

Title	小売商業に対する行政支援の実態に関するアンケート調査(都市編)の結果
Sub Title	Results of fact finding survey on retail distribution policy in Japanese cities
Author	高橋, 郁夫(Takahashi, Ikuo)
Publisher	慶應義塾大学出版会
Publication year	2015
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.58, No.5 (2015. 12) ,p.47- 60
JaLC DOI	
Abstract	経済産業省が実施する商業統計調査は, 2007年以降, 2014年まで実施されておらず, その間の都市レベルにおける小売商業構造の変化に関する詳細な情報は入手できない。また, 日本の各都市の小売商業支援に関する情報は, 商業統計調査では明らかにはならない。そこで, 2007-2014年における小売商業構造変化の影響要因の改善度, 小売商業に関する行政支援一般の実施状況, 「買物弱者」対策の実施状況, 小売商業支援政策の効果と小売商業の今後の発展可能性などの実態を明らかにするために, 全国790都市に対しアンケート調査を実施した。その結果, 602都市より回答があり(有効回答率: 76.2%), 以下では, その調査概要, 単純集計, それに小売商業支援政策の効果に関する若干の分析結果が示される。
Notes	資料 挿表
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20151200-0047

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

資 料

小売商業に対する行政支援の実態に関する アンケート調査（都市編）*の結果

高 橋 郁 夫

<要 約>

経済産業省が実施する商業統計調査は、2007年以降、2014年まで実施されておらず、その間の都市レベルにおける小売商業構造の変化に関する詳細な情報は入手できない。また、日本の各都市の小売商業支援に関する情報は、商業統計調査では明らかににはならない。そこで、2007-2014年における小売商業構造変化の影響要因の改善度、小売商業に関する行政支援一般の実施状況、「買物弱者」対策の実施状況、小売商業支援政策の効果と小売商業の今後の発展可能性などの実態を明らかにするために、全国790都市に対しアンケート調査を実施した。その結果、602都市より回答があり（有効回答率：76.2%）、以下では、その調査概要、単純集計、それに小売商業支援政策の効果に関する若干の分析結果が示される。

<キーワード>

小売商業、流通政策、行政支援、買物弱者、商業統計、まちづくり、都市アンケート調査

はじめに

経済産業省が実施する商業統計調査は、我が国の商業の実態を把握する上で極めて有用な情報を提供してきた。同省によれば、「商業統計は、昭和27年に調査を開始して以来、昭和51年までは2年ごと、平成9年までは3年ごと、平成19年まで

は5年ごとに本調査を実施し、その中間年（本調査の2年後）には簡易調査を、平成19年以降は経済センサス-活動調査の実施の2年後に実施する¹⁾」とされている。そのため、2007年（平成19年）以降、昨年（2014年）まで商業統計調査は実施されておらず、その間の各地における小売商業構造の変化に関する詳細な情報は入手できなかった²⁾。

大規模小売店舗法が廃止され、2000年に新たに施行された大規模小売店舗立地法のもとでは、国

* 慶應義塾学事振興資金の助成を受けて実施した。貴重な業務時間を割いて、アンケートにご協力くださった各自治体の皆様に心から感謝申し上げたい。なお、本研究の内容の一部については、日本商業学会第65回全国研究大会の基調講演（2015年5月30日：香川大学）で報告を行った。

1) 経済産業省ホームページ

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/gaiyo.html#menu02>

2) 平成26年度調査の一部集計結果が、速報という形で2015年6月30日に経済産業省ホームページで公表されている。

による大型店の経済的な出店規制がなくなり、都道府県や政令指定都市がその法律の運用主体となった。また、「まち・ひと・しごと創生」を基本理念とする地方創生の推進には、各自治体の戦略やマーケティング力が問われるようになってきている。つまり、地域商業の発展は、中小商業を巡る諸問題をそれに関連する諸問題（すなわち、少子高齢化とその弊害、地域を支える産業の発展と雇用の確保、都市計画と交通網の整備、大型店の衰退・撤退・誘致等）との関連の中で包括的に捉え、独自の「まちづくり」の視点から推進していく必要がある。ただ、各自治体がどのような政策的対応を行っているかに関する情報は、言うまでもなく商業統計調査からは入手できない。

以上のような2つの問題意識に基づいて計画された全国790都市（自治体の政策担当者）の認識に関する今回の調査の主な内容は次の通りである。

① 2007-2014年における小売商業構造変化の影響要因（定量調査）

小売商業構造の変化に影響を及ぼす諸要因は、それぞれ各都市でどのように改善（または、悪化）したか。

② 小売商業に関する行政支援一般の実施状況（定量調査）

小売商業に関連する各種の行政支援は、各都市でそれぞれどの程度積極的に実施されているか。

③ 「買物弱者」対策の実施状況（定量調査）

行政のみならず民間やNPO等による「買物弱者」対策は、各都市でそれぞれどの程度積極的に行われているか。

④ 政策の効果と小売商業の今後の発展可能性（定量調査）

上述の小売商業構造変化の影響要因の改善度、小売商業行政支援、買物弱者対策という3つの要因の効果を見るための4要因（小売商業の今後の発展可能性、小売商業行政支援の全体的成果、買物弱者対策の全体的成果、買物利便性の向上）は、各都市でそれぞれどの程度の水準にあるか。

