



新しい公共の場づくりのためのモデル事業

ごようきき 三河屋プロジェクト協議会

事業名：共同受注・共同配送による買い物弱者支援事業

「ごようきき三河屋プロジェクト」

I 事業の背景と目的

(1) 核家族化・少子高齢化・過疎化の進展により中山間地域をはじめとする地方郡部は「限界集落」が増え続け大きな社会問題となっています。また同時に、都市部市街地においても、大手資本による大規模小売店舗、コンビニエンスストアの出店により、点在していた地域密着型小売店舗は淘汰され、流通機能の低下、交通網の弱体化に伴い「買い物困難地域」（全国 600 万人）が増大しています。

また、独居高齢者、高齢者世帯は爆発的に増え続けており、加齢による調理困難者を支援する、在宅高齢者配食サービスが担う役割の重要性は休息に高まってきています。また、郡部においては、採算面から小売店自体の撤退・配達エリアの縮小が広がり、買い物弱者が増加する大きな要因となっています。そのニーズとは裏腹に、原材料費、燃料費の高騰等による採算性の悪化によって、採算性の悪い郡部への注文取りと配達業務者は及び腰となり更なる撤退、縮小に向かっています。このように「食と買い物」のライフラインは危機に瀕しています。

(2) 高齢者や障害者、その介助者、また小さな幼児を抱える母親等への買い物支援をはじめとする諸サービスの提供を民間が行うことで、介護保険や行政サービスでは対応が不可能なこと、または、対応が不完全になることを補完できる可能性が広がることで、都市部はもとより郡部においても「暖かみ」ある、食と買物のライフラインの保全を中心に、安心安全な地域生活に貢献することを目的とします。

また、採算性の悪化に苦しみ撤退・廃業を余儀なくされる地元中小零細企業の協力と連携を目指し、販売および物流機能の集約化、効率化を図り地域経済の活性化に繋げ、地域社会へ貢献する。

(3) ※既存の「安否確認付き在宅高齢者配食サービス」のコールセンター《現在年中無休・8 時間対応》をベースに 12 時間受付へ強化し、各種サービスの受付業務および集荷・配達指示コントロール機能を付加しプラットフォーム化し、これをモデル地区（雑賀町 2, 600）24 時間体制への採算性を検証します。《24 時間受付体制と配達時間帯の採算性の検証》モデル地区以外にも可能なエリアから採算性と効率性から進めていきます。

- ・ 利用者の状況に合わせ、ウェブサイトでの受付、電話/FAX での受付、訪問での対面受付(将来の構想として、デージー形式音声パンフレット、電子パンフレットで、選んでもらい、電子マネーで決済等)を行うことで、合理的かつ柔軟性の高いサービスを行います。《商品

選択時、注文時、決済時、言葉がわかり難い、商品ではない頼みごとなどの検討事項あり》

- ・ 各種卸売小売業者、各種サービス業者との連携では、必要に応じて仲介手数料を徴収することで相互利益を確保し、事業の継続的発展を目指します。《配達の委託料の決定と担当エリアの割振りなど、距離・時間帯・重さなどの検討事項あり》
- ・ 介護サービス業者、行政サービスとの連携では、安否確認や見守りなどへの協力を中心に、情報共有を積極的に行うことで、緊急時における利用者に直結する安心・安全なサービスに繋がります。《行政との情報共有では個人情報の取扱いの検討事項あり》

(4) 実施計画・実施要領

①「ごようきき 三河屋 プロジェクト」協議会運営事務局(総会、会計、決算、事業報告書作成、協議会の開催、販売団体会議3ヶ月毎、配達団体会議3ヶ月毎、契約書作成、全体フロー作成、各協力団体の募集・説明・契約業務広告、)

②受付センター設置及び運営

受付人員体制の充実と教育、受付フロー・集配配達フロー作成、顧客データ収集、集計

③集荷・配達業務の委託

契約協力団体へ委託(集配、配達、戸別訪問、リサーチ調査・報告書作成)

④調査業務

顧客名簿(買い物履歴、安否確認、決済確認、健康確認、緊急時)連絡先等の作成と調査検討(訪問等による対面式基本調査の実施をしながら、必要項目の充実作業。行政との情報交流と活動協力を模索する)その他、本プロジェクトの事業の採算性と公共性を高め、モデルとしての利用価値を見出す為のダイジー形式音声パンフレット、電子パンフレット、電子マネー決済などの調査研究を専門家等と協議しながら進める。

※モデル地区(島根町・雑賀町)への自治会等への事前説明、協力要請等の後、利用者候補である、独居高齢者、高齢者世帯、日中独居高齢者世帯、障がい者世帯、子育て世帯に告知。《モデル地区サービス開始後に、周辺地域もサービスを開始する》

II 協議会の構成「マルチステークホルダー」

1. NPO 法人 まちづくりネットワーク島根 【理事長 山本 謙】

平成15年5月に設立し、「後世に伝えるまちづくりをみんなに手で！」を合言葉に、安心安全な食の自給のためと、荒廃農地削減のために、「まちネット市民農園」の運営や「高齢者向けパソコン教室」、非常用ボタン付火災報知器(緊急出動あり)「セーフティホーム24」、エコ活動のポイント化「山陰共通エコポイント」等の普及活動及び

利用促進活動をしています。会員数：35名

2. モルツウェル株式会社 【代表取締役 野津 積】

「ほっかほっか亭」FCとして平成8年に創業し、現在では「安否確認付き在宅高齢者配食サービス」松江市橋北地区指定業者となる。店舗：4店舗、工場：1ヶ所、本社：松江市、営業所：米子市・神奈川県大和市・大阪市、従業員数：180名（パート含む）

国が推進する在宅高齢者自立支援サービス事業として注目される安否確認付の配食サービスやグループホーム、サービス付き有料老人ホーム等介護施設への給食事業をメインに行っています。独自のクックチル再加熱システムを用い、大手企業が手を出しづらい市場で「味」「冷蔵（バリエーション）」にこだわった自社一貫生産する商品を365日、年中無休対応し、全国36都道府県、400施設と契約し全国の高齢者様から高い支持をいただいています。
 3. 株式会社 みしまや 【代表取締役 三島 隆史】

スーパーマーケットみしまやを事業主体として昭和24年12月設立、店舗数：15店舗（松江市内14店舗）従業員数：409名（パート含む）

日本一の高齢化地域であることをふまえ、ご来店が困難な方を対象に電話配達“ご自宅お届け便”を始めました。現在の対応エリアを新松江市内へそして、全市をカバーできる目標に向けて活動中です。また、皆様の善意を世界の恵まれない方々に役立てようと、家庭で眠っている物を生かす“ふれ愛ショップ”を開催しています。
 4. NPO 法人 プロジェクトゆうあい 【理事長 三輪 利春】

平成16年7月に設立し、障がい者・高齢者の皆様など何らかのハンディキャップを持つ、すべての人に対して情報化社会に参加できる情報化環境の推進や、自立して自由に、かつ豊に暮らせる生活環境の実現、さらに環境保全に寄与することを目的とし活動しています。視覚障害者向け音声データデジタイズ形式の松江市広報誌作成技術あり。会員数：37名
 5. 株式会社 メディアスコープ 【代表取締役 中尾 禎仁】

平成19年10月設立し、平成20年から平成23年3月まで実施した「島根ユビキタスプロジェクト」におけるデジタルサイネージ、ICカード（ライフログ）、電子マネー等の実証実験の経験を活かし、「あいポケット」ICカードの普及情報発信の構築を目指し、格差社会・少子高齢化等で変化する地域社会に貢献いたします。
 6. 松江市市民部 市民生活相談課 市民活動推進係、伺います係
- 町内会・自治会連合会(28地区)事務局であり、月1回の会議を開催し地域の問題点を集約。また、伺います係では市民からの困りごとをワンストップで受付、要望の集約や解決すすめます。役所の管轄と民間の問題の間にいます。他部署への連携窓口として協働します。

Ⅲ 協議会の役割

特定非営利活動法人 まちづくりネットワーク島根

：【会議体事務局、本事業の会計、事務局としての対外交渉、協力会社募集契約】

特定非営利活動法人 プロジェクトゆうあい

：【視覚障害者向け音声カタログをはじめ、障害者等からのサービス受付方法や、サービスの内容の意見調査、利用者への広報と説明】

松江市市民生活相談課

：【地域、市民、行政からの要望の取りまとめと、行政・法律解釈等の協働の窓口】

モルツウェル株式会社

：【コールセンター運営、集配場所、配達、広報等】

株式会社 みしまや

：【集配場所、配達、広報等】

株式会社 メディアスコープ

：【電子決済調査、電子カタログ調査、ホームページカタログ調査、IT 関連による効率化提案】

Ⅳ 事業の流れ



V 運営の準備

■定例会

7月から毎月第3木曜日定例会を開き、流れの確認作業の実行。



役割分担、予定の再確認をするとともに、必要事項の抽出、未決事項の協議等を行う。

■雑賀公民館への事業説明会

○雑賀公民館エリアの掌握

【町丁目の区割：11区域】

栄町、新町、松尾町、雑賀町、堅町、本郷町、西津田七丁目（2番の一部、3番から10番まで及び13番から18番までの区域）、西津田八丁目、上乃木一丁目（1番、2番、3番の一部、7番の一部、8番の一部、9番の一部、10番の一部、11番から14番まで、26番の一部、27番及び28番の区域）、上乃木二丁目（1番の一部の区域）、上乃木五丁目（1番の一部、3番の一部、4番及び5番の一部の区域）



事業説明会の様子

■地域商店の聞き取り調査【まちネット&モルツウエル】

地域内の商店で、出前・配達ができるかどうか聞き取り調査を行う。



【調査結果】

- ・調査対象区域：雑賀地区公民館エリア
 - ・調査件数：74店舗
 - ・出前、配達ができる商店：16店舗
 - ・介護系タクシー：8社（了解済3社はチラシ掲載許可他検討中）
- 地域内商店に訪問調査（出前が出来る、出来ない、配達が出来ると、出来ない等）を行った結果、各商店とも高齢化が進み、店頭での商売が精いっぱい、気分でやっている等、商店自体が弱体化しているようでした。しかし、必ずしもお客さんからの要求に満足がいかないまでも、努力、協力が得られました。

■チラシの作成【まちネット】

出前、配達のできる商店の内容をチラシに入れ、地域2,600世帯へ配布する。
商品カタログの作成も最終校正中



品名	単位	価格	品名	単位	価格
201 文房具	200g	298	201 文房具	100g	149
202 文房具	100g	149	202 文房具	50g	74.5
203 文房具	50g	74.5	203 文房具	25g	37.25
204 文房具	25g	37.25	204 文房具	12.5g	18.625
205 文房具	12.5g	18.625	205 文房具	6.25g	9.3125
206 文房具	6.25g	9.3125	206 文房具	3.125g	4.65625
207 文房具	3.125g	4.65625	207 文房具	1.5625g	2.328125
208 文房具	1.5625g	2.328125	208 文房具	0.78125g	1.1640625
209 文房具	0.78125g	1.1640625	209 文房具	0.390625g	0.58203125
210 文房具	0.390625g	0.58203125	210 文房具	0.1953125g	0.291015625
211 文房具	0.1953125g	0.291015625	211 文房具	0.09765625g	0.1455078125
212 文房具	0.09765625g	0.1455078125	212 文房具	0.048828125g	0.07275390625
213 文房具	0.048828125g	0.07275390625	213 文房具	0.0244140625g	0.036376953125
214 文房具	0.0244140625g	0.036376953125	214 文房具	0.01220703125g	0.0181884765625
215 文房具	0.01220703125g	0.0181884765625	215 文房具	0.006103515625g	0.00909423828125
216 文房具	0.006103515625g	0.00909423828125	216 文房具	0.0030517578125g	0.004547119140625
217 文房具	0.0030517578125g	0.004547119140625	217 文房具	0.00152587890625g	0.0022735595703125
218 文房具	0.00152587890625g	0.0022735595703125	218 文房具	0.000762939453125g	0.00113677978515625
219 文房具	0.000762939453125g	0.00113677978515625	219 文房具	0.0003814697265625g	0.000568389892578125
220 文房具	0.0003814697265625g	0.000568389892578125	220 文房具	0.00019073486328125g	0.0002841949462890625



