

# 流通政策の死角

## —都市部における買い物難民問題—

鶴 坂 貴 恵

### I はじめに

中心市街地に立地する商店街といった地域商業の衰退に歯止めが掛からない一方で、高齢者など「交通弱者」と言われる人々が日常の買い物に困難を来しているという問題が生じている。

このような状況を受けて、2010年5月に経済産業省から「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会—地域社会とも生きる流通—」報告書が発表され、その中で、高齢化が進み日常的な買い物が困難な状況におかれている生活者が日本全体で600万人程度と推計している。このような人々のことを、近年では「買い物難民」「買い物弱者」とも称せられているが、さらにこの報告書では、国や地方自治体の財政状況が厳しいなか、公共の機能を行政だけでは十分に担えなくなる可能性が広がっていることを指摘し、公共の民営化の担い手の一つとして大手小売業に期待を寄せている。大型店やチェーンストアなどを運営する大手小売業の社会的役割を説く一方で、買い物難民への対応は新たなビジネスチャンスにもなりうるという考察をしている。

ただ、このような現象を作ってきた原因がこれまでの流通政策に存在することも否めない。また一方的に大手小売業に期待をするだけでは何の解決も生まないと考えるのは筆者だけだろうか。

この小論では「買い物難民」に焦点を当て、具体的な事例として大阪府八尾市の例を取り上げる。買い物難民の現状を浮き彫りにしながら、新たな流

通政策のあり方、とりわけ商店街や小売市場といった地域に根差しながら地域と共に生きる地域商業と関連づけて論じたい。まず、ここで使用する「買い物難民」とは「流通機能や交通の弱体化とともに、食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々」<sup>1)</sup>と定義する。

買い物難民は先の報告書によれば、農村部と都市郊外において問題が深刻化しているとの指摘がされている。農村部では過疎化と高齢化が進む一方で、車の運転ができる若年層は郊外に立地するショッピング・センターに買い物に行くため、残された購買額の少ない高齢者だけでは採算が成り立たず近隣型の商店が消滅してしまい問題が深刻化しているケースが見受けられる。一方で都市郊外やかつてのニュータウンでは、同世代の住民が集中しているため高齢化が急速に進展し、体が弱りそれまで買い物に出かけていた商店に来店できなくなったり、採算が合わずに商店が撤退したままになっているため深刻化していると報告書で述べられている。

買い物難民の発生原因として、直接的には近隣型の商店が姿を消し、地域商業という集積が維持できなくなってしまったことがあげられるが、その背景には、これまで採られてきた国の流通政策が大いに影響していると思われる。ここで簡単に小売業の歩みと流通政策についてふりかえてみる。

明治以降、都市化や工業化が進展してきた我が国において、小売業は都市に押し寄せる住民の就業の場としての役割を果たしてきた。つまり就く仕事がないから小売業を創業するという生業型の開業が多く見受けられ、このような状況は、第二次世界大戦直後にも生じ、小売業に関するノウハウを何ら持ち合わせていない一般市民がとにかく生計を立てるため小売業に一気に参入してきたのだ。このような背景もあって、我が国の小売業は、「零細、過多、非近代的」との指摘をされていた。これらの中小小売店は自然発生的に商店街といった商業集積を形成し、その地域と深く結び付きながら発展をしていった。高度成長期に入ると新たな業態であるスーパーマーケットが台頭

