

地域コミュニティの世代間断絶をつなぐ、

女性の地域開業の可能性

共同研究 中間報告書

法政大学地域研究センター／戸田市政策研究所

2017年3月

はじめに

本研究は、埼玉県戸田市政策研究所と法政大学地域研究センターによる2年間の共同研究であり、本書はその1年目にあたる中間報告である。

両機関の共同研究のスタートは2012年（平成24年）にさかのぼる。以降、2年ごとに中心テーマを据えて本研究は3つめのテーマ設定となる。

第1回目は「シティセールス」、第2回目は「戸田市の創造性 ―産業構造とラーニング・コミュニティ」であった。いずれも、短期的な視点での戸田市の現状課題を分析するだけでなく、中長期的視点で「戸田市の未来」をいかに創造していくかを根底に置いたテーマ設定であった。

戸田市は継続して人口増加傾向にあり、特にこの数年は若年世帯の転入が増えていることもあり、県内で平均年齢の最も若い自治体となっている。財政的にも逼迫した状態の自治体が多い日本において、同市は比較的安定しており活気のある自治体だという見方が一般的であろう。

こうした戸田市の現状から、今年で3クール目となる共同研究も「戸田市の未来」に向けた社会実装に、より近づける調査研究となる好機であると考えた調査である。本調査研究が、次年度のよき材料となり地域で協働の契機となれば幸いである。

また、今回の調査に際しては、戸田市在住の女性の多大なる協力を得ることで実現できたところが大きい。彼女の尽力により、取材対象者の幅を広げることができ、かなり実態に近い調査が可能となったと感じている。心からのお礼を申し上げる。

同時に、取材にご協力をいただいた皆様、育児や仕事など毎日多忙な時間を送る中、本調査のために時間をさいていただき、また本心をたくさん語っていただいたこと、心から深く感謝を申し上げる。

2017年3月

法政大学地域研究センター 中島ゆき（兼任講師／客員研究員）

目次

本報告の概要	5
第1章 本研究の背景	8
1. 戸田市のコミュニティに見られる世代間断絶の状況	
2. 本調査の位置づけ _____ 戸田市のみらい「子育てママたちが輝くまちへ」	
第2章 戸田市に住む有子女性の就業の特性	16
1. 有子女性の就業状態比較（戸田市と類似都市、および県内・全国比較）	
1. 1 妻の非就業世帯（専業主婦世帯）割合の比較	
1. 2 末子年齢別にみた専業主婦世帯割合の比較	
2. 有子女性の自営などによる就業状態の比較	
2. 1 妻が自営などの世帯割合の比較	
2. 2 末子年齢別にみた妻が自営などの世帯割合の比較	
3. （小括）子育て終了時期に地域外で就業する女性が多い	
第3章 戸田市に住む有子女性の就業希望状態	26
1. 調査の概要（アンケート調査）	
2. アンケート結果	
2. 1 就業状況と希望就業形態の乖離状態	
2. 2 仕事を選ぶ際の重点ポイント	
3. （小括）住職近接を重視し、各条件のバランス次第	

1. 調査の概要（ヒアリング調査）
2. 有子女性の地域開業モデル
 2. 1 地域開業モデルの全体像
 2. 2 開業のきっかけ
 2. 3 開業の障壁
 2. 4 支援や協力の環境（地域のネットワーク）
 2. 5 今後
3. 戸田市の開業に関する地域特性
 3. 1 物件不足とシェアリングの可能性
 3. 2 地域のネットワーク
 3. 3 後押しの存在
 3. 4 戸田市の宣伝力
 3. 5 「できる範囲で」の意識から、子育て終了後の仕事充実へ

本報告の概要

戸田市に住む有子女性の就業の特性（第2章）

○戸田市の専業主婦世帯割合は9,552世帯で42.4%である。

（夫が就業状態である全2万2,542世帯を母数として）

→埼玉県は43.4%よりやや少ない。類似の郊外市の平均が37.5%と比較すると、戸田市は専業主婦世帯割合が高い。

→埼玉県内で同割合は真ん中程度、しかし5年前調査と比べてマイナス4.1ポイントと専業主婦化が緩和されてきている。

○最年少の子どもが1～8歳の時、戸田市は専業主婦世帯割合が高まり、それ以降の年代では共働き世帯割合が高まる。

○妻の自営業・家族従業割合（以下、妻が自営などの世帯）は戸田市は7.2%である。

→埼玉県は8.8%や、類似の郊外市の11.9%と比較すると少ない傾向である。

→末子年齢が7歳、11歳、14歳の時に、一時期妻が自営などの世帯割合が高まるものの、翌年代では急減する傾向がみられた。

以上のことから、戸田市は末子が小学生前の有子女性の専業主婦世帯が高く、それ以降の年代ではむしろ共働き世帯割合が他と比較して高くなる。また、一時期自営などの割合が高まるも継続されていない状態がみられた。このことは、本研究のテーマである「女性の地域開業の可能性」の対象者の大きさを量るという点で、ある一定の層が存在していることを確認できた。

戸田市に住む有子女性の就業希望状態（第3章）

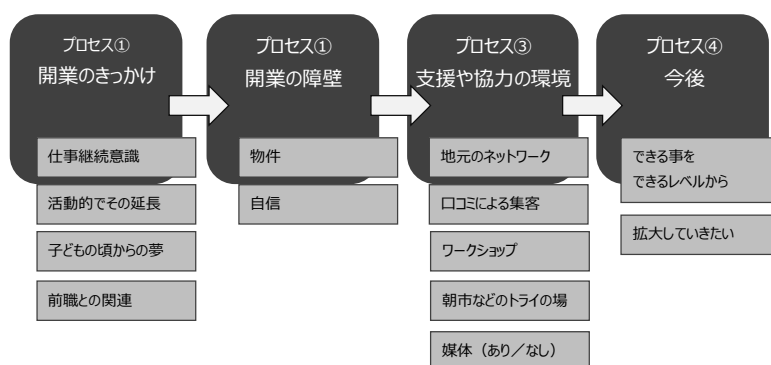
○専業主婦（既婚有子女性の無職者を以下専業主婦とする）の就業希望者は74.4%いる。

○現状の就業状態の不満足層は専業主婦が最も多い。

○専業主婦が仕事を選ぶ際に重視していることは「就業時間の融通性に関する」項目を選択したのが74.8%であり、他の属性と比較して最も高い。

有子女性の戸田市地域開業の可能性（第4章）

○ヒアリング調査から、ある一定の有子女性の戸田市地域開業モデル（実現&継続モデル）が見られた。



○プロセス①「開業のきっかけ」については、まず取材の冒頭で投げかける質問であり、皆さんに自由に話してもらったところ、「仕事の継続意識」、「活動的でその延長」、「子どもの頃からの夢」という3つのカテゴリーと、それぞれに関連する各自の「前職との関連」という構図がみえてきた。

○プロセス②「開業の障壁」については大きく2つ、「物件」に関することと、本人の「自信」に関することであった。ただし、この2つの要素で共通しているのは、「開業する」という覚悟を既に持っているということである。

○プロセス③「支援や協力の環境」については、特に先の「自信」に関する発話の延長でよく聞かれた話題である。ここでは「地元のネットワーク」という関係性による「口コミによる集客」、「ワークショップ」「朝市などのトライの場」という3つのラベルが出現している構造であった。また、「地元のネットワーク」とは全く関係ない部分で成り立つ業態も存在しており、逆にこのことは「地元のネットワーク」があって成り立ちやすい業態がある、すなわち戸田市で成り立ちやすい業態があるのかもしれないという示唆が生まれてきた。

○プロセス④「今後」については、家庭や家族に依るところが大きい環境面と、自身の考え方や生き方に依るライフプラン。この2点を総合的にみた上で、バランスが取れている人は比較的「拡大していきたい」という回答が多い傾向ではないか。現在何らかのバランスを取ろうと考えている人は、むしろ今は仕事の拡大ではなく、そのバランスをとることを優先に、それが「できる事をできるレベルから」というスタンスにつながっているようである。地域や行政ができることには何があるのか。ダイレクトな手助けというよりは、支援・情報共有の場といった、二次的サポートが適しているように思われる。これらの受け手のニーズの調査も次年度に必要であろう。

○戸田市の開業に関する地域特性については、以下の5点が挙げられる。

- 1 物件不足とシェアリングの可能性 →シェアリング／倉庫、空き家活用
- 2 地域のネットワーク →不安解消⇒地域ラーニング・コミュニティ促進
- 3 後押しの存在 →資金だけでない、制度面の検討＝行政の後押しの役割
- 4 戸田市の宣伝力 →媒体不足、戸田市の交流人口増加に向けた案
- 5 「できる範囲で」の意識から、子育て終了後の仕事充実へ
→GOAL 子育て期からマイペーススタート、子育て終了後の仕事充実のまち

<次年度の調査について>本調査からは、上記のような有子女子の開業に関する考え方やプロセスを見ることができ、また戸田市の地域的特性が示唆された。一方で限定的な調査数であったため、次年度はここから上がってきた示唆をさらに検証し、量的調査からも分析をした結果で検証していく予定である。

本共同研究メンバー

本研究は、戸田市と法政大学地域研究センターの共同研究として平成 28 年度に調査研究したものである。本共同研究は以下のメンバーによって実施した。

法政大学地域研究センター

岡本義行（同センター副所長／法政大学政策創造研究科教授）

中島ゆき（兼任講師／客員研究員）

戸田市（戸田市政策研究所）

川上 裕丈（主任研究員）

長谷川昌之（主任研究員）

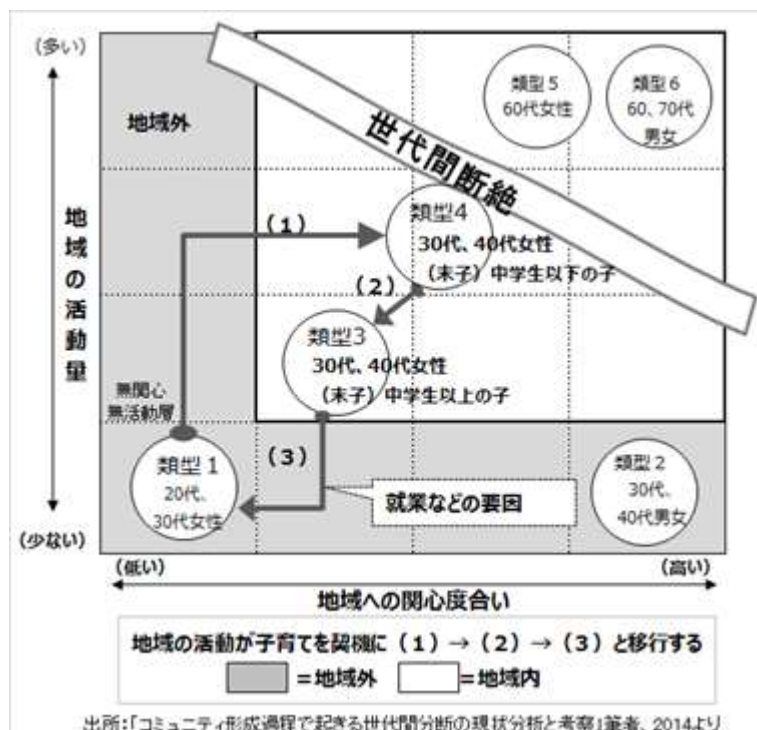
第 1 章 本研究の背景

1. 戸田市のコミュニティに見られる世代間断絶の状況

2012年より戸田市と法政大学地域研究センターの共同研究として「戸田市におけるシティセールス、今後の方向性について」が2年間実施された。同研究では、シティセールス戦略が立案された2011年からの取り組みを調査し、戦略の課題整理と新たな方向性を示し、「戸田市の将来ビジョンとシティセールス」（法政大学地域研究センター、2014）と題した報告書にてまとめた。

これまで市民を対象として、世代ごとの地域への活動状態を調査してきた。その結果、世代間で地域活動の分断が起きていることが確認された。対象者は一時期コミュニティへの参加が非常に高まるものの、子育てを一段落させた時期に急激にその参加率が下がる傾向である（図表1参照／矢印(1)(2)(3)と移行する）。一方で、高齢期を迎える時期に再びコミュニティの参加率は上がるが、これらの世代間に継続性は見られない。両世代間での交流は、ほとんどなく個別活動になりがちである。このことは、将来的に対象者が高齢期を迎える頃に、再びコミュニティに参加するかどうかは、偶発的な参加契機や個人の意向に頼っている状態であると言える。現に対象者である若い母親世代からは「自分が将来、町会などで活動しているイメージは全くわからない」という発言も聞かれる。

図表 1 地域への関心と活動量からみたコミュニティ



このコミュニティの世代間断絶をつなぐためには、対象者がコミュニティを離れる要因を解明し、それを解消する必要がある。その要因の大きなものに「就業」が挙げられる。対象者の多くは地域貢献意識があるものの、子育てが一段落した時期に「就業」を希望しており、最終的に時間

的・地理的に地域外で働くことを選択する場合が多い。この「就業」意欲は、実は地域と密接に関係している。自宅からの通勤時間があまりかからず、家庭と仕事が両立できる程度の就業形態を望んでいる傾向にあり、居住地近隣で仕事ができ、尚且つ芽生えてきた地域貢献意欲を満たす職があれば望ましいという潜在意識を抱えている可能性が高い。この2つをマッチさせる方法として、女性の地域開業を促進することが可能なのではないかと考えた。

例えば、開業にあたり本業の流れの中で地域ネットワークと生活情報を活用して有償の地域活動ができる資格を設けるなどである。実例であげると、花屋の配達をついでに近所の足の悪い年配者の通院を補助したり、会計士請負業の合間に介護保険申請の手助けをしたりするなどである。こうした補助業務を資格制度や認可制にし、尚且つその情報をネットワーク化していく。これにより、地域の生活者レベルの情報を集約させつつ、地域開業者にとっては地域顧客獲得の販促という効果も持たせることが可能である。

現在、世代間断絶の大きな問題は、親世代が地域活動していない故に、子供たちの生活に地域が不在となっており、将来的に自分が地域とどのように関わっていくのかイメージを持ってないで育っていくことである。

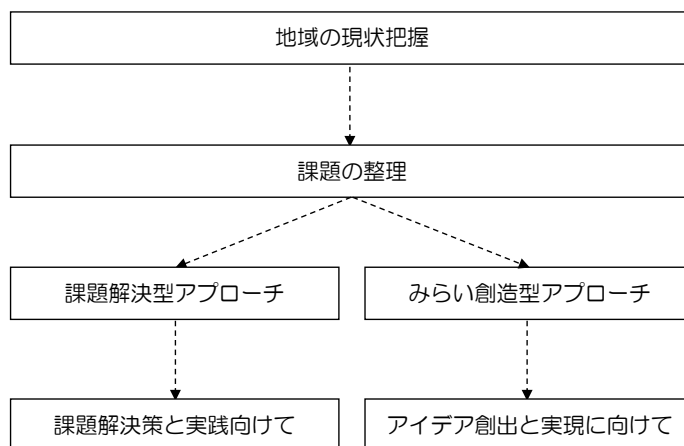
2. 本調査の位置づけ——戸田市のみらい「子育てママたちが輝くまちへ」

2-1. 戸田市の課題とは何か？

現在、全国で進む人口減少と高齢化の問題を背景に、各自治体の政策が議論され、今後の未来が語られてきている。すなわち地方創生である。全国の自治体が人口減少と高齢化の課題を抱える中において、戸田市は東京都心部を中心とした郊外都市として人口増加率が高く平均年齢の若い自治体であり、地方創生の流れの中ではかなり課題後進自治体であると言える。

地域が自立して独自性をもって地域経営をしていく流れの中で、議論の方向性は大きく2つに区別できる。＜図表2＞地域の現状把握の段階は、現在各自治体が「人口ビジョン」と「まち・ひと・しごと総合戦略」を策定し、各地域の現状を数値的に把握し住民とも共有できる形を示した。ここから、課題整理の段階に入るが、多くの自治体はその後「課題解決型アプローチ」により、地域の課題をいかに解決するかという施策が議論され、その結果から「まち・ひと・しごと総合戦略」にもKPIとして記されている場合が多い。対して、「みらい創造型アプローチ」を基にした議論の結果を同戦略に掲出している自治体はまだ少ないであろう。

図表 2 地域課題を考えるプロセス



本来は、現状把握を行った後、両アプローチで自治体の方向性を考えるのが望ましい。マイナス面にフォーカスした解決は必要であるが、同時に創発的なアイデア創出によって独自性を持ったまちづくりが求められているからである。そのため、政策提言や施策議論、本調査などもそうであるが、今後の地域を考える議論の際には、このどちらのアプローチで進めている議論なのかを明確に区分する必要があるであろう。課題解決型から出された議案と、みらい創造型から出された議案とが同場面で話された場合、議論が平行線になりがちである。

