

地域生活インフラを支える 流通のあり方研究会 ～地域社会とともに生きる流通～

報告書概要

平成22年5月

経済産業省

1. 課題設定① ～地域の生活インフラを巡る課題～

研究会の目的

少子高齢化や過疎化等の社会情勢の大きな変化に伴い、買い物の場所や移動手段などの日常生活に不可欠な機能が弱体化している地域が発生している。こうした現象は、特に高齢者にとって大きな問題となっているが、こうした機能を地方自治体だけで支えていくことは困難である。

こうした現状を踏まえ、高度なITシステムや広範な物流ネットワークなどを有する流通事業者等が地方自治体と連携して「地域生活インフラ」(※)を支えるため持続的に行う事業活動や地域貢献活動のあり方についての検討を行った。

※本研究会では、地域で安全・安心・快適な生活を送る上で欠かせない基盤となる、衣食住や交通・医療・金融等のサービスを総称して「地域生活インフラ」と呼ぶ。

買い物弱者とは？

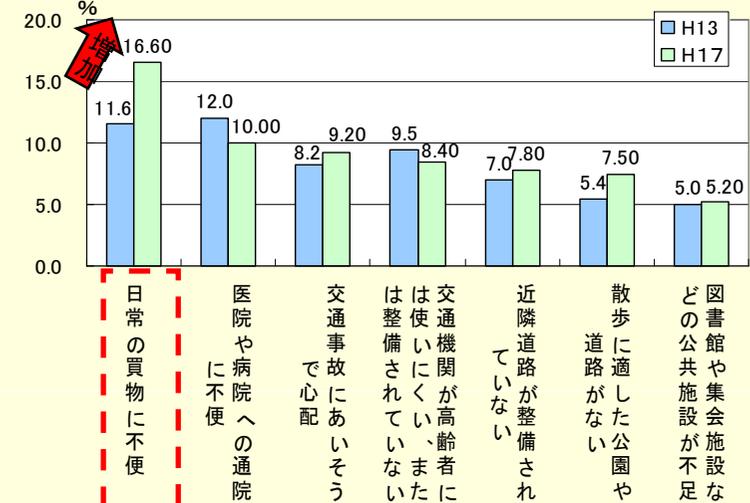
流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々

徐々にその増加の兆候は高齢者が多く暮らす過疎地や高度成長期に建てられた大規模団地等で見られ始めている。

その数は**600万人程度** (※) と推計される。

※60歳以上の高齢者数3,717万人に、下図の調査結果(16.6%)を掛けて算出。

全国の60歳以上の男女3000人にアンケートで「地域の不便な点」を聞いたところ、「日常の買物に不便」という声が多い。



【出所】内閣府「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果」平成17年度

【研究会委員】

【委員】 ◎は座長

- ◎上原 征彦 明治大学大学院グローバルビジネス研究科教授
- 荒井 良雄 東京大学大学院総合文化研究科教授
- 梅嶋 真樹 慶應義塾大学政策・メディア研究科特別研究講師
- 小田切 徳美 明治大学農学部教授
- 中井 検裕 東京工業大学大学院社会理工学研究科教授
- 西山 孝夫 千葉市保健福祉局高齢障害部長
- 信時 正人 横浜市地球温暖化対策事業本部長
- 長谷川 好孝 島根県中山間地域研究センター所長
- 古沢 由紀子 読売新聞東京本社編集局生活情報部次長
- 松尾 晋次 高知県産業振興推進部地域づくり支援課長
- 大和 裕幸 東京大学大学院新領域創成科学研究科教授

【オブザーバー】

- 青竹 豊 日本生活協同組合連合会渉外広報本部本部長
- 有澤 寛 住友商事(株)リテール&ウェルネス事業部副部長
- 上田 真 (株)マルエツ営業企画本部本部長
- 大島 学 イオン(株)秘書部長
- 納村 哲二 フェリカ® ネットマーケティング(株)代表取締役社長
- 木村 成樹 (株)セブン-イレブン・ジャパン企画室企画部総括マネージャー
- 佐藤 英明 ヤマト運輸(株)クロネコメンバーズ戦略部部長