1) 経済産業省 (2010) 32頁

し各地に大型店が出店し始めた。当時、都市における商業は「商業近代化地域計画」において、その適正配置を検討されたが、大型小売店と中小小売店の摩擦が大きくなると、「大規模小売店舗法」が施行、同時に「中小小売商業振興法」も施行された。国は政策的に大型店の出店を規制しながら、中小小売商業の近代化を促進しようと考えたのである。ここでいう中小小売商業の近代化とはアーケードやカラー舗装、街路灯の整備といったハード面からの近代化と共に、商店街などの共同事業といったソフト面の近代化の促進も実施された。その後、1980年代に入ると、大規模小売店舗法の運用が厳しくなるなかで、国は商店街を買い物の場だけでなく、コミュニティ形成の場としてとらえ施策を展開していき、「コミュニティ形成の場」を具現化するものとしてポケットパークやコミュニティ・ホールといったハード面の整備が先行した。一方で、大型店は出店のしやすい郊外へ出店するようになったが、1990年代に入ると規制緩和政策がとられ、やがて大型店の出店規制も緩やかなものとなり、遂に1998年に大規模小売店舗法の廃止が決定する。結局のところ大型店の出店規制と中小小売商業の振興を同時に進めることはできず、郊外に出店した大型店の影響でまちの中心部にある商店街を中心とした商業集積が衰退するという事態を招いた。さらに2000年大規模小売店法に替わり「大規模小売店舗立地法」が施行され、周辺地域住民の環境に配慮し大型店の出店を調整する時代を迎えた。同時にまちづくりを総合的に可能とするため「中心市街地活性化法」、「改正都市計画法」のまちづくり3法が施行された。大店立地法では交通渋滞等交通問題、騒音、廃棄物処理などの周辺地域住民への影響は議論されるが、大型店の出店による地域商業への影響、高齢者を中心とした買い物難民発生の可能性といった事柄は議論の対象にはならない。つまり大型店の出店は環境面への対応さえしていれば容易にでき、小売業に市場競争原理がより働くようになったと言える。まちづくり3法が施行されても、広大な敷地が確保でき出店コストも安価な郊外に立地する大型店は増え、郊外の大型店 VS 中心市街地の商店街の構図は変わらず、中心市街地の商店街の衰退は一層のものとなった。そのため国は2006年にまちづく

り3法を改正し、「地域コミュニティの担い手」として商店街を位置づけた「地域商店街活性化法」を2009年に成立させるが、既に近隣の地域商業の疲弊が地域住民に深刻な影響を与えるようになっていたのである。

我が国がとってきた政策は、市場競争原理をベースにした効率化や経済合理性を追求する近代化を推し進める政策であった。また80年代、コミュニティという点に視点が投げかけられたものの、商業集積内の限定されたエリアでハード中心の取組であったため、それがその地域に適したまちづくりや地域商業の活性化につながらなかった。中小小売店を中心にした地域商業の衰退の原因として、経営ノウハウの欠如や後継者の確保困難といった内部的な点も存在するが、元々経営基盤が脆弱であった組織体が政策の移り変わりのなかで、また市場競争のなかで弱体化し姿を消していったともいえるのである。

次に買い物難民の実態を考察し、ここから示唆される地域商業の再生の方向性を検討したい。本稿で取り上げる大阪府八尾市は、大阪府の東端に位置する衛生都市で大阪大都市圏を構成している。八尾市は典型的なニュータウンではないが、大阪市の都市圏が拡大するにつれ、また八尾市内の製造業が発展するにつれ住宅開発も行われ、新住民が増加した都市で、古い歴史や文化を持つ顔とニュータウンとしての顔の双方の顔を持つ都市である。このような過程において、他の都市と同様、核家族化が進みコミュニティ内での住民同士の結び付きが弱くなってきたことも昨今指摘されている。

## II 買い物難民の実態

### (1) 八尾市における小売業の概況

八尾市は大阪市の東隣にある人口約27万人、面積41.71平方キロメートルの特例市であり、河内音頭発祥の地といわれ古い町並みも残る伝統と文化のあるまちである。古くは河内木綿の産地として現在において枝豆や若ゴボウなど近郊農業にも力を入れている。また「ものづくりのまち」としても有名であり、伝統ある歯ブラシ生産をはじめ、金属製品や電子機器など最先端技

術に至るまで幅広い製品を製造しており、製造品出荷額は、大阪市・堺市に次いで府内で3番目（平成19年工業統計調査）の規模である。

製造業が盛んになるにつれ人口も増加したが、市内製造業に勤務する人だけでなく、大阪市中心部から公共交通機関で30分程度という地の利のよさから、大阪市内に通勤する住民も増えた。

