

# インター大会プレゼン部門 2018 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) コマザワダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) マツダゼミナール
駒澤大学	経済学部	松田ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) ビーハン	フリガナ) ハマシマカナ	4 人	無	なし
B 班	浜島佳奈			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

BOND 開催時の広告 2 枚 (長南町、喜多見地域)、喜多見地域アンケート (A4 2 枚×253 部)

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

研究テーマ (発表タイトル)

BOND2.0 ～人のつながりを意識した買い物支援～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

## 1. 研究概要 (目的・狙いなど)

インターネットの普及によって買い物は格段に便利になり、そのおかげで私たちは「買い物強者」になったと言える。しかし、「買い物」という行為が、全ての人にとって便利になったわけではない。我々は、インターネットを自由に扱えず、様々な要因から買い物に抵抗を感じる「買い物弱者」の存在を忘れるようになってはいないだろうか。この買い物弱者問題の解決を試みようとして、我々は昨年「BOND1.0」を実施した。すなわち、様々な先行研究を元に、そこで得られた知見を生かして、買い物支援システム「BOND」というフレームワークを構築し、ある地域においてこれを実施したのである。しかし、このシステムは未成熟な部分が多く残り、稼働の過程で様々な課題も見えてきた。買い物弱者問題の解決は一朝一夕には成し得ないことから、我々は BOND1.0 を継承し、そのフレームワークの構造をさらに精査した上で、PDCA サイクルを念頭に置きながら、農村と都市との両地域を対象として幾度にもわたって支援システムの運用を試みた。そして、そこで得られた様々な課題とその解決とを通じ、買い物弱者問題の解決を図るために必要となる一定のメソッドを会得した。

まずは買い物弱者問題の現実について、多くの人々に認知してもらうことが必要不可欠ではあるが、今後の日本社会にとっても極めて重要なしくみのひとつになるであろう、継続的な相互支援システムによる「買い物支援」を実施する体制の基盤づくりにも、我々が活動を通して得られたメソッドは一定の有効性を持つものと思われる。

## 2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

買い物は生きていくうえで必要不可欠な手段である。しかし、買い物が困難な状況におかれている買い物弱者は、日本に 600 万人も存在している。身体的理由などからとりわけ高齢者が買い物弱者に陥りやすいと言われており、超高齢化が進む日本の将来人口推計からも、買い物弱者が今後増加するのは疑いようがない。（図 1）。

また、買い物弱者への第一歩として認識されている「買い物に抵抗を招く要因」は、大店法や土地所有の細分化、バス路線の衰退などその要因は様々であるが、農村部と都市部とでは、その特徴に差異がある。（図 2・3）

また、既に通販、送迎サービス、移動販売などの施策がすでに多くの地域で展開されてはいるが、支援の多くはなかなか買い物弱者問題の解決へと繋がらない。我々は、実際の支援システムの運営者とその利用者との双方から話を聞き、「それぞれの支援の間に協力が欠け、個々でのレベルに留まっていること」が支援の有効性や継続性確保を困難にし、ひいては受け手が置き去りにされたとも言えるような、支援する側からの一方的な支援状態を生じせしめているのではないかと結論に達した。

### 01 高齢者将来人口推計



(図 1)

### 01 抵抗を招く主な要因【農村部】

- 1 高齢化率の上昇
- 2 交通機能の弱体化
- 3 個人の精神的・身体的問題

(図 2)

### 01 抵抗を招く主な要因【都市部】

- 1 高齢者数の増加
- 2 流通機能の弱体化
- 3 個人の精神的・身体的問題

(図 3)

\* 図 1-3 の図表の番号 01 は、発表時のスライドの構成番号

## 3. 研究テーマの課題

先行研究である群馬県邑楽郡明和町の Case study を通じて得られた知見に基づき、検証対象地域を千葉県長生郡長南町に設定し、現地調査を行った。ここで、「現在、買い物に対して抵抗があるか」という問いを住民に投げかけたところ、抵抗があると答えた住民は全体の 32%に過ぎなかった。しかし、抵抗が無いと答えた住民のうち、ほぼ全員が「今はそうは思わないが、今後大変になると思う」という回答であった。このことから、買い物が大変な地域での生活に慣れてしまい、現状の問題を先延ばしにし、「誰かがやってくれるだろう」・「役場がお金を出して…」というように、問題解決を人任せにしてしまい、危機感が薄い傾向にあることが分かった。

