

Problems Related to Shopping Environments in the Center of a Local City: A Case Study of Nagatohe District, Kanazawa City, Ishikawa Prefecture

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-10-05 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: Shima, Hidehiro, Yoshida, Kunimitsu メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24517/00029441

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



地方都市中心部における買物環境をめぐる課題 —石川県金沢市長土堀地区の事例—

島 英浩¹・吉田国光^{2*}

2015年8月31日受付, Received 31 August 2015
2015年12月9日受理, Accepted 9 December 2015

Problems Related to Shopping Environments in the Center of a Local City: A Case Study of Nagatohe District, Kanazawa City, Ishikawa Prefecture

Hidehiro SHIMA¹ and Kunimitsu YOSHIDA^{2*}

Abstract

This paper aims to clarify the problems involved in the procurement of perishable goods under changing commercial structures in the central district of a local city. The subject of analysis is the shopping behavior of local residents with regards to the purchase of fresh food. In particular, the analysis will focus on the differences in modes of transportation by shoppers and the items involved (for example, meat, seafood, vegetables, and fruits). This study area is the Nagatohe district of Kanazawa City in Ishikawa Prefecture.

As a result, the research found that if the mode of transport when shopping for fresh food is walking, then most residents are in danger of becoming so-called “shopping refugees” in the Nagatohe District. This refers to people who are cut off from access to shopping districts due to poor transportation infrastructure and limited access to shops by groups such as the elderly and people who live in rural areas. In addition, an added concern is that residents who use other means of transport, for example a car, bicycle, and community bus, might also face this issue in the future.

Key Words: local urban center/city, motorization, poor transportation, “shopping refugees”, suburbanization
キーワード: 地方都市, 郊外化, モータリゼーション, 交通弱者, 買物難民

I はじめに

現代の日本において、モータリゼーションの進展や中心市街地の地価の上昇などにもとない、商業施設の大型化や郊外化が進んできた（戸所，1981；駒木，2010）。他方、かつて中心市街地に多く立地して

いた商店街などの商業施設は減少してきた（香川，1987；安倉，2013）。こうしたなかで、地方都市では都市在住の単身および夫婦世帯高齢者を中心に生鮮食料品店への近接性の低下が問題視されている（岩間ほか，2009）。とくに地方都市では、大都市圏に比べてモータリゼーションが進展し、公共交通機関が

¹射水市立大門小学校 〒939-0234 富山県射水市二口417番1号 (Daimon Elementary School, 417-1, Futakuchi, Imizu, Toyama, 939-0234 Japan)

²金沢大学人間社会研究域学校教育系 〒920-1192 金沢市角間町 (Faculty of Education, Institute of Human and Social Sciences, Kanazawa University, Kakuma-machi, Kanazawa, 920-1192 Japan)

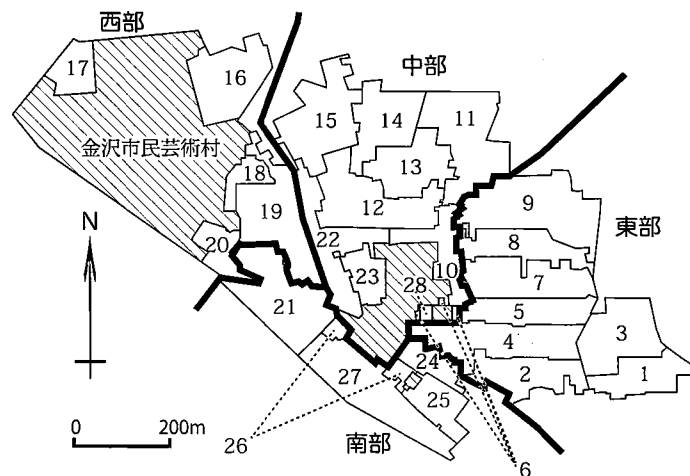
*連絡著者 (Author for correspondence)

脆弱であるなかで商業施設の郊外化は顕著である。そのなかで交通弱者となった高齢者を中心として生鮮食料品へのアクセスは困難となり、「買物難民」やフードデザートの問題が発生するようになり、様々なレベルでの事例研究が蓄積されてきた(駒木ほか, 2008 ; 岩間編, 2013 ; 中村・渡辺, 2014など)。

先行研究の多くで、調査対象地域は市町村レベルか町丁・字レベルを単位としている。こうした地域単位では対象地域が広範におよぶため、調査結果が平準化される問題点がある。とくに高齢者の交通弱者では移動距離の制約が大きく、同一の町丁・字内においても宅地と商業施設の立地によって条件が大きく異なると考えられる。町丁・字内というミクロスケールでの検討も必要といえる。また、先行研究においては「生鮮食料品店へのアクセス」と一括し

て検証されているが、生鮮食料品といっても肉や魚介類、野菜、果物それぞれによって状況が異なる可能性もある。このことから生鮮食品のカテゴリーにも留意して検討することも必要と考えられる。こうしたことをふまえて、本研究は、石川県金沢市長土堀地区を事例に、対象地域に居住する住民の生鮮食料品の買物行動について、とくに交通手段と「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の違いに留意して分析することから、地域の商業空間が変容するなかでの生鮮食料品の調達にかかわる問題点を明らかにする。

研究対象地域に選定した金沢市長土堀地区は金沢市の中心部に位置し、片町や香林坊などの繁華街や近江町市場、金沢駅からほぼ等距離にある。長土堀地区の面積は0.718km²で、長土堀地区は長土堀1~3丁



No	町会名	ブロック	No	町会名	ブロック
1	四親会	東部	15	寿町会	中部
2	長生会	東部	16	協進会	西部
3	交同会	東部	17	大和町共進会	西部
4	長継会	東部	18	梅鉢会	西部
5	親六会	東部	19	親善会	西部
6	金六会	中部	20	大和町	西部
7	昭和会	東部	21	元車町	南部
8	長和会	東部	22	高儀町	中部
9	交信会	東部	23	一誠会	中部
10	八交会	中部	24	富親会	南部
11	中組会	中部	25	上西馬場	南部
12	一番丁会	中部	26	西親会	南部
13	昭典会	中部	27	新影会	南部
14	三社五十人町会	中部	28	オリンピック長町	中部

図1 研究対象地域 (長土堀公民館提供資料より作成)。

注: 斜線部は町会に属さない住居もしくは非居住地である。本研究では地区を4ブロック (西部・中部・東部・南部) に分けた。

Fig. 1 Study area.

