高齢者層の交流の場としての近隣型小売商店の役割

- 1960年代のミニ開発住宅地における近隣コミュニケーションに関する研究 その2 -

A ROLE OF NEIGHBORHOOD STORES AS THE COMMUNICATION PLACE
FOR THE ELDERLY PEOPLE

- Research on the neighboring communication in the mini-housing development 1960s Part 2 -

曾根陽子*, 香山愛理**

Yoko SONE and Eri KAYAMA

As people buy daily foods at the super-market recently, many small neighborhood stores were shut. But neighborhood stores have some important functions for the community. The purpose of this paper is to clarify the meaning of the neighborhood store for the elderly generation people. Three methods of surveys were taken for this study; 1) a survey to the dwellers in the mini-housing development in 1960s, 2) a survey to the customers of the store in the area, 3) an observational research of customers in the store. The results are as follows. Main customers of neighborhood stores are elderly generation people and they live very near the store. People who enjoy chatting (or communicate with) neighbors in the store like shopping at the neighborhood store.

Keywords : *Neighboring communication, The mini-housing development, Community, Neighborhood Store, Elderly people*

近隣交流, ミニ開発住宅地, コミュニティ, 近隣商店, 高齢者層

1. はじめに

大型ショッピングセンターやコンビニの増加など近年の商品流通機構の変化は細かな近隣型小売商店（以下近隣商店と略称）の衰退を招き、全国至るところにシャッターを下ろした空き店舗を発生させている。

近隣商店には最寄品販売という主機能以外に、「街を見守る防犯機能」や「地域行事の支援」等々の地域社会に貢献する種々の機能を持つ。筆者らは前報¹⁾で川口市のミニ開発住宅地S地区の下町的な地域社会（コミュニティ）が、この地区にある多種多様な近隣交流の場の存在によって成立していると推論し、その一つとして「飲み屋」を取り上げ、その実態を調査・分析した。本論はその継続研究として、この地区に点在する近隣商店の「近隣交流の場」としての機能に着目するものである。数年来の調査過程で、買物姿で長時間立ち話している中高齢女性の姿を常に見かけたこと、商店内で客同士あるいは店主と話しこんでいる高齢者の楽しそうな会話光景を度々観察したためである。

身体機能が低下した高齢者は行動圏が狭くなるので、住宅を取りまく地域が存在が重要になるという。高齢者にとって近隣商店の減少は切実な生活問題^{注1)}であるが、それと同時に日常的な近

隣交流の場を減らすことにもなると思われる。

近隣商店と高齢者、近隣交流の3つに着目して、既往研究を調べたところ、これらに関連付けて分析した研究はほとんどなかった。「商店・商店街」に関する研究は、森田による商店街活性化に関する一連の研究²⁾をはじめとして商店街の動向変化や顧客選択行動に関するものが中心であった。高齢者に関する研究は膨大な蓄積があるものの、「高齢者と商店・商店街」との関係に着目した研究はほとんどなく、橘らの「行動環境」に関する研究³⁾や室永らの「外出行動」⁴⁾、森らの「散歩行動の比較分析」⁵⁾が商店街に一部言及している程度である。「高齢者の近隣交流の場」については張らの「ひがしまち街角広場」⁶⁾や田中らの「コミュニティ・カフェ」⁷⁾に関する研究など数編あるが、いずれも商店を対象としたものではない。

本研究と近い視点を持つ研究は大会学術講演梗概集に多い。佐々岡らは京島商店街に「地域社会形成の可能性」を指摘し⁸⁾、坂部らは谷中の高齢者を対象として「とりつき（個人と地域を結ぶ機能）」の一つとして商店を取り上げている^{9)、10)}。道路への商品等の「溢れ出しと近隣交流」を観察記録した研究¹¹⁾もいくつかある。だが、これらは頁数の関係からか調査方法、分析記述等

* 日本大学生産工学部建築工学科 教授・博士(工学)

Prof., Dept. of Architecture Engineering, College of Industrial Technology, Nihon Univ., Dr. Eng.

