

(IV-48) 住民・事業所双方に着目した商店街活性化に関する研究—茨城県十王町を事例として—

茨城大学工学部大学院	学生員	池埜邦幸
茨城大学工学部	正会員	山形耕一
茨城大学工学部	正会員	山田 稔
十王町商工会		椎名正昭

1. はじめに

現在、郊外型の大型商業施設の増加に伴う地方中小都市の中心街の衰退が大きな問題となっている。本研究は、こうした問題を抱える茨城県十王町を対象として町内の事業所、住民意識、住民買物動向の3タイプの調査・分析を行い、事業所に対する大型商業施設進出による影響がどのようなものなのか、また住民がどのような考え・ニーズを持っているかなどを明らかにし、十王町商店街が今後活性化していくための方針を示すことを目的としたものである。

2. 十王町の概要

茨城県十王町は、県東北部に位置した自然豊かな小さな町である。人口は、昭和35年から45年にかけて減少傾向にあったが、以降住宅開発に伴って増加に転じ現在は、人口13,000人を有する。しかし、増加人口の大部分は、隣接する日立市への通勤者で、十王町民という意識は薄い。また、町の中心核というものに欠け、事業所も分散しているため両隣の日立市、高萩市への依存が強く買物を町外ですませる人が多い。また近年、日立市、高萩市への郊外型大型商業施設の進出が活発で、買物客の町外への流出傾向がより強くなってきており、逆に町内の事業所の衰退が問題になっている。

3. アンケート調査の概要

(1) 住民買物アンケート調査

- ・調査日時：平成9年11月上旬
- ・調査方法：十王町内において、普段買物をする人を対象に、直接調査表を訪問配布し、郵送回収
- ・回収率：62.8% (314票)
- (2) 住民意識アンケート調査
- ・調査日時：平成9年11月上旬
- ・調査方法：十王町内の住民を対象に、各家庭を直接調査表を訪問配布し、郵送回収

- ・回収率：69% (138票)

(3) 十王町事業所アンケート調査

- ・調査日時：平成9年11月上旬
- ・調査方法：十王町商工会に加入している事業所を対象に配布、郵送回収
- ・回収数：55票

4. 結果及び考察

(1) 大型商業施設進出による事業所への影響

図1は、最近2年間での事業所の売り上げの変動を表わしているが、事業所の半数以上が減ったと答えており、また図2は、その減った理由としてあげられたものを記しているが、景気の衰退と共に大型店に客を取られたと答えている所が多い。これらから景気の衰退と共に、大型商業施設進出によって事業所が苦しんでいる現状がわかる。

