

消費者庁との意見交換会

# 購買不平等の解消とエシカル消費に 向けた政策提言

(徳島県美波町における食品アクセスの実態から)

国・自治体・企業等に向けた我々の政策提言

国立大学法人 徳島大学  
下東康介・篠原愛果・小原すずか

# 徳島県美波町の自然資産



## 歴史と地理情報



2006年に日和佐町と由岐町が合併

## 特徴と観光資源



山と海のリアス地形



厄除け効果のある薬王寺



うみがめカレッタ



道の駅が産業の流通拠点

## 主要(一次)産業



磯資源による漁業



備長炭製造の樵木林業

# エシカル消費と購買不平等の現状

## エシカル消費

- エシカル消費とは、環境・人権・地域経済・福祉などに配慮した消費行動
- 「買いたくても買えない人」「健康な食品にアクセスできない人」が存在するという、社会的不平等の問題
- エシカル消費は「食品が持つ背景(生産・流通・消費)全体に対する配慮」を含むため、アクセス困難な人々の存在を無視しない消費行動でもある

## 社会的背景と購買不平等

- 少子高齢化
- 農村部や中山間地域では店舗の撤退・交通手段の減少
- 2020年時点で買物困難者は全国に約824万人(※経済産業省推計)
- ECが進む一方で、デジタルに不慣れな人々も存在し、情報格差の拡大

## 美波町の現状

- 人口減少(14年で2626人減)高齢化率上昇(36.3%→49.4%)
- 2045年には人口半減と予測
- 集落が山間部や海岸線に点在、公共交通の不足
- 「交通空白地域」が多数存在
- 従来の商業や一次産業(漁業)など産業基盤の弱体化・衰退(小規模小売業者)

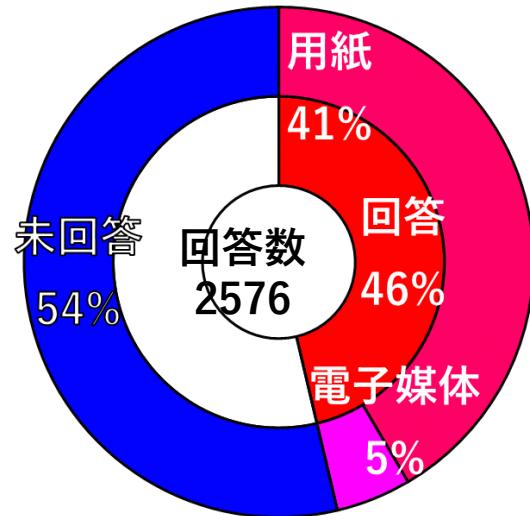
基本情報	
面積	140.74km <sup>2</sup>
総人口	5,653人
世帯数	3,035世帯
男性	2,663人
女性	2,990人

(2025年3月31日)

# 美波町住民アンケート調査結果

2024年12月末より2025年1月末に美波町全世帯へ郵送(回答は2025年3月15日まで受付)

