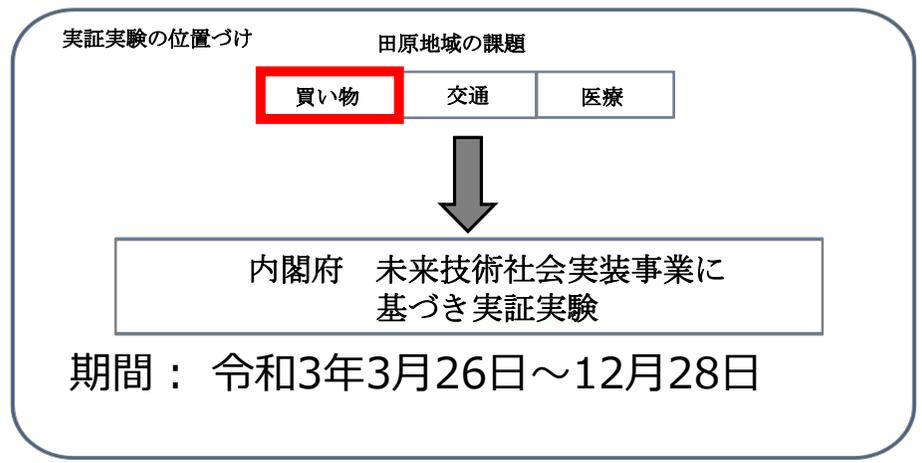


四條畷市田原地域における買い物支援実証実験概要

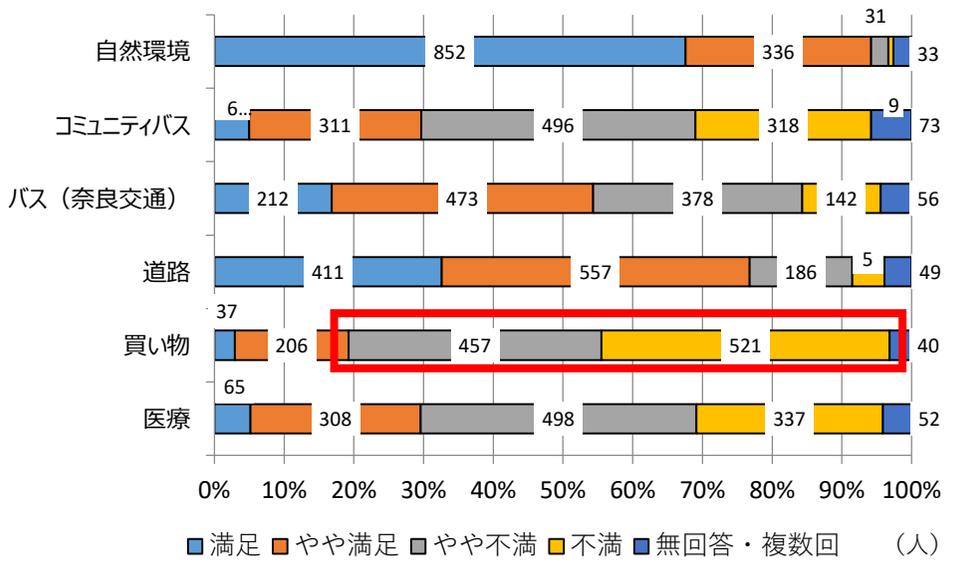
1-1 実証実験の背景

- 全国で、店舗まで500m以上かつ自動車利用困難な65歳以上の人口が増加。特に三大都市圏では増加。
- 高齢者を中心に食料品の購入や飲食に不便や苦勞を感じる方が増え社会的な課題。この課題は、商店街や地域交通、介護福祉など様々な分野に関係する。関係機関、民間、地域等の多様な関係者と連携・継続して継続的に取り組んでいくことが重要とされている。併せて、新型コロナウイルス蔓延に伴い「新しい生活様式」が示されている。
- このことから買い物困難者が増加する前にICT機器を活用し、自宅に居ながら、商品を購入し、地域の中で安心して暮らせるよう未来技術の実装の可能性を探る実証実験を田原地域で実施。

1-2 実証実験の位置づけと期間



2-1 田原地域の生活環境の満足度



2-2 田原地域の高齢化率(25%以上の地域)

地区名	15歳未満	15~65歳未満	65歳以上	人口
四條畷市全域	12% 6,840人	61% 33,530人	27% 14,982人	55,352人
田原地域全体	13% 1,243人	64% 5,817人	23% 2,069人	9,129人
大字下田原	7% 36人	56% 289人	37% 195人	520人
大字上田原	10%、 49人	54% 270人	36% 183人	502人
田原台四丁目	10%、 69人	60% 395人	30% 197人	661人
緑風台	9%、 28人	61% 201人	30% 100人	329人
田原台三丁目	10%、 98人	63% 579人	27% 246人	923人
田原台五丁目	14%、 98人	59% 418人	27% 190人	706人

