

Research Institute

*Discussion Paper Series*

13

Title :

商店街の組合活動への協力に

影響を与える要因に関する一考察

- 天神橋三丁目商店街振興組合を事例に -

A Study of The Factors Affecting Cooperation in Shopping Center Association's Activities: A Case Study of Tenjimbashi 3-Chome Shopping Center Promotion Association

西崎 勝彦 / NISHIZAKI Katsuhiko

ka-nishi@andrew.ac.jp

2020年7月



桃山学院大学  
Momoyama Gakuin University

<http://www.andrew.ac.jp/soken/>

# 商店街の組合活動への協力に影響を与える要因に関する一考察

## 一天神橋三丁目商店街振興組合を事例に一\*

西崎勝彦<sup>†‡</sup>

2020年7月26日

### 概要

商店街で行われる組合活動について、どのような要因が組合員の「協力する／しない」の意思決定に影響を与えているのだろうか？本研究では、様々な組合活動が行われている天神橋三丁目商店街振興組合（大阪府）の組合員を対象にアンケート調査を実施し、調査結果に基づいてロジット分析を行って組合員の意思決定に影響を与える要因について考察した。ロジット分析の結果、チェーン店舗よりも個人経営の店舗の方が組合活動に協力してくれる可能性が高いことが明らかになった。また、従業員の平均年齢が低い店舗ほど協力してくれる見込みがあり、従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗も協力してくれる見込みがあることも明らかになった。アンケート調査で明らかになった組合活動に協力した／しなかった理由も踏まえると、組合員から協力を得るには、若手を中心に商店街・地域への愛着・親しみを感じさせるような活動が重要であると考えられる。

キーワード：商店街，組合活動，協力，アンケート調査，ロジット分析

---

\* 本研究の調査にあたり、調査対象の天神橋三丁目商店街振興組合の築部健二理事長、高政龍副理事長、事務局職員の皆様ならびに組合員の皆様より多大なご協力をいただいたことに厚く御礼を申し上げます。また、調査の実施に協力してくれた大芦拓也氏（調査の実施時に桃山学院大学経済学部にて学部生として所属）にも厚く御礼を申し上げます。なお、本研究はJSPS（日本学術振興会）科研費（課題番号：JP19K13661）および桃山学院大学総合研究所特定個人研究費「ゲーム理論における限定合理性に関する一考察」（2019年4月・2020年3月）の助成を受けており、これらの助成に対しても厚く御礼を申し上げます。最後に、本稿に関する責任は全て著者に帰することを申し添える。

† 桃山学院大学経済学部（所在：〒594-1198 大阪府和泉市まなび野1番1号、電話：0725-54-3131（代表）、ファックス：0725-54-3202、メール：ka-nishi@andrew.ac.jp）

‡ 関西大学ソシオネットワーク戦略研究機構（所在：〒564-8680 大阪府吹田市山手町3丁目3番35号、電話：06-6368-1228、ファックス：06-6330-3304）

## 1 はじめに

### 1.1 本研究の背景

大型量販店やチェーン店の増加に加えてインターネット販売の拡大により、小規模小売事業者数は減少し続けている（中小企業庁，2019a）。個人店舗を経営する小規模小売事業者が減少すると、商品の販売を通じた従業員と消費者との何気ない日常会話も減少することになる。現在の日本では、そうした日常会話を煩わしく感じる人も存在する一方で、それを楽しみに店舗に足を向ける人も少なからず存在する（新日本スーパーマーケット協会，2018）。特に少子高齢化が進行している状況においては、高齢者の見守りという観点からも個人店舗には重要な役割が期待される。また、ソーシャル・ネットワーキング・サービスなどを利用して人とのつながりが広がる一方で、1つ1つのつながりが細くなりつつある状況においては、他者をより身近に感じられる対面販売が思いやりのある社会を築く一助になるのではないだろうか？他にも、個人店舗には通勤・通学などで行き交う人々を見守ってくれたり、地域の自治組織の役員を引き受けてくれたりして、日常の何気ないところで私たちの生活を支えてくれている部分もある。<sup>1</sup>

こうした個人店舗の力を高める場として商店街があり、商店街を維持する組織として商店街に出店する個人店舗などが加入する「組合」がある。<sup>2</sup> 商店街によっては売り出しセールに加えてパレードやスタンプラリー、お祭りなどの様々なイベントが定期的実施されている。そうしたイベントが街全体を活気づけ、住み心地の良い生活環境を提供してくれている部分もあろう。<sup>3</sup> そうしたイベントを中心的に実施しているのが商店街の組合である。

中小の個人店舗の減少は商店街においても見られる。<sup>4</sup> 商店街に出店している個人店舗が閉店して商店街の規模が縮小すれば、商店街を維持する組合の規模も小さくなり、ひいては残された個人店舗の力も弱くなる。また、規模がそれほど縮小していない商店街であっても、店舗の入れ替わりによって組合活動に協力的でない店舗が増えれば、様々なイベントを実施することも難しくなる。経済学的には、商店街で実施されているイベントの多くは「公共財」として捉えることができる。<sup>5</sup> 公共財の供給（イベントの実施など）には「ただ乗り」

<sup>1</sup> 石原（2019）は小売業の地域貢献のあり方について議論している。

<sup>2</sup> 本稿では中小企業等協同組合法に基づく「事業協同組合」や、商店街振興組合法に基づく「商店街振興組合」「商店街振興組合連合会」を想定している。事業協同組合は中小企業が販売・購買を含む様々な経済活動を相互扶助の精神に基づいて協同して行うことを目的とした組織である。商店街振興組合は中小企業に限らず商店街周辺の大企業や個人も含めて協同して様々な経済活動を行いつつ、商店街の維持と立地する地域のコミュニティ施設（公園、文化施設など）の整備を目的とした組織である。商店街振興組合連合会は商店街振興組合やその他の商店街団体を組合員とした組織である。商店街の組合組織に関する研究については畢（2006）や伊佐（2013）、新島（2015）、依藤（2015）などを参照されたい。

<sup>3</sup> 木田、後藤、佐藤（2011）や伊藤（2017）は祭礼への貢献を事例に、商店街およびその組合を地域活性化の担い手として評価している。組合活動に関するその他の事例研究については新島（2015）も参照されたい。

<sup>4</sup> 中小企業庁（2019b）によれば、商店街の店舗数は2018年の調査では1-19店舗（21.8%）が最も多く、続いて20-29店舗（17.1%）、30-39店舗（13.7%）の順で多くなっている。

<sup>5</sup> 公共財とは非競合性（他者と同時に消費できる）と排除不可能性（価格や取り決めなどによって消費できないことはない）を満たす財・サービスとして定義される。例えば、商店街でお祭りをを行うことによる

する誘因があり、利己的な（自分の店舗の売り上げを最優先に考える）主体を前提とした分析では、組合に加入する店舗に自発的に協力してもらうのは困難であるという結論が得られる。<sup>6</sup> 実際には商店街に出店する店舗全てが利己的であるとは言えず、各店舗の状況を踏まえつつ、少しずつでも自発的に協力してもらえそうな仕組みを考える余地もあろう。

## 1.2 本研究の問題意識

個人店舗の力を高める場としての商店街を維持し、さらに街全体を活気づける商店街の組合活動を活性化するためには、商店街に出店する店舗を誘致しつつ、①組合員を増やすことと、②組合員から協力を得ることが必要であると考えられる。そこで、本研究では②に焦点を当て、組合員の組合活動に「協力する／しない」の意思決定に影響を与える要因を、アンケート調査ならびに調査結果に基づくロジット分析を通して量的に考察する。その結果を踏まえて①についても考察し、商店街および地域の発展の一助としたい。

商店街の組合活動を規定する「中小企業等協同組合法」と「商店街振興組合法」によれば、商店街に出店している店舗の組合への加入は任意とされている。そこで、各組合は商店街に出店している各店舗を訪問してメリットなどを説明しつつ組合への加入をお願いしているのが現状である。このとき、組合未加入の店舗にどのような働きかけを行えば組合に加入してもらいやすくなるだろうか？組合への加入には組合費の支払いが必要となり、様々なイベントを実施することになれば、その担い手として拘束されることもある。<sup>7</sup> こうした費用を上回るような便益としてどのようなものを考えれば良いのだろうか？また、「人情あふれる」と形容されることも多い商店街に出店する店舗への働きかけは、金銭的な狭い意味での便益を説明するだけでなく、利他性（自分の利益を顧みず他者の利益を重視する）や互惠性（お互いに相手への便宜を図って双方の利益を高めたい）といった「社会的選好」も踏まえた広い意味での便益を考慮することも有効なのではないだろうか？<sup>8</sup> 以上のような視点を念頭に、本研究では全国でも有数の賑わいを見せる天神橋筋商店街（大阪府）を取り上げ、その中でも特に組合活動が活発な天神橋三丁目商店街振興組合の協力を得て、組合員の「協力する／しない」の意思決定を考察する。

---

集客の恩恵は、お祭りの実施に協力している店舗も協力していない店舗も同時に受けることができ（非競争性）、かつ実施に協力していない店舗への来店が妨げられるようなことはない（排除不可能性）。従って、お祭りによる集客の恩恵は公共財として捉えることができる。公共財については奥野（2008）などの公共経済学に関する文献を参照されたい。

<sup>6</sup> 公共財の供給には「囚人のジレンマ」のような構造が見られる。つまり、商店街の各店舗をゲーム理論における「プレイヤー」とし、イベント実施に「協力する／協力しない」という対応を各店舗の「戦略」とすると、一般的には各店舗にとって「協力しない」が支配戦略（他のプレイヤーがどのような戦略を選択しようとも自分にとって最も好ましい戦略）になると考えられる。公共財の供給における囚人のジレンマ的状况については奥野（2008）などの公共経済学に関する文献を参照されたい。

<sup>7</sup> 中小企業庁（2019b）によれば、組合費は2018年の調査では平均で月額17,000円ほどであり、5,000円未満が60%ほどであった。イベントを実施する場合、これに加えて協賛金を募ることもある。

<sup>8</sup> 「社会的選好」とは経済学を中心に研究が進んでいる概念で、従来の経済学で前提とされている自分自身の金銭的・物質的な豊かさのみに関心を持つ選好（好み）ではなく、他者との金銭的・物質的な豊かさの差（平等性）や他者への思いやり（利他性、温情など）といった他者との関係や心的な要因も踏まえた選好を意味する。経済学における社会的選好に関する研究については山川（2012）などを参照されたい。

表 1 協力に影響を与えられられる要因

論点	先行研究	組合員のイベント実施に「協力する／しない」の意思決定に影響を与えられられる要因									
		居住形態	営業期間	人間関係	要請	活性化	宣伝	効果	愛着	ソーシャルキャピタル	年齢
商店街イベント	矢澤, 後藤(2001)	○	○	○							
	清水, 中山(2014)				○	○	○				
	清水, 中山(2015)				○	○	○	○			
天神橋	伊佐(2013)	○								○	
地域活動	小谷, 中道(2004)								○		
	鈴木, 藤井(2008)								○		
	谷内, 猪井, 新田(2009)									○	
	谷内, 新田, 角田(2010)									○	
	坂本, 山岡, 藤田(2013)									○	
ロジット分析	央戸(2009)										○
	福島(2012, 2019)			○							
社会的嗜好	山川(2012)			○							

