

平成24年度  
買い物弱者支援  
ビジネスモデル構築事業  
報告書

平成25年 3 月  
秋田市

# 目 次

1	事業名及び事業の目的	1
	(1) 事業名	1
	(2) 事業の目的	1
2	受託事業者の概要	1
3	外部専門家（協力者）の概要	1
4	事業の概要	2
5	事業の実施地域及び対象者	2
	(1) 実施地域	2
	(2) 対象者	2
6	サービスの内容	3
	(1) サービスの内容	3
	(2) サービスの特徴	4
	(3) サービスの周知	5～6
	【資料1～4】	6～9
	(4) 利用件数増加のために行った事	10～11
7	事業の実施スケジュール	12
8	事業の実施体制	13
	(1) 実施体制	13
	(2) 商品仕入先との関係	13
	(3) 外部専門家及び委員会の設置	13
9	事業の実績	14
	(1) 注文件数及び売上実績	14
	(2) 地域パートナー実績	15
	(3) その他実績	16～26
	【資料5】	17
10	買い物状況アンケート調査	27
	(1) 目的	27
	(2) 実施期間	27
	(3) アンケート方法	27
	(4) アンケート内容	27
	(5) アンケート集計結果	28～40
11	経済効果の分析	41
	(1) 地元事業者への経済的効果	41
	(2) 対象地域の事業者への経済効果（地域パートナー）	41
	(3) 中心市街地活性化効果	41
12	買い物弱者支援効果	42
	(1) 利用者における買い物弱者の割合	42
	(2) 利用者の傾向	42
	(3) 利用者からの声	42
	(4) 買い物支援以外の効果	42
13	行政支援の必要性	43
	(1) エイジフレンドリーシティを目指す秋田市	43
	(2) 見守り効果及び地域内連携	43
	(3) 信頼・信用の獲得	43
14	まとめ	44
15	ビジネスとしての自立採算性の検証【外部専門家による、成果の検証、評価】	45～49
	【資料6～22】	50～67

## 1. 事業名及び事業の目的

### (1) 事業名

買い物弱者支援ビジネスモデル構築事業業務

### (2) 事業の目的

本市が平成21年度に実施した「買い物環境に関するアンケート調査」や、平成23年度の「商店街ニーズ調査」により、少子高齢化の進行や大型店の進出に伴う地元商店の減少・衰退などの社会情勢の変化から、食料品等の日常の買い物が困難な状況にある市民の存在が浮き彫りとなる。

このことを受けて、買い物弱者のニーズを地元商業者のビジネスチャンスと捉え、買い物弱者支援に有効な新たな買い物サービス事業のアイデアを募集し、ビジネスモデルとして確立が可能か、実際に事業を実施して検証する。

なお、事業の実施状況や検証概要を公表することにより、地元商業者の商圏拡大への取り組みと買い物弱者へのサービス向上に資する取り組みを促す。

## 2. 受託事業者の概要

事業者名	株式会社あきた市民市場メイト
所在地	秋田市中通四丁目7番35号 秋田市民市場内
代表者	代表取締役 川村 忠
設立年月日	平成24年1月11日
事業規模	資本金 5,000,000円
目的及び主な事業内容	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 生鮮食料品、衣料品、日用雑貨品等の販売</li><li>2. 飲食店の経営</li><li>3. 商品配達、送迎等の買い物サポート業務</li><li>4. インターネットを活用した各種情報提供サービス業</li><li>5. 秋田市民市場の施設管理、運営の受託業務</li><li>6. イベント企画及び広告業</li><li>7. 前各号に附帯関連する一切の事業</li></ol>

## 3. 外部専門家(協力者)の概要

氏名	小室 秀幸 (株式会社小室経営コンサルタント)
資格等	1級販売士・インキュベーションマネージャー
協力内容	<ol style="list-style-type: none"><li>①事業の企画・提案及び実施にあたっての指導</li><li>②チラシ構成等についての指導</li><li>③利用者等の意見把握や事業成果の検証方法等に関する指導</li><li>④事業の成果の検証</li><li>⑤報告書(一部)の作成</li><li>⑥その他、今業務に付随する事項</li></ol>

## 4. 事業の概要

サービス名	買い物弱者支援 「市場メイト便」
実施期間	平成24年8月1日～平成25年3月31日
実施場所	秋田市中通四丁目7番35号 秋田市民市場内
実施地域	秋田市西部（新屋、勝平、浜田、豊岩、下浜）、河辺、雄和、中央（大町、旭北、旭南、川元、川尻、山王、高陽、保戸野、泉、千秋、中通、南通、檜山、茨島、八橋） ※中央地域は平成24年11月19日から追加

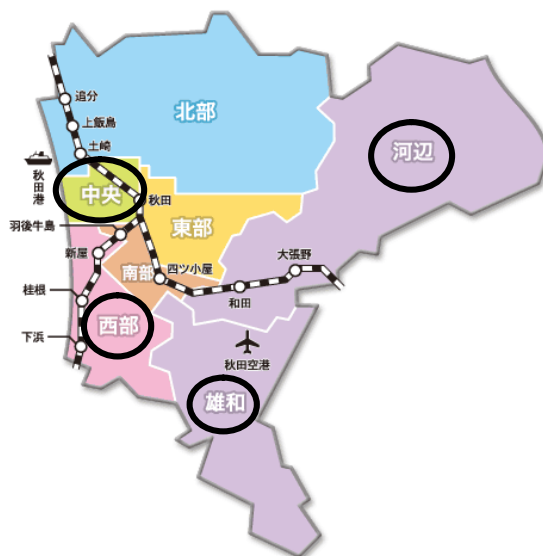
## 5. 事業の実施地域及び対象者

### (1) 実施地域

対象地域である、西部（新屋、勝平、浜田、豊岩、下浜）、河辺、雄和は人口5万2千人、1万9千世帯が暮らしている。昔ながらの住宅地で緑の多い暮らしやすい地域である。近隣商店街やスーパー、コンビニ等はほとんどなく買い物には車を利用する住民が多く不便を抱えている地域である。

近年は、少子化により子供の数も大幅に減少し高齢者が目立って多くなっている。そういった状況から今後買い物弱者が急増していく地域であることが予想され、この地域を選定した。

※11月19日から、集合住宅、高層住宅の多い、本市中心部の地区特性のデータサンプルを得るため、中央地区を実施地域に追加した。



### (2) 対象者

当事業を実施するにあたっての買い物弱者

- ・商店が近くにない
- ・徒歩、自転車で買い物に行けない
- ・自動車を運転できない（しない）
- ・高齢、病気、介護、子育て、妊娠、仕事などのため買い物に不自由を感じている
- ・一人暮らしの高齢者
- ・夫婦二人暮らしの高齢者

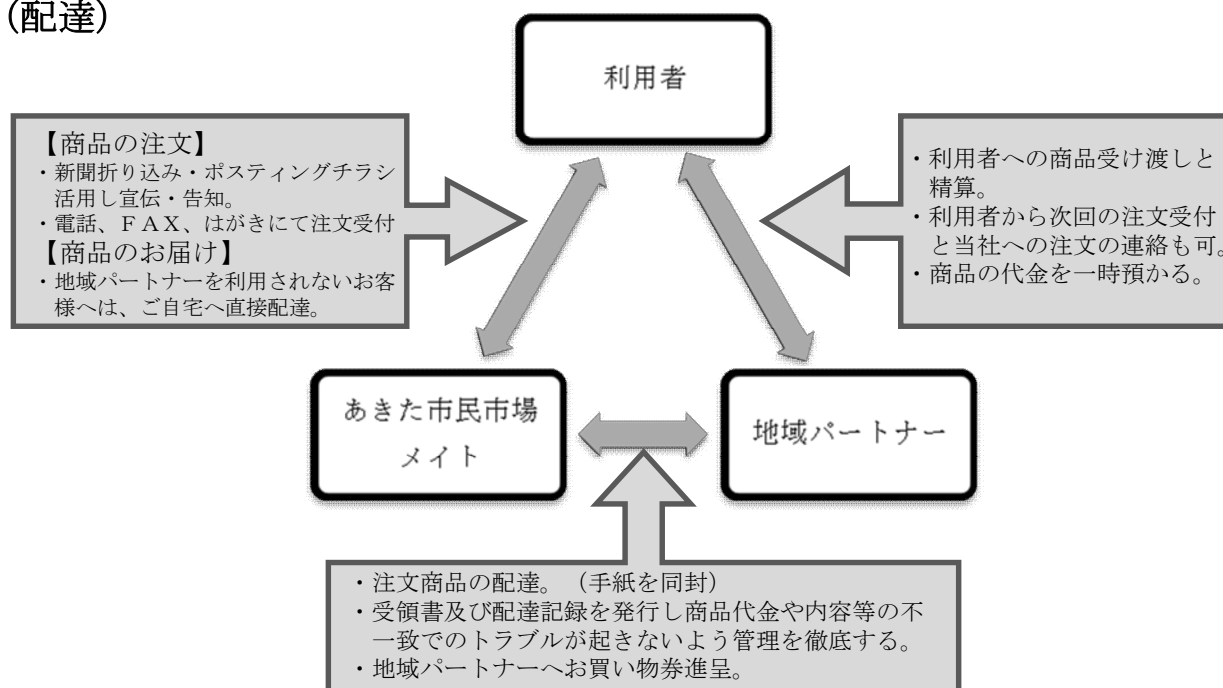
以上を当事業のターゲットとして想定した。既に大手スーパー等がネットによる商品配達を導入済みだが、高齢者見守りや話し相手になることにより一定の需要を掘り起こすことができるサービスと考えた。

## 6. サービスの内容

### (1) サービスの内容

- ・ 事業実施地域に事前告知の案内チラシを配布する。会員登録は不要で対象地域の方ならだれでも利用可能。
- ・ 定期的に配布する新聞折り込み、ポスティングチラシを見て、電話、FAX、はがき、インターネットで注文を受ける。
- ・ 注文の受付時間は午前9時から午後4時までとし、正午までの注文は、当日午後5時までにお届けする。（当社従業員が車で配達）1,575円以上から注文可能とする。
- ・ 配達料金は、常温商品315円、保冷商品を含む場合525円とし、2,000円以上は無料とする。また、買い物代金は商品配達時引き換え。
- ・ 地域パートナーは、対象地域の商業者（理容店、クリーニング店等）や事業の趣旨に賛同・協力頂ける地域住民を検索、選定する。利用者宅への配達や利用者への商品受け渡しと清算を行って頂く。  
また、ご利用頂いた地域パートナーには精算金額に応じて「市場メイト便」お買い物券を進呈する。（2,000円未満で100円分、2,000円以上3,000円未満で200円分、3,000円以上4,000円未満で300円分、4,000円以上5,000円未満で400円分、5,000円以上からは一律500円分）

### (配達)



### (地域パートナー専用お買い物券)



## (2) サービスの特徴

### ・地域パートナーの導入と協力 (15頁 地域パートナー実績)

利用者宅への配達は、地域パートナーにご協力頂き、利用者への商品受け渡しと精算を依頼した。地域パートナーは、対象地域の事業者（理容店、クリーニング店等）や、事業の主旨に賛同・協力頂ける地域住民に登録を依頼した。

### ・10分間サービスの導入 (23頁 10分間サービス利用実績)

商品配達の際、冬期間の除雪を心配していたり、家具の移動などの力仕事を望まれる利用者が多く見受けられ、それらをお手伝いすることにより、利用者との信頼関係の構築やサービスの満足向上に繋がると考え11月19日からサービスを導入した。

また、サービスが口コミなどで話題となり新規利用者の獲得にも結び付く考えた。

全体の件数としてはそれほど多くなかったが、サービスを実施した利用者全員から「非常に助かった」「ありがたい」「頼りにしている」といった感謝と喜びの声を頂いた。

概要 配達スタッフが、①お話相手、②家具の移動（重すぎない家具）、③電球（蛍光灯）交換、④玄関周りの除雪、いずれかを希望する利用者に10分間程度実施。

実施期間 平成24年11月19日～平成25年3月31日

受付時間 午前9時～正午

対象者 一人暮らしや外出が困難な状況の高齢者

周知宣伝 スタッフによる戸別訪問及びポスティング活動により周知

料金 無料

その他

- ・1,575円以上お買い上げで、希望される利用者へのサービス。
- ・サービスを希望される場合は、商品注文時に希望するサービスを事前にお伝え頂く。
- ・サービス実施時間は、10分程度。
- ・家事や介護は不可。
- ・利用者立会いのもと、敷地内にて実施。

### ・商品への手書きの手紙を同封 (60頁 資料16)

利用者との交流、親交を深くするために実施した。内容は注文への感謝の言葉や季節の食材や最近の話題についてスタッフが一枚ずつ手書きした。受け取った利用者からは、大変好評であり、さらに目の悪い利用者にはスタッフが手紙の内容を音読した。

お手紙を通して、利用者と商品の売り買いだけの関係ではない太いパイプで繋がった絆を構築でき、現在問題視されている話相手の不足や地域のコミュニケーション不足の解消並びに見守りサービスとしての効果も発揮した。

### (3) サービスの周知

#### ・戸別訪問活動（26頁 訪問活動の際の地域の声）

高齢者の方々は、面識のないお店や人からの商品の購入を躊躇する傾向が他の世代よりも強いと考え、8月8日より対象地域の各家々へスタッフが戸別訪問し事業の周知宣伝、サービスの説明活動を開始した。

（後に買い物状況アンケート調査へ移行）

また、日中は女性の在宅が多いことがわかり、男性スタッフだけでなく女性スタッフも訪問活動に同行させた。

戸別訪問活動は対象地域の情報や状況の収集及び把握といった面では大いに役立ったが、人員、時間、燃料を多く費やし、その上訪問件数の割にはなかなか注文に結び付かなかった。

#### 【訪問実績】

平成24年8月1日～平成25年3月31日

訪問月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
訪問日数	15日	22日	23日	21日	9日	3日	0日	0日	90日
<b>新屋・勝平</b>									
訪問件数	38	146	137	292	64	0	0	0	677
うち注文件数	0	0	0	3	0	0	0	0	3
<b>浜田</b>									
訪問件数	42	6	52	17	0	0	0	0	117
うち注文件数	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>下浜</b>									
訪問件数	19	89	33	1	0	0	0	0	142
うち注文件数	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>豊岩</b>									
訪問件数	97	57	47	0	0	0	0	0	201
うち注文件数	1	0	0	0	0	0	0	0	1
<b>河辺</b>									
訪問件数	165	121	77	23	6	0	0	0	392
うち注文件数	5	1	0	0	0	0	0	0	6
<b>雄和</b>									
訪問件数	20	69	77	13	0	0	0	0	179
うち注文件数	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>中央</b>									
訪問件数	0	0	0	0	48	18	0	0	66
うち注文件数	0	0	0	0	1	2	0	0	3
<b>全体の訪問件数</b>	<b>381</b>	<b>488</b>	<b>423</b>	<b>346</b>	<b>118</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1,774</b>
<b>うち注文件数</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13</b>
<b>1日当たり 訪問件数</b>	<b>25.4</b>	<b>22.1</b>	<b>18.3</b>	<b>16.4</b>	<b>13.1</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>19</b>

・秋田市広報（下記 資料1）

行政の協力により秋田市広報へも事業の紹介記事を掲載頂いた。

掲載後は問い合わせの電話が多くなり、さらに訪問活動の際に記事を見せることで訪問先からの信頼を得ることもできた。

よって、地域への宣伝効果と信頼獲得のためにも行政からの協力、広報への掲載は重要であることがわかった。

・パブリシティ（新聞、テレビ等）（7～9頁 資料2～4）

実施期間を通して、新聞やテレビといったパブリシティからの取材を受けた。掲載及び放送直後には問い合わせの電話や新規利用者からの注文が多数入るなど対象地域へのチラシ配布以上に周知宣伝効果があった。

買い物弱者支援について世間の関心は高く、報道機関の取材を通じたサービスの周知など、メディアの活用が有効である。

【資料1】

平成24年8月3日 秋田市広報

**おまかせください!**

市民市場ならではの新鮮な商品や、生活必需品をお届けします。お気軽にご利用ください!  
(株式会社市民市場メイトの玉野利喜さん)

**買い物弱者支援 ビジネスモデル構築事業**

市では、日常の買い物が不自由なことを支援するため、公募型プロポーザル方式で選定した事業者が提案した、食料品や日用品の配達サービスのビジネスモデル構築事業を、8月1日から試験的に実施しています。商工労働課 ☎(866)2429

**事業の委託先** 株式会社市民市場メイト

**実施期間** 平成25年3月31日まで

**対象地域** 新屋、勝平、浜田、豊岩、下浜、河辺、雄和  
\*対象地域のかたならどなたでも利用できます。

**利用方法**  
お客様が希望する商品を電話かファクス、インターネットで上記の受託者に注文します。商品はおお客様の希望により次の①か②の方法で配達されます。  
①直接自宅に配達 受託者や宅配業者が配達(常温商品は315円、保冷商品を含む場合は525円)。  
②地域パートナー(\*)に協力してもらう  
商品は地域パートナーに配達され、お客様は地域パートナーのお店などに商品を取りに行き代金を支払います。配達は無料。  
\*地域パートナー…対象地域の事業者(小売業やサービス業など)で当事業の趣旨に賛同できるかたを選定。商品の受け渡しや代金の一時預かりなどをしてもらいます。地域パートナーへは注文金額に応じて「お買い物券」を進呈します。

**商品の確認方法、地域パートナーに関すること**など詳しくは、株式会社市民市場メイトへお問い合わせください。☎(893)3917

**対象地域のお客様**  
①新聞やポスティングのチラシ、インターネットなどで商品を注文

**商品の流れ**

**地域パートナー**  
③配達された商品をお客様へ受け渡し(お客様が商品を取りに行きます)

**事業の受託者**(株式会社市民市場メイト)  
②注文された商品を地域パートナーへ配達。  
インターネット注文は直接お客様へ配達

**サービスの特徴**

- 受託者が提供する秋田産の旬な食材や伝統食材などを自宅から注文できます。
- 育児や介護などで地域パートナーへ商品を取りにいけない場合は自宅へ配達してもらえます(有料)。
- 地域パートナーに協力してもらうことでコミュニケーションの向上や見守り効果が期待できます。
- 注文した商品に受託者が交換日記や手紙を同封。お客様との交流や困りごとの相談などに活用します。



# 買い物弱者宅配で支援

## きょうから秋田市が新事業

「買い物弱者」とされる高齢者らの生活を支え、地元の中小業者の支援にもつなげようと、秋田市は8月1日から、食料品や日用品を自宅などに送り届けるサービスを始める。

### 地元中小業者活性化も狙い

市の宅配サービスは「秋田市民市場」（秋田市）の出店者らの組合が立ち上げた会社が市の委託事業として実施。電話やファクスなどで注文を受け、宅配エリアの西部地域（新屋、勝平、浜田、豊岩、下浜）と河辺、雄和の計約1万9千世帯に商品を届ける。委託期間は来年3月末まで。市や委託会社によると、対象地域に取扱商品などを掲載したチラシを毎月1回、配る予定。1,070円以上購入した場合、宅配の対象となり、自宅まで常温便なら310円、保冷便なら500円が必要。2千円以上なら宅配料は無料。在宅介護や子育てなどで忙しい人も利用できる。

大手スーパーなどはすでに

に同様の宅配サービスに乗り出し、一定の需要を掘り起している。市の事業は商店街の減少や空洞化などを踏まえ、業者自身の事業活性化も目的としている。宅配先の高齢者らの見守りや話し相手にもなるという。

市の担当者は「ビジネスモデルとして確立できるか検証したい。成功すれば、ほかの商店街などにもPRしていく」と話す。正年までの注文ならその日のうちに宅配。注文の受

平成24年9月23日 読売新聞

### 高齢者らの買い物お手伝い...秋田市が試験事業

ツイートする おすすめ 2 チェック

秋田市は、買い物に不便な地域の住民から食料品や日用品の注文を受け、商品を配達する「買い物弱者支援ビジネスモデル構築事業」を始めた。「買い物弱者」の要望に応えつつ、地元商店の商機も増やそうとする試験的な事業で、今年度末までの実績を基に事業として確立できるか検討する。

試験事業の対象は新屋、勝平、浜田、豊岩、下浜、河辺、雄和の市内7地域。

市から委託を受けた事業主体の「あきた市民市場メイト」（秋田市中通）が、電話かファクス、インターネットなどで注文を受け付け、注文者の自宅か、近所の「地域パートナー」宛てに配達する。同社が募集した地域の小売り業者やサービス業者が地域パートナーとなり、商品の受け渡しや代金の一時預かりなどに対応する。地域パートナーは、今後も募集を続ける。

事業を始めたのは、市がこれまでに、市内全域を対象に行ったアンケート調査で、高齢者を中心に、買い物代行サービスを求める声が多かったから。50歳代で27%、60歳代25%、70歳代20%に上った。「近くに商店街をつくってほしい」という回答もあったという。今回の試験事業は、特に不便さを訴える声が多かった地域中心に実施することにした。

市商工労働課によると、インターネットで注文を受け付けて商品を配達する手法は、すでに大手スーパーなど民間業者5社で導入済み、しかし、送料がかかるなど利用者によっては不便な点があった。

