

# 中心市街地と周辺地域が融合した商業まちづくりの研究 —福島県田村市における移動販売の活用を事例として— (概要)

研究責任者 東洋大学 国際学部  
教授 藤本 典嗣

## 1. 問題の所在と時代背景

中心と呼ばれる都市とその周辺を取り巻く区域に対しての、財・サービスの供給・需要の関係から、中心地（都市）の成立・分布・動態を体系・理論として解明することは、1933年から既にドイツの地理学者であるヴァルター・クリスタラー（Walter Christaller）によりおこなわれてきた。その体系は、中心地理論（central place theory）と呼ばれるが、中心地における財・サービスの供給主体は、経営上の成立閾値を上回る需要があれば、それらの供給をおこなう。ただし、財・サービスにも高次・低次の区分があり、中心地から供給される財・サービスとそれを購入する消費者が存在する区域は、高次であれば広域になり、低次であれば狭域になる。

クリスタラーにより体系化された中心地理論に描かれた 20 世紀初頭のドイツの状況と、21 世紀に入った日本の商店・スーパー・百貨店など商業施設の立地は、時代背景も異なり、その実態が、どれだけ厳密に中心地理論と、整合できるかを検証するのは困難である。しかし、その中心地理論の骨格をなす、「ある区域において供給を上まわる需要」が存在する財・サービスが都市という中心地において成立が可能となり、より多種の供給を抱える中心地が大規模な

都市となる、いわば、都市の形成・成長は、経済学的な要因により決まるという立地法則は日本の国土における都市の立地をみる限り 21 世紀に入っても貫徹している。

当時のドイツと、現代の日本を考えると、最大の違いは、人口の増加である。クリスタラーが中心地理論を著した 1933 年、著書が翻訳されて和書として刊行された 1969 年は、人口増加、市場経済の浸透、商業の寡占化による投資規模の拡大や製品差別化の浸透などの事象により、多種多様な財・サービスの供給の増加や、それに伴う中心地の成長や拡大により都市は成長してきた。

現代日本ではクリスタラーの同著が記されてから、既に 80 有余年が経過したが、同著が書かれた時、同著が和訳された時と、大きく異なっている社会的条件がある。人口減少型社会に伴う、総人口の減少である。さらに、人口構成に占める高齢者層の増加、いわゆる高齢化社会の到来も当時と異なる。

日本の総人口は減少しつつあるが、全国一律に減少している訳ではない。東京をはじめとする一定規模以上の都市・地域では人口増加がみられるものの、地方圏の農山漁村や中山間地域では、急激な人口減少がみられる。要因として考えられるのは、一次産品である農・水・林産物の長期的価格

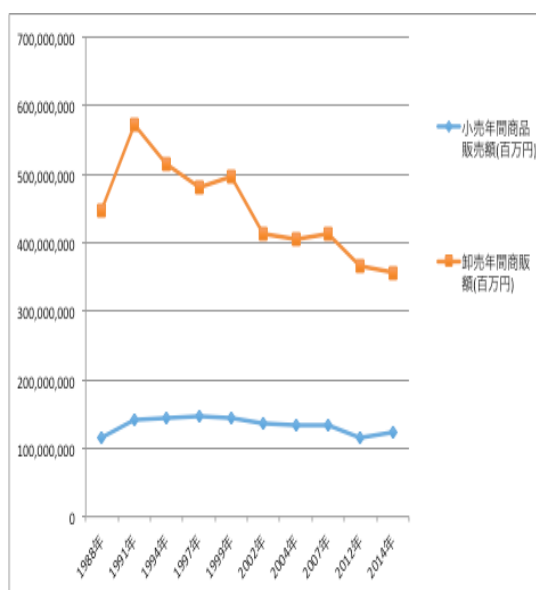
下落とそれに伴う農林水産業の衰退、構造改革以降の地方圏における公共事業の大幅な削減、平成の大合併以降の市町村合併や公的・公益・組合の再編ともなう最末端部にあたる支所・事務所・出先の統廃合である。これらの複合的な要因が絡み、地方圏の条件不利地域を中心に、地域の衰退が進行している。

条件不利地域や小規模生活圏にもかかわらず、入り込み客が見込める観光地、技術革新にキャッチアップしている成長型工業を抱える地域、都市や他地域からの移住者を受け入れて成長している農山村、成長している大・中都市に隣接している衛星都市など、一部では、例外的に人口増加がみられるものの、大半の市町村で人口は減少している。

## 2. 買い物弱者（フードデザート）の発生

日本では、21世紀に入り、人口減少が大半の地域で恒常的な傾向となったが、それに伴い、規模の大小と問わず小売業者が、固定店舗の経営上の成立閾値としての人口が減少しているために、小売事業から撤退し、商品の供給が、以前に比べて滞っている地域が増えていることが、社会問題となっている。大規模な小売業者では経営上の閾値が数十万の消費人口を要する百貨店から、個人商店まで、従来型商業は、いずれの形態においても減少している。図1にみられるとおりに、商品販売額の推移をみても、小売業の商品販売額は、1999年以降は、趨勢として減少している。

