。見守りチェックシートが用意されており、販売員はこれを参考にチェックを行っている。

利用にあたっては、買い物支援事業への登録が必要であり、2018 年 5 月 17 日時点では 79 人の登録がある。2017 年度の実績によると、移動販売は 1 日 12 人程度の利用があり、販売額は 2 万円程度と収益性の観点では厳しい金額だが、「高齢者世帯等への福祉事業であることが大前提」であるため、当面は継続する。

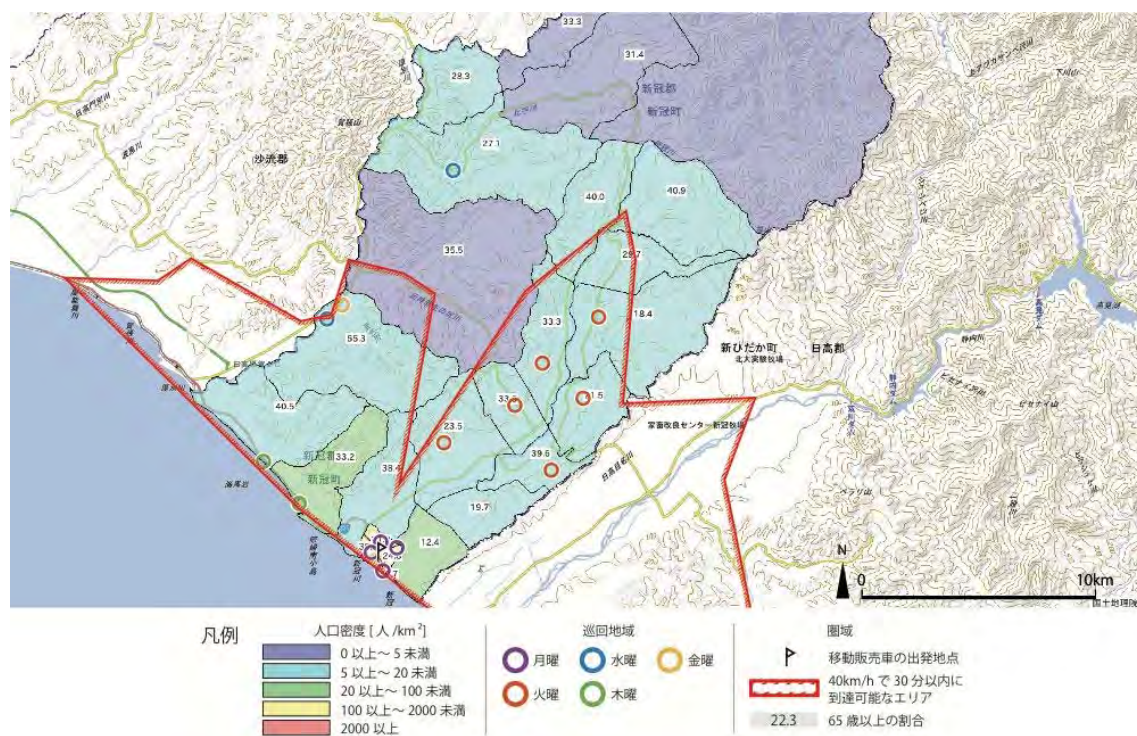


図 5 新冠町の地区別人口密度と巡回地域

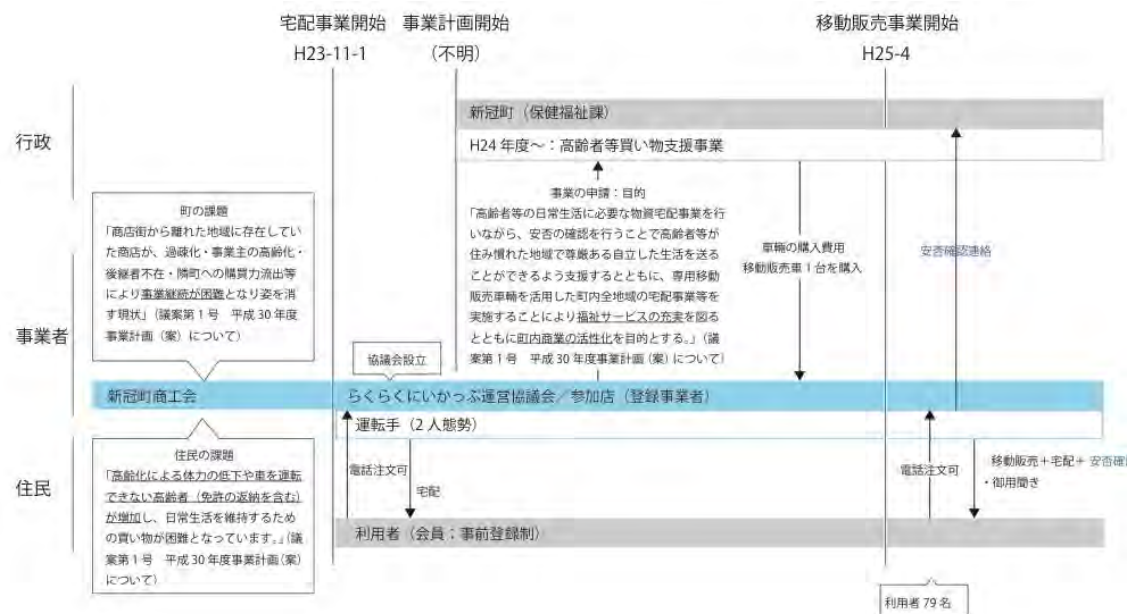


図 6 新冠町における事業の経緯

(3) 厚真町商工会／ハマナスクラブ

①地域の概要

胆振管内の厚真町は人口約 4,800 人を擁する町で、山に囲まれた市街地のほか、南側には上厚真地区がある。高齢化率でみると、外縁部の山間地域を中心に 40%を超えており、それに合わせて移動販売車の巡回が行われている。販売車の出発地点は町の中心部にあるため、30 分圏内で町のほとんどのエリアへの到着が可能となっている（図 7）。また、曜日ごとに集約したコースを巡回している。