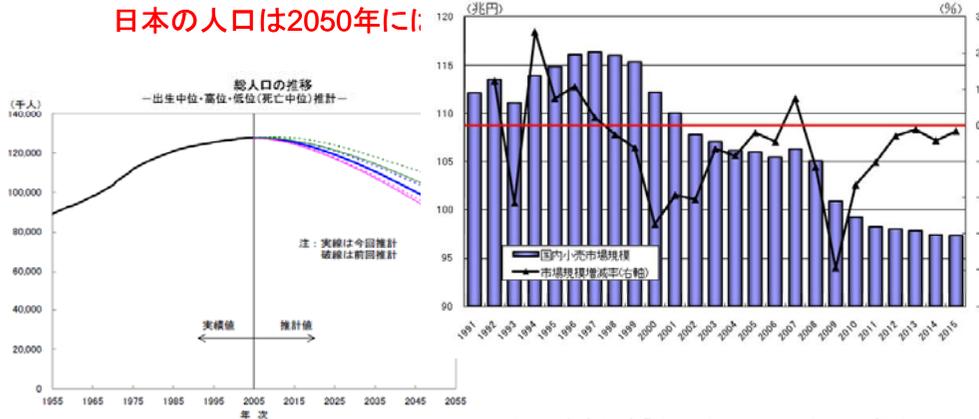
関係省庁として、経済産業省(事務局)、総務省、農林水産省、国土交通省が参加
(※役職・肩書きは委員会発足時2009年11月時点のもの)

1. 課題設定② ～流通を巡る環境の変化～

予想される変化

～人口減少に伴う総需要の減少～

日本の人口は2050年に:

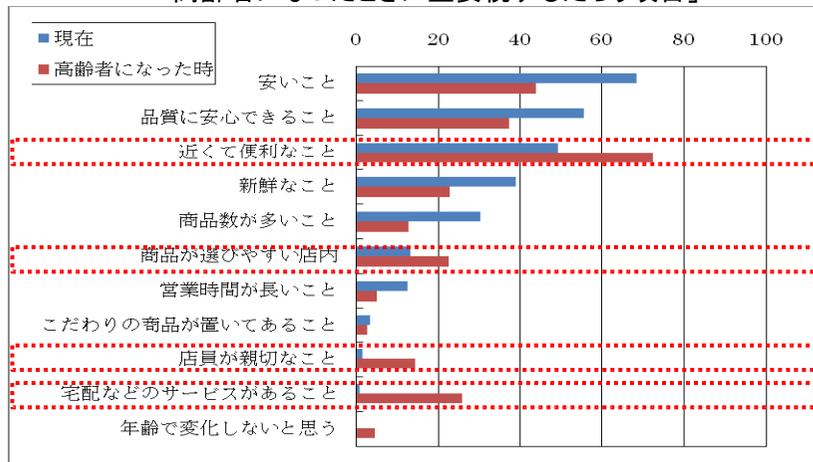


出所: 国立社会保障・人口問題研究所

出所: 経済産業省「商業統計調査/商業販売統計調査」をもとに、みずほコーポレート銀行産業調査部推計・予測
(注)自動車・燃料小売額を除く。消費税引き上げの影響は含まず。

～高齢化による消費者のプライオリティ変化～

Q.「日常の食料品・日用品を買うとき、重要視している・高齢者になったときに重要視するだろう項目」



高齢化に伴って、「近くて便利」、「宅配などのサービス」、「商品が選びやすい」などがより重視されるように。

出所: 日本総合研究所実施のアンケート調査

流通業のあり方が問われている

少子高齢化・人口減少や市場縮小を受けて、流通は大型店を作って客を集める「集客型」から、顧客に接近し、消費者の潜在需要を積極的に掘り起こしていく「接客型」に、移行していくことが予想される。

商品宅配サービスや移動販売、顧客送迎サービスなど、地域の需要がある一方で採算性の確保が課題とされる取組を持続的に行っていく上で、次のようなアプローチが考えられる。

