

# 高齢者のための生活支援サービスの現状と展望

信 澤 由 之

生活支援サービスは、高齢化による人口減少の激しい地域において事業採算性の観点から民間ベースでのサービス提供が困難なことから国や自治体の財政支援が必要である。しかしながら、わが国の財政状況を考慮すると、既存の流通システムや物流ネットワーク、地域内の連携（地域住民、NPO、民間企業の連携）を活用しながら民間ベースでのコミュニティビジネスとして持続可能な生活支援サービスの構築が必要である。

keywords：買い物弱者・買い物サービス・見守りサービス・持続可能性・コミュニティビジネス

## 目 次

- はじめに
- 1. 生活支援サービスの現状
- 2. 生活支援サービス企業の動向
- 3. 生活支援サービスの課題と展望
- 4. 自治体と連携した行政サービスの課題と展望
- おわりに

## はじめに

わが国では、少子高齢化に伴い生活支援サービスの必要性が高まっている。高齢者の増加と、人口減少が小売店の売り上げを減少させ、都市部の商業施設の撤退や、地方の商店街の衰退など買い物環境が悪化し、買い物弱者が増加している。

また、核家族化が進む日本では、高齢者における単身者世帯が増加しており、高齢者の孤独死が社会問題化している。こうしたことから高齢者の見守り（安否確認）も課題となっている。

本稿では、まず買い物支援サービスと高齢者見守りサービスの現状を把握し、生活支援サービスに参入する企業の動向とそのサービス内容について調査した。次に、生活支援サービスの課題点を明らかにするとともに、サービスの展望について考察した。最後に、持続可能なサービスの提供を実現するために、自治体と民間の連携した行政サービスの課題と展望について論じた。

## 1. 生活支援サービスの現状

日本では、高齢化が進行しており、高齢者の生活支援サービスの充実を図る必要性が高まっている。生活支援サービスの供給は、行政だけでは困難な状況にあり、地域住民やNPO、事業者などが協働で取り組む必要がある。

生活支援サービスとは、「①市民の主体性に基づき運営されるもので、②地域の要援助者の個別の生活ニーズに応える仕組みをもち、③公的サービスに比べて柔軟な基準・方法で運用されますが、④個別支援を安定的・継続的に行うためによりシステム化されたもの<sup>1)</sup>」をいう。サービスの提供者は、住民やNPO、民間企業、社会福祉法人などがおり、サービス内容は、買い物支援や見守り、外出支援などである。ここでは、民間企業の参入が相次ぐ、買い物支援サービス（以下、買い物サービス）と「高齢者見守りサービス（見守りサービス）」について取り上げていく。

買い物サービスのニーズは、買い物弱者の増加に伴い高まっている。買い物弱者とは、自動車を運転しない、近くに公共交通機関がないなど交通手段を持たず、商業施設の撤退や近隣の商店街の商店が廃業するなど「住んでいる地域に日常の買い物をしたり、生活に必要なサービスを受けたりするのに困難な人たち<sup>2)</sup>」のことである。最近では、都市郊外のニュータウンなどで、スーパーマーケットの撤退などが原因となって買い物弱者が増加している。経済産業省（2011年）によると、高

高齢者を中心に、全国に約600万人の買い物弱者がいると推計している。また、農林水産政策研究所食料品アクセス研究チーム（2011年）の分析では、食料品の販売店までの距離が500m以上の人口は1,400万人、うち高齢者は370万人で、毎日の生活に必要な生鮮食料品の店舗に限ると、4,400万人、うち高齢者が970万人と推計している。

買い物サービスには、電話やFAXなどで注文を受けた商品を自宅などに届ける「宅配サービス」と買い物客が店舗で購入した商品を届ける「お届けサービス」の配送サービス、移動販売車によって買い物に不便なエリアや交通弱者が多い地域を訪問する「移動販売」や、日々の買い物に不便な地域や交通弱者が多く住む地域に小型の店舗を運営する「ミニ店舗の出店」による身近な店づくり、買い物弱者の多い地域にバス等を巡回させ、自宅近辺と小売店間をバスなどで送迎する「送迎サービス」による移動手段の提供がある。また、配送サービスに関連するビジネスとして、「ネットスーパー」がある。

一方、見守りサービスについては、訪問や通信機器を活用して高齢者の体調などを確認し、家族などに状況を連絡するものである。高齢者が長い期間放置された状態で発見される孤独死の報道も増えていることもあり、下関千春（2011年）の調査では、ほぼすべての自治体において見守りサー

