大型商業施設が地域の核となるための行政の支援に関する研究

STUDY ON SUPPORT OF ADMINISTRATION FOR LARGE-SIZED COMMERCIAL ESTABLISHMENT TO SERVE A CORE OF THE AREA

平田 圭子*, 菅原 辰幸**
Keiko HIRATA and Tatsuyuki SUGAHARA

It is shown clearly whether administration can support large-sized commercial establishment for large-sized commercial establishment to serve as a core of the area.

The view of administration

- Large-sized commercial establishment becomes a core of the area.
- Support of administration will increase a possibility that it will become a core of the area more.
- The expense which administration pays decreases because administration invests jointly to large-sized commercial establishment.
- It is hard to carry out support of administration with an organization, a staff, cost, an ordinance, etc.

Keywords : Large-sized commercial establishment, administration, support, Supermarket, Area

大型商業施設, 行政, 支援, スーパーマーケット, 地域

1. はじめに

少子高齢化に起因するだけでなく、2011年3月11日に発生した東日本大震災によっても、地域住民相互の繋がりの大切さが再確認された。その地域住民相互の繋がり方は、高層マンションが立ち並ぶ都心と戸建の住宅が増える郊外における居住形態によっても異なるが、最寄品などの買い物を地域に増えてきている大型商業施設（大型商業施設の本研究における定義を表1に示す。）にて購入する時に、他の地域住民との交流の可能性の接点を両者は持ち得ている。大型商業施設は週に1回以上は多くの地域住民が共通に訪れる場所であり、会話が生まれるところである。大型商業施設の敷地面積も様々だが、この場所を地域の核として、他機能を付加したり、イベントを開催したり、行政がこれら既存の施設を有効に活用し、積極的に活用することのメリットはあるのではないだろうか。

本研究は、大型商業施設が地域の核となるための行政の支援について、行政側の思惑の一部を明らかにすることを目的とする。

既往研究には次のものがある。丁・近藤らの「地方都市における消費者の買物意識と行動の分析」¹⁾は、地方都市において高齢者と

表1 大型商業施設の本研究における定義

■「大型商業施設」は、下記の条件を満たすものとする。 【総合スーパー】 ・大型総合スーパー：売り場面積3,000㎡以上（特別区及び政令指定都市は、6,000㎡以上 【ショッピングセンター】 ・ネイバーフッド型：売り場面積5,000㎡～15,000㎡ ・コミュニティ型：売り場面積6,000㎡～18,000㎡ ■「地域の核」は下記とする。 ・近隣住民の交流の場を提供する施設	
出典：「商業施設・創造とデザイン」 (社)商業施設技術者・団体連合会	

非高齢者に注目し買物意識と行動特性を把握することを目的とし、実際の買物時の移動距離と買物における満足距離を考察している。曾根らの「高齢者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－」²⁾では、近隣商店街における買物行動と近隣交流との関係を商店利用客と地域住民の両面調査で把握し、近隣商店が高齢者層にとって生活上必要なだけでなく、近隣居住者との交流機会の場を提供する機能を持つ物であることを示唆している。本研究は、大型商業施設を対象とし、地域の核となるための可能性を行政の支援から探っていることが、それらの研究とは大きく異なる。

* 広島工業大学環境学部 准教授・博士(工学)

** 広島工業大学環境学部 教授・工学博士

Assoc. Prof., Faculty of Environmental Studies, Hiroshima Institute of Technology, Dr. Eng.
Prof., Faculty of Environmental Studies, Hiroshima Institute of Technology, Dr. Eng.

2. 研究方法

表2に示すように、地域住民の繋がりを特に求められている高齢者が多い地域、つまり内閣府の「平成24年 都道府県高齢化率の推移」において、高齢化率上位10位中5県（島根県：2位、高知県：3位、山口県：4位、徳島県：8位、愛媛県：9位）を含む、中国・四国地方9県（鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県・徳島県・香川県・愛媛県・高知県）の各市役所92箇所を対象にアンケート調査を実施（2011年11月15日）した。