【備考】網掛け部分は本研究と同様に協力に影響を与える要因と評価している部分を示している。

### 1.3 本研究に関連する先行研究

本研究では、先行研究で指摘されている協力に影響を与えられられる要因を参考にアンケート調査を設計し、その調査結果に基づいてロジット分析を行った（表 1）。

商店街で実施されるイベントへの協力に関する先行研究としては矢澤，後藤（2001），清水，中山（2014）および清水，中山（2015）が本研究との関連が深い。<sup>9</sup> 矢澤，後藤（2001）は早稲田大学早稲田キャンパスに近い大隈通り商店会（東京都）を取り上げ、協力に影響を与える要因を、アンケート調査（個別面接）ならびにヒアリング調査を通して検討している。そのアンケート調査の結果によれば、営業期間が短い店主ほど協力に後ろ向きで、加えて居住形態が「通い（住み込みでない）」である店主も協力に後ろ向きであった。さらに、そのヒアリング調査の結果によれば、居住形態や営業期間によって商店街での人間関係も変化し、人間関係の悪化が協力に影響を与えることもあった。清水，中山（2014）および清水，中山（2015）は、近鉄「奈良」駅周辺、JR「奈良」駅周辺および奈良市中心市街地で実施された「あるくん奈良まちなかバル」（2010年10月中旬-2013年9月上旬、合計6回）を取り上げ、その集客効果と参加店舗の意識や取り組みの変化を、アンケート調査（留置）を通して検討している。<sup>10</sup> その調査結果によれば、イベント実施に協力した理由（複数回答）は、「商店街の要請で参加した」が実施回数を重ねるごとに減少する一方で、「地域・町全体の活性化」と「商店街全体の活性化」が比較的大きい割合を維持していた。また、「店の宣伝に繋がりそう」という利己的な理由も大きい割合を維持していた。<sup>11</sup> 特に清水，中山（2015）は参加店舗のイベント効果の実感に焦点を当て、効果を実感することでイベント実施により前向きに協力するようになると主張している。

調査対象である天神橋三丁目商店街振興組合に関する先行研究としては伊佐（2013）が

<sup>9</sup> 長井，紺野，山崎（1990）は通りのカラー舗装などの「ハード」での協力の要因について検討し、店舗の立地・面積や老朽化の程度といった「ハード面」の属性と、店主の居住地や業種、経営状況などの「ソフト面」の属性によって参加意欲に与える影響が異なることを指摘している。

<sup>10</sup> 本研究でも留置でアンケート調査を実施した。「あるくん奈良まちなかバル」については同バル HP (<https://www.naracity-bar.info/>, 2020年5月28日確認)を参照されたい。

<sup>11</sup> 長，樋口（2016）は「ながおかバル街」(<https://bargai.nagaokacity.jp/>, 2020年5月28日確認)を取り上げ、この調査でも街の活性化や店の宣伝がイベント実施への協力の要因として大きいことを観察している。

本研究との関連が深い。<sup>12</sup> 伊佐（2013）は天神橋三丁目商店街振興組合を取り上げ、ソーシャル・キャピタル（Putnam, 2000）の視点から地域コミュニティとしての商店街のあり方を、ヒアリング調査などを通して検討している。その調査結果によれば、商店街に出店している店舗や関係者が組合に加入し、組合活動に協力する要因として、規範や慣習といった「認知的ソーシャル・キャピタル」が重要であると考えられる。<sup>13</sup> また、認知的ソーシャル・キャピタルは明文化されていないものが多く、組合活動を通して経験を共有することで継承されていく側面もあることから、その明文化が新規の加入・協力を促す可能性がある。さらに、かつての店主・従業員の多くは生活環境と職場環境が一致しており、組合に加入して商店街・地域を盛り上げていくということは当然のことと認識されていたが、現在では生活環境と職場環境が分離し、生活環境が商店街から離れている店主・従業員が少なくないことも組合活動への協力を影響を与えている可能性がある。

地域で行われる自治活動や諸問題の解決への協力に関する先行研究としては小谷、中道（2004）、鈴木、藤井（2008）、谷内、猪井、新田（2009）、谷内、新田、角田（2010）および坂本、山岡、藤田（2013）が本研究との関連が深い。小谷、中道（2004）は大阪都心のベッタウンとして開発が進められた大阪府内のある市を取り上げ、市民の地域への想いやまちづくりへの姿勢と地域活動との関連を、ヒアリング調査および調査結果に基づく相関分析・分散分析を通して検討している。その結果によれば、経験を共有することで地域活動への共感や愛着を高め、活動への意識を高めていくことが地域活動の活性化に重要であると考えられる。鈴木、藤井（2008）は浜松市（静岡県）と豊橋市（愛知県）を取り上げ、地域への愛着が地域への協力行動に与える影響を、アンケート調査（郵送）およびその調査結果に基づく相関分析・共分散構造分析を通して検討している。その結果によれば、地域への愛着が強い人ほど町内会活動やまちづくり活動などの地域の活動に前向きであった。谷内、猪井、新田（2009）、谷内、新田、角田（2010）および坂本、山岡、藤田（2013）はそれぞれ美作市（岡山県）、箕面市（大阪府）および樽見鉄道（岐阜県）沿線地域を取り上げ、人口の減少や自家用車の利用によって運営が困難になっている公共交通機関（バス・鉄道）への地域住民による支援の可能性を、アンケート調査（郵送）およびその調査結果に基づく相関分析（谷内、猪井、新田，2009）・数量化Ⅱ類分析（谷内、猪井、新田，2009；坂本、山岡、藤田，2013）・パス解析（谷内、新田、角田，2010）を通して検討している。それらの結果によれば、信頼や規範、ネットワークといったソーシャル・キャピタルが公共交通機

---

<sup>12</sup> 北詰、近藤（2013）は天神橋三丁目商店街において小規模イベントの集客効果について検証し、大規模イベントとの役割分担によって更なる集客が期待できると主張している。この研究も含め、天神橋三丁目商店街では、関西大学リサーチアトリエ（<http://www.kansai-u.ac.jp/rakusai/>、2018年3月末で閉鎖）を中心に、著者も所属していた関西大学社会的信頼システム創生センターによる実践的な研究が行われた（2010年4月-2015年3月）。その研究成果については上記リサーチアトリエHPや上記センターHP（<http://www.kansai-u.ac.jp/step/>、2020年5月28日確認）、さらには与謝野（2016）を参照されたい。

<sup>13</sup> 「認知的ソーシャル・キャピタル」とは伊佐（2013）の表現で、Putnam（2000）の「ソーシャル・キャピタル」をもとに、規範や慣習といった「目に見えないソーシャル・キャピタル」を意味する。

関への支援に前向きに働いていた。<sup>14</sup>

ロジット分析を通じた協力に影響を与える要因に関する研究としては宍戸（2009）および福島（2012, 2019）が本研究との関連が深い。<sup>15</sup> 宍戸（2009）は2006年9月1日時点で満20歳以上89歳以下の全国の男女個人を対象とした大阪商業大学JGSS研究センターの調査結果（JGSS-2006, A票）を取り上げ、中高年の地域でのボランティア活動への参加を促す要因を、ロジット分析を通して検討している。<sup>16</sup> その分析結果によれば、活動内容によって参加を促す要因は異なり、年齢などの個人の属性が活動への参加に影響を与えていた。<sup>17</sup> 福島（2012, 2019）は東京都内在住の高齢者（65歳以上）を対象にアンケート調査（郵送）を実施し、近隣住民との付き合いがある人の方がいない人よりも、地域の活動により前向きに協力するようになるということを、ロジット分析を通して主張している。

社会的選好に関する先行研究としては山川（2012）が本研究との関連が深い。山川（2012）は「ただ乗り」する動機が存在する公共財の供給問題（公共財をどれだけ供給し、その費用負担をどう担うか）を取り上げ、公共財の供給に自発的に協力する要因を、実験室実験を通して検討している。その実験結果によれば、近隣店舗との付き合いがある組合員の方がいない組合員よりも、商店街で行われる組合活動により前向きに協力するようになることが示唆される。

#### 1.4 本研究の成果の概要

ロジット分析の結果、チェーン店舗よりも個人経営の店舗の方が組合活動に協力してくれる可能性が高いことが明らかになった。また、従業員の平均年齢が低い店舗ほど協力して

---

<sup>14</sup> 谷内、猪井、新田（2009）はバスの運営支援について、近隣住民との付き合いが活発な人ほど、また他者への信頼感や援助規範（助けてくれた人には親切にすべき）が強い人ほど金銭的負担に応じてくれやすいと主張している。谷内、新田、角田（2010）は地域の問題は住民が解決すべきと考えている人ほど金銭的負担に応じてくれやすいと主張している。これらの先行研究に加えて、鉄道の運営支援についてもソーシャル・キャピタルが運行管理など実務への支援を促していることを坂本、山岡、藤田（2013）が主張している。

<sup>15</sup> 本研究では、組合員の意思決定をイベント実施に「協力する／しない」の二項選択モデルとして捉えているが、状況によっては「保留」も含めた3つ以上の選択肢を想定した多項選択モデルとして捉えることも考えられよう。多項選択モデルの場合は「多項ロジット分析」となる。多項ロジット分析に基づく協力に影響を与える要因に関する研究については松本（2015）などを参照されたい。また、ロジット分析では協力に影響を与えると考えられる要因で説明し切れない部分（誤差項）の確率分布としてロジスティック分布を仮定するが、標準正規分布を仮定するものとして「プロビット分析」がある。どちらの分析も考え方は同じで、推定結果も同じようなものとなるが、ロジット分析では分布関数を端的に表すことができ、さらに推定モデルを線形で表現できるという分析上の利点がある（牧、宮内、浪花、縄田、1997）。それらの利点に基づき、本研究ではロジット分析を採用した。なお、プロビット分析に基づく協力に影響を与える要因に関する研究については跡田、福重（2000）、小野（2006）、奥山（2009）、瀧、西崎、西條（2011）などを参照されたい。

<sup>16</sup> 「JGSS」とは、アメリカで実施されている総合的社会調査（General Social Survey : GSS）の日本版で、大阪商業大学が東京大学社会科学研究所と共同で実施している。

<sup>17</sup> 森、森、犬塚、前田、浅野、杉浦（2010）はインターネット調査の結果に基づき、活動内容によって参加を促す要因は異なると主張している。また、永富、石田、小藪、稲葉（2011）はインターネット調査の結果に基づき、地域の活動への参加には近所付き合いだけでなく、趣味や娯楽などを通じた人間関係が影響を与え得ると主張している。

くれる見込みがあり、従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗も協力してくれる見込みがあることも明らかになった。他方で、アンケート調査の結果、店舗の経営形態が個人経営かどうかと、組合活動に協力した理由として「商店街全体の活性化のため」「商店街を含む地域活性化のため」のいずれかかどうかの間には関連性が認められた。また、従業員の平均年齢と、組合活動に協力したことがない理由として「協力したいが、する余裕がなかった」かどうかの間には強い関連性が認められた。さらに、従業員の多くが商店街の周辺に住んでいるかどうかと、組合活動に協力した理由として「組合から要請を受けたため」かどうかの間にも強い関連性が認められた。これらを整理すると下記のことが言えよう：

- (1) 個人経営の店舗は組合活動に協力してくれる可能性が高いが、その背景には商店街・地域の活性化を望む商店街・地域への愛着があると考えられる、
- (2) 従業員の平均年齢が低い店舗は協力してくれる見込みがあるが、その背景には平均年齢が高い店舗と比べて組合活動に協力する余力があると考えられる、
- (3) 従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗は協力してくれる見込みがあるが、その背景には商店街・地域への親しみがあり、自発的に協力することはなくても要請されれば前向きに検討しようという想いがあると考えられる。

これらを踏まえると、組合員から協力を得るためには、若手を中心に商店街・地域への愛着・親しみを感じさせるような活動が重要であると考えられる。

先行研究と照らし合わせると、本研究の成果は矢澤、後藤（2001）および伊佐（2013）が指摘する居住形態とは整合的であったが、矢澤、後藤（2001）などが指摘する人間関係は本研究ではほとんど影響していなかった。<sup>18</sup> また、清水、中山（2014、2015）が指摘する商店街からの要請や商店街・地域の活性化とは整合的であったが、店舗の宣伝という利己的な動機は本研究ではほとんど影響していなかった。<sup>19</sup> さらに、小谷、中道（2004）および鈴木、藤井（2008）が指摘する地域への愛着とは整合的であり、宍戸（2009）が指摘する地域住民の年齢とは意思決定に影響を与えるという点で整合的であった。<sup>20</sup>

