商学研究所報

2015年9月

地域内連携に基づく商店街活動の実態とその効果 - 地域商店街活性化法の認定事例を対象として-

新島裕基

地域内連携に基づく商店街活動の実態とその効果 -地域商店街活性化法の認定事例を対象として-

専修大学大学院商学研究科博士後期課程

新 島 裕 基

Actual Condition and Effect Derived from Community Development Alliance to Shopping District Activities - Cases approved under the Act on Vitalization in Regional Shopping District -

Senshu University Graduate School of Commerce

Yuki Niijima

Actual Condition and Effect Derived from Community
Development Alliance to Shopping District Activities
- Cases approved under the Act on

Vitalization in Regional Shopping District -

Senshu University Graduate School of Commerce

Yuki Niijima

Six years have passed since the enforcement of the Act on Vitalization in Regional Shopping District. In the act, the shopping districts are considered to take roles as local community member. The roles depend on the conditions of the shopping districts and local communities.

Recently, the shopping districts have made alliances with local residents, NPOs, and universities. However, how did these shopping districts cooperate with external organizations? How did they correspond to the local issues? How did they give impacts to surrounding area? From these viewpoints, it is important to analyze the concrete roles which the shopping streets have played among local communities.

In addition, although many of previous studies have been conducted based on static point of view, the activities of the shopping districts has been continuous. For that reason, the condition of the alliances mentioned above would be changeable. Therefore, it is necessary to analyze the realities of the alliances in a dynamic manner.

Accordingly, this paper focuses on the relationship changes between the shopping districts and local residents or external organizations in order to analyze the practices and effects delivered by the program. As conclusions, two possibilities have been suggested as following. One is that it is possible to increase local residents' motivation for using shopping districts when they engaged to the business program practices. The other one is that it is possible for the shopping districts to obtain opportunities to reconsider their planned activities when they faced new parties which were not originally assumed to become alliance partners.

- 1 -

1 はじめに

地域商店街活性化法が施行されてから 6 年が経過した。2015 年 8 月現在、同法の認定を受けた 116 件の商店街活性化事業計画(以下、事業計画)のうち、全体のおよそ 8 割にあたる 91 件が予定していた実施期間を終了している。

同法の特徴のひとつは、商店街に「地域コミュニティの担い手」としての役割を期待している点である¹。すなわち、商店街の主な利用者は地域住民であり、商店街の主な構成員である中小小売商は同じ地域で比較的長い間営業を続けている場合が多い。そのため、彼らと利用者との間には、商業者と消費者としての関係だけではなく、定期的に個別的な対話を重ねることで親密な人間関係が構築される場合がある²。また、イベントや祭事などを実施することで地域住民に交流の場や機会を提供するという点においても、商店街は「地域コミュニティの担い手」として位置づけられている³。地域商店街活性化法では、こうした特徴を有する商店街が実施する「地域住民の需要に応じた事業活動」を促進することで、商店街の活性化が目指されているといえよう。

このように、地域社会のなかに商店街を位置づけようとする方向性は、通商産業省の『80年代の流通産業ビジョン』が公表された頃から本格的に打ち出され始めた(松島 2009;石原 2011)。同ビジョンでは、まちづくりの観点から、商店街に代表される地域の小売業を「その地域の文化や住民の生活が溶け込んだ社会的コミュニケーションの場」として捉えている 4。

しかし、現実が物語っているように、地域のなかで上記のような場として機能している 商店街は決して多いとはいえない。また、こうした機能を果たし得るとすれば、そのあり 方は、地域特性や社会状況、商店街自身や各地域社会が抱える課題に応じて変化していく

¹ 本稿での議論の前提として、次の 2 点を確認しておきたい。第 1 は、商店街が当初から「地域コミュニティの担い手」であるわけではないという点である。第 2 は、政策的な支援対象はあくまでも商業機能であり、既存の商業者というわけではないという点である。これらに関する議論は、たとえば日本建築学会編(2005)pp.31-32、石原(2010)pp.4-12、渡辺(2010)pp.163-164.を参照されたい。

² こうした関係は、顧客のコンテキストを知ることでニーズを把握できるため、中小小売商の大規模 小売業者に対する優位性として機能するという指摘がある。詳しくは石井 (1989) を参照されたい。 ³ 横山 (2006) では、この他にも小売業が地域に貢献する可能性として、「小売商が店舗周辺地域の 生活者として行うコミュニティ活動が小売商を含めた地域の構成者の関係を維持・構築するという 点」を挙げている。本稿では職住近接に関する議論は射程外のため、この点については考慮していない。

^{4 『80} 年代の流通産業ビジョン』 p.19。

ように思われる 5。したがって、「地域コミュニティの担い手」として地域に貢献していた としても、その担い方は多様である点について異論はないであろう。

昨今、その方法論のひとつとして、地域住民またはNPOや大学などの外部組織との連携をもとに事業を実施している事例が見受けられる 6。新島(2015)で整理したように、地域商店街活性化法の認定を受けた事業計画のなかでも確認できる。

では、これらの商店街は、地域課題に対して、どのような外部組織と連携して、どう対応しようとしたのだろうか。それによって周辺地域にはどのような影響があったのだろうか。こうした視点から、地域社会のなかで商店街が果たしている具体的な役割を分析することは、商店街の社会的機能について理論的な側面から検討するうえでも重要であると思われる。

以上の問題意識を受けて、次節では、まず商店街組織について議論している先行研究で指摘されている、商店街組織が事業を実施する際に直面する課題を中心に整理する。そのうえで、商店街と地域住民や外部組織との連携に関する先行研究のレビューを通じて、連携の意義や期待されている効果、円滑に機能する要因に関する考察について検討し、本稿の研究課題を提示する。第3節では地域商店街活性化法を活用した商店街を対象にした事例研究によって連携の実態とその効果を明らかにし、最後に第4節で結論と今後の課題について述べる。

なお本稿では、前述したような大学や NPO などの外部組織は、当該商店街と同じ市区町村にある組織に限定し、彼らや地域住民と商店街との連携を「地域内連携」と位置づけて議論を進める。

2 先行研究レビュー

2.1 商店街組織に関する研究

2.1.1 商店街組織の特性と運営方法

商店街組織に関する先行研究は、一般的な組織化の意義や効果に関する研究をはじめと

⁵ 山口(2014)は、この変化を注視する重要性を次のように指摘している。「商業者と地域コミュニティの相互関係がどのように変化したのかを確認する作業は、(まちづくり;筆者注)政策の有効性や問題点を検討するうえで重要である」(p.4)。

^{6 2009} 年 1 月に中小企業政策審議会中小企業経営支援分科会商業部会がとりまとめた「『地域コミュニティの担い手』としての商店街を目指して~様々な連携によるソフト機能の強化と人づくり~」において、タイトルにもあるように、商店街と外部組織が連携する重要性が指摘されている。

して数多く蓄積されているが、ここでは商店街組織の特性や運営方法に焦点を当てた代表的な論考である石原(1985, 1991)、畢(2006)について概略的に整理したい。

石原(1985)は、中小小売商の組織化や(経済的)集団対応を「大規模小売商と同じ土 俵に立つ」ための行動としたうえで、次の2軸を用いて組織形態を類型化した。すなわち、 商店街全体が品揃えを充実させるために業種を補い合う「補完型」か、同じ業種の店舗が 集積する「累積型」かという軸と、地縁的な要因で事実上与えられたメンバーを前提とし て形成される「所縁型」か、何らかの具体的な共通目的のもとに形成される「仲間型」か という軸によって、組織を4つの形態に分類した。この分類に基づけば、商店街は補完型・ 所縁型の組織形態に該当する。この特徴から、商店街組織を構成する中小小売商の経営資 源や経営意欲にはバラつきがあるため、商店街として組織活動の目的を共有することは難 しいという。

上記を踏まえて、商店街組織一般の運営方法に焦点を当てた石原(1991)は、眼前の問題を商店街が組織的に対応すべき課題として共有できない要因について、組織内の意思決定プロセスに着目して検討した。ここでは、商店街組織の意思決定プロセスを、商店街としてどのような方向で何を行うかについて明確な方向を提示し(戦略の選択)、この選択を商店街全体の選択(合意形成)としたうえで、実際に実行するという3つの段階に整理した。これらの段階はそれぞれが相互依存的に関連し合うため、従来の「同時型合意形成」に加えて、事業の基本的な方向だけを先に合意し、細部については事業を進めながら合意を具体化していく「逐次型合意形成」を採用する重要性が提起された。

なお、畢(2006)は同じ組織形態である商店街組織間で活動状況がなぜ異なるのかに着目し、その要因を明らかにしようとした。具体的には、千葉市の中心部に位置する2つの隣接する商店街振興組合を対象にして、環境条件や形成初期の状況が類似していながら、組織的な特徴や活動状況および経営状況が異なるのはなぜなのかを検討するために、事例分析を行った。分析の結果、構成員間の相互作用に基づくインフォーマルな調整メカニズムが構成員の意思決定の調整に重要な役割を果たすと結論づけた。

2.1.2 構成員としての中小小売商の特性

次に、商店街組織を構成する中小小売商に着目して、組織として行動する際の問題点を 提示した研究である石原・石井(1992)、石原(1995)、横山(2006)について検討した い。 石原・石井(1992)では、中小小売商の事業への参画を阻害する要因として「日常業務の周期性の制約」に着目した。すなわち、中小小売商は少人数で店舗を経営している場合、自店の日常的な業務に時間の大半を費やす可能性が高い。そのため、商店街活動に参画する余裕が無くなり、活動への関心を持ちにくい環境になる。その結果、商店街活動を通じてある成果が生まれたと仮定する場合、彼ら自身は日常業務に専心する一方で、時間的・費用的犠牲を払って商店街活動に取り組む他の中小小売商の活動に依存し、成果だけを享受するという構図が生じる。このように中小小売商同士が「互恵的な関係」にない商店街組織は、集団としての組織性や協同性をつくることが困難になると説明した。