** 日本大学生産工学部建築工学科 修士(工学)

Dept. of Architecture Engineering, College of Industrial Technology, Nihon Univ., M. Eng.

に不明確な部分がある。

本研究は近隣商店での買物行動と近隣交流との関係を商店利用客と地域居住者の両面調査で把握し、近隣商店が高齢者層(60代以上)にとって生活上必需なだけでなく、近隣居住者との交流機会の場を提供する機能を持つものであることを明らかにする。同時に高齢者層の需要に答える経営をしている商店の実態から高齢社会における近隣商店のあり方を示唆することを目的とする。

2. 調査概要

(1) 住宅地図による調査

住宅地図(1965^{注2)}、1970～2003^{注3)} 35年分(3.1で使用)

(2) アンケート調査

① 店頭調査

日時：2004年12月16日～18日(9時～20時)

対象：Y店、T店利用客

方法：地区内の商店Y店、T店の店舗脇に3名以上の調査員が立ち、来店した客が店から買い物を終えて出てきた時点でアンケート6項目を口頭で答えてもらう。内容は居住地、年齢、家族構成、来店頻度、他店の利用^{注4)}等である。

回答率(回答者数/来店者数)は61.9%(412/665)であった。

データ数カウント方法：3日間の調査期間中複数来た人は、人口構成比と比較する場合(図7)のみ、「×日数」とするが、それ以外は回答数を実人数とする。

② 住戸調査

日時：2005年7月6日～22日

対象：S地区内の町会加入者^{注5)}(以下地区居住者と呼ぶ)

方法：留置アンケート調査^{注6)}

内容：家族構成、住宅の基本事項、商店利用状況、地区内の付き合いの内容と程度、立ち話の有無と場所(選択回答式14項目)、地区内外商店の利用比率、利用頻度(記述式4項目)回収率は41.7%(335/804)で有効回答数は313件。

データ数カウント方法：単独項目集計の場合は欠損値を省いて集計する。複数項目比較の場合は関連項目全てを完全回答したもののみを集計する。

(3) 参与型観察調査

日時：2006年2月、2007年10月の8日間(9時～21時)

対象：Y商店利用客及び店員

方法：筆者の1人が店員として働きながら、店員と客、客同士の近隣交流の様子や客と店員の動線、時間等を記録する。

3. 調査対象の概要

3.1 地区内商店の推移

調査対象地区は、8.7haに885棟が建つミニ開発住宅地である。1966年から1970年の5年間に急激に開発が進行し、現棟数の8割以上が建てられた。1971年に現在と同じ世帯数になり、そのまま現在にいたるが、子供の成長・独立と共に世帯規模は縮小し、高齢者層夫婦世帯が最も多くなっている。現在は建て替えが進行し、若い子世代も転入してきている^{注7)}。

商店名が確認できる住宅地図は1970年のものが最も古く、図1

はそれ以降の地区内商店の推移を示している。1970年当時は周囲が田んぼと工場であったため、最寄品店の必要性が高く、商売になると思った人が次々に店を開いた。商店は道路沿いや空き地などに業種の区別なく点在したが、行き止まり路地の零細建売住宅の1階を店に転用したと見える商店も数軒あった。最も多かったのは食料品を扱う商店で、「その他」に該当するのは「仕立屋」「畳屋」「ペンキ屋」「理容店」「美容院」などである。

商店数はオイルショックの後やや減少したが、高度成長と共に徐々に増加していった。1979年には隣接地に大規模な高層公団団地が開発され、小スーパー(Mマート)のあるショッピングセンターができたが、客は減少しなかった。1986年商店数は最大103店となり(図2左図)周辺地の客も呼び込むほどの賑わいだった。当時を知る人は皆^{注8)}「客の肩同士が触れ合うほど賑やかな商店街だった」と語っている。この頃には行き止まり路地の奥にある店はほとんどなくなり、多くの店が道路の両側に並んで商店街を形成した。

1987年に、この地区の北側1kmの所にY堂(大型スーパーマーケット)が開店し、西隣の地にドラッグストアが開店した。これを契機に、食品、日用品等の商店が減少していった。図2右図は現存の商店を示している。

