

心と体を元気にする日々の外出機会 シニア女性の買い物への意識と実態

生活者研究センター
ライフスタイル研究室

後期高齢者(75歳以上)人口が増加する^{※1}なか、「地方の人口減少」、「都市部のスーパーの大型化、郊外化」に伴う小規模食料品店の撤退などにより、食料品アクセス困難者(買い物弱者)は全国で約825万人(2015年、農林水産省推計)^{※2}。今後、買い物弱者は地方より大都市で増えることが予想されています。買い物は、高齢者が自立生活を継続する上で、大事な要素の1つになります。本レポートでは首都圏の「自立生活を送っている70～80代高齢女性」の意識・実態について報告します。

※1 国立社会保障人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成29年4月推計)

※2 平成27年国勢調査(2015年)と平成26年商業統計の地域メッシュ統計から、店舗(注)まで直線距離で500m以上、かつ、65歳以上で自動車を利用できない人を「食料品アクセス困難人口」として推計。これは、過去の研究所事例等から、徒歩で無理なく買い物に行ける距離として500mを設定し、買い物での不便・苦勞を感じる人の多くが自動車を利用できない65歳以上の高齢者であることから定義。

(注)店舗は、生鮮食料品小売業、百貨店、総合スーパー、食料品スーパー及びコンビニエンスストアである。

- 約半数が「週に4～5日以上」買い物へ。ひとりで行くシニア[※]女性は7割超
- 9割以上のシニア女性が、買い物は「自分の目で選び」「自分で行きたい」
- 買い物は楽しい反面、年齢を重ねて不便も実感
- 将来は、周囲の協力や外部サービスも活用して買い物を
- 高齢者の買い物へのおもいを支えるために

