

## ①ショッピングリハビリツアーの実施内容

### 【対象エリア】

- 今市・大津（月曜）
- 湖陵（水曜）
- 乙立・佐田（金曜）

行きはタクシーが利用者宅までお迎え



帰りはタクシーが利用者宅までお送り



ラピタ本店到着 ①体力測定（初回と終了時のみ）



②体操またはフェイシャルエステ



③楽々カートでお買い物/昼食



【ツアー参加費】：500円

【定員】：8名（最少催行人数1名）

【利用方法】：1週間前までに電話等で予約

【実施時期】：10月26日～1月25日までの平日30日間

平成27年度島根発ヘルスケアビジネス先進モデル構築支援事業

～エステで綺麗に。体操で元気に。買い物で運動しよう！～

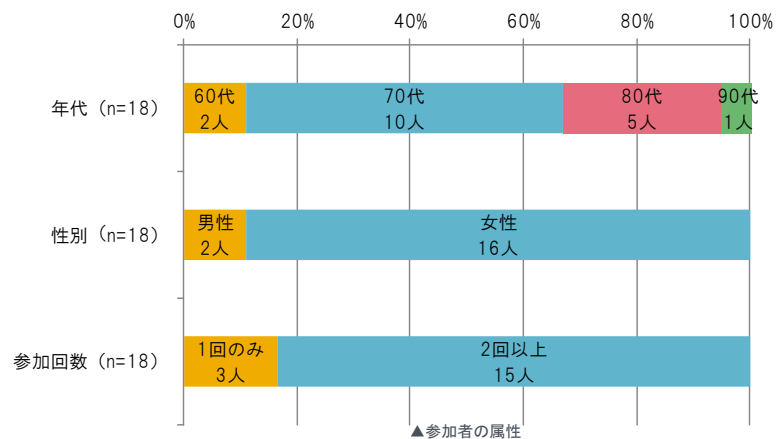
# ショッピングリハビリツアー

## 事業報告



## ②実施結果及び参加者属性

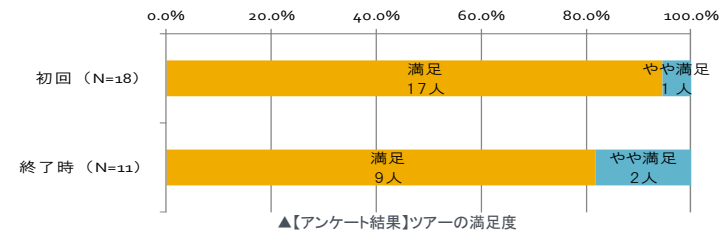
催行回数	26回/30回（ツアー催行率86.7%）
延べ参加者	85人（登録者18名）
平均年齢	74.5歳（最高齢92歳）
リピーター率（2回以上の参加率）	83.3%



## ③アンケート結果

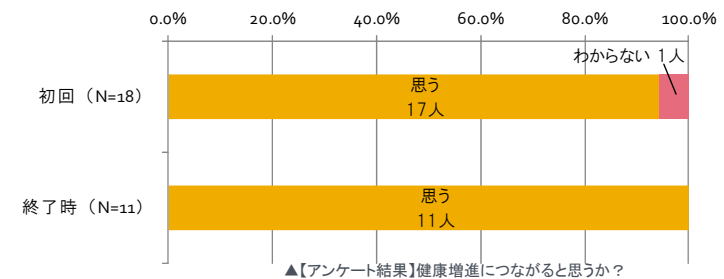
### 【ツアーの満足度】

◆ツアーの満足度について初回及び終了時とも概ね満足頂いている。



### 【ツアー健康増進につながると思うか？】

◆初回及び終了時とも参加者のほとんどが「健康増進につながると思う」と回答している。



## ④体力測定の結果



5

◆島根大学医学部塩飽特任教授に分析を依頼したところ下記のような結果となった。

- 17人の参加者と10人の終了時被評価者の間に、統計学的な有意さを年齢や体力などの各項目で認めません。したがって、10人の終了時被評価者が特定の特性を持った人だけであったことが否定できます。
- 10人の開始時と終了時被評価者（男女合わせた全員）の各評価項目を対応あるt検定とχ<sup>2</sup>検定をいたしました。統計学的に有意差を認めたのはTUGで終了時には有意に短縮していました。他は、改善、悪化の傾向を認めますが、統計学的に有意さは認めませんでした。

【TUG結果】

	終了時に評価した方の開始時			終了時			改善
	人数	平均	標準偏差	人数	平均	標準偏差	
男性	2	8.5秒	3.5	2	7.7秒	4.2	-0.8秒
女性	8	8.7秒	2.1	8	8.1秒	2.6	-0.6秒
合計	10	8.7秒	2.2	10	8.0秒	2.7	-0.7秒