図1 年間商品販売額の推移（小売・卸売）

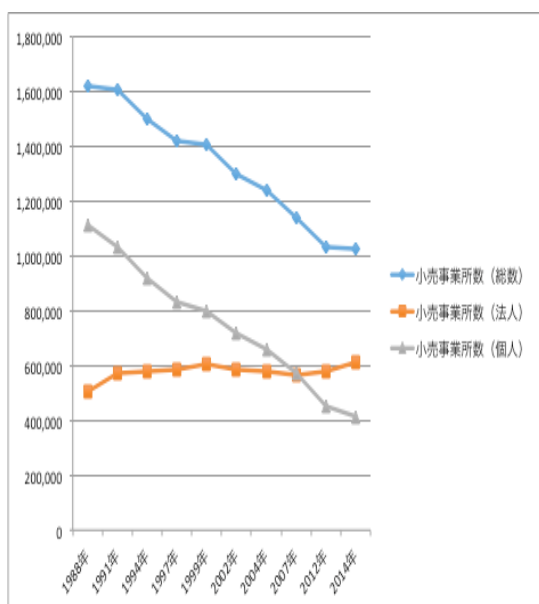


出所) 経済産業省「平成26年商業統計表」より。

大・中規模都市に立地する百貨店の衰退などは、買い回り品供給地点の、アウトレット・スーパーなどへの転換過程と考えられるものの、個人商店・小型スーパーなどは、事業者自体が不在になり、商品供給の担い手そのものがなくなるという問題が発生している。特に、農山漁村や中山間地域の限界集落とされる地域において、問題が顕著である。集落でも、2次、3次、4次集落と、1次集落からの距離が遠隔になり、かつ集落規模が小さくなるほど、個人商店・小型スーパーの撤退が進行している。

図2にみられるとおりに、1988年以降、小売事業数は全体として減少しているが、法人の小売事業所数が横ばいであるのに対し、個人の小売事業所数は大きく減少している。

図2 小売業者数の推移



出所) 図1に同じく。

中心市街地から離れた、中山間地域の2次、3次集落と、遠隔の集落になるほど、高齢化社会の進展と、それに伴う人口減少と、それに伴い、商店の経営上の成立閾値を満たす地域の需要が減少しているために、商店の廃業が加速している。中・小型スーパー、個人商店と、経営上の閾値が高い業態から、撤退し、その集落の人口が、三桁をわり二桁となった場合に零細商店まで廃業する集落が増加している。それでも、数名～数十名の人口をもって生活している集落は、人が居住する限り、その生活を維持するための基礎的生活用品に対する需要がある。ところが、需要がありながらも、商店成立のための需要を下回る人口しか居住していないために、商店がなく、買い物ができない、いわゆる「買い物弱者」が、日本の全国各地、特に中山間地域で多く発生している。経済産業省では、「買い物弱者」を「食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々」と定義し、日本で約

600-700万人程度いるとしている(2014年度数値)。ようは、過疎化による人口減少を要因とした商店の撤退による購買機会の減少と、高齢化による高齢者層の増加による購買アクセスの低下による、財・サービスに対する需要・供給のミスマッチを、買い物弱者と定義している。本報告における「買い物弱者」も、この定義によるものとする。

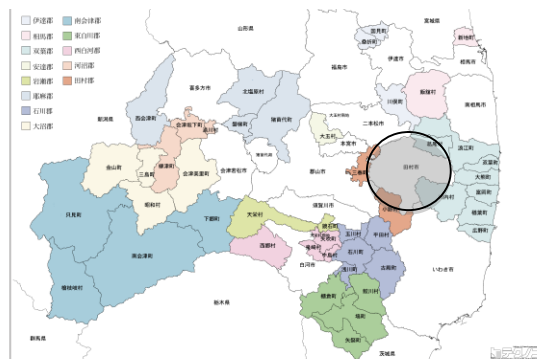
日本における買い物弱者を扱った研究として、地理学分野からは、岩間(2013)は、個別事例研究としては、関(2014)の研究がある。先行研究では、経済産業省の分類に依拠する形で、買い物弱者対策を、「①供給者が、移動販売などの形態で需要者の居住地に販売のために移動する」「②需要者が、供給者の所在する場所に、デマンドタクシーや送迎バスなどの形態で、移動する」「③供給者・需要者ともに移動せずに、宅配便や共同購入の形で、供給者による商品が、宅配業者など運輸専門の業者により需要者の居住地に届けられる」に分類している。

しかし、2011年の東日本大震災や福島第一原子力発電所事故、2016年の熊本地震など大量の避難者が発生した場合の買い物弱者について、概念整理や個別の地域の政策との関連では、述べられていない。特に、福島第一原子力発電所事故による避難者の発生と、仮設住宅・借り上げ住宅や帰還区域における買い物弱者の問題は、その情報収集の制約からも、全容の調査も困難を極める。

本稿は、既存の災害復興の研究では、詳細を取り上げられてこなかった、原子力災害の被災地における買い物弱者問題とその課題、今後の商業まちづくりのあり方につ

いて調査をおこなう。対象とする地域は、図3に示される福島県田村市であり、震災後の買い物弱者がどのように発生し、また、原子力発電所事故の影響により、強制避難が発生した区域やその避難先で、どのような買い物弱者問題が発生しているか、さらに、そこで多様な買い物弱者対策がなされているが、どのような課題点を抱えるのか、また、将来的な買い物弱者対策のあり方について、現地ヒアリング調査などをもとに提言していきたい。

