

# はままつWell-Beingアワード2023 応募申込書

## 【はままつWell-Beingデザイン賞】

Digital Smart City HAMAMATSU



令和5年8月29日

企業又は団体名：株式会社遠鉄ストア

- ・地域幸福度（Well-Being）指標は、市民の「暮らしやすさ」と「幸福感（Well-being）」を可視化する指標として、一般社団法人スマートシティ・インスティテュート（以下 SCI-Japan）が作成・開発した Liveable Well-Being City 指標® の別称です。
- ・Liveable Well Being City 指標を示す標章に関する商標権その他の知的財産権は、SCI-Japanに帰属しています。

# 応募申込書【はままつWell-Beingデザイン賞】

No	項目	内容																																										
1	取組やサービスの名称	遠鉄ストアの移動スーパー																																										
2	取組やサービスの対象・ターゲット	普段食料品のお買物に行く事が難しいお客様（主に高齢者）のお買物支援と高齢者の見守り役（安否確認等）																																										
3	取組やサービスの内容	<p>（活動年数、頻度、対象地域、対象人数等を使ってできるだけ具体的に記載）                      遠鉄ストアの商品（生鮮食品から惣菜・一般食品約400品目）を軽トラックに積んで、週1回から2回お客様のご自宅（一部施設等）に訪問し、楽しい会話をしながらお買物をしていただく。商品の販売だけでなく「浜松市あんしんネットワーク事業の協業企業」として行政と連携して高齢者の見守り役（安否確認等）を行っている。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>号車</th> <th>拠点</th> <th>活動年数</th> <th>販売エリア</th> <th>利用者</th> <th>利用件数 / 1ヶ月</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1号車</td> <td>大人見店</td> <td>2年1ヶ月</td> <td>細江・引佐</td> <td>200人</td> <td>1,010件</td> </tr> <tr> <td>2号車</td> <td>泉店</td> <td>1年9カ月</td> <td>和合・富塚</td> <td>180人</td> <td>920件</td> </tr> <tr> <td>4号車</td> <td>天竜店</td> <td>1年4カ月</td> <td>天竜区</td> <td>180人</td> <td>900件</td> </tr> <tr> <td>5号車</td> <td>笠井店</td> <td>1年</td> <td>東区</td> <td>170人</td> <td>850件</td> </tr> <tr> <td>8号車</td> <td>南浅田店</td> <td>R5年10月</td> <td>南区</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>9号車</td> <td>新橋店</td> <td>R5年12月</td> <td>南区</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> </tbody> </table> <p>※他の市とも見守り協定を結んでいます。                      磐田市：磐田市（高齢者等）見守りネットワーク事業協力に関する協定                      湖西市：湖西市高齢者見守り等活動に関する協定                      豊川市：豊川市高齢者地域見守りネットワークに関する協定</p>	号車	拠点	活動年数	販売エリア	利用者	利用件数 / 1ヶ月	1号車	大人見店	2年1ヶ月	細江・引佐	200人	1,010件	2号車	泉店	1年9カ月	和合・富塚	180人	920件	4号車	天竜店	1年4カ月	天竜区	180人	900件	5号車	笠井店	1年	東区	170人	850件	8号車	南浅田店	R5年10月	南区	—	—	9号車	新橋店	R5年12月	南区	—	—
号車	拠点	活動年数	販売エリア	利用者	利用件数 / 1ヶ月																																							
1号車	大人見店	2年1ヶ月	細江・引佐	200人	1,010件																																							
2号車	泉店	1年9カ月	和合・富塚	180人	920件																																							
4号車	天竜店	1年4カ月	天竜区	180人	900件																																							
5号車	笠井店	1年	東区	170人	850件																																							
8号車	南浅田店	R5年10月	南区	—	—																																							
9号車	新橋店	R5年12月	南区	—	—																																							

No	項目	内容
4	<p>対象・ターゲットの 幸福感向上のストーリー (お買物困難者)</p>	<p>(取組やサービスにより対象・ターゲットの幸福感がどのように向上するか、仮説を立てて記載)  <b>※末尾にある様式「幸福感向上のロジックツリー」を作成し、幸福感向上の仮説を補足してください。</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・近くに食品スーパーがない。また、免許も返納しているなどにより食品の買物は月に何回かバスやタクシーを利用して行くなど常に買い物ができない「買物困難者」の自宅に、生鮮商品から日配食品・一般食品まで約400種類の商品を積み込んだ移動スーパーが訪問することで、バスやタクシーなどの交通費が軽減でき、お米など重い荷物を運ぶ必要がなくなる。</li> <li>・新鮮な商品を自分で見て選んで会話をしながら楽しくお買物する事ができる。</li> <li>・毎週同じ曜日に来て、お客様はご要望商品を注文する事ができるため、満足度が高まる。</li> <li>・ご近所さんもお買物をする事ができるので、毎週1回か2回、楽しい会話もできるため幸福感も向上していく。</li> </ul>
5	<p>地域への波及効果 (高齢者の見守り役)</p>	<p>(対象・ターゲットの幸福感向上により、地域全体の幸福感へどのように波及していくか記載)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・移動スーパーの訪問するエリアの拡大により買物困難者の減少に繋がる。</li> <li>・移動スーパーが「浜松市あんしんネットワーク事業」の協業企業として高齢者の見守り役を担い、安否確認だけでなく高齢者の話し相手(ご相談も含め)になることで地域全体の「安全・安心なまちづくり」に繋がる。</li> <li>・移動スーパーが、浜松市高齢者福祉課や浜松市社会福祉協議会、地域包括支援センター、民生委員、自治会などとの連携を強化することで、地域全体の高齢者対応・サービスの拡充を図り高齢者やご家族の幸福感が向上していく。</li> </ul>

No	項目	内容
6	取組やサービスの効果測定的设计	<p>(取組やサービスの効果測定の方法や、効果的なPDCAサイクルを回していくための方針を記載)</p> <p>※実際に取組やサービスの効果測定の方法やPDCAサイクルが未整備であっても、方針や構想を記載してください。</p> <p>目的：お買物困難者のお買物支援と高齢者の見守り役</p> <p>P：生鮮食品、日配食品から一般食品までお客様の顔を思い浮かべながら好みの品を含めて約400品目をトラックに積んで、お買物困難者のお宅に伺い見て選んでお買物していただく。</p> <p>D：商品販売時にお客様とのコミュニケーションを図り、次回訪問時の注文をとったり、ご要望の商品等お客様のリクエストを伺う。また、お客様の体調の状態やお困り事がないかなどのお話もする。</p> <p>C：1週間単位で売上実績（客数・客単価・売れ筋等）を確認する。お客様の注文品やご要望商品などお客様ニーズを確認する。</p> <p>A：トラックへ積み込む商品を先週よく売れた商品は増やし、売れなかった商品を減らす。ご要望のあった商品を訪問日にトラックに積み込み、お客様の満足度を高めていく。</p>
7	取組やサービスを紹介したホームページやSNS等（任意）	<p>(ホームページのURL等を記載)</p> <p><a href="https://www.entstore.co.jp/service/idosuper/">https://www.entstore.co.jp/service/idosuper/</a></p>

No	項目	内容
8	取組やサービスの写真等（任意）	<p>(写真等の画像を枠内に貼り付けてください) ※応募申込書ファイル自体の容量が10MBを超えてしまう場合は、 浜松スマート申請の「補足資料」にてご提出ください。</p>    

## <幸福感向上のロジックツリー>

ターゲット：高齢者（買物困難者）