TUGは、椅子に腰掛けた状態から、合図とともに立って、3メートル歩いて、方向転換し、3メートル戻って再び椅子に腰掛けるまでの時間を計測する。

P=0.035



## ⑥その他の結果



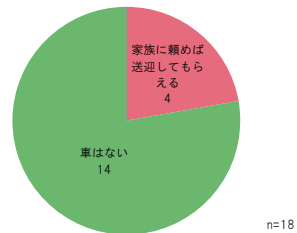
7

【ショッピングセンターでの消費額】

◆参加者のラビタでの1回あたりの購入額の平均は、**4,745.5円**となり、ツアーを実施した施設の平均消費額2,200円よりも**2,000円以上高い**結果となった。

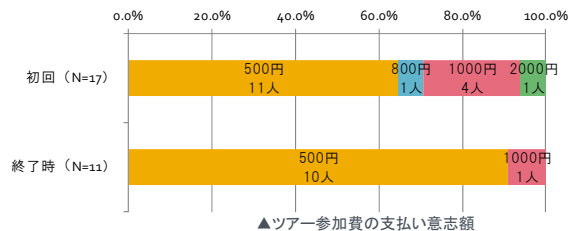
【自家用車の所有状況】

◆ツアー参加者の全員が自分で運転できる車を所有しておらず、「家族に頼めば送迎してもらえる人」が4名、それ以外の方は「車はない」となった。



【支払い意志額】

◆ツアーへの支払い意志額は、初回終了時でも「500円」が最も多くなっており、初回は、64.7%だったのに対して、終了時は90.9%となっている。



## ⑤体力測定の結果



6

◆今回の調査ではサンプル数が少なく統計データ的に有意さが認められなかったものの、その他の項目においても改善の傾向が見られている。

項目	調査対象数	介入前 (平均)	介入後 (平均)	介入前介入後の差
片足立位時間	10人	25.0秒	28.4秒	+3.4秒
握力	10人	21.6kg	21.9kg	+0.3kg
CS-30	10人	11.7回	13.3回	+1.6回
PGCモラルスケール	10人	11.9点	13.4点	+1.5点

【片足立位時間】

片足立位時間は、目を開けて片足でどれだけの時間、バランスが保てるか計測を行う。



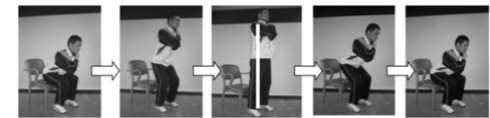
【握力】 握力計を使用して左右の握力を計測する。

【PGCモラルスケール】

PGCモラルスケールを使用して参加者の心理面の状況を計測する。

【CS-30】

30秒間の間に椅子から立ち座りが何回できるか計測を行う。



## ⑦成果と課題



8

効果及び成果

体力・心理面の維持・改善

TUGについては、統計学的に改善が見られたほか、その他の項目についてもサンプル数が少なく統計学的には分析出来ないが、**改善傾向**が見られる。

外出機会の増出

参加者の全員が自分で運転できる車を持たない層であり、今回のツアーで買い物による外出機会の増出に繋がったと考えられる。

ツアー満足度の高さ

参加者の**全員**がツアーの満足度に関して「満足」「やや満足」としており、ツアーの満足度は高くなっている。

ショッピングセンターでの消費額

参加者の1回あたりの購入額の平均は、4745.5円で、施設の平均消費額2,200円よりも**2,000円以上高い**結果となっている。

課題及び問題点

送迎費用の捻出

タクシーを今回移動手段として使用したが、**タクシー料金**が高く、次年度以降は見直しが必要である。

広報の方法

ターゲット層が、アクティブでない層であるため情報が届かず、**集客の方法**に課題がある。

支払い意志額の低さ

アンケート結果でツアーへの支払い意志額はどのエリアも「500円」が最も多くなっており、支払い意志額が低い。

### i. ショッピングリハビリとしての販売展開

- ◆ 今年度の事業を通して、体力測定ツール、体操動画（アプリ）及び各種マニュアルを作成することが出来た。
- ◆ これらのツール及びノウハウと「楽々カート」をセットにして販売展開を行い、全国的な普及を目指す。

### ii. 他社と連携を強化しモデル地域での事業展開

- ◆ タクシーを活用したビジネス展開は利用者の支払意志額から判断して不可能であるため、対象者の輸送が可能な車両を保有する福祉事業者等と連携してのビジネスモデルを構築する。
- ◆ 利用者の負担額を軽減するとともに、ビジネスを成立させるためにモデル地区の自治体と協議を行い、介護予防事業としての業務委託を検討する。