同課は「品ぞろえの限られた地域の小規模店が個々に買い物代行を行うのは厳しいが、商店街のように連携することで新たなビジネスが可能になり、大型店にも対抗できる」と着想したという。

受託した「あきた市民市場メイト」は、同市中通にある「秋田市民市場」内の小売店が集まって結成。市が6月に行った受託業者審査会では、配達する商品に交換日記や手紙を添えて注文者の困りごと相談などに応じたり、あえて地域パートナーに仲介させることで高齢者の会話が 증가、地域による見守りにつながる点などが評価された。

同社は「利用者と顔なじみになって、見守り効果を高めたい。趣旨を理解してもらって地域パートナーを増やすことが課題」としている。

秋田市は「今年度の事業を成功させ、来年度以降は各地域の小売店へ取り組みを広げたい」としている。

事業の問い合わせは、あきた市民市場メイト(018・893・3917)へ。

(2012年9月23日 読売新聞)

け付けは原則として月曜の午前9時～午後4時、問い合わせはあきた市民市場メイト(018・893・3917)へ。(河井健)





### (3) 利用件数(客数)増加のために行った事

#### ・フリーダイヤルの導入 (24頁 フリーダイヤル実績)

外部専門家からのアドバイスのもと、対象地域の方々が気軽に注文や問い合わせができるよう、9月3日より導入開始。

導入後は、電話料金を気にされる方への利便性が向上した。

特に、報道番組や新聞記事などでの紹介後やチラシ配布後に興味を抱き問い合わせられる方や、初注文への決意が固まっていない(踏み切れない)方、事業へ応援・賛同の声を届けたい方への門戸、入口が広がったと考察された。

#### ・自社手作りチラシ及びレシピの作成、配布 (61, 62頁 資料17, 18)

旬の食材や話題の食材、おすすめの食材の栄養や保存方法、豆知識を記載したチラシとレシピをスタッフ自ら考案、作成し、戸別訪問や配達の際に配布して、注文(再注文)へと繋がるきっかけ作り、動機づけとなるよう務めた。特に、レシピは配布後紹介した食材の注文を頂いたり注文数増加に繋がった。

#### ・生鮮品及び旬の食材の入荷状況のご案内 (62頁 資料18)

対象地域での戸別訪問の時やFAXをお持ちの利用者に、生鮮品や旬の食材の入荷状況を紹介した。結果、「サンマが食べたくなった」「原木なめこの味噌汁が飲みたくなった」など興味関心を引き、注文に結び付けることができた。

#### ・連絡会議の実施

定期的に連絡会議を開催し、スタッフ同士の意見や情報の交換を行い、利用件数の増加対策、作業の効率化、ミスの予防対策について検討した。

- ・自社チラシやレシピの作成と配布 (61, 62頁 資料17, 18)
- ・配達商品と伝票の二重チェック体制の導入 (67頁 資料22)
- ・スタッフ配置及び担当業務の見直し
- ・チラシ校正の修正や確認 (51~58頁 資料7~14)
- ・サービスフローチャートの作成 (54頁 資料10)

#### ・実施拠点への垂れ幕設置 (63頁 資料19)

実施拠点を通りかかった方から、日々の買い物に困っている知り合いへ事業についての口コミが広がるよう、実施拠点の前に周知宣伝用の垂れ幕を設置した。

設置後、垂れ幕をご覧になった方から、スタッフへ事業内容についての問い合わせがあった。また、垂れ幕に目が留まった方が掲示している新聞記事や広報記事を読む光景を頻繁に見かけたことから、市民市場に来店した方へのサービスの周知に繋がった。

#### ・配達イメージ(サンプル)の展示と写真による紹介 (63頁 資料19)

垂れ幕の設置同様に秋田市民市場に来店した方の口コミを期待し、実施拠点へ配達イメージ(サンプル)の展示と配達の様子を写真で紹介した。

掲示板でのチラシや新聞記事、広報記事での紹介に加え、実物や写真を見ていただくことで、事業内容をより詳しく周知できた。

・利用者へのサービス品やプレゼントの進呈（スタッフによる手芸品等）（59頁 資料15）

お手紙同様に、利用者の方々との親交を深めるためとお得感や楽しみを持って頂けるよう、スタッフ手作りの手芸品をプレゼントした。12月であればクリスマスリースであったり、みかんの皮や落花生の殻を入れることができる不用品なチラシを再利用したゴミ箱等、最小限の費用で手作り感が溢れ、そしてどこか懐かしさの漂うサービス品をスタッフと選んだ。

また、上位利用者へは注文回数20回到達の感謝プレゼントや本サービス全体の通算注文件数100回目や200回目に見事当たった利用者へは記念品を進呈した。

さらに、仕入先のご好意により上位利用者へは「とんぶり」や「七草」、「かぼちゃ」等々のサービスを何度も無償提供頂いた。こういったサプライズやサービスが青果物の売上上昇に結び付いた。

いずれのプレゼントやサービス品も、お届けした利用者全員から毎回驚きと喜びの声を頂戴しリピーターの獲得に繋がった。

・FAX注文用紙の配布（17頁 資料5）

注文受付・商品手配において、電話注文よりもFAX注文の方が作業効率や間違い防止に効果的であったため、FAX注文の推進と、利用者の記入作業の簡略化を図るため、自社で作成した注文用紙をFAXの利用者へ配布した。

（複数枚複写しての配布並びに定期的に補充も実施）

FAX利用者からは、大変好評を得たほか、当社としても作業効率が向上し、利用者、スタッフ双方にとって利点があった。

・実施検討委員会の開催（全2回）（64～66頁 資料20、21）

サービス内容の改善を図るため、外部専門家や行政担当者を交えた実施検討委員会を定期的に設けた。

現場スタッフからの現状報告や配達・戸別訪問時においてのお客様対応についての相談、行政担当者からの意見や現状確認、外部専門家からの進捗状況に検証を踏まえたアドバイスを多いた。

・対象地域の追加（中央地域）

①事業開始以降中央地域の方々から多数の問い合わせや利用を望む声が寄せられた。

②アパート、マンションなど集合住宅で買い物に困難を抱えている方がいるか、またどういった問題を抱えているのか状況調査もできる。

以上のことから、11月19日より中央地域を対象地域に追加した。

追加後、中央地域からの注文が日を追うごとに増え、期間後半に至っては配達の半数以上が中央地域の利用者が占めるほどであった。

利用者数の増加傾向と地域の声や現況より、中央地域にはまだまだ潜在的な買い物弱者がおり、周知宣伝の強化により、なお一層買い物支援に貢献できると予想された。

## 7. 事業の実施スケジュール

公募採択	平成24年6月26日
準備期間	平成24年6月26日～平成24年7月31日
実施期間	平成24年8月1日～平成25年3月31日
報告書作成	平成24年10月31日 中間報告 平成25年3月31日 最終報告

### 事業日程、出来事

6月26日（火） ～ 7月31日（火）	委託業務契約締結 サービス開始準備 ・求人、面接 ・各種賃貸借契約及び消耗品（事務用品）等購入 ・対象地域へ事前告知チラシポスティング（7月20日） (50頁 資料6) ・地域パートナー募集活動
8月1日（水）	サービス開始・新聞折り込みチラシ（51頁 資料7） 朝日新聞へ記事掲載（7頁 資料2）
8月2日（木）	秋田魁新報へ記事掲載（8頁 資料3）
8月3日（金）	・対象地域へチラシポスティング（51頁 資料7） ・秋田市広報へ紹介記事掲載（6頁 資料1）
8月5日（日）	毎日新聞へ記事掲載（8頁 資料3）
8月8日（水）	対象地域への戸別訪問による宣伝・周知活動開始
9月7日（金）	対象地域全戸へチラシポスティング（52頁 資料8）
9月21日（金）	対象地域全戸へチラシポスティング（52頁 資料8）
9月23日（日）	読売新聞へ記事掲載（7頁 資料2）
10月4日（木）	第1回実施検討委員会開催（64頁 資料20）
10月5日（金）	対象地域全戸へチラシポスティング（53頁 資料9）
10月22日（月）	対象地域での買い物状況アンケート調査開始
11月2日（金）	対象地域全戸へチラシポスティング（53頁 資料9）
11月19日（月）	・対象地域に中央地域を追加 ・10分間サービス導入開始
12月3日（月）	新聞（秋田魁新報）へ折り込みチラシ配布（55頁 資料11） （河辺・雄和・西部地域のみ ※中央地区はスタッフによるポスティング）
平成25年	
1月7日（月）	新聞（秋田魁新報）へ折り込みチラシ配布（56頁 資料12） （河辺・雄和・西部地域のみ ※中央地区はスタッフによるポスティング）
1月10日（木）	秋田朝日放送「スーパーJチャンネル」にて放送。
1月18日（金）	・TBS「みのもんたの朝ズバ」にて放送。 ・ABS秋田放送「news every」にて放送。
1月29日（火）	第2回実施検討委員会開催（65頁 資料21-1、66頁 資料21-2）
2月4日（月）	新聞（秋田魁新報）へ折り込みチラシ配布（57頁 資料13） （河辺・雄和・西部地域のみ ※中央地区はスタッフによるポスティング）
2月10日（日）	「あきた経済」（秋田経済研究社出版）へ記事掲載（9頁 資料4）
3月1日（金）	秋田魁新報へ記事掲載（9頁 資料4）
3月4日（月）	新聞（秋田魁新報）へ折り込みチラシ配布（58頁 資料14） （河辺・雄和・西部地域のみ ※中央地区はスタッフによるポスティング）

## 8. 事業の実施体制

### (1) 実施体制

代表者 川村 忠  
全体統括責任者 玉野和貴  
全体管理者、責任者補助 1名  
配達兼配送準備担当 2名  
調理担当 1名  
注文商品受発注、伝票管理 2名  
仕入先 協同組合秋田市民市場内 各商店  
外部専門家 1名

### (2) 商品仕入先との関係

協同組合秋田市民市場内の各商店の中から、買い物弱者支援事業の主旨に賛同、協力頂ける商店から優先的に仕入を行った。

【商品内容】鮮魚、青果物、塩干物、乾物、精肉、加工食品、鶏卵、日用雑貨  
秋田の伝統食品、麺類、お惣菜、生花、衣類

### (3) 外部専門家及び委員会の設置

事業内容の充実、ビジネスとしての自立採算性、地元商業者への波及効果等が実現するよう結果の分析及び考察体制形成のため、株式会社小室経営コンサルタント代表取締役 小室秀幸氏に外部専門家として協力頂いた。

また、小室氏や行政担当者を交えた実施検討委員会も定期的を開催し、事業の検証、改善に務めた。(64～66頁 資料20～21)

## 9. 事業の実績

### (1) 注文件数及び売上実績

#### 【目標】

	平成24年					平成25年			合計
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
注文（配達）件数 （件）	564	756	948	1,140	1,332	1,524	1,716	1,920	9,900
売上 （円）	961,000	1,291,000	1,618,000	1,948,000	2,275,000	2,603,000	2,932,000	3,285,000	16,913,000

#### 【実績】

	平成24年					平成25年			合計
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
注文（配達）件数 （件）	11	19	22	24	47	66	88	90	367
売上 （円）	44,166	97,687	111,005	126,278	310,497	384,242	425,618	407,730	1,907,223

#### 1. 利用実績について

期間を通して定期的なチラシの配布、秋田市広報での紹介そして戸別訪問活動を実施したが、当初の目標に対して大幅に下回る結果となった。

その原因として以下の3点が挙げられる。

- ①対象地域において、地域の連携や家族の協力が想定した以上に強固で高齢者をサポートする体制が既に出来上がっていた。また移動販売業者も頻繁に来ていたり、買い物支援を望んでいる方はそれほどいなかった。
- ②地域全体への事業の周知及び信頼の獲得までに長い時間を必要とした。
- ③わざわざ遠くから配達してもらうのは、申し訳ないといった後ろめたさが地域全体にあった。

しかしながら、目標に対しては大分少ないながらも月を追うごとに注文件数、売上ともに増加し、特に11月19日からの中央地域の追加や、雪の影響、さらにテレビや新聞での報道直後の伸びは顕著であった。

#### 2. サービスの定着について

地域でのサービス定着に向けて重要な事として、以下の3点が挙げられる。

- ①高齢者が利用者ということもあり、サービスの周知と信頼関係の構築までに時間を要する事から、地域への新たなサービスの参入、定着には長期のビジョンが必要である。
- ②冬期間は、積雪による転倒や、気温低下による体調悪化の恐れがあるため、外出を控える高齢者が多い。冬期間の買い物に不便を感じている高齢者が予想以上に多く、サービスの需要が冬期間に増加する。
- ③買い物弱者支援について世間の関心は高く、報道機関の取材を通じたサービスの周知など、メディアの活用が有効である。



## (2) 地域パートナー実績

### 【目標】

	平成24年					平成25年			合計
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
地域パートナー登録数 (延べ数)	6	8	10	12	14	16	18	20	20
パートナー利用配達件数 (件)	288	384	480	576	672	768	864	960	4,992

### 【実績】

	平成24年					平成25年			合計
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
地域パートナー登録数 (延べ数)	6	6	6	6	6	6	6	6	6
パートナー利用配達件数 (件)	0	1	0	0	0	0	0	0	1

登録パートナー地域 河辺3軒、雄和1軒、西部2軒（勝平）

登録パートナー業種 クリーニング店、理容店、印刷業、木材店、建設業、美容室

事業の特徴として地域パートナー制度を導入したが地域パートナー登録数及び地域パートナーへの配達件数は共に当初の目標に対して大幅に下回る結果であった。

#### 1. 登録数について

地域パートナー登録数が増加に至らなかった要因として、以下の6点が挙げられる。

- ①商品代金及び生鮮品の一時預かりに対しての不安と抵抗があった。
- ②地域の他の商店や移動販売業者との付き合いがあるため、登録に抵抗があった。
- ③利用者を募る（集める）必要があるのではないかといった誤解があった。
- ④商品の配達や受け取りがいつ入るかわからないため、お店を留守にできないのではないかといった心配があった。
- ⑤対象地域の事業者地域パートナー制度の内容をしっかりと把握頂けなかった。  
(どの事業者も仕事中での訪問であったために説明に十分な時間がなかった。さらに、パートナー募集のチラシや手持ち資料を閲覧頂くだけでは解説並びに説得力が弱かった)
- ⑥地域パートナー登録による特典や社会貢献的役割を伝えきれなかった。

#### 2. 利用件数について

地域パートナー利用の配達件数が伸びなかった要因として、以下の5点が挙げられる。

- ①地域パートナー登録数が少ないため自宅近隣に地域パートナーが存在しない。
- ②2,000円以上の購入金額であれば自宅へ直接無料で配達することから、地域パートナーを利用するメリットが薄かった。
- ③介護や体調（体力）等の理由により近距離でも外出することが難しく、加えて地域パートナーから商品を持ち帰ることが体力的に厳しい。
- ④商品の一時預かりなど地域パートナー店に面倒をかけるのではないかと後ろめたさがあった。
- ⑤地域パートナー登録数減少の要因同様、制度の内容をきちんと理解頂けなかった（チラシや広報への記載だけでは伝達力に欠けた。また説明に十分な時間を割けなかった）

結果、得られた成果として、買い物支援ビジネスでの取り組みの一環として地域パートナー制度は定着までに時間を要するほか、サービスの詳細について再度検討する必要がある。

### (3) その他実績

#### 地区別注文件数及び注文・配達方法

地区	平成24年8月1日～平成25年3月31日								
	注文件数	注文方法				配達方法		注文金額	1件当り注文金額
		電話	FAX	インターネット	来所	直接	パートナー		
新屋	78件	75件	2件	1件		78件		320,498円	4,108円
勝平	31件	31件				31件		264,936円	8,546円
浜田	1件				1件	1件		2,226円	2,226円
豊岩	1件	1件				1件		3,174円	3,174円
下浜	11件	11件				11件		43,604円	3,964円
河辺	54件	52件			2件	53件	1件	343,851円	6,367円
雄和	38件	13件	25件			38件		238,597円	6,278円
中央	81件	69件	12件			81件		376,283円	4,645円
その他	72件	68件	4件			72件		314,054円	4,361円
<b>合計</b>	<b>367件</b>	<b>320件</b>	<b>43件</b>	<b>1件</b>	<b>3件</b>	<b>366件</b>	<b>1件</b>	<b>1,907,223円</b>	<b>5,197円</b>

その他、旭川、牛島、御所野、御野場、寺内、手形、新藤田、飯島、仁井田

商品の注文方法は、電話、FAX、インターネット（ネットショップ）、はがきとしそれぞれの利用状況を調査した。その結果、利用者の大半が高齢者ということもあり、注文の90%近くが電話での注文で、残りがFAX注文であった。期間中のインターネット注文は1件のみ、はがきの注文は0件という結果であった。

サービスの提供を通し分かった電話注文、FAX注文、それぞれのメリット、デメリットは、以下のとおりであった。

	メリット	デメリット
電話注文	<ul style="list-style-type: none"> <li>①会話を楽しみにしている高齢者もあり、“見守り”や“話し相手”に繋がる。</li> <li>②話す事で、利用者が従業員に親近感を持ってくれるため、固定客の確保に繋がる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①品名や品種、数量（容量）などの聞き間違いがあった。</li> <li>②電話しながら品物を決める利用者もあり、注文が確定するまで時間を要するケースが多くあった。</li> </ul>
FAX注文	<ul style="list-style-type: none"> <li>①注文内容が全て決まってから注文するため、受付時間が短縮出来る。</li> <li>②注文が紙として残るため、注文ミスが発生しづらい。</li> <li>③商品の入荷状況やおすすめ商品の情報をこちらから情報としてFAXすることが出来る。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①注文を記入することを手間に思う利用者もいる。</li> <li>②利用者が希望する商品の細かいニュアンスを伝えられない。</li> <li>③紙でのやりとりのみであることから、利用者との関係が稀薄になりがちになる。</li> </ul>

なお、FAX注文を受けた際、確認のため折り返しこちらから確認の電話を行ったことから、FAX注文のデメリットのうち②及び③は解消されるものであった。

また、当社は、商品を仕入先から仕入れる必要があったことから、注文を受けてからの在庫の確認や金額の確認作業があり、利用者と注文を受けた後も頻繁に確認のやりとりが必要であったほか、スタッフ数人で商品の仕入れを行うため、電話で受けた利用者の商品の希望（大きさ、硬さなど）をスタッフ間で共有する点が苦勞した点であった。

以上を踏まえ、FAX注文は、限られたスタッフで業務をこなす中で、作業の効率化や注文間違いの防止が図られる事から、配達サービスにおいては有効であることが分かり、期間半ばからFAX注文の推進に取り組んだ。

最も利用が多かった電話注文は、会話力、理解力、商品知識が豊富なスタッフの配置が必要であり、学生などのアルバイトでは対応出来ないものであった。また、注文の聞き間違いや聞き漏れ防止とスタッフ間での情報共有のため、録音機能付きの電話機の使用も効果的ではないかと考えられた。

【資料5】

FAX注文書 (A4サイズ)

2013. 2. 7 9:19 P. 1

**市場メイト便 FAX注文書 (FAX018-893-6010)**

① 注文日時 ⇒ 平成26年 2月 7日(木) 曜日 9時 分

② お客様名 ⇒ 様

③ 電話番号 ⇒

④ 注文内容

注文品	単位・数量など	備考(商品名、その他要望等)
① エリンギ	/	
② ゴボウ	1袋	木曜日は
③ フタバ白菜	/	週曜日は
④ ニラ	1束	休日は
⑤ ブロッコリー	/	注文する
⑥ 豚肉(上)	200g (22P)	注文する
⑦ とりもも肉(上)	200g	注文する
⑧ ウインナー	200g	注文する
⑨ ハム	100g	注文する
⑩ カボチャ コロッケ	2個	注文する
⑪ トンカツ 惣菜	2枚	注文する
⑫ 生タノコ	1パック	注文する
⑬ イチゴ	1パック	注文する
⑭ リンゴ(家庭用)	10個	注文する
⑮ ツヤガキモ	10個	注文する
⑯ ゴミ袋 40L(中)	1	注文する
⑰ 長いも	/	注文する
⑱ ニョウギ	1パック	注文する
⑲ タラのおんのに	1パック 8x10	注文する
⑳ みかん	1袋	注文する

配達希望時間 ⇒ 2月 7日 時 分頃

※他の配達状況により、ご希望の配達時間に対応できない場合がございます。予めご理解願います。

いつも市場メイト便をご利用頂き誠にありがとうございます。  
FAXでのご注文後、1時間以内に当社よりご連絡がない場合はお手数をお掛けしますが、下記当社電話番号までご連絡頂けますようお願い申し上げます。  
(株)あきた市民市場メイト 電話番号 → 018-893-3917

2013. 3. 2 9:59 P. 1

**市場メイト便 FAX注文書 (FAX018-893-6010)**

① 注文日時 ⇒ 平成26年 3月 2日(土) 曜日 9時 59分

② お客様名 ⇒ 様

③ 電話番号 ⇒ 018-

④ 注文内容

注文品	単位・数量など	備考(商品名、その他要望等)
① 刺身セット 1人分	2ヶ	
② あずき軒巻	2切れ	
③ 生マス	2切れ	
④ 大根	1kg	かき揚げ用、細切
⑤ はんぺんゆづの素	1kg (600g)	
⑥ くわが納豆 アゲ納豆	1P (中)	
⑦ 番茶	1本	300g位
⑧ ぼんだし	1箱	
⑨ 白小豆	1袋	
⑩ もえぎの袋	5ヶ (中)	秋田産の透明の袋
⑪ やまゆき豆の甘塩しほ	1kg (1kg)	1.8kg (1.8kg) しかぬり
⑫ 玉ねぎ	1袋	
⑬ 小松菜	1パ	
⑭ こうじ	1袋	
⑮		
⑯		
⑰		
⑱		
⑲		
⑳		

