

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。



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」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	経済産業省「買い物弱者応援マニュアル ver.2.0」（2011年）	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	対象範囲が半径 500m から 1km としている
	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）	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	食料品以外も含めた日常の買物を対象としている
買物難民、買物困難者（買物弱者）	農林水産省「食品アクセス問題ポータルサイト」	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	- 名称を一意に定義していない - 買物の中でも食料品に焦点を当てている
	農林水産政策研究所「食料品アクセス問題の現状と課題」	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	
食料品アクセス困難	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—」	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	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

※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

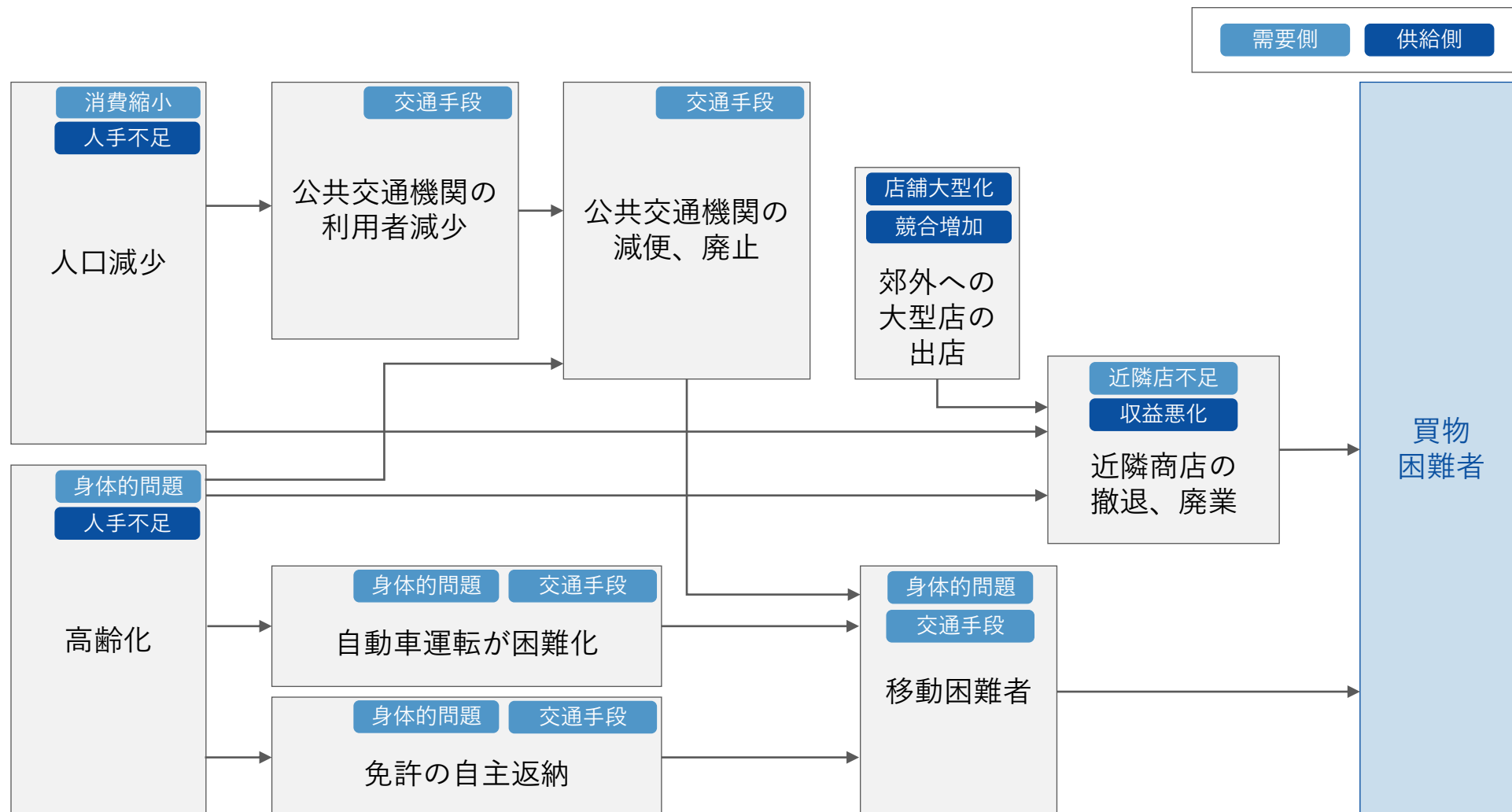


- 買いたくても買えない
 - 交通手段の問題
 - 身体的な問題
 - 売り場の立地的・距離的な問題

- 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  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  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. 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

