

経済産業省 御中

令和6年度 流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業  
（買物弱者対策に向けた新たな流通のあり方に関する課題調査・  
コンテスト実施）  
最終報告書

みずほリサーチ&テクノロジーズ

コンサルティング本部  
デジタルコンサルティング部

2025年3月28日

ともに挑む。ともに実る。



<b>1. 本事業の概要</b>	
1.1 背景及び目的	P3
1.2 実施内容	P5
<b>2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理</b>	
2.1 買物困難者にかかる過去の調査・分析等の整理	P10
2.2 「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」の開催	P33
2.3 コンテストを踏まえた地方公共団体等への情報共有	P51
<b>3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査</b>	
3.1 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の仮説構築	P57
3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理	P60
3.3 店舗の省人化・無人化に向けた対応の方向性検討	P89



1. 本事業の概要

2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理

3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査



# 1. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理

## 1.1 背景及び目的

## 1.2 実施内容

## 1. 本事業の概要

### 1.1 背景及び目的

- 買物困難者問題の深刻化及び流通業の多様化を背景として、新たな消費を支える買物困難者支援事業を発掘・横展開するとともに、店舗の省人化・無人化等により業務効率化を進めていく際に考慮すべき論点を整理した。

#### 本事業の背景（委託仕様書より抜粋）

- 昨今、人口減少や少子高齢化等を背景とした流通機能や交通網の弱体化等の多様な理由により、日常の買物機会が十分に提供されない状況に置かれている人々、いわゆる「買物困難者」への対策が必要とされているところ。我が国全体で少子高齢化・人口減少が進む中、特に地方において買物困難者の問題が深刻化している。
- 他方、例えば移動販売や無人店舗のような店舗形態についても昨今様々な業態が存在することや、また足元を含め、今後はスマートフォンをはじめとするデジタル機器と通信網の普及により、従来の「店舗に客が足を運んで買物を行う」ととどまらない買物のあり方が広がりつつあるところ（流通業の多様化）、こうした新しい事業・取組は消費者の行動を変容させるとともに、特に高齢者や子育て世帯等の買物困難者対策に大きく寄与し、地方公共団体等にも幅広く情報共有することで今後の買物困難者対策についての検討へ繋げることが重要である。

#### 本事業の目的（委託仕様書より抜粋）

- そこで本事業では、流通の中でも対消費者の最終接点となるために様々な業務課題等があると考えられる小売・流通業に焦点を当て、買物困難者が多く存在するような地域において存在する課題と対応するソリューションを有する流通企業等を幅広く探索し、新たな消費を支える取組・事業を発掘／横展開する。
- 併せて、DX等によって省人化や業務効率化の取組をより一層推進していくことが大いに期待される中で考慮すべき論点や障壁、それらを踏まえた対応の必要性等について、個別論から全体像までを整理する。

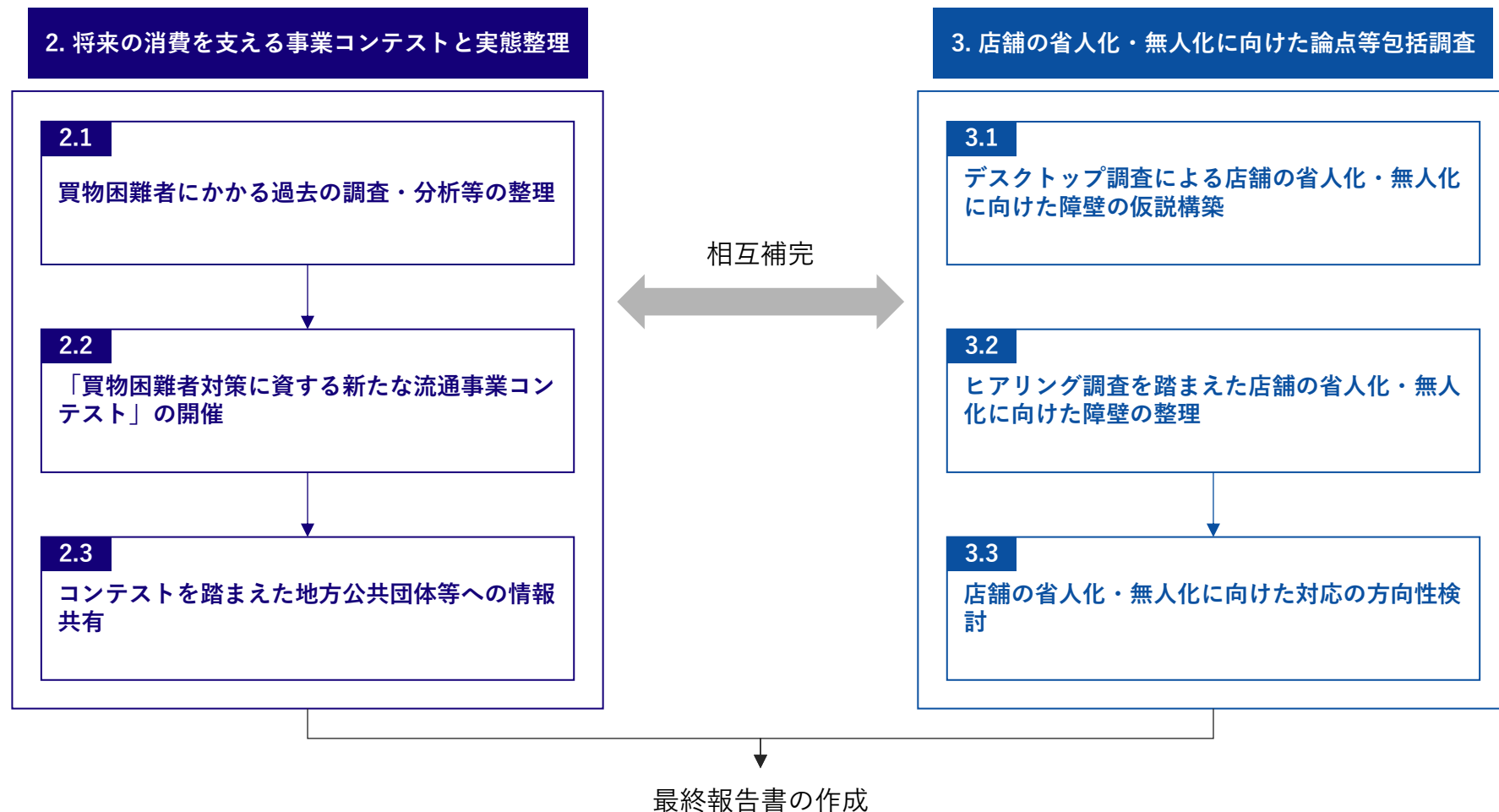


# 1. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理

## 1.1 背景及び目的

## 1.2 実施内容

- 本事業は「将来の消費を支える事業コンテストと実態整理」と、「店舗の省人化・無人化に向けた省人化・無人化に向けた論点等包括調査」を並行して実施した。



- 買物困難者問題の実態調査を行ったうえで、「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」を開催した。その後、コンテストを踏まえた地方公共団体向けのセミナーを実施した。
- 以下には各調査のステップの概要を示す。


## 調査ステップ

	目的	作業内容
2.1 買物困難者にかかる過去の調査・分析等の整理	買物困難者の実態の全体感を把握する。	過去の調査・分析等をもとに、買物困難者問題の実態（発生メカニズム・買物困難者が抱える課題・支援アプローチ・取組事例）を取りまとめた。
2.2 「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」の開催	買物困難者の課題解決につながる取組を広く募集し、優秀な取組を発掘する。	将来の消費を支える事業コンテストを開催した。
2.3 コンテストを踏まえた地方公共団体等への情報共有	コンテストの結果を踏まえ、優れた買物困難者対策事業について、地方公共団体等に対しセミナー等を通して共有する。	地方公共団体への情報共有として、パンフレット（事例集）の制作とスーパーマーケット・トレードショー2025における配布、さらにはセミナーとパネルディスカッションを開催した。

- デスクトップ調査により店舗の省人化・無人化推進における障壁の仮説を構築し、ヒアリング調査により各障壁の深掘りを実施。その後、調査結果を踏まえて企業・政府に求められる対応の方向性を検討した。
- 以下には各調査のステップの概要を示す。

## 調査ステップ

	目的	作業内容
3.1 デスクトップ調査による店舗の省人化・無人化に向けた障壁の仮説構築	小売店舗の省人化・無人化推進における障壁について、仮説を構築する。	小売店舗の省人化・無人化に関連する過去の調査結果資料等をデスクトップ調査し、障壁の全体像（仮説）を一覧化した。
3.2 ヒアリング調査を踏まえた店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理	小売店舗の省人化・無人化における障壁やその対応の方向性等の仮説を立証するための実態把握、そのうえでの対応の方向性をディスカッションより情報収集し把握する。	デスクトップ調査において把握した障壁の仮説をもとに、小売事業者及び無人店舗ソリューション提供事業者に対してヒアリング調査を実施した。
3.3 店舗の省人化・無人化に向けた対応の方向性の検討	整理した障壁を踏まえ、事業者・政府の双方が取るべき対応の方向性を見定める。	整理した障壁を踏まえ、店舗の省人化・無人化に向けた対応の方向性を検討した。

- 
1. 本事業の概要
  2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理
  3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査



## 2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理

### 2.1 買物困難者にかかる過去の調査・分析等の整理

### 2.2 「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」の開催

### 2.3 コンテストを踏まえた地方公共団体等への情報共有

## 2.1.1 買物困難者と関連する類似概念の整理

- 「買物困難者」には、様々な類似概念/定義が存在する。
- 本事業では買物困難者問題の解決を流通面から検討するために、経済産業省が定めた「流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々」という定義を用いる。

名称	出典	定義	特徴
買物弱者	<ul style="list-style-type: none"> <li>経済産業省「買い物弱者応援マニュアル ver.2.0」(2011年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生鮮三品(青果、鮮魚及び精肉)を取り扱う店舗を中心とした半径500mから1km(高齢者の平均的な徒歩移動可能距離)の円外に居住する単身又は二人暮らしの65歳以上の者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>対象範囲を半径500mから1kmとしている</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>経済産業省「買物弱者・フードデザート問題等の現状及び今後の対策のあり方に関する調査報告書」(2015年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食料品以外も含めた日常の買物を対象としている</li> </ul>
買物難民、買物困難者、買物弱者	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産省「食品アクセス問題ポータルサイト」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者等を中心に食料品の購入や飲食に不便や苦勞を感じる方</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>名称を一意に定義していない</li> <li>買物の中でも食料品に焦点を当てている</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産政策研究所「食料品アクセス問題の現状と対応方向」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自宅から生鮮食料品販売店舗までの直線距離が500m以上であり、かつ、自動車を保有しない人</li> </ul>	
食料品アクセス困難	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産政策研究所「食料品アクセス問題の現在—2020年食料品アクセス困難人口、ミクロでの影響、ローカルでの対応—」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗(ドラッグストア・コンビニ・食料品スーパー等・生鮮食料品販売店舗)まで500m以上、かつ自動車利用が困難な65歳以上高齢者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2015年以前の定義と比べ、購入先の店舗にドラッグストアが加わった</li> </ul>
フードデザート	<ul style="list-style-type: none"> <li>岩間信之編著『都市のフードデザート問題—ソーシャル・キャピタルの低下が招く街なかの「食の砂漠」』農林統計協会(2011年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会的弱者(高齢者、低所得者など)が集住し、買い物利便性の悪化(食料品アクセスの低下)と家族・地域コミュニティの希薄化(ソーシャル・キャピタルの低下)のいずれか、あるいは両方が生じた地域</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>学術研究で多用</li> <li>低所得者やソーシャルキャピタルが低下している地域も対象としている</li> </ul>
移動困難者、移動制約者、交通弱者	<ul style="list-style-type: none"> <li>国土交通省、厚生労働省、一部の地方公共団体(千葉県等)において使用されている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>交通行動上、人の介助や機器を必要としたり、さまざまな移動の場面で困難を伴ったり、安全な移動に困難であったり、身体的苦痛を伴う等の制約を受ける人々(明確な定義はなし)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>買物の有無にかかわらず、日常の移動という視点から用いられる</li> </ul>

## 2.1.2 買物困難者数の推計

- 買物困難者数の推計値は推計方法によって異なるものの、2023年度時点でおおよそ1,000万人前後と考えられる。

定義	出典	推計方法	推計値（2023年度）
買物困難者数	経済産業省「買物弱者・フードデザート問題等の現状及び今後の対策のあり方に関する調査報告書」（2015年）	60歳以上人口 × 「日常の買物に不便」と答えた人の割合	▶ <u>約1,045万人</u>
食料品アクセス困難人口	農林水産省ホームページ	65歳以上人口 × 店舗までの距離が500m以上 × 自動車利用が困難	▶ <u>約909万人</u>

（注記）2023年度の推計値は、過去に各計算方法にて算出された推計値に、高齢者数の増加率を掛け合わせて算出

### 2.1.3 買物困難者の発生メカニズム (1/2)

- 買物困難者問題は、特定の商圈において、消費者は高齢化による交通・身体的な問題から買いたくても買えず、小売業は消費の縮小等によって売りたいくても売れない状況に陥ることで発生する。



- 買いたくても買えない

- 交通手段の問題
- 身体的な問題
- 売り場の立地的・距離的な問題

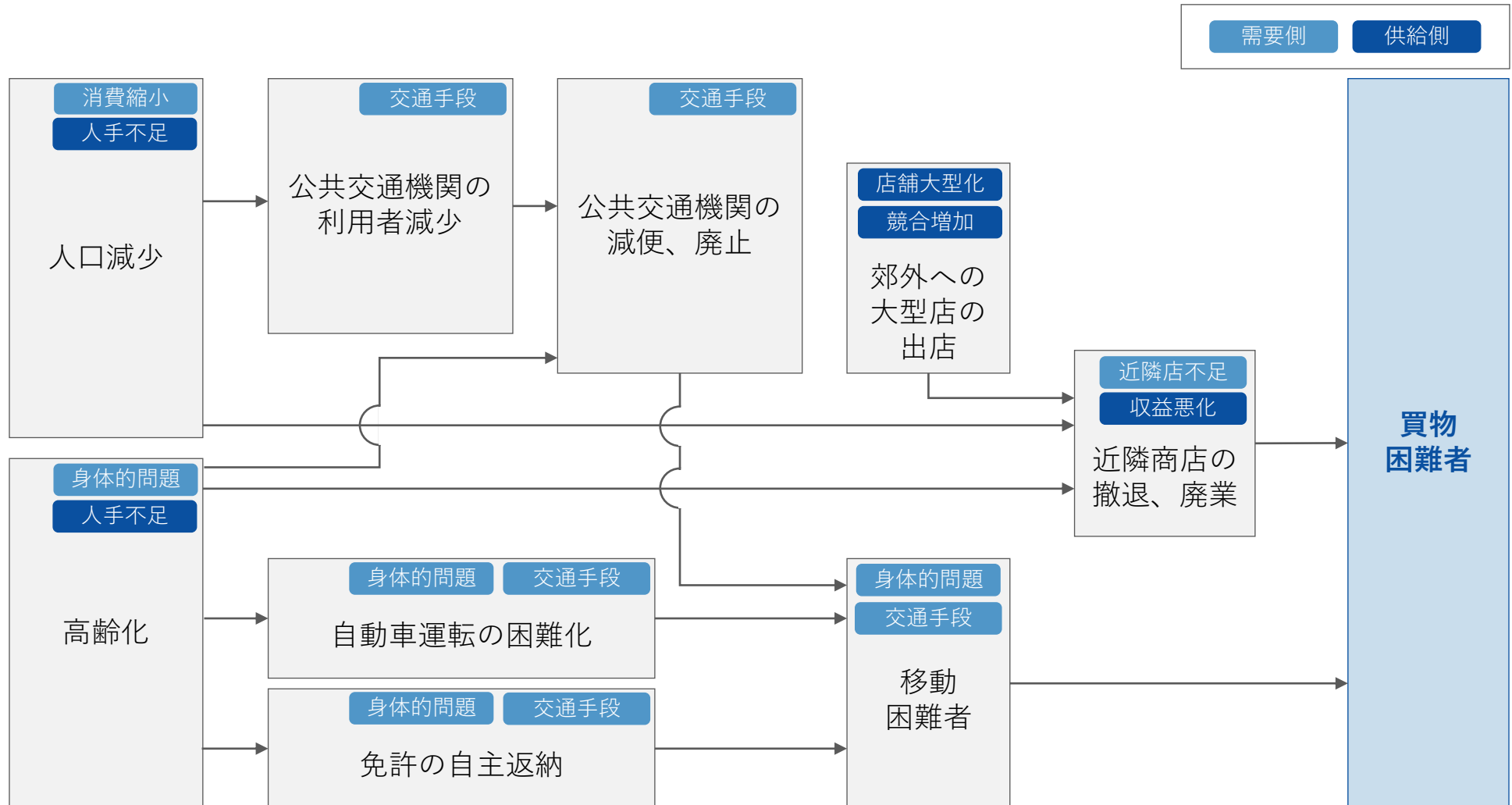
- 売りたいくても売れない

- 競合店舗の増加
- 消費の縮小
- 店舗の大型化

(出所) 農林水産省「平成27年度食料品アクセス改善対策事業実施報告書」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## 2.1.3 買物困難者の発生メカニズム (2/2)

- 特に地方では、高齢化に加え、人口減少やそれに伴う公共交通機関の衰退等により、需要側・供給側の双方が機能不全に陥り買物困難者が発生している。
- 発生メカニズムにおける詳しい背景については「2.1.8 【参考】買物困難者の発生メカニズム」参照。





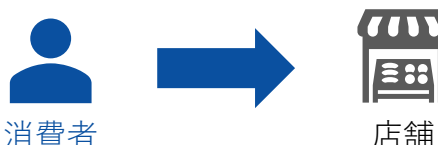
## 2.1.4 買物困難者が抱える課題

- このようなメカニズムで買物困難者が発生する中で、買物困難者が抱える課題は、身体・心理・時間・環境・経済の5つの側面から整理できる。
  - ― 本事業は流通の側面から解決可能な課題である、身体的課題・心理的課題・時間的課題・環境的課題に着目してアプローチを整理する。

課題分類	課題例	説明
身体的課題	体力の低下	体力の低下により、無理なく移動できる距離が縮小する
	健康面の悪化	健康状態が悪化することで、自由に外出できなくなる
	自立度の低下	体力の低下や健康面の悪化も相まって、日常生活を送る上で他者のサポートが必要となる
心理的課題	外出意欲の低下	コロナ等を背景として、外出の意欲が低下する
時間的課題	買物に行く時間の不足	仕事や子育て等で、買物に行く時間がない
環境的課題	移動サービスの不足	バスや鉄道の廃止により、店舗までの移動が難しい
	近隣商店の不足	近隣に店舗がない
	デジタル技術への忌避	ECやネットスーパーが利用できない・利用方法が分からない
経済的課題	金銭的な余裕のなさ	金銭が不足しており、必要十分な買物ができない

## 2.1.5 買物困難者問題へのアプローチ方法

- 過去の報告書や実在事例等から、買物困難者へのアプローチ方法は、①店舗を作る・届ける、②商品を届ける、③店舗に来てもらいやすくする、の3タイプに類型可能。

分類	概要	施策分類	対応課題				
			身体	心理	時間	環境	
店舗を作る・届ける	消費者の近隣への店舗の開設や、店舗機能の輸送  消費者 ← 店舗	店舗開設 (店舗を作る)	買物場の開設			●	●
			注文設備の開設			●	●
		移動販売 (店舗を届ける)				●	●
商品を届ける	商品を自宅や自宅の近隣施設へ輸送  消費者 ← 商品 店舗	家まで配送	配食	●		●	
			買物代行	●		●	
			宅配	●		●	
		家の近くまで配送	自宅の近隣施設への配送	●		●	
店舗に来てもらいやすくする	消費者への店舗までの移動手段の提供や、外出のサポート  消費者 → 店舗	移動手段の提供	乗合タクシー	●			●
			乗合バス	●			●
			一般車両の活用	●			●
		外出の支援	コミュニティ形成 (会食等)		●		

## 2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理/2.1 買物困難者にかかる過去の調査・分析等の整理

### 2.1.6 買物困難者問題への具体的な取組事例

- 買物困難者への3つのアプローチ方法に対する取組事例は以下のとおり。
- 具体的な取組事例については、後節の「2.1.9 【参考】買物困難者問題へのアプローチ事例」参照。

分類	施策分類		取組事例
店舗を作る・届ける	店舗開設 (店舗を作る)	買物場の開設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ もやいいいきショップ (志摩市社会福祉協議会)</li> <li>・ Smart Terrace Store (株式会社ゼンリン)</li> </ul>
		注文設備の開設	
	移動販売 (店舗を届ける)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ローソン移動販売サービス (株式会社ローソン)</li> <li>・ 移動スーパー『とくし丸』 (株式会社とくし丸)</li> <li>・ 移動スーパー『かわかみらいふ号』 (一般社団法人かわかみらいふ)</li> </ul>
商品を届ける	家まで 配送	配食	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コープデリ (コープデリ生活協同組合連合会)</li> <li>・ おつかいタクシー (ポストタクシー株式会社)</li> <li>・ イオンネットスーパー (イオンリテール株式会社)</li> </ul>
		買物代行	
		宅配	
	家の近くまで 配送	自宅の近隣施設への配送	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 共助型買物サービス (一般社団法人Local Coop 大和高原)</li> </ul>
店舗に来て もらいやすく する	移動手段の 提供	乗合タクシー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デマンド型乗り合い送迎サービス『チョイソコ』 (株式会社アイシン)</li> <li>・ 食品館あおば『お買物バス』 (株式会社ビック・ライズ)</li> <li>・ 『ちょい乗り』 (豊岡市・株式会社アンズケア)</li> </ul>
		乗合バス	
		一般車両の活用	
	外出の支援	コミュニティ形成 (会食等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 移動スーパーによる買物支援 (一般社団法人かわかみらいふ)</li> <li>・ 移動販売車×動く市役所 (茨城県笠間市)</li> </ul>

(出所) 経済産業省「買物弱者支援事業者事例集 (2023年)」、経済産業省「買物弱者応援マニュアルv3.0 (2015年)」、農林水産省「食品アクセスの確保に関する先進的取組事例集 (2024年)」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## 2.1.7 事業の評価 (1/2)

- 買物困難者対策は一時的な対応では解決に結びつかず、継続的な取組が必要となる。継続的な取組を評価するにあたり、事業性/収益性から評価について整理。
- 経済産業省の調査では、①事業の立ち上げ時と②事業の継続の2つの面で示唆を得ている。

## 事業をどう立ち上げるか

事業の立ち上げ時には、事業の継続を見据え、①ニーズを把握し、②既存資源の棚卸しをし、③事業計画を立て、④地域を巻き込むことが重要

ステップ	施策例
① ニーズを把握する	買物困難者マップを作成する
	アンケートを実施する
	地域の有力者や民生委員にヒアリングする
② 地域資源や自社資源の棚卸しをする	公的設備やコミュニティ等、地域資源を棚卸しをする
	自社でできることの棚卸しをする
	他の主体と連携できないか考える
③ 事業計画を立てる	ニーズをもとに採算が取れるか計算する (採算が取れない場合、) 行政や住民との連携を考える
	行政や利用者と一緒に話し合いの場を持つ
	地域住民・行政・事業者で協力しあう
④ 地域を巻き込む	常に利用者のニーズを把握する

## 事業をどう継続させるか

事業の継続にあたっては、①売上の向上、②コストの低減のための工夫によって、持続的に収益を確保することが必要

売上の向上	■ 事業からの収益確立	客数の確保
		客単価の向上
コスト低減	■ 事業以外からの収益確立	行政サービス等の委託
		地域資源活用によるコスト低減
	■ 共通・共有化によるコスト低減	

(出所) 経済産業省「買物弱者・フードデザート問題等の現状及び今後の対策のあり方に関する調査報告書」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## 2.1.7 事業の評価 (2/2)

- 農林水産省の調査では、事業の収益性確保に向けて5つのポイントを示している。

## 事業の収益性を確保するための5つのポイント

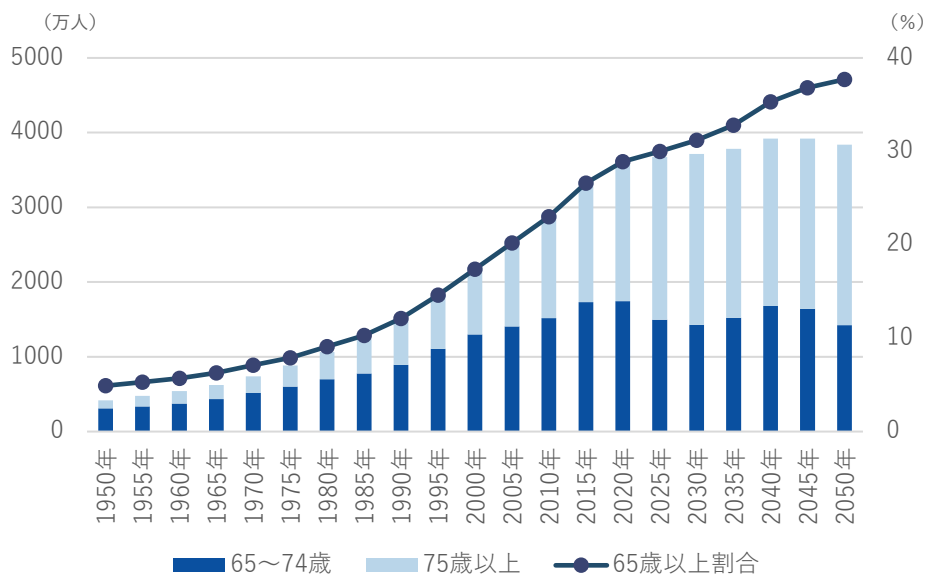
別事業で稼ぐ（組織としてのポートフォリオの組み方）	買物困難者対策以外の事業と合わせて、組織全体での利益率を重視する。別事業での利益を買物困難者対策に投じる形になり、CSR的な取組になりやすいが、事業単体での収益性を追い求める必要はない
範囲の経済を効かせる（リソースとプロセスの共通化）	買物困難者対策も含め、自社の複数の事業のリソースとプロセスの共通化・標準化を行い、コストを削減する
粗利率を上げる	取組における販売額に占める粗利率の割合を高めることができれば、損益分岐点が下がり、採算性を確保しやすくなる
生活カバー率を上げる	顧客数の少ない地域においては、客数増ではなく、顧客一人あたりの販売額の向上を目指す方が効果的である
住民の協力を得る	地域住民の協力を得て、コストの削減（受益者負担）、売上の向上（買い支え等）を図る

（出所）農林水産省「平成27年度 農林水産省 食料品アクセス改善対策事業実施報告書」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- 日本国内では、今後も高齢化が進む見通し。また、要介護認定者数も年々増加傾向にあるため、高齢化はより深刻化する可能性が高い。

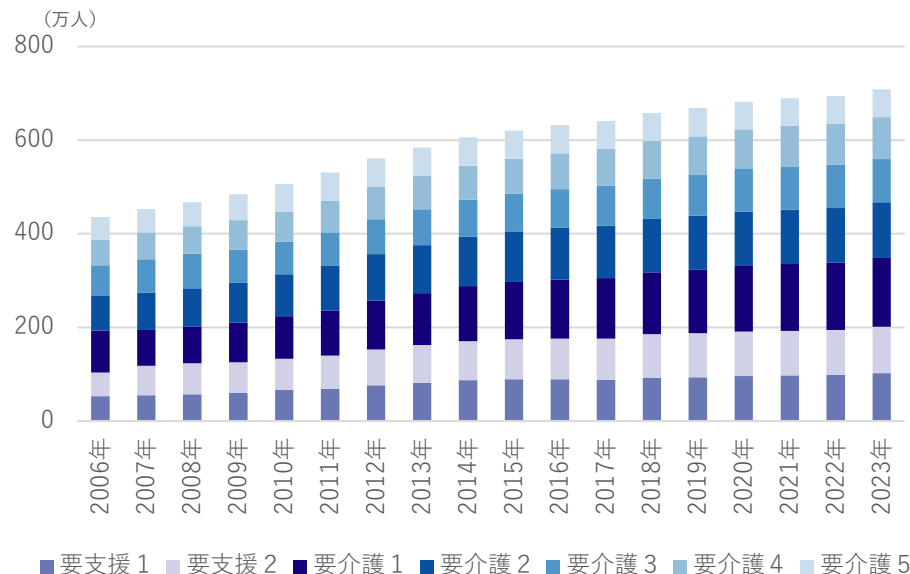
### 国内における高齢者人口と高齢化率の推移

今後も高齢者人口・高齢化率は増加する見通し



### 要介護認定者数の推移

要介護認定者数は増加傾向にある



(出所) 内閣府「令和2年版高齢社会白書」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

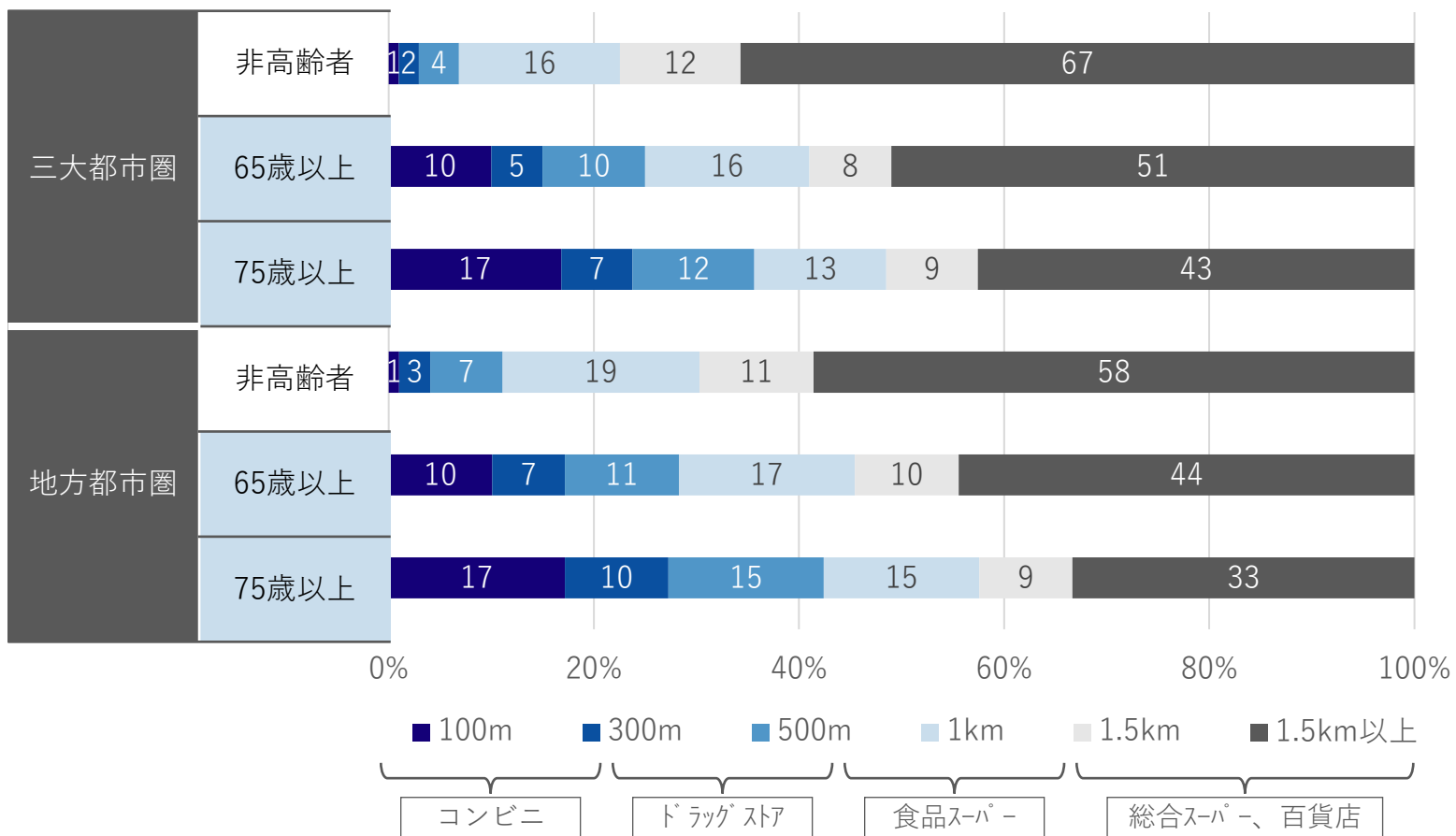
(出所) 厚生労働省「介護保険事業状況報告」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

### 2.1.8 【参考】買物困難者の発生メカニズム 高齢化による商圈の狭小化

- 高齢化の影響で無理なく移動できる距離が短くなるため、商圈は狭小化。生活圏近隣でワンストップショッピング\*化が求められる。

ワンストップショッピング\*：様々な種類の商品を1か所で購入できる買物の形態

#### 高齢者の無理なく移動できる距離

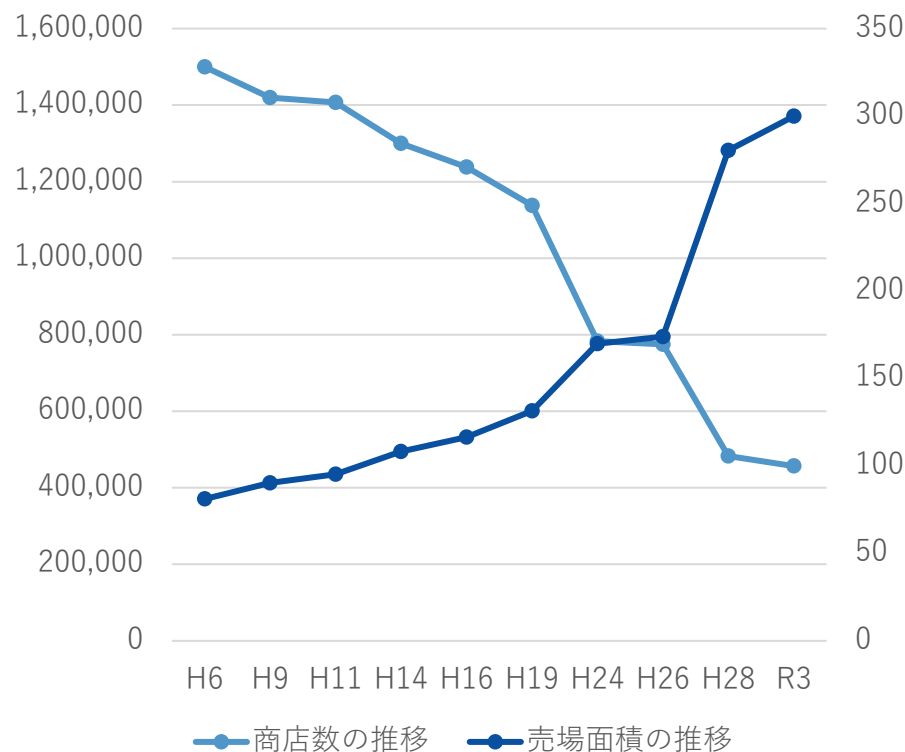


(出所) 国土交通省「全国都市交通特性調査」等より、みずほりサーチ&テクノロジーズ作成

- 一方で、特に地方では活発化した大型小売店の出店により、既存の生活圏近隣の商店が廃業・撤退に追い込まれている可能性がある。

### 小売業の商店数と売り場面積の推移

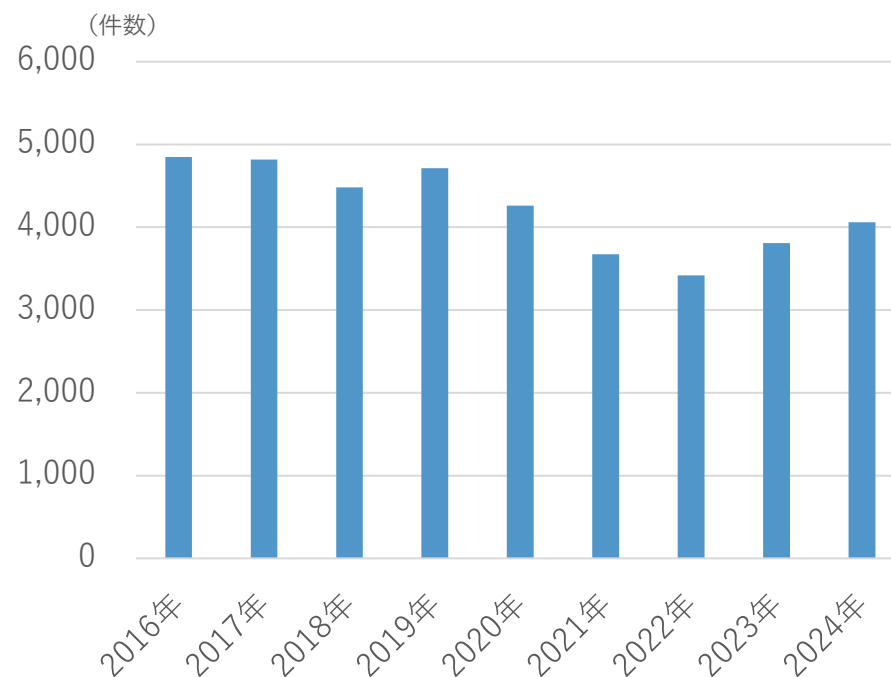
商店数は減少減少傾向である一方、  
 売り場面積は拡大傾向にある



(出所) H6・H9・H11・H14・H16・H19・H26：経済産業省「商業統計」より  
 (出所) H24・H28・R3：経済産業省「経済センサス」より

### 企業数の推移（小売業）

小売業は2020年以降、企業数が減少傾向にある

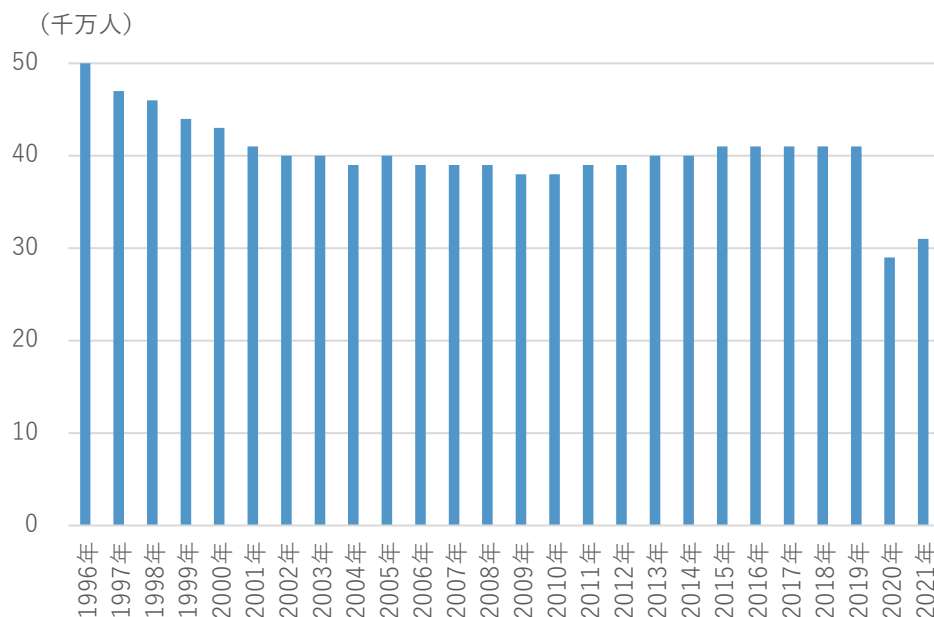


(出所) 帝国データバンク「全国企業「休廃業・解散」動向調査」をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- 主に地方の鉄道路線を中心に、輸送人員の減少等を背景として廃線化が進んでいる。