図3 福島県田村市の位置



出所) 福島県のホームページより抜粋

### 3. 被災地特有の買い物弱者問題

従来からの問題としての、「買い物弱者」は、高齢化社会・少子化、長期不況、個人の生活目標の変化によって捉えられる。のみならず、被災地には、また別個の事情がある、

2011年3月に発生した東日本大震災・原発事故では、津波・地震被害が甚大な太平洋沿岸部に加え、福島第一原子力発電所の水素爆発、それに起因する放射性物質の拡散に伴う放射能汚染地帯の発生で、原発から20-30km圏内や福島第一原発から北西

部にかけて、年間空間線量が20mSvをこえる地帯が確認された。そこで居住していた住民が、内閣府の指示により強制的に避難せざるをえない事態が発生した。避難した住民は、仮設住宅・閉鎖されていた公営住宅・借り上げ住宅に、新たに居住を強いられ、商店などが稀薄な地区に避難者が住むという状態が作りだされた。

現在でも避難が続いている区域に加えて、一旦、強制避難区域に指定され、その後、除染作業などにより空間線量が下げられ、避難解除の指示が出された地域においても、住民の帰還が進まず、商店の再開も、震災前に比べて遅々とするなど、帰還者の買い物をする機会が震災前より減少するという問題も発生している。

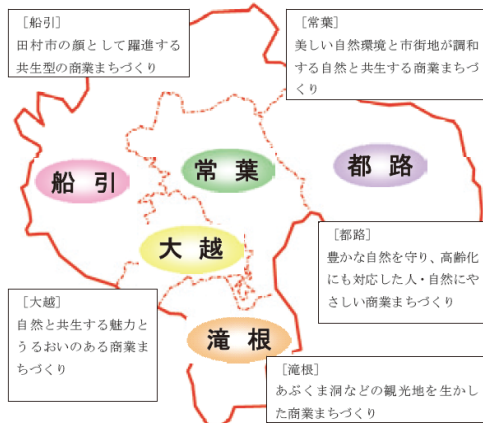
福島県田村市を事例にとると、図4で合併前の旧町村の区分けが示されている。この田村市東部に位置する旧都路村の、さらに東側が原発事故による強制避難区域に該当し、原発から20km圏に収まり、図5の小さい半径に該当するが、全住民が避難した。また、大きな半径に当たる20-30km圏内は、緊急時避難準備区域に指定されたが、2011年9月30日に解除された。2012年4月1日より20km圏は、隣接する川内村と同時に避難指示解除区域となり、2014年4月1日より避難指示が解除された。田村市都路地区の避難指示は、解除され、その後、2016年11月で帰還率は58.4%となったものの、商店も閉じたままの場合が多く、川内村と同様の買い物弱者問題が発生している。

さらに、図6にみられるとおり、応急仮設住宅は、船引地区に4箇所(福祉の森公園、船引運動場、船引第2運動場、御前池公園)に分かれて分布している。これ以外

にも、借り上げ住宅、公営住宅（雇用促進住宅、教員住宅）に、避難者が居住している。

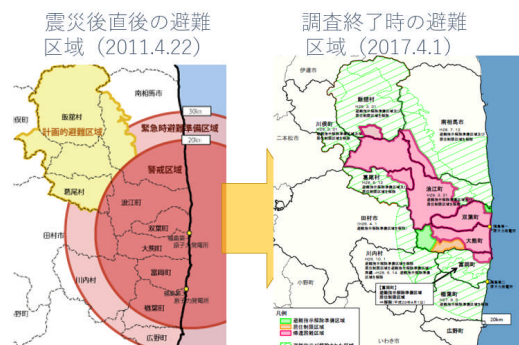
表1の、避難元内訳をみると、田村市中心部である船引地区への避難者は、都路地区からの住民が大半を占めている。その中でも、都路地区に、帰還しない層もいる。帰還しない層が、仮設や借り上げに居住（無料であるために帰還しない可能性もあり）している。これらの避難者の中で、高齢者など車が運転できない人々を中心に買い物弱者が発生している。

図4 田村市の地域区分と震災前における地区別商業まちづくり理念



出所) 田村市「田村市商業まちづくり基本構想(2009年、策定委員長；藤本典嗣)」より抜粋。

図5 避難区域の変遷



出所) 福島県ホームページより 2017年4月1日

引用

<http://www.pref.fukushima.lg.jp/site/portal/cat01-more.html>

図6 田村市中心部における応急仮設住宅の分布 (2016年11月)



出所) 田村市提供の資料をもとに、google map を使用。

表1 避難元内訳 (2016年11月)

応急仮設住宅

借り上げ住宅

市町村名	戸数	人数
都路地区	140	365
常葉地区	2	12
船引地区	0	0
大熊町	11	22
双葉町	1	5
浪江町	0	0
富岡町	0	0
川内村	0	0
合計	154	404

