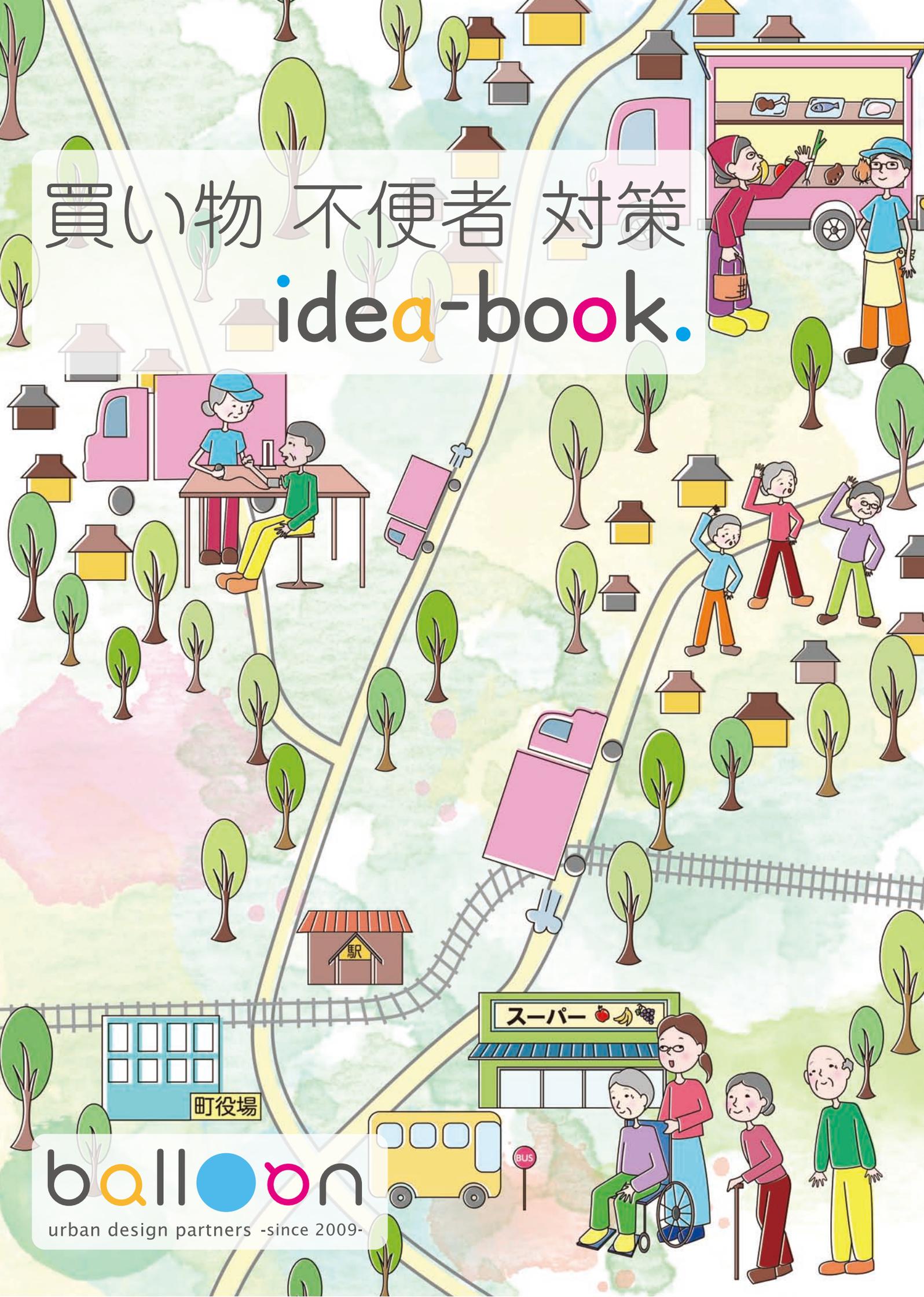


買い物 不便者 対策 idea-book.



はじめに

これからの中山間地域

本格的な人口減少・高齢化社会を迎え、中山間地域では過疎化・高齢化が深刻になりつつあります。商店の閉店やバス路線の廃線等で身近な買い物の場が失われる「買い物不便」の問題は、全国的にも大きな問題とされており、解決策が模索されている状況です。

「買い物不便」という現象は、中山間地域における生活の根幹を揺るがすだけでなく、これまで築いてきた自動車中心の暮らしの欠陥・限界を示していると言えるでしょう。高齢化が進むにつれ、自動車を利用できない人口が増える一方で、商店を利用する消費者は減り、後継者問題にも悩むこととなります。こういった課題を抱えた今、これからの地域のあり方自体を大きく見直さなければいけません。

