

## 買い物弱者対策モデル実証事業報告書

個別事業名	戸口送迎サービス（デマンド交通等）を活用した 買い物支援サービス事業
実施拠点	千葉市中央区新千葉二丁目7番2号 株式会社 長大 千葉事務所
実施対象地域	千葉県佐倉市 和田・弥富地区

### 【委託事業者の概要】

事業者名	株式会社 長大 千葉事務所
所在地	千葉市中央区新千葉二丁目7番2号
代表者	所長 長南 憲一
経営形態	株式会社
設立年月	昭和43年2月21日
従業員数	587人
事業規模	資本金（31億750万円）
目的及び 主な事業内容	<p>①職種 各種サービス（建設コンサルタント）</p> <p>②目的 ・土木、建築、機械、電気設備の計画、調査、設計及びコンサルタント ・都市、地方計画及び交通・運輸に関する企画、調査、設計</p> <p>③主な事業内容 ・道路及び公共施設の運営、PPP、サービスプロバイダ事業 ・総合交通、地域計画等に関わる調査・計画・設計等道路事業 ・橋梁、特殊構造物等に関わる調査・計画・設計・監理等構造事業</p>

### 【協力者の概要】

氏名	石渡 敏行
資格等	中小企業診断士、社会保険労務士、行政書士
協力内容	<p>①事業の企画及び実施にあたってのアドバイス</p> <p>②利用者等の意見把握や事業成果の検証方法等に関する アドバイス</p> <p>③事業の成果の検証</p> <p>④「買い物弱者対策モデル実証事業報告書」（一部）の作成</p> <p>⑤その他本業務に付随する事項</p>

### 1 本事業取組への考え方・目的

佐倉市和田・弥富地区は、地域に生鮮食料品や日配品等を扱うスーパーなどが存在せず、高齢者の約半数が佐倉駅前周辺の商業施設に行くことを希望しているものの、鉄道や路線バスの公共交通がないため自家用車を運転しない高齢者等にとって移動手段がなく、日常の買い物が不便となっています。そこで、移動手段の提供とあわせて、買い物にでかけることへの動機付けや買い物を支援するサービスを提供することにより、買い物弱者支援を行うとともに、駅前商店街への買い物客の増加・創出による地域活性化にも寄与することを目的とします。

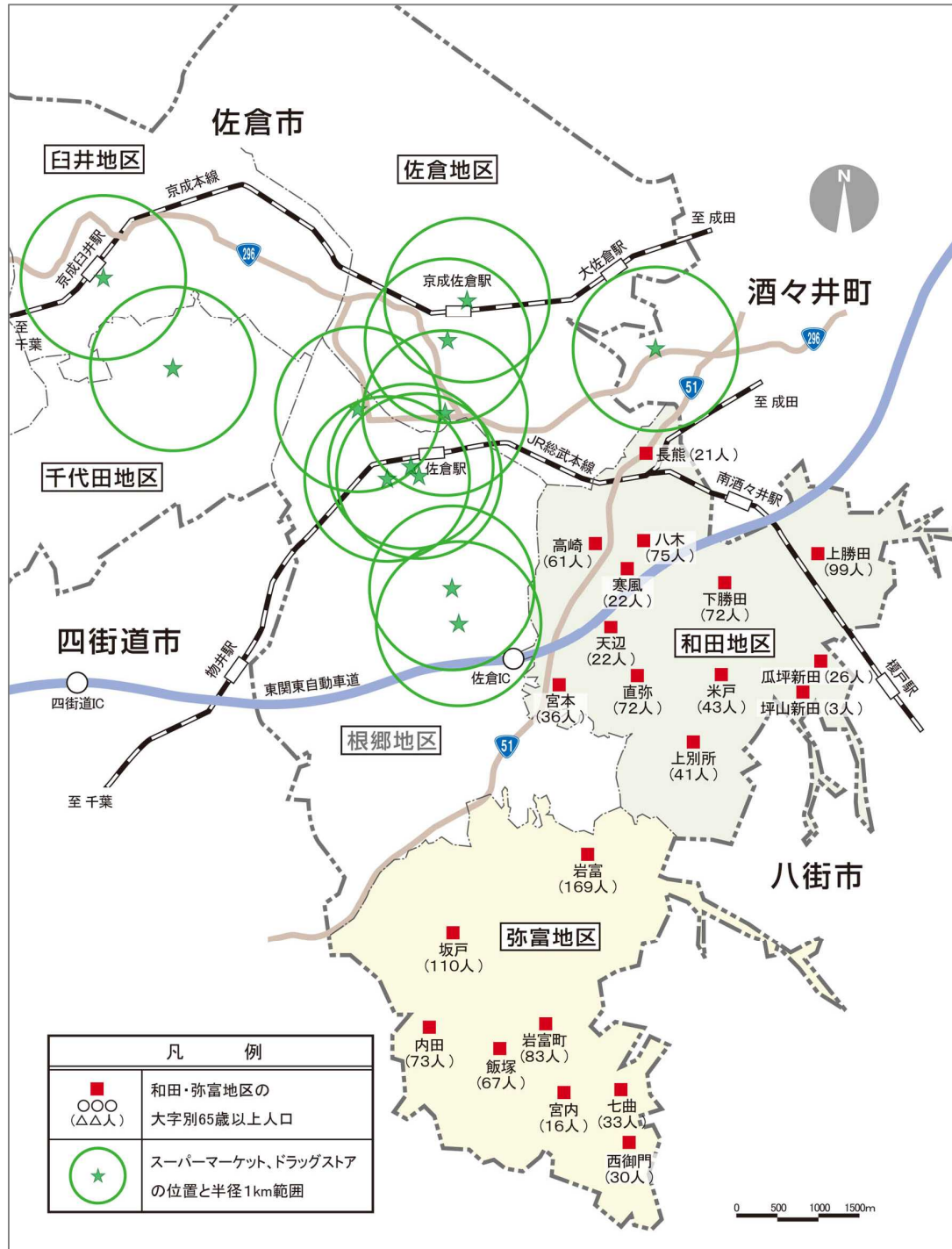


図 対象地域

## 2 実施対象地域の概況

### (1) 地域の特徴

市域の鉄道は、京成電鉄本線、JR総武本線・成田線が市の東西を貫き、成田空港と千葉へは各20分、道路は市の南部に東関東自動車道(高速道路)と、国道51号が走り、それぞれ東京と成田を結ぶほか、国道296号が市を横断する主要な生活道路となっています。

和田・弥富地区は、佐倉市南部の豊かな自然を有する農村地域であり、市内で最も人口が少なく面積が最も広い地区で、市の面積の3分の1を占めています。

また和田・弥富地区では路線バスの運行は廃止となり、地域の公共交通として全国的に導入が進んでいるデマンド交通が運行しています。

和田・弥富地区の人口構成を見ると、65歳以上の高齢者が30.7%を占め、今後も高齢化が進行していく地域と考えられます。地区面積が広く人口が少ないことから、高齢者の移動、生活、買い物支援が必要な地区と考えられます。



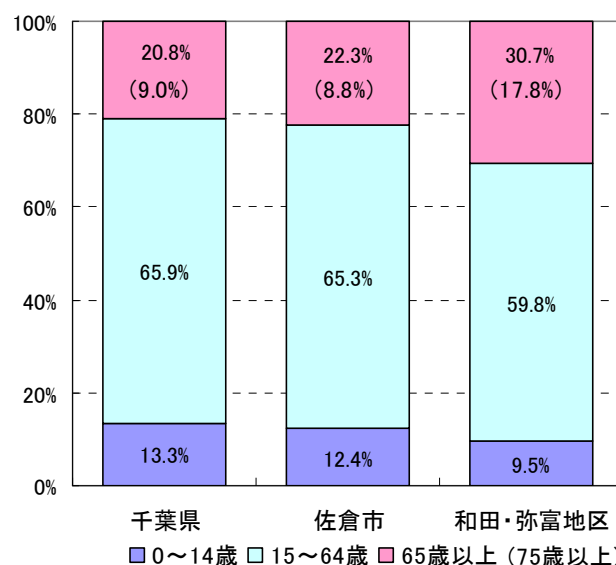
図 佐倉市南部地域

表 人口と世帯数

	千葉県	佐倉市
人口	6,209,303	172,292
世帯数	2,534,756	65,808
世帯当たり人数	2.4	2.6

出典：千葉県毎月常住人口調査月報(H23.12.1)

表 年齢3区分別人口 (H23.4)



	千葉県	佐倉市	和田・弥富
0～14歳	832,370	21,786	363
15～64歳	4,138,283	115,026	2,287
65歳以上 (75歳以上)	1,306,507 (561,913)	39,307 (15,436)	1,174 (680)
合計	6,277,160	176,119	3,824

出典：住民基本台帳(H23.4)

## (2) 当事業で捉える買い物弱者像

本事業は、日常の買い物が不便な地域（以下、「買い物不便地域」という。）である佐倉市和田・弥富地区に居住する高齢者を買い物弱者として想定し実施したものです。

当該地域には1,174人の高齢者（65歳以上人口、H23.4 現在）が存在し、アンケート調査によると当該地域の約半数の高齢者が佐倉駅前周辺の商業施設に行くことを希望しているものの、路線バス等の公共交通もないことから、多くの方が買い物に不便を感じていると想定しました。

これら買い物弱者は、買い物行動において、必需品の購入だけを目的とするのではなく、人や地域との交流等ふれあいも求めており、高齢者の健康増進や社会参画促進などの観点からも、外出機会の提供が必要と考えました。

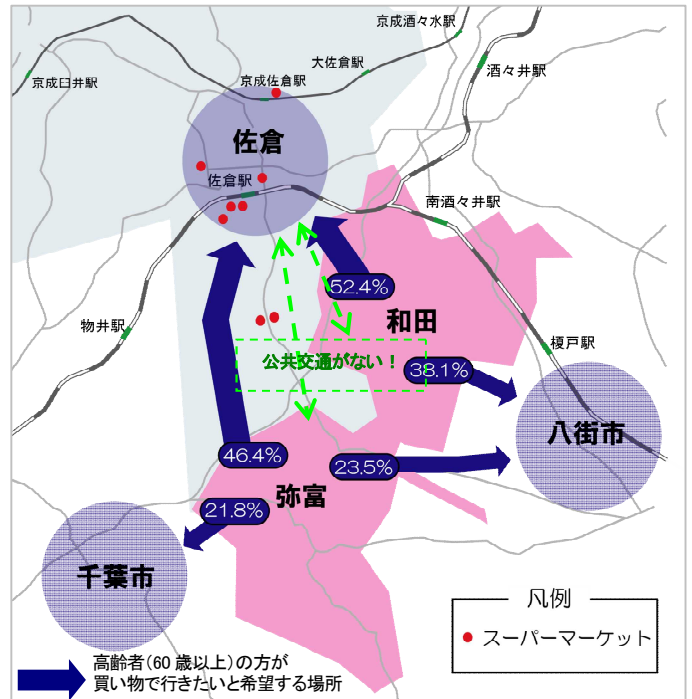
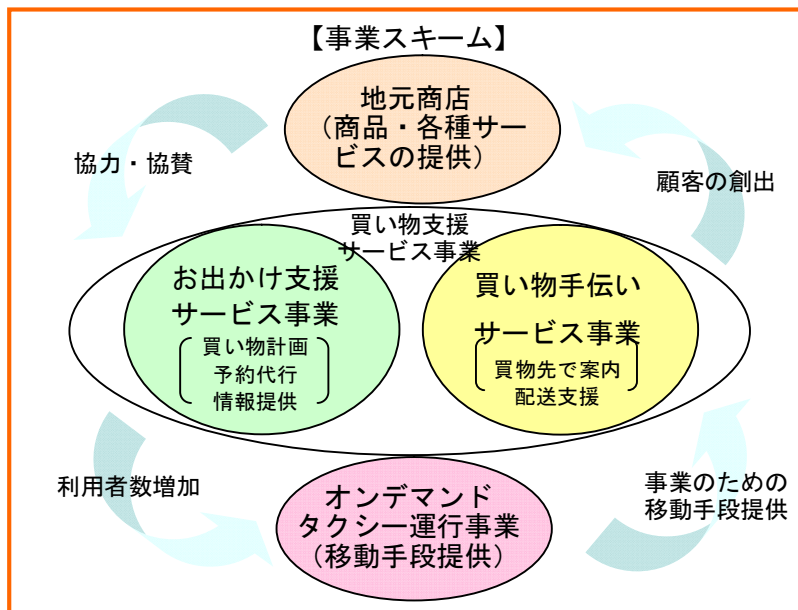


