

# 令和元年度安平町次世代モビリティ地域活性化サービス調査研究事業

## 結果（中間）報告書



令和2年2月 安平町



# 目 次

## 第1章 本調査の概要

### 第1節 本調査事業の仕様・実施内容

### 第2節 事業の目的

### 第3節 「あびら巣立ち支援ネットワーク会議」の設置

## 第2章 次世代モビリティ・地域活性化サービス調査研究の概要

### 第1節 アンケート調査等の結果

### 第2節 フィールドワーク等調査の結果

## 第3章 地域の課題

### 第1節 地域の課題

### 第2節 次なる課題の発掘

## 第4章 まとめ

## 第1章 本調査の概要

### 第1節 本調査事業の仕様

#### (1) 事業者意識調査（アンケート調査）

##### ① 事業者意識調査における事前に提示した仕様

- 対象者 安平町商工会会員及び町内事業者  
商店街構成エリア内の居住者 計 200件想定
- 調査内容 各事業者における将来に向けた動向  
高度情報化に向けた事業者側の意識調査
- 回収目標 アンケート発送及び聞き取り調査 回収率 70%

##### ② 事業者意識調査の実施内容

- 安平町商工会会員及び町内事業者向け
  - アンケート発送先数 167社
  - 送後対象外判明数 11社
  - 回収率算出分母 156社
  - 回収数（回収率） 115社（73.7%）
- 商店街構成エリア内の居住者向け
  - アンケート発送先数 32件
  - 回収数（回収率） 23件（71.8%）

#### (2) 地域住民意識調査

##### ① 地域住民意識調査における事前に提示された仕様

- 対象者 デマンドバス登録者（町内高齢者65歳～74歳）150名  
任意抽出によるワーキングパパママ世帯 50名
- 調査内容 デマンドバスの利用及びスマホサービスの利用について  
意識調査  
MaaS（地域におけるサービス・ニーズの掘り起こし）の  
ニーズ調査  
その他、調査に必要とされる事項
- 回収目標 アンケート発送及び聞き取り調査 合計 50%

##### ② 地域住民意識調査の実施内容

- デマンドバス登録者（主に高齢者）向け
  - アンケート発送先数 150件
  - 回収数（回収率） 85件（56.6%）
- ワーキングパパママ世帯（子育て世代）向け
  - アンケート発送先数 62件
  - 回収数（回収率） 30件（48.3%）

##### ③ 合計回収数（回収率）

- 合計回収率 115件（54.2%）

### (3) フィールドワーク等調査

#### ① タブレットPOSレジ導入調査（仕様）

- 安平町商工会会員3者（商工会より推薦）
- 試行期間は4ヶ月間
- 主要3ブランド（ユビレジ、スマレジ、エアレジ）による試行試験

#### ② タブレットPOSレジ導入調査の実施内容

- 試行事業者
  - 酒類等小売業、魚等小売業、電気製品小売業
  - それぞれの実情に最も合うレジシステムを試行
- 実施期間
  - 令和元年9月20日～令和2年1月20日

#### ③ 町内ヒアリング、フィールドワーク（仕様）

- 商工会会員及び関係経済団体並びに町民
- 町民懇談会、まちづくり関連懇談会等 10回

#### ④ 町内ヒアリング、フィールドワークの実施内容

- 町政懇談会
  - 令和元年11月11日（安平地区）
  - 11月12日（追分地区）
  - 11月13日（早来地区）
  - 11月14日（遠浅地区）
- あびら巢立ち支援ネットワーク会議
  - 令和元年10月 9日（令和元年度第1回）
  - 令和2年2月20日（令和元年度第2回）
- その他関係機関等との会合
  - 令和元年10月 9日（商工会役員会にて事業説明）
  - 令和2年 1月 6日（役員3役および町担当者に対して中間報告）
  - 令和2年 2月18日（役員3役および町担当者に対して最終報告）
- 現地訪問調査
  - 令和元年11月26日 デマンドバスを追跡して運行状況調査
  - 令和元年12月18日 訪問聞き取り調査（4社訪問）

#### ⑤ スマホコーチング事業の実施日

- スマホユーザ普及活動
  - 令和元年12月 9日～11日（安平地区）
  - 令和2年 1月20日・22日（早来地区）

#### ⑥ MONET 事業

- MONET オンデマンドモビリティサービス事業
  - 令和元年 8月 サービスイン ○対象車両 4台
  - 調査内容 ・走行状況レポート（取得項目 9項目）
  - ・ヒヤリハットマップ ・道路状況マップ

## 第2節 事業の目的

当町では、合併後から地域間をつなぐ地域公共交通が脆弱であり無料循環バスを運行し町民の交通利便性を高めてきた。こうした中、町内の高齢化、過疎化によるタクシー会社の収益減少などから、撤退問題などが生じた。その後、当町、商工会、バス事業者、ハイヤー会社などと協議を重ね交通体系全体を見直し、現在の当町における乗り合いによるデマンドバスが平成25年4月1日から運行するに至った。

