

図1は、子育てをする親、あるいは「未来の親」としての学生という「子育ての源流（ニーズ）」としての「個人」と、子育てまちづくり活動への参画の「連鎖」の、両軸から「子育て小売店研究」が位置づけられることを示すものである。

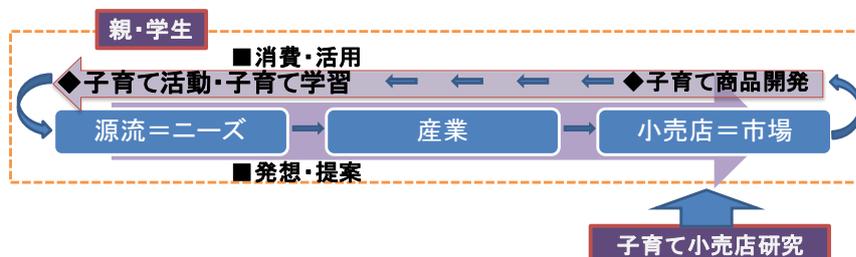


図1 子育ての源流から市場へ、市場から源流へ

「子育て小売店研究」は、「子育てまちづくり研究」における、源流から市場へ、市場から源流へというサイクルを完成させるための重要な役割を果たすものとする。子育て活動・子育て学習からの発想・提案によって、源流が「子育て商品開発」というかたちで市場に至り、子育て活動の中で消費・活用され、当然ながらその使用感、その良さ、その特徴によって引き出される新たなニーズが源流となる。これによって、その発想・提案が商品開発に還元される。