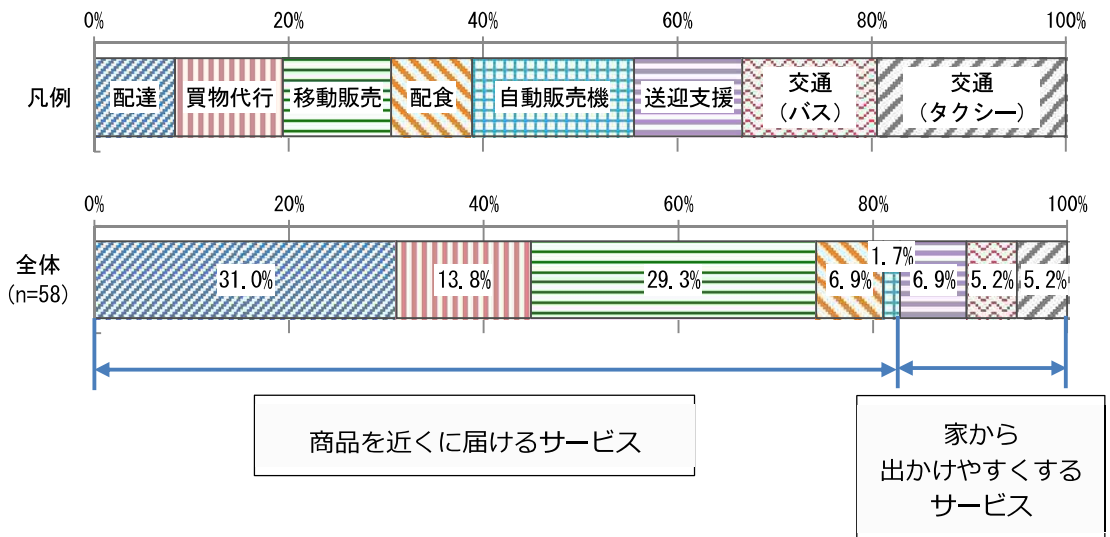


第4章 買い物支援サービス提供事業者調査

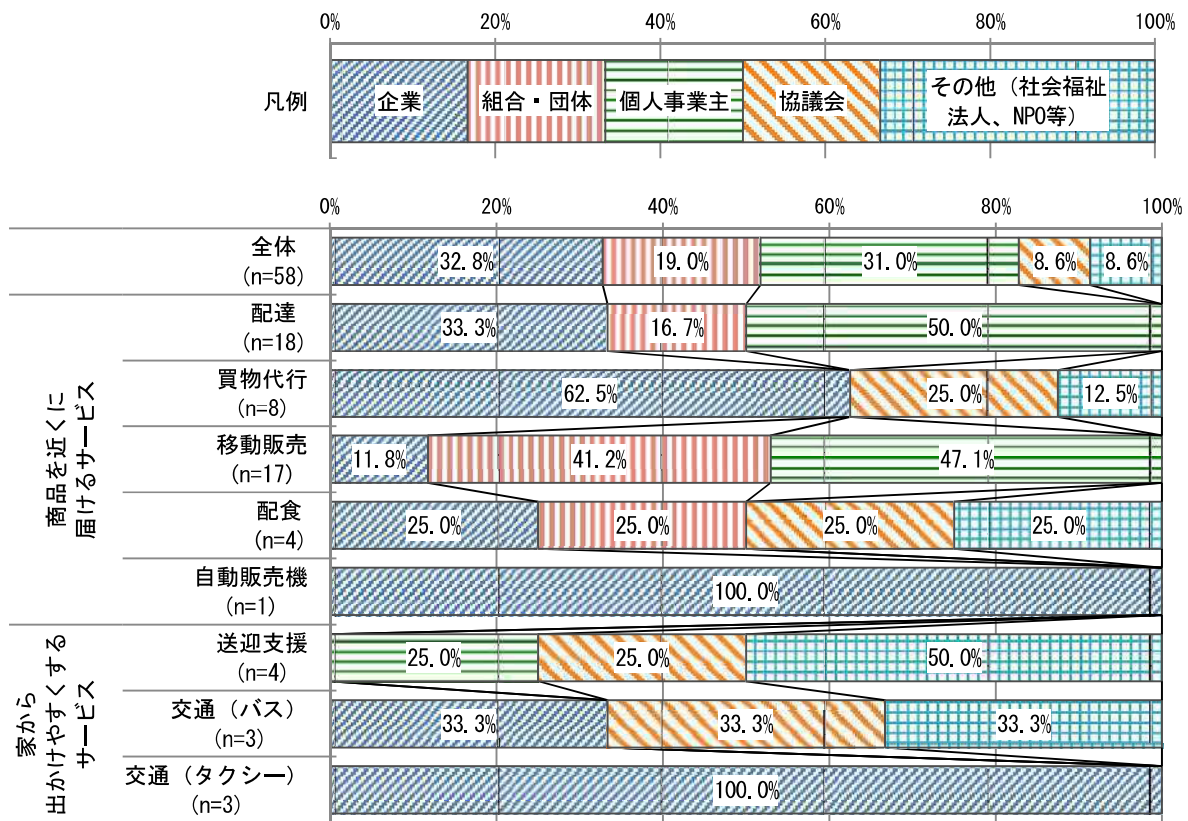
1 事業者の概要

- ・回答事業者の分類は「配達」が31.0%と最も多く、次いで「移動販売」が29.3%、「買物代行」が13.8%の順となっている。
- ・また、移動支援関連サービスである「送迎支援」が6.9%、「交通（バス）」と「交通（タクシー）」がそれぞれ5.2%と、合計で2割弱となっている。
- ・事業者の組織形態としては、「企業」と「個人事業主」がそれぞれ3割台と多い。
従業員数を区分別でみると「11～50人」が31.6%と最も多い。また、「1人（個人）」が15.8%、「2～5人」が26.3%と、5人以下の小規模の事業実施者によって提供されているケースが約4割となっている。

