

第3章 都市環境の変化と商店街を取り巻く課題

1. はじめに

全国的に、商店街の停滞、衰退が問題視され、このような状況を何とか食い止めて、魅力ある商店街づくり、商店街の近代化、活性化が叫ばれて久しいものがある。ところが、何処の商店街も似たり寄ったりで、まさに金太郎飴のような代わり映えのしない商店街リニューアルが行われている。

ハード面では、共同店舗・施設の建設、アーケードの架け替え、沿道・歩道のカラー舗装化、街路灯やストリートファニーチャー、買い物公園の設置、共同駐車場の確保などが多い。一方、ソフト面では、共通商品券やショッピングカードの発行、クレジットカード事業、スタンプ事業、共通駐車券の配布などが目立っている。

これらハード、ソフト両面の事業が新しい商店街づくりや商店街の近代化、活性化に繋がってきたであろうか。どうみても十分な成果を上げてきたとは思えない。

現在、全国には15,000から18,000の商店街があるといわれている。そして、その商店街の多くは、抱えている問題点がほぼ共通している。それらには、外部環境の変化に起因するものと、商店街の内部に起因するものがある。その点を十分把握したうえで、個々の商店街の弱点を克服する振興策を立てていかなければ、商店街の衰退は止まることはないであろう。とくに地方都市における商店街の現状をみるにつけ、そのことを強く感じる。

本報告では、次年度の産業振興ビジョン策定のため、商店街を取り巻く課題を整理し、商店街振興策を考えるにあたっての検討資料としたい。

2. 商店街を取り巻く2つの課題

わが国の商店街は、大きく分類すると近隣型、地域型、広域型の3つのタイプに分かれるが、全国の商店街の7割以上がいわゆる最寄品中心の近隣型商店街である。しかも、古くからある街道沿いなどに自然発生的に集積した路線型の商店街が、全国の商店街の8割以上を占めている。そして、これら商店街の中で、停滞および衰退していると思われる商店街が9割近くにも達しているのである。

今日、商店街が抱えている問題は、多種多様であるが、これらの問題を生じさせている原因については、次の2つを指摘できる。第一は、商店街を取り巻く外部の諸環境の変化に起因するもの、第二は、商店街の内部に起因するものである。

そこで、まずこの2つの原因から惹き起こされた問題について考えることにする。

3. 商店街を取り巻く共通の課題（1）

－外部環境の変化に起因する問題

まず、商店街を取り巻く外部の諸環境の変化に起因するものとしては、次のような背景と問題が考えられる。

1960年代初めからの高度経済成長と、それに伴うわが国の発展は、農村から大都市への急速な人口流入をもたらした。この時期全国の主要都市で、産業基盤を中心とした社会基盤の整備が進められ、その地域の都市構造に大きな変化をもたらした。道路網や鉄道網の整備、港湾や臨海型工業地帯、内陸型工業地帯の整備などが活発に進められ、旧国道や旧県道の狭い道路に代わって建設されたバイパスなどを「産業道路」と呼んだのも、この時期である。また、高度経済成長を背景に、スーパーマーケット、ショッピングセンターなどの新しい経営形態の流通業も出現し、全国展開、大型店舗化などが進められていった。このような商店街を取り巻く外部環境の変化は、全国主要都市の在来商店街に大きな影

響を与えるとともに、共通の問題を発生させたのである。それは、次のような問題である。

(1) 産業構造の変化により、都市を支えていた基盤的産業が衰退し、それに伴い商圈人口、世帯数が減少し、来店者が減少した。

これは、わが国の経済発展、産業の構造的変化に伴い、都市の構造、都市を支える経済的基盤までもが変わってしまった地域にみられる共通の現象である。例えば、石炭産業の都市であるとか、繊維産業の都市などで、時代の変化の波に対応し切れなかった伝統的な産業の企業城下町では、その産業の衰退とともに、人口、世帯数が減少し、その地域に古くからあった商店街に来る客も次第に減り、商店街が停滞、衰退してしまった。このようなケースは、鉄鋼業や造船業によって支えられてきた都市、あるいは石油化学産業によって支えられてきた都市などについてもいえ、産業構造の変化に対応できない場合には、同様に都市の活力が失われ、それらの都市の商店街も停滞、衰退していく。

