

買い物弱者対策モデル実証事業報告書

個別事業名	提案型商品の開発と御用聞き及びボディ全体にラッピングされた宅配車を活用した定時宅配事業
実施拠点	茂原市茂原４８３ 茂原生鮮市場ライフ店内
実施対象地域	茂原市全域

【委託事業者の概要】

事業者名	茂原榎町商店街振興組合
所在地	〒290-0026 茂原市茂原５３４
代表者	理事長 白井 宗一郎
経営形態	商店街振興組合
設立年月	昭和４４年１２月１１日
組合員数	４８名
事業規模	５，８６２千円（平成２２年度）
目的及び 主な事業内容	１ 団体の目的 商店の集合体として活動し、市民の生活の安全及び向上に寄与する。 ２ 主な事業内容 商店街でのイベント実施等

【協力者の概要】

氏 名	江波戸 勝
資格等	中小企業診断士
協力内容	事業の進捗状況のチェック、地域住民・事業利用者の本事業に対する評価の把握、成果の検証、報告書の作成

1 本事業取組への考え方・目的

地域に密着した商店街が中心となり、自家用車を持たない移動困難者や重い荷物を持っていない高齢者等に対し宅配サービスを行うことで、買い物に困る高齢者の購買意欲を高め、地域商業の活性化を図るとともに地域福祉の向上を図る。

具体的には、ボディ全体にラッピングされた宅配用車両を「走る広告車化」し、重たい荷物が持てないお客様から商店街内の各店舗でのお買い上げ商品をお預かりし、定時宅配サービスを行うとともに、お買い物に出て来られない移動困難なお客様に対して、魚類・野菜・肉類を中心とした献立セットを企画提案し、御用聞きを行うとともに定時宅配サービスにより商品をお届けするサービスを行うことで、地域内の買い物弱者に対するサービスを行うものとする。

2 実施対象地域の概況

(1) 地域の特徴

① 地域の人口

事業を実施する茂原市は、千葉県外房地域の中心都市として農業、工業、商業の各産業がバランスよく発展してきた都市であるが、近年は、人口も減少傾向を来しており、10年前に9万5千人を数えた人口も現在は9万3千人と10年で2千人の減少となっている。

年齢別人口を3区分別でみると、65才以上の人口は10年前の1.42倍の2万2千人で全人口の24%を占めており、高齢化の傾向が強く表れている。15才～64才のいわゆる生産年齢人口は10年前の0.91倍の5万9千人、15才未満では10年前の0.80倍の1万1千人となっている。

一方、当市の世帯数は増加傾向を示しており、10年前よりも1.12倍、4千世帯多く3万8千世帯となっており、世帯構成人員は10年前の2.79人から2.44人となっている。

また、一般世帯のうち高齢者のみの世帯は20%を超えており、高齢者のみの世帯は着実に増加傾向を示している。特に、65歳以上の高齢単身者世帯の割合は徐々にその割合を増加させている。

図表－１ 茂原市の人口推移

年	世帯数	人口	一世帯当 たり人数	15才未満	15～64才	65才以上
				構成比	構成比	構成比
平成 13 年	34,127	95,069	2.79	14,005	65,369	15,695
				14.7	68.8	16.5
平成 18 年	36,155	94,328	2.61	12,507	62,887	18,934
				13.3	66.7	20.1
平成 23 年	38,209	93,139	2.44	11,210	59,594	22,335
				12.0	64.0	24.0

図表－２ 茂原市の高齢者世帯の推移

(国勢調査結果)

		一般 世帯数	前回 比 (%)	高齢者 のみの 一般世 帯数	前回 比 (%)	一般世 帯に対 する 高齢者 世帯の 割合	高齢者のみの一般世帯の内訳			
							65歳以 上の高 齢単身 者世帯	前回 比 (%)	高齢夫 婦世帯	前回 比 (%)
千葉 県	平成 12 年	2,164,117	—	235,340	—	10.9%	97,654	—	137,686	—
	平成 17 年	2,304,321	106.5	330,455	140.4	14.3%	136,972	140.3	193,483	140.5
	平成 22 年	2,512,441	109.0	446,177	135.0	17.8%	191,292	139.7	254,885	131.7
長生 郡市	平成 12 年	51,560	—	6,771	—	13.1%	2,795	—	3,976	—
	平成 17 年	54,361	105.4	9,114	134.6	16.8%	3,850	137.7	5,264	132.4
	平成 22 年	57,390	105.6	11,910	130.7	20.8%	5,125	133.1	6,785	128.9
茂原 市	平成 12 年	31,912	—	3,907	—	12.2%	1,615	—	2,292	—
	平成 17 年	33,654	105.5	5,448	139.4	16.2%	2,332	144.4	3,116	136.0
	平成 22 年	35,883	106.6	7,254	133.1	20.2%	3,145	134.9	4,109	131.9

※「一般世帯」とは、住居と生計を共にしている人々の集まり、一戸を構えて住んでいる単身者、間借り・下宿屋などの単身者及び会社などの独身寮、寄宿舍などに居住している単身者をいう。

※高齢夫婦世帯(夫 65 歳以上、妻 60 歳以上の 1 組の一般世帯)

② 商業施設の立地

当市の大型店等の商業施設は特に国道 128 号線沿いにはベイシア茂原店やニトリ茂原店など県外資本の大型店が多く立地しており、同国道と県道千葉茂原線の交差する地域には地元資本が開発したショッピングセンター「アスモ」を中心に、大手専門チェーン店が数多く立地している。一方、既存市街地内では、駅前にジャスコ茂原店があるものの、駅前では茂原そごうやサンワストア、駅前通り、榎町商店街からは田原屋やサカモトといった大型店の撤退や廃業が相次ぎ、中小商店の廃業も手伝って商業の空洞化が進んでいる。

図表－３ 主な商業施設の立地



③ 公共交通機関の運行状況

当市の公共交通機関としてのバスの運行状況は表に示す通り、小湊鉄道バスが茂原駅南口を起点として6方面に、茂原駅東口を起点として3方面に運行されているが、東口から白子方面に向かう路線以外は運行本数が極端に少ない状況となっている。しかも日曜・祝日には運休してしまう路線も多く、日常的に買い物客が利用する態勢はとられていない。

一方、茂原市では路線バスの廃止に伴い市民、特に自家用車を持たない方や高齢者の移動手段を確保する目的で市民バスを運行している。市民バスは市内を4コースに分けて市内を循環するコース設定をしており、一応市内をくまなく巡っているが、その運行はコースにより曜日が定められており、本数そのものも一日に7本と少ない状態となっている。

