

インナー大会 プレゼン部門 2019 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) マツキ ソヨカ	5人	無	
松田ゼミ B 班	松木 そよか			

※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)

チラシ、補助歩行器具

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ (発表タイトル)

NEO BOND~ノーショッピング・ノーライフ~

※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り買い物が格段に容易になった反面、買い物をすることが困難だと感じている「買い物弱者」の問題は、少子高齢化の加速や高齢単身者の増加と共にますますクローズアップされ、様々な先行研究も報告されている。この買い物弱者問題の解決を試みようとして、我々は一昨年買い物支援システムたる「BOND1.0」を農村で実施し、基盤となる基礎的フレームワークを「構築」した。このフレームワークを基に翌年実施した「BOND2.0」では、農村と都市とで BOND プロジェクトを実施し、その結果、買い物弱者問題を緩和するための一定のメソッドを会得し、買い物弱者問題の緩和に向けたフレームワークを「確立」した。

しかし、多くの先行研究が示唆しているように、買い物弱者問題への対応は継続することが重要である。この問題に特有のこうした課題から、我々は BOND1.0 ならびに 2.0 の「構築」「確立」という段階を引き継ぎつつ、従来のフレームワークの限界点の解決に資する手法たる「補完型支援」を組み合わせ、「NEO BOND」というフレームワークの再構築を試み、この支援システムを幾度にもわたり都市部で運用することで Try & Error を繰り返しながらフレームワークをより強固なものにできるような検証と改善を試みた。フレームワークを「強固」にしたことで BOND1.0 からの目的である「買い物弱者問題の緩和」にさらに一段階近づき、一昨年、昨年と段階を踏みながら継続してきた BOND プロジェクトを一定程度「進展」させることができたと言える。

買い物弱者問題は今後も深刻化していく極めて重要な社会問題であり、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、その問題を解決するための基盤として我々の 3 年間の活動を通して得られたシステム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、高齢者が該当しやすいとされている買い物弱者数は、推計約 700 万人に上ると言われている超高齢化（図 1）が進行する今後の日本の人口形態を考えると、買い物弱者問題は増加の一途をたどることは自明である（図 2）。また、高齢化に加え、高齢者の移手段の一つでもある自動車の免許返納なども度外視はできない。買い物弱者が発生する要因として、バス路線の衰退、大店法や土地所有の細分化などの要因は様々であるが、都市部や農村部など、その地域背景により買い物弱者が発生する要因は異なる（図 3）。つまり支援地域の特色を知る必要がある。

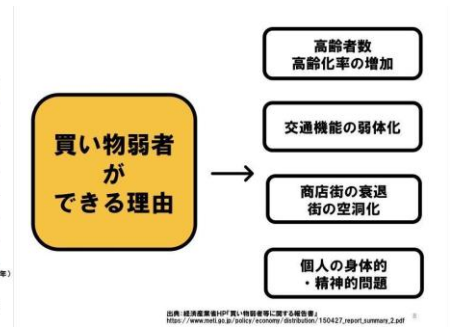
現在、既存の支援として、通販、送迎サービス、移動販売などの施策が多く地域で展開されているが、その支援の多くは買い物弱者問題の解決へと至っていない。我々はこの問題の研究を通じて、現行の支援は買い物弱者問題という課題に対して自治体や事業者など、「それぞれの支援の間に協同が欠け、個々でのレベルに留まっていること」が支援の有効性や継続性確保を困難にし、あたかも「支援する側」と「支援される側」とに分断されたかのような状態になることが大きな課題であると考えてに至った。



(図 1)



(図 2)



(図 3)

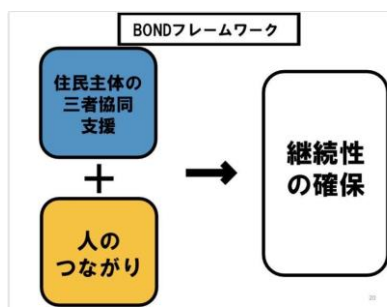
3. 研究テーマの課題

BOND1.0 での Case study たる群馬県邑楽郡明和町を通じて得られた知見に基づき、BOND2.0 では検証対象地域を地方の小さな町に加えて都市型の同問題へとウイングを広げ、東京都世田谷喜多見地区を選定した。NEO BOND でも引き続き同地域で活動を継続した。地方であろうと、都市であろうと買い物弱者問題を解決するためには「人のつながり」が重要である。とりわけ人々の紐帯が希薄な都市ではこの側面が浮き彫りになる。この点は多くの先行研究からも伺われ、杉田聡『「買い物難民」をなくせー消える商店街、孤立する高齢者』に拠れば、「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」であり、コミュニティ内での協同、つまり「人のつながり」による自己解決こそが最善の問題解決の方法として位置づけられている。