### 地域鉄道の輸送人員の推移

地方鉄道の輸送人員は2000年以前と比べると減少傾向にある

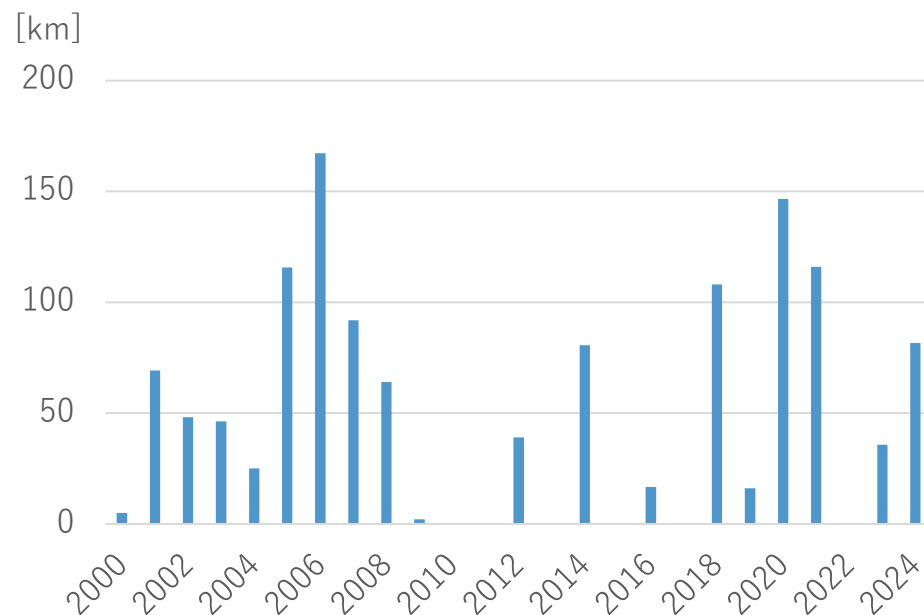


注：1998年以降に開業したものを除く地域鉄道事業者70社

(出所) 国土交通省「令和5年版交通政策白書」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

### 鉄道路線の廃止キロの推移

地方を中心に廃線化が進んでいる



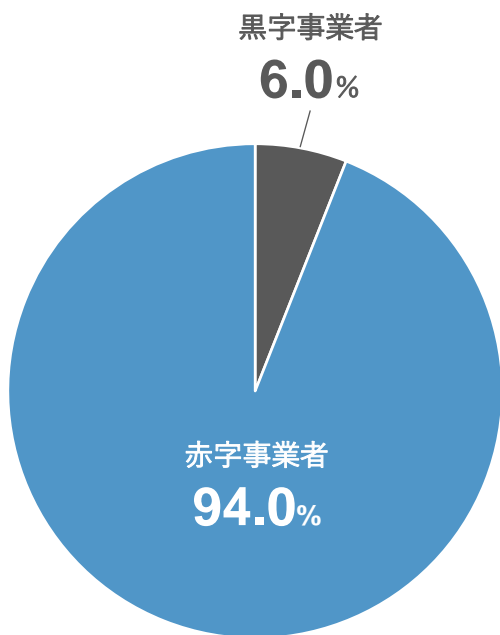
【近年廃止された鉄道路線】

JR北海道 根室線（2023年）、JR北海道 留萌線（2022年）、JR北海道 日高線（2021年）、JR北海道 札沼線（2020年）、JR東日本 大船渡線（2020年）、JR東日本 気仙沼線（2020年）、JR北海道 石勝線（2019年）、JR西日本 三江線（2019年）

(出所) 国土交通省「近年廃止された鉄道路線」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- バス路線も収益性悪化等を背景として、各地で廃止が進んでいる。

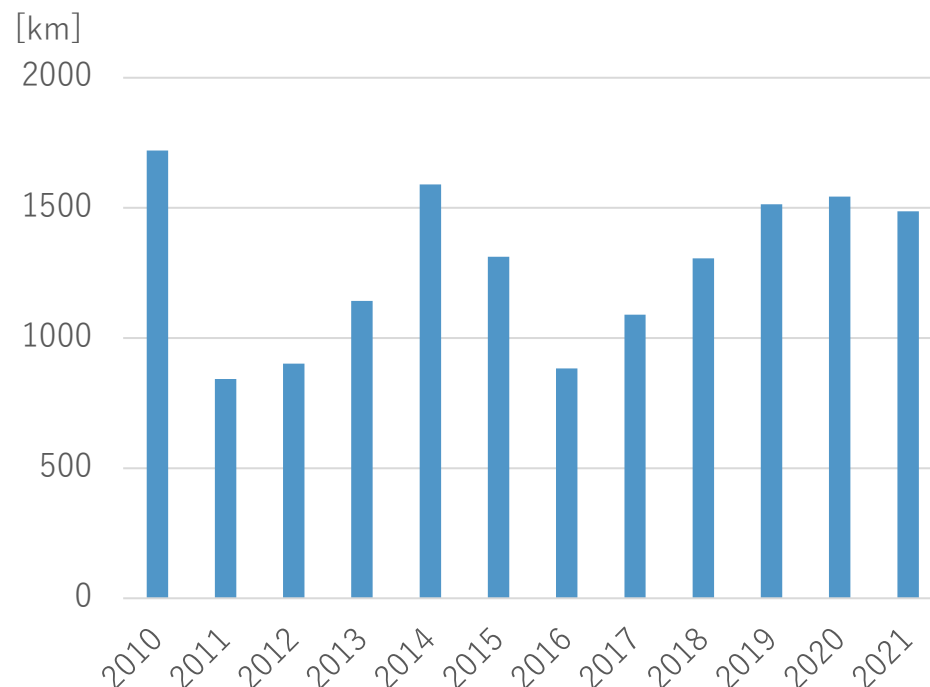
### 乗合バス事業者の収支状況（2021年度）



（注記）調査対象事業者：保有車両30両以上の218者

（出所）国土交通省「令和5年版交通政策白書」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

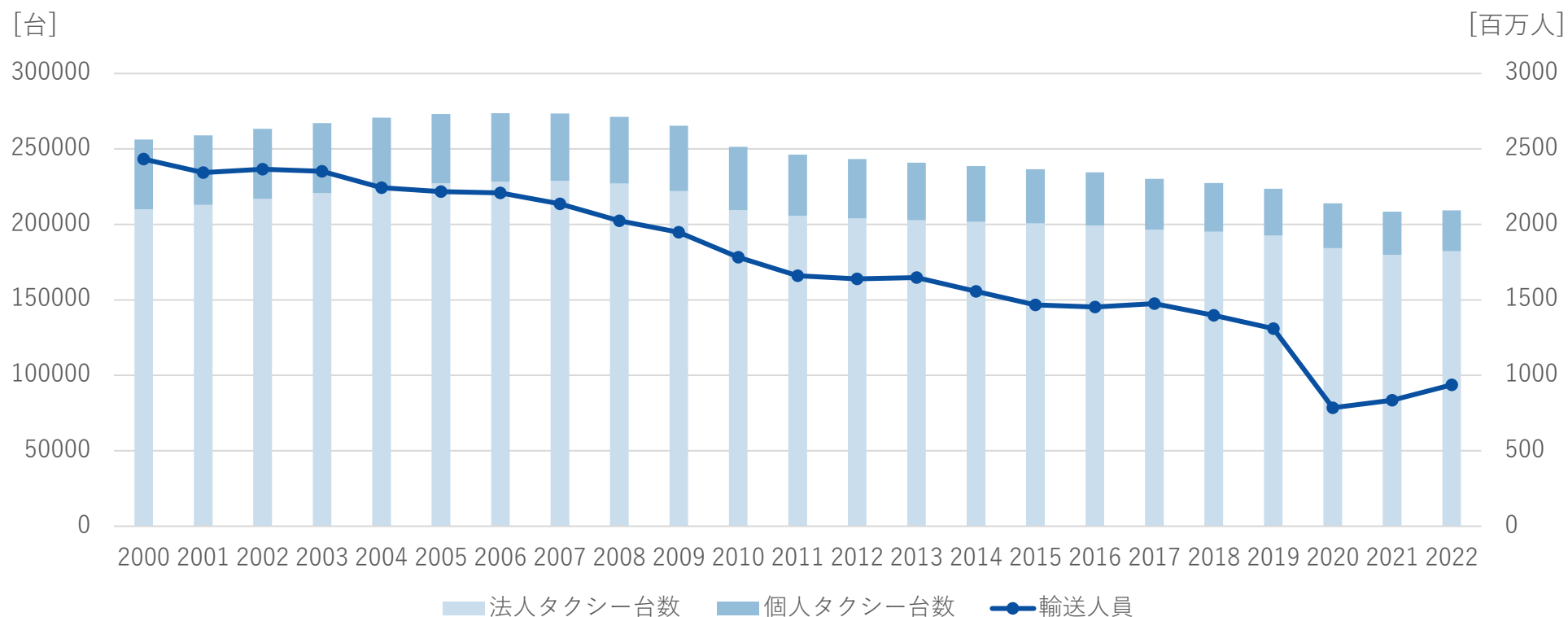
### 路線バスの廃止キロの推移



（出所）国土交通省「令和5年版交通政策白書」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- タクシー事業についても、台数、輸送人員ともに減少傾向にある。

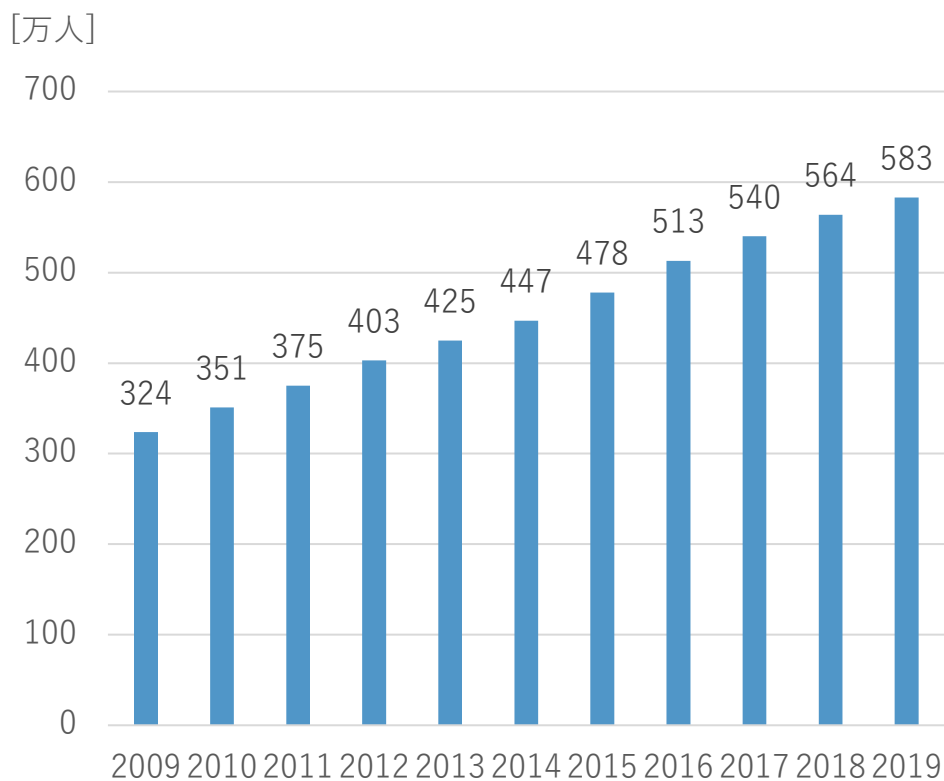
### タクシーの車両数と輸送人員の推移



(出所) 国土交通省「数字で見る自動車2024」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

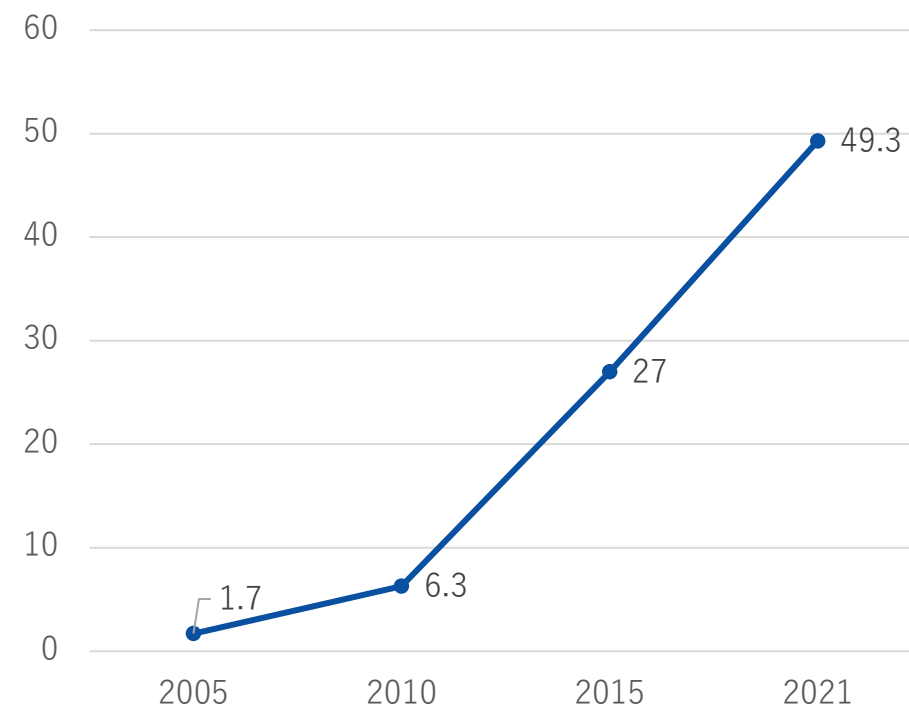
- 高齢ドライバーの人数は年々増加傾向にある。一方で、高齢ドライバーによる運転の危険性が認知され、運転免許の自主返納を呼びかけていることから、免許の自主返納件数が増加している。

### 75歳以上の運転免許保有者数の推移



(出所) 警察庁「運転免許統計」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

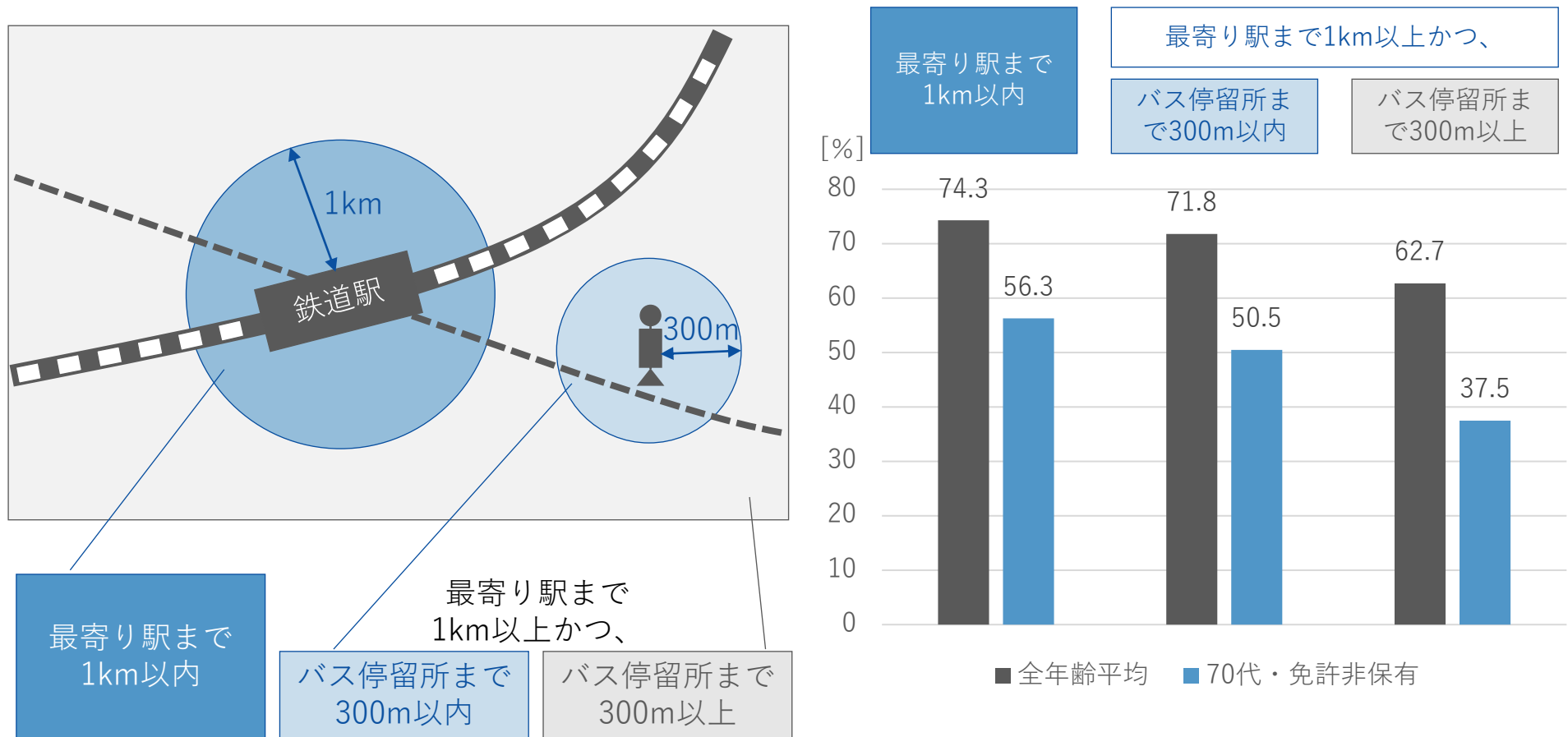
### 高齢者（65歳以上）の運転免許証自主返納状況



(出所) 警察庁「運転免許統計」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- 免許返納件数が増加しているものの運転免許を返納したことで、高齢者が外出しにくくなっている可能性も考えられる。

### 自動車免許をもたない高齢者の外出率（70代・平日）と公共交通利便性の関係



(出所) 国土交通省「令和3年度全国都市交通特性調査」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## 2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理/2.1 買物困難者にかかる過去の調査・分析等の整理

### 2.1.9 【参考】買物困難者問題へのアプローチ事例（店舗を作る・届ける）

- 店舗を作る・届けるアプローチは、大きく店舗開設型と移動販売型に細分化され、買物場の開設や移動販売といった事例が存在する。

#### 買物場の開設

- ✓ 消費者の近くに新しい店舗を開設する



#### もやいいいきショップ（志摩市社会福祉協議会）

- 2019年8月に、三重県志摩市の間崎島にある間崎いきいきセンターを島民の拠り所にし、「もやいいいきショップ」を開設
- 陳列販売にて、日用品や保存のきく食べ物などの非冷蔵商品を約200品目を販売
- 注文販売にて、生鮮食品は購入。注文販売の対応は金曜日のみ、金曜日に注文した商品を翌週金曜日に受け取る。イオン阿児店にある商品はほぼ揃う



（出所）経済産業省「買物弱者支援事業者事例集」より抜粋

#### 移動販売

- ✓ 食料品や日用品を積んだ移動販売車が消費者の近くに訪れる



#### とくし丸（株式会社とくし丸）

- 2012年より、徳島県にて「買い物に困る」高齢者を対象として開始
- 地元スーパーマーケット、個人事業主、とくし丸本部の3者が協力し、生鮮品や日用品など約400品目1200点を積載する移動スーパーを走行
- とくし丸本部からノウハウを学んだ地域スーパーが、販売パートナーへ販売業務を委託する。スーパーは、季節ごとの商品を提供。本部は開業に向けた心得や業務マニュアル、効率良く売り上げるための事前調査法等を提供。商品と情報を適切に供給することで、販売パートナーのパフォーマンスを最大化

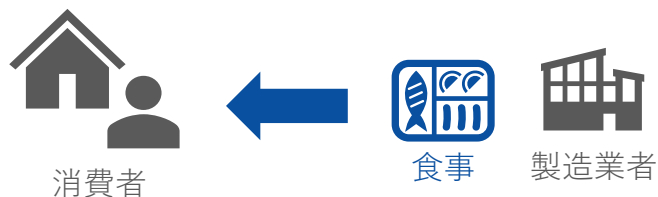


（出所）経済産業省「買物弱者支援事業者事例集」より抜粋

- 商品をお届けるアプローチは、家まで商品をお届けるものとして配食・買物代行・宅配、家の近くまで商品をお届けるものとして自宅の近隣施設への配送といった事例が存在する。

### 配食

- ✓ 製造業者が作った食事を弁当等で消費者のもとに届ける



#### コープデリ（生活協同組合）

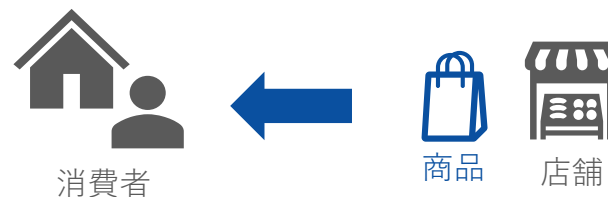
- 東京・埼玉・千葉・茨城・栃木・群馬・長野・新潟を対象とする宅配弁当サービス
- 発注方法は、注文書を配達員に手渡しするか、オンライン注文
- 高齢者に対して、配送割引（シルバー割引）や小分け・個包装などのサービスを実施している。また、個人配送だけでなく、介護施設、福祉施設に対して食材の宅配を実施



（出所）農林水産省「企業・団体による全国を対象とした買い物支援の取組事例」、生活協同組合ホームページより抜粋

### 買物代行

- ✓ 買物の依頼を受けた代行者が、店舗で買物を行い、消費者のもとに商品をお届ける



#### おつかいタクシー（ポストタクシー株式会社）

- ポストタクシー株式会社は青森県八戸市に本社を置くタクシー会社。観光タクシー、介護タクシー、生活応援隊などの便利なサービスも提供
- おつかいタクシーは、生活応援隊の一つ。核家族化で近くに頼れる方がいない方のために、また地域のためにタクシー会社が出来る事業はないかと考え、2007年頃からサービスを開始
- 利用者は高齢者、体が不自由な方、育児中や介護中で外出できない方、ネットで買い物出来ない方。特に高齢者、体が不自由な方の利用がメイン

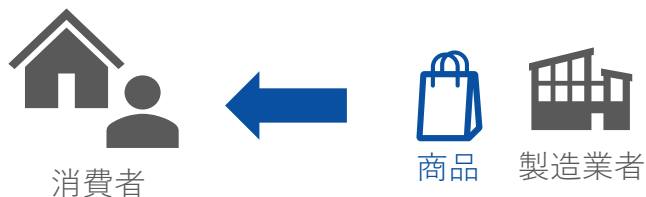


（出所）経済産業省「買物弱者支援事業者事例集」より抜粋

- 商品をお届けるアプローチは、家まで商品をお届けるものとして配食・買物代行・宅配、家の近くまで商品をお届けるものとして自宅の近隣施設への配送といった事例が存在する。

### 宅配

- ✓ 消費者がネット等で注文した商品を送達業者（あるいは製造業者）が自宅に配達する



### 自宅の近隣施設への配送

- ✓ 配送業者は消費者に依頼された商品をローカル施設まで配送し、消費者はその商品を自宅近隣施設まで受取に行く



#### イオンネットスーパー（イオンリテール株式会社）

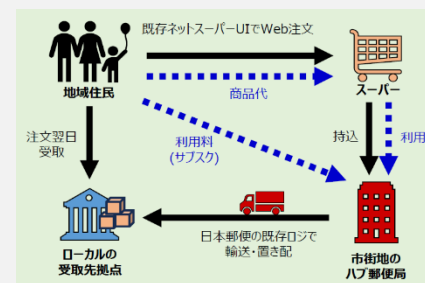
- イオンリテール(株)では、現在260店舗で展開、東北と福井県以外の本州各県と、四国のエリアで対応している
- イオン店舗があるエリア周辺の配達可能で、山間部でも物流会社のヤマト、日本郵政が対応しているエリアなら商品配達が可能
- お店にある品揃えをネットスーパーに載せており、イオンのPB商品も、医薬品も第一類商品も含め、ネットで販売できている



（出所）経済産業省「買物弱者支援事業者事例集」より抜粋

#### おたがいマーケット（一般社団法人LocalCoop大和高原）

- 日本郵便とネットスーパーの協業により、郵便局の既存の物流網を活用し、都市部から離れた地域での買物を可能にする持続可能なサービス
- 日本郵便は市中心部と中山間地域を毎日3往復しており、一部時間帯に余積がある。また、郵便局近くにはスーパーの出荷拠点があり、地域拠点近くには地元農産物の直売所がある。両拠点間の輸送に日本郵便の既存物流を活用することで、中山間地域での買物を可能にする



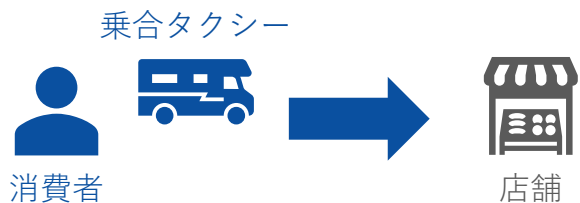
（出所）農林水産省「食品アクセスの確保に関する先進的取組事例集」より抜粋

## 2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理/2.1 買物困難者にかかる過去の調査・分析等の整理 2.1.9 【参考】買物困難者問題へのアプローチ事例（店舗に来てもらいやすくする）

- 店舗に来てもらいやすくするアプローチは、移動手段を提供する施策として、乗合タクシー・乗合バス等の事例が存在する。

### 乗合タクシー

- ✓ 店舗に行きたい消費者を乗合タクシーで店舗に送迎する



### 乗合バス

- ✓ 店舗に向かう消費者を乗合バスで店舗に送迎する



#### チョイソコ（株式会社アイシン）

- チョイソコは2018年創業のデマンド型乗り合送迎サービス
- 会員登録された利用者から予約を受け、最適な乗り合わせと経路を計算し、目的地まで乗り合い送迎でお運びする仕組み
- 事前に個人情報登録した65歳以上の高齢者、障がい者手帳をお持ちの方のみ利用可能
- 利用する際は、電話にて、乗る停留所、降りる停留所、乗る時間で予約



（出所）経済産業省「買物弱者支援事業者事例集」より抜粋

#### 食品館あおば「お買い物バス」（株式会社ビック・ライズ）

- スーパーマーケット「食品館あおば」を運営する株式会社ビック・ライズでは、横浜・川崎の3店舗で無料の「お買い物バス（定員29人のマイクロバス1台）」を週2～3日運行
- 岡村店（横浜市）では、2021年に横浜市の地域の移動手段確保に向けた取組を進めている「地域交通サポート事業」の一環として、地域コミュニティバス化しており、買い物目的ではない方の利用も可能な「地域貢献送迎バス」としても運行している



（出所）経済産業省「買物弱者支援事業者事例集」より抜粋

## 2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理/2.1 買物困難者にかかる過去の調査・分析等の整理 2.1.9 【参考】買物困難者問題へのアプローチ事例（店舗に来てもらいやすくする）

- 店舗に来てもらいやすくするアプローチは、外出の支援を行う施策として、コミュニティ形成（会食）の事例が存在する。

### コミュニティ形成（会食）

- ✓ ローカル施設（集会所等）に市職員や看護師が来ることで、市職員は行政手続の申請・相談を実施し、看護師は高齢者への声掛けや健康状態の確認を実施する。外出しやすいような機会を提供することで、住民のコミュニティ形成を支援する



#### 移動スーパーによる買い物支援（一般社団法人かわかみらいふ）

- 移動スーパー事業は、かわかみらいふの車両が隣町のスーパーから商品を積み込み、村内の全集落を訪れるなど、買い物支援を実施
- 移動販売と併せ、看護師が車両に同乗し、高齢者の声かけも実施。村民の健康状態や集落点検を日報にまとめ、必要に応じて村役場等に情報提供。住民の利便性の向上だけでなく、住民のコミュニケーションの場を形成し、住民のいきがいの創出にも寄与



（出所）農林水産省「食品アクセスの確保に関する先進的取組事例集」より抜粋

#### 移動販売車×動く市役所（茨城県笠間市）

- デジタル田園都市国家構想交付金（R4補正：デジタル実装タイプTYPE1）を活用し、市民の移動負担、行政サービスの向上、デジタルデバイス対策等を主な目的として「動く市役所」の運用を開始し、行政手続やデジタル機器操作などの申請・相談等を実施
- 地域の住民が、地域活動→買い物→行政相談と分野横断的に行うことができる機会を創出することで、住民の利便性向上と地域コミュニティの交流の場づくりと活性化を推進。



（出所）農林水産省「食品アクセスの確保に関する先進的取組事例集」より抜粋



## 2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理

2.1 買物困難者にかかる過去の調査・分析等の整理

2.2 「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」の開催

2.3 コンテストを踏まえた地方公共団体等への情報共有

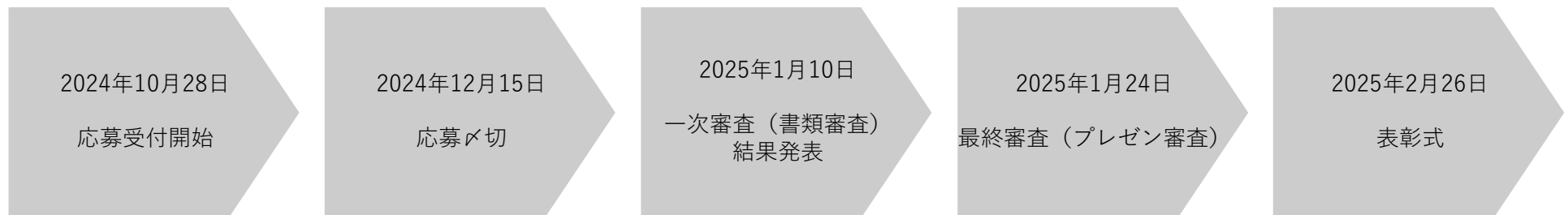
## 2.2.1 「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」の趣旨と概要

- 買物困難者対策を推進することを目的とし、幅広い業種から、地方圏を中心に広がる買物困難者の課題解決につながる取組を募集し、審査・表彰を行う「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」を開催した。
- 本コンテストでは、事業化・サービス化が行われていない事業（PoC等によって検証を実施している事業）も対象とすることで、幅広い事業者の応募を可能にした。
- 本コンテストの概要と実施スケジュールは以下である。

## コンテスト概要

概要	応募対象	審査観点	応募事業数	表彰事業数
地方圏を中心に広がる買物困難者の課題解決につながる取組について総合的な観点から各地域の買物困難者問題の効果的な解決につながる内容か否かを審査する。	既に事業化・サービス化されているソリューション、または、今後事業化・サービス化が十分見込まれるもの（PoC等によって検証を実施している事業については対象）。	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 買物困難者への提供価値</li> <li>✓ 事業・サービスの実用性</li> <li>✓ 事業・サービスの新規性・革新性</li> </ul>	29事業	5事業

## 実施スケジュール



## 2.2.2 一次審査（書類審査）（1/2）

- 審査は以下に示す審査基準をもとに、「買物困難者への提供価値」、「事業・サービスの実用性」、「事業・サービスの新規性・革新性」の観点から実施した。

## 審査基準

観点	評価項目
買物困難者への提供価値	課題認識・着眼点の妥当性
	課題に対する事業・サービスの有効性 等
事業・サービスの実用性	事業・サービスの実現性（多くの地域へ転用可能か、長期的に継続可能か）
	事業の運営方法（収益をどう確立するか*、運営の体制をどう整えるか） 等 *事業以外からの収益確立（行政サービス等）も可
事業・サービスの新規性・革新性	事業・サービス内容の独創性
	従来型の事業・サービスからの革新性 等

## 2.2.2 一次審査（書類審査）（2/2）

- 一次審査の結果、以下の10事業者を一次審査通過事業者として決定した。

No	事業者名	応募内容
1	ウエルシア薬局株式会社	地域における健康増進とコミュニティづくりをコンセプトにした移動販売事業
2	株式会社ゼンリン	『地域まるごと Smart Terrace Store 構想』
3	ちっこいきいき宅配チャレンジ会 (任意団体)	『ちっこいきいき宅配事業』
4	テルウェル東日本株式会社	小売店舗運営の無人・省人化を実現するスマートストア『ピックスルー』
5	株式会社とくし丸	食品や日用品を軽トラックに積み移動販売をする移動スーパー事業
6	トヨタ・コニック・プロ株式会社	地域共創型で持続可能な移動スーパーを生み出すプラットフォーム『このまち市場』
7	一般社団法人よしの	ガソリンスタンドと生活必需品を扱う店舗『どんどん市場』
8	株式会社ローソン	地域密着/買物困難者向け店舗
9	株式会社eロボティクス	ドローンやUGVによる配送事業
10	int mart design株式会社	ご近所デジタルディスプレイ商店『S_mart』

## ■ ウエルシアの移動販売車【うえたん号】

### 事業・サービスのポイント

移動販売による買物を通じた地域コミュニティの創出及び健康増進活動を目的とし、地域がいつまでも健康で安心して暮らして住み続けられる町づくりに寄与していく

### 事業・サービスの概要

① ● 薬剤師 ● 管理栄養士 ● 登録販売者 ● ビューティアドバイザー  
が移動販売を通じて地域住民の健康増進とコミュニケーション促進活動を実施

買い物（移動販売）を通じた地域コミュニティづくり  
移動販売先における健康生活に関する情報提供  
● 健康測定・相談会 ● お薬・栄養・お化粧品に関するミニ講座 等を定期開催  
移動販売先 = 地域住民の「通いの場・交流の場」



移動販売における買物を通じた地域コミュニティの創出及び、店頭の薬剤師や管理栄養士等の専門職による相談・情報提供による健康増進を目的に自治体と協働し移動販売を運営。移動販売車の停留所が地域の通いの場・交流の場として醸成。社会課題を解決し顧客の維持増加へつなげる



車両に搭載しているモニターを活用しオンラインにて店頭を繋ぎ薬剤師や管理栄養士と気兼ねなく相談が可能となっている。また、モニターにて日頃より健康情報や地域の情報なども掲載し地域と一体となって健康維持・増進活動に努めている。もちろん買物の出来る環境も整っており、食料品はもちろん、日用品や化粧品、事前注文となるが一般用医薬品についても取り扱いが可能である。キャッシュレス決済、公共料金の支払い対応・取り扱い商品数500品目

(出所) 経済産業省「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集（最終審査進出者）」

■ 地域まるごとSmart Terrace Store構想

事業・サービスのポイント

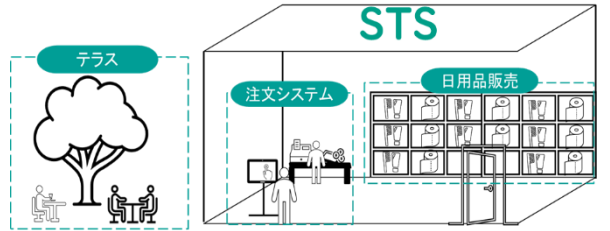
- 既存地域資源の有効活用による低コスト出店
- Smart Terrace Storeでの地域コミュニティを形成
- ドローン配送による食料品提供距離拡大
- 卸業者の流通を用いての効率的な配送

事業・サービスの概要

地域まるごとSmart Terrace Store構想



Smart Terrace Storeとは…  
 テラス機能を持つスマートストアのこと



住民同士が座って話ができる  
 憩いの場としての機能



注文システム・  
 セルフレジでの注文

(出所) 経済産業省「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集（最終審査進出者）」

## ■ ちっこいきいき宅配事業

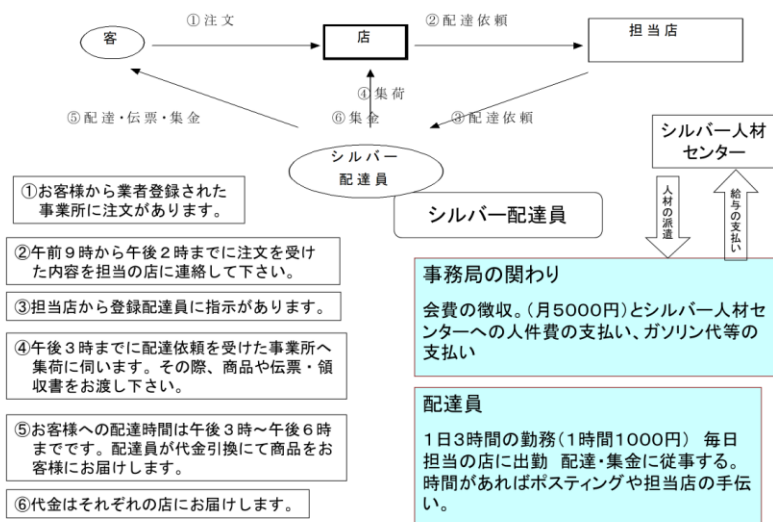
### 事業・サービスのポイント

- 事業の経理的な事務は筑後商工会議所が担当し、配達員の給与及び車両代は月額5000円×20店舗の負担金で賄うというシステムである。本事業の特徴は①事務局を持たないためローコストで運営が出来ている。②店舗と顧客が直接電話で注文を受けるので、お客にとって品物違いが無くなる。③店舗にとって、直接お客からの注文を受けるので、安心して宅配事業を進められる。④カタログなどの印刷費は地域の医療機関や事業者などからの広告として寄付していただいている。などの特徴があり、20年続いた要因と考えている。

