

# 名古屋市北区の小学区における住民買い物動向調査結果とそこから見いだされる地域の持続性担保の課題について

愛知学院大学地域連携センター 西脇 正倫 藤井 勉

Keyword： 買い物弱者 地域商業 地域最適化 商店街振興組合 買い物行動

## 【背景】

愛知学院大学名城公園キャンパス地域連携センターは、愛知県、名古屋市、愛知県商店街振興組合連合会、名古屋市商店街振興組合連合会とともに「地域商店街未来デザイン会議」を設立、その活動として「事業承継研究会」と「地域最適化研究会」を運営している。

上記の二つの研究会のうち「地域最適化研究会」では、平成29年末に名古屋市北区清水学区(小学校区)において、学区住民の買い物行動の実態に関する調査を、北区および清水学区連絡協議会の協力を得て全戸配布で実施し、平成29年度中に集計を行い、平成30年に第一次の当該学区における買い物実態の情報収集と現況分析、課題抽出を行っている。令和元年は学区の全体の問題分析を行った。その結果、年齢層による購買場所、来店手段が異なること、スーパーマーケットは学区東端に一店舗が立地するのみであり、かつ、清水学区周辺には多数のスーパーマーケットがドーナツ状に分布していることが判明、学区内で日常的購買が完結できないために、自家用車利用が可能な比較的低い年齢層住民は自家用車を利用して地区外で購買しており、自家用車を持たない高齢者層が地区内の直近のコンビニエンスストアで購入している実態が明らかになった。

この結果については地域活性学会第10回研究大会(2018)で報告している。その後も「地域最適化研究会」で分析を継続しており、本発表はその報告になる。

## 【目的】

前回の発表では、一次集計結果を中心に結果を報告し、合わせて年齢層別に利用店舗と来店手段のクロス集計を行い、学区内で日常的買い物動向が完結できないこと、そのため自家用車利用の困難な高齢者層の「生活の質」が低下していることを指摘した。

表1 年齢別地区内外利用店舗

|        | 50歳未満 | 50~65歳未満 | 65~75歳未満 | 75歳以上 | 合計    |
|--------|-------|----------|----------|-------|-------|
| 地区外SM  | 131.2 | 124      | 108.7    | 71.6  | 435.4 |
| 地区外CS  | 2.5   | 1        | 1.1      | 0.7   | 5.2   |
| 地区外その他 | 11.8  | 12.5     | 19.6     | 17.2  | 61.1  |
| 地区外合計  | 145.5 | 137.5    | 129.4    | 89.5  | 501.7 |
| 地区内SM  | 42.1  | 40.2     | 44.9     | 48.2  | 175.4 |
| 地区内CS  | 66.7  | 61.8     | 60       | 84.1  | 272.6 |
| 地区内商店街 | 1.9   | 4.7      | 6.9      | 9.7   | 23.1  |
| 地区内その他 | 3.7   | 1.2      | 1.6      | 0.9   | 7.4   |
| 地区内合計  | 114.4 | 107.9    | 113.4    | 142.9 | 478.5 |
| 生協等    | 9.7   | 14.7     | 13.6     | 9.5   | 47.4  |
| 通信販売等  | 6.2   | 4.7      | 4.2      | 2.9   | 18    |
| 通販系合計  | 15.9  | 19.4     | 17.8     | 12.4  | 65.4  |

地域活性学会第10回研究大会 発表資料より再掲

表2 年齢別来店手段

|          | 50歳未満 | 50~65歳未満 | 65~75歳未満 | 75歳以上 | 合計    |
|----------|-------|----------|----------|-------|-------|
| 自転車      | 22.4  | 29.2     | 38       | 29.5  | 119.1 |
| 自動車      | 50.8  | 36.8     | 20.2     | 8.1   | 115.9 |
| 徒歩       | 15.3  | 19.1     | 18.4     | 33.7  | 86.5  |
| 家人運転の自動車 | 9     | 10.3     | 12.4     | 11.5  | 43.2  |
| 公共交通機関   | 2.2   | 1.7      | 8.2      | 10.4  | 22.5  |
| 他者に依頼    | 0     | 0.5      | 0.7      | 3.5   | 4.7   |
| タクシー     | 0     | 0.2      | 0.4      | 1.1   | 1.7   |
| 知り合いの自動車 | 0     | 0.5      | 0        | 0.4   | 0.9   |