したがって、これからは、商店街のリーダーはいうに及ばず商店経営者たちも、都市の地域振興計画や総合基本計画などに関心を示すとともに、「まちづくり」に積極的に参加し、地域活性化に大きな役割を果たしていくことが必要不可欠となる。

(2) 道路交通網の整備により、商業重心が移動した。

これについては、わが国の商店街の歴史的形成と、モータリゼーションの進展が深く関係している。わが国の商店街の多くは、伝統的な路線型商店街であり、全国の主要な都市では、その商店街の真ん中を国道、または県道が通っていた。ところが、高度経済成長時代を通じて、産業基盤としての道路網の整備が進み、商店街から離れたところにバイパスが建設された。商店経営者には、商店街を通る大型車などの交通量が減って当初歓迎されたが、そのバイパス沿いに車での買い物客を対象としたショッピングセンター、大型スーパー、レストランなどが進出し、商業の重心が新しくできた道路沿いに移転してしまうという現象が、多くの都市

で発生したのである。その結果、在来商店街への来客も減り、商店街が停滞、衰退してしまった。

(3) 車社会の到来で、安心して買い物ができなくなった。

これについても、わが国の都市構造、商店街形成の歴史と密接な関連がある。道路沿いに発展したわが国の路線型商店街では、その道路が車社会の到来とは無縁の時代からのいわば「街道」であり、人々の「コミュニケーションの場」でもあった。したがって、歩道と車道の区別などあるはずもなく、道路は歩道であり、馬車道でもあった。かつては、商店の軒先に縁台を置いて、浴衣姿の人々が将棋を指していた光景などもごく普通に見られた。まだ車が少なかった頃には、道路を走り回る子どもたちの姿があちこちにもこっちにもあった。商店街の“通り”は、大人たちのコミュニケーションの場であるとともに、子どもたちの遊びの場でもあった。いまや多くの商店街で車が氾濫する時代となり、人々は安心して買い物を楽しむことができなくなってしまった。

車社会の到来によって、われわれ市民が被害者であると同時に加害者でもあるという現状のもとで、商店街を通過する車と商店街に買い物に来る客の車、これら2つの車の問題を商店街の中でどう扱うかは、たいへん大きな課題となっている。

(4) 駅前に大型店が進出し、在来商店街まで客が来なくなった。

これもわが国の都市の発展・構造と深く関係する。わが国の都市の多くは、明治以来、国鉄や私鉄などの駅を中心として発展してきた。いわば鉄道中心の町の形成である。そのような駅を中心として、人々の流れが生まれてきたため、駅や駅前には流通資本にとって、店舗立地上大きな魅力をもっていた。そこで、駅前百貨店経営は、大都市のみならず地方都市においても、経営戦略上、重要となっていたのである。今日では、スーパーマーケット、専門量販店、ディスカウントストアなどの新しい流通資本も加わり、かつて大都市の中心ターミナルに限られていた大型店の立地が、大都市やその近郊への急速な人口流入に伴い、近郊のJ Rや

私鉄の駅前にも大型店の進出が図られている。その結果、品揃えも豊富で、価格も魅力的な大型店の中ですべての買い物を済ませてしまい、既存の商店街への来客者が減ってしまった。

