

計画停電・節電と国立駅前商店街

——2011年「商店街と地域社会」調査報告——

2012年3月

町村敬志編

一橋大学大学院社会学研究科社会学共同研究室
リサーチアウトプット・シリーズ

計画停電・節電と国立駅前商店街
——2011年「商店街と地域社会」調査報告——

はじめに

2011年3月11日に起きた大地震とその後の一連の出来事は、東京の西郊に位置する国立市にも、さまざまな影響をもたらしてきました。中でも福島原発事故や計画停電、そして夏にかけての節電は、この街の日常にも多くの変化を引き起こしました。そこで目撃されたのは、一方で、遠く離れた場所で起きた出来事がもたらす思いがけない影響の広がりであり、同時に他方で、そうした変化や影響に対して柔軟に対応していく人びとの知恵やさまざまな思いであったように思います。

本報告書は、こうした2011年の出来事を記録するため、国立駅南口駅前地区に立地する店舗を対象に実施された質問紙調査の結果をまとめたものです。調査は2011年度一橋大学社会学部講義「社会調査法Ⅱ」(担当、町村敬志)の一環として企画され、講義に参加した一橋大学の学生諸君が実査を担当しました。また分析と報告書作成は、一橋大学を拠点に活動する「社会と基盤」研究会の大学院生諸君の協力を得て進められました。

お忙しい時間のなか、快く調査にご協力をいただいた各店舗の皆さまに、厚く御礼を申し上げます。また、調査票を手に商店街を実際に歩いてくれた受講生の皆さんにも、心から感謝をいたします。被災地でいまでも続いている厳しい現実と比べれば、この街の経験はごく限られたものかもしれません。しかし、歴史と事実から学ぶことなしには未来を築いていくことができないということを、今回の出来事から、私たちは改めて学んだように思います。この小さな記録が、何かのお役に立てば幸いです。

2011年3月

一橋大学大学院社会学研究科 町村敬志

目次

はじめに	1
調査の概要	2
計画停電の実際	町村敬志 3
節電への取り組み——変化する街の風景	町村敬志 7
調査結果から	
1 計画停電の影響	金知榮 10
2 被災者支援の活動	渡邊安奈 12
3 原発事故の影響	渡邊安奈 14
4 「自粛ムード」と売り上げ	内海咲 16
5 計画停電から節電へ	町村敬志 18
6 商店と商店街の将来	金善美 20
7 一橋大学との関係	金知榮 23
調査票と単純集計	25

調査の概要

■ 調査の事前準備

震源から遠く離れた国立は、一見したところ、地震の直接の被害を大きく受けたわけではありません。しかし地震と原発事故以降、この街の日常は、以前とはやはりどこか変わってしまったようにみえました。はたして、今回の震災は、国立の街にどのような影響を及ぼしたのか。今回の質問紙調査に先立って、講義担当の町村は、いくつかの準備を進めてきました。たとえば、まだ電力使用制限令が出されていた8月下旬、国立駅南口の商店街全体をすべて歩き、節電や震災に関連した掲示やビラ等がどの程度あるかを観察しました。また、いくつかのお店では、震災以降の変化についてお話をうかがいました。

■ 調査の進め方

以上の作業を踏まえた上で、あらためて全体状況を把握するため、質問紙調査を駅前の商店街で実施することにしました。具体的には、一橋大学の学部講義「社会調査法Ⅱ」(2011年冬学期)とのジョイントにより、調査票の作成から実査、分析までを同講義の一環として実施することとし、準備を進めました。今回の調査票も、同講義の受講者に提出してもらった設問を生かしながら、また事前の聞き取りの結果も踏まえた上で、作成をしたものです。

実際の調査期間は2011年11月下旬から12月上旬にかけてで、受講学生が、指定されたエリアの店舗をまわりました。対面による聴き取り調査を原則とし、それが難しい場合には調査票を留め置き、自記していただいたものを後ほど回収することとしました。

■ 調査の対象

実際の調査は、国立駅南口から放射状に伸びる主要道路のうち、富士見通り、大学通り、旭通りに沿う店舗を対象としています。具体的には、JR 国立駅を起点に一橋大学国立キャンパス北側境界道路へと至る各通り沿いに立地する店舗(1階)を対象としました。店舗のうち、純然たる事務所、教育関係施設等は除かれています。

対象のエリアを、該当する店舗6店を1ユニットとして計26の地点に分け、各地点の担当者が店舗を訪問しました。したがって、対象店舗数はおよそ156ということになります。最終的に、86店から回答を得ることができましたので、対象地域の店舗合計に対する回収率は55.1%となります。

計画停電の実際

町村敬志

■計画停電とは

巨大地震から2日後の3月13日、東京電力と政府は、翌14日（月曜日）からの計画停電実施を急遽発表しました。予想される最大使用電力量に対して供給可能な電力量が不足するため、予期せぬ大停電発生の危険性がある、というのがその理由でした。この危険を回避するため、あらかじめ時間と地域を指定した上で「計画的」に送電をストップし、使用電力量を調整するという計画停電が、初めて実施に移されることになりました。順番を決めて各地区が交代に停電していくところから、計画停電は輪番停電とも呼ばれました。

表1 計画停電の実施状況——網掛けは、国立駅前商店街が対象となった回を示す——

	第1グループ	第2グループ	第3グループ	第4グループ	第5グループ
3月14日(月) (計約11万軒)					17:00～18:30 11万軒
3月15日(火) (計約504万軒)	16:00～19:00 140万軒	18:20～22:00 200万軒	7:00～10:00 70万軒	10:00～13:00 24.2万軒	13:00～16:00 70万軒
3月16日(水) (計約1092万軒)	12:20～16:00 239万軒	15:20～19:00 306万軒	18:20～22:00 262万軒	6:20～10:00 53万軒	9:20～13:00 232万軒
3月17日(木) (計約1816万軒)	9:20～13:00 289万軒	12:20～16:00 322万軒	15:20～19:00 290万軒	18:20～22:00 231万軒	6:20～10:00 85万軒
(内2回374万軒)	16:50～20:30 289万軒				13:50頃～17:30 310万軒
3月18日(金) (計約1368万軒)	6:20～10:00 250万軒	9:20～13:00 288万軒	12:20～16:00 266万軒	15:20～19:00 195万軒	18:20～22:00 369万軒
3月22日(火) (計約999万軒)	9:20～13:00 250万軒	12:20～16:00 297万軒	15:20～19:00 257万軒	18:20～22:00 195万軒	
3月23日(水) (計約467万軒)				15:20～19:00 195万軒	18:20～22:00 272万軒
3月24日(木) (計約250万軒)	18:20～22:00 250万軒				
3月25日(金) (計約297万軒)		18:20～22:00 297万軒			
3月28日(月) (計約155万軒)		9:20～13:00 155万軒			
延べ合計軒数	1707万軒	1865万軒	1145万軒	893万軒	1349万軒

注1: 軒数は東電による「停電予告軒数」を示しており、実際の停電軒数はこれと違う可能性がある。

資料: 東京電力プレスリリース(2011年3月13日～3月28日)(<http://www.tepco.co.jp/cc/press/11031507-j.html> ほか)より町村敬志が作成(ただし、3月14日分、3月15日分の一部については新聞等によって補足)。

表1は、東京電力によって計画停電が「実際に実施」されたケースを、一覧としてまとめたものです。全体として5つのグループ（後にその中をさらに細分化）に分けられた首都圏の各地点に関し、毎日どの時間帯で停電する可能性があるかは、あらかじめ機械的に決められ公表されていました。ただしそれはあくまでも可能性であって、実際に電力供給がストップするかどうか、また、同じグループ内のどの地区が停電になるかは、かなり直前にならないと、発表になりませんでした。表1は、東京電力による実際の停電実施告知をまとめたものです。

国立市は、図1の地図にあるように、3つの異なる停電グループに分割されました。なかでも、国立駅や谷保駅の周辺を含む広いエリアが、第3グループに属していました。今回の調査エリアもその中に含まれます。東京電力による計画停電は3月14日月曜日の夕方に初めて実施に移され、翌15日火曜日には第3グループでも初めて実施されました。ただし、このときは比較的狭い範囲が対象となり、国立地区での実施は見送られました。しかし、3月16日水曜日の夕方、電力需給が逼迫してきたことから、国立地区でも計画停電が初実施されました。それ以降、表1にあるように、都合4回、停電が実施されたものと理解しています。

もっとも同じ国立市の第3グループのエリア内でも、実際に停電をした地区とそうでない地区が現実には混在していました。また停電・非停電の設定範囲は毎回少しずつ異なってもいるようでした。今回の調査でも、旭通り沿いの店舗が答えた停電回数は、富士見通りや大学通りの店舗よりも少ない、という結果になりました（同様に、一橋大学のキャンパスでも、大学通りより西側の西キャンパスは毎回停電したのに対し、東側の東キャンパスではあまり停電しなかったことを後に聞きました）。

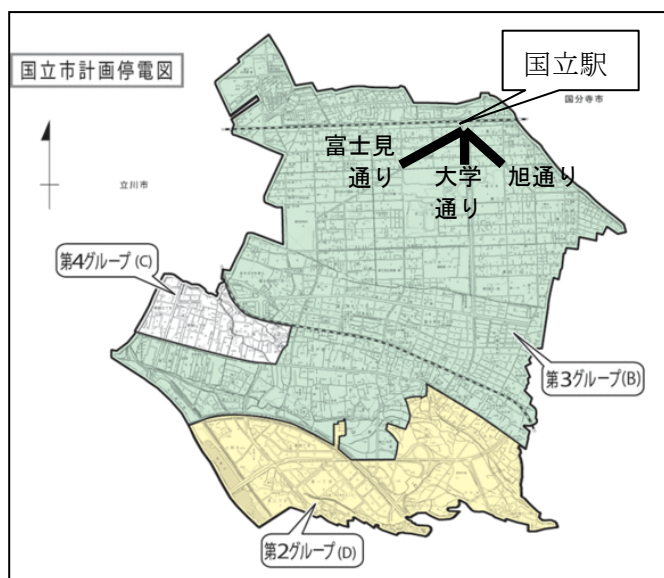


図1 国立市内の計画停電グループ分けマップ
 (2011年3月25日更新) —黒線は今回の調査区域—
 出典：原図は国立市役所ウェブサイトによる
<http://www.city.kunitachi.tokyo.jp/anshin/bosai/004361.html>



図2 信号の消えた JR 国立駅南口前ロータリー交差点
 (2011年3月22日)
 撮影：町村敬志 (以下、同様)