## 1.5 本稿の構成

以下、本稿は次のように構成されている。2章では、調査対象である天神橋三丁目商店街振興組合の組合員が組合活動の一環として実施が検討されている様々なイベントに「協力する／しない」と意思決定する状況をゲーム理論に基づいて記述し、組合員から協力を得る

---

<sup>18</sup> 本研究では「近隣店舗との付き合いの程度」として人間関係を考慮したが、ロジット分析において近隣店舗との付き合いの程度は組合員の意思決定に有意な影響を与えていなかった。

<sup>19</sup> 本研究では協力した理由として「お店の売り上げ向上のため」という選択肢を設定して利己的な動機を考慮したが、アンケート調査でこれを選択した回答者は6.5%程度であった。

<sup>20</sup> 本研究では、ロジット分析において、従業員の平均年齢が低い店舗ほど協力してくれる見込みがあるという結果が得られたが、宍戸（2009）では活動内容によって傾向が異なる。



上で考慮すべき点を整理する。3章では、先行研究や記述した組合員の意思決定、さらに調査後のロジット分析を踏まえて設計したアンケート調査の結果を記述する。4章では、アンケート調査の結果に基づいて行ったロジット分析の結果を記述する。5章では、ロジット分析の結果を軸にアンケート調査の結果と照らし合わせて組合員の意思決定に影響を与える要因について考察する。6章では、本研究の成果に基づいて各店舗に少しずつでも自発的に協力してもらえるような仕組みについて考える。また、本研究の成果の応用や課題、今後の研究の展望についても言及して本稿を閉じる。なお、参考文献ならびにアンケートの調査票については7章にまとめている。

## 2 組合員の意思決定

### 2.1 組合の概要

「中小企業等協同組合法」と「商店街振興組合法」によれば、組織する組合には役員として「理事」が置かれ、理事らによって「理事会」が組織される。理事の大多数は組合員より選出され、組合の業務は理事会において決定される。具体的には、まず商店街に出店している店舗や関係者が任意で組合に加入し、組合員になった後、主に組合員の中から理事が選出され、組合の全体的な運営に携わることになる。理事会はあくまでも意思決定機関であり、決定した内容を実行に移す段階においては、その他の組合員からも協力を得る必要がある。

### 2.2 ゲーム理論による記述

本研究では、商店街の組合活動の一環として実施される売り出しセールやパレード、スタンプラリー、お祭りといった様々なイベントの実施を念頭に、組合員の協力を影響を与える要因を検討した。その一環として、上記した理事会での意思決定からイベントの実施までの過程を「ゲーム理論」に基づいてモデル化する。「ゲーム理論」とは、自分の意思決定が他者の意思決定に影響を与える「戦略的状況」においてどのような意思決定を行い、その結果としてどのような状況が生じ得るのかを分析する学問分野である。<sup>21</sup> 「ゲーム」は意思決定を行う「プレイヤー」と意思決定の際に選択する「戦略」、各プレイヤーが戦略を選択した結果として受け取る「利得」の3つの要素によって構成される。本研究では、ゲームの「プレイヤー」として「理事会（プレイヤー1）」と「組合員（プレイヤー2）」を考え、「戦略」として理事会には「イベント実施を決定しない」と「イベント実施を決定する」、組合員には「イベント実施に協力しない」と「イベント実施に協力する」を考える。このとき、それぞれのプレイヤーが戦略を選択した結果として想定される状況は下記の3つである：

【状況 1-1】理事会はイベント実施を決定せず、従って組合員はイベント実施に「協力す

---

<sup>21</sup> ゲーム理論については武藤（2001）などを参照されたい。

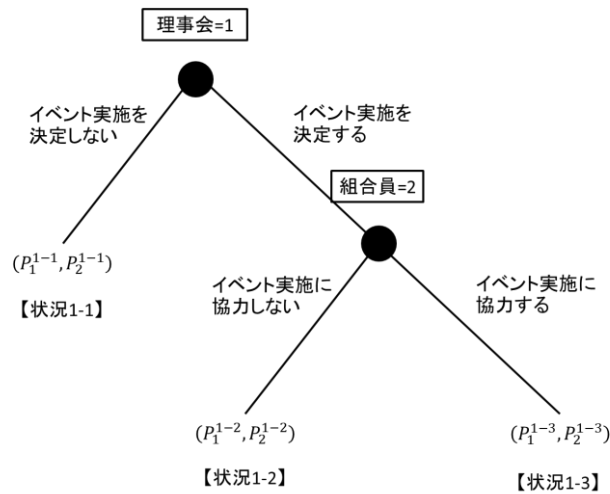


図 1 商店街でのイベント実施における理事会と組合員との間での戦略的状況

る／しない」の意思決定は行わない、

【状況 1-2】理事会はイベント実施を決定し、組合員はイベント実施に「協力しない」と意思決定する、

【状況 1-3】理事会はイベント実施を決定し、組合員はイベント実施に「協力する」と意思決定する。

これらの状況に応じて理事会および組合員に生じる費用（金銭的な負担や人的な負担など）と便益（店舗の売り上げや商店街・地域の振興など）の合計を表す「利得」の組み合わせを  $(P_1^x, P_2^x)$  とする（図 1）。<sup>22</sup>

理事会がイベント実施を決定した場合、上記のモデルでは【状況 1-2】または【状況 1-3】が実現することになる。このとき、組合員は自身の利得  $P_2^{1-2}$  と  $P_2^{1-3}$  を比較し、「 $P_2^{1-2} \leq P_2^{1-3}$ 」ならば「協力する」、 「 $P_2^{1-2} > P_2^{1-3}$ 」ならば「協力しない」を選択すると考えられる。<sup>23</sup>

利得を構成する費用には、イベント実施によって生じる金銭的な負担に加え、人手が必要であれば営業時間内外を問わずイベント活動に従事する必要があるかもしれない。このとき、先行研究で指摘されている居住形態や従業員の年齢に加えて人間関係などが費用に

<sup>22</sup> 「 $P_1^x$ 」を【状況  $x = 1-1, 1-2, 1-3$ 】における理事会の利得とし、「費用 ≤ 便益」ならば「 $P_1^x \geq 0$ 」、

「費用 > 便益」ならば「 $P_1^x < 0$ 」とする。同様に「 $P_2^x$ 」を組合員の利得とする。

<sup>23</sup> 厳密には「 $P_2^{1-2} = P_2^{1-3}$ 」ならば「協力する／しない」のどちらであっても組合員にとって利得は変わらないが、本研究では、この場合には「協力する」を選択するものと想定する。なお、【状況 1-3】が実現するには、理事会が「イベント実施を決定する」を選択し、組合員が「イベント実施に協力する」を選択することが部分ゲーム完全均衡になっている必要がある（部分ゲーム完全均衡については武藤（2001）などのゲーム理論に関する文献を参照されたい）。つまり、どのプレーヤーも他のプレーヤーが部分ゲーム完全均衡の戦略を選択している限り、自分も部分ゲーム完全均衡の戦略を選択し続ける（他の戦略に変える動機を持たない）ことが必要である。このとき、組合員の動機だけでなく、理事会の動機も考慮する必要があることに注意されたい。

		組合員2	
		協力しない	協力する
組合員1	協力しない	$P_1^{2-1}, P_2^{2-1}$	$P_1^{2-2}, P_2^{2-2}$
	協力する	$P_1^{2-3}, P_2^{2-3}$	$P_1^{2-4}, P_2^{2-4}$

図 2 商店街でのイベント実施における組合員の間での戦略的状況

影響を与えるかもしれない。他方で、便益にはイベントの経済的効果に加えて商店街・地域の活性化などが影響を与えると考えられよう。組合員から協力を得るには、こうした要因を念頭に「 $P_2^{1-2} \leq P_2^{1-3}$ 」という関係を意識したイベントおよびその実施体制を検討する必要がある。

ゲーム理論に基づく協力に関する分析としては「囚人のジレンマ」が有名である。本研究が取り上げるイベント実施への協力についても囚人のジレンマと同様の構造が想定される。ゲームの「プレイヤー」として「組合員1」と「組合員2」を考え、「戦略」として「イベント実施に協力しない」と「イベント実施に協力する」を考える。このとき、それぞれのプレイヤーが戦略を選択した結果として想定される状況は下記の3つである：

- 【状況 2-1】両方ともイベント実施に協力しない、
- 【状況 2-2】組合員1はイベント実施に協力しないが、組合員2は協力する、
- 【状況 2-3】組合員1はイベント実施に協力するが、組合員2は協力しない、
- 【状況 2-4】両方ともイベント実施に協力する。

理事会と組合員との間での議論と同様に、これらの状況に応じて組合員に生じる費用と便益の合計を表す「利得」の組み合わせを $(P_1^x, P_2^x)$ とする(図2)。

商店街でのイベント実施においては、「 $P_1^{2-1} > P_1^{2-3}$ 」「 $P_1^{2-2} > P_1^{2-4}$ 」および「 $P_2^{2-1} > P_2^{2-2}$ 」「 $P_2^{2-3} > P_2^{2-4}$ 」という関係が成立していることが多いと考えられる。つまり、他の組合員が「協力する／しない」に関わらず、自分は協力しない(他の組合員の協力に「ただ乗り」する方が望ましい)という状況が成立していることが多いと考えられる。組合員から協力を得るには、少なくとも「 $P_1^{2-2} < P_1^{2-4}$ 」および「 $P_2^{2-3} < P_2^{2-4}$ 」(他の組合員が協力するなら自分も協力する方が望ましい)という関係を意識したイベントおよびその実施体制を検討する必要がある。

### 3 アンケート調査

#### 3.1 調査対象の概要

上記のようなゲーム理論に基づく記述および後述するロジット分析を念頭に、本研究では天神橋三丁目商店街振興組合(大阪府)を取り上げ、その組合員を対象にアンケート調査



図 3 天神橋三丁目商店街の位置  
(Google マップより著者作成)

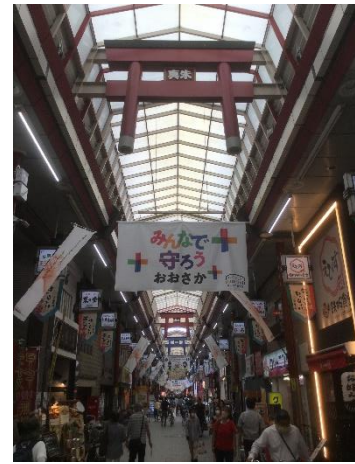


写真 1 天神橋三丁目商店街の様子  
(2020年7月16日に著者撮影)

を実施した。天神橋三丁目商店街は「日本一長い商店街」として有名な天神橋筋商店街の一部で、大阪メトロ（旧 大阪市営地下鉄）堺筋線「南森町」駅から「扇町」駅に亘って南北に直線的に伸びる商店街である（図 3）。天神橋筋商店街は「天神祭」で有名な「大阪天満宮」の門前町として発展し、天神橋三丁目商店街のアーケードには鳥居のデザインが施されるなど、その色合いを今も残している（写真 1）。また、天神橋三丁目商店街は全国に先駆けて商店街内に文化施設「てんさんカルチャーセンター（1981-1996 年）」を設立したり、NPO 法人「天神天満町街（まちがい）トラスト（1998 年・）」を設立して天満の名水の復活に取り組んだり、上方落語の定席「天満天神繁昌亭（2006 年・）」の設立にも中心的な役割を担うなど、商店街を中心とした様々な活動が定期的に行われ、全国的にも賑やかな商店街として有名である。<sup>24</sup>