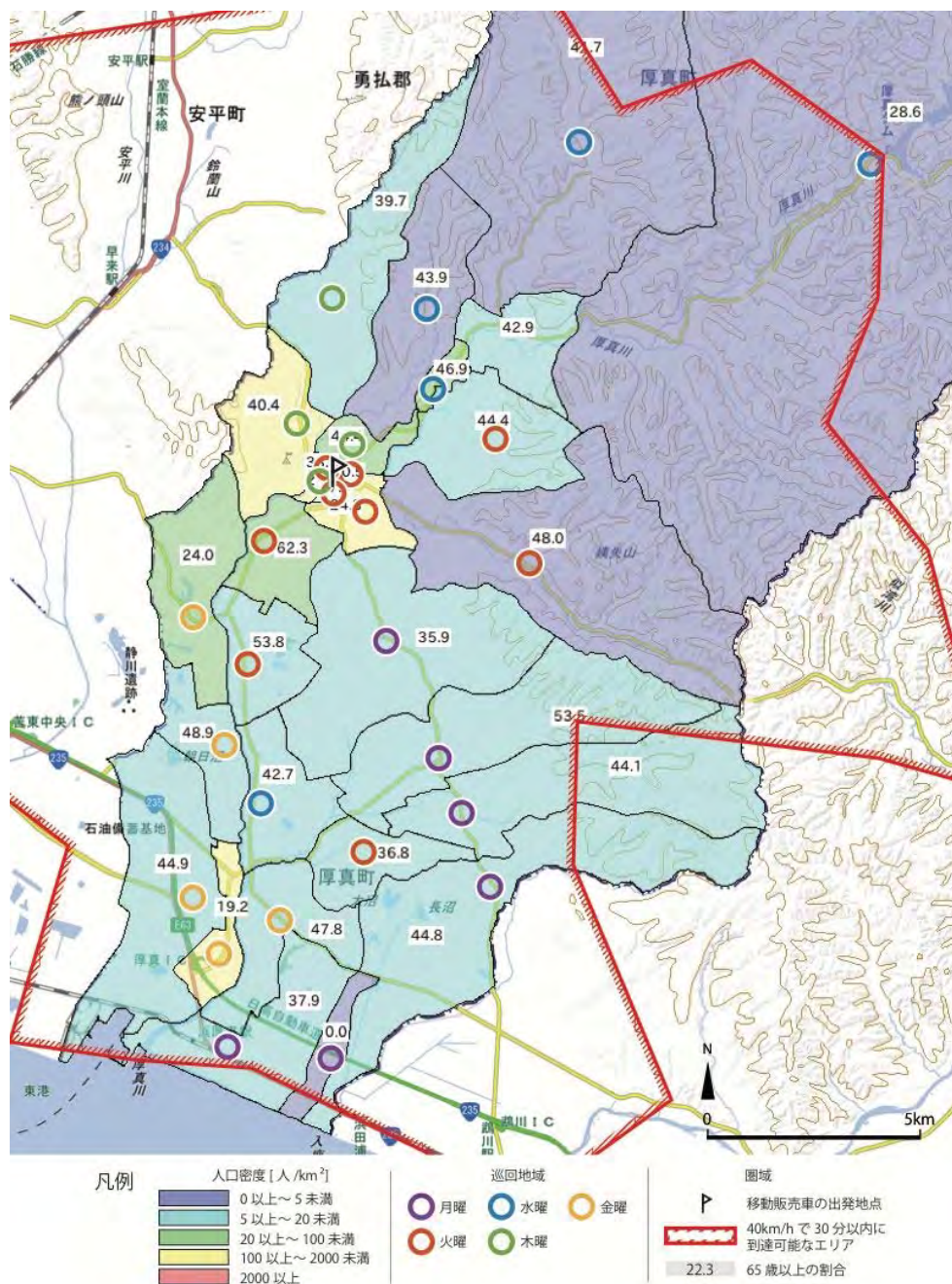


図 7 厚真町の地区別人口密度と巡回地域

②事業の経緯

事業の経緯を図 8 に示す。町からの補助を受けて厚真町商工会が行っていた事業を、現在はコンビニエンスストアが引き継いでいる。町の補助金は販売員の人件費に加え、ガソリン代や広告費といった諸経費に対して支払われ、2017 年度の交付決定額は 278 万円余りとなっている。補助金の交付は見守りを条件としており、補助金交付要綱によってあらかじめ定められたチェックシートに則った見守りサービスが行われている。町と事業者の間で交わされた覚書には、具体的な見守り活動の内容が記されており、それによると販売員は利用者と「言葉を交わす又はあいさつをする程度」の見守りを行い、異変を察知した際は、消防や警察、町への通報・連絡を行うこととされている。

サービスの利用にあたっては、事前登録が必要な会員制としており、事業者は登録を前提に、各利用者の自宅を個別に巡回している。

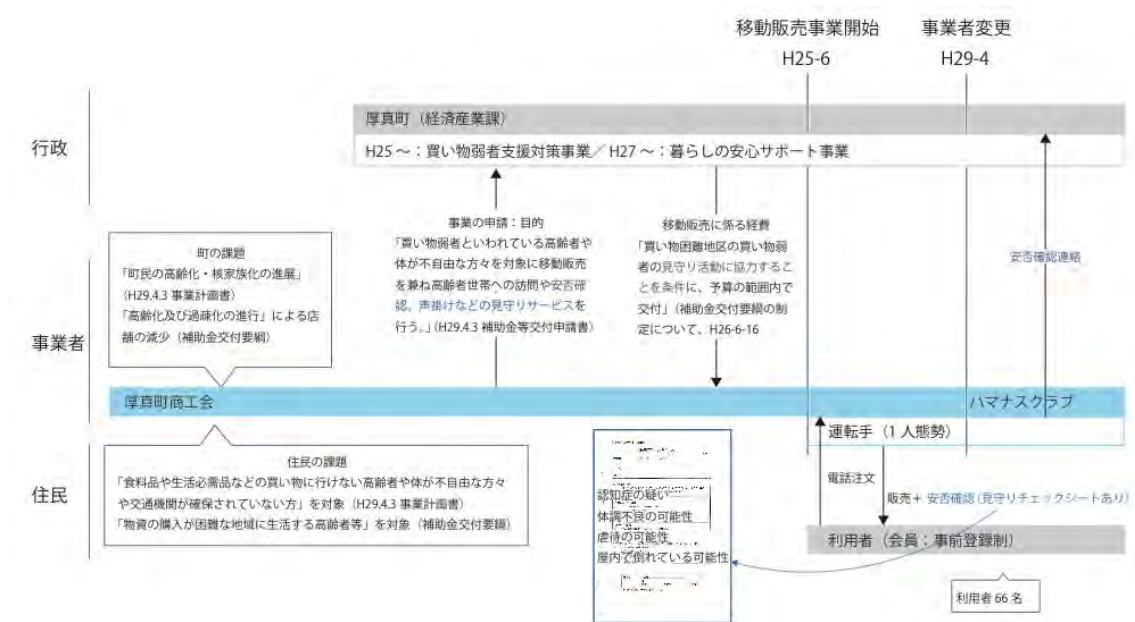
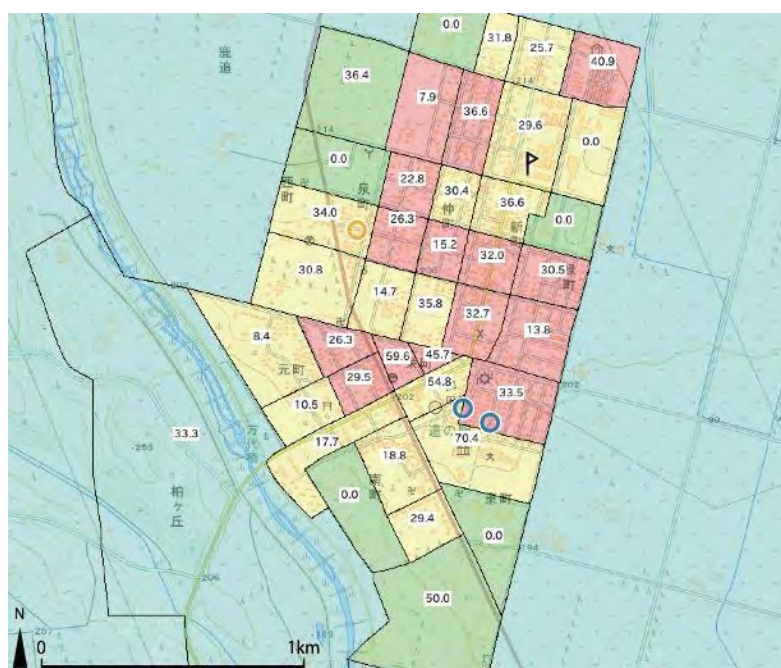
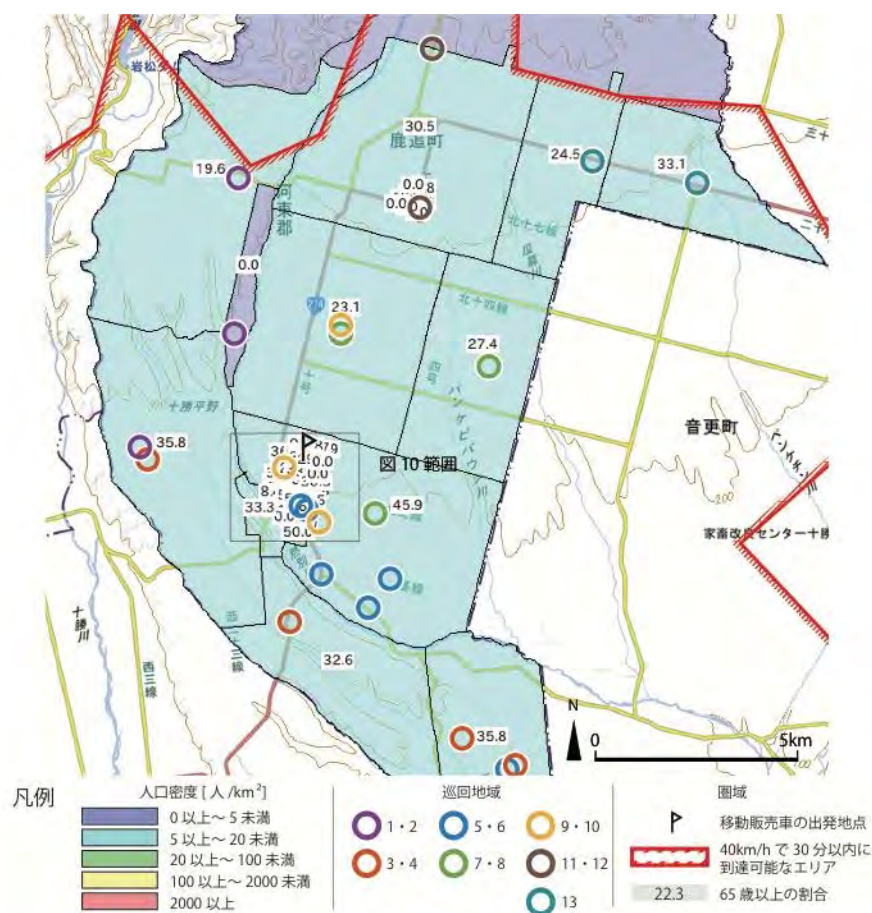