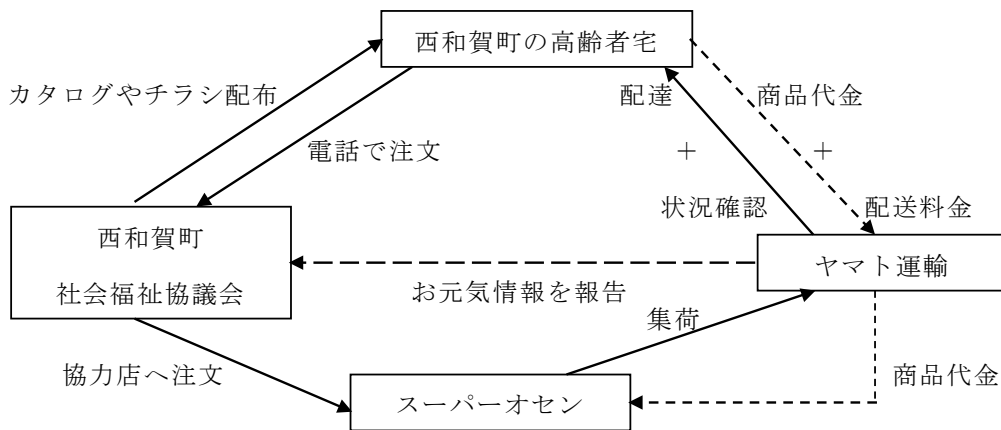
ビスの必要性の高まりを感じているとの結果となっている。

## 2. 生活支援サービス企業の動向

生活支援サービスには、宅配業や流通業、通信業などの参入がみられる。まず、宅配業における生活支援者サービスの動向としては、宅配業者大手5社を対象に、各社のCSR報告書やホームページなどを元に買い物サービスと見守りサービスについて調査した<sup>3</sup>。その結果、ヤマト運輸株式会社（以下、ヤマト運輸）が積極的に取り組んでいることが明らかとなった。

そこで、ヤマト運輸の取り組み内容にいてみていくことにしよう。岩手県の西和賀町社会福祉協議会（以下、西和賀町社協）と取り組む「まごころ宅急便」がある。その仕組みは図1に示すとおり、西和賀町社協が高齢社宅に定番商品カタログや新聞折込チラシを事前配布し、利用者から直接電話で注文を受ける。地元の協力スーパー「オセン」へ発注する。ヤマト運輸はスーパーオセンで集荷し、町内の依頼者宅へ配達する。利用者が昼12時までに注文すると当日の午後4時までに配達される。配送料金については、利用者負担となるが、通常の宅配料金より割安に設定している。セールスドライバーは、配達時に一人暮らしの高齢者の様子を「お元気情報」として西和賀町社協へ報告

図1 まごころ宅急便の仕組み



（出典）岩手県社会福祉協議会、2011年1月号、p.2を著者加筆。

することになっている。同サービスは、「まごころ宅急便in大榎」として東日本大震災の被災地の高齢者をほぼ同様の仕組みで支援している。

さらに、このサービスでは、「絆ワン」サービスを2012年の夏から導入し、サービスの向上を図っている。ヤマト運輸のコールセンターと連携し、散髪や家電の修理など住民のさまざまな要望を地元商店に取り次ぐことで地元商業の活性化にも貢献している。

黒石市のケースでは、独居高齢者の見守り支援を実施している。ヤマト運輸は黒石市が発行する刊行物を市が優先する見守り対象者と考えている独居高齢者宅へ届ける。セールスドライバーは配達の際、対面手渡しすることになっており、不在の際はポスト投函し、ポストに新聞などの滞留物がないか確認をする。そのときの情報(配達状況・配達完了・不在情報)を市に報告する。

以上のように、ヤマト運輸では、地元の商工会(商店)や自治体、社会福祉協議会と協働で生活支援サービスに取り組んでいる。上述の他にも千歳市、立川市、群馬県など38もの自治体と協定を締結しており、全国的な展開を図っていくことが予想される。

ヤマト運輸以外では、セイノーホールディングス株式会社参加のココネット株式会社(以下、ココネット)が参入している<sup>4</sup>。ココネットでは、経済産業省の「地域自立型買い物弱者対策支援事業<sup>5</sup>」に採択をされた見守り型買い物代行サービス「おやここネット」を2014年1月から開始している。同サービスでは、スタッフが高齢者宅に週1回御用聞きのために訪問し、買い物の代行やクリーニングの取次ぎなど高齢者の要望に対応するとともに、高齢者の様子を離れて暮らす親族(子供や孫)にメールやwebでリアルタイムに知らせる見守りサービスである。サービス提供エリアは、福岡市南区全域と城南区の1部で、今後全国展開を予定している。サービスの利用料金は月額880円(税込み)で、見守りを依頼した子供や孫となる。高齢者の負担は、買い物の商品代金で、通常300円~500円/回の配送料金が無料となっている<sup>6</sup>。

