

長野中心商店街の構造に関するノート

石澤 孝

I はじめに

近年の地方都市における地域問題の一つに、中心市街地の空洞化があげられる。1998年（平成10）6月、中心市街地の活性化を目指して「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」、いわゆる「中心市街地活性化法」が公布され、7月に施行された。とはいえ、中心市街地の空洞化は近年になってから始まったものではない。人口のドーナツ化現象に象徴されるように、経済の高度成長期以前から続いていた現象であり、近年注目されだしたのは、大規模小売店に代表される商業施設の郊外立地により中心商業地の衰退がみられるようになったからである。この現象は、特に自動車普及率の高い地域の地方都市において顕著であり、閉店が相次いで、商店街ならぬシャッター街と揶揄される商店街も出現している。実際、中心市街地という都市構造の一部に関する法律にも関わらず、その具体的な施策においては、特に中心商業地にその力点がおかれている。

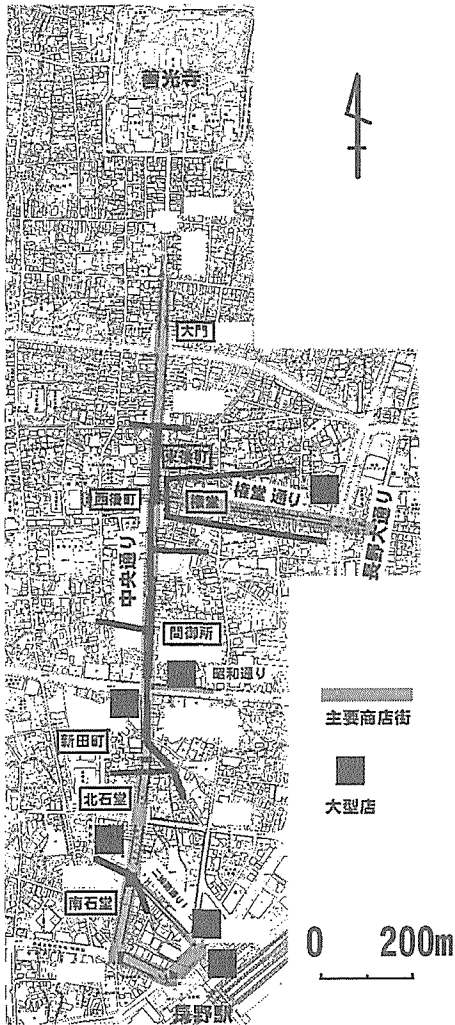
ところで、これらの現象はいずれも都市地理学・商業地理学における主要な研究課題であるが、残念ながら、その成果の社会への貢献は大きなものではなかった。実証研究の積み重ねという商業地理学の存在意義が今試されようとしているのかもしれない（石澤，1999c）。

さて、中心商店街を構成する主要業種である織物衣服小売業の販売額の変化から長野中心商店街の空洞化について検討したところ、1988年から1991年の間に空洞化が始まっていることが明らかになった（石澤，1999a）。これらのことを踏まえ、本論では、長野中心商店街（第1図）における構造の一端について明らかにしてみたい。

II 分析手法

長野中心商店街は、中央通りと権堂アーケード通りから構成されている（石澤，1998）。その実態を把握するために、1998年12月に聞き取り調査を実施した¹⁾。通りに面している店舗の悉皆調査を目指し、大半の事業所の188件から回答を得ることができた。残念ながら長野駅周辺地区における回収率が悪かったため、分析は南石堂から大門町までの中央通りと権堂アーケード通りに面している店舗を主な対象として行った。そのうち、小売店は80%の140店舗であった。なお分析は、SPSSのクロス表分析（プログラム1）を適用して行った。

ところでSPSSのプログラムにおいては、まず入力するデータファイル名と変数の数を指定する(①)。ここでは、入力ファイルとしてAドライブのNAGASHOP.DATを指定している。



第1図 長野中心商店街

入力データの形式としては固定形式と自由形式があるが、自由形式(FREE)とした。変数は、nameおよびV2からV67までの67変数である。第1変数は事業所名であるため、10桁の文字変数(a10)とした。

次に、変数の名前を定義する(②)。データがコード化されている場合には、それぞれのコードも定義しておく(③, ③')。これらを省略してもかまわないが、定義しておけば、結果を分析する際に都合がよい。ここまでの、入力データの定義に関する部分である。

さて、入力したデータの変形が必用になる場合もある。連続変数を階級区分したり、入力したコードを再定義する場合はRECODE文を用いる(④)。データに欠損値がある場合はMISSING VALUES文で指定する。