■ 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

1. ウェルシア薬局株式会社

移動販売

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」



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、店頭で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

②



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

1. ウェルシア薬局株式会社

移動販売

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や醸成、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

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

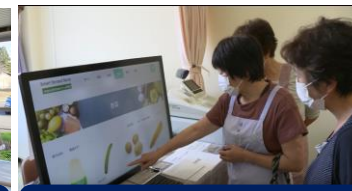
地域まるごとSmart Terrace Store構想



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出る
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

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

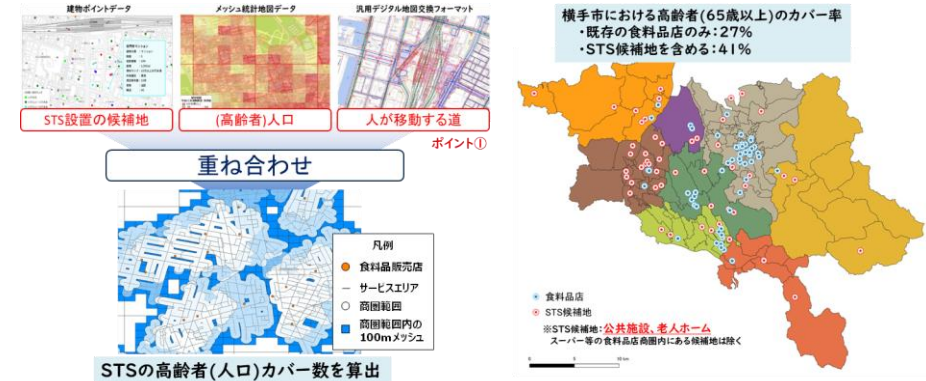
実証実験を行った横手市の背景

- 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

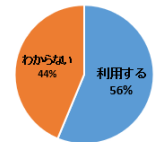


STSを継続的に利用したいという意見とともに、買い物への課題・不安の声が聞かれ、**社会インフラとしての必要性が確認できた**。また、コミュニティ構築の場としてSTSの有用性を確認が出来た。

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)