さらに、宅配業者の動向としては、スーパーマーケットなど小売業に対する提案型のサービス事業

も行っている。西濃運輸の「カンガルーお買い物サービス」では、スーパーなどの買い物客の商品をその日のうちに自宅まで届けるサービスモデルを販売している<sup>7</sup>。また、ヤマトホールディングスの傘下のヤマトシステム開発株式会社には、購入した商品を自宅まで届ける「店舗商品当日サービス」とネットスーパーの受注から配送までをトータルサポートする「ネットスーパーサポートサービス」がある<sup>8</sup>。

次に、流通業の動向については、東京証券取引所に上場する流通業54社(持株会社を含む)が運営するスーパーマーケットとコンビニエンスストア88社(非上場も含む)と、同じく陸運業のうち鉄道会社20社が運営する12社の合計100社を対象にCSR報告書やホームページを元に調査した。

買い物サービスの実施状況については、図2に示したように、お届けサービスが最も多く20社で、37%を占めている。このサービスでは、スーパーマーケットを中心に買い物をした高齢者や妊婦などを対象に一定金額(3,000円から5,000円)以上の買い物で無料、それ未満の場合でも配達料金300円程度の負担で配達している。

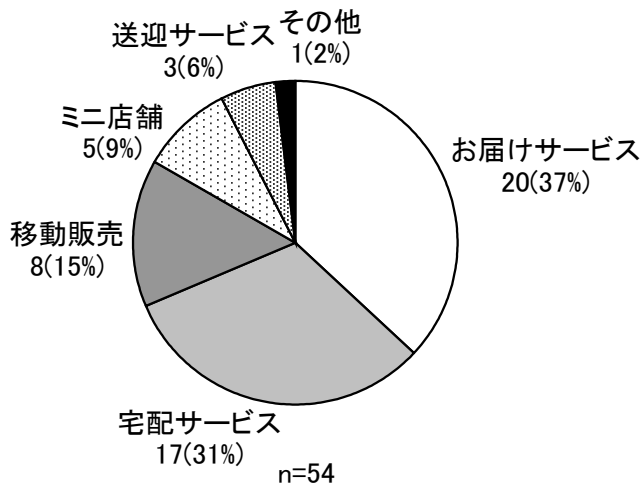
次いで、買い物代行を兼ねた宅配サービス(ネットスーパーの宅配は除く)の17社で、31%の割合であった。スーパーマーケットでは、高齢者の利便性を高めるため電話やFAX、カタログ、インターネットなどで注文ができ、商品を自宅まで届けてくれる。同様のサービスとしてコンビニエンスストアを中心に「宅食サービス」に参入する事業者もある<sup>9</sup>。

移動販売は、8社で、15%である。移動販売の車両は、移動販売用に改良したトラックを自社で保有するケースが多い。例えば、株式会社セブン&アイHLDGS.では、セブン-イレブンが、軽トラックを改良したものを、イトーヨーカドーは、約500もの商品を3t車(札幌エリアは8t車で約1,000商品)の車両を用いている。

移動販売については、地方の中山間地などを中心に中小スーパーマーケットや個人商店などが取り組むケースが多いものの、ここ数年、地元の要望に応える形で大手事業者の参入が相次いでいる。

ミニ店舗の出店は、5社で、9%となっている。

図2 スーパー・コンビニの買い物サービスの状況



(注) 店舗を持たない宅食専門の事業者と日本郵便株式会社と提携している株式会社フジ「おまかせ JP 便」は除く

コンビニエンスストアは、消費者にとって身近な店舗の役割を担っているが、ローソン（ローソン・コンビニエンスストア）やユニグループの「ミニピアゴ」、イオングループの「まいばすけっと」、マルエツ（マルエツプチ）、イトーヨーカドー（食品館イトーヨーカドー）は首都圏を中心に都市型のミニスーパーを出店するなど競争が激しくなっている<sup>10</sup>。その一方で、買い物弱者の多い過疎地などへの大手による出店は事業採算の観点からみられず、NPOや地元企業・商店などによるケースが多い<sup>11</sup>。

送迎サービスは、3事業者で6%である。北雄ラッキーは北海道夕張郡栗山町にある栗山店で「お買物便無料送迎バス」を運行している。また、北海道では、ダイエーも2店舗（上磯店と岩見沢店）で実施しており、利用者がダイエー以外に、市役所や病院などに行けるようなルートを組んでいる。首都圏では、京急グループの京急ストアが三浦市の三崎東岡店で「お買物無料送迎バス」を月曜日から金曜日の平日及び祝祭日に運行している。3事業者共に無料で実施している。

なお、流通業以外で買い物サービスに参入して

いる業種としては、タクシー業界がある。タクシー会社が依頼者から電話を受けて依頼者に代わって買い物をし、自宅に商品を届ける「買い物代行サービス」である。

次に、流通業の見守りサービスの状況についてみると、コンビニエンスストアのローソンとスーパーマーケットの平和堂の2社が実施している。ローソンでは、移動販売や注文配達による買い物サービスに加えて、神石高原町が指定した高齢者世帯に声掛けする安否確認サービスも併せて実施している。