### 事業・サービスの概要

全国的に珍しいシステム

羽犬塚・中央商店街の共同宅配システム



ちっこいきいき宅配事業は平成16年に筑後市羽犬塚商店街と中央商店街の活性化を目的に開始した。商圈内の高齢化が進み、日ごろの会話からお客から買い物になかなか行けないなどの声があり、買物難民が増えることを憂慮した両商店街の有志20店がそれぞれ月額5000円を負担し、地域のシルバー人材センターから配達員を派遣して貰い顧客の自宅まで無料宅配を始めた。事務局は筑後商工会議所が担当している。

当宅配事業の特徴はお客様が午前中に直接店舗に電話して注文し、参加店舗は取りまとめ役の担当店に配達があることを知らせ、配達員は担当店に出向き、配達内容を把握し該当店舗で商品と配達先を確認し、顧客の自宅まで配達し、料金を該当店舗に清算するシステムであり、現在20年目を迎えている。

また、費用がかさむカタログ等については地域の医療機関等から協力をいただき、筑後市内に配布している。

(出所) 経済産業省「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集（最終審査進出者）」

## ■ ピックスルー（無人店舗構築ICTソリューション）

### 事業・サービスのポイント

- ピックスルーは小売店舗運営を無人・省人化するためのICTソリューションを提供いたします。
- 現在はスマホで商品スキャンを行う「バーコードスキャン型」とカメラとAIにより”決済行為”が要らない「ウォークスルー型」の2種類を提供しております。

### 事業・サービスの概要

#### バーコードスキャン型



スマホアプリから商品バーコードを  
読み取りアプリ上にて決済

商品制限なし

導入コスト低

#### ウォークスルー型



カメラとAIにより自動的に購買商品を割り出し  
レジ待ち・支払い行為を一切行わず購買可能

商品制限なし

スピーディ

（出所）経済産業省「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集（最終審査進出者）」

■ 移動スーパー事業～買物支援を必要とするかたへ楽しみと安心を～

事業・サービスのポイント

- 改造した軽トラックに大型冷蔵庫を設置、約400品目1200点を積み込んで販売
- 買物にお困りの方への買物支援（利用者の多くが75歳以上の高齢者）
- 「販売パートナー」と呼ばれる販売員がおお客様の自宅前まで伺い、定期的に販売



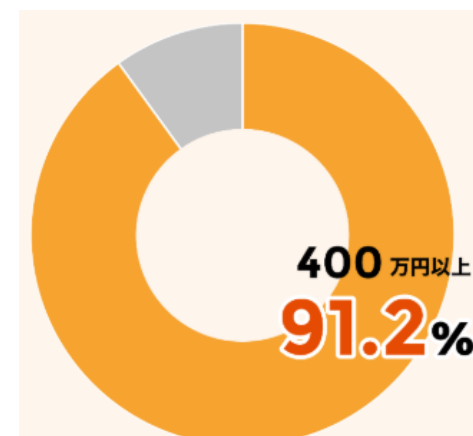
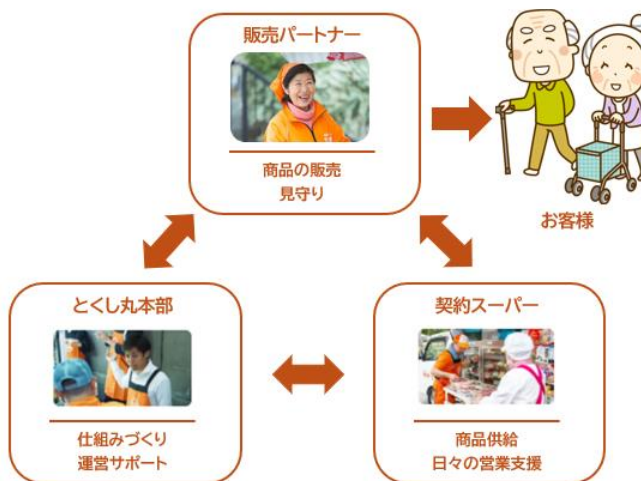
事業・サービスの概要

- 2012年に徳島県で創業
- 全国の都道府県で  
 142社の小売企業と提携し、1186台が稼働  
 (2025年1月時点)

- 3社（者）で連携してお客様に商品をお届け
- 販売パートナーの8割以上が個人事業主

- とくし丸本部、スーパーのみならず  
 販売パートナーに安定した収益があることで持続可能な事業に

47都道府県で展開



集計対象：開業1年以上の販売パートナー（個人事業主）

（出所）経済産業省「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集（最終審査進出者）」

■ 地域共創型プラットフォーム「このまち市場」

事業・サービスのポイント

“このまちを愛する”という地域に共通する想いで、まちに点在する事業者の資産（強み）を繋ぎ合わせる事で、それぞれの事業活動を通じて、日本全国の地域課題を地域の力で解決していく社会機能を生み出す。

事業・サービスの概要

地域共創型で課題を解決し、共生社会を生み出すプラットフォーム



（出所）経済産業省「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集（最終審査進出者）」

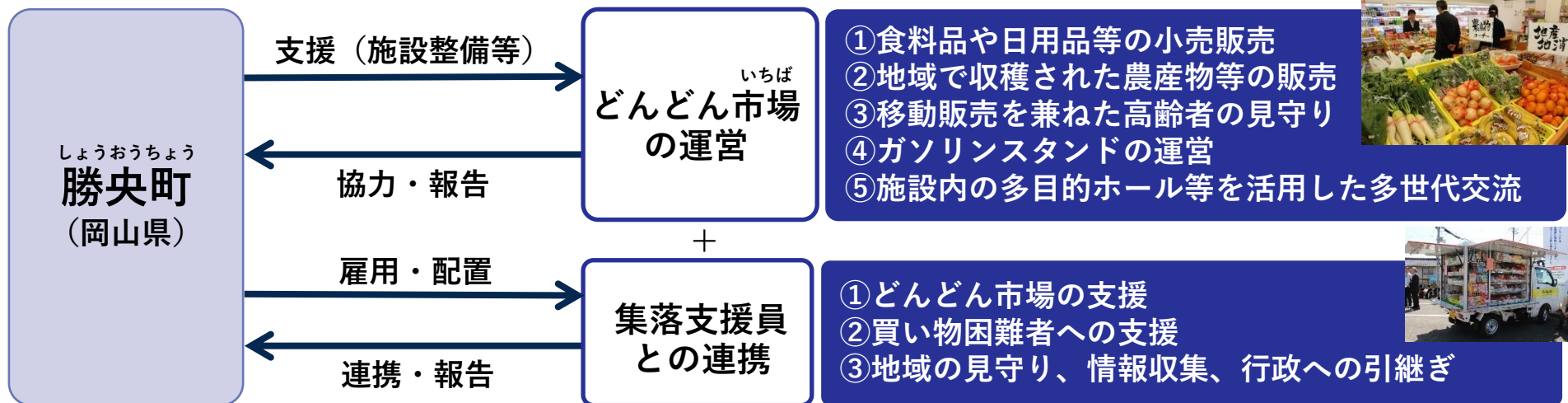
■ 地域の小さな拠点施設 『どんどん市場』の運営

事業・サービスのポイント

- ガソリンスタンドを含む小売店舗の運営
- 移動販売車を活用した買い物支援及び地域の見守り活動

事業・サービスの概要

一般社団法人 よしの



（出所）経済産業省「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集（最終審査進出者）」

■ 地域共生コンビニの展開

事業・サービスのポイント

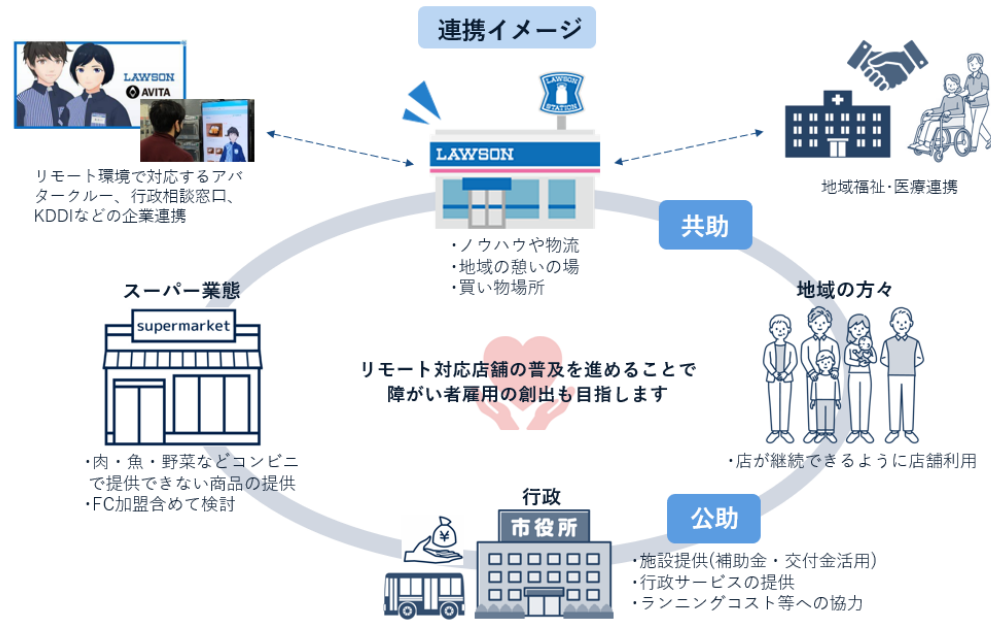
- 出店に関するイニシャルコストを大幅に削減する。またランニングコストについても省人化運用等、工夫する事で収益化を目指す。
- 通常のローソン商品＋生鮮品の品揃えを実施、地域のライフライン、社会インフラの提供による地域社会との共生を目指す。

事業・サービスの概要

地域共生コンビニとは、「誰もが便利に楽しくお買い物を続けていける事」を目指して、人口減や高齢化などにより地域のスーパーや生鮮品販売店が維持できなくなったエリアや、物流負荷の大きさ等からローソンがこれまで出店できていなかったマチに、自治体や地元企業、地域の皆さんとの連携等で出店をした店舗」のことです。

通常のローソン商品＋生鮮品(精肉、鮮魚、野菜)の品揃えを実施し、地域のライフラインとしての存在、社会インフラの提供による地域社会との共生を目指し、地域にとってなくてはならない存在を目指します。

地域によっては撤退したスーパーの跡地活用や廃校となった幼稚園・小学校活用、公民館や行政支所を利用した投資削減。また人件費削減を目指した省人化運用(EX将来はアバター活用等)、廃棄ロスを抑えた冷凍商品の活用、条件が揃うようであれば、再生可能エネルギーを利用した光熱費削減等、経営における経費削減を図ることにより、損益分岐点を大幅に下げ、通常では出店が困難な場所でも運営収益化することが可能なモデルの提案となります。



(出所) 経済産業省「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集（最終審査進出者）」

■ 南会津町役場⇔NPO法人あたご間を活用したドローンやUGVによる配送事業

事業・サービスのポイント

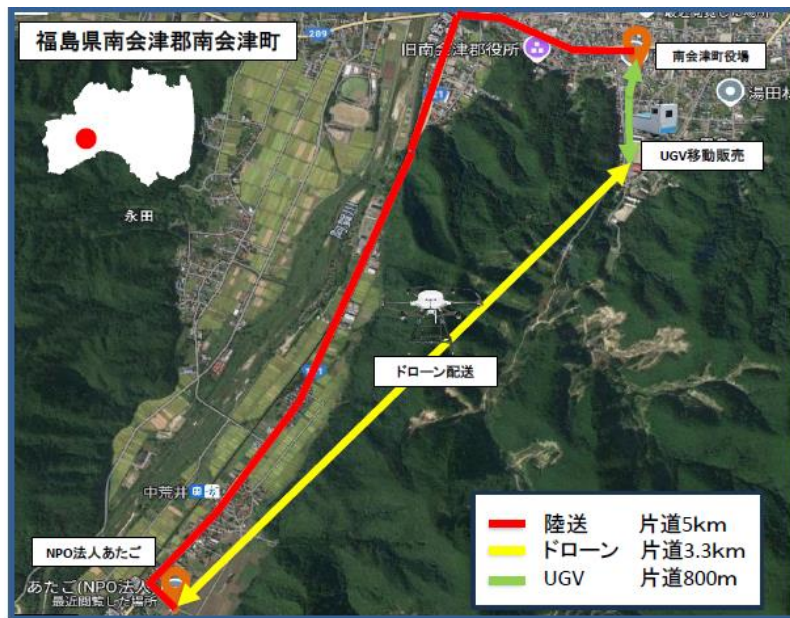
- 地元企業と行政が連携して事業の運営を行い、買物困難者に資する新たな流通サービスを展開する。

事業・サービスの概要

福島県の南西部に位置する南会津町は、標高1,000～2,000m級の山々に囲まれ、面積の約9割が森林となっている。夏季は比較的過ごしやすい気候だが、冬季は日本海型気候に属し、厳しい寒さと降雪が多く、住民の生活に著しい支障が生じる「特別豪雪地帯」に指定されている。また「過疎地域」にも指定されており、地理的・自然的な要因から過疎化・高齢化が福島県内の他地域よりも進んでいる背景がある。

少子高齢化による生産労働人口の減少や、大雪や自然災害による道路の封鎖、孤立した集落による買物困難など様々な地域・社会課題を、AIやフィールドロボティクス技術を活用し解決を図るため、南会津町で買物困難者対策に資する新たな流通事業として、ドローンやUGVによる配送事業を展開する。

平常時から配送することで、災害時でも対応が可能となる。



【使用するドローン・UGV 組み合わせ技術】

製造メーカー	イームズロボティクス社製 (本社・南会津町)	Freefly Systems社製 (他県)
機体名称	UAV-68150	UGV
最大積載量	約25kg	約15kg
飛行時間	最大20分	最大45分
備考	LTE対応 物資輸送対応	LTE対応 物資輸送対応

【NPO法人あたご】  
 障がい者の活動する場所  
 プレハブ小屋を購入し、父兄、地域の有志者の熱い思いでスタートしたあたご共同作業所。永遠は無い、仮設トイレ、雨漏り、台風で屋根が壊れたり、そんな困難を乗り越え、あつという間に街が盛りだがり、この街に愛は受け継がれ、いまもあつていこう。

PRODUCT  
 ひかりのひろばカフェ  
 南会津町役場管内でひかりのひろばカフェを運営しています。オリジナル焙煎のコーヒーをはじめ、美味しい飲み物やケーキなどをご用意しています。売店ではお菓子やお弁当、雑貨なども取り扱っています。

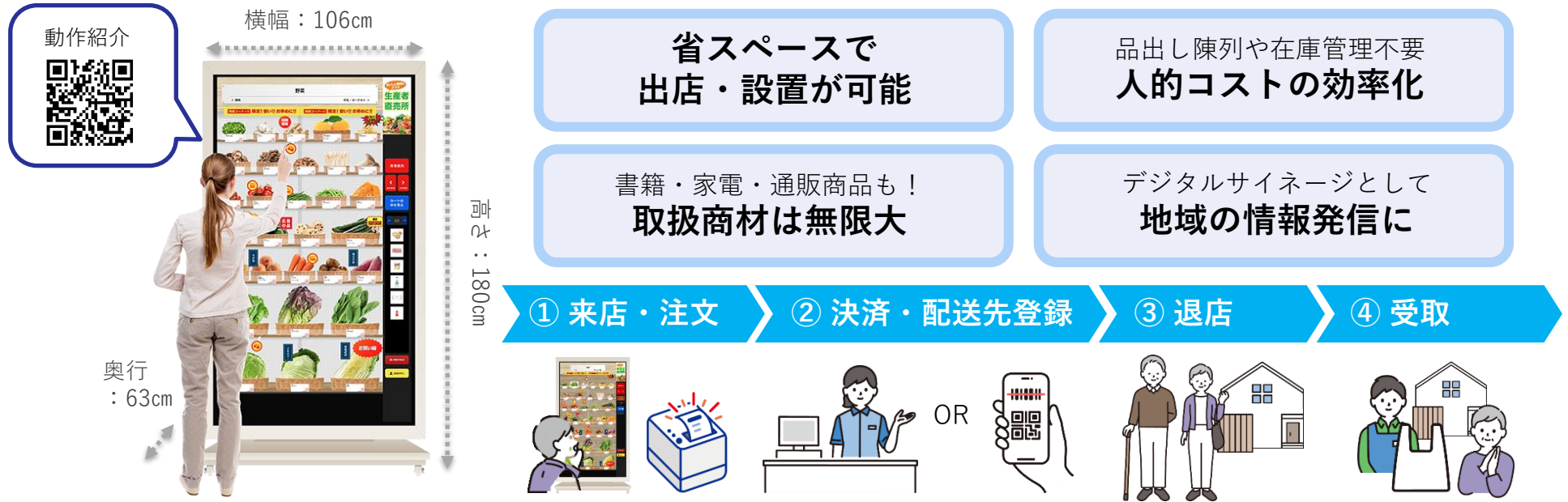
(出所) 買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集 (最終審査進出者) (2025年, 経済産業省)

■ ご近所デジタルディスプレイ商店「S\_mart (エス\_マート)」

事業・サービスのポイント

75インチのデジタルディスプレイにさまざまな商品を実物大表示で再現した売場で、手軽にお買い物が楽しめる受注端末システム。省スペース設置、在庫管理不要など、運営面でのリソース不足を解決しながら、楽しいお買い物を提供します。

事業・サービスの概要



(出所) 経済産業省「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト事例集 (最終審査進出者)」

## 2.2.4 最終審査会の概要 (1/2)

- 2025年1月24日に「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」の最終審査会を実施した。
- 審査は関係省庁・業界団体・金融機関の有識者から構成される審査委員によって実施した。

## 最終審査会の概要

項目	詳細
日時	2025年1月24日（金）13:00～16:40
場所	オンライン・オフラインのハイブリッド開催（一部審査委員は、大手町タワーへ集合）

## 最終審査会の審査委員構成

- ▶ 審査委員は以下のとおりである（五十音順、敬称略）。

審査委員	所属・役職
藏谷 恵大	農林水産省 新事業・食品産業部 食品流通課長
島原 康浩	全国スーパーマーケット協会 常務理事
高済 健太郎	みずほフィナンシャルグループ 地域創生デスク長
高橋 克也	農林水産省 農林水産政策研究所
中村 伸一郎	オール日本スーパーマーケット協会 常務理事
平林 孝之	経済産業省 商務・サービスグループ 消費・流通政策課長

## 最終審査会の様子



動画リンク：<https://youtu.be/8zxWWWIsm3M>

## 2.2.4 最終審査会の概要 (2/2)

- 最終審査会では、一次審査を通過した10事業者がプレゼンテーション（発表10分、質疑応答5分）を行い、以下に示す流れで審査を実施した。

	審査委員	オブザーバー（一般傍聴者）
審査	<p>各事業者からのプレゼン終了後に、審査基準に基づいて採点を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①買物困難者への提供価値（20点満点）</li> <li>②事業・サービスの実用性（20点満点）</li> <li>③事業・サービスの新規性・革新性（10点満点）</li> </ul>	<p>各事業者のプレゼン時にコメント機能にてコメントが可能。また、共感したコメントに対して投票可能。</p>
採点・審査	<p>配布した採点用紙に審査結果を記入。 なお、オブザーバーからのコメントは審査時の参考とする。</p>	
集計	<p>委員の採点結果を集計。 ※1事業者あたり300点満点 （審査委員1名あたり50点満点×6名）</p>	
優秀事業決定	<p>委員の採点結果より点数が高い上位事業を優秀事業として、3～5事業程度選定。</p>	

## 2.2.5 コンテストにて選定された受賞事業

- 最終審査会を経て、下記5事業者を受賞事業者として決定した。

事業者名	応募内容	事業の特徴
ウエルシア薬局株式会社	地域における健康増進とコミュニティづくりをコンセプトにした移動販売事業	既存の移動販売事業が扱う商品は食料品や日用品を扱うものが大半である中、本事業の取組は、医療従事者を有するドラッグストアが移動販売を行うことで利用者に対して <b>医療面から付加価値を生み出している</b> 。
株式会社とくし丸	食品や日用品を軽トラックに積み移動販売をする移動スーパー事業	全国に展開し稼働台数が1000台を超えている等、収益モデルが確立されている。また、 <b>地元スーパーがフランチャイズ形式で出店できるため、地域の事業者と連携して様々な地域に事業展開することが可能</b> 。
トヨタ・コニック・プロ株式会社	地域共創型で持続可能な移動スーパーを生み出すプラットフォーム『このまち市場』	買物困難者対策事業は流通業者や地方公共団体が提携して実施するものが多い中、本事業の取組は移動販売車の高度化を通じた <b>モビリティ面から付加価値を生み出している</b> 。
一般社団法人よしの	ガソリンスタンドと生活必需品を扱う店舗『どんどん市場』	地方公共団体との密接な連携によって廃業したガソリンスタンドの跡地を使い、地域住民に寄り添った様々な事業（店舗開設、移動販売、買物代行等）を行う等、 <b>地域との協調により持続可能なモデルを構築している</b> 。
株式会社ローソン	地域密着/買物困難者向け店舗	既存のコンビニエンスストアの出店戦略（ドミナント戦略）とは異なり、経費を限りなく抑えることで <b>出店コストの抑制を行い、過疎地に対しても出店を可能としている</b> 。

- 「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」の最終審査会后、優秀事業として表彰された5事業者に対して2025年2月26日に表彰式を実施した。

## 表彰式の概要

日時	2025年2月26日 13:00-13:20
開催場所	大手町タワー
参加者	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 平林氏（経済産業省 商務・サービスグループ 消費・流通政策課長）</li><li>・ ウエルシア薬局株式会社</li><li>・ 株式会社とくし丸</li><li>・ トヨタ・コニック・プロ株式会社</li><li>・ 一般社団法人よしの</li><li>・ 株式会社ローソン</li></ul>

## 表彰式の様子



写真左から、平林氏（経済産業省商務・サービスグループ消費・流通政策課長）、ウエルシア薬局株式会社、株式会社とくし丸、トヨタ・コニック・プロ株式会社、一般社団法人よしの、株式会社ローソン



## 2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理

2.1 買物困難者にかかる過去の調査・分析等の整理

2.2 「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」の開催

2.3 コンテストを踏まえた地方公共団体等への情報共有

### 2.3.1 スーパーマーケット・トレードショー2025でのポスター展示及びパンフレット配布

- 買物困難者対策事業を全国に横展開するにあたって、2月12日から2月14日の期間で開催された「第59回スーパーマーケット・トレードショー2025」にて、ポスター展示とパンフレット（事例集）配布を行った。
- ポスターはコンテスト概要と受賞事業（5事業）の事業概要を説明し、事例集は一次審査通過事業（10事業）の事業概要・買物困難者課題の解決方法を説明したものである。

#### ポスター

**経済産業省主催  
買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト**

**コンテスト概要**

昨今、人口減少や少子高齢化等を背景とした交通機能や交通網の劣体化等の多様な要因により、旨量の買物機会が十分に提供されない買物困難者がいる人々、いわゆる「買物困難者」への対策が必要とされています。

そこで、小売業に限らず卸売業、テック企業、NPO法人、地方公共団体等まで対象として、地域の課題やデジタル技術の活用などを旨量買物困難者の解決に繋がる取組を幅広く募集し、新たな消費を支える取組・事業を表彰するコンテストを開催しました。

昨年10月28日から12月15日までの応募期間中に29事業者からの応募があり、最終審査の結果、5事業者を優秀事業者として選出しました。各事業者の事例の詳細は、以下の事例紹介をご覧ください。

**優秀事業者 事例紹介**

※尚、1は斜線で示してあります。

**ウエルシアの移動販売車「うえたん号」**

**株式会社コニヤ**

**トヨタ・コニヤプラットフォーム**

**地域共創型で課題を解決し、共生社会を生み出すプラットフォーム**

**株式会社ソラージュ**

**地域共生コンビニの展開**

問合せ先 経済産業省 商務・サービスグループ 消費・流通政策課  
電話：03-3501-1511（代表）

#### パンフレット（事例集）

- ▶ 一次審査通過事業者（10事業者）に対し、事業概要・買物困難者課題の解決方法について各事業2ページずつ作成いただき事例集とした。

**経済産業省**

# 買物困難者対策に資する 新たな流通事業コンテスト 事例集

～本事例集について～

買物困難者問題の解決に繋がる取組の発掘／横展開を目的としたコンテストを開催しました。本事例集では、応募のあった29事業のうち、特に優れた一次審査通過10事業を紹介します。

お知らせ

買物困難者対策セミナー＆優秀事業者パネルディスカッションのご案内

令和5年2月12日（水）、買物困難者対策セミナー及び優秀事業者パネルディスカッションを開催しました。全国各地から約100名が参加しました。当日は「買物困難者対策セミナー」で、買物困難者対策の現状と課題について、各事業者の取り組みや課題について、パネルディスカッションを行いました。また、優秀事業者パネルディスカッションでは、各事業者の取り組みや課題について、パネルディスカッションを行いました。

日時：2月12日（水）10:30～11:30  
会場：東京国際フォーラム5Fカンファレンスホール（東京都千代田区）

■ 参加費：無料（当日の申し込みが必要となります）  
■ 申し込み：2月10日（月）15時迄の申し込みが必要です。  
■ 申し込み先：事務局（事務局HPから申し込みください）

- コンテストへの応募事例を参考に各地域に合った取組を推進することを目的として、地方公共団体等へ「買物困難者対策セミナー」を開催し、コンテストにて探索・発掘した買物困難者対策事業の横展開を実施した。
- なお、本セミナーはセミナー動画を後日アーカイブ配信することで、リアルタイムの開催で都合が合わなかった方々に対しても視聴可能な環境を整備した。

### セミナーの趣旨と概要

タイトル	対象	趣旨	概要	実施日	参加者数
買物困難者対策セミナー	地方公共団体・コンテスト応募事業者	広く知られていない買物困難者対策事業を全国に横展開にすることが本セミナーの目的である。地方公共団体に対しては、本セミナーで紹介した事例を参考に、各地域に合った取組を推進することの一助とする。	昨今、人口減少や少子高齢化等を背景とした流通機能や交通網の弱体化等の多様な理由により、買物困難者への対策が必要とされている。本セミナーにおいてその現状を共有するとともに、実施したコンテストの実施概要・実施結果を取りまとめ、地方公共団体がどのように買物困難者対策を実施すべきかについて解説を実施した。	2025年 2月26日	約50名

### セミナーの様子



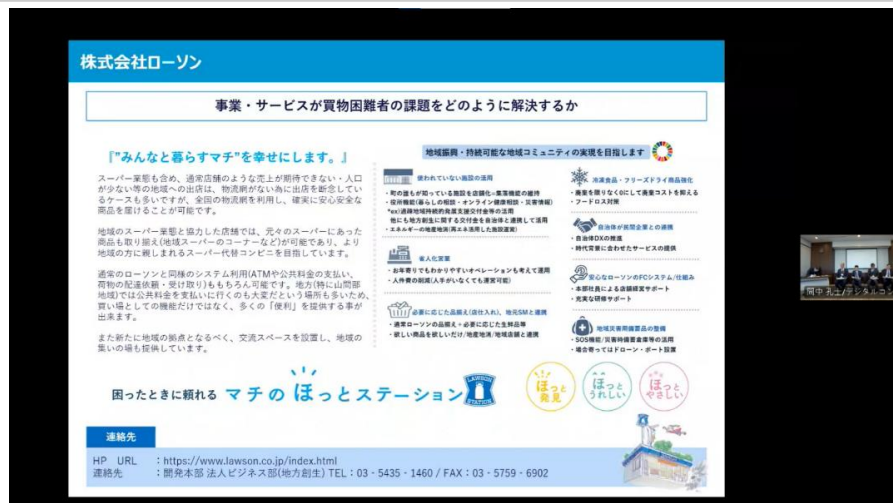
動画リンク：<https://youtu.be/2st1VmPioDo>

- コンテストの受賞事業の取組を全国に横展開することを目的として、受賞事業者と審査委員によるパネルディスカッションを実施した。
  - － 審査委員からは、平林委員長（経済産業省）、島原委員（全国スーパーマーケット協会）、高橋委員（農林水産省）が参加された。

パネルディスカッションの趣旨と概要

タイトル	対象	趣旨	概要	実施日	参加者数
受賞事業者パネルディスカッション	地方公共団体・コンテスト応募事業者	コンテストの受賞事業の取組を全国に横展開することを目的として、開催した。	日本経済新聞社が主催する「リテールテックJAPAN 2025」にて、受賞された事業を放映するにあたり、受賞事業者間でのパネルディスカッションを事前収録するために実施。また、オンラインの同時配信も実施。なお、審査委員からは、平林委員長（経済産業省）、島原委員（全国スーパーマーケット協会）、高橋委員（農林水産政策研）が参加。	2025年 2月26日	約20名

パネルディスカッション（オンライン配信）の様子



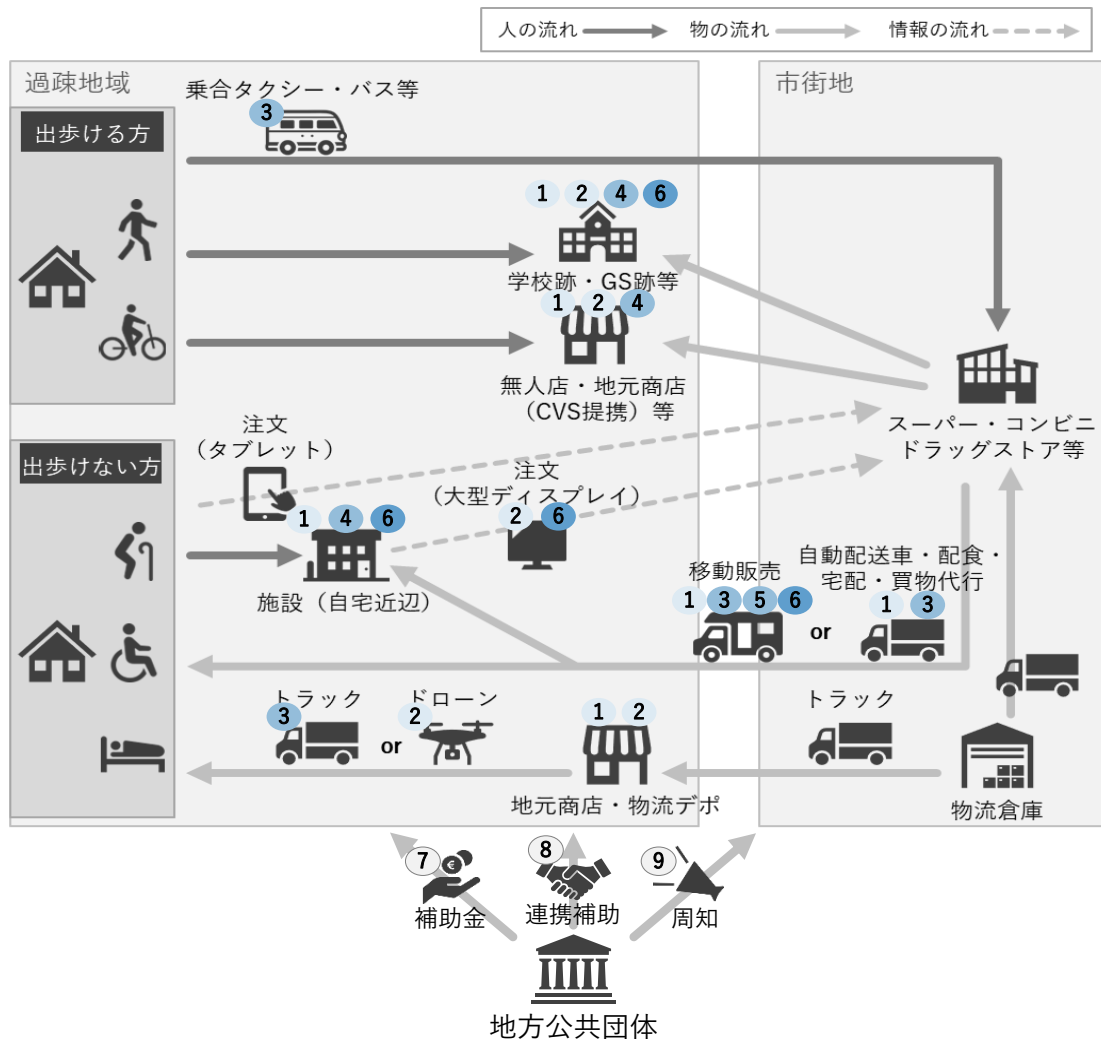
パネルディスカッション（現地）の様子



動画リンク：<https://youtu.be/yLNVcdF3bBI>

### 2.3.4 地方公共団体の支援内容

- 地方公共団体等への情報共有に際し、コンテスト応募事業やデスクトップ調査から地方公共団体による支援内容を整理した。
  - － 受賞事業は場所や人材を確実に手配できており、事業の継続性が優れていた。地域に根付く事業を行うためには、地方公共団体との協調をしていく必要がある。



#### 地方公共団体の支援内容

##### 場所の提供

- ① 既存インフラ（建物・土地等）の提供
- ② 実証フィールドの提供

##### 人材の提供

- ③ 運転可能なシルバー人材の提供
- ④ 店舗運営を行うシルバー人材の提供
- ⑤ 医療関係者の派遣

##### 店舗で行政機能の一部を提供

- ⑥ 市役所機能の一部提供

##### 事業運営の支援

- ⑦ 補助金の提供
- ⑧ 事業者間の連携補助
- ⑨ 地元住民への事業の周知

- 
1. 本事業の概要
  2. 将来の消費を支える事業コンテストと実態整理
  3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査



### 3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査

#### 3.1 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の仮説構築

#### 3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理

#### 3.3 店舗の省人化・無人化に向けた対応の方向性検討

## 3.1.1 デスクトップ調査の実施概要

- 小売店舗における省人化・無人化の障壁の全体像を把握するため、公的機関や調査事業者等が公開している、店舗の省人化・無人化や小売業界における調査、実証実験等に関する文献を対象にデスクトップ調査を実施した。

## 調査文献一覧表

資料名	発行元
「令和3年度 商取引・サービス環境の適正化に係事業（小売業に係る国際動向等調査）」報告書	経済産業省
「令和2年度 流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業（省力化店舗実現可能性検討事業）」報告書	経済産業省
「平成31年度 商取引・サービス環境の適正化に係る事業（次世代の消費・流通の在り方に関する調査）」報告書	経済産業省
「平成30年度 デジタル化による生活・働き方への影響に関する調査研究」報告書	総務省
縁辺地域における住民の買い物環境評価	岩間信之ら
「新たなコンビニの在り方検討会」報告書	経済産業省
ロボットを用いた無人カフェの営業の実証（AIロボット×無人化×飲食業）	経済産業省
シニア世代のデジタル化に関する意識・行動と課題	野村総合研究所
「令和5年度 内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（現代のトレンドを踏まえた産業構造の変化及びDX等のトレンドにおいて高付加価値を創出する産業群・ビジネスモデル等に関する調査）」報告書	経済産業省

## 調査文献例

< 「令和3年度 商取引・サービス環境の適正化に係事業（小売業に係る国際動向等調査）」報告書 >



< 「平成31年度 商取引・サービス環境の適正化に係る事業（次世代の消費・流通の在り方に関する調査）」報告書 >



3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査/3.1 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の仮説構築

3.1.2 デスクトップ調査の実施結果

- デスクトップ調査をもとに、店舗の省人化・無人化に向けた6つの障壁の仮説を立てた。
- 経済産業省との議論も踏まえ、特に「DX人材不足」、「有人対応業務の存在」、「個人情報・プライバシー関連規制」を中心に、ヒアリング調査による仮説検証を実施した。

店舗の省人化・無人化に向けた障壁の仮説

■ : 重点的にヒアリング調査した項目

<p><b>DX人材不足</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 処遇や労働環境の悪さが原因で、DX人材を採用できない</li> <li>■ DX人材がなかなか定着せず、育成できない</li> <li>■ 経営層等に省人化・無人化の重要性を理解してもらえない 等</li> </ul>
<p><b>有人対応業務の存在</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ カウンターフード販売や収納代行等はセルフレジ対応が難しい</li> <li>■ 法規制（年齢確認商品の販売規制や食品衛生法等）により人員設置が求められる</li> <li>■ 省人化・無人化設備のトラブル発生時に有人対応が必要となる 等</li> </ul>
<p><b>個人情報・プライバシー関連規制</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 成人認証が可能な設備を導入する場合、個人情報保護法等に対応しなければならない</li> <li>■ AIカメラ等により撮影された映像について、消費者のプライバシーへの配慮が必要 等</li> </ul>
<p><b>投資資金不足</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 業績悪化により資金が不足している</li> <li>■ 技術導入の初期費用が高い</li> <li>■ 防犯対策でカメラ等を設置すると、追加費用が発生する</li> <li>■ 導入技術のメンテナンス費用が高い 等</li> </ul>
<p><b>リードタイムの長さ</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 導入までに担当者が変わり、方針転換することが多い</li> <li>■ 導入まで店舗経営を維持できず、店舗側が廃業してしまう 等</li> </ul>
<p><b>消費者側の心理的抵抗</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ キャッシュレス決済に対して理解が不足している</li> <li>■ 無人店舗が消費者へ浸透していかない</li> <li>■ 専用アプリの導入等により消費者の負担が増える場合がある 等</li> </ul>



### 3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査

3.1 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の仮説構築

3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理

3.3 店舗の省人化・無人化に向けた対応の方向性検討

## 3.2.1 ヒアリング調査の実施概要

- デスクトップ調査を経て構築した仮説について、ヒアリング調査により仮説検証を実施した。
- ヒアリング調査は、幅広く店舗の省人化・無人化の障壁等について情報を収集するため、事業展開エリアや業種にも配慮しつつ、リアル店舗事業者として小売事業者2社、無人店舗事業者として無人店舗ソリューションを提供している事業者3社の計5社に対して実施した（詳細は次ページ参照）。

## ヒアリング対象企業

No	企業	業態	業種	事業展開エリア	実施日時
1	小売事業者A社	リアル店舗	小売業（CVS）	全国展開	2月6日（木） 10:00-11:00
2	小売事業者B社	リアル店舗	小売業（SM）	全国展開/地域中心	2月7日（金） 15:00-16:00
3	無人店舗事業者C社	無人店舗	情報通信業	—	1月27日（月） 14:30-16:00
4	無人店舗事業者D社	無人店舗	情報通信業	—	1月30日（木） 13:00-14:30
5	無人店舗事業者E社	無人店舗	情報通信業	—	2月13日（木） 10:30-12:00