図3 富士見通りの夕方風景

左：3月17日16:40撮影（計画停電中）

右：4月27日17:54撮影

■「電気が消える」とき

筆者も、一橋大学構内で日中計3回の計画停電を経験しました。例えば、17日の場合、輪番停電は15時20分からと予告されていました。予告時刻を過ぎても、すぐには停電しません。けれど、まだ停電が始まらないのに、大学構内や近隣を含め、辺りからは物音がまったく聞こえなくなっていました。あたかも皆で事の起こるのをじっと息を凝らして待っているかのような、重苦しい時間が続きました。そして、30分ほど経った15時50分頃、突然電気が一斉に消えました。それから約2時間余り停電は続きました。

いったいその時、何が起きたのか。停電の影響は生活のさまざまな面に及びました。後から振り返るとそれは、ふだん何気なく行っている日常の暮らしが、実はすみずみまで特定のインフラに依存している事実を、改めて思い知らされる機会でした。街や家から灯りが消え、日中ではありますが街がほの暗くなりました。また、信号機から光が消え、自動車と人間は交差点で譲り合いをしながらいつもよりもゆっくりと移動していました。

しかし、影響はこうした直接的なものだけではありません。突然直面した非日常にいかに対応するか。一人ひとりの個人が、また個別の店舗や企業、組織が、それまでの日常を何とか継続していこうと模索をするなかで、ふだんは意識されることのない個人や組織としての「耐性」や「復元力」——とりわけそれらの格差——が、思いがけず露呈させられていきました。



左：図4 大型スーパー店頭のお知らせ

(国立市、2011年3月17日撮影)

下：図5 旭通り・商店の店頭掲示

(国立市、2011年8月27日撮影)

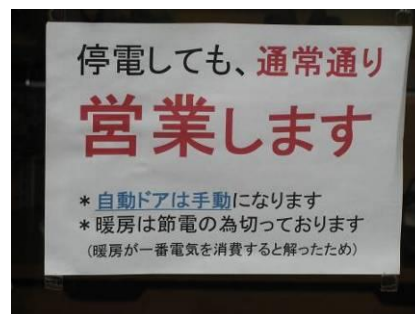




図6 チェーン店にみる計画停電への異なる対応（国立市）

(1) 閉店をするファストフード店（2011年3月17日）

(2) 暗闇で営業を続けるコンビニ店（2011年3月17日）

(3) 店頭でコーヒーを提供する大手カフェ・チェーン店（2011年3月22日）

たとえば、計画停電中の店舗の対応はさまざまでした。営業を中断するケース、変わらず営業を続けるケース、そして、始め閉店したものの様子を見て営業を再開するケース。業種、商品やサービスの種類によって、対応は自ずと違ったものとなりました。たとえば、チェーン店であってもその対応は一樣ではありませんでした（図6）。

計画停電の街を歩きながら感じたことを一つだけあげておきましょう。営業を継続できたかどうかの分かれ目、それは、提供するサービスの水準を臨機応変に下げられるかどうか、にかかっているように見えました。もちろん、ただ下げればよいというものではありません。各店舗に期待される基本的な役割は保持しつつ、それ以外の修飾的な要素を柔軟に切り分けていけるかどうか。買い手の側もまた、明らかに、期待するサービスの水準を柔軟に下げていました。その上で、両者の水準をうまく折り合わせる事ができたとき、営業が何とか継続されているように見えました。

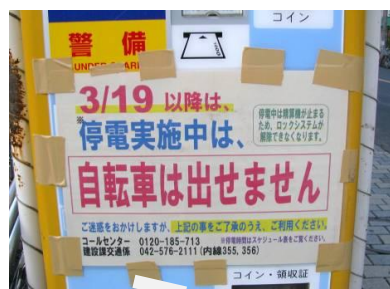
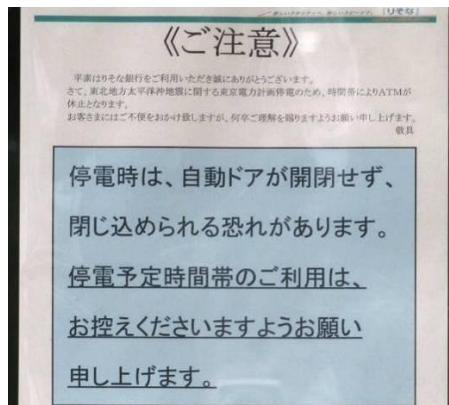
実際の停電は、4月以降は実施される事はありませんでした。しかし、いつまた計画停電が実施されるか予測がつかないこともあり、初夏以降も街には看板が残り続けました。

図7 「停電中の注意事項」掲示（国立市）

下：大手銀行支店（8月27日撮影）

右上：駐車場（6月6日撮影）

右下：駐輪場（6月8日撮影）



節電への取り組み——変化する街の風景

町村敬志

■節電の夏へ

例年よりもやや遅い春が到来し、気温が上昇していくにつれて、電力需給にはとりあえず余裕が生まれ、4月以降、計画停電が実施されることはありませんでした。しかし、使用電力量が大きく増加する夏期に向けて、その対策が大きくクローズアップされていきます。「節電」は、間違いなく、2011年の夏を特徴づける風景のひとつでした。

国立駅前商店街では、地震から間もない時期に、国立商工会が用意した「節電中 当店は節電に協力して営業しています」の掲示が、多くの店舗の店頭に掲げられました（図1参照）。

商店街の場合、節電の実施には、いろいろな意味合いがありました。横並びの一斉協力の必要性、そしてサービスの低下に対して顧客の理解を取り付ける必要性でした。ただし同じ貼り紙ではありますが、掲示の仕方についてはお店によりそれぞれの個性がありました。

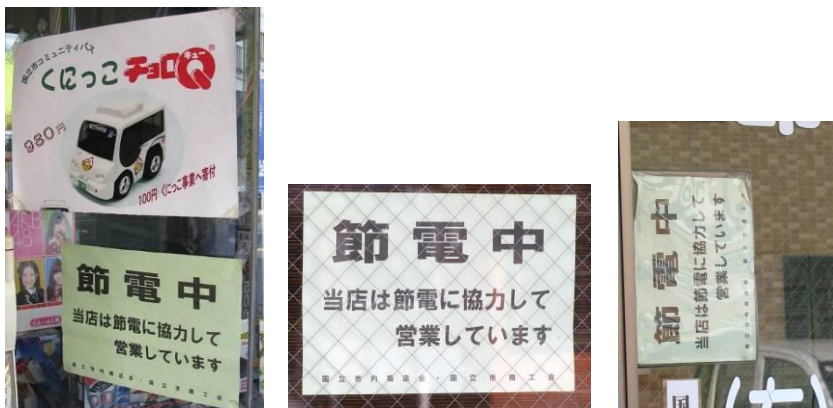


図1 「節電中」
(国立市商工会)
掲示のいろいろ

左：玩具店
中：雑貨店
右：印刷サービス

中には、手作りの味わい深いお願いやお知らせもありました。また、大企業も、それぞれ独自の掲示を行いました。節電をどのくらい強調するか、これは、各店舗のポリシーの表明の一形態でもありました。

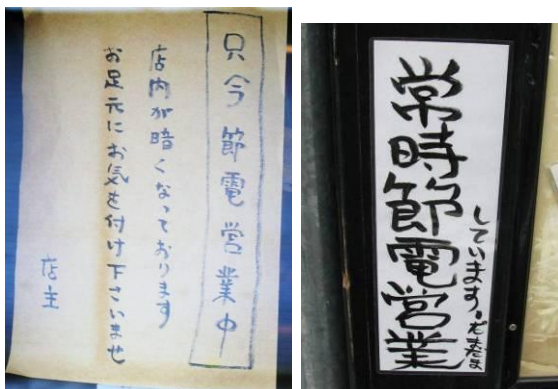


図2 店頭の手作り
お知らせ(8月27日)
左端：雑貨店
左中：ダイニングバー

図3 企業による
節電お知らせ
右：大手通信会社
店舗(8月27日)



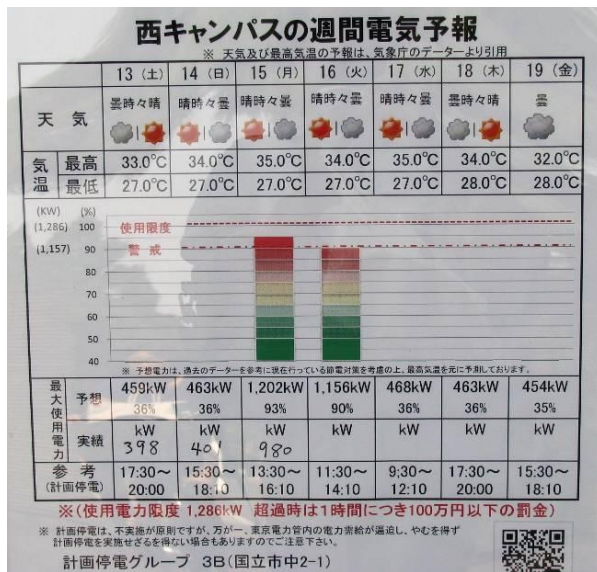


図4 一橋大学内に掲示された「週間電気予報」(西キャンパス正門)

左: 掲示 (8月16日)

下: 掲示風景 (8月26日)



2011年7月1日、「電気事業法」第27条に基づく「電力使用制限令」が、東京電力及び東北電力管内で発動されました。これは、大口需要家(契約電力500kW以上)に対して、前年同時期の使用最大電力と比べ15%削減した値を使用電力の上限とすることを義務づけるものでした。大口需要家として、15%削減の義務を負うことになった一橋大学の正門玄関には、「週間電気予報」の看板が置かれ、職員・学生への注意喚起がはかられました(図4参照)

節電の掲示には、理由や対応をていねいに説明するものもありました(図5)。他方で、何らかの理由により、節電をあえて実施しない場合にもまた、理解を求める掲示が出されたというのも、今回の節電の緊急性を象徴していました(図6)。

「電力使用制限令」は、東京電力管内の場合、9月9日に解除され、暑い夏は一つの区切りを迎えました。

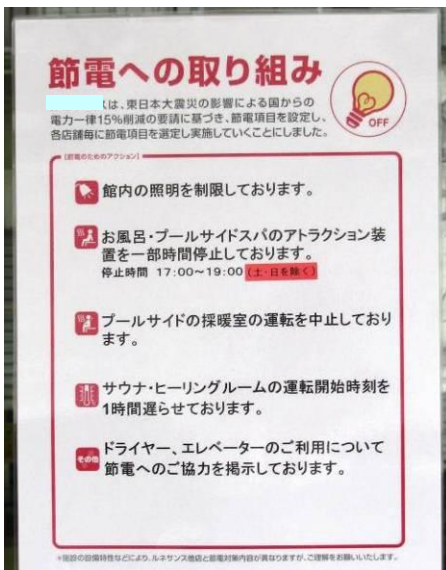


図5 大手フィットネスクラブによる店頭での節電案内掲示(国立市、2011年8月)

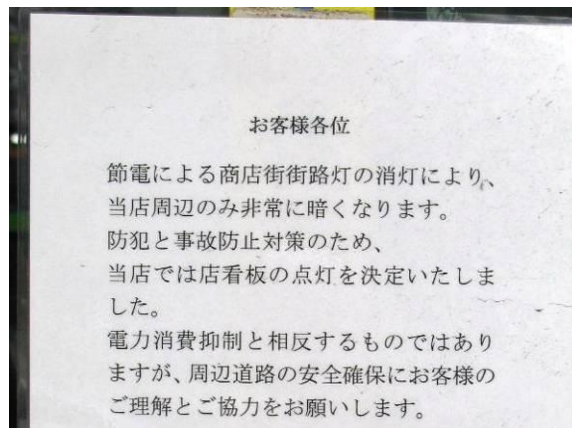


図6 ビデオショップの店頭掲示——店看板の点灯に理解を求める——(国立市、2011年8月27日)

● 調査結果から

以下では、調査の結果を簡単にご紹介いたします。
震災以後の出来事を順に追いかけてながら、

- 1) 計画停電の影響
- 2) 被災者支援の活動
- 3) 原発事故の影響
- 4) 「自粛ムード」と売り上げ
- 5) 計画停電から節電へ
- 6) 商店と商店街の将来
- 7) 一橋大学との関係

というテーマについて、国立での経験を調査結果に基づき、
まとめてみました。

また、おしまいに、使用した調査票と設問ごとの集計結果
も参考のために掲載しておきました。

■地区による停電状況のちがい

今回の調査地域はすべて計画停電「第3グループ」に属していました。しかし、同じグループ内でも実施状況にはかなりの差があったと言われています。そこで調査では「Q5 計画停電で停電しましたか」という質問を設け、あわせて停電回数もお尋ねしました。

結果をみると、「停電していない」と答えた店舗は、旭通りに位置する2店（2.3%）のみで、86店中の87.2%を占める75店が停電を経験したと答えました（無回答9店を除く）。

停電回数をみると、1回停電したと答えた店舗が17店（19.8%）、2～3回停電したと答えた店舗が34店（39.5%）、4回以上停電したと答えた店舗が24店（27.9%）でした。

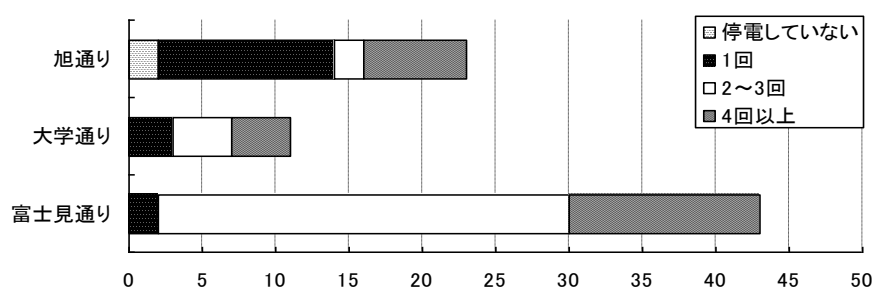


図1 地区別の停電状況（単位：店舗数）

図1は、停電回数別の店舗数を地区別に示したものです。旭通りの場合、1回だけ停電したと答えた店が12店（52.2%）と最も多く、1回も停電していないと答えた店舗も2店ありました。大学通りの場合、1回停電したと答えた店舗が3店（27.3%）、2～3回停電した店と4回以上停電した店が各4店（36.4%）と、回数が多様であることがわかります。これに対して富士見通りの場合、1回だけ停電したと答えた店舗は2店（4.7%）に過ぎず、全体の65.1%を占める28店舗が2～3回、30.2%を占める13店舗が4回以上、それぞれ停電したと答えました。

狭いエリアですが、実施状況にはかなりの差があったことが改めて明らかになりました。

■計画停電時に各店舗はどう対応したのか

調査では、「Q6 国立地区での停電実施時間帯にお店はどうされましたか」という問いに対し、「1 営業を続けた」「2 初めへ閉店したが途中から営業した」「3 臨時閉店した」という回答を用意しました。全体の結果をみると、停電実施時間帯に「営業を続けた」店は86店中の28店（32.6%）、「初め閉店したが途中から営業した」店が23店（26.7%）、「臨時閉店した」店が33店（38.4%）と、対応にはかなりのばらつきが見られました。

ではこうした状況は、「通り」によってどう異なっていたのでしょうか。停電回数をもっとも少なかった旭通りの場合、「営業を続けた」店舗が15店（57.7%）、「初め閉店したが途中から営業した」店舗が7店（26.9%）で、多くの店が営業を続けるか、初め閉店したものの途中から営業していたことがわかりました。これに対し、停電回数に差があった大学通りの場合、「臨時閉店した」店が7店（53.8%）、「初め閉店したが途中から営業した」店が4店（30.8%）で、半分以上が停電時間帯に臨時閉店をした経験をもっていました。

同様の傾向は富士見通りにも見られます。富士見通り沿いの店のうち、22店（48.9%）が停電時間帯に「臨時閉店し」、12店（26.7%）が「初め閉店したが途中から営業した」と答えるなど、旭通りに比べ臨時閉店した店の割合が高いことがわかりました。

■計画停電への対応——店舗の業種によるちがい

図2が示すように、計画停電への対応は店舗の種類によってもかなりの差がありました。

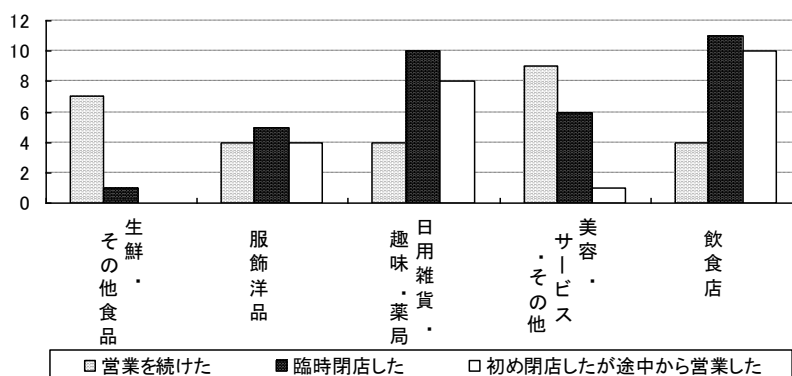


図2 計画実施時間帯の業種別営業状況 (単位：店舗数)

では、実際にはどのような対応が多かったのでしょうか。調査では、図3で示した5種類の対応について、それぞれ計画停電時に行ったかどうかをお尋ねしました（複数回答）。

全体として、何かの対応を行ったと答えた店舗は、86店中の74店（86.0%）、特に何もしなかったと答えたのは11店（12.8%）でした。

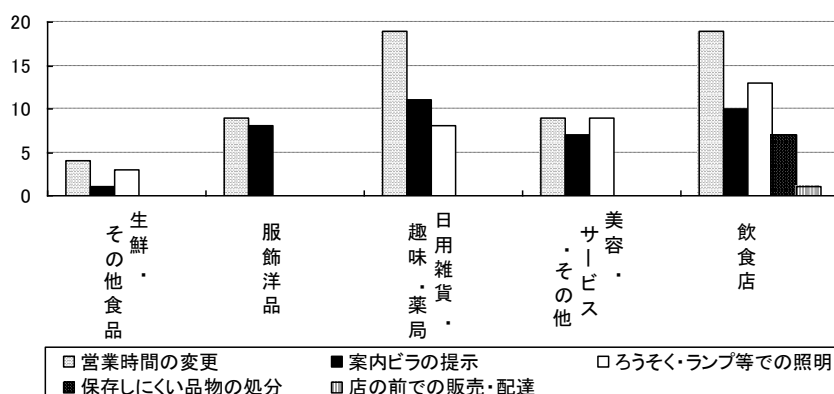


図3 業種による計画停電への対応様相 (複数回答) (単位：店舗数)

計画停電の際、業種に関係なく取られた対応は、「営業時間の変更」（60店、69.8%）、「案内ビラの提示」（37店、43.0%）でした。また、服飾洋品店を除く業種のかなりの店舗（33店、38.4%）が「ろうそく・ランプ等を照明器具として使った」と答えるなど、多くの店舗で少なくとも2つ以上の対応が取られたことがわかりました。対応項目数をもっとも多かったのは飲食店で、「保存しにくい品物の処分」（7店、8.1%）、「店の前での販売・配達」（1店、3.8%）を含め、他業種に比べ停電の影響を強く受けたことがわかりました。

2 被災者支援の活動

渡邊安奈

■被災者支援や復興応援への関わり

震災直後、各店舗は、被災者支援や復興応援に関連してどのようなことを行ったことがあるのか、5つの活動（「その他」を含む）について調査票の中でお尋ねしました。

全体で86店舗中、「行った」という回答の多い活動内容は、順に次のとおりでした。

「商店会・業界団体など外部からの募金依頼に応じた」48店(55.8%)、

「募金箱を店頭を設置した」42店(48.8%)、

「がんばろう・・・」などのビラや掲示をおこなった」17店(19.8%)、

「ボランティア活動に参加した」4店(4.7%)

「その他」9店(10.5%)

反対に、「特になし」と答えた店舗は17店(19.8%)だけで、震災直後における各店舗の強い関心が、この結果からはうかがわれます。

「その他」の回答内容をみると、「被災地へ本を送った」、「商品一品につき一円の募金」、「物品援助」、「被災地に珈琲豆を送った」など、日常の営業活動を通して利潤や商品の一部を寄付する、という形の行動が目立ちました。また、「ボランティアが被災者に珈琲を入れて提供」、「店外でのビール販売をし売上を赤十字に寄付」、「会社として被災地へ炊き出し」など、会社または店舗自らが現地に出向くような支援を行った例も見られました。

全体として、募金という形態が活動の上位を占めた理由は、それが容易に行うことができ、かつ反対に出会うことが少ないという、活動としてのハードルの低さにあったものと思われます。また、支援活動に参画していることを顧客に表明できる、という募金活動がもつイメージ効果もあったのかもしれませんが。

■支援活動の規定要因

上で紹介をした活動内容について、合計で何種類の活動を行ったかを、それぞれの店舗について計算をしてみました。図1はその結果です。これによると、震災の被災者支援や復興応援の活動に全く関わらなかった店舗は全体(86店)の19.8%(17店)にとどまります。残りの8割の店舗は、少なくとも1つ以上の支援活動に携わっていました。3種類の活動に携わったという店舗も13.9%(12店)ありました。