また、入力したデータの中から特定の条件に当てはまるケースのみを選びたいときにはSELECT IF文を用いる(⑥)。

いよいよ分析である。クロス表集計はCROSSTABS文を用いる(⑦)。TABLES=の後に分析する変数をBYで区切って指定する。必要に応じてOPTIONS文²⁾を指定する。また、二次元表における変数の独立性を検定するにはSTATISTICS文で1を指定する。

最後にFINISH文を付けて、プログラムが完成する(⑧)。

プログラム 1

```

DATA LIST FILE= "A:NAGASHOP.DAT" FREE /name(a10) V2 TO V67.                .....①
VARIABLE LABELS name "名前"/V2 "立地場所"/V3 "業種"/V4 "開設年数"/      .....②
                    V5 "従業員数"/V6 "家族従業員数"/V7 "アルバイト数"/V8 "店舗形態"/
                    V9 "支店所在地"/V10 "本店所在地"/
                    . . . (中略) . . .
                    V67 "大型店の影響".
VALUE LABELS V2 11"大門町" 12"権堂町" 13"後町"                            .....③
                    . . . (中略) . . .
                    2"悪い影響が出る" 3"影響なし".
RECODE V5(1,2=1) (3,4,5=2) (6 thru 9=3) (10 thru 49=4) (50 thru 300=5)/   .....④
                    . . . (中略) . . .
                    V20(1 thru 5=1) (6 thru 10=2) (11 thru 50=3) (51 thru 100=4) (101 thru 300=5).
VALUE LABELS V5 1"1-2" 2"3-5" 3"6-9" 4"10-49" 5"50-"/                      .....⑤
                    . . . (中略) . . .
                    V20 1"1-5" 2"6-10" 3"11-50" 4"51-100" 5"101-250".
MISSING VALUES V2 TO V67(999).                                           .....⑥
SELECT IF (V3 =1).                                                         .....⑦
CROSSTABS TABLES=V2 by V8.                                               .....⑧
/OPTIONS 3.
FINISH.
    
```

第1表 地区ごとの開業時期

	1954年以前	1955-1969	1970-1989	1990年以降	行計
大門町	18 85.7		3 14.3		21 16.2
権堂町	14 51.9	8 29.6	4 14.8	1 3.7	27 20.8
西後町	12 85.7	1 7.1		1 7.1	14 10.8
東後町	7 77.8		2 22.2		9 6.9
間御所	13 81.3	1 6.3		2 12.5	16 12.3
新田町	6 60.0	1 10.0	3 30.0		10 7.7
北石堂	4 23.5	3 17.6	7 41.2	3 17.6	17 13.1
南石堂	9 56.3	3 18.8	4 25.0		16 12.3
列計	83 63.8	17 13.1	23 17.7	7 5.4	130 100.0

Ⅲ 長野中心商店街の構造

1. 店舗の開業時期

戦後に限ると、長野中心商店街には3つのエポックがある(石澤, 1999a)。①問御所への百貨店の新設(1957年), ②中央資本による大型店の進出(1970年), ③郊外型大型店の進出(1990年)である。そこで, 1954年以前(百貨店開業以前), 1955から1969年(百貨店開業期前後), 1970から1989年(中央資本の進出期), 1990年以降(郊外型店舗の進出期)の4つの時期に区分し, 店舗の開業時期を考察した。回答率は93%であった。

回答のあった130店舗の64%が, 1954年以前に開業している(第1表)。一方, 1990年以降に開業した店舗は5%程度に過ぎないので, どちらかという成熟した商店街といえる。これを地区ごとにみると, 大門町, 西後町, 東後町, 問御所では70%以上が1954年以前に開業しており, 北石堂, 南石堂や権堂町ではその比率は60%未満である。地区と開業時期との間の関係を検定したところ, 危険率1%で有意な関係が認められた。つまり, 新田町交差点以北の善光寺に近い中央通りに古くからの店舗が集まり, 長野駅に近い北石堂や南石堂そして権堂町の店舗は比較的新しい店舗が立地し活性化しているという, 地域的な関係が立証されたのである。

2. 支店と本店

活性化している商店街では, 支店の比率が高くなる傾向があり, 東北新幹線大宮開業(1982年)直後に相当する1984年におけるの仙台中心商店街では, 小売店舗の56%が支店であった(石澤, 1988; 1999b)。店舗の形態についての回答率は99%と高かったが, 長野中心商店街の支店比率は20%弱と仙台中心商店街に比べて低い(第2表)。これを地域的にみると, ほとんどの地区における支店比率が20%未満であるのに対し, 北石堂では55%と, ほぼ1980年代の仙台に類似した値を示している。また, 新田町(23%)の比率も比較的高くなっている。