持続的にするための三つのアプローチ

①イノベーションによる課題克服

- ITを活用した効率化や既存インフラの新たな活用策などにより、運営コストを削減。
- ネットにより来店しない客をも取り込むなど新しい需要の開拓。

②地方自治体等の多様な関係者の支援

- 自身体からの補助金や公有財産を活用することで採算性を確保。

③地域コミュニティとの連携

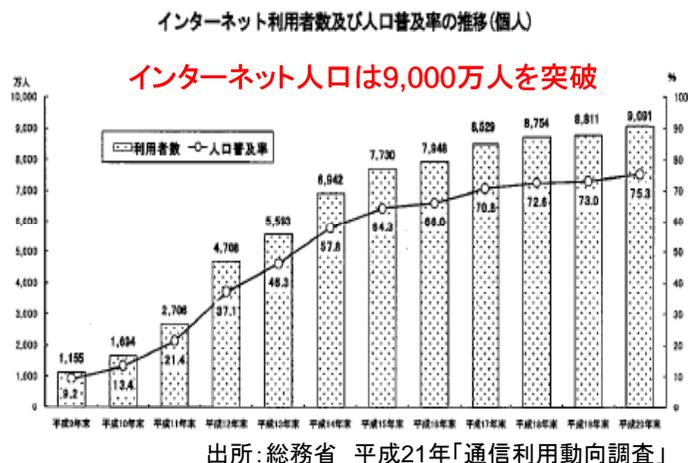
- 本業としてのビジネスの外で、地域のボランティア等の非営利主体と連携することで、コミュニティの安全・安心や活性化に寄与。

2. 進み始めている取組

-1 イノベーションによる課題克服 ① ネットスーパー

新たに生まれるイノベーションを流通分野でも活用することで、地域住民の生活環境を改善するサービスを提供

インターネット人口の増大



ITの普及と新たな消費者ニーズがマッチし、ネットスーパーは急拡大中

ネットスーパー～現代版御用聞き～の急成長

インターネットで注文を受け付けて、生鮮食品などの商品を個人宅まで配送するネットスーパーが広まっている。

3年で約3倍

ネットスーパーの市場規模推移
2006年: 約100億円
2009年: 約300億円

出所: 「2009年版 食品宅配市場の展望と戦略」(矢野経済研究所、2009)

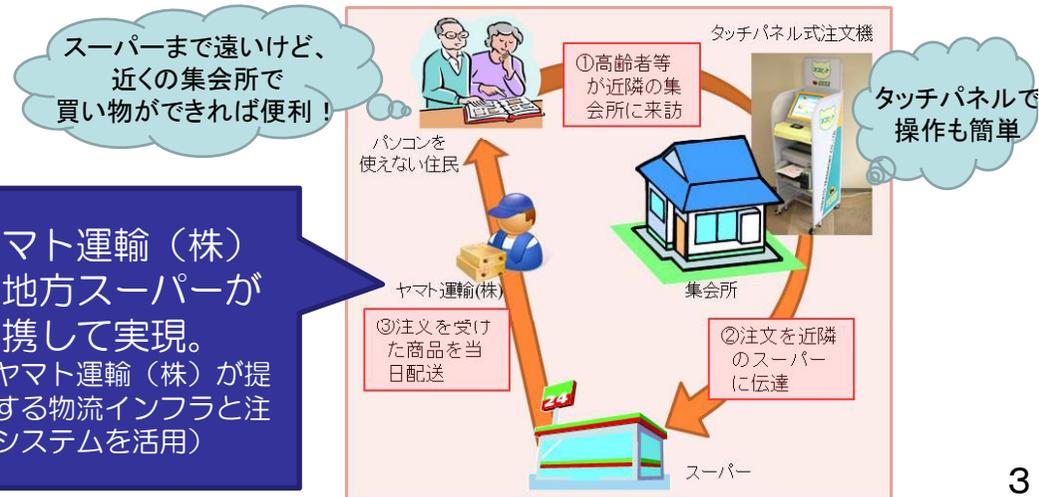
新たな消費者のニーズ

- ・車や移動手段がなくて買い物ができない。
- ・積雪や台風時で買い物に行けない。
- ・離れて暮らしている親の買い物を「子ども」が代行したい。
- ・バス停まで遠くて歩くのがつらい。
- ・妊娠中、子育て中の買い物はつらい。
- ・老人ホームなどの施設入居者は買い物が不便。

社会の変化に併せて、消費者のニーズは多様に

さらなるイノベーションの萌芽も

パソコンを使えない高齢者にとってネットスーパー利用の障害となっていた注文の複雑さという課題を解決すべく、高齢者にも使いやすいタッチパネル式注文機を、高齢者が集まりやすい集会所等に設置する取組も始まっている。



ヤマト運輸(株)と地方スーパーが連携して実現。
(ヤマト運輸(株)が提供する物流インフラと注文システムを活用)