では、どのような店舗が、支援活動に対して熱心だったのでしょうか。次の表1は、店舗の業種別に、行った支援活動数の分布をまとめたものです。

行った支援活動「なし」の割合をみると、「美容・サービス」で高い値を示しています。反対に、「生活用品」を扱う店、それに「飲食店」が低い値を示していました(生活用品には薬局(ドラッグストアを含む)と日用雑貨店が含まれます)。なぜこのような結果が出たのでしょうか。

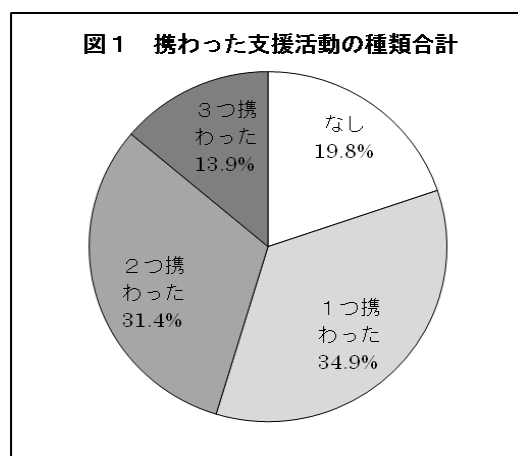


表1 店舗の業種別にみた支援活動数（店舗数の割合・％）

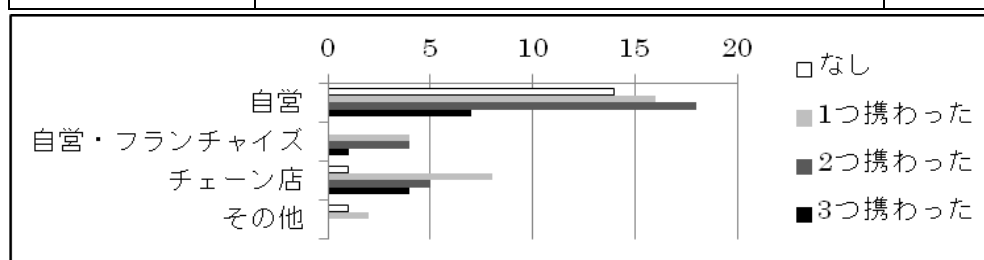
店舗の業種	支援活動				総計
	なし	1つ携わった	2つ携わった	3つ携わった	
1 食品	37.50%	25.00%	37.50%	0.00%	100.00%
2 服飾洋品	23.08%	38.46%	23.08%	15.38%	100.00%
3 生活用品	4.55%	45.45%	36.36%	13.64%	100.00%
4 美容・サービス	41.18%	35.29%	11.76%	11.76%	100.00%
5 飲食店	11.54%	26.92%	42.31%	19.23%	100.00%
総計	19.77%	34.88%	31.40%	13.95%	100.00%

飲食店と生活用品の店舗に共通するのは、1) 顧客と店舗の触れあう頻度が「服飾洋品」や「美容・サービス」などよりも相対的に高いこと、2) 生鮮食品を含む「食品」と比べると「必需」の度合いがやや低くなること、そして3) 一度の支払い金額が比較的多いこと、といった点でしょうか。それゆえ、たとえば、「自粛ムード」が強まる中、「支援活動への参加」をアピールすることにより、来店・購入への心理的な障壁を低くする、といった効果が期待されたのかもしれませんが。

また、店舗の経営形態によっても支援活動への参加度は異なっていました(表2・図2)。

表2・図2 経営形態別にみた支援活動数（店舗数）

	支援活動				総計
	なし	1つ携わった	2つ携わった	3つ携わった	
自営	14(25.5%)	16(29.1%)	18(32.7%)	7(12.7%)	55(100%)
自営・フランチャイズ	-	4(44.5%)	4(44.5%)	1(11.1%)	9(100%)
チェーン店	1(5.6%)	8(44.4%)	5(27.8%)	4(22.2%)	18(100%)
その他	1(33.3%)	2(66.7%)	-	-	3(100%)
総計	16(18.8%)	30(35.3%)	27(31.8%)	12(14.1%)	85(100%)



チェーン店による支援活動数は全体として高い値を示しています。これは、本部からの方針決定が広く行き渡るといふチェーン店の特性によるのかもしれませんが。しかしそうした組織的な指令のない自営店の場合も、かなりの店舗が支援活動を行っています。両方の特性をもつ自営・フランチャイズの店舗も、同様に多くの支援活動に携わっています。

以上のように、店舗の業種であれ、運営形態であれ、各店舗がもともと有していた「つながり」の形は、各店舗が支援活動に向かって踏み出すかどうかの動機づけに深く関わっているようです。支援活動は、経営者の思いや熱意によって支えられると同時に、顧客との関係、また経営組織といった外的要因によっても規定されていたと言えるでしょう。

3 原発事故の影響

渡邊安奈

東京電力福島第一原子力発電所の事故は、国立駅周辺の店舗にはたしてどのような影響をもたらしたのでしょうか。調査のなかで用意した設問（「Q11 原発事故は、ご商売に何か影響がありましたか」）によれば、全体として、回答店舗（計 86 店舗）の半数以上にあたる 53 店（61.6%）が、商売への影響は「特にない」と回答しました（無回答 2 店）。しかし逆にいうと、3分の1強の店では何らかの影響があったと感じられていたことになります。

■原発事故の影響

影響の内容に関し、事前の聴き取りで得た意見をもとに4つの事項について、その有無をお尋ねしました。「あった」という回答の多い順に並べると次の通りです。

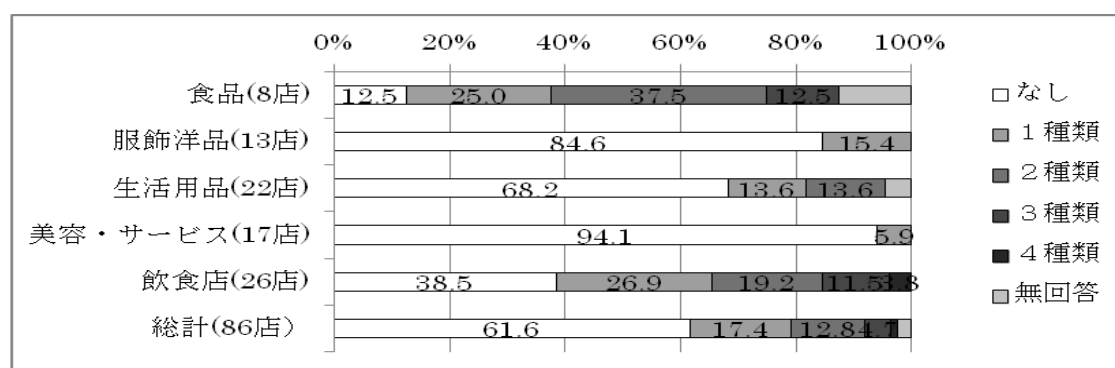
「仕入れる品物の産地を考慮するようになった」	19 店(22.1%)
「商品やサービスの安全に関する表示や説明をおこなった」	13 店(15.1%)
「産地の関係で売れ行きの落ちた商品がある」	12 店(13.9%)
「店舗や商品について放射線量の測定をおこなったり、依頼したことがある」	2 店 (2.3%)

この他、調査では、「その他」の影響内容を、具体的に挙げていただきました。その中には、「売上激減。客が減った」、「風評被害に泣かされた」等、深刻な影響を指摘するものがありました。また、「飲料水の売り上げが落ちた」、「買い控えで売上が減った（精神的に）」、「震災直後、電池の売上が増え、品薄・品不足状態が続いた」、「震災の影響により、（クリーニング）工場でする軽油が不足して営業に支障が出た」のように、原発事故というより震災全般に起因すると思われる回答も、多数みられました。

■影響の差をもたらしたもの

では、どのような要因が影響の差をもたらしたのでしょうか。図1は、原発事故の影響の種類数を、店舗の業種別に示したものです。ここからは、原発事故が、とりわけ、食品関係の商店、および飲食店の商売に大きな影響を及ぼしたことがわかります。

図1 原発事故が商売に与えた影響の種類合計数——店舗業種別——（単位%）



影響のあった割合では、食品関係の商店がとくに高い値を示しています。これに対して、飲食店の場合、影響のあった店舗の割合は6割程度にとどまります。ただし、この中には

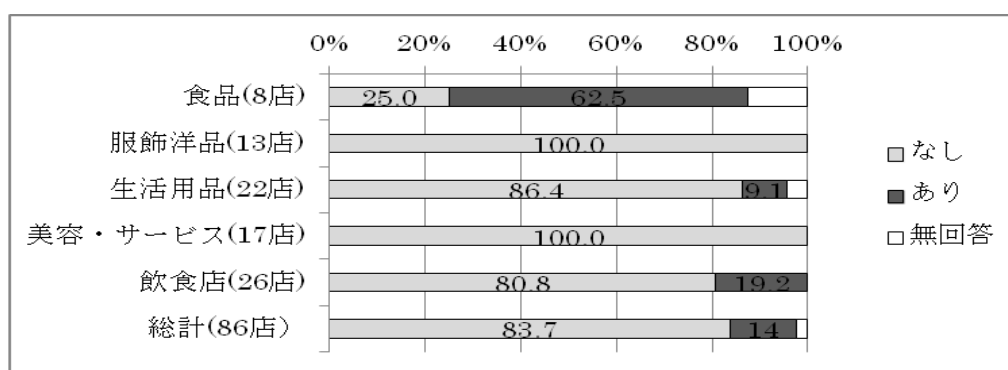
多くの対応を迫られた店舗が含まれており、なかでも「放射線量の測定やその依頼」という対応をとった店舗(2店)はいずれも飲食店でした。

以上のように、取り扱う商品やサービスの種類によって、原発事故の影響には大きな差があったこと、ただし、「食」に関わる幅広い業種の店舗に対しては一般に大きな影響があり、さまざまな対応を迫られてきたこと、が明らかになりました。

