

公益圏志向の商店街

加藤 敏文

1. 悩み多い商店街の現状

「商店街実態調査報告書（平成15年度）」（中小企業庁）によれば、全国の商店街のうち96・6%が「停滞および衰退している」のに対して、わずか2・3%しか「繁栄している」状態を維持していない。1商店街あたり空き店舗率も全国平均で7・3%であり、5年前との比較で空き店舗が「増えている」商店街が4割近くにもなる、といった厳しい環境にある。

商店街のこの厳しい環境を外部要因と内部要因に分けると、外部環境要因には、地方の過疎化および少子高齢化の進行による商圈内人口の減少、世帯あたり乗用車保有台数の増加・高速道路の整備による消費者の移動範囲の広がり・移動時間の短縮による郊外立地のショッピングセンターへの容易なアクセスなど、商店街にとってプラスにならないことが多い。

また、内部環境要因についても、全商店街の5割以上が、①高齢経営者の後継者難、②魅力ある店舗の不足、③商店街活動への不参加、④核店舗の不在、⑤店舗の老朽化・陳腐化などを重要な問題と認識しているものの、問題解決の糸口さえ見出せないでいる。

さらに、国主導の街づくり3法（中心市街地活性化法、改正都市計画法、大店立地法）も中心市街地に大型店を政策誘導するように改正されるが、停滞・衰退状態にある多くの中小都市商店街が、従来型の物販・飲食サービス店舗による活性化方策によって再生するかどうかは、大いに疑問である。

2. 商店街再生のキーワード

商店街再生の方向の1つは、郊外型ショッピングセンターと同じ土俵で相撲を取らないことである。従来型の小売・飲食サービスを集積しても、価格訴求力や品揃えでは、商店街の競争優位性は極めて少ない。それならば同質間競争ではなく異質間競争を展開する可能性はないか。商店街には社会的有効性を発揮する役割があっても良いのではないか。

この「社会的有効性」とは、『80年代の流通ビジョン』（通商産業省、1983年）の中で、中小商業が存続する基盤的機能として、効率性を追及するのみならず、地域社会と共生し貢献する役割も重要であるとