

高齢者・障害者と地域住民の
相互理解とコミュニケーション構築に関する
調査研究事業報告書

平成 20 年 3 月

社団法人 シルバーサービス振興会

はじめに

現在、わが国の高齢化は世界に例をみない速度で進行しており、平成 18 年（2006 年）の高齢化率は 20. 8%と非常に高くなっています。また、65 歳以上の高齢者人口は今後、いわゆる「団塊の世代」が 65 歳に到達する平成 24 年（2012 年）には 3, 000 万人を超え、平成 30 年には 3, 500 万人に達すると見込まれています。このような中、平成 18 年には、「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」が制定され、公共施設や商業施設等のハード面におけるバリアフリー化が進められてきています。

しかしながら、高齢者や障害者の自立と社会生活への完全な参加を実現するためには、ハード面の整備だけでは十分とはいえません。両輪として、私たち周囲の人間が高齢者や障害者を進んでサポートする「ソフト面のバリアフリー化」が大変重要となっており、そのためには、地域の中で、そこに住む人たちが高齢者や障害者を理解し、お互いがコミュニケーションをとっていくことが大変重要であると考えられます。

そこで本調査研究事業では、高齢者や障害者との円滑なコミュニケーションを構築するにあたり、地域住民と高齢者や障害者の相互理解が必要であると考え、先進的な取り組みを行っている自治体や商店街・商業施設等のヒアリング調査、高齢者・障害者へのアンケート調査及び商店街・商業施設へのアンケート調査を実施し、相互理解の実態を調査しました。この結果をもとに調査研究委員会では、高齢者や障害者が積極的に安心して外出できる環境整備に資するコミュニケーション構築手法について幅広い議論を行い、今後の支援方策の提言をとりまとめました。

本調査研究事業の実施にあたり、ご多忙の中、アンケート調査にご協力いただきました高齢者、お身体の不自由な方、商店街・商業施設の皆様、関係機関の皆様、並びに、ヒアリング調査にご協力いただきました自治体、商店街・商業施設、その他団体の皆様に厚く御礼申し上げます。また、調査研究委員会におきましては、委員長として坂本洋一氏（和洋女子大学家政学部教授）をはじめとして、委員としてご協力いただきました皆様には、数多くのご教示をいただきました。この他、多くの方々のご協力を得て、本調査研究を実施できましたことに、深く感謝の意を表します。

平成 20 年 3 月

社団法人シルバーサービス振興会

目 次

【概要編】

第1章 調査研究の概要

1. 調査研究の背景と目的…………… 3
2. 調査研究の実施方法と体制…………… 3

第2章 アンケート調査結果…………… 6

第3章 ヒアリング調査結果…………… 10

第4章 地域におけるコミュニケーション構築のための支援方策の提言

1. 調査結果の考察…………… 14
2. コミュニケーション円滑化のための方策…………… 18
3. 研修実施にあたっての留意事項…………… 19

【本 編】

第1章 調査研究の概要

1. 調査研究の背景と目的…………… 25
 - (1) 背景
 - (2) 目的
 - (3) 達成目標
2. 調査研究の実施方法と体制…………… 26
 - (1) 調査対象
 - (2) 調査研究委員会の設置
 - (3) 事業の実施手順
 - (4) アンケート調査の実施
 - (5) ヒアリング調査の実施
 - (6) 事業報告書の作成及び配布

第2章 アンケート調査結果

1. アンケート調査の概要…………… 37
2. 高齢者・障害者アンケート調査結果…………… 38
3. 商店街・商業施設アンケート調査結果…………… 69
4. 両者のアンケート調査結果の比較…………… 37

第3章 ヒアリング調査結果

1. ヒアリング調査の概要…………… 105

2. 個別ヒアリング調査結果……………	106
3. ヒアリング調査結果のまとめ……………	112

第4章 地域におけるコミュニケーション構築のための支援方策の提言

1. 調査結果の考察……………	117
(1) アンケート調査結果の考察にあたって	
(2) 高齢者・障害者が商店街・商業施設に求めるもの	
(3) 相手の身体状況に応じた対応の重要性	
(4) 学ぶ機会の必要性	
(5) 交流の場としての商店街・商業施設	
2. コミュニケーション円滑化のための方策……………	122
(1) 総論	
(2) 研修の必要性・有効性	
3. 研修実施にあたっての留意事項……………	124
4. 研修カリキュラム案……………	124

【資料編】

資料Ⅰ－1 アンケート調査票（高齢者、障害者）……………	129
資料Ⅰ－2 アンケート調査票（商店街・商業施設）……………	138
資料Ⅱ－1 アンケート集計データ（高齢者・障害者－利用店舗タイプ別）……………	146
資料Ⅱ－2 アンケート集計データ（高齢者・障害者－居住地域別）……………	153
資料Ⅱ－3 アンケート集計データ（商店街・商業施設－店舗タイプ別）……………	160
資料Ⅱ－4 アンケート集計データ（商店街・商業施設－所在地域別）……………	169
資料Ⅲ－1 ヒアリング調査報告（大須商店街連盟）……………	178
資料Ⅲ－2 ヒアリング調査報告（品川区商店街連合会）……………	180
資料Ⅲ－3 ヒアリング調査報告（向島橋銀座商店街協同組合）……………	183
資料Ⅲ－4 ヒアリング調査報告（沖縄県福祉保健部障害保健福祉課）……………	189
資料Ⅲ－5 ヒアリング調査報告（近畿地方A市）……………	192
資料Ⅲ－6 ヒアリング調査報告（東海地方B市）……………	194
資料Ⅲ－7 ヒアリング調査報告（宮崎県福祉保健部障害福祉課）……………	195
資料Ⅲ－8 ヒアリング調査報告（沖縄バリアフリーツアーセンター那覇空港）……………	198
資料Ⅲ－9 ヒアリング調査報告（全国旅館生活衛生同業組合連合会）……………	201
資料Ⅲ－10 ヒアリング調査報告（多田グリーンハイツ自治会）……………	207
資料Ⅲ－11 ヒアリング調査報告（宮崎商工会議所・中小企業相談所）……………	211
資料Ⅳ－1 認知症サポーター養成講座基準……………	214
資料Ⅳ－2 認知症サポーター養成講座 基本カリキュラム……………	217

概 要 編

第1章 調査研究の概要

1. 調査研究の背景と目的

(1) 背景

2015年には人口の4分の1が65歳以上となる時代を迎えるにあたり、高齢者・障害者が積極的に安心して外出できる環境を整備することは、介護予防の観点からも重要である。こうした状況下、「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」（通称バリアフリー新法）が制定され、公共施設や商業施設等のハード面におけるバリアフリー化は進んだものの、それだけでは十分とはいえずソフト面においても、地域住民等と高齢者・障害者がお互いを理解した上で、コミュニケーションを円滑に行うことが重要となっている。

尚、本調査研究事業において、コミュニケーションとは、①目的達成のための手段、つまり意思を伝える、具体的には何がしたい、欲しい、そういう意思を伝えること、及び、②手段そのものが目的となって、人と接する、話したい、触れ合いたいなど、2つの側面を持つものとして使用する。

(2) 目的

高齢者・障害者と地域住民との円滑なコミュニケーションを構築するにあたり、両者の相互理解が必要である。そこで、先進的取り組みを行っている自治体や商店街・商業施設等の事例調査を行うとともに、高齢者・障害者に対し、地域住民とのコミュニケーションのあり方について、関係機関等を通じたアンケート調査を実施し、高齢者・障害者の立場での意見の集約を行い、これらの調査結果をもとに、コミュニケーション構築のための支援方策について検討する。

(3) 達成目標

高齢者・障害者と地域住民との相互理解及びコミュニケーションについての実態調査結果、先進的な取り組み事例及びコミュニケーション構築の支援方策についての検討結果を事業報告書にまとめ、都道府県、市区町村、関係機関等に広く配布することにより、相互理解の実態及び先進的取り組みの事例を紹介するとともに、支援方策の普及・啓発に努める。

2. 調査研究の実施方法と体制

(1) 調査対象

地域における高齢者・障害者の地域住民との接点は、ご近所とのふれあい・

交流に始まり、買い物先、病院・医院、趣味・娯楽の場など、極めて多岐に渡るが、今回は、買い物の場面について調査し、買い物をする高齢者・障害者とその相手方である商店街・商業施設及びそのお店の人との相互理解・コミュニケーションの実態を把握することとした。

買い物を調査対象とした理由は、買い物は日常的に行われるものあり、高齢者・障害者は買い物を通じて地域住民と接する機会が多いと思われること、商店街・商業施設の方々は、その他の住民に比べ、高齢者・障害者を顧客としてより積極的に捉えられるであろうこと、また、買い物は売る側、買う側の相互のコミュニケーションを伴うものであり、地域におけるほかの場面でも応用できると考えられることが挙げられる。

(2) 調査研究委員会の設置

実態調査を踏まえ、高齢者や障害者が積極的に安心して外出できる環境整備に資するコミュニケーション構築のための支援方策について検討する目的で調査研究委員会を設置した。委員は次の通り。

		○：委員長（50 音順、敬称略）
一島 志伸	富山市福祉保健部	次長
荏原 順子	新潟青陵大学福祉心理学科	准教授
岡本 一夫	多田グリーンハイツ自治会	福祉厚生委員長
鎌田 ケイ子	特定非営利活動法人全国高齢者ケア協会	理事長
齋藤 秀樹	財団法人全国老人クラブ連合会	常任理事
○ 坂本 洋一	和洋女子大学家政学部	教授
沢田 藤司之	特定非営利活動法人バリアフリー協会	専務理事
西村 茂	国立身体障害者リハビリテーションセンター	更生訓練所指導部 指導課長

(3) 事業の実施手順

平成 19 年 10 月までに、関連情報調査・方針仮決定及びアンケート・ヒアリング調査設計（案）を行い、11 月 19 日に第 1 回調査研究委員会を開催し、基本方針決定、アンケート・ヒアリング調査票素案の検討を行った。これを踏まえ、同調査票案の修正を行い、12 月 21 日の第 2 回調査研究委員会において、同調査票を決定した。これを受け、ヒアリング調査及びアンケート調査並びにその結果の分析を行い、平成 20 年 2 月 28 日の第 3 回調査研究委員会において、調査結果の分析、コミュニケーション構築の支援方策の検討及び事業報告書構成の検討を行った。その後、事務局にて、調査結果のまとめ、調査研究委員会の検討事項の整理、事業報告書案の作成を行い、3 月 12 日の第 4 回調査研究委員会において事業報告書素案を検討、その後の委員長並びに委員の点検を経て、事業報告書を確定させた。

(4) アンケート調査の実施

平成 20 年 1 月から 2 月にかけて次の要領で高齢者・障害者及び商店街・商業施設を対象としたアンケート調査を実施した。

○ 調査票配布先及び回答の状況：

配布先	配布地域	配布数	回答数	回答率
高齢者	東京都	500	342*	68. 4%
	北陸・信越	500	479	95. 8%
	合 計	1, 000	821	82. 1%
障害者		149	149**	100. 0%
商店街・ 商業施設	東京都	750	116	15. 5%
	北陸・信越	750	129	17. 2%
	不明		14	
	合 計	1, 500	259	17. 3%

*千葉県在住の方 2 名を含む。 **回答数の内訳は、首都圏 119、地方 20、不明 10。

○ 調査方法：

高齢者は、全国老人クラブ連合会及び配布対象地域の老人クラブの、また、障害者は関係機関の、各々ご協力をいただき配布・回収。商店街・商業施設は郵送配布・郵送回収。

○ 調査項目：

末尾の資料Ⅰ「アンケート調査票」を参照。

(5) ヒアリング調査の実施

平成 19 年 11 月から平成 20 年 3 月にかけて高齢者・障害者とのコミュニケーションに関して先進的取り組みを行っている商店街・商業施設、自治体等にヒアリング調査を実施した。ヒアリング調査先及びヒアリング内容は、「第 3 章 ヒアリング調査結果」を参照。

(6) 事業報告書の作成及び配布

アンケート調査結果及びヒアリング調査結果、並びにそれらを踏まえた高齢者・障害者と地域住民とのコミュニケーション構築のための支援方策の検討結果を事業報告書にまとめ、都道府県、市区町村、関係団体等に広く配布する。

第2章 アンケート調査結果

回答数：

<高齢者・障害者>			<商店街・商業施設>		
高齢者	821	(85%)	商店街	156	(60%)
障害者	149	(15%)	商業施設	92	(36%)
			不 明	11	(4%)
合 計	970	(100%)	合 計	259	(100%)

本調査研究事業において「商業施設」とは、スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、生協、百貨店などの店舗の総称として使用。

<回答者のプロフィール>

● 年齢

高齢者・障害者全体では、70歳以上が74%を占めた。(高齢者に限って見ると70歳以上の割合は87%、障害者は20歳未満から60歳台まで幅広い年代から回答があった)

● 性別

高齢者・障害者全体では、男性と女性の割合がほぼ半々。(障害者に限って見ると、男性72%、女性25%と、男性からの回答が多かった)

● 住所

高齢者・障害者全体では、首都圏と地方の割合がほぼ半々。(障害者に限って見ると80%が首都圏)他方、回答いただいた商店街・商業施設の所在地も、首都圏(東京都)と地方の割合がほぼ半々。

● 身体状況

高齢者は、70%以上が日常の移動、聴力、視力の各々に「支障ない」と回答。障害者は、日常の移動については、「支障ない」が43%、「歩行は問題ないが階段の昇降は困難が伴う」が15%で、両方合わせると58%、聴力については、74%が「支障ない」、目の状態については、「支障ない」は23%。

<外出の状況>

● 外出の頻度(選択肢から1つ選択)

高齢者・障害者全体では、68%が1週間に4~5日以上外出する。(障害者に限って見ると、この割合は46%)

● 日頃よく外出する場所(選択肢から上位3つ選択)

高齢者・障害者が日頃よく外出する場所は、「商店街・商業施設」が最も多く、「趣味・娯楽施設」「病院・医院」「銀行・郵便局」と続く。

<日用品の買い物の状況>

● 日用品の買い物の頻度(選択肢から1つ選択)

高齢者・障害者全体では、80%が1週間に2~3日以上買い物に行く。(障害者に限ってみると「ときどき買い物にいく」が最も多く(42%)、「あまり買い物には行かない」も37%と多い)

● 日用品の買い物に行く場所（選択肢から1つ選択）

日用品の買い物に行く場所（以下「そのお店」）は、回答者の59%がスーパー、コンビニエンスストアあるいはドラッグストアであり、商店街・個人商店の割合は回答者の23%と少数。

他方、回答いただいた商店街・商業施設を店舗タイプ別に見ると、商店街・個人商店（商店街以外）で回答者の70%を占め、スーパーは9%、コンビニエンスストアは12%で、回答者全体に占める割合は低い。

● 高齢者・障害者への設問：そのお店を利用する理由は？

商店街・商業施設への設問：ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に支持されていると思うサービスは？（選択肢から当てはまるものを全てを選択）

高齢者・障害者、商店街・商業施設いずれからの回答も、「自宅から近い」「以前から利用して慣れている」が上位を占めた。

商店街・商業施設は、「お店の人と話しができる」を支持されていると思う項目としてあげる割合も高いが、高齢者・障害者はそれをそのお店を利用する理由としてあげる割合は低い。

● 高齢者・障害者への設問：あったらよいと思うサービスは？

商店街・商業施設への設問：

ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様のために実施しているサービスは？（選択肢から当てはまるものを全てを選択）

高齢者・障害者全体では、「大きめの表示（商品・価格等）」「取りやすい商品の陳列」及び「少量単位での販売」が上位を占めた。商店街・商業施設は、「少量単位での販売」はほぼ同じ割合で高いが、「大きめの表示（商品・価格等）」「取りやすい商品の陳列」については、これらを実施している割合は比較的小さい。

商店街・商業施設は「商品選び・支払い・搬送の手伝い」「お客様に合った商品選びの支援」が上位にあるが、障害者がこれらを求める割合は高いものの、高齢者がこれらを求める割合はさほど高くない。

● 高齢者・障害者への設問：

地域において安全・安心に暮らすために商店街・商業施設に期待することは？

商店街・商業施設への設問：

高齢者・障害者が地域において安全・安心に暮らすために商店街・商業施設としてできることは？（選択肢から当てはまるものを全てを選択）

高齢者・障害者、商店街・商業施設いずれからの回答も、「日常の挨拶・声かけ」の割合が圧倒的に高く、「宅配時の声かけ・安否・安全確認」「つい

での折りのちょっとした手伝い」「人と話し触れ合える場所や機会の提供」が双方同程度の割合で続く。

<接客について>

● 高齢者・障害者への設問：

最もよく利用する日用品購入のお店の接客に満足していますか？

商店街・商業施設への設問：

自店の接客はご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に満足いただけていると思いますか？（選択肢から1つ選択）

高齢者・障害者全体では、「大変満足」「だいたい満足」で75%を占めた。

（障害者に限ってみると、「大変満足」「だいたい満足」の割合は53%にとどまり、「ときどき不満」(34%)と「いつも不満」(3%)を合わせると37%とその割合は高い）

商店街・商業施設は、回答者の半数程度が「だいたい満足いただけていると思う」と回答。他方で、回答者の35%が「ときどき不満を感じさせることがあると思う」(32%)「いつも不満を感じさせていると思う」(3%)と回答。その原因（選択肢から複数選択）は、「人手不足で丁寧な対応ができていない」が最も多く、「個店・従業員の意識が低い」「ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接し方がよく分からない」が同程度の割合で続く。

● 高齢者・障害者への設問：

日用品の買い物において、どのような点に特に配慮した接客を望む？

商店街・商業施設への設問：

ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様はどのような点に特に配慮した接客を望んでいると思いますか？（選択肢から3つ選択）

高齢者・障害者、商店街・商業施設いずれからの回答も、「気持ちよく買物ができる挨拶や会話」「さりげなく見守り、困った時に声掛け」「ゆっくり買物ができる雰囲気」が上位を占めた。商店街・商業施設は、高齢者・障害者が「たまには雑談・世間話」を望んでいると思う割合が高いが、高齢者・障害者がそれを望む割合は低い。

● 高齢者・障害者への設問：

日用品の買い物において、お店の接客で不満（不便・不快）に感じることは？

商店街・商業施設への設問：

ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様の接客に当って、日頃特に配慮していることは？（選択肢から当てはまるものを全てを選択）

高齢者・障害者全体では、「笑顔で接してもらえない・話しかけにくい」「話しかけてもきちんと答えてもらえない」がほぼ同じ割合で最も高い。同様

に、商店街・商業施設も、「笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる」「お客様の話しによく耳を傾け、きちんと答える」ことに特に配慮しているとの割合が最も高く、配慮はしているが、高齢者・障害者から見れば、ちょっとした挨拶・対応が不満。

<その他の設問>

- 高齢者・障害者への設問：
日用品の買い物をするに当って、接客はどの程度重要と思いますか？
(選択肢から1つ選択)

高齢者の61%が、接客は「品揃え・価格・設備などより重要」(20%)あるいは「同じくらい重要」(41%)と回答。障害者が同様に回答した割合は75%。

- 商店街・商業施設への設問：
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策の必要性を感じますか？ (選択肢から1つ選択)

回答者の84%が高齢者・障害者への対応・対策の必要性を感じている。

- 商店街・商業施設への設問：
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様を援助する上で、困ったり、苦勞されたことはありますか？ (選択肢から1つ選択)

回答者の半数近くが、困ったり苦勞されたことがある。
その場面(選択肢から複数回答)は、「商品の説明」が最も多いものの、「会計」「トイレの利用」「階段の昇降」「車椅子の取扱い」等々、様々。

- 商店街・商業施設への設問：
高齢者・障害者を理解し、その接遇方法についての知識・技術を身につける研修会については？ (選択肢から1つ選択)
回答者の半数以上が「参加したい」「積極的に参加したい」と回答。どのような形態の研修を望むかについては、「半日程度の集合研修」が最も多く、次いで「通信による研修」。

第3章 ヒアリング調査結果

ヒアリング調査結果の概要は以下の通り。

(各区分内は 50 音順)

<商店街>

● 大須商店街連盟（名古屋市中区）

- 取り組み事例：
緊急時対応として AED（自動体外式除細動器）を設置。消防署と共同で同機器の管理スタッフの訓練を行っている。
- ヒアリング先からのコメント：
各商店街から店主が参加し、催しの企画・実行を行うが、そうしたグループのトップには若い人を据え、これを毎年変えることにより、力のある人材を育成している。

● 品川区商店街連合会（東京都品川区）

- 取り組み事例：
 - ・ 商店街連合会主催の「少年少女サッカー大会」など
 - ・ 商店街で高齢者の球団を持つ
昼間は空いている子供球場をお年寄りが使わせてもらう。野球だけでなく、飲食を共にし、交流を図る。
 - ・ 商店街 3, 000 店舗の「つまみ食いウオーク」
 - ・ 「高齢者にやさしい街づくり」（中延商店街）
NPO 法人バリアフリー協会と共同して、商店街周辺の高齢者の身の回りの世話を周辺のボランティアが有償で引き受ける事業を行う等、地域との融和・地域の活性化に積極的に取り組んでいる。
- ヒアリング先からのコメント：
 - ・ まずは地域の再生。キーワードは「商店街」。商店街は地域のプラットフォーム（公共財）であり、物を売るだけの存在ではない。地域に密着し、消費者に密着し、まずはまちづくりをする。売り上げはその結果として後からついてくる。
 - ・ 全て実践。とにかくやってみる。面白いと思うことをやってみる。
 - ・ 何か新しいことをやろうとすると反対はつきもの。みんなでやろうと議論をしても、なかなかまとまらない場合も多い。やろうと意欲のある人だけでも、まずは始めることが肝要である。

● 向島橋銀座商店街協同組合（東京都墨田区）

- 取り組み事例：
 - ・ シルバーカード
60 歳以上のお客様への「シルバーカード」（写真付）の発行を 1996 年

に開始、現在も継続。会員（カード所有者）は、午後 1 時～3 時の間ゆっくり買い物ができ、加盟店では、連日その時間帯に割引やサービス等が受けられる。また、ライフカードとしての機能を備えており、お年寄りの身分証明書としても使える。

- ヒアリング先からのコメント：
 - ・ 商店街は「ハート」「ソフト」「ハード」がポイント
 - ・ 接客が大事、当商店街は「笑顔」が売りである。
 - ・ お年寄りは全てにおいてゆっくりなので、それに合わせる事が大切となる。
 - ・ 助成金が出なくなると継続できない取組みはお客様の支持を得られない。

<自治体>

● 沖縄県福祉保健部障害保健福祉課

- 取り組み事例：
 - ・ バリアフリーマップ
高齢者や障害のある方などに配慮した施設を紹介し、気軽に安心して出かけ、様々な活動に参加していただくためのマップ。障害を持つ人を中心に、施設ごとの調査、バリアフリー評価を実施している。

● 近畿地方 A 市 健康福祉関係ご担当

- 取り組み事例：
 - ・ 独自で実施している福祉サービス
 - ・ 配食サービス
 - ・ 緊急通報装置の貸与
 - ・ 理容サービス
 - ・ 高齢者外出支援サービス事業
 - ・ 老人貸農園事業
 - ・ 福祉活動・ボランティア活動の拠点整備

● 東海地方 B 市 地域商業関係ご担当

- 取り組み事例：
 - ・ 助成事業
 - ・ 商店街空店舗活用事業
 - ・ 商店街イベント事業
 - ・ その他の施策
 - ・ 商店街が農家とタイアップし野菜市を実施

● 宮崎県福祉保健部障害福祉課

- 取り組み事例：

- ・ 福祉マップ・バリアフリーマップ
宮崎県のマップに関するホームページは、全国初の障害者用トイレの図面掲載、全国3番目の携帯電話対応、メールマガジンの開設などの工夫や、音声読み上げソフトや文字の大きさを容易に調整できるなど、障害のある方や高齢の方にも使ってもらえる工夫が見られる。
- ヒアリング先からのコメント：
 - ・ ハードの整備だけでは福祉のまちづくりは実現しない。ハードの整備に加えて思いやりのある心（ソフト）が一体となってこそ実現する。
 - ・ 一人ひとりの対応だけでは福祉のまちづくりは限界がある。例えば、商店街であれば、自分たちのまちの中で何が不足し、それを補うためには何が必要なのかを全体で考える必要がある。

＜その他団体等＞

● 沖縄バリアフリーツアーセンター那覇空港（沖縄県那覇市）

- 取り組み事例：
沖縄での旅行を快適に過ごしてもらえよう、県内の観光施設、宿泊施設等のバリアフリー対応状況の紹介、交通機関の手配、補助器具のレンタル、介助者の派遣を実施。

● 全国旅館生活衛生同業組合連合会（東京都千代田区）

- 取り組み事例：
 - ・ シルバースター登録制度
高齢者が快適に過ごせる、利用しやすい宿泊施設の整備と増加を目的に、厚生労働省の協力を得て、平成5年から推進している制度。同制度では、設備・サービス・料理面で一定の基準を満たす宿であることを登録の基準としており、同制度に登録された旅館・ホテルは、「Silver Star」の2つの「S」でハート（まごころ）を表現した統一マークを掲げる。また、登録情報は、全旅連が運営するウェブサイト「宿ネット」やガイドブック「人に優しい宿」などを通じて紹介されている。
 - ・ 高齢者・障害者の接客心得ハンドブック「人にやさしい宿」
高齢者やお身体が不自由なお客様を安全にお迎えし快適に過ごしていただくための心得、対応などをハンドブック「人にやさしい宿」（コンシェルジュ育成必読本）にまとめ、旅館・ホテルの従業員に配布。
- ヒアリング先からのコメント：
 - ・ ニーズの多様化
昔はお任せスタイルの団体旅行が多かったが、高齢者の中でも世代間のギャップがでてきた。例えば、高齢者世代でも「新人」（比較的若い世代）は、団体旅行は嫌いで、少人数の旅行を好み、かつ、趣味等のプラスアルファが必要。従って、旅館としては、こうしたグループ毎の特性を把握し、付加的なサービスを提供することが重要となる。
 - ・ コミュニケーションが大切

旅館業はサービス業。ハードよりも従業員がうまくコミュニケーションをとり、うまく対応していくことの方が喜ばれている。細やかに配慮することが満足度の向上につながる。

● 多田グリーンハイツ自治会（兵庫県川西市）

○ 取り組み事例：

- ・ 災害時要援護者支援の取り組み
地域の自治会、地区コミュニティ及び民生委員の協力で、「災害時要支援検討委員会」を設置し、「安否確認」登録リストを作成中。
- ・ 情報誌の発行及びホームページによる情報発信
地域の掲示板的作用として、情報誌を月2回発行、地区住民に幅広く情報を伝えている。また、ホームページの更新も頻繁で、情報の発信と共に、会員の意見を積極的に取り入れている。
- ・ 福祉バスツアーの実施とアイネット活動
年2回春と秋に高齢者等を対象としたバスツアーを実施。ハイツ発のハイツ着とする、ツアー先の下見を十分に行う等、高齢者に配慮した計画を立て実施。また、65歳以上の一人暮らしの高齢者等が、住まいや暮らしのことを気軽に頼みたい場合に有償ボランティアを結びつける安心ネットワーク「アイネット」活動を行っている。
- ・ 地区コミュニティ推進協議会との連携

○ ヒアリング先からのコメント：

自治会の基本姿勢は、サービスを受けるだけではなく、自分でできることは自分で行ってもらう。サービスはあまり手厚くせず、参加してもらうことに重点を置いている。

● 宮崎商工会議所・中小企業相談所（宮崎県宮崎市）

○ 取り組み事例：

- ・ Do まんなかモール委員会
宮崎市の中心市街地7商店街、5大大型店を中心としたエリアを一つのショッピングモールと見立てて、地域コミュニティの再生を目的とするイベントの実施など、まちづくりに取り組む組織。
 - ・ 『よってんプラザ』まちづくりの拠点として開設。商店街の空き店舗を活用している。
 - ・ 観光バリアフリー連続講座
身体、視覚、聴覚障害者のほか、介助者などがモニターツアーに参加、店舗入り口のスロープ、障害者用トイレの設置場所、使い勝手などを確認していき、意見交換会を行う。

○ ヒアリング先からのコメント：

個店ではハード面に関する対応に限界を感じている。組織（商店街連盟・商工会議所）としてバリアフリー対応を試みている。大切なのは「こころのバリアフリー」から始めることだと考えている。

第4章 地域におけるコミュニケーション構築のための支援方策の提言

1. 調査結果の考察

(1) アンケート調査結果の考察にあたって

今回のアンケートに回答いただいた方は、全体の85%を高齢者が占め、その70%は、移動、聴力あるいは視覚に「支障ない」との回答をいただいた。また、障害者については、その58%が移動に「支障ない」あるいは「歩行は問題ないが階段の昇降は困難が伴う」との回答をいただいた。すなわち、回答いただいた方は、高齢者は比較のお元気な方、また障害者についても自力で移動が可能な方からの回答が比較的多かったことを念頭に置く必要がある。

(2) 高齢者・障害者が商店街・商業施設に求めるもの

① 高齢者・障害者の声

比較のお元気な高齢者や外出を楽しむことができる障害者の方からの回答が多かったこともあるが、高齢者・障害者が商店街・商業施設に望むことは、気持ちよく買い物ができる挨拶や会話であり、この様な配慮が足りないと、不快感や不便を感じるというものであった。すなわち、気持ちの良い挨拶やほんの些細なお店の人との会話がお客様である高齢者・障害者の気持ちを和ませ、買い物や外出を楽しみ気分をさせることが、アンケートの集計結果から伺える。

② 商店街・商業施設の声

他方で、商店街・商業施設もこれは十分認識されており、アンケート結果でも、接客に当たって特に配慮していることとして、「笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる」「お客様の話によく耳を傾け、きちんと答える」が上位を占めている。

また、商店街・商業施設やその他のサービスを提供する側の団体・組織にヒアリングをさせていただいた際にも、「接客が大事、笑顔が売り」、「お年寄りには全てにおいてゆっくり、それに合わせる事が大切」、「ハードよりも従業員がうまくコミュニケーションをとり、うまく対応していくことの方が喜ばれている」との話しがあり、こうしたことの大切さが十分に認識されている。

③ 考察

アンケート結果では、高齢者・障害者が日用品の買い物において不満に感じること、「笑顔で接してもらえない・話しかけにくい」ことや「話しかけてもきちんと答えてもらえない」ことが上位を占めている。商店街・商業施設も大切と考え日頃努めているちょっとした挨拶や会話が適切に高齢者・障害者の心に届かないと、敏感に不満に直結する。

このように、ごく平凡で当たり前の日常的な挨拶や会話が、相互のコミュニケーション円滑化の端緒になり得ると思われるとともに、高齢者・障害者の心身の状況を適切に理解し対応することの大切さをアンケート結果は示唆している。

(3) 相手の身体状況に応じた対応の重要性

① 比較のお元気な高齢者への対応

商店街・商業施設が高齢者・障害者のために実施しているサービスとして、「商品選び・支払い・搬送の手伝い」や「お客様に合った商品選びの支援」が比較的上位にあるが、高齢者がこれらを望む割合はさほど高くない。また、商店街・商業施設の接客について、「ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり」を望む高齢者が多い。

こうしたアンケート結果から、比較のお元気な高齢者は、普段はあまり構わないで欲しいが、困ったときには声をかけて欲しいと考えており、付かず離れずの接客を望んでいることが見て取れる。

② 移動、聴力、視力に支障のある方への対応

障害者は、「商品選び・支払い・搬送の手伝い」「大きめの表示（商品・価格等）」「自分に合ったものを選んでくれる」等のサービスを求める割合が比較的高い。また、「自分が分かるように、ゆっくり、大きめの声で話してもらえない」と、早口で理解できないことへの不満は、障害のある方だけではなく、高齢者からの声でもある。

③ 外見では捉えられない身体状況への対応

視覚障害や肢体不自由など外見から分かる障害もあれば、聴覚障害や内部障害、認知症など外見からは分かりにくい障害もある。こうした外見では分からない、あるいは分かりにくい身体状況への対応は、まずはそうした身体状

況に「気づく」ことが重要である。いち早く「気づく」ためには、そうした身体状況を十分に理解し、適切な対応方法を知ることが必要となる。特に、認知症については、自分の意思を適切に相手に伝えられないことから、不要なものを繰り返し買ったり、何を買っていいかわからないという場面も想定され、「気づき」がより重要となる。

④ 考察

このように、高齢者あるいは障害者といっても、各々の身体状況は様々であり、それに応じたきめの細かい対応が求められており、その為には、まずは、相手の身体状況を的確に把握することが大切となる。今後、認知症の方に一見何も問題ないと思って接した結果、問題を起こしてしまうことも増えてくるのではないかと懸念され、こうした点からも、高齢者・障害者に関する正しい知識を持ち、相手の身体状況を適切に把握することが最重要である。

(4) 学ぶ機会の必要性

① 苦労した経験

アンケートに回答をいただいた商店街・商業施設の半数近くは、高齢あるいは身体の不自由なお客様の援助で困ったり苦労した経験がある。そして、その場面は、商品の説明、会計、トイレの利用、階段の昇降、車椅子の取扱い等々、実にさまざまな場面に及ぶ。商店街・商業施設としても、こうした事態は、めったに起きないとしても、起きたら大変であり、そういう場合にも動揺することなく適切な対応をしたいとの思いがあるのではないかとと思われる。

② 接客の満足度

アンケート結果では、高齢者の80%近くが日用品の買い物をする先の接客に満足していると回答されているが、障害者の34%は「ときどき不満を感じることもある」と回答されている。他方、商店街・商業施設の35%が「ときどき不満を感じさせることがあると思う」あるいは「いつも不満を感じさせていると思う」と回答されている。また、そう思う原因としては、「人手不足で丁寧な対応ができていない」が最も多く、店舗タイプ別には、商業施設では「人手不足」が80%近くで最も多く、商店街・個人商店では「接し方がよく分からない」が「人手不足」「意識」と同程度の割合で並んでいる。

③ 考察

このように、人手不足の中、高齢あるいは身体の不自由なお客様への接客に当たって、緊急時にもあわてることなく適切に援助するため、また、これらのお客様に満足いただける対応をするためには、すでに述べた「相手の身体状況に応じた対応の重要性」をも合わせて考えると、経験だけにに基づいた対応だけでは必ずしも十分とは言えず、高齢者・障害者について、その身体状況を正しく把握し（気づき）、それへの適切な対処方法を学ぶことも必要である。

(5) 交流の場としての商店街・商業施設

① 高齢者・障害者の思い

高齢者・障害者へのアンケート結果からは、「コンビニエンスストアでの会話・店員との会話は楽しい一瞬です」などの声はあったが、全体としては、商店街・商業施設を地域資源の一つとして、例えば、お店の人との会話を楽しむ場、あるいは友人・知人と会って話し情報を交換する場として活用したいとの要望・期待はさほど色濃くはみられなかった。

② 商店街・商業施設の思いと取り組み

他方で、商店街・商業施設へのアンケート結果からは、商店街・商業施設、中でも商店街は、お年寄りの交流の場としての商店街を強く意識されているところが多いことが伺える。また、都内の商店街連合会へのヒアリングにおいて、商店街がまちおこしのキーワードとの言葉もあり、そこでは、商店街で高齢者の球団を持ったり、商店街周辺の高齢者の身の回りの世話を周辺のボランティアが有償で引き受ける事業を行なう等、地域住民との融和・地域の活性化に積極的に取り組んでいるとのことであった。

③ 考察

今回のアンケート結果では、高齢者・障害者が日頃よく外出する場所としては商店街・商業施設が最も多かった。高齢者・障害者にとって、地域の人と関わりを持つということは、社会の一員と自覚でき、世代の違う人々との接触で刺激を受け、自らを元気にしていくことでもあると思われる。

他方で、地域に根ざした商店街・商業施設だからこそ、そこに住む高齢者・障害者が求めるニーズも把握しやすく、より密着したサービスが提供できるのではないだろうか。また、個々の商店では人的にも限界がある。商店街・

商業施設ならではの特性として、協力し合い、協働することで支えあえるのではないだろうか。

少子高齢化が進む中、老夫婦世帯、独居世帯が増えている。地域に根ざし、且つ高齢者・障害者が外出して最も触れ合う機会の多い商店街・商業施設が、高齢者・障害者の外出を楽しもうとする気持ちを促す活動をする事は、高齢者・障害者の引きこもりを予防し、生活にメリハリを持たせ、生活の質を高めることにもなる。様々な取り組みにより、商店街・商業施設が地域において、お店の人あるいは友人・知人とのコミュニケーションの場となることを期待したい。

2. コミュニケーション円滑化のための方策

(1) 総論

以上述べた考察の結果から、本事業の目的であるコミュニケーション円滑化のための方策としては、高齢者・障害者を知り、適切に対応することが、高齢者・障害者とのコミュニケーション円滑化の端緒になるとの考えから、商店街・商業施設の人を対象とした高齢者・障害者に対する接遇をテーマとした研修機会を提供することが有効であると考えられる。「商店の人は接客のプロ、長い経験がある」とはいえ、これまで気づかなかったことに気づいてももらえる機会になることもあるのではないかと考える。

(2) 研修の必要性・有効性

高齢あるいは身体の不自由なお客様への接客に当たって、緊急時にもあわてることなく適切に援助をする、これらのお客様に満足いただける対応をする、また、相手の身体状況に応じた対応をすることなどについて、研修の必要性・有効性は次の通りと考えられる。

- a) ちょっとした挨拶や会話が敏感に利用者の不満解消に直結することから、高齢者・障害者を理解し、ちょっとした声かけが相手に安心感を与えることに気づくことによって、積極的な対応が進むと思われる。

- b) 商店街・商業施設の人が、顧客の身体状況を的確に把握する必要があることから、研修を通じて高齢者・障害者の身体機能を知ること、個々の顧客の身体状況についても、ある程度は把握することができるようになるのではないかとと思われる。

尚、認知症については、国が中心となって、認知症の人と家族への応援者である認知症サポーターを全国で 100 万人養成し、認知症になっても安心して暮らせるまちを目指す取り組み（「認知症サポーター100 万人キャラバン」）が推進されている。認知症サポーターになるには、「認知症サポーター養成講座」を受ける必要があるが、地域で支えあって暮らす認知症の方も増えており、地域住民と触れ合う機会の多い商店街・商業施設の方にも是非受けて頂きたい研修の 1 つである。（「認知症サポーター養成講座」に関する資料（「認知症サポーター養成講座基準」及び「認知症サポーター養成講座 基本カリキュラム」）を末尾の資料Ⅳに掲載）

- c) 「大きめの表示（商品・価格等）」、「取りやすい商品の陳列」について、高齢者・障害者が何を望んでいるかを知るためには、高齢者・障害者の身体機能を理解していれば、配慮すべきところ・サービスに気づくことができるのではないかと。
- d) 高齢者・障害者が、実際に商店街・商業施設で、不自由なことあるいはその商店街・商業施設の良い点を個別具体的に話すなどの研修機会を設ければ、商店街・商業施設にとっても参考になるのではないかと。
- e) コミュニケーション円滑化のための先進的な取り組み事例を商店街・商業施設の人から話すなどの研修機会を設ければ、商店街・商業施設にとっても身近なものとして参考になるのではないかと。

3. 研修実施にあたっての留意事項

研修の実施にあたっては、次に掲げる事項に留意する必要がある。

- a) 研修は、外見では捉えられない身体状況に対する「気づき」を促すこと及び高齢者・障害者の身体機能の理解（どんなところが若者や障害のない人と異なるのか）並びにそれぞれへの最適な対応方法の修得に資する内容と

すること。

- b) 商店街・商業施設の方に、短時間の内に、高齢者・障害者の接客に当たっての必要なポイントを広く学んでもらえるような研修とすること。
- c) 認知症への対応を織り込むこと。また、「認知症サポーター養成講座」（本章、2（2）b）参照）への参加を推奨すること。
- d) 商店街・商業施設の店頭で、高齢者・障害者自ら、よい点・不便な点をあげてもらうなど、極力一般論に終始しない個別具体的な内容を織り込むこと。
- e) 研修は半日コースを基本とし、商店街・商業施設のニーズに応じて、1日コース、3日コースなど、柔軟に対応できるよう、研修内容・項目を工夫すること。
- f) 研修修了者には、認定証の交付など、広く一般に認知される工夫をこらすこと。

本 編

第1章 調査研究の概要

第1章 調査研究の概要

1. 調査研究の背景と目的

(1) 背景

2015年には人口の4分の1が65歳以上となる時代を迎えるにあたり、高齢者・障害者が積極的に安心して外出できる環境を整備することは、介護予防の観点からも重要である。こうした状況下、「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」(通称バリアフリー新法)が制定され、公共施設や商業施設等のハード面におけるバリアフリー化は進んだものの、それだけでは十分とはいえずソフト面においても、地域住民等と高齢者・障害者がお互いを理解した上で、コミュニケーションを円滑に行うことが重要となっている。

尚、本調査研究事業において、コミュニケーションとは、①目的達成のための手段、つまり意思を伝える、具体的には何がしたい、欲しい、そういう意思を伝えること、及び、②手段そのものが目的となって、人と接する、話したい、触れ合いたいなど、2つの側面を持つものとして使用する。

(2) 目的

高齢者・障害者と地域住民との円滑なコミュニケーションを構築するにあたり、両者の相互理解が必要である。そこで、先進的取り組みを行っている自治体や商店街・商業施設等の事例調査を行うとともに、高齢者・障害者に対し、地域住民とのコミュニケーションのあり方について、関係機関等を通じたアンケート調査を実施し、高齢者・障害者の立場での意見の集約を行い、これらの調査結果をもとに、コミュニケーション構築のための支援方策について検討する。

(3) 達成目標

高齢者・障害者と地域住民との相互理解及びコミュニケーションについての実態調査結果、先進的な取り組み事例及びコミュニケーション構築の支援方策についての検討結果を事業報告書にまとめ、都道府県、市区町村、関係機関等に広く配布することにより、相互理解の実態及び先進的取り組みの事例

を紹介するとともに、支援方策の普及・啓発に努める。

2. 調査研究の実施方法と体制

(1) 調査対象

地域における高齢者・障害者の地域住民との接点は、極めて多岐にわたる。例えば、ご近所とのふれあい・交流に始まり、買い物先、病院・医院、福祉施設、趣味・娯楽の場、銀行・郵便局、行政の窓口、公園等々、様々な場面が想定される。

<調査対象の絞込み>

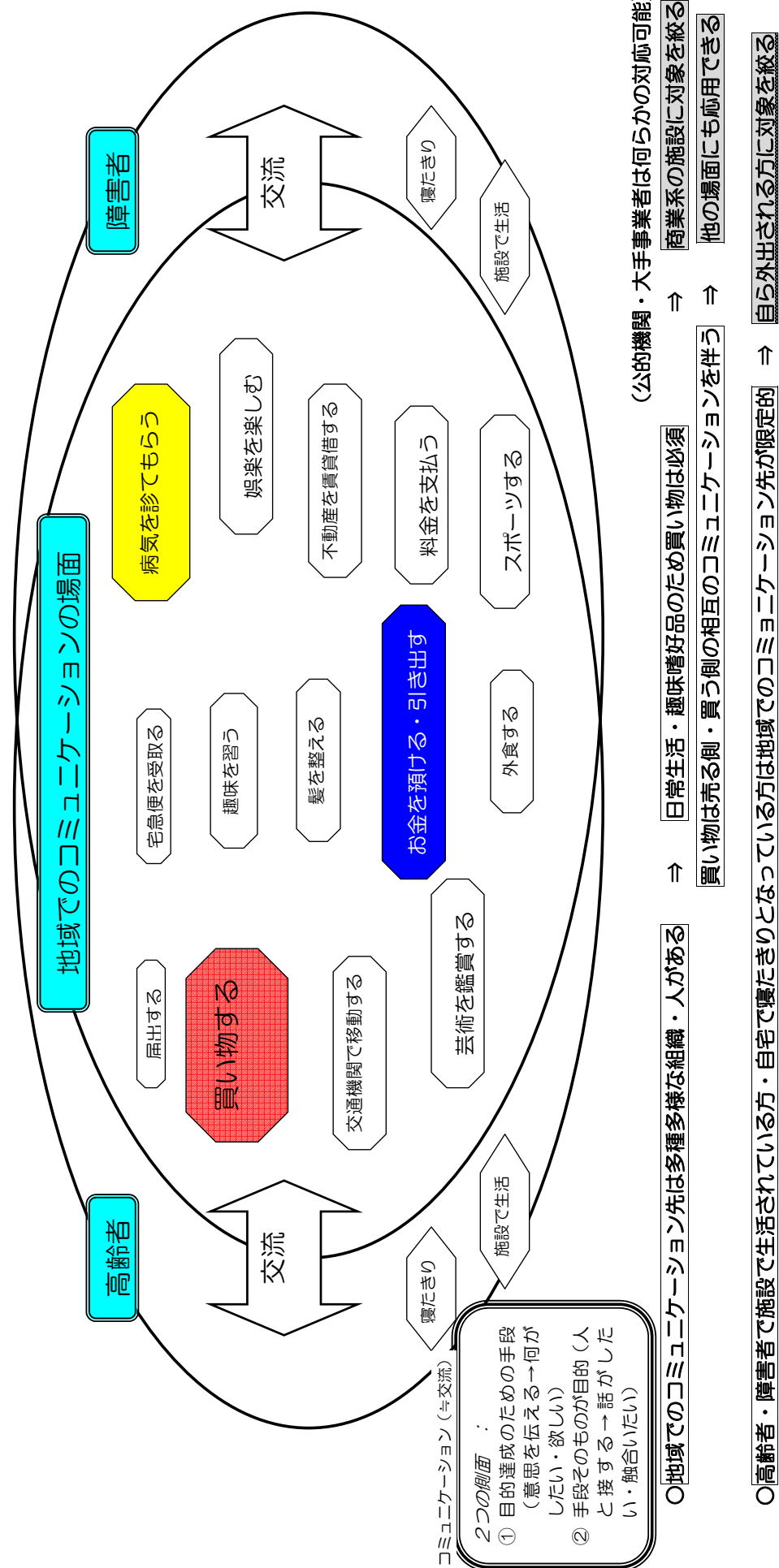
このように多岐にわたる高齢者・障害者の地域住民との接点の中から、今回は、次の理由から、買い物の場面について調査し、買い物をする高齢者・障害者とその相手方である商店街・商業施設及びそのお店の人との相互理解・コミュニケーションの実態を把握することとした。

- a) 買い物は日常的に行われるものあり、高齢者・障害者は買い物を通じて地域住民と接する機会が多いと思われること。
- b) 買い物におけるコミュニケーションの相手方である商店街・商業施設の方々は、その他の住民に比べ、高齢者・障害者を顧客としてより積極的に捉えられるであろうことから、相互理解とコミュニケーションの実態を把握する上で適当であると考えられること。
- c) 買い物は売る側、買う側の相互のコミュニケーションを伴うものであり、地域におけるほかの場面でも応用できると考えられること。

この関係を図示すると、次ページの図表「高齢者・障害者と地域のコミュニケーションの関係図」の通り。

尚、本調査研究事業において「商業施設」とは、スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、生協、百貨店などの店舗の総称として使用している。

高齢者・障害者と地域のコミュニケーションの関係図



====> 事業計画・アンケート数が限られているため、対象をある程度限定せざるを得ない

コミュニケーション先のハード面（階段、段差、トイレ、通路 等）ではなく、ソフト面（対応、気配り 等）の問題をピックアップ

(2) 調査研究委員会の設置

① 設置の目的

高齢者・障害者と地域住民とのコミュニケーションに関する実態を把握し、高齢者や障害者が積極的に安心して外出できる環境整備に資するコミュニケーション構築のための支援方策について検討する目的で調査研究委員会を設置した。

② 委員会委員

○：委員長（50音順、敬称略）

一島 志伸	富山市福祉保健部 次長
荏原 順子	新潟青陵大学福祉心理学科 准教授
岡本 一夫	多田グリーンハイツ自治会 福祉厚生委員長
鎌田 ケイ子	特定非営利活動法人全国高齢者ケア協会 理事長
齋藤 秀樹	財団法人全国老人クラブ連合会 常任理事
○ 坂本 洋一	和洋女子大学家政学部 教授
沢田 藤司之	特定非営利活動法人バリアフリー協会 専務理事
西村 茂	国立身体障害者リハビリテーションセンター 更生訓練所指導部 指導課長

(3) 事業の実施手順

事業の実施手順は次の通り。

平成 19 年

～10 月

関連情報調査・方針仮決定

アンケート・ヒアリング調査設計（案）

11 月 19 日

第 1 回調査研究委員会

- ・ 基本方針決定
- ・ アンケート・ヒアリング調査素案の検討

11 月

ヒアリング調査実施・報告書作成

12 月 21 日

第 2 回調査研究委員会

- ・ アンケート・ヒアリング調査票の決定
- ・ ヒアリング調査結果の報告

平成 20 年

1 月～2 月

アンケート調査票配布・回収

ヒアリング調査実施・報告書作成

アンケート調査結果集計・分析

2 月 28 日

第 3 回調査研究委員会

- ・ アンケート・ヒアリング調査結果の分析
- ・ コミュニケーション構築の支援方策の検討
- ・ 事業報告書構成の検討

3 月

ヒアリング調査実施・報告書作成

事業報告書案作成

- ・ 調査結果のまとめ
- ・ 調査研究委員会の検討事項の整理

3 月 12 日

第 4 回調査研究委員会

- ・ 事業報告書素案の検討

3 月

事業報告書作成・印刷・配布

(4) アンケート調査の実施

次の要領で高齢者・障害者及び商店街・商業施設を対象としたアンケート調査を実施した。

○ アンケート調査名：

- ・「高齢者の地域における買い物先とのコミュニケーションに関するアンケート」（調査対象：高齢者）
- ・「お身体の不自由な方の地域における買い物先とのコミュニケーションに関するアンケート」（調査対象：障害者）
- ・「高齢者・お身体の不自由な方とのコミュニケーションに関するアンケート」（調査対象：商店街・商業施設）

○ 調査目的：

高齢者・障害者と商店街・商業施設とのコミュニケーションの実態の把握。

○ 主な調査項目：

主な調査項目は次の通り。尚、高齢者・障害者と商店街・商業施設、各々の認識を比較検証できるよう、双方相対する設問を複数設けた。

＜高齢者・障害者へのアンケート＞

- プロフィール
- 外出の状況・日用品の買い物の状況
- 日用品の買い物について
 - ・そのお店を利用する理由
 - ・あったらよいと思うサービス
 - ・安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設に期待すること
- お店の接客について
 - ・満足度
 - ・接客の重要性
 - ・望む接客
 - ・不満（不便・不快）に感じること

<商店街・商業施設へのアンケート>

- プロフィール
- 高齢者・障害者への対応・対策について
 - ・対応・対策の必要性の認識
 - ・自店が高齢者・障害者に支持されていると思うサービス
 - ・高齢者・障害者のために実施しているサービス
 - ・高齢者・障害者が安全に安心して暮らすためにできること
- 高齢者・障害者への接客について
 - ・高齢者・障害者への援助で困ったり苦労した経験
 - ・高齢者・障害者が望む接客はどのような接客か
 - ・高齢者・障害者の接客に当たり特に配慮していること
 - ・高齢者・障害者の満足度
- 接客研修について

詳細は、末尾の資料Ⅰ「アンケート調査票」を参照。

○ 調査票配布先及び回答の状況：

配布先	配布地域	配布数	回答数	回答率
高齢者	東京都	500	342＊	68. 4%
	北陸・信越	500	479	95. 8%
	合 計	1, 000	821	82. 1%
障害者		149	149＊ ＊	100. 0%
商店街・ 商業施設	東京都	750	116	15. 5%
	北陸・信越	750	129	17. 2%
	不明		14	
	合 計	1, 500	259	17. 3%

＊ 千葉県在住の方２名を含む。

＊＊ 回答数の内訳は、首都圏 119、地方 20、不明 10。

○ 調査方法：

- 高齢者 ： 全国老人クラブ連合会及び配布対象地域の
 老人クラブにご協力いただき配布・回収
- 障害者 ： 関係機関にご協力いただき配布・回収
- 商店街・商業施設 ： 郵送配布・郵送回収

○ 調査時期： 平成 20 年 1 月～2 月

(5) ヒアリング調査の実施

次の要領で商店街・商業施設、自治体等にヒアリング調査を実施した。

○ ヒアリング調査名：

「高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査」

○ 調査目的：

高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識の強い商店街・商業施設等並びに先進的取り組みを行っている自治体の事例を把握し、地域における高齢者・障害者と地域住民（企業・組織・団体を含む）とのより良いコミュニケーション構築の支援方策検討の参考とする。

○ ヒアリング調査実施先：（各区分内は 50 音順）

<商店街関係>

- ・大須商店街連盟（名古屋市中区）
- ・品川区商店街連合会（東京都品川区）
- ・向島橋銀座商店街協同組合（東京都墨田区）

<自治体>

- ・沖縄県福祉保健部障害保健福祉課
- ・近畿地方 A 市
- ・東海地方 B 市
- ・宮崎県福祉保健部障害福祉課

<その他団体等>

- ・沖縄バリアフリーツアーセンター那覇空港（沖縄県那覇市）
- ・全国旅館生活衛生同業組合連合会（東京都千代田区）
- ・多田グリーンハイツ自治会（兵庫県川西市）
- ・宮崎商工会議所・中小企業相談所（宮崎県宮崎市）

○ 主な調査項目：

- ・ 問題意識
- ・ 取り組み事例
（概要、実現へのプロセス、苦労・困難、克服策・効果、要改善点など）

- ・ 今後の取り組み
- ・ 他へのアドバイス

○ 調査時期： 平成 19 年 11 月～平成 20 年 3 月

(6) 事業報告書の作成及び配布

商店街・商業施設及びその利用者である高齢者・障害者へのアンケート調査結果及び先進的取り組みを行っている自治体、自治会、商店街等へのヒアリング調査結果、並びにそれらを踏まえた高齢者・障害者と地域住民とのコミュニケーション構築のための支援方策の検討結果を事業報告書にまとめ、都道府県、市区町村、関係団体等に広く配布する。

第2章 アンケート調査結果

第2章 アンケート調査結果

1. アンケート調査の概要

- アンケート調査名：
 - ・「高齢者の地域における買い物先とのコミュニケーションに関するアンケート」（調査対象：高齢者）
 - ・「お身体の不自由な方の地域における買い物先とのコミュニケーションに関するアンケート」（調査対象：障害者）
 - ・「高齢者・お身体の不自由な方とのコミュニケーションに関するアンケート」（調査対象：商店街・商業施設）
- 調査目的：
高齢者・障害者と商店街・商業施設とのコミュニケーションの実態の把握。
- 調査項目：
末尾の資料Ⅰ「アンケート調査票」を参照。
- 調査票配布先及び回答の状況：

配布先	配布地域	配布数	回答数	回答率
高齢者	東京都	500	342*	68.4%
	北陸・信越	500	479	95.8%
	合 計	1,000	821	82.1%
障害者		149	149**	100.0%
商店街・ 商業施設	東京都	750	116	15.5%
	北陸・信越	750	129	17.2%
	不明		14	
	合 計	1,500	259	17.3%

* 千葉県在住の方2名を含む。

** 回答数の内訳は、首都圏119、地方20、不明10。

- 調査方法：
高齢者は、全国老人クラブ連合会及び配布対象地域の老人クラブの、また、障害者は関係機関の、各々ご協力をいただき配布・回収。商店街・商業施設は郵送配布・郵送回収。
- 調査時期： 平成20年1月～2月
- その他：
本調査研究事業において「商業施設」とは、スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、生協、百貨店などの店舗の総称として使用している。

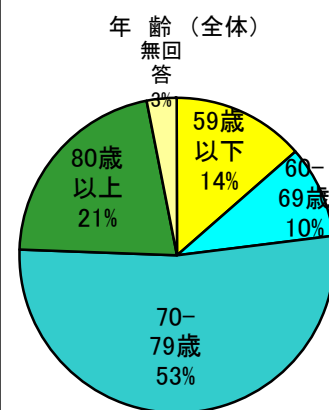
2. 高齢者・障害者アンケート調査結果

回答者のプロフィール

① 年齢

回答者全体では70歳以上が74%を占める。高齢者に限って見ると70歳以上の割合は87%。障害者は20歳未満から60歳台まで幅広い年代から回答があった。

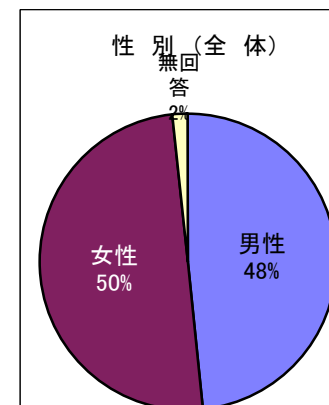
項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
20歳未満	13	1%	0	0%	13	9%
20-29歳	25	3%	0	0%	25	17%
30-39歳	36	4%	0	0%	36	24%
40-49歳	29	3%	0	0%	29	19%
50-59歳	28	3%	0	0%	28	19%
60-69歳	93	10%	89	11%	4	3%
70-79歳	510	53%	510	62%	0	0%
80歳以上	207	21%	207	25%	0	0%
無回答	29	3%	15	2%	14	9%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%



② 性別

回答者全体では男性と女性の割合がほぼ半々。障害者に限って見ると、男性72%、女性25%と、男性からの回答が多い。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
男性	469	48%	362	44%	107	72%
女性	486	50%	449	55%	37	25%
無回答	15	2%	10	1%	5	3%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

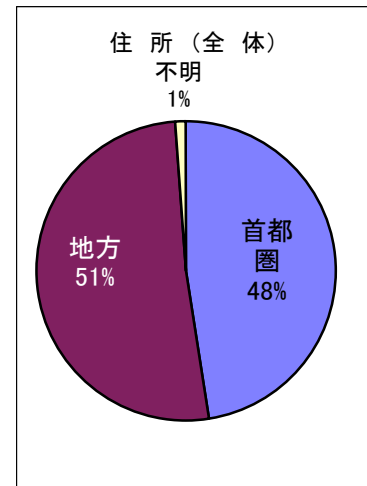


回答者のプロフィール

③ 住所

回答者全体では、首都圏と地方の割合がほぼ半々。障害者に限って見ると80%が首都圏。

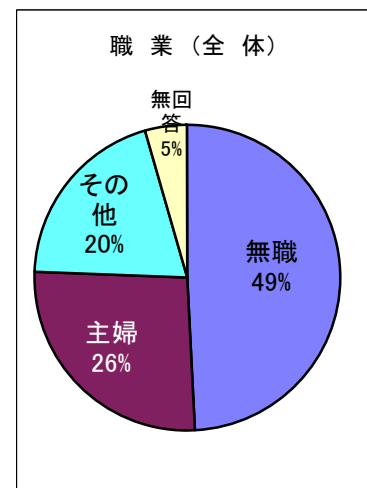
項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
東京都	364	38%	340	41%	24	16%
埼玉県	92	9%	0	0%	92	62%
神奈川県・千葉県	5	1%	2	0%	3	2%
首都圏	461	48%	342	42%	119	80%
新潟県	196	20%	195	24%	1	1%
長野県	146	15%	145	18%	1	1%
富山県	139	14%	139	17%	0	0%
その他地方	18	2%		0%	18	12%
地方	499	51%	479	58%	20	13%
不明	10	1%	0	0%	10	7%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%



④ 職業

回答者全体では75%が無職あるいは主婦。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
無職	479	49%	427	52%	52	35%
主婦	257	26%	254	31%	3	2%
自営業・商店主	31	3%	31	4%	0	0%
会社員・団体職員・公務員	39	4%	12	1%	27	18%
アルバイト・パート	12	1%	10	1%	2	1%
農業・漁業・林業	49	5%	49	6%	0	0%
その他	59	6%	13	2%	46	31%
無回答	44	5%	25	3%	19	13%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%



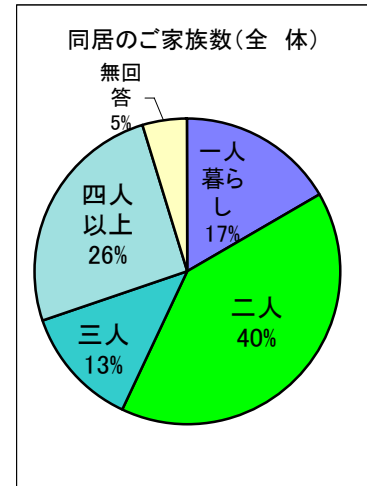
障害者の「その他」は大半が学生。

回答者のプロフィール

⑤ 同居のご家族数

回答者全体では79%が2人～4人以上の複数家族、1人暮らしは回答者の17%。障害者に限って見ると37%が一人暮らし。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
一人暮らし	162	17%	107	13%	55	37%
二人	391	40%	367	45%	24	16%
三人	123	13%	103	13%	20	13%
四人以上	248	26%	220	27%	28	19%
無回答	46	5%	24	3%	22	15%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

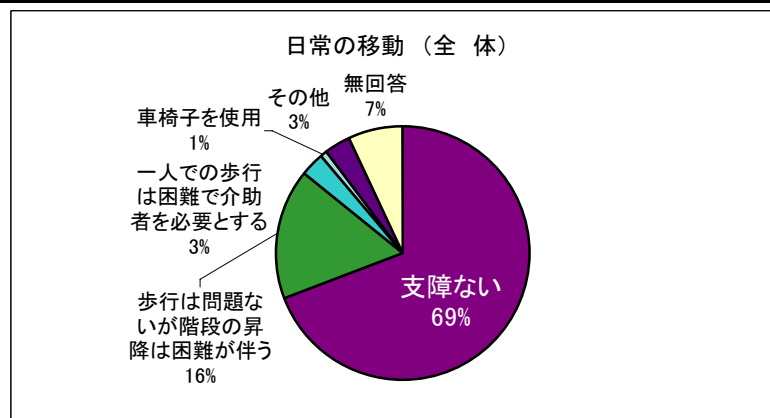


⑥ お身体の状態

(a) 日常の移動

回答者全体では69%が日常の移動に支障なし。障害者に限って見ると「支障ない」は43%。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
支障ない	672	69%	608	74%	64	43%
歩行は問題ないが階段の昇降は困難が伴う	160	16%	138	17%	22	15%
一人での歩行は困難で介助者を必要とする	29	3%	8	1%	21	14%
車椅子を使用	10	1%	0	0%	10	7%
その他	32	3%	12	1%	20	13%
無回答	67	7%	55	7%	12	8%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

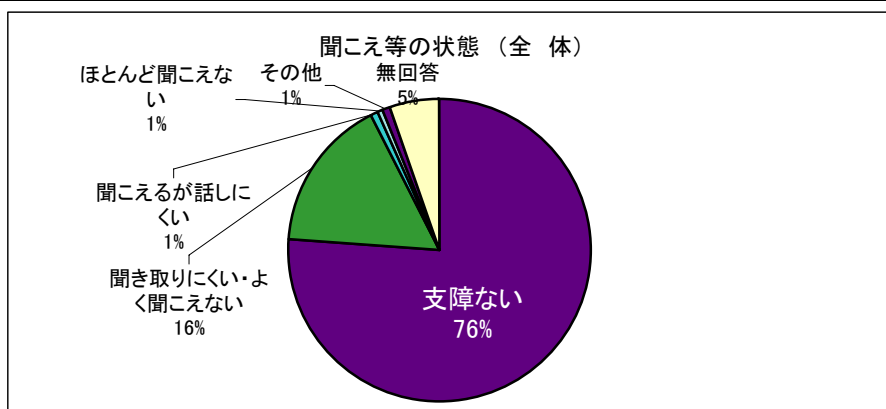


回答者のプロフィール

(b) 聞こえ等の状態

回答者全体では76%が、聞くことに支障なし。

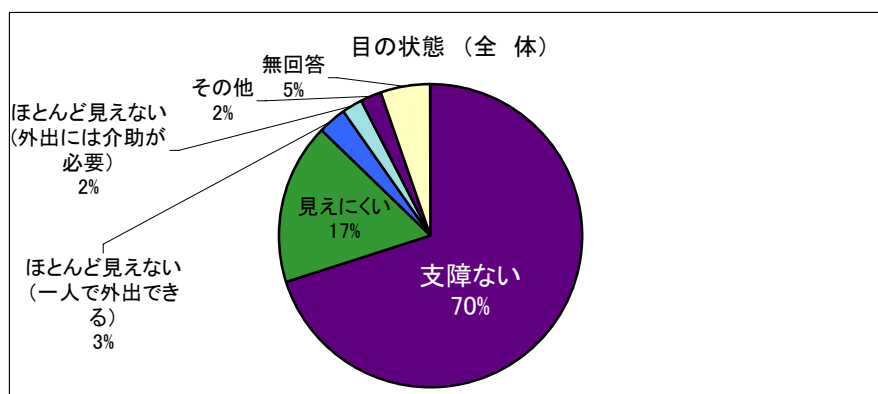
項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
支障ない	739	76%	628	76%	111	74%
聞き取りにくい・よく聞こえない	157	16%	138	17%	19	13%
聞こえるが話しにくい	9	1%	6	1%	3	2%
ほとんど聞こえない	6	1%	2	0%	4	3%
その他	7	1%	6	1%	1	1%
無回答	52	5%	41	5%	11	7%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%



(c) 目の状態

回答者全体では70%が目の状態に支障なし。障害者に限って見ると「支障ない」は23%。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
支障ない	679	70%	645	79%	34	23%
見えにくい	166	17%	119	14%	47	32%
ほとんど見えない（一人で外出できる）	31	3%	1	0%	30	20%
ほとんど見えない（外出には介助が必要）	22	2%	1	0%	21	14%
その他	20	2%	11	1%	9	6%
無回答	52	5%	44	5%	8	5%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

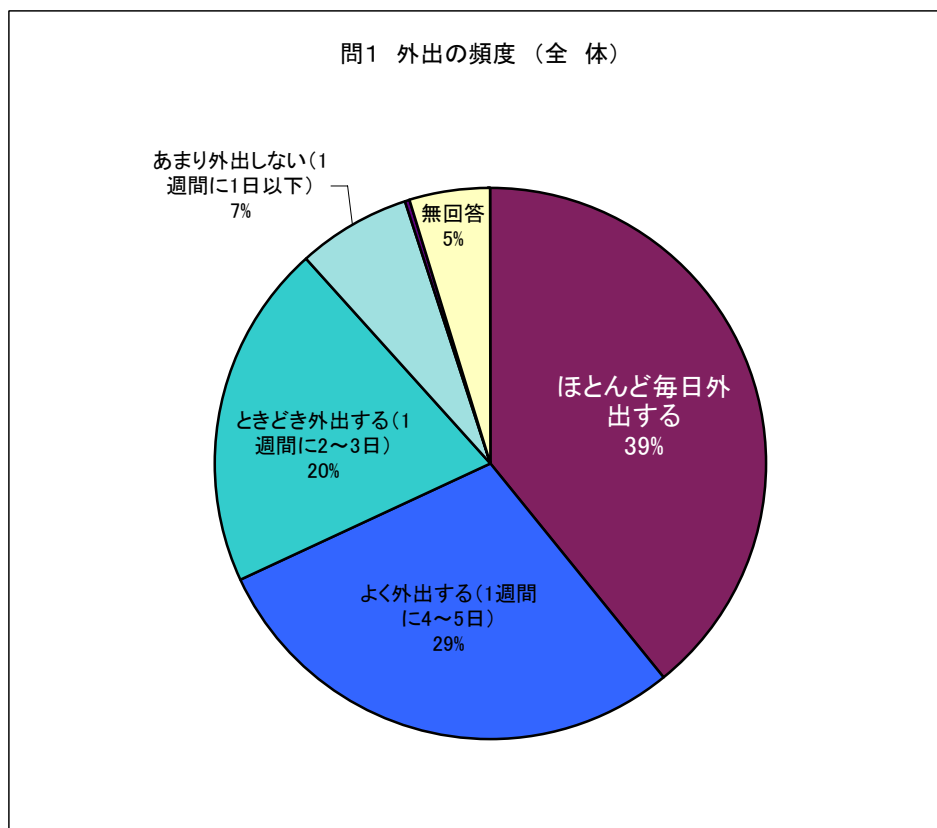


外出の状況について

問1 外出の頻度（単数回答）

回答者全体では68%が1週間に4～5日以上外出する。「あまり外出しない」は回答者の7%。障害者に限って見ると「あまり外出しない」は25%。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
ほとんど毎日外出する	381	39%	341	42%	40	27%
よく外出する（1週間に4～5日）	280	29%	252	31%	28	19%
ときどき外出する（1週間に2～3日）	195	20%	155	19%	40	27%
あまり外出しない（1週間に1日以下）	65	7%	28	3%	37	25%
その他	4	0%	2	0%	2	1%
無回答	45	5%	43	5%	2	1%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

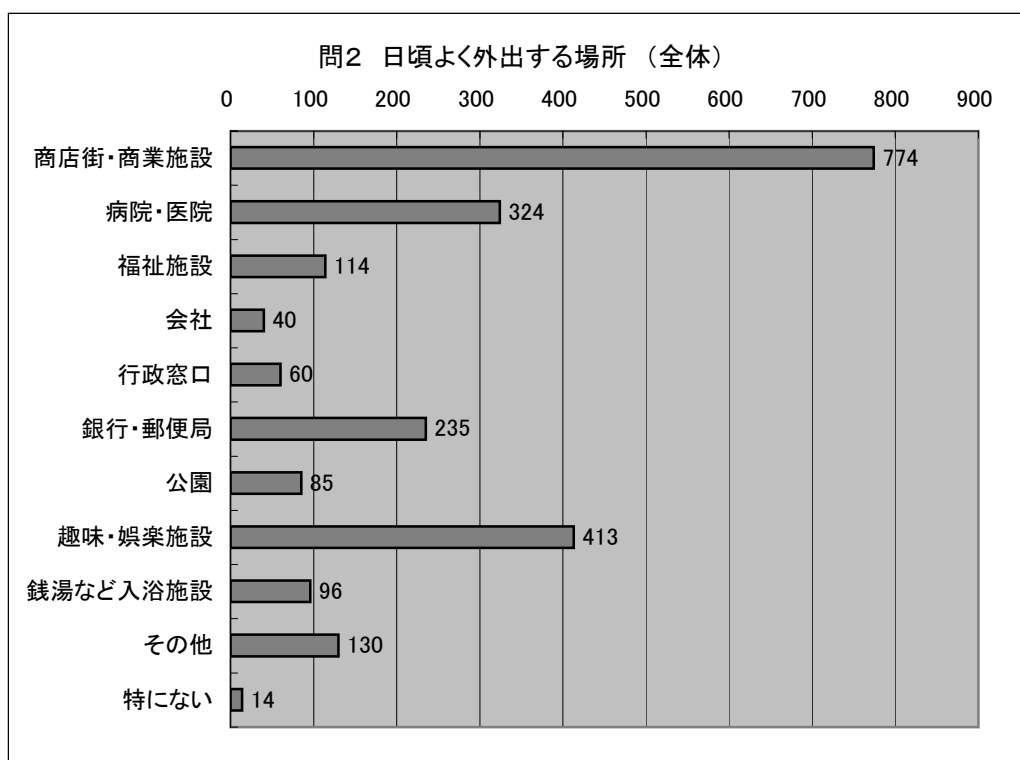


外出の状況について

問2 日頃よく外出する場所 （上位3つ選択）

回答者が日頃よく外出する場所は、商店街・商業施設が最も多く、趣味・娯楽施設、病院・医院、銀行・郵便局と続く。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
商店街・商業施設	774	80%	652	79%	122	82%
病院・医院	324	33%	279	34%	45	30%
福祉施設	114	12%	90	11%	24	16%
会社	40	4%	25	3%	15	10%
行政窓口	60	6%	58	7%	2	1%
銀行・郵便局	235	24%	189	23%	46	31%
公園	85	9%	74	9%	11	7%
趣味・娯楽施設	413	43%	362	44%	51	34%
銭湯など入浴施設	96	10%	93	11%	3	2%
その他	130	13%	110	13%	20	13%
特にない	14	1%	9	1%	5	3%
合 計	2,285	236%	1,941	236%	344	231%

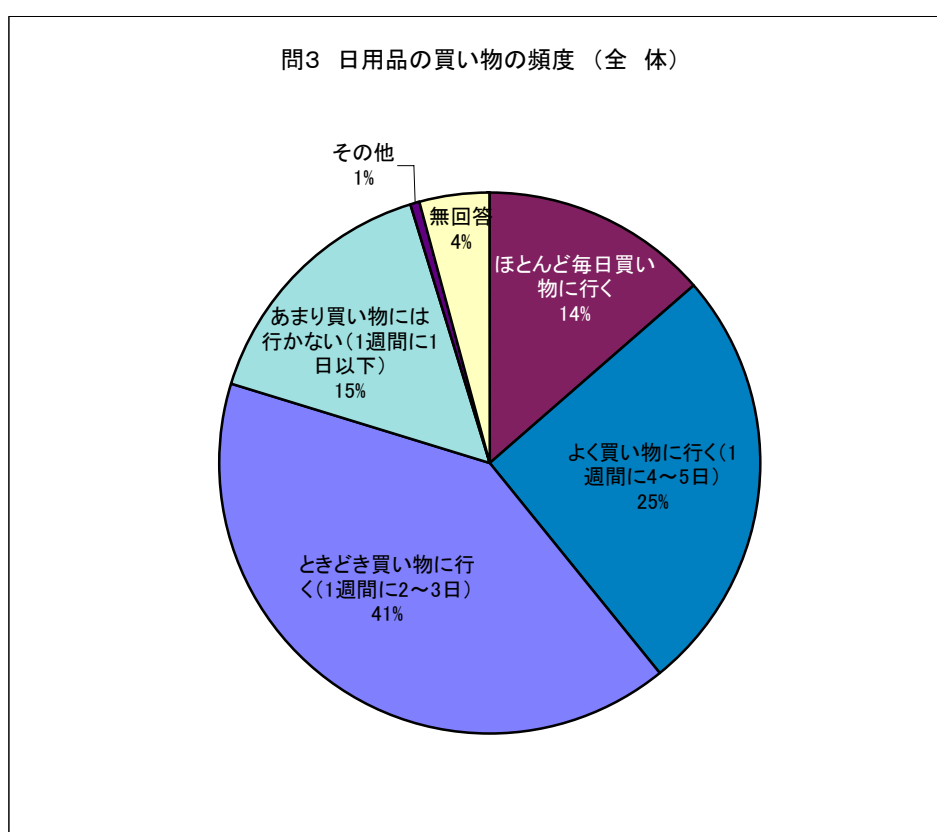


日用品の買い物について

問3 日用品の買い物の頻度（単数回答）

回答者全体では80%が1週間に2～3日以上買い物に行く。障害者に限ってみると「ときどき買い物に行く（1週間に2～3日）」が最も多く（42%）、「あまり買い物には行かない」も37%と多い。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
ほとんど毎日買い物に行く	132	14%	119	14%	13	9%
よく買い物に行く（1週間に4～5日）	247	25%	233	28%	14	9%
ときどき買い物に行く（1週間に2～3日）	395	41%	332	40%	63	42%
あまり買い物には行かない（1週間に1日以下）	149	15%	94	11%	55	37%
その他	7	1%	4	0%	3	2%
無回答	40	4%	39	5%	1	1%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%



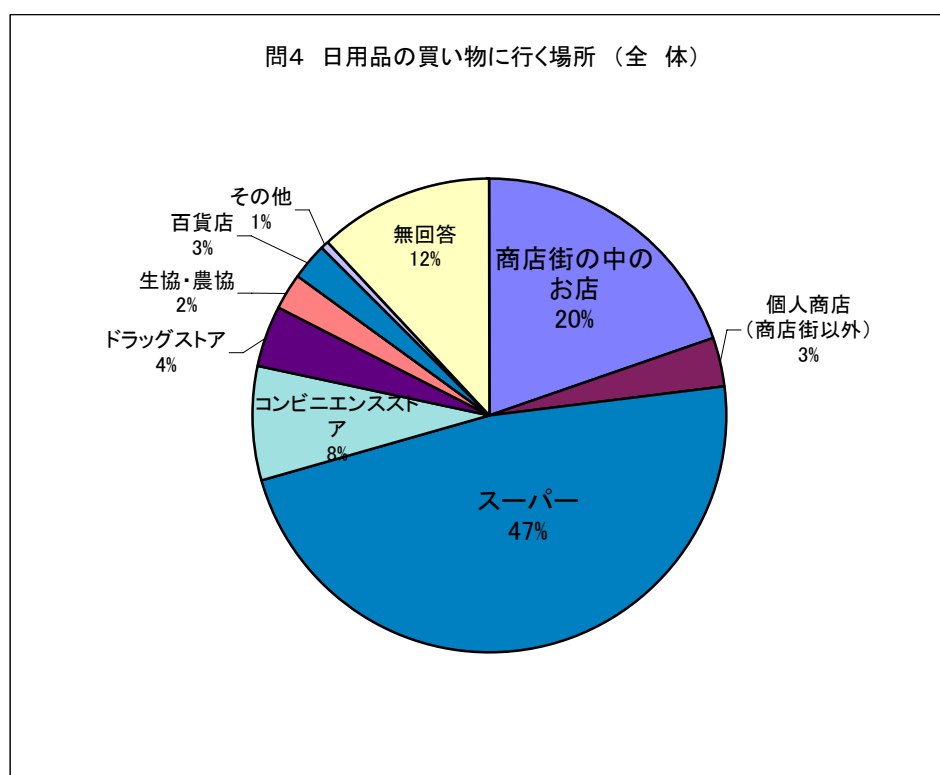
日用品の買い物について

問4 日用品の買い物に行く場所（最もよく利用する場所を1つ選択）

（商店街の中のスーパー、コンビニエンスストア等に買い物に行く場合は、「商店街の中のお店」を選択。また、ここで選択された店舗を、以下の設問では「そのお店」という）

日用品の買い物に行く場所は、回答者の59%がスーパー、コンビニあるいはドラッグストアであり、商店街・個人商店の割合は回答者の23%と少数。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
商店街の中のお店	191	20%	163	20%	28	19%
個人商店（商店街以外）	33	3%	27	3%	6	4%
スーパー	460	47%	418	51%	42	28%
コンビニエンスストア	76	8%	48	6%	28	19%
ドラッグストア	41	4%	22	3%	19	13%
生協・農協	23	2%	21	3%	2	1%
百貨店	26	3%	15	2%	11	7%
その他	5	1%	3	0%	2	1%
無回答	115	12%	104	13%	11	7%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

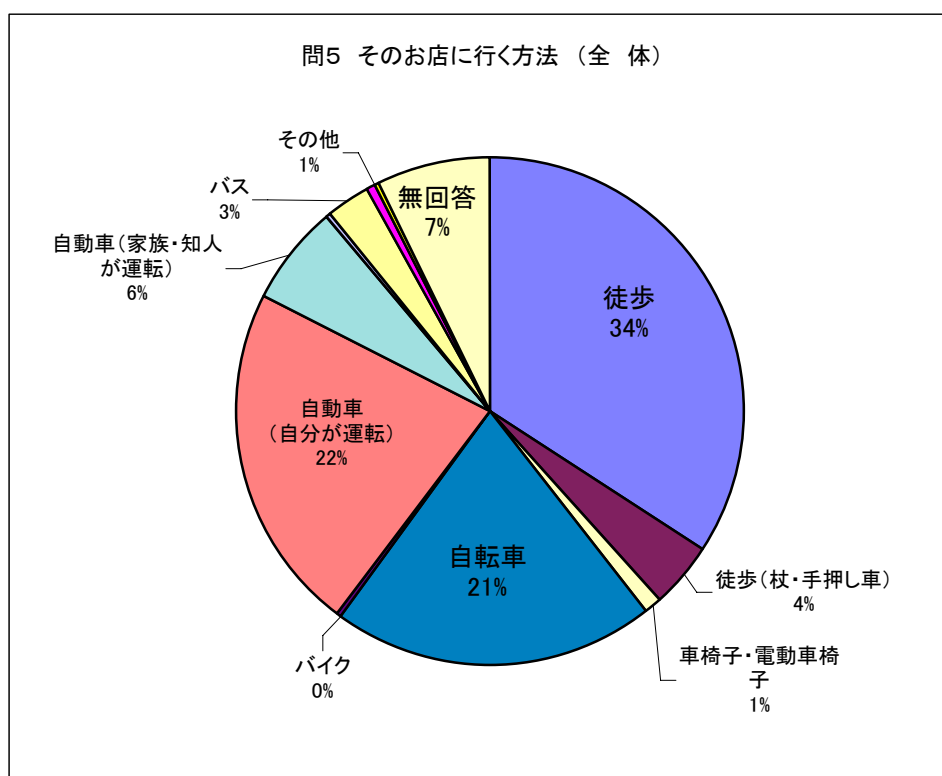


日用品の買い物について

問5 そのお店に行く方法 （最もよく利用する方法を1つ選択）

回答者全体では「徒歩」が最も多く、「自動車（自分が運転）」「自転車」と続く。障害者に限って見ると「徒歩」が最も多いが、「徒歩（杖・手押し車）」がこれに続く。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
徒歩	331	34%	265	32%	66	44%
徒歩（杖・手押し車）	42	4%	17	2%	25	17%
車椅子・電動車椅子	9	1%	0	0%	9	6%
自転車	201	21%	190	23%	11	7%
バイク	3	0%	3	0%	0	0%
自動車（自分が運転）	213	22%	210	26%	3	2%
自動車（家族・知人が運転）	62	6%	51	6%	11	7%
電車・地下鉄	4	0%	0	0%	4	3%
バス	28	3%	22	3%	6	4%
タクシー	3	0%	1	0%	2	1%
その他	5	1%	3	0%	2	1%
無回答	69	7%	59	7%	10	7%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

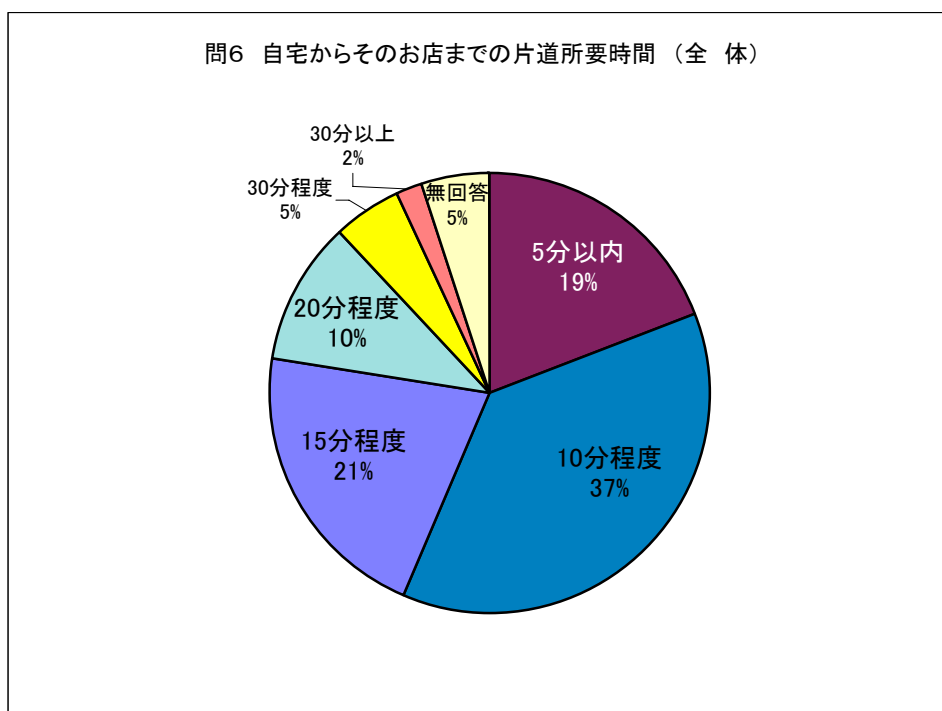


日用品の買い物について

問6 自宅からそのお店までの片道所要時間（単数回答）

回答者全体では77%が15分以内。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
5分以内	187	19%	171	21%	16	11%
10分程度	361	37%	317	39%	44	30%
15分程度	205	21%	162	20%	43	29%
20分程度	101	10%	80	10%	21	14%
30分程度	48	5%	32	4%	16	11%
30分以上	19	2%	13	2%	6	4%
無回答	49	5%	46	6%	3	2%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

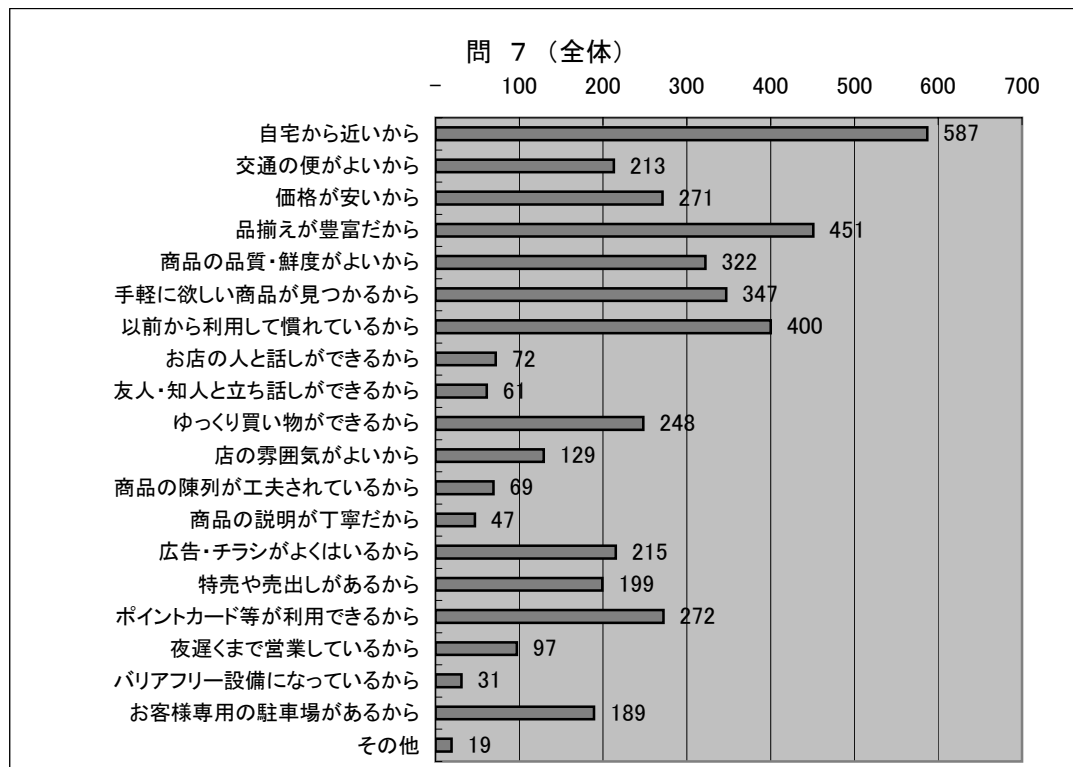


日用品の買い物について

問 7 そのお店を利用される理由は何ですか。（複数回答）

「自宅から近い」「品揃えが豊富」及び「以前から利用して慣れている」が上位を占める。他方、「お店の人や友人・知人と話しができる」を理由とする割合は高くない。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
自宅から近いから	587	61%	490	60%	97	65%
交通の便がよいから	213	22%	195	24%	18	12%
価格が安いから	271	28%	227	28%	44	30%
品揃えが豊富だから	451	46%	394	48%	57	38%
商品の品質・鮮度がよいから	322	33%	303	37%	19	13%
手軽に欲しい商品が見つかるから	347	36%	296	36%	51	34%
以前から利用して慣れているから	400	41%	340	41%	60	40%
お店の人と話しができるから	72	7%	53	6%	19	13%
友人・知人と立ち話しができるから	61	6%	59	7%	2	1%
ゆっくり買い物ができるから	248	26%	223	27%	25	17%
店の雰囲気がよいから	129	13%	116	14%	13	9%
商品の陳列が工夫されているから	69	7%	65	8%	4	3%
商品の説明が丁寧だから	47	5%	31	4%	16	11%
広告・チラシがよくはいるから	215	22%	205	25%	10	7%
特売や売出しがあるから	199	21%	184	22%	15	10%
ポイントカード等が利用できるから	272	28%	244	30%	28	19%
夜遅くまで営業しているから	97	10%	83	10%	14	9%
バリアフリー設備になっているから	31	3%	17	2%	14	9%
お客様専用の駐車場があるから	189	19%	181	22%	8	5%
その他	19	2%	14	2%	5	3%
合 計	4,239	437%	3,720	453%	519	348%

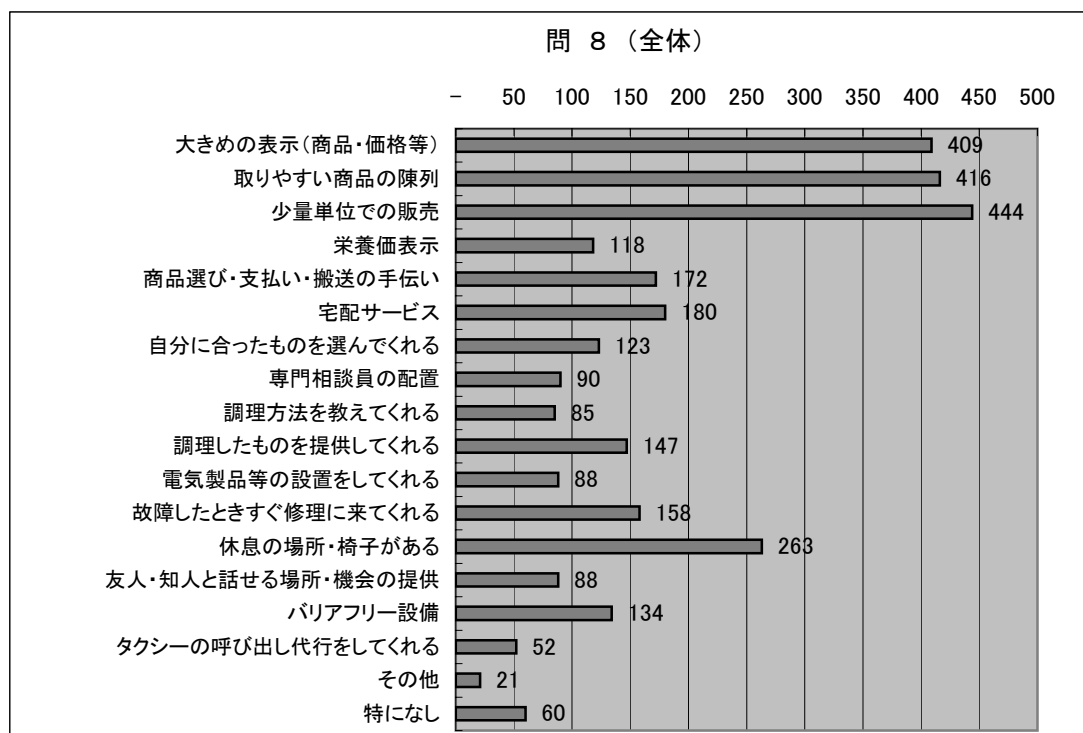


日用品の買い物について

問 8 そのお店で買い物をするに当たり、高齢者あるいはお身体の不自由な方の立場から、あったらよいと思われるサービスは何ですか。（複数回答）

回答者全体では「大きめの表示」「取りやすい商品の陳列」及び「少量単位での販売」が上位を占める。「友人・知人と話せる場所の提供」の割合は低い。障害者に限って見ると、「商品選び・支払い・搬送の手伝い」「大きめの表示」、「取りやすい商品の陳列」及び「バリアフリー設備」等の割合が高い。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
大きめの表示（商品・価格等）	409	42%	354	43%	55	37%
取りやすい商品の陳列	416	43%	369	45%	47	32%
少量単位での販売	444	46%	413	50%	31	21%
栄養価表示	118	12%	102	12%	16	11%
商品選び・支払い・搬送の手伝い	172	18%	113	14%	59	40%
宅配サービス	180	19%	140	17%	40	27%
自分に合ったものを選んでくれる	123	13%	86	10%	37	25%
専門相談員の配置	90	9%	61	7%	29	19%
調理方法を教えてくれる	85	9%	67	8%	18	12%
調理したものを提供してくれる	147	15%	133	16%	14	9%
電気製品等の設置をしてくれる	88	9%	60	7%	28	19%
故障したときすぐ修理に来てくれる	158	16%	119	14%	39	26%
休息の場所・椅子がある	263	27%	230	28%	33	22%
友人・知人と話せる場所・機会の提供	88	9%	80	10%	8	5%
バリアフリー設備	134	14%	88	11%	46	31%
タクシーの呼び出し代行をしてくれる	52	5%	30	4%	22	15%
その他	21	2%	10	1%	11	7%
特になし	60	6%	50	6%	10	7%
合 計	3,048	314%	2,505	305%	543	364%

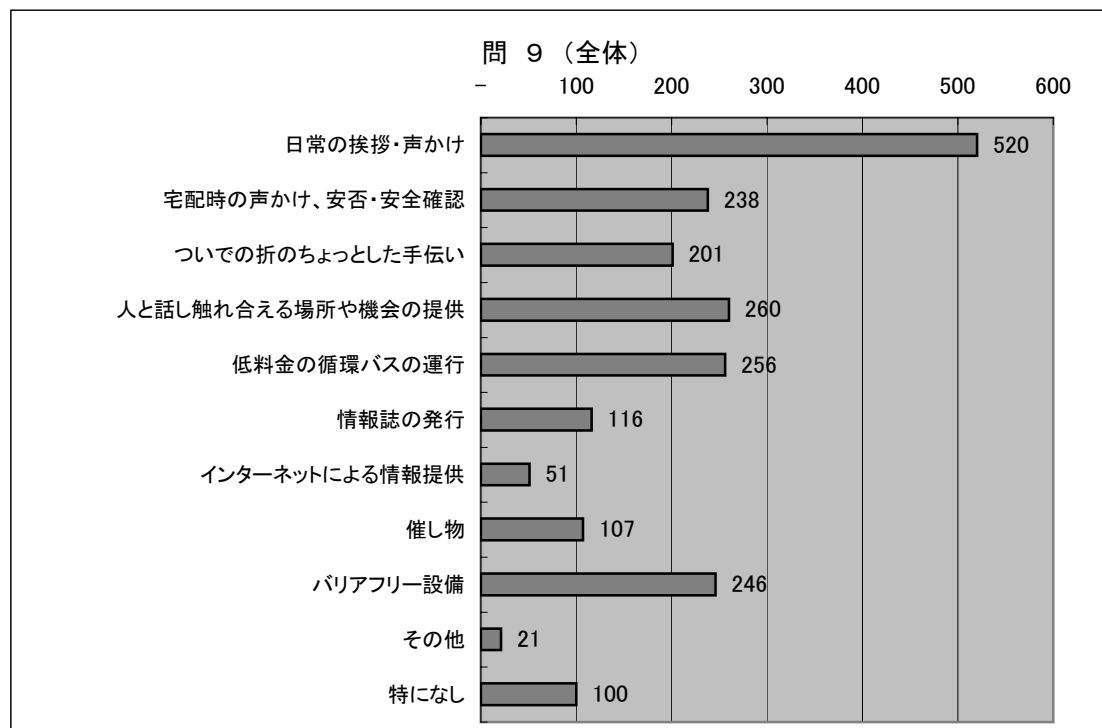


日用品の買い物について

問 9 高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設にどのようなことを期待しますか。（複数回答）