買い物不便者対策へのヒント

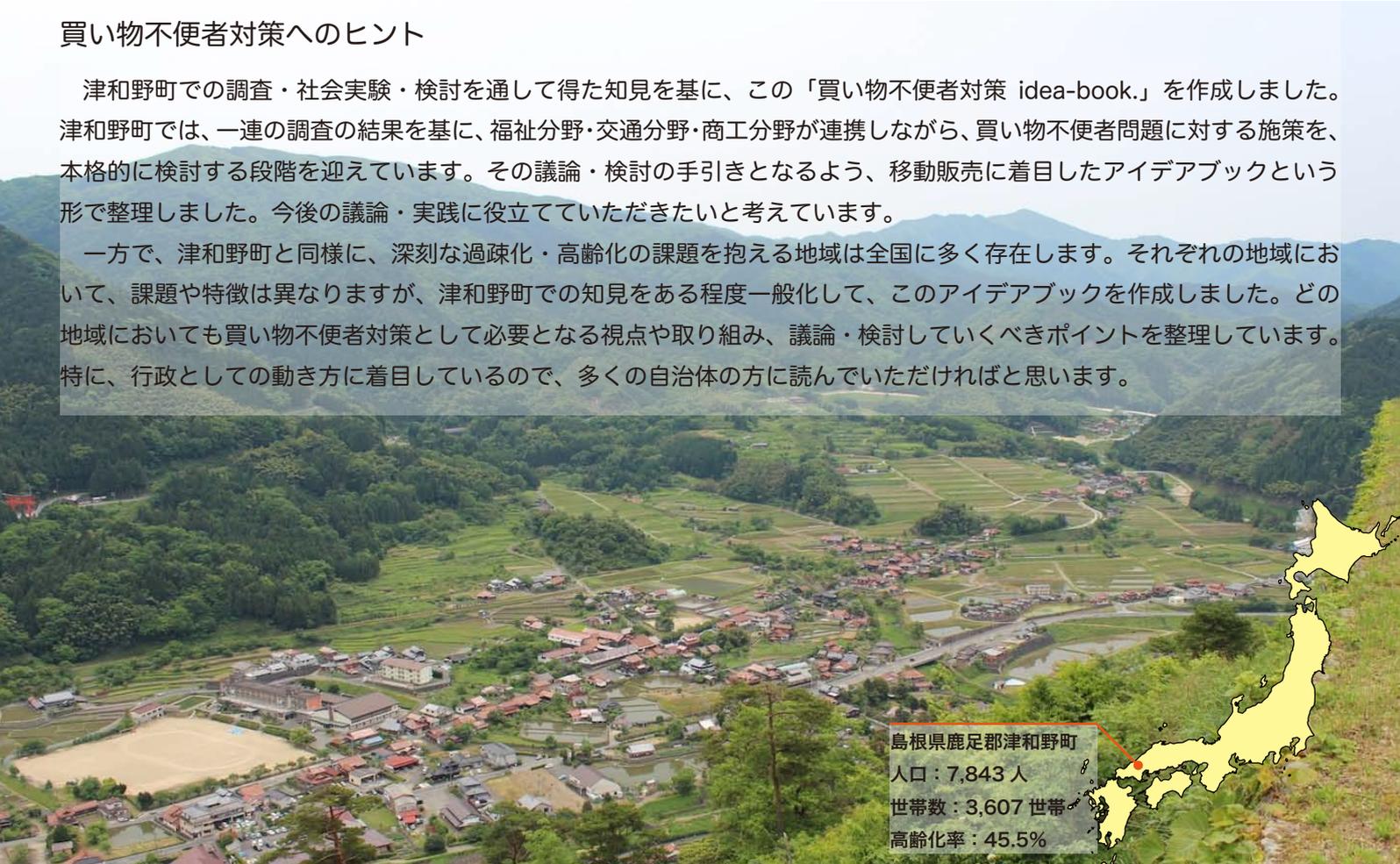
津和野町での調査・社会実験・検討を通して得た知見を基に、この「買い物不便者対策 idea-book.」を作成しました。津和野町では、一連の調査の結果を基に、福祉分野・交通分野・商工分野が連携しながら、買い物不便者問題に対する施策を、本格的に検討する段階を迎えています。その議論・検討の手引きとなるよう、移動販売に着目したアイデアブックという形で整理しました。今後の議論・実践に役立てていただきたいと思います。

一方で、津和野町と同様に、深刻な過疎化・高齢化の課題を抱える地域は全国に多く存在します。それぞれの地域において、課題や特徴は異なりますが、津和野町での知見をある程度一般化して、このアイデアブックを作成しました。どの地域においても買い物不便者対策として必要となる視点や取り組み、議論・検討していくべきポイントを整理しています。特に、行政としての動き方に着目しているので、多くの自治体の方に読んでいただければと思います。

移動販売の可能性

balloon は平成 26・27 年度の 2 年間、島根県鹿足郡津和野町において、買い物不便者問題の調査及び対応策の検討を行いました。特に中山間地域において移動販売が果たし得る役割が大きいと捉え、移動販売の社会実験も実施しました。

移動販売は、買い物の場を提供するだけでなく、集落内に住民同士の交流の場を創出します。加えて、定期的に利用者と顔を合わせることから、高齢者の見守り機能も果たしています。住民同士の見守り合い・支え合いが求められるこれからの集落での暮らしに、欠かせない存在だと考えられます。一方で、中山間地域での移動販売には課題も多く、行政としてこういったサポート、仕組みの構築が可能かを検討しました。



島根県鹿足郡津和野町
人口：7,843 人
世帯数：3,607 世帯
高齢化率：45.5%

商店

①販売形態の模索

地域の高齢化を受け、商店が配達サービスや移動販売等の取り組みを始め、徒歩圏内に買い物の場を生み出しています。使命感を持って行っている業者が多い一方で、業者自身の高齢化が進んでいます。