地域活性学会第10回研究大会 発表資料より再掲

地域最適化研究会ではその後、清水学区の位置する北区および名古屋市全域の人口動態に関する分析を行った。その結果、名古屋市全域では、令和5年まで人口は増加するものの、北区および清水学区ではすでに人口減少が始まっており、特に清水学区での減少が著しいことが懸念された。

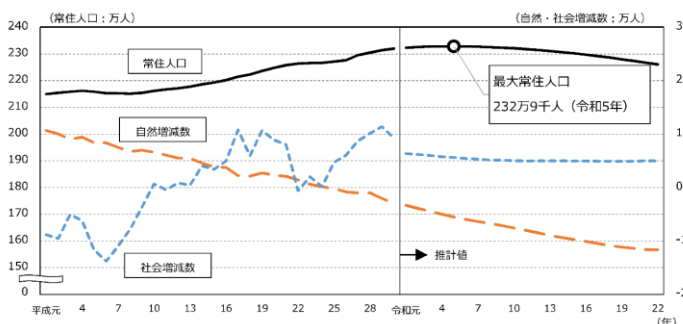


図1 名古屋市の定住人口の推移と推計(名古屋市総合計画)

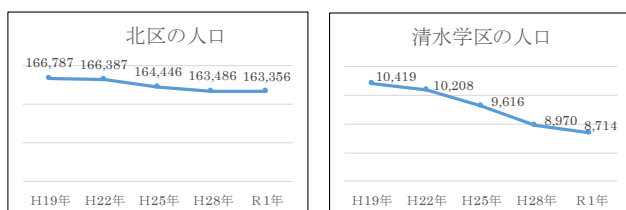


図2 名古屋市北区と清水学区の人口

当初、学区人口の減少について、清水学区には名古屋市営住宅団地「城北荘」があり、その住民の大半が65歳以上の高齢者であること、建物老朽化に伴う建替え工事のために長期にわたって居住募集を停止しているために、城北荘の募集再開までの一時的なものであると推測したが、年齢層別の人口動向を集計した結果、平成20年段階では学区内人口で最も人口の大きかった子育て層(30~49歳)の減少率が大きく、令和元年段階では、65歳以上の高齢者層よりも人口が少なくなっていることが明らかになった。

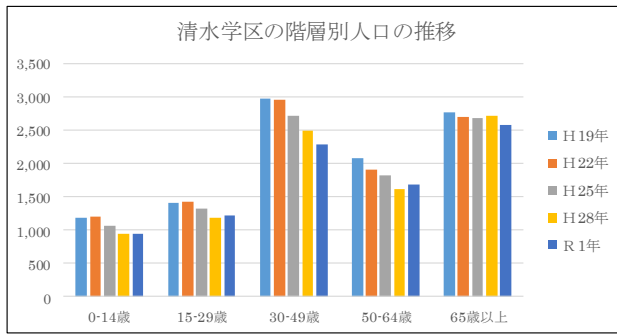


図3 清水学区の階層別人口の推移

ここで年齢層の幅が等間隔でないのは、学区という地域コミュニティと住民の年齢層の関係を明確にするために、高齢者層（65歳以上）、熟年層（50～64歳）、子育て層（30～49歳）、若年社会人層（15歳～29歳）、学童層（14歳以下）で再検討するためである。

地区コミュニティ問題について、これらの層の人口動向から推測されるのは、すでに顕在化している高齢者対応の課題に加えて、地区コミュニティの次の担い手たる子育て層の減少の問題が平行して存在することである。

