

阪神・淡路大震災後における被災地域の商業構造の変化に関する分析*

Analysis of the Changes in the Commercial Structure of the Affected Area after the Hanshin-Awaji Earthquake

田中 康仁** 小谷 通泰*** 堀切 真美****

by Yasuhito TANAKA, Michiyasu ODANI and Mami HORIKIRI

1. はじめに

筆者らは、阪神・淡路大震災以降、神戸市内の一地域を対象として、現地調査や電子住宅地図を活用することにより近隣商業施設の再開状況について継続的に調査・分析を行ってきた。こうした結果、震災前から立地していた店舗には未再開店舗がみられる一方で、被災地域に新たに立地した店舗も数多く見られ、地域の商業構造に急激な変化がもたらされつつあることを報告してきた^{1) 2)}。

そこで本稿では、震災後5年間を対象として、対象地域において、再開された店舗や新規に立地した店舗の件数や規模の推移を示すとともに、それらの業種構成や立地形態の特徴、また従来からの商店街・市場の動向を分析することによって、商業構造の変化を明らかにしたい。

2. 調査対象地域と使用データの概要

(1) 調査対象地域

本研究で調査対象とした地域は、図-1に示す神戸市東灘区の東部地域(総面積 310ha)であり、震災により最も大きな被害を受けた地域の一つである。当該地域には、鉄道および幹線道路がそれぞれ東西に貫いており、震災前からこうした鉄道駅周辺や幹線道路沿いに数多くの店舗が立地していた。また、域内には4カ所に6つの商店街・市場が点在しており、こうした箇所でも店舗の集積が見られた。

(2) 使用データの概要

本研究では、店舗件数の集計や店舗規模の算出を行うために、(株)ゼンリンから発行されている電子住宅地

図³⁾を使用した。分析に用いた時点は、震災前の95年(93年11月調査)、および震災後の5時点(96年6月、97年7月、98年5月、99年6月、2000年6月調査)である。まず、店舗件数を集計するため、電子住宅地図に付随している情報の中から各店舗の名称・住所・建物形態等の店舗属性を抽出し、全ての時点について個別にデータベースを作成した。ここでは特に、名称からその業種を類推するとともに、新旧の区分については、住所の変化や経営者の変更の有無とは関係なく、震災前後の店舗データを比較することにより震災前と異なった名称の店舗が震災後確認された場合、それを新規店舗とすることとした。次に、店舗の規模を表す指標として売場面積の算出を試みたが、現実には、各店舗ごとの正確な売場面積を算出することが困難である。そこで、本研究では便宜的に下記の方法で算出した値(以下では、「店舗規模(m^2)」と呼ぶ)を売場面積の代わりに用いることとした。①戸建ての店舗は建物の一階部分の床面積、②ビルのテナントはテナントが存在する階の床面積(住居部分を除く)をその階に入居しているテナント数で割った面積、③大型店舗は各階の床面積×売場のある階数、とした。

また、域内に点在している商店街・市場の現況や抱えている問題点、等を明らかにするため、震災2年後と6年後の2回にわたり商店街・市場の代表者(2年後は6カ所全て、6年後は4カ所)に対するヒアリング調査を実施した。