②高齢者の見守り機能

定期的に直接顔を合わせるため、移動販売業者が、住民個々の好みや健康状態を把握していることが多く、結果的に高齢者の日々の生活が見守られています。移動販売の果たす福祉的役割と言えます。

③コミュニケーションの困難

各業者が個々に動いているため、どの業者も訪れていない地域が存在します。業者間の連携がなく、地域に偏りが生まれます。また、業者と住民との連絡も十分機能しているとは言えません。

集落

①交流機会の喪失

一人での移動が困難になってくると住民同士でも顔を合わせる機会が少なくなってきます。貴重な交流機会として、食事会や習い事、地域にやって来る移動販売等が挙げられます。

②移動形態の集約の困難

多くの自治体で町営バス等による移動手段の確保が試みられていますが、時間やルートの制約が多く、病院ついでに買い物、買い物ついでに友人と会う等、個々の多様なニーズを満たすことは困難です。

行政

①実態把握の不足

買い物不便者に対して取り組んでいる各業者は独自に動いているため、行政は把握しきれいていません。さらに、業者が得ることのできる地域や住民の情報も、行政まで届くことがありません。

②個々の施策

買い物不便者問題に対して、バス等の交通手段、福祉サービスの検討、移動販売の検討と、各課がそれぞれに取り組んでいますが、各視点を統合して考えていく必要があります。

移動販売

①遠くまで外出しなくても日用品を手に入れることができます。

②商品を自分の目で確かめて買うことができます。

③井戸端会議の場となり、人と話をする貴重な機会となっています。

④1人暮らしの高齢者の見守り機能を担っています。

アイデアブック

中山間地域において、移動販売が持つこうした可能性を活かしていくための方法や取り組みを整理しました。

また、業者自身の高齢化や、情報発信・共有の困難、採算性といった移動販売の課題への対応策として、サポートする仕組みやアイデアを提案しています。

①調査編

買い物不便者対策の最初のステップとして、地域の現状を把握するための方法を紹介します。

②実践編

移動販売へのサポート体制や、福祉的な機能の強化等、既存の移動販売を活かした取り組みを紹介します。

③応用編

紹介したアイデアを組み合わせた買い物不便者対策のアクションや方向性、行政としての動き方を提案します。

① 調査編

買い物不便者問題の解決に向けての第一歩は、現状を理解することです。



- ・どの地域でどんな人が買い物に困っているのか？
- ・どんな買い物の場や手段があり、それぞれどういった課題を抱えているのか？

まず地域の状況を整理し、課題と可能性を把握しましょう。

「①調査編」では、買い物不便者問題において、調査すべき項目と、調査のポイントを紹介します。

この過程を踏むことで、課題解決への大きなヒントも得られるはずです。



調べる

1-1. 商店の動きを把握する

P4

1-2. 移動販売の動きを把握する

P5

1-3. 自治会の動き・考えを把握する

P6



まとめる

1-4. 地図に落とし込む

P7



分析する

1-5. 地図を読み込む

P8

1-6. 地図を管理する

P9



まずは商店の動きを調べてみましょう。



- ・どこに商店が立地しているのか？
- ・どんな商品を扱っているのか？
- ・配達しているのか？しているとすればどのエリアまで配達しているのか？
- ・卸売業者はどこからどのくらいの頻度で来るのか？
- ・将来の商店経営の意向は？後継者がいるのか？

こういったことを整理しておくことで、地域の買い物環境の基礎的な部分を把握することができます。

また、各商店が今後こういった動きができそうか、あるいはこういった課題や懸念事項を抱えているかが見えてくると同時に、地域住民のニーズもイメージできるようになります。

○ 調査のポイント

○ 立地と商品ラインナップ

まずは商工会や行政のデータを整理して、商店の位置と商品の種類を把握します。中山間地域になればなる程、消費期限の短い生鮮食品が少なくなる傾向があるので、立地と商品の関係にも着目してみましょう。

○ 配達エリア

商店がない地域でも、中心部にある商店が配達している場合があります。配達の対象エリアや、注文・配達の方法も聞いてみましょう。電話やFAXで注文を受ける場合がほとんどですが、何時までに注文を受け、各エリアにどのような順番で配達していくのかも整理できるとよいです。商品（買い物の場）が地域内をどう動いているのかが見えてきます。

○ 卸売業者

商店に商品を卸している業者の動きも掴めるとよいでしょう。近年、中山間地域からの卸売業者の撤退等、物流自体が大きく変化しつつあります。商品自体が地域に来なくなる可能性もあり、どこからどんな業者が入ってきているのか、どのような商品を扱っているのか、商品の動きの根本を把握しておく必要があります。



島根県津和野町での商店調査





これまでの調査で得た情報を、地図に落とし込んでみましょう。

情報を1つの地図で同時に見ることで、別々であった情報同士に繋がりが生まれてきます。



- ・ 商店や移動販売といった買い物の場がどこに存在しているのか？
- ・ どの地域に買い物の場が充実していて、どの地域に不足しているのか？

こういった情報が一目でわかるように、地図を作っていきます。



○ マッピング作業

○ 商店の立地と配達エリア

まずは、商店の位置を地図にプロットしましょう。この際、お店のタイプによって色分けをしておくとう便利です。例えば、スーパー、鮮魚店、豆腐店、といったように扱う商品で分けていきます。また、配達エリアも図示しておきましょう。どの商品がどの地域まで運ばれているのか、整理します。