配達希望時間 ⇒ 3月 2日 9時 59分頃

※他の配達状況により、ご希望の配達時間に対応できない場合がございます。予めご理解願います。

いつも市場メイト便をご利用頂き誠にありがとうございます。  
FAXでのご注文後、1時間以内に当社よりご連絡がない場合はお手数をお掛けしますが、下記当社電話番号までご連絡頂けますようお願い申し上げます。  
(株)あきた市民市場メイト 電話番号 → 018-893-3917

## 地区別注文時間帯

地区	平成24年8月1日～平成25年3月31日							
	9:00～	10:00～	11:00～	12:00～	13:00～	14:00～	15:00～	合計
新屋	42件	13件	17件	2件	1件		3件	78件
勝平	17件	8件	3件	1件	1件		1件	31件
浜田					1件			1件
豊岩	1件							1件
下浜	3件	1件	1件	1件		3件	2件	11件
河辺	24件	11件	10件	2件	2件	1件	4件	54件
雄和	28件	5件		1件	1件		3件	38件
中央	37件	26件	5件	5件	2件	2件	4件	81件
その他	38件	12件	14件	1件	2件	2件	3件	72件
<b>合計</b>	<b>190件</b>	<b>76件</b>	<b>50件</b>	<b>13件</b>	<b>10件</b>	<b>8件</b>	<b>20件</b>	<b>367件</b>

その他、旭川、牛島、御所野、御野場、寺内、手形、新藤田、飯島、仁井田

「当日注文→当日配達」を希望される利用者が大半であり、当日配達締切時間である正午までの注文が8割以上を占める結果となった。

当日配達が多かった要因としては、

- ①他社の配達サービスではあまり取り扱いしていない生鮮品の販売
- ②惣菜や寿司などすぐに食べられる商品群、商品内容の拡充
- ③利用者の声や心理として、体調や気分、メディアの影響などその日でないと食べたいものが浮かばない（わからない）

以上の3点が挙げられる。

よって、買い物支援ビジネスとして食料品を扱う場合「当日注文→当日配達」は利用者満足を得るためには必要であることがわかった。

また、前日注文や事前予約の場合、商品手配や伝票準備等の作業にゆとりがあり、手配漏れや伝票の記入間違い防止となり、さらに翌日以降の極力無駄のない配達ルートや順番の計画も立てることができたりと手配作業と配達業務の効率改善に大変効果的であることもわかった。

したがって、即日配達体制を導入しつつ、事前（前日）予約に関しては割引やちょっとしたサービス品を用意するなどの特典を付けて、誘導させていくことも買い物支援ビジネスとしての構築と自立採算性を図る上で効果的であると考えられる。

## 地区別注文価格帯

地区	平成24年8月1日～平成25年3月31日							合計
	1,575円～	2,000円～	3,000円～	4,000円～	5,000円～	6,000円～	7,000円～	
新屋		32件	17件	11件	8件	3件	7件	78件
勝平		1件	2件	3件	3件	6件	16件	31件
浜田		1件						1件
豊岩			1件					1件
下浜		7件	2件				2件	11件
河辺		10件	7件	9件	6件	2件	20件	54件
雄和		2件	5件	6件	5件	9件	11件	38件
中央	1件	30件	18件	8件	11件	5件	8件	81件
その他		26件	20件	5件	9件	3件	9件	72件
合計	1件	109件	72件	42件	42件	28件	73件	367件

その他、旭川、牛島、御所野、御野場、寺内、手形、新藤田、飯島、仁井田

利用者からの注文は2,000円台と7,000円以上の高額注文が多い、注文価格の二分化という特徴が見られた。

2,000円台の注文が多かった背景は、

- ①配達料が無料となる2,000円の注文をする方が多かった
- ②一人暮らしや夫婦のみの世帯が多かった
- ③その日食べる分だけ注文する方が多かった
- ④その時々新鮮な食材、入荷したての食材を注文する方が多かった

などが挙げられる。

一方、7,000円以上の高額注文が多かった背景は、

- ①週に1度、もしくは2週間に1度のまとめ買いをされる方が多かった
- ②高齢者が同居する家族の分も注文するケースがあった
- ③近隣の知り合いと申し合わせてまとめて注文する方がいた
- ④贈答品として注文を受けるケースがあった

などが挙げられる。

本サービスでは、配達料が無料となる金額を2,000円としていたが、配達する利用者宅が遠い場合は燃油費などが赤字となってしまうことから、今後は無料料金を含めた適正な配達料の設定と、配達ルートや曜日のルール化、業務のスリム化などの検討による、経費の削減が課題である。

## 商品分類別売上

平成24年8月1日～平成25年3月31日

分類	8月		9月		10月		11月		12月		1月		2月		3月		合計	
	売上 (円)	構成比	売上 (円)	構成比	売上 (円)	構成比	売上 (円)	構成比	売上 (円)	構成比	売上 (円)	構成比	売上 (円)	構成比	売上 (円)	構成比	売上 (円)	構成比
青果	3,080	7.0%	21,780	22.3%	34,635	31.2%	22,061	17.5%	93,105	30.0%	98,470	25.6%	109,827	25.8%	99,124	24.3%	482,082	25.3%
塩干	15,040	34.1%	16,170	16.6%	12,340	11.1%	18,468	14.6%	37,780	12.2%	54,890	14.3%	57,202	13.4%	62,919	15.4%	274,809	14.4%
日配・惣菜	1,600	3.6%	3,418	3.5%	7,250	6.5%	10,348	8.2%	32,649	10.5%	54,884	14.3%	67,061	15.7%	57,879	14.2%	235,089	12.3%
鮮魚	3,540	8.0%	18,900	19.3%	8,990	8.1%	15,150	12.0%	51,209	16.5%	29,355	7.6%	37,050	8.7%	30,880	7.6%	195,074	10.2%
生活雑貨	3,946	8.9%	1,516	1.6%	5,899	5.3%	14,508	11.5%	30,702	9.9%	53,686	14.0%	33,772	7.9%	25,800	6.3%	169,829	8.9%
刺身・寿司	3,620	8.2%	13,600	13.9%	14,155	12.8%	3,675	2.9%	8,450	2.7%	15,075	3.9%	25,205	5.9%	30,665	7.5%	114,445	6.0%
精肉	5,330	12.1%	8,459	8.7%	10,125	9.1%	9,588	7.6%	15,697	5.1%	21,134	5.5%	27,026	6.3%	16,257	4.0%	113,616	6.0%
調味料	3,060	6.9%	5,190	5.3%	4,000	3.6%	7,940	6.3%	20,760	6.7%	22,000	5.7%	20,150	4.7%	25,970	6.4%	109,070	5.7%
米	0	0	0	0	4,000	3.6%	0	0	4,900	1.6%	3,500	0.9%	13,300	3.1%	19,000	4.7%	44,700	2.3%
飲料	0	0	1,330	1.4%	3,360	3.0%	1,275	1.0%	6,523	2.1%	11,300	2.9%	9,820	2.3%	10,440	2.5%	44,048	2.1%
乾物	1,900	4.3%	3,550	3.6%	1,800	1.6%	4,450	3.5%	5,110	1.6%	5,700	1.5%	6,945	1.6%	10,035	2.5%	39,490	2.1%
佃煮	2,650	6.0%	1,630	1.7%	1,700	1.5%	2,460	1.9%	880	0.3%	9,650	2.5%	3,670	0.9%	3,960	1.0%	26,600	1.4%
パン	200	0.5%	744	0.8%	336	0.3%	630	0.5%	1,467	0.5%	3,978	1.0%	7,889	1.8%	7,320	1.8%	22,564	1.2%
菓子	200	0.5%	1,400	1.4%	2,415	2.2%	2,070	1.6%	1,265	0.4%	620	0.2%	6,701	1.6%	7,481	1.8%	22,152	1.2%
衣類	0	0	0	0	0	0	13,655	10.8%	0	0	0	0	0	0	0	0	13,655	0.7%
合計	44,166	100%	97,687	100%	111,005	100%	126,278	100%	310,497	100%	384,242	100%	425,618	100%	407,730	100%	1,907,223	100%

\*四捨五入の関係上、割合の合計が100とならない場合がある

事業の特徴の一つであった、生鮮食料品への注文が多かった。特に鮮魚、精肉の注文は、期間を通じて安定していた。

青果物は、事業開始直後は非常に鈍かったものの、秋以降急激に注文が伸びた。その理由として、11月19日から中央地域を対象地域に追加したが、それまで対象であった河辺、雄和、西部地域では野菜類を自家栽培している家庭が多いため、青果類の注文が少なかったが、一方中央地区では自家栽培している家庭が少ないといった地域特性が影響しているものと考えられる。また、商品の仕入れ先から青果物を注文した場合の「とんぶり」や「七草セット」、「セリ」などのおまけの提供があり、そういったことも青果物の販売が伸びた要因となった。

秋以降PRを強化した惣菜品は、複数品を購入いただくケースが多いものではなかったが、注文の際1品程度は必ず注文を受ける事が多く需要は高かった。寿司や刺身に関しても注文が安定していた状況から、高齢者にとっては、調理が不要ですぐに食べられる商品の常用が高く、売上げの増加には、惣菜品等の充実が効果的であると考えられた。

また、秋田市民が昔から愛食している塩干物（紅鮭、すじこ、たらこ）に関しても、地域を問わず安定した売上げを確保出来た。こういった定番の商品の取り扱いも配達サービスには必要であると改めて認識させられた。

トイレットペーパーやティッシュ、塩、みそ、しょうゆなどの重い・かさばる商品は、頻繁に注文を頂けるものではなかったが、利用者から定期的に注文を頂く傾向にあり、取り扱い商品として必要なものであることが分かった。

## チラシ掲載商品注文率

平成24年8月1日～平成25年3月31日

項目		分類														合計
		塩干	乾物	佃煮	菓子	精肉	日配惣菜	調味料	飲料	生活雑貨	衣類	刺身寿司	青果	米	パン	
8月チラシ (8月1日～9月6日)	掲載商品数	10	6	4	8	6	11	7	4	15	4	0	1	1	2	79
	注文商品数	6	2	4	2	3	5	4	0	4	0	0	1	0	1	32
	商品注文率	60.0%	33.3%	100%	25.0%	50.0%	45.4%	57.1%	0%	26.6%	0%	0%	100%	0%	50.0%	40.5%
9月チラシ (9月7日～9月20日)	掲載商品数	16	11	5	9	6	7	12	4	16	4	2	2	1	3	98
	注文商品数	7	2	0	0	0	2	3	1	0	0	2	1	0	0	18
	商品注文率	43.7%	18.1%	0%	0%	0%	28.5%	25.0%	25.0%	0%	0%	100%	50.0%	0%	0%	18.3%
9月チラシ (9月21日～10月4日)	掲載商品数	12	7	3	11	5	6	12	8	17	4	2	3	0	5	95
	注文商品数	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	4
	商品注文率	8.3%	0%	0%	0%	0%	16.6%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	4.2%
10月チラシ (10月5日～11月1日)	掲載商品数	12	6	5	7	5	7	16	5	16	4	3	2	2	4	94
	注文商品数	4	0	1	1	4	5	4	1	4	0	2	2	2	1	31
	商品注文率	33.3%	0%	20.0%	14.2%	80.0%	71.4%	25.0%	20.0%	25.0%	0%	66.6%	100%	100%	25.0%	32.9%
12月チラシ (12月3日～12月31日)	掲載商品数	13	4	2	3	11	14	18	6	13	1	2	0	1	3	91
	注文商品数	4	3	2	0	8	6	13	1	8	0	2	0	0	2	49
	商品注文率	30.7%	75.0%	100%	0%	72.7%	42.8%	72.2%	16.6%	61.5%	0%	100%	0%	0%	66.6%	53.8%
1月チラシ (1月7日～2月3日)	掲載商品数	12	4	2	4	11	12	18	7	15	1	2	0	1	2	91
	注文商品数	7	0	1	1	7	12	8	3	3	0	2	0	0	2	46
	商品注文率	58.3%	0.0%	50.0%	25.0%	63.6%	100%	44.4%	42.8%	20.0%	0%	100%	0%	0%	100%	50.5%
2月チラシ (2月4日～3月3日)	掲載商品数	11	5	2	3	11	20	18	5	11	1	2	0	1	3	93
	注文商品数	7	1	2	1	10	17	13	4	5	0	2	0	0	3	65
	商品注文率	63.6%	20.0%	100%	33.3%	90.9%	85.0%	72.2%	80.0%	45.4%	0%	100%	0%	0%	100%	69.8%
3月チラシ (3月4日～3月31日)	掲載商品数	14	5	2	2	11	25	19	5	11	1	2	0	1	3	101
	注文商品数	10	5	2	2	8	25	12	3	6	0	2	0	1	3	79
	商品注文率	71.4%	100%	100%	100%	72.7%	100%	63.1%	60.0%	54.5%	0%	100%	0%	100%	100%	78.2%
累 計	掲載商品数	100	48	25	47	66	102	120	44	114	20	15	8	8	25	742
	注文商品数	46	13	12	7	40	73	57	13	30	0	14	4	3	12	324
	商品注文率	46.0%	27.0%	48.0%	14.8%	60.6%	71.5%	47.5%	29.5%	26.3%	0%	93.3%	50.0%	37.5%	48.0%	43.6%

\*11月チラシに商品掲載なし

期間中8、9、10、11月に対象地域全戸へポスティングチラシ、12、1、2、3月には新聞折り込みチラシ、その他スタッフによる手配りやポスティングにてチラシを配布(51～58頁 資料7～14)通算でチラシ掲載品への注文は43.6%であり、チラシ掲載品への注文はそれほど多くないことがわかった。その要因としては、

- ①利用者が事業の主な仕入先である秋田市民市場に、チラシ掲載品以外でもどんな食材(商品)が販売されているか知っていた。
- ②利用者の好みや用途がチラシ掲載品では賄いきれない程多種多様であった。
- ③チラシ掲載品以外でも快く揃えてくれるだろう、対応してくれるだろうとの期待と信頼、そして頼みやすさ(親しみやすさ)があった。

以上の3点が挙げられ、注文回数が増える度にチラシ掲載品以外への注文率が上がってくる傾向も見受けられた。

そういった利用者の望みに応えるため、スタッフが団結しチラシ掲載品以外の商品はもちろんのこと、実施拠点の施設内で取り扱いしていない商品においてもできる限り対応した。したがって、買い物弱者支援ビジネスの構築、自立においては、御用聞きや買い物代行的な柔軟で幅広い対応が必要であることがわかった。

ただし、実施するにあたっては以下2点が大変重要であることも判明した。

- ①利用者の要望する商品、伝えようとしている商品を即座に察知・理解・対応できる知識量・情報量・対話力を兼ね備えたスタッフの起用と配置、ケースバイケースで動ける体制と組織(十分な人員)が必要。
- ②実施拠点外からの仕入は非効率的なため、サービスの運営を続けるためには別途買い物代行料の設定及び利用者からの理解・承諾が必要。

リピーター実績（5回以上利用者）

平成24年8月1日～平成25年3月31日

No.	地区	年代	初回注文	注文回数	注文金額合計	注文金額平均
1	勝平	60代	11月22日	25回	231,371円	9,255円
2	雄和	70代	9月18日	24回	161,928円	6,747円
3	河辺	60代	8月31日	11回	98,796円	8,981円
4	河辺	60代	9月21日	10回	82,700円	8,270円
5	新屋	70代	11月14日	26回	79,075円	3,041円
6	手形	70代	1月12日	19回	63,783円	3,357円
7	その他（御所野）	80代	9月24日	11回	61,146円	5,559円
8	河辺	60代	8月17日	8回	58,788円	7,349円
9	旭南	80代	1月14日	11回	55,983円	5,089円
10	新屋	80代	9月13日	9回	55,199円	6,133円
11	八橋	80代	1月15日	17回	54,399円	3,200円
12	新屋	70代	2月4日	9回	41,250円	4,583円
13	榎山	60代	1月14日	12回	37,914円	3,160円
14	雄和	70代	12月13日	5回	27,528円	5,506円
15	牛島	50代	12月15日	6回	26,200円	4,367円
16	その他（御野場）	70代	12月8日	5回	25,132円	5,026円
17	河辺	70代	10月17日	7回	23,179円	3,311円
18	中通	70代	12月14日	5回	21,290円	4,258円
19	新藤田	60代	2月18日	8回	18,602円	2,325円
20	下浜	60代	8月1日	6回	16,621円	2,770円
21	榎山	50代	2月8日	6回	15,772円	2,629円
22	新屋	70代	11月28日	5回	12,665円	2,533円
合計				245回	1,269,321円	-
平均				11回	57,696円	5,245円

全利用者の半数以上から再注文を頂き、なおかつ総売上の半分以上が5回以上の上位利用者への販売額であった。その要因として、

- ①事業のしくみ（当日注文当日配達・2,000円以上配達料無料など）
- ②商品の質（鮮度・味など）
- ③スタッフの接客対応（電話対応・配達対応など）
- ④付加サービス（手紙・手芸品・おまけ・御用聞き・10分間サービスなど）

以上の4点が好評を得たのが大きかった。また、リピーターほど商品やスタッフに信頼を置かれ、注文点数や金額が増える傾向も見受けられたと同時に、チラシ掲載商品以外への要望や要求の幅が広がりつつあった。反対に、注文が1回限りであった利用者の傾向としては、

- ①試しに買って見たが、やっぱり実物を見て買いたい。
- ②買い物に連れて行ってくれる家族が病気やケガから回復した。
- ③その時だけ食べたいもしくは届けてほしい商品があった（※季節ハタハタや寿司セット、贈答用のつくだ煮など）

以上の3点が挙げられた。



## 10分間サービス利用実績

平成24年11月19日～平成25年3月31日

	11月	12月	1月	2月	3月	合計
家具の移動	1	0	0	0	0	1
除雪	0	0	11	5	2	18
電球交換	0	0	0	0	2	2
利用合計	1	0	11	5	4	21
<b>地域別実績</b>						
雄和	0	0	1	0	0	1
河辺	0	0	1	0	0	1
西部	1	0	1	0	0	2
中央	0	0	8	5	3	16
その他	0	0	0	0	1	1

全体の利用実績としてはそれほど多くなかったが、サービス利用者全員から「非常に助かった」「ありがたい」「頼りにしている」といった感謝の声を頂戴した。中央地域で除雪や電球の交換等で困っている方が多いことも判明した。原因としては、複数世帯での同居や地域間連携が強い他の地域と比べ、一人暮らしや高齢の夫婦のみの世帯が多いということが考えられる。

サービスを依頼した利用者から大変好評を頂いていたのだが、ビジネスとして取り組む上での問題点として以下のことが挙げられた。

### 【10分間サービス全体】

- ・1日に依頼が集中した場合、配達スタッフの体力に多大な負担が掛かった。
- ・10分間サービス後の配達時間に影響が生じる場合があった。
- ・「事前予約」が条件であったが、配達時に急遽依頼・相談される場合があった。
- ・10分間で作業が終了しない場合が何度もあった。  
(10分以上実施するか、やむを得ず中途半端なままで終了)

### 【除雪サービス】

- ・「玄関周り」で案内をしているが、玄関以外や時には利用者宅の敷地外の除雪を依頼されることがあった。
- ・「除雪」での依頼で伺ったが、作業の中心が氷割りであった。(道具の不足)
- ・除雪サービス時の排雪場において、利用者の隣人より注意を受けた。
- ・積雪量が非常に多く、10分間サービスでは到底対処できなかった。

### 【その他サービスにおいて】

- ・電球の交換だけでなく、接触不良の修繕や必要な金具の購入依頼まであった。
- ・鉢の移動を配達時に依頼され、1人では非常に厳しい重さと数量であった。  
(※たまたま2名体制での配達であったため対応ができた)

このことから10分間サービスを配達サービスに附加するには、全利用者対象のサービスではなく、上位利用者限定のサービスとするなど条件を設定し取り組むべきである。



10分間サービス  
(除雪)の様子①

10分間サービス  
(除雪)の様子  
②



## フリーダイヤル実績

平成24年9月3日（サービス導入開始）～平成25年3月31日

No.	月	フリーダイヤル接続件数	電話注文件数
1	9月	2件	13件
2	10月	16件	19件
3	11月	19件	19件
4	12月	45件	43件
5	1月	36件	59件
6	2月	57件	79件
7	3月	47件	76件
合計		222件	308件
月平均		32件	44件

外部専門家からの指導をもとに、平成24年9月3日より導入を開始した。

導入後は、電話料金を気にされる方への利便性が向上したと考えられる。

また、フリーダイヤル導入に際し、【買い物弱者の大半 = 高齢者 = 固定電話利用】と想定し、携帯電話・PHS・ひかり電話からの受信はできない契約条件であったが、最終時に期間中の利用者の電話番号を検証すると、予想に反し携帯電話を利用している方が多く、高齢者でも今は携帯電話を利用されていることが多いことが分かった。

