

Title	高齢化社会における持続可能な地方地域のためのサービスシステムの研究
Author(s)	Ho, Bach Quang
Citation	
Issue Date	2017-03
Type	Thesis or Dissertation
Text version	ETD
URL	http://hdl.handle.net/10119/14237
Rights	
Description	Supervisor:白肌 邦生, 知識科学研究科, 博士

博 士 論 文

高齢化社会における持続可能な地方地域のための
サービスシステムの研究

Ho Quang Bach

主指導教員 白肌 邦生

北陸先端科学技術大学院大学

知識科学研究科

2017年3月

Abstract

Elderly people should be transformed from recipient, who only consumes resources, to generic actor, who participates in exchange and integrates resources with others, for sustainable development of community in aging society. The purpose of this paper is to propose a service system theory to transform the elderly from recipient to generic actor. The research target of this paper is support services for buying behavior of the elderly. Elderly's exchange was analyzed from perspectives of individual behavior, economic exchange, social exchange, and platform management. Community was assumed as a service ecosystem to identify how the change of cost and reward of exchange affects the transformation of the elderly.

Triangulation method by qualitative research and quantitative research was conducted to identify the reason why elderly people don't participate in exchange in study 1. At first, the data of 136 respondents of the elderly live in Nomi city was collected by interview survey. The interview data was analyzed based on the grounded theory approach. The result shows that elderly people of Nomi decline a motivation to participate in economic exchange such as buying behavior by 3 barriers: Lifestyle barrier, Capability barrier, and Psychology barrier. Lifestyle barrier is the elderly's fear that they have to change their lifestyle to participate in exchange. Capability barrier is the elderly's fear of difficulty to complete activities of exchange well by themselves. Psychology barrier is the elderly's fear that they have to exchange with untrusted people. Next, the questionnaire data of 7,531 respondents which collected by Nomi council was analyzed to justify 3 barriers also decline a motivation to participate in social exchange. Then, literature survey was conducted to justify that Japanese elderly people have a tendency to decline a motivation to participate in exchange by 3 barriers.

Case study was conducted to identify what kind of service promotes elderly people to participate in exchange in study 2. The analysis results show that value co-creation was promoted by 3 platform functions: Reconstructing marketing relationships, Assembling community resources, and Creating social exchange opportunities. The service has these platform functions is called Service as Platform for Economic exchange and Social exchange (SPES) and SPES providers are called mediator. Furthermore, the value which co-created in SPES was identified from the field notes of participant observation. The elderly gain functional value by receiving core services to be satisfied fundamental living needs. The elderly gain social relationship value by maturing human relationship through exchanges with others to enhance the social capital. The elderly gain emotional value by getting positive emotion from empathy and trust for exchange partner.

Then, this paper proposed The Elderly Transformation Model which shows the transform

process of elderly people from recipient to generic actor by integrating the results of study 1 and study 2. The elderly who only consume resources as recipient in exchange will decrease lifestyle barrier by receiving instrumental support from mediator and they enhance their self-efficacy by gaining functional value. After enhance self-efficacy, the elderly will transform from recipient to quasi actor who deliver resources in exchange. Quasi actor will decrease capability barrier by receiving companionship from mediator and they enhance social interest by gaining social relationship value. The elderly who enhance self-efficacy and social interest will transform from quasi actor to generic actor. Generic actor will decrease psychology barrier by receiving emotional support from mediator and promote participation in value co-creation of emotional value. The norm of services is transformed from contractual norm to altruistic norm and prosocial behavior of actors is promoted by the elderly's transformation process.

Finally, interview survey and questionnaire survey were conducted as study 3 to justify The Elderly Transformation Model of SPES. The interview data shows that the elderly who participate in support services gain 3 value from SPES. The factor analysis result of 198 respondents' questionnaire data also shows that elderly people gain 3 value from SPES. The result of structural equation modeling describes that emotional value has strong positive effect to promote participation in exchange and social relationship value has weak positive effect to promote participation in exchange. This result supports The Elderly Transformation Model.

Keywords

Aging society, Community, Well-Being, Service, Exchange

要 旨

高齢化社会において持続可能な地方地域を形成するには、高齢者が交換から生み出された財を消費するだけでなく、自ら交換に参加し、資源統合を行なって他の住民との相互的な価値を共創する必要がある。本論文は、自力での購買行動が困難となった高齢者を支援するサービスの事例を対象とし、持続可能な地方地域の形成のために資源消費するだけの受容者から資源統合に参加する一般行為者へと高齢者を変革するためのサービスシステム理論を構築することを研究目的とする。研究目的を達成するために、地域をサービスエコシステムと捉え、個人行動志向性、経済的交換、社会的交換、プラットフォーム論の観点から、高齢者が交換に支払うコストと交換から得られる報酬について分析し、コストと報酬が変化することによって高齢者が変革するプロセスを明らかにした。

研究 1 として定性的研究と定量的研究による混合手法を用いて、高齢者が交換に参加しない理由を明らかにした。定性的研究として聞き取り調査から石川県能美市在住の高齢者 136 人の回答を収集し、グラウンデッド・セオリー・アプローチに基づく分析を行なった。分析の結果から、能美市の高齢者がライフスタイル障壁、ケイパビリティ障壁、心理的障壁の 3 つの参加障壁によって、高齢者が購買行動という経済的交換への参加意欲を減退させることを明らかにした。ライフスタイル障壁とは、交換に参加するために生活環境を変更する必要があると高齢者が認知することで生じる参加障壁である。ケイパビリティ障壁とは、交換で求められる行動を達成することが困難であると高齢者が認知することで生じる参加障壁である。心理的障壁とは、信頼関係を構築できていない相手との交換に意義を見出せないと高齢者が認知することで生じる参加障壁である。次に、定量的研究として能美市の行政調査による 7,531 人の回答データを用いて、3 つの参加障壁が社会活動という社会的交換に対しても参加を阻害する障壁となっていることを明らかにした。最後に、文献調査から、3 つの参加障壁が高齢者の交換への参加意欲を減退させることが全国的な傾向にあることを示した。

研究 2 として、交換への参加を促進するサービスについて分析するために、購買行動の支援活動を対象に事例分析を実施した。支援活動のプラットフォーム要素に対する分析から、市場関係の再構築、地域資源の集約、社会的交換の機会創出という 3 つのプラットフォーム要素がサービスの価値共創を促進することを明らかにした。本論文では、この 3 つのプラットフォーム要素を持つ交換のプラットフォームとしてのサービスを SPES (Service as Platform for Economic exchange and Social exchange) と呼び、SPES の提供者を仲介者と呼ぶ。次に、参与観察のフィールドノートを分析し、機能的価値、社会的価値、情緒的価値の 3 つ価値が高齢者の交換への参加を促進す

ることを明らかにした。機能的価値とは、基本的な生活を快適に過ごすための交換から得られる基礎的な価値である。社会関係価値とは、サービスにおける交換を何回も繰り返すことを通じて新たな人間関係を構築し、社会関係資本を獲得・創造することによる価値である。情緒的価値とは、心理的距離感を縮めて共感や信頼を得ることによって、交換の相手とポジティブな感情になることによる価値である。

そして、研究1と研究2の研究結果を統合して、交換に対する参加障壁と交換から得られる価値の関係性を考察することで、高齢者が受容者から一般行為者へと変革するプロセスを示した高齢者変革モデルを構築した。資源消費するだけの受容者の状態にある高齢者が仲介者からの手段的支援を受けることによってライフスタイル障壁を低減し、機能的価値を得ることで自己効力感を高める。自己効力感を高めた高齢者は、準行為者という状態へと変革し、交換に参加して資源伝達をするようになる。準行為者が仲介者からの関係構築という社会的支援を受けることによってケイパビリティ障壁を低減し、社会関係価値を得ることで共同体感覚を高める。自己効力感と共同体感覚を高めた準行為者は、交換で他者のために資源統合する一般行為者へと変革する。一般行為者は仲介者から感情的支援を受けることにより、心理的障壁を低減させて、情緒的価値を共創する。一般行為者へと変革するプロセスを通じて、高齢者は他の住民との交換において、貨幣と財の経済的交換による契約的規範から、他者と自己の便益を同化させた社会的交換による利他的規範に基づいて向社会的行動を促進して、提供者や仲介者のようにサービスに参加するようになる。

最後に、研究3としてSPESで得られる価値および高齢者変革モデルの妥当性について検証するために、聞き取り調査および質問紙調査を実施した。支援活動に参加する高齢者に対する聞き取り調査から、彼らが3つの価値を獲得していることを明らかにした。質問紙調査では、高齢者198人から得られた回答データを用いて因子分析を行ない、高齢者がSPESで3つの価値を獲得することを同定した。そして、共分散構造分析から、情緒的価値が交換への参加に強い正の影響、社会関係価値が交換への参加に弱い正の影響を与えることを同定し、高齢者変革モデルの妥当性を示した。

キーワード

高齢化社会、地方地域、豊かさ、サービス、交換

目次

第 1 章 序論	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的と課題設定	4
1.3 研究方法	5
1.4 論文構成	7
第 2 章 先行研究レビュー	9
2.1 個人行動志向性に関する先行研究	9
2.1.1 ケイパビリティアプローチ	9
2.1.2 向社会的行動	10
2.2 経済的交換に関する先行研究	11
2.2.1 サービス・ドミナント・ロジック	11
2.2.2 サービス関係論	13
2.3 社会的交換に関する先行研究	15
2.3.1 個人主義的志向の社会的交換理論	15
2.3.2 全体主義的志向の社会的交換理論	16
2.4 プラットフォーム論	16
2.4.1 企業戦略におけるプラットフォーム論	16
2.4.2 交換促進基盤としてのプラットフォーム論	17
2.5 第2章のまとめ	19

第 3 章	研究 1 : 高齢者の交換に対する参加障壁の分析	21
3.1	研究目的	21
3.2	研究方法	22
3.2.1	定性的研究の方法	22
3.2.2	定量的研究の方法	24
3.3	参加障壁の同定	25
3.3.1	定性的データの分析手順	25
3.3.2	定性的データの分析結果	27
3.4	妥当性の検証	35
3.4.2	定量的データの分析結果	39
3.4.3	文献調査による研究結果の一般化	42
3.5	第 3 章のまとめ	45
第 4 章	研究 2 : 高齢者の交換への参加を促進するサービスの分析	47
4.1	研究目的および方法	47
4.2	研究対象	49
4.2.1	事例選定の背景	49
4.2.2	能美市商工女性まちづくり研究会の沿革	49
4.2.3	プラットフォームとしてのサービス : SPES	51
4.3	参与観察の分析結果	56
4.3.1	分析の手順	56
4.3.2	SPES で得られる価値の類型化	56
4.4	第 4 章のまとめ	62

第 5 章	SPES による高齢者変革モデル.....	63
5.1	初期：受容者としての交換と価値共創.....	64
5.2	移行期：準行為者としての交換と価値共創.....	65
5.3	変革期：一般行為者としての交換と価値共創.....	66
5.4	高齢者変革モデルの構築.....	68
5.5	第5章のまとめ.....	70
第 6 章	総合考察.....	71
6.1	研究結果の妥当性検証.....	71
6.1.1	研究方法.....	71
6.1.2	聞き取り調査による研究結果の妥当性検証.....	74
6.1.3	質問紙調査による研究結果の妥当性検証.....	78
6.2	応用可能性および限界.....	82
6.2.1	研究結果の展開.....	82
6.2.2	研究結果の応用可能性.....	84
6.2.3	高齢者変革モデルの限界.....	85
6.3	新規性および有用性.....	87
6.3.1	学術的な先行研究との比較.....	87
6.3.2	実務的な先行研究との比較.....	89
6.4	第6章のまとめ.....	91

第 7 章 結論	93
7.1 研究課題への回答	93
7.2 理論的含意	96
7.3 実務的含意	99
7.4 今後の課題	102
参 考 文 献	105
研 究 業 績	115
謝 辞	118
付録	120

目 次

図 1-1	本論文の研究手順.....	6
図 2-1	S-D LOGIC と G-D LOGIC の違い.....	12
図 2-2	設計のためのプラットフォーム要素.....	18
図 3-1	本研究における混合手法の手順.....	21
図 3-2	本研究における GTA の手順.....	25
図 3-3	GTA を支援する MAXQDA の画面.....	26
図 3-4	相互決定主義と 3 つの参加障壁.....	30
図 3-5	本研究で定量的分析に用いる質問項目.....	36
図 3-6	データ例に基づく決定木の結果.....	39
図 3-7	決定木の分析結果.....	40
図 3-8	3 つの参加障壁を除いた決定木の分析結果.....	40
図 3-9	中高齢者が社会活動に参加しない理由.....	43
図 3-10	高齢者が生涯学習に参加しない理由.....	44
図 3-11	社会活動に対する不参加理由.....	45
図 4-1	車椅子の常連利用者（#4）.....	47
図 4-2	雪の日の販売の様子（#7）.....	48
図 4-3	報告会での寸劇.....	53
図 4-4	研究会の移動販売車.....	54
図 4-5	フィールドノートの分析手順.....	56
図 5-1	高齢者変革モデルに対する考察の視点.....	63
図 5-2	受容者の交換と価値共創.....	64
図 5-3	準行為者の交換と価値共創.....	65
図 5-4	一般行為者の交換と価値共創.....	67
図 5-5	SPES による高齢者変革モデル.....	68
図 6-1	価値獲得と交換への参加に関する仮説モデル.....	81
図 6-2	SPES フロー：認定 NPO 法人えんがわの事例.....	83
図 7-1	持続可能な地方地域のためのサービスシステム理論の構造.....	96
図 7-2	持続可能な地方地域のためのサービスシステム理論の構成要素.....	98
図 7-3	SPES のデザインフレームワーク.....	101
図 7-4	TSR におけるグランド・セオリー構築のための本論文の研究進捗整理.....	103

表 目 次

表 3-1	研究1の聞き取り調査の質問内容.....	23
表 3-2	購買行動に対する参加障壁.....	29
表 3-3	ライフスタイル障壁に関するデータ例	31
表 3-4	ケイパビリティ障壁に関するデータ例	33
表 3-5	心理的障壁に関するデータ例.....	35
表 3-6	回答者のデータ例.....	37
表 3-7	変換後の回答者のデータ例.....	38
表 3-8	社会活動への不参加理由の順位表.....	41
表 4-1	参与観察の概要.....	48
表 4-2	商工女性まちづくり研究会の活動.....	51
表 4-3	価値共創を促進するプラットフォーム要素	55
表 4-4	高齢者がサービスから得られる価値	57
表 4-5	機能的価値のデータ内容	57
表 4-6	社会関係価値のデータ内容.....	59
表 4-7	情緒的価値のデータ内容	60
表 6-1	研究3の聞き取り調査の質問内容.....	71
表 6-2	若々しさ指標の質問内容	73
表 6-3	若々しさ指標に関する因子分析の結果	79
表 6-4	サービス利用に関する効果測定結果.....	80
表 6-5	共分散構造分析の結果.....	82
表 7-1	高齢者の交換への参加に対する3つの参加障壁.....	94
表 7-2	高齢者の交換への参加を促進する3つの価値.....	94
表 7-3	SPESにおけるプラットフォーム要素	95
表 7-4	地域のステークホルダーに期待される役割	100

付 録 目 次

付録 1	能美市 高齢者の日常生活に関する調査	120
付録 2	フィールドノートのフォーマット	136
付録 3	研究 3 の聞き取り調査データの抄録 1 (A さん)	138
付録 4	研究 3 の聞き取り調査データの抄録 2 (B さん)	145
付録 5	高齢者の日常の購買行動に関する質問紙調査	151

第 1 章

序論

1.1 研究背景

人類は古来より集団生活を営んできた。それは人間の交換性向によるもので、交換をすることによって人類は繁栄してきた。Adam Smith は『国富論』(Smith, 1791) の中で、人間には固有の性質として他者と資源を交換するという性向があることを説いた。交換性向を持つがゆえに分業が発生し、集団生活の社会や経済といったシステムが発展した。分業で個人が特定の専門に集中することによって、生産効率が高まる。その結果、交換の範囲である市場が拡張することで、集団生活の豊かさが増すのである。

交換は特に集団生活における経済システムを発展させることで科学技術の進歩をもたらし、経済的に豊かになった先進国を中心に教育水準や医療水準を向上させた。その結果として、現代では高齢化社会という新たな社会状況が生み出されるようになった。高齢化社会とは、つまり、教育水準の向上がもたらす出生率の低下と医療水準の向上がもたらす平均寿命の上昇によって、高齢者の割合が増加する社会のことである。出生率の低下によって国全体の人口が減少傾向に向かう状況下では、若年層が経済的豊かさを求めて都市に移住するようになるため、地方では過疎化と高齢化が深刻な問題となっている (e.g. 増田, 2014; 国土交通省, 2016)。

世界の中でも高齢化率が際立って高い日本は、総人口に占める 65 歳以上人口の割合を表す高齢化率が 2016 年に 27% を超え (総務省, 2016)、社会保障費の増加 (総務省, 2013) と介護人材不足の深刻化 (厚生労働省, 2015) が指摘されている。こうした指摘から明らかになるのは、経済システムの観点から見ると、高齢者は交換の循環から取り残されているということである。高齢者自身を含め多くの人々が、高齢者は社会の経済発展のための交換の担い手ではなく、交換から生み出された財 (物やサービス) を消費するだけの存在であると捉えてしまっている。しかしながら、経済システムは集団生活の一部に過ぎず、本質的な豊かさに必ずしも結び付いていない。特に地方地域という単位の集団生活

において、減少する労働人口層のみによる交換だけで豊かさを追求することは困難であり、増加する高齢者層も交換に参加し、集団生活の豊かさのために価値創造を行なうことが不可欠である。

内閣府による『高齢社会対策大綱』（内閣府，2012）では高齢化社会への基本的考え方として、(1)「高齢者」の捉え方の意識改革、(2) 老後の安心を確保するための社会保障制度の確立、(3) 高齢者の意欲と能力の活用、(4) 地域力の強化と安定的な地域社会の実現、(5) 安全・安心な生活環境の実現、(6) 若年期からの「人生 90 年時代」への備えと世代循環の実現の 6 つを挙げている。(6) で指摘されるように、高齢化社会において解決すべき課題を抱えているのは高齢者層に限らないが、(1) ~ (5) から示されるように、高齢者の能力を地域という集団生活の中で適用させる、すなわち、交換への参加を促進させることが高齢化社会において最重要課題であるといえる。その後、年齢による区分を超えた包括的な住民の能力適用が議論されるべきである。

高齢化社会に向けて発表された『新しい公共宣言』（内閣府，2010）で取り上げられた徳島県上勝町の株式会社いろどりの事例では、高齢者の経済的交換への参加を促進するビジネスモデルを構築することにより、高齢者は経済的豊かさと健康を手に入れ、地域にも税収の増加と医療費の減少がもたらされた（後藤，2010）。こうした社会的事業に対して、これまで経営学の観点から組織経営やリーダーシップに関する考察が多く為されてきた。遠藤（2011）は社会的事業を地域課題解決型と地域資源活用型に分類し、情報の開示と人を結び付ける場の設計の重要性を指摘した。田井・松永（2009）は株式会社いろどりにおけるイノベーション普及プロセスを分析し、代表の横石氏のリーダーシップの影響について考察した。萩原（2014）は地域資源を活用するためのネットワーク構造について考察し、関係性の強さで表される 3 層構造ヒューマンネットワークを構築することが社会的事業を推進すると主張した。一方で世界に目を向ければ、世界保健機関（WHO）が提出した『アクティブエイジング：その政策的枠組み』（WHO，2002）に代表されるように、社会活動のような社会的交換への参加が与える高齢者の健康や生活維持への好影響を実証することが、多くの研究者の間で関心を集めてきた（e.g. Cornwell and Waite, 2009; McAuley et al., 2000; Menec, 2003; Saczynski et al., 2006; Zunzunegui et al., 2003）。

しかし、これまでの高齢者の経済的交換や社会的交換への参加促進に関する先行研究は、交換を管理する組織の継続性や経営の効率性追求の議論または交換の個人に対する成果の議論が主であり、集団生活のための価値創造の観点から、高齢者が資源を消費するだけの存在から価値創造も行なう存在へと変革するプロセスについて分析した研究は十分でない。さらに、高齢化社会において持続可能な地方地域を形成するには、交換の成果として個人の便益の向上だけ

でなく、同時に集団生活に対する便益を生み出す視点も求められる。したがって、限られた資源しか持たない地方地域の持続可能性を高めるには高齢者の交換への参加を促進することを通じて地域のための価値創造を行なうことが重要である。そのためには、高齢者の交換への参加を促進する基盤となるプラットフォームを構築することが必要である。

本論文では、高齢者の交換への参加を促進するためのプラットフォームとして、「交換の基盤 (the fundamental basis of exchange)」(Vargo and Lusch, 2008a, p. 6) とされるサービスに着目する。Vargo and Lusch は Smith の時代から続いてきたモノや貨幣が経済的交換の中心であるとするグズ・ドミナント・ロジック (G-D Logic または GDL) を現代の潮流に則して捉え直し、交換を捉える際の思考の前提となる支配的論理 (Dominant Logic) として、サービス・ドミナント・ロジック (S-D Logic または SDL) を提唱した (Vargo and Lusch, 2004; 2008b)。

S-D Logic の中核を成すのは価値創造を捉え直した価値共創の概念である。S-D Logic では他者や自分のために専門的な能力を特定の文脈に適用することをサービスと呼ぶ。そして、価値はサービスの交換 (すなわち、能力の適用) プロセスを通じて交換相手に提案され、各々が主観的に知覚する使用価値が共創される。使用価値は常に 2 者以上の交換に参加している行為者 (以下、アクターと呼ぶ) によるサービス交換に基づいて創造 (知覚) されるため、これを価値共創と呼ぶ。つまり、豊かさは資源 (あるいは能力) 保有の多寡によって決定されるというより、むしろ、資源 (あるいは能力) をどのように適用するのかによって知覚される。この視点が、資源の限られた地方地域という集団生活の豊かさを向上させる上で重要となる。

さらに、地方地域の持続可能性を高めるには、限られた資源を有効活用するためのシステムによる分析視点も必要である。Vargo and Lusch (2016) が提案するサービスエコシステムは、地域における価値共創を考察する上で重要な概念である。サービスエコシステムは、「サービスを基盤とした交換による相互的な価値創造および制度の共有で結び付けられた資源統合者によって構成される、相対的に自己完結的で自己調整的なシステム」(Lusch and Vargo, 2014, p. 161) と定義される。本論文では、高齢化社会における持続可能な地方地域の形成について考察するために地域を「住民の Well-Being という価値を共創するためのサービスエコシステム」と捉える。Well-Being とは人間の幸福や生活の豊かさを表す言葉であり、地域とは住民の幸福や地域における生活の豊かさを共創するための交換の制度を共有している資源統合者によって構成されたシステムである。住民の中には、集団の Well-Being のために交換に参加する資源統合者もいれば、統合された資源を消費するだけの受容者もいる。地域の持続可能性を高めるとは、サービスエコシステムとしての機能を強化することを指す。そのためには、

受容者や提供者といった伝統的な区分にとらわれない「一般行為者 (generic actor)」(Vargo and Lusch, 2016, p. 7) として住民を捉え、交換において集団の価値のために資源統合をする住民を増加させなければならない。したがって、自身を資源消費するだけの受容者であると捉えている高齢者が増加する高齢化社会の地方地域において地域の持続可能性を高めるには、高齢者を一般行為者(資源統合者)へと変革させるプラットフォームとしてのサービスについて研究する必要がある。

価値共創への視点の転換によって、受容者が財を購入するだけの存在から、価値を共創する一般行為者であるとする発想の転換が盛んになった(石川, 2011)。この点においても、S-D Logic は経済的交換に留まらず、社会的交換を理解するための分析視点として機能できる可能性がある。しかしながら、これまでは経済的交換のみを分析する研究が中心であり、経済的交換と社会的交換の両方を含んだ集団生活における交換を解明する研究はまだ十分でない。そこで本論文は S-D Logic と社会的交換を理解するための理論である社会的交換理論を統合することによって、高齢化社会において持続可能な地方地域を形成するためのサービスシステム理論の構築を目指す。

1.2 研究目的と課題設定

サービス研究は、2010 年以降から顧客満足や経済的価値だけでなく、Well-Being を高めるサービスに関する研究も増加し、それらの研究は Transformative Service Research (TSR) と総称されている (Anderson et al., 2013)。TSR の対象とする課題は個人の生活の質から社会や環境の持続可能性と多岐に亘り (Ostrom et al., 2010)、失われたサービス関係に対するアクセス能力の回復にも関心が集まっている (白肌・フィスク, 2013)。本論文も、サービス関係に対するアクセス能力を回復させるための支援活動を対象に、高齢者を一般行為者へと変革するサービスについて研究する。

具体的には、購買行動の支援活動を研究対象とする。高齢化社会が引き起こす諸問題の中でも、買物弱者の増加が深刻化している。2014 年の調査で、買物弱者の数は全国で 700 万人にのぼると推計された (経済産業省, 2015)。内閣府の高齢社会対策に関する調査では、平成 12 年度の第 5 回調査から平成 27 年度の第 8 回調査に至るまで、4 回の調査全てにおいて高齢者が地域に感じる問題点の第 1 位は「日常の買物に不便である」であった (内閣府, 2015)。また、農林水産省の調査に回答した全国の 959 市町村の内、81%の市町村がこの課題に対する対策が必要であると答えた (農林水産省, 2016)。

この社会課題に対して、自治体や事業者が購買行動の支援活動を提供するようになっている（農林水産省，2011）。だが、これらの支援活動は高齢者を支援対象としか捉えておらず、高齢者を変革させることに関心が払われてこなかった。そこで、本論文は高齢者の購買行動に対する支援と高齢者の交換への参加促進の両方を目的とした住民が主体となって提供する支援活動を研究対象とする。この支援活動は、高齢者の食料品店舗とのサービス関係に対するアクセス能力を回復させるものであり、購買行動という典型的な経済的交換を通じて、住民間の交流による社会的交換も促進されることによって高齢者の変革を目指している。本論文は、こうした購買行動の支援活動を研究対象とすることで、持続可能な地方地域の形成に必要な集団生活のための価値創造をする交換への高齢者の参加を促進するサービスシステム理論を構築することを研究目的とする。研究目的を達成するために、社会的交換理論に基づいて Why、What、How に関連する以下の3つの研究課題を設定する。

研究課題 1：なぜ高齢者は交換に参加しないのか

研究課題 2：高齢者の交換への参加を促進する価値は何か

研究課題 3：どのように高齢者は一般行為者へと変革するのか

Homans (1958) によれば、交換とは何かを差し出して何かを得ることである。すなわち、人間は交換において報酬を得るためにコストを支払う。本論文では交換に支払うコストを交換に対する参加障壁、交換から得られる報酬をサービスで共創される価値と解釈した。その上で、コストに関連して研究課題 1「なぜ高齢者は交換に参加しないのか」、報酬に関連して研究課題 2「高齢者の交換への参加を促進する価値は何か」を設定する。さらに、報酬とコストがどのように関係し合って高齢者の変革を促進するのかを明らかにする必要があるため、研究課題 3「どのように高齢者は一般行為者へと変革するのか」を設定する。3つの研究課題に対する回答し、持続可能な地方地域の形成のためのサービスシステム理論を構築することにより、研究目的を達成する。

1.3 研究方法

本論文の研究方法は、定性的研究と定量的研究を組み合わせた順次的手順による混合手法（Creswell, 2002）である。定性的研究と定量的研究の混合手法を用いることにより、特定の研究手法のみを用いる場合に起こるバイアスを低減することができる。具体的な手順を図 1-1 に示す。本論文の順次的手順による混

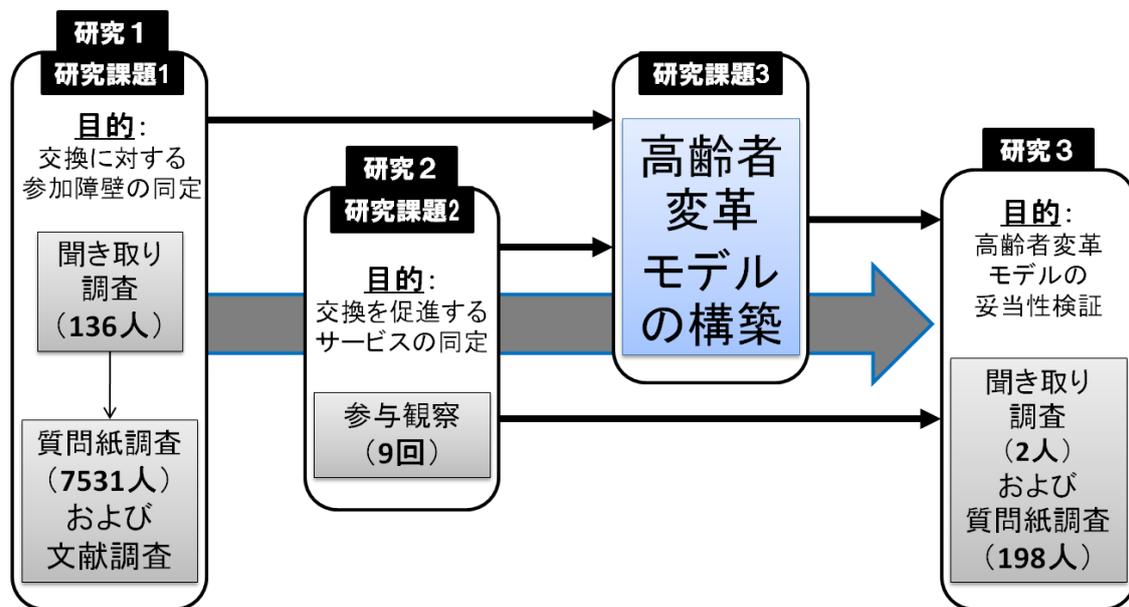


図 1-1 本論文の研究手順

合手法は、仮説生成のための定性的研究から、仮説の妥当性を検証するための定量的研究という循環を、研究 1 内で 1 回、研究 2 から研究 3 で 1 回の合計 2 回繰り返す。

研究 1 として、研究課題 1「なぜ高齢者は交換に参加しないのか」に対する回答を得るために、聞き取り調査、質問紙調査および文献調査を実施して、高齢者の交換に対する参加障壁を同定する。聞き取り調査で得られた 136 人の定性的データは、グラウンデッド・セオリー・アプローチ (GTA) に基づいて分析する (木下, 1999; 2003)。GTA は、定性的研究であっても可能な限りデータに基づいた理論の構築ができるようにする研究手法として提唱された (Corbin and Strauss, 1990; Glaser and Strauss, 1967; Strauss and Corbin, 1990)。聞き取り調査の分析結果で導いた仮説の妥当性を検証するために、行政が実施した質問紙調査の定量的データを用いて分析を行なう。具体的には、能美市高齢者支援センターと能美市健康福祉部介護長寿課が市内に住む高齢者の生活の実態を把握するために実施した「能美市 高齢者の日常生活に関する調査」(付録 1) のデータを使用する。分析手法には主要なデータマイニング手法であるアソシエーション分析および決定木を用いる。アソシエーション分析は頻繁に回答として出現するアイテム (質問の回答) 間の共起性を見つけ出すための手法である (中田, 2013)。決定木はデータの全体集合から部分集合に分割するための属性を見つけ樹形図によって表現する技法である (元田ほか, 2006)。定量的データの分析に加えて、文献調査も行なうことで聞き取り調査によって同定した結果の妥当性および一般性について論じる。

研究2として、研究課題2「高齢者の交換への参加を促進する価値は何か」に対する回答を得るために、参与観察による事例分析を実施して高齢者の交換への参加を促進するサービスについて分析する。先駆的事例として、能美市で高齢者を対象とする購買行動の支援活動を提供する商工女性まちづくり研究会の移動販売を研究対象とする。支援活動を分析することにより、対象事例においてサービスがどのようなプラットフォーム要素を備えているのかを明らかにする。その後、支援活動に対する9回の参与観察を通じて得られた定性的データを分析することによって、高齢者の交換への参加を促進するためのサービスで共創される価値を明らかにする。

その後、研究課題3「どのように高齢者は一般行為者へと変革するのか」に対する回答を得るために、研究1と研究2の結果を統合して考察する。これにより、高齢者の交換への参加を促進させるプロセスを明らかにすることで、3つの研究課題に対する回答を示したモデルを構築する。

最後に、モデルの妥当性を検証するために、聞き取り調査および質問紙調査による定量的研究を実施する。聞き取り調査データを用いることで、受容者から一般行為者へと変革した高齢者の実例について論じる。その後、質問紙調査データに対する因子分析とt検定から、研究2で同定した価値の妥当性を検証する。そして、共分散構造分析を用いることにより、本論文が提案するモデルの妥当性について検証する。

1.4 論文構成

本論文は、7章構成となっている。第2章は、先行研究についてレビューする。個人行動志向性、経済的交換、社会的交換、プラットフォーム論の4つの観点から先行研究を整理し、先行研究の限界を指摘することを通じて、本論文の分析視点を構築する。

第3章は、研究1について説明する。研究1では、研究課題1「なぜ高齢者は交換に参加しないのか」に対する回答を得るために、定性的研究と定量的研究の混合手法を用いる。最初に、定性的研究として聞き取り調査から高齢者の経済的交換への参加を阻害する参加障壁を類型化する。次に、定量的研究として質問紙調査を実施することで、同定した参加障壁が社会的交換への参加意欲も減退することを明らかにする。さらに、文献調査を用いて研究結果が全国的にも見られる傾向であるかどうかを検証し、高齢者が交換に参加しない理由を明らかにする。

第4章は、研究2について説明する。研究2では、研究課題2「高齢者の交換

への参加を促進する価値は何か」に対する回答を得るために、定性的研究として参与観察による事例分析を実施する。対象とする購買行動の支援活動についてサービス視点から考察することにより、その支援活動がどのようなプラットフォーム要素を備えているのかを明らかにする。そして、参与観察から得られたフィールドノートを分析することを通じて、支援活動において共創される高齢者の交換への参加を促進するための価値を明らかにする。

第5章では、研究1と研究2の研究結果を統合して、高齢者変革モデルを構築する。3つの研究課題に対する回答を示す高齢者変革モデルを用いて、サービスにおける交換の報酬とコストの変化が、どのように高齢者の変革に作用するのかについて論じる。

第6章は研究3として聞き取り調査および質問紙調査を実施し、これまでの研究結果の妥当性について検証する。さらに、研究結果の応用可能性や新規性に対して、考察を行なう。

第7章は本論文の結論である。具体的には、研究課題への回答、理論的含意、実務的含意、そして、今後の課題について説明する。理論的含意では、本論文が提案するサービスシステム理論の好循環がどのように持続可能な地方地域の実現に寄与するかについて総括する。今後の課題では、本論文の提案する理論がTSRのグランド・セオリーとなるために解決すべき主要な研究課題について論じる。

第 2 章

先行研究レビュー

本論文は地域を1つのサービスエコシステムと見なし、地方地域の持続可能性向上に貢献する一般行為者を増加させるプラットフォーム要素を持つサービスシステムについて、経済的交換と社会的交換の理論を統合することで明らかにすることを目的としている。研究対象は、高齢者の購買行動に対する支援活動である。

本章では、個人行動志向性、経済的交換、社会的交換およびプラットフォーム論の4つの観点から先行研究について整理し、本論文の分析視点を構築する。第1節で、本論文が目指すべき行動と志向を含めた受容者の変革の方向性について考察するために、Well-Beingをもたらし個人行動志向性に関連する先行研究を整理する。第2節では経済的交換について考察するために、経済的交換を説明する理論であるS-D Logicに着目し、顧客と従業員の関係性について研究するサービス関係論の先行研究とともに整理する。第3節で社会的交換について考察するために、交換の観点から社会の在り方を解き明かそうとする社会的交換理論の先行研究について整理する。第4節では、交換を促進する基盤について考察するために、アクターや資源の相互作用を促進させるプラットフォーム論に関連する先行研究について整理する。本章では、これら先行研究の限界を指摘することを通じて、研究対象を分析するための視点について説明する。

2.1 個人行動志向性に関する先行研究

2.1.1 ケイパビリティアプローチ

第1章で述べたように、本論文は地域を「住民の Well-Being という価値を共創するためのサービスエコシステム」と捉える。しかし、Well-Being、つまり人間の幸福や生活の豊かさについて、学術的にも実務的にも一貫して用いられている見解はなく、多くの定義が為されている。例えば、Diener et al. (2002) は交換の結果が絶対的な幸福を決めるのではなく、どのようなプロセスを辿ったか、人間が自分の人生について主観的に判断する Subjective Well-Being が重要である

と主張する。猪口・シン（2002）は、「楽しさ」、「満足」、「達成感」という3つの肯定的な人生経験が幸福の主要要素であるとし、日本を含めた東アジア6か国に対する調査を行なった。

本論文ではアクターのアクセス能力を回復するサービスを対象とすることから、人間の Well-Being を表す中心概念として、Amartya Sen が提唱したケイパビリティアプローチに着目する（Sen, 1985; 2005; Nussbaum and Sen, 1993）。ケイパビリティアプローチにおける人間のケイパビリティとは、ある人が「価値ある状態や行動（Well-Being/Well-Doing）」である人間機能（human functionings）の組み合わせを選択できる潜在的な能力を指す。ケイパビリティが高い人は選択できる状態や行動が多く、生活が豊かであると捉える（池本, 2007）。逆に、個人的な理由や社会環境的な理由によって、生活における選択を制限される人は、財をたくさん持っていて豊かであるとはいえない。ケイパビリティアプローチでは1つの機能を実際に達成するよりも、本人が自律的に選択できる状態や行動が多く存在すること、すなわち、自由を保証することが重要であると考えられる。Sen は経済開発において人々のケイパビリティを重視することが豊かさの向上に繋がることを説いた（Sen, 1985; 園, 2013）。このことから、個人の Well-Being を高めるには、集団生活の交換を通じて、個人の選択肢を増やすことが重要であるといえる。

その意味で、購買行動の支援活動は購買行動に関する選択肢が増加することによって、高齢者の Well-Being を高めようとするサービスである。しかし、地方地域の限られた資源の中で、高齢者だけでなく、より多くの住民の Well-Being を高めるには、高齢者が他者のケイパビリティ向上のために、住民間の相互的な価値共創に参加して資源統合を行なう必要がある。

2.1.2 向社会的行動

上述のように、地方地域というサービスエコシステムを持続可能なものとするには、高齢者が一般行為者となって交換の中で他者のケイパビリティを高めるような資源統合をする必要がある。そこで、本論文ではケイパビリティを高めるなどの他者の Well-Being 向上のために自発的に資源統合を行なうことを向社会的行動と見なす。すなわち、住民の向社会的行動を促進することが持続可能な地方地域の形成に繋がる。

一般的に、向社会的行動とは他者を助けるために自発的に自身を犠牲にする（コストを支払う）社会的行動のことを指す（菊池, 1984）。発達心理学を中心に、これまで向社会的行動を喚起する要因に関する実験が多く為されてきた。

向社会的行動を促進する人間特性として、特に共感性が注目されている。Mehrabian and Epstein (1972) は、大学生を対象とした質問紙調査から、他者に共感し易い人は攻撃行動が少なく援助行動が多いことを明らかにした。桜井 (1986) は児童用の共感測定尺度を作成し、小学生においても共感と向社会的行動に相関関係があることを見出した。

また、向社会的行動は個人内的要因だけでなく、状況要因からも多く影響を受けるとされている。Rutkowski et al. (1983) は集団特性としての凝集性 (group cohesiveness) に注目し、凝集性の高い集団の方が低い集団よりも援助行動が多く出現することを見出した。Latané and Darley (1970) では、周囲の行動を見て援助行動が必要でないという判断が為されてしまう社会的影響が説明されている。これらは、人間の向社会的行動が集団の行動規範によって規定されることを示唆している。

しかし、これまでの向社会的行動に関する先行研究は実験室における統制された実験結果から議論されるものを中心であり、現実社会で発生している様々な場面に対する観察が不足している (松崎・浜崎, 1990; 鈴木, 1992)。サービスを通じて高齢者の向社会的行動を促進するには、現実場面での複雑な交換の文脈において、サービスがどのように個人の共感性を促進し、どのように集団の行動規範と影響し合っているのかについて分析する必要がある。

2.2 経済的交換に関する先行研究

2.2.1 サービス・ドミナント・ロジック

経済的交換を説明するための理論として、本論文はサービス・ドミナント・ロジック (S-D Logic) に着目する。Vargo and Lusch は、無形の製品 (成果物) を表す複数形の “services (サービシズ)” と人間の相互作用のプロセスである単数形の “service (サービス)” を区別し、単数形サービスが交換の基盤であるとした (Vargo and Lusch, 2004; 2008a)。彼らの提唱する S-D Logic では、サービスとは他者や自身の便益のために専門的な能力を対象の文脈に適用することであり、財を生産することで付加される交換価値 (value-in-exchange) ではなく、能力を適用することで便益が発生する使用価値 (value-in-use) を中心に捉える (Lusch and Nambisan, 2015)。そのため、使用価値はアクターが交換を通じて資源を統合することによって創造される。

これまでの経済的交換は、グッズ・ドミナント・ロジック (G-D Logic) に基づく思考が支配的であった。G-D Logic では、人間が交換するのは製品 (Products)、

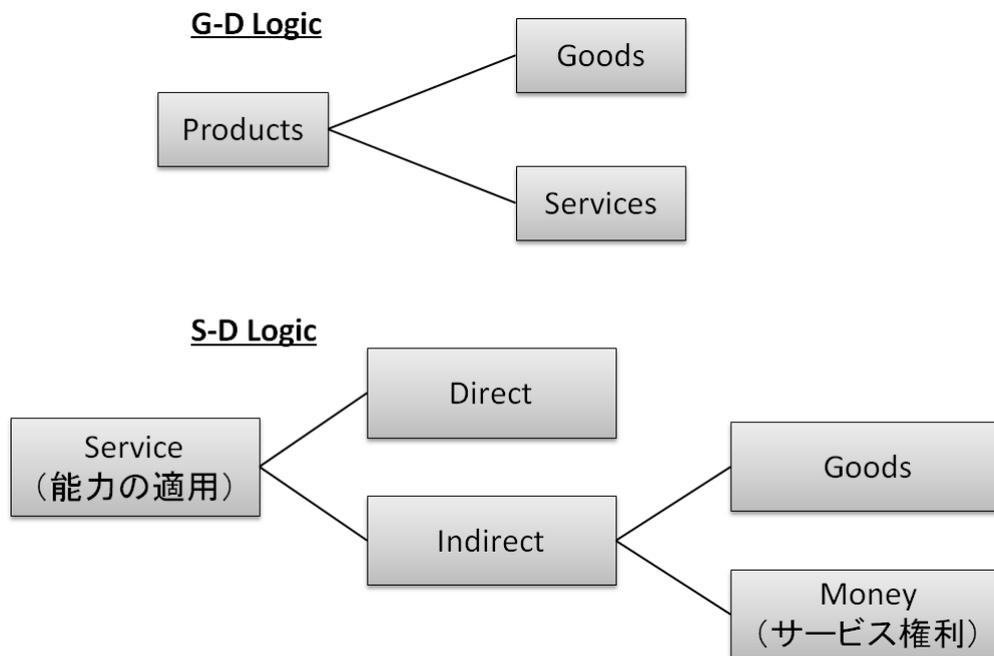


図 2-1 S-D Logic と G-D Logic の違い

(Lusch and Vargo, 2014, p. 88)より筆者が加筆修正

特に有形の製品（Goods）が中心であり、サービス業などが行なう無形の製品である複数形サービス（Services）は副次的なものであるという捉え方であった。これに対し、S-D Logic で交換の基盤となるのは常に専門的な能力を適用するプロセスを指す単数形サービス（Service）であり、直接的な能力適用と間接的な能力適用に分類される（図 2-1）。間接的な能力適用とは、主に有形の製品（Goods）を通じた能力適用や貨幣を指す。G-D Logic において貨幣は財の価値、すなわち、交換価値を測る重要な要素であったが、S-D Logic においては単数形サービス（能力の適用）を受け取る権利に相当するものとして見なされる。

交換は2者以上のアクターによって為されるため、S-D Logic では使用価値を創造することを価値共創（value co-creation）と呼ぶ。また、使用価値はアクターが能力を適用するプロセスの文脈に依存するため、同じ資源を用いたとしても個人が知覚する価値は異なる（Akaka et al., 2013; Edvardsson, 2011）。こうして経済的交換は価値共創に基づいて行なわれており、能力適用のプロセスであるサービスがその基盤となっている。

S-D Logic では、資源をオペラント資源とオペランド資源に分類している。オペラント資源とは他の資源を統合するために用いられる資源を指し、スキルや知識を指すことが多い。すなわち、これまで用いてきた「能力適用」という用

語の能力の部分にオペラント資源は相当する。したがって、オペラント資源はアクターに依存する。一方で、オペラント資源は統合されることによって便益を生み出す資源のことであり (Lusch and Nambisan, 2015, Lusch and Vargo, 2014)、どのアクターにも共通のオペラント資源を活用する機会がある。オペラント資源を用いてオペラント資源から使用価値を引き出す(共創する)ことを指して、S-D Logic では資源統合と呼んでいる。サービスエコシステムにおける資源統合者(一般行為者)が求められているのは、この資源統合のことである。

個人が備える身体的スキルと精神的スキルという 2 つの主要なオペラント資源は個人間で差異があり、豊かに生活するために最適化されたオペラント資源を全員が生来的に備えているわけではない。それゆえに、人間が Well-Being を高めるにはサービスを通じて交換を繰り返し、自分に必要な価値を共創していくことが不可欠である (Lusch and Nambisan, 2015)。しかし、誰とどのように価値共創をするのかは、アクターが交換から得られる Well-Being に対する期待値や価値の大きさだけで決まるものではない。価値を共創する相手との心理的距離感などによっても影響を受けると考えられるため、サービスにおける関係性要因について分析する必要がある。