## ヒアリング項目

- （小売事業者向け）店舗の省人化・無人化への取組状況について
  - 既に着手している取組や、今後着手を想定している取組
  - 収納代行の電子決済を可能とする技術の導入状況
- 店舗の省人化・無人化における課題について
  - DX人材やノウハウ不足、年齢確認商品の販売等の有人対応業務、個人情報・プライバシー保護対応等における課題感
  - その他に現在発生している/過去に発生した課題
  - 解決済みの課題の解決方法
- 店舗の省人化・無人化における課題の対応方法について
  - 課題の対応方法
  - 公的機関等の補助金の活用状況
  - 参考にした事例
- 店舗の省人化・無人化に向けて、政府（経済産業省）に期待することについて
  - 店舗の省人化・無人化に向けて、政府（経済産業省）に期待するアクションや要望等

### 3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査/3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理

#### 3.2.2 ヒアリング調査の実施結果（リアル店舗事業者サマリ）

##### 店舗の省人化・無人化の取組状況について

- 省人化・無人化により主に削減しているコストは、初期投資コスト・家賃・人件費の3種。
- 無人店舗では、通常の店舗と比べて販売品目数を大幅に減らしている。
- 無人店舗の展開においては、近隣母店の存在が必須である。
- 補助金申請は基本的にフランチャイズ契約先に申請していただいているが、契約先でも申請基準を満たせず、申請すらできないこともある。

##### 店舗の省人化・無人化における課題について

- DX人材不足は業界全体の課題である。小売業のオペレーションとデジタル技術の双方に深い専門性を有する人材が不足している。
- デジタル投資の資金不足については、利益率が比較的低水準である小売業界全体の課題といえる。
- 酒・たばこの売上構成比率は高めであるため、これらを販売できなくなることは収支に大きな影響を及ぼす。
- 収納代行の無人化における最大の課題は帳票の処理・保管が必要な点である。
- 商品の補充や賞味期限切れ品の廃棄等、モノを移動させる業務は無人化が難しい。
- 商品データの整備、特に商品マスタの標準化は業界全体の課題である。

##### 店舗の省人化・無人化に向けて、政府に期待することについて

- 労働力不足の解消に向けて、就労ビザの規制緩和や収入限度額の緩和等、外国人人材や学生でも働きやすいような環境整備が必要である。
- 小売企業がDX人材を獲得するためには、業界の地位を向上させ、テクノロジーから遠い業界というイメージを払拭していく必要がある。
- 業種を超えた共同配送が実現できるよう、規格の標準化等を政府に推進していただきたい。
- 有人前提となっている、成人認証の規制の緩和と食品衛生関連規制の緩和を推進していただきたい。
- まだまだ消費者に敬遠されることの多いセルフレジやキャッシュレスは、浸透に向けて政府に推進していただきたい。
- 業界全体でのデータ整備は政府に推進していただきたい。
- 過疎地でのモビリティ整備も政府の支援が必要である。

### 3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査/3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理

#### 3.2.2 ヒアリング調査の実施結果（無人店舗事業者サマリ①）

##### 店舗の省人化・無人化における課題について

- 小売業界全体としてDX人材が不足しており、決済方法やシステム等、無人店舗に必要な基礎知識を把握している人材が少ない。
- ソリューション導入費用以外に工事費用も小売事業者の負担となっている。また、安定した日販がなければ採算を確保できない。
- キャッシュレス決済の方式によっては機能追加等が必要となり、小売事業者側のコスト負担が増えてくる。
- 小売事業者側では補助金の申請手続きに関するノウハウが不足しているようで、申請した事例をほとんど見たことがない。
- 年齢確認商品の販売に関する基準等が法律に明記されていない。
- 商品の仕入・陳列は無人化できず、小売事業者からも最も負担になっていると伺っている。要冷蔵商品は仕入先業者からの指定時間での受取が必須である。また、値引き対応、品揃えの改善検討や販売促進等も小売事業者側で検討が必要である。
- システム上で一定の認識ミスがあるため、返金対応業務や月次の在庫棚卸に多くの時間を要する。
- キャッシュレス決済に抵抗感をもつ地域も存在する。また、キャッシュレス決済の種類が多く、システムへのAPI連携に苦勞する。
- スマートフォンに不慣れな方も一定数いる。過疎地域では利用者側での初回登録がハードルとなった。
- 利用者側のイレギュラー動作や認識ミス等、無人店舗の特性への理解を得られず利用者からのクレームが発生したケースもある。
- 個人情報保護関連法令への遵守やソフトウェアの最新状態の維持、24時間監視等、セキュリティ対策は負担となっている。

##### 店舗の省人化・無人化における課題への対応方法について

- データの読み取り方等のスキル付与に関する支援をしている。また、商品登録等も無人店舗事業者側で実施する場合がある。
- 資金面の援助として、自治体側で施設を提供したり、導入費用や賃料、キャッシュレス決済の決済手数料を負担したりする場合がある。また、デジタル田園都市国家構想交付金等の補助金も活用している。
- 無人店舗での年齢確認商品販売のために、政府と協力して実証実験を行っている。
- 仕入・陳列等の業務は都市部の場合は人材派遣サービスで、過疎地域の場合は地場企業の協力を得て人手を確保している。
- 設備トラブルの影響を減らすため、システムを冗長化している。トラブルが発生した場合は、店舗やトラブル内容によっては常駐スタッフや母店のスタッフで対応している。
- 自治体や地場企業の協力を得て、スマホ相談やアプリへの初回登録等について消費者向けにサポートしている。
- 機械学習とAIモデルの継続的な改良に取り組んでいる。

### 3.2.2 ヒアリング調査の実施結果（無人店舗事業者サマリ②）


#### 店舗の省人化・無人化をより一層推進するために、政府に期待することについて

- 小売業界全体の人手不足に対して人材確保支援をしていただきたい。
- 店舗の省人化や店舗DXに焦点をあてた補助金があれば、無人店舗が浸透すると考えている。
- 大手小売事業者も補助金を利用できるようにすれば、補助金利用が業界に浸透していくと考えている。また、利用者向けのポイント還元等にあてられる補助金があれば、無人店舗の利便性の認知が高まり、継続利用されていくと考えている。
- 年齢確認商品の販売に関する規制緩和や基準の提示をしていただきたい。
- スマートフォン利用等も含め、消費者へのデジタル技術の啓もう活動をしていただきたい。
- キャッシュレス化の促進が必要。また、API連携の負担削減のために、キャッシュレス決済の種類を行政側である程度絞っていただきたい。そうすれば、利用者数も増えて各決済方法の利用手数料も下がると考えられる。

### 3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査/3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理 3.2.3 調査からの示唆：店舗の省人化・無人化に向けて企業が認識している障壁

- ヒアリングの結果、店舗の省人化・無人化の障壁として、「DX人材不足」、「有人対応業務の存在」、「個人情報・プライバシー関連規制」、「投資資金不足」、「消費者側の心理的抵抗」、「人手不足」に対する問題意識が複数事業者から挙げられた。
  - － これらを店舗の省人化・無人化に向けた主要な障壁として、次ページ以降で取り上げる。
  - － なお、「人手不足」については、次ページ以降では「DX人材不足」とあわせて「従業員不足」として整理する。

#### ヒアリングにて各社から挙げられた店舗の省人化・無人化に向けた障壁

：複数の事業者から挙げられた障壁

	障壁	小売事業者A社	小売事業者B社	無人店舗事業者C社	無人店舗事業者D社	無人店舗事業者E社
デスクトップ調査をもとに設定した仮説	DX人材不足	✓	✓	✓	✓	
	有人対応業務の存在	✓	✓	✓	✓	✓
	個人情報・プライバシー関連規制			✓	✓	
	投資資金不足	✓		✓	✓	✓
	リードタイムの長さ					
	消費者側の心理的抵抗	✓	✓	✓	✓	✓
仮説に加えて挙げられた障壁	人手不足		✓	✓	✓	
	企業ごとに独自のデータや規格		✓			
	技術的な制約					✓

## 3.2.3 調査からの示唆：店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理

- 店舗の省人化・無人化に向けた障壁について、障壁の影響を特に受けていると考えられる主体ごとに整理した。
- 「従業員不足」、「投資資金不足」、「有人対応業務の存在」、「消費者側の心理的抵抗」、「個人情報・プライバシー関連規制」が、店舗の省人化・無人化の推進における主な障壁であると考えられる。

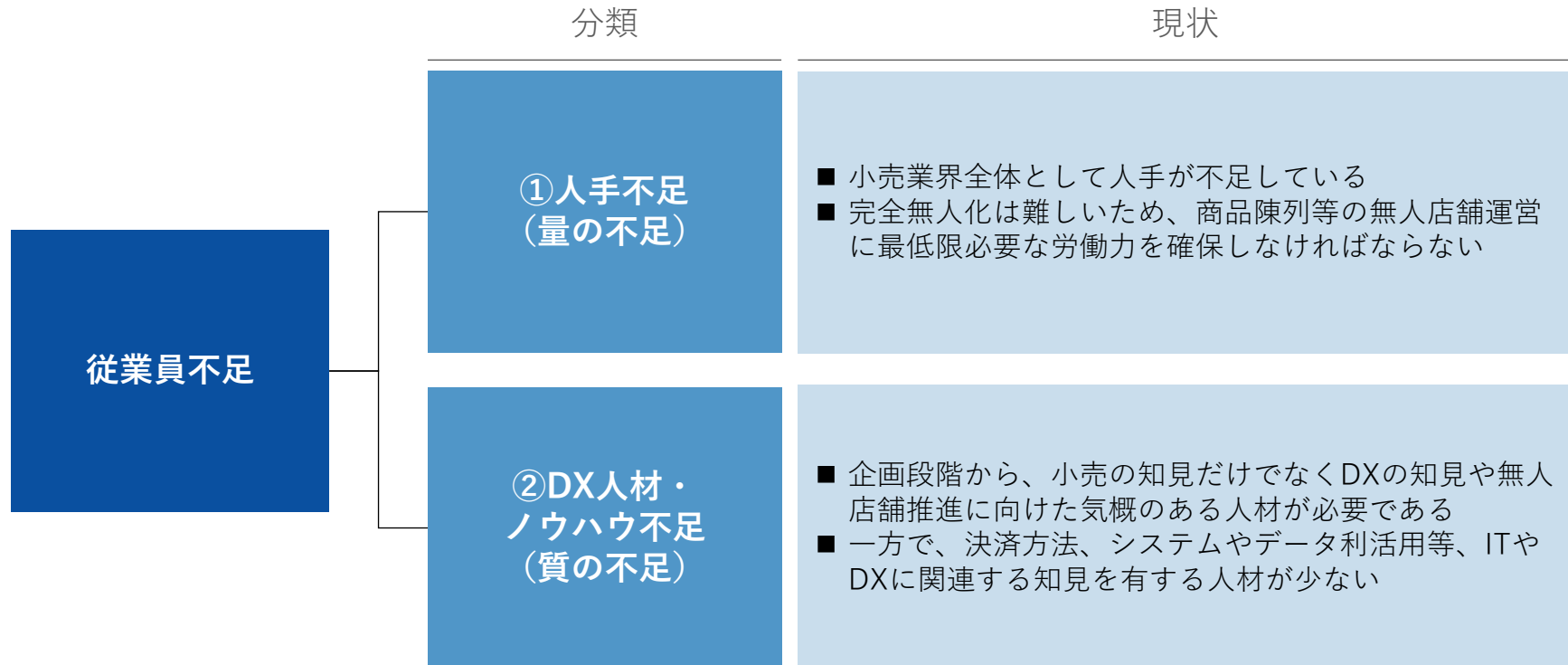
## 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の関係主体に基づいた整理結果

	無人店舗事業者	小売事業者		消費者
		本部・センター	店舗	
<b>A</b> 従業員不足		✓	✓	
<b>B</b> 投資資金不足		✓	✓	
<b>C</b> 有人対応業務の存在	✓		✓	
<b>D</b> 消費者側の心理的抵抗			✓	✓
<b>E</b> 個人情報・ プライバシー関連規制	✓	✓	✓	

## A 「従業員不足」の概要

- 小売業における従業員の「量」・「質」の不足は、店舗の省人化・無人化の推進を阻害している。
  - － 「C 「有人対応業務の存在」の概要・現状」にて詳細に示すとおり、現段階では店舗の完全無人化は難しく、開設にあたって最低限の労働力確保が必要である。
    - 一方で、業界全体として人手が不足しているため、過疎地域等での出店においては人手の確保に苦勞している。
  - － 省人化・無人化の企画にあたって必要なDX推進の知見をもつ人材やDX推進のノウハウが不足している。

## 従業員不足の分類

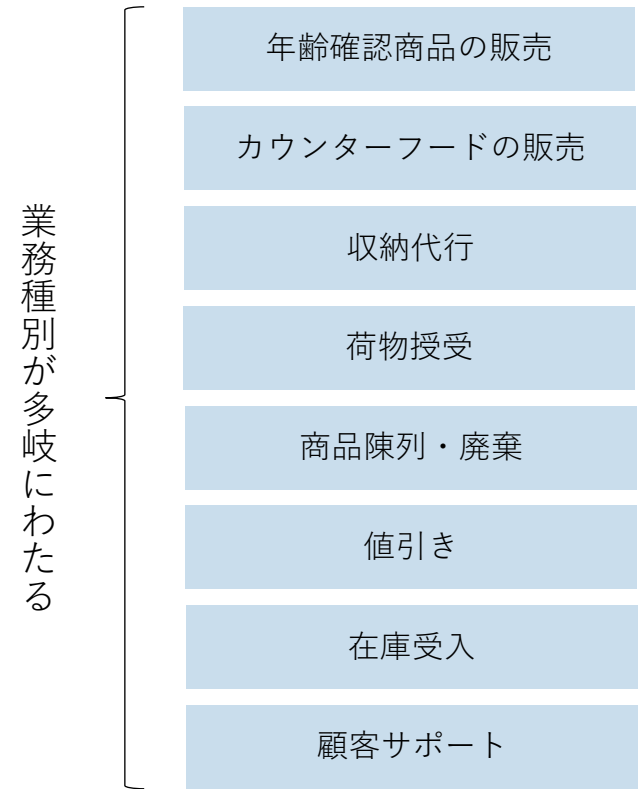
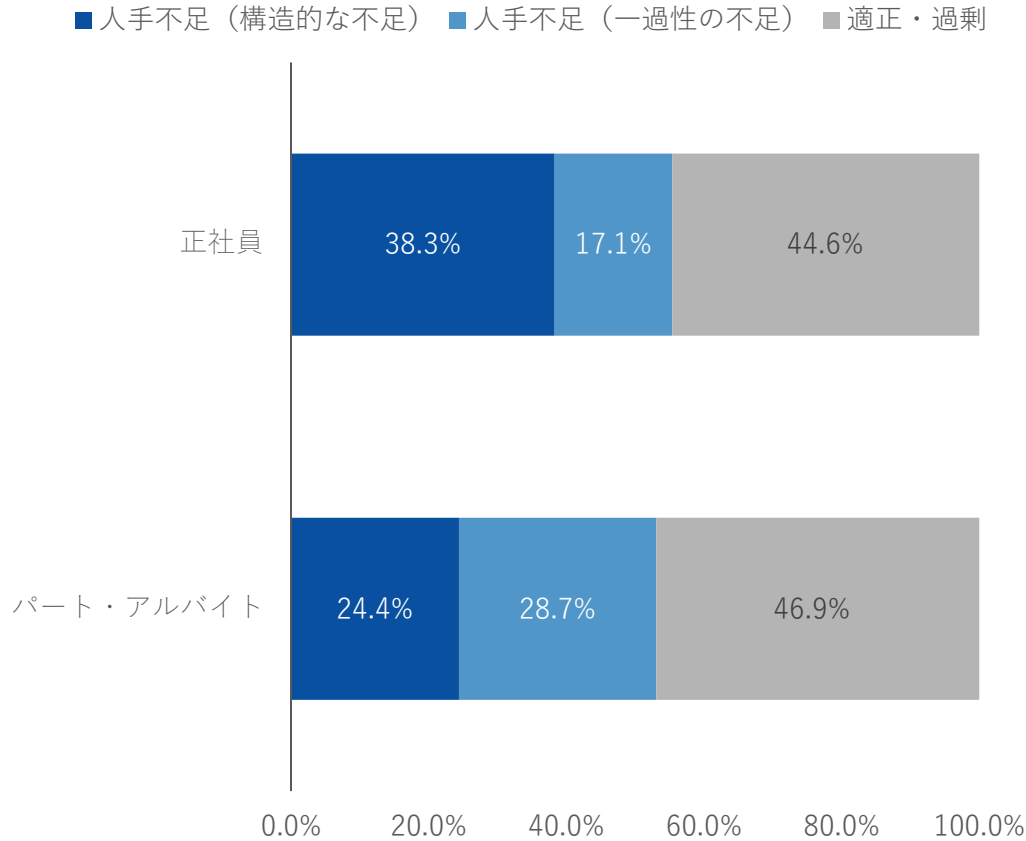


### A-① 「従業員不足（人手不足）」の現状

- 小売業の事業所においては雇用形態を問わず、半数以上が人手不足と回答した調査もあり、3割程度の事業所では慢性的に人手が不足しているとされている。
- 年齢確認商品の販売をはじめとする様々な業務は完全無人化が困難なため有人対応が求められており、最低限の人手の確保が必要な状況下にある（詳細は「C 「有人対応業務の存在」の概要・現状」を参照）。

#### 小売業の事業所における人手不足の状況（雇用形態別）

#### 有人対応が必要な業務



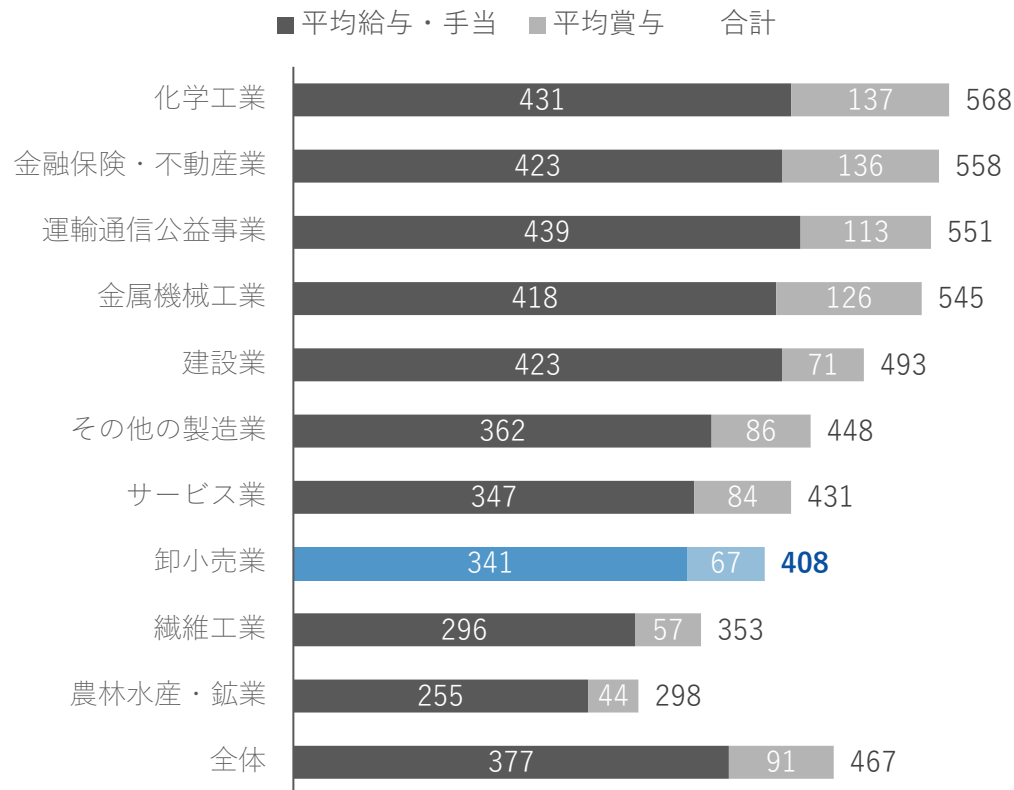
(出所) 労働政策研究・研修機構「人手不足とその対応に係る調査（事業所調査）」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

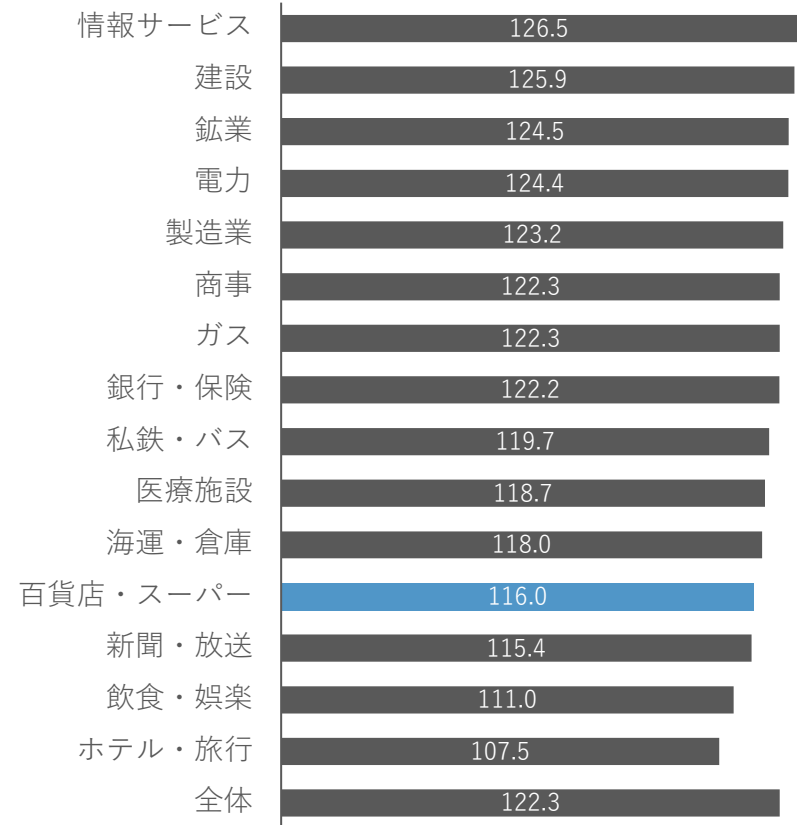
## A-① 「従業員不足（人手不足）」の要因

- 小売業界で人手不足が発生している要因として、処遇や労働環境の劣悪さが挙げられる。
- 小売業は給与や休暇日数が業界別で下位に位置しており、勤務時間も不規則である等、働きにくさが小売業への就業意欲を削いでいると考えられる。

## 業種別平均給与（単位：万円）



## 業種別平均休暇日数（単位：日）



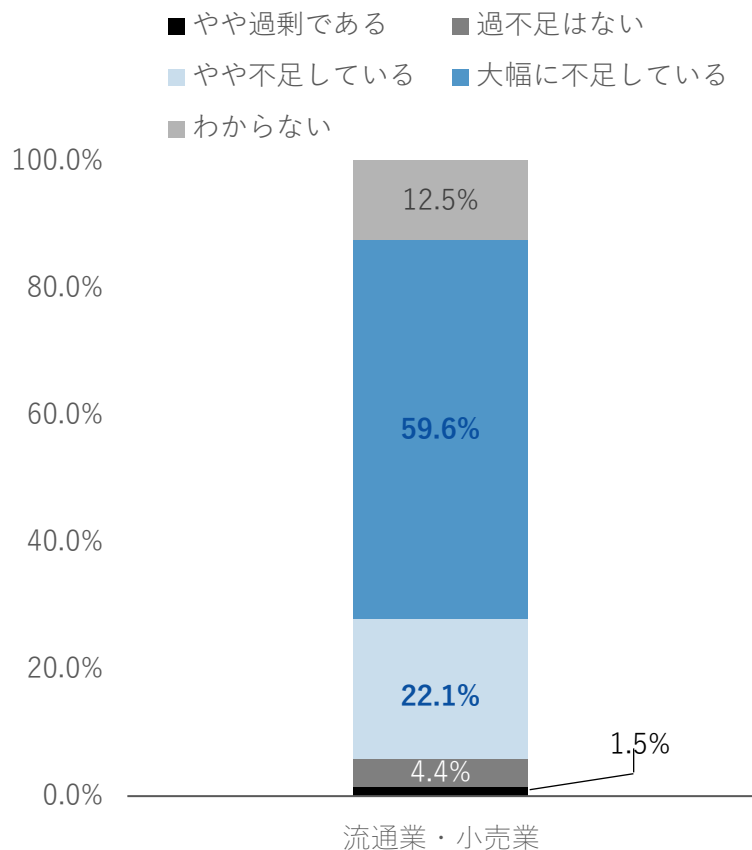
（出所）国税庁 統計情報より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

（出所）厚生労働省「令和4年労働時間、休日・休暇調査」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- 流通業・小売業において、8割以上の企業がDX人材が不足していると回答した調査があり、ヒアリングにおいてもDX人材不足が業界課題として挙げられた。
- 店舗の省人化・無人化の推進にあたっては、小売業務に関する知識のほか、決済方法やシステム等の知識が必要となっており、このような複合的な知識を持ち合わせた人材が不足していると考えられる。

### 小売業界におけるDX人材の不足状況

### 事業者から挙げた意見



(出所) 情報処理推進機構「DX動向2024」をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

DX人材不足は大きな業界課題の一つである。小売業のオペレーションとデジタル技術の双方に深い専門性を有する人材が不足している。

小売事業者B社

小売業全体としてDX人材が不足しており、決済方法やシステム等、無人店舗に必要な基礎知識を把握している人材が少ない。

無人店舗事業者C社

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- 劣悪な労働環境や「テクノロジーから遠い業界」というイメージが、小売業界におけるDX人材不足の状況を生み出していると考えられる。

## DX人材・ノウハウ不足の要因

要因	詳細
劣悪な労働環境	✓ 給与や休暇の少なさ、勤務時間の不規則さ等の劣悪な労働環境は、人手そのものだけでなくDX人材が獲得できない一因にもなっている。
テクノロジーとの距離感	✓ 国内では、小売業界はまだまだテクノロジーとは縁遠い業界とされている。

## 事業者から挙げた意見・要望

小売企業がDX人材を獲得するためには、業界の地位を向上させ、テクノロジーから遠い業界というイメージを払拭していく必要がある。



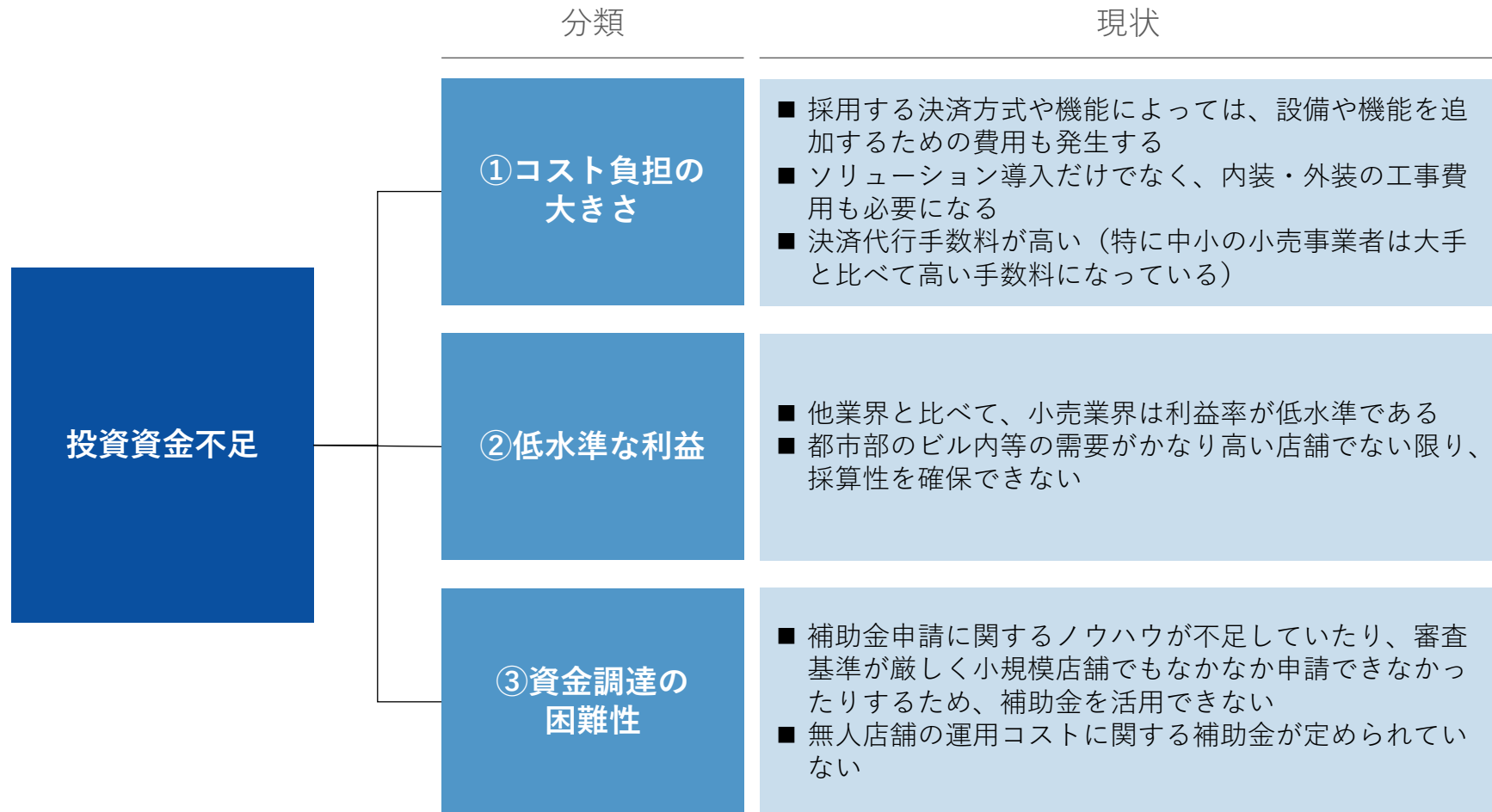
小売事業者B社

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## B 「投資資金不足」の概要

- 投資資金不足は、店舗の省人化・無人化の推進を阻害している。
  - － 省人・無人店舗推進に必要なコストの大きさに加えて、小売業界特有の低水準な利益と補助金等の資金調達の困難性が拍車をかけ、省人化・無人化に必要な投資資金を用意できない状況に陥らせている。

### 投資資金不足の整理

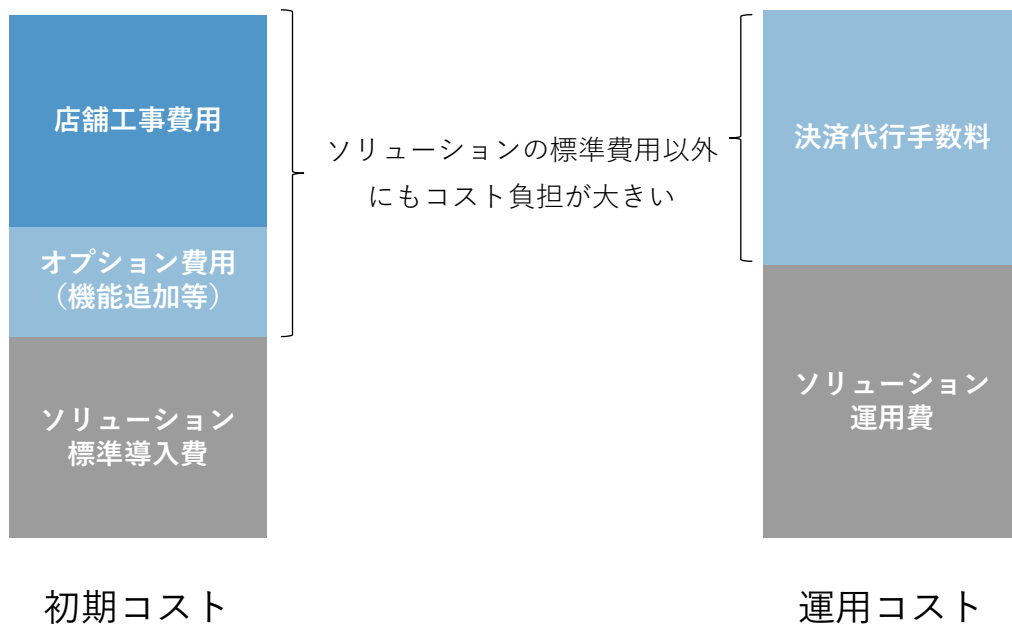


（出所）ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- 無人店舗の開設にあたってのコスト負担が大きく、初期コストとしては標準機能でのソリューション導入以外に機能追加等のオプションや店舗の工事費用が発生するうえ、運用コストとしては決済代行手数料が毎月発生。  
— 特に店舗工事には百万円単位の金額がかかることが一般的であるため、費用負担が非常に大きい。

## 費用負担のイメージ

## 事業者から挙げた意見



無人店舗は入店やレジの仕組みが有人店舗と異なるため、ソリューション導入だけでなく工事費用が小売事業者の負担となっている。

無人店舗事業者  
D社

キャッシュレス決済の種類が多く、システムへのAPI連携に苦労する。小売事業者側でも、中小の場合は決済代行業者と交渉できないため、高い手数料を支払わなければならない。

無人店舗事業者  
C社

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## B-① 「投資資金不足（コスト負担の大きさ）」の要因

- コスト負担のうち、オプション費用の要因は決済方式の追加や安全性の向上に向けた機能追加等が、店舗工事費用の要因は無人店舗に合わせたレイアウト等の変更が挙げられる。
- また、キャッシュレス決済の決済代行手数料は、中小の小売事業者の場合は大手と比べて高めの割合に設定されやすく、コスト負担のさらなる増大につながっている。

## 店舗の省人化・無人化にあたって発生する主要なコストとその要因

コスト分類	発生要因	
初期コスト	ソリューション標準導入費	■ 店舗の省人化・無人化を可能とする技術の標準的な機能での導入に必要な
	オプション費用（機能追加等）	■ 各決済方式とのデータ連携インターフェースの構築や防犯性能の向上等、標準で備わっていない機能等を有するソリューションの導入時に必要な
	店舗工事費用	■ 無人店舗では店員を常駐させない店内レイアウトに変更されるため、内装工事が必要になる ■ 入口にもゲート等のシステムを導入する場合、外装工事も必要になる
運用コスト	ソリューション運用費	■ ソリューションの運用費用が毎月発生する
	決済代行手数料	■ キャッシュレス決済を導入する場合、決済代行会社に支払う手数料が毎月発生する ■ 中小の事業者の場合、大手と比べて高い決済代行手数料を設定されやすく、毎月の負担も増えてくる

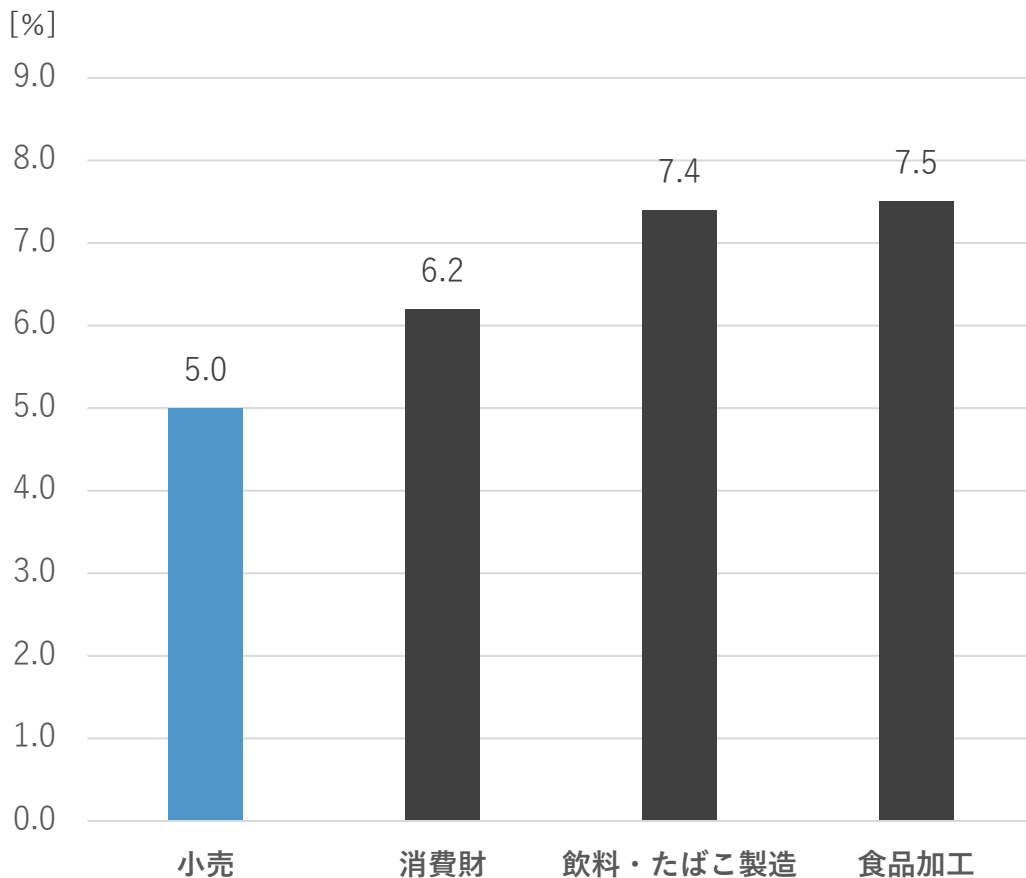
（出所）ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

### 3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査/3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理/3.2.3 調査からの示唆

## B-② 「投資資金不足（低水準な利益）」の現状

- 流通業は他業界と比較して利益率が低水準にあり、この利益率の低さが投資資金不足の一因となっている。
- 特に無人店舗においては、前述のシステム等に関する運用コストが発生するため、より安定的な利益が求められる。

#### 国内主要企業のEBITDAマージンの比較



(出所) 経済産業省「令和3年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業（小売業に係る国際動向調査）」最終報告書より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