市町村名	戸数	人数
都路地区	146	384
常葉地区	6	8
船引地区	2	5
合計	154	397

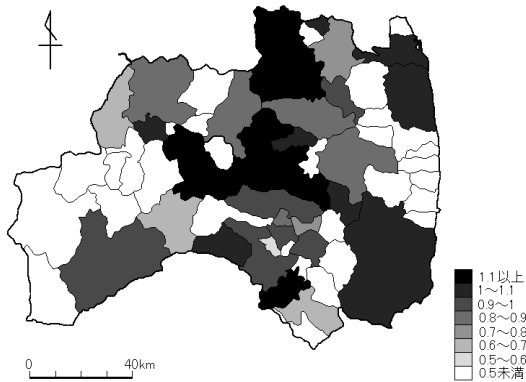
出所) 図6におなじく。

#### 4. 福島県・田村市の商業の状況

##### 4-1. 福島県における田村市の商業の状況

図7には、福島県全市町村の小売に関する主要な統計が、2014年の数値で示されている。一般的に、周囲からの小売の吸引力を示す指標として、人口一人当たりの小売業年間商品販売額がある。この数値が高い場合、周囲から小売における購買力を吸収していると考えられる。田村市は、この数値が85万円であり、県内13市の中で、下から4番目に低い。これより低い数値は、伊達市の72万円、二本松市の80万円、喜多方市の83万円である。いずれも、県内の各都市圏・生活圏の中で、小売の中心性をもっていない。

図7 市町村別人口一人当たり商品販売額



出所) 図1におなじく。

表2で、田村市の消費構造をみると、田村市の小売業年間商品販売額は、327億円であり、福島県全体の年間商品販売額の1.9兆円に占める比率は、1.7%である。販売額の構成比を見ると、百貨店・総合スー

パーなど、買い回り品を多く取り扱う業種を含む「各種商品小売業」は、福島県全体に占める割合は6.5%であるのに対し、田村市は、0%である。小規模都市であり、後背地の規模からみても、百貨店などが成立する立地条件ではない。

表2 小売に関する指標1

業種	項目	年間商品販売額			
		福島県		田村市	
		百万円	構成比	百万円	構成比
各種商品小売業		126,577	6.5%	0	0.0%
織物・衣服・身の回り品小売業		109,182	5.6%	1,316	4.0%
飲食料品小売業		513,522	26.5%	12,103	37.0%
機械器具小売業		374,065	19.3%	4,601	14.1%
その他の小売業		762,144	39.3%	14,327	43.8%
無店舗小売業		55,936	2.9%	355	1.1%
合計		1,941,425	100.0%	32,702	100.0%

出所) 図1におなじく。

同様に、最寄り品よりは、買い回り品を多く取り扱う「織物・衣服・身の回り品小売業」「機械器具小売業」をみても、県全体の平均よりは、構成比が低くなる。前者の県全体の構成比が、5.6%であるが、田村市は4.0%、後者の県全体の構成比が19.3%に対し、田村市は14.1%である。

日常生活の「食」の取り扱いを主とする「飲食料品小売業」は、構成比において、田村市の方が高くなり、37.0% (121億円) であり、県全体の構成比26.5% (5,135億円) よりも高くなる。

「その他の小売業」も、「家具・建具・畳」「じゅう器」「医薬品・化粧品」「農耕用品」「燃料」「書籍・文房具」「スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器」「写真機・時計・

眼鏡」「他に分類されない小売業」など、最寄り品を多く取り扱うと考えられるが、こちらも、構成比において、田村市の方が高くなり、43.8%（143 億円）であり、県全体の 39.3%（7,621 億円）よりも高くなる。

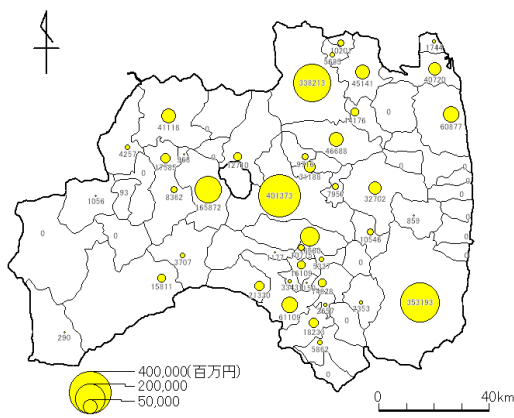
「無店舗小売業」は、県全体・田村市で見ても、比率が低く、福島県全体は 2.9%（55 億円）、田村市は 1.1%（3.5 億円）に過ぎない。

表 3 小売に関する指標 2

業種	項目	従業者数			
		福島県		田村市	
		人	構成比	人	構成比
	各種商品小売業	4,131	4.7%	0	0.0%
	織物・衣服・身の回り品小売業	6,459	7.4%	102	5.8%
	飲食料品小売業	31,068	35.5%	721	41.3%
	機械器具小売業	11,094	12.7%	170	9.7%
	その他の小売業	31,812	36.4%	692	39.7%
	無店舗小売業	2,929	3.3%	60	3.4%
	合計	87,493	100.0%	1,745	100.0%

