

5 買い物弱者対策事例の整理

5.1 買い物弱者対策の現状

買い物弱者問題に対する問題意識は全国的に急激に高くなっており、中央省庁において、急ピッチで取り組みが進められている。また、それを受けて自治体等地方行政においても、買い物弱者の現状把握のためのアンケートの実施や、中央省庁のモデル事業等の取り組みが始まっている。

5.1.1 経済産業省での取り組み

経済産業省においては、少子高齢化や過疎化等の社会情勢の大きな変化に伴い、お店や交通機関、医療・福祉等の日常生活に不可欠な「生活インフラ」が弱体化しており、住民ニーズに地方自治体だけで応えることは難しくなっているという現実があることを踏まえ、流通事業者等を中心とした民間主体と地方自治体等とが連携して持続的に行う地域の課題に対応する事業（宅配、移動販売、地域のコミュニティ活動との連携等）について、「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会，H21.11～」で検討を実施してきた。

研究の成果は、「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書，H22.5」としてとりまとめられた。報告書では、地域の主体の連携による取組を進めていくため、関係省庁と協力しながら、買い物支援等での成功事例のポイントを整理したガイドラインを作成し、セミナー等を通じて普及・啓発していくことを提言しており、平成22年12月には、事業者等による対応の先進事例集とその工夫のポイントをまとめた「買い物弱者応援マニュアル」（第1版）を公表した。

また、平成22年度補正予算による買い物弱者対策にかかる事業として、平成22年度「地域商業活性化事業費補助金（買物弱者対策支援事業）」を公募した。

事業概要は以下の通りであり、最終的に全国で12の事業が採択され、千葉県下でも2つの事業が採択されている。

表 5.1 経済産業省「地域商業活性化事業費補助金（買物弱者対策支援事業）」の概要

本事業では、買物弱者の生活利便性を向上させる事業を幅広く事業対象として募集した。一例としては、以下のようなものを想定している。

事業例1：商店の無くなった周辺集落で行うミニスーパー事業

事業例2：スーパーと商店街が共同で取り組む共同宅配事業

事業例3：NPO等が御用聞きを行い、スーパーの商品を配達する事業

事業例4：農業者等が小売事業者と協力して取り組む移動販売車事業

事業例5：スーパーが自治体と協力して運行する買い物支援バス事業

※いずれも2以上の事業主体等の連携事業であることが必要。ただし、事業主体が事業協同組合、事業協同小組合及び協同組合連合会、商工組合及び商工組合連合会並びに商店街振興組合及び商店街振興組合連合会等の場合は、そもそも連携事業であるとみなされる。

表 5.2 経済産業省「地域商業活性化事業費補助金（買物弱者対策支援事業）」の採択事業

No.	地域	事業者	連携事業者	事業内容
1	茨城県 水戸市	いばらぎコープ生活 協同組合	フードデザート問 題研究グループ	生活協同組合と買物弱者等フードデザート問題研 究グループの連携によって移動店舗販売を行う事 業
2	群馬県 みなかみ 町	みなかみ町商工会	みなかみ町他	町営日帰り温泉施設におけるミニスーパー事業や 送迎サービス、生涯学習の取組等、コミュニティ拠 点として複合的なサービスを行う事業
3	埼玉県 秩父市	秩父丸通タクシー株 式会社	みやのかわ商店街 振興組合	中山間地域から中心市街地商店街までのデマンド 型乗り合いタクシー及び中山間地域内にて開催さ れる出張商店街までの送迎を行う事業
4	埼玉県 飯能市	株式会社ヴェルベン ファルマ	飯能商工会議所	買物困難地域の集会場等において PC によるネット 注文サポート、御用聞き、中心市街地への買物バ スツアーの実施及び地域コンシェルジェの人材育 成を行う事業
5	千葉県 千葉市	特定非営利活動法 人ちば地域再生リサ ーチ	高洲第一ショッピン グセンター商店会	昭和 40 年代に開発された大規模団地において NP O 法人による御用聞き、買い物支援サービスを行う 事業
6	千葉県 船橋市	特定非営利活動法 人アフタースクール	企業組合ワーカー ズコープちば	学童保育施設の空き時間、空きスペース活用によ る生鮮品の販売及び宅配を行う事業
7	東京都 杉並区	フェリカポケットマー ケティング株式会社	株式会社協働すぎ なみ他	ICカードを活用して、商店会からの共同配送サービ ス、見守りサービス、困り事相談サービス等を行う 事業
8	東京都 多摩市	株式会社セブンネッ トショッピング	東日本電信電話株 式会社他	多摩ニュータウンにおいて、アンドロイド端末を活用 した食料品、食事宅配サービス及び移動販売サー ビスを行う事業
9	新潟県 新潟市	片山商事株式会社	株式会社ドットコ ム・マーケティング 他	御用聞き訪問員の受発注活動を活用した新潟御用 聞きネットによる地元企業連携の買い物代行サー ビスを行う事業
10	新潟県 十日町市	合同会社うらだ	浦田地区協議会他	中山間地域において、住民共同出資によるミニスー パー事業及び買い物バスの運行を行う事業
11	山梨県 甲府市	株式会社やまと	グランディール	地元スーパーによる個人商店への仕入れ・経営ノ ウハウ支援を行う事業
12	静岡県 御殿場市	株式会社アクティブ モコ	協同組合 森の腰 商栄会他	スーパーと商店街、行政が連携して電気自動車を 活用した共同宅配サービスを行う事業

5.1.2 厚生労働省での取り組み

厚生労働省では、「安心生活創造事業」が展開されている。事業の概要は以下の通りであり、「見守りサービス」が中心となる事業であるが、買い物支援も目的に含まれる。

千葉県下では、千葉市・市原市・鴨川市が地域福祉推進市町村となっている。買い物支援に関しては公表資料ではいずれも構想段階であるが、宅配の活用や情報提供による対策を計画している。

表 5.3 厚生労働省「安心生活創造事業」の概要

項目	内容
目的	厚生労働省が選定する地域福祉推進市町村が、事業の3原則を前提として、一人暮らし世帯等への「基盤支援」（「見守り」・「買い物支援」）を行うことにより、一人暮らし世帯等が地域で安心・継続して暮らせる地域づくりを行う。
事業の3原則	①基盤支援を必要とする人々とそのニーズを把握する ②基盤支援を必要とする人がもれなくカバーされる体制をつくる ③それを支える安定的な地域の自主財源確保に取り組む
基盤支援	悲惨な孤立死、餓死、虐待などを予防する生活（生命）維持のための最低支援
基盤支援サービス	見守り・買い物支援
基盤支援サービスの対象者	高齢者、障害者のみならず、地域から孤立する可能性があり、定期的な基盤支援が必要なすべての者・世帯
ニーズの把握	高齢者、障害者に限定せず、基盤支援サービスの対象者・世帯を徹底的に把握
マップづくり	行政及び基盤支援サービス提供者が対象者情報を共有するためのマップを作成
基盤支援サービスの提供	把握した対象者・世帯へ“もれなく”基盤支援サービスを提供する体制を構築し、実施（地域住民、自治会、民生委員、ボランティア等の参加による日常的見守り体制の構築を含む）

5.1.3 農林水産省での取り組み

農林水産省においては、「高齢化の進展の下での消費者の食料品へのアクセスに関する現状及び今後のあり方に関する研究会」が設置され、「フードデザート問題」という若干異なる切り口で研究が進められている。

フードデザートとは、生鮮食料品の入手が困難な地域を意味する学術用語であり、具体的には、自家用車や公共交通機関を利用できない住民が集住し、かつ生鮮食料品へのアクセスが極端に悪い地域が該当する。農林水産省では、中心市街地の空洞化が進む地方都市や過疎山村集落、東京都内の住宅団地等で調査を進めてきている。

フードデザート問題の切り口は、近年、日本の高齢者の間で低栄養問題が深刻化しているところにある。低栄養とは、偏食などにより本人が気付かないうちに栄養不足に陥る状態を意味する。フードデザート問題を悪化させる要因としては、生鮮食品店の消失以外にも、地域コミュニティの希薄化等が挙げられている。

5.2 買い物支援サービス、買い物弱者対策の事例

5.2.1 全国における事例

表 5.4(1) 全国における買い物支援サービス・買い物弱者対策の取り組み事例 (1/2)