回答者全体では「日常の挨拶・声かけ」の割合が最も高く、「人と話し触れ合える場所」「宅配時の声かけ」などがほぼ同じ割合で続く。障害者に限って見ると、「日常の挨拶・声かけ」の割合が同様に最も高いが、「バリアフリー設備」がほぼ同じ割合で並ぶ。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
日常の挨拶・声かけ	520	54%	452	55%	68	46%
宅配時の声かけ、安否・安全確認	238	25%	202	25%	36	24%
ついでに折のちょっとした手伝い	201	21%	162	20%	39	26%
人と話し触れ合える場所や機会の提供	260	27%	228	28%	32	21%
低料金の循環バスの運行	256	26%	198	24%	58	39%
情報誌の発行	116	12%	94	11%	22	15%
インターネットによる情報提供	51	5%	14	2%	37	25%
催し物	107	11%	90	11%	17	11%
バリアフリー設備	246	25%	179	22%	67	45%
その他	21	2%	10	1%	11	7%
特になし	100	10%	88	11%	12	8%
合 計	2,116	218%	1,717	209%	399	268%

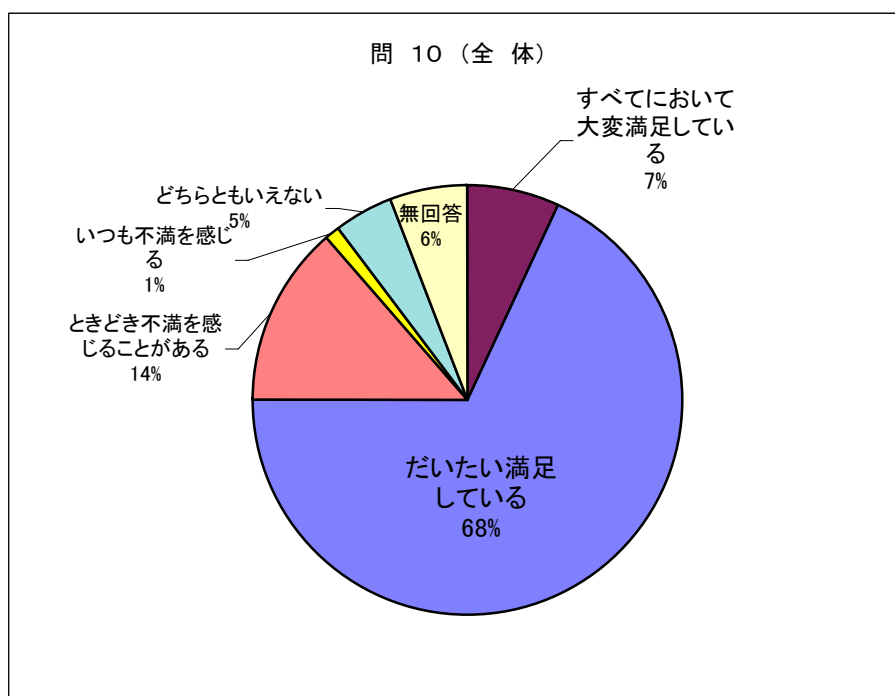


お店の接客について

問 1 0 最もよく利用する日用品購入のお店の接客（お店の人の態度、対応、会話、支援、配置など）に満足されていますか。（単数回答）

回答者全体では75%が「大変満足」あるいは「だいたい満足」と回答。障害者に限ってみると、「大変満足」あるいは「だいたい満足」の割合は53%にとどまり、「ときどき不満を感じる」と「いつも不満を感じる」を合わせると37%とその割合は高い。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
すべてにおいて大変満足している	68	7%	64	8%	4	3%
だいたい満足している	659	68%	584	71%	75	50%
ときどき不満を感じることもある	133	14%	83	10%	50	34%
いつも不満を感じる	9	1%	4	0%	5	3%
どちらともいえない	44	5%	30	4%	14	9%
無回答	57	6%	56	7%	1	1%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

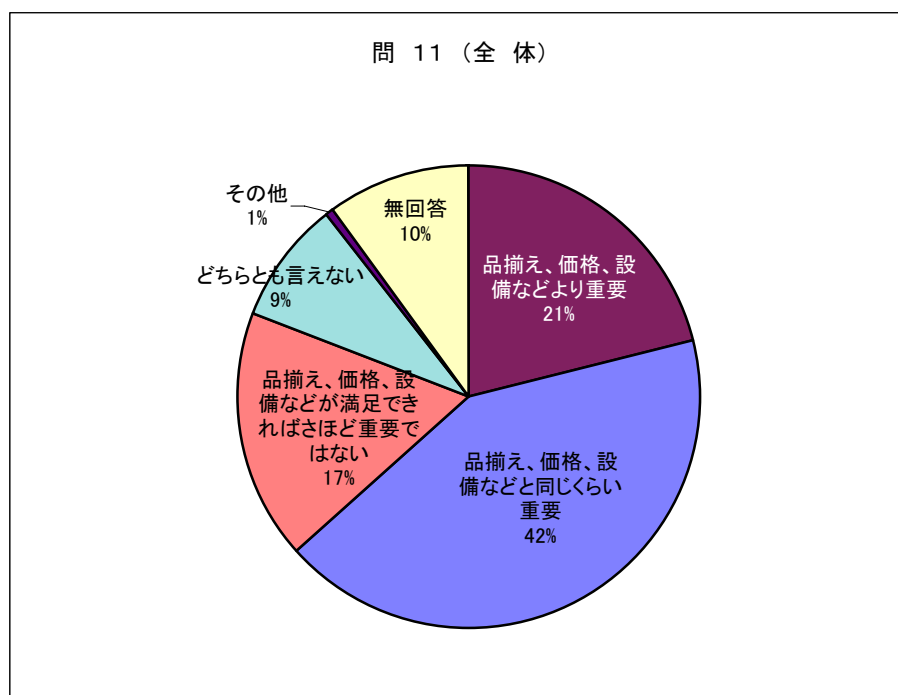


お店の接客について

問 1 1 日用品の買い物をするに当たって、接客（お店の人の態度、対応、会話支援、配置など）はどの程度重要と思われますか。（単数回答）

回答者全体では63%が「接客は品揃え・価格・設備などより重要」あるいは「同じくらい重要」と回答。障害者が同様に回答した割合（75%）は、高齢者（61%）よりも高い。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
品揃え、価格、設備などより重要	205	21%	163	20%	42	28%
品揃え、価格、設備などと同じくらい重要	409	42%	339	41%	70	47%
品揃え、価格、設備などが満足できればさほど重要ではない	169	17%	157	19%	12	8%
どちらとも言えない	84	9%	69	8%	15	10%
その他	6	1%	3	0%	3	2%
無回答	97	10%	90	11%	7	5%
合 計	970	100%	821	100%	149	100%

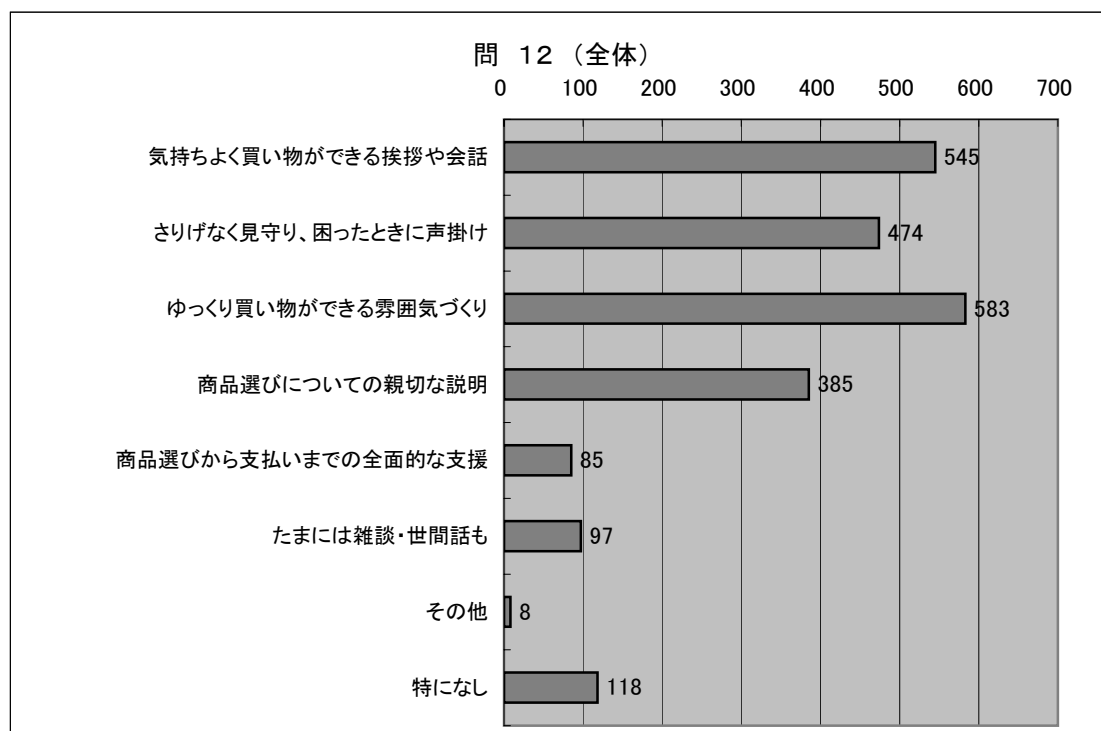


お店の接客について

問 1 2 日用品の買い物において、どのような点に特に配慮した接客をお店に望めますか。（強く望むもの3つ選択）

「挨拶や会話」「見守り・声掛け」「ゆっくり買い物ができる雰囲気」及び「親切な説明」が同程度の割合で上位を占める。

項 目	n=970		n=821		n=149	
	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
気持ちよく買い物ができる挨拶や会話	545	56%	459	56%	86	58%
さりげなく見守り、困ったときに声掛け	474	49%	384	47%	90	60%
ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり	583	60%	508	62%	75	50%
商品選びについての親切な説明	385	40%	317	39%	68	46%
商品選びから支払いまでの全面的な支援	85	9%	52	6%	33	22%
たまには雑談・世間話も	97	10%	86	10%	11	7%
その他	8	1%	6	1%	2	1%
特になし	118	12%	104	13%	14	9%
合 計	2,295	237%	1,916	233%	379	254%



お店の接客について

問 1 3 日用品の買い物において、お店の接客で不満を感じる事（不便・不快に感じる事）は何ですか。（現在よく利用するお店では不満に感じていないが、他のお店で不満に感じる事、あるいは過去に不満に感じたことを含む）（複数回答）

回答者全体では「笑顔で接してもらえない・話しかけにくい」「話しかけてもきちんと答えてもらえない」がほぼ同じ割合で最も高く、続いて「しつこく勧められる」「お店の人が少ない」「お店の人がどこにいるか分からない」及び「座る場所がない」が同程度の割合で続く。障害者に限って見ると「お店の人がどこにいるか分からない」が最も多く、「話しかけてもきちんと答えてもらえない」「お店の人が少ない」が続く。また、「笑顔で接してもらえない・話しかけにくい」「手伝ってもらえない」「しつこく勧められる」「だれがお店の人か見分けがつかない」がほぼ同程度の割合で続く。

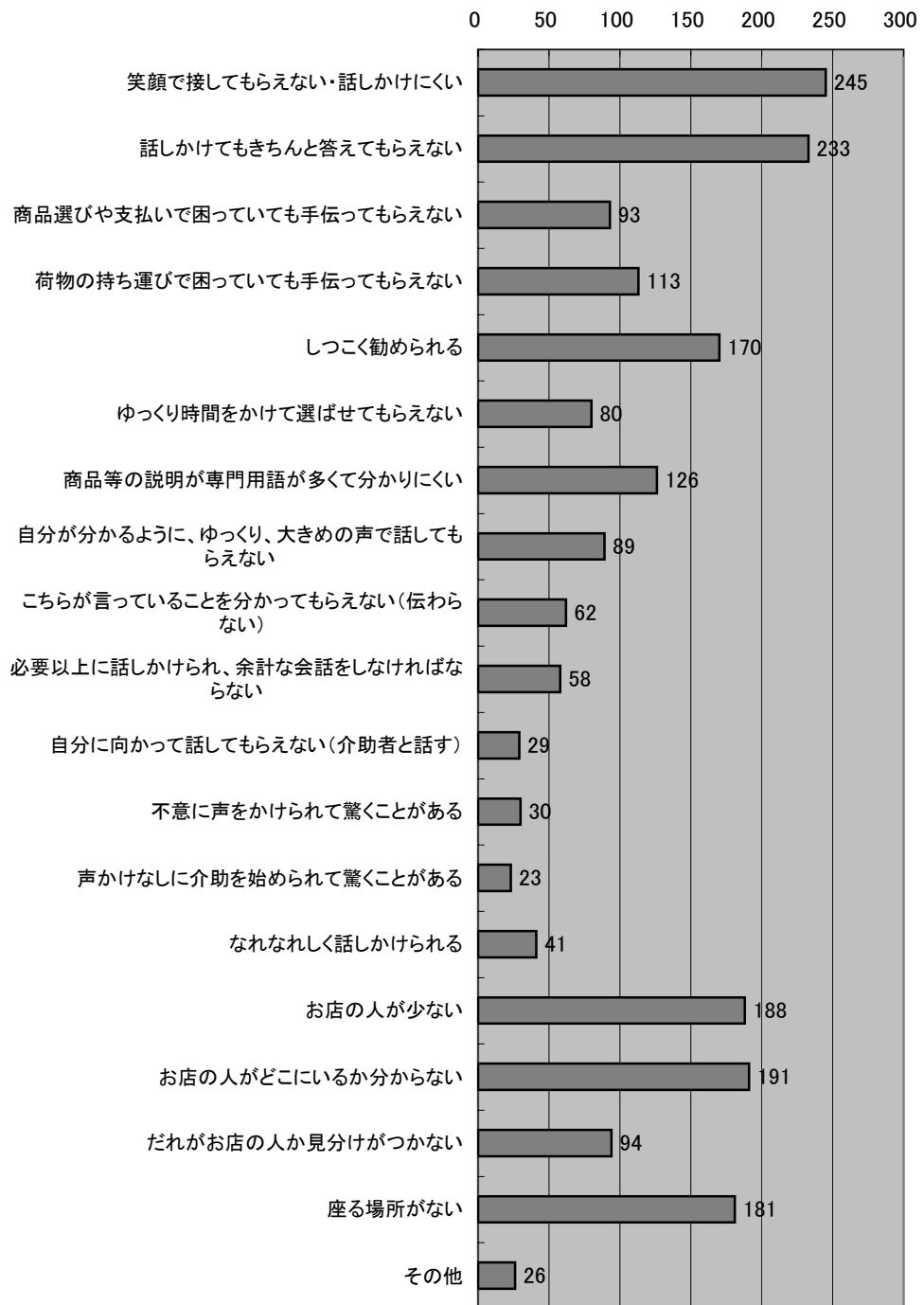
〈お店の人の対応〉 n=970 n=821 n=149

項 目	回答者全体		高齢者		障害者	
	人数	%	人数	%	人数	%
笑顔で接してもらえない・話しかけにくい	245	25%	213	26%	32	21%
話しかけてもきちんと答えてもらえない	233	24%	188	23%	45	30%
商品選びや支払いで困っていても手伝ってもらえない	93	10%	61	7%	32	21%
荷物の持ち運びで困っていても手伝ってもらえない	113	12%	97	12%	16	11%
しつこく勧められる	170	18%	140	17%	30	20%
ゆっくり時間をかけて選ばせてもらえない	80	8%	63	8%	17	11%
商品等の説明が専門用語が多くて分かりにくい	126	13%	110	13%	16	11%
自分が分かるように、ゆっくり、大きめの声で話してもらえない	89	9%	69	8%	20	13%
こちらが言っていることを分かってもらえない（伝わらない）	62	6%	36	4%	26	17%
必要以上に話しかけられ、余計な会話をしなければならない	58	6%	47	6%	11	7%
自分に向かって話してもらえない（介助者と話す）	29	3%	12	1%	17	11%
不意に声をかけられて驚くことがある	30	3%	13	2%	17	11%
声かけなしに介助を始められて驚くことがある	23	2%	8	1%	15	10%
なれなれしく話しかけられる	41	4%	32	4%	9	6%

〈その他〉

お店の人が少ない	188	19%	146	18%	42	28%
お店の人がどこにいるか分からない	191	20%	134	16%	57	38%
だれがお店の人か見分けがつかない	94	10%	61	7%	33	22%
座る場所がない	181	19%	160	19%	21	14%
その他	26	3%	22	3%	4	3%
合 計	2,072	214%	1,612	196%	460	309%

問 13（全体）



高齢者・障害者 自由記入欄

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

（具体的名称は、〇〇に修正しています。）

＜うれしかった事・満足＞
買った物を店に忘れたときに電話したら、店の人が保管しておいてくれてうれしかった。レジ嬢が、買った商品が傷んでいるのを見つけ、良いものに変えてくれたのは良かった。
薬局で、症状にあわせて薬剤師さんが選んでくれたことをうれしく思いました。
私が常に行く店では、商品を倉庫から出しているときでも、欲しい物のある場所を聞くと、わざわざその場所まで連れて行ってくれます。そんな時は本当にうれしく思いました。店に一步入ると、「いらっしゃいませ」「ありがとうございます」はきちんと言ってくれますので、気持ちよく買い物ができます。
笑顔で話しかけられた時。また、親切な対応をされた時。
耳が遠くなったので聞き返したとき、20歳前くらいの若い娘さんが口を大きく開けてゆっくり大きな声で応対してくださった。心遣いがとてもうれしく、それからそのスーパーに足が行くようになった。
品物の場所を聞いたとき、そこに連れて行って教えてくれたことが良かった。
長時間、重い物を持って歩けないので、障害者の駐車場があることがうれしい。
笑顔で気持ちよく接してもらえたこと
買い物かごをカウンターまで持って行ってくださいました。ちょっとしたサービスが良いですね。気配りですね。
「こんな商品がありませんか」とあったらいいな・・・の声を若い店員に言ったところ、次回その商品が棚に並んでいました。若い店員から店長に声が届いた事を知り、店への信用を持ちました。こんな事って嬉しいですね。
売り場があまり広くて品物がどこにあるか分からない時、店員さんを見つけて聞くと手を休めて現場まで品物をさがしてくれた。
スーパーで品物がどこにあるか分からない時、店の人に聞くと気持ちよくその場まで連れて行ってくれて嬉しかった。レジの対応によって満足したり→またこの店で買おうと思う。 感じが悪かったりする→もうこの店には来たくないと思う。
私は耳の遠い高齢の男性ですがお店の若い女性の方に親切に対応して貰った時は本当に嬉しく思います。何時迄もその接客態度を忘れずに総てのお客様に接して欲しいと思います。
雨の日、車まで荷物を運んでいただいたことがある。
新規購入したデジタルカメラの画像途中でサイズ変更特定場面の拡大等が出来ないとき(扱い方法が分からない時)、親切丁寧に教えてくれた上、今後の取り扱い注意もしてくれた。
1) 誕生日に買い物に行った時、お祝いとして粗品(しょう油とか砂糖)をくれた 2) 荷物を積んでくれた。
月に1回5個のお弁当を注文するのですが、いつもきちんとそろえてくださる。

高齢者・障害者 自由記入欄

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

品物が悪いと次の日に持っていっても快く取り替えてもらえありがたい。表示や値段が分からないと店員さんに聞くとすぐに教えてくれたり、品物がどこに展示してあるか聞くと連れて行ってもらえ感謝しています。

正月の買い物に行き、レジ横に杖を忘れ、3日後に思い出して電話照会したところ、インフォメーションにて保管されており、回収することが出来てうれしかった。(県内でも大きなスーパーであり、初売りで混雑していたので忘れた場所が思い出せず電話照会に3日間もかかりましたが、本当にうれしく思いました)スーパーの買物車を使用したのに杖がないのに気づかなかったものです。

歩行困難を知って、「転倒しないよう、滑らないように」と声をかけられうれしく思った。家内の病状、死亡の悔やみなど挨拶を受けたときも。

今年に入り5日目に初めてスーパーに買い物に行き、レジを済ませた後に店員さんに今年もどうぞよろしくお願いしますと挨拶され、私もよろしくお願いしますと思わず言ってしまいましたが、今までにないことでしたのでとてもさわやかな気分でした。

都心のデパートでお世話になった方への贈り物を選んでいて迷っていたら、若い店員さんが年配のプロのアドバイザーを呼んできて下さって選んで頂き、相手方に大変喜ばれたこと。

先月菓子店で買い物して杖を忘れてきました。4.5歩先まで杖を持ってきてくれました。まだ杖になれていないので、時々忘れることがありますが、追いかけてまで届けてくださり、ありがたかったです。

レジから荷物を自分の袋に入れるところまで運んでくださる方がいてとても有難く思うことがある。私が行っている3店は親切で有難い。

果物が悪くなっていて取替えに行った時はころよく良い品と替えてもらえた。

バックを店に忘れてきてしまい、家について気がつきすぐ戻りお聞きしたところ、ちゃんと取っておいて下さり大変うれしかったです。

好感感謝(1)レジより机まで運搬してくれる。(2)品質について説明してくれ選択の参考になる。(3)「ありがとうございました」など感謝のことばが自然でよい。

大勢の客の中で、友達が袋へ入れようとしてサイフを落として帰り、私がすぐ後にいたのでひろって会計係りの方へ早速渡し、本当に3ヵ月後に知って頂き喜んで頂きました。

重いものをレジから袋づめのところまで運んでくれた。

にわか雨になった時、買い物の品をあずかって下さったこと。

私のほしい物が1つしかなかったのを店員さんに言いました。ニコニコしてすぐ奥から持ってきてくれました。友達にたのまれていたので二人仲良く食べることができました。午後の分だそうです。

高齢者・障害者 自由記入欄

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

どの商店でも気楽に会話ができる。楽しく買い物が出来る。
やさしく対応してくれる若い方が多いので感謝している。
佛前のお返しをお願いした時、この店では扱っていませんと言われた。支店長にお手紙を出しましたら、そんなことはありませんとの返事を頂きすぐに受けていただきました。
重い荷物をレジからそっと運んでくれるとき
レジが終わった商品を詰め込む所まで持って行ってくれるのはうれしい
目的の購入時に、店員がガイドをして説明をしてくれた時は、店員の教育がなされ対応・マナーが良い時はうれしく感じる。
依頼をした時に言いまちがえたことを、すぐに意図を汲んで対応してくれたのはうれしかった。
レシートをもらえなかったから、買い物をしたがいくら買ったか分からないことがあった。本屋で、レシート、お金を親切に持ってきてくれる店員がいました。
重い荷物を購入した際に車まで運んで頂いた。
聴覚障害のことを少し理解してくれて、筆談で説明してくれたことはよかったなと思った。
自分は両手が不自由なので、お会計時に「財布からお金を出してもらえますか？」と聞かなくてはなりません。その時、笑顔で「いいですよ」と言っていたくともものすごくうれしいです。
お金をしまう時に小銭入れをささえてもらえた。
〇リハビリセンターがあるためか新所沢周辺は親切に対応してくれるお店が多いと思っています。〇ちょっとした手話を使ってくれたり、手話ができなくても、筆談や、口を大きくあけてゆっくりとわかるように丁寧に対応してくれる店員に会うと、次もここを利用しようという気持ちになります。〇買い物ではなくタクシーに乗っている時に運転手が口が見えるように話しかけてくれて、それはそれで嬉しかったのですが、前を見ない時もありヒヤヒヤしながら乗っていました。
商品を選んでいて、良いタイミングで声かけをしてくれてうれしかった。
<うれしかったこと>せまい通路にある商品を、店員が持ってきて、見やすい場所においてくれたこと。
飲食店やスーパーなど、うまく介助してもらえなくてもあたりまえだと思っているが、たまにスムーズにさりげなく介助してもらえる時があり、そういう時には、介助してくれた方だけではなくお店全体に好印象を持つ。
気をつかってくれた。
困ったときに声をかけてくれる人が所沢には多い。
店の方が視覚障害者である事を察し、気を使ってくれた。(コンビニの対応は良い)

高齢者・障害者 自由記入欄

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

施設近くのコンビニ。白杖を持って入ると言わなくても買い物が終わるまで手伝ってくれる。非常に助かる。

うれしく感じたこと・・・さりげない声かけやアドバイスがあったとき（こちらに恥をかかせないような配慮）

店内を丁寧に案内してくれた。

私は大変良いスーパーに恵まれて、問13からうそのように〇をつけることはありません。こんなことが書けるなんて本当に幸せです。

行政指導の賜物か、懇切であり大変満足しています。

対応に対して不満はない。

購入した品を忘れたり、カードを落としたりしてもちゃんと預かっておいてくれる。購入した品物が多いときは、宅配料は無料で家まで届けてくれる。年寄り世帯は助かっている。

親切にして頂きますので助かります。

買った豚肉の一部に変色したものがあり、翌日職員に見せると、謝罪した後、すぐに返金してもらったことがある。

毎年新しいコンビニ、スーパーが開店しますが、結婚して50年間不満に感じたことはありません。ですから、いつものスーパーで買い物をします。

自家用車で買い物ができるので、スーパー・コンビニエンスストアに出掛けます。態度対応は良いと思います。特にコンビニエンスストアでの会話・店員との会話は楽しい一瞬です。

最近は笑顔が多く、物腰も良くなった。

野菜・みかんなど重い荷物がある時に、店の方から早く届けてくださるサービスがあり、こんな時には近くの店で買い物をするべきと感じました。できるだけ近所の店で買い物をするように心掛けています。

少ない買い物でも気持ちよくお話してくれるお店が一番良いと思います。次にたくさん買いに行く気持ちになります。

客との何気ない話の中で、趣味、必需品、活かす服装、家具など、誠実に接して信頼感を持ち、やや高値であったりしたものでも、数十年たっても愛着をもって身に付け、その都度思い出に浸っている。衣服や家具等々、店主・店員の誠実さは温かく生きて子や孫にも伝わる。

いつも親切ではきはきしてとても良いです。

買物について不満を感じていない。

昔から住んでいる地域ですので不満はありません。

<不満・不快・不便に感じた事>

高齢者・障害者 自由記入欄

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

価格の表示がなかったり、見えにくいのは困ります。

店員が少なく、自分の番がなかなか来ない。

通路の商品の山積みが困る。

商品の表示が細かいし小さいので、見るのに大変。小千谷のスーパーは親切で老人はありがたく思います。

急いでいるのにレジが遅くイライラする。

早口で話されると聞き取りが困難です。高齢者には、ゆっくり目をみて語ってほしい。

クリスマスの時期にケーキを買ってもらいたいと言われたが、高齢者の2人生活なので断った。しばらく気まずかった。

対応が悪いので、客はどちらだと思ふことがある。

プリンターの型番がはっきりせず、店の人に多分これで合うでしょうと勧められインクを買い求めたところ、手持ちの型番に合わず購入した店へ交換に行った。店員は多分といったが、型番が違っていたのがわかっていました。私の手持ちの型番は品切れでした。

店員が少なくなってきた、よく説明など聞けない。

弁当類を買った時、お箸をいちいち聞かなくてもつけてもらいたい。

重い買い物をして積込みをお願いしたところ荷台にわざと落とされ商品をこわされた事がある。

自分の店の売りたいものに主力を置いて、こちらの満足する品物が買えないで外のものを買って帰る、大変不満です。他の店と同じもので価格の相違がはげしく、どうしても安い方に行く事が多い。あらかじめ調べておいてそちらに直行する。

レジの打ちまちがい。

高齢になると耳が遠くなっている。金の支払いの時は大きな声で明確にゆっくりと言ってもらいたい。毎度支払の時は聞きなおして支払いしている。

年末に酒粕がお店になくて（私はかぶら寿司をはやく作りたくて急いで欲しかったので）困っていた時、お店の店員さんに聞いてみると、2日後に入りますと言われたが、2日後に行ってみると品物がまだ来ていなくてちょっと不満に思っただけで催促すると、1人の人は店の奥に探しに行かれたが、もう1人の人はちょっとむっとした顔で「明日なら来るよ」と言われました。（もうちょっと言い方とか気をつけてもらいたい。探して欲しかった。）奥へ行かれた人は親切に持って来て下さった。とても気持ちが良かった。ありがとうございました。

高齢者・障害者 自由記入欄

問 1 4 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

・希望の商品のあり場所がわからず店員に尋ねた時非常に不愉快な思いをした。オイスターソースを希望したのに、ウスターソースを持って来て違う旨返事したら「お宅は中華料理店ですか」と言ってすぐに商品を持って来ず屁理屈で嫌味を言われた。

・帰宅してレシートを確認したらある商品が1ケタ違いで過払いである事に気付くすぐ戻って申し立てをしたのに、1時間半も待たされ、それも再度上司にも話しようやく返金された。

1) 男女とも若い方が親切です。品物探し等敏捷です。2) つり銭を渡される時、早すぎて、次の客のレジを打つのでお金をしまったり、確認は全くできない。

Mストア一魚売り場に「薄味たらこ」と表示されていたので、買ったが辛くて食べられず、品物を持って行き代金は返してもらったが、販売業者として表示のチェックをして薄味と辛味位識別して販売してほしい。

商品が移動されている場合、何の説明・掲示もない時があり、変更を表示してあれば時間のロスがなくなってイライラしないと思うので、人員削減の折なら、立て札かカードで表示しておいて欲しい。

服装の統一、接客の態度、言葉遣いが悪い。

支払い時にお金の出し入れに時間をかける人がある。買い物に行くのだから準備の心がけくらいマナーが必要。

店によって品物の置き場がしょっちゅう変えるところがある。同じ場所にいつも同じ品があるとよい。

買い物は楽しい事でなければと思います。それは、新しい発見であり又欲望を満足させてくれるものであるから、唯々店の人が少なく質問などに答えてくれる事が少ない。

(1)産地表示を品物ごとに分かり易くして欲しい。(2)内容の説明表示が袋の裏側で字も小さく見にくい。(3)賞味期限を表側にはっきりと分かる様にして欲しい。(4)青い野菜が青いネット又は色付きの袋で鮮度が分かりにくい。

1人でゆっくり選びたい時、つきまとわれるのがいやです。

お客によって接客態度が変わるのが不愉快。

パートさんだと思いますが、小さな店なのに何にしようかと見てもいらっしゃいでもなければ何にしましようでもない。二度と買う気はしません。今だにそのみせの前を通っても買いません。オーナーさんは解っているのだろうか。

太っていた時、合う物がないと接客もしてくれなくなった。選びたいのにつきっきりで自由に選べない。

スーパーマーケット、ショッピングセンターなどでの身体障害者用の駐車場のスペースにご婦人等が平然ととめているのが不思議でならない。公德心の欠陥に腹立つ。

高齢者・障害者 自由記入欄

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

品切れの商品は「お取り寄せ致します」と言われ、電話番号・名前を聞かれ、「早速発注します」とのことであったが、10日ほど待ちましたが連絡はありませんので、その店に行きました。既に入荷して陳列してありました。その店では買わないことにしました。

しつこく勧められて買ってしまったことがある。

強く勧められ、そのつもりになって購入し家で使用したところ、あまり良くなくて、くやしい思いをしたことがあります。

技術的にわかる人がいなくて困る。〇〇で買ったカメラなのに4階に行ったら5階へ行ってその指定の技術屋にあったのに技術屋さんなのに何もわからずに困った。

レジ打ちの女性が間違えて入力したことを注意したら謝罪せずに笑ってごまかしたこと。買った物に「良い品をお選びですね」と一言いわれてうれしく思ったこと等印象に残っています。

横文字が最近必要以上に多くなった。正しい日本語での会話がなくなってきた。若者の会話略語らしき言葉が訳がわからない。

時にレジが大変混んでいて待たされることがある。

質問について回答が遅かったなので、待たせることの無いようにしてほしい。

配達をお願いをしたが住所が店の決まりの(範囲)外なので駄目ですと冷たくことわられる。近くの店は少々手数料を払えば気持ちよく届けてくれる。無料の店もある(大きなスーパー)

気持ちの良い応対、レジが込み長くかかること

買い物の荷物が重いときがある。

歩道に物を置かないでほしい。自転車も置かない。

通路に荷物(商品)が積んであり、車いすでは通れないことがありました。同じ様に入口に自転車や車が止めてあり入れずに、店員に声をかけたこともあります。

身障駐車スペースに一般の人が止めてしまったり、ポールがたてられていて使えなく困った事が何度もありました。

従業員が商品をわかってない。売り場に台車があって動きづらい。品ぞろえが少ない。従業員の私語がめだつ。

混んでいるレジで最後部の位置がわからず、なかなか精算が出来なかった。商品の説明をよくしてくれる店は、再度行こうと思うので充実してほしい。

視覚障害の少ない所では差別的な対応をされた。

高齢者・障害者 自由記入欄

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

○商品の説明を親切にしてもらえてうれしかった。○商品を選んでくれた。○値段が見えないので、お店の人を探したけどみつけられず、結局買えないまま帰ったことがある。

価格の表示が小さすぎて値段が全くわからない。

お店に人が少ない為、すぐ援助してもらえない。

値段の表示が小さい。店の中の明るさ、通路が狭かったり、物が置いてあるなどがつらい。

適度な声かけをしてもらおうと大変うれしい思いをしたことを憶えています。反対に全く心配りのない接客(商品の渡し方など)に対してはとても不愉快になりました。

大型スーパーでの出来事！自分の欲しい商品じゃない商品を渡され、開封して気づき返品依頼しても受け付けてもらえなかった。

通路がせまい、商品に近づいて(目を)いると変な視線を感じる。

<ご意見・ご要望等>

どこのお店に行っても接客態度は良いと思います。聞けば何でも親切に教えてくれます。ひとり暮らしのことを考えて、量を少なく販売してもらえればありがたいです。

スーパーでの買い物の場合、問題点はありません。百貨店で品物を選んでいると、すぐ声をかけられ、ゆっくり選ぶこともできず、困ることが多々あります。以前買った品物を忘れ、親切に連絡を頂いた場合もあります。全般に改善され、笑顔で接していただき、買い物が楽しくなります。

この時世に、お店の人が少ない、どこにいるか分からない、(お店の方針)等、非常に難しい面、たくさんありますよ。

雰囲気の良いところには行かない。町会の役員をやっているので町を可愛がっている。

商品の置き場所がわからないで店の人に聞くことがあり、店内の表示について考えて頂けたらよいと思うことがある。

超大型店の郊外立地で当地域のもともとの商店街は破滅。日常の食品などは今ある小スーパー一店で用は足りるが、その他のものはバスを利用(当家は車なし)。誠に不便。これ以上の大型店の郊外進出はやめるべし。今のスーパーも危機にあり。

高齢者・障害者 自由記入欄

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

求めている品を置いていない時、富山のお店の方々は、割りに次の品をお薦めする態度が、少し不勉強のためか、答えが出てこない。客が、こんなのが変わりがないかしら？とアドバイスすると動くという場面に往々に直面します。都会ではそういう点すぐに反応するので、地方の店での接客はまだまだだと思ふ。

スーパーマーケットで沢山買い物をした場合、運んでくれると大変よい。

客に対し、何を買いたいのか丁寧に案内してほしい。

店の従業員との接点が良いければ自然とその店へ行く、悪ければ（はいそれまでよ）と云う感じで商売の上手な人を配置する事が一番だと思う。

人を見て、物の価格や便利性などのアドバイスができる店員がいれば大変助かる。（ある程度の取り扱い説明、並びに経済の説明ができる店員の確保）

どこの店でも店長、責任者の誠実さが見えたときには納得するし、又買いにいいと思う。

私たちの街には個人商店が少なくなってきました。それは商品値段がコンビニやスーパーとでは差額に追われてしまっているそうです。個人の店とコンビニ等での接客はちがってきていると思います。この様な現況が続いていくのでしょうかね。個人商店主頑張れと申します。

シルバー専用のレジがあればいいと思うときがある。

腰を伸ばせるような休憩所がほしい。

店内に腰掛を設置して欲しい。

自転車置き場が少ない。

自分では今の所必要はないが足の悪い方と買い物の時商店街のどこかに座れる所が必要と思う。

・高齢者用駐車場を設置してほしい。・カートの置き場所を駐車場近くに置き場を設置してほしい。

いろいろと買い物をして時間がかかり休めるところがほしい。

偽装がないか心配です。

必要な品物を買ったら、お店を出る習慣なので別に気にならない。商品の位置が変わった場合は、迷うことがあるので店員に伺うこともある。

買い物は、すべて妻にお任せです。

私は近所のコンビニを利用する時、お店の人達と仲良くなっています。新人が入店すると店主が私に意見を求めて来ますので、自分では教育係と自任しています。

地元に商店が少ないのでスーパー、デパートに行くと1箇所で品物が揃うのが良い。

高齢者・障害者 自由記入欄

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

文京区の商店では〇〇カード制度があるがあまり徹底されていない。
現在のところ困っている事が少ない。身体が不自由になったらまた感じたい。
高齢者のため、自分で買物をした事は無い。すべて家族(妻・子供)まかせである。
今のところまだ経験がないので、不自由になってみないと分かりません。
娘が全て買い物をしてくれますのであまり困りません。たまにデパートに行きます。
あまり買い物しないので関係がない。
問13⑤(「しつこく勧められる」)にたいし・・・こんな店はあるはずもない。
買い物の援助をしてもらえた・安い商品を選んでくれた・嬉しかった。商品の説明が不十分だったこと。店のレイアウトが狭くて動きにくい。要望として・・・バリアフリー化をしてほしい。商品の誘導・説明をきちんとしてほしい。
コミュニケーション方法に問題があると思う。出来れば、わからない時に筆談をして欲しい。
段差をなくして欲しい。商品の特売を口頭で言ってほしい。
トイレの設備を整えてほしいです。
○精一杯健常者を気取っても「大丈夫ですか？」と声をかけられるとガッカリと、でもうれしかったりする。○若い人達は、障害者の立場がわからないので怖い。○弱視対全盲でも全く違うと思う。やりすぎてしまったり、あたりまえと思われることもあり、傷つくこともある。でも誰も「自分の身ではわからぬ事」は難しいと思います。
親切に介助(移動先まで送ってもらった)してもらった。誘導してもらっても何も買わないと悪い気がしてしまう。
慣れている(障害者として)どんな対応か経験があるため、あまり印象に残ることは少ない。
障害を持ってからは誰かと一緒に買い物に行くので、特になし。
私自身相手の気持ちを考えて行動出来る様にしたいと思っています。

**「その他」記載事項
(問7・問8)**

問7 そのお店を利用される理由は何ですか。

一番近い所だから
家内と一緒に
手製のお惣菜があるから
スーパーは自宅が近いので利用します。百貨店は品揃えが豊富ですので利用します。
農作業衣で行ける。
行かない。
大型SCだから
買物は家族に一任。買物はしない。
専用の駐輪場があるから(屋根付き)
生協に入っているの、スーパーでは鮮魚など生ものだけです。(安心安全の食生活をしたいため)
店の広さが中位いで安心して疲れず買い求められるから
駐車場が広いから
商店が可愛いから
他に店はない。
家の近くに店はそこしかないから
そこしか知らないから
どうしても必要な物があるからです。(やはり近いのはもちろん) 薬とか日用品、ステロイド、点鼻薬
そこしか行けない。

問8 そのお店で買い物をするに当たり、高齢者あるいはお身体の不自由な方の立場から、あったらよいと思われるサービスは何ですか。

妻が衣料品等を見ている時、休息所に週刊誌等があると夫が助かると思う。
わからない。
低料金の循環バスの運行
明るい雰囲気になっている。
混雑時になる時間も考慮して陳列台の間隔を少し広くする。
駅の近くなので時間を取って買い物できる。
コーヒーショップ又は軽食堂が少ないため、店に併設されればありがたい。
休息する場所の設置がほしいです。
産地の表示あり
音声式のEV、誘導鈴、点字ブロック、音声案内
筆談用紙の配置
分からない時、聞きたい事がある時に気軽に質問できるように手話ができるスタッフを配置する。
身障者駐車場
値や商品名のタグが音声の出るタイプならいい。
商品の点字表示、または「○コーナー」などの音声案内
音声ブラウザでも閲覧しやすいホームページ
点字表示
広い通路
広くなければだめです。商品を落としてしまう。ぶつかりたくない。
トイレが使いやすい(場所が分かりやすい)

**「その他」記載事項
(問9・問11・問12)**

問 9 高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設にどのようなことを期待しますか。

徒歩で可能な商店街
休息する椅子がほしい。
行ったことがない。
途中一息するベンチなどあった方がよい。
9番（「バリアフリー設備」）について健康であるので必要としない。
バリアフリー設備のある店は1軒也没有せん。
チラシ、広告の配布
困っているときは気配り良く手助けしてくれる。
幅広の廊下
携帯電話への情報提供
催し物の際の案内や誘導員の配置（中）
⑨に対して「点字ブロックや白線の設置」⑩に対して「電柱やポールにぶつかっても安全なようにクッションを巻いてほしい」
手洗いの際の自動化、エアータオル、洗浄トイレの設置
手話ができるスタッフの配置
ユニバーサルデザインの商品開発、普及
看板を歩道にはみださない。
違法駐車
ケイタイによる商品のサイズや色と金額の情報、食品で消費期限など
まとめ買いをするのでシャンプー、ボディソープ、水ものは、とても重いのでマミーカーを欲しい。

問 1 1 日用品の買い物をするに当たって、接客（お店の人の態度、対応、会話、支援、配置など）はどの程度重要と思われますか。

従業員の態度
目の悪い人間に意地悪をするような人間はいないと信じていますので。

問 1 2 日用品の買い物において、どのような点に特に配慮した接客をお店に望まれますか。

24時間営業のため、いつでも買い物できる。
支払時に気を使ってほしい。
手話ができるスタッフの配置
こちらが困ってる時だけ助けて欲しい。

「その他」記載事項
(問13)

問 1 3 日用品の買い物において、お店の接客で不満を感じる事（不便・不快に感じる事）は何ですか。（現在よく利用するお店では不満に感じていないが、他のお店で不満に感じる事、あるいは過去に不満に感じた事を含む）

レジが少ない。
現在の買い物店では特になし。
誠に良好で上記のような事なし
現在健康であり設問に必要ない。
現在健康であり、必要ない。
上記不満に感じたことがない。
混んでいてゆっくり買い物ができない。
現在ドライアイで白内障もある為、スーパーの価格表示が暗くて見えにくい。もっと明るい色にしてもらいたい。
トイレがない。
こんな店あったらお目にかかりたい！多分1週間で店じまいになるだろう。
あまり期待していないので特に感じない。
通路が狭くて、杖を持ってかごを持つと回りの人の迷惑になりそうだ。
カードの提示の有無を聞いてくれないことがある。
期限切れの近いものを渡された。
障害者としての認識・対応がまずい。

3. 商店街・商業施設アンケート調査結果

回答者のプロフィール

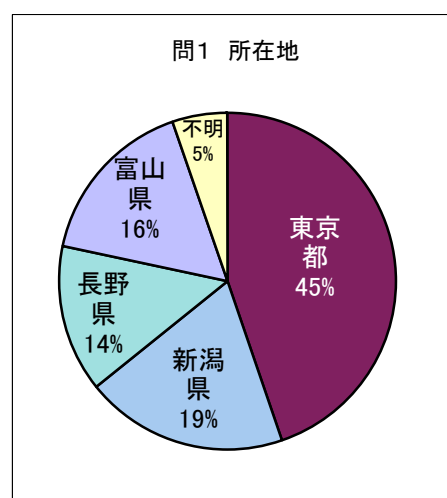
このアンケートにおいて「商業施設」とは、スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、生協、百貨店などの店舗の総称として使用しています。

問1 所在地

回答者の所在地は、首都圏（東京都）と地方の割合がほぼ半々。

n=259

項 目	件数	%
東京都	116	45%
埼玉県	0	0%
神奈川県・千葉県	0	0%
首都圏	116	45%
新潟県	50	19%
長野県	37	14%
富山県	42	16%
その他地方	0	0%
地方	129	50%
不明	14	5%
合 計	259	100%

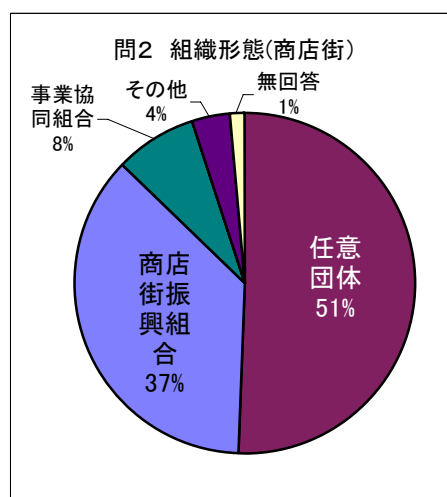


問2 組織形態(商店街のみ)

商店街の組織形態は、任意団体（51%）と商店街振興組合（37%）で回答者の88%を占めた。

n=156

項 目	件数	%
任意団体	79	51%
商店街振興組合	57	37%
事業協同組合	12	8%
株式会社	0	0%
その他	6	4%
無回答	2	1%
合 計	156	100%



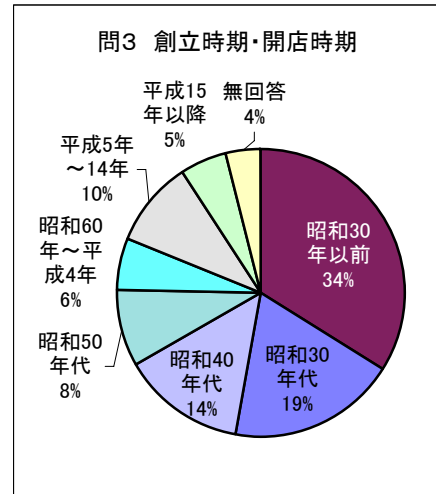
回答者のプロフィール

問3 創立時期・開店時期

創立時期・開店時期別では、昭和40年代以前で回答者の70%近くを占めた。

n=259

項 目	件数	%
昭和30年以前	88	34%
昭和30年代	49	19%
昭和40年代	36	14%
昭和50年代	22	8%
昭和60年～平成4年	15	6%
平成5年～14年	25	10%
平成15年以降	14	5%
無回答	10	4%
合 計	259	100%