2.2.2 サービス関係論

従業員が顧客との間で、貨幣と財のやり取りによる経済的交換の市場関係を越えた親密な関係性を構築することが企業利益に繋がるという発想は、カスタマー・リレーションシップ・マネジメントというマーケティング論の一分野として多くの関心を集めてきた。それは、サービスマーケティング研究者にとっても例外ではない。例えば、Gremler and Gwinner は従業員と顧客の間のラポール (rapport) に注目した。ラポールは心理学用語で、相互を信頼し合って交流ができる関係性が成立している状態を指し、彼らはサービスの相互作用におけるラポールとは「2 者間の個人的な繋がりによって、顧客が従業員との相互作用を楽しみと感じること」(Gremler and Gwinner, 2000, p. 92) であると定義した。そして、ラポールには楽しい相互作用と個人的繋がり の 2 つの主要因があり、それが顧客満足、ロイヤルティや口コミを促進することを明らかにした (Gremler and Gwinner, 2000)。

Goodwin は、サービスの共同化 (communality) の側面に着目した。共同化が促進されることで、相手が何を求めているかということに関心を払うようになり、サービスの遂行が円滑になる。共同化の具体的な効果として、相手の向社会的行動に気づき易くなる、感情的苦痛を解消する行動が増す、相手の失敗に

寛容になることなどが期待できる (Goodwin, 1996)。さらに、Goodwin は共同化の促進要因として、コアサービスと無関係な対話、自己開示と向社会的行動、主体性と自律性を挙げている (Goodwin, 1996)。

従業員と顧客の関係性に着目した Gremler and Gwinner や Goodwin に対して、Rosenbaum (2006) は顧客とサービス空間の関係性に着目した。Rosenbaum は Oldenburg (1989) のサードプレイス理論を援用して、レストランの事例から、顧客ニーズとサービス空間の意味と顧客ロイヤルティという 3 要素間の関係性を示すモデルを提示した (Rosenbaum, 2006)。飲食だけを主目的としてやって来た顧客や従業員の誰とも顔馴染みでない顧客にとって、レストランは食事によって物質的ニーズを満たすだけの実践的な場 (Place-as-Practical) であり、そうした顧客のロイヤルティは認知的ロイヤルティ (Cognitive Loyalty) に留まる。しかし、従業員や他の顧客と親しくなり、食事のためでなく友人と交流するためにも来店する顧客にとって、レストランは社会的ニーズを満たす集合的な場 (Place-as-Gathering) となる。この時の顧客ロイヤルティは、集団コンセンサスに依存するコミュニティロイヤルティ (Community Loyalty) である。さらに、レストランには毎日のように来店する顧客も居た。彼らにとって、レストランは情緒的ニーズを満たす家庭的な場 (Place-as-Home) であり、こうした顧客は究極的なロイヤルティ (Ultimate Loyalty) を持つ。

顧客のロイヤルティの変遷プロセスに注目したのは、杉山 (2014; 2016) である。彼は顧客との関係性の構築を通じて事業の持続可能性を向上させるサービス深化モデルを提案した。Product, Physical Evidence, People, Perspective, Personalization という 5 つの要因によって、顧客は機能獲得のためにモノを購入するだけの購買者から、最終的にはコミュニティの帰属者へと状態が変移する。購買者の状態に留まる顧客は機能的価値しか獲得できないが、相互対話による価値共創者になることでホスピタリティ価値を共創し、サービス深化が実現してコミュニティの帰属者となることによって提供者をコミュニティの仲間として認めるとともに意味的価値を共創する (杉山, 2016)。

以上のように、経済的交換を起点としたサービスにおけるアクター間の関係性について分析した先行研究は、アクター間の関係性の変化によって共創される価値も変化することを示唆している。しかし、先行研究では従来の経済的交換における顧客と従業員といった伝統的なマーケティングの区分による分析のものが中心である。地域というサービスエコシステムの中で住民同士が互いの Well-Being を高める価値共創を行なう上で、顧客や従業員といった伝統的なマーケティングの区分は適さない。地方地域の持続可能性を高めるには、高齢者が支援を受けて資源消費するだけの受容者に留まるのではなく、資源統合に参加し他者のために価値を共創する一般行為者として他の住民と同様の役割を果た

す必要がある。そして、高齢者の一般行為者への変革を促進する交換のプラットフォームが購買行動の支援活動である。したがって、購買行動の支援活動を通じて、高齢者がどのように変革し、どのような価値を共創するのかについて考察することが重要である。

2.3 社会的交換に関する先行研究

2.3.1 個人主義的志向の社会的交換理論

前節で述べた通り、本論文は地方地域における交換を対象としているため、経済的交換だけでなく社会的交換についても分析する必要がある。経済的交換は主に貨幣と財の交換のみを対象としている。それに対し、社会的交換は社会における人間の様々な行動や相互作用一般を指す広い概念である。このように、交換を広く捉えた上で社会を理解しようと試みた理論が社会的交換理論である。社会的交換理論は、個人主義的志向と全体主義的志向の2つに大別できる (Ekeh, 1974)。

個人主義的志向は、個人が利己的に自らの効用の増大を求めて行動することによって望ましい社会秩序が形成されると考える 19 世紀の功利主義哲学から影響を受けている (盛山, 1978)。この個人主義的志向の社会的交換理論を発展させた中心的研究者が Homans である。

Homans (1958) の社会的交換理論では、他者との相互関係を基本に据えて、交換するアクターの行動を孤立的に分析する (犬塚, 1974)。彼にとっての社会行動とは、2人以上の間で為される報酬とコストを伴う有形あるいは無形の活動の交換のことを指す (門口, 1983)。すなわち、社会行動では互いに相手に向けて努力や犠牲といったコストを支払い、それに伴う報酬を受け取る。報酬からコストを引いた差分である便益を最大化するために人間は数ある選択肢の中から特定の交換を選択する (Homans, 1958; 1974)。

個人主義的志向の社会的交換理論は、個人の効用の最大化という行動原理を土台としながら、財や資源を変数として捉えることで、人間の行動の動機や原因を分析しようとしている。しかしながら、第 1 節で述べたように人間の向社会的行動は個人内的要因のみによって規定されるのではなく、より大きな集団の構造や社会的制度によっても影響を受ける。したがって、より広い視点からの分析も必要である。

2.3.2 全体主義的志向の社会的交換理論

観察可能な事実を重視して交換に関する個人的側面から人間の一般的な成功について考察する個人主義的志向に対し、社会の全体性を重視して集団の構造や社会的制度の側面から交換を読み解こうとする立場が全体主義的志向の社会的交換理論である（糸林, 2014）。全体主義的志向の社会的交換理論を発展させた代表的な研究者は、文化人類学者の Lévi-Strauss や Mauss である。

Lévi-Strauss によると、人間の社会行動は文化が作り出した社会秩序による無意識的な行動である。彼は親族集団間の婚姻関係を分析し、数学の理論を応用することで、婚姻のルールが集団間を連帯させ社会を安定させる制度となっていることを明らかにした（Lévi-Strauss, 1948）。これは、女性を贈物として贈与という交換の形式を取ることで、集団間の互酬性が再生産されるためである。

Mauss は、与える義務、受け取る義務、返礼の義務という 3 つの義務によって贈与という交換形態が構成されるとした。そして、他者に何かを与えることは自分自身に与えることに繋がるとし、贈与によって社会秩序が生まれると分析した（Mauss, 1925）。

全体主義的志向の社会的交換理論は、文化が交換の規定要因であるという立場を取る。しかし、その文化という個人行動を規定する社会的制度は、一方で個人の行動の蓄積によって形成されていくことも事実である。すなわち、本節で整理した 2 つの社会的交換理論の視点を統合し、個人の功利主義的な行動選択の根拠としてどのような価値に高齢者が導かれて交換の行動選択を行なっているのか、そして、その行動が集団全体の行動規範にどのような影響を与えるのかについて考察することが重要である。

2.4 プラットフォーム論

2.4.1 企業戦略におけるプラットフォーム論

大地や舞台を意味するフランス語の「plate-forme」を語源とするプラットフォームは、経営学の分野で企業の競争優位性について考察するための視座として研究が蓄積されてきた（根来・足代, 2011）。Meyer は製品開発における中核技術の基盤を製品プラットフォームと呼び、企業が市場における競争優位性を獲得するためには製品プラットフォームのマネジメントを通じて、資源を集中的に投入し製品開発を効率化させることの重要性を指摘した（Meyer, 1997）。これは、

製品を製造する効率性を高めるための基盤としてプラットフォームが存在していることを意味する。

Gawer and Cusumano は、他社の生産する補完製品を動かす基盤となる製品を開発・運営することにより、自社がプラットフォームリーダーシップを得られるとした (Gawer and Cusumano, 2002; 2008)。この時のプラットフォームは基盤製品のことを指しており、顧客は便益を得るために基盤製品を用いて補完製品を消費する。

井上ほか (2011) は、家庭用ゲーム業界を対象にプラットフォームリーダーシップ研究を応用し、プラットフォームリーダーであるハブ企業が取べきビジネス・エコシステムに対する戦略について考察した。彼らの研究におけるエコシステムとは「出資者やパートナー、供給業者や顧客から成り立つ協調的ネットワーク」(井上ほか, 2011, p. 68) のことであり、エコシステムの健全性のためにはハブ企業が新たなニッチを創出することが重要であるとした。

以上のように、2000 年頃から台頭してきた製造業を中心とした企業戦略におけるプラットフォーム論では、製品の製造や利用に関する物財をプラットフォームと捉えることが主であった。これは、基盤となる物財を用いて補完的な役割を果たす物財を統合することにより、顧客の得られる価値を高めるという戦略である。企業戦略におけるプラットフォーム論は 1 つのアクターを中心に捉え、そのアクターの持つ基盤にどのように他のアクターや資源参加させられるのかについて研究が為されている。すなわち、そこでは目標とする価値を如何に効率的に達成できるかという効率性の向上に焦点が当てられている。地域の持続可能性を高めるという社会的な課題解決においては、アクターや資源の相互作用の促進による効率性の向上も重要課題の 1 つであるものの、どのように集約したアクターや資源をマネジメントするかに関する効果性についても考察する必要がある。

2.4.2 交換促進基盤としてのプラットフォーム論

2010 年代に入ると、ICT 産業や社会活動におけるアクターや資源の交換促進基盤としてのプラットフォーム論が議論されるようになった。Lusch and Nambisan は、S-D Logic におけるサービスプラットフォームを「アクターや資源の相互作用を容易にするモジュール構造の場 (venue)」(Lusch and Nambisan, 2015, p. 162) と定義した。彼らは、モジュール構造と交換に対するルールを持つことがサービスプラットフォームの重要な要素であると考えている。なぜなら、その 2 つのプラットフォーム要素がアクターの資源へのアクセスを容易にし、資

源密度が高められるからである。資源密度とは、獲得し得る価値に対するアクターの資源統合の上手さである (Lusch and Vargo, 2014)。つまり、最大密度の時とは、特定の場所と時間でアクターが選択し得る最大限の資源統合ができていた時のことを指す。例えば、購買行動の支援活動には移動販売、移動支援、店舗開設という 3 つの方法があるとされているが、支援活動を提供しようとしているアクターの保有する資源と選択した支援方法、すなわち、資源統合方法によって、サービスにおける資源密度の優劣が語られる。

国領・プラットフォームデザイン・ラボ (2011) はプラットフォームを「多様な主体が協働する際に、協働を促進するコミュニケーションの基盤となる道具や仕組み」(国領・プラットフォームデザイン・ラボ, 2011, p. 20) と定義し、設計のためのプラットフォーム要素をまとめた (図 2-2)。プラットフォームの設計には、コミュニケーション・パターンの設計、役割の設計、インセンティブの設計、信頼などの協働に必要な心理状態を形成するメカニズムの設計、アクターの変化のマネジメントの 5 つの観点から重要であるとされている。コミュニケーション・パターンの設計は、プラットフォームにおけるアクターや資源が

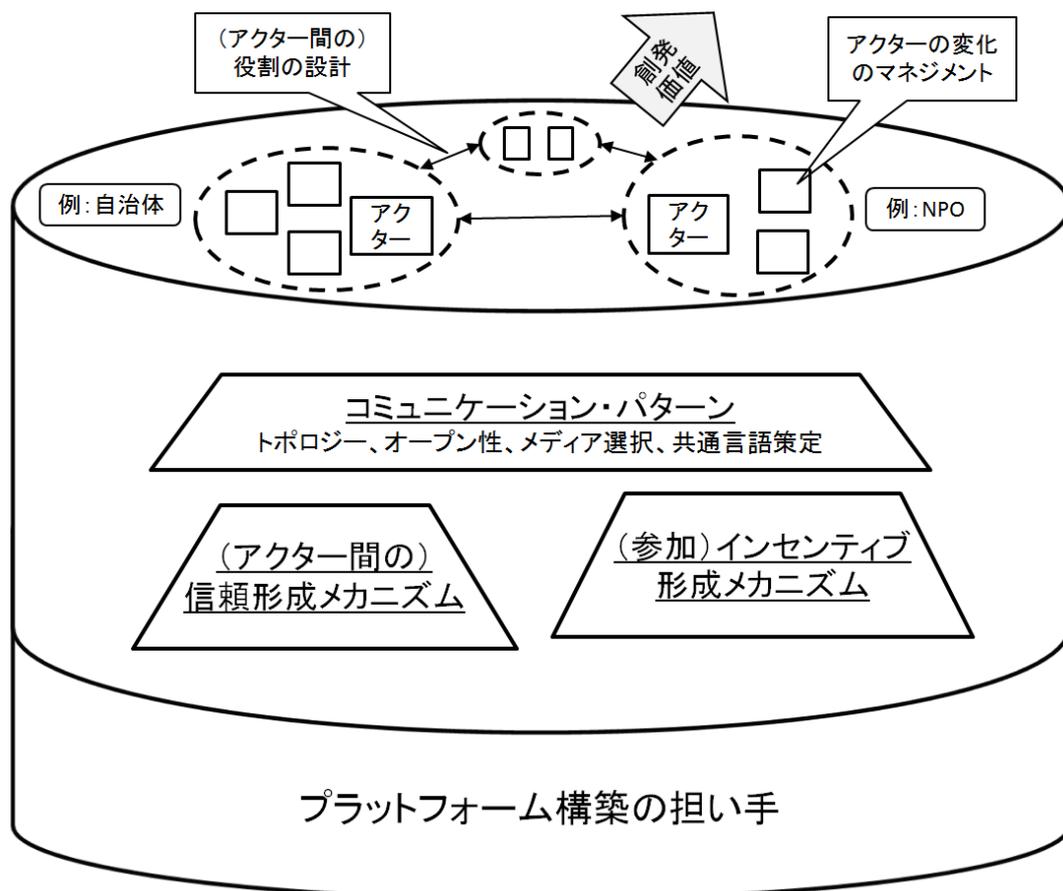


図 2-2 設計のためのプラットフォーム要素
(国領・プラットフォームデザイン・ラボ, 2011, p. 25)より筆者が加筆修正

どのように統合されるかに関する設計であり、ネットワークのトポロジー、オープン性、メディア選択や共通言語策定について考えることが重要である。役割の設計は、プラットフォームに参加するアクターがどのように機能するのかという役割分担を設計することである。インセンティブの設計は、アクターを継続的にプラットフォームに参加させるための観点であり、経済的な便益だけでなく、精神的な充足感などについても考察することが重要である。信頼形成メカニズムの設計もアクターのプラットフォームへの継続的参加のための観点であり、他のアクターが逸脱行動をしないなど、信頼関係の構築をプラットフォームが支援する必要がある。最後に、アクターの変化のマネジメントは、プラットフォームに参加することで、アクターは行動や信念が変化していくため、プラットフォームがその変化に対応する必要があることを指摘している。これらのプラットフォーム要素を洗練させて、価値共創を促進することがプラットフォームの役割である。国領・プラットフォームデザイン・ラボ(2011)では、プラットフォームにおいて共創される価値を創発価値と呼んでいる。

効果性問題を扱っている交換促進基盤としてのプラットフォーム論では、特定のアクターによって構築された人間組織やオンラインシステムがプラットフォームの役割を果たしていると考えられてきた。しかしながら、人間の交換の仕組みを理解し、交換から得られる価値を高めるには、交換の基盤であるサービスのプロセスそのものにおけるプラットフォーム要素を分析することが重要である。したがって、本論文は組織やシステムではなく、使用段階やアクターの変革作用を含めた一連の交換プロセスであるサービスをプラットフォームとして捉える。

2.5 第2章のまとめ

本章は、4つの観点から先行研究を整理し、その限界を指摘した上で本論文の分析視点について説明した。まず、個人行動志向性の観点では、本論文がWell-Being概念としてケイパビリティアプローチに着目したことを述べ、他者のケイパビリティを高めるために高齢者の向社会的行動を促進することが重要であることを説明した。高齢者の向社会的行動を促進するためには、実際のサービスを観察し、向社会的行動を促進する個人内的要因および集団の行動規範について分析することが重要である。

2つ目の観点として経済的交換に関する先行研究を整理した。価値とはサービスを基盤とした交換において関わり合うアクター同士の資源統合によって共創されるものである。つまり、アクター間の関係性が変化することによって、共

創される価値も変化する。持続可能な地方地域を形成するには、高齢者を資源統合する一般行為者へと変革させることが重要であり、その変革プロセスにおいてどのように価値共創が変化するかを分析する必要がある。

3つ目の社会的交換の観点では、人間の相互作用全般を対象とする社会的交換理論に着目し、社会的交換理論における伝統的な2つの考え方である個人主義的志向と全体主義的志向の違いについて説明した。持続可能な地方地域を形成するために、本論文では両方の視点から、個人の行動を促進する価値がどのようなものであり、高齢者の変革が集団の行動規範にどのような影響を与えるのかについて考察する。

最後にプラットフォーム論の観点から、アクターや資源をプラットフォームに参加させる戦略と、プラットフォーム内のアクターや資源の相互作用を促進するプラットフォーム要素に関する先行研究について整理した。この2つの方向性はプラットフォームによる効率性と効果性の向上と捉えることができる。これまでは製品、人間組織やウェブを含む特定空間がプラットフォームの役割を果たすと考えられてきた。しかしながら、効率性と効果性を同時に高めるには、交換の基盤であるサービスそのものが備えるプラットフォーム要素を明らかにすることが有用である。

第 3 章

研究 1 : 高齢者の交換に対する参加障壁の分析

3.1 研究目的

研究 1 の目的は、地方地域に住む高齢者の交換に対する参加障壁を明らかにし、研究課題 1「なぜ高齢者は交換に参加しないのか」に対する回答を得ることである。研究目的を達成するために、本研究では定性的研究と定量的研究の混合手法を用いる（図 3-1）。最初に、定性的研究として高齢者を対象に聞き取り調査を実施し、購買行動に対する参加障壁を説明するための仮説を生成する。そして、行政調査による定量的データから、仮説の妥当性を検証する。最後に、全国の高齢者を対象とした先行調査を用いて、研究結果の一般性について論じる。研究結果の一般性を検証するために、定量的研究では社会的交換への参加に関するデータを用いる。

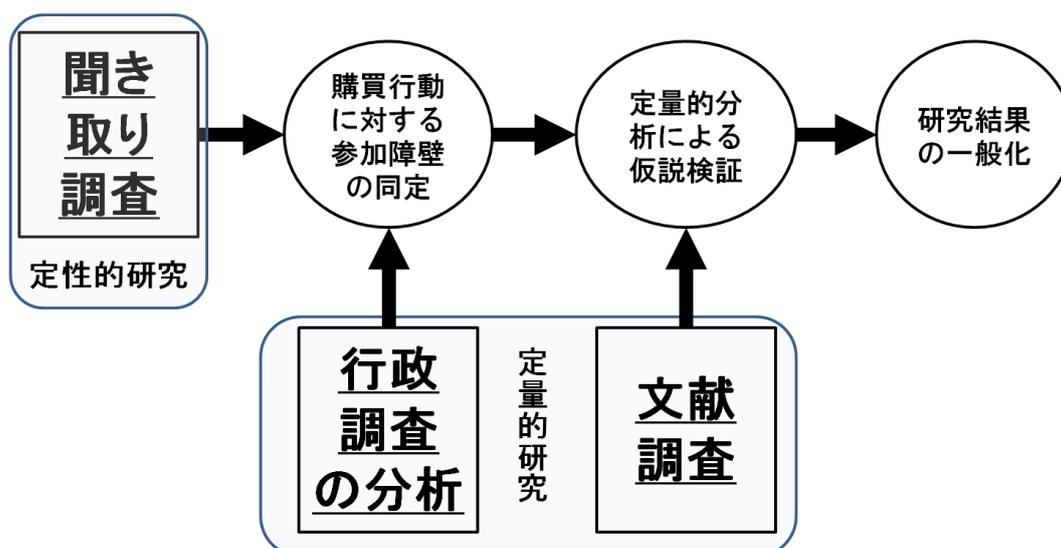


図 3-1 本研究における混合手法の手順

3.2 研究方法

3.2.1 定性的研究の方法

聞き取り調査の対象は石川県能美市在住の高齢者である。根上町、寺井町、辰口町の旧3町が2005年2月1日に合併した能美市は、石川県南部に位置し、77の町から構成されている。2016年10月11日に人口が5万人を突破した地方地域である。2016年時点で人口が増加傾向にある市は、県内では能美市の他に石川県のみならず北陸地方の中核を成す金沢市とその金沢市に隣接する野々市市だけである。東洋経済の調査による「住みよさランキング」では、2014年から2016年まで、3年連続で能美市と野々市市がともに全国813都市の中で10位以内に入っている。「住みよさランキング」は安心度、利便度、快適度、富裕度、住居水準充実度の5つの観点からランキングが作成されている。2016年のランキングで総合順位が4位だった野々市市は、安心度4位、利便度1位、快適度34位、富裕度248位、住居水準充実度753位という結果で、評価項目が住宅延べ床面積と持家世帯比率である住居水準充実度のみが際立って低く、逆に安心度、利便度、快適度は非常に高かった。これは、野々市市が北陸の最大都市である金沢市のベッドタウンとして機能している現実を反映しており、野々市市はベッドタウンの代表的地域であるといえる。

一方で、能美市は2016年のランキングで総合順位を前年の3位から10位へと順位を下げ、安心度80位、利便度447位、快適度50位、富裕度242位、住居水準充実度69位という結果であった。利便度は小売業年間商品販売額と大型小売店店舗面積によって評価されることから、能美市は現状では住環境が概ね良好でありながらも、購買行動の困難性が地域の課題となっており、高齢化社会の問題に直面している地方地域の代表的事例である。実際に、能美市は年少人口率が低下し老年人口率が増加しており、中山間地域が多いにも関わらず、市内を走るコミュニティバスは最大でも1日16本しか走行しておらず、公共交通機関が発達していない。市内の商品販売額は1991年から2007年の16年間で164億円減少しており、住民は市内ではなく、小松市や金沢市などの近隣市外に出向いて購買行動をしている（能美市、2011）。こうした環境下では、自家用車を運転できない高齢者は購買行動が困難となり、彼らの購買行動を支援することが地域の重要課題となっている。以上のことから、能美市は高齢化社会を迎えた日本の多くの地方地域が対処しなければならない高齢化社会の重要課題を抱える代表的な調査事例であるといえる。

買物弱者の増加という地域課題に対処するために、2013年頃から移動販売や移動支援といった支援活動を提供する住民組織が作られるようになった。これ

ら支援活動は購買行動支援だけでなく、高齢者の社会活動への参加を促進する目的も兼ねていた。そこで、筆者は能美市、住民組織、町会長らの協力の下、購買行動支援と社会活動への参加の促進を同時に達成するサービスを展開するために、高齢者のどのような交換に対する参加障壁を解消すれば良いのかを明らかにするための聞き取り調査を実施した。聞き取り調査は、北陸先端科学技術大学院大学の学生4人が半構造化面接法で行ない、65歳以上の高齢者136人（21町）から回答を得た。回答の所要時間は、1人あたり平均30分程度である。質問内容は調査員全員による2回の議論から、表3-1の11項目を設定した。質問1は回答者の個人特性に関するものである。質問2~5は、回答者の購買行動特性を尋ねる質問である。質問6~7は購買行動における喜びに関する質問であり、質問8~11は購買行動における課題に関する質問である。聞き取り調査の音声データは、回答者の許可を得た後に録音した。

録音した音声データを文書ファイルに書き起こし、MAXQDAという質的データ分析(QDA)ソフトを用いて、グラウンデッド・セオリー・アプローチ(GTA)に基づいて分析した。QDAソフトは、文章の塊を表す文章セグメント同士の関係性の可視化を支援し分析を容易にする(佐藤, 2008)。GTAはデータを起点とする分析から、人間同士の相互作用に関する一般化された抽象的概念を浮かび上がらせることを目的としており、定性的研究でも可能な限りデータに基づく分析ができるように考案された手法である(Corbin and Strauss, 1990; Glaser and Strauss, 1967; Strauss and Corbin, 1990)。GTAに基づく分析により、高齢者の購買行動という経済的交換に対する参加障壁を明らかにする。

表 3-1 研究1の聞き取り調査の質問内容

質問番号	質問内容
1	年齢・家族構成・健康状態
2	自分自身で購買行動をしているか
3	購買行動における移手段および利用店舗
4	購買行動の頻度
5	購買行動に掛かる所要時間
6	購買行動中の会話
7	購買行動における楽しみ
8	移動支援に対する意見・要望
9	移動販売に対する意見・要望
10	市のコミュニティバスに対する意見・要望
11	その他の購買行動における課題・要望

3.2.2 定量的研究の方法

聞き取り調査で生成した仮説の妥当性を検証するために、行政調査の定量的データを分析する。本研究では行政調査として、「能美市 高齢者の日常生活に関する調査」（付録 1）を分析に用いる。「能美市 高齢者の日常生活に関する調査」は、「第 6 期 のびのび高齢者プラン」の一環で市が高齢者の生活環境や公共サービスに対するニーズを把握するために実施した質問紙調査である。調査票は市内在住の 65 歳以上の高齢者 10,953 人に配布され、7,531 人から回答を得た。有効回答率は、68.8%である。

この定量的データに対し、SPSS Modeler を用いて Apriori アルゴリズムに基づくアソシエーション分析 (Agrawal and Srikant, 1994) と決定木による分析を行なうことで、定性的研究で導出した経済的交換への参加障壁が社会的交換にも適用されるのかについて検証する。アソシエーション分析は、ある事象が発生すると別の事象も発生し易いという共起性の相関ルールを発見するデータマイニング手法である (元田ほか, 2006)。アソシエーション分析では、相関ルールの重要性を示す指標として、支持度 (support) と確信度 (confidence) が使われる (中田, 2013)。支持度とは、全データの中でどの程度相関ルールが出現するかを表した割合のことであり、支持度 $(A \rightarrow B) = A$ と B がともに出現する件数 / 全件数、という式で表される。確信度とは、ある事象が発生した時に別の事象が出現した割合を表し、確信度 $(A \rightarrow B) = A$ と B がともに出現する件数 / A を含む件数、という式で表される。尚、支持度と確信度の数値はパーセントで表現される。

決定木はデータを分類するための樹形図によるグラフ表現である。最初のノードである根ノードでは全データが含まれ、そこから情報利得の高さによって選択された属性によって、根ノードのデータを複数のクラスに分類する。それぞれのクラスである葉ノードも同様に変数に応じてクラス分けが為される。その枝分かれの連鎖の末に葉ノードの全データが同一のクラスに分類された時に木 (モデル) は成長をやめる (元田ほか, 2006)。

最後に、行政調査の定量的データの分析に加えて、全国の高齢者を対象とした先行調査を用いた文献調査を行ない、研究結果の一般性について論じる。文献調査では、東京大学高齢社会総合研究機構 (IOG) による「高齢者の社会参加に対するニーズの調査」(東京大学高齢社会総合研究機構, 2014)、内閣府による「高齢社会白書」および山口県社会福祉協議会生涯現役推進センターによる「生涯現役社会づくり県民意識調査」の 3 つの先行調査結果を用いる。IOG による調査は、次代の高齢者である中高齢者 (50-60 歳代) に焦点を当て、彼らがどのような社会参加に対するニーズを有しているのかを把握することを目的とした

質問紙調査である。2014年1月に自記式のオンライン調査として行われ、5000人からの回答を収集した。高齢社会白書は、日本の高齢化の状況や政府による高齢化社会対策の実施状況について、2004年から毎年政府が国会に提出している年次報告書である。生涯現役社会づくり県民意識調査は、社会活動への参加を通じて高齢者の社会的役割の維持を目指す生涯現役社会の実現のために実施された質問紙調査である。山口県内40歳以上の住民を対象に自記式の郵送法で実施され、3,500部の配布に対して、1,523部（43.5%）回収された。

3.3 参加障壁の同定

3.3.1 定性的データの分析手順

聞き取り調査で得られた定性的データに対して、MAXQDAを用いることで、GTAに基づく手順によって分析を行なった。本研究におけるGTAの分析手順は、次の通りである（図3-2）。①データ収集：観察や聞き取りから文章データを集める。②コーディング：文章セグメントの概念を表すコードをその文章セグメントに付ける。③カテゴリー生成：類似概念を束ねるためのカテゴリーを生成する。あるいは、④コードの振り分け：コードの意味を内包するカテゴリーが

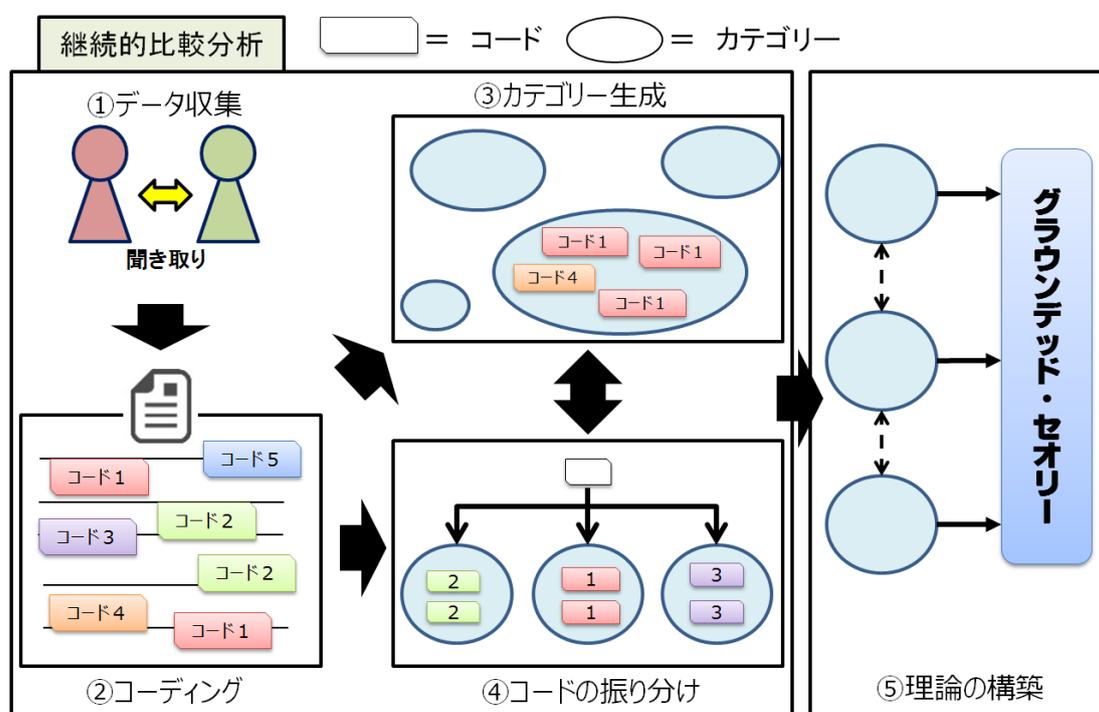


図 3-2 本研究における GTA の手順

ある場合は、そのカテゴリにコードを振り分ける（適切なカテゴリがない場合は③に戻り、新たにカテゴリを生成する）。⑤理論の構築：カテゴリ間の関係性を統合・考察することで理論をデータから浮かび上がらせる。

GTA は理論的飽和化の状態まで継続的比較分析をすることが良いとされている（木下, 1999）。すなわち、新たに追加すべきカテゴリがないと判断できるまで、コーディングやカテゴリ生成を繰り返しながら、データ収集を継続して行なう。こうして分析の進展に応じて体系的にデータを収集することにより、データに密着した理論（グラウンデッド・セオリー）の構築が可能となる。GTA を円滑に実行するために、MAXQDA を使用した。図 3-3 で操作画面の図を用いながら、分析手順について説明する。

MAXQDA には、4つの主要ウィンドウがある。図 3-3 の A はドキュメントシステムと呼ばれるウィンドウで、全ての入力された文書ファイルがリストされている。文書ファイルを選択し開くと、文書ブラウザ（図 3-3 の B）に当該文書ファイルの全文が開かれる。この時、ソフトが自動的に段落毎に番号を振り行間を設ける。これは操作を容易にするためである。

図 3-3 の C はコードシステムと呼ばれ、コードやカテゴリがリストされている。図 3-2 の分析手順②のコーディングを行なうには、始めにコードシステムでコードを作成し、文章セグメントをマウスのドラッグ操作で範囲指定した後、その文章セグメントをCの該当するコードまでドラッグするという操作をする。これにより、コード領域（図 3-3 の B'）にそのコードが表示され、コーディン

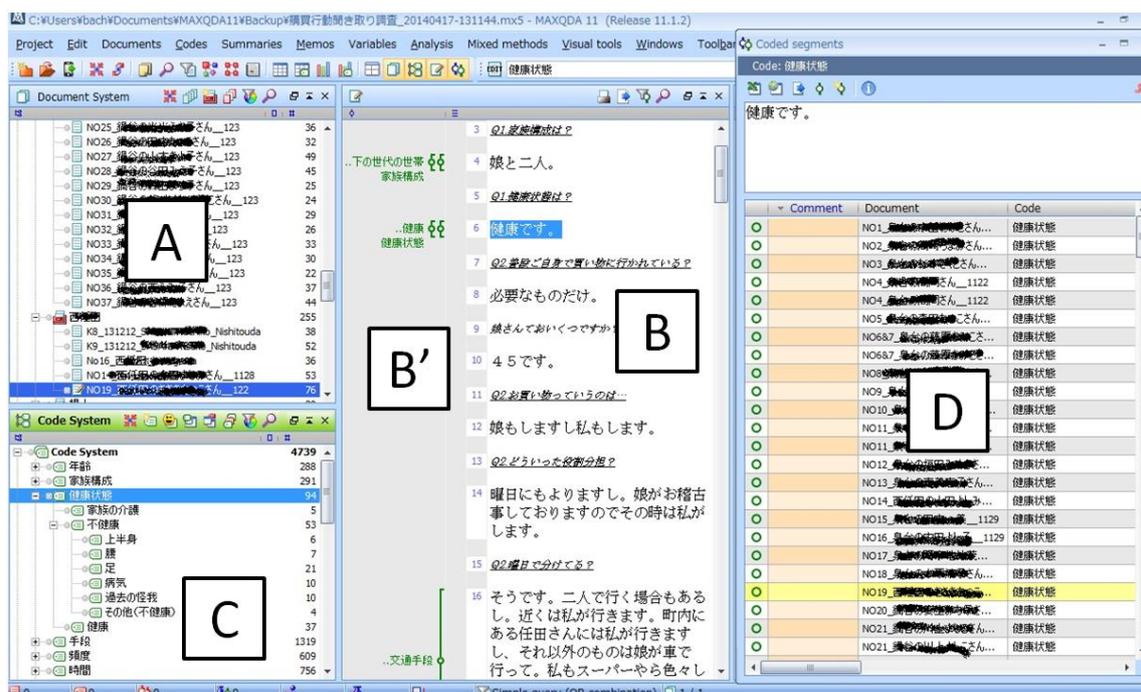


図 3-3 GTA を支援する MAXQDA の画面

グが為されたことを意味する。例えば、図 3-3 では「健康です。」という文章セグメントに「健康」というコードが付けられている。このような手順で各文章セグメントにコードを付けていき、既存コードに分類できない文章セグメントについては新たなコードをコードシステムで作成して、分析手順②のコーディングと分析手順④のコードの振り分けを繰り返し行なう。尚、1つの文章セグメントにコードは1つとは限らず、2つ以上のコードを持つ文章セグメントも多く存在する。例えば、過去の怪我について回答していることが、購買行動の参加障壁にも関連している場合には、「過去の怪我」コードと「参加障壁」コードが付けられる。

分析手順③のカテゴリー生成も同様に、このコードシステムで作成する。例えば、図 3-3 で「健康」というコードは「健康状態」というカテゴリーに属している。このカテゴリーには他に「家族の介護」と「不健康」が入っている。さらに、「不健康」は「上半身」、「腰」、「足」、「病気」、「過去の怪我」、「その他（不健康）」というコードのカテゴリーでもある。このような場合、健康状態カテゴリーは不健康カテゴリーの上位カテゴリーという。コードシステムでコードの横に書かれている数字は、全文書ファイルの中でそのコードが現われた回数を示しており、「不健康」カテゴリー内の「上半身」コードと「腰」コードは6つと7つで、他のコードよりも少ないため、この2つのコードを統合することができるという判断が為される。

図 3-3 の D はコード済みセグメントと呼ばれ、コーディングされた文章セグメントをリストする。例えば、図 3-3 では「健康状態」カテゴリーに属する文章セグメントがリストされている。コード済みセグメントは、主にコーディング後にカテゴリー内の具体的な内容を確認する時やコーディングの正確性を確認する時に使われる。リスト内で異質な文章セグメントがあった場合、新たにカテゴリーを生成したり（分析手順③）、他のコードへ振り分け直されたりする（分析手順④）。

3.3.2 定性的データの分析結果

聞き取り調査から、高齢者の購買行動に対する参加障壁を明らかにするために GTA に基づく分析を行なった。聞き取り調査を文字起こししたワードファイルは、136人分で550枚以上にのぼった。購買行動に対する参加障壁については、表 3-1 における購買行動の課題を尋ねる 3つの質問「8. 移動支援に対する意見・要望」、「9. 移動販売に対する意見・要望」、「11. その他の購買行動における課題・要望」の回答データを主に用いた。質問「10. 市のコミュニティバ

スに対する意見・要望」に対する回答は、「本数が少ない」、「バス停が遠い」や「使い方がわからない」といったものが大半を占めており、直接的な交換の原理の理解に繋がらないため、それらの文章セグメントは参加障壁の分析には含めていない。しかし、質問 10 の中でも有用な回答がある場合は含めた。

質問 8~9 については、支援活動を認知していない回答者には、調査員が市内の具体的な移動支援や移動販売の事例を挙げながら説明した。この質問に対して、地域にとっては良いと思うが自身は必要性を感じていないと回答する回答者が多数居た。さらに、詳しくその理由を尋ねると、主な理由は市場にいる他者に対する信頼感の欠如から由来するものが中心であった。また、予算や時間に関する制約により、普段の購買行動の他に新たな購買行動の予定を追加することに消極的になる回答者も多かった。このことから、心理的課題コード、予算課題コードと時間課題コードの 3 つを作成した。心理的課題コードについては、直接的な不信感を述べる回答者が少なく、むしろ他者に対する遠慮を示す回答が多く、また、最初に自分にとって必要性を感じないと述べる回答者が多かったことから、心理的課題とした。

質問 11 については、自身の能力の不足や過去の失敗談について話す回答者が多かった。このことから、新たにケイパビリティ課題コードを作成した。4 つのコードの中で予算課題コードと時間課題コードが回答者の生活様式に関連するものであることから、2 つのコードを統合してライフスタイル課題コードとした。以上、3 つのコードが最上位概念のカテゴリーとして、高齢者の購買行動に対する参加障壁として類型化されることから、それぞれライフスタイル障壁、ケイパビリティ障壁、心理的障壁と再定義した。

ライフスタイル障壁の下位コードとして、予算課題コードと時間課題コードは予算制約コードと時間制約コードに直した。また、少数だが家庭環境による制約を伝える回答群を発見したので、これをライフスタイル障壁に含め、家庭環境コードとした。ケイパビリティ障壁は、下位コードとして、加齢による能力の衰えに関する回答と元来の回答者の特性に由来する能力不足に関する回答に分類できることを発見したため、それぞれ身体的機能の衰えコードと問題対処能力コードとした。心理的障壁は、下位コードとして、市場における提供者に関する回答と提供者以外に関する回答とに分類できることを発見したため、事業者への不信感コードと参加者との信頼関係コードに分類した。

以上の MAXQDA を用いた GTA に基づく分析の結果を表 3-2 に整理する。表 3-2 にある括弧内の数字は、コーディングされた文章セグメントの総数である。ライフスタイル障壁、ケイパビリティ障壁、心理的障壁という 3 つの購買行動に対する参加障壁によって、高齢者は購買行動への参加意欲を減退させる。

これら 3 つの参加障壁は、Bandura の社会的認知理論における相互決定主義

表 3-2 購買行動に対する参加障壁

参加障壁	構成コード
ライフスタイル障壁 (46) : 交換に参加するために生活環境を変更する必要があると高齢者が認知することで生じる参加障壁。	予算制約 (19) : 使用可能な金銭的予算の制限によって、購買行動への参加意欲を減退させること。
	時間制約 (22) : 市場が開いている時間帯に既に異なる習慣があることから、購買行動への参加意欲を減退させること。
	家庭環境 (5) : 家族の中で自分が担うべき別の役割があることから、購買行動への参加意欲を減退させること。
ケイパビリティ障壁 (36) : 自身の能力が低いために交換で求められる行動を達成することが困難であると高齢者が認知することで生じる参加障壁。	身体的機能の衰え (11) : 加齢に伴って身体的な機能が衰えて十分な行動が取れないことから、購買行動への参加意欲を減退させること。
	問題対処能力 (25) : 元来の能力が不足していることで十分な行動ができないことから、購買行動への参加意欲を減退させること。
心理的障壁 (32) : 信頼関係を構築できていない相手との交換に意義を見出せないが高齢者が認知することで生じる参加障壁。	事業者への不信感 (18) : 市場にいる提供者に不信感を抱いているために、購買行動への参加意欲を減退させること。
	参加者との信頼関係 (14) : 信頼関係の築けていない（供給者を除く）他者が市場にいることに不安を覚えるために、購買行動への参加意欲を減退させること。

(reciprocal determinism) に合致する (Bandura, 1986)。社会的認知理論は社会的学習理論とも呼ばれ、人間が価値観や態度を変容させる学習のプロセスについて述べた理論である。その中で、Bandura は行動要因、環境要因および個人（または認知）要因の 3 要因が相互に影響し合って、互いの決定要因にもなるとした。行動要因とは自身の行動を指し、環境要因とは周辺環境のことを指し、個人要因とは自身がどのように物事を認知するのかを指す。例えば、購買をするという行動要因に対して、商品を売る相手や購買時の状況は環境要因であり、それらをどのように感じるかが個人要因である。

相互決定主義と 3 つの参加障壁の関連性を図 3-4 に示す。ライフスタイル障壁は、環境要因と行動要因に関連して生じる障壁である。これはライフスタイル障壁が、自身の行動によって形成された生活環境の制約から生じる障壁だからである。ケイパビリティ障壁は、行動要因と個人要因に関連して生じる障壁である。これはケイパビリティ障壁が、自身の行動が目的を遂行するには不十分であると自身が感じることによって生じる障壁だからである。心理的障壁は、個人要因と環境要因に関連して生じる障壁である。これは、心理的障壁が環境要因の 1 つである市場のアクターに対して、不信感を感じるによって生じ

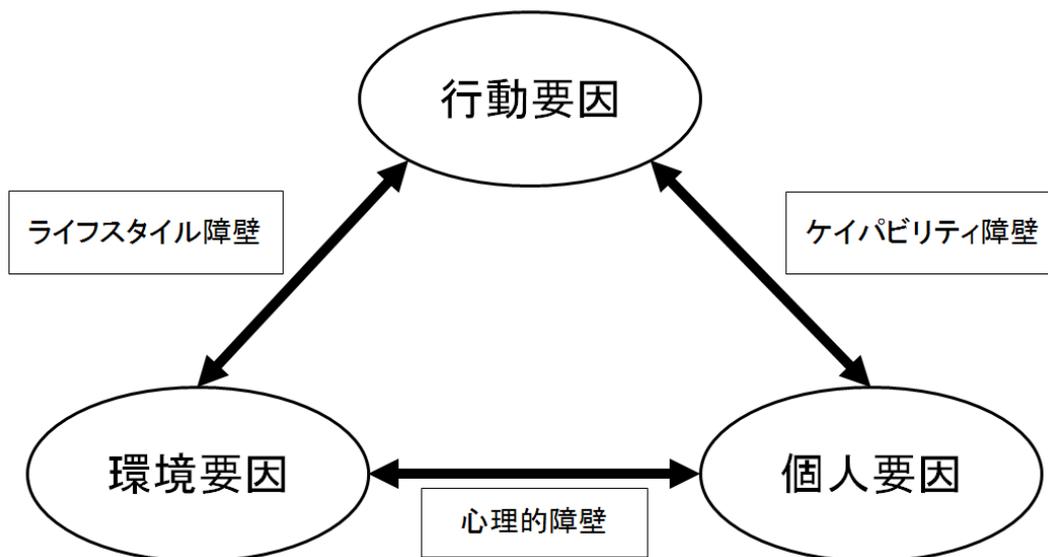


図 3-4 相互決定主義と3つの参加障壁

る障壁だからである。以上のように、相互決定主義における3要因が関連し合っ
て、3つの参加障壁を発生させることにより、高齢者は購買行動への参加意欲
を減退させる。3要因の影響力には個人差があり、購買行動に参加しない理由と
して複数の参加障壁の影響を受ける高齢者もいれば、特定の1つの参加障壁に
よって購買行動に参加しない高齢者もいる。

ライフスタイル障壁

ライフスタイル障壁とは、交換に参加するために生活環境を変更する必要が
あると高齢者が認知することで生じる参加障壁である。これは主に3つのコー
ド「予算制約」、「時間制約」、「家庭環境」によって構成されており、具体的
には以下のようなデータを含むカテゴリーである。代表的なデータ例を表3-3に示
す。

財布がものいから（※ものい……石川県の方言で「悪い、痛い」
のようなネガティブな意味の言葉として使われる）。年金生活や
からね、財布と相談して（買い物しなければならない）。【1町/H・
Mさん/85歳・女性】