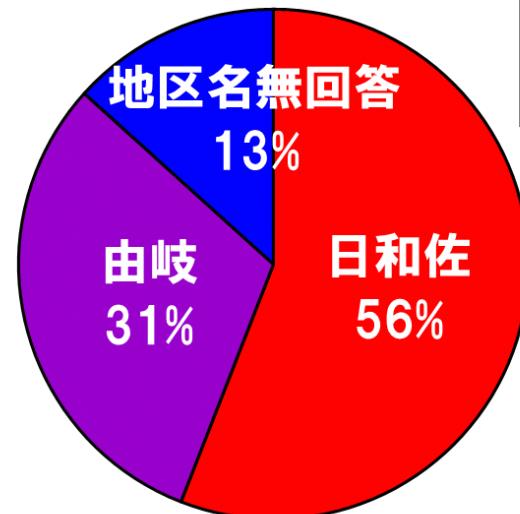
## 住民アンケートの回答率



有効回答率: 46%

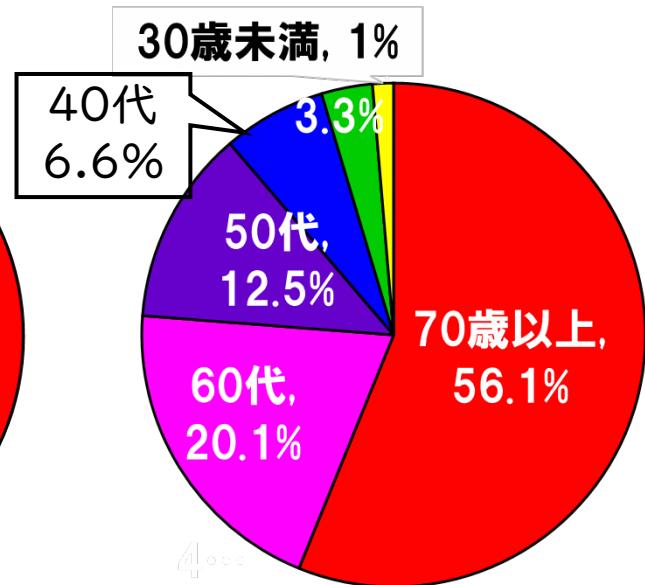
回答手段については、紙媒体による回答が9割を占める  
⇒デジタルの伝達不足

## 地区ごとの回答率



日和佐地区の回答数が多い  
沿岸部など交通の便が悪い  
地域の回答率が高い傾向

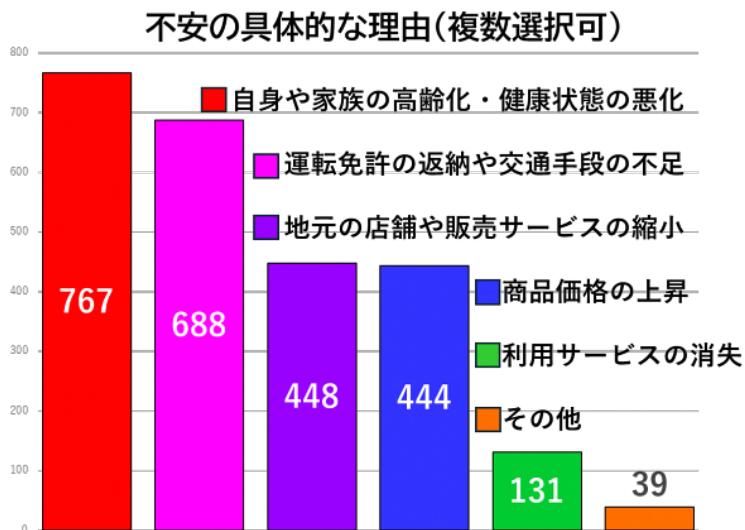
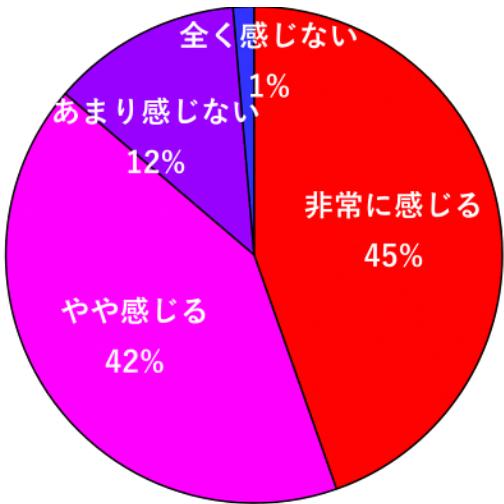
## 回答の年齢層