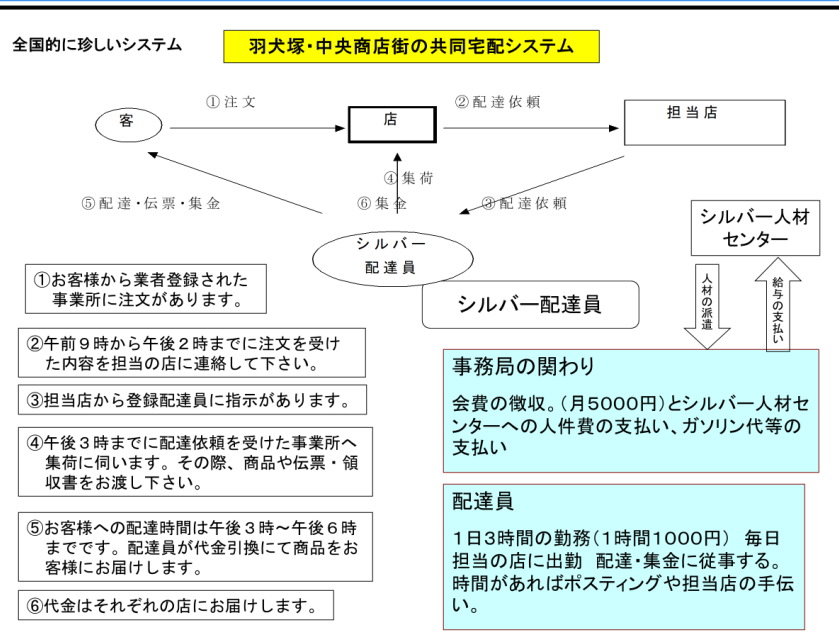
ちっこいきいき宅配事業



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



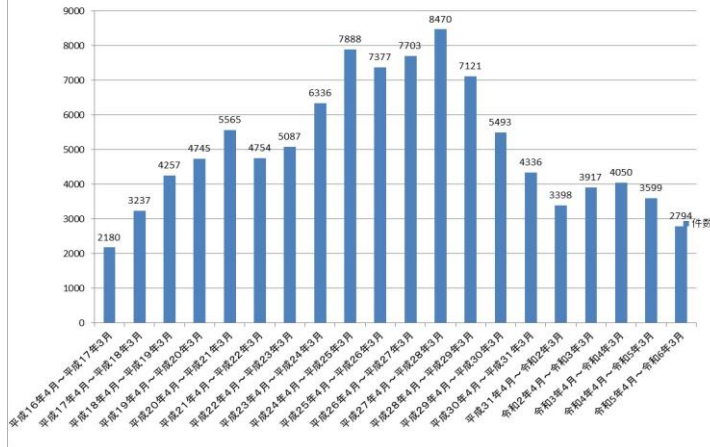
ちっこいきいき宅配事業は平成16年に筑後市羽犬塚商店街と中央商店街の活性化を目的に開始した。商圈内の高齢化が進み、日ごろの会話からお客様から買い物になかなか行けないなどの声があり、買物難民が増えることを憂慮した両商店街の有志20店がそれぞれ月額5000円を負担し、地域のシルバー人材センターから配達員を派遣して貰い顧客の自宅まで無料宅配を始めた。事務局は筑後商工会議所が担当している。

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ため、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

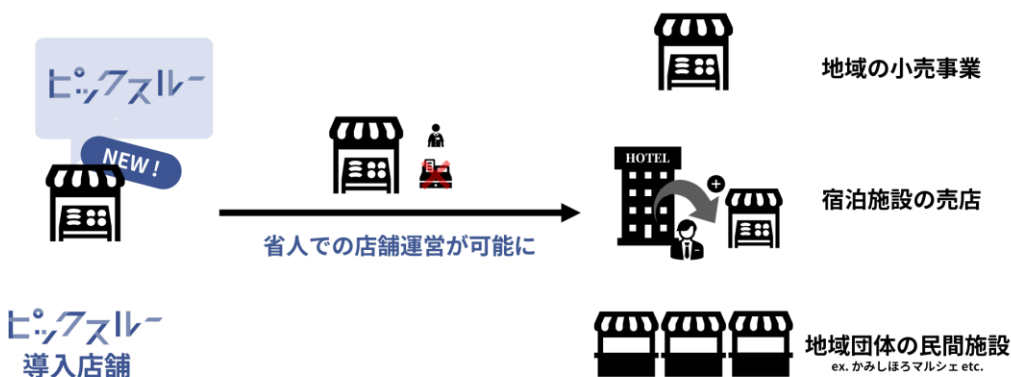
スピーディ

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

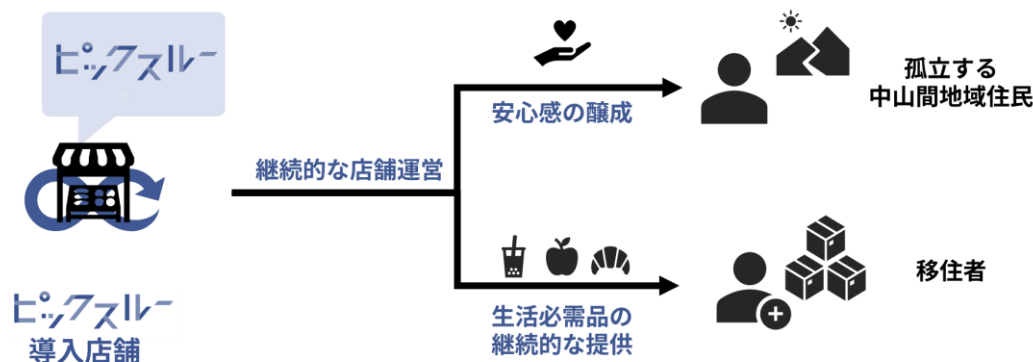
【店舗出店参入障壁の緩和】

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 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

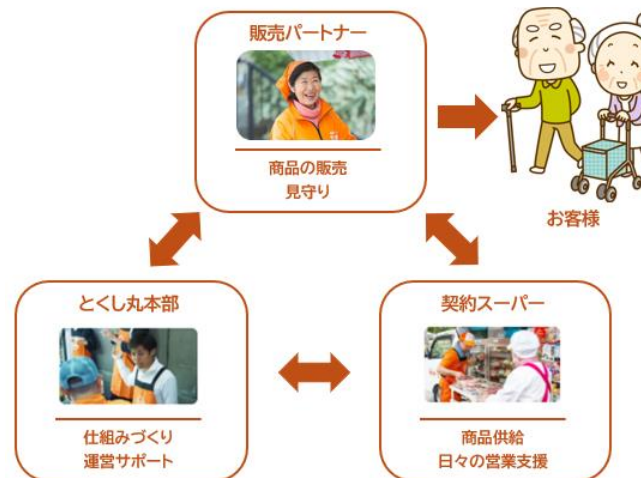
事業・サービスの概要

- 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)