VI 取り組み

■身体障害者向けの情報発信

視覚障害者に対し、音声「デイジー」による商品の情報を発信するため、文字情報を変換し、配信する。(実証実験)

■社員研修会

各協議会メンバー毎に、事業の趣旨再認識、質の向上を図る研修会の開催

■雑賀地区 2,600 世帯にチラシの配布

まちネットとモルツウェルが分担し、配布する。

VII 協議体構成員からの報告

NPO 法人 まちづくりネットワーク島根

<委託内容>

・協議会会議の運営

毎月第 2 木曜日を定例会として、全員の参加を頂、事業の進行、運営上の説明開示の方法の協議し、円滑に進めることが出来た。また、協議会各社に対し、業務発注し、その項目の報告を依頼、報告された内容を取りまとめを行う。

・会計・事務の運営

事業の前期分について、各担当会社の担当する内容について、見積額を支払いを終えた。

・雑賀地区買いものたすけ愛チラシ、企画・制作

チラシについては、地域内の協力店舗の集計が、先方の都合等により、かなりの時間がかかりました。また、協力店舗(栴みしまや)からの商品カタログについては、役、1,500 アイテムの中から 200 アイテムの選定と、価格の設定に時間がかかり(3月初旬)、3月中旬には印刷に入ることになりました。

・雑賀地区商店説明交渉活動及び個別訪問活動

前述の運営の準備で表記したように公民館への説明会等も順調に進めることが出来ました。公民館からの提案助言で、地域で現在営業なされている商店の圧力にならないための配慮を要求され、地域内商店へ事業説明とチラシに掲載(宣伝)し、商店の弱体化を避けることとした。

・定例会参加及び上記内容の 23 年度報告書作成

本文の作成及び 3 月 23 日の中間報告会への発表資料の作成のため、各協議会全員へ分担された事業内容ごとの報告書を要請し、ここにとりまとめを行いました。

・協議会総合報告書作成

総合報告書は、前期(平成 23 年 7 月から平成 24 年 3 月 31 日)と後期(平成 24 年 4 月 1 日から平成 25 年 3 月 31 日)となっているため、25 年度末に調整製作いたします。

株式会社 みしまや

<委託内容>

- ・ 配達契約規定作成と委託業者開拓
- ・ 定例会参加及び上記内容の 23 年度報告書作成
- ・ みしまやが発行している一般向けカタログを、いかにして生活弱者（視覚障害者）へ情報発信するか、2 社共同（プロジェクトゆうあい）で検証作業を行なう。

NPO 法人 プロジェクトゆうあい

<委託内容>

- ・ 生活弱者の買い物を中心としたニーズ調査
- ・ 買物注文方法の調査研究業務
- ・ 定例会参加及び上記内容の 23 年度報告書作成

スーパーの特売情報提供による見えない方、見えにくい方への買い物支援

～みしまやのチラシデータをもとにした配信実験～

1. 実証実験の目的、概要

●実施主体

ごようきき三河屋プロジェクト協議会／

特定非営利活動法人プロジェクトゆうあい／株式会社みしまや

●協力

ライトハウスライブラリー

●実施期間

平成 23 年 1 2 月～24 年 2 月

●背景

- ・ 見えにくい方、見えない方が、スーパーで買い物をする方法は二つある。買い物をするために、移動支援事業を利用し、視覚障がい者を誘導できるガイドヘルパーとともに買い物に行く方法である。また知人や家族とともに外出する方法もある。どちらにしても、事前に情報を入手し、買うものを決めてお店に行き、介助者に何をかうか伝える必要がある。
- ・ しかし、見えない状態でも見えにくい状態でも、スーパーの特売情報が掲載された広告を読むことは困難である。最近では、インターネットでの情報提供をされているが、アクセスしにくい pdf ファイルで特売情報が掲載されていたり、そもそもホームページを読むことが困難な方が多い状況であったりする。スーパーは日常的に必要な食料品や日用品を扱うところであり、商品の値段がしばしば変動するため、視覚障がい者（見えにくい方、見えない方）から特売情報をわかりやすい形で提供してほしいという声がたくさん出ていた。

●目的

- ・ 以上を背景として、視覚障がい者に対して、株式会社みしまやのスーパーのチラシをテキスト

トにしたうえで、電子メール及びデイジー規格により、視覚障がい者に向けて配信する、というサービスを構想した。

- ・視覚障がい者にはパソコン、そしてインターネットを使いこなす方が年々増加しており、現在では視覚障がい者のうち2割程度にまでなったと言われている。ネットを通じた電子メール、またはデイジーによるチラシ情報の配信は、今後の視覚障がい者の生活の幅を広げる上で、非常に有効であろう。
- ・これらの方法によって、視覚障がい者にもわかりやすい情報を提供することは、スーパーにもメリットがある。今まで、特売情報を読んでいなかった方も、特売商品を買いたい目的でスーパーに来るようになり、売上アップにつながるだろう。
- ・本事業は、島根県内の視覚障がい者を対象に、チラシ情報の配信実験を行い、情報提供によって視覚障がい者にどのように利便性が向上するのかを把握するものであり、継続的な配信に向けてのサービスのひな型をつくりあげることが目的とする。
- ・なお、デイジー規格とは、視覚障がい者及び識字障がい者など、文章を読むことが困難な方に対して、音声読み上げ、段落付けなどの方法によって情報を入手しやすくするための技術であり、CD、SDカード、インターネットからの配信などデジタル媒体によって提供されるものである。松江市内の視覚障がい者は障がい者手帳保有者が500人程度、そして数十人がデイジー再生専用機を活用していると想定される。



デイジー再生専用機（左は携帯タイプ、右はCD読み込みタイプ）

●実証実験の概要

松江市内の視覚障がい者を中心として特売情報を実験的に配信した。2011年12月に第1回の実証実験を行い、この結果を踏まえて別の配信方法によって2012年2月に第2回の実証実験を行った。実証実験には、松江市民に親しまれており、松江市内に一番多くの店舗を出店しているスーパー株式会社みしまやにチラシのデータを提供していただいた。

利用者となった視覚障がい者は、プロジェクトゆうあいとつながりのある方、ライトハウスライブラリーを通じての呼びかけ、松江市を通じた点字広報等によって希望者を募集した。

2. 2011年12月の実証実験

●実施方法

- ・株式会社みしまやよりチラシ、ブログの原稿を提供いただき、プロジェクトゆうあいでも聞きやすいように加工した。配信終了後に、アンケートを実施した。

●実施期間

- ・2011年12月初旬から、2011年12月下旬

●実施回数

- ・4回配信（1週間に1回、毎週金曜に配信） プロジェクトゆうあいからの配信とした

●配信した情報媒体

- 1) チラシの商品情報をすべてテキストから、デジターに変換して配信（1回目はブログ情報のみ）
- 2) ブログ情報を、メール本文にて配信、さらにメール内に商品情報すべてを掲載した情報をウェブのURLにより示した（ほとんど利用されなかったようである）
- 3) メールに、デジター情報のURLをはりつけた（ほとんど利用されなかったようである）

●メールマガジンに掲載した情報

- ・みしまやお買い得情報ブログより、日刊で配信されている特売情報の内容のうち、土曜日と日曜日の内容。
- ・みしまやお買い得情報ブログ→<http://ameblo.jp/mishimaya-honbu/>

■ブログの中身の例

○月×日（日）「今日のお買い得情報」みなさんこんにちは。

みしまやからホットなお買い得情報をお伝えします。

★みしまや大均一祭開催 88円均一・98円均一など盛り沢山
<日替わり超目玉>

- ・アメリカ産 オレンジ 1個 78円
- ・熊本県産他 ぶりブロック（養殖） 100g 199円
お1人様1パック・各店で先着20パック限り
- ・やまみ もっちりやわらか絹厚揚げ 2枚 78円
全店で先着1000パック限り
- ・くらしのベスト ステンレスたわし 30g 49円 お1人様1個限り
- ・島根県産ほか 小松菜 1袋 98円 お1人様2袋まで全店で先着1000袋限り
- ・広島県産 太もやし 1袋 29円 お1人様2袋まで・全店で先着1000袋限り
- ・青森県産 王林 1個 98円
- ・島根県産他 真あじ 100g 98円
- ・国産 豚もも肉切り落とし 100g 88円 全店で先着300kg限り
- ・ブラジル産 若鶏もも肉解凍 100g 48円 全店で先着300kg限り

- ・オーストラリア産 牛肩肉切り落とし 100g 98円 全店で先着100kg限り
- ・リョーユー もっちり湯込み食パン 5枚・6枚 98円
- ・ショッパーズプライス ホットケーキミックス 200g×4 188円
- ・花王 アタック25周年イノセントローズの香り 1.0kg 298円

●合成音声によるマルチメディアデージーに掲載した情報

- ・第1回目はみしまやお買い得情報ブログの内容のうち、土曜日と日曜日の内容。第2回目から第4回目までは、みしまやチラシのすべての内容。

■みしまのチラシ（この情報をすべてテキスト化したのち、デージー変換）



●メールマガジンの制作過程

- ・商品名が先に読まれるように、順番を変更した。画面読み上げソフトで聞きとりやすいように、スペースを入れるなどの細かな加工をした。

●合成音声によるマルチメディアデージーの制作過程

- ・原稿をテキストデータに直し、マルチメディアデージーにしたときに商品の分類ごと、商品ごとに移動ができて、移動したときに商品名が読まれるように順番を変更して、一覧表の形にした。
- ・その後、マイクロソフトワードに貼り付け、野菜果物と言った商品の分類ごと、商品ごとに移動できるように見出しを設定した。
- ・次にマイクロソフトのアドインソフトである「デジートランスレータ」を用い、ワード文書を合成音声によるマルチメディアデージーに変換した。
- ・変換後は、合成音声を聞き、漢字などを正しく読むかをチェックし、正しく読まないものは

読み辞書に登録した。

- ・合成音声エンジンは、日立ソリューション社の「ボイスソムリエ」を活用することで、合成音声でありながら、人間の声に肉薄した極めて聞きやすい声を実現した。

●実証実験の参加者

合成音声によるマルチメディアデイジー	4名
メールマガジン	9名
両方を活用	1名
合計	14名

●実際の個別サービスの利用の状況

- ・メールからリンクで詳細の商品情報を見た方はほとんどいなかった
- ・メールでデイジー情報のリンクをたどって見た方はほとんどいなかった
- ・デイジーの利用者は、パソコン利用者1人、ポータブルデイジープレイヤー2人、よむべえ（アメディア社の読み上げ装置）1人
- ・メールはすべてパソコンから（携帯の人はなし）

●実証実験結果の概要

1) 読んだ回数

4回：10人 3回：1人 2回：1人 1回：1人

2) 情報の量、聞きやすさ、内容

- ・少ない、または紹介される製品が偏っているので、他の製品が紹介されるとよいという意見が多かった。また、適切という意見もあった。

3) 今後もみしまやの特売情報を希望しますか？

はい：10 いいえ：3

<はいの人の意見>

- ・新聞のチラシが読めないため助かった。
- ・読んでいて楽しい
- ・他の店と比べられる。
- ・家族に何が安いよと言える。
- ・近くにみしまやの店舗があるから。
- ・点字も普通の広告も読めない主婦にとって大切だと思う。

<いいえの人の意見>

- ・みしまやに行く機会がない。

4) 期間中にみしまやに行きましたか？

はい：10 いいえ：3

5) 自由意見

- ・ 特売情報があることで、これがあるから行こうという気持ちになった。
- ・ 食品の相場がわかった。
- ・ 1週間全部の情報がほしい。
- ・ 製品名だけでは何に使うものかわかりにくい。
- ・ 料理のレシピを教えてほしい。
- ・ 商品が何割引きなのか教えてほしい。
- ・ 土曜日と日曜日のものを、2通に分けて送信してほしい。
- ・ レジで買った商品を袋に入れてほしい。

