

### 3 運行の状況

既存の買い物もん行こカー

- ① 32台(37店舗)が運行し、4,050人が登録
- ② 平均年齢は82.7歳(95%以上は女性が利用)
- ③ 平均世帯人数は1.74人(半数近くが独居)
- ④ 子育て層の利用はわずか(全体で10人程度)
- ⑤ コープの宅配も併用している人は53.2%
- ⑥ 平均客単価は5,132円(一般的なスーパーでは2~3千円)
- ⑦ 乗車率は78%程度(5回に1回は休む) \*緊急事態宣言時は乗車人数制限実施

### 4 必要不可欠な連携体制

#### (1) 地域との連携

- ① 買い物困難者の多くは情報弱者でもあるため、情報の伝達がネック
- ② 口コミ情報が一番強く、ついで自治会などの回覧
- ③ いかに支援の情報を伝えられるかが取り組みの成否のカギを握る

#### (2) 行政、市社協との連携

- ① 地域自治会、民生児童委員、ケアマネ等、地域で活動している諸団体との連携窓口、及び情報連携、会議の招集など、取り組み全体のファシリテーターとしての機能
- ① 行政機関との連携協定締結により、地域全体の取り組みとなった例も多数

#### (3) 事業者との連携

- ① 買い物支援は経営的に赤字運営を余儀なくされる事業(総務省の調査では半数以上が赤字運営)のため、地域の事業者の支援が必要
- ② 車輻へのラッピング広告などで間接的な地域支援に取り組んでいただく事例が増加
- ③ 地域の高齢者施設などの社福法人との連携も模索中

運行イメージ図