■ 産地と売れ行き

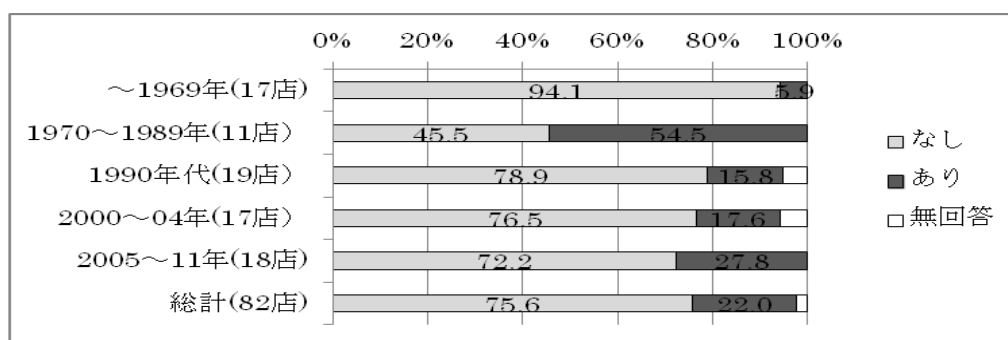
原発事故の影響の内容をもう少し具体的にみるため、「産地の関係で売れ行きの落ちた商品がある」という回答について、業種との関連をみていくことにします(図2)。

図2 「産地の関係で売れ行きの落ちた商品がある」への回答——業種別・%——



ここで興味深いのは、食品関係の商店については、半数を超える店が「あり」と答えたのに対し、飲食店では「あり」が2割にとどまることです。食品販売では店頭での産地表示が一般的になっているのに対し、飲食店の場合には産地は必ずしも表示されていません。また、食品関係の店舗の利用者——一般に女性が多い——と飲食店の利用者とでは、食の「安全」についての意識に差がある、という可能性も指摘できるかもしれません。

図3 「仕入れる品物の産地を考慮するようになった」への回答——創業時期別——



もう1点、興味深い結果を紹介しておきます。図3は、「仕入れる品物の産地を考慮するようになった」という問いへの回答を、店舗の創業時期別に示したものです。この図からは、70年代～80年代に創業した店が、原発事故後、産地に敏感になったことが読み取れます。この時期に開業した店には「食品」・「飲食店」が多い(54.5%)のが一因ですが、それ以外に何らかの特定の時代効果が影響を及ぼしているのかどうか(例えば、経営者の世代的価値観)。この点は今後の検討課題といえるでしょう。

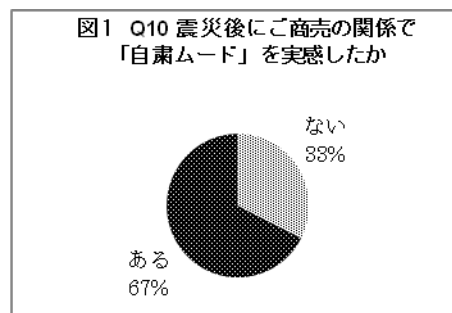
4 「自粛モード」と売り上げ

内海 咲

震災の直後、各地ではさまざまな「自粛」の動きが広まったと言われました。国立ではどうだったのでしょうか。調査では、「Q10 震災直後に、ご商売の関係で“自粛モード”を実感しましたか」という問いを用意しました。

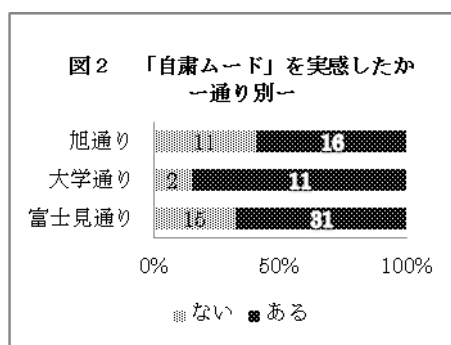
■ 震災と「自粛モード」

全体として、震災直後に「自粛モード」を実感した店舗は86店中の58店(67%)、実感しなかった店舗は28店(33%)でした(図1)。「ある」の具体的な内容としては、「客数の減少」、「販売商品の減少」、「売上の減少」、「他店の営業自粛」、「消費者の買い控え」といった事柄が挙げられました。



● 「通り」別にみた「自粛モード」の実感

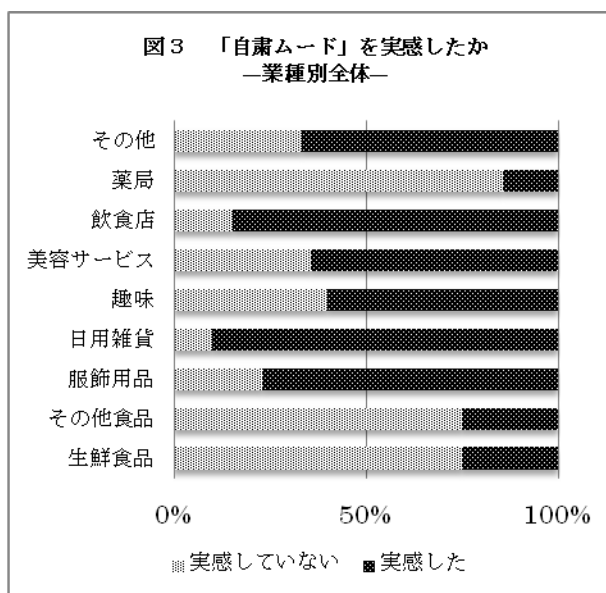
図2を見ると、どの通りも「自粛モード」を実感した店舗は50%を超えています。特に大学通りでは、13店舗中11店舗(およそ80%)が「自粛モード」を実感したと回答し、その割合が高くなっています。大学通りでは特に人通りが減少したことがうかがえます。



● 業種別にみた「自粛モード」の実感

「自粛モード」を実感した店舗は、日用雑貨、飲食店、服飾洋品、美容サービスなどで多くなっています。他方で、生鮮食品、その他食品、薬局などでは、「自粛モード」を実感しなかった店舗が多いことがわかります。

食品や薬といった「生活必需品」を扱う店舗よりも、外食や服飾洋品、化粧品といった「生活嗜好品」を扱う店舗の方が、「自粛モード」をつよく「実感した」と言えるようです。震災直後、消費者が「生活嗜好品」を特に買い控えていた、ということが、ここからは推測されます。



■ 震災と売上の変化

調査では、「Q12 お店の売上は、昨年と比べて変化がありましたか」という問いに対して、震災直後の「3月から4月」、それに節電が呼びかけられていた夏場の「7月から8月」について、それぞれお答えいただきました。

表 1 売上の変化（店舗数）

		7月～8月					
3月～4月		非常に減った	やや減った	変わらない	増えた	無回答	総計
非常に減った		13	18	4	2	1	38
やや減った			11	12	2		25
変わらない		2	1	10	2		15
増えた			3	2	1		6
無回答						2	2
総計		15	33	28	7	3	86

●全体の売り上げ変化（表1）

「3～4月」（直後）から「7～8月」（夏場）にかけての変化をみると、半数近くの42店で売上が前年を下回ったままでした。これに対し20店は、「減少」から「変わらない」・「増えた」へと持ち直しました。しかし、当初の「変わらない」・「増えた」から「減った」に転じた6店を含め、震災の影響は決して小さくなくなることがうかがわれます

●業種別の売り上げ変化（表2）

「3月から4月」（左半分）にかけ、86店舗中63店舗（73.3%）で、売り上げが前年に比べ「減った」と答えています。特に「飲食店」、「美容・サービス」、「日用雑貨」、「服飾洋品」など、「自粛ムード」を実感した値が高い業種で、売り上げが減少していることがわかります。被災地の悲惨な実態を見て、嗜好品の消費を控え、寄付や支援を行おうかという葛藤が消費者意識にあったのではないかと考えられます。一方、「生鮮食品」や「薬局」では売り上げが前年より「増えた」店舗もあります。放射線の影響や、再び起きるかもしれない大地震に備えて緊急に「食品」、「マスク」、「電池」、「水」等を買って求めたことがうかがえます。

「7月から8月」（右半分）は、全体として売り上げのバラツキが店舗の種類を問わず見られます。なかでも、86店舗中35店（40.7%）が「変わらない」「増えた」と回答している中、「生鮮食品」と「その他食品」の8店すべてが「減った」と回答していることが特徴的です。多くの消費者が食品の安全性問題を意識していること、そしてそのことが国立でも商店の売り上げに影響を及ぼしていることが、ここからもうかがえます。

表2 業種別の売上の変化

	a 3月から4月						b 7月から8月					
	非常に減った	やや減った	変わらない	増えた	無回答	総計	非常に減った	やや減った	変わらない	増えた	無回答	総計
生鮮食品	2		1	1		4	2	2				4
その他食品		3		1		4		4				4
服飾洋品	6	5	2			13	2	4	6	1		13
日用雑貨	7	3				10	3	3	3	1		10
趣味	2	1	2			5	1	2	2			5
美容・サービス	7	2	4		1	14	4	3	3	3	1	14
飲食店	14	8	2	1	1	26	3	12	7	2	2	26
薬局		2	2	3		7		3	4			7
その他		1	2			3			3			3
総計	38	25	15	6	2	86	15	33	28	7	3	86

5 計画停電から節電へ

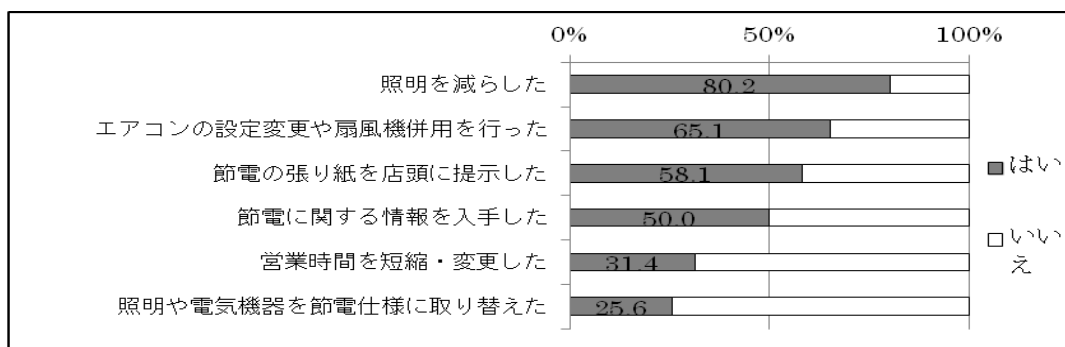
町村敬志

4月以降、計画停電が実際に実施されることはありませんでした。しかし、厳しい電力需給の下、節電は、企業や店舗にも、また一般家庭にも、強く求められました。

■ 節電の実施状況

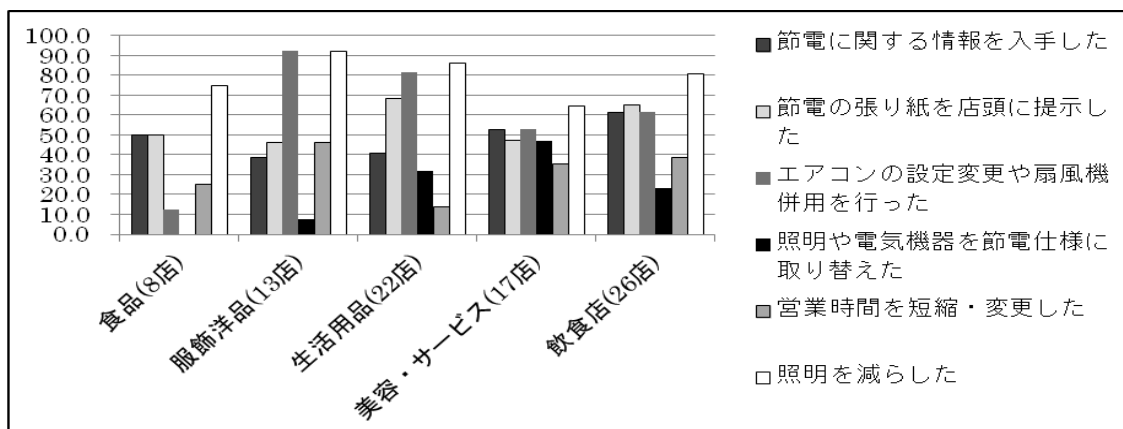
「Q8 計画停電以後、節電に関連したことをお店でおこないましたか。」という問いに対して、「特に何もしていない」と答えたのは、86店中、わずか2店のみでした。「節電」への取り組みは、広く受け入れられ、実践されていたことがわかります。