● 考察と今後の目論見

- ・ サービスについては、全般的に一定の評価を得ることができ、利用を継続したいという声も多いことが分かった。読んでいて楽しい、食品の相場が分かって良かった、という声や、家族に知らせることができる、これを聞いてみしまやに行こうという気になった、などの声を聞くことができた。
- ・ 本実証実験では合計で14名の利用者であったが、呼びかけが限定的であったこと、実証実験の期間が短かったことを考えると、呼びかけの方法、サービスの継続などによって、利用者は数倍に増加する可能性が見えてきた。
- ・ メールでの配信は、ブログのみの限定した内容、チラシすべての情報量の充実した内容の2種類としたが、メールで見る（聞く）ことを考えると、情報量が多いよりも絞り込まれた内容の方が喜ばれることがわかった。
- ・ デイジーに関しては、膨大なチラシの内容の中から、カテゴリ別に知りたいという商品を見る（聞く）ことができる仕組みを構築できたことは非常に大きな成果であり、体験された方の評価も高かったが、作業の労力に比して、利用者数が少なかったのが残念である。また、デイジートランスレータを活用する中で、デイジー再生機によっては、聞き取りができない機種があることも分かるなど、デイジーに関してはいくつかの課題が浮かび上がった。
- ・ 本実証実験を行ったのちに、プロジェクトゆうあいと、みしまやで検討を行い、継続的なサービスを行うために、当面はメールのみの配信とすることが妥当ではないか、という結論になり、2月に再度、メールのみの配信実験を行うこととした。
- ・ デイジーについては、今後、ソフトの改良や、希望者の増加によって、検討していくことになった。
- ・ 平成24年4月よりプロジェクトゆうあいでは、視覚障がい者向けの情報サイト「サピエ」の地域生活支援情報→<https://www.sapie.or.jp/>に情報をアップデートすることができるようになる。パソコンを使っていない方もアクセスできる仕組みがあることから、株式会社みしまやのチラシを、サピエの地域生活支援情報というサイトに公開することも検討する必要があるだろう。
- ・ また、今回のみしまやだけではなく、松江市内の他のスーパーにも情報提供をお願いします

ることで、スーパー情報をさらに充実させていくという方向での発展も考えられる。

- ・さらに、情報を得たのちに買い物をする、というところまでの支援も検討していく必要があるだろう。商品情報を得たのちに、電話、メール等の連絡によって宅配するなどの仕組みづくりも将来的な課題である。

3. 2012年2月の実証実験

●実施方法

- ・2011年12月の実証実験を踏まえて、電子メールのみの配信とし、12月に参加いただいた方の中から5名にお願いすることにした。
- ・メール配信に関する変更点は、チラシすべての情報を提供はせず、ブログ情報（チラシの中でも特に目立たせたい内容）のみとして情報量を絞り込んで配信することにしたこと。その一方で、12月は週に1回の配信であったことに対して、週に4回の配信として、配信頻度の密度を高めた。
- ・株式会社みしまやから火曜日、水曜日、土曜日、日曜日のブログの原稿を提供していただき、希望者にメールマガジン形式で配信した。

●実施期間及び配信頻度

- ・2月初旬から2月末
- ・1週間に4回、合計16回配信。

●メルマガ制作過程

- ・ブログの原稿の読み上げの確認を行い、スクリーンリーダー（パソコンの画面読み上げソフト）で聞きとりやすいように、適当なところでスペースを入れるなど加工をした。

■メールマガジンの例

みなさんこんにちは
プロジェクトゆうあいのえみです。
2月18日 土曜日 みしまや、ホットなお買い得情報をお届けします。
最初に日替わりお買い得情報です。
青森県産ほか 長いも 1本 298円
タイ産 パナメイ海老（養殖 解凍） 1g 1円
太平洋産 かつおたたき（解凍） 1g 1円
オーストラリア産 牛肩肉 すき焼き用 100g 128円
島根県産 豚肩ロース肉 テキカツ用 100g 178円
明治乳業 ブルガリアヨーグルト LB81 プレーン 450g 138円
明治乳業 ブルガリアヨーグルト LB81 そのままで 450g 138円
C G Cはごろも 素材そのままシーチキンマイルド 80g×3 238円
C G Cはごろも シーチキンマイルド 80g×3 238円
C G Cはごろも シーチキンLフレーク 80g×3 238円
ユニバーサルペーパー ハローティシュー 150組み5パック 198円
お1人様1個限り
次にセービングブックのお買い得情報です。
セービングブック 1冊で、1000円以下の商品でお好みの品いずれか1品をレジにて

30%引

一部、割引除外品がございます。詳しくは店頭でお尋ねください。

セービング 1冊で ヤマザキ セ・芳醇食パン 5枚切 78円

セービング 1冊で ヤマザキ セ・芳醇食パン 6枚切 78円

セービング 1冊で C G C マヨネーズ 400g 68円 お1人様1本限り

株式会社みしまや

ホームページ <http://www.mishimaya.com/>

電話 0852-24-7100

このメールマガジンは、株式会社みしまやの委託を受けて、
特定非営利活動法人プロジェクトゆうあいが発行しています。

特定非営利活動法人プロジェクトゆうあい

電話 0852-32-8645

メール ojima@pjui.com

●考察

- ・サービスについては、全般的に一定の評価を得ることができ、利用を継続したいという声も多いことが分かった。
- ・1カ月に16回の配信ということで、配信数は多くなったものの、ブログ内容に限定することで、製作、配信するための作業量（コスト）を大きく絞り込むことができ、継続して実施していくための目途をつけることができた。

●今後の目論見

- ・今後の目論見を以下に示す
- ・基本的には2月に実施した第2回の実証実験の方法を継続することを基本に、4月以降に再度、利用者をより多く獲得するための広報を徹底していく必要がある。
- ・メール配信の際には、パソコンユーザーだけでなく、携帯電話による配信も含めて広報を行う。
- ・利用者が増えた際には「より詳しい情報が知りたい」というニーズが生まれてくると想定され、その場合には再度、デイジー規格による配信を検討する必要がある。デイジー配信をする前提として、デイジーデータを再生できない専用機器に対して、データそのものを解決するための技術的な方法を探る必要がある。
- ・また、情報を得たのちに、買い物をする、というところまでの支援も検討していく必要があるだろう。商品情報を得たのちに、電話、メール等の連絡によって宅配するなどの仕組みづくりも将来的な課題である。

参考資料

- 12月の配信内容（メールマガジン及びデイジー）の例

※デイジーについては、URLのリンク情報は削除している

読者のみなさん こんにちは

この情報配信は、島根県のモデル事業として採択された、
ごようききみかわやプロジェクトの一環として実施しており、
NPO法人プロジェクトゆうあいが製作しています。

特売情報のテスト配信は、今週で最後になります。

12月26日頃に、プロジェクトゆうあいの尾島からみしまやの特売情報配信につ
きまして、アンケートをさせていただきます。

メールでアンケート用紙を送りますので、返信メールに回答を書きいただくと喜
びます。

年末のお忙しいときとは思いますが、ご協力をよろしくお願いいたします。

今回はみしまやの12月24日、25日の割引情報の一部をお届けします。

すべての広告の情報は、下記 URL からダウンロードできるテキストデータをご確認下
さい。

テキスト版のチラシ URL

<http://www.project-ui.com/mishimaya/Daisy-mishimaya1224-25.txt>

また、作成された広告情報はデিজィーデータとしてもご提供しております。

下記 URL からダウンロードする事が可能です。

デিজィーデータ URL

<http://www.project-ui.com/mishimaya/Daisy-mishimaya1224-25.zip>

無料のフリーソフト AMIS (アミ) をご利用になることでデিজィーをお持ちのパ
ソコンで聞く事ができます。

AMIS (アミ) は以下 URL からダウンロードいただき、インストールする事で PC で
デিজィーを聞くことができるソフトウェアです。

AMIS (アミ) の URL

http://www.dinf.ne.jp/doc/daisy/software/amis_install.html

合わせてご活用頂きますと幸いです。

12月24日(土)「今日のお買い得情報」

「スーパー土曜朝市 夕市」開催。

セービングブック 1冊で、下記の特典があります。

1 1000円以下の商品で、お好みの品いずれか1品をレジにて30%引
一部割引除外品がございます。詳しくは店頭でお尋ね下さい。

下記に記載の日替わり商品は、対象外となります。ご容赦下さいませ。

2 グルメ家族あらびきウィンナー 伊藤ハム 225g 168円

3 マヨネーズ QP 500g 138円

お1人様1本 全店で先着2000本限り

たけのこ水煮 CGC 1袋 178円

青島みかん 熊本県産佐賀県産 約800g 398円
 あき姫 島根県産 1パック 458円
 スイーツィー イスラエル産 1個 98円
 お刺身盛り合わせ 4点 500円
 お刺身盛り合わせ 8点 980円
 熟成食パン CGC 4枚切り 138円
 熟成食パン CGC 5枚切り 138円
 熟成食パン CGC 6枚切り 138円
 ブルガリアヨーグルト LB81 プレーン 明治乳業 450g 138円
 ブルガリアヨーグルト LB81 そのままで 明治乳業 450g 138円
 ハローティシュー ユニバーサルペーパー 150組み5パック 198円
 お1人様1個限り
 アイボンベ アイ・システムネットワーク 3個パック 278円
 トップNANOX 詰替え ライオン 400g 278円
 ホワイトソープの香り 詰替え ライオン 400g 278円
 アクロンフローラルブーケ 詰替え ライオン 400ml 178円
 ファミリークリスマス パーティメニューにどうぞ
 牛サーロインステーキ オーストラリア産 140g×3枚 980円
 全店で先着50kg限り
 牛ロース肉ステーキ 国産 100g 398円 全店で先着30kg限り
 牛サイコロステーキ (解凍) 豪州産牛肉使用 100g 98円
 あいびきミンチ (牛80%豚20%) オーストラリア産牛肉使用 100g 98円

12月25日(日)「今日のお買い得情報」

「みしまや食卓の日」です。

全店でみしまやの提案メニューと共に、食のバランスについてご案内致します。

お買い物はぜひみしまやへ。

セービングブック1冊で、下記の特典があります。

- 1 朝一番たまご みしまや L玉 10個入 88円

お1家族様 1パック限り

- 2 適量適価 鮭フレーク 50g 10円

- 3 23年産新米こしひかり 島根産 5kg 1490円

お1人様各1袋限り

- 4 23年産新米こしひかり 島根産 10kg 2970円

お1人様各1袋限り

冷凍食品全品平日価格の半額 お1人様5個限り 105円均一は除く

紅ほっぺ 島根県産 1パック 458円

王林 青森県産 5個 398円
匠王バナナ フィリピン産 約700g 158円
お刺身盛り合わせ 4点 500円
お刺身盛り合わせ 8点 980円
豚もも肉切り落とし 国産 100g 98円
豚バラ肉スライス 国産 100g 168円
豚肩ロース肉切り落とし 国産 100g 168円
豚ロース肉スライス 国産 100g 178円
牛肩肉すき焼き用 国産 100g 258円
あじわい鶏むね肉 島根県産 100g 68円
もちふわ食パン 神戸屋 5枚切り 148円
もちふわ食パン 神戸屋 6枚切り 148円
鯉と昆布のよせ鍋つゆ ヤマキ 700g 158円
韓福善のキムチ鍋つゆ ヤマキ 700g 158円
地鶏だし塩ちゃんこ鍋つゆ ヤマキ 700g 158円
すし太郎黒酢入り 永谷園 200.6g 168円
寿し酢 オタフク 500ml 238円
岩谷カセットガス イワタニ 3パック 498円
超吸収キッチンタオル 大王製紙 4ロール 128円
食品用ラップレギュラー ぐらしのベスト 30cm×50m 108円
食品用ラップミニ ぐらしのベスト 22cm×50m 98円
抗菌アルミホイル ぐらしのベスト 8m 68円
今週も最後まで読んでいただき、誠にありがとうございました。

● 12月実証実験のアンケート項目

メールの方は、下記のいずれで聞かれましたか？

メールの本文のみ

テキスト版チラシ (webへのリンク)

デジ版 (データをダウンロードして)