種別	事業主体	取り組み(事業)概要	備考
1	買い物代行 道の駅 「どまんなかたぬま」 (栃木県)	市内に限り店舗の商品を電話などで注文を受け無料で配達。農産物直売所なども併設。	地域密着度を高め 市民に『なくてはならない施設』に
2	ネットスーパー 出前館：夢の街創造委員会 (全国)	加盟スーパーで高齢者利用率が10%超。ネットスーパーは高齢者にとって欠かせない便利でツール	高齢者のインターネット利用が急激に浸透
3	通販 CATV のデジタル放送利用の買い物(岐阜県大垣市等7市町)	ケーブルテレビのデジタル放送を利用した買い物の実証実験	高齢者や障害者らを支援
4	移動販売 月島倉庫 (東京)	GPS機能を活用した移動販売支援システム「ナビde来〜る」を開発。効率的な移動販売	「お知らせメール」を携帯電話で受け取り、買い物
5	小型店舗 イトーヨーカドー (東京都)	駅周辺で急増中の単身世帯向けに青果、総菜、鮮魚全てを小分け。かつ、高級食材も充実	2006年を境に、単身世帯が「標準世帯」
6	買い物代行 移動販売 みやのかわ商店街 (埼玉県)	【買い物代行】電話で商品の注文を受け、自宅へ配達。 【移動販売】6,7店分の商品を選び高齢者施設で販売	地域住民は高齢化、体力の衰えで買い物に不自由
7	買い物代行 富士タクシー (愛媛県)	二酸化炭素を排出しない電気自動車(EV)で買い物代行を開始	交通手段が乏しく 買い物に行きづらい高齢者を対象
8	移動販売 生活協同組合共立者 (山形県)	2tトラックを改良した「せいきょう便」で中山間地や小規模集落などで店舗開設。	一人暮らしの高齢者や老夫婦世帯増加
9	宅配 福知山市商工会 (京都府)	高齢者や障害者、子育て中の保護者らの利便性向上と、同商工会加盟業者の売り上げ向上を目指し、府の補助金150万円を得て来年3月18日まで実施	過疎地域が多い福知山市に編入合併された大江、夜久野、三和の住民が対象
10	配食 UR、NTT、セブンイレブン等	配食・家事代行などの各サービスを、アプリ等を通じて提供。	団地居住高齢者の課題を解決する仕組み
11	移動販売 JAあづみ (長野県)	「御用聞き車”あんしん”号」で野菜・食品・雑貨を販売。運転手もメンバーが兼ねる	メンバーが高齢化。「買い物に行けなくなった」という不便な声

表 5.4(2) 買い物支援サービス・買い物弱者対策の取り組み事例 (2/2)

種別	事業主体	取り組み(事業)概要	備考
12	小型店舗 YショップJACK 大崎店、山崎店 (広島県) ※経産省事例	存続が危ぶまれていた離島の購買店舗が全国チェーンに加盟することで、豊富な品揃えとサービスを提供	過疎化・高齢化のすすんだ地域
13	小型店舗 シティーマーケット (全日食チェーン) ※経産省事例	全日食は郊外などの小商圏でも成立する買い物弱者向けスーパーを展開。好調により全国展開を予定	近隣に小売店がない地域
14	小型店舗 マルエツプチ (都市部) ※経産省事例	生鮮品の比率が半分近くを占め、近隣立地で利便性の高い都市型ミニスーパー。小型化・跡地利用等でコスト減	都市部で生鮮品の買い物に困る高齢者もターゲット
15	小型店舗 セイコーマート 北海道(北海道) ※経産省事例	道内9割の市町村に出店。調達・製造・流通・販売の効率化と低コスト化により過疎地へも出店。	商圏人口の少ない離島をはじめとする過疎地
16	小規模共同配送 デイ・シイ・デイ (島根県) ※経産省事例	9社による共同配送会社を設立しコスト削減と取引小売業へのサービス向上・配送費16%減・売上倍増・単年度黒字	県西部の過疎化した集落が分散する中山間地域
17	小型店舗 NPO 法人耶馬溪ノーツンくらぶ (大分県) ※経産省事例	限界集落地域に徒歩圏内で日用品が買える共同店舗を設置 街のスーパーで農産物などを委託販売することで現金収入	農協支店の合併等により地区唯一の買い物場所が消失
18	小型店舗 中央青空企画 (熊本県) ※経産省事例	商店主らが企業組合を立ち上げ、小商圏でも成立する徒歩圏内の高齢者向けミニスーパーを開設	人口の流出や高齢化が進んで商店街が衰退
19	移動販売 サンプラザ (高知県) ※経産省事例	車両7台による移動販売。売上175百万円で営業損失は4百万円。地域貢献事業の色彩が強い	業績悪化で撤退を検討も県からの補助を受け継続
20	移動販売 福井県民生活協同組合(福井県) ※経産省事例	販売車3台・22箇所を開始。福井県からの公募で補助を受け、事業拡大・8台に。代行・配食も展開	商店少ない過疎地域。身近に生協店舗が欲しいと要望
21	宅配 さいたまコープ (埼玉県) ※経産省事例	都合の良い時間に県内約1,000カ所で商品を受け取れる体制(酒店・飲食店・コンビニ等の協力)	宅配サービスの指定された時刻に在宅する必要性解消
22	配達 健軍商店街 (熊本市) ※経産省事例	商店街から半径2km程の顧客の買上品をタクシーにより配送。未稼働タクシーの有効活用	商圏の高齢(24%程度)や大型店との競合が激化
23	宅配 スーパーサンシ (三重県) ※経産省事例	コスト削減・自社配送業務実現、店舗と配送拠点の統合、再配達回避。高齢者の安否確認兼御用聞き	郊外に展開し商圏が高齢化
24	ネットスーパー オークワ (和歌山県) ※経産省事例	県とオークワで専用のネットスーパーを試験開設。県はITによる過疎地域活性化。想定以上の反響	市街地まで1時間程の地域。ネット環境良好
25	配食 セブン・ミールサービス(全国) ※経産省事例	セブン-イレブンの開発・製造技術、物流インフラを活用。栄養バランスと利便性に配慮した宅配用商品	高齢者や働く主婦など買い物に不便を感じている住民へ
26	送迎 コープさっぽろ (北海道) ※経産省事例	高齢者に優しい店づくりの一環に無料買物バス運行。組合員は公共施設の利用にも可(非組合員有料)	過疎の山間地で出店。

(1) 道の駅「どまんなかたぬま」(栃木県佐野市)における取り組み

1) 事例の概要

「より地域密着度を強め、市民に『なくてはならない施設』となるよう」、市内に限り店舗の商品を電話などで注文を受け無料で配達する「買い物代行サービス」を開始。当該施設は近隣農家が作った野菜やみそなどが並ぶ「農産物直売所」や、県内外の米を1キロ単位で売る「米工房」のほか、菓子や弁当といった市内外の人気商品、同施設オリジナルの物産品などをそろえる。

川田裕一営業企画係長は「車を運転できない人や、急な来客の茶菓がないときなどに、買い物代行は有効なツールになると思う。厨房などのスタッフも配達に携わることでお客さんの声を聞くことができ、社員教育にもつながる」と説明。

2) 取り組みの成果

- 調査の結果、来場者の約4割が市民で、休憩より買い物が目的で繰り返し来ている人が多いことがわかった。
- 年間約3千万円の売り上げ(目標)

3) 工夫点

- 注文は電話かファクスで受け、野菜などの在庫や価格を確認して折り返し連絡、基本的にその日のうちにスタッフが配達。
- 配達料を無料とすることで、宅配などの認可を取る必要はない。

4) 課題・今後の方向性

- 利用が増えれば専用スタッフを置くなどして売上高アップや事業拡大につなげたい。



(2) ネットスーパー利用者の10%が高齢者（出前館：夢の街創造委員会株式会社による報告）

1) 事例の概要

出前館（全国）に加盟するスーパーで、高齢者の利用比率が10%を超え、高齢者がネットスーパーを利用していることが実証された。また、総務省が世代別のインターネット利用状況を調査した通信動向調査によると、2010年までの1年で65～69歳のインターネットの利用率は37%から58%に増加しており、高齢者のインターネット利用が急激に浸透、今後も更に普及すると見られている。

ネットスーパーサービスは、高齢者にとって便利で欠かせないツールとなりながら、普及を加速していくと考えられ、買い物弱者の救世主として注目される。

2) 取り組みの成果

- 出前館では、利用者全体の4分の1が50代以上
- 担当者は『高齢者の方は、リピート率も高い』としている。

3) 工夫点

- 配達料を無料とすることで、宅配などの認可を取る必要はない。
- 使いやすく見やすいインターネットデバイスの普及やコンテンツの充実を背景

(3) ケーブルテレビのデジタル放送を利用した買い物の実証実験

1) 事例の概要

「買い物弱者」とされる高齢者や障害者らを支援するため、ケーブルテレビのデジタル放送を利用した買い物の実証実験が、岐阜県大垣市や可児市など県内7市町で開始。実験の実施地域は大垣、可児市のほか、岐南、垂井、揖斐川、御嵩各町と岐阜市の一部で、県や大垣市などで作る推進協議会が運営する。