75%以上が高齢者で  
高齢化が顕著。家長  
が高齢者という状況

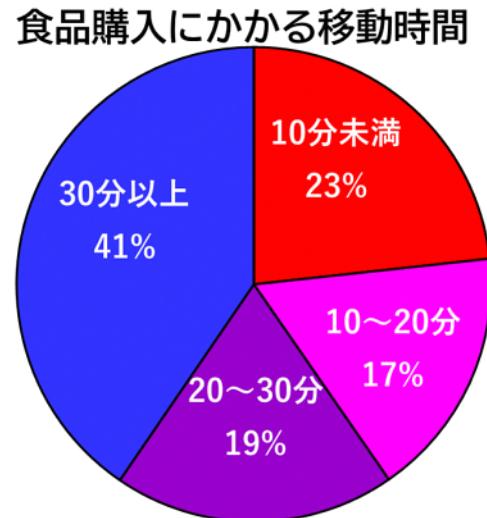
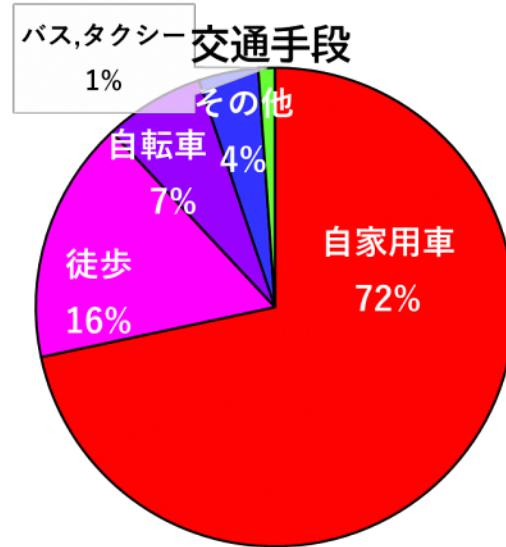
# 食品購入への不安とエシカル消費に向けた課題

## 買物困難者への不安とその理由



- 90%に迫る将来的な不安は今後更に増えると予測
- 自身の能力を要因とする不安
- 宅配サービスの需要の高さ
- 住民の移動を最小限にするサービスが評価

## 食品購買アクセスの手段と時間



- 交通手段の70%以上が自家用車に依存
- 移動時間が20分以上かかる世帯が60%存在  
→多くの住民は、一度の買い物に時間と手間を要している

# 購買不平等の解決と一次産業活性化の提言

課題	解決方法
高齢化・免許返納に伴う買物困難者の増加	移動販売のサービス拡大（町内での経済循環）
地域経済に直結する一次産業の衰退 後継者不足・農家従事者の減少・耕作放棄地の拡大	一次產品の流通改革＝集客地（道の駅）での販拡 町外からの資本流入＝販路拡大（町内外での経済循環）
移動販売が展開されていない地域間の格差	移動販売台数の増加による未展開地域へのサービス拡大
移動販売開始時の初期投資 車両維持費、燃料費の高騰によるコストの増加	補助金制度を創設することにより持続可能な事業運営
デジタル情報の普及不足	デジタルを必要とせず、対面のコミュニケーションを好む住民 向けの公報誌や回覧板などを活用したアナログ周知活動

我々からの  
提言

- ✓ 移動販売車両購入費やリース代、燃料費などを一部負担する補助金制度
- ✓ 自治体広報誌などを有効活用した移動販売に関する詳細情報の提供

# 提言より目指す美波町の理想像



共存関係  
の確立



年間90万人が訪れる  
規模の大きい消費地を  
最大限に活用

4者間で経済循環

買物  
困難者  
対策



小規模  
小売業者  
対策

町外への  
経済循環

町内経済  
循環



購買者であり生産者



住民幸福度の向上

- ✓ 美波町の持続可能な町づくり
- ✓ 一つのロールモデルとして確立させる

我々の考えるエシカル消費とは、食品アクセス困難地域でも、平等に持続可能な食品アクセスを行える消費活動であり、地域経済に配慮した消費活動であると考えて活動している

ご覧いただき  
ありがとうございました