運行開始後も続く人口減少下における課題として、デマンドバスの登録者数、利用者増加に向けた取り組み、デマンドを通じた中心市街地の活性化、他の公共交通との役割分担など当町地域公共交通会議での議論の中から一体的に進めてきたが、平成30年9月6日の北海道胆振東部地震で被災し、多くの復旧事業が急務となった。

こうした状況下において、震災により2ヶ月間で136名が転出（前年同比63増）、町内商工事業者が廃業に追い込まれたりする中、3月でタクシー会社1社が廃業となるなど、デマンドバス運行事業者・人的確保と言う面で課題がある。また、更なるデマンド利用サービスの質的向上なども求められており、現行サービスの維持と潜在的に利用ニーズのあるワーキングパパママ世帯（子育て世代）や高齢者層の利用促進としての理解度を高めるための取り組みが必要とされる。

一方、震災により街中のにぎわい拠点である中心市街地も被災により多くの店舗が解体を余儀なくされ、公費解体後の土地の利活用も新たな課題として挙げられる。

様々な地域課題を抱える中で、当町として持続可能な「移動サービスの仕組みづくり」を構築していくためには、地域の現状を情報の高度化により把握、分析により可視化し町民の更なる利便性を高める取り組みや、目の前に迫っている5G、AI、IoT対応、自動走行運転への検討など取り組みが必要である。その一環として、平成31年2月にソフトバンク株式会社とトヨタ自動車株式会社等が共同で設立したMONET Technologies株式会社（通称MONET）と覚書を締結し、次世代モビリティの活用について調査研究を開始している。

以上のような背景から、本事業によって以下に掲げる5つの点について調査研究を行った。

- ① デマンドバスの利用者ユーザビリティの向上
- ② MONET事業を通じた次世代モビリティの可能性
- ③ 高度情報化（電子決済化）等の導入検討からインバウンド対策への可能性
- ④ スマートフォン等のユーザー拡大に向けた取り組みへの課題
- ⑤ マチのにぎわい拠点でもある商店街に人が集う仕組みづくり（土地利用を含む）

### 第3節 「あびら巢立ち支援ネットワーク会議」の設置

本件、調査研究事業に当たっては、以下の組織を設置して業務遂行を行った。

□あびら巢立ち支援ネットワーク会議構成名簿

(安平町次世代モビリティ・地域活性化サービス調査研究会名簿)

機 関 名	役 職	氏 名	備 考
安 平 町 商 工 会	会 長	小 林 正 道	担 当 野呂政幸（経営指導員）
北 海 道 銀 行 早 来 支 店	支 店 長	岡 田 直 人	
北 央 信 用 組 合 む か わ ・ 早 来 支 店	支 店 長	五 十 嵐 創	
安 平 町 産 業 経 済 課	参 事	下 出 佳 史	事務局
その他ネットワーク会議の目的を達成するために必要な支援機関等			
安 平 町 政 策 推 進 課	課 長 補 佐	渡 邊 匡 人	
安 平 町 地 域 推 進 課	課 長	村 上 純 一	
ソ フト バ ン ク 株 式 会 社 ( オ ブ ザ ー バ ー )	参 与	宮 本 直 哉	C S R 統 括 部 地 域 C S R 部 北 海 道 担 当

## 第2章 次世代モビリティ・地域活性化サービス調査研究の概要

### 第1節 アンケート調査等の結果

#### (1) デマンドバスの利用者ユーザビリティの向上

デマンドバスの理想的な運行形態としてドア to ドアで利用する形態（フルデマンド）がある。デマンドバスには、出発点と終着点を固定し、途中の経路は予約した利用客の近隣を経由する形態もあるが、フルデマンドは出発点や終着点すら固定せず、乗り合いハイヤーのように運行する形態である。これらを実現させるには、車輌と運転手を増やし、運航日や便数も増やす必要がある。しかし、地元タクシー会社が昨年廃業したように、相当数の利用者が集まらなければフルデマンドは成立させられない。そこで、人を運搬する以外の収益源を見出して、デマンドバスの収益性を高めることが将来の展望を描くうえで重要である。

次世代モビリティに期待する付帯的な機能について調査した結果、各種宅配サービスのニーズが高いことが分かった。貨客混載は、最近JR北海道が新幹線に荷物を混載することを検討しているように、注目度が高まっている。

現状では、コープさっぽろの宅配サービスが町内で利用できるうえ、町内の事業者によっては、サービスとして高齢者向けに惣菜等を宅配しているケースもある。今回の調査結果を見ると、それらの既存サービスは顧客ニーズを充足するには至っていないことが伺える。

#### (2) MONET事業を通じた次世代モビリティの可能性

前項の通り、次世代モビリティの可能性としては、貨客混載による宅配サービスに地域ニーズがあることが分かった。最初は「人」を運び、次に「モノ」を運び、さらに「サービス」も運ぶことで収益性を高め、フルデマンドバスに結びつけることが期待される。