図 対象地域の商店分布と利用者ニーズ  
(アンケート調査結果より)

## 3 実施事業の内容

### (1) 事業概要

地域移動支援サービスであるデマンド交通を利用し、移動手段をもたない高齢者の買い物を支援するサービス事業で、買い物等外出のきっかけづくりとその手配を行う「お出かけ支援サービス」と、買い物等外出先でのサポートを行う「買い物手伝いサービス」で構成します。



## (2) 事業内容

### 【提供したサービスの概要】

#### 1) お出かけ支援サービス

買い物などの外出の動機づけとその手配とを実施。

- ・買い物計画の提案
- ・各種予約代行（デマンド交通、各種施設利用）
- ・地元商店やイベント情報の提供

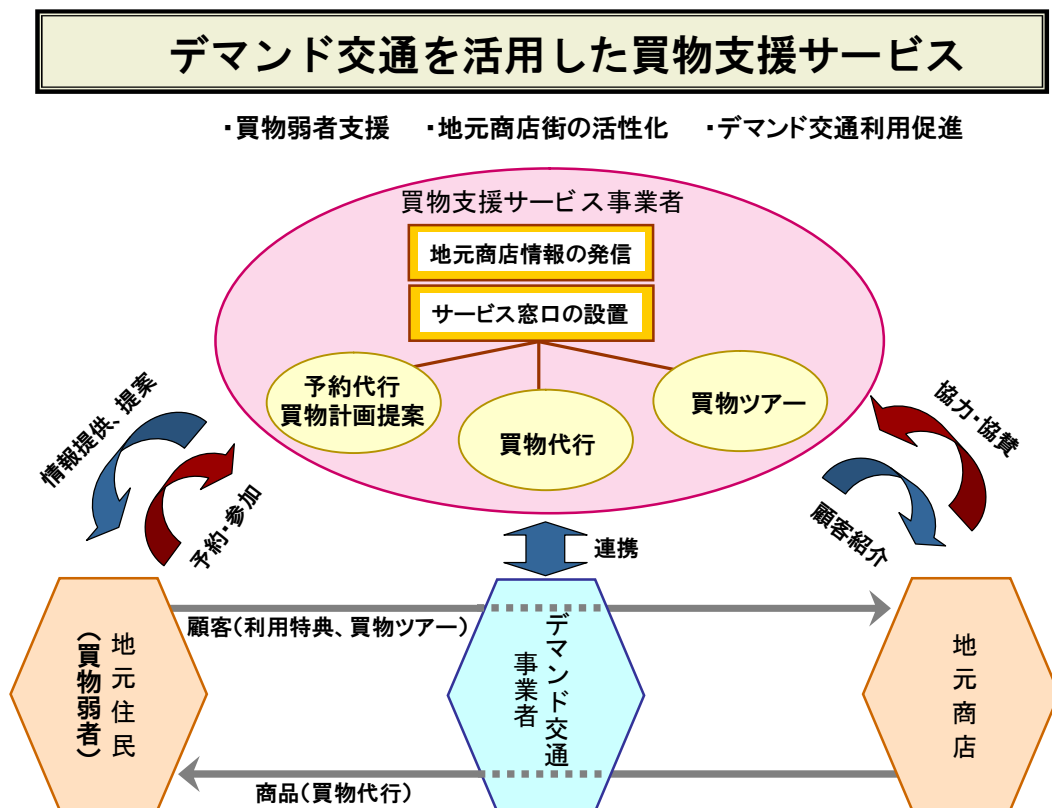
#### 2) 買い物手伝いサービス

外出先や在宅における買い物のサポートを実施。

- ・買い物先での案内（買い物ツアー等）：自分で外出できる方に対するサービス
- ・配送支援（買い物代行等）：外出が困難な方に対するサービス

### 【運営概要】

- ・本サービス実施のため、弊社千葉事業所内に専用サービス窓口を新設。
- ・事業収入としては、商店等からの顧客紹介サービス料金、広告宣伝費などの企画手数料、利用者からのサービス対価を想定。
- ・移動手段として、今回の実証実験では佐倉市で実験運行中のデマンド交通を活用。



【実施手法・料金設定】

1) お出かけ支援サービス

ア 地元商店情報提供と利用特典付与

- ・チラシにより、デマンド交通利用者を対象にした買い物支援サービス、利用特典、協賛店舗を紹介。(月1~2回配布)
- ・利用特典は、デマンド交通利用時に運転手に申し出て利用証明書を受け取り、それを協賛店舗に提示することで、当日限り利用可能。

**買い物サポート CHODAI**

**佐倉市南部地域 デマンド交通 利用証明書**

乗車証明印

●お問い合わせ  
株式会社 長大  
買い物サポートサービス窓口  
TEL. 043-215-8586

当日限有効

**和田・坊富地区の皆さま デマンド交通を利用して、「買い物ツアー」に出かけませんか?**

買い物支援サービス

043-215-8586

株式会社 長大

買い物ツアー設定コース

11月01日(火)	11月04日(金)	11月07日(日)	11月10日(水)
コース名 秋の収穫祭、早稲刈り体験ツアー	コース名 秋の収穫祭、早稲刈り体験ツアー	コース名 秋の収穫祭、早稲刈り体験ツアー	コース名 秋の収穫祭、早稲刈り体験ツアー
参加費(税別) 1,200円	参加費(税別) 1,200円	参加費(税別) 1,200円	参加費(税別) 1,200円

**東京佐倉駅周辺マップ**

**佐倉城下町お買い物マップ**

大塚商店街 SAINTYD 中井住宅もとの店 小島園 大木屋

いさかや 龍汽車本陣 三發屋

お買い物サポート CHODAI

図 ツアーチラシとデマンド交通利用証明書

イ サービス窓口(電話、メール)の設置

- ・買い物や外出に際しての予約代行、買い物計画の提案、買い物お手伝いサービスの予約を無料で受付(窓口対応に新規雇用者を活用)。



図 窓口写真

受付メモ

受付日時 平成 23 年 月 日 ( ) 時

①長次の買い物サポートサービス窓口です。

②お住まいは、和田・坊富地区ですか。

③デマンド交通利用者登録はお済みですか。

有 ・ 無 → デマンド交通申込ご案内

受付内容  サービス問合せ  買い物代行・申込み → 画面へ

買い物ツアー・申込み  買い物計画相談

その他 ( )

氏 名 \_\_\_\_\_ 様 男 ・ 女

住 所 〒 \_\_\_\_\_ 佐倉市

ご連絡方法  TEL  携帯電話  FAX  メールアドレス  携帯メールアドレス

■買い物代行・注文リスト

NO.	商品名/メーカー/色/サイズ/容量	数量	紙幣金額	備考
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
計				

【注意事項】  
買い物代行サービス受付内容の確認リストを送いたしますので、ご確認ください(確認リスト未確認による返品は致しません)。  
配達日は、指定日の午後4時~5時の間にご自宅(指定場所)へお届けします。ご不在の場合は商品は返品となり、キャンセル料(往復交通費)が発生しますので、ご注意ください。配達時間の指定はできません。  
配達金額は弊社設定による参考価格です。商品購入額は、指定日に商品ご購入後、スタッフから連絡します。交通費(乗車券)商品購入代金(手数料は別)をお支払下さい。

■買い物ツアー・注文リスト  
(※今後、作成)

Microsoft Excel - 商品リスト

品名	規格	数量	金額
1	水		
2	水		
3	水		
4	水		
5	水		
6	水		
7	水		
8	水		
9	水		
10	水		
11	水		
12	水		
13	水		
14	水		
15	水		
16	水		
17	水		
18	水		
19	水		
20	水		
21	水		
22	水		
23	水		
24	水		
25	水		
26	水		
27	水		
28	水		
29	水		
30	水		
31	水		
32	水		
33	水		
34	水		
35	水		
36	水		
37	水		
38	水		
39	水		
40	水		
41	水		
42	水		
43	水		
44	水		
45	水		
46	水		
47	水		
48	水		
49	水		
50	水		
51	水		
52	水		
53	水		
54	水		
55	水		
56	水		
57	水		
58	水		
59	水		
60	水		
61	水		
62	水		
63	水		
64	水		
65	水		
66	水		
67	水		
68	水		
69	水		
70	水		
71	水		
72	水		
73	水		
74	水		
75	水		
76	水		
77	水		
78	水		
79	水		
80	水		
81	水		
82	水		
83	水		
84	水		
85	水		
86	水		
87	水		
88	水		
89	水		
90	水		
91	水		
92	水		
93	水		
94	水		
95	水		
96	水		
97	水		
98	水		
99	水		
100	水		

図 受付票(裏面は買い物代行受付票)と商品リスト(最寄りスーパーのチラシより作成)

## 2) 買い物お手伝いサービス

### ア 買い物ツアー

- ・デマンド交通を利用して地元商店街を訪れる買い物ツアーを弊社で企画・募集し、弊社担当者（緊急雇用制度で新規雇用）が参加者を現地で案内（駅集合・解散）。
- ・参加費は当面は無料。 ※交通費や買い物代等は自己負担

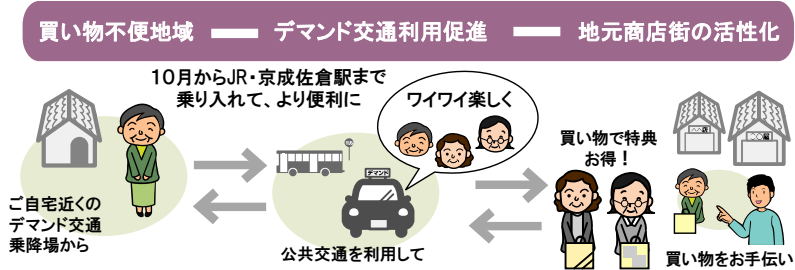


図 買い物ツアーイメージ図とツアー写真、利用者へ送付する行程表

### 毎月ふれあいマーケット買い物ツアー

今年最初の縁日は、獅子舞にフリーマーケット、プレゼントが当たるビンゴ大会とお楽しみいろいろ！  
城下町の初売り出しの賑わいを感じてみませんか？

- ◆ 日時：1月10日(火) 9:20～12:40
- ◆ 場所：基大寺～城下町商店会周辺
- ◆ 費用：交通費・飲食代・買い物費用をご用意下さい。  
ご案内・お手伝いのサポート料はかかりません。

9:20	デマンド交通がご自宅へお迎えにまいります
9:45	JR佐倉駅北口の観光情報センター前に集合
10:00	無料送迎バスにて、金比羅様日へ
10:10	獅子舞などを観賞、散策、買い物
11:15	昼食
12:05	お帰りの無料送迎バスにて、京成佐倉駅へ
12:10	京成佐倉駅南口にて解散
12:35	お帰りの無料送迎バスにて、JR佐倉駅へ
12:40	JR佐倉駅北口にて解散

※ お帰りのデマンド交通は、ご要望に合わせて当日スタッフがご予約致します。  
※ デマンド交通の運賃は、ご自宅から各佐倉駅まで片道700円になります。  
※ 当日、参加申込書にご記入いただきます。  
※ キャンセルされる場合は、当日の8:20までにスタッフの携帯電話(090-4897-5580)までご連絡下さい。キャンセル料はかかりません。