目と長町1～3丁目，三社町，香林坊大和町，玉川町，中央通町，元菊町から構成され，28の町会が存在する（図1）。長土堀地区の人口は1950年には12,568人であったが，2014年10月現在は約5,000人にまで減少し，65歳以上が約30%となっており，上記の課題を検討するうえでも好適な地域と考えられる。

研究の手順としては，まずⅡでアンケート調査の結果から対象地域における交通手段別の買物行動の特徴を分析する。次にⅢ章で交通手段の差異が買物

行動に与える影響を考察し，Ⅳで交通弱者が抱える生鮮食料品の調達にかかわる問題点を明らかにする。

アンケート調査は長土堀地区内全28町会の町会長に各町会の世帯数分のアンケートの配布・収集を依頼した。調査期間は2014年10月8日～10月31日にかけて実施した。調査項目は，年齢と性別，家族構成，居住歴，自動車の運転などの個人属性に関する項目と，「肉類」と「魚介類」，「野菜」，「果物」のそれぞれの，買物先と利用交通手段，所要時間，利用頻度，

表1 アンケート回答者の属性（アンケート調査より作成）。

注1：全体単純集計の回答数は1,094枚で，回答率は75.0%である。

注2：単位について，町会別単純集計の回収枚数と配布枚数は実数で，その他はすべて（%）で表記した。

Table. 1 Characteristics of respondents.

a) 全体集計

年齢	人数 (%)	性別	人数 (%)	世帯構成	人数 (%)	居住歴	人数 (%)	車の運転の有無	人数 (%)
～20歳代	1 (0.1)	男性	225(20.6)	1人暮らし	220(20.1)	5年以内	111 (10.1)	運転する	577 (52.7)
20歳代	8 (0.7)	女性	863(78.9)	夫婦のみ	276(25.2)	5～10年	131 (12.0)	運転しない	514 (47.0)
30歳代	77 (7.0)	無回答	6(0.5)	2世代	406(37.1)	11～20年	147 (13.4)	無回答	3 (0.3)
40歳代	128 (11.7)			3世代	62(5.7)	21～30年	150 (13.7)		
50歳代	180 (16.5)			その他	129(11.8)	31年以上	553 (50.5)		
60歳代	292 (26.7)			無回答	1(0.1)	無回答	2(0.2)		
70歳代	271(24.8)								
80歳代～	136(12.4)								
無回答	1(0.1)								

b) 町会別集計

No	町会名	回収枚数	配布枚数	回収率 (a/b)	年齢	性別	世帯構成	居住歴	車の運転の有無
					60歳代以上	女性	1人暮らし	31年以上	運転しない
1	四親会	36	50	72.0	69.4	77.8	22.2	50.0	52.8
2	長生会	28	33	84.8	82.1	78.6	32.1	57.1	57.1
3	交同会	32	44	72.7	62.5	65.6	21.9	65.6	53.1
4	長継会	49	56	87.5	65.3	81.6	24.5	61.2	57.1
5	親六会	35	47	74.5	85.7	88.6	22.9	62.9	60.0
6	金六会	9	15	60.0	88.9	88.9	22.2	33.3	77.8
7	昭和会	46	65	70.8	58.7	87.0	13.0	47.8	43.5
8	長和会	70	76	92.1	50.0	74.3	32.9	40.0	41.4
9	交信会	97	130	74.6	58.8	80.4	23.7	44.3	49.5
10	八交会	50	57	87.7	74.0	82.0	28.0	74.0	50.0
11	中組会	54	60	90.0	46.3	68.5	7.4	42.6	40.7
12	一番丁会	57	77	74.0	61.4	84.2	22.8	50.9	43.9
13	昭典会	30	37	81.1	66.7	80.0	16.7	56.7	53.3
14	三社五十人町会	34	56	60.7	79.4	64.7	8.8	70.6	50.0
15	寿町会	57	69	82.6	54.4	86.0	15.8	42.1	38.6
16	協進会	35	40	87.5	60.0	82.9	20.0	37.1	51.4
17	大和町共進会	15	25	60.0	53.3	73.3	6.7	53.3	40.0
18	梅鉢会	13	40	32.5	38.5	76.9	7.7	15.4	30.8
19	親善会	66	100	66.0	69.7	77.3	16.7	45.5	47.0
20	大和町	19	25	76.0	68.4	84.2	10.5	42.1	47.4
21	元車町	61	78	78.2	62.3	78.7	14.8	49.2	36.1
22	高儀町	42	65	64.6	66.7	83.3	9.5	54.8	47.6
23	一誠会	26	37	70.3	73.1	73.1	34.6	50.0	53.8
24	富親会	19	20	95.0	68.4	78.9	21.1	68.4	42.1
25	上西馬場	29	37	78.4	69.0	79.3	17.2	69.0	48.3
26	西親会	18	22	81.8	72.2	61.1	22.2	66.7	33.3
27	新影会	59	85	69.4	61.0	81.4	23.7	40.7	42.4
28	オリンピア長町	8	12	66.7	87.5	75.0	37.5	0.0	62.5

理由といった買物行動に関する項目である。調査対象者は長土堀地区内の全世帯1,458世帯で、このうち1,094世帯から回答を得た。回答者の属性は表1のとおりである。

II. 長土堀地区における買物行動の特徴

1) 買物行動の概要

回答者のうち各世帯で主に買物に行く人（以下、買物主体者）は、「自分」が871人と最も多く、次いで「妻または夫」が112人、「家族」が69人であった。「介護ヘルパー」や「宅配・配食サービス」はそれぞれ4人、19人と利用者がほとんどいなかった。

買物行動の傾向を概観すると、「肉類」において、最も利用する店舗（以下、利用店舗）数は、店舗名が明確なものだけで32店舗であった。このうち、利用店舗までの交通手段が自家用車である者（以下、「車型」¹⁾）の利用店舗数は25店舗であった。全体における回答上位3店舗およびその割合についてはアピタ金沢店が341人（41.0%）で最も多く、マルエー元菊店で193人（23.2%）、近江町市場で39人（4.7%）となった。利用店舗までの交通手段については、買わない・無回答であった人²⁾を除くと車が544人（55.2%）で最も多く、自転車で246人（25.0%）、徒歩で156人（15.9%）となった。利用店舗までの移動に要する時間（以下、所要時間）については、買わない・無回答であった人³⁾を除くと10分が416人（43.5%）と最も多く、5分で221人（23.1%）となった。所要時間に15分以上要する者は212人（22.2%）であった。1週間あたりの利用店舗に買物する頻度（以下、買物頻度）については、買わない・無回答であった人⁴⁾を除くと、週2回が297（30.6%）で最も多く、次いで週1回で272人（28.0%）となった。

「魚介類」については、利用店舗数が35店舗であった。このうち、「車型」の利用店舗は27店舗であった。全体における回答上位3店舗およびその割合については、アピタ金沢店が284人（34.8%）で最も多く、マルエー元菊店で186人（22.8%）、近江町市場で64人（7.8%）となった。交通手段については、車が509人（52.2%）で最も多く、自転車で252人（25.8%）、徒歩で173人（17.7%）となった。所要時間については10分が379人（40.1%）と最も多く、5分で239人（15.3%）となった。所要時間に15分以上要する者

は199人（21.1%）であった。買物頻度については週2回が293人（30.6%）で最も多く、週1回で240人（25.5%）となった。

「野菜」については、利用店舗数が38店舗であった。このうち「車型」の利用店舗は30店舗であった。全体における回答上位3店舗およびその割合については、アピタ金沢店が300人（36.3%）で最も多く、マルエー元菊店で225人（27.2%）、マルエーmini109店で37人（4.5%）となった。交通手段については車が554人（56.2%）で最も多く、自転車で243人（24.7%）、徒歩で147人（14.9%）となった。所要時間については10分が411人（42.9%）と最も多く、5分で221人（23.0%）となった。所要時間に15分以上要する者は222人（23.2%）であった。買物頻度は週2回が288人（29.7%）で最も多く、週1回で252人（26.0%）となった。