MONET事業の将来的な構想として、完全無人での自動運転・運行も検討されている。この点も視野に入れて、当町を含め全国から今後収集する膨大な実証データを基にユーザビリティの向上を図る計画であり、AI時代を象徴する取り組みである。こうした最先端の情報技術を地域が取り込みつつ、人間でなければ提供できないサービスを生み出すことが、AI時代を生き抜く鍵となる。例えば前項に示した宅配サービスについては、将来的にドローンを活用する方法が開発されることも予想される。このとき、運搬されるのはただの「モノ」に過ぎない。本調査によって、宅配サービスの潜在的なニーズとして、人と会い、会話することを求めている人が少なくないことも判明しており、「人」が関わることが感じられる次世代モビリティの在り方を追求することも重要と思われる。これが、引いては次世代モビリティの質の向上にもつながると考えられる。

#### 【安平町向けオンデマンドモビリティの取り組み】

MONETの技術提供により、町内を移動するデマンドバス等の運転の状況をデータとして収集・解析し、将来の自動運転を実現させる際に重要な「ヒヤリ」したり「ハッと」する要注意箇所等の情報を抽出して地図上に反映する試験を行っている。概要は以下の通り。

- 対象車両 4台 (デマンドバス2台、町有普通車2台)
- 走行状況レポート 9項目
  - ① エンジン始動回数、② 走行距離、③ 運転時間、④ アイドリング時間
  - ⑤ シートベルト非装着時間、⑥ 空ぶかし回数、⑦ 急加速回数、⑧ 急減速回数
  - ⑨ 一定速度運転時間割合
- ヒヤリハットマップ
  - デマンドバスA：5週間で「ヒヤリ」「ハット」する急制動箇所が17か所あった
  - デマンドバスB：5週間で「ヒヤリ」「ハット」する急制動箇所が107か所あった
- 道路状況マップ

### (3) 高度情報化(電子決済)等の導入検討からインバウンド対策への可能性

事業者向け調査の結果、事業を営むうえで特に心配なこととして最も多くあげられたのが売上の維持・向上であった。企業が売上を向上させるには、①必要十分な顧客を得る、②顧客をリピーター化する、③顧客の来店頻度や1人あたり購入単価を増やす、以上3項目が肝要である。

本調査の結果、売上の維持向上を図るうえで肝要な3項目や、そのために管理すべき最低限の措置(日々の来客数や売上額、売上品目等の把握)について、各事業者の認識が薄いことが浮き彫りとなった。家族経営等の小規模事業者は人手を増やすことが容易ではなく、それらの措置に時間を割くことは難しい。それゆえ、より効率的に対応できるシステムの必要性が高まっており、従来のレジシステムよりも容易に日常の売上管理ができ、将来の新しい地域ポイントサービスの導入にも密接に関連するタブレットPOSレジシステムの導入支援が効果的と考えられる。

町内の商店・事業者に対する新しい地域ポイントサービスの採用にかかる意向調査の結果をみると、3分の2の事業者が採用に前向きであるが、3分の1は消極的なことが判明した。消極的な理由として、導入費用や継続的な費用に対する不安を訴える回答が半数前後あった。

売上の維持・向上を図るうえで有効なタブレットPOSレジのメリットや、スマートフォン等の決済対応をしなければ新しい顧客を得ることは一層難しくなる状況を正しく理解してもらい働きかけが重要といえる。後項(4)において町民のスマートフォン等利用率向上について記載している通り、事業者側のスマートフォン等対応と町民のスマートフォン等利用率の向上を両輪とすることで、地域の活性化を図る土台が構築できると考える。

さらに、スマートフォン決済が可能になれば、近年最も多く来道している中国および香港からのインバウンド対応が可能になる。目下のところは新型肺炎の流行で減少しているものの、近年、中国人の富裕度は著しく上昇しているため、従来からの団体旅行のみならず、家族・親族単位がレンタカーを利用して個人旅行するケースも増えてきた。そういった層は、「あまりメジャーではないが、日本・北海道らしさが体験できる旅行」を望むようになってきている。また、スマートフォン決済の広がり世界的に加速しており、中国以外ではLINEPAYやAPPLEPAY等日本でも馴染みの決済ブランドが浸透している。これらを勘案すると、取扱可能店舗を増やすことが、地域としてのインバウンド取り込みにならなからず寄与すると思われる。また、インバウンド対応に必要なもうひとつの視点は言語の問題である。北海道庁が公表している訪日外国人来道者推移によると、英語だけでなく、少なくとも中国語(中国：簡体字、台湾：繁体字)で



メニュー表示する等の対応が必要と思われる。アジアの中では比較的英語に強いとされる韓国でも、近年は多様な年代の旅行者が来道しており、国家間の状況等で一時的に減少しているものの、ハングルまで準備をしておくことで、来道者の76%をカバーすることができる。