（質問：購買行動の支援活動に参加したいと思うか？）そうやけ
ど、時間（が合わない）。今のところ、私の暮らしぶりやと午前中
の時間、何時ってそんな時間合わせことちょっとしんどいわね。

表 3-3 ライフスタイル障壁に関するデータ例

参加障壁	コード	データ例
ライフスタイル障壁	予算制約	財布がものいから（※ものい……石川県の方言で「悪い、痛い」のようなネガティブな意味の言葉として使われる）。年金生活やからね、財布と相談して（買い物しなければならない）。【I町/H・Mさん/85歳・女性】
		(移動販売は) 良いものもあるんだけど高い。【N町/T・Tさん/65歳・女性】
		あんまりできたものを買うことはない。どうしても高いし。【K町/M・Hさん/76歳・男性】
		以前は魚の移動販売を買ってたんやけど。魚の値段も上がったし、今は魚は全て缶詰で食べる。【Y町/T・Fさん/77歳・女性】
		(質問：移動販売を利用したことは?) ない。若い時、魚を売りに来たけど。新しいけど、高いし。【W町/M・Yさん/76歳・女性】
		値段が高いから。魚屋さんやら牛乳屋さんやら来てるけど、買わんわ。冬になると、焼き芋屋さんが来るね。【W町/O・Kさん/69歳・女性】
		(移動販売の支援活動を) 利用したいなと思うけど。でも、高いみたいな感じや、モノが。【N町/M・Kさん/68歳・女性】
		今（買い物に行っている分）で十分やもんね。（移動販売の支援活動が来てても）買えんな。お金が続かん。見ると買いたいし。【I町/S・Kさん/83歳・女性】
		2人暮らしだから、そんなにいらん。（何回も買い物行くと）ちょっと余分なもん買うし。【I町/H・Eさん/79歳・女性】
	時間制約	(質問：支援活動に参加したいと思うか?) そうやけど、時間（が合わない）。今のところ、私の暮らしぶりやと午前中の時間、何時ってそんな時間合わすことちょっとしんどいわね。自分は飛んで歩いて遊んどるから。時間の問題がね。今の時点ではね。【Y町/Y・Nさん/74歳・男性】
		1時だと時間的に早い。息子が食事しに来るやろ。1時半とか2時ならええけど。【I町/F・Kさん/81歳・女性】
		昔は移動販売を使ってたこともあるけど、今は使ってないね。（質問：なぜですか?）時間的なこともあるね。気まぐれやから、午前中は色々しとるし。【N町/K・Sさん/79歳・男性】
		家にいる時は（移動販売の支援活動を）利用するけど。月に1回でしょ。自分の買い物と時間帯がぶつかって行けないことが2ヵ月続いてる。【N町/N・Fさん/73歳・女性】
		(商品を) 持って来る時に都合悪い時は家空けるでしょ。水曜日とか決まってるけど、私そういうのは嫌や。【S町/W・Yさん/80歳・女性】
		家におらんと取りに行ったり面倒臭いし。自分で買った方が早いし。【W町/N・Kさん/66歳・女性】
	家庭環境	(買い物は) 嫁が買って来てくれるから。田んぼやら山やら行ったら、そんなところへ顔出せない。【N町/M・Tさん/76歳・女性】
		生協はちょっと前に注文しないといかんやろ。半日程前から準備せんとだから、私そういうのだめなんよ。ある程度、弁当作る時も色々考えて山とか海とか。昔からそういう世帯してるから。そういう風にしとるから、こういう丈夫でおれるんや。【I町/K・Kさん/88歳・女性】
		夫が要介護やからね。あんまり長く家空けとれんわ。【N町/T・Kさん/73歳・女性】

自分は飛んで歩いて遊んどるから。時間の問題がね。今の時点ではね。【Y町/Y・Nさん/74歳・男性】

(買い物は)嫁が買って来てくれるから。田んぼやら山やら行ったら、そんなところへ顔出せない。【N町/M・Tさん/76歳・女性】

1 番目の回答は、「予算制約」コードに関するものである。回答者は、年金という予算の中で購買行動をしなければならないことが、彼女の購買行動への参加を阻害する障壁であることを説明している。2 番目の回答は、「時間制約」コードに関するものである。回答者は、支援活動が提供される午前の間は他の予定があるために参加が困難であることを説明している。3 番目の回答は、「家庭環境」コードと「時間制約」コードを併せ持つ。回答者は、最初に、家族の中で自分が購買行動を担当していないことを購買行動への参加障壁に挙げた。そして、農作業の時間と支援活動の時間が合わないことも挙げている。高齢者は家族、時間や金銭といった生活環境の制約によって購買行動に参加することが困難な時にライフスタイル障壁を感じる。

ケイパビリティ障壁

ケイパビリティ障壁とは、自身の能力が低いために交換で求められる行動を達成することが困難であると高齢者が認知することで生じる参加障壁である。これは主に 2 つのコード「身体的機能の衰え」、「問題対処能力」によって構成されており、具体的には以下のようなデータを含むカテゴリーである。代表的なデータ例を表 3-4 に示す。

買い物行った時に、商品の値段が読めません。目が悪いので、小さく書かれている値段を読むことができないんです。【I町/E・Jさん/89歳・女性】

あんまり前より(買い物で楽しいと感じることが)なくなってきた。この間、久しぶりに(ホームセンターの)カーマに用があって行ったんやけども、今まで何でも「あれ欲しい」「これ欲しい」思ったけど、歳のせいかあんま自分の……。前は行ったら「あれ欲しいな」って思い出したんやけど、ちょっと昔みたいには忘れてしもたなど自分でも感じました。【Y町/Y・Nさん/74歳・男性】

表 3-4 ケイパビリティ障壁に関するデータ例

参加障壁	カテゴリー	データ例
ケイパビリティ障壁	身体的機能の衰え	買い物行った時に、商品の値段が読めません。目が悪いので、小さく書かれている値段を読むことができないんです。【I町/E・Jさん/89歳・女性】
		あんまり前より（買い物で楽しいと感じることが）なくなってきた。この間、久しぶりに（ホームセンターの）カーマに用があって行ったんやけども、今まで何でも「あれ欲しい」「これ欲しい」思ったけど、歳のせいかあんま自分の……。前は行ったら「あれ欲しいな」って思い出したんやけど、ちょっと昔みたいには忘れてしもたなと自分でも感じました。【Y町/Y・Nさん/74歳・男性】
		膝が痛いし、自転車でもあんまり遠いところ行かれへん。前はいくらでも行ったけど。気持ちが大体あれなんかね。特別に変わったこともなくても、遠くまで行かれんような。それが年のせいなんかね。【I町/K・Kさん/88歳・女性】
		うちのじいさんにしたら、ちょっと歩くのが。車に乗れるのは大丈夫だけど、歩くのは嫌で。だから、車の中に乗ってる。【W町/K・Sさん/78歳・女性】
		歩くのがちょっと怖い感じだから。ちょっとね。バスまで歩かないといけないし、荷物持って歩いて来るのに自信がない。【S町/N・Yさん/71歳・女性】
		走って皆と合わせてっていうのが、段々できにくくなったもので、あんまり期待もしない。【K町/N・Eさん/82歳・女性】
		風があったりすると自転車に乗れないから、買い物に行くのに困る。【N町/Y・Yさん/69歳・女性】
	自分で買い物した奴チェックしたら良いんやけど、ちょっと覚えてなくて、こっちが買い物する時どうすれば良いかってことはたまにあるわね。【I町/T・Tさん/65歳・女性】	
	問題対処能力	タイミングがあえば。できるだけ外に出ようと思ってるんで。時間が合えば（支援活動は）利用します。でも、1番困るのは重たい物を持つことなの。お米、ビール。それが1番大変。【K町/H・Kさん/65歳・女性】
		電化製品の説明される時に、もう少し分かりやすくしてほしい。【W町/Y・Mさん/66歳・女性】
		（質問：移動販売の支援活動に参加したいと思うか？）思わないね。勉強嫌いだから。【M町/N・Kさん/73歳・男性】
		荷物持ったり歩くのがちょっとこたえる。【N町/K・Yさん/71歳・女性】
		醤油の瓶が重かった。【I町/Y・Yさん/70歳・女性】
		買い物すると、荷物がいっぱいやる。それを背負うのが大変やな。【I町/S・Sさん/80歳・女性】
スーパーの中では（カートに入れるので）重たさがちょっとわからんから、むちゃむちゃに欲しいもん買うでしょ。そうすると帰りが大変ねん。【I町/H・Mさん/85歳・女性】		

タイミングがあえば。できるだけ外に出ようと思ってるんで。時間が合えば（共助サービスは）利用します。でも、1番困るのは重い物を持つことなの。お米、ビール。それが1番大変。【K町／H・Kさん／65歳・女性】

1番目の回答は、「身体的機能の衰え」コードに関するものである。回答者は視力の低下から、記載された商品の値段が読めないことを説明している。2番目の回答は、「身体的機能の衰え」コードに関するものである。回答者は、満足度の高い購買行動を行なえないことの要因として、記憶力の低下を挙げている。3番目の回答は、「問題対処能力」コードに関するものである。回答者は、筋力が十分でないために重い商品を食料品店舗から自宅まで運ぶことが困難であることを説明している。高齢者は、加齢に伴う能力の低下で十分な選択肢を取る能力がない時にケイパビリティ障壁を感じる。

心理的障壁

心理的障壁とは、信頼関係を構築できていない相手と交換することに意義を見出せないが高齢者が認知することで生じる参加障壁である。これは主に2つのコード「事業者への不信感」、「参加者との信頼関係」によって構成されており、具体的には以下のようなデータを含むカテゴリーである。代表的なデータを表3-5に示す。

移動販売には良いイメージがない。足下を見ている商売をしているから、正月とクリスマスとかで、値段が高くなっているし。量も少なくなっているし。【Y町／H・Hさん／65歳・女性】

どういう物があるかわからんし。ひやかしたら買わないわけにはいかないし。5人も6人も行ってくれたらね。自分1人だったら、買わないとだから。鬱陶しいから、車で行った方が良いね。【I町／O・Nさん／75歳・男性】

お年寄りの集まりみたいなのには出ない。お喋りは嫌や。あの人がこう言ったとか。（質問：噂話をするのが嫌なのか）そうや。ああいう集まりに行ったら、必ずそういう話になる。【I町／M・Fさん／81歳・女性】

1番目の回答は、「事業者への不信感」コードに関するものである。回答者は過去の経験から特定の購買行動の形態に対して抵抗があることを説明している。

表 3-5 心理的障壁に関するデータ例

参加障壁	カテゴリー	データ例
心理的障壁	事業者への不信感	移動販売には良いイメージがない。足下を見ている商売をしているから、正月とクリスマスとかで、値段が高くなっているし。量も少なくなっているし。【Y 町/H・H さん/65 歳・女性】
		値段とかそういうのがはっきりわからないでしょ。大きなところ行ったら大体わかるけど、個人のところだとわからない。【I 町/N・N さん/80 歳・女性】
		だって回って来る人は知らん人だもん。【I 町/S・K さん/83 歳・女性】
		移動販売も値段の比べようがないから。【I 町/O・N さん/75 歳・男性】
		あまりにも人数がたくさん来るんで圧倒される。【N 町/T・E さん/67 歳・女性】
		以前に（宅配サービスで）2、3 回チラシ見て注文したことあるけど、やっぱり実物見て選ぶのと違うからね。まあ、そうやたらに買い物はしませんね。【N 町/Y・S さん/80 歳・女性】
		どういう物があるかわからんし。ひやかしたら買わないわけにはいかないし。5 人も 6 人も行ってくれたらね。自分 1 人だったら、買わないとだから。鬱陶しいから、車で行った方が良いね。【I 町/O・N さん/75 歳・男性】
	参加者との信頼関係	お年寄りの集まりみたいなのには出ない。お喋りは嫌や。あの人がこう言ったとか。（質問：噂話をするのが嫌なのか）そうや。ああいう集まりに行ったら、必ずそういう話になる。【I 町/M・F さん/81 歳・女性】
		買い物で人と偶然会っても、あんまりお互い（プライベートなことを）言わないようにしてるから。その人と喋ってるのは良いけど。その人がね。他の人に喋ると困る。【I 町/N・N さん/80 歳・女性】
		町内の人だから、顔はわかるけど。自分が先に帰ると、気兼ねになるし。【I 町/Y・Y さん/70 歳・女性】

2 番目の回答は、「事業者への不信感」コードに関するものである。回答者は支援活動の提供者に対して遠慮してしまう気持ちを持つてしまうことを懸念している。3 番目の回答は、「参加者との信頼関係」コードに関するものである。回答者は購買行動の支援活動に参加した場合に、他者との会話が自分にとっての不利益になるのではないかという不安を感じている。高齢者は信頼できない交換相手と交換をすることに意義を見出せない時に心理的障壁を感じる。

3.4 妥当性の検証

3.4.1 定量的データの分析手順

前節で同定した 3 つの参加障壁が、購買行動という経済的交換に対してだけでなく、社会的交換に対しても高齢者の参加意欲を減退させるのかを検証する

ために、能美市が実施した「能美市 高齢者の日常生活に関する調査」のデータを用いて、アソシエーション分析および決定木によって分析する。本質問紙調査は8つの大項目(問1~問8)によって構成されており、質問数は合計で100を超える。能美市内の65歳以上の高齢者10,953人に配布し、7,531人から回答を得た。有効回答率は、68.8%である。回答者の男女比は、男性3,120人(41.4%)、女性4,092人(54.3%)、無回答319人(4.2%)である。年齢比は、65~74歳が3,997人(53.1%)、75~84歳が2,306人(30.6%)、85歳以上が860人(11.4%)、無回答が368人(4.9%)である。これは、2010年時点で65歳以上10,122人中、男性4,328人(42.8%)、女性5,794人(57.2%)の男女比と近似する。また、2010年時点での能美市の65歳以上の年齢比は、65~74歳が5,239人(51.8%)、75~84歳が3,353人(33.1%)、85歳以上が1,531人(15.1%)であり(国立社会保障・人口問題研究所, 2013)、年齢比においても本調査のデータが能美市の高齢者の状況を表している。

本研究では問7「社会参加について」にあるQ11の各種社会活動への参加頻度および参加・不参加の理由に関する質問を分析に用いる。Q11(1)~Q11(7)は、それぞれボランティアのグループ、スポーツ関係のグループやクラブ、趣味関係のグループ、老人クラブ、町内会・自治会、学習・教養サークル、その他の団体や会への参加頻度を尋ねている。選択肢は「1. 週4回以上」、「2. 週2、3回」、「3. 週1回」、「4. 月1~3回」、「5. 年に数回」、「6. 参加していない」の6点法である。そして、Q11(1)~Q11(7)のいずれかの社会活動に年1回以

Q11-2. 【(1)~(7)のような会・グループ等に1つも参加しないと回答した方のみ】
活動していない理由はどれですか(○はいくつでも)

1. どのような活動が行われているか知らないから
2. 経費や手間がかかりすぎるから
3. 気軽に参加できる活動が少ないから
4. 一緒に参加する友人や仲間がいないから
5. 活動に必要な経験や技術がないから
6. 家庭の事情(通院、家事、仕事、介護など)があるから
7. 活動場所が近くにないから
8. 活動場所に行くための交通手段がないから
9. 健康面や体力に自信がないから
10. 過去に参加したが期待はずれだったから
11. そのような活動に取り組む気持ちがないから
12. 大勢の人と一緒にいることが苦手であるから
13. その他(
14. 特に理由はない

図 3-5 本研究で定量的分析に用いる質問項目

(付録1より抜粋)

上参加している人は、Q11-1 で参加理由について回答し、いずれの社会活動にも参加していない人は Q11-2 で不参加理由について回答する。Q11-2 は 14 の選択肢の中から、複数回答で回答する形式となっている（図 3-5）。本研究では、Q11 の社会活動へ参加しているかどうかという質問と Q11-2 の不参加理由の質問を用いて分析する。Q11-2 の回答者は全回答者 7,531 人の内、1,505 人であった。すなわち、回答者の比率は、6,026 人（80.0%）の人が社会活動に参加しており、1,505 人（20.0%）が社会活動に参加していない。

本研究では、アソシエーション分析および決定木による分析のために、データを以下のようにコーディングする。Q11-2 に対して、例えば、10 人の回答者が表 3-6 のように回答したとする。これは、つまり、1 人目の回答者は社会活動に参加しているので Q11-2 には回答せず、2 人目の回答者は 2, 7, 8 という 3 つの不参加理由を選んで回答したということを表している。本研究では、こうした回答を表 3-7 のような形式に変換した。ここで、いずれかの社会活動に参加しているために Q11-2 に回答していない回答者は、参加障壁となる程の要因を有していなかったと解釈し、社会参加の欄を○、それ以外の変数を×として処理することとする（表 3-7）。

分析の目的として、例えば、回答「9. 健康面や体力に自信がないから」が社会活動への参加に与える影響を見ようとする場合、アソシエーション分析においてはその対偶を取って、回答「9. 健康面や体力に自信がないから」がない人が社会活動に参加するというルール的重要性を見る方法が考えられる。すなわ

表 3-6 回答者のデータ例

id	回答
1	無回答
2	「2. 経費～」、「7. 活動場所が～」、「8. 活動場所に～」
3	「1. どのような活動が～」
4	無回答
5	「6. 家庭の～」、「9. 健康面や～」、「12. 大勢の～」
6	「4. 一緒に～」、「9. 健康面や～」
7	「3. 気軽に～」、「6. 家庭の～」、「9. 健康面や～」
8	「4. 一緒に～」、「6. 家庭の～」、「8. 活動場所に～」、「10. 過去に～」
9	「9. 健康面や～」、「11. そのような～」
10	「3. 気軽に～」、「6. 家庭の～」、「9. 健康面や～」、「11. そのような～」

表 3-7 変換後の回答者のデータ例

id	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	社会活動
1	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	○
2	×	○	×	×	×	×	○	○	×	×	×	×	×	×	×
3	○	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
4	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	○
5	×	×	×	×	×	○	×	×	○	×	×	○	×	×	×
6	×	×	×	○	×	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×
7	×	×	○	×	×	○	×	×	○	×	×	×	×	×	×
8	×	×	×	○	×	○	×	○	×	○	×	×	×	×	×
9	×	×	×	×	×	×	×	×	○	×	○	×	×	×	×
10	×	×	○	×	×	○	×	×	○	×	○	×	×	×	×

ち、これは表 3-7 において回答「9. 健康面や体力に自信がないから」が×、且つ、社会活動が○の共起性のルールを見るということである。実際に計算すると、データ例におけるこのルールの支持度は（回答 9 が× → 社会活動が○） $= 2 / 10 = 20\%$ であり、確信度は（回答 9 が× → 社会活動が○） $= 2 / 5 = 40\%$ である。これは、回答「9. 健康面や体力に自信がないから」が参加障壁となっていなければ、その高齢者は 40%の確率で社会活動に参加するというルールがあり、そのルールは標本の 20%に当てはまるということの意味する。

一方で、決定木は情報利得（ $=$ 分割前の平均情報量 $-$ 分割後平均情報量）が最大となる属性毎にクラス分けが進み、全体で最も簡易（情報利得が高く理解が容易）なモデルが選択される。決定木は教師付きデータの時に用いられることが多く、今回のデータ例においては、社会活動への参加・不参加を予測するため、○と×の回答が同数に近い属性が順番に選択される。

図 3-6 に示すように、今回は社会活動に参加するかどうかを教師データとする。1 番左の 10 人分の全データの中で、社会活動に参加する○の人が 2 人、参加しない×の人が 8 人いる。表 3-7 の中で、最も情報利得が高いのは回答「9. 健康面や体力に自信がないから」であり、これが最初の属性として選択される。回答 9 が○の 5 人は社会活動に参加していないので、その枝はそこで枝分かれしなくなる。回答 9 で 5 人整理したことが全 14 の選択肢の中で最大であり、これを情報利得が高いという。残ったのは回答 9 が×である 5 人であり、その 5 人

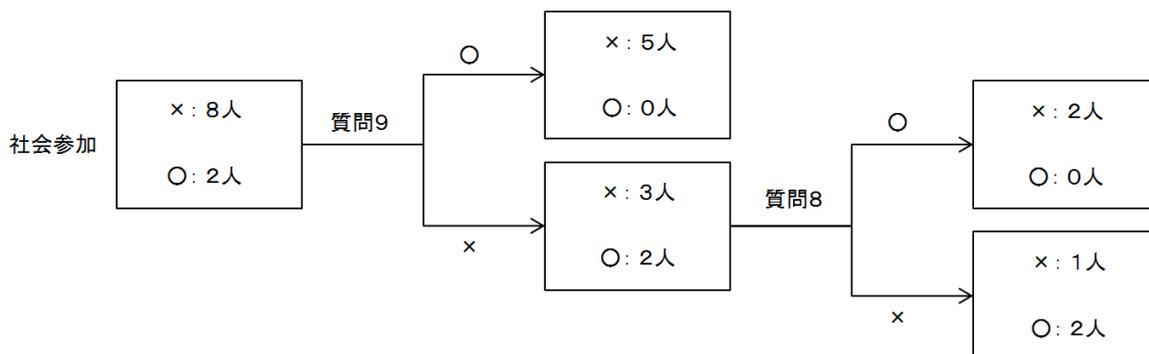


図 3-6 データ例に基づく決定木の結果

の中で最も情報利得が高いのは、2人を整理できる回答8を枝分かれの属性として選択する時である。最初の根ノードの10人を分類する時点では回答6が4人を整理でき、2番目に情報利得が高いが、最も情報利得が高い回答9を最初の属性とした後では、回答8の方が、情報利得が高くなる。これは回答6の回答が回答9の回答と似通っているためである。したがって、決定木は共起ルールの重要性を減じた上で分類する手法であるともいえる。アソシエーション分析と決定木による分析を用いることにより、社会活動への不参加の理由について多角的に議論できる。

3.4.2 定量的データの分析結果

Q11-2の選択肢の内、「6. 家庭の事情があるから」が交換への参加のために生活様式や習慣を変更する必要性を感じることで生じるライフスタイル障壁に、「9. 健康面や体力に自信がないから」が交換において求められる行動の達成が困難であると感じることで生じるケイパビリティ障壁に、「11. そのような活動に取り組む気持ちがないから」が信頼できない相手との交換に不安を感じることで生じる心理的障壁に相当する。まず、アソシエーション分析を行なうために、表3-7のようにQ11-2の14の選択肢を独立の観測変数として、その回答が選ばれた場合には「はい (○)」、選ばれなかった場合には「いいえ (×)」に分類するコーディングを行なった。この時、Q11-2に回答しなかった人は社会活動への参加意欲を減退させる程の障壁がないと解釈し、14の観測変数に全てにおいて「いいえ」、社会活動への参加に「はい」という回答に変換した。経済的交換に対する3つの参加障壁が社会的交換に対しても参加障壁となるのかを検証するために、3つの参加障壁のいずれも持っていない高齢者が社会活動に参加するというルールの共起性について、SPSS Modelerを用いて分析した。

アソシエーション分析の結果、3つの参加障壁のいずれも持たない高齢者、つ

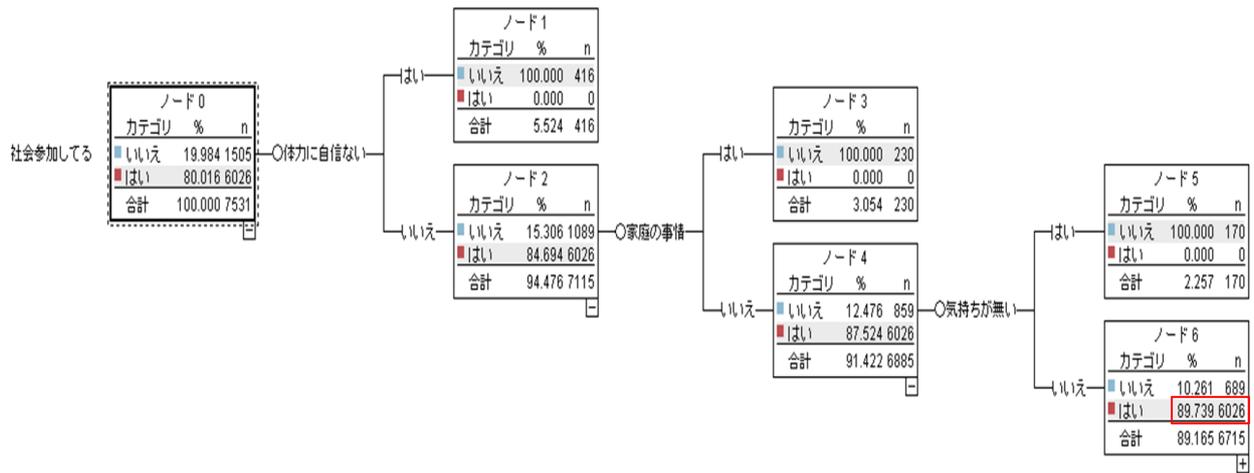


図 3-7 決定木の分析結果

まり、回答項目 6、9、11 の回答が「いいえ」だった高齢者が社会活動に参加する場合の支持度は 89.2%で、確信度が 89.7%であった。すなわち、聞き取り調査から得られた 3 つの参加障壁ライフスタイル障壁、ケイパビリティ障壁、心理的障壁のどれも生じていない高齢者が社会活動に参加する可能性は約 90%である。そして、回答者全体 7,531 人のおおよそ 90%という高い割合でこのルールが当てはまる。この結果は、3 つの参加障壁ライフスタイル障壁、ケイパビリティ障壁、心理的障壁を低減することにより、高齢者の社会的交換への参加を促進できることを強く示唆する。

次に、14 の観測変数の内、「13. その他」と「14. 特に理由はない」を除いた 12 の観測変数を用いて、社会活動への参加という教師データを決定木によって分析した結果、図 3-7 のようになった。図中の 1 番目の属性「○体力に自信な

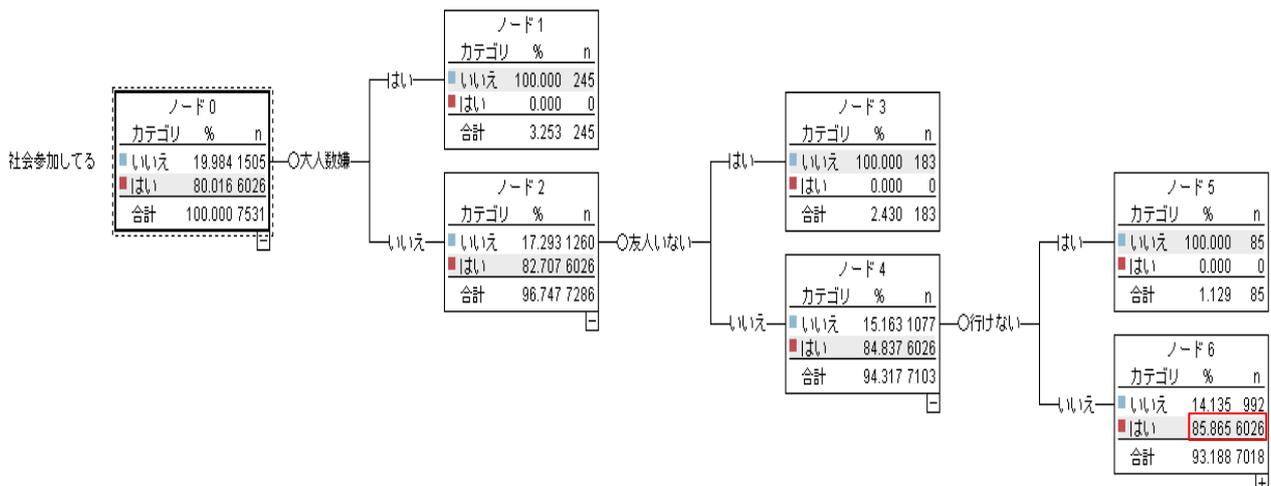


図 3-8 3 つの参加障壁を除いた決定木の分析結果

い」は回答 9、2 番目の属性「○家庭の事情」は回答 6、3 番目の属性「○気持ちが無い」は回答 11 である。この結果、回答 6, 9, 11 全てに「いいえ」と回答した人は 89.7%の割合で社会参加に参加することを示し、アソシエーション分析の結果と一致する。すなわち、社会活動への不参加理由として 12 の具体的な理由の中で、3 つの参加障壁が最も重要な理由となっており、前述のようにこの 3 つの参加障壁を取り除くことで、90%弱の割合で高齢者を社会活動に参加させることができることが示唆された。

さらに、3 つの参加障壁に関する回答を取り除いて、残った 9 つの観測変数を用いて決定木による分析を行なった。結果を図 3-8 に示す。1 番目の属性「○大人数嫌」は回答 12、2 番目の属性「○友人いない」は回答 4、3 番目の属性「○行けない」は回答 8 を表す。3 つの参加障壁を含めた分析では、根ノードの社会活動に参加する人の割合が 80.0%から 89.7%に予測精度が高まったにも関わらず、3 つの参加障壁を取り除いた分析では、その約半分の 85.9%に留まった。これは、3 つの参加障壁が特に高齢者の社会活動という社会的交換への参加意欲を減退させる原因となっていることを示す結果である。

表 3-8 社会活動への不参加理由の順位表

順位	回答項目	回答者数 (人)
1	9. 健康面や体力に自信がないから	416
2	14. 特に理由はない	401
3	6. 家庭の事情があるから	295
4	11. そのような活動に取り組む気がないから	282
5	12. 大勢の人と一緒にいることが苦手であるから	245
6	4. 一緒に参加する友人や仲間がないから	239
7	13. その他	190
8	8. 活動場所に行くための交通手段がないから	167
9	1. どのような活動が行われているか知らないから	140
10	3. 気軽に参加できる活動が少ないから	95
11	7. 活動場所が近くにないから	92
12	5. 活動に必要な経験や技術がないから	82
13	10. 過去に参加したが期待はずれだったから	72
14	2. 経費や手間がかかりすぎるから	65

最後に、それぞれの選択肢の回答者数順位を表 3-8 にまとめた。その結果、「14. 特に理由はない」を除けば、3つの参加障壁が社会活動への不参加理由の上位3位までを占めていることがわかった。また、3つの参加障壁の内、1つでもそれが社会活動への不参加理由になっていると回答した人は1,505人中816人(54.2%)である。これは過半数を超えており、この結果からも3つの参加障壁が主要な社会活動への不参加理由となっていることが示される。以上の分析により、3つの参加障壁が社会参加という社会的交換においても高齢者の交換への参加意欲を減退させる主要な原因となっていることを明らかにした。

3.4.3 文献調査による研究結果の一般化

行政調査の分析に追加して先行調査に対する文献調査に実施し、研究結果の一般性について論じる。先行調査には、東京大学高齢社会総合研究機構（IOG）による「高齢者の社会参加に対するニーズの調査」、内閣府による「高齢社会白書」および山口県社会福祉協議会生涯現役推進センターによる「生涯現役社会づくり県民意識調査」の3つを用いた。

IOGによる調査は、将来的な高齢者の社会活動への参加に対するニーズを把握することを目的としている。彼らはインターネットによる質問紙調査から、全国の50~69歳の中高齢者男女合計5000人の回答を収集した。回答者の内訳は、男性2431人(48.6%)、女性2569人(51.4%)で、平均年齢59.62歳である。回答者の内、「現在、社会活動に参加しておらず、今後も社会活動への参加意欲がない」と答えた人は全体の50.5%(2526人)である。この2526人の回答者が社会活動に参加しない理由の結果を文献から抜粋し、図3-9に示す。

社会活動に参加しない理由の内、男女合計1位の「そもそも地域活動に魅力や必要性を感じないため」であった。これは、地域の住民と交換をすることに魅力を感じないという理由であることから、心理的障壁に相当する。2位の「仕事で忙しいため(時間がないため)」は、時間制約による理由であることから、ライフスタイル障壁に相当する。このことは、中高齢者においても、心理的障壁とライフスタイル障壁が交換に対する参加障壁となっていることを示す。

5位の「健康状態がよくないため」は、身体的機能の衰えや自身の元来の健康能力と関連するため、ケイパビリティ障壁に相当する。ケイパビリティ障壁の順位が低かったのは、回答者が50~60歳代で比較的若かったことから、健康状態が良く、ケイパビリティ障壁は重大な参加障壁となっていないと推察できる。また、3位の「地域活動の情報はあるが魅力的な活動がないため」は、地域活動の内容に関連するものであり、4位の「地域活動の情報がないため(わからない

	男性				女性				計
			計	男性内 順位			計	女性内 順位	
	50代	60代			50代	60代			
1	258	272	530	1	251	298	549	1	1079
2	242	122	364	2	165	103	268	3	632
3	74	102	176	4	124	150	274	2	450
4	91	98	189	3	99	114	213	4	402
5	62	68	130	5	73	70	143	5	273
6	10	20	30	6	32	44	76	6	106

図 3-9 中高齢者が社会活動に参加しない理由
(IOG (2014, p. 18)より抜粋)

ため)」は、活動の宣伝広告に関連するもので、これらは活動を設計する提供者側の課題である。

続いて、高齢社会白書(内閣府, 2016)の中で調査結果がまとめられていた2012年実施の「生涯学習に関する世論調査」の結果について考察する。地域の持続的な発展に対しては個人や集団としての学習が重要であることから(Loeber et al., 2007)、地域の住民である高齢者が生涯学習に参加することには意義がある。本調査は、全国の20歳以上の日本国籍を有する者を対象に層化2段無作為抽出法によって3,000人から回答を収集した。この内、60歳以上の回答者は1,192人(60歳代624人、70歳以上568人)であった。その中で、「この1年くらいの間に、生涯学習をしたことがない」と回答した人は398人(60歳代206人、70歳以上192人)であった。この398人の回答者が生涯学習に参加しない理由の結果を文献から抜粋し、図3-10に示す。

60歳代の生涯学習に参加しない理由1位は「仕事が忙しくて時間がない」(40.8%)であった。これは、時間制約に関連する理由であり、ライフスタイル障壁に相当する。一方で、70歳以上の生涯学習に参加しない理由1位は「その他」であり、次点となる2位は「特に必要がない」である。これは、高齢者が生涯学習を通じた交換に意義を見出せないことに起因することから、心理的障壁に相当する。また、70歳以上の生涯学習に参加しない理由第3位は「仕事が忙しくて時間がない」というライフスタイル障壁であった。この結果から、高齢者は最初にライフスタイル障壁からの影響を強く受け、加齢に伴って内面的な心理的障壁の影響の度合いを高める傾向があるといえる。ケイパビリティ障壁に関する結果が顕著でなかったのは、生涯学習という社会活動それ自体がケイパビリティの強化を目的としているという特性を持っているため、現状のケイパビリティの不足は問題にならなかったからであると考えられる。

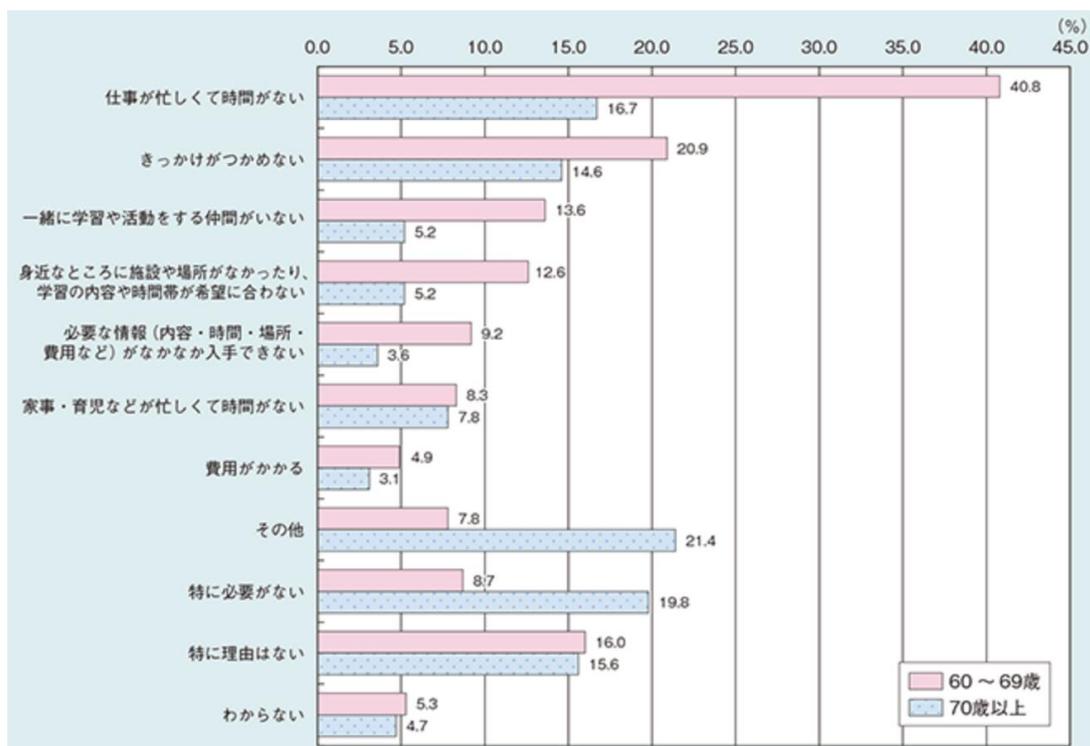


図 3-10 高齢者が生涯学習に参加しない理由

(内閣府(2016)より抜粋)

最後に、山口県社会福祉協議会生涯現役推進センターによる「生涯現役社会づくり県民意識調査」について説明する。本調査は社会活動への参加を通じて高齢者の社会的役割の維持を目指す生涯現役社会の実現のために実施され、山口県内40歳以上の住民を対象に自記式の郵送法で実施された質問紙調査である(高野・坂本, 2005)。質問票は3,500枚配布され、1,523枚(43.5%)回収された。山口県は2010年の時点で高齢化率28.0%を記録し、全国よりも5%高い水準で、有数の高齢化社会が深刻化している地方地域である(山口県, 2012)。したがって、本調査の結果の中で、これまでの本論文の研究結果と合致した部分は、高齢化社会が深刻化する地方地域に一般的に当てはまる結果である可能性が高いといえる。

本調査の回答者の内、社会活動に参加していないと答えた回答者は全体の38.1%であった。そして、彼ら社会活動への不参加者の不参加理由をまとめたものが図3-11である。この内、社会活動に参加していない人の内43.9%が回答した不参加理由である「時間的余裕なし」と22.1%が回答した不参加理由である「金銭的余裕なし」は、それぞれ時間制約と予算制約を意味しており、ライフスタイル障壁が社会活動に対する主要な不参加理由となっている。また、28.0%が回答した不参加理由である「体力なし」はケイパビリティ障壁に相当するため、ケイパビリティ障壁も主要な不参加理由である。

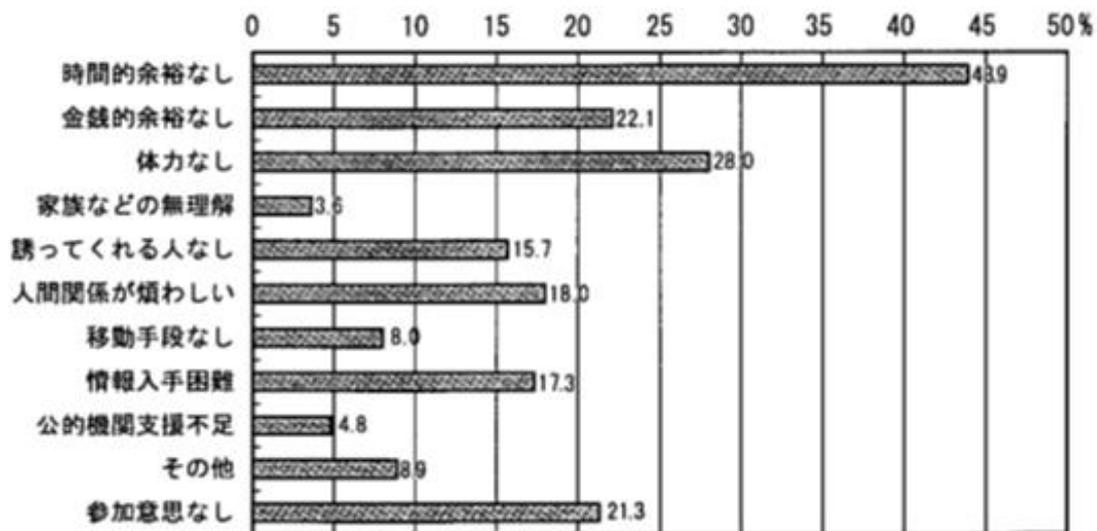


図 3-11 社会活動に対する不参加理由

(高野・坂本(2005, p. 91)より抜粋)

これら回答者を 40~64 歳の向老期、65~74 歳の前期高齢期、75 歳以上の後期高齢期と分けた時に、向老期の社会活動への不参加理由第 1 位は「時間的余裕なし」であり、55.7%が回答した。これに対し、前期高齢期と後期高齢期が「時間的余裕なし」を理由に選んだ割合は、それぞれ 25.6%と 14.3%であった。一方で、向老期が不参加理由として「体力なし」を回答した割合は 17.3%に留まったが、前期高齢期では 45.7%、後期高齢期では 51.0%であった。加齢に伴って時間的余裕が生まれ、体力が失われていくのは、内閣府による「生涯学習に関する世論調査」においても見られた傾向である。そして、心理的障壁に該当する不参加理由である「参加意思なし」も 21.3%と高水準であった。以上のことから、本調査においても、ライフスタイル障壁、ケイパビリティ障壁、心理的障壁の 3 つの参加障壁が高齢者の交換への参加意欲を減退させていることが示される。したがって、文献調査から 3 つの参加障壁が交換への参加意欲を減退させることが、全国的な傾向にあることを示した。

3.5 第 3 章のまとめ

本章は研究 1 として、研究課題 1「なぜ高齢者は交換に参加しないのか」に対する回答を得るために、定性的研究と定量的研究による混合手法を用いて、高齢者の交換への参加に対する参加障壁について考察した。定性的研究として、石川県能美市在住の 65 歳以上の高齢者を対象に聞き取り調査を実施し、136 人

から回答を得た。グラウンデッド・セオリー・アプローチに基づく分析の結果から、高齢者は購買行動という経済的交換に対して、ライフスタイル障壁、ケイパビリティ障壁、心理的障壁の3つの参加障壁を持っていることを明らかにした。ライフスタイル障壁とは、交換に参加するために生活環境を変更する必要があると高齢者が認知することで生じる参加障壁である。ケイパビリティ障壁とは、交換で求められる行動を達成することが困難であると高齢者が認知することで生じる参加障壁である。心理的障壁とは、信頼関係を構築できていない相手と交換することに意義を見出せない高齢者が認知することで生じる参加障壁である。

定量的研究として、能美市の行政調査を分析し、先行調査に関する文献調査も併せて行なった。分析結果から、上記の3つの参加障壁は購買行動という経済的交換にだけでなく、社会活動への参加という社会的交換においても、高齢者の交換への参加障壁となっていることを示した。また、同様の傾向は能美市の高齢者に対してだけでなく、全国的な傾向にあることも示した。以上の結果から、高齢者が交換に参加しない理由は、3つの参加障壁が参加意欲を減退させるからであることを明らかにした。

第 4 章

研究 2：高齢者の交換への参加を促進するサービスの分析

4.1 研究目的および方法

研究 2 の目的は、高齢者の交換への参加を促進する価値および価値共創を促進するためプラットフォーム要素を同定し、研究課題 2「高齢者の交換への参加を促進する価値は何か」に対する回答を得ることである。研究目的を達成するために、参与観察を中心とする事例分析を用いて、どのようなサービスによってどのような価値が共創されているのかを明らかにする。参与観察とは研究対象の集団（あるいは社会）の一員として活動に参加する定性的研究手法であり、外部の人間からは見えない集団内部の特性を見出すことに強みがある（佐藤, 2002）。本研究では、購買行動の支援活動によって高齢者の交換への参加を促進している先駆的な事例を事例分析の対象とし参与観察を実施する。具体的には、能美市商工女性まちづくり研究会（以下、研究会と呼ぶ）の提供する購買行動の支援活動を研究対象とする。

研究会の支援活動の概要から、移動販売というサービスが備えるプラットフォーム要素について分析する。次に、高齢者の交換への参加を促進する価値を同定するために、9 回の参与観察をフィールドノートに記録し、どのような価値



図 4-1 車椅子の常連利用者 (#4)

表 4-1 参与観察の概要

活動日時 (調査番号)	活動内容
2013/05/17 (#1)	今年度初回、通算 3 回目の支援活動に初めて参加。能美市社会福祉協議会 2 人と研究会 7 人で 2 つの町に移動販売を提供。
2013/05/21 (#2)	ライオンズクラブから協賛金をもらうためのプレゼンテーションに出席。
2013/06/20 (#3)	移動販売に参加。能美市社会福祉協議会 2 人と研究会 8 人で 2 つの町に移動販売を提供。
2013/07/18 (#4)	移動販売に参加。能美市社会福祉協議会 2 人と研究会 7 人で 2 つの町に移動販売を提供。
2013/09/14 (#5)	移動販売に参加。能美市社会福祉協議会 2 人と研究会 7 人で 2 つの町に移動販売を提供。
2014/04/18 (#6)	研究会の会員から新たに 2 人が体験参加し、合計で 10 人のメンバーで移動販売を提供。市役所職員 2 人が視察のために同行。移動販売の対象地域が 3 つの町に増加。
2014/12/19 (#7)	研究会の会員からの体験参加が増え、12 人のメンバーで移動販売を提供。移動販売の対象地域は 5 つの町に増加。
2015/03/20 (#8)	研究会 7 人で 5 つの町と 1 つの施設に移動販売を提供。
2016/10/04 (#9)	研究会 7 人で 9 つの町と 1 つの施設に移動販売を提供。

が共創されているのかについて分析する。フィールドノートのフォーマットは付録 2 に掲載する。参与観察の概要は表 4-1 にまとめた。



図 4-2 雪の日の販売の様子 (#7)