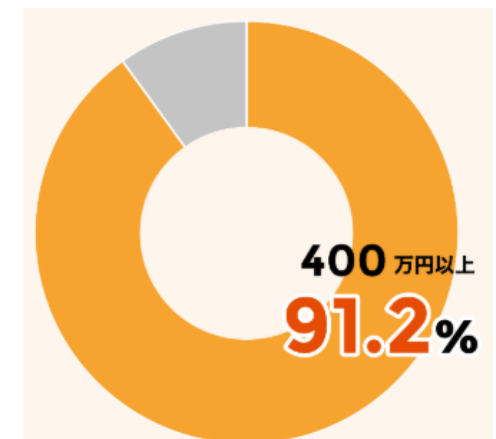
47都道府県で展開



- 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



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、200箇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～

TOYOTA CONICA



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。

1 UPDATE しくみの進化

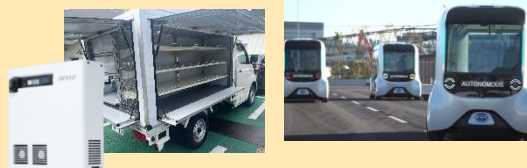
個人戦だった移動スーパーを、チーム戦へ



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。

2 UPDATE 車両の進化

今と未来の現場課題を的確に解決

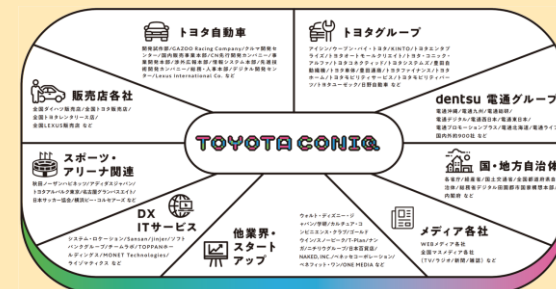


トヨタGの技術で
解決

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。

3 UPDATE 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『^{いちば}どんどん市場』の運営

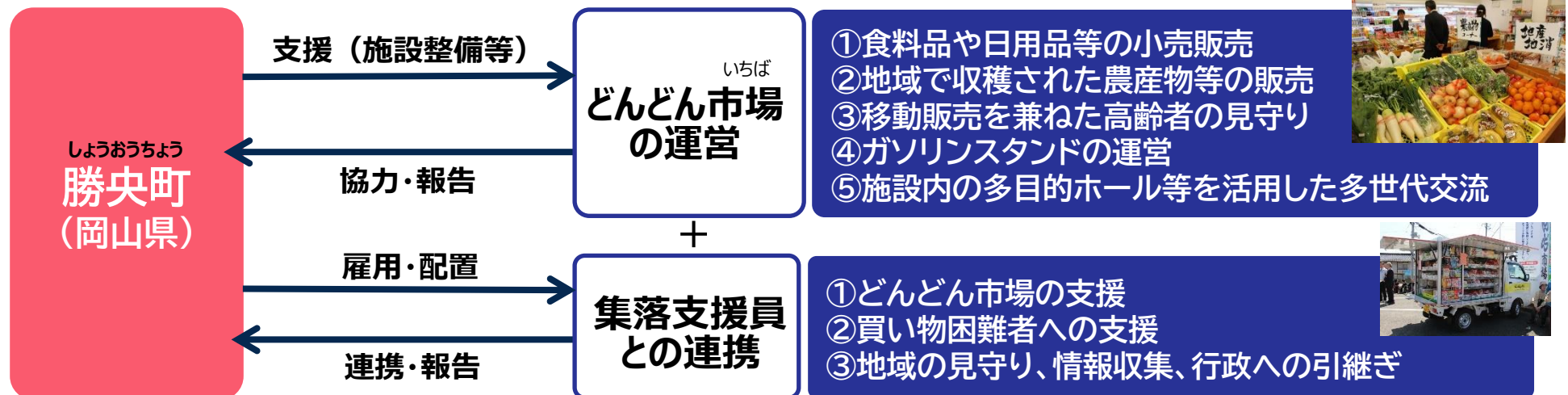
どん
どん
市場

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