図1 節電で行ったこと（回答数の多い順）（%）



節電の行動内容は、店舗の種類によって違いがあったのでしょうか。図2はこの点を確認したものです。「エアコンの設定変更や扇風機併用を行った」は一般に広く実践されましたが、「食品」関係の店舗では低くなっています。「照明や電気器具を節電仕様に取り替えた」は「美容・サービス」で特に高くなっているようです。扱っている商品の性質、備えている機器設備の内容に応じて、それぞれ節電内容を工夫されている様子が見えます。

図2 節電で行ったこと——店舗の種類別——（種類別の合計に対する割合、%）



■ 計画停電から節電へ

地震以降、各店舗は、直後の計画停電から夏期の節電に向けて、さまざまな対応を急に求められました。以上で見てきたように、全体として、各店舗は計画停電にも節電にも、その都度機敏に対応してきました。ただし、街の歩きながらの印象として、一連の動きに対する各店舗の対応には、一貫性や活動への「慣れ」という点で、微妙な違いがあったよ

うにも見えました。この点を考えるために、計画停電と節電のそれぞれに対する対応事項数を組み合わせることによって、簡単な類型をつくってみました（表1）。

表1 計画停電・節電への対応類型——それぞれへの「対応事項数」の組み合わせ

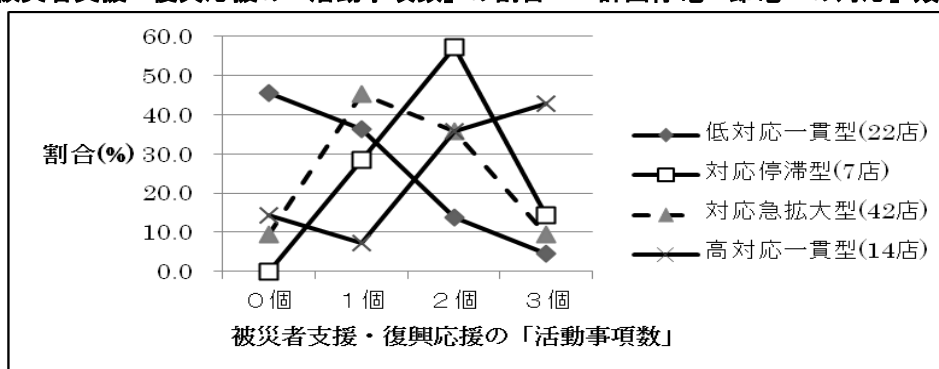
		計画停電以後の「節電対応事項数」 (Q8)						
計画停電時の「対応事項数」(Q7)		0個	1個	2個	3個	4個	5個	総計
0個		1	2	5		3	対応急拡大型	11
1個	低対応一貫型		4	10	6	2	1	23
2個		1		5	8	19	3	36
3個	対応停滞型				3	2	7	12
4個				1	1	1	高対応一貫型	3
無回答			1					1
総計		2	7	21	18	27	11	86

チェーン店は、計画停電から節電にかけて、対応を急拡大させたケースが多いのに対し、自営店では類型にバラツキが見られます（表2）。また、停電・節電への対応の仕方は、被災者支援という別の活動とも関係があるようです（図3）。停電・節電への対応が一貫して「高い」か「低い」店は、被災者支援の活動についても同様の傾向を示しました。ただし、「対応急拡大型」と「対応停滞型」を比べると、むしろ後者の方が支援活動数が多いという結果になりました。「対応停滞型」は当初の計画停電には熱心に対応した店舗であり、むしろ「初動対応への機敏さ」を特徴としているのかもしれませんが。

表2 「計画停電・節電への対応」類型の経営形態別内訳

「停電・節電への対応」類型	経営形態					総計
	1 自営	2 自営・フランチャイズ	3 チェーン	4 その他	9 NA	
1 低対応一貫型	17		2	2	1	22
2 対応停滞型	4	2		1		7
3 対応急拡大型	24	6	12			42
4 高対応一貫型	9	1	4			14
9 不明	1					1
総計	55	9	18	3	1	86

図3 被災者支援・復興応援の「活動事項数」の割合——「計画停電・節電への対応」類型別(%)



6 商店と商店街の将来

金善美

回答いただいた店舗、計 86 店をその経営形態で分類すると、「自営」55 店 (64%)、「自営・フランチャイズ」9 店 (11%)、「チェーン店」18 店 (21%)、「その他」3 店 (3%) という結果となりました (無回答は 1 店)。

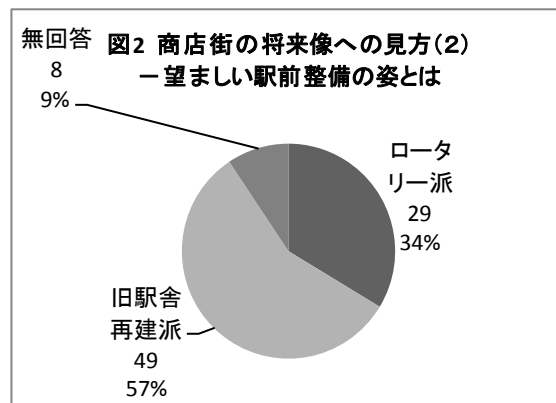
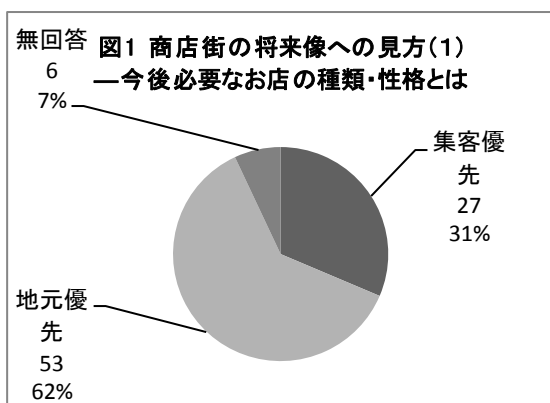
また、土地・建物の所有形態別で分類すると、「土地・建物とも所有」19 店 (22%)、「建物のみ所有」5 店 (6%)、「土地・建物ともに賃貸」60 店 (70%) でした (無回答は 2 店)。

■ 国立駅前商店街の望ましい将来像とは

では、今回回答をいただいた店舗の皆さんは、街の将来像についてどのような見方を持っているのでしょうか。調査票では、「Q14 国立駅周辺の商店街について、どのような将来像が望ましいと思いますか」という問いを、「a お店の種類・性格について」と「b 駅前の整備について」という二点に分けて伺いました。結果は次の通りです。

「a お店の種類・性格について」	計 86 店	無回答 6 店 (7%)
「1 地元に住む人にとって便利な店がまず必要である」		53 店 (62%)
「2 よそから買いに来る人が増えるようなお店がまず必要である」	27 店 (31%)	
「b 駅前の整備について」		無回答 8 店 (9%)
「1 旧駅舎を再建し潤いのある広場空間にするのがよい」		49 店 (57%)
「2 自動車の入りやすい交通の便のよい空間にするのがよい」	29 店 (34%)	

今回の調査からは、今後の商店街の望ましい将来像として、「お店の種類・性格」については「集客効果」の大きい店よりは「地元優先」の店を求める意見が、また「駅前整備」については「自動車の入りやすい交通の便のよい空間にするのがよい」(以下、「ロータリー派」と仮に呼ぶ)より「旧駅舎を再建し潤いのある広場空間にするのがよい」(同じく「旧駅舎再建派」と仮に呼ぶ)という意見が、それぞれ多いことが明らかになりました。



2つの見方を組み合わせ、その関係を見たのが、次の表1です。「地元優先」と答えた人では「旧駅舎再建派」が「ロータリー派」より2倍近く多かった反面、「集客優先」と答えた人の間では意見が分かれませんでした。

表1 商店街の将来像への見方：Q14aとQ14bの相関関係

今後、必要なお店の種類・性格 (Q14a)	望ましい駅前整備の姿 (Q14b)		総計
	旧駅舎再建派	ロータリー派	
地元優先	32 (65.3%)	17 (34.7%)	49 (100.0%)
集客優先	13 (52.0%)	12 (48.0%)	25 (100.0%)
総計	45 (60.8%)	29 (30.2%)	74 (100.0%)

それでは、このような見方に影響を与える要因は何でしょうか。分析の結果、商店街の望ましい将来像に対する見方は、他の設問項目と比べ、とりわけ、お店の創業時期と関連が深いことがわかりました。以下の表をみてみましょう。

たとえば、表2からは、「今後、必要なお店の種類・性格」(Q14a)について、創業年が早いお店の方は「地元優先」の立場をとるのに対し、2000年代以降に創業したお店の方には「集客優先」の立場をとる方が多いことがわかります。

表2 創業年別にみた「今後、必要なお店の種類・性格」への見方

創業年 (Q2)	今後、必要なお店の種類・性格 (Q14a)		総計
	地元優先	集客優先	
～1969年	17(100.0%)	0	17 (100.0%)
1970～89年	11(100.0%)	0	11 (100.0%)
1990年代	19(100.0%)	0	19 (100.0%)
2000年～	6(20.7%)	23 (79.3%)	29 (100.0%)
総計	53 (69.7%)	23 (30.3%)	76 (100.0%)