他方、石原(1995)では「結合生産」と「結合利潤」という概念を援用し、商店街組織における協同の困難性について次のような議論を展開した。すなわち、一般的に個人が協同する理由は、1人で行動するよりも他人と協同する方がより多くの成果を獲得できるためである(結合生産)。また、極大化を目指して得られた成果(結合利潤)は、組織の分配機構を通じて参加者に還元される。しかし、商店街組織の場合、構成員である中小小売商の業種や顧客層が異なるため、組織目的や役割構造の具体化は難しい。その結果、結合利潤も具体的に定義することが困難となり、中小小売商の間には協同する関係性が生まれにくくなるというのである。

また、石原・石井 (1992) の「互恵的な関係」に関連して、横山 (2006) は中小小売商 の組織的活動に対する意識がどのような要因で規定されるかについて明らかにするために、 定量的な研究を行った。分析の結果、商業集積における個別店同士の相互依存関係の認識が、組織的活動への意識に影響を与える可能性があるという結論を導いた。

2.1.3 商店街のライフサイクル

上記の研究では、商店街組織および中小小売商の特性が組織活動に及ぼす影響について 議論されてきた。他方、石井(1991)と渡辺(2003)は、より動態的な視点から商店街組 織の段階的変化に着目し、次のような商店街組織の分析モデルを提示した。

石井(1991)は、商店街組織の構成小売商と集積の変容を制約する要因を仮説的に検討した。この要因は次のような4つの段階からなる商店街ライフサイクルの段階によって異なっていると主張した。すなわち、商業集積のメリットが自然発生的に発揮される第1段階、小売商の集団組織性が形成・維持される第2段階、まち全体を管理することが課題となる第3段階、まちのインフラを整備し外部ネットワークを張りめぐらせていく第4段階

である。

渡辺(2003)は、石井(1991)に依拠しながら、まちづくりに向けた商店街組織の段階的変化の様相について考慮した新しい枠組みを提示した。すなわち、競争環境の変化が商店街組織のあり方に影響を及ぼし、それが商店街の構成員の意識変化を媒介して、商店街の行動原理や組織の役割の変化を促し、さらにそれが商店街組織のあり方に変化をもたらすというものである。また渡辺(2003)は、商店街組織がまちづくりを最重要課題とする場合、規模や面的な広がりを考慮した組織間の連携や吸収・合併の必要性について明示的に言及したという点においても、新たな視点を提供していると指摘できるように思われる。

2.1.4 小括

以上をまとめると、商店街組織においては、構成員の業種や経営資源などの違いから組織全体での目的の共有が難しいこと、時間的制約や商店街活動への参加意欲の差が互恵的関係の構築を困難にすること、これらの要因から協調(合意形成)が難しいこと、といった点が指摘されていると整理できる。

上記の先行研究が、商店街組織や構成員としての中小小売商の特性を明示したうえで、 それらの特性が商店街組織としての活動に及ぼす影響について理解を深めたことは大きな 貢献であるように思われる。また、商店街組織の段階的な変化が構成員である中小小売商 の集積に影響する可能性や、商店街組織が段階的な変化を経てまちづくりを意識した組織 構成に変化していく可能性を提示した点も特筆すべきである。

しかし一方で、上述してきた商店街組織に関する研究は、内部組織のマネジメントに限定された研究群として位置づけられ、本稿の対象としている「地域内連携」という視点での活動自体について明示的に議論している研究の蓄積は決して多いとはいえない。というのは当然で、上記の先行研究では、基本的には活動主体として単一の商店街組織が想定されているからである。

そこで、以下では地域内連携に関する先行研究を概略的に整理したうえで、連携の意義 や重要な要素、こうした主張を補強する理論的枠組みについて検討する。

2.2 地域内連携に関する研究

近年、商業集積のマネジメントという視点から、地域内連携に取り組む商店街の事例が 各地で見受けられる(小宮 2009;渡辺 2014)。先行研究では、商店街組織を構成する中 小小売商は、大型店やショッピングセンターの郊外出店といった外部要因、消費者ニーズとのミスマッチや中小小売商の後継者不足などの内部要因によって衰退傾向にあるため、彼らだけで商店街活動を担うことは困難であるという認識がある(石井 1996;加藤 2008;横山 2008)。ここに地域内連携による取り組みが志向される理由を見出せるが、もうひとつの理由として、以下で整理する先行研究に共通している認識は、一部の商店街で地域社会の変化に積極的に対応しようとしているところがあるという点である。以下では、代表的な研究である福田(2003, 2008, 2009)、渦原(2004)、横山(2013)、渡辺(2014)について検討する。

福田の一連の論考については、まず、貫徹する認識を提示している福田(2003)を対象にして確認する。福田(2003)では、少子高齢化や女性の社会進出といった社会状況の変化を背景に、商店街の社会的機能に対する期待が大きくなっている状況にあるとしたうえで、商店街は多様なパートナーシップによる地域社会での協働に向けた取り組みを強化し、自らが持続可能なコミュニティを形成する場として、地域を支えるプラットホームとしての役割を担うことが重要であると主張した。なお、発展的な考察として、福田(2008)ではまちづくりに関係する各組織と商店街とを繋ぐ「中間支援組織」、福田(2009)では商店街と他の連携主体との「パートナーシップ」の重要性について、筆者自身が関わってきた横浜市の「地域経済元気づくり事業7」などの事例を通じて検討している。

渦原(2004)は、外部組織との連携という視点を中心に、商店街再生の方向について検討している。やや議論に幅があるものの、商店街の地域社会における役割の重要性を考慮したうえで、有力な手段としてコミュニティ・ビジネスを提示している。具体的には、商店街の空き店舗等を NPO に活動拠点として活用してもらう取り組みを挙げた。

横山(2013)は、まず石原(2000)の商業集積における「依存と競争」に関する先行研究のレビューによって、「依存と競争」が生じる条件やそれに必要な構造的要因について整理した。そのうえで、先行研究と同様の理論的関心を持ちながらも、商業集積における現実の地域商業を説明するためには「地域の生活者(≠特定の消費者)」の視点を考慮するべきであるという問題提起を行った。具体的には、神戸市内の商店街を対象にした事例分析を通じて、別業種の事業者も含めた補完関係を意図的にネットワーク化する、より一般化していえば、商店街周辺地域の商業者、商業者以外の事業者、顧客、地域団体の主体間関

⁷ 事業概要や活動団体は横浜市のウェブサイトに掲載されている(最終閲覧日:2015年6月27日)。 URL: http://www.city.yokohama.lg.jp/keizai/shogyo/syouten/genki.html

係を構築することによって「依存」の範囲を拡大した場合、地域の生活者の利便性をさら に向上させられる可能性があると結論づけた。

渡辺 (2014) は、地域商業集積の魅力を再構築するために重要な存在として、NPO や地域商業の空間にビジネスを起業する場を求める人々、職人やアーティストといった新規 参入者および外部組織を想定している。その要因として、彼らは商業者だけでは応えきれない地域コミュニティや近隣住民のニーズに対応したり、地域商業のライフサイクルを考えるうえでも、担い手や顧客層の若返りを可能にしたりする存在として位置づけられることを挙げた。

また、連携を円滑に機能させるための理論的基盤を、図1のように地域商業を相互に影響し合う 4 つの要素から捉え、いかにして「社会的調整」を作用させるかに求めた 8。4 つの要素とは、都市において地域商業が果たしている社会的な「機能」、地域商業が実際に広がっている「空間」、地域商業の担い手としての「個店」、担い手が連携・協力するために結成する振興組合や協同組合等の「組織」である。

他方で、社会的調整を働かせるための方策として、ソーシャル・キャピタル論を援用して次のような興味深い検討を行った。すなわち、地域商業は同質的なメンバーで構成され、閉ざされた結束型(bonding)ネットワークより、非排除的・浸透的で異質的なメンバーで構成される接合型(bridging)ネットワークである方が効果的である可能性を示唆した。つまり、組織レベルで異質的集団との関係を積極的に受け入れる開放的な雰囲気を意識的につくりあげていくことが重要というのである。

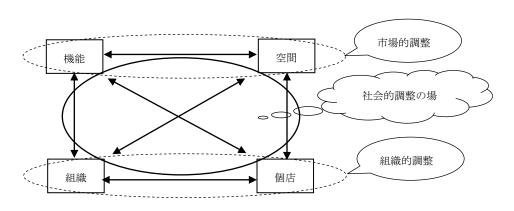


図1 地域商業の4要素

渡辺(2014)p.177。

0

⁸ 渡辺(2014)pp.176-178。

本項では、社会状況の変化を背景として地域社会における商店街の社会的な位置づけが変わりつつあるという問題意識をもとに、地域内連携に関する先行研究の議論を概観してきた。先行研究の主張について、地域商業の4要素を踏まえて整理すると、地域内連携において重要なことは、商店街の空き店舗等の「個店」あるいは「空間」をNPOなどの外部組織に活用してもらうこと、新規参入者および外部組織という異質的存在を「組織」に受け入れる関係性を構築すること、そして商業者以外の事業者や顧客、地域団体の主体間関係を構築して「機能」を拡張することであるといえよう。

しかし、先行研究の多くが静態的な視点から議論を展開している一方で、現場では試行 錯誤を重ねながら継続的に事業活動が行われているため、商店街と地域住民や外部組織と の連携の状態は変化していく場合も十分に考えられる。したがって、地域内連携による商 店街の社会的な役割について検討するためには、動態的な視点から地域住民や外部組織な どとの関係の変化に着目して、各地域における連携の実態について分析することが重要で あるように思われる。

3 事例研究

3.1 対象商店街と調査方法

上記で提示した問題意識に基づいた研究は、前述したように、これまで十分に蓄積されているとはいえない。したがって、研究方法として探索的なアプローチで検討するために事例研究を採用する。具体的な方法は後述することにして、まずは対象商店街を提示する。

議論の前提として、市区町村の人口や商店街の店舗数などといった商店街の外部・内部環境には多様性があること、商店街の特徴によって利用者の属性や利用目的が異なることを考慮する必要があるように思われる。新島(2015)では、平成26年12月時点で地域商店街活性化法の認定を受けた116商店街のうち、事業実施期間が終了した61商店街が立地する市町村を、人口に関する指標(人口/人口増減率/人口密度/昼夜間人口比率)に基づいたクラスター分析によって4つのグループ(①政令指定都市を中心とした居住人口が多い都市/②人口が減少している地方都市/③大・中規模の居住人口を有する地方都市/④人口密度が高く昼間人口が多い東京特別区)を析出した。さらに商店街タイプ(①近