### イ 買い物代行

- ・取扱商品リスト（地元商店の商品、生鮮品除く）から、希望商品を事前にメール・FAXで申し込んでいただき、弊社担当者（失業者を新規雇用）が購入し、指定場所まで商品をお届け。
- ・配達時に実費相当分（購入代金および往復交通費）を徴収。

買い物代行の説明・申込書											
2011/08/18											
【サービス内容】											
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 本サービスは、佐倉市和田、弥富地区の買い物者の支援策として、佐倉市南部地域デマンド交通登録者対象として、日用品用品等（生鮮食料品を除く）の購入代行及び自宅までの配達を行います。</li> <li>▶ 買い物代行は、週1～2回実施します。（配達は、毎週水曜日および金曜日）</li> <li>▶ サービスの予約は、当社サービス窓口で電話、FAX、電子メールにて受付致します。</li> <li>▶ 受付は、平日の午前9時30分から12時まで、午後1時から5時までとします。※土曜、日曜、祝日、年末年始（12月29日から1月3日）を除く。</li> <li>▶ 商品の購入は、JR佐倉駅または京成駅周辺の商店街で購入します。（地元商店街で購入することにより、地域振興に寄与することを考えています。）</li> <li>▶ 本サービス（買い物代行および配達サービス）の手数料は無料です。商品代金の他、JR佐倉駅または京成佐倉駅までの往復のデマンド交通利用代金（実費）のみ頂きます。</li> </ul>											
【注意事項】											
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 本サービスの利用は、事前に佐倉市南部地域デマンド交通の利用登録が必要です。</li> <li>▶ サービスのキャンセルは、配達当日の午前10時までに当社サービス窓口まで連絡をお願いします。それ以降はキャンセル料が発生します。（往復交通費相当）</li> <li>▶ 商品は、午後2時～4時の間に自宅へ配達いたしますので、当該時間帯に不在の場合はキャンセルとなり、キャンセル料（往復交通費相当）が発生します。※配達の間隔はできません。</li> <li>▶ サービス受付時に、依頼内容の確認リストを送付いたしますので、内容の確認をお願いします。※リスト未確認による商品には応じられません。</li> <li>▶ 配達時間は予約状況や道路状況等の事情により、前後することがあります。</li> <li>▶ 注文を頂いた後、商品や交通事情により、キャンセルさせていただくことがあります。その場合には前日までに連絡を申し上げます。</li> <li>▶ 注文を頂いた商品が届いた場合も、また、注文を頂いた全ての商品が届いた場合には配達を中止いたします。（その場合には、配達の出発前に連絡を申し上げます。）</li> </ul>											
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">買い物代行申込書</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>利用者氏名</td> <td>フリガナ</td> </tr> <tr> <td>利用者住所</td> <td></td> </tr> <tr> <td>電話番号</td> <td>携帯電話番号</td> </tr> <tr> <td>FAX番号</td> <td>電子メール</td> </tr> </tbody> </table> <p>買い物サービス説明に記載されている「サービス内容」、「注意事項」を確認の上、本サービスに申し込みます。</p> <p>申込者氏名(白書) _____</p>		買い物代行申込書		利用者氏名	フリガナ	利用者住所		電話番号	携帯電話番号	FAX番号	電子メール
買い物代行申込書											
利用者氏名	フリガナ										
利用者住所											
電話番号	携帯電話番号										
FAX番号	電子メール										

図 買い物代行申込書

【サービスの認知度向上・利用促進活動】

- ・サービス開始前の7月に告知のための広報を対象地域全戸に対して実施。
- ・商店街の協力（利用特典）が得られた9月以降、本格的に広報を実施。
- ・利用者低迷を鑑み、10月以降は地元主催の催し物に出席し、説明会やチラシ配布を実施。

表 広報活動の一覧

チラシ配布	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
月配布回数	1回	—	1回	2回	2回	2回	1回
ダイレクトメール	1,307	—	—	—	—	—	—
新聞折込み	—	—	1,400	2,800	2,800	2,800	1,400
公民館に設置	130	—	60	150	85	75	30
デマンド交通 車内で配布	100	—	—	200	200	200	100
個別会合にて 説明・配布	デマンド協議会 40 佐倉市 2 佐倉交通 2 商店会会合 8	商店会会合 5	—	和田敬老会 100 弥富敬老会 100 商店会 4 佐倉市 2 弥富公民館 1	和田・宮本福祉 懇談会 25 和田ふるさと祭 130	弥富・内田子安講 14	ボランティア団体 2
その他の 説明・配布	JR佐倉駅まち づくり掲示板 2	—	JR佐倉駅まち づくり掲示板 2	JR佐倉駅まち づくり掲示板 4	JR佐倉駅まち づくり掲示板 4	JR佐倉駅まち づくり掲示板 4	JR佐倉駅まち づくり掲示板 2
	商店会、会議所 300	—	商店会、会議所 29	商店会、会議所 14	商店会、会議所 25	商店会、会議所 30	商店会、会議所 15
	高齢者施設 2	—	高齢者施設 2	高齢者施設 29	高齢者施設 39	高齢者施設 35	高齢者施設 10
	—	—	—	—	デマンド利用者 17	デマンド利用者 9	デマンド利用者 10
—	—	サービス利用者 1	サービス利用者 12	サービス利用者 6	サービス利用者 6	サービス利用者 2	
チラシ配布計	1,891	5	1,494	3,416	3,331	3,173	1,571
HP 訪問件数	—	318	219	137	103	70	83
その他の媒体	—	—	縁日チラシ広告 20,000	縁日チラシ広告 20,000 フリーペーパー 95,000	縁日チラシ広告 20,000	—	縁日チラシ広告 20,000



図 買い物事業チラシ（9回）



図 地区公民館、佐倉駅掲示板への掲示



図 敬老会にてチラシ説明・配布





図 買い物HP開設 (2011.7~2012.2)



図 緑日チラシへの広告掲載 (4回)

【トピック】

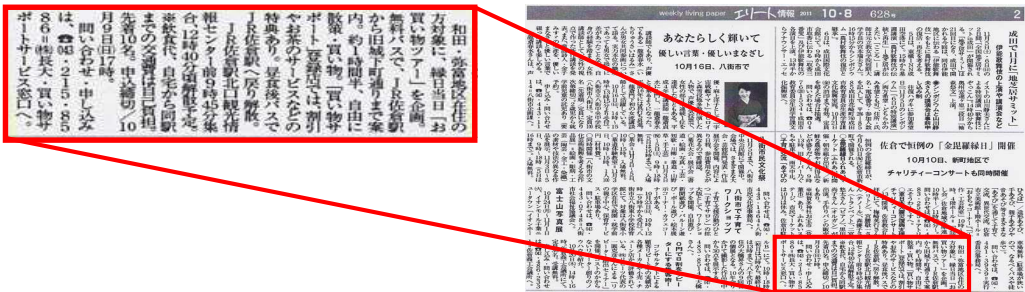


図 フリーペーパー「エリート情報」記事掲載 (2011.10.8) ※95,000部新聞折込



図 「日刊建設工業新聞」記事掲載 (2012.2.9)

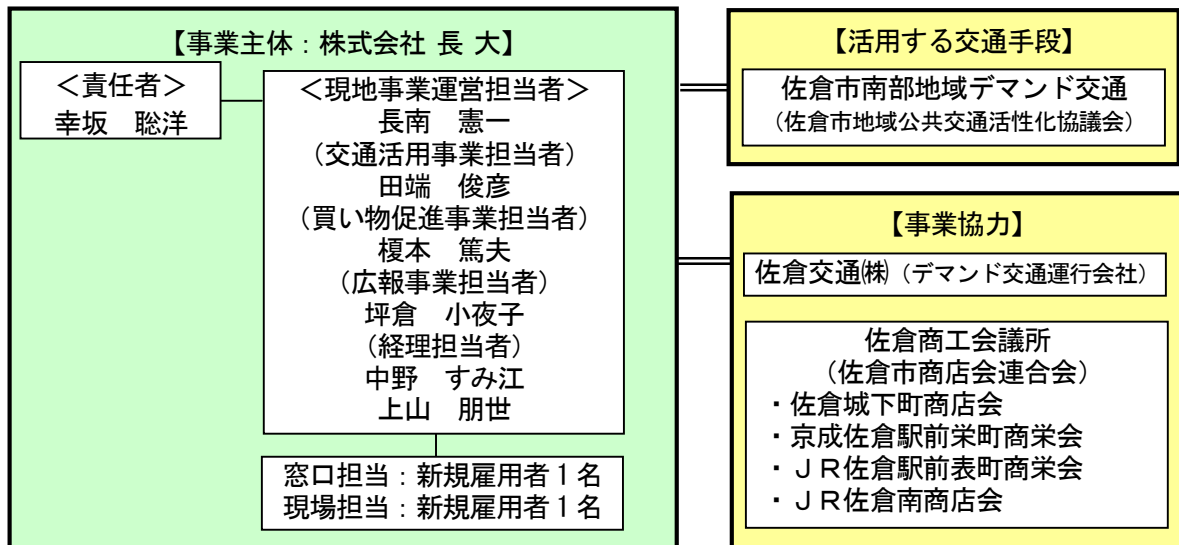
#### 4 期間・日程

- 準備期間 2011年7月1日から2011年7月31日まで
- サービス提供期間 2011年8月1日から2012年1月31日まで(6ヶ月間)
- 日程

実施項目	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
(1) 実施準備(雇用・窓口設置)		■							
(2) サービス提供									
1) サービス窓口			■	■	■	■	■	■	■
2) 買い物代行			■	■	■	■	■	■	■
3) 地域情報発信・利用特典				■	■	■	■	■	■
4) 買い物ツアー				■	■	■	■	■	■
(3) 広報・告知活動									
1) ホームページ開設			■	■	■	■	■	■	■
2) チラシ配布など			■	■	■	■	■	■	■

#### 5 事業実施体制

##### (1) 実施体制



##### (2) 実施体制の考え方・留意点

- ・効率的に確実に事業を実施するため、事業実施対象地域近傍に所在する弊社千葉事務所を事業拠点とし、事業ごとに担当者を配置しました。
- ・実際に作業等を行う窓口及び現場担当として、弊社社員の指示のもと、新規雇用者を活用しました。
- ・デマンド交通の活用にあたって、運営主体である協議会に事前にその旨を報告させていただきました。
- ・デマンド交通運営会社、商工会議所および地元商店会(4団体)に事業協力を頂き、連携して事業を実施しました。

### (3) 協力者及び地域の連携先との関係

- ・商店会合や個別店舗、地元NPOへ事業説明等を行い、特典提供 13 店舗（店先へステッカーの掲示、チラシ掲載）、お休み処の提供 4 店舗の協力が得られました。



図 お休み処と特典提供店舗

**デマンド利用証の提示で特典もらえます!**

城下町、JR・京成の佐倉駅前の13店がいつでもサービス提供  
(ツアー以外の時もサービスあります)

