地域再生計画

１　地域再生計画の名称

買い物弱者対策事業計画

２　地域再生計画の作成主体の名称

船橋市

３　地域再生計画の区域

船橋市の全域

４　地域再生計画の目標

４－１　地方創生の実現における構造的な課題

本市では、人口が増加し若い世代が多い南部・西部地域と、人口が減少し高齢化が進む北部・東部・中部地域で二極化が進んでいる。平成 27 年時点の地区コミュニティ別高齢化率を見ると、最も低い西部圏域の葛飾地区が 14.2%であるのに対し、最も高い北部圏域の大穴地区は 37.2%と大きく差があり、人口推計によるとこの傾向はより顕著になる見込みとなっている。

人口が減少し、高齢化が進む地区では、商店街も衰退傾向にあり、買い物が困難となっている住民が増えている。また高齢者のみ世帯が増加することで、日常生活の見守りも問題となっている。

大手チェーン店によるネットスーパーは市内全域で利用できるが、高齢者の外出する機会を奪う側面があることや、インターネットを利用できない高齢者が依然多いといった課題がある。また、特に生鮮品は実物を確認して買いたいというニーズは高い。買い物をしたい人がいるのに、ニーズに合ったサービスを提供できていないことで、消費機会を逸してしまっている。

４－２　地方創生として目指す将来像

【概要】

本市は高齢化が進展していく中、市民が住み慣れた地域でいつまでも元気に、いきいきと安心して暮らせるまちを目指している。そのために、「住まい」「予防」「生活支援」「介護」「医療」に関するサービスが一体的に提供される地域包括ケアシステムの構築が不可欠となっており、その中でも、安心して日々の生活を送るためには、食料品・日用品などの買い物が困難な高齢者を支援する買い物弱者対策の推進が必要である。

一方、人口減少・少子高齢化の進行により、店を開いていれば売れる時代ではなくなっており、小売店の生き残りが益々困難になっている。時代と消費者のニーズに合ったサービスを提供していくことで、活力ある商業環境にしていく必要がある。

【数値目標】

ＫＰＩ	事業開始前（現時点）	2019年度増加分 １年目	2020年度増加分 ２年目	2021年度増加分 ３年目	2022年度増加分 ４年目	KPI増加分の累計
移動スーパー事業の累計売上高（千円）	0	6,000	12,000	13,000	14,000	45,000
移動スーパー事業の累計延べ利用者数（人）	0	6,000	12,000	13,000	14,000	45,000

５　地域再生を図るために行う事業

５－１　全体の概要

５－２の③及び５－３のとおり。

５－２　第５章の特別の措置を適用して行う事業

○　地方創生推進交付金（内閣府）：【Ａ３００７】

○　まち・ひと・しごと創生寄附活用事業に関連する寄附を行った法人に対する特例（内閣府）：【Ａ２００７】

①　事業主体

船橋市

②　事業の名称

買い物弱者対策事業

③　事業の内容

市内にあるスーパーやコンビニ、生鮮品販売店等の店舗立地状況と、町丁目単位での高齢者居住状況をきめ細やかに分析を行うとともに、地域の実情をよく知る関係者等にヒアリングし、市内の買い物困難地域を特定する。この情報を提示し、買い物困難地域で移動スーパーを実施する民間事業者を公募する。

移動スーパー事業を実施する民間事業者に対しては、事業の立ち上げ支援として補助金を交付するが、補助期間を当初５年間と明示し、それ以降は自立して運営できる事業計画であることを要件とする。

なお、移動販売車を停車する場所の地域との調整は市が行うとともに、既存店舗になるべく影響を与えないように、販売商品が重複する店舗の近隣では、販売地点を設定しないようにする。

④　事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

当初５年程度で移動スーパーの売上のみで採算が取れるように、売り上げに応じた販売地点の見直しや、地元町会による購入勧奨等により売上増を図り、事業の自立化を目指す。

【官民協働】

民間事業者が移動スーパーの事業主体となり、当初５年間で事業の自立化を目指す。市は、市内の買い物困難地域を分析し、事業者に提示する。また事業の自立化を支援するため、期間限定で補助を行うとともに、積極的に広報する。

【地域間連携】

これまで移動スーパー事業は、中山間地域等での実施事例が多いが、高齢化が進展している中、都市部でも買い物弱者対策が問題化している。本事業は、都市部における移動スーパー事業の事例として、近隣・類似自治

体に横展開することが期待できる。また本市の事業が軌道に乗った際は、販売ルートに隣接する他自治体の地域も加え、広域連携を図ることを検討する。

【政策間連携】

移動スーパーを買い物困難地域を対象に行うことで、直接的な買い物弱者対策となるほか、定期的に同じ場所に高齢者が集うことで、見守り機能やコミュニティを育むサロン的役割が期待できる。また買い物弱者の存在をビジネスチャンスとして捉え、上手く需要を取り込むことで、新たな消費喚起を生むことができる。

⑤　事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（ＫＰＩ））

４－２の【数値目標】に同じ。

⑥　評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度、３月末時点のＫＰＩの達成状況を企画財政部政策企画課で取りまとめて、「船橋市まち・ひと・しごと創生懇話会」において検証を行う。また、必要に応じて「船橋市まち・ひと・しごと創生総合戦略」や今後の事業経営方針に検証結果を反映させる。

【外部組織の参画者】

産業界：船橋商工会議所、行政機関：船橋市、教育機関：日本大学理工学部、金融機関：千葉銀行船橋支店、労働関係団体：（一財）船橋労働基準協会、メディア：時事通信社、住民代表：船橋市自治会連合協議会

【検証結果の公表の方法】

毎年度、「船橋市まち・ひと・しごと創生懇話会」の開催結果について、船橋市ホームページにて公表する。

⑦　事業費

（単位：千円）

事業	2019年度	2020年度	2021年度
法第５条第４項第１号イに関する事業	2,000	2,000	2,000

うち法第５条第４項第２号に関する事業	1,000		

総事業費
6,000
1,000

⑧　事業実施期間

・　法第５条第４項第１号イに関する事業

地域再生計画の認定の日から 2022 年３月 31 日まで

・　法第５条第４項第２号に関する事業

地域再生計画の認定の日から 2020 年３月 31 日まで

⑨　その他必要な事項

ア　法第５条第４項第２号に関する事業としての事業区分

まちづくり（コンパクトシティ等）

イ　申請時点での寄附の見込額

（単位：千円）

寄附法人名	寄附の見込額	
	2019年度	計
－	500	500
計	500	500

５－３　その他の事業

５－３－１　地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

５－３－２　支援措置によらない独自の取組

移動販売調整・広報事業

①事業概要

本市が、移動販売車を停車する地域との調整や広報を行う。

②事業実施主体

千葉県船橋市

③事業実施期間

2022 年４月１日から 2023 年３月 31 日まで

６　計画期間

地域再生計画の認定の日から 2023 年３月 31 日まで

７　目標の達成状況に係る評価に関する事項

７－１　目標の達成状況に係る評価の手法

５－２の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

７－２　目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

４－２に掲げる目標について、７－１に掲げる評価の手法により行う。

７－３　目標の達成状況に係る評価の公表の手法

５－２の⑥に掲げる【検証結果の公表の方法】に同じ。