「果物」については、利用店舗数が35店舗であった。このうち「車型」の利用店舗は27店舗であった。全体における回答上位3店舗およびその割合については、アピタ金沢店が266人（34.7%）で最も多く、マルエー元菊店が190人（24.8%）、近江町市場が53人（6.9%）であった。交通手段については車が493人（54.5%）と最も多く、自転車で225人（24.9%）、徒歩で144人（15.9%）となった。所要時間については10分が386人（43.9%）と最も多く、5分で205人（23.3%）となった。所要時間に15分以上要する者は198人（22.5%）であった。買物頻度については週2回が262人（29.4%）で最も多く、週1回で260人（29.1%）となった。

以上のことから、住民の利用店舗は「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」において、それぞれ32と35、38、35店舗存在していた。「車型」はこのうち約80%の店舗を利用する。そして、これらの店舗の立地は長土堀地区周辺から郊外まで広範に渡っている。長土堀地区の住民の利用店舗のなかで、アピタ金沢店が「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てで最も多かった。そしてマルエー元菊店は「肉類」および「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てでアピタ金沢店に次ぐ。回答者の過半数は利用店舗をアピタ金沢店あるいはマルエー元菊店を利用していた。両店舗はいずれも長土堀地区に近接している。利用店舗までの交通手段は、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てで住民の半数が車を利用していた。

また所要時間については5～10分以内である人が大半であり、所要時間に15分以上で要する割合は約22%であった。買物頻度について週1～2回が回答の大半を占めていた。

2) 交通手段別にみた買物行動

本節では、交通手段に着目して買物行動を分析する。交通手段のなかで移動距離が制限されやすく、かつ生鮮食料品店まで所要時間を要する「徒歩型」と「自転車型」、「バス型」に注目して、長土塀地区全体の動向と比較しながら買物行動の特徴を検討する。

2-1) 「徒歩型」の属性と買物行動の特徴

回答者本人が「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てを徒歩で買いに行く者(以下、「徒歩型(回答者)」)は101人と、全体の9.2%である。「徒歩型(回答者)」の年齢構成については60代以上が85.1%で、そのうち80代以上が17%であった。また女性の割合が91.1%と全体に比べて高い。世帯構成とその割合について、「一人暮らし」が34人(33.6%)と最も多く、次いで「夫婦のみ」が28人(27.7%)であった。居住歴について、「31年以上」が60人(59.4%)であった。日常生活における車の運転の有無とその割合について、「運転しない」が85人(84.1%)と全体に比べて高かった。以上のことから、「徒歩型(回答者)」の大部分は女性高齢者で長土塀地区での居住歴も長く、その世帯構成は単身あるいは夫婦のみという世帯が多い。そして、日常生活において車の「運転はしない」割合は全体に比べて高い。また、買物主体者が回答者以外で「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てを徒歩で買いに行く者(以下、「徒歩型(非回答者)」)は17人と、全体の1.6%である。「徒歩型(非回答者)」の属性については、回答者の「妻または夫」が8人(47.0%)、と最も多く、次いで家族が7人(41.1%)であった。

町会別にみると、「徒歩型」は長土塀地区の全町会でみられた。このうち「徒歩型(回答者)」の割合が全体の9.2%以上となる町会は四親会および長生会、親六会、金六会、交信会、寿町会、大和町共進会、親善会、一誠会、富親会、上西馬場、西親会、新影会、オリンピック長町の14町会であったが、これら14町会とその他14町会では分布に偏りはみられなかつ

た。

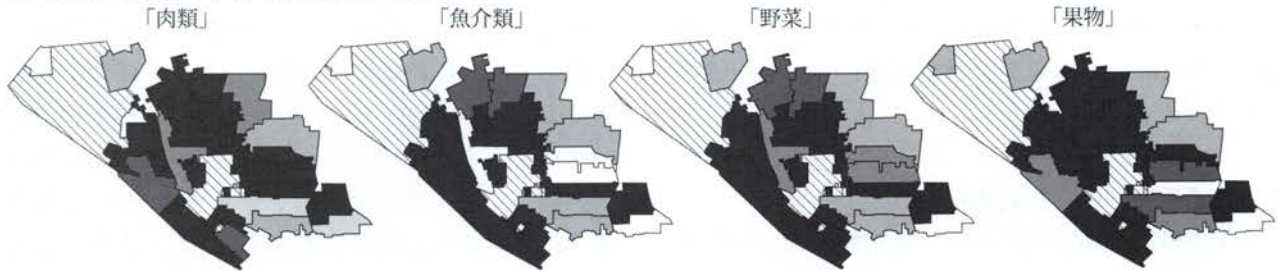
次に「徒歩型」の品目ごとの買物行動をみると、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の利用店舗数は店舗名が明確なものだけでそれぞれ12と14、14、14店舗あった。各品目の回答上位3店舗について、「肉類」ではアピタ金沢店が35人(29.9%)と最も多く、マルエー元菊店で26人(22.2%)、大和で22人(18.8%)となった。「魚介類」については、アピタ金沢店および西村鮮魚店(地)が30人(21.3%)と最も多く、マルエー元菊店で28人(19.9%)となった。「野菜」については、アピタ金沢店が27人(31.0%)と最も多く、次いでマルエー元菊店およびマルエーmini109店でそれぞれ15人(17.2%)となった。「果物」については、マルエー元菊店が28人(23.5%)と最も多く、次いでアピタ金沢店で27人(22.7%)、香林坊大和で21人(17.6%)となった。

「徒歩型」の利用店舗の立地は香林坊方面および武蔵方面、中村町方面、元菊町方面の4方面と長土塀地区内に大分される。香林坊方面には大和や、マルエーmini109店が立地し、武蔵方面にはめいてつ・エムザや近江町市場が立地し、中村町方面にはアピタ金沢店やマックスバリュ増泉店が立地し、元菊町方面にはマルエー元菊店が立地している。長土塀地区には個人商店として西村鮮魚店や平小商店、木谷商店などが立地する⁵⁾。これらは「徒歩型」の日常生活に不可欠な店舗である。

「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の所要時間に15分以上を要する者はそれぞれ73人(47.7%)と66人(45.5%)、66人(45.5%)、68人(47.6%)であった。「徒歩型」は全体に比べて、全品目で所要時間と買物頻度が上回っている。

町会別にみると、長土塀地区東部の町会の住民は香林坊方面あるいは武蔵方面の店舗を利用することが多い(図2)。長土塀地区西部の町会の住民は元菊町方面の店舗を利用することが多い。長土塀地区南部の町会の住民は中村町方面の店舗を利用することが多い。一方、「魚介類」における西村鮮魚店は昭和会や長和会など西村鮮魚店に近接する町会では回答があったが、西村鮮魚店に近接しない町会では回答が全くなかった。これは平小商店および木谷商店など他の個人商店でも同様である。このように「徒歩型」の最頻利用店舗は主に近接性に依拠して洗濯されているが、生鮮食料品店のなかでもスーパーにお