4.2 研究対象

4.2.1 事例選定の背景

本研究は、能美市商工女性まちづくり研究会による高齢者への購買行動の支援活動を事例分析の対象とした。研究会は軽トラックに食料品を中心とする日用品を積み、市内の購買行動に困難を抱えた高齢者の多い地域に移動販売をする支援活動を行なっている。彼女達の支援活動は、商品の販売だけでなく、高齢者の社会活動への参加促進も目的としており、移動販売先で商品を販売するだけでなく、見守りを兼ねた高齢者に対する傾聴も行なっている。研究会の設立直前に創設メンバーは、このための傾聴の講習を受けた。したがって、研究会の支援活動においては、経済的交換だけでなく社会的交換も為されていると考えられる。

また、この支援活動では高齢者の生きがいを創出する目的で、高齢者の育てた作物を買い取ったり、高齢者同士の共助を奨励したりして、支援活動への協力を積極的に募っている。そして、継続的な支援活動を行なったことにより、研究会は商工会女性部主張発表全国大会の審査委員長特別賞、公益財団法人いしかわ女性基金のいしかわ女性チャレンジ賞、21世紀商工会グランプリの準グランプリなど、多数の賞を獲得している。能美市から活動を認められ、助成金も複数年受けている。以上のことから、経済的交換と社会的交換の両側面を兼ね備えており、広く活動を認められている先駆的事例であるので、研究会の提供する購買行動の支援活動を研究対象とした。

4.2.2 能美市商工女性まちづくり研究会の沿革

研究会は、能美市商工会の内部組織である女性部のメンバーによって発足された。これまで当女性部は、地域経済の振興や住民の生活の質向上を目的にボランティア活動や講習会を行なってきた。購買行動の困難な高齢者が地域内で増加しているという地域課題を受けて、2011年に当女性部の役員7人が外部のキャリアコンサルタントや福祉協議会の協力を得て、1年間を掛けて支援活動の提供体制を整えた。この間にワークショップを通じて、市内に食料品店舗が減少していることをメンバー間で確認し、支援方法として移動販売方式が適切であることなどを話し合った。さらに、ワークショップや傾聴の講習を受講するだけでなく、山間地域に出向いて支援活動の利用対象者である高齢者のニーズを把握するための現地調査を行った。そして、2012年に能美市商工女性まちづ

くり研究会という名前の任意団体を立ち上げた。

彼女達は利用者以外の企業や個人から賛助会費を募ることにより、その資金を支援活動の運用費として使っている。賛助会費を支払う賛助会員の年会費は3,000円以上からで、5,000円や10,000円、さらには100,000円を支払っている会員もいる。賛助会員数は募集開始の2013年当初に9人であったが、2016年4月時点で101人となり、目標であった100人を超えて経済的に自立して支援活動を提供できるようになった。

移動販売を開始するにあたって、研究会メンバーは町会長、民生委員や老人会会長などから構成される地域福祉委員会との意見交換を重ねて、地元の受け入れ態勢を地元住民とともに構築した。そして、2012年に2回の試験販売を実施し、2013年5月から本格的に毎月1回の移動販売を始動した。活動の始動当初には地元住民が顔を良く知っている社会福祉協議会の職員と行動をともにし、地元住民の警戒心を解くという工夫をしている。

研究会は地域共助の推進を活動目的の1つとしていることから、移動販売は戸別訪問ではなく、公民館などの地区の代表的施設の前に停車するようにしている。これにより、住民が外出して交流する機会を創出している。毎回、地域に到着した時には周囲を一周し、スピーカーからアイドルの『会いたかった』という曲を流しながら、移動販売車が訪れたことを知らせる。見守りと傾聴のために、購買にやって来た利用者に話し掛けて近況を聞きながら、会計が済んだ利用者には飴とお茶を振る舞っている。2014年から移動販売の回数が毎月1回から2回に増え、開始時点で山間部の2つの町であった対応地区も2016年7月時点で9つの町と1箇所の高齢者向け温泉施設を回るようになった。

移動販売の商品は、全て能美市商工会に加盟している店舗から仕入れている。古くから付き合いがある店舗同士であるため、研究会の活動趣旨に賛同してくれる店舗が多く、低価格での商品提供を可能としている。また、こうした協力体制によって、利用者の要望に合わせて、高齢者でも1回で食べ切れるように、移動販売の早朝に作った惣菜や餅菓子を小分けにしてパックし直している。売れ残った商品はそのまま返品される仕組みで、販売できた分については店舗から販売手数料を取っている。こうした支援活動は賛助会員の年会費、販売手数料、各種助成金などによって活動費を捻出している。

山間部では獣害被害などのために、高齢者が徐々に畑仕事から離れるようになってきていることもあり、生き甲斐づくりと健康促進のために、利用者が育てた野菜や花を買い取って他の地域に訪れた時に委託販売という形で販売している。また、研究会の内部では常連の利用者を地域連絡員と見なし、移動販売で訪れた際に積極的に地域連絡員と会話することで、地域全体の様子、商品に対するニーズや他の利用者の健康状態などに関する情報を共有している。また、2015

表 4-2 商工女性まちづくり研究会の活動

時期	活動内容
2011年	研究会の発足に向けて、ワークショップ、傾聴の講習、現地調査、受け入れ態勢の構築などを行なう。
2012年	「商工女性まちづくり研究会」を発足。当初1回の予定だった試験販売が、住民の要望により2回実施することに。
2013年	月1回の本格的な移動販売を開始。「能美市地域力創出支援事業」に採択され、市からの助成金で中古の軽トラックを購入。これまでレンタカーを利用していたが、自前の車両となり荷台を改造して利便性を向上させる。この年の売上金額は672,166円。年間の移動販売実施回数は10回、利用者数は566人。
2014年	移動販売の回数を月2回に増やし、対象地域も4町に増加。この年の売上金額は、1,665,346円。年間の移動販売実施回数は19回、利用者数は1,261人。
2015年	2回目の「能美市地域力創出支援事業」採択により、予備の商品を積む伴走車を購入。のみカードを導入。この年の売上金額は、1,962,692円。年間の移動販売実施回数は22回、利用者数は1,385人。
2016年	賛助会員数が101人に到達。

年から高齢者の見守り機能を有する「のみカード」を活用している。同カードは、健康診断の受診や防災訓練への参加など、地域の社会活動に参加することによってポイントが入る地域のカードとなっており、研究会の移動販売では商品購入、買い取り、他利用者の購買行動の補助などにポイントを付与している。通常は100円の購買毎に1ポイント入る仕組みとなっており、ポイントが500ポイント溜まると加盟店で500円分の購買ができる他、さらに溜めると温泉旅行などできる。

4.2.3 プラットフォームとしてのサービス：SPES

次に、研究会の移動販売において、価値共創を促進するためプラットフォーム要素を分析する。S-D Logic おいて、サービスは次なるサービスの基盤（Lusch

and Vargo, 2014) とされながらも、これまでどのようにサービスが交換のプラットフォームと成り得るのかについて、十分に考察されてこなかった。本研究では、サービスのプラットフォーム要素を明らかにすることで、価値共創を促進するためのプラットフォームとしてのサービスとはどのようなものであるかを明らかにする。

サービスの観点から捉えると、研究会が提供する移動販売は、地元住民から賛助会員としての年会費や支援活動への参加を募ることで、経済活動の選択肢を減退させた住民の選択肢を増やす、すなわち、財へのアクセス能力を回復させることを目的としたサービスである。このようなサービスは、以下で説明する市場関係の再構築、地域資源の集約、社会的交換の機会創出の3つプラットフォーム要素を強化することによって、アクター同士の価値共創を促進している。尚、本論文でサービスをプラットフォームとして捉える際には、財を提供するアクターを提供者（食料品店舗の事業者）、サービスを利用するアクターを受容者（高齢者）、サービスを提供するアクターを仲介者（研究会メンバー）と呼ぶ。

市場関係の再構築

本論文の指す市場関係とは、経済的交換を土台としたサービス関係のことである。加齢によって車の運転ができなくなったり店舗の撤退によって近くに食料品店舗がなくなったりなどの理由で、提供者との経済的なサービス関係が失われた受容者は、購買行動に関する市場関係を失った状態にある。彼らの食料品という財へのアクセス能力（手段）を回復させるために、研究会は仲介者として移動販売というサービスを提供している。このサービスにより、受容者は自分が望む財に容易にアクセスできるようになり、提供者も移動販売を通じて顧客創出を行なっている。仲介者の提供するサービスによって、失われていた市場関係が再構築されている。

サービスの目的が、失われた経済的交換のサービス関係を再び結び付けることにあるということをサービスに参加するアクター同士が共通認識として持つことによって市場関係の再構築が促進される。市場関係の再構築によって、受容者は財へのアクセスのためにサービスに参加し、提供者は金銭を獲得するためにサービスに参加する。そして、仲介者は受容者と提供者の価値共創を円滑にするための行動を取ることで、他者貢献の欲求を満たす。したがって、市場関係の再構築は各アクターのサービスへの参加のインセンティブを形成していることから、国領・プラットフォームデザイン・ラボ（2011）の主張するプラットフォーム要素であるインセンティブ形成メカニズムに相当する。



図 4-3 報告会での寸劇

地域資源の集約

研究会による移動販売は、地域に点在する経済的資源を始めとする有形資源だけでなく、労働力や知識といった無形資源をも集約している。サービス提供の土台となっている活動費は、賛助会員の年会費から賄われている。この年会費は、地域の高齢者を支援したいという住民の経済的支援の受け皿となっている。また、研究会では会員の移動販売への同行を推奨している。これも、地域の高齢者の生活を支援したい住民に対して、彼らの能力を適用する機会を与えている。すなわち、移動販売というサービスによって、地域で点在していた資源が1箇所に集約され、サービスにおける価値共創を駆動させている。

地域資源の集約を促進するために、研究会は移動販売時の直接的な訴求だけでなく、様々な形態によって彼女達の目指す交換の作法や態度を普及させた。その1つに定期的な活動報告会での発表やスピーチコンテストへの出場がある。それらの活動において、共感を生むような丁寧なスピーチをすることもあれば、楽しい雰囲気です寸劇(図4-3)を披露することもあり、多角的に聴衆に移動販売の雰囲気を伝えようとしている。さらには、定期的にニュースレターも発行している。自前の移動販売車には、移動販売の様子を表すイラストとともに大きく「つなぐ」という文字が書かれたステッカーが貼られているが、これはニュースレターを通じて賛助会員から募集したデザインである(図4-4)。点在する地域資源を集約することが、結果として交換の作法や態度の共有を促進している。様々な形態でサービスにおける交換の雰囲気を伝えていることから、地域資源の集約は国領・プラットフォームデザイン・ラボ(2011)の主張するプラットフォーム要素であるコミュニケーション・パターンの設計に相当する。



図 4-4 研究会の移動販売車

(能美市商工会 HP より引用)

社会的交換の機会創出

研究会による移動販売では、戸別訪問ではなく地域の施設に停車することで、利用者が特定の空間に集合する機会を創出している。さらに、積極的な傾聴と飴やお茶によるホスピタリティの提供によって、アクター間の会話や物などによる社会的交換が促進されている。サービスにおいて、その活動目的を経済的交換に置きながらも、経済的交換のために効率性ばかりを追求するのではなく、社会的交換を為すための余白を設計することが重要である。そうすることにより、アクターは社会的交換を繰り返すことによって、市場にいる交換相手に対する信頼を醸成する。したがって、社会的交換の機会創出は国領・プラットフォームデザイン・ラボ (2011) の主張するプラットフォーム要素である信頼形成メカニズムに相当する。

以上の 3 つの価値共創を促進するサービスが備えるプラットフォーム要素を表 4-3 にまとめる。第 2 章のプラットフォーム論で見たように、Lusch and Nambisan (2015)によるサービスプラットフォームの定義は、単独の交換を指すサービスにおける資源統合を促進する基盤としてのプラットフォームとなる場に注目している。これに対し、本論文におけるサービスの捉え方は、サービスという複数の交換のプロセスそのものが、Lusch and Nambisan の指摘するモジュール構造と交換のルールという 2 つのプラットフォーム要素を持っている。すなわち、複数の交換のプロセスから成るサービスの中に、交換のルールを共有する地域資源の集約というプラットフォーム要素と、経済的交換と社会的交換を促進するためのモジュール構造としての市場関係の再構築と社会的交換の機

表 4-3 価値共創を促進するプラットフォーム要素

要素	内容	効果
市場関係の再構築	サービスが失われた経済的交換のサービス関係を再び結び付けていることで価値共創を促進する。	各アクターに対して、サービスに参加するインセンティブを持たせる。
地域資源の集約	サービスがあることによって点在していた地域の資源が1箇所に集約され、価値共創を駆動する。	各アクターに交換の作法や態度を共有する。
社会的交換の機会創出	サービスが全てのアクターに対して経済的交換を超えた社会的交換の機会を創出している。	アクターが反復する交換を通じて、他アクターに信頼感を寄せる。

会創出というプラットフォーム要素があるということである。したがって、本論文ではこのように3つのプラットフォーム要素を備えるサービス、すなわち、プラットフォームとしてのサービスを **SPES (Service as Platform for Economic exchange and Social exchange)** と呼ぶ。Spes はラテン語で「希望」や「期待」を意味し、英語で「空間」や「宇宙」を意味する space と同じ発音である。

市場関係の再構築、地域資源の集約、社会的交換の機会創出という3つのプラットフォーム要素は、既に述べた通り、国領・プラットフォームデザイン・ラボ (2011) の指摘するインセンティブ形成メカニズム、コミュニケーション・パターンの設計、信頼形成メカニズムにそれぞれ相当する。しかし、サービスという交換の集合のプロセスにおけるプラットフォーム要素を捉えることは、人間の行動と状態変革を資源統合と結び付けて、ネットワークやシステムの観点から分析することを容易にする。この点がサービスをプラットフォームと捉えて分析することの新規性である。

また、国領・プラットフォームデザイン・ラボ (2011) では、プラットフォーム要素として上記の3つ以外にも役割の設計とアクターの変化のマネジメントを挙げていたが、本論文の SPES においては全てのアクターを資源統合に参加する一般行為者という役割へと同一化させることを目的としており、その変革のプロセスを明らかにすることを目指している。そのために、人間組織やオンラインシステムではなく、サービスをプラットフォームと捉えることが重要である。全てのアクターが一般行為者へと変革するようにサービスの制度である行動規範を改善することが、プラットフォームとしての創発価値となる。

4.3 参与観察の分析結果

4.3.1 分析の手順

研究会の支援活動に対する参与観察および利用者への聞き取り調査からフィールドノートの定性的データを得た。この定性的データをGTAに準じたコーディングによって分析した。分析の手順は図4-5に示すように、まずフィールドノートにおける価値共創に関連する記述を抽出した。その後、抽出した文章セグメントをグループ化し、グループ間の関係性について考察することにより、支援活動において高齢者が得られる価値を明らかにした。

4.3.2 SPES で得られる価値の類型化

参与観察の分析結果から、高齢者の交換への参加を促進する価値が表4-4に示すように、機能的価値、社会関係価値、情緒的価値の3つに類型化できることを明らかにした。以下で、フィールドノートのデータを用いて、それぞれの価値について説明する。

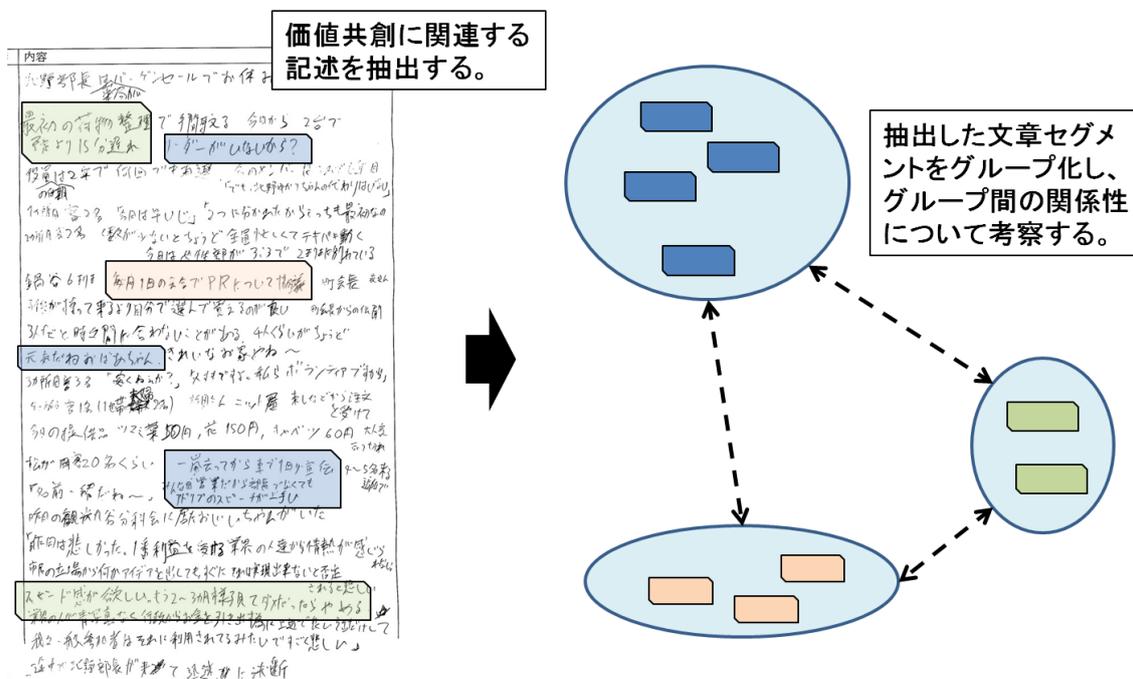


図 4-5 フィールドノートの分析手順

表 4-4 高齢者がサービスから得られる価値

価値	意味
機能的価値	基本的な生活を快適に過ごすための交換から得られる基礎的な価値。
社会関係価値	サービスを通じて新たな人間関係を構築し、社会関係資本を獲得・創造することによって得られる価値。
情緒的価値	心理的距離感を縮めて共感や信頼を得ることで、交換相手とポジティブな感情になることによって得られる価値。

機能的価値

機能的価値とは、基本的な生活を快適に過ごすための交換から得られる基礎的な価値である。例えば、購買行動の支援活動の事例では、欲していた商品を望む分量だけ容易に獲得できた時に機能的価値を獲得する。具体的には、表 4-5 のようなフィールドノートのデータによって構成される概念である。

1 つ目の記録は、研究会が移動販売の際に音楽を鳴らすことで移動販売車が到着したことを知らせている様子を表している。これにより、利用者はどのタイミングで購買行動のために屋外に出れば良いのかがわかる。2 つ目の記録は、研究会が商品提供店舗に依頼して食料品を小分けにパックし直したことにより、普段の大型スーパーでは買えないような少量の食料品が購入できたことに利用者が喜んでいる様子を表している。3 つ目の記録では、宅配サービスにはない、

表 4-5 機能的価値のデータ内容

価値	日時 (#)	データ内容
機能的価値	2013/05/17 #1	停車地点に到着すると、研究会は移動販売車が到着したということを知らせるために、アイドルグループの「会いたかった」を何回も歌う曲を流しながら、その周辺を1周する。
	2013/05/17 #1	早めに買い物を済ませた利用者に話を伺った。「(今すぐ家に) ない物が買えるのは良いね。ちょっとした物が買えるし。おかずとか、便利やね」。高齢者が利用し易いように小分けにしていることが喜ばれていた。ちょうど 11 時半頃で、その日の昼食のおかずに適当な量であるようだ。
	2013/07/18 #4	町会長に利用者の様子を伺った。「子供が持って来るよりも、(移動販売の) 買い物支援では自分自身で商品を選んで買えるから嬉しい」とおばあちゃんが言っていたことを教えてもらった。
	2013/09/19 #5	今日から移動販売車が新しい物になって、メンバーも嬉しそうだ。今まで、荷台から1回1回商品を下ろしていたのが、荷台に積んだままで買い物ができるようになった。これは、メンバーと利用者の双方にとって嬉しいことだろう。
	2014/12/19 #7	冬でも外に出て作業のできるお洒落な作業用エプロンが人気だ。研究会は商工会各種店舗から商品を仕入れることができるから、食料品だけでなく衣服も販売しており、取り扱い商品の幅の広さが好評を博している。
	2015/03/20 #8	足の悪い利用者のために、運転役のメンバーが止めていた移動販売車を 10m 程動かしてあげた。

自分の手で新鮮な商品を選ぶという体験プロセスに喜びを感じていることを説明している。4つ目の記録は、移動販売車が新しくなったことにより、利用者が以前よりも購買行動がし易くなったことを説明している。5つ目の記録は、研究会の取り扱う商品の幅が広いことが、利用者の満足度を高めていることを説明している。6つ目の記録は、移動販売である利点によって利用者の購買行動を容易にしている様子を表している

社会関係価値

社会関係価値とは、サービスにおける繰り返しの交換を通じて新たな人間関係を構築し、社会関係資本を獲得・創造することによって得られる価値である。アメリカの政治学者 Putnam によれば、社会関係資本とは信頼、規範、人的ネットワークのような相互的互酬性を促進する社会組織の特徴のことを指す (Putnam, 1995)。また、Lin は社会関係資本が個人に帰属する資源であるとし、人的ネットワークの結果から信頼や規範が生じると考えた (Lin, 2001)。本論文における社会関係資本は、個人が自分の便益をより多く得るために用いる資源としての人的ネットワークであり、信頼関係の構築と集団内の行動規範によって築かれる資本のことを意味する。具体的には、表 4-6 のようなフィールドノートデータによって構成される概念である。

1つ目の記録は、常連の利用者に研究会のメンバーが商品の嗜好を尋ねており、そのことによってメンバーが利用者の特徴を覚えるとともに、次回の移動販売時に好みの商品を仕入れられるという便益があることを説明している。2つ目の記録は、利用者が日常生活で隣人から受け取った支援に返礼しようとしている様子を表している。この例は、研究会の支援活動が利用者に返礼の機会を作っていることを示す。こうして向社会的行動が繰り返されることにより、住民の間で信頼関係と規範が形成されると考えられる。3つ目の記録は、普段小さい子供を連れて落ち着いて購買行動ができない利用者も、研究会メンバーがその子供の相手をすることによって、ゆっくりと購買行動に集中できることを説明している。4つ目の記録は、研究会のメンバーが利用者の体調を慮り、商品の売れ行きよりも利用者の Well-Being に関心を示している様子を示している。5つ目の記録は、研究会が利用者の育てた作物を委託販売することで、移動販売が提供する商品の幅を広げている様子を説明している。6つ目の記録は、利用者同士が健康に関する知識の共有をしている様子を示している。移動販売があることにより、住民同士が顔を合わせてお互いの健康を気遣う機会が生まれている。7つ目の記録は、利用者同士の間で信頼関係が構築されていることを表している。利用者はメンバーを信頼しており、値段表を確認せずにメンバーから言われた値段で支払っている。8つ目の記録は、常連の利用者から地域のニーズ

表 4-6 社会関係価値のデータ内容

価値	日時 (#)	データ内容
社会関係価値	2013/06/20 #3	メンバーが前回（先月）の買い物支援の時に、利用者が辛い食べ物が苦手だということを聞き出して、今回はその人のために辛くないカップ麺を仕入れていた。
	2013/09/19 #5	1人の利用者が人參はないかとメンバーに尋ねた。人參は2台ある内の他の車両に積んでしまい、その車両はもう既に次の目的地に向かってしまっていた。メンバーが「取りに行こうか？」と聞くと、横にいた別の利用者が「私の人參あげるよ。この間、お父さんに助けてもらったし」と言った。
	2014/04/18 #6	利用者が孫（園児くらい？）を連れて来た。見知らぬ大人がたくさん居て、子供は驚き泣いたが、飴を渡すと泣き止んだ。メンバーが子供に色々話し掛けている間に、利用者は買い物済ませた。
	2014/04/18 #6	メンバーの1人が「パンどうですか？」と利用者に薦める。利用者が「そうやねえ」と商品を受け取ろうとすると、別のメンバーが「でも、そのパンは甘いから、お母さんには良くないよねえ」と利用者の体調を気遣うコメントをした。商品売ることが第一目的ではない本活動の特徴が良く表れた1コマである。
	2014/04/18 #6	常連の利用者にメンバーが尋ねて、彼女が育てた花をたくさん譲ってもらった。これを次の目的地で販売して、売上を後で渡しに来るそうだ。
	2014/04/18 #6	「歩くと痛いから、お風呂に行くのがリハビリや。ははは」と、利用者がお互いの健康法について談笑している。
	2014/12/19 #7	値札が見つらいということで、研究会はホワイトボードを購入し、そこに代表的な商品の値段を書くようにした。しかし、それでも利用者がその値段表を見ることは少なかった。なぜなら、値札が見えないような利用者は、最初からメンバーを頼って会話しながら買い物をしているからだ。
	2014/12/19 #7	常連の利用者が他の住民がどういったニーズを持っているのかをメンバーに教えていた。雪かきの効率的な方法についても、知識を共有した。
	2014/12/19 #7	雪が積もり、家から出られなくなった高齢者がたくさんいる。メンバーが住民からスコップを借りて玄関前の雪かきをしたり玄関に入って注文を聞いたりしている。
	2015/03/20 #8	1人の利用者が「これから、ほうれん草が獲れるようになるから」と言い、周りの利用者やメンバーがなるほど頷いている。こうして、いつものように商品の使い方に関する知識を皆でこの場で共有し合っている。
2016/10/04 #9	利用者同士で、買った食材の調理法について、ああでもないこうでもないと楽し気に話している。この移動販売での会話から、料理のレパートリーが増えた人もいそうだ。	

や雪かきの技術を共有してもらうことで、移動販売の効率性が高められたことを説明している。9つ目の記録は、研究会のメンバーが雪かきをしたり注文を聞いて商品を移動販売車から玄関先まで持って来たりすることによって、雪が降り積もって外出が困難になっても購買行動ができることを説明している。10番目の記録は、利用者が商品の特性について周りに説明し、その会話に研究会のメンバーも加わっている様子を表している。11番目の記録は、利用者が頻繁に購入した商品の消費方法について知識を共有している様子を表している。

情緒的価値

情緒的価値は、心理的距離感を縮めて共感や信頼を得ることで、交換相手とポジティブな感情になることによって価値である。市場から得られるポジティブ感情は充足感 (Contentment)、幸福感 (Happiness)、愛情 (Love)、誇り (Pride)

表 4-7 情緒的価値のデータ内容

価値	日時 (#)	データ内容
情緒的価値	2013/07/18 #4	公民館で高齢者 20 人程が移動販売の到着を待っていた。全員が同時に取り囲める程に移動販売車は大きくないので、何人かの利用者が前の人が買い物を終わらせるのを待っている。メンバーの 1 人が、待ってる内の 1 人に声を掛けた。「お名前なんていうの？ ようこ？ あら、私と同じやねえ」。利用者から笑顔がこぼれた。その後、利用者の買い物の順番が回って来ても、2 人は 5 分程談笑を続けていた。
	2013/09/19 #5	2 人の利用者が自宅からぞろぞろ出て来る。その顔は、既に嬉しそうである。1 人が独り言のように言った。「さあ、(今日は) 何があるやろ」。もう 1 人が、「私なんて、こんな格好で出て来た」と笑いながら言った。この 2 人は隣人同士で普段からの仲の良さが窺えた。そして、メンバーともそのような心理的距離感を共有しようとしているようだった。
	2013/09/19 #5	目的地で停車後、坂の下に家がある利用者の車椅子をいつものようにメンバーが押して (移動販売の車両がある) 坂を上がって来た。2 人は「車変わったねえ」「やっ和我が物になりました」といった会話をしている。先日助成金を受け取ったので、研究会は今まで使っていたレンタカーから自前の車両を買うようになったのである。自慢するような冗談で、メンバーは利用者と同じ嬉しさを共有していた。
	2013/09/19 #5	メンバーが利用者の軒先に植えてある花を指して「これ何てお花や？ 可愛いね」と言うと、その利用者は「持って帰っても良いですよ」と笑顔で答えた。花を受け取りながら、代わりに移動販売の商品を渡したメンバーは「売りに来たのにもらって帰る」と嬉しそうに笑った。
	2013/04/18 #6	メンバーが「雨が止んで良かったです。お元気でしたか？」と声を掛けると、利用者は「良くない」と応えながらも、その顔には笑顔がこぼれていた。2 人は久しぶりに会って嬉しそうだった。
	2014/12/19 #7	常連の利用者に移動販売について尋ねると「この活動を継続してもらうために、もっと利用者が増えるよう住民に話している」と教えてもらった。他にもこの利用者はメンバーを友人や家族のように捉え、良く支援している。
	2015/03/20 #8	絆創膏をした利用者に対してメンバーが「指どうしたんですか？ 怪我したんですか？」と尋ねると、その利用者はどのように怪我をしたのか、事細かに説明し始めた。
	2015/03/20 #8	背の高いメンバーが開いた移動販売車の屋根に頭をぶつけると、他のメンバーが「私ら当たりたくても当たらんげん」と言い笑いを誘った。買い物を終えた利用者が「近くにおっても会わんし、何日かぶりで (他の利用者に) いらんこと喋ってしまった」と笑顔で帰宅して行った。
	2015/03/20 #8	メンバーが利用者を見つけて嬉しそうに歩み寄る。「会いたかった～。前回来た時に、今回はおらんと言われたから」と言うと利用者が「今、帰って来たところや～」と返事をした。帰ってから間もなくでも、メンバーの顔を見るために利用者は何も購入するものがなくとも家を出て来たのだった。
	2016/10/04 #9	かなり高齢の利用者がゆっくりと歩きながら近づいて来た。そして、メンバー 1 人 1 人と握手をしながら、深々と頭を下げていた。これまで自分が観察して来た中では (最後に参与観察したのは 1 年以上前)、去り際にお互いに頭を下げて「(来てくれて) ありがとう」「(買ってくれて) ありがとう」と感謝の言葉を伝え合うだけだったのだが、今回は手を振って「頑張ってるね」と、お見送りを受けるようであった。

の4つがあるとされており (Laros and Steenkamp, 2005)、これらは人によって得られ易さが異なると考えられる。具体的には、表 4-7 のようなフィールドノートのデータによって構成される概念である。

1つ目の記録は、研究会のメンバーが名前をきっかけに会話を始めたところから、思いがけず話し掛けた利用者と名前が同じであることがわかり、そこから会話が弾む様子を表している。利用者は新しい友人ができたように喜んだ。2つ目の記録は、利用者が移動販売の場を我が家のように感じ寛いでいる様子を表している。元々の隣人間の親しさを利用者は研究会のメンバーにも見せていた。3つ目の記録に出て来る利用者については、毎回特定のメンバーが車椅子を押してあげて、20m 程の坂の頂上まで上がって来る。2人は移動販売を開始してから知り合うようになり、今では友人として毎回冗談を言い合う仲である。4つ目の記録は、利用者の庭先に植えてある花をメンバーが気に入り、それを知った利用者がその花をあげたことで、メンバーも利用者も喜んだ様子を表している。5つ目の記録は、久しぶりに顔を合わせたメンバーと利用者の絆を表している。6つ目の記録は、自分が利用し便益を多く得たことから、利用者に移動販売を応援したいという気持ちが強く芽生えていることを表している。7つ目の記録は、利用者がメンバーに心を許し、話を聞いてもらいたいという気持ちを持っている様子を表している。8つ目の記録は、移動販売中の楽しい雰囲気を表している。利用者は購買行動だけでなく、他の利用者やメンバーと談笑できたことに満足している。9つ目の記録は、利用者にとって購買行動をすること以上にメンバーと会って安心感を得ることが移動販売に参加する利用となっている様子を表している。10 個目の記録では、利用者が研究会のメンバーに感謝の気持ちを伝える様子が記されている。以前は、利用者にとってのメンバーは、「私達の町に来てくれる優しい人達」のような余所余所しい人達のものであったが、今回の参与観察では、次の町に向かうメンバーのことを、仲間を見送るかのような態度で接していた。

また、参与観察から高齢者は単に商品の購買のためだけでなく、研究会の移動販売に参加することによって、生き生きとした生活を取り戻そうとしている様子が窺えた。筆者はこれを若々しさへの欲求と解釈し、定性的研究の妥当性を検証するための定量的研究の着想とした。つまり、高齢者は具体的な3つの価値を獲得するためというよりも、サービスから得られる価値を通じて、若々しく生きられるようになりたいという理由からサービスに参加するという仮説である。この仮説を検証するために、文献調査に基づいて若々しさ指標を作成する。質問紙調査を通じて、若々しさ指標と SPES で得られる3つの価値の関係性について考察することにより、研究3で参与観察から得られた研究結果の妥当性を検証する。

4.4 第4章のまとめ

本章は研究2として、研究課題2「高齢者の交換への参加を促進する価値は何か」に対する回答を得るために、参与観察による事例分析を実施した。本研究は能美市商工女性まちづくり研究会の提供する購買行動の支援活動を研究対象とした。当研究会は能美市商工会女性部が設立した任意団体であり、100人以上の賛助会員がいる。彼らは賛助会員から募集した年会費を用いて、商工会加盟店から商品を仕入れて移動販売を実施している。

この移動販売というサービスは市場関係の再構築、地域資源の集約、社会的交換の機会創出という3つのプラットフォーム要素を備えている。すなわち、サービスがプラットフォームの役割を果し、アクターの価値共創を促進している。本論文では、これら3つのプラットフォーム要素を備えるサービスを **SPES** (Service as Platform for Economic exchange and Social exchange) と呼ぶ。

次に、参与観察から得られたフィールドノートを分析した結果、**SPES** では機能的価値、社会関係価値、情緒的価値という3つの価値が共創されることがわかった。機能的価値とは基本的な生活を快適に過ごすための交換から得られる基礎的な価値である。社会関係価値とは、サービスにおける繰り返しの交換を通じて新たな人間関係を構築し、社会関係資本を獲得・創造することによる価値である。情緒的価値とは、心理的距離感を縮めて共感や信頼を得ることによって、交換相手とポジティブな感情になることによる価値である。本章では、この3つの価値が共創されることにより、高齢者の交換への参加が促進することを明らかにした。

第 5 章

SPES による高齢者変革モデル

本章では研究課題3「どのように高齢者は一般行為者へと変革するのか」に対する回答を得るために、研究1と研究2の結果を統合して考察を行ない、交換への参加障壁と交換における価値の関係性を明らかにする。そのために、高齢者が受容者から一般行為者へと変革するプロセスを示した高齢者変革モデルを構築する。

これまでの研究結果の概要は、図5-1のように表される。すなわち、移動販売というサービスが市場関係の再構築、地域資源の集約、社会的交換の機会創出という3つのプラットフォーム要素を備えたSPESとして、表層にある地域というサービスエコシステムにおけるアクター間の交換の基盤となっている。その

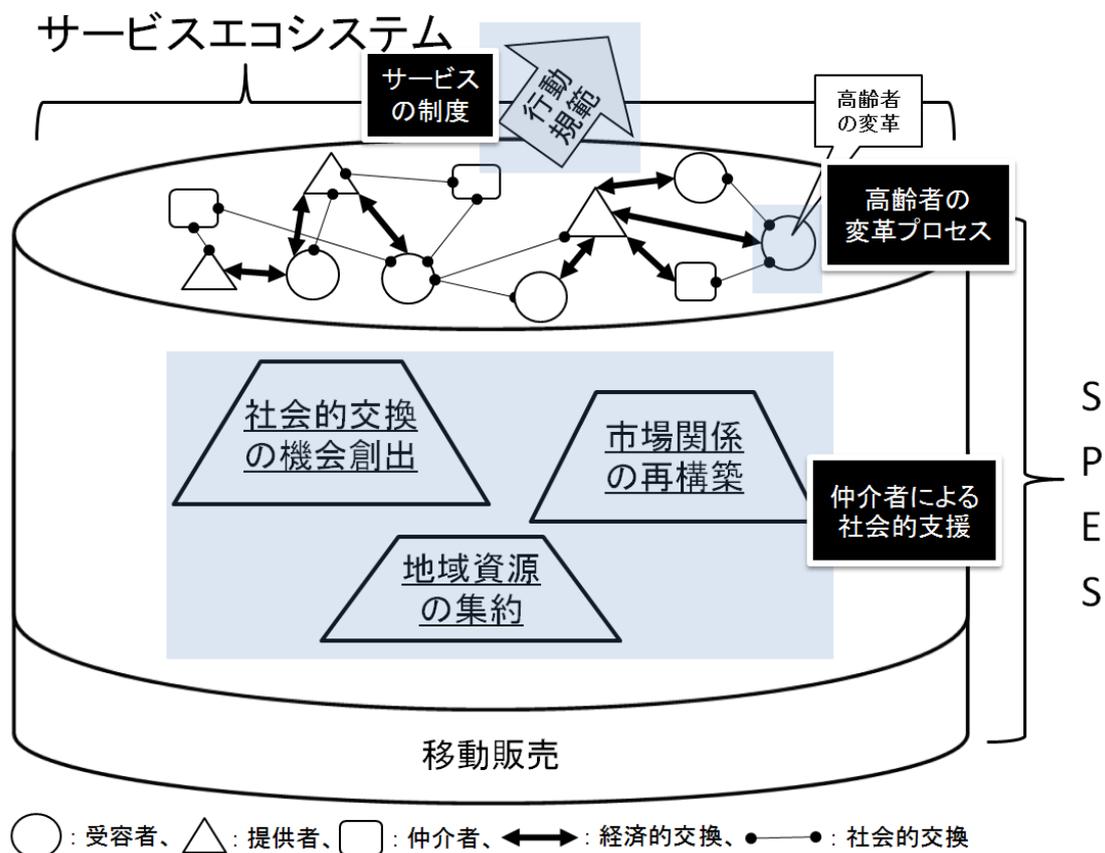


図 5-1 高齢者変革モデルに対する考察の視点

中で、高齢者は経済的交換と社会的交換を重ねることによって、受容者から一般行為者へと変革する。その結果として、アクター間の交換における行動規範、すなわち、サービスの制度が変化し、その効果がサービスエコシステムのアクター全般に共有されて、一般行為者への変革を促進する。

本章では、SPES のプラットフォーム要素を仲介者による社会的支援と捉え、高齢者変革モデルの 1 つの視点とする。また、高齢者が受容者から一般行為者へと変革するプロセスも 1 つの視点である。そして、サービスの制度として共有される行動規範も 1 つの視点とする。以上の 3 つの視点から考察を行ない、SPES による高齢者変革モデルを構築する。

5.1 初期：受容者としての交換と価値共創

サービスへの参加の初期においては、高齢者は受容者の状態にある。この状態の高齢者は資源統合の最終消費者として、他者によって統合された資源を消費するだけの受容者である。すなわち、提供者と仲介者によって生産・統合された移動販売のようなサービスや食料品という物財を経済的交換によって購入・消費する。研究会の事例においては、仲介者が提供者と協力して食料品を小分けにしてパックをし直すことなどが資源統合に該当する。受容者は、資源統合の成果物である食料品を購入して消費するだけである。この時の行動規範は、貨幣などのコストを支払うことによって相応の対価が得られるという期待による契約的規範に基づく。

SPES における市場関係の再構築に基づいて、仲介者が資金援助や行動支援などの実用的な支援を指す手段的支援を受容者の状態にある高齢者に提供することによって、受容者は予算や時間の制約といったライフスタイル障壁を低減させる。研究会の事例においては、仲介者が低価格で商品を販売することや移動販売車を自宅付近まで寄せることなどが手段的支援に該当する。手段的支援を

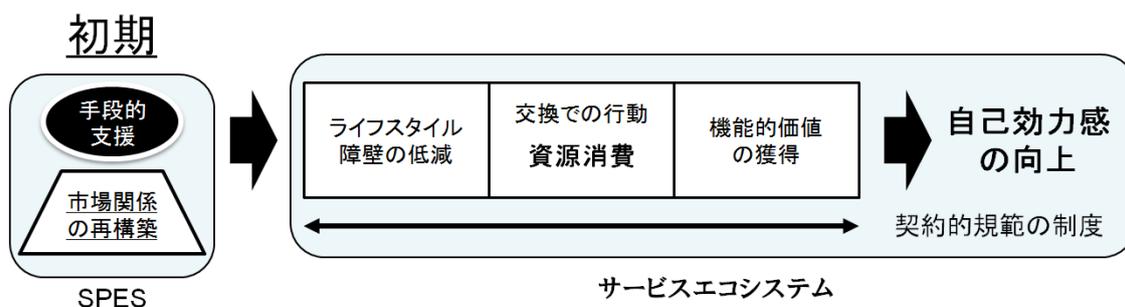


図 5-2 受容者の交換と価値共創

受けることにより、受容者は機能的価値を獲得できる。手段的支援によって購買行動を円滑に行なうことができるようになり、高齢者は自己効力感を高めて準行為者という状態へと変革する。自己効力感とは、個人が自分は目標に対して有効な行動が遂行できると認知することである（Bandura, 1977; 成田ほか, 1995）。

5.2 移行期：準行為者としての交換と価値共創

受容者から準行為者へと変革した高齢者は、交換において社会関係価値を共創するようになる。準行為者の交換における主な行動は資源伝達である。資源伝達とは、価値共創のために新たに資源を統合するわけではないが、既に統合された資源を他者がアクセスし易いように伝達する資源統合を支援する行動のことを指す。例えば、研究会の事例では高齢者がテレビから学んだ料理に関する知識を移動販売の場で隣人に話すことが該当する。質の高い食事をするという価値のためには、料理に関する知識は移動販売で購入する食料品を調理するための重要な資源となる。すなわち、この例における料理に関する知識とは、食料品というオペラント資源から質の高い価値を獲得するためのオペラント資源と考えられる。しかし、このオペラント資源は準行為者たる高齢者自身が新たに資源統合して生産したわけではなく、テレビから得た知識をそのまま伝えているだけであり、これは他者のために資源統合をしたとはいえない。このような交換における行動を本論文では資源伝達と呼ぶ。準行為者の参加する交換は貨幣と物財のやり取りが行なわれていないので社会的交換である。

自己効力感が高まることで人間は他者への働き掛けが促進される（Bandura, 1993; Hsu et al., 2007）。つまり、自己効力感が高まることによって、高齢者は普段なら相手に伝えないような情報も自信を持って伝えることが増えるため、受

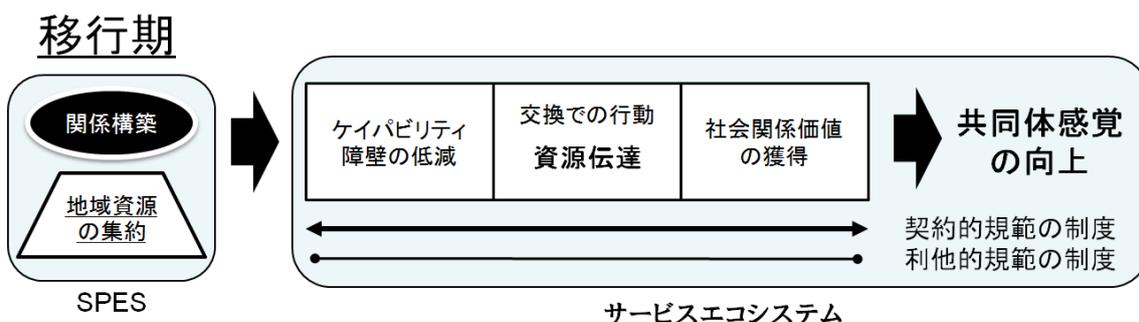


図 5-3 準行為者の交換と価値共創

容者から準行為者へと変革する。しかしながら、このような行動は結果的に相手の便益に繋がっているものの、自分の欲求に基づいた行動である。そのため、この時の行動規範は資源伝達に掛かる手間などのコストを支払うことで承認欲求という報酬が得られる期待による契約的規範と相手の便益に貢献する向社会的行動を促進する利他的規範が混在している。

準行為者の状態にある高齢者に対して、SPESにおける地域資源の集約に基づいて仲介者が活動のパートナーとなる関係構築を提供することによって、高齢者は他者の力を借りることにより行動の選択肢が増加して自身のケイパビリティ障壁を低減することができる。研究会の事例においては、視力が低下した高齢者のために値段を読み上げることや車椅子を押して移動販売車まで連れて来ることなどが関係構築の社会的支援に該当する。

高齢者は地域資源の集約に基づく関係構築という社会的支援によって新たな人間関係が構築され、社会関係資本を創造して社会関係価値を得る。自分の行動を支援してくれる住民と新たな人間関係を構築することにより、高齢者は共同体感覚を高めて一般行為者へと変革する。共同体感覚は「他者の存在を認め、他者にどれだけ関心を持っているかの尺度」（岸見, 2010, p. 95）とされている。Adler（1933）によると、共同体感覚を高めるには自己受容と他者受容の両方が重要である。そのため、高齢者を一般行為者へと変革するには受容者の状態の時に自己効力感を高めて自己受容に繋げることと併せて、準行為者の状態の時に関係構築の社会的支援から他者受容を高める必要がある。ホーほか（2014）は自分ごと化を「自分にとって有用であると認識すること」（p. 313）と定義しており、自分ごと化を高めることが他者受容を高めることに繋がる。したがって、共同体感覚の促進要因は自己効力感と自分ごと化である。

共同体感覚が高まることにより、人は他者のニーズへの関心を高めるので、Goodwin（1996）によるサービスの共同化の議論とも類似するが、共同化の議論ではその促進要因として会話などの行動を挙げていた。これに対し、本論文では共同体感覚の促進要因に自己効力感と自分ごと化を見出している。促進要因としての行動の原因となる心理的概念を取り上げることは、さらに根源的な促進要因の議論を可能とする。

5.3 変革期：一般行為者としての交換と価値共創

一般行為者は交換において、他アクターとの相互的な情緒的価値を共創する

ための資源統合をする。研究会の事例においては、商品の購買ではなく研究会のメンバーに会うことが移動販売に来る目的だと話していた例や体調を聞かれて元気でないと冗談で答えた例などが該当する。体調が特別悪くなく相手との心理的距離感も近くない場合に体調を聞かれると、大丈夫であると答えることが通例である。しかし、研究会の事例では研究会のメンバーとこれまでのプロセスを通じて築いてきた距離感や深めた理解により互いの性格を勘案した上で、高齢者が体調は悪いと冗談を言うことにより、会話をしていた 2 人だけでなく周囲のアクターも含めて愉快さや安息といった情緒的価値を得ることができた。高齢者は交換の文脈を読み取るための慮りの知識を用いて、会話という行動によってアクター間で共有される文脈の知識を統合・表出化することで、情緒的価値を共創している。アクター間に共有される文脈の知識は、アクターに依存せず全アクターに共通する資源であるため、オペラント資源である。そして、慮りの知識を用いてオペラント資源である共有される文脈の知識から情緒的価値を引き出すため、慮りの知識はアクターに依存するオペラント資源である。一般行為者へと変革されるまでの交換プロセスを通じてオペラント資源である共有される文脈の知識を蓄積したからこそ、情緒的価値を共創することが容易となる。