「みらい創造型アプローチ」の場合には、まずは現在のプラス面に目を向けつつ不可能を考えず

にアイデアを出し合い、そこから実現にむけたアクションを考えていくアプローチである。

この観点に立ち、本研究の位置づけは「みらい創造型アプローチ」であることを明確にしておく。

2-2. 郊外都市の先進都市としての視点

(1) 郊外都市の分類

戸田市の「みらい創造型アプローチ」を考える際に、切り離せない視点が郊外都市の課題である。そのため、まずは郊外都市がどのような状態であるのか、さらにその中の戸田市の位置づけを確認する。

最初に郊外都市の分類を定義する。本調査では<図表3>「標準大都市雇用圏」¹を基準に郊外都市を規定する。その理由としては、一般的な人口やDID算出した地域区分と実際の生活や就業の関連性との乖離が見られているためである²。同区分に従い、本調査では「大都市雇用圏郊外市」を郊外都市として検証していく。これによると、郊外都市（以下、同分類を郊外都市とよぶ＝大都市雇用圏郊外市）は651自治体で37.9%がこれに該当する。戸田市もこの区分の中に位置する。

図表3 都市区分（標準大都市雇用圏より算出）

都市区分	自治体数	割合
大都市雇用圏中心市	128	7.4%
大都市雇用圏郊外市	651	37.9%
大都市雇用圏サブ郊外市	151	8.8%
小都市雇用圏中心市	126	7.3%
小都市雇用圏郊外市	194	11.3%
その他	469	27.3%

資料出所：「標準大都市雇用圏」より筆者作成

¹ 「標準大都市雇用圏」とは、「日本の都市圏設定基準」（金本良嗣・徳岡一幸 『応用地域学研究』No.7, 1-15, (2002)）によって提案された都市圏で、山田浩之・徳岡一幸による標準大都市雇用圏（Standard Metropolitan Employment Area）を最近の状況に合うように改訂したものである。

参照：<http://www.csis.u-tokyo.ac.jp/UEA/index.htm>

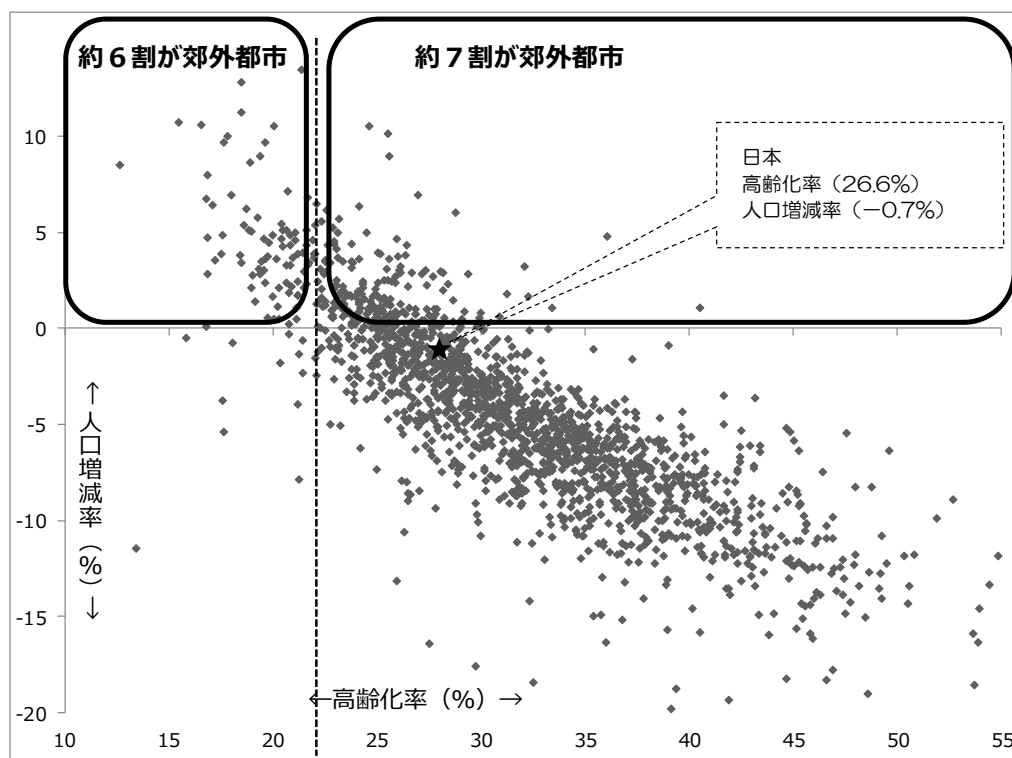
² 地域分類に関する先行研究から、周（2005）の見解を採用した。「48都道府県や、10の行政ブロック（北海道、東北、南関東、北関東・甲信、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州）、市町村など、既存研究によって対象となる地域が異なっていたことも事を複雑にしている。さらに、そもそもそのような行政区が雇用分析の対象として適切であるかという問題もある。特に最後の問題は深刻である。歴史的経緯や自然条件などにに基づき設定されていることの多い行政区域は、現実の経済活動の地理的まとまりの範囲とはしばしば大きく乖離していることが指摘されており（横山ほか（2003））、雇用の面で関連性の薄いまた相互交流の少ない市町村もひとつのグループに入れられ、失業率の地域的構造における本質的な部分が捉えにくくなっていると考えられる。そのため、地域間の失業構造を分析・解明する「出発点」として、まず、地域の定義を行政区域ではなく、日常的な経済活動上のつながりや雇用面の関連性に配慮した地域区分で再定義することが必要である。」（「都市雇用圏からみた失業率の地域的構造—地図情報と統計情報を併用して—」周燕飛、2005より抜粋）

(2) 郊外都市の人口増加と高齢化の状態

2015年の国勢調査の結果から、1719ある日本全国の自治体（市町村1718+特別区1）を、人口増減（増減率 ± 0 を軸に）と高齢化率（WHOの定義³による超高齢社会の境界21%を軸）の2つの指標に基づいて分布させた散布図が<図表4>である。

これによる4つの象限のうち、「人口増かつ高齢化低」の象限1に位置する自治体は64あり全体の3.7%を占めている。次いで「人口増かつ高齢化高」の象限2に位置するのは236自治体で全体の13.7%、「人口減かつ高齢化高（超高齢社会）」を占める象限3に位置している自治体は1411あり、全体の8割以上をしめている。日本全体も高齢化率26.6%、人口増減率 -0.7% でこの象限3に分けられる。

図表4 人口増加率と高齢化率（全1719自治体の散布図）



資料出所：国勢調査（平成27年度）より筆者作成

	自治体数	全体の割合
象限1	64	3.7%
象限2	236	13.7%
象限3	1411	82.1%
象限4	8	0.5%



そして、「人口増かつ高齢化低」の象限1に位置する64自治体のうちの約6割、39の自治体が郊外都市であり、「人口増かつ高齢化高」の象限2に位置する236自治体のうちの約7割、160の自治

³ 世界保健機構（WHO）による高齢化の定義は以下である。高齢化率（全人口に占める65歳以上人口の割合）が7%以上14%未満の社会は「高齢化社会」、14%以上21%未満は「高齢社会」、21%以上は「超高齢社会」とされている。

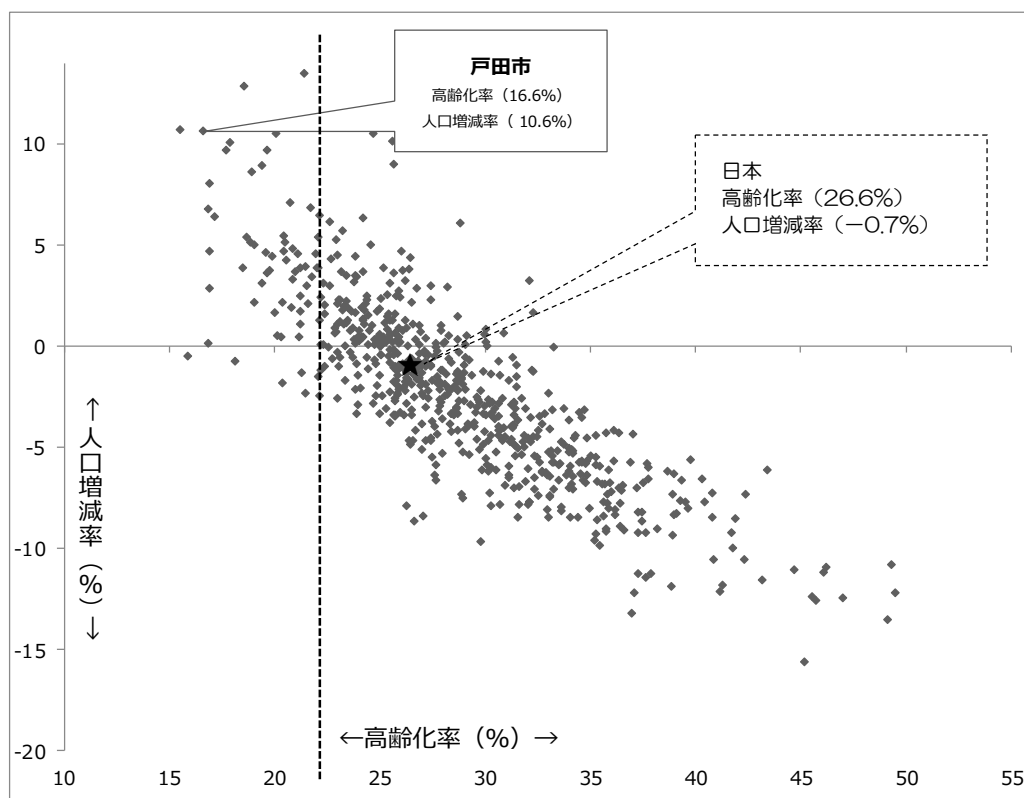
体が郊外都市である。すなわち、日本全体の人口減少において、東京一極集中の是正や若者の都心部への転出超過抑止が課題視されているが、その集約先は「東京一極」というより、中心市の他、郊外都市に多く若者の人口移動が見られているということである。

(3) 戸田市の位置づけ

さて、戸田市の現状はどうであろうか。戸田市は高齢化率 16.6%、人口増減率 +10.6%で象限 1 の中でもかなり左上に位置している。日本全国の全自治体の中でも、高齢化と人口減少がかなり緩やかな自治体であるといえる。

さて、それでは郊外都市はどのような状態であるのか、さらにその中の戸田市の位置づけを確認する。前掲の<図表 4>の散布図を郊外都市のみ、651 の自治体で作成したのが<図表 5>である。

図表 5 人口増加率と高齢化率 (651 の郊外都市の散布図)



資料出所：国勢調査（平成27年度）より筆者作成

	自治体数	全体の割合
象限 1	39	6.0%
象限 2	160	24.6%
象限 3	449	69.0%
象限 4	3	0.5%



これによると、「人口増かつ高齢化低」の象限 1 に位置する自治体は 39 あり全体の 6.0%を占めて

いる。次いで「人口増かつ高齢化高」の象限2に位置するのは160自治体で全体の24.6%、「人口減かつ超高齢社会」を占める象限3に位置している自治体は449あり、全体の69.0%である。

同図からも、郊外都市は先述のとおり人口増加の多くが郊外都市に集中していることがわかる。

郊外都市の歴史は日本では新しく、戦後の経済成長とともに日本の郊外都市は発展してきた。戦後の日本の工業化を契機に、多くの人々が都心に移住し、都心部が徐々に拡大、さらにその周辺に居住地を求めたのが郊外化である。この約50年足らずの歴史の中で、既に郊外都市の衰退現象が表面化してきた昨今、郊外の衰退が議論⁴されている。高度経済成長とともに郊外都市に移り住んだ人々が、軒並み高齢化してきており街がゴーストタウン化してしまった現象があちこちで起こってきている。こうした都市の姿を的確に指摘したのはL・H・クラッセンの都市の発展段階論である。都市の発展段階論とは都市は都市化、郊外化、逆都市化という段階を経て成長し、拡大し、やがて衰退していくというモデルである。同モデルでは、衰退の先には再都市化が用意され、再び都市の成長が始まる可能性が示されているものの、今後の日本において再度都市が成長する姿を描くことは難しい。この未曾有の人口減少時代に突入するにあたり、すべての都市がやがて人口減少局面を迎えるという時代の転換期である。すなわち、これまでの歴史で見られてきた都市の成長→衰退→再成長、というモデルは適用されないであろう。

しかしながら、衰退のままで良いという訳ではない。成長→衰退→再成長を、「成長→変革」という新しいモデルで新たなまちづくりを再構築する必要がある、今はまさにその転換期を迎えているのである。人口減少社会の中で、これまでの経済成長をキーワードとしない豊かなまちづくりが求められている。

こうした郊外都市の課題に対して、その最先端にいる戸田市は郊外都市の先端都市になり得る可能性を秘めている。都市の変換モデルを、現在の日本の姿に当てはめた新しい変換モデルが必要であり、その中において戸田市が「成長→変革」のモデルを構築できることは、先端モデル都市となり得るべき転換期であると言える。これからの日本は、地域住民にとって安全で、暮らしやすい都市づくりが優先されるべき方向性となっている。しかし、その具体的方法は、都市づくりのシナリオを「官（役所）まかせ」にするのはもう時代遅れとなっていることは周知の事実である。既に新しい考え方にもとづき、地域住民が主体となって新たなまちづくりが進みつつある時代となっている。その中で、郊外の先端都市として戸田市は新たな方向性に官がどのような役割で住民支援をしていくか、住民がどのように主体的にかかわるかが問われる時期であろう。本研究は、戸田市の地域優位性を生かした独自性のあるまちづくりに、いかに地域が主体となって取り組んでいけるか、その視点をベースとして行うものである。

⁴ 特に関東圏で有名なのは多摩ニュータウンの高齢化の課題である。

第2章

戸田市に住む有子女性の就業の特性

本章では、戸田市に住む有子女性の就業状態が、類似都市や埼玉県内、または全国と比べてどのような状態にあるのか、現状を把握することが目的である。

本研究テーマの対象である「戸田市に住む有子女性」の就業の問題が戸田市の地域特性にどのように現れているのかを把握するものである。

1. 有子女性の就業状態比較（戸田市と類似都市、および県内・全国比較）

1. 1 妻の非就業世帯（専業主婦世帯）割合の比較

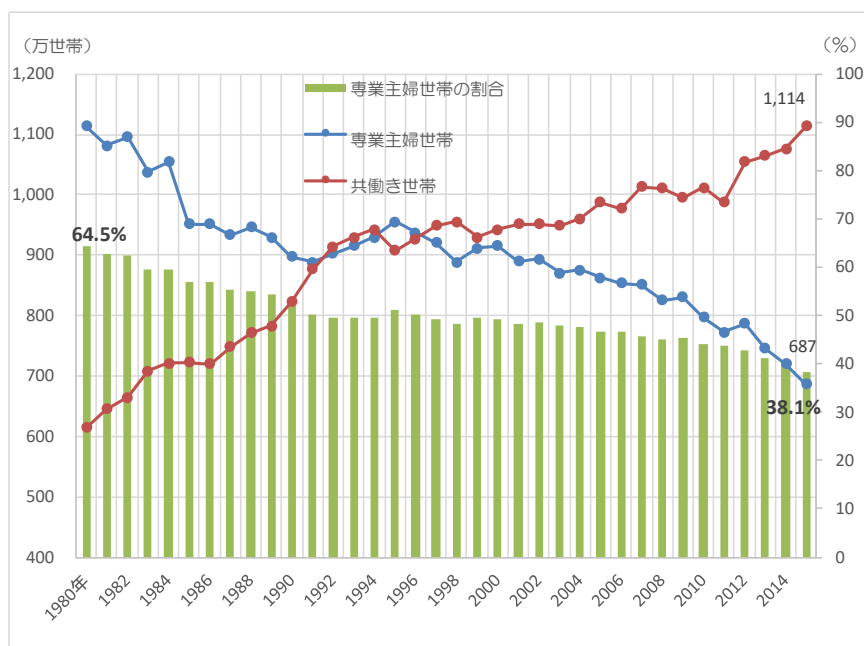
（1）専業主婦世帯の推移

一般的に「専業主婦」という言い方があるが、統計上ではさまざまな区切りがなされており実は明確な数値や割合は把握されていない。昨今は、多様な働き方が増えてきており、例えば主に家事を担っているがパートで少し仕事をしている主婦層や、不規則就労者も増えており、就労時間が何時間未満であるから「専業主婦」という統一された定義は存在していない。

全国の実態調査によると⁵、共働き世帯（雇用者の共働き世帯）が1,114万世帯で、専業主婦世帯（男性雇用者と無業の妻からなる世帯）が687万世帯と、全世帯の38.1%が専業主婦世帯である（図表6）。1980年（S55年）の64.5%から比べて、マイナス26.4ポイント専業主婦世帯割合が減ってきており、全世帯の約6割が共働き世帯になってきているという状態である。