また、表3からは、「望ましい駅前整備の姿」(Q14b)について、1989年以前に創業した店はほとんどが「旧駅舎再建派」であるのに対して、1990年代に創業した店では「ロータリー派」の人が多いことがわかります。興味深いことに、2000年代以降創業の新しいお店では逆に「旧駅舎再建派」の方が多くなります。ただし、「ロータリー派」の人もなお約4割を占めています。

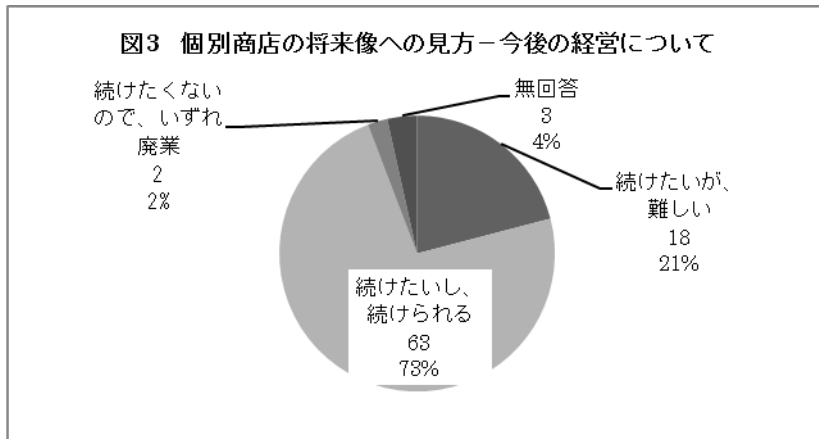
表3 創業年別にみた「望ましい駅前整備の姿」への見方

創業年 (Q2)	望ましい駅前整備の姿 (Q14b)		総計
	旧駅舎再建派	ロータリー派	
～1969	17 (100.0%)	0	17 (100.0%)
1970～89	11 (100.0%)	0	11 (100.0%)
1990s	4 (21.1%)	15 (78.9%)	19 (100.0%)
2000s～	16 (59.3%)	11 (40.7%)	27 (100.0%)
総計	48 (64.9%)	26 (35.1%)	74 (100.0%)

■個別商店が描く将来像と不安

では、個別のお店は将来にどのような見通しをもっているのでしょうか。

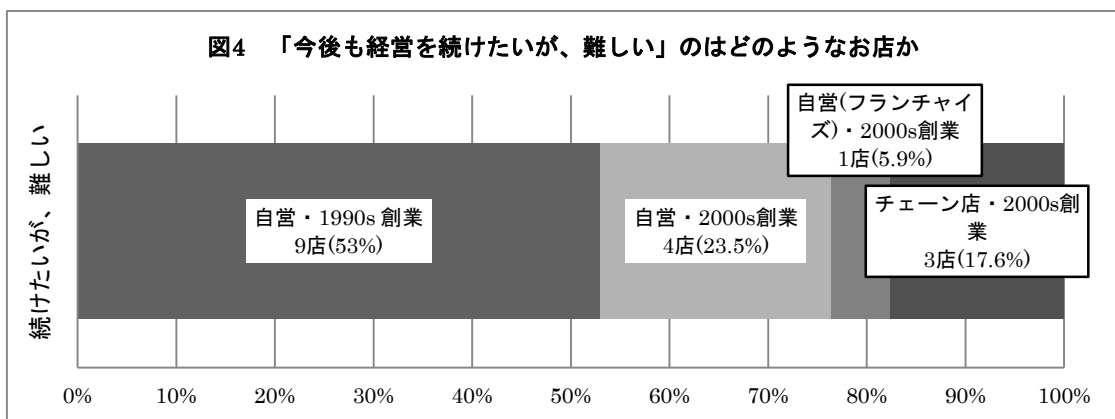
「Q15 これからも現在の場所で営業を続けたいと思いますか」という問いに対しては、「1 続けたいし続けられる」と答えた店舗が 86 店中の 63 店 (73%)、「2 続けたいがむずかしい」が 18 店 (21%)、「3 続けたくないが、これからも続ける」が 0 店 (0%)、「4 続けたくないので、いずれ廃業する」と答えた店舗が 2 店 (2%) でした (無回答は 3 店)。



全体の約 7 割のお店の方は、「今後もお店を続けたいし、続けられる」と、将来について明るい展望を示しました。商店街の危機が言われて久しい時代ですが、この結果からすると、国立駅前商店街は相対的に活力のある、元気な商店街だと言えるかもしれません。

ただ、全体商店の約 2 割にあたる 18 店が「今後もお店を続けたいが、難しい」と答えているのは、気になる点です。このように答えているのは、どのようなお店でしょうか。

図 4 は、「今後もお店を続けたいが、難しい」と答えた 18 店を、創業年(Q2)・経営形態(Q16) の組み合わせによって、その内訳を示したものです。



図からは、「今後も経営を続けたいが、難しい」と感じているのは、おもに 1990 年代以降に創業した、フランチャイズを含む自営 (14 店、77.8%) のお店であることがわかります。1990 年代以前に創業し今もお店を維持している「老舗」はここには含まれず、チェーン店も含めた新規出店のお店が、店舗運営や顧客確保に悩んでいる様子がうかがわれます。

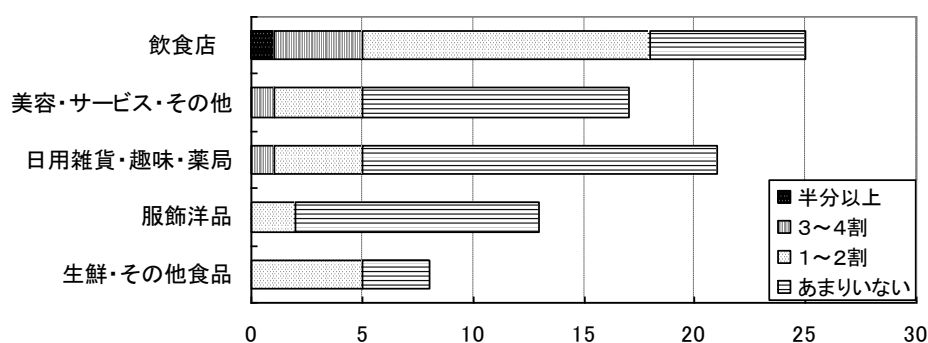
■ 一橋大学の学生の利用頻度

調査票では、一橋大学の学生がそれぞれの店舗の利用客のうちのどの位を占めるのかについて、質問を設け、1. 半分以上、2. 三～四割、3. 一～二割、4. あまりいない、という回答を用意しました。

全体として、一橋大学の学生が利用客の「半分以上」を占める店舗は、86 店の中の 1 店 (1.2%)、「三～四割」を占める店舗が 6 店 (7.2%)、「一～二割」を占める店舗が 28 店 (32.6%)、「あまりいない」店舗が 49 店 (57.0%) という結果で、国立地域の店舗における一橋大学の学生の利用頻度は、あまり高くないことがわかりました(無回答は 2 店)。

国立地域の店舗における一橋大学の学生の利用頻度を業種別にまとめてみると、図 1 のような分布を示します。

図 1 業種別にみる一橋大学の学生の利用頻度 (単位:店舗数)



一橋大学の学生の利用頻度がもっとも高い業種は、「飲食店」でした。回答があった飲食店の中で、利用客の「半分以上」が一橋大学の学生であると答えた店舗が 1 店 (3.8%)、「三～四割」であると答えた店舗が 4 店 (15.4%)、「一～二割」であると答えた店舗が 13 店 (50.0%) となっています。

その次は、「美容・サービス業・その他」で、利用客の「三～四割」が一橋大学の学生だと答えた店舗が 1 店 (5.9%)、「一～二割」だと答えた店舗が 4 店 (23.5%) でした。また、「日用雑貨・趣味・薬局」の場合、利用客の「三～四割」と「一～二割」が一橋大学の学生だと答えた店舗は、それぞれ順に 1 店 (4.5%)、4 店 (18.2%) でした。その他、調査店舗は少数ですが、「生鮮・その他の食品」店 (8 店) のうち 5 店から、利用客の「一～二割」が一橋大学の学生である、という回答をいただきました。

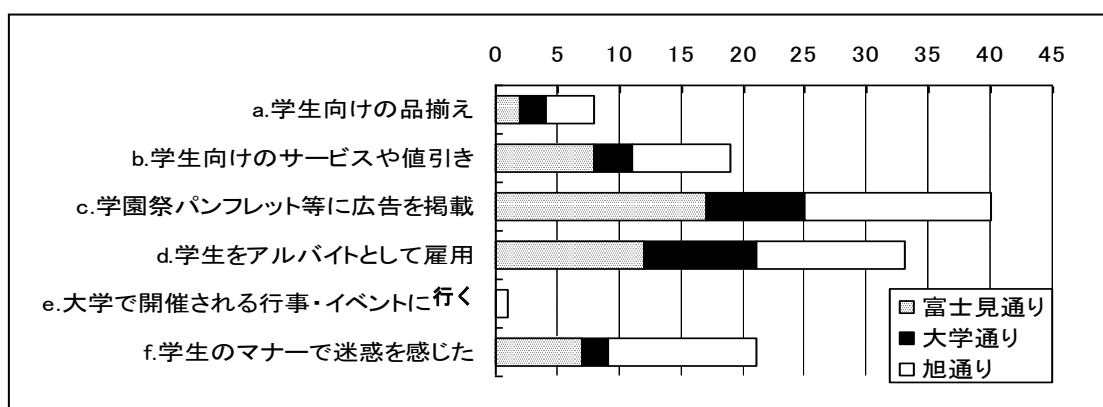
■ 一橋大学とのつながり

調査票では、お店と一橋大学の間について、次のような点について、それぞれお答えをいただきました。「a. 学生向けの品揃えをしている」、「b. 学生向けのサービスや値引きをおこなったことがある」、「c. 学園祭パンフレット等に広告を掲載したことがある」、「d. 学生をアルバイトとして雇用したことがある」、「e. 大学で開催される行事・イベントに行ったことがある」、そして「f. 学生のマナーで迷惑を感じたことがある」です。

全 86 店中、「学生向けの品揃えをしている」店が 8 店 (9.3%)、「学生向けのサービスや値引きをおこなったことのある」店が 19 店 (22.1%)、「学園祭パンフレット等に広告を掲載したことのある」店が 40 店 (46.5%)、「学生をアルバイトとして雇用したことのある」店が 33 店 (38.4%)、「大学で開催される行事・イベントに行ったことのある」店が 1 店 (1.2%)、「学生のマナーで迷惑を感じたことのある」店が 21 店 (24.4%) でした。