※本レポート内では、70～80代の方を「シニア」と記載します。

【調査概要】

「高齢者の買い物意識実態調査」

調査期間：2012年5月、9月

調査方法：郵送調査

調査対象：首都圏在住70～80代女性

回答者数：95人

調査期間：2017年6月

調査方法：郵送調査

調査対象：首都圏在住70～80代女性

回答者数：115人

調査期間：2012年6～9月

調査方法：家庭訪問インタビュー

調査対象：首都圏在住70～80代女性

対象者数：8人

調査期間：2012年12月

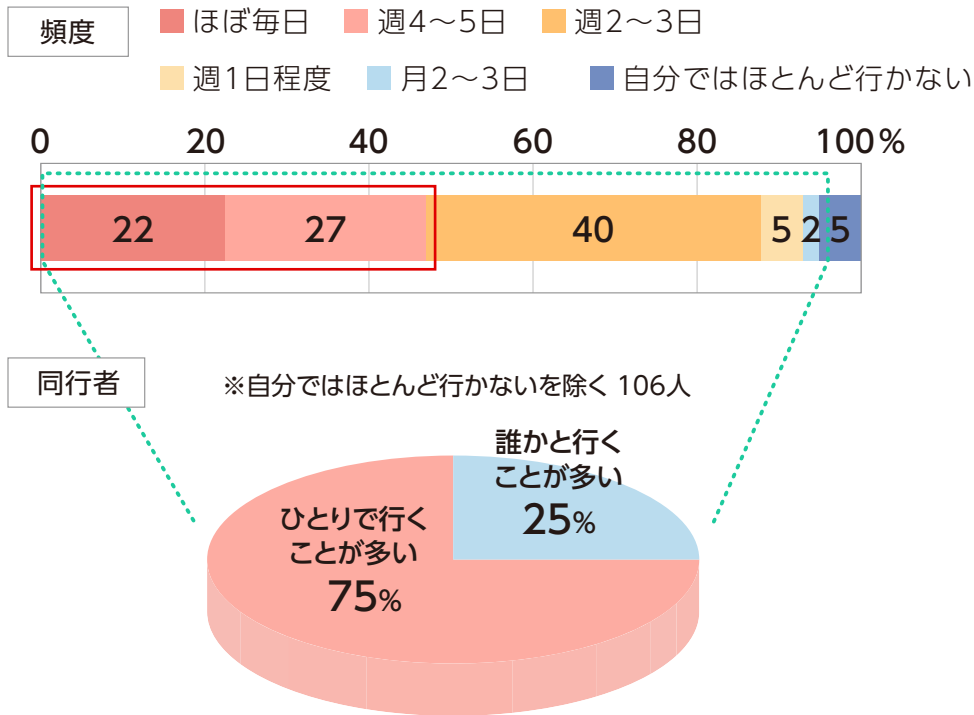
調査方法：買い物写真調査

調査対象：首都圏在住70～80代女性

対象者数：2人

約半数が「週4～5日以上」買い物へ。 ひとりで行くシニア女性は7割超

首都圏在住のシニア女性が、日常的(食料品や日用品など)な買い物に行く頻度は、「ほぼ毎日」「週に4～5日」を合わせると49%と約半数です。大半の方は夫や家族と同居していましたが、買い物に「誰かと行くことが多い」のは4人に1人程度で、ひとりで行くスタイルが主流でした(図1)。

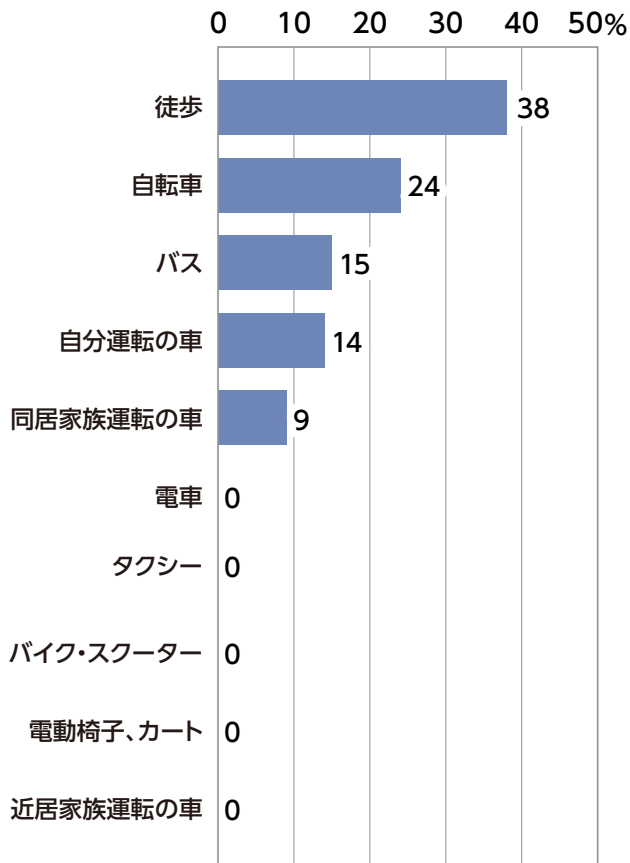


首都圏在住 70～80代女性 115人 (2017年)
(花王 生活者研究センター調べ)