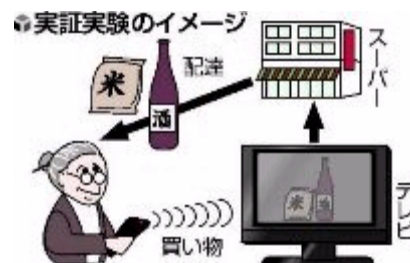
買い物の仕組みは、ソフトウェア開発などを手掛けるNPO法人「ドットNET分散開発ソフトピア・センター」(大垣市)が総務省の委託を受けて開発。募集したモニター200人が対象。種類や数量などは開発したシステムで自動的に大垣市内のスーパーに発注され、運送会社が配達する

2) 工夫点

- 買い物はテレビのリモコンを操作し、画面から希望する商品を選ぶだけ
- パソコンや携帯電話などを使わず、使い慣れたテレビのリモコン操作で選んだ商品がスーパーから配達される(ケーブルテレビを使った買い物支援は全国でも珍しい試み)
- 代金の支払いは商品と引き換えで、店頭価格と同じ
- 商品は米や酒、ティッシュペーパーなど31種類で、持って帰るには重かったり、かさばったりするものが中心

3) 課題・今後の方向性

- 同NPOなどは実験結果を踏まえ、県内各地や全国でも同様の事業を展開する方針。
- 住民が慣れ親しんだ商店街や顔なじみの商店と連携することも検討する。



(4) 移動販売支援システム（東京都：月島倉庫）

1) 事例の概要

GPS（衛星利用測位システム）機能を活用した移動販売支援システム「ナビ de 来〜る」を月島倉庫（東京都中央区）が開発し、2011年4月に東京の都心で運営を始める予定。システムに登録した販売業者が、現在地をメールで伝えながら小回りがきくリヤカーで生鮮品や弁当などを売り歩くサービスを想定している。

2) 取り組みの成果

- 2011年4月開始予定

3) 工夫点

- お目当てのリヤカーが近くに来たことを伝える「お知らせメール」を携帯電話で受け取り、慌てずに買い物ができる。
- 拡声器で来訪を告げる移動販売ではマンション高層階の住人が気づかなかつたり、買い物に出向いても既に移動した後で業者がいないといったケースを解消できる。
- 販売業者側も効率的に売りさばけるほか、騒音が迷惑となり拡声器が使えない早朝や深夜でも販売できるメリットがある



(5) 単身世帯向け極小スーパー（イトーヨーカドー）における取り組み

1) 事例の概要

今まで国内では、夫婦と子供2人の世帯を「標準世帯」と呼びそれを念頭においたマーケティングが行われてきた。しかし、今や子供がいる世帯は全体の28%にすぎず、2006年を境に、単身世帯が「標準世帯」を上回った。これを受け、イトーヨーカドーでは大型店から売り場面積がコンパクトな小型店へ舵を切り始めた。

JR阿佐ヶ谷駅周辺では高齢者、若者問わず、単身世帯が急増しており、これをメインターゲットに、徹底したマーケティングを敢行。わずかな面積に、脅威の品揃えを実現した。青果、総菜、鮮魚すべてに小分けを徹底。一方で、他では手に入らない高級食材も充実させた。売り場面積は、地下1階のワンフロアのみで、わずか500㎡。上質商品はアイテム構成比で25%、売上高で20%、通常商品はアイテムで50%、売上で60%を見込む。将来的には、この業態での売り上げが、大型店を抜くと予想している。

2) 取り組みの成果

- 現在のところ、成功している。

3) 工夫点

- 売り場面積が500㎡
- 青果、総菜、鮮魚すべてに小分けを徹底
- 他では手に入らない高級食材も充実



4) 課題・今後の方向性

同業態を、中野区、新宿区、杉並区など今まで出店していなかった地域に、1年以内に10店舗のオープンを目指す。将来的には、この業態での売り上げが、大型店を抜くと予想。

(6) 買い物代行と移動販売（埼玉県秩父市：みやのかわ商店街）における取り組み

1) 事例の概要

「みやのかわ商店街」では地域住民の高齢化が進み、体力が衰えて、買い物に不自由している人が増えているため、これをフォローしようと買い物代行システム「御用聞き」を開始。電話で商品の注文を受け、自宅へ配達。商店街以外のお店の商品も注文可能。

配達エリアは秩父市・郡全域。買い物の代金に加えて配達料をもらう。近距離なら1回290円、遠距離なら地域によって1回490円か710円。電話受付は朝9時に開始し、同11時までの注文は当日配達する。それ以降は翌日配達となる。

2) 取り組みの成果

【買い物代行】

- 注文件数は1日5~20件
- 赤字にはなっていない

【移動販売】

- 1回につき1~10万円（月15回）



3) 工夫点

- 既存の人材や設備を上手に活用することで負担を減らし、その分店の売上が増える。
- 高齢者施設などに商品を持ち込み、入居者に販売する出張商店街「楽楽屋」に発展。
- 衣料品や日用品、雑貨、飲料や菓子など、商店街から6、7店舗分の商品を選び、ワゴン車に積み込み、高齢者施設へ運ぶ。販売時間は1時間程度だが、買い物代行とはまた違って「商品を自分の目で見て、選んで買えるのがうれしい」と好評。
- 高齢者には顔の見えるサービスが安心と喜ばれている。

4) 課題・今後の方向性

この事業は一人暮らしの高齢者の「見守り運動」という側面も担っており、今後、行政機関とも連携を図り、コミュニティ・ビジネスとして確立していく方針



(7) EV タクシーでの買い物代行（愛媛県松山市：富士タクシー）

1) 事例の概要

交通手段が乏しくスーパーなどに行きづらい高齢者ら「買い物難民」を支援するため、松山市のタクシー会社「富士タクシー」が、二酸化炭素を排出しない電気自動車（EV）で買い物を代行するサービスを開始。会社が電話で食料品などの注文を受け、運転手が注文者の最寄りの店で購入。家まで届けて商品代と代行料金を受け取る。料金は買い物開始から配達までの時間に応じ、15分ごとに500円。対象地域は同社の半径約1キロ以内のスーパーやコンビニなどで、順次エリアを拡大する。

2) 取り組みの成果

- 開始したばかりで情報なし。

3) 工夫点

- EV タクシーによる環境への配慮



(8) 移動販売（山形県鶴岡市：生活協同組合共立社）

1) 事例の概要

少子高齢化の影響で一人暮らしの高齢者や老夫婦世帯は増加傾向にある。加えて過疎化の進展も高齢者層の買い物環境を悪化させ、買い物自体が大きな負担になっているケースがある。山形県内でも中山間地を中心に過疎化が進んでおり、組合員から買い物難民対策の要望が寄せられたことから移動販売車の導入を決めた。

「せいきょう便」と銘打ち、2 トントラックを改良し冷蔵庫と冷凍庫を搭載した。ミニスーパーの位置付けで、生鮮食料品や菓子類などを販売する。売り上げ目標は1日15万円ほど。共立社の担当者は「野菜や果物、魚介類など需要の高い食材を運ぶ予定だが、巡回を重ねることでさまざまな要望にも応えていきたい」と話す。

月曜から金曜まで運行し、曜日ごとにルートを設定。山形市のコープしろにしを起点に要望のあった南陽市と隣接する上山市を巡る。中山間地や小規模集落、地域スーパーが閉店した中心市街地など、1日9～11カ所で“店舗”を開設する。1カ所の利用者を10人程度と見込む。

2) 取り組みの成果

- 1日10カ所前後
- 売り上げは1日約8万円

3) 工夫点

- 2tトラックを改造して冷蔵庫と冷凍庫を搭載
- 曜日ごとのルート設定
- 野菜のバラ売りや魚の切り身、和菓子を中心に「お年寄り目線」で約600品目



4) 課題・今後の方向性

- 導入車両が1台のため巡回地域を上山と南陽の両市に限定しており、利用状況を検証しながら増便を検討（酒田市でも開始予定）
- 1日の売上が目標の15万円に達せず赤字状態。



(9) 宅配サービス（京都府福知山市：福知山市商工会）

1) 事例の概要

買い物に出るのが不自由な主に高齢者層の「買い物難民」を手助けするため、福知山市商工会が今月、「買い物サポート事業」を試験的に開始した。過疎地域が多く、京都府福知山市に編入合併した大江、夜久野、三和の旧3町の住民が対象で、同商工会に登録する28店の商品に直接注文すると、担当者が無料で配達する。

高齢者や障害者、子育て中の保護者らの利便性向上と、同商工会加盟業者の売り上げ向上を目指し、府の補助金150万円を得て2011年3月18日まで実施する

2) 取り組みの成果

- 3/18までの試験事例

3) 工夫点

- 地区ごとに配達曜日指定

4) 課題

- 無料だが時間指定ができない

(10) 配食（UR・NTT・セブンイレブン）における取り組み

1) 事例の概要

独立行政法人都市再生機構（以下UR）、東日本電信電話（以下NTT）、セブンイレブン・ジャパン（以下セブンイレブン）、イーソリューションズは、集合住宅に居住する高齢者に向けたお弁当の配食や清掃などのサービス提供実現に向けた共同プロジェクトを2月4日開始した。