1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

はい いいえ

4) 3の回答の理由をお聞かせください。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

はい いいえ

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

● 1 2 月実証実験のアンケートの回答（個別回答）

<回答 1 > 媒体 デイジー

1) 4 回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。

2 回

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

情報量：ちょうど良い。内容は思っていた内容とほぼ同じだった。

聴きやすさ：大丈夫だった。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

いいえ

4) 3 の回答の理由をお聞かせください。

近くに店舗があるから。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

はい

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

特売情報がわかると、これがあるから行こうという気持ちになって、行きやすくなった。

<回答 2 > 媒体：メールの本文のみ

1) 4 回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。

4 回全て聞きました。

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

スクリーンリーダーで聞くには データー量がちょうどよかったです。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

いいえ

4) 3 の回答の理由をお聞かせください。

歩いていける距離でありませぬので 時々しかいくことができません。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

はい

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

食品に関する相場が確認できました。ありがとうございました。

<回答 3 > 媒体：メールの本文のみ

1) 4 回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。

全て読みました。

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

・情報の量は、もう少し多くてもいいと思います。

- ・言葉の前の番号はつけなくて良いのではないのでしょうか？
- ・私は聞き取りにくい所を改善してもらいましたが、やはりアルファベットの前やカタカナ字の前はスペースでひとまず開けてくださればなお、聞き取りやすいです。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

はい

4) 3の回答の理由をお聞かせください。

情報として知りたい。家族が買い物に出る時に、教えてあげたい。読んでいて楽しい。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

いいえ（家族が行っていると思います）

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

- ・生ものが多いなあと感じました。特売というのもあるのですが、何か イベントがある時に、お菓子などが必要となります。
- ・お菓子の情報や、パーティーなどの時期に、必要な物（濡れタオル、紙コップ、紙皿などの情報も欲しいです。日常製品の情報も欲しいですね。あと、かさばる物を買った時、配達をしてくれるかどうかもお知らせいただきたいなと思います。

<回答4> 情報媒体：メールの本文／デジ版（データをダウンロード／CD）

1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。

メールマガジン 2回 メールマガジンは後半に登録。

デジ版 4回

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

- ・商品説明に思いやりが必要。
- ・たとえば商品名で果物で「べにほっぺや」あき姫 島根県産 1パック 458円などは「いちごです。いちご あきひめ」というように、最初に「いちご」とあれば果物の種類が解りやすい。単に「あきひめ」とあっても、どんなものかが解らない。
- ・チラシのままに書くのではなく、チラシを見られた制作者のかたの主観も必要では? 王林 青森県産 5個 398円。上記も頭に林檎 王林とあっても良いと思う。
- ・一番弱者のかたの事を思いながら制作の必要性。
- ・また、日常製品の詰め替えパックなども どんな商品に使う詰め替えなどか 説明があると解りやすい。
- ・アイボンベ アイ・システムネットワーク 3個パック 278円
- ・上記は ガスコンロの ボンベの詰め替えセットだと思うけど。
- ・ガスボンベ詰め替えセットとか あれば 商品が解りやすい。
- ・トップNANOX 詰替え ライオン 400g 278円
- ・ホワイトソープの香り 詰替え ライオン 400g 278円
- ・アクロンフローラルブーケ 詰替え ライオン 400ml 178円 など。
- ・トイレなどの香臭材 詰め替えとか 多少の説明があると商品とその詰め替えの物とが解り

やすい。

- ・視覚障がい者は写真や絵を見ることができないので、チラシの商品など、想像できるように多少の文章で説明が必要。
- ・メールマガジンやデイジー図書を作られるかたは、チラシを見て読者のかたに伝えたい事も1行書かれたほうが読む側としては解りやすく思う。
- ・聞きやすさはメールマガジン、デイジー図書とも聞きやすかったがメールマガジンでは自分で必要な所を見る為には、たとえば野菜ならば検索の為に#印を頭につけて検索がしやすいようにすることも方法。
- ・デイジーでは商品一つ一つ飛ばしてゆくことも可能ですばらしい。
- ・「みしまや食卓の日」です。全店でみしまやの提案メニューと共に、食のバランスについてご案内致します。とあるが、その内容も知りたい。
- ・また、ヒットさせる為にはあなたの近くのお店の店長さん紹介などのコラムがあっても良い。お店紹介とか。
- ・お刺身盛り合わせ 4点 500円 など、メールマガジンもデイジーのほうも 4500円と聞こえる。メールマガジンは漢字を確認できるが デイジーのほうは確認できないので。4点を4品、とかに書き換えたらどうか。4品、500円とか。「、」を入れると少し間がとれてスムーズになる。メールマガジンよりもデイジーの方が内容が多くてチラシらしさがある。
- ・メールマガジンよりもデイジーの内容が商品が豊富で良かった。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

○はい いいえ

4) 3の回答の理由をお聞かせください。

- ・このままでは魅力がないが、価値があるものになってほしい。コラムや料理の作り方、お店紹介などのコラムができるのを期待して、また移動弱者のかた、高齢者障がい者の方のお宅に商品配達ネットワークなど今後のみしまやさんの発展を願って購読に○印。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

はい

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

- ・このままでは魅力がないが、メールマガジンの料は記載の商品料が少なく感じました。
- ・デイジー図書の方は 割と料がありましたが 限られたものだけでなく もっとさまざまな商品を 紹介してほしい。
- ・視覚障がい者移動弱者情報弱者の理解をいただき先駆的活動としてすばらしいと思う。
- ・チラシの内容だけでなくマガジンやデイジー図書をつくれる方の思いやりを取り入れることにより わかりにくいものが視覚障がい者にわかりやすくなる。また、価値があるものにするには料理の作り方 お店紹介などのコラムができるのを期待しています。
- ・また、移動弱者のかた高齢者障がい者の方のお宅に商品配達ネットワークなど取り入れることにより 地域に生きるお店として住民との密着性を生かすことにより今後の発展につながると思い期待しています。

- ・ 特売情報以外の良く売れている商品とか、この商品は店長が進めるおすすめ商品とか、ボリュームをいれたメールマガジンやダイジー図書などで、もっと多くの商品を紹介してほしい。

<回答5> 媒体：メールのみ

1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。

- ・ 全て読みました。

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

- ・ 金曜日配信はとてもよかったです。
- ・ 内容としてはいいと思います。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

- ・ 読みたいと思います。
- ・ また、そういった情報配信は点字も読めない広告も読めない、視覚障がい者の主婦の方にとっても大切だと思います。
- ・ 今の時代、点字学習よりパソコン学習に生活訓練の中で趣をおかれておりますからね。

4) 3の回答の理由をお聞かせください。

- ・ さきほど上に書いたような理由です。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

- ・ 行きましたよ。
- ・ 冷凍食品や、カセットガスボンベを購入しました。

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

- ・ 土曜日と日曜日の特売情報を2通に分けて配信していただきたい。
- ・ 私はいいのですが、音声でパソコンをやっている人にはちょっと分かりにくい部分が在るのではないかと感じました。

<回答6> 媒体：メールの本文のみ

1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。
はい。聞かせてもらいました。4回とも聞きました。

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

- ・ きょうにあるものと、ないものが、ありました。
- ・ 聞きやすく わかりやすかったです。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

はい。聞きたいね。毎週でなくてもいいんだけどね。

4) 3の回答の理由をお聞かせください。

- ・ 買い物をするとき、今どれだけの値段がするかを、知っておきたいから。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

- ・ いいえ。すみませんね。12月は忙しくて行けませんでした。よくみしまやには寄るんですよ。

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

- ・家におっても、物の値段がわかるからうれしいです。
- ・他の店とくらべられるから。

<回答7> 媒体：メール本文のみ

1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。

4回

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

- ・情報量は適当。
- ・特売商品が、普通はいくらなのかが書いてあるとわかりやすい。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

・いいえ

4) 3の回答の理由をお聞かせください。

- ・住まいの近くにみしまやの店舗がないので、このサービスを活用できない。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

いいえ

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

- ・このサービスとは、直接関係はありませんが、この特売情報を元に電話やメールで注文し、配達してもらえるようになるといいと感じました。

<回答8> 媒体：メール本文のみ

1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。

4回

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

適切

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

はい

4) 3の回答の理由をお聞かせください。

- ・他の店舗でも普及してほしい。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

はい

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

- ・できれば1週間分の情報が発信されたら理想ですね。

<回答9> 媒体：メール本文のみ

1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。

1回のみです。すみません。

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

- ・情報の量は普通の広告を余り知りませんので、どうこう言えませんが、お店が
 - ・近くにあれば買い物へ行ってみたいと思いました。
- 3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。 はい
- 4) 3の回答の理由をお聞かせください。
- ・身近にあるお店の値段などと比較することが出来、又、今どんな商品が店頭で並んでいるかも少しはわかりました。
- 5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。
- いいえ ※近くに一人で行ける店舗がないためです。
- 6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。
- ・特売情報は引き続き読ませていただければと思っています。

<回答10> 媒体：メール

- 1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。
- 4回
- 2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。
- ・情報量が少ない。内容と聞きやすさはよかった。
- 3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。 はい
- 4) 3の回答の理由をお聞かせください。
- ・チラシが見えないから、読むことができてよかったから。
- 5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。
- いいえ
- 6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。
- ・お酒の情報がほしい。
 - ・みしまやもレジを通るときに、袋に買った商品を入れてほしい。

<回答11> 媒体：メール本文のみ

- 1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。
- ・回数は4回です。
 - ・土日の特売情報という事ですが、普通の日はないんでしょうか。もし、わかればいいです。
 - ・新聞チラシがないので、助かります。これまでは、セービングブックを使ったことがありませんでした。
- 3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。
- ・これからも続けてもらいたいと思います。

<回答12> 媒体：デイジーのCD

- 1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。
- 4回

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

量、内容、聞きやすさともに良い。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。いいえ

4) 3の回答の理由をお聞かせください。

・携帯で見られるようにして、出かけた時にも見られるほうがよいから。ベルデ中央店に1年に1回くらいしか行かないから。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。

はい

6) みしまやの特売情報配信について、要望を自由にお聞かせください。

・出かけた先で、携帯で操作できるようにできないだろうか。携帯できるもので聞けるのも良い。

・いろんな商品があるんだと思った。

・店舗によって商品の価格が違うことに驚いた。

・情報を出すほうも、受け取るほうも楽な方法があると良い。メールのほうが楽ではないか。おたく（プロジェクトゆうあい）の作業が大変だったのではないか。

<回答13> 媒体：メールの本文のみ

1) 4回特売情報を配信しましたが、すべて読みましたか。読んだ回数をお聞かせください。
3回です。

2) 情報の量、内容、聴きやすさについて、感じたことをお聞かせください。

・その品物を使った レシピを教えていただくと なお いいと思います。

3) 今後も、みしまやの特売情報を読みたいと思いますか。

はい

4) 3の回答の理由をお聞かせください。

自宅にて 購入予定の品物を確認できるから。

5) 配信期間中にみしまやに行きましたか。はい

モルツウェル株式会社

<委託内容>

顧客カルテの開発と運用

雑賀地区住民及び店舗への活動説明及び利用促進活動

◇顧客カルテの開発と運用

買い物弱者支援と同時に、安否確認（見守り）支援を的確に実施するため、顧客情報の詳細を記載した「顧客カルテ」の整備を進めている。全戸訪問時に家族構成、不在時対応方法、緊急連絡先、希望する商品やサービス等をヒヤリング調査したうえで、実際の買い物注文の利用履歴詳細を記録している。

現在はペーパーベース並びにエクセルワークシートを利用してカルテを作成している。また、個人情報が多く含まれるため、運用ルール及び書庫の鍵の管理を徹底し、今後は現在開発中のセキュリティ精度の高い三河屋専用データサーバーを開設準備中。

◇雑賀地区住民及び店舗への活動説明、利用促進活動

松江市役所市民部市民生活相談課、NPO まちづくりネットワーク島根の協力により、雑賀公民館、雑賀地区自治会、地区社会福祉協議会、民生児童委員役員会、福祉福祉推進員役員会へそれぞれ三河屋プロジェクトの活動趣旨を説明し賛同を得ることができた。