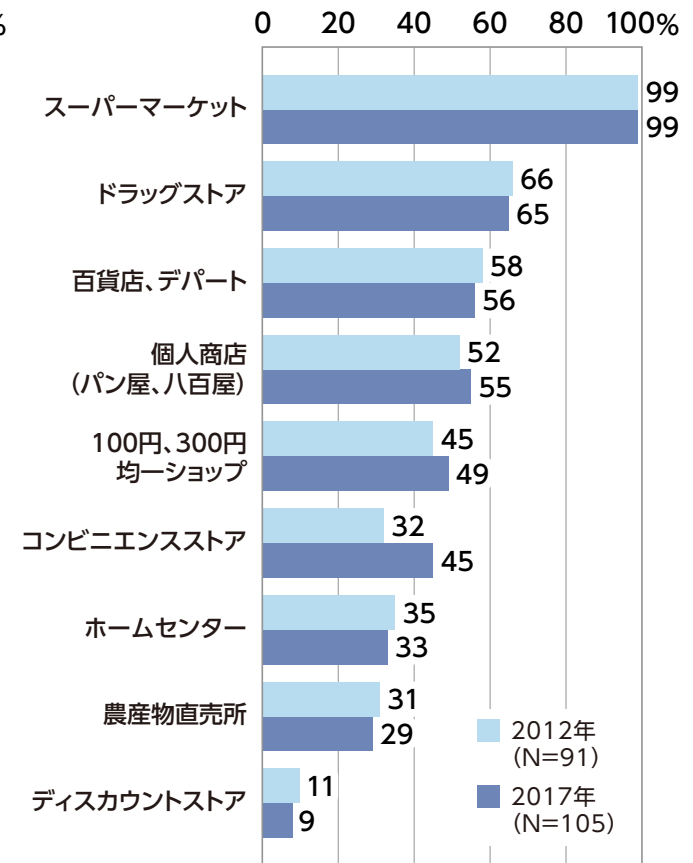
(図1) 日常的な買い物頻度と同行者の有無

首都圏というエリア環境もあってか、日常的な買い物に行く主な交通手段は、「徒歩」(38%)が最も多く、次いで「自転車」(24%)、「バス」(15%)、「自分で運転する車」(14%)の順でした(図2)。

利用している買い物先としては、「スーパーマーケット」(99%)が最も多く、次いで「ドラッグストア」(65%)、「百貨店、デパート」(56%)、「個人商店(パン屋、八百屋など)」(55%)、「100円、300円均一ショップ」(49%)、「コンビニエンスストア」(45%)と続き、「農産物直売所」(29%)なども3人に1人は利用していました(図3)。5年前の調査と比較すると、「コンビニエンスストア」は10%以上増加(32%→45%)しており、シニア女性が最近買ってよかった食品にも、天然出汁、旬の食材、健康素材のほか、コンビニエンスストアで売っている便利なサラダや惣菜を挙げる声も聞かれました。以前はシニア女性から、日用品の買い物先としてはやや敬遠されていたコンビニエンスストアでしたが、もう1品のおかずを手軽に買える身近なお店として定着しつつあるようです。



(図2) 日常的な買い物の主な交通手段(2017年)



(図3) 現在利用している買い物先(複数回答)

首都圏在住 70～80代女性 (2012年/91人、2017年/105人)
 ※無回答、自分でほとんど買い物に行かない人を除く
 (花王 生活者研究センター調べ)



コンビニのパックサラダ。食べ切れるサイズが増えたし、食べてみたい色々な種類が増えたように思う。

(84歳女性)