図表6 専業主婦世帯と共働き世帯の推移

1980年より共働きと専業が逆転。専業主婦世帯は約4割に減少



資料出所：厚生労働省「厚生労働白書」、内閣府「男女共同参画白書」（いずれも平成26年版）、総務省「労働力調査（詳細集計）」（2002年以降）

注1 「専業主婦世帯」は夫が非農林業雇用者で妻が非就業者（非労働力人口及び完全失業者）の世帯。

注2 「共働き世帯」は、夫婦ともに非農林業雇用者の世帯。

注3 2011年は岩手県、宮城県及び福島県を除く全国の結果。

⁵ 全国レベルの統計調査では、以下のページで専業主婦世帯と共働き世帯の時系列推移が発表されている。
<http://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/timeseries/html/g0212.html>

(2) 専業主婦世帯の割合

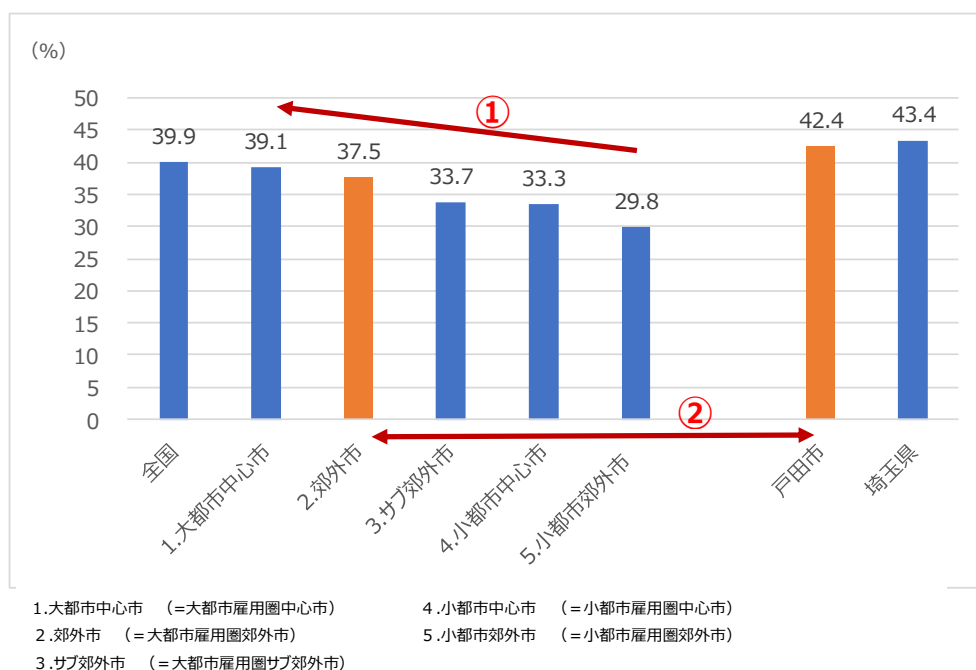
本節では、最初に「専業主婦」の戸田市の状態を把握することが目的であるが、その際に他地域との比較も行う必要がある。そのため、市町村単位で同類の数値が把握できる国勢調査を基に現状分析を行った。

同調査では、夫が就業者で妻が非就業者の世帯（＝専業主婦世帯）を地域別に見ることができる。そこで、全自治体を1.大都市中心市（＝大都市雇用圏中心市）、2.郊外市（＝大都市雇用圏郊外市）、3.サブ郊外市（＝大都市雇用圏サブ郊外市）、4.小都市中心市（＝小都市雇用圏中心市）、5.小都市郊外市（＝小都市雇用圏郊外市）の5分類に区分し、各区分の専業主婦世帯割合の平均を算出した。これによると、全体的に都市度があがる程専業主婦世帯割合も高まる傾向がみられる。都市度が下がる、すなわち田舎になる程自営業や農業などの割合が増え、それに伴い妻が仕事を手伝う傾向が増加することによって推察される（＜図表7＞の①参照）。

この統計から、戸田市の夫が就業状態である全2万2,542世帯の内、専業主婦世帯が9,552世帯で42.4%であるのに対し、類似の2.郊外都市は37.5%であり、やや戸田市は同割合が高い傾向であることがわかった。（＜図表7＞の②参照）ちなみに、埼玉県全体は夫が就業状態である全128万6,337世帯の内、専業主婦世帯が55万8036世帯で43.4%となっている。戸田市は埼玉県に比べるとやや専業主婦割合が低い傾向にある。

図表7 専業主婦世帯の割合（戸田市と他地域比較）

戸田市の専業主婦世帯は42.4%、他郊外都市と比較してやや高い傾向



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

また、同データを専業主婦世帯割合の多い順に、埼玉県内の自治体を一覧にしたのが<図表 8>である。これによると、戸田市は県内でちょうど真ん中程度の割合である。一方で、2005年の同割合が46.5%であるのと比べるとマイナス4.1ポイントという状態である。同数値のマイナスが大きいほど、地域の主婦化が緩和されてきていることを示す。戸田市の主婦化は県内では14番目にマイナスが大きい数値であり、主婦化が緩和されてきている地域といえる。

戸田市は「専業主婦世帯は42.4%程度、県内で比べるとほぼ中位であるが、専業主婦世帯の減少は-4.1ポイントで県内で共働き世帯の増加が大きく、主婦化が緩和されてきている地域」、という状態である。

図表 8 埼玉県_専業主婦世帯の割合の高い順ランキング

戸田市の専業主婦世帯は県内で真ん中、対2005年比の減り幅が大きいいため、主婦化が緩和されてきている

都市名	専業主婦世帯割合 (%)		2010年との差	
	(2010年)	(2005年)		
1 蓮田市	47.7	50.2	-2.5	
2 伊奈町	46.8	48.8	-2.0	
3 白岡町	46.4	49.3	-2.9	
4 さいたま市	46.1	50.0	-3.9	
5 幸手市	45.9	46.7	-0.8	
6 ふじみ野市	45.6	47.6	-2.0	
7 志木市	45.6	49.0	-3.4	
8 宮代町	45.2	48.4	-3.2	
9 坂戸市	45.1	47.2	-2.1	
10 所沢市	45.0	49.2	-4.2	[13]
11 滑川町	44.8	44.9	-0.1	
12 川口市	44.6	47.2	-2.6	
13 富士見市	44.5	48.9	-4.4	[8]
14 春日部市	44.4	49.0	-4.6	[6]
15 草加市	44.4	47.9	-3.5	
16 和光市	44.4	50.1	-5.7	[2]
17 鶴ヶ島市	44.3	46.7	-2.4	
18 狭山市	44.2	48.5	-4.3	[10]
19 久喜市	44.0	47.7	-3.7	
20 北本市	43.9	47.6	-3.7	
21 越谷市	43.9	48.8	-4.9	[4]
22 杉戸町	43.9	47.8	-3.9	
23 三郷市	43.9	44.5	-0.6	
24 三芳町	43.6	46.3	-2.7	
25 上尾市	43.6	48.2	-4.6	[6]
26 鳩山町	43.4	43.9	-0.5	
27 入間市	43.4	46.5	-3.1	
28 日高市	43.2	45.4	-2.2	
29 桶川市	43.0	46.5	-3.5	
30 蕨市	43.0	47.3	-4.3	[10]
31 鳩ヶ谷市	42.9	47.2	-4.3	[10]
32 八潮市	42.5	44.8	-2.3	
33 川越市	42.5	46.9	-4.4	[8]
34 戸田市	42.4	46.5	-4.1	[14]
35 東松山市	42.1	43.7	-1.6	
36 飯能市	42.1	45.2	-3.1	
37 鴻巣市	42.0	45.3	-3.3	
38 新座市	41.8	46.6	-4.8	[5]
39 朝霞市	41.1	47.1	-6.0	[1]
40 吉川市	40.6	44.4	-3.8	
41 熊谷市	40.2	42.7	-2.5	
42 横瀬町	40.2	44.3	-4.1	[14]
43 松伏町	40.1	44.0	-3.9	
44 毛呂山町	39.5	42.0	-2.5	
45 加須市	39.2	40.8	-1.6	
46 川島町	38.9	39.8	-0.9	
47 寄居町	38.8	39.8	-1.0	
48 秩父市	38.5	41.0	-2.5	
49 深谷市	38.5	42.3	-3.8	
50 嵐山町	38.4	40.9	-2.5	
51 行田市	38.2	41.2	-3.0	
52 羽生市	37.5	39.6	-2.1	
53 皆野町	36.6	37.5	-0.9	
54 小川町	36.4	39.1	-2.7	
55 本庄市	36.0	39.2	-3.2	
56 神川町	35.9	36.8	-0.9	
57 上里町	35.7	37.3	-1.6	
58 吉見町	35.4	37.0	-1.6	
59 越生町	35.1	37.9	-2.8	
60 長瀨町	33.5	35.7	-2.2	
61 小鹿野町	33.2	32.4	0.8	
62 ときがわ町	33.0	合併のためデータなし		
63 美里町	32.6	32.0	0.6	
64 東秩父村	29.9	35.5	-5.6	[3]

出所：「国勢調査」2010年および2005年産業等基本集計より集計

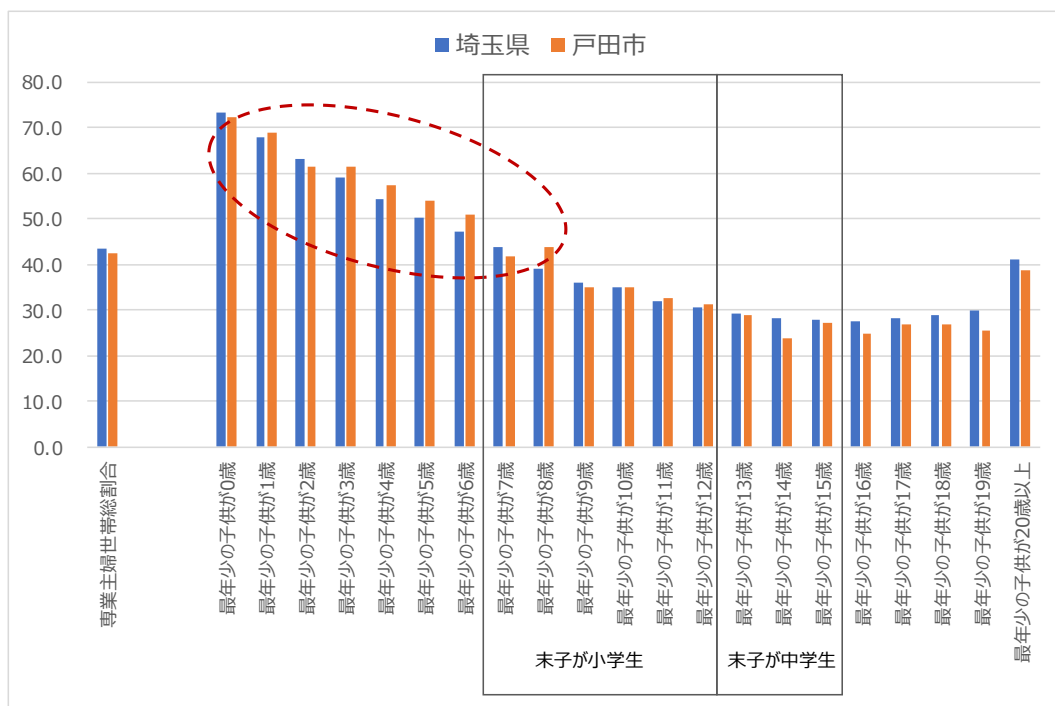
1. 2 末子年齢別にみた専業主婦世帯割合の比較

同調査の専業主婦割合を末子年齢別にみたのが<図表9>である。これによると、戸田市は埼玉県と比べて末子年齢が0～8歳の時点までは専業主婦率が高く、それ以降は低い傾向がみられた。

このことから、戸田市では子どもが小学生にあがるまでの専業主婦率は高いものの、その後は共働き率が高まる傾向が見られた。同調査からは、この年代の有子女性たちが地域外へ働きに出ているのか否かは判断できないものの、第1章1節で説明された世代間断絶の構図と合致する結果といえる。すなわち、戸田市の有子女性は末子が小学校入学未満までは専業主婦率が高いものの、小学校に入るところから就業を開始させている人が増える傾向にあり、以降、県内と比較しても共働きがやや多い地域であることが見られた。一般的に、戸田市は専業主婦率が高い傾向にあるのではないかという感覚値に対して、末子の年齢別に詳細をみると「小学校入学前の子を持つ有子女性の専業主婦率は高いものの、それ以降の年代では共働き世帯が増える地域」と言える。

図表9 子どもの年齢別_専業主婦世帯割合比較

戸田市は、末子年齢が8歳以下での専業主婦率が高い



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

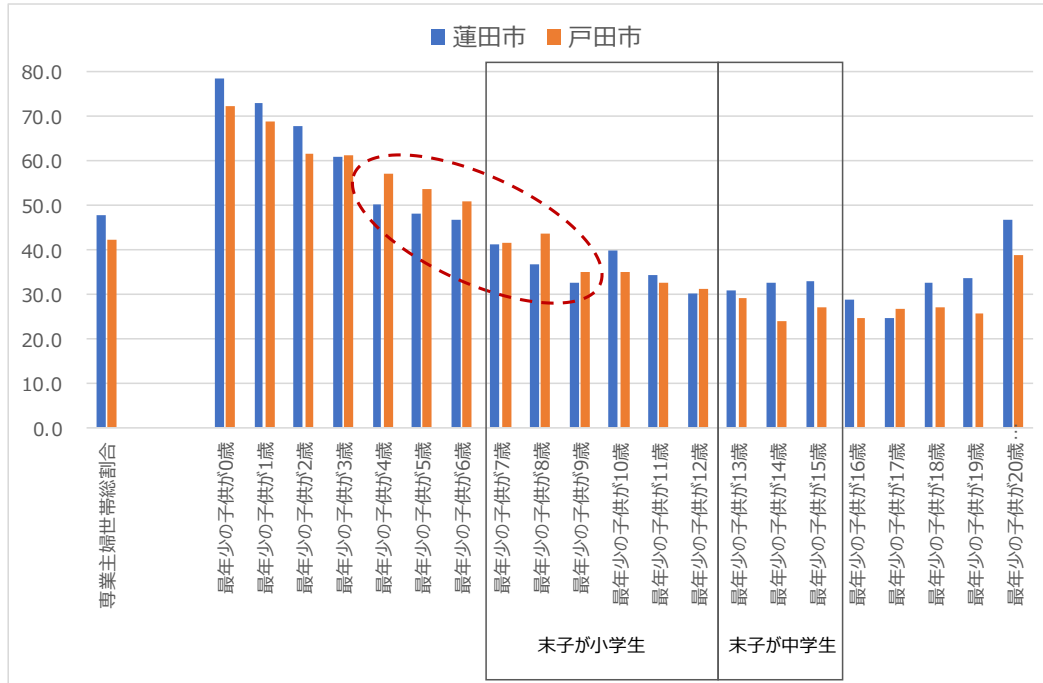
また、同じ統計調査から埼玉県で最も専業主婦率の高い蓮田市と比較してみる<図表10>。

これによると、蓮田市の専業主婦率の高さが顕著に表れているのは末子が0～3歳である。対して、小学校入学前の4歳から小学校中学年の9歳までは戸田市の方が専業主婦率が高い傾向であることがわかる。

このことは、世帯全体の年収や同居家族形態、地域の教育環境など、さまざまな要因に影響されるものであり、一概に専業主婦率だけでその年代の特徴とすることは難しいが、小学校入学前と小学校中学年までの年齢の子を持つ母親の就業の条件や状態に、戸田市は何らかの特性がある可能性が示唆される。

図表 10 子どもの年齢別_専業主婦世帯割合比較

県内で最も専業主婦率の高い蓮田市と比べて、末子 4～9 歳の世代では戸田市の方が専業主婦率が高い



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

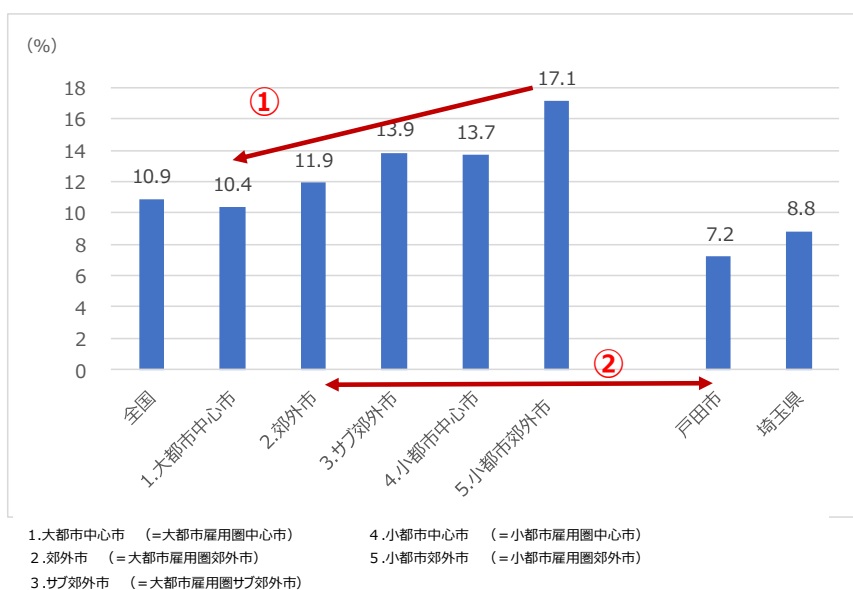
2. 有子女性の自営などによる就業状態の比較

2. 1 妻が自営などの世帯割合の比較

それでは、有子女性の自営業の状態はどのようになっているのかを、先の国勢調査のデータから算出した。国勢調査では就業者は、「自営業主」、「家族従業者」、「雇用者」に分かれており、一般的に雇われて就業している人は「雇用者」の分類となる。そのため、「(夫が就業者で)妻が就業者の人数－(夫が就業者で)妻が雇用者の人数」によって、共働き世帯のうち、「妻が自営業または家族経営の従業者」の人数が算出される。