隣・地域/②広域・超広域)の軸を用いて、商店街を8つに分類した%

商店街 都道府県 事業者 認定日 事業期間 タイプ 市区町村 福岡県飯塚市 飯塚市本町商店街振興組合 H21.10.9 H21.10~H26.3 大阪府池田市 池田栄町商店街振興組合 H21.10.9 | H21.10~H24.3 広島県呉市 呉中通商店街振興組合 H21.10.9 | H21.10~H26.3 近隣・地域型 熊本県人吉市 協同組合人吉商連他 2 商店街 H21.10.9 | H21.10~H24.3 福岡県大川市 大川商店街協同組合 H22.3.31 H22.4~H25.3 新潟県小千谷市 小千谷市東大通商店街振興組合 H22.6.21 | H22.8~H25.3 山形県山形市 七日町商店街振興組合 H22.3.3 $H22.4 \sim H25.3$ 広域・超広域型 中島商店会コンソーシアム 北海道室蘭市 H23.4.18 | H23.4~H26.3 秋田県秋田市 秋田市駅前広小路商店街振興組合 H24.4.13 H24.4~H26.3

表 1 対象商店街一覧

なお、本稿では、次の2つの理由で「②人口が減少している地方都市」にあたる市町村に立地している商店街を対象にする。第1は、人口規模が比較的小さくて人口減少率も高いため、商店街にとって厳しい事業環境だからである。第2は、地域商店街活性化法が施行されたことで、こうした地域にある商店街が主体的に支援制度を活用できる選択肢が与えられたという意味では、同法を活用した商店街にとってどのような効果があったのかを検証することは重要であると考えられるためである。

そこで、「②人口が減少している地方都市」に立地している商店街のなかで、地域内連携に基づいた取り組みが確認できる事例として9つの商店街等を取り上げる(表1)。まず本稿では、新島(2015)で整理した4つの商店街等(表1の網掛け部分)を対象に議論を進める。なお、残り5事例については、追加調査のあと機会を改めてとりまとめる。

-

⁹ 新島 (2015) p.56。

表 2 申請書等に基づいた対象商店街の地域課題・事業内容・連携する外部組織

事業者	地域課題	事業内容	連携する外部組織
飯塚市本町商店街振興組合	来街者が楽しめる 環境づくり	商店街さるく事業	市、商工会議所
		商店街サポーターズ事業	地域住民
		長崎街道宿場町イベント事業	市民サークル等
		特産品販売や観光案内所の設置	市、商工会議所
		アーケード・ファザード改修事業	
		定期イベント事業	地域住民、NPO、大学
小千谷市東大通商店街振興組合	買い物環境の整備	野菜直売所、惣菜ショップの運営	地元農家
		高齢者楽々サービス事業	バス会社 (町内会)
	住民の交流機会の創出	たまり場の運営	(MITIE)
中島商店会コンソーシアム	高齢者や学生への対応	一店逸品×マップ×スタンプラリー	大学
		ほっとな~る講座	地域住民
		ミニまち歩きツアー	地域住民
秋田市駅前広小路商店街振興組合	まちの賑わい創出	春:うまい!あきた博	地元食品業者
		夏:ふるさと秋田駅前フェスティバル	市民サークル等
		冬:光のテラス	
		LED 街路灯の設置	
	地域イメージの定着 (ファッションエリア)	秋:ファッションショー	地域住民

次に、調査方法を提示するための準備として、商店街が事業計画の認定を申請するため に提出する書類のなかで求められている形式的な記載内容について確認したい。

地域商店街活性化法の認定を受けるために経済産業局に提出する「商店街活性化事業計画に係る認定申請書」には、商店街の現状と課題、地域住民のニーズ、具体的な事業内容などについて記載する項目が設けられている。申請主体である商店街は、地域の課題をどのように認識し、どのような事業で対応することで、売上や歩行者通行量などの数値目標がどの程度改善されるかという内容を明記する必要がある。表2では、記載内容に基づいて、当時想定されていた地域の課題とそれに対応するための事業内容、事業を実施する際に連携する外部組織等について整理した10。しかし、事業活動の実態を見れば、想定通りに経過したとは限らないであろう。したがって、次のリサーチクエスチョンを設定した。

¹⁰ 申請書には、事業計画が地域住民のニーズに応じたものであることを示すため、アンケート調査結果を引用する必要がある。しかし、アンケートの実施に携わった商店街関係者の話を聞く限り、調査対象のサンプリングや質問票の設計においてバイアスが生じている場合がしばしば見受けられるため、調査結果の信頼性は決して高いとはいえない。

- RQ①:地域課題に対して商店街はどのような外部組織と連携し、どう対応したのか。
- RQ②:連携して対応した結果、周辺地域にどのような影響があったのか。

本研究の目的は、商店街と地域住民や外部組織などとの関係の変化に注目し、その実態と効果について明らかにすることである。そのため、事業実施過程や実施後の地域への影響などについて、商店街や支援団体等の担当者に対してヒアリング調査を実施した¹¹。

次項では、各事例のなかで地域住民や外部組織との連携を予定していた事業(表 2 の網掛け部分)を中心に検討していく。

3.2 事例1:飯塚市本町商店街振興組合

3.2.1 飯塚市と市内商業の概要

飯塚市は福岡県中部に位置している。北と南は遠賀川流域の平野として開かれているが、 東と西は関の山や三郡山地に囲まれている。

市内には JR 筑豊本線が南北に通り、中心市街地には新飯塚駅と飯塚駅がある。道路網は、筑紫野市と北九州市をつなぐ国道 200 号、福岡市と行橋市をつなぐ国道 201 号、飯塚市から日田市につながる国道 211 号が市街地で交差している(図 4)。飯塚市から福岡市や北九州市といった主要都市への所要時間は、車・鉄道ともに1時間以内である。

飯塚市がある地域は、江戸時代、長崎街道沿いの宿場町として栄えてきた。明治時代以降は、石炭資源の採掘地域として発展してきた地域である。1900年代には八幡製鉄所や三井・三菱などの財閥系が炭鉱を開発し、日本最大規模の炭鉱町が形成されてきた歴史を持つ。そこで採掘された石炭は、市内を流れる遠賀川を利用して、工業地帯であった北九州市に運搬されていた。

しかし、石炭産業が徐々に衰退していくと、炭鉱は閉山し、市内の生産年齢人口の多くを占めていた炭鉱労働者が大量に流出した影響を受けて人口減少が急速に進展していった。 飯塚市の人口は、2015年現在、約13万人である。しかし、近年、大学が移転してきたことなどから若年層の人口が増加傾向にある12。なお、飯塚市本町商店街振興組合がある DID地区の人口は約4万人である。

¹¹ ヒアリング調査協力者については稿末を参照されたい。

¹² なお、飯塚市は 2006 年に頴田町、庄内町、穂波町、筑穂町と市町村合併しているため、人口や 以下の商業統計の数字には留意が必要である。

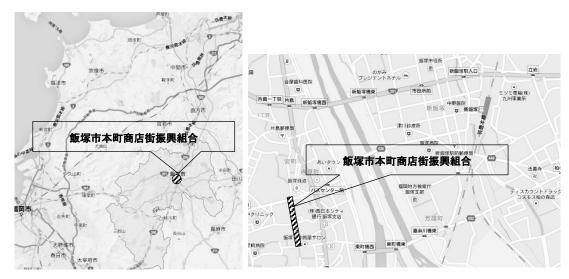


図 4 飯塚市および飯塚市本町商店街振興組合の位置図

出所: Google map

次に、飯塚市内の小売商業の推移を概括的に確認したい。表 3 を見ると、2002 年からの 10 年間で、事業所数は微減傾向である一方で、年間商品販売額と売場面積は 1.5 倍以上の規模に拡大していることがわかる。

表 3 飯塚市の小売構造の変化 (2002 年~2012 年)

年	事業所数 (店)	従業者数 (人)	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (m²)
2002年	1,148	5,987	83,038	104,904
2004年	1,195	6,191	90,053	109,931
2007年	1,650	9,494	149,863	206,832
2012年	1,017	6,822	124,613	187,597

出所:「商業統計」各年版、「経済センサス」(平成24年)をもとに作成。

3.2.2 飯塚市本町商店街振興組合の概要

飯塚市本町商店街振興組合は、長崎街道飯塚宿の街道筋にあり、食品や日用品などの最 寄品、衣料品などの買回品を扱う約 70 店舗が軒を連ねる商店街である。同商店街は、高 度化事業を活用して全蓋アーケードを設置している。商店街事業としては、飯塚市本町商 店街振興組合と周辺の 5 商店街で構成される任意団体「飯塚市商店街連合会」を実施主体 として、これまでに 120 年以上続く歳末大売り出し「永昌会」や、「ほんまち音楽ステージ」、「子供夜市」といったイベント事業など、多種多様な事業が長期あるいは短期的に実施されてきた。

しかし、1994 年、中心市街地から 1 kmほど西の場所に「イオンショッピングタウン穂波」が開業すると、地域商業を担っていた中小小売商に大きな影響を及ぼした。また、図5 にあるように、大規模小売店舗立地法(以下、大店立地法)の制定および改正の時期に、大型店の出店が相次いでいることがわかる。こうした外部環境の変化などを受けて、1998年には「西鉄飯塚バスセンター」の上層階にある商業ゾーンが閉鎖され、さらに翌年には飯塚市本町商店街振興組合内にあった百貨店「ダイマル」が倒産した。

このように、中心市街地の核となる商業施設が相次いで閉店した影響もあり、多くの地元の中小小売商が廃業に追い込まれ、中心市街地における商業集積の空洞化が進展していった。飯塚市本町商店街振興組合の空き店舗率は、2014年1月時点で約25%であった。全国平均である約14%と比較すると、同商店街は厳しい状況にあるといえる。

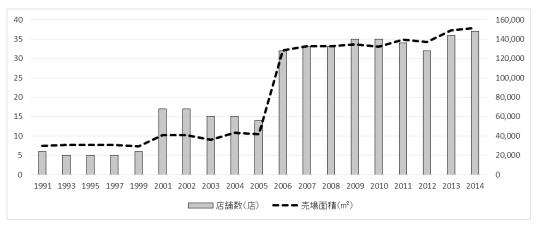


図5 大型小売店の店舗数、売場面積推移

出所:「全国大型小売店総覧」東洋経済新報社、各年版をもとに作成。

3.2.3 地域商店街活性化法への申請の経緯

2009 年、飯塚市本町商店街振興組合では中小商業活力向上事業を活用したアーケード の改修を予定していた。アーケードの一部で雨漏りが続き、支柱の腐食も進行していた ¹³。