平和堂の生活支援サービスでは、店舗で購入した商品を自宅まで届けるサービスや宅配用カタログやチラシ商品などを電話やFAXで注文した商品を自宅へ配達する会員制の買い物代行サービスとともに、ペットボトルなどの無償回収や草刈や水回りなどの有償サービスなども行う。また、高齢者の見守りサービスとしては、希望者に対して離れて暮らす家族へ連絡を行う「メール連絡サービス」を無料でやっている。

流通業以外で見守りサービスに参入する企業に

は、セコムやセントラル警備保障、全日警、東急セキュリティ、東京ガス、大阪ガス、大阪ガスセキュリティサービス、NTT東日本、NTT西日本、NTTテレコム株式会社、富士通、シャープ、NECなどがあり、ICT（情報通信技術）を用いてサービスを提供している。また、2010年には、高齢者の安否確認を専業とする「あんしん見守りコール」が開業した。

### 3. 生活支援サービスの課題と展望

買い物サービスにおける課題点についてみてみよう。お届けサービスでは、前節で示したとおり、一定金額（3,000円から5,000円）以上の買い物で無料、それ未満の場合でも配達料金300円程度の負担で配達している。今後の可能性としては、配達料金の上昇も考えら、買い物サービスやネットスーパーでも同様のことが考えられる。例えば、ヤマト運輸では、人件費や燃料費の高騰に伴い法人顧客に対して運賃の引き上げを要請しており<sup>12</sup>、スーパーマーケットが配送費用を吸収できなければ、サービスの配達料金の上昇は避けられない。そして、宅配サービスやネットスーパーにおいても、同様の問題に直面する可能性がある。

移動販売については、生鮮食料品を扱うような場合、品質保持や温度管理が必要であるため、トラックやバスを改造する必要がある、買い物客のニーズに応えるためには、商品のアイテム数を増やす必要があり、車両も大型のものを使用する必要があり、投資費用や運営費用が課題となる。一方、中山間地域では、移動販売の利用者が少ないため小型車両で済むものの、売上が少ないため採算性の問題もある。

ミニ店舗の出店は、人口の少ない地域への対応が課題となる。過疎化が進む一方で、高齢化率が高まっている地域では、都市型のミニスーパーのような形態は事業採算性の点で困難である。中山間地域に適合する費用の掛からない店舗づくりが課題となっている。

無料送迎サービスは、大手スーパーマーケットではコスト面から実施する店舗が少ない。一方、公共交通機関の廃止が相次いでいる中山間地域では、高齢者が店舗までの移動手段の確保が困難な

状況であり、自治体やNPO、スーパーマーケットが有料の買い物バスを運行しているケースもある。多くの場合、利用者のニーズ合致しておらず、利用者の利便性を高めていく必要がある。

見守りサービスの課題については、下開千春（2011年）の高齢者のみの世帯の親がいる人に対する民間企業が提供する見守りサービスについての調査によると、「サービスを利用していない」（34.2%）との回答が最も多く、次いで、「どのようなサービスを利用しているか分からない」（24.1%）だった。また、見守りサービスに対する意識については、「詳しい情報や関連情報がわからない」（43.2%）が最も多く、「サービスの利用料金が高そうである」（39.0%）となっている。以上のことから、見守りサービスの利用者は、見守られる側の高齢者ではなく、見守る側の子供や孫であり、見守る側にサービスに関する理解を広めていく必要がある。

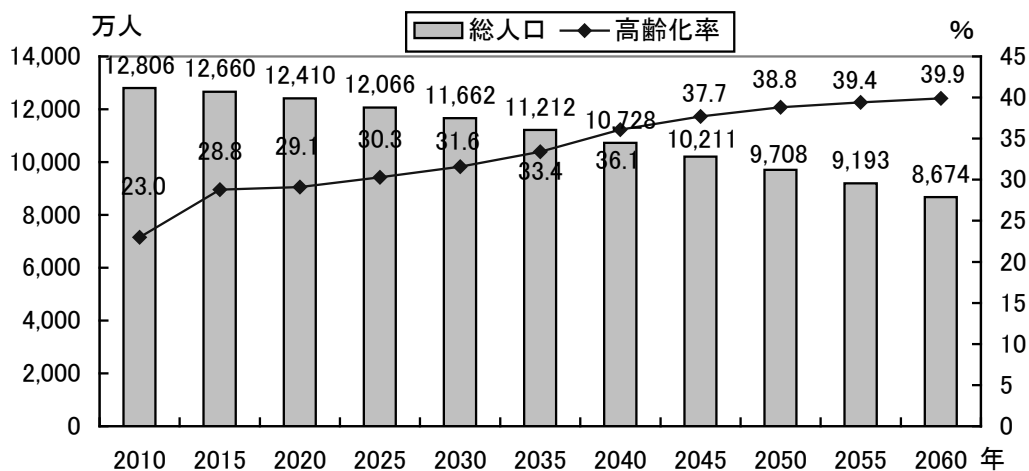
最後に、生活支援サービス全体の課題としては、持続可能なサービスを実現することにある。そのためには、事業運営費の確保や人材の確保、利用者の利便性の向上などが必要であり、自治体をはじめ、地域住民、NPO、民間企業の連携を図ることが不可欠である。