### 3.2 調査の概要

アンケート調査の具体的な対象は、天神橋三丁目商店街振興組合の全組合員のうち店舗営業していない個人や貸店舗・貸事務所業者、レンタルスペースのテナント、マンション所有者を除いた 154 店舗の責任者である。調査の実施期間は 2020 年（令和 2 年）1 月 14 日（火）から 1 月 31 日（金）までで、留置方式でアンケートへの回答を依頼した。具体的には、実施期間内に調査員が調査対象を順次訪問してアンケートへの回答を依頼し、了解していただいた場合には回答用紙を留め置き、1 週間後を目処に調査員が再度訪問して記入済みの回答用紙を回収した。<sup>25</sup> なお、回答への謝礼は用意していない。回答用紙の配布は 115

<sup>24</sup> 天神橋三丁目商店街を中心とした地域の活動については与謝野（2016）や角谷（2018）、天神橋筋商店街連合会 HP（<https://www.tenjin123.com/>）などに加えて各種報道を参照されたい。また、天神橋三丁目商店街振興組合の変遷については天神橋三丁目商店街振興組合（2006, 2010）を参照されたい。

<sup>25</sup> 調査員は平素より著者の研究補助に従事している日本人の学部生（4 年生）と院生（博士前期課程 1 年生）に依頼した。訪問にあたり、調査員には事前に著者より依頼方法を説明し、調査対象には依頼文も添えて調査対象に伝える情報を統一した。回収までに 1 週間の時間を確保できない場合は、調査終了日まで

表 2 アンケート調査の質問項目と先行研究との関係

構成	質問項目(質問番号)	先行研究との関連
店舗の属性	従業員の人数(1-1)	
	従業員の平均年齢(1-2)	年齢(宍戸, 2009), 愛着(小谷, 中道, 2004; 鈴木, 藤井, 2008)
	従業員の居住地(1-3)	居住形態(矢澤, 後藤, 2001; 伊佐, 2013), 愛着(小谷, 中道, 2004; 鈴木, 藤井, 2008)
	経営形態(1-6)	愛着(小谷, 中道, 2004; 鈴木, 藤井, 2008)
	経営経緯(1-7)	営業年数(矢澤, 後藤, 2001), 人間関係(矢澤, 後藤, 2001; 福島, 2012, 2019; 山川, 2012), 愛着(小谷, 中道, 2004; 鈴木, 藤井, 2008), ソーシャル・キャピタル(伊佐, 2013; 谷内, 猪井, 新田, 2009; 谷内, 新田, 角田, 2010; 坂本, 山岡, 藤田, 2013)
近隣店舗との付き合いの程度(1-8)	営業年数(矢澤, 後藤, 2001), 人間関係(矢澤, 後藤, 2001; 福島, 2012, 2019; 山川, 2012), 愛着(小谷, 中道, 2004; 鈴木, 藤井, 2008)	
	ソーシャル・キャピタル(伊佐, 2013; 谷内, 猪井, 新田, 2009; 谷内, 新田, 角田, 2010; 坂本, 山岡, 藤田, 2013)	
組合活動の現状	組合活動の認知(2-1, 2-2)	
	組合活動への協力(2-3, 2-4)	
	協力する理由(2-5, 2-8)	人間関係(矢澤, 後藤, 2001; 福島, 2012, 2019; 山川, 2012), 要請(清水, 中山, 2014, 2015), 活性化(清水, 中山, 2014, 2015), 宣伝(清水, 中山, 2014, 2015)
	実感(2-6, 2-7)	効果(清水, 中山, 2015)
	協力しない理由(2-9)	居住形態(矢澤, 後藤, 2001; 伊佐, 2013), 活性化(清水, 中山, 2014, 2015), 宣伝(清水, 中山, 2014, 2015), 愛着(小谷, 中道, 2004; 鈴木, 藤井, 2008), 年齢(宍戸, 2009)
組合活動の今後	賛否(3-1, 3-2, 3-3)	
	意見(3-4)	

店舗（調査対象のうち約 74.7%）に行き、うち 103 店舗（調査対象のうち約 66.9%、配布店舗のうち約 89.6%）よりアンケートへの回答があった。この高い回答率からも天神橋三丁目商店街振興組合の組合員の協力的な気質が窺えよう。

調査票は「店舗の属性」「組合活動の現状」「組合活動の今後」の 3 部によって構成されている（表 2）。「店舗の属性」では、従業員の人数（男女別）・平均年齢・居住地や店舗の経営形態（個人経営・チェーン店など）・経営経緯（自分で開業・引き継ぎ・業務命令など）、近隣店舗との付き合いの程度などについて質問した。<sup>26</sup> 従業員の人数（男女別）は先行研究では考慮されていないが、従業員の平均年齢も含め、組合活動への協力のための余力に関係している可能性があるため、本研究では質問項目として考慮した。「組合活動の現状」では、組合活動の認知の程度や組合活動への協力の有無とその理由、組合活動の効果の実感などについて質問した。「組合活動の今後」では、組合活動への賛否や意見について質問した。

上記のゲーム理論による記述と照らし合わせると、質問項目は次のように解釈できよう（図 4）。従業員の人数（男女別）および平均年齢については、イベント実施に協力するための余力の大小が協力によって生じる限界費用の大小に影響して（例えば、協力するための余力が小さければ協力によって生じる限界費用が大きくなって）組合員の利得に影響を与えられよう。また、従業員の平均年齢は商店街への愛着・親しみを經由して組合員の利得に影響を与える可能性がある。従業員の居住地については、自宅と店舗とを行き来するために生じる費用に加え、従業員の平均年齢と同様に商店街への愛着・親しみにも影響を与えられよう。店舗の経営形態については、商店街への愛着・親しみだけでなく、チェーン店に見られるように、本部からの指示で「協力できない」状況も含んでいる。<sup>27</sup> ま

に回答していただけることも了解していただいた対象者に回答を依頼した。

<sup>26</sup> 本研究では「チェーン店」を「ブランドや営業等が多数の店舗で統一的に管理された店舗」（中小企業庁, 2019b）と定義してアンケート調査を行った。

<sup>27</sup> 石原（2019）は『店長の権限を大幅に認め、地域の個性に見合った店舗づくりに取り組むチェーン店が増えている』（12 頁, 右段落, 30-32 行）と述べる一方で、地域の関係者がオーナーとなるボランティア・チェーン店やフランチャイズ・チェーン店の場合であっても、『本部の方針の各店への「拘束」がレ

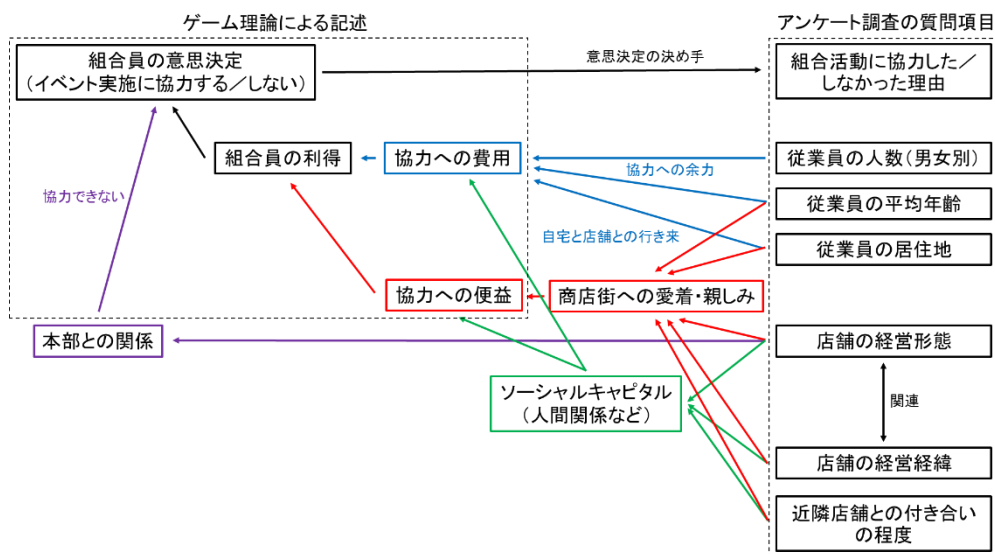


図 4 ゲーム理論による記述とアンケートの質問項目との間で想定される関係

た、店舗の経営経緯と合わせて、商店街への愛着・親しみだけでなく人間関係などのソーシャル・キャピタルを経由して組合員の利得に影響を与える可能性がある。近隣店舗との付き合いの程度についても、商店街への愛着・親しみや人間関係などのソーシャル・キャピタルを経由して組合員の利得に影響を与える可能性がある。組合活動に協力した/しなかった理由は、組合員の利得に影響を与える様々な要素を踏まえた上で、決め手となった要素を表していると考えられよう。

### 3.3 調査結果の概要

天神橋三丁目商店街振興組合では、アンケートへの回答があった 103 店舗（調査対象は 154 店舗）のうち、従業員の人数（質問 1-1）が 5 人以下の店舗が約 64.4%を占めていた（図 5）。1 店舗あたりの平均は約 5.3 人であり、そのうち男性が約 2.2 人、女性が約 3.1 人と、平均的には男性従業員よりも女性従業員の方が多かった。従業員の平均年齢（質問 1-2）は 30 歳代が最も多かったが、高齢の従業員が多い店舗も少なくなかった（図 6）。<sup>28</sup> 従業員の居住地（質問 1-3）は、「天神橋三丁目商店街の周辺（自宅から 20 分未満）」と「その他」で半分ずつ程度であった（図 7）。<sup>29</sup> 店舗の経営形態（質問 1-6）については、「個人経営」が 65%強を占めており、「チェーン店」は 30%強であった（図 8）。経営経緯（質問 1-7）については、「私の代で始めた」店舗が約 37.5%と最も多く、次いで「親や親戚から引き継い

ギョーラー・チェーンの場合とほぼ変わらず、地元のオーナーの自由裁量の余地はそれほど大きくない場合が少なくない』（文末注 7, 6-8 行）と述べている。

<sup>28</sup> 年齢は 10 代から 90 代まで 10 歳ごとに区分し、その 9 区分のうち各店舗の平均年齢として最も適当な区分を 1 つ選択するよう質問した。店舗によっては 2 つ以上選択していたが、その場合は選択した区分の平均が含まれる区分をその店舗の回答とした。なお、加重平均は約 38.8 であった。