¹³ 昨今、全国各地でアーケードや各種施設の老朽化が深刻な問題になっている。たとえば、石原 (2014a, 2014b) を参照されたい。

しかし、同事業における自己負担は事業費の半額であったため、飯塚市本町商店街振興組合にとって負担は決して少なくなかった。

こうした状況のなか、2009 年 8 月に地域商店街活性化法が施行された。商店街側から見ると、同法の認定を受けることによって、もともと計画していたハード整備に対する補助率が拡大するため費用負担が減る。一方、国や行政の側から見ると、当時は法律が施行されたばかりであったため、同法を活用した事例を「先進事例」として全国的に普及させたいという思惑があったのかもしれない。その証拠に、九州経済産業局の担当者が飯塚商工会議所を訪れ、同法の活用を積極的に勧めていたという。当然、誰にとっても前例がない状況であったため、どのような事業計画を立案すればいいのか、事業の目標を設定すればいいのかについては手探り状態であったことは容易に想像がつくであろう。

こうして飯塚市本町商店街振興組合は、飯塚市および飯塚商工会議所の協力を得ながら、 申請書を作成していった。

ところで、飯塚市本町商店街振興組合は単一の商店街組織で申請している。飯塚市内の商店街は、前述したように、飯塚市商店街連合会を事業主体として活動している場合が多い。したがって、商店街ごとにソフト事業を棲み分けがしにくい状況であるため、連合会での申請が現実的であったと思われる。しかし、当時は連合会単位で申請できることを商店街や商工会議所は認識しておらず、経済産業局や福岡県からも飯塚市本町商店街振興組合での申請を推奨されていたという。

いずれにしても、飯塚市本町商店街振興組合が地域商店街活性化法の活用を目指したのは、もともと予定していたアーケード改修といったハード整備に関する補助率を拡大することが主要な目的であった。

3.2.4 事業実施過程

前述したような状況のなかで、飯塚市本町商店街振興組合は、地域商店街活性化法の認定を受けるわけである。以下では、地域課題である来街して楽しめる環境づくりを目指して、地域内連携をもとに取り組まれている「商店街サポーターズ事業」、「定期イベント事業」について検討する。

「商店街サポーターズ事業」は、飯塚市本町商店街振興組合が「飯まちサポーターズ会員」(以下、会員)を募集し、会員が商店街のイベントや売出し情報などを掲載する情報誌『飯まち探検隊』の制作に協力するという事業である(図 6)。会員はその過程で店舗の取

材を行ったり、『飯まち探検隊』の編集会議にも参加したりする。

こうした活動は、商店街と地域住民にとって次のような意味を持つ。商店街は、編集会議などを通じて、会員から地域住民としての声を直接聞くことができる。したがって、地域住民が冊子に掲載してほしいと感じている情報を知る機会になるだけではなく、商店街に求めているサービスや実施してほしいイベントなどの要望を聞くことができるかもしれない。また、会員を介して他の地域住民からの意見を伝え聞く場合もあるだろう。

一方、会員として登録されている地域住民にとって、同事業は商店街や各店舗を知る機会になる。日常的に利用している店舗でも、取り扱っている商品や商売に対する店主の想い、店主の人となりなどを知ることで魅力を再認識したり、馴染みのない店舗に新たな利用動機を見出したりする可能性もある。また、こうした体験をもとにした編集会議等での会員の意見は、商店街にとって説得力のある情報になる。なお、『飯まち探検隊』は年に3回発行されており、2015年で9年目を迎える。現在、約350名が会員に登録されている。

次に、「定期イベント事業」についてである。ここでは連携関係が見られるイベントの企 画段階に着目する。

従来から飯塚市本町商店街振興組合には販売促進委員会という組織があり、この組織を中心に売り出しなどのイベントが立案されていたという。しかし、2003年に発生した集中豪雨からの復興を目指すなかで、日常的に議論する場を設けて長期的な視点で商店街活動を考えていくために、2004年に「どうで商プロジェクト委員会」が設立した。同委員会には、販売促進委員会のメンバーに加えて、九州工業大学の大学教員や、高齢者や幼児の支援を行う NPO 法人などが参加しているという。こうした連携関係によって、商店街は、前述の商店街サポーターズ事業と同様の効果を得ることが期待できる。

なお、同委員会での議論から、以下のような商店街事業が企画された。具体的には、まず 2009 年に、第 1 回となる「百縁市」が開催された(図 7)。いわゆる「100 円商店街」のことで、参加店舗が店先や店内で 100 円の商品を販売する事業である。飯塚市本町商店街振興組合では、初回の百縁市は既存のイベントと比べて圧倒的に集客数が多かったという。

また、同年、「一店逸品運動」を実施するため、専門家を招いて勉強会やワークショップを行った。2年近くの準備期間を経て、2011年に第1回「逸品フェア」を開催した。第1回は 36店舗、第2回は 40店舗が参加したという。なお、同イベントの波及効果を高めるため、年に4回「逸品お店回りツアー」も開催している。同ツアーには、毎回参加店舗の

店主が持ち回りでツアーガイドとして帯同する。

上記の活動を重ねてきた結果、参加店舗の店主は、商店街内の他店舗の商品・サービス について学習し、自店のそれを再考する契機になっているという。



図6 情報誌『飯まち探検隊』

出所:飯塚市商店街連合会 ヒアリング資料。



図7 「百縁市」の様子

なお、定期イベント事業以外にも、特徴的な事業として「商店街マップの作成」が実施されている。これは各店舗の位置や住所、店舗の外観といった形式的な情報を掲載している既存の商店街マップではなく、地域住民の目線から情報を集めてつくるマップである。 具体的には、地域住民が実際に商店街を歩いて、魅力的な店舗や店主について、直接訪れた体験をもとに利用したくなる情報を集め、持ち寄った情報をワークショップによって練り上げてマップを作成していく取り組みである。

この取り組みの第一人者である専門家によれば、マップを作成する過程で、地域住民は その商店街やまちのことをより深く知り、愛着を持つきっかけにもなるという。近年、こ うした商店街マップ作成の仕組みは商店街関係者や地方自治体から高い評価を受けており、 全国各地で取り組みが広がりつつある。

3.2.5 地域内連携の特徴と商店街および地域への効果

飯塚市本町商店街振興組合では、地域住民を中心に連携関係を構築することで、継続的に彼らと情報を交換できる機会がある。こうした機会を通じて、地域住民の一部は、商店街にとって「ともに地域を支え盛り上げていく仲間」(横山 2013)でありながら、より商店街を利用する動機を有する存在となる可能性がある。

なお、上述したような連携に基づく商店街活動がもたらした商店街や周辺地域へ効果に

ついて検討するうえでは、事業計画のなかで設定された数値目標 ¹⁴およびヒアリング調査 の際の商店街関係者の意見が参考になると思われる。

まず、数値目標については、歩行者通行量の減少幅の縮小を掲げている ¹⁵。事業実施期間終了後の平成 26 年(2014 年)の歩行者通行量を、平成 21 年(2009 年)の 90.3%とすることを目標にしていたが、実績は 79.5%となり、当初掲げていた数値目標には到達しなかった(表 4)。

H21 年 H22 年 H23 年 H24年 H25年 H26年 H21 年比 目標 10,717 10,288 9,979 9,682 90.3% 9,779 9,682 実績 10.717 10.489 9.204 8.655 8.865 8.521 79.5%

表 4 数値目標(歩行者通行量)の目標と実績

出所:飯塚商工会議所ヒアリング調査資料。

その一方、ヒアリング調査のなかで、「『商店街ツアー』の参加者にアンケート調査を実施すると反応が良い。他の事業を含めた商店主と消費者との意見交換を通じて効果が上がっているのかもしれない。」や「飯塚小学校から、商店街で卒業イベント「ありがとう会」をやりたいという依頼があった。商店街は小学校の通学路になっているが、日頃から小学生に快適な空間を提供できていなければ、こうした依頼にはつながらなかったのではないかと思う。」(飯塚市本町商店街振興組合理事長 前田氏へのヒアリング調査による)といった意見が挙げられた。

このように、あくまでも主観的な意見であるため、信頼性のある分析枠組みに基づいた 検証が必要ではあるものの、商店街や地域住民などの意見から、一定の成果を上げている 可能性があることがうかがえる。

¹⁴ なお、数値目標については、平成 24 年度の「行政事業レビュー」によって、商店街の活性化を直接検証できる指標として売上高が必須項目となった。

¹⁵ 渡辺 (2014) では、地域商店街活性化法における目標について、多面的で総合的な目標の指標を開発・設定することがこれからの課題であると指摘している。

3.3 事例2:小千谷市東大通商店街振興組合

3.3.1 小千谷市と市内商業の概況

小千谷市は新潟県中央部に位置し、南東の魚沼山間地域と北東に広がる越後平野の接点となる地域にある(図 8)。市内の南東部から北東部には信濃川が縦断しており、川の両岸が河岸段丘になっているため、市内のいたるところに、緩やかではあるものの川に向かう下り勾配の坂道があるという地理的な特徴がある。一説によると、「千の谷がある」と言われたことが市の名称に由来しているという。市内には JR 上越線と JR 飯山線が通り、市のほぼ中心に JR 上越線小千谷駅がある。また幹線道路として、信濃川の西側に国道 17号線(三国街道)、交差するように国道 117号線(善光寺街道)がある。同市の人口は、2015年現在、約3.8万人であり、1980年の約4.4万人をピークに減少傾向が続いている。





図8 小千谷市および小千谷市東大通商店街振興組合の位置図

出所: Google map

小千谷市の中心部は、信濃川を挟んで西側(西小千谷地区)と東側(東小千谷地区)で やや異なる地域特性を有している。同市は「小千谷縮」や「小千谷紬」などの麻や絹織物 の生産地として発展してきた歴史を持ち、主要な織物工場は西側に集中して立地していた。 現在は、機械・電機といった工業や米菓等の食品産業が主要産業であり、これらの工場に ついても、ほとんどが西側に集積している。また、西側には市役所や公民館などの公共施 設が集積している。さらに市の中心部を通る国道 17 号線沿いには、1990 年代前半に「コ メリ」や「ジャスコ」などの大型店が出店したことが契機となり、ロードサイド型の商業 集積が形成されていった。