この地区は2本の旧農業用道路を含む全ての道路が隅切りもない3.7m以下の幅員であるため、普通車でもかなり速度を落とさないと通ることができない。全ての道が一方通行で通過交通はなく、客用駐車場を持つ店は1軒もない。仕入れ・搬出に使用する自家用車を店の前に止めても、他の車が脇を通り抜けることができない有様で、そのため日中の道路には、歩行者と自転車、手押し車を押す高齢者などが真ん中を通っている。

3.2 調査対象商店の概要

この地区の商店は、全て以下のような特徴をもっている。①店舗面積が零細である。②店舗併用住宅がほとんどである。③家族経営である。④商品は小分けにされ、単価が安い。この地区の商店会長に会い、地区内商店の中で最も典型的な商店を紹介してもらい、Y店とT店を調査対象とした。Y店T店は、どちらもこの地域に建売り住宅が急増した頃に開店したので40年ほど前から商売している。

Y店の店主N氏(41歳)は公務員をしていたが父親の病気により20年前にY店を引継いだ。家族4人+パート9名で運営していて、母親は店の奥にある作業場で惣菜を作り、弟は魚を裁いたり焼いたり店頭販売、妻はレジや乾物を受け持っている。パート従業員は各自の生活に合わせた働き方をしているが^{注9)}、全員地区居住者である。売り場面積(84.24㎡)に比して人手が多いのは、惣菜の手作り、多品種少量販売を心がけていることのほか、近辺の学童クラブ等々の施設に袋詰め菓子や食品の配達をしているためである。高齢者用に惣菜を少量にして買いやすくしているほか、配達や置き置きも引き受けている。

隣接するT店は肉屋で、この店も父・母・息子の3人で家族経営している。質の良い精肉を取り扱うだけでなく、焼き豚、コロッケなどの肉加工品、自家製のサラダや餃子などの惣菜も売っている。Y店と競合しない品を作っているように見える。図18は2店の様子を示している。

図1 業種別商店数の推移

图 2 商店分布图(1986 年、2003 年)

図3 地区内居住者の主な買物場所
【住戸調査】

図4 併用利用の割合
(地区内商店対地区外商店)
【住戸調査】

図5 週の買物頻度【住戸調査】

図6 S町一丁目の人口構成
【平成19年国政調査】

図7 Y店T店利用者の年齢構成
【店頭調査】

図8 世帯主の年齢構成【住戸調査】

4. 地区居住者の買物行動の実態

4.1 最も主に利用する買物場所

住戸調査によればこの地区居住者が最も主に利用する日常^{注10)}の買物場所（以下「主な買物場所」と略す）は図3に示すとおりである。最も多いのが1Kmほど離れた「スーパー」で、38%（108/282）を占めている。スーパーには車で行く人もいるが^{注11)}、多くは自転車や徒歩で出かけている。次に多いのが地区内商店で22%（63/282）である。「特に決めていない」人16%（46/282）は、買物内容やその日の行動によって、そのつど買物先を決めていると思われる。

4.2 地区内商店と地区外店舗の併用利用

地区内商店と大型スーパーなど地区外店舗との利用割合は図 4 に示すとおりである。「5 対 5」、またはそれ以上に地区内商店を利用すると答えている人は 95 人^{注 12)}と、4 割を占めており、地区内商店がかなりよく利用されていることがわかる。主な買物場所が地区外その他店舗であり、地区内商店を全く利用しないという人（「0 対 10」）は 1 割以下（23/282）しかいない。特にスーパーを主な買物場所に行っている人（108 人）の中には、地区内商店を全く利用しない人はほとんどいない（1 人）。つまりこの地区の居住者のほとんどはスーパーなど地区外の大規模店と地区内商店とを併用利用しているのである。

4.3 買物頻度

住戸調査から、主な買物場所が「地区内商店」の人とそれ以外の地区居住者との一週間の平均買物頻度を比べてみたのが図5である。「地区内商店」と答えた人の買物頻度は平均週4.17回で、それ以外の地区居住者の買物頻度(週3.14回)に比べ頻度が高い。週に5回以上とほぼ毎日買物に行く人は、「地区内商店」を主な買物場所とする人では46% (18/39) と半数近いのに対し、それ以外の地区居住者は35% (49/141) であり、近所にあることが買物回数を増やしていると思われる。