「妻が自営業または家族経営の従業者の人数」は何を指すのか。これは、自営および家族経営の従業者というのは住職近接での傾向がかなり強い⁶ということから、地域で働くことで地域との関係性が継続されやすい環境にいることを示す。自営や家族経営従業者の場合には、地域の商店街連盟や商工会などに所属したり顧客が地域住民であるなど、地域での人的ネットワークや活動の増加を生みやすい環境であるということである。同ネットワークや活動に積極的に参加するかしなないかは個人的な要因があり、これは別の議論とする。ここでは「妻が自営業または家族経営の従業者の人数」は、地域外で就業する人よりも地域密着型の環境に置かれており、世代間断絶を埋めるキーパーソンとなり得る可能性を持つ属性と考え、同属性の戸田市の状態を確認した。

図表 11 妻が自営業または家族経営の従業者（世帯）の割合
戸田市の同属性は 7.2%、全国や類似の郊外都市と比べて低い



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

⁶ 居住地域で必ずしも自営を起こすとは限らないものの、女性の特に有子女性の自営が居住地域以外というのは、それほど多くはないであろうという想定のもとに同数値を参照した。家族経営の従業で働く場合も同様である。

前述の国勢調査から、末子年齢別の「妻が自営業または家族経営の従業者」（以下「妻が自営など」とする）の割合を算出し、都市分類別と埼玉県とで比較したのが<図表 11>である。

これによると、全体的に都市度があがる程妻が自営などの世帯割合が低くなる傾向がみられる。都市度が下がる、すなわち田舎になる程自営業や農業などの割合が増え、それに伴い妻が仕事を手伝える傾向が増加することによって推察される（<図表 11>の①参照）。

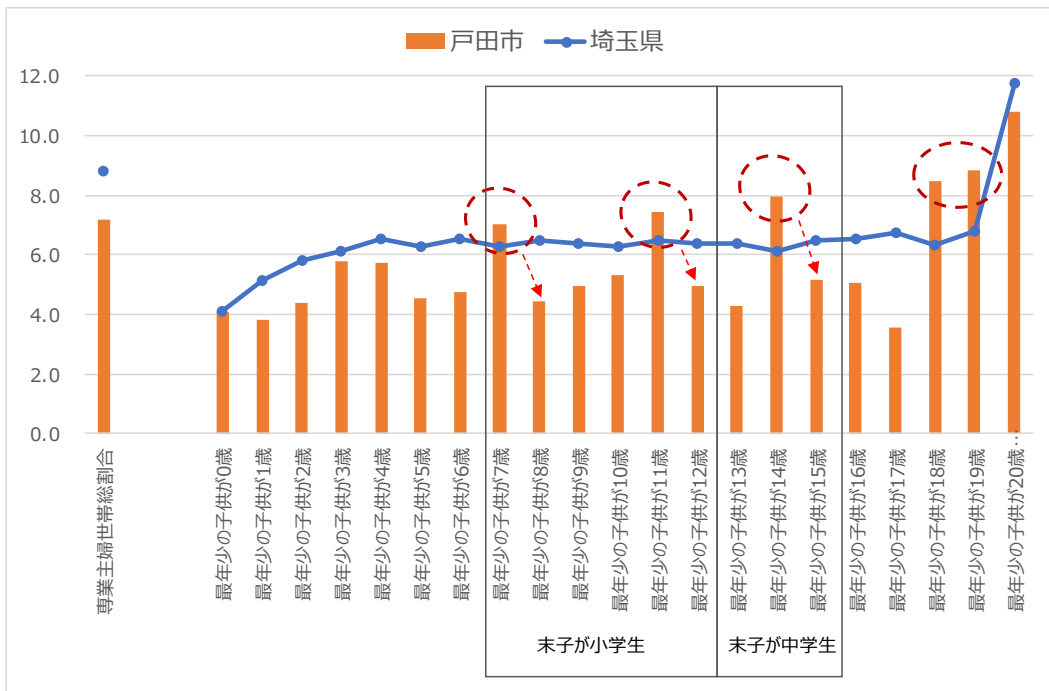
また、戸田市の夫が就業状態である全 2 万 2,542 世帯の内、妻が自営などの世帯が 1,620 世帯で 7.2%であるのに対し、類似の 2.郊外都市は 11.9%であり、戸田市は同割合が低い傾向であることがわかった。（<図表 11>の②参照）ちなみに、埼玉県全体は夫が就業状態である全 128 万 6,337 世帯の内、妻が自営などの世帯が 11 万 3,345 世帯で 8.8%となっている。戸田市は埼玉県に比する妻が自営などの割合が低い傾向にある。

2. 2 末子年齢別にみた妻が自営などの世帯割合の比較

それでは、妻が自営などの世帯が、戸田市は全般的に低い傾向であるが、末子年齢別にみた場合どのような特徴があるのかをみる。<図表 12>では、末子の子どもの年齢別の妻が自営などの世帯割合を戸田市と埼玉県とで比較したものである。これによると、埼玉県は末子年齢が 4 歳頃まで妻が自営などの世帯割合が徐々に上がり、以降、20 歳までほぼ横ばいである。

図表 12 子どもの年齢別_妻が自営などの世帯割合比較

戸田市は、ある特定の年代で妻が自営などの割合は高まるものの、継続していない



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

これに対して、戸田市の場合は図内で赤○で囲った年代のうち、末子年齢が7歳、11歳、14歳の時に一時期妻が自営などの世帯割合が高まるものの、翌年代では急減する傾向がみられた。特にこの3年代については、埼玉県全体の割合より高く、妻が自営などでの就業に対する環境かまたはニーズが存在している可能性が示唆される。このことは、戸田市の地域的特性が何らか関係している可能性も秘めているため、次年度の調査で確認したい項目である。

3. (小括) 子育て終了時期に地域外で就業する女性が多い

本章では、戸田市に住む有子女性の就業状態が、類似都市や埼玉県内などと比べてどのような状態にあるのか、現状を把握することが目的である。

本研究テーマの対象である「戸田市に住む有子女性」の就業の問題が戸田市の地域特性にどのように現れているのかを把握するものであるが、その結果、以下の5点が確認された。

(1) 戸田市の専業主婦世帯が9,552世帯で42.4%（夫が就業状態である全2万2,542世帯を母数として）である。類似の郊外都市の37.5%と比較して高い傾向である。

(2) 埼玉県第で専業主婦世帯の割合をみると、戸田市は県内でちょうど真ん中程度の割合であるが、5年前調査と比べてマイナス4.1ポイントと専業主婦化が緩和されてきている地域といえる。

(3) 戸田市は、小学校入学前の子を持つ有子女性の専業主婦率は高いものの、それ以降の年代では共働き世帯が増える地域である。

(4) 妻が自営などの世帯が1,620世帯で7.2%（夫が就業状態である全2万2,542世帯を母数として）である。類似の郊外都市の11.9%や、埼玉県の8.8%と比較して低い傾向である。

(5) 末子年齢が7歳、11歳、14歳の時に、一時期妻が自営などの世帯割合が高まるものの、翌年代では急減する傾向がみられた。

以上のことから、戸田市は末子が小学生前の有子女性の専業主婦世帯が埼玉県などと比べて高く、それ以降の年代ではむしろ共働き世帯割合が高くなる。また、一時期自営などの割合が高まるも継続されてないといった特徴がみられた。このことは、本研究のテーマである「女性の地域開業」の対象者の大きさを量るという点から、ある一定の層が存在していることを確認できたものである。

第3章

戸田市に住む有子女性の 就業希望状態

本章では、戸田市に住む有子女性の現在の就業状態（非就業も含め）に対する満足度を把握した。

「女性の地域開業の可能性」として、現在専業主婦である女性が「そもそも就業意欲がない」場合は、根本的に本テーマの存在が難しいからである。

そのため、本来働きたくても働けない要因があり、もしその要因が取り除かれるならば就業を希望するという有子女性がどの程度いるのかを把握した。まずは「開業」という業態に限らず、「就業の意欲」を量るものである。

1. 調査の概要（アンケート調査）

（1）調査の目的

戸田市に住む既婚有子女性の就業状態ミスマッチの状況を把握した。本来働きたいのに働いていない人、致しかたなく希望していない状態で就業している人らの就業希望状況を把握することで、本研究のテーマである「女性の地域開業の可能性」があるのか、ないのかを確認する。

（2）アンケートの時期

本調査は「戸田市における子育て支援活動」を用いた郵送調査に基づく標本調査である。調査票の郵送は2013年7月20日より8月22日の回収を締め切りとした。さらに、回収締め切り直前には調査対象者に「督促はがき」を送付した。

（3）アンケートの対象

調査対象としたのは戸田市在住市民のうち、住民基本台帳データから年代別に層化抽出を行い1500票の調査票を郵送した。実際の回収率は577票の38.4%であった。同調査は全市的な戸田市住民の子育て支援に関する意見を求めることを目的に行っており、本節での調査はこのうちの女性のみを抜粋して対象として扱った。特に、就業状態や希望就業形態を問う設問が中心のため、未回答者を除き有効回答数は315票であった。分析の対象とした標本の属性は<図表13>である。

図表 13 アンケート回収者の基本属性

		人数	割合
合計		315	
性別	男性	0	0.0%
	女性	315	100.0%
年代	20代	50	15.9%
	30代	110	34.9%
	40代	108	34.3%
	50代	45	14.3%
	60代	0	0.0%
	無回答	2	0.6%
世帯年収	100万円未満	5	1.6%
	100～300万円未満	33	10.5%
	300～500万円未満	65	20.6%
	500～700万円未満	64	20.3%
	700～900万円未満	59	18.7%
	900万円以上	61	19.4%
	答えたくない	25	7.9%
	無回答	3	1.0%
結婚状態	既婚	246	78.1%
	未婚	67	21.3%
	無回答	2	0.6%
子どもの有無	あり	217	68.9%
	なし	98	31.1%

(4) 分析の手順

本分析は「戸田市における子育て支援活動」⁷を用いたアンケート調査に基づく標本を利用した。分析手順としては以下である。

手順1) まず、就業希望と実際の就業状態を問う設問をクロス集計し、就業状態と希望就業形態とで属性を7つに分類した。その上で戸田市ではどの属性がどの程度就業希望と現状の乖離があるのかを確認した。

手順2) 有子女性はそもそも就業意欲が低い(専業主婦を希望している)のか、就業意欲はあるものの希望の就業形態に就けていない状態であるのかを確認する。

手順3) 仕事を選ぶ際にどの点を重視するかを問う設問とクロス集計し、希望する就業条件の内容を確認した。

⁷ 2014年3月報告「戸田市における子育て支援活動 共同研究」報告書参照(目白大学社会学部地域社会学科と戸田市との協働研究)。同研究で実施したアンケート調査を事前に了解を得て二次利用したものである。

2. アンケート結果

2. 1 就業状況と希望就業形態の乖離状態

就業形態をフルタイム、パートタイム、自営業、無職（専業主婦）の4分類に分け実際の就業状態と希望就業形態でクロス集計した<図表 14>。

これによると、フルタイム就業者は112人（35.5%）、パートタイム就業者は104人（33.0%）、自営業は21人（6.6%）、専業主婦は78人（24.8%）であった。

また、現在の就業状態と希望形態とで合致しているか乖離しているかの構成を分かりやすくしたのが<図表 15>である。対角線上にグレーの枠であるA、B、C、D層は現状と希望が合致しており満足層である。対して破線枠のE、F、Gは合致しておらず不満足層である。フルタイム就業者は現状の就業状態に満足している人（=A）が多い（74.1%）傾向にある。それに対して、パートタイム就業者の満足度（=B）は51.0%、自営業者（=C）38.1%、専業主婦（=D）は25.6%という結果であった。また、専業主婦で何らかの就業を希望している層（=E）は74.4%であった。つまり、専業主婦は現状の無職の状態に満足していない人が圧倒的に多いという結果であった。

図表 14 現在の就業状態と、希望就業形態

		希望就業形態				総計
		フルタイム希望	パートタイム希望	自営業希望	専業主婦希望	
現在の就業状態	フルタイム	74.1% (83)	10.7% (12)	3.6% (4)	11.6% (13)	100.0% (112)
	パートタイム	30.8% (32)	51.0% (53)	7.7% (8)	10.6% (11)	100.0% (104)
	自営業	28.6% (6)	19.0% (4)	38.1% (8)	14.3% (3)	100.0% (21)
	無職(専業主婦)	6.4% (5)	66.7% (52)	1.3% (1)	25.6% (20)	100.0% (78)
	総計	40.0% (126)	38.4% (121)	6.7% (21)	14.9% (47)	100.0% (315)

カイ2乗値=146.8 P<0.01

図表 15 現在の就業状態と、希望就業形態

		希望就業形態			
		フルタイム希望	パートタイム希望	自営業希望	専業主婦希望
現在の就業状態	フルタイム	A	F		
	パートタイム	F	B	C	G
	自営業				
	無職(専業主婦)	E			D

		人数	割合
A	フルタイム就業満足層	83	74.1%
B	パートタイム就業満足層	53	51.0%
C	自営業就業満足層	8	38.1%
D	専業主婦満足層	20	25.6%
E	無職(専業主婦)／就業希望	58	74.4%
F	全就業者／他の形態で就業希望	66	27.8%
G	全就業者／無職(専業主婦希望)	27	11.4%

割合は就業状態人数を母数として算出した

また、全体から既婚有子女性と既婚無子女性、未婚女性のみを取り出して結果を比較したのが<図表 16>である。

その結果、未婚女性は50%がフルタイム満足のA層にいる。また、既婚無子女性はやや数値が下がるものの、フルタイム満足が30.0%で最も多く未婚女性と同様のバランスである。それに対して既婚有子女性の場合、パートタイム満足B層が18.4%と増大、現在専業主婦で就業を希望しているE層が最も多く25.7%であった。

<図表 17>は<図表 16>を就業満足と不満足に大きく分類したものである。

その結果、就業満足層は既婚有子女性<既婚無子女性<未婚女性と徐々に増大する。当然、就業不満足層はその逆となる。すなわち、既婚有子女性が最も現在の就業状況に満足しておらず、既婚者であっても子どもがいない女性の場合はほぼ未婚女性と同様のパターンを示している。また、就業希望(D、G除く)は子どもの有無に関わらず全属性でほぼ同じで、出産・育児によって就業意欲自体が減退しているとは言えない状況であることがわかる。すなわち、子育てによる時間的な制約によって現在の就業が満足いくものではないが、就業意欲自体は他の属性と変わらずに8割以上が働きたいと思っている(あるいは働かなくてはならない)という状況である。

図表 16 A～Gの分布（既婚、未婚、子どもの有無で比較）

	全体	既婚有子女性	既婚無子女性	未婚女性
☒ A フルタイム就業満足層	26.3% (83)	18.4% (38)	30.0% (12)	50.0% (28)
B パートタイム就業満足層	16.8% (53)	18.4% (38)	17.5% (7)	8.9% (5)
C 自営業就業満足層	2.5% (8)	1.9% (4)	5.0% (2)	1.8% (1)
D 専業主婦満足層	6.3% (20)	7.8% (16)	5.0% (2)	1.8% (1)
E 無職(専業主婦)／就業希望	18.4% (58)	25.7% (53)	10.0% (4)	1.8% (1)
F 全就業者／他の形態で就業希望	21.0% (66)	18.9% (39)	22.5% (9)	26.8% (15)
2) G 全就業者／無職(専業主婦希望)	8.6% (27)	8.7% (18)	10.0% (4)	8.9% (5)
合計	100.0% (315)	100.0% (206)	100.0% (40)	100.0% (56)

枠内は同属性で最も割合の多かった回答

図表 17

	全体	既婚有子女性	既婚無子女性	未婚女性
就業満足層(A～D)	52.1% (164)	46.6% (96)	57.5% (23)	62.5% (35)
就業不満足層(E～G)	47.9% (151)	53.4% (110)	42.5% (17)	37.5% (21)
就業希望者(D、G除く)	85.1% (268)	83.5% (172)	85.0% (34)	89.3% (50)

