

論 文

高齢者の買物行動  
——埼玉県西部地域を事例として——

南 林 さえ子

はじめに

高齢社会を迎え、買物弱者である高齢者の買物行動を把握することは、生活の質の保障をするという意味で重要なことである。筆者ら<sup>1)</sup>はこれまで、飯能市における消費者の買物行動について、アンケート調査を行い、世帯の商品別買物場所、買物回数、交通手段や要望を元に、居住地域別年齢別の消費者の買物行動をまとめてきた。

飯能市の飯能地区は江戸時代からすでに市が開かれ、明治初期には大通り周辺に商店街が形成され、1970年ころまで、大通り商店街、中央通り商店街、銀座商店街の三商店街と飯能駅周辺の地域で一極集中型の強固な中心市街地ができていた。1970年代後半から大型小売店の出店が郊外地域で始まり、現在に至っているが、主に飯能地区内の東側地域、加治、精明の平地部に出店され、山間部居住者は平地部に買物に行かなければならない構図となっている。そのため主な買物交通手段は車であり、自力での車の運転が困難な高齢者にとって非常に大きな問題となっている。

今回、特に焦点を当てたのは、高齢者の買物行動である。地方都市中心部においては高齢化の進展と、大型小売店舗の郊外移転による空洞化で、買物が非常に困難になっていることが報告されているが、飯能市中心部ではどのような問題が起こっているかを明らかにした。飯能市では大型店舗の郊外出店はあるものの、市街地中央に食品スーパー、百貨店があり、かつ人口は減少しているもののその減少率はまだわずかであるという現状がある。飯能市中心部には生活利便性を享受している高齢者の存在があると考えた。

上記のような条件の中で本稿では、高齢者の日常の買物行動について若年者との比較の上で、明らかにした。

## 第1章 先行研究

### (1) 高齢者世帯の所得と支出

総理府の発表する家計調査（平成21年）<sup>2)</sup>や厚生労働省の平成21年国民生活基礎調査<sup>3)</sup>の高齢者世帯（65歳以上）の所得と支出を他の階級と比較すると、次のようにまとめられる。

- ① 高齢者世帯の平均所得金額は、全世帯の平均所得金額の約半分強であるが、一人当りの所得金額は全世帯平均と大きな差はない。高齢者世帯の一人当りの所得金額の推移は年々減少しつつある
- ② 高齢者世帯内部では、ジニ係数で確認すると一般世帯に比べて、所得格差が大きい
- ③ 高齢者世帯全体の消費金額は、他の階級（30歳代～60歳代）を下回るが、一人当りの消費金額は少なくない。一人当りの消費支出は40歳未満の世帯よりも上回っている
- ④ 一人当たり消費支出での高齢者世帯の支出の内訳として、食料費は全平均より高いこと、外食支出は低いことなど健康志向がうかがえること、教育費は極端に低いこと、教養娯楽費は高齢者世帯のほうが高く、交際費の支出が多い

以上より、高齢者世帯の特徴として、次のことがあげられる。

- ① 中年世代の家計を圧迫する教育費、住宅ローンの二大出費が軽くなっているため、高齢者が自由に使えるお金は、見た目より多い
- ② 余暇や交際などへの支出の割合が多く、生きがい志向や暮らしを楽しむ傾向がうかがえる

### (2) 高齢者購買活動特性

高齢者の身体機能の側面から高齢者の購買活動上の特性は以下の通りである<sup>4)</sup>。

- ① 高齢者の外出に対しては、身体とりわけ脚力の機能低下に加えて視力、聴力の低下に対する配慮が必要であり、このような買物環境の整備が実現できれば、多少のからだの不自由があったとしても、自力で歩行ができ、経済的余裕があり、時間的に自由が多い高齢者にとって、買物という行動

## 高齢者の買物行動

は、ひとつの余暇活動として十分意味のあるものになりうる

- ② 他のどの世代よりも個人差、多様性のある集団である

### (3) 高齢者の買物頻度

高齢者の買物行動について、いくつかの調査研究が報告されている。そのひとつが買物頻度についてである<sup>5)</sup>。一般には①と言われてきたが、調査結果では②とみなされた。

- ① 高齢になるにつれ、買物に行く頻度が減り、また、男性よりも女性のほうが買物に行く頻度が高く、買物時間も長い
- ② 高齢になるにつれて買物に行く頻度が増える。また、女性は買物に行く人と行かない人の差が大きく、買物時間は長い

### (4) 高齢者にとって望ましい購買システム

高齢者の好む購買方法や店舗選択基準は、次のように考えられる<sup>6)</sup>。

- ① 価格で選ぶよりは売り手の顔が見える販売形態
- ② 通信販売、コンビニエンスストアなどの比較的新しい業態の利用は、年齢層が高くなるにしたがって低下する。利便性よりも従来より慣れ親しんだ購買方法を好む
- ③ ディスカウントストアの利用が年齢が上がるにつれて低下しており、高齢層になるにしたがい価格以外の基準で店舗を選択する

高齢化社会における望ましい購買システムは①と②の購買形態が補完しあって始めて可能となる。以上よりその方向性を考えると次のようになる。

- 1) 身体機能の低下に対応し自立生活への第一歩としての購買システム
- 2) 高齢者の不安を和らげるための社会との接点としての購買システム
- 3) 生きがいづくり、多様でこころ豊かな老後生活を送るための手段としての購買システム

### (5) 高齢者の買物における満足度

買物における満足度に注目した研究もある<sup>7)</sup>。

買物行動は高齢者の「楽しみ」になりえ、大規模小売店舗は高齢者の買物に対する満足感を充足するポイントを押さえてはいるが、人的なサービス面が弱

いという結果が出た。気構えることなく何気ないコミュニケーションが取れる日常の行動を、高齢者は「楽しい」・「好き」と評価している。

本稿は、高齢者の買物頻度、購買システム、買物に対する要望などについて、これらの所見についての実証を試みた。

## 第2章 調査の実施概要

### 1. 調査方法の概要

- (1) 調査実施期間 平成19年11月16日～11月30日
- (2) 調査地域 飯能市全域
- (3) 調査対象 飯能市に居住する世帯
- (4) 調査方法 郵送法による自記式アンケート調査
- (5) 調査対象の抽出と回収状況
  - ① 抽出方法 平成19年10月1日現在の飯能市の住民基本台帳から、図2-1の8地区の居住地区別に等間隔抽出法により2,000世帯を抽出した。平成23年1月現在、飯能市の地区分割は9地区となっており、加治地区より美杉台地区が分離している。
  - ② 回収状況 配布先：2,000世帯 回収枚数：897枚 回収率：44.9%
  - ③ 総計回収数に対する各地域の割合 飯能市の地区別回収枚数等については、表2-1のとおりである。