さらに、雑賀地区買い物支援、配達業務が可能と思われる70事業所にそれぞれ活動趣旨説明、「雑賀買いものたすけ愛 買い物支援事業所一覧ポスター」への掲載依頼、買い物支援活動への協力を依頼した。この内、約2割の小売店が廃業していたり、間もなく廃業予定、また自分自身が高齢となり難しい、現状一人でやっているの、お役に立ちたいがこれ以上の展開はできないなどの声が多かった。

また、ポスター及び商品一覧カタログを作成し、雑賀地区2,600世帯全戸訪問を実施し利用方法の説明、困りごとなどヒヤリング調査を実施した。街中に所在する地域だが空き家となっている家が非常に多く社会問題の進行を垣間見た。日中在宅の世帯が少なく苦戦しているが、訪問曜日時間を変更するなど直接お話しできる世帯を増やすよう工夫している。



◇コールセンター運営、商品配達

弊社、在宅高齢者配食サービスの受発注、変更、配車等を行っているコールセンターに併設するかたちで「三河屋コールセンター」（専用電話、ファックス）を開設し、受付担当者を配置した。

受注、注文、集荷、配達の流れは現在、顧客から注文が入ると連携する㈱みしまや及び協力店へファックス注文を行い、商品のピッキング業務をみしまや等協力店が実施、三河屋配達サービス員が協力店を訪問集荷して配達集金を実施する流れで実地検証中である。

今後、配達業務をさらに柔軟に実施するため、配達協力店の開発を行う。また、食料品だけでなく、共同受注、共同配達を希望する生活関連商品サービス提供業者を20業者程度まで増やす予定である。併せて、随時、三河屋配達サービス員がこれら業者取扱い商品サービスの機能性やサービス内容を熟知するため研修会を実施している。

◇ごようきき三河屋のイメージキャラクターについて

買い物支援活動の趣旨、顧客に親しまれるキャラクターを要望したうえで、web上でイメージキャラクター及びロゴマークを公募した。

イメージキャラクターの「かば」は、三河屋の「河」と「かば=河馬」の「河」と字合わせした。また、大きくて優しく力持ち的イメージのある動物だが、実は陸上ではとても足が速く、身のこなしも俊敏な動物という特徴がある。ごようきき三河屋の目指す「優しく、頼もしく、迅速対応」という理念と共通することから、ごようきき三河屋のイメージキャラクターとして決定した。



<関連事業>

◆ 淞北台団地朝市

松江市内の高台に立地する淞北台団地は高齢化率が45%を超え、高台立地による移動手段の不便に加え、以前は軒を連ねた小売店舗も全て撤退し、市街地にありながら買い物困難地域になっている。

団地外に買い物へ行く移動手段を持たない高齢者の買い物対策の一つとして、団地自治会が中心となって、月に2回（第1・第3日曜日）朝市を実施している。

淞北台団地自治会からの要請を受けて、昨年11月から朝市に参加し、顧客の要望に耳を傾け、惣菜、パン、日用品等幅広い商品群を並べ需要動向を調査している。

ここでのノウハウを、三河屋事業にもフィードバックし顧客満足の向上に活かしている。

株式会社 メディアスコープ

<委託内容>

- ・電子決済等の調査研究
- ・電子カタログ等の調査研究
- ・定例会参加及び上記内容の23年度報告書作成

電子決済等の調査研究

でんし - けっさい【電子決済】

《 electronic payment 》 電子的なデータのやり取りにより、商品やサービスの代金を支払うこと。エレクトロニックバンキングや電子マネーなどの決済システムを指す。

[大辞泉]

電子決済とは、決済の場において現金や有価証券ではなく、その代わりとして電子的なデータのやり取りを行う事である。インターネット上で入力をした番号で認証をされたり、電子的なデータを記載されたカードを専用の端末で読取る事で行われる事が多い。

利用される電子データは予めカードに入金（チャージ）されていたり、後日利用分が請求される。

1. 『ごようきき三河屋プロジェクト』で電子決済を導入するメリット

『ごようきき三河屋プロジェクト』で商品やサービスを提供する際に発生する決済の場において、現金の代わりに電子決済を用いる事で、小銭のやり取りや釣銭の授受を減らすことが出来る。

電子決済のシステムと共に、物流・在庫管理・売上管理のシステムを導入することで、そこにかかる手間を減らすことが出来る。

IT技術を応用した製品・サービスではあるが、電子決済（電子マネー）は、小銭のやり取りを行う必要が無いため、高齢者の方も積極的に活用する傾向がある。実際、地元のスーパーでの導入事例でも高齢者の利用率が高かったという話がある。また、全国でも類型の話がある様である。

【参考】高齢者にも使いやすい電子マネー、地域密着型も登場

(2011年7月19日 読売新聞)

(前略) 支払い時に、カードや携帯電話を自動改札機や店舗にある読み取り端末にかざすだけで瞬時に決済される。この早さが電子マネーの利点だ。野村総合研究所（東京）上級コンサルタントの安岡寛道さんは「現金のやり取りにまごついてしまう高齢者にも、電子マネーは使いやすい」と話す。

2. 電子決済の種類と特徴

電子決済には、インターネット上での決済と店舗での決済がある。

□ プリペイド方式の種類と特徴

主にコンビニエンスストアで購入を行うことができる。

個人情報の登録・入力が不要であり、利用者の匿名性が高く情報漏洩などのリスクが小さい。利用の際には、購入したプリペイド番号を入力して支払いを行う。

- ・ WebMoney（ウェブマネー）株式会社ウェブマネー
- ・ BitCash（ビットキャッシュ）ビットキャッシュ株式会社

□ ポストペイ方式の種類と特徴

クレジットカードが一般的に利用される。購入時に、ID とパスワードを入力することで認証され、使った金額が後日請求される。

- ・ 各種クレジットカードサービス

□ ジャストペイ方式の種類と特徴

ネットバンキングが一般的である。購入の際に、ID とパスワードの入力、振込先を指定することで支払う事ができる。

販売者の側で入金の確認を行えるタイミングは銀行の営業日に依存し、支払いと支払いの確認までにタイムラグが生じることがある。

- ・ 各種ネットバンキング

【店舗での電子決済】

店舗での支払い時に、カードを専用読取端末にかざすだけで決済される。

支払い形式は、事前に入金してから利用する「プリペイド方式」と、使った金額を後日請求され月次振込（引き落とし）を行う「ポストペイ方式」、その場で即時決済する「ジャストペイ方式」の3種類に大別される。

□ プリペイド方式の種類と特徴

事前にチャージ(入金)しておく事で、その額面まで支払いに利用することができる。

利用の際に個人情報の登録・入力が不要であり、利用者の匿名性が高く情報漏洩などのリスクが小さい。クレジットカードサービスと連携したオートチャージサービス（残高が一定いかになった際に自動的にチャージするサービス）を付加された物もある。

流通系電子マネー

- ・ EDY、Nanaco、WAON など

交通系電子マネー

- ・ Suica、ICOCA、PASMO など

□ ポストペイ方式の種類と特徴

支払い方法を別に決めておく（クレジットカード決済や携帯料金との合算など）事で、サービスを利用することができる。使った金額は後日請求される。

クレジットサービスや携帯料金の支払いと連携をしていることが多い。電子マネーの場合は、利用の際に個人の認証が不要である。

- ・ iD（アイディ） 携帯料金と同時に後日請求されるドコモのサービス
- ・ QUICKPay（クイックペイ）
- ・ 各種クレジットカード

□ ジャストペイ方式の種類と特徴

デビットカードや payeasy と呼ばれるサービスがある。支払いに用いる口座を決めておくことで、支払いの際にその口座からその場で引き落とされる。

クレジット決済と違い、その場で引き落とされる為使いすぎる恐れが少ない。

- ・ 各種デビットカード
- ・ payeasy（ペイジー）

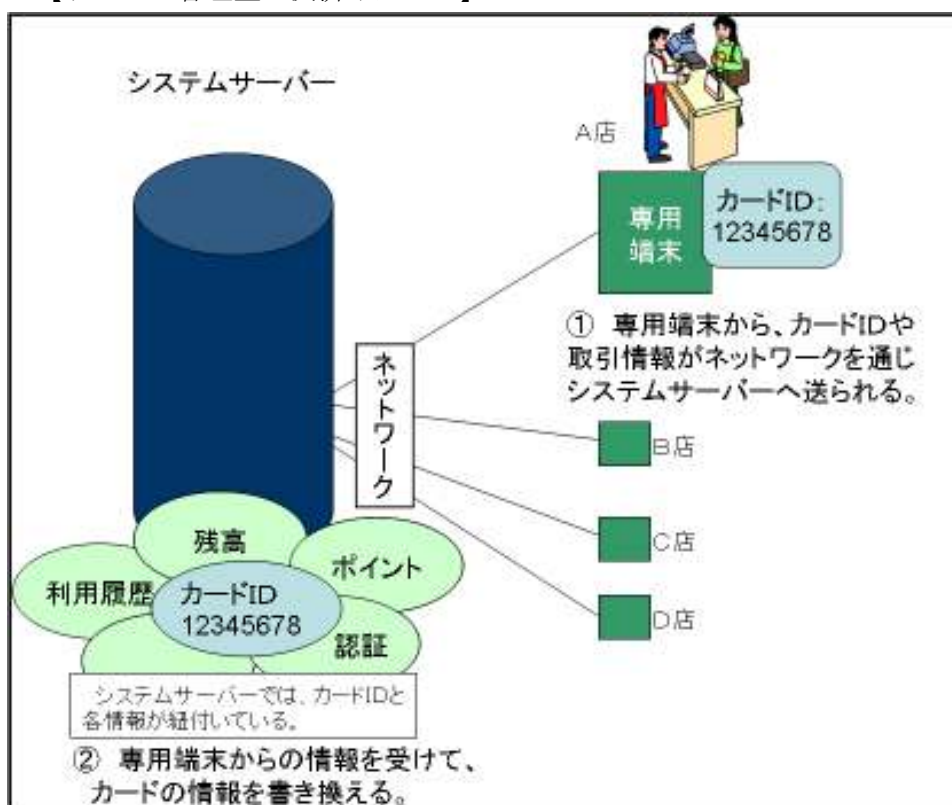
【システムタイプ】

システム的な分類としては、サーバー管理型とカード書込型の2つに分類される。

□ サーバー管理型

カードに入っている電子的なデータは、認証に必要なID情報であり、入金記録や残高、ポイントなどはサーバーに保管されている。専用端末は、利用の都度サーバーと情報のやり取りを行い、決済サービスを行う。

【サーバー管理型の決済イメージ】



- 例) ① A店にて、3,000円の支払いを行おうとすると、専用端末がシステムサーバーへその情報を送信する。
- ② システムサーバーで認証され、残高が4,000円から1,000円に書き換えられる。同時にその利用履歴の保存を行う。

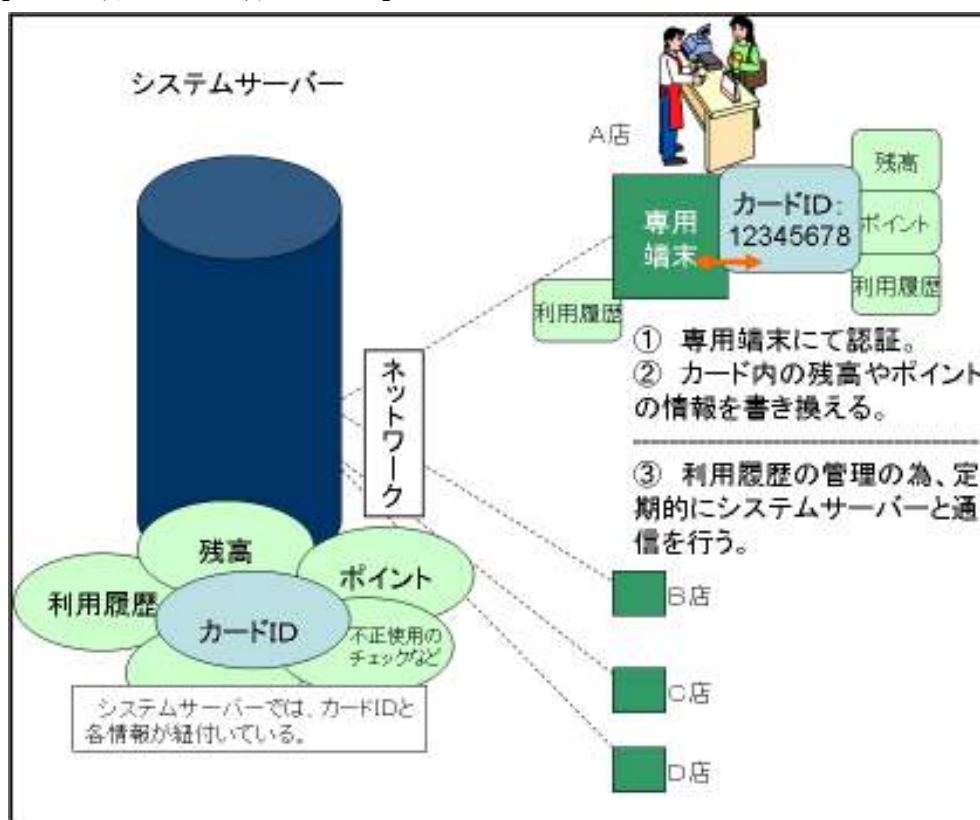
サーバー管理型の特徴

従来のクレジットカードのシステムに近いシステムである為、開発が容易である。
インターネットバンキング、ネットショッピングでのクレジット決済などインターネット上での電子決済も同時に行うことが出来る。
決済の為に、通信環境が必要となる。