<sup>29</sup> 「自宅から 20 分未満」とは、交通手段（徒歩を含む）を問わず、20 分未満で天神橋三丁目商店街の店舗へ出勤できることを意味する。

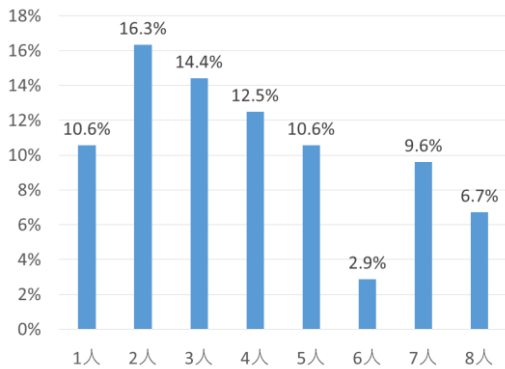


図 5 従業員の人数（男女合計）

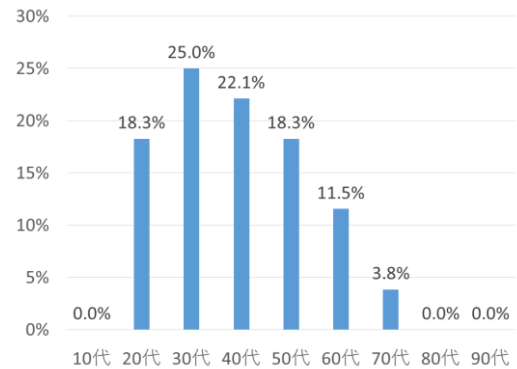


図 6 従業員の平均年齢



図 7 従業員の居住地



図 8 店舗の経営形態

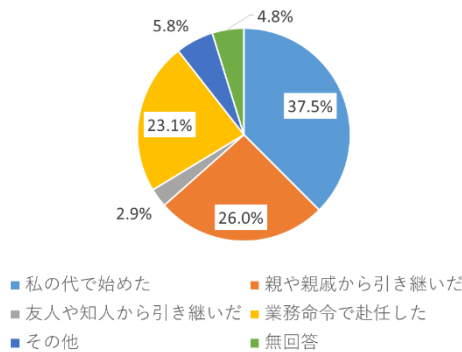


図 9 店舗の経営経緯

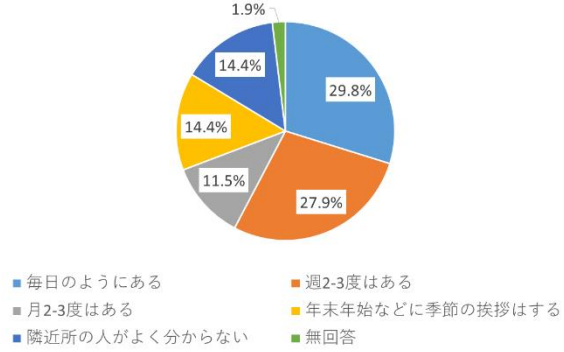


図 10 近隣店舗との付き合いの程度

だ」店舗が約 26.0%、「業務命令で赴任した」が約 23.1%を占めていた（図 9）。近隣店舗との付き合いの程度（質問 1-8）については、毎日のように近隣店舗の従業員と挨拶する店舗が約 29.8%、週 2-3 ほどが約 27.9%であったが、他方で季節の挨拶をする程度であったり、そもそも近隣店舗のことがよく分からなかったりと、近隣店舗との付き合いがほとんどない店舗が 30%弱を占めていた（図 10）。<sup>30</sup>

従業員の平均年齢（質問 1-2）と居住地（質問 1-3）の間には何らかの関係が推測される。従業員の平均年齢が高い店舗は商店街での営業期間が長いと推測され、そういった店舗は古くから商店街に出店していると推測されることから、従業員の多くは商店街の周辺に住んでいると考えられないだろうか？従業員の平均年齢は 10 代から 90 代まで 10 歳ごとに区分された量的な離散変数であり、従業員の居住地は質的な二値変数（商店街の周辺=1,

<sup>30</sup> 店舗によっては 2 つ以上選択していたが、その場合は選択した区分の中間の区分をその店舗の回答とした（「毎日のようにある」と「年末年始などに季節の挨拶はする」の中間のように、中間の区分が 2 つ存在する場合には、多い方の区分をその店舗の回答とした）。



表 3 店舗の属性に関する質問項目の間の関連性

変数1		変数2		指標		
設定	形式	設定	形式	係数	値	評価
従業員の平均年齢	量的・離散	従業員の居住地	質的・二値	クラメールの連関係数	0.24	関連性は認められるが、それほど高くない
従業員の平均年齢	量的・離散	店舗の経営形態	質的・二値	クラメールの連関係数	0.39	ある程度の関連性が認められる
従業員の平均年齢	量的・離散	近隣店舗との付き合い	質的・順序	スピアマンの順位相関係数	0.18	関連性は認められない
従業員の居住地	質的・二値	店舗の経営形態	質的・二値	ユールの連関係数	0.36	ある程度の関連性が認められる
従業員の居住地	質的・二値	近隣店舗との付き合い	質的・順序	クラメールの連関係数	0.30	ある程度の関連性が認められる
店舗の経営形態	質的・二値	店舗の経営経緯	質的・二値	ユールの連関係数	0.94	関連性は非常に強い
店舗の経営形態	質的・二値	近隣店舗との付き合い	質的・順序	クラメールの連関係数	0.35	ある程度の関連性が認められる

【備考】網掛け部分は関連性が非常に強い関係を示している。

そうでない(=0) であることから、両者の関連性を明らかにするためにクラメールの連関係数を計算すると約 0.24 であった (表 3)。<sup>31</sup> 従って、従業員の平均年齢と居住地との間の関連性は認められるが、それほど高くないと評価される。また、従業員の平均年齢 (質問 1-2) と店舗の経営形態 (質問 1-6) との間にも何らかの関係が推測される。従業員の平均年齢が高い店舗は商店街での営業期間が長いと推測され、そういった店舗は個人経営が多いと考えられないだろうか? 従業員の平均年齢は量的な離散変数であり、個人経営かどうかは質的な二値変数であることから、両者の関連性を明らかにするためにクラメールの連関係数を計算すると約 0.39 となり、こちらはある程度の関連性が認められると評価される (表 3)。さらに、従業員の平均年齢 (質問 1-2) と近隣店舗との付き合いの程度 (質問 1-8) との間にも何らかの関係が推測される。近隣店舗との付き合いの程度は質的な順序変数 (毎日 =4, 週 2-3 度 =3, 月 2-3 度 =2, 季節 =1, 不明 =0) であることから、従業員の平均年齢を順位に置き換えてスピアマンの順位相関係数を計算すると約 0.18 となり、こちらは関連性が認められないと評価される (表 3)。

従業員の居住地 (質問 1-3) と店舗の経営形態 (質問 1-6) との間には何らかの関係が推測される。従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗は個人経営が多いと考えられないだろうか? 従業員の居住地は質的な二値変数であり、個人経営かどうかは質的な二値変数であることから、両者の関連性を明らかにするためにユールの連関係数を計算すると絶対値は約 0.36 であった。<sup>32</sup> 従って、従業員の居住地と店舗の経営形態との間の関連性はある程度の関連性が認められると評価される (表 3)。また、従業員の居住地 (質問 1-3) と近隣店舗との付き合いの程度 (質問 1-8) との間にも何らかの関係が推測される。商店街の周辺に住んでいる従業員が飲食で商店街を利用したことを契機に近隣店舗との付き合いが増えると考えられないだろうか? 従業員の居住地は質的な二値変数であり、近隣店舗との付き合いの程度は質的な順序変数であることから、両者の関連性を明らかにするためにクラメールの連関係数を計算すると約 0.30 であった。従って、従業員の居住地と近隣店舗との付き合いの程度との間の関連性はある程度の関連性が認められると評価される (表 3)。

<sup>31</sup> クラメールの連関係数は多値変数の間の関連性を表す数値で、0 から 1 の間の値を取り、1 に近いほど関連性が強いと評価される。一般的に 0.1 以上あればある程度の関連が認められ、0.5 以上あれば強い関連が認められる。

<sup>32</sup> ユールの連関係数は二値変数の間の関連性を表す数値で、-1 から 1 の間の値を取り、その絶対値が 1 に近いほど関連性が強いと評価される。



店舗の経営形態（質問 1-6）と経営経緯（質問 1-7）との間にも何らかの関係が推測される。「個人経営」の店舗は「私の代で始めた」または「親や親戚から引き継いだ」「友人や知人から引き継いだ」責任者が多いと考えられ、「チェーン店」は「業務命令で赴任した」責任者が多いと考えられないだろうか？個人経営かどうかは質的な二値変数であり、「私の代で始めた」「親や親戚から引き継いだ」「友人や知人から引き継いだ」のいずれかどうかも質的な二値変数であることから、両者の関連性を明らかにするためにユールの連関係数を計算すると絶対値は約 0.94 であった。従って、店舗の経営形態と経営経緯との間の関連性は非常に高いと評価される（表 3）。<sup>33</sup> また、店舗の経営形態（質問 1-6）と近隣店舗との付き合いの程度（質問 1-8）との間にも何らかの関係が推測される。「個人経営」の店舗は店舗同士のつながりを重視して積極的に近隣店舗と付き合いおうとしていると考えられないだろうか？店舗の経営形態は質的な二値変数であり、近隣店舗との付き合いの程度は質的な順序変数であることから、両者の関連性を明らかにするためにクラメールの連関係数を計算すると約 0.35 であった。従って、店舗の経営形態と近隣店舗との付き合いの程度との間の関連性はある程度の関連性が認められると評価される（表 3）。

組合活動の認知の程度（質問 2-1, 2-2）については、アンケートへの回答があった 103 店舗（調査対象は 154 店舗）のうち、80%弱の店舗が何かしらの活動が行われていることを知っており、そのうち人手が必要な七夕や天神祭に関連した活動（質問 2-2 のうち①-⑤）についても 80%弱以上の店舗がその存在を知っていた。それらの“知っている”組合活動への協力（質問 2-3）については、約 84.3%の店舗が「協力したことがある」と回答していた。組合活動に協力した理由（質問 2-5）としては「商店街全体の活性化のため」が約 40.2%で最も大きく、次いで「組合から要請を受けたため」が約 25.0%を占めていた（図 11）。こうした組合活動に協力した理由に対し、質問 2-5 で協力した理由を回答した店舗のうち約 67.1%は協力した目的が「達成された」と実感していた（質問 2-6）。他方で、何かしらの組合活動が行われていることを知っているにもかかわらず協力しなかった理由（質問 2-9）としては「協力したいが、する余裕がなかった」が約 62.5%で最も大きかったが、行われている組合活動にメリットを感じなかったり、そもそも商店街にそれほど思い入れがなかったりといった組合活動に否定的な回答も約 25.1%と少なくなかった（図 12）。

質問 2-5 への回答より、組合活動に協力する決め手となった要素としては「商店街全体の活性化のため」が最も大きく、「商店街を含む地域活性化のため」も加えると、商店街および地域への想いが組合活動の大きな原動力になっていると推測される。さらに、「組合から要請を受けたため」が 2 番目に大きな割合を占めていることから、自発的に組合活動に協力しないまでも、要請を受ければ引き受けるという協力的な組合員が多いことも推測される。また、質問 2-9 への回答より、組合活動に協力しない直接的な要因としては「協力したいが、する余裕がなかった」が最も大きく、組合活動に協力したい気持ちはあるが、店舗の

<sup>33</sup> なお、個人経営の店舗のうち、「私の代で始めた」店舗は約 37.5%、「親や親戚から引き継いだ」店舗は約 26.0%、「友人や知人から引き継いだ」店舗は 2.9%であった。

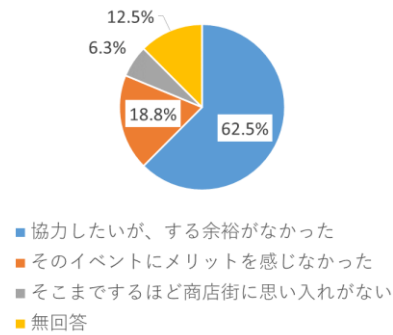
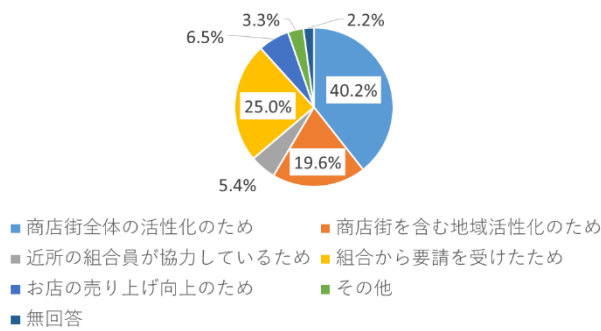