フリーダイヤルの導入は、利用者の利便性向上に効果的な取り組みであった。

## 業務車両（配達車両）使用実績

平成24年8月1日～平成25年3月31日

月（配達件数）	使用日数	走行距離	給油	1日当り 走行距離	平均燃費
8月（11）	19日	1,197km	80.0ℓ	63.0km	15.0km
9月（19）	24日	1,386km	138.5ℓ	57.8km	10.0km
10月（22）	25日	1,415km	109.6ℓ	56.6km	12.9km
11月（24）	25日	1,181km	88.6ℓ	47.2km	13.3km
12月（47）	26日	1,061km	111.7ℓ	40.8km	9.5km
1月（66）	23日	1,137km	114.9ℓ	49.4km	9.9km
2月（88）	24日	1,043km	108.4ℓ	43.5km	9.6km
3月（90）	26日	1,069km	82.0ℓ	41.1km	13.0km
<b>合計</b>	<b>192日</b>	<b>9,489km</b>	<b>833.7ℓ</b>	—	—
<b>月平均</b>	<b>24日</b>	<b>1,186km</b>	<b>104.2ℓ</b>	<b>49.4km</b>	<b>11.4km</b>

事業開始後は、河辺・雄和・西部地域への移動が中心であったため燃料の消費が大きかった。特に、8、9、10月は注文件数は少ないが、その代わりにスタッフ数人で地域への戸別訪問活動に注力し、その上猛暑による激しいエアコン利用も重なり走行距離と使用給油量は多くなった。

11月半ば以降は、中央地域からの注文が増えたため、市街地を走行する機会が多くなり燃費は少々落ちてはいるが、業務車両の使用頻度（配達回数・件数）の増加に対して、給油量や走行距離の悪化（増加）が無かった。

よって、買い物支援ビジネスの構築、自立採算に向けては、配達所要時間と距離による燃料の負担を軽減するため、実施拠点からいくらかでも近い地域に主軸を置き周知・宣伝・販促を仕掛け、それらの地域での上位利用者を多く確保することが重要であることがわかった。

業務（配達）車両



## 訪問活動の際の地域の声

### 【多く寄せられた声】

対象地域への訪問活動を実施する中で、地域の現状の一環として下記の声が多く寄せられた。

- ・ 娘（もしくは息子）が買い物をしてくれる。
- ・ 生協もしくは農協（JA）の宅配を利用している。
- ・ わざわざ商品を自宅まで届けてもらうのは申し訳ない。
- ・ 商品（実物）を見て買いたいし、まだ自分で買い物に行ける。
- ・ 車（自分もしくは家族）で買い物に行っている。
- ・ ヘルパーさんに頼んでいる。
- ・ 病院へ行ったついでに買い物をし、100円バスを利用している。
- ・ バスで買い物に行く。荷物が重くて大変な時は、タクシーを利用する。
- ・ 冬になったら利用したい。
- ・ 今は大丈夫だが、いずれ利用したい。
- ・ 友達や近所の人たちと一緒に車に乗って買い物に行っている。
- ・ 定期的に来る移動販売を利用している。（鮮魚・野菜、その他も頼めば持ってくる）
- ・ とても良い事業（取り組み）だと思う。
- ・ 高齢者の二人暮らし（もしくは一人暮らし）だからあまり食べない（注文が少ない）

### 【訪問を通じて分かった事と課題】

#### （1）分かった事

対象地域の戸別訪問活動により、当初の予想していたものと地域の事情が違っていることが分かった。

特に違っていた状況として、以下の3つが挙げられる。

- ①地域内のコミュニティーが形成されており、買い物に行く手段が既に確保されていた。（近隣住民同士での車の乗り合いや、ご近所間での買い物代行など）
- ②家族と同居している高齢者が多く、また一人暮らしでも別居の家族が定期的買い物をしてくれるという方が多かった。（同居している若い世代が買い物に連れて行ったり、買い物を済ませて来るなど）
- ③様々な業種の移動販売が頻繁に来ていた

さらに、自宅や地域パートナーまで配達する事に対して迷惑や世話を掛けてしまうと受け取られるケースや実際に商品を見て選びたい（買いたい）といった声もあった。また、新聞折り込みや地域全戸へのポスティング、広報へ掲載されているにも関わらず認知が低く、訪問活動の際に紹介し、初めて知ったというケースが多くあった。

#### （2）課題

戸別訪問活動は、地域の実情把握に大いに役立ったが以下のことが課題であった。

- ①地域へのローラー作戦となるため、十分な人員と時間が必要だった。
- ②押し売りや悪徳商法と勘違いされた。
- ③地域への往復移動に燃料を多く費やした。（訪問地域への距離が遠くなればなるほど、そして活動人員が増えるほど燃費が悪化する）
- ④事業の説明や案内だけで話が終わらない場合が多くあり、思うように訪問件数をこなすことが出来なかった
- ⑤訪問件数の割に注文へ繋がる件数はほんのわずかで非効率的だった。

# 10. 買い物状況アンケート調査（平成24年10月22日～平成25年3月31日）

## (1) 目的

市民の普段の買い物状況を調査し、今後の買い物弱者問題に対する資料とする。

## (2) 実施期間

平成24年10月22日～平成25年3月31日

## (3) アンケート方法

スタッフの戸別訪問での聞き取り

## (4) アンケート内容

買い物状況アンケート	
<p>市では、日常の買い物に不自由な方を支援するため、公募型プロポーザル方式で選定した事業者が提案した、食料品や日用品の配達サービスのビジネスモデル構築事業を試験的に実施しています。</p> <p>ついては、市民の普段の買い物状況を調査し、今後の買い物弱者問題に対する資料とするため、以下のアンケートにご協力いただくようお願いします。</p> <p style="text-align: right;">秋田市商工労働課 あきた市民市場メイト</p>	
<p>回答される方ご自身について</p> <p>性別 男性 ・ 女性</p> <p>年代 ~20代、30代、40代、50代、60代、70代、80代~</p> <p>住所 ( )</p>	
<p><b>1. 普段の買い物状況及び配達サービスなどについて</b></p> <p>①生鮮食料品など、普段の買い物に困っていますか。</p> <p>はい(→②へ) ・ いいえ(→③へ)</p> <p>②どのようなことに困っていますか。※①で“はい”の人のみ回答【もっともあてはまるものを一つ】</p> <p>近くにお店がない・自分で買い物に行けない・家族に買い物に行ける人がいない・配達サービスが移動販売がない・その他( )</p> <p>③普段の買い物はどうしていますか。※①で“いいえ”の人のみ回答【もっともあてはまるものを一つ】</p> <p>近所のお店でする・自分で車で買い物に行く・家族が買い物をしてくれる・配達サービスを利用して移動販売を利用している・その他( )</p> <p>④あなたの回りに普段の買い物に困難を来している方はいますか。</p> <p>いる ・ いない</p> <p>⑤生鮮食料品の配達サービスを利用したことがありますか。</p> <p>ある ・ ない</p> <p>※ある場合どちらのサービスか【市場メイト便、生協、イオン、その他( )】</p>	
<p>※利用したいと思わない方は、理由を教えてください。【もっともあてはまるものを一つ】</p> <p>買い物に困っていないから・他社の配達サービスがあるから・市場メイト便に魅力がないから その他( )</p> <p>⑥市場メイト便で取り扱ってほしい商品があれば教えてください。【複数回答可】</p> <p>( )</p> <p><b>以下の項目は市場メイト便をご利用いただいたことがある方のみご回答ください。</b></p> <p>④なぜ市場メイト便を利用しましたか。【複数回答可】</p> <p>買い物に困っているから・便利だったから・市民市場の商品だったから・安かったから ・試しに買ってみたい・その他( )</p> <p>⑤サービスに満足しましたか。</p> <p>満足した(理由: )</p> <p>不満がある(理由: )</p> <p>どちらでもない</p> <p>⑥注文した商品の感想を教えてください。(主に商品の鮮度、価格、大きさについて)</p> <p>満足した(理由: )</p> <p>不満がある(理由: )</p> <p>どちらでもない</p> <p>⑦注文した商品の中で良かった商品の一つを教えてください</p> <p>( )</p> <p>⑧これからもサービスを利用したいと思いませんか。</p> <p>利用したい ・ どちらでもない ・ 利用しない</p> <p>【アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。】</p>	

<p>⑥あなたのお住まいの地域で配達サービスは必要だと思いますか。</p> <p>必要 ・ 不要</p> <p>⑦買い物弱者の問題を解決するためには、こういった手法が一番有効だと思いますか。</p> <p>【もっともあてはまるものを一つ】</p> <p>配達サービス ・ 移動販売車の巡回 ・ 近くにお店が出来る ・ お店に行く交通手段の充実</p>
<p><b>2. 市場メイト便について</b></p> <p>⑧市場メイト便(秋田市委託事業)を知っていますか。</p> <p>知っている ・ 知らなかった</p> <p>※知っている方は、どのようにして市場メイト便のことを知りましたか。</p> <p>チラシを見て ・ 秋田市広報を見て ・ 新聞記事を見て ・ スタッフの訪問 秋田市民市場に来て ・ 口コミ ・ その他( )</p> <p>⑨チラシは見やすいか、見にくいか教えてください。</p> <p>見やすい ・ どちらでもない ・ 見にくい(理由: )</p> <p>⑩注文の仕方は簡単か、面倒かを教えてください。</p> <p>簡単 ・ どちらでもない ・ 面倒(理由: )</p> <p>⑪送料、注文受付金額、送料無料のそれぞれの設定金額について感想を教えてください。</p> <p>送料(常温315円、保冷525円) 高い ・ 安い ・ 適当</p> <p>注文受付金額(1,575円以上) 高い ・ 安い ・ 適当</p> <p>送料無料(2,000円以上) 高い ・ 安い ・ 適当</p> <p>⑫市場メイト便を利用したいと思いますか。</p> <p>思う ・ 思わない</p>

アンケートにご協力頂いた方へ御礼の粗品  
(ポケットティッシュ ※お一人様につき一進呈)



※自社制作のメイト便案内入り

## (5) アンケート集計結果

※未回答や複数回答により、回答数が合計と一致しない設問があります。

### 【アンケート回集数】

平成24年10月22日～平成25年3月31日

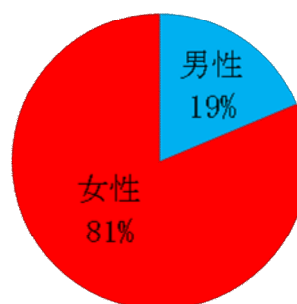
河辺	雄和	西部	中央	その他	合計
31	20	198	24	4	277

河辺、雄和地域に比べ西部地域は移動時間が短く、住宅密集地や集合住宅が多かったために回集数が多くなった。中央地域においては、他の地域よりも調査の開始が遅く、さらに注文件数が増加した時期と重なり、回集に十分な時間を費やせなかった。

### 【回答される方ご自身について】

性別

地域	男性	女性	合計
河辺	5	26	31
雄和	3	17	20
西部	40	158	198
中央	3	21	24
その他	1	3	4
合計	52	225	277



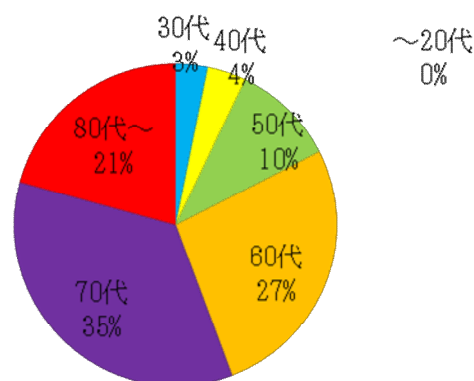
平日の日中を中心に調査を実施したため、回答者はほとんどが女性であった。

年代

地域	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代～
河辺		2	1	4	9	8	9
雄和				5	5	6	4
西部		7	10	19	57	75	31
中央				1	4	7	12
その他						2	2
合計	0	9	11	29	75	98	58

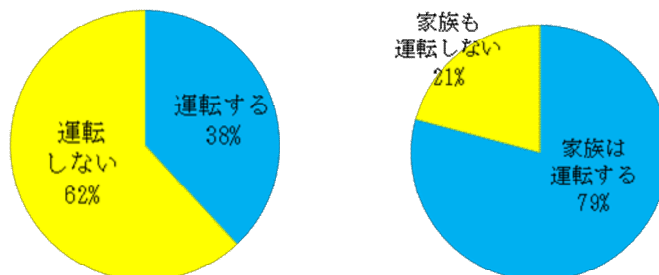
調査の実施が主に平日の日中であったために、60代以上の在宅がほとんどであった。ただし、妊娠中の30代の方や、育児中の方、介護中の50代の方等からもご協力頂いた。

また、中央地域はほとんどが60代以上であり、日中自宅にいる方は高齢者が多い傾向にあった。



### 車の運転状況

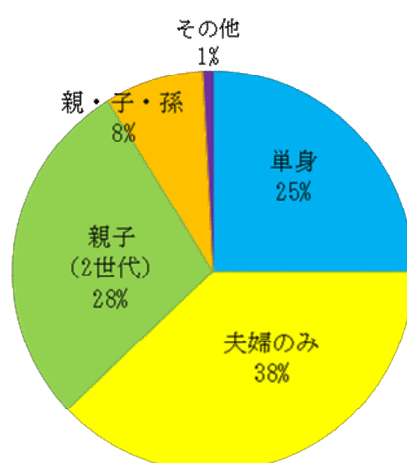
地域	運転する	運転しない	家族は運転する	家族も運転しない
河辺	15	13	9	2
雄和	8	11	6	1
西部	77	117	75	15
中央	2	21	5	7
その他		4		
合計	102	166	95	25



回答者は多くが高齢者であることから、自分で運転する人は4割、運転しない人は6割であった。アンケート協力者本人の運転する割合は低いのだが、家族が運転する全体の割合は高く、買い物は家族に連れて行ってもらう傾向が強い。

### 同居状況

地域	単身	夫婦のみ	親子 (2世代)	親・子・孫	その他
河辺	3	6	15	7	
雄和	1	5	8	5	
西部	77	117	75	15	夫婦と孫、本人と孫、叔母と甥
中央	7	9	5	2	
その他	3	1			
合計	91	138	103	29	

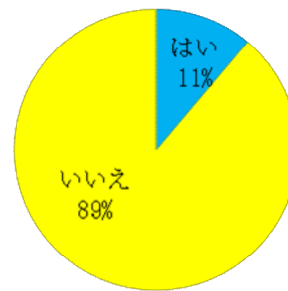


地域全体としては、単身（一人暮らし）と夫婦のみの世帯が半数以上であり、高齢者（60代以上）だけの世帯が多いことがわかった。ただし、河辺・雄和地域に関しては、親子（2世代）の世帯の割合が高かった。

# 1. 普段の買い物状況及び配達サービスの利用状況などについて

## ①生鮮食料品など、普段の買い物に困っていますか？

地域	はい	いいえ	合計
河辺	2	29	31
雄和	3	17	20
西部	19	179	198
中央	5	19	24
その他	2	2	4
<b>合計</b>	<b>31</b>	<b>246</b>	<b>277</b>

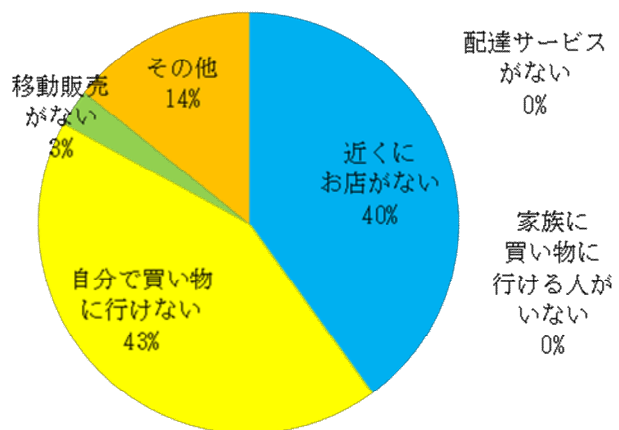


普段の買い物に困っている方は約1割と市のこれまでの調査と比べそれ程高くない割合であった。中央地域に限っては割合が20%で他の地域より高かった。

## ②どのようなことにお困りですか？①で「はい」の方のみ回答。

地域	近くに お店がない	自分で 買い物に 行けない	家族に買い物に 行ける人が いない	配達サービス がない	移動販売 がない	その他
河辺		2				
雄和	1	4				
西部	10	7			1	・歩行が困難 ・荷物をたくさん持てない
中央	2	2				・大雪で買い物に行くのが困難 ・思ったものを家族に頼んでも買っていない
その他	1					・バスを普段利用しているが雪で外に出られない
<b>合計</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>5</b>

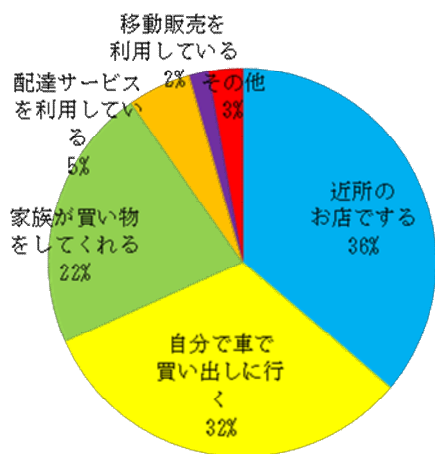
「近くにお店がない」と、「自分で買い物に行けない」の割合が80%を越えていた。





### ③ 普段の買い物はどうしていますか？

地域	近所のお店です	自分で車で買い出しに行く	家族が買い物をしてくれる	配達サービスを利用している	移動販売を利用している	その他
河辺	6	10	10	1	1	・家の車で週1回買い物をする ・近所に住む親類が買い物してくれる
雄和	2	8	2	3	2	
西部	69	60	41	7	1	・仕事帰りスーパーを利用 ・娘（息子）が買い物に連れて行ってくれる ・親戚が買い物に連れて行ってくれる
中央	11	1	1	2		・ヘルパーに頼んでいる ・100円循環バスを利用している
その他	1					
合計	89	79	54	13	4	7



河辺・雄和地域は、「自分で買い出しに行く」や「家族が買い物をしてくれる」割合が高く家族間協力や運転率（車保有率）が高いことが伺えた。反対に、中央地域はそれらの割合が低く「近所のお店です」の割合が高い。西部地域においては、「配達サービス」も含め全体の割合が非常に高かった。

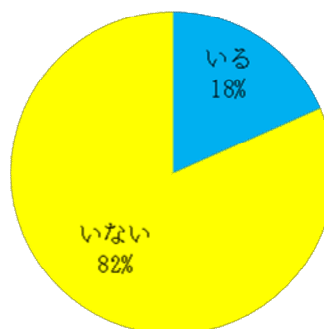
全体で「配達サービス利用」の割合が5%しかなくあまり利用されていなかった。同じく、「移動販売」も利用は少ない状況であった。

### ④ あなたの回りに普段の買い物に困難を来している方はいますか。

地域	いる	いない
河辺	8	23
雄和	5	15
西部	30	168
中央	7	17
その他	1	3
合計	51	226

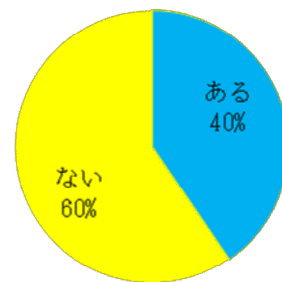
周囲に買い物に困難を来している方がいると回答した割合は18%だった。

地域別で見ると、中央地域は「いる」の割合が4割を越え、他の地域よりも買い物環境が困難な状況の人が多いと推測された。



⑤生鮮食料品の配達サービスを利用したことがありますか？

地域	ある	ない	合計
河辺	14	17	31
雄和	7	13	20
西部	76	122	198
中央	11	13	24
その他	4	0	4
<b>合計</b>	<b>112</b>	<b>165</b>	<b>277</b>



配達サービスを利用したことがある割合は4割と意外に高く、聞き取り調査と合わせて「興味があったり」、「試しで利用したことがある」方が多いことがわかった。

潜在的な利用者が多いことから、継続的な利用に繋がらなかった理由を分析し、利用者の掘り起こしを図る必要がある。

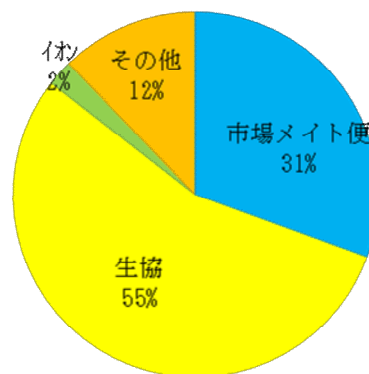
「ある」の場合どちらのサービスか。

地域	市場 メイト便	生協	イソ	その他
河辺	7	3	1	・ J A ・ マックスバリュー
雄和	4	4		・ J A
西部	8	60		・ 近所の魚屋 ・ ヨシケイ ・ トー屋 ・ 郵便局 ・ ドジャース ・ (八橋の)豆腐屋 ・ 友人の店
中央	18	5		・ 西武 ・ ザ・ガーデン ・ 市民市場内店舗 ・ タカヤナギ ・ 東レ ・ 前ヨーカ堂 (フォンテ)
その他	3	0	2	
<b>合計</b>	<b>40</b>	<b>72</b>	<b>3</b>	<b>16</b>