枠内は同属性で最も割合の多かった回答

2. 2 仕事を選ぶ際の重点ポイント

それでは次に、有子女性の就業希望はどのようなものであるかを見ていく。有子女性は全体で206名、その属性は<図表 18>で示した。

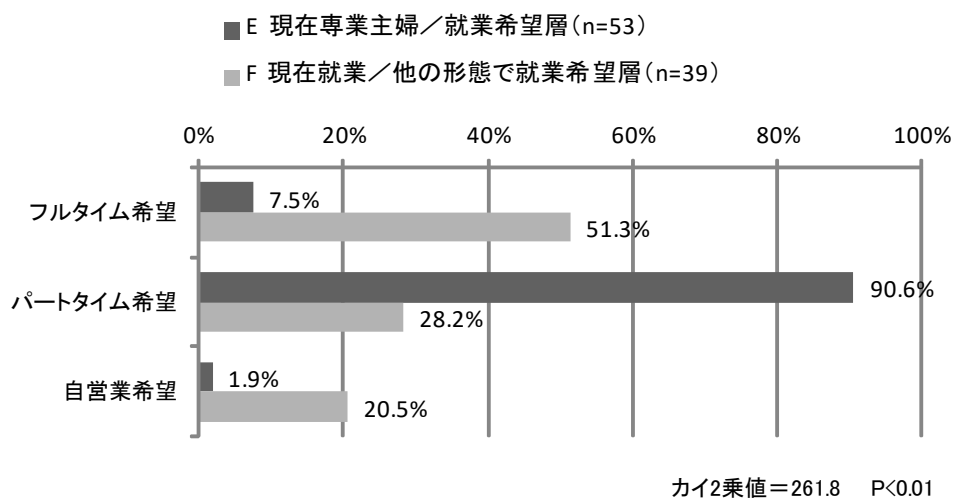
図表 18 有子女性のみの基本属性

年代	20代	11	5.3%
	30代	74	35.9%
	40代	81	39.3%
	50代	38	18.4%
	無回答	2	1.0%
居住年数	5年未満	77	37.4%
	5～9年未満	37	18.0%
	9～20年未満	73	35.4%
	20年以上	18	8.7%
	無回答	1	0.5%
就業と出産	結婚や出産に関係なく、 ずっと働き続けている	54	26.2%
	結婚や出産で退職し子どもの手が 離れた後で再び働いている	76	36.9%
	結婚や出産で退職し、 その後ずっと働いていない	71	34.5%
	学校卒業後、ずっと働いていない	1	0.5%
	無回答	4	1.9%
就業状態	フルタイム	53	25.7%
	パートタイム	70	34.0%
	自営業	14	6.8%
	専業主婦	69	33.5%
	その他	0	0.0%
子どもの人数	1人	72	35.0%
	2人以上	134	65.0%
末子の年齢	未就学児	89	43.2%
	小学生	44	21.4%
	12～18歳	31	15.0%
	19歳以上	41	19.9%
	無回答	1	0.5%

さらに有子女性の内、就業状態不満足層（E、F）がそれぞれどの業態の仕事を希望しているかは<図表 19>である。

E=現在専業主婦／就業希望者の90.6%がパートタイム就労を希望しており、7.5%がフルタイムを希望、自営業希望者は1.9%であった。対して、F=現在就業／他の就業形態を希望している層は、51.3%がフルタイムを希望、28.2%がパートタイム、20.5%が自営業を希望しているという結果であった。

図表 19 有子女性の就業状態不満足層__希望就業形態



さらに、仕事を選ぶ際にどのような点を重視するかを問う設問では、<図表 20>の回答結果であった。最も重視することは、いずれの層も同様に就業時間の融通性に関することであった。時間的融通が第一条件にくることは有子女性の場合非常に納得のいく結果であることから、時間的条件以外の重視する項目で比較してみた。

A～C＝現在の就業状況満足層は仕事内容よりも雇用条件であり、逆に E＝現在専業主婦で就業希望層は雇用条件よりも仕事内容を重視する傾向が見られた。F＝現在就業で他の就業形態を希望層は雇用条件と仕事内容がほぼ同割合であった。

図表 20 既婚有子女性（就業希望者のみ）__仕事を選ぶ際に重視すること

重視する項目	A～C 就業状況満足層 (n=80)	E 現在主婦／就業希望層 (n=53)	F 現在就業／他形態希望層 (n=39)
(条件)雇用条件に関すること	22.9%	11.3%	19.7%
(時間)就業時間の融通性に関すること	55.4%	74.8%	55.6%
(内容)仕事内容に関すること	19.2%	13.2%	19.7%

さらに、時間的条件以外の重視する項目を詳細で比較し、選択肢 13 項目のうち上位 3 項目を抜粋してみると<図表 21>の結果であった。A～C＝就業状況満足層は条件面での希望が多かったのに対して、E、F の就業希望層は仕事内容を重視する傾向が見られた。このことは、A～C＝就業状況満足層は現在就いている仕事内容が既にある程度希望を満たしている可能性が高い。逆に、E、F の現

在希望の就業形態に就いていない層は、仕事内容に不満があり仕事をしていない（E層）か、不満はあるものの取りあえず就業を続けている（F層）可能性が高い。

また、全層で「知識や経験を生かせる仕事内容」が上位にあがっており、E層＝現在主婦／就業希望者は「雇用や身分の安定」の次に「将来のキャリアに繋がる仕事内容」が3番目にきている。F＝現在就業／他の業務形態で就業を希望層は「社会貢献度のある仕事内容」が「雇用や身分の安定」よりも上位であった。

図表 21 有子女性（就業希望者のみ）__仕事を選ぶ際に重視すること（時間以外の比較）

A～C 就業状況満足層	(n=80)
(条件) 雇用や身分の安定	33.8%
(内容) 知識や経験を生かせる仕事内容	32.5%
(条件) 給与が高い	17.5%
E 現在主婦／就業希望層	(n=53)
(内容) 知識や経験を生かせる仕事内容	20.8%
(条件) 雇用や身分の安定	15.1%
(内容) 将来のキャリアに繋がる仕事内容	13.2%
F 現在就業／他形態希望層	(n=39)
(内容) 知識や経験を生かせる仕事内容	30.8%
(内容) 社会貢献度のある仕事内容	20.5%
(条件) 雇用や身分の安定	15.1%

3. (小括) 住職近接を重視し、各条件のバランス次第

本アンケート結果からは、戸田市の有子女性の半数以上が現状の就業状態に不満をもっており、特に、現在専業主婦で何らかの就業を希望している人は76.8%存在していることがわかった。彼女らは、子育てという時間的制約があるため、時間的融通のつく就業形態を望む傾向がみられたが、仕事の内容的には「自分の知識や経験を生かし」たり、「社会貢献度のある」仕事を望んでいる傾向がある。時間的融通のつく就業形態でありつつ、同時に仕事の内容にもこだわりたい。そのバランスを取りたいという希望が潜在的に強くあることが、本アンケートからは推察される。

就業時間の問題と業務内容、その両立が可能である環境は何か。住職近接の環境であり、本研究のテーマである「地域コミュニティ」をつなぐ業務が存在すれば、彼女らの求めている両立が可能であるという仮説が成り立つ。住職近接で就業という形が困難であるならば（企業側の求人ニーズを高めるといった外的要因が強いため）、地域開業という選択肢は実はこの両立を叶える業務形態である訳で、そのニーズが有子女性たちにあるのかどうか、次の検証内容であろう。

本アンケートは2013年に実施したもので、やや分析結果が古いであろう。特に、この数年は地方創生による「働き方の改革」が推し進められる中、女性の活躍やワークライフバランス重視の傾向がでており、女性が働く環境は依然よりも改善されてきている面もある。また、経済的に共働きでないとやっていけないという若い夫婦も増えてきており、意図せず就業する有子女性も増えてきているという調査もある。

そこで、次年度にはこの同様のアンケートを実施し、上記仮説を検証する設問を加えていく予定である。経年の違いも見ることが可能であり、最新の戸田市有子女性の就業に対する意識を把握する予定である。

第4章

有子女性の戸田市地域開業の可能性

本章では、戸田市に住む有子女性の開業の状態を把握し、今後の戸田市における地域開業の地域的利点・難点や地域の特性を見出すことが目的である。

1. 調査の概要（ヒアリング調査）

（1）調査の目的

本章では有子女性のヒアリング調査を実施した結果からみた、地域開業の可能性について述べる。

同調査は、戸田市が有子女性の地域開業にむけた具体的支援をどのように策定するかの基本情報として、子育てをしながらの生活・就業を含めたライフプラン上の問題と開業に対する具体的なニーズ等を質的に把握することを目的としたものである。また、本年度の調査結果を踏まえて仮説設定を行い、次年度の量的調査で仮説検証することも目的としている。

地域開業の定義をどのように設定するかという大命題が期初に存在していたため、事前調査で幅広く有子女性のニーズを把握し、本調査で開業の経緯や障壁、意欲や悩みの実態とニーズを中心に話してもらった。

（2）調査の時期

事前調査：2016年4月～

本調査：2016年11月～

（3）調査の対象

事前調査においては、戸田市内で潜在的に開業を希望しているのではないだろうかと思われる有子女性（＝さまざまなワークショップに参加してるなど情報収集している）、具体的に開業を希望している女性、そして実際に開業されている有子女性の3属性のそれぞれ複数名から始めた。開業に踏み切る契機や環境、障壁や利点などの大まかなヒアリング調査項目を選定することを目的に行ったが、同調査から開業とプチ開業の線引きが必要であることが明らかとなった。これは、昨今注目されているプチ開業（「プチ起業」や「自宅サロン」などと呼ばれるもので、明確な業態の線引きは存在していない）の多くが、非課税の範囲で行われるものであったり、趣味の延長線でビジネスとして成り立たない形態のもの含まれており、行政が取り組む調査として何らかの線引きが必要であるという事である。

この事前調査の示唆を基に、本調査においては戸田市内で実際に開業しており店舗を有しているか開業歴が長い有子女性の12名に話を伺った。属性は<図表 22>のとおりである。以下、本章では本調査のみを掲出する。

図表 22 ヒアリング対象者の基本属性

対象	年代	開業歴 (店舗 歴)	業態	店舗	兼業状態	家族形態	開業のきっかけ	前職との関係	戸田市 居住歴	戸田市に住む きっかけ
A	50代	5年	雑貨	あり	あり (受託)	夫、子ども2人(20 歳、23歳)	育児を契機に、仕事 を継続したかった	前職継続に+a	28年	地代が安い
B	40代	4か月	飲食	あり	あり (雑貨販売)	夫、子ども1人(23 歳)	子どもの頃からの夢	特になし	3年	息子の進学と開業
C	40代	10年	インテリア	なし	あり (スクール)	夫、子ども1人(7 歳)	出産前から行っていた フラワーレンタルの 事業を小さくして継続	前職継続	6年	ご主人の以前の居住地
D	60代	4年	飲食	あり	△	夫、子ども2人(28 歳、25歳)		特になし	42年	父親の仕事の都合
E	20代	4年	児童福祉	あり	△	母、父、弟	学生の時のボラン ティア体験と戸田市の 子供時代	特になし	生まれてから ずっと	生まれ地
F	30代	2年	ネイルサービ ス業	あり	あり (講師業)	子ども2人(10際、7 歳)	手に職をつけたことと 物件との出会い	やや関連	14年	就学
G	50代	30年	学習支援	あり	あり (講師業)	夫	ご主人の実家のア パート経営と自分の 準備のタイミング	やや関連	30年	ご主人の実家
H	30代	7年	飲食	あり	あり (デリバリー)	夫、子ども2人(8歳、 1歳)	子どもの頃からの夢	特になし	8年	ご主人の実家
I	50代	18年	美容・理容	あり	なし (講師業)	夫、子ども(27歳、 18歳)	業界的な流れ	前職継続	20年	結婚
J	40代	3年	飲食	あり	なし	夫、子ども2人(15 際、14歳)	なんとなく、子どもが 大きくなったらカフェを やりたいと思っていた	特になし	16年	結婚とマンション購入
K	30代	11年	持ち帰り飲 食	なし	あり (講師業)	夫、子ども(7歳、3 歳)	料理が好きで調理 関係の仕事をしており、 その延長で飲食 店を開業したいと思っ た	関連あり	生まれてから ずっと	生まれ地
L	30代	5年	教養・技能 授業	あり	なし	夫、子ども2人(10 際、8歳)	たまたま空き物件と 出会い、教えてほしい というニーズとマッチ して	前職継続	5年	子育てと家賃の安さ

(4) 調査の方法

半構造化インタビュー方式を採用した。

すべてのヒアリングは対象者と調査者1名が対面で実施した。ただし、本調査の実施機関である戸田市役所職員と、本インタビューをアレンジした戸田市在住の有子女性の2名も同席した。ヒアリングは対象者の了解を得てICレコーダーで録音した。調査場所は戸田市内の飲食店、公共施設打合せスペースなどで実施し、時間は1～3時間を要した。

(5) 調査の主な内容

半構造化インタビューであらかじめ6項目を準備し、主に第1の項目である「開業のきっかけ」について自由に話してもらい、その他の項目に関する話題が出ない場合は適宜他の項目の質問をばさんだ。「開業のきっかけ」「前職との関連」「開業の障壁」「支援や協力の環境（地域のネットワーク）」「今後」「重視しているライフプラン」の6項目である。また、これら6項目の話題から浮かびあがる地域への愛着についても発言を注視した。

付記：本人が特定できるような固有名詞はすべて伏せた。その上で、対象者の発言についての引用の承諾を得た上での掲載である。

(6) 分析の方法

ICレコーダーの録音を基にした逐語的な発話記録をデータとし、本調査のテーマに即した内容のみを抜粋したところ全3044発話が抽出された。知己後記録データを意味のあるまとまりごとに区切り、KJ法にて各発話をラベル化した。意味をラベル化できた発話は509抽出された。

2. 有子女性の地域開業モデル

本調査ではなるべく多業種・多年齢層の人を選び協力を依頼したところ、12名の地域開業女性の協力を得られた。彼女たちの発言をもとに戸田市に住む有子女性の開業にある一定のモデルが存在する可能性が浮き彫りになり、1、2節ではこのモデルの詳細を考察した。

3節で戸田市の地域開業にあたり特徴となる以下の5点をまとめた。

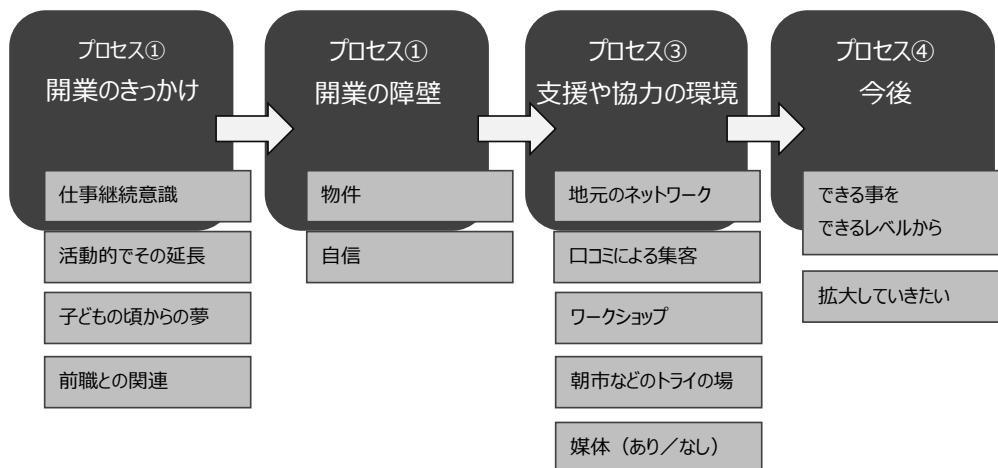
- ・ 物件不足とシェアリングの可能性
- ・ 地域のネットワーク
- ・ 後押しの存在
- ・ 戸田市の宣伝力
- ・ 「できる範囲で」の意識から、子育て終了後の仕事充実へ

ただし本年度は12名のヒアリング調査であり、対象者の選出に偏りがないかは未検証であるため、この点は次年度の調査課題とする。そのため、本章で挙げたモデルおよび戸田市の特徴は分析の状態であり、次年度の量的調査にて解析・検証するものである。

2. 1 地域開業モデルの全体像

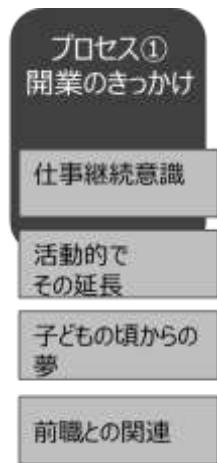
ヒアリング調査では6項目を準備しており、まずは「開業のきっかけ」について自由に話してもらい、その他の項目に関する話題が出ない場合は適宜他の項目の質問ををさした。「開業のきっかけ」「前職との関連」「開業の障壁」「支援や協力の環境（地域のネットワーク）」「今後」「重視しているライフプラン」の6項目である。その結果、開業とその背景や今後についていくつかの類型に分けることが可能であることがわかった。

