

大村市中央商店街を例とした中心市街地活性化策の検討

長崎大学工学部 正 後藤恵之輔 長崎大学工学部 学○上戸 英明
 長崎大学大学院 後藤 健介 長崎大学大学院 学 渡邊 浩平

1. はじめに

現在、全国的に地方都市における中心市街地の衰退化が進んでいる。その現象の一つとして、今までその地域の地域経済を担ってきた地域型商店街の崩壊がある。このような商店街は、その地域のコミュニティを形成する場として重要な位置を占めてきたが、その商店街の衰退により、その地域のコミュニティや地域連帯感が喪失されてきている。このようなことから、中心市街地の衰退は、地域経済だけでなく、むしろ地域社会において重大な影響をもたらすと言える。よって再び中心市街地を活性化することにより、地域経済と地域社会を立て直すことが肝要である。本研究は、現在、衰退が進んでいる大村市中央商店街を事例として、中心市街地の活性化策を検討しようというものである。今回は、大村市中央商店街の現状を把握するため、商店街の商店主の意識調査をアンケートにより行った。

2. 大村市の概況

大村市は、長崎県のほぼ中央に位置し、県内の主要都市である長崎市と佐世保市の中間にあたるという地理的条件と、長崎空港や高速道路、鉄道などの交通体系の整備による交通条件により、図-1に示すように県内でも著しく人口が増加しており、中核都市として着実な発展を続けている。一方、中心市街地の一翼を担う中央商店街では、集客力が激減し、空き店舗率が15%を超え、商店街として危機的状況を迎えている。

3. アンケート調査の概要

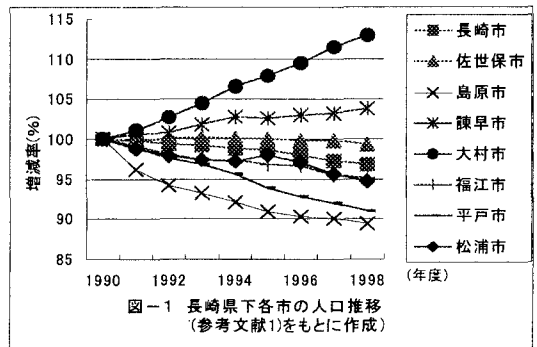
今回のアンケートは、現在の中央商店街の置かれている状況や抱えている問題、まちづくりや活性化に対する商店主の立場からの意見、及び意識を探ることを目的とした。対象は大村市中央商店街に属する119店舗とし、実施期間は1週間とした。配布回収は商店会の方をお願いした。回収率は97.5%であった。設問数は43問で、大まかな内容は以下のとおりである。

- ・基本属性として、個人属性と店舗属性。
- ・中央商店街の現状の認識、問題点。
- ・中央商店会、商工会議所、行政の中心市街地活性化に関する活動や事業について。
- ・自店の活性化に関する取り組みについて。

4. アンケートの結果と考察

全商店主の中で、2代目以降の商店主は53%を占めており、さらに3代目以降の商店主が22%を占めていることから、老舗の店舗が多いことが伺える。また、商店主の年齢は60歳以上が全体の30%以上を占めており、高齢化の傾向が見られる。しかし、後継者の有無については27%が「いない」としており、後継者不足の状況にあると言える。

自店の近年の集客状況については、図-2に示すように約6割の店舗が下降傾向にあると答えており、中央商店街の現状についても、楽観的な答えは皆無で、ほとんどの店舗が「危機的状況である」と答えている。空き店舗増加の原因については、「郊外型大型店の進出」と答えた店舗が圧倒的に多い。これは、ここ数年、中央商店街の半径1km内での郊外型大型店の進出が相次いでいることが、大きな要因であると言える。次の



で多い回答が「車社会の進展」で、その理由としては、中央商店街が車の進入できないアーケードであるのに駐車場の整備が十分ではないため、車でアクセスがしづらいということが考えられる。加えて、無料で十分な駐車スペースを確保している郊外型大型店の進出が、その影響を大きくしていると言えるのではないだろうか。

現在の中央商店街に不足していると思える業種については、図-3に示すように「娯楽・遊戯」、「飲食店」、「玩具」という答えが多数ある。「飲食店」は9店舗と商店街としては数が少ないこと、「娯楽・遊戯」、「玩具」においては現在の中央商店街には1店舗もないということが、その原因であると思われる。「娯楽・遊戯」、「玩具」の業種が現在1店舗もないということの背景には、中央商店街においてそれらの業種の顧客となるべき若年層の集客が非常に少ないということがあろう。アーケードの必要性については「必要ない」と答えた店舗は7%と少なく、大部分の店主がアーケードを必要と考えているものの、今のままのアーケードではいけないという意見も多数見られた。その内容としては、車でアクセスがしやすいように周辺道路や駐車場の整備が必要であるという意見が多くあった。これはアーケードは存続させていくべきではあるが、同時に社会のニーズの変化にも対応した周辺環境を整備していかなければならないということだろう。駐車場や公衆トイレの整備状況については、いずれも不十分であるという答えが多数を占め、その理由としては、どちらも設置数が足りないという意見が多く、また駐車場については、料金の無料化を求める意見が多かった。

商店会、商工会議所、行政それぞれの中心市街地活性化の活動や事業については、商店会の活動については認知度、評価ともに高くなっているが、積極的に活動しているのが一部のみに限られるといった批判もあり、商店会全体として事業に取り組めていない現状があるようだ。商工会議所、行政については、その活動の認知度、評価ともに低く、特に商工会議所については、その活動が全く見えないという意見が多数見られたことから、大村市においては商工会議所の活動が非常に目立たないことが伺える。行政については、事業を単年度ではなく、もっと長期にわたる事業計画をして欲しいという意見が多く見られた。

自店における活性化に対する取り組みは、過去においても現在においても多くの店舗が積極的に取り組んでいると答えているものの、その評価については必ずしも成功したとは言えないようで、5割以上の店舗で結果に結びつかなかったと答えている。また、これからの自店の活性化への取り組みについては、多くの店舗が前向きな姿勢で取り組むと答えている一方、時代の流れで仕方ないとか、個店の努力では限界があるといった理由で、あまり取り組もうとは思わないといった消極的な姿勢の店舗が12%と、1割強も占めている。これは、これまで努力してきたにもかかわらず結果に結びついてこなかったことが、大きな要因になっていると思う。

5. おわりに

自動車所有率が高く、モータリゼーションの進展している現代において、それに対応している郊外型大型店への顧客の流出は避けられない現象であると言える。しかし、それでもアーケードを必要とする根強い意識が、当事者である商店主達のなかにはあるようだ。今回のアンケート結果を活用し、さらに分析を進め、アーケードを活かしつつ、なおかつ社会のニーズに沿ったまちづくりの在り方および方法を検討し、今後は提言していきたい。

参考文献 1)大村市：大村市都市計画マスタープラン（案），pp.11-13，1999.12.