a) 所要時間が15分以上要する割合



b) 買物頻度が「週1回以下」である割合

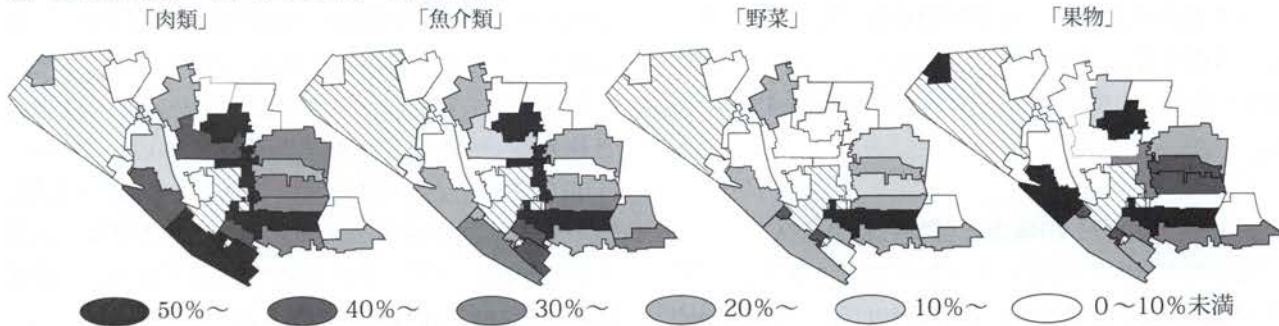


図2 「徒歩型」の買物行動の特徴（アンケート調査より作成）。

注1：町会名は図1を参照。

注2：斜線部は町会に属さない住居または非居住地である。

Fig. 2 Characteristic of shopping behavior on "Walking".

いては近接性以外の要素も買物行動の選択に影響を与えていると考えられる。「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てで利用店舗の立地方面は同様であった。

「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の所要時間について、15分以上要する割合が50%以上となる町会数はそれぞれ16と15、15、18町会であった(図2)。具体的には、長土堀地区中部に位置する寿町会では所要時間が15分以上である割合は50%以上(「野菜」は40%以上50%未満)である。一方、長土堀地区西部に位置する大和町共進会では、所要時間が15分以上である割合が10%未満である。このように交通手段が徒歩の場合、長土堀地区内でも買物環境が大きく異なる。

「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の買物頻度について、「週1回以下」の割合が50%以上となる町会数はそれぞれ8と4、2、5町会であった(図2)。このうち長継会とオリンピア長町の2町会では、全品目で買物頻度が「週1回以下」の割合が50%以上であった。いずれの品目でも、長土堀地区の東部と南部の町会では買物頻度が「週1回以下」である割合は高い。

2-2) 「自転車型」の属性と買物行動の特徴

「自転車型」は「徒歩型」に比べると移動距離は制限されないが、車に比べると移動距離は制限される。また積雪時など天候・季節によって自転車には乗れないことから、交通弱者になりうるといえる。回答者本人が「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てを自転車で買いに行く者(以下、「自転車型(回答者)」)は156人と、全体の14.2%にあたる。「自転車型(回答者)」の年齢構成については全体の年齢と類似する。全体に比べて「自転車型(回答者)」は60代が55人(35.2%)と割合で8.5%高く、このうち80代以上が13人となる。

性別については、女性の割合が88.4%と全体に比べて高い。世帯構成は全体の傾向と類似し、「2世代」が61人(39.1%)と最も多く、次いで「夫婦のみ」が41人(26.3%)となった。居住歴においても全体と類似する。居住歴が「31年以上」と回答した者は79人(50.6%)で最も多く、次いで「21~30年」が23人(14.7%)、「11~20年」が20人(12.9%)であった。日常の車の運転について、「運転しない」が118人(76.1%)と全体に比べて高かった。以上のことから、「自転車型(回答者)」は全体と類似点が多い。

一方、年齢構成のうち80代以上が10%未満であることや、日常生活において車の運転をしない者の割合が高い。

回答者以外で「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てを自転車で買いに行く者（以下、「自転車型（非回答者）」）は37人と全体の3.4%にあたる。「自転車型（非回答者）」の属性は、回答者の「妻または夫」が22人（59.5%）ともっとも多く、次いで「家族」が11人（29.7%）であった。町会別にみると、「自転車型」は全ての町会でもみられた（図3）。このうち「自転車型（回答者）」の割合が全体の14.2%以上となる町会は長生会および交同会、金六会、昭和会、長和会、中組会、一番丁会、昭典会、三社五十人町会、協進会、香林坊大和町、元車町、高儀町、一誠会の14町会であったが、これら14町会とその他14町会では分布に偏りがみられなかった。

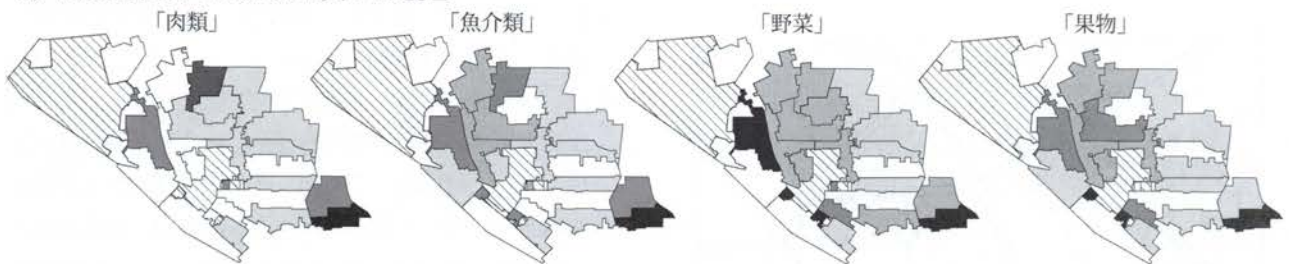
次に「自転車型」の買物行動をみると、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の利用店舗数は店舗名が明確なものだけで、それぞれ11と12、10、11店舗あった。それぞれの品目における回答上位3店舗について「肉類」では、アピタ金沢店が96人（46.6%）と最も多く、次いでマルエー元菊店が52人（25.2%）、

近江町市場が20人（9.7%）であった。「魚介類」については、アピタ金沢店が85人（39.9%）と最も多く、次いでマルエー元菊店が46人（21.6%）、近江町市場が38人（17.8%）であった。「野菜」については、アピタ金沢店が95人（46.3%）と最も多く、次いでマルエー元菊店が57人（27.8%）、マルエーmini109店が20人（9.8%）となった。「果物」については、アピタ金沢店が85人（44.7%）と最も多く、次いでマルエー元菊店が48人（25.3%）、近江町市場が27人（14.2%）であった。

「自転車型」の利用店舗の立地は「徒歩型」と同様に、香林坊方面および武蔵方面、中村町方面、元菊町方面の4方面と長土堀地区内に大分される。所要時間について、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の利用店舗まで15分以上要する者はそれぞれ41人（17.1%）と41人（16.7%）、40人（16.9%）、37人（16.7%）であった。これらの割合は全体に比べて低く、近接性が志向されているといえる。買物頻度について、全体に比べて「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てで「週1回より多く3回以下」である割合が約60%と高い。