2. 進み始めている取組

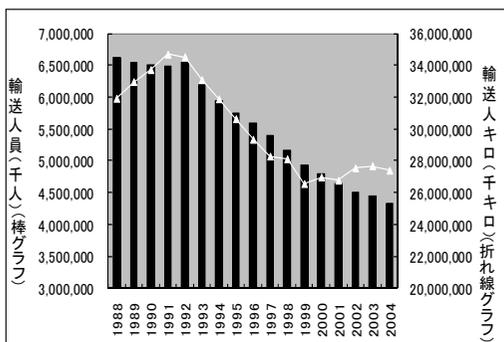
資料: 大和裕幸委員の資料より作成

-1 イノベーションによる課題克服 ② オンデマンドバス

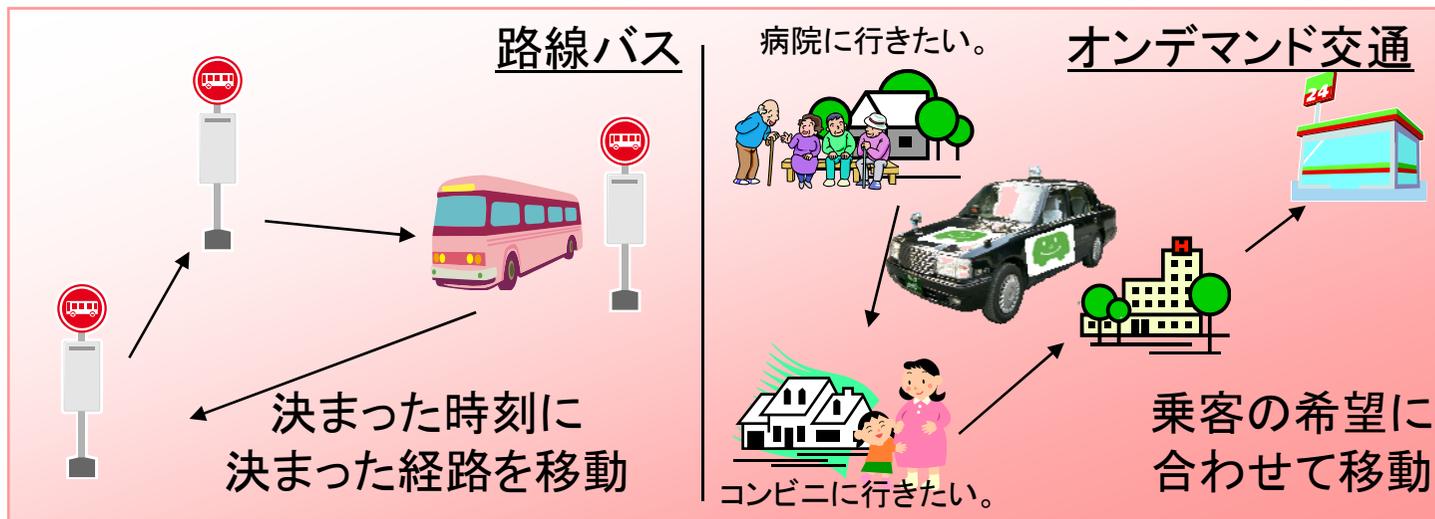
オンデマンドバスのメリット

乗客の希望の場所や時間に合わせて運行するオンデマンドバスは、柔軟なルートで運行できるため、路線バスでは採算が合わないエリアでも運行可能。

～路線バスの採算性の悪化～



資料: 自動車輸送統計調査『営業用バス(全数)調査』



オンデマンドバスの進化

(オンデマンドバス実用化への課題)

1. 配車予約を受け付け、経路を設定するオペレーターの業務負担
2. 運転手への正確な配車指示
3. 利用者にとって毎回利用予約をする煩わしさ(6割強の利用者が予約を手間と考えている)

イノベーションによる克服

(課題の克服)

利用者自身が予約可能(オペレータが不要)なオンデマンドバス管理システム



計算システム
(運行計画の作成)



予約受け付け(WEB/音声)

オンデマンドバス
(使い安い車載器)

その他の技術

- クラウドコンピューティングによるシステム費の大幅削減(既存の20分の1程度)
- 予約提案システムにより、14%の利用者の予約の手間解消を実現