このプロジェクトは、URが保有する賃貸住宅の中でも比較的高齢者比率の高い2つで、入居者およそ500世帯を対象に約半年間実施する予定。地域との繋がりが希薄、外出・買い物等が困難などといった都市圏における団地居住高齢者の課題を解決する仕組みを複数企業の連携により構築するのが目的。

【UR】・・・高齢者向けの様々なサービスを一括して運営する「マンションポータル」アプリケーションをNTTの「光iフレーム」へ配信し、運営する。同アプリ内では、URが団地や地域コミュニティに関する情報発信、簡易な見守りサービスを提供する。

【セブンイレブン】・・・配食サービスを提供するセブン・ミールサービスと、家事代行を提供するカジタクが連携することで配食、店内商品の配達、宅配クリーニング、布団丸洗い、清掃サポートといったサービス提供を「光iフレーム」を通じて提供する。さらに3月上旬を目処にイトーヨーカドーによるネットスーパーの開設および、セブンネットショッピングのネット通販サービスを提供する。

【イーソリューションズ】・・・イーソリューションズは全体の事務局運営としての役割を果たし、成果の取りまとめ等を行う

2) 取り組みの成果

- 2月から半年間の実証実験

3) 工夫点

- 複数企業によるサービス提供で事業としての成立を目指す

4) 課題・今後の方向性

これまでは、高齢化社会の課題に対して個々の企業が対応してきた。しかし、ファシリテーターやインフラのみの整備、部分最適な課題解決による個別課題・ニーズのみの充足、社会的課題を事業として解決しようとする視点の欠如、などの問題があった。

高齢者の問題を社会的課題としてトータルで解決しようという視点が欠けていたと推測される」と指摘。その反省の上で複数企業が全体的な視点で解決し、かつ事業として成立させることでサービス継続性の確保を目指す。

(11) 移動販売（長野県安曇野市：JAあづみ）

1) 事例の概要

JAあづみにこのたび移動販売車「御用聞き車“あんしん”号」が誕生した。“あんしん”号は同JAくらしの助け合いネットワーク“あんしん”のメンバーと、生き活き塾の活動から生まれた直売所「ふるさと市安曇野五づくり畑」の出荷メンバーの力で誕生。

きっかけはメンバーが高齢化し、「買い物に行けなくなった」という不便な声が届くようになったためである。“あんしん”号は野菜やお菓子、雑貨、調味料など「五づくり畑」で販売している商品を揃え、「あんしん広場」の実施会場を回る。運転手は“あんしん”メンバーである。

2) 取り組みの成果

- 軽トラックなので駐車スペースをとらない

3) 工夫点

- 移動販売の車両は両者が資金を出し合って購入、地域・組合員に広く使ってもらいたいとJAに贈呈

4) 課題・今後の方向性

- 26 会場ある「あんしん広場」の開催は各会場とも月1回のペースだが、“あんしん”号が走ることで要望があれば開催回数を増やすことも検討したい。

(12) YショップJACK大崎店、山崎店における取り組み

1) 事例の概要

JA 広島ゆたかが瀬戸内海の離島で運営する購買店舗が、地域の過疎化や高齢化により存続が危ぶまれていた。ボランタリーチェーンである山崎製パン Y ショップに加盟することにより、全国規模の仕入・物流ネットワークおよび運営ノウハウを活用。豊富な品揃えとサービスレベル向上を実現。

2) 取り組みの成果

- 全国チェーンの接客ノウハウを吸収し、あいさつや清掃などを徹底した結果、地域住民からの好感度が上がっている。
- 客単価はほぼ同じだが客数が前年比で約 40%増え、売り上げも約 15%伸びた。
- 1 日の客数は 150 人前後と転換前より 50 人増え、海釣りやサイクリング客が来る週は 250 人に上ることもある。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①JA が経営主体で建物も所有。支所長が店長兼任。
- ②山崎製パンが持つ全国物流網と接客等を含む運営ノウハウを提供。
- ③ボランタリーチェーン契約を生かし、加盟店側に経営上の判断の自由度が高いことが地域にマッチした成功の一つのポイント。



【効率化や継続に向けた工夫】

- ①物流の効率化によるコスト削減納入トラックを集約することで効率化。
- ②営業時間の延長による来店客増加閉店時刻を午後 5 時半から 7 時に延ばし、土日も営業することで、今まで対応できなかった時間帯の来店客を取り込むことができた。
- ③地域特性を生かした品ぞろえによる集客力向上 Y ショップの通常の品ぞろえに加え、来訪者を対象とした地域特産のかんきつ加工品や、JA 組合員向けに鎌、くま手、肥料や農薬といった農業生産資材も取り扱うことで集客をさらに向上。
- ④積極的な接客と地域コミュニティの協力による売上増加地域住民が季節商品等のプロモーションに協力している。その結果、節分恵方巻やクリスマスケーキの予約注文売上が県内 1 位、全国でも 11 位と好成績をあげた。

4) 課題・今後の方向性

- 現状、Y ショップと JA の取組は全国で 10 店あり、今後も拡大に向け検討中。
- JA では、買い物代行や宅配、通販のお手伝い、高齢のお客様との対話、見守り機能も推進。
- 山崎製パンでは、今後、公共施設等のコミュニティ施設の一区画に小型 Y ショップが入居し、機能補完することも検討する方針。

(13) シティーマーケット（全日食チェーン）

1) 事例の概要

近隣に小売店がなくて買い物に困る地域向けに、全国規模でスーパーを展開する企業はなかった。全日本食品は、田園地域に近い郊外などの小商圏でも成立する買い物弱者向けスーパー「シティーマーケット」を2007年より実験的に全国10店舗程度で展開。好調のため、全国展開を予定している。

2) 取り組みの成果

商圏として一般に不利と考えられる地区ながら、実験店舗で売場面積1平方メートル当りの日商3,000円になり、全国の食品スーパー平均2,400円を上回る店も複数あった。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①全日食本部は、全国的な商品調達網、物流網、高度な需要予測システムなどの情報システムを提供。
- ②加盟店はボランティアチェーンとして経営判断の自由度を確保できるため、地域の実情にマッチした品ぞろえや店舗運営が可能に。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ①商品の絞り込みによる在庫の削減青果など生鮮品とナショナルブランドの加工品のうち、売れ筋を分析し2000品目に絞ることで、店頭在庫を削減。
- ②店舗の小型化による運営コスト削減売場面積を300~500平方メートル程度にすることで、賃料や光熱水費などの運営コストを抑えている。
- ③情報システムの活用による人件費削減加工食品の需要予測とそれに基づく自動発注など、高度な情報システムを導入、活用することで店主とパート従業員の必要最小限の人数で行えるようにした。これにより、人件費を最小限にすることが可能に。
- ④生鮮品加工の一元化による店舗での加工コスト削減通常、食品スーパーでは個店で行われることの多い生鮮品の加工を生鮮センターに集約することで、コストを抑制。

4) 課題・今後の方向性

- 実験段階から実施段階へ。全国で展開を予定。
- 加盟店オーナーが出店しやすいように、本部で事業性の実証を行い、既存加盟店オーナーへ営業権を売却する方法を取る方針。



(14) マルエツプチ（ミニスーパー）

1) 事例の概要

都市部でも、生鮮品の買い物に困る高齢者は多い。都市部の目が肥えた高齢者でも買い物を楽しめるよう、生鮮品の比率が半分近くを占め、近隣立地で利便性の高い都市型ミニスーパーを展開中。

2) 取り組みの成果

- 小型化やコンビニ跡地への出店により賃料を抑制。
- バックヤードでの調理をなくし、100%加工センター供給により、人員抑制。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

①加工センターで一括調理することで、店舗におけるバックヤードの調理業務を代替。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ①店舗の小型化による賃料の抑制売場面積は140～170平方メートル程度にすることで、賃料を抑えている。
- ②跡地の活用による店舗開発の迅速・効率化コンビニやファミリーレストラン等の跡地に出店することで、店舗開発を迅速・効率化
- ③加工センターへの調理の集約による店舗人員の抑制加工センターに調理を集約し、バックヤード業務をなくすことで、店舗人員を抑制
- ④小商圏の利用者に利便性を提供一部の店舗ではイトインやコンビニのセルフ販売機能も設置することで、利用者に利便性を提供。

4) 課題・今後の方向性

都市部郊外への展開も探る方針。



(15) 過疎地向けコンビニ（北海道：セイコーマート）における取り組み

1) 事例の概要

利尻島・礼文島・奥尻島等の離島を始めとした過疎地においては、配送コストがかかる一方で商圏人口が少ない。このため、日常的な買い物でも、価格が高い場合や、船に乗らないと買えない場合もあった。

セイコーマートは道内を中心に店舗展開する北海道最大のコンビニエンス・ストア・チェーン（2010年11月末現在1,089店舗を展開）であり、離島をはじめとする過疎地にも展開している。