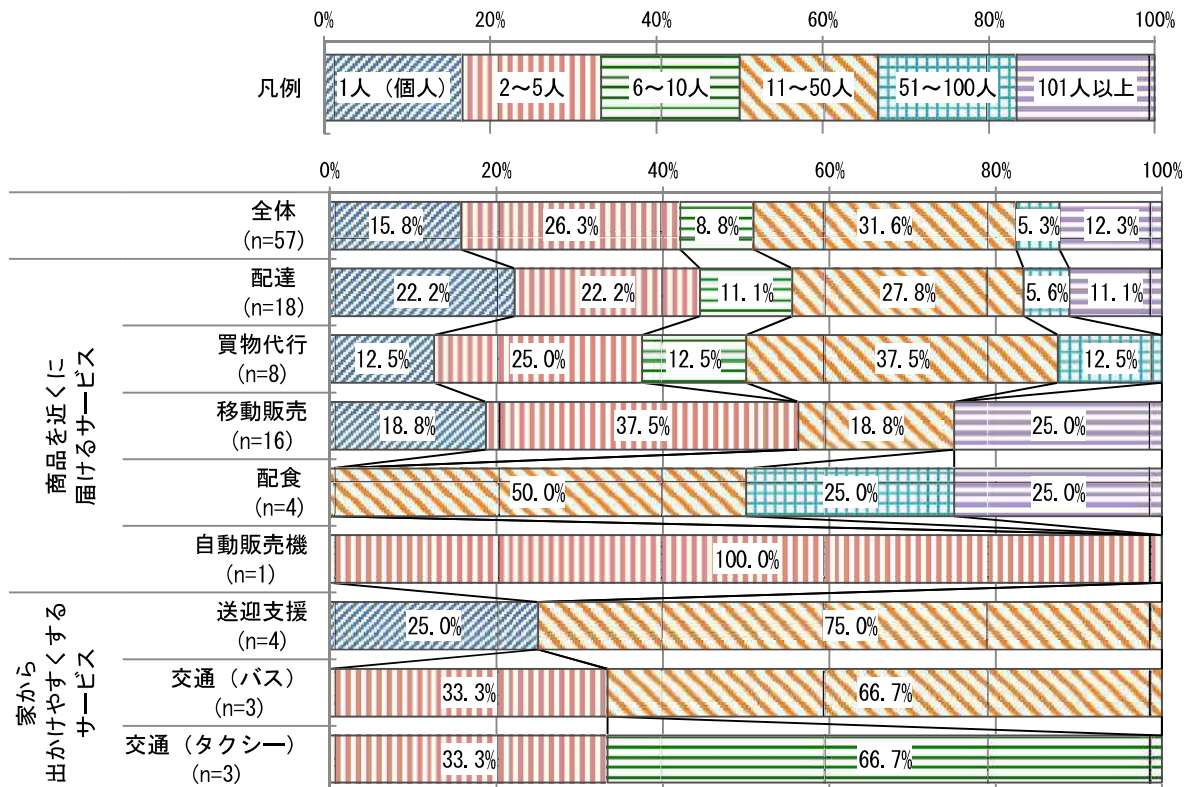
■回答事業者の分類（基本属性）



(1) 事業者の組織形態



(2) 従業員数



■サービス分類別平均従業員数

サービス分類		平均従業員数
全体(n=57)		75.8 人
商品を 近くに届ける サービス	配達(n=18)	106.3 人
	買物代行(n=8)	22.1 人
	移動販売(n=15)	111.7 人
	配食(n=4)	110.0 人
	自動販売機(n=1)	5.0 人
家から 出かけやすくする サービス	送迎支援(n=4)	22.5 人
	交通 (バス) (n=3)	15.0 人
	交通 (タクシー) (n=3)	7.3 人

※小数点第2位以下は四捨五入

(3) 買い物支援サービス以外の業務

【主な回答】

<p>●生活援助に関する業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日常的な会話の話し相手 ・簡単な家事, 力仕事 (ゴミ出し, 草むしり 等)
<p>●移動支援に関する業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般的な交通機関 (バス, タクシー) ・病院や福祉施設との送迎 (付き添い, 転院時の搬送 等)
<p>●回答事業者本来の業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小売店舗の運営 ・一般的な営利配達・配送関連業 (配達, 給食, 食材納入・卸 等) ・公共交通機関 ・福祉サービス事業所

2 提供している買い物支援サービスについて

- ・サービスを始めた経緯は、買い物支援サービス、移動支援サービスともに、買い物弱者への支援や顧客、地域からの要望によって開始したという回答が多い。
- ・自治体や市町村社会福祉協議会からの依頼があり開始したという回答も見られた。
- ・組合・団体からは、組織のポリシーとして地域貢献を重視していることからその一環として始めたという回答が見られた。
- ・買い物支援に必要な車両等については、販売・移動用の車両の他、決済用端末、通信手段、配達用品といった回答が見られた。
- ・車両については、冷蔵・冷凍車両や車椅子車両など、サービスに必要な機能が付いた車両を利用しているという回答の他、一部ではコスト削減のため燃費の良い車両を選択しているという回答も見られた。

(1) サービスを始めた経緯

【主な回答】

<ul style="list-style-type: none"> ● 買い物弱者への支援のため <ul style="list-style-type: none"> 【買い物弱者として挙げられていた層（主なもの）】 ・ 高齢者 ・ 歩行や移動が困難な方 ・ 車のない世帯 ・ ひとり暮らし
<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客、地域からの要望
<ul style="list-style-type: none"> ● 行政等からの依頼 <ul style="list-style-type: none"> ・ 市町村からの依頼・委託事業 ・ 社会福祉協議会からの依頼
<ul style="list-style-type: none"> ● 組織の地域貢献として <ul style="list-style-type: none"> ・ 組合・団体の設立目的が地域貢献であるため

(2) 買い物支援サービスに必要な機器や車両等

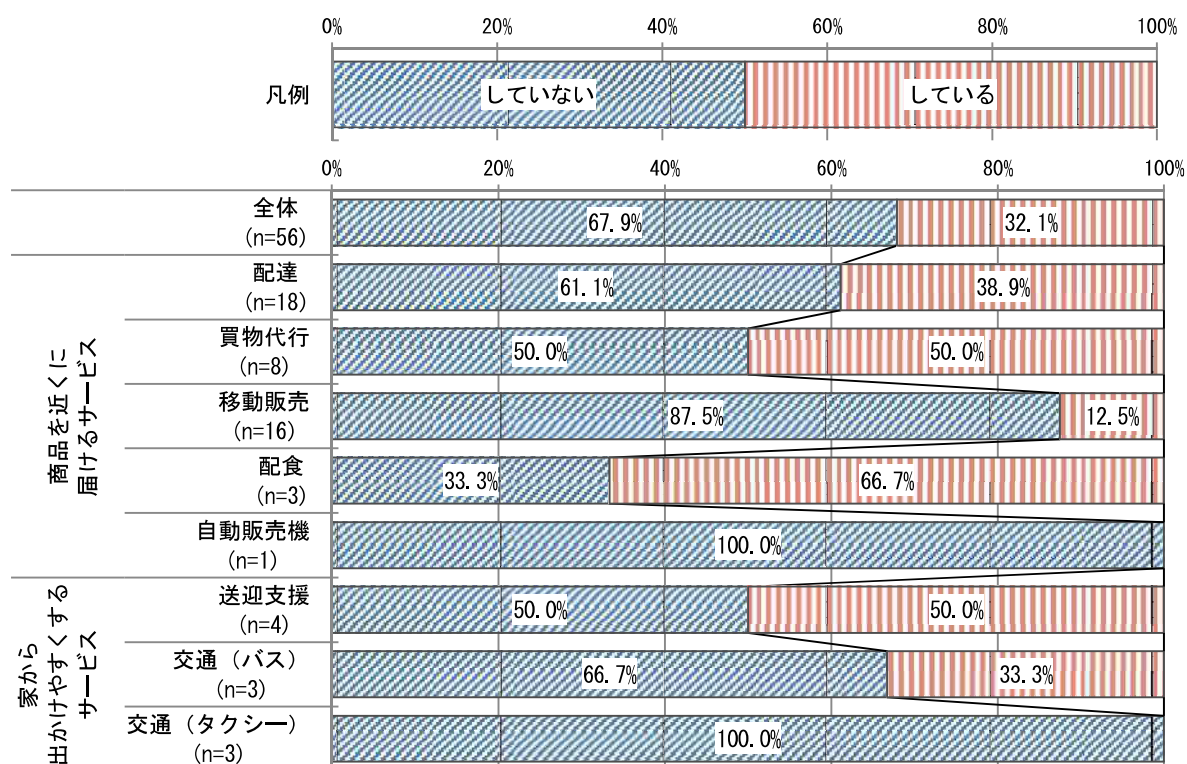
【主な回答】

<ul style="list-style-type: none"> ● 移動販売、配達用の車両 <ul style="list-style-type: none"> 【具体的な車両（主なもの）】 ・ 配達用車両（軽トラック、バイク 等） ・ 冷蔵・冷凍機能付車両 ・ 移動販売用車両
<ul style="list-style-type: none"> ● 移動支援用車両 <ul style="list-style-type: none"> 【具体的な車両（主なもの）】 ・ 多人数が載れる車両（バス、ハイエース） ・ タクシー ・ 車いすのまま乗れる車両 ・ 軽自動車
<ul style="list-style-type: none"> ● その他 <ul style="list-style-type: none"> ・ タブレット ・ 配達スタッフ用の通信機器、携帯電話 ・ 冷蔵庫、クーラーボックス ・ 決済用の設備（レジ、携帯型決済用端末、ハンディーパス）

3 買い物支援サービスの概要

- ・対象者の限定については「していない」が67.9%、「している」が32.1%となっている。
- ・限定している場合の対象者については、買い物弱者（高齢者、移動困難者、一人暮らし）の他、組合・団体からは組合員という回答も見られた。
- ・利用者の特徴については、「高齢者」、「女性高齢者」といった回答が多い。その他の回答としては、「男性」、「観光客」といった回答が見られた。
- ・サービスの提供頻度については、全体では「週4日以上」が30.4%と最も多い。買い物支援サービス分類別で見ると、配達では「注文に応じ」が、「買物代行」では「月1～3日」が、移動販売では「週4日以上」が、それぞれ最も多い。
- ・利用者からの意見としては、感謝の声をいただいているという回答が多いが、サービスの拡充に関する要望等も見られる。
- ・実施上の課題・懸念としては、利用者の減少や採算性を懸念する意見、人材不足、燃料費等のコストに関する意見等が多く見られ、継続が困難であるとする意見もある。
- ・他団体等との連携については、行政からの助成の他、市町村との見守り協定を締結しているケースや情報交換の体制を構築しているケースが見られる。

(1) 対象者の限定



■ 限定の内容 (主なもの)