生協の配達サービスを利用したことがある人が5割以上であった。以前から配達サービスを実施してきたことがその要因であると考えられる。ただし、利用をやめた理由として、「生鮮品の配達が無い」や「数日前までの予約が不便」といった声があった。「肥料や洋服など取扱商品の幅が広いのはよかった」といった意見もあった。

J Aやスーパー、個人商店など聞き取り調査の結果を含め、多くの事業者が配達サービスを実施していることが分かった。しかし、一方で継続的に利用している方は、少ないようであった。

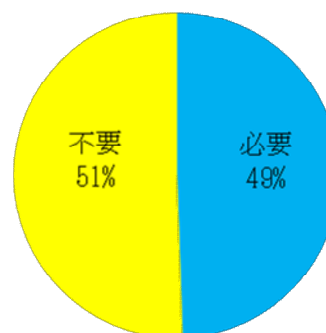
市場メイト便の利用は3割と8月からの開始であったが高い割合を占めていた。



⑥あなたのお住まいの地域で配達サービスは必要だと思いますか。

地域	必要	不要
河辺	14	17
雄和	12	8
西部	89	109
中央	18	6
その他	4	0
<b>合計</b>	<b>137</b>	<b>140</b>

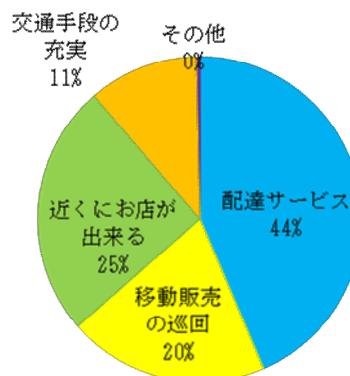
必要・不要ほぼ半々の割合であった。  
 地域別で見ると、これまでの状況と同様に中央地域の必要の割合が高かった。また、聞き取り調査では、現在は不要だが将来的には必要になるかもしれないと、不安を抱えている声も複数聞かれた。



⑦買い物弱者の問題を解決するためには、こういった手法が一番有効だと思いますか。

地域	配達サービス	移動販売の巡回	近くにお店が出来る	交通手段の充実	その他
河辺	10	6	6	9	
雄和	9	4	3	2	
西部	83	41	54	11	配達と交通手段
中央	13	2	3	5	
その他	1	0	1	2	
<b>合計</b>	<b>116</b>	<b>53</b>	<b>67</b>	<b>29</b>	<b>1</b>

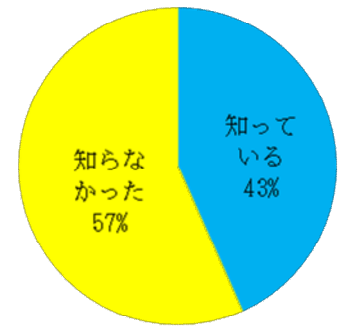
解決の手法として、「配達サービス」を選択した方が一番多かった。配達サービスと他の回答との違いは、メリットとして、外出せずに買い物出来る。デメリットとしては、商品を直接見て選ぶことが出来ないが挙げられる。



## 2. 市場メイト便について

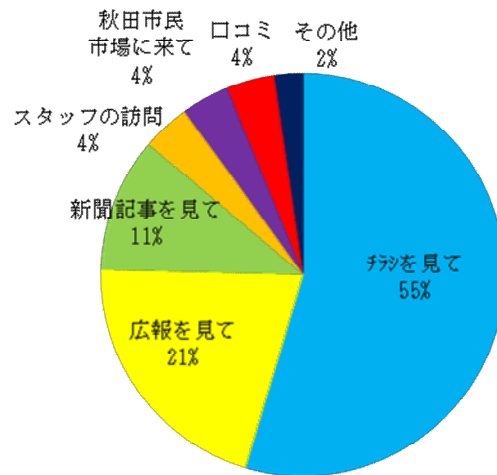
⑧市場メイト便（秋田市委託事業）を知っていますか。

知っている	知らなかった
120	157



※知っている方は、どのようにして市場メイト便のことを知りましたか？

チラシを見て	広報を見て	新聞記事を見て	スタッフの訪問	秋田市民市場に来て	口コミ	その他
71	27	14	5	5	5	3
<ul style="list-style-type: none"> <li>・チラシや広報などいろいろ</li> <li>・県外にいる子供がネットで調べた</li> <li>・テレビを見て</li> </ul>						



毎月のチラシ配布や秋田市広報への掲載をしたが、市場メイト便を知らない割合が半数以上であり、サービスが対象地域に浸透していなかった。

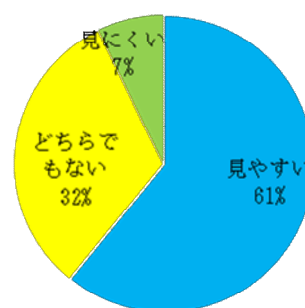
知るきっかけとしては、チラシを見てが一番高く、次が広報であった。

新聞記事を見ての回答も11%と意外に高く、情報の投げ込みなどによるマスメディアの活用も効果があった。

⑨チラシは見やすいか、見にくい教えて下さい。

見やすい	どちらでもない	見にくい
168	88	20
見にくい理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・視力が弱いから</li> <li>・写真がない</li> <li>・具体的でない</li> <li>・字が小さい</li> <li>・色が暗</li> <li>・定期的にチラシを発行して情報を発信した方が良い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・カラー刷りが良い</li> <li>・商品名だけ並んでいて見づらい</li> <li>・市場の良さが伝わらない</li> <li>・価格が高い</li> <li>・ゴチャゴチャしている。</li> </ul>

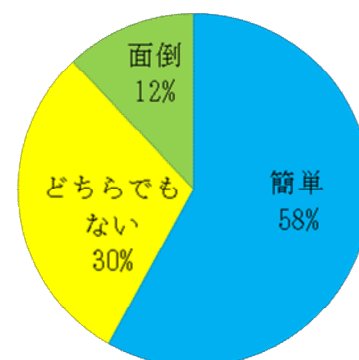
「見やすい」の割合が6割と高かった。  
 チラシは、高齢者に配慮して文字が大きく、見やすいものを心掛けた。



⑩注文の仕方は簡単か、面倒か教えて下さい。

簡単	どちらでもない	面倒
159	82	33
面倒な理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢なのでわからない</li> <li>・実物を見て買えない</li> <li>・電話でのやりとりが何度もあり面倒</li> <li>・電話が面倒</li> <li>・現物が写真を見ないとわからない</li> <li>・量がわからない</li> <li>・鮮魚などは自分の目で選びたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・玄関にある電話まで移動するのが面倒</li> <li>・時間がかかる</li> <li>・話すのが面倒</li> <li>・耳が遠くて間違えるかもしれない</li> <li>・商品について細かく話すのが面倒</li> <li>・注文を聞きに来てほしい</li> <li>・待っていないといけないから</li> </ul>

注文の仕方を簡単と回答した方が全体の半数以上であった。面倒と回答した方からは、「話すのが面倒」「量がわからない」「現物を見たい」といった意見があった。



①送料、注文受付金額、送料無料のそれぞれの設定金額について感想を教えてください。

送料 (常温 315円) (保冷 525円)	高い	安い	適当
	67	9	194

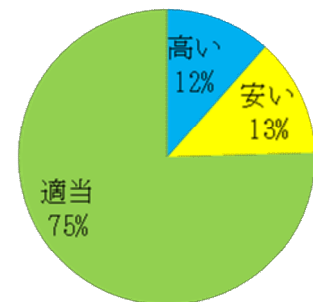
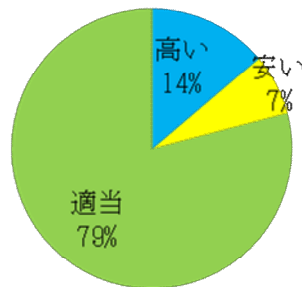
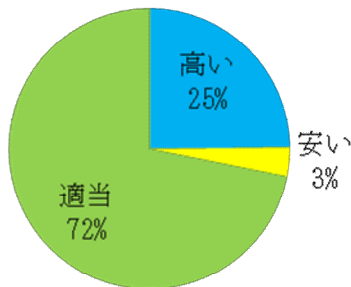
注文受付金額 (1,575円以上)	高い	安い	適当
	37	19	212

送料無料 (2,000円以上)	高い	安い	適当
	31	35	203

送 料

注文受付金額

送料無料

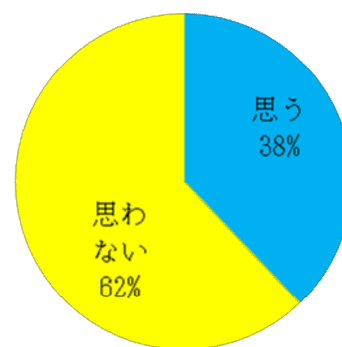


3つの設問とも、7割以上から「適当」との回答を頂き、おおむね利用者のニーズと合致した設定で金額との評価であった。

送料については、1/4の方が高いとの回答であったが、聞き取り調査では商品以外の料金が掛かることへ抵抗を持っている方が多くいた。

⑫市場メイト便を利用したいと思いますか。

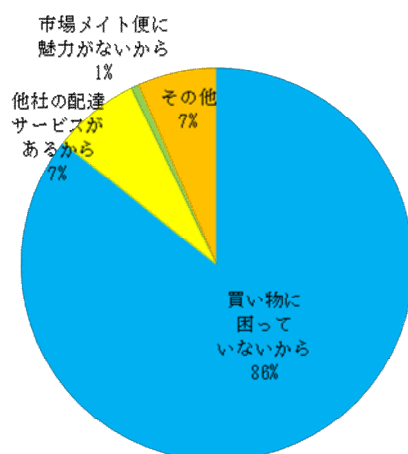
思う	思わない	合計
105	172	277



利用したいと思うと回答した人が4割弱であったが、設問③において、普段の買い物に困っていると回答した方が約1割であったことを勘案すると、興味、関心を持っていただいた方は多いと言える。

※利用したいと思わない方は理由を教えてください。

買い物に困っていないから	他社の配達サービスがあるから	市場メイト便に魅力がないから	その他
131	11	1	10
<ul style="list-style-type: none"> <li>・自分で歩けるうちは自分で商品を見て買い物したい</li> <li>・少家族なので、1575円以上の注文がない</li> <li>・人数が少ないので、市場の商品だと量が多い</li> <li>・移動販売を利用しているから</li> <li>・よくわからない</li> <li>・自分で商品を見たい</li> <li>・動けるうちは自分で買い物したい</li> <li>・友人に買い物を頼んでいる</li> <li>・市民市場に魅力がない</li> <li>・ドジャースやナイスが安いから</li> </ul>			



市場メイト便を利用したいと思わない人の86%は、日々の買い物に困っていないからであった。買い物に困っていない人にとっての配達サービスは便利であったり魅力的なサービスではなく、利用するまでに至らないことが伺える。

⑬市場メイト便で取り扱ってほしい商品があれば教えてください。

河辺	<ul style="list-style-type: none"> <li>・介護用品</li> <li>・焼酎（お酒）</li> </ul>
雄和	<ul style="list-style-type: none"> <li>・重い物</li> </ul>
西部	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鮮度の高い魚類</li> <li>・毎日使うものを何でもやってほしい</li> <li>・ペット用品（犬や猫のエサ）</li> <li>・御歳暮の贈り物代行サービス</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生協は服や衣料も取り扱っている</li> <li>・おかず類</li> <li>・塩干物の充実</li> <li>・除雪をしてほしい</li> </ul>
中央	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家電</li> <li>・ホームセンターにある大きな商品</li> <li>・リンゴ、みかんの箱詰め</li> <li>・高齢者向け衣料品の拡充</li> </ul>

当サービスでは商品の仕入れ先を主に秋田市民市場内の商店としていたが、より顧客満足を得るには、ニーズに対応し、秋田市民市場以外の商店とも連携し商品の提供を行う必要がある。

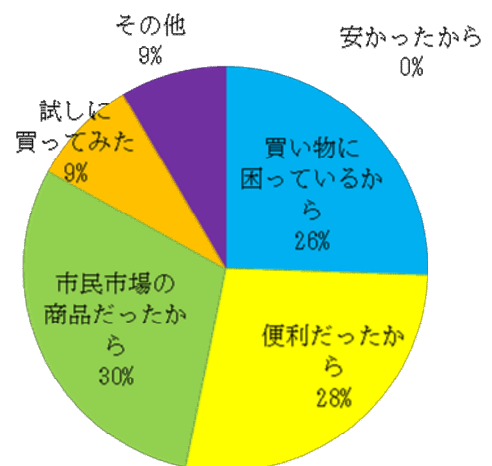
【以下の項目は市場メイト便をご利用頂いたことがある方のみの回答】

⑭市場メイト便を利用した理由を教えてください。

買い物に困っているから	便利だったから	市民市場の商品だったから	安かったから	試しに買ってみた	その他
12	13	14	0	4	4
					<ul style="list-style-type: none"> <li>・魚を買いたかったから</li> <li>・便利</li> <li>・寒い時、調子の悪い時に使った</li> <li>・市場だから</li> </ul>

買い物に困っているからを回答している人が26%であったことから、事業目的としている買い物弱者の利用は必ずしも高くない状況であった。

回答の割合では、「市民市場の商品だったから」が最も高く、地域で培った信頼や長年にわたっての地域密着がある事業者が買い物支援ビジネスを実施する、もしくは実施する団体や組織に協力することが大事であるとわかった。



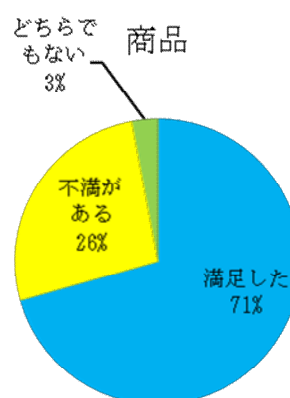
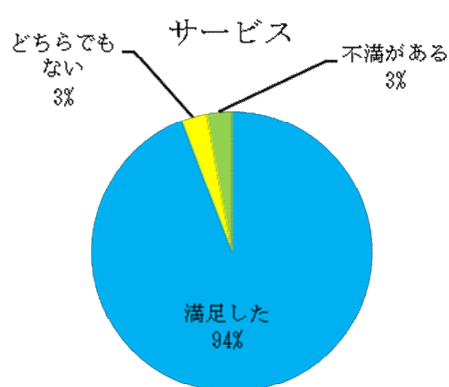


⑮サービスに満足しましたか

満足した	32	
理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・遠路でも来てくれるのが良い</li> <li>・注文、要望に応じてもらった</li> <li>・寝たきりが多く助かった</li> <li>・品物が良い／魚が新鮮だった</li> <li>・親切丁寧な対応だった／電話の女性の対応が良かった／笑顔がよかった</li> <li>・レシピなども報せてくれる</li> </ul>	
不満がある	1	
理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店の指定ができない</li> <li>・受付時間を早くしてほしい（8時30分くらい）</li> </ul>	
どちらでもない	1	
理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自分で商品を選べない</li> </ul>	

⑯注文した商品の感想を教えてください

満足した	24	
理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おいしい</li> <li>・紅鮭がおいしい</li> <li>・新鮮</li> <li>・魚が新鮮</li> <li>・生ものやパンがよかった</li> <li>・欲しい品を揃えてくれる</li> </ul>	
不満がある	9	
理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・甘塩の鮭を買ったが、塩辛かった</li> <li>・わかさぎの柔らかいものを希望したが硬かった</li> <li>・ハタハタが小さかった</li> <li>・実際大きさが希望と違っていた</li> <li>・紅鮭の切り方が両端が残っていて、食べる前に包丁で落とした（手間がかかった）</li> <li>・大きさや数量が電話ではわかりにくい</li> </ul>	
どちらでもない	1	
理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自分で商品を選べない</li> </ul>	



スタッフの対応やレシピなどの附加サービスが好評を得た結果サービスについては、9割以上の利用者から満足を得た。

電話やFAXでのやり取りの為、利用者のイメージと、色・大きさ・硬さ・切り方などが合致しない場合が何度かあった。

注文した商品については、満足したと回答した人が71%であったが、配達サービスという陳列商品を見ないで商品を提供する性質上、商品に対してのイメージの相違が不満に繋がるケースが多かった。

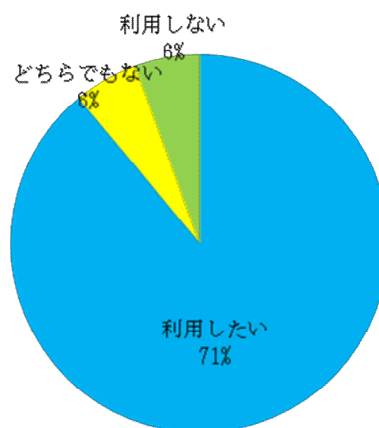
⑰注文した商品の中で良かった商品の一つ教えて下さい

- |                 |                |            |      |
|-----------------|----------------|------------|------|
| ・紅鮭             | ・刺身 (マグロのブリなど) | ・お惣菜 (お弁当) | ・雲平鯛 |
| ・野菜類 (ほうれん草、なす) | ・ようかん          | ・タラ        | ・精肉類 |
| ・鮮魚             | ・筋子            | ・イチゴ       | ・全て  |
| ・寿司             | ・リンゴ           | ・市田柿       |      |

商品においては、事業の特徴であった生鮮品から、お惣菜、菓子類に至るまで幅広く好評を頂いた。

⑱これからもサービスを利用したいと思いませんか。

利用したい	どちらでもない	利用しない
16	1	1



再度利用したいと回答頂いた方がほとんどであり、商品、スタッフの対応、その他追加サービス等について評価を頂いた。

設問⑫で、市場メイト便を利用したい人が多くいたことからまずは利用してもらうきっかけを作って、サービスの継続利用に繋げていくことが必要である。

(4) アンケート回集について

戸別訪問活動から、買い物状況アンケートへと移行したが、地域の方々の反応や対応として、「訪問活動＝セールス (押し売り)」・「アンケート＝行政等の情報収集への協力」といったとらえ方の違いがあり大分温度差があった。よって、戸別訪問を実施する場合は、アンケートにまずご協力頂き、その過程で事業の案内や紹介をする仕組みが良いと考えられた。

戸別訪問と聞き取りアンケートは、限られたスタッフの中で実施しなければならないため、配達サービスと同時期に実施するのは人員的に厳しいものであった。また、アンケートにより次の3点が把握できた。

- ①対象地域の買い物状況
- ②市場メイト便に対しての市民の評価や要望
- ③買い物弱者対策として望まれているサービスなどの地域の声

以上の事について、把握できたものについては事業途中にサービスを改善するとともに、今後の事業の継続についても参考とした。

限られた人員と期間での実施であったが、マーケット調査として非常に参考となる結果を得る事が出来た。

## 1 1. 経済効果の分析

### (1) 地元商業者への経済的効果

サービス開始から11月くらいまでは注文件数も少なく経済効果はわずかでしかなかったが、12月以降は注文数が増え、日々の食材や日用品をはじめ、贈答品（御歳暮など）や季節商品（季節ハタハタやタラ、りんごやみかん、お餅など）の注文が増えたりと期間後半は、地元商業者（商品の仕入れ先）への経済効果は捻出できたと考えている。

ただし、チラシ等で何度もアピールしても販売に繋がらない商品分野もあり、売上にほとんど繋がらない商店もあった。

商品の配達の際、利用者から生活の困り事などについて相談される事があり、こういったケースで専門事業者を紹介出来れば、小売業者以外への経済効果の創出にも繋がるものと考えられる。

### (2) 対象地域の商業者への経済効果（地域パートナー）

地域パートナー制度を導入し、地域パートナーを利用した際の謝礼として地域パートナーへお買物券を配布することや、利用者が商品の受け取りのため地域パートナーのお店へ行った際、そのお店で合わせて商品を購入することによる、波及効果を期待していたが、利用実績は1件のみに留まった。

しかしながら、対象地域への折り込みチラシや全戸ポスティングに地域パートナーの情報（店名）を掲載したことから、宣伝販促効果としてはわずかながら貢献できたと考えている。

### (3) 中心市街地活性化効果

利用者から要望や注文を頂いた商品が実施拠点の施設内になかった際、近隣の個人商店や商業施設で買い物代行することで、中心市街地の活性化にも微力ながら貢献出来た。

※これまでの購入先（秋田市中心市街地）

- |             |             |
|-------------|-------------|
| ・三松堂（和菓子）   | ・なかや（土鍋）    |
| ・光月堂（和菓子）   | ・中田商店（生麺など） |
| ・矢留市場（正月用品） | ・フォンテ（書籍）   |

本事業では、売上げが当初の計画より大幅に下回ったため、創出出来た経済効果はわずかであったが、利用実績が着実に伸びてきた事からも、今後利用が伸び採算性が確保され、注文が安定的に確保出来れば、本ビジネスモデルは、地元商業者への経済効果のさらなる創出に繋がるものと考えている。また、今後は、商業施設や商店街等の実施拠点の枠にとらわれず、近隣の専門店や専門業者と連携、協力体制を築くことで、さらなる利用者の利便性と満足度向上と地元商業者ひいては地元経済への波及効果にも繋がるものである。