八尾市の小売業の動向をみると、我が国全体の動向と同じように、事業所数が減少する一方で、総売場面積は増加しており、小売店は大型化している（図1、2参照）。昭和54年以降、八尾市内においても工場跡地などロードサイドを中心に食品スーパーや専門量販店が相次いで出店した。八尾市内には近鉄八尾駅前に西武百貨店が昭和56年に開店したものの、総合スーパーや大型のショッピング・センターは平成15年にイズミヤが八尾市の南端に「スーパーセンター」と言われる総合スーパーを開設するまでは、もっぱら周辺の市町村に大型のショッピング・センターが進出していた。そのような状況下で、経済状況や周辺的大型店の影響、後継者の確保困難といった問題が市内の商店街や小売市場の勢いを奪い取っていったのも事実である。平成18年には近鉄八尾駅近隣にあったコクヨ株式会社の工場跡地にアリオ八尾が進出し、消費者の買い物行動も一変した。アリオ八尾はイトーヨーカドーをキーテナントとし、シネマコンプレックス、レストラン、専門店などを備えた大型のショッピング・センターであり、このような多機能型のショッピング・センターは大阪府東部地域でも初めての出店だった。さらに大阪府内でのアリオの開店は初めてということで話題になり、駅からも近いというアクセスのよさから八尾市外からも来店が見込めるようになった。

八尾市において買い回り品が購入できるのは、主として百貨店、総合スーパー、ショッピング・センターであり、その他の商業施設は食料品や日用品を中心とした品揃えを行っている。そのため八尾に住む人々は交通の便のよさもあり、買い回り品や専門品などの買い物は大阪市内の繁華街に出かける人が多い。

図1 八尾市における小売事業所数の推移

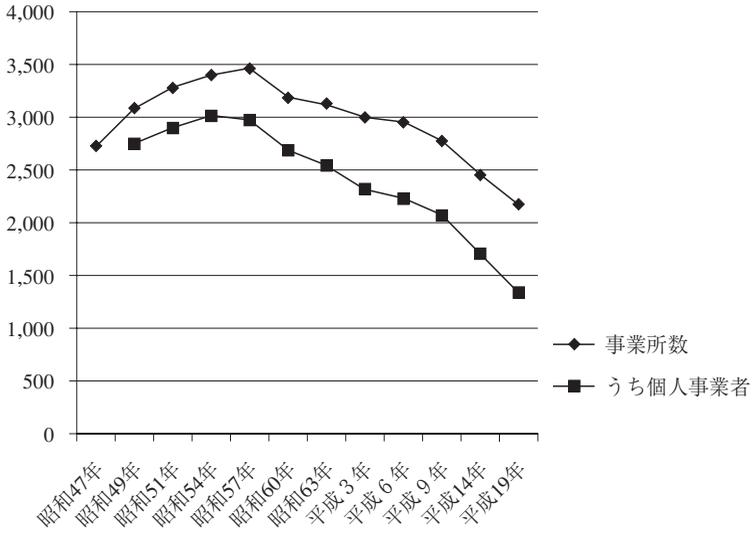
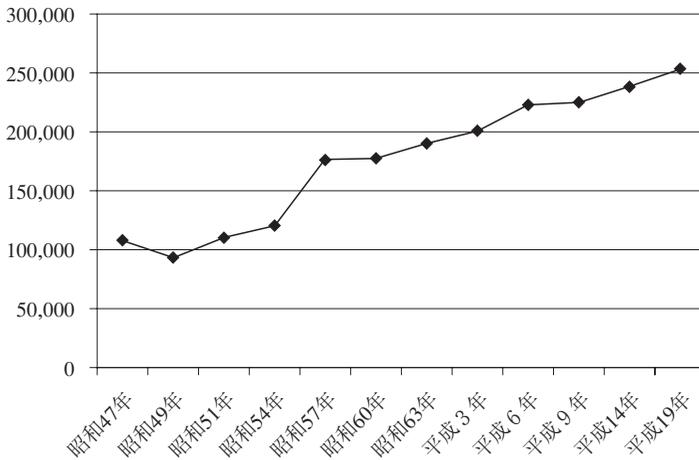
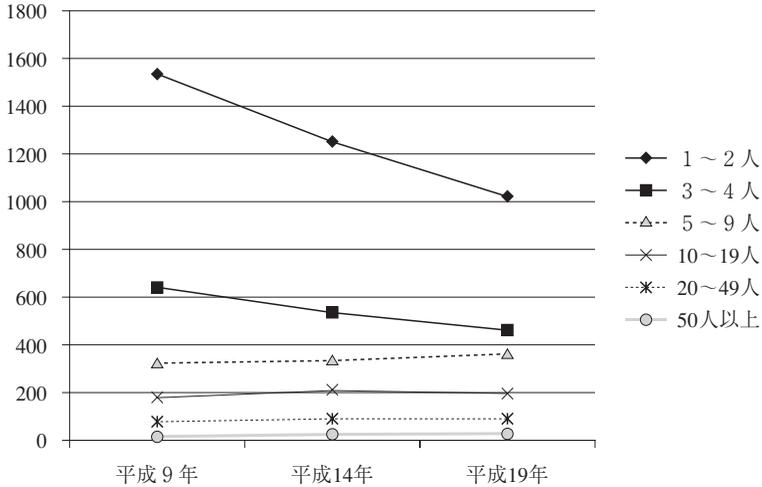