郵送先の部署は、まちづくりに関わる部署を各市役所のHPから確認し、依頼文に郵送先部署以外に適切な部署がある場合には転送してもらえようように記載した。

アンケート内容は、1. 大型商業施設が地域の核となりえる、現在行政が行っている支援、2. 行政と大型商業施設との共同出資、支援に対する提案（ここでの共同出資は、企画を大型商業施設と共に行い金銭的な出資をすること、支援は人的支援などとする。以下同様）、3. 大型商業施設と共同出資、支援したときの行政側のメリット、4. 大型商業施設と共同出資、支援の方法、5. 大型商業施設の可能性、についてである。なお、組織の回答では無く個人の意見として回答する場合は、そのことを記載してもらった。

3. 研究結果

アンケートの回収結果は、配布数：92、返信数32、回収率：34.7%であった。

3.1 行政が行っている事業・支援

大型商業施設が地域の核となりえるために現在行政が地域住民のために行っている人的、金銭的（交付金等）、物的支援を含む全てについて、各市役所ホームページ（以下、HP）から調査を行い、図1に示すように分類³⁾された。行政支援は、大きく「非日常生活」と「日常生活」に分けられる。「非日常生活」は「祭り・イベント等」、「防災・災害等」、「日常生活」は「地域・環境等」、「世代・属性等別」、「分野等別」、「その他」にさらに分類された。それらに属する具体的な詳細は11に分類された。A:年中行事・祭事（お祭り等）、B:伝統文化（展覧会等）、C:音楽イベント（音楽祭、コンクール等）、D:スポーツ関連（市民運動会等）、E:防犯・清掃（防犯パトロール、清掃プロジェクト等）、F:子育て世代向け（食育等）、G:若者向け（定住支援、婚活パーティ等）、H:障害者向け（イベント、教育相談等）、I:人材育成（ボランティア育成、起業セミナー等）、J:IT関連（パソコン教室、アプリ制作セミナー等）、K:その他。

これらの支援の中で、「行政が単独で行っている事業・支援」と「行政が市民または企業と協働で行っている事業・支援」の比率を図2に示し比較する。

「行政が単独で行っている事業・支援」の方が多い項目は、C:音楽イベント（音楽祭、コンクール等）10%>9.7%（前記の%に行政単独で行っている事業・支援の比率、後記の%に行政が市民または企業と協働で行っている事業・支援の比率を記す。以後同様。）、G:若者向け（定住支援、婚活パーティ等）10%>7.8%、J:IT関連（パソコン教室、アプリ制作セミナー等）6.3%>5.2%、K:その他5%>1.3%であり、「行政が市民または企業と協働で行っている事業・支援」の方が多い項目は、A:年中行事・祭事（お祭り等）10.6%<12.3%、B:伝統文化（展覧会等）10%<11.6%、D:スポーツ関連（市民運動会等）12.5%<12.9%、E:防犯・清掃（防犯パトロール、

表2 アンケート郵送市役所配布・返信数・回収率

	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県
配布数	4	8	15	14	13	8	8	11	11
返信数	1	5	4	6	4	4	2	3	3
回収率	20%	38%	21%	30%	24%	33%	20%	21%	21%
有効回答率	100%								

図1 行政が行っている事業・支援の分類

図2 行政が行っている事業・支援（MA, n=32）

表3 行政が単独又は協働で行っている事業・支援「その他」の項目

独自	交付金	コミュニティ活動育成事業補助金 自治体に助成金を交付 施設を設置し人的支援、地域資源活用及び課題解決のための財政支援 地縁にもとづく組織である「自治振興区」に対し、自治振興区振興交付金として交付
	推進	地域おこし協力隊推進事業、集落支援員推進事業 まちづくり自治会協議会設立に向けた取り組み 高齢者支え合い、子ども会育成、交通安全母の会運営支援、自主防災組織活動支援など（ただし、厳密に言えばコミュニティ形成を目的に出支しているものではない）
	推進＋交付金	コミュニティづくり推進事業、ボランティア・NPO推進事業、商店街の商業集積の活性化を図るための施設等の整備に対する補助事業（コミュニティホール・休憩所等）
	推進＋交付金	自治会共創と協働のまちづくり事業 住民自治協議会設立支援事業、市民協働のまちづくり活動応援補助事業、市民協働のまちづくり地域活性化施設等設備補助事業
注）行政側の判断により行政独自・協働に分類		