調査対象抽出時、吾野・東吾野・原市場・名栗の山間地域は平地の地域割合よりも多く割り当てた。市内全体を考察する時は調整をしている。

本稿の高齢者の買物行動分析では、質問紙における年齢階級を、20歳代、30

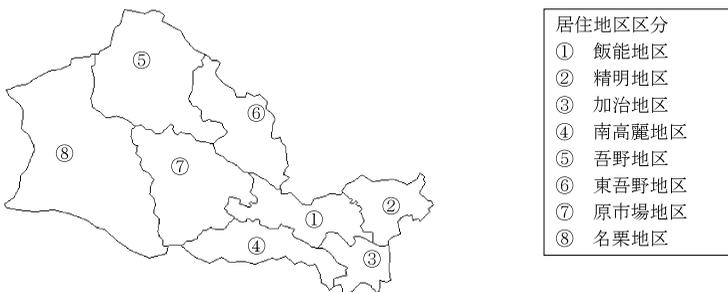


図2-1 飯能市内の8居住地区図

## 高齢者の買物行動

表 2-1 飯能市の地区別回収枚数等

地 域	回収枚数	構成比 (%)	回収枚数 うち60歳以上	回収枚数 うち60歳未満
1. 飯 能	211	23.5	96	115
2. 精 明	141	15.7	46	95
3. 加 治	179	20.0	74	104
4. 美 杉 台	45	5.0	18	27
5. 南 高 麗	31	3.5	11	20
6. 吾 野	53	5.9	25	28
7. 東 吾 野	54	6.0	25	29
8. 原 市 場	119	13.3	47	71
9. 名 栗	50	5.6	31	19
10. 無 回 答	14	1.6	8	4
総 計	897	100.0	381	512

出所：人口は平成19年1月1日現在の飯能市の住民基本台帳

歳代のように10歳刻みで聞いたため、60歳以上と60歳未満に分けて分析している。人口統計上の高齢者と異なっていることをあらかじめお断りする。また、全体で4通の年齢の未記入が存在する。

## 2. 飯能市町村別高齢者数・高齢化率・人口増加率

国政調査結果（2005年10月1日現在）を元に飯能市の高齢者（65歳以上）についての分布を表2-2，その人数を図2-2，高齢化率を図2-3に示す。但し、人口増加率のみ飯能市市民課の住民基本台帳のデータ（各年1月1日）である。

2005年国勢調査の全国高齢化率は20.1%である。

65歳以上の高齢者数は、人口集中地区の飯能地区、精明地区、加治地区、及び原市場地区に多い。高齢化率が全国平均の20.1%よりも低い値の地区は、精明地区、加治地区、美杉台地区、原市場地区となっている。そのうち美杉台地区が最も低くなっている。一方で中心市街地である飯能地区及び南高麗、吾野、東吾野、名栗は全国平均よりも高くなっている。

図2-3に示すように、町村別には、精明地区、吾野地区、原市場地区の一部に高齢化率40%を越す町村がある。

表2-2の人口増加率は、南高麗地区が大きく増加していることがわかる。

表2-2 飯能市内高齢者数・人口・高齢化率

	65歳以上人口	人口	高齢化率	人口増加率 (2010/2005)
飯能	4,572	22,257	20.5	- 0.5
精明	3,515	17,620	19.9	- 1.0
加治	3,515	20,468	17.2	- 1.0
美杉台	591	5,051	11.7	0.9
南高麗	673	2,649	25.4	13.7
吾野	885	2,797	31.6	-13.9
東吾野	593	24,09	24.6	-10.6
原市場	1,454	9,120	15.9	- 8.4
名栗	791	2,489	31.8	-12.1
市全体	16,589	84,860	19.5	- 2.2

出所：2005年国勢調査，人口増加率は飯能市住民基本台帳より作成

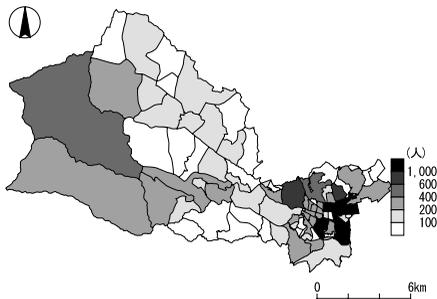


図2-2 65歳以上人口

出所：2005年国勢調査データより筆者作成

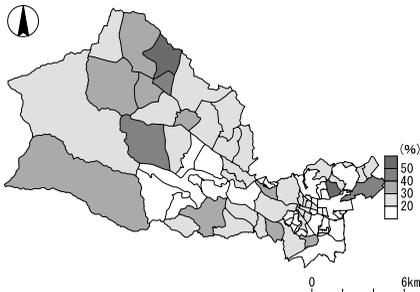


図2-3 高齢化率

出所：2005年国勢調査データより筆者作成

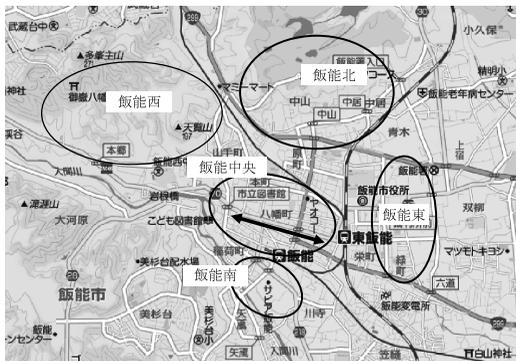
### 3. 飯能市町村地域の考え方

飯能市内は、現在行政上、一般に9地区に分けられている。今回の買物行動調査時に対象とした商店街や大型店舗は、9地区のうちの飯能、精明、加治、原市場の各地区にある。

#### (1) 飯能地区

江戸時代から続く商店街を持ち、かつ百貨店、大型スーパーが集中し、中心市街地を形成している。この地区にはJR八高線、西武池袋線・秩父線が通っており、その線路の踏み切りはこれまでの調査<sup>9)</sup>で交通上のネックになっていることが報告されている。この特殊性を考えて、図2-4に示すように、飯能地区を分割した。

- 1) 飯能中央：西武池袋線・秩父線に囲まれた地区で、百貨店、飯能大通り商店街、飯能中央通り商店街、飯能銀座商店街の3商店街、食品スーパーがあり、買物は基本的には徒歩圏と考えられる。東飯能駅から大通りの突き当たり市立図書館まで（矢印）約1 Km15分の距離である。
- 2) 飯能南：西武池袋線の南地区で、大型ショッピングセンターサビア飯能がある。
- 3) 飯能東：JR八高線の東地区で、食品スーパー、ドラッグストア、ショッピングセンターなどが集中する地区である。
- 4) 飯能北：西武秩父線の北地区で、地区範囲が広い。日高市との境界近



出所：Yahoo地図より筆者作成

図2-4 市街地地図

くにショッピングセンター（マミーマート）ができた。

5) 飯能西：飯能中央の西地区で市街地からは遠く、地区範囲が広い。バスが主な交通手段である。

(2) 精明地区

飯能東地区に接し、かつ入間市、日高市に接する飯能市の東端である。地区範囲は住宅地と農地である。交通機関はバス便である。大型ショッピングセンター、大型ホームセンターがある。

(3) 加治地区

住宅地であり、飯能駅・元加治駅から徒歩圏・自転車圏といえる。

(4) 美杉台地区

平成元年に開発された分譲地で、20年を過ぎているが、開発はまだ続いており、高齢化率が11.7%と飯能市内の地区では最も低い。人口は増加している。飯能駅から徒歩で団地入口までおよそ20分、バス便で飯能駅まで10分、170円である。

(5) 南高麗地区

東京都青梅市に隣接した県境である。秩父山系の東端にあるため、山地から緩やかな丘陵まで変化に富み、東西9km、南北3～4kmの東西に細長い地域となっている。地区東端の飯能駅から南約1.5kmのエリアの人口増加が顕著である。中心地区は飯能駅まで約9km、バス便で約20分、360円、また、最奥の間野黒指から飯能駅まで12km、約35分、430円である。バスは1時間に3本以下である。

(6) 吾野地区

昭和31年飯能市に編入。高麗川の上流に位置し、林業が盛んで西川材の産地である。国道299号、西武鉄道秩父線が通る。江戸時代より続く伝統的な西川林業の中心的地域であり、地区の大部分が山林である。大正期の古民家が建ち並ぶ吾野宿、明治、大正の歴史的な旧校舎が残る小学校がある。人口減少は10%を超える。西武鉄道吾野駅から飯能駅までは5駅、昼間の本数は1時間当たり2本程度、運賃230円である。