図2 八尾市における小売業の総売場面積の推移



出所：図1，2とも八尾市総務部『八尾の商業』より作成

図3 従業者規模別小売事業所数の推移



出所：八尾市総務部『八尾の商業』より作成

## (2) 八尾市における商業施設の充足度

### <買い物調査結果>

先にも述べたように、八尾市内の小売店事業所数は減少をしているが、とくに従業者規模が4名以下、あるいは個人事業主の事業所における減少が大きい（図1，3参照）。いわゆる中小零細の小売店が次々と姿を消しているのである。近年では、「日常の買い物が不便になった」という市民の声が八尾市内でも聞こえるようになってきた。

そこで、八尾市は生活者の買い物利便性の確保、商業者の事業機会の確保を目的として、平成21年度「商業施設充足度等調査事業」を実施した。以下にその調査結果を活用しながら検討を行いたい。この調査では八尾市内を中学校区に区分し、それぞれにおいて消費者に対する買い物行動調査を実施するとともに、統計的に商業施設の現状を把握している。

八尾市民の買い物行動調査では日常の買い物についてどのような商品をどこで購買するかといった一般的な調査項目に加え、現在における買い物への

不便さ、或いは将来への不安といったことも尋ねている。

まず、買い物先の店舗として、「食品スーパーや小売市場（セルフ方式販売）」と回答した人が73.8%を占め、次いで「大型の総合スーパー」が21.9%であり、「個人商店、商店街や小売市場（対面販売）」はわずか1.5%と、日常の買い物で地域商業は全く支持されていないことが分かる。

買い物への交通手段は「自転車」が58.0%、「徒歩」が31.3%、「自家用車」が17.3%と車を使用しないで日々の買い物をしている人が多いことが分かる。所要時間は88.6%の人が「15分以内」と回答している。

「食料品の買い物に不便を感じているか」という問いについて、全体では「思わない」「あまり思わない」が75.3%、「そう思う」「ややそう思う」が24.7%と、まだまだ買い物に不便を感じている人が少ないことが分かる。しかし中学校区別に分析をすると、高安中学校区で「そう思う」「ややそう思う」と回答した割合は42.0%、桂中学校区では同様に37.1%と高い割合となっており、日常の買い物に不便をきたしている住民が存在することが分かる。

さらに八尾市内の買い物環境について尋ねたところ、「徒歩で買い物にいけない店舗の必要性」については、「そう思う」が81.9%を占め、「車で行きやすい場所に食料品店があれば困らない」の間で「そう思う」と回答した36.3%を大きく上回っている。

また「宅配、通信販売、ネット販売で食料品が購入できれば困らない」で「そう思う」と回答した割合は15.6%に止まり、「なるべく実際、お店に行って購入したい」と感じている人が91.6%にのぼっている。「高齢になった時、子育てを行う時などを考えると、食料品の買い物に不安を感じる」という人は43.4%存在している。

「八尾市内に大型スーパーやコンビニが今以上増えればよい」と考えている人は26.3%しかなく、「商店街や小売市場が必要だと考えている人」は47.5%となっている。商店街等が必要な理由として、「商店街や小売市場の衰退はまちのにぎわいにも影響を与えるから」という回答が48.6%、「商店街や小売市場ならではの商品、サービスがあるから」が36.0%、「防犯、防災、

見守りなどの地域貢献をしているから」が27.8%となっている。地域商業の有用性を認めていながらも、実際に商店街や小売市場を利用している人は37.8%に止まり、利用していない人は48.8%にのぼる。利用しない理由として「わざわざ商店街や小売市場に行かなくても他で買い物ができる」「一か所ですべての商品やサービスが揃わない」といった点をあげている人が多い。