図表－４ 小湊鉄道バス運行状況

NO.	運行コース	始発地	経由地	行き先	運行時間帯	運行本数	備考
1	大多喜方面	茂原駅南口		大多喜車庫	7:00～20:25	8本	休日8本
2	喜多・長柄方面	〃		和楽の里 他 緑ヶ丘リゾーン	6:50～19:50 8:40～18:17	16本 10本	休日10本 休日14本
3	3番のりば	〃	中の島 (一部) 七井土	市内循環 一宮海岸 上市場	8:35～18:40 7:00～19:20	10本 一宮2本 上市場11本	休日9本 休日運休 〃
4	鷲ノ巣方面	〃		長南営業所 牛久駅 鶴舞駅	8:35～20:45 6:30～18:20 7:00～18:45	10本 9本 6本	休日8本 休日6本 休日1本
5	鶴ノ森方面	〃	中の島 永吉	七井土循環 長南営業所	16:15 7:25～14:20	1本 4本	休日運休 休日運休
6	大網駅・大津倉方面	〃		大津倉 大網駅	7:55～19:30 9:30～11:10	8本 2本	休日6本 休日運休
7	白子方面	茂原駅東口		白子車庫	6:15～21:00	24本	休日21本
8	機能クリニック方面	〃		白里海岸	8:00～18:41	9本	休日5本
9	緑ヶ丘リゾーン方面	〃		緑ヶ丘リゾーン	6:37～21:26	5本	休日運休

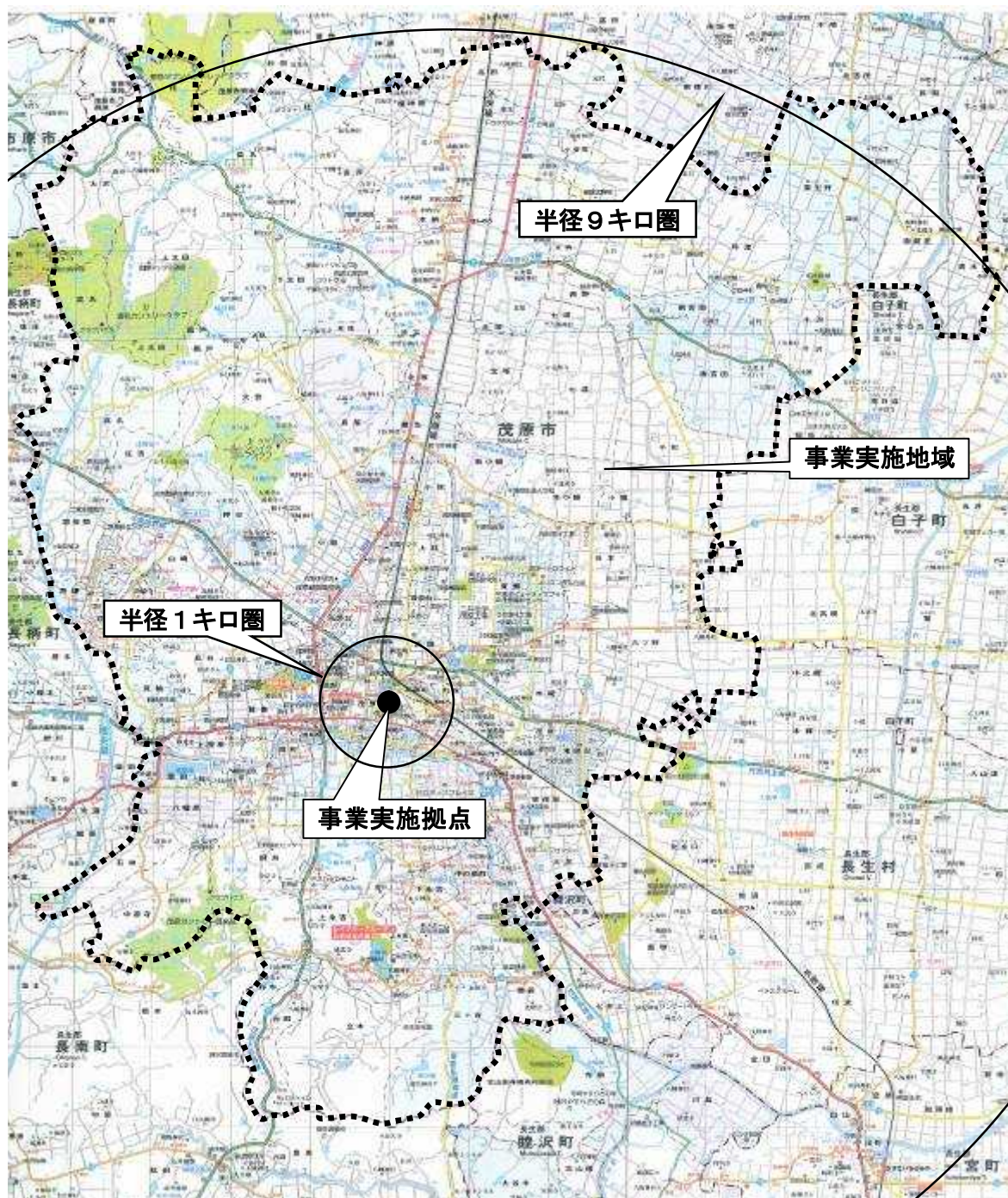
図表－５ 市民バス運行状況

運行コース	始発駅	行き先	主な経由地	運行日	運行時間帯	運行本数
北部コース(新治・豊岡方面)	すいらんリゾートパーク前	清水集会所	本納支所、本納駅、長生病院	月・水・金	8:15～15:40	7本
東部コース(東郷方面)	茂原駅東口	茂原駅東口	長生病院、東郷福祉センター	〃	7:50～17:00	7本
西部コース(二宮・豊田方面)	茂原駅南口	長生病院	二宮福祉センター、豊田福祉センター	火・木	8:00～15:32	7本
南部コース(五郷・鶴枝方面)	茂原駅南口	茂原駅南口	温水センター、ひめはるの里	火・木	8:00～16:49	7本

④ 事業実施拠点及び事業実施地域

事業実施拠点の場所は茂原駅の西約 800m榎町商店街の一角で茂原生鮮市場内とする。事業エリアは茂原市全域でおよそ半径9キロ圏内の地域とする。

図表－6 事業実施拠点と事業実施地域図



(2) 当事業で捉える買い物弱者像

当事業では、おおむね以下の方々を買い物弱者として想定して事業を実施した。

- ・ 移動手段を持たない、または事情があつて外出ができない地域住民
- ・ 高齢者でお買い物を楽しみにしているものの、自らの力では購入した商品を持って帰るには限度があり、十分にお買い物を楽しめない住民

高齢者の方々は、徒歩または自転車によりお買い物にくるが、買い物の帰路に多くの生活必需品を抱えて帰ることから事故等の不安を抱えながら帰宅する状態で、必要なものも十分に買い求めていくことができずにいることも多かったようである。また、年金生活者にもかかわらずタクシーを利用してお買い物にくる方もおり、来街回数もおのずと制限される状態であった。

当地域周辺部では平成4年度から平成28年度完成を目途に、茂原駅前通り地区土地区画整理事業が行われており、その結果、公共施設や大型商業施設等が移転を強いられ、一般住宅においても地域外へ移転するケースが相次いでいたこともあり、10年前、80店あった榎町商店街では46店に、70店あった駅前商店街では48店にそれぞれ減少してしまい、中心市街地内の商業の集客力の弱体化を来とし、市街地内での買い物の不便さは増すばかりとなっていた。