(7) 東吾野地区

昭和31年飯能市編入。説明は吾野地区と同様、地区の大部分が山林である。人口減少率も同様に10%を超える。西武鉄道東吾野駅から飯能駅までは4駅、

## 高齢者の買物行動

昼間の本数は1時間当たり2本程度である。運賃は200円である。

### (8) 原市場地区

昭和31年飯能市編入。江戸時代に江戸のまちづくりのための建築材の需要が増え、この地区から生産される良質な桧材は、筏を組んで入間川を下り、西川材と呼ばれた。この筏流しの風景は昭和初期まで続き、この山村の地場産業として栄えた。人口減少率は8.4%である。中心位置に食品スーパーがある。飯能駅まで約7Km, 20分, 400円である。

### (9) 名栗地区

平成17年(2005年)に飯能市と合併した。名栗村は埼玉県秩父市、東京都青梅市と接しており、交流が深い。地区内には大型店舗は無く、買物は飯能市、秩父市、青梅市へと出かけることになる。人口減少は10%を超える。飯能市へのアクセスは、バス便で名栗車庫から飯能駅まで約16Km, 約50分, 660円, 名郷から飯能駅まで約24Km, 62分, 790円である。本数は1時間に3本以下である。

今回の調査での居住地別の高齢者の買物行動分析は、これらの9地区別に行うと山間部のサンプル数が非常に少なくなるため、買物条件が同じと考えられる山間地区を合併した。また飯能中心部についても同様の理由のため3地区とし、新しく9つの居住地を考えた。変更したのは以下の地区である

- ① 市街地中央：飯能中央、飯能南、飯能東を合併した。徒歩圏内に大型小売店を持つ
- ② 市街地北、市街地西：飯能北と飯能西をそれぞれ名称変更した
- ③ 吾野・東吾野：吾野と東吾野を合併した。鉄道沿線である。大型小売店はない。ドラッグストアが1件ある
- ④ 南高麗・名栗：南高麗と名栗を合併した。バス便のみ、大型小売店はない

商業集積地の地区割りは、立地を明確にするため、飯能地区を5地区に分けて分析した。商業集積地別の商業施設数を、表2-3に示す。

市内には13件の商店街・大型店・食品スーパーがあり、飯能地区に集中している。ホームセンターは精明、加治に大型の店舗がある。コンビニエンスストア(コミュニティストアを含む)は24件、ドラッグストアは8件である。

表2-3 地区別商業施設数

商業集積地	商店街・大型店・食品スーパー	ホームセンター・電気店	コンビニエンスストア	ドラッグストア
飯能中央	5	0	4	1
飯能南	1	0	2	1
飯能東	2	2	2	1
飯能北	0	0	1	1
飯能西	0	0	1	1
精明	1	1	6	0
加治	1	1	4	0
美杉台	0	0	1	0
原市場	1	0	1	1
吾野・東吾野	0	0	1	1
南高麗・名栗	0	0	1	1
計	11	4	24	8

出所：『統計はんのう』他（平成19年11月1日現在）

#### 4. 商業集積地別の概要

各地区の居住者がどの商業集積地に買物に行くかについて、各地区間の吸引率を求めた。この場合商業集積地として居住地区を区分し直し、飯能地区を5地区にしている。ここでは、日常の買物行動で重要な生鮮食品（肉・魚・野菜・果物）を対象にした。表では地元吸引率を網掛けにした。

60歳以上の「肉・魚・野菜・果物」に対する地区別吸引状況を表2-4に、60歳未満を表2-5に示す。

全体には、60歳以上の飯能市内吸引率は、「8 吾野・東吾野」の77.3%を除いて90%以上の値となっている。60歳未満では、「8 吾野・東吾野」が55.8%と低い値になっており、日高市への流出が目立つ。他に「3.市街地西」,「7.原市場」の飯能市内吸引率が90%以下となっている。60歳未満では、地区外への流出率が高い。

地区別には、商業施設が集中している「1.市街地中央」の地区内吸引率が60歳以上で97.6%と非常に高い数値となっており、特に「飯能中央」地区への買物が88.1%と、旧来からの買物行動を取っていると考えられる。しかし60歳未満では、「飯能中央」地区への買物割合は47.5%とほぼ半分で、残りは「飯能東」などの他地区に移動している。これら他地区は徒歩圏を越えている。

## 高齢者の買物行動

表2-4 肉・魚・野菜・果物（60歳以上）

商業集積地	居 住 地								
	1.市街地中央	2.市街地北	3.市街地西	4.精明	5.加治	6.美杉台	7.原市場	8.吾野・東吾野	9.南高麗・名栗
飯能中央	88.1	70.0	59.1	13.4	33.1	25.0	35.0	39.8	17.6
飯能南	2.4	0	13.6	0	13.1	62.5	3.8	8.0	8.8
飯能東	7.1	20.0	9.1	41.5	20.8	0	10.0	15.9	5.9
飯能北	0	0	0	0	0	0	0	0	0
飯能西	0	0	0	0	0	0	0	0	0
精明	2.4	5.0	4.5	34.1	9.2	0	2.5	2.3	2.9
加治	0	0	0	3.7	16.2	12.5	2.5	0	0
美杉台	0	0	0	0	0	0	0	0	0
原市場	0	0	9.1	0	0	0	43.8	0	30.9
吾野・東吾野	0	0	0	0	0	0	0	11.4	0
南高麗・名栗	0	0	0	0	0	0	0	0	26.5
飯能市内吸引率	100.0	95.0	95.5	92.7	92.3	100.0	97.5	77.3	92.6
入間市	0	0	0	0	6.2	0	2.5	2.3	2.9
狭山市	0	0	4.5	2.4	0	0	0	0	0
所沢市	0	0	0	0	0	0	0	0	0
日高市	0	0	0	4.9	1.5	0	0	15.9	0
川越市	0	0	0	0	0	0	0	0	0
秩父市	0	5.0	0	0	0	0	0	4.5	0
その他県内	0	0	0	0	0	0	0	0	0
池袋新宿	0	0	0	0	0	0	0	0	0
青梅市	0	0	0	0	0	0	0	0	4.4
瑞穂町	0	0	0	0	0	0	0	0	0
武蔵村山市	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他県外	0	0	0	0	0	0	0	0	0
計	100	100	100	100	100	100	100	100	100