#### 事業者から挙げた意見

デジタル投資の資金不足については、利益率が比較的 low 水準である小売業界全体の課題といえる。



店舗の採算性確保も課題である。無人店舗の場合はシステム投資の割合が高く、安定した日販がないと費用対効果が得られない傾向にある。

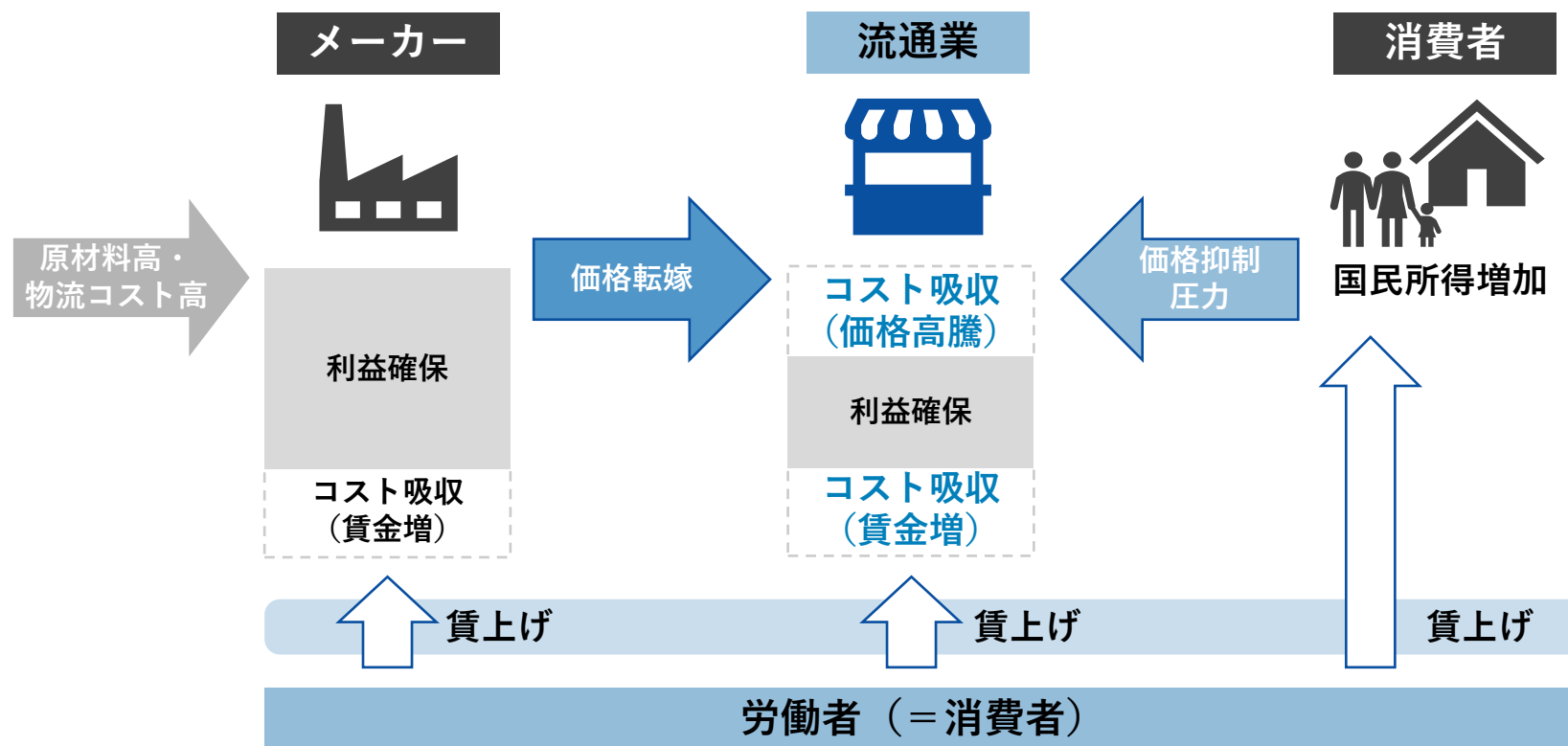


(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- 国内流通業の利益が低水準となっている要因として、価格に関するメーカーと消費者からの板挟み状態がある。
  - ー 国内流通業では、仕入れコスト・物流コストの上昇に加え、消費者サイドに根強く残る価格抑制圧力、さらには社会全体での賃上げ要請により、利益を確保しづらい収益構造にある。

### 国内流通業のコスト構造

メーカーと消費者の板挟み状態で、利益を圧迫



(出所) 経済産業省「物価高における流通業のあり方検討会」最終報告書より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

### 3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査/3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理/3.2.3 調査からの示唆 B-③ 「投資資金不足（資金調達の困難性）」の現状・要因

- 資金調達の困難性の要因として、無人店舗開設の資金調達にあたって補助金制度を活用しようとしても、申請対象に該当しない、手続きに関するノウハウが不足しているといった点が挙げられる。
- 特に申請対象に該当しないパターンとして、大企業はほとんどの場合で対象外となっている。

#### 補助金制度を活用できない主要パターン

##### 申請対象に 該当しない

- 基本的に大企業は対象外になっている
- 中小企業の場合でも、申請対象基準が満たせないこともある

##### 申請手続きに関する ノウハウが 不足している

- 申請可能な補助金がわからず、申請できない
- 申請に必要な書類や申請の流れがわからず、申請に至らない

#### 事業者から挙げた意見

基本的にフランチャイズ契約先に申請していただく形で進めているが、契約先でも申請基準を満たせず、申請すらできないこともある。



小売事業者A社

小売事業者側では補助金の申請手続きに関するノウハウが不足しており、申請した事例をほとんど見たことがない。



無人店舗事業者  
C社

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## C 「有人対応業務の存在」の概要・現状

- 店舗内オペレーションでは有人対応が必要な業務が多く存在しており、店舗の省人化・無人化を阻害している。
- これらの業務の障壁は、主に法規制、モノの移動、イレギュラー対応に大分される。
- 法規制の障壁については、各業務において関連する法規制が異なるため、業務ごとに要因を示す。

## 有人対応が求められる業務

障壁	業務	業務分類	現状
①法規制	年齢確認商品 (酒・たばこ)の販売	レジ	■ アルコール類やたばこ類等、年齢確認が必要な商品は、現状有人での年齢確認を実施している店舗が大半である
	カウンターフードの販売	レジ	■ 揚げ物や温めが必要なフード(ホットスナック等)の調理・販売において衛生管理で人手が必要となっている
	収納代行	レジ	■ コンビニが収納代行を実施しているECの支払い、公共料金の支払い、税金の支払い等で、押印作業やもぎり作業、帳票の紙保管等の無人化障壁が存在している
②モノの移動	荷物授受	レジ	■ ゆうパック等の荷物授受業務において、商品をカウンターから棚へ移動させる物理的な作業が存在している
	商品陳列・廃棄	フロント (レジ以外)	■ 商品の陳列や期限切れ商品の廃棄等の業務において、モノの移動という物理的な作業が無人化を阻害している
	値引き	フロント (レジ以外)	■ 売れ残り商品の値引き対応において、ラベル付与等が必要なため、無人化が困難
③イレギュラー対応	在庫受入	バックヤード	■ 日配品等の要冷蔵商品は置き配等による在庫受入ができず、物流業者等から指定される時間に受取しなければならない
	顧客サポート	フロント (レジ以外)	■ カメラ等の認識ミスや設備トラブル発生時、顧客側で無人店舗の仕組みに関して相談があった場合等、顧客サポートが必要な業務は有人対応が求められる

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

### 3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査/3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理/3.2.3 調査からの示唆 C-① 「有人対応業務の存在（法規制-年齢確認商品の販売）」の要因

- 年齢確認商品（酒・たばこ）の販売の無人化が困難な要因として、店内に従業員がいることを必須とするガイドラインしかないことが挙げられる。
- また、全事業者から年齢確認商品の販売に関する基準の明示や規制緩和を求める声が挙がる等、大きな障壁となっていることが受け取れる。

#### デジタル技術を活用した酒類・たばこ年齢確認ガイドラインの対象範囲

##### 3. 本ガイドラインの対象範囲

本ガイドラインの対象範囲は、以下の通りである。

- (1) 購入商品：酒類・たばこのみ対象。toto 等のくじや成人向け雑誌<sup>5</sup>は対象としない。
- (2) 販売方法：お客様が従業員を介さず、店頭で購入できる方法。具体的には各社で導入されているセルフレジ、一部コンビニで実装されている Amazon Go に類似するケース、一部コンビニで実装されている携帯電話にてスキャンし決済するスマホレジのような販売方法を含んでいる。他方、自動販売機による販売<sup>6</sup>及びインターネット販売<sup>7</sup>については、既存のルールが存在するため、本ガイドラインでは対象としない。
- (3) 店内の従業員の有無：店内のどこかに従業員がいるケースを想定している。具体的には売り場に従業員がいる、もしくは、バックヤードに従業員がいるという状況である。

(出所) 日本フランチャイズチェーン協会「デジタル技術を活用した酒類・たばこ年齢確認ガイドライン」より抜粋

#### 事業者から挙げた要望



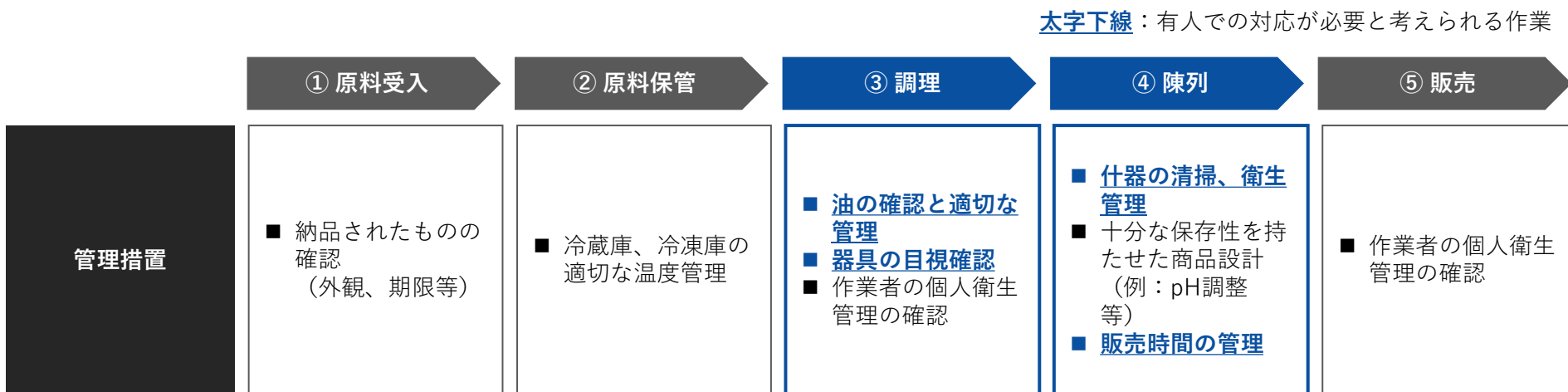
各事業者

- 年齢確認商品販売に関する規制を緩和していただきたい。
- 無人店舗での年齢確認商品販売に関する明確な基準を設けていただきたい。 等

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- カウンターフード販売の無人化が困難な要因として、食品衛生法に基づくHACCPへの対応が必要な点が考えられる。
- コンビニにおける衛生管理ガイドラインの「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理計画作成の手引書（CVS事業者向け：簡易な調理編）」に基づく、揚げ物や加熱調理が必要な商品の販売にあたって、目視による衛生管理が必須とされており、完全無人化が困難になっている。

### HACCPの考え方において各作業工程で求められる管理措置



(出所) 日本フランチャイズチェーン協会「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理計画作成の手引書（CVS事業者向け：簡易な調理編）」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## C-① 「有人対応業務の存在（法規制-収納代行）」の要因

- 収納代行の無人化が困難な要因として、各EC事業者や各自治体との収納代行の個別契約において、契約ルールが統一されていないことが挙げられる。
  - － 領収印の押印や控の紙保管を店舗側に義務付けているケースが多々あり、特に紙保管を義務づける都道府県及び指定都市・県庁所在地規模の自治体は9割を超える。

## 収納代行委託契約内容の自治体間の差異

	長野県税	山形県公金 (県税除く)	札幌市税
押印の要否	必要	必要	必要
押印箇所数	3箇所	3箇所	3~4箇所
店舗控の保管の要否	必要	必要	必要
店舗控の保管期間	3か月	3か月	3か月
本部控の取りまとめ単位	1日	5日	5日
本部控の保管期間	5年	3年	5年
本部での収納データ保存期間	1年	3か月	1か月

(出所) 長野県「県税徴収金等収納事務委託に関する基本仕様書」、山形県「山形県公金収納におけるコンビニエンスストア収納等業務委託仕様書」、札幌市「札幌市税のコンビニエンスストア等での収納業務」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## 収納代行委託における紙保管規定の実施状況

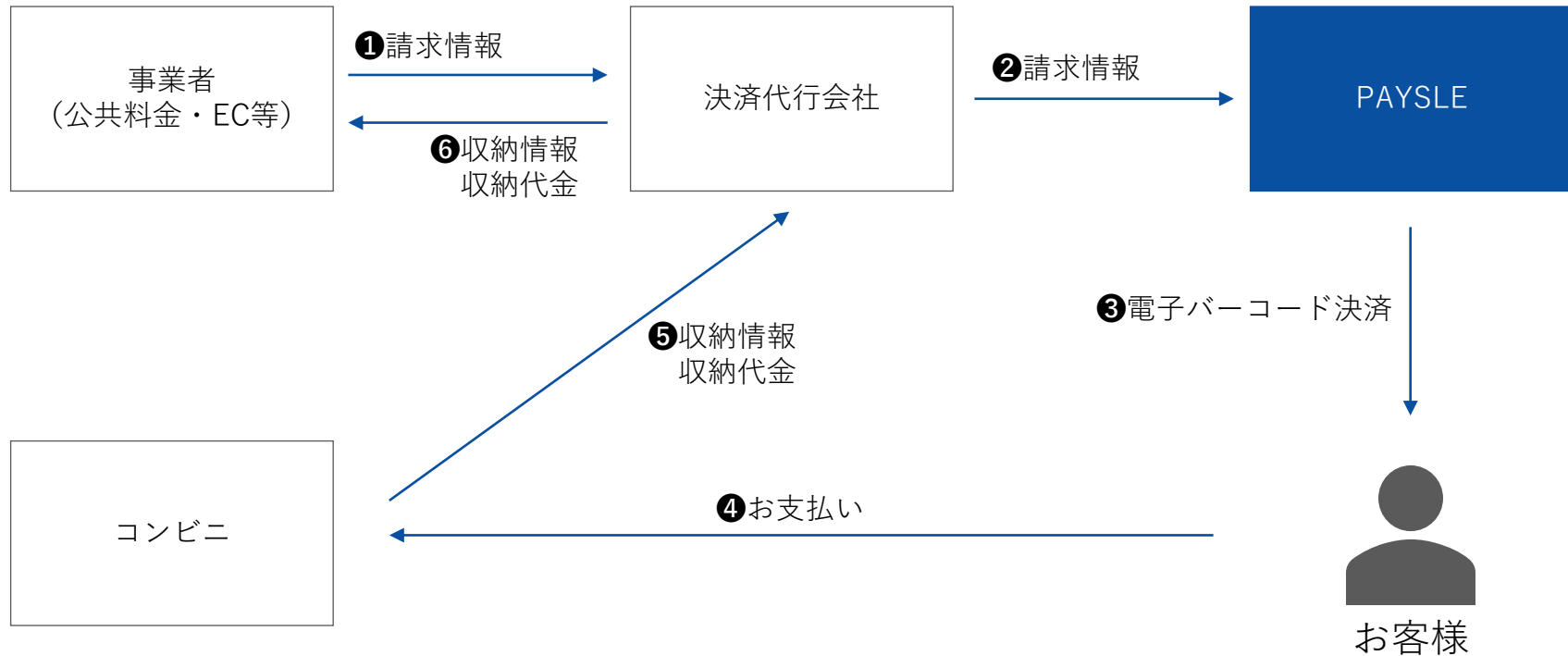
	① コンビニに公 金収納事務を委託 している団体数	② ①のうち、紙 保管を義務づけ ている団体数
都道府県	46団体 (97.9%)	<u>41団体</u> (89.1%)
指定都市・ 県庁所在地	50団体 (98.0%)	<u>47団体</u> (94.0%)
合計	96団体 (98.0%)	<u>88団体</u> (91.7%)

(出所) 総務省「第1回規制改革推進会議公共WG」資料より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## C-① 「有人対応業務の存在（法規制-収納代行）」 【参考】 収納代行業務の無人化取組事例

- 行政サービスの機能拡充の一環として、収納代行について、PAYSLE等のスマホ決済を店舗側で支援する形態で、電子上で支払が完了するため押印やもぎりを不要にした取組を行う事業者が存在する。
- PAYSLEは44桁のバーコードをスマホ上に表示させ、POSレジのスキヤナで読み取らせることが可能。事業者側のコスト削減のみならず、消費者側のユーザー体験向上にも寄与している。

## PAYSLEによる支払



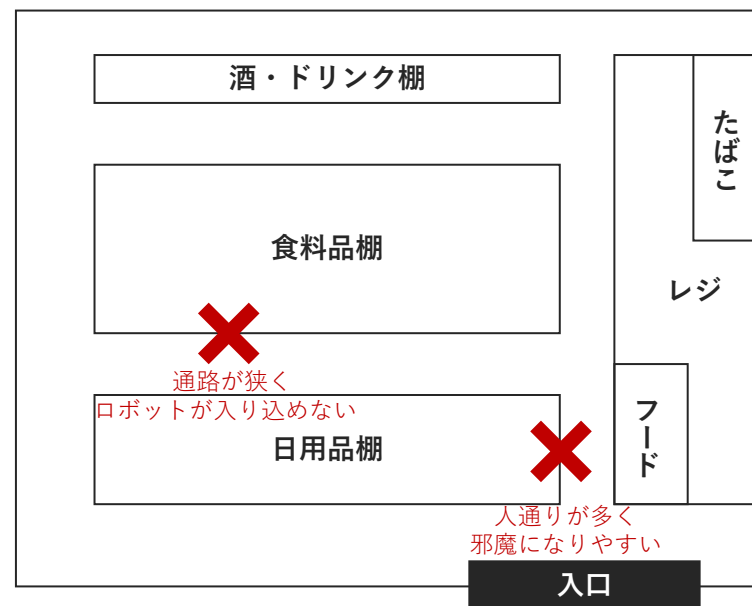
(出所) <https://www.paysle.biz/service>より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- モノの移動の無人化が困難な要因として、業務パターンが多い点や店舗面積・レイアウト等の制限がある点が挙げられる。
  - － 様々な業務パターンが多いため、ロボット等により自動化を試みる場合、業務ごとに異なるロボットが必要となり、非常に高コストとなってしまう。
  - － また、店舗の面積やレイアウトによっては、ロボットが移動できない等の問題が発生し、モノの移動を行えない可能性がある。

### モノの移動が必要な業務パターン

荷物授受	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 消費者との商品のやりとり、配送事業者との商品のやりとりが必要になる</li> </ul>
商品陳列・廃棄	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 様々な形状・サイズ・重量の商品を陳列する必要がある</li> <li>■ 期限切れ商品等を廃棄する必要がある</li> </ul>
値引き	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 値引きラベルを様々な形状・サイズの商品に対して貼付する必要がある</li> </ul>
在庫受入	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 物流業者から受け取った商品を倉庫等へ保管しなければならない</li> <li>■ 特に要冷蔵品は置き配が難しく、早急に冷蔵庫等への保管が必要になる</li> </ul>

### 商品陳列ロボットの運用を阻害する要因（例）



(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- イレギュラー対応の無人化が困難な要因として、顧客相談対応、設備トラブル対応といった業務は、定型業務ではなくその場限りの特別な対応が求められる点が挙げられる。

## イレギュラー対応で発生する業務

### 質問・相談対応

- 商品がどこにあるか質問される
- そもそも商品があるかどうか質問される
- 入店方法がわからないと相談される
- 支払いがうまくできないと相談される

### 設備トラブル対応

- 認識精度が高いシステムでも、99.9%程度の精度にとどまるため、頻繁にミスが発生し、そのたびに返金対応が求められる

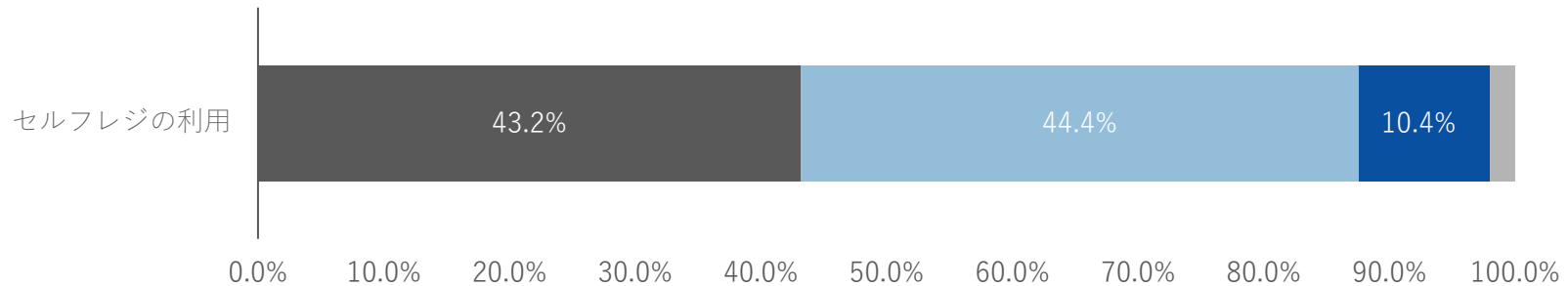
(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## D 「消費者側の心理的抵抗」の概要・現状

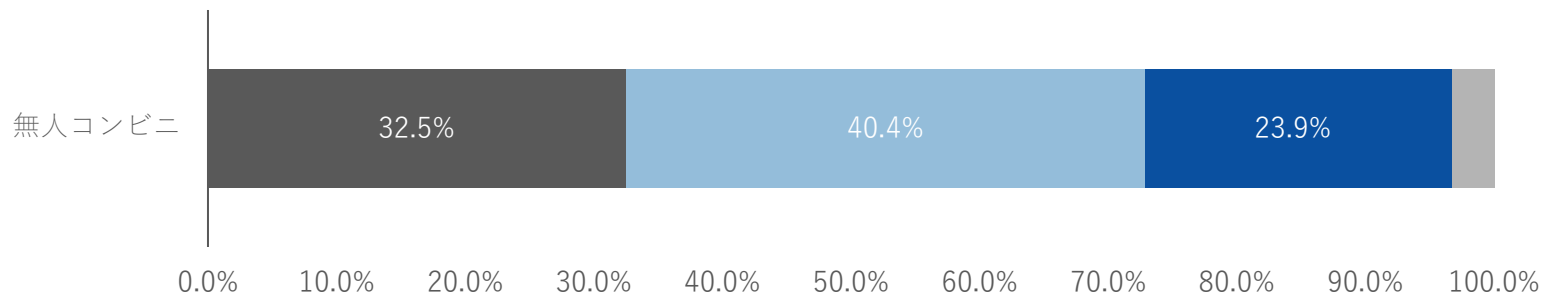
- 消費者側の無人店舗や関連デジタル技術に対する心理的抵抗が、店舗の省人化・無人化を阻害している。
- セルフレジにおいては約1割が、特に無人コンビニに対しては2割以上が抵抗感を示している調査結果もあり、加えて実際に開設したとしても利用するには抵抗感がある可能性も存在する。

## セルフレジと無人店舗に関する消費者の意向

■ 積極的に推進すべきだと思う    ■ どちらともいえない    ■ 積極的に推進すべきだとは思わない    ■ わからない



■ 普及するとよいと思う    ■ どちらともいえない    ■ 普及するとよいとは思わない    ■ わからない



(出所) 経済産業省「第3回 新たなコンビニのあり方検討会」各種資料より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## D 「消費者側の心理的抵抗」の要因

- 消費者側の心理的抵抗が発生する要因として、操作の手間やデジタル技術等への理解不足が挙げられる。
- 特に過疎地域等においては、デジタル技術等への理解不足が深刻で、無人店舗出店のハードルとなる場合がある。

### 消費者側で心理的抵抗が発生する要因

<b>操作の手間</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ セルフレジの操作が面倒で利用したくない</li><li>■ アプリのインストール等、事前準備の手間が嫌で無人店舗を避けてしまう</li></ul>
<b>デジタル技術等への理解不足</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ そもそもスマートフォンの操作に慣れておらず、入店に必要なアプリのインストール等が難しい</li><li>■ アプリの操作方法や決済方法がわからず、入店や支払に困ってしまう</li><li>■ 無人店舗が営業中なのかわからないため、入店しない</li><li>■ トラブルが発生しそうで怖くて利用できない</li></ul>

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## E 「個人情報・プライバシー関連規制」の概要・現状

- 個人情報・プライバシー保護関連規制への対応は、無人店舗事業者側の負担増大として店舗の省人化・無人化を阻害している。
  - － 24時間監視等、無人店舗事業者側への有人対応を強いる状況も発生している。
  - － 海外に本社や開発部門等を置く無人店舗事業者にとって、厳しい国際基準が国内への無人店舗技術提供の機会を阻んでいる。

### 事業者から挙げた意見

ソフトウェアを常に最新状態にアップデートし、システムを24時間監視する等、万全のセキュリティ対策を講じており、負担となっている。



無人店舗事業者  
D社

国際基準の緩和、もしくは基準の明確化をすれば海外の無人店舗事業者も日本に参入しやすくなる。



無人店舗事業者  
C社

(出所) ヒアリング結果をもとに、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## E 「個人情報・プライバシー関連規制」の要因

- 個人情報・プライバシー関連規制の主な要因として、デジタル成人認証における個人情報の取得にあたっての個人情報保護法への対応が求められる点がある。
  - － 個人情報等を取り扱う省人化・無人化技術の導入にあたって対応事項や監査等、情報の管理負担が増加するため、無人化を阻害している。
  - － また、情報の管理方法によっては個人データや保有個人データに該当し、対応すべき業務が増える。

## 個人情報保護法における取扱情報に対応した規律

取扱行為	取扱時の義務	取扱情報
取得・利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 利用目的の特定・制限</li> <li>■ 利用目的の通知又は公表</li> </ul>	個人情報
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 適正な取得</li> </ul>	
第三者提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 第三者提供の制限</li> <li>■ 記録の作成</li> <li>■ 報告先において個人データとなる情報の第三者提供の制限</li> <li>■ 第三者提供の例外（法令に基づく情報提供）</li> </ul>	個人データ
本人の権利	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 本人の請求等への対応（開示、訂正、削除、利用停止など）</li> </ul>	保有個人データ
苦情への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 苦情処理</li> </ul>	個人情報
廃棄	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 消去</li> </ul>	個人データ
安全管理措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 組織的、人的、物理的、技術的対策</li> <li>■ 漏えい時報告</li> </ul>	

（出所）経済産業省 令和2年度「流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業（省力化店舗実現可能性検討事業）報告書より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成



### 3. 店舗の省人化・無人化に向けた論点等包括調査

3.1 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の仮説構築

3.2 店舗の省人化・無人化に向けた障壁の整理

3.3 店舗の省人化・無人化に向けた対応の方向性検討

■ 店舗の省人化・無人化に向けた対応の方向性を、下記のとおり整理した。

主体	対応の方向性	施策例	従業員不足	資金不足	有人対応業務	消費者側の心理的抵抗	個人情報保護
流通事業者	事業者間での協調	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者間連携によるスタッフ確保</li> <li>共同配送の取組推進</li> </ul>	✓		✓		
	行政の支援制度の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>補助金制度の活用</li> <li>人材確保・育成支援制度の活用</li> </ul>	✓	✓			
無人店舗事業者	技術開発の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>性能向上、低価格化に向けた技術開発</li> </ul>		✓	✓		
	人材育成・交流	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗無人化に向けた研修</li> <li>流通業への人材派遣</li> </ul>	✓				
政府	規制の緩和	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品衛生関連規制の緩和</li> <li>個人情報保護規制の緩和</li> </ul>			✓		✓
	ルールの明確化・標準化	<ul style="list-style-type: none"> <li>酒・たばこの無人販売ルールの明確化</li> <li>収納代行における帳票保管ルールの標準化</li> </ul>			✓		
	キャッシュレス推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者向けキャッシュレス普及促進</li> <li>事業者向けキャッシュレス普及促進</li> <li>デジタル決済インフラの整備</li> </ul>			✓	✓	
	資金援助	<ul style="list-style-type: none"> <li>補助金申請フローの簡素化</li> <li>補助金対象の見直し</li> <li>技術開発支援</li> </ul>		✓			
	DX人材育成・確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>DX人材育成の推進</li> <li>DX人材確保の支援</li> </ul>	✓				
	消費者へのデジタル啓もう	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者へのデジタル教育</li> </ul>				✓	✓

### 3.3.2 対応の方向性（流通事業者）

- 店舗の省人化・無人化に向けて、流通事業者には事業者間での協調・連携や、行政の支援制度の活用が求められる。

#### 事業者間での協調・連携

- **事業者間連携によるスタッフ確保**
  - 無人店舗においても人手が必要となる陳列等の業務において、地域の事業者やスポットでの人材派遣サービスを活用し、従業員不足を解消
- **共同配送の取組推進**
  - 共同配送により、物流面での人材不足の解消や、店舗側の受取回数削減を図ることで、過疎地域での無人店舗・省人化店舗進出を促進

#### 行政の支援制度の活用

- **補助金制度の活用**
  - デジタル田園都市国家構想交付金等、補助金の交付を受けることで、無人店舗導入にあたっての導入費用や工事費用等の投資資金不足を解消
- **人材確保・育成支援制度の活用**
  - 経済産業省や厚生労働省の実施する人材確保・人材育成に関する補助金の交付を受けることで、従業員不足を解消

### 3.3.2 対応の方向性（無人店舗事業者）

- 店舗の省人化・無人化に向けて、無人店舗事業者には商品読み取り技術をはじめとした店舗の省人化・無人化技術の開発や、人材育成・交流に向けた取組が求められる。

#### 技術開発の推進

- **性能向上、低価格化に向けた技術開発**
  - 商品読み取り技術の認識精度の向上に向けて、技術開発に積極的な投資を行うことで、誤認識の発生率を低減
  - 技術開発により技術の導入・運用コストを低減することで、流通事業者が店舗を省人化・無人化する際の資金的な障壁を解消

#### 人材育成・交流

- **店舗無人化に向けた研修**
  - 流通事業者に対して店舗の無人化に必要なデジタル技術、DX等の知識を研修・教育することで、流通事業者側のDX人材不足を解消する
- **流通業との人材交流**
  - 流通業への人材派遣を行い、流通事業者側のDX人材不足を解消するとともに、無人店舗事業者側も流通業に関するノウハウを蓄積する

### 3.3.2 対応の方向性（政府）（1/3）

- 店舗の省人化・無人化に向けて、政府には規制の緩和、ルールの明確化・標準化、キャッシュレス推進、資金援助、人材育成、消費者へのデジタル啓もうといった取組が求められる。

#### 規制の緩和

- **食品衛生関連規制の緩和**
  - カウンターフードの無人販売に向けた、食品衛生関連規制の緩和
  - 規制緩和に向けた実証の推進
- **個人情報保護規制の緩和**
  - 個人情報の第三者提供に係る規制の緩和

#### ルールの明確化・標準化

- **酒・たばこの無人販売ルールの明確化**
  - 現行制度上では年齢確認に有人対応が求められている酒・たばこを無人販売するためのルール整備・基準の明確化
  - ルール整備に向けた実証の推進
- **収納代行における帳票保管ルールの標準化**
  - 地方公共団体により異なる、収納代行関連帳票（公共料金の支払いに関する収納代行が対象）の店舗保管ルールの標準化

## 3.3.2 対応の方向性（政府）（2/3）

- 店舗の省人化・無人化に向けて、政府には規制の緩和、ルールの明確化・標準化、キャッシュレス推進、資金援助、人材育成、消費者へのデジタル啓もうといった取組が求められる。

## キャッシュレス推進

- 消費者向けのキャッシュレス普及促進
  - キャッシュレス決済に係る減税策の推進
  - 公的機関での各種支払手続きの電子化
- 事業者向けのキャッシュレス普及促進
  - 小売店へのキャッシュレス導入の義務化
  - 加盟店手数料の上限規制の強化
- デジタル決済インフラの整備
  - 取引の自動化やデータ連携の基盤となる、事業者や行政機関のオペレーション全体のDX推進
  - QRコードの統一規格導入による、キャッシュレス決済方式の一本化

## 資金援助

- 補助金申請フローの簡素化
  - 複雑な補助金申請フローの簡素化による、迅速・容易な補助金支給プロセスの確立
- 補助金対象の見直し
  - 補助金支給目的へ店舗の省人化・無人化に関する内容を追加
  - 補助金支給対象費用項目に、デジタルソリューションのサブスクリプションサービス形態に対応した項目（運用コスト）を追加
  - 補助金支給対象企業の資本金や企業規模要件の緩和
- 技術開発支援
  - 優良な店舗DX関連技術の探索・選定と資金援助

### 3.3.2 対応の方向性（政府）（3/3）

- 店舗の省人化・無人化に向けて、政府には規制の緩和、ルールの明確化・標準化、キャッシュレス推進、資金援助、人材育成、消費者へのデジタル啓もうといった取組が求められる。

#### DX人材育成・確保

- **DX人材育成の推進**
  - 流通業界におけるデジタルスキルの定義と、教育プログラムの整備
- **DX人材確保の推進**
  - 流通事業者と無人店舗事業者のビジネスマッチング促進

#### 消費者へのデジタル啓もう

- **消費者へのデジタル教育**
  - 無人店舗利用における消費者の不安要素解消に向けた情報提供
  - 安全・安心にキャッシュレス決済を利用するための注意点に関する情報提供
  - テレビCM等を通じたキャッシュレス普及に係る広報活動

- 各国では、消費者と事業者の双方に対し、キャッシュレス推進に係る取組が行われている。
- 諸外国におけるキャッシュレス推進に係る取組動向は以下のとおり。

施策対象	施策（例）	諸外国における事例
消費者	カード利用による減税措置	■ キャッシュレス決済利用時の消費者向け税還付制度の拡充（韓国）
	公共機関でのアクセプタンス拡大	■ 公的機関の電子化推進（シンガポール） ■ ロンドン五輪を契機とした政府主導のデビットカード普及（英国）
	教育プログラム	■ TVCM等で政府系デビットカード（RuPay）の認知・利用促進（インド）
小売事業者	アクセプタンス義務化	■ （一定条件を満たす）加盟店へのキャッシュレス導入義務化（韓国）
	現金支払いの上限規制	■ 現金での支払いを1,000€以下に制限する規制の導入（フランス）
金融事業者	決済手数料規制	■ インターチェンジフィーの水準を規制（フランス） ■ 加盟店手数料等の水準を規制（中国）
多様なステークホルダー	推進主体の設立	■ Government Technology Agency of Singapore（GovTech）主導によるキャッシュレス社会実現の推進（シンガポール） ■ Government Digital Service（GDS）によるキャッシュレス決済の推進（英国）
	モバイル決済インフラの整備	■ Gov.UK Payの開発による、オンライン決済インフラの整備（英国） ■ QRコード決済の統一規格「SGQR」導入による、決済方式の一本化（シンガポール）
	決済ネットワークの整備	■ 国産決済サービス（EFTPOS）のキャッシュレス決済対応（オーストラリア）

（出所）公開情報より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

- 世界各国でDX人材育成やリスキリングに関する政策が推進されている。
- 諸外国におけるDX人材不足を解消するための取組動向は以下のとおり。

主体	取組	概要
シンガポール政府	SkillsFuture Singapore	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ シンガポール教育省が作成した職業訓練プラットフォームで、同国で将来必要とされる職業に求められるスキルの教育プログラムを提供。</li> <li>■ 情報通信分野では、情報通信メディア開発庁がスキルフレームワークを策定し、「データ」「インフラ」等7分野において、119の職種からなるキャリアパスや、各職種の概要、求められる役割、必要となるスキルを示している。</li> </ul>
欧州委員会	Digital Compass	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 欧州委員会は、2030年までのデジタル移行に向けた展望・目標・道筋を示すコミュニケーション文書として「2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade」を2021年3月に発表した。</li> </ul>
英国政府	The Skills Toolkit	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 英国政府は、2020年4月に無料でデジタルスキルについて学ぶことができるオンライン学習プラットフォーム「The Skills toolkit」の提供を開始。</li> <li>■ 基本的なコンピューティングスキルから、デジタルを活用したデザインやマーケティング等、スキルアップにつながるプログラムまで広く提供されている。</li> </ul>
インド政府	FutureSkills Prime	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ インド電子情報技術省（MeitY）と全国ソフトウェア・サービス企業協会（NASSCOM）は労働者のスキルアップ/Reスキルのための学習プラットフォームとしてFutureskills Primeを提供。</li> <li>■ 各職種で求められるスキルや自身が習得したスキルが一覧で表示されるほか、将来的には政府が発行するIDとの連携や、利用者のコンピテンシー診断ツールの提供等が予定されている。</li> </ul>
オーストラリア政府	Upskill with new digital courses for 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ オーストラリアのDigital Transformation Agencyは、マイクロソフトと連携して、公務員向けの教育プログラムを提供。プログラムは一般ユーザー向けのコースと、上級者向けコースを展開。</li> </ul>

（出所）公開情報より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

### 3.3.2 対応の方向性（政府） 【参考】英国における補助金支給プロセス簡素化の取組

- 英国では2022年補助金管理法（Subsidy Control Act 2022）を制定。自治体が補助金を提供する際に必要な事務手続きを簡素化し、タイムリーな補助金提供を可能にしている。
- 2022年補助金管理法の中では特定の目的に利用される補助金がStreamlined routes（合理化された制度）として定められており、特定の補助金を迅速かつ容易に提供できるようになった。地域成長に関する補助金もStreamlined routesの一つに定められており、地域経済の成長を促進するために、中小企業やdisadvantaged worker（不利な状況にある労働者）の雇用を支援する補助金申請プロセスが簡素化された。

#### 2022年補助金管理法の概要

##### 背景

- EU時代の補助金支給プロセスの事務手続きの複雑さが英国内で問題視されていたことから制定された。

##### 特徴

- EU加盟時には、全ての補助金は欧州委員会による事前承認が必要だったが、2022年補助金管理法では特定の補助金については補助金申請の支給プロセスが簡素化されている。