(現在の榎町商店街)

3 実施事業の内容

(1) 事業概要

提案型商品の開発と御用聞き及びボディ全体にラッピングされた宅配車を活用した
定時宅配事業の実施

(2) 事業内容

① 定時宅配事業

定時宅配事業の実施に当たっては、中古の軽自動車のリース契約を結び、宅配車として利用すべくボディに無料宅配車をPRするためのラッピングを施した。

定時宅配事業を担当する要員は新規に2名雇用し、事業のPR、宅配の受付業務、宅配ルートの設定、お客様宅への宅配業務及び宅配業務日報の作成等の宅配事業全般にわたる業務を担当させ、事業の推進を図ることとした。

宅配サービスは榎町商店街内で 2,000 円以上お買い上げのお客様で希望する方に対して、無料で自宅までお届けするというシステムを取り、午後 3 時から 5 時の間に宅配することとした。事業の P R には商店街内と茂原生鮮市場ライフ店内にポスターを掲示するとともに、担当者が買い物客の多い茂原生鮮市場ライフ店内のレジ周りでお客様に直接利用を呼び掛け、利用促進を図ることとした。また、茂原生鮮市場ライフのチラシの一部を利用して、当事業の P R と利用促進を図ることとした。

(宅配業務のために用意した宅配車)



(PRのために掲示したポスター)

宅配サービス始めます
8月1日より実施

買い物帰りは手ぶらで！！
重い物、かさばる物、買い物帰りが大変な時
に
宅配致します。

茂原榎町商店街及びライフ店で
2000円以上お買い上げの方、無料でお届け
します。

宅配時間 月曜日～土
15時～17時の間
(日曜、祝日休み)



(茂原生鮮市場ライフのチラシによるPR)

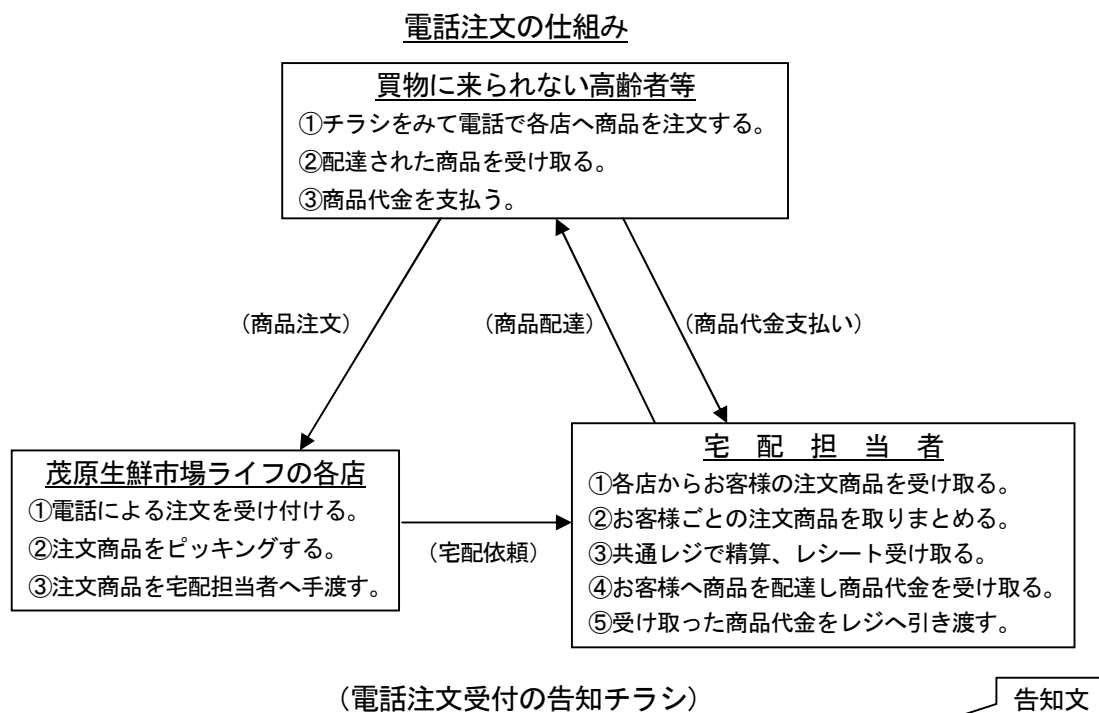
[illegible]

宅配事業の告知

宅配事業は、スタート当初は電話での注文を受け付けていなかったが、特に事情があって買い物に来られない高齢者等のお客様の利用促進を図るため、9月から電話での受付を開始することとし、1,000円以上のお買い上げ商品を無料宅配サービスの対象とした。

なお、電話注文による宅配事業のPRは、毎週市内一円を対象に配布している茂原生鮮市場ライフのチラシ上で行った。

電話注文による宅配事業の仕組みは下図のとおりである。



(電話注文受付の告知チラシ)

告知文

榎町商店街とタイアップ!
買い物帰りは、手ぶらでGO!
便利な「宅配」始めました。

ご高齢のお客様の「電話注文」承ります
9月1日よりご高齢のお客様のサポートとして「1,000円以上」
のお買い物の場合、電話注文いただければ無料配達させて
いただきます。(茂原市内に限らせていただきます。)

やまと水産 TEL:0475-25-0021
一文字青果 TEL:0475-26-2763
フードプラザ H.V. TEL:0475-27-1800

茂原生鮮市場 ライフ

やまと水産 鮮魚 9/2全限り 青果一文字青果		やまと水産 鮮魚 9/3全限り 青果一文字青果	
鶏山猪 あがりたて!! さしみ用 あじ 380円	青首 だいこん 68円	さしみ用 生いか 250円	きやべつ 68円
北海道 せしめん 北海道産 120円	千房無皮 豊水梨 398円	大特売!! きゅうり 180円	長野県 せしめん サンツがるりんご 398円
山形県産 だだちゃ豆 298円	山形県産 おくら 68円	長野県 せしめん 夏みょうろ 180円	長野県 せしめん みょうろ 98円
アメリカ産 おくら 230円	山形県産 新しょうが 58円	大特売!! さしめ 98円	千葉県産 なす 98円
ロシア産 白たまご 180円	青果無皮 ピーマン 68円	大特売!! さしめ 188円	北海道産 ブロッコリ 98円
アメリカ産 からいとしやもけ 98円		大特売!! 天然塩 150円	千葉県産 グリーンアスパラ 98円

店内にはまだまだお買得品がいっぱい!!