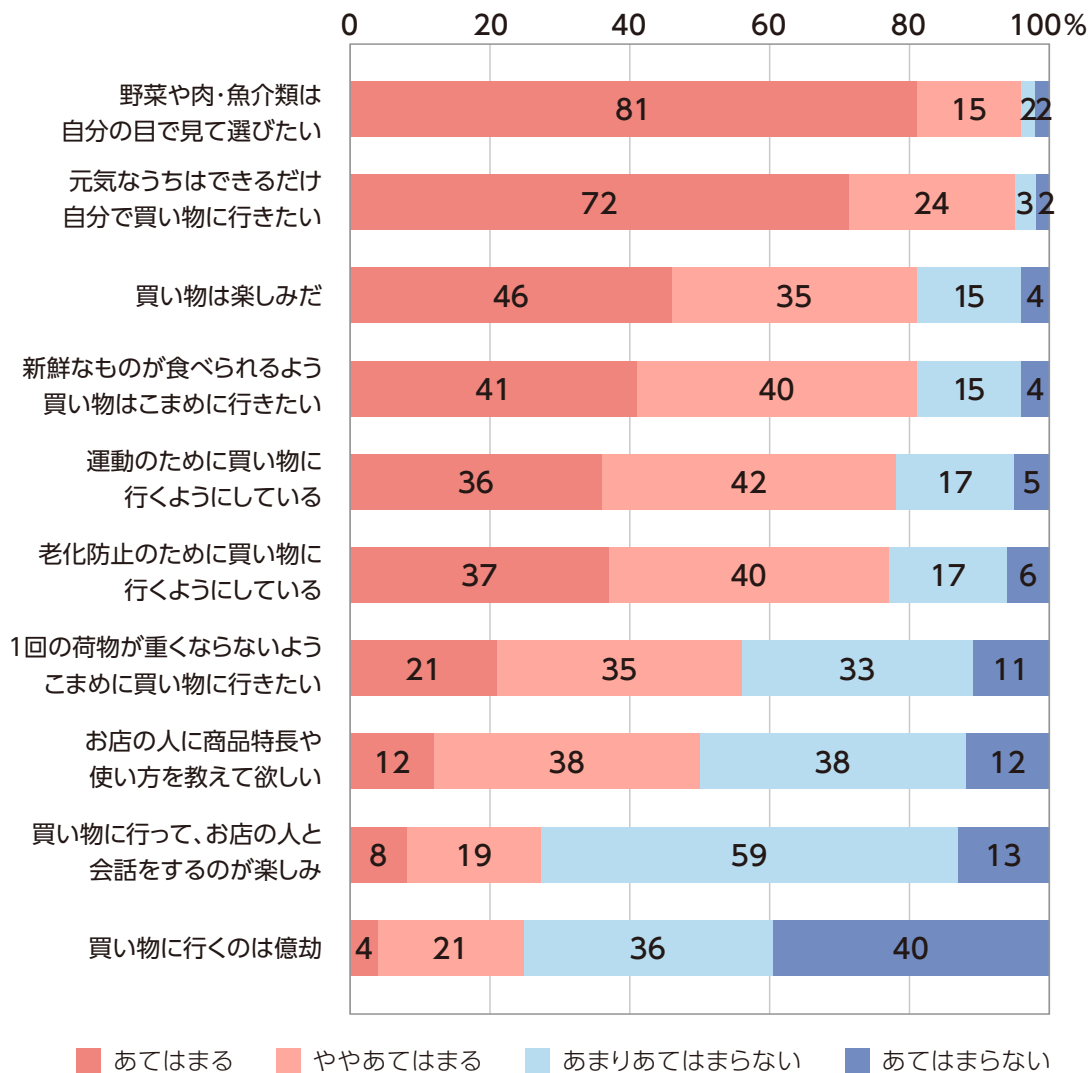
コンビニのパックに入った「きんぴらごぼう」。味付けは少々濃いめだが、ひとり暮らしにはちょうど良い大きさとシャキシャキとした歯ごたえもあり、美味しいです。

(72歳女性)

【事例】最近買ってよかった食品(コンビニエンスストア購入)

9割以上のシニア女性が、買い物は「自分の目で選び」「自分で行きたい」

シニア女性は、買い物に対して「自分の目で見て選びたい」(96%)、「元気なうちにはできるだけ自分で買い物に行きたい」(96%)というおもいが強く、買い物を「楽しみ」(81%)の一つとしていることが分かりました。また、買い物に出かけることは「運動のため」(78%)、「老化防止のため」(77%)にもなると、意識していることがわかります(図4)。店頭に行けば、食材で季節を感じたり、新製品に刺激を受けたり、買い物先でお友達と会話を楽しんだり、日々の買い物は生活にうおいを与え、気持ちを前向きにする役割もあるようです。





首都圏在住 70～80代女性 115人(2017年)
(花王 生活者研究センター調べ)

(図4) 普段の食品、日用品の買い物についてのおもい

買い物は楽しい半面、年齢を重ねて不便も実感

一方、買い物に伴う重い荷物の運搬や、雨や坂道といった状況には不便や面倒を挙げる声もあり、日々の買い物を「楽しい」と感じるだけでなく、加齢による筋力の低下などで「店頭まで行く」「重い荷物を運ぶ」といった行動が以前のようにできなくなってきたことも感じていました(表1)。