表2-5 肉・魚・野菜・果物（60歳未満）

商業集積地	居 住 地								
	1.市街地中央	2.市街地北	3.市街地西	4.精明	5.加治	6.美杉台	7.原市場	8.吾野・東吾野	9.南高麗・名栗
飯能中央	47.5	50.0	35.5	10.8	20.6	12.0	26.2	26.9	19.4
飯能南	9.0	0	16.1	0	14.7	60.0	9.2	3.8	24.1
飯能東	24.9	44.7	16.1	34.9	33.3	4.0	12.3	17.3	5.9
飯能北	0	0	0	0	0	0	0	0	0
飯能西	0	0	0	0	0	0	0	0	0
精明	6.8	5.3	12.9	44.1	17.2	0.0	6.2	3.8	5.9
加治	3.4	0	3.2	1.1	3.9	20.0	3.1	1.9	2.9
美杉台	0	0	0	0	0	0	0	0	0
原市場	1.7	0	3.2	0	0	0	32.3	0	30.0
吾野・東吾野	0	0	0	0	0	0	0	1.9	0
南高麗・名栗	0	0	0	0	1.0	0	0	0	2.9
飯能市内吸引率	93.2	100.0	87.1	90.9	90.7	96.0	89.2	55.8	91.2
入間市	3.4	0	0	5.9	7.4	0	1.5	3.8	2.9
狭山市	0	0	0	0	0	0	1.5	0	0
所沢市	0	0	0	1.1	1.0	0	0	0	0
日高市	1.7	0	6.5	1.1	0	0	4.6	36.5	0
川越市	0	0	0	0	0	0	1.5	0	0
秩父市	0	0	0	0	0	0	0	1.9	0
その他県内	0	0	0	0	0	0	0	0	0
池袋・新宿	0	0	0	0	0	0	0	0	0
青梅市	0	0	3.2	0	0	4.0	1.5	0	5.9
瑞穂町	1.7	0	3.2	1.1	0	0	0	1.9	0
武蔵村山市	0	0	0	0	1.0	0	0	0	0
その他県外	0	0	0	0	0	0	0	0	0
計	100	100	100	100	100	100	100	100	100

「2.市街地北」は、隣接する「飯能中央」と車などの交通手段の必要な「飯能東」とで90%を超える。60歳以上よりも未満の方が「飯能東」へ行く割合が高い。

「3.市街地西」は60歳以上では「飯能中央」が59.1%と群を抜いて高いが、60歳未満では分散し、県内、東京まで広がっている。

「4.精明」は地区内と「飯能東」がほぼ同じ割合で30~40%で、他に「飯能中央」が10%と年齢差はあまりない。

「5.加治」は地区内は高くなく、飯能の中心地、精明へ流出している。

「6.美杉台」は年代の別なく、「飯能南」が60%を超えている。

「7.原市場」は年代の別なく、地区内が30~40%で、50%近くが飯能の中心地区に買物にきている。

「8.吾野・東吾野」は地区内は60歳以上では11.4%、未満は1.9%であり低い。市街地中央の3地区へは、60歳以上で60%程度、未満では50%程度である。他はほぼ日高市に行くが、60歳未満では36.5%と非常に高いものとなっている。年齢差が大きい。

「9.南高麗・名栗」は地区内は60歳以上では26.5%、未満は2.9%であり低い。原市場への流出が最も高い。年齢差が大きい。

### 第3章 飯能市民の買物行動

#### 1. 消費者の買物行動

##### (1) 1週間の買物回数

60歳以上の買物回数を図3-1に、60歳未満の買物回数を図3-2に示す。

60歳以上の買物回数は、「1.市街地中央」で、「週4~5回以上」の多頻度消費者が70%を越える。次いで多頻度消費者が40%を越えるのは「5.加治」46%、「6.美杉台」44.4%、「2.市街地北」42.9%であるが、これらの地区の過半数は「週に2~3回」以下の回数である。次いで「4.精明」が32.6%、「7.原市場」27.6%、「3.市街地西」25.9%で、これらの地区は「週に2~3回」以下の回数が7割を占める。「8.吾野・東吾野」10.0%、「9.南高麗・名栗」14.3%であり、「7.原市場」を含めて、「週に1日くらい」以下の回数のものが25.5%~42.9%である。

60歳未満と比べると、多頻度消費者が60歳以上の方が多いたのは、「1.市街地

## 高齢者の買物行動

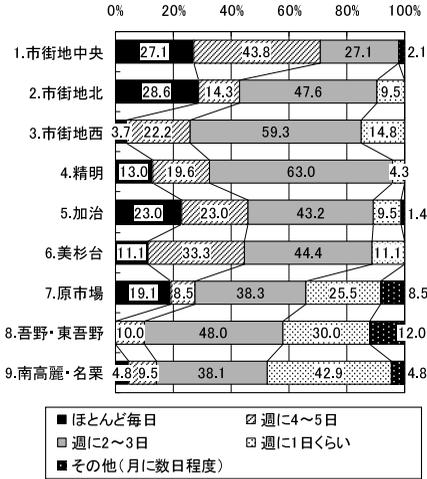


図3-1 60歳以上の1週間の買物回数 (%)

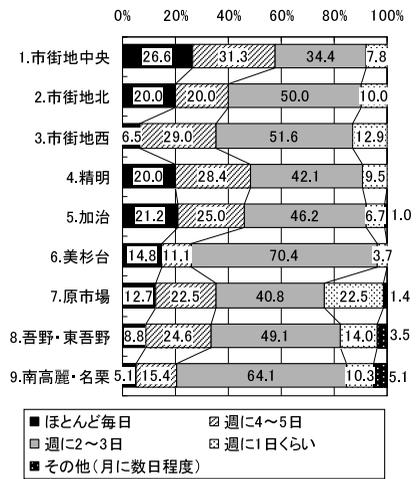


図3-2 60歳未満の1週間の買物回数 (%)

中央」で13.0%プラス、「2.市街地北」2.9%プラス、「6.美杉台」18.5%プラスの3地区である。「1.市街地中央」と「2.市街地北」は身近に買物が出来る環境にあり、60歳以上の消費者がこまめに買物をする生活スタイルを持っていることが分かる。逆に「6.美杉台」では、60歳未満の消費者の70%が「週2～3日」の買物行動をする人であり、買物よりも別の活動に重きを置いた生活スタイルの消費者が多いことが分かる。

全体に、60歳未満では、地区差は縮小している。60歳以上では、地区別の買物環境に直接影響を受ける。近くに小売店があれば、頻度が高くなるが、距離的に遠い山間部等は特に回数が減少する。60歳未満で地区の差が縮小するのは、交通手段でその距離を克服するからである。

このため60歳以上の消費者の方が回数が多くなっている。

### (2) 買物時によく利用する交通手段

60歳以上の交通手段を図3-3に、60歳未満の交通手段を図3-4に示す。

60歳以上の交通手段は、各地区必ず「徒歩」や「自転車」で買物に行く人が10%以上いることが分かる。「1.市街地中央」では「徒歩」が52.1%を占める。これはまさに地の利を生かしたものである。次いで、「自転車」は「2.市街地北」、「4.精明」、「1.市街地中央」、「5.加治」で多く、平地でかつ比較的安全な道のある地域で自転車が使われていることが分かる。「3.市街地西」、「6.美杉

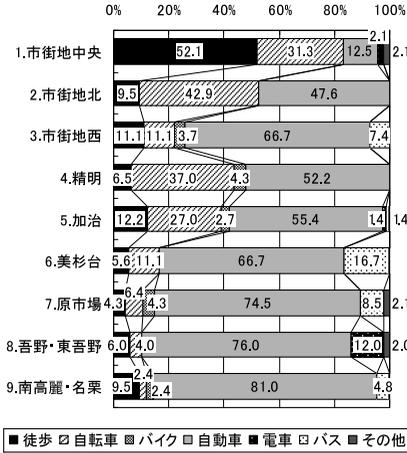


図3-3 60歳以上の買物時の交通手段(%)

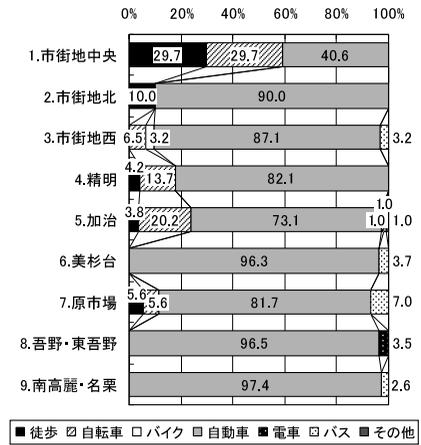


図3-4 60歳未満の買物時の交通手段(%)