##### Streamlined routes（合理化された補助金制度）

- 英国の公的機関が特定の補助金を支給する際に活用可能な仕組み。同制度に基づいて支給される補助金は、制度上で定められた条件に準拠している限り、補助金管理原則に照らして詳細に評価することなく、支給可能となる。
- 実際に同制度が適用される補助金は以下のとおり。
  - － 研究・開発・イノベーション
  - － エネルギー使用
  - － 地域成長

#### 地域成長に関する補助金

##### 対象

- 中小企業の事業開発プロジェクト
  - － 新規事業の立ち上げ、生産能力の向上、製品・サービスの向上等を支援
  - － 設備投資、新規雇用者の賃金、研修費用、専門家へのアドバイザー費用等が支給対象
- 障がい者の雇用支援
  - － 障がい者の雇用に関連する費用を支援
  - － 賃金、施設・設備の改修費用、適応技術の導入費用等が対象
- 不利な状況にある労働者の雇用支援
  - － 労働市場で過小評価されているグループや不利な状況にある労働者の雇用を支援
  - － 採用プログラムの費用、賃金等を支援

##### 簡素化のポイント

- 補助金原則の審査省略
  - － 条件を満たす場合、補助金原則に照らした詳細な評価が不要
- 上限設定
  - － 補助率と上限額を設定し、簡素化プロセス上での補助金の過剰支給を防止

（出所） <https://www.gov.uk/government/publications/subsidy-control-act-2022-streamlined-routes>、<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2022/23>より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

## 別紙1\_事例集



# 買物困難者対策に資する 新たな流通事業コンテスト 事例集

～本事例集について～

買物困難者問題の解決に繋がる取組の発掘／横展開を目的としたコンテストを開催しました。本事例集では、応募のあった29事業のうち、特に優れた一次審査通過10事業を紹介します。

# 事例集掲載事業者一覧

※五十音順に掲載

No	事業者名	応募内容
1	ウエルシア薬局株式会社	地域における健康増進とコミュニティづくりをコンセプトにした移動販売事業
2	株式会社ゼンリン	『地域まるごとSmart Terrace Store 構想』
3	ちっこいきいき宅配チャレンジ会 (任意団体)	『ちっこいきいき宅配事業』
4	テルウェル東日本株式会社	売店舗運営の無人・省人化を実現するスマートストア『ピックスルー』
5	株式会社とくし丸	食品や日用品を軽トラックに積み移動販売をする移動スーパー事業
6	トヨタ・コニック・プロ株式会社	地域共創型で持続可能な移動スーパーを生み出すプラットフォーム『このまち市場』
7	一般社団法人よしの	ガソリンスタンドと生活必需品を扱う店舗『どんどん市場』
8	株式会社ローソン	地域密着/買物困難者向け店舗
9	株式会社eロボティクス	ドローンやUGVによる配送事業
10	int mart design株式会社	ご近所デジタルディスプレイ商店『S_mart』

1



## ウエルシアの移動販売車【うえたん号】



### 事業・サービスのポイント

移動販売による買物を通じた地域コミュニティの創出及び健康増進活動を目的とし、地域がいつまでも健康で安心して暮らして住み続けられる町づくりに寄与していく

### 事業・サービスの概要

①

● 薬剤師 ● 管理栄養士 ● 登録販売者 ● ビューティアドバイザー  
が移動販売を通じて地域住民の健康増進とコミュニケーション促進活動を実施

#### 買い物（移動販売）を通じた地域コミュニティづくり

移動販売先における健康生活に関する情報提供

- 健康測定・相談会 ● お薬・栄養・お化粧品に関するミニ講座 等を定期開催

移動販売先 = 地域住民の「通いの場・交流の場」



②

#### ICT + 専門職の活用による地域課題解決



移動販売における買物を通じた地域コミュニティの創出及び、店頭薬剤師や管理栄養士等の専門職による相談・情報提供による健康増進を目的に自治体と協働し移動販売を運営。移動販売車の停留所が地域の通いの場・交流の場として醸成。社会課題を解決し顧客の維持増加へつなげる

車両に搭載しているモニターを活用しオンラインにて店頭を繋ぎ薬剤師や管理栄養士と気兼ねなく相談が可能となっている。また、モニターにて日頃より健康情報や地域の情報なども掲載し地域と一体となって健康維持・増進活動に努めている。もちろん買物の出来る環境も整っており、食料品はもちろん、日用品や化粧品、事前注文となるが一般医薬品についても取り扱いが可能である。キャッシュレス決済、公共料金の支払い対応・取り扱い商品数500品目

## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

当社の移動販売事業は買物を通じた地域コミュニティ創出を目的とし、買物支援はもちろんの事、健康増進、介護予防、地域福祉向上等を地域協働事業として実施、自治体及びその関係団体により買物困難者及びその地域を顕在化し移動販売停留地（販売地）において下記取組を実施

- ① 買物支援：買い物困難となっている住民の買い物機会の確保、ニーズに対応したラインロビング、オンラインカタログによる受注による個別対応
- ② 健康増進：一般用医薬品の供給、薬剤師、管理栄養士等による健康増進・介護予防情報の提供ならびに個別相談対応、サイネージによる健康情報の提供
- ③ 介護予防：販売地を地域住民の「通いの場・交流の場」とした住民同士の交流促進・コミュニティづくり・高齢者等の外出機会促進、高齢者サロンの案内等
- ④ 地域福祉向上：地域包括支援センター等との連携による独居高齢者や認知症高齢者への声掛け、見守り、孤独孤立防止における地域の繋がりの醸成、共生社会づくりを目的とし子供から障害者、高齢者まで分け隔ての無いつながりの場の提供

買物支援のみならず、医療や介護予防等、買物困難者が抱えている課題をドラッグストアが直営にて運営する移動販売車だからこそマルチタスクに解決できると考える

いかに多くの買物困難者の情報をキャッチするかが重要である。そのためにも、自治体及びその関係者と密に連携し買物困難者＝客数といった同じ目標を基に1日客数を地域ごとに設定、同じKPIを基に協働で取り組む

### 連絡先

HP URL : <https://www.welcia-yakkyoku.co.jp/>  
連絡先 : [idouhanbai-uetangou@welcia-yakkyoku.co.jp](mailto:idouhanbai-uetangou@welcia-yakkyoku.co.jp)

2

**ZENRIN**

# 地域まるごとSmart Terrace Store構想

ZENRIN



## 事業・サービスのポイント

- 既存地域資源の有効活用による低コスト出店
- Smart Terrace Storeでの地域コミュニティを形成
- ドローン配送による食料品提供距離拡大
- 卸業者の流通を用いての効率的な配送

## 事業・サービスの概要

## 地域まるごとSmart Terrace Store構想



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

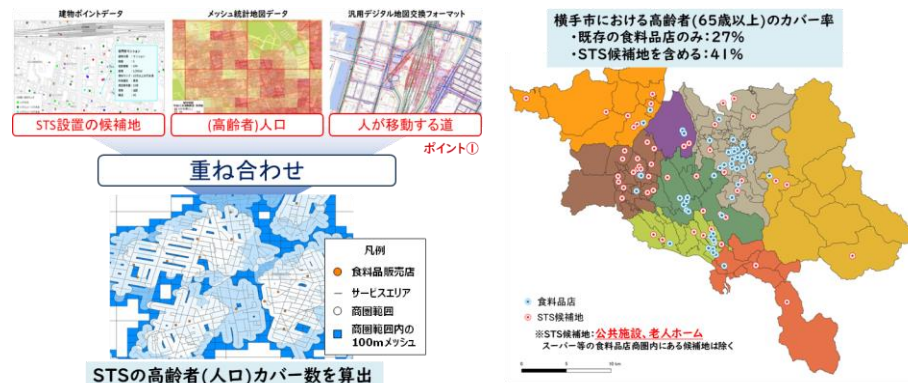
### 実証実験を行った横手市の背景

- 横手市における食料品アクセス困難人口の割合は32%、75歳以上に絞ると、割合が44%となり改善が喫緊の課題となっている。
- 食料品を提供する店舗に着目すると、市中心部でも空洞化(空き家、空き地、空き店舗の増加)が深刻化し、店舗までのアクセスが困難な状況になっている。
- 交通手段についても横手市では利用交通手段の約85%が自家用車に依存しているため、将来的には免許を返納した高齢者にとって、店舗への交通手段が失われる可能性がある。
- 食料品アクセス問題を扱う上で公助の考え方は重要であり、解決策を持続的に行うには地域コミュニティの維持・構成が重要である。

### 解決策

- 既存の地域資源である公民館等を活用して、「Smart Terrace Store (STS)」を設置し、地域住民の小売店までの物理的な距離を短縮し、食料品アクセスを向上させる。
- 新技術として「ドローン」による食料品配送により、STSにも来られない地域住民への食料品アクセスの手段を提供する。
- 地域コミュニティの維持・構成のため住民同士の相互扶助を促進を行う。
- 人口分布や地理特性、交通ネットワーク等を踏まえて、ゼンリンが保有する詳細地図を用いて「STSの最適配置」を分析することで、食品アクセス困難人口の割合減少を目指す。

### ゼンリンが保有する詳細地図を用いて最適配置を分析

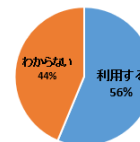


STSを継続的に利用したいという意見とともに、買い物への課題・不安の声が聞かれ、社会インフラとしての必要性が確認できた。また、コミュニティ構築の場としてSTSの有用性を確認が出来た。

### STSに関する住民の声

- STSがサービス化された場合に今後も利用したいという声が約半数の住民より確認できた
- お茶やお茶請けはコミュニケーションツールとして好意的な意見を聞くことができた
- STSへ歓談するために外出を行うという住民の意見も聞くことができた

(STSで買い物をした人)  
サービス化された場合に今後も利用したいか



### 連絡先

HP URL : <https://www.zenrin.co.jp>  
 連絡先 : 株式会社ゼンリン スマートシティ推進部 03-5295-9120 (代表: 093-882-9050)

3



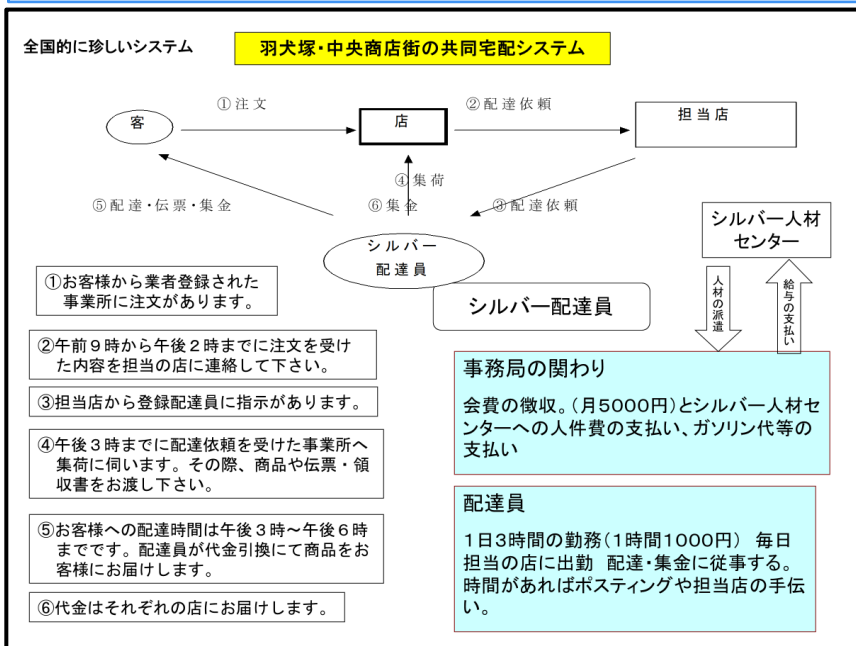
## ちっこいきいき宅配事業



### 事業・サービスのポイント

- 事業の経理的な事務は筑後商工会議所が担当し、配達員の給与及び車両代は月額5000円×20店舗の負担金で賄うというシステムである。本事業の特徴は①事務局を持たないためローコストで運営が出来る。②店舗と顧客が直接電話で注文を受けるので、お客にとって品物違いが無くなる。③店舗にとって、直接お客からの注文を受けるので、安心して宅配事業を進められる。④カタログなどの印刷費は地域の医療機関や事業者などからの広告として寄付していただいている。などの特徴があり、20年続いた要因と考えている。

### 事業・サービスの概要



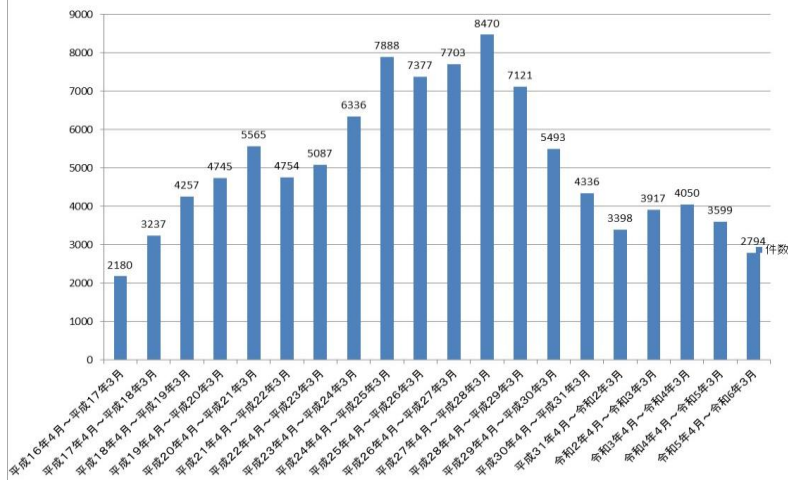
ちっこいきいき宅配事業は平成16年に筑後市羽犬塚商店街と中央商店街の活性化を目的に開始した。商圈内の高齢化が進み、日ごろの会話からお客から買い物になかなか行けないなどの声があり、買物難民が増えることを憂慮した両商店街の有志20店がそれぞれ月額5000円を負担し、地域のシルバー人材センターから配達員を派遣して貰い顧客の自宅まで無料宅配を始めた。事務局は筑後商工会議所が担当している。

当宅配事業の特徴はお客様が午前中に直接店舗に電話して注文し、参加店舗は取りまとめ役の担当店に配達があることを知らせ、配達員は担当店に出向き、配達内容を把握し該店舗で商品と配達先を確認し、顧客の自宅まで配達し、料金を該店舗に清算するシステムであり、現在20年目を迎えている。

また、費用がかさむカタログ等については地域の医療機関等から協力をいただき、筑後市内に配布している。

## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

過去20年間の件数推移



当宅配システムは平成16年当時に商店街共同宅配事業が各地で行われていたが、①事務局員の経費が負担。②事務局員が注文者から受けた品物をイメージできず、届けた品物が違うことが多い。などの課題が山積み、ほとんどが休止または解散となった。

当宅配システムは上記の失敗の原因を排除し、①前図の様に注文者は直接店舗と電話でやりとをするため、例えば「刺身」の注文としても、「今日のお勧めは鯛のいいのがあるから」など店主と十分打ち合わせたところでの配達であるので「品物の相違」ということが発生しない。②また、店側にしても、いつもの得意様からの直接の電話であるので、事務員を介さないため、「他店にお客が流れるのではないか」という危惧がなく、顧客サービスとして積極的に宅配事業を進められる。③また、基本的に日常の配達は注文を受けた店舗が商店街内の担当店に「今日は配達がある」との連絡をするだけで済み、会計等の事務は商工会議所が担当することで全体のコストを下げている。④配達員を筑後市のシルバー人材センターに依頼しているので、安定した人材が確保できている。⑤費用の掛かるカタログ等については筑後市内の医療機関の宣伝を入れることで寄付をいただくことで事業の収支バランスをとっている。⑥参加店の結束が固い。

こうした独創性や革新性のもとで20年継続して運営できている。

### 連絡先

HP URL : <https://www.chikugo.or.jp/joho/1178>  
連絡先 : 0942-52-3121（筑後商工会議所）

4

TelWel  
テルウェル東日本

## ピックスルー

(無人店舗構築ICTソリューション)

TeelWel  
テルウェル東日本



### 事業・サービスのポイント

- ピックスルーは小売店舗運営を無人・省人化するためのICTソリューションを提供いたします。
- 現在はスマホで商品スキャンを行う「バーコードスキャン型」とカメラとAIにより「決済行為」が要らない「ウォークスルー型」の2種類を提供しております。

### 事業・サービスの概要

#### バーコードスキャン型



スマホアプリから商品バーコードを読み取りアプリ上にて決済

商品制限なし

導入コスト低

#### ウォークスルー型



カメラとAIにより自動的に購買商品を割り出しレジ待ち・支払い行為を一切行わず購買可能

商品制限なし

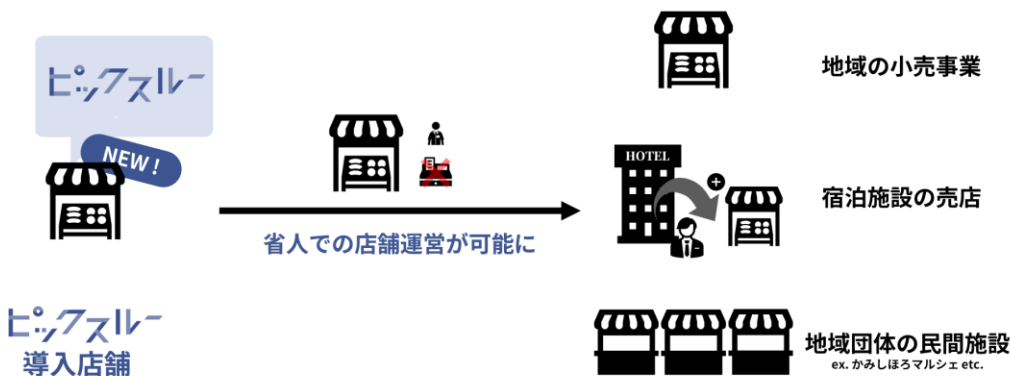
スピーディ

## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

ピックスルーの導入により省人・低コストでの店舗運営を実現することで、  
人口減少に比例し購入規模が縮小するエリアでの出店を容易にし、買物困難者の利便性を向上させる

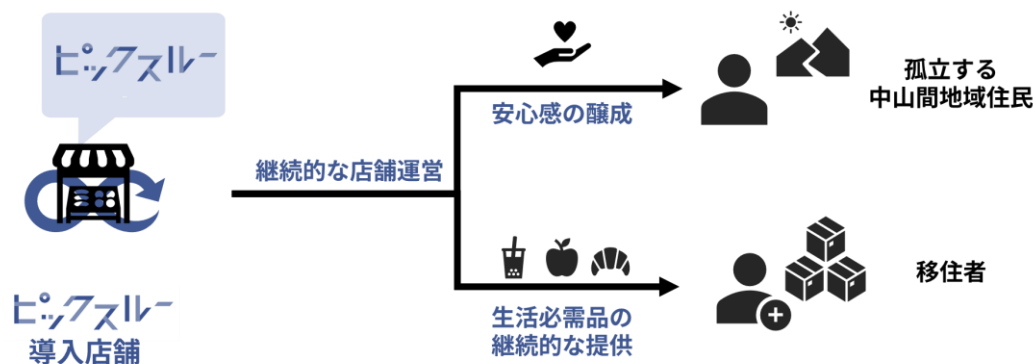
### 【店舗出店参入障壁の緩和】

店員の募集人数や勤務時間を減らすことができることで、  
働き手不足により店舗展開が困難であった地域においても  
店舗オープンが可能になる



### 【小売機能の持続的な確保】

ピックスルーにより有人店舗に比べて省人化することで  
店舗運営の負担が減少することにより、  
持続的な店舗運営を実現させることができる



### 連絡先

HP URL : <https://www.telwel-east.co.jp/>  
連絡先 : smartstore@telwel-east.co.jp テルウェル東日本 営業企画部 スマートストア事業推進担当 眞木・村井・川村

5



## 移動スーパー事業

～買物支援を必要とするかたへ楽しみと安心を～



### 事業・サービスのポイント

- 改造した軽トラックに大型冷蔵庫を設置、約400品目1200点を積み込んで販売
- 買物にお困りの方への買物支援（利用者の多くが75歳以上の高齢者）
- 「販売パートナー」と呼ばれる販売員がおお客様の自宅前まで伺い、定期的に販売

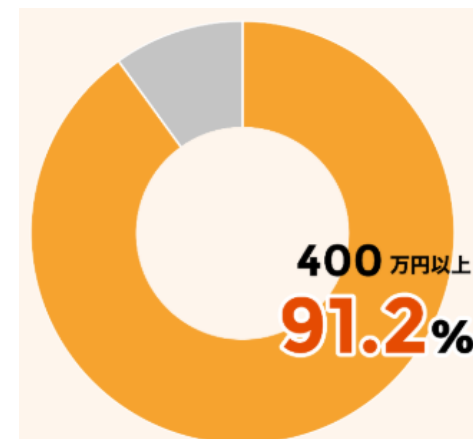
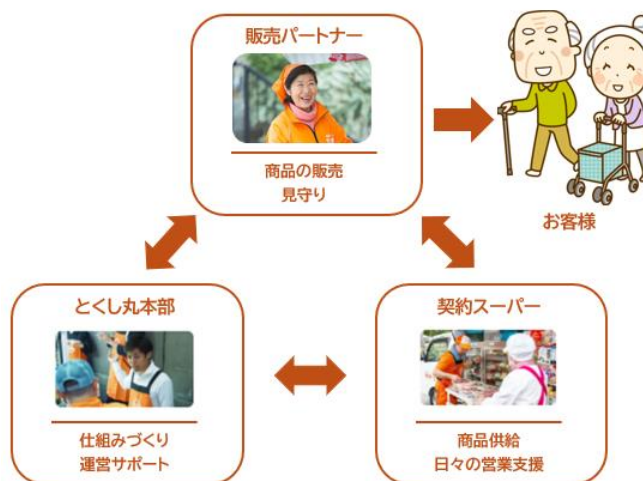
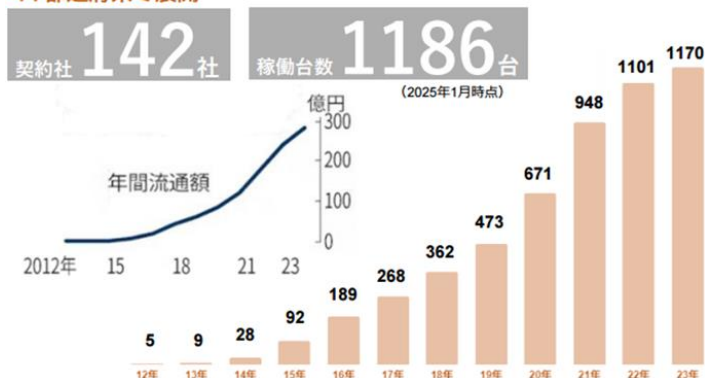
### 事業・サービスの概要

- 2012年に徳島県で創業
- 全国の都道府県で  
142社の小売企業と提携し、1186台が稼働  
(2025年1月時点)

- 3社（者）で連携してお客様に商品をお届け
- 販売パートナーの8割以上が個人事業主

- とくし丸本部、スーパーのみならず  
販売パートナーに安定した収益があることで持続可能な事業に

47都道府県で展開



集計対象：開業1年以上の販売パートナー（個人事業主）

## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか



### お客様志向： お客様にとっての究極のセレクトショップ&コンシェルジュ

一人ひとりのお客様としっかり会話し、相談に乗りながら、お買い物をサポート。丁寧にコミュニケーションをとっているからこそ、数か月もたつとお客様好みの品揃えに。  
お客様のお困りごとの解決もお手伝い。「次回、この商品をもってきてほしい」「庭先の物を移動したいけど重くてできない」「家まで商品を運んでほしい」などのご要望にも対応。

### 地域活性化： 街のインフラとして地域に貢献・見守り活動

細い道、険しい道にも行けるとくし丸。まるで「街の毛細血管」となり、街の「インフラ」となって地域活性化に貢献。地元の警察や自治体と協力して見守り活動も行い、安心・安全に住み続けられる街づくりをサポート。また災害時には、緊急時の食糧や物資を届ける機能として、国や自治体と連携してしながら復旧活動の一役を担う。  
例) 令和6年能登半島地震時には、200箇所以上の場所に支援物資のお届け。

### 孤独・孤立の防止： お客様に楽しみをお届け

#### 買い物を通じて楽しみを

- ・とくし丸の利用で、大好きだった料理をするようになった  
お客様自身で商品を“触り”“選ぶ”ことで以前は大好きで毎日やっていた料理をするように
- ・とくし丸が地域のコミュニティーに“人とのつながりが希薄になっている方に楽しみを”  
毎週販売パートナーと会話に加え、販売場所によっては、たくさんのお客様が集まって、地域のコミュニティーとしての役割も

#### ぐ〜す〜月刊とくし丸の創刊

デジタル化が進む中、あえて活字が好きな方向けの雑誌を2023年に創刊。お客様自身が考えたレシピ、料理を投稿していただく「料理手帖」や、全国の販売パートナーや各スーパーのおすすめ商品の紹介、クロスワードやパズルも充実。



#### 連絡先

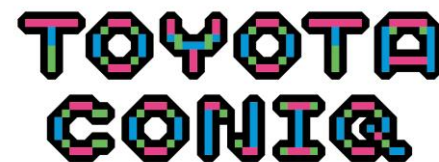
HP URL : <https://www.tokushimaru.jp/>  
連絡先 : 株式会社とくし丸 事業開発課 金本・臼井 (弊社HP問い合わせフォーム : <https://www.tokushimaru.jp/contact/> )

6

TOYOTA  
CONIA

# 地域共創型プラットフォーム このまち市場

～地域の力で持続可能な**移動スーパー2.0**を生み出す仕組み～



## 事業・サービスのポイント

“このまちを愛する”という地域に共通する想いで、まちに点在する**事業者の資産（強み）**を繋ぎ合わせる事で、それぞれの事業活動を通じて、日本全国の**地域課題を地域の力で解決**していく社会機能を生み出す。

## 事業・サービスの概要

# 地域共創型で課題を解決し、**共生社会**を生み出すプラットフォーム

### 着眼点

〔課題〕

人口減少による、買物困難者を含む、**地域に不可欠なサービスの供給不足**

— このまち市場の解決策 —

何か1つの力に頼るのではなく  
“このまち”に**点在する様々な強みを結集する**

”移動スーパー2.0”で、地域の**幸せ度向上**と**雇用創出**に貢献



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

移動スーパーの“3つのアップデート”で、  
持続可能で、誰もが住み続けられるまちづくりに貢献したい。

### UPDATE 1 しくみの進化

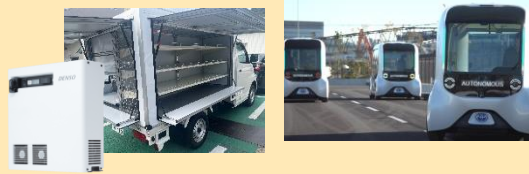
個人戦だった移動スーパーを、チーム戦へ



移動スーパーに必要なピースを、それぞれに強みのある地域企業/団体が出しあう共創型にする事で、リスクを分散し、持続可能性の高い強靱な仕組みに。

### UPDATE 2 車両の進化

今と未来の現場課題を的確に解決



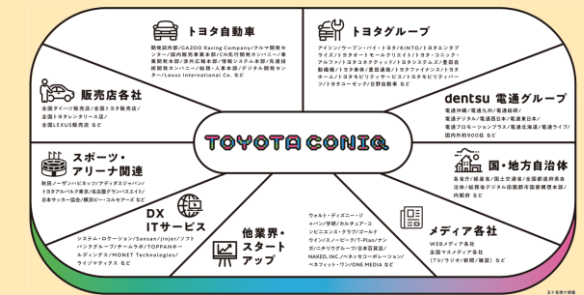
冷蔵庫故障による稼働ロス  
燃料コストの高騰

トヨタGの技術で  
解決

デンソー社のポータブルな冷凍機材とモバイル電源を組合せる事で、素早い故障対応と燃費60%減を実現。将来のモビリティ社会にも対応していく。

### UPDATE 3 拡張性の進化

移動スーパーに留まらない生活インフラへ



トヨタG、電通Gの幅広いネットワークを活用し、移動スーパーによって生まれるモビリティネットワークに今後新しい価値を付加していく。

### 連絡先

HP URL : <https://konomachi-ichiba.studio.site/>  
連絡先 : トヨタ・コニック・プロ株式会社 このまち市場PJ (konomachi-ichiba@toyotaconiq.co.jp)

7

どど市場

## 地域の小さな拠点施設 『<sup>いちば</sup>どどん市場』の運営

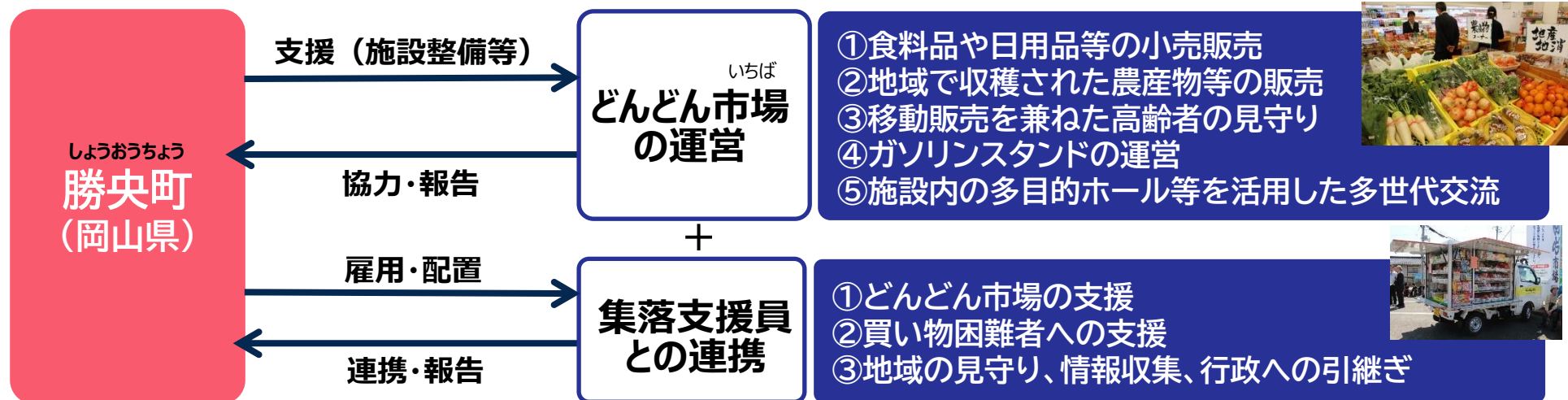
ど  
ど  
ど  
市  
場

### 事業・サービスのポイント

- ガソリンスタンドを含む小売店舗の運営
- 移動販売車を活用した買い物支援及び地域の見守り活動

### 事業・サービスの概要

#### 一般社団法人 よしの



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

### 小さな拠点

地域住民で構成する「一般社団法人よしの」が運営する『どンドン市場』では、地元農産物や食料品、生活必需品を扱う小売店舗のほか、ガソリンスタンドを運営。

店舗には地域の住民たちが自由に使えるコミュニティスペースやイートインコーナーを備え、さらに軽自動車を活用した移動販売を実施している。

### 多様な支援 安心感も提供

『どンドン市場』では小売店舗のほか、移動販売サービスを併せて展開することで、車を持たない高齢者や外出が困難な住民に対する買物支援を強化。さらに、販売スタッフには町が雇用する「集落支援員」を充てることで、買物困難者のみならず、孤立・孤独している人や地域の異常を発見・報告できる体制が整えられている。

さらに店舗にはコミュニティスペースを併設。地域の集いの場として開放し、住民や子どもたちがいつでも立ち寄りことのできる居場所として、地域への安心感も提供している。



▲地域住民による店舗の運営



▲地域の見守りを兼ねた移動販売サービス



▲地域への安心感を与えるコミュニティスペース



▲多彩なイベントで地域活性化

### 連絡先

連絡先 : どンドン市場 0868-38-0111

8



## 地域共生コンビニの展開



### 事業・サービスのポイント

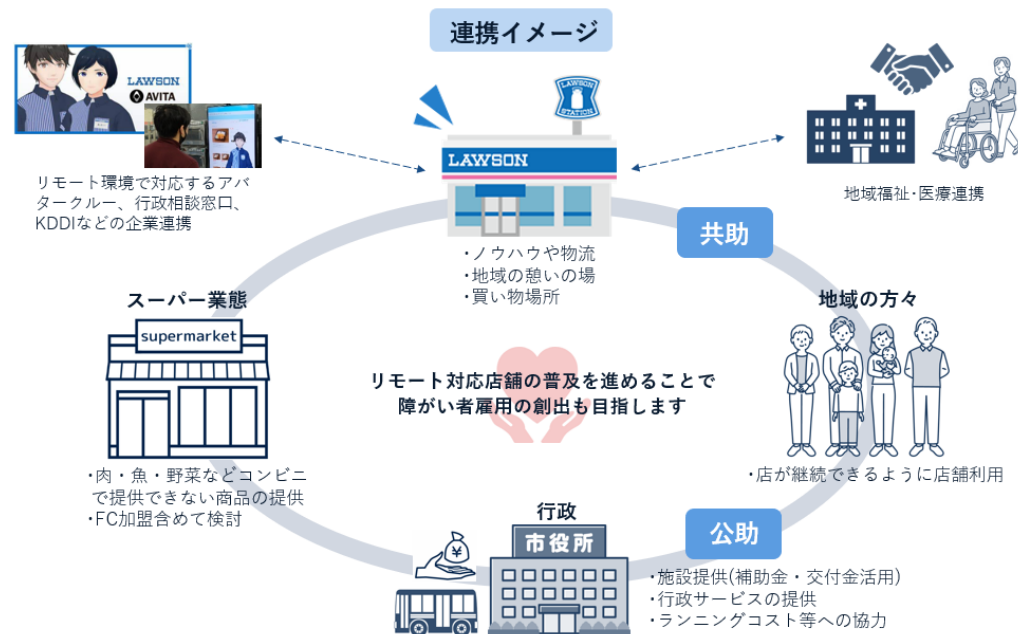
- 出店に関するイニシャルコストを大幅に削減する。またランニングコストについても省人化運用等、工夫する事で収益化を目指す。
- 通常のローソン商品+生鮮品の品揃えを実施、地域のライフライン、社会インフラの提供による地域社会との共生を目指す。

### 事業・サービスの概要

地域共生コンビニとは、「誰もが便利に楽しくお買い物を続けていける事」を目指して、人口減や高齢化などにより地域のスーパーや生鮮品販売店が維持できなくなったエリアや、物流負荷の大きさ等からローソンがこれまで出店できていなかったマチに、自治体や地元企業、地域の皆さんとの連携等で出店をした店舗」のことで。

通常のローソン商品+生鮮品(精肉、鮮魚、野菜)の品揃えを実施し、地域のライフラインとしての存在、社会インフラの提供による地域社会との共生を目指し、地域にとってなくてはならない存在を目指します。

地域によっては撤退したスーパーの跡地活用や廃校となった幼稚園・小学校活用、公民館や行政支所を利用した投資削減。また人件費削減を目指した省人化運用(EX将来はアバター活用等)、廃棄ロスを抑えた冷凍商品の活用、条件が揃うようであれば、再生可能エネルギーを利用した光熱費削減等、経営における経費削減を図ることにより、損益分岐点を大幅に下げ、通常では出店が困難な場所でも運営収益化することが可能なモデルの提案となります。



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

### 『“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。』

スーパー業態も含め、通常店舗のような売上が期待できない・人口が少ない等の地域への出店は、物流網がない為に出店を断念しているケースも多いですが、全国の物流網を利用し、確実に安心安全な商品を届けることが可能です。

地域のスーパー業態と協力した店舗では、元々のスーパーにあった商品も取り揃え(地域スーパーのコーナーなど)が可能であり、より地域の方に親しまれるスーパー代替コンビニを目指しています。

通常のローソンと同様のシステム利用(ATMや公共料金の支払い、荷物の配達依頼・受け取り)もちろん可能です。地方(特に山間部地域)では公共料金を支払いに行くのも大変だという場所も多いため、買い場としての機能だけではなく、多くの「便利」を提供する事が出来ます。

また新たに地域の拠点となるべく、交流スペースを設置し、地域の集いの場も提供しています。

### 地域振興・持続可能な地域コミュニティの実現を目指します



#### 使われていない施設の活用

- ・町の誰もが知っている施設を店舗化=集落機能の維持
- ・役所機能(暮らしの相談・オンライン健康相談・災害情報)
- \*ex)過疎地域持続的発展支援交付金等の活用
- 他にも地方創生に関する交付金を自治体と連携して活用
- ・エネルギーの地産地消(再エネ活用した施設運営)



#### 省人化営業

- ・お年寄りでもわかりやすいオペレーションも考えて運用
- ・人件費の削減(人手がいなくても運営可能)



#### 必要に応じた品揃え(店仕入れ)、地元SMと連携

- ・通常ローソンの品揃え+必要に応じた生鮮品等
- ・欲しい商品を欲しいだけ/地産地消/地域店舗と連携



#### 冷凍食品・フリーズドライ商品強化

- ・廃棄を限りなく0にして廃棄コストを抑える
- ・フードロス対策



#### 自治体が民間企業との連携

- ・自治体DXの推進
- ・時代背景に合わせたサービスの提供



#### 安心なローソンのFCシステム/仕組み

- ・本部社員による店舗経営サポート
- ・充実な研修サポート



#### 地域災害用備蓄品の整備

- ・SOS機能/災害時備蓄倉庫等の活用
- ・場合寄ってはドローン・ポート設置

困ったときに頼れる

マチのほっとステーション



### 連絡先

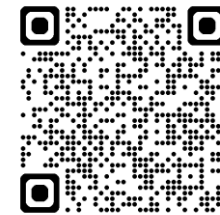
HP URL : <https://www.lawson.co.jp/index.html>