(5) 既存市街地の周辺部に、人口増加があったものの、そこに新規商店街、大型店が計画的につくられ、在来商店街への来客者が減少してしまった。

これは、首都圏近郊など大都市圏のベッドタウンにおいて多くみられる現象である。高度経済成長時代を通じて大都市圏近郊では、商店街などの既存市街地を取り巻く周辺農地、丘陵地などが活発に開発され、次々とベッドタウンが形成された。そこに人々が定住し、人口が増大したものの、期待に反し、それらの人々は既存の商店街へ買い物に来ず、それらニュータウンの中に新たな商店街が形成されたり、あるいはそこに新規業態の大型店が進出したりして、逆に旧市街地の既存商店街へ買い物に来ていた客までもが、郊外の大型店へ流出してしまった。

(6) 消費者にとって新たに買いたい物が少なくなり、消費行動も質的に変化して、在来商店街へ消費者が足を向けなくなってしまった。

これは、飽食の時代といわれる近年の傾向である。物が豊かで、有り余る時代といわれる今日、消費者のニーズまたはウォンツの質的变化に伴い、消費者が既存商店街にあまり魅力を感じなくなり、買い物に来なくなってしまった。マーケティングの分野では、既にこのような豊かな時代への変化を捉えて、「消費者」の概念をもっと広い意味での「生活者」として捉え、商店経営者が自ら、自分の店の品揃え、サービス機能を見直すべきであると指摘されていた。この消費行動の質的变化、あるいは生活者の意識の変化と商店街のあり方は、次に述べる商店街の内部的要因の問題とも関連した、今後の大きな課題の一つである。

高度経済成長に伴う都市環境の変化と、新しい経営形態の流通

業の出現は、全国の多くの商店街に対して、上述のような共通の課題を生じさせたのである。

4. 商店街を取り巻く共通の課題（2）

－商店街の内部に起因する問題

次に、今日の商店街が抱えている課題で、商店街の内部に起因する問題を取り上げてみると、全国の多くの商店街に共通するものとしては、以下の6つの事項が考えられる。

（1）店舗および共同施設が老朽化しており、商店街の改造も遅れている。

各地の商店街を歩いてみると、アーケードはあるものの、一部が壊れていたり、錆びついていたたり、雨漏りがするのではないかとと思われるものが目立つ。店舗についても旧態依然としたものが多く、相次いで開店するファーストフード、郊外レストラン、あるいはスーパーマーケット、コンビニエンスストアなどと比べると、店舗格差が大きいといわざるを得ない。地方都市の商店街の中には、昔からその地域の老舗で、店構えをモダンに改装したり、あるいは古い伝統的店構えの中にも、どこか外装や内装を新しくした呉服店や伝統工芸品店、郷土菓子店なども見られるが、全体からみればごくわずかなものであろう。

今日の激しい時代の流れ、変化の中にあつて、ショッピングセンターや大型店の店内改装のサイクルは次第に短縮化してきており、かつて5年から7年ぐらいで行われていたリニューアルも、最近では3、4年ごとに行われるようになってきている。

弱小資本の多い商店街各店舗にあつては、そこまで頻繁に改装するゆとりはないと思われるが、せめて共同施設ぐらいは5年サイクル程度でリニューアルしていく体制が必要ではないだろうか。

(2) 商店街に共同の駐車場がなく、またその他の共同事業活動もマンネリ化している。

一頃に比べると、共同駐車場の不足については、最近多くの商店街が行政と一体となって、前向きに取り組んできている。商店街周辺の再開発事業で生み出された公共用地に、立体駐車場を設けるとか、公園の一部あるいは地下を駐車場にするとか、あるいは一部の商店街にみられるように商店街の道路そのものの一部をストリート再生の際にパーキングエリア化してしまうなど、様々な工夫がなされてきている。しかしながら、一般的にはまだ多くの商店街で駐車場不足は解消しておらず、課題の一つである。

また、共同事業活動のマンネリ化についても、最近では、商店街、地方自治体が一丸となって、マンネリ打破に向け動き始めている。ハード、ソフトの両面で行政からの事業補助を受けるなどして、活性化に取り組む商店街も少なくない。どのような共同事業が自分たちの商店街に有益か、十分精査しながら、効果のある事業を展開していくことが必要である。