清掃プロジェクト等）11.2%<12.9%等であった。「行政が単独で行っている事業・支援」は、若者やIT関係など限られた人を対象としており、「行政が市民または企業と協働で行っている事業・支援」は、全ての地域住民を対象とすることが多く、週に数回行き、認知度の高い地域の大型商業施設を利用して行政が事業・支援をしていくことのメリットと効果を裏付けている。また、限られた人を対象とした事業・支援も、多くの人の目に触れるところでの開催は、地域住民に対してG:若者向け（定住支援、婚活パーティ等）のように、その地域で求められていることや、時代に即したJ:IT関連（パソコン教室、アプリ制作セミナー等）のように普及する役割も持つと思われる。既成概念による対象範囲を広げる可能性も持つ。なお、「その他」の項目は、表3に示すように【交付金】【推進】【交付金＋推進】である。これらは、コミュニティづくりなどの地域のネットワ

ーク支援のためのものが多い。

3.2 行政による大型商業施設への共同出資・支援

行政による大型商業施設への共同出資、支援の提案項目を行政が現在行っている事業・支援及び既往研究、現地調査等^{4～7)}を参照に次の13項目を設定し、3.1 行政が行っている事業・支援により得られた大分類に沿って図3に示す。①：地域イベントを協働で企画する『地域イベント支援』、②：避難物資として行政が買取り配布する『被災者・店舗支援の企画』、③：行政の派遣する人が駐在できる『出張所』、④：休憩スペースの『ミーティングスペース設備』、⑤：市道として緑化整備する『通路の緑化整備』、⑥：授乳室の機能を持った『幼児子育てママのコミュニケーション空間』、⑦：行政が派遣する栄養士による『食育支援の企画』、提案⑧：栄養士のレシピ紹介や食育相談を行うための『食育推進設備』、⑨：子供を預け食事支援もできる『託児・団楽施設』、⑩：通行人の多い場所へ『児童公園設置』、⑪：健康意識の高い働き世代対象の『運動推進施設』、⑫：高齢者対象の『リハビリコーナー設備』、⑬：制作物を展示できる『制作・展示スペース』。

3.1 で示したように行政が行っている事業・支援の項目が多いものは、「祭り・イベント等」「分野等別」であり、3.2 の行政による大型商業施設への共同出資・支援では、「防災・災害等」「地域・環境等」、特に「世代・属性等別」の提案項目が増えている。災害、少子高齢化の時代に即し、より日常生活における地域住民の属性ごとに対応したものとなっている。

これらの提案について、行政が「行っている」、「行う予定」、「実現は可能」、「実現不可能」、「未記入」についての比率を図4に示す。行政が既に「行っている」項目は多い順に、⑬：制作物を展示できる『制作・展示スペース』：12%、②：避難物資として行政が買取り配布する『被災者・店舗支援の企画』：12%（「行う予定」も含む）、①：地域イベントを協働で企画する『地域イベント支援』9%、③：行政の派遣する人が駐在できる『出張所』：9%、④：休憩スペースの『ミーティングスペース設備』9%（「行う予定」も含む）、⑥：授乳室の機能を持った『幼児子育てママのコミュニケーション空間』6%、⑫：高齢者対象の『リハビリコーナー設備』3%であった。

3.1 の行政が行っている事業・支援に示すように、行政が市民とまたは企業と行っている事業・支援の項目でもB:伝統文化（展覧会等）の占める割合は多かったが、同%にて②：避難物資として行政が買取り配布する『被災者・店舗支援の企画』：12%（「行う予定」も含む）があり、2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震の影響も見受けられた。表4の行政が単独又は協働で行っている事業・支援「その他」の項目においても、行政が交付金や、地域活性化を推進するための組織作りなどを実施していることは得られているが、④：休憩スペースの『ミーティングスペース設備』9%（「行う予定」も含む）のように具体的に大型商業施設にて実施している。又、大型商業施設自体が実施している例は見られるが、行政が共同出資、支援をしている⑥：授乳室の機能を持った『幼児子育てママのコミュニケーション空間』6%、⑫：高齢者対象の『リハビリコーナー設備』3%であったことは、注目に値する。

“実現は可能”の項目では比率が多い提案に、①：地域イベントを協働で企画する『地域イベント支援』72%、⑬：制作物を展示できる『制作・展示スペース』66%、⑥：授乳室の機能を持った『幼