事業所数 従業者数 年間商品販売額 売場面積 (店) (百万円) (m^2) (人) 2002年 546 2,718 39,845 63,294 2004年 519 2,737 39,195 69,445 2007年 467 2,507 39,002 76,066 2012年 366 66,028 1,943 33,773

表 5 小千谷市の小売構造の変化(2002年~2012年)

出所:「商業統計」各年版、「経済センサス」(平成24年)をもとに作成。

一方、東小千谷地区は信濃川と城山に囲まれた比較的狭い地区である。1960年代は、小千谷駅を中心に商業が発展し、市内商業の中心としての役割を担っていた。この頃に小千谷市東大通商店街振興組合をはじめ、東側本町商店街振興組合、平成商店街協同組合が形成され、アーケードを設置するために法人化されていった。

小千谷市内の小売商業の推移を概括的に確認したい。表 5 を見ると、事業所数は減少傾向にあり、2002 年からの 10 年間でおよそ 7 割まで減少している。一方で、年間商品販売額は微減しているものの、売場面積は長期的には増加していることから、市内の小売事業所が大型化していることが推察される。

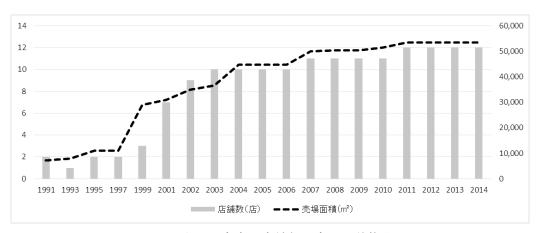


図 9 大型小売店の店舗数、売場面積推移

出所:「全国大型店総覧」東洋経済新報社、各年版をもとに作成。

市内における大型店の出店状況を見てみると、2001年に前年の3店舗から7店舗まで増加し、2014年の時点で12店舗が出店している。売場面積は、表2で示した2012年の時点で市内全体の約80%を占めている(図9)。

3.3.2 小千谷市東大通商店街振興組合の概要

小千谷市東大通商店街振興組合は、JR 小千谷駅前から約 350m にわたって延びる商店街である。2015年2月時点で、74の組合員で構成されている。同商店街は、高度化事業を活用して片側アーケードを設置するために、1965年に法人化して振興組合となった。振興組合が設立された当時は、前述したような地理的な要因もあって孤立商圏を形成しており、近隣から多くの利用者が訪れていたという。これまでの商店街事業としては、音楽演奏などが行われる「おぢやまつり」や飲食ブースが並ぶ「パラソル市」、フリーマーケットなどのイベントが実施され、開催日には多くの利用者が商店街を訪れて賑わいを見せていた。

しかし、80年代半ばから90年代にかけて、周辺地域で相次いだ大型店の出店や周辺道路の整備によって、東小千谷地区の商業は衰退の度合いを強めていった。また、2004年に発生した中越地震の影響で、多くの地元商店が廃業に追い込まれ、店舗数は大きく減少したという。さらに2007年には中越沖地震に見舞われ、同地区を含めた市内全域は甚大な被害を受けた。

この影響で、数多くの中小小売商が壊滅的な打撃を受けて閉店を余儀なくされた。それに加え、小千谷市東大通商店街振興組合の集客の核となっていた東小千谷地区唯一のスーパーマーケット「原信」も撤退した。これにより、同商店街に食料品や日用品を十分に取り扱う店舗がなくなり、小千谷市東大通商店街振興組合を含めた東小千谷地区の商業は大きな岐路に立たされることとなったのである。

3.3.3 地域商店街活性化法への申請の経緯

小千谷市東大通商店街振興組合では、震災の影響で増加した空き店舗の活用について検討し始めた。具体的には、まず独立行政法人中小企業基盤整備機構(以下、中小機構)の「中心市街地商業活性化アドバイザー派遣事業」を活用して開催した勉強会のなかで、高度化事業による共同店舗などの事例を学んだ。しかし、当時、小千谷市では中心市街地活性化基本計画を策定するような動きが見られなかったため、中小機構から派遣された中心

市街地商業活性化アドバイザーのアドバイスを仰ぎながら、同様の課題を抱えていた隣接 する中央通商店街振興組合と合同で協議を継続していった。

議論を重ねていくなかで、小千谷市復興支援室の助言を受けて「新潟県中越大震災復興基金」の活用を目指すことになったという。同基金に申請するためには、地域住民の合意を得た事業であるという要件があった。そのため、両商店街で構成していた「東小千谷夢あふれるまちづくり協議会」(以下、協議会)は、次のような経緯で、事業計画を企画する段階から地域住民が参加する体制を構築した。

まず協議会は、東小千谷地区の全 11 町会の会長を説得して協議会の構成員に迎え入れ、 先の要件を満たすための必要条件を整備した。それと同時に、東小千谷地区町内連絡協議 会、市議会議員なども加入し、2006 年に「東小千谷夢あふれるまちづくり活性化協議会」 (以下、東夢協)が発足した ¹⁶。

彼らは前出の基金を拠出した事業である「地域コミュニティ再建事業」、「地域復興デザイン策定支援事業」、「地域経営実践支援事業」という3つの事業を活用し、以下のような取り組みを行った。2007年度の「地域コミュニティ再建事業」では、事業目的を明確にするために地域住民にアンケート調査を実施した。その結果、「地形的に独立している東小千谷地区ならではのコミュニティ形成に向けた取り組み」が求められていることがわかったという。また、震災後に不足していた食料品の買い物場所や交流の機会に対する要望があることも明らかになった。

上記調査を受けて、2008年度、東夢協は計5回のワークショップを行った。ワークショップには地域住民をはじめ計105人が参加し、後述する復興プランを練り上げていった。

2009 年度から 3 年間に渡って取り組んだ「地域復興デザイン策定支援事業」では、前年度に作成した復興プランを具体化し、その実行部隊として、東夢協のなかで次の 4 つの委員会を立ち上げた。すなわち、「食品委員会」、「拠り所委員会」、「住民の足委員会」、「元気推進委員会」である。各委員会は、それぞれのテーマに則した事業の試験運営を行い、後述する「地域経営実践支援事業」において本格的な事業に発展していくことになる(図 10)。

- 22 -

¹⁶ 東夢協地域復興デザイン策定報告書には、同協議会の設立目的を「地域住民が中心となって、地域が抱える問題を、事業として継続的に取り組むことにより、地域の問題を解決」することと記載されている。

基本目標:便利で住みやすい安全な街づくり



図 10 東夢協の事業の全体像

出所:東夢協地域復興デザイン策定報告書。

なお、この4つの委員会は東夢協のなかで「実行委員会」として位置づけられ、上部委員会として、東夢協委員で構成される「運営委員会」、その上に11の町内会長、市議会議員、東夢協委員で構成される「審議委員会」が設置された。

2012 年度から 3 年間行われた「地域経営実践支援事業」の内容は地域商店街活性化法の事業内容と重複するため、詳しくは後述する。

このような状況のなか、中小機構のアドバイザーから中小企業庁の「中小商業活力向上 事業」について紹介を受ける。併せて、補助率を拡大するために地域商店街活性化法の認 定を目指すことになった。

3.3.4 事業実施過程

地域商店街活性化法の認定を受けた事業は、東夢協が小千谷市東大通商店街振興組合に 運営を委託している。事業内容は「農産物直売所の運営」、「惣菜ショップおよび交流施設 たまり場の運営」、「高齢者楽々サービス事業」である。

農産物直売所は空き店舗となっていた書店(旧セキ書店)に開設した。具体的な運営手法は次の通りである。すなわち、運営主体である小千谷市東大通商店街振興組合が店内に販売ブースを設け、協力農家は自ら値付けした野菜を持ち込み、陳列する。利益分配としては、消費者の購入代金から販売手数料を小千谷市東大通商店街振興組合が差し引き、残額を農家に支払う。なお、旧店舗の家族が販売管理者として常駐している。

一方、惣菜ショップおよび交流施設については、商店街内にある廃業した旅館(旧中島屋)を改装して開設した。1階を惣菜ショップ、2階の大広間を多世代交流館「よりどこ

ろ」として運営している。惣菜ショップでは、農産物直売所の野菜などを原材料としたサ ラダや野菜炒め、魚のフライや煮付けなどを提供している(図 11)。





図 11 農産物直売所(左)と惣菜ショップ(右)





図 12 多世代交流館(左)と乗合バス(右)

出所:小千谷市東大通商店街振興組合ヒアリング資料および筆者撮影。

旧中島屋の2階で運営している多世代交流館「よりどころ」は、地域住民が食事や会話ができる場所として、また歌謡教室「歌声サロン」や書道教室、フリーマーケットといったイベントの開催場所として運用されている。

高齢者楽々サービス事業は、商店街や病院などの生活拠点を回る循環バスの運営が主要事業である。小千谷総合病院、商店街の野菜直売所、住宅地などの計 10 か所に停留所を設けた。ドライバーの人数が少ないため 1 日当たりの運行本数には限りがあるものの、1 便片道で $10\sim20$ 人前後が利用するという(図 12)。

3.3.5 地域内連携の特徴と商店街および地域への効果

小千谷市東大通商店街振興組合の事例は、買い物環境の整備や地域住民の交流機会の創 出を目指すにあたり、この地域課題を抽出する段階から地域住民が参画し、事業計画の立 案、事業運営から成果のフォローアップまで、結果として一貫した連携体制のもと取り組 んでいる点に特徴がある。

効果の一端として、地域商店街活性化法の事業計画に明記した数値目標(歩行者通行量) と、東夢協が独自に実施したアンケート調査 ¹⁷から次のような結果が得られる。

まず、歩行者通行量については、2009年の数値(平日:307人・休日:201人)から、 実施計画終了時の2013年には5%増加させることを目標としていたが、ともに500人で 目標を達成したという。また、2014年に東夢協が実施したアンケート調査によると、「充 実してほしい施設」として「スーパー」の回答の割合が、前回調査の90%から35%に減少 した18。