これに関連し、スマートフォン等の自動翻訳機能も有効である。後項(4)で述べるスマートフォン等のユーザー拡大と関連させてインバウンドに強いまちづくりを目指す価値は十分にあると考える。

#### (4) スマートフォン等のユーザー拡大に向けた取り組みへの課題

現在利用している電話機について質問した結果、ワーキングパパママ世帯(子育て世代)と60~70歳台で大きな違いが見られた(スマートフォン等利用率=子育て世代100%、60~70歳台18%)。このギャップを埋める対策が必要である。スマホコーチング事業(スマートフォン教室)のニーズ調査を行ったところ、60~70歳台の55%が誰かに教えてもらいたいと回答した。この結果はスマホコーチング事業に対する潜在的なニーズが高いことを表している。

スマートフォン等の利用者を増やすうえで、ユーザー側への対応については継続・強化することで成果を生み出せる兆しが見えるが、一方で重要なのは、地域でスマートフォン等を活用できる場面を同時並行的に増やすことである。そのための方法として、前項(3)でも触れたように、スマートフォン等で支払いできる事業者側のインフラ整備や新しい地域ポイントサービスの展開があげられる。

新しい地域ポイントサービスに関する調査結果として特筆すべきは、現在のスタンプ・ポイント制度の利用状況である。50歳以上では3分の2以上がスタンプもしくはシールを貯めており、町外の商業施設を主に利用していると思われる40歳以下でも5割近くが貯めている。

また、新しいポイントサービスに関する調査では、40歳以下の世代ではスマートフォン等によるポイント制度の利用ニーズが半数以上に及ぶことが分かった。また、60歳台でも28%がスマートフォン等でのポイント利用を期待しており、新しい地域ポイントサービスにおいてスマートフォン等の利用を可能にすることは不可欠と考えられる。

#### (5) にぎわい創出拠点の中心商店街へ人が集う仕組みづくり(土地利用を含む)

商店街の不動産について心配することの回答として、65%(商店街52%、町全体13%)が地域の将来像に不安を抱いていることが明らかとなった。これに対する有効打として、商店街に人が集う仕組みを作ることが重要であり、その具体策として、被災した店舗等の解体で生じた空き地や空き店舗の活用による商店街の空洞化対策や、にぎわい創出拠点を新たに設ける方法が考えられる。

マチのにぎわい創出については、これまでも、「あびら巢立ち支援ネットワーク」が創業支援・事業承継対策と関連させて空き店舗・空き地活用をサポートしており、本調査によって把握した情報も含めて、今後一層、商店街の動向を注視することが必要と思われる。また、そうした情報は、町内事業者に留まらず、北海道・胆振・安平町等の地域へ創業や進出を目論んでいる個人や法人にとって、比較検討するために重要な情報でもある。よって、「あびら巢立ち支援ネットワーク」と連携しながら、商工会からの情報発信についても期待したい役割の一つと

考える。

マチのにぎわい創出の事例としては、令和元年11月に追分地区において開業したコミュニティスペース“ENTRANCE”（エントランス）がある。これは空き店舗を活用し、復興ボランティアセンターのメンバーが立ち上げた施設で、オープンから3か月で来場者が1000人を超えている。また、早来地区では、仮設店舗の跡地利用や「まち・あい・ステーションラピア」周辺を活用したにぎわい創出に向けた取り組みが必要とされる。このほかにも、両地区において活用可能な公共・民間施設などをにぎわい創出拠点として位置づけ、それをつなぐことで拠点の輪を広げることが可能となる。さらには、道の駅D51ステーションとそれぞれの拠点施設、既存店舗とを結び、回遊・交流できる仕組みづくりを構築していくことが効果的と考えられる。

## 第2節 フィールドワーク等調査の結果

### (1) タブレットPOSレジ導入調査

#### ① 本調査の背景

軽減税率適用にかかる助成制度があるものの、タブレットPOSレジ等新しいレジシステムを導入する町内事業者は少ない。特にタブレットPOSレジを導入しない要因として、使い勝手や各種連携サービス等のメリットを知らないことが主因と考えられ、導入に向けたハードルを下げるための具体策を見出し、町内の他事業者への導入促進を図ることを目的として本事業を実施した。

まず、既存の専用レジシステムについて解説する。

レジは現行の代表的な専用端末の場合、日々の売上データはレジ端末に保存され、紙の集計表として印刷することが出来るほか、SDカード等にコピーしてデータをパソコンに移し替えることや、右下のようにスマートフォンへデータを転送することもできる。

しかしながら、これらのプロセスは手間がかかり、家族経営で時間的余力に乏しい事業者にとっては日々のデータ管理を行う段階に至らない傾向が強い。

一方、タブレットPOSレジの場合は、専用ではなく一般的に使用されているタブレット端末にレジ・アプリを入れて使う点に特徴がある。その結果、同じ端末の別画面で日々の売上状況について確認することが出来るため、管理面の負担感は大きく軽減されるメリットがある。