図3 行政による大型商業施設への共同出資・支援の提案分類

注1)
①：地域イベントを共同で企画する『地域イベント支援』 ⑤：栄養士のレシピ紹介や食育相談を行うための『食育推進設備』
②：避難物資として行政が買取り配布する『被災者・店舗支援の企画』 ⑥：子供を預け食事支援もできる『託児・団楽施設』
③：行政の派遣する人が駐在できる『出張所』 ⑦：行政が派遣する栄養士による『食育支援の企画』
④：休憩スペースの『ミーティングスペース設備』 ⑩：通行人の多い場所へ『児童公園設置』
⑤：市道として緑化整備する『通路の緑化整備』 ⑪：健康意識の高い働き世代対象の『運動推進施設』
⑥：授乳室の機能を持った『幼児子育てママのコミュニケーション空間』 ⑫：高齢者対象の『リハビリコーナー設備』
⑦：行政が派遣する栄養士による『食育支援の企画』 ⑬：制作物を展示できる『制作・展示スペース』

図4 行政による大型商業施設への共同出資、支援の提案 (SA, n=32)

児子育てママのコミュニケーション空間』66%と従来の行政が行っているものがあげられているが、②：避難物資として行政が買取り配布する『被災者・店舗支援の企画』63%、④：休憩スペースの『ミーティングスペース設備』53%と、既に「行っている」、「行う予定」と同じような結果が得られた。

“実現不可能”の項目の多い提案は、提案⑬：市道として緑化整備する『通路の緑化整備』88%、⑩：通行人の多い場所へ『児童公園設置』75%、⑪：健康意識の高い働き世代対象の『運動推進施設』72%であった。

①～⑬以外の行政による大型商業施設への共同出資、支援の提案については、＜買物弱者対策としてのスーパーへの支援＞があげられた。

行政による大型商業施設への共同出資、支援についての意見を分類したものを、表4に示す。大分類は「可能」「条件が合えば可能」「(現状)不可能」「該当外」に分けられる。中分類は、「可能」が【既成事実】【進行中】【検討】、「条件が合えば可能」が【可能(定義・条件による)】【大型商業施設との関係】、「(現状)不可能」が【他部署・施設対応】【人員問題】【経費問題】【条例不適格】【責任明確化】【特定不可能】【行政支援不可】【不適格】、「該当外」が【対象大型商業施設問題】に分けられた。