地区と本・支店比率との間の関係を検定したところ, 危険率5%で有意な関係がみられた。開業時期同様, 長野駅に近接する地域で支店が多く, 善光寺に近くなるにつれて少なくなるという地域的な関係が立証されたのである。

なお, 支店の本店についての所在地を確認したところ, 長野市内(10店)が最も多く, 東京周辺(6店), 長野県内(3店), 東北(1店), 北陸(1店)の順であった。大型店からの回答率が低かったためテナントとして入っている県外資本がカウントされなかったとはいえ, 県外資本の進出が少ないことに驚かされる。

第2表 地区ごとの店舗形態

	本店	支店	単独店	行計
大門町	6 26.1	2 8.7	15 65.2	23 16.5
権堂町	6 21.4	4 14.3	18 64.3	28 20.1
西後町	2 14.3	1 7.1	11 78.6	14 10.1
東後町	1 10.0	1 10.0	8 80.0	10 7.2
問御所	1 5.9	2 11.8	14 82.4	17 12.2
新田町		3 23.1	10 76.9	13 9.4
北石堂	2 11.1	10 54.6	6 33.3	18 12.9
南石堂	4 25.0	4 25.0	8 50.0	16 11.5
列計	22 15.8	27 19.4	90 64.7	139 100.0

3. 後継者の有無と兼業

後継者についての回答率は低く36%にとどまったが、回答が得られた51店舗の48%において、後継者がいるとの回答が得られた。地区別にみると、大門、問御所、北石堂、南石堂では50%を上回り、西後町や新田町では20%を下回っている。地区間の有意な差異は認められなかったが、50%以上の店舗においてまだ後継者が決まっておらず、この点が問題となろう。

小売業を専業としているか兼業としているか(専兼別)についての回答率は69%であった。回答が得られた96店舗のうち12%が、小売業以外からも収入を得ている兼業商店であった。中心商店街においても専業でない小売店がみられるのは驚きであり、この点も商店街の将来に対する不安材料になるものといえる。

なお、後継者および専兼別についてともに回答が得られたのは41店舗であるが、両者の間に有意な関係はみられなかった。

4. 店舗と住居

居住地についての回答率は94%であった。回答の得られた132店舗のうち61%が、店舗と居住地を異にしている。職住分離が進んでいるのである。地区別にみると、店舗と居住地を同一にしている(職住一致)比率が高かったのは西後町(64%)、問御所(53%)、大門町(52%)、南石堂(50%)であり、これに対して北石堂では94%が居住地を異にしている。地区別に差異があるのか否かを検定したところ、危険率5%で有意な関係がみられた。つま

り、南石堂を除くと、中央通りの問御所以北で職住一致が強まり、それ以外の地区では職住分離が強まるという傾向が立証されたのである。

5. 店舗の所有形態

店舗の所有についての回答率は98%と高かった。回答の得られた137店舗の68%が自己所有であった。地区別にみると、自己所有の比率は東後町（89%）、大門町（83%）、南石堂（81%）、問御所（77%）、権堂町（71%）、西後町（69%）で高く、北石堂（28%）や新田町（46%）で低い。地区別に有意な差異があるのか否かを検定したところ、危険率1%で有意な関係がみられた。すなわち新田町や北石堂では自己所有率が低く、その他の地区では高いという関係が立証された。

なお、全体としてみると、職住一致の比率が高い地区で自己所有の比率が高いという傾向がみられるが、権堂町とそれに隣接する東後町においては、自己所有比率が高いにも関わらず職住分離が進んでいるという、他地区とは異なる特質を有している。

6. 大型店開業の影響

前述したように、戦後における長野中心商店街には3つのエポックがみられる。第2のエポックが中央資本による大型店の進出である。それらによる商店街への影響を確認するために、イトーヨーカ堂の開業（中心商店街立地）、ジャスコの開業（郊外立地）、東急ライフの開業（郊外立地）、イセヤの開業・西友の増床（郊外立地）、そして長崎屋の開業（中心商店街から郊外へ移転）にともなう売り上げへの影響について調べた。