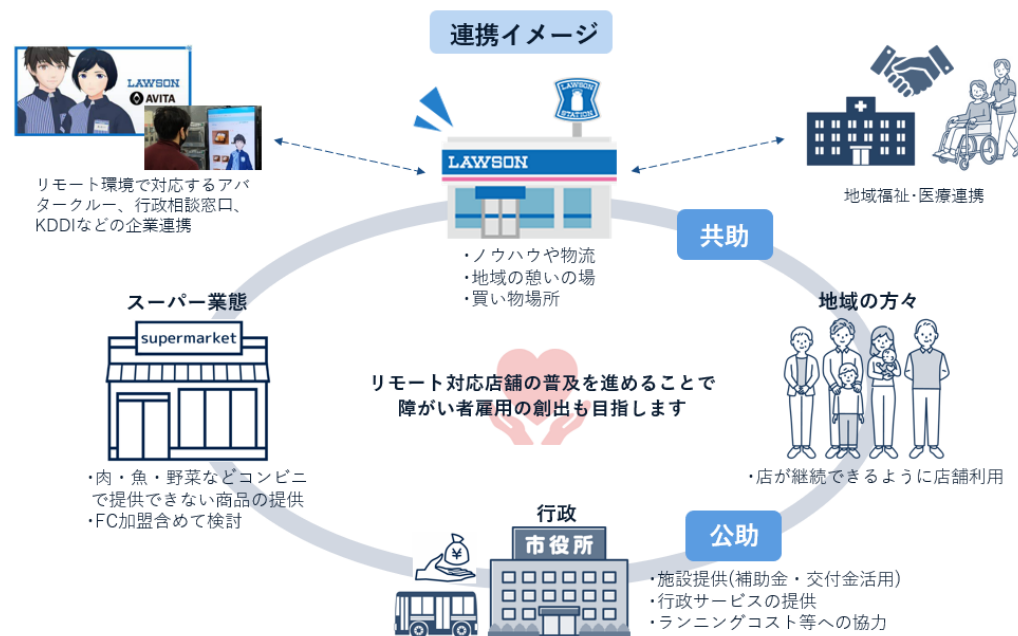
- 出店に関するイニシャルコストを大幅に削減する。またランニングコストについても省人化運用等、工夫する事で収益化を目指す。
- 通常のローソン商品+生鮮品の品揃えを実施、地域のライフライン、社会インフラの提供による地域社会との共生を目指す。

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。



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

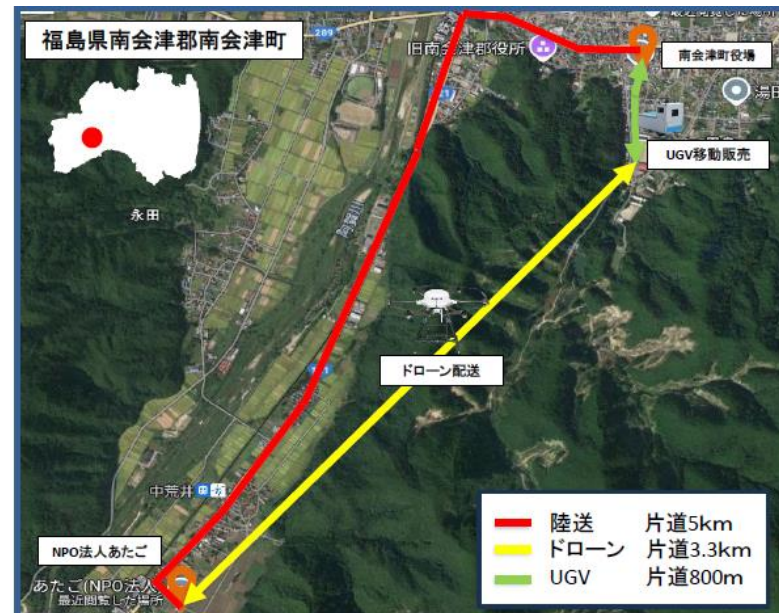
- 地元企業と行政が連携して事業の運営を行い、買物困難者に資する新たな流通サービスを展開する。

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-EB150	UGV 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
プレハブ小屋を構え、父、母、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。本日は寒い、役所へし、雨風、冬場では屋根が飛んだり、そんな困難を乗り越え、あつという間に時が過ぎたが、この熱い思いは受け継がれ、いまのあたごがある。



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、南会津町と連係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！
取扱商材は無限大