2) 取り組みの成果

- 道内179市町村のうち、北海道のほぼ全域を占める169市町村に出店している。
- 店舗内で調理（ホットシェフ）した食品を販売することで閉店した食堂の代替を行うなど、失われてきた街の機能を補って地域住民に対して利便性を提供している。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①セイコーマートの出資先である豊富牛乳公社から商品の安定供給を実現することで、低コスト化を実現。
- ②行政にとっては、セイコーマートの店舗展開によって、地域住民の利便性の向上と町内雇用を見込んでいる。

【効率化や継続に向けた工夫】

①商品の一貫供給体制の実現

豊富牛乳や農場・農業法人への出資に加え、自社グループの物流システムも再構築することで、調達・製造・流通・販売までの効率的なサプライチェーン・マネジメントを実現。この体制によって実現した低コストのオペレーションを活用し、離島などの過疎地へも出店。自社グループのセイコーフレッシュフーズが道内6カ所に配送拠点を所有・運営。メーカーから直接調達することにより、物流コストを抑制し、価格競争力を獲得。

②生鮮品の取扱いによる自宅調理ニーズへの対応

日常的に必要な生鮮品を常に取り扱うことで、自宅で調理する住民のニーズにも応えている。

4) 課題・今後の方向性

今後も、住民の方々に必要とされる場所があれば、積極的に出店していきたい。



(16) 卸売業による小規模共同配送（島根県：ディ・シィ・ディ）

1) 事例の概要

島根県浜田市に拠点を置く(株)吉寅商店をはじめとする卸売事業者は、県西部の集落が分散する中山間地域を商圈としており、広範囲の取引先店舗への配送を個別に行っていた。近年の過疎化による発注数量の減少も手伝って輸送コストがかさみ、取引先へのサービス向上ができていないでいた。

物流効率化を図るため、9社による共同配送会社を設立し、コスト削減と取引先小売業へのサービス向上を実現。

2) 取り組みの成果

- 共同化により売上に対する配送費の割合が20%から4%へと激減し、卸売事業者の収益向上に貢献。
- 取引先小売業400店舗（中小企業約200店舗を含む）に対しサービスを提供。商品の安定供給を通じ、地域住民へのサービス向上が実現。
- 平成16年から4年間で売上高が9億円から18億円に倍増。単年度黒字を達成。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①卸売事業者は共同配送センターまでまとめて納品すればよいとため、配送の効率化によりコストを削減。
- ②ディ・シィ・ディは配送に特化。小売へのセールスや発注受付業務は行わないことで、競合する卸売事業者間でも協力が可能に。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ①実験を含めた綿密な計画平成10年から勉強会形式で検討を始め、実証実験を行った後、平成14年、事業に向けて会社を設立した。
- ②加盟企業への情報公開と合意による意思決定加盟する卸売事業者に対しては、配送ルートごとの損益などを月次で公開。これらの情報をもとに加盟企業の合意を経て配送ルートの変更などの事業運営が行われる。
- ③効率維持のための最低発注額制度効率的な配送を図るため、取引先小売業に対しては最低発注額（5,000円）を設定し、極端な小ロット配送にならないように工夫している。

4) 課題・今後の方向性

- 今後も参加する卸売事業者を拡大していき、共同化を広げていきたいとの考え。
- 過疎化がさらに進むため、卸・配送だけではなくて個別宅配などにも取り組めないか、現在検討中。

(17) 大分県中津市における取り組み（ノーソンくらぶ）

1) 事例の概要

大分県の山間部、旧耶馬溪町（現中津市）では平成 14 年ごろに農協の支店が閉鎖、地域で唯一の買い物場所がなくなってしまった。働き盛りの者は車で近隣の町に通勤し買い物もするが、3 分の 1 を占める高齢者世帯は自由に買い物ができない。これをうけ平成 17 年、NPO 法人「耶馬溪ノーソンくらぶ」が設立された（会員 30 名）。農協の旧支店を改装した共同店舗は徒歩圏内での日用品の買い物を可能にした、地域住民の集うコミュニティの中心として機能している。加えて街のスーパーで地域の農産物などの委託販売を行うことで現金収入を得ることができ、農業の生産意欲があがった。

2) 取り組みの成果

- 1,300 世帯 3,000 人の団地住民に以前と同立地で買い物場所を提供
- 徒歩圏内で日用品の買い物ができる
- 高齢者だけでなく、子供も集まる地域コミュニティの中心として機能
- スーパーでの委託販売によって得られた現金が共同店舗の利用を促した（相乗効果）
- 店舗では 300 品目以上の商品を取り扱い日販 1.7 万円、年間 364 万円（2009 年度）
- スーパー等での委託販売による売上は年間 461 万円（2009 年度）

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ① 会員は入会金 2,000 円、年会費 1,000 円を出資し積極的に店舗運営に参加。
- ② 会員のうち 30 人は NPO 法人を通して自ら生産した農産物を街のスーパーに販売することで月 1~10 万円程度の収入。
- ③ 移動販売を営む他の事業者との共存を図るため魚や肉などの生鮮品は置いていない。



5.1 共同店舗は地域のたまり場

【効率化や継続に向けた工夫】

- ① 1,300 世帯 3,000 人の団地住民に以前と同立地で買い物場所を提供
- ② 住民のリクエストに応じた品揃え（300 種類以上）
- ③ 事業を 2 本柱にすることで相乗効果を発揮
- ④ 談話スペースの設置

4) 課題・今後の方向性

ノーソンくらぶの輪にいかにして若者を巻き込んでいくかが課題。若い人が加わることで、品揃えがさらに充実することを目指している。

(18) 青研（熊本県荒尾市：中央青空企画）による取り組み

1) 事例の概要

荒尾市では近年、人口の流出や高齢化が進んで商店街が衰退し、日々の買い物先の確保に悩む高齢者が増加。商店主らが企業組合を立ち上げ、徒歩圏内の高齢者をターゲットとしたミニスーパーマーケットを開設。

2) 取り組みの成果

- 対象商圈はわずか 150 世帯ながら、日販 10 万円を達成。
- 歩いてくる高齢者向けに生鮮品などを揃えている（約 200 品目）。顧客にとってはレジでの会話も買い物の楽しみのひとつになっている（コミュニケーション機会の形成）。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①企業組合がミニスーパーマーケットを開設。食品などの品ぞろえを豊富にすると同時に、近隣農家による野菜の産直販売を実施。
- ②売上の 85%は出荷者に、15%はミニスーパーマーケットの人件費等に充当。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ①小商圈でも成立する事業のデザイン
半径 300m の 150 世帯を対象として成り立つ事業を前提に綿密な事業設計を行った。
- ②開店コストの削減
空き店舗を安く借りるなど、運営費を収益の範囲内で賄っている。また、開店時は自分たちの手で改修し、設備を中古品で揃えることで、初期投資を抑制。

(19) ハッピーライナー（高知県：サンプラザ）

1) 事例の概要

昭和 60 年に移動販売を開始。最盛期には車両 8 台で運営していたが、人口減少に伴い採算が悪化。一時期は撤退も検討していたが、県からの補助をきっかけに継続を決定。

2) 取り組みの成果

- 車両 7 台で運営を行い、平成 21 年度の年間売上高は 175 百万円、営業損失 4 百万円程度、客単価 1,610 円。
- 一台あたりでは平均日販 10 万円／台、年間売上高 29 百万円／台となっている。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①当初は競合他社との差別化として開始された事業だが、現在では事業者の地域貢献事業の色彩が強い。
- ②事業者の強い継続意志のもとに、行政からの補助を含めた幅広い主体との協働が進められている。
- ③高知県は県職員を市町村に常駐させる「地域支援企画員」制度を通じて、地域のニーズを的確に把握し、移動販売に対する必要性を認識していたため、補助金の支出を決定するに至った。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ①インフラとしての販売車に対する県の補助移動販売のインフラとなる販売車の更新にあたって、県が創設した補助金を受けることにより、車両代の 3 分の 2 が支援された。
- ②社会的価値の創出平成 18 年より、県及び民生委員・児童委員協議会と協定を結び、顧客に異変があった際には民生委員に通報する役割を担うなど、公益的な機能を併せ持つことにより、商品販売に加えた社会的な価値を創出した。

4) 課題・今後の方向性

- 今後も巡回販売はより厳しい環境になると予想している。
- 巡回地域で利用していない顧客を掘り起こすとともに、今後予定している宅配事業とも組み合わせて、より効果的で効率的な事業展開を検討していく考えである。



(20) ハーツ便（福井県民生協同組合）

1) 事例の概要

中山間地などの身近な商店が少ない過疎地域への対応や身近に生協店舗が欲しいとの組合員の要望にこたえるため、平成21年10月より独自事業として販売車3台、22か所で移動販売を開始。平成22年度に販売車を8台に増やした。同時に、国の基金も活用し福井県がモデル事業として400万円の予算を計上。公募の結果、福井県民生協が2年間の人件費補助を受けて事業を展開することとなった。