⑤ 効果的・革新的な取り組み（定性調査：自由回答）

小売商業行政支援や買物弱者対策のうち、特筆すべきものに、どのようなものがあるか。

1. 調査の概要

調査は、2015年2月～3月に全国790都市の市役所に対して郵送法で行った。そのうえで、未回答の306都市に対して4月に再度調査票を送付した。最終的に602都市（8月20日現在）より有効回答（有効回答率：76.2%）があった。

なお、東京特別区および政令指定都市の198の区役所にも調査票を送付した。ただ、多くの政令指定都市では小売商業振興政策が本庁である市の担当部局で実施されており、回答率が著しく低かったため、再度の調査は実施していない。したがって、この調査の結果概要は、602都市の回答データをもとに取りまとめたものとなっている。

2. 単純集計の結果

本節では、今回の調査票の設問のうち（付録参照）、問1（1）都市のタイプに関する設問を除くすべてについて、単純集計を行った結果を示す。自由回答欄以外の設問は、すべて1～6までの6点尺度で測られており、表には、各設問の最小値、最大値、平均値、標準偏差が示されている。

（1）小売商業構造変化の影響要因

まず、表1は、問1（2）2007-2014年における小売商業構造変化の影響要因の改善度（6点尺度）に関する回答スコアの平均値を高いものから順に並べた結果である。

設問は、1～6までの6点尺度であるため、その値の中間点は、3.5である。したがって、それより平均値が上回った項目には、改善が見られたと判断できる。その結果、改善が見られたのは、交通渋滞問題、公共交通機関の整備、大型店の衰退・撤退の3項目である。これに対し、商業者の廃業・後継者難、中心市街地商店街の衰退、少子高齢化、消費需要の低迷、周辺都市への買物客の流失などには歯止めが掛かっていないことが分かる。

（2）小売商業に関する行政支援一般の実施状況

また、表2は、問2（1）小売商業に関する行

表1 2007-2014年における小売商業構造変化の影響要因の改善度

順位	質 問 項 目	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
1	問1(2) オ 交通渋滞問題	602	1	6	3.77	0.73
2	問1(2) エ 公共交通機関の整備	602	1	6	3.62	0.87
3	問1(2) サ 大型店の衰退・撤退	602	1	6	3.53	0.84
4	問1(2) セ 助け合い等の地域支援機能の低下	602	2	6	3.42	0.68
5	問1(2) シ 医療機関近くの買物施設の充実	602	1	6	3.40	0.67
6	問1(2) ス 金融機関近くの買物施設の充実	602	1	6	3.34	0.63
7	問1(2) ソ 財政難による流通行政支援の低下	602	1	6	3.33	0.65
8	問1(2) ウ 雇用問題	602	1	6	3.30	0.89
9	問1(2) カ 買物弱者問題	602	1	6	3.08	0.80
10	問1(2) キ 買物客の周辺都市への流出	602	1	6	2.80	0.97
11	問1(2) ア 消費需要の低迷	602	1	6	2.71	0.80
12	問1(2) ク 中心市街地商店街の衰退	602	1	6	2.52	0.85
13	問1(2) ケ 地元商業者の廃業	602	1	5	2.47	0.68
14	問1(2) コ 中小小売店の後継者難	602	1	4	2.40	0.65
15	問1(2) イ 少子高齢化	602	1	6	2.29	0.79

表2 小売商業に関する行政支援一般の実施度

順位	質 問 項 目	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
1	問2(1) ツ 「地域ブランド」育成事業	602	1	6	4.42	1.18
2	問2(1) ウ 商店街の助成・支援	602	1	6	4.40	1.07
3	問2(1) コ 中小小売業への融資・財政支援	602	1	6	4.38	1.14
4	問2(1) イ 路線バス等の運行・支援	602	1	6	4.24	1.11
5	問2(1) チ 「地産地消」活動の啓蒙と支援	602	1	6	4.17	1.16
6	問2(1) キ 「プレミアム付き地域商品券」への補助	602	1	6	4.16	1.81
7	問2(1) ア 商業発展のための中心市街地対策	602	1	6	4.02	1.24
8	問2(1) エ 空き店舗・共同店舗・直売所への支援	602	1	6	3.99	1.30
9	問2(1) カ 商工会との連携による個店の活性化	602	1	6	3.82	1.16
10	問2(1) ト 他の産業（農水・工・観等）との連携事業支援	602	1	6	3.76	1.19
11	問2(1) テ 「ふるさと納税制度」を活用した地場産業の支援	602	1	6	3.55	1.54
12	問2(1) ス 商店街への新規参入者の発掘と支援	602	1	6	3.27	1.42
13	問2(1) ケ 経営改善のための専門家の派遣	602	1	6	3.12	1.45
14	問2(1) ソ コンパクトシティ構想のもとでの「まちづくり」	602	1	6	3.10	1.46
15	問2(1) ク 商店街の後継者育成やリーダー発掘	602	1	6	3.08	1.27
16	問2(1) セ 中心市街地活性化のためのタウンマネジメント支援	602	1	6	2.99	1.54
17	問2(1) シ 産学との連携による小売商業支援策の検討・立案	602	1	6	2.91	1.42
18	問2(1) オ 商店街のIT化推進支援	602	1	6	2.71	1.29
19	問2(1) タ 都市計画マスタープランへの大型商業施設の組込	602	1	6	2.70	1.27
20	問2(1) サ 中小小売業をサポートする地元卸売業への支援	602	1	6	2.60	1.20