町会別にみると、「肉類」と「野菜」において、長

a) 所要時間が15分以上要する割合



b) 買物頻度が「週1回以下」である割合

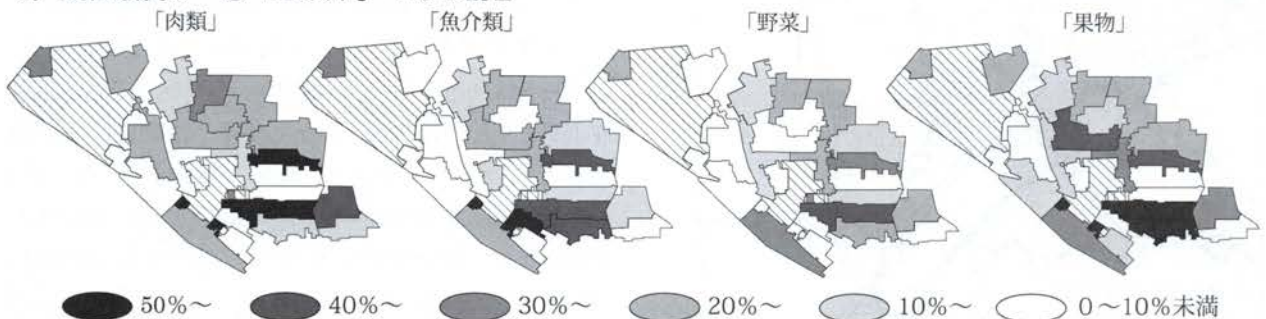


図3 「自転車型」の買物行動の特徴（アンケート調査より作成）。

注1：町会名は図1を参照。

注2：斜線部は町会に属さない住居または非居住地である。

Fig. 3 Characteristic of shopping behavior on "Bicycle".

土堀地区西部の町会の住民は元菊町方面の店舗を利用することが多い(図3)。長土堀地区西部以外の町会の住民は中村町方面の店舗を利用することが多い。「魚介類」と「果物」において、長土堀地区西部の町会の住民は元菊町方面の店舗を利用することが多い。長土堀地区東部の住民は武蔵方面あるいは中村町方面の店舗を利用することが多い。長土堀地区南部の町会の住民は中村町方面の店舗を利用することが多い。「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の所要時間について、15分以上要する割合が50%以上の町会の数はそれぞれ1と1, 3, 2であり、これらの町会とその他の町会では分布に偏りはみられなかった(図3)。利用店舗まで15分以上要する割合が10%未満の町会は過半数を超えていた。「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の買物頻度について、「週1回以下」の割合が50%以上となる町会数はそれぞれ3と2, 0, 2町会であった(図3)。このうち西親会では「肉類」と「魚介類」、「果物」の買物頻度が「週1回以下」の割合は50%以上であった。また長継会と長和会では、他の町会に比べて、いずれの品目においても買物頻度が「週1回以下」である割合は高かった。

2-3) 「バス型」の属性と買物行動の特徴

「バス型」⁶⁾は路線バスでの移動のため、「徒歩

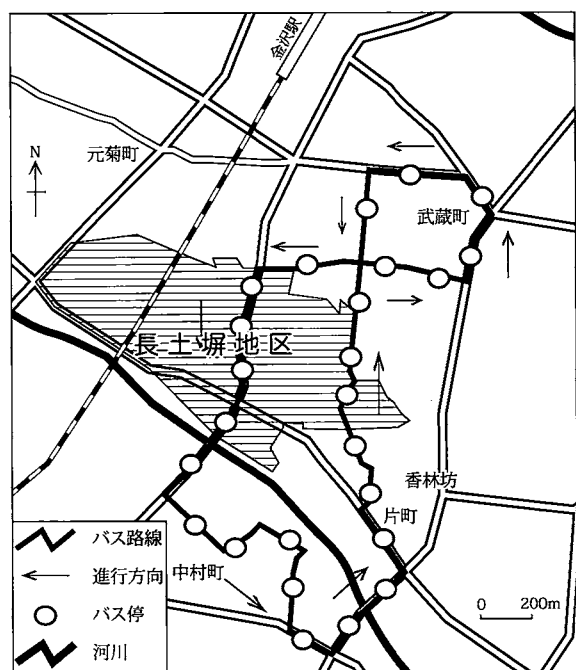


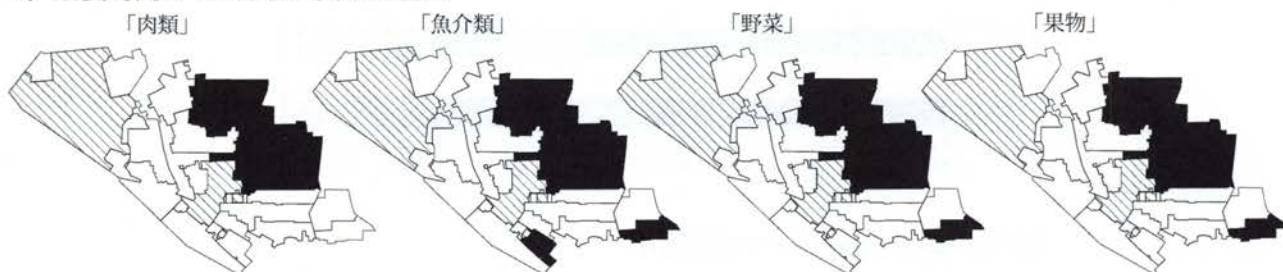
図4 コミュニティーバスの路線とバス停(金沢市提供資料より作成)。

Fig. 4 The route map of the community bus.

型」に比べて移動距離は制限されない。しかし、バス停留所(以下、バス停)からの交通手段は徒歩に限定されるほか、バスの到着まで待機の必要があるなど、交通弱者になりうるといえる(図4)。回答者本人が「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てをバスで買いに行く者(以下、「バス型(回答者)」)は14人と、全体の1.2%にあたる。「バス型(回答者)」の年齢構成について、回答数が最も多かった年齢は70代および80代以上であり、それぞれ6人(46.2%)であった。性別について、回答者13人が女性であった。世帯構成について、「一人暮らし」が8人(61.5%)で最も多く、次いで「夫婦のみ」で2人(15.4%)となった。居住歴について、「31年以上」である人が9人(69.2%)と最も高く、次いで「21~30年」で2人(15.3%)であった。日常生活における車の運転について、「運転しない」人は12人(92.3%)であった。全体に比べて「バス型(回答者)」は70代以上の女性であり、その大半が単身世帯であることや居住歴が長く、日常生活において車を運転していない。「バス型(非回答者)」は3人と全体の0.1%である。「バス型(非回答者)」の属性は、回答者の「家族」が2人(66.7%)と「妻または夫」が1人(33.3%)であった。町会別にみると、「バス型」は四親会および長生会、親六会、金六会、昭和会、長和会、交信会、八交会、中組会、一番丁会、昭典会、三社五十人町会、一誠会、上西馬場の14町会でみられた⁷⁾これらの町会はいずれもバス停に近接している(図5)。