図 8 厚真町における事業の経緯

（４）鹿追町農協

①地域の概要

十勝管内の鹿追町は帯広市の北西約 25km に位置し、約 5,500 の人口を擁する町である。酪農を基幹産業としており、散居型の居住形態をとる。広大な町内ではあるが、道路網が整備されているため、市街地から 30 分以内にすべての地域に到着することができることが読み取れる（図 9）。市街地においては、高齢化率の高さが明快に表れており、店舗までのアクセスが難しい住民の増加が予想される（図 10）。



②事業の経緯

事業の経緯を図 11 に示す。鹿追町農協では組合員を対象に、およそ半世紀にわたって移動購買事業²を行ってきた。補助を受けて導入した 2 台の車両のうち、ワゴン車は宅配用として 2013 年 5 月から、移動販売車は 2013 年 9 月から巡回を行っている。「移動購買車」のさらなる利用を図るため、新車両の導入を契機にこれまで農協組合員に限られていた対象を拡大し、高齢者専用住宅や特老・身障者グループホームへの巡回も行っている。また、2017 年 4 月からは、新たに多くの高齢者が住む公営住宅を巡回しているが、これは農協職員が町内会の会合に出席し、停車を打診したことがきっかけとなって実現したものである。

これらから、公的な補助の導入に係る経緯は、それまでの農村部に住まう農協組合員／市街地に住まう非組合員の枠組みを越えて、移動販売サービスの対象を地域住民全体へと拡大していく一連の動きとして理解することができる。

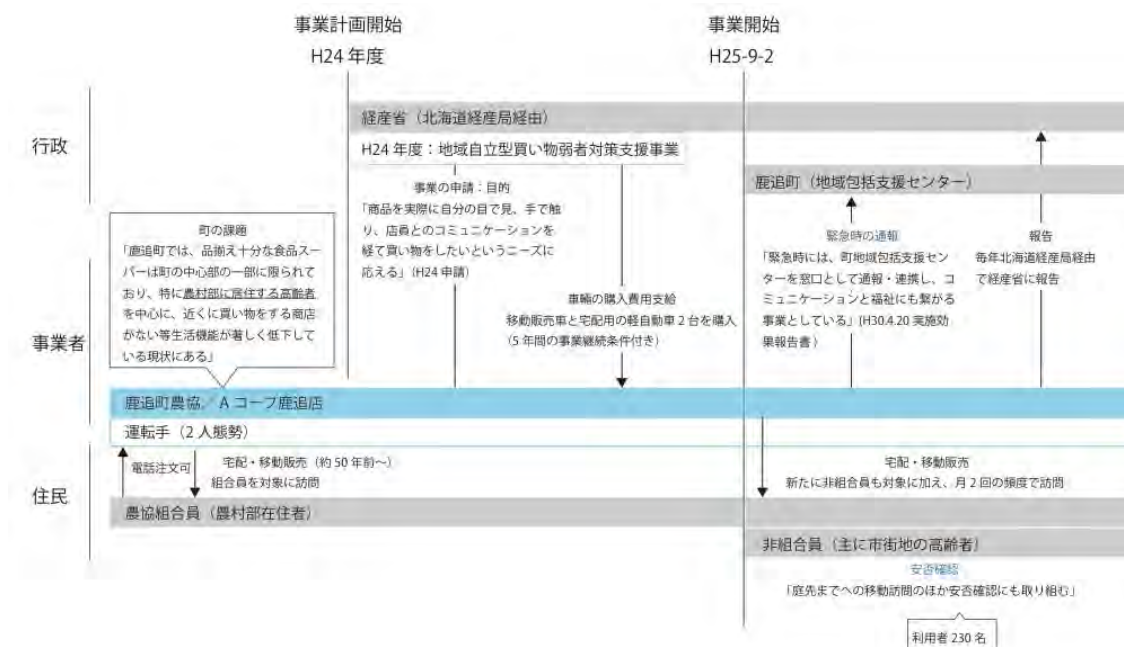


図 11 鹿追町における事業の経緯

（５）タイエー「タイちゃん」

①地域の概要

根室市は北海道本島の最東端に位置する人口 27,000 人の市で、漁業と酪農が基幹産業となっている。漁業が盛んな東部においては、オホーツク海・太平洋両岸とも、漁村集落が点在していることから、一定の人口密度が保たれている。一方で、酪農が盛んな西部についてみると、人口密度が低く、さらに、東側に比べて市街地からのアクセスが悪いといえる（図 12）。市街地においては公営住宅に加え、各住宅への細やかな巡回も行われている（図 13）。