図表 23 地域開業モデル



開業までのプロセスと開業後のライフプランや意識から、＜図表 23＞の4つのプロセスが存在しており、特に＜開業の障壁＞と＜支援や協力の環境＞のプロセスにおいては外的要因による促進や、あるいは歯止めが大きく存在している状態であった。以降、各プロセスを詳細にみていく。

2. 2 開業のきっかけ

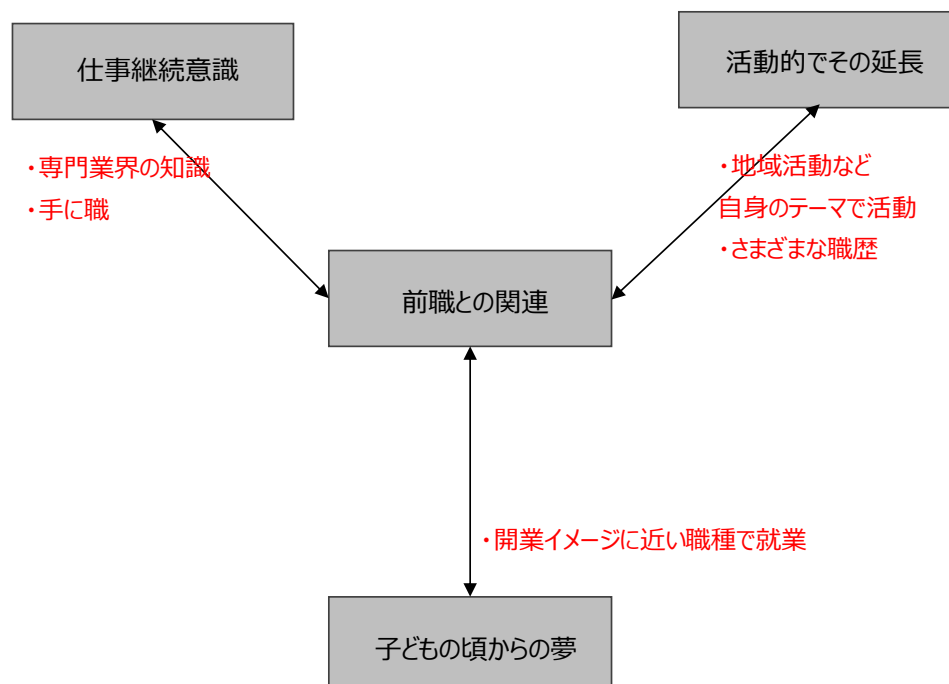


冒頭で「開業のきっかけ」について自由に話してもらったところ、「仕事の継続意識」、「活動的でその延長」、「子どもの頃からの夢」という3つのカテゴリーと、それぞれに関連する各自の「前職との関連」という構図がみえてきた。

(1) 「仕事の継続意識」

「仕事の継続意識」というのは、＜図表 25＞の発話に代表されるように、もともと発話者の中で、結婚しても子どもができて「仕事を継続する」という意識が強いケースである。このケースの場合、前職である程度のキャリアを積んでおり、その業界の専門知識を有していたり手に職を持っているなど、仕事を継続しやすいキャリア的なスキルを有していた。しかしながら、結婚や出産を契機として即「開業」を意識した人はおらず、むしろ時間的な制約の中でフリーランス的に仕事を継続しており、その延長に「開業」があるようであった。

図表 24 「開業のきっかけ」の概念化



(2) 「活動的でその延長」

「活動的でその延長」というのは、<図表 26>の発話でいくつかピックアップしたが、そもそも地域や個人の趣味など活動的な人が活動を続けていく中から「開業」という選択肢をとったというケースである。あまり仕事という意識は強くは聞かれず、むしろ自身の関心のあるテーマやこだわりについて持論を持っており、それ故に開業に際して独自性を持つことができたのではないだろうかと推察される。Gさんの「好きな事を、好きなように」という発話に代表されるように、「好きなこと」の延長戦に「開業」が位置づけられているようである。

(3) 「子どもの頃からの夢」

「子どもの頃からの夢」というのは、そのまま幼い時からお店を持つのが夢であったというケース。開業までの数年は、具体的にどういったお店を、という計画をたてていたというよりは、漠然と「お店を持ちたい」という気持ちと、自身の好きなことや感性にアンテナを貼っていた様子である。Bさんは「継続して店が持てたらいいなって続いて」という発話にあるように、お店を持ちたいという思いも家族と共有しており、引っ越しするタイミングで戸田市を「お店を持つ」場所としてピンときて、という「タイミングがきた」という感じであった。同様にHさんも「小学生の時からカフェをやりたい」と思いつつ、たまたま戸田市に住むことになり、この場所と「カフェ」が結びついたという。今回話を伺った方は少なかったが、「子どもの頃からの夢」で開業した人は飲食の方ばかりであった。戸田市という立地と市場が、小さくとも飲食をオープンする場所として向いていることの表れではないだろうか。

図表 25 「仕事の継続意識」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

A	私はもう、仕事ですね。趣味は別と。
C	10年前は会社にして都内で開業してたんです。それから結婚して、なぜかその頃すごい色々引き手があって、色んなお仕事がどんどん決まってく中で、都内でも手狭になっちゃって。
C	でもその志木から、私自身から小ちゃい子を抱えて行くのは難しくて。結局行くっていうか場所代維持するのが大変だし。意味がなくなってしまって。ちょっと色んな方、税理士の先生に相談して、だったら法人を休眠させちゃって家でやった方がいいんじゃないか？って志木に戻して。2010年から個人事業でやっています。
F	サロンを構えることまでは最初からは考えていなかったです。できれば一人でできるところで、住まい兼物件みたいな感じで探していたので。ここまで、従業員を雇ってっていうつもりはなかったの。本当にたまたま。も一人でやってみればって友達に背中を押されて。できるよーって言ってもらって。そうかなーって。
F	ネイリストとしてはまだ3年とか4年くらい。あとは自宅でお友達にやってあげてたりもありましたし。勤めに出たのもありましたし。このお店自体は2年半。
F	バイトの延長でデザインをやらせてもらうようになって。チケットだったりとか、パンフレット・リーフレット、webとか、ロゴとか、色々。ずっと個人事業主みたいな形・・・
L	結婚と出産を機に指導の方に回りまして、それ以降はずっと指導させて頂いています。以前は、カルチャースクールですとか、出張の講師で、クラスを指導するような形で先生をやっていました。

図表 26 「活動的でその延長」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

D	学校へ行って資格を取って、実家の1階に今もお店あるんですけど、紅茶とハーブの専門店をやったんです。それは県南でうちだけだったんです、ハーブ専門店。
D	好きだったんですね、植物が。本当はね、私、自分は営業、結婚して、主人が年齢が上でね、収入が安定したら私、専業主婦だったと思うんですよ。
G	好きな事を、好きなように、のんびりとやっていきたいなっていうのが今なんです。なので興味が、例えば去年は藍と米粉パンに興味があったんで、そちらの方を中心にやってきたんですけど。それをやってるうちに、色んな方が色んなアドバイスをくれたり、色んな方とつながって、多分今年はコットン。綿を種から紡いで、チャルカっていうインドのね、ああいうのを作る友達がいるんで、ワークショップみたいに作って。また最後に種をまいて、また循環っていう。それが私のテーマなんですよ。
E	ちょうど私が大学時代がですね、実は美術なんです。ただその、学生の時に結構市内の小学校のボランティアっていうのに参加させてもらう機会が多くて。私自身そんな子供好きとかではなかったんですけど。そのボランティア参加してる時に子供って面白いなって思って、なんかこう・・・衝撃を受けたんですよ。3日あれば子供って変わるじゃないですか？その変化にちょっとびっくりして。子供、何かやってみたってなったのが一番のきっかけなんです。

図表 27 「子どもの頃からの夢」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	きっかけは前から子供の頃から、小学校の頃からお店やりたいって卒業文集に書いてて。
B	洋服も好きだったんでブティックのオーナーになりたいっていう夢を小学校の時にあって。それ以降お店屋さん結構興味持って。それから段々雑貨が好きになって。結婚して、子育てしながらも色んな趣味、トールペイントとか。継続して店が持てたらいいなって続いて。
H	小学生の時からカフェをやりたいなと、女の子の漠然とした夢みたいな。
K	あれですね。やろうと思ったきっかけですよ。もともと調理の仕事・・・その前はご飯作るのが好きで、自分で移動販売とかできたらいいなと思っていて。それがもう結構、20年くらい前ですかね。その後、調理の仕事をしていて、で仕事をやめた後、職業訓練校に通うんですけど、それがフードサービス起業科っていう

2. 3 開業の障壁

プロセス② 開業の障壁

物件

自信

「開業のきっかけ」について話してもらおうと、それと関連して「開業の障壁」に話が及ぶ場合が多い。「開業の障壁」についても、大きく2つ、「物件」に関する事と、本人の「自信」に関する事であった。

(1) 「物件」

発話者全員のコメントで、必ず何らか話題に挙がったのが「物件」についてである。これは、(ない)、(探し続ける)、(たまたま空き物件と出会う) という3つのカテゴリーにきっぱりと別れた。<図表 29、30、31>にて一部を抜粋した。

(ない)の発話の中で、戸田市の特徴を得ている発話に、Cさんの「すごくやりたい人がいっぱいいるんじゃないかな。その目的は戸田への定住化って事で提案して頂ければ、私自身ももうちょっと戸田を愛せると思います。」や、Jさんの発話「物件があったら、もっと続々と(戸田市に)お店が建ってもいいのになって感じあると思います。やりたいって言って、店舗がなくて個人で活動してる人もたくさんいるので。」といったことが複数聞かれた。「物件がない」ということで、開業をあきらめる人が水面下でかなりいるのではないかという事である。

また、(探し続ける)という行為も聞かれた。Jさんは条件にあう物件がでるまでに3~4年待ったという。(探し続ける)人は、概ね不動産屋さんに条件を提示しておき、「出たら教えてください」と開業準備が万全の状態であり、戸田市に住み、できれば戸田市で開業したいという思いの強さの表れであろう。

前述のCさんは「現時点では、たまたま戸田市に住んでいるだけで、戸田市を結構好きになっているものの、これだけ物件がなくて仕事しにくいのだとしたら、戸田市以外の方がよっぽど開業しやすい。今は子どもがいるから戸田市で地域の活動にも参加しているけれど、ここ以外で開業した場合、戸田市に住んでいる意味が全くない」という発言も聞かれた。前述の「もうちょっと戸田を愛せると思います。」という発言にもあるように、住んでいる土地はやはり、多かれ少なかれ好きになるものであるが、子育てに力を入れている戸田市であるだけに、開業したい人に対する「力の入れなさ」に対する憤りに近いものを抱えている人もいた。

一方で(たまたま空き物件と出会う)という人は今回の取材で5名いらした。その内のお二人は親族関係の物件であり、残りの3名がまさに「たまたま」物件と出会った状態であり、そのことが「開業」の最終的な後押しになっているということであった。しかしながら、いずれの方もどの物件がパーフェクトではなく、一様に「大きすぎる」という発言であったのが特徴的である。後述するが、こうしたことから「大きすぎる」物件でやや家賃が割高感があり、それ故に「シェア」という方法を取り入れているという構図が見えてきた。

(2)「自信」

「自信」については、(サービス・商品内容)がお金を払ってまで買ってくれるものに値するのだろうかという不安が数人から聞かれた。また、はじめる業種について(未経験)であること不安や、漠然としたさまざまな(不安)が聞かれた。聞いていると、コレといった不安要素が決まっているというよりも、商品内容をはじめ、売れるかどうかの不安など一般的に仕事を始める際の不安と何ら変わらないであろう内容である。有子女性ならではの発言としては、「失敗して家族に迷惑がかかるのではないか」とか、「子どもの時間と両立できるのか」といった発話が聞かれた。

これら(サービス・商品内容)、(未経験)、(不安)の要素については、次のプロセス③支援や協力の環境とかなり密接な関係がありそうである。次節で詳細を述べるが、戸田市の中でのトライアル的な場、お試しでできる経験や口コミによるネットワークが、これらの要素をすこし「自信」に変えていき、その過程の中で「物件」と出会い、開業へ最終的に踏み込むというプロセスが存在しているようである。「物件」も「自信」も、どちらか一方しかない場合は成り立たないであろう。「開業」への決意にはこの2つは欠かせない要素のようである。

ただし、この2つの要素で共通しているのは、「開業する」という覚悟を既に持っているということである。本章の1節の事前調査の項で少し述べているが、開業とプチ開業の線引きをどのように引くべきか、調査を進める最初の段階の課題であった。最終的な取材の線引きには「店舗を有しているか、店舗が不要な業態の場合は開業歴が長い(10年程度)」という条件をとったが、取材を進めながらも、皆さんにこの点を確認してみた。その回答で多かったのが「覚悟」という言葉であった。そして、皆さん、「あー、この人は本気だな、とか、この人は趣味の延長だな」というのがわかるということであった。

図表 28 「開業の障壁」の概念化



Iさんが「頭で考えてるんじゃなくて、まず行動していくっていう。はじめの一步が踏み出せるか踏み出せないかってところが非常に重要なんじゃないかと。何も考えてなくてスタートするというのではなくて、動きながら考えて修正してみたいな」という発言があった。開業するんだという「覚悟」を決めたら、必然的に「物件」の壁につきあたり、現実が目の前にきて「自信」を失うシーンも多々でてくるという訳である。この2つの要素は、いずれも「覚悟」した人が開業に向けたステップを踏んだこと故の障壁であるということであろう。

そういった点では、本プロセスはある意味では「開業の障壁」ではなく「開業の条件」とも言えるであろう。ここは特に次年度の調査でも深堀し、他の視点がないかを確認したい点である。

図表 29 「物件、ない」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

C	そう考えると、物件の借りやすさでいったら都内の方が安かったりするんですよ。戸田の大家さんはちょっと古い考え方の方もいて、居住者だったら1・1でいいけど、事業用だったら2・2で下さいってなっちゃったら、同じ場所の広さで都内の方が安かったりするんですよ。だからすごいやりにくいと思って。
C	都内だと、マンション内にオフィスがあって当たり前なんですけど、居住用とか分けちゃってるんで。たまたま知り合いが「いいは事業用で」って言ってくださってるけど、事務所だと最初の40～50万が難しい。
C	そのネックが外せれば、みんなくすぶってたんだけど、やっぱりそこにやっていますよって 公に住所と電話が書いて宣伝ができるから 。そこから伸びるんじゃないかなって思って。もがいているという感じで。
C	そうですね。 市の助成も空き店舗の活用って所から入ってるんで。空き店舗は住職近接じゃないんですよね。ちょっと住居から遠いところにあるから。お客さんも来にくいし自分も行きにくい場所 、場所を空けときたくないからそういう助成をしてるっていうのが。
C	こっちは必要としますよっていう時に、本当に家の中、家の近くにある物件の、何かその助成があれば、 すごくやりやすい人がいっぱいいるんじゃないかな。その目的は戸田への定住化って事で提案して頂ければ、私自身ももうちょっと戸田を愛せると思います。
J	物件があつたら、もっと続々お店が建ってもいいのになって感じ？ あると思いますと。 やりたいって言って、店舗がなくて個人で活動してる人もたくさんいるので、ね、 でもやっぱり新築で経つと高いからチェーン店しか入れないじゃないですか。この辺もね、空くとすぐに大きな企業がおさえちゃう。たまたま私達はオーナーさんが住んでて、私達のやることを面白そうだねって言って貸してくれたけど、本当にラッキーだから借りられた。
K	じゃあ次、店舗借りようって言って店舗がなかなかなくて、 やっと借りたけど、忙しくて改装できなくて。
L	そうですね、駅前の空き店舗は高いですね。 アクセス・お客様のアクセスを考えると10分以上離れるわけにはいかないし、そう考えると広さも・・・。