台」,「7.原市場」,「8.吾野・東吾野」,「9.南高麗・名栗」は「自動車」が60%を超え、最も多い手段となっている。「3.市街地西」,「6.美杉台」,「7.原市場」,「9.南高麗・名栗」はバスが,「8.吾野・東吾野」は「電車」が買物時交通手段としての役割を果たしている。

60歳未満の消費者の交通手段はほぼ「自動車」である。「6.美杉台」,「8.吾野・東吾野」,「9.南高麗・名栗」は「徒歩」は全くない。「自転車」も少なく、特に「2.市街地北」は「自転車」利用がいなくなっている。「6.美杉台」,「8.吾野・東吾野」,「9.南高麗・名栗」はバス,電車があるものの,95%以上が「自動車」利用となっている。特に「6.美杉台」は飯能駅から徒歩20分で至近距離にあるが,「自動車」で移動する生活スタイルが見受けられる。

### (3) 通信販売の利用状況

60歳以上の通信販売の利用状況を図3-5に,60歳未満を図3-6に示す。

全体には,60歳未満の方が利用率は高い。「よく利用している」については,60歳未満は,「1.市街地中央」,「2.市街地西」,「6.美杉台」で40%前後である。60歳以上では,「6.美杉台」,「3.市街地西」で25%前後で突出している。

60歳以上の今後の利用意向は,「8.吾野・東吾野」で12.2%,「1.市街地中央」で10.6%と2地区で10%を超えるのみで,利用意向は大きくない。

### (4) 通信販売を主に利用している媒体

## 高齢者の買物行動

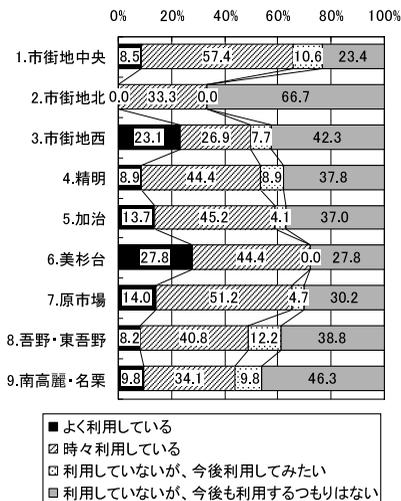


図 3-5 60歳以上の通信販売の利用状況(%)

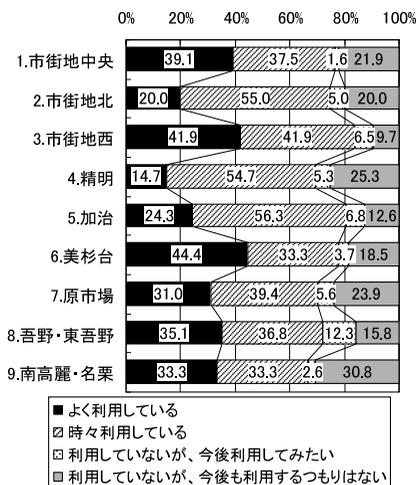


図 3-6 60歳未満の通信販売の利用状況(%)

60歳以上の通信販売の利用媒体を図3-7に、60歳未満の通信販売の利用媒体を図3-8に示す。

図3-7、図3-8をみると、いずれも「通販業者のカatalog（生協の注文票を含む）」が最も多い。他の媒体の利用は60歳未満の方が多。2つの年代層で最も違いのある地区は「6.美杉台」、「3.市街地西」であり、60歳以上でCatalogの増加が大きい。

## 2. 商店街の利用状況と改善課題

### (1) 消費者の動向と意識

#### ① コンビニエンスストアの利用頻度

60歳以上のコンビニエンスストアの利用頻度を図3-9に、60歳未満を図3-10に示す。

60歳以上のコンビニエンスストアの利用頻度については、図3-9のとおり、「7.原市場」をのぞいて「その他（月に数日程度）」のほとんど利用しない人が60%以上いる。「7.原市場」でも51.2%と半数を超えている。逆に「週に2～3回」以上の方は、コンビニエンスストア数の多い「1.市街地中央」「4.精明」「7.原市場」が20%を超えている。コンビニエンスストアの買物行動は「7.原

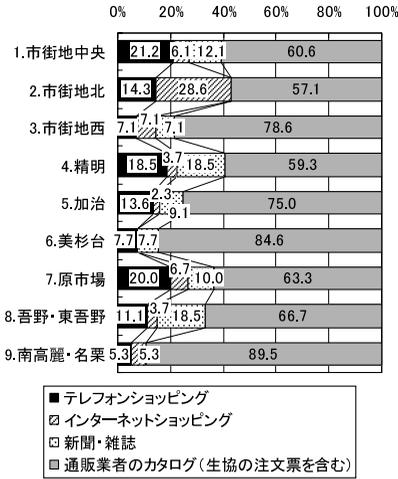


図3-7 60歳以上の通信販売の利用媒体 (%)

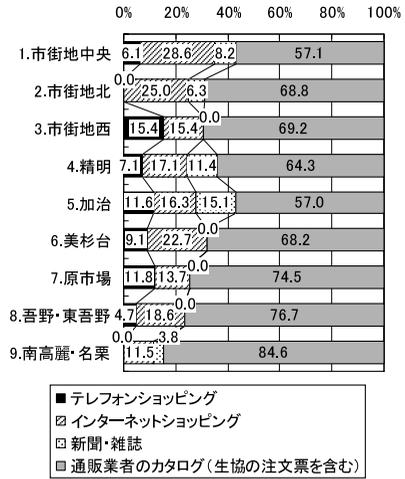


図3-8 60歳未満の通信販売の利用媒体 (%)

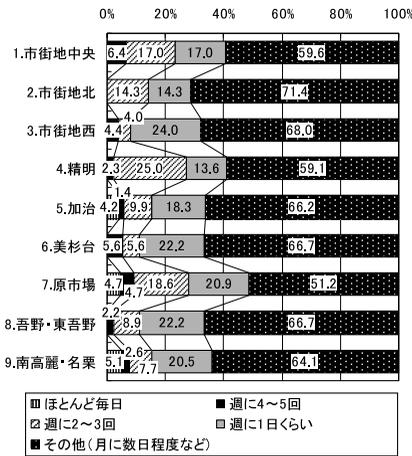


図3-9 60歳以上のコンビニエンスストアの利用頻度 (%)

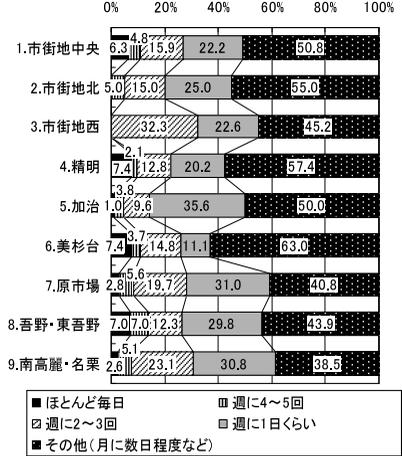


図3-10 60歳未満のコンビニエンスストアの利用頻度 (%)