5. Y店T店利用客の属性

5.1 年齡構成

2005年の国勢調査から見たS町1丁目^{注13)}の年齢階層別の人口構成は図6に示すとおりである。特出した年齢階層がなく比較的均等に分布しているのは、当初入居者は高齢化しているが、30代の子世代が転入し、木造賃貸住宅に若者が多いためである。

一方Y店T店利用客の年齢階層別の構成は、図7に示すとおりである。これは図8の住戸調査の世帯主世代と近い年齢構成である。S町1丁目の人口構成では60代以上が34%（1120/3318）であるのに対し、Y店T店利用客では53%（294/555）を占めており、大きな違いがある。逆に30代以下は、人口構成では39%（1301/3318）であるが、利用客では15%（86/555）と少ない。60代以上の人々は対象地区が急激に開発された時に転居してきた人も多く、Y店T店の利用は、数十年に及んでいる。Y店T店のすぐ近く（斜め前と50～60m離れた場所）にも同規模の八百屋が2軒あるが、それぞれ「質が良い（やや高級）」「種類が多い」などの特徴があり、各店なじみ客も違っている。

図9 Y店T店利用客の居住地【店頭調査】

図10 Y店T店利用客の週当たり来客頻度【店頭調査】

図11 立ち話の有無【住戸調査】

図12 立ち話の場所【住戸調査】

図13 地区内商店の前や中で立ち話をする人の主な買物場所【住戸調査】

図14 図13以外の居住者の主な買物場所【住戸調査】

図15 地区内商店を主な買物場所とする人の立ち話の有無(週4回以上)【住戸調査】

図16 店内での会話の有無【住戸調査】

図17 店内での会話の相手【住戸調査】

5.2 居住地

Y店T店利用客の居住地は、図9に示すとおりである。「S町1丁目」が43%(146/338人)、「S町2丁目」が34%(116/338人)、「S町内」と答えた人は4%(12/338人)であり、大きく見れば「S町全体」は81%(274/338人)になる。このようにY店T店はS町居住者を主な顧客にしているが、さらに詳しく見ると、2店を中心とした200mの圏域内に特に多く住んでいる。極めて近い場所に住んでいる人が多いため、来店の交通手段は7割以上が徒歩であり、その他は自転車である。

来店者数が一番多い夕方の時間帯には、脇の路地が駐輪場となる。自転車で路地が混雑し始めると路地に面する居住者の迷惑になるため、店の裏に住んでいるおじいさんが出てきて自転車の整理をしている。

5.3 来店頻度

Y店T店利用客がこの店に買物にくる頻度は図10に示すとおりである。週に6回(毎日)来店する人が35%(105/304)で最も多く、毎日来る人を含めて週4回以上来店する人が54%(163/304)を占めている。住戸調査は地区内商店以外の利用を含む買物頻度一般を聞いており、図5と図10の結果を一律に比べることはできないが、Y店T店利用客は買物頻度については主な買物場所を「地区内商店」と回答した人たちと同じグループに属している。

6. 立ち話をする人

住戸調査で「立ち話の有無」について聞いた結果は図11に示すとおりである。「有」の人が91%(253/279)とほとんどを占めており、「無」が9%(25/279)である。立ち話は「顔見知り」「挨拶」より親しい近隣関係である。近年の類似調査がないため他地域との比較はできないが、S地区以外の住宅地を経てこの地区に入ると、路地や路上で立ち話をしている姿を急に顕著に見かけられるので、他住宅地に比べ立ち話が多いのはまちがいないと思われる。

6.1 立ち話の場所

「立ち話をする人」の「立ち話の場所」は図12に示す通りである。人数(252人)に比して「立ち話の場所」の回答数(552箇所)の方が多いため、重複回答(一人当たり平均2.19箇所)のためである。最も多いのが「家の前の路地」66%(167/252)であり、「玄関先」39%(99/252)など、自分の住んでいる家に近い場所で立ち話している人が多い。次いで「その他の路上」が54%(135/252)と多く、「商店の前や中」を立ち話の場所として挙げている人は38%(96/252)である。