² 農協では一般に、移動「購買」の名称を用いている。

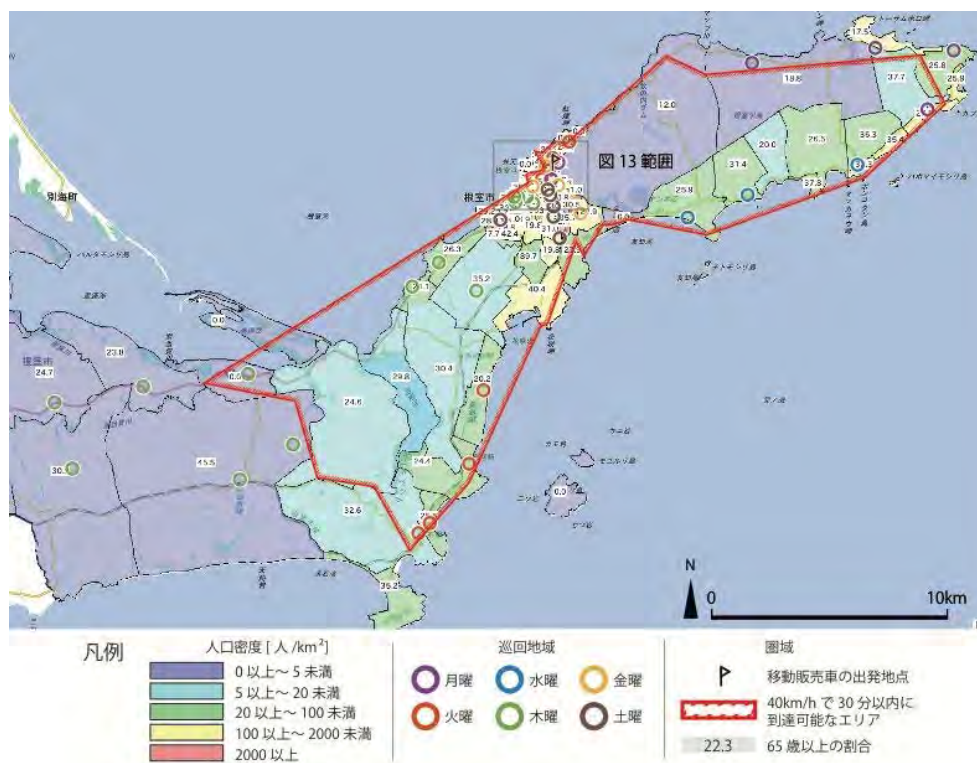


図 12 根室市の地区別人口密度と巡回地域

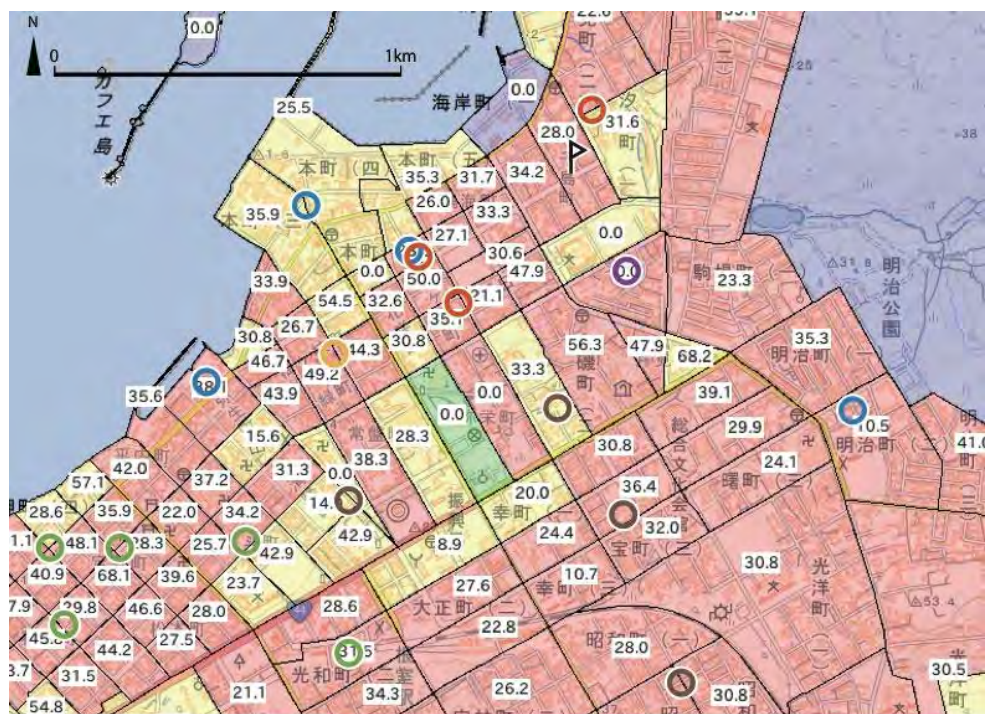


図 13 根室市街地の地区別人口密度と巡回地域

②事業の経緯

事業の経緯を図 14 に示す。2007 年から市内での御用聞きサービスを行っていた地場コンビニエンスストアのタイエーでは、客から「品物を手に取って選みたい」という要望が寄せられたため、移動販売車の導入を検討することになった。2013 年の暮れに、巡回コースや要望品目の確認と宣伝を兼ねて、利用者に対するアンケート調査を行い、需要の把握に努めた。その 3 か月後となる 2014 年 2 月に、移動販売を開始する。アンケート調査に加え、停車位置を常連客による紹介を通じて客数は 100 人ほどに増加し、2018 年現在、月曜から土曜の週 6 日間、市内各地を巡回している。

販売員兼運転手によると、コンブ漁や酪農の繁忙期には、巡回ルートを変更して、昼休み時の需要の取り込みを工夫して行っており、例えば 11 時から 14 時がピークとなる夏場の昆布干しに合わせて弁当の販売や野菜の販売を行ったり、魚介類を求める酪農家の要望に応えたりしている。