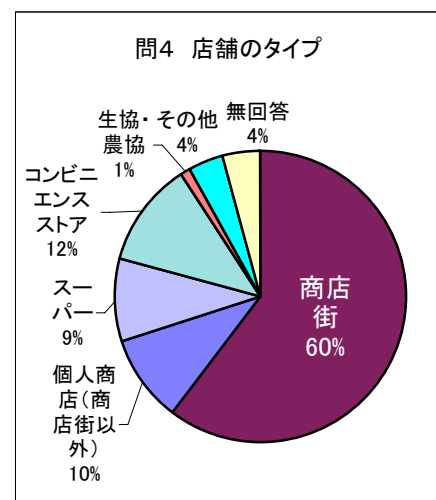


問4 店舗のタイプ

店舗タイプ別では、商店街・個人商店（商店街以外）で回答者の70%を占めた。スーパーは9%、コンビニエンスストアは12%で、回答者全体に占める割合は低い。

n=259

項 目	件数	%
商店街	156	60%
個人商店（商店街以外）	25	10%
スーパー	24	9%
コンビニエンスストア	30	12%
ドラッグストア	0	0%
生協・農協	3	1%
百貨店	0	0%
その他	10	4%
無回答	11	4%
合 計	259	100%



回答者のプロフィール

問5 組合員数・店舗数・従業者数（パート、アルバイトを含む）

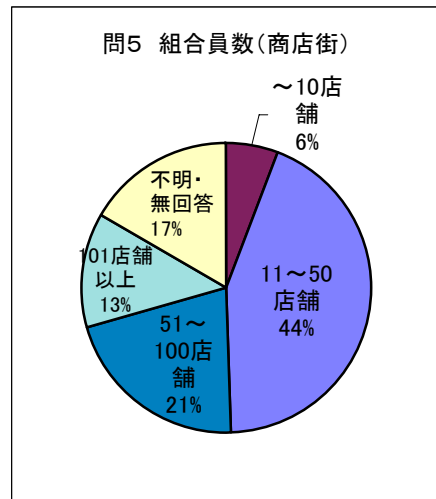
● 商店街

回答いただいた商店街の組合員数は「11～50店舗」が最も多く、次いで「51～100店舗」、両者を合わせると回答者（商店街）の65%。

○ 組合員数

n=156

項 目	件数	%
～10店舗	9	6%
11～50店舗	68	44%
51～100店舗	33	21%
101店舗以上	20	13%
不明・無回答	26	17%
合 計	156	100%

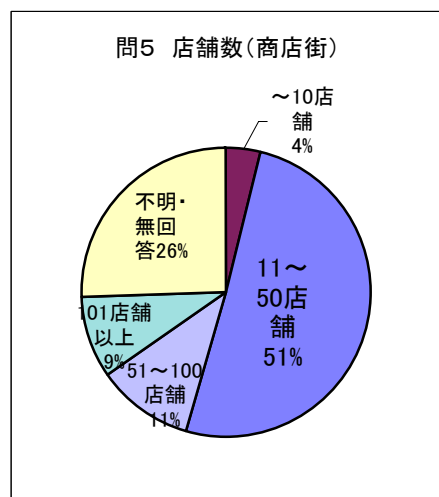


○ 店舗数

回答いただいた商店街の店舗数は「11～50店舗」が最も多く、これだけで回答者（商店街）の半数を超える。

n=156

項 目	件数	%
～10店舗	6	4%
11～50店舗	79	51%
51～100店舗	17	11%
101店舗以上	14	9%
不明・無回答	40	26%
合 計	156	100%



回答者のプロフィール

● 商業施設

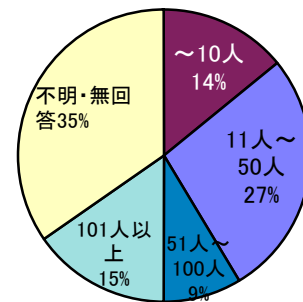
従業者数は回答者（商業施設）の27%が「11人～50人」。「10人以下」が14%、他方で「101人以上」が15%。

○ 従業者数

n=92

項 目	件数	%
～10人	13	14%
11人～50人	25	27%
51人～100人	8	9%
101人以上	14	15%
不明・無回答	32	35%
合 計	92	100%

問5 従業者数(商業施設)



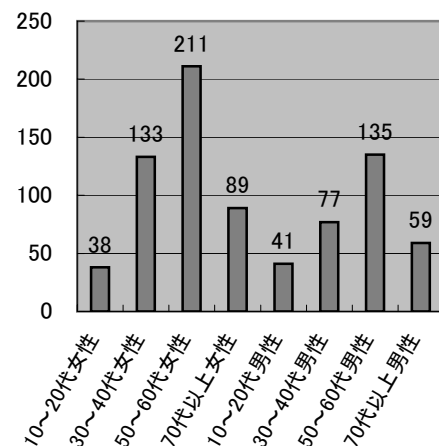
問6 主たるお客様の年齢層・性別（複数回答可）

主たるお客様の年齢層は、「50～60代女性」が最も多く、「30～40代女性」、「50～60代男性」が続く。

n=259

項 目	件数	%
10～20代女性	38	15%
30～40代女性	133	51%
50～60代女性	211	81%
70代以上女性	89	34%
10～20代男性	41	16%
30～40代男性	77	30%
50～60代男性	135	52%
70代以上男性	59	23%
合 計	783	302%

問6 主たるお客様の年齢層・性別



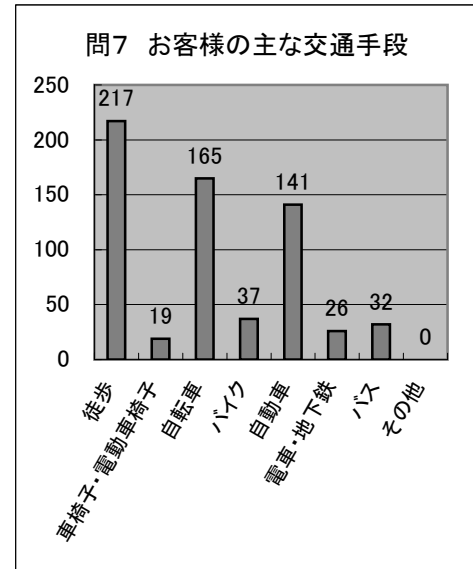
回答者のプロフィール

問7 お客様の主な交通手段（複数回答可）

お客様の主な交通手段は、「徒歩」が最も多く、「自転車」、「自動車」と続く。

n=259

項 目	件数	%
徒歩	217	84%
車椅子・電動車椅子	19	7%
自転車	165	64%
バイク	37	14%
自動車	141	54%
電車・地下鉄	26	10%
バス	32	12%
その他	0	0%
合 計	637	246%

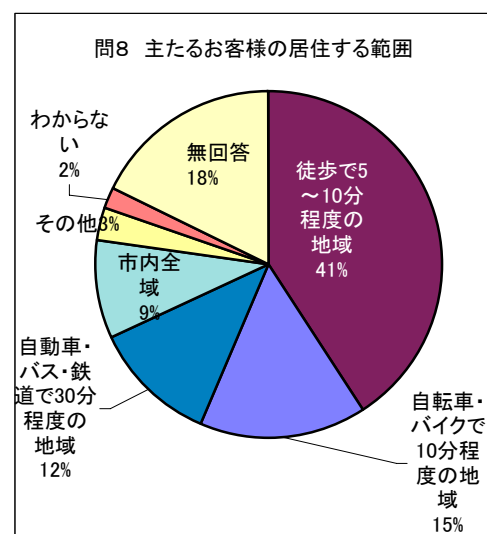


問8 主たるお客様（固定客）の居住する範囲（単数回答）

主たるお客様の居住範囲は、「徒歩5～10分」(41%)が最も多い。

n=259

項 目	件数	%
徒歩で5～10分程度の地域	106	41%
自転車・バイクで10分程度の地域	40	15%
自動車・バス・鉄道で30分程度の地域	30	12%
市内全域	24	9%
隣接する市町村	7	3%
その他	1	0%
わからない	5	2%
無回答	46	18%
合 計	259	100%



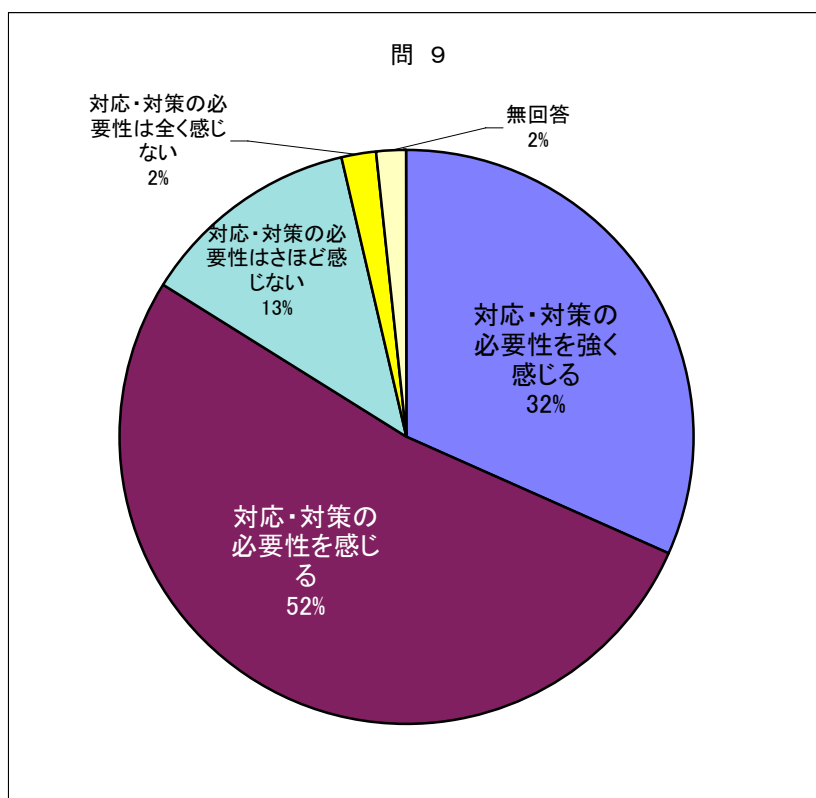
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策について

問 9 高齢社会を迎え、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策の必要性を感じますか。（単数回答）

回答者の84%が高齢者・障害者への対応・対策の必要性を感じている。

n=259

項 目	件数	%
対応・対策の必要性を強く感じる	82	32%
対応・対策の必要性を感じる	135	52%
対応・対策の必要性はさほど感じない	33	13%
対応・対策の必要性は全く感じない	5	2%
無回答	4	2%
合 計	259	100%



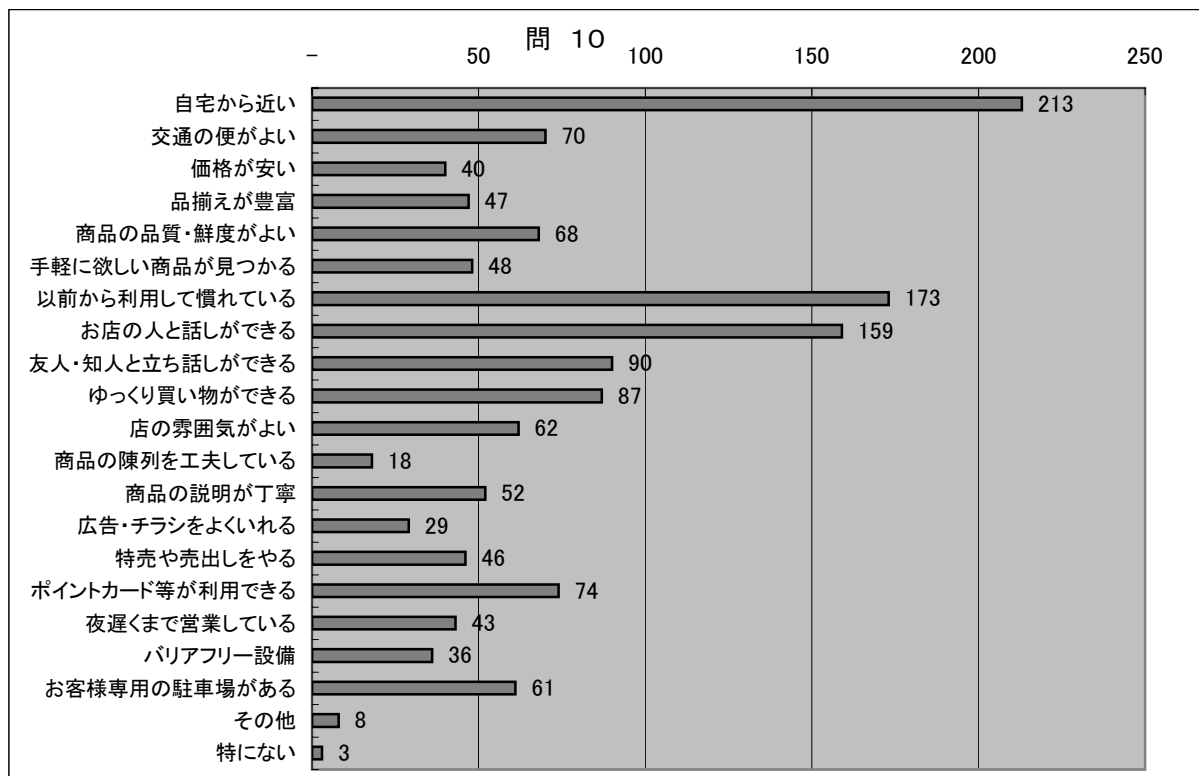
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策について

問 10 あなたの店（商店街・商業施設）がご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に支持されている項目は、次のうちどれだと思いますか。（複数回答）

「自宅から近い」が最も多く、「以前から利用して慣れている」「お店の人と話しができる」が同程度の割合で続く。また、「友人・知人と立ち話しができる」を支持されている項目としてあげる割合も比較的高い。

n=259

項 目	件数	%
自宅から近い	213	82%
交通の便がよい	70	27%
価格が安い	40	15%
品揃えが豊富	47	18%
商品の品質・鮮度がよい	68	26%
手軽に欲しい商品が見つかる	48	19%
以前から利用して慣れている	173	67%
お店の人と話しができる	159	61%
友人・知人と立ち話しができる	90	35%
ゆっくり買い物ができる	87	34%
店の雰囲気がよい	62	24%
商品の陳列を工夫している	18	7%
商品の説明が丁寧	52	20%
広告・チラシをよくいれる	29	11%
特売や売出しをやる	46	18%
ポイントカード等が利用できる	74	29%
夜遅くまで営業している	43	17%
バリアフリー設備	36	14%
お客様専用の駐車場がある	61	24%
その他	8	3%
特にない	3	1%
合 計	1,427	551%



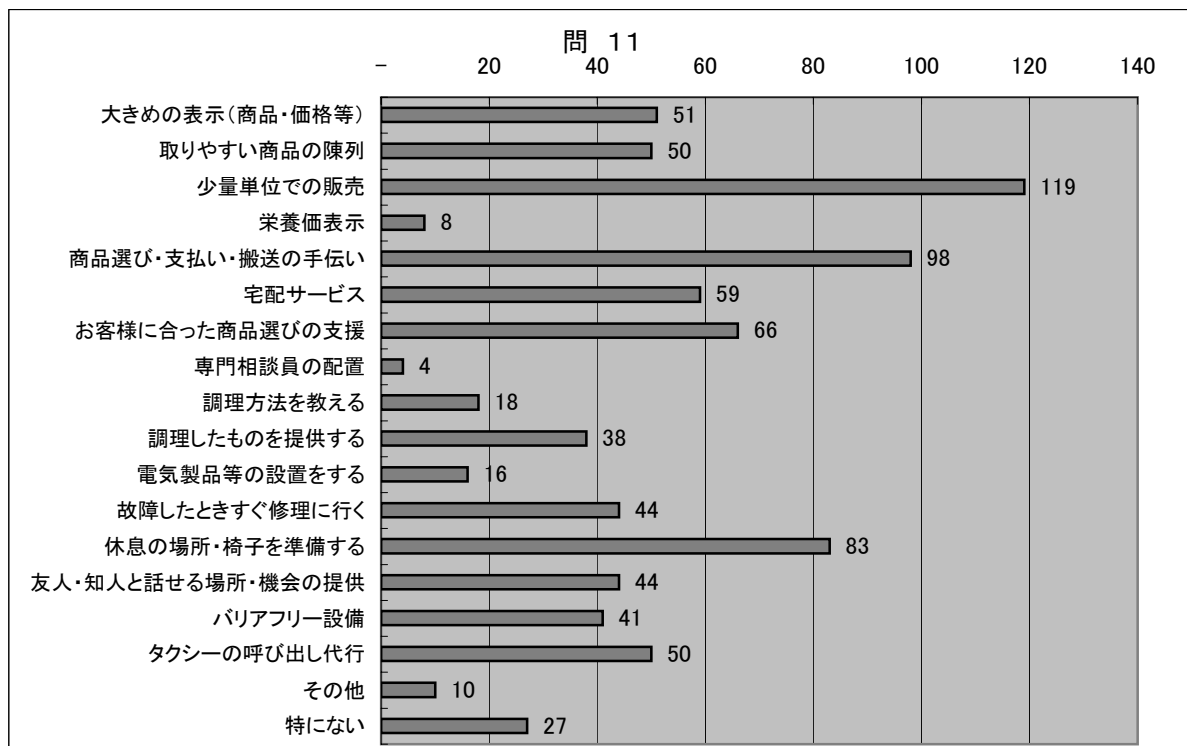
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策について

問 1 1 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様のために実施しているサービスは何ですか。（複数回答）

「少量単位での販売」が最も多く、次いで「商品選び・支払い・搬送の手伝い」「休息の場所・椅子を準備する」が多い。

n=259

項 目	件数	%
大きめの表示（商品・価格等）	51	20%
取りやすい商品の陳列	50	19%
少量単位での販売	119	46%
栄養価表示	8	3%
商品選び・支払い・搬送の手伝い	98	38%
宅配サービス	59	23%
お客様に合った商品選びの支援	66	25%
専門相談員の配置	4	2%
調理方法を教える	18	7%
調理したものを提供する	38	15%
電気製品等の設置をする	16	6%
故障したときすぐ修理に行く	44	17%
休息の場所・椅子を準備する	83	32%
友人・知人と話せる場所・機会の提供	44	17%
バリアフリー設備	41	16%
タクシーの呼び出し代行	50	19%
その他	10	4%
特にない	27	10%
合 計	826	319%



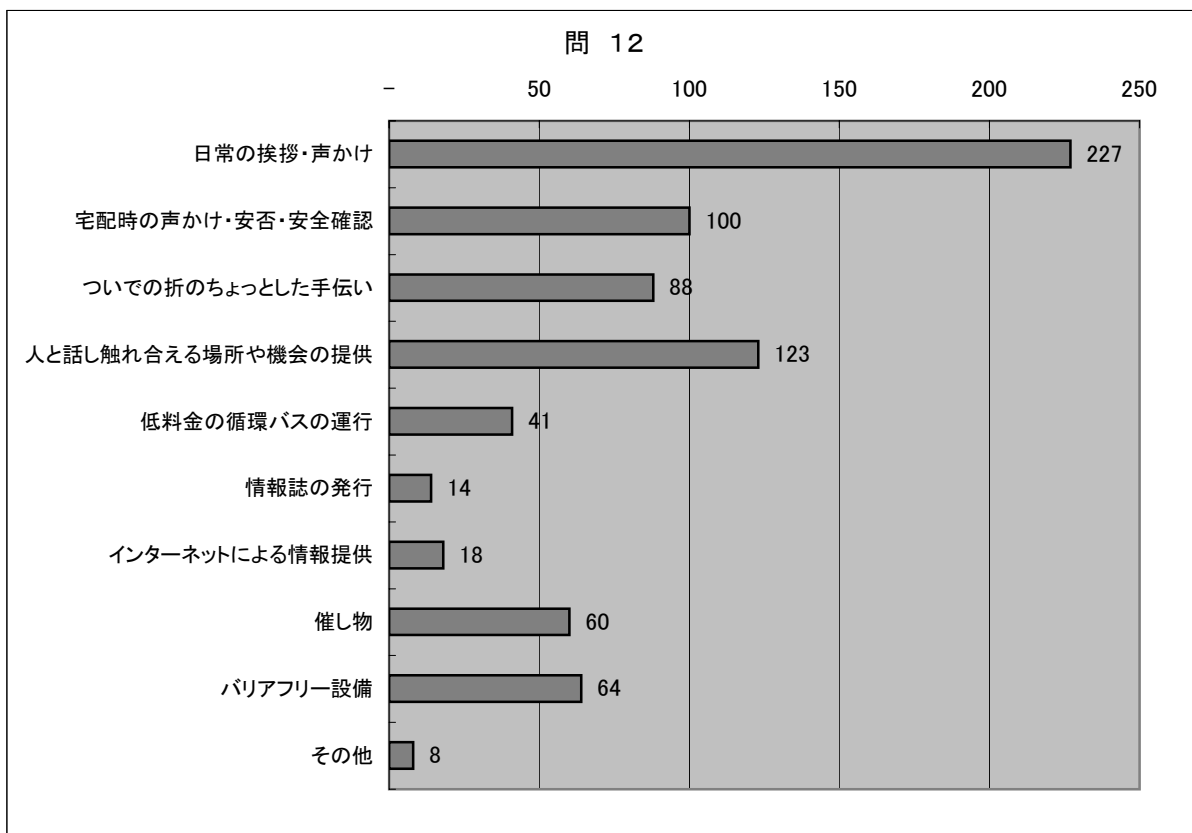
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策について

問 1 2 高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設としてどのようなことができるとお考えですか。
(複数回答)

「日常の挨拶・声かけ」が圧倒的に多く、次いで、「人と話し触れ合える場所や機会の提供」「宅配時の声かけ・安否・安全確認」「ついでの折のちょっとした手伝い」が多い。

n=259

項 目	件数	%
日常の挨拶・声かけ	227	88%
宅配時の声かけ・安否・安全確認	100	39%
ついでの折のちょっとした手伝い	88	34%
人と話し触れ合える場所や機会の提供	123	47%
低料金の循環バスの運行	41	16%
情報誌の発行	14	5%
インターネットによる情報提供	18	7%
催し物	60	23%
バリアフリー設備	64	25%
その他	8	3%
合 計	743	287%



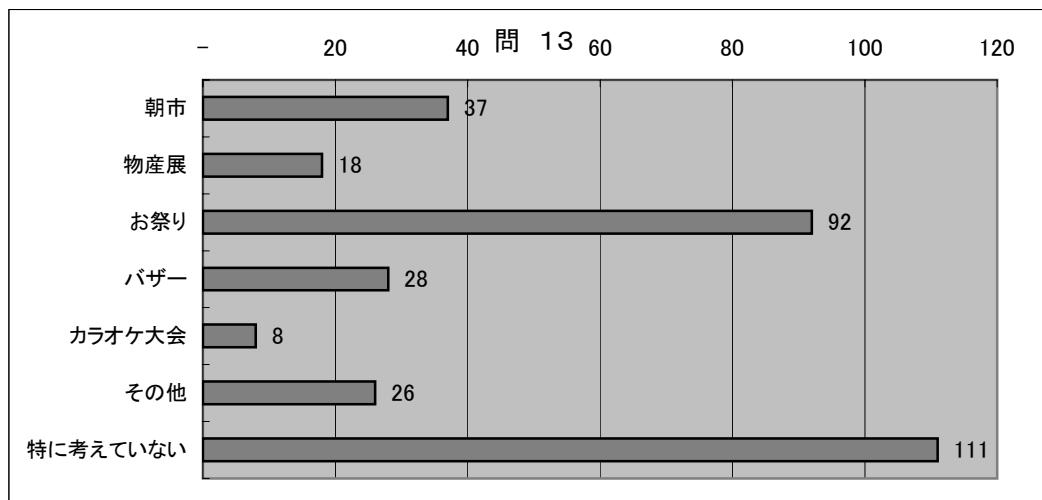
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策について

問 1 3 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様との交流を深めるために、どのような催し物を実施していますか、あるいは実施したいとお考えですか。
(複数回答)

「お祭り」が多いが、「特に考えていない」が40%強ある。

n=259

項 目	件数	%
朝市	37	14%
物産展	18	7%
お祭り	92	36%
バザー	28	11%
カラオケ大会	8	3%
その他	26	10%
特に考えていない	111	43%
合 計	320	124%



問 1 4 高齢者およびお身体の不自由な方が安心・安全に暮らせる地域社会づくりに向けて、商店街・商業施設にもにも大きな役割りが期待されていると思いますが、ご意見などございましたらご自由にお書きください。

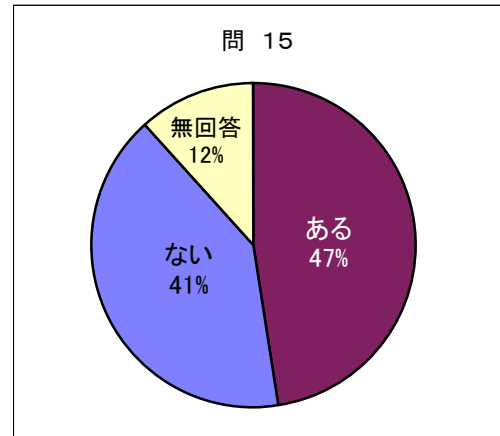
→ 本項の最終ページ（問 2 1 の次のページ）に掲載。

ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接客について

問 1 5 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様を援助する上で、困ったり、苦勞されたことはありますか。(単数回答)

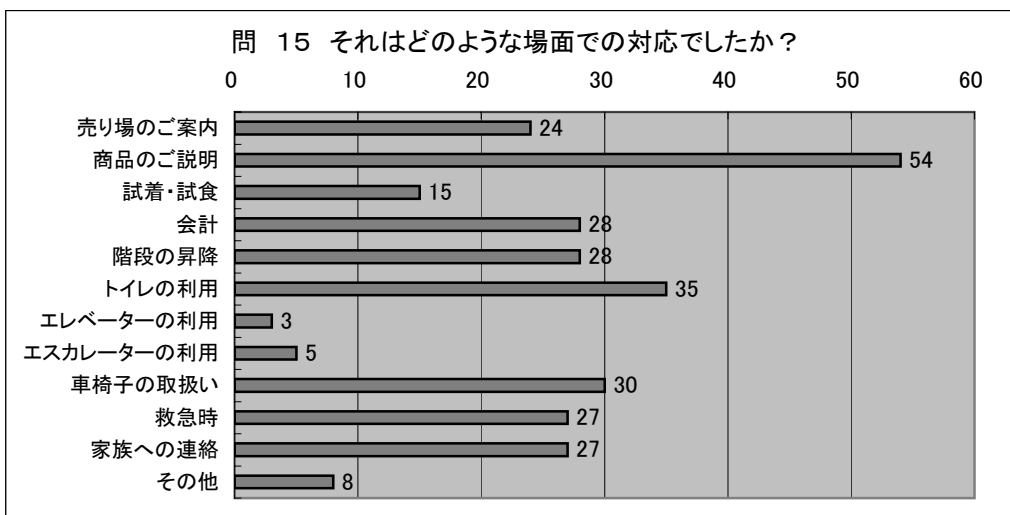
回答者の半数近くが、高齢者・障害者の援助で困ったり苦勞されたことがある。その場面は、「商品の説明」が最も多いものの、「トイレの利用」「車椅子の取扱い」等々、様々。店舗タイプ別には、商店街・個人商店においては「商品の説明」が、商業施設においては「会計」が、各々最も多い。(→末尾の資料Ⅱ-3「アンケート集計データ(商店街・商業施設-店舗タイプ別)」参照)

n=259		
項 目	件数	%
ある	123	47%
ない	106	41%
無回答	30	12%
合 計	259	100%



○ それはどのような場面での対応でしたか。(複数回答)

n=123		
項 目	件数	%
売り場のご案内	24	20%
商品のご説明	54	44%
試着・試食	15	12%
会計	28	23%
階段の昇降	28	23%
トイレの利用	35	28%
エレベーターの利用	3	2%
エスカレーターの利用	5	4%
車椅子の取扱い	30	24%
救急時	27	22%
家族への連絡	27	22%
その他	8	7%
合 計	284	231%



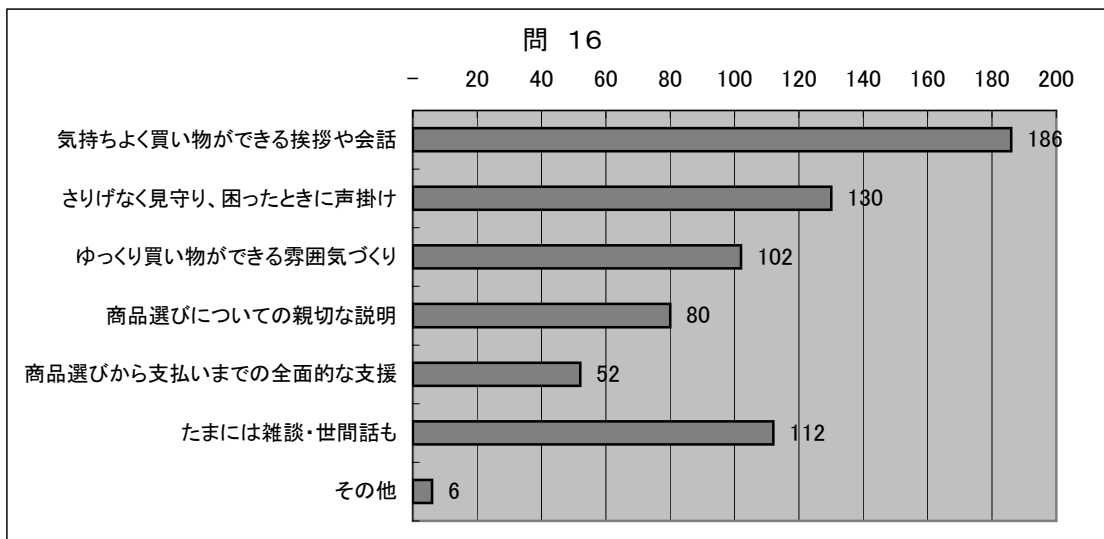
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接客について

問 1 6 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様は、買い物の際、どのような点に特に配慮した接客をお店に望んでいると思いますか。
(強く望まれていると思うもの上位3つ選択)

「気持ちよく買い物ができる挨拶や会話」が最も多く、「さりげなく見守り、困った時に声掛け」「たまには雑談・世間話も」と続く。

n=259

項 目	件数	%
気持ちよく買い物ができる挨拶や会話	186	72%
さりげなく見守り、困ったときに声掛け	130	50%
ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり	102	39%
商品選びについての親切な説明	80	31%
商品選びから支払いまでの全面的な支援	52	20%
たまには雑談・世間話も	112	43%
その他	6	2%
合 計	668	258%



ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接客について

問 1 7 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様の接客に当って、日頃どのようなことに特に配慮していますか。（複数回答）

「笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる」「お客様の話しによく耳を傾け、きちんと答える」「荷物を持ちやすいようにまとめたり、出口まで持ってあげる」が同程度の割合が多い。

〈お客様への対応〉

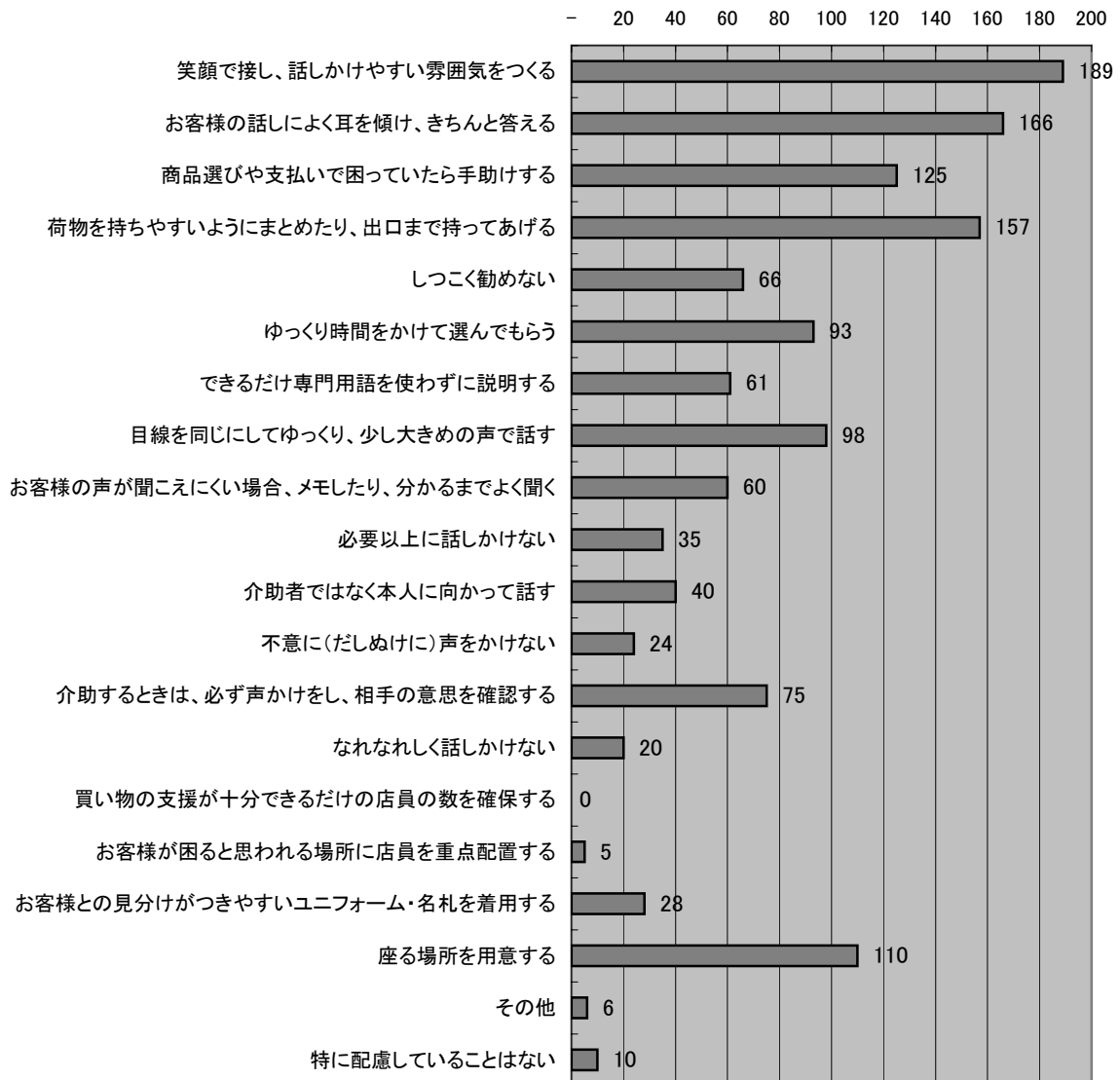
n=259

項 目	件数	%
笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる	189	73%
お客様の話しによく耳を傾け、きちんと答える	166	64%
商品選びや支払いで困っていたら手助けする	125	48%
荷物を持ちやすいようにまとめたり、出口まで持ってあげる	157	61%
しつこく勧めない	66	25%
ゆっくり時間をかけて選んでもらう	93	36%
できるだけ専門用語を使わずに説明する	61	24%
目線を同じにしてゆっくり、少し大きめの声で話す	98	38%
お客様の声が聞こえにくい場合、メモしたり、分かるまでよく聞く	60	23%
必要以上に話しかけない	35	14%
介助者ではなく本人に向かって話す	40	15%
不意に（だしぬけに）声をかけない	24	9%
介助するときは、必ず声かけをし、相手の意思を確認する	75	29%
なれなれしく話しかけない	20	8%

〈その他〉

買い物の支援が十分できるだけの店員の数確保する	0	0%
お客様が困ると思われる場所に店員を重点配置する	5	2%
お客様との見分けが付きやすいユニフォーム・名札を着用する	28	11%
座る場所を用意する	110	42%
その他	6	2%
特に配慮していることはない	10	4%
合 計	1,368	528%

問 17

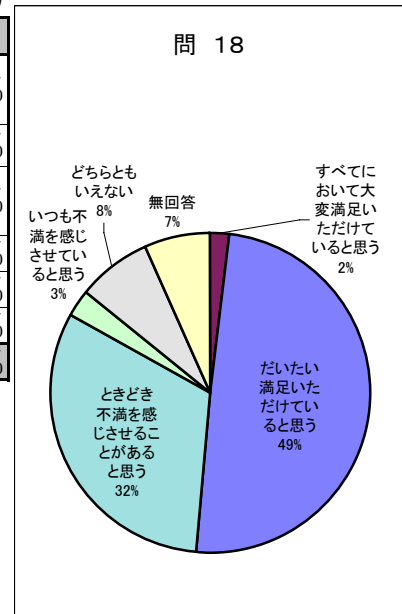


ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接客について

問 18 あなたのお店（商店街・商業施設）の接客（態度、対応、会話、支援、配置など）は、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に満足いただけていると思いますか。（単数回答）

回答者の半数程度が「だいたい満足いただけていると思う」と回答。他方で、「ときどき不満を感じさせることがあると思う」も30%強ある。

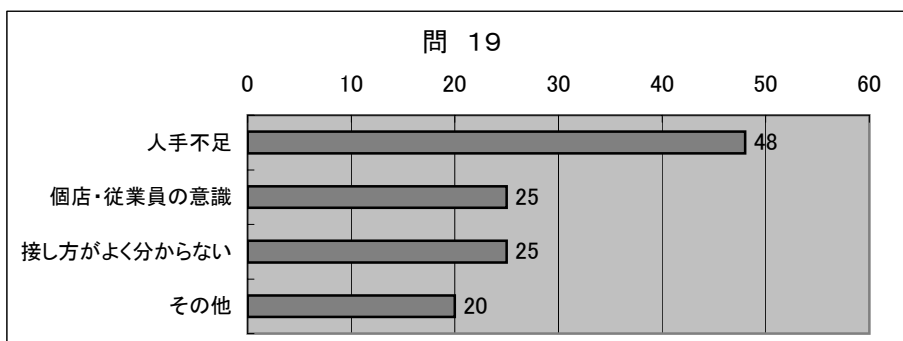
n=259		
項 目	件数	%
すべてにおいて大変満足いただけていると思う	5	2%
だいたい満足いただけていると思う	128	49%
ときどき不満を感じさせることがあると思う	82	32%
いつも不満を感じさせていると思う	7	3%
どちらともいえない	20	8%
無回答	17	7%
合 計	259	100%



問 19 問 18 で「ときどき不満を感じさせることがあると思う」「いつも不満を感じさせていると思う」とお答えになった方にお聞きします。その原因は何だと思いますか。（複数回答）

「人手不足で丁寧な対応ができていない」が最も多く、「個店・従業員の意識が低い」「接し方がよく分からない」がほぼ同程度で続く。店舗タイプ別には、商店街・個人商店においては「人手不足」「意識が低い」「接し方がよく分からない」がほぼ同程度の割合であり、商業施設においては「人手不足」が最も多い。（→末尾の資料Ⅱ－3「アンケート集計データ（商店街・商業施設－店舗タイプ別）」参照）

n=89		
項 目	件数	%
人手不足で丁寧な対応ができていない	48	54%
個店・従業員の意識が低い	25	28%
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接し方がよく分からない	25	28%
その他	20	22%
合 計	118	133%



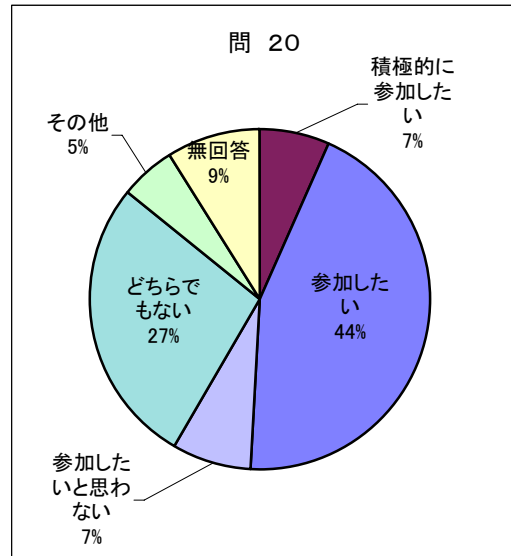
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接客について

問 2 0 高齢社会を迎え、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様と接する機会が増加し、店主・従業員の方が、高齢者およびお身体の不自由な方を理解し、その接遇方法についての知識・技術を身につけることが今まで以上に重要になってくるものと思われます。仮に、こうしたテーマについて、店主・従業員の方を対象とした研修会が開催される場合、それに参加したいと思いますか。（単数回答）

回答者の半数以上が「参加したい」「積極的に参加したい」と回答。

n=259

項 目	件数	%
積極的に参加したい	17	7%
参加したい	115	44%
参加したいと思わない	19	7%
どちらでもない	71	27%
その他	14	5%
無回答	23	9%
合 計	259	100%

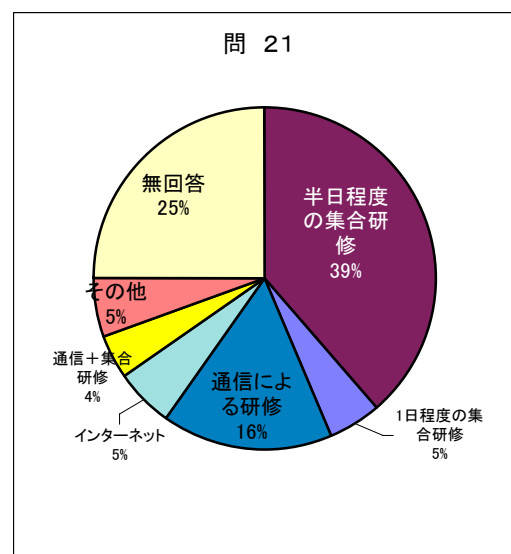


問 2 1 仮に参加するとしたら、どのような形態の研修を望まれますか。（単数回答）

「半日程度の集合研修」が最も多く、次いで「通信による研修」。

n=259

項 目	件数	%
半日程度の集合研修	100	39%
1日程度の集合研修	13	5%
通信による研修	42	16%
インターネットによる研修	14	5%
通信による研修と集合研修を組み合わせた研修	11	4%
その他	14	5%
無回答	65	25%
合 計	259	100%



商店街・商業施設自由記入欄

問 1 4 高齢者およびお身体の不自由な方が安心・安全に暮らせる地域社会づくりに向けて、商店街・商業施設にも大きな役割りが期待されていると思われますが、ご意見などございましたらご自由にお書きください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

現況は格差が広がり、零細商店街は頑張っても衰退してます。行政は言葉だけの説明、指導だけでなく、資金、ノウハウの得がたい我々零細商店街をもっと真剣に見つめ、きめ細かい行政指導が必要だと思います。そうでなければ行政が住民も望んでいる未来の町づくりと安心、安全の暮らしができる町づくりはできず、ただ個々さえ良ければ良いと荒々しい世間になると思います。商店街は町の核です。我々も頑張りますので、よろしくお願いします。何でもかんでもスーパーと大きければ良いと、目先だけの流通面だけみた行政は考えるところが多々あると思います。

安心して歩くことの出来る街づくり

商店及び商店街の役割の前に高齢者の家族(家を出ている息子・娘達)が地域の人に面倒をかけているという認識を持ってほしい。高齢者側にもアンケートをとるならこういった認識を子供達に持つようなアンケートにしてください。(例)電気店ではテレビの扱いがわからないとか、照明のランプがつかない、交換してくれとか、エアコンの調子が悪いとか、その都度出張して金にならない事がほとんどです。それ程尽くしているにもかかわらず、それらが故障した場合、息子や娘が量販・ディスカウントで買ってきます。年寄りには当店で買いたいのです。ひどい時は安いところで買って下駄をはいて小遣いにしているという話も聞く。

プライバシーとの問題があるが、地域の方の情報不足が問題。

画一的な施設の改善より、人対人としての対応に十分配慮、心の温まる接客が一番と指導している。商店街の衰退は町の明るさをなくす事であり、交流の場として、気軽に来訪して下さることを心がけている。

〇足の不自由な老人が多いため、一寸としたベンチがあると良いと思う。駅まで行く間に腰掛ける所があると一時的に痛みが治まり、又目的地まで行けるようである。〇チェーン店は立地の良い場所に借り、若者相手に商売をするが、既存の商店が入会をといても、それは拒否される。祭礼の寄付等は出さない。

物品を提供するだけでなく、時間を過ごしてもらうことを目的として工夫しなければならない。

〇〇が新規入居者をリニューアルし、高齢用住居に改築して高齢者が増加、バス等を新規開通させ、近隣交通の開発をし、小田急や京王線等を直通させた。

私共の商店街は場末の商店街となり、住宅街になる過程にある気がします。全長600mの中に酒屋さんを含め、大量生産品の単純販売店は数店になっています。このアンケートにうまく答えられない思いです。

〇〇会に限らず、祭り、バザールなどの催し物で町内が一つになり、皆が顔見知りになり、挨拶する街が安心・安全をつくっていくと思う。

商店街・商業施設自由記入欄

問14 高齢者およびお身体の不自由な方が安心・安全に暮らせる地域社会づくりに向けて、商店街・商業施設にも大きな役割りが期待されていると思われますが、ご意見などございましたらご自由にお書きください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

独居の方が見受けられます。日ごろの生活の手助けができるのは昼間、地域にいる商店会員が最適と思いますが、両者(独居の方と商店)に負担がかからない方法はないのでしょうか？商店会も昭和の頃とちがい、ぎりぎりのひと手でまわっていますから手間のかかる方法はできません。中間役のボランティアは高齢者で元気なほうが良いかもしれません。できれば商売につながるとベストですが・・・

〇商店街内のコミュニケーションの連携強化(お客の誘導・商品の配置他)
〇明るさ・照明灯他、人的なこと

〇〇商店街は1本の道に8つの商店街があつて「ながいきストリート」と名づけ、お年寄りにやさしい商店街として事業を行っている。

歩道、車道の段差の解消・安心・安全で歩ける街(歩道の凹凸の早期の対応)

オーナー(私)自身が不自由な体です。私がほしいことは不自由なお客様には何でもあります。

高齢者の人も基本的に自分のことは自分でしたいという考えがありますが、身体機能の低下の補助が必要と思う。

バリアフリー設備や優先駐車場を設置して協力しているのに健常者(心ない人)が駐車していると他の人から怒れる。注意しろ等言われ、なんで怒られなければならないのか、マナー違反が多くて、そんなに怒られるなら設置しないほうが怒られなくてすむ感じがする。

店の囲りに一人暮らしの高齢者が多くなりました。問12の日常の挨拶・声かけ、宅配時の声かけ、安否・安全確認、ついで折のちょっとした手伝いが特に必要と感じます。

商店街・商業施設にも大きな役割りが期待されていると思われますが→感じない

当店ではご高齢の方やお身体の不自由な方には配達や車での送迎をさせていただいております。ついで折の手伝いなどさせてもらっています。個人的だから。

便利な品、使いやすい品物、ちょっとした使い方の提案 ◎簡単、便利が一番、声をかける。

防犯の面で近隣町会とともに安心、安全に暮らせる地域を時間帯は決めず、例・散歩、宅配・新聞配達、買い物等に防犯を明記した物を着用して行う。どこかで必ず誰かに見られているという事をアピールする事で犯罪は減ると思いますので、今後実施の予定。