(表1) 普段の食品、日用品の買い物で楽しいこと、不便や面倒なこと

買い物の楽しみ 	買い物の不便や面倒 
旬の食材、自分が食べたいもの、新発売の品、お店で手に取って買い物をして、調理して食べられる。 これが今の生活の基本です。 (70歳女性)	最近ビール等の重たい物は、数を減らして買うようにしています。どうしても大きい物や重たい物を買うと運搬に苦労する。 (78歳女性)
夫の介護でほとんど家にいるので、どこかに出かけるのも嬉しい。色んな物を見て、味わって動いて楽しい。 (74歳女性)	近くに店がないため、買い忘れがあるときに困る。まとめ買いをするので、期限切れのものが出してしまう。 (70歳女性)
新商品が出ていたり、パッケージが新しくなっていたりで、ちょっととまどう事もまた頭の刺激になるかもしれません。 (78歳女性)	ひとり生活ですと雨、風の日には行かないように天気予報はいつも注意しています。 (72歳女性)

首都圏在住 70～80代女性 115人(2017年)
(花王 生活者研究センター調べ)

ただ、【事例1:自転車で買い物に行く】【事例2:徒歩で買い物に行く】にもあるように、買い物に行き続けたいおもいは強く、その背景には「家族や孫のために美味しい物を食べさせたい」というおもいや、昨日と同じように買い物に行けるのは健康でいられた証と感じるシニアならではの心理もあるようです。

事例 1 自転車なら、少し遠い店で、荷物が重くなっても大丈夫



〇さん(81歳)
夫婦2人
息子世帯隣居

今は続けて10分歩くのは少しキツイ。だから自転車に乗れることがうれしい。遠くまで行けるし、いくら買っても良いという気持ちになる。配送サービスは知っているが、まだ頼むのも近所の人に見られるのも恥ずかしい..

●自転車：3分(普段は徒歩)/食品スーパー/
ひとりで行った(買い物量：いつもより多い)

今夜はすき焼き。孫が来るので、いつもの3倍は買った。
荷物が多いと自転車がふらつき不安になることも。



事例 2 毎日徒歩で、リュックに入る分だけ買い物



股関節の手術後、転倒が不安で自転車をやめました。平日はリュックに入る量だけ、運動と散歩も兼ね毎日スーパーへ。坂がきつくなり、今は少し遠回りの緩やかな坂道で行きます。米、牛乳など重い物は週末に息子の車で買い物します。できるだけ自分でしたい。

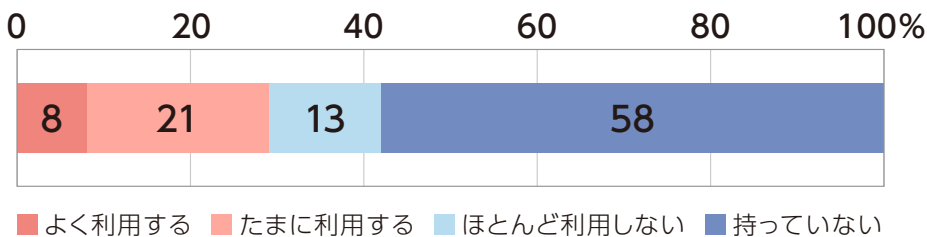
Tさん (75歳)
ひとり暮らし
息子世帯が
二世帯住宅同居

●徒歩：20分／駅前の食品スーパー／
ひとりで行った（買い物量：いつもと同じくらい）
孫にも、と苺を1パック余計に買ってしまった。
通院で出かけた時に買い物すると、空腹時はつい余計なものまで買ってしまう。



将来は、周囲の協力や外部サービスも活用して買い物を

買い物の重い荷物を運ぶ手段として買い物カートの利用がありますが、シニア女性の所持率は42%（2012年花王調べ）で、「よく利用している」のは持っている人の2割程度でした（図5）。インタビューから、首都圏でも店の入り口やバスの乗り降りには小さな段差があったり、後ろ手に引く姿勢が負担だったり、ハンドルの高さが身長に合わないという理由から利用しない状況となっていました。



よく利用する たまに利用する ほとんど利用しない 持っていない

首都圏在住 70～80代女性 95人 (2012年)
(花王 生活者研究センター調べ)



(図5) 買い物カートの所有と利用状況

買い物荷物は基本手で提げて

カートは母の日に息子からもらった。でも店の出入りやバスに乗降りの段差があるので、まだ開けてもいない。

(83歳、死別・娘と同居)

買い物にはリュックを愛用

引くタイプは身体を捻って後手にしないと引けず使えない。手押しタイプは身長に合わない。腰を曲げて押したらおばあさんみたい!