- 自力で買い物に行けない人（高齢者、移動困難者（足が不自由、自家用車がない）、一人暮らし）
- 組合員

■サービスの実施範囲及びその選定基準

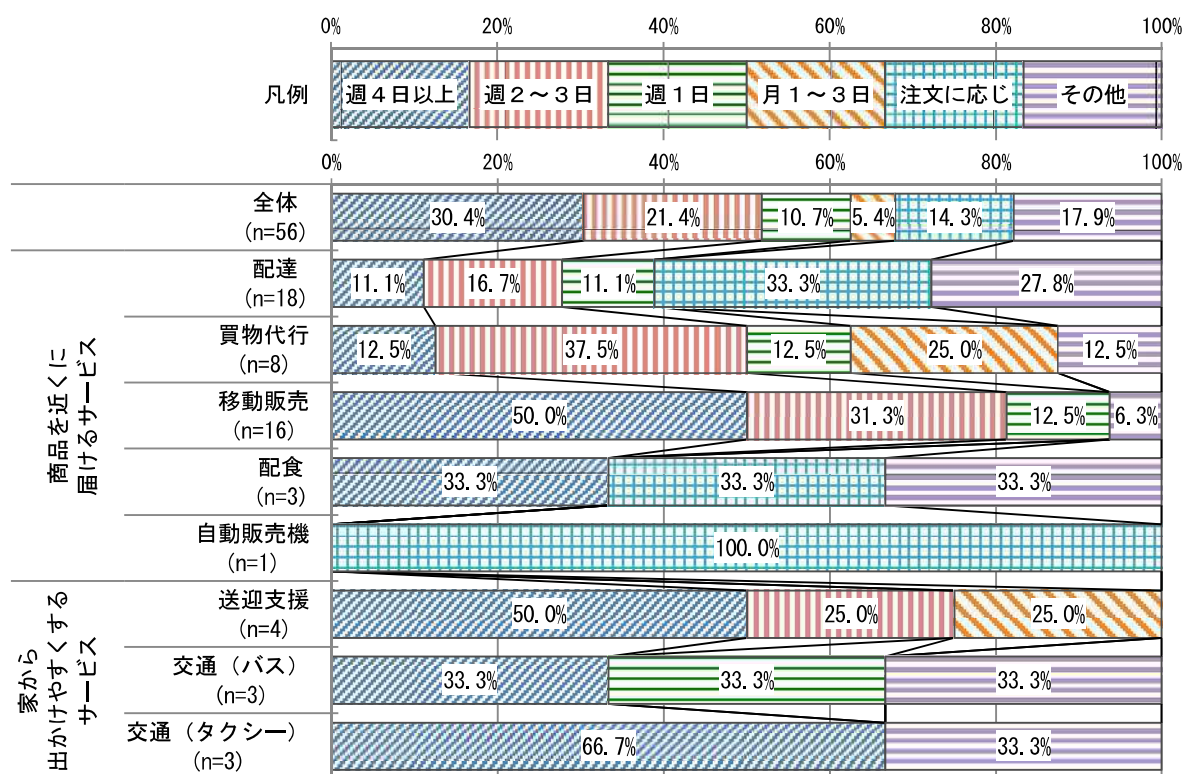
サービス中分類	サービス小分類	サービスの対象範囲	対象範囲の選定基準
商品 を 近く に 届 け る サ ー ビ ス	配達	近隣地域	<ul style="list-style-type: none"> ・近隣地域，支援対象地域全域（同回答多数） ・希望に応じて（同回答多数） ・買物代行，配達は店舗から半径3 kmが目安。送迎は店舗から車で片道15分位が目安。移動店舗（販売委託）は委託先の判断／調整 ・片道10分～15分程度 ・3 km以内に人口250人 ・20～30分以内で戻れる地域 ・世帯数40カ所，人口70人 ・約5 km以内 ・弊社店舗から概ね往復1時間程度の範囲 ・買物代行，買い物配達は店舗から半径5 kmが目安 ・20 km
	買物代行	近隣地域 所在市町村の全域を対象としているが、現在は一部地域のみで実施。 店舗より2 km圏内を基本	<ul style="list-style-type: none"> ・事業所の管轄内（同回答多数） ・希望があればどこでも（同回答多数） ・市町村内であればどこでも。ただしその地域を担当する見守り隊員を見つけることが前提 ・店舗より半径3.5 kmエリア（その他地域も相談可能） ・2 km圏内を基本としているが、イレギュラーな場所もある ・片道20分位の店に買い物に行く。行く店舗の希望にあわせる
	移動販売	事業者の所在地域 組合・団体の管轄地域	<ul style="list-style-type: none"> ・希望に応じて実施（同回答多数） ・組合・団体の管轄地域全域（同回答2件） ・利用者見込みが多い地区 ・事業所より10 kmの範囲 ・事業所内で近くにスーパー，店舗の無い集落 ・話合いに参加し，要望があった集落 ・事前の調査によって地元商店のない場所等1戸1戸訪問し，利用されたいお客様を把握し，駐車場所を決定。その後，市町村の福祉担当課から電話で情報提供があれば，対応が可能になり次第対応 ・1人からでも販売。10～15 km以内 ・世帯数に応じて希望があれば時間との折り合いをつける
	配食	事業所の所在地域	—
家 から 出 か け や す く す る サ ー ビ ス	送迎支援	事業所の所在地域	<ul style="list-style-type: none"> ・要望があった地域（同回答2件） ・当該市町村の公共交通であるため ・基準なし
	交通 (バス)	バスの運行範囲	<ul style="list-style-type: none"> ・市町村内全域を対象 ・商店の有無 ・バス停のある地域
	交通 (タクシー)	事業所の所在地域	<ul style="list-style-type: none"> ・乗合タクシー及び買物代行を実施。買物代行はタクシー（乗用）事業の営業区域内で実施