② 提案型商品の開発と御用聞き

提案型商品の開発はお買い物に出かけてこれないお客様を対象に、旬の食材をリーズナブルな価格で味わっていただくという狙いから企画したものである。価格は2名分の分量でワンコイン(500 円)というわかりやすい価格設定とした。

具体的に実施するに際して、現在宅配事業を利用しているお客様や来店者 50 人に開発メニューの写真を見ていただき、感想を伺うこととした。

その結果は、提案型商品をお届けするサービスを利用したいとするものと利用しないとするものとに2分する結果となった。

利用したいとするグループ 25 人と利用しないとするグループ 25 人の意見としてはおおむね以下の通りであるが、利用したいとするグループの中にはいずれ買物に出られなくなるのでその時は利用したいとする意見も含まれていた。

利用したいとするグループの主な意見

- ・色々と考えて買物するのが億劫になってきた。
- ・買物に来られないときに利用したい。
- ・便利で良いと思う。

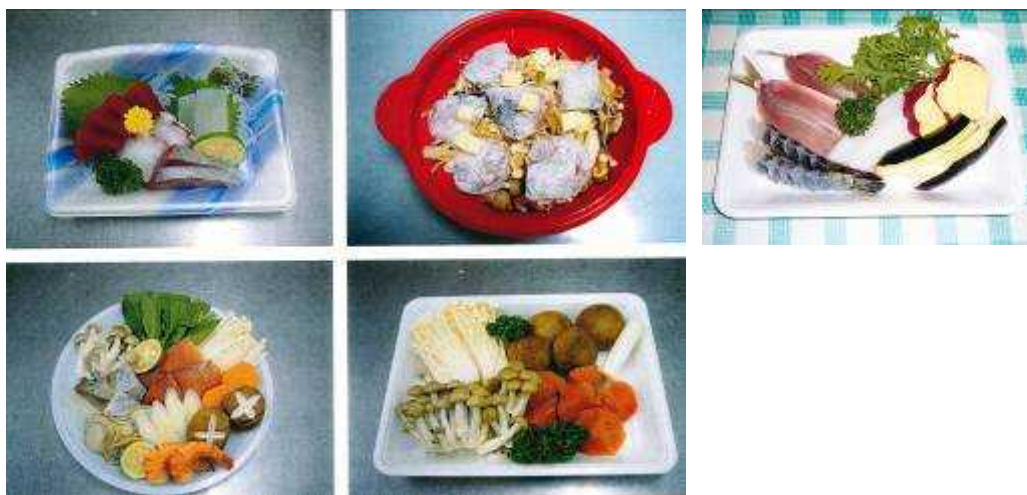
利用しないとするグループの主な意見

- ・毎日買い物に来られるので自分の目で見て買いたい。
- ・その時々で食べたいものが違うから。
- ・どこの産地の物か分からない。

また、価格設定や分量についての意見としてはおおむね適当とする方が多く、好感を持って受け入れられていた。

このようなことから、11 月から提案型商品のチラシを作成し御用聞きを開始することとした。

(アンケート実施時に提示した提案型商品の例)



(提案型商品案内のチラシ)

千葉県受託事業 TEL:25-2733
 地域活性化のためにがんばる榎町商店街 11月号
 写真の商品500円の1コイン!!
 電話1本で新鮮で旬な商品を自宅までお届け!



*写真は、イメージです。その日の旬で新鮮なものをお届けします。

今回の無料宅配は、榎町商店街振興組合が、千葉県の事業を受託しライブと協力し実施しています。ライブ以外の榎町商店街内で購入した商品も自宅までお届けします。さらに1,000円以上お買上の場合は、配達料無料キャンペーン実施中!

※1,000円未満の場合は、配達料として100円別途必要となります。

写真の商品500円の1コイン!!
 電話1本で新鮮で旬な商品を自宅までお届け!
 キャンペーン!!買物合計金額1000円以上で配送料無料

※1,000円未満の場合は、配達料100円が別途必要となります。



*写真は、イメージです。その日の旬で新鮮なものをお届けします。

千葉県受託事業 総括責任者
 成原榎町商店街振興組合 理事長 白井孝一郎
 連絡先: 成原519 茶本園白井 TEL:24-3108

千葉県受託事業 総括責任者
 有限会社三興(ライブ) 代表取締役社長 鈴木 信康

(2) 実施体制の考え方・留意点

茂原榎町商店街振興組合は、茂原生鮮市場ライフ内を事業拠点にし、ラッピングされた車両を利用して、荷物運び困難者等の来街者の荷物の宅配を行う。また、商店街内の組合員に提案型商品セットメニューの開発を促し、移動困難者等に御用聞き・宅配を行う。

(3) 協力者及び地域の連携先との関係

茂原商工会議所(経営指導員 樋口智文) 当事業の推進に関する事務手続きや検証等に関する業務について連携

外部協力者(中小企業診断士 江波戸勝) 事業の進捗状況のチェック、地域住民・事業利用者の本事業に対する評価の把握、成果の検証、報告書の作成

6 当初目標

(1) 委託期間内の目標

旬な素材を利用した提案型商品のメニュー内容の開発と定時配送ルートの構築を行い、効率的な事業運営を行うことにより、平成 23 年度は定時宅配事業利用者 1 日当たり 20 名、提案型商品の取り扱いも 1 日当たり 20 人の利用を目指す。

(2) 3 年後の目標

平成 26 年度目標

宅配事業：20 人/日 25 日営業 宅配事業収入 140,000 円/月

提案型宅配：50 人/日 25 日営業 提案型宅配利用料：62,500 円/月

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

宅配事業と提案型商品宅配事業の月別の利用実績は次表の通りであり、宅配事業は実績を重ねるごとに利用者は増加してきており、利用店舗数も増加傾向にあつて、各店の売上にいささかでも貢献していることが窺えた。提案型商品の宅配事業は当初の試算とは程遠い実績で、事業を始めた 11 月に 2 名、12 月に 3 名の利用にとどまり、事業の継続を期間途中で断念せざるを得なかった。

図表－７ 宅配事業利用・提案型商品宅配売上実績表

月	営業 日数	宅 配 数			宅配品利用店舗数			宅 配 利 用 者 一 人 当 た り 利 用 店 舗 数	宅配事業 目標達成状況 (1日当たり 利用者数)			提案型商品 宅配利用状況 (1日当たり 利用者数)			
		宅 配	来 店 者	文 宅 電 話 注	合 計	宅 配	来 店 者		文 宅 電 話 注	合 計	目 標	実 績	達成 率	目 標	実 績
8	27	80	—	80	191	—	191	2.39	20	2.96	0.15			—	
9	24	90	20	110	235	33	268	2.44	20	4.58	0.23			—	
10	25	92	48	140	227	81	308	2.20	20	5.60	0.28			—	
11	23	104	51	155	254	80	334	2.15	20	6.74	0.34	20	0.09	0.00	
12	27	198	108	306	431	157	588	1.92	20	11.33	0.57	20	0.11	0.01	
1	23	104	87	191	216	140	356	1.86	20	8.30	0.42			—	
計	149	668	314	982	1,554	491	2,045	2.08	20	6.59	0.33	20	0.10	0.005	

また、宅配範囲は8月当初はほとんどが半径1キロ程度の地域内が中心であったが、徐々に配達エリアは拡大してきており、現在は半径9キロ圏の市内全域にも配達するようになった。このことは、当商店街の核店舗茂原生鮮市場ライフの商圈が拡大していると言え、商店街としても発展の可能性が出てきているものと言える。

