地域・コミュニティ活性化賞

買い物代行サービス「ジモトヨタ」の展開

トヨタモビリティ東京

地元スーパーと連携し買い物空白地域を補助

トヨタモビリティ東京（佐藤康彦社長、東京都港区）は、モビリティカンパニーとして地域課題解決のためにできることを模索している。その活動の一環として、2021年11月から、江戸川区で買い物代行サービス「ジモトヨタ」を実施している。

江戸川区の一部地域は、買い物空白地域として区も問題視しているエリア。同社は19年から、購入した商品を配送するサービスを展開してきた。その中で「子どもが小さいため、なかなか買い物に出られない」「仕事や介護などで買い物に行く時間がない」などの困りごとをたびたび耳にしていたことから、それらの声に対応する形で新たに買い物代行サービスを立ち上げた。

地元のスーパーヤマイチ鹿骨店と協業し、時間指定の予約サービスとして、食料品や日用品を購入できる仕組みを構築した。現在、登録者は30～40歳代の若年層が半数を占めているという。

利用方法は、まずパソコンやスマートフォンで会員登録をする。翌日から翌々日までの都合の良い時間を指定して予約し、ジモトヨタ買い物代行のサイトから購入したい商品を選択して注文する。支払いは商品受け取りの際の現金または、クレジットカードの事前決済を選べる。

注文を受けると、同社スタッフが注文内容や配達日時を確認し、配送スタッフとスケジュールを組む。予約時間の配送に合わせて、ヤマイチのスタッフが注文商品のピックアップを行い、バックヤードに準備する。ジモトヨタのスタッフは、再度注文商品をチェックし、専用の配送車で指定の場所に届ける。

ジモトヨタのスタッフは、定年を迎えたスタッフ5人で構成。熟練スタッフの定年後の第2の活躍の場にもしている。

同社は東京都全域に約200店舗を展開する。地域課題は各自治体それぞれであることから、今後も各地の地域特性に寄り添い、解決策を模索していく方針だ。

【選考委員コメント】

「買い物難民」は高齢化が進む過疎地域だけに存在する社会課題ではない。同社は地域に密着した活動を行い、地域の声に耳を傾ける中で、その地域特有の課題を浮き上がらせ、対応している。自治体や地元企業と連携した住み続けられるまちづくりとして広がりを期待できる。また、定年退職者が再度、その地域で貢献できるというやりがいも提供している。