#### ② タブレットPOSレジ導入調査

タブレットPOSレジシステムの代表的な3ブランドを3カ所の事業者に設置・運用する試行調査を実施した。対象先は商工会が選定・推薦した事業者である。

#### ③ 本調査で判明したタブレットPOSレジの導入に関する課題は以下の通り。

##### A) タブレットPOSレジ事業者の対応力と他ブランドとの互換性

各社ともにランニングコストを無料とするプランがある点はメリットであるが、その分だけ他の事で収益を獲得する必要があり、サポート付き有

料プラン等のアピールを強力に行う事業者もいる。

また、容易に他社へ乗り換えられる可能性を排除するため、各ブランドで接続できるキャッシュドロー（現金を出し入れするケース）やレシートプリンターのメーカーや機種を限定している。そのため、例えばスマレジを導入して使い勝手に不満が出て他ブランドに乗り換える場合、5～8万円の周辺機器を買い替える必要が生じるケースが少なくない。

#### B) 導入時の経済的負担

導入の初期コストは既存の専用端末レジと同水準（15～20万円）になる。iPad等のタブレット端末は汎用性が高く、同じ初期投資額であればメリットを感じる事業者が少なからずいると思われる。一方、操作性でネックを感じる事例として画面サイズが小さい点をあげるケースが複数あった。

この要望に応える場合、画面サイズが約13インチのiPadは一般的な10インチ弱よりも77,000円高いため、初期コストが23～28万円になってしまう。

#### C) 導入時の精神的抵抗感

タブレットやスマートフォンを利用していない人にとって、タッチパネルの操作に抵抗感を抱くケースが少なくないことを改めて認識した。これについては導入に向けたハードルに違いはないが、町内でスマートフォン等の利用者を増やす方向にあることを勘案すると、タブレットPOSレジに触れることでスマートフォン等も利用してみよう、という機運が生まれる可能性もあり、むしろ好機と捉える考え方もある。

#### D) 現状の管理業務運営方法との整合性

現在利用している会計ソフト等との連動性については事前に十分確認する必要がある。会計ソフト同士でデータを移し返すことは比較的容易にできるため、これを機に会計ソフトも乗り換える手が考えられる。クラウド会計ソフトへ移行する場合、導入支援を廉価に提供している北海道内の企業が複数あるため、検討する価値はあると思われる。

### ④ 今後の導入メリット及び留意事項

#### A) 売上の維持・向上を図るために

別途報告済みの事業者意識調査において、日常的な売上管理を行う際、タブレットPOSレジには高い優位性があることを指摘した。本調査によって課題は見えてきたが、これ以外に小規模事業者が売上管理を効率的に行えるものは見当たらない。よって、導入の際には複数事業者に対して集合研修等を行って精神的な抵抗感を薄めつつ、個別の状況に応じるためのサポート体制を整える必要がある。

#### B) 令和3年に予定している新しい地域ポイントサービスとの兼ね合い

昨今の地域ポイントサービスもタブレット端末とレシートプリンターの

セットを必要とするケースが多く、互換性がある場合には初期投資が軽減されるうえ、レジ周りに配置する端末の数が少なくなるメリットもある。よって、タブレット POS レジの導入を行う場合には、新しい地域ポイントサービスとの互換性を考慮することが望ましい。

#### C) バーコードリーダーを使用する場合の留意点

バーコードリーダーを使用する場合には、PAYPAY 等のスマホ決済時に QR コードを読みとれる機器であることが望ましい。これは初期投資を抑える効果のほか、機器類が増えてしまうことの煩雑さを回避する効果がある。現状ではエアレジ+AIRPAY の組み合わせだけが対応可能であるが、ニーズが非常に高いため、今後、利用可能な組み合わせが増える可能性もある。

#### D) ま と め

後述するスマホコーチング事業が順調に進んでおり、今後は町内のスマートフォン等ユーザーが増えることが見込まれる。これに呼応して、事業者側もスマートフォン等決済を含めた高度情報化への対応が期待されるため、その第一歩としてタブレット POS レジの導入を促進する必要がある。本調査によって得た課題や留意事項を踏まえて支援を行うことで、事業者側への導入を進めることは可能と考える。なお、後述のスマホコーチング事業がきっかけとなり、2社の事業者がスマートフォン等決済サービスの PAYPAY を採用し、成果をあげることができた。

### (2) スマホコーチング事業

#### ① 本事業の背景

平成30年9月の北海道胆振東部地震の際に防災無線が聞こえなかったという意見や、その後のブラックアウト時に情報伝達手段が限られていた経験を踏まえ、当町としては緊急時等の情報伝達手段を多重化する施策を強化している。その中でも特に効果的な方法として、緊急速報メールや防災アプリの登録・利用を推奨している。