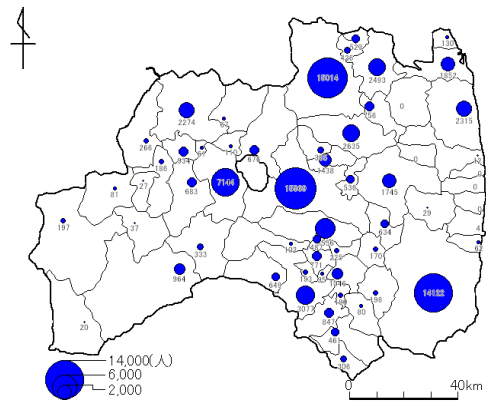
出所) 図 1 におなじく。

図 8 市町村別商品販売額



出所) 図 1 におなじく。

図 9 市町村別小売従業者数



出所) 図 1 におなじく。

#### 4-2. 田村市都路地区における商業の状況

都路地区の消費構造に関してであるが、商業統計では、田村市内を区分けする旧町村地区単位での、諸統計は公開されていない。震災後の都路地区における消費動向を示す一指標として、福島県企画調整部が管轄する「福島県事業再開・帰還促進事業」による、「平成 27 年度消費喚起プレミアム商品券」の引き換え状況を、表 4 で、みていく。

同券は、原子力災害による被害が大きいとされる、帰還困難区域の、事業再開・帰還促進のための復興補助事業であるが、田村市が実施主体となり、商品券の引き換え場所は、市内の 5 箇所（旧町村地区ごと）の各商工会でおこなわれた。対象とした充員は、田村市に住民登録がある者であり、田村市外に避難している住民でも、住民登録が同市内にあれば、購入が可能である。

この商品券は、1 セット 10,000 円で販売されるが、市内の店舗で買い物をする際には 13,000 円分の買い物が可能であり、

30%である 3,000 円分のプレミアムが付いてくる。なお、13,000 円分の商品券は、田村市内全域で使用可能な 8,000 円分と、旧町村地区内のみで使用可能な 5,000 円分に分けられていた。まず、都路商工会での引き換え状況について、みていく。なお、数値から店舗の特定を防ぐために、平成 27 年度の、どの時期におこなわれた商品券かについては公表しない。

表 4 田村市都路地区における商品券引換状況

順位	事業者	業種	換金額	比率
1	A	燃料	2,355,000	35%
2	B	燃料	1,128,000	17%
3	C	生鮮魚店	914,000	14%
4	D	不動産	535,000	8%
5	E	公営施設	458,000	7%
6	F	燃料	342,000	5%
7	G	理容	242,000	4%
8	H	飲食	195,000	3%
9	K	飲食	140,000	2%
10	L	木材	130,000	2%

出所) 田村市提供のデータに加筆修正。

都路地区では 30 店舗において、引き換えが可能である。都路町商工会における事業所の毎換金一覧表をみると、全体で 665.9 万円が、交換された。上位 10 社で 98% を占めるが、第 1 位の A、第 2 位の B、第 6 位の F は、いずれも、燃料系の小売事業者である。燃料系の換金額で、全体の 58% を占める。一般的な、日常生活に関連する「食」に大きく関連すると考えられる「生鮮魚店」「飲食」「酒店」で換金額は、第 2 位の B、第 8 位の H 社、第 9 位の K 社、

同表には示されていない第 11 位以下の酒店などを含めても、19.2%にすぎない。

ただし、この事業は、原子力災害の被災地という特殊事情を考慮する必要がある。福島原発の事故に伴う放射性物質の拡散と、それに伴う福島県東部の放射能汚染地帯の発生に対しては、内閣府・福島県・市町村のいずれにおいても、「除染」を主たる復旧・復興政策としている。除染は、土木の建設業者によって担われるが、除染作業のための建設「特需」ともいべき大きな需要が、福島の土木建設業を中心に発生している。これら業者が、除染作業車用のガソリンを購入するために、「商品券」を活用した面もあり、「燃料」の数値が高くなっているのは、一時的な要因であると考えられる。その点を、差し引いて考慮すると、平常時の都路地区において、燃料の割合は高くなく、「食」を「生鮮魚店」「飲食」「酒店」の占める割合の方が、むしろ、大きいことが考えられる。

対比のために、表 5 で、田村市の小売の中心地区である船引地区の引き換え状況をみると、船引地区において 141 店舗で引換が可能である。船引商工会における事業所毎の換金一覧表をみると、全体で 8,669 万円が交換された。

このうち上位 10 位以内の換金額の合計値は、6,296 万円であり、全体に占める割合は 73%と、都路地区ほど上位占有率は高くない。

第 1 位の A、第 2 位の B、第 3 位の C と、上位 3 社が、売場面積が 3,000 ㎡をこえる総合スーパーであり、「食」に大きく関連すると考えられる業種である。第 4 位以下をみても、家電量販店、ホームセンター、衣



料品スーパー、食料品スーパー、ドラッグストアなど、いずれも、全国・リージョナルチェーンの店舗により占められている。

船引地区では、燃料系の小売事業者が上位には、入ってこない。都路地区のように、燃料系換金額が、半数以上を占めるという特殊な状況は反映されていない。除染に関わる土木建設業者による燃料の購入が消費の多くを占めるという都路の状況は特殊であり、「食」「衣」「耐久消費財」などに関わる業者の数値が高く出てくるという船引地区における換金状況が、田村市における消費構造の一般的な実態を、反映していると推測できる。