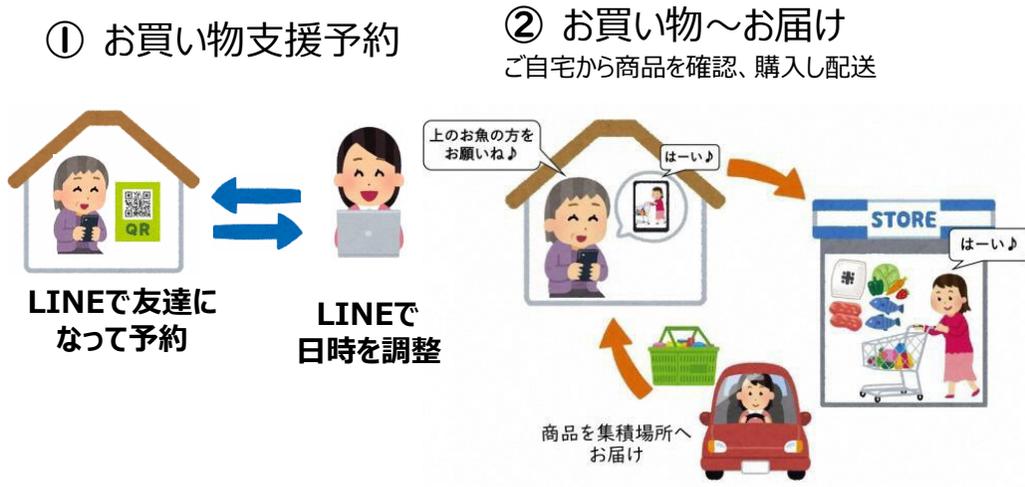
3-1 将来像と実証実験の目的

将来像
 在宅でリアルな買い物感覚による買い物と近隣集積地まで配送

実証実験の目的

- (1) ニーズの把握
- (2) 課題の整理
- (3) 実用的な知識や手法の構築と評価

4-1 実証実験の方法



4-2 実証実験の結果

購入依頼の期間：7/1～11/30（月～金、10時～16時）

モニター：10人、支援者7人

協力店舗：アカカベ田原台店、イオンスタイル四條畷
 パルコープ忍ヶ丘

購入依頼実施回数：44回

所要時間：51.7分（自動車）、97.5分（コミバス利用）

事前注文以外の注文数 19回、41品目（43%）

買い物重量：3.53kg、総重量155.171kg

購入金額：平均1,947円/回、総金額85,660円

4-3 店舗ごとの実証実験の状況等

	アカカベ	イオン	パルコープ
回数:回	10	27	7
重量:kg	2.0	4.3	2.6
金額:円	1,043	2,401	1,486

重量、金額は平均を示す



5-1 実証実験の評価

- 1 ニーズの把握
 - ①ニーズは存在
現に買い物に困りごとがあり、この買い物支援が有用である人が存在。ビデオ通話を行うことで、追加注文が19回、41品目あり動画で購買意欲の向上。併せて、コロナ禍において、自宅に居ながら買い物ができる仕組みは意義があった。
 - ②買い物困難者の多くが、情報弱者である可能性
日頃から、支援が必要な人を把握するしくみや、支援が必要な人が情報入手できる仕組みづくりが必要。
 - ③買い物支援のニーズと既存サービス種類との役割分担
支援の方法は、対象者の状態によって異なる。関係者が一体となり、課題を把握し、役割を担うことで買い物困難者の課題解消につながる。
 - ④ITリテラシーへの対応
日ごろからビデオ通話ができるよう操作研修の機会が必要。

5-2 実証実験の評価

- 2 課題の整理
 - ①支え合いの仕組みづくりは可能であるが、プロセスが重要
支援者の多くが「地域をよくしたい」であり、地域での支え合いの仕組みづくりを進めていける可能性は高い。
しかし、短期間での構築は難しく、課題を住民と共有し支え合いの仕組みを作っていく必要がある。
 - ②持続可能な仕組みづくり
実証実験では、支援者とモニター間のマッチングの難しさがあった。また買い物量や重さ大きい場合、支援者の負担が大きい場合があった。仕組みづくりにおいて民と地域で支援することを整理し、組み合わせが必要。
また、時間とコストを削減するための工夫として、店舗の協力、事前におすすめ商品の情報収集などが必要。
既存サービスの利用や貨客混載、拠点からの配送方法に工夫が必要。

5-3 実証実験の評価

- 3 実用的な知識や手法の構築と評価
 - ①使い慣れたSNSの有用性
LINEを使用することで、1～2回のアドバイスでスムーズに活用でき有用。
 - ②動画を活用した買い物支援の有用性
モニターが動画を見て商品を選ぶことから、買い間違いが生じにくく、モニター・支援者共に安心感がある。また、会話と商品の動画で好みの肉・魚などの選択可。画像により追加注文につながることを確認。なお、片手のスマートフォン操作に改善の余地がある。
 - ③人に優しいデジタル化への対応
高齢者等を対象としたスマートフォン活用講習会の開催や、ICTサポーターの養成など行い誰一人取り残さない人に優しいデジタル化が必要。

6 社会実装に向けた取り組み

- 1 実装に向けた考え方
 - <拠点型買い物支援の実装に向け、検討手法>
検討内容
ビデオ通話を活用し支援者等が地域の拠点に商品を配達。
利用者は、徒歩、地域内モビリティなどで拠点に集まり商品の受け渡し。
 - 検討項目
個人商店及び近接他市の施設の追加
利用データの分析及び分析に基づく提案
買い物ツアー等の実施
支援者の指定による買い物支援等
集積所までの地域内モビリティの活用を検討
使用者目線のアプリの活用