政支援一般の実施状況（6点尺度）について、回答スコアの平均値を高いものから順に並べた結果である。

これを見ると、上位にくる項目としては、商店街や中小小売業への助成・支援を踏まえた中心市街地の商業振興政策が主たるものとなっている。また、「地域ブランド」育成、「地産地消」活動、

「プレミアム付き地域商品券」、「ふるさと納税制度」を活用した地場産業の支援といった取り組みも、地元小売業を含む産業の発展を生み出す重要な政策として積極的に実施されている。他方で、タウンマネジメントや都市計画マスタープランへの大型商業施設の組込といった抜本的な「まちづくり」政策は、相対的に低いレベルにとどまって

表 3 「買物弱者」対策の現状

順位	質 問 項 目	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
1	問 2 (2) ク 生協や農協による宅配サービス	602	1	6	3.90	1.35
2	問 2 (2) ウ 大手小売企業による宅配サービス	602	1	6	3.36	1.40
3	問 2 (2) セ 介護ヘルパー等による生活援助としての買物代行	602	1	6	3.26	1.33
4	問 2 (2) カ 地域住民や NPO による高齢者の見守りや買物代行	602	1	6	2.90	1.36
5	問 2 (2) シ 高齢者向け配食サービス事業（への支援）	602	1	6	2.89	1.46
6	問 2 (2) イ 大手小売企業による移動販売	602	1	6	2.39	1.38
7	問 2 (2) オ 地域住民や NPO による共同店舗	602	1	6	2.25	1.20
8	問 2 (2) ア 大手小売企業による小商圏・過疎地への小型店出店	602	1	6	2.21	1.15
9	問 2 (2) ス ネットショッピングの推奨と啓蒙	602	1	6	2.09	1.20
10	問 2 (2) ソ 地域商業振興・買物弱者問題解決のための人材発掘	602	1	6	2.09	1.05
11	問 2 (2) エ 卸売業による中小小売商への共同配送	602	1	6	2.08	1.03
12	問 2 (2) コ 商店街が主体となる宅配サービス	602	1	6	2.03	1.23
13	問 2 (2) キ 地域住民や NPO が主体となるコミュニティバス	602	1	6	2.02	1.33
14	問 2 (2) ケ 生協や農協による乗り合いタクシーや買物バス	602	1	6	1.77	1.05
15	問 2 (2) サ 商店街が主体となる買物バス	602	1	6	1.53	0.88

表 4 政策の効果と今後の発展可能性

質 問 項 目	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
問 3 (1) ア 小売商業への行政支援一般としての全体的成果	602	1	6	3.59	0.85
問 3 (1) イ 買物弱者対策の全体的成果	602	1	5	2.99	0.92
問 3 (1) ウ 買物利便性の向上	602	1	6	3.29	0.96
問 3 (1) エ 小売商業の今後の発展可能性	602	1	6	3.19	1.00

いる。また、中小小売商業の存続に密接に関連する地元卸売業への支援は、あまり行われていないのが現状である。

(3) 「買物弱者」対策の実施状況

表 3 は、各都市における「買物弱者」対策の実施状況（6 点尺度）について、平均スコアの高いものから順に示している。

これを見ると、生協・農協の宅配サービスは、中間値の 3.5 を超えており、その活動が、「買物弱者」対策として全国的に機能していることが分かる。また、大手小売業による宅配・移動販売や介護ヘルパー・地域住民・NPO 等による買物代行は、他の対策よりは進んでいる。しかしながら、「買物弱者」対策の実施度は、全体として十分とは言えず、特に、活動主体にとって金銭的な負担の大きいバスや乗り合いタクシーの運行・補助は、低調なレベルにとどまっている。

(4) 政策の効果と小売商業の今後の発展可能性

さらに、表 4 は、小売構造変化の影響要因の改善度、小売商業行政支援政策、買物弱者対策といった要因が、それぞれ各都市にどのような効果や成果をもたらしたかを見るための変数群である。

上述の設定群と同様に問 3（1）ア～エについても、すべて 6 点尺度であるため、3.5 が丁度中間的な値となる。ここで、その値を超えているのは、ア（小売商業への行政支援一般としての全体的成果）のみであるが、ウ（買物利便性の向上）やエ（小売商業の今後の発展可能性）についても、それに近い値をとっている。これに対し、イ（買物弱者対策の全体的成果）は、3 を下回っており、全国的にあまりその成果が上がっていないことを示している。

(5) 効果的・革新的な取り組み（自由回答欄より）

単純集計の最後として、表 5 は、小売商業行政支援や買物弱者対策に関する効果的・革新的な取り組みを述べてもらうために用意した自由回答欄

表5 効果的・革新的な取り組み

自由回答欄の回答率	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
問3(2) 回答有=1 特筆すべき行政支援一般の事例報告の有無	602	0	1	0.13	0.33
問3(3) 回答有=1 特筆すべき買物弱者対策の事例報告の有無	602	0	1	0.10	0.30