表5 田村市中心市街地区（船引地区）における商品券引換状況

順位	事業者	業種	換金額	比率
1	A	総合スーパー	17,719,000	20%
2	B	総合スーパー	14,625,000	17%
3	C	総合スーパー	9,631,000	11%
4	D	家電量販店	5,267,000	6%
5	E	ホームセンター	4,791,000	6%
6	F	衣料品スーパー	2,496,000	3%
7	G	家電量販店	2,455,000	3%
8	H	ドラッグストア	2,163,000	2%
9	K	食料品スーパー	2,044,000	2%
10	L	衣料品スーパー	1,773,000	2%

出所) 表4におなじく。

なお、船引地区は、総合スーパーが換金額からみて消費の上位を占めるが、域内に本社をおき、船引駅から徒歩6分（歩行距離で500m）の中心市街地に位置する総合スーパーが、最も換金額が最も大きく、全

換金額の20%を占めている、その点で、中心市街地に、位置する地元本拠のスーパーが、依然として存在感を示している。なお、第2位から第10位までの、寡占型小売事業者は、中心市街地ではなく、全て郊外のバイパス（国道349号線）沿いに立地し、2000年代後半から、域外より進出してきた全国・リージョナルチェーン店である。

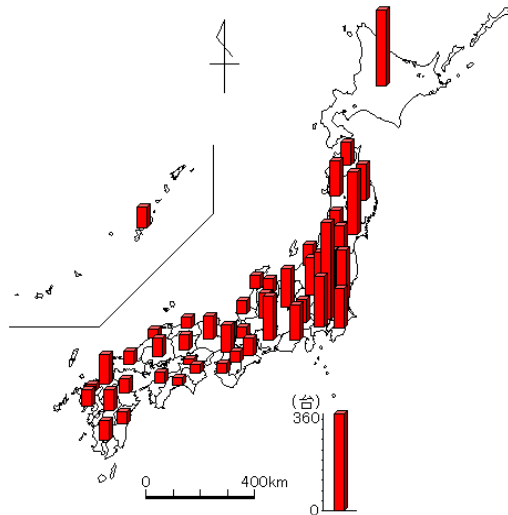
## 5. 移動販売の実態

震災後の田村市内で、移動販売による買い物弱者対策を自発的におこなっている業者が存在すること先述のとおりであるが、移動販売の都道府県別分布についての指標をみってみる。

移動販売車数についての正確な実態を捕捉した統計はないが、販売や加工などを目的として、各地の陸運局に登録されている車両の数は公表されている。図10では、財団法人自動車検査登録情報協会が、毎年公表している「形状別自動車保有車両数」から、「移動」「理容・美容」「加工」に分類される日常生活品である生鮮食料品や日常生活サービスである理美容を供給している車両の数を、「移動販売車」とみなしてカウントした。

2015年の数値をみると、全国で4,940台があり、19都道府県で100台をこえるが、福島県も、比較的多く、3種の合計値として、163台が登録されている。分布としては、東北、北海道などを含む北東日本では、多くの台数が登録されている。

図 10 移動販売にかかる車両の都道府県別分布



出所) 財団法人自動車検査登録情報協会「形状別自動車保有車両数(平成27年)」をもとに筆者作成。

以上の数値は、登録からみたものであるが、別の把握方法もある。飲食店営業や食料品等販売に該当する場合は、各自治体別の保健所で営業許可を、事業者が得る必要がある。保健所によっては、まとめた統計データをとっている場合もある。東京都では、2012年度で、3,023台となっている。図10で依拠した数値に比べて、約10倍の数字となる。これは、移動販売の対象となるエリアが、複数諸都道府県となる販売は、それぞれの都道府県に申請し許可を取得する必要があるため、その重複分がカウントされているためと考えられる(井上・鈴木:2013)。

このことを考慮すると、図10で示された数値では、福島県は、比較的移動販売者数が多い県とみてとれるが、実態として、本当に多いかどうかは不明である。また、福

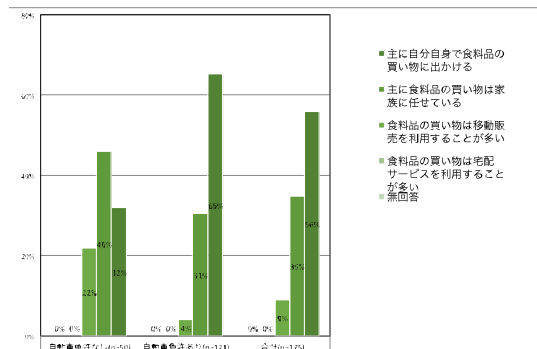
島県の場合は、保健所ごとに、この数値を捕捉しているために、県全体を統一する移動販売のデータがない。そのため、同資料の数値と、実態が乖離している可能性もある。

## 6. 買い物弱者の実態把握についてのアンケート調査

田村市都路地区では、原発事故にともなう20km圏内の警戒区域からの避難者数は380人である。実数の正確補足は困難であるが、20-30km圏に指定された緊急時避難準備区域からは2,621人の住民のうち、相当数が、自主的に避難した。

2016年9月現在での帰還率は64%であるが、都路地区の住民を対象とした実態調査を、訪問式アンケート調査でおこなった。2014年までは、都路商工会が、訪問式アンケート調査をおこなってきたが、この方式を受け継ぐことで、都路地区に帰還した住民の「属性」「買い物状況」「外出状況」を明らかにすることができる。アンケートは、2016年9月におこなわれ、世帯への直接訪問により、175世帯を対象としておこなわれた。