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

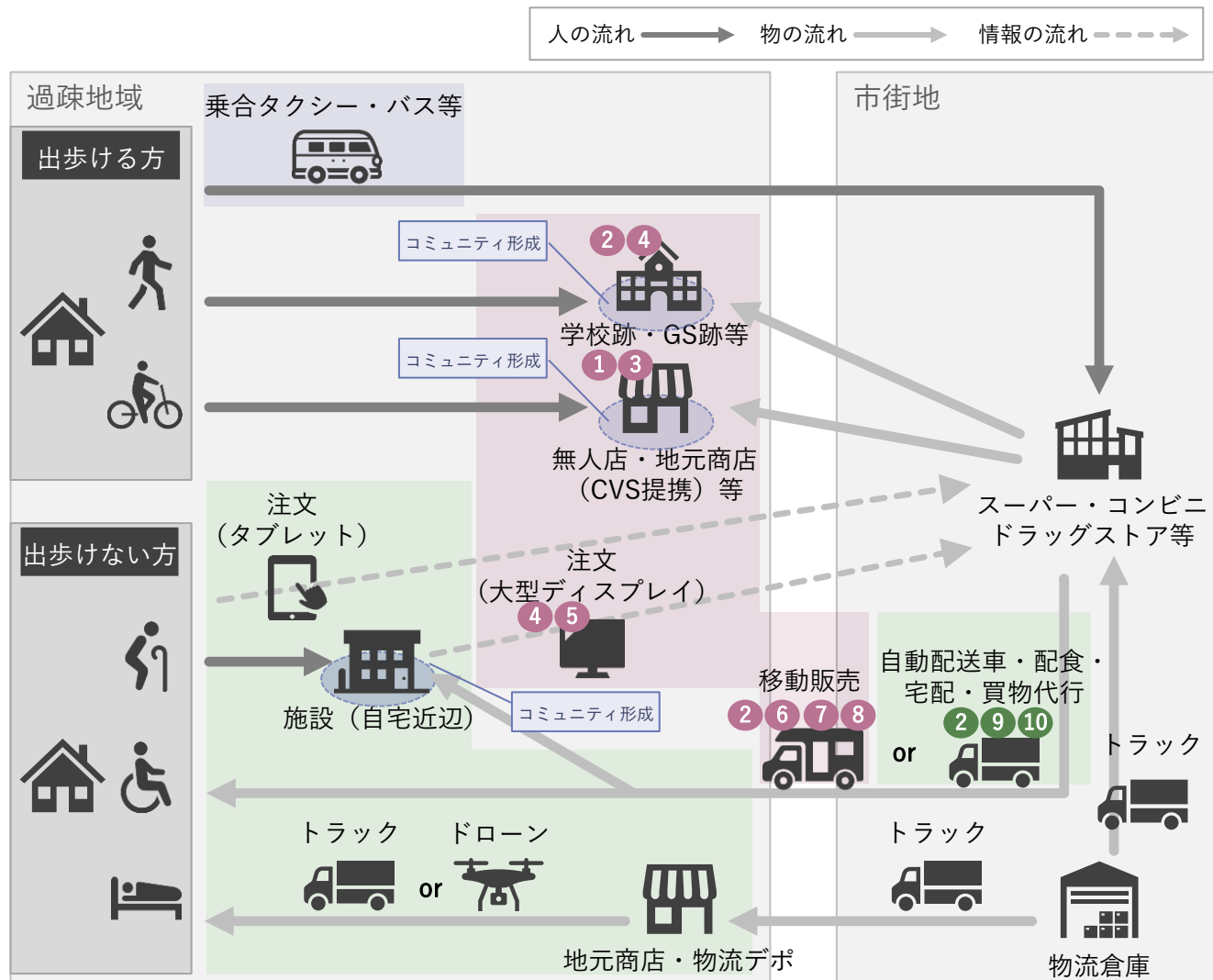
実証実験動画
放映中！



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

- 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
- 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	1 テルウェル東日本 2 一般社団法人よしの 3 ローソン 4 ゼンリン
		注文設備の開設	4 ゼンリン 5 int mart design
商品を届ける	家まで届ける	移動販売	2 一般社団法人よしの 6 ウエルシア薬局 7 とくし丸 8 トヨタ・コニック・プロ
		配食	※該当なし
		買物代行	2 一般社団法人よしの 9 ちっこいきいき宅配チャレンジ会
	家の近くまで届ける	宅配	10 eロボティクス
店頭に来てもらいやすくする	移動手段の提供	自宅の近隣施設への配送	※該当なし
		乗合タクシー	※該当なし
		乗合バス	※該当なし
	外出の支援	一般車両の活用	※該当なし
		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	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	地方公共団体は移動販売車の購入を補助
株式会社セコマ	- 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 - セイコーマートの商品をタクシーの貨客混載にて宅配	- 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 - 地方公共団体が人材を採用
道の駅本庄企業組合	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	- 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