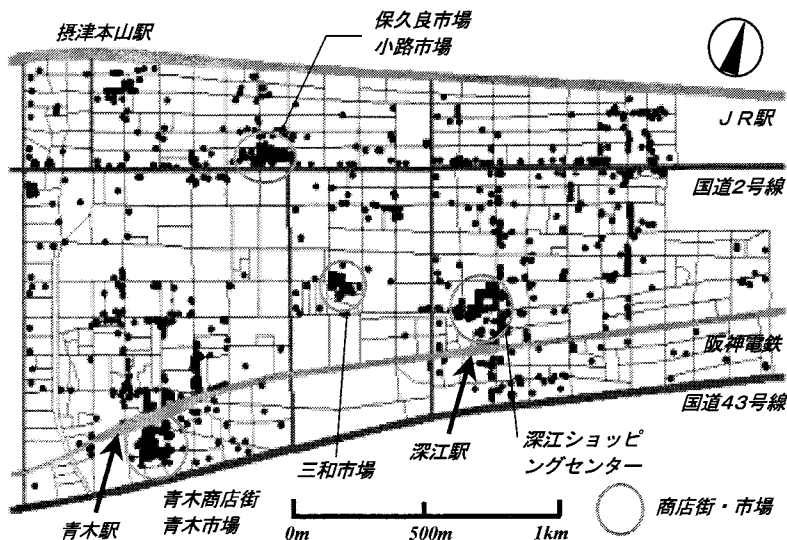
3. 従来・新規店舗の時系列変化

(1) 店舗数と規模別にみた推移

電子住宅地図を基にした集計結果によると、震災前の総店舗数は1,115件であり、店舗規模の合計は約112,000 m^2 であった。

図-2は、従来店舗と新規店舗の総件数および店舗規模の合計の推移を示したものである。これによると、

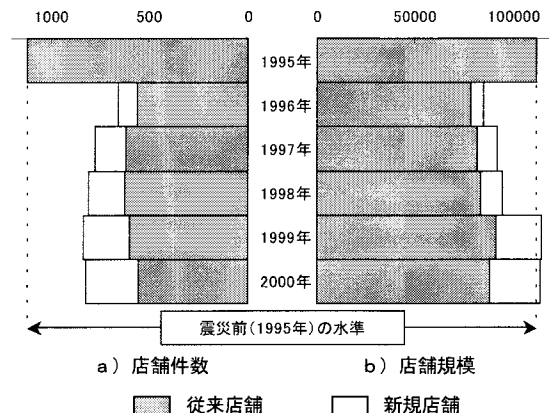
* キーワード: 阪神・淡路大震災、近隣商業施設、商業構造
** 正会員 工修 広島商船高等専門学校 助手 流通情報工学科
(〒725-0200 広島県豊田郡東野町 4272-1 08466-7-3122)
*** 正会員 工博 神戸商船大学 教授 輸送システム工学講座
**** 学生員 工修 神戸商船大学大学院
(〒658-0022 神戸市東灘区深江南町 5-1-1 078-431-6260)



図－1 調査対象地域図

まず店舗件数については、従来店舗は震災1年後に約半数が再開しているが、それ以降の3年間にかけは、再開件数がわずかに増加しているものの、ほぼ停滞状況にあり、4年目以降は減少に転じている。これに対して、新規店舗は年々その数を増やしており、5年後にはその件数は域内で営業している全店舗の約3分の1を占めている。店舗の総数については、新規店舗の件数は増加しているものの、従来店舗数の減少の影響を受けて5年後では減少に転じている。

次に、店舗規模については、件数の推移とは異なった傾向を示し、震災1年後の時点で既に従来店舗の水準が震災前の7割に達しており、4年後には従来店舗と新規店舗の規模の合計は震災前の水準を上回っている。このように、従来店舗と新規店舗の両者による地域の復興という意味では、件数と規模でみると大きな



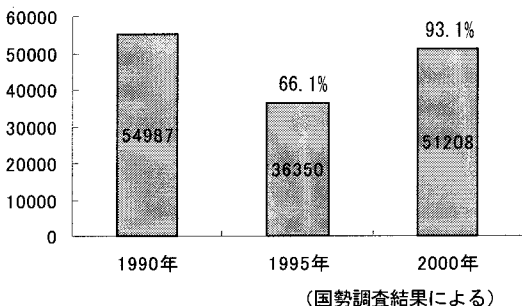
図－2 従来店舗と新規店舗の件数・規模の推移

違いがあり、件数では5年後の時点でも震災前の7割程度の水準に留まっているが、規模では震災前とほぼ同じ水準に達している。特に、図－3に示すように対象地域の人口⁴⁾は、国勢調査の結果によると震災直後の1995年は1990年と比較すると3割強の人口減であったが、2000年にはほぼ震災前に近いレベルまで人口が回復しており、消費者ニーズの充足という観点からも人口の動向と関連して地域の商業機能が震災前の水準に近づいていったものと思われる。

(2) 大規模小売店舗の動向

前項でも述べたように、店舗数と規模の数値には大きな差が見られるが、この要因には大規模小売店舗(以下、大型店舗)の存在が考えられる。なお、商業統計では店舗面積が500m²以上の店舗を大規模小売店舗としており、これは本研究で用いる店舗規模とは直接的に対応するものではないが、一定の比例関係にはあるものとしてこの基準を準用した。この結果、震災前、対象地域には6件の大型店舗が存在しており、それらの店舗規模の合計は約55,000m²(平均9,111m²/店舗)と全体の半分近くを占めていた。

図－4は、大型店舗と全体の規模および復興率(従来店舗と新規店舗の合計を震災前の規模で割った値)の推移を比較したものである。また、図中には大型店舗の件数と全体に占める規模の比率も図示している。これによると、全体に比べて大型店舗の復興率は高く、全体に占める比率も高いことから全体の復興率に大きな影響を及ぼしている。特に、3年後から4年後にか