一橋大学とつながりのあるお店が、どの「通り」に立地しているのかを、内容ごとにまとめたのが、図 2 です。この図をみるときは、今回の調査に回答していただいた店舗の「通り」別の内訳に、もともと大きな差があることに注意が必要です。

図 2 一橋大学とのつながり——「ある」と回答のあった店舗数（単位：店）



注：通り別の調査回答店舗の合計は、富士見通り 46、大学通り 13、旭通り 27。

「学園祭パンフレット等に広告を掲載したことがある」と答えた店舗は、富士見通り 17 店、大学通り 8 店、旭通り 15 店で、店舗数としては富士見通りが最多となりました。ただし、各「通り」の合計店舗数に対する割合からみると、大学通りが 61.5%、旭通りが 55.6%、富士見通りが 37.0% となります。むしろ、大学通りや旭通りにある店舗から、高い割合で協力を得ています。これは、「通り」ごとの店舗の違いを反映したものと思われます。

また、学園祭パンフレット等に広告を掲載したことがある店を業種別に分けてみると、飲食店が 15 店舗、服飾洋品店が 8 店舗、美容・サービス・その他の店が 8 店舗、日用雑貨・趣味・薬局が 5 店舗、生鮮・その他の食品店が 4 店舗となります。広告掲載に当たっては、飲食店、美容・サービス関連など学生が比較的多く利用している店舗ばかりでなく、利用の少ない店舗からも協力いただいていることが、ここからわかります。

一橋大学の学生を店のアルバイトとして雇用したことがあると答えた 33 店舗のなかには、飲食店 19 店、日用雑貨・趣味・薬局 7 店、美容・サービス・その他の店 5 店が、含まれています。また、一橋大学の学生をアルバイトとして雇用した経験があると答えた店を経営形態別にみると、自営の店が 17 店、チェーン店が 10 店、自営・フランチャイズ店が 3 店の順になります。ただし、各経営形態別の店舗合計に対する割合でみた場合、チェーン店における一橋大学学生の雇用率が 55.6% であるのに対し、自営の店における一橋大学の学生の雇用率は 30.9% となります。ここから、チェーン店における一橋大学の学生の雇用率が高いことがわかりました。

2011年度一橋大学社会学部「社会調査法Ⅱ」
「商店街と地域社会」に関する調査
(2011年11～12月実施)

単純集計

2011年11月一橋大学社会学部「社会調査法Ⅱ」

「商店街と地域社会」に関する調査・単純集計

地区 1. 富士見通り 46 2. 大学通り 13 3. 旭通り 27 計86店

Q1 お店の業種は何ですか。

【具体的に記入】			
1	生鮮食品	4	6 美容・サービス 14
2	その他食品	4	7 飲食店 26
3	服飾洋品	13	8 総合 0
4	日用雑貨	10	9 薬局 7
5	趣味	5	10 その他 3

Q2 お店がここで営業を開始したのは、およそいつ頃ですか。

西暦または（昭和・平成）	年頃	
1969年以前	17	
1970～1989年	11	
1990～1999年	19	
2000～2004年	17	
2005～2011年	18	
無回答	4	計86店舗

Q3 お店を利用する方は？ それぞれについて○をつけてください。 合計 86 店舗

- a 固定客・常連が
 【1ほとんど 20 2半分以上 45 3ややいる 17 4あまりいない 2 無回答 2】
- b 一橋大学の学生が
 【1半分以上 1 2三～四割 6 3一～二割 28 4あまりいない 49 無回答 2】

Q4 お店（あなた）と一橋大学のつながりについてお聞きします。以下のうち、当てはまるものについて、□にチェックをして下さい。

	あり	なし	無回答
<input type="checkbox"/> a 学生向けの品揃えをしている	8	76	2
<input type="checkbox"/> b 学生向けのサービスや値引きをおこなったことがある	19	65	2
<input type="checkbox"/> c 学園祭パンフレット等に広告を掲載したことがある	40	44	2
<input type="checkbox"/> d 学生をアルバイトとして雇用したことがある	33	51	2
<input type="checkbox"/> e 大学で開催される行事・イベント等に行ったことがある	1	83	2
<input type="checkbox"/> f 学生のマナーで迷惑を感じたことがある	21	63	2

合計はいずれも86店舗

●次に、今年3月の震災以降の出来事について、お尋ねします。

Q5 計画停電で停電しましたか。

【1 停電していない 2	2 停電した 83	無回答 1	】	合計 86 店舗
「停電した」→計画停電の回数は	1回 17	5回 9		
	2回 14	6回 1		
	3回 20	10回 1		
	4回 13	無回答 9		
		合計 83 店舗		

Q6 国立地区での停電実施時間帯に、お店はどうされましたか。

【1 営業を続けた 28	2 初め閉店したが途中から営業した 23	3 臨時閉店した 33	
無回答 2】	合計 86 店舗		

Q7 計画停電の際に、何かおこなったことはありますか。当てはまるものすべてについて、口にチェックして下さい。 はい いいえ 無回答

<input type="checkbox"/> a 営業時間の変更	60	25	1	
<input type="checkbox"/> b 店の前での販売・配達	1	84	1	
<input type="checkbox"/> c 案内ビラの掲示	37	48	1	
<input type="checkbox"/> d ろうそく・ランプ等での照明	33	52	1	
<input type="checkbox"/> e 保存しにくい品物の処分	7	78	1	
<input type="checkbox"/> f 特に何もしていない	11	74	1	各合計86店舗

【その他、工夫をしたことはありますか。 あり 5 なし 80 無回答1 計 86 店舗】

Q8 計画停電以後、節電に関連したことをお店でおこないましたか。当てはまるものすべてについて、口にチェックして下さい。 はい いいえ 無回答

<input type="checkbox"/> a 節電に関する情報を入手した	43	43	0	
<input type="checkbox"/> b 節電の張り紙を店頭に提示した	50	36	0	
<input type="checkbox"/> c エアコンの設定変更や扇風機併用を行った	56	30	0	
<input type="checkbox"/> d 照明や電気機器を節電仕様に取り替えた	22	64	0	
<input type="checkbox"/> e 営業時間を短縮・変更した	27	59	0	
<input type="checkbox"/> f 照明を減らした	69	17	0	
<input type="checkbox"/> g 特に何もしていない	2	84	0	各合計86店舗

Q9 被災者支援や復興応援に関連して、次のようなことをおこなったことはありますか。

	はい	いいえ	無回答	
<input type="checkbox"/> a 募金箱を店頭に設置した	42	44	0	
<input type="checkbox"/> b 「がんばろう・・・」などのビラや掲示をおこなった	17	69	0	
<input type="checkbox"/> c 商店会・業界団体など外部からの募金依頼に応じた	48	38	0	
<input type="checkbox"/> d ボランティア活動に参加した	4	82	0	
<input type="checkbox"/> e その他（	9	77	0	各計
<input type="checkbox"/> f 特にない	17	69	0	86 店舗

Q10 震災直後に、ご商売の関係で「自粛ムード」を実感しましたか。

【1 ない 58 2 ある 28 計 86店舗】

Q11 原発事故は、ご商売に何か影響がありましたか。

	はい	いいえ	無回答
<input type="checkbox"/> a 仕入れる品物の産地を考慮するようになった	19	65	2
<input type="checkbox"/> b 商品やサービスの安全に関する表示や説明をおこなった	13	71	2
<input type="checkbox"/> c 産地の関係で売れ行きの落ちた商品がある	12	72	2
<input type="checkbox"/> d 店舗や商品について放射線量の測定をおこなったり、 依頼したことがある	2	82	2
<input type="checkbox"/> e その他（もしあれば）	7	77	2
<input type="checkbox"/> f 特になし	53	31	2
	各合計86店舗		

Q12 お店の売り上げは、昨年と比べて変化がありましたか。

a 3月から4月は	各合計 86 店舗			
【1非常に減った 38 2やや減った 25 3変わらない 15 4増えた 6 無回答 2】				
b 夏場（7・8月）は	各合計 86 店舗			
【1非常に減った 15 2やや減った 33 3変わらない 28 4増えた 7 無回答 3】				

Q13 お店は、次のような活動をおこなっていますか。□にチェックして下さい。

	はい	いいえ	無回答	計
<input type="checkbox"/> a HP・ツイッターによる広告・宣伝	46	36	4	86店舗
<input type="checkbox"/> b 商店会活動への参加	58	24	4	86店舗

Q14 国立駅周辺の商店街について、どのような将来像が望ましいと思いますか。あなたのお考えに近いものをそれぞれ一つお選び下さい。

a お店の種類・性格について

1 地元に住む人にとって便利な店がまず必要である	53
2 よそから買いに来る人が増えるようなお店がまず必要である	27
無回答	6
	計86店舗

b 駅前の整備について

1 旧駅舎を再建し潤いのある広場空間にするのがよい	49
2 自動車の入りやすい交通の便のよい空間にするのがよい	29
無回答	8
	計86店舗

Q 1 5 これからも現在の場所で営業を続けたいと思いますか。次から一つお選び下さい。

1	続けたいし、続けられると思う	63	
2	続けたいが、むずかしいと思う	18	
3	続けたくはないが、これからも続けると思う	0	
4	続けたくないので、いずれ廃業すると思う	2	
	無回答	3	計86店舗

Q 1 6 あなたのお店は次のどれにあたりますか。

1	自営	55	
2	自営・フランチャイズ	9	
3	チェーン店	18	
4	その他 ()	3	
	無回答	1	計86店舗

Q 1 7 お店の土地・建物は次のどれに当たりますか。

1	土地・建物とも所有	19	
2	建物のみ所有	5	
3	土地・建物ともに賃貸	60	
	無回答	2	計86店舗

Q 1 8 店主（経営者）の方のご自宅はどちらですか。

1	お店と同じ	10	
2	国立市内	37	
3	多摩地区	25	
4	23区	6	
5	その他 ()	7	
	無回答	1	計86店舗

ご協力ありがとうございました。

国立の将来、一橋大学へのご意見ほか、ご自由にお考えをお聞かせください：

計画停電・節電と国立駅前商店街
——2011年「商店街と地域社会」調査報告——

(一橋大学大学院社会学研究科社会学共同研究室リサーチアウトプット・シリーズ)

編者：町村敬志

発行：2012年3月

一橋大学大学院社会学研究科 社会学共同研究室

186-8601 東京都国立市中 2-1

印刷：東京コロニー

(本報告書は、一橋大学社会学部講義「社会調査法Ⅱ」と平成23～26年度日本学術振興会科学研究費補助金基盤研究(B)「グローバル化以降における資本制再編と都市-<ヒト・モノ>関係再編と統治性の研究」(研究代表者：町村敬志、課題番号：23330157)による共同成果物です)