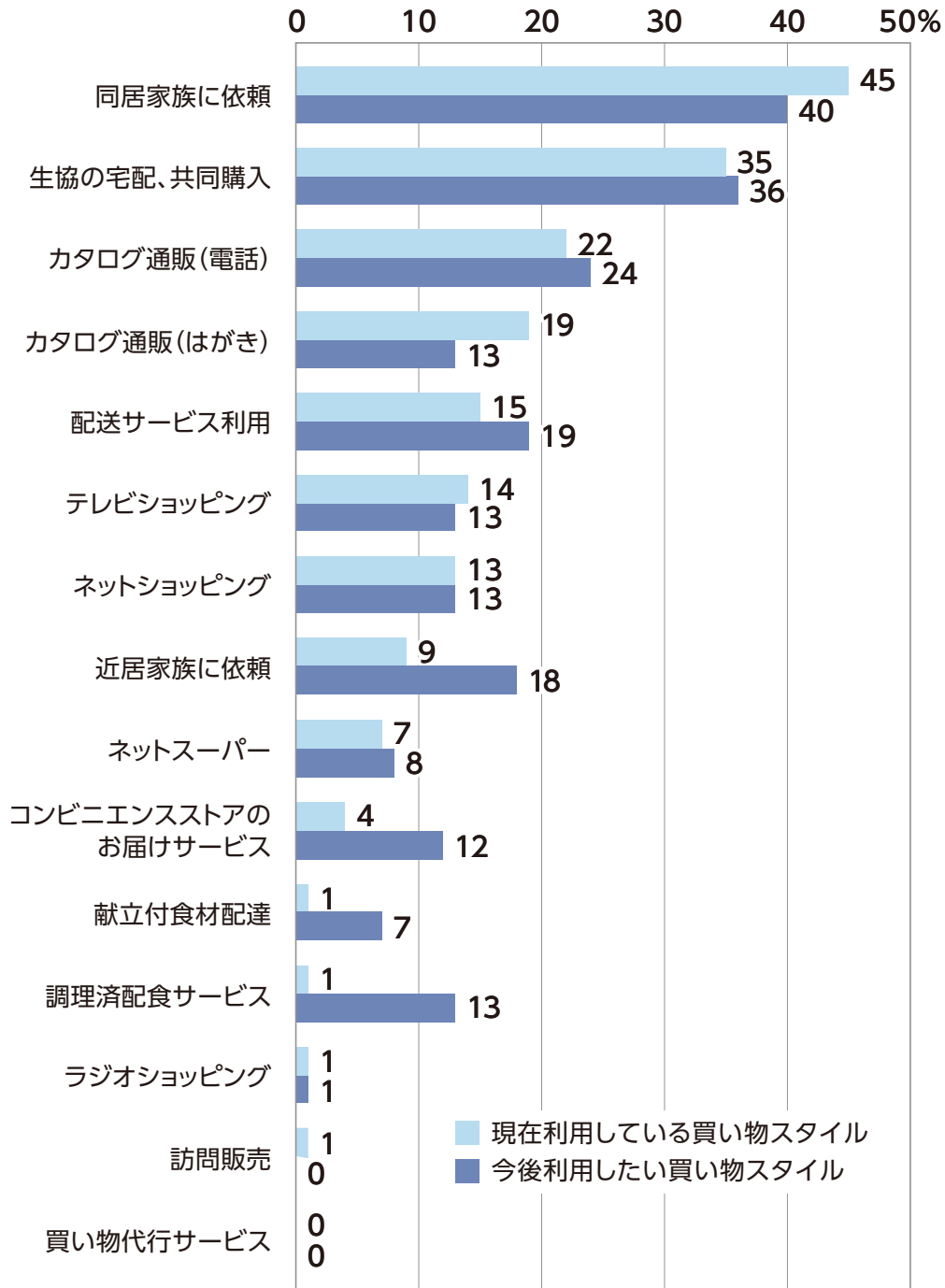
(75歳、夫婦二人)