市場」が特色を持っている。

60歳未満では、利用しない率が減少しほぼ50%である。減少率が少ない地区は「6.美杉台」で60歳未満でも、コンビニ利用者は少ない。

② ドラッグストアの利用頻度と購入商品

60歳以上のドラッグストアの利用頻度を図3-11に、60歳未満を図3-12に示

## 高齢者の買物行動

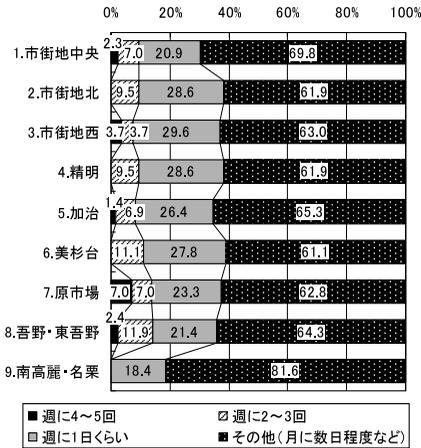


図 3-11 60歳以上のドラッグストアの利用頻度 (%)

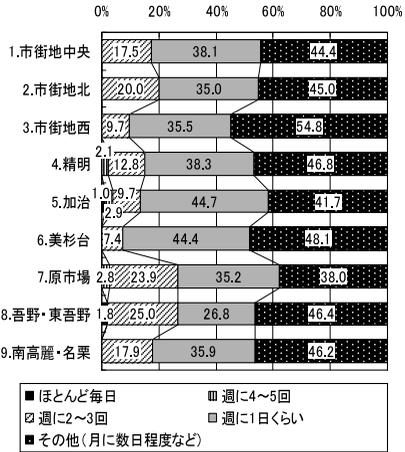


図 3-12 60歳未満ドラッグストアの利用頻度 (%)

す。

60歳以上のドラッグストアの利用頻度については、全ての地区で「その他(月に数日程度)」のほとんど利用しない人が60%を超えている。特に「9.南高麗・名栗」は81.6%を占めている。

60歳未満では、利用しない率が減少し、38.0%~54.8%である。「週に2~3回」以上の利用者が20%を超えるのは、「2.市街地北」「4.原市場」「8.吾野・東吾野」であり、ドラッグストアが存在し、かつそれ以外のストアがない、あるいは少ない地区である。

### ③ 店を選ぶ基準

60歳以上の店を選ぶ基準を図3-13に、60歳未満を図3-14に示す。

60歳以上の店を選ぶ基準は、買物時の交通手段で、「自動車」が60%以上の地区では、「駐車場の有無」が第1位となっている。60%を超える地区のうち、「6.美杉台」のみは、第1位に「品質」が上がっており、品物のよい商業施設を選んでいることがわかる。徒歩・自転車の多い「1.市街地中央」は1位に「品揃え」「品質」、次いで「立地条件」,「接客態度」「価格設定」と続き、頻度も合わせると、買物を楽しむ余裕がある。「6.美杉台」も「品質」「価格設定」「品揃え」と続き、選定基準の多さを表している。

60歳未満は、買物時の交通手段で、「1.市街地中央」「5.加治」を除くと「自

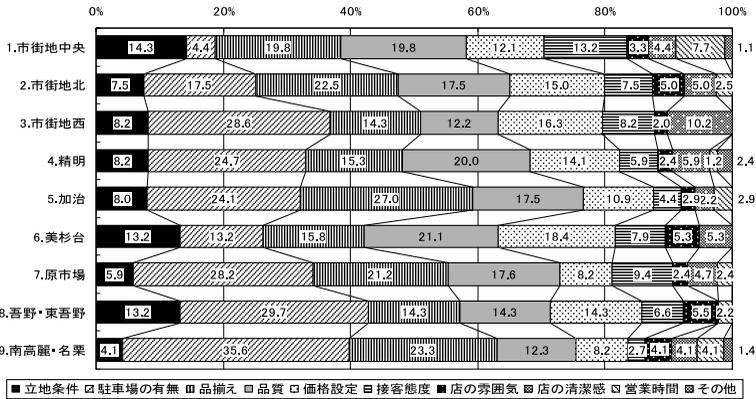


図 3-13 60歳以上の店を選ぶ基準 (複数回答) (%)

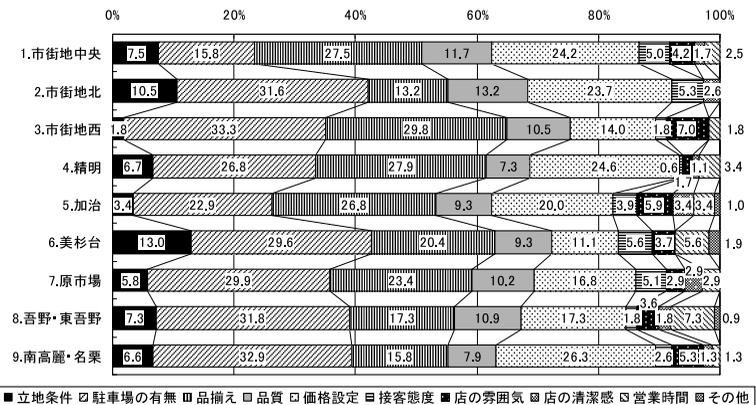


図 3-14 60歳未満の店を選ぶ基準 (複数回答) (%)

動車」は80%以上であったが、これらの地区のうち「4.精明」を除いて「駐車場の有無」が第1位となっている。「1.市街地中央」「4.精明」「5.加治」は、「品揃え」が1位である。これら3地区は地区内に商業施設が集積しており、「品揃え」と「価格設定」が選定条件であった。

#### ④ 商業者の取組姿勢

60歳以上の消費者が商店に望むサービスを図3-15に、60歳代未満についてを図3-16に示す。

高齢化社会への対応として、60歳代以上では、「9.南高麗・名栗」地区を除

## 高齢者の買物行動

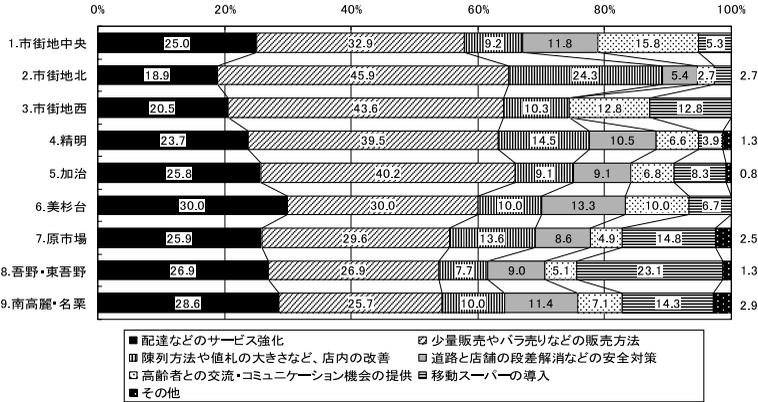


図 3-15 60歳以上の消費者の望むサービス（複数回答）（%）

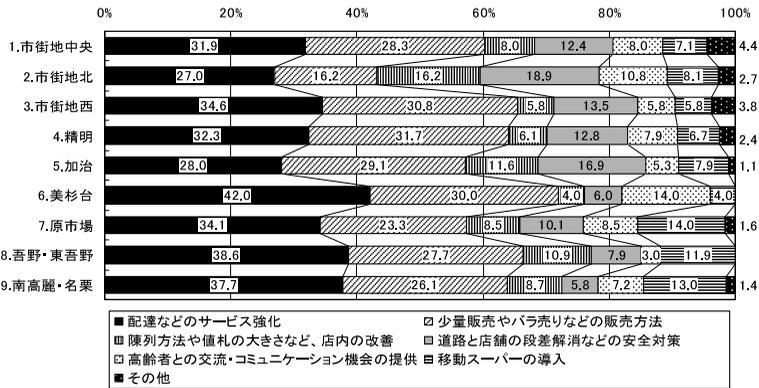


図 3-16 60歳未満消費者の望むサービス（複数回答）（%）

いて、「少量販売やバラ売りなどの販売方法」が最も高い値であった。次いで「8. 配達などのサービス強化」であった。「7. 原市場」「8. 吾野・東吾野」「9. 南高麗・名栗」地区で「移動スーパーの導入」の要望が強い。