杉田聡はその著書『「買い物難民」をなくせー消える商店街、孤立する高齢者』の第 4 章において、「買い物難民問題の解決には、コミュニティの結束を強め、対象住民に買い物難民問題を認識してもらうことこそが重要」と、問題解決の方法として、コミュニティ内での協同による自己解決こそが最善であると述べている。

買い物弱者問題は一朝一夕では解決できない問題であるからこそ、我々の活動の目的でもある現状の問題を以前のそれよりも認知してもらい、コミュニティ内での自己解決に向けて「住民に近い存在」が住民に寄り添った支援を継続し続けることこそが有効な支援だと考えた。

## 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

明和町での Case study と内閣府文献とによる先行研究を踏まえ、私たちは継続的支援を行うために「住民主体の三者協同形態」と「人のつながり」を意識した買い物支援形態である BOND を提案した。三者とは、住民・事業者・自治体のことを指し、これらの協同を通じて既存の支援での問題点であった採算性や満足度の低さを解消でき、住民主体で行うことで「支援される」という負目を感じにくくなり、地域内で完結できるフレームワークが構築される（図 4）。

また、事業者は地域内完結のため地域にある個人商店や商店街に協力していただいた。自治体が BOND と住民、事業者との架け橋となり、自治体の持つ信頼性によって協力事業者やボランティア、金銭や設備の補助などで支援の継続性に大きく貢献している（図 5）。

しかし、あくまで地域ボランティアを中心とした住民が支援する側でも主体となる。こうした位置付けにより、支援する側・される側という対抗構造を作らず、むしろ「共助の関係」を作り出す不可欠な要因となるのだ。

また、人と人とのつながりを創出する場所として、談話室を設けた。この空間で知り合いのお店・人から買い物ができるついでに友人や様々な世代のボランティア、自治体の方との団らんや交流を図ることができる。こうした小さな交流の積み重ねが満足度の向上に寄与し、またこれを継続して行うことで、いざというときに助け合える信頼関係の構築の場になることが可能だと考えた。

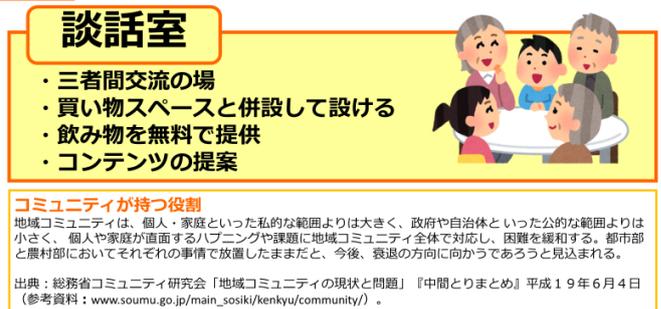
そしてこの BOND を 3 つの支援形態で、農村部そして都市部で実施することによって、私たちは「BOND の継続性に支援形態による大きな影響はない。どのような支援形態であれ三者協同、人のつながり、そして楽しさがあれば継続性は確保される」という結論に達した。

## 02 BONDプロジェクトとは



(図4)

## 02 BONDプロジェクトとは



(図5)

\*図表の番号 02 は、発表時のスライドの構成番号

三者協同によってボランティアを募りやすくなり、また事業者からの商品の出品、多くの広告、設備や場所の提供を自治体に協力してもらうことで採算性の確保を図った。さらに自治体も運営主体のひとつとなっていることによるプロジェクトへの安心感、信頼感も見込まれ、満足度の向上にもつながり得る。つまり三者協同だからこそヒト、モノ、カネ、情報を獲得しやすい状態を作ることができる。さらに人のつながりは人を集める誘因となり、この場所を訪れる人々が「楽しさ」を感じ取れる場所にしていくことで、さらにその誘因は大きなものになっていくだろう。自治体を巻き込みながらも、設備、場所などのハード面のみならず、提供するコンテンツの「楽しさ」という、ソフト面の寄与度こそが、「支援」という事業の継続性に大きな影響を与える。