商店が大型スーパーにおされているので家が少なく、シャッター通りになっている。

〇手すりやバリアフリー等転倒を防ぐ設備が必要 〇腰をおろして休憩

商店街・商業施設自由記入欄

問 1 4 高齢者およびお身体の不自由な方が安心・安全に暮らせる地域社会づくりに向けて、商店街・商業施設にも大きな役割りが期待されていると思われますが、ご意見などございましたらご自由にお書きください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

我が商店会は住宅街でスーパー、八百屋、魚屋、肉屋などがなく、コンビニのみが5軒もあり、高齢者には不便な商店会です。消費者が近くのスーパー（4店あり）で便利なため、当商店街ではここ5年で20店舗がアパートとか住居に変更しており商店会としては成立しておりません。75歳以上の高齢者が800名も居り、何か対策を考えていますが今の役員も高齢者が多く進展しません。

高齢者になるとなかなか自身で外出しにくく、大きな荷物などを持てなくなるためお手伝いなどを主にしたい。

個店においても商店街においてもじり貧の状態の日々を送っている現実から高齢者等に対しての対策と対応が取りにくくなっていると考えられる。臨時変更型ではなく根底から上げていけるような対応を行政や政治に求めたい。もともとのスタートはそこにあるのでないかと考えるし、上記の人達の対応はこの次になってしまう現実があると思うから。

夕方の買い物時間帯に交通規制が出来れば

バリアフリー設備の充実

区政で道路のデコボコを修理してほしい。

当店では社会福祉協議会に登録し毎月20～30名へ訪問してカット、パーマ、カラー、顔そり、爪きりなどを施術しています。また、1度なされると次回もと言われ数十名の方の自宅を訪問して美容の業務をボランティア価格として定価の半額で行っている。これからもさらに依頼が増加すると思いますが、あまり多くなり過ぎると自店の営業に負担がかかると考えられます。価格を当店の定価に近い価格にしていただけると協力できると考えています。

職種が倉庫業であり、個人のお客様がお見えになることがほとんどない状態。時たま道を聞きにこられる方がいらっしゃる程度ですが、分かり易く教えるのはなかなか難しいなと思うときがある。車社会になっている現状、もっとわかり易い標識等あればいいと思うことがある。

商店街の環境整備（歩車道の分離、歩道の隔雪装置など）に行政は力を入れて欲しい。

地域社会の一員として当然のことをするだけです。商業者としてそれを売りにすることは恥ずかしいこと。

ひと休みできる場所（ベンチ等）

○バリアフリーの歩道及び通りの設備 ○歩道と店舗入り口部のバリアフリー化

商店街オーナーも高齢者になっている。販促事業ができない。（世話をする人がいない）

下町の工場地帯を中心に成り立ち、且つ環境の変化と大通りに店舗が点在している現状では商店会として発展は大変厳しいが、私達も年齢を重ねて高齢化してゆくので抽象的ないい方しか出来ませんが、地域の皆様と誠実を心がけて対応させていただくことが大切と思う。

商店街・商業施設自由記入欄

問14 高齢者およびお身体の不自由な方が安心・安全に暮らせる地域社会づくりに向けて、商店街・商業施設にも大きな役割りが期待されていると思われませんが、ご意見などございましたらご自由にお書きください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

商店街自体が高齢化をしている状態、後継者のいない店から廃業しているため、近い将来商店街という組織は激減すると思う。

店こそがお客様のコミュニケーションの場所であってはいけない。店員教育にもそこもり入れて高齢者や身体の不自由な方の近況をきちんと組み入れること。このことも求められると思う。

商人は毎日が重要で、お店のお客様だけでなく、いろいろな話をしながら人間関係が大切で価格の安さなどは第二の問題です。

個人経営の地域に密着した店が経営困難からどんどん減少し、高齢者が身近なところで小分けした生鮮食品を含めた身廻り品を買物しようとした時に対応できる商店がない状況が起きています。新しく出店しているチェーン店やコンビニ店がそれに変わっていくのであろうがその体制はできていないように思える。地域の商店会、町会にすら協力しないようなチェーン店やコンビニ店にもっとしっかりと指導規制ができないものかと思う。安心、安全な街づくりの基本に協力しないことに問題を感じます。

当商店街では〇〇市社会福祉協議会と連携して障害者の方と高齢者の方、一般のお客様、地域住民が集える場所として「ふれあい広場スマイル本町」というお店を昨年9/21に開設し、今のところ皆様に非常に喜んで頂いています。車椅子のゆったり入れるトイレを設置して店内も明るくお茶をゆっくり飲んで頂けるコーナーもあります。週3回は障害者施設を利用している方が接客の仕事をしておられ、障害者の方の自立支援、社会参加、就学支援のお手伝いをしています。高齢者の方も多く利用されていますし、お店の運営のボランティアも高齢者の方にお願いをしています。

商店街の大半の店主は知恵も知識も不足しているように思う。商工会や商工会議所を中心としてケーススタディの機会を増やしていきたい。

行政の高齢者、介護支援等と商業助成とのトライアングルの要としての商店街地域づくり。

一年一年高齢化が進み、毎日の生活に大変商店街の必要性が重要となってくると思う。いかに利用しやすくしてあげられるかが一番の問題といわれる。具体的に考えていきたい。

行政との連絡が重要。

歩道と車道との間に自転車専用レーンを設けられたら安全で安心な商店街になると思う。車の減少にもつながる。

○無料休憩所の提供 ○商品の無料配布サービス ○話相手になっていろいろ相談にのる。

高齢者の方たちが集える場を設け、話題をつくってあげる。

商店街・商業施設自由記入欄

問 1 4 高齢者およびお身体の不自由な方が安心・安全に暮らせる地域社会づくりに向けて、商店街・商業施設にも大きな役割りが期待されていると思われませんが、ご意見などございましたらご自由にお書きください。

(具体的名称は、〇〇に修正しています。)

高齢社会において近くにある商店街として必要性はあると思いますが、個店自体がだんだん体力が弱くなっており、廃業に追い込まれている。空き店舗対策ではなく、空き地が増えてきた、「トレーラーハウス」でも置きたい感じです。会員数も半数以下になった。又後継者が居ないのではなく、後を継がせられない現実です。イベントは近隣の商店会複数で毎年1回、会場持ち回りで夏場「ナイトバザール」を実施しています。単独の商店会でイベント実施も難しい。高齢者、子供およびお身体の不自由な方が安心・安全に暮らせる地域づくりに向けて、「こども110番の家」「まちなかの駅」の看板を各個店に設置し、子供の安全を守り、又、トイレ、休憩、荷物の預かりなどを行っています。

行政教育こそ必要。行政は歩行者をしめだし車社会をつくり、郊外に大型店を誘致し、高齢者を考えない社会作りばかりしている。民間、個々の小さい商店は一生懸命努力しているのにだんだん限界を感じ、次々シャッターをおろしていく。

○道路に商店のはみ出しに注意 ○バリアフリー化について行政より補助金があるが金額的に少ない。

今の時代は60歳～70歳で高齢者とは思われない。私自身大正生まれですが現役ですので歳を感じません。

商店街・商業施設としても自発的に日常生活にも出来るだけ手助けするような経営姿勢を採用する必要があると思う。

高齢者だけでなく、小子化にともなって地域の安心・安全なコミュニティーの核になるべく、本来の姿が強く要請されている。その為に、商店街も変化していく意識が重要である。

高齢化社会に向けて、地域や商店街がプロセスを楽しむ事業に取り組み、一体化した地域となるのが喜ばしいです。

高齢者でも歩きやすいカラー舗装。雨や雪の日でも傘なしで通行できる全蓋アーケードの設置(全長470m)は実施済み。

お身体の不自由な方が身体を休める場所を作ってあげられればよいと思っております。

**「その他」記載事項
(問10～問12)**

問 1 0 あなたのお店（商店街・商業施設）がご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に支持されている項目は、次のうちどれだと思いますか。

商店街の会長だが、個人的には家電小売です。その立場から家電業は出張するからです。

商店街に歩道があり、10個の長いベンチを置いてあること。

公共機関にて事務所あり。

アーケード

無料貸し出しの車椅子を用意してある。

アーケードがあり歩行者専用道路

交通の便の悪い方、身体の不自由な方等の送迎あるいは出張販売

シール事業

問 1 1 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様のために実施しているサービスは何ですか。

この項目は主としては実施していないが、各個店で業種によって独自に行っている。

車椅子の設置、専用駐車場有り。

アーケード

60歳以上を対象としたシンカカード（サービス提供）を発行しています。

組合員の中で独自のサービス

目の不自由な方についてはすべてのスタッフが商品を揃えてあげている。

サービス介助士2級を10名取得済。

これから対応を考える。

個店では考えている店もあると思うが今後商店街として対応を考えている。

問 1 2 高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設としてどのようなことができるとお考えですか。

商店会でも私の商店会は全部がサービス業でないので無理な所も多い。

アーケード

祭礼、防災訓練等、地域活動に参加し、力をあわせる。商店街主催イベント等を多く開催し触れ合う機会を持つ。

ベンチ

お届け宅配サービス

場所がある店舗にはベンチ等を備え、休憩できるよう考えています。

近々、歩道のバリアフリー化の工事予定。

ふれあいと各店個々のつながりを大切にすることが必要かと思う。

**「その他」記載事項
(問13・問15)**

問 1 3 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様との交流を深めるために、どのような催し物を実施していますか、あるいは実施したいとお考えですか。

イベント（夏休みこども大会、盆踊り、サンバフェスティバル）

ラジオ体操

夏祭りも18年度まで12年やってきたが場所の都合で出来なくなった。

大特売

研修旅行

食事会

交流スペースの提供

野菜市

敬老の日に寄席を開催しております。

暮らしの情報交換ができる無料休憩所

訪問カット、パーマ、カラー

週1回の野菜市、夏の七夕まつりへの出品依頼、見物に多く来る。

夜店市などのイベント

昼市、コンサート

老人クラブとの交流

おしゃべり相手、お茶のみ相手

夕市

商店街の組織が弱体化。催事は不可。

納涼会

夜店市、日帰り旅行(春)、秋の大売り出し(秋)

買い物支援

歩道と車道のバリアフリー化、車いすで楽に通れる道づくり

ナイトバザール ボウリング大会

ふれあいマート

全て本部指示である為、自店で企画立案実行するのみ。既に展開。

旅行会

問 1 5 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様を援助する上で、困ったり、苦労されたことはありますか。それはどのような場面での対応でしたか。

店の入り口の段差

認知症の方

当店の店舗においてはバリアフリー等の設備等、まだ設置されておりません。

商品棚が高いので取れない。

手話

車椅子の入店、出店

人手不足

入出店時

「その他」記載事項
(問16・問17)

問 1 6 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様は、買い物の際、どのような点に特に配慮した接客をお店に望んでいると思いますか。

大切にしてほしいということ

急がず時間をかけてあげる。

経営者にも高齢が居り注意

直接訪問し、用件を対応する。

○特別な扱いを特にしないこと ○困っている様子なら声をかける。

宅配機能

問 1 7 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様の接客に当って、日頃どのようなことに特に配慮していますか。

15と16等、今のきびしい時代にはできる訳ないだろう。

必要な時だけ椅子を用意する。

通路の確保

なるべく移動しなくてよい席で行う。1度で行うこと

暑い時には冷たい物を、寒い時には温かい物を、いつも飲み物を用意して接客している。

サービス介助士または同等資格の取得推進。

「その他」記載事項
(問19)

問19 問18で「ときどき不満を感じさせることがあると思う」「いつも不満を感じさせていると思う」とお答えになった方にお聞きします。
その原因は何だと思えますか。

交通アクセスの不備

設備が伴っていない、改善はできない。

商品台の道路上へのはみ出しで車椅子の通行の邪魔になっている。（一部の店舗で）

商店街全体がバリアフリーになっていない、駐車場がない等で不便だと思う。

設備的に不満を解消しきれていない。

通路の中が車椅子に多少不足する所がある。

陳列棚が高い。

問15にて記入したものと同様です。

店舗が身体の不自由な方向きに造られていない。

通りに歩道がないため、交通に不自由。

完全なバリアフリーになっていない設備がある。

トイレの利用がたまに心配になる。

お客様1人1人の不満を全部理解していない。見た目又は、個定客でも全部は中々理解していない。

特にこれとはいえないが、万事良しは難しい。

車椅子が少ない、売り場が広すぎる。

ピーク時にいらっしゃるとレジ待ちがあり、不満を感じさせているかもしれない。

施設の面で制限有（エレベーターが無いなど）

自動ドア等の設置が不十分。

高齢者に対する商店街、交通手段のインフラ整備。

自転車とはみ出し陳列

「その他」記載事項
(問20)

問 2 0 高齢社会を迎え、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様と接する機会が増加し、店主・従業員の方が、高齢者およびお身体の不自由な方を理解し、その接遇方法についての知識・技術を身につけることが今まで以上に重要になってくるものと思われます。仮に、こうしたテーマについて、店主・従業員の方を対象とした研修会が開催される場合、それに参加したいと思いますか。

同様の件は店主が行う事で、店員指導は他人に任せないで責任者が行うのは当たり前のこと。それができない経営者はその資格がないと思う。

そんな事より、お年より相手でも採算がとれる方法を考えることが先。

店主（経営者）が高齢で後継者がいない状態である。

いまの所、店側で従業員指導にあたっている為、それと人手不足で時間がとりにくい。

時間的に余裕がなく、無理である。

時間がとれない。

必要ならば

必要を感じない。

参加したいが時間が合わない。

研修を数回受けました。実施も5年程度経験を積んでおります。

研修の必要性を感じない。

特にその為の研修を受けなくても対応は可能と考えている。

参加した。

すでにヘルパー講習等を受けてできるだけ勉強はしている。

人員不足の為参加不可能な時が多いが、解消されれば参加したい。

「その他」記載事項
(問21)

問 2 1 仮に参加するとしたら、どのような形態の研修を望めますか。

前問で述べたように商人の商賁に対する心構えは毎日の積み重ねで自身が身をもって学ぶことで、店主が賢者であれば良いと思うし、その事は時間で鍛えられ、身につくものでもないと思うし、それができない方は商人になれないと思う。但し、販売方法と経営は別です。人造りに関して述べました。

人の心を持っていれば研修等必要なし。

点在する商店では大型商店（スーパー）に客が行ってしまうため、業種によっては閉店せざるをえない。

日程が合えば参加したい。

チェーンや組合ごとに実施し、研修済マークをつけるぐらいのことをしなければ誰も参加しないと思う。

時間がとれない。

専門家に商店街で研修していただく。

特に望まない。

2時間くらいの研修

現状で間に合っております。

小冊子等により情報研修で良いと思う。

夜

不必要。差別をはかり自助努力すべき。

4. 両者のアンケート調査結果の比較

高齢者・障害者へのアンケート結果

設問 7

そのお店を利用する理由は？
(複数回答)

商店街・商業施設へのアンケート結果

設問 10

ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に支持されていると思う項目は？
(複数回答)

高齢者・障害者、商店街・商業施設いずれからの回答も、「自宅から近い」「以前から利用して慣れている」が上位を占める。他方、商店街・商業施設は「お店の人と話しができる」が上位にある一方で、高齢者・障害者はそれをそのお店を利用する理由としてあげる割合は低い。

n=970

n=259

項 目	人数	%	項 目	件数	%
自宅から近い	587	61%	自宅から近い	213	82%
品揃えが豊富	451	46%	以前から利用して慣れている	173	67%
以前から利用して慣れている	400	41%	お店の人と話しができる	159	61%
手軽に欲しい商品が見つかる	347	36%	友人・知人と立ち話しができる	90	35%
商品の品質・鮮度がよい	322	33%	ゆっくり買い物ができる	87	34%
ポイントカード等が利用できる	272	28%	ポイントカード等が利用できる	74	29%
価格が安い	271	28%	交通の便がよい	70	27%
ゆっくり買い物ができる	248	26%	商品の品質・鮮度がよい	68	26%
広告・チラシがよくはいる	215	22%	店の雰囲気がよい	62	24%
交通の便がよい	213	22%	お客様専用の駐車場がある	61	24%
特売や売出しがある	199	21%	商品の説明が丁寧	52	20%
お客様専用の駐車場がある	189	19%	手軽に欲しい商品が見つかる	48	19%
店の雰囲気がよい	129	13%	品揃えが豊富	47	18%
夜遅くまで営業している	97	10%	特売や売出しをやる	46	18%
お店の人と話しができる	72	7%	夜遅くまで営業している	43	17%
商品の陳列が工夫されている	69	7%	価格が安い	40	15%
友人・知人と立ち話しができる	61	6%	バリアフリー設備	36	14%
商品の説明が丁寧	47	5%	広告・チラシをよくいれる	29	11%
バリアフリー設備になっている	31	3%	商品の陳列を工夫している	18	7%
その他	19	2%	その他	8	3%
			特にない	3	1%
合 計	4,239	437%	合 計	1,427	551%

高齢者・障害者へのアンケート結果

設問 8

あったらよいと思うサービスは？
(複数回答)

商店街・商業施設へのアンケート結果

設問 1 1

ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様の
のために実施しているサービスは？
(複数回答)

高齢者・障害者、商店街・商業施設いずれからの回答も、「少量単位での販売」が上位を占める。他方、高齢者・障害者は「大きめの表示」が上位にあるが、商店街・商業施設は、それらを実施しているサービスとしてあげる割合はさほど高くない。逆に、商店街・商業施設は「商品選び・支払い・搬送の手伝い」「お客様に合った商品選びの支援」が上位にあるが、障害者がこれらを求める割合は高いものの、高齢者がこれらを求める割合はさほど高くない。（「2. 高齢者・障害者アンケート調査結果」参照）

n=970

n=259

項 目	人数	%	項 目	件数	%
少量単位での販売	444	46%	少量単位での販売	119	46%
取りやすい商品の陳列	416	43%	商品選び・支払い・搬送の手伝い	98	38%
大きめの表示（商品・価格等）	409	42%	休息の場所・椅子を準備する	83	32%
休息の場所・椅子がある	263	27%	お客様に合った商品選びの支援	66	25%
宅配サービス	180	19%	宅配サービス	59	23%
商品選び・支払い・搬送の手伝い	172	18%	大きめの表示（商品・価格等）	51	20%
故障したときすぐ修理に来てくれる	158	16%	取りやすい商品の陳列	50	19%
調理したものを提供してくれる	147	15%	タクシーの呼び出し代行	50	19%
バリアフリー設備	134	14%	故障したときすぐ修理に行く	44	17%
自分に合ったものを選んでくれる	123	13%	友人・知人と話せる場所・機会の提供	44	17%
栄養価表示	118	12%	バリアフリー設備	41	16%
専門相談員の配置	90	9%	調理したものを提供する	38	15%
電気製品等の設置をしてくれる	88	9%	特になし	27	10%
友人・知人と話せる場所・機会の提供	88	9%	調理方法を教える	18	7%
調理方法を教えてくれる	85	9%	電気製品等の設置をする	16	6%
特になし	60	6%	その他	10	4%
タクシーの呼び出し代行をしてくれる	52	5%	栄養価表示	8	3%
その他	21	2%	専門相談員の配置	4	2%
合 計	3,048	314%	合 計	826	319%

高齢者・障害者へのアンケート結果

商店街・商業施設へのアンケート結果

高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために

設問 9

商店街・商業施設に期待することは？
(複数回答)

設問 1 2

商店街・商業施設としてどのようなことができると思いますか？(複数回答)

高齢者・障害者、商店街・商業施設いずれからの回答も、「日常の挨拶・声かけ」の割合が圧倒的に高く、双方「人と触れ合える場所や機会の提供」が続く。

n=970

n=259

項 目	人数	%	項 目	件数	%
日常の挨拶・声かけ	520	54%	日常の挨拶・声かけ	227	88%
人と話し触れ合える場所や機会の提供	260	27%	人と話し触れ合える場所や機会の提供	123	47%
低料金の循環バスの運行	256	26%	宅配時の声かけ・安否・安全確認	100	39%
バリアフリー設備	246	25%	ついで折のちょっとした手伝い	88	34%
宅配時の声かけ、安否・安全確認	238	25%	バリアフリー設備	64	25%
ついで折のちょっとした手伝い	201	21%	催し物	60	23%
情報誌の発行	116	12%	低料金の循環バスの運行	41	16%
催し物	107	11%	インターネットによる情報提供	18	7%
特になし	100	10%	情報誌の発行	14	5%
インターネットによる情報提供	51	5%	その他	8	3%
その他	21	2%			
合 計	2,116	218%	合 計	743	287%

高齢者・障害者へのアンケート結果

設問 10

お店の接客に満足されていますか？
(単数回答)

商店街・商業施設へのアンケート結果

設問 18

あなたのお店の接客は、ご高齢あるいは
お身体の不自由なお客様に満足いただ
けていると思いますか？ (単数回答)

高齢者・障害者、商店街・商業施設いずれからの回答も、「だいたい満足」の割合が高い。双方、「ときどき不満」がこれに続くが、商店街・商業施設からの回答に占めるこの割合は32%と比較的高い。

n=970

項 目	人数	%
だいたい満足している	659	68%
ときどき不満を感じることがある	133	14%
すべてにおいて大変満足している	68	7%
無回答	57	6%
どちらともいえない	44	5%
いつも不満を感じる	9	1%
合 計	970	100%

n=259

項 目	件数	%
だいたい満足いただけていると思う	128	49%
ときどき不満を感じさせることがあると思う	82	32%
どちらともいえない	20	8%
無回答	17	7%
いつも不満を感じさせていると思う	7	3%
すべてにおいて大変満足いただけていると思う	5	2%
合 計	259	100%

高齢者・障害者へのアンケート結果

設問 1 2

日用品の買い物において、どのような点に特に配慮した接客をお店に望めますか？（強く望むもの 3 つ選択）

商店街・商業施設へのアンケート結果

設問 1 6

ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様は、買い物の際、どのような点に特に配慮した接客をお店に望んでいると思いますか？（強く望まれていると思うもの上位 3 つ選択）

高齢者・障害者、商店街・商業施設いずれからの回答も、「挨拶・会話」「さりげない見守り・声掛け」「ゆっくり買い物」が上位を占める。「たまには雑談・世間話も」については、高齢者・障害者がそれを望む割合は低い、商店街・商業施設からの回答では高齢者・障害者がそれを望んでいると思う割合が高い。

n=970

項 目	人数	%
ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり	583	60%
気持ちよく買い物ができる挨拶や会話	545	56%
さりげなく見守り、困ったときに声掛け	474	49%
商品選びについての親切な説明	385	40%
特になし	118	12%
たまには雑談・世間話も	97	10%
商品選びから支払いまでの全面的な支援	85	9%
その他	8	1%
合 計	2, 295	237%

n=259

項 目	件数	%
気持ちよく買い物ができる挨拶や会話	186	72%
さりげなく見守り、困ったときに声掛け	130	50%
たまには雑談・世間話も	112	43%
ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり	102	39%
商品選びについての親切な説明	80	31%
商品選びから支払いまでの全面的な支援	52	20%
その他	6	2%
合 計	668	258%

高齢者・障害者へのアンケート結果

商店街・商業施設へのアンケート結果

設問 1 3

日用品の買い物において、お店の接客で不満を感じる（不便・不快に感じる）ことは？（複数回答）

設問 1 7

ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様の接客に当って、日頃特に配慮していることは？（複数回答）

商店街・商業施設は、「笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる」「お客様の話しによく耳を傾け、きちんと答える」ことに特に配慮している割合が高い。他方、高齢者・障害者は、「笑顔で接してもらえない・話しかけにくい」「話しかけてもきちんと答えてもらえない」ことに不満を感じる割合が高い。

＜お店の人の対応＞

n=970

＜お客様への対応＞

n=259

項 目	人数	%	項 目	件数	%
笑顔で接してもらえない・話しかけにくい	245	25%	笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる	189	73%
話しかけてもきちんと答えてもらえない	233	24%	お客様の話しによく耳を傾け、きちんと答える	166	64%
しつこく勧められる	170	18%	荷物を持ちやすいようにまとめたり、出口まで持ってあげる	157	61%
商品等の説明が専門用語が多くて分かりにくい	126	13%	商品選びや支払いで困っていたら手助けする	125	48%
荷物の持ち運びで困っていても手伝ってもらえない	113	12%	目線を同じにしてゆっくり、少し大きめの声で話す	98	38%
商品選びや支払いで困っていても手伝ってもらえない	93	10%	ゆっくり時間をかけて選んでもらう	93	36%
自分が分かるように、ゆっくり、大きめの声で話してもらえない	89	9%	介助するときは、必ず声かけをし、相手の意思を確認する	75	29%
ゆっくり時間をかけて選ばせてもらえない	80	8%	しつこく勧めない	66	25%
こちらが言っていることを分かってもらえない	62	6%	できるだけ専門用語を使わずに説明する	61	24%
必要以上に話しかけられ、余計な会話をしなければならない	58	6%	お客様の声が聞こえにくい場合、メモしたり、分かるまでよく聞く	60	23%
なれなれしく話しかけられる	41	4%	介助者ではなく本人に向かって話す	40	15%
不意に声をかけられて驚くことがある	30	3%	必要以上に話しかけない	35	14%
自分に向かって話してもらえない（介助者と話す）	29	3%	不意に（だしぬけに）声をかけない	24	9%
声かけなしに介助を始められて驚くことがある	23	2%	なれなれしく話しかけない	20	8%

高齢者・障害者へのアンケート結果			商店街・商業施設へのアンケート結果		
＜その他＞			＜その他＞		
お店の人がどこにいるか分からない	191	20%	座る場所を用意する	110	42%
お店の人が少ない	188	19%	お客様との見分けがつきやすい ユニフォーム・名札を着用する	28	11%
座る場所がない	181	19%	特に配慮していることはない	10	4%
だれがお店の人か見分けがつかない	94	10%	その他	6	2%
その他	26	3%	お客様が困ると思われる場所に 店員を重点配置する	5	2%
			買い物の支援が十分できるだけ の店員の数を確認する	0	0%
合 計	2,072	214%	合 計	1,368	528%

第3章 ヒアリング調査結果

第3章 ヒアリング調査結果

1. ヒアリング調査の概要

○ ヒアリング調査名：

「高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査」

○ 調査目的：

高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識の強い商店街・商業施設等並びに先進的取り組みを行っている自治体の事例を把握し、地域における高齢者・障害者と地域住民（企業・組織・団体を含む）とのより良いコミュニケーション構築の支援方策検討の参考とする。

○ ヒアリング調査実施先： （各区分内は 50 音順）

＜商店街関係＞

- ・ 大須商店街連盟（名古屋市中区）
- ・ 品川区商店街連合会（東京都品川区）
- ・ 向島橋銀座商店街協同組合（東京都墨田区）

＜自治体＞

- ・ 沖縄県福祉保健部障害保健福祉課
- ・ 近畿地方 A 市
- ・ 東海地方 B 市
- ・ 宮崎県福祉保健部障害福祉課

＜その他団体等＞

- ・ 沖縄バリアフリーツアーセンター那覇空港（沖縄県那覇市）
- ・ 全国旅館生活衛生同業組合連合会（東京都千代田区）
- ・ 多田グリーンハイツ自治会（兵庫県川西市）
- ・ 宮崎商工会議所・中小企業相談所（宮崎県宮崎市）

○ 主な調査項目：

- ・ 問題意識
- ・ 取り組み事例
（概要、実現へのプロセス、苦労・困難、克服策・効果、要改善点など）
- ・ 今後の取り組み
- ・ 他へのアドバイス

○ 調査時期： 平成 19 年 11 月～平成 20 年 3 月

2. 個別ヒアリング調査結果

個別のヒアリング調査結果の概要は以下の通り。詳細は、末尾の資料Ⅲ「ヒアリング調査報告」を参照。

(各区分内は 50 音順)

< 商店街 >

① 大須商店街連盟（名古屋市中区）

a) 概況：

その主な通りには連坦性を持った 8 つの商店街が形成され、アーケードタイプの商店街が主流で、個性的で多様な個店が集積した庶民的で広域的な商店街。

b) 取り組み事例：

緊急時対応として AED（自動体外式除細動器）を設置。消防署と共同で同機器の管理スタッフの訓練を行っている。

c) ヒアリング先からのコメント：

各商店街から店主が参加し、催しの企画・実行を行うが、そうしたグループのトップには若い人を据え、これを毎年変えることにより、力のある人材を育成している。

② 品川区商店街連合会（東京都品川区）

a) 概況：

傘下に 69 の商店街（加盟店約 3, 600 店舗）を擁する品川区の商店街連合会。同連合会では、「品川の一番店発見プロジェクト」によるマイスター（MyStar）店の選出・支援、「エコクリーンキャンペーン」等、様々な施策に取り組み、商店街活動の支援を行っている。

＊ マイスター（MyStar）店：区民の投票及びモニター調査を実施し、区内の「キラリと輝く、がんばっている店」を「マイスター（MyStar）店」として品川区が認定する事業。

b) 取り組み事例：

○ 商店街連合会主催の「少年少女サッカー大会」等

○ 商店街で高齢者の球団を持つ

昼間は空いている子供球場をお年寄りが使わせてもらう。野球だけでなく、飲食を共にし、交流を図る。

○ 商店街 3, 000 店舗の「つまみ食いウオーク」

○ 「高齢者にやさしい街づくり」(中延商店街)

NP0 法人バリアフリー協会と共同して、商店街周辺の高齢者の身の回りの世話を周辺のボランティアが有償で引き受ける事業を行う等、地域との融和・地域の活性化に積極的に取り組んでいる。

c) ヒアリング先からのコメント :

- ・ まずは地域の再生。キーワードは「商店街」。商店街は地域のプラットフォーム(公共財)であり、物を売るだけの存在ではない。地域に密着し、消費者に密着し、まずはまちづくりをする。売り上げはその結果として後からついてくる。
- ・ 全て実践。とにかくやってみる。面白いと思うことをやってみる。
- ・ みんなでやろうとせずに、やりたい人達でまずは始めることが肝要。

③ 向島橋銀座商店街協同組合(東京都墨田区)

a) 概況 :

昭和 30 年以前に創立された歴史ある商店街。現在会員数(店舗数)約 90 店舗。下町の商店街。

b) 取り組み事例 :

○ シルバーカード

60 歳以上のお客様への「シルバーカード」(写真付)の発行を 1996 年に開始、現在も継続。会員(カード所有者)は、午後 1 時~3 時の間ゆっくり買い物ができ、加盟店では、連日その時間帯に割引やサービス等が受けられる。また、ライフカードとしての機能を備えており、お年寄りの身分証明書としても使える。

c) ヒアリング先からのコメント :

- ・ 商店街は「ハート」「ソフト」「ハード」がポイント
- ・ 接客が大事、お客様と時間を共有することが大切
- ・ 助成金が出なくなると継続できない取り組みはお客様の支持を得られない。

<自治体>

① 沖縄県福祉保健部障害保健福祉課

取り組み事例：

○ バリアフリーマップ

高齢者や障害のある方などに配慮した施設を紹介し、気軽に安心して出かけ、様々な活動に参加していただくためのマップ。障害を持つ人を中心に、施設ごとの調査、バリアフリー評価を実施している。

② 近畿地方 A 市

取り組み事例：

○ 独自で実施している福祉サービス

- ・ 配食サービス
- ・ 緊急通報装置の貸与
- ・ 理容サービス
- ・ 高齢者外出支援サービス事業
- ・ 老人貸農園事業
- ・ 福祉活動・ボランティア活動の拠点整備

③ 東海地方 B 市

取り組み事例：

○ 助成事業

- ・ 商店街空店舗活用事業
- ・ 商店街イベント事業

○ その他の施策

- ・ 商店街が農家とタイアップし野菜市を実施

④ 宮崎県福祉保健部障害福祉課

a) 取り組み事例：

○ 福祉マップ・バリアフリーマップ

宮崎県のマップに関するホームページは、全国初の障害者用トイレの図面掲載、全国 3 番目の携帯電話対応、メールマガジンの開設などの工夫や、

音声読み上げソフトや文字の大きさを容易に調整できるなど、障害のある方や高齢の方にも使ってもらえる工夫が見られる。

b) ヒアリング先からのコメント :

- ・ハードの整備だけでは福祉のまちづくりは実現しない。ハードの整備に加えて思いやりのある心（ソフト）が一体となつてこそ実現する。
- ・一人ひとりの対応だけでは福祉のまちづくりは限界がある。例えば、商店街であれば、自分たちのまちの中で何が不足し、それを補うためには何が必要なのかを全体で考える必要がある。

<その他団体等>

① 沖縄バリアフリースターセンター那覇空港（沖縄県那覇市）

a) 概況 :

沖縄を訪れるすべての人に「ストレスを感じない観光地」を目指したバリアフリー観光の促進と啓発活動を目的とし、NPO 法人バリアフリーネットワーク会議が運営。

b) 取り組み事例 :

沖縄での旅行を快適に過ごしてもらえるよう、県内の観光施設、宿泊施設等のバリアフリー対応状況の紹介、交通機関の手配、補助器具のレンタル、介助者の派遣を実施。

② 全国旅館生活衛生同業組合連合会（東京都千代田区）

a) 概況 :

都道府県毎の組合の中央連合体として、昭和 33 年に設立された厚生労働省所管の団体。傘下に、都道府県毎の組合 47 組合、支部旅館組合約 1, 500 組合、組合員数（旅館・ホテル）約 20, 000 軒を擁する。

b) 取り組み事例 :

○ シルバースター登録制度

高齢者が快適に過ごせる、利用しやすい宿泊施設の整備と増加を目的に、厚生労働省の協力を得て、平成 5 年から推進している制度。同制度では、設備・サービス・料理面で一定の基準を満たす宿である

ことを登録の基準としている。

○ 高齢者・障害者の接客心得ハンドブック「人にやさしい宿」

高齢者やお身体が不自由なお客様を安全にお迎えし快適に過ごして

いただくための心得、対応などをハンドブック「人にやさしい宿」

(コンシェルジュ育成必読本)にまとめ、旅館・ホテルの従業員に配布。

c) ヒアリング先からのコメント：

- ・高齢者の中でも世代間のギャップがでてきた。例えば、高齢者世代でも「新人」(比較的若い世代)は、団体旅行は嫌いで、少人数の旅行を好み、かつ、趣味等のプラスアルファが必要。
- ・コミュニケーションが大切。細かな配慮がお客様に喜ばれている。

③ 多田グリーンハイツ自治会(兵庫県川西市)

a) 概況：

川西市の総人口の一割を占める4,636世帯(平成19年4月現在)の会員で構成される大規模の組織。地区の高齢化率が30%を超える中、多くのボランティア活動に支えられて運営されている。自治会は、地区の丁目を単位とした16の部会が活動の中心となっており、各部会は更に約20世帯で班を構成し、日常の活動を行っている。また、部会が抱える共通の問題に対応するため、本部機構として5つの専門委員会を設けている。

b) 取り組み事例：

○ 災害時要援護者支援の取り組み

地域の自治会、地区コミュニティ及び民生委員の協力で、「災害時要支援検討委員会」を設置し、「安否確認」登録リストを作成中。

○ 情報誌の発行及びホームページによる情報発信

地域の掲示板的作用として、情報誌を月2回発行、地区住民に幅広く情報を伝えている。また、ホームページの更新も頻繁で、情報の発信と共に、会員の意見を積極的に取り入れている。

○ 福祉バスツアーの実施とアイネット活動

年2回春と秋に高齢者等を対象としたバスツアーを実施。ハイツ発のハイツ着とする、ツアー先の下見を十分に行う等、高齢者に配慮した計画を立て実施。また、65歳以上の一人暮らしの高齢者等が、住まいや暮らしのことを気軽に頼みたい場合に有償ボランティアを結びつける安心ネ

ットワーク「アイネット」活動を行っている。

○ 地区コミュニティ推進協議会との連携

c) ヒアリング先からのコメント：

自治会の基本姿勢は、サービスを受けるだけではなく、自分でできることは自分で行ってもらう。サービスはあまり手厚くせず、参加してもらうことに重点を置いている。

④ 宮崎商工会議所・中小企業相談所（宮崎県宮崎市）

a) 取り組み事例：

○ Do まんなかモール委員会

宮崎市の中心市街地7商店街、5大大型店を中心としたエリアを一つのショッピングモールと見立てて、地域コミュニティの再生を目的とするイベントの実施など、まちづくりに取り組む組織。

・『よってんプラザ』まちづくりの拠点として開設。商店街の空き店舗を活用している。

・観光バリアフリー連続講座

身体、視覚、聴覚障害者のほか、介助者などがモニターツアーに参加、店舗入り口のスロープ、障害者用トイレの設置場所、使い勝手などを確認していき、意見交換会を行う。

b) ヒアリング先からのコメント：

・個店ではハード面に関する対応に限界を感じている。組織（商店街連盟・商工会議所）としてバリアフリー対応を試みている。大切なのは「こころのバリアフリー」から始めることだと考えている。

3. ヒアリング調査結果のまとめ

個別のヒアリング調査結果の概要は以上の通りだが、ヒアリング先で、高齢者・障害者と地域住民のコミュニケーション構築に関連して、様々な観点からの指摘があった。個別のものは、前節「2. 個別ヒアリング調査結果」の「ヒアリング先からのコメント」として記載しているが、共通事項として整理できるものを以下にとりまとめた。

○ ニーズの多様化

昔はお任せスタイルの団体旅行が多かったが、高齢者の中でも世代間のギャップがでてきた。例えば、高齢者世代でも「新人」（比較的若い世代）は、団体旅行は嫌いで、少人数の旅行を好み、かつ、趣味等のプラスアルファが必要。従って、旅館としては、こうしたグループ毎の特性を把握し、付加的なサービスを提供することが重要となる。

○ 接客が大事

商店街は「笑顔」が売りである。お年寄りは全てにおいてゆっくりなので、それに合わせる事が大切となる。そして時間を共にする。旅館においても、ハードよりも従業員がうまくコミュニケーションをとり、うまく対応していくことの方が喜ばれている。細やかに配慮することが満足度の向上につながる。

○ まずは地域の再生から

シャッターどおり、地域の荒廃がある。まずは、地域を再生することから始めなければならない。商店街がキーワード。商店街は24時間そこにいる。商店街が核となって、まずはまちを再生する。売り上げは後からついてくる。

○ まずは始める

何か新しいことをやろうとすると反対はつきもの。みんなでやろうと議論をしてもなかなかまとまらない場合も多い。やろうと意欲のある人だけでも、まずは始めることが肝要である。

○ 自分でできることは自分で

自治会の基本姿勢として、サービスを受けるだけではなく、自分でできることは自分で行ってもらふ。サービスはあまり手厚くせず、参加してもらうことが大切である。

第4章 地域におけるコミュニケーション構築の ための支援方策の提言

第4章 地域におけるコミュニケーション構築のための支援方策の提言

1. 調査結果の考察

(1) アンケート調査結果の考察にあたって

今回のアンケートに回答いただいた方は、全体の85%を高齢者が占め、その70%は、移動、聴力あるいは視覚に「支障ない」との回答をいただいた。また、障害者については、その58%が移動に「支障ない」あるいは「歩行は問題ないが階段の昇降は困難が伴う」との回答をいただいた。すなわち、回答いただいた方は、高齢者は比較のお元気な方、また障害者についても自力で移動が可能な方からの回答が比較的多かったことを念頭に置く必要がある。

(2) 高齢者・障害者が商店街・商業施設に求めるもの

① 高齢者・障害者の声

比較のお元気な高齢者や外出を楽しむことができる障害者の方からの回答が多かったこともあるが、高齢者・障害者が商店街・商業施設に望むことは、気持ちよく買い物ができる挨拶や会話であり、この様な配慮が足りないと、不快感や不便を感じるというものであった。すなわち、気持ちの良い挨拶やほんの些細なお店の人との会話がお客様である高齢者・障害者の気持ちを和ませ、買い物や外出を楽しみやすい気分にするのが、アンケートの集計結果から伺える。

② 商店街・商業施設の声

他方で、商店街・商業施設もこれは十分認識されており、アンケート結果でも、接客に当たって特に配慮していることとして、「笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる」「お客様の話によく耳を傾け、きちんと答える」が上位を占めている。

また、商店街・商業施設やその他のサービスを提供する側の団体・組織にヒアリングをさせていただいた際にも、「接客が大事、笑顔が売り」、「お年寄りには全てにおいてゆっくり、それに合わせる事が大切」、「ハードよりも従業

員がうまくコミュニケーションをとり、うまく対応していくことの方が喜ばれている」との話しがあり、こうしたことの大切さが十分に認識されている。

③ 考察

アンケート結果では、高齢者・障害者が日用品の買い物において不満に感じることは、「笑顔で接してもらえない・話しかけにくい」ことや「話しかけてもきちんと答えてもらえない」ことが上位を占めている。商店街・商業施設も大切と考え日頃努めているちょっとした挨拶や会話が適切に高齢者・障害者の心に届かないと、敏感に不満に直結する。

このように、ごく平凡で当たり前の日常的な挨拶や会話が、相互のコミュニケーション円滑化の端緒になり得ると思われるとともに、高齢者・障害者の心身の状況を適切に理解し対応することの大切さをアンケート結果は示唆している。

(3) 相手の身体状況に応じた対応の重要性

① 比較のお元気な高齢者への対応

商店街・商業施設が高齢者・障害者のために実施しているサービスとして、「商品選び・支払い・搬送の手伝い」や「お客様に合った商品選びの支援」が比較的上位にあるが、高齢者がこれらを望む割合はさほど高くない。また、商店街・商業施設の接客について、「ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり」を望む高齢者が多い。

こうしたアンケート結果から、比較のお元気な高齢者は、普段はあまり構わないで欲しいが、困ったときには声をかけて欲しいと考えており、付かず離れずの接客を望んでいることが見て取れる。

② 移動、聴力、視力に支障のある方への対応

障害者は、「商品選び・支払い・搬送の手伝い」「大きめの表示（商品・価格等）」「自分に合ったものを選んでくれる」等のサービスを求める割合が比較的高い。また、「自分が分かるように、ゆっくり、大きめの声で話してもらえ

ない」と、早口で理解できないことへの不満は、障害のある方だけではなく、高齢者からの声でもある。

③ 外見では捉えられない身体状況への対応

視覚障害や肢体不自由など外見から分かる障害もあれば、聴覚障害や内部障害、認知症など外見からは分かりにくい障害もある。こうした外見では分からない、あるいは分かりにくい身体状況への対応は、まずはそうした身体状況に「気づく」ことが重要である。いち早く「気づく」ためには、そうした身体状況を十分に理解し、適切な対応方法を知ることが必要となる。特に、認知症については、自分の意思を適切に相手に伝えられないことから、不要なものを繰り返し買ったり、何を買っていいか分からないという場面も想定され、「気づき」がより重要となる。

④ 考察

このように、高齢者あるいは障害者といっても、各々の身体状況は様々であり、それに応じたきめの細かい対応が求められており、その為には、まずは、相手の身体状況を的確に把握することが大切となる。今後、認知症の方に一見何も問題ないと思って接した結果、問題を起こしてしまうことも増えてくるのではないかと懸念され、こうした点からも、高齢者・障害者に関する正しい知識を持ち、相手の身体状況を適切に把握することが最重要である。

(4) 学ぶ機会の必要性

① 苦労した経験

アンケートに回答をいただいた商店街・商業施設の半数近くは、高齢あるいは身体の不自由なお客様の援助で困ったり苦労した経験がある。そして、その場面は、商品の説明、会計、トイレの利用、階段の昇降、車椅子の取扱い等々、実にさまざまな場面に及ぶ。商店街・商業施設としても、こうした事態は、めったに起きないとしても、起きたら大変であり、そういう場合にも動揺することなく適切な対応をしたいとの思いがあるのではないかとと思われる。

② 接客の満足度

アンケート結果では、高齢者の 80%近くが日用品の買い物をする先の接客に満足していると回答されているが、障害者の 34%は「ときどき不満を感じることもある」と回答されている。他方、商店街・商業施設の 35%が「ときどき不満を感じさせることがあると思う」あるいは「いつも不満を感じさせていると思う」と回答されている。また、そう思う原因としては、「人手不足で丁寧な対応ができていない」が最も多く、店舗タイプ別には、商業施設では「人手不足」が 80%近くで最も多く、商店街・個人商店では「接し方がよく分からない」が「人手不足」「意識」と同程度の割合で並んでいる。

③ 考察

このように、人手不足の中、高齢あるいは身体の不自由なお客様への接客に当たって、緊急時にもあわてることなく適切に援助するため、また、これらのお客様に満足いただける対応をするためには、すでに述べた「相手の身体状況に応じた対応の重要性」をも合わせて考えると、経験だけに基づいた対応だけでは必ずしも十分とは言えず、高齢者・障害者について、その身体状況を正しく把握し（気づき）、それへの適切な対処方法を学ぶことも必要である。

(5) 交流の場としての商店街・商業施設

① 高齢者・障害者の思い

高齢者・障害者へのアンケート結果からは、「コンビニエンスストアでの会話・店員との会話は楽しい一瞬です」などの声はあったが、全体としては、商店街・商業施設を地域資源の一つとして、例えば、お店の人との会話を楽しむ場、あるいは友人・知人と会って話し情報を交換する場として活用したいとの要望・期待はさほど色濃くはみられなかった。

② 商店街・商業施設の思いと取り組み

他方で、商店街・商業施設へのアンケート結果からは、商店街・商業施設、中でも商店街は、お年寄りの交流の場としての商店街を強く意識されている

ところが多いことが伺える。また、都内の商店街連合会へのヒアリングにおいて、商店街がまちおこしのキーワードとの言葉もあり、そこでは、商店街で高齢者の球団を持ったり、商店街周辺の高齢者の身の回りの世話を周辺のボランティアが有償で引き受ける事業を行なう等、地域住民との融和・地域の活性化に積極的に取り組んでいるとのことであった。

③ 考察

今回のアンケート結果では、高齢者・障害者が日頃よく外出する場所としては商店街・商業施設が最も多かった。高齢者・障害者にとって、地域の人と関わりを持つということは、社会の一員と自覚でき、世代の違う人々との接触で刺激を受け、自らを元気にしていくことでもあると思われる。

他方で、地域に根ざした商店街・商業施設だからこそ、そこに住む高齢者・障害者が求めるニーズも把握しやすく、より密着したサービスが提供できるのではないだろうか。また、個々の商店では人的にも限界がある。商店街・商業施設ならではの特性として、協力し合い、協働することで支え合えるのではないだろうか。

少子高齢化が進む中、老夫婦世帯、独居世帯が増えている。地域に根ざし、且つ高齢者・障害者が外出して最も触れ合う機会の多い商店街・商業施設が、高齢者・障害者の外出を楽しもうとする気持ちを促す活動をすることは、高齢者・障害者の引きこもりを予防し、生活にメリハリを持たせ、生活の質を高めることにもなる。様々な取り組みにより、商店街・商業施設が地域において、お店の人あるいは友人・知人とのコミュニケーションの場となることを期待したい。