2) 取り組みの成果

- 平成22年9月には月間約1万名が利用。
- 月間供給高（売上）約1,370万円、客単価約1,400円。1日1台あたりでは約50名の利用で供給高6.6万円。
- 販売車の駐車場所に住民が集まることにより、地域に新たなコミュニケーションの場を提供することができた。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①生協は先行的に事業に着手し、運営ノウハウを蓄積。
- ②行政は、国の交付金をもとに県がモデル事業を創設し、事業者の車両費、人件費を支援した（今回の事業では人件費のみの補助）。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ①配送インフラを活用した効率的な巡回ルートの構築生協がもともと有していた無店舗事業（共同購入や宅配）の配送インフラを活用することで、効率的な巡回ルートを短時間で構築できた。
- ②商品企画や販売方法の工夫利用者から聞いた要望商品を翌週届けたり、季節企画商品（節分恵方巻など）

4) 課題・今後の方向性

- 2015年までに移動店舗を20台に増車し、週当たり利用者を9,000名に拡大する予定。
- また、移動店舗による中山間地への食の支援に加え、中心市街地の買い物弱者に対し、お買い物バスに加え夕食宅配、買い物代行サービスのエリアを拡大していく方針。
- コープさっぽろなど、移動販売事業は各地の生活協同組合に広まりつつある。



(21) 地域ステーション（埼玉県：さいたまコープ）

1) 事例の概要

宅配サービスではあらかじめ指定された時刻に利用者が在宅して受け取る必要があり、共働きの家庭などでは不便であった。このため、利用者が都合のよい時間に商品が受け取れるように、団地集会所や地域な商店に協力を求め、宅配注文商品の受け渡し場所を設置した。現在、多様な業種（酒店、クリーニング店、飲食店、美容室、コンビニエンスストアなど）の協力を得て、埼玉県内約 1,000 ヲ所に展開。

2) 取り組みの成果

- 1,300 世帯 3,000 人の団地住民に以前と同立地で買い物場所を提供
- 利用者（組合員）が自分の都合のよい時間に受け取ることが可能になり、利便性が向上した。週当たりの利用は 4,600 名。
- 組合員が商店に足を運ぶきっかけとなり、協力店側にも来店者数増加、ついで買い物の増加などのメリットが現れた。その結果、協力店に地域貢献の意気込みなどが見られるようになった。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ① 生協は地域ステーションまでの注文品配達を担当。戸別配送の時に組合員から徴収する料金は不要とした。
- ② 商店や協力自治会では、配達された注文品を保管し、引き取りに来た組合員への受け渡しを担当。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ① 生協は末端配送コストを削減
地域ステーションを展開することで、戸別配送コストの削減につながった。
- ② 協力店舗は集客手段として活用
組合員が足を必ず運んでくれることで地域の商店の認知度が高まったり、来訪時に買い物をしてくれたりすることで、商店にとっても集客手段としてのメリットが得られた。

4) 課題・今後の方向性

- さいたまコープではコンビニエンスストア並みの密度で地域ステーションを展開すること、団地の空き店舗を利用した買い物支援とふれあい広場を兼ねたステーションを展開したいとの考えがある。
- 全国の生協でも同様の取組が進められており、平成 18 年度現在 43 組合、4,699 か所の地域ステーションを展開。このうち、一般商店が 3,963 か所。（日本生活協同組合連合会調べ）



(22) らくらくお買い物システム（熊本市：健軍商店街）

1) 事例の概要

健軍商店街は市電の起点停留所の周辺に位置し、ベッドタウンとして成長する熊本市東部の中核商店街として発展してきた。商圈の高齢化（24%程度）や大型店との競合が激化する中、平成11年にタウンモビリティ事業を実施。商店街から半径2km程度に居住する顧客の買い上げ品を一日2便、タクシーにより配送。料金は1回当たり300円。うち100円を商店街から補助。

2) 取り組みの成果

- 平成21年度のらくらく宅配の利用実績：289件

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ① 宅配は肥後タクシー（有）が実施。
- ② 宅配料金300円のうち100円は商店街振興組合から「宅配補助券」を顧客に発行して支出。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ① 買い物パターンの分析に基づく効果的な宅配時間の設定
高齢者等の買い物パターンの分析から、宅配を12時と16時の1日2便実施することが、効率的で利用者にも喜ばれることが確認できた。
- ② 未稼働タクシー車両の有効活用・宅配時刻は、原則、12時と16時を予定しているが、運用には若干の時間の自由度を持たせ、未稼働車両を有効に活用している。
- ③ 集いの場の提供による高齢者等のコミュニケーション機会の創出・宅配受付ステーションを中心に、お年寄りの集いの場を提供し、コミュニケーションの活性と、ロコミによる販売促進を促している。

4) 課題・今後の方向性

- 商店街関係者のみならず、他の団体や専門家との連携を通して、商店街自体の機能を高め、総合的な買い物支援ができるサービスを提供していきたい。
- 運送費の一部を商店街が負担するのではなく、それぞれのお店側が負担することでお店の意識を高め、サービスの質向上につなげたい。
- 運送の範囲を現在の約2km圏内よりも広範囲にして（その場合は運送費用・補助額を上げる）、利用者の拡大につなげていきたい。



(23) 高齢者向け宅配事業（三重県：スーパーサンシ）

1) 事例の概要

三重県北部の郊外に展開するスーパーサンシは、商圏の高齢化に対応し、13店舗中7店舗で宅配事業を行っている。コスト削減のため、自社での配送業務の実現、店舗と配送拠点の統合、再配達の見直しなど、さまざまな取り組みにより、黒字化をいち早く実現。また、高齢者の安否確認を兼ねた御用聞きサービスを展開。

2) 取り組みの成果

- 事業開始当初は電話音声自動対応による無店舗形態をとっていたが、有店舗形態に切り替え、更に2005年から小商圏タイプを導入。
- 電話注文とインターネット注文の両方の実施により、幅広い年齢層のお客様から支持いただけるようになった。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①通常のスーパーにおいては、物流を第三者に委ねることが多いが、スーパーサンシは自社で行うことにより、顧客ニーズの収集や店のイメージの確立を図った。
- ②グループ会社を通じて、蓄積したノウハウを他地域のスーパーに提供。

【効率化や継続性に向けた工夫】

- ①効率的な配送によるコスト削減車両1台あたりの配達エリアを狭く設定(15~20分程度)。ロッカーを用意し、不在宅への再訪問の手間を排除している。
- ②ドライバーの自社教育による営業力の向上配送の外注により売上が大幅に減少した経験に基づき、ドライバーは顧客と接する営業の最前線と位置付けた。接客の良し悪しが売上に影響することから、ドライバーの自社教育を実施。
- ③良い商品を選んで配達することによる満足度向上モノを確かめないでチラシで購入する場合、お客様の商品に対する期待が高いため、クレーム回避を目的に良い品物を選んで配達している。
- ④高齢者向けのサービス展開高齢者を対象に、希望する時間に担当者が電話をかける御用聞きサービス「安心クラブ」を展開し、安否の確認も行っている。

4) 課題・今後の方向性

グループ会社のフレッシュシステムズ(株)を通じて、蓄積したネットスーパー事業でのノウハウを、他地域のスーパーに提供している。



(24) 山間地向けネットスーパー（和歌山県田辺市：オークワ）

1) 事例の概要

和歌山県田辺市龍神村（約 320 世帯）では、市の中心部まで 1 時間程度かかる地域で、買い物に困る高齢者が増えている。同地区は光ファイバーが整備されておりインターネット環境は良好であるため、和歌山県とオークワが同地区向けの専用のネットスーパーを平成 22 年 9 月末から 12 月中旬まで実験的に開設。

2) 取り組みの成果

平成 22 年 10 月 23 日配達分までの 5 週分で、計 62 件、一週間あたり平均 12.4 件の注文がある。6～7 件を想定していた県担当者の予想を上回る反響。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①オークワは関西圏を中心に展開するスーパーで、2006 年よりネットで注文を受けて自宅に届けるネットスーパーを一部地域で独自に展開をしている。ネットスーパーでも、商品数 10,000 品目を取り扱っており、会員数、売上高は順調に伸びている。今回の田辺市の店舗でネットスーパーを行う店舗は 9 店目であった。
- ②和歌山県は、以前から IT による過疎地域活性化として同地域に光ファイバーを敷設しており、地域にインターネット環境は整っていた。
- ③市と共同して公共施設にパソコンを設置し、高齢者向けの教室を開くなどの IT スキル向上に力を入れていた。
- ④市の行政局がサポーターを派遣し週 1 回パソコン等の講習やネット発注のサポートを行う。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ①配達日時を絞り込むことで積載効率を上げ、コストを削減
金曜日～土曜日 9 時までに注文を受け付けて、毎週土曜日の午後に配送する。
- ②市民センターで発注を可能に
対象エリアでネット接続が可能な世帯は約 50 世帯であるため、4ヶ所ある市民センターでパソコンを使えるようにしているほか、インストラクターを市が派遣してサポートしている。