※ 「—」は無回答

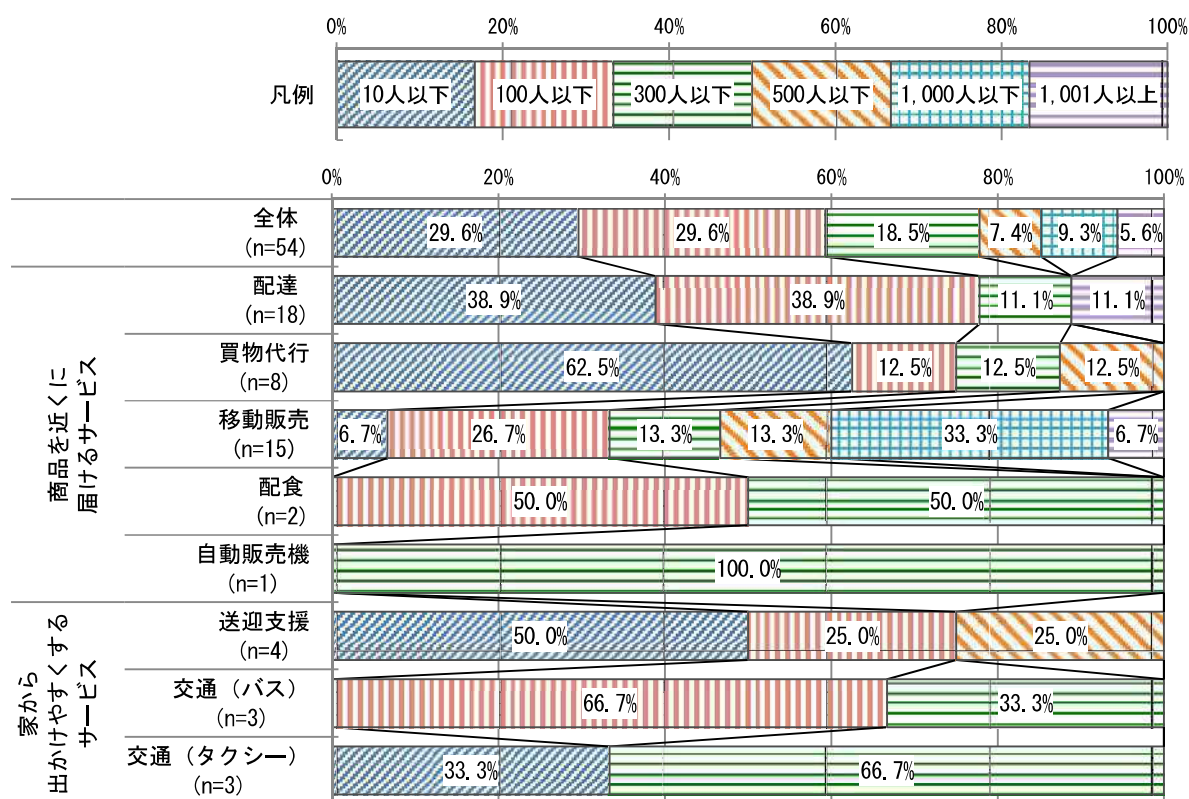
(2) 利用者の特徴 (複数回答)

選択肢	回答数	割合	<複数回答>
全体	56	100.0%	0% 20% 40% 60% 80% 100%
高齢者	46	82.1%	82.1%
女性	31	55.4%	55.4%
その他	10	17.9%	17.9%
障がいや移動に不安のある人	4	7.1%	7.1%
交通手段を持たない人	3	5.4%	5.4%
ひとり暮らし	3	5.4%	5.4%

(3) サービスの提供頻度



(4) 1ヶ月の平均利用者数



■ サービス分類別平均利用者数

サービス分類		平均従業員数
全体(n=57)		3,080.7人
商品を近くに届けるサービス	配達(n=18)	8,723.0人
	買物代行(n=8)	68.8人
	移動販売(n=14)	436.9人
	配食(n=2)	105.0人
	自動販売機(n=1)	300.0人
家から出かけやすくするサービス	送迎支援(n=4)	136.3人
	交通 (バス) (n=3)	139.7人
	交通 (タクシー) (n=3)	134.0人

※小数点第2位以下は四捨五入

(5)利用者からの意見

【主な回答】

●感謝の声等

- ・買い物支援全般に関する感謝（移動が困難なため助かる、免許を返納した、交通費の負担が軽減される 等）
- ・配達に関する意見（個人宅まで届くので利便性が高い 等）
- ・移動支援に関する意見（店舗で自分で商品を選べる、移動中に他の利用者や事業者と会話するのが楽しみである 等）

●利用者からの要望に関する意見

- ・サービス拡充に関する要望（配達だけではなく買い物先への送迎をしてほしい、色々なものを配達してほしい、対象地域をふやしてほしい 等）
- ・買い物以外の目的での移動支援に関する要望（通院、役場への移動など）

【具体的な回答（一部）】

- 宅配（個別配達含む）：カタログでいろいろと注文できるため助かる（楽しい）。重いものを含めて届けてもらえるため、助かる。
- お弁当宅配：日替わりでおいしい弁当が届き、栄養バランスも考慮されているのが嬉しい。お弁当とおかずが選べるのが嬉しい。
- 買物代行／配達：お店からの配達のため、お刺身やお惣菜などのすぐ食べられる商品が助かる。家から出られない事情の中、重いものを含めて届けてもらえるので助かる。
- 送迎：（買い物に行けなくなった中）お店まで連れて行ってってくれるのが嬉しい。自分の目で見て買い物できるのが嬉しい。車の中での会話も楽しみ。
- 移動販売、販売委託：地域的に買い物や暮らしが大変な中、移動店舗が来てくれるのが助かる。移動店舗の時に他の方と顔を合わせられるのが嬉しい。
- 買物代行は体調が悪い時に助かる。乗合タクシーは安く利用できるので大変ありがたい。買い物・通院に非常に便利。
- どうしてあの集落まで来るのに、この集落には来ないのか。
- 市町村内に大きなドラッグストアがないため隣町に行きたい。役場や金融機関、病院にも行きたい。

