



茅ヶ崎市
生活支援体制整備事業第1層協議体様



マルエツ 移動スーパーについて

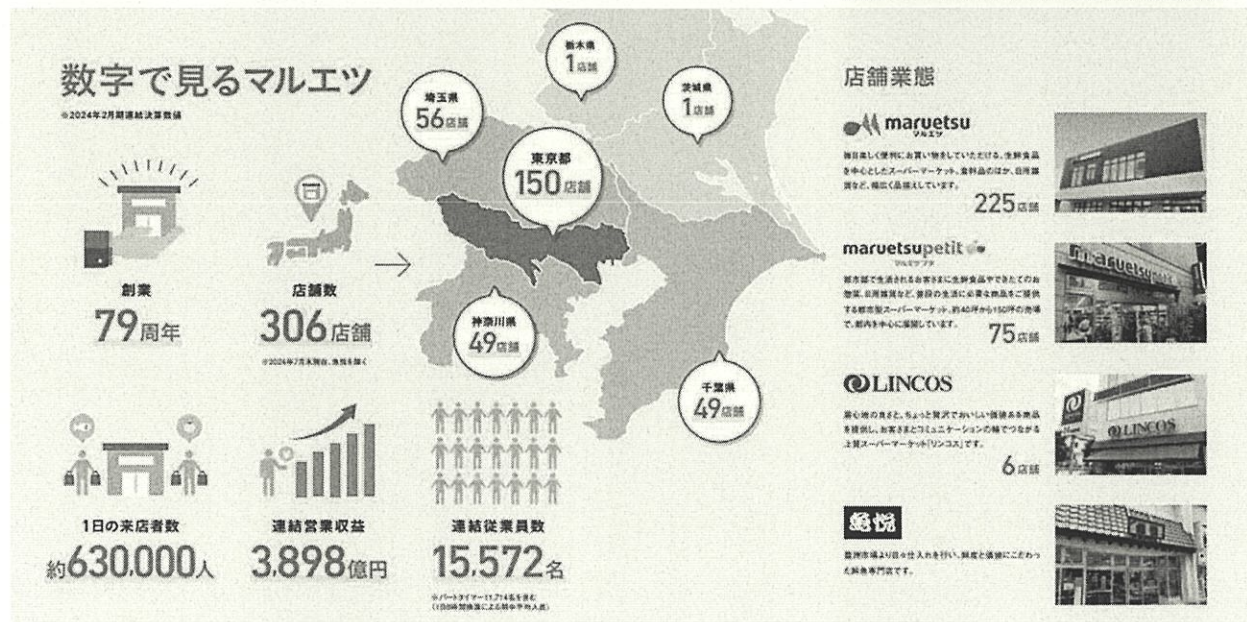
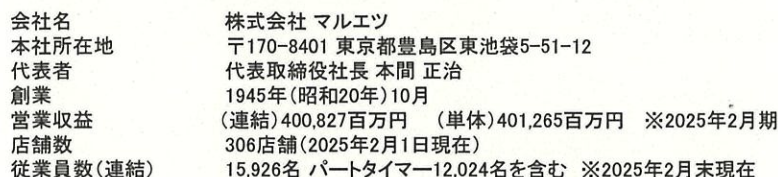
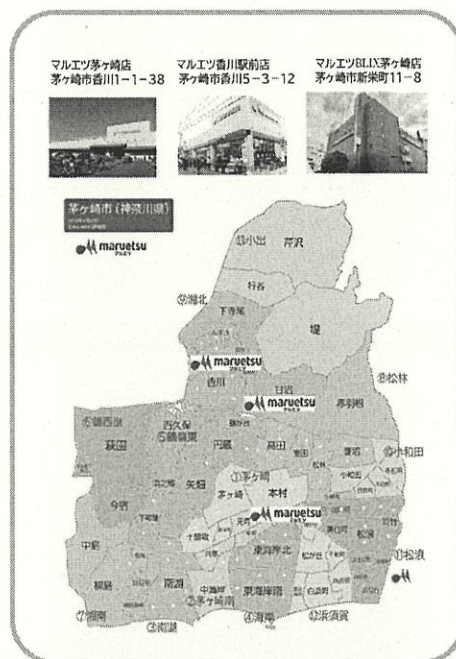
株式会社マルエツ