一般行為者の状態にある高齢者に対して、SPES の社会的交換の機会創出に基づいて、仲介者が不安や心配という感情を受け止めてあげる感情的支援を提供することにより、高齢者は交換の相手を信頼するようになって心理的障壁を低減させる。研究会の事例では、メンバーが順番を待っている高齢者に話し掛けたり飴やお茶を提供して安心して会話ができる雰囲気を作ったりすることが相当する。感情的支援を受けて心理的障壁を低下させた高齢者は、情緒的価値をさらに共創するために資源統合を促進させる。情緒的価値は他者と一緒に便益を得ることであるため、高齢者は利他的規範に基づいて行動している。情緒的価値の共創は人間が高齢になって身体的機能を低下させたとしても、資源統合に参加できる価値の 1 つである。こうして高齢者が一般行為者となることで、

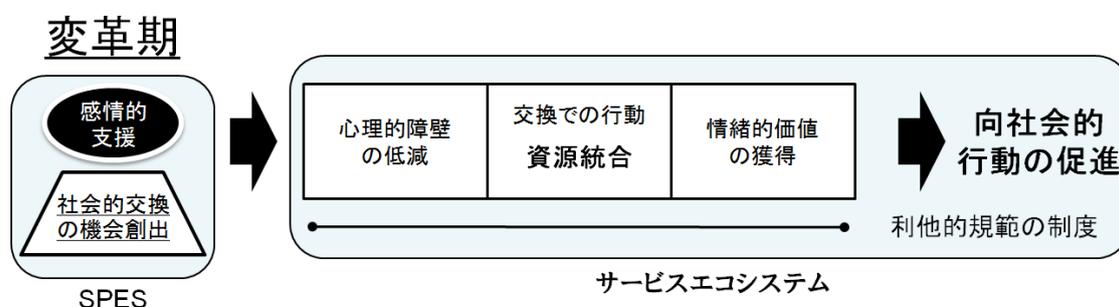


図 5-4 一般行為者の交換と価値共創

利他的規範に基づく向社会的行動が促進され、高齢者は仲介者や提供者のように他の住民に対して社会的支援を行なうようになる。研究会の事例では、一般行為者となった高齢者は育てた作物を提供することで提供者としてサービスに参加したり、社会的支援を行なって仲介者として資源統合したりする。この変革が他アクターにも波及することで、地域というサービスエコシステムは一般行為者を増加させ持続可能性を高める。この結果、SPES は購買行動の選択肢を増加させるだけでなく、地域の Well-Being に関連する価値の共創を促進する。

5.4 高齢者変革モデルの構築

これまでに説明した 3 段階の高齢者の変革プロセスを示したモデルが図 5-5 である。本モデルには、縦に仲介者、高齢者、制度という 3 つのレイヤーが存在する。図 5-5 の中央にある高齢者レイヤーは、高齢者が受容者から一般行為者へと変革するプロセスを示している。高齢者レイヤーの左側は、研究 1 で同定した 3 つの参加障壁を表している。参加障壁が左側にあるのは、後述する仲介者レイヤーに直接的に作用されるからである。高齢者レイヤーの右側は研究 2 で同定した SPES で得られる 3 つの価値である。高齢者レイヤーの中央は、高齢者の状態を表している。高齢者の状態は受容者、準行為者、一般行為者の 3 つが存在し、受容者が自己効力感を高めることで準行為者に変革し、自己効力感を高めた準行為者がさらに共同体感覚を高めることで一般行為者へと変革する。

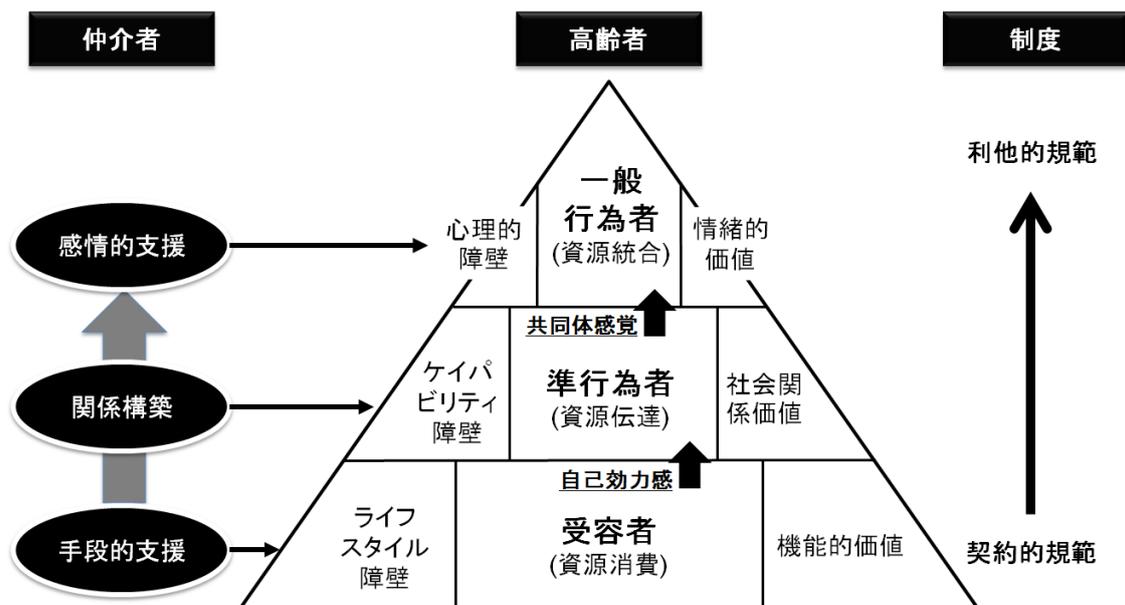


図 5-5 SPES による高齢者変革モデル

資源消費が中心となる場合は受動者、資源伝達が中心となる場合は準行為者、資源統合が中心となる場合は一般行為者として、高齢者の行動によって状態が規定される。サービスにおける制度となる高齢者の交換に対する行動規範は、高齢者の行動と SPES で得られる価値によって表現されるため、SPES で得られる価値は高齢者レイヤーの右側に位置する。

図 5-5 の左側にある仲介者レイヤーは、高齢者の変革を促進するための仲介者による支援行動を表している。Rosenbaum and Massiah (2007) によると、人間の Well-Being を向上させる社会的支援は手段的支援 (instrumental support)、関係構築 (companionship)、感情的支援 (emotional support) の 3 つに大別できるといふ。SPES のプラットフォーム要素である市場関係の再構築が手段的支援を、地域資源の集約が関係構築を、社会的交換の機会創出が感情的支援を形成するため、本論文においてもこの分類の名称を用いる。しかし、本論文では社会的支援を共創される価値によって定義付ける。すなわち、手段的支援とは機能的価値を共創するための支援行動を指し、関係構築とは社会関係価値を共創するための支援行動を指し、感情的支援とは情緒的価値を共創するための支援行動を指す。一方で、社会的支援は結果的に参加障壁を低減させる。手段的支援はライフスタイル障壁を、関係構築はケイパビリティ障壁を、感情的支援は心理的障壁を低減させる。

図 5-5 の右側にある制度レイヤーは、サービスにおける制度としてのアクターの交換に対する行動規範を表している。高齢者が受容者から一般行為者へと変革するにつれて、アクターの交換に関する行動規範が契約的規範から利他的規範へと変移する。利他的規範の割合が高い程、高齢者は向社会的行動を促進するようになり、住民の Well-Being の共創に参加し、資源統合をする。プラットフォームとしてのサービスに参加し価値共創を行なうことによって、向社会的行動が他アクターにも共有され、創発価値としての制度化 (institutionalization) が成される。SPES は地域の持続可能性を高めることが最終目標であるため、アクターがプラットフォームとしてのサービスを通じて交換を繰り返すことによって、他者のための価値共創に参加するという資源統合の行動規範となる制度を強固にする。つまり、サービスの制度はアクターの行動規範ともなる一方で、アクターの交換が繰り返されることによっても強化される。SPES によって、このポジティブループを回すことが、持続可能な地方地域を形成する上で重要となる。

以上の 3 つのレイヤーから構成される SPES を通じた高齢者の変革プロセスを示したモデルが図 5-5 の高齢者変革モデルである。資源消費するだけの受容者の状態にある高齢者が仲介者からの手段的支援を受けることによってライフスタイル障壁を低減し、機能的価値を得ることで自己効力感を高める。自己効力感

を高めた高齢者は、準行為者という状態へと変革し、交換に参加して資源伝達をするようになる。準行為者が仲介者からの関係構築という社会的支援を受けることによってケイパビリティ障壁を低減し、社会関係価値を得ることで共同体感覚を高める。自己効力感と共同体感覚を高めた準行為者は、交換で他者のために資源統合する一般行為者へと変革する。一般行為者は仲介者から感情的支援を受けることにより、心理的障壁を低減させて、情緒的価値を共創する。これにより、高齢者は他の住民との交換において、貨幣と財の経済的交換による契約的規範から、他者と自己の便益を同化させた社会的交換による利他的規範に基づいて向社会的行動を促進し、サービスの中で提供者や仲介者の役割を果たすようになる。

次章で、聞き取り調査および質問紙調査を用いて、高齢者変革モデルの妥当性を検証する。さらに、高齢者変革モデルの新規性と有用性について、理論的側面と実務的側面の両方から議論する。

5.5 第5章のまとめ

本章は研究1と研究2の研究結果を統合し考察することを通じて、高齢者が受容者から一般行為者へと変革するプロセスを示した高齢者変革モデルを構築した。資源消費するだけの受容者の状態にある高齢者は、仲介者から手段的支援を受けることによってライフスタイル障壁を低減し、機能的価値を得るとともに自己効力感を高める。自己効力感を高めた高齢者は、準行為者という状態へと変革し、交換に参加して資源伝達をするようになる。準行為者に対して、仲介者が関係構築の社会的支援を提供することで、彼らはケイパビリティ障壁を低減して、社会関係価値を得るとともに共同体感覚を高める。自己効力感と共同体感覚を高めた準行為者は、交換で他者のために資源統合する一般行為者へと変革する。一般行為者は仲介者から感情的支援を受けることにより、心理的障壁を低減させて、情緒的価値を共創する。これにより、他の住民との交換に対する高齢者の行動規範は、貨幣と財の交換による契約的規範から、他者と自己の便益（Well-Being）を同化させた利他的規範に基づくようになり、向社会的行動を促進して、提供者や仲介者のように行動することを示した。

第 6 章

総合考察

6.1 研究結果の妥当性検証

6.1.1 研究方法

研究 2 の定性的研究によって同定した 3 つの価値および第 5 章で構築した高齢者変革モデルの妥当性を検証するために、聞き取り調査および質問紙調査を実施した。聞き取り調査の対象者は、研究会から地域連絡員となっている高齢者 2 人の紹介を受けて、半構造化面接法によってデータを収集した。質問内容は表 6-1 の通りである。1 人目は町会長を務める 73 歳男性で、聞き取り調査の所要時間は約 45 分であった。1 人目の回答者を A さんとし、聞き取り調査データの抄録を付録 3 に載せる。2 人目は研究会の活動に最初期から参加し、活動報告会にも頻繁に出席する 73 歳女性で、聞き取り調査の所要時間は約 40 分であった。この聞き取り調査データを用いて、受容者であった高齢者がどのように価値を獲得し変革していったのかを論じる。2 人目の回答者を B さんとし、聞き取り調査データの抄録を付録 4 に載せる。本文では聞き取り調査データの該当箇所のみを抜粋し、高齢者変革モデルとの整合性について議論する。

質問紙調査の対象者は能美市在住の 65 歳以上の高齢者で、有効回答は 198 人であった。質問票を付録 5 として載せる。質問紙調査は、能美市、社会福祉協議会および町会長の協力の下、いきいきサロンなどの高齢者の集会の終了後に

表 6-1 研究 3 の聞き取り調査の質問内容

質問番号	質問内容
1	町内の様子と回答者の感じる生活の質はどうであるか
2	これまで町として購買行動にどのような課題があったのか
3	支援活動があつて嬉しいこと(どのような価値や便益があつたか)
4	支援活動時に回答者はどのような行動を取っているのか
5	研究会メンバーにどのような印象を抱いているのか
6	支援活動が始まってから地元住民に変化はあつたか

実施され、集会の参加者を対象に回答を収集した。研究 2 における参与観察から、高齢者は若々しく生きるために移動販売というサービスに参加するという仮説を得た。したがって、研究 3 では定量的研究によって若々しい生活態度を表す若々しさ指標を作成し、その構成要素と SPES で得られる価値の関係性について、因子分析を用いて分析する。さらに、SPES に参加する高齢者と参加していない高齢者の若々しさ指標の点数を t 検定によって比較することにより、仮説の妥当性を検証する。そして、共分散構造分析によって SPES で得られる価値がどのように交換への参加というサービスの制度としての行動規範に寄与しているのかを明らかにする。

若々しさ指標を作成するにあたって、社会的認知理論の相互決定主義(Bandura, 1986) に基づいて心身・行動・関係性の 3 つの視点から、文献調査を行ない人間の若々しさに関連する 18 項目の質問を設定した(表 6-2)。高齢者の心と身体の若々しさを表す心身の若々しさは、肉体的健康と精神的健康に大別され、それぞれ 3 つずつの質問から構成される。肉体的健康は高齢者の生活能力のみならず、主観的な健康感にも好影響を与える重要な指標である(三徳ほか、2006)。肉体的健康については、病気や怪我の頻度や運動の頻度に加えて、美容に関して実践していることがあるかどうかを尋ねた。美容行動を実践することは高齢者に刺激を与え、日常生活を活動的にする(箱井ほか、2002)。精神的健康では、気分の変化頻度に関する感受性の強さ、生活に胸のときめきを求めるかどうか、物事に対して楽観的であるかどうかを尋ねた。人間は加齢によって感情の起伏が少なくなる傾向にあるので(Sullivan and Ruffman, 2004)、感受性やときめきは若々しさを表す一要素であると考えられる。また、物事を楽観的に捉えているかどうかは、高齢者の精神的安定に繋がるとされている(濱島、1994)。

行動の若々しさは、上昇志向と自立志向で構成される。上昇志向は、高齢者の成長しようとする意識を表す概念である。物事に熱中・専心して没頭することは、高齢者の生活に好影響を与えるとされている(小田、2002)。同様に、新しい物事に挑戦することは生命予後を伸ばすとともに高齢者の満足感や Well-being を向上させる(安梅ほか、2006)。また、自立志向に関して、自分自身が主体性を持って日常生活における困難にも対処している高齢者は社会活動にも活発である(Menec, 2003)。小田(1999)は、技術の発展に伴う社会の変化に適応する力が高齢者の自立にとって重要であることを指摘している。

関係性の若々しさは、探索欲求と交流欲求で構成される。探索欲求とは、自分の知見を広げるために新たな情報や人脈を築こうとする欲求のことを指す。神宮ほか(2003)は、高齢者が積極的に他者と交流することによって、彼らの生活機能が維持されていることを明らかにした。そして、テレビやラジオから情報を収集することは、高齢者の心身両面での活発な活動に好影響を与える(小田、

表 6-2 若々しさ指標の質問内容

心身の若々しさ	肉体的健康	あまり病気や怪我をしていない（病気頻度）
		定期的に運動をしている（運動頻度）
		美容のために実践していることがある（美容実践）
	精神的健康	小さな物事にも一喜一憂している（感受性）
		生活に胸のときめきを必要としている（ときめき）
		物事を楽観的に考えている（楽観）
行動の若々しさ	上昇志向	夢中になって取り組んでいることがある（熱中）
		何事にも一生懸命に取り組んでいる（専心）
		いつも新しいことに挑戦している（挑戦）
	自立志向	困難なことがあっても自分で対処できる自信を持っている（困難対処）
		何事も人に頼らず自分でしている（主体性）
		生活における変化を恐れていない（生活変化）
関係性の若々しさ	探索欲求	積極的に人と関わっている（他者交流）
		流行りに関する情報を集めている（流行）
		心躍る新しい出会いを探している（出会い）
	交流欲求	いつまでも人から綺麗に見られたいと思っている（対面意識）
		地域の活動によく参加している（地域活動）
		頻繁に外に出掛けている（外出頻度）

2001)。また、富樫(2007)は高齢者が親族や友人以外の近隣住民や社会活動で関わる他者との出会いから関係性を構築することの重要性を指摘した。関係性の若々しさにおける交流欲求とは、他者と交流したいという欲求を表す。おしゃれの意識を持たせることは、高齢者に生きがいを与え、精神的な老いを遅らせることができる(小林、2000)。また、地域活動に頻繁に参加する高齢者は、全く参加しない高齢者よりも生活機能の低下を抑制することが報告されている(本田ほか、2010)。外出頻度の低い高齢者は、身体・心理・社会的な側面での健康水準が低い(藤田ほか、2004)。

6.1.2 聞き取り調査による研究結果の妥当性検証

聞き取り調査データを用いて、高齢者変革モデルの妥当性について検証する。1人目の回答者であるAさんは、町内の参加者の中でも特に普段から購買行動が困難である高齢者が特に機能的価値を得ていることについて、以下のように語っていた。

楽というか。買い物はし易いという話は聞きますけども。乗り物に乗れない人とか。1人暮らしとか2人暮らしとかそういうお年寄りの方が。足（の状態が悪い）とか車に乗れないとか。一緒に若い人と住んでるんだったら買い物に行けるから。

移動販売が始まった当初から、Aさんは準行為者として移動販売において、品物について研究会のメンバーから内容を聞き、他の利用者に伝えるという資源伝達を行っていた。

始めは品物もそうですし、何を持っておいでるかということがわからないから顔を見て、買い物をして、それから、他の人にこういう物がありますよとか伝えて。

その後、研究会メンバーや地元住民との社会関係価値の共創を経て、一般行為者へと変革したことによって、自分の購買行動以上に利用者の内の1人である目の不自由なHさんの送迎を重視するようになったことを次のように回答した。

ちょっと目の不自由な方が神社から来るんで、帰りは送って行ったりしとるんです。そうじゃないと荷物を持って帰らなければいけないですから。

（質問：向こうからお願いされて、送迎をするようになったのですか？）いや、こちらの方から大変かなと思って。（最初の）3回くらいは自分で（帰って）、後は私の方で（送るようになった）。

最後に、Aさんは以下のように、移動販売で住民同士や住民と研究会メンバーの交流が増えることで、地元住民が隣人の状態を気にするようになった（共同体感覚が高まった）ことと、その結果として地元住民が生き生きとするよう

になったことを述べている。

（移動販売に参加する高齢者が）しとることもある。待っている間に、見守りというか、元気やったか？とか。それも1つの良いきっかけだと思う。お年寄りの安否確認というか。そちらの方が大事やないかと思う。前は、町にお店屋さんがあった場合、そこへ皆さんが買いに来て皆さん話ができるけど、今は町全体にお店がないものですから。4件5件程あったんです。それが今、ふと全然ないですから。それでたまにこう来ると、おお！あんた元気やったか？いつもそういう買い物場所というか、今は段々と少なくなるとるわけやわね、町の中で。

（会話の内容は）普通の一般的な話。元気だった？何してるか？とかそんな話。多分、そんなタイミングしか顔を合わせる機会がないから。あら、久しぶりやね元気やった？という感じで。

そうそう。町民同士でも商工会の人とも。会話は増えとると思います。ただほんで、もう一つは私も冬の寒い時にどうかなと思っていたんですけど、減らないんですね。始めはほんで、寒いさけに出にくいわね。ほんで、買い物も寒いさけに案外来ないんじゃないかなと思ったんですけども、やっぱそういうわけでもなかったんで。ここも雪が降って積もる。それでも、買いに来られるから。ほんで、減茶苦茶そんなに人が減るといふ感じでもなかった。寒い時でも。

やっぱ、ここへ買い物に来る人の、やはりその、どういった方達がみえるのかなということも始め1番先あったんです。それで、買い物来とる皆元気で生き生きしとるわいね。お互いに話をしながらできるから。例えば、家に1人で居てもここに来れば、また話をしたりというのもあるし。

Bさんにおいても、移動販売によって購買行動ができる機能的価値や会話が増えたことによる社会関係価値の獲得が報告された。機能的価値として、宅配と違い移動販売では商品を直接選ぶことができることや商品の要望を聞いてくれることが挙げられた。

(質問：移動販売のこういった点が嬉しいですか?) あんまり買い物にも行けないし、(買い物支援が)月に2回来るわね?それで来て色んな話したり、買い物したりできるから。(質問：宅配と違って、商品を自分の手で選べることも嬉しいですか?)うん、それも楽しいね。それに、そこで友達と会ったらそこで話できるしね。家に1日中居ても全然あれや。

あんだけ(品数が)あれば十分やわ。種類も結構色んなもん持ってるわ。もしもあれしてなかったら今度持って来てあげるわ一言うて。今度来る時にその商品を持って来てくれたり。こないだも洗剤ないから洗剤あるか?って。今度持って来てあげるって言って。なんか買ってあげないと思う。折角いらっしゃるもんを。今では、色んな物持って来てる。天ぷらやらお寿司やらパンやら。始めはどんな物いるかわからんさけ。でも、今では量増えてきとる。あれで十分やわ。人それぞれ好み違うからね。

Bさんの回答の特徴として、移動販売の初期段階においては支援活動の継続に半信半疑で、研究会に迷惑が掛かるのではないかと遠慮する住民も多かったが、移動販売に実際に継続的に開催されるにつれて、Bさん自身を含めて、移動販売をさらに継続して欲しいと願うように地元住民の想いの変化したことが報告された。これは、移動販売によって研究会メンバーと親しくなることで社会関係価値を獲得し、研究会メンバーを信頼するようになって、情緒的価値も獲得するようになったことを示している。

始めはやっぱり心配やったよ。反対してる人いたわ。来て欲しいけど、全然人が買い物に出たりしなかったら。来たかてあれやわなて。来ても売れないなかつたり。人が出て来なかつたり。始めはほんと嫌がってんよ。ぞろぞろって(たくさんの人が)来てたやろ。若い子なんか「いやや」って言うて。今は慣れたしね、皆して良いねって言うてる。今となっては別に。若い子は(以前は)嫌がってたわ。

私が、車で来て欲しいんやけど、少ないやろ、(買い物に出て来る)人数が。だから、もし車がいらしても、皆出てくるか、買い物してくれるか、それが心配やった。だから始め断ったやろ?それが心配で。相手に(迷惑を掛けてしまうから)。今まで

は何件か来とったんやわ。普通のお店の人が。でもだんだんだんだん人が居なくなって。やっぱり採算が合わなくなったのかね。知らんけど。それでだんだん来ない。やっぱり来ても人が出ないから。それで私達仕事出とったやろ。本当の年寄りだけ。だんだんなくなったし、件数も少なくなったもん。たくさんあってんよ、昔は。人がおってもね、2人か1人や。年寄りばかり。それも体が悪い人ばかりや。それで今になって喜んでる。皆待ってる風や。今になったら大体人数も結構出てくるようになって、出てくる人も大体決まってるみたいだし。始めはどんな人が出て来るかわからないから、私らも心配した。売れるのかなって。こんだけ遠いやろ。道のりがあるやろ。ガソリンやらいるのに。そんな話したりしとったんや。

（質問：それがどうして、いつ頃から来てくれて嬉しいという気持ちに変わったのでしょうか？）活動が続いて、皆出てくれるようになったから。（他の停止地点の）皆も待ってるというような話を聞いている。

（移動販売がなければ）商工会の人達と会われないわね。あの人達本当に元気良いねんて。それに親切やわ。あの人達とは、始めの時全然知らんだ。知らなかったけど、いらっしゃるようになってから、色々と話したり。本当にあの人達来るようになってから、ぱーって（明るく）なるわ。今までは人ひとり通ってないから。あんたら来るさきに、ぱーってなるようになったわ、って話して。皆さん気さくに何でも喋ってくれるから。梅干し作ってるとか。分けてっていったらあげたり。個人的に。店出す程ないもん。少しならあげるよって。

うん、（移動販売以外で偶然）会う時は声掛けて。皆さんよくしてくれる。よう喋ってくれる人はね、こっちも喋るしな。結構、変わった人は減ってきてる。新しい人が入ってきたり。名前知らんけど。前々からおる人なら冗談言ったり。本当に頑張ってるから感心するわ。ほんとに。賑やかで。素晴らしいて。（自分から楽しんでやってる）そんな人ばかりだから。

社会関係価値と情緒的価値を獲得したことによって、Bさんは自分自身を含め、

地元住民がお互いを気に掛けるようになったと回答した。これは、移動販売によって、参加者の共同体感覚が高まり向社会的行動が促進されたことを示す結果である。

大体（移動販売に参加する人は）決まってきた。大抵この辺の人は来てくれるし。もし出ないと、どうしたかな、体でも悪いのかなって、今ではそんな状態やわ。

（質問：近所の方とは、移動販売時にどういった会話をされますか？）別にいつも会ってるから、そんなには会話せん。たまに会うと元気やったか、とか。これに何回か出て来れん人がおったら、あんた元気やったんか〜って言うては、大丈夫よ、用事あって来れんだんや〜とか、そういう会話。

（質問：町はどのように明るくなりましたか？）皆の顔会うし。普通だったら人ひとり通っとらんもん。畑してる人は畑で話したり、してる人もおいでるけど。（移動販売が来るようになって）人が出て来て色んな話（をするようになった）。

そうや。人の元気良いか悪いかね。（質問：周りを気にするようになったということですか？）そう、いつも出てくる人が2回も3回も出て来なかったら、どうしたんかな身体悪いのかなって、たまに出て来たら大丈夫かって言うて。そしたら、大丈夫や、用事あってこれんだと言って。歳いった人ばかりだから、その点やわ。普通は、近くにおっても話すあれがなかってんて。皆点々に仕事しとるから。

6.1.3 質問紙調査による研究結果の妥当性検証

若々しさに関する質問項目に対して因子分析を実施し、交換への参加を促進する若々しさの構成要素と研究2で同定したSPESで得られる価値の関係性について検証する。尚、若々しさに関する18の質問の内、「5. 他者交流」、「6. 地域活動」、「15. 運動頻度」、「16. 外出頻度」の4つの観測変数は利他的規範の交換という因子として共分散構造分析に用いるので、因子分析からは除外した。また、「11. 流行」、「13. 病気頻度」、「18. 美容実践」の3つの観測変数は、残る他の観測変数との相関が高く、モデルの適合度を低下させるため因子分析

から除外した。以上、残った 11 の観測変数に対して、探索的因子分析（主因子法・プロマックス回転）を行なった。結果を表 6-3 に示す。本研究では、因子負荷量が 0.4 以上の結果のみ採用する。

因子分析の結果、3 つの因子が得られた。第 1 因子は、専心、熱中、生活変化という 3 つの観測変数によって構成される。これは、変化を恐れず（保守的にならず）前向きに新たな物事を一生懸命集中して追究する探求心という性質を表しており、SPES において未知なる交換相手を知って距離感縮めることによりポジティブな感情になることで得られる情緒的価値に相当する。第 2 因子は、出会い、ときめき、流行という 3 つの観測変数で構成される。これは他者との関係構築を強化しようとする性質を表しており、SPES における社会関係価値に相当する。第 3 因子は、困難対処と主体性という 2 つの観測変数によって構成される。これは自力で基本的な生活を送ろうとする自立意欲という性質を表しており、SPES において基本的な生活を快適に過ごすための交換から得られる基礎的な価値である機能的価値に相当する。したがって、因子分析結果から交換への参加を促進する若々しさの構成要素が SPES で共創される価値と一致する

表 6-3 若々しさ指標に関する因子分析の結果

	第 1 因子	第 2 因子	第 3 因子
何事にも一生懸命取り組んでいる（専心）	.994		
夢中になって取り組んでいることがある（熱中）	.590		
生活の変化に適応できる（生活変化）	.473		
物事を楽観的に捉えている（楽観）			
新しい出会いを探している（出会い）		.815	
生活に胸のときめきを必要としている（ときめき）		.677	
流行に関する情報を集めている（流行）		.400	
気分が頻繁に変化する（感受性）			
人から綺麗に見られたい（対面意識）			
困難にも自分で対処する（困難対処）			.939
何事も人に頼らず自分でしている（主体性）			.456
因子間相関	第 1 因子	.419	.516
	第 2 因子		.244

表 6-4 サービス利用に関する効果測定結果

商工女性まちづくり研究会		情緒的価値 (因子得点)	社会関係価値 (因子得点)	機能的価値 (因子得点)
利用者	平均値	.259	.132	.182
	度数	34	34	34
	標準偏差	.732	.852	.876
非利用者	平均値	-.534	-.027	-.038
	度数	164	164	164
	標準偏差	.974	.883	.933
合計	平均値	0	0	0
	度数	198	198	198
	標準偏差	.942	.878	.925

ことを示した。

さらに、研究会の移動販売による効果について検証する。付録 5 で示すように、質問紙調査では研究会のサービスを利用しているかどうかについても尋ねているため、利用者と非利用者の 2 グループ間の若々しさ 3 因子、すなわち、SPES の 3 つの価値の因子得点について、t 検定を行なうことにより、研究会の移動販売による効果を分析する。

t 検定の結果、研究会の移動販売の利用者は、利用したことがない高齢者よりも 3 つの価値全てにおいて因子得点が高かった（表 6-4）。この中で、情緒的価値についてのみ $p = .079 < 0.1$ と有意傾向が認められたが、他の 2 つの価値については有意差が見られなかった。この結果は、SPES に参加する受容者が機能的価値、社会関係価値、情緒的価値という 3 つの価値を獲得しており、特に情緒的価値を多く獲得することを示す。

次に、高齢者変革モデルの妥当性について検証するために共分散構造分析を実施する。図 6-1 に示すように高齢者が獲得する価値による交換への参加に対する影響を分析するための仮説モデルを設定した。仮説モデルでは、上述の因子分析の結果に基づいて観測変数「専心」、「熱中」、「生活変化」を用いて潜在変数「情緒的価値」を構成し、観測変数「出会い」、「ときめき」、「流行」を用いて潜在変数「社会関係価値」を構成し、観測変数「困難対処」、「主体性」を用

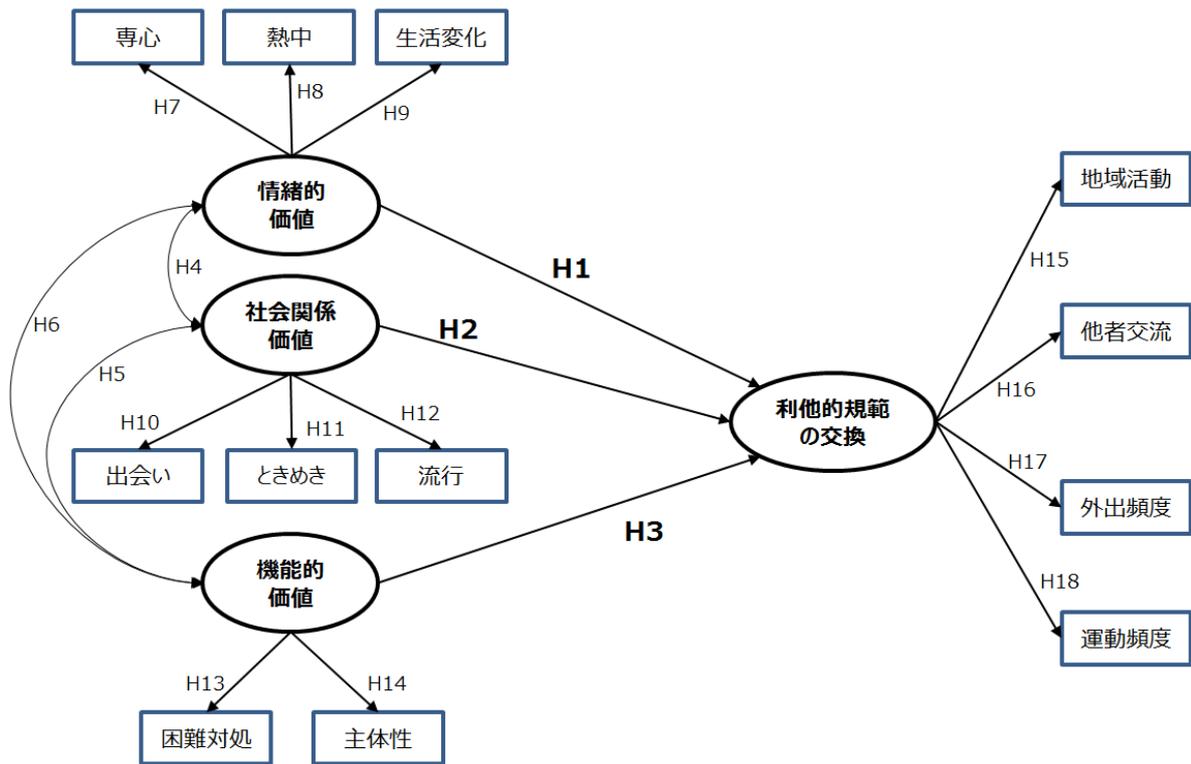


図 6-1 価値獲得と交換への参加に関する仮説モデル

いて潜在変数「機能的価値」を構成した。また、目的変数である「利他的規範の交換」は観測変数「他者交流」、「地域活動」、「運動頻度」、「外出頻度」を用いて構成した。高齢者が変革して得られる情緒的価値の方が、受容者状態に得られる機能的価値よりも利他的規範の交換を促進すれば、SPESによって高齢者を変革することが、彼らの利他的規範に基づく交換への参加を促進し地域の持続可能性向上に貢献することが示される。

SPSS Amos による共分散構造分析の結果を表 6-5 に示す。モデルの適合度は、GFI = .922、AGFI = .874、RMSEA = .071、 $p = .000$ であった。情緒的価値を獲得することによる利他的規範の交換に対する影響は H1 で表され、これは 0.673^{***} という強い正の結果を示した。すなわち、高齢者は情緒的価値を得ることによって、利他的規範の交換を強く促進する。社会関係価値を獲得することによる利他的規範の交換に対する影響は H2 で表され、これは 0.154^* という弱い正の結果を示した。すなわち、高齢者は社会関係価値を得ることによっても、利他的規範の交換を促進する。最後に、機能的価値を獲得することによる利他的規範の交換に対する影響は H3 で表され、これは 0.163 という結果で有意差がなかった。すなわち、機能的価値を獲得することが利他的規範の交換を促進するとはいえない。この分析結果は、SPES への参加を通じて高齢者が受容者から一般行為者へと変革し、共創する価値が機能的価値から社会関係価値、そして、情緒

表 6-5 共分散構造分析の結果

H1	.67***	H2	.15*	H3	.16
H4	.43***	H5	.27**	H6	.66***
H7	.72***	H8	.83***	H9	.49***
H10	.74***	H11	.72***	H12	.45***
H13	.63***	H14	.94***	H15	.73***
H16	.83***	H17	.56***	H18	.53***

*** : $p < .01$, ** : $p < .05$, * : $p < .1$

的価値へと変化するにつれて、さらなる利他的規範の交換への参加に積極的になるということを示す。これは、受容者から一般行為者へと変革するプロセスにおいて、共創する価値によってサービスの制度が契約的規範から利他的規範へと行動規範を変化し、集団生活のための価値共創への参加を促進させるという高齢者変革モデルを支持する結果である。

6.2 応用可能性および限界

6.2.1 研究結果の展開

次に、他の支援活動の事例を用いて、SPES フローを記述することにより、プラットフォームとしてサービスを捉える有用性について説明する。具体的には、能美市泉台町で地域包括ケアシステムの構築を目指す認定 NPO 法人えんがわ（以下、えんがわと呼ぶ）の事例を取り上げる。

泉台町は 35 年程前に作られた比較的新しい町である。元は隣町の山を開発して作られた土地で、当初は新しい土地への期待から 30~40 歳代の近隣地域に住む中年世代を中心に移住が進んだ。そして、徐々に移住者の範囲が広がって、今では県外からの移住が多くを占めるようになり、住民同士の繋がりが希薄化している。また、当時の中年世代も今では高齢者となり、町の公共交通機関も十分に整備されていないことから、日常の購買行動が困難である高齢者が増加した。

こうした問題を受けて、2009 年に町会長に就任した中田氏は、町会組織の改

革を押し進めるだけでなく、町会の対応範囲を超えた深刻な問題にも対処するために、NPO 法人えんがわを設立した。NPO 法人えんがわは、昔のように家の縁側に皆が寄り集まって楽しく談話するような温かい雰囲気を取り戻したいというメッセージを込めて 2012 年に設立され、2014 年に認定 NPO 法人化された。えんがわは週 1 回高齢者を大型食料品店舗に連れて行く移動支援と空き店舗を改装した週末市場の開催の 2 つの支援活動によって、地域の購買行動を支援している。

えんがわによる 2 つの支援活動を統合的な SPES と捉えた時のサービスフローは図 6-2 のように記述される。えんがわは、最初に移動支援から支援活動を開始した。移動支援は、毎週決まった時間に公民館に集まった高齢者 5~8 人程を乗せて、片道 20 分程の大型食料品へと向かい、1 時間程度の購買をしてもらった後、各利用者の自宅前まで送り届ける活動である。これは住民がドライバーとなり自家用車を提供するという資源統合によって、高齢者と食料品店舗のサービス関係を再構築している。したがって、図 6-2 の左下の市場関係の再構築レイヤーに「店舗への移動手段の提供」という資源統合ボックスとして記述される。この資源統合により、高齢者は受容者として「商品の購買」という資源消費ができる。

また、「店舗への移動主題の提供」を継続させるために、地域資源の集約として「賛助会費の収集」が行なわれた。「賛助会費の収集」によって、ドライバー

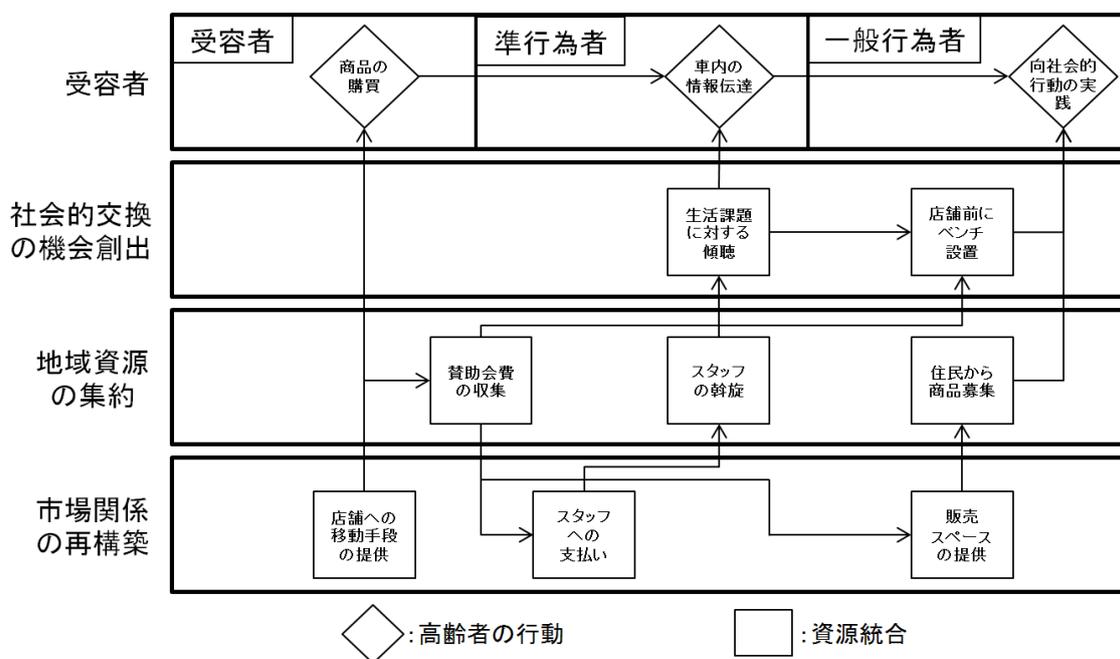


図 6-2 SPES フロー：認定 NPO 法人えんがわの事例

などのスタッフに対価を支払えるようになり（「スタッフへの支払い」、市場関係の再構築として、地域内の時間と労働力を持つもののその能力を適用する機会を持たない住民と、彼らの能力適用を必要とする高齢者とを繋げる。「スタッフの斡旋」によって、えんがわの活動スタッフを募集・教育できるようになった。ドライバースタッフは、食料品店舗へ向かう車内で高齢者に対して「生活課題に対する傾聴」を行ない、住民の生活課題に関する情報を収集している。移動支援によって購買行動ができるようになった高齢者は準行為者となり、えんがわスタッフに生活課題について、あるいは、他の利用者と購買した食材の調理法などについて情報共有をする資源伝達を行なうようになる。

「賛助会費の収集」によって、えんがわは認定 NPO 法人となり収益事業を行なえるようになった。それが、空き店舗を改築して週末に地元の野菜や介護用品を販売する週末市場の開催に繋がった。週末市場は、手数料を付けて住民に手芸品などの販売スペースを設けている。この「販売スペースの提供」は、住民の手芸スキルに関する経済的交換の場を創造しているので、市場関係の再構築に該当する。そして、販売スペースに住民からの商品提供を募集する「住民からの商品募集は地域資源の集約の集約に該当する。

一方で、えんがわは「生活課題に対する傾聴」から、週末市場における談話スペースのニーズがあることを共有していた。そこで、「賛助会費の収集」によって集まった資金で週末市場の「店舗前にベンチを設置」した。談話スペースができたことと自分の商品を販売するスペースができたことにより、高齢者は週末市場に集合して情緒的価値の共創を促進し、一般行為者として他の住民のことを気に掛けるようになり、向社会的行動を促進させた。

6.2.2 研究結果の応用可能性

持続可能な地方地域を形成するには、地域内の高齢者による資源統合を促進するだけでは不十分であり、さらには、地域外の資源活用についても考察する必要がある。地域外資源の活用に関して、旅行者の持つ労力や専門知識を活用することに注目が集まっている（e.g. 大橋, 2012; 中村ほか, 2008; 敷田ほか, 2009）。本論文では高齢者を対象に研究を進めたが、交換において受容者が資源を消費するだけのアクターを指すことから、地域の名所を見て特産品を食べるだけの旅行者も受容者であるといえる。したがって、旅行者を対象に高齢者変革モデルを展開することにより、彼らを地域の持続可能性を高める資源統合をする一般行為者へと変革することが期待できる。

旅行者の中でも、スタディツアーなどに参加し、地域課題の解決に貢献した

いという意欲を持っている旅行者は変革可能性が高い。しかしながら、既存のスタディツアーは観光事業者が対象とする地域や課題も含めて滞在中の活動計画を一方向的に提案しており、旅行者は羅列的に提案された活動計画の中から選択するという形式が一般的である。この形式のサービス提供システムでは、旅行者は一方向的に地域課題を認識するだけに留まり、住民と相互的な価値を共創することが困難である。持続可能な地方地域を形成するには、旅行者を一般行為者へと変革して、住民との価値共創への参加を促進することが重要である。SPES および高齢者変革モデルを活用し、観光事業者と協働して旅行者が活動計画を共創するシステムを構築することにより、旅行者の一般行為者への変革が促進できる。

さらに、近年のツーリズム研究は情報学からのアプローチが盛んとなっており（観光情報学会, 2015）、高齢者を対象としたサービスでは導入することが困難であった ICT ツールを活用することも有効である。例えば、原による研究グループは旅行者の活動計画に対する設計支援システムを開発し、旅行者と観光事業者による観光プログラムの共創を促進する研究を進めている（原, 2015; 原ほか, 2011）。旅行者（受容者）、観光事業者（仲介者）、地元住民（提供者）を結び付ける共通のコミュニケーションツールとして、こうした ICT ツールを用いることにより、ツーリズムにおける SPES を構築できる。その時のサービス設計に、本論文が提案する高齢者変革モデルが応用できる。旅行者変革モデルを構築し、旅行者の一般行為者への変革を促進するプロセスを明らかにする。旅行者は一般行為者へと変革することで、地域の貴重な魅力を直接感じ取るようになり、提供者や仲介者として行動することで移住促進の可能性も高まる。地域外から一般行為者が流入することは、地方地域の持続可能性を高める上で重要である。

6.2.3 高齢者変革モデルの限界

高齢者変革モデルには、3つの限界点がある。第1に、本論文において変革プロセスに対する考察が地方地域の高齢者についてのみに留まっている点である。交換に参加する仲介者や提供者の全員が例外なく始めから資源統合をする一般行為者であるとは限らない。彼らも他の一般行為者が統合した資源を伝達するだけの準行為者に留まっている可能性もある。準行為者の状態にある仲介者や提供者が社会関係価値や情緒的価値を共創するプロセスを通じて、一般行為者へと変革することを促進できる。仲介者や提供者が社会関係価値の獲得から共同体感覚を高めることで、交換相手の具体的な人格を認識ようになり、交

換相手の価値を共創するために資源統合をするようになる。さらに、情緒的価値を共創することで、地域の持続可能性の向上に貢献する向社会的行動を促進することが期待できる。こうした高齢者以外のアクターの変革プロセスについても、今後研究を進めることが重要である。

また、地方地域の高齢者に関するデータのみによって構築したモデルであるため、先行研究との議論から一般性は高いと考えられるが、例えば都市の若年層世代にどの程度本モデルが適応可能かどうかは、今後データ収集を進めて、実証研究を続けてモデルを精緻化していく必要がある。その際、前節の因子分析で明らかにしたようなアクターの類型化が有効であると考えられる。因子分析において、若々しさの構成要素として「探求心」「関係構築」「自立意欲」の3つを示した。例えば、これら3つの特性の大小によって6種類のアクターの類型化が可能である。年齢などの画一的な指標ではなく、こうした特性に基づく分類によって、どのように高齢者変革モデルが適応可能であるかを考察することが重要である。