次に、「バス型」の買物行動をみると、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の利用店舗数は店舗名が明確なものだけで、それぞれ5と4, 4, 5店舗あった。各品目における回答上位3店舗について「肉類」では、めいてつ・エムザが6人(37.5%)と最も多く、次いでアピタ金沢店で5人(31.3%)、近江町市場で3人(18.8%)となった。「魚介類」については、近江町市場が5人(35.7%)と最も多く、次いでアピタ金沢店とめいてつ・エムザで4人(28.6%)となった。「野菜」については、アピタ金沢店が5人(38.5%)と最も多く、次いでめいてつ・エムザで4人(30.8%)、近江町市場で3人(23.1%)となった。「果物」については、めいてつ・エムザが5人(33.3%)と最も多く、次いでアピタ金沢店および近江町市場で4人(26.7%)となった。「バス型」の利用店舗はバス路線沿いに立地する武蔵方面と中村町方面に大分され

a) 所要時間が15分以上要する割合



b) 買物頻度が「週1回以下」である割合

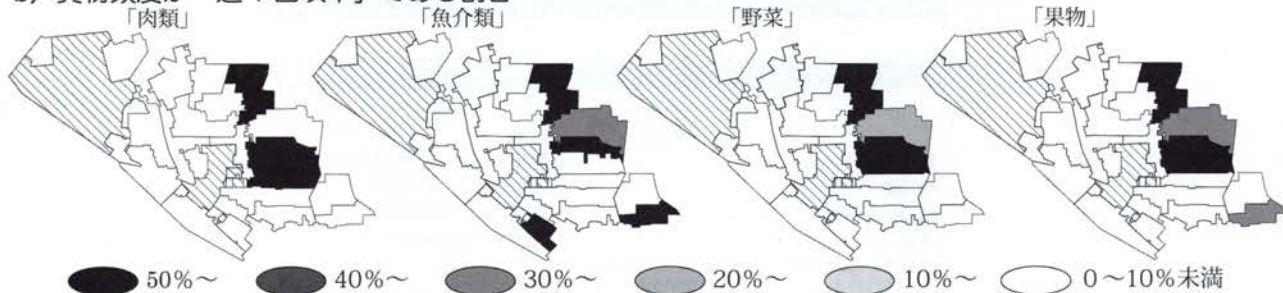


図5 「バス型」の買物行動の特徴（アンケート調査より作成）。

注1：町会名は図1を参照。

注2：斜線部は町会に属さない住居または非居住地である。

Fig. 5 Characteristic of shopping behavior on "Bus".

た。所要時間について、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の利用店舗まで15分以上要する人数とその割合はそれぞれ13人（59.1%）と16人（80.0%）、15人（68.2%）、14人（66.7%）であった。これらの割合は全体に比べて高い。「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の買物頻度について、全体の割合と「バス型」における割合は類似していた。

町会別にみると、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の全てにおいて利用店舗の立地の方面は同様であった（図5）。「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の所要時間について、15分以上要する割合が50%以上となる町会数はそれぞれ7と9、8、7町会であり、これらは「バス型」が居住する町会の半数にあたる。「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の買物頻度について、「週1回以下」の割合が50%以上となる町会数はそれぞれ4と、3、3町会であった。このうち長和会と中組会ではいずれの品目においても買物頻度が「週1回」の割合は50%以上であった。

Ⅲ. 交通手段の差異が生鮮食品の買物行動に与える影響

本章では、Ⅱでの分析結果をもとに、交通手段の

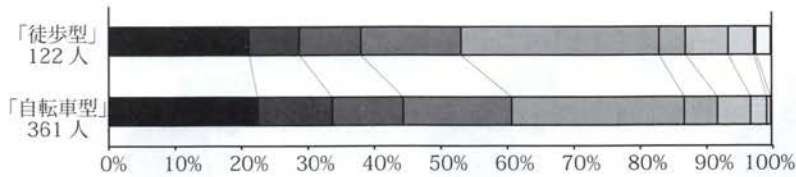
差異が「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の買物行動に与える影響を比較しながら考察する。その際、買物行動を考察する指標として、利用店舗先および所要時間、買物頻度の3つに着目する。なお「バス型」は該当人数が少ないため全体と比較する。

1) 利用店舗の選択に与える影響

「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」において、「徒歩型」は香林坊方面および武蔵方面、中村町方面、元菊町方面、長土堀地区内の店舗を利用しており、いずれの方面も居住する町会から近接することが多い。「自転車型」も同様であるが、「徒歩型」に比べて中村町方面および元菊町方面の店舗を利用する割合とスーパーを利用する割合が高い。「徒歩型」および「自転車型」の利用店舗のうち、回答上位2店舗に着目すると、それぞれアピタ金沢店とマルエー元菊店であった。これら両店舗の選択理由を比較することから、交通手段の差異が利用店舗の選択にどのような影響を与えているのかを考察する。

「徒歩型」と「自転車型」が両店舗を選択する理由として、「自宅から近い」といった近接性や「一度に他の食品を買える」といった並行性としている人が多い（図6）。しかし、選択理由のうち「値段が安

a) アピタ金沢店の選択理由



b) マルエー元菊店の選択理由

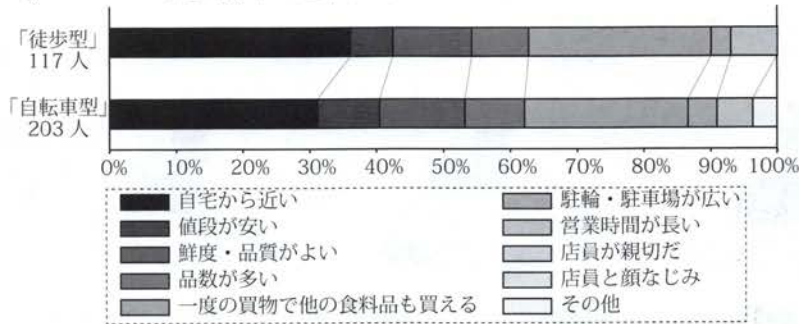


図6 「徒歩型」と「自転車型」のアピタ金沢店とマルエー元菊店の選択理由（アンケート調査より作成）

注：アピタ金沢店とマルエー元菊店の利用選択者数は、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」におけるそれぞれの店舗の利用選択者の総和である。

Fig. 6 Reasons of shop decision with "Walking" and "Bicycle".

い」に着目すると、自転車型は「徒歩型」に比べて割合が高い。このことから「自転車型」の店舗選択理由は「徒歩型」に比べ、価格の低さを求めて選択しているといえる。

「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」において、バス型は武蔵方面および中村町方面の店舗を利用している。「バス型」には「徒歩型」と「自転車型」で利用者の多いマルエー元菊店の利用者が皆無である。これは元菊町方面にバス路線がないことから、「バス型」はバス停に近接する店舗を利用しているといえる。

町会別にみると、「徒歩型」については長土堀地区東部の住民は香林坊方面あるいは武蔵方面の店舗を利用し、長土堀地区南部の住民は中村町方面の店舗を利用し、長土堀地区西部の住民は元菊町方面の店舗を利用することから各町会から近距離にある店舗を選択する傾向にある。「自転車型」については、長土堀地区東部の住民が香林坊方面よりも遠距離にある中村町方面の店舗を多く利用していることから、近距離の店舗を利用するとは限らない。「徒歩型」に比べて移動範囲が制限されないことで、生鮮食料品店の選択肢が増えた結果、中村町方面の店舗を利用していると考えられる。「バス型」については、異なる

バス停から乗車した場合であっても、利用店舗に近接する同一のバス停で降車することから、町会ごとの利用店舗に偏りがみられなかったと考えられる。

2) 利用店舗までの所要時間に与える影響

「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」において、「徒歩型」では「自転車型」に比べて利用店舗までの所要時間が長い。「徒歩型」の約半数が1回の買物に往復30分以上も移動に費やしていることから、日常の買物行動を不自由に感じている者が最も多いと考えられる。「自転車型」は「徒歩型」に比べて利用店舗までの所要時間が短い。利用店舗まで15分以上要する割合は約17%にとどまることから、日常の買物行動において不自由を感じている者は少ないと考えられる。「バス型」は全体に比べて、利用店舗までの所要時間を長く要するが、乗車中には着席したり、座席に荷物を置いたりできるため、荷物を持つ負担が軽減されると考えられる。