■ 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

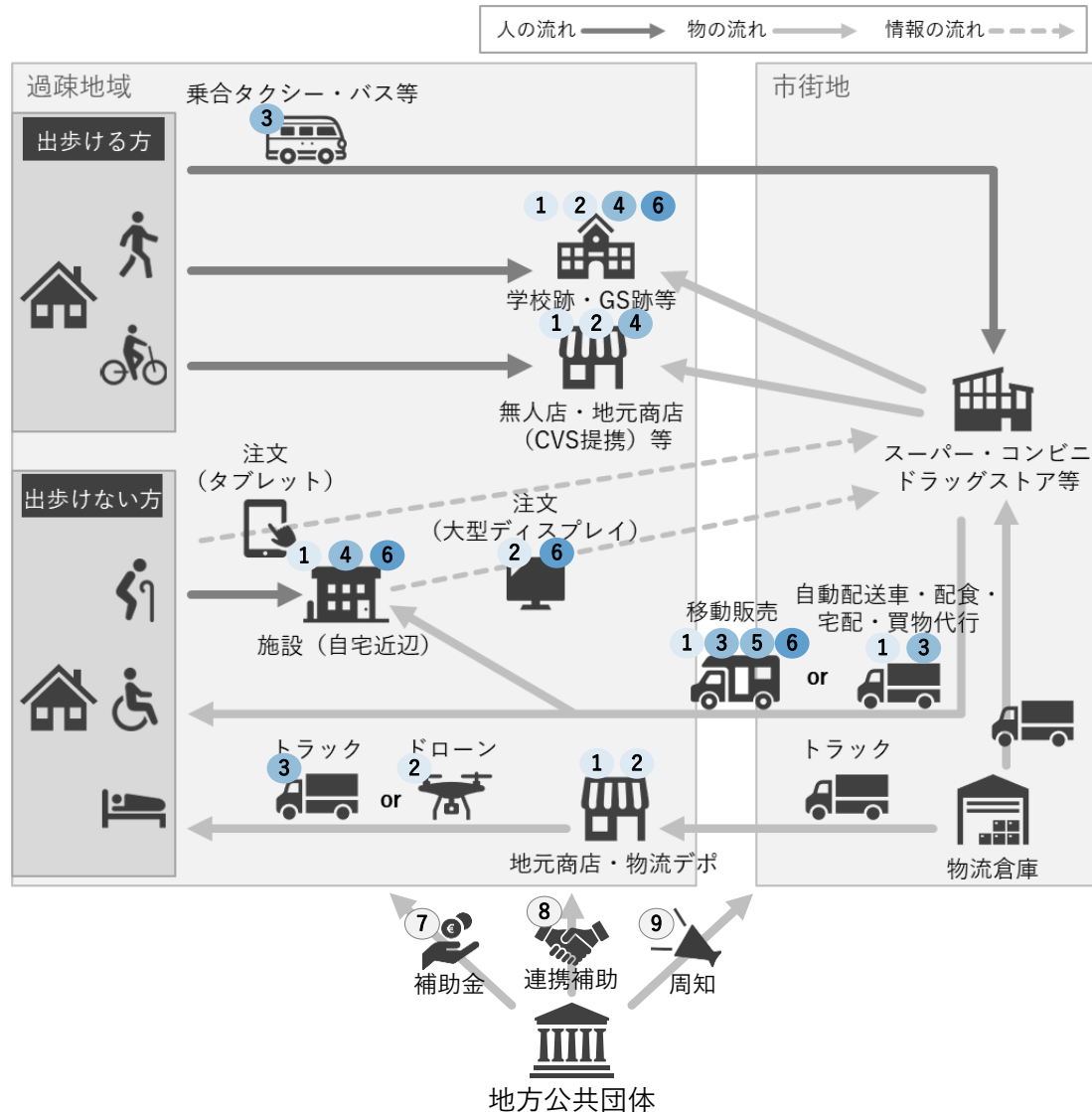
- 移動販売車の購入時には、島根県の補助金を活用。
- 金融機関の窓口閉鎖や唯一の小売店舗の閉鎖を踏まえ、高齢者の買物支援として本庄公民館とも連携しながら市が保有する集会所等を活用。