2. コミュニケーション円滑化のための方策

(1) 総論

以上述べた考察の結果から、本事業の目的であるコミュニケーション円滑化のための方策としては、高齢者・障害者を知り、適切に対応することが、高齢者・障害者とのコミュニケーション円滑化の端緒になるとの考えから、商店街・商業施設の人を対象とした高齢者・障害者に対する接遇をテーマとした研修機会を提供することが有効であると考えられる。「商店の人は接客のプロ、長い経験がある」とはいえ、これまで気づかなかったことに気づいてもらえる機会になることもあるのではないかと考える。

(2) 研修の必要性・有効性

高齢あるいは身体の不自由なお客様への接客に当たって、緊急時にもあわてることなく適切に援助をする、これらのお客様に満足いただける対応をする、また、相手の身体状況に応じた対応をすることなどについて、研修の必要性・有効性は次の通りと考えられる。

- a) ちょっとした挨拶や会話が敏感に利用者の不満解消に直結することから、高齢者・障害者を理解し、ちょっとした声かけが相手に安心感を与えることに気づくことによって、積極的な対応が進むと思われる。
- b) 商店街・商業施設の人が、顧客の身体状況を的確に把握する必要があることから、研修を通じて高齢者・障害者の身体機能を知ることで、個々の顧客の身体状況についても、ある程度は把握することができるようになるのではないかとと思われる。

尚、認知症については、国が中心となって、認知症の人と家族への応援者である認知症サポーターを全国で 100 万人養成し、認知症になっても安心して暮らせるまちを目指す取り組み（「認知症サポーター100 万人キャラバン」）が推進されている。認知症サポーターになるには、「認知症サポーター養成講座」を受ける必要があるが、地域で支えあって暮らす認知症の方も増えており、地域住民と触れ合う機会の多い商店街・商業施設の方にも是非受けて頂きたい研修の 1 つである。（「認知症サポータ

一養成講座」に関する資料（「認知症サポーター養成講座基準」及び「認知症サポーター養成講座 基本カリキュラム」）を末尾の資料Ⅳに掲載）

- c) 「大きめの表示（商品・価格等）」、「取りやすい商品の陳列」について、高齢者・障害者が何を望んでいるかを知るためには、高齢者・障害者の身体機能を理解していれば、配慮すべきところ・サービスに気づくことができるのではないかな。
- d) 高齢者・障害者が、実際に商店街・商業施設で、不自由なことあるいはその商店街・商業施設の良い点を個別具体的に話すなどの研修機会を設ければ、商店街・商業施設にとっても参考になるのではないかな。
- e) コミュニケーション円滑化のための先進的な取り組み事例を商店街・商業施設の人から話すなどの研修機会を設ければ、商店街・商業施設にとっても身近なものとして参考になるのではないかな。

3. 研修実施にあたっての留意事項

研修の実施にあたっては、次に掲げる事項に留意する必要がある。

- a) 研修は、外見では捉えられない身体状況に対する「気づき」を促すこと及び高齢者・障害者の身体機能の理解（どんなところが若者や障害のない人と異なるのか）並びにそれぞれへの最適な対応方法の修得に資する内容とすること。
- b) 商店街・商業施設の方に、短時間の内に、高齢者・障害者の接客に当たっての必要なポイントを広く学んでもらえるような研修とすること。
- c) 認知症への対応を織り込むこと。また、「認知症サポーター養成講座」（本章、2（2）b）参照）への参加を推奨すること。
- d) 商店街・商業施設の店頭で、高齢者・障害者自ら、よい点・不便な点をあげてもらうなど、極力一般論に終始しない個別具体的な内容を織り込むこと。
- e) 研修は半日コースを基本とし、商店街・商業施設のニーズに応じて、1日コース、3日コースなど、柔軟に対応できるよう、研修内容・項目を工夫すること。
- f) 研修修了者には、認定証の交付など、広く一般に認知される工夫をこらすこと。

4. 研修カリキュラム案

以上に述べた研修について、カリキュラム案（「人にやさしいまちづくりセミナー（仮称）」）を次に示す。

人にやさしいまちづくりセミナー（仮称）

【高齢者編 半日版】

時間	テーマ	内容
	はじめに	●オリエンテーション
30 分	高齢者・障害者を取り巻く社会の現状と援助するための基礎知識	●高齢者・障害者を取り巻く社会の現状 ・高齢者の状況と福祉政策 ・障害者の状況と福祉政策 ・今求められているもの「心のバリアフリー」 ・安全な暮らしを確保するために
2 時間	高齢者とのコミュニケーション方法	●高齢者を理解する ・加齢に伴う「こころ」と「からだ」の変化について ・認知症高齢者について ●高齢者とのコミュニケーションの基本 ・「声かけ」の重要性 ・安全で安心できる援助・相手の思いを尊重した姿勢 ・高齢者のペースに合わせた援助・機能低下や障害の状況に応じた援助 ・緊急時の対応 ●疑似体験を通じてコミュニケーション方法を考える (立ち座り・狭い通路・階段の移動・書類の記入 トイレの対応・販売機・飲食等)
1 時間 30 分	取組事例の紹介と意見交換	●先進的な取組み事例の発表（2 事例） ●高齢者とのコミュニケーション（振返り・気づき） ・高齢者への対応について ・これから取り組めること
	まとめ	●まとめ・アンケート
計 4 時間		

人にやさしいまちづくりセミナー（仮称）

【障害者編 半日版】

時間	テーマ	内容
	はじめに	●オリエンテーション
1 時間 30 分	車椅子利用者との コミュニケーション 方法	●車椅子利用者を理解する ・肢体不自由の原因と症状 ●車椅子利用者とのコミュニケーションの基本 ・困っている時は声かけを・話すときは目線を合わせる ・移動動作の声かけ ・外出時に車椅子の障害となる場面 ・車椅子の安全な操作方法 ●実技体験を通じてコミュニケーション方法を考える （車椅子の操作方法・車椅子への移乗方法・移動方法・段差やでこぼこのある道・階段など援助体験）
1 時間	視覚障害者との コミュニケーション 方法	●視覚障害者を理解する ・視覚障害の原因と症状 ・白杖・盲導犬・点字・誘導用ブロック ●視覚障害者とのコミュニケーションの基本 ・声かけ・誘導歩行の基本・歩く早さ・階段の昇降 ・エスカレータ・トイレ・飲食・金銭授受など ●実技体験を通じてコミュニケーション方法を考える ・見えない怖さ、不便さを体験
1 時間	聴覚障害者との コミュニケーション 方法	●聴覚障害者を理解する ・聴覚障害の原因と症状 ・聴覚障害の分類と聞こえにくさの種類 ●聴覚障害者とのコミュニケーションの基本 ・相手に呼びかける時・援助者の役割 ・口話法・筆談法・手話
30 分	意見交換	● 障害者とのコミュニケーション （振返り・気づき） ・障害者への対応について ・これから取り組めること
	まとめ	●まとめ・アンケート
計 4 時間		

資 料 編

資料 I-1 アンケート調査票（高齢者、障害者）

高齢者へのアンケート調査票と障害者へのアンケート調査票とは表紙の一部表記及び協力機関が異なることを除いて、同じ設問であるので、高齢者用のみ収録している。

資料Ⅰ—1 アンケート調査票（高齢者）

高齢者の地域における買い物先とのコミュニケーション
に関するアンケートのお願い
— 商店街・商業施設に望むことは？ —

弊会は、高齢者をはじめ国民すべてが安心して暮らせる社会づくりを民間の立場から支えるため、シルバーサービスの質の向上とその健全な発展を図ることを目的に昭和62年3月に設立された厚生労働省所管の公益法人です。

この度、高齢者が日常生活において日用品の買い物をされる際に、主にお店の対応、気配り、そしてサービスなどのコミュニケーションの一つである接遇面について、どのような便利さ・不便さを感じられているか調査を実施させていただくことになりました。

その一方で相手側の商店街・商業施設が、どのような認識で取り組みをされているかについても調査させていただき、期待されているやりとりと実際のやりとりについて両者の認識の実態を調査・分析し、商店街・商業施設におけるコミュニケーション構築のあり方を考察して、全国の商店街、商業施設、自治体などに提言してまいりたいと考えております。

なお、アンケートの配布・回収につきましては、財団法人全国老人クラブ連合会のご協力のもと実施させていただきます。

つきましては、お忙しいところ誠に恐縮ですが、趣旨をご理解賜り、本アンケートにご協力くださいますようお願い申し上げます。

<アンケート協力団体>

財団法人 全国老人クラブ連合会

平成20年 1月吉日

社団法人 シルバーサービス振興会

〒102-0083 東京都千代田区麹町3丁目1番地1

担当：企画部 川島貞雄・大町恵三

TEL:03-5276-1602 FAX:03-5276-1601

ホームページ：<http://www.espa.or.jp/>

記入にあたってのお願い

- ① ご本人あるいはご本人からの聞き取りでご家族・ご友人がご記入ください。
- ② 選択肢から回答を選んでいただく設問は、該当するものに○をしてください。「その他」を選ばれた場合は、具体的な内容をご記入ください。尚、お名前のご記入は不要です。
- ③ アンケートの集計に当りましては、統計的に処理いたしますので、あなた様にご迷惑をおかけすることはございません。お気軽にお答えください。
- ④ 調査内容についてのお問い合わせは、下記の本アンケート調査の集計・分析委託先までお願いいたします。

〒105-0011 東京都港区芝公園 2 丁目 6 番 8 号

財団法人総合健康推進財団 企画室 担当：船本洋・白坂裕文

TEL:03-5777-2754 FAX:03-5777-2753

お問い合わせ受付時間：月～金 9:00 ～ 17:00

I 外出の状況についてお聞きします

問 1 外出の頻度について、当てはまるもの1 つに○をしてください。

1. ほとんど毎日外出する
2. よく外出する（1週間に4～5日）
3. ときどき外出する（1週間に2～3日）
4. あまり外出しない（1週間に1日以下）
5. その他（ ）

問 2 日頃よく外出する場所はどこですか。上位3つ選んで○をしてください。

（ほとんど外出されない場合は「10. 特にない」に○をしてください）

1. 商店街・商業施設（コンビニ、スーパー等）
2. 病院・医院
3. 福祉施設
4. 会社
5. 行政窓口
6. 銀行・郵便局
7. 公園
8. 趣味・娯楽施設
9. 銭湯など入浴施設
10. その他（ ）
11. 特にない

II 日用品の買い物についてお聞きします

問 3 日用品の買い物の頻度について、当てはまるもの1 つに○をしてください。

1. ほとんど毎日買い物に行く
2. よく買い物に行く（1週間に4～5日）
3. ときどき買い物に行く（1週間に2～3日）
4. あまり買い物には行かない（1週間に1日以下）
5. その他（ ）

問 4 日用品の買い物に行く場所はどこですか。最もよく利用する場所1 つに○をしてください。

（商店街の中のスーパー、コンビニエンスストア等に買い物に行かれる場合は、「1. 商店街の中のお店」に○をしてください。また、ここで選択された店舗を、以下の設問では「そのお店」といいます）

1. 商店街の中のお店
2. 個人商店（商店街以外）
3. スーパー
4. コンビニエンスストア
5. ドラッグストア（大型の薬・雑貨販売店）
6. 生協・農協
7. 百貨店
8. その他（ ）

問 5 そのお店に行くときはどういう方法で行きますか。最もよく利用する方法1 つに〇をしてください。

1. 徒歩 2. 徒歩（杖を使ってあるいは手押し車で） 3. 車椅子・電動車椅子
4. 自転車 5. バイク 6. 自動車（自分が運転） 7. 自動車（家族・知人が運転）
8. 電車・地下鉄 9. バス 10. タクシー 11. その他（ ）

問 6 ご自宅からそのお店までの片道所要時間はどの程度ですか。当てはまるもの1 つに○をしてください、

1. 5分以内 2. 10分程度 3. 15分程度 4. 20分程度
5. 30分程度 6. 30分以上

問 7 そのお店を利用される理由は何ですか。 当てはまるものすべてに○をしてください。

1. 自宅から近いから
2. 交通の便がよいから
3. 価格が安いから
4. 品揃えが豊富だから
5. 商品の品質・鮮度がよいから
6. 手軽に欲しい商品が見つかるから
7. 以前から利用して慣れているから
8. お店の人と話しができるから
9. 友人・知人と立ち話しができるから
10. ゆっくり買い物ができるから
11. 店の雰囲気がよいから
12. 商品の陳列が工夫されているから
13. 商品の説明が丁寧だから
14. 広告・チラシがよくはいるから
15. 特売や売出しがあるから
16. ポイントカード等が利用できるから
17. 夜遅くまで営業しているから
18. バリアフリー設備（スロープ、車椅子用トイレ等）になっているから
19. お客様専用の駐車場があるから
20. その他（ ）

問 8 そのお店で買い物をするに当たり、高齢者あるいはお身体の不自由な方の立場から、あったらよいと思われるサービスは何ですか。当てはまるものすべてに○をしてください。

- | | |
|--------------------|---------------|
| 1. 大きめの表示（商品・価格等） | 2. 取りやすい商品の陳列 |
| 3. 少量単位での販売 | 4. 栄養価表示 |
| 5. 商品選び・支払い・搬送の手伝い | 6. 宅配サービス |
| 7. 自分に合ったものを選んでくれる | 8. 専門相談員の配置 |

問 1 1 日用品の買い物をするに当たって、接客（お店の人の態度、対応、会話、支援、配置など）はどの程度重要と思われますか。最も当てはまるもの 1 つに〇 をしてください。

1. 品揃え、価格、設備などより重要
2. 品揃え、価格、設備などと同じくらい重要
3. 品揃え、価格、設備などが満足できればさほど重要ではない
4. どちらとも言えない
5. その他（ ）

問12 日用品の買い物において、どのような点に特に配慮した接客をお店に望めますか。
強く望むもの3つに○をしてください。（特にない場合は、「8. 特になし」に○をしてください）

1. 気持ちよく買い物ができる挨拶や会話
2. さりげなく見守り、困ったときに声掛け
3. ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり
4. 商品選びについての親切な説明
5. 商品選びから支払いまでの全面的な支援
6. たまには雑談・世間話も
7. その他（
8. 特になし

問13 日用品の買い物において、お店の接客で不満に感じること（不便・不快に感じること）は何ですか。現在よく利用するお店では不満に感じていないが、他のお店で不満に感じる、あるいは過去に不満を感じたことを含めて、当てはまるものすべてに○をしてください。

＜お店の人の対応＞

1. 笑顔で接してもらえない・話しかけにくい
2. 話しかけてもきちんと答えてもらえない
3. 商品選びや支払いで困っていても手伝ってもらえない
4. 荷物の持ち運びで困っていても手伝ってもらえない
5. しつこく勧められる

6. ゆっくり時間をかけて選ばせてもらえない
7. 商品等の説明が専門用語が多くて分かりにくい
8. 自分が分かるように、ゆっくり、大きめの声で話してもらえない
9. こちらが言っていることを分かってもらえない（伝わらない）
10. 必要以上に話しかけられ、余計な会話をしなければならない

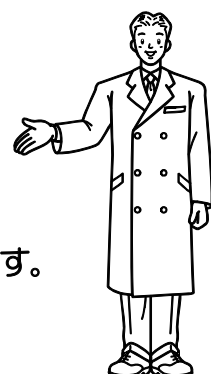
11. 自分に向かって話してもらえない（介助者と話す）
12. 不意に声をかけられて驚くことがある
13. 声かけなしに介助を始められて驚くことがある
14. なれなれしく話しかけられる

<その他>

15. お店の人が少ない
16. お店の人がどこにいるか分からない
17. だれがお店の人か見分けがつかない
18. 座る場所がない
19. その他 []

問14 買い物先での接客に関連して、つらい思いをしたこと、うれしく感じたこと、申し入れて改善したことなど、ご自身が体験され印象に残っていることがありましたら、空欄にご自由にご記入ください。

次のページが最終です。
もう一息です。



Ⅳ あなた様についてご記入ください

-
- A line drawing of a man in a trench coat, looking down with a sad expression. He is wearing a dark trench coat with buttons, a tie, and shoes. His hands are in his pockets, and his head is slightly bowed.

ご質問は以上です。ご協力いただき心から感謝いたします。

高齢者・お身体の不自由な方とのコミュニケーション に関するアンケートのお願い

弊会は、高齢者をはじめ国民すべてが安心して暮らせる社会づくりを民間の立場から支えるため、シルバーサービスの質の向上とその健全な発展を図ることを目的に昭和62年3月に設立された厚生労働省所管の公益法人です。

この度、高齢者やお身体の不自由なお客様が日常生活において日用品のお買い物をされる際の、主にお店の対応、気配り、そしてサービスなどコミュニケーションの一つである接遇面、そして安心・安全に暮らしていただくための地域資源としての取り組みについてアンケート調査を実施させていただくことになりました。

一方で高齢者・お身体の不自由な方が、日用品の買い物先に関して上記と同様の視点でどのような要望をお持ちかアンケート調査をさせていただき、両者の認識の実態を調査・分析し、商店街・商業施設におけるコミュニケーション構築のあり方を考察して、全国の商店街、商業施設、自治体などに提言してまいりたいと考えております。

つきましては、お忙しいところ誠に恐縮ですが、趣旨をご理解賜り、本アンケートにご協力くださいますようお願い申し上げます。

平成20年 1月吉日

社団法人シルバーサービス振興会

〒102-0083 東京都千代田区麹町3丁目1番地1

担当：企画部 川島貞雄・大町恵三

TEL:03-5276-1602 FAX:03-5276-1601

ホームページ：<http://www.espa.or.jp/>

記入にあたってのお願い

- ① 選択肢から回答を選んでいただく設問は、該当するものに○をしてください。「その他」を選ばれた場合は、具体的な内容をご記入ください。商店街・商業施設の名称はご記入不要です。
- ② 商店街の方は、各設問について、商店街の特定の店舗としてではなく、お分かりになる範囲で商店街全体としてお答えください。
- ③ アンケートの集計に当りましては、統計的に処理いたしますので、回答をいただいた商店街・商業施設にご迷惑をおかけすることはございません。お気軽にお答えください。
- ④ アンケート調査票へのご記入が終わりましたら、同封の返信用封筒（切手不要）にて1月31日(月)までにご投函ください。
- ⑤ 調査内容についてのお問い合わせおよび調査票のご送付は、下記の本アンケート調査の集計・分析委託先までお願いいたします。

〒105-0011 東京都港区芝公園 2 丁目 6 番 8 号
財団法人総合健康推進財団 企画室 担当：船本洋・白坂裕文
TEL:03-5777-2754 FAX: 03-5777-2753
お問い合わせ受付時間：月～金 9:00 ～ 17:00

(注) 商業施設

このアンケートにおいて商業施設とは、スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、生協、百貨店などの店舗の総称として使用しています。

I 商店街・商業施設の概要について

問 1 所在地についてお答えください。

都道府県 _____ 市区町村 _____

問 2 組織形態についてお答えください。(商店街の方のみお答えください)

1. 任意団体 2. 商店街振興組合 3. 事業協同組合 4. 株式会社
5. その他（ ）

問 3 創立時期あるいは開店時期についてお答えください。

1. 昭和 30 年以前 2. 昭和 30 年代 3. 昭和 40 年代 4. 昭和 50 年代
5. 昭和 60 年～平成 4 年 6. 平成 5 年～14 年 7. 平成 15 年以降

問 4 店舗のタイプについてお答えください。

1. 商店街 2. 個人商店（商店街以外） 3. スーパー
4. コンビニエンスストア 5. ドラッグストア 6. 生協・農協
7. 百貨店 8. その他（ ）

問 5 組合員数・店舗数・従業者数（パート、アルバイトを含む）についてお答えください。

商店街	組合員数（約）	店舗	店舗数（約）	店舗
-----	---------	----	--------	----

商業施設： 従業者数（約） 人

問 6 主たるお客様の年齢層・性別をお答えください。(複数回答可)

1. 10~20 代女性 2. 30~40 代女性 3. 50 代~60 代女性 4. 70 代以上女性
5. 10~20 代男性 6. 30~40 代男性 7. 50 代~60 代男性 8. 70 代以上男性

問 7 お客様の主な交通手段をお答えください。(複数回答可)

1. 徒歩 2. 車椅子・電動車椅子 3. 自転車 4. バイク
5. 自動車 6. 電車・地下鉄 7. バス
8. その他（ ）

問 8 主たるお客様（固定客）の居住する範囲をお答えください。（最も当てはまるもの1つに○）

1. 徒歩で5～10分程度の地域
2. 自転車・バイクで10分程度の地域
3. 自動車・バス・鉄道で30分程度の地域
4. 市内全域
5. 隣接する市町村
6. その他（ ）
7. わからない

Ⅱ ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策について

問 9 高齢社会を迎え、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策の必要性を感じますか？ 最も当てはまるもの 1 つに○をしてください。

1. 対応・対策の必要性を強く感じる
2. 対応・対策の必要性を感じる
3. 対応・対策の必要性はさほど感じない
4. 対応・対策の必要性は全く感じない

問 10 あなたのお店（商店街・商業施設）がご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に支持されている項目は、次のうちどれだと思いますか。 当てはまると思うものすべてに○をしてください。

- | | |
|-----------------------------|--------------------|
| 1. 自宅から近い | 2. 交通の便がよい |
| 3. 価格が安い | 4. 品揃えが豊富 |
| 5. 商品の品質・鮮度がよい | 6. 手軽に欲しい商品が見つかる |
| 7. 以前から利用して慣れている | 8. お店の人と話しができる |
| 9. 友人・知人と立ち話しができる | 10. ゆっくり買い物ができる |
| 11. 店の雰囲気がい | 12. 商品の陳列を工夫している |
| 13. 商品の説明が丁寧 | 14. 広告・チラシをよくいれる |
| 15. 特売や売出しをやる | 16. ポイントカード等が利用できる |
| 17. 夜遅くまで営業している | |
| 18. バリアフリー設備（スロープ、車椅子用トイレ等） | |
| 19. お客様専用の駐車場がある | 20. その他 |
| 21. 特にな | 〔 〕 |

問 11 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様のために実施しているサービスは何ですか。 当てはまるものすべてに○をしてください。

- | | |
|-----------------------------|-------------------------|
| 1. 大きめの表示（商品・価格等） | 2. 取りやすい商品の陳列 |
| 3. 少量単位での販売 | 4. 栄養価表示 |
| 5. 商品選び・支払い・搬送の手伝い | 6. 宅配サービス |
| 7. お客様に合った商品選びの支援 | 8. 専門相談員の配置 |
| 9. 調理方法を教える | 10. 調理したものを提供する |
| 11. 電気製品等の設置をする | 12. 故障したときすぐ修理に行く |
| 13. 休息の場所・椅子を準備する | 14. 友人・知人と話せる場所・機会を提供する |
| 15. バリアフリー設備（スロープ、車椅子用トイレ等） | |
| 16. タクシーの呼び出し代行 | 17. その他 |
| 18. 特にな | 〔 〕 |

問12 高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設としてどのようなことができるとお考えですか。当てはまるものすべてに○をしてください。

1. 日常の挨拶・声かけ
2. 宅配時の声かけ、安否・安全確認
3. ついでに折のちょっとした手伝い
4. 人と話し触れ合える場所や機会の提供
5. 低料金の循環バスの運行
6. 情報誌の発行
7. インターネットによる情報提供
8. 催し物
9. バリアフリー設備（スロープ、車椅子用トイレ等）
10. その他（

）

問13 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様との交流を深めるために、どのような催し物を実施していますか、あるいは実施したいとお考えですか。当てはまるものすべてに○をしてください。

1. 朝市
2. 物産展
3. お祭り
4. バザー
5. カラオケ大会
6. その他（
7. 特に考えていない

）

問14 高齢者およびお身体の不自由な方が安心・安全に暮らせる地域社会づくりに向けて、商店街・商業施設にも大きな役割が期待されていると思われますが、ご意見などございましたらご自由にお書きください。

Ⅲ ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接客について

問15 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様を援助する上で、困ったり、苦勞されたことはありますか。いずれかに○をしてください。

1. ある 2. ない



それはどのような場面での対応でしたか。当てはまるものすべてに○をしてください。

- | | | |
|--------------|---------------|------------|
| 1. 売場のご案内 | 2. 商品のご説明 | 3. 試着・試食 |
| 4. 会 計 | 5. 階段の昇降 | 6. トイレの利用 |
| 7. エレベーターの利用 | 8. エスカレーターの利用 | 9. 車椅子の取扱い |
| 10. 救急時 | 11. 家族への連絡 | |
| 12. その他（ | | ） |

問16 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様は、買い物の際、どのような点に特に配慮した接客をお店に望んでいると思いますか。強く望まれていると思うもの上位3つ〇をしてください。

1. 気持ちよく買い物ができる挨拶や会話
2. さりげなく見守り、困ったときに声掛け
3. ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり
4. 商品選びについての親切な説明
5. 商品選びから支払いまでの全面的な支援
6. たまには雑談・世間話も
7. その他（ ）

問17 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様の接客に当って、日頃どのようなことに特に配慮していますか。当てはまるものすべてに○をしてください。

＜お客様への対応＞

1. 笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる
2. お客様の話しによく耳を傾け、きちんと答える
3. 商品選びや支払いで困っていたら手助けする
4. 荷物を持ちやすいようにまとめたり、出口まで持ってあげる
5. しつこく勧めない
6. ゆっくり時間をかけて選んでもらう
7. できるだけ専門用語を使わずに説明する
8. 目線を同じにしてゆっくり、少し大きめの声で話す

9. お客様の声が聞こえにくい場合、メモしたり、分かるまでよく聞く
10. 必要以上に話しかけない

11. 介助者ではなく本人に向かって話す
12. 不意に（だしぬけに）声をかけない
13. 介助するときは、必ず声かけをし、相手の意思を確認する
14. なれなれしく話しかけない

<その他>

15. 買い物の支援が十分できるだけの店員の数確保する
16. お客様が困ると思われる場所に店員を重点配置する
17. お客様との見分けが付きやすいユニフォーム・名札を着用する
18. 座る場所を用意する
19. その他 { }
20. 特に配慮していることはない

問18 あなたの店（商店街・商業施設）の接客（態度、対応、会話、支援、配置など）は、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に満足いただけていると思いますか。最も当てはまるもの1つに○をしてください。

- | | |
|--------------------------|----------------|
| 1. すべてにおいて大変満足いただけていると思う | →「問20」へ進んでください |
| 2. だいたい満足いただけていると思う | →「問20」へ進んでください |
| 3. とときどき不満を感じさせることがあると思う | →「問19」に進んでください |
| 4. いつも不満を感じさせていると思う | →「問19」に進んでください |
| 5. どちらともいえない | →「問20」へ進んでください |

問19 問18で、「3. とときどき不満を感じさせることがあると思う」「4. いつも不満を感じさせていると思う」とお答えになった方にお聞きします。その原因は何だと思われますか。
当てはまるものすべてに○をしてください。

1. 人手不足で丁寧な対応ができていない
2. 個店・従業員の意識が低い
3. ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接し方がよく分からない
4. その他（ ）

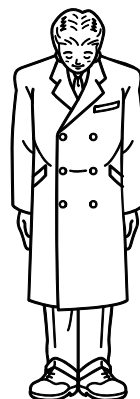
問20 高齢社会を迎え、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様と接する機会が増加し、店主・従業員の方が、高齢者およびお身体の不自由な方を理解し、その接遇方法についての知識・技術を身につけることが今まで以上に重要になってくるものと思われます。仮に、こうしたテーマについて、店主・従業員の方を対象とした研修会が開催される場合、それに参加したいと思いますか。最も当てはまるもの1つに○をしてください。

- | | |
|---------------|------------|
| 1. 積極的に参加したい | 2. 参加したい |
| 3. 参加したいと思わない | 4. どちらでもない |
| 5. その他〔 | 〕 |

問21 仮に参加するとしたら、どのような形態の研修を望めますか。最も当てはまるもの1つに○をしてください。

- | | | |
|-----------------|--------------------------|------------|
| 1. 半日程度の集合研修 | 2. 1日程度の集合研修 | 3. 通信による研修 |
| 4. インターネットによる研修 | 5. 通信による研修と集合研修を組み合わせた研修 | |
| 6. その他（ | | ） |

ご質問は以上です。ご協力いただき心から感謝いたします。



資料Ⅱ－１ アンケート集計データ（高齢者・障害者－利用店舗タイプ別）

設 問	利用店舗タイプ別	
	商店街・個人商店 利用者	その他商業施設 利用者

１．年齢

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
20歳未満	5	2%	6	1%
20-29歳	3	1%	20	3%
30-39歳	7	3%	27	4%
40-49歳	7	3%	21	3%
50-59歳	8	4%	19	3%
60-69歳	17	8%	71	11%
70-79歳	124	55%	318	50%
80歳以上	49	22%	132	21%
無回答	4	2%	17	3%
合 計	224	100%	631	100%

２．性別

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
男	102	46%	321	51%
女	120	54%	303	48%
無回答	2	1%	7	1%
合 計	224	100%	631	100%

３ 住所

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
東京都	96	43%	209	33%
埼玉県	23	10%	63	10%
神奈川県・千葉県			4	1%
首都圏	119	53%	276	44%
新潟県	46	21%	133	21%
長野県	32	14%	100	16%
富山県	22	10%	103	16%
その他地方	4	2%	13	2%
地方	104	46%	349	55%
不明	1	0%	6	1%
合 計	224	100%	631	100%

４．職業

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
無職	107	48%	318	50%
主婦	67	30%	160	25%
自営業・商店主	8	4%	19	3%
会社員・団体職員・公務員	10	4%	28	4%
アルバイト・パート	1	0%	10	2%
農業・漁業・林業	9	4%	34	5%
その他	16	7%	37	6%
無回答	6	3%	25	4%
合 計	224	100%	631	100%

資料Ⅱ－１ アンケート集計データ（高齢者・障害者－利用店舗タイプ別）

設 問	利用店舗タイプ別	
	商店街・個人商店 利用者	その他商業施設 利用者

５．同居のご家族数

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
一人暮らし	38	17%	99	16%
二人	97	43%	255	40%
三人	31	14%	80	13%
四人以上	56	25%	165	26%
無回答	2	1%	32	5%
合 計	224	100%	631	100%

６．お身体の状態

（１） 日常の移動

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
支障ない	155	69%	439	70%
歩行は問題ないが階段の昇降は困難が伴う	41	18%	106	17%
一人での歩行は困難で介助者を必要とする	2	1%	26	4%
車椅子を使用	4	2%	6	1%
その他	9	4%	16	3%
無回答	13	6%	38	6%
合 計	224	100%	631	100%

（２） 聞こえ等の状態

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
支障ない	176	79%	490	78%
聞き取りにくい・よく聞こえない	36	16%	96	15%
聞こえるが話しにくい	3	1%	5	1%
ほとんど聞こえない	0	0%	5	1%
その他	1	0%	2	0%
無回答	8	4%	33	5%
合 計	224	100%	631	100%

（３） 目の状態

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
支障ない	160	71%	446	71%
見えにくい	44	20%	104	16%
ほとんど見えない（一人で外出できる）	6	3%	22	3%
ほとんど見えない（外出には介助が必要）	4	2%	17	3%
その他	4	2%	10	2%
無回答	6	3%	32	5%
合 計	224	100%	631	100%

資料Ⅱ-1 アンケート集計データ(高齢者・障害者 - 利用店舗タイプ別)

設 問	利用店舗タイプ別	
	商店街・個人商店 利用者	その他商業施設 利用者

問1 外出の頻度 (単数回答)

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
ほとんど毎日外出する	103	46%	246	39%
よく外出する (1週間に4～5日)	56	25%	197	31%
ときどき外出する (1週間に2～3日)	53	24%	129	20%
あまり外出しない (1週間に1日以下)	11	5%	49	8%
その他	1	0%	2	0%
無回答	0	0%	8	1%
合 計	224	100%	631	100%

問2 日頃よく外出する場所
(上位3つ選択)

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
商店街・商業施設	193	86%	522	83%
病院・医院	81	36%	220	35%
福祉施設	30	13%	72	11%
会社	9	4%	27	4%
行政窓口	14	6%	41	6%
銀行・郵便局	64	29%	151	24%
公園	17	8%	62	10%
趣味・娯楽施設	109	49%	273	43%
銭湯など入浴施設	21	9%	63	10%
その他	22	10%	99	16%
特にない	3	1%	10	2%
合 計	563	251%	1,540	244%

問3 日用品の買い物の頻度 (単数回答)

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
ほとんど毎日買い物に行く	38	17%	82	13%
よく買い物に行く (1週間に4～5日)	65	29%	160	25%
ときどき買い物に行く (1週間に2～3日)	92	41%	271	43%
あまり買い物には行かない (1週間に1日以下)	27	12%	112	18%
その他	1	0%	4	1%
無回答	1	0%	2	0%
合 計	224	100%	631	100%

資料Ⅱ-1 アンケート集計データ(高齢者・障害者 - 利用店舗タイプ別)

設 問	利用店舗タイプ別	
	商店街・個人商店 利用者	その他商業施設 利用者

問4 日用品の買い物に行く場所（最もよく利用する場所を1つ選択）

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
商店街の中のお店	191	85%	0	0%
個人商店（商店街以外）	33	15%	0	0%
スーパー	0	0%	460	73%
コンビニエンスストア	0	0%	76	12%
ドラッグストア	0	0%	41	6%
生協・農協	0	0%	23	4%
百貨店	0	0%	26	4%
その他	0	0%	5	1%
無回答	0	0%	0	0%
合 計	224	100%	631	100%

問5 そのお店に行く方法（最もよく利用する方法を1つ選択）

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
徒歩	104	46%	195	31%
徒歩（杖・手押し車）	6	3%	30	5%
車椅子・電動車椅子	3	1%	6	1%
自転車	53	24%	136	22%
バイク	0	0%	2	0%
自動車（自分が運転）	29	13%	167	26%
自動車（家族・知人が運転）	14	6%	45	7%
電車・地下鉄	3	1%	1	0%
バス	7	3%	18	3%
タクシー	0	0%	2	0%
その他	0	0%	4	1%
無回答	5	2%	25	4%
合 計	224	100%	631	100%

問6 自宅からそのお店までの片道所要時間（単数回答）

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
5分以内	51	23%	115	18%
10分程度	86	38%	253	40%
15分程度	36	16%	141	22%
20分程度	30	13%	64	10%
30分程度	10	4%	31	5%
30分以上	7	3%	9	1%
無回答	4	2%	18	3%
合 計	224	100%	631	100%

資料Ⅱ－１ アンケート集計データ(高齢者・障害者－利用店舗タイプ別)

設 問	利用店舗タイプ別	
	商店街・個人商店 利用者	その他商業施設 利用者

問 7 そのお店を利用される理由は何ですか。(複数回答)

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
自宅から近いから	148	66%	376	60%
交通の便がよいから	49	22%	141	22%
価格が安いから	54	24%	192	30%
品揃えが豊富だから	99	44%	314	50%
商品の品質・鮮度がよいから	85	38%	208	33%
手軽に欲しい商品が見つかるから	80	36%	243	39%
以前から利用して慣れているから	106	47%	259	41%
お店の人と話しができるから	27	12%	36	6%
友人・知人と立ち話しができるから	18	8%	36	6%
ゆっくり買い物ができるから	65	29%	163	26%
店の雰囲気がよいから	36	16%	85	13%
商品の陳列が工夫されているから	18	8%	44	7%
商品の説明が丁寧だから	13	6%	28	4%
広告・チラシがよくはいるから	53	24%	144	23%
特売や売出しがあるから	52	23%	134	21%
ポイントカード等が利用できるから	67	30%	182	29%
夜遅くまで営業しているから	28	13%	62	10%
バリアフリー設備になっているから	8	4%	20	3%
お客様専用の駐車場があるから	30	13%	143	23%
その他	4	2%	11	2%
合 計	1,040	464%	2,821	447%

問 8 そのお店で買い物をするに当たり、高齢者あるいはお身体の不自由な方の立場からあったらよいと思われるサービスは何ですか。(複数回答)

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
大きめの表示(商品・価格等)	93	42%	281	45%
取りやすい商品の陳列	101	45%	281	45%
少量単位での販売	108	48%	294	47%
栄養価表示	32	14%	77	12%
商品選び・支払い・搬送の手伝い	49	22%	109	17%
宅配サービス	48	21%	113	18%
自分に合ったものを選んでくれる	31	14%	77	12%
専門相談員の配置	19	8%	62	10%
調理方法を教えてくれる	24	11%	52	8%
調理したものを提供してくれる	38	17%	101	16%
電気製品等の設置をしてくれる	17	8%	62	10%
故障したときすぐ修理に来てくれる	34	15%	110	17%
休息の場所・椅子がある	58	26%	192	30%
友人・知人と話せる場所・機会の提供	27	12%	54	9%
バリアフリー設備	36	16%	92	15%
タクシーの呼び出し代行をしてくれる	7	3%	42	7%
その他	2	1%	14	2%
特になし	11	5%	41	6%
合 計	735	328%	2,054	326%

資料Ⅱ－１ アンケート集計データ(高齢者・障害者－利用店舗タイプ別)

設 問	利用店舗タイプ別	
	商店街・個人商店 利用者	その他商業施設 利用者

問 9 高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設にどのようなことを期待しますか。(複数回答)

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
日常の挨拶・声かけ	142	63%	327	52%
宅配時の声かけ、安否・安全確認	61	27%	155	25%
ついでに折のちょっとした手伝い	51	23%	128	20%
人と話し触れ合える場所や機会の提供	63	28%	173	27%
低料金の循環バスの運行	62	28%	175	28%
情報誌の発行	28	13%	76	12%
インターネットによる情報提供	13	6%	35	6%
催し物	26	12%	70	11%
バリアフリー設備	51	23%	179	28%
その他	3	1%	13	2%
特になし	25	11%	67	11%
合 計	525	234%	1,398	222%

問 10 最もよく利用する日用品購入のお店の接客（お店の人の態度、対応、会話、支援、配置など）に満足されていますか。(単数回答)

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
すべてにおいて大変満足している	21	9%	39	6%
だいたい満足している	158	71%	435	69%
ときどき不満を感じることもある	27	12%	90	14%
いつも不満を感じる	1	0%	6	1%
どちらともいえない	10	4%	32	5%
無回答	7	3%	29	5%
合 計	224	100%	631	100%

資料Ⅱ－１ アンケート集計データ(高齢者・障害者－利用店舗タイプ別)

設 問	利用店舗タイプ別	
	商店街・個人商店 利用者	その他商業施設 利用者

問１１ 日用品の買い物をするに当たって、接客（お店の人の態度、対応、会話、支援、配置など）はどの程度重要と思われますか。（単数回答）

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
品揃え、価格、設備などより重要	49	22%	130	21%
品揃え、価格、設備などと同じくらい重要	100	45%	281	45%
品揃え、価格、設備などが満足できればさほど重要ではない	33	15%	120	19%
どちらとも言えない	21	9%	53	8%
その他	2	1%	3	0%
無回答	19	8%	44	7%
合 計	224	100%	631	100%

問１２ 日用品の買い物において、どのような点に特に配慮した接客をお店に望まれますか。（強く望むもの３つ選択）

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
気持ちよく買い物ができる挨拶や会話	133	59%	358	57%
さりげなく見守り、困ったときに声掛け	103	46%	330	52%
ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり	120	54%	408	65%
商品選びについての親切な説明	91	41%	259	41%
商品選びから支払いまでの全面的な支援	19	8%	56	9%
たまには雑談・世間話も	24	11%	54	9%
その他	0	0%	6	1%
特になし	32	14%	77	12%
合 計	522	233%	1,548	245%

問１３ 日用品の買い物において、お店の接客で不満を感じる（不便・不快に感じる）は何ですか。（複数回答）

＜お店の人の対応＞

項 目	n=224		n=631	
	人数	%	人数	%
笑顔で接してもらえない・話しかけにくい	64	29%	149	24%
話しかけてもきちんと答えてもらえない	59	26%	149	24%
商品選びや支払いで困っていても手伝ってもらえない	23	10%	64	10%
荷物の持ち運びで困っていても手伝ってもらえない	31	14%	61	10%
しつこく勧められる	43	19%	117	19%
ゆっくり時間をかけて選ばせてもらえない	23	10%	46	7%
商品等の説明が専門用語が多くて分かりにくい	35	16%	80	13%
自分が分かるように、ゆっくり、大きめの声で話してもらえない	23	10%	53	8%
こちらが言っていることを分かってもらえない（伝わらない）	13	6%	40	6%
必要以上に話しかけられ、余計な会話をしなければならない	13	6%	42	7%
自分に向かって話してもらえない（介助者と話す）	4	2%	24	4%
不意に声をかけられて驚くことがある	4	2%	22	3%
声かけなしに介助を始められて驚くことがある	2	1%	19	3%
なれなれしく話しかけられる	11	5%	24	4%

＜その他＞

お店の人が少ない	40	18%	125	20%
お店の人がどこにいるか分からない	41	18%	132	21%
だれがお店の人か見分けがつかない	22	10%	63	10%
座る場所がない	46	21%	124	20%
その他	12	5%	12	2%
合 計	509	227%	1,346	213%

資料Ⅱ－２ アンケート集計データ（高齢者・障害者－居住地域別）

設 問	居住地域別	
	首都圏在住者	地方在住者

１．年齢

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
20歳未満	7	2%	6	1%
20-29歳	16	3%	7	1%
30-39歳	31	7%	4	1%
40-49歳	28	6%	1	0%
50-59歳	25	5%	2	0%
60-69歳	38	8%	54	11%
70-79歳	190	41%	320	64%
80歳以上	108	23%	99	20%
無回答	18	4%	6	1%
合 計	461	100%	499	100%

２．性別

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
男	223	48%	243	49%
女	230	50%	254	51%
無回答	8	2%	2	0%
合 計	461	100%	499	100%

３ 住所

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
東京都	364	79%		
埼玉県	92	20%		
神奈川県・千葉県	5	1%		
首都圏	461	100%	0	0%
新潟県			196	39%
長野県			146	29%
富山県			139	28%
その他地方			18	4%
地方	0	0%	499	100%
不明				
合 計	461	100%	499	100%

４．職業

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
無職	217	47%	260	52%
主婦	127	28%	129	26%
自営業・商店主	14	3%	17	3%
会社員・団体職員・公務員	28	6%	11	2%
アルバイト・パート	7	2%	5	1%
農業・漁業・林業	0	0%	49	10%
その他	42	9%	15	3%
無回答	26	6%	13	3%
合 計	461	100%	499	100%

資料Ⅱ－２ アンケート集計データ（高齢者・障害者－居住地域別）

設 問	居住地域別	
	首都圏在住者	地方在住者

５．同居のご家族数

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
一人暮らし	105	23%	55	11%
二人	188	41%	203	41%
三人	53	11%	70	14%
四人以上	87	19%	160	32%
無回答	28	6%	11	2%
合 計	461	100%	499	100%

６．お身体の状態

（１） 日常の移動

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
支障ない	293	64%	375	75%
歩行は問題ないが階段の昇降は困難が伴う	86	19%	73	15%
一人での歩行は困難で介助者を必要とする	19	4%	10	2%
車椅子を使用	8	2%	2	0%
その他	23	5%	9	2%
無回答	32	7%	30	6%
合 計	461	100%	499	100%

（２） 聞こえ等の状態

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
支障ない	354	77%	381	76%
聞き取りにくい・よく聞こえない	79	17%	78	16%
聞こえるが話しにくい	1	0%	8	2%
ほとんど聞こえない	4	1%	2	0%
その他	6	1%	1	0%
無回答	17	4%	29	6%
合 計	461	100%	499	100%

（３） 目の状態

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
支障ない	300	65%	377	76%
見えにくい	86	19%	77	15%
ほとんど見えない（一人で外出できる）	27	6%	3	1%
ほとんど見えない（外出には介助が必要）	19	4%	3	1%
その他	11	2%	9	2%
無回答	18	4%	30	6%
合 計	461	100%	499	100%

資料Ⅱ-2 アンケート集計データ(高齢者・障害者 - 居住地域別)

設 問	居住地域別	
	首都圏在住者	地方在住者

問1 外出の頻度 (単数回答)

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
ほとんど毎日外出する	210	46%	169	34%
よく外出する(1週間に4～5日)	121	26%	158	32%
ときどき外出する(1週間に2～3日)	73	16%	118	24%
あまり外出しない(1週間に1日以下)	33	7%	29	6%
その他	3	1%	1	0%
無回答	21	5%	24	5%
合 計	461	100%	499	100%

問2 日頃よく外出する場所
(上位3つ選択)

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
商店街・商業施設	362	79%	403	81%
病院・医院	154	33%	168	34%
福祉施設	68	15%	45	9%
会社	21	5%	18	4%
行政窓口	26	6%	33	7%
銀行・郵便局	103	22%	129	26%
公園	62	13%	23	5%
趣味・娯楽施設	192	42%	219	44%
銭湯など入浴施設	23	5%	73	15%
その他	61	13%	69	14%
特にない	6	1%	8	2%
合 計	1,078	234%	1,188	238%

問3 日用品の買い物の頻度 (単数回答)

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
ほとんど毎日買い物に行く	80	17%	50	10%
よく買い物に行く(1週間に4～5日)	119	26%	128	26%
ときどき買い物に行く(1週間に2～3日)	175	38%	215	43%
あまり買い物には行かない(1週間に1日以下)	64	14%	82	16%
その他	3	1%	4	1%
無回答	20	4%	20	4%
合 計	461	100%	499	100%

資料Ⅱ-2 アンケート集計データ(高齢者・障害者 - 居住地域別)

設 問	居住地域別	
	首都圏在住者	地方在住者

問4 日用品の買い物に行く場所（最もよく利用する場所を1つ選択）

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
商店街の中のお店	106	23%	84	17%
個人商店（商店街以外）	13	3%	20	4%
スーパー	181	39%	276	55%
コンビニエンスストア	51	11%	24	5%
ドラッグストア	22	5%	17	3%
生協・農協	5	1%	18	4%
百貨店	15	3%	11	2%
その他	2	0%	3	1%
無回答	66	14%	46	9%
合 計	461	100%	499	100%

問5 そのお店に行く方法（最もよく利用する方法を1つ選択）

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
徒歩	230	50%	96	19%
徒歩（杖・手押し車）	34	7%	6	1%
車椅子・電動車椅子	7	2%	2	0%
自転車	113	25%	87	17%
バイク	1	0%	2	0%
自動車（自分が運転）	12	3%	201	40%
自動車（家族・知人が運転）	11	2%	51	10%
電車・地下鉄	4	1%	0	0%
バス	12	3%	16	3%
タクシー	3	1%	0	0%
その他	3	1%	2	0%
無回答	31	7%	36	7%
合 計	461	100%	499	100%

問6 自宅からそのお店までの片道所要時間（単数回答）

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
5分以内	102	22%	85	17%
10分程度	177	38%	179	36%
15分程度	95	21%	109	22%
20分程度	34	7%	66	13%
30分程度	25	5%	23	5%
30分以上	8	2%	9	2%
無回答	20	4%	28	6%
合 計	461	100%	499	100%

資料Ⅱ－２ アンケート集計データ(高齢者・障害者－居住地域別)