「該当外」は大型商業施設が無いなどが理由である。「条件が合えば可能」「(現状)不可能」については、行政の仕事内容や組織体制

表 4 行政による大型商業施設への共同出資、支援の提案についての意見

提案項目				
大分類	中分類	提案番号	詳細	
可能	既成事実	②	協定を結んでいる事例がある。	
		④	大型ショッピングセンターの一角にそのようなスペースを設けている事例がある。	
		⑤	通行環境については、開発協議の中で調整をしている。	
	進行中	②	現在検討中。	
	検討	②	災害協定について検討可能と思う。	
条件が合えば可能	可能(定義・条件による)	③④⑥⑧⑫	共同出資の定義が不明。補助金、人的資源の提供とするならば法的に不可能な場合を除き、目的が適切ならばすべて可能だと考える。	
		⑪⑨	既存の保育、学童保育との機能分担、調整が必要。	
		⑩	公園設備は利用者、地域性等により広い観点で計画する必要がある。	
	大型商業施設との関係	⑦	いずれも不可能とまでは言わないが、スーパーとの関係を築くに至っていない。	
(現状) 不可能	他部署・施設対応	⑦	コミュニティは公民館などがある。	
			食生活改善促進員が行っている。	
			学校や公民館施設等で行っている。道の駅で料理教室を通じた食育も実施されている。	
		③	別の専門施設で実施。	
	人員問題	⑫	公共施設等を活用して、各地の「サロン」が運営されている。	
		③	人員は割けない。	
	経費問題	②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬	実現には当然予算が必要となり、財政当局と交渉しなければならないが、事業全般的に考えた場合、優先順位は低いと思われる。	
		③④⑤⑥⑧⑨⑩⑪⑫	支援はできるかもしれないが、出資は難しい。	
	条例不適合	⑩	本市では条例で市有地を「児童遊園」としているため前例からみれば敷地内ということでは不可能であると考えられる。	
		⑤	本市では条例で公有地、市有地を「市道」としているため前例から見れば敷地内ということでは不可能であると考えられる。	
		責任明確化特定不可能	⑤⑩	設置者、管理者の責任を明確にしないと事故等の対応に困ると思う。
			⑦	本市に4社のスーパーがあるが、特定できないと思う。
			⑦	行政が民間の企画を行うことは不可能。
			⑦	民業として可能だと思う。
		行政支援不可	①	CSR、事業者の連携により可能だと思う。
			①	地域自治会が民間と共同でイベントを行うことは可能であるが行政は介入できない。
				確かに人の集まる場所だが営利目的のスーパーと連携することは今は考えていない。
			②	行政が民間の企画を行うことは不可能。
	⑧		民業で可能と思う。すでに地産地消の一環として実施されている。	
	⑨⑬		スーパー独自で実施。支援は不要。	
	不適格	⑪	民業圧迫を懸念する。	
⑤		該当スーパーが(市道として)寄付されるなら支援は可能。		
⑦		公益性が弱いように感じる。		
①		おもしろい内容と思うが、スーパーで行う必然性が理解できない。		
②		避難所として機能させるのは困難だと思う。		
該当外	対象大型商業施設設置問題	①⑦	該当する施設がない。	
		①⑤⑩	大規模なスーパーがない。	
		③④⑥⑧⑨⑪⑫⑬	店舗面積が狭いのでスーパーの確保が難しいと思う。(できればいいが)	
		⑩⑫⑬	敷地がない。	
		⑩	敷地がない。	
		⑩	敷地がない。	

注1) ①: 地域イベントを共同で企画する『地域イベント支援』 ⑧: 栄養士のレシピ紹介や食育相談を行うための『食育推進設備』
②: 避難物資として行政が買取り配布する『被災者・店舗支援の企画』 ⑨: 子供を預け食事支援もできる『託児・同業施設』
③: 行政の派遣する人が駐在できる『出張所』 ⑩: 通行人の多い場所へ『児童公園設置』
④: 休憩スペースの『ミーティングスペース設備』 ⑪: 健康意識の高い働き世代対象の『運動推進施設』
⑤: 市道として緑化整備する『道路の緑化設備』 ⑫: 高齢者対象の『リハビリコーナー設備』
⑥: 授乳室の機能を持った『幼児子育てママのコミュニケーション空間』 ⑬: 制作物を展示できる『制作・展示スペース』
注2) ⑦: 行政が派遣する栄養士による『食育支援の企画』 ⑭: 制作物を展示できる『制作・展示スペース』
注3) ⑦: 行政が派遣する栄養士による『食育支援の企画』 ⑭: 制作物を展示できる『制作・展示スペース』

の概念を変更させること、条例などの規制枠、今後の調整を見込んだら解決できる可能性を含んでいる。

3.3 行政側のメリット

仮に大型商業施設と共同出資、支援したときの行政側のメリットを、イ: 毎日多くの人が集まる場所で地域コミュニティ形成の支援ができる、ロ: 新たな地域の核を作ることができる、ハ: 地域住民の生活満足度の向上に繋がる、ニ: 行政が共同出資、又は支援していることを地域住民に幅広く知ってもらえる、ホ: 専門の施設(公園、託児施設など)を建てる必要性が少なくなる、ヘ: 共同出資することで行政が負担する費用が少なくなる、ト: 大型商業施設との関係を作ることができる、チ: 部署間の協力体制が生まれ、様々な面で情報の共有ができる、に分類し“考えられる”、“考えられない”、“未記入”の比率を図5に示す。回答の多いものは次のようになった。ロ: 新たな地域の核を作ることができる84%、イ: 毎日多くの人が集まる場所で地域コミュニティ形成の支援ができる81%、ハ: 地域住民の生活満足度の向上に繋がる78%であり、既存の民間企業の大型施設に行政が共同出資することで、無駄な経費の削減ができ、より地域住民にとっての支援になることを理解して