<小括>

八尾市は大阪府内の衛星都市として栄え、大都市圏の圏内に位置する都市である。しかしこのような都市においても、既に日々の買い物に不便を感じている人が発生しており、将来に対しても不安を感じている人が多く存在していることがこの調査で明らかになった。消費者は歩いて買い物に行ける商業施設を欲しており、実際に来店して自分の目で確かめて買い物をしたいという欲求を持っている。さらに、これ以上大型店やコンビニエンスストアの出店を望まず、むしろ商店街や小売市場といった地域商業の充実を望んでいる。しかし、日々の買い物は近くのスーパーで済ましているのが現状であり、気持とはうらはらの買い物行動をしている。ここで問題点として取り上げるべき点は、第一に買い物難民や難民予備軍が都市部でも多数存在していることが挙げられる。実際のところ、日々の買い物に不便を感じている人が多い高安中学校区と桂中学校区には商業施設が乏しい。また高安中学校区は生駒山脈のふもとに広がる一帯であり、坂が多く自転車や徒歩での買い物も負担の多い場所である。第二に、八尾市民は歩いて買い物をして、自分の目で確かめて商品を選びたいと望んでおり、買い物の不便さをインターネット販売や宅配では十分には補うことができない点である。最近、宅配サービスを充実させたり、高齢者でも簡単に使えるインターネットといったインフラを整備するなどのサービスを流通業者が行っているが、あくまでもこれは対症療法的な対応であり、消費者の真の満足を得ることができないことが分かる。第三に市民は大型店やコンビニよりも商店街や小売市場の立地を望んでおり、それは単に自分の個人的な満足というよりも、まちや地域のことも視野に入れている点である。この調査では年齢別の回答が掲載されていないため、か

つて商店街や小売市場で買い物をしてきた世代の回答なのかどうかは不明であるが、まちにおける商店街や小売市場の存在意義を理解している人が多く、八尾では地域商業が再び市民の生活に溶け込んでいける可能性が残されていると言える。第四の点は、そうはいつでも、地域商業を利用している人は限定的で、近隣のスーパーマーケットで買い物を済ませている人が多い点である。地域商業で買い物がしたいという消費者がいる一方で、地域商業に魅力が乏しく集客ができていないことを物語っており、ここにミッシングリンクが発生している。

#### <充足度>

次に商業施設の充足度等について検討する。大阪府は府県でも面積が小さく、中心部へのアクセスに時間がかからない。一方で大阪市内の繁華街には巨大な商業集積地が形成されており、府内の衛星都市はもちろんのこと他府県からも集客をしている。そのため大阪市の小売中心性指数<sup>2)</sup>は1.627となっているが、八尾市は0.75、隣接する東大阪市は0.801と大阪市内へ市民が流出していることが分かる。しかし平成19年の装備売場面積<sup>3)</sup>(八尾市民一人当たりの市内商業施設の売場面積)は0.96平方メートルと、大阪府内の他の市町村と比較しても高い水準にある。またこの数値は平成14年から増加傾向にあり、人口は若干減少する一方で市内の売場面積が増加したことが影響している。この数値からすれば、一見、商業施設は充足しているように見える。

しかし、これを先ほどと同様に中学校区ごとにみると状況は変わる。表1は中学校区ごとに装備売場面積、中心性指数、施設力指数<sup>4)</sup>、販売力指数<sup>5)</sup>を示したものである。施設力指数は商業施設の量的充実を、販売力指数

2)  $\frac{\text{八尾市販売額} \times \text{大阪府人口}}{\text{八尾市人口} \times \text{大阪府販売額}}$

3)  $\frac{\text{八尾市小売業総売場面積}}{\text{八尾市人口}}$

4)  $\frac{\text{当該地区販売額} \times \text{八尾市売場面積}}{\text{当該地区売場面積} \times \text{八尾市販売額}}$