また、次世代モビリティの将来像や新しい地域ポイントサービスを検討するうえで、町民が高度情報化社会に適応できるか否かが鍵を握ると思われる。

これらを勘案すると、町民が安心・安全で活気のある生活を送るためには、一人でも多くの人がスマートフォン等を使える状態にすることが肝要であり、本事業を実施した。

#### ② 実施内容

- 令和元年12月9日～11日（安平地区3日間）
- 令和2年1月20日と22日（早来地区2日間）

それぞれ約20名ずつが参加し、スマートフォンの基本的な操作方法から始まり、最低限の機能を使えるようになることを目標として実施した。

結果、40歳代～70歳代の参加者がほぼ例外なく、積極的に学ぶ姿勢を持っていることが確認できた。新しいことへの不安が「分かった」「できた」ことによってモチベーションに変わり、貪欲に操作方法を身に付けようとする

る意欲が溢れていた。

ただし、これらの方々は最初の段階で積極的に手を挙げた人たちであり、今後は裾野を広げる方法を考える必要がある。

### ③ 今後の展開

町民意識調査によると、60～70歳代でスマートフォンの操作について教えてもらいたいニーズが55%に及ぶが、その中で「他に参加した人の感想を聞いてから検討したい」という回答が26%、「スマホ教室ではなく家族や友人から教えてもらいたい」という回答が15%あった。

今回のスマホコーチング事業によって反響が高まることが期待される一方で、家族や友人から教えてもらいたい、というニーズは示唆に富んでいる。というのは、単にスマートフォンの操作方法を知りたいだけではなく、交流や対話を期待する面もあると考えられるからである。

一方、初めての段階で教えてもらうには、最近操作できるようになった同年代の方から教えてもらう方が安心するケースも考えられる。

これらを踏まえ、来年度以降は教える側に立てる人の認定制度を設ける予定である。今回のような初級者コースを経た中高齢者が、他の人に教える方法のコーチングを受けて認定を貰い、初級者へ教える方法が考えられる。また、スマホを使いこなしている若い世代に対して、他の人に教えるうえでのコツをコーチングして認定を得てもらい、初中級者へ教える方法も考えられる。こうして町民が教える側（メンター）になることで、新たなコミュニケーションが生まれることも期待される。

## (3) フィールドワーク調査の結果

### ① 町政懇談会

- 令和元年11月11日（安平地区）
- 11月12日（追分地区）
- 11月13日（早来地区）
- 11月14日（遠浅地区）

以上の日程と場所で開催された町民懇談会に同席した。町民から寄せられた本事業に関連する意見は以下の通り。

- 個人商店がどんどん減っている
- 住みにくさが年々増している（商店街の衰退）
- タクシーが無くて困っている
- デマンドバスおよびMONETの利用状況を知りたい
- 現状は町民限定のデマンドバスを来町者に開放しては？
- 道の駅あびらD51ステーションに意識が向きすぎているのではないか
- 新しいポイント制度について、従来の制度に加え、町の行政サービスやコミュニティ施設の利用等も検討する方が良い
- 取壊し住宅が増えており、空き地の活用を進めて欲しい
- シティプロモーションについて、情報発信を強化すべき
- ハザードマップの見直し状況を知りたい
- 防災無線が聞こえない
- あびらチャンネルが視聴できないエリアについて

- 医師の不足（休日診療を受けられない等）について
- ほか、小中学校の一体化運営に関する質問が複数寄せられた。

全体を通じて、地域によって町民の注目点や意識に温度差があるように感じた。一方で共通する視点として、商店街を中心とする町全体の衰退に対する危機感が強く感じられた。

### ① あびら巣立ち支援ネットワーク会議

- 令和元年10月9日（令和元年度第1回）  
定例会議に出席して本事業について説明を行った。  
他のテーマとしては、創業支援事業として、「創業塾」ならびに「あびら創業なんでも相談会」の参加者や事業構想について意見交換が行われた。  
本事業の目的も、事業承継を含めた創業支援がポイントになっているため、本調査事業終了後に行う最終報告を巣立ち支援ネットワークとして活用することで意見が一致した。
- 令和2年2月20日（令和元年度第2回）  
定例会議に出席して事業完了に伴う最終報告を行った。総括として、にぎわい創出や空き地・空き店舗対策に関連する創業・事業承継支援、タブレットPOSレジの展開および新しい地域ポイントサービスと関連するスマホコーチング事業等について意見交換を行った。  
前回以降に実施された「創業塾」ならびに「あびら創業なんでも相談会」の参加者や事業構想について意見交換が行われた。

### ② 町および商工会との会合

- 令和元年10月9日（商工会役員会にて事業説明）  
定例役員会に出席し、本事業の目的および実施内容について説明した
- 令和2年1月6日（商工会の3役および町担当者に対して中間報告）  
商工会の3役および事務局、町の担当者に対して、ほぼ集計が終了したアンケート調査結果について報告を行い、今後の商工会としての支援活動に活かしてもらうよう働きかけた。
- 令和2年2月18日（商工会会長および町担当者に対して最終報告）  
商工会会長および事務局、町の担当者に対して最終報告を実施。会長から、今後町内の事業者が取り組むべき姿勢や方向性について示唆に富む言葉をいただき、本調査事業との整合性が取れていることを確認した。  
町からは、道の駅あびらD51ステーションを活用した町内への回遊・交流促進に繋がる施策について説明があり、そうした取り組みの継続性について意見交換が行われた。