注1) イ: 毎日多くの人が集まる場所で地域コミュニティ形成の支援ができる ホ: 専門の施設(公園、託児施設など)を建てる必要性が少なくなる
ロ: 新たな地域の核を作ることができる ヘ: 共同出資することで行政が負担する費用が少なくなる
ハ: 地域住民の生活満足度の向上に繋がる ト: 大型商業施設との関係を作ることができる
ニ: 行政が共同出資、又は支援していることを地域住民に幅広く知ってもらえる チ: 部署間の協力体制が生まれ、様々な面で情報の共有ができる

図5 行政側のメリット (SA, n=32)

注1) a: 施設(建物)の共同出資(部分的な出資も含む) b: 設備の共同出資(部分的な出資も含む)
c: 土地の共同出資(部分的な出資も含む) d: 支援金の支給
e: 行政が所有する土地の提供 f: 人材派遣(短期的:数日)
g: 人材派遣(長期的:数ヶ月, 定期的:週数回) h: 行政HP等による情報発信
i: 行政の持つ情報の提供による支援

図6 行政による大型商業施設への共同出資、支援方法のしやすさ

(SA, n=32)

いるといえる。50%以上の考えられない項目は、ニ: 行政が共同出資、又は支援していることを地域住民に幅広く知ってもらえる69%、チ: 部署間の協力体制が生まれ、様々な面で情報の共有ができる53%であった。

3.4 行政による大型商業施設への共同出資、支援方法のしやすさ

行政による大型商業施設への共同出資、支援方法のしやすさを、a: 施設(建物)の共同出資(部分的な出資も含む)、b: 設備の共同出資(部分的な出資も含む)、c: 土地の共同出資(部分的な出資も含む)、d: 支援金の支給、e: 行政が所有する土地の提供、f: 人材派遣(短期的:数日)、g: 人材派遣(長期的:数ヶ月, 定期的:週数回)、h: 行政HP等による情報発信、i: 行政の持つ情報の提供による支援に分類し、“しやすい”、“しにくい”、“未記入”の比率を図6に示す。“しやすい”が50%を超えるものは、h: 行政HP等による情報発信91%、i: 行政の持つ情報の提供による支援81%、f: 人材派遣(短期的:数日)、であった。反対に“しにくい”もので多いものは、a: 施設(建物)の共同出資(部分的な出資も含む)91%、c: 土地の共同出資(部分的な出資も含む)91%、b: 設備の共同出資(部分的な出資も含む)81%、g: 人材派遣(長期的:数ヶ月、

定期的：週数回）81%で、土地・建物・設備のハード名部分への共同出資は難しい状況が得られた。また、人材派遣についての短期は良く、長期は難しい状況が得られた。

ここでは予算がかからない項目だけにしやすいと回答しており、現状のハードルの高さ、根本的な行政のあり方の見直しが必要なことが垣間見られた。a～i 以外の行政によるスーパーへの共同出資、支援方法のしやすさについての新たな提案は得られなかった。

3.5 大型商業施設が地域の核になることに繋がるか否か

“共同出資、支援により大型商業施設が地域の核になることに繋がるか否か”については図7に、“大型商業施設が地域の核になるか否か”については図8に示した。“共同出資、支援により大型商業施設が地域の核になることに繋がるか否か”については“繋がると思う”が66%と2/3以上の回答を得た。“大型商業施設が地域の核になるか否か”については、“核になると思う”56%と半数以上の回答を得た。

2つの問いから大型商業施設は地域の核になると半数以上が考え、行政が“共同出資、支援”することにより、10%も“大型商業施設が地域の核になる”可能性が増すと考えられていることがわかった。