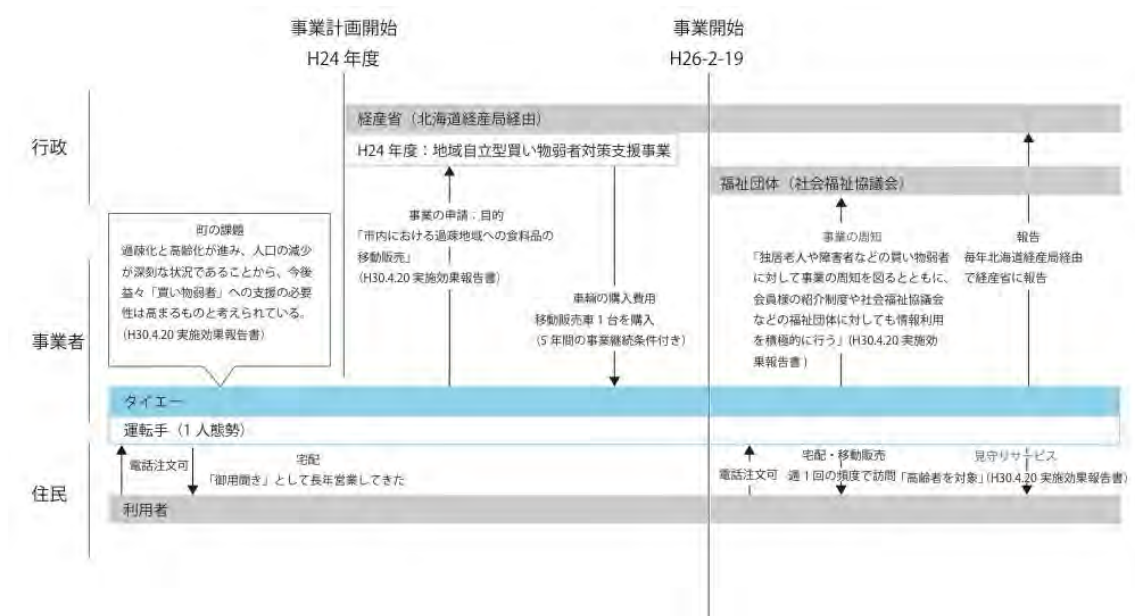


図 14 根室市における事業の経緯

（6）フカイチフーズ「買い物カーゴ」

①地域の概要

空知管内の深川市・妹背牛町・沼田町・北竜町・秩父別町と、上川管内の幌加内町から成る 1 市 5 町は、北空知圏³として位置づけられており、行政サービスを広域で分担するなど、深い結びつきにある。稲作が盛んであり、納内、一已といった屯田兵村に由来する散居形態のほか、各自治体の市街地が島状に点在する都市構造を有している。

秩父別町・沼田町を通る留萌本線や、かつて幌加内町を通っていた旧深名線は深川駅を起点としており、かつて深川は交通・物流面の要衝として位置づけられていた。かつて深川駅

³ 1971（昭和 46）年に設置された「北空知圏振興協議会」が事務を担う。幌加内町は 2010（平成 22）年の上川振興局への変更に伴い、2011（平成 23）年以降はオブザーバーとして参加している（文献 4）。

前に立地していた歴史を持つ市場は、郊外への移転・小売事業への転換後も地域との結びつきを重視しており、30分圏の外側へも移動販売を行っている（図15）。

また、片道2時間の移動を伴うにも関わらず、幌加内町の最北、母子里地区での販売も行っている（図16）。

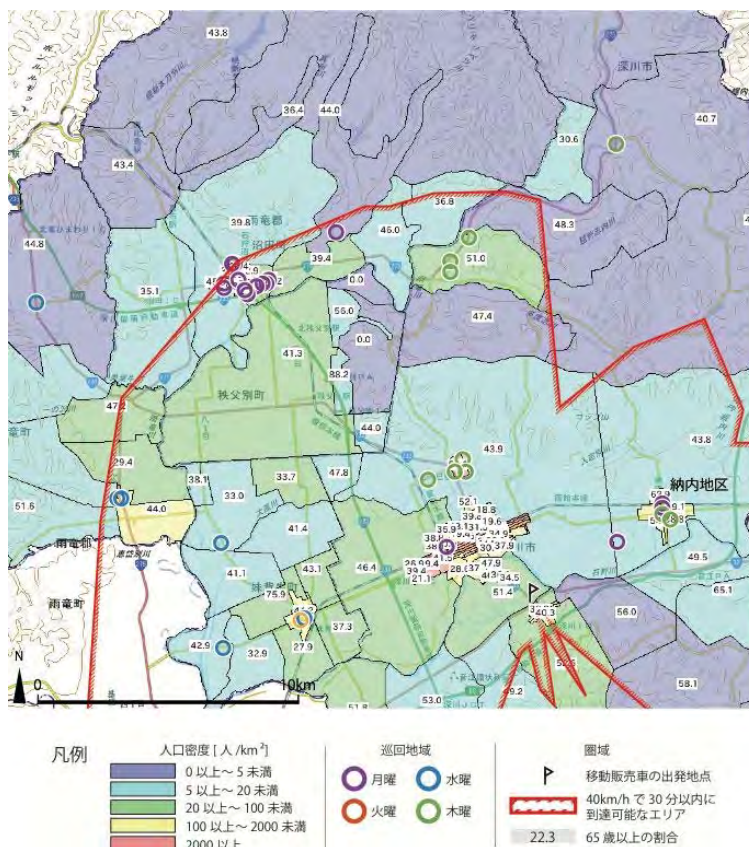


図15 深川市・秩父別町・沼田町・北竜町の地区別人口密度と巡回地域

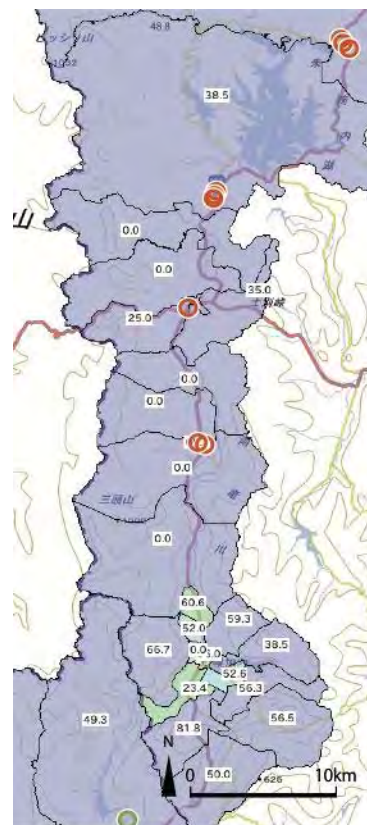


図16 幌加内町の地区別人口密度と巡回地域

②事業の経緯

事業の経緯を図17に示す。かつて深川市の公設卸売市場を運営していた大印深川市場は、生鮮食料品を中心に、地域の食品流通に関わってきた100年以上の歴史をもつ。公設時代からの信用を活かし、行政からの後押しを受け、2013年度の事業に採択された。社長によると、地域への恩返しと高齢社員の再雇用を目的にしているという。卸売市場法により制限されている小売を行うために、フカイチフーズを子会社として2013年2月に設立、同年9月から、巡回を開始した⁴。

1市5町の広大な地域を巡回するにあたり、卸売市場時代に取引のあった個人商店との関係が活かされている（図18）。生鮮食料品の販売に必要な大型冷蔵庫の更新や販売許可といった負担から、廃業が相次ぐ地域の個人商店に横付けすることで、既存店舗との共存を図っている。

⁴ その後、2013年12月末に卸売市場は閉鎖され、現在は親会社も含めて小売りを中心に事業を展開している。

表2 地域の沿革

年月	出来事
2013年9月	フカイチフーズが事業を開始 納内地区の個人商店にも巡回を開始（金曜・週1回） 新聞配達を行う個人商店主、農村部の住民を業者に紹介する
2016年9月	Aコープ納内店が閉店 「500m制限」を考慮する必要がなくなる 旧店舗跡地での拠点販売を開始
2017年12月	町内会長が業者側に利用者を紹介
2018年6月	納内の巡回日が金曜から木曜に変更
2018年11月	納内の巡回日が木曜から月曜に変更