### ③ 現地訪問調査

- 令和元年11月26日  
デマンドバスを追跡して運行状況を調査。

早来地区の後半から終点の道の駅あびらD51ステーションまで、後ろに追従して運行の様子を視察した。この間、利用客はいなかった。

○ 令和元年12月18日

訪問聞き取り調査（4社訪問）を実施。

アンケートの回答が得られなかった事業者の中で、4つの業種を選び出して現地訪問した。

狙いとして、北海道胆振東部地震の影響、現在事業を営むうえでの心配事、事業承継等について聞き取りしたほか、タブレットPOSレジ導入に対する障壁も確認した。

これとは別に、タブレットPOSレジ試行先4社に対しては、商店街や現在のスタンプ・シール制度、新しい地域ポイントサービスも含めて聞き取り調査を行った。これらによって得られた意見は、適宜、各調査報告書に盛り込んでいる。

## 第3章 地域の課題

### 第1節 地域の課題

#### (1) 高度情報化に向けて

近年、ICT（情報通信技術）の進歩は著しく、AIおよびIoT技術の進展に加え、5G時代（※各用語の説明は後述）の到来が目前に迫っている。少子高齢化や大都市圏への人口集中による地方の衰退が加速するなか、こうした技術を積極的に活用することが地域存亡の鍵を握るとさえ言われている。

このような環境下、安平町では平成31年2月にMONETと覚書を締結し、次世代モビリティの将来像を描くプロジェクトを開始したところである。こうした将来像を描くうえで、短期的には事業者に対するタブレットPOSレジの導入を支援して分析思考を持つよう働きかけつつ、町民に対してはスマホコーチング事業によってスマートフォン等のユーザー拡大を図り、それらを両輪としてまちづくりに活かすことが第一歩となる。

しかしながら、ワーキングパパママ世帯のスマートフォン等利用率が100%であるように、町外からの来町者の多くもスマートフォン等で情報を収集していることが考えられる。よって、そういった来町者を商店街に回遊・交流させるとしても、各商店・事業者が選ばれるには高いハードルが残されている。来年度には町主導で道の駅あびらD51ステーションに町内各店の案内POPを掲出する予定であり、この機会を活かすには事業者側の高度情報化対応が欠かせない。

次頁の画像⑨⑩は、早来地区と追分地区において、代表的なスマートフォン等決済のPAYPAY利用可能店舗を表示した地図である。この情報だけで利用者から取捨選択される可能性があることを認識することも肝要である。PAYPAYのように初期費用およびランニング費用が無料（現段階）のツールでも採用に不安感がある事業者が散見されたことから、高度情報化への対応が遅れがちな実態を把握することができた。

近年は地方都市の小規模店舗でも、LINE等のソーシャルネットワークというツールを使い、廉価な広告を出すケースも増えてきた。現状では営業日、営業時間の情報がインターネット上に掲載されていない事業者も少なくないため、こういった情報発信を例えば商工会が中心になって取り扱う等の方法も考えられる。高度情報化の必要性を事業者に対して周知し、認識を深めてもらうことも重要な課題である。

#### (2) 次世代モビリティの将来像

高度情報化の更なる進展を見据えると、次世代モビリティの将来像を現段階で明確に描くことは難しいが、アンケート調査やフィールドワークによって、ヒントになる情報を得ることができた。

ひとつは、昨年タクシー会社が廃業した早来地区を中心として、タクシーに対するニーズが引き続き強いことが分かった。また、デマンドバスでの貨客混載による宅配サービスにも十分なニーズがあることも伺えた。これに対応する方法として、複数の商店・事業者が共同で宅配事業を営むことのほか、UIJタ



ーン等による移住・定住促進事業や地域おこし協力隊の中で起業家精神を有する人材に担わせる方法も考えられる。このようなプロセスを経ることによって、現段階では顕在化していない次世代モビリティを活用する新たな事業の芽も見いだせる可能性がある。

次世代モビリティの最終的な到達点としてフルデマンド自動運行を見据えるとしても、多様なサービスをデマンドバスに取り入れることによって収益性を高める必要があり、上記のような考え方は欠かせない。例えば、医療や薬に関するサービス提供をイメージする時、現状では薬機法（旧薬事法）の障壁がネックになるが、特区制度の活用によって対応する方法も考えられる。あるいは、決まった薬を処方してもらうような場合、医師数が不足している現状では患者が病院へ行く以外に選択肢は無いが、一線を退いた医師を招聘し、デマンドバスを活用して地域拠点への巡回診療を行うといった方法も考えられる。こうした考えは、法令による制約を先に考えると思考が停止するため、ニーズから先にサービスを考える発想が必要である。

次年度以降は、自動運転等に関する最先端の情報をMONETから得ながら、一方でデマンドバスの収益性を高めるためのアイデアを、地域に潜在しているニーズから組み立てる方向も検討する価値はある。