4) 課題・今後の方向性

現状では、単独での採算性は厳しいが、過疎地域は今後拡大していくことが考えられる。こうした地域への配送を含めた事業に目を向けていきたいとの考え。今後、単独で事業を継続するためには、地域や自治体との連携、配送経路や IT 支援を含めたコスト削減などを一層行う必要があるとの考え。



(25) セブンミール（株式会社セブン・ミールサービス）

1) 事例の概要

高齢者や働く主婦など買い物に不便を感じている住民に対して、お店からご自宅に便利でおいしく安心な食事をお届けするサービスを模索していた。セブン-イレブンの弁当・惣菜の開発・製造技術、物流と店舗網のインフラを活用し、管理栄養士の指導の下、栄養バランスと利便性に配慮した宅配用商品を独自に開発し、食事宅配サービスを全国展開した。

2) 取り組みの成果

- セブン-イレブンの配送網を活用することで、事業開始6年後に全国展開。
- 今までお店に来て頂けていなかった利用者の獲得。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①セブン-イレブン・ジャパン本部が有する全国の物流網と店舗網、弁当の開発・製造技術を活用。
- ②セブン-イレブン加盟店の店員またはヤマト運輸が宅配を行う。
*店員が週1回高齢者宅を訪問する御用聞きサービスをしている店舗もある。
*店員の顔が見えることで、安心感と効率を両立させている。
- ③各自治体はセブン-イレブン・ジャパン本部が地域活性化包括提携協定を締結し、自治体の取り組みにもセブンミールを活用し、買い物・料理に悩む地域住民に情報提供。
- ④セブンミールサービスは当サービスの企画と利用者対応を実施。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ①既存の製造工場、物流網、店舗網を活用コンビニ弁当の工場で生産し、コンビニの物流網で店舗に配送するなど、既存のインフラを活用することで、短時間で効率的なサービスを提供。宅配用の野菜も、弁当・惣菜の工場で一括で仕入れることにより、効率と品質を両立。
- ②安心・安全へのこだわり食品の衛生管理手法「H A C C P」に基づいた、独自の衛生管理・品質管理基準に従い、徹底した温度管理の中で商品作りと配送を行っている。

4) 課題・今後の方向性

- お客様のニーズに合わせた品揃えの拡充。
- より便利な宅配サービスの実施・展開。
- ネット利用客の拡大と、サービスの充実。

(26) お買い物バス（北海道赤平市：コープさっぽろ）における取り組み

1) 事例の概要

過疎の山間地である赤平市に出店するにあたり、高齢者にやさしい店舗づくりの一環として無料買い物バスの運行を企画。出店地が市中心の病院隣接地であったことから、生協組合員であれば病院などの公共施設利用にも乗車を開放した（非組合員の利用には200円を徴収）

2) 取り組みの成果

- 2ルート、一日7便を設定。170～200名/日の利用（全顧客数の8～9%に相当）。
- 高齢者が多いため、午前中の利用や来店が多い。
- 一定の売上向上効果もみられる。

3) 工夫点

【役割分担の工夫】

- ①生協店舗が集客手段として独自に企画、運行（北海道では競合他社も運行している）。
- ②運行は地元バス会社（空知中央バス株式会社）。

【効率化や継続に向けた工夫】

- ①生協組合員なら無料だが、一般の利用者も低額の負担で乗車可能店舗の集客手段として運営される買い物バスだが、生協の組織特性を生かして組合員として出資すれば無料、一般利用者も低額の負担をしてもらうことでコスト負担を利用者にも求めている。
- ②ニーズに合わせた運行店舗が開店するよりも早い時間に店舗に到着する便を設定するなど、公共施設、病院の利用を前提とした運行を行っており、単なる集客手段ではなく、生協の公共性を前面に打ち出した運行を行っている。
- ③高齢者の多い地域性に合わせた取組み野菜、刺身、惣菜など、高齢者の単身世帯や二世帯の人でも求めやすいように小分けし、高齢者への宅配サービスも行っている

5.2.2 千葉県における事例

表 5.5 千葉県における買い物支援サービス・買い物弱者対策の取り組み事例

種別		事業主体	取り組み（事業）概要	備考
1	小型店舗	NPO 法人にこにこ稲毛 (千葉市稲毛区)	団地内の空き店舗に新鮮野菜などを扱うお店をオープン。市内農家と提携、耕作放棄地での作物栽培、近隣住民へ職を提供し街の活性化に取り組んでいる。	高齢化が進む団地から敷地内のスーパーが撤退
2	直売所	ふれあいプラザ本町 (木更津市)	商店街の空き店舗に農家が直接持ち込む直売店を。徒歩の来客が増えることで商店街に活気が戻った。	大型店の駅前から郊外への移動で活気がない商店街での取組
3	複合企画	悠 YOU 金杉プロジェクト (NPO 法人:4, 企業:3, 大学:1, 財団法人:1) (船橋市)	団地の商店会に住民が足を運ぶ目的となるように、コミュニティカフェを開店。国の補助を得て順次、食品、雑貨店を開店予定。	スーパーの撤退により、最寄スーパーは徒歩 15 分に
4	移動販売	移動ショップ なかよし (香取市)	商店の無い地区を定期的に巡回し買い物だけでなく、交流と活性化を図る	「商工業活性化ビジョン策定委員会」から誕生
5	宅配	山武市商工会 (山武市)	外出困難者は加盟 40 店舗への電話・FAX を利用して自宅まで配達される。	配達量は無料
6	宅配	京成ストア (八千代市)	店舗で購入した商品を有料で配達。配達員はしに登録されている 60 歳以上	2,000 円購入で一回 200 円 電話注文も受付
7	御用聞き	セブン-イレブン 大栄十余三店 (成田市)	コンビニエンスストアにありながら御用聞きを開始。普段来ない高齢者にも商品をアピール	千葉県一の対前年同月比売上高伸率。
8	移動販売	我孫子市 たまり場プロジェクト (我孫子市)	公共施設に「たまり場」を設けて、交流の場とすると同時に、移動販売車が「たまり場」を巡回し、買い物の場を提供	買い物に不便な高齢化地区の公共施設を「たまり場」として活用
9	デマンドタクシー	デマンド交通芝山あい あいタクシー (芝山町)	運行範囲は芝山町内全域で、町外の国保多古中央病院へも運行をする。芝山町在住者が利用可能で事前に利用登録が必要	運行スケジュールを固定せず利用者の要望に応じて一定の地域内を運行

(1) NPO 法人 にこにこ稲毛（千葉市稲毛区）における取り組み（小型店舗）

1) 事例の概要

千葉市稲毛区柏台の高齢化が進む団地で、敷地内にあった大手スーパーが撤退し買い物場所が失われた。この空き店舗を NPO「いきいき稲毛」が活用、新鮮野菜などを扱う店をオープンした。市内農家と提携し自らも耕作放棄地で作物を栽培、併設されたカフェには食育指導士や専門シェフが監修するメニューを供し、住民たちの憩いの場になりつつある。また、高齢化が進む団地の“買い物難民”対策や地元住民をパートタイマーに雇用するなど、農業を軸に「街を活性化する新しい社会貢献のプロジェクト」に取り組んでいる。

2) 取り組みの成果

- 1,300 世帯 3,000 人の団地住民に以前と同立地で買い物場所を提供
- 工夫されたカフェが住民の憩い場になった
- 近隣住民 30 人に店員として働く場を提供

3) 工夫点

- 稲毛市内の契約農家から野菜を仕入れることで市価より安く販売
- 店前の都市計画道路予定地が財政難で当面着工の見通しが立たないことから市と交渉、45 台分の駐車場を整備。旧店舗の撤退要因の大きな理由であった駐車場の不備を解決
- 稲毛市内の耕作放棄地のうち緑区の 6600 平方メートルを借り受け自ら作物を栽培
- 作物栽培をイベント化することで住民交流・地域活性化を促進



【耕作放棄地で住民交流と地域活性化】

4) 課題

- 事務局長を含め素人集団のため問題点を整理しながらの運営である。

(2) 木更津本町商店街振興組合における取り組み（直売所）

1) 事例の概要

木更津市では郊外に大型店が進出するようになったことに加え、駅前からは大型店が相次いで撤退、活気のなくなった商店街には生鮮食料品を販売する店舗もなく、新鮮な野菜等の購入が困難な状況にあった。

こうした現状を打開するために、木更津本町商店街振興組合は地元農家に協力を依頼、商店街内の空き店舗に新鮮野菜が中心の産直生鮮市場「ふれあいプラザ本町」を開設して、農家が直接持ち込む朝採り野菜や惣菜等を販売している。