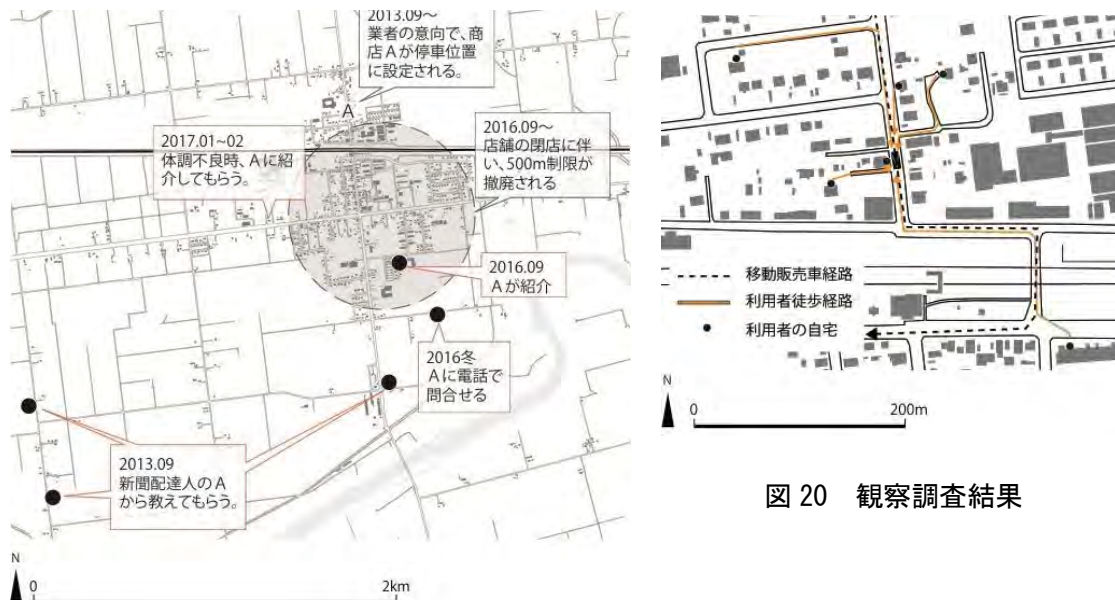


図19 個人商店主による「差配」

2013年9月の事業開始時には、これまでの取引先である個人商店に横付けするかたちで集合販売の拠点が形成されたが、その後、商店主からの紹介により、停車位置が広がっている。また、商店主による近隣住民との日常的な近所付き合いにより、移動販売の際には、多数の住民が訪れている。観察調査時に立ち寄った5人のうち、3人は買い物を終えた後も店内に戻り、会話を楽しむ様子が観察された。

④民間事業者撤退地域での取り組みに関する同乗調査結果

次に、フカイチフーズが幌加内町で行う個人宅への販売の様子を取り上げる。出張販売を

幌加内町でも行っている⁵こともあり、移動販売を開始して以降も、町への巡回は続けている。

幌加内町在住の N さんは、現在、フカイチフーズの移動販売を利用している（図 21）。2 年前、旭川に本拠を構え、毎週巡回していた業者が移動販売事業から撤退したため、それ以降の買い物はほとんどフカイチで済ませている。

足を傷めてからは、車内に入って買い物することもできなくなったため、「買い物」は玄関で行われる。事前に注文していたティッシュペーパーやキッチンタオルといった日用品を受け取った後、販売員が候補の品物をいくつかから選び、コンテナに入れて再度玄関に戻る。

古くからの業者と地域の結びつきにより、遠距離にも関わらず巡回が続けられている。加えて、販売員による、困っている人に物を売りたいという意欲に支えられ、適材適所のサービスが提供されている。



図 21 個人宅での個別対応の様子

（7）雄武町商工会「ひので丸」

①地域の概要

オホーツク管内雄武町は、人口約 4,500 人、漁業と酪農が基幹産業の町である。唯一のスーパーマーケットが立地する中心市街地のほか、市街から 3km 離れた魚田地区、10km 離れた幌内地区・沢木地区の人口密度が比較的高い。

酪農が盛んな山間部においても、個人宅での販売を行っている。町全体を俯瞰すると、全ての停車箇所が 30 分圏内に収まっていることが確認できる（図 22）。

市街地においても独居高齢者宅を中心とした巡回が行われている（図 23）。

⁵ 現在も毎週木曜・金曜に「まるよしフードセンター」において、出張販売を行っている。



図 22 雄武町の地区別人口密度と巡回地域



②事業の概要

事業の経緯を図 24 に示す。雄武町商工会では、「御用聞きサービス」と称した買い物支援の取り組みを 2011 年 8 月から行っている。翌月に発行された町の広報(広報おうむ:2011)によると、「この事業では、いろいろな事情で自由に買い物できない人を対象に、食料品やその他日用品などの宅配サービスを実施。担当のスタッフが定期的にご用聞きに訪問することで、高齢者の安否や健康状態の確認もあわせて行います。」と記されており、当初から御用聞きを主な目的としながら、福祉的な効果も意図していたことが読みとれる。

2017(平成 29)年度以降は、内閣府の補助金である「小さな拠点事業」に採択されたことから、2 トンロングトラックを導入し、「地域のふれあい拠点」として活用する取り組みを行っている。具体的には、公民館前等での拠点販売を行うことで、「生産基地となっている集落地域に住む町民が安心して暮らしていく」ことを目指している(図 25)。

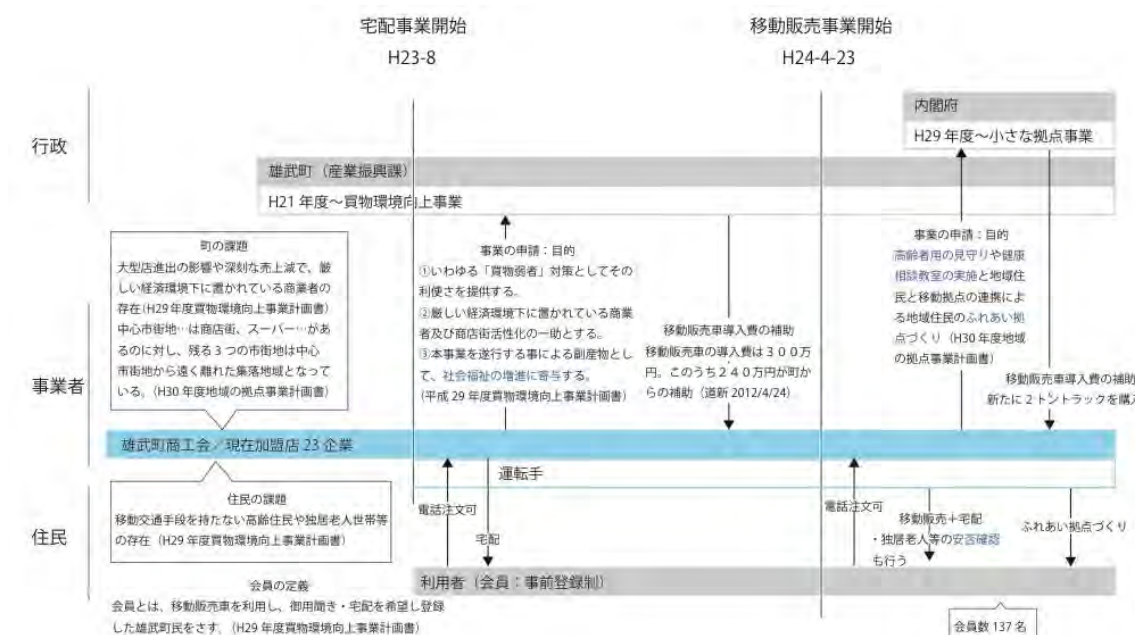


図 24 雄武町における事業の経緯



図 25 公民館前で集合販売を行う「ひので丸」

③漁村集落での取り組みに関する同乗調査結果

本節では、雄武町商工会（以下、本節では商工会と表記する）が拠点を立てて巡回する 3 地区のうち、幌内地区と沢木地区で行われている移動販売の様子について、同乗調査の結果を記す。