図表－８ 宅配利用者の地域拡大の状況

月	宅配地域名(9月以降は新規配達地域のみ表示)
8月	茂原、八千代、高師、早野、萩原町、長清水、上永吉、綱島、緑町
9月	立木、千代田町、上林、長尾、真名、六ツ野、鷺巣、押日、木崎、小林、三ヶ谷、東郷、中の島、町保、山崎
10月	法目、下永吉、六田台、大芝
11月	八幡原、谷本、東部台、高師町
12月	緑ヶ丘、早野新田、内長谷、本納、石神、上茂原、萱場、千町、中部、道表、東茂原、本小轡
1月	栗生野、大沢、新小轡、中善寺

(2) 当初目標の達成状況

今回の宅配事業及び提案型商品宅配事業利用者の状況は前記の通りであるが、目標の達成状況をみると、宅配事業では月を追うごとに達成率は上昇傾向を示しているものの当初目標の半分程度にとどまっている。ただ、毎日のデータを見てみると、一日当たり利用者20人という目標を達成した日も12月からは数日出てきており、今後に期待するところが大きいと言える。

また、提案型商品の宅配事業は、毎日口にする食品は自分の目で確かめて購入したいとする消費者のニーズにマッチしない面もあり、ほとんど実績を上げることができなかった。

8 事業の特徴

(1) 新規性・革新性・独自のアイデア

宅配事業に活用する宅配車を単に宅配をするだけでなく、車体全面に榎町商店街と茂原生鮮市場ライフの宣伝広告文をラッピングして市内を走り回らせることで、「走る広告車」として利用でき、ライフのテナントから広告宣伝費をいただき、宅配事業の運営費に充当することができる。

提案型商品については、顧客から商品を選んでいただくという「待ちの姿勢」から、新鮮で旬な食材を「提案」することで待ちの経営からの脱却を図ることができるという目論見であったが、マーケットが伴っていないことが判明し事業化できなかった。

(2) 委託事業者の強み

榎町商店街の核店舗である茂原生鮮市場ライフは地域でも一番の鮮魚店をメインのテナントとしており、従来から地域住民ばかりでなく小規模な飲食店などが使用する鮮魚を仕入れにくるなど、鮮魚の新鮮さと品揃えの豊富さで広く知れ渡っている店舗が参加することで、ある程度の実績は期待できるものと評価される。

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

宅配車を走る広告車として機能させることにより、茂原生鮮市場ライフから広告宣伝費名目で一定の収入を得ることができ、お客様の負担を軽減することができた。

今後は、お客様が利用した店舗からその利用割合に応じて負担金を徴収するなどして採算性の確保、事業継続を図っていく予定である。

(2) サービスの認知度向上、利用促進のための工夫

店内のレジ周りで、直接お客様に宅配サービスのPRと事業の利用を呼び掛けた。また、今回の事業は主に高齢者を対象とした事業であるので、市内各地域の福祉センターや市民センターで開催された社会福祉協議会主催の高齢者の集いや地域福祉フォーラムなどに積極的に参加し、事業PRを行った。

(3) 特に、買い物弱者へのサービスの認知度向上、利用促進のための工夫

地域ボランティア団体の視察研修会に参加して移動車内で事業のPRを行い、買い物弱者への事業PRや積極的な利用をいただくようお願いをした。

当初、電話での注文は受けなかったが、買い物に出られない高齢者のために電話注文を受け付けることにして利用の促進を図った。

また、配達時には、商品を玄関先で手渡しするのではなく、お勝手口や冷蔵庫の近

くまでお届けするよう心掛けた。

(4) その他の工夫

宅配でお客様宅を訪問するときは、元気に笑顔で接することに心がけ、時には高齢なお客様の話し相手を務めるなどして、親近感を生み出すとともに、宅配事業のリピーターになっていただくよう努力した。



10 利用者の概況、利用者及び地域の声

(1) 利用者像

宅配事業の実験事業終了時に行ったアンケート調査の結果（回答者：38 名）から、宅配事業の利用者像を見てみることにする。

① 利用者の年齢層

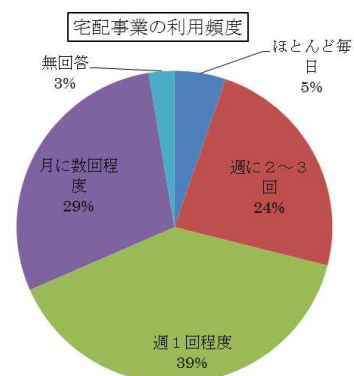
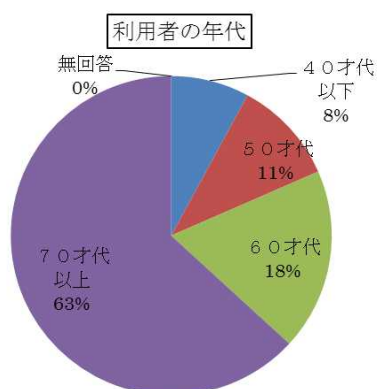
宅配事業利用者の年齢層は70才代以上が63%、60才代が18%と80%以上が高齢者となっている。

② 利用者の家族数

利用者の家族数は、2人が半数の50%、単身者が21%となっており、比較的少人数の世帯が多い。

③ 宅配事業の利用頻度

宅配事業の利用頻度は、週1回程度が39%、週2～3回が24%、ほとんど毎日が5%となっており、比較的使用頻度は高い。



④ 宅配事業利用者の居住地区

この項目は、利用者のお届け先のデータから作成したもので、6か月の期間中10回以上お届けした地区を整理したものである。

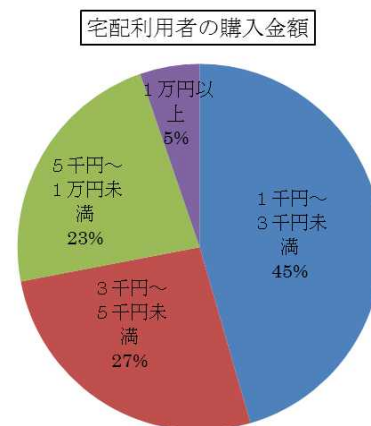
図表－9 宅配事業利用者の居住地区

地 域	地 区 名 及 び お 届 け 回 数
半径1キロ圏	茂原 (281)、八千代 (163)、高師 (99)、町保 (25)、長清水 (18)、高師町 (17)、千代田 (10)
半径3キロ圏	早野 (79)、萩原町 (27)、下永吉 (22)、中の島町 (16)、緑町 (14)、小林 (12)、上林 (10)、
半径5キロ圏	真名 (33)、立木 (23)、三ヶ谷 (19)、上永吉 (13)、長尾 (11)
半径9キロ圏	法目 (16)