イトーヨーカ堂と長崎屋の場合を除いて、収益に変化無しとの回答率がほぼ90%を上回っている（第3表）。すなわち、郊外型大型店の開業による売り上げ（減少）への影響は、中心商店街との関係が少ない限りにおいては10%未満にとどまっている。それよりもむしろ影響が大きいのは、中心商店街に大型店が進出するかそれとも撤退することかということである。中心商店街に新規開業したイトーヨーカ堂の場合は、売り上げが減少した店舗を増加した店舗が上回って商圏のパイを広げたが、郊外へ移転した長崎屋の場合は、逆に売り上げが減少した店舗が19%なのに対して増加したのは2%にも達していない。

第3表 大型店の立地に伴う売り上げへの影響

	ジャスコ	イトーヨーカ堂	東急ライフ	イセヤ・西友	長崎屋移転
収益増加	2.7	11.0	1.6	1.6	1.6
変化無し	93.7	79.7	96.0	89.8	79.1
収益減少	3.6	9.3	2.4	8.7	19.4

このように、中心商店街にとっては、郊外型大型店の存在も脅威ではあるが、むしろ大型店が立地するか否かが、より重大であることになる。翻っていえば、中央資本の大型店の誘致こそが、活性化への一番の近道であるということがいえるのではないだろうか。

7. 経営の見通し

経営の見通しについての回答率は92%（129店舗）であった。「十分やっつけける」、「まあまあやっつけける」、「苦しいがやっつけける」、「やっつけけない」、「廃業予定である」との選択肢を設けたところ、約半数（49.6%）が「苦しいがやっつけける」と答えた。やや楽観的な「十分やっつけける」（15.5%）と「まあまあやっつけける」（29.5%）との答えも合わせると45%にのぼり、将来への不安は少ないことがわかる。しかしながら2.3%が「廃業予定」と答え、将来廃業するであろう「やっつけけない」（3.1%）と答えた店舗を合わせると、5%強の店舗が将来へ不安を抱いていることも明らかになった。

地区別にみると、権堂町で1店舗、東後町で2店舗が廃業予定と答え、大門町で1店舗、西後町で2店舗、新田町で1店舗が「やっつけけない」と答えている。善光寺に近い地区に不安を抱いている店舗が多いといえ、このことは危険率5%で有意であった。

IV おわりに

アンケートにより長野中心商店街の構造を分析したところ、以下のことが明らかになった。

長野中心商店街は、新田町交差点付近を境として、善光寺に近い北部と長野駅に近い南部に大別される。北部は古くからの店舗が多く、また建物も自己所有で店舗に住居が併設している店舗が多い。一方、南部は北部に比べて比較的新しい店舗もみられ、建物も自己所有が少なく職住分離が進み、支店の数も多く、より活性化しているといえる。どちらかというところ、北部では経営に不安を抱いている店舗が多い。

郊外型大型店が立地することの影響はさほど大きくなく、むしろ中心商店街へ大型店が立地するか否かが、より大きな影響を与える。すなわち、中心商店街へ大型店が進出すれば商店街の商圏が広がって売上が増加するが、逆に中心商店街に立地している大型店が撤退すると、大きな売上低下につながるのである。

以上のように、長野中心商店街は大きく北部と南部に分けることができる。したがって、長野中心商店街の活性化にあたっては、南北を一体化した活性化策を設けるのか、または南北の地域に応じた個別の活性化策を設けるのか、さらに大型店にからんだ即効的な活性化策を考えるのか否か、ということが第一の課題になるものではないだろうか。

本論を作成するにあたり、聞き取り調査にご協力いただいた長野中心商店街の皆様、そして調査を担当した信州大学教育学部の学生諸君に感謝の意を表します。

注

- 1) 直接聞き取り法によった。なお、東後町と問御所間の中央通りに面した権堂町の部分は、東後町に組み替えて分析を行った。
- 2) 各セルの列に対する構成比を算出する場合には3、行に対する構成比を算出する場合には4、全体に対する構成比を算出するためには5を指定する。

文 献

- 石澤 孝 (1988) : 支店の立地動向からみた仙台市中心部における小売業の変容.
地理評, 61A, 816~829.
- 石澤 孝 (1998) : 『都市の成立と発展』 龍鳳書房.
- 石澤 孝 (1999a) : 長野中心商店街の変容に関するノートーポストオリンピックにおける
長野を考えるために一. 信州大学教育学部紀要, 96, 35~46.
- 石澤 孝 (1999b) : 小諸市の現状と課題. 『小諸市地域情報化に関する提言書』, 5~39.
- 石澤 孝 (1999c) : 学界展望 第三次産業 (商業・金融). 人文地理, 51, 48~50.

(1999年12月14日 受理)