図－3 対象地域における人口変動

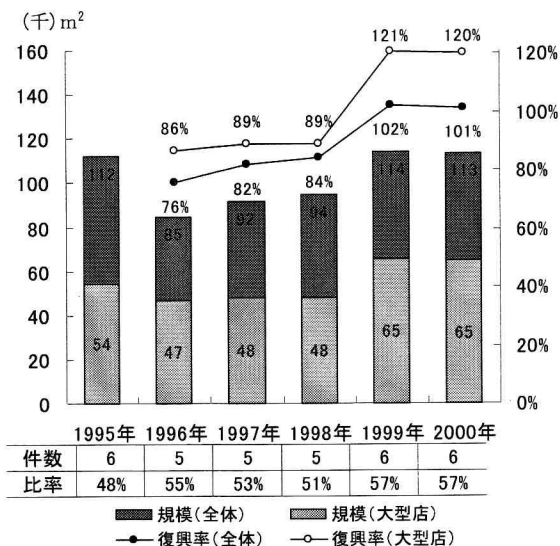


図-4 大型店の立地と規模の推移

けて域内では、新規大型店舗の立地および従来大型店舗の改修再建により大型店舗の規模が増加したことに伴い、全体の復興率が100%を超える結果となっている。

4. 店舗の業種構成

(1) 業種構成の変化

震災前における業種構成については、小売業（専門店、大型店、コンビニエンスストア、など）が51%と大半を占めており、飲食業（飲食店、喫茶店、など）、サービス業（クリーニング、理美容、銭湯、など）はそれぞれ32%と17%であった。

図-5は、震災前と5年後の業種構成を件数と規模のそれぞれについて比較したものである。これによると、まず件数については、やや飲食業の比率が大きくなっているものの、大きな変化は見られず、5年経過時点で、総店舗数は減少しているものの、店舗の業種構成は震災前とほぼ同じであった。また、規模については、大型店の規模が大幅に増加しているにもかかわらず、若干小売業の比率が高くなっている程度であり、

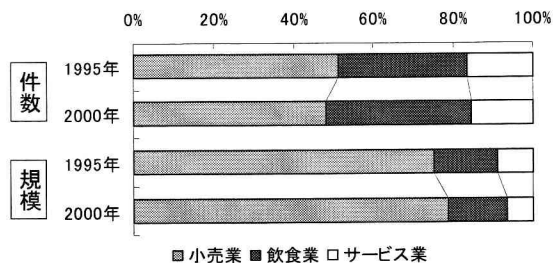


図-5 業種構成の変化

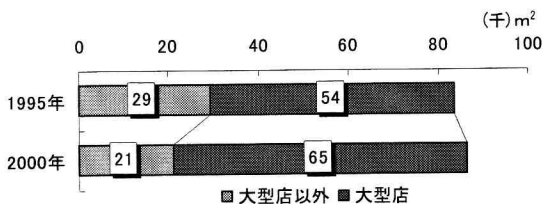


図-6 小売業における大型店の比率

構成比には震災前と比べて大きな変化はみられない。これは、図-6に示すように小売業において大型店の増加は著しいものの、一方で大型店以外的小売業が減少していることがその理由と考えられる。

(2) コンビニエンスストアの立地

新規店舗の増加が著しいが、その中でもコンビニエンスストアの増加は最も顕著である。具体的には、震災前のコンビニエンスストアの件数は5件であったが、5年では20件の立地がみられた。そこで、図-7は、コンビニエンスストアの商圈をボロノイ線図により描画し、震災前と5年後を比較したものである。これによると、5年後は震災前に比べて商圈が著しく狭くなっており、従来店舗との競合が激化していると考えられる。

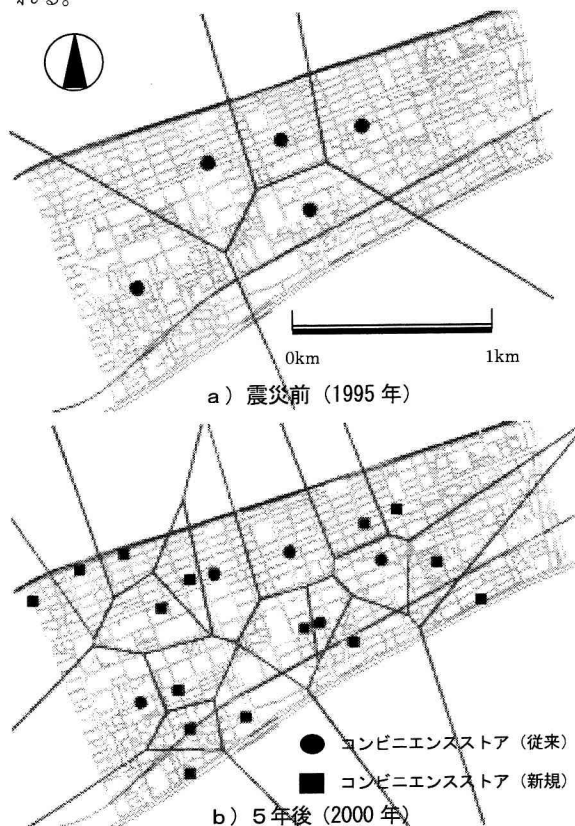


図-7 コンビニエンスストアの商圈の変化

5. 従来・新規店舗の立地形態

図－8は従来店舗と新規店舗の立地形態の推移を示したものである。これによると、従来店舗は5年間を通して戸建ての店舗の比率がほぼ一定の値で推移しているのに対し、新規店舗は時間の経過とともにビルのテナントとして立地する店舗の比率が高くなっていることがわかる。