MD本部 営業企画部

〒170-8401 東京都豊島区東池袋5-51-12

TEL 03-3590-1788 FAX 03-3590-1284

AEON



2. 食品アクセス困難者の動向

「食料品アクセス困難者」

食料品アクセス困難人口：店舗まで 500m 以上かつ自動車を利用できない高齢者。参考：農林水産政策研究所



【食料品アクセス困難者市場規模】 ※30千円/月×12か月(高齢者の生活実態)

関東	総人口 (千人)	65歳以上 (千人)	高齢化率 (%)	食料品困難65才以上		
				困難化率 (%)	人口 (千人)	市場規模 (百万円/年)
	42,995	10,357	24.1	22.6	2,340	842,400
茨城県	2,917	772	26.8	20.3	157	56,520
栃木県	1,974	508	25.9	19.3	98	35,280
群馬県	1,973	540	27.6	19.1	103	37,080
埼玉県	7,267	1,789	24.8	21.6	386	138,960
千葉県	6,223	1,584	25.9	24.6	389	140,040
東京都	13,515	3,006	22.7	20.0	601	216,360
神奈川県	9,126	2,158	23.9	28.1	606	218,160

【公営住宅の超高齢化】

全国	高齢化率 (%)	公営住宅の高齢化率 (%)		
		60歳以上	65歳以上	70歳以上
	24.1	67.0	59.6	49.5
茨城県	26.8	55.5	47.6	36.8
栃木県	25.9	62.2	54.4	43.4
群馬県	27.6	58.9	51.5	40.9
埼玉県	24.8	64.7	58.1	49.1
千葉県	25.9	68.2	61.4	49.0
東京都	22.7	75.3	69.1	60.7
神奈川県	23.9	74.6	68.3	59.2

直近の推定規模
9,000億円

「買い物に困っている方が多い」
→その方々を
救済しきれて
いない

3. マルエツ移動スーパーの目的

◎地域共生社会の実現に向けて
地域の皆様との連携

→「生活支援体制整備事業」
ささえ愛のサポート

1. 買物支援…自立支援

- ・店舗に来られない方が直接商品を見て買える
- ・スーパーと同じ価格
- ・会話をしながら買える・食生活の質の向上

2. 地域コミュニティの形成…交流

- ・人と人とのつながり
- ・コミュニティの場・孤立防止・サロンの機能

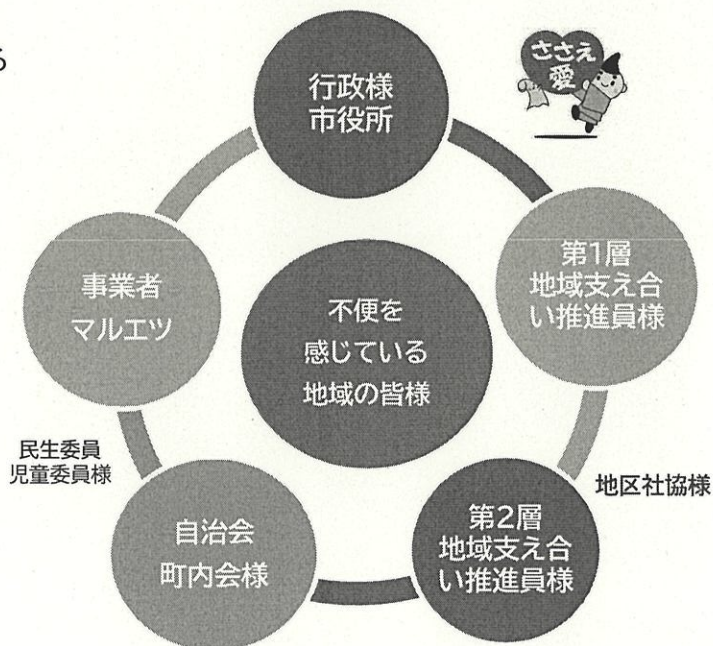
3. 見守り支援…誰かがいる(立ち合い)