図 11 買い物行動の自立性に関する質問

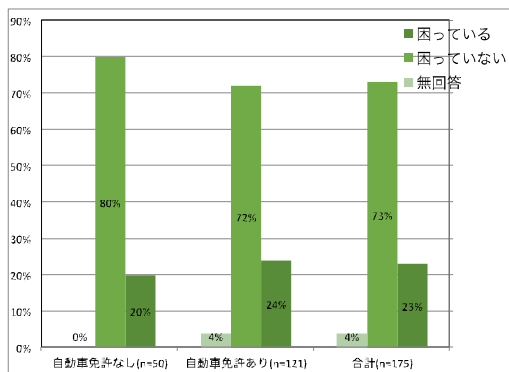


出所) アンケート調査の結果をもとに作成。

このなかで、震災後である現在の買い物行動については、図 11 で示される通り、56%の住民が、「主に自分自身で食料品を買い物に出かける」を回答している。ただし、自動車免許がない住民については、32%であり、自分自身で買い物に行くことができない比率が高くなる。これらの層は、家族に任せる、移動販売や宅配サービスなどの利用比率が、高くなる。

買い物について困っているか、困っていないかについて、図 12 で示されるが、全体としては、困っている層が 23%である。自動車免許がある層が 24%であり、自動車免許なしの層の 20%よりも高くなる。

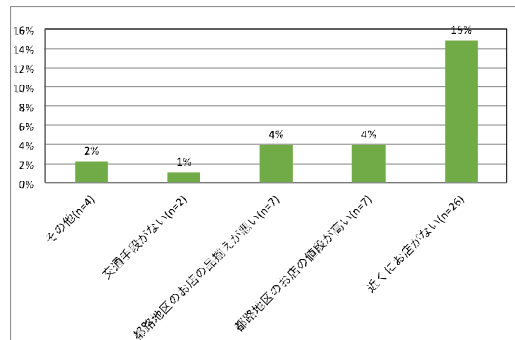
図 12 買い物の困難度に関する質問



出所) 図 11 におなじく。

困っていると回答した層について、より詳細を図 13 でみると、困っている項目については、近くにお店がないが 15% (26名) で最も多い。都路地区のお店の値段が高い、同地区の品揃えが悪いと、回答した層は、それぞれ 4% (各 7名) に過ぎず、困っていることについては、購入場所から遠いことが最も大きな回答となった。

図 13 買い物困難度の内容に関する質問



出所) 図 11 におなじく。

## 7. 今後の買い物弱者対策

2016年1月29日に、田村市は平成2016年度から2019年度の期間を視野にいた地域創生のあり方として「田村市地域創生総合戦略」を策定した。ここでは、内閣府(国)の創生総合計画のプランで政策5原則として示された「自立性」「将来性」「地域性」「直接性」「結果重視」や平成19年度に制定された「田村市総合計画」を踏まえ、田村市独自の将来戦略として「産業振興(7施策)」「定住・雇用(7施策)」「子育て・少子化(6施策)」の三本柱を打ち出した(以下、施策に関する記述は、本章においてすべて田村市[2016]より抜粋)。

戦略策定主体は、本部長と定められ市長が務めたが、施策の立案にあたり、「田村市の未来を語る会」など企業・市民・各種団体との懇談会や「有識者会議」による議論を経て、総合戦略は策定された。この戦略の中で、施策2の定住・雇用戦略は、「各地域(合併以前の旧町村のこと)における定住促進、農山村をはじめとした地域における日常生活機能及びネットワーク構築を目

指します」と基本目標が設定された。さらに、具体的な数値目標として、2013年度で年に731人となっている市外からの転入者を、2019年には1,000人とするのが掲げられた。この項目の6番目（定住・雇用戦略2-6）に、有識者会議発案の「生活環境支援」項目として、「買い物弱者対策に対する環境整備支援事業」が設けられた。

担当課は、商工観光課であり、事業概要として、「自家用車などの移動手段を持たない方など、買い物に不自由な高齢者等の買い物弱者の利便性を図るために移動販売事業への支援をおこないます」が計画され、具体的な目標として「移動販売対象エリアの拡大」が設定されている。

また、現状の、同地域における買い物弱者に関する課題として、「商店の後継者不足による廃業」「高齢者の増加など買い物弱者の増加」を挙げている。

これらの課題を解決するためには、地元の既存の移動販売車など既に買い物弱者対策をおこなっている事業者への支援と、それらの業者が販売エリアを拡大していく必要があることが、今後の施策として打ち出されている。