⑤ 宅配事業利用者の購入金額

この項目は業務日報のデータから作成したもので、宅配依頼者のうち購入金額を答えてくれた682件の集計結果である。

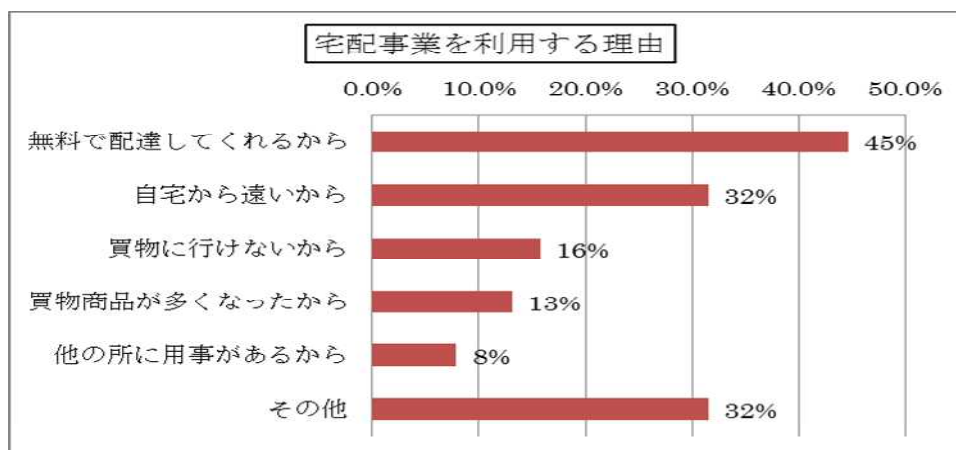
1千円～3千円未満が45%と一番多いが、3千円～1万円未満が50%と半数を占めており、1万円以上の方が実に5%、36件の利用実績があった。全体的に見て購入金額は多い印象を受けた。



(2) 利用者の意見・満足度

① 宅配事業を利用する理由

宅配事業を利用する理由としては、「無料で配達してくれるから」が45%、「自宅が遠いから」が32%、「買い物に行けないから」が16%と続いている。

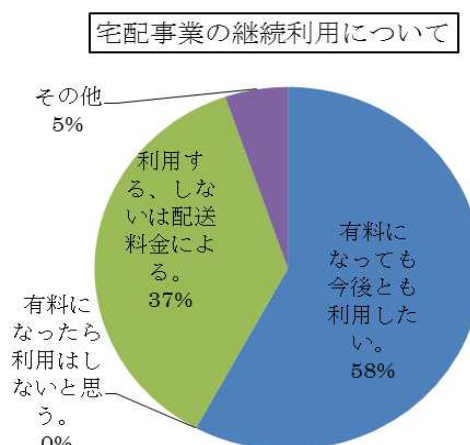


② 宅配事業利用者の満足度

宅配事業利用者の継続利用の意思について伺ったところ、「有料になっても利用したい」が58%、「有料になったら利用しないと思う」は0%であった。また、「利用する、しないは配送料金による」が37%であったが、自由意見欄をみると有料にすることはやむなしとする意見が多く見られた。

また、店内でお客様の声を直接伺うと、「タクシーを使わずに済んで助かった」、「買い物した後に他の所に寄れる」など好意的意見が多く聞かれた。

全体的にみて、今回の宅配事業に対する満足度は高いように見受けられた。



(3) 地域住民、関係機関等関係者の意見

地域ボランティアや社会福祉協議会の役員の方からは、宅配事業の必要性を理解していただき全面的にバックアップをしていただけることになり、高齢者の方々に利用を促すよう働きかけをしていただいた。

1 1 地域貢献度

宅配事業は当初目標値には届かないものの、月を追うごとに件数は増加し月に200件ほどの実績になってきており、配達エリアも市内全域に達してきているということは、この事業が地域のニーズに合致していることに他ならないものといえる。ということは、高齢社会の中で、地域で商売を続けてきた商店街が特に買い物弱者に対して行ってきた当事業が地域社会の福祉の向上に貢献できているものと判断される。

1 2 今後の取組方針

今回の委託事業を実施してみてメリットとして感じたことは、

- ・お客様の来店範囲が拡大したこと
- ・宅配サービスが受けられるということでお買い上げ点数が増えていること
- ・宅配料がかからないということで果物等の生鮮品が贈答用としてケース単位での宅配注文が多く寄せられたこと

などであった。

また、宅配事業が高齢者を中心とした多くの方々に利用され喜ばれていることから、事業の継続は必要であるという認識で関係者の考えは一致した。ただ、提案型商品の開

発及び御用聞きは利用者が少なく、メニュー構成やパッケージ作業などに人手がかかり採算性の見通しが立たないことから事業は取りやめることとした。

今後の宅配事業の継続に当たっては、商店街振興組合と茂原生鮮市場ライフのテナント3店がそれぞれ2万円ずつ負担金を出し合い運営経費にあて、不足分が発生した場合は茂原生鮮市場ライフの運営会社(有)三興が負担することとした。

今後の課題としては、宅配事業利用者アンケートの結果では利用者にもある程度の費用負担をしてもよいとの意見が多く寄せられているが、実際にどの程度の負担であれば抵抗なく利用者にもお願いできるかを慎重に検討して、継続のための事業採算性を見極めていきたい。

1.3 その他（自由記載）

提案型商品の開発は企画倒れになってしまったが、宅配サービス事業については160名からの利用者がおり、事業を継続していくこととした。半年間の事業運営の中である程度の運営ノウハウが把握できたので、これからも地域の高齢者等の買い物弱者の皆さんのお役にたてるよう努力していきたい。

1.4 成果の検証（外部の専門家による評価）

（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

今回の委託事業で取り組まれた事業として2つのテーマがあったが、それぞれのテーマごとにみると以下の通り判断される。

- ・提案型商品の開発と御用聞き事業・・・成り立たない
- ・ボディ全体にラッピングされた宅配車を活用した定時宅配事業・・・条件付きで成り立つ

② ①の結論に至った背景及び分析結果

ア 提案型商品の開発と御用聞き事業

提案型商品の開発は買物に出かけられない高齢者等にも旬で新鮮な魚介類を中心に献立メニューを開発し、それを印刷物にして御用聞きして注文を受けるというものですが、このアイデアの背景には新鮮な鮮魚を扱うことで評価の高いテナントの存在があり、その店の商品であれば喜んでいただけるという思惑があったのではないかとと思われる。

事業終了時に行った宅配事業利用者アンケートの結果をみると、消費者は商品を自分の目で見たいという行動欲求があり、数ある商品の中から選択する喜びを味わっていることが分かる。したがって、買い物に出かけられる高齢者には受け入れられなかった事業であったといえる。

当初の目論見の買い物に出かけられない高齢者等だけを対象にしたのではマーケットとしてあまりにも小さすぎ採算ベースに乗せるのは困難に思われる。

イ ボディ全体にラッピングされた宅配車を活用した定時宅配事業

今回の宅配事業を進めるうえで、宅配車を榎町商店街と茂原生鮮市場ライフのPRをするいわば走る広告車として機能させ、ライフから広告宣伝料として8万円の収入を得て運営にあたる方式をとったが、これが功を奏して茂原生鮮市場ライフの認知度は高まり、一般の総合食料品店の商圈よりも広い地域から集客することができた。