連絡先 : 開発本部 法人ビジネス部(地方創生) TEL : 03 - 5435 - 1460 / FAX : 03 - 5759 - 6902





## 南会津町役場⇔NPO法人あたご間を活用した ドローンやUGVによる配送事業



### 事業・サービスのポイント

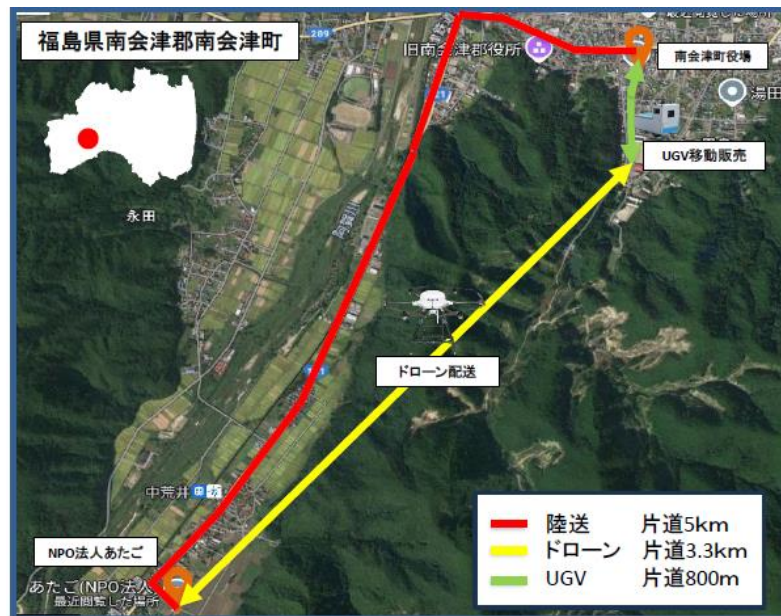
- 地元企業と行政が連携して事業の運営を行い、買物困難者に資する新たな流通サービスを展開する。

### 事業・サービスの概要

福島県の南西部に位置する南会津町は、標高1,000～2,000m級の山々に囲まれ、面積の約9割が森林となっている。夏季は比較的過ごしやすい気候だが、冬季は日本海型気候に属し、厳しい寒さと降雪が多く、住民の生活に著しい支障が生じる「特別豪雪地帯」に指定されている。また「過疎地域」にも指定されており、地理的・自然的な要因から過疎化・高齢化が福島県内の他地域よりも進んでいる背景がある。

少子高齢化による生産労働人口の減少や、大雪や自然災害による道路の封鎖、孤立した集落による買物困難など様々な地域・社会課題を、AIやフィールドロボティクス技術を活用し解決を図るため、南会津町で買物困難者対策に資する新たな流通事業として、ドローンやUGVによる配送事業を展開する。

平常時から配送することで、災害時でも対応が可能となる。



【使用するドローン・UGV 組み合わせ技術】

製造メーカー	イムズロボティクス社製 (本社・南会津町)	Freefly Systems社製 (米国)
機体名称	UAV-E6150	UGV ALTA X
最大積載量	約25kg	約15kg
飛行時間	最大20分	最大45分
備考	LTE対応 物資輸送対応	LTE対応 物資輸送対応

【NPO法人あたご】

障がい者の活動する場所  
プレハブ小屋を購入し、父島、地域の有志者の思いでスタートしたあたご共同作業所。水運は無い、仮設トイレ、雨漏り、台風で屋根が飛んだり、そんな困難を乗り越え、あつという時に誇りが湧き、この熱い思いは受け継がれ、いまもあつこである。



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

### 【課題】

- ・南会津町役場内にある「ひかりのひろばカフェ」から「あたご共同作業所」まで片道5km の道のりを車で約15 分かけて配送しているが、厳冬期に積雪が有れば2倍の約30分はかかる。

### 【解決策】

- ・ドローンを用いた配送では、直線距離3.3km を6 分で配送できる。

### 【付帯効果】

- ・南会津町役場周辺には、住宅地や小・中学校などの公共施設が多くあり、ドローンで配送された商品をUGV(地上搬送ロボット)に積替えて、役場近隣住民や買物困難者への移動販売も行う。
- ・NPO 法人あたごは、南会津町と連携して障害者雇用を目的としたドローン配送の運営・オペレーションが出来るように、旧檜沢中学校を利用したドローンのパイロットや補助者の育成など、教育訓練を行う事も検討している。



### 連絡先

HP URL : <https://www.e-robo.co.jp>  
連絡先 : TEL 0244-26-7175

10



int mart design

# ご近所デジタルディスプレイ商店 「S\_mart (エス\_スマート)」



## 事業・サービスのポイント

75インチのデジタルディスプレイにさまざまな商品を実物大表示で再現した売場で、手軽にお買い物を楽しめる受注端末システム。省スペース設置、在庫管理不要など、運営面でのリソース不足を解決しながら、楽しいお買い物を提供します。

## 事業・サービスの概要

動作紹介



横幅 : 106cm



高さ : 180cm

奥行 : 63cm

省スペースで  
出店・設置が可能

品出し陳列や在庫管理不要  
人的コストの効率化

書籍・家電・通販商品も！  
取扱商材は無量大

デジタルサイネージとして  
地域の情報発信に

① 来店・注文

② 決済・配送先登録

③ 退店

④ 受取



OR



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

販売内容・決済・配送方法などを自由にカスタマイズできるのがS\_martの強み。  
地元の企業や自治体とともに、それぞれの課題に合わせた運用を構築することで、  
持続可能な取り組みとして展開していきます。



### 事例①：ドラッグストア in 中山間地域モバイルショップ

自治体・近隣のドラッグストアとともに展開。

- \* 時期：24年2月～
- \* 地域：浜松市天竜区水窪町
- \* 設置：モバイルサポートショップ
- \* 商品：OTC薬など約200SKU
- \* 対象：町内1600名
- \* 月販：機密



### 事例②：ミニスーパー in 八王子UR団地

地元のスーパーの支店としてUR団地にS\_martを展開。

- \* 時期：21年9～12月
- \* 地域：東京都八王子市
- \* 設置：UR団地 集会所
- \* 営業：毎日9:00～13:00
- \* 商品：生鮮三品&食品400SKU
- \* 対象：60～80代高齢者
- \* 月販：約50万円

実証実験動画  
放映中！



## 連絡先

HP URL : <https://www.smart-retail.biz/>  
連絡先 : 〒103-0027 東京都中央区日本橋2-15-3 平和不動産日本橋ビル5F  
担当/間瀬 TEL : 080-5978-1548 Email : mase.a@intmart.jp



経済産業省

## 別紙2\_買物困難者対策セミナー資料

買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト

# 買物困難者対策セミナー

みずほリサーチ&テクノロジーズ

コンサルティング本部  
デジタルコンサルティング部

2025年2月26日

ともに挑む。ともに実る。

**MIZUHO**

1. 買物困難者の現状
  1. 買物困難者の概要
  2. 買物困難者の発生メカニズム
  3. 買物困難者が抱える問題
  4. 買物困難者問題へのアプローチ方法
  
2. コンテスト応募事業者の事例紹介及び分析
  1. コンテストの実施概要
  2. 一次審査通過事業の事例紹介及び分析
  3. 地方公共団体との連携事業の事例紹介及び分析
  
3. まとめ（今後の買物困難者対策の方向性）
  
4. 質疑応答

※質疑応答を除いた講演時間は45分間程度を予定しております



自己紹介

所属・氏名

みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社  
デジタルコンサルティング部  
コンサルタント  
宮本 孟 (Miyamoto Hajime)

経歴等

入社後、小売・卸売業を中心として幅広いクライアントに対し、  
IT戦略策定支援、  
業務改革支援、  
先端技術動向調査等の、  
多様なプロジェクトへの参画経験を有する

# 1. 買物困難者の現状

## “買物困難者”とは？

- 「買物困難者」には、様々な類似概念/定義が存在する
- 本セミナーでは、特に流通面に着目し、主に経済産業省で用いられることの多い「買物弱者」の定義を用い、「流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々」と定める

名称	出典	定義	特徴
買物弱者	<ul style="list-style-type: none"> <li>経済産業省「買い物弱者応援マニュアル ver.2.0」(2011年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生鮮三品（青果、鮮魚及び精肉）を取り扱う店舗を中心とした半径 500m から 1km（高齢者の平均的な徒歩移動可能距離）の円外に居住する単身又は二人暮らしの 65 歳以上の者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>対象範囲が半径 500m から 1km としている</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>経済産業省「買物弱者・フードデザート問題等の現状及び今後の対策のあり方に関する調査報告書」(2015年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食料品以外も含めた日常の買物を対象としている</li> </ul>
買物難民、買物困難者（買物弱者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産省「食品アクセス問題ポータルサイト」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者等を中心に食料品の購入や飲食に不便や苦勞を感じる方</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>名称を一意に定義していない</li> <li>買物の中でも食料品に焦点を当てている</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産政策研究所「食料品アクセス問題の現状と課題」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自宅から生鮮食料品販売店舗までの直線距離が 500m 以上であり、かつ、自動車を保有しない人</li> </ul>	
食料品アクセス困難	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産政策研究所「食料品アクセス問題の現在—2020年食料品アクセス困難人口、ミクロでの影響、ローカルでの対応—」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗（ドラッグストア・コンビニ・食料品スーパー等・生鮮食料品販売店舗）まで 500m 以上、かつ自動車利用が困難な 65 歳以上の高齢者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2015 年以前の定義と比べ、購入先の店舗にドラッグストアが加わった</li> </ul>

※上記以外にも「フードデザート」「移動困難者、移動制約者、交通弱者」等の類似概念が存在する

## 買物困難者数の推計

- 買物困難者数の推計は、経済産業省と農林水産省にて実施されている
- 推計値は推計方法によって異なるものの、2023年度時点で凡そ1,000万人前後と考えられる

定義	出典	推計方法	推計値（2023年度）
買物弱者数	経済産業省「買物弱者・フードデザート問題等の現状及び今後の対策のあり方に関する調査報告書」（2015年）	60歳以上人口 × 「日常の買物に不便」と答えた人の割合	▶ <u>約1,045万人</u>
食料品アクセス困難人口	農林水産省ホームページ	65歳以上人口 × 店舗までの距離が500m以上 × 自動車利用が困難	▶ <u>約909万人</u>

（注記）2023年度の推計値は、過去に各計算方法にて算出された推計値に、高齢者数の増加率を掛け合わせて算出

## 買物困難者の発生メカニズム (1/2)

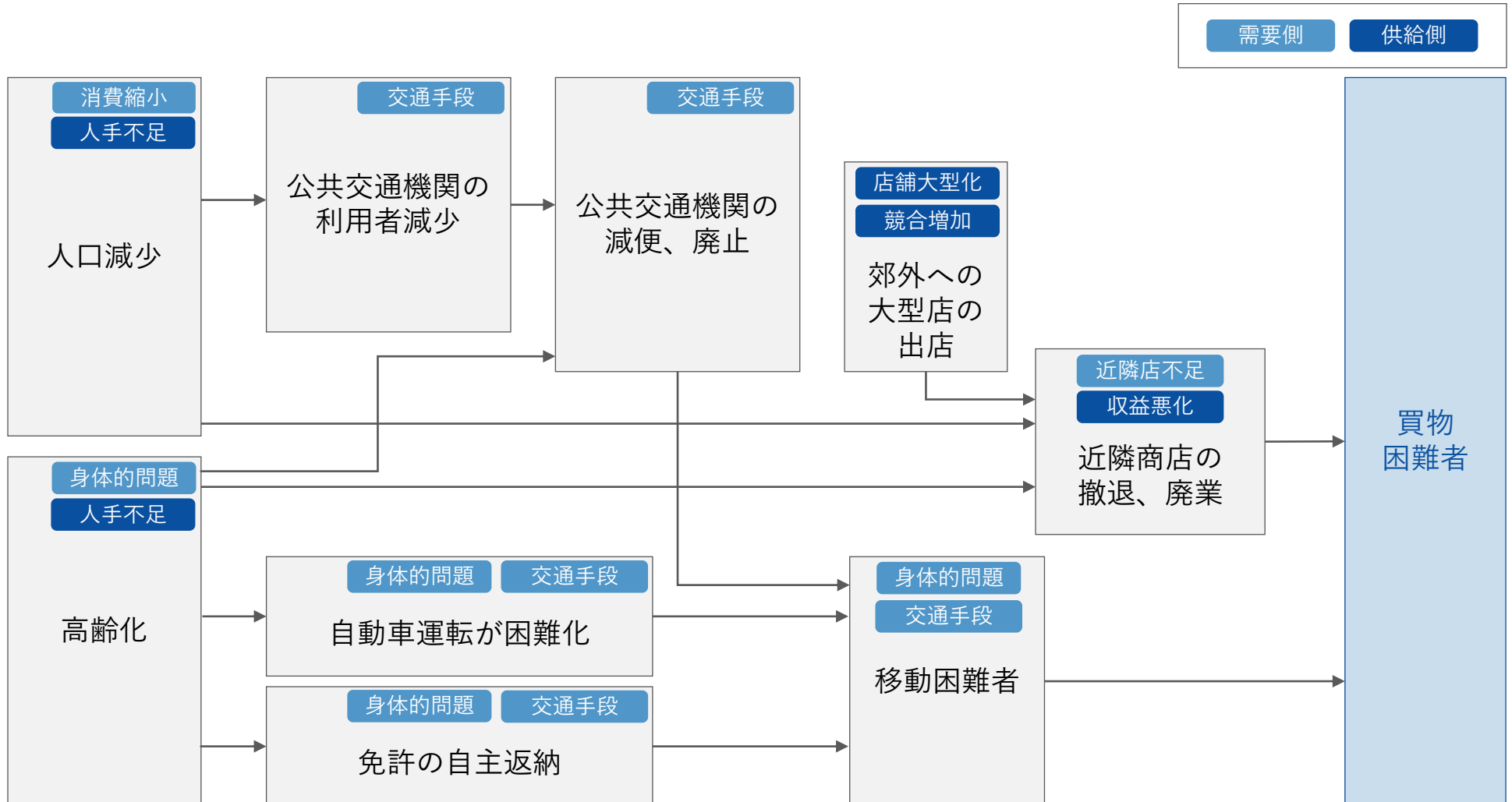
- 農林水産省の調査では、買物困難者問題の本質は、セルフサービス業態・集客型大型店が主流の商圈において顧客が「高齢化」することによってもたらされる需要と供給とのミスマッチであると指摘されている



- 買いたくても買えない
  - 交通手段の問題
  - 身体的な問題
  - 売り場の立地的・距離的な問題
- 売りたいくても売れない
  - 競合店舗の増加
  - 消費の縮小
  - 店舗の大型化

## 買物困難者の発生メカニズム (2/2)

- 特に地方を中心に、人口減少や高齢化、またそれに伴う公共交通機関の衰退により、需要側・供給側の双方が機能不全に陥り買物困難者が発生している



## 買物困難者が抱える課題

## ■ 買物困難者が抱える課題は、身体・心理・時間・環境・経済の5つの側面から整理できる



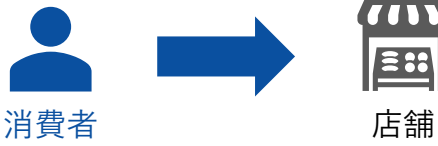
—今回は流通の側面から解決可能な課題である、身体的課題・心理的課題・時間的課題・環境的課題に着目

	課題分類	説明
身体的課題	体力の低下	体力の低下により、無理なく移動できる距離が縮小する
	健康面の悪化	健康状態が悪化することで、自由に外出できなくなる
	自立度の低下	体力の低下や健康面の悪化も相まって、日常生活を送る上で他者のサポートが必要となる
心理的課題	外出意欲の低下	コロナ等を背景として、外出の意欲が低下する
時間的課題	買物に行く時間がない	仕事や子育て等で、買物に行く時間がない
環境的課題	移動サービスの不足	バスや鉄道の廃止により、店舗までの移動が難しい
	近隣商店の不足	近隣に店舗がない
	デジタル技術への忌避	ECやネットスーパーが利用できない・利用方法が分からない
経済的課題	金銭的に余裕がない	金銭が不足しており、必要十分な買物ができない

(出所) みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

# 買物困難者へのアプローチ方法

■ 前述の課題を解決するアプローチとしては、①店舗を作る・届ける、②商品を届ける、③店舗に来てもらいやすくする、の3タイプに類型可能

分類	概要	施策分類	対応課題				
			身体	心理	時間	環境	
店舗を作る・届ける	消費者の近隣への店舗の開設や、店舗機能の輸送 	店舗開設 (店舗を作る)	買物場の開設			●	●
			注文設備の開設			●	●
		移動販売 (店舗を届ける)				●	●
商品を届ける	商品を自宅や自宅の近隣施設へ輸送 	家まで届ける	配食	●		●	
			買物代行	●		●	
			宅配	●		●	
		家の近くまで届ける	自宅の近隣施設への配送	●		●	
店舗に来てもらいやすくする	消費者への店舗までの移動手段の提供や、外出のサポート 	移動手段の提供	乗合タクシー	●			●
			乗合バス	●			●
			一般車両の活用	●			●
		外出の支援	コミュニティ形成 (会食等)		●		

## 2. コンテスト応募事業者の事例紹介及び分析

## コンテストの募集概要

- 昨今、人口減少や少子高齢化等を背景とした流通機能や交通網の弱体化等の理由により買物困難者が増加。他方、デジタル技術の普及により新たな買物のあり方が広がりつつある
- 「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」では、幅広い業種を対象に買物困難者問題の解決につながる取組みを募集

### 本コンテストの背景

昨今、人口減少や少子高齢化等を背景とした流通機能や交通網の弱体化等の多様な理由により、買物困難者への対策が必要とされている。我が国全体で少子高齢化・人口減少が進む中、特に地方において買物困難者の問題が深刻化している。

他方、足元を含め今後はスマートフォンをはじめとするデジタル機器と通信網の普及により、従来の「店舗に客が足を運んで買物を行う」にとどまらない買物のあり方が広がりつつある。こうした新しい事業・取組みは消費者の行動を変容させるとともに、特に買物困難者対策に大きく寄与することが考えられる。

### 本コンテストの目的

本コンテストでは、小売業に限らず卸売業、テック企業、NPO 法人、地方公共団体等まで幅広く対象とし、地方圏を中心に広がる買物困難者の課題解決につながる取組みを募集する。そして、新規性が高くあまり知られていない取組みや、実用性が高く、一部の地域には根付くものの広く知られていない取組み等を発掘し、横展開することで、より一層の買物困難者対策を推進することを目的とする。

## コンテストの実施概要

- 2025年1月24日（金）に「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」の最終審査会を実施（最終審査会の録画は経済産業省YouTubeにて今後公開予定）
- 応募された29事業から書類選考による一次審査にて10事業を選出。最終審査会では、一次審査を通過した10事業がプレゼンテーションを実施し、5事業を優秀事業として表彰
  - 審査は有識者から構成される審査委員によって、下記の観点にて審査を実施

### 審査基準

- 総合的な観点から各地域の買物困難者問題の効果的な解決に繋がる内容か否かを審査
- 審査は有識者から構成される審査委員によって、主に以下の観点から行われる

観点	内容
買物困難者への提供価値	課題認識・着眼点の妥当性
	課題に対する事業・サービスの有効性等
事業・サービスの実用性	事業・サービスの実現性（多くの地域へ転用可能か、長期的に継続可能か）
	事業の運営方法（収益をどう確立するか*、運営の体制をどう整えるか）等 *事業以外からの収益確立（行政サービス等）も可
事業・サービスの新規性・革新性	事業・サービス内容の独創性
	従来型の事業・サービスからの革新性等

## コンテストの受賞事業

## ■ 一次審査通過事業（10事業）と受賞事業（5事業）は以下の通り

※受賞事業は事業者名に🏆を記載

No	事業者名	応募内容
1	🏆 ウェルシア薬局株式会社	地域における健康増進とコミュニティづくりをコンセプトにした移動販売事業
2	株式会社ゼンリン	『地域まるごと Smart Terrace Store 構想』
3	ちっごいきいき宅配チャレンジ会 (任意団体)	『ちっごいきいき宅配事業』
4	テルウェル東日本株式会社	小売店舗運営の無人・省人化を実現するスマートストア『ピックスルー』
5	🏆 株式会社とくし丸	食品や日用品を軽トラックに積み移動販売をする移動スーパー事業
6	🏆 トヨタ・コニック・プロ株式会社	地域共創型で持続可能な移動スーパーを生み出すプラットフォーム『このまち市場』
7	🏆 一般社団法人よしの	ガソリンスタンドと生活必需品を扱う店舗『どんどん市場』
8	🏆 株式会社ローソン	地域密着/買物困難者向け店舗
9	株式会社eロボティクス	ドローンやUGVによる配送事業
10	int mart design株式会社	ご近所デジタルディスプレイ商店『S_mart』

※順番は事業者名の五十音順

# ウェルシアの移動販売車【うえたん号】



## 事業・サービスのポイント

移動販売による買物を通じた地域コミュニティの創出及び健康増進活動を目的とし、地域がいつまでも健康で安心して暮らして住み続けられる町づくりに寄与していく

## 事業・サービスの概要

①

● 薬剤師 ● 管理栄養士 ● 登録販売者 ● ビューティアドバイザー  
が移動販売を通じて地域住民の健康増進とコミュニケーション促進活動を実施

### 買い物（移動販売）を通じた地域コミュニティづくり

移動販売先における健康生活に関する情報提供

- 健康測定・相談会 ● お薬・栄養・お化粧品に関するミニ講座 等を定期開催

移動販売先 = 地域住民の「通いの場・交流の場」



②

### ICT+専門職の活用による地域課題解決



移動販売における買物を通じた地域コミュニティの創出及び、店頭薬剤師や管理栄養士等の専門職による相談・情報提供による健康増進を目的に自治体と協働し移動販売を運営。移動販売車の停留所が地域の通いの場・交流の場として醸成。社会課題を解決し顧客の維持増加へつなげる

車両に搭載しているモニターを活用しオンラインにて店頭を繋ぎ薬剤師や管理栄養士と気兼ねなく相談が可能となっている。また、モニターにて日頃より健康情報や地域の情報なども掲載し地域と一体となって健康維持・増進活動に努めている。もちろん買物の出来る環境も整っており、食料品はもちろん、日用品や化粧品、事前注文となるが一般用医薬品についても取り扱いが可能である。キャッシュレス決済、公共料金の支払い対応・取り扱い商品数500品目

## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

当社の移動販売事業は買物を通じた地域コミュニティ創出を目的とし、買物支援はもちろんの事、健康増進、介護予防、地域福祉向上等を地域協働事業として実施、自治体及びその関係団体により買物困難者及びその地域を顕在化し移動販売停留地（販売地）において下記取組を実施

- ① 買物支援：買い物困難となっている住民の買い物機会の確保、ニーズに対応したラインロビング、オンラインカタログによる受注による個別対応
- ② 健康増進：一般用医薬品の供給、薬剤師、管理栄養士等による健康増進・介護予防情報の提供ならびに個別相談対応、サイネージによる健康情報の提供
- ③ 介護予防：販売地を地域住民の「通いの場・交流の場」とした住民同士の交流促進・コミュニティづくり・高齢者等の外出機会促進、高齢者サロンの案内等
- ④ 地域福祉向上：地域包括支援センター等との連携による独居高齢者や認知症高齢者への声掛け、見守り、孤独孤立防止における地域の繋がりの醸成、共生社会づくりを目的とし子供から障害者、高齢者まで分け隔ての無いつながりの場の提供

買物支援のみならず、医療や介護予防等、買物困難者が抱えている課題をドラッグストアが直営にて運営する移動販売車だからこそマルチタスクに解決できると考える

いかに多くの買物困難者の情報をキャッチするかが重要である。そのためにも、自治体及びその関係者と密に連携し買物困難者＝客数といった同じ目標を基に1日客数を地域ごとに設定、同じKPIを基に協働で取り組む

### 連絡先

HP URL : <https://www.welcia-yakkyoku.co.jp/>  
連絡先 : [idouhanbai-uetangou@welcia-yakkyoku.co.jp](mailto:idouhanbai-uetangou@welcia-yakkyoku.co.jp)

# 地域まるごとSmart Terrace Store構想

# ZENRIN



## 事業・サービスのポイント

- 既存地域資源の有効活用による低コスト出店
- Smart Terrace Storeでの地域コミュニティを形成
- ドローン配送による食料品提供距離拡大
- 卸業者の流通を用いての効率的な配送

## 事業・サービスの概要

## 地域まるごとSmart Terrace Store構想



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

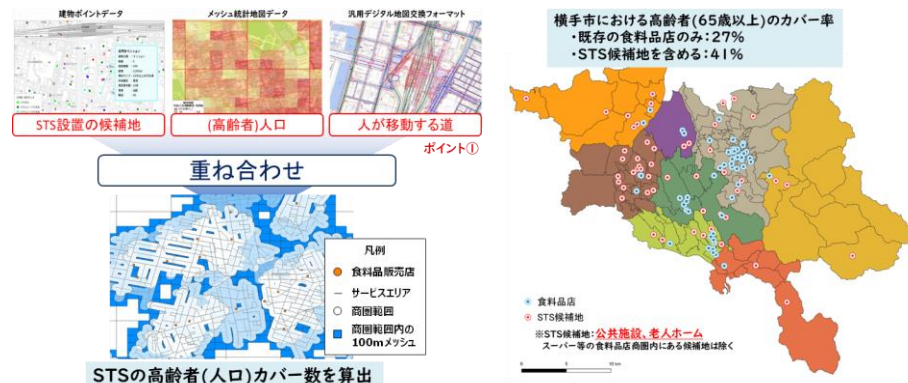
## 実証実験を行った横手市の背景

- 横手市における食料品アクセス困難人口の割合は32%、75歳以上に絞ると、割合が44%となり改善が喫緊の課題となっている。
- 食料品を提供する店舗に着目すると、市中心部でも空洞化(空き家、空き地、空き店舗の増加)が深刻化し、店舗までのアクセスが困難な状況になっている。
- 交通手段についても横手市では利用交通手段の約85%が自家用車に依存しているため、将来的には免許を返納した高齢者にとって、店舗への交通手段が失われる可能性がある。
- 食料品アクセス問題を扱う上で公助の考え方は重要であり、解決施策を持続的に行うには地域コミュニティの維持・構成が重要である。

## 解決策

- 既存の地域資源である公民館等を活用して、「Smart Terrace Store (STS)」を設置し、地域住民の小売店までの物理的な距離を短縮し、食料品アクセスを向上させる。
- 新技術として「ドローン」による食料品配送により、STSにも来れない地域住民への食料品アクセスの手段を提供する。
- 地域コミュニティの維持・構成のため住民同士の相互扶助を促進を行う。
- 人口分布や地理特性、交通ネットワーク等を踏まえて、ゼンリンが保有する詳細地図を用いて「STSの最適配置」を分析することで、食品アクセス困難人口の割合減少を目指す。

## ゼンリンが保有する詳細地図を用いて最適配置を分析

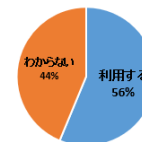


STSを継続的に利用したいという意見とともに、買い物への課題・不安の声が聞かれ、**社会インフラとしての必要性が確認できた**。また、コミュニティ構築の場としてSTSの有用性を確認が出来た。

## STSに関する住民の声

- STSがサービス化された場合に今後も利用したいという声が約半数の住民より確認できた
- お茶やお茶請けはコミュニケーションツールとして好意的な意見を聞くことができた
- STSへ歓談するために外出を行うという住民の意見も聞くことができた

(STSで買い物をした人)  
サービス化された場合に今後も利用したいか



## 連絡先

HP URL : <https://www.zenrin.co.jp>  
 連絡先 : 株式会社ゼンリン スマートシティ推進部 03-5295-9120 (代表 : 093-882-9050)

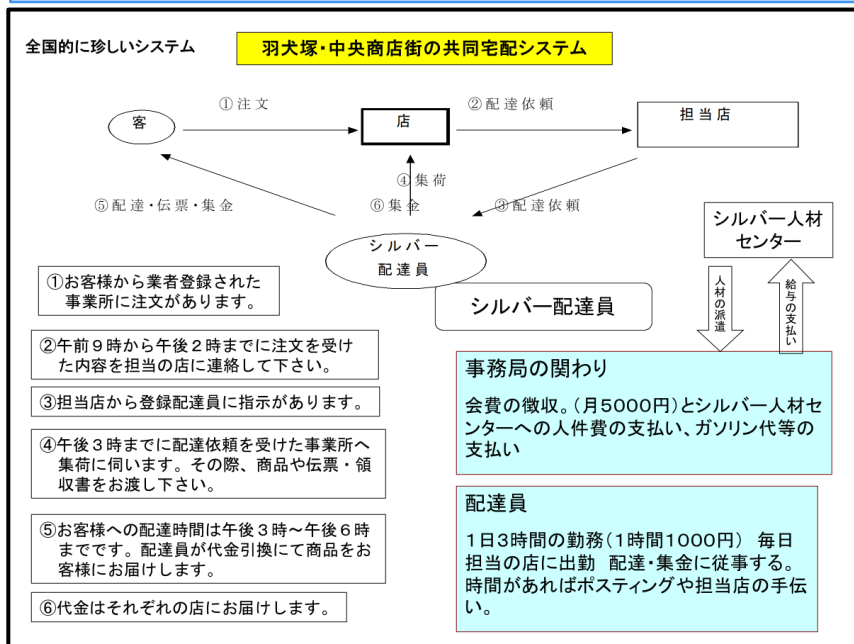
# ちっごいきいき宅配事業



## 事業・サービスのポイント

- 事業の経理的な事務は筑後商工会議所が担当し、配達員の給与及び車両代は月額5000円×20店舗の負担金で賄うというシステムである。本事業の特徴は①事務局を持たないためローコストで運営が出来る。②店舗と顧客が直接電話で注文を受けるので、お客にとって品物違いが無くなる。③店舗にとって、直接お客からの注文を受けるので、安心して宅配事業を進められる。④カタログなどの印刷費は地域の医療機関や事業者などからの広告として寄付していただいている。などの特徴があり、20年続いた要因と考えている。

## 事業・サービスの概要



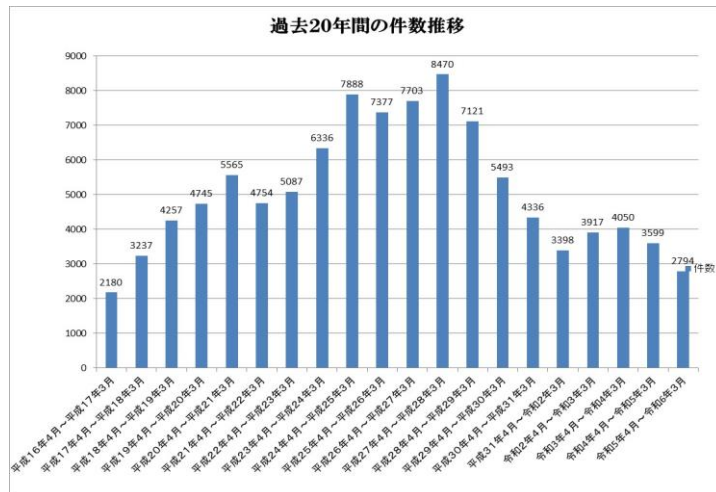
ちっごいきいき宅配事業は平成16年に筑後市羽犬塚商店街と中央商店街の活性化を目的に開始した。商圈内の高齢化が進み、日ごろの会話からお客様から買い物になかなか行けないなどの声があり、買物難民が増えることを憂慮した両商店街の有志20店がそれぞれ月額5000円を負担し、地域のシルバー人材センターから配達員を派遣して貰い顧客の自宅まで無料宅配を始めた。事務局は筑後商工会議所が担当している。

当宅配事業の特徴はお客様が午前中に直接店舗に電話して注文し、参加店舗は取りまとめ役の担当店に配達があることを知らせ、配達員は担当店に出向き、配達内容を把握し該当店舗で商品と配達先を確認し、顧客の自宅まで配達し、料金を該当店舗に清算するシステムであり、現在20年目を迎えている。

また、費用がかさむカタログ等については地域の医療機関等から協力をいただき、筑後市内に配布している。

## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

過去20年間の件数推移



当宅配システムは平成16年当時に商店街共同宅配事業が各地で行われていたが、①事務局員の経費が負担。②事務局員が注文者から受けた品物をイメージできず、届けた品物が違うことが多い。などの課題が山積み、ほとんどが休止または解散となった。

当宅配システムは上記の失敗の原因を排除し、①前図の様に注文者は直接店舗と電話でやりとりするため、例えば「刺身」の注文としても、「今日のお勧めは鯛のいいのがあるから」など店主と十分打ち合わせたところでの配達であるので「品物の相違」ということが発生しない。②また、店側にしても、いつもの得意様からの直接の電話であるので、事務員を介さないため、「他店にお客が流れるのではないか」という危惧がなく、顧客サービスとして積極的に宅配事業を進められる。③また、基本的に日常の配達は注文を受けた店舗が商店街内の担当店に「今日は配達がある」との連絡をするだけで済み、会計等の事務は商工会議所が担当することで全体のコストを下げている。④配達員を筑後市のシルバー人材センターに依頼しているので、安定した人材が確保できている。⑤費用の掛かるカタログ等については筑後市内の医療機関の宣伝を入れることで寄付をいただくことで事業の収支バランスをとっている。⑥参加店の結束が固い。

こうした独創性や革新性のもとで20年継続して運営できている。

### 連絡先

HP URL : <https://www.chikugo.or.jp/joho/1178>

連絡先 : 0942-52-3121（筑後商工会議所）

# ピックスルー

(無人店舗構築ICTソリューション)

# TelWel

テルウェル東日本



## 事業・サービスのポイント

- ピックスルーは小売店舗運営を無人・省人化するためのICTソリューションを提供いたします。
- 現在はスマホで商品スキャンを行う「バーコードスキャン型」とカメラとAIにより「決済行為」が要らない「ウォークスルー型」の2種類を提供しております。

## 事業・サービスの概要

### バーコードスキャン型



スマホアプリから商品バーコードを読み取りアプリ上にて決済

商品制限なし

導入コスト低

### ウォークスルー型



カメラとAIにより自動的に購買商品を割り出しレジ待ち・支払い行為を一切行わず購買可能

商品制限なし

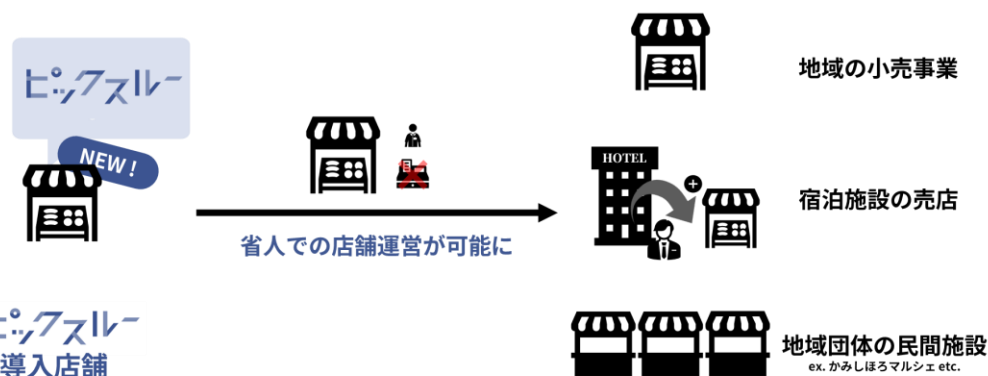
スピーディ

## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

ピックスルーの導入により省人・低コストでの店舗運営を実現することで、  
人口減少に比例し購入規模が縮小するエリアでの出店を容易にし、買物困難者の利便性を向上させる

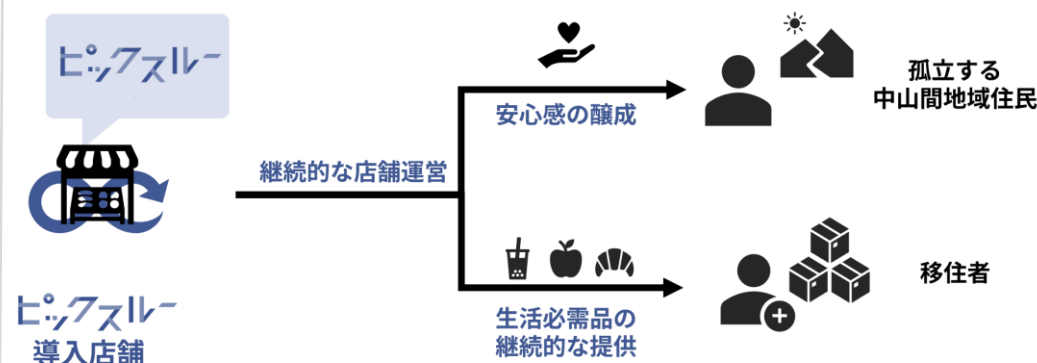
### 【店舗出店参入障壁の緩和】

店員の募集人数や勤務時間を減らすことができることで、  
働き手不足により店舗展開が困難であった地域においても  
店舗オープンが可能になる



### 【小売機能の持続的な確保】

ピックスルーにより有人店舗に比べて省人化することで  
店舗運営の負担が減少することにより、  
持続的な店舗運営を実現させることができる



### 連絡先

HP URL : <https://www.telwel-east.co.jp/>

連絡先 : [smartstore@telwel-east.co.jp](mailto:smartstore@telwel-east.co.jp) テルウェル東日本 営業企画部 スマートストア事業推進担当 眞木・村井・川村

# 移動スーパー事業

～買物支援を必要とするかたへ楽しみと安心を～



## 事業・サービスのポイント

- 改造した軽トラックに大型冷蔵庫を設置、約400品目1200点を積み込んで販売
- 買物にお困りの方への買物支援（利用者の多くが75歳以上の高齢者）
- 「販売パートナー」と呼ばれる販売員がお客様の自宅前まで伺い、定期的に販売

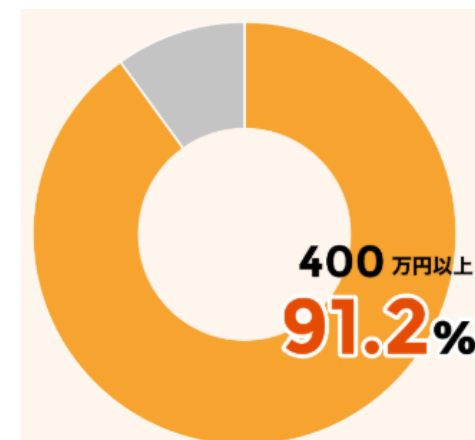
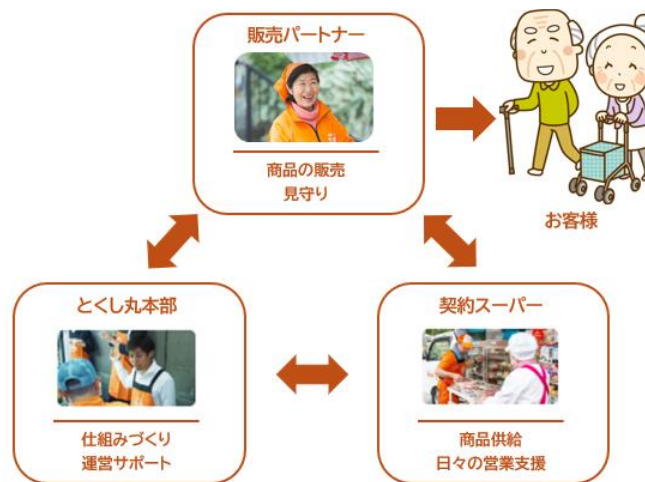
## 事業・サービスの概要