図 14 地域創生総合戦略における買い物弱者対策の概要

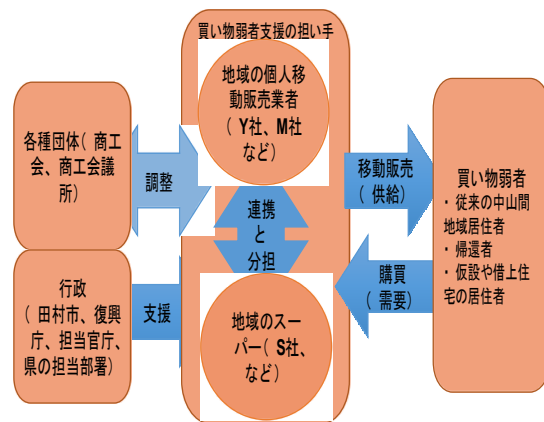
事業名	買い物弱者に対する環境整備支援事業	
担当課	商工観光課	
事業概要	自家用車などの移動手段を持たない方など、買い物に不自由な高齢者等の買い物弱者の利便性を図るため、移動販売事業への支援を行います。	
KPI	<現状>	<目標>
	新規事業	移動販売対象エリアの拡大
<現状の課題（本施策の必要性）>		
高齢や後継者不足から各地域に点在する個人商店の廃業が進む中、高齢者の一人暮らし等の買い物弱者が増加しています。		
買い物弱者の利便性を図るためには、中山間地域では移動販売車を活用した買い物環境の整備が効果的ですが、車両購入などの初期投資がかかることから、新規参入が難しく、既存の事業者の存続や事業拡大も難しい状況となっています。		
<期待される効果>		
移動販売の事業者を支援することにより、買い物弱者の買い物環境の改善が図られます。		

出所：田村市「田村市地域創生総合戦略」のp.27より抜粋

## 8. 協働関係の構築に向けて

ヒアリング、ワークショップ、アンケート調査の結果から、今後の田村市における買い物弱者に対する、より具体的な対策については、あり方について以上のように、図 15 に示される行政、各種団体、商工業者、住民の協力関係のもとに、買い物弱者対策がなされるべきである。個人業者単独で移動販売を継続することはできない。その理由として、既存の移動販売車の導入や運営における、全国共通と考えられる課題があるからである。

図 15 協働関係の構築



出所）筆者作成

採算性の低さという課題は、移動販売は、社会貢献事業にならざるをえないことである。ヒアリング調査より、売上は1日8万円以上で、ようやく、ランニングコストが取れ、移動販売車両導入費（設備投資）を自力でまかなうと、採算がとれない。個人業者や中小スーパーの自助努力では、

設備投資がおこなえない。冷蔵ショーケース付きで、保健所の許可が下りる「移動販売車」の、設備投資には、中山間地域の商業支援対策など行政の助成・補助が必要（1000-1800万円）である。

次に、商品補充ができる体制が必要である。常に移動販売車に対して、商品が補充できる仕組みが必要。そのため、スーパーを既に持っている業者が、関わることで参入に優位性を保つ。個人業者のみでは、商品の仕入れに限界がある。

さらに、生鮮品取扱とコミュニケーション能力の高い人材が運営に求められる。生鮮品の仕入れや販売は経験と勘が必要であり、かつ、販売には高齢者とのコミュニケーションのうまさが必要とされ、これらを個人業者が一人で担うことは不可能である。

最後に、販売のみならず付加サービスとして、プラスアルファの御用聞き、見回り、ふれあいの場、金融機能、仮設の巡回などが必要である。

今後の研究課題としては、①仮設住宅や帰還者に対するアンケートの継続、②諸統計（商業統計、経済センサスなど）を利用した、他地域との比較、③行政、地元商工業者、若者層（大学生）の間で行われたワークショップの継続、④個人情報保護に抵触しない範囲で、GPS機器を、さらに活用し買い物弱者の分布を把握、⑤フードデザートマップの作成、などである。

本調査を、地域課題の解決と地域活性化に向けて繋げていくために、実践面の課題は、①経済産業省、農林水産省などの買い物弱者対策に関する補助事業と関連をもたせながら、調査のスキームを作成、②ワークショップを継続に伴う買い物弱者の詳細

について意見集約も併せて継続、③人口稀薄地帯のみならず、災害時の防災対策として、移動販売の有効性を検証、④防災対策として、生鮮品が扱える移動販売車を、自治体単位で常備する可能性を検証、⑤他の被災地での、小規模自治体（中心市街地人口が2万人以下で、市域人口が5万人以下）にも、中心と周辺が融合した移動販売のありかたの提言、などである。

（謝辞）

本調査において、各種データの提供をおこなっていただいた、田村市総務部協働まちづくり課のスタッフの方々、都路商工会長に感謝を申し上げます。また、田村市の商工業者（清水ストア、矢吹イレブン、白石モーターズなど）に、ディスカッション、ワークショップを通じ、地域活性化のアイデアを頂いたことにも感謝を申し上げます。

#### 参考文献

井上考二・鈴木佑輔「移動販売車を活用したビジネス—小さな需要に応え活躍の場を

広げる—」『日本政策金融公庫 調査月報 No.52』日本政策金融公庫総合研究所、

2013年。

岩間信之編著『フードデザート問題：無縁社会が生む「食の砂漠」(改訂新版)』農林統計協会、2013年。

ヴァルター・クリスタラー（江沢譲爾訳）「クリスタラー都市の立地と発展」大明堂、

1969年。

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。

藤本典嗣「オフィス立地と地方都市生活圏」『地理科学（地理科学学会）』69(3)、2014年。

藤本典嗣『テキスト都市地理学』中央経済社、2017年。

宮下武久『移動販売車がゆく：買い物弱者を支える「にこやか号」奮闘記』川辺書林、2014年。