そのため清水学区の地区コミュニティの生活の質の向上、持続性の担保のためには、この二つの層の社会ニーズのあり様を分析し、対応可能な施策の模索を行う必要がある。

そこで、過年度の調査結果を「高齢者層」と「子育て層」に再集計し、クロス分析を行い、両群の買い物ニーズのあり方について分析することが、今回の発表の目的である。

### 【研究方法・研究内容】

(1) 集計群の再構築：今回の研究目的は「高齢者層」と「子育て層」の比較であるため、過年度調査結果を新たに再集計した。

○高齢者層：65歳以上の年齢層。前回分析と同じ。

○子育て層：厚生労働省（2018）によると女性の初婚平均年齢は29.4歳であり、第一子出産の平均連例は30.7歳であるところから、出産から生まれた第一子の多くが大学入学等で清水学区を離れる概ね20年後までを子育て層（30歳～49歳）とした。この他、熟年層、若年社会人層、学童層を設けたが今回の発表では分析対象外としている。

(2) 調査結果の再集計：新たな群構成でのクロス集計を実施した。以下に主だった項目の集計結果を示す。

①高齢者層と子育て層：回答者数で比較すると、高齢者層が最も多く、有効回答総数（1684）の回答者の53.7%、子育て層が18.1%になる。ただし、この数はあくまで回答者数内の割合であり、地区住民の実際の人口比率は反映していない。

表3 新たな集計群による集計

|      | 度数   | %     |
|------|------|-------|
| 高齢者層 | 904  | 53.7  |
| 子育て層 | 304  | 18.1  |
| その他  | 476  | 28.3  |
| Σ    | 1684 | 100.0 |

②居住形態：居住形態は両群とも「戸建て・持ち家」が多く、定着性が高いと推測できる。高齢者層で公営住宅団地居住が多いのは市営住宅団地があるため、当該団地の住民のほぼ全員が65歳以上である。全体で公営住宅団地居住が多いのは、学区内には、市営団地以外に、県警職員団地、国家公務員宿舎が立地していることによる。これらの公務員は市外への広域異動があるため、一定期間での入れ替わりが随時、発生していると考えられる。

表4 居住形態

|         | 高齢者層 |       | 子育て世代層 |       | Σ    |       |
|---------|------|-------|--------|-------|------|-------|
|         | 度数   | %     | 度数     | %     | 度数   | %     |
| 戸建て・持ち家 | 438  | 48.5  | 161    | 53.0  | 599  | 49.6  |
| 戸建て・借家  | 17   | 1.9   | 7      | 2.3   | 24   | 2.0   |
| 公営住宅団地  | 341  | 37.7  | 44     | 14.5  | 385  | 31.9  |
| 賃貸集合住宅  | 32   | 3.5   | 53     | 17.4  | 85   | 7.0   |
| 分譲マンション | 22   | 2.4   | 16     | 5.3   | 38   | 3.1   |
| 無回答     | 54   | 6.0   | 23     | 7.6   | 77   | 6.4   |
| Σ       | 904  | 100.0 | 304    | 100.0 | 1208 | 100.0 |

③購買行動：購入場所については、両群とも学区内の柳原通商店街での購買が著しく少ない。また「その他回答」の大半は地区外購買（高齢者層93.1%、子育て世代層91.9%）であり、地区外への購買流出が多いことが明確

