

第 4 章 先進事例調査の結果

第4章 先進事例調査の結果

1. 枝光やまさか乗合ジャンボタクシー（北九州市八幡東区）

視察日時：平成26年11月26日（水）9時～12時

視察先：枝光本町商店街、光タクシー、枝光本町商店街アイアンシアター

（1）視察内容

➤商店街の現状と取組背景

①地区の特徴

- ・かつて新日鉄八幡製鉄所の本事務所・工場があり、かつての従業員は下請けも含め3万5千人いたが、現在は約2,000人にまで減少している。同地区の高台の坂の上に従業員の住宅が立ち並んでいる。なお、官営八幡製鐵所は明治34（1901）年創立。
- ・また、同地区は八幡八幡宮の門前町でもあり、かつては鳥居があった。商店街は、門前町であり製鉄所と共ににぎわったが、新日鉄の撤退後、イオンモール八幡東の開店、ミスターマックスの開店などが重なり、現状は厳しい。現在商店街の店舗数は26店舗。旧八幡製鉄所の購買部を前身とする「スピナ」がキー店舗。

②事業開始の動機

- ・公共交通機関がなく、道路幅も狭い高台地区住民は買い物弱者である。そこで地元の枝光商店街と高台の住宅地を結ぶコミュニティバスを平成12年10月より光タクシーが運行開始。
- ・光タクシーは、「高台の住民が生活できる基盤を作らなければ、財政難を理由に将来必要な公共インフラの修繕などが後回しになる可能性がある」と強い危機感を持っており、地域の企業や商店街、地元の住民が活動して行政からの支援も引き出すことを実践している。
- ・コンパクトシティ構想が進められる期間（20年～30年）の間に町の賑わいがなくなるといけないので、行政に頼るのではなく、住民の手で活性化策を考える必要がある。
- ・また、継続させるためには、仕組み自体はシンプルなものにした方がよいと考えている。高齢者向けのサービスということで、福祉面のサービスまで手を広げると継続できないと考えている。

③若い人の活動参加

- ・光タクシーが所有している福岡銀行店舗撤退後の空き店舗を、無償で地域の活動拠点に提供。5年ほど前に北九州の劇団が利用し、2年前に管理を若い人に任せ「枝光本町商店街アイアンシアター」として使用している。
- ・北九州では唯一の民営の劇場としてもユニークな拠点になっている。また、若者に管理を任せているほかに、商店街のサポートを依頼している。



枝光本町商店街の通り



枝光本町商店街アイアンシアター

(2) 乗合ジャンボタクシー運行コース

①12人乗りジャンボタクシー

➤ルートの策定について

- ・ルートは、住民と話しあって決める。10~15分で1周するルートで停留所は100~150m間隔で設置されている（高齢者が一休みせずに歩ける間隔）。
- ・医療機関の近くにも設置するようにしている。
- ・離合できないような狭い道路も住民の希望で通るようにしたが、離合を確保するため、該当地区の自治会長に路上駐車をさせないように徹底してもらった。
- ・停留所は、道幅が狭いため、通常のバス停を示す設置物は置かない。ただし時刻表は、掲示板や民有地の住宅の塀の外側に掲示し、足元にはペンキで表示している。
- ・公共交通機関の西鉄バスと競合するのは一部区間（短い）。
- ・市営団地の停留所での利用者が多い。また、コンビニエンスストア前の停留所も利用者が多い。



ペンキで表示されている停留所



民有地に張り付けてある時刻表

(3) 運営について

- ・5 ルートを2 台で運行している。商店街が休みの日曜・祝日は運休。
- ・年間利用者は、平成14 年頃は12 万人を超えていたが、利用する高齢者の減少に伴い徐々に減少し、平成22 年は8 万8 千人であった。収支は平成25 年くらいから厳しくなっている。
- ・車購入代金は、補助金を使用。

➤他の商業施設との関係

- ・利用者からは、イオン等の他の商業施設までルートを伸ばしてほしいとの要望が強い。
- ・ルート上にある商店街のうち品揃えが劣る店舗では、利用者が減少し閉店に追い込まれる店が増えた。買い物弱者支援は、両刃の剣ともなりうる。

➤利用者減少への対策

- ・商店街関係者は、これまで利用がない自治会に働きかけて商店街案内ツアーを実施したり、期間限定で実施する利用料金の割引等を検討している。



乗合ジャンボタクシー



枝光本町商店街の乗降場所のある無料休憩所

2. 若松区特養ネットワーク地域貢献事業「買い物支援」

ヒアリング先：北九州市保健福祉総務課

ヒアリング日時：平成 26 年 11 月 26 日（水）13 時 30 分~15 時 30 分

①事業概要

- ・若松区特養ネットワーク勉強会参加の 5 つの特養が、地域貢献のため、買い物支援・商店街活性化につなげようと各特養がデイサービス用のバスをそれぞれ提供(計 5 台)。
- ・一般の高齢者が浜市場連合組合（7 市場・商店街）への送迎バスを利用。
- ・倶楽部制（会員制）にしている。

②事業の課題

- ・平成 23 年度から 3 年間実施（毎月第二木曜日運行）したが、参加する高齢者を確認する手間などの負担が民生委員に集中し、平成 25 年 12 月にいったん終了。
- ・平成 25 年度、北九州市のモデル地区に選定され、コーディネーターが校区で住民参加によるワークショップを実施。民生委員だけでなく校区のまちづくり協議会を主体にして、校区で買い物支援に取り組むことになった。
- ・月 1 回の運行で手一杯。利用者からは月 2 回にして欲しい等の要望があるが、対応は難しい。日々の需要までは満たしていない。回数を増やすと本業のデイサービスへの影響が出て、運営を圧迫してしまう。