第2の限界点として、受容者から一般行為者へと変革するプロセスの中で、その変革がどのように交換の行動規範に影響を与えているのかに関する分析が不十分である点が挙げられる。研究3における質問紙調査から、受容者が機能的価値を獲得した場合よりも一般行為者として情緒的価値を獲得した場合の方が交換への参加を促進することを実証した。また、その中間点である準行為者が社会関係価値を獲得した場合も、相対的に影響が低いながらも高齢者の交換への参加を促進することを示した。しかし、行動規範の観点から、具体的にいつどのような変換点によって、契約的規範よりも利他的規範が支配的になるのかについて、さらに分析を深める必要がある。これを明らかにすることにより、一般行為者へと変革した高齢者が、どのように提供者や仲介者として行動するのかに関する深い考察を行なうことができる。

第3の限界点は、3つの交換に対する参加障壁と仲介者による社会的支援の関係性について、定量的な分析が不十分な点である。高齢者変革モデルでは、先行研究に従い社会的支援を3つに分類した。その3つの社会的支援と研究1で同定した交換への参加に対する3つの参加障壁を関係付けることにより、高齢者変革モデルを構築した。しかし、実務に活用する上では、社会的支援についてより具体的な提言が求められる場合がある。そのためには、社会的支援および参加障壁をさらに細分化する必要がある。例えば、ライフスタイル障壁は「予算制約」、「時間制約」、「家庭環境」という3つのコード（概念）から構成されている。それぞれの概念に対する社会的支援とはどのような手段的支援が望ましいのか、定量的研究を重ねて知見を蓄積していくことにより、実務へのさらなる応用効果が期待できる。

6.3 新規性および有用性

本節では、学術および実務それぞれの先行研究との比較を通して、本論文で得られた研究結果である SPES および高齢者変革モデルの新規性および有用性について考察する。最初に、学術からの先行研究との比較を行なう。具体的には、SPES について、地域プラットフォーム論の観点から敷田ほか（2012）を取り上げる。そして、高齢者変革モデルに関して、価値論の観点から戸谷（2016）、組織コミットメントの観点から Meyer and Allen（1991）、サービス関係の深化の観点から Rosenbaum（2006）と杉山（2016）、仲介者モデルの観点から Doan（2015）、Shirahada and Fisk（2013）と比較して考察する。次に、実務からの先行研究として、代表的なソーシャルエンゲージメントの諸モデルを取り上げ、高齢者変革モデルの新規性および有用性について論じる。具体的には、Groundwire の The Engagement Pyramid、International Association for Public Participation (IAP2) の IAP2 Spectrum、The P-STEM Foundation の STEM Community Engagement Model と比較して考察する。

6.3.1 学術的な先行研究との比較

地域の持続可能性向上のためのプラットフォーム論として、敷田ほか（2012）は中間システムとしての地域プラットフォームの必要性について論じた。中間システムとは「地域資源と地域外のアクターを結び付けて価値を創造し、そこから地域資源を含む地域に還元するしくみ」（敷田ほか, 2012, p. 30）のことであり、彼らはプラットフォームを「複数のアクターが参加し、コミュニケーションや交流することで、相互に影響し合って何らかのものや価値を生み出す場やしくみ」と捉えて、中間システムとして地域プラットフォームを展開することが地域の持続可能性を高めることを主張した。敷田ほか（2012）の地域プラットフォームの議論は交換をシステムの視点から捉えており、地域の内部と外部のアクターの結び付けを強化する必要性を強調したものである。これに対し、本論文で提案する SPES は地域内部のアクターによる交換の促進について議論している。これは地域の持続可能性について議論する上で、地域を持続させる魅力を地元住民が感じ自律的に活動することが重要であるとの前提に立っているからである。そのため、地域への愛着を強く持っていながらも活動が困難になっていると想定されるアクターである高齢者に焦点を当て、彼らの変革を促進するためのサービスについて分析した。以上のことから、SPES は地域内の住民が得られる価値である Well-Being の向上を対象とし、そのためのプラットフ

フォーム要素を示している点で新規性および有用性がある。

戸谷 (2016) は企業活動を通じた価値の尺度を開発した。彼女の提案する価値概念モデルでは、共創される価値として基本機能価値、知識価値、感情価値が挙げられている。この内、基本的機能価値および感情価値は、高齢者変革モデルにおける機能的価値および情緒的価値と共通する。また、企業にとっては知識が資本となることから、価値概念モデルでは知識価値が挙げられているが、個人の社会的交換においては知識にアクセスするための社会関係資本が重要である。したがって、価値概念モデルにおける知識価値と高齢者変革モデルにおける社会関係価値は類似性が高いといえる。しかしながら、価値概念モデルでは3つの価値を並列的に分析している。それに対して、高齢者変革モデルでは価値が変化することにより高齢者が変革するプロセスを示しており、受容者の変革という目的に対して価値獲得に順序があることを示している点において、高齢者変革モデルの新規性がある。

組織コミットメントについて代表的な研究をしたのは、Meyer and Allen (1991) である。彼らは組織コミットメントの構成要素に、情緒的 (affective)、存続的 (continuance)、規範的 (normative) の3つがあると主張した。情緒的コミットメントは組織に対する愛着を示し、個人の願望を反映する。存続的コミットメントは組織に在籍し続けることによって得られる対価の知覚であり、個人のニーズを反映する。規範的コミットメントは組織への忠誠心であり、個人の義務感を反映する。これら3つの要素を高めることで組織に留まる意欲を高めることができ、各要素は異なる経験から形成されて、それぞれが異なる行動を導くとされる。これに対し、高齢者変革モデルでは受容者、準行為者、一般行為者という3つの謂わばコミットメントレベルを示しており、それぞれのコミットメントレベルに応じて、資源消費、資源伝達、資源統合という行動を取ることを示した。この点において、高齢者変革モデルの方がコミットメントレベルを方向付け、代表的な行動を示している点で深い議論を可能としている。

Rosenbaum (2006) は、レストランに来店する顧客のニーズの違いによって、顧客にとってのサービス空間の意味とロイヤルティが異なるモデルを示した。しかし、彼の研究ではニーズ、サービス空間の意味や顧客ロイヤルティの差異について整理するに留まっており、どのようにして顧客のロイヤルティが高められるのか、つまり、顧客の状態変革に対する作用要因については十分に考察されていない。これに対し、高齢者変革モデルは高齢者の変革プロセスを明らかにし、社会的交換理論の観点から仲介者による社会的支援が交換に対するコストを低減させることで、高齢者が一般行為者へと変革して向社会的行動を促進することを示している点で、新規性および有用性がある。

杉山 (2016) のサービス深化モデルでは、マーケティングの観点から 5p が顧

客の共創する価値を深化させ、彼らの状態変移に影響することを示している。その点では、高齢者変革モデルと類似性がある。しかしながら、サービス深化モデルが事業の持続可能性を目的としているのに対し、高齢者変革モデルは地域の持続可能性を目的としている。つまり、高齢者変革モデルは仲介者の支援手段でもあり交換のプラットフォームでもある SPES の持続可能性ではなく、地域というサービスエコシステムの持続可能性を問題としている。この点が、サービスの受容者と提供者という区分を維持しながら事業がアクターによるコミュニティを形成するプロセスを分析するサービス深化モデルと異なる高齢者変革モデルの新規性と有用である。高齢者変革モデルは、高齢者も他の住民と同様に一般行為者として価値共創に参加して、集団生活を持続可能とするための向社会的行動を促進することを目標とする。高齢化社会というより大きな問題に対する解決策を考える上では、全ての住民が資源統合に参加する必要があり、高齢者変革モデルはその解決に貢献する。

Doan (2015) は S-D Logic を用いて ICT ビジネスの仲介者に対する事例分析を行ない、仲介者が情報共有などを促進するサービス場を構築することにより、提供者と受容者の価値共創が促進されることを示した。彼女の研究が対象とする価値共創を促進するサービス場は、本論文で提案する SPES と類似する。しかし、Doan (2015) のサービス仲介者モデルは、提供者と受容者の価値共創プロセスにおける価値の強化に対する考察が為されていたのに対し、高齢者変革モデルでは価値共創への参加意欲が低い受容者に対する動機付けの方法について議論している。また、高齢者変革モデルは価値共創への参加の障壁となる要因も示しており、その参加障壁を低減させる価値の同定やプロセスを示している点から新規性および有用性があるといえる。

Shirahada and Fisk (2013) は、提供者と受容者のサービス関係を拡大して、そこに自然環境の要素も加える重要性を指摘し、三者間価値共創モデルを提案した。高齢者変革モデルでは自然環境の側面を考察していないものの、提供者と受容者に加えて第三者としての仲介者の重要性について論じている。また、高齢者変革モデルの最終的な成果物が、地域という生態系（サービスエコシステム）に与える影響として、向社会的行動の促進があることを示しており、この点において本モデルの新規性と有用性がある。

6.3.2 実務的な先行研究との比較

Groundwire という企業の主な業務内容は、社会活動を展開する組織に対するコンサルティング業務である。The Engagement Pyramid は、彼らが提唱する人の

社会課題に対するエンゲージメントのレベルを示したモデルであり、社会活動を展開する組織は、本モデルに則して社会の人々のエンゲージメントレベルを高める必要がある。本モデルは **Observing**、**Following**、**Endorsing**、**Contributing**、**Owing**、**Leading** の 6 段階によって構成される。この 6 段階それぞれに **Primary engagement goals**、**Mindset of person being engaged**、**Nature of engagement**、**Communications**、**Action**、**Examples**、**Engagement metrics** が説明されている (Groundwire, 2010)。初期段階の **Observing** では、対象とする社会課題に関心があるものの関連の HP にアクセスするか関連イベントに参加するだけである。**Following** の段階で、社会活動を展開する組織に連絡を取り、情報をしっかりと収集するようになる。**Endorsing** の段階から徐々に組織の活動に参加するようになり、**Contributing** の段階では定期的にボランティアスタッフとして組織の活動に参加するようになる。**Owing** の段階では組織の中で明確な役割が与えられて、自分の仕事に責任感を持つようになり、最終段階の **Leading** ではリーダーとして組織を導く存在になるとされる。このエンゲージメントレベルを高められるように、社会活動を展開する組織は人々を動機付ける必要がある。**The Engagement Pyramid** は 6 段階の細かいエンゲージメントレベルを設定し、それぞれのエンゲージメントレベルにおける行動を示している点で有用性が高いものの、エンゲージメントレベルを高める際の障壁が示されていない。これに対し、高齢者変革モデルは高次のエンゲージメントレベルに到達するための障壁および価値を示しており、この点から新しい知見を提供している。

International Association for Public Participation は公共政策に対する住民参加の度合いを高める施策やツールを提供している国際機関である。彼らの代表的なモデルが、住民の公共政策へのエンゲージメントを高めるプロセスを示す **IAP2 Spectrum** である。そのプロセスには、**Inform**、**Consult**、**Involve**、**Collaborate**、**Empower** の 5 段階がある (State Government of Victoria, 2013)。**Inform** は住民に情報開示を約束することであり、活用ツール例としてファクトシートや **Web** サイトが挙げられる。**Consult** はフォーカスグループや行政調査を通じて、情報開示するだけでなく、調査結果をフィードバックすることで住民の関与を促進することである。**Involve** はワークショップなどを通じて、住民に公共政策に関わらせることである。**Collaborate** は公共政策の決定の一部に住民も参加させることである。最後の **Empower** とは、投票などによって、公共政策の決定を住民に委ねることである。**IAP2 Spectrum** では、**Empower** へと進む毎に大衆への影響力が強まるとされる。本モデルは、住民に権限移譲する度合いを強めることによって、住民のエンゲージメントを高めることを示しており、各エンゲージメントレベルに適したツールを提案している点で有用である。しかしながら、権限移譲されたとしても、その段階のエンゲージメントレベルに見合う能力を住民が

備えているとは限らない。それに対し、高齢者変革モデルは集団生活の活動への参加障壁を低減することを通じて、住民のエンゲージメントを高めるプロセスを示す。特に、本論文では相対的にケイパビリティが低いと考えられる高齢者を対象としており、高齢者変革モデルの方が幅広い対象者に適応可能である点で新規性と有用性がある。

STEM とは、Science, Technology, Engineering and Mathematics の略称であり、科学、技術、工学、数学を総合した国際的な教育分野である。The P-STEM Foundation は南アフリカで STEM を振興するために組織された草の根運動に基づく民衆主体の活動組織である。彼らは自らの活動を STEM Community Engagement Model としてまとめている。本モデルは、地域の中で STEM 教育がどのように浸透するのかについて、Creating awareness、Building interest、Developing skills and confidence、Eliminating Impediments の4段階で示される。最初の Creating awareness では、地域の住民に STEM を知ってもらうために STEM talks を開催する。STEM talks では、STEM とは何か、STEM で何ができるようになるかについて話す。第2段階の Building interest で住民に STEM への興味を持たせるために、STEM Community Day を開催する。STEM Community Day は地域で開催する小さな祭りのようなもので、STEM の楽しさを知って住民に興味を持ってもらう。第3段階の Developing skills and confidence では学習者に放課後プログラムを開き、スキルを身に付けてもらう。学習者の4分の3がASPプログラムの単位を取れるようにする。最終段階の Eliminating Impediments で個人的なメンターを付けて、地域でSTEMを学ぶ上での障害を取り除く (The P-STEM Foundation, 2016)。本モデルは、ケイパビリティを高める社会的交換へのエンゲージメントとして認知、関心、強化、連携の順番が重要であることを示している。一方で、高齢者変革モデルでは主な対象者として高齢者を想定しており、強化のために連携が必要であることを主張している。つまり、ケイパビリティ障壁を低減するために社会関係価値を共創する必要があることを示している。ケイパビリティ、すなわち、自分ができることを増やすために自身の能力を高めるだけでなく、他者と繋がりを持つことが重要なのである。それによって、他者への関心が高まり、共同体感覚を高めて情緒的価値の共創に繋げることができる。そのことを強調する点が高齢者変革モデルの新規性と有用性である。

6.4 第6章のまとめ

本章では、高齢者変革モデルの妥当性を検証した。まず、聞き取り調査を用いて、個人単位での高齢者の一般行為者への変革プロセスについて論じた。次

に、高齢者が若々しく生きるために移動販売というサービスに参加するという研究 2 の参与観察から得られた仮説に基づいて、文献調査を行ない若々しさ指標に関する質問票を作成し、質問紙調査を実施した。198 人から得られた定量的データに対して、因子分析を行ない、交換への参加を促進する若々しさの構成要素が SPES で得られる 3 つの価値と一致することを明らかにした。さらに、t 検定を実施し、研究会の移動販売を利用する高齢者は利用しない高齢者よりも 3 つの価値、特に情緒的価値を獲得することを明らかにした。最後に、共分散構造分析から、3 つの価値の内、情緒的価値が交換への参加に強い正の影響、社会関係価値が交換への参加に弱い正の影響を与えることを明らかにし、高齢者変革モデルの妥当性を示した。

続いて、研究結果の応用可能性および限界について説明した。SPES の展開事例として認定 NPO 法人えんがわを例に、彼らの SPES フローを記述した。本論文で提案する SPES および高齢者変革モデルは、特にツーリズムを対象に応用することにより、地域の外部資源の獲得に寄与できる。一方で、現時点での高齢者変革モデルは高齢者のデータのみに基づいて構築されているため、幅広い対象者のデータを収集することによって、モデルを継続的に精緻化する必要があることも示した。

そして、研究結果の新規性および有用性について、学術および実務それぞれの先行研究との比較を通して説明した。高齢化社会という社会問題を扱う上では受容者の変革が重要であり、SPES および高齢者変革モデルは、変革のための障壁とそれを低減させる価値を示しており、ケイパビリティが相対的に低いアクターの変革にも有用である点に新規性があることを示した。

第 7 章

結論

7.1 研究課題への回答

本論文は高齢化社会において持続可能な地方地域を形成するために、集団生活のための価値創造をする交換への高齢者の参加を促進するサービスシステム理論を構築することを研究目的とした。研究目的を達成するために、Why、What、How に関連する 3 つの研究課題を設定した。つまり、なぜ高齢者が交換に参加しないのか、高齢者の交換への参加を促進する価値は何か、どのように高齢者は一般行為者へと変革するのか、という 3 つの問いに対する回答を得ることである。

交換とはコストを支払って報酬を得ることである。一般的には、コストを上回る報酬が得られるために、数ある選択肢の中から特定の交換が選択される。したがって、コストは交換への参加意欲を減退させる障壁である。一方で、交換によって得られる価値は支払ったコストに対する報酬に相当する。したがって、本論文では研究課題 1 で高齢者の交換への参加を阻害する参加障壁を明らかにし、研究課題 2 で高齢者が交換から得られる価値について明らかにする。また、交換はコストと報酬の関係性によって選択されるため、交換におけるコストと報酬が変化することで高齢者の交換に対する状態や行動が変革されると考えられる。したがって、研究課題 3 で報酬とコストの関係性について明らかにするにより、高齢者の変革プロセスを同定する。本節では、これら 3 つの研究課題に対する回答を説明する。

研究課題 1：なぜ高齢者は交換に参加しないのか

本論文では、高齢者の交換に対する参加障壁を同定することを通じて、研究課題 1 に回答する。高齢者が交換に支払うべきコストとしての参加障壁を同定するために、研究 1 として定性的研究と定量的研究による混合手法を用いて研究を進めた。最初に石川県能美市在住の 65 歳以上の高齢者に対して聞き取り調査を実施し、136 人から回答を得た。この定性的データに対して、グラウンデッド・セオリー・アプローチに基づく分析を行なうことにより、表 7-1 に示す 3 つの参加障壁が高齢者の購買行動への参加意欲を減退させることを明らかにし

表 7-1 高齢者の交換への参加に対する3つの参加障壁

参加障壁	意味
ライフスタイル障壁	交換に参加するために生活環境を変更する必要があると高齢者が認知することで生じる参加障壁。ライフスタイル障壁は、予算制約、時間制約、家庭環境という3つの下位概念によって構成される。
ケイパビリティ障壁	自身の能力が低いために交換で求められる行動を達成することが困難であると高齢者が認知することで生じる参加障壁。ケイパビリティ障壁は、身体的機能の衰え、問題対処能力という2つの下位概念によって構成される。
心理的障壁	信頼関係を構築できていない相手と交換することに意義を見出せないと感じると高齢者が認知することで生じる参加障壁。心理的障壁は、事業者への不信感、参加者との信頼関係という2つの下位概念によって構成される。

た。さらに、能美市による行政調査の7,531人に関する定量的データを分析することによって、3つの参加障壁が購買行動という経済的交換においてだけでなく、社会活動といった社会的交換に対しても、参加障壁となっていることも明らかにした。加えて、文献調査を実施し、3つの参加障壁が交換への参加意欲を減退させるという結果が、全国的な傾向であることを示した。

研究課題2：高齢者の交換への参加を促進する価値は何か

本論文では、高齢者が交換によって得られる価値を同定することを通じて、

表 7-2 高齢者の交換への参加を促進する3つの価値

価値	意味
機能的価値	基本的な生活を快適に過ごすための交換から得られる基礎的な価値。
社会関係資本	サービスを通じて新たな人間関係を構築し、社会関係資本を獲得・創造することによって得られる価値。
情緒的価値	心理的距離感を縮めて共感や信頼を得ることで、交換相手とポジティブな感情になることによって得られる価値。

表 7-3 SPES におけるプラットフォーム要素

要素	内容	効果
市場関係の再構築	サービスが失われた経済的交換のサービス関係を再び結び付けていることで価値共創を促進する。	各アクターに対して、サービスに参加するインセンティブを持たせる。
地域資源の集約	サービスがあることによって点在していた地域の資源が 1 箇所に集約され、価値共創を駆動する。	各アクターに交換の作法や態度を共有する。
社会的交換の機会創出	サービスが全てのアクターに対して経済的交換を超えた社会的交換の機会を創出している。	アクターが反復する交換を通じて、他アクターに信頼感を寄せる。

研究課題 2 に回答をする。高齢者が交換から得られる報酬としての価値を同定するために、研究 2 として移動販売の支援活動を対象に事例分析を実施した。参与観察で得られたフィールドノートを分析し、表 7-2 に示すように高齢者がサービスから得られる 3 つの価値を明らかにした。高齢者はこれらの価値を得るために交換への参加を促進している。

さらに、サービスのプラットフォーム要素についても分析した。表 7-3 に示す 3 つのプラットフォーム要素を強化することにより、サービスを提供する仲介者による社会的支援が形成される。本論文では、この 3 つのプラットフォーム要素を備えるサービスのことを SPES (Service as Platform for Economic exchange and Social exchange) と呼ぶ。

研究課題 3：どのように高齢者は一般行為者へと変革するのか

本論文では、参加障壁と SPES で得られる価値の変化による高齢者の変革プロセスを同定することを通じて、研究課題 3 に回答する。研究 1 と研究 2 の結果を統合し考察した結果から、高齢者の変革プロセスを示した高齢者変革モデルを構築した (図 5-5)。

最初は資源消費するだけの受容者の状態にある高齢者は、仲介者から手段的支援を受けることによってライフスタイル障壁を低減し、機能的価値を得るとともに自己効力感を高める。自己効力感を高めた高齢者は、準行為者という状態へと変革し、交換に参加して資源伝達をするようになる。準行為者に対して、仲介者が関係構築の社会的支援を提供することで、彼らはケイパビリティ障壁を低減して、社会関係価値を得るとともに共同体感覚を高める。自己効力感と共同体感覚を高めた準行為者は、交換で他者のために資源統合する一般行為者

へと変革する。一般行為者は仲介者から感情的支援を受けることにより、心理的障壁を低減させて、情緒的価値を共創する。これにより、他の住民との交換に対する高齢者の行動規範は、貨幣と財の交換による契約的規範から、他者と自己の便益（Well-Being）を同化させた利他的規範に基づくようになり、向社会的行動を促進して、提供者や仲介者としてサービスに参加する。

聞き取り調査データを用いて、個人単位で高齢者が受容者から一般行為者へと変革する事例を示した。さらに、質問紙調査を実施し、65歳以上の高齢者136人から回答を得た。この定量的データを用いて共分散構造分析を行なうことにより、情緒的価値、社会関係価値、機能的価値の順で高齢者の交換への参加促進に好影響を与えることを明らかにした。この結果は、本論文で提案する高齢者変革モデルを支持するものである。

7.2 理論的含意

本論文は、持続可能な地方地域を形成するためのサービスシステム理論を構築した。地元住民がプラットフォーム要素を備えるサービスを展開することによって、交換に参加している行為者（アクター）である高齢者が資源を消費するだけの受容者から資源統合する一般行為者へと変革する。これにより、地域というサービスエコシステムを機能させる一般行為者が増加するとともに、住民の行動規範が利他的なものとなって向社会的行動を促進するという好循環が生まれる（図 7-1）。こうしたサービスシステムのメカニズムが、持続可能な地

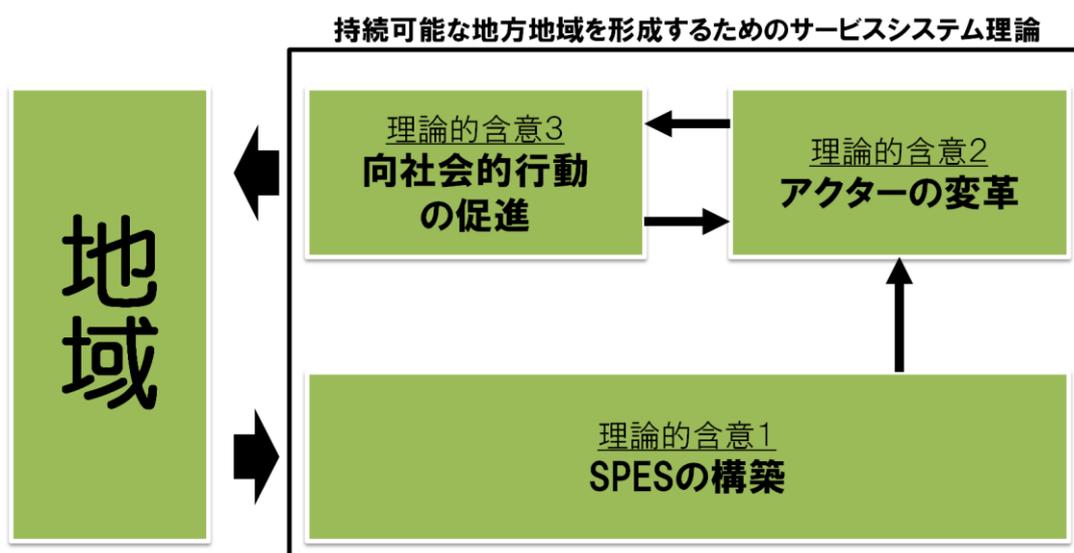


図 7-1 持続可能な地方地域のためのサービスシステム理論の構造

方地域の形成に貢献する。これらの研究結果から、本論文の主要な理論的含意を3つ挙げる。

第1の理論的含意は、サービスが市場関係の再構築、地域資源の集約、社会的交換の機会創出という3つのプラットフォーム要素をシステムとして有機的に統合することにより、経済的交換だけでなく社会的交換も促進することである。3つのプラットフォーム要素が手段的支援、関係構築、感情的支援という3つの社会的支援の土台となり、サービスに参加するアクター間の経済的交換と社会的交換を促進する。本論文では、こうしたプラットフォーム要素を備えるサービスをSPES (Service as Platform for Economic exchange and Social exchange) と呼ぶ。

第2の理論的含意は、SPESで交換が促進されることによって、アクターが変革することである。本論文は、高齢者変革モデルにより、機能的価値、社会関係価値、情緒的価値という3つの交換から得られる報酬が、ライフスタイル障壁、ケイパビリティ障壁、心理的障壁という3つの交換に支払うコストをそれぞれ上回ることによって、高齢者が交換に参加することを示した。そして、高齢者の交換における行動はそれぞれ異なり、情緒的価値が心理的障壁を上回った時に高齢者は資源統合をするようになる。また、本論文ではアクターの対象として高齢者に着目し事例分析を行なったが、本論文が同定した交換に支払うコストと交換から得られる報酬は普遍性が高いため、高齢者以外のアクターにも適用できるモデルであると考えられる。コストとしての交換に対する3つの参加障壁はそれぞれ、アクターの生活や生き方に関連するもの、アクターの能力の限界に関連するもの、他アクターに対する感情に関連するものである。一方で、報酬としてのSPESで得られる3つの価値はそれぞれ、コアサービスに期待する根本的な便益に関連するもの、他者の助けを受けることによる便益に関連するもの、精神的に満たされたことによる便益に関連するものである。これら普遍的な3つの参加障壁の低減および3つの価値の獲得は、高齢者に限定されない他のアクターに対しても有効である。

第3の理論的含意は、アクターが変革していくことにより、向社会的行動が促進され、個人のWell-Beingだけでなく集団のWell-Beingの向上も達成できることである。アクターは、SPESへの参加を通じて機能的価値と社会関係価値を得ることで、自己効力感と共同体感覚を高める。これにより、個人のWell-Being向上が達成され、一般行為者へと変革する。そして、一般行為者へと変革したアクターが情緒的価値を得ることにより、集団のWell-Being向上に必要な向社会的行動が促進される。また、アクターの変革が結果として地域での交換における利他的な行動規範を構築する。この行動規範がSPESでの交換に作用し、さらなるアクターの変革を促進する。持続可能な地方地域を形成するためのサー

ビスシステム理論におけるこれら3つの理論的含意の構成要素を図7-2にまとめる。

また、本論文は持続可能な地方地域の形成のための資源としての知識をオペラント資源とオペランド資源に整理しており、知識科学に新たな知見を与える。SPESにおいて、知識は特に社会関係価値と情緒的価値を共創する際に用いられる。社会関係価値の共創では、物財などのオペランド資源を統合するためのオペラント資源として知識が用いられる。一方で、情緒的価値の共創においては慮りの知識がオペラント資源となって、アクター間に共有される文脈の知識をオペランド資源として統合し価値共創する。知識経営視点からの地域研究に関するこれまでの先行研究では、知識を暗黙知と形式知の観点から捉えるものが中心であった。しかしながら、実際の交換では慮りの知識もアクター間に共有される文脈の知識も暗黙知であることが一般的である。これまでの形式知と暗黙知による分類に加えて、オペラント資源としての知識とオペランド資源としての知識という観点から暗黙知をさらに細かく分類し、価値共創について分析した本論文の研究結果は、地域研究や知識経営を始めとする知識科学の関連分野に新たな研究視点を与える。

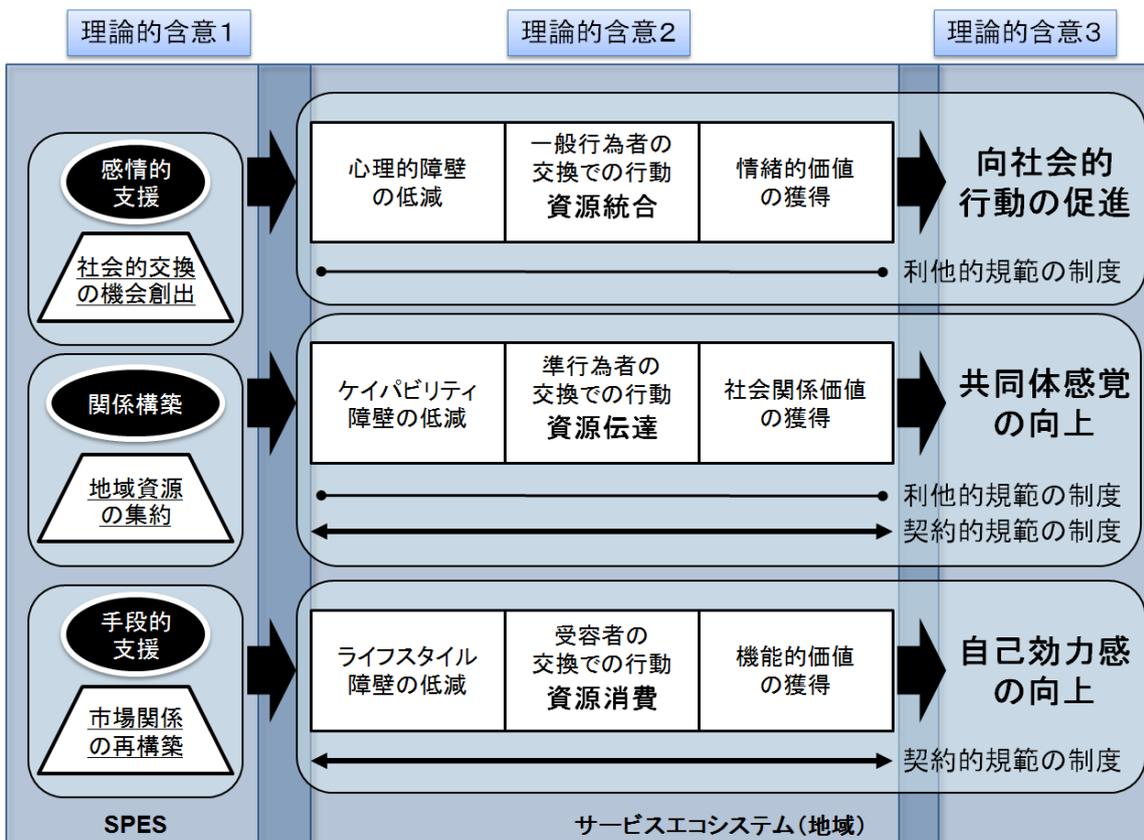


図 7-2 持続可能な地方地域のためのサービスシステム理論の構成要素

7.3 実務的含意

前節で示したように、高齢化社会において地方地域の持続可能性を高めるには、サービスをプラットフォームとして機能させ、経済的交換だけでなく社会的交換も促進することにより、高齢者を資源統合する一般行為者へと変革することが重要である。本論文は **SPES** による高齢者変革モデルを構築することを通じて、高齢者の変革を促進するためのサービスのプラットフォーム要素について明らかにした。高齢者を地域のための資源統合に参加する一般行為者へと変革するには、個々の高齢者の受容者、準行為者、一般行為者という状態に合わせた社会的支援を行ない、彼らを変革することが重要である。

具体的には、資源消費するだけの受容者である高齢者に対しては、機能的価値を共創するための手段的支援を提供し、彼らのライフスタイル障壁を低減して、自己効力感を高めることが重要である。自己効力感を高めて資源伝達をするようになった高齢者に対しては、社会関係価値を共創するための関係構築を提供し、彼らのケイパビリティ障壁を低減することを通じて、共同体感覚を高めることが重要である。自己効力感と共同体感覚を高めることにより、高齢者は資源統合する一般行為者へと変革する。一般行為者となった高齢者に対して、情緒的価値を共創するための感情的支援を提供することで、彼らの向社会的行動をさらに促進できる。

地方地域というサービスエコシステムを持続可能なシステムとするために、代表的な地域のステークホルダーである地元住民、行政、企業には、それぞれ表 7-4 に整理したような役割が期待される。まず、**SPES** を構築するアクターは、地元住民が適している。企業だと営利目的が先行しているのではないかと受容者に警戒されてしまう。行政だと時間などの資源が限定的であり、且つ、組織の性質上一部の住民を集中的に支援することは困難である。地元住民の場合、同じ立場である受容者の理解や共感が得られ易い。また、地域貢献したいがどのように活動すれば良いのかわからない地元住民の労働力の受け皿にもなり易い。したがって、地元住民が **SPES** を展開することが最も望ましい。地元住民は **SPES** を構築した後、高齢者変革モデルを促進するために、仲介者として社会的支援を行ない、受容者の自己効力感や共同体感覚を高めることが求められる。加えて、向社会的行動を地域に波及させるために、一般行為者へと変革した受容者の行動を奨励するような施策を取ることが期待される。

行政の立場からは、地元住民が **SPES** を構築できるように、経済的な支援に加えて教育的な支援を行なうことが期待される。従来のように、住民団体を選定して補助金を出すだけの支援に終始してしまうのではなく、近隣地域と連携して **SPES** の構築や運営に関する知見を集約して、**SPES** の仲介者育成プログラム

表 7-4 地域のステークホルダーに期待される役割

ステークホルダー	役割
地元住民	組織化をして、地域課題を解決するための3つのプラットフォーム要素を備えた SPES を展開する。その後、実際の SPES での交換において、仲介者として地元住民は高齢者の自己効力感や共同体感覚を高めるような支援行動を取ることが求められる。さらに、一般行為者へと変革した高齢者の向社会的行動の促進効果を拡大するために、変革し一般行為者になった高齢者の資源統合を奨励するような施策を作ることが重要である。
行政	地元住民が SPES を構築できるように、経済的および教育的な支援を行なうことが望ましい。行政は発展的な SPES に対して補助金を出すことに終始するのではなく、地域連携の範囲を拡大して、SPES 構築や運営のための人材育成に関する知見を集約し、地元住民が仲介者として社会的支援の技術を高められるような人材育成プログラムを作成・運営する必要がある。SPES の重要性が全国的に普及した後は、行政の人材育成能力が地域の持続可能性の鍵を握る。
企業	SPES に対する資金援助、あるいは業界によっては商品の提供が企業の社会貢献による社会的価値を高める。将来的には、行政と連携して人材育成プログラムを協同運営することも考えられる。企業経営や人材管理の知見を応用することで、企業経験の少ない主婦などの地元住民でも SPES を提供する仲介者として受容者の支援行動が取れるように訓練することに役立てられる。または、企業の新人研修として SPES の人材育成プログラムを活用することにより、社会課題を自己で発見・解決する能力を伸ばすことも可能である。こうした好循環を生み出すことにより、企業の地域貢献が期待される。

を作成・運営することが望ましい。全国的な連携を取り、こうした人材育成プログラムに関する知見を行政が共有することによって、地方地域の持続可能性や生活の質向上が実現する。

企業は SPES に対しては、CSR の一環としての資金援助、あるいは、商品の提供をすることにより、企業の社会的価値やブランド価値が高められる。行政に対しては、人材育成プログラムを協同運営することを通じて、企業の持つ人材管理・組織管理の知見を活用できる。さらには、新人研修として人材育成プログラムへの参加を推奨することにより、社会課題をテーマとして、仕事でも求められる課題発見・課題解決能力を効果的に高めることが期待できる。

また、サービスデザイン手法であるサービスブループリント (Shostack, 1987; Bitner et al., 2008; 原ほか, 2008) を援用した SPES のデザインフレームワーク (図 7-3) も実際のサービスを設計する上で有用なツールとなる。図 7-3 は SPES の 3 つのプラットフォーム要素により、受容者がサービスへの参加を通じて、一般行為者へと変革するプロセスを示している。この図では時系列的に左から右へと進み、その間に受容者の行動が変革されることをダイヤの枠が表している。そして、受容者変革の土台となっているのが、SPES の 3 つのプラットフォーム要素である。これらがアクター間の資源統合を促進することによって、価値共創が促進され受容者が一般行為者へと変革する。資源統合は受容者の行動の原因となるだけでなく、次なる資源統合のための資源をも生み出す。このフレームワークを活用することにより、サービスのどのプロセスにおいて資源統合を促進し、受容者の変革を促進できるのかについて議論することができるようになる。

原ほか (2008) はサービス工学の観点から、サービスブループリントの技法を応用して、サービス活動における機能属性表現の統合手法を提案した。この手法は、製品機能が生み出す価値とその製品を使用するサービス活動が生み出す価値とを総合的に分析・設計できる。彼らのフレームワークは、受容者の状態レイヤー、機能レイヤー、活動レイヤー、属性レイヤーから構成されており、活動から生み出される機能と受容者の状態変革の両方に関する時間推移と協調関係を明示する。これは SPES のデザインフレームワークと比較して、最上位に受容者の状態変革レイヤーがある点では共通する。一方で、SPES のデザインフ

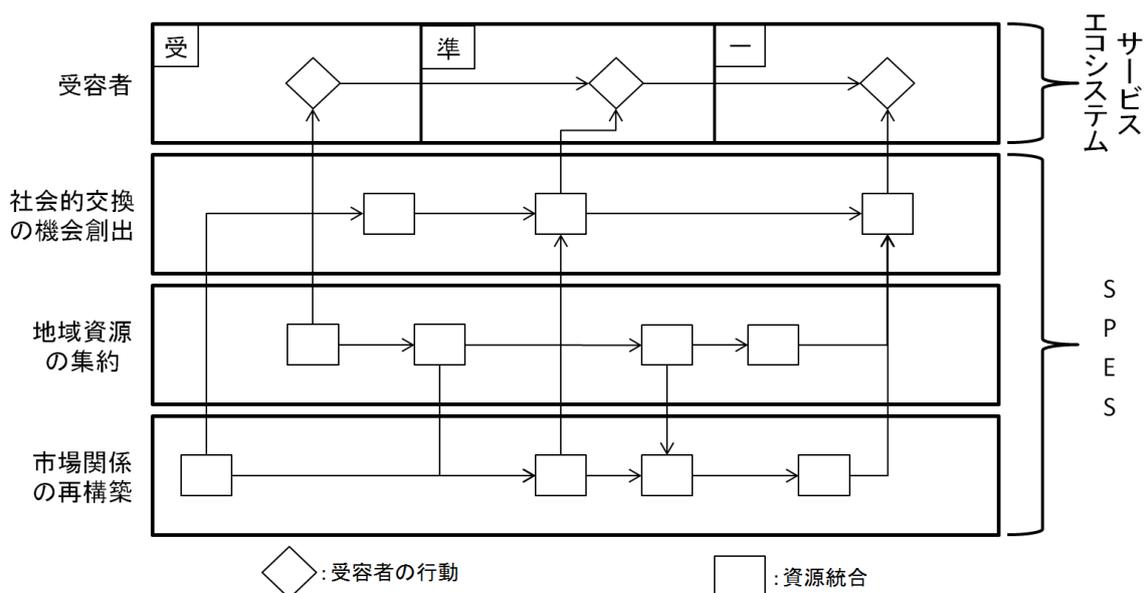


図 7-3 SPES のデザインフレームワーク

レームワークは受容者の状態変革に対して、サービスにおける交換がどのように作用するのかに焦点を当てている。そのため、人工物の専門家でなくとも市井の住民がサービス設計することを容易とする手法である。この点が SPES のデザインフレームワークの新規性、且つ、有用性である。

7.4 今後の課題

S-D Logic (SDL) も TSR もより良い未来、社会を築くための学問・研究分野である。SDL については 2004 年にその枠組みが提唱されてから、様々な分野で研究が進んできた。一方で、サービスの直接的な人間の Well-Being への貢献について研究する TSR において、研究が本格化したのは 2010 年代に入ってからであり、未だ研究者や実務家の間で共通して用いられる研究枠組みや目指すべきグランド・セオリーは示されておらず、個々の事象に対してサービス研究の知見を活用した研究が主となっている。

本論文では、SDL や TSR が生まれた源流であるマーケティング分野やビジネス分野を超えて、直接的に地域という集団生活におけるアクターの Well-Being に影響を与える購買行動の支援活動という題材をテーマとした (図 7-4)。そして、社会課題の対処に耐え得る理論を構築するために、これまで経済システムを中心に用いられてきた SDL に、社会システムで広く議論されてきた社会的交換理論 (Social Exchange Theory: SET) を加えた。その結果として、Service as Platform、すなわち、プラットフォームとしてのサービスを分析するための枠組みとして、SPES のデザインフレームワークと高齢者変革モデルを提案した。これらの枠組みの目的は、アクター変革 (Transform Actors) ということに集約される。今後益々、高齢化社会の諸課題が世界に広く影響を及ぼすようになる。先進国に限らず、途上国においても人口増加率が低下し、世界人口の減少が予測されている (e.g. Meadows et al., 1972)。人類の交換の形態も交換価値の追究から使用価値の共創に向かう社会情勢においては、受容者として資源を消費するだけである比率を減じて、一般行為者として社会と関わっていくことが一層重要となるであろう。そのためには、アクター変革のための科学の発展の重要性が増す将来に向けて、これから研究を蓄積していくことが求められる。その序開として、本論文は SDL と SET を統合したサービスシステム理論を構築した。そして、アクター変革の成果として、個人的側面ではケイパビリティの向上、集団的側面に対しては向社会的行動の促進が目指すべき目標であることを示した。

しかしながら、TSR におけるグランド・セオリーを構築するには、まだ解決

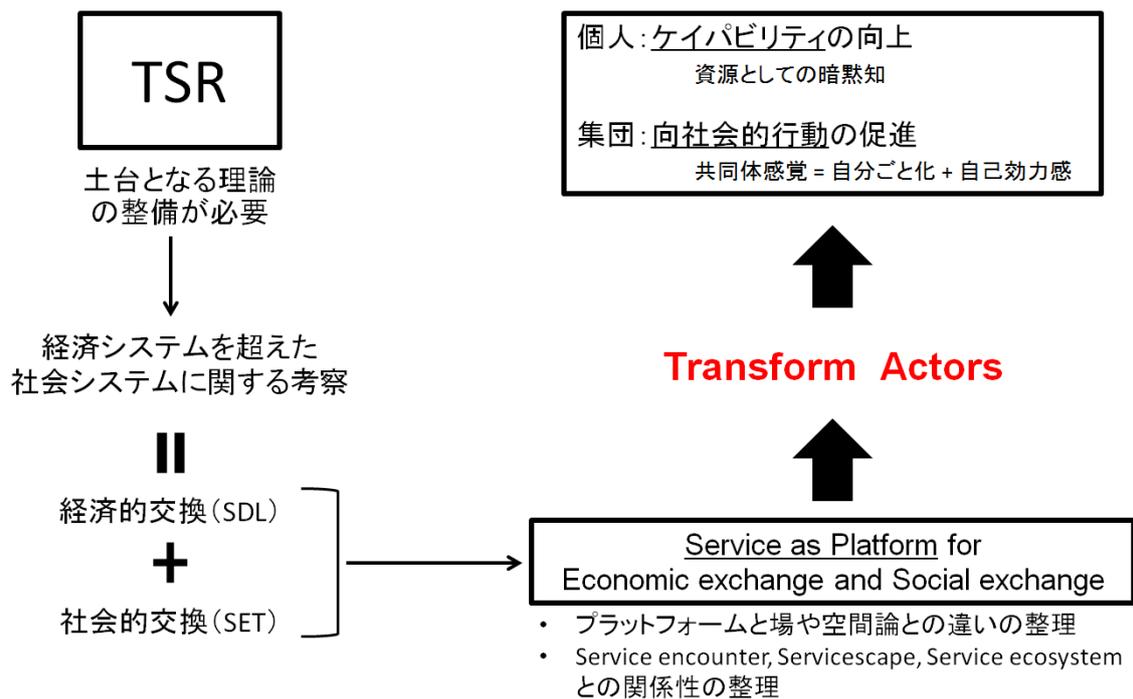


図 7-4 TSR におけるグランド・セオリー構築のための本論文の研究進捗整理

しなければならない課題が多く残されている。まず、本論文で提案した SPES のデザインフレームワークおよび高齢者変革モデルについては、データの対象や前提条件を増やして、継続的に精緻化を目指すことが不可欠である。TSR は実社会の人々の Well-Being を直接的に高めるための研究分野であるため、実証データを用いた普遍化が重要となる。

本論文ではプラットフォームとしてのサービスに焦点を向けたが、サービスをプラットフォームとして捉えることが、サービス場の理論（小坂, 2009）やサービス空間論（Bitner, 1992）とどのように異なるのかについて、整理しなければならない。さらに、サービス空間論については、近年、サービスを捉える枠組みとして、マイクロ・メゾ・マクロの観点から、サービスエンカウンター・サービス空間・サービスエコシステムの相互作用に着目する重要性が指摘されているが（Akaka and Vargo, 2015）、本論文では SPES とサービスエコシステムとの関係性しか示せていない。今後は、サービスエンカウンターやサービス空間と SPES の関係性についても明らかにする必要がある。

本論文ではアクター変革の成果としての個人のケイパビリティ向上の要因に、オペラント資源として慮りの知識、オペラント資源として共有される文脈の知識を挙げているが、これらの暗黙知を資源として整理したサービス分野からの研究はまだ十分に為されていない。情報学や知識経営の分野では、慮りの知識のような知恵は知識の上位概念として捉えられているが（Rowley, 2007）、サー

ビス研究においては **SDL** の能力適用プロセスにおける知識の在り方を問う議論に留まっており、まだ共有される文脈の知識のような相互主観性やそれを扱う慮りの知識のような知恵に関する研究が進んでいない。サービスにおける資源としての知識を詳細に分類する研究は、今後 **TSR** 分野においても重要となる。個人の自由としてのケイパビリティと資源としての知識を整理することが、本質的な豊かさの研究に繋がる。

一方で、集団の **Well-Being** に対する向社会的行動の構造が、自分ごと化と自己効力感によって構成される共同体感覚であることを挙げた。しかしながら、共同体感覚に関する研究の蓄積は十分でなく、共同体感覚の構成要素として自分ごと化と自己効力感について言及した本論文の主張には新規性があるものの、この主張の実証が待たれる。自己効力感と比較して、自分ごと化という概念は研究の蓄積が少ない比較的新しい概念であるため、これからの研究を通じて自分ごと化のメカニズムを明らかにしていくことが求められる。また、共同体感覚とは個人の内面的な感覚であるが、それが外的な社会構造である制度 (**Vargo and Lusch, 2016; Vargo et al., 2016**) とどのように作用し合って向社会的行動の実現へと繋がるのかについても明らかにしなければならない。そうした知見を積み重ねることにより、これまで追求されてきた物質的な豊かさだけでなく、集団生活の本質的な豊かさを実現するためのサービスの成果としての向社会的行動を促進する方法を **TSR** 研究によって明らかにすることが可能となる。

参 考 文 献

- Adler, A. (1933). *Der Sinn des Lebens (The Meaning of Life)*. Passer Vienna. Translated by Linton, J., & Vaughn, R. (1964). *Social Interest: A Challenge to Mankind*. Capricorn Books.
- Agrawal, R., & Srikant, R. (1994). Fast algorithms for mining association rules. *Proceedings of 20th International Conference on Very Large Data Bases (VLDB'94)*, 1215, 487-499.
- Akaka, M. A., & Vargo, S. L. (2015). Extending the context of service: From encounters to ecosystems. *Journal of Service Marketing*, 29(6/7), 453-462.
- Akaka, M. A., Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2013). The complexity of context: A service ecosystems approach for international marketing. *Journal of International Marketing*, 21(4), 1-20.
- Anderson, L., Ostrom, A. L., Corus, C., Fisk, R. P., Gallan, A. S., Giraldo, M., Mende, M., Mulder, M., Rayburn, S. W., Rosenbaum, M. S., Shirahada, K., & Williams, J. D., (2013). Transformative service research: An agenda for the future. *Journal of Business Research*, 66(8), 1203-1210.
- 安梅勅江・篠原亮次・杉澤悠圭・伊藤澄雄 (2006). “高齢者の社会関連性と生命予後：社会関連性指標と7年間の死亡率の関係”『日本公衆衛生雑誌』, 53(9), 681-687.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117-148.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescape: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56, 57-71.
- Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2008). Service blueprinting: A practical technique for service innovation. *California Management Review*, 50(3), 66-94.
- Cornwell, E. Y., & Waite, L. J. (2009). Social disconnectedness, perceived isolation, and health among older adults. *Journal of Health and Social Behavior*, 50(1), 31-48.

- Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21.
- Creswell, J. W. (2002). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications. 操華子・森岡崇 (訳) (2007). 『研究デザイン：質的・量的・そしてミックス法』, 日本看護協会出版会.
- Diener, E., Lucas, R. E., & Oishi, S. (2002). Subjective well-being. in *Handbook of Positive Psychology*, C. R. Snyder & S. J. Lopez eds. Oxford University Press.
- Doan, C. M. (2015). *A Service Mediator Model Based on Service Dominant Logic for Management of Business Process*. Japan Advanced Institute of Science and Technology: Doctoral Dissertation.
- Edvardsson, B., Tronvoll, B., & Gruber, T. (2011). Expanding understanding of service exchange and value co-creation: A social construction approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(2), 327-339.
- Ekeh, P. P. (1974). *Social Exchange Theory*. Heinemann Educational Books. 小川浩一 (訳) (1980). 『社会的交換理論』, 新泉社.
- 遠藤ひとみ (2011). “わが国のソーシャルビジネスに関する一考察：アクティブシニアの多様な社会参画を中心として” 『嘉悦大学研究論集』, 53(2), 45-62.
- 藤田幸司・藤原佳典・熊谷修・渡辺修一郎・吉田祐子・本橋豊・新開省二 (2004). “地域在宅高齢者の外出頻度別にみた身体・心理・社会的特徴” 『日本公衆衛生雑誌』, 51(3), 168-180.
- Gawer, A., & Cusumano, M. A. (2002). *Platform Leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco Drive Industry Innovation*. Harvard Business School Press. 小林敏男 (監訳) (2005). 『プラットフォームリーダーシップ：イノベーションを導く新しい経営戦略』, 有斐閣.
- Gawer, A., & Cusumano, M. A. (2008). How Companies Become Platform Leaders. *MIT Sloan Management Review*, 49(2), 27-35.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Transaction Publishers.
- Goodwin, C. (1996). Communitarity as a dimension of service relationships. *Journal of Consumer Psychology*, 5(4), 387-415.
- 後藤和子 (2010). “農村地域の持続可能な発展とクリエイティブ産業” 『農村計画学会誌』, 29(1), 21-28.
- Gremler, D. D., & Gwinner, K. P. (2000). Customer-employee rapport in service relationships. *Journal of Service Research*, 3(1), 82-104.
- Groundwire (2010). The engagement pyramid: Six levels of connecting people and

- social change. <http://groundwire.org/blog/groundwire-engagement-pyramid/>, (2016/12/23 アクセス).
- 萩原雅也 (2014). “創造的活動のための人的資源と文化資源についての考察：徳島県上勝町・神山町の事例から”『大阪樟蔭女子大学研究紀要』, 4, 111-122.
- 箱井英寿・上野裕子・小林恵子 (2002). “高齢者の感情・行動意欲の活性化に関する基礎研究 (第 2 報) : 高齢者ファッションショーが高齢者の被服意識・行動に及ぼす効果”『繊維製品消費科学会誌』, 43(11), 749-757.
- 濱島ちさと (1994). “高齢者のクォリティオブライフ”『日本衛生学雑誌』, 49(2), 533-542.
- 原辰徳 (2015). “顧客によるデザインと利用とを起点としたサービスシステムの構成法”『サービソロジー』, 1(2), 22-25.
- 原辰徳・新井民夫・下村芳樹 (2008). “サービス工学の提案 (第 3 報, サービス活動の導入による機能・属性表現の統合)”『日本機械学会論文集 (C 編)』, 74(745), 2321-2330.
- 原辰徳・古賀毅・青山和浩・矢部直人・倉田陽平・本保芳明・浅野武富・加藤誠 (2011). “訪日外国人に対する観光旅行サービスの高度化に関する研究構想：サービス科学の研究基盤構築に向けた好題材として”『観光科学研究』, 4, 113-121.
- ホーバック・春名陽二郎・遠藤純平・滝ヶ浦正尚・白肌邦生 (2014). “体験価値視点に基づくサービス設計の提案Ⅱ：顧客満足度を高めるサービスプロセスにおける知識共創の影響分析”『サービス学会 第 2 回国内大会 講演論文集』, 313-315.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Homans, G. C. (1974). *Social behavior: Its elementary forms*. Harcourt, Brace, Jovanovich. 橋本茂 (訳) (1978). 『社会行動：その基本形態』, 誠信書房.
- 本田春彦・植木章三・岡田徹・江端真伍・河西敏幸・高戸仁郎・犬塚剛・荒山直子・芳賀博 (2010). “地域在宅高齢者における自主活動への参加状況と心理社会的健康および生活機能との関係”『日本公衆衛生雑誌』, 57(11), 968-976.
- Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., & Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65(2), 153-169.

- 池本幸生 (2007). “ケイパビリティから見た貧困削減のための観光開発”『立命館大学人文科学研究所紀要』, 89, 113-148.
- 猪口孝・ドー・チュル・シン (2002). 『東アジアのクオリティ・オブ・ライフ』, 東洋書林.
- 井上達彦・真木圭亮・永山晋 (2011). “ビジネス・エコシステムにおけるニッチの行動とハブ企業の戦略”『組織科学』, 44(4), 67-82.
- 犬塚先 (1974). “「交換理論」：その系譜と性格”『社会学評論』, 24(4), 2-18.
- 石川和男 (2011). “S-D (サービス・ドミナント) ロジックと商業論・流通論”『専修ビジネス・レビュー』, 6(1), 1-12.
- 糸林誉史 (2014). “互酬性と社会的交換理論”『文化学園大学紀要』, 22, 35-48.
- 神宮純江・江上裕子・絹川直子・佐野忍・武井寛子 (2003). “在宅高齢者における生活機能に関連する要因”『日本公衆衛生雑誌』, 50(2), 92-105.
- 門口充徳 (1983). “交換関係と交換理論”『社会学評論』, 33(4), 63-81.
- 観光情報学会 (2015). 『観光情報学入門』, 近代科学社.
- 経済産業省 (2015). “買物弱者・フードデザート問題等の現状及び今後の対策のあり方に関する調査報告書”, http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/150430_report.pdf, (2016/10/13 アクセス).
- 菊池章夫 (1984). “向社会的行動の発達”『教育心理学年報』, 23, 118-127.
- 木下康仁 (1999). 『グラウンデッド・セオリー・アプローチ：質的実証研究の再生』, 弘文堂.
- 木下康仁 (2003). 『グラウンデッド・セオリー・アプローチの実践』, 弘文堂.
- 岸見一郎 (2010). 『アドラー 人生を生き抜く心理学』, NHK 出版.
- 小林茂雄 (2000). “高齢者のためのファッションセラピーへのアプローチ：老人ホームにおける衣生活とおしゃれ行動”『繊維機械学会誌』, 53(6), 229-236.
- 国土交通省 (2016). “平成 27 年度 国土交通白書”, <http://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h27/hakusho/h28/index.html>, (2016/10/21 アクセス).
- 国立社会保障・人口問題研究所 (2013). “日本の地域別将来推計人口”, <http://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson13/3kekka/Municipalities.asp>, (2016/12/17 アクセス).
- 国領・プラットフォームデザイン・ラボ (2011). 『創発経営のプラットフォーム：協働の情報基盤づくり』, 日本経済新聞出版社.
- 小坂満隆 (2009). “横断型科学技術アプローチに基づくサービス価値共創モデル”『横幹連合コンファレンス予稿集』, 76-79.

- 厚生労働省 (2015). “2025 年に向けた介護人材にかかる需給推計 (確定値) について”, http://www.mhlw.go.jp/file/04-Houdouhappyou-12004000-Shakaiengokyoku-Shakai-Fukushikibanka/270624houdou.pdf_2.pdf, (2016/10/12 アクセス).
- Laros, F. J., & Steenkamp, J. B. E. (2005). Emotions in consumer behavior: A hierarchical approach. *Journal of Business Research*, 58(10), 1437-1445.
- Latané, B., & Darley, J. M. (1970). *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?* Appleton-Century-Crofts. 竹村研一・杉崎和子 (訳) (1977). 『冷淡な傍観者：思いやりの社会心理学』, ブレーン出版.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford University Press.
- Lévi-Strauss, C. (1948). *Les structures élémentaires de la parenté*. Presses Universitaires de France. 馬淵東一・田島節夫 (監訳) (1977). 『親族の基本構造』, 番町書房.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge University Press. 筒井淳也・石田光規・桜井政成・三輪哲・土岐智賀子 (訳) (2008). 『ソーシャル・キャピタル：社会構造と行為の理論』, ミネルヴァ書房.
- Loeber, A., Van Mierlo, B., Grin, J., & Leeuwis, C. (2007). The practical value of theory: Conceptualising learning in the pursuit of a sustainable development. In *Social Learning Towards a Sustainable World: Principles, Perspectives, and Praxis*, Wals, A. E. J. eds. Wageningen Academic Publishers, 83-97.
- Lusch, R. F., & Nambisan, S. (2015). Service innovation: A servant logic perspective. *MIS Quarterly*, 31(1), 155-175.
- Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2014). *Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities*. Cambridge University Press.
- 増田寛也 (2014). 『地方消滅』, 中公新書.
- 松崎学・浜崎隆司 (1990). “向社会的行動研究の動向：内的プロセスを中心にして” 『心理学研究』, 61(3), 193-210.
- Mauss, M. (1925). *Essai Sur le Don. Forme et Raison de L'échange Dans les Sociétés Archaïques*. L'Année Sociologique. 吉田禎吾・江川純一 (訳) (2009). 『贈与論』, ちくま学芸文庫.
- McAuley, E., Blissmer, B., Marquez, D. X., Jerome, G. J., Kramer, A. F., & Katula, J. (2000). Social relations, physical activity, and well-being in older adults. *Preventive Medicine*, 31(5), 608-617.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W. (1972). *The Limits to*

- Growth: A Report for The Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. Universe Books. 大来佐武郎 (監訳) (1972). 『成長の限界：ローマ・クラブ「人類の危機」レポート』, ダイヤモンド社.
- Mehrabian, A., & Epstein, N. (1972). A measure of emotional empathy. *Journal of Personality*, 40(4), 525-543.
- Menec, V. H. (2003). The relation between everyday activities and successful aging: A 6-year longitudinal study. *The Journal of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 58(2), S74-S82.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Meyer, M. H. (1997). Revitalize your product lines through continuous platform renewal. *Research-Technology Management*, 40(2), 17-28.
- 三徳和子・高橋俊彦・星旦二 (2006). “高齢者の健康関連要因と主観的健康感”『川崎医療福祉学会誌』, 15(2), 411-421.
- 元田浩・津本周作・山口高平・沼尾正行 (2006). 『データマイニングの基礎』, オーム社.
- 中田豊久 (2013). 『基礎から学ぶデータマイニング』, コロナ社.
- 内閣府 (2010). “「新しい公共」宣言”, <http://www5.cao.go.jp/npc/pdf/declaration-nihongo.pdf>, (2016/10/12 アクセス).
- 内閣府 (2012). “高齢社会対策大綱”, http://www8.cao.go.jp/kourei/measure/taikou/pdf/p_honbun_h24.pdf, (2016/12/24 アクセス).
- 内閣府 (2015). “平成27年度 第8回高齢者の生活と意識に関する国際比較調査結果”, http://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/h27/gaiyo/pdf/gaiyo_2of2.pdf, (2016/10/13 アクセス).
- 内閣府 (2016). “平成28年度版高齢社会白書”, http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2016/html/zenbun/s1_2_5.html, (2016/11/03 アクセス).
- 中村憲司・松本秀人・敷田麻実 (2008). “「労働」と観光が融合したボランティアツーリズムに関する研究”『日本観光研究学会第23回全国大会論文集』, 425-428.
- 成田健一・下仲順子・中里克治・河合千恵子・佐藤眞一・長田由紀子 (1995). “特性的自己効力感尺度の検討：生涯発達の利用の可能性を探る”『教育心理学研究』, 43(3), 306-314.

- 根来龍之・足代訓史 (2011). “経営学におけるプラットフォーム論の系譜と今後の展望”『早稲田大学 IT 戦略研究所ワーキングペーパーシリーズ』, 39, 1-21.
- 能美市 (2011). “能美市都市計画マスタープラン”, <http://www.city.nomi.ishikawa.jp/toshi/masterplan.html>, (2016/12/16 アクセス).
- 農林水産省 (2011). “食料品の買い物における不便や苦勞を解消するための先進事例：先進事例に学ぶ食料品アクセス問題の解決に資する効果的な取組”, <http://www.maff.go.jp/primaff/koho/seika/project/pdf/access1-2sec.pdf>, (2016/10/13 アクセス).
- 農林水産省 (2016). “「食料品アクセス問題」に関する全国市町村アンケート調査結果：平成27年度調査結果”, <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/pdf/27chousa.pdf>, (2016/10/19 アクセス).
- Nussbaum, M., & Sen, A. (1993). *The Quality of Life*. Oxford University Press.
- 小田利勝 (1999). “高齢期における自立生活と日常生活活動能力をめぐる”『神戸大学発達科学部研究紀要』, 7(1), 201-221.
- 小田利勝 (2001). “高齢者のテレビ視聴時間と番組選好”『神戸大学発達科学部研究紀要』, 8(2), 283-302.
- 小田利勝 (2002). “高齢者の日常的コンピテンス：ライフ・スキルの測定尺度の開発とその利用”『神戸大学発達科学部研究紀要』, 10(1), 271-307.
- 大橋昭一 (2012). “ボランティア・ツーリズム論の現状と動向：ツーリズムの新しい動向の考察”『観光学』, 6, 9-20.
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and Other Hangouts at the Heart of Community*. Da Capo Press.
- 忠平美幸 (訳) (2013). 『サードプレイス：コミュニティの核になる「とびきり居心地のよい場所」』.
- Ostrom, A. L., Bitner, M. J., Brown, S. W., Burkhard, K. A., Goul, M., Smith-Daniels, V., Demirkan, H., & Rabinovich, E. (2010). Moving forward and making a difference: Research priorities for the science of service. *Journal of Service Research*, 13(1), 4-36.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Rosenbaum, M. S. (2006). Exploring the social supportive role of third places in consumers' lives. *Journal of Service Research*, 9(1), 59-72.
- Rosenbaum, M. S., & Massiah, C. A. (2007). When customers receive support from

- other customers: Exploring the influence of intercustomer social support on customer voluntary performance. *Journal of Service Research*, 9(3), 257-270.
- Rutkowski, G. K., Gruder, C. L., & Romer, D. (1983). Group cohesiveness, social norms, and bystander intervention. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(3), 545-552.
- Rowley, J. E. (2007). The wisdom hierarchy: Representations of the DIKW hierarchy. *Journal of Information Science*, 33(2), 163-180.
- Saczynski, J. S., Pfeifer, L. A., Masaki, K., Korf, E. S., Laurin, D., White, L., & Launer, L. J. (2006). The effect of social engagement on incident dementia: The Honolulu-Asia aging study. *American Journal of Epidemiology*, 163(5), 433-440.
- 桜井茂男 (1986). “児童における共感と向社会的行動の関係”『教育心理学研究』, 34(4), 342-344.
- 佐藤郁哉 (2002). “フィールドワークの技法: 問いを育てる、仮説をきたえる”, 新曜社.
- 佐藤郁哉 (2008). “質的データ分析法: 原理・方法・実践”, 新曜社.
- 盛山和夫 (1978). “規範形成過程に関するノート: Homans v.s. Levi-Strauss 論争に即して”『ソシオロゴス』, 2, 11-29.
- Sen, A. (1985). *Commodities and Capabilities*. Elsevier Science Publishers. 大庭健・川本隆史 (訳) (1988). 『福祉の経済学: 財と潜在能力』, 岩波書店.
- Sen, A. (2005). Human rights and capabilities. *Journal of Human Development*, 6(2), 151-166.
- Shostack G. L. (1987). Service positioning through structural change. *Journal of Marketing*, 51, 34-43.
- 敷田麻実・木野聡子・森重昌之 (2009). “観光地域ガバナンスにおける関係性モデルと中間システムの分析: 北海道浜中町・霧多布湿原トラストの事例から”『日本地域政策研究』, 7, 65-72.
- 敷田麻実・森重昌之・中村壯一郎 (2012). “中間システムの役割を持つ地域プラットフォームの必要性とその構造分析”『国際広報メディア・観光学ジャーナル』, 14, 23-42.
- 白肌邦生・レイモンドフィスク (2013). “サービス研究の動向: サービス・ドミナント・ロジックから Transformative Service Research の展開まで”『開発工学』, 33(1), 7-10.
- Shirahada, K., & Fisk, R. P. (2013). Service sustainability: A tripartite value co-creation perspective. In *Progressive Trends in Knowledge and System-Based Science for Service Innovation*, Kosaka, M. and Shirahada, K. eds. IGI-Global, 89-99.

- Smith, A. (1791). *An Inquiry into the Nature Causes of the Wealth of Nations*, A. Strahan and T. Cadell. 山岡洋一 (訳) (2007). 『国富論』, 日本経済新聞出版社.
- 園辰也 (2013). “G・A・コーエンによるアマルティア・セン批判の背景：自由をめぐる対立と正義の状況” 『倫理学』, 29, 71-84.
- 総務省 (2013). “平成25年版 情報通信白書”, <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h25/html/nc123120.html>, (2016/10/12 アクセス).
- 総務省 (2016). “人口推計：平成28年10月報”, <http://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/201610.pdf>, (2016/11/06 アクセス).
- State Government of Victoria (2013). A model for engagement. <http://www.dse.vic.gov.au/effective-engagement/developing-an-engagement-plan/a-model-for-engagement>, (2016/12/23 アクセス).
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, SAGE Publications. 操華子・森岡崇 (訳) (2004). 『質的研究の基礎：グラウンデッド・セオリー開発の技法と手順』, 医学書院.
- 杉山大輔 (2014). “企業サステナビリティを促進するサービス深化モデル” 『研究技術計画』, 28(3), 303-312.
- 杉山大輔 (2016). 『事業の持続可能性を高める高付加価値対人サービス深化モデルの研究』, 北陸先端科学技術大学院大学：博士論文.
- Sullivan, S., & Ruffman, T. (2004). Emotion recognition deficits in the elderly. *International Journal of Neuroscience*, 114(3), 403-432.
- 鈴木隆子 (1992). “向社会的行動に影響する諸要因：共感性・社会的スキル・外向性” 『実験社会心理学研究』, 32(1), 71-84.
- 田井義人・松永公廣 (2009). “福祉サービスとしての徳島県上勝町のいもどり事業のイノベーション普及分析” 『情報文化学会誌』, 16(2), 31-37.
- 高野和良・坂本俊彦 (2005). “高齢社会における社会参加と生きがい：生涯現役社会づくり県民意識調査データから” 『山口県立大学大学院論集』, 6, 89-99.
- The P-STEM Foundation (2016). STEM Community Engagement Model. <http://pstem.org.za/stem-community-engagement-model/>, (2016/12/23 アクセス).
- 富樫ひとみ (2007). “高齢者の社会関係に関する文献的考察：社会関係の構造的特質の検討” 『立命館産業社会論集』, 42(4), 165-181.
- 東京大学高齢社会総合研究機構 (2014). “高齢者の社会参加の実態とニーズを踏

- まえた社会参加促進策の開発と社会参加効果の実証に関する調査研究
事業報告書”,
<http://www.iog.u-tokyo.ac.jp/wp-content/uploads/2014/05/556984f2bbf71217e5c092b690579fb8.pdf>, (2016/11/03 アクセス).
- 戸谷圭子 (2016). “価値測定尺度:FKE value model”『サービソロジー』, 3(2), 32-35.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008a). Service-dominant logic: Continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 1-10.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008b). From goods to service(s): Divergences and convergences of logics. *Industrial Marketing Management*, 37(3), 254-259.
- Vargo, S. L., & Lush, R. F. (2016). Institutions and axioms: An extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 5-23.
- Vargo, S. L., Wieland, H., & Akaka, M. A. (2016). Innovation in Service Ecosystems. *Journal of Serviceology*, 1(1), 1-5.
- WHO (2002). *Active ageing: A policy framework*. Madrid, Spain.
- 山口県 (2012). “第四次やまぐち高齢者プラン”,
<http://www.pref.yamaguchi.lg.jp/cms/a13400/yojiplan/koreiyoji.html>,
(2016/12/18 アクセス).
- Zunzunegui, M. V., Alvarado, B. E., Del Ser, T., & Otero, A. (2003). Social networks, social integration, and social engagement determine cognitive decline in community-dwelling Spanish older adults. *The Journal of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 58(2), S93-S100.

研 究 業 績

Journals (査読有り)

- ホーバック・白肌邦生 (2015). “地方高齢者の購買行動特性の分析”『地域活性研究』, 6, 71-78.
- Ho, B. Q., & Shirahada, K. (2016). Knowledge co-creation and co-created value in the service for the elderly. *International Journal of Knowledge and System Science*, 7(2), 28-39.

International Conference Proceedings (査読有り)

- Ho, B. Q., & Shirahada, K. (2014). Premise knowledge determining customer experiential value. *The 3rd Asian Conference on Information Systems (ACIS 2014) the Proceedings*, 457-461. - Selected as **BEST PAPER AWARD**
- Ho, B. Q., & Shirahada, K. (2015). Elderly fear of participation in service. *Proceedings of QUIS14*, 32-41.

International Conference Presentations

- Ho, B. Q., & Shirahada, K. (2014). Well-being value co-creation service system model for promoting mutual assistance. *JAIST-BEIHANG Workshop*, Beijing, China. (査読なし)
- Shirahada, K., Ho, B. Q., & Fisk, R. P. (2014). Sustainable value co-creation: A SATOYAMA case in Japan. *AMA SERVSIG*, Thessaloniki, Greece. (査読有り)
- Ho, B. Q., Shirahada, K., & Wilson, A. (2016). Online public services access and the elderly: Assessing determinants of behaviour in the UK and Japan. *AMA SERVSIG*, Maastricht, Netherlands. (査読有り)

Domestic Conference Proceedings

- ホーバック・白肌邦生・小坂満隆 (2012). “地球資源の持続的利用のための環境効率性指標の提案”『電気学会 第40回情報システム研究会 電気学会研究会資料』, 73-75. (査読なし)
- ホーバック・白肌邦生 (2012). “原価低減と環境負荷に係る知識創造を促す管理会計手法の考察”『知識共創』, 2, V8—1-V8—6. (査読有り)
- ホーバック・白肌邦生 (2013). “地域の知識共創を促進する住民自律型NPOの分析”『知識共創』, 3, III1—1-III1—9. (査読有り)
- ホーバック・白肌邦生・レイモンドフィスク (2013). “Transformative Service Research II : アクセス性課題を克服するサービスシステムの事例研究”『サービス学会 第1回国内大会講演論文集』, 334-339, (2013). (査読有り)
- ホーバック・川崎隆史・白肌邦生・ダムヒョウチ (2014). “知識共創の「自分ごと化」への影響分析：九谷陶芸まつりにおける社会実験”『知識共創』, 4, III3—1-III3—6. (査読有り)
- 春名陽二郎・ホーバック・遠藤純平・滝ヶ浦正尚・白肌邦生 (2014). “体験価値視点に基づくサービス設計の提案 I : 九谷陶芸村まつりの満足感醸成に与える体験価値因子の分析”『サービス学会 第2回国内大会 講演論文集』, 310-312. (査読有り)
- ホーバック・春名陽二郎・遠藤純平・滝ヶ浦正尚・白肌邦生 (2014). “体験価値視点に基づくサービス設計の提案 II : 顧客満足度を高めるサービスプロセスにおける知識共創の影響分析”『サービス学会 第2回国内大会 講演論文集』, 313-315. (査読有り)
- ホーバック・白肌邦生 (2014). “高齢者買い物支援サービス事例分析に基づく厚生サービスシステム評価視点の提案”『サービス学会 第2回国内大会 講演論文集』, 119-122. (査読有り)
- ホーバック・白肌邦生 (2015). “自分ごと化促進のためのツーリズム手法「ServEduVentureモデル」の提案”『サービス学会 第3回国内大会 講演論文集』 525-528. (査読有り)
- ホーバック・白肌邦生 (2015). “アクティブシニアによる持続可能な地域づくり：若々しさ指標の開発と学助によるその醸成”『地域活性学会 第7回研究大会 論文集』, 271-274. (査読有り)

ホーバック・周鵬程・白肌邦生 (2016). “向社会的サービスへの参加を促進する知識共有の考察”『知識共創』, 6, V2—1-V2—7. (査読有り)

ホーバック・白肌邦生 (2016). “共助サービスへの動機付け要因の分析”『サービス学会 第4回国内大会 講演論文集』, 98-102. (査読有り)

Domestic Conference Poster Presentations (査読有り)

ホーバック・白肌邦生 (2015). “購買行動支援における高齢者の恐れを克服する知識共創プロセスの分析”『第5回 知識共創フォーラム』, 石川.

Zhou, P., Bugaa, U., Ho, B. Q., & Shirahada, K. (2015). “An analysis of knowledge acquisition by self-service technology: A case of 3D printer workshop for traditional pottery personnel”『第5回 知識共創フォーラム』, 石川.

Book chapter (査読有り)

Ho, B. T., Taewijit, S., Ho, B. Q., & Dam, C. H. (2013). Big data and service science. In *Progressive Trends in Knowledge and System-Based Science for Service Innovation*, Kosaka, M. and Shirahada, K. eds. IGI-Global, 128-144.

謝 辞

本論文の執筆に関して、多くの方々からご支援とご指導を頂いたことに御礼申し上げます。まず、筆者を6年間根気強く指導し、様々な問題に対して相談に乗って頂いた主指導教員の白肌邦生准教授に深い感謝の意を表す。師に研究者としての主体性を育てて頂いたことで、筆者は幅広い学問知識を結び付けて、実社会の喫緊な問題に立ち向かうための研究成果をまとめ上げることができた。非常に若くて優秀な研究者の下で研究遂行能力を身に付けられたことは、筆者の誇りでありかけがえのない財産である。

博士論文審査員の小坂満隆教授、神田陽治教授、敷田麻実教授、外部審査員の原辰徳准教授には、本論文の完成に向けて、たくさんの貴重な助言を戴いた。深く感謝申し上げます。副指導教員である小坂満隆教授からはいつも温かい励ましの言葉を戴き、研究に邁進できる環境を整えて頂いた。様々な席で研究者としての夢を語る師の姿に憧れて、筆者は博士論文の完成まで辿り着くことができた。神田陽治教授からは、授業や研究発表の場を通じて、サービス研究の奥深さを教えて頂いた。師の丁寧な指導姿勢に感銘を受け、筆者自身の議論に対する姿勢を見つめ直す契機となった。敷田麻実教授にはツーリズムへの研究成果の応用について多くの助言を戴いた。常に自然体で接して下さる師の姿勢を手本とし、筆者も研究活動に前向きに取り組めるようになった。原辰徳准教授からは、サービス学会を通じて研究に対する助言を戴くとともに、筆者の将来を案じて相談に乗ってくださった。師と出会い、新たな研究の場を設けて頂いたことにより、研究の道を究め続ける覚悟ができた。筆者の副テーマ指導教員である Dam Hieu Chi 准教授からは、データマイニング手法だけでなく、研究者としての倫理観や哲学についてもご教示頂いた。研究活動や国内外の出張で多用中にも関わらず、海容に筆者の相談に助言頂いた。また、データマイニング手法については、Ho Tu Bao 教授からも多くの時間を割いてご指導頂いた。しかし、本論文のデータ分析に誤りがあれば、それは筆者の理解不足の致すところである。この他にも、様々な研究発表の場で有意義な助言を頂いた内平直志教授、複数年に亘り筆者の研究計画について助言を戴いた小林重人助教、金野武司助教を始め、数多くの先生方に師事できたことは筆者にとって幸甚の至りである。

本論文の研究対象となった能美市の方々にも御礼を申し上げます。認定 NPO 法人えんがわの中田八郎氏に師事したことが、筆者にとってのフィールドワーク

の始まりであった。氏から長期間に亘って現場での交渉術や振る舞い方を学べたことにより、重厚なフィールドワークに基づく研究を遂行できただけでなく、研究者として必要なフィールドワークの基礎能力を培うこともできた。能美市商工女性まちづくり研究会の北野ゆかり氏、杉田洋子氏、南美紀子氏、辻美紀氏、平田美実氏、寺岡久子氏、奥村みよい氏、毎田雄一氏にはいつも温かい言葉で迎えて頂いた。彼らのお陰で、筆者は真のサービス、人と人の交流の本質について学ぶことができた。調査にご協力頂いた能美市市役所職員、能美市社会福祉協議会職員、町会長や住民の方々にも深謝の意を表す。多くの方から学んだ成果を、研究を通してこれからも世界に広く発信することで、筆者が戴いた恩義に報いられるよう今後も努めさせて頂く。

白肌研究室のメンバーを始め、北陸先端科学技術大学院大学の大勢の方からも多くの助言を戴き、大変お世話になった。特に、他研究室ではあるが同期で修士時代から仲良くさせて頂いた川崎隆史氏からは議論を通じて、研究や人生に向き合う姿勢を反省する機会を与えて頂いた。1 学年後輩の井上正男氏には目標に向かって直向きに努力し続けることの重要性を学ばせて頂いた。2 学年後輩の伊藤優氏とは度々サービス研究の発展について議論する機会を設けて頂いたとともに、謙虚さと柔軟性を学ばせて頂いた。お世話になった大勢の方々に感謝の意を表す。

最後に、家族の温かい支援に対する謝意を表す。父 Ho Tu Bao からは研究に従事する者の立場から、頻繁に筆者の研究進捗を気に掛けて頂いた。母 Pham Thi My Hanh には、いつも筆者の体調に心を配って頂いた。彼らに近くで温かく見守って頂けたからこそ、本論文を完成させることができた。そして、筆者の最大の理解者で最愛のパートナーである理江にも感謝の意を述べる。執筆に没頭し、家庭を顧みないことがしばしばあった筆者を常に隣で支えてくれた。彼女の天使のような天真爛漫な姿が研究に行き詰る筆者に新鮮な驚きを提供し、社会哲学者として社会を理解する上で何が本当に大切であるかに気づかせてくれた。彼女に対する愛情と同じように、本論文の執筆にも愛情を注ぐことができたことを大変嬉しく思う。

読んで頂いた全ての読者に本論文を捧げる。

2017/01/06

Ho Quang Bach

付録

付録 1 能美市 高齢者の日常生活に関する調査

市内在住の65歳以上の方へ

能美市 高齢者の日常生活に関する調査

日頃から、市政にご協力いただき、ありがとうございます。
能美市では、皆様の生活状況について把握するため、アンケート調査を実施します。
本調査は、能美市高齢者保健福祉計画及び介護保険事業計画の充実のための基礎資料とすることを目的としています。
皆様からいただいたご回答は、統計的に処理し有効に活用いたしますが、本調査の目的外に使用することはございません。
つきましては、本調査の趣旨をご理解のうえ、ご協力いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

平成26年1月 能美市

【ご記入にあたってのお願い】

- このアンケートは、あて名に記載されているご本人がご回答ください。
ご本人が病気などによりご記入が困難な場合は、ご家族の方がご本人の意思を確認のうえ、ご記入ください。
- 設問には、平成26年1月1日現在の内容でご回答ください。
- ご回答は、設問の案内にしたがって、該当する番号に○をつけ、数字を記入する欄には、右詰め(例、

0	6	2
---	---	---

 Kg)で記入してください。
- ご回答で、「その他」に○をつけられた場合は、()の中に具体的な内容を記入してください。
- この調査で使う用語の意味は、以下のとおりです。
介護…介護保険のサービスを受けている場合のほか、認定を受けていない場合でも、常時ご家族などの援助を受けている状態
介助…ご自分の意思により、一時的に他人に援助を頼んでいる状態
- このアンケートの対象となる方は、平成25年12月2日時点で抽出しておりますので、転居・死亡等により宛名の住所におられない場合はご容赦ください。調査票は破棄していただいて結構です。
- ご記入いただきました調査票は3つ折りにし、同封の返信用封筒(切手不要)に入れて、**平成26年1月31日(金)**までにポストにご投函ください。

調査票を記入されるのはどなたですか。○をつけてください。

1. あて名のご本人が記入	2. ご家族が記入
3. その他 ()	(あて名のご本人からみた続柄 _____)

【問い合わせ先】 能美市高齢者支援センター TEL：(0761) 58-2234 (直通)
能美市 健康福祉部 介護長寿課 TEL：(0761) 58-2233 (直通)

問1 あなたのご家族や生活状況について

Q1. 性別はどちらですか。(〇は1つだけ)

1. 男性 2. 女性

Q2. 年齢はおいくつですか。(数字を記入)

歳

Q3. あなたの住んでいる町(住所地)はどちらですか。(〇は1つだけ)

(根上地区) 4707

- | | | | | | |
|---------|---------|-----------|----------|----------|---------|
| 1. 赤井町 | 2. 西任田町 | 3. 五間堂町 | 4. 中庄町 | 5. 福岡町 | 6. 西二口町 |
| 7. 中ノ江町 | 8. 根上町 | 9. 高坂町 | 10. 下ノ江町 | 11. 浜開発町 | 12. 大成町 |
| 13. 福島町 | 14. 吉原町 | 15. 吉原釜屋町 | 16. 大浜町 | 17. 中町 | 18. 浜町 |
| 19. 道林町 | 20. 山口町 | | | | |

(寺井地区) 7207

- | | | | | | |
|---------|----------|----------|---------|----------|---------|
| 21. 寺井町 | 22. 小長野町 | 23. 大長野町 | 24. 小杉町 | 25. 末信町 | 26. 牛島町 |
| 27. 佐野町 | 28. 泉台町 | 29. 湯谷町 | 30. 石子町 | 31. 末寺町 | 32. 秋常町 |
| 33. 新保町 | 34. 粟生町 | 35. 三道山町 | 36. 吉光町 | 37. 東任田町 | 38. 和田町 |

(辰口地区) 7704

- | | | | | | |
|----------|----------|----------|----------|---------|---------|
| 39. 和佐谷町 | 40. 岩本町 | 41. 灯台笹町 | 42. 大口町 | 43. 旭台 | 44. 宮竹町 |
| 45. 三ツ口町 | 46. 長滝町 | 47. 筋生町 | 48. 岩内町 | 49. 火釜町 | 50. 来丸町 |
| 51. 山田町 | 52. 三ツ屋町 | 53. 倉重町 | 54. 出口町 | 55. 辰口町 | 56. 湯屋町 |
| 57. 徳山町 | 58. 上開発町 | 59. 下開発町 | 60. 徳久町 | 61. 荒屋町 | 62. 高座町 |
| 63. 下清水町 | 64. 上清水町 | 65. 北市町 | 66. 和気町 | 67. 寺島町 | 68. 館町 |
| 69. 金剛寺町 | 70. 坪野町 | 71. 鍋谷町 | 72. 仏大寺町 | 73. 緑が丘 | 74. 松が岡 |
| 75. 和光台 | | | | | |

Q4. あなたの世帯の状況は、次のどれですか。(〇は1つだけ)

- | | | |
|--------------------|-----------------------------------|-------------------------|
| 1. ひとり暮らし
⇒ Q5へ | 2. 家族などと同居(二世帯住宅を含む)
⇒ Q4-1、2へ | 3. その他(施設入居など)
⇒ Q5へ |
|--------------------|-----------------------------------|-------------------------|

Q4-1. 【家族などと同居されている方のみ】ご自分を含めて何人で暮らしていますか。(数字を記入)
また、同居されている方はどなたですか。(〇はいくつでも)

人

1. 配偶者(夫・妻) 2. 息子 3. 娘 4. 子の配偶者 5. 孫 6. 兄弟・姉妹 7. その他()

Q4-2. 【家族などと同居されている方のみ】日中、一人になることがありますか。(〇は1つだけ)

1. よくある 2. たまにある 3. ない

Q5. あなたは、普段の生活でどなたかの介護・介助が必要ですか。(○は1つだけ)			
1. 介護・介助は必要ない ⇒ Q6へ			
2. 何らかの介護・介助は必要だが、現在は受けていない ⇒ Q5-1、2へ			
3. 現在、何らかの介護を受けている(介護認定を受けずに家族などの介護を受けている場合も含む) ⇒ Q5-1~4へ			
Q5-1. 【介護・介助が必要な方のみ】 介護・介助が必要になった主な原因はなんですか。(○はいくつでも)			
1. 脳卒中(脳出血・脳梗塞等)	2. 心臓病	3. がん(悪性新生物)	
4. 呼吸器の病気(肺炎腫・肺炎等)	5. 関節の病気(リウマチ等)	6. 認知症(アルツハイマー病等)	
7. パーキンソン病	8. 糖尿病	9. 視覚・聴覚障がい	
10. 骨折・転倒	11. 脊椎損傷	12. 高齢による衰弱	
13. その他()	14. 不明		
Q5-2. 【介護・介助が必要な方のみ】 要介護等の認定は受けていますか。(○は1つだけ)			
1. 要支援1	2. 要支援2	3. 要介護1	
4. 要介護2	5. 要介護3	6. 要介護4	
7. 要介護5	8. 認定は受けていない		
Q5-3. 【介護・介助を受けている方のみ】 主にどなたの介護・介助を受けていますか。(○は1つだけ)			
1. 配偶者(夫・妻)	2. 息子	3. 娘	4. 子の配偶者
5. 孫	6. 兄弟・姉妹	7. 訪問介護員(ホームヘルパー)	8. その他()
Q5-4. 【介護・介助を受けている方のみ】 主に介護・介助している方の年齢は、次のどれですか。 (○は1つだけ)			
1. 65歳未満	2. 65~74歳	3. 75~84歳	4. 85歳以上
Q6. 年金の種類は次のどれですか。(○は1つだけ)			
1. 国民年金	2. 厚生年金(企業年金あり)	3. 厚生年金(企業年金なし)	
4. 共済年金	5. 無年金	6. その他()	
Q7. 現在の暮らしの状況を経済的にみてどう感じていますか。(○は1つだけ)			
1. 苦しい	2. やや苦しい	3. ややゆとりがある	4. ゆとりがある
Q8. お住まいは一戸建て、または集合住宅のどちらですか。(○は1つだけ)			
1. 一戸建て	2. 集合住宅(施設入居等を含む)		
Q9. お住まいは、次のどれにあたりますか。(○は1つだけ)			
1. 持ち家	2. 民間賃貸住宅	3. 公営賃貸住宅(市・県営、UR都市機構等)	
4. 借間	5. その他()		

Q10. お住まい(主に生活する部屋)は2階以上にありますか。(〇は1つだけ)
1. はい ⇒ Q10-1へ 2. いいえ ⇒ Q11へ
Q10-1. 【2階以上の方のみ】お住まいにエレベーターは設置されていますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q11. あなたは、介護が必要になった場合、どこで暮らしたいですか。(〇は1つだけ)
1. 可能な限り自宅で暮らしたい 2. 高齢者向けの賃貸住宅等へ住み替えて暮らしたい 3. 特別養護老人ホームや介護付有料老人ホームなどの施設で暮らしたい 4. その他() 5. わからない

問2 運動・閉じこもりについて

Q1. 階段を手すりや壁をつたわずに昇ることができますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q2. 椅子に座った状態から何もつかまらずに立ち上がることができますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q3. 15分位続けて歩くことができますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q4. 5m以上歩くことができますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q5. 週に1回以上は外出していますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q6. 昨年と比べて外出の回数が減りましたか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ

Q4. 以前に比べて歩く速度が遅くなってきたと感じることがありますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q5. 杖を使っていますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ

問4	口腔・栄養について
Q1. 6か月間で2～3kg以上の体重減少がありましたか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q2. 身長、体重はおいくつですか。(数字を記入)	
身長 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> cm	体重 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> kg
Q3. 半年前に比べて固いものが食べにくいと思うことがありますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q4. お茶や汁物等でむせることがありますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q5. 口の渇きが気になることがありますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q6. 歯磨き(人にやらしてもら場合も含む)を毎日していますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q7. 定期的に歯科受診(健診を含む)をしていますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q8. 入れ歯を使用していますか。(○は1つだけ)	
1. はい ⇒ Q8-1,2へ	2. いいえ ⇒ Q9へ
Q8-1. 【入れ歯を使用している方のみ】噛み合わせは良いですか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q8-2. 【入れ歯を使用している方のみ】毎日入れ歯の手入れをしていますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ

Q9. 1日の食事の回数は何回ですか。(〇は1つだけ)			
1. 朝昼晩の3食	2. 朝晩の2食	3. 朝昼の2食	
4. 昼晩の2食	5. 1食	6. その他()	
Q10. 食事を抜くことがありますか。(〇は1つだけ)			
1. 毎日ある	2. 週に何度かある	3. 月に何度かある	4. ほとんどない
Q11. 自分ひとりではなく、どなたかと食事をとる機会がありますか。(〇は1つだけ)			
1. 毎日ある	⇒ Q11-1 へ	2. 週に何度かある	⇒ Q11-1 へ
3. 月に何度かある	⇒ Q11-1 へ	4. 年に何度かある	⇒ Q11-1 へ
5. ほとんどない	⇒ 問5 へ		
Q11-1. 【どなたかと食事をとる機会がある方のみ】食事をとる人はどなたですか。(〇はいくつでも)			
1. 家族	2. 近所の人や友人	3. デイサービスの仲間	
4. その他()			

問5 物忘れについて	
Q1. 周りの人から「いつも同じ事を聞く」などの物忘れがあると言われることがありますか。(〇は1つだけ)	
1. はい 2. いいえ	
Q2. 自分で電話番号を調べて、電話をかけることをしていますか。(〇は1つだけ)	
1. はい 2. いいえ	
Q3. 今日が何月何日かわからない時がありますか。(〇は1つだけ)	
1. はい 2. いいえ	
Q4. 5分前のことを思い出すことができますか。(〇は1つだけ)	
1. はい 2. いいえ	
Q5. その日の活動(食事をする、衣服を選ぶなど)を自分で判断することができますか。(〇は1つだけ)	
1. 困難なくできる	2. いくらか困難であるが、できる
3. 判断するときに、他人からの合図や見守りが必要	4. ほとんど判断できない
Q6. 人に自分の考えをうまく伝えることができますか。(〇は1つだけ)	
1. 伝えられる	2. いくらか困難であるが、伝えられる
3. あまり伝えられない	4. ほとんど伝えられない

Q11. 自分で入浴ができますか。(○は1つだけ)		
1. できる	2. 一部介助(他人に支えてもらう)があればできる ⇒ Q11-1 へ	3. できない
Q11-1. 【一部介助が必要な方のみ】どのような支援があるといえますか。(○はいくつでも)		
1 浴室等の手すりや段差解消の住宅改修		
2 老人福祉センターの入浴の見守り		
3 自宅でヘルパー等による入浴の介助		
4 デイサービス等事業所での入浴		
5 その他()		
Q12. 50m以上歩くことができますか。(○は1つだけ)		
1. できる	2. 一部介助(他人に支えてもらう)があればできる	3. できない
Q13. 階段を昇り降りできますか。(○は1つだけ)		
1. できる	2. 介助があればできる	3. できない
Q14. 自分で着替えができますか。(○は1つだけ)		
1. できる	2. 介助があればできる	3. できない
Q15. 大便を失敗することがありますか。(○は1つだけ)		
1. ない	2. ときどきある	3. よくある
Q16. 尿もれや尿失禁をすることがありますか。(○は1つだけ)		
1. ない	2. ときどきある	3. よくある
Q17. 家事全般ができていますか。(○は1つだけ)		
1. できている	2. できていない	