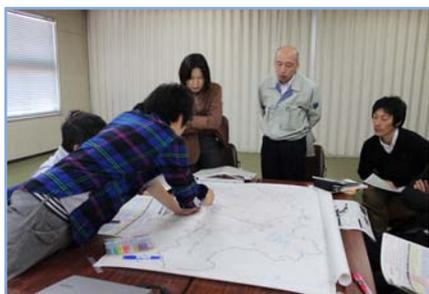
○ 移動販売の場所とルート

移動販売車が通っているルートを書き込みましょう。ルート上であれば、買い物ができる可能性があります。さらに、販売するために停車している場所もプロットしておきましょう。その際、何人くらい集まるのか、数字を書き込んでおいたり、丸の大きさで示しておくことで、移動販売の規模が把握できます。

○ 自治会情報

自治会の境界線をなぞって、分けをしておきましょう。対応策は自治会ごとに考えていくとよいでしょう。自治会で取り組んでいることがあれば、書き込んでおきます。また、買い物に困っている世帯が把握できる場合は、プロットしておきます。配達エリア内まで近かったり、移動販売ルートが近かったりする場合は、すぐに対応できるかもしれません。

島根県津和野町での地図製作ワークショップ





地図に落とし込んだデータは、移動販売業者や自治会の動きによって、日々変化します。



- ・移動販売のルートやスケジュールに変更はないか？
- ・商店の閉店や移動販売の廃業はないか？
- ・自治会や行政各課で新たな動きや取り組みはないか？

情報を定期的に更新して、各地域の現状や変化を把握しましょう。

ここでは、デジタルマップを使って情報を管理する方法を紹介します。

デジタルマップを使うことで、情報の更新が楽になりますし、関係者間での共有もスムーズに行えます。

○ デジタルマップの紹介

○ Moyai-Map

balloon の制作した web-map です。商店の情報や移動販売のルートに加えて、交通情報や、地域のイベント情報といったレイヤーを重ねて見ることができます。カレンダー機能もついており、バスと移動販売の曜日ごとの連動や、不定期な地域のイベントとの連動、商店の特売日や交流サロンの連動等、柔軟に対応することが可能です。

また、Moyai-Map は買い物不便者問題以外の地域課題にも応用できるマップです。交通の課題解決のための施策と、福祉の課題解決のための施策を、1つのマップを共有しながら議論していくことができます。各課が連携して議論・検討していくためのツールとしても活用できます。