□ カード書込型

カードに入っている電子的なデータとしては、認証に必要なID情報のほかに、残高やポイントがある。サービスによっては、一部利用履歴までカードの中に保存する。
決済の際の電子データのやり取りは、主に端末とカードの間で行われる。

【カード書込型の決済イメージ】



- 例) ① A店にて、3,000円の支払いを行おうとすると、専用端末がカード内の情報を読み取る。
- ② 専用端末によってカード内の、残高が4,000円から1,000円に書き換えられ

る。同時にその利用履歴の保存を行う。

③ 専用端末は閉店後の決まった時間にシステムサーバーへ利用履歴を通信する。

カード書込型の特徴

利用データがカードの中に入っている為、決済にかかる処理時間が短い。また、通信環境の確保が難しい場所でもサービスを行うことが出来る。

カード自体にデータを保存する仕組みや、専用端末にカードに書き込む機能が必要となる為コストが掛かる場合が多い。

【カードの種類】

電子データをカードに記載する主な方法として3種類ある。

代表的なカードとその特徴下記に挙げる。

□ 印刷（光学マーク認識）

プラスチック製のカードがよく利用されている。カードの表面に、バーコードやQRコード等の目に見える形でカードIDが印刷をされている。それを専用の端末で認識し、書き込んであるデータを読み取る。

カード自体に、各情報を保存する機能が無い為、サーバー管理型システムでのみ利用をされるカードである。

その他のカードより安価で作成が出来る。



□ 磁気カード

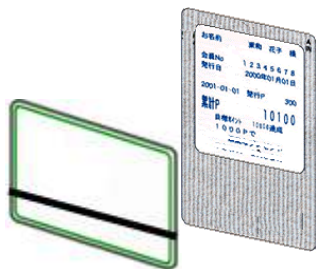
プラスチック製のカードに磁気テープをつける形や、PETのカードに磁気コーティングをされた物がある。

磁気記録媒体に、カードIDやその他情報が記録されている。

カードに記録媒体を持っている為、サーバー管理型のシステムでも、カード書込型のシステムでも使用することが出来る。

磁気記録媒体の特性上、利用回数が数百回と限られる。また、記憶できる情報量も後述するICカードと比較すると少ない。

例) ガソリンスタンドのプリペイドカード、クレジットカード、各種会員証



□ ICカード

カードの中にICチップが入っており、ICチップの中の記憶領域に、カードIDやその他情報が記録されている。

カードに記録媒体を持っている為、サーバー管理型のシステムでも、カード書込型のシステムでも使用することが出来る。

記憶できる情報量が多い為、暗号化しデータを保存することが出来る。複製が困難などセキュリティが高いのも特徴である。

例) キャッシュカード、電子マネー、クレジットカード



その他、これらを複合したカードや、ロイコリライトと呼ばれる印刷技術により、カードの内部に記録されているデータをカード面に印字するカードもある。

最近では、ICチップを携帯に埋めこんだ「おサイフケータイ」も普及している。

3. 電子決済の普及の現状と「ごようきき三河屋プロジェクト」への導入時の課題

【電子決済の普及の現状】

電子マネー、クレジットカードの利用シーンは広がっており、電子マネーに関しては、以前は交通系(Suica、ICOCA、PASUMO)はそれぞれの改札など利用運賃の決済、流通系(WAON、nanaco)はそれぞれのその主たる店舗のみであったが、周辺店舗や、フランチャイズ店との連携など広がりを見せている。

- ・ SUICA のコンビニエンスストアでの利用

- ・ WAON、nanaco のコンビニエンスストアでの利用
- ・ 各種電子マネーのファミリーレストランや飲食店での利用など決済を行う場面の広がりもあり、店舗で POS 端末での決済しかなかった状況から、移動中の車内や、各家庭での利用も進んでいる。具体的には、佐川急便株式会社の物流決済サービスである代金引換の「e-コレクト」での後払い式電子マネーである QUICPay や、クロネコメンバーズ電子マネーカードとして、EDY、WAON、nanaco が使えるようになっている。また、スマートフォンを活用したサービスとして、タクシーでのクレジットカードの利用も進んでいる。
- ・ 宅配業でのハンディターミナルでの代金引換の際の決済
- ・ タクシーの支払いの際のクレジット決済
- ・ JR の車内販売での電子マネーの利用

【参考】電子マネー決済 17%増 11年、ポイント増額など寄与
(2012年2月4日 日本経済新聞)

2011年の主要6電子マネー（前払い式）の決済件数は前年比17.9%増の22億9390万件だった。東日本大震災後に一時利用が減った影響などで10年（35%増）と比べ伸びは鈍化した。各社はポイント増額や加盟店の開拓を進めて利用者を順調に増やした。スマートフォン（高機能携帯電話＝スマホ）による決済も増加した。12年も電子マネー市場は拡大する見通し。（中略）

スマホや従来型の携帯電話による「おサイフケータイ」も利用が広がっている。主要6電子マネーとNTTドコモの「iD（アイディ）」（後払い式）を合わせた7社の総発行枚数は昨年12月末で約1億8400万枚。このうちスマホなど「モバイル」は約2割だった。

電子マネーを取り巻く法律も改正された。地域通貨のニーズや電子マネーの普及によるライフスタイルの変化に沿って、平成22年4月1日より、「前払式証票の規制等に関する法律」に変わり「資金決済法」が施行された。

【「ごようきき三河屋プロジェクト」への導入時の課題】

□ ごようきき三河屋プロジェクトに適した電子決済を選定する必要がある。

① 電子マネーとクレジットカード（プリペイド方式とポストペイ方式）

クレジットカードの場合は、利用の際に登録が必要であり、年会費が必要となる。利用の際にサインや暗証番号などの認証が必要となる。紛失時には利用の停止を行うことが出来る。

電子マネーは登録の必要が無く、最初のカードの入手時に登録料が必要となる場合もあるが、年会費などはかからない。利用時の認証が無い。一部オートチャージ機能などを搭載したカードを除いて、紛失時に利用の停止を行うことが出来ないなど、現金に近い性質を持っている。

電子マネーは、登録や利用の際の本人確認が無いなど気軽に使えるのに対し、クレジットカードはチャージ（入金）を行う必要が無いなど、それぞれ長所があり二者択一に選べるものではない。

② 店頭での電子決済とインターネット上での電子決済の比較

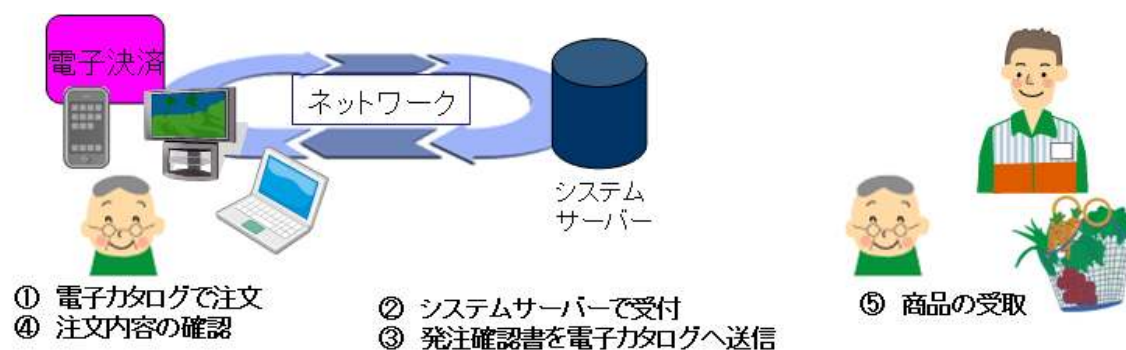
ごようきき三河屋プロジェクトにおいて、電子決済を行うタイミングを考えたところ、商品を受取る時（店舗での電子決済）、商品を注文するとき（インターネット上での電子決済）の両方の電子決済の可能性が考えられる。

それぞれのスキームは、次の通りである。

【商品を受取る時に決済を行う（店舗での電子決済）のスキーム】



【商品を注文するときに決済を行う（インターネット上での電子決済）のスキーム】



③ 既存の電子決済システムを利用するか、新しく電子決済システムを構築するか

自ら前払式支払手段の自家型発行者となるには、法的な処理やセキュリティの高いシステムの構築などハードルが高く、開発に掛かるコストも大きくなる。

新しく電子マネーサービスを作り、前払式支払手段の自家型発行者になるよりも、既存の電子マネーサービスを導入する方がより容易に電子決済のサービスを行うことが出来ると考える。

□ 既存の電子決済システム（店舗での決済）の検討

「ごようきき三河屋プロジェクト」での店舗での電子決済には、各戸の軒先で決済を行うため、ハンディターミナルが必要である。

先に電子決済の普及の現状で述べた様に、

- ・ 宅配業でのハンディターミナルでの代金引換の際の決済
- ・ タクシーの支払いの際のクレジット決済
- ・ JR の車内販売での電子マネーの利用

という3つのシーンにおいて、ハンディターミナルが使われている。

EDY、WAON、nanaco の各電子マネー提供者が、加盟店用に取扱かっている専用端末はいずれも据置型のものであり、ハンディターミナルのタイプは取り扱いが無い。

前述のハンディターミナルはそれぞれ利用者が独自に開発を行っていたものであり、それらのハンディターミナルは、各社が自社事業での使うことのみを想定しており、販売や決済に関するサービスは商品化されていない。（ヤマトシステム開発株式会社においては、ハンディターミナルを用いた流通に関するソリューションパッケージがある。）

また、磁気カードや IC カードを読取る端末は一部メーカーにより製造・販売が行われているが、高価であったり、商流に載っていないのが現状であった。

クレジット決済に関しては、スマートフォンと接続して使うことの出来るイヤフォンジャック型磁気カードリーダー「JPT-S100」（日本ポストック株式会社）がカードリーダーとアプリケーションがセットで約15,000円で提供をされている。40万近くするハンディターミナルもある中で、この値段は非常に安い。この端末はマルチカードリーダーではなく磁気カードリーダーの為、読取ることの出来るカードは磁気カードのみで IC カードを読取ることができない。国内で流通している電子マネーサービスは、IC カードのものがほとんどを占めておりこの安価な端末を用いて電子マネーサービスを行う事は困難である。

□ 既存の電子決済システム（インターネット上での決済）の検討

電子カタログを用いて、商品の案内と注文が同時に出来るという点は非常に優れているが、各個人が対応した端末を持っている事が必要となる。各消費者がそれらを利用する環境を整えるにはコスト（時間とお金）が大きくなると思われる。

電子型カタログの開発が必須であり、電子マネーと電子カタログ、物流管理のアプリケーションとの連携が必要である。電子マネーの部分のプログラミングに関しては、API が電子マネー提供者から提供される。