③再スタート

- ・送迎バスを利用する利用者と、利用者を支援するサポーター（買い物メイト）を街づくり協議会が募集。
- ・買い物メイトに登録した人は民生委員が多いが、新たに登録した人もいる。地域は、サポーターを出して協力。もともとは、民生委員だけがボランティアとして関わっていたが、負担が大きく一時中断する要因となった。このため、現在は一般の人も対象としている。
- ・利用登録者数はメイトも含め、50 名程度。毎回 5 台のバスで計 30 人くらい利用。
- ・毎月第 3 金曜日、集合場所から浜市場まで運行。送迎バスの利用料は無料。
- ・同事業は、地域主催の買い物ツアー的な位置づけにある。
- ・浜市場側でのおもてなし関係者なども来場するので、都合 50~60 人程度集まることになり、賑わう。

④社会福祉法人の地域貢献

- ・特養側の“地域貢献をしたい”という動機から運営を開始。
- ・特養も買い物介助者としてスタッフを参加させている。

⑤関係者の協力体制

- ・バスは利用料無料。
- ・買い物メイトも浜市場側のおもてなしもボランティアで手間をかけて運営している。

- ・乗車確認は民生委員を中心とした買い物メイトが一人ずつ行う。目的は、安否確認、保険(ボランティア保険のようなもの)をかけるための名簿づくり。
- ・利用者一人一人に参加のつどボランティア保険をかけている。保険料は若松区ネットワーク協議会と浜市場連合会が隔月負担。メイトが参加の有無を確認し、若松区役所が事務局として特養との連絡を担当。
- ・若松区は、事務局として乗車人員の取りまとめを行い、運行指示を出す。
- ・商店街も高齢者が他の商業施設でなく“この商店街に行きたい”と楽しみにする努力は求められる。
- ・商店街の受け入れ体制の一環として、おもてなしを実施。商店街が立地する地元のコミュニティの女性部がお茶とお菓子でもてなす。ガラポンの抽選会なども実施。

3. 楠橋北自治区買い物支援事業

ヒアリング先：北九州市保健福祉総務課

ヒアリング日時：平成 26 年 11 月 26 日（水）13 時 30 分～15 時 30 分

①事業概要

- ・地元葬儀社が送迎用のバスを無料提供。毎週木曜日、ショッピングモールへ買い物バスを運行。また毎週月曜日、ふれあい朝市を開催。

②買い物支援の経緯

- ・朝市の開催：地域内にあった唯一のスーパーが平成 22 年末に閉店。自治会がテナントへの出店要請、スーパーへの施設利用依頼、地元農家への出店交渉、運営ボランティアの募集を実施。
- ・買い物バス運行：地元葬儀会社から社有車の無料提供の申し出があり、運行日、運行時間、運行ルート、利用の際の誓約書などを同社と地域が詳細に打ち合わせを行い運行。
同社は以前から地域の老人クラブの活動に場所を提供し、自社に招待していた。地域での活動の中で、住民が買い物に困っているという声を聞き、自社バスの提供を地域に申し出た。

③買い物バスの運行

- ・平成 23 年 5 月 19 日スタート
- ・地域内を回ってショッピングモールまで運行。9 時に出発して 11 時ごろには帰宅。利用者一人一人にバス以外の事故は自己責任であるとの誓約書に署名、自治会に提出している。
- ・参加者は、ほぼ決まっている。
- ・普段買い物に行く時には、個人が自己責任で移動することを考えて保険は利用せず、自己責任を前提に運営。ただ、バスに乗車時は自動車保険の保険が適用される。

- ・サポーターも 5~8 名乗車し、バスの乗り降りなどを手助けする。重い荷物の持ち運びの支援を行うが、それをサービスと位置付けずにボランティアで実施。
- ・会員制で、番号札を使用して乗降を管理している。

4. 先進事例ヒアリングを終えて

- ・地域の住民や事業者が自発的に行う買い物支援活動に、行政が寄り添っていくことが大事と思われる。
- ・地域での買い物支援活動を継続させるためには、いかに地域の住民、事業者、行政がつながっていくかがポイントとなる。
- ・地域での買い物支援活動は、まとまりやすい。一方、事業者は本業に影響が出るような活動は行えない。また、事業者の取り組みを強引に地域の買い物支援活動とすることは、住民の理解を得ることが難しい。地域住民と事業に取り組もうとしている事業者をうまく結びつけ、繋ぐ仕組みを工夫する必要がある。
- ・買い物支援活動は、個人の善意に頼っている部分が多い。これをサービスの一部と位置付けると、運営側の負担感が大きくなり継続しない。有償の配達サービス等を上手く活用すべきと思われる。
- ・買い物支援に関する行政の部署は商業部門、交通部門等多岐にわたるが、北九州市では保健福祉局が担当となり、情報の集約から実践的なワークショップの開催までを行っており、スムーズな支援体制が構築されている。また、地域での具体的な買い物支援の取り組みは、“まちづくりコーディネーター”を公募により選定し、各取り組みの状況に応じた支援を行うことで、地域における自立、継続的な取り組みの実現を目指している。