表6 小売商業の今後の発展可能性との相関係数

順位	2007-2014年における小売商業構造変化の影響要因の改善度	問3(1) エ 小売商業の今後の発展可能性	統計的有意水準
1	問1(2) ク 中心市街地商店街の衰退	0.35	1 %
2	問1(2) ス 金融機関近くの買物施設の充実	0.28	1 %
3	問1(2) ケ 地元商業者の廃業	0.27	1 %
4	問1(2) キ 買物客の周辺都市への流出	0.27	1 %
5	問1(2) ア 消費需要の低迷	0.26	1 %
6	問1(2) コ 中小小売店の後継者難	0.24	1 %
7	問1(2) ソ 財政難による流通行政支援の低下	0.23	1 %
8	問1(2) ウ 雇用問題	0.23	1 %
9	問1(2) イ 少子高齢化	0.22	1 %
10	問1(2) カ 買物弱者問題	0.21	1 %
11	問1(2) セ 助け合い等の地域支援機能の低下	0.19	1 %
12	問1(2) シ 医療機関近くの買物施設の充実	0.19	1 %
13	問1(2) エ 公共交通機関の整備	0.16	1 %
14	問1(2) サ 大型店の衰退・撤退	0.16	1 %
15	問1(2) オ 交通渋滞問題	-0.01	非有意

への記入率を表している。

これを見ると、約1割の都市で、特筆すべき効果的・革新的な取り組みが行われていることが分かる。内容の詳細な吟味は、今後の作業となるが、その記述内容には、それほど革新的とは思われないものも含まれている。つまり、そこには、そうした取り組みを対外的にアピールしたいという自治体の意志が表れていると考えることもできよう。

3. 相関分析の結果

本節では、次のような研究課題に答えるために行った相関分析の結果を示す。³⁾

課題1 小売商業構造変化の各影響要因の改善度は、小売商業の今後の発展可能性と、それぞれどの程度の関連性があるか。

3) 相関分析は、2つの要因間の関係を見るための統計手法である。なお、複数の要因が、ある1つの成果変数に及ぼす影響を同時かつ、より厳密に比較検討するためには、今後、重回帰分析などの分析手法を用いる必要がある。

課題2 小売商業に関連する各種行政支援策は、行政支援の全体的成果と、それぞれどの程度の関連性があるか。

課題3 「買物弱者」に対する各種対策は、買物弱者対策の全体的成果と、それぞれどの程度の関連性があるか。

課題4 小売商業構造変化の各影響要因の改善度、小売商業に関連する各種行政支援策、「買物弱者」に対する各種対策は、買物利便性の向上と、それぞれどの程度の関連性があるか。

(1) 小売商業構造変化の影響要因の改善度と小売商業の今後の発展可能性の関連性

表6は、課題1に関し、相関係数の高い順に要因を示したものである。

これを見ると、まず、交通渋滞問題の解消以外、各要因が改善すると小売商業の今後の発展可能性についての自治体の認識は高まる。特に、中心市街地商店街の役割は大きく、加えて、金融機関周辺の買物施設の充実、地元商業者の廃業の抑止、

表7 小売商業への行政支援一般としての全体的成果との相関係数

順位	小売商業に関する行政支援一般（実施度）	問3(1) ア 小売商業への行政支援一般としての全体的成果	統計的有意水準
1	問2(1) ウ 商店街の助成・支援	0.39	1 %
2	問2(1) ア 商業発展のための中心市街地対策	0.33	1 %
3	問2(1) カ 商工会との連携による個店の活性化	0.32	1 %
4	問2(1) ス 商店街への新規参入者の発掘と支援	0.30	1 %
5	問2(1) コ 中小小売業への融資・財政支援	0.29	1 %
6	問2(1) ク 商店街の後継者育成やリーダー発掘	0.29	1 %
7	問2(1) ツ 「地域ブランド」育成事業	0.29	1 %
8	問2(1) ト 他の産業（農水・工・観等）との連携事業支援	0.27	1 %
9	問2(1) エ 空き店舗・共同店舗・直売所への支援	0.26	1 %
10	問2(1) イ 路線バス等の運行・支援	0.24	1 %
11	問2(1) ケ 経営改善のための専門家の派遣	0.24	1 %
12	問2(1) シ 産学との連携による小売商業支援策の検討・立案	0.24	1 %
13	問2(1) チ 「地産地消」活動の啓蒙と支援	0.23	1 %
14	問2(1) セ 中心市街地活性化のためのタウンマネジメント支援	0.23	1 %
15	問2(1) ソ コンパクトシティ構想のもとでの「まちづくり」	0.22	1 %
16	問2(1) サ 中小小売業をサポートする地元卸売業への支援	0.20	1 %
17	問2(1) タ 都市計画マスタープランへの大型商業施設の組込	0.18	1 %
18	問2(1) オ 商店街のIT化推進支援	0.17	1 %
19	問2(1) キ 「プレミアム付き地域商品券」への補助	0.16	1 %
20	問2(1) テ 「ふるさと納税制度」を活用した地場産業の支援	0.10	5 %

周辺都市への買物客の流失の阻止，消費需要の低迷からの脱皮といった課題も，小売商業の発展と関係が深い。

(2) 小売商業に関連する行政支援一般とその全体的成果の関連性

表7は，課題2に関し，相関係数の高い順に行政支援策を示したものである。

まず，その強弱はあるもののすべての支援策が統計的に有意であった。とりわけ，商店街の助成・支援，中心市街地対策，個店の活性化，新規参入支援，融資・財政支援，後継者育成・リーダー発掘など商店街への直接的な行政支援は，全体の成果に繋がっていることが分かる。また，「地域ブランド」育成や他の産業との連携事業に対する行政支援も効果的である。これに対し，都市計画マスタープランへの大型商業施設の組込，「プレミアム付き地域商品券」，「ふるさと納税制度」，中小小売業をサポートする地元卸売業の支援，商店街のIT化推進支援といった施策の効果は，相対的に低い。これは，支援策の実施度合い