我が国の総人口に占める65歳以上の人口の割合（以下、高齢化率とする）は、図3に示したとおり、上昇すると見込まれている。2010年の高齢化率は、23.0%であるのに対し、「団塊の世代」が65歳以上となる2015年には28.8%となり、2060年には59.9%に達すると推計されている。

高齢化の状況を都道府県別にみたものが、表1である。2012年において高齢化率が30%以上の自治体は、秋田県の30.7%、高知県の30.1%、鳥根県の30.0%の3県だが、高齢化率25%以上になると、32の自治体に達する。さらに、2040年の高齢化率の予測では、ほとんどの自治体が高齢化率35%に達する。

さらに、一人暮らしの高齢者が増加していることにも注目しておきたい。国立社会保障・人口問題研究所（2013年）によれば、図4に示したように、65歳以上の単身者世帯は2010年の498万世帯に及び、10年後の2020年には668万世帯、2035年

図3 日本の総人口推計と高齢化率の推移



(出典) 内閣府編、2013年、p.5をもとに作成。

には約762万世帯にまで増加すると見通しである。

以上のことから、「団塊の世代」が65歳以上となる2015年以降、高齢化率は全国的に高まり、高齢者の単身世帯も増加傾向にあることから、生活支援サービスのニーズは高まっていくと考えられる。

高齢者の単身世帯の高い地域を中心に、生活支援サービスの可能性について考えると表2のようになる。お届けサービスと宅配サービスは、流通業と地元商店などが連携しながら商品を配送する業務を担う形で実施する。移動販売やミニ店舗の出店についても、地元商店などが連携しながら地域の空き店舗や公共機関の空きスペースなどを活用してサービスを提供する。送迎サービスでは、イギリスが導入した郵便集配車に高齢者などを乗せて公共交通機関のない地域と地方都市の間を結ぶ「ポストバス」を運行している<sup>13</sup>。我が国の場合、規制緩和が必要になり、すぐに運行することはできないが、高齢化や過疎化が進む中で検討する余地はあると考えられる。

見守りサービスについては、自治体が郵便事業者や宅配業者と連携をして、配達時などを利用して高齢者の生活状況や体調を確認するサービスを提供する、などがあげられる。

#### 4. 自治体と連携した行政サービスの課題と展望

生活支援サービスは、今後の高齢化の状況から高齢者に対するビジネスとして参入する民間企業も増えている。経済産業省においても、「買い物支援の取組は、基本的にはビジネスベースの取組で対応されることが望ましい<sup>14</sup>」としている。

しかしながら、高齢化による人口減少の著しい地域では、事業採算が確保できないことから持続可能なサービスを提供することが困難な事業も多い。こうした地域については、自治体が積極的な支援をしていく必要がある。

官民連携による生活支援サービスの提供事例としては、高知県大豊町の「おおとよ宅配サービス」がある。同サービスでは、高知県の補助金をはじめ、大豊町と大豊町商工会、地元商店が運営費を捻出することで利用者の負担を減らし、サービスの利用をやすくしている。

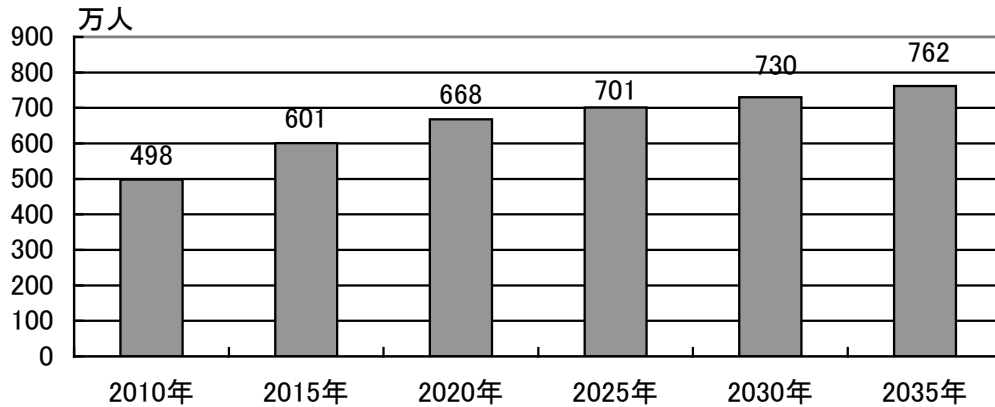
サービス概要は図5に示したとおり、高知県大豊町の全住民が対象で、サービスに参加する町内の商店11店舗（2013年6月現在）に住民が電話やFAXで注文すると（1,000円以上の注文から利用可能）、ヤマト運輸が商店から商品を集荷し、依頼者宅まで配達する。宅配料金は150円で（代引