60歳代未満では、「5. 加治」以外では、「配達などのサービス強化」が最多である。次いで、「少量販売やバラ売りなどの販売方法」が多く、次いで「段差解消などの安全対策」が多くなっているが、「7. 原市場」「8. 吾野・東吾野」「9. 南高麗・名栗」地区で「移動スーパーの導入」の要望が強い。

## 第4章 考察および先行研究の検証

### (1) 高齢者(60歳以上)の買物行動

表4-1に高齢者(60歳以上)の買物行動のまとめを示す。

### (2) 高齢者の購買活動特性(交通手段・店舗選択基準)

ここでは、交通手段と店舗選択基準の関係性について述べる。

60歳以上の人の交通手段として、各地区必ず10%を超える徒歩、自転車、バイクの人がいるということは、身体的に自力で歩行ができ、経済的余裕があり、時間的に自由が多い高齢者にとって、買物という行動は、ひとつの余暇活動として十分意味のあるものになりうると考えられる。一方で60歳未満では「6.美杉台」,「8.吾野・東吾野」,「9.南高麗・名栗」では自力での買物活動は皆無である。特に若い層の自力買物活動は非常に低い。

地区別には、「1.市街地中央」の徒歩・自転車利用率は73.4%であり、圏内の百貨店、総合スーパー、食品スーパーへと買物に行くパターンを持っている。しかも、店舗選択基準は「品質」が1位で本来の基準といえるだろう。

交通手段が自動車60%を超える地区では、店舗選択基準が「駐車場の有無」が最大要因となっている。そのうち「6.美杉台」は、主として飯能南地区の総合スーパーに行くがそこは駐車場が完備されているため、それ以外の「品質」が最大要因となっている。自力での徒歩、自転車利用が多い地区では、「品揃え」,「品質」が高い値である。

「7.原市場」,「8.吾野・東吾野」,「9.南高麗・名栗」で「移動スーパー」の要望が強い。

先行研究で、「高齢者は価格以外の基準で店舗を選択する」という結果について、飯能市の高齢者の店舗選択基準は価格よりも品質や品揃えが上位にくるが、居住地区によっては駐車場の有無が優先されることが特徴的である。

### (3) 買物頻度

高齢者の買物回数の頻度について述べる。

60歳以上の消費者は、「6.美杉台」を除いて60歳未満の人に比べて、買物回数は多い。交通手段で自力で買物に行く地区である「1.市街地中央」,「2.市街

高齢者の買物行動

表4-1(a) 高齢者(60歳以上)の買物行動のまとめ

	肉・魚・野菜・果物 買物行動	買物回数	交通手段	店の選択基準 (上位3位)
1. 市街地 中央	地区内に商業施設が集中、徒歩で多頻度の買物をする行動パターン。地区内吸引率は97.6%、特に「飯能中央」へ88.1%。60歳未満では、「飯能中央」へ47.5%、他は「飯能東」	多頻度(週に4～5日以上)が圧倒的に多く70.9%、週2～3日27.1%	徒歩52.1%、自転車31.3%	品揃え・品質19.8%、立地条件14.3%、接客態度13.2%
2. 市街地 北	地区内に商業施設なし。隣接する「飯能中央」と車などの交通手段の必要な「飯能東」で90%を超える。60歳以上より未満の方が「飯能東」への割合が高い	多頻度42.9%、週に2～3回47.6%	徒歩9.5%、自転車42.9%、自動車47.6% 自転車率が地区別には最も多い。	品揃え22.5%、駐車場の有無・品質17.5%、価格設定15.0%
3. 市街地 西	60歳以上では「飯能中央」が59.1%と群を抜いて高いが、未滿は分散し、県内他市、東京まで広がっている	多頻度25.9%、週2～3回59.3%	徒歩11.1%、自転車11.1%、バイク3.7%、自動車66.7%	自動車66.7%→駐車場の有無28.6% 価格設定16.3%、品揃え14.3%
4. 精明	年齢差がない。地区内と「飯能東」がほぼ同じ割合で30～40%	多頻度32.6%、週に2～3回63.0%	徒歩6.5%、自転車37.0%、バイク4.3%、自動車52.2%	駐車場の有無24.7%、品質20.0%、品揃え15.3%
5. 加治	年齢差があまりない。地区内は高くなく、飯能の中心地区および精明へ流出している	多頻度46.0%、週2～3回43.2%	徒歩12.2%、自転車27.0%、バイク2.7%、自動車55.4%	品揃え27.0%、駐車場の有無24.1%、品質17.5%
6. 美杉台	年齢差がなく、「飯能南」が60%を超えている	多頻度44.4%、週2～3回44.4%	徒歩5.6%、自転車11.10%、自動車66.7%、バス16.7%	自動車66.7%であるが→品質21.1%、価格設定18.4%、品揃え15.8%
7. 原市場	年齢差はない。地区内が30～40%で、50%近くが飯能の中心地区で買物	多頻度27.6%、週2～3日38.3%、週1日以下34.0%	徒歩4.3%、自転車6.4%、バイク4.3%、自動車74.5%、バス8.0%	自動車74.5%→駐車場の有無28.2% 品揃え21.2%、品質17.6%
8. 吾野・ 東吾野	年齢差がある。地区内は60歳以上で11.4%、未滿は1.9%。市街地中央へは60歳以上では60%程度。他は日高市が非常に多い	多頻度10.0%、週2～3回48.0%、週1日以下42.0%	徒歩6.1%、自転車4.0%、自動車76.0%、電車12.0%	自動車76.0%→駐車場の有無29.7% 品揃え・品質・価格設定14.3%
9. 南高麗・ 名栗	年齢差が大きい。地区内は60歳以上では26.5%、未滿は2.9%	多頻度14.3%、週2～3回38.1%、週1日以下47.7%	徒歩9.5%、自転車・バイク2.4%、自動車81.0%、バス2.6%	自動車81.0%→駐車場の有無35.6% 品揃え23.3%、品質12.3%

表4-1(b) 高齢者(60歳以上)の買物行動のまとめ

	通信販売利用率 (よく利用+時々利用)	利用意向 (今後利用したい)	コンビニ利用頻度 (月に数日程度の人が全体に60%程度)	ドラッグストア利用頻度 (月に数日程度の人が全体に60%程度)	商業者への期待
1. 市街地中央	65.9%	10.6% (高い)	週2~3回以上23.4%		①「少量販売バラ売り」32.9%, ②「配達などのサービス強化」25.0%, ③「高齢者との交流・コミュニケーション機会の提供」15.8%
2. 市街地北	33.3% (低い)	0%			①「少量販売バラ売り」45.9%, ②「陳列・値札など店内の改善」24.3%, ③「配達などのサービス強化」18.9%
3. 市街地西	50.0%	7.7%			①「少量販売バラ売り」43.6%, ②「配達などのサービス強化」20.5%, ③「高齢者との交流・コミュニケーション機会の提供」・「移動スーパー」12.8%
4. 精明	53.3%	8.9%	週2~3回以上27.3%		①「少量販売バラ売り等」39.5%, ②「配達などのサービス強化」23.7%, ③「陳列・値札など店内の改善」14.5%
5. 加治	58.9%	4.1%			①「少量販売バラ売り」40.2%, ②「配達などのサービス強化」25.8%
6. 美杉台	72.2%	0%			①「少量販売バラ売り」30.0%, ②「配達などのサービス強化」30.0%, ③「安全対策」13.3%
7. 原市場	65.2%	4.7%	週2~3回以上28.0%, 月に数日が少なく51.2%		①「少量販売バラ売り」29.6%, ②「配達などのサービス強化」25.9%, ③「移動スーパー」14.8%
8. 吾野・東吾野	49.0% (低い)	12.2% (高い)			①「少量販売バラ売り」26.9%, ②「配達などのサービス強化」26.9%, ③「移動スーパー」23.1%
9. 南高麗・名栗	43.9% (低い)	9.8%		月に数日 が他地区に 比して多い 81.6%	①「配達などのサービス強化」28.6%, ②「少量販売バラ売り」25.7%, ③「移動スーパーの導入」14.3%