4. まとめ

大型商業施設が地域の核となるための行政支援に関して中国・四国地方9県の各市役所を対象にアンケートを行った結果、下記のこと

- (1) “行政が単独で行っている事業・支援”は若者やIT関係など限られた人を対象としており、“行政が市民または企業と行っている事業・支援”は、全ての地域住民を対象とすることが多い。限られた人を対象とした事業・支援も多くの人が集まり多くの人の目に触れるところでの開催は、その時代、その地域に求められていることを地域住民に波及する効果がある。
- (2) 行政が既に“行っている”項目は約1割前後、“実現は可能”は5割以上であり、①：地域イベントを協働で企画する『地域イベント支援』、②：避難物資として行政が買取り配布する『被災者・店舗支援の企画』、③：行政の派遣する人が駐在できる『出張所』、④：休憩スペースの『ミーティングスペース設備』、⑬：制作物を展示できる『制作・展示スペース』、の項目である。
- (3) “実現不可能”な項目の多い提案は、提案⑤：市道として緑化整備する『通路の緑化整備』、⑩：通行人の多い場所へ『児童公園設置』、⑪：健康意識の高い働き世代対象の『運動推進施設』など、土地・建物・設備への支援である。
- (4) 大型商業施設と共同出資、支援したときの行政側のメリットは、イ：毎日多くの人が集まる場所で地域コミュニティ形成の支援ができる、ロ：新たな地域の核を作ることができる、ハ：地域住民の生活満足度の向上に繋がることであり、行政が地域住民への施策として求めていることである。
- (5) 行政による大型商業施設への共同出資、支援方法のしやすさについては、h：行政HP等による情報発信、i：行政の持つ情報の提供による支援、f：人材派遣（短期的：数日）など経費が掛らないものである。反対に“しにくい”ものは、a：施設（建物）の共同出資（部分的な出資も含む）、c：土地の共同出資（部分的な出資も含む）、b：設備の共同出資（部分的な出資も含む）、g：人材派遣（長期的：数ヶ月、定期的：週数回）で、土地・

図7 共同出資、支援により大型商業施設が地域の核になることに繋がるか否か

図8 大型商業施設が地域の核になるか否か

建物・設備などのハードな部分への共同出資は難しい状況が得られ、提案項目の“実現不可能”な項目と一致した。

- (6) 大型商業施設が地域の核になることに繋がるか否かについては、大型商業施設は地域の核になると半数以上が考えており、さらに“共同出資、支援”することにより、10%も“大型商業施設が地域の核になる”可能性が増すことが得られた。

行政が大型商業施設へ共同出資、支援することにより大型商業施設が地域の核になることは理解されつつ、現在の行政の組織や条例によってそれが阻止されているが、それをクリアすれば十分実現できることが得られた。

大型商業施設だけではなく、大規模な私企業の施設など既存のものに行政が支援し、私企業も一部を開放することによって、資源の無駄なく効果的に地域の住民を豊かにする方法の一つとして考えることができるのではないだろうか。

謝辞

本研究は、広島工業大学工学研究科環境学専攻修了の向井智之君（株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム）の協力を得た。

ここに感謝の意を示す。

参考文献

- 1) 丁育華，近藤光男，渡辺公次郎：地方都市における消費者の買物意識と行動の分析，日本建築学会計画系論文集，第74巻，第636号，pp. 417-422，2009. 2
- 2) 曾根陽子，香山愛理：高齢者層の交流の場としての近隣型小売商店の役割ー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ー，日本建築学会計画系論文集第74巻，第635号，pp. 83-89，2009. 1
- 3) 向井智之，菅原辰幸，平田圭子：中国・四国地方の市役所を対象としたアンケート調査による考察ー地域密着型スーパーマーケットを核とする地域コミュニティ形成に関する研究ー，日本建築学会中国支部研究報告集，第35巻，No. 0213，2011. 02
- 4) 向井智之，平田圭子：スーパーマーケットの企画による地域との関わりについての研究，日本インテリア学会大会21回大会，pp. 47-48，2009. 10
- 5) 向井智之，平田圭子：店舗分類と現地調査から見るコミュニティ空間の在り方についてー広島市内の地域密着型スーパーマーケットにおけるコミュニティ空間に関する研究（その1）ー，日本建築学会大会学術講演梗概集（E-1），pp. 415-416，2011. 10
- 6) 平田圭子，向井智之：地域密着型スーパーマーケットのコミュニティ空間となり得る場所についてー広島市内の地域密着型スーパーマーケットにおけるコミュニティ空間に関する研究 その1ー，日本インテリア学会大会22回大会，pp. 17-18，2010. 10
- 7) 向井智之，平田圭子：アンケート調査による休憩スペースの利用状況についてー広島市内の地域密着型スーパーマーケットにおけるコミュニティ空間に関する研究 その2ー，日本インテリア学会大会22回大会，pp. 19-20，2010. 10

（2013年6月10日原稿受理，2013年12月24日採用決定）