デマンド利用証

お店の前のこのステッカーが目印

<p><b>大津屋商店</b></p> <p>■お買上金額の3%割引。 □自家製ピーナツバター、ハーブソース、ヤマニ味噌、新豆がオススメ。</p> <p>TEL 043-484-0397</p>	<p><b>蔵六餅本舗木村屋</b></p> <p>■江戸時代の履見学無料。 □履見学と抹茶・お菓子セットで500円。 □お褒め!ピーナツ饅頭。</p> <p>TEL 043-484-0021</p>	<p><b>カフェ フォナジョルネータ</b></p> <p>■会計額より一人50円引。 □オリジナルサンドウィッチ、デザート・お飲み物でおくらぎ下さい。</p> <p>TEL 043-486-7851</p>	<p><b>小川園</b></p> <p>お茶</p> <p>■お茶とお菓子でご接待。(城下町店、駅前店共通) □駅前店は、全国スイーツの取扱があります。</p> <p>TEL 043-484-0127</p>
<p><b>三谷屋</b></p> <p>■呉服店は、5%割引。洋品店カードポイント2倍。 □暖かい衣類は、着物・洋服なんでも揃います。</p> <p>TEL 043-484-0966(呉服)</p>	<p><b>やまとや</b></p> <p>■やまとやポイント3倍プレゼント。 ■店内の休憩スペースで暖かい飲み物をサービス。</p> <p>TEL 043-484-0373</p>	<p><b>大木屋</b></p> <p>■2,000円以上お買上で、高級小林プレゼント。 □靴選びのお手伝い、下駄鼻緒の上げ替えします。</p> <p>TEL 043-484-0160</p>	<p><b>いちおが</b></p> <p>リサイクルショップ・喫茶</p> <p>■飲食品の全品半額。 □未使用リサイクル品の特価品あります。</p> <p>TEL 043-484-0206</p>
<p><b>手づくり工房さくら</b></p> <p>■地元工芸品・喫茶</p> <p>■お茶のご接待。 □地元工芸作家の作品を展示販売しています。</p> <p>TEL 043-486-3352</p>	<p><b>SAINT.D</b></p> <p>■水、暖かいお茶のサービス、トイレご自由に。 □ホールのミニギャラリーは、見学無料。</p> <p>TEL 043-481-3939</p>	<p><b>湯ばらだいたす</b></p> <p>■入館料1,650円が1,250円。館内着タートルセット付! □イオン温泉で体の芯から暖めて健康などを緩和。</p> <p>TEL 043-483-4126</p>	<p><b>ホテルリッチタイム</b></p> <p>■会計額より一人50円引。別 コーヒー30円〜250円 □未使用リサイクル品の待ち時間どうぞ。</p> <p>TEL 043-486-7711</p>

## 6 当初目標

### (1) 委託期間内の目標

- ・サービス利用者：720人 (15人/回×8回/月×6ヶ月)
- ・協賛企業(紹介手数料支払い)：10件×3万円=30万円

### (2) 3年後(平成26年度)の目標

- ・サービス利用者：1,440人 (15人/回×8回/月×12ヶ月)
- ・利用者手数料：500円×1,440人=72万円
- ・協賛企業(紹介手数料支払い)：20件×3万円=60万円

## 7 サービス利用状況及び目標達成度(委託期間内)

### (1) 月別の実績

- ・買い物ツアーの利用者は延べ10人で、これらは2名のリピータの方による利用であり、本事業の利用者数はわずかでした。
- ・問合せ件数は、数件で横ばいであるが、内容が変化しています(当初は事業についての問合せ、徐々にサービス利用に関する問合せに移行)。

※事業内容問合せ：デマンド交通の申込み方法、利用特典や買い物代行の内容等  
サービス利用申込み：買い物ツアーの申込み

表 月別の実績

サービス項目	8月	9月	10月	11月	12月	1月
買い物ツアー利用者数	0	1	1	1	3	4
買い物代行利用者数	0	0	0	0	0	0
窓口利用	事業問合せ	2	3	1	3	2
	サービス利用	0	1	1	1	7
特典店舗の利用回数	0	1	0	0	3	7
協賛店舗	-	8	上旬:9 下旬:10	上旬:10 下旬:11	上旬:12 下旬:13	下旬:13
[参考]デマンド交通利用者数 (うち、駅まで)	101 (-)	99 (-)	206 (135)	225 (143)	256 (174)	190 (145)

※デマンド交通利用者数は、佐倉市地域公共交通活性化協議会資料より抜粋。

※デマンド交通利用者数は1乗車の集計、買い物ツアー・買い物代行利用者数は、利用回数の集計。

## (2) 当初目標の達成状況

### ア 利用者

- ・買い物ツアーは、当初目標に比べサービス利用者がわずかでした。買い物代行についても、事業者の知名度（信頼）が低く、代行費用が高い、商品の魅力等の点から、利用はありませんでした。
- ・買い物ツアーの参加者については、利用は少ないものの固定客（リピーター）には好評で、問合せ等は徐々に増える傾向にあり、サービス普及の過渡期にあると考えます。
- ・なお、福祉関係者には、「サービスを多くの人に利用してもらえると良い。福祉サービスの側面もあるので利用されるのではないか。」との意見を頂きました。

### イ 収益

- ・以下の理由により、収入はありませんでした。
  - \* 買い物ツアーのサービス対価を無料としたこと。
  - \* 利用者が低迷し、商店の売り上げに直接的に寄与しなかったことから、協賛企業から紹介手数料を徴収することが難しい状況であったこと。
  - \* 買い物代行は利用がなかったこと。
- ・一方、サービス利用者からは、買い物ツアーのサービス対価として1,000円/回の支払い意思額を提示していただいております（買い物ツアー参加者へのアンケート調査結果）、利用者からの手数料徴収の可能性は確認できました。

## 8 事業の特徴

### (1) 新規性・革新性・独自のアイデア

#### ア 高齢者等に利用しやすい買い物の足の有効活用

- ・高齢者等の買い物の足の確保の方法として、通常を送迎バスは利用時間や乗降場所等の制約があるのに対し、今回の実証事業で活用したデマンド交通は、バスに近い料金でタクシーのような利便性で戸口から戸口または駅への移動を提供できるため、高齢者等にとって利用し

やすく外出の負担を軽減する優れた移動手段と考えます。

- ・買い物ツアーの利用者が伸びて、結果としてデマンド交通の利用者が伸びれば、高齢者等に利用者しやすい地域の交通の維持に寄与すると考えます。

### イ 買い物行動の動機付けの提供

- ・高齢者にとっての買い物行動は、物品の購入という一義的な目的の他、人との交流・ふれあいといった付加価値も求めていると考えます。よって、買い物ツアーによる交流の場を提供することとし、これが買い物行動（外出）の動機付けとなり、またリピーター客の確保につながるかと考えています。

## (2) 委託事業者の強み

- ・弊社では、高齢者移動支援やまちづくりなどの様々な地域の課題を踏まえた地域公共交通確保・維持のための計画づくりとデマンド交通運行支援を、全国各地で行っています。
- ・このため、これまでの取組みで得られた計画や運営のノウハウを有するとともに、地域とのネットワークを活かして地元の公的機関と連携した取組み・提案を行いやすいと考えます。

## 9 工夫した点

### (1) 採算性の確保及び事業継続のための工夫

#### ア 事業収入・採算性確保について

- ・事業収入を得るための利用促進策の工夫として、サービスの認知度向上、利用促進ための取組みを主に実施しました。
- ・しかし、結果として利用者は僅かであり、今後も大きな事業収益は難しいと想定されます。
- ・よって、公共性や社会貢献の観点から、赤字にならない範囲で事業展開できるよう、今後は次の点を踏まえて実施することが必要と考えます。

#### ■ 収益確保

- ・1事業単独での採算確保は厳しいため、弊社各地の事業所を拠点に、多くの地域で統一的な方法・ツールでサービスを展開することで、効率的に活動（薄利多売）。

#### ■ コスト削減

- ・費用の多くは人件費であったため、各地域の商店街、NPO、商工会議所との協働で行い、地元の人的資源等を活用することで、軽微な経費で活動。

#### ■ 利用促進

- ・今回の実証事業では、保守的な地域特性で事業者の知名度が低く、住民からの信頼度が低かったため、細く長く継続的に取り組むことにより、地域住民に信頼とサービスを定着化させることで、利用を促進。

### イ 事業継続のための工夫

- ・弊社は地元企業ではないため、まめに地域に通い、商店街や商工会議所と密にコミュニケーションをとることで、問題意識を共有化するとともに、お互いに実施可能なことを協議・調整しながら、協力体制を構築してきました。

(2) サービスの認知度向上、利用促進ための工夫

- ・今回の実証モデル事業においては、サービス利用者への特典付与による利用促進策の他、事業者の知名度が低く住民からの信頼度が低かったことから、特にサービスの認知度向上に苦慮しました。
- ・具体的には、地域住民への周知活動として、新聞折込み等のチラシ配布（全戸配布）の他、次のような活動で住民に理解と信頼の確保に努めました。

- 地域の集まりに参加して直接事業についての説明を行うことで、事業者の顔を見せる。
- 理解いただいた住民から、周囲の方に口コミで広げてもらう。

(3) 特に、買い物弱者へのサービスの認知度向上、利用促進ための工夫

- ・高齢者の方にサービスの認知度を高めるため、福祉施設などでチラシを配布するとともに、福祉施設の職員、地域の福祉協議会の方、民生委員の方にも説明を行い、周知をお願いしました。

10 利用者の概況、利用者及び地域の声

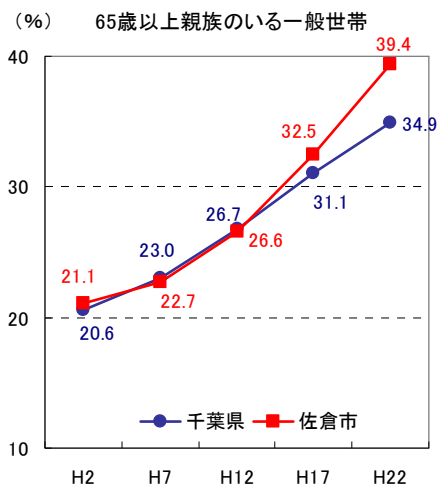
(1) 利用者像

- ・利用状況が少ないという結果、地域の方の声を踏まえると、今回の対象地域は、多世代同居が多い古い土地柄の地域で高齢者等は家族を頼れる（自動車送迎）ため、普段の買い物に困っておらず、新しいサービスに対する関心も低い（電話予約に躊躇）地域のような様子でした。
- ・客層としては70歳前後以上で時間的・経済的に余裕のある方が想定され、単に買い物だけでなく、人との交流・ふれあい、新しいものの発見といった、余暇的・趣味的な要素を嗜好するプラスアルファのサービスを求める方々と思われます。

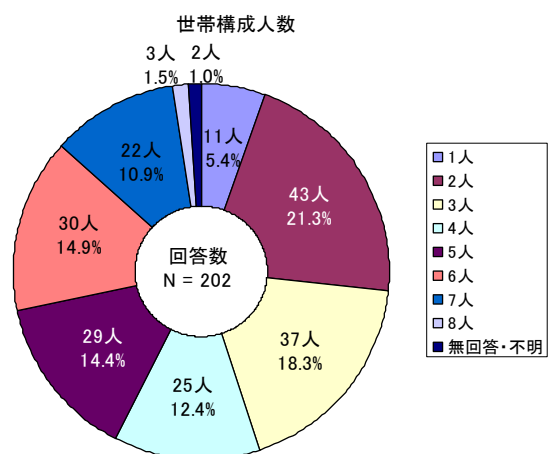
【参考資料】

世帯構成の特徴

- 65歳以上の親族のいる一般世帯を見ると、千葉県 34.9%に対し、佐倉市は 39.4%と高い状況です。
- 和田・弥富地区の佐倉駅利用者の世帯構成は、2人世帯の方が 21.3%と最も多いですが、4人世帯以上が 54%で過半数を占め、世帯構成員がやや多い傾向が見られます。



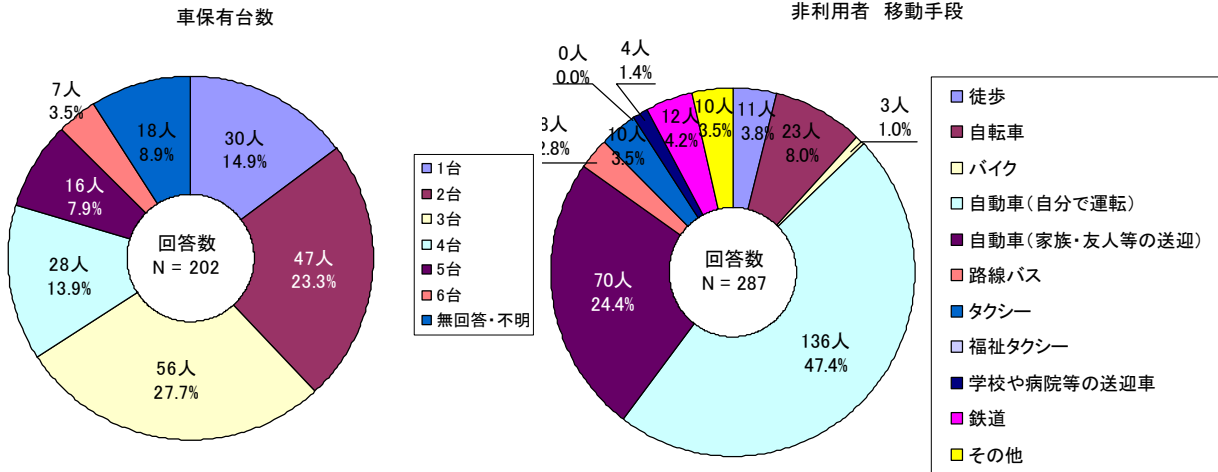
出典：国勢調査



出典：佐倉市デマンド交通アンケート(H23.12)