表1 都道府県別の高齢化率

都道府県	2012年 (%)	2040年 (%)	伸び	都道府県	2012年 (%)	2040年 (%)	伸び
北海道	26.0	40.7	14.7	滋賀県	21.6	32.8	11.2
青森県	27.0	41.5	14.5	京都府	24.7	36.4	11.7
岩手県	27.9	39.7	11.8	大阪府	23.7	36.0	12.3
宮城県	22.9	36.2	13.3	兵庫県	24.3	36.4	12.1
秋田県	30.7	43.8	13.1	奈良県	25.5	38.1	12.6
山形県	28.3	39.3	11.0	和歌山県	28.4	39.9	11.5
福島県	26.1	39.3	13.2	鳥取県	27.2	38.2	11.0
茨城県	23.8	36.4	12.6	島根県	30.0	39.1	9.1
栃木県	23.2	36.3	13.1	岡山県	26.2	34.8	8.6
群馬県	24.9	36.6	11.7	広島県	25.3	36.1	10.8
埼玉県	22.0	34.9	12.9	山口県	29.2	38.3	9.1
千葉県	23.2	36.5	13.3	徳島県	28.0	40.2	12.2
東京都	21.3	33.5	12.2	香川県	27.1	37.9	10.8
神奈川県	21.5	35.0	13.5	愛媛県	27.8	38.7	10.9
新潟県	27.2	38.7	11.5	高知県	30.1	40.9	10.8
富山県	27.6	38.4	10.8	福岡県	23.3	35.3	12.0
石川県	25.0	36.0	11.0	佐賀県	25.3	35.5	10.2
福井県	26.0	37.5	11.5	長崎県	27.0	39.3	12.3
山梨県	25.6	38.8	13.2	熊本県	26.5	36.4	9.9
長野県	27.4	38.4	11.0	大分県	27.6	36.7	9.1
岐阜県	25.2	36.2	11.0	宮城県	26.7	37.0	10.3
静岡県	24.9	37.0	12.1	鹿児島県	27.0	37.5	10.5
愛知県	21.4	32.4	11.0	沖縄県	17.7	30.3	12.6
三重県	25.3	36.0	10.7				

(出典) 内閣府編、2013年、p.8をもとに作成。

図4 65歳以上の単身者世帯数の推移（推計）



(出典) 国立社会保障・人口問題研究所、2013年、p.14をもとに作成。

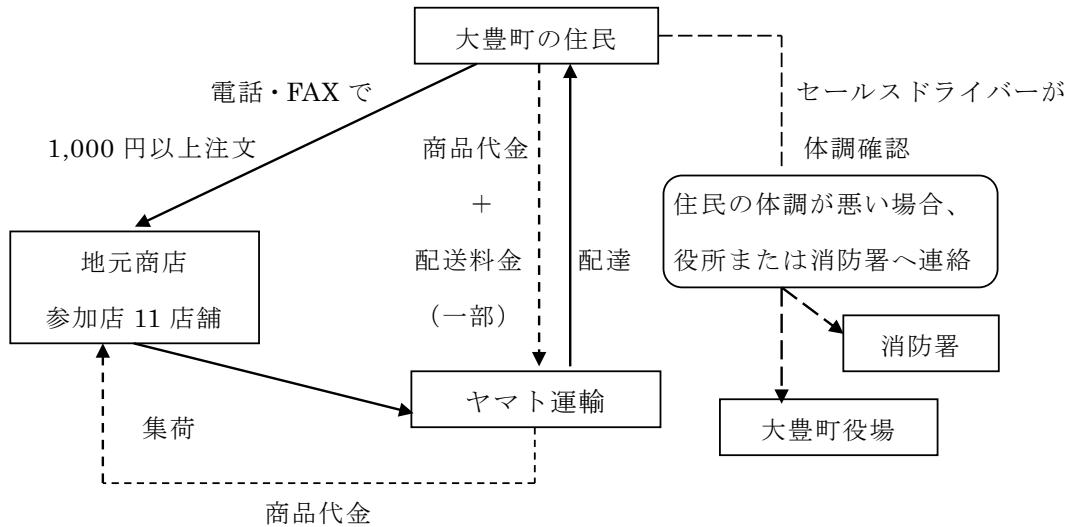
表2 生活支援サービスの事業展開の可能性

お届けサービス	流通業と地元商店などが連携して買い物した商品を配送する
宅配サービス	電話やFAX、インターネット、カタログなどを用いて流通業と地元商店などが連携して配送する
移動販売	地元商店などが、公共機関などの空きスペースを活用し、協働で商品の販売する身近な店づくり
ミニ店舗の出店	地元商店などが商品の運搬や空き店舗を活用し、協働で商品の販売する身近な店づくり
送迎サービス	イギリスで実施しているポストバスなど移動手段を提供する（日本では、規制緩和等が必要）：注
見守りサービス	郵便局や宅配業の配達時などを利用して高齢者の生活状況や体調を確認する