6. 商店街・市場の再開状況

図－9は域内に点在していた6カ所の商店街・市場の震災前と2年後、6年後の店舗数を比較したものである。これによると、商店街・市場として震災前の店舗数を維持している箇所は見られず、最も再開状況が良好な青木商店街でさえ震災前の6割程度の店舗が再開しているといった状況である。他の商店街・市場については3割前後の店舗が再開しているのみである。特に、小路、保久良、三和の3カ所の市場は、震災を期に市場を解散してしまったため、これ以上の店舗再建は望めない。また、深江ショッピングセンターや青木市場についても共同建て替えを計画しているビルでの

テナントとしての参加を予定している店舗は、現時点で営業を継続している店舗に加えて1、2件程度である。このように、商店街・市場だけで約110件の店舗が廃業したことになり、これは震災前の総店舗数の約1割にも相当する。こうした現状を踏まえて、商店街・市場の代表者へヒアリング調査を行った結果、新たに進出した大型店舗に顧客を奪われその影響で廃業する店舗も多いこと、また、震災後、住民の年齢構成が変化したことにより購買層に変化が生じ、固定客が減少したこと、新規顧客である単身者や若年層はコンビニエンスストアなどの新規店舗に流れる傾向がある等の指摘がなされていた

7. おわりに

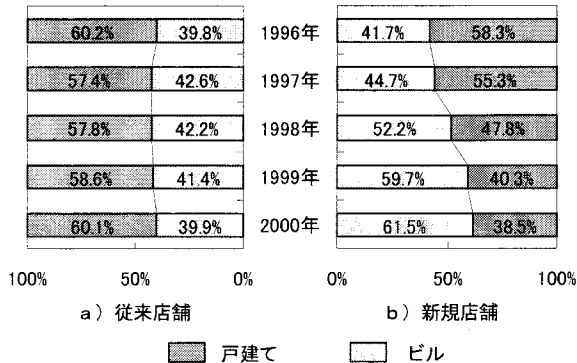
本研究では、震災後の5年間で地域の商業構造に急激な変化が見られたことを示した。具体的な成果について以下に要約する。

営業している店舗数は震災前の7割前後にとどまり、そのうち約3分の1は新規店舗で従来店舗は減少の傾向にある。一方、店舗規模では大型店舗の影響を大きく受けて4年経過時点で震災前と同じ水準に達していると推定された。また、震災前後を通じて業種構成に大きな変化は見られないものの、コンビニエンスストアといった新たな業態の店舗が急激に増加し、新規店舗はビルのテナントとして立地する傾向があることがわかった。さらに、従来からの老朽で小規模な店舗からなる商店街・市場は大半が消失しつつあることが明らかになった。

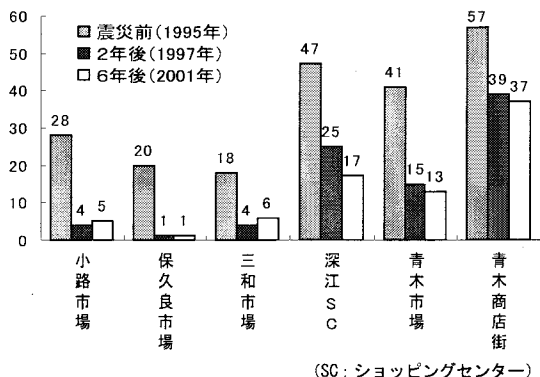
最後に、今後は対象地域全域を幾つかの地区に細分化してその地区ごとに、また幹線道路の路線ごとに商業構造の変化を詳細に分析していきたい。さらに、今回用いた個々の店舗の規模を示す指標の精度も高めた

<参考文献>

- 1) 田中・小谷：被災地域における近隣商業施設の立地特性に関する考察、土木学会第54回年次学術講演会、pp554～555、1999年
- 2) 田中・小谷：電子住宅地図を用いた被災地域における近隣商業施設の立地特性に関する分析、土木計画学研究・講演集22(1)、pp105～108、1999年
- 3) (株)ゼンリン：電子住宅地図、CD-ROM ZMAP-TOWN II ('93、'96、'97、'98、'99、'2000)
- 4) 神戸市 総合計画課：「神戸市町別世帯数・年齢別人口」



図－8 従来・新規店舗の立地形態の推移



図－9 商店街・市場の再開状況