- ・地域での見守り
- ・安否確認
- ・支援機関との連携

4. 健康支援…心身の活性化

- ・外出や交流のきっかけ・介護予防・見守り

※横浜市建築局「よこはま団地サポーター」登録団体(買い物支援)
UR賃貸住宅団地内(東日本住宅本部)移動スーパー登録者
川崎市地域包括ケア連絡協議会



4. 移動スーパーの特徴

移動販売車と販売体制(3名専任)

冷蔵車



伴走車(2台稼働時)



売価表示(全商品の表示)



前裁き対応(レジ待ち時間 2.5%減)



ご参考 移動スーパーのスタイル

事業者	展開	要員	販売	訪問先	価格	表示	手数料	決済	備考
個人	1台	1人	個人宅訪問	10~15	標準	一部	20円/品 (全品)	現金	とくし丸 (いなげや)
法人	1台	2人	定時 定点	4~6	店頭	一部	10円/品 (5品迄)	現金	電鉄系スーパー
	2台	3人				全品		マルチ	イオン ダイエー
									マルエツ



◆地域での取り組み

地区社協様、連合自治会様・自治会様・老人会様

販売場所：横浜市都筑区 東山田地区
東山田地域ケアプラザ チャコ村



販売場所：横浜市南区
睦地域ケアプラザ 堀之内稲荷神社駐車場 + 堀之内二丁目第三町内会



◆団地・集合住宅 公営住宅様・民間マンション様の取り組み

川崎市営鷺ヶ峰西住宅様(宮前区)



シャルマン南加瀬妻(幸区)



県営野川南団地様(宮前区)



湘南保土ヶ谷マンション(横浜市南区)



移動スーパーの利用者様の状況

	移動スーパー利用者	マルエツ全体
男性	15.6%	36.1%
11.30代以下女性	2.5%	13.8%
12.40代女性	4.8%	11.4%
13.50代女性	8.9%	13.6%
14.60代女性	10.5%	9.3%
15.70代女性	29.8%	9.3%
16.80代～女性	25.2%	4.5%
17.不明	2.6%	1.9%

◆高齢者施設様

サービス付き高齢者住宅、特老、Gホームの取り組み

- ・基本は2台(専用車・併走車)3名体制での訪問
- ・地域単位でのルート設定(小規模施設にも対応)



販売品目

約 500 品目



野菜・果物・肉・魚・豆腐・牛乳・パン・加工食品・お米・調味料・日用品など

※お酒・タバコは販売いたしません。

※販売金額は、当日の店頭価格と同じです。

移動販売手数料として1点お買上げで11円(税込)が加算されます。

ただし上限5点55円(税込)まで「6点目からは加算されません」

※移動スーパーで販売していない商品でも、お客さまのご要望商品が店舗で取扱いがあれば、次回運行時に持参し、販売いたします。

決済方法

現金・クレジットカード・電子マネー・スマホ決済



5. 主催者様にお願いしていること

周知対応

チラシ 必要部数ご用意します

のぼり(ポールセット4セット)

11月12日(水) 移動販売スタート
毎週水曜日開催
時間 14:30~14:50

目で見てお買物できる移動販売! 店舗と同じ価格でご提供します!

お肉やお魚、野菜、果物、パン、菓子、一般食品、日用品
 スーパーの価格を
 最安値に抑えて
 新鮮でおいしい
 商品をお届けします

移動販売車到着時には音聲でご案内します。

約500品目を積んで2台の車で伺います!
 惣菜・弁当・魚・肉・野菜・果物・パン・菓子・一般食品・日用品
 ご希望の商品が在庫で取り扱いがあれば次回の運行時に持ち寄り販売します
 お買い物をお待ちください。(レジ袋は有料です) ※酒・たばこの販売はございません。
 お支払いは、現金、クレジットカード、電子マネーで
 使用できます!