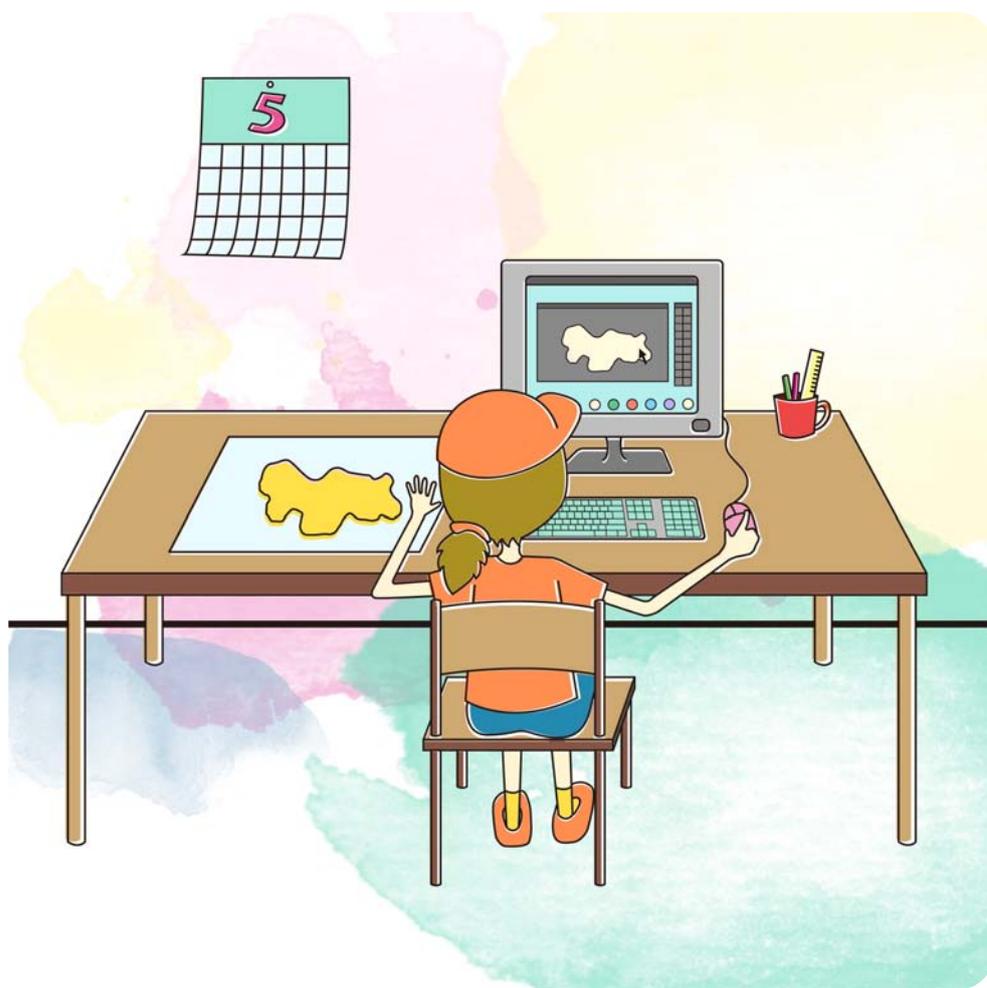
○ 誰でも利用できるマップ

■ Google Map

Google Map 上にピンを立てていくことで、買い物の場の把握が可能です。
(<https://www.google.co.jp/maps>)

■ Open Street Map

誰でも自由に参加でき、編集でき、利用することのできる web-map です。
(<https://openstreetmap.jp/>)



島根県津和野町で制作した Moyai-Map



② 実践編

「②実践編」ではまず、移動販売に対して行政ができるサポート・支援を紹介します。

中山間地域で貴重な買い物の場を提供してくれる移動販売ですが、

中山間地域の人口減少、業者自身の高齢化によって、経営は不安定になりつつあります。

その中でどうやって移動販売を続けていくか？

業者だけでなく、行政や住民ができることを行い、3者が支え合って買い物の場を守っていくことが重要です。

そのためのいくつかのアイデアを紹介します。

また、移動販売は中山間地域の集落において、自然と住民が顔を合わせる場を生み出しています。

これから高齢化する集落では、住民同士の見守りが非常に重要であり、

こうした移動販売を活かしながら、地域の“見守り力”を強化していくことが望まれます。

主に福祉的な視点から、移動販売と連携することで、地域をより暮らしやすくするためのアイデアも紹介します。

地域の実情に合わせて、アイデアをカスタマイズしてみてください。



移動販売をサポートする

2-1. 業者と地域のマッチングを図る P11

2-2. 業者と地域の情報共有を図る P12

2-3. 商店と連携して仕入を行う P13



福祉サービスと連動させる

2-4. 見守りサービスを付加する P14

2-5. ポイントカードを活用する P15

2-6. 介護予防プログラムを組み合わせる P16

2-7. 交流サロンで販売する P17



暫定的な移動販売を行う

2-8. シルバー人材を活用する P18

2-9. 空白地域を開拓する P19

2-6. 介護予防プログラムを組み合わせる



行政が福祉的な視点から移動販売に介入していくにあたって、高齢者の見守りと共に重要となってくるのが、介護予防です。これからの高齢化社会では、地域住民が自ら、介護予防・健康促進に積極的に取り組んでいき、健康寿命を延ばすことが望ましい姿です。

行政ができることが限られてくる中で、そうした住民の動きをサポートしていく仕組みが求められます。

先述したように、移動販売は集落において貴重な、住民が集まる場となっています。

そうした場に、介護予防プログラムを組み込んでいくことで、地域での自助・互助を強化していくことにつながります。

「買い物」と「健康」、これからの地域で重要なこの2つを、みんなで楽しみながらつくりあげていく。

2つを連動させることで、地域に波及させていくことを目指します。



○ 介護予防プログラムのポイント

○ コミュニティの場の強化

島根県津和野町での社会実験では、公民館での移動販売の時間に合わせて、介護予防プログラムを実施しました。栄養の勉強や健康体操をした後、移動販売で買い物をするという流れです。高齢化する地域にとって重要な買い物の場と健康促進の場を掛け合わせ、地域を支えるコミュニティの場をつくりあげていくことが大切です。

○ 栄養の知識の習得

介護予防プログラムでは、栄養の知識の習得を行います。普段口にしているものにどのような栄養があるのか、何が自分に足りないのか。学んだすぐ後に買い物をすることで、意識的に食品を選ぶようになります。購買意欲も高まり、移動販売としてもプラスになると考えられます。

○ 地域リーダーの養成

島根県津和野町の社会実験では、「テイクテン！(R)」という介護予防プログラムを取り入れました。プログラムの特徴の1つが、地域リーダーを養成するという点です。プログラムを学習した住民がリーダーとなり、新しく学び始める住民のサポートをします。地域で持続的に介護予防に取り組むための、重要なポイントです。