設 問	居住地域別	
	首都圏在住者	地方在住者

問 7 そのお店を利用される理由は何ですか。(複数回答)

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
自宅から近いから	306	66%	275	55%
交通の便がよいから	72	16%	141	28%
価格が安いから	147	32%	122	24%
品揃えが豊富だから	215	47%	233	47%
商品の品質・鮮度がよいから	142	31%	180	36%
手軽に欲しい商品が見つかるから	170	37%	173	35%
以前から利用して慣れているから	195	42%	202	40%
お店の人と話しができるから	39	8%	33	7%
友人・知人と立ち話しができるから	25	5%	36	7%
ゆっくり買い物ができるから	108	23%	138	28%
店の雰囲気がいから	55	12%	74	15%
商品の陳列が工夫されているから	31	7%	38	8%
商品の説明が丁寧だから	23	5%	23	5%
広告・チラシがよくはいるから	97	21%	118	24%
特売や売出しがあるから	99	21%	99	20%
ポイントカード等が利用できるから	139	30%	130	26%
夜遅くまで営業しているから	54	12%	43	9%
バリアフリー設備になっているから	17	4%	13	3%
お客様専用の駐車場があるから	27	6%	161	32%
その他	7	2%	12	2%
合 計	1,968	427%	2,244	450%

問 8 そのお店で買い物をするに当たり、高齢者あるいはお身体の不自由な方の立場からあったらよいと思われるサービスは何ですか。(複数回答)

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
大きめの表示(商品・価格等)	209	45%	197	39%
取りやすい商品の陳列	208	45%	205	41%
少量単位での販売	199	43%	242	48%
栄養価表示	58	13%	59	12%
商品選び・支払い・搬送の手伝い	95	21%	77	15%
宅配サービス	97	21%	83	17%
自分に合ったものを選んでくれる	57	12%	64	13%
専門相談員の配置	52	11%	38	8%
調理方法を教えてくれる	42	9%	42	8%
調理したものを提供してくれる	68	15%	79	16%
電気製品等の設置をしてくれる	55	12%	33	7%
故障したときすぐ修理に来てくれる	85	18%	72	14%
休息の場所・椅子がある	110	24%	151	30%
友人・知人と話せる場所・機会の提供	41	9%	46	9%
バリアフリー設備	85	18%	48	10%
タクシーの呼び出し代行をしてくれる	22	5%	30	6%
その他	13	3%	7	1%
特になし	30	7%	30	6%
合 計	1,526	331%	1,503	301%

資料Ⅱ－２ アンケート集計データ(高齢者・障害者－居住地域別)

設 問	居住地域別	
	首都圏在住者	地方在住者

問 9 高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設にどのようなことを期待しますか。(複数回答)

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
日常の挨拶・声かけ	253	55%	263	53%
宅配時の声かけ、安否・安全確認	112	24%	125	25%
ついでに折のちょっとした手伝い	94	20%	103	21%
人と話し触れ合える場所や機会の提供	116	25%	143	29%
低料金の循環バスの運行	104	23%	150	30%
情報誌の発行	65	14%	50	10%
インターネットによる情報提供	42	9%	8	2%
催し物	62	13%	43	9%
バリアフリー設備	139	30%	106	21%
その他	12	3%	8	2%
特になし	48	10%	51	10%
合 計	1,047	227%	1,050	210%

問 10 最もよく利用する日用品購入のお店の接客（お店の人の態度、対応、会話、支援、配置など）に満足されていますか。(単数回答)

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
すべてにおいて大変満足している	27	6%	41	8%
だいたい満足している	306	66%	347	70%
ときどき不満を感じることもある	80	17%	50	10%
いつも不満を感じる	7	2%	2	0%
どちらともいえない	18	4%	25	5%
無回答	23	5%	34	7%
合 計	461	100%	499	100%

資料Ⅱ－２ アンケート集計データ(高齢者・障害者－居住地域別)

設 問	居住地域別	
	首都圏在住者	地方在住者

問１１ 日用品の買い物をするに当たって、接客（お店の人の態度、対応、会話、支援、配置など）はどの程度重要と思われますか。（単数回答）

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
品揃え、価格、設備などより重要	105	23%	96	19%
品揃え、価格、設備などと同じくらい重要	185	40%	220	44%
品揃え、価格、設備などが満足できればさほど重要ではない	92	20%	77	15%
どちらとも言えない	35	8%	49	10%
その他	4	1%	2	0%
無回答	40	9%	55	11%
合 計	461	100%	499	100%

問１２ 日用品の買い物において、どのような点に特に配慮した接客をお店に望まれますか。（強く望むもの３つ選択）

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
気持ちよく買い物ができる挨拶や会話	278	60%	263	53%
さりげなく見守り、困ったときに声掛け	222	48%	244	49%
ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり	262	57%	317	64%
商品選びについての親切な説明	180	39%	200	40%
商品選びから支払いまでの全面的な支援	49	11%	35	7%
たまには雑談・世間話も	47	10%	50	10%
その他	4	1%	4	1%
特になし	52	11%	65	13%
合 計	1,094	237%	1,178	236%

問１３ 日用品の買い物において、お店の接客で不満を感じる（不便・不快に感じる）こと何ですか。（複数回答）

〈お店の人の対応〉

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
笑顔で接してもらえない・話しかけにくい	118	26%	124	25%
話しかけてもきちんと答えてもらえない	118	26%	111	22%
商品選びや支払いで困っていても手伝ってもらえない	52	11%	41	8%
荷物の持ち運びで困っていても手伝ってもらえない	56	12%	56	11%
しつこく勧められる	84	18%	84	17%
ゆっくり時間をかけて選ばせてもらえない	43	9%	37	7%
商品等の説明が専門用語が多くて分かりにくい	59	13%	67	13%
自分が分かるように、ゆっくり、大きめの声で話してもらえない	39	8%	48	10%
こちらが言っていることを分かってもらえない（伝わらない）	33	7%	26	5%
必要以上に話しかけられ、余計な会話をしなければならない	27	6%	31	6%
自分に向かって話してもらえない（介助者と話す）	20	4%	8	2%
不意に声をかけられて驚くことがある	19	4%	9	2%
声かけなしに介助を始められて驚くことがある	13	3%	8	2%
なれなれしく話しかけられる	17	4%	23	5%

〈その他〉

項 目	n=461		n=499	
	人数	%	人数	%
お店の人が少ない	103	22%	83	17%
お店の人がどこにいるか分からない	99	21%	90	18%
だれがお店の人か見分けがつかない	55	12%	37	7%
座る場所がない	76	16%	104	21%
その他	11	2%	15	3%
合 計	1,042	226%	1,002	201%

資料Ⅱ－３ アンケート集計データ(商店街・商業施設－店舗タイプ別)

設 問	店舗タイプ別	
	商店街 個人商店	その他商業施設

問１ 所在地

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
東京都	92	51%	24	36%
埼玉県	0	0%	0	0%
神奈川県・千葉県	0	0%	0	0%
首都圏	92	51%	24	36%
新潟県	34	19%	15	22%
長野県	23	13%	13	19%
富山県	25	14%	15	22%
その他地方	0	0%	0	0%
地方	82	45%	43	64%
不明	7	4%	0	0%
合 計	181	100%	67	100%

問２ 組織形態（商店街のみ）

項 目	n=156		n=0	
	件数	%	件数	%
任意団体	79	51%	0	0%
商店街振興組合	57	37%	0	0%
事業協同組合	12	8%	0	0%
株式会社	0	0%	0	0%
その他	6	4%	0	0%
無回答	2	1%	0	0%
合 計	156	100%	0	0%

問３ 創立時期・開店時期

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
昭和30年以前	78	43%	8	12%
昭和30年代	41	23%	7	10%
昭和40年代	30	17%	6	9%
昭和50年代	16	9%	5	7%
昭和60年～平成4年	6	3%	9	13%
平成5年～14年	5	3%	20	30%
平成15年以降	2	1%	12	18%
無回答	3	2%	0	0%
合 計	181	100%	67	100%

資料Ⅱ－３ アンケート集計データ(商店街・商業施設－店舗タイプ別)

設 問	店舗タイプ別	
	商店街 個人商店	その他商業施設

問４ 店舗のタイプ

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
商店街	156	86%	0	0%
個人商店（商店街以外）	25	14%	0	0%
スーパー	0	0%	24	36%
コンビニエンスストア	0	0%	30	45%
ドラッグストア	0	0%	0	0%
生協・農協	0	0%	3	4%
百貨店	0	0%	0	0%
その他	0	0%	10	15%
無回答	0	0%	0	0%
合 計	181	100%	67	100%

問５ 組合員数・店舗数・従業者数（パート、アルバイトを含む）

● 商店街

○ 組合員数

項 目	n=156		n=0	
	件数	%	件数	%
～10店舗	9	6%	0	0%
11～50店舗	68	44%	0	0%
51～100店舗	33	21%	0	0%
101店舗以上	20	13%	0	0%
不明・無回答	26	17%	0	0%
合 計	156	100%	0	0%

○ 店舗数

項 目	n=156		n=0	
	件数	%	件数	%
～10店舗	6	4%	0	0%
11～50店舗	79	51%	0	0%
51～100店舗	17	11%	0	0%
101店舗以上	14	9%	0	0%
不明・無回答	40	26%	0	0%
合 計	156	100%	0	0%

● 商業施設

○ 従業者数

項 目	n=25		n=67	
	件数	%	件数	%
～10人	2	8%	11	16%
11人～50人	1	4%	24	36%
51人～100人	1	4%	7	10%
101人以上	2	8%	12	18%
不明・無回答	19	76%	13	19%
合 計	25	100%	67	100%

資料Ⅱ－３ アンケート集計データ(商店街・商業施設－店舗タイプ別)

設 問	店舗タイプ別	
	商店街 個人商店	その他商業施設

問 6 主たるお客様の年齢層・性別（複数回答可）

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
10～20代女性	12	7%	25	37%
30～40代女性	80	44%	50	75%
50～60代女性	155	86%	53	79%
70代以上女性	73	40%	14	21%
10～20代男性	12	7%	28	42%
30～40代男性	39	22%	35	52%
50～60代男性	98	54%	34	51%
70代以上男性	44	24%	13	19%
合 計	513	283%	252	376%

問 7 お客様の主な交通手段（複数回答可）

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
徒歩	168	93%	45	67%
車椅子・電動車椅子	14	8%	4	6%
自転車	122	67%	39	58%
バイク	27	15%	8	12%
自動車	86	48%	51	76%
電車・地下鉄	19	10%	6	9%
バス	26	14%	5	7%
その他	0	0%	0	0%
合 計	462	255%	158	236%

問 8 主たるお客様（固定客）の居住する範囲（単数回答）

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
徒歩で5～10分程度の地域	83	46%	22	33%
自転車・バイクで10分程度の地域	30	17%	9	13%
自動車・バス・鉄道で30分程度の地域	13	7%	17	25%
市内全域	16	9%	8	12%
隣接する市町村	3	2%	3	4%
その他	1	1%	0	0%
わからない	4	2%	0	0%
無回答	31	17%	8	12%
合 計	181	100%	67	100%

資料Ⅱ-3 アンケート集計データ(商店街・商業施設－店舗タイプ別)

設 問	店舗タイプ別	
	商店街 個人商店	その他 商業施設

問 9 高齢社会を迎え、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策の必要性を感じますか。(単数回答)

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
対応・対策の必要性を強く感じる	52	29%	25	37%
対応・対策の必要性を感じる	97	54%	35	52%
対応・対策の必要性はさほど感じない	24	13%	7	10%
対応・対策の必要性は全く感じない	4	2%	0	0%
無回答	4	2%	0	0%
合 計	181	100%	67	100%

問 10 あなたのお店(商店街・商業施設)がご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に支持されている項目は次のうちどれだと思いますか。(複数回答)

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
自宅から近い	152	84%	51	76%
交通の便がよい	48	27%	18	27%
価格が安い	19	10%	18	27%
品揃えが豊富	18	10%	26	39%
商品の品質・鮮度がよい	39	22%	24	36%
手軽に欲しい商品が見つかる	24	13%	22	33%
以前から利用して慣れている	137	76%	31	46%
お店の人と話しができる	129	71%	24	36%
友人・知人と立ち話しができる	71	39%	16	24%
ゆっくり買い物ができる	58	32%	27	40%
店の雰囲気がよい	34	19%	25	37%
商品の陳列を工夫している	4	2%	13	19%
商品の説明が丁寧	42	23%	6	9%
広告・チラシをよくいれる	14	8%	13	19%
特売や売出しをやる	28	15%	15	22%
ポイントカード等が利用できる	48	27%	22	33%
夜遅くまで営業している	12	7%	31	46%
バリアフリー設備	12	7%	23	34%
お客様専用の駐車場がある	31	17%	27	40%
その他	6	3%	2	3%
特になし	3	2%	0	0%
合 計	929	513%	434	648%

資料Ⅱ-3 アンケート集計データ(商店街・商業施設－店舗タイプ別)

設 問	店舗タイプ別	
	商店街 個人商店	その他 商業施設

問 1 1 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様のために実施しているサービスは何ですか。(複数回答)

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
大きめの表示(商品・価格等)	34	19%	15	22%
取りやすい商品の陳列	25	14%	23	34%
少量単位での販売	80	44%	35	52%
栄養価表示	1	1%	7	10%
商品選び・支払い・搬送の手伝い	68	38%	28	42%
宅配サービス	45	25%	11	16%
お客様に合った商品選びの支援	53	29%	10	15%
専門相談員の配置	4	2%	0	0%
調理方法を教える	14	8%	2	3%
調理したものを提供する	17	9%	20	30%
電気製品等の設置をする	14	8%	1	1%
故障したときすぐ修理に行く	43	24%	1	1%
休息の場所・椅子を準備する	60	33%	22	33%
友人・知人と話せる場所・機会の提供	35	19%	8	12%
バリアフリー設備	15	8%	23	34%
タクシーの呼び出し代行	31	17%	15	22%
その他	5	3%	5	7%
特にない	24	13%	2	3%
合 計	568	314%	228	340%

問 1 2 高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設としてどのようなことができるとお考えですか。(複数回答)

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
日常の挨拶・声かけ	162	90%	56	84%
宅配時の声かけ・安否・安全確認	83	46%	13	19%
ついでに折のちょっとした手伝い	62	34%	21	31%
人と話し触れ合える場所や機会の提供	98	54%	22	33%
低料金の循環バスの運行	29	16%	9	13%
情報誌の発行	10	6%	2	3%
インターネットによる情報提供	11	6%	6	9%
催し物	51	28%	8	12%
バリアフリー設備	29	16%	31	46%
その他	6	3%	2	3%
		0%		0%
合 計	541	299%	170	254%

資料Ⅱ-3 アンケート集計データ(商店街・商業施設－店舗タイプ別)

設 問	店舗タイプ別	
	商店街 個人商店	その他 商業施設

問 1 3 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様との交流を深めるために、どのような催し物を実施していますか、あるいは実施したいとお考えですか。(複数回答)

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
朝市	26	14%	9	13%
物産展	13	7%	4	6%
お祭り	81	45%	8	12%
バザー	24	13%	3	4%
カラオケ大会	7	4%	0	0%
その他	20	11%	4	6%
特に考えていない	63	35%	42	63%
合 計	234	129%	70	104%

問 1 5 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様を援助する上で、困ったり、苦勞されたことはありますか。(単数回答)

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
ある	82	45%	38	57%
ない	76	42%	26	39%
無回答	23	13%	3	4%
合 計	181	100%	67	100%

○ それはどのような場面での対応でしたか。(複数回答)

項 目	n=82		n=38	
	件数	%	件数	%
売り場のご案内	12	15%	11	29%
商品のご説明	41	50%	12	32%
試着・試食	14	17%	1	3%
会計	11	13%	17	45%
階段の昇降	24	29%	4	11%
トイレの利用	31	38%	4	11%
エレベーターの利用	2	2%	0	0%
エスカレーターの利用	1	1%	3	8%
車椅子の取扱い	23	28%	6	16%
救急時	15	18%	12	32%
家族への連絡	19	23%	8	21%
その他	4	5%	4	11%
合 計	197	240%	82	216%

資料Ⅱ-3 アンケート集計データ(商店街・商業施設－店舗タイプ別)

設 問	店舗タイプ別	
	商店街 個人商店	その他 商業施設

問 1 6 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客は、買い物の際、どのような点に特に配慮した接客をお店に望んでいると思いますか。(強く望まれていると思うもの上位3つ選択)

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
気持ちよく買い物ができる挨拶や会話	134	74%	47	70%
さりげなく見守り、困ったときに声掛け	79	44%	44	66%
ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり	66	36%	31	46%
商品選びについての親切な説明	62	34%	16	24%
商品選びから支払いまでの全面的な支援	40	22%	12	18%
たまには雑談・世間話も	89	49%	20	30%
その他	3	2%	3	4%
合 計	473	261%	173	258%

問 1 7 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客の接客に当って、日頃どのようなことに特に配慮していますか。(複数回答)

〈お客様への対応〉

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる	135	75%	49	73%
お客様の話しによく耳を傾け、きちんと答える	118	65%	43	64%
商品選びや支払いで困っていたら手助けする	75	41%	44	66%
荷物を持ちやすいようにまとめたり、出口まで持ってあげる	105	58%	44	66%
しつこく勧めない	50	28%	14	21%
ゆっくり時間をかけて選んでもらう	67	37%	22	33%
できるだけ専門用語を使わずに説明する	44	24%	17	25%
視線を同じにしてゆっくり、少し大きめの声で話す	67	37%	29	43%
お客様の声が聞こえにくい場合、メモしたり、分かるまでよく聞く	44	24%	13	19%
必要以上に話しかけない	21	12%	14	21%
介助者ではなく本人に向かって話す	31	17%	9	13%
不意に(だしぬけに)声をかけない	17	9%	6	9%
介助するときは、必ず声かけをし、相手の意思を確認する	47	26%	24	36%
なれなれしく話しかけない	8	4%	11	16%

〈その他〉

買い物の支援が十分できるだけの店員の数を確保する	0	0%	0	0%
お客様が困ると思われる場所に店員を重点配置する	3	2%	1	1%
お客様との見分けが付きやすいユニフォーム・名札を着用する	10	6%	18	27%
座る場所を用意する	92	51%	14	21%
その他	2	1%	3	4%
特に配慮していることはない	10	6%	0	0%
合 計	946	523%	375	560%

資料Ⅱ-3 アンケート集計データ(商店街・商業施設－店舗タイプ別)

設 問	店舗タイプ別	
	商店街 個人商店	その他 商業施設

問１８ あなたのお店（商店街・商業施設）の接客（態度、対応、会話、支援、配置など）は、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に満足いただけていると思いますか。（単数回答）

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
すべてにおいて大変満足いただけていると思う	1	1%	4	6%
だいたい満足いただけていると思う	97	54%	27	40%
ときどき不満を感じさせることがあると思う	52	29%	28	42%
いつも不満を感じさせていると思う	5	3%	2	3%
どちらともいえない	15	8%	3	4%
無回答	11	6%	3	4%
合 計	181	100%	67	100%

問１９ 問１８で「ときどき不満を感じさせることがあると思う」「いつも不満を感じさせていると思う」とお答えになった方にお聞きします。その原因は何だと思いますか。（複数回答）

項 目	n=57		n=30	
	件数	%	件数	%
人手不足で丁寧な対応ができていない	25	44%	23	77%
個店・従業員の意識が低い	21	37%	4	13%
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接し方がよく分からない	20	35%	4	13%
その他	11	19%	8	27%
合 計	77	135%	39	130%

資料Ⅱ-3 アンケート集計データ(商店街・商業施設－店舗タイプ別)

設 問	店舗タイプ別	
	商店街 個人商店	その他 商業施設

問 2 0 高齢社会を迎え、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様と接する機会が増加し、店主・従業員の方が、高齢者およびお身体の不自由な方を理解し、その接遇方法についての知識・技術を身につけることが今まで以上に重要になってくるものと思われます。仮に、こうしたテーマについて、店主・従業員の方を対象とした研修会が開催される場合、それに参加したいと思いますか。（単数回答）

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
積極的に参加したい	12	7%	5	7%
参加したい	84	46%	26	39%
参加したいと思わない	12	7%	6	9%
どちらでもない	50	28%	19	28%
その他	6	3%	7	10%
無回答	17	9%	4	6%
合 計	181	100%	67	100%

問 2 1 仮に参加するとしたら、どのような形態の研修を望めますか。（単数回答）

項 目	n=181		n=67	
	件数	%	件数	%
半日程度の集合研修	67	37%	29	43%
1日程度の集合研修	8	4%	4	6%
通信による研修	34	19%	7	10%
インターネットによる研修	9	5%	5	7%
通信による研修と集合研修を組み合わせた研修	8	4%	3	4%
その他	9	5%	4	6%
無回答	46	25%	15	22%
合 計	181	100%	67	100%

資料Ⅱ－４ アンケート集計データ(商店街・商業施設－所在地域別)

設 問	所在地域別	
	首都圏	地方

問１ 所在地

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
東京都	116	100%		
埼玉県				
神奈川県・千葉県				
首都圏	116	100%	0	0%
新潟県			50	39%
長野県			37	29%
富山県			42	33%
その他地方			0	0%
地方	0	0%	129	100%
不明				
合 計	116	100%	129	100%

問２ 組織形態（商店街のみ）

項 目	n=83		n=68	
	件数	%	件数	%
任意団体	51	61%	26	38%
商店街振興組合	28	34%	28	41%
事業協同組合	1	1%	11	16%
株式会社	0	0%	0	0%
その他	3	4%	2	3%
無回答	0	0%	1	1%
合 計	83	100%	68	100%

問３ 創立時期・開店時期

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
昭和30年以前	51	44%	36	28%
昭和30年代	26	22%	20	16%
昭和40年代	11	9%	25	19%
昭和50年代	8	7%	14	11%
昭和60年～平成4年	5	4%	8	6%
平成5年～14年	8	7%	17	13%
平成15年以降	6	5%	8	6%
無回答	1	1%	1	1%
合 計	116	100%	129	100%

資料Ⅱ－４ アンケート集計データ(商店街・商業施設－所在地域別)

設 問	所在地域別	
	首都圏	地方

問４ 店舗のタイプ

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
商店街	83	72%	68	53%
個人商店（商店街以外）	9	8%	14	11%
スーパー	6	5%	18	14%
コンビニエンスストア	12	10%	18	14%
ドラッグストア	0	0%	0	0%
生協・農協	1	1%	2	2%
百貨店	0	0%	0	0%
その他	5	4%	5	4%
無回答	0	0%	4	3%
合 計	116	100%	129	100%

問５ 組合員数・店舗数・従業者数（パート、アルバイトを含む）

- 商店街
○ 組合員数

項 目	n=83		n=68	
	件数	%	件数	%
～10店舗	5	6%	2	3%
11～50店舗	31	37%	35	51%
51～100店舗	19	23%	13	19%
101店舗以上	13	16%	7	10%
不明・無回答	15	18%	11	16%
合 計	83	100%	68	100%

- 店舗数

項 目	n=83		n=68	
	件数	%	件数	%
～10店舗	1	1%	3	4%
11～50店舗	40	48%	36	53%
51～100店舗	11	13%	6	9%
101店舗以上	10	12%	4	6%
不明・無回答	21	25%	19	28%
合 計	83	100%	68	100%

- 商業施設
○ 従業者数

項 目	n=33		n=57	
	件数	%	件数	%
～10人	4	12%	9	16%
11人～50人	11	33%	14	25%
51人～100人	2	6%	6	11%
101人以上	4	12%	10	18%
不明・無回答	12	36%	18	32%
合 計	33	100%	57	100%

資料Ⅱ－４ アンケート集計データ(商店街・商業施設－所在地域別)

設 問	所在地域別	
	首都圏	地方

問 6 主たるお客様の年齢層・性別（複数回答可）

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
10～20代女性	19	16%	19	15%
30～40代女性	64	55%	68	53%
50～60代女性	99	85%	108	84%
70代以上女性	33	28%	54	42%
10～20代男性	18	16%	23	18%
30～40代男性	37	32%	39	30%
50～60代男性	61	53%	71	55%
70代以上男性	22	19%	35	27%
合 計	353	304%	417	323%

問 7 お客様の主な交通手段（複数回答可）

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
徒歩	112	97%	99	77%
車椅子・電動車椅子	13	11%	6	5%
自転車	85	73%	77	60%
バイク	13	11%	23	18%
自動車	29	25%	112	87%
電車・地下鉄	15	13%	11	9%
バス	13	11%	19	15%
その他	0	0%	0	0%
合 計	280	241%	347	269%

問 8 主たるお客様（固定客）の居住する範囲（単数回答）

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
徒歩で5～10分程度の地域	74	64%	29	22%
自転車・バイクで10分程度の地域	15	13%	24	19%
自動車・バス・鉄道で30分程度の地域	4	3%	26	20%
市内全域	2	2%	22	17%
隣接する市町村	3	3%	4	3%
その他	0	0%	1	1%
わからない	3	3%	2	2%
無回答	15	13%	21	16%
合 計	116	100%	129	100%

資料Ⅱ-4 アンケート集計データ(商店街・商業施設－所在地域別)

設 問	所在地域別	
	首都圏	地方

問 9 高齢社会を迎え、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への対応・対策の必要性を感じますか。(単数回答)

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
対応・対策の必要性を強く感じる	38	33%	38	29%
対応・対策の必要性を感じる	59	51%	72	56%
対応・対策の必要性はさほど感じない	14	12%	17	13%
対応・対策の必要性は全く感じない	2	2%	1	1%
無回答	3	3%	1	1%
合 計	116	100%	129	100%

問 10 あなたのお店(商店街・商業施設)がご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に支持されている項目は次のうちどれだと思いますか。(複数回答)

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
自宅から近い	102	88%	98	76%
交通の便がよい	23	20%	44	34%
価格が安い	18	16%	19	15%
品揃えが豊富	19	16%	27	21%
商品の品質・鮮度がよい	38	33%	25	19%
手軽に欲しい商品が見つかる	23	20%	24	19%
以前から利用して慣れている	83	72%	83	64%
お店の人と話しができる	81	70%	72	56%
友人・知人と立ち話しができる	45	39%	41	32%
ゆっくり買い物ができる	36	31%	50	39%
店の雰囲気がよい	33	28%	25	19%
商品の陳列を工夫している	7	6%	10	8%
商品の説明が丁寧	22	19%	27	21%
広告・チラシをよくいれる	16	14%	11	9%
特売や売出しをやる	28	24%	16	12%
ポイントカード等が利用できる	31	27%	39	30%
夜遅くまで営業している	20	17%	22	17%
バリアフリー設備	10	9%	26	20%
お客様専用の駐車場がある	11	9%	49	38%
その他	3	3%	5	4%
特にない	1	1%	1	1%
合 計	650	560%	714	553%

資料Ⅱ-4 アンケート集計データ(商店街・商業施設－所在地域別)

設 問	所在地域別	
	首都圏	地方

問 1 1 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様のために実施しているサービスは何ですか。(複数回答)

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
大きめの表示(商品・価格等)	16	14%	32	25%
取りやすい商品の陳列	22	19%	28	22%
少量単位での販売	60	52%	55	43%
栄養価表示	3	3%	4	3%
商品選び・支払い・搬送の手伝い	48	41%	48	37%
宅配サービス	30	26%	26	20%
お客様に合った商品選びの支援	22	19%	40	31%
専門相談員の配置	2	2%	2	2%
調理方法を教える	9	8%	7	5%
調理したものを提供する	20	17%	17	13%
電気製品等の設置をする	7	6%	9	7%
故障したときすぐ修理に行く	19	16%	23	18%
休息の場所・椅子を準備する	23	20%	58	45%
友人・知人と話せる場所・機会の提供	14	12%	29	22%
バリアフリー設備	11	9%	27	21%
タクシーの呼び出し代行	3	3%	45	35%
その他	7	6%	3	2%
特にない	14	12%	10	8%
合 計	330	284%	463	359%

問 1 2 高齢者およびお身体の不自由な方が地域において安全に安心して暮らすために、商店街・商業施設としてどのようなことができるとお考えですか。(複数回答)

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
日常の挨拶・声かけ	101	87%	115	89%
宅配時の声かけ・安否・安全確認	50	43%	46	36%
ついでに折のちょっとした手伝い	36	31%	49	38%
人と話し触れ合える場所や機会の提供	45	39%	75	58%
低料金の循環バスの運行	12	10%	26	20%
情報誌の発行	7	6%	6	5%
インターネットによる情報提供	11	9%	7	5%
催し物	28	24%	32	25%
バリアフリー設備	23	20%	37	29%
その他	4	3%	4	3%
合 計	317	273%	397	308%

資料Ⅱ-4 アンケート集計データ(商店街・商業施設－所在地域別)

設 問	所在地域別	
	首都圏	地方

問 1 3 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様との交流を深めるために、どのような催し物を実施していますか、あるいは実施したいとお考えですか。(複数回答)

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
朝市	18	16%	17	13%
物産展	8	7%	9	7%
お祭り	50	43%	39	30%
バザー	20	17%	8	6%
カラオケ大会	3	3%	3	2%
その他	11	9%	14	11%
特に考えていない	36	31%	67	52%
合 計	146	126%	157	122%

問 1 5 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様を援助する上で、困ったり、苦労されたことはありますか。(単数回答)

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
ある	54	47%	64	50%
ない	46	40%	54	42%
無回答	16	14%	11	9%
合 計	116	100%	129	100%

○ それはどのような場面での対応でしたか。(複数回答)

項 目	n=54		n=64	
	件数	%	件数	%
売り場のご案内	8	15%	15	23%
商品のご説明	22	41%	29	45%
試着・試食	5	9%	9	14%
会計	13	24%	15	23%
階段の昇降	12	22%	16	25%
トイレの利用	18	33%	16	25%
エレベーターの利用	2	4%	1	2%
エスカレーターの利用	3	6%	2	3%
車椅子の取扱い	18	33%	11	17%
救急時	13	24%	14	22%
家族への連絡	13	24%	12	19%
その他	4	7%	4	6%
合 計	131	243%	144	225%

資料Ⅱ-4 アンケート集計データ(商店街・商業施設－所在地域別)

設 問	所在地域別	
	首都圏	地方

問 1 6 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様は、買い物の際、どのような点に特に配慮した接客をお店に望んでいると思いますか。(強く望まれていると思うもの上位3つ選択)

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
気持ちよく買い物ができる挨拶や会話	86	74%	95	74%
さりげなく見守り、困ったときに声掛け	61	53%	62	48%
ゆっくり買い物ができる雰囲気づくり	38	33%	61	47%
商品選びについての親切な説明	35	30%	43	33%
商品選びから支払いまでの全面的な支援	26	22%	26	20%
たまには雑談・世間話も	52	45%	54	42%
その他	6	5%	0	0%
合 計	304	262%	341	264%

問 1 7 ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様の接客に当って、日頃どのようなことに特に配慮していますか。(複数回答)

〈お客様への対応〉

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
笑顔で接し、話しかけやすい雰囲気をつくる	85	73%	94	73%
お客様の話しによく耳を傾け、きちんと答える	79	68%	83	64%
商品選びや支払いで困っていたら手助けする	52	45%	67	52%
荷物を持ちやすいようにまとめたり、出口まで持ってあげる	64	55%	84	65%
しつこく勧めない	31	27%	33	26%
ゆっくり時間をかけて選んでもらう	43	37%	48	37%
できるだけ専門用語を使わずに説明する	28	24%	32	25%
目線を同じにしてゆっくり、少し大きめの声で話す	44	38%	50	39%
お客様の声が聞こえにくい場合、メモしたり、分かるまでよく聞く	26	22%	29	22%
必要以上に話しかけない	17	15%	18	14%
介助者ではなく本人に向かって話す	23	20%	15	12%
不意に(だしぬけに)声をかけない	10	9%	12	9%
介助するときは、必ず声かけをし、相手の意思を確認する	39	34%	33	26%
なれなれしく話しかけない	11	9%	7	5%

〈その他〉

買い物の支援が十分できるだけの店員の数を確保する	0	0%	0	0%
お客様が困ると思われる場所に店員を重点配置する	4	3%	1	1%
お客様との見分けが付きやすいユニフォーム・名札を着用する	13	11%	14	11%
座る場所を用意する	48	41%	58	45%
その他	2	2%	3	2%
特に配慮していることはない	5	4%	4	3%
合 計	624	538%	685	531%

資料Ⅱ-4 アンケート集計データ(商店街・商業施設－所在地域別)

設 問	所在地域別	
	首都圏	地方

問１８ あなたのお店（商店街・商業施設）の接客（態度、対応、会話、支援、配置など）は、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様に満足いただけていると思いますか。（単数回答）

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
すべてにおいて大変満足いただけていると思う	2	2%	3	2%
だいたい満足いただけていると思う	59	51%	62	48%
ときどき不満を感じさせることがあると思う	38	33%	43	33%
いつも不満を感じさせていると思う	4	3%	3	2%
どちらともいえない	7	6%	12	9%
無回答	6	5%	6	5%
合 計	116	100%	129	100%

問１９ 問１８で「ときどき不満を感じさせることがあると思う」「いつも不満を感じさせていると思う」とお答えになった方にお聞きします。その原因は何だと思いますか。（複数回答）

項 目	n=42		n=46	
	件数	%	件数	%
人手不足で丁寧な対応ができていない	22	52%	26	57%
個店・従業員の意識が低い	11	26%	14	30%
ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様への接し方がよく分からない	15	36%	10	22%
その他	10	24%	9	20%
合 計	58	138%	59	128%

資料Ⅱ-4 アンケート集計データ(商店街・商業施設－所在地域別)

設 問	所在地域別	
	首都圏	地方

問20 高齢社会を迎え、ご高齢あるいはお身体の不自由なお客様と接する機会が増加し、店主・従業員の方が、高齢者およびお身体の不自由な方を理解し、その接遇方法についての知識・技術を身につけることが今まで以上に重要になってくるものと思われます。仮に、こうしたテーマについて、店主・従業員の方を対象とした研修会が開催される場合、それに参加したいと思いますか。(単数回答)

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
積極的に参加したい	7	6%	9	7%
参加したい	47	41%	65	50%
参加したいと思わない	12	10%	4	3%
どちらでもない	29	25%	39	30%
その他	8	7%	3	2%
無回答	13	11%	9	7%
合 計	116	100%	129	100%

問21 仮に参加するとしたら、どのような形態の研修を望めますか。(単数回答)

項 目	n=116		n=129	
	件数	%	件数	%
半日程度の集合研修	37	32%	60	47%
1日程度の集合研修	2	2%	10	8%
通信による研修	22	19%	19	15%
インターネットによる研修	6	5%	8	6%
通信による研修と集合研修を組み合わせた研修	7	6%	4	3%
その他	7	6%	4	3%
無回答	35	30%	24	19%
合 計	116	100%	129	100%

資料 Ⅲ—1 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 20 年 2 月 7 日 (木)

ヒアリング先 : 名 称 : 大須商店街連盟

所在地 : 名古屋市中区大須 3 丁目 38 番 9 号

役 職・氏名 : 事務局長 近藤 文博 様

ヒアリング先概況

大須商店街は、中小企業庁「がんばる商店街 77 選」によれば、

- ・ (同商店街が位置する) 地区は、大須観音の門前町で、東西約 600 メートル、南北約 400 メートルで囲まれた区域内にいくつもの道路が交差し、その主な通りには連坦性を持った 8 つの商店街が形成されている。アーケードタイプの商店街が主流で、個性的で多様な個店が集積した庶民的で広域的な商店街。
- ・ 8 つの商店街には約 400 店舗、地区内全体では約 1, 100 店舗が集積し、あらゆる商品がそろっており、「ごった煮」的面白さがあるため恒常的な賑わいを呈している

とあり、この記述通り、大型の商店街であり、人通りも多く、空き店舗はほとんどない様子であった。

ヒアリング内容

1. 同商店街は、市電の廃止に伴い、歩いてしかくることができない「陸の孤島」化し、一時期寂しい空き店舗ばかりの商店街となった。

こうした状況を打開するため、もともと電気街であったこともあり、電気パーツ、パソコン等を中心に、若い人を呼び込むことを目指し、若い経営者を中心に、全て手作りのイベントを行う等して、また、大型店の出店などにより人通りが変わり、空き店舗が埋まっていった。

2. 8 つの商店街から、総勢 60 名前後の店主（経営者）が参加し、催しの企画・実行を行う。そうしたグループのトップには若い人を据え、これを毎年変えることに

より、力のある人材を育成している。イベントをやると力がつく。こうしたイベントを実施することで、点から線、線から面へと拡げていくことで、大須商店街全体の活性化をはかっている。

3. AED（自動体外式除細動器）を、愛知万博での事例に鑑み、設置している。現在5台。消防署と共同で同機器の管理スタッフの訓練を行っている。
4. 研修は個店レベルでは難しい。商工会、市などがやる事業の一環としてなら参加するところがあるかもしれない。

資料 Ⅲ—2 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 20 年 1 月 30 日 (水)

ヒアリング先 : 名 称 : 品川区商店街連合会
所在地 : 東京都品川区西品川 1-28-3
品川区立中小企業センター内
役 職・氏名 : 副会長 綱嶋 信一 様

ヒアリング先概況

傘下に 69 の商店街（加盟店約 3, 600 店舗）を擁する品川区の商店街連合会。同連合会では、「品川の一番店発見プロジェクト」による MyStar 店の選出・支援、「エコクリーンキャンペーン」等様々な施策に取り組み、商店街活動の支援を行っている。また、品川区の商店街では、中延商店街が、NPO 法人バリアフリー協会と共同して、「高齢者にやさしい街づくり」を目指し、商店街周辺の高齢者の身の回りの世話を周辺のボランティアが有償で引き受ける事業を行う等、地域との融和・地域の活性化に積極的に取り組んでいる。

ヒアリング内容

I. 地域の再生

1. キーワードは「商店街」

商店街はかつて地域コミュニティの中心であった。それがシャッター通りとなり地域コミュニティが崩壊した。地域に元気を取り戻す――キーワードは商店街。

つまり、商店街は 24 時間地域にいる、いわば地域のプラットフォーム（公共財）であり、物を売るだけの存在ではない。このインフラを最大限に活かして、地域と融和し、地域コミュニティの再生をやろうということ。

大型店に価格で勝てるわけがない。商店街は、地域に密着し、消費者に密着し、まずはまちづくりをする。売り上げはその結果として後からついてくる。

2. 取り組み事例

- ・商店街連合会が主催して少年少女サッカー大会等を実施している。スポンサーとなって、元気で楽しいまちをつくり、その結果として商店街の活性化につなげる。子供のイベントをやれば親がくる、お年寄りもくる。
- ・高齢者の球団を商店街で持つ。子供球場があり、昼間は空いている。これをお年寄りが使わせてもらおう。デイケア等に入ってこれないお年寄り、もう少し元気なお年寄りは沢山いる。また、日本人は野球好き。スポーツをすれば喉も渇く、酒を飲む、話しもはずむ。
- ・団塊の世代の人々の地域デビューを商店街で取り組みたい―「商店街デビュー」。
- ・商店街 3, 000 店舗の「つまみ食いウオーク」をやった。品川区の商店街間、約 7km をウオーキングしながらつまみ食いを楽しむイベント。約 2, 700 名が参加、盛況であった。参加費は無料。

II. 取り組みに当たっては

1. まずは実践

全て「実践」、自分でおもしろいと思うことをやる。まずはやる。机上の空論では物事は進まない。まずはやってみせる。全てやってみる。

2. みんなでやらないまちおこし

何かやろうとすると、20%はやる気のある人、20%は反対する人、残りの60%はどちらでもいい人と、だいたい決まっている。また、みんなで議論すればするほど「やらない」方向に向かう。

従って、「みんなでやらないまちおこし」、「私が始めるまちづくり」。つまり、やりたい人達だけでまずはやるのが肝要。

Ⅲ. 品川区の強み

品川区の商店街が元気に見えるとすれば、それは、品川区でやっていること・イベントの数が、他の地域と比べ圧倒的に多いからではないかと思う。

企業は社会貢献について何をしたいかわからない。こうした企業から相談を受けることがあるが、高齢者のこと、障害者のこと等、当連合会では沢山のメニューが用意できている。

また、品川区商店街の強みはネットワーク。声をかければ「いいよ」と応じてくれる。

Ⅳ. 研修について

以前に、商店街のおかみさんを対象とした接客研修を実施したことがある。講師は、JALのフライトアテンダント。参考になることはあったものの、商店街のおかみさんには長い接客経験で培われた接客術が身についており、相手がびっくりするぐらい、おかみさんの方がよく知っていた。

資料 Ⅲ—3 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 19 年 11 月 20 日 (火)

ヒアリング先 : 名 称 : 向島橋銀座商店街協同組合

所在地 : 東京都墨田区京島 3-49-1

(京成曳舟駅 徒歩 5 分)

役 職・氏名 : 理事 大和 和道 様

ヒアリング先概況

1. 所在地区分 : 大都市部 大都市近郊 地方都市 地方都市近郊
農村部 漁村部 その他 ()

2. 組 織 形 態 : 任意団体 商店街振興組合 事業協同組合
株式会社 その他 ()

3. 創立時期・開店時期 :
昭和 30 年以前 昭和 30 年代 昭和 40 年代 昭和 50 年代
昭和 60 年～平成 4 年 平成 5 年～14 年 平成 15 年以降

4. 店舗のタイプ:
1. 商店街 2. スーパー 3. コンビニエンスストア
4. ドラッグストア 5. 生協 6. 百貨店
7. その他 ()

5. 店舗数・店舗スタッフ数 :
店舗数 (組合員数) (約) 90 店舗

6. 主たるお客様の年齢層 :
10～20 代 30～40 代 50～60 代 70 代以上

7. お客様の主な交通手段 :
徒歩 自転車 自動車 電車・地下鉄 バス

ヒアリング内容

□商店街は「ハート」「ソフト」「ハード」がポイント・・・大和理事

I. ハートについて

1. 接客が大事

当商店街は「笑顔」が売り。店の人の笑顔の写真をお客さんの見えるところに貼っている。地元の信用金庫が協力してくれた。

大型店（高齢者にとって遠く、売り場は広いが買い物しにくい）ができないことをやる、大型店は「笑顔」はできない。

2. お客さんと時間を共有すること

お年寄りは全てにおいてゆっくり。それに合わせる事が大切。

買い物するにもいったんカバンを置いて財布を取り出すという動作があり、店の前に椅子を置いて、「ゆっくりでいいよー」と声をかけている。

*商店街で4つベンチを置いて、休憩できるようにしている。

*立ち話のできる橘商店街（たちばなしのできるたちばなししょうてんがい）をひとつのキャッチフレーズにしている。

II. ソフトについて

1. シルバーカード

60歳以上のお客様への「シルバーカード」（写真付）の発行を1996年に開始、現在も継続されている。

同カードの特典・機能は、

- ・ 会員（カード所有者）は、午後1時～3時の間ゆっくり買い物ができ、加盟店では、連日その時間帯に、割引やサービス等が受けられる。（入会金・年会費無料）
- ・ カードには、氏名、住所、電話番号が記載され、裏面には、生年月日、

血液型、緊急時の連絡先、かかりつけの病院、保険証番号等が記載されており、ライフカードとしての機能を備えている。

- ・ お年寄りの身分証明書（ID カード）としても使える。

加盟店数は、開始当初 80 店舗、現在は（90 店舗中）37 店舗。

会員数（現時点）は 782 人。



実施店でのサービス表示

□この事業に取り組んだ背景・問題意識

若い人は行動範囲が広く、スーパー等の大型店に行く。他方、お年寄りは、大型店へ行くのも大変であり、店内も広くて大変。従って、行動範囲の狭い地域住民と一緒にないと生きていけない、半径 500～700 メートルのリピーターであるお年寄りをターゲットとした地域密着型を目指すべきとの認識があった。

また、イベントは今も昔もやっているが、当時、社会的に意義のあることをやるべし、商店街がその必要性を問われているとの危機感があった。

地域の人口調査により、若者は流出傾向にある反面、60 歳以上の住民は急増していることが判明し、また来街者調査（午後 1 時～7 時）により、昼間の来街者の平均年齢が 67 歳ということもはっきりし、高齢者を対象としたサービスを検討した結果シルバーカード制度を始めた（商店街初の取組み）。