(3) 全般的に店舗規模が小さく、商店街の中にあっても店舗間の格差が拡大している。

(4) 商店街の業種構成、店舗配列がうまくなく、また後継者不足などから閉じている店舗が目立ち、商店街の連続性が切断されている。

この2つの問題については、商店の多くが家業・生業的であることや、また商店街の形成が自然発生的であった歴史的背景とも関連しており、一朝一夕に解決できる問題ではないかもしれない。しかしながら、商店街がショッピングセンターや大型店などと同様に、あるいはそれ以上に生活者にとって魅力ある存在となるためには、これら店舗間の格差、業種構成、店舗配列などの問題点の調整、解決に向けて、商店経営者は研究、努力し、商店街全体を買い物が楽しめる「まち」につくり上げていくことが大事である。

次に、後継者不足の問題であるが、現在、商店街の中に位置す

る店舗では、戦後生まれの団塊の世代か、または戦前・戦中の世代が経営の中心であろう。そのような中であって、後継者がいない、あるいは諸般の事情から店舗を閉じている商店も多い。一方で、近年、都会の職場を去って、故郷へUターンし、親の経営する商店や地元企業に就職する若者たちが増えている。その若者たちが、商工会議所などの青年部や青年会議所などを足掛かりとして、店づくり、商店街づくり、「まちづくり」、地域振興など、地域活性化の活動に対して熱心に取り組み、勉強会、研修会などを行っている。実質的な経営の実権は、まだ彼らの親にあることが多いと思われるが、こうした若者たちが次第に力をつけ、また彼ら若者の感性がリードする店づくり、品揃え、商店街づくりなどが新たなムーブメント、潮流となる時代が、それほど遠いことではないように思われる。

(5) 商店街活動のまとまりが悪く、また熱意とロマンをもったリーダーが少ない。

これまでわが国は、高度経済成長時代を通じて、あまりにも急速に近代化が進んできた。そのことの善し悪しはともかくとして、そのスピードゆえに、そして都市環境の変化と、新しい経営形態の流通業の出現とその展開の急速なるがゆえに、既存の伝統的商店街の多くに戸惑いが生じたものと思われる。すなわち、商店街を取り巻く経営環境の急激な変化の中で、自分たちの商店街の近代化をどう図っていくかという集団コンセンサスを作りあげる間もなく、大型店の進出を受け入れるか否か、その賛否の争いが日常の議論のテーマと化してしまった。大型店の出店計画がもちあがるたびに賛成派と反対派の亀裂が深まり、とても自分たちの商店街活動を近代化したり、「まちづくり」へ向けて集団のコンセンサスを形成していくだけの余裕もなかった。かくして、熱意とロマンをもっていったリーダーも次第に商店街活動に失望し、少なくなってしまうと思われる。

大型店の出店が常態化した今日、商店経営に携わる若者たちの多くが、大型店をも含めた商店街活動の新しいあり方、あるいは

大型店にはない「ふるさと商店街」の新しい魅力づくりなどについて模索し始めている。彼ら若い世代の中から、新しい商店街リーダーが生まれてくることに期待したいものである。

(6) 商店街活動の資金も少なく、また事務局に「まちづくり」のスタッフがいない。

全国の商店街の中には、まだまだ多くの法人化（振興組合、協同組合）されていない商店街がある。あるいは法人化されている商店街であっても、年間の活動予算となると、きわめて少ないのが現実である。大型店の広告宣伝費なみの予算を、商店街がもつべきであるとまではいわないが、現状のような少ない活動予算では、生活者にとって魅力のある商店街づくりは、きわめて困難といわざるを得ない。商店街活性化に関する事業の多くを補助金に依存するという点では、あまりにも寂しいが、国や自治体の商業政策、商店街振興施策を商店街の経営者たちも前向きに検討、研究し、それらの事業に積極的に立候補していく姿勢も大切であろう。そのためにも、商店街組織の法人化を図り、自治体などの補助事業の受け皿を整備しておくことが必要である。