島根県津和野町での移動販売社会実験では、「テイクテン！(R)」との連携を図りました





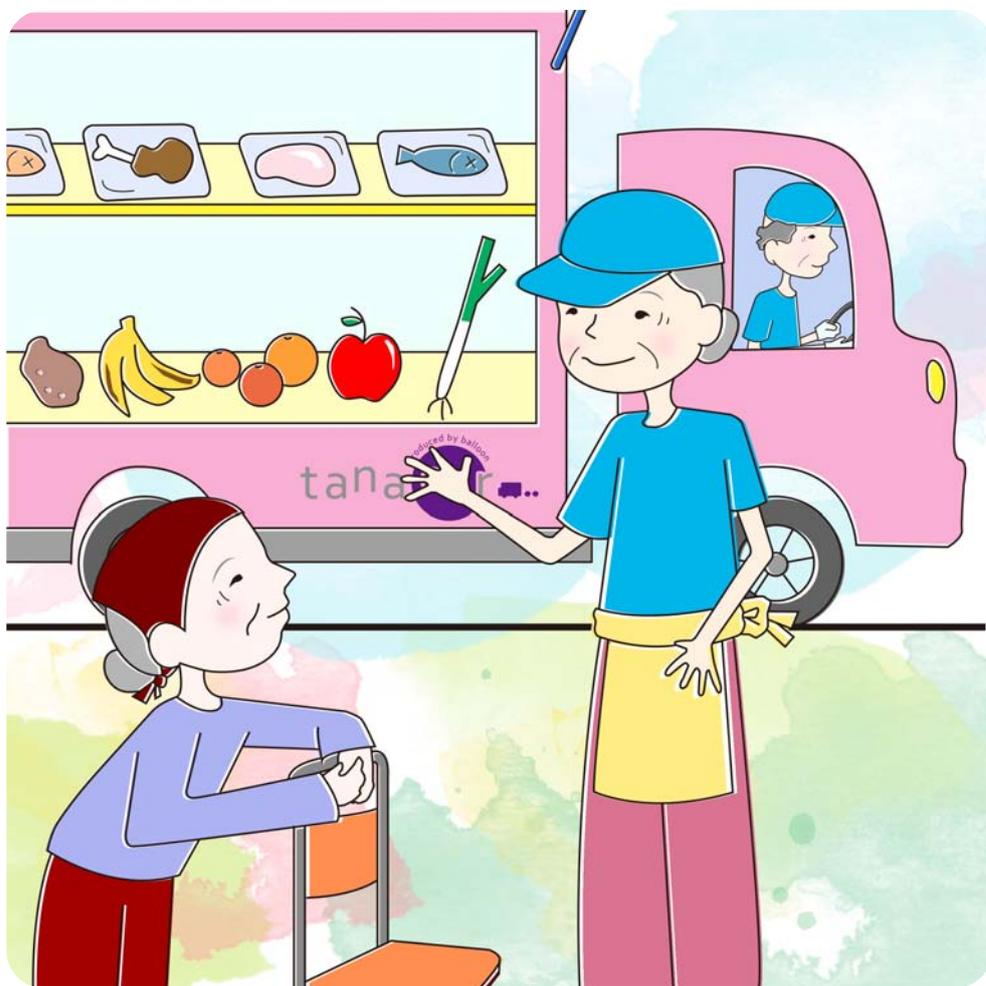
ここまで、民間の移動販売へのサポートや、移動販売を活かしたアイデアを紹介してきましたが、どの移動販売業者も立ち寄ることのできない地域も、やはり存在してしまいます。

津和野町での社会実験では、そうした空白地域に対して、シルバー人材センターと連携した移動販売を実施しました。

住民自身が担い手となって、空白地域において暫定的に移動販売をするというアイデアです。

2-4 で触れたように、シルバー人材センターの会員には、介護士や保健師等の有資格者がいる場合もあり、重要な役割を担う可能性があります。

津和野町ではシルバー人材センターが買い物不便者に強い関心を持ち、連携することとなりましたが、各自治体で動ける団体や住民組織を見つけることが大切です。



○ 暫定的移動販売のポイント

○ 住民の関わり方

津和野町での社会実験では、balloon が実施主体として実施しましたが、シルバー人材センターから派遣された人材が、実際の販売員として運営しました。行政が実施主体となり、地域の人材を活用する形とし、住民がリスクを負わないようにする必要があります。一方で、行政が実施主体となるため、移動販売業者とのバランスを見極める必要があります。

○ 商店との連携

2-3 で述べた商店との仕入の連携が不可欠です。シルバー人材自身で、遠方まで仕入に行くことは難しく、負担を減らす上でも、地元の商店と連携することが重要です。

○ 福祉の視点からの行政の介入

津和野町での社会実験では、シルバー人材の人件費まで全て、売上から捻出することは不可能でした。一方で、健康相談や栄養指導、見守りデータの収集等、福祉サービスの担い手としても機能していたので、福祉サービス事業として人件費を充てていくことが適していると考えられます。

島根県津和野町での移動販売社会実験では、シルバー人材を活用した販売を試みました



③ 応用編

③応用編では、津和野町での社会実験では本格的に検討することができなかったものの、調査・ヒアリングを通して出てきたアイデアを紹介します。

地域の実情に合わせて考えることで、新たなアイデアにつながるかもしれません。

また、最後に、これまでのアイデアを活かした買い物支援の方法を提案します。



- ・民間の移動販売業者をどうサポートし、どう活かすのか？
- ・行政としてどういったスタンスで動いていくのか？
- ・シルバー人材等の住民の力をどう活かしていくのか？

地域の実情に応じて、行政と住民、業者がどういった関係を築きながら進めていくのがよいのか、検討していくことが重要です。そして、これまでのアイデアは、「移動販売を支援するもの」、「移動販売へ役割を付加するもの」、の2つがありますが、それらを組み合わせて考えることで、いくつかのシナリオが描けます。