また、半径1キロ圏の比較的近隣にお住いの高齢者の方々にも月に100件以上の利用実績があり、遠方を含めると月間200件近くの利用実績であり、当事業が地域に定着していることが窺える。

このようなことからこの事業は継続していくべき事業としてとらえるべきであろうという結論に達した。

ただ、採算性には若干の課題を残しており、それらをどのように解決していくべきかさらに検討を要するものと言える。

ここで、提案型商品の開発関連事業以外の事業で委託事業として実施してきた事業の採算性の分析・評価と今後継続する場合の採算性について検討していくこととする。

【現状】

- ・事業費 1,373,396 円（総事業費から広告宣伝費、車両ペイント代及び報告書作成経費を除く）
- ・期間収入金額 400,000 円（広告収入）
- ・宅配延件数 982 件
- ・宅配車総走行キロ数 4,864 km
- ・1件当たり走行キロ数 4.95 km
- ・1件当たりコスト $1,373,396 \text{ 円} \div 982 \text{ 件} = 1,399 \text{ 円}$
- ・1件当たり収入金額 $400,000 \text{ 円} \div 982 \text{ 件} = 407 \text{ 円}$
- ・1件当たり不足金額 992 円

今回の事業では宅配要員として2名を採用して実施したため、人件費が多くかったことや配送効率が悪かったこと等が採算性を悪化させた要因と考えられる。

【事業継続の場合の試算】

事業継続の場合の条件

- ・ 宅配要員は1名とし、パート採用する。
- ・ 宅配件数を勘案し勤務日はニーズの少ない水曜日の宅配を中止することとし週5日の宅配とする。
- ・ 事業を継続するために、商店街振興組合と茂原生鮮市場ライフのテナント3店が負担金をそれぞれ2万円ずつ拠出する。宅配事業をすることにより、商店街及び生鮮市場ライフの商圈が1キロ圏から市内全域に広がり、商店街への来街者が増加するとともに、ライフのテナント各店の売り上げの増加が期待できることから負担金を拠出することを決定した。
- ・ 万一、不足が生じる場合には、茂原生鮮市場ライフの施設オーナー会社が家賃収入の中から負担金を拠出する。これは、宅配事業が継続されることにより、テナント事業者の売上の増加が期待され、結果的に家賃収入の安定化が見込まれることから、負担金を拠出することを決定した。

このような条件で、事業を継続させる場合の採算性の試算は以下の通りである。

・ 経費(月額)：人件費(パート賃金)	80,000 円
雇用保険料	480 円
車両リース料	10,000 円
燃料費	11,000 円
消耗品費	8,000 円
事務費	1,000 円
経 費 合 計	110,480 円
・ 収入(月額)：負担金収入 (20,000 円×4店)	80,000 円
差引不足金額	30,480 円

- ・ 想定宅配件数(月間) 200件
- ・ 1件当たり宅配コスト 552円
- ・ 1件当たり不足金額 152円

上記の試算の通り宅配事業経費は積算され、月間宅配件数を200件と仮定すると、1件当たり宅配コストは552円となり、負担金収入の不足分は1件当たり152円となる。

今回はこの不足分を施設オーナー会社の家賃収入の中から負担金として拠出することにより事業を継続することとしている。

ちなみに、各テナントの負担金額は各店の売上高の0.2～0.3%にとどまっており、負担感はさほどではないが、施設オーナー会社においては家賃収入の3.0%となってしまう若干の負担感を感じる場所ではないかと思われる。

今後のあり方として、この不足分1件当たり152円をどのように負担していくべきかを利用者負担も考慮に入れながら検討していくことが課題としてあげられる。

③ ビジネスとして成り立つための条件等

今回の事業を通して明らかになった事項を整理すると以下の通りである。

ア 良かった点

- ・ 地域の高齢者対策として大手流通業を中心に宅配事業を採用するところが多くなってきており、顧客サービスの面で遅れをとっていた中小小売業が今回の委託事業により、顧客サービス事業として本格的にスタートすることができたこと。
- ・ しかも、大手流通業の宅配事業よりも顧客に身近に感じていただける工夫を行ってきたこと。
- ・ 新規事業はどのような事業においても採算ベースに乗せるまでにある程度の期間を必要とするが、今回の場合は実用化するまでの期間を委託事業として取り組むことができ、今後の継続実施に向けて採算ベースに乗せやすくなったこと。
- ・ 商店街内に事業実施の前提ともいえる、毎日消費する食品を中心とした生活必需品を扱う店舗があり、当事業の推進拠点として機能できたこと。
- ・ 宅配要員を管理する担当者が存在していたこと。

イ 良くなかった点

- ・ 当初計画の検討期間が短く、採算性を重視した検討が疎かになってしまったこと。
- ・ 商店街組合員店舗でのお買い物の宅配サービスが少なく、当事業が商店街内全体に波及しなかったこと。

ウ 成立させるための条件

- ・ 商店街への来客がある程度見込めるところであること。特に食料品等の生活必需品を扱う商店が複数存在すること。
- ・ そのうえで、宅配サービスを行うためのコスト負担ができる商店が複数存在すること。
- ・ 運営のためのコストを削減するためには低廉な人件費が必要とされる。できれば有償ボランティアの活用が図れる仕組みができればベターであろう。
- ・ 宅配で使用する車両が格安で手当てできること。
- ・ この仕組みを動かすための現場管理を担当する人材が確保されていること。

エ 改善点

- ・宅配ルートとして事前に14ルートを定め、そのルートに沿って宅配ルートを検討しているが、当日の依頼案件に応じて効率的な配送ルートを柔軟かつ的確に設定することが必要になる。そのために道路事情に明るいスタッフを確保できればより配送効率が高まると思われる。
- ・今回は事業の宅配エリアを市内全域としているが、当市は北部に広がりを見せる市域であり、市域外であっても東部、南部にはより近い町村が存在している。これらの町村域も宅配サービスエリアに設定して住民からのニーズに対応することが望まれる。

オ 今後の課題及び事業運営上の改善点

- ・現時点での最大の課題としては、運営費の確保に関する問題で、宅配サービスの受益者たるお客様に何がしかの負担をお願いすることと言える。事業継続にあたって、事業者側がすべて費用負担をするということで一応の結論を得ているが、お客様にも費用負担を容認する意見も多く挙がっており、どこかの機会にそのような方向性を打ち出す必要があるだろう。
- ・前項でもふれたが、宅配エリアを地域住民の生活エリアと同一にした方がより効率的な事業運営がなされるのではないかと思われる。したがって、宅配エリアは市域にこだわることなく柔軟に対応することが望まれる。

(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

今回の事業を利用している住民の年齢層は70才代以上で63%に達しているなど、高齢者などの買い物弱者の利用が多く、利用理由は「無料で配達してくれるから」が多かった。また、宅配受付の現場で利用申し込みをいただいた買い物客にその都度理由を伺ったところ、「車に乗れず、買い物をした商品が重たくなったので宅配があるとありがたい」といった意見が多く寄せられており、リピーターが多くなっていることや、口コミで宅配サービスについての情報が高齢者の間で伝わっているとのことであり、買い物弱者対策として一応の成果は上がっているものと推察される。