(6) 実施上の課題・懸念

<ul style="list-style-type: none">●利用者減，採算性に関する意見<ul style="list-style-type: none">・利用者が高齢化しており事業の継続が難しい・高齢者は購入量が少ないため採算が合わない・利用者が減少しており継続が難しい
<ul style="list-style-type: none">●サービスに関わる人員の不足に関する意見<ul style="list-style-type: none">・配達，買物代行，移動販売，ドライバーの人手不足・需要増による労働時間の増加・店舗業務の合間に配達等を行っているため，時間や人手のやりくりが困難・業務負担と人件費が見合わない（低価格の有償ボランティア，法人の持ち出しで実施 等）
<ul style="list-style-type: none">●燃料費等の移動関連の費用に関する意見<ul style="list-style-type: none">・ガソリンの高騰（事業の継続が困難，無償での実施が困難 等）・車両の維持管理（車両の老朽化，新規車両の購入困難 等）
<ul style="list-style-type: none">●その他<ul style="list-style-type: none">・時間指定への対応が困難・いつまで続けられるか不安がある・サービスの利用方法の周知（サービスが認知されていない 等）

【具体的な回答（一部）】

- 現在使っている移動販売車が20年を超える。今の移動販売車が駄目になったらやめることを考えている。
- ガソリン代の負担や現在無料での配達が困難になってきている。
- 法人の持ち出し等で実施しており予算不足。職員がドライバーを兼務しているため仕事が増える。
- インターネットが苦手な高齢者に周知されていない。

(7) 他団体等との連携の状況

<ul style="list-style-type: none">●行政との連携<ul style="list-style-type: none">・行政からの依頼への対応・行政からの助成を受けている・行政，地域包括支援センターとの情報交換・市町村との見守り協定の締結
<ul style="list-style-type: none">●社会福祉協議会との連携<ul style="list-style-type: none">・買い物弱者に関する情報提供を受けている
<ul style="list-style-type: none">●その他の連携<ul style="list-style-type: none">・医療法人，社会福祉法人との連携・民生委員・児童委員との連携・地域の事業者との連携（店舗への送迎，交通機関の接続）

【具体的な回答（一部）】

- 町から何か依頼があれば，可能な限りは協力している。地域包括支援センターとは，こまめに連絡を取っている。
- 市町村との見守り協定の締結。老人ホーム等への訪問。病院などとの情報共有。
- 人材派遣会社，市町村の特定地域づくり事業協同組合と連携して人手不足の解消に向けて取組を実施している。離島へ来て仕事をしたいと希望する人は数多くいるが，現地での住宅がなく移住ができないケースがあるため，行政との取組でアパートの建設を早急に実施できるようにしている。

4 買い物支援サービスの継続性

- ・事業の継続に必要なこととしては、利用者との信頼関係の構築に努めることという意見が多く見られる。
- ・事業継続のための工夫としては、新規サービス利用者の確保に向けた周知・広報活動を行っているという意見が見られた。また移動関連サービスについては運行の見直しによる効率的なサービスの提供といった意見も上がっている。
- ・事業継続上の課題としては、利用者の減少、経費の増加、提供人員の不足等が挙げられており、実際に終了した取組がある事業者からは、利用者の減少やコストが大きいことから廃止したという回答が見られた。

(1) 事業の継続に関する事項

●事業の継続に必要なこと

- ・利用者満足度、利用者との信頼関係（利用者への声かけ、要望に極力応える、多様なニーズに応える移動販売）
- ・人員の確保

●事業継続のための工夫

- ・新規利用者の確保（周知・広報、ポスター等の配付等）
- ・運用・運行の定期的な見直し

●活用した補助

【具体的な回答】

- ・共同募金助成金の活用
- ・食材の提供、容器の提供など
- ・移動販売車購入の際、所在市町村の補助金を活用
- ・小規模事業者持続化補助金による配達用バイクの購入

【具体的な回答（一部）】

- 買い物支援だけでなく、店内でお茶を飲みながらおしゃべりタイムを作ってすっきりして笑って帰られる様にしていきたい。
- 乗合タクシーや買物代行を行っていることをまだ知らない方もいるため、まずは知ってもらえるように宣伝したり、乗合タクシーの運行表（時刻表）を配ったりしている。
- 当団体のポリシーとして、買い物支援サービスは事業としての位置付けではなく、活動原資で対応可能な範囲で暮らしや地域への寄り添い活動として行っている。そのこと自体が継続の工夫である。
- 子育て世代をターゲットに、インスタを活用しての発信。ホームページ。新聞への掲載。
- 停車希望があれば極力停車できるよう、現在のルートを見直している。

(2) 事業継続上の課題

●事業継続上の課題に関する意見	
・利用者減少のためサービス継続が困難	・新規利用者の獲得が困難
・人員の不足	・ニーズ増によるサービス提供の負担増
・採算が合わない（燃料費の高騰、収益性がない、車両等備品の維持困難 等）	
●事業継続のための行政からの支援	
・金銭的な補助、助成（継続的な助成）	・サービスに関する行政から住民への情報提供
・行政との連携	

【具体的な回答（一部）】

- 今のところ、収益事業というよりは慈善事業に近い。
- 利用者は圧倒的に高齢者が多く、キャッシュレス決済をはじめ電子ツールを利用したサービス展開が難しいため、どうしても人海戦術となり人件費が経営リソースを棄損する。対象地域におけるデリバリー等の潜在的な需要規模が読めないことと、将来的な当該市町村人口に対するネガティブ予想から本業の持続可能性自体が不透明という中で大きな設備投資はしづらく、「なんとかせねばという想い」と「アイデア」はあっても踏み出しにくいのが現状。