このように、地域の課題であった買い物場所の整備や地域住民同士の交流機会の創出を 通じて、いくつかの指標から見ると一定の効果を上げている可能性が示唆された。

3.4 事例3:中島商店会コンソーシアム

3.4.1 室蘭市と市内商業の概要

室蘭市は北海道の南西部に位置し、北部のほとんどが鷲別岳の山麓で占められている。 また、絵鞆半島の内側に形成されている室蘭港周辺は工業地帯が形成されており、工業地 帯の南西に JR 室蘭駅や市役所などの公共施設が集積する市の中心部がある(図 13)。

市内には、JR 室蘭本線が室蘭港および工業地帯を囲うように通っている。市の中心部に室蘭駅が、工業地帯の東側に面している中島地区には東室蘭駅がある。また幹線道路として、室蘭本線に沿うように国道 36、37 号線がある。路線バスが比較的高頻度で運行しており、周辺地域に暮らす住民の足としての役割を担っている。

¹⁷ 東夢協が、新潟県「中越大震災復興基金」の 10 周年事業として実施する、記念記録紙作成の参考にするために実施された。有効回答数は 1,095 件(配布総数: 2,464、回答率: 44.4%)であった(質問票は、東小千谷地区の 11 の町内会長を通じて町内の各世帯に配布した。回収は、町内会役員を通じて行われたか、郵送(受取人払い)のいずれかであった)。

^{18 2007} 年調査との比較で、複数回答。その他の選択肢(「気軽な飲食店」、「休憩場所・公園」、「医院・診療所」、「駐車場」、「高齢者交流施設」、「レストラン」、「文化施設」、「介護、デイケア施設」、「娯楽施設」、「イベント広場」、「趣味の店」、「託児・育児施設」、「専門店・ブランド店」、「コンビニ」、「その他」、「マンション」)は、数ポイントの変化であった。

室蘭市は、明治時代以降、鉄鋼業を中心とする工業都市として発展してきた歴史を持ち、 新日本製鐵や日本製鋼所の企業城下町として栄えてきた。そのため、高度経済成長期から バブル期には大規模な社宅や系列病院が建ち並んでいた。当時の病院で勤務していた医者 が独立して開院しているため、現在同地域には多くの診療所等がある。

同市の人口は、最も人口が多かった 1969 年には約 18 万人であったが、2015 年現在、約 9 万人である。なお、中島商店会コンソーシアムがある中島地区の人口は約 2 万人である。

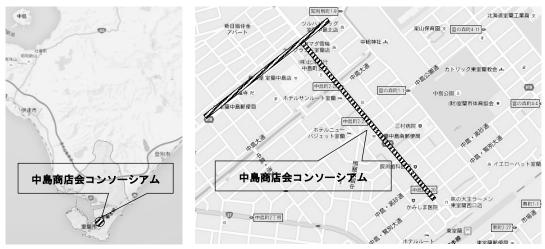


図 13 室蘭市および中島商店街コンソーシアムの位置図

出所: Google map

中島地区の商業は、工業都市としての成長に支えられながら拡大していった。1977年には、なかじま商店街振興組合に百貨店「長崎屋」が出店し、翌年には「丸井今井」が同地区に移転してきた。1981年には、日本製鋼所の跡地などに、「ジャスコ」や「アークス」といった大型店が4店舗出店するなど、商業環境が大きく変化していった。

る ○ 王泉市 ジュル 神足 ジ 爻 L (2002 中 2012 中)				
年	事業所数	従業者数	年間商品販売額	売場面積
+	(店)	(人)	(百万円)	(m^2)
2002年	1,101	6,986	110,153	136,374
2004年	1,034	6,732	112,748	139,026
2007年	918	6,435	96,524	143,243
2012年	662	4,746	84,258	103,912

表 6 室蘭市の小売構造の変化 (2002年~2012年)

出所:「商業統計」各年版、「経済センサス」(平成24年)をもとに作成。

また、モータリゼーションの進展やバブル崩壊に伴う景気低迷などによって、商店街が置かれる商業環境も次第に変わっていった。2010年には、中島地区の商店街の核としての役割を果たしていた丸井今井が閉店した。跡地には、現在家電量販店が出店しているものの、商店街への回遊性は低く、現場の中小小売商のなかでは地域商業への影響が懸念されている。

さらに、室蘭市内の小売商業の推移を概括的に確認したい。表 6 を見ると、2002 年からの 10 年間で、事業所数はおよそ 6 割まで減少している。他のいずれの項目についても、長期的には減少傾向にある。

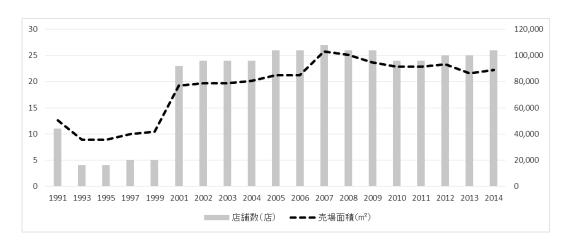


図 14 大型小売店の店舗数、売場面積推移

出所:「全国大型店総覧」東洋経済新報社、各年版をもとに作成。

市内における大型店の出店状況を見てみると、大店立地法が制定された 2000 年から 2001 年にかけて 20 店舗近く増加した。その後、店舗数は 2014 年までほぼ横ばいに推移している(図 14)。

3.4.2 中島商店会コンソーシアムの概要

中島商店会コンソーシアムは、4つの商店街振興組合と1つの商店会で形成されている。「なかじま商店街振興組合」、「中島中央商店街振興組合」、「シャンシャン共和国商店街振興組合」「中島西口商店街振興組合」の4つの振興組合は、JR東室蘭駅から市街地を通り国道37号線へ向かって、南北に約900m、東西に約550mに渡りL字で連なっている。

これらの商店街は1980年代後半の街路灯設置に合わせて法人化した。

これまでの事業として、各単組では、露店が並ぶ「ウェストサマーフェスティバル」、フリーマーケットやビアガーデンを開催する「シャンシャン共和国建国祭」などのイベントが実施されていたという。

なお、中島商店会コンソーシアムが設立された 2010 年以降は、コミュニティスペースとして、「ふれあいサロンほっとな~る」を設置することで、買い物客や通院帰りの高齢者などが休憩するためのスペースを提供するほか、市民サークルや近隣にある室蘭工業大学の学生などがイベントで利用する場としても活用されている。また同施設内では、起業を目指す創業者を対象に、チャレンジショップとしてのスペースを提供している。現在までに洋服店や雑貨店、飲食店などが出店したという。

3.4.3 地域商店街活性化法への申請の経緯

中島商店会コンソーシアムは、2010 年度、北海道からの受託事業である「緊急雇用対策・商店街等連携活性化推進事業」を活用し、次のような2つの趣旨のもと事業を実施していた。第1の趣旨は、事務局の設置である。同コンソーシアムを構成する商店街は、組合員の高齢化や後継者不足などによって組織が弱体化していた。そのため、各種業務を専任で担う人材の確保、また商店街間あるいは商店街と外部組織との間で連携体制を構築するために、同事業を活用して事務局を整備した。

第2の趣旨は、連携事業などの実証実験である。具体的には、空き店舗を活用して買い物客や地域の生活者が休憩するために利用する「ふれあいサロン」の運営や、チャレンジショップの運営などである。これらの事業は、のちに地域商店街活性化法の事業内容として組み込まれることになる。

さらに次年度には、北海道の「商業活性化計画づくりバックアップ事業」を活用し、前年度の実証実験に基づいてより詳細な事業計画をつくりあげていった。その過程で、北海道から地域商店街活性化法ついて紹介があり、申請について積極的に働きかけがあったという。なお、事業計画は北海道や北海道経済産業局、「商業活性化計画づくりバックアップ事業」をサポートしていた道内のコンサルティング会社の協力のもと作成し、2012年度の4月に認定を受けることとなった。

3.4.4 事業実施過程

地域商店街活性化法を活用して実施された事業は「一店逸品×マップ×スタンプラリー」、「ほっとな~る講座」、「ミニまち歩きツアー」である。

「一店逸品×マップ×スタンプラリー」は、飯塚市本町商店街振興組合の事例にもあった一店逸品運動と、参加店舗でスタンプを集め抽選会に参加するスタンプラリー、そして中島商店会コンソーシアムと室蘭工業大学の学生とで制作した商店街マップのことである。



図 15 一店逸品運動の冊子とスタンプラリーの様子

出所:中島商店会コンソーシアムヒアリング資料。

一店逸品運動とスタンプラリーについては、まず参加店舗の商品・サービスやスタンプラリーの開催について掲載した冊子「中島日和」を発行した。スタンプラリーは、冊子に掲載されている店舗のうち3店舗分のスタンプを集めると、年金支給日に合わせて実施する抽選会に応募できるという仕組みである(図15)。

商店街マップは、室蘭工業大学で美術やデザインを専攻している学生が、「土日も楽しい商店街マップ」や、歩数や距離を参考にして中島商店会コンソーシアムから主要な施設まで歩いたときの消費カロリーや学生がすすめする飲食店が紹介されている「食楽へルシーマップ」を作成した。マップの裏面には、以下で触れる「ほっとな~る講座」の日程などが掲載されている。これらの商店街マップは、事業計画を作成する前のワークショップのなかで学生が提案したものである。実施期間の初年度に、実際に店舗を利用して掲載したい情報を集め、計1万部発行したという。

「ほっとな~る講座」は、中島商店会コンソーシアム「ふれあいサロンほっとな~る」で 開催される市民講座である。デジタルカメラの使い方や子供向けの絵画の描き方など、専 門知識を持つ地域住民が講師となって講座が行われる。また「ミニまち歩きツアー」は、 中島地区の自然や歴史を体験したり、地産池消に取り組む飲食店を訪問したりするなど、 多様な内容で開催されている。

3.4.5 地域内連携の特徴と商店街および地域への効果

中島商店会コンソーシアムでは、高齢者や学生への対応を強化するあたり、北海道の既 存事業を活用して事務局機能を強化しながら、上記の事業を継続的に実施してきた。

その効果として、事業計画における数値目標では、通行量を 2011 年の数値(1 日: 3,829 人)から、事業実施後の 2013 年には 9.6%増加(4,196 人)させ、4 商店街全体の売上高を 2011 年の数値(約 167 億 2200 万円)から 0.04%増加(約 167 億 2800 万円)させるとしていた。