が全国的に低いか，あるいは，小売商業への効果に対する評価がまだ十分に定まっていないためと考えられる。

(3) 「買物弱者」対策の現状とその全体的成果の関連性

表8は，課題3に関し，相関係数の高い順に「買物弱者」対策を示したものである。

ここでも，すべての対策が，統計的に有意となった。特に，地域住民やNPOによる買物代行，大手小売業や生協・農協による移動販売や宅配，高齢者向け配食サービスは，効果が高いと考えられる。また，問題解決のための人材発掘，共同店舗，卸売業による中小小売商への共同配送といった様々な取り組みも，ある程度効果がある。これに対し，乗り合いタクシーや買物バスの運行は，相対的に効果が低いと考えられる。

(4) 買物利便性向上との関連性

表9～表11は，課題4に関する相関分析の結果である。ここでも，それぞれ相関係数の高い項目

表8 「買物弱者」対策の全体的成果との相関係数

順位	「買物弱者」対策の現状	問3(1) イ 買物弱者対策の 全体的成果	統計的 有意水準
1	問2(2) カ 地域住民やNPOによる高齢者の見守りや買物代行	0.28	1%
2	問2(2) イ 大手小売企業による移動販売	0.27	1%
3	問2(2) ク 生協や農協による宅配サービス	0.26	1%
4	問2(2) ウ 大手小売企業による宅配サービス	0.26	1%
5	問2(2) シ 高齢者向け配食サービス事業（への支援）	0.25	1%
6	問2(2) ソ 地域商業振興・買物弱者問題解決のための人材発掘	0.24	1%
7	問2(2) オ 地域住民やNPOによる共同店舗	0.23	1%
8	問2(2) エ 卸売業による中小小売商への共同配送	0.22	1%
9	問2(2) ア 大手小売企業による小商圈・過疎地への小型店出店	0.19	1%
10	問2(2) キ 地域住民やNPOが主体となるコミュニティバス	0.19	1%
11	問2(2) セ 介護ヘルパー等による生活援助としての買物代行	0.17	1%
12	問2(2) コ 商店街が主体となる宅配サービス	0.17	1%
13	問2(2) ス ネットショッピングの推奨と啓蒙	0.17	1%
14	問2(2) ケ 生協や農協による乗り合いタクシーや買物バス	0.14	1%
15	問2(2) サ 商店街が主体となる買物バス	0.12	1%

表9 買物利便性の向上との相関係数（1）

順位	2007-2014年における小売商業構造化の影響要因の改善度	問3(1) ウ 買物利便性の向上	統計的 有意水準
1	問1(2) ス 金融機関近くの買物施設の充実	0.32	1%
2	問1(2) カ 買物弱者問題	0.32	1%
3	問1(2) シ 医療機関近くの買物施設の充実	0.30	1%
4	問1(2) キ 買物客の周辺都市への流出	0.30	1%
5	問1(2) イ 少子高齢化	0.28	1%
6	問1(2) ア 消費需要の低迷	0.28	1%
7	問1(2) サ 大型店の衰退・撤退	0.25	1%
8	問1(2) エ 公共交通機関の整備	0.24	1%
9	問1(2) ウ 雇用問題	0.23	1%
10	問1(2) ク 中心市街地商店街の衰退	0.20	1%
11	問1(2) ソ 財政難による流通行政支援の低下	0.18	1%
12	問1(2) ケ 地元事業者の廃業	0.15	1%
13	問1(2) セ 助け合い等の地域支援機能の低下	0.14	1%
14	問1(2) コ 中小小売店の後継者難	0.12	1%
15	問1(2) オ 交通渋滞問題	0.02	非有意

から順に表示がなされている。

①小売商業構造化の影響要因の改善度

表9を見ると、交通渋滞以外の要因は、すべて買物利便性の向上と統計的に有意な正の関係にあることが分かる。先の小売商業の今後の発展可能性との関連性を見た場合（表6）と比べると、各要因の順序がかなり異なっていることが分かる。そこから読み取れることは、今後の小売商業の発

展には、地域の中小小売商の発展は欠かせないが、買物の利便性に果たす中小小売商の役割は、それほど高いわけではないということである。

②小売商業に関連する行政支援一般

表10によれば、やはり、先の小売商業の今後の発展可能性との関連性を見た場合（表7）と比べ、各要因の順序はかなり異なっている。特に、都市計画マスタープランへの大型商業施設の組込、コ

