

[研究区分： 域課題解決研究]

研究テーマ： 中山間地域における買い物弱者対策に関するビジネスモデル構築の研究 ： 広島県三次広域商工会管内のモデル地区を中心に	
研究代表者： 経営情報学部 経営学科 教授・粟島 浩二	連絡先： awashima@pu-hiroshima.ac.jp
共同研究者： 広島県商工会連合会 事務局次長 倉岡 達志	
【研究概要】 近年、流通社会インフラの弱体化によって、地方の過疎地域を中心に「買い物弱者」が地域の重大な課題となっている。つまり、高齢者の消費生活を支える流通システムが急速に消滅しつつある。本研究は、この課題に関し、消費者の真のニーズを発掘することで、行政の施策に依存しない、新しいビジネスモデルを模索し、提案することを目的としている。研究方法は、流通システム研究における業態理論を整理するとともに、地元事業者や高齢者へのインタビューと新しいビジネスモデルのプラン・シミュレーションを行う。ただし、高齢者へのインタビューとシミュレーションは H25 年度に継続とした。	

【研究内容・成果】

【ポイント】

- (1) 買い物弱者対策に関して、平成24年度本商工会地域をモデルとして地域課題解決研究（共同研究者：広島県商工会連合会）を以下の内容で実施した

【内容】

○これまでの取組み

- (1) H24年7月 本会本所及び各支所駐在職員への現況聞き取り調査
- (2) H24年8月 本会役員向けの研修会において、役員へマーケティングの視点から買物弱者を捉えて検討する必要性を説いた。
- (3) H25年2月13日～14日 三良坂地区商店街の事業者及び吉舎の商店においてインタビュー調査
- (4) 本所及び各支所職員へ対するアンケート調査実施予定

○これまでの取り組みから得られた成果、反省点、課題等

成 果

- (1) 買い物弱者の問題が、地域毎に大きく異なることが認識できた。
 - ・ 高齢者は、家族や知人への依頼・福祉事業の活用等で消費生活を維持しているが、将来にわたる本質的な課題解決策を有していない
 - ・ 買い物弱者のニーズはアンケートだけで明らかにすることは難しい
 - ・ 買い物弱者の遠慮や我慢といった心理状況の実態は不明である
 - ・ 買い物弱者への救済策には、行政の施策や地元事業者の融合的サービスが必要である
 - ・ 福祉商業の研究も合わせて検討する必要がある
 - ・ 新たな店舗の出店は極めて難しい
 - ・ 配達、宅配、移動販売等の多様かつ有機的活用が必要である
- (2) 商店経営者の忌憚のない意見聴取ができ、地域で事業を営む事業者の地域愛が読み取ることができ本事業推進にあたり効果があった。
 - ・ 地元事業者に利益をもたらす宅配システムの構築は、地元産業の振興や雇用の維持、高齢者の

生活維持にきわめて有効であることがわかった

- ・ 商業者が現存する地域は、後継者問題が顕在化する前に、新たなビジネスモデルを検討する必要がある

- (3) 三良坂地域の人口統計から高齢者世帯の分布を地図にプロットし、買い物弱者の分布エリアを明らかにしたことで、まだ新しいビジネスの可能性を、地域の商業者と共有化することができた(市場の「見える化」を促進)

課 題

※ 本研究は経済産業省の「平成 25 年度小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業」(広島県商工会連合会の事業)として継続され、平成 24 年度本学重点事業で残された課題に取り組んでいる。

(1) H25 年度の事業の目的及び目標

【内容】

○本年度の目的および目標

【目的】

高齢化の進展及び地域小売店の減少に伴う、買い物弱者対策と自立可能な支援モデルを調査研究し、新規事業への進出による商店街の活性化及び小規模事業者の所得向上と雇用の創出。

【目標】

平成 25 年度は、三良坂地区をモデル地域として想定できる支援方法について、ビジネスプランシミュレーションを比較検討して、サービス、マーケティング戦略の提案を行う。
中長期的には、三良坂地区、吉舎地区、甲奴地区、三和地区 4 地区で 2～3 社
作木地区・布野地区・君田地区 3 地区で 1 社参入する。

○事業実施後に期待される地域への効果

- ① 買い物弱者の「安心」が担保でき、課題解決の一助となる。
- ② 新規事業者の開業若しくは、既存事業者の新分野進出により、所得の向上及び雇用の創出が図られる。

(2) 継続中の具体的事業計画の内容

上記(1)の目標を踏まえたうえでの本事業で調査研究すべき内容およびそのための事業計画

【内容】

○調査研究の内容・テーマ

- ① ビジネスプランシミュレーション(損益計算書・貸借対照表・CF)
移動販売型、福祉型、民間手数料型、店舗&宅配型、通信販売型等
- ② ビジネスシミュレーションに合致した市場設定研究
各種統計によるエリア商圈分析
- ③ サービス・マーケティング戦略の提案
- ④ 事例研究
・平成 24 年度で予定していた「成功事例研究」を平成 25 年度で実施する。