□お年寄りの反応

お年寄りの反応は、非常によい。デイズニーランド（65 歳以上割引）でも、ID として使える。

高齢者は運転免許証等がないと写真付きの身分証明書がなくなってしまう。

2. 休日の商店街としてのサービス提供

土日等休日に閉めている店舗が多く（市場のある鮮魚店・青果店）、商店街の利便性向上のために、交替でもいいから店を開けて欲しいと申入を行った。

商店は自分たちの利益優先で、協力をなかなか得られず、賛同してくれた店舗だけが今も残っている。

Ⅲ. ハードについて

1. 基本的な設備

トイレは商店街の中央の会館（身障者対応）とはじの公園にあり、特段他にも必要という声はない。

また、地形的に坂がないことが幸いし、各店への入り口の共通ステップを用意したのみで、特段のことはしていない。

2. 設備についての認識

一時期助成金が出るということで、それを当てにして設備を作ることがはやったが、助成金が出なくなるとやめてしまうというような取組みはお客さまの支持が得られない。

イベントも長年継続して実施しているからこそ、お客さまも来てくれる。

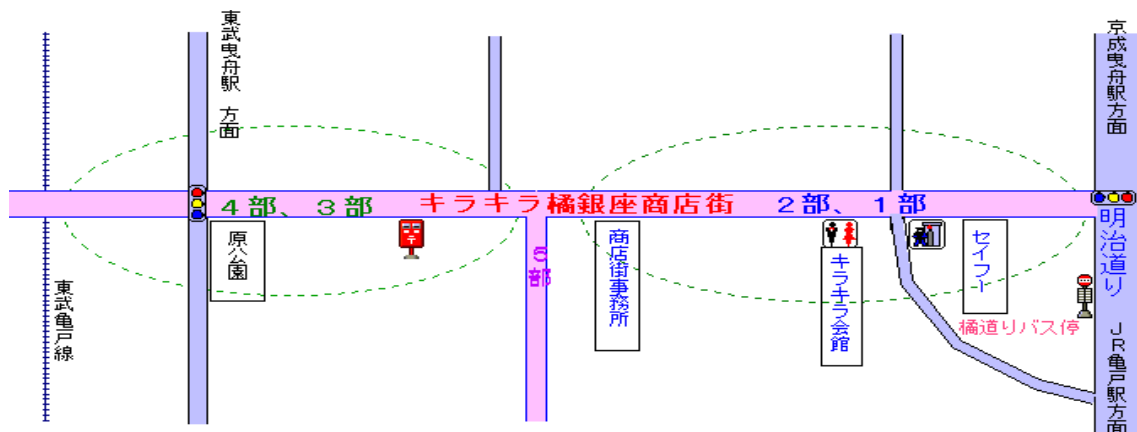
Ⅳ. その他

商店街の活性化は最終的にはそれぞれの店の努力による。商店街が何かしてくれるとか、商店街のイベントに協力しても儲からないというのは店の努力不足。

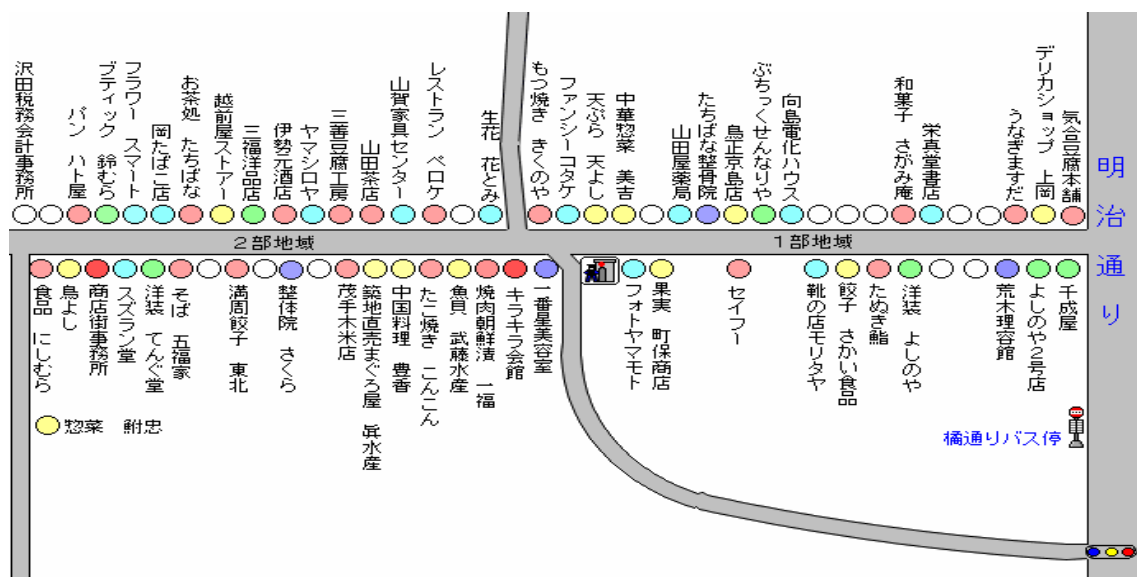
商店主は直接儲けにつながらないとやりたがらず、理解と協力を得るのが大変。



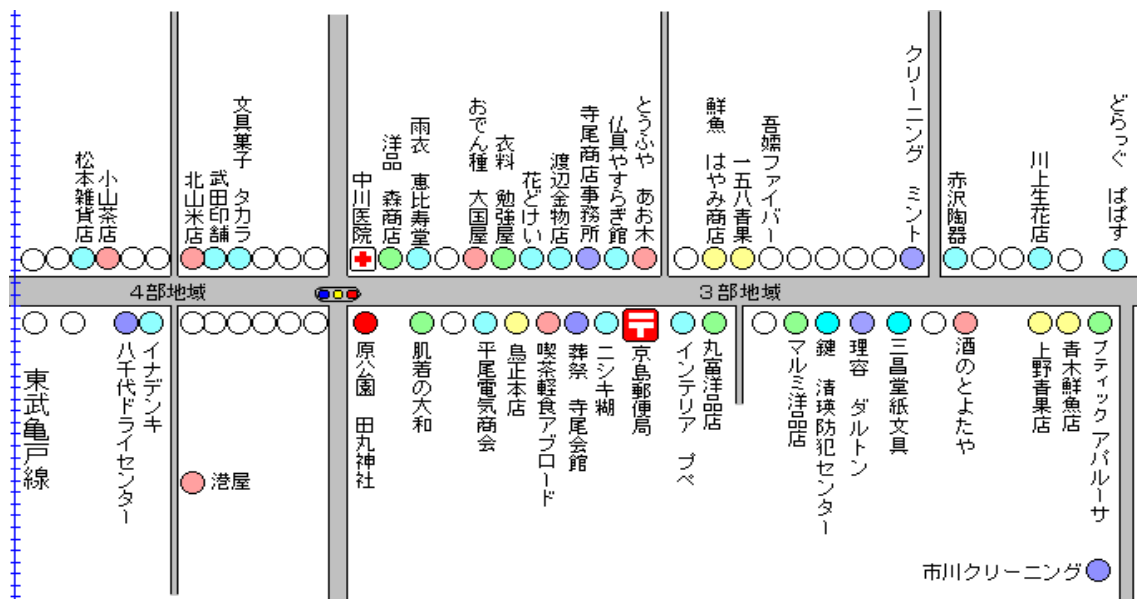
- ・道路は狭く自動車は通らない。
- ・路面はカラーブロックを敷いている。



1部、2部



3部、4部



資料 Ⅲ—4 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成20年 3月10日 (月)

ヒアリング先 : 名 称 : 沖縄県福祉保健部障害保健福祉課

所在地 : 沖縄県那覇市泉崎 1-2-2

役職・氏名 : 福参事 津波(ツハ)様 ・ 主任 古謝(コジャ)様

主任技師(土木建築部建築指導課兼務) 池村様

宮崎県福祉保健部障害福祉課へのヒアリングの補足として調査させて戴く。

[概 要] 人口 1,362 千人

高齢化率 16.6% (全国で最も低い) 平成17年現在

[バリアフリーマップ]

《目 的》

官公庁施設、医療施設、商業施設等を含め、県内の公共施設や福祉のまちづくり条例に適合した民間施設など、高齢者や障害のある方などに配慮した施設を紹介し、気軽に安心して出かけ、様々な活動に参加していただくために作成。

《業務内容》

- 1) 現地調査の実施 (調査対象施設 843 件)
- 2) バリアフリー情報のデータベース化 (提供データ約 1,500 件)
- 3) Web 用バリアフリーマップの作成
- 4) 携帯用バリアフリーマップ (冊子) の作成

地域検索から、施設分類検索、キーワード検索、そして障害種別検索 (視覚障害、聴覚障害、車椅子使用等) とシンプルで誰もが、情報として入手しやすく整理された内容になっている。

またQRコードにも対応されており携帯電話からも情報入手が可能である。

《障害を持つ人によるチェック》

障害を持つ人を中心に、施設ごとの調査、バリアフリー評価を実施しているところの的確な情報としていきている。

福祉マークの説明

マーク	マークの意味	説明	マーク	マークの意味	説明
	一般駐車場	一般駐車場有り。		階段	階段だけの建物。
	車いす使用者駐車場	車いす使用者駐車場有り。		車いす対応客室	車いす使用者に便利なトイレ、浴室付き部屋。
	段差無し	2 c m以上の段差が無く単独で出入り可能。		聴覚障害者対応客室	光点滅、体感振動ベッドにより緊急警報を伝えます。
	1 段段差	1 段段差が有り、少なくとも一人の介助者が必要。		車いす用観覧席	車いすのまま観覧可能な客席。
	2 段段差	2 段以上の段差が有り、出入りが困難。		難聴者用ループ付き	補聴器使用者に純度の高い音声提供が可能。
	自動ドア	出入口の自動ドア。		手話通訳対応	手話通訳の対応が可能。
	案内受付	受付案内があり、インターホン等で係員の呼び出しが可能。		車いす常設	車いすの常設施設。
	点字情報	点字案内、音声案内、点字設備等有り。		盲導犬受入れ	盲導犬も一緒に入れます。
	点字ブロック	点字誘導ブロック。		キャッシュコーナー	車いすのまま A T M が使用可能。
	文字情報提供	電光掲示板、ディスプレイ等による情報提供。		人的介助	人的対応が可能な施設。
	洋式トイレ	一般用の洋式トイレ。		授乳室	授乳室有り。
	車いす用トイレ	車いす使用者が利用できるトイレ。		レストランの点字メニュー	点字の飲食メニュー有り。
	一般エレベーター	一般のエレベーター。		車いす対応園路	車いすで利用できるように整備されています。
	車いす対応エレベーター	操作盤が操作でき、中で回転が可能。		水飲み場	車いすで利用できる水飲み場。
	階段昇降機	車いす使用者が利用できる階段昇降機。			
	適合証交付施設	沖縄県福祉のまちづくり条例に基づく整備基準に適合し、適合証を交付した施設です。			

《課題・研修》

平成 16 年末から約 3 ヶ月間で作成に至る。

バリアフリーマップを検索してみると人的介助が可能な施設等が比較的多いと感じる。利用者の使い勝手の把握、施設の現地調査 Web 化以降の実態の把握、データベースの更新等が今の課題という。

ハードのバリアフリーという観点から、設計者や施行業者への「福祉のバリアフリー」条例や定められた基準に関する研修の充実を感じる。

[その他]

沖縄県庁内トイレを撮影。

写真 1 でもみれるように身障者用、オスメイト対応等 施設内のバリアフリーの充実も感じられた。

写真 1



写真 2



資料 Ⅲ—5 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 20 年 2 月 8 日 (金)

ヒアリング先 : 近畿地方 A 市 健康福祉関係ご担当

ヒアリング内容

I. 高齢者等に関する福祉サービス事業について

市が行う高齢者等の福祉サービスに関してご説明をいただく。「高齢者とのコミュニケーション」というキーワードに直接結びつかないところもあるが、当該市における独自の事業や、市内自治会の活動に関連するお話しも伺えた。

①配食サービス

主として見守り・安否確認の意味から、65 歳以上の一人暮らしの高齢者などで調理に支障のある家庭に対し、月曜日から金曜日までの希望日に昼食を配達している。この事業は市社会福祉協議会に委託し、実際は地域のボランティアがこのサービスを提供しているとのこと。(平成 11 年より)

②緊急通報装置の貸与

65 歳以上で一人暮らしの高齢者又は身体障害者手帳 1・2 級を所持している一人暮らしの人が、自宅で急病になった場合などにすぐ通報できるよう、緊急通報装置の貸与を行っている。これに直接関連はしないが、地域で取り組んでいる災害時要援護者支援について、その組織力や活動の活発さに感心されており、緊急時には自治会やコミュニティと連携をとっていかないと対応できない等のお話があった。

③理容サービス

65 歳以上の寝たきりで外出困難な高齢者などに、訪問理容サービスを行っている。年 4 回以内は実施できる。

④高齢者外出支援サービス事業

電車、バス等の交通機関を利用することが困難で、4月時点において市内に住所を有する65歳以上の高齢者で、要介護3以上の認定を受けており、介護保険施設入所者でない方について、移動手段としてタクシーを使用する場合に、基本料金相当額を助成している。

⑤老人貸農園事業

高齢者が生産の喜びを味わいながら仲間づくりや健康の保持等を行うことを目的に老人貸農園事業を実施しているとのこと。全部で26区画あり、賃貸料は、1区画年3,500円。

⑥その他

地域福祉活動団体の活動を支援するとともに、高齢者や障害者の相談・支援機能の充実を図るため、福祉活動やボランティア活動の拠点を整備しているとのこと。住民が主体となった地域の福祉活動である「福祉デザインひろば」づくりの市内全域での事業展開をめざしているとのこと。

Ⅱ. 研修・教育事業について

地域福祉活動がいくつか行われており、また、福祉の街づくりに関連して、高齢者や障害のある方を正しく理解し、少しでもサポートできるようなセミナーや研修会を地域住民や公共施設の職員等を対象にして実施しているか聞いてみたが、そういった内容のものは現在実施していないとのこと。

資料 Ⅲ—6 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 20 年 2 月 7 日 (木)

ヒアリング先 : 東海地方 B 市 地域商業関係ご担当

ヒアリング内容

I. 助成事業

B 市が行う商店街向け助成制度の中で、高齢者・障害者の地域におけるコミュニケーションに関わるものには、

- ①「商店街空店舗活用事業」及び
- ②「商店街イベント事業」がある。

前者は、商店街やNPO団体等が、商店街の空き店舗を、子育て・高齢者支援、地域住民交流の場など、コミュニティ関係施設として活用する事業を行う際、賃借料や内外装整備費の一部を補助するもの。

後者は、商店街が行う地域住民とのふれあい事業（まつり等の催し）の費用の一部を補助するもの。

II. その他の施策

商店街が農家とタイアップし野菜市を実施しており、高齢者の買い物利便性を向上するとともに地域住民のふれあいの場ともなっている。

資料 Ⅲ—7 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 20 年 2 月 1 日 (金)

ヒアリング先 : 名 称 : 宮崎県福祉保健部障害福祉課
所在地 : 宮崎市橘通東 2-10-1
役 職・氏名 : 主査 福崎 寿 様

1. ヒアリングの目的

全国自治体の「福祉マップ・バリアフリーマップ等」をホームページ等で閲覧し、高齢者や障害のある方をはじめとして誰でも安心して外出できるためのマップとして、ハード面だけでなくソフト面への配慮が見られる自治体をピックアップした。

宮崎県のマップに関するホームページは、①全国初の障害者用トイレの図面掲載、②全国 3 番目の携帯電話対応、③メールマガジンの開設、④子供達への啓発を行うキッズコーナーなどの工夫が見られる。

2. 開設の経緯

- ・ H12. 04 人にやさしい福祉のまちづくり条例制定
- ・ H13 事業所に対する施設のバリアフリー状況のアンケート調査の実施
- ・ H14 障害者トイレ等のある施設に対する現地調査の実施
⇒ 障害者が中心となって現地調査を実施(NPO 法人)
- ・ H15 コンペ方式によるホームページの作成
- ・ H16. 04 ホームページ開設 ⇒ 開設来 44 万件のアクセス

3. 見てもらうための工夫

- ・ 車いす駐車場や障害者用トイレなどをわかりやすく紹介したコンテンツ(キッズコーナー)などを掲載。
⇒施設情報だけでなく、多くの県民に親しまれるようなコンテンツ
- ・ 音声読み上げソフトや文字の大きさを容易に調整できるなど、障害のある方や高齢の方にも使ってもらえる工夫。

4. バリアフリーの基本認識について

ハードの整備だけでは福祉のまちづくりは実現しない。ハードの整備に加えて思いやりのある心（ソフト）が一体となってこそ実現する。

一人ひとりの対応だけでは福祉のまちづくりは限界があるので、例えば、商店街であれば、自分たちの街の中で何が不足し、それを補うためには何が必要なのかを全体で考える必要がある。

5. 教育・研修について

人材育成については、独自の取組として、平成 16 年から 2 ヶ年間、「福祉のまちづくり学園」を設置し、障害者の視点にたったまちづくりを行う地域のリーダーを養成している。現在はリーダーが県内各地で災害時要援護者の防災対策事業や障害者の観光支援に取り組んでいる。

6. その他のヒアリング事項

・現状の問題認識について

HP はこれまでの取組が評価され、「九州ウェブサイト大賞 2007」の優秀賞を受賞した。今後ともよりよいサイトづくりに努めていきたい。

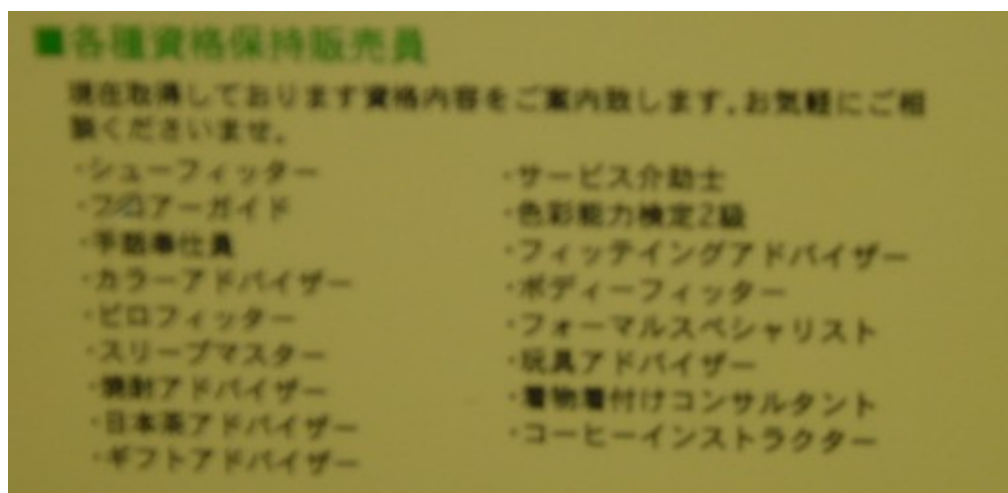
現在のマップは「点」の情報なので、「面」的な情報も加えていきたい。例えば、県外の障害者や旅行会社から車いすでもいける観光地に関しての問い合わせも多い。観光地情報としては現在のマップでは、その観光地に行けるのか、実際、どのようなバリアがあるのか、それをクリアするためにはどのような介助が必要なのか、到達性までは網羅されていない。

この HP の改良だけでなく、実際に来ていただいた際のソフト支援（障害者の観光支援のためには何が必要か）を今後考えていきたい。

〈追加報告〉 マップ掲載施設の見学

・百貨店

買い物について介助員が対応とあり、インフォメーションでどのような人が実際行っているか尋ねたが、フロア単位に何人か担当する者がいることは判明したが、実際に話を伺うことはできなかった。
実効性については疑問を感じた。



・ビジネスホテル

ハートフル・ルームと称する障害者対応客室を持ち、掲載要件を満たすと思われたが、未掲載である。

適合証は建築確認時申請があれば交付しているが、担当が異なるため漏れていた可能性もある。支配人不在のため確認できず。

資料 III-8 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 20 年 3 月 10 日 (月)

ヒアリング先 : 名 称 : 沖縄バリアフリースターセンター 那覇空港
所在地 : 沖縄県那覇市鏡水 150 番地

[概要] NPO 法人バリアフリーネットワーク会議が運営。

3つの柱

バリアフリー
情報の発信

個人旅行の
アテンド

バリアフリー
コンベンション
の誘致

《 目 的 》

沖縄を訪れるすべての人に「ストレスを感じない観光地」を目指したバリアフリー観光の促進と啓発活動。

《情報入手の拠点となる観光案内所》

- ・空の玄関である沖縄空港内に平成 19 年 11 月開設。
- ・沖縄の観光の中心である国際通りに平成 19 年 12 月開設。

※県のバリアフリーマップ作成も業務委託実績あり。

※沖縄県観光商工部の 2004 年、沖縄県内の空港利用者数（高齢者、障害者）の推計値・・・1 日あたり 880 名 + α

[活動内容] 沖縄での旅行を快適に過ごしてもらえるよう、県内の観光施設、宿泊施設等のバリアフリー対応状況（サポート情報）の紹介や交通機関の手配、補助器具のレンタル、またヘルパー資格を持った沖縄観光ケアサポーターと連携し介助者の派遣を実施している。

[ヒアリング内容]

○開設して 5 ヶ月。

高齢者、障害者むけのサービスとして開設するが、現在は高齢者の利用が多数を占める。（アクセス件数は現在集計中）

高齢者からの問い合わせが一番多いのが、車椅子のレンタル。

I 情報提供について

ホームページでの情報提供と窓口来場者へ発信。

ホームページ上では「バリアフリー対応状況」として地名や施設別、また用途別から検索できる。

提供している対象は交通機関、宿泊施設以外にも観光関連施設、ダイビング、エコツアー事業者といった沖縄の特色が見える。

《障害を持つ人によるチェック》

障害を持つ人を中心に、施設ごとの調査、バリアフリー評価を実施している。情報の更新も定期的に実施できている。

II 人的介助について

介助を必要としている旅行者を対象として、ケースに応じて介助（12,000 円/日、6,000 円/午前、7,000 円/午後）、またガイドヘルパー等の紹介や手配を行っている。

事前予約が必要ではあるが、ヘルパー2 級以上の資格保有者、約 7 名が対応されている。

III 福祉機器レンタルサービスについて

障害の種類や程度によって必要となる福祉機器も異なることから各施設で所有することは難しく、また旅行者にとっても多くの荷物を持参する事はかなりの負担であることから、レンタルサービスの需要は非常に高いという。旅行者だけでなく、観光事業者も含め貸し出しを実施している。

○補助器具の貸出一覧

1. トランスファーボード
2. 浴槽内イス
3. 杖
4. チェアボート（海辺で自由に遊べるビーチ対応の車いす）
5. ノアボイス（ステンレスホーロー手摺点字音声サイン）
6. 目覚まし時計（振動式）
7. バイブ機能付枕
8. 点字テプラ・点字ボード
9. 筆談ボード
10. タッチセンサーフラッシュライト

～ 観光バリアフリー化の継続的な仕組みの構築 ～

行政と民間の協力の中、将来のマーケットをしっかりと見据えた戦略の中、° 誰もが楽しめる、やさしい観光地づくりに終わりがいいこと° を再確認しながら検討を実施されている。

資料 Ⅲ—9 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 20 年 1 月 18 日 (金)

ヒアリング先 : 名 称 : 全国旅館生活衛生同業組合連合会

所在地 : 東京都千代田区平河町 2-5-5

全国旅館会館 4F

役 職・氏名 : 事業部長 市川 正 様

ヒアリング先概況

全国旅館生活衛生同業組合連合会は、都道府県毎の組合の中央連合体として、昭和 33 年に設立された厚生労働省所管の団体。傘下に、都道府県毎の組合 47 組合、支部旅館組合約 1, 500 組合、組合員数（旅館・ホテル）約 20, 000 軒を擁する。

同連合会の目的は、「都道府県生活衛生同業組合の中央連合体として旅館・ホテル営業について衛生施設の改善向上、その衛生水準の維持向上を図り、あわせて利用者又は消費者の利益の擁護に資するため、営業者の組織の自主的活動を促進するとともに、組合員の経営の安定をもたらすための措置を講じ、もって公衆衛生の向上及び増進に資し、国民生活の安定に寄与すること」とされている。

同連合会では、高齢者が快適に過ごせる、利用しやすい宿泊施設の整備と増加を目的に、平成 5 年から人に優しいお宿「シルバースター登録制度」を推進、また、高齢者やお身体が不自由なお客様を安全にお迎えし快適に過ごしていただくための心得、対応などをハンドブック「人にやさしい宿」（コンシェルジュ育成必読本）にまとめ、旅館・ホテルの従業員に配布するなど、高齢者やお身体の不自由なお客様への取り組みを積極的に行っている。

ヒアリング内容

I. シルバースター登録制度

1. 制度の概要

健康上で配慮が必要な料理へのオーダー（脂っこい、硬い、辛すぎる、多すぎるなど）や施設面のバリアフリー化、また、いざという時のホスピタリティなど、高齢者が安心して宿泊できる宿がさらに必要とされているとの認識のもと、厚生労働省の協力を受けて高齢者が快適に過ごせる、利用しやすい宿泊施設の整備と増加を目的に、平成5年より推進している制度。

同制度では、設備・サービス・料理面で一定の基準を満たす宿であることを登録の基準としている。主な登録基準は次の通り。

- ・客室内浴室・トイレには必要に応じ、手すり等が設置されていること
- ・共同浴室は、手すり、スロープ、シャワーチェアー、椅子やベンチ等を設置して、高齢者の利用に配慮すること
- ・共同トイレは、洋式トイレや手すりを設置することが望ましいこと
- ・共同トイレ内に事故発生時用の連絡設備があること
- ・階段等には手すりを設置すること
- ・食事は高齢者に配慮したメニュー（献立）の提供もできること
- ・部屋割についてはできる限り高齢者が利用しやすい客室を提供すること
- ・高齢者（満65歳以上）に対しては割引料金・粗品・飲食等の配慮を行うこと
- ・従業者に対し高齢者の宿泊客に接する際の配慮等の教育を行うこと
- ・適正な区域内に往診等の対応措置がとれる医療施設を有すること

同制度に登録された旅館・ホテルは、現在全国で約1,000軒。登録旅館・ホテルは、「Silver Star」の2つの「S」でハート（まごころ）を表現した統一マークを掲げる。また、登録情報は、全旅連が運営するウェブサイト「宿ネット」やシルバースター部会公式サイトの中で、「人に優しい宿」として公開され、またガイドブック「人に優しい宿」などを通じて紹介されている。

<統一マーク>



<ガイドブック>



2. 経緯・背景

この制度は平成5年にスタートしたが、当時、老人クラブなどを通じて高齢者にアンケートやヒアリングを実施した結果、高齢者の旅行に対する期待が大きいことが分かり、今後高齢者に対するサービス改善に取り組まなければ生き残れないとの認識があった。

そこで、社会貢献及び業界の地位の向上を目指して、厚生労働省の支援を得て、平成5年に「シルバースター登録制度」をスタートさせた。

平成9年頃から登録軒数が増加、更なる登録施設のレベルアップを目指して、都道府県毎、登録した旅館・ホテルがグループで「シルバースター部会」を組成、年度毎に、ガイドブックの作成、アンケート調査等の事業を行うようになった。

また、登録した旅館の中でも、地域又は個別旅館毎に温度差があり、底上げが必要ということもあり、「どのようなサービスをすればお客様によろこんでいただけるか」など、マニュアル作りも行った。

3. 人に優しい地域の宿づくり賞

地域あつての、旅館・ホテルであり、シルバースターに登録するメリットは何か、取り組みはどう評価されるのか—などの声もあり、これに応える仕組みとして、平成9年から「人に優しい地域の宿づくり賞」を実施している。

この賞は、地域の旅館や旅館組合が参加又は主催する活動で、高齢者等をはじめ、全ての人々にやさしい配慮がなされており、地元の団体やボランティ

アグループなどが協力して行う下記のジャンルの活動について、選考委員会
が審査し、「厚生労働大臣賞」、「全旅連会長賞」などを贈るものであり、新聞
や雑誌等で紹介されることで、間接的なPR効果もある。また、この賞の受
賞作品が、小冊子「人に優しい地域づくりをめざして」の形で刊行されてい
る。

<対象ジャンル>

- ・ 特性を生かした活動（温泉、料理、まちづくり、滞在型等）
- ・ 経済の活性化（情報技術（IT）、施設、地域貢献等）
- ・ 歴史・文化の振興（イベント・祭り、趣味等）
- ・ 生活環境の美化（緑化、清掃、リサイクル、環境保全等）
- ・ スポーツの振興（体操、ゲートボール、健康増進等）
- ・ 福祉の充実（健康、設備、サービス・接遇、ボランティア等）
- ・ 国際化の推進（インバウンド、インフラ整備等）
- ・ その他、人に優しい地域の宿づくり活動と認められるもの

Ⅱ. ニーズの多様化

1. 高齢者

旅館・ホテルはサービスのプロであり、アンケート結果などは釈迦に説法と
いう側面もあったが、高齢者にアンケートやヒアリングをしてみて、それま
で気づかなかったことに気づかされたり、同じ高齢者でも都市と地方では意
見が違うことがあることなどが分かった。

例えば、一般に高齢者は、洋食よりも和食、洋室よりも和室といったイメー
ジがあるが、アンケートの結果、高齢者は、食事を残すことに抵抗があり、
朝食は自分に合ったものを自由に選びたいことからバイキング形式を好む
高齢者も多くいる。

また、昔は、お任せスタイルの団体旅行が多かったが、高齢者の中でも世代
間のギャップがでてきた。例えば、高齢者世代でも「新人」（比較的若い世
代）は、団体旅行は嫌いで、少人数の旅行を好み、かつ、趣味等のプラスア
ルファが必要。従って、旅館としては、こうしたグループ毎の特性を把握し、
付加的なサービスを提供することが重要となる。

2. 障害者

シルバースター登録制度の基準は高齢者だが、障害者についても、考えないといけない。ただ、障害者といってもひとくくりでとらえられない。

例えば、耳の不自由なお客様をお迎えするとき、耳が不自由であることをどうやって知るか、事故の時どうやって伝えるか、また、目の不自由なお客様にとってはよいサービスも車椅子を利用されるお客様には不便など、どこで折り合いをつけていくか、研究はしているがまだ発展途上であり、もっと勉強しレベルアップする必要がある。

3. 多様化するニーズへの取り組み

このように高齢者又は障害者の中でもニーズが多様化している中、登録施設約1,000軒について、高齢者や障害者が、例えばネット上で、自分に合った旅館・ホテルを選べる手段の提供を模索している。

例えば、自分は元気と思っている高齢者が、旅行先の宿に行ってみたら病院や老人ホームのような施設では困る。高齢者専用の宿では望ましくない、行きたくないということもある。

Ⅲ. 接客について ― コミュニケーションが大切

旅館業はサービス業。ハードよりも、従業員がうまくコミュニケーションをとり、うまく対応していくことの方が喜ばれている。細かな配慮が喜ばれている。

温かく迎えることが大事だがこれが難しい。また、どんなサービスが喜ばれるか、例えば、部屋割りについて、非常口に近いが景色が悪い場合があるが、これでいいのか？ 配慮した食事とは何なのか？ 旅館は「よかった食事」について情報を蓄積しており、全旅連で、それをもとに低カロリーでおいしいレシピをまとめたレシピ本を出している。また、例えば、温泉の入り方について指南できるようになろう、地域のことについてちゃんと答えられるようになろうと、その体制作りを進めている。

IV. 従業員研修について

単一のカリキュラムの研修はどうかと思う。地域性、規模、客層など、個々の旅館によって事情が異なる。また、旅館・ホテルは、もともとサービスのプロ。蓄積されたノウハウがあり、机上の空論では興味を示さない。他の旅館の成功事例や体験談などを参考にしている。

また、救命措置、応急手当、食中毒対策などについても、旅館の人は、地元の消防団や食品衛生協会等、複数の役職を持っており、そうした機会を通じて学ぶことが多い。

資料 Ⅲ—10 ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 20 年 2 月 8 日 (金)

ヒアリング先 : 名 称 : 多田グリーンハイツ自治会

所在地 : 兵庫県川西市緑台 4-8-39

多田グリーンハイツ第 1 自治会館

役職・氏名 : 会長 光本 道尚 様

事務局長 林 昭太郎 様

福祉厚生委員会委員長 岡本 一夫 様

緑台・陽明地区コミュニティ推進協議会 会長

安井 正弘 様 (前自治会会長)

ヒアリング先概況

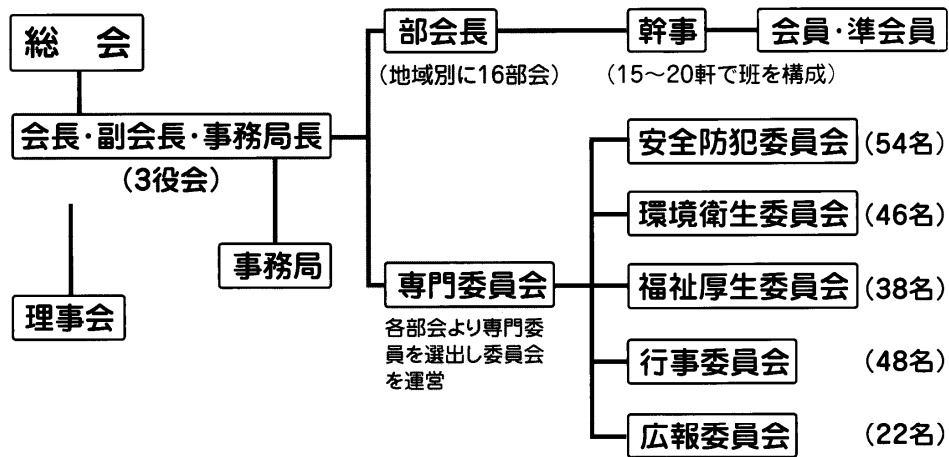
多田グリーンハイツ自治会は、川西市の総人口の一割を占める 4,636 世帯 (平成 19 年 4 月現在) の会員で構成される全国でもあまり例を見ない大規模の組織。

多田グリーンハイツ全域は、「地区計画」により居住環境が守られており、また、プライバシーポリシーも制定され、同自治会は、地区の高齢化率が 30% を超える中、住民が安心して安全で快適に暮らせるよう多くのボランティア活動に支えられて運営されている。尚、同地区は、戸建が 97%、マンションは 3 戸のみであり、地区計画で坪数や高さが決められている。

自治会は、緑台、向陽台及び水明台の 3 地区の丁目を単位とした 16 の部会が活動の中心となっており、各部会は更に約 20 世帯で班を構成し、日常の活動を行っている。また、部会が抱える共通の問題に対応するため、本部機構として 5 つの専門委員会があり、環境問題、安全問題、福祉問題などに、部会と連携して対応している。

また、自治会活動の拠点として 3 箇所自治会館があり、自治会や地域団体、各種サークル活動に有効に利用されている。

自治会の組織と運営



- ① 総 会：全会員対象の定期総会（年1回）
- ② 理 事 会：三役・部会長・専門委員長が参画する自治会の決議機関（1回/月）
- ③ 3 役 会 議：理事会の後に開催（2回/月）自治会運営全般について検討
- ④ スタッフ会議：三役・専門委員長・副委員長が参画し活動の執行協議・理事会への提案事項の検討（2回/月）
- ⑤ 部会幹事会：部会長が幹事を召集して開催（適宜開催）
- ⑥ 専門委員会：専門委員長が各委員会の委員を召集して開催（適宜開催）

ヒアリング内容

I. 自治会の主な取組み

基本姿勢は「サービスを受けるだけではなく、自分でできることは自分で行う、よってサービスはあまり手厚くしないこと、参加してもらうこと」

1. 災害時要援護者支援の取組み

グリーンハイツ地区では、地域の3自治会、地区コミュニティ及び民生委員の協力で、「災害時要支援検討委員会」を設置し、「安否確認」登録リストを自治会の組織力を活かして作成中。これにより、災害が発生した時に、「高齢で一人暮らしの方」、「自力で避難が困難な方」に対して近隣の助け合いで迅速な対応が取れるよう、情報を管理する予定。

また、個人情報の問題もあるが、「この家にはだいたい何歳ぐらいの女性が一人で暮らしている」など、詳細な情報ではなくても近所の方に情報をもらい、もう一度近隣の状況を把握することで、災害時の対策としている。

リスト作成後の課題は、「誰が」「どこで」「何ができるか」を具体化すること。

2. 情報誌の発行及びホームページによる情報発信

広報委員会が、地域の掲示板的作用として、「ぐりーんひろば」という情報誌を月2回発行、イベント・サークル活動や安全・防犯に関すること、環境衛生に関すること、社協だより、健康医療講座等の案内など、地区住民に幅広く情報を伝えている。

また、ホームページの更新も頻繁で、アクセス数も平成16年10月開設以来23,700件を超えており、自治会の活動・取組みを会員に知らせると共に、会員の意見を積極的に取り入れている。

3. 福祉バスツアーの実施とアイネット活動

福祉厚生委員会が中心となって年2回春と秋に高齢者等を対象としたバスツアーを実施しているが、最寄り駅に集合し解散するのではなく、ハイツ発のハイツ着とする、ツアー先の下見を十分に行う等、高齢な方に配慮した計画をたて実施している。

また、65歳以上の一人暮らしの高齢者、高齢のご夫婦、病弱な方が、住まいや暮らしのことを気軽に頼みたい場合に有償ボランティアを結びつける安心ネットワーク「アイネット」活動を行っている。1時間600円（以前はチケット制であった）で主に室内の清掃、片付け、庭の除草、庭木の手入れ、重い物の運搬（粗大ゴミだし）、日曜大工、ペンキ塗り等を行う。プロではなく、素人の作業であるが、以前仕事をしていた人などが行っているケースも見られる。こういったボランティア活動を、時間が許す範囲で協力、お手伝いしたい方々をネットワークしている。

4. 緑台・陽明地区コミュニティ推進協議会との連携

緑台・陽明地区コミュニティ推進協議会（平成11年設立）は、構成する各種団体の自主的な活動を支援し、地域内の自治会、各種団体との連携を深め、

住みよい街づくりを進める協議会で、自治会ではできないことを同協議会で
行っている。(会長は全グリーンハイツ自治会会長)

同協議会は小学校区が組織の基本で、校区問題、スポーツクラブ 21、学校開
放、学校安全の確保など、学校に関わる問題の解決は同協議会が窓口になっ
ている。また、6 つの専門部（体育、福祉、文化、安全、環境、広報）で活
動を進めており、体育、文化を除き自治会のように直接的な活動はせず、各
団体が主体的に実施する活動をサポートしている。よって福祉部は社協福祉
委員会が、安全・環境部は各自治会の活動が中心となっている。

5. イベント開催（行事委員会）

自治会と地域の各種団体・サークルとの合同参加と協力によってサマーカー
ニバルを実施、子供からお年寄りまで参加していただき、地域の輪をモット
ーにした様々なイベント（みこし、盆踊り、夜店、くじ引きなど）を盛大に
開催している。また、各種サークル活動、関連行事への参加協力も行ってい
る。

II. その他自治会運営や地域に関すること

- ・役員は無償で本活動を行っている。
- ・地区内に商店街があるが、古くなり機能しなくなってきた。空き店舗の活用
も難しい。(買い物等の中心はスーパーがある別のエリアに移ってきた)
- ・高齢化率が高く、若い人が少ない。条例等があり、マンションも建てられな
いため若い人が増えない。(大きい住宅が多く、立地も良いが若い世代には
手が届かないようである)
- ・地域コミュニケーション、高齢者にやさしい街づくりの視点では、この自治
会においては既に様々な取組みがされており、長く時間をかけて自治会、コ
ミュニティ、社協等の間で様々な活動と連携がなされている。若い世代が少
なく、今後高齢世帯もますます増加することを十分意識し、自治会において
も何ができるか様々な検討している。

資料 Ⅲ－１１ ヒアリング調査報告

(高齢者・障害者とのコミュニケーションに関する意識・実態調査)

ヒアリング日 : 平成 20 年 1 月 31 日 (木)

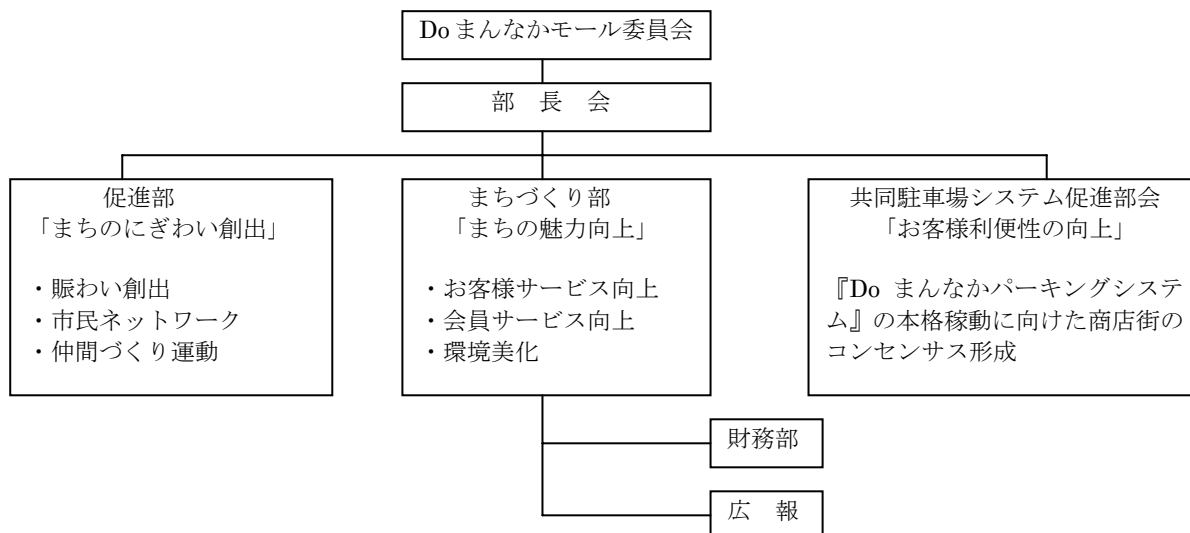
ヒアリング先 : 名 称 : 宮崎商工会議所/中小企業相談所
所在地 : 宮崎市橋通東 1-8-11
役職・氏名 : 広域振興部主査 黒木 竜一 様

Do まんなかモール委員会

[活動目的] 居住・商業機能の郊外分散化に伴い、空き店舗の増加や通行量の減少が続き、危機的状況の打開を狙い、平成 17 年 4 月委員会が設立された。宮崎市の中心市街地（ど真ん中）7 商店街、5 大大型店を中心としたエリアを一つのショッピングモールと見立てて『Do まんなかモール』と名づけられた。

[構 成 員] 各商店街、大型店の代表者・役員等

[備 考] ○これまで商店街間の情報交換の機会が少なかったが故、会を持つごとに各者の連携はもとより、今後の望むべき「まちの姿」に対する意識統一がすすんだ。
○ 事業の理解や参加を得るため、助言機関として「Do まんなかモール協議会」も設立している。



[活動内容]

1. 都市の美観や高齢者バリアフリー等の観点から、放置自転車禁止条例により商店街に自転車を放置出来ないようになっている。
2. 『よってンプラザ』・・・・まちづくり拠点
 - 中心商店街や駐車場などの情報の発信地。
 - 空き店舗を活用し車いすの利用者や親子連れでも足を運びやすいように広いトイレや、おむつ替え用のシート、簡易の授乳スペースなども設置している。
 - 2000年7月オープン。2万人強の利用者/年（2006年実績）
 - 管理運営の委託先：『Do まんなかモール委員会』
3. 『スーパーおじいちゃん&おばあちゃんコンテスト』
 - 目的：世代間の交流。
 - ：イベントの一つではあるが高齢者に外にでてもらう、介護予防の観点からも開催。
 - お孫さんがいる高齢者が参加。子供達が審査員になり参加者の晴れ舞台を演出。
 - 2回開催/年。8名参加（2006年9月）
4. 『観光バリアフリー連続講座』・・・・高齢者、障害者が不自由なく外出、観光できる環境づくりを考える会。
 - 身体、視覚、聴覚障害者のほか介助者など30名がモニターツアーに参加。5グループに分かれ、店舗入り口のスロープや障害者用トイレの設置場所、使い勝手などを確認していき、意見交換会を開催。
 - ⇒7割くらいの店で簡易スロープを設置されており、店員の対応も良い。
 - ⇒一方で、街全体に駐車場やトイレなど情報が少ない。
 - 点字ブロックの上に看板など通行の妨げになるような障害物が少なくなかった。
 - 実施場所：宮崎市中心市街地（橘通、若草通り、一番街）

～ 線（商店街）と点（大型店）、そして面（商店街、大型店の連携）から広がる中心市街地活性化 ～

○個店、個店ではハード面に関しての対応に限界を感じている、組織
（商店街連盟、商工会議所としてバリアフリー対応を試みている。

大切にしているのは『こころのバリアフリー』からはじめること。

認知症サポーター養成講座基準

＜認知症サポーターとは＞

認知症サポーター100 万人キャラバンにおける「認知症サポーター養成講座」を受講した者を「認知症サポーター」と称する。

認知症サポーターは認知症について正しい知識をもち、認知症の人や家族を応援し、だれもが暮らしやすい地域をつくっていくボランティアである。

認知症サポーターには講座実施主体者を通じて、全国キャラバン・メイト連絡協議会より、ボランティアのシンボルグッズである「オレンジリング」を授与する。

＜認知症サポーター養成講座の開催要件＞

認知症サポーター養成講座の開催は、その目的・対象者などの位置づけを明確にし、そのうえで以下の開催要件を満たしているものとする。

○実施主体者

都道府県・市町村等の自治体および全国規模の職域団体等とする。

NPO 等への委託も可とするが、介護サービス事業者およびその団体は対象としない。

○講師

・キャラバン・メイト

○対象者

地域住民、職域、学校、広域の団体・企業等の従事者など。

※介護サービス事業所（者）および介護サービス従事者、介護専門職の団体等は対象とはならない。

○実施主体者別の対象者分類

実施主体者	サポーター対象者
都道府県・市町村等の自治体	・住民 住民組織（自治会、老人クラブ、子ども会など）、民生・児童委員、防災・防犯組織、介護者の会等の当事者組織、ボランティア団体、等 ・地域の生活関連企業・団体活動等に携わる人 企業、団体（商工会議所、同業者組合、銀行等の金融機関、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、宅配業、タクシー業等）、公共サービス機関（行政サービス全般、警察、郵便局、消防等）、公共交通機関等 ・学校関係者 小・中・高等学校生徒、教職員、PTA 等
全国規模の職域団体・企業	全国的・広域的に事業展開を行っている団体・企業の所属組合員、従事者等

○講座内容

基本カリキュラムにそった内容を盛り込み、全国キャラバン・メイト連絡協議会作成の標準教材を用いることを基本とするが、開催主体者が独自のリーフレット等を活用して展開してもよい。なお、カリキュラムの時間配分は目安とする。

○講座の所要時間

おおよそ1 時間～1 時間30 分を目安とする。基本内容を押さえたうえで、対象者に合わせて適宜、構成・調整する。

○使用テキスト

キャラバン・メイト養成研修で使用される『キャラバン・メイト養成テキスト』に準拠する下記教材を用いることを基本とする。その他、本教材の趣旨を踏まえた内容の教材・資料等を地域、対象者に応じて活用することもできる。

- ・認知症サポーター養成講座標準教材『認知症を学び地域で支えよう』
- ※『キャラバン・メイト養成テキスト』の第1 部（1・2 章）と同内容。

○オレンジリング

実施主体者事務局に必要数が送付される。オレンジリング費用は無料（別途送料がかかる）。

○キャンペーンビデオ（DVD）

実施主体者事務局ごとに1本を基本として送付される。

■サポーターグッズ費用

教材の種類		費用	
認知症サポーター養成講座標準教材 『認知症を学び地域で支えよう』		誌代1部 100円 (送料は200部ごとに900円)	
キャンペーン ビデオ・DVD	実施主体者事務局あたり、1本を送付	無料	
オレンジリング	※申し込みは1口 (100個)単位	無料	
		送料 (6口ごとに700円)	実施主体者事務局にご負担いただきます (独立型メイトを除く)

○受講費

原則として無料

○実施手続

「認知症サポーター養成講座 実施の流れ」参照。独立型メイトは、直接、全国キャラバン・メイト連絡協議会と手続を行うこととする。

出典： ウェブサイト

厚生労働省：「認知症を知り地域をつくる」キャンペーン
認知症サポーター100万人キャラバン

● 認知症サポーター養成講座 基本カリキュラム

基本となる内容	標準時間
● 認知症サポーター100 万人キャラバンとは	15分
● 認知症を理解する (1) 1 認知症とはどういうものか 2 認知症の症状 3 中核症状 症状1 記憶障害 症状2 見当識障害 症状3 理解・判断力の障害 症状4 実行機能障害 症状5 感情表現の変化 4 周辺症状とその支援 元気がなくなり、引っ込み思案になることがある 身のまわりのことに支障が起こってくる 周辺の人が疲弊する精神症状 行動障害への理解	30 分
● 認知症を理解する (2) 5 認知症の診断・治療 早期診断、早期治療が大事なわけ 認知症の治療 認知症の経過と専門家との関係 成年後見制度／地域福祉権利擁護事業 6 認知症の予防についての考え方 7 認知症の人と接するときの心がまえ 8 認知症介護をしている人の気持ちを理解する	30 分
● 認知症サポーターとは ● 認知症サポーターのできること	15 分

(計90 分)

出典： ウェブサイト

厚生労働省：「認知症を知り地域をつくる」キャンペーン

認知症サポーター100万人キャラバン

この事業は、独立行政法人福祉医療機構（長寿福祉基金）
の助成により行ったものです。

**高齢者・障害者と地域住民の相互理解とコミュニケーション構築
に関する調査研究事業**

平成 20 年 3 月発行

発行 社団法人 シルバーサービス振興会

〒102-0083 東京都千代田区麹町 3-1-1 麹町 311 ビル 3F

電話：03-5276-1600 F A X：03-5276-1601

HPアドレス：<http://www.espa.or.jp>