(注) イギリスのポストバスは、郵便集配と住民輸送のサービスを提供する（国土交通省、1998年）。



図5 おおとよ宅配サービスの仕組み



(出典) ヤマトホールディングス株式会社、2013年、p.10を著者加筆。

き手数料込み)で、午前11時までに注文すると当日の午後6時までに配達する。また、高齢者宅への配達時には、セールスドライバーが体調を確認し、体調が悪ければ役場または消防署へ連絡する仕組みとなっている。このサービスの特徴は、買い物サービスと見守りサービスに加えて、大町商工会と連携しながら、買い物に地元商店を活用することで「地域活性化」を図っているところもある。

次に、官民連携の課題としては、国や自治体の税収が減少傾向にあり、生活支援サービス関連の支援制度の継続が難しくなる可能性がある。その一方で、生活支援サービスは、高齢化による人口減少の激しい地域では、事業採算性の観点から民間ベースでのサービス提供は困難であり、国や自治体からの補助金がないと運営できない地域も多い。地方自治体についても、買い物弱者や高齢者の見守りを地方自治体だけで解決することは難しい。

したがって、地方自治体と民間企業、NPO、地域住民の連携を図りながら対策に取り組む必要があり、地方自治体では買い物弱者対策をはじめとする関連事業の支援制度を導入することで民間

企業などによるサービス供給が必要となる。

表3は地方自治体の生活支援対策事業の内訳を示したものである。2012年度の対策事業の合計は301件であるのに対して、2014年度には611件と倍増している。その中でも、「宅配事業(買い物代行・配食サービス含む)支援」が2012年度の63件から2014年度には147件と233%増と大きく伸びており、次いで、「生活支援サービス(買い物サービスを除く)関連」の223%増、「買い物バス・移動支援」の194%増の順になる。

今後も高齢者や買い物弱者の増加が予想される中で、わが国の財政状況を考慮すると、民間企業は地元のニーズに対応した生活支援サービスを供給するために、既存の流通システムや物流ネットワーク、地域内の連携(地域住民、NPO、民間企業の連携)を活用し、自立したコミュニティビジネスとして持続可能性のあるサービスを模索していく必要がある。

#### おわりに

今回の研究では、宅配業と流通業の生活支援サービスの事例を中心に考察した結果、人口減少の激しい地域では、事業採算性の観点から民間

表3 地方自治体の生活支援対策事業の内訳

(単位：件)

対策事業 / 年度	2012	2013	2014
買い物バス・移動支援	113	118	219
宅配事業（買い物代行・配食サービス含む）支援	63	91	147
生活支援サービス（買い物サービスを除く）関連	35	34	78
移動販売事業支援	35	56	65
商店街活性化	32	26	51
ミニ店舗開設支援	23	32	29
買い物弱者支援全般		19	22
合 計	301	376	611

(出典) 経済産業省、2012年、2013年、2014年をもとに作成。

ベースでのサービス提供は難しいことから地方自治体の財政支援の整備が拡充してきていることが明らかとなった。

しかしながら、わが国の財政状況を考慮すると、将来的には、既存の流通システムや物流ネットワーク、地域内の連携（地域住民、NPO、民間企業の連携）を活用しながら民間ベースでの持続可能な生活支援サービスの構築が必要である。

## 注

- <sup>1</sup> 社会福祉法人全国社会福祉協議会生活支援サービスの普及促進に関する調査研究委員会、2011年、p.2。
- <sup>2</sup> 経済産業省、2011年、p.2。
- <sup>3</sup> 大手5社については、ヤマトホールディングス株式会社：東証1部上場（ヤマト運輸株式会社）、SGホールディングス株式会社：非上場（佐川急便株式会社）、セイノーホールディングス株式会社：東証1部上場（西濃運輸株式会社）、福山通運株式会社：東証1部上場、トナミホールディングス株式会社：東証1部上場（トナミ運輸株式会社）を対象とした。
- <sup>4</sup> ココネット株式会社（本社：東京都中央区）は、セイノーホールディングス傘下で、2011年に設立である。コミュニティコンシェルジュ（御用聞き・見守り）事業と買い物弱者対策支援、食品宅配事業を行う会社である（おや