表5 両群の購買行動

|           | 高齢者層 |       | 子育て世代層 |       | Σ    |       |
|-----------|------|-------|--------|-------|------|-------|
|           | 度数   | %     | 度数     | %     | 度数   | %     |
| 学区内SM     | 426  | 21.2  | 128    | 18.9  | 554  | 20.6  |
| 学区外(直近)SM | 378  | 18.8  | 99     | 14.6  | 477  | 17.7  |
| 学区内CS     | 565  | 28.1  | 184    | 27.1  | 749  | 27.9  |
| 柳原通商店街内店舗 | 75   | 3.7   | 6      | 0.9   | 81   | 3.0   |
| 生協        | 104  | 5.2   | 30     | 4.4   | 134  | 5.0   |
| 通信販売等     | 32   | 1.6   | 18     | 2.7   | 50   | 1.9   |
| その他       | 413  | 20.6  | 214    | 31.5  | 627  | 23.3  |
| 無回答       | 16   | 0.8   | 0      | 0.0   | 16   | 0.6   |
| Σ         | 2009 | 100.0 | 679    | 100.0 | 2688 | 100.0 |

SM：スーパーマーケット CS：コンビニエンスストア

である。表5の「その他回答」を学区内外に分け、各項目を学区内外に二分して再集計した結果（表6）、高齢者層は学区内、子育て層は学区内街での購買が多いことが明らかになった。

表6 主な行動を学区内外のどちらで行うか

|     | 高齢者層 |       | 子育て世代層 |       | Σ    |       |
|-----|------|-------|--------|-------|------|-------|
|     | 度数   | %     | 度数     | %     | 度数   | %     |
| 学区内 | 1110 | 53.4  | 348    | 44.1  | 1458 | 50.8  |
| 学区外 | 970  | 46.6  | 441    | 55.9  | 1411 | 49.2  |
| Σ   | 2080 | 100.0 | 789    | 100.0 | 2869 | 100.0 |

表7 来店手段

|          | 高齢者層 |       | 子育て世代層 |       | Σ    |       |
|----------|------|-------|--------|-------|------|-------|
|          | 度数   | %     | 度数     | %     | 度数   | %     |
| 自転車で行く   | 305  | 33.7  | 70     | 23.0  | 375  | 31.0  |
| 自動車を運転して | 128  | 14.2  | 158    | 52.0  | 286  | 23.7  |
| 歩いて行く    | 236  | 26.1  | 43     | 14.1  | 279  | 23.1  |
| 自動車に同乗して | 110  | 11.9  | 27     | 8.9   | 137  | 11.3  |
| 公共交通を使う  | 84   | 9.3   | 5      | 1.6   | 89   | 7.4   |
| 無回答      | 15   | 1.7   | 1      | 0.3   | 16   | 1.3   |
| 買ってもらう   | 19   | 2.1   | 0      | 0.0   | 19   | 1.6   |
| タクシーを使う  | 7    | 0.8   | 0      | 0.0   | 7    | 0.6   |
| Σ        | 904  | 100.0 | 304    | 100.0 | 1208 | 100.0 |

来店手段は高齢者が「自転車」「徒歩」「自動車を運転して」の順、子育て世代層が「自動車を運転して」「自転車」「徒歩」の順になる（表7）。子育て世代層は一位の「自動車を運転して」が52%あり、自家用車利用の割合が高い。前回の分析では年齢層をより細分しているが、高齢者層、子育て世代層に再編成しても年齢の高低による差に変化は見られなかった。

来店理由（表8）については、重視する理由は両群とも第1位は「近いから」、第2位は品物の豊富さ、第3位が駐車場や駐輪場があること」であり、同じである。

しかし、傾向については、高齢者層と子育て世代層では一定の差が認められる。

「駐車場・駐輪場の有無」「値段」「公共交通駅に近い」「店員となじみ」などに差が認められ、子育て世代層は、駐車場・駐輪場があり、値段が安い店をより指向し、高齢者層は「公共交通駅に近く、なじみの店」を指向するより傾向がある。