表1 中学校区別小売業の状況

中学校区	装備売場面積 (m <sup>2</sup> /人)	中心性指数	施設力指数	販売力指数	差
八尾市全体	0.96	0.750	0.985	0.762	0.223
八尾市中学校	3.66	2.644	3.931	0.673	3.258
大正中学校	1.46	1.855	1.566	1.184	0.382
高安中学校	0.67	1.151	0.717	1.605	-0.888
亀井中学校	0.88	1.132	0.946	1.197	-0.251
龍華中学校	0.78	1.071	0.837	1.279	-0.442
志紀中学校	0.68	0.993	0.727	1.365	-0.638
成法中学校	1.35	0.986	1.447	0.681	0.766
久宝寺中学校	0.44	0.986	0.472	2.090	-1.618
高美中学校	0.71	0.886	0.759	1.168	-0.409
曙川中学校	0.70	0.830	0.757	1.096	-0.339
曙川南中学校	0.38	0.520	0.403	1.289	-0.886
南高安中学校	0.36	0.397	0.382	1.039	-0.657
上之島中学校	0.50	0.390	0.537	0.725	-0.188
桂中学校	0.19	0.372	0.209	1.780	-1.571
東中学校	0.25	0.286	0.267	1.068	-0.801

出所：八尾市『商業施設充足度調査事業業務報告書』2010年3月

は質的充実を表わすものである。

まず中心性指数をみると1以上、つまり他のエリアから買い物客が流入している中学校区は5つある。最も高い数値の中学校区は西武百貨店やショッピングセンターアリオ八尾のある近鉄八尾駅北側の八尾中学校区となっている。ついで数値が高い校区はパワーセンターイズミヤ八尾店のある大正中学校区となっており、総じて大型店の立地する校区は高い数値となっている。

反対に低い値の校区をみると、最も低い校区は東中学校区である。これは住民の内、買い物を他校区で行っている割合が非常に高いことを意味する。15ある中学校区のうち10校区は数値が1以下となっており、流入より流出が上回っている地区と言える。八尾市では八尾中学校区と大正小学校区以外は最寄品を主として扱う商業施設が高い割合を占めていることから、中心性指

5)  $\frac{\text{当該地区売場面積} \times \text{八尾市人口}}{\text{当該地区人口} \times \text{八尾市売場面積}}$

数が1以下の校区は、言い換えれば校区内で日々の生活に必要な買い物に不便な地区であるとも言える。

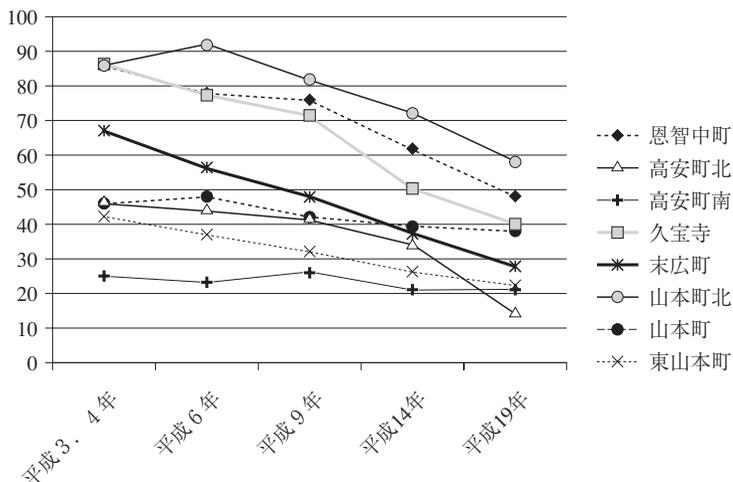
先で考察した消費者調査において「日常の買い物に不便を感じる」と回答した割合が高かった高安中学校区と桂中学校区はどうであろうか。高安中学校区では中心性指数が1.151と1以上となっている。数字上は1を上回っていることから、数字上は買い物機会が確保され便利な地区ということになり、住民の意識とはギャップがあることがわかる。この数値に反映されているのは、ホームセンターの「コーナン外環八尾山本店」の数値が影響していると思われる。一方、桂中学校区は中心性指数が2番目に低く、住民との意識にはギャップがない。

さらに詳しくみてみよう。中心性指数は施設力指数×販売力指数とに分解することができるが、ここでは施設力指数と販売力指数との差に着目したい。中心性指数が1以下の買い物客が流出している校区でかつ施設力指数が1以下の校区では、すべて販売力が施設力を上回っている。これは、少ない商業施設に地区内の買い物客が集中をしている状況が伺え、商業施設を充実させる必要がある地区と言える。