そのほか、スマホコーチング事業においてMONETアプリの操作方法をカリキュラムに加える予定である。すでに同事業の成果は着実にあがっており、認知度を高める施策として有効である。

視点を代えて、運転手が不足している課題を踏まえ、例えばスクールバスの運転手の空き時間をデマンドバスや荷物の運搬等に振り向けることも考えられるかもしれない。

また、新しい地域ポイントサービスの導入と関連させて、デマンドバスの利用料金を新しい地域ポイントや電子決済等で支払えるようにするための想定投資額を算出する必要があるかもしれない。事業者の高度情報化を支援する一環として情報を収集する方法も考えられる。

これらの対応策については、「あびら巣立ち支援ネットワーク」が中心となり、引き継がれることを期待している。

## 第2節 次なる課題の発掘

### (1) 町民が主役の次世代モビリティを目指して

町民主役の次世代モビリティを描くうえで、MONET予約アプリを使って予約してデマンドバスに乗車する一連の体験をする機会を提供することが望ましい。様々な年代の町民が実際に利用したときにどのような心境の変化が生まれるかを確認することに意義があるように思われる。

これについては、スマホコーチング事業の参加者が自主的に行動する可能性も考えられる。このように、様々な対応策は別々のものではなく、有機的に繋がることも少なくない。

本事業で取り上げた課題以外にも様々な課題が山積するなか、本調査事業で示した方向性に対処するには、町と商工会、あびら巣立ち支援ネットワーク等が連携して推進することが肝要である。というのも、それぞれの機関が人的・経済的に

余裕が乏しく、単独で何らかの施策を打つには困難が伴うため、役割分担を明確にしながら連携して取り組むことが最も有効な手段である。その際には、さらに間口を広げて、他の支援機関を活用することも重要である。現在のところ、国の施策として設立・運営されている「よろず支援拠点」や「事業承継サポートネットワーク」といった機関のほか、「東京あびら会」のようなサポーターの存在も有効に活用すべきである。

## (2) その他の課題

本事業は、北海道胆振東部地震およびブラックアウトの経験を踏まえ、情報伝達方法の多重化を進めている安平町にとって、復興の先を見据えて取り組む地域づくりや次世代モビリティの方向性を検討する材料を提供するために実施した。

災害等が発生したときは安全の確保が最優先となる。一方で、その直後に事業者が考えなければならないことのひとつに、事業を継続させることがあげられる。これをBCP（事業継続計画）という。

復旧を速やかに行い、出来るだけ早期に事業を再興させることが、従業員の生活や地域の元気を取り戻す力になる。中小企業がBCPに取り組む場合、自社単独で計画を作りつつ、商工会や商店街、あるいは町内の他社と連携して計画の大枠を組み立てる方法が考えられる。危機感が残されているタイミングに勉強会等で機運を醸成させることが望ましい。

## 第4章 ま と め

本調査事業によって、北海道胆振東部地震以降に急激な変化が訪れた安平町の現状と、今後の課題について考察することができた。その中で特に気になったのは、事業者側の高度情報化に向けた対応の遅れである。例えば現在使用しているレジシステムについて確認したところ、レジを必要とする事業者の73%がレジデータを活用していないことが確認された。これは顧客や商品の販売情報をデータとして把握していないことが推察される。長年の経験に基づく直感的な経営で良かった時代もあるが、そのような事業では、経営経験の浅い後継者等へバトンを渡すことは危険性が伴う。このほか、高度情報化への対応としては、スマートフォン等による電子決済化、ソーシャルネットワーク等を活用した情報発信等があげられるが、これらは無料もしくは極めて少額の費用で済むシステムである。フィールドワークやタブレットPOSレジ導入調査の際に電子決済化について無料であること等を説明しても、前向きに捉える事業者は少数であった。これは高度情報化に対する心理的な壁があることが伺える。その意味では、次年度にタブレットPOSレジを広く事業者に導入させながら心理的不安感を和らげて、次に電子決済化、そしてソーシャルネットワークの活用等へ繋げていくことが有効と考える。

安平町としては、地域活性化への具体策として様々な施策を掲げ、それらを進めていくうえで必要な体制づくりも進められている。

各施策を着実に進めるには、PDCAサイクルを回す必要があり、これが次年度以降の取り組みを進めるうえでのポイントである。また、人的・財政的に限られた環境下において、将来の財源確保も大きな課題となる。

安平町の場合は特に「町頼み」の意識が強く感じられるため、町内外の支援機関を有効に活用して連携を深めることが望まれ、商工会等民間側の創意工夫にも期待するところが大きい。

もちろん、商工会には経営指導員の人員を増やしにくい実情がある一方、経営指導員が本来業務に特化することが難しい背景もある。よって、本事業にてあげた課題や対応策については、「あびら単立ち支援ネットワーク」が中心となり、構成員が協力し今後も取り組みを進めていく。

以上