

論文の内容の要旨

論文題目 商店街と住民との協働による地域貢献事業の実施に関する研究

氏名 樋野 公宏

わが国の小売商店数は、昭和 57 年以降、一貫して減少を続けている。従業者規模別に見ると、中・大規模小売業が拡大しているのに対し、小規模小売業が大きく減少している。そのため、小規模小売業で構成される商店街の衰退状況は著しく、活性化の一方策として、希薄化した地域との繋がりを再構築する必要性が言われている。

一方で、高齢化の進むわが国では、今後も高齢者人口は 2020 年まで急速に増加すると推計されている。世帯構成別に見ると、「三世帯世帯」の割合が低くなり、「単独世帯」と「夫婦のみの世帯」の割合が高くなってきている。高齢者は一般的に、住居を中心とした、徒歩によって移動可能な行動範囲（日常生活圏）で多くの生活時間を送るようになる。よって高齢者のみの世帯が増加する一方、身近な商店街の商店が店を閉め、車での買物を前提とする郊外の大型店が生き残れば、日常的な買物に不便を感じる高齢者が増加する可能性はきわめて高い。これは高齢者に限った問題ではなく、身体障害者、病弱な人、それらを抱えた家族、未就学児を抱えた母親、共働き世帯なども、高齢者と同様に買物弱者として想定される。一般に立地条件が良い商店街の小売機能を維持することが、買物弱者への対応策として効率的であろう。

近年、補助制度の充実とともに、宅配サービスを実施する商店街が増えている。これは、買物弱者への買物機会提供という商店街に求められる機能を強化すると同時に、商店街が地域との繋がりを再構築するための事業としても位置付けられる。営利企業にも宅配サービスに進出するものがあつたが、その多くが撤退し、事業モデルとして成立しないとの見方が広がっている。商店街による宅配サービスも、補助金の終了とともに中止となる事例が多い。このような状況下で、商店街が宅配サービスを実施する意義を見出すとともに、継続的に実施するためのモデルを構築することが求められる。

そこで本研究は、商店街を単なる小売商業の集合体と捉えるのではなく、商店街が持つ非営利的な側面に着目する。そして、商店街が実施する宅配サービス事業について、①現状と課題の把握、②意義の考察、③継続的実施のための提案、を行なうことを目的とする。

本論文は 6 章から構成される。第 1 章では研究の背景と目的について述べた。

第 2 章「都市高齢者の買物行動と商店街宅配サービス」では、高齢者の買物行動の分析から、高齢者が買物に不便を感じる要因と、その不便さが高齢者の食生活に与える影響を明らかにし、宅配サービスの役割について考察した。

高齢者がふだん利用する店舗までの距離に対して感じている満足度を「距離満足度」と定義し、買物頻度、欠食率との関係を調べたところ、いずれとの間にも相関があつた。そして高齢者へのヒアリング調査結果と合わせて、距離満足度が低い高齢者は、天候や体調などの要因が加わることで買物を控える可能性がより高く、それが欠食に繋がるのだと推察した。また、距離満足度が

低い高齢者には、宅配サービスを利用したいと考える人が有意に多く、宅配サービスが高齢者の潜在化した買物需要に応える可能性があることを示した。

第3章「商店街宅配サービス事業の概括的状況」では、商店街宅配サービス事業についてその全国的な実施状況を把握し、利用者にとっての意味を考察するとともに、営利事業としての限界を示した。

商店街宅配サービス事業は、1980年代に中小小売業の情報化の立ち遅れへの危機感を背景とする販促手法として登場した。その後、補助制度が充実し始める1998年頃から実施商店街が増加し、2001年7月時点では実施経験のある66事例を確認できた。そのほとんどは多寡の差こそあれ中小商業の振興を目的とする補助金を受給して事業を開始したものである。一方で調査対象事例の1/3は調査時点で事業を中止していた。数事例の収支を見たところ、人件費、賃借費などの支出に見合うだけの利用件数が得られた事例はなく、商店街宅配サービス事業が営利事業として成立することは極めて困難であることが分かった。利用者へのアンケート、利用状況の分析から、利用者からの評価は総じて高いにも関わらず売上が伸び悩むのは、商店街宅配サービスを非常時や将来のためのセーフティネットとして必要と考えるだけで、実際にはあまり利用しない消費者が多いことが一因であることが分かった。このように商店街宅配サービスは、営利事業として成立することが困難だが、既存のサービスで対応できない買物弱者のニーズに応えるサービスであることを示した。

第4章「ボランティア活用事例に見る商店街宅配サービス事業の意義と課題」では、非営利の地域福祉サービスとして宅配サービスを実施すべきとの考えのもと、ボランティアな労働力を活用する事例の実態分析から、宅配サービスの意義と課題について考察した。