最も差が大きい地区は久宝寺中学校区、ついで桂中学校区となっており、商業施設の量的な充足を行う必要性があるといえる。また、中心性指数も施設力指数も1以下の地区で、唯一販売力指数も1以下となっている地区は上之島中学校区であり、この地区では商業施設の量・質ともに充実が必要だと言える。

それでは、ここで本調査報告書ではなされていない分析を行ってみる。まず、消費者買い物調査で日常の買い物に不便を感じている人の割合が最も高かった高安中学校区の住民が、買い物場所としてかつてよく利用していたと言われている近鉄高安駅付近と同恩智駅付近の商業集積、さらに買い物調査で不便を感じている人の割合が2番目に高かった桂中学校区内の山本町北付近の商業集積、最も中心性指数が低い東中学校区内の近鉄河内山本駅北付近、施設力指数と販売力指数の差が最も大きかった久宝寺中学校区内の久宝寺町

図4 町別小売事業所数の推移



出所：八尾市総務部『八尾の商業』より作成

および末広町の商業集積の事業所数の推移をみたのが図4である。これを見ると、いずれの校区も事業所が減少しているが、中には半減或いはそれ以上減少している場所も存在しており、住民にとって最も近隣に存在している商業集積が崩壊している状況が分かる。

次に高齢化率<sup>6)</sup>を見てみよう。八尾市全体の高齢化率は22.8である。中心性指数が最も低かった東中学校区では高齢化率が23.9、中心性指数が1以下で施設力指数と販売力指数の差が最大の久宝寺中学校区は23.6、買い物調査で日常の買い物に不便を感じている人の割合が最も高かった高安中学校区は31.6、不便を感じている人の割合が2番目に高かった桂中学校区は29.7といずれも八尾市の平均を上回っている。今後、団塊の人たちがさらに高齢化すれば高齢化率は一層高くなり、買い物難民問題は深刻化する可能性がこの数字には表れている。

6) 総人口に占める高齢者の割合

### <小括>

商業統計等の値を利用して分析を行ったが、中心性指数が1以下の校区は全体の3分の2を占め、日常の買い物において他のエリアへの流出が起きていることが分かった。校区内にある商店数は年々減少し、その商店を頼りにしている住民も少なくないことが伺える。これらの校区では商業立地を促進させ、住民の生活の利便性を向上させる必要がある。また小売商店の量的な充足が必要な校区では、高齢者が多く居住しておりこれ以上商店が減少すると、ライフラインを断たれる危険性もある。また一層高齢化が進めば、買い物難民は増加し問題は深刻化することが予測できる。

## Ⅲ 買い物難民問題の解決にむけて

大阪府八尾市における調査結果を基に、買い物難民の実態を分析したが、既に八尾市では買い物難民が発生し、今後、深刻化する危険性もあることが分かった。

この問題を単純に解決する方法として、商業施設の立地促進、既存商業施設への交通手段確保、移動販売の実施、既存商業施設における宅配や通信販売事業の充実が考えられるが、八尾における買い物調査の結果をみると、住民が真に望んでいるのは商店が新たに立地し、元々存在していた商業集積が再生することである。

市場競争原理のもと大型店や食品スーパーとの競争の結果、集積を維持できなかった地域商業に再生の余地が存在するだろうか。まずは「市場競争原理」というベースを変えなければ再生は不可能に思われる。これはなにも自由経済を否定しているものではない。

地方分権に関する議論が年々、熱くなっている。国の中央省庁でそれぞれの都道府県の現状やその背景にあるものを理解することはできないだろうし、発生している課題や問題とそれに対応する方法も標準化はできない。地方のことは地方がする。これが最も効果的なアプローチだと思う。地域のこともそうである。八尾市の例から見ても、同一市内において地域ごとに事情が異