**地域の移動手段**

- 1世帯の車の保有台数は3台が最も多く(27.7%)、世帯に3台以上の自動車を保有する割合は半数を占め、車依存度の高い地域といえます。
- 和田・弥富地区のデマンド交通非利用者の移動手段を見ると、「自動車(自分で運転)」が47.4%と最も多く、次いで「自動車(家族・友人等が送迎)」が24.4%と、自動車による移動が71.8%と大半を占めています。



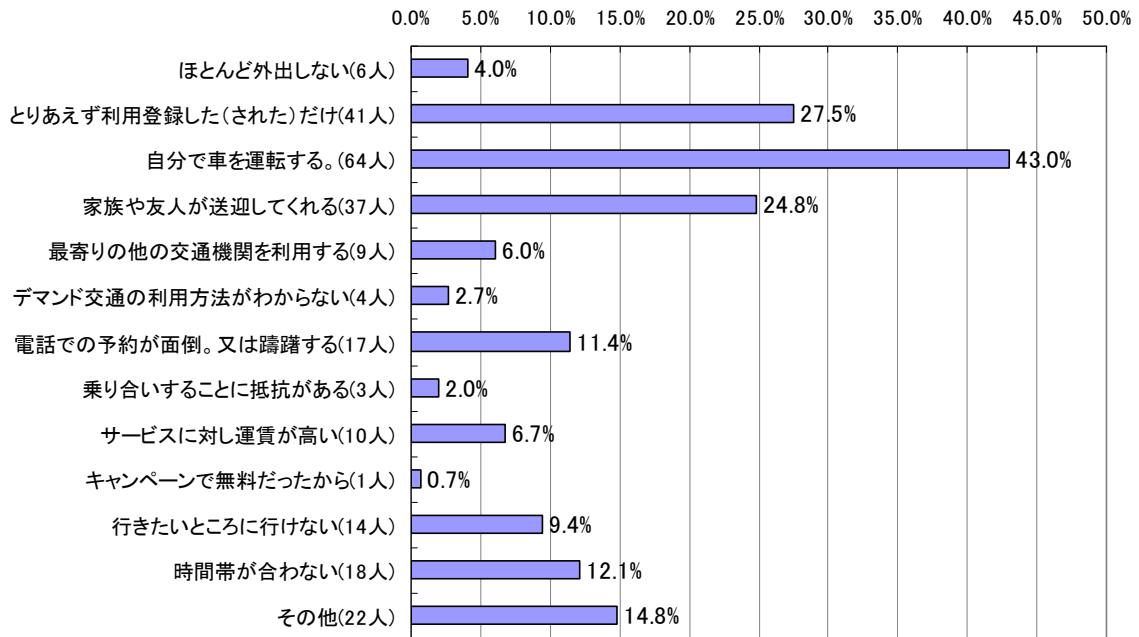
出典: 佐倉市デマンド交通アンケート(H23.12)

**デマンド交通を利用しない理由**

- デマンド交通を利用しない理由を見ると、非利用者の多くは自動車による移動を行っています。
- サービス内容については、「時間が合わない」、「電話の予約が面倒、又は躊躇する」、「行きたい所にいけない」、「サービスに対して運賃が高い」等の意見があります。

N=149

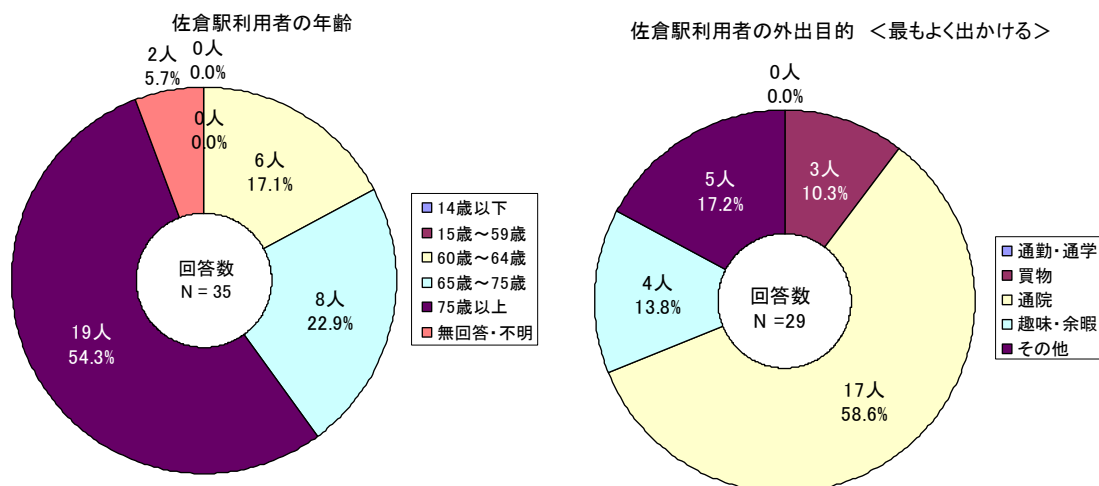
非利用者のデマンド交通を利用しない理由の比率<複数回答>



出典: 佐倉市デマンド交通アンケート(H23.12)

**デマンド交通で佐倉駅を利用する人の年齢層と外出目的**

□デマンド交通を利用されている方は 75 歳以上が最も多く(54.3%)、65 歳以上の方で 77.2%となり、高齢者の占める割合が多い状況です。  
□利用者の多くは、通院目的が約6割を占め、次いで趣味・余暇目的で 13.8%、買い物目的で 10.3%です。



出典: 佐倉市デマンド交通アンケート(H23.12)

注: 上記アンケートは、南部地域デマンド交通の利用登録者を対象に、佐倉市地域公共交通活性化協議会が実施した結果より抜粋。

**(2) 利用者の意見・満足度**

・利用者の満足度は高くリピーター（固定客）となって頂け、以下の様な意見がありました。

[意見] ●個別の商店だけでなくベイシアなど、いろいろな所に連れて行ってほしい。

●もっといろいろなメニューがあればいいと思う。

[満足度] ●足が悪く杖を使っているが、買った商品を帰りのデマンドまで運んでもらえたので、たくさんの買い物ができてよかった。

●縁日や演劇、美術館はなかなか行く機会がなく最近行っていなかった。久しぶりに行って楽しめました。

●楽しかったのですが、なくなるのは残念。1人では出かけることがなくなる。

**(3) 地域住民、関係機関等関係者の意見**

◆ 住民（非利用者）

・地域の方、デマンド利用者へのヒアリング結果を踏まえると、サービスが利用されない理由は、大きく次のとおりでした。

●昔ながらの農村地域で住民は保守的な気質で、新しいことを自らが試そうとする気持ちがない（知らない民間企業には協力はできない）。

●買い物は週末に家族が届けるか、店まで送迎してもらおうため困っていない。

●チラシの載っている商店にほしいものがない。買い物は他のまち（千葉市・四街道市）



や郊外の大型店に行く。

- 足が悪いのでツアーで歩きたくない、人に迷惑をかけたくない（デマンド利用者は足が悪い高齢者が多い）。
- いつもは車を使っている子育て世代の方から、佐倉駅から千葉市や東京等へ出かける時、駐車場を探すのが面倒なので、デマンドが利用できると便利との意見をいただいた。
- 買い物サポートサービス、デマンド交通ともに、地区内でもシステムをよく知らない人が多いので、字別の地区単位で説明をしたらどうか。

#### ◆ 商店街、商工会議所

- ・佐倉駅周辺の商店街は、店主の高齢化・商店街の衰退化の傾向にあり、こういった商業活性化の取組みに商店会としてまとまって協力して頂ける体制ではなかった。
- ・今回の実証モデル事業では、協力にあたっての商店街の負担が少ないことと、半年間の実験ということで、商店街の活性化に意欲的な店舗にご協力いただいた。
- ・ご協力いただいた商店街・商工会議所からは、次のような意見がありました。
  - デマンドは駅に降ろされるので、高齢者は駅前の店でも歩かなくてはならない。店の前で降りられれば利用者が増えるのではないか。
  - 城下町商店街の食品スーパーが6月に閉店となり、城下町周辺も買い物に困っている人が多い。
  - 商店会では、従来から個別店舗で椅子やお茶の接待、スタンプサービスや商品券、イベントなど仕掛けをいろいろやってきているが、来客は減少傾向である。
  - 協賛頂いた商店へ最後に挨拶にお伺いした折、「なかなか半年で結果を出すのは難しい」、「やっと知られてきた所だと思いますので惜しいですね」等のご意見がありました。

#### ◆ 福祉協議会関係者

- ・このようなサービスを多くの人に利用してもらえるといいと思う。和田・弥富地区の催し物で、チラシ配布が可能なものがあれば連絡するとのお話を頂けた。
  - デマンド交通の利用者は足の悪い方が多いので、駅から店舗までの移動について何か工夫ができれば、福祉サービスの側面もあるので利用されるのではないか。

#### ◆ デマンド交通関係者

- ・デマンド交通の運転手から、買い物サポートサービスの内容を聞いてくるお客様がいたとの話があった（運転手にツアー内容を説明し、次回チラシから荷物持ち等のサービス内容をかみ砕いて掲載）
  - モデル事業の対象ではないが佐倉のまちを元気にする意味で、和田・弥富地区から佐倉駅周辺への一方向だけでなく、逆に佐倉駅周辺の人に和田・弥富地区へ行ってもらうような双方向のツアーを考えたらどうか。

## 1.1 地域貢献度

今回の実証モデル事業では利用者は少なかったものの、次のような地域への貢献があると考えます。

- 高齢者の外出機会を創出した。
- 地域における事業の継続的な取組みの下地となって、商店街活性化一助となる。
- 福祉サービスの一環としての活用も期待される。

## 1.2 今後の取組方針

買い物弱者対策については、今後は地元主体で引き続き検討されることとなりました。また、弊社においては他地域において可能な箇所での事業展開について、次の3つの点から検討しています。

- 公共性が高く社会貢献的性格を有する事業で企業PRとなりうる事業であること
- 地元の協力が得られれば費用をかけずに活動できそうであること
- 全国各地域で展開できる可能性があること

### ア 佐倉市における事業継続

利用ニーズが極めて少なく、採算性も確保できないことから、今回の委託事業の当地域における継続は行いません。

なお、認知度は向上している段階なので、地元商店街および商工会議所において、買い物弱者対策について、地元にあった方法を今後、調整・検討していくこととなり、弊社も必要に応じて協力することになりました。

### イ 他地域での事業展開

地域公共交通やまちづくりについて弊社が関与している全国の各地域において、自治体、交通事業者、商店街・商工会議所等に対し、デマンド交通等を活用した買い物支援サービス事業を企画提案することで働きかけ、条件を満たす地域で順次事業展開することを検討しています。