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

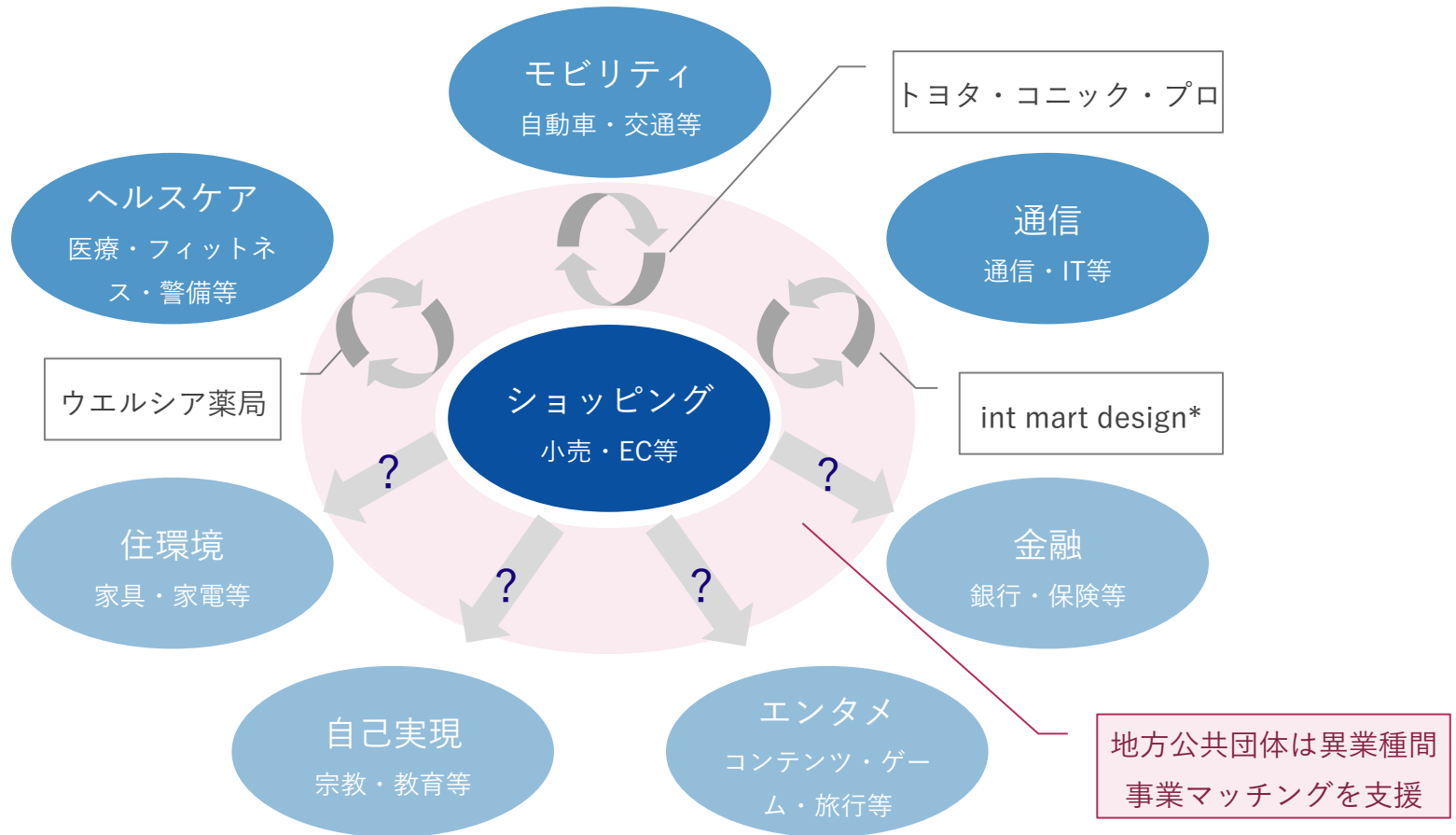
事業運営の支援

- 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）

買物困難者対策事業モデルの進化の方向性

- 近年では、異業種と連携した買物困難者対策事業の事例も出現
- 買物困難者支援事業は今後、本業（ショッピング）への顧客還流が見込める、隣接するその他のマーケットと連携することで、より継続可能な事業モデルへと進化していくのではないかと。そのような中で、地方公共団体には異業種間での事業マッチングの支援が今後求められていく可能性がある



* int mart designは実証実験にて、通信業（モバイルショップ）での注文設備の設置を行っている

© 2025 みずほリサーチ＆テクノロジーズ株式会社

本資料は買物困難者対策セミナー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