なお、本ビジネスモデルにおける採算性確保という点では、配達料収入と、利用者からの販売利益による運営だけではなく、地元商業者（商品の提供先）からの手数料などの徴収による協力も有効であると考えている。

## 1 2. 買い物弱者支援効果

### (1) 利用者における買い物弱者の割合

実施したアンケートでは、市場メイト便を利用した理由について、買い物に困っていたからと回答した方が26%であったものの、サービスの利用者は高齢者が多く、配達の際のやりとりなどから、実際に日々の買い物に困難な状態を来している（買い物弱者）であろうと考えられる利用者は、全体の半分程度だったと推測される。

ただし、積雪による歩道の悪化や暴風雪による交通機関の乱れが生じる冬期間は、買い物に困難を来して、サービスを利用していただいた方が増えたことから、買い物弱者の割合が増加するものであった。

### (2) 利用者の傾向

利用者は、高齢者の一人暮らしや夫婦が多かったが、買い物に困難を来している方の特徴は、以下のようなものであった。

- ・足が悪くて家から出るのが辛い。病気を患ってから思うように動けない。
- ・買い物に連れて行ってくれる人がいない。
- ・買い物した重い荷物を持って移動するのが辛い。
- ・介護のために容易に外出できない。
- ・移動手段がない。

また、冬期間は、上記に加えて、

- ・転んでけがをするのが怖く外出出来ない。足場が悪くて歩くのが厳しい。
- ・気温低下による体調悪化の恐れがあり、買い物に行けない。

などの傾向があった。

### (3) 利用者からの声

利用者からは、

- ・とても良い事業なのでがんばって欲しい。
- ・高齢化社会対策の一環として絶対必要な事業だと思う。

といった声など、応援や事業を歓迎する声が多数寄せられた。

また利用者以外からも、

- ・今は買い物手段があるが、将来はお世話になるだろうからぜひ続けて下さい。

との声があった。

その他、県外の行政関係者や、経営指導に携わっている専門家からの視察があり、事業内容について情報提供を求められたり、励ましの声を頂いた。

### (4) 買い物支援以外の効果

本事業では、商品に同封する手書きの手紙や、商品配達の際の会話による話し相手や見守り効果のほか、事業途中で導入した10分間サービスによる生活支援、また、困りごとを相談された際の専門業者の紹介など、買い物以外の高齢者の生活支援に繋がる取り組みであった。

サービス利用者全てが買い物弱者ではないものの、普段の買い物に困難を来しているため、本サービスにより買い物環境の改善に繋がった利用者は多く、好評を得た取り組みであった。また、買い物だけでなく、話し相手や見守り効果、10分間サービスなどの生活支援といった福祉的要素も発揮した取り組みであり、実際買い物以外の要素に期待し、注文を頂くケースもあった。

## 1 3. 行政支援の必要性

### (1) エイジフレンドリーシティを目指す秋田市

事業を通し、普段の買い物に困っている高齢者であっても、別居の親族や近所の住人が買い物に連れて行ってくれたり、何かしらの買い物手段を持っている方が実際は多いという現状が見えてきた反面、行政がこういった取り組みを行う事を歓迎する声が聞かれたほか、買い物状況アンケートの結果や、サービス利用者の声から本当に買い物に困難を来しているという方やその予備軍が少なからずいるという現状が見えてきた。特に、コンビニエンスストアやスーパーなどの多い印象のある中央地域の方が、地域のコミュニティーが稀薄になりがちなせいも、買い物弱者は多いようであった。

### (2) 見守り効果及び地域内連携

サービスの特徴として買い物以外に、手紙のやりとりやホスピタリティーを重視した配達員とのやりとりを通じ、利用者の見守り効果の創出に努め、大変好評を得た。

その中で、配達の際不幸にも利用者がお亡くなりになっている場面に遭遇することがあった。その方はいわゆる孤独死で、早期発見に当社従業員が関わることが出来た事は、不幸中の幸いであった。しかし、なんらかの事故の発生など、不審に思う場面に遭遇しても、一民間事業者では介入しづらかったり、出来る事には限界があり、また、利用者から除雪の事や普段の困り事を相談されても専門知識がないため戸惑う場面が多くあった。

このことから、配達サービスは買い物支援だけではなく、福祉的要素も兼ね備えたサービスであることから、緊急時や困りごとが起きた際の相談窓口や地域の専門業者、民生委員や町内会長などとの連携、協力のまとめ役といった地域内の連携強化のためにも行政の支援が必要である。

### (3) 信頼・信用の獲得

行政からの委託事業である旨を伝えた場合、地域の方々からの信頼、信用を得ることができ、訪問の際の事業の説明やアンケートにも快く応じて頂いた。

また、広報での事業紹介も市民からの信頼、信用獲得にとっても効果的であった。

ビジネスモデルの構築には、行政からの支援があれば事業者としては大変心強いものであった。

## 14. まとめ

サービス開始当初は、参考としたこれまでの秋田市が実施した各種調査の結果から、高齢者からのニーズがあり注文が多く来るものと予想していたが、実際は一日数件程度で注文がない日もある状況であった。それでも、地道なサービスのPRやテレビなどで取り上げてもらった事や、途中から対象地域を拡大した事などにより、少しずつではあるが着実に利用件数は伸びてきた状況にあった。このことから、高齢者向けのサービスということもあり、すぐに地域に定着し利用件数が伸びるものではなく、ビジネスモデルの構築には、利用者とのコミュニケーションなどを通じて少しずつサービスを定着させていく、長期のビジョンが必要であることが分かった。また、目標に対して利用実績は大幅に下回ったものの多くの買い物弱者の現状やニーズを把握する事が出来たことから、ビジネスモデルの構築と自立採算性の検証という観点では、非常に充実した事業内容であった。

特に事業を通し意外であったのが、中央地域はスーパーマーケットやコンビニエンスストアが多くあり、買い物環境が整っていると判断していたが、実際高齢者の方々は、短い距離でも徒歩や荷物を抱えての移動には大きな負担があり、買い物に困難を来している方が多いという現状であった。冬期間になるとこのことは更に深刻になり、買い物支援のニーズは都市部でも多いという事が分かった。このことから、買い物弱者に対する支援は、本市にとって必要不可欠である。

一方、ビジネスとしての自立採算性確保という観点では、人件費や車両費、燃料費といった経費をまかなうための、配達料、商品代金などの収入部分の適正な金額の検証と、買い物以外の福祉的要素や御用聞き的要素などのビジネス以外の部分とのバランスを、どの程度利用者ニーズに配慮するかが今後の課題として見えてきた。

本事業を通し、全国トップクラスの高齢化率を抱え、冬期間の交通の不便が避けて通れない秋田県の県都である本市では、買い物弱者支援対策は重要な課題の一つであることを改めて感じる事が出来た。買い物弱者対策は、買い物支援（ビジネス的要素）と高齢者支援（福祉的要素）の複合的な支援が必要であることから、行政と民間事業者の協力、連携が不可欠であり、お互いが「買い物弱者支援」という共通認識のもと一枚岩となり、商品の配達だけでなく、見守りや、困りごとの解決や緊急時の対応にも繋げていくことが必要である。そのことが商業者の事業拡大に繋がるだけでなく、本市の目指すエイジフレンドリーシティの実現にも寄与するものであると感じた。

## 15. ビジネスとしての自立採算性の検証

### 【外部専門家による、成果の検証・評価】

成果指標の達成状況

事業名
買い物弱者支援ビジネスモデル構築事業業務

成果検証の具体的な方法
平成24年8月～平成25年3月までの事業実施の実績数値を集計し、目標値と比較して進捗率及びその原因を分析し評価する。 また、ビジネスとしての採算性・継続性を評価する。

定量	成果指標（3月末時点）		
	目標値	実績値	達成率
配達件数（件） （パートナー、直接、ネット）	10,093	367	3.6%
売上高（円） （パートナー、直接、ネット）	17,053,000	1,907,223	11.2%
地域パートナー（件）	18	6	33.3%
雇用数（人）	5	5	100%

## 【秋田市委託事業 買い物弱者支援市場メイト便 結果概要】

成果の検証	<p>今回の事業モデルは、短期間で買い物弱者支援ビジネスとして採算ラインにのせるには非常に厳しいとの結論である。</p> <p><b>【主な理由等】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・会費収入や配達料収入もなく、純粹な商品販売利益のみでは人件費等の経費を賄えない。 当ビジネスは非効率性を伴うビジネスモデルである。</li><li>・ビジネスとしてではなく社会貢献事業として、CSR（企業の社会的責任）の考え方を基に行う必要がある。 または、NPO団体等と連携して、理念に賛同した地域のボランティアスタッフが関することで人件費を抑制でき、継続実施できる可能性がある。</li><li>・買い物代行単体ではなく、複合型ビジネスとして行っていくことが重要。例えば高齢者生活支援サービスや移動販売、効率性を考えネット販売等も行っていくことで採算を確保することができる。</li></ul>
-------	---

### 1 成果の検証

#### (1) ビジネスとしての採算性と継続性

##### ① ビジネスとして成立するのか

買い物弱者支援はビジネスとして、短期間で採算ラインにのせる可能性はきわめて低いとの結論に達した。

しかし、ある程度の助走期間を確保できればやり方によってはビジネスとしての可能性はあると思われる。

##### ② 結論に至った背景と分析結果

当初買い物弱者支援ビジネスは短期間で十分にビジネスとして成り立つ可能性があると考えていた。その背景として、秋田県は全国一の高齢化県

（65歳以上30.2%、50歳以上52.8%）で、近年買い物難民・買い物弱者が社会問題化し、リサーチの結果当該事業は十分にビジネスとして成立すると考えていた。しかし、8ヵ月間の実績をみると、配達件数や売上高は目標値に遠く及ばなかった。それでも、後半11月頃から地道な広報活動や報道機関によるパブリシティ、また大雪が追い風となり件数や売上高は伸びてきたが総合的には成果指標のとおりである。



## (2) 損益分岐点分析による採算性の分析数値の検証

損益分岐点分析による採算性の分析数値

損益分岐点分析（CVP）

（単位：円）

	平成24年8月～平成25年3月（実績8ヶ月間）	予想損益分岐点売上高
売上高	1,900,333	35,749,375
変動費	1,334,287	25,096,061
限界利益	566,046	10,653,314
固定費	10,653,314	10,653,314
貢献利益（経常利益）	-10,087,268	0

※報告書収支計算書（参照）

採算性を検証するため、売上高総利益率を食料品小売業（中小企業の財務指標）平均の35%としました。

また、販売費・一般管理費を費用分解基準で、変動費・固定費に分解し損益がゼロとなる売上高（損益分岐点売上高）を算出しました。

損益分岐点売上高＝固定費÷（1－変動費率） 変動費率＝70.2%

注文件数（配達件数）別損益分岐点

（単位：円）

	3,000件/（8ヶ月）	5,000件/（8ヶ月）
売上高	15,282,000	25,470,000
変動費	10,727,964	17,879,940
限界利益	4,554,036	7,590,060
固定費	10,653,314	10,653,314
貢献利益（経常利益）	-6,099,278	-3,063,254

	7,018件/（8ヶ月）	9,000件/（8ヶ月）
売上高	35,749,375	45,846,000
変動費	25,096,061	32,183,892
限界利益	10,653,314	13,662,108
固定費	10,653,314	10,653,314
貢献利益（経常利益）	0	3,008,794

※1件当たり客単価は5,094円（実績）として計算しています。

※損益分岐点について

損益分岐点売上は、損益がゼロとなる売上高のことで、損益分岐点分析（CVP）から8ヶ月売上3,574万が当事業の損益分岐点売上高となります。

また、注文件数（配達件数）別損益分岐点は8ヶ月間で7,018件が当事業の採算ラインとなります。

※固定費について

固定費は8ヶ月間実績値を参考に、現状で推移した分析となっています。

営業規模（売上）が大きくなれば人員も増え、設備なども増えて固定費も増加します。

特に、人件費の固定費に占める割合が大きいため人の効率性を図っていくことが重要となります。

※変動費について

売上高が増加するにつれて大きくなる費用で、仕入原価が多くの割合を占めます。

売上高の増大が期待できない場合には、仕入原価の削減が損益分岐点の引き下げとなります。

採算性を検証するために、食料品小売業の平均粗利益率（35%）を採用しております。

① ビジネスとして成立するための条件

今回の買い物代行ビジネスにおいて採算性を確保するための条件として以下の方策が考えられる。

(i) 変動費の削減

売上高（注文件数）の増大が難しい場合は変動費の削減をすることによって損益分岐点売上高が引き下げられる。

今回の事業では、変動費率（仕入原価・通信費・運送費）が 70.2%、特に仕入原価が大きな費用となっている。

仕入原価の改善が変動費削減において大きなポイントとなる。

この費用を削減することによって限界利益を高めることができる。

(ii) 固定費の削減

売上高（注文件数）の増大が難しい場合は固定費の削減をすることによって損益分岐点売上高が引き下げられる。

今回の事業における固定費が 1065 万円、内訳をみると人件費 514 万円（5 名）と固定費の 50%を占めている。

また、売上 190 万円に対しての人件費 514 万円は生産性・効率性の観点から大幅な削減が必要となる。

(iii) 売上数量の増大

変動費や固定費の削減あるいは販売単価の引き上げが期待できない場合は、販売数量（注文件数）を増大させることで売上高が増大する。

(iv) 販売単価の引き上げ

販売単価を引き上げると、販売数量（注文件数）に変動がなくても売上高が増大し、同時に損益分岐点売上高が低下する。

今後事業を継続していく上で件数は徐々に伸びてくるものと思われるが、現状はここまでのニーズしかなかったと判断せざるをえない。

仮に継続していった場合のビジネス可能性を試算してみる。

損益分岐点売上高を確保するための 1 日当たり注文件数は、

$$7,018 \text{ 件} \div 8 \text{ ヶ月} \div 25 \text{ 日} = 35 \text{ 件/日} \quad 875 \text{ 件/月}$$

顧客 1 世帯当たり平均注文間隔日数を 15 日とした場合、月間顧客世帯数は、 $875 \text{ 件/月} \div 2 \text{ 回 (月間注文件数)} = 438 \text{ 世帯/月}$

438 世帯の顧客数で月間 875 件の注文件数で損益分岐点売上高がゼロとなる。

上記試算を基に以下の検証をおこなう。

## 【潜在需要】

事業地区世帯数は21,694世帯(新屋=6140世帯 勝平=5,263世帯 浜田=930世帯 豊岩=637世帯 下浜=817世帯 河辺=3065 雄和=2161 御所野=2681)で、ターゲットと想定される秋田市の65歳以上単身世帯は9.2%、高齢夫婦のみ世帯(夫65歳以上・妻60歳以上)は10.4%である。

$21,694 \text{ 世帯} \times 9.2\% = 1995 \text{ 世帯}$  (65歳以上単身世帯)

$21,694 \text{ 世帯} \times 10.4\% = 2256 \text{ 世帯}$  (高齢夫婦のみ世帯)

$1955 \text{ 世帯} + 2256 \text{ 世帯} = 4211 \text{ 世帯}$  (想定ターゲット世帯数)

438世帯の顧客を確保するためには、10%程度のシェアを獲得しなければならない。

現地区は既に移動販売や生協、JA等、また世帯を別にする家族や親戚等の手伝いが多いことから、この地区だけで438世帯を顧客獲得するのは難しいと思われる。

現在の顧客獲得数が108件、今後高齢化の進展を最大限考慮し、継続して取り組んだとしても、さらなる飛躍的な伸びは期待できないと思われる。

顧客獲得のためには他地区も開拓していく必要がある。

## 【業務処理能力】

現在の事業実施体制で1日当たりピーク時7件の注文件数を処理している。同じ体制で採算ラインの1日当たり35件の注文件数を処理できるかを考えると、1名~2名の人材増員が必要と思われる。また、注文受けから仕分け業務、配送ルート効率化を徹底して図ることで業務処理は可能と思われる。

### (3) 買い物弱者支援事業の可能性と今後の取り組み

買い物弱者支援事業の可能性としては、3年程度の期間とビジネスモデルの工夫によってはビジネスとして成立しうる可能性はあると思われる。

1年目で100件程度の顧客を獲得、3年間で採算ライン顧客数438世帯の獲得は充分可能と思われる。また、年会費2000円程度の会員制にして運営することで収益性を確保できると思われる。

例 年会費2000円 $\times$ 438世帯=87万円/年

会費制を採用した買い物代行ビジネスモデルの継続性は高いとされている。また、会員制にすることで高齢者顧客の安心、より一層の固定客化に繋がり顧客生涯価値(顧客シェア)の考え方が根づく極めて重要なマーケティングが期待できる。

または、生活支援サービス等複合型ビジネスを展開するか、NPO法人との連携をおこなっていくことで様々なサービスを提供して顧客獲得を図っていくことが継続することにおける大きな課題である。

【資料6】

7月20日 事前告知ポスティングチラシ (A4片面)

# 秋田市西部・河辺・雄和地域限定

(新屋・勝平・浜田・豊岩・下浜)

8月1日  
サービス  
開始!!

# 市場メイト便

【秋田市委託事業】

秋田市民市場では、食料品等の日常の買い物で  
困難な状況に置かれている方々の買い物を支援します!

徒歩や自転車で  
買い物に行けない

自動車を  
運転できない  
(しない)

高齢、病気、介護、  
子育て、仕事など  
のために買い物に  
不自由を感じている

安全・安心・  
新鮮な食材を  
食べたい

当日  
配達OK!

正午までご注文いただいた  
場合は、当日中の  
配達が可能です。

秋田の旬な食材など

鮮魚や青果物、すじこ・紅鮭といった  
秋田の旬な食材や市民市場ならではの  
食材ももちろんご提供

チラシ  
を見て  
簡単注文!

電話1本での  
ご注文もOK!

## 対象地域の商業者 パートナーさん募集

商業者パートナーとは、商業者の方で  
お客様と当社との間で商品の受け渡しや  
商品代金の一時預かりにご協力頂ける方です。

お問い合わせ先

株式会社 あきた市民市場メイト

☎ :018-893-3917

FAX:018-893-6010

定休日:日曜日 注文受付:午前9時~午後4時(※)  
秋田市中通四丁目 7-35 秋田市民市場内

※商品についてのお問い合わせは7月30日より受付致します あきた市民市場メイトは、秋田市民市場100%出資会社です



【資料 8】

【表面】

9月7日 ポスティングチラシ (B4 両面)

【裏面】

# 市場メイト便

秋田市要託事業所

●お電話で簡単注文!! 会員登録不要!!

●対象地域の方なら「どなたでも」ご利用できます。

●ご注文は、1,575円以上からお届けします。

TEL 018-893-3917

FAX 018-893-6010

〒990-0001 秋田市大森町1-1-1

ご注文2,000円以上  
ご注文で  
配達無料

正午までの  
ご注文分は、  
当日午前まで  
お届けします。

正午以降  
ご注文分は、  
翌日お届けします。

**秋田市市民市場をうけての食材をお届け!!**

カブナ 1kg 500円	カブナ 500g 250円	カブナ 250g 125円	カブナ 100g 50円	カブナ 50g 25円
アジ 1尾 150円	アジ 500g 50円	アジ 250g 25円	アジ 100g 10円	アジ 50g 5円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 500g 150円	アジの開き 250g 75円	アジの開き 100g 30円	アジの開き 50g 15円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 500g 150円	アジの開き 250g 75円	アジの開き 100g 30円	アジの開き 50g 15円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 500g 150円	アジの開き 250g 75円	アジの開き 100g 30円	アジの開き 50g 15円

あなたの街の地域パートナー

秋田市要託事業所

TEL 018-893-3917

FAX 018-893-6010

〒990-0001 秋田市大森町1-1-1

# 市場便

このチラシを、冷蔵庫に貼るなどで保存してください。

TEL 018-893-3917

FAX 018-893-6010

〒990-0001 秋田市大森町1-1-1

ご注文2,000円以上  
ご注文で  
配達無料

正午までの  
ご注文分は、  
当日午前まで  
お届けします。

正午以降  
ご注文分は、  
翌日お届けします。

生わかめ 1パック(17g) 300円	調味料類	三ツ葉 1パック(197g) 500円	生活雑貨・衣類
目玉キャノーラ油 280円	目玉キャノーラ油 280円	目玉キャノーラ油 280円	目玉キャノーラ油 280円
アジの開き 1尾 150円	アジの開き 1尾 150円	アジの開き 1尾 150円	アジの開き 1尾 150円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円

あなたの街の地域パートナー

秋田市要託事業所

TEL 018-893-3917

FAX 018-893-6010

〒990-0001 秋田市大森町1-1-1

【表面】

9月21日 ポスティングチラシ (B4 両面)

【裏面】

# 市場メイト便

秋田市要託事業所

●お電話で簡単注文!! 会員登録不要!!

