

The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of blue, ranging from light sky blue to deep navy blue. These shapes are primarily located on the right side of the frame, creating a modern, dynamic feel. The left side of the image is a solid, very light blue.

発表

プレゼン資料

目的、背景、ターゲット（何のために作ったか）

システム作成背景

全国的な人口の減少や少子高齢化、過疎化の影響もあり、流通機能や交通網の弱体化とともに買物環境が悪化し、食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々、いわゆる 買物弱者が発生している。（※参考：「買物弱者対策に関する実態調査」 総務省行政評価局 平成 29 年 7 月発表）

買い物弱者とは超高齢社会をむかえ、地元の商店街や駅前スーパーの撤退・閉店により家 から徒歩で行けるお店がなくなり、公共交通機関の弱体化により食料品など生活必需品の 買い物に困る高齢者であり、このような日常の買い物が困難な状況に置かれている人々を「買物弱者」と経済産業省では定義している。

経済産業省が 2015 年 4 月に公表した「買物弱者問題に関する調査結果」では、この買物弱者は日本全国に約 700 万人いると推計されている。

目的、背景、ターゲット（何のために作ったか）

買物弱者対策を中心となって取りまとめる府省がないことも買い物難民の増加を増やす原因の一つである。農林水産省がまとめた資料によると、回答市町村のうち、1,069（85.9%）市町村が何らかの対策が必要と回答している。上記対策を必要とする市町村のうち、民間事業者が参入している市町村は 69.4% あり、対策方法として、「宅配、御用聞き・買い物代行サービス等」のサービスを展開している事業者が多数ある。（※参考：「食料品アクセス問題」に関する 全国市町村アンケート調査結果 農林水産省 食料産業局 食品流通課 令和3年3月発表）

前頁に定義される買い物弱者向けに生活必需品を購入できる EC サイトを展開する。嗜好品等の生活必需品以外のものは掲載をせず、サイト表記についてはわかりやすくシンプルな構造を重視する。

利用者ターゲット

└ 一般消費者

システム説明（どんなことができるか）

- ▶ ログイン
- ▶ パスワードリセット
- ▶ ユーザ登録・編集、ユーザ退会、全ユーザー一覧
- ▶ 商品閲覧、商品登録・編集・削除、
- ▶ 商品をカートに入れる、
- ▶ 商品購入
- ▶ 購入履歴DB保存
- ▶ 購入履歴エクセル出力

不足機能や今後のシステム展望

▶ 不足機能

▶ 決済サービス機能

「クレジットカード・代金引換・コンビニ後払い」の導入は必要。代金回収までの期間が短い決済サービスを選ぶと、サイト運営を活性化する効果も期待できると考える。

▶ 在庫管理機能

商品の在庫が少なくなってきた際に管理者へ通知する機能などを搭載することが必要。荷受けの効率などを考えて動線を確認することが必要になると考える。

▶ クーポン、キャンペーン機能

割引や送料無料などのクーポンを発行したり、キャンペーンを展開したりすることで販売を促進する機能。利用者の増加を図る意味では不足している機能の一つ。

不足機能や今後のシステム展望

- ▶ 不足機能
- ▶ アクセス解析機能

サイト訪問者の流入経路や離脱箇所などの確認ができるように実装する必要がある。

- ▶ チャットボット等の問い合わせ機能やフォーム・Q&A項目
ユーザーが24時間問い合わせができる、また人と話すことに抵抗がある人でも気軽に問い合わせができるようフォームを設置する。またよくある質問があるようであれば、Q&Aを追加することでサイトそのものの向上を図ることが可能。
- ▶ 今後のシステム展望

上記不足機能の実装並びに改善点の修正を実施していけば、商品を変更し弊社通信教育の教材販売等のサイト作成が可能になると考える。

今回の開発を通じての感想

メリット

1. 自由に開発ができる
2. スキルアップが図れる

デメリット

1. アイデアが枯渇する
2. スキルの定着に時間がかかる
3. 第三者の実装方法が学べない