第3章では、商店街内外のボランティアな労働力を活用する事例が13例見られた。このうち8事例について実態分析を行ない、その意義と課題について考察した。商店街宅配サービス事業の意義として、宅配サービス事業の実施が、高齢社会における小売店や商店街の役割を考え直す契機となっている点、高齢者にとって近隣ネットワークを構築する役割も果たしている点を挙げた。このような取り組みが地域から評価され、それが実施側の士気にも繋がっている。課題としては、多くの事例が商工会議所主導で、商業者の意識が伴わなかった点、地域住民の協力を得るために自治体のコーディネーターとしての協力が求められる点を挙げた。

第5章「地域における労働力の所在と活用可能性」では、商業者と地域住民の協働を前提に、ボランティアな労働力確保の可能性について検討した。

宅配サービスが地域にとって必要なサービスであれば、商業者だけでなく地域住民も協力して実施していくことが望ましい。しかし、一般的にこのような地域活動への参加において、最大の阻害要因となるのが時間的制約である。そこで、商業者と地域住民の「時間」に着目した。地域活動一般について、商業者、地域住民ともに参加してもよいと考える時間量(Tb)と実際の時間量(Ta)には開きがあり、 $(\sum Tb - \sum Ta)$ を潜在化した時間量として概算すると、商業者1人あたり月に64.9分、地域住民では110.2分であった。Tbについて、商業者、地域住民ともに短い時間

での参加を望む者が多く、細切れな労働力を受け入れられる地域活動が少ないことが労働力が潜在化する一因と考え、宅配サービス事業の配達業務のような専門性を必要としない業務への活用を提案した。

また、商業者の 31.7%、地域住民の 13.3%が、宅配サービス事業に協力すると回答した。属性別には、商業者には小売業者、地域住民には主婦の協力者が多く、他業種と比べて危機的状況にあるが、地域活動に参加可能な時間量が多い小売業者と、地域内で過ごす時間が長く、地域課題が見えやすい主婦を宅配サービス事業の担い手として活用することを提案した。

第 6 章「地域住民と協働して行なう商店街宅配サービス事業」では、商店街宅配サービスの可能性を検討し、本研究で得られた知見をまとめた。

まず商店街宅配サービスの可能性を検討するため、第 2 章の高齢者買物行動調査の結果から、中板橋商店街の宅配エリア内の買物不便者数を 665 人と推計し、これらに週に 3.87 回（高齢者の平均買物頻度）のサービスを行なうことを目標とし、必要な時間量を 2278 時間/月と概算した。次に第 5 章で求めた潜在時間量と宅配事業に協力意志を持つ者の割合から、商店街全体で宅配事業に拠出可能な時間量、地域全体で宅配事業に拠出可能な時間量をそれぞれ 137.1 時間/月、12348.4 時間/月と概算した。以上から、①商店街全体で宅配事業に拠出可能な時間量が 100%集まっても、週 3.87 回の宅配サービスを約 6%の買物不便者にしか行なうことができない、②地域全体で宅配事業に拠出可能な時間量のうち 18.4%が集まれば、全ての買物不便者に週 3.87 回の宅配サービスを行なうことができることを示した。

結論として、これまでに得られた知見のなかで、商店街宅配サービス事業の意味と課題をまとめ、提案を行なった。提案は、以下の 2 点に集約される。

- ・商業者と地域住民がそれぞれの実情に応じた分担で業務を行なうことで、商店街宅配サービスは地域にとってより有益で、継続的实施が可能なサービスとなり得る。地域住民の協力の獲得をあきらめている商店街が多いと考えられるが、自治体の協力を得ながら積極的に呼びかけ、商店街宅配サービスを地域福祉サービスの一環として、地域住民と協働して実施すべきである。
- ・商業者、地域住民ともに短い時間なら地域活動に関われるという者が多い。細切れな労働力をつなぎ合わせる「ワークシェアリング」の方式で、宅配サービス事業の集荷・配達業務を行なうべきである。特に、小売業者、主婦などがその担い手として期待される。

以上、地域住民と協働して行なう商店街宅配サービス事業は、商店街衰退と高齢化という地域が抱える課題を総合的に捉え、住民の主体的な活動を誘発し、生活環境の向上を目指す活動であった。これは、地域の各主体がそれぞれの役割を果たす「自律した市民社会」に向かう一歩と言える。行政にはこのような商店街の非営利的な活動を支援することが望まれる。全国に 15000 以上を数える商店街が地域の核となって住民、自治体とともに地域課題の解決を目指すことは、豊かな地域づくりに大いに資するものである。本研究では、宅配サービス事業を通じてその可能性の一端を示すことができたと考える。