町会別にみると、「徒歩型」については長土堀地区中部および南部の町会の住民の大半が利用店舗までの移動に片道15分以上要している。これらの町会では近くに店舗がないため、必然的に所要時間が長くなっている。また、長土堀地区西部に位置する大和

町共進会の住民の多くと、長土塀地区東部に位置する長生会の住民の多くはマルエー元菊店を利用しているが、両町会ではマルエー元菊店までの所要時間は異なる。「徒歩型」の場合、利用店舗までの距離の差異が所要時間の差異に直結するため、同じ地区であっても居住する町会によって生鮮食料品店までの所要時間は異なっている。「自転車型」について、利用店舗まで15分以上要する割合は長土塀地区中部の町会で他の町会よりも高いことから、交通手段が徒歩である場合と同様のことがいえる。「バス型」の所要時間は町会ごとの分布に偏りはみられなかったが、「バス型」の多くなる町会はバス路線沿いに偏在していた。「車型」にとっては、長土塀地区内のどの町会であっても買物環境に大きな差異はないものの、非「車型」にとっては町会毎で買物環境が大きく異なっているといえる。

3) 買物頻度に与える影響

「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」において、「徒歩型」の買物頻度のうち「週3回より多い」割合が全体に比べて高い理由として以下のことが考えられる。交通手段が徒歩であると、買物帰りには利用店舗で購入商品を自宅まで持参しなければならない。1回の買物で自宅まで持参可能な量に限らざるを得ず、買物頻度が全体よりも高くなると考えられる。また、雨天時や降雪時には一方の腕で傘を差し、他方の腕で購入商品を自宅まで持参しなければならない。一度の買物での商品の購入量はさらに限られる。買物頻度の多さが、結果的に買物行動への負担を増大させることにつながるといえる。

「自転車型」の買物頻度のうち「週1回より多く3回以下」の割合が全体に比べて高い理由として以下のことが考えられる。交通手段が自転車であると、買物帰りには購入商品を自転車の前かごに入れるのが一般的である。1回の買物で自転車の前かごに入る量だけを購入するため、一般家庭の生鮮食料品の消費量を自転車の前かごで換算すると約2～3個分⁸⁾であることから、買物頻度が「週1回より多く3回以下」の割合が高くなったと考えられる。

「バス型」であると、1回の買物につきバスの運賃を要することと、乗車時以外は購入商品を持参する必要がある。そのため、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の「バス型」の買物頻度については、買物

行動自体への経済的負担と運搬可能量が比較的大きくなることから、「週1回以下」の割合が約30%となり、「週1回より多く3回以下」の割合が約55%と、「徒歩型」と「自転車型」に比べて買物頻度が少なくなったと考えられる。

このように、交通手段の差異は住民の「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の買物頻度に影響していると考えられる。しかし、交通手段のみが買物頻度に影響しているわけではない。「徒歩型」と「自転車型」の買物頻度の「週1回以下」について、長継会の住民は他の町会の住民に比べて、「週1回以下」の割合が高い。他方、一誠会の住民は他の町会に比べて「週1回以下」の割合が低い。両町会の住民はアピタ金沢店の利用者が多く、それぞれの町会からアピタ金沢店まではほぼ等距離である。買物頻度にこのような差異がみられたのは、各世帯の年齢構成や世帯構成、家計状況等が影響していると考えられる。

「バス型」の買物頻度の「週1回以下」については、中組会の住民は50%であるのに対し、昭典会の住民は10%未満である。両町会の住民は武蔵方面の店舗を利用しており、各町会から利用店舗までの距離はほぼ等距離にある。買物頻度にこのような差異がみられたのは、「徒歩型」と「自転車型」の要因と同様であると考えられる。

IV おわりに

本研究では、金沢市長土塀地区を事例に、地域の商業空間が変容するなかで、交通弱者が抱える生鮮食料品をめぐる買物行動の問題点を明らかにしようと試みてきた。交通手段に着目して住民の買物行動を分析した結果、「徒歩型」については、利用店舗が近距離に制限されるほか、全体に比べて所要時間および買物頻度が多くなりやすいため、日常の生鮮食料品の買物による負担は大きいことがわかった。実際の住民の意見としては、「重たいもの(牛乳、大根、いもなど)は買って持ち帰るのが大変です。(長和会・70代・女性)」や「コープで買いたいと思っているが、遠いので近くの店を利用している。(新影会・60代・女性)」といった意見が複数みられた一方で、協進会や大和町共進会ではそのような意見は全くみられなかった。すなわち、交通手段が徒歩であることで、同じ地区内であっても町会と生鮮食料品店の

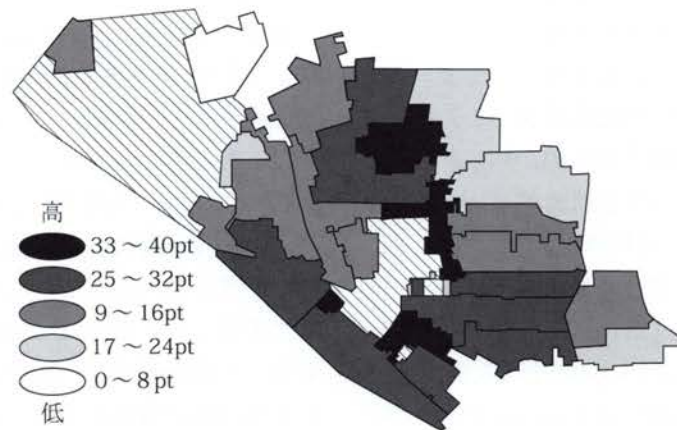


図7 買物難民の発生が危惧される町会.

注1：斜線部は町会に属さない住居または非居住地である。

注2：図2中a), b) の各割合について、50%以上を5pt、40%以上を4pt、30%以上を3pt、20%以上を2pt、10%以上を1ptとし、「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」の総和を示した。ptの最大値は40ptとなる。

注3：図6は利用店舗までの所要時間と、生鮮食料品の買物頻度をかけあわせた便宜的に設定した指標である。買物行動に対する負荷や買物頻度は買物主体者の年齢や世帯構成等に依存するため、厳密な指標とはならないが、買物難民の発生が危惧される区域を可視化する指標の一つになると考えられる。

Fig. 7 Susceptibility mapping of food desert.