2) 取り組みの成果

- 徒歩で来店する客が多く、商店街の人通りが増加したため、各商店においても来店者数が増え、売上げも増加している。
- 300～700 人/日の購買客があり売上も増加、手数料収入のみで黒字経営がされている。
- 取組当初は JA が農家とのパイプ役を務めたが、現在では直接のやり取りも徐々に増えている。
- 登録出品者数が 300 程度（常時仕入先は 150）にも拡大、当初より売り場面積も広がっている。



3) 工夫点

- 消費者に安心してもらえるよう品名シールに生産者名・住所の明示を義務付けている。
- 価格決定は各農家が行い、中間マージンを取らない仕組みにより、農家のモチベーションを高めている。
- 近隣に住む高齢利用者をターゲットに設定し、宅配サービスや陳列位置を低くする、高齢者が好みそうな商品を置くなど、高齢者の利便性を向上させ購買意欲を高める仕組みを構築している。
- 割引時間を設けることで、購買意欲を刺激している。
- 客数が伸び悩んだ時期には近隣住民にチラシをポスティングして PR した。

4) 課題

- 地場産野菜が中心だが、季節により一時的な品揃えの減少があるため、農家との関係を密にして、安定した供給体制を構築したい。
- 新しい展開や大きな事業拡大は考えておらず、現状維持が目標だが、品揃えを強化するため、惣菜類の充実を図っていきたい。
- エコバッグ導入等を検討しており、より地域に愛される施設を目指す。

(3) 悠 YOU 金杉プロジェクトにおける取り組み（複合企画）

1) 事例の概要

金杉台団地は、1970年に旧日本住宅公団に造成された公団住宅であり、65歳以上人口は32%を占める。2008年11月、スーパー撤退後、食材を供給する店舗は八百屋1軒のみで、11店舗中5店舗が空き店舗となっていた。

●コミュニティカフェ「カフェカレーサ」

団地の商店会に住民が足を運ぶ目的となるようコミュニティカフェをオープンさせた。

●にぎにち土曜日

生鮮食品を始めとする食材の入手に困難を来している団地住民向けに、本格的店舗での開業より前に、試行的に食材供給の場を設けようという狙いで、事業者の選定と定期市の運営に取り組んだ。

●生鮮品予約販売

水産品卸売業販売事業者の協力で、生鮮品予約販売を開始した。

2) 取り組みの成果

- 平成 21 年度は国の支援を得て金杉台団地における買い物の不便さ解消事業に取り組んできた。
- 11月に喫茶店をオープン、2月より魚・肉などの生鮮品を揃えた土曜市を毎月2回開催
- その他、「22年度の国土交通省予算が確保できれば」という条件付であるが、総合食品と雑貨、更に許可を得られれば酒類も扱えるコンビニ型店舗の開店と、お住まいの皆様が、気軽に立ち寄れるような、“足湯”つき憩いの広場、緊急保育室・学習できる保育室を計画している。

3) 工夫点

- 障害者・高齢者向け等の非営利事業者が専門業者の協力を得てサービス提供側となること。
- いずれも収益が見込める事業ではないため、国や自治体の協力取り付けが不可欠である。



(4) 移動ショップ なかよし（香取市山田区）

1) 事例の概要

商店のない地区住民が買い物難民や引きこもりにならないよう、定期的に巡回販売を行い、地域住民の交流と活性化を図る。

2) 取り組みの成果

- 買い物だけでなく、お年寄りの交流の場になっている。

3) 工夫点

- 空き店舗の駐車場でも移動販売。空き店舗は、お買い物ものに来た人たちのための休憩スペース。廃材のテーブル、波形理世さんペイントのベンチ、地域の写真の展示、子供たち絵や工作の展示等を行う。「待つ場所があるからいいね」とお客さんにも好評。
- 以前は地面にごさを敷いて商品のケースを並べていたが、地元の大工さんに作ってもらった組み立て式の陳列台を使うようになり、衛生面・選びやすさが向上した。



4) 課題

- 屋外で行う移動販売には夏の暑さ、冬の寒さ、雨などの天候条件に影響されることがたくさんある。
- 一連の作業の中で大変なのは、やはり商品の積み下ろし。1か所に留まる時間は30分以内と短く、かなりのペースで積み下ろしを繰り返していることになるため、この負担をできる限り軽減することが課題。
- 1日の最初と最後に行う商品チェック。毎回4人のスタッフが手書きのリストを作り、一つ一つ確認していく。なかなか時間のかかる作業であるため、これまでの売り上げデータをもとに、この行程を簡単なシステムにしたい。

(5) 山武市 お買物たすけ隊における取り組み（配達サービス）

1) 事例の概要

外出困難者（日常のお買物に不自由している方）を対象として、「お買物たすけ隊」が山武市商工会の主導で発足した。

社会福祉協議会と連携し、外出困難者を支援することを目的に商工会員の有志で結成された組織で、商品や様々なサービスの配達による提供を行う。

2) 取り組みの成果

※2010年12月発足

3) 工夫点

- 配達料は無料。
- 営業時間内で店の営業に支障の出ない範囲で、店の最も安い商品一つからでも注文を受け付ける。
- 外出困難者には民生委員らを通じて、加盟店40店舗のファクスや電話番号などを掲載したパンフレットを配布するほか、同市広報紙にも掲載。店舗名の周知徹底を図る。



(6) リブレ京成高津店（八千代市）における取り組み（配達サービス）

1) 事例の概要

食品スーパーの京成ストア（東京・葛飾）は客が店舗で購入した商品を有料で自宅に配達する実験を始めた。千葉県八千代市内の1店が対象で、従来は顧客に告知せず依頼があれば無料で運んでいた。需要が増えてきたため、配達員を雇い入れて正式なサービスにした。今後も周りに高齢者が多く住む店舗などに拡大を検討する。買い上げ金額 2,000 円以上の客に1回 200 円で自宅まで配達する。

2) 取り組みの成果

- 同店は団地の中にあり、配達を希望する高齢の顧客が多かった。
- 有料にした後も1日当たり8～10件の利用があるという。

3) 工夫点

- 配達員は市に登録している60歳以上の退職者を活用する。団地の中を自転車でもわるため、一度に大量の注文をこなせない。そこでサービスの対象顧客は原則高齢者に絞る。店頭には張り紙はするが、チラシなどを使った告知はしない。
- 要望があれば外出して来店するのが困難な高齢者のために、電話で注文をとって家まで配達するサービスも提供する。

4) 課題

- 同社はほかにも周辺住民の高齢化が進んでいる店舗があるとみており、今後は配達サービスの拡大も検討する。

(7) セブン-イレブン大栄十余三店（成田市）における取り組み（御用聞き）

1) 事例の概要

積極的に御用聞きに取り組んでいる。

2) 取り組みの成果

セブン-イレブン大栄十余三店は、オープン4年のまだ比較的新しいコンビニエンスストアである。しかし、当店は千葉県一の対前年同月比売上高伸率を誇っている。

3) 工夫点

来店のピークタイムが終わると、なじみの顧客に電話し、弁当1個、ガム1個でも届ける。



▲セブンイレブン大栄十余三店正面



▲同店の裏手

(8) 我孫子市たまり場プロジェクト

1) 事例の概要

スーパーが少なく買い物に不便な高齢化地区の公共施設を「たまり場」として活用する。
市と町内会ボランティアが公共施設に「たまり場」を設けて、交流の場とすると同時に、
移動販売車が「たまり場」を巡回し、買い物の場を提供する。

2) 取り組みの成果

- 買い物の不便を解消
- 高齢者の安否確認

3) 工夫点

多目的ホールを利用して、音楽を聴きながら、
趣味やまちづくりについて情報交換を行う。時
にはジャズや軽音楽のミニライブを実施する
こともある。



(9) デマンド交通芝山あいあいタクシー（千葉県芝山町）

1) 事例の概要

H16 年から、コースやダイヤなどの運行スケジュールを固定せず利用者の要望に応じて（デマンド方式）一定の地域内を運行する乗合タクシーの運行を開始。

運行範囲は芝山町内全域で、町外の国保多古中央病院へも運行をする。芝山町在住者が利用可能で事前に利用登録が必要となる。利用する場合、利用の 30 分前までに窓口もしくは電話で予約をする。

2) 取り組みの成果

- 希望する時間に気軽に外出できる。
- 安価な料金で行きたいところへ外出できる。
- 自宅や外出先まで迎えに来てくれるため、お年寄りや子供が安全に外出できる。

3) 工夫点

事前の利用登録において、利用者の自宅の電話番号と住所をパソコンに登録することで、予約の電話がかかってきた場合、または電話番号を入力すると、住所が自動的に表示される。また、パソコンの画面に車両の現在位置が示されるため、30 分前の予約についても、オペレーターと運転手が無線で連絡を取り合うことで対応が可能となっている。

4) 課題・今後の方向性

芝山町は、この 2 つの他にもスクールバス（小学校、中学校）を運行しており、町の負担は合計で年間およそ 5,000 万円に上っていることから、今後の財源の確保を課題としている。