さらに重要なことは、商店街事務局やそれをバックアップする商工会議所などにおける「まちづくり」スタッフの充実である。各店舗に対する融資制度、商店街近代化のための各種施策、商店経営の指導などについては詳しいスタッフがいても、「まちづくり」のための各種法律知識まで兼ね備えた商店街づくり、「まちづくり」のコーディネートを行うことができるスタッフは、全国の多くの商店街事務局や商工会議所をみても、さほど多くないのが実情であろう。

商店街活性化の問題を考えると、いま何よりもこのようなスタッフの充実、すなわち様々な利害関係をもった商店街の人々を専門的知識をもって引っ張っていき、商店街の法人化や再生計画を推進するリーダーシップを発揮できる人材を育成することが急務であると思われる。

5. おわりに

本報告では、「魅力ある商店街づくり」のための商店街振興策を策定するにあたって、まず全国の商店街が抱える共通の課題を明らかにすることをねらいとした。今日、商店街を取り巻く現状にはきわめて厳しいものがあり、個々の商店街やその商店街を形成する商店経営者たちだけでは解決できない課題があまりにも多い。

大型ショッピングセンターやロードサイド店が郊外に次から次へと展開されていく中で、商店街が停滞、衰退していくことは、消費者にとっても決して好ましいことではない。消費者は、商店街を「まちの顔」と考えている。そして、「心身のリフレッシュ」、「楽しめるショッピングへの対応」、「地域住民一体としての連帯感」、「市民参加のイベント」、「商店街からの情報発信」などを商店街に求め、期待を寄せている。

最近の商業環境の変化はすさまじく、大型店といえども淘汰される時代である。商店街の活性化は、消費者からの信頼と支持がなければ成り立たない。高齢・少子社会を迎えた現在、地域の特性を踏まえながら、いかにして「人にやさしい快適な生活環境」を創造するか、「まちづくり」は各地域の知恵比べの時代にあるといえる。そのため、いま「まちづくり」のリーダーに求められていることは、プロ意識をもち、リーダーシップのとれる後継者・人材の育成である。それが急務の課題である。次回の報告書では、それらの点についてまとめたいと思う。

主要参考文献

- 白石克孝編『分権社会の到来と新フレームワーク』龍谷大学社会科学研究所叢書第59巻 日本評論社 2004年12月
- 土井乙平編著『消費社会はいまー新しい発想で消費を考えるー』法律文化社 2004年12月
- 神野直彦ほか編『自立した地域経済のデザインー生涯と生活の公共空間ー』講座新しい自治体の設計4 有斐閣 2004年3月
- 大西隆ほか編『都市再生のデザインー快適・安全の形成ー』講座新しい自治体の設計2 有斐閣 2003年10月
- 財団法人21あおり産業総合支援センター 小売商業支援センター編『消費者から見た魅力ある商店街』平成12年度消費者対象調査報告書 財団法人21あおり産業総合支援センター 2001年3月
- タウンモビリティ推進研究会編著『タウンモビリティと賑わいまちづくりー高齢社会のバリアフリー・ショッピング』学芸出版社 1999年2月
- 矢作敏行著『小売りイノベーションの源泉ー経営交流と流通近代化ー』日本経済新聞社 1999年9月
- 星埜淳・河相一成編『地域再構成の展望』中央法規出版 1991年10月
- 野村武正著『90年代消費社会ー社会派消費者の登場ー』中央経済社 1991年3月
- 日本都市学会編『都市憲章・地方都市の活性化』日本都市学会年報1989 Vol.22 ぎょうせい 1989年9月
- 森啓編著『シリーズ自治を創る2 市民文化と文化行政』学陽書房 1988年6月
- 山崎幸男著『まちづくりと創造性』有斐閣 1986年5月