※ API (Application Program Interface)・・・あるプラットフォーム(OS やミドルウェア)向けのソフトウェアを開発する際に使用できる命令や関数の集合のこと。また、それらを利用するためのプログラム上の手続きを定めた規約の集合。個々の開発者は規約に従ってその機能を「呼び出す」だけで、自分でプログラミングすることなくその機能を利用したソフトウェアを作成することができる。

【「各戸での電子決済」と「インターネット上での電子決済」の比較】

商品受取時に決済 (各戸での電子決済)	<p>【長所】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・容易にサービスインすることが出来る <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハンディターミナルの不在 ・提供されるハンディターミナルによっては、受注、物流のシステムと連携が取れない可能性がある。 	<p>【共通の課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・通信環境が必要である ・受注、物流のシステムの開発が望ましい
商品発注時に決済 (インターネット上での電子決済)	<p>【長所】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・配達時の時間がより短くなる ・受注と決済、納品の管理が行い易い <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・別途、電子カタログサービスが必要 ・利用者が使い方に慣れる必要がある 	

【「ごようきき三河屋プロジェクト」導入時の形】

電子カタログの普及には、各戸に電子カタログの機器が必要となることから、時間とコストがかかる。よって、インターネット上での電子決済に関しては、今しばらく情勢を見守る形となる。

一方、各戸での電子決済に関しては、適したハンディターミナルが無い（あっても非常に高価であったり、開発が必要であったりする）為、即導入を行うことは出来ないが、毎年、端末の発表があり徐々に安価で導入のしやすい状況に近づいている。

	以前の価格	最近の価格
電子マネー(ICカード)用 ハンディターミナル	40万 (2010.3.5 NEOプレスリリース)	約 10万(2011.3.7 NEOプレスリリース) ※ 2011年9月 発表予定 但し、震災の影響で発表が遅れており、発表日未定(2012年2月)
クレジット用(磁気カード)用 ハンディターミナル	12~15万 (出典:2011.2.10 TV TOKYO WBS内で放送)	約 6.5万 (出典:2011.2.10 TV TOKYO WBS内で放送)

現金決済から電子決済へ切りかえるメリットをコストとして算出、考察していく。

現金決済から電子決済へ切りかえるメリットと比較して、ハンディターミナルの価格が適当となったタイミングでの導入を考えていく。

電子カタログ等の調査研究

カタログ【型録】

目録。展示物・商品・営業内容などについての目録や案内書。

[大辞泉]

電子カタログは従来はカタログとして紙で印刷をされたものを、電子デバイス(パソコンやスマートフォン、タブレットPC)で閲覧するものである。

以前よりあった電子カタログとしては、通信販売のサイトがあったが、紙媒体のカタログと異なり、視聴環境は事務所などのパソコンのある場所に限られていた。

現在、スマートフォンや iPad、Android Tablet を初めとするタブレット PC の普及により、持ち運べる電子カタログが登場した。

1. 『ごようきき三河屋プロジェクト』で電子カタログを導入するメリット

電子カタログのメリットとして、インターネットと繋ぐことにより、季節ごとの商品の改定や日々の金額の変化を即座に修正することが出来、消費者へ新しい情報を随時伝達することが出来る。カタログの印刷とカタログの配送が不要となる。

また、商品案内に限らず、商品を選びながらその場で注文を行うことも出来ることが特徴である。

電子カタログの機器から流す情報を商品情報に限る必要性は無い。行政情報や緊急情報のアプリケーションを同時に組み込むことで、行政情報や緊急情報を伝えることも出来る。受発注の端末も兼ねてる事からわかる様に、双方向で情報のやり取りを行うことが出来る。これを使い健康管理、安否確認を行うことも可能である。

【参考】＜THE 決断！ユーザーの IT 導入プロセスを追う＞岐阜県白川町 IT で高齢者“見守り”を実現 タブレット端末を使った福祉サービス
(週刊 BCN2012 年 02 月 20 日付 Vol.420)

「白川茶」の生産地として知られる岐阜県白川町（今井良博町長）では、高齢化が急速に進んでいる。同町は、65 歳以上の独居世帯に向けた福祉サービスを強化するため、2011 年末、NEC の Android タブレット「LifeTouch（ライフタッチ）」を活用した見守りシステムを導入。今年 1 月に、アンケート配信やテレビ電話で高齢者の健康状況を把握・管理するサービスを開始した。

2. 電子カタログの種類と特徴

以前よりある電子カタログの形として、インターネット通信販売がある。

インターネット通信販売は、パソコンでそのサイトで掲示されている商品を選んだのち、住所など個人情報を入力、支払い方法を選ぶことで、商品を購入・支払いを済ませる事が出来る。

例) 楽天市場、Amazon、その他個人商店の e-コマースサイト

インターネット通信販売とのサイトをスマートフォンやタブレット PC において専用のアプリケーションを介して見る形、昨年、2011 年 7 月 24 日にアナログテレビ放送が終了し、地上デジタル放送が始まった事で、スマート TV で見る形もライフスタイルとして提案されつつある。

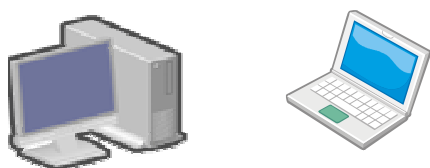
□ パソコン、ノート PC などブラウザで見る電子カタログの特徴

従来のインターネット通信販売と同じものである。

特徴としては、作成が非常に簡単であることと、インターネット環境があれば利用することが出来ることである。

「ごようきき三河屋プロジェクト」でこの方法を用いるには問題がある。

全ての操作をキーボードとマウスで行う必要がある事と、目的地であるインターネット通販のウェブページに行くまでのパソコン操作が必要な事である。このため、パソコンに慣れた人間でないと思うように使用をすることは難しいと考える。



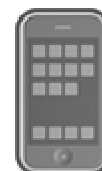
□ スマートフォン、タブレット端末で専用アプリケーションで見る電子カタログの特徴

ウェブサイトをアプリケーションを介して表示する。

操作がキーボードやマウスではなく、タッチで行う為、コンピューターが苦手な人でも慣れれば感覚的に使うことが出来る。

また、アプリケーションの起動設定により、目的の操作をより簡単に行えるよう設定をすることも出来る。

ウェブページに加えて、アプリケーションの開発が必要となる。



□ スマートテレビで見る電子カタログの特徴

スマートテレビとは、テレビとインターネット回線を接続したものである。

2011年7月24日にアナログテレビ放送が終了し、地上デジタル放送が始まった際に、放送と通信の融合によって国民への情報サービスの提供の質を高めようと、テレビとインターネットをつなぐことにより情報のやり取りが双方向で出来るようになった。

当初地上デジタル放送で出来ることは、視聴しながらの視聴者アンケートへの参加くらいであったが、インターネットとテレビがつながった事で、様々な付加サービスを付けることが可能であるとして、全世界で各社が様々はスマートテレビの提案を行っている。

従来のテレビがテレビ放送を見ることしか出来なかったのに対し、スマートテレビは各種ウェブサイト検索、Eメール確認、ネットショッピング、動画コンテンツなどが楽しめる。また、機能が付与され、SNS連携、スマートフォンやタブレット型端末との連携を行えるものもある（各専用アプリケーションの搭載）。

操作は、キーボードやマウスではなくリモコンで行われる。他に、スマートフォンやタブレット PC との連携することで、それらスマートフォンなどをリモコンとして使用する事も可能である



【各機器における電子カタログ】

	画面の表示	操作方法
パソコン ノート PC	・インターネットのページとしてブラウザで表示	・キーボード ・マウス
スマートフォン タブレット PC	・アプリケーションを介して最適な大きさで表示	・手指による画面へのタッチ
スマート TV	・アプリケーションを介して最適な大きさで表示	・リモコン ・リモコンとして繋いだスマートフォンやタブレット PC

3. 「ごようきき三河屋プロジェクト」への電子カタログの導入に関して

導入後の電子カタログの利用率を決める要素として、使い心地を決めるユーザーインターフェイス (UI) が利用者 (消費者) に適しているか否かが重要である。

UI とは、操作画面、操作手順などシステムを操作する手段と、操作結果などシステムが生成したものを提示する手段である。

UI が変わる事 (操作方法の変化、画面表示の変更) は、慣れに繋がらず、利用を阻害することが考えられる。そのため、サービス開始後の UI の変更は少ないほうが望ましい。

UI 開発の第一歩として、意識調査や実証実験を行うことにより、高齢者層の多い島根県松江市雑賀町地区の住民にとって最も適した UI の形を調査する。

電子カタログ導入によってスキームが変化していく。段階を踏んで開発を行う。

次の A~D の 4 つの段階が考えられる。

A: 紙のカタログの時、受発注の流れは、消費者がカタログを見て、電話ないし FAX にて発注を行う形となる。

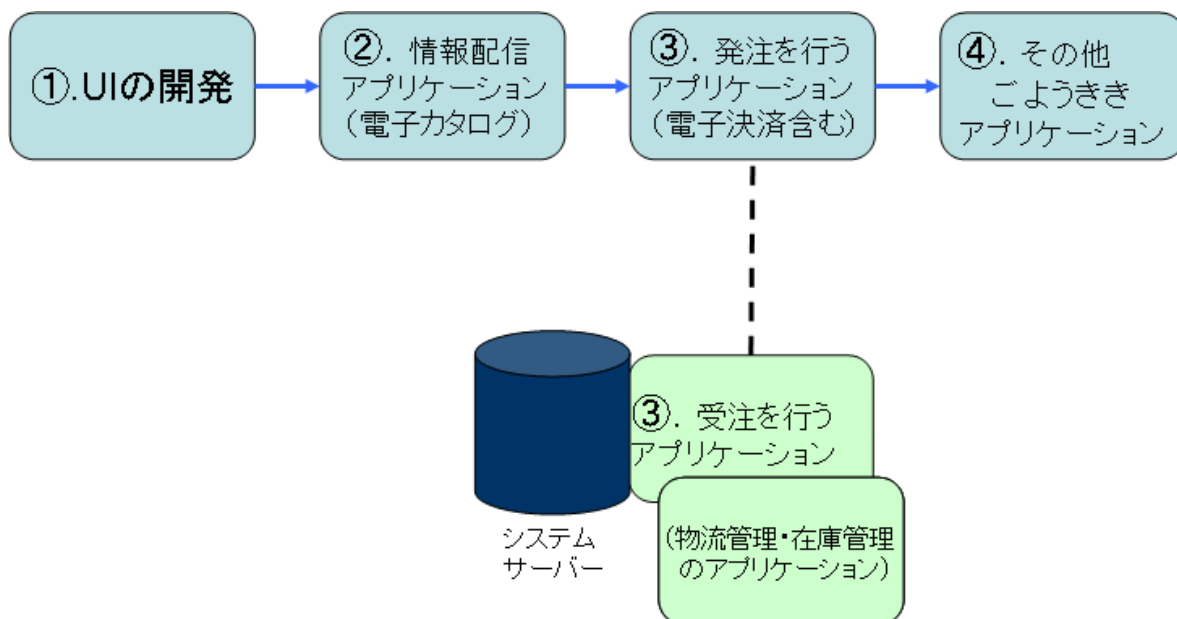
B: 電子カタログの時は、消費者が電子カタログを見て、電話ないし FAX にて発注を行う