6.2 立ち話を「商店の前や中」でする人の主な買物場所

立ち話を「商店の前や中」ですると答えた人の、主な買物場所は図13に示すとおりである。「地区内商店」の利用率が40%(32/81)で、「スーパー」の40%(33/81)とほぼ同率であった。これを図14に示すそれ以外の居住者の主な買物場所と比べると、商店で立ち話をしない居住者の「地区内商店」の利用率は15%(31/201)であり、両者に大きな違いがある。つまり「商店の前や中」で立ち話をする人は「地区内商店」を主な買物場所とする人が多い。

時間	店内の様子	客の行動・会話の内容	他の客
開店 8:00	従業員全員で、品出し(その日市場から仕入れたもの)の準備役などものごとを行う。	<p>10:00 (60代後半) 隣の店舗から飲み替えてきておいたおじさん(3名)が、1、2品の品を買って店員に話しかけてお酒を飲みたい家に就いている。</p>	<p>客が「今日は、えらい若い人が多いねー、昨日のみにたかい?」 店主「見た見た。すごかったねー。」</p>
9:00		<p>11:20 60代前半女性 自転車に乗ったまま店主と会話する。</p> <p>『今日は、キャベツ当たらないの?』 『昨日配達でもってんんだよ。明日からまたよ。前においしかったラーメンとど買ったない?』 『ううお客さんみそラーメンが好きだから。キャベツ明日の6個位とくらいるから、キャベツ2玉あるから買うよ。』</p>	<p>30代前半+30~50歳 数組の客の品物を見てる時に近くのおばあちゃん(手帳4歳)連れかけける。</p> <p>『何なんのー?えらいねー』</p>
12:00	<p>生鮮食品の品出しを行いながら売り場にいる。</p>	<p>14:00 30代女性 自転車まで来出し、隣の店に停めて店主の商品について話しかける。</p> <p>品物を手に取ってから、買物かを店主に店內の魚を買って帰っていった。</p> <p>『30代?』 『あ、もういっしょにきたたかしも?』 『なにももう買わないよ。どうしようかなと去年のは、安くおしかったのに、違うわ?』 『はいはい』 『なんでもおいしいのじゃないかな?』 『うっておいしいのし仕入れてこーるもー』 『いや、結構ってこー?』 『若い人だ?』</p>	<p>12:00 60代女性 1店前に自転車を置く</p> <p>店の(事務所として使用している部分)に傘を置き、路上の店舗商品のミカンに手を触り買うことを決める。</p> <p>店内に入り、買物品を語る。</p> <p>品物にのって代客性立ち居始める。その後、その返くにあつたお菓子を手に取りかごに入れしへんから。</p> <p>レジでは、40代前半の店員に「売いいわ」と、お菓子を手に取りしていき、お財布を閉じていく。</p>
15:00	<p>16:30~17:30にかけテラビの番組で大勢の客が来る。</p>	<p>15:20 50代女性 魚を冷凍庫のドアをあけてお酒を飲むと交渉し始める。</p> <p>『今日は、まだ店員がうたいて出てないけど、あつたらばりててもうだよ』</p> <p>『今日は、まだ店員あるから?』と店員を呼びながら、財布と手品に交換あつたらいをせぞき込み、店員を呼びあはる。</p>	<p>15:30 30代前半女性+30代女性(子供連れ) 自転車に乗って来て店主、自販機を拝見すると、母親、10士の会話の場になっている。</p> <p>『ふき、つなげんか。珍しい。』 『さっ、水曜日で汚ちゃったから。』 『だつ、こなん水曜でつなげんか、イザナバヤツで買おう。』 『そんなことないよ、ユキかついてない。』</p>
20:00 閉店	<p>客定が落ちてきたので、次の日のために品出しをばとこしお急ぎで大勢の店員をやる。</p>	<p>17:00 50代後半女性 財布と手品に交換あつたらいをせぞき込み、店員を呼びあはる。</p> <p>『今日は、まだ店員あるから?』と店員を呼びながら、財布と手品に交換あつたらいをせぞき込み、店員を呼びあはる。</p> <p>『今日は、まだ店員あるから?』と店員を呼びながら、財布と手品に交換あつたらいをせぞき込み、店員を呼びあはる。</p>	<p>14:00 70代女性と30代前半女性 商店の前で30分ほど、立ち居して買物をとそれそれ別々に帰っていった。</p> <p>『久しぶりね。最近近頃で元気にしていたかしら?』 『最近近頃を悪くして外出できなかったのよ。』 『お金の変わり目だから。食事はどうして?』 『昨日こに電話しておおのバックを履いてもらったのよ。今日はもうだいたいぶくつたのよ。』 『お前ももうだいたいぶくつたのよ。』 『はいはい。もうだいたいぶくつたのよ。』 『はいはい。もうだいたいぶくつたのよ。』</p>