両地区とも、それぞれ中心市街地から 10km 離れて位置しており、食料品店舗が既に廃業しているため、買い物が困難な地域である（表 3）。また、幌内地区においては住民の 7 人に 1 人、沢木地区では 5 人に 1 人が漁業従事者であることから、水産業が盛んな地域であることがうかがえる。

表3 雄武町内の2地区の概要

	幌内地区（幌内上町＋幌内浜町）	沢木地区（新沢木＋元沢木）
位置	市街地から北西に10km	市街地から南東に10km
人口（2015年国勢調査）	153人	404人
人口密度（同）	163.6 [人/km ²]	51.1 [人/km ²]
漁業従事者数・割合（同）	23人・15%	90人・22%
利用者数（2019年10月同乗調査）	14人（水曜日）	11人（木曜日）
商工会が拠点として位置づける公共施設	幌内歴史と生活の家 駐在所跡地	元沢木 寿の家 沢木地区 住民センター
その他の拠点	水産加工場前	住宅街中心部の路上

2018 年に行った聞き取りを踏まえ、詳細な利用実態を把握するため、2019 年 10 月 1 日から 4 日までの期間、移動販売車に同行した。その結果、幌内地区では水産加工場前での 30 分間の停車が確認された（図 26）。

沢木地区では高齢者に加え、昼休みの時間内での買い物を行う加工場の従業員を対象とした巡回が行われている（図 27）。水産加工場に勤務する X と Y は昼休みの時間の都合上、利用時間が限られている。一方、両者の中間地点では個人宅前に停車している 17 分間に、同時に 3 人の利用者が集う「自然発生的な拠点」がみられた。

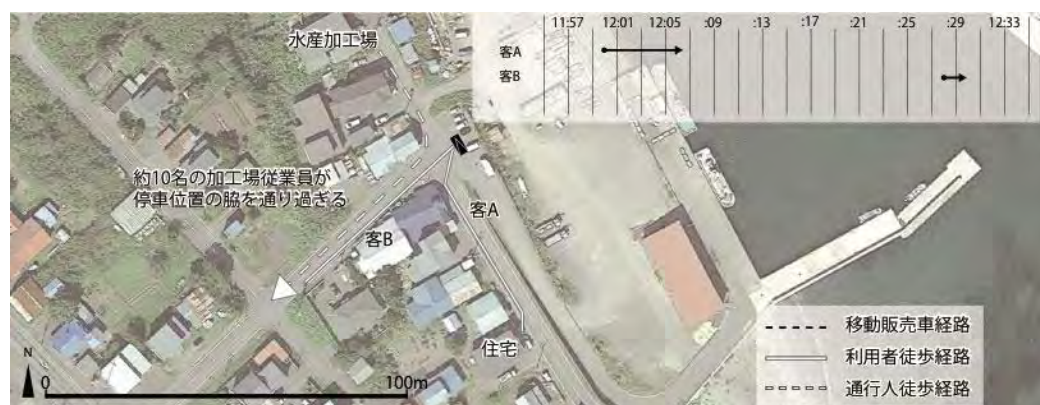


図 26 幌内地区での移動販売の様子

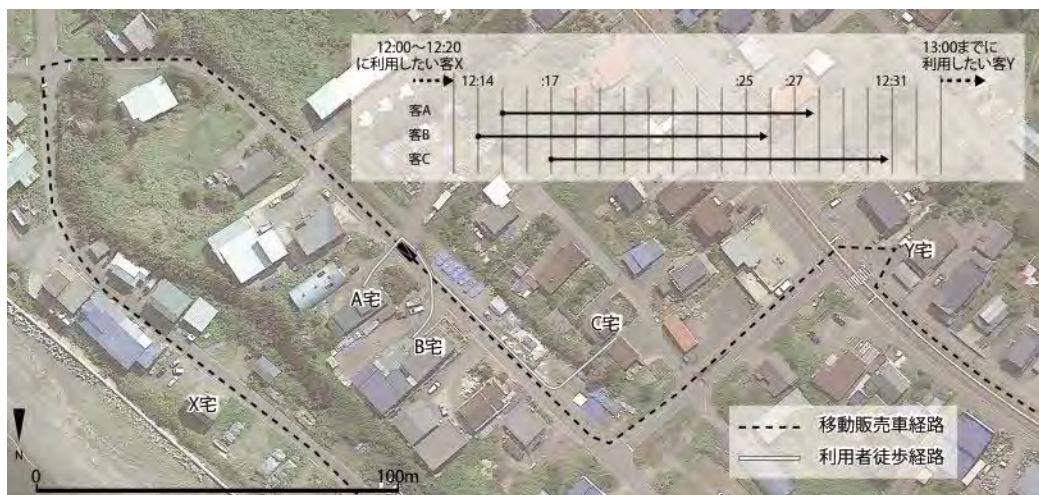


図 27 沢木地区での移動販売の様子

④福祉的取り組みに関するヒアリング・同乗調査結果

次に、商工会が行う福祉的な取り組みの詳細について記す。

通常の業務日報に加えて、8年以上が経過した現在も、安否確認のチェックシートを兼ねた「御用聞き日報」への記入を販売員は続けている。「業務日報」が人数や業務上の連絡を記す事務的な内容であるのに対して、「御用聞き日報」ではあらかじめ登録された個人名がリストにまとめられており、在宅の有無や販売員が当日の様子を書き込むことのできる備考欄があることが特筆される。例えば、火曜日の巡回を終えて「調子が悪いと話していました」と記されている（図 28）。

ご用聞き日報				
〇月 / 〇日 (火曜日)				担当者氏名: 〇〇
NO.	氏名	住所	在宅の有無	備考
1	〇〇	〇〇	有・無	
2	〇〇	〇〇	有・無	
3	〇〇	〇〇	有・無	調子が悪いと話していました
4	〇〇	〇〇	有・無	

図 28 記入済の「御用聞き日報」

接客の際、心がけていることを尋ねたところ、以下の返答を受けた。

「元気でね」とか「頑張ってね」とか言うのを止めて、「お互い頑張ろうね」って言うように変えたの。なんというか、むっとされたり、「なんか死ぬみたいな言い方でしょ」って言われたときに、「いやあそうじゃないんだけど、そういう言い方をすることで、こう悲しませたりとか、そういう思いをさせてしまうんだな」っていうのをすごく感じて。[...]やっぱりその、今これから生きていく人と、これからもうちょっとしたら人生が終わる人では、言葉がけが一緒じゃダメなんだなっていうことを分かって、分かってというよりは、それは経験してただけ。[...]じゃあなんて言えばわかってももらえるんだろうかっていうときに、「来週私も頑張って来るから、おばあちゃんも頑張って居てね」って、「また会えるよね」っていう言葉に変えたときに、「楽しみに

してるからね」とか「またあんたのかけてくれる一言がうれしいよ」って言ってくれることがあって。図書館にも行って、どういう会話の仕方が良いのか、とかいうのを勉強しました。

この発言から、利用者に対する言葉遣いを注意し、自主的に接客を向上させようとする販売員の姿勢が垣間見える。

Ⅲ. まとめ

本研究では、北海道内で実施されている公的支援制度を受けている移動販売事業の実態を把握した。移動販売事業の実施経緯の特徴をまとめ、移動販売が地域住民の生活において担う役割及び、今後の事業支援のあり方を考察する。