本アイデアブックのまとめとして、3つの方向性を提示しますので、地域の将来像をイメージしながら、今後の議論・検討の参考にいただければと思います。



他分野と連携する

3-1. 予約注文・宅配サービス

P21

3-2. 商店への卸売

P21

3-3. 農産物の集荷

P21

3-4. 車のシェア

P22



組み合わせて考える

3-5. 買い物支援の方法

P22

3-6. 買い物不便者解消へのアクション

P23

3-1. 予約注文・宅配サービス



③応用編

事前に移動販売の商品を予約注文するアイデアです。別組織が宅配サービスを行い、移動販売を補完することも考えられます。

○ TV の活用

インターネットを利用すれば、簡単に商品の予約注文の仕組みを構築できますが、PC やスマートフォンを一切使わない高齢者もたくさんいます。一方で、TV はどの家にもあり、TV を活用した予約注文システムは可能性があります。津和野町では、(株)SHARP と連携して、TV を使った買い物支援の仕組みを検討しているところです。

○ 郵便局の活用

津和野町では、自治会が商工会・郵便局と連携して、商店の商品を配達するサービスに取り組んでいる例があります。自治会が電話で注文を受け、各商店に発注し、それを郵便局が配達するという仕組みです。事務局(自治会)の人件費をどう捻出するかは大きな課題ですが、地域の様々な主体が少しずつ力を合わせて解決策を考えている取り組みです。

○ 効率のよい配達

配達サービスに関しては、各地域に配達する曜日を決めたり、公民館等の住民が各自取りに来られる場所に一括で配達したりと、効率のよい運営が求められます。生鮮食品は移動販売で、日用品や保存のきくものは配達で、といったようにうまく補完し合うことができれば理想的です。

3-2. 商店への卸売



③応用編

卸売業者が撤退してしまった地域の商店へ、移動販売業者に商品を卸してもらうことで、仕入の手段を確保するアイデアです。

○ 中山間地域の商店の延命

中山間地域の集落では、既に卸売業者が撤退してしまった地域もあります。そうした地域の小規模商店は、経営者の高齢化が進み、仕入にも苦労し、それによって経営も不安定になるという悪循環がおきてしまいます。一方で、近くを移動販売が通っていることもあり、両者の連携が取れば、商店の延命につながります。

○ 商圏の拡大

移動販売ではありませんが、中山間地域の商店に牛乳を卸している牛乳販売店が、パンやお菓子等も合わせて卸している例もあります。これまでのサービスを少し拡大することで、新たな流通の形が生まれる可能性があります。

○ 価格の設定

移動販売が卸売も兼ねるとなると、どうしても商品の価格が高くなってしまいます。それを地域住民がきちんと理解し、商店を利用することができれば、地域全体で買い物環境を守っていくことができます。

3-3. 農産物の集荷



③応用編

移動販売業者が販売しながら、中山間地域の農家から農産物を仕入れるというアイデアです。

○ 農家の出荷環境の改善

中山間地域の農家にとっては、農産物直売所への出荷や売れ残りの引き取り等、農作業の合間に運搬作業をすることが大きな負担となっています。中山間地域を回っている移動販売に、その運搬の役割を付加することができれば、農家にとって大きなプラスとなります。

○ 配達料の獲得

移動販売業者にとっては、農産物を集荷し、直売所や飲食店に運ぶことで、配達料を得ることが可能となります。わざわざ集荷のためにルートを大きく変更することは難しいですが、既存の販売ルート上であれば、大きな負担なく、集荷・配達ができます。ただし、ルートや時間帯等の細かい設定が重要となってきます。

○ 農産物の仕入れ

農家から集荷した農産物は、そのまま移動販売で売ることもできます。移動販売がいくつかの中山間地域をつなげていき、地産地消を推進していきます。



町会や自治会等、住民自身で車を1台シェアし、買い物支援に役立てていく、というアイデアです。

○ 移動販売車の貸出

町が移動販売車を1台所有し、商店と連携して、商品を載せます。それを自治会等の地域の団体が借り、自分たちの住む地域で販売をするというアイデアです。午前中のみを実施にし、売れ残りを商店に返却することができれば、自治会としてリスクのない販売ができます。また、自治体が参入してくれる業者に対し、販売車の支援をする方法も考えられます。

○ 買い物ツアー

社協のバスを使い、中心部に買い物ツアーに行く取り組みも見られます。このように定期的に買い物バスを借りる仕組みはニーズがあるでしょう。

○ シェアバス

自治会単位で1台車を所有するというアイデアです。自治会の中で運転手を確保し、住民の要望によって、運行します。町営バスは町が決めたルート・時間でしか走ることができませんが、この仕組みでは、住民のニーズに合わせて、柔軟に走らせることができます。

3-5. 買い物支援の方法



行政が移動販売業者、住民（自治会等）と連携して買い物環境を構築していく方法として、5つのタイプを紹介します。また、これまでのアイデアの中から、行政が業者に対してできる「販売への支援」、その代わりとしての業者への「役割の付加」を整理しました。