表10 買物利便性の向上との相関係数（2）

順位	小売商業に関する行政支援一般（実施度）	問3（1）ウ 買物利便性の向上	統計的 有意水準
1	問2（1）タ 都市計画マスタープランへの大型商業施設の組込	0.22	1 %
2	問2（1）カ 商工会との連携による個店の活性化	0.21	1 %
3	問2（1）ソ コンパクトシティ構想のもとでの「まちづくり」	0.19	1 %
4	問2（1）チ 「地産地消」活動の啓蒙と支援	0.16	1 %
5	問2（1）コ 中小小売業への融資・財政支援	0.16	1 %
6	問2（1）セ 中心市街地活性化のためのタウンマネジメント支援	0.16	1 %
7	問2（1）ト 他の産業（農水・工・観等）との連携事業支援	0.15	1 %
8	問2（1）シ 産学との連携による小売商業支援策の検討・立案	0.14	1 %
9	問2（1）ク 商店街の後継者育成やリーダー発掘	0.14	1 %
10	問2（1）ツ 「地域ブランド」育成事業	0.14	1 %
11	問2（1）ア 商業発展のための中心市街地対策	0.14	1 %
12	問2（1）ウ 商店街の助成・支援	0.14	1 %
13	問2（1）オ 商店街のIT化推進支援	0.13	1 %
14	問2（1）サ 中小小売業をサポートする地元卸売業への支援	0.13	1 %
15	問2（1）ケ 経営改善のための専門家の派遣	0.13	1 %
16	問2（1）ス 商店街への新規参入者の発掘と支援	0.12	1 %
17	問2（1）エ 空き店舗・共同店舗・直売所への支援	0.08	非有意
18	問2（1）イ 路線バス等の運行・支援	0.06	非有意
19	問2（1）キ 「プレミアム付き地域商品券」への補助	0.05	非有意
20	問2（1）テ 「ふるさと納税制度」を活用した地場産業の支援	-0.01	非有意

表11 買物利便性の向上との相関係数（3）

順位	「買物弱者」対策の現状	問3（1）ウ 買物利便性の向上	統計的 有意水準
1	問2（2）カ 地域住民やNPOによる高齢者の見守りや買物代行	0.20	1 %
2	問2（2）ウ 大手小売企業による宅配サービス	0.20	1 %
3	問2（2）オ 地域住民やNPOによる共同店舗	0.17	1 %
4	問2（2）セ 介護ヘルパー等による生活援助としての買物代行	0.17	1 %
5	問2（2）ソ 地域商業振興・買物弱者問題解決のための人材発掘	0.16	1 %
6	問2（2）エ 卸売業による中小小売商への共同配送	0.15	1 %
7	問2（2）ア 大手小売企業による小商圈・過疎地への小型店出店	0.14	1 %
8	問2（2）イ 大手小売企業による移動販売	0.13	1 %
9	問2（2）ク 生協や農協による宅配サービス	0.12	1 %
10	問2（2）ス ネットショッピングの推奨と啓蒙	0.11	1 %
11	問2（2）シ 高齢者向け配食サービス事業（への支援）	0.10	5 %
12	問2（2）ケ 生協や農協による乗り合いタクシーや買物バス	0.08	非有意
13	問2（2）サ 商店街が主体となる買物バス	0.07	非有意
14	問2（2）コ 商店街が主体となる宅配サービス	0.07	非有意
15	問2（2）キ 地域住民やNPOが主体となるコミュニティバス	0.06	非有意

コンパクトシティ構想のもとでの「まちづくり」、中心市街地活性化のためのタウンマネジメント支援といった都市インフラの基本的整備計画が、他の要因よりも強く買物利便性に関わることが示さ

れた。

③「買物弱者」対策の現状

表11に示された結果を見ると、まず、4つの対策が統計的に有意とならなかったことが分かる。

ただし、相関係数の大きさによる要因の順序は、小売商業の今後の発展可能性との関連性を見た場合（表8）と、それほど大きく異なっていない。やはり、大手小売企業、卸売業、生協、農協、それにNPOや地域住民による関与（ただし、バスや乗り合いタクシーの運行は除く）が、総じて地域の買物利便性を高めることが示された。

4. まとめ

以上の調査結果は、次のように整理できる。

- ①小売商業構造変化の影響要因の改善度、小売商業支援策とその成果、「買物弱者」対策とその成果、今後の発展可能性、買物利便性について、それぞれ都市レベルで見た実態が明らかになった。
- ②小売商業構造変化の影響要因と成果指標（今後の発展可能性、買物利便性）との相関係数を見

ることで、いずれの要因が相対的に大きな効果をもつかを知ることができた。

- ③小売商業に関する行政支援策と成果指標（全体的成果、買物利便性）との相関係数を見ることで、いずれの支援策が相対的に大きな影響をもつかが明らかになった。

- ④「買物弱者」対策と成果指標（全体的成果、買物利便性）との相関係数を見ることで、各対策の効果の大きさを相対的に知ることができた。

今後の研究課題としては、まず、自由回答欄に記入された小売商業支援ならびに「買物弱者」対策に関する効果的・革新的取り組みに関して、定性的分析を行うことである。次に、2014年に実施された商業統計調査のデータが公表され次第、それを今回の調査データと統合して分析を行うことである。それによって、都市レベルの小売商業支援策と小売商業の構造・成果との関係が統計的に明らかになるはずである。

(付録)