(3) 既に終了した取組とその経緯

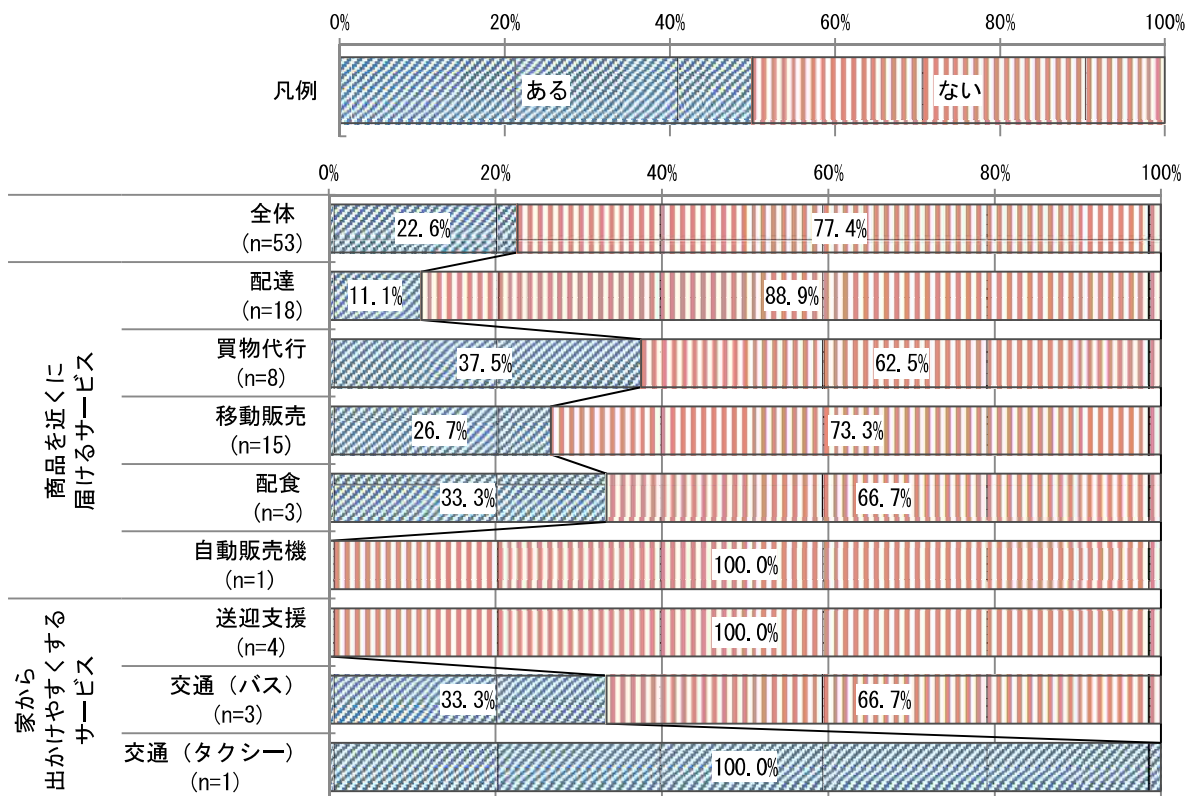
【具体的な回答】

- 地域高齢者の減少による事業の中止。
- 週に2回やっていたが、仕入れが困難。売り上げが上がらない。
- 移動販売実施者の募集に対し、移動販売車（準備費）が高額になると聞いて取り組まなかった
- コロナ禍において時短営業で困っている飲食店が作ったお弁当の代行販売・配達。理由：保健所指導により、飲食店関係者以外の販売・配達をする場合アレルギー表示・原材料表示・賞味期限などの記載が必要だったため飲食店様の記載シール作成に理解が得られなかった。

5 買い物支援サービスに関する補助・支援

- ・補助金活用実績については、「ある」が22.6%、「ない」が77.4%となっている。
- ・課題解決のために必要な行政からの支援としては、サービス実施に関する人件費、燃料費、車両費に関する費用補助、サービス利用者の拡大に向けた周知や試験的利用機会の創出などの意見が多く見られる。
- ・買い物弱者に対する行政からの支援としては、現在あるサービスに関する情報提供や金銭的補助、行政による公共交通機関の提供についての意見が多く見られる。
- ・また、配達や買物代行に関する注文を地域や行政が取りまとめ一括して注文することで、事業者と利用者がともに利便性が高まるとの意見も複数見られた。

(1) 補助金活用実績の有無



(2) 課題解決のために必要な行政からの支援

<ul style="list-style-type: none">●費用面の支援に関する意見<ul style="list-style-type: none">・人材不足に関する支援（人件費，人材確保）・車両に関する費用（燃料費，購入費用，車検など維持費用）
<ul style="list-style-type: none">●その他の支援に関する意見<ul style="list-style-type: none">・サービスについての地域住民等への広報支援，行政による周知・新規利用者獲得のための行政との連携（必要な人へのサービスや店舗の紹介，利用を考えている人への体験会，協議の場の設置など）

【具体的な回答（一部）】

- 配達車両（電気自動車※車両＋充電設備）の購入経費の補助。配達先登録できるナビゲーションシステムの購入経費の補助。決済端末（システム構築費）の補助。
- 県内の買い物支援をしている情報をホームページで公表してもらえれば買い物弱者や，県内外に住んでいる家族の助けになると思う。
- 消費力がない中での事業は元々難しい。また仕入れも思うように出来ない。
- ヘルパーがやっている買物代行を当店のシステムを利用してもらえたらいい。行政も交えた協議の場の設置。

(3) 買い物弱者に対し必要な行政からの支援

<ul style="list-style-type: none">●サービス利用に関する支援<ul style="list-style-type: none">・利用者に対するサービス利用の金銭的補助（費用の補助，利用チケット等配付，支払代行）・サービスを必要とする住民への買い物支援サービスに関する情報提供・配達，買物代行の利便性向上のための注文の一括化（行政，地域等が取りまとめを行う）
<ul style="list-style-type: none">●その他の支援に関する意見<ul style="list-style-type: none">・行政による交通機関の提供（コミュニティバス，乗合タクシー等）・行政，他業者との情報交換の機会の創設

【具体的な回答（一部）】

- 地域でまとめて注文をしたら，まとめて配達できる。
- よりあいバス（小型バス）を購入してもらい，バスが各集落を回って市内のスーパーまで送迎する。病院受診の方はその後に各病院へ送迎する。高齢者がバスの中で語り合える場所が確保でき，色々な情報を知ることができる。