事業実施後、通行量は 4,828 人で目標を達成したという。一方で売上高については、新規出店や閉店などによる店舗の入れ替わりによって、前回調査したときと商店街の業種構成が変わったため、全体の売上高を把握する必要性を感じないなどの理由から、同様の調査を行うことができなかったという。

一方、各事業を継続していくなかで、「ほっとな~る講座」では医師会との連携による健康講座、「ミニまち歩きツアー」では歴史文化団体などとの合同ツアーなどに発展している。さらに、事業ごとに参加者に対してアンケートを実施することで、おむつ替えのスペースが増設されたり、学生が「ふれあいサロンほっとな~る」で様々な世代と交流するなかで感じた気づいた点などを参考に、健康をテーマにした「まちを歩こう中島商店街健康マップ」が制作されたりする活動にも繋がったという。

このように、事業を実施していくなかで追加的に顕在化した地域住民のニーズに機動的 に対応しているところに特徴があるといえる。

3.5 事例4:秋田市駅前広小路商店街振興組合

3.5.1 秋田市と市内商業の概況

秋田市は日本海に面した県西部に位置している。JR 秋田駅を中心とする市街地は秋田 平野の中央部にあり、周囲には田園地帯や出羽山地が広がっている(図 17)。



図 17 秋田市および秋田市駅前広小路商店街振興組合の位置図

出所: Google map、秋田県商店街振興組合連合会ウェブサイト

鉄道は JR 秋田新幹線、奥羽本線などが南北に通る。1960 年代に行われた秋田駅西側の 土地区画整理事業や、1970 年代中頃に行われた駅前地区の市街地再開発事業などを経て、 経済活動の中心的役割を担うようになった。

しかし一方で、1980年代中頃から、市の南の郊外に御所野ニュータウンが整備され、住宅地や大型商業施設が建設されたことにより、中心市街地の空洞化が進展した。なお、2014年には、日本創成会議から急激な人口減少で自治体の存続が難しくなる可能性のある「消滅可能性都市」に指定された。

年	事業所数 (店)	従業者数 (人)	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (m²)
2002年	3,451	21,830	378,635	449,538
2004年	3,346	21,997	374,044	447,210
2007年	3,198	22,010	376,659	465,984
2012 年	2,174	16,668	342,676	410,593

表 7 秋田市の小売構造の変化 (2002 年~2012 年)

出所:「商業統計」各年版、「経済センサス」(平成24年)をもとに作成。

秋田駅周辺の地域商業は、前述の土地区画整理事業や駅前再開発事業を契機に発展を遂げてきた。しかし、1993年、御所野ニュータウンに「イオン秋田ショッピングセンター」 (現イオンモール秋田)が出店する前後から、中心市街地の商業は衰退傾向を強めていっ た。表 7 で秋田市内の小売商業の推移を概括的に確認すると、2002 年からの 10 年間で、 年間商品販売額や売場面積の減少の度合いに対して、事業所数が約 7 割まで減少している ことがわかる。

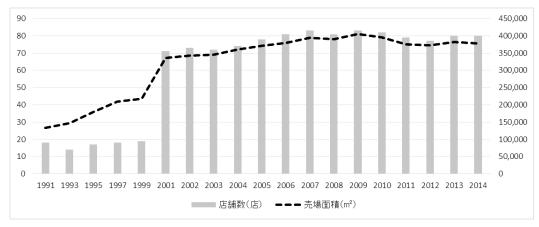


図 18 大型小売店の店舗数、売場面積推移

出所:「全国大型店総覧」東洋経済新報社、各年版をもとに作成。

こうした郊外出店の影響などを受けて、駅前商業の核として賑わいを見せていた老舗百貨店の「木内百貨店」が売場縮小や営業時間短縮などを経て、現在は事実上閉店し、2009年には「長崎屋」や「三越」が相次いで撤退した。さらに、秋田市駅前広小路商店街振興組合にとって決定的だったのは、2010年に駅前の「イトーヨーカ堂」が撤退したことである。その影響を受けて、人通りが明らかに減少したという。

なお、図 18 で市内における大型店の出店状況を見てみると、これまでの店舗数の約 3 倍となる 50 店舗近くが、2000 年から 2001 年の間に立て続けに出店している。その後、店舗数は 2009 年の 83 店舗をピークにほぼ横ばい傾向にある。

3.5.2 秋田市駅前広小路商店街振興組合の概要

秋田市駅前広小路商店街振興組合は JR 秋田駅西側の繁華街に位置し、およそ 20 の組合員で構成される商店街である。組合員として「フォーラス」、「アルス」、「西武」といったファッションテナントが多く入居する大型店が加盟していることが特徴である。撤退した「三越」や「イトーヨーカ堂」も組合員であった。また、各大型店は地域貢献に対する理解も深く、店長などが異動で交代したとしても、商店街の役員会にはほぼ出席し続けてい

るという。その背景には、従来からこうした状態が続いているため「協力しないと肩身が狭い」(秋田市駅前広小路商店街振興組合理事長 平澤孝夫氏へのヒアリング調査による) という思いがあったのかもしれない。

上記から推察されるように、秋田市駅前広小路商店街振興組合では従来から大型店の影響力が強く、たとえば、彼らの会費で商店街活動のほとんどの原資がまかなわれている状況である。なお、これまでの商店街事業では、夏には「ふるさと秋田駅前フェスティバル」が、冬には 12 月の 1 か月間にわたって電飾を使ったイルミネーション「光のテラス」が行われてきた。

3.5.3 地域商店街活性化法への申請の経緯

秋田県と秋田市駅前広小路商店街振興組合との間で、2010年度から、同商店街が位置している県道の整備計画について話が進んでいた。翌年度、地域商店街活性化法が施行される少し前に、東北経済産業局から秋田県を通じて、秋田市駅前広小路商店街振興組合理事長のもとに、同法活用の要請があったという。街路灯設置とタイミングが一致したこと、ハード整備についても支援対象に含まれ、自己負担が 2/3 から 1/3 になる可能性があることから申請に至った。事業計画を策定するにあたっては、秋田県中小企業団体中央会の支援のもとで進められた。具体的な事業内容を検討する企画会議には、各大型店の店長や館長、営業部長らが参加し、毎月1回の頻度で開催していたという。

3.5.4 事業実施過程

地域商店街活性化法を活用して実施された事業は、上記の2つのイベントの他、新しいイベントとして、春のイベント「うまい!あきた博!」、秋のイベント「ファッションショー」、 街路灯設置事業である。ここでは、地域内連携という視点から、3つのイベント事業について検討する。

2010年の夏頃から、商店街の役員会において開催される前述の企画会議のなかで、組合員である西武百貨店やフォーラスといった大型店の店長とともにイベントの企画案を練っていた。そのなかで、大型店側から、秋田の食材やB級グルメのPR、料理試食会等を行う「うまい!あきた博」の企画が提案され、2012年から開催されている。

次に、夏のイベント「ふるさと秋田駅前フェスティバル」についてである。同地域の伝統行事として盆踊り大会が各地で開かれており、秋田市駅前広小路商店街振興組合でも

1991年から実施している。近隣に支店がある金融機関や、舞踏会などの市民サークルに参加している住民を中心に行われている。

秋には地域住民参加型の「ファッションショー」が開催される。駅前エリアには、衣料や雑貨を取り扱うファッション性の高い商業施設が多い。前出の役員会において、こうした特徴を活かして情報を発信していくことで、まちのイメージを定着させるという目的が共有されていった。





図 19 ファッションショーの様子

出所:秋田市駅前広小路商店街振興組合ヒアリング資料。

ファッションショーは、西武百貨店の前にある広場で開催される。地元のモデル会社を介して、地域住民からモデルを一般公募している。オーディションに合格すると、フォーラス、アルス、西武といった商業施設に入居しているテナントの服を着てランウェイを歩く。舞台装置(照明器具)に多くの費用をかけてでも華やかな雰囲気を演出することを優先し、ファッションに関心を持つ人々を集めているという。ファッションショーのためにディレクターも招聘するなど、徹底した演出に力をいれている。

3.5.5 地域内連携の特徴と商店街および地域への効果

秋田市駅前広小路商店街振興組合の事例は、「賑わいの創出」や「まちのイメージ定着」」を目指すにあたり、目的に合った外部組織を協力することによって、季節ごとにイベントを実施してきている。その効果の測定するために設定した、地域商店街活性化法の事業計画の数値目標(歩行者通行量)では、2008年の数値(1日:1,649人)から、実施計画終了時の2013年には5%増加(1,731人)させることを目標としていた。結果は3,428人と

なり、目標を達成したという。

しかし、平澤理事長は「通行量は商店街にとってのバロメーターだが、人口減少、大型店や専門店の出店動向が影響する。減少幅は抑えられているかもしれないが、外部要因の影響を排除できない。」として、数値目標には一定の理解を示しながらも、その尺度については検討の余地があることに言及していた。

4 考察:本稿から得られる示唆と今後の研究課題

本稿では、地域内連携による商店街の社会的な役割のあり方について検討するために、 商店街と、地域住民や外部組織との動態的な関係の変化に注目し、その実態と効果につい て探索的に分析してきた。その結果、次のような点が示唆された。

第1に、地域住民が事業を実施する段階にも携わることで、彼らの商店街を利用する動機が高まる可能性がある。飯塚市本町商店街振興組合の事例では、「飯まちサポーターズ会員」である地域住民は、商店街の魅力を再認識したり、新たな利用動機を見出したりする可能性があることを指摘した。商店街からみた場合、こうした活動によって商店街と地域住民の間には、連携主体としての関係性だけではなく、利用者としての関係も強化されるかもしれない。

小千谷市東大通商店街振興組合の事例では、結果として事業内容の企画から成果のフォローアップまで一貫して、商店街と地域住民との連携関係に基づいて取り組まれていることについて述べた。たしかに、連携関係が功を奏して周辺地域への効果として好意的な結果が得られている。しかし、東夢協および商店街の人材不足などが影響して、連携関係を今後も継続的に活かすような環境が整っていないため、現在は既存事業の業務で精一杯という状況にあるという。このように連携主体との関係性が硬直的になるのは、農産物直売所や惣菜ショップの開設といったハード整備を中心に事業内容が組み立てられていることも影響しているように思われる。