各地域での支援形態の決定について、支援形態は必ずしもその土地の環境によって決定するものではなく、多くの責任を負う自治体の状況によって支援形態が決定される場合もある。

## 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

前述の通り、BOND 1.0 の実施は先行研究を踏まえ、農村部の対象地域として千葉県長生郡長南町を選定した。この地域は、今後の人口動態の劇的な変化や交通網の弱体化、小売店の不足など買い物に抵抗を抱く要因が数多く存在している地域であり、明和町と近似の条件にある。私たちは農村部の買い物に抵抗を招く主な要因である「交通機能の弱体化」の中でも住民が外出をせざるを得ない現状を踏まえ、外出を後押しする店舗の創造という手段をとった。この地域での FW には約 70 時間を費やししながら、仮説に基づいた現実的活動を続けた結果、BOND1.0 は人のつながりを創出し、定量的面、定性的面からも、そのつながりは人を集めることができるということを確認した。また、満足度の数値化も行い BOND の満足度を測ることができた。しかし、プロジェクトには改善の余地があることも判明した。

我々はここで得られた知見をより精査し、PDCA サイクルを回しながら、人のつながりの必要性を再確認するため都市部でも BOND システムの適用を試み、BOND2.0 を実施した。都市部の対象地域は、東京都世田谷区喜多見地区である。ここでは、「流通機能の弱体化」によって家と店舗の距離が広がっていくという都市部特有の課題事項の現状に合わせ、「移手段の提供」という手段をとった。この地域での FW には約 55 時間をかけている。結果として、都市部におい

でも高い満足度を得られることが、定量的、定性的面からの分析を通じても確認でき、あわせて BOND の有効性も確認することができた。そして我々は、多くの人と触れ合う中で「楽しさ」こそが人を集め、かつ人のつながりを強める真の誘因であると気づくことができた。

また参加者からの声を基に独自で「人のつながり」の数値化を行った。母数が少なく分析としては改善の余地があるが、BOND を通じることでネットワーク、信頼、社会参加から成る「人のつながり」は構築されつつあるとの認識に至った。

## 6. 結果や今後の取り組み

こうした BOND を通じたコミュニティに属することを契機として、買い物弱者が新たな買い物手段を得るとともに、複数のコミュニティの重なり合う部分に存在することが可能となり、より人のつながりが広まり、豊かで強固なものになる。また今後は、私たちの理論はどの地域でも適用可能性があるのか明らかにしていく。そしてここで得られた知見を踏まえ、よりよいシステムを模索し続けることで一定数の買い物弱者の軽減に貢献できるよう研究を続けたい。

「人」が抱く深刻な社会問題だからこそ、その「人」に寄り添った支援を一徹して貫いていきたい。それこそが社会問題への最善の解決アプローチだと信じて活動を続けていく。

## 7. 参考文献

- ・岩間信之『「都市のフードデザート問題」 ソーシャル・キャピタルの低下が招く街のなかの食の砂漠』農林統計協会、2015年。
- ・ — 『「フードデザート問題」 無縁社会が生む食の砂漠』農林統計協会、2013年。
- ・加藤光一『「農山村地方再生手法の可能性」 地域を創る直売所と買い物難民対策の共同売店』松山大学総合研究所、2008年。
- ・佐藤瞭、山口淳『「買い物難民」発生の原因分析を踏まえた解決方策に関する考察』『経営情報学会 2015年度秋季全国研究発表大会予稿集』経営情報学会、2015年、339-342頁。
- ・社会工学研究会 多摩学研究班『多摩ニュータウン再生に向けた新たな活性化策の研究』多摩学電子新書、2016年。
- ・杉浦芳夫『地域環境の地理学』教文堂、2012年。
- ・杉田聡『買い物難民もうひとつの高齢者問題』大月書店、2008年。
- ・杉田聡『「買い物難民」をなくせ！消える商店街、孤立する高齢者中央公論新社、2013年。
- ・村上稔『買い物難民を救え！ 移動スーパーとくし丸の挑戦』緑風出版、2014年。
- ・薬師寺哲郎『社会における食料品アクセス問題』ハーベスト社、2015年。

### <企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様(株式会社日経BPマーケティング)に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HPなどに発表されていない)ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・株式会社日経BPマーケティングは一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ **ここまでを4ページ以内におさめて、ご提出ください**