立地場所の差異が「徒歩型」の買物環境に甚大な影響をもたらしており、現状のままでは買物難民の発生が危惧される。将来的に長土堀地区中部と南部の町会では買物困難エリアになりうる危険性が高い(図7)。

「自転車型」については、「徒歩型」に比べて移動範囲は制限されず、所要時間および買物頻度は少なかった。そして、町会ごとの買物環境に差異はみられなかった。しかし、「雨や雪が降ると、自転車に乗ることができないので、買い物する店まで倍の時間と荷物の重さがかかります。(一番丁会・40歳代・女性)」や「今はまだ自転車に乗れ、買い物に行けますが、何年か後が心配です。(親六会・70歳代・女性)」などといった交通手段が天候次第で徒歩になることでの不都合や将来を不安視する住民の意見が複数みられた。これらのことから、交通手段が自転車であることで、現在は買物行動に不自由がみられない場合であっても、交通手段が徒歩になる可能性は潜在している。それを危惧しながら生活する者も少なからず存在しており、将来的に買物難民となる可能性があるといえる。これは「車型」においても同様である。「もう少し高齢になり、車の運転ができなくなった時のことが心配です。(長継会歳・60代・女

性)」や「車を運転しなくなった時、近くにスーパーがないので困る。(元車町・70代・女性)」といった住民の意見が複数みられた。

「バス型」については、バス路線上のバス停に近接する店舗を多く利用している。全体に比べて所要時間が長い、乗車中には着席したり座席に荷物を置いたりできるため、買物に対する負担は軽減される。「ふらっとバスが非常にありがたいです。(中組会・70歳代・女性)」といった住民の意見がみられた。一方、バス停から遠距離にある町会の住民が利用しにくいことに加え、バス路線の関係上、利用店舗によっては時間を長く要するといった課題が存在し、地理的不均衡が生じている。

また、生鮮食料品を肉類・魚介類・野菜・果物に分類した分析の結果、「魚介類」において「徒歩型」は他の交通手段に比べて、長土堀地区内の個人商店を利用している割合が高かった。個人商店を利用することで、利用店舗までの所要時間が短縮され、買物行動の負担を軽減されることから、特に自転車や車を利用できない者にとって、個人商店の存在は大きいといえる。このように長土堀地区では、生鮮食料品の買物に際して交通手段が徒歩である場合、多くの町会で住民が買物難民になりうる可能性を有し

ている。また他の交通手段である者も将来的に問題に直面することが懸念される。こうした現状把握を基礎にした適切な買物難民対策が求められる。

以上のように、本研究では町丁・字よりも小さい地域単位で買物行動を分析したことで、交通弱者の買物環境をより明確に提示できた。その結果、同一地区内でも良好な買物環境は交通手段によって異なっていることが明らかとなった。本研究で対象にした長土堀地区でも、全体では車を利用する者が約半数となっていることから、町丁・字レベルを単位とした分析では、交通弱者の状況が埋没されかねない。とくに地方都市においては車の利用者が多く、町丁・字レベルでは交通弱者の存在は平準化されてしまい見えにくくなる。買物難民になると想定される者のほとんどは交通弱者であることから、より実態に則した買物難民対策を練るには町丁・字よりも小さい地域単位で検討することが求められよう。また、生鮮食料品のカテゴリーに分けてみると、個人商店の有無が影響していた。長土堀地区においては「魚介類」を扱う個人商店がみられたが、これは地域条件によって異なると予想される。移動販売を展開するとすれば、その地域によって適切な生鮮食料品カテゴリーを選定することが必要といえる。

しかしながら本研究でみられた長土堀地区の問題点は、長土堀地区に特有のものであるのか、他地域にも適用可能な一般性を有しているのかは検討していない。長土堀地区の周辺地区と比較・検証することが今後の課題である。また、買物行動は交通手段以外にも買物主体者の年齢や性別、健康状態、買物に割ける時間といった内部要因のほか、交通障壁⁹⁾の有無や季節性などの外部要因からも影響を受けるため、交通手段以外の要素に着目した分析をすることも必要であるが今後の課題としたい。

謝辞：アンケート調査に協力していただいた長土堀地区町会連合会会長をはじめとする長土堀地区町会長の皆様、長土堀公民館の皆様、地域の皆様、調査にご協力頂いた金沢市商業振興課の皆様にご心より感謝申し上げます。なお本研究は島が2014年度金沢大学人間社会学域学校教育学類に提出した卒業論文をもとに吉田が再構成したものである。本稿の内容は筆者らの個人的見解であって所属組織の見解でないことを付記しておく。

注

- ¹⁾ 同様に買物の主な交通手段が徒歩である者を「徒歩型」、自転車である者を「自転車型」、バスである者を「バス型」と表記し、単純に交通手段のみを示す場合は車、徒歩、自転車、バスと表記した。
- ²⁾ アンケートの記入において、生鮮食料品を買わない場合は回答欄を空欄にしておくよう指示した。また、調査項目の一部の回答欄のみが空欄になっている回答も存在した。本稿では全回答を有効回答とみなし集計したため、これらを同列に表記している。「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」を買わないあるいは無回答であった人は、それぞれ109人と119人、109人、190人であった。
- ³⁾ 「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」を買わないあるいは無回答であった人は、それぞれ138人と149人、137人、215人であった。
- ⁴⁾ 「肉類」と「魚介類」、「野菜」、「果物」を買わないあるいは無回答であった人は、それぞれ124人と137人、123人、202人であった。
- ⁵⁾ 平小商店と木谷商店はともに食料品店に分類される。
- ⁶⁾ ここでのバスは「金沢ふらっとバス」を指すこととする。金沢ふらっとバスとは金沢市内4路線を走行するバスの総称であり、このうち長土堀地区では長町ルートのバスが通っている。運賃は1回100円（子ども50円）である。運行ダイヤは1時間に4便の15分間隔で、毎日走行する。バス停は200m間隔に設置されている。
- ⁷⁾ 親六会および金六会、昭和会、長和会、上西馬場の5町会では「バス型」がいなかった。
- ⁸⁾ 石川県県民文化局県民交流課統計情報室 生活社会グループの金沢市の家計収支の月報（平成26年10月）によると、2人以上の世帯消費支出のうち食料の支出は79,085円であった。これをもとに1週間の平均支出額は約17,858円と算出できる。この金額分を自転車の前かごに換算すると、約2~3個分であると考えられる。
- ⁹⁾ 自動車交通の多い大通りや一方通行である細い道路、起伏のある道路、利用店舗までの信号機や踏切の設置台数など。

文献

岩間信之・田中耕市・佐々木緑・駒木伸比古・斎藤幸生、2009：地方都市在住高齢者の「食」を巡る生活環境の悪化とフードデザート問題—茨城県水戸市を事例として。

- 人文地理, **61**, 139-156.
- 岩間信之編, 2013: 改訂新版: フードデザート問題-無縁社会が生む「食の砂漠」-. 農林統計協会, 東京, 190p.
- 香川勝俊, 1987: 小都市における大型店立地の地域商業への影響-小売商業機能と中心商店街への影響を中心に-. 人文地理, **39**, 216-233.
- 駒木伸比古, 2010: 徳島都市圏における大型店の立地展開とその地域的影響-大型店の出店規制に着目して-. 地理学評論, **83**, 197-207.
- 駒木伸比古・李 虎相・永村恭介・小野澤泰子, 2008: 茨城県筑西市下館地域における食料品小売業の変容と買物行動の現状. 地域研究年報, **30**, 143-159.
- 戸所 隆, 1981: 近郊都市化地域における大型店の進出と購買行動の変化-草津地域を例に-. 人文地理, **33**, 210-230.
- 中村みず季・渡辺理絵, 2014: フードデザートマップを用いた後期高齢者の買い物環境-鶴岡市中心部DID地区を対象として-. 地理空間, **7**, 33-50.
- 安倉良二, 2013: 日本の商業政策の転換による大型店の立地再編と中心市街地への影響に関する地理学的研究. 早稲田大学教育学研究科博士論文(未公刊), 東京, 253p.