図 18 Y店T店での会話の様子 (10月12日)

一方、「地区内商店」を主な買物場所とし、かつ一週間の利用頻度が週4回以上の人について、「店の前や中」で立ち話するかどうかを見てみると、事例数は少ないが図15のとおりで、「店の前や中」で立ち話をする人は87%(20/23)に及んでいる。つまり地区内商店で頻度高く買物をする人のほとんどは「店の前や中」で立ち話をする人なのである。

7. 商店での立ち話について

住戸調査から地区内商店を利用する際に「誰かと会話することがあるか」という問いに対して「ある」と答えた人は全体の 76% (199/262) を占めている (図 16)^{注 14)}。

7.1 会話の相手

地区内商店における会話の相手は、図 17 に示すように、「知人」68% (135/199)、「店主・店員」52% (103/199) が半数を越えている。「顔なじみの客」とは「知人」ではなく商店で顔なじみになった人という意味である。「顔なじみの客」と話す人が 30% (60/199) もいるのが、地区内商店とスーパーなどの大規模店舗との大きな違いである。

さらに、商店内で会話があると答えた人の、相手の回答数は 1 人当たり平均 1.52 件 (303/199)である。つまり、商店内で 1 人の客が「知人」や「店主や店員」、「顔なじみの客」など複数の人と会話をしているのである。

図 19 店内の様子(2007 年 10 月 12 日 pm 4:30) *T店(肉屋)以外の 3 店舗は、Y店である。

8. 店内のドキュメント

以上のように、地区内商店利用者は「店の前や中」で会話をしている人が多いと分かったが、店内の様子と客の行動・会話の一部について時間を追ってドキュメントしたのが図 18 である。

店主は朝 4 時半に市場に行き、戻って朝食の後 8 時過ぎから店の準備を始めて、夜は 8 時過ぎに店を閉める準備をする。この店だけでなく地区内商店の営業時間とは準備や後始末をしていても店に人がいるかぎりの全時間である。昼食時が休憩時間で、パートさんも自宅に帰り、店主家族はそれぞれ店の様子を見ながら時間をずらして昼食を取っている。

図 19 は調査者が店員として働きながら^{注 15)} 観察した商店の様子を記録したものである。何日か働いていると、顔を覚えるので、日に 2、3 度も少量の品物を買いくる S さんや店の前で 2 時間も立ち話をしている K さんなどの例は特殊ではないと分ってくる。高齢者の彼女たちにとって Y 店はぶらりと出かけてくれば必ず誰か知人と出会える場所であり、お話ができる交流の場所になっている。

この店の経営は家族全員がハードに働き、施設への配達等の外注仕事も引き受ける多角経営の結果成り立っている。だが、成立の最大要因は地区内に高密度に住む高齢者の需要をきちんと受け止めて商品に反映し、交流機会を求めている高齢者の潜在的な要求にも答えて会話を積極的に行い、場所の提供を嫌がらない点にあると思われる。