図 11 組合活動に協力した理由

図 12 組合活動に協力しなかった理由

経営状況などによって協力できない状況にあることが推測される。

#### 4. ロジット分析

##### 4.1 推定モデルの定式化

「ロジット分析」とは、組合員の意思決定に影響を与える要因を明らかにし、加えてその要因がどの程度の影響を与えるのかを明らかにする統計的な分析方法である。<sup>34</sup> 本研究では、組合員が組合活動に「協力したことがある／ない」（質問 2-3）を被説明変数

$$Y_{2-3} = \begin{cases} 1 & \text{(組合活動に「協力したことがある」と回答)} \\ 0 & \text{(組合活動に「協力したことはない」と回答)} \end{cases}$$

と設定する。<sup>35</sup> 説明変数は組合活動に「協力する／しない」の意思決定に影響を与えられる要因となり、それらを  $X_1, X_2, \dots, X_n$  と表記すると、組合員が組合活動に「協力する」を選択する確率は  $p \equiv P[Y = 1 | X_1, \dots, X_n]$  となる。ロジット分析では確率分布としてロジスティック分布を仮定することから、「協力する」を選択する確率は

$$p = \frac{1}{1 + e^{-(b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n)}}$$

となる。このとき、 $b_1, b_2, \dots, b_n$  は各要因の影響の程度を表し、統計的に有意であれば（その値がゼロではないと統計的に評価されれば）、その要因は組合活動に「協力する／しない」

<sup>34</sup> 一般的には、あるカテゴリーに属しているかどうかを表す質的データ（例えば、組合員の回答が組合活動に「協力する」というカテゴリーと「協力しない」というカテゴリーのどちらに属しているかを表すデータで、下記の  $Y_{2-3}$  のように設定される）を被説明変数として、そのカテゴリーに属するに至った要因（説明変数）を回帰分析の考え方に基づいて明らかにする統計的な分析方法として理解されている。ロジット分析の考え方については三輪（2006）などの質的選択モデルの分析に関する文献を参照されたい。

<sup>35</sup> 変数の右下の添え字はアンケートの質問番号と対応している。

の意思決定に影響を与えると評価される。  $p$  の定義および確率分布の仮定より、 $p/(1-p) = e^{b_0+b_1X_1+b_2X_2+\dots+b_nX_n}$  となることから、本研究では下記のような推定モデルに基づいて分析を行う。<sup>36</sup>

$$\log\left(\frac{p}{1-p}\right) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

$b_1, b_2, \dots, b_n$  が統計的に有意であり、かつプラスの値であれば「協力する」を選択する確率に正の影響を与え、マイナスの値であれば「協力する」を選択する確率に負の影響を与えると評価され、その値の大小に応じて影響の程度も異なる。<sup>37</sup>

## 4.2 説明変数の設定

無回答（欠損値）の質問項目がある店舗や質問 2-1 で組合活動について「知らない」と回答した店舗を除くと、標本の大きさは「71」（調査対象のうち約 46.1%，配布店舗のうち約 61.7%）となった。<sup>38</sup> 本研究のように、被説明変数が 2 つの値を取るようなロジット分析においては、一般的に発生した値（ $Y_{2-3} = 1$ （協力したことがある）または  $Y_{2-3} = 0$ （協力したことがない）のうち少ない方の大きさの 10 分の 1 の個数までしか説明変数として設定されない（新谷，2015）。本研究では、少ない方（ $Y_{2-3} = 0$ ）の大きさが「9」となることから、一般的には説明変数は 1 個程度が妥当であると考えられる。こうしたアンケートへの回答状況と分析方法との関係および先行研究を踏まえ、本研究ではイベント実施の検討段階である程度観察可能な店舗の属性より説明変数を設定し、推定結果とイベント実施の検討段階で観察不可能な協力した／しなかった理由（質問 2-5/2-9）と照らし合わせて組合員の意思決定に影響を与える要因について考察する（表 4）。

ロジット分析を含む回帰分析では、説明変数の間に高い相関があると多重共線性が生じて推定結果の信頼性が損なわれる。多重共線性については様々な解決方法が提案されているが、本研究では、高い相関が疑われる 2 つの説明変数について、基本的にその一方を除外することで問題を回避する。上記したように、店舗の経営形態と経営経緯との間の関連性は非常に高いと評価されることから、本研究では経営経緯を説明変数の候補より除外して説明変数をより絞り込む。また、店舗の経営形態について、上記のように店舗を除いた段階で  $X_{1-6l}$ （個人経営=1，そうでない=0）と  $X_{1-6c}$ （チェーン店=1，そうでない=0）との間の関

<sup>36</sup>  $p$  が大きいほど  $p/(1-p)$  は大きくなり、 $\log(1/(1-p))$  も大きくなる（ $p$  と  $\log(1/(1-p))$  は比例関係にある）ことに注意されたい。推定モデルの導出についてはマダラ（1996）や牧，宮内，浪花，縄田（1997）などの計量分析に関する文献も参照されたい。

<sup>37</sup> 1 次関数のグラフをイメージしていただきたい。

<sup>38</sup> 質問 2-1 で組合活動について「知らない」と回答した店舗が、質問 2-3 で組合活動に「協力したことがある」と回答することは質問 2-1 の回答に矛盾するため、本研究では当該店舗を除いて分析することとした。

表 4 説明変数の候補と採否

質問番号	質問の内容	変数	変数の形式	変数の設定	採否
1-1	従業員(男性)の人数	$X_{1-1M}$	量的・連続	男性従業員の人数	○
	従業員(女性)の人数	$X_{1-1F}$	量的・連続	女性従業員の人数	○
1-2	従業員の平均年齢	$X_{1-2}$	量的・離散	10代=10, 20代=20, …, 90代=90	○
1-3	従業員の居住地	$X_{1-3}$	ダミー	天神橋三丁目商店街の周辺=1, その他=0	○
1-6	店舗の経営形態	$X_{1-6I}$	ダミー	個人経営=1, そうでない=0	○
		$X_{1-6C}$	ダミー	チェーン店=1, そうでない=0	×
1-7	店舗の経営経緯	$X_{1-7M}$	ダミー	私の代で始めた=1, そうでない=0	×
		$X_{1-7SF}$	ダミー	親・親戚から引き継いだ=1, そうでない=0	×
		$X_{1-7S}$	ダミー	友人・知人から引き継いだ=1, そうでない=0	×
		$X_{1-7O}$	ダミー	業務命令で赴任した=1, そうでない=0	×
1-8	近隣店舗との付き合いの程度	$X_{1-8}$	質的・順序	毎日=4, 週2-3度=3, 月2-3度=2, 季節=1, 不明=0	○

表 5 ロジット分析による推定結果

質問番号	説明変数	係数	推定値	標準誤差	P値
—	定数項	$b_0$	1.99602	1.68108	0.2351
1-1	従業員(男性)の人数	$b_{1-1M}$	-0.02100	0.26530	0.9369
	従業員(女性)の人数	$b_{1-1F}$	0.07218	0.15485	0.6411
1-2	従業員の平均年齢	$b_{1-2}$	-0.05864	0.03847	0.1275
1-3	従業員の居住地	$b_{1-3}$	1.07342	0.89942	0.2327
1-6	店舗の経営形態	$b_{1-6I}$	2.51002	1.06371	0.0183
1-8	近隣店舗との付き合いの程度	$b_{1-8}$	0.14753	0.31430	0.6388

【備考】網掛け部分は比較的有意な係数を示している。

連性は極めて高いと評価されることから、 $X_{1-6C}$  を除外して説明変数の間の高い相関を解消する。<sup>39</sup> 以上を踏まえ、本研究のロジット分析の具体的な推定モデルは下記のように設定される。

$$\log\left(\frac{p}{1-p}\right) = b_0 + b_{1-1M}X_{1-1M} + b_{1-1F}X_{1-1F} + b_{1-2}X_{1-2} + b_{1-3}X_{1-3} + b_{1-6I}X_{1-6I} + b_{1-8}X_{1-8}$$

上記したように、本研究のロジット分析では説明変数は 1 個程度が妥当であると考えられることから推定結果の信頼性は損なわれており、それを踏まえて推定結果を評価する必要がある。<sup>40</sup>

### 4.3 推定結果

上記の推定モデルに基づき、統計解析ソフト「R」の glm 関数を使って推定すると次のよ

<sup>39</sup> 残された 71 店舗のうち「その他」と回答したのは 2 店舗のみで、残りの店舗は個人経営またはチェーン店であった。

<sup>40</sup> さらに説明変数を絞り込めば推定結果の信頼性は高まるが、他方で説明変数を少なくすると推定モデルで説明できる部分も少なくなってしまう。本研究では、推定モデルで説明できる部分を優先して説明変数を絞り込むこととした。なお、後述するように、AIC（赤池情報量規準）に基づいて説明変数を絞り込んでも AIC の値にそれほど変化はなかった。

うな結果が得られた(表5)。<sup>41</sup> 店舗の経営形態(個人経営=1, そうでない=0)のみが5%水準で有意(P値が0.05未満)となり, 店舗の経営形態は組合活動に「協力する/しない」の意思決定に影響を与えると評価される。<sup>42</sup> また, 従業員の平均年齢(年代)および居住地(商店街の周辺=1, その他=0)も比較的P値が小さいことから, これらも組合員の意思決定に影響を与えている可能性がある。他方で, 従業員の人数と近隣店舗との付き合いの程度についてはP値が高いため, 組合員の意思決定に影響を与えている可能性はほとんどないと評価される。<sup>43</sup>

組合員の意思決定に影響を与えている可能性は高いと考えられる要因について, その推定値を見ると, 店舗の経営形態についてはプラス(2.51002)であった。つまり, 個人経営の店舗の方がチェーン店より組合活動に協力してくれる可能性が高いと考えられる。さらに, 従業員の平均年齢についてはマイナス(-0.05864), 居住地についてはプラス(1.07342)であったことから, 従業員の平均年齢が低い店舗ほど, また従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗ほど, 組合活動に協力してくれる可能性があると考えられよう。

## 5 考察

### 5.1 イベント実施の検討段階で観察可能/不可能な店舗の属性

4章で記述したように, ロジット分析の推定結果より, 下記のことが考えられる:

- 4-1. 個人経営の店舗の方がチェーン店より組合活動に協力してくれる可能性が高い,
- 4-2. 従業員の平均年齢が低い店舗ほど組合活動に協力してくれる可能性がある,
- 4-3. 従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗ほど組合活動に協力してくれる可能性がある。

店舗の経営形態や従業員の平均年齢・居住地は, イベント実施の検討段階である程度観察可能な店舗の属性である。他方で, 3章で記述したように, 組合活動に協力した/しなかった理由より, 下記のことが推測される:

- 3-1. 商店街および地域への想いが組合活動の大きな原動力になっている(協力した理由として「商店街全体の活性化のため」「商店街を含む地域活性化のため」),

---

<sup>41</sup> 「family=binomial(link="logit")と設定して分析した。

<sup>42</sup> 「5%水準で有意と評価される」とは, 「その要因が意思決定に影響を与えると評価して, それが誤っている確率が5%未満と評価される」ことを意味する。一般的に5%水準で有意であれば, その要因が意思決定に影響を与えると認められる。

<sup>43</sup> step関数を使ってAICに基づいて説明変数を選択した結果, 店舗の経営形態と従業員の平均年齢・居住地が残ってAICの値は51.241となったが, 説明変数を選択する前(AICの値は56.768)と比べてそれほど変わらなかった。

表 6 協力に影響を与える店舗の属性と協力した／しなかった理由との間の関連性

店舗の属性		協力した／しなかった理由		指標		
設定(項目番号)	形式	設定(項目番号)	形式	係数	値	評価
店舗の経営形態(4-1)	質的・二値	協力した理由(3-1)	質的・二値	ユールの連関係数	0.21	関連性は認められるが、それほど高くない
店舗の経営形態(4-1)	質的・二値	協力した理由(3-2)	質的・二値	ユールの連関係数	0.09	関連性は認められない
従業員の居住地(4-3)	質的・二値	協力した理由(3-1)	質的・二値	ユールの連関係数	0.14	関連性はほとんど認められない
従業員の居住地(4-3)	質的・二値	協力した理由(3-2)	質的・二値	ユールの連関係数	0.45	関連性は強い
従業員の平均年齢(4-2)	量的・離散	協力しなかった理由(3-3)	質的・二値	クラメールの連関係数	0.50	関連性は強い