買い物には自転車を愛用

息子がくれたけれど使っていない。なんか腰が曲って、いかにも「おばあさん」って感じで…。沢山買う時は自転車で行く!

(81歳、夫婦二人・息子隣居)

食品や日用品の買い物は、店舗に行く以外にも、生協の宅配、ネットスーパーや通信販売、お届けサービスなど色々提供されています。また、今後今までのように買い物に行けなくなるとしたら、近居や同居の家族の協力も大切です。それらの利用状況を見ると、「同居家族に依頼」(45%)、「生協の宅配、共同購入」(35%)、「カタログ通販(電話)」(22%)が多く、ネットや各種サービスの利用者は少ない状況です。しかし、今後の利用意向については「店舗の配送サービス」(現在15%→今後19%)、「近居家族に依頼」(9%→18%)、「コンビニエンスストアのお届けサービス」(4%→12%)、「献立付食材配達(ヨシケイなど)」(1%→7%)、「調理済配食サービス」(1%→13%)など、近居の家族や、家まで届けてくれる様々な外部サービスも組み合わせていこうと検討しているようです(図6)。



首都圏在住 70~80代女性 115人(2017年)
(花王 生活者研究センター調べ)

(図6) 様々な買い物スタイルの利用状況と今後の利用意向

高齢者の買い物へのおもいを支えるために

高齢者にとって買い物は、自立した生活を維持するために大事な要素というだけでなく、「わくわくする気分や外出機会の増加」「歩くことでの健康維持」「気持ちを前向きにしてくれる」といった多くの利点をもたらすものになっていました。しかし、加齢によって重い荷物の運搬が負担になったり、今までのように買い物に出られなくなったりすることへの不安もあるようです。今回は首都圏中心の調査でしたが、住んでいる場所に関係なく、高齢者の買い物に対するおもいは共通するのかもしれない。

「自分の目で見て選びたい」「自分の足で買い物に行きたい」というおもいを支えるには、

- 気持ちに寄り添うこと
(例:高齢者の心理的抵抗感に配慮した買い物カート、目立たないお届けサービスなど)
- 買い物の物理的負担を軽減する工夫を商品やサービスに盛り込むこと
(例:買いやすい、持ち帰りやすいサイズの商品提供など)

また、自分で歩ける体力維持のためには、

- 買い物を通じた健康支援
(例:来店頻度に応じたポイントプログラムなど)

などの取り組みも有効ではないかと考えます。

花王も年齢や障がいの有無にかかわらず、すべての人々に安心して、わかりやすく、使いやすいという視点で商品を開発することに努めています。まずは、「今すぐできることから取り組む」そんな気持ちで、みんなが高齢者を支えていけたらと考えます。

【コラム】使いやすさにこだわったコンパクトの事例(ソフィーナプリマヴィスタディア)

お客様がお化粧するときの困った、不便をUD(ユニバーサル)視点で使いやすくしました。

1 メイクに便利!拡大ミラー付き



大きくて見やすい!

2 小じわにもキレイに密着! やわらか起毛スポンジ



3 固定式フィルムだから最後までなくさずキレイに使える!



4 スポンジアップ機能付で取り出しやすい!
(コンパクトを開けるとスポンジの端が上がる)

●お問い合わせ・ご意見は **花王株式会社 生活者研究センター**

〒131-8501 東京都墨田区文花 2-1-3 TEL. 03-5630-9963(月~金 9:00~17:00) FAX. 03-5630-9584

くらしの研究 www.kao.co.jp/lifei/

※掲載の記事・写真の無断掲載・複写を禁じます。