●対象地域の方なら「どなたでも」ご利用できます。

●ご注文は、1,575円以上からお届けします。

TEL 018-893-3917

FAX 018-893-6010

〒990-0001 秋田市大森町1-1-1

ご注文2,000円以上  
ご注文で  
配達無料

正午までの  
ご注文分は、  
当日午前まで  
お届けします。

正午以降  
ご注文分は、  
翌日お届けします。

**秋田市市民市場をうけての食材をお届け!!**

カブナ 1kg 500円	カブナ 500g 250円	カブナ 250g 125円	カブナ 100g 50円	カブナ 50g 25円
アジ 1尾 150円	アジ 500g 50円	アジ 250g 25円	アジ 100g 10円	アジ 50g 5円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 500g 150円	アジの開き 250g 75円	アジの開き 100g 30円	アジの開き 50g 15円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 500g 150円	アジの開き 250g 75円	アジの開き 100g 30円	アジの開き 50g 15円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 500g 150円	アジの開き 250g 75円	アジの開き 100g 30円	アジの開き 50g 15円

あなたの街の地域パートナー

秋田市要託事業所

TEL 018-893-3917

FAX 018-893-6010

〒990-0001 秋田市大森町1-1-1

# 市場便

このチラシを、冷蔵庫に貼るなどで保存してください。

TEL 018-893-3917

FAX 018-893-6010

〒990-0001 秋田市大森町1-1-1

ご注文2,000円以上  
ご注文で  
配達無料

正午までの  
ご注文分は、  
当日午前まで  
お届けします。

正午以降  
ご注文分は、  
翌日お届けします。

生わかめ 1パック(17g) 300円	調味料類	三ツ葉 1パック(197g) 500円	生活雑貨・衣類
目玉キャノーラ油 280円	目玉キャノーラ油 280円	目玉キャノーラ油 280円	目玉キャノーラ油 280円
アジの開き 1尾 150円	アジの開き 1尾 150円	アジの開き 1尾 150円	アジの開き 1尾 150円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円
アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円	アジの開き 1尾 500円

あなたの街の地域パートナー

秋田市要託事業所

TEL 018-893-3917

FAX 018-893-6010

〒990-0001 秋田市大森町1-1-1







## あきた市民市場メイトは、

食料品等の買物で困難な状況に置かれて  
いる方々を支援しています!

近所にお店がなくて不便。  
介護や子育てが忙しくて、なかなか買物に行けない。  
高齢で、あまり歩けなくて大変。  
仕事が忙しい。最近、休調がきて、休みにくい。  
私たちが心をこめて対応いたします。  
なんでも注文したいの?自動車を運転できないの。

1月の休業日  
13日(日)  
20日(日)  
27日(日)

2月の休業日  
3日(日)  
10日(日)  
17日(日)  
24日(日)

鮮魚、青果類やチラシに掲載されていない商品につきましては、お気軽にお問い合わせください。

**2,000円以上ご注文で配達料無料**  
ご注文は1,575円以上から  
お問い合わせ先  
株式会社あきた市民市場メイト  
TEL 018-893-3917 FAX 018-893-6010  
〒910-0001 秋田市中通丁1丁目39番 秋田市民市場内  
(株)あきた市民市場メイト

## 配達サービス 市場メイト便

お電話で簡単注文!! 会員登録不要!!  
●対象地域の方なら「なだでも」ご利用できます。  
●ご注文は1,575円以上からお願い致します。

TEL 018-893-3917  
FAX 018-893-6010

0120-773917

TEL 018-893-3917 (受付時間: 午前9時~午後4時)

〒910-0001 秋田市中通丁1丁目39番 秋田市民市場内  
TEL 018-893-3917 FAX 018-893-6010

0120-773917

TEL 018-893-3917 (受付時間: 午前9時~午後4時)

〒910-0001 秋田市中通丁1丁目39番 秋田市民市場内  
TEL 018-893-3917 FAX 018-893-6010

### お惣菜や日用品の配達サービス好評実施中!!

ホルモン煮込み 1人前 300円	いななおこわ 1人前 350円	サケ弁当 1人前 398円	大エビフライ 1箱 180円	カボチャのコロッケ 1箱 60円
いなか風 ポテトサラダ 1人前 150円	とりのから揚げ 100g 158円	彩り野菜の酢豚 100g 158円	刺身セット 1人前 685円 2人前 1,575円 3人前 2,100円	寿司 一人前上 945円

特製オードブル 3000円 5000円

※3日前までにお申し込み下さい。ご予約、人数などご要望に合わせてご用意します。  
※日によってはメニューが変わる場合があります。

### 「重い、かさばる」商品も電話1本でお手元に

チラシにない商品もお気軽にお問い合わせください。

日清 キャノーラ油 1本(1L) 280円	JT 食塩 1kg(1kg) 100円 1kg(5kg) 400円	キッコーマン 醤油(ゆまぐち・本醸造) 1本(1L) 320円
クリネックス ティッシュペーパー 350円	春日製紙 シルクローパー ダブル12ロール 228円	エリエール 超吸収キッチン タオル 1箱(2ロール入) 95円
アサヒ うすきワイド うす型パンク 1,680円	エルモア 尿取りパッド 1箱(30枚入) 498円	衣料用洗剤 アタック(粉末) 1箱(1kg) 338円

【裏面】

【表面】

【なか面】

当チラシ有効期限:平成24年12月31日まで ※価格はすべて税込です

### 100円以内コーナー

身欠にしん(ソフト) 100円	大塚製菓ポッキー 100円
鶏ひき肉(もも) 95円	秋田納豆ミニ(中) 100円
豆腐(絹・もも) 100円	大塚製菓オロナミンC 90円
さつちん 生うどん 80円	大和物産アルミホイール 68円
明治 ミルクチョコレート 90円	近江兄弟社メンターム薬用スティック 100円
味の素 白がゆ 100円	豊年屋 すりごま(黒・白) 65円

### 200円以内コーナー

ハウスモートカレー 160円	ヤマザキ食パン芳華 168円
ポークウィンナー(オリジナル) 115円	カップ印砂糖(上) 200円
たけや レーズンツイスト 189円	エバラ焼肉のたれ 200円
たけやあんぱん(白あん) 105円	台所洗剤ジヨイ 128円
スベリヤティコヒードリッドパック 120円	花王キッチンハイター 178円
北海道産 知床鶏もも 147円	旭化成サランラップ 148円
日本ハムロスハム(上) 195円	花王衣類ハイター 128円
プリマハムベーコン(上) 195円	秋田産さくらんぼ産地産品 165円
ウサモト 梅どらやき 160円	ウサモト 月餅 200円

### 300円以内コーナー

ヤマキ 白だし 270円	秋田産杜仲厚うす切りロール 220円
福泉 みりん風調味料 210円	プリマハムロス生ハム 295円
福泉 料理酒 210円	雪の夢舎バラ糖 200円
秋田産 五子(LLサイズ) 220円	昭和ホットケーキミックス 220円
プリマハムうす切りロスハム 270円	やまのつばき ソフトいわし 280円
花魁 豆腐かすてら 280円	味の素 ピュアセレクトマヨネーズ 220円

### 400円以内コーナー

アメリカ産 紅藍スモークはらす 350円	きりたんぼ 5本入 350円
牛味付カルビ 360円	秋田産比内地鶏(切込) 370円
宇治茶 ほうじ茶 315円	アメリカ産 たらこ 380円
明治 ココア 320円	サクラ印 ハチミツ 350円
ヤマキウ秋田味噌 350円	ロシア産 辛子明太子 390円

### 400円以上1000円以内コーナー

カチガキ 北洋産 紅藍(中) 500円	三陸産生わかめ 500円
箱の友産(特) 福の友粘味 450円	田原産 煮干し(カクタイワシ) 500円
デンマーク産 すじこ(西) 630円	安田のつくたさ ちりめん 600円
デンマーク産 すじこ(中) 580円	園分(園) 甘露酒(園分) 800円
アメリカ産 たらこ 650円	佐藤魚産 さとう切りもち 420円
アメリカ産 辛子明太子 580円	北海道産産 尻尾昆布 850円
秋田産 由利牛もも 420円	たら甘醤油 840円

### 1000円以上コーナー

あきたごもち 5kg 2400円	宇治 静岡産(深心)茶 1050円
生かす甘醤油 500g 1200円	7-712 輸入用ファッションアイテム付き S-L 1780円
ぬめけの切り込み 500g 1300円	7-712 洋裁用付替芯(白) 1000円

### 一人暮らしやちから仕事などが困難な状況の方々に

## メイト便 10分間サービス実施中!!

配達スタッフが、配達後下記サービスをいたします。

無料 1,575円以上  
お買上げの  
お客様限定!!

- お話相手
- 家具の移動  
重すぎない限り
- 電球:蛍光灯  
交換
- 玄関先の  
除雪

※配達員がご自宅までお電話にてお話しさせていただきます。サービスは高齢者向け、10分間。雨天や降雪時はサービスできません。お電話でお申し込みください。



【資料13】

平成25年2月4日秋田魁新報 対象地域(河辺、雄和・西部)折込チラシ(A3 二つ折り)

## あきた市民市場メイトは、

食料品等の買物で困難な状況に置かれて  
いる方々を支援しています!

近所にお店がなくて不便。  
介護や子育てが忙しくて、なかなか買物に行けない。  
高齢で、あまり歩けなくて大変。  
仕事が忙しい。最近、体調が悪くて買物に行けない。  
自動車を運転できないの。

私たちがお心をおこめて対応いたします。

なんで注文していいの?

2月の休業日  
10日(日)  
17日(日)  
24日(日)

3月の休業日  
3日(日)  
10日(日)  
17日(日)  
24日(日)  
31日(日)

あなたの近くの地域パートナー  
金沢野村・秋田市河辺和田  
秋木アール・秋田市秋田田  
涌山新栄堂・秋田市和根川 他

地域パートナー一覧表  
地域パートナーとは、サービス対象地域の事業者の方でお客様と当社との間で商品の受け渡しや商品代金の一時的な受け渡しとしてご協力頂ける方です。

お問い合わせ先  
株式会社あきた市民市場メイト  
TEL 018-893-3917 FAX 018-893-6010  
〒010-0001 秋田市中通丁7番35号 秋田市民市場内  
(梅)あきた市民市場メイト

あきた市民市場メイトは、秋田市民市場100%出資会社です。

【裏面】

## 500円以内コーナー

身欠しんじつ(本紙) 保冷 アメリカ産 各枚 100円  
国産 鶏ひき肉(も) 保冷 100g ..... 95円  
さっちゃん 生うどん 保冷 1袋 250g ..... 80円  
味の素 白がゆ 1袋(250g) ..... 100円  
ポークウィンナー(ファミマム) 保冷 100g ..... 115円  
たけのこあんかけ 白あんがゆ(ファミマム) 各1個(1個入) 105円  
スパンチャイロヘッドリップパック(ファミマム) 各1パック 120円  
ハース パーモントカレー(即・中・辛) 各1箱(1箱分) 160円  
日本ハム ロースハム(上紙) 保冷 100g ..... 195円  
ブリマムベーコン(上紙) 保冷 100g ..... 195円  
香井製菓 黒あめ 1袋 ..... 150円  
ウツモト 栗どらやき 1袋 ..... 160円  
大塚製菓 ポンカレー(即・中・辛) 各1食(210g) 100円  
福泉 みりん風調味料 1本 1L ..... 210円  
福泉 料理酒 1本 1L ..... 210円  
秋田産 玉子(LLサイズ) 1パック(10個入) 210円  
ブリマムうずりロールハム 保冷 1パック(100g) 270円

ちようした缶詰(さば水煮・みそ)(いわし煮)各1個 ..... 100円  
大和物産 アルミホイール 1本(25cm幅×8m) ..... 68円  
はごろも 缶詰あずき 1個 ..... 100円  
豊年屋 すりごま(黒・白) 各1袋(40g) ..... 65円  
お惣菜 とりのから揚げ 100g ..... 158円  
味の素 ビュアセレクトマヨネーズ1本(400g) ..... 220円  
カッパ印砂糖(上白糖) 1袋(1kg) ..... 200円  
エバラ焼肉のたれ 1本(300g) ..... 200円  
台所洗剤ジョイ 1本(250ml) ..... 128円  
旭化成 サランラップ 1本(30cm幅×20m) ..... 148円  
三菱 魚焼きホイール 1本(25cm幅×6m) ..... 195円  
秋田産指定みそ 家庭用みそ袋 1袋(10枚入) 10L ..... 165円  
新栄酒店 雪の芽舎バラ粕 保冷 500g ..... 230円  
やどつくだ製 ソフトいわし 100g ..... 280円  
ブリマム ロース生ハム 保冷 1パック(100g) 295円  
武田産 ころじ 400g ..... 280円  
明治 ミルクチョコレート 1枚55g ..... 90円

## 300円~499円以内コーナー

密川商店 ふのり 1袋(25g) ..... 300円  
牛味付カルビ 保冷 100g ..... 360円  
宇治茶 ほうじ茶梅印 100g ..... 315円  
カルビス(5歳にうすめて)1本(470ml) ..... 350円  
ヤマキウ秋田味噌(粒・こし) 各1袋 1kg ..... 350円  
きりたんぼ 5本入 1本(60g) ..... 350円  
大門豆腐店 えご(250g) 保冷 ..... 400円  
佐藤食品 さとうの切りもち 1個400g ..... 420円

福の友産(梅) 福の友粕味 保冷 900g ..... 450円  
東北福味 味どららく 500g ..... 320円  
秋田産比内地鶏(切込)めずし 保冷 100g ..... 370円  
アメリカ産 たらこ 保冷 1本から 100g前後 380円  
ロシア産 辛子明太子 保冷 1本から 100g前後 390円  
お惣菜 ホルモン煮込み 1人前 ..... 300円  
お惣菜 いなかこわ 1人前(1パック) ..... 350円  
秋田産 由利牛もも 保冷 100g ..... 420円

## 配達サービス 市場メイト便

市場メイトサービス対象地域  
秋田市中心部・西部(雄和・河辺・雄和地域限定)

ご注文方法  
●お電話で簡単注文!! 会員登録不要!!  
●対象地域の方なら「なたでも」ご利用できます。  
●ご注文は1,575円以上からお申し込み致します。

TEL 018-893-3917  
TEL 018-893-3917  
FAX 018-893-6010

0120-773917

2,000円以上ご注文で配達無料

お惣菜や日用品の配達サービス好評実施中!!

肉じゃが 家庭用サイズの定額 1人前 300円	白いごはん 1人前(250g) 158円	サケ弁当 2枚、お弁当 398円	大エビフライ ビッグサイズ 1尾 180円	コロッケ お弁当用 各1個 60円
ダン巻き卵 2枚の卵と甘がゆ 1人前 120円	カレーのあんかけ お弁当用 1人前 180円	きんぴらごぼう お弁当用 1パック 150円	お惣菜 お弁当用 一人前 685円 二人前 1,575円 三人前 2,100円	お惣菜 お弁当用 一人前 945円

特製オードブル 3000円 5000円

「重い、かさばる」商品も電話1本でお手元に  
チラシにない商品もお気軽にお問い合わせください。

日清 キノア油 1本(1L) 280円	JT 食塩 1kg(1kg) 100円 1kg(5kg) 400円	キッコーマン 醤油(ひまわり・本醸造) 1本(1L) 320円
クリネックス 1箱(180W×5個) 350円	春日製紙 シルクローバーダブル12ロール 228円	エリエール 超吸収キッチンタオル 1箱(2ロール) 95円
アテント 1袋(22枚入) (M~L) 1,680円	エルモア 尿取りパッド 1袋(30枚入) 498円	衣料用洗剤 アタック(粉末) 1箱(1kg) 338円

【表面】

## 500円以上コーナー

当チラシ有効期限:平成25年3月2日まで※価格はすべて税込です

ナガモト 全粒粉 紅麹(中・辛) 保冷 500円分 1000円分

三陸産生わかめ 1袋(167g) 保冷 ..... 500円  
密川商店 煮干し(カクチタイプ)1袋(375g) 500円  
安田のつくた魚 ちりめん 100g ..... 600円  
アメリカ産 たらこ 保冷 1本から 100g ..... 650円  
アメリカ産 辛子明太子 保冷 1本から 100g ..... 580円  
あきたこまち 2kg ..... 1000円  
秋田産 静岡産(深むし茶) 100g ..... 1050円  
秋田産 なたはた寿司(切) 保冷 1箱300g ..... 1400円  
秋田産 なたはた寿司(切) 保冷 1箱300g ..... 1300円

## スタッフおすすめコーナー

お惣菜 ●彩り野菜の酢豚 100g 158円  
コーナーから ●いなか風ポテトサラダ 1人前 150円

日配品 ●豆腐(絹・もめん) 保冷 各1パック・500g 100円  
コーナーから ●秋田納豆ミニ 保冷 各1組(45g×3個) 100円

精肉 ●北海道産知床鶏もも 保冷 100g 147円  
コーナーから ●秋田産杜仲豚うす切ロース 保冷 100g 220円

パン ●ヤマザキ食パン芳醇(6枚入・8枚入)各1袋 168円  
コーナーから ●たけやアベックトースト 1袋 126円

※鮮魚・野菜・くだものについては毎日おすすめ品がかわります。お問い合わせの際、電話かファックスにてお知らせいたします。

## 一人暮らしやちから仕事などが困難な状況の方々に

### メイト便 10分間サービス実施中!!

無料 15分以内にお買上げのお客様限定!

配達スタッフが配達後に下記サービスをいたします。

お話し相手 ●家具の移動 ●電球・蛍光灯交換 ●玄関先の除雪

※商品注文時に希望されるサービスをお伝えください。サービス実施時間は、10分程度。お急ぎの場合は、15分以内です。お急ぎの場合は、お急ぎで実施いたします。

【資料14】

平成25年3月4日秋田魁新報 対象地域(河辺、雄和・西部)折込チラシ(A3 二つ折り)

## あきた市民市場メイトは、

食料品等の買物で困難な状況に置かれて  
いる方々を支援しています!

近所にお店が  
なくて不便。  
高齢で、歩  
行が難しく  
大変。  
仕事が忙しい  
最近、体調が  
悪くて買物に  
行けない。  
介護や子育てが  
忙しくて、な  
かなか買物  
に行けない。  
なんで注文  
していいの?  
私たちが  
心をこめて対  
応いたします。

自動車を運転  
できない。

3月の休業日  
10日(日)  
17日(日)  
24日(日)  
31日(日)

市場メイト便に  
寄せられた  
お客様の声(一部)  
新鮮な魚が食べられ  
うれしかった。(80代女性)  
配達員と会話をすると  
楽しかったです。(70代男性)

お買い物を  
TEL 018-893-3917 FAX 018-893-6010  
〒010-0001 秋田市中通西7丁目1番地 秋田市民市場内  
(南)あきた市民市場メイト  
あきた市民市場メイトは、秋田市民市場100%出資会社です

## 配達サービス 市場メイト便

お電話で簡単注文!! 会員登録不要!!  
●対象地域の方なら「どなたでも」ご利用できます。  
●ご注文は1,575円以上からお届けします。

TEL 018-893-3917  
TEL 018-893-6010  
●ご注文内容をお伝えください 注文受付:午前9時~午後4時

0120-773917  
●ご注文内容をお伝えください 注文受付:午前9時~午後4時

2,000円以上  
ご注文で  
配達無料

お惣菜・日用品の配達サービス好評実施中!!