【備考】網掛け部分は関連性が強い関係を示している。

- 3-2. 自発的に組合活動に協力しないまでも、要請を受ければ引き受けるという協力的な組合員も多い（協力した理由として「組合から要請を受けたため」）
- 3-3. 組合活動に協力したい気持ちはあるが、店舗の経営状況などによって協力できない状況にある（協力しなかった理由として「協力したいが、する余裕がなかった」）。

組合活動に協力した／しなかった理由は、イベント実施の検討段階で観察不可能な店舗の属性である。

## 5.2 イベント実施に「協力した」組合員の意味決定の背景

イベント実施の検討段階である程度観察可能な店舗の属性と、観察不可能な協力した理由との間にはどのような関係が考えられるだろうか？図4にあるように、店舗の経営形態は商店街への愛着・親しみやソーシャル・キャピタルに影響を与え、それらが商店街および地域への想いや組合からの要請に応えようという気持ちに繋がり、組合活動に協力するという意思決定に繋がっているのではないだろうか？また、従業員の居住地についても商店街への愛着・親しみに影響を与え、それらが商店街および地域への想いや組合からの要請に応えようという気持ちに繋がり、組合活動に協力するという意思決定に繋がっているのではないだろうか？これらを明らかにするために、店舗の経営形態および従業員の居住地と協力した理由との関係性を評価すると次のようになった（表6）。店舗の経営形態は質的な二値変数（個人経営=1，そうでない=0）であり、組合活動に協力した理由として「商店街全体の活性化のため」「商店街を含む地域活性化のため」のいずれかどうかも質的な二値変数であることから、質問2-3で「協力したことがある」と回答した店舗に限定して両者の関連性を明らかにするためにユールの連関係数を計算すると絶対値は約0.21であった。また、質的な二値変数である「組合から要請を受けたため」かどうかとの関連性を明らかにするために、同じく質問2-3で「協力したことがある」と回答した店舗に限定してユールの連関係数を計算すると絶対値は約0.09であった。従って、4-1と3-1との間の関連性は認められるが、それほど高くなく、4-1と3-2との間の関連性は認められないと評価される。同様に、質的な二値変数である従業員の居住地（商店街の周辺=1，そうでない=0）と組合活動に協力した理由との関連性を明らかにするために、質問2-3で「協力したことがある」と回答した店舗に限定してユールの連関係数を計算すると、「商店街全体の活性化のため」「商店街を含む地域活性化のため」のいずれかどうかもとの間では絶対値は約0.14、

「組合から要請を受けたため」かどうかとのであった間では絶対値は約 0.45 であった。従って、4-3 と 3-1 との間の関連性はほとんど認められないが、4-3 と 3-2 との間の関連性は高いと評価される。以上を踏まえると、個人経営の店舗は組合活動に協力してくれる可能性が高いが、その背景には商店街・地域の活性化を望む商店街・地域への愛着があると考えられ、他方で従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗は協力してくれる見込みがあるが、その背景には商店街・地域への親しみがあがり、自発的に協力することはなくても要請されれば前向きに検討しようという想いがあると考えられる（図 13）。

これらを図 1 および図 2 のゲーム理論による記述に照らし合わせると次のようなことが言えよう。商店街・地域に愛着がある個人経営の店舗は、協力することへの心理的な便益が比較的大きく、それが決め手となって図 1 において「 $P_2^{1-2} \leq P_2^{1-3}$ 」が、図 2 において組合員 1 が「個人経営」とすると組合員 2 が協力する／しないに関係なく「 $P_1^{2-1} \leq P_1^{2-3}$ 」および「 $P_1^{2-2} \leq P_1^{2-4}$ 」が成立し、結果的に組合活動に協力したと推測される。つまり、個人経営の店舗にとって組合活動に協力することが支配戦略（他の組合員がどのような意思決定をしようとも自分にとって最も好ましい意思決定）になっていると推測される。また、商店街・地域に親しみがあがり、従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗は、協力することへの心理的な便益が比較的大きく、それが決め手となって“組合から要請を受けたことを前提として”図 1 において「 $P_2^{1-2} \leq P_2^{1-3}$ 」が、図 2 において組合員 1 が「従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる」とすると組合員 2 が協力する／しないに関係なく「 $P_1^{2-1} \leq P_1^{2-3}$ 」および「 $P_1^{2-2} \leq P_1^{2-4}$ 」が成立し、結果的に組合活動に協力したと推測される。<sup>44</sup> つまり、組合から要請を受けたことを前提として、従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗にとって組合活動に協力することが支配戦略になっていると推測される。

### 5.3 イベント実施に「協力しなかった」組合員の意思決定の背景

イベント実施の検討段階である程度観察可能な店舗の属性と、観察不可能な協力しなかった理由との間にはどのような関係が考えられるだろうか？図 4 にあるように、従業員の平均年齢が高くなるにつれて組合活動への協力のための余力が少なくなり、「協力したいが、する余裕がなかった」という状況に至ったのではないだろうか？従業員の平均年齢と「協力したいが、する余裕がなかった」という回答との間の関連性を明らかにするために、質問 2-3 で「協力したことはない」と回答した店舗に限定してクラメールの連関係数を計算すると約 0.50 となり、4-2 と 3-3 との間の関連性は高いと評価される（表 6）。<sup>45</sup> これを踏まえると、従業員の平均年齢が低い店舗は協力してくれる見込みがあるが、その背景には平均年齢

<sup>44</sup> 組合活動に協力した理由として「近所の組合員が協力しているため」と答えた回答者は 5.4%程度であるため、図 2 においてこのように推測した。

<sup>45</sup> 組合活動への協力のための余力に関係している可能性が考えられる質問項目として従業員の人数（質問 1-1）もある。これと「協力したいが、する余裕がなかった」という回答との間の関連性を明らかにするために、質問 2-3 で「協力したことはない」と回答した店舗に限定して、量的な連続変数である従業員の人数（男女合計）との関連性を表す相関比を計算すると約 0.21 であった。従って、従業員の人数と組合活動への協力のための余力との間の関連性は認められるが、それほど高くないと評価される。

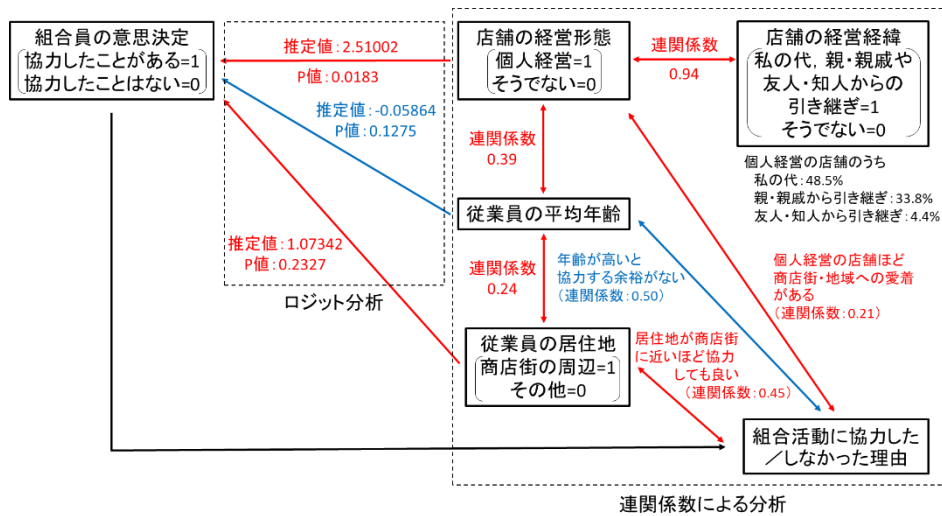


図 13 組合員の意思決定の要因

が高い店舗と比べて組合活動に協力する余力があると考えられる (図 13)。

これを図 1 および図 2 のゲーム理論による記述に照らし合わせると次のようなことが言えよう。従業員の平均年齢が高い店舗は、協力することへの身体的な負担が非常に大きく、それが決め手となって図 1 において「 $P_2^{1-2} > P_2^{1-3}$ 」が、図 2 において組合員 1 が「個人経営」とすると組合員 2 が協力する／しないに関係なく「 $P_1^{2-1} > P_1^{2-3}$ 」および「 $P_1^{2-2} > P_1^{2-4}$ 」が成立し、結果的に組合活動に協力しなかったと推測される。つまり、従業員の平均年齢が高い店舗にとって組合活動に協力しないことが支配戦略になっている (そうならざるを得なくなっている) と推測される。

上記したように、本研究の推定モデルでは一般的に設定される説明変数の個数が多いため、推定結果の信頼性は損なわれている。しかし、組合員の意思決定に影響を与えている可能性は高いと考えられる比較的有意な要因と協力した／しなかった理由とを照らし合わせると組合員の意思決定について妥当な説明が得られることから、推定結果は概ね支持されよう。

## 6 おわりに

### 6.1 本研究の概要

大型量販店やチェーン店の増加に加えてインターネット販売の拡大により、小規模小売事業者数は減少し続けている。こうした影響も受けて、全国的に商店街においても中小の個人店舗の減少が見られる。商店街は、商品の販売だけでなく日常の何気ないところで私たちの生活を支えてくれている個人店舗の力を高める場として、少子高齢化が進行している日本において重要な存在であると考えられよう。



商店街を維持し、さらに街全体を活気づける商店街の組合活動を活性化するためには、商店街に出店する店舗を誘致しつつ、①組合員を増やすことと、②組合員から協力を得ることが必要であると考えられる。そこで、本研究では②に焦点を当て、様々な組合活動が行われている天神橋三丁目商店街振興組合（大阪府）の組合員を対象に、組合員の組合活動に「協力する／しない」の意思決定に影響を与える要因をアンケート調査ならびに調査結果に基づくロジット分析を通して量的に考察することに取り組んだ。その結果、下記のことが明らかになった：

- (1) 個人経営の店舗は組合活動に協力してくれる可能性が高いが、その背景には商店街・地域の活性化を望む商店街・地域への愛着があると考えられる、
- (2) 従業員の平均年齢が低い店舗は協力してくれる見込みがあるが、その背景には平均年齢が高い店舗と比べて組合活動に協力する余力があると考えられる、
- (3) 従業員の多くが商店街の周辺に住んでいる店舗は協力してくれる見込みがあるが、その背景には商店街・地域への親しみが有り、自発的に協力することはなくても要請されれば前向きに検討しようという思いがあると考えられる。

これらを踏まえると、組合員から協力を得るためには、若手を中心に商店街・地域への愛着・親しみを感じさせるような活動が重要であると考えられる。<sup>46</sup> また、組合活動に「協力する／しない」の意思決定は、組合に「加入する／しない」の意思決定に「協力」という観点で通じる部分があると考えられることから、商店街に出店している組合未加入の店舗に対しても同じような活動が重要であると考えられよう。

## 6.2 本研究の成果の応用

本研究では、調査対象として天神橋三丁目商店街振興組合（大阪府）を取り上げた。天神橋三丁目商店街を含む天神橋筋商店街は「日本一長い商店街」として知名度も高く、日本でも有数の賑わいを見せている。その中であって、特に活発な組合活動が行われているのが天神橋三丁目商店街振興組合である。商店街・組合によってそれぞれで状況は異なるが、商店街における組合活動の成功例の1つである天神橋三丁目商店街振興組合の組合活動が組合員によってどのように支えられているのかを明らかにすることは、他の商店街での組合活動について考える上で大いに参考となろう。また、商店街の組合活動のような状況は他にも存在し、その代表例として地域の自治活動が挙げられる。少子高齢化が進行している状況においては地域の自治活動がますます重要となるが、現在の日本ではその担い手が少なくない。各人の状況を踏まえつつ、少しずつでも自発的に自治活動に協力してもらえるよ