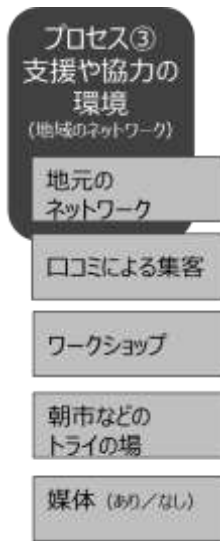
図表 30 「物件、探し続ける」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	3年前に東武野田線の大和田から引っ越ししてきました。 そこから不動産屋さん到店舗物件を探してもらったりはしたんですけど、なかなか見つからず。
C	いや家賃1年間半額でもありがたいし。はじめの投資額が7万円とかのお部屋でも、そこは事業用じゃなくて居住用の。事業用になるとたんに2か月2か月になるんですよ、敷金礼金で。
E	2店舗目、新しい場所を探すのがすごく大変でした。地元の力ですね。知ってる不動産屋さんにわーって訊いてもらって、 で、やってもらって、後はほら、こちの小さい店舗の方は、これ、個人宅の1階なんですよ。個人で、美容室をやっつけた方が、もうやらないから、その1階の店舗と裏の部屋の分をちょっと内装入れてね、やったらっておっしゃて下さって。
J	店舗をずっと探してたんですよ。 宅配のお弁当の、きちんと資格を持ってなかったんで、例えば自分達の自宅で作ってて。自宅がちゃんと資格なかったから、本当に口コミって友達ってだけだったのに、段々知らない人から注文来ちゃって、それはちょっとまずいと何かあった時に。一回やめてね、とりあえず店舗を探そうって言って。自宅だと営業許可が下りないんですよ。
J	それも店舗探したのも結構。3~4年とか。結構探してたんですよ、ずっと。その間、普通のパートして、何かいい物件がないかなっていつも探して。 飲食で貸してくれる物件が本当になくて。本当にこの辺、特殊だと思うんですけど、空き物件があると全部、大手に抑えられちゃうんですよ。もう貸してもらえない。ホントは私達、こどもの国って大きい公園あって、あそこで遊んでたので、あのそばでやりたかったんですね。あそこで遊ばせて、自分達の子供も、ちょっとおなかすいたらおにぎりとか、体にいいもの食べさせるっていうので、やっぱりそのところで、ずっとこどもの国のそばで探してたんですけど。
J	不動産屋さんに行って、これくらいの条件でこれくらいの広さで、もし出たら連絡下さいみたいな感じで、でもほとんど、全く相手にされない。 はっきり言って 主婦が、2人でなんて何言ってるんだ、 みたいな感じで、いっぱい行ったよね？そうそう、帰れみたいな。

図表 31 「自信」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	パンと、スコーンとか。あとスープですね。具たくさんスープ、家で作って出してたんですけど。朝市で雰囲気をつかんで踏み切れたと思います。
B	知り合いとか家族には食べさせてても、知らない人に食べてもらうっていうのは初めての経験。おうちのご飯でお金をいただくという経験がなかったの。
B	朝市で一個も売れなくて美味しくないですって言われたら多分やってなかったと思います。
B	ランチのプレートをメインに出していますが、自分の家で食べているものを出しているんで、それがお客さんの口にあるのかどうか、心配でした。
H	接客業っていうよりは、自分の作ったものを食べてお金をくれる人がいるってことがわかったんで。
F	正直、まだまだなんです。本当に、生き残れるとも思えてないぐらいの、まだまださなんで、本当に私自身は正直こちの面では全然なので。あの、これからっていうのがまだずっとあるので、はい。続いているんじゃないですかね。まだスタートって感じなので。
B	お店の経営って経験したことがなかったので。まあ主人もサラリーマンですし。飲食業で働いた事もなかったの。
K	開業する前に一番心配だったことは、やっぱり経験がないので、それが果たして通用するんだろうか？っていうのは

2. 4 支援や協力の環境（地域のネットワーク）



「支援や協力の環境」については、特に先の「自信」に関する発話の延長でよく聞かれた話題である。ここでは「地元のネットワーク」という関係性による「口コミによる集客」、「ワークショップ」「朝市などのトライの場」という3つのラベルが出現している構造であった。また、「地元のネットワーク」とは全く関係ない部分で成り立つ業態も存在しており、逆にこのことは「地元のネットワーク」があって成り立ちやすい業態がある、すなわち戸田市で成り立ちやすい業態があるのかもしれないという示唆が生まれてきた。

(1) 「口コミによる集客」

今回の取材の中で、全員が「口コミによる集客」があると回答していた。最も多くあがってきたのが、Facebook やブログ、Instagram といった SNS である。皆さん、一様に自分たちは「宣伝が下手」であり、「きちんと宣伝できていない」という感覚を持っているようである。日々の仕事を中心に、SNS を最大限に活用するために写真や記事をアップする、ということがベースとなっているようである。「本当は HP をきちんとするとか、チラシをちゃんとやるとか、しなくちゃいけないとは思っているんですけど」という J さんの発言に代表されるように、口コミでの集客は非常に大きなベースとなっているようである。

(2) 朝市などのトライの場

前述の「自信」のところで多く聞かれた話であるが、「朝市で一個も売れなくて美味しくないですって言われたら多分やってなかったと思います。」という B さんの発言があるように、多くの人が戸田市の朝市を自分の「商品・サービス」のトライアルの場として活用しているようである。また、ここに参加することでの地元のネットワーク形成が大きいようであった。別の取材者の話題を出すと、「あっ、朝市にも出してたよね」など、飲食店や雑貨といったショップ業態の場合は朝市がネットワークの中心の一つとなっている可能性もある。

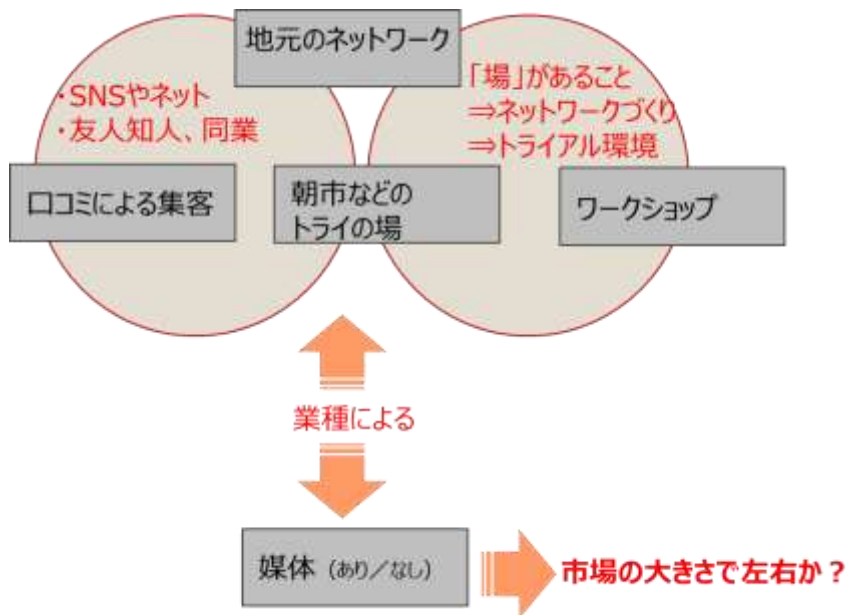
(3) ワークショップ

口コミと同様に、今回の取材で非常によく耳にしたのが「ワークショップ」である。12名の取材者のうち9名が自分の店舗で実際にワークショップを開いたことがあるということであった。また、参加したことがある人は100%であった。また、この「ワークショップ」からの口コミというのも大きいようである。「お稽古事って感じでびっしりしちゃうとやめにくいけど、ワークショップって、人間関係もマイルド」という発言からもわかるように、マイルドな人間関係、趣味の合う人同士の集まりといった気楽さが良さである。この「人間関係がマイルド」というのは戸田らしさを感じるワードであった。

こうした「口コミ」「朝市」「ワークショップ」という場が、地域のネットワーク形成の場であると同時に、自分たちの「商品・サービス」のお試しの場ともなっている姿が浮かび上がってきた。既に店舗をもって開業している人にとっては、このネットワークが集客の大きなツールとなっているようである。また、開業準備の人にとっては、このネットワークでの情報収集や準備の場となっているようである。

一方で、こうしたネットワークと無関係であっても存在できる業態も存在していることがわかった。それは、戸田市に限らない現象あるが、「美容・理容系」など、いわゆるホットペッパーなどのクーポン的媒体、初めてのお客様を集客するツールとして絶対的なポジションとなっている媒体が存在している業態かどうかである。こうした媒体が成立する背景には、地域内である一定の市場が成り立っていることが必要であることから、戸田市の市場的な大きさによっては、口コミなど戸田市に向いている業態と、媒体を効果的に使って集客するにもほどほどの市場である業態がある可能性がある。この戸田市で開業の可能性の高い業態については、本年度はほとんど調査の対象としていなかったが、次年度にこの点は注視し、何らかの方向性を見極めたい点である。

図表 32 「支援や協力の環境」の概念化



図表 33 「ロコミ」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

A	そんなに高いものじゃなくて、ちょうどいいプレゼント用品があったりすると、それでどこにでもなかったとすると、ここは自分の場所って思う人がね、結構いたりするから。ロコミで広がって……
B	お店の前の人通りは少ないんですが、そうですね。誰かのFacebook やブログで紹介してもらったり。近くで前から気になってたつても、チラシを入れていたもので、チラシ持ってきたりとか。
B	ふふふ。ママ友で友達から聞いたりとか。チラシを外に置いておくと知らないうちになくなっているの、通りを通られた方が持っていかれたりっていうのもあるのかな？
B	SNSはInstagramをFacebookと連動させて毎日1日1回はUpしようかなってところも。最初はちょっとそこまで手が回らなかったの……途中くらいからそれを始めたんですけど。で、HPもやっとこの頃きれいに完成させたので。
E	うちは宣伝が下手で。広告がすごい下手なんで。人を最初、子供達を集めるのに確かに苦労しましたね。今も、結局全部ロコミなんですよ。
H	ブログと、でも全然更新できてないんですけどブログと、後は今日持ってきたんですけど、チラシを、お友達のお店とか、近所の商店街の方に。置いてもらったりとか。
H	近くの。お客さんだいたい近所の方なんで、近くの、そうですね、お友達の歯医者さんのところに置いてもらったりとか。いたい、このチラシとロコミだいたい多いのが、お客さんが、お友達を連れて来てくれたりが一番多いですね。
F	Facebookで回ってきますよね。友達の情報もすごいいっぱい持ってて。あの人が、いいねとかしてて。あの人が発信元みたいな。
H	おのずとお友達から。うん。あの店行こうとか。皆Facebookですね、私はちょっとやってないんですけど。あとはInstagramとかですかね。お客さんとか。
J	最初は友達で、でもロコミだけだね。あとはその、お弁当買ってくれた方とかが、もしかして？みたいな感じでとか。あとはやっぱりFacebookとブログ？最初からロコミ、ロコミが一番かな。後からだもんね、ブログとかFacebookとかは
J	チラシも、例えばどこかのお店に置いてもらおうとかそういうの、それはしたよね、最初のチラシは戸田市で以前からお店をやっている方々とか。みんなが、持ってってあげるよ？ってところで私達から、あんまりお願いしますはなかったんですけど。
L	大変だったこと。告知ですかね？やはり転居したばかりだったので、人脈もないですし。どういうツールがあるのかもわからない。広報戸田市の広報さんとか、広告を掲載する一般の情報誌さんとかも、色々問い合わせはしたんですが、広告掲載料が高くて。年間契約でっていう内容だったりすると、やはり収支の見通しがつかない事には着手しにくかったので。最初のうちは宣伝告知はできず、本当にお友達、知り合いの方だけ集まってやっているような状態だったので。

図表 34 「朝市」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	朝市の関係で知った方がいて。お店なくても出せるという事で。一昨年の6月から・開店の前の6月から朝市だけは出て。その時は実店舗はないですって。
B	朝市で一個も売れなくて美味しくないですって言われたら多分やってなかったと思います。
B	朝市に一番最初に出店した時、一個も売れなかったら家族で食べようねって言って。そしたら、あっという間に売り切れになっちゃって。それが自信につながって3か月毎に自分でレベルアップしてって
B	朝市に出て、品物が売れるっていう事は、いろいろな心配の10ステップあったとしたら、そのうちの多分1ステップくらいだと思うので。それが全部とはわからないので、はい。
C	川越のイベントに出て戸田は恵まれてると思いました。朝市に、年4回やってるんですけど、6月の朝市って5500人出が出るんですけど。この前川越行った時、新聞広告入れて来たひと本当にわずかで、多分散散してると思うんですよね、観光地とか行楽とか。戸田は集中してるからやればすごい人出てくるし、そこそこ売れるんですよ。
C	主催者の人同志は交流ができていようなんで、アートむすび市とか朝市やってる方々とは、つながってきてるんで。それが普通に例えば日常的にも物販するサイトがあったりとか。そういうのいいと思うんですけど。
C	(朝市は) 逆に出店者としてはお客さんが分散しちゃって、秋はちょっとあんまり、全然売り上げが上がりなかつたりしたんですけど。

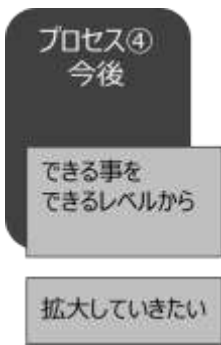
図表 35 「ワークショップ」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	不定期ですがワークショップもやっていて、そうするとSNSとか口コミというか、ワークショップのスタッフ関係で広めてくれたっていうので完売って。
F	ワークショップは、一人のお客さまがいったからやるって感じなので、集客も大変ですよまだ。でもこれからね、認知度が高まってくれば。はい。
H	ワークショップってやる方としては、私は、結構ワークショップ行って、その子供もOKですって言った事あるんですけど、OKと言いつつ連れてったら結構大変な事が多くて。なので、私の場合、子供を持って人限定じゃないですけど。それ前提でやりたくて。泣こうが騒ごうか別に。お互い様で気にならないじゃないですか。いない所だと、結局抱っこしたまま外行かなきゃいけないとか、なので。だから・私はそういう赤ちゃんがいても行きたいなって人、いっぱいいると思うんですけど、多分行けないから。そういう人達のためにはなるかなって思っはじめたんですけど。
X	ワークショップって、お稽古事って感じでびっしりしちゃうとやめにくいけど、人間関係もマイルドに。
H	自己紹介とか最初されちゃうともう・・・は・・・基本、私のワークショップは自己紹介何もないんですけど。最初に一言、みたいなのがあるとわー、どうしようと思っちゃう。多分、最後ならやりやすいかもしれないけど。感想とか。あと、なんかどうぞ、自己紹介してくださいって言われると困っちゃうですよ。
X	自己紹介・広告とかマーケティング活動の講座だったのね。、なんで、まず、自己紹介ですでに広告は始まってんですよ、みんなに少し、自己紹介のやつを、てまったく何も考えないで紙に書いてもらって。それからちよっと説明をして、自己紹介ってやったの。余分なものがあると伝わらないよとか。そういう感じでやってもらったの。

図表 36 「媒体」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	あいパルは置かせてくれない・・・公共のところはだめみたいで。
F	ホットペッパーですね。ネイルサロンは、ホットペッパーさえ使えば、あとホットペッパーの使い方さえ覚えれば、結構お客さんが見てくれるんで。やはり近所の方多いですね。近所の方プラスアルファ隣近所の方で。車で来れる範囲の方とか。多いですかね。ま電車もね。7割はやっぱり戸田のこの近郊の方達で。それ以外は結構遠くからいらしてくれる方もいらっしゃるの。それ以外・・・7：3くらいですかね。
F	ホットペッパーで6割。っていうもやっぱり、最近のお客さまの流れとして、看板を見て、とかチラシを見て、とかそこからインターネットで検索して、ホットペッパーだったりするので、一概にすぐホットペッパーとか言えないところはあるんですよ。
B	なかなか・・・あいパルさんもそうですけど、公のところで個人の紹介がだめっていう所があるので、そういう戸田で頑張っているところの紹介する掲示板とかあればありがたいなって思います。
B	あいパルさん、食べる場所がないので。あの、何かこうお稽古事はすぐこう、組まれてやってらっしゃいますけど。お昼からの食事をしていただけるような流れを作りたいなって思うんですけど、なかなかアプローチできないんで、はい。この道に来ないとこのカフェがあるのがわからないんで。
C	広報が配布されてるだったら、一部をそういう活動の宣伝のスペースに使わせて頂けるとかね。
C	あとさっきのネットの通販、戸田印の戸田で作ったハンドメイド作品を集約したサイトがあるとか。そういうすぐ直結するものがあれば、みんなくいつくんじゃないですか？
E	イベントやワークショップやった時に、それをもうちよっと広報できるようなものがあれば。今はFacebookの方だけで。
L	そういう、あの、私もよくお食事行きますけども、会食に。たまに、好きなので。そういうつながりを、もっと共有できればいいのにと、思うんですね。そのロットさんのお店にパンフレットを置かせて頂いたりした事もあるんですけど