1. 移動販売事業の実施経緯と移動販売が担う役割

本研究で対象とした7事例のうち、事業主体は地元の商工会、農業協同組合、民間小売事業者（コンビニエンスストアや合同会社）などがあった。移動販売をはじめた経緯として、商工会については、人口減少に伴う地元店舗や購買客の減少に危機感を持って移動型サービスを開始する際、車両の確保に対して公的補助を得ること、福祉的なサービスを加えることで現在の業態に至っている。コンビニエンスストアの一部は、この商工会から事業を引き継いでいる。また、農業協同組合や商工会の一部では、農業や漁業の生産者を対象として、繁忙期の購買活動を支えるサービスとして開始されている。その後、組合員や生産者に限らず、市街地の公営住宅などにも対象を拡大している。なお、地域の公設卸売市場として長年に渡り生鮮食料品を中心とした流通に関わってきた実績を活かし、小売を行うための合同会社を設立し、巡回販売を実施しているものもある。人口減少という背景における買い物弱者対策であるが、例えば、雄武町幌内地区・沢木地区では、昼休み等の勤務外の時間を利用した買い物が集落単位で行われることで、停車時間が定着し、合間を縫うように立ち寄る一般の買い物客も複数の場所で観察された。生産地の住環境を支えるサービスとしても機能していることがわかる。

また、いずれも採算性においては厳しい状況が続いているが、各事業者は福祉的役割を担っているという自覚があり、人口密度が低く高齢化率の高いエリアへの巡回を続けながら、市街地での販売拠点拡大を目指した営業や、廃業する小売店舗の代替的な役割を請け負う拠点づくり、利用客との密な信頼関係の構築などの努力がみられる。民間事業者が実施しているものであるが、公的サービスとしての移動販売が定着していることがわかる。

2. 今後の支援事業のあり方

ここでは、特に、同乗調査を行った合同会社フカイチフーズと、雄武町商工会の取組を比較してみることで、移動販売事業の役割と今後の支援事業のあり方について考察する。

まず、両者では、拠点販売と個配のいずれも実施しているが、その経緯が異なる。フカイチフーズが移動販売に先立って2012年から始めた出張生鮮市は、地域住民が買い物の場所

として認識していた個人商店との共存を意図した取り組みであり、定期的な巡回を行うことで、常連客が定着していった。その翌年、移動販売を計画する際には、常連客を通して得た巡回日や品目に関する要望や売上データが、巡回地域の優先順位に関する判断材料となった。実際に移動販売をはじめてからも、常連客が定着し、近隣住民の寄り合い場所になったり、個人的な紹介や相談から個配が開始されたりするなど、長年に渡る地域との関係構築が実践されている。このことから、地域ごとのニーズを段階的に汲み取る手法として地元商店と協働した仮設型のサービスの提供が考えられる。

これに対して、2011 年から町の補助を受けて個人宅への宅配サービスを始めていた雄武町商工会では、福祉的な側面を重視し、一人ひとりのニーズに合わせて、見守り活動を行ってきた。補助金の条件として「拠点販売」を求められ、販売車が軽トラからトラックに置き換わった今でも、その方針は受け継がれている。販売員は時には同じ町に住む主婦、時には週に 1 回の話し相手としてふるまっている。サービス提供圏が町内に限られており、顔見知りによる販売と購買という関係が実践されていることがうかがえる。

民間事業者による極めて公的なサービスである移動販売事業であるが、これらのサービスを維持するためには、金銭的な問題の他にも、事業者内、事業者間での地域住民との相互関係から得られた情報や関係性そのものの引き継ぎ、拠点販売と個配の展開方法、サービス利用者の関与によるサービスの質向上などを検討する必要がある。

謝辞

各事業の担当者には快く調査に対応頂いた。特に、移動販売車への同乗による調査を受け入れて頂いた合同会社フカイチフーズ、雄武町商工会の関係者の皆様には熱く御礼申し上げます。なお、本研究の調査・分析にあたっては、北海道大学大学院工学院修士課程（2020. 3. 修了）の大伏玄泰氏に多大なる協力を得ている。ここに記して謝意を表します。

参考文献

- 1) 浅井 秀子, 熊谷 昌彦 (2014) 「中山間地域における買い物弱者対策に関する取り組み -鳥取県江府町の事例-」『日本建築学会技術報告集』20 (44), pp. 269-272
- 2) 伊勢 昇, 湊 絵美 (2017) 「買い物支援サービス導入による買い物における外出頻度の変化に関する研究」『交通工学論文集』3 (2), A_68-A_75
- 3) 大伏玄泰, 森傑, 野村理恵 (2018) 「移動型サービスの利用を中心とした生活構造に関する基礎的研究-深川市納内町の移動販売事業に注目して」『都市学研究』55, pp. 17-24
- 4) 北空知圏振興協議会 Web サイト <https://kitasorachi.sakura.ne.jp/> (最終閲覧 2019. 11. 27)
- 5) 広報おうむ 2011 年 9 月号
- 6) 株式会社北海道 21 世紀総合研究所：地域連携型商品供給円滑化事業委託業務報告書、2013 年 3 月
- 7) 倉持 裕彌, 谷本 圭志 (2015) 「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：移動販売サービスに着目して」『都市計画論文集』50 (3), pp. 1281-1288
- 8) 関満博：中山間地域の「買い物弱者」を支える：移動販売・買い物代行・送迎バス・店舗設置、新評論、2015 年 10 月

- 9) 総務省行政評価局 (2017) 「買い物弱者対策に関する実態調査 調査報告書」 p. 27
- 10) 谷本 圭志, 倉持 裕彌, 土屋 哲 (2015) 「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』 50 (3), pp. 324-330
- 11) 谷本 圭志, 土屋 哲, 長曾我部 まどか (2017) 「移動販売のサービス水準に着目した店舗選択に関する実証分析」『都市計画論文集』 52 (3), pp. 429-434
- 12) 2015 年国勢調査
- 13) ローカルワーク in Hokkaido HP 「卸売市場の強みと小回りの利点を活かした移動販売で地域に賑わいを持たせたい 合同会社フカイチフーズ」
[https://www.kuraso-hokkaido.jp/localwork/2017/03/
%E5%8D%B8%E5%A3%B2%E5%B8%82%E5%A0%B4%E3%81%AE%E5%BB%B7%E3%81%BF%E3%81%A8%E5%B0%8F%E5%9B%9E%E3%82%8A%E3%81%AE%E5%88%A9%E7%82%B9%E3%82%92%E6%B4%BB%E3%81%8B%E3%81%97%E3%81%9F%E7%A7%BB%E5%8B%95%E8%B2%A9/](https://www.kuraso-hokkaido.jp/localwork/2017/03/%E5%8D%B8%E5%A3%B2%E5%B8%82%E5%A0%B4%E3%81%AE%E5%BB%B7%E3%81%BF%E3%81%A8%E5%B0%8F%E5%9B%9E%E3%82%8A%E3%81%AE%E5%88%A9%E7%82%B9%E3%82%92%E6%B4%BB%E3%81%8B%E3%81%97%E3%81%9F%E7%A7%BB%E5%8B%95%E8%B2%A9/) (最終閲覧 2019. 11. 27)