慶應義塾学事振興資金による学術調査研究

「小売商業に対する行政支援の実態に関するアンケート調査」

慶 應 義 塾 大 学 商 学 部
高 橋 郁 夫 研 究 室

*お忙しいところ恐縮ですが、どうぞよろしくお願い致します。

回答のご記入にあたって

- 本調査は、学術研究の一環として小売商業に対する全国の各都市における行政支援の実態を把握することを目的としています。
- 回答は貴役所内で小売商業行政に精通されている方もしくは責任者の方がご記入ください。なお、調査結果の簡単なサマリーをご希望の方は、下の欄に e-mail アドレスをご記入ください。7 月末迄にメール添付でお送り致します。
- 各質問は、平成26年月12月末日現在の状況でお答えください。
- 空欄・記入漏れがないよう、全ての質問にご回答ください。無回答欄がありますと、分析上、せっかくのご回答がすべて無効となってしまうこともございます。回答に判断を要する質問があった場合でも、貴役所の実情に即して、あまり深く考えずに直感でお答えくださっても結構です。本アンケート票に関するご回答は、学術目的でのみ活用し、数値データは統計的に処理いたします。したがって、数値を取り上げて貴都市の対応の適否を個別に指摘することはありませんのでご安心ください。
- ご記入いただいたアンケート票は平成27年2月20日（金）までに投函ください。
- アンケート票は、同封の返信用封筒（切手不要）で郵送にてご返送ください。

【アンケート票返送・問い合わせ先】

慶應義塾大学商学部 高橋郁夫研究室（〒108-8345 東京都港区三田2-15-45）

TEL：**-****-****（ダイヤルイン）

E-mail：takahasi@fbc.keio.ac.jp

研究室 website：http://news.fbc.keio.ac.jp/~takahasi/

はじめに貴役所及びご回答者様に関する内容についてご記入ください。

貴 役 所 名	
ご 住 所	
ご 回 答 者 氏 名	
部 署 名 お 役 職	
e-mail	(*任意：ご記入の方には、調査結果概要を7月末迄にメール添付でお送り致します。)

問 1. 貴都市について、以下の設問にお答えください。

（1）貴都市のタイプに該当すると思われる番号に、いくつでも○印を付けてください。

1. 広域中核・行政都市 2. 農業都市 3. 林産都市 4. 水産都市 5. 鉱山・資源都市
 6. 工業都市 7. 地場産業都市 8. 港湾都市 9. 商業都市 10. 観光都市
 11. 住宅都市 12. 保養都市 13. 文教・学園都市 14. 宗教（有名神社・仏閣・教会等）都市
 15. 文化芸術創造都市 16. 基地（自衛隊・米軍）都市

（2）昨年、7年ぶりに商業統計調査が実施されました。この7年間（2007-2014年）に貴都市の商業構造に影響を及ぼすと考えられる諸課題はどのように変化したと感じますか？以下の各項目について、最も近いと思われる番号1つに○印を付けてください。

項 目	悪化した ← 改善した
ア. 消費需要の低迷	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
イ. 少子高齢化	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ウ. 雇用問題	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
エ. 公共交通機関の整備	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
オ. 交通渋滞問題	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
カ. 買物弱者問題	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
キ. 隣接都市への買物客の流出（需要を奪われる）問題	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ク. 中心市街地商店街の衰退	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ケ. 地元事業者（小売・卸売）の廃業	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
コ. 中小小売店の後継者問題	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
サ. 大型店の衰退や撤退の問題	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
シ. 医療機関（医院・病院）の近くの買物施設の充実	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ス. 金融機関（銀行・郵便局・農協等）の近くの買物施設の充実	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
セ. 助け合い等の地域支援機能の低下	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ソ. 財政事情の悪化による流通行政支援の低下	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6

問 2. 貴都市における小売商業に対する行政支援について、以下の設問にお答えください。

（1）行政支援一般に関する以下の各項目について、最も近いと思われる番号1つに○印を付けてください。

項 目	全く実施せず ← 積極的に実施
ア. 小売商業発展のための中心市街地対策の実施・支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
イ. 市内の交通利便性向上に向けた路線バス等の運行・支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ウ. 地元商店街の助成・支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
エ. 空き店舗対策・共同店舗出店・直売所等への支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
オ. 商店街のIT化推進（ホームページ作成等）の支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
カ. 商工会との連携強化による個店の活性化	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6

（次頁に続く）

項 目	全く 実施せず ← → 積極的に 実施
キ.「プレミアム付き地域商品券」への補助	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ク. 後継者育成や商店街のリーダーの発掘	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ケ. 経営改善のための専門家の派遣	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
コ. 中小小売業活性化のための融資や財政支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
サ. 中小小売業をサポートする地元卸売業への支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
シ. 産業界や大学等との連携による小売商業支援策の検討・立案	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ス. 地元商店街への新規参入者の発掘とそのための活動支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
セ. 中心市街地活性化のためのタウンマネジメントへの支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ソ. コンパクトシティ構想のもとでの「まちづくり」	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
タ. 都市計画マスタープランへの大型商業施設用地の組み込み	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
チ.「地産地消」活動の啓蒙と支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ツ.「地域ブランド」育成事業	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
テ.「ふるさと納税制度」を活用した地場産業の支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ト. 他の産業（農林水産・工・観光）と地域商業との連携事業への支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6