9. まとめ-高齢者層にとっての近隣商店の役割

ミニ開発住宅地であるこの地区には、開発と同時に零細近隣商店が自然発生したが、徒歩圏内に大スーパーができて店舗数は最盛期の半分近くに減少した。現在では 6 割の居住者が地区外にある大小のスーパーを主に利用するようになり、近隣商店を主に利用する人は減少 (22%) した。こうした状況はどこにもある話だが、この高密度ミニ開発地では商店と居住者の住宅が至近距離にあり、かつスーパーと異なる商品構成をしている店が多いため、ほとんどの居住者が近隣商店を併用利用している。

既往研究¹³⁾では計画団地の近隣センターと伝統的下町の商店街を比較して、後者が地域社会を豊かにすると評価している。当該地の商店は計画団地同様、開発に合わせて商売が始まっているが、歴史性がなくとも客と店主、店（併用住宅）との関係は下町と似通っている。

地区内商店利用客の中心は 50～60 代以上の中高齢女性で、客の 3/4 近くを占めている。彼女たちは同一町内にあるなじみの近隣商店にほぼ毎日でかけ、中には少量の品物を数回に分けて購入する人もいる。なじみの「店の前や中」では知人や顔見知りの人、店主などと言葉を交わし、友人と立ち話をする。この地区の道路は巾が狭く、めったに通過車両が入らないので、自転車や手押し車を押す高齢者も道を譲る必要がなく、話が長時間に渡ることもある。

立ち話をするために買物に行くのではないだろうが、「店の前や中」で立ち話をする人は近隣商店で買物をする人が多く、近隣商店で頻度高く買物をする人は「店の前や中」で立ち話をする人がほとんどである。つまり近隣商店での買物は生活上必需である

ばかりでなく、同時に他人と交流する楽しみの機会にもなっている。行動圏が狭まり、重い荷物を持てない高齢者の増える高齢社会にとって、このような近隣店舗の存在こそが望ましい施設像を示唆しているように思われる。

「コミュニティ・カフェ」など的高齢者交流施設は勿論素晴らしい試みだが、ボランティア頼りでは継続性が心配され、採算性を無視しているので、サービス内容もサービスを受ける人数も限られる。しかし、近隣商店はそれで生計を立てる店主と生活必需品を購入して暮す客との需給関係のうえに成り立っているもので、より多くの客をひきつける企業努力が必要になる。客として高齢者が見込める地域であれば、それに対応した品揃え（少量、安価）やサービス（配達、置き置き、会話等）をすることになり、それを満たすことによって経営者の生活が成り立つ。

当該地で零細な近隣商店が生き延びているのは、地区内商店の企業努力もあるが企業が投資するに足る空地と客購買力がないためであろう。東雲など現在の高密度計画団地も、空用地がないことはもとより、何十年か経れば高齢者が多い街になるはずで、ある意味ではこのミニ開発地区と似通った条件下にあると言える。身近な場所に住む店主、生活に合わせて働く地元のパート、安いテナント料等々の条件下なら、競合的に零細店舗の成立する条件は十分あるし、そうした場所をコンバージョンして作れる余地を計画的に持たせて置くことも有効な設計手段であると考ええる。

10. 謝辞

本研究を全面的にサポートいただいた中村守氏に心から感謝の意を表する。また、芝富士町会の皆様のご協力を感謝申し上げる。なお本研究は平成 16～18 年度科学研究費補助金を受けた研究である。

注

注 1) 高齢者問題—12. 地域の不便な点, 平成 17 年度国際比較調査,
http://www8.cao.go.to.jp/kourei/ishiki/hl7_sougou/index.html
(参照 2007-08-01)

注 2) 住宅協会発行資料で住宅地図と同じようなもの。国立国会図書館にある研究対象地区を含む地図のうち一番古いもの。

注 3) ゼンリン住宅地図

注 4) この項目は商店会長からの希望で入れた。

注 5) この地区には数棟の木造賃貸アパートがあり、若い単身者は町会に入らない人が多く、新規転居者の中にも町会に入らない人がいる。

注 6) 町会長より役員会に諮ったところ、町会で協力することと決まり、配布、回収ともに町会組織が行った。

注 7) 参考文献 12) による。

注 8) 商店会長、前自治会、T 店店長の他文献 2) の調査で出合った人々

注 9) 1 日働く人 (2 人) もいるが、午前中だけの人、子供が学校から帰るまで 2～3 時間という主婦、夕方パートがいなくなった時レジ打ちをする高校生等々ケースバイケースで頼んでいる。