## 高齢者の買物行動

地北」,「5.加治」では、さらにその傾向が強い。しかし、自力の買物が多かった精明地区は、買物回数は目だって多くはない。逆に自動車利用率が高かった「6.美杉台」は、多頻度の買物を行っており、その意味では余暇活動としての意味を持っているとも考えられる。「7.原市場」は多頻度回数者が27.6%いるものの、地区スーパーへの交通の便の良い地域もあり、週に1日以下の買物回数の人が34%に上り、2極化している。「8.吾野・東吾野」,「9.南高麗・名栗」は週に1日以下の買物回数の人が42.0%, 47.7%となっている。以上のことから買物の回数は、まさに交通手段によることがわかる。

先行研究における「高齢者になるにつれて買物に行く頻度が増える」という結果について、飯能市の高齢者も、60歳未満より買物回数は多い。ただし、自力(徒歩または自転車)で行くほうが、自動車を利用するより買物回数が多いとは言えない(近いからたびたび行くわけではない)。

### (4) 新しい業態の利用

新しい購買システムとして、新しい業態について検討した。

60歳以上の消費者は、60歳未満の消費者に比べて通信販売に対する利用頻度は全体に低いが、「よく利用している」、「時々利用している」を合計すると「2.市街地北」を除いて50%を超えている。利用希望も「1.市街地中央」と「8.吾野・東吾野」で10%を超えている。「2.市街地北」は利用率も低く、かつ利用意向もない。

コンビニの利用頻度は、週に2～3回以上の利用が「1.市街地中央」,「4.精明」,「7.原市場」で多く、この地区はコンビニの多出店地区と一致している。全体でほとんど利用しない割合は60%程度である。

ドラッグストア利用頻度は、「ほとんど利用しない」割合が「9.南高麗・名栗」で81.6%と突出して高いが、それ以外の地区はほぼ60%である。

先行研究における「比較的新しい業態の利用は、年齢が高くなるにつれて低下する」という結果について、飯能市の場合、通信販売利用率は「6.美杉台」が72.2%で最高値であり、一方でこれからの利用意向は10%程度を超えない。社団法人日本通信販売協会発表によると2004年の通信販売を利用している世帯は74.6%とされている<sup>10)</sup>。その意味で、飯能市の利用率は低めである。コンビニ、ドラッグストアは、近くであれば利用するが、それ以外の地区では、ほとんど

利用しない。

(5) 高齢者の買物行動を踏まえた今後—特徴的地区別に—

高齢者の買物行動は、居住地の交通環境や年齢など様々な要因が関係する。本稿では交通環境を重視して分析を行なったが、興味深い結果を示すことができた。今後、飯能市の商業（購買システム）は、現在の60歳未満が高齢期を迎えたときに、高齢者にとって望ましい環境を整えているといえるのか。その指標なる地区として、商業集積があり、現状では年代に関係なく買物環境は最も充足されていると考えられる「1.市街地中央」、生鮮品でさえ買物はほぼ自動車で、買物回数もかなり少なく、まとめ買いをせざるをえないという意味で、特に現在の60歳未満にとって買物環境が不十分（不満）な「8.吾野・東吾野」と「9.南高麗・名栗」、そして飯能市内では高齢化率が最も低く、市外からの人口の流入が続いている「6.美杉台」について触れておきたい。

「1.市街地中央」は飯能市中心部であるが、空店舗の目立つ商店街を含み空洞化は進んでいるものの、高齢者は、自力での購買活動を行っている。その店舗選択基準は「品揃え・品質・立地条件・接客態度」とシビアに選択の対象となっており、店舗側としても、それなりの努力が必要であろう。しかし今後については、60歳未満の買物行動が自力よりも自動車にたよる傾向が強いので、このままでは更に空洞化は進むことになる。

年齢差の大きい「8.吾野・東吾野」「9.南高麗・名栗」は、現在高齢者が利用する小売店が存在する。しかし現在の60歳未満の吾野・東吾野は日高市へ、南高麗・名栗は原市場に行くなどの行動パターンは全く異なるため新しい業態への変更が求められるであろう。「移動スーパー」も選択肢の一つである。

いま一つ、興味深い地区が「6.美杉台」である。年代差はなく、同一のスーパーでどの年代も購入している。買物回数は60歳以上のほうが多い。60歳未満は、他地区と比べて回数が少なく、自動車を使ってまとめ買いをする傾向がある。店舗を選ぶ基準は、自動車を使うのにもかかわらず駐車場ではなく、品質である。美杉台についてはこのように新しい生活スタイルを持つ消費者が存在することがわかった。昨年、食品スーパーが美杉台に進出した。美杉台の住民の買物行動に変化があるのか、新しい調査が待たれる。

注)

- 1) 駿河台大学, 飯能信用金庫, 飯能商工会議所, 飯能市役所『平成19年度飯能市消費動向調査報告書』平成20年
- 2) 総務省統計局『家計調査(平成21年)』平成22年
- 3) 厚生労働省『平成21年国民生活基礎調査』  
〈<http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa09/2-3.html>〉  
2010.12.7 参照
- 4) 『「勤労」と「無職」で二極化する高齢者世帯』信金中央金庫 地域・中小企業研究所ニュース&トピックス 2010.12.24参照
- 5) 五十崎の町づくり『高齢者の購買システム』〈<http://www.shikoku.ne.jp/bigkite/>〉  
2010.12.01参照
- 6) 外川拓郎『高齢者の買物行動と店舗選択に関する基礎的研究 ～高齢者と若者の比較から』新潟国際情報大学 〈<http://www.nuis.ac.jp/~takagi/soturou/data/dat07/12004122.html>〉 2010.12.15参照
- 7) 房野麻紀子『高齢者の買物行動の研究 ～買物における満足度に注目して～』立命館大学大学院研究科修士論文 〈<http://www.ps.ritsumei.ac.jp/assoc/master/2002/pdf/fusano.pdf>〉 2010.12.15参照
- 8) 奥村美代子, 米村敦子『高齢者の消費行動: 買物行動とその意識について』熊本大学教育学部紀要人文科学, 37, 183-189, 1988.9.30
- 9) 前述: 駿河台大学, 飯能信用金庫, 飯能商工会議所, 飯能市役所『平成19年度飯能市消費動向調査報告書』平成20年
- 10) 古瀬『産業界の動き～通信販売業界の動向』住友信託銀行 調査月報2005年11月号 〈[http://www.sumitomotrust.co.jp/RES/research/PDF2/655\\_3.pdf#search=通信販売 利用率](http://www.sumitomotrust.co.jp/RES/research/PDF2/655_3.pdf#search=通信販売%20利用率)〉 2011.2.8 参照