第2に、事業を実施する段階において、当初は想定していなかった新たな外部組織と連携関係を構築することで、商店街が自身の活動を再検討する契機となる可能性がある。中島商店会コンソーシアムの事例では、診療所などの医療機関や大学が集積しているという地域特性を活かして、「医商連携」や「商学連携」に取り組むなかで、追加的に顕在化してきた地域の課題に対応している実態が浮かび上がってきた。

他方、秋田市駅前広小路商店街振興組合では、賑わいの創出や地域特性を活かしたまちのイメージの定着を目指して、地域住民および外部組織参加型のイベントを開催している。 しかし、これらの事業は空間としての商店街を活用する一時的なイベントとして位置づけられるものである。

第3に、本稿の研究課題ではなかったが、いずれの事例においても、地域商店街活性化法に関心を寄せる以前から何らかの事業計画を有していた。すなわち、少なくともこの 4 つの事例では、同法は計画立案のきっかけを提供したというよりも、以前からあった計画を実現させる援用ツールとして機能したということができる。こうした傾向は、新島他(2015)のなかで対象とした、まちづくり政策の萌芽として位置づけられている特定商業集積整備法(正式名称:特定商業集積の整備の促進に関する特別措置法)でも確認できる。まちづくり政策の評価という視点から見た場合、実行に移せないでいた地域商業者の背中を押したという点では一定の評価ができる 19。

一方、本研究では分析しきれていない点があり、今後の課題も多く残されている。具体的には、今回の探索的な事例分析で示唆した各地域における商店街と外部組織等との関係の変化は、限られた情報に基づいた定性的な検討によるもので、一般性が検証されているとはいえない。

また、本稿では、地域内連携による商店街と地域住民および外部組織との関係の変化に着目してきた。この視点によって、商店街と地域住民との関係が変容する可能性があることや、追加的に顕在化した社会課題に対応するために、当初は想定していなかった外部組織との連携関係を構築する場合があることが明らかになった。では、このような連携に基づいた商店街活動は、商店街活動に積極的ではない構成員や地域住民にどのような影響を与えているのだろうか。上記ではいくつかの可能性について言及したが、より一般性を高めるために統計的な実証研究を行う必要があることは言うまでもない。この点については今後の研究課題としたい。

【謝辞】本研究を進めるにあたって、指導教授である渡辺達朗先生には、研究面にとどまらず様々なご指導をいただきました。また専修大学商学部の川野訓志先生、石川和男先生には、お忙しいなか草稿に目を通していただき、的確なコメントを数多くいただきました。 最後に、稿末に記載した方々には、ヒアリング調査や関連資料の提供などの多大なご協力

¹⁹ 新島他 (2015) p.41。

を賜りました。心より御礼申し上げます。なお、本稿にある誤謬は全て筆者の責に帰する ものです。

【付記】本研究は、科学研究費助成事業(基盤研究 B)(課題番号 24330136)「特定商業集積整備法の検証を通して考察する商業・まちづくりの理論的・実践的展望」(代表:石原武政)に研究協力者として、文部科学省私立大学戦略的研究基盤形成支援事業(平成 26年~平成 30年)にリサーチアシスタントとして参加させていただいた成果の一部である。

【引用文献】

- ・ 石井淳蔵 (1991)「地域小売商業研究におけるミッシング・リンク」『國民經濟雜誌』(神戸大学) 第 164 巻第 2 号, pp.21-40。
- 石井淳蔵(1996)『商人家族と市場社会』有斐閣。
- ・ 石原武政(1985)「中小小売商の組織化ーその意義と形態ー」『中小企業季報』(大阪経済大学)第4巻,pp.1-8。
- ・ 石原武政(1991)「商店街の合意形成と行政支援」『中小企業季報』(大阪経済大学)第3巻,pp.10-17。
- ・ 石原武政・石井淳蔵(1992)『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社。
- ・ 石原武政(1995)「商店街の組織特性」『経営研究』(大阪市立大学)第45巻第4号,pp.1-15。
- 石原武政(2000a)『商業組織の内部編成』千倉書房。
- · 石原武政(2000b)『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣選書。
- ・ 石原武政(2010)「いまなぜ、まちづくりか」石原武政・西村幸夫編『まちづくりを学ぶ』有斐閣。
- ・ 石原武政(2011)「新たな商業振興を求めて」石原武政編『商務流通政策 1980-2000』 (通商産業政策史 4) 独立行政法人経済産業研究所。
- ・ 石原武政(2014a)「商店街の不動産と商店街組織(上)」『流通情報』第46巻第2号,
 pp.44-57。
- ・ 石原武政(2014b)「商店街の不動産と商店街組織(下)」『流通情報』第46巻第3号,
 pp.50-61。
- ・ 渦原実男(2004)「商店街の再生とコミュニティ・ビジネス」『商学論集』(西南学院大

- 学) 第 51 巻第 1 号, pp.105-135。
- ・ 加藤司(2003)「『所縁型』商店街組織のマネジメント」加藤司編著『流通理論の透視力』千倉書房。
- ・ 加藤司 (2008)「日本の商業における事業継承の特殊性」『経営研究』(大阪市立大学)第 58 巻第 4 号, pp.127-143。
- ・ 小宮一高(2009)「都市型商業集積の形成と街並み」加藤司・石原武政編『地域商業の 再構築』中央経済社。
- ・ 新島裕基 (2015)「地域商店街活性化法の事業評価に関する分析視角-事例調査に向けた予備的考察-」『専修ビジネスレビュー』vol.10, pp.49-60。
- ・ 新島裕基・濱満久・渡邉孝一郎・松田温郎(2015)「特定商業集積整備法を活用した商業集積の開発および運営の実態:『ア・ミュー』、『アスカ』、『フォンジュ』、『コモタウン』」『DISCUSSION PAPER SERIES』(山口大学経済学会)NO.31。
- ・ 日本建築学会編(2004)『中心市街地活性化とまちづくり会社』丸善。
- ・ 畢滔滔 (2006)「商店街組織におけるインフォーマルな調整メカニズムと組織活動ー千葉市中心市街地商店街の比較分析ー」『流通研究』第9巻第1号,pp.87-107。
- ・ 福田敦(2005)「地域資源循環型協働プラットホーム構想による商店街存立モデルの提案」『流通』第 18 巻, pp.42-48。
- ・ 福田敦(2008)「地域社会の変容と商店街の機能革新-先進事例に見る商店街の戦略的 視点と中間支援組織の役割-『経済系』関東学院大学経済学会第234集, pp.74-96。
- ・ 福田敦(2009)「外部組織との連携に向けた商店街の組織戦略」『経済系』関東学院大 学経済学会第 241 集, pp.16-32。
- ・ 松島茂(2009)「地域商業振興とまちづくり三法」石原武政・加藤司編『日本の流通政 策』中央経済社。
- ・ 山口信夫(2014)「日本における商業者と地域コミュニティの関係を捉える視点:愛媛県今治市の中心商店街を事例とした探索的研究」『流通研究』第 17 巻第 2 号, pp.3-26。
- ・ 横山斉理(2006)「小売商業集積における組織的活動の規定要因についての実証研究」 『流通研究』第9巻第1号,pp.41-57。
- ・ 横山斉理 (2008) 「地域商業における商人家族の現代的ありように関する実証研究」 『流 通研究』 第 11 巻第 1 号, pp.1-15。

- ・ 横山斉理(2013)「商店街における主体間関係と組織的活動の関係」『流通情報』第 44 巻第 5 号, pp.13-28。
- ・ 渡辺達朗(2003)「まちづくりと商店街組織ー組織の行動原理の変化を中心にしてー」 『商学研究年報(専修大学)』第28巻, pp.31-54。
- ・ 渡辺達朗(2010)「まちに賑わいをもたらす地域商業」石原武政・西村幸夫編『まちづくりを学ぶ』有斐閣。
- ・ 渡辺達朗(2014)『商業まちづくり政策』有斐閣。

【付録:ヒアリング調査協力者(所属は調査当時)】

- 飯塚市本町商店街振興組合(調査日:2015年1月16日)
 - ▶ 前田精一氏(飯塚市本町商店街振興組合理事長)
 - 縄田真照氏(飯塚市本町商店街振興組合)
 - ▶ 香月法彦氏(飯塚商工会議所総務課)
 - ▶ 久保森住光氏(株式会社まちづくり飯塚)
- · 小千谷市東通商店街振興組合 (調査日:2015年2月25日)
 - ▶ 高野直人氏(小千谷市東通商店街振興組合代表理事)
 - ▶ 金井信雄氏 (東小千谷夢あふれるまちづくり活性化協議会)
 - ▶ 新保正文氏(新保造園株式会社)
 - ▶ 増川雅史氏(小千谷市企画政策課まちづくり推進室)
- 中島商店会コンソーシアム(調査日:2015年5月7日)
 - 小野寺芳子氏(中島商店会コンソーシアム代表理事)
 - ▶ 石岡春夫氏(中島商店会コンソーシアム事務局長)
- · 秋田市駅前広小路商店街振興組合(調査日:2015年2月18日)
 - ▶ 平澤孝夫氏(秋田市駅前広小路商店街振興組合理事長)
 - 佐々木邦夫氏(秋田市駅前広小路商店街振興組合事務局長)
 - ▶ 目時均氏(秋田県中小企業団体中央会事業振興部商業振興課)
 - ▶ 山本繁広氏(秋田県中小企業団体中央会事業振興部工業振興課)

平成27年9月29日 発行

専修大学商学研究所報

第47巻 第3号

発行所 専修大学商学研究所 〒214-8580 神奈川県川崎市多摩区東三田2-1-1

発行人 神 原 理 製 作 佐藤印刷株式会社

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前2-10-2 TEL 03-3404-2561 FAX 03-3403-3409

Bulletin of the Research Institute of Commerce

Vol. 47 No.3

September 2015

Actual Condition and Effect Derived from Community Development Alliance to Shopping District Activities

- Cases approved under the Act on Vitalization in Regional Shopping District -

YUKI NIIJIMA

Published by The Research Institute of Commerce Senshu University