これらの組み合わせ方によって、行政としての動き方が決まってきます。

個別マッチング型



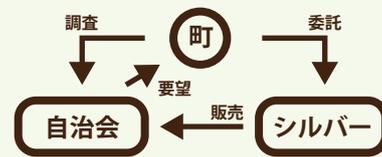
- ①自治会単位で買い物支援への要望を収集
- ②自治会のニーズに合う業者に対して町が個別に交渉
- 【長所】 より地域の要望を反映できる
- 【課題】 町の介入の説明・位置付けが不可欠
「販売への支援」が必要

公募マッチング型



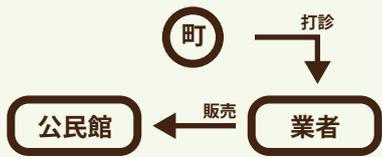
- ①自治会単位で買い物支援への要望を収集
- ②各地区ごと (or 複数地区セット) に業者を公募
- 【長所】 公平に募集できる
- 【課題】 業者が手を挙げない可能性が大きい
「販売への支援」が必要

シルバー委託型



- ①自治会単位で買い物支援への要望を収集
- ②各地区での移動販売をシルバー人材センターに委託
- 【長所】 住民のニーズに柔軟に対応できる
- 【課題】 町の介入の説明・位置付けが不可欠
福祉施策への位置付けが望ましい

交流サロン連携型



- ①交流サロンには町が移動販売を派遣
- ②個別マッチング型・公募マッチング型・シルバー委託型との組み合わせ
- 【長所】 交流サロンへの参加促進
効率のよい販売
- 【課題】 別途、空白地域への対応が必要

介護予防プログラム型



- ①自治会単位で買い物支援への要望を収集
- ②移動販売をシルバー人材センターに委託 (資格所有のシルバー人材が同乗)
- ③移動販売先で介護予防プログラムを実施
- 【長所】 集落単位での見守り体制の強化
- 【課題】 手間がかかる、効率の悪い移動販売

【販売への支援】

- ①情報支援：情報共有の促進
- ②広報支援：公的な情報発信
- ③協力謝金：福祉的役割への対価
- ④仕入支援：商店との連携促進
- ⑤車両支援：販売車の貸出

【役割の付加】

- ①指定地区での販売
- ②見守りデータの収集
- ③販売スケジュールの報告
- ④農産物の集荷
- ⑤商店への卸売



3-5 で挙げた「買い物支援の方法」、そして「役割の付加」と「販売への支援」の組み合わせを考えてみましょう。



- ・何を業者や住民に求め、行政として何を与えることができるのか？
- ・それによって地域がどう変わっていくのか？

調査で把握した地域の可能性や、移動販売業者の特徴も踏まえて、色々な角度から検討することが重要です。

①民間活用タイプ

【買い物への支援】

個別マッチング型・公募マッチング型

【役割の付加】

指定地区での販売・見守りデータの収集・販売スケジュールの報告

【販売への支援】

・情報支援 / 広報支援 / 協力謝金

民間活用タイプでは、できる限り既存の民間事業者とのマッチングにて対応します。情報支援・広報支援・協力謝金といったメリットを業者に提示することにより、空白地域での販売を促進します。それでも空白地域が解消できない場合は、新規参入者の支援を行います。

・仕入支援 / 車両支援

新規参入者には仕入支援や車両支援をすることで、スタートアップをサポートします。地元で働きたい若者の副業や、アクティブ・シニアの起業、地域の固定店舗の移動販売参入等を促していきます。

②福祉事業タイプ

【買い物への支援】

交流サロン連携型

【役割の付加】

指定地区での販売・見守りデータの収集

【販売への支援】

・協力謝金 / 仕入支援

交流サロンで移動販売を実施してくれる業者を募集し、マッチングを図ります。福祉サービスの観点から、事業委託をするという形も考えられます。行政の買い物不便者対策としては、生鮮食料品を広く扱ってもらうことが望ましく、業者が普段取り扱っていない商品に関しては、町内店舗との連携を図る等、仕入支援を行います。

・情報支援 / 広報支援

行政として交流サロンという場を重視し、そこに参加してくれる住民に対して、手厚く買い物支援を行います。協力してくれる業者に対しては、福祉事業の一環として、サポートをしていきます。

③行政運営タイプ

【買い物への支援】

シルバー委託型・交流サロン連携型・介護予防プログラム型

【役割の付加】

指定地区での販売・見守りデータの収集

【販売への支援】

・協力謝金 / 情報支援 / 仕入支援 / 車両支援

要望のある地区全てに「買い物の場」を創出することを目指します。福祉事業として予算化し、シルバー人材等を活用して、買い物支援と高齢者の見守り・健康促進を積極的に仕掛けていきます。行政と住民が連携し、小規模かつきめ細かい見守り体制の構築を進めていきます。

行政が車両を用意し、地域の商店と連携を図りながら、仕入体制を構築します。自治会とも調整を図り、地域住民が集まれる場をつくり、移動販売による買い物支援、介護予防プログラムや交流サロンによる健康促進の両方を推進していきます。販売はシルバー人材や自治会を活用し、持続的な運営を目指します。

制作：NPO 法人 urban design partners balloon

Address：130-0002 東京都墨田区業平 1-7-9

Web-Site：http://www.tanacar.co.jp/

E-mail：balloon@tanacar.co.jp

イラスト：Riyo Namigata (RAJP)

— 2016年5月 —