キバツとびの焼肉のたれ 1人前 180円	いなかな風ポテトサラダ 1人前 150円	サク弁当 1人前 398円	野菜かき揚げ 1枚 100円	カニクリームコロッケ 1個 80円
鶏の照り焼き 1枚 200円	サバの塩焼き 1パック(2切) 200円	きんぴらごぼう 1パック 150円	刺身セット 一人前 685円 二人前 1,575円 三人前 2,100円	寿司 一人前上 945円

特製オードブル 3000円 5000円

「重い、かさばる」商品も電話1本でお手元に  
チラシにない商品もお気軽にお問い合わせください。

日清 キャノーラ油 1本(1L) 280円	JT 食塩 1袋(1kg) 100円 1袋(5kg) 400円	キッチンマン 醤油(みそ・本醸) 1本(1L) 320円
クリネックス 1箱(180W×5個) ティッシュペーパー 350円	春日製紙 シルクークローバー ダブル12ロール (トレットペーパー) 228円	エリエール 超吸収キッチン タオル 1箱(2ロール入) 95円
アテント 1個(2枚入) (M~L) すっきりフィット うす型ハンズ 1,680円	エルモア 尿取りパッド 1袋(30枚入) 498円	衣料用洗剤 アタック(粉末) 1箱(1kg) 338円

【裏面】

【表面】

【なか面】

## 65円~299円以内コーナー

ヤマザキ食パン芳華(6枚入・8枚入)各1袋 168円	ちょとした節詰(そば・水・みそ)1箱(110g×3個) 100円
国産 鶏ひき肉(もも) 保冷 100g 95円	大和物産アルミホイール 1本(25cm幅×8m) 68円
たけやアベックトースト 1袋 126円	秋田産社仲豚すじ切コース 保冷 100g 220円
味の素 白がゆ 1袋(250g) 100円	豊年産 すりごま(黒・白)各1袋(40g) 65円
ポークウィンナー(プリマム) 保冷 100g 115円	お惣菜 トリのから揚げ 100g 158円
たけやあんぱん・白あんぱん・ジャムパン・クリームパン 各1個(1個入) 105円	味の素 ピュアセレクトマヨネーズ1本(400g) 220円
スパンパチコヒーテッドリップパック(ミニ・特大) 各1パック 120円	カップ印砂糖(上白糖) 1袋(1kg) 200円
ハスパーメントカレー(甘口・辛口・辛口)各1箱(110g×3個) 160円	エバラ焼肉のたれ 1本(300g) 200円
日本ハムロース生ハム(上級) 保冷 100g 195円	台所洗剤ジョイ 1本(250ml) 128円
プリマムベーコン(上級) 保冷 100g 195円	旭化成サランラップ 1本(30cm幅×20m) 148円
専科製菓 黒あめ 1袋 150円	三菱 魚焼きホイル 1本(25cm幅×6m) 195円
秋田納豆ミニ 保冷 1袋(100g) 100円	秋田産ごみ袋 家庭用ごみ袋 1袋(10枚入) 10L 165円
大塚製菓洋食カレー(甘口・辛口・辛口)各1袋(210g) 100円	新嘉通店 雪の茶倉バラ粕 保冷 500g 230円
福泉 みりん風調味料 1本 1L 210円	安田のつくし ソフトいわし 100g 280円
福泉 料理酒 1本 1L 210円	プリマムロース生ハム 保冷 1パック(100g) 295円
秋田産 豚ひき肉(上) 保冷 100g 105円	秋田産 とうじ 400g 280円
プリマムうす切りロースハム 保冷 1パック(100g) 270円	明治 ミルクチョコレート 1枚55g 90円

## 500円以上コーナー

当チラシ有効期間:平成25年3月30日まで※価格はすべて税込です

カガヤク北産 紅鮭(中・大・特大) 保冷 500円分 1000円分	三陸産わかめ 1袋(167g) 500円
デンマーク産 すじこ(甘口) 保冷 1本から100g 630円	福川商店 煮干し(カクテイワン)1袋(375g) 500円
デンマーク産 すじこ(辛口) 保冷 1本から100g 580円	安田のつくし ちりめん 100g 600円
アメリカ産 たらこ 保冷 1本から100g 650円	園分(株) 甘酒(園分の蔵元造り) 880ml 525円
アメリカ産 辛子明太子 保冷 1本から100g 580円	北海道産 利尻昆布 1袋(120g) 850円
あきたこまち 2kg 1000円	静岡県産(深むし)茶 100g 1050円
秋田産 なたはたし(切) 保冷 1箱300g 1400円	インドネシア産 冷凍付けきりきり 保冷(250g入) 1000円
永田産 なたはたし(切) 保冷 1箱300g 1300円	ネーブル 樹人用アクションタイム子付き S-L 1780円

## 300円~499円以内コーナー

福川商店 ふのり1袋(25g) 300円	福の友漬物(福)の友粕味 保冷 900g 450円
牛味付カルビ 保冷 100g 360円	東北醤油 味どうらく 500ml 320円
宇治茶 ほろじ茶 100g 315円	秋田産比内地鶏(切込) 保冷 100g 370円
カルピス(5缶にうすめ)1本(470ml) 350円	アメリカ産 たらこ 保冷 1本から100g 498円
味の素冷凍焼きおにぎり 保冷 1袋(10個入) 480円	ロシア産 辛子明太子 保冷 1本から100g 398円
きりたんぼ 5本入 1本(60g) 350円	お惣菜 ホルモン煮込み 1人前 300円
大門豆腐店 えご(250g) 保冷 400円	お惣菜 いなこかわ 1人前(1パック) 350円
佐藤食品 さとうの切りもち 1個400g 420円	秋田産 由利牛もも 保冷 100g 420円

## スタッフおすすめコーナー

お惣菜 ●コロッケ(カボチャ・牛肉) 1箱 60円	●ピクサイズの大エビフライ 1箱 180円
コーナーから ●ほんのり甘いダシ巻き 1箱 120円	●とろろカレイのあんかけ 1人前 180円
日配品 ●豆腐(絹・もめん) 保冷 各1パック500g 100円	●ヤマモろしどん 保冷 1箱(220g) 80円
コーナーから ●秋田産玉子(LLサイズ)1パック(10個入) 220円	●大門豆腐店 厚揚げ 保冷 1枚 100円
塩干物 ●アメリカ産きしん(ソフト・本鮫) 保冷 各1箱 100円	●長崎産アジ開き 保冷 1箱 150円
コーナーから ●ロシア産ホッケ開き 保冷 1箱(2枚入) 500円	●たらこ醤油煮 1箱(500g) 840円
加工食品 ●ヤマキウ味付味噌(粒・こし) 1箱(181g) 350円	●ほころも 缶詰あずき 1箱 100円
コーナーから ●永谷園あざげタイプ 1箱(108g) 220円	●味の素冷凍エビ醤油フライ 保冷 1箱 290円

※鮮魚・野菜・くだものについては毎日おすすめ品があります。お問い合わせの際、電話かファックスにてお知らせいたします。

## 一人暮らしやちから仕事などが困難な状況の方々に

### メイト便 10分間サービス実施中!!

配達スタッフが配達後に下記サービスをいたします。

無料 1,575円以上お買上げのお客様限定  
受付時間:午前9時~午後5時

- お話し相手
- 家具の移動(簡単な作業)
- 電球・蛍光灯の交換
- 玄関先の掃除

※鮮魚・野菜・くだものについては毎日おすすめ品があります。お問い合わせの際、電話かファックスにてお知らせいたします。

【資料15】

10分間サービス紹介用 手配りチラシ

暮らしや仕事などで困難な状況の方々に  
由己産スタ、から由己産後に  
下記サービスをいたします

電話  
密着  
交換

お電話  
相手

本関係の  
除雪

無料 1575円以上  
お買い上げのお客様  
限定!

受付時間  
午前9時～正午

商品注文時に希望されるサービスをお伝え下さい  
サービス実施時間は10分程度です  
家事や介護は行いません  
お客様立会いのもと、敷地内で実施します

（株）あきた市民市場  
Xイト  
TEL 018-893-3917  
FAX 018-893-6010

ナイト便  
10分間サービス  
実施中!!

チラシ・資料等郵送時同封用案内チラシ

様

先日はお電話での問い合わせありがとうございました  
ご利用がかりやすくお手続きにてご説明申し上げます

- ※ 注文は2000円以上で由己産料が無料です
- ※ 1回の注文が1575円以上にして下さい  
由己産料が無料です。常品商品315円、非常品商品525円  
常品商品と非常品商品の場合 525円となります。
- ※ 対象地域外でもお申し込みいただけますが、対象地域の場合は  
対象地域の方から先に由己産となります。
- ※ チラシの商品のお届けは注文の受付後です。  
場合によってはお受けできないこともあります。
- ※ 注文は正午までで当日お届け出来ます。  
(午後5時まで)
- ※ お寿司、お刺身は11時までの注文で当日お届け  
出来ます。その他の注文分は翌日にお届けがあります。
- ※ 電話がファックスでお便致します。
- ※ 商品の指定は出来ませんのでご了承ください。

買物でお困りになりましたら  
気軽にお電話下さいませ  
お待ちしております。

株式会社 あきた市民市場Xイトより  
( )

スタッフ制作の手芸品※利用者へのプレゼント



クリスマスリース



チラシ再利用ゴミ箱



古紙利用バッグ



利用者への配布物一式（12月の場合）



【資料17】

スタッフ考案・制作の手配りチラシ (お寿司・刺身・食材情報) (全てA4)

## 市場 いちばん寿司特製 寿司セット

市場メイト便がお届け!!



**男鹿** 1~3人前 **5,250円**



**鳥海** 3~4人前 **3,150円**

市場ならではの新鮮ネタを堪能ください



**千秋** (特上) 2.5人前 **3,150円**



**矢留** 1.5人前 **1,370円**



**一人前 (上)** **945円**



**レディースセット** **470円**

当日午前11時までのご注文で  
当日午後5時までお届け

配達料 **ご自宅まで**  
**525円**

※2,000円以上のご注文で配達料無料とさせていただきます  
※ご注文は1,575円以上からお届け致します

9月の休業日  
2日(日)・9日(日)・16日(日)  
23日(日)・30日(日)  
土曜日も休まず営業致します

お問い合わせ先  
株式会社あきた市市民市場メイト  
電話: 018-893-3917  
FAX: 018-893-6010  
あきた市市民市場メイトは、  
秋田市市場100%出資会社です

## 市場 いちばん寿司特製 市場おすすすめ刺身セット

市場メイト便がお届け!!



とれたての新鮮さを市場メイト便がお届け!!

**市場おすすすめ刺身セット**

一人前程度 **685円**

二人前程度 **1,575円**

三人前程度 **2,100円**

ご希望の人数に応じてお造り致しますので、お気軽にお申し付けください

刺身セットの内容は、時期や入荷状況等により日々異なりますので、お気軽にお問い合わせください

当日午前11時までのご注文で  
当日夕方5時までお届け

配達料 **ご自宅まで**  
**525円**

※2,000円以上のご注文で配達料無料とさせていただきます  
※ご注文は1,575円以上からお届け致します

9月の休業日  
2日(日)・9日(日)・16日(日)  
23日(日)・30日(日)  
土曜日も休まず営業致します

お問い合わせ先  
株式会社あきた市市民市場メイト  
電話: 018-893-3917  
FAX: 018-893-6010  
あきた市市民市場メイトは、  
秋田市市場100%出資会社です

## 市場メイト便

おやつに最適!! ぽくぽくのお芋



**紅あずま (茨城県産)**  
**2本 200円前後**  
(価格は9月25日時点のものです。変動があります。お気程にお問合せ下さい。)

朝・夕、涼しくなり徐々に秋になりました。市場メイトお勧めの食材は、おやつにピッタリなサツマイモ、[紅あずま]です。繊維質が少な目で食感がトロトロ。甘いお芋が好きな方にはイチオシです。焼くのが面倒な時は炊飯器で蒸し芋。手をよく水で洗い、炊飯器の中へ、サツマイモに充分かぶるくらいの水をいれます。炊飯器のスイッチを入れ、30分~1時間半くらい(太さに応じて時間を調整)手に箸が通ったらできあがり。保温になるまで待つ必要はありません。時々、フタを開けて箸を使ってチェックしましょう。

★夜の昆布は見逃すな★



**日高昆布 700円**  
1袋 (200g)



**日高昆布 400円**  
1袋 (100g)



**利尻昆布 850円**  
1袋 (120g)

夜の昆布は、「よろこんぶ」とも読むことができます。意味は「おめでたいものだから、見逃さないように食べなさい」ということ。昆布には食物繊維や鉄分やカルシウムが豊富に含まれており、1908年昆布の旨み成分がグルタミン酸であることが発見され、これがうま味調味料の味の素になりました。昆布とかつおとるとるダシは日本料理の基本になっています。

## 【メイト便 “んだすなあ” 情報局】 第5回

今年の秋はいつもの秋より by アリス “秋止符” より

『霜さ響さも彼岸まで』とはよく言ったもので、9月の真夏日連続記録を更新した後の、ここ何日かの天気は一雨ごとに秋らしさをのらせ、ともしれば肌寒い気がするくらいです。そのせいででしょうか、秋の味覚の出産がいつもの年と比べ遅いようです。しかし天気が落ち着き出したのでこれからは、わっさわっさと秋の味覚が登場し、皆さんの目や鼻、おなかを満たしてくれることでしょう。私たちがもともと以上に旬の情報、食品を皆さんにいち早くお届けします。入荷状況もその日によって変わってきますのでお気軽にその日の入荷状況をお問い合わせください。

### 地膚子(じふし)ってなんだ?

答えは、今が収穫時期の【とんぶり】を直ぐに思いついた方、『さすがっ!!!』と言いたくなります。とんぶりは中国では約三千年前の漢方の大辞典にも載っている生薬でした。日本では江戸時代に米代川近辺だけで生育され、利尿、滋養強壮を主な薬効とする生薬として取り扱われていました。薬効は泌尿器系の治療、腎炎の予防、腹水が原因の病気の治療に効果があるとされています。また、目の疲れを癒し、肝臓の炎症を抑えるともいわれています。そして、とんぶりに含まれるサボニンが血糖値の上昇を抑える効果があり、糖尿病の予防や改善に効果があることがわかっています。食べ過ぎには注意です。【ウイキペディア】参照

### 里芋の韓国風から揚げ(2人前)

作り方

- ① 里芋はよく洗い、皮付きのまま血に入れてラップをし、電子レンジ 600W で5分加熱する。(加熱時間は調整してください。多少固くても後で焼くので大丈夫)
- ② ①の皮をむき、2cm幅の輪切りにし、ボールに入れて焼き肉のたれを絡める。(やけどをしないように粗熱が取れてから)
- ③ フライパンを強めの中火で熱してゴマ油を入れ、②に片栗粉をまぶして入れていき、こんがり焼き目が付いたらひっくり返してもう片面を焼く。(片栗粉をまぶしたら、しっかりとしないうすく焼いてください)
- ④ 器に盛ってお好みでゴマや、糸唐辛子を飾る。

材料 2人分

里芋 4個(300g程度)  
焼き肉のたれ 大さじ2  
片栗粉 大さじ2  
ごま油 大さじ2  
ゴマ・糸唐辛子 適量(お好みで)

\*\*\*焼き肉のたれの代わりにめんつゆや塩だれでもOK\*\*\*

【かめ代のおうちdeごはん】参照

【資料18】

スタッフ考案・制作の手配りチラシ (レシピ・入荷状況案内) (全てA4)

### 料理のコツ

#### さばのみそ煮

生魚も簡単かつ効果自らのものは、酒をふって電子レンジで加熱すること。  
2切に酒をさじご目安。皮目に浅く切り目を入れ、皮目を上にして酒をふりかけ、ふんわりラップをかきかけて電子レンジで2分くらい加熱すると生臭さが消える。  
酒のアロハ部分は魚や風の臭みを取る効果があります。

みそは仕上げにカノえる

通常の魚の煮つけの場合は、しょうゆを含めた調味料を煮立てたところに魚を入れ、煮ていく。しかし、みそ煮の場合にその法則は当てはまらない。  
みそを最初から加えてしまうと、風味がこく(ほう)からずす。  
みそ煮のみそは仕上げに加えるのがよいです。  
さばに火が通たところでみそを加え、少し煮て全体にのみそが馴染むまで煮ます。

### 食材を使い切るのがおもしろくなる... レタス

しぼりしてしまった葉を復活させる方法には(ワズビニ)葉と50ccのお湯に2~3分つけると、シャキッと復活します。「甘〜レタス」のちがひ B-加工が約8倍、ふっくらとしたより厚い。ビタミンC、E、カリウム、カルシウムも2~5倍あります。  
※レタスをカットするときは出来るだけ包丁は使わないで下さい。茶色く変色しやすい性質を持っています。切り口を乾かして下さい。

保存法

- ① 芯の部分を手でくりぬき、水で洗った後にキッチンペーパーを詰め込みます。
- ② 芯を下に向けて全体を軽くゆすり、キッチンペーパーでくるみ、ポリ袋に入れて野菜室に保存。
- ③ さらに、ポリ袋に小麦粉をまるとより効果が高まります。
- ④ 野菜はポリ袋を下にして立てるように保存するのがよいです。(その状態が1週間程度は保たれます)
- ⑤ レタスは冷凍保存することも可能。  
※冷凍ポリ袋に入れて食べる分には、味はあまり変わりはありません。

#### ワズビニ

作り方

- ① たんにくをスライスし、フライパンに油をひいて弱火でじっくり炒め、香りが出たら取り出す。
- ② ①にゴぼんを入れ強火でほくほく炒めたら、かに缶を加え、塩、こしょうをふりかけて味をととのえる。
- ③ 最後にさつまいもにレタスを重ねて火を止める。仕上げに①のたんにくをトッピングする。

材料：かに缶 1缶、レタス 1玉、はよひ 1パック、ワズビニ、塩、こしょう、各適量

8月31日(金) 入荷状況

#### 鮮魚

生サマ	北海道釧路 超特大	330円~
天然あじ	三陸産	250円~
3持ちしめ	特大8本	330円
ムキフク	1本	150円~250円
ピリ辛サマ漬	3本入	320円

※サイズが大きいほど食べごたえがあります!

#### 果物

桃	山梨産	2個	500円
初タリン	山梨産	大玉	200円
ぶどう(マスカット)	山梨産	3L	500円
生食いちぢく	新潟産	5個	400円

ジューシーな甘味が夏バテに  
なぐほひです!

9月20日(木) 入荷状況

#### 鮮魚

生サマ	北海道 特大	280円
マイカ	青森 1本	300円
しじみ	網産 100g	140円

#### 野菜

紅あじ	茨城 2本	200円
みず"玉"	由利本庄 100g	250円
秋みょうが	湯沢 100g	100円

#### 果物

洋なし	榎野	3個	350円
柿	伊勢山	1個	200円

9月20日時点の価格です。  
価格は日々変動致しますので、お気軽にお問い合わせ下さい。



【資料19】



配達のイメージを紹介



市場メイト便  
実施拠点での  
周知宣伝用  
垂れ幕

掲示板を利用して市場メイト便をアピール



市場メイト便実施拠点（POPや垂れ幕でアピール）



## 【資料20】

# 買い物弱者支援ビジネスモデル構築事業 『市場メイト便』 実施検討委員会

開催日時 : 平成24年10月4日(木) 午前10時～正午  
開催場所 : 秋田市民市場 2階会議室  
出席者 : (株)小室経営コンサルタント 小室 秀幸  
秋田市商工部商工労働課より2名  
あきた市民市場メイトより5名

合計8名出席

### 【議題】

1. 注文(配達)件数及び売上について  
○注文件数・売上金額 ○注文方法 ○お客様からの要望、意見、感想
2. 地域パートナーについて  
○パートナー経由での配達件数 ○パートナーの数  
○パートナーからの要望、意見、感想
3. チラシ及び販売商品の動向について  
○配布回数、配布日 ○チラシ配布の効果 ○販売商品の動向  
○今後の改善策、課題
4. 個別訪問活動及びサービス対象地域について  
○個別訪問地域、訪問件数 ○個別訪問後の効果  
○訪問先の買い物状況や意見、要望

上記議題に沿って実績・数値データを参照しつつ、市場メイトスタッフから実際の現場の状況、お客様の声の報告や今後の展開方法、改善案についての話し合いを実施。

当日挙げられた、課題及びアドバイスとして、

- ・お惣菜やお弁当の取り扱い
- ・訪問活動の継続
- ・チラシのレイアウト及び掲載品を大幅変更などいろいろな角度での宣伝販促を実施・検証してみる。
- ・今事業以外にも、余力の範囲内で様々な買い物弱者支援事業を実施、検証してみる



## 【資料21-1】

# 秋田市委託事業買い物弱者支援 『市場メイト便』 第2回実施検討委員会【報告】

開催日時：平成25年1月29日（火）午後2時～午後4時

開催場所：秋田市民市場2階 臨時会議室

出席者：(株)小室経営コンサルタント 小室 秀幸

秋田市商工部商工労働課より2名

あきた市民市場メイトより4名

合計7名

### 【議 題】

#### 1. 注文（配達）件数及び売上について

注文件数・売上金額、注文方法、注文受付時間帯、地域パートナー 等

#### 2. チラシ及び販売商品の動向について

チラシ配布回数及び配布日、チラシ配布の効果、販売商品の動向 等

#### 3. 個別訪問活動（アンケート）及び対象地域の買い物状況について

個別訪問地域及び訪問件数、対象地域の買い物状況や意見・要望、買い物状況アンケート 等

#### 4. その他

10分間サービス、今後の改善点・課題点 等

上記議題に沿って、メイトスタッフによる現場の課題及び状況報告を交えながら12月末までの実績検討を行い、今後の展開等について別添記載の意見・アドバイス・要望を頂戴致しました。



## 【資料21-2】

### 【意見・アドバイス・要望】

- 委託事業終了後を考慮し、10分間サービスの実施による配達効率の低下を回避するため、上位顧客を対象とした仕組みへ移行してはどうか。  
また、リピーターが増加しているため、効果的な販売促進を行う必要がある。  
(小室様)
- 事業費を活用したテレビやラジオのコマーシャルによって、顧客獲得及び事業周知を図ることができれば、4月以降に繋げられるのではないかと。  
(小室様、商工労働課)
- 高齢者は肉よりも魚を好む傾向があるため、鮮魚の少量販売対応を充実させれば、高齢者の利用率が向上すると思われる。(小室様、商工労働課)
- アンケート結果に「電話するのも面倒」という意見があることから、御用聞きを行ってはどうか。潜在的な買い物弱者が多数いるものと思われるが、顧客の掘り起こしに時間を要するため、補助事業等を活用しながら長期的な事業運営が可能な体制を整備していく必要がある。(小室様)
- 中央地区には独り暮らしの高齢者が多いため、雪害等の対応方法や連絡先を整理しておく必要がある。(商工労働課、メイトスタッフ)
- 中央地区への配達時、大雪の影響により配達車両の駐車場所を確保することが困難。(メイトスタッフ)
- 訪問活動時に買い物『弱者』と言う単語に過敏に反応する方がいた。  
また、買い物弱者支援を生活費等の金銭的な支援と解釈した方から問い合わせが何件かあった。(メイトスタッフ)
- チラシに商品写真や100円均一コーナー、塩干物等の売れ筋商品を掲載すれば、秋田市民市場らしさが出て良いのではないかと。(小室様、商工労働課)



【資料 2 2】

配達の様子①



配達の様子②



配達の様子③



利用者との電話対応の様子



市場内での注文商品手配（仕入）の様子①



市場内での注文商品手配（仕入）の様子②



2名体制での商品及び金額確認の様子①



2名体制での商品及び金額確認の様子②