---

<sup>46</sup> 例えば、商店街でのイベントや懇親会・勉強会への参加の呼びかけや若手による企画の実施などが考えられよう。調査対象である天神橋三丁目商店街振興組合でも1960年代に当時の若手商店主が集まり、商店街の将来について語り合ったり、様々な企画を実施したりして現在の賑わいの下地を作った。詳しくは天神橋三丁目商店街振興組合（2010）を参照されたい。

うな仕組みを考える上で本研究の成果は大いに参考となろう。

### 6.3 本研究の展望

本研究では、組合員の意思決定について、アンケート調査でより詳しく質問している。具体的には、組合活動の一環として行われるイベントごとに、「交通整理など人員面で協力したことがある」のか、「協賛金など金銭面で協力したことがある」のかを質問したり（質問 2-4）、人手が必要そうなイベントであるにもかかわらず金銭面でしか協力しなかった理由についても質問している（質問 2-8）。また、清水、中山（2015）が指摘しているイベント実施の効果についても質問している（質問 2-6, 2-7）。組合員の意思決定についてより詳しく考察することで、協力を得られやすいイベントのあり方も見えてこよう。他方で、伊佐（2013）らが指摘しているソーシャル・キャピタルを経由した影響については、近隣店舗との付き合いの程度を質問し、それをもって人間関係として考慮したに過ぎず、質問項目の設定としては不十分であると考えられる。同様に、チェーン店の状況を把握する質問項目も不十分であると考えられることから、調査票についても検討の余地があろう。これらの課題については今後の研究で取り組んでいきたい。

## 7 参考資料

### 7.1 参考文献

- Putnam, R. D. (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon and Schuster. (柴内康文 訳 (2006) 『孤独なボウリングー米国コミュニティの崩壊と再生ー』 柏書房)
- 跡田直澄, 福重元嗣 (2000) 「中高年のボランティア活動への参加行動ーアンケート調査個票に基づく要因分析ー」『季刊社会保障研究』 36 巻 2 号, 246-255 頁.
- 伊佐由記子 (2013) 「地域コミュニティとしての商店街ーソーシャル・キャピタルの視点からー」 東北大学大学院文学研究科博士論文.
- 石原武政 (2019) 「小売業の外部性と地域貢献」『マーケティングジャーナル』 38 巻 3 号, 6-16 頁.
- 伊藤雅一 (2017) 「商店街組合におけるコミュニティ形成機能の創出ー稲毛あかり祭夜灯を事例にー」『地域社会学会年報』 29 巻, 89-102 頁.
- 奥野信宏 (2008) 『公共経済学 第3版』 岩波書店.
- 奥山尚子 (2009) 「地域ボランティア活動の決定要因ーJGSS-2006 を用いた実証分析ー」『日本版総合的社会調査共同研究拠点研究論文集』 9 巻, 107-120 頁.
- 小谷良子, 中道實 (2004) 「地域社会活動団体における中枢活動層の地域感情と地域参画への主体要件」『コミュニティ政策』 2 巻, 149-172 頁.

- 小野晶子 (2006) 「有償ボランティアの働き方と意識—謝礼は活動継続につながるか」『労働政策研究報告書』60号 (NPO の有給職員とボランティア—その働き方と意識—), 103-141 頁.
- 木田恵理奈, 後藤春彦, 佐藤宏亮 (2011) 「商店街振興組合による祭礼運営を通じた地域コミュニティ形成に関する研究—高松市丸亀町商店街を事例として—」『都市計画論文集』46 卷 3 号, 481-486 頁.
- 北詰恵一, 近藤史弥 (2013) 「商店街における小イベントの役割と効果—天神橋筋三丁目商店街リサーチアトリエでの取組み—」『社会的信頼学』第 1 号, 53-63 頁.
- 坂本淳, 山岡俊一, 藤田素弘 (2013) 「地方鉄道の再生・活性化に向けた支援活動への住民の参加意向に関する調査分析」『都市計画論文集』48 卷 3 号, 183-188 頁.
- 瀧俊毅, 西崎勝彦, 西條辰義 (2011) 「住民を対象とした二酸化炭素排出権取引制度は実現可能か?—大阪府南千里丘地区の住民アンケートの結果を踏まえて—」『広島国際研究』17 卷 9 号, 55-65 頁.
- 宍戸邦章 (2009) 「中高年の地域ボランティア活動促進要因と地域生活満足度—JGSS-2006 に基づく分析—」『日本版総合的社会調査共同研究拠点研究論文集』8 卷, 41-65 頁.
- 清水裕子, 中山徹 (2014) 「継続的な商店街活性化イベントのありかたに関する研究—あるくみ奈良まちなかバルを事例として—」『日本建築学会技術報告集』20 卷 44 号, 285-290 頁.
- 清水裕子, 中山徹 (2015) 「商店街活性化イベントのインターナル・ブランディングに関する研究—あるくみ奈良まちなかバルを事例として (その 2) —」『日本建築学会技術報告集』21 卷 49 号, 1229-1234 頁.
- 新谷歩 (2015) 『今日から使える医療統計』医学書院.
- 新日本スーパーマーケット協会 編 (2018) 「2018 年版スーパーマーケット白書」  
<http://www.super.or.jp/wp-content/uploads/2018/02/hakusho2018-0304.pdf> (2020 年 4 月 23 日確認)
- 鈴木春菜, 藤井聡 (2008) 「地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究」『土木計画学研究・論文集』25 卷, 357-362 頁.
- 角谷嘉則 (2018) 「地域ニーズに応える商店街」石原武政, 渡辺達朗 編著『小売業起点のまちづくり』碩学舎, 140-156 頁.
- 谷内久美子, 猪井博登, 新田保次 (2009) 「個人と地域の特性から見た住民のバス事業への参加意識の要因分析」『都市計画論文集』44.3 卷, 499-504 頁.
- 谷内久美子, 新田保次, 角田直毅 (2010) 「郊外型新興住宅地におけるソーシャル・キャピタルとバス運営への参加意向との関連性分析」『交工論』30 卷, 405-406 頁.
- 中小企業庁 編 (2019a) 「2019 年版小規模企業白書—令和時代の小規模事業者の活躍に向けて—」  
[https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2019/PDF/shokibo/00sHakusho\\_zent](https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2019/PDF/shokibo/00sHakusho_zent)

- ai.pdf (2020年4月23日確認)
- 中小企業庁 編 (2019b) 「平成30年度商店街実態調査報告書」  
<https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2019/190426shoutengaiB.pdf> (2020年4月23日確認)
- 天神橋三丁目商店街振興組合 編 (2006) 『商店街の本—天神橋筋に生きる街あきんど—』東方出版.
- 天神橋三丁目商店街振興組合 編 (2010) 『天神橋筋繁昌商店街』東方出版.
- 長井健治, 紺野昭, 山崎寿一 (1990) 「商店主の属性と参加意欲との対応関係からみた商業活性化計画に関する事例研究—愛知県豊川市豊川地区商店街の場合—」(1990年度日本都市計画学会『学術研究論文集』)『都市計画論文集』25号, 751-756頁.
- 永富聡, 石田祐, 小藪明生, 稲葉陽二 (2011) 「地縁的な活動の参加促進要因—個票データを用いた定量分析—」『ノンプロフィット・レビュー』11巻1号, 11-20頁.
- 新島裕基 (2015) 「地域内連携に基づく商店街活動の実態とその効果—地域商店街活性化法の認定事例を対象として—」『専修大学商学研究報』47巻3号, 1-39頁.
- 長聡子, 樋口秀 (2016) 「「ながおかバル街」によるまちの賑わい創出—来店機会創出イベントの効果と課題—」『日本建築学会計画系論文集』81巻723号, 1145-1152頁.
- 畢滔滔 (2006) 「商店街組織におけるインフォーマルな調整メカニズムと組織活動—千葉市中心市街地商店街の比較分析—」『流通研究』9巻1号, 87-107頁.
- 福島忍 (2012) 「単身高齢者の地域活動・ボランティア活動への参加の促進に関する研究—都営住宅に居住する単身高齢者への調査を通して—」『目白大学総合科学研究』8号, 41-50頁.
- 福島忍 (2019) 「社会貢献活動への意向がある高齢者の特性—分譲マンションと都営住宅の居住者の比較を通して—」『目白大学総合科学研究』15号, 91-100頁.
- 牧厚志, 宮内環, 浪花貞夫, 縄田和満 (1997) 『応用計量経済学 II』(数量経済分析シリーズ第3巻) 多賀出版.
- マダラ G. S. (和合肇 訳著) (1996) 『計量経済分析の方法』シーエーピー出版.
- 松本渉 (2015) 「ボランティア活動に対する参加態度と社会観の関係性」『統計数理』63巻2号, 243-260頁.
- 三輪哲 (2006) 「カテゴリーに分けられた社会事象の原因を調べ予測する: プロビット, ロジット分析」与謝野有紀, 栗田宣義, 高田洋, 間淵領吾, 安田雪 編著『社会の見方, 測り方—計量社会学への招待—』勁草書房, 113-120頁.
- 武藤滋夫 (2001) 『ゲーム理論入門』日本経済新聞出版社.
- 森保文, 森賢三, 犬塚裕雅, 前田恭伸, 浅野敏久, 杉浦正吾 (2010) 「参加したいボランティア活動の種類と動機の関係」『ノンプロフィット・レビュー』10巻1号, 1-11頁.
- 矢澤知英, 後藤春彦 (2001) 「大学まちにおける商店街活性化事業の課題に関する研究—東京都新宿区西早稲田大隈通り商店会を事例として—」『都市計画論文集』36巻, 697-702





2-6. 上記2-5で選択した理由について、その目的は達成されたと思いますか？

- 達成されたと思う (2-8の質問に該当する方は、それに答えてから3の質問へ)
- 達成されたと思わない (2-7に加えて2-8の質問に該当する方は、2-8にも答えてから3の質問へ)

2-7. 上記2-6で「達成されたと思わない」と答えた方にお聞きします。達成されなかった理由はどこにあると思いますか？ (自由記述)

[ ]

2-8. 上記2-4で(b)に①～⑤を記入した方にお聞きします。これらのイベントでは、交通整理など人員面で協力することも可能ですが、それをせずに金銭面でのみ協力した理由は何でしょうか？ (自由記述)

[ ]

2-9. 上記2-3で「協力したことはない」と答えた方にお聞きします。なぜ協力しなかったのですか？

- 協力したいが、する余裕がなかった
- そのイベントにメリットを感じなかった
- そこまでするほど商店街に思い入れがない

次ページの3の質問へ

3. 天神橋三丁目商店街の組合活動の今後についてお聞きします。

3-1. これまでのようなイベントは継続した方が良いと思いますか？

- 継続した方が良い (3-4の質問へ)
- 継続しない方が良い (3-2・3-4の質問へ)
- 継続した方が良いものもあれば、そうでないものもある (3-3・3-4の質問へ)

3-2. 上記3-1で「継続しない方が良い」と答えた方にお聞きします。なぜそのように思いますか？ (自由記述)

[ ]

3-3. 上記3-1で「継続した方が良いものもあれば、そうでないものもある」と答えた方にお聞きします。どのイベントについて、どのような理由でそう思いますか？  
(自由記述)

[ ]

3-4. 最後に、組合活動に何かご意見がありましたらお聞かせください。(自由記述)

[ ]

ご協力ありがとうございました。