問7 社会参加について	
Q1. 年金などの書類(役所や病院などに出す書類)を書くことができますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q2. 新聞を読んでいますか。(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ
Q3. 本や雑誌を読んでいますか(○は1つだけ)	
1. はい	2. いいえ

Q4. 健康についての記事や番組に関心がありますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q5. 友人の家を訪ねることがありますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q6. 家族や友人の相談にのることがありますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q7. 病人を見舞うことができますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q8. 若い人に自分から話しかけることがありますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q9. 趣味はありますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q10. 生きがいはありますか。(〇は1つだけ)
1. はい 2. いいえ
Q11. 以下のような会・グループ等どのくらいの頻度で参加していますか。(1)～(7)それぞれお答えください。
(1). ボランティアのグループ(〇は1つだけ)
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. 参加していない
(2). スポーツ関係のグループやクラブ(〇は1つだけ)
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. 参加していない
(3). 趣味関係のグループ(〇は1つだけ)
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. 参加していない
(4). 老人クラブ(〇は1つだけ)
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. 参加していない
(5). 町内会・自治会(〇は1つだけ)
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. 参加していない
(6). 学習・教養サークル(〇は1つだけ)
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. 参加していない
(7). その他の団体や会(〇は1つだけ)
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. 参加していない

Q11-1. 【(1)～(7)のような会・グループ等に年1回以上参加している方のみ】 活動をはじめたきっかけはなんですか(○はいくつでも)	
1. 自分自身の生きがいのため	2. いろいろな人と交流できるから
3. 社会との関わりを持っていたいから	4. 心身の健康のため
5. 時間に余裕があるから	6. 知り合いに誘われたから
7. 楽しいことをしたかったから	8. 報酬を得たいから
9. その他()	10. 特にきっかけはない
Q11-2. 【(1)～(7)のような会・グループ等に1つも参加してないと回答した方のみ】 活動していない理由は何ですか(○はいくつでも)	
1. どのような活動が行われているか知らないから	
2. 経費や手間がかかりすぎるから	
3. 気軽に参加できる活動が少ないから	
4. 一緒に参加する友人や仲間がいらないから	
5. 活動に必要な経験や技術がないから	
6. 家庭の事情(通院、家事、仕事、介護など)があるから	
7. 活動場所が近くにないから	
8. 活動場所に行くための交通手段がないから	
9. 健康面や体力に自信がないから	
10. 過去に参加したが期待はずれだったから	
11. そのような活動に取り組む気持ちがないから	
12. 大勢の人と一緒にいることが苦手であるから	
13. その他()	
14. 特に理由はない	
Q12. (1)～(7)のような会・グループ等に参加するために必要と思う条件はどのようなことですか。(○はいくつでも)	
1. 仕事や家事などをしながらでも参加しやすい曜日や時間帯への配慮	
2. 誰もが参加しやすい条件や雰囲気	
3. 活動に関する情報提供の充実	
4. 特に必要な条件はない	
5. その他()	
6. そもそも参加したいと思わない	
Q13. 次のうち、興味のあるもの、参加してみたいと思う活動はありますか。(○はいくつでも)	
1. ボランティア活動	2. 有償ボランティア
3. 地域福祉委員会活動	4. 在宅介護をしている人への身近な相談、アドバイス
5. その他()	6. 特にない

Q14. 以下のような活動(社会参加活動や仕事)をどのくらいの頻度でしていますか。 (1)～(5)それぞれお答えください。	
(1). 見守りが必要な高齢者を支援する活動(○は1つだけ)	
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. していない	
(2). 介護が必要な高齢者を支援する活動(○は1つだけ)	
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. していない	
(3). 子どもを育てている親を支援する活動(○は1つだけ)	
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. していない	
(4). 地域の生活環境の改善(美化)活動(○は1つだけ)	
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. していない	
(5). 収入のある仕事(○は1つだけ)	
1. 週4回以上 2. 週2,3回 3. 週1回 4. 月1～3回 5. 年に数回 6. していない	
Q15. あなたとまわりの人の「たすけあい」についておうかがいます。(1)～(4)についてそれぞれお答えいただき、あてはまるものすべてに○をつけてください。あてはまる人がいない場合は「8. そのような人はいない」に○をつけてください。	
(1). あなたの心配事や愚痴(ぐち)を聞いてくれる人(○はいくつでも)	
1. 配偶者 2. 同居の子ども 3. 別居の子ども 4. 兄弟姉妹・親戚・親・孫 5. 近隣 6. 友人 7. その他() 8. そのような人はいない	
(2). 反対に、あなたが心配事や愚痴(ぐち)を聞いてあげる人(○はいくつでも)	
1. 配偶者 2. 同居の子ども 3. 別居の子ども 4. 兄弟姉妹・親戚・親・孫 5. 近隣 6. 友人 7. その他() 8. そのような人はいない	
(3). あなたが病気で数日間寝込んだときに、看病や世話をしてくれる人(○はいくつでも)	
1. 配偶者 2. 同居の子ども 3. 別居の子ども 4. 兄弟姉妹・親戚・親・孫 5. 近隣 6. 友人 7. その他() 8. そのような人はいない	
(4). 反対に、看病や世話をしてあげる人(○はいくつでも)	
1. 配偶者 2. 同居の子ども 3. 別居の子ども 4. 兄弟姉妹・親戚・親・孫 5. 近隣 6. 友人 7. その他() 8. そのような人はいない	
Q16. 家族や友人・知人以外で、何かあったときに相談する相手を教えてください。(○はいくつでも)	
1. 自治会・町内会・老人クラブ 2. 社会福祉協議会・民生委員 3. ケアマネジャー 4. 医師・歯科医師・看護師 5. 高齢者支援センター・市役所 6. その他() 7. そのような人はいない	
Q17. 市の総合相談窓口である高齢者支援センター(能美市健康福祉センター“サンデ”内)を知っていますか。(○は1つだけ)	
1. 名前や場所を知っている 2. 名前を聞いたことがある程度 3. まったく知らなかった	
Q18. 公的な総合相談窓口について期待することを教えてください。(○は1つだけ)	
1. 「困ったときはここに相談すればよい」という窓口が市内に1か所あればよい 2. 市内に1か所だと行きにくいので、もっと身近な地域に窓口があるとよい 3. わからない	

Q19. 友人関係についておうかがいします。(1)~(3)それぞれお答えください。		
(1). 友人・知人と会う頻度はどれくらいですか(○は1つだけ)		
1. 週4回以上 2. 週2、3回 3. 週1回 4. 月1~3回 5. 年に数回 6. していない		
(2). この1ヶ月間、何人の友人・知人と会いましたか。同じ人には何度会っても1人と数えます。(○は1つだけ)		
1. 0人(いない) 2. 1、2人 3. 3~5人 4. 6~9人 5. 10人以上		
(3). よく会う友人・知人はどんな関係の人ですか。(○は1つだけ)		
1. 近所・同じ地域の人 2. 幼なじみ 3. 学生時代の友人		
4. 仕事での同僚・元同僚 5. 趣味や関心が同じ友人 6. ボランティア等の活動での友人		
7. その他() 8. いない		
Q20. あなたが、「ちょっとした困りごと」で手助けしてほしいと思うのはどのようなことですか。(○はいくつでも)		
1. 安否確認の声かけ 2. ちょっとした買い物		
3. ごみ出し 4. 電球の交換や高い所の物を取る手助け		
5. ちょっとした力仕事 6. 食事づくりや掃除・洗濯の手伝い		
7. 入浴の見守りやちょっとした介助 8. 通院の送迎や外出の付き添い		
9. 話し相手や相談相手 10. 気軽に行ける自由な居場所の提供		
11. 雪かき 12. 災害時の避難の手助け		
13. 急に具合が悪くなったときの手助け 14. その他()		
15. 特に手助けは必要ない 16. わからない		
Q21. 災害時の避難においてどのような対策をとっていますか。(○はいくつでも)		
1. 避難場所や順路の確認 2. 近隣の支援者の確保		
3. 自主防災組織への支援依頼 4. 避難訓練への参加		
5. 防災用品の準備 6. その他()		
7. なにもしていない		
Q22. 災害時の避難場所として、住まいの近くにある避難場所を知っていますか。(○は1つだけ)		
1. 場所も知っているし、現地確認もしている 2. 場所は知っているが行ったことはない 3. 知らない		
Q23. 家族と避難方法や安否確認の方法についての話し合いや決めごとをしていますか。(○は1つだけ)		
1. 方法等確認し、決めている 2. 必要と思うができていない 3. 決めていないし、考えてもない		

<p>Q5. あなたは、脳卒中の後遺症やがんなどで長期の療養が必要となった場合、在宅医療を望みますか。又、在宅医療は実現可能だと思いますか。(〇は1つだけ)</p> <p>◆在宅医療とは、さまざまな病気にかかられた方が、自宅において医師の往診や治療、訪問看護などの医療サービスを受けながら療養生活を送ることをいいます。</p>			
1. 希望するし、実現可能だと思う ⇒ Q6 へ	2. 希望するが、実現はむずかしいと思う ⇒ Q5-1 へ	3. 希望しない ⇒ Q5-1 へ	4. 現在、在宅医療を受けている ⇒ Q6 へ
5. わからない ⇒ Q6 へ			
<p>Q5-1. 【在宅医療がむずかしいと思う人、希望しない人のみ】在宅医療の実現がむずかしいと思う理由または希望しない理由は何ですか。(〇は1つだけ)</p>			
1. 急に症状が変わったときの対応が不安だから	2. 往診などしてくれる医師がいないから	3. 訪問看護や介護の体制が不十分だから	4. 療養できる部屋などの住宅環境が整っていないから
5. 医師や看護師の訪問が精神的負担になるから	6. 経済的に負担が大きいと思うから	7. その他()	
<p>Q6. あなたは、在宅医療を充実することが必要だと思いますか。(〇は1つだけ)</p>			
1. 必要だと思う ⇒ Q6-1 へ	2. 必要とは思わない ⇒ Q7 へ	3. どちらかという必要 ⇒ Q6-1 へ	4. わからない ⇒ Q7 へ
<p>Q6-1. 【必要と思う人のみ】どのような体制の整備が一番重要だと思いますか。(〇は1つだけ)</p>			
1. 24 時間いつでも診てもらえる体制	2. 定期的に診療・訪問看護が受けられる体制	3. 容態の急変時の入院が可能な体制	4. 介護サービスによる生活支援体制
5. 医療と介護の連携体制	6. 家族の負担を軽減できる支援体制	7. その他()	
<p>Q7. 以下の在宅サービスを利用していますか。(〇はいくつでも)</p>			
1. 訪問診療(医師の訪問)	2. 訪問介護	3. 夜間対応型訪問介護	
4. 訪問入浴介護	5. 訪問看護	6. 訪問リハビリテーション	
7. 通所介護(デイサービス)	8. 認知症対応型通所介護	9. 通所リハビリテーション(デイケア)	
10. 小規模多機能型居宅介護	11. 短期入所(ショートステイ)		
12. 医師や薬剤師などによる療養上の指導(居宅療養管理指導)			
13. 定期巡回・随時対応型訪問介護看護			
14. 複合型サービス			
15. その他()			
<p>Q8. お酒は飲みますか。(〇は1つだけ)</p>			
1. ほぼ毎日飲む	2. 時々飲む	3. ほとんど飲まない	4. もともと飲まない
<p>Q9. タバコを吸っていますか。(〇は1つだけ)</p>			
1. ほぼ毎日吸っている	2. 時々吸っている	3. 吸っていたがやめた	4. もともと吸っていない

付録 2 フィールドノートフォーマット

概要ノート

シート#[]

観察日時： 年 月 日		
場所：		
状況：		
流れ（時刻）	出来事インデックス	関与者

エピソードノート

シート#[]

流れ#	内容

付録3 研究3の聞き取り調査データの抄録1 (Aさん)

発言者	会話内容	要約
調査員 (Q)	どういった経緯で移動販売に来てもらおうということになったのですか？	質問1 (町の様子)。
回答者 (A)	これはね、商工会の人から私らの方へ電話があったんです。私らの方から商工会の方に連絡したということではなくて。この近くまで来てたので、この町もどうですかと。去年やね。去年の春から。もう今年は2年目やわ。それで一度やってみるかということで。それで公民館の前に来てもらって。大体11時40分から12時という時間帯で。それではじめは一応有線放送で、商工会のこういう回覧板で回して、何時から何時まで来るから皆さん来てくださいという形で始まったんです。というのは、前はこの町にも店屋さんがたくさんあったんですけど、何年か前から食べ物の店屋はなくなったんです。それで今は皆買い物に自分で(町外へ)行くとか、それからお魚屋さんとか、移動車は何件か入ってるんです。野菜とか、そういう形。何件かは入っとるんです。	町の食料品店舗が減少。 質問2 (購買行動に関する課題) にも関連。
Q	商工会の皆さんからは、もう1, 2箇所増やして欲しいというお声もあるとお聞きしたのですが。	
A	それは、時間的に無理なような感じだったんです。なんでかいうと、この町は大きいんで。この公民館と神社の方の南側というか、そちらの方もどうですかと、そういう話もあったんですけど、移動していくと時間的に厳しいし、2日に分けると、お年寄りですから、迷ったり色々するんじゃないかという不安があって。1番良く来るのが14, 5人くらいかな。買い物にみえるお年寄りの方は。	町の規模が大きくて、これ以上移動販売の負担を増やすことが困難。
Q	Aさんも毎回参加参加していますか？	質問4 (移動販売時の行動)。
A	ええ。ここにおるから、買ったり買わんだり。ちょっと目の不自由な方が神社から来るんで、帰りは送って行ったりしとるんです。そうじゃないと荷物を持って帰らなければいけないですから。	
Q	行きは1人で来て、帰りに荷物と一緒に送迎されるのですか？	
A	そうです。本人と一緒に乗せて。というのは、神社のそばなんです。(地図を見せて)ここが神社なんです。大体こうやって歩いてこられるんです。	移動販売では町内の目の不自由な利用者を支援。
Q	町の皆さんの反響は、どうでしょうか？	質問3 (移動販売から得られる価値)。
A	どちらかというといまいちなかなと思う。いつも来られる方はキチッと来られる。お年寄りの方、近くの方はみえられます。大抵他の人は車で行けばありますので店が。わりかし近くにあるからそういう形で行かれるから。私達も反応見てどうかなと思ったけど	

13, 4人の人が来るからそこそ来てるんじゃないかと思ってるんです。あんまりたくさん来ても。その日その日によって少しは違うけど。

Q 移動販売の反応について具体的にお聞きになったことはありますか？

A そうやね、楽というか。買い物はし易いという話は聞きますけども。ただ、ほとんど来るのは女性の方ばかりや。男性のお年寄りの方はみえないんですけども。家に若い人がおらない人などはこっち（に来てる）。乗り物に乗れない人とか。1人暮らしとか2人暮らしとかそういうお年寄りの方が。足（の状態が悪い）とか車に乗れないとか。一緒に若い人と住んでるんだったら買い物に行けるから。

Q 移動販売の時はどういう物を買いますか？

A 惣菜とかそういう物をよく買うけど。あと果物関係とか。その時期というか、野菜が自分のところでよくとれるとかいう時には野菜ではなくて惣菜とか果物とか。

Q やはり、それは畑をご自身でされるからですか？

A そう、この辺は皆持っておいでるんで。

Q 移動販売では、それを買って他の地域に販売することもされていますが、この町でも利用されていますか？

A 皆で持ち寄ってどうやという話も出てるんだけど、皆が同じもの持ってきてもどうやっていうことでそこまでは踏み込んでいないんです。

Q 移動販売では、どういった会話をされますか？

A 来たら皆話というより買い物に一生懸命。お昼ぎりぎりに来るから、買って（昼食の準備をするために）帰らないと、という意識がある。時間的に11時過ぎに来て、11時半なら家に帰って食事の準備とかできると思うんです。多分に、その辺のところも時間的に買い物に来る人もちょっと焦っている気がせんでもない。10人程おると始めの人と、時間が変わるから。今日は何買ってんって聞いたら、その時その時ですから、見とつても、一生懸命あるがを持って来てかごに入れるという感じやから。今日は何を買いに行こうかということまで、考えとる人は少ねえがんないかなと思うんです。その場で見てこれやこれやれとなってる。お花とかあってもあんまり買っているのを見たことはないけど。たまにおいでるけど。

Q 利用者同士で会話はされないということでしょうか？

質問3（移動販売から得られる価値）。

購買行動が楽にできるようになった人がいる。

質問4（移動販売時の行動）。

質問4（移動販売時の行動）。

A	<p>しとることもある。待っている間に、見守りというか、元気やったか？とか。それも1つの良いきっかけだと思う。お年寄りの安否確認というか。そちらの方が大事やないかと思う。前は、町にお店屋さんがあった場合、そこへ皆さんが買いに来て皆さん話ができるけど、今は町全体にお店がないものですから。4件5件程あったんです。それが今、ふと全然ないですから。それでたまにこう来ると、おお！あんた元気やったかといつもそういう買い物場所というか、今は段々と少なくなるとるわけやわね、町の中で。健康教室とか来るのは女性の方ばかりで。</p>	<p>会話は、見守りの役割が重要 移動販売によって、見守りのための会話の機会が増加</p>
Q	<p>健康教室はどのくらいの頻度で開催されているのですか？</p>	
A	<p>健康教室は月2回。いきいきサロンは1回。</p>	
Q	<p>健康教室、いきいきサロンや移動販売に来る人はいつも同じですか？</p>	
A	<p>大体同じような顔ぶれ。こういうこととなると、割りと男性の方が少ないんです。ほとんど見ない。なかなか難しいかなど。</p>	
Q	<p>移動販売が来るまで待ってる間の会話で覚えているやり取りはありますか？</p>	<p>質問4（移動販売時の行動）</p>
A	<p>何を買うとか、普段何してるとか、特別難しい話はないと思うんです。お年寄りの方も心配になって、時間的に早くおいでるから。最近ちょっと時間的にもギリギリになるという感じ。始めの内は30分くらい前から来てる人も居たけど。見ているとお昼ちょっと前ですから、2人暮らしならお父さんが先に待っていて入るとか。他のところはどうなんか、ここは大体1番遅いような。</p>	
Q	<p>買い物中の会話や行動で印象に残っていることは他にありますか？</p>	
A	<p>特別に印象に残ってるということはないけど、先程言った（目の不自由な）Hさんのような形の方くらいかね。後はまあ、スーパーのカゴを持って、買い物来られたりとかね。</p>	<p>目の不自由な利用者の送迎を重要視。</p>
Q	<p>その方は、たくさん買うためにということでしょうか？</p>	
A	<p>そうやね。</p>	
Q	<p>商工会の方々は、移動販売の時はどうされているのでしょうか？</p>	
A	<p>清算と品物を……。他の人は何回か来て、品物を調べてこちらの方へ持って来るといふ人もおるわけや。後はカゴ持ってどれ買うんや？と見てる感じです。いつも大体買い物来られる人達は決まって、わかっておいでるから、そういう話をされます。多分、その人達も見守りというかそういう形もあると思うんです。お互いに顔を確認し合うという。</p>	<p>研究会が見守りを兼ねて活動していることを認識。</p>

Q	町の方も、商工会の顔と名前はわかっているのですか？	
A	そう、10人くらいおる。	
Q	Aさんは、顔と名前を覚えていますか？	質問5（研究会メンバーに対する印象）。
A	全部はわからんね。	
Q	彼女達と、移動販売時にどういった会話をされますか？	
A	顔見知りだったら話をしますけど。他の町はどうや？と聞いたら、ここが1番売れるよとか、そういう話もします。私も一遍来ている方に、次はどのような品物が欲しいのかということを知いたら、アンケートしたら良いがかなと思ってるんですけど。	
Q	最初は商工会の方々と初対面のような感じで出会って、それから段々と親しくなると思うのですが、どういったきっかけで距離感が近くなったのかということは覚えていますか？どういった会話や行動があったのでしょうか？	質問5（研究会メンバーの印象）。
A	始めは品物もそうですし、何を持っておいでるかということがわからないから顔を見て、買い物をして、それから、他の人にこういう物がありますよとか伝えて。	最初は品物を地元住民に伝える役割のために研究会メンバーと会話。
Q	最初は品物に関する会話をきっかけに、段々と世間話が増えるようになった感じでしょうか？	その後、世間話が増加。
A	そうそう。	
Q	移動販売以外でも、どこかで偶然会ったりすることはありますか？	
A	それはないね。	
Q	でも、（移動販売では）友達のような距離感で話すことが多いのでしょうか？	友人のような距離感で研究会メンバーと会話。
A	はい。	
Q	買い物に来られる方々は、何か変わったなと感じていますか？こういった活動に対する意識ですとか、日々の自分の意識や行動が変わったと感じることはありますか？	質問6（地元住民の変化）
A	そうやね。やっぱ、ここへ買い物に来る人の、やはりその、どういった方達が見えるのかなということも始め1番先あったんです。それで、買い物来ると皆元気で生き生きしてるわいね。お互いに話をしながらできるから。例えば、家に1人で居てもここに来れば、また話をしたりというのもあるし。	生き生きとするようになった。会話の機会が増加。

Q 町民同士で会話をするからですか？それとも商工会の人と会話をするからですか？

A そうそう。町民同士でも商工会の人とも。会話は増えとると思います。ただ私は、今こう見とつても、買い物に来る人が（今後）増えるということがあまりないから、どうかなと思っているんです。大体、固定というか。それぐらいの、14, 5人くらいでもつとると感じるんです。ただほんで、もう一つは私も冬の寒い時にどうかなと思っていたんですけど、減らないんですね。始めはほんで、寒いさけに出にくいわね。ほんで、買い物も寒いさけに案外来ないんじゃないかなと思ったんですけども、やっぱそういうわけでもなかったんで。ここも雪が降って積もる。それでも、買いに来られるから。ほんで、滅茶苦茶そんなに人が減るという感じでもなかった。寒い時でも。

冬になっても利用者が減少しない。

Q それは、皆さん「またあの人に会いたい」とか、そういう気持ちからですか？

A そういうのもあると思う。冬になれば寒いから、自分で行けないから、ここに来るといふのもあると思うんです。

Q 他に、皆さんが生き生きしていると感じたエピソードなどはありますか？

A 結構早い時間から皆さんおいでになる。30分くらい前からここに来て待っておいでる感じ。

Q その方々は、どういった会話をされているのですか？

A 普通の一般的な話。元気だった？何してるか？とかそんな話。多分、そんなタイミングしか顔を合わせる機会がないから。あら、久しぶりやね元気やった？という感じで。

利用者同士が存在の確認、挨拶。

Q 商工会の方とはどのような会話をされるのですか？

A これはどんなあれやとか、知らない品物の話や。

研究会メンバーとは商品に関する会話。

Q 買い物以外の会話は多くないのでしょうか？

A 買い物終わった後で話してるかもしれんけど。清算する間に話したりするくらい。買ったら皆サッと帰られるから。

Q 途中まで一緒に歩いて帰る方はいますか？

A ばらばら。清算が終わったら皆さっと帰る。

Q 今日既に話したこと以外で、何か要望はありますか？

A	商工会の時間帯が1つと、できれば2箇所にはできないかなということ。本当は皆さんを迎えに行って送ってあげれば1番良いんですけど、そういうわけにもいかない。	高齢者は公民館までやって来ることにも困難。
Q	皆さん来る時は、大変そうですか？	
A	そうやね。	
Q	健康教室に参加はしないけど移動販売に参加する方はいますか？	健康教室よりも移動販売に参加する人が多い。
A	そうそう。そのほうが多い。多いのは年配や。	
Q	移動販売をきっかけに顔見知りになることはありますか？	
A	そういうのはない。昔から、皆顔知っているから。	
Q	でも、あまり話していなかった人と話すようになったというようなことはありますか？	移動販売によって地元住民の会話機会が増加。
A	まあ、そうやね。	
Q	Aさんが商品のことを（商工会の人から）聞いて皆さんにお伝えするというのは、皆さんが商工会の人達に警戒するからですか？それとも、人手が足りなくてそういうことをされていたということですか？	
A	先程お話したように、最初は何があるかわからなかったから。それで、今は買い物に来られる方に、こういう物があつたら良いんじゃないかと聞いた方が良いんじゃないかと思うんです。品物の中身やね。まあ、言うてみりゃ買い物に対する要望かもしれんけどね。もっと果物が欲しいとかそういう形のものであればまた、ね。皆さんどういふ物が欲しいのかということ、商工会の人ら、もうこんだけしとれば、ある程度わかっていると思うんや。今まで、あの人ら山の方回っておいで。これだけの大きいところで買い物支援するのは初めてだろうけど。多分、私の方は、もう少しおいでも良いんじゃないかなというような、向こうが気にしとらんねえかと思うんです。これだけの大きいところですから。こんでもうあまり増えるあれもないんじゃないかなという気もしてらんです。皆さんの意識がどうかということで。これだけ毎月キチッと放送もしとるわけで。ずっと放送している。でも、人はもう増えないと思う。もうこれ以上打つ手はない。もし来るのなら買い物に都合の悪い人は送り迎えしますということにすれば、もう少し増えるかもしれないね。	
Q	町で会った時に口頭で宣伝するようなことはないですか？	
A	ない。これだけ放送しているから。	

Q	参加されない方は、どういった理由から参加しないのでしょうか？	
A	そこまでは把握していない。たまたま買い物している人もおいでるから。	
Q	車で（目の不自由な方を）送るのは、最初からそうしていたのですか？	移動販売の回数を重ねるにつれて、送迎という支援行動を取るようになった。
A	最初はしていませんでした。暑くなると大変になってくるから。それで送って行くようになった。	
Q	向こうからお願いされたのですか？	
A	いや、こちらの方から大変かなと思って。（最初の）3回くらいは自分で（帰って）、後は私の方で（送るようになった）。	
Q	車の中でお話しはされますか？	
A	している。日頃どうしておいでかとか。	
Q	ご協力どうもありがとうございました。	

付録 4 研究 3 の聞き取り調査データの抄録 2 (B さん)

発言者	会話内容	要約
調査員 (Q)	最初に買い物支援が入る前の町のご様子、買い物とか町の感じとか、どうでしたか？お店とかあんまりなかったですか？	質問 1 (町の様子)。
回答者 (B)	うん、店はないね車があるから皆車で。この辺の人、80 歳になっても車乗ってるから。皆車使ってる。	山間地域のため、自家用車で遠くまで購買行動をしに出掛ける。
Q	では、買い物行かれる時は大体どの辺まで行かれるのですか？	食料品店舗に行くのは気分転換 (目の保養) のため。
B	そうね、大体辰口のサンパークに 2 人で。そんなちよくちよくは出ないね。用事あった時は買って来るか、まあ週に 1 回かは 2 人で、目の保養に行ってるけど。(その時は) お父さんが運転。運転は大丈夫なの。あそこがちょっとあれやけど。あんまり歩かないけど。運転は大丈夫、いつでもどこでも。医者行く時も一緒につಂಡって行ったり。いつも二人なら一緒に行くんや。	
Q	じゃあ、食べ物というのはどうされているのですか？	
B	食べ物は、自分が、私が畑をしてるから。その畑で作った物でほとんど (賄っている)。	食料は畑で自給自足が中心。
Q	自分が作った作物だけで生活できますか？	
B	大丈夫。いろんなもの作ってる。野菜も、今まで米も作ってたけど、歳いってからやめてんけど。ほとんど。この辺の人は大体そうやわ。自分で作って。そいでやっぱりたくさん作ると近所へ分けてやったり、珍しいものがあつたらもらったり。	
Q	何を作るか周りと話し合ったりされますか？	
B	いやそんなことしない。余所から貰ったりしては、たくさんあるとこれ貰ったんやと言って持って来てもらったり。	
Q	お米は作っていますか？	
B	前は作ってた。息子もいたけど、W (町) ってあるやろ、あそこにおるんや。一緒に居たけど、子供が、この辺にあんま子供がいないやろ。そんで、子供のいるとこ行きたい言うて、W (町) 行ったんや。	
Q	移動販売が始まる前に商工会の方達が「お困り事ありますか？」と回っていたと思うのですが、その時はどんなお話をされたのですか？	質問 2 (購買行動の課題)。
B	ここに店あると良いとか、そんな話やったと思うけど。私が、車で来て欲しいんやけど、少ないやろ、(買い物に出て来る) 人数が。だから、もし車がいらしても、皆出てくるか、買い物してくれるか、それが心配やった。だから始め断ったやろ？それが	これまで何回か個人店舗の移動販売車が来ていたが、採算が取れ

心配で。相手に（迷惑を掛けてしまうから）。今までは何件か来たったんやわ。普通のお店の人が。でもだんだんだんだん人が居なくなって。やっぱり採算が合わなくなったのかね。知らんけど。それでだんだん来ない。やっぱり来てても人が出ないから。それで私達仕事出とったやろ。本当の年寄りだけ。だんだんなくなったし、件数も少なくなったもん。たくさんあつてんよ、昔は。人がおつてもね、2人か1人や。年寄りばかり。それも体が悪い人ばかりや。それで今になって喜んでる。

ないので来なくなった。
今回もそうなるのではないかと、当初は地元住民に不安があった。

Q それは、移動販売が来てるからですか？

B そうそう。皆待ってる風や。今になったら大体人数も結構出てくるようになって、出てくる人も大体決まってるみたいだし。始めはどんな人が出て来るかわからないから、私らも心配した。売れるのかなって。こんだけ遠いやろ。道のりがあるやろ。ガソリンやらいるのに。そんな話したりしとったんや。

Q この町で参加されてる方は皆さん顔見知りですか？

B そうそう。大体決まってきた。大抵この辺の人は来てくれるし。もし出ないと、どうしたかな、体でも悪いのかなって、今ではそんな状態やわ。

移動販売を欠席する人を気に掛ける様子。

Q 具体的に、どういったことで喜んでますか？

質問3（移動販売から得られる価値）。

B あんまり買い物にも行けないし、（買い物支援が）月に2回来るわね？それで来て色んな話したり、買い物したりできるから。

Q 移動販売の月2回以外は買い物に行けない人が多いですか？

B 今はまだそんな。今はまだ車乗れるから。でも80歳過ぎた人でも車乗ってる。車で近くまで行ったり。若い子がいたら買って来てくれたり買い物に連れて行ってくれたり。

Q 他には、商品を自分で手に取って選ぶことができるのも嬉しいですか？

商品を自分で選べることや友人と会えることが嬉しい。

B うん、それも楽しいね。それに、そこで友達と会ったらそこでお話できるしね。家に1日中居ても全然あれや。

Q これまで移動販売に参加してきた中で、この活動がなかったら、こんな風に会わなかったなとかと思うことはありますか？

B 商工会の人達と会われないわね。あの人達本当に元気良いねんで。それに親切やわ。あの人達とは、始めの時全然知らんだ。知らなかったけど、いらっしゃるようになってから、色々話したり。本当にあの人達来るようになってから、ぱーって（明るく）なるわ。今までは人ひとり通ってないから。あんたら来るさきに、ぱーってなるようになったわ、って話して。

質問5（研究会メンバーの印象）や質問6（地元住民の変化）に関連して。
元気のある研究会メンバーの影響で町が明るく

Q どのようなきっかけで彼女達と親しくなったのですか？

<p>B</p>	<p>そんなことはあんまりないね。徐々に。本当あの人ら元気良いわ。朗らかやしね。いつまで続くか？感心する。</p>	<p>なった。</p>
<p>Q</p>	<p>移動販売を具体的にどのように利用されていますか？</p>	<p>質問4（移動販売時の行動）。</p>
<p>B</p>	<p>私はいつもお茶と、トイレのと、そんなもんを買うようにしてる。野菜なんか自分で作ってるし。おいしいなと思ったらそれ買うし。私らかて、用事あったり、いつも2人で行くさきに、ほんで帰りは何でも買って来るさきに。用事ありや用事の帰りに買い物したり、まだ2人で車に乗れるから別に不自由せんげんけど、今に（歳）いったらあれやさげに、（支援活動を）大事にせんなんねって皆で言っているわ。うふふ。</p>	
<p>Q</p>	<p>商工会の方とは、どういった会話をされるのですか？</p>	
<p>B</p>	<p>元気やったかって言ったり。おいしいもんあるさげって向こうの人が言うさげ、見るよ〜って言ったりとか。</p>	<p>研究会メンバーとの会話。</p>
<p>Q</p>	<p>ご近所さんとは、どういったお話をされるのですか？</p>	<p>商品や互いの健康状態について。</p>
<p>B</p>	<p>別にいつも会ってるから、そんなには会話せん。たまに会うと元気やったか、とか。これに何回か出て来れん人がおったら、あんだ元気やったんか〜って言うては、大丈夫よ、用事あって来れんだんや〜とか、そういう会話。</p>	<p>地元住民との会話は、見守りや健康状態確認が中心。</p>
<p>Q</p>	<p>作った野菜を移動販売に預けてらっしゃいますか？</p>	
<p>B</p>	<p>作ったもんは、兄弟やら子供たちに分けてやったり、ほとんど自分らで。あんまり頑固に作らん。自分の食べるぶんだけしか作らないから、店にやる程作ったりしないし。余ったら作っていないところにあげたり。</p>	
<p>Q</p>	<p>以前は商工会の移動販売に預けてらっしゃいましたよね、お花ですとか。それはどういったきっかけですか？向こう（商工会）からですか？</p>	
<p>B</p>	<p>向こうからや。1番始めは向こうからお花作ってって言ってきて。お花作ったけど、その時は（移動販売が）月に1回やろ。そうすると、ちょうど良いがにならんがや。良い時に来んやろ。だから余所にやったりしたし。うちらかて、よう使うから。仏様やら玄関やらにたてたりするから。私花つくるの好きやし、いろんな花つくって。</p>	
<p>Q</p>	<p>どうして向こうからお花っていう話があったのでしょうか？</p>	
<p>B</p>	<p>いや花やら野菜やら、ちょっと出してっていうて。この町からとれたものを、他の町の人が喜ぶからって。なんでも出してって言われたんや。お花は1番手っ取り早いやろ。皆から花作ってって言われて、花なんか作れるのかわからんけど、まあやってみるけどって。出したら売れるかが心配だった。やっても売れたかなどうしたかなと心配で。</p>	

Q	毎回、結構売れてますよね？	
B	<p>そうそう。いまだ私ら、向こうから持ってくるわ。いまだに。前はここだけやったやろ。今はあっちこっち、結構広くなったもん。だから私ら今はあんまり出さん。珍しいものがあつた時にだけね。银杏やら栗やら。ブルーベリーなんか出してた人もあつたし。そしたらあれ出してとか。ゆずなんかあれしてもあんまり食べないから少しだけ出したり。今では結構色んな物持って来る。始めと違って。(他の町の人達が作った物を)仕入れて。</p>	
Q	移動販売車の品数も増えてきたと感じますか？	
B	<p>そう。あんだけあれば十分やわ。種類も結構色んなもん持ってるわ。もしもあれしてなかったら今度持って来てあげるわ一言うて。今度来ときにその商品を持って来てくれたり。</p>	<p>要望を聞いて、商品を仕入れてくれる。</p>
Q	そういう物を持って来てくれるのは有り難いですか？	
B	<p>うん。こないだも洗剤ないから洗剤あるか？って。今度持って来てあげるって言うて。なんか買ってあげないと思う。折角いらっしやるもんを。今では、色んな物持って来てる。天ぷらやらお寿司やらパンやら。始めはどんな物いるかわからんさけ。でも、今では量増えてきとる。あれで十分やわ。人それぞれ好み違うからね。</p>	<p>助けてもらった返礼をしたい気持ちがある。</p>
Q	今では、移動販売が継続的に来て欲しいと思いますか？	
B	<p>始めはやっぱり心配やったよ。皆反対しとった。来たかてあれやわなて。来てても売れないなかつたり。人が出て来なかつたり。始めはほんと嫌がってんよ。ぞろぞろって(たくさんの人が)来てたやろ。若い子なんか「いやや」って言うて。今は慣れたしね、皆して良いねって言うてる。今となつては別に。若い子は(以前は)嫌がってたわ。</p>	<p>移動販売に対する心境の変化。受け入れられるようになった。</p>
Q	今は慣れたというのは、どんな理由からでしょうか？	
B	<p>やっぱり、今はまだ大丈夫やけど、バスで(買い物に)行かないといけないから。私らバス乗ったことないげん。今は車やさきに。(バスだと)本数が少なくて、朝行ったら昼頃じゃないと帰って来れないやろ。だから、時間なけりやできんやろ。ほんで、私らどこで降りたら良いかわからん、一遍も乗ったことないから。ほんで、今我がの車あるさきに、安心やけど。今にいったら、免許取られるやろ。車乗れんようになったらどうなるかと思う時がある。いつまで(移動販売が)来てくれるかわからんわね。本当元気やわ、あの人ら。商工会の人らかて、1年続くだどうかって言うてたけど、5年も続いたな。</p>	<p>移動販売の活動が長く続いたことで将来に対する不安が和らいだ。</p>
Q	先程、町が明るくなったという風におっしゃっていましたが、それはどういったことでしょうか？	
B	皆の顔会うし。普通だったら人ひとり通つとらんもん。畑してる	移動販売によっ

	人は畑で話したり、してる人もおいでるけど。(移動販売が来るようになって) 人が出て来て色々な話(をしようになった)。	て地元住民が定期的集まる機会が増加。
Q	会話以外で、町の方達の行動も変わったりしましたか？	質問6(地元住民の変化)。
B	そうや。人の元気良いか悪いかね。	移動販売への参加を通じて、周囲の健康状態を気に掛けるようになった。
Q	周りを気にするようになったということですか？	
B	そう、いつも出てくる人が2回も3回も出て来なかったら、どうしたんかな身体悪いのかなって、たまに出て来たら大丈夫かって言って。そしたら、大丈夫や、用事あってこれんだと言って。歳いった人ばかりだから、その点やわ。	
Q	今までは、そのように周りを気にするようなきっかけはなかったのでしょうか？	これまでは、気軽に会う機会がなかったので、あまり隣人を気に掛けていなかった。
B	普通は、近くにおっても話すあれがなかったんで。皆点々に仕事しとるから。	
Q	1箇所に集まる機会がなかったのですか？	
B	うん。そんな余裕なんかないわ。	
Q	それが、移動販売が来る日になると集まれるということでしょうか？	
B	そうそう、1時間か30分か。その間、友達と。	
Q	動販売が来る前後でも残って喋ってらっしゃるのですか？	
B	そういう人もおるね。何話しとるか知らんけど。私はいつもあの人ら(商工会のメンバー)帰るまで見送ってる。	研究会が去るまで見送る。
Q	今まで、商工会の方とお話されて印象に残っていることはありますか？	
B	あんまり特別にないね。皆さん気さくに何でも喋ってくれるから。梅干し作ってるとか。分けてっていったらあげたり。個人的に。店出す程ないもん。少しならあげるよって。	
Q	自分も来てもらっているから、返したいなというのがあるのでしょうか？	
B	そうそう。	
Q	では、商工会の方達の顔や名前、何されてる方かというのは把握されているのですか？	質問5(研究会メンバーの印象)。
B	大体わかってる。	
Q	移動販売が始まる前は、全然知らなかったのですか？	移動販売を通じ

B	うん、うちら名前もあれやったしね。今は大体どこの人かわかる。	
Q	彼女達とは、移動販売以外で会うこともありますか？	て研究会メンバーと友人関係を築くようになった。
B	うん、会う時は声掛けて。皆さんよくしてくれる。よう喋ってくれる人はね、こっちも喋るしな。結構、変わった人は減ってきてる。新しい人が入ってきたり。名前知らんけど。前々からおる人なら冗談言ったり。	移動販売以外で会った時に挨拶をする。
Q	本日お話を伺った以外にも、何か印象に残っていることなどありますか？この先も、ずっと移動販売が続いて欲しいなと思えますか？	
B	そうやね。あの子ら（商工会）次第。本当に頑張ってるから感心するわ。ほんとに。賑やかで。素晴らしいて。（自分から楽しんでやってる）そんな人ばかりだから。	
Q	最初は疑って、この活動に反対された方もいましたか？	
B	反対してる人いたわ。来て欲しいけど、全然人が買い物に出たりしなかったら。	
Q	それは自分が困るからですか？	
B	いや相手が。自分は車でいけるから。お肉やら魚を冷凍しといたり。	
Q	それがいつ頃から来てくれて嬉しいなという気持ちに変わっていったのでしょうか？	
B	活動が続いて、皆出てくれるようになったから。（他の停止地点の）皆も待ってるというような話を聞いている。	
Q	口コミで広がっていったのでしょうか？利用していなかった人は、どういったきっかけで参加するようになったのでしょうか？	
B	どうかね。仕事行っとして、仕事やめて家におるようになってから、出るようになったとか。そして、病氣して家におったり。買い物に行けんだりした時に、ちょっとね、利用したりする人がおるかな。大抵この辺の人は、何人か出ないけど。決まってるんや。後の人は出るんやけど。	
Q	この移動販売以外で、町の人と会った時に移動販売の話をすることはありますか？	
B	あんまりないね。皆、車で出てるから。（商工会の人達について話すことも）ない。	
Q	ご協力どうもありがとうございました。	

日々の買い物に関してお聞きします

年齢 _____ 歳代

1. 買い物について、自分と考えが近い数字を各項目につき、それぞれ1ずつ○で囲んでください

お金の無駄使いをしないように欲しい物があっても買い物を我慢する	1	2	3	4	5	6	7	お金の無駄使いとわかっていても、欲しい物は買ってしまう
ここ最近(2-3年くらい)になってから、こういう考えを持つようになった				はい				いいえ

買いたい物があっても人に頼るのは気が引けるので我慢する	1	2	3	4	5	6	7	買いたい物があれば、人に頼っても買い物に行く
ここ最近(2-3年くらい)になってから、こういう考えを持つようになった				はい				いいえ

買い物は時間の無駄だと思っている	1	2	3	4	5	6	7	買い物は自分の生活において有意義な時間だと思っている
ここ最近(2-3年くらい)になってから、こういう考えを持つようになった				はい				いいえ

買い物に行っても本当にお買い得な商品を購入しているのかわからない	1	2	3	4	5	6	7	買い物に行ったら、何がお買い得で何がそうでないかがハッキリわかる
ここ最近(2-3年くらい)になってから、こういう考えを持つようになった				はい				いいえ

2. NPO 法人えんがわや商工女性まちづくり研究会などの買い物支援活動をごぞんじですか？知っているものをすべて○で囲んでください

NPO 法人えんがわ 商工女性まちづくり研究会
 シンヤコーポレーション 生協 その他()

3. そのような買い物支援活動を利用されていますか？利用しているものをすべて○で囲んでください

NPO 法人えんがわ 商工女性まちづくり研究会
 シンヤコーポレーション 生協 その他()

4. 買い物支援活動を利用されたことがある方は、その支援活動についての満足度を教えてください。利用されたことがない方は、支援活動に対する期待度を教えてください。（自分と考えが近い数字を○で囲んでください。数字が大きい程、支援活動に満足している、または、支援活動に期待していることを意味します）

利用したことがある

満足していない	1	2	3	4	5	6	7	満足している
---------	---	---	---	---	---	---	---	--------

利用したことがない

利用する気はない	1	2	3	4	5	6	7	利用してみたい
----------	---	---	---	---	---	---	---	---------

5. 支援活動を利用したことのある方は、支援者があなたにとって、どのような存在であるかについて教えてください。支援活動を利用したことがない方は、支援者にどのような存在になって欲しいと思うかについて教えてください。以下の2つの問いに対して、自分の気持ちと近い数字をそれぞれ1つずつ○で囲んでください

困っていることを助けてくれる能力の重要性について

困っていることを助けてくれる能力を持っていない ても構わない	1	2	3	4	5	6	7	困っていることを助けてくれる能力を持っていることが大事である
-----------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	--------------------------------

人間関係における親密性について

助けてもらう時以外は会話を話したくない	1	2	3	4	5	6	7	友人や家族のように日常会話を話したい
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	--------------------

6. 日常の活動について、それぞれの考えにおける共感の度合いを○で囲んでください

	全く そう思わ ない			どちらと もいえな い			全くそう 思う
1. 心躍る新しい 出会いを探して いる	1	2	3	4	5	6	7
2. 生活に胸のとき めきを必要とし ている	1	2	3	4	5	6	7
3. 困難なことがあ っても自分で対 処できる自信を 持っている	1	2	3	4	5	6	7
4. 何事も人に頼 らず自分でして いる	1	2	3	4	5	6	7
5. 積極的に人と 関わっている	1	2	3	4	5	6	7
6. 地域の活動に よく参加している	1	2	3	4	5	6	7
7. 夢中になって 取り組んでいる ことがある	1	2	3	4	5	6	7
8. 何事にも一生 懸命に取り組 んでいる	1	2	3	4	5	6	7
9. 生活における 変化を恐れて いない	1	2	3	4	5	6	7
10. 物事を楽観的 に考えている	1	2	3	4	5	6	7
11. いつも新しいこ とに挑戦してい る	1	2	3	4	5	6	7

12. 流行りに関する 情報を集めて いる	1	2	3	4	5	6	7
13. あまり病気や怪 我をしていない	1	2	3	4	5	6	7
14. 小さな物事にも 一喜一憂して いる	1	2	3	4	5	6	7
15. 定期的に運動 をしている	1	2	3	4	5	6	7
16. 頻繁に外に出 掛けている	1	2	3	4	5	6	7
17. いつまでも人か ら綺麗に見ら れたいと思っ ている	1	2	3	4	5	6	7
18. 美容のために 実践しているこ とがある	1	2	3	4	5	6	7

7. 買い物中において、あなたが楽しいと感じる会話について教えてください

誰と、どのような会話をすることが楽しいですか？

ご協力どうもありがとうございました！！