2. 5 今後



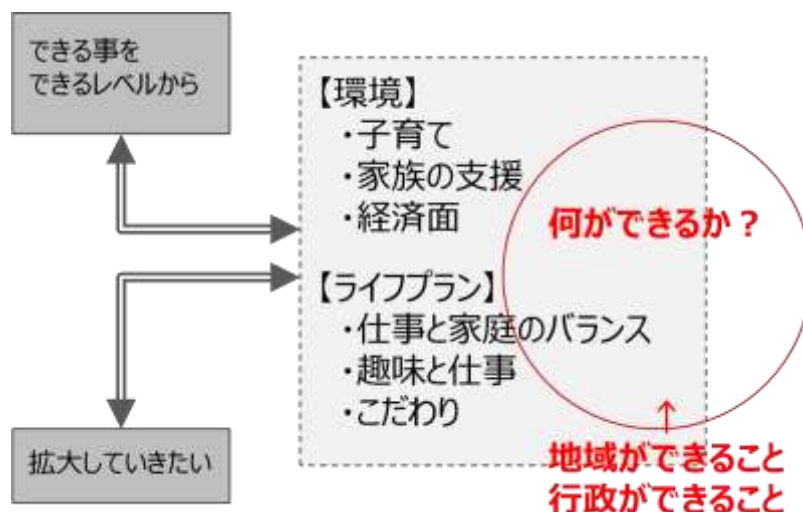
取材の最後に必ず「今後は拡大したいか、それとも今の状態がいいですか」という質問を投げかけた。特徴的であったのは「拡大していきたい」という回答については、比較的明確に答えがもたらされた。一方で、いろいろ思案されているであろう様子も間々見られ、その場合は皆さん一様に全体のバランスを考えているという回答であったのが特徴的であった。こうした回答は、「できる事をできるレベルから」というラベルでカテゴリー分けした。

この「拡大していきたい」と「できる事をできるレベルから」という2つの回答の違いには、詳しく聞くとご自身の環境的、ライフプラン的な要素があり、それらの総合的なバランスに依るものではないだろうかと推察された。仔細の検証は次年度の調査で引き続き行う予定であるが、少ない人数のヒアリング調査からも一定の条件が見えてきた。

それは、環境に代表される、子育ての時間配分や家族の支援の有無、世帯全体での経済面という側面。また、ご自身のライフプランの側面で、仕事と家庭のバランス、趣味とのバランス、ご自身の生き方のこだわりといったもの。これらを総合的にバランスをみた上で、バランスが取れている人は比較的「拡大したい」という回答であったのではないかと推察された。逆に、現在何らかのバランスを取ろうと考えている人は、むしろ今は仕事の拡大ではなく、そのバランスをとることを優先に、それが「できる事をできるレベルから」というスタンスにつながっているようである。

家庭や家族に依るところが大きい環境面と、自身の考え方に依るライフプランというバランスの中で、地域や行政ができることには何があるのか。ダイレクトな手助けというよりは、支援・情報共有の場といった、二次的サポートが適しているように思われる。これらの受け手のニーズの調査も次年度に必要であろう。

図表 37 「今後」の概念化



図表 38 「できる事をできるレベルから」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

A	なんか今、自分の事とこだけで精一杯かなって。
J	やっぱりね、はじめてからね、こんな大変だったんだっていうのはありますね。やっぱりまだ子育てね、まだ上の子が、小6の12月にはじめたんで、12月でオープンして1、2、3月で卒業で、中学いってとか。ちょうど時期が重なっちゃって。結構、その時期とかちあげて一番大事な時が。結構バタバタで。子どもの入学式とか卒業式とかなるべく閉めたくないと思っても、母親の仕事もあるから、もうそこは休もうか、とか、なんか。
J	どうしてもやっぱり。ここははじめちゃったからこつちに責任持たなきゃいけないから、ちょっと子供の方は、ごめんねみたいな感じで。どうしても・・・いい加減でわけではないんですけど、どっちかっていうとこつち優先にして、何でもやって、って事が多かった。やっぱり時間の問題が大きい。現実はね。だから6年生でぎりぎりだったよね。
J	あとはその、2人だけでできる宅配の範囲を決めたとか色々ね、2人だけでできる範囲でちょっと広げられたら広げようと思ってるんですけど、今ね、例えばお店を増やすとかそういうところまでは・・・
J	天秤にかけてね。旦那には、人を雇ってでももっと広げた方がいいって言われて。その気持ちもあるし、でも難しくもあるしってするので。そこは一番、壁と言えば壁っていうかね。
L	既に何店舗かやっているんで、もう増やしたくないです、実は。実は、減らしたくらいで。北戸田でも一つクラスを持っていたんですけども、あの・・・やっぱりこの生徒が。戸田公園のこの本部の生徒が第一なので。ちょっとカルチャースクールさんは、違うクラスにさせていただいて。本拠地に集中しようとするために減らしましたので、これから更に大きくというよりは、本拠地をメインで大きくしていけたらと思っています。

図表 39 「拡大していきたい」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

C	結局女性が決めているので。私は仕事がいいから、主人が戸田ならいいと言ってる、実家が近くないと子供預けられないので。っていう理由で戸田に住んでいるから。子供が巣立ってしまったらどうするんだろうなって感覚はあります。
D	戸田の企業、全部回ろうと思って。それをうまく、女子供じゃなくて、企業の人が入んという文章を作りたい。そこがちょっと足りないんです。発想力はあるんですけど。戸田が言葉一つで。是非お願いします。
H	今度実家を、建て替える。そこでちょっとお店を広くする予定なので、予約制でランチをやりたいなって。なんで一部屋別に作って。って予定ではいるんですけど。今まだ、設計段階で、まだ設計もちゃんとは決まっていないので、1年後とかですかね。少し高めで、食材とかこだわってるので。そこを売りにして、お子さんと一緒に来れる感じ。ちょっとしたリッチなママ会とか。
H	子供、赤ちゃんとか連れていけるお店があんまりなくて。例えばこのお店だと椅子だから。0歳とかちょっと厳しいじゃないですか？ふらっと来て、0歳からOKみたいなお店にしたいので。
H	子どもの手が離れたら、店舗増やしたいなって。勝手に私が考えてるだけなんですけどそれは。

図表 40 「バランス」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

J	<p>家族の協力は、私達は恵まれてるほうで、割と旦那さんが口を出さないっていうか、好きにしていよって感じだったので。結構、応援してくれる方。むしろ、がんばってやってみたら？みたいな感じで。そこがもう多分全然違ったら無理だったと思う。それがなかったら無理だったよね。家のお金を持ち寄ってはじめてたので。</p>
L	<p>コンセプトや質を保ちながらというと、広げ過ぎるとやはり、裾まで行き届かないので。それでも回していく事はできるのかもしれないのですが、私のやりたい事ではないというところはあったので。</p>
A	<p>本業と両立してお店もしっかりやりたいです。一回やったらやめない質なんで。やめたくないですよ。せっかくやったんだし、喜んでくれる人は確実にいらっしゃるので。少ないけど。</p>
E	<p>今急に2店舗になったんで思ってるんですけど、やっぱその、笹目の方とかに出してほしいっていう需要はあるので。どうなんだろうでも、今年はね。とりあえず来年、29年度は落ち着いて、その後考えよう。</p>
K	<p>ほんとうでしょうか、これからどうしたいか・・・マイペースでやりたい部分と、ええと・・・前のように毎日売りに行きたい、売り上げを上げる世界と、今の講師業の延長で後進を育てるという事を事業としてやっていきたい自分と、全然違う。作家みたいな感じ、ママ作家みたいな感じもちょっと憧れがあるんですけど。全てをバランスとってうまくいくのか、全然やめて違う道に行くのか、とか色々考えて。でも多分、子ども優先にしたいという思いがあるから。子どもの状況次第で、どうにでも対応できる状態でいたいと思うんですよ。そんなにががつはやらないと思います。</p>

3. 戸田市の開業に関する地域特性

3. 1 物件不足とシェアリングの可能性

昨年度の中小企業のヒアリング調査でも「オフィス物件の不足」は聞かれていたが、今回の調査でも同様に「物件不足」の話題は大きかった。この点は、一朝一夕に解決できる問題ではないが、一方で倉庫の活用が、こうした「開業」希望者には最適である可能性も考えられる。

特に、今回のヒアリングで特徴的であったのは、開業している人のほとんどが「ワークショップ」を開催しているという点である。これは、ネットワークづくりや集客の目的などもあるが、もう一方でやや広すぎる店舗の効率的な活用と、ほどほどの市場である戸田市の集客力で、1業態だけではなく複数サービスによる集客と販売を見込んだものである。これは、戸田市のマイナス面というよりもプラス面でとらえることが可能な分野ではないだろうか。

シェアリング／倉庫、空き家活用、これは戸田市らしさを活用できる「開業」スタイルになる可能性も秘めているのではないか。次年度では倉庫や空き家物件の活用についても戸田市の別部署で調査が進められているということで、情報共有しながら何らかの可能性を見出していきたい方向である。

3. 2 地域のネットワーク

戸田市の地域ネットワークは、「ママさん」という分野についてはかなりネットワーク量が豊富な状態であることがわかった。現時点では、このネットワークは主に集客に活用されているようである。このネットワークをつなぐ素地があるという事は、地域にとって非常に重要な資源となるであろう。このネットワークという資源を、単に集客という側面のみでみるだけではなく、むしろ今回の発話で挙がってきた「不安」の解消にも活用できるのではないか。実際に開業した経験のある同年代の人たちをはじめ、上の年代の人や、経営経験のある男性など、多世代の人の経験や知恵の情報交換にも活用できないであろうか。Eさんは物件を探す際に「知り合いのおじさんに声をかけておいたら、あったよ〜って、見つけてくれた。これも地元のネットワークの強いところですね」という事であった。また、Dさんは「戸田の企業、全部回ろうと思って。それをうまく、女子供じゃなく、企業の人がうんという文章を作りたい。そこがちょっと足りないんです。発想力はあるんですけど。」といった悩みを抱えているが、こうした悩みにも企業出身の多様な世代の意見は貴重であろう。単に同世代のお店やイベントの情報交換だけでなく、多世代が混じったネットワークを築くことで、より地域に根差した何かを生み出す可能性を秘めているのではないか。

地域のネットワークは、戸田市が持っている、人的な地域資源である。これを活用するために、地域ラーニング・コミュニティ促進をキーワードに、多世代、多様な経験を持つ人材が集まる場の設計を今後の展開を考えていってはどうだろうか。

3. 3 後押しの存在

実際に「開業」している人の話を伺うと、意外なほど行政の力を借りていないということがわかる。一部、「戸田市商店等新業種等転換支援事業補助金」などの利用があった話も聞かれたが、むしろ資金ではない部分での行政の役割を求めている人が多いのではないだろうか。現時点ではまだ、明確に求められている役割が形となっていないが、Gさんの発言に「もっとね、応援して欲しいですよ。何というか、サポートとか支援じゃなくて、応援なんです」というものがあった。この発言に、同席していた戸田市の女性も大きく頷き、「そうなんですよね、何か、私たちママさんが何かやろうとしても、軽くあしらわれる感じもあって」と、具体的に支援してくれなくとも「応援」してくれている姿勢を見せてくれたら勇気づけられるという感想を持っているようであった。この点については、今後の自治体の役割として、改めて次年度の調査項目に加えていきたい。制度面の検討 = 行政の後押しの役割

3. 4 戸田市の宣伝力

戸田市は人口約13万人、昼夜人口が約1と、地域の顧客という市場はそこそこ大きいと言える。一方で、地理的に市内に3つの駅を有し、車での移動が便利な広い道路などもあり規模的に車移動も生活の中心にある。同時に日常生活を送るには自転車も欠かせない距離である。こうした地理的な条件の中で、戸田市はこれまでも拠点を作りにくい状態であった。情報を発信する場所が分散しているのだ。これは、地理的な分散を背景としつつ、宣伝や情報発信の中核を作りにくい環境にあり、これまでも発信の中心的媒体が弱かったと言える。例えば、行政のお知らせは「広報戸田市」がその役割を担っているが、イベント情報やお店情報などは、どこで何の媒体を入手したら戸田市の全体がわかるのか、そういった媒体がみあたらなかった。

こうした背景もあり、地域外からの誘致という点でも地域内に見どころがない訳ではないものの、集客力がやや弱い部分がある。

今後は、地域開業を促進していく場合、地域外からの集客数を増やす必要があるであろう。都心部のような賑わいはむしろ不要である。戸田らしい規模で、週末のお散歩に地域を散策したりサイクリングしたりできる情報発信である。これにより、現在戸田市内だけが顧客の対象であった店舗でも販売を増やすことが可能である。こうした活動は、店舗ごとに行っていては不効率であり効果

は期待できないであろう。地域が一体となった情報発信力をつけることが開業にとってもプラスであり、地域経済にとってもプラスであるのは言うまでもない。媒体不足、戸田市の交流人口増加に向けた新たな案だしが必要であり、次年度はこの点も視野に入れた取り組みを考えていきたい。

3. 5 「できる範囲で」の意識から、子育て終了後の仕事充実へ

戸田市らしさを、改めて考えていきたい。中規模な人口で、誰に聞いても「これといった特徴がない」という話は、戸田市内でよく聞かれる。ここに新たに地域資源を磨き上げて戸田らしさを作っていくことも必要であるが、むしろこの茫洋とした感じが「戸田らしさ」と言えなくもない。こうした観点でみていくと、戸田市にはあちこちに「ほどよい」が感じられる。（この「ほどよい」という単語は、みなで推敲が必要であろうが）ほどよい都会、ほどよい田舎で、ほどよい賑わい、こうしたイメージとマッチしているのが、今回の取材者たちから聞かれた「できる範囲で」という言葉である。子育ても家庭も重視し、自分が今「できることを、できる範囲で」やりたい。このほどよいバランスが戸田市で実現できたら、まさに戸田らしい子育てと仕事の実現できるのではないだろうか。育児の真っ最中は開業の準備、少し育児が落ち着き始めたら本格的に開業、そしてその後はしっかり開業など、「できる範囲で」スタートさせることができる環境づくりとは、どのような環境であり、どういった条件で実現が可能なのだろうか。次年度は、こうした視点を加えて研究を進め、実現に向けたプランニングを目標に実施していく予定である。

まとめ

昨今、専業主婦志向が以前よりも高まっていると言われていたが、本研究をスタートする際に、一番懸念していたことである。戸田市の子育て中のママさんたちの専業主婦層は、果たして望んで専業主婦になっているのではないだろうか。この懸念は、統計データやアンケート調査からは払しょくされる程の明確な回答は浮彫にはされてこなかった。しかし、ここ数年の戸田市の女性の活躍をみると、やはり多くの子育て中のママさんたちは「何かしたい」とモヤモヤしていると感じていたのも事実である。今回ヒアリング調査を実施し、彼女たちの就業意欲の高さに直面し、当初の懸念が杞憂であったと感じている。と同時に、「開業」というハードルは、単なる就業ではないという難しさも抱えており、このハードルをいかに下げるか、戸田市の女性にとって「開業」が身近で就業の選択肢の一つになることは、家族生活を重視しつつ、自身のライフプランも同時に叶えることができる可能性を秘めている。大金を稼ぐほど大きな商売でなくてもよい、ほどよいこころ合いの収入をしっかりと得られる「開業」という選択肢は、ほどよい雰囲気を受け入れてくれる戸田市にぴったりなのではないか、こうした思いも背景にはあった。

こうした女性たちの抱えているであろうモヤモヤ感と、戸田市という土地柄が抱える地域コミュニティの点性の課題（いわゆる、世代間断絶に代表されるように、ある一定の層同士のコミュニティは存在するが、全体としてまとまった戸田市の活動になりにくい特性）を併せて考えたのが今回の研究である。

本年度は「女性の開業」に焦点を当てるのが精いっぱいであったが、本研究の最終ゴールは地域で女性が開業することにより、地域に根付く女性が増える、地域を顧客としてコミュニティが拡大して形成される、こうした可能性を探求することである。

このゴールを見た場合、女性の開業はやはり「地域開業」なのである。地域住民を顧客として商売しつつ、地域にも貢献できる、ソーシャルビジネス的要素を持つことは、それこそ女性の働き甲斐にも通じる。

例えば、花屋の配達のついでに近所の足の悪い年配者の通院を補助したり、会計士請負業の合間に、介護保険申請の手助けをしたりするなどである。こうした補助業務を資格制度や認可制にし、尚且つその情報をネットワーク化していく。これにより、

地域の生活者レベルの情報を集約させつつ、地域開業者にとっては地域顧客獲得の販促という効果も持たせることが可能である。

現在、世代間断絶の大きな問題は、親世代が地域活動していない故に、子供たちの生活に地域が不在となっており、将来的に自分が地域とどのように拘わっていくのかイメージを持ってないで育っていくことである。

女性の地域開業が促進され、なおかつその業態のベースに地域貢献の意識が加われれば、サステイナブルに地域が回転していく原動力となる可能性を秘めていると考えている。

本研究の最終ゴールは、そこを目指しているものである。2年間という短い期間でその達成は難しいであろうが、こうした地域コミュニティの世代間をつなぐ地域開業を促進する芽生えが、今回の研究で生まれてくることを期待している。

「地域コミュニティの世代間断絶をつなぐ、女性の地域開業の可能性」

共同研究 中間報告書

2017年3月

報告：法政大学地域研究センター／戸田市政策研究所

連絡先：戸田市政策研究所（戸田市政策秘書室）

〒335-8588 埼玉県戸田市上戸田1丁目18番1号

TEL 048-441-1800

E-mail seisaku@city.toda.saitama.jp