- 2012年に徳島県で創業
- 全国の都道府県で  
142社の小売企業と提携し、1186台が稼働  
(2025年1月時点)

- 3社（者）で連携してお客様に商品をお届け
- 販売パートナーの8割以上が個人事業主

- とくし丸本部、スーパーのみならず  
販売パートナーに安定した収益があることで持続可能な事業に

47都道府県で展開



集計対象：開業1年以上の販売パートナー（個人事業主）

## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか



### お客様志向： お客様にとっての究極のセレクトショップ&コンシェルジュ

一人ひとりのお客様としっかり会話し、相談に乗りながら、お買い物をサポート。丁寧にコミュニケーションをとっているからこそ、数か月もたつとお客様好みの品揃えに。お客様のお困りごとの解決もお手伝い。「次回、この商品をもってきてほしい」「庭先の物を移動したいけど重くてできない」「家まで商品を運んでほしい」などのご要望にも対応。

### 地域活性化： 街のインフラとして地域に貢献・見守り活動

細い道、険しい道にも行けるとくし丸。まるで「街の毛細血管」となり、街の「インフラ」となって地域活性化に貢献。地元の警察や自治体と協力して見守り活動も行い、安心・安全に住み続けられる街づくりをサポート。また災害時には、緊急時の食糧や物資を届ける機能として、国や自治体と連携してしながら復旧活動の一役を担う。例) 令和6年能登半島地震時には、200箇所以上の場所に支援物資のお届け。



### 孤独・孤立の防止： お客様に楽しみをお届け

#### 買い物を通じて楽しみを

- ・とくし丸の利用で、大好きだった料理をするようになった  
お客様自身で商品を“触り”“選ぶ”ことで以前は大好きで毎日やっていた料理をするように
- ・とくし丸が地域のコミュニティーに“人とのつながりが希薄になっている方に楽しみを”  
毎週販売パートナーと会話に加え、販売場所によっては、たくさんのお客様が集まって、地域のコミュニティーとしての役割も

#### ぐ〜す〜月刊とくし丸の創刊

デジタル化が進む中、あえて活字が好きな方向けの雑誌を2023年に創刊。お客様自身が考えたレシピ、料理を投稿していただく「料理手帖」や、全国の販売パートナーや各スーパーのおすすめ商品の紹介、クロスワードやパズルも充実。

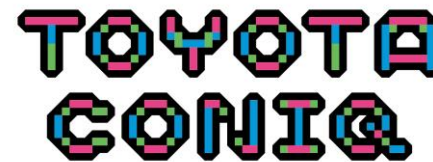


#### 連絡先

HP URL : <https://www.tokushimaru.jp/>  
 連絡先 : 株式会社とくし丸 事業開発課 金本・臼井 (弊社HP問い合わせフォーム : <https://www.tokushimaru.jp/contact/> )

# 地域共創型プラットフォーム このまち市場

～地域の力で持続可能な**移動スーパー2.0**を生み出す仕組み～



## 事業・サービスのポイント

“このまちを愛する”という地域に共通する想いで、まちに点在する**事業者の資産（強み）**を繋ぎ合わせる事で、それぞれの事業活動を通じて、日本全国の**地域課題を地域の力で解決**していく社会機能を生み出す。

## 事業・サービスの概要

# 地域共創型で課題を解決し、**共生社会**を生み出すプラットフォーム

### 着眼点

〔課題〕

人口減少による、買物困難者を含む、**地域に不可欠なサービスの供給不足**

— このまち市場の解決策 —

何か1つの力に頼るのではなく  
“このまち”に点在する**様々な強みを結集する**

”移動スーパー2.0”で、地域の幸せ度向上と雇用創出に貢献



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

移動スーパーの“3つのアップデート”で、  
持続可能で、誰もが住み続けられるまちづくりに貢献したい。

### UPDATE 1 しくみの進化

個人戦だった移動スーパーを、チーム戦へ



移動スーパーに必要なピースを、それぞれに強みのある地域企業/団体が出しあう共創型にする事で、リスクを分散し、持続可能性の高い強靱な仕組みに。

### UPDATE 2 車両の進化

今と未来の現場課題を的確に解決



冷蔵庫故障による稼働ロス

トヨタGの技術で

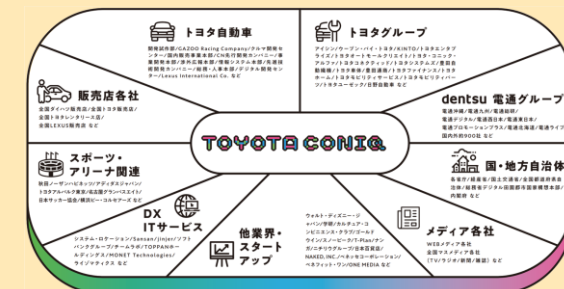
燃料コストの高騰

解決

デンソー社のポータブルな冷凍機材とモバイル電源を組合せる事で、素早い故障対応と燃費60%減を実現。将来のモビリティ社会にも対応していく。

### UPDATE 3 拡張性の進化

移動スーパーに留まらない生活インフラへ



トヨタG、電通Gの幅広いネットワークを活用し移動スーパーによって生まれるモビリティネットワークに今後新しい価値を付加していく。

### 連絡先

HP URL : <https://konomachi-ichiba.studio.site/>

連絡先 : トヨタ・コニック・プロ株式会社 このまち市場PJ (konomachi-ichiba@toyotaconiq.co.jp)

## 地域の小さな拠点施設 『<sup>いちば</sup> どんどん市場』の運営

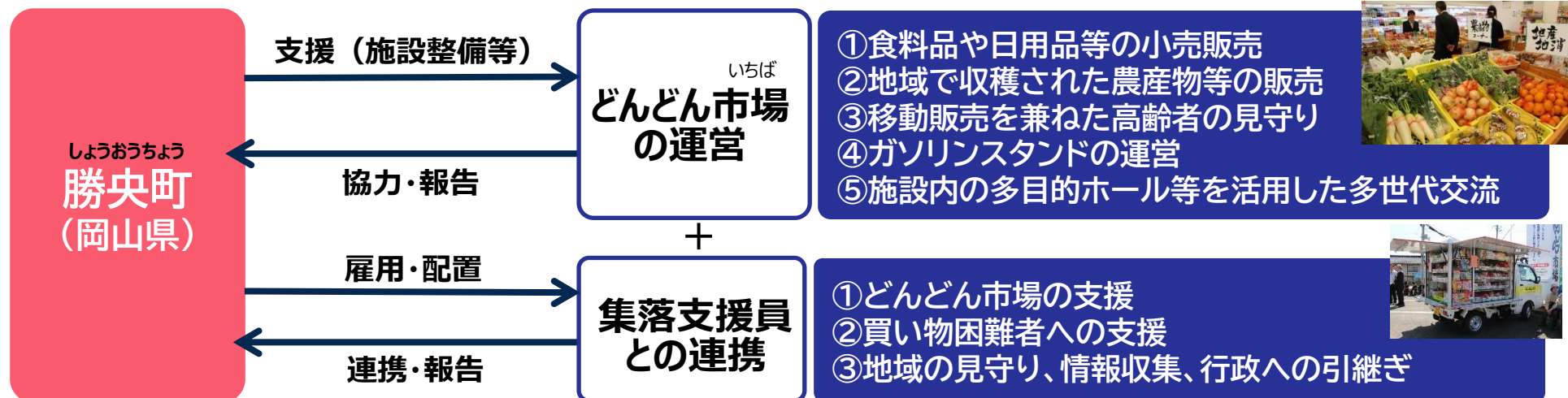
どんどん市場

### 事業・サービスのポイント

- ガソリンスタンドを含む小売店舗の運営
- 移動販売車を活用した買い物支援及び地域の見守り活動

### 事業・サービスの概要

#### 一般社団法人 よしの



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

### 小さな拠点

地域住民で構成する「一般社団法人よしの」が運営する『どんどん市場』では、地元農産物や食料品、生活必需品を扱う小売店舗のほか、ガソリンスタンドを運営。

店舗には地域の住民たちが自由に使えるコミュニティスペースやイートインコーナーを備え、さらに軽自動車を活用した移動販売を実施している。

### 多様な支援 安心感も提供

『どんどん市場』では小売店舗のほか、移動販売サービスを併せて展開することで、車を持たない高齢者や外出が困難な住民に対する買物支援を強化。さらに、販売スタッフには町が雇用する「集落支援員」を充てることで、買物困難者のみならず、孤立・孤独している人や地域の異常を発見・報告できる体制が整えられている。

さらに店舗にはコミュニティスペースを併設。地域の集いの場として開放し、住民や子どもたちがいつでも立ち寄りことのできる居場所として、地域への安心感も提供している。



▲地域住民による店舗の運営



▲地域の見守りを兼ねた移動販売サービス



▲地域への安心感を与えるコミュニティスペース



▲多彩なイベントで地域活性化

### 連絡先

連絡先 : どんどん市場 0868-38-0111



# 地域共生コンビニの展開

## 事業・サービスのポイント

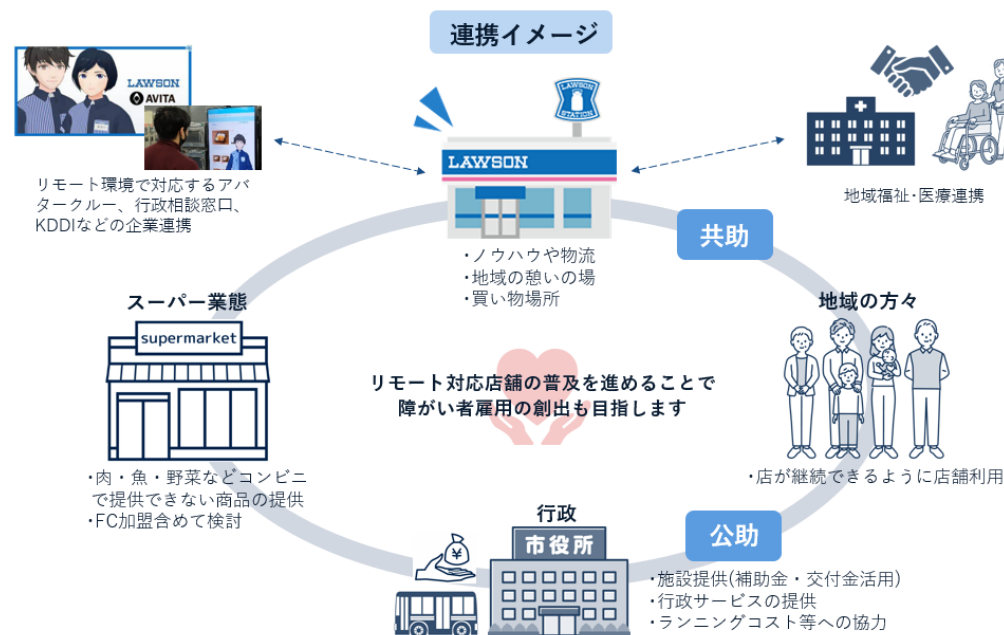
- 出店に関するイニシャルコストを大幅に削減する。またランニングコストについても省人化運用等、工夫する事で収益化を目指す。
- 通常のローソン商品+生鮮品の品揃えを実施、地域のライフライン、社会インフラの提供による地域社会との共生を目指す。

## 事業・サービスの概要

地域共生コンビニとは、「誰もが便利に楽しくお買い物を続けていける事」を目指して、人口減や高齢化などにより地域のスーパーや生鮮品販売店が維持できなくなったエリアや、物流負荷の大きさ等からローソンがこれまで出店できていなかったマチに、自治体や地元企業、地域の皆さんとの連携等で出店をした店舗」のことです。

通常のローソン商品+生鮮品(精肉、鮮魚、野菜)の品揃えを実施し、地域のライフラインとしての存在、社会インフラの提供による地域社会との共生を目指し、地域にとってなくてはならない存在を目指します。

地域によっては撤退したスーパーの跡地活用や廃校となった幼稚園・小学校活用、公民館や行政支所を利用した投資削減。また人件費削減を目指した省人化運用(EX将来はアバター活用等)、廃棄ロスを抑えた冷凍商品の活用、条件が揃うようであれば、再生可能エネルギーを利用した光熱費削減等、経営においての経費削減を図ることにより、損益分岐点を大幅に下げ、通常では出店が困難な場所でも運営収益化することが可能なモデルの提案となります。



## 8. 株式会社ローソン

## 買物場の開設

## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

## 『“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。』

スーパー業態も含め、通常店舗のような売上が期待できない・人口が少ない等の地域への出店は、物流網がない為に出店を断念しているケースも多いですが、全国の物流網を利用し、確実に安心安全な商品を届けることが可能です。

地域のスーパー業態と協力した店舗では、元々のスーパーにあった商品も取り揃え(地域スーパーのコーナーなど)が可能であり、より地域の方に親しまれるスーパー代替コンビニを目指しています。

通常のローソンと同様のシステム利用(ATMや公共料金の支払い、荷物の配達依頼・受け取り)もちろん可能です。地方(特に山間部地域)では公共料金を支払いに行くのも大変だという場所も多いため、買い場としての機能だけではなく、多くの「便利」を提供する事が出来ます。

また新たに地域の拠点となるべく、交流スペースを設置し、地域の集いの場も提供しています。

## 地域振興・持続可能な地域コミュニティの実現を目指します



## 使われていない施設の活用

- ・町の誰もが知っている施設を店舗化=集落機能の維持
- ・役所機能(暮らしの相談・オンライン健康相談・災害情報)
- \*ex) 過疎地域持続的発展支援交付金等の活用
- 他にも地方創生に関する交付金を自治体と連携して活用
- ・エネルギーの地産地消(再エネ活用した施設運営)



## 省人化営業

- ・お年寄りでもわかりやすいオペレーションも考えて運用
- ・人件費の削減(人手がいなくても運営可能)



## 必要に応じた品揃え(店仕入れ)、地元SMと連携

- ・通常ローソンの品揃え+必要に応じた生鮮品等
- ・欲しい商品を欲しいだけ/地産地消/地域店舗と連携



## 冷凍食品・フリーズドライ商品強化

- ・廃棄を限りなく0にして廃棄コストを抑える
- ・フードロス対策



## 自治体が民間企業との連携

- ・自治体DXの推進
- ・時代背景に合わせたサービスの提供



## 安心なローソンのFCシステム/仕組み

- ・本部社員による店舗経営サポート
- ・充実な研修サポート



## 地域災害用備蓄品の整備

- ・SOS機能/災害時備蓄倉庫等の活用
- ・場合寄ってはドローン・ポート設置

困ったときに頼れる

マチのほっとステーション



## 連絡先

HP URL : <https://www.lawson.co.jp/index.html>  
 連絡先 : 開発本部 法人ビジネス部(地方創生) TEL:03-5435-1460 / FAX:03-5759-6902



## 南会津町役場⇄NPO法人あたご間を活用した ドローンやUGVによる配送事業



### 事業・サービスのポイント

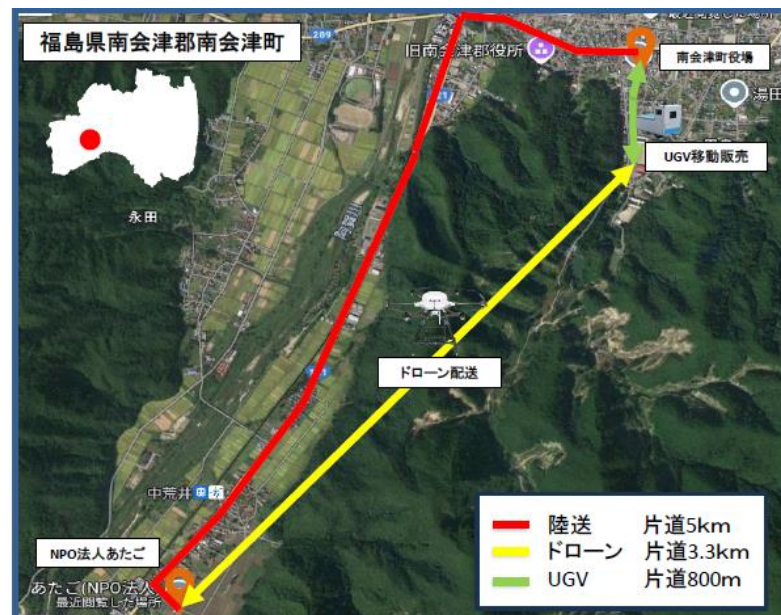
- 地元企業と行政が連携して事業の運営を行い、買物困難者に資する新たな流通サービスを展開する。

### 事業・サービスの概要

福島県の南西部に位置する南会津町は、標高1,000～2,000m級の山々に囲まれ、面積の約9割が森林となっている。夏季は比較的過ごしやすい気候だが、冬季は日本海型気候に属し、厳しい寒さと降雪が多く、住民の生活に著しい支障が生じる「特別豪雪地帯」に指定されている。また「過疎地域」にも指定されており、地理的・自然的な要因から過疎化・高齢化が福島県内の他地域よりも進んでいる背景がある。

少子高齢化による生産労働人口の減少や、大雪や自然災害による道路の封鎖、孤立した集落による買物困難など様々な地域・社会課題を、AIやフィールドロボティクス技術を活用し解決を図るため、南会津町で買物困難者対策に資する新たな流通事業として、ドローンやUGVによる配送事業を展開する。

平常時から配送することで、災害時でも対応が可能となる。



#### 【使用するドローン・UGV 組み合わせ技術】

製造メーカー	イームズロボティクス社製 (本社・南相馬市)	Freefly Systems社製 (米国)
機体名称	UAV-E8150	ALTA X
最大積載量	約50kg	約15kg
飛行時間	最大20分	最大45分
備考	LTE対応 物資輸送対応	LTE非対応 物資輸送対応

#### 【NPO法人あたご】

障がい者の活動する場所  
プレハブ小屋を購入し、父、地域の有志者の熱い思いでスタートした新たな共同作業場。不足は無い、役割を明確にし、各々が役割を果したり、そんな困難を乗り越え、あつという時に訪れたが、この熱い思いは受け継がれ、いまのあたごがある。



PRODUCT  
ひかりのひろばカフェ

南会津町役場管内でひかりのひろばカフェを運営しています。オリジナル産物のコーヒー名産品、美味しい飲み物やケーキなどを全て用意しています。売店では菓子や弁当、雑貨なども取り揃えています。



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

### 【課題】

- ・南会津町役場内にある「ひかりのひろばカフェ」から「あたご共同作業所」まで片道5kmの道のりを車で約15分かけて配送しているが、厳冬期に積雪が有れば2倍の約30分はかかる。

### 【解決策】

- ・ドローンを用いた配送では、直線距離3.3kmを6分で配送できる。

### 【付帯効果】

- ・南会津町役場周辺には、住宅地や小・中学校などの公共施設が多くあり、ドローンで配送された商品をUGV(地上搬送ロボット)に積替えて、役場近隣住民や買物困難者への移動販売も行う。
- ・NPO法人あたごは、南会津町と連携して障害者雇用を目的としたドローン配送の運営・オペレーションが出来るように、旧檜沢中学校を利用したドローンのパイロットや補助者の育成など、教育訓練を行う事も検討している。



### 連絡先

HP URL : <https://www.e-robo.co.jp>  
連絡先 : TEL 0244-26-7175

# ご近所デジタルディスプレイ商店 「S\_mart (エス\_マート)」

 int mart design


## 事業・サービスのポイント

75インチのデジタルディスプレイにさまざまな商品を実物大表示で再現した売場で、手軽にお買い物が楽しめる受注端末システム。省スペース設置、在庫管理不要など、運営面でのリソース不足を解決しながら、楽しいお買い物を提供します。

## 事業・サービスの概要

動作紹介



横幅: 106cm



高さ: 180cm

奥行: 63cm

省スペースで  
出店・設置が可能

品出し陳列や在庫管理不要  
人的コストの効率化

書籍・家電・通販商品も！  
取扱商材は無量大

デジタルサイネージとして  
地域の情報発信に

① 来店・注文

② 決済・配送先登録

③ 退店

④ 受取



OR



## 事業・サービスが買物困難者の課題をどのように解決するか

販売内容・決済・配送方法などを自由にカスタマイズできるのがS\_martの強み。  
地元の企業や自治体とともに、それぞれの課題に合わせた運用を構築することで、  
持続可能な取り組みとして展開していきます。



### 事例①：ドラッグストア in 中山間地域モバイルショップ

自治体・近隣のドラッグストアとともに展開。

- \* 時期：24年2月～
- \* 地域：浜松市天竜区水窪町
- \* 設置：モバイルサポートショップ
- \* 商品：OTC薬など約200SKU
- \* 対象：町内1600名
- \* 月販：機密



### 事例②：ミニスーパー in 八王子UR団地

地元のスーパーの支店としてUR団地にS\_martを展開。

- \* 時期：21年9～12月
- \* 地域：東京都八王子市
- \* 設置：UR団地 集会所
- \* 営業：毎日9:00～13:00
- \* 商品：生鮮三品&食品400SKU
- \* 対象：60～80代高齢者
- \* 月販：約50万円

実証実験動画  
放映中！

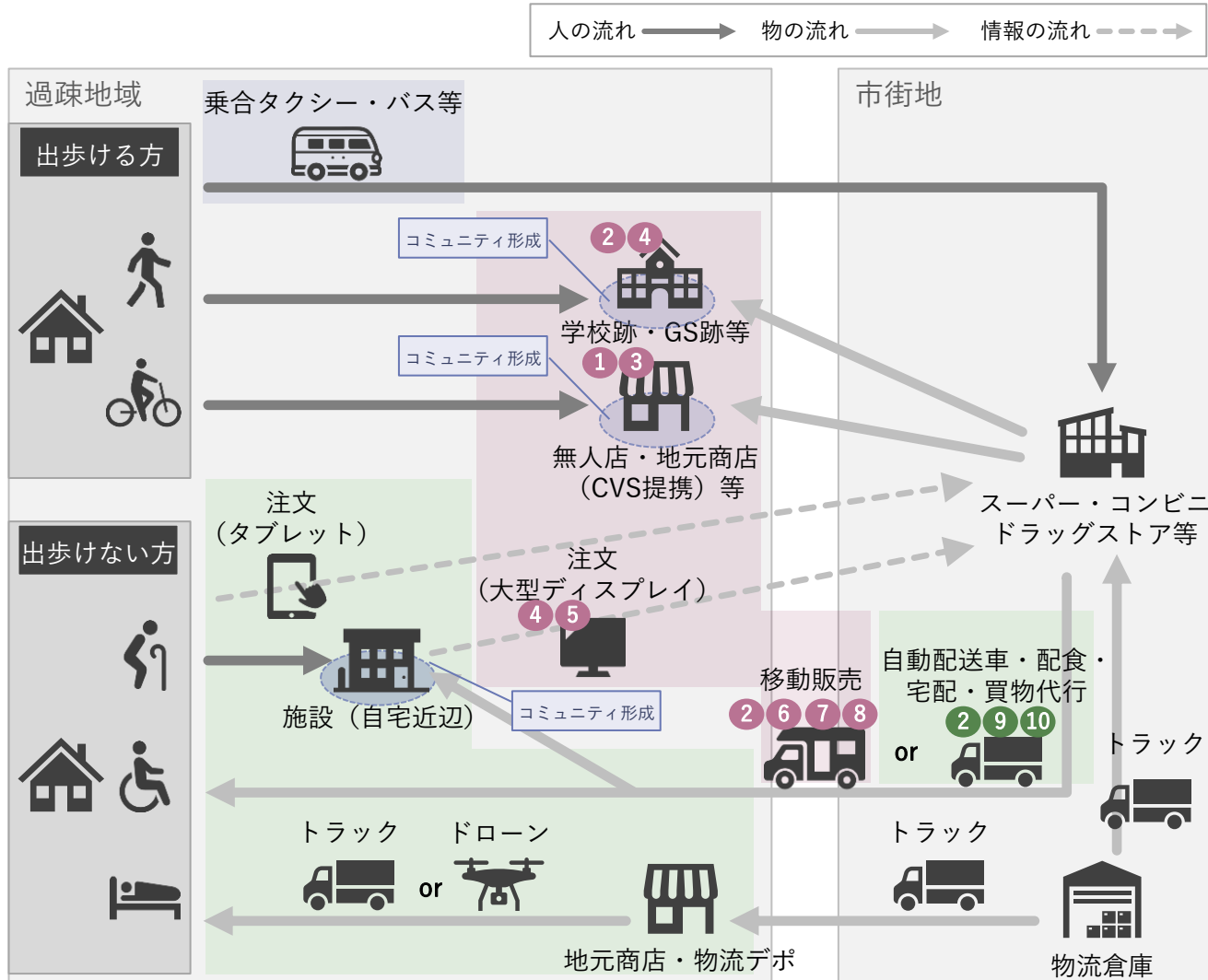


### 連絡先

HP URL : <https://www.smart-retail.biz/>  
 連絡先 : 〒103-0027 東京都中央区日本橋2-15-3 平和不動産日本橋ビル5F  
 担当/間瀬 TEL : 080-5978-1548 Email : mase.a@intmart.jp

# 買物困難者対策事業の全体像

- 過疎地域の買物困難者への施策を下図で網羅的に整理した。なお、一次審査通過の10事業については図中に示す  
 ー 対象者が出歩ける場合は”買物場の開設”や”移動手段の提供”、出歩けない場合は”移動販売”や”宅配”といった施策が中心となっている



買物困難者への施策と一次審査通過事業

店舗を作る・届ける	店舗開設	買物場の開設	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 テルウェル東日本</li> <li>2 一般社団法人よしの</li> <li>3 ローソン</li> <li>4 ゼンリン</li> </ol>
		注文設備の開設	<ol style="list-style-type: none"> <li>4 ゼンリン</li> <li>5 int mart design</li> </ol>
	移動販売		<ol style="list-style-type: none"> <li>2 一般社団法人よしの</li> <li>6 ウエルシア薬局</li> <li>7 とくし丸</li> <li>8 トヨタ・コニック・プロ</li> </ol>
商品を届ける	家まで届ける	配食	※該当なし
		買物代行	<ol style="list-style-type: none"> <li>2 一般社団法人よしの</li> <li>9 ちっこいきいき宅配チャレンジ会</li> </ol>
	家の近くまで届ける	宅配	<ol style="list-style-type: none"> <li>10 eロボティクス</li> </ol>
店頭に来てもらいやすくする	移動手段の提供	乗合タクシー	※該当なし
		乗合バス	※該当なし
		一般車両の活用	※該当なし
	外出の支援	コミュニティ形成	※該当なし

## 地方公共団体との連携事業の事例紹介

- 一次審査通過事業を除くコンテスト応募事業のうち、地方公共団体と連携した特徴的な取組みを次頁以降で3件紹介する
- 各事業者の実施概要と地方公共団体との連携の概要を以下に示す
  - 地方自治体は事業者に対し、資金援助や用地提供等を実施している

事業者	事業概要	地方公共団体との連携
株式会社トーエイ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 過疎地域における移動販売事業。移動販売車が地域の集会所を定期的に巡回し、食料品等を販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 地方公共団体は移動販売車の購入を補助</li> </ul>
株式会社セコマ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 過疎地域へのコンビニエンスストアの出店。村唯一の個人商店が閉店するため、村役場からセコマに出店を依頼し出店</li> <li>• セイコーマートの商品をタクシーの貨客混載にて宅配</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 出店にあたり、村役場は村有地を店舗用地として安価で提供</li> <li>• 地方公共団体が人材を採用</li> </ul>
道の駅本庄企業組合	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 移動販売専用の自動車にて移動販売を実施。また、移動販売の道中では、道の駅への出荷者から農作物の集荷も行う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 移動販売車の購入時には補助金を利用</li> <li>• 移動販売では市が保有する集会所等を活用</li> </ul>

## ■ 概要

— 過疎地域における移動販売事業。移動販売車が地域の集会所を定期的に巡回し、食料品等を販売。また、移動販売車では多機能ICカード「ほろかカード」（東城町商工会が運営）の利用が可能

## ■ 地方公共団体との連携

— 地方公共団体（広島県庄原市）は移動販売車の購入を補助（庄原市買物弱者対策支援事業補助金）

## 事業概要

- トーエイ社は、広島県の山間部に位置する庄原市東城地域でスーパーマーケットを運営。
- 2019年から行政（庄原市）の補助で取得した車両に食料品や日用品を搭載して、地域の集会所を定期的に巡回し、食料品等を販売。また、移動販売車では多機能ICカード「ほろかカード」の利用が可能。
- ほろかカードは、2019年に広島県の東城町商工会が独自に作った地域限定型の多機能型ICカード。キャッシュレス決済の手軽さに加え、加盟店での買物やチャージでポイントが貯まる。また、子供や高齢者の見守りサービス機能も搭載し、住民の9割が保有。



ショッピングタウン トーエイ

（出所）株式会社トーエイホームページ及び広島県求人情報サイト「ひろしまワークス」

## 地方公共団体との連携

- 地方公共団体（広島県庄原市）は、移動販売車の購入（改造）に対する補助と高齢者等の見守りに対して奨励金を出している（庄原市買物弱者対策支援事業補助金）。なお、見守りに対する奨励金は見守り世帯数に応じて金額が決まる形となっている。



移動販売車「東城元気便」

## 地方公共団体との連携事業（株式会社セコマ）

## ■ 概要

- （過疎地域への出店）村唯一の個人商店が閉店するため、村役場からセコマに出店を依頼し出店
- （貨客混載）セイコーマートの商品をタクシーの貨客混載にて宅配

## ■ 地方公共団体との連携

- （過疎地域への出店）出店にあたり、地方公共団体（初山別村）は村有地を店舗用地として安価で提供
- （貨客混載）地方公共団体（下川町）が人材を採用

## 事業概要

- セコマグループは、北海道を中心として原料生産、食品製造、卸・物流、小売のサプライチェーンを構築しており、小売事業では北海道・茨城県・埼玉県に約1,250店を展開。
- 村役場と地域住民からの要望で過疎地域にコンビニエンスストアを新規開設している。その事例の一つである初山別店は、村唯一の個人商店が閉店することが決定したため、村役場がセコマに出店を依頼。村役場が土地を安価で提供することもあり、採算を確保できると判断して出店を決定した。
- タクシーによる貨客混載も実施。下川町の事例では、セイコーマートが一部店舗にて商品の宅配を実施していることから、下川ハイヤーを利用した宅配サービスを行った。



セイコーマート初山別店（初山別村）

（出所）株式会社セコマホームページ及び下川人財バンク

## 地方公共団体との連携

- 初山別店の開設においては、店舗用地は村有地を安価で提供することで借地料を低く抑えることが可能となった。
- 下川町のタクシーによる貨客混載では、町で採用した「地域おこし協力隊」がセイコーマートの商品を高齢者世帯等へ宅配。宅配業務のノウハウ習得とともに2種免許の取得を支援し、地域おこし協力隊の任期満了後は下川ハイヤーに就職して下川町に定住してもらうことを想定。



タクシーによる貨客混載（下川町）

## ■ 概要

— 移動販売専用の自動車にて移動販売を実施。また、移動販売の道中では、道の駅への出荷者から農作物の集荷も行う

## ■ 地方公共団体との連携

- 移動販売車の購入時には補助金を利用
- 移動販売では市が保有する集会所等を活用

## 事業概要

- 道の駅本庄企業組合は、道の駅を運営する。近隣農家を会員とした「産直市」を開催し、地場野菜の販売を実施。
- 移動販売専用の自動車を購入し、本庄町内の中で移動販売を希望する地区へ週2回の販売を実施。また、道の駅の産直市の会員で農産物の集荷を希望する方には、移動販売車の巡回ルート内で農作物の集荷も行う。
- 移動販売車には、農産物や道の駅で加工した惣菜に加えて、隣接するコンビニエンスストアの商品も積載することで多様なラインナップを確保。



道の駅「本庄」

（出所）しまね観光ナビ及び毎日新聞「道の駅、移動販売に出発 高齢化の本庄地区、週2回巡回 農産物の集荷も」

## 地方公共団体との連携

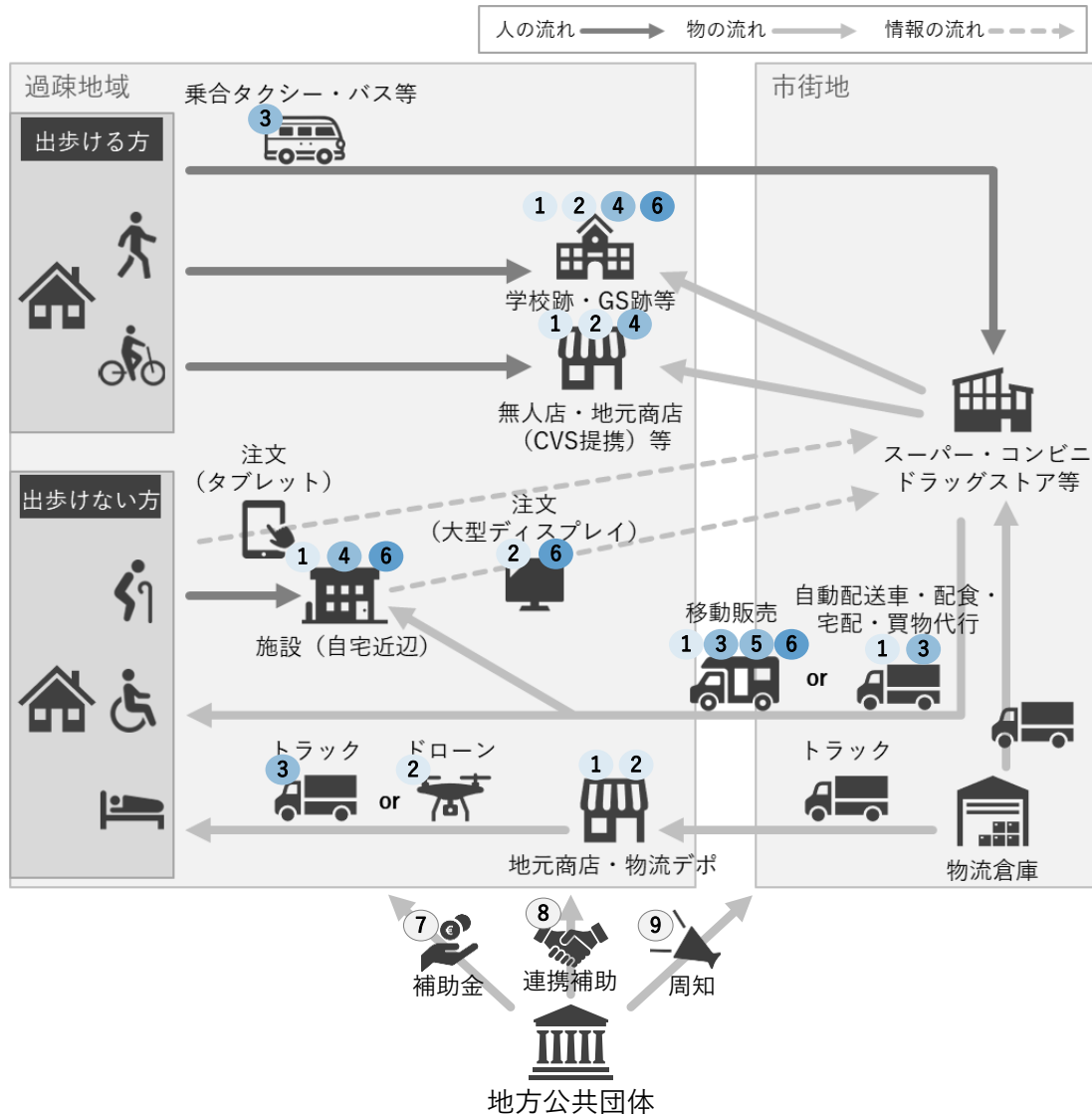
- 移動販売車の購入時には、島根県の補助金を活用。
- 金融機関の窓口閉鎖や唯一の小売店舗の閉鎖を踏まえ、高齢者の買物支援として本庄公民館とも連携しながら市が保有する集会所等を活用。



移動販売車「ほんじょ一号」

## 地方公共団体の支援内容

- コンテスト応募事業やデスクトップ調査から地方公共団体による支援内容を整理し、買物困難者対策事業の全体像の図中に示す  
— 地方公共団体は補助金を始めとする事業全体に対する支援に加え、場所・人材・行政機能の一部を提供することで支援を実施



## 地方公共団体の支援内容

**場所の提供**

- ① 既存インフラ（建物・土地等）の提供
- ② 実証フィールドの提供

**人材の提供**

- ③ 運転可能なシルバー人材の提供
- ④ 店舗運営を行うシルバー人材の提供
- ⑤ 医療関係者の派遣

**店舗で行政機能の一部を提供**

- ⑥ 市役所機能の一部提供

**事業運営の支援**

- ⑦ 補助金
- ⑧ 事業者間の連携補助
- ⑨ 地元住民への事業の周知

### 3. まとめ（今後の買物困難者対策の方向性）



© 2025 みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社

本資料は貴省へのご報告を目的として作成されたものであり、本資料に記載された内容は、過去の事例または仮定に基づくとともに本資料に含まれる情報の確実性あるいは完結性を表明するものではありません。今後お客さまから開示いただく情報、制度または環境などの変化によっては、記載内容を大幅に変更する必要性が生じる可能性があります。その場合、お客さまが期待した結果または効果が得られない可能性がありますので、予めご了承ください。

本資料は、お客さまのリスクを網羅的に示唆するものではありません。本資料の記載内容については、そのリスクを十分ご理解の上、お客さまご自身の判断で商品またはサービスにかかわる契約を締結するようお願いいたします。

法律・会計・税務上の取扱いについては、それぞれ、弁護士、公認会計士、税理士などの専門家に別途ご相談ください。

弊社は、別途契約の締結などを行わない限り、お客さまに何らかの商品またはサービスの提供を行うものではありません。

なお、本資料記載の商品またはサービスにかかわる契約有無の判断については、お客さまとみずほ銀行との取引に影響を及ぼすものではありません。

本資料の著作権は当社に帰属し、本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他の如何なる手段において複製すること、②当社の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

ともに挑む。ともに実る。

**MIZUHO**