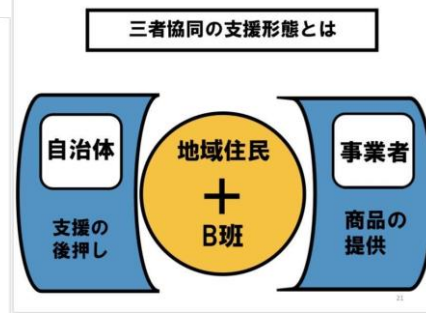
我々が実践してきた BOND1.0、2.0 でも、「人のつながり」を意識した支援の継続が有効であることは実証されている。しかし、買い物弱者問題は一朝一夕では解決できない問題である。そのため、BOND2.0 では解決し得なかった課題点を解決し、フレームワークを「強固」にすることにより「人のつながりをより強く意識した、継続できる支援の仕組み」の構築が我々の課題となった。

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、一昨年、継続的支援のための「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一方的な支援形態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を構築した（「BOND1.0」：図 4）。事業の主体は地域ボランティアを中心とした住民、地域にある個人商店や商店街である。世田谷区社会福祉協議会はその信頼性を以って BOND と住民、事業者との架け橋となることで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貢献しているが（図 5）、支援側の主役はあくまで「住民」となる。こうした位置付けにより、支援する側・される側という対立構造を作らず、むしろ「共助の関係」を作りだすことが可能となる。かかる理解の下、我々は人と人とのつながりを創出するためには、小さな交流の積み重ねによる交流の満足度の向上と交流の継続とが、いざというときに助け合える信頼関係の構築に資すると考えた（図 6）。このフレームワークを 3 つの支援形態で農村部ならびに都市部において実施した結果（「BOND2.0」）、「BOND の継続性に支援形態による大きな差異はない。どのような支援形態であれ三者協同と人のつながりとがあれば継続性は確保される」という結論に達した。



(図4)



(図5)

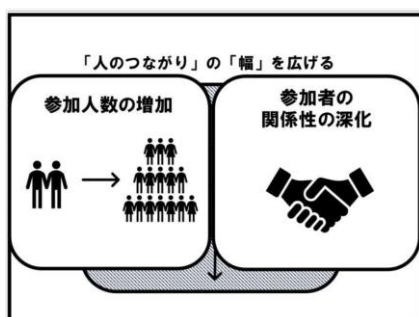


(図6)

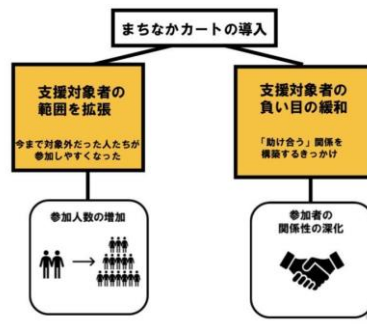
今年度、NEO BOND では「買い物弱者の緩和」に一段階近づくべく、このフレームワークの弱点のひとつであった「頑強性」に着目した。これは「BOND2.0」までの課題点の解決に資する「補完型支援」確立への取り組みという形に具現化した。

BOND2.0 までの課題点である「集客力の低さ」の要因は、①認知度の低さ、②身体面による参加障壁、の2つに集約される。この2点が解決に向かえば「人のつながり」に「幅」が生まれ、またつながりが強まることで、「補完型支援」の確立に近づくだろう(図7)。そこで、①認知度の低さの解消に向け、「キーパーソンつなぎ」「連絡会」「説明会」の実施に関しては、世田谷区社会福祉協議会に支援を仰いだ。同機関のネットワークの利用により、より多角的に住民の意見を取り入れられ、地域住民との距離も縮まった。これにより「人のつながり」をより感じられる支援を行うことが可能になった(図8)。また、②「身体面の負い目」という参加障壁を乗り越えるためには、富山大学医学部での研究成果をもとに組織された「富山大学歩行圏コミュニティ研究会」と協力し、同会が開発した「まちなかカート」を導入することで、支援対象者の「負い目」の緩和を試みた(図9)。