移動販売手数料として1点お値上げで11円(税込)が追加されます。
 ただし上限5点55円まで(6点目から加算されません。)

会場 獅子ヶ谷第二公園
 主催 ニッポ自治会
 協力 新井町地区交流センター、獅子ヶ谷地区社会福祉協議会
 駐車場 獅子ヶ谷第二公園
 電話 044-544-1112
 ※交通状況などにより遅れが生じる場合があります。
 ご了承ください。
 ※雨天でも開催しますが、台風、大雪など交通に支障が
 生じた場合、中止させていただきます。

取り付け・保管はお願いしております



販売場所手配・管理(自治会様)

販売時間 毎週〇曜日 〇:〇〇~(30分)

標準的な販売スペース

5m×10m 駐車場5台スペース

(専用車、伴走車、テーブル9セット、レジ待ちスペースを含む)

傾斜地、段差は不可(スロープの設置)

周知用チラシ

テンプレートを用意、内容を確認後、必要枚数を用意します。

掲示、配布については地域の皆さままでお願いしております。

放送・アナウンス

告知のため訪問時に車両の拡声器にてアナウンスが可能。

周回告知するコースはご指示ください。(学校、病院付近は不可)

開催中のアナウンスについては、周辺への事前告知をお願いします。

お休み

年二回 ①旧盆前後 ②年末年始

雨天でも実施、災害時、警報発令時は中止 緊急連絡網にて連絡

ご参考 地域の皆様の声

1. 利用者アンケートより 2025年7月

普段の買い物で不便を感じることはありますか？	票数	構成比
近隣に店舗がない、または坂道などの問題で行くのが難しい	147	67.1%
移動手段がない	57	26.0%
自身の身体的な状況から買い物に行くのが難しい	49	22.4%
乳幼児を連れて買い物に行くのが難しい	3	1.4%
その他	21	9.6%

移動販売はどのような効果があると思いますか	票数	構成比
買物不便の解消	151	68.9%
ご近所の方と顔を合わせる頻度の増加	77	35.2%
地域(団地内)の活性化	76	34.7%
住民同士の交流	71	32.4%
外出のきっかけ	41	18.7%
住民同士の助け合い	40	18.3%
気になっている方の状況を知る機会	30	13.7%
これまで話したことがない住民との交流のきっかけ	29	13.2%
その他	4	1.8%

2. 買い物の価値:「自分で行きたい・自分で選びたい」

首都圏の「自立生活を送っている70～80代高齢女性」の意識調査

- 約半数が「週に4～5日以上」買い物へ。ひとりで行くシニア※女性は7割超
- 9割以上のシニア女性が、買い物は「自分の目で選び」「自分で行きたい」「自分の目で見て選びたい」(96%)、「自分で買い物に行きたい」(96%)

買い物を「楽しみ」(81%)の一つとしていることが分かります。
また、買い物に出かけることは「運動のため」(78%)、
「老化防止のため」(77%)にもなると意識されているようです。

外に出かけて、食材で季節を感じたり、新製品に刺激を受けたり、買い物先
でお友達と会話を楽しんだり、買い物は生活にうるおいを与え、
気持ちを前向きにする役割があるようです。

3. お買い上げいただいているもの

商品分類	移動販売	店頭
青果(野菜・果物)	32.8%	15.8%
日配品(豆腐・納豆・牛乳・パンなど)	22.6%	19.0%
一般食品(乾物・調味料・菓子など)	18.1%	24.3%
惣菜(焼き立てパン)	13.5%	10.2%
鮮魚	6.5%	6.7%
精肉	4.5%	11.6%
その他(日用雑貨他)	2.0%	9.8%
酒類	0.0%	2.6%