(2) 日本全国で600万人いるとも言われる「買物弱者」への対策に関する以下の各項目について、貴都市の現状に最も近いと思われる番号1つに○印を付けてください。

項 目	全く実施 されず ← → 積極的に 実施
ア. 効率的大手小売企業による小商圈や過疎地への小型店の出店	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
イ. 大手小売企業（スーパー、コンビニ等）による移動販売	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ウ. 大手小売企業（スーパー、コンビニ等）による宅配サービス	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
エ. 卸売業による中小小売商への共同配送	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
オ. 地域住民やNPOによる共同店舗の運営	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
カ. 地域住民やNPOによる高齢者の見守りや買物代行サービス	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
キ. 地域住民やNPOが主体となるコミュニティバス運行	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ク. 生協や農協による宅配サービス	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ケ. 生協や農協による乗り合いタクシーや買物バス運行	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
コ. 商店街が主体となる宅配サービス	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
サ. 商店街が主体となる買物バス運行	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
シ. 高齢者向け配食サービス事業者への支援	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ス. ネットショッピングの推奨と啓蒙	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
セ. デイケア施設や介護ヘルパーによる生活援助としての買物代行	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6
ソ. 地域商業を振興し買物弱者問題解決のための人材の発掘	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6

問3. 貴都市における小売商業行政の成果と今後について、以下の設問にお答えください。

(1) 上記の質問（問2）にあった、貴都市による小売商業に対する行政支援の成果と今後についてお聞きします。以下の各項目について、最も近いと思われる番号1つに○印を付けてください。

項 目	全くそう 思わない	←	→	非常に そう思う							
ア. 問2（1）の「行政支援一般」は、全体として成果が上がっている	1	—	2	—	3	—	4	—	5	—	6
イ. 問2（2）の「買物弱者」対策は、全体として成果が上がっている	1	—	2	—	3	—	4	—	5	—	6
ウ. 貴都市の住民の買物の利便性は高まっている	1	—	2	—	3	—	4	—	5	—	6
エ. 貴都市の小売商業の今後の発展可能性は高い	1	—	2	—	3	—	4	—	5	—	6

(2) 問2（1）の小売商業の発展のための「行政支援一般」のうち、貴都市で最も効果が上がっていると思われるものや革新的なもので、調査者が学会や学術報告書等で紹介しても構わないものがありましたら、それを一つ上げてその状況を自由に述べてください。

(3) 問2（2）の「買物弱者」対策のうち、貴都市で最も効果が上がっていると思われるものや革新的なもので、調査者が学会や学術報告書等で紹介しても構わないものがありましたら、それを一つ上げてその状況を自由に述べてください。

アンケートにご協力いただき、誠にありがとうございました。
空欄・記入漏れ等がないことをご確認の上、ご返送してください。

参 考 文 献

- バックリン, ルイス・P. / 田村正紀 (訳) (1977) 『流通経路構造論』千倉書房。
- Ingene, Charles and Ikuo Takahashi (2012), "The Evolution of Retail Market Potential in Japan: 1991-2007," *Proceedings of 2012 Global Marketing Conference at Seoul*.
- Ingene, Charles and Ikuo Takahashi (2014), "Structural Determinants of the Rate of Change of Japanese Retail Market Potential: 1991-2007," *Proceedings of 2014 Global Marketing Conference at Singapore*.
- 石原武政 (2006) 『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣。
- 石原武政 (2011) 「地域商業政策の系譜」『商学論究』(関西学院大学) 第58巻第2号, 55-89頁。
- 加藤司・石原武政 (2009) 『地域商業の競争構造』有斐閣。
- 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報告書——地域社会とともに生きる流通』。
- 経済産業省 (2010) 『買い物弱者を支えていくために——20の事例と7つの工夫 ver1.0』。
- 小西滋人 (2007-2008) 「都市商業の政策・戦略・課題」『流通研究』第10巻第1・2号, 95-111頁。
- 峰尾美也子 (2010) 『小売構造変化——大型化とその要因』千倉書房。
- 大阪府立産業開発研究所 (2005) 「中小小売商業の革新性を踏まえた新たな支援策についての調査研究」産開研資料, No. 91。
- 清水猛 (1982) 「地域特性と小売流通」『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会) 第25巻第2号, 88-101頁。
- 高橋郁夫 (1984) 「小売労働生産性の規定要因分析」『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会) 第27巻第4号, 49-64頁。
- 高橋郁夫 (2006) 「消費構造の転換と小売業業態変革——過去20年間の変化に対する分析」『流通情報』(流通経済研究所) 第439号, 13-19頁。
- 高橋郁夫 (2007) 「地域分析のためのマクロ・データの活用法」『民力』朝日新聞社, 24-27頁。
- 高橋郁夫 (2008) 「顧客接点としての小売構造と消費者の買物環境満足」『流通情報』(流通経済研究所) 第467号, 4-9頁。
- 高橋郁夫 (2012) 「小売市場潜在力の規定要因——1990年代以降の時間的・空間的分析」『東京経済大学会誌』(東京経済大学経営学会) 第274号, 27-42頁。
- Takahashi, Ikuo and Helge Fluch (2009), "Retailing in Japan: Overview and Key Trends," *European Retail Research*, Vol. 23 (2), pp. 145-161.
- 田村正紀 (1986) 『日本型流通システム』千倉書房。
- 田村正紀 (2002) 『流通原理』千倉書房。
- 田村正紀 (2008) 『業態の盛衰——現代流通の激流』千倉書房。
- 宇野史郎 (2012) 『まちづくりによる地域流通の再生』中央経済社。
- 渡辺達朗 (2014) 『商業まちづくり政策』有斐閣。