形となる。

C: 電子カタログと受発注のアプリを入れた時は、消費者が電子カタログを見て、電子カタログ上で発注を行う形となる。

D: 電子カタログに加えて電子決済を入れた時は、消費者が電子カタログを見て、電子カタログ上で発注を行う形となる。同時に決済がされる。

【電子カタログの開発の手順】



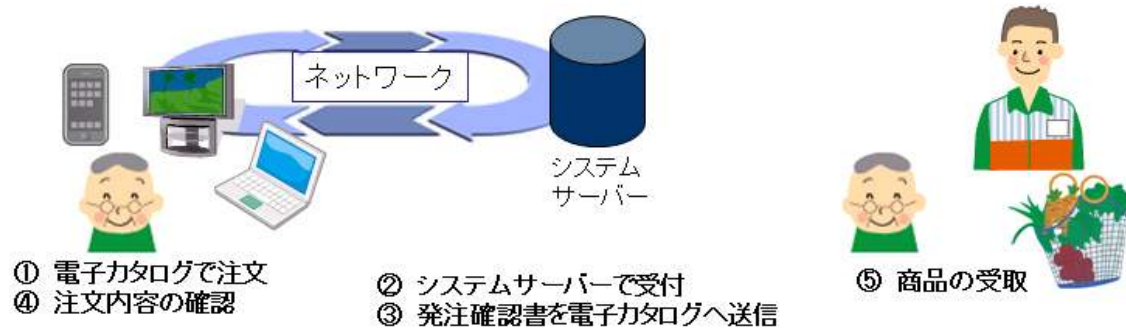
【A:紙カタログの時】



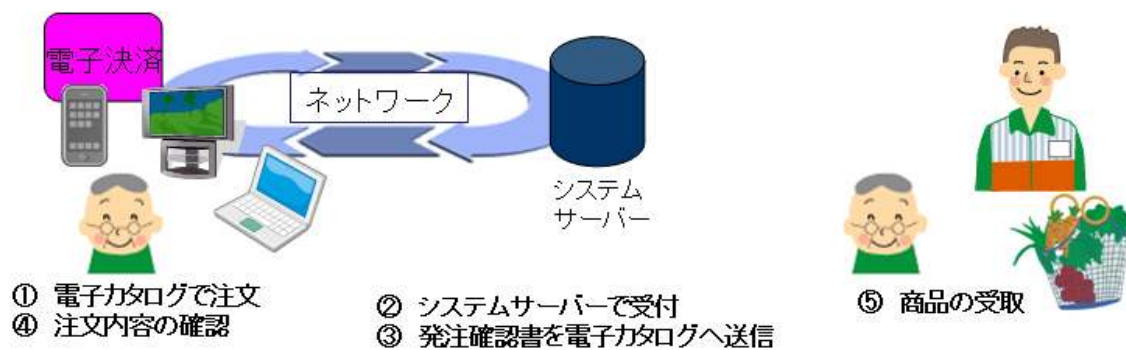
【B:電子カタログの時】



【C:電子カタログと受発注のアプリケーション】



【D:電子カタログと電子決済を使うスキーム】



□ 電子カタログ用の機器の選定

キーボードやマウスで操作をする為、パソコンに不慣れな人や、高齢者には使いづらいことから、「ごようきき三河屋プロジェクト」で使用する機器としては不適切である。

感覚的に操作できる「スマートフォン」「タブレット PC」、リモコンで操作できる「スマート TV」が向いているものと想定される。

電子カタログ、その目的の為のみで機器を購入するのは非常にコストパフォーマンスが悪い。既存の家電と相乗りでのサービスを行いたい、現在「スマート TV」の普及率は低い。

現在、アナログ放送から地上波デジタル放送へ移行したとはいえ、各家庭にあるテレビはデジタル変換 (CATV のサービスで、アナログ対応のテレビでもデジタル放送を見ることが出来るサービス。最大で 2015 年 3 月末日まで行われる。) の恩恵もあり、アナログテレビも多い。インターネットと接続機能のあるデジタル放送対応のテレビに順次代わっていくものと思われる。

将来的に、「スマート TV」が普及したタイミングで、サービスの開始をする事が最も負担の少ない形での導入となる。

それまでの間に、UI 開発として、情報取得に関する意識調査や、モニターを対象とした実証実験を行うことが望ましい。

【各種記事】

- ・読売新聞 高齢者にも使いやすい電子マネー、地域密着型も登場 (2011/7/19)
- ・日本経済新聞 電子マネー決済 17%増 11 年、ポイント増額など寄与 (2012/2/4)
- ・週刊 BCN2012 年 02 月 20 日付 Vol.420 <THE 決断！ユーザーの IT 導入プロセスを追う>岐阜県白川町 IT で高齢者の“見守り”を実現 タブレット端末を使った福祉サービス
- ・ITmedia スマートテレビ研究所 第一回シンポジウム

http://plusd.itmedia.co.jp/lifestyle/special/smarttv_lab0.html

【各社ニュースリリース】

- ・株式会社デンソー 2010.07.29 電子マネー決済対応ハンディターミナル『BHT-504BIB』、新たに「Edy(エディ)」の決済に対応
- ・日本電気株式会社 2010.03.05 携帯型 POS の発売について～多彩なカード決済・通信方式に対応～
- ・日本電気株式会社 2011.03.07 ハンディータイプの電子マネー決済端末を販売
- ・東日本旅客鉄道株式会社 2008.03.04 新幹線などの車内販売で Suica のお取り扱いを開始いたします！～Suica 電子マネー初のハンディー端末登場！～
- ・日本ポストック株式会社 2012.02.01 イヤフォンジャック型磁気カードリーダー「JPT-S100」を新発売

※「nanaco（ナナコ）」は、株式会社セブン・カードサービスが発行するプリペイド型電子マネーサービスです。

※「Edy（エディ）」は、ビットワレット株式会社が管理するプリペイド型電子マネーサービスのブランドです。

※「WAON（ワオン）」は、イオン株式会社が管理及び運営するプリペイド型電子マネーです。

※「iD（アイディ）」は、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ（NTTドコモ）が運営するおサイフケータイを利用するための決済プラットフォームおよび、ブランドです。

※「Kitaca」は、北海道旅客鉄道株式会社の登録商標です。

※「Suica」は、東日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。

※「TOICA」は、東海旅客鉄道株式会社の登録商標です。

※「ICOCA」は、西日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。

※「SUGOCA」は、九州旅客鉄道株式会社の登録商標です。

※「PASMO」は、株式会社パスモの登録商標です。

※「nimoca」は、西日本鉄道株式会社の登録商標です。

※「はやかけん」は、福岡市交通局の登録商標です。

※「おサイフケータイ」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。

【資金決済法に関して】

金融庁

- ・ 資金決済に関する法律
<http://www.fsa.go.jp/common/diet/171/>
- ・ 資金決済に関する法律に係る政令・内閣府令
<http://www.fsa.go.jp/news/21/kinyu/20100223-1.html>
- ・ 資金決済に関する法律に係る金融庁長官の告示
<http://www.fsa.go.jp/news/21/kinyu/20100301-1.html>
- ・ 資金決済に関する法律に係る事務ガイドライン
<http://www.fsa.go.jp/news/21/kinyu/20100301-2.html>

財務省 中国財務局 松江財務事務所

社団法人 日本資金決済業協会

松江市市民部 市民生活相談課 市民活動推進係、伺います係

地区住民への周知

市民生活相談課は町内会・自治会連合会の事務局として、地元と行政との連絡調整を図る役割を担っていることから、自治会を通じた地区住民への周知を受け持つ。また、伺います係には普段から住民からの要望等が寄せられているため、住民ニーズの把握が可能である。

<経過>

- ◆ 雑賀地区町内会連合会長、公民館長へ事業説明を行い、地区住民への周知協力を依頼。
⇒ 課題を指摘、改善を求められる。

雑賀地区には約 60 件の商店があり、高齢化や後継者不足などそれぞれに問題を抱えながらも、地域からの期待もあり、経営を存続している店も多くある状況である。今回「新しい公共」の名のもとに事業を展開され、そのような小店舗が廃業に追い込まれるようなことがあっては困る。現在ある商店等と共存できる形での事業実施を求める。

⇒ 雑賀地区一買いものたすけ愛一チラシの作成

地区内の商店で配達可能な店について、その内容や連絡先を明記した雑賀地区独自のチラシを作成して、地区内全戸に配布。地区内の商店のPRをするとともに、地元で対応できないものについては、三河屋で対応することによって、共存を図るもの。

- ◆ 雑賀地区との協議
町内会連合会長、公民館長、地区社会福祉協議会、地区民生児童委員協議会、地区福祉推進員協議会への説明、周知依頼をし了解を得る。
- ◆ 地区内の商店へ事業説明及びチラシ掲載の依頼
 - ◇ チラシ完成
 - ◇ 地区内への配布
 - ◇ 事業開始

事業開始に当たり、まず地区住民の代表である地区連合会や活動拠点である公民館と協議・検討を重ねることで、地元視点からの問題点や課題が明らかとなり、検討を要する結果となったが、地区社会福祉協議会や福祉推進協議会、民生児童委員協議会にも了解をもらい、本事業への信頼性を確保することができた。

新しい公共の担い手として、行政も入っていることが信頼性と責任の表裏一体となり、事業開始前の十分な検証を要し、スタートが予定よりも遅れはしたが、地元の了解をもらってからスタートができたことは大変意義があったと思われる。

視覚障がい者への情報発信

プロジェクトゆうあい・みしまやが実施する視覚障がい者へのニーズ調査において、調査対象者として市報まつえを点字や音声コードで利用している人に、情報発信を行う。

⇒市内には視覚障がい者（障がい者手帳保持者）が 534 名おり、そのうち点字での市報利用者は 110 名、音声コード利用者は 10 名である。この 120 名に市報に併せて調査のPRを行

い、興味のある方から連絡をもらう仕組みにより、個人情報保護法に抵触しない方法での広い周知を可能とした。

市報まつえ点字版は市障がい者福祉課、音声コードは市秘書広報課が担当している。通常の内容に今回のニーズ調査のPRチラシを加えて対象者へ郵送することで、本事業としてはほとんど経費がかからず、対象者も特定されることなく情報発信が可能となった。また、受け取り側も行政情報とともに送付されるため、不信感を抱くことなく、安心して調査に協力してもらうことができた。

VIII あとがき

事業期間（前期）中途の評価として、

- ・地域コミュニティの中心たる自治会、公民館からは、「買い物支援は実施方法を誤ると、地域破壊につながる（＝商品供給業者が地域外からとなれば、地域小売業者の淘汰につながる）」との意見をいただいた。地域を形成する団体、個人とも、それぞれの立場というものを有していることから、これらを深く理解しながらその順序、取組方法等を考慮しながら進めることとした。

- ・モデル地区内協力業者のサービス内容、連絡先等を記載した壁貼り保存版ポスター（出前・配達・往診・タクシー地域業者掲載）を作成中。

- ・商品パンフレットの品揃え・価格等の地域との調整及び作成中。
- ・地域の仕入れ体制、配達体制・契約書について協議中。

地域との協力要請の確立が出来た。

- ・雑賀地区自治会長、雑賀公民館長への趣旨説明、協力要請。
- ・雑賀地区社会福祉協議会会長、福祉推進員リーダーへの趣旨説明、協力要請。
- ・雑賀地区民生児童委員リーダーへの趣旨説明、協力要請。

次年度（後期）からいよいよ受注が始まり、地区自治会・公民館・社会福祉協議会・民生児童委員などと情報共有を進めることが、本来の協働による成果と考え進めていきます。

前期報告を以上とし、後期（H24/4/1 から H25/3/31）が終了時点で完結とする。



目 次

新しい公共の場づくりのためのモデル事業	1
I 事業の背景と目的	1
II 協議会の構成「マルチステークホルダー」	2
III 協議会の役割.....	4
IV 事業の流れ	4
V 運営の準備	5
■定例会.....	5
■雑賀公民館への事業説明会	5
■地域商店の聞き取り調査【まちネット&モルツウエル】	5
■チラシの作成【まちネット】	6
VI 取り組み.....	7
■身体障害者向けの情報発信	7
■社員研修会	7
■雑賀地区 2,600 世帯にチラシの配布	7
VII 協議体構成員からの報告	7
NPO 法人 まちづくりネットワーク島根	7
<委託内容>	7
株式会社 みしまや	8
<委託内容>	8
NPO 法人 プロジェクトゆうあい	8
<委託内容>	8
モルツウエル株式会社.....	26
<委託内容>	26
<関連事業>	28
株式会社 メディアスコープ.....	29
<委託内容>	29
松江市市民部 市民生活相談課 市民活動推進係、伺います係.....	47
地区住民への周知.....	47
視覚障がい者への情報発信	47
VIII あとがき	48

活動報告書

新しい公共の場づくりのためのモデル事業

事業名

共同受注・共同配送による買い物弱者支援事業

平成24年3月23日

ごようきき 三河屋プロジェクト協議会