注 10) アンケートの文面は「夕食の買物など日常の買物」とした。

注 11) 当初のミニ開発住宅には駐車場がなく、運転できる高齢女性はほとんどいないが、建替え住宅には必ず駐車場があり、空き地や路地を駐車場にしている若い世代は車を利用する。

注 12) 最も多く利用する店舗が近隣商店である 63 人と特に決めていない

人 46 人中の 32 人である。設問は「利用割合」という語でしているの
で、「利用金額」ではない。

注 13) 国勢調査で最も対象地区と近い最小範囲は S 町 1 丁目であるが、1
丁目には調査対象地区全体の他、地区周囲の区画整理完了部分が入っ
ている。

注 14) 前項は主な立ち話の場所という問いに対して「家の前の路地」や「
路上」を答えたもので、こちらは「店で誰かと「会話」するか」とい
う設問に「会話をする」と答えたものである。

注 15) 店員の前掛けをして仕事してみると、客が店員として接してくれ
て「学生さん今日はアルバイトかい？」などと声をかけてくれる。受
け入れて扱ってくれることを実感した。

参考文献

- 1) 曾根陽子，武田有紀：1960 年代のミニ開発住宅地における近隣コミュ
ニケーションに関する研究—その 1 飲み屋の利用実態から—
日本建築学会計画系論文集 No. 608, pp. 11～18, 2006. 10
- 2) 森田孝夫：京都の都心商店街活性化計画のための顧客分析
日本建築学会計画系論文集 No. 453, pp. 27～36, 1993. 7
- 3) 橘 弘志，高橋鷹志：地域に展開される高齢者の行動環境に関する研究
日本建築学会計画系論文集 No. 496, pp89～95, 1997. 6
- 4) 室永芳久，両角光男：高齢者の生活環境と外出行動の促進・抑制要因に
関する研究 日本建築学会計画系論文集 No. 584, pp67～73, 2004. 10
- 5) 森 一彦，井上晶子，奥田夏子：2つの異なる地域環境における高齢者

の散歩行動の比較分析 日本建築学会計画系論文集 No. 583,
pp. 53～59, 2004. 9

- 6) 張海燕，柏原士朗，吉村英祐，横田隆司：新千里東町の「ひがしまち街
角広場」の利用実態と利用者意識について
日本建築学会計画系論文集, No. 589, pp25～32, 2005. 3
- 7) 田中康裕，鈴木 毅，松原茂樹，奥 俊信，木多道宏：「下新庄さくら
園」における目的の形成に関する考察/コミュニティ・カフェにおける社
会的接触 日本建築学会計画系論文集 No. 620, pp135～142, 2007. 10
- 8) 佐々岡良樹，服部岑生，橘 弘志，鈴木雅之，堀池 悟：居住者の日常
生活における近隣商店街の利用実態その 1～その 2，日本建築学会大会
学術講演梗概集, E-2 5602-5603, 2002. 8
- 9) 坂部直子，内田真知子，朴 泰星，西出和彦：高齢者を支える「とりつ
ぎ」その 4/その 5，日本建築学会大会学術講演梗概集, E-2, 5656/5657,
2001. 9
- 10) 内田真知子，坂部直子，朴 泰星，西出和彦：高齢者を支える「とりつ
ぎ」その 1～その 3，日本建築学会大会学術講演梗概集, E-2, 5742～5744,
2000. 9
- 11) 中崎麗子，近藤安弘，森永良丙：交流の場をもたらす小店舗に関する
考察 日本建築学会大会学術講演梗概集, E-2 5254/5255, 2000. 9
- 12) 曾根陽子，松村 朋：1960 年代のミニ開発住宅地に関する研究—埼玉
県川口市 S 地区の住宅更新について—
技術報告集 No. 24, pp. 281～284, 2006. 12
- 13) 参考文献 3) である。

(2008 年 4 月 9 日原稿受理，2008 年 10 月 1 日採用決定)