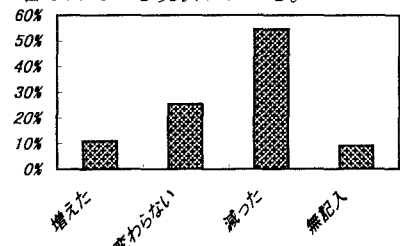


図1 事業所の売り上げ変動

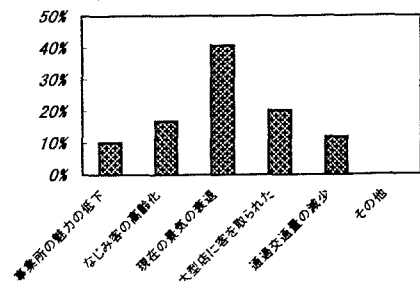


図2 売り上げが減った理由

(2) 十王町民の充実させて欲しい業種

図3は、町民に対し十王町内でもっと充実させて欲しいと思う商業やサービス業はどのようなものか19業種から選択してもらい数量化Ⅲ類分析を行い、

Keyword：商店街活性化、意識調査・分析、地域調査

連絡先〔茨城県日立市中成沢町4-12-1 TEL0294(35) 6101 FAX0294(35)8146〕

その結果をプロットしたものである。

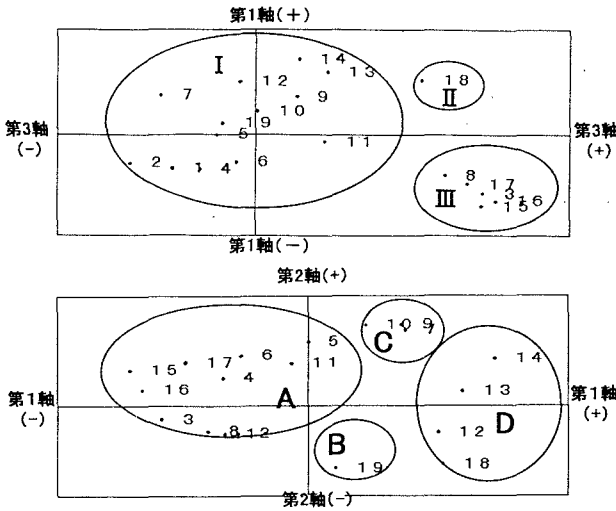


図3 数量化Ⅲ型分析のプロット図

凡例: 1. 生鮮産品(肉・魚・青果物) 2. 1以外の食料品 3. 酒類 4. 日用雑貨・金物
5. 婦人・紳士服 6. 実用衣類(シャツ・肌着等) 7. 靴、カバン、ハンドバッグ
8. くすり・化粧品 9. 時計・カメラ・メガネ 10. 家具・インテリア 11. 家庭電器用品
12. 書籍・文具 13. CD・ビデオ(レンタル含む) 14. スポーツ・レジャー用品 15. 燃料
16. クリーニング 17. 理容・美容 18. 地場産品を売る店 19. 飲食店

表1 数量化Ⅲ型分析による固有値・相関係数・累積寄与率

	固有値	相関係数	累積寄与率
第1軸	0.33994	0.583	0.0971
第2軸	0.31532	0.5615	0.1872
第3軸	0.31296	0.5594	0.2766

それぞれのプロット図の軸の特徴を見ていくと、第1軸は(+)にスポーツ・レジャー用品、書籍・文具、(-)に燃料、クリーニングが位置していることから業種の娛樂的要素の強弱を表現していると考えられ、第2軸は(+)に家具・インテリア、時計・カメラなど生活を豊かにするようなもの、(-)に飲食店、地場産品を売る店のような地域性の高いものが位置していることが読み取れる。第3軸は(+)に酒類、クリーニング、(-)に食料品、生鮮産品が位置していることから日常生活における必要性の高低を表現していると考えられる。

図3は、19業種が三つのグループに分類された。それぞれのグループの特徴とそのグループの業種を希望した住民の属性をクロス分析などから見ていくと、グループIは軸の原点に近く強い特徴はなく、属性を見ると年齢層は30代から70代でまた、居住年数も11年から40年という町の中心層が占めている。グループIIは、地場産品を売る店だが属性を見ると年齢層は20代と若い世代が占めている。グループIIIは、娛樂性が低く、また必要性の低いものだがここも比較

的若く居住年数の低い世代が占めている。

図4は、四つのグループに分類された。グループAは娛樂性が弱く、グループCは生活を豊かにし娛樂性の高いもの、グループBは飲食店であるが、この3グループの属性を見ると20代から40代の若い世代が占めている。逆に娛樂性の強いグループDは、居住年数の長く、年齢も60代以上の世代が占めている。

この結果から、

- (1) 年齢層が高い層ほど娛樂性が強い業種を欲し、逆に低い層ほどその傾向が弱い
 - (2) 年齢が若い世代の方が地場産品を売る店を欲しがっている
- という二点が指摘できる。

この二点から言える事は、居住年数が長く年齢が高い世代は、その分町民意識が強いため町内をもっと魅力的な業種を充実させたいという意識が強く、逆に若い世代は町内にそういう業種がなくても近くにあればそれでよいという意識が強いということである。しかし、若い世代にはもっと地場産品を扱う店を充実させて欲しいという意識もあるということも言え、全く十王町に興味がないということではない。住民意識調査からも居住年数の短い住民層には、十王町を自らの生活拠点として、自然と環境に恵まれた魅力ある町として守り続けていきたい意識を持っていることが読み取れ、また大型店やコンビニエンスストアなどでは扱わない地場産品を古い世代ではなく若い世代が求めているということは今後の十王町の事業所が大型商業施設に対抗していく上で重要なポイントになると考えられる。

5. まとめ

十王町の事業所は大型商業施設進出の影響で衰退傾向にあるというのが現状であるが、それに対抗していくためには古い世代の住民のニーズである一般的な業種を充実させていくのも重要だが、それより若い世代のニーズである地場産品を扱う店の様に十王町の地域特色を意識させるものを充実させていくことの方が今後、独自性の強い商店街の形成に必要だと考えられる。

なお、本研究は十王町商工会が組織した地域中小商業影響調査事業研究会と本学都市システム工学科主観別ゼミナール(山形・山田・志摩担当:2年生対象)との共同調査によるものを基にしている。