千葉県内でも、条件を満たす既存デマンド交通運行地域において、その利用促進とあわせた買い物支援サービス事業の展開について、企画提案したいと考えています。

サービス内容と事業スキームは、佐倉市と同様のものを基本に、地元との協議・調整の上で、地域の実情にあったものへカスタマイズすることが必要と考えています。

### 1.3 その他（自由記載）

本モデル事業の実施にあたっては、実施地域を決めるにあたって、統計データなどで需要を検討しましたが、事前のマーケティングを行う時間的余裕がなく、住民の買い物行動の実態やニーズについて、十分なりサーチを行うことができなかつたことが、利用が少なかつた大きな要因と考えます。これを教訓に、他地域で事業展開を検討する際には、十分なマーケティング調査を行いたいと考えます。

また、今回、地域の会合に参加するなどをして地元との対面による周知活動に努めましたが、周知や事業実施の期間が短く、十分に浸透するに至りませんでした。このことを鑑み、知名度が低い新規参入業者が地域のコミュニティで事業を行うにあたっての準備として、次の点も大事であることを学びました。

- 地域の代表の方や事業者から理解・協力を得るため、公共性（社会貢献）の側面のある活動であることを明確にし、自社の利益だけのための事業ではないことに対する理解を得る努力。
- 地域の実情（ニーズ）を把握するにあたって、地域での人脈づくり、地域との協力関係の構築。

今回の事業で、買い物弱者の足として活用したデマンド交通そのものにも課題があることを認識し、今後、デマンド交通を有効に活用するには次のような取り組みが求められると考えます。

- 買い物利用者だけでなく、目的や年齢層に係らず利用対象を拡大する。
- 料金の低廉化を図る。
- デマンド交通の利点を活かし、自宅から利用ニーズのある店先までの戸口から戸口への送迎を行う。  
※今回は、デマンド交通の運行条件上、店先への乗入れは実現できませんでした。

今回の実証モデル事業では、外部の専門家（中小企業診断士）にアドバイスを受けながら、事業内容の具体化と実施を行いました。

結果的に利用者数は少なかつたものの、第三者的な立場での専門家のご意見・ご指摘をいただきながら、実際に経験することで、様々な課題に気がつくことができました。

今後は、これら課題をクリアする工夫を行いながら、さらに経験とノウハウを蓄積し、最終的には事業性継続性のある事業スキームを確立することを目指します。

## 14 成果の検証（外部の専門家による評価）

### 14-1 買い物ツアー事業について

#### (1) ビジネスとしての採算性・継続性

##### ① ビジネスとして成り立つか

今回のデマンド交通を利用した佐倉市和田・弥富地区の高齢者等を対象とした買い物ツアー事業は、結果的にはビジネスとして成り立たないものと判断されます。

##### ② ①の結論に至った背景及び分析結果

ビジネスとして成立しない要因は大きく分けて、次の3つの点に絞られます。

#### ア 対象地区内における潜在的ニーズの欠如

和田・弥富地区における75歳以上の高齢者数は約700人ほどですが、当該地域は古くからの農村地帯であるため、一人暮らしの高齢者は少なく、二世帯、三世帯で構成される多世帯家族が多い状況でした。

したがって、買い物はこれら家族とともに周辺の大型店を利用する行動パターンが中心であり、高齢者が一人で買い物に出かけるケースは少なく、買い物支援に対する必要性を感じている人があまりみられませんでした。つまり、潜在的ニーズの欠如が大きな問題点でした。（地元住民、商店経営者、市役所、公民館職員等（以降、「関係者」という）からの聞き取り調査より）

#### イ 対象商店街の魅力欠如

今回対象とした4つの商店街については、商業力の弱さ、魅力の欠如等の問題がありました。

- 商店街を構成する店舗数が少ない（店舗密度が低い）
- 生活必需品の不足業種が多い（生鮮三品等）
- 集客力のある強力な核店舗がない
- 個店の魅力欠如（品揃え・価格等）
- 商店街として高齢者対策が十分に行われていない（歩道が狭く歩きにくい）等

従前はこれら4商店街はいずれも遠方からの顧客を吸引していましたが、近年では市内の各拠点に商業集積地が新たに形成された結果、現在ではこれら商店街の商圈エリアは非常に狭くなり、顧客は近隣住民に限定されるようになっていきます。

商店街の通りは平日は人通りも少なく、催し物（祭、縁日、大売出し）の時は、ある程度は賑わいを感じられますが、往年に比べると人通りは減ってきており、和田・弥富地区の住民で、佐倉駅周辺の商店街に買い物に出かける人はかなり少ない状況です。（関係者の聞き取り調査より）

#### ウ デマンド交通のシステム上の制約

平成23年10月からデマンド交通を利用して、直接JR・京成の佐倉駅に行けるようになりましたが、商業集積地である城下町商店街へは直接乗り入れはできません。したがって、JRや京成の駅で改めて路線バスに乗り換えて商店街を目指すことになり、足腰の悪い利用者からは不便さが指摘されています。

また、デマンド交通は確かに和田・弥富地区の住民にとっては、唯一の公共交通であり利便性

はありますが、高齢者にとって料金がやや高い（佐倉駅まで片道 700 円）という欠点が挙げられています。（地元住民からの聞き取り調査より）

なお、これらの中でもビジネスとして成り立たない最も大きな原因は、対象地区内に潜在的なニーズがあまりなかったという点につきると推察されます。

本事業を財務面からみますと、今回の事業での収入はありませんでした。当初は 4 箇所の商店街や商店からの協賛金を見込んでおりましたが、小規模事業者が多く、また近年の景気低迷や震災や原発事故後の消費購買力の低下等から厳しい経営に陥っている業者も多く、賛同を得ることは不可能でした。

### ③ ビジネスとして成り立つための条件等

今回の事業が成立しなかった要因については前述したとおりですが、この問題の解決に向けて以下の点について努力しましたが、解決には至りませんでした。

#### ア 対象地区内における潜在的なニーズ不足の改善対策

今回の事業においては、対象が和田・弥富の 2 地区に限定されているため、これらの地区における、潜在的利用ニーズが少ないという実態への対処は非常に難しい問題です。

そのため、当初は買い物先を地元の 4 商店街を中心に考えていましたが、利用者へのアンケート調査結果等を踏まえて、要望のあった大型商業店舗（ベイシア・湯ぱらだいす等）での買い物ツアーの企画など、利用者サイドに立った支援内容に拡大を行った結果、リピータの利用回数は増えましたが、新規の利用者は依然少ない結果に終わりました。

#### イ 対象商店街の魅力欠如の改善対策

商店街の魅力欠如を補い買い物をしてもらうため、利用者に対して商店街や商工会議所の協力を得て、デマンド交通利用者へ無料のお休み処の提供と、買い物をした場合に各店舗での独自のサービスを受けられるようにしました。なお、この協力店は当初は 8 店舗でしたが、順次、個別訪問し協力依頼を行った結果、最終的には 13 店舗に協力いただけることになりました。

また、買い物ツアーについて、商店街や NPO 法人、近隣の催し物等に合わせて、賑わいのある機会を狙った企画により、買い物プラス趣味・余暇活動を楽しめるような工夫を行った結果、参加者には好評でリピーターはできましたが、多くの方に利用されるには至りませんでした。

#### ウ デマンド交通のシステム上の制約条件の改善対策

当事業が計画された時点では、デマンド交通の運行エリアは和田・弥富地区内だけで、最寄りの駅（地区外）へ出るには、路線バスに乗り換えるなど他の交通機関を使わなければならないなど、制約がありました。

利用者が伸び悩んでいたデマンド交通の問題を解決するため、関係機関にて協議した結果、平成 23 年 10 月からは J R と京成の佐倉駅までの乗入れが可能となりました。しかし、この 2 駅の間に位置する城下町商店街までは直接乗り入れていないため、依然としてデマンド交通を降りた後の移動について課題が残りました。

また、デマンド交通の料金（佐倉駅まで片道700円）の値下げについても、本事業とは別機関（地元行政や運行会社等）において決定される関係から、解決が難しい問題となっていました。

以上の観点から、今回の事業を和田・弥富地区に限定して引き続き実施することは、経営的な立場からは難しいと判断されますが、最大の問題はニーズの少ない地域を今回の事業の対象とせざるを得なかったという点にありました。

## （２）買い物弱者対策としての評価

### ① 買い物弱者対策としての事業成果

今回の買い物ツアー事業においては、利用者の数が予想をかなり下回り、結果として成果を十分に上げることができませんでした。しかし、これは事業のシステム上の問題もさることながら、何より対象地区の和田・弥富地区における高齢者の買い物支援を求める切実な声やニーズが、予想を反してあまりなかったことに起因するものでした。

しかし、この買い物ツアーは日々の日常的な買い物支援ではなく、日頃家に閉じこもりがちな高齢者を月に1、2回程度、友人たちを誘って単に買い物だけでなく、気晴らしや楽しみごとのための外出の機会を創出するものです。それだけに、実施する意味合いは大きいといえます。

### ② 買い物弱者対策としての問題点、改善すべき点

今回の買い物ツアーの企画・立案を含めた事業主体(株長大)とデマンド交通を運営する企業体(佐倉交通株)とが別会社でしたが、事業として成立させるためには、デマンド交通を運営する企業体が直接、買い物ツアーの事業も実施することが最適な方法と考えられます。それは、デマンド交通の利用者の意向や各種データ等を十分に活用でき、それを基に的確な企画・立案が可能となり、かつデマンド交通の収入にも寄与するので、この方法が採算性や事業継続性の面から最も事業体としてふさわしいものと判断されます。

また、デマンド交通を利用しない場合の買い物ツアー事業については、民間企業としての大型商業店舗や協同組合などをはじめ、社会福祉的貢献の意味合いからNPO法人や社会福祉法人等が地元の行政機関や地域の支援などを受けて実施するものであれば、成立は可能と考えられます。

なお、今後こうした買い物ツアー事業を成功させるためには、買い物支援を要望する高齢者の多い地域を対象に、また、その人たちが希望するような買い物場所や楽しみごとを含めて魅力あるツアーを企画すること、さらには利用者の受け皿となる商店街や商店の協力的な受け入れ態勢の充実というものが必要となります。また、併せてデマンド交通の利便性を高めることや低料金の実現といった問題も解消することが必要といえます。

### ③ 買い物弱者対策としての今後の可能性

デマンド交通システムは、不採算バス路線の廃止後の代替交通手段として、今後県内をはじめ全国的にも導入される傾向にありますので、このシステムを利用した買い物支援を実施する意義には大きいものがあるといえます。そこで、ビジネスとしての成立の可能性を探ってみます。

## ア 当事業の成功要因

デマンド交通を利用した買い物ツアー事業を成功させる方法としては、デマンド交通を運営する企業が主体となり、かつ対象地域で高齢者からの買い物支援を求める声が多ければ多いほど、事業としての成立は可能と判断されます。

しかし、買い物ツアーの単体事業だけではどうしても採算面から厳しく、地域の実情から赤字覚悟でも実施したいと考える場合には、以下のような事業を複合的に行うことによって、採算ラインに乗せることが可能になるかもしれません。特に、デマンド交通の事業者が実施する場合には、顧客の共有化が期待できる「介護タクシー」事業を新規に取り入れたり、また既に実施している場合には高齢者の固定客づくりを強化し、単に病院への送迎などにとどまらず、季節ごとに「お花見」や「紅葉狩り」や「ミニ旅行」などを企画・PRし、業績向上に努めることができるでしょう。

- (a) 介護タクシー事業や福祉関連事業
- (b) 宅配ビジネス
- (c) 買い物の場の創出（市の開催、コンビニの開設等）

今日、実際に買い物支援に関連した事業を展開しているのは、NPO法人や協同組合、社会福祉法人、大型商業店舗、商店街等がほとんどであり、中小企業者が単独で実施している例はあまりみられません。しかし、一部の過疎地域などで食料品店や地元のスーパーなどが、定期的に曜日を決めて買い物弱者のために移動販売を行っているケースは全国的に多々あります。

### イ 買い物ツアーの利用者が多く見込まれる地域での実施

当事業の実施において、多くの利用者が見込まれる地域としては、以下の条件を満たすところが有望と判断されますが、単に「公共交通が廃止になった地域」という条件だけでは事業の成立は難しいといえます。これに付随して、他の条件も複合的に満たす地域でなくてはなりません。