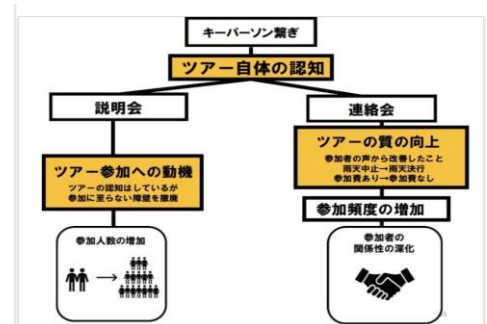
以上2点の課題点の解消により、これまでの「人のつながり」の幅が広がり、「人のつながりの量(参加人数の増加)」と、「人のつながりの質(いざというときに助け合える信頼関係の構築)」とを確立できた。かかる取り組みは、買い物弱者問題のコミュニティ内での自己解決に向けて、「住民に近い存在」が住民に寄り添った支援を継続する支援形態であることから、先行研究が指摘している理想形の支援形態に近いものであると考えられる。



(図7)



(図8)



(図9)

5. 研究・活動内容 (アンケート調査、商品開発など)

上述の通り、今年度も「東京都世田谷区喜多見地区」を対象地域に選定した。異なった背景を持つ人々が生活する都市部では、高齢一人世帯も多く、コミュニティの希薄化・弱体化が著しいことから、これまでの先行研究を踏まえ、我々が買い物弱者問題解決において最重要視している「人のつながり」が構築されにくい現状がある。その上、「地域住民同士で助け合う」という関係性、つまり買い物弱者問題を解決に導きうる有効な方策たる人のつながりの「質」の構築には長い時間を要する。かかる状況から、買い物弱者問題への特効薬はないとの認識のもと、継続性を重視し、昨年に引き続いて同地域での活動に着手した。

具体的には「流通機能の弱体化」によって家と店舗と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、「移動手段の提供」という手段をとった。ここでは、世田谷区社会福祉協議会、地域団体(ミニディわくわく)、商店街ならびに富山大学歩行圏コミュニティ研究会などとの協働によって BOND プロジェクトを実施している。社会福祉協議会には、キーパーソンつなぎ、連絡会、説明会、地域団体の方にはボランティア、商店街からは談話室の提供、富山大学歩行圏コミュニティ研究会からは、まちなかカートを提供していただいた。そして、我々B班はそれらの団体をつなげる「架け橋」という立場にいる。

「買い物弱者問題」という、一種の地域課題をこれらの支援ネットワークを活用することで、コミュニティ内での共同、つまり、

「人のつながり」による自己解決を図ることに一歩近づけ「コミュニティビジネス」を成立できたといえよう。そして、参加者へのアンケート結果からも、ツアーへの参加障壁を取り除けたことが明確になった。「つながりの幅」を広げることは、補完型支援の仕組みの確立に有効であると位置付けられる。

6. 結果や今後の取り組み

コミュニティには自然発生的なものもあるだろうが、人の手を通じて作り出さなければならない出来上がらないコミュニティもある。NEO BOND で対象としてきた地域ではとくに、コミュニティを作り出すためには何らかの、しかも有効な「きっかけ (nudge)」がないと合目的なコミュニティの生成は難しいと思われる。それは前述の通り、異なった背景を持つ人々が生活する都市部であることから既存のコミュニティそのものが弱体化していること、かつ対象が高齢一人世帯であることに起因する。

買い物という極めて日常的な行為を介し、BONDを通じたコミュニティに属しながらここを生活の一部として日々を過ごすことで、新たな買い物手段を得ると共に、彼（彼女）たちが複数のコミュニティが重なり合う部分で居場所を確保することが可能となるだろう。NEO BOND のしくみを有効に活用することにより、「人のつながり」の「幅」は広がり、より豊かで強固なものになると推測できる。今後は、ここで得られた知見を踏まえ、よりよいシステムへと改善しながら研究を続けていきたい。

また、我々が到達した手法や実施内容を先行研究として、「世田谷区生涯現役ネットワーク」や「せたがや中小企業経営支援センター」などに「広げる」ことにも力をいれ、深刻化する買い物弱者問題という「社会問題」への認知を広げようと考えている。

「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きたい。それこそが社会問題への最善のアプローチだと信じて活動を続けていきたい。

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。
- ・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』教文館、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。
- ・ — 『「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。
- ・一般財団法人機械振興協会経済研究所『超高齢社会の課題解決に向けた機械情報産業の新展開』2016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。

※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