表8 店舗選択理由比較

|                 | 高齢者層 |       | 子育て世代層 |       | Σ    |       |
|-----------------|------|-------|--------|-------|------|-------|
|                 | 度数   | %     | 度数     | %     | 度数   | %     |
| 近いから            | 517  | 24.1  | 197    | 24.9  | 714  | 24.4  |
| 品物が沢山あるから       | 366  | 17.1  | 122    | 15.4  | 488  | 16.6  |
| 駐車場や駐輪場があるから    | 249  | 11.6  | 121    | 15.3  | 370  | 12.6  |
| 安いから            | 203  | 9.5   | 120    | 15.2  | 323  | 11.0  |
| 自分の好みにあうから      | 222  | 10.4  | 73     | 9.2   | 295  | 10.1  |
| ものが良いから         | 166  | 7.8   | 54     | 6.8   | 220  | 7.5   |
| 仕事や用事のついでに行けるから | 106  | 5.0   | 56     | 7.1   | 162  | 5.5   |
| 公共交通の駅に近いから     | 116  | 5.4   | 15     | 1.9   | 131  | 4.5   |
| 見て歩くのが楽しいから     | 84   | 3.9   | 21     | 2.7   | 105  | 3.6   |
| お店の人となじみがあるから   | 98   | 4.6   | 11     | 1.4   | 109  | 3.7   |
| 無回答             | 14   | 0.7   | 0      | 0.0   | 14   | 0.5   |
| Σ               | 2141 | 100.0 | 790    | 100.0 | 2931 | 100.0 |

④地区評価：清水学区に対する評価は、両群とも「気に入っている」割合が高い。

ただし、気に入っている程度に関しては、高齢者層よりも子育て世代層の方が気に入っている割合が高い。

表9 地区評価比較

|             | 高齢者層 |       | 子育て世代層 |       | Σ    |       |
|-------------|------|-------|--------|-------|------|-------|
|             | 度数   | %     | 度数     | %     | 度数   | %     |
| 気に入っている     | 598  | 66.2  | 232    | 76.3  | 830  | 68.7  |
| どちらでもない     | 228  | 25.2  | 62     | 20.4  | 290  | 24.0  |
| あまり気に入っていない | 44   | 4.9   | 7      | 2.3   | 51   | 4.2   |
| 無回答         | 34   | 3.8   | 3      | 1.0   | 37   | 3.1   |
| Σ           | 904  | 100.0 | 304    | 100.0 | 1208 | 100.0 |

【考察と今後の展開】

(1) 考察：北区は名古屋市内においても高齢化率の高い区であり特に高齢単身世帯が多いことが特徴であり、

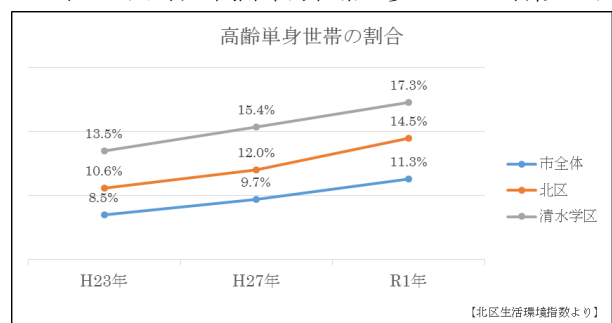


図4 甲例単身世帯の推移

清水学区は北区の中でも、名古屋市および北区に先駆ける形で人口減少（図2参照）と高齢化が始まっている。

そのため、現在の喫緊の問題は、学区内に多数、居住している高齢者、特に独居高齢者の社会的孤立であり、高齢者を中心とした生活の質の向上が課題であると第10回地域活性学会研究大会では発表した。

しかし人口減少は高齢者による自然減だけでなく、むしろ30歳から49歳に到る子育て世代層の流出と転入減少による社会減によるところが大きいことが明らかになり、地区の持続性の観点からすれば、子育て世代層の減少は高齢者対応に平行した大きな地区問題であるといえる。そこでこの人口層の定着・増加が高齢者の生活の質の向上と平行する重要課題であると位置づけるに到った。