② 買い物弱者対策としての問題点、改善すべき点

現在行われている宅配サービス事業の仕組みは、お買い物商品の自宅までの配達を希望するお客様についてはすべて無料でお届けすることになっており、特に問題点は見受けられない。強いてあげるならば、お届けする時間帯をお客様の希望する時間帯に対応させることと言えるが、これは効率的な配送を目指す動きと相反することにもなりかねない問題も抱えており、慎重に検討することが必要と言える。

③ 買い物弱者対策としての今後の可能性

現在のところ、地域内のお客様約 160 名が主な利用者となっており、わずかながら新規の利用者も増えてきている状態で、今後とも利用者が増加してくるとなると、宅配の体制を強化していかなければならなくなってくる。

その場合、宅配車の増車、要員の新規確保などを行うことになり、相応の投資も必要になってくる。固定的な投資を行えば当然ながら事業の採算性は悪化してくる。

したがって、今後の可能性としては、何らかの地域団体と連携していわゆる有償ボランティア事業として実施していくことが望まれる。

(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

宅配サービス事業については他の地域においても実施していく必要性は十分に考えられる。それは、都市部を除いては既存市街地での商業の空洞化の進展、特に生鮮食品を扱う専門店は昭和 56 年をピークに極端に少なくなっていることと、地域社会における高齢化の進展と高度成長期の核家族化の結果ともいえるべき高齢者のみの一般世帯の増加によることでいわゆる買い物弱者が増加傾向にあることが要因として挙げられる。

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

宅配サービス事業が実施出来る地域の条件として、地場の生鮮食品を扱う専門店やスーパーが存在することが必要条件と言える。また、その事業者若い後継者がおり、地域貢献活動に前向きに取り組む意欲を持ち備えていることなどが条件となろう。

(イ) 過疎地域等買い物困難度が非常に高い地域での実施

過疎地域などの地域における宅配サービス事業は配送コストが高くならざるを得ない問題があり、そのコストをどこで負担するかが解決されない限り実現は不可能と思われる。

当事業の 6 か月間の実証事業を経て継続しようとするときの 1 件当たり配送コストが 552 円であり、過疎地域においてはさらに配送効率は低く設定しなければならず、そのコストをだれがいくら負担するのかを検討し解決していかなければ、事業として成り立たなくなるのは自明の理と言える。

(ウ) 当事業モデルの実施が困難な地域

当事業が実施困難な地域としては、過疎が進み集落の形成がない地域で、配送効率など考える余地のない地域が挙げられる。このような地域にあつては、行政等からの全面的な支援による買い物バスの運行や移動販売など、別の手段で買い物弱者対策を進める必要がある。

イ 事業体**(ア) 当事業モデルの実施が可能な事業体**

当事業の実施が可能な事業体としては、生鮮食料品を扱う専門店またはスーパーを構成員とする集団であれば可能と言える。ただ、事業を実施するには運営スタッフが必要で、その要員を確保できる事業体であることが要求される。

できれば当該地域の中核的な商業者が参画して取り組むことが経営基盤の安定化に寄与するものと思われ望ましい。法人形態等は法人であれば責任等の所在が明確になり十分と言え、特にその形態等は問題ではない。

(イ) 個人事業主、小規模事業者等による実施

個人事業主や小規模事業者等による実施は万一の事故発生時への対応などで不安があり、継続性の観点からは困難性が強い。NPO法人などでも同様のことが言えるが、実施する場合は万一の場合の保険加入などの対策が必要となる。

(ウ) 当事業モデルの実施が困難な事業体

宅配サービス事業は、お客様がお買い上げになった商品を一時お預かりしてお客様のお宅に配達する事業であり、商品の紛失や宅配送途中での事故対応などで責任が取れない事業体では事業の実施は困難と言わざるをえない。

ウ 取組方針

当事業を実施するためのポイントや配慮すべき点は以下の通りである。

- ・ 事業を実施するための組織構成員に生鮮食品販売店を必ず含めること。
- ・ 経費の大半は人件費であるので、極力低廉な人件費負担で済むやり方を検討すること。
- ・ 宅配要員には人柄のよい人物を選定すること。高齢者が主な客層であることを考慮して高齢者にやさしく接することができる人が望ましい。お客様の感情を害するようなことがあるとリピーターにはなり得ないことを十分に留意すること。
- ・ 配達時における高齢者との会話は配送効率が落ちることも考えられるが、できる限り対応すること。そのことが顧客との信頼関係が深まることに繋がり、リピーターとなる可能性が高まることになる。
- ・ 当事業はサービス事業であつて、直接的に収益を目的にする事業ではないことを認識し、経費負担を惜しまない気持ちが必要とされる。

③ 県内への波及効果見込

高齢者等の買い物弱者対策としての当事業の県内への波及効果は相当数あるものと期待している。

その理由としては、県内の多くの地域でいわゆる買い物弱者が増加していると思われるからである。県内全体をみると一般世帯総数のうち高齢者のみの世帯割合が17.8%となっており、今回実証事業を行った茂原市では20%を超えている。

また、既成市街地の商業機能は弱体化するばかりで、商店街でのお買い物も十分に行えない状況が県内の各所で見られるようになっている。

このような状況から、買い物弱者対策が経済対策ばかりではなく福祉対策としても行われることを期待したい。

(4) その他（自由記載）

今回の実証事業においては、榎町商店街の白井理事長という前向きなリーダーのもと、生鮮市場の経営者の皆さんが積極的に事業に取り組み、宅配サービス事業がスタートでき、継続的に実施していく体制が整ったことを喜ばしく思っている。

当事業の毎日を記録した業務日報を見ると、地域の高齢者の皆さんは街中から商店が消え郊外の大型店に自転車やタクシーを利用して危険を感じながらお買い物をしていたことがお客様の意見として書かれており、宅配サービスが開始されてからのお客様の反応を読むにつけ、当事業がどれだけ地域の高齢者に受け入れられ喜ばれているかがよくわかる。

このような事業が県内いたるところで開始されることを願い報告を終わらせていただくこととする。

○収支計算書

事業収支計算書

区分	項目	科目		決算額（円）	備考
収入		売上高	広告費	400,000	
		売上高	手数料	250	
	収入合計①			400,250	
支出	事業実施関係	人件費	人件費	1,194,400	
		人件費	労働保険料	26,660	
		事業費	広告宣伝費	424,424	
		事業費	事業費	263,070	
		事業費	燃料費	44,947	
		事業費	リース料	50,000	
		事業費	消耗品費	62,184	
		事務費	事務費	6,884	
	事業実施関係計②			2,072,569	
	評価・報告関係	謝金	中小企業診断士謝金	240,000	
	評価・報告関係計③			240,000	
	支出合計④（②＋③）			2,312,569	
差引	差引⑤（④－①）			1,912,319	