なる。これらの事情を把握し、それぞれに合致した対応策を定めていくことが必要で、それを市町村という行政組織が取りまとめることが望まれる。つまり小売商業への対応についても、そのエリアにあった流通施策を構築し展開できる仕組みの充実が必要だと思われる。新たに地域商業が立地しても、待ち望んでいたはずの住民が利用しなければ意味はない。今回の調査では、住民は地域商業の立地を望んでいながら、実際には現存する地域商業では買い物をしていない実態が明らかになった。その場所に出かけて行くことの困難性もあるだろうが、何としてでもその場所へ行くという魅力が買い物場所にはないことも事実である。ミッシングリンクを解消するためにも流通政策だけで解決することは困難であり、せっきやく立地した地域商業を守るには事業者側の経営努力と、地域住民の理解と協力が必要である。

上記からも分かるように、もはやこのような問題は流通政策の限界を超えており、様々な分野の政策との融合が必要である。つまり買い物難民問題は単に小売業だけの問題に留まらず、都市、交通、地域社会の問題とも深く関係しているのである。

まずは商業施設の立地誘導を都市政策の視点も入れながら実施する必要があるだろう。大型店が立地できるエリア、大型店などの出店を抑制し中小小売店など商店街などの商業集積の密度を上げるエリアを明確に区分すべきである。工場などが移転し広大な空き地ができたときに大型店が出店する。或いは商店街内の店舗が廃業し売りに出され、一般の住居が建築される。このような事を野放ししておく、地域商業の健全な維持発展は実現せず、最終的にそのつけは住民に回ってくることになる。

しかし現状を踏まえると、近隣型の商店が容易に出店できるとは考えにくい。立地誘導という施策を展開するにも行政組織内での調整に時間がかかることが予測され、そうこうしている間に買い物難民問題はより深刻化してしまう。その場合は、並行して商業施設への交通手段の確保という手立てなど他の方策を考えることも必要であろう。ただし行政が運営するコミュニティ・バスは赤字を生みやすい方策であり、財政困難な状況にある行政が大きな

コストを支払わずに実行可能なことを考えるべきである。それはコミュニティの再生であり、ボランティア団体などとの連携である。コミュニティが健全に機能していた頃、助け合いの精神が存在した。しかし個々のつながりが希薄になると、他人への気遣いも難しい昨今である。介護サービスを使うまでもない高齢者が、隣人の同士の助け合いで日々の買い物を楽しめるようになるには、世代を超えてコミュニティを再生させること重要なのだと思う。

買い物難民問題は我が国の都市化や少子高齢化という潮流と、流通政策のまズさが相まって生まれた問題である。我が国の流通政策がもっとはやく「まちづくり」の視点を導入し、広くかつ長期的視点に立ちながら都市というものをとらえることができたなら、現状は違っていたかもしれない。都市部にせよ農村部にせよ、都市に発生している問題は複合化しているなかで、もはや万能薬と言われるような標準型の政策は存在せず、地域の実情に合わせたオリジナルの政策を実施しなければならない時代が来ている。まちという中で流通が果たす役割を考えそれを機能させるためには、分野別に問題をとらえそれに対応した施策を考える時代から、まちや地域という単位で問題をとらえ多面的なアプローチができる施策を実行する時代に来ている。

(筆者はプール学院大学短期大学部秘書科教授)

#### 主要参考文献

- 石原武政 (2004) 「中小小売商業—過小・過剰構造の動態」 石原武政・矢作敏行編『日本の流通100年』有斐閣
- (2009) 「都市中心部における商業の魅力」 加藤司・石原武政編『地域商業の競争構造』中央経済社
- (2010) 「いまなぜ、まちづくりか」 石原武政・西村幸夫編『まちづくりを学ぶ』有斐閣
- 加藤司 (2009) 「都市の発展と地域商業」 加藤司・石原武政編『地域商業の競争構造』中央経済社
- 経済産業省 (2010) 『地域生活インフラを支える流通のあり方研究会—地域社会とも生きる流通—』
- 激流編集部 (2010) 「買い物難民を救う地域コミュニティ」『激流』国際商業出版株式会社
- 関根孝 (2004) 「流通政策—大店法からまちづくりへ」 石原武政・矢作敏行編『日本の流通100年』有斐閣

- 田中道雄（2009）「地域商業とコミュニティ」加藤司・石原武政編『地域商業の競争構造』  
中央経済社
- 八尾市（1995、1996、1999、2002、2007）『八尾の商業』  
（2010）『商業施設充足度等調査事業事業報告書』