地区生活の基盤となる地区商業のあり方について、高齢者層にとっては、自家用車利用が困難なところから、地区内の地域商業を再生し、学区内での生活循環の完結が高齢者層の生活の質を高めるために必要不可欠であると前回の発表では指摘した。現在、地区内高齢者の多くは、住居直近のコンビニエンスストアに徒歩で来店しているが、令和2年7月までに新たに一店舗が店出し、一店舗が廃業している。概ね3,000人程度の商圈人口を必要とするコンビニエンスストアにとって、9,000人程度の人口規模である清水学区においては3店舗が限界であると想定されるが、図らずもそれが実証された形となっている。

一方、子育て世代層の約5割が日常的に自家用車で地区外に買い物に出かけているが、そのニーズの第一は「近いこと」(表8)であり、地区内にほとんどスーパーマーケットがないために、やむを得ず地区外での購買を許容していると考えられる。自家用車利用による購買は環境負荷の視点からも望ましくなく、かつ、現在の子育て層が高齢化した段階では自家用車利用が困難になり、地区評価が低下する恐れが高い。

実際、現段階において認められる子育て世代層の減少は、当該地区が地域商業の衰退した生活利便性の低い地区であるとの認識による転居の増加、転入の現象によるものとも推測される。

現在の高齢者層はいわゆる団塊の世代層であり、世代人口も大きいため、この層がさらに高齢化すれば地区人口の急速な減少を招く恐れが高く、併せて子育て世代層の減少が生ずれば、地区人口の急速な減少による地区コミュニティの機能不全を招く恐れが高い。

また、当該地区の現在の子育て世代層の多くは、居住歴が短く、他地域からの転入世帯が多いことが推測される。つまり子育て世代層もまた、高齢単身世帯同様、地

区内での孤立の恐れが大きい。実際、地区内には子育て支援のNPOがあり、孤立する母親の支援を行っている。

子育て世代世帯が、地区商業の衰退を生活利便性の低下と認識しており、実際に自家用車を利用しなければ日常的購買が成立しない状況にあること、それに不満を感じていること、地区内での孤立が懸念されることは、傾向の差こそあれ地区内高齢者と、生活利便性の確保、社会的孤立の防止に関する問題・課題は重複するところから、両者の問題を解決するために遂行すべき課題には共通点が多いと考えられる。

(2) 今後の展望：高齢者の「生活の質の向上」と子育て世代層の「地域内関係性の強化」は、今後の清水学区の人口維持とコミュニティの活性化のために重要な課題となる、

まだ実証が十分ではないが、高齢者層と子育て世代層の共通点として「地区内出の孤立」を挙げることが出来る。高齢者層は直近のコンビニエンスストアの往復という狭隘な生活圏を往復し、子育て世代層は、拡散した生活圏を行き来しているからである。

地区商業が、これらの層をバインドする機能を持つことができれば、地区内商業エリアがコアとなるコミュニティ・コアが形成される可能性が期待される。

前述の地域商店街未来デザイン会議・地域最適化研究会では、当該地区の地域商業にコミュニティの核としての機能を融合させたコミュニティ・コア(仮称)の形成についての検討を進めている。コミュニティの核としての機能を持続的に運用するためには、必然的にビジネス手法の導入が必要になるところから、コミュニティビジネスとしてのマネジメント展開を現在、検討しているところである。幸いにして当該学区には2020年秋には愛知学院大学法学部の移転によって当該学区に立地するキャンパスの学生数が5,400人になり、2022年には芸術系大学の学区内への移転によってさらに800名の学生増加が見込める。これらの学生を購買力およびまちづくり資源として地区に取り込むことが、今後の課題となる。

#### 【参考文献】

買い物弱者対策に関する実態調査 平成29年7月 総務省行政評価局  
空き店舗実態調査報告書 平成29年3月 中小企業庁  
商店街実態調査報告書 平成28年3月 中小企業庁  
名古屋市ホームページ(名古屋市の人口)  
名古屋市総合計画2023