6 自由意見

- ・特に、高齢者を対象とした支援に関する意見が多い。
- ・交通機関、移動に関してはそれぞれの地域の状況に合わせた対策を求める意見が見られる。

その他買い物弱者への支援に関する意見・考え、今後の展開・ビジョン等

- 行政などによるソーシャルサービスを組み立てられる中、支援や助成などをもらいながら連携して、暮らしや地域への寄り添い活動をすすめたい。今後の展開も、持ち得る活動原資の中で（対応可能な範囲で）暮らしや地域への寄り添い活動を実施したい。現在の活動においても助成などを検討してほしい。（配達,組合・団体）
- 本当に誰の支援も受けられず困っており、多少の利用料（配達料等）を支払い商品の種類や価格面での相違を受け入れても配達サービスを利用したいと考える生活者が地域にどれくらいいるのか、その市場調査が先決であり、そのうえで実現可能なサービスを小規模からスタートして肉付けしていくのが現実的だと考える。行政支援によるインフラ整備+民間のスピードとフレキシブル対応が鍵。（配達,企業）
- 行政に支援課を作り配達等を行政の中で行い商品は店舗等関連者が行うことも考えていいのではないかと。高齢者見守りにもつながる。全ての事を民間に任せるのは困難。（配達,企業）
- お年寄りが多いため、ネットやドローンなどの活用は難しい。市町村においてもっと分かりやすく説明する必要があると思う。（配達,個人事業主）
- 買い物弱者の方が、福祉弁当等に移行しないように民間（商店）と協力関係が築ければいいと思う。（配達,個人事業主）
- 現在地域内に一台のタクシーしか運行していない。今後買い物タクシー（デマンドタクシー）があれば便利（配達,企業）
- 買い物支援だけではなく、なるべく寄り合って話す機会があった方がいいと考える。（配達,個人事業主）
- 買い物弱者は交通の不便な地域に住んでいる独り暮らしの高齢者が多く、行政からの補助金がなければ、年金生活者において買物代行サービスは負担が大きく利用しづらいと思う。スーパーの宅配だけではなく、ちょっと幸せになれるスイーツや読みたい本なども一緒に届けていきたい。（買物代行,企業）
- 過疎地の高齢者等の買い物支援と医療機関への通院のためにコミュニティバスやデマンドタクシーを運行するとともに配達車を定期運行して欲しい。NPO法人は行政の補完だと思うため、非常に助かる。他の「高齢者等への支援」にも手を差し伸べることが可能となる。（買物代行,その他（社会福祉法人, NPO等））
- スーパーと連携して、移動販売車の増便、回数の増便等で買い物支援ができると思う。集落に回ってきている移動販売車は個人でやっているため、回りきれていない。予算がつけられたらと思う。（買物代行,協議会）
- 弊社の買物代行サービスは買い物だけでなく、様々なサービスを行っている。ご利用者の不平・不満を解消できるよう今後も工夫したい。（買物代行,企業）
- 当該地区は過疎化が進んでおり、買い物弱者が多いので、地域貢献の為に上手く運営していきたい。（買物代行,企業）
- エリアの拡大。例えば、弊社の実施地区から近隣の地区、さらには大きな市まで拡大したい。（買物代行,企業）

- 10～20 km離れた地域に行ってお客さんが1, 2人では毎回赤字が出ている。人口減少により、同業者は何人もやめてしまった。お客さんから要望があっても、赤字が続いてはどうしようもなく、対応できなかった。(移動販売,個人事業主)
- まだまだ動ける方, カートをやっとな押しして来られる方, 家から出るのが難しく注文を受け配達する方など, お客様の状態によっていろいろな対応方法が求められると思う。(移動販売,個人事業主)
- 町の商店と各家庭のコミュニケーションを大事に。店の品物の情報等を細めに配信し, 常に客との会話の場を設ける。(移動販売,個人事業主)
- 買い物難民の方に, スーパーでの買い物と変わらない買い物環境を提供することが必要。(移動販売,組合・団体)
- 役所, 社協, 各集落の民生委員, 区長さんたちとのネットワーク作りが必要。(移動販売,個人事業主)
- 高齢化が進む中で, 支援の強化が必要と考える。(移動販売,組合・団体)
- 企業としては取り組んでおりエリアを拡大中。(移動販売,企業)
- ネット販売があらゆる世代の人へ届くよう事業所側, 行政側のサポートがほしい。(配食,その他(社会福祉法人, NPO等))
- 生活支援コーディネーターによる地域支援と連動し, ニーズを聞きながら進めていきたい。(配食,協議会)
- コミュニティバスの運行も検討されているようだが, 乗り場までの移動も難しいという方も多い。採算が合わず, 廃止する自治体もある。一般タクシーは玄関まで来てくれるが, 料金が高い, 介助が必要な方, 車いすの方に対応できる運転手が少ないというデメリットがある。県道から外れると, かなり道幅が狭くなる当地域では近隣の3～4名の各玄関先まで送迎でき, 介護の資格を持った運転手が運行する「相乗り介護タクシー」のようなものが相応しいと思う。(送迎支援,個人事業主)
- 後期高齢者ばかりの地域であるが, 免許返納に対する対策を考えるべき。例えばタクシー利用割引券, 情報提供。(当法人のようにサービス事業所紹介)(送迎支援,その他(社会福祉法人, NPO等))
- 今後は一部地域だけでなく当該市町村内全域を対象としたい。車を持っていても可としたい。駐車場所を増やしたい。専従のパート職員雇用や燃料代等の補助があれば上記がかなり解決される。(150万円～200万円)(交通(バス),その他(社会福祉法人, NPO等))
- 配達に関しては, 世帯数を増やすことを望んでいますが, 配達人員の確保が困難で要望に応じられない。
- リピーターが多い。メニューに限りがあるため買物同行支援などの他サービスへの要望が多い。
- 積み荷に限界があるから, 昼以降は品数が少ない。