ここネットホームページ：<https://www.oyacoconet.jp/>）。

- <sup>5</sup> 同事業は、NPOや企業などが買い物困難地域においてミニ店舗や移動販売、宅配などによる買い物機会の提供につながる事業を支援する制度である。
- <sup>6</sup> セイノーホールディングス株式会社、「見守り型お買い物代行サービス「おやここネット」を開始」、同社ホームページ（<http://www.seino.co.jp/seino/news/shd/2013/1212-01.htm>）。
- <sup>7</sup> 西濃運輸「カンガルーお買い物サービス」ホームページ（<http://www.seino.co.jp/seino/service/domestic/shopping/>）。
- <sup>8</sup> ヤマト開発「店頭商品当日宅配サービス：ネットスーパーサポートサービス」（[http://www.nekonet.co.jp/service/csd/netsuper\\_index.html](http://www.nekonet.co.jp/service/csd/netsuper_index.html)）。
- <sup>9</sup> コンビニエンスストアの宅食サービスには、ローソンの働く女性を支援する食事の定期宅配サービス「スマートキッチン」やセブン-イレブンの栄養バランスを考えた食事を届ける「セブンミール」、サークルKサンクスの冷凍された栄養バランスに配慮した食事を自宅へ配達する「食生活サポート便」がある。
- <sup>10</sup> 天満屋ストアもJR岡山駅に近い商店街に「ハッピーズミニ表町店」を出典したが、1年半ほどで閉店している（日本経済新聞電子版2014年3月28日「天満屋ストア、ミニスーパー事業撤退 事業開始から1年半で」）。
- <sup>11</sup> 経済産業省、2011年、pp.6-21を参照。
- <sup>12</sup> 日本経済新聞2014年3月12日朝刊、一面「ヤマト一斉値

上げへ」。

<sup>13</sup> 国土交通省（1998年）によると、イギリスのバス事業の規制緩和に伴い、路線への参入・退出が自由化された結果、事業の採算性のとれない過疎地で民間バス事業者が撤退し、交通サービスが提供されない可能性があったことから地域のバス路線を維持するために「補助金入札制度」が導入され、民間企業のみならず、ロイヤルメールなどの公営企業も認められた結果、郵便集配と住民輸送の2つのサービスを提供するポストバスが可能となった。

<sup>14</sup> 経済産業省、2010年、p.39。

#### 参考文献

岩手県社会福祉協議会「地域を支える新しい取り組みの可能性を探る 西和賀発 まごころ宅急便」『いわて福祉だよりパートナー WEB版』1月号、2011年、同協議会ホームページ (<http://www.iwate-shakyo.or.jp/05partner/11-01/index.html>)。

経済産業省『地域生活インフラを支える流通のあり方研究報告書～地域社会とともに生きる流通～』2010年。

経済産業省『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～』2011年。

経済産業省「平成24年度買い物弱者対策関連事業予算等（国・地方公共団体）のとりまとめについて」経済産業省ホームページ (<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien.html>) 2012年。

経済産業省「平成25年度買い物弱者対策関連事業予算等（国・地方公共団体）のとりまとめについて」経済産業省ホームページ (<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien25.html>) 2013年。

経済産業省「平成26年度買い物弱者対策関連事業予算等

（国・地方公共団体）のとりまとめについて」経済産業省ホームページ (<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien26.html>) 2014年。

国土交通省「多自然居住地域の創造に資する異分野連携による新たな交通サービスの提供方策」『地域交通ガイドランス』vol.1、1998年、国土交通省ホームページ ([http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/soukou/seisakutokatsu\\_soukou\\_tk\\_000008.html](http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/soukou/seisakutokatsu_soukou_tk_000008.html))。

国立社会保障・人口問題研究所『日本の世帯数の将来推計（全国推計）-2010（平成22）～2035（平成47）年-』2013年。

下関千春「高齢者の見守り-見守り関連事業に関する全国の自治体と生活者への調査-」『LifeDesign REPORT』2011年4月号、2011年。

社会福祉法人全国社会福祉協議会生活支援サービスの普及促進に関する調査研究委員会『「生活支援サービス」が支える地域の暮らし-地域に根ざした地域包括ケアづくり-』2011年。

杉田 聡『買物難民-もうひとつの高齢者問題』大月書店、2008年。

杉田 聡『「買い物難民」をなくせ!』中央公論新社、2013年。

内閣府編『平成25年版 高齢社会白書』印刷通販、2013年。  
農林水産政策研究所食料品アクセス研究チーム「食料品アクセス問題の現状と対応方向-フードデザート問題をめぐって-」『Primaff Review』No.43、2011年。

ヤマトホールディングス株式会社『ヤマトグループCSR報告書2013 ハイライト版』2013年、同社ホームページ (<http://www.yamato-hd.co.jp/csr/report/pdf/2013.pdf>)。