特に、今回の事業の結果からみて、重要な要素は「買い物支援を要望している高齢者がどれほど多くいるのか」といった視点から検討されるべきものといえます。

#### 【利用者が多く見込まれそうな地域】

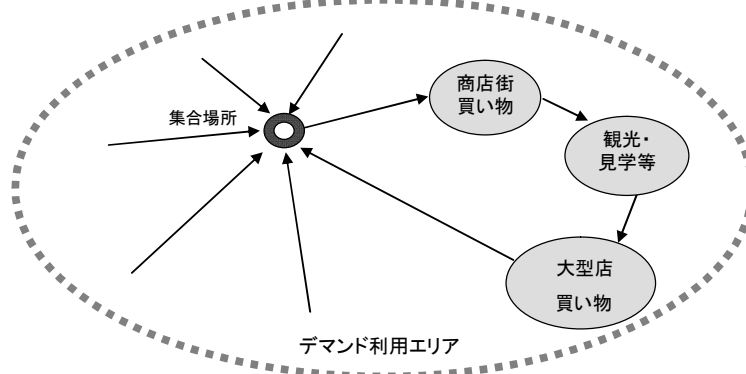
- 住民の買い物支援に対する要望の多い地区
- 高齢者の一人暮らしや夫婦二人暮らしの世帯が多い地域
- 周辺の商店や大型店が閉店し、住民が買い物に不便を感じている地域
- 買い物の足としての公共交通の運行が廃止になった地域

注：特にニーズの高いと想定される地域は、千葉県北西部の大規模住宅団地で、高齢化が進んでいる地域などが挙げられます。

## ウ お買い物ツアー事業の仕組み

デマンド交通を利用した魅力的な事業についての考え方は、次のとおりです。

### 【参考イメージ】



### 企画上のポイント <利用者の満足を満たすための条件>

例：ミニ日帰り観光付き買い物ツアー（1市町村内に限定しない）

- ① 観光的要素の導入（見学・体験・イベント等）
- ② プレゼント作戦や車内イベントの実施
- ③ 魅力ある買い物の場の選択
- ④ カリスマ的添乗員の魅力づくり 等

### ◆ 当事業の実施主体

- 協同組合や大型商業店舗等の商業関係の事業者が実施すると、売り上げに貢献でき相乗効果が期待できる。
- タクシーやバス会社等が実施する場合は、利用者増による収入が増える。
- NPO法人や協同組合、社会福祉法人等が実施する場合は行政の支援が得られなければ難しい。

### 【参考事例】

- ・ 買い物ツアーの事例としては、茨城県小美玉市の社会福祉協議会が実施しているケースがあります。具体的な実施内容は以下のとおりです。
  - ◇ ミニ観光付きで一日7か所を巡る買い物ツアー
  - ◇ 市役所のマイクロバスを利用して月1回のペースで実施
  - ◇ 市内の団地単位で65歳以上の高齢者を対象
  - ◇ 参加費は1回1,000円
- ・ この他にも、和歌山県田辺市では県の支援を受けて、地域住民が主体となり買い物ツアーを実施している事例などがあります。



◆ 事業実施の条件

- 企画から実施までのトータルの事業主体としては、デマンド交通を運営する地元のタクシーやバス会社などが考えられる（事業に観光的要素が加わることになれば、旅行業者の登録を申請する必要があるかもしれない）。
- 買い物ツアーの参加者は、原則デマンド交通エリア内の住民であるが、利用者が少ない場合を考慮して、エリア外の住民も参加できるものとする。
- ツアー料金は、デマンド料金その他、費用捻出のため別途参加費(2,000円以内)を徴収する。なお、デマンド交通の利用者は若干ツアー料金を割引く。
- ミニはとバス的な考え方の買い物ツアーを企画する。そのためには、魅力的な観光要素と大型商業店舗での買い物は必須条件となる。
- ツアーの実施にあたっては、エリア内の住民はデマンド交通を利用し、エリア外の住民は各自で集合する。
- 集合場所でバス等へ乗り換えて、設定ルートを巡り元の集合場所に戻るコースとした場合、添乗員1名が必要となる。バス等は実施企業が確保し、場合によっては、地元行政等からのバス支援や補助金を取り付けることも考えたい。
- 高齢者は重たい物が持てないので、対策を考える必要がある（参加者が多く添乗員一人では対応できない場合には、あらかじめ補助要員によってこれらに対処する方法などがあるが別途料金が発生する）。
- 採算ラインを設定しておき、利用者が予定の人数に満たない場合には、ツアーの中止、あるいは他の方法で対応することを事前に検討しておく。

(3) 他の事業体や他の地域等での事業実施の可能性、県内への波及効果

① 他での実施の可能性

県内の他の地域で実施する場合には、以下に示すような条件が複合的に満たされているところであれば、事業として成立する可能性はかなり高くなります。

【当システムを他地区で実施する場合の成功条件】

- マーケットとしての買い物支援を要望する潜在的な利用者ニーズと切実な要望が多数聞かれること
- 対象商店街や商店等に出かけたくなる要素・魅力が十分にあること
- 核店舗があり、ワンストップショッピング機能が商店街等にあること
- 商店街と商店の協力と受け入れ体制（案内、休憩所等）が十分整っていること  
(下記の「A」と「B」を参照)
- 買い物に関わるサポート体制が整っていること
- 移動のためのデマンド交通の利便性と低料金の設定が可能なこと
- 地元行政機関や地域団体等からの支援が得られること

## A 商店街における高齢者の受け入れ体制の整備

- 無料休憩所の設置
- 買い物相談等の支援
- 購入商品が重い場合の配達
- 高齢者向けのサービスの実施（シルバーカードの発行、イベントの開催、商店街マップの作成、電動スクーターや車イスの貸出し等）
- 歩行の安全性の確保（歩道の幅員や段差、滑りやすさ等の解消）
- その他、高齢者向けのイベントの実施

## B 商店の高齢者対策の強化

- 優しい声かけや話し相手など気遣い（交流、ふれあい）
- 高齢者向け商品の品揃えの充実
- 量目や販売量の小単位化
- POPやチラシの文字の拡大
- 高齢者向け陳列の改善（高さ、崩れにくさ、取りやすさ等）
- 店内の改善（段差解消、休憩場所の設置、十分な通路幅の確保、滑りにくい床面等）
- 店先および店内の障害物の撤去
- その他、高齢者向けのサービスの実施

### ② 他で実施する場合の条件等

#### ア 地域性

##### (ア) 当事業モデルの実施が可能な地域

##### 【デマンド交通を利用する場合の買い物ツアー】

今後とも県内において、デマンド交通システムが導入された地域で、前述した複合的な条件が十分に整えば、当事業モデルの実施は可能と判断されます。しかし、そのハードルはかなり高いものと推察されます。また、今回の実験で検証された問題点などはすべて解決できる地域でなくてはなりません。

##### 【デマンド交通を利用しない場合の買い物ツアー】

事業の採算性、継続性、買い物弱者対策としての有効性を持つ地域としては、県内北西部の市川市、船橋市、習志野市、八千代市、千葉市等の特に大規模な住宅団地で、一人暮らしや高齢者世帯が多く、かつ近くに商店街等の買い物の場が減少して、不便を感じている地域などを挙げることができます。

##### (イ) 過疎地域等買い物困難度が非常に高い地域での実施

県内でも、今後はバス等の不採算路線の廃止により、買い物に不便さを生じさせる地域が発生するものと懸念されます。そのような地域でデマンド交通システムが採用された場合には、前述した複合的な条件が整い、問題が解決された地域であれば申し分ありませんが、一般的に人口密度が低く、住居や店舗が広いエリアに点在し、商店街が疲弊している状況下では、まず当事業の

成立は不可能といえます。

過疎地域において、この買い物ツアーだけで採算をとるのはかなり厳しいと判断されることから、他の事業を複合的に実施して相乗効果を高めたり、地元行政をはじめ関係機関・団体等からの協力・支援を得ることができれば事業成立の可能性は高くなります。

### (ウ) 当事業モデルの実施が困難な地域

今回は、デマンド交通を利用した場合の事業としての条件が付きますが、実施が困難な地域を採算ベースで考えた場合、基本的に高齢者の数ではなく、買い物支援を切望している高齢者が少ない地域（ニーズがない）などが挙げられます。また、前述したとおりの条件が満たされない地域での事業は極めて難しいといえます。

## イ 事業体

### (ア) 当事業モデルの実施が可能な事業体

買い物ツアーの実施主体別に事業成立の可能性についてまとめてみると、次のようになります。特に、相乗効果が見込める事業体であることが成功の大きな条件となります。なかでも、商店街が実施する場合は、共同事業として位置づけて小規模なツアーを企画することによって自らの商店街に顧客を呼び込む手段となります。

No.	買い物ツアーの事業体	成立の可能性と条件	相乗効果
1	デマンド交通を運行するバスやタクシー会社	○ ー	デマンド収入増に寄与
2	協同組合、商店街等	○ ー	商品の売上増に寄与
3	NPO法人、社会福祉法人	○ 行政支援	なし
4	大型店等の大企業	○ ー	商品の売上増に寄与
5	個人事業主及び小規模事業者	× 人的要員	多くは期待できない
6	当事業だけを実施する事業者	× なし	なし

当事業を中小企業者が単体で実施し、採算ベースに乗せることは非常に難しいといえます。規模の大きい企業でかつ財務内容も健全で、さらに当事業を実施することで本体業務の経営に貢献できるような状況にある企業であれば、実施は可能と判断されます。

または、デマンド交通を利用するのではなく、買い物ツアーをNPO法人、社会福祉協議会、協同組合、商店街等々の組織が、採算ベースを度外視して、社会的貢献の観点から地元行政や地域団体等の支援を受けながら実施するのであれば、問題はないと考えられます。

### (イ) 個人事業主、小規模事業者等による実施

デマンド交通システムを利用することが条件となれば、一定規模以上の法人でないといえます。個人事業主、小規模事業者では、採算性の問題等から事業の成立・継続性はまず無理だといえます。

### (ウ) 当事業モデルの実施が困難な事業体

デマンド交通システムを利用しないで買い物ツアーを実施する場合、個人事業主、小規模事業

者であっても、また商店やサービス業を経営していて相乗効果が見込める場合であっても、企画・実施に当たる要員(能力ある人材)の確保の問題や採算性等からみて、十分に対応できない企業では実施は困難といえます。優秀な人材の確保は、この事業の要となります。

## ウ 取組方針

デマンド交通を利用した場合の買い物ツアー事業の損益分岐点状況を検討してみると、次のとおりです。交通料金のほかに参加費を徴収しなければ、採算ベースに乗せることは困難です。

また、参加費を求めることになれば、かなり魅力のあるツアーを企画しなければ、リピーターを確保できず事業の継続性は難しいと判断されます。

### 【デマンド交通を利用した場合の採算性ラインの予測例】

#### ＜条件＞

- ・一回の買い物ツアーの参加人員 … 10名
- ・参加費 … 2,000円
- ・一日4～5時間のツアー

#### ＜採算ラインの収入＞

- |                          |                    |
|--------------------------|--------------------|
| ・デマンドの一人あたり交通費(片道300円×2) | 600円×10名= 6,000円   |
| ・一人あたりの参加費(2,000円)       | 2,000円×10名=20,000円 |
|                          | 計 26,000円          |

#### ＜採算ラインの支出＞

- |               |                    |
|---------------|--------------------|
| ・人件費(運転手と添乗員) | 10,000円×2名=20,000円 |
| ・広告、チラシ代      | 4,000円             |
| ・通信費、その他      | 2,000円             |
|               | 計 26,000円          |

当事業を民間企業が赤字を出してまで実施することは現実的ではありませんが、収益事業としてではなく社会福祉的貢献事業として位置付け、収支がトントンであれば良しとする考え方を持つことも必要です。そのために、採算ラインを明確にして、参加者が予定人数に満たないときには場合によってはツアーを中止することも検討しておきたい事業です。

また、参加費を利用者から求めることを考えると、それに見合うだけの魅力的な観光やイベントなどの要素を盛り込むことが前提条件となります。

いずれにしても、デマンド交通の利用料金だけの収入では、採算の取れない事業であることは間違いありません。

なお、今後における当事業の実施にあたっては、「事業エリア」と「交通料金」と「利用者の潜在的ニーズ」、「魅力的な買い物の場の存在」などの要素が成否のポイントとなります。

- ・「事業エリア」については、デマンド交通システムは、地元行政を中心とした協議会の中で計画が立案、構築されるため、その活動範囲も一定の地域や一市町村内に限定されています。今回は、佐倉市の和田・弥富地区に限定されていますが、他の多くの事例では、一市町村全域が対象エリアとなっています。このような中であって、当該エリア内での利用者の潜在的ニーズや魅力的な買い物の場や観光条件等が整っていれば、当事業が成立する可能性は高くなります。しかし、これらの条件が満たされていない地域や市町村での実施となると、多く

の利用者は見込めないという状況が生じます。そこで、こうした限定された地域や一市町村内での事業といった枠組みの制限を撤回し、エリア外の周辺市町村への買い物や観光も可能となるような仕組みにすれば事業の魅力は増し、より多くの利用者から支持されるものと推察されます。このため、事前に周辺の市町村と広域連携システムを構築することが期待されます。

- ・「交通料金」については、今回の事業では片道の料金が 700 円とやや高い料金設定となっており、このことが利用促進の足かせの一つとなっていました。これは佐倉市地域公共交通活性化協議会の中で、廃止される前の路線バスの料金等を参考にして決定された金額であるという経緯があります。他地域で実施する場合には、利用者である高齢者の負担を考慮して、この料金設定を可能な限り安く設定することが望まれます。現実には、他県で実施しているデマンド交通の料金の多くは、100 円～300 円の低料金に設定されています。
- ・「利用者の潜在的ニーズ」については、事業の対象エリア内の高齢者の買い物行動の実態を可能な限り調査し、面接やヒヤリング等を通して多くの生の声を把握したうえで、その意向に添ったプランを立てることが成否を決める最も重要なポイントになります。
- ・「魅力的な買い物の場」については、買い物ツアーという特性から普段行きたくてもなかなか行けない場所や、調査等から把握できた高齢者の行きたい場所への買い物を、さらには魅力的な観光や高齢者にとっての楽しみごとなどを計画の中に盛り込めば、それだけ多くの利用者の参加を期待することができます。

### ③ 県内への波及効果見込

今後、県内においては過疎地域を中心にバス路線などの廃止により、デマンド交通システムが導入される地域が増えてくるものと推察されますが、広義の意味でこのシステム自体が買い物支援事業につながるものと期待されています。経済産業省が平成 23 年 3 月に発表した買い物弱者応援マニュアル「買い物弱者を支えていくために ver. 2.0」の中でも、山梨県北杜市のデマンド交通の導入事例が取り上げられています。

このシステムを利用して買い物ツアーを実施するにあたっては、地元の買い物弱者からの切実な声がどれほど多く、また大きく地元行政等に届くかによって実施する意味や効果が異なってきます。しかし、デマンド交通を利用した買い物ツアー事業は、今回の検証からみる限り経営的にはかなり厳しい事業といえます。基本的には、交通料金の収入だけでは成立する事業ではなく、収入源をそのほかどこに見いだすことができるのかといった点が、成否を大きく分けるポイントになります。

いずれにしても、高齢化は着実に進んでいるので、将来は現在より多くの買い物難民と呼ばれる高齢者が増加します。そのなかで、この買い物ツアーに期待を寄せる声は大きく寄せられるものと思われます。現在では、採算性等の問題から事業の成立は極めて困難であっても、今後はこうした背景を踏まえて、かたちを変えた新たな買い物ツアー事業が展開されることを期待したいところです。

## 14-2 買い物代行業について

今回は買い物ツアーと併せて買い物代行業も実施しました。その結果や他地域での活用方法等については以下のとおりです。

### (1) 実施方法

今回は、事業PRのためのチラシを作成し、取扱商品リスト（生鮮品等は除く）から、希望商品を事前にメール・FAXで申し込んでもらい、その商品を店舗で購入（担当者は今回の事業で新たに雇用した失業者）して、指定場所まで届ける方法で、料金は配達時に実費相当分（購入代金および往復交通費）を徴収することにしました。

### (2) 事業実績

この買い物代行については、事業者としての知名度（信頼）が低いことや十分に利用者の立場が反映されなかったことなどから、利用はありませんでした。しかし、福祉関係者には、事前に「サービスを多くの人に利用してもらえると良いし、福祉サービスの側面もあるので利用されるのではないか」との意見をいただいていた。

### (3) 事業上の主な問題点

- ・対象エリアの和田・弥富地区内に潜在的需要、ニーズがありませんでした。高齢者にとって買い物代行を依頼する必要がある人が少なかったといえます。
- ・代行手数料が、デマンド交通を利用する点から1,400円と高く設定された点も問題でした。他の買い物代行業例では、200～400円程度の配送代で実施しています。
- ・買い物代行の対象商品がかなり限定されていました。生鮮食品や総菜、日配品など日々必要とする商品は対象外となっており、ティッシュ等の雑貨類など緊急を要しない商品が中心のため、利用動機が限定されてしまいました。
- ・具体的にどのような商品がいくらで購入できるのか、事前に利用者には詳細が分からないため、利用にあたっては不安を感じたようです。準備のための時間が不足し、チラシ等で十分に事業の告知ができなかった点もマイナス要因でした。
- ・当事業の収入源として、協賛企業（商店街及び商店）から紹介手数料を得る計画をたてましたが、商店会費の支払いも厳しい状況のなかにあつて、1,000円であっても手数料をもらうのには無理がありました。

### (4) 事業に対する改善策

- ・買い物代行が可能な商品と価格等の情報を記載したチラシを作成し、対象地域の住民に配布することが必要と考えます。今回は準備等の時間的な制約と費用面から実施には至りませんでした。
- ・買い物代行の扱い品目としては、日常的に必要とされる生鮮食品等を対象とすることが必要であると考えます。しかし、その取り扱いには、生鮮食品の管理の問題などについて解決することが必要です。今回はこれらに十分に対応できる状況にはありませんでした。
- ・代行手数料が1,400円（デマンド交通の往復料金）では、日常品購入額に比して高すぎると思

われ、本来は300円程度まで下げることが必要と考えます。今回は、デマンド交通の利用を前提としたため、この価格設定まで下げることができませんでした。

- ・事業収入として、中小企業(商店街及び商店)からの協賛金を徴収する方式は現実的ではなく、あくまでも利用者からの手数料に頼るシステムであることが望ましいといえます。しかし、実際には少ない手数料だけで事業として成立させることは困難と判断されます。

#### (5) 他地域における実施事業体について

- ・現在、買い物代行業の多くは大型店や生協などの協同組合、商店街などが実施しています。これは、物販店が顧客へのサービスの一環として、買い物代行業から収益を上げることを目的には置かず、あくまでも小売店の立場から商品の売り上げ寄与のために実施しているものです。
- ・買い物代行業を、中小企業者が単独で実施しているケースは殆どありません。一回の手数料が通常は300円程度のため、単体事業としては成立しないためです。
- ・大型店では、例えばイトーヨーカドーでは、「セブンネットショッピング」と称して、ネットで注文を受けて自宅まで配送する事業を展開しています。また、そのほかでは一部NPO法人などが行政等の協力を得て実施している場合も見受けられます。

#### (6) 当事業の実施可能モデルについて

- ・事業として成立させるには、収入の問題を解決しなければなりません。200～300円程度の代行手数料だけでは、とうてい採算がとれる訳がなく、仮にこの手数料を1,000円、2,000円に上げるとなると利用する人はいなくなるでしょう。したがって考えられるのは、今回、検討した商店街や商店からの賛助金を集める方法がありますが、これは現実的に難しい課題といえます。
- ・そこで、この事業の協賛店舗を募り、各店舗と契約を結び、当事業で買い物した商品の売上金額の10～15%を仲介手数料として徴収する方法が考えられます。例えば、大型店やスーパーの店頭で場所借りして販売した場合には、平均的に売上の13%程度を大型店等に支払う仕組みが多い状況等を勘案し検討してみることができます。考え方として、買い物代行業そのものを営業代行業として位置付け、売上歩合を小売業者から受け取る方式である。

##### 【検討モデル】

収入	・代行手数料(300円程度)	・協賛店からの仲介手数料(売上の10～15%)
支出	・人件費	・配送費
	・パンフ、チラシ作成代	・通信費
		・その他経費

なお、成立条件としては、どれほど多くの協賛店を確保できるのか、また買い物代行業を切実に希望している高齢者等がどれほど当該地域に在住しているのかといった点にかかっています。しかし、この事業は高い収益を確保することはかなり厳しく、半ばボランティア的の事業として位置付けた方が無難であるといえます。

また、当事業を計画する場合には、次のような手順が考えられます。

#### 【買い物代行業の実施手順例】

- 〈1〉 買い物代行業のエリアをまず設定します。
- 〈2〉 対象エリア内の高齢者の買い物行動の実態と、潜在的ニーズを可能な限り詳細に把握します。
- 〈3〉 次に、代行料金を設定します。一般的には、一回あたり 200～300 円程度です。
- 〈4〉 仲介手数料割合の設定や協賛店舗を募ります。
- 〈5〉 事業システムを構築します。受付曜日や時間、配達日や時間、受付方法、商品の購入や配達要員の確保、精算方法等々の詳細を決定します。
- 〈6〉 代行扱い商品や価格や商品情報を含めたパンフレットとチラシ等を作成します。これらを作成しないと、購入金額や商品選択の面でトラブルが発生します。
- 〈7〉 事業の投資計画、収支計画等を作成します。
- 〈8〉 最初は、モニター等を対象に実験的に実施してみます。そして、利用者の意見・要望等を把握し、問題点や課題を整理し、事業方法の見直しを行います。
- 〈9〉 課題等が解決された段階で本事業のスタートとなります。

#### (7) 事業の実施可能地域について

- ・過疎地域においては、周辺に大型店や生協、商店街等が存在すれば、それらが事業体として実施する可能性はあります。しかし、多くの場合それを期待することは難しいといえます。そこで、買い物代行業の事業を収益目的のために実施する場合、上記のモデルを当てはめても、利用者や協賛店が広範囲に点在していることから採算性は厳しいものと推測されます。
- ・また、県の北西部における人口集中地区、特に大規模住宅団地で高齢化が進んでいる地域においては、過疎地域よりも配送等の効率面などからかなり高い効果が期待され、事業が成立する可能性は高まるものと判断されます。

買い物代行業は採算面を考えると確かに厳しい事業ですが、現実にはその多くが商店街組織や共同店舗、NPO法人等が、顧客へのサービスのひとつとして、また自店の売り上げ増進のため、ひいては社会的意味合いや住民の要望等から実施する傾向にあります。高齢化の進展とともに、今後とも期待され各地で展開されるものと推察されます。



## ○収支計算書

区分	項目	科目	決算額 (円)	備考		
収入						
	収入合計①			0		
支出	事業実施 関係	人件費	新規雇用	2,291,481		
		〃	新規雇用外	1,455,683		
		旅費交通費		226,870		
		現場経費	通信費		7,863	
			チラシ配布代		78,786	
			チラシ印刷代		42,357	
			チラシ用紙代		25,290	
			広告料		40,000	
			宅急便代		4,030	
		制服代		21,105		
	業務委託費	チラシイラスト作成代		30,500		
	事業実施関係計②			4,223,965		
	評価・報告関係	中小企業診断士謝金		200,000		
	評価・報告関係計③			200,000		
支出合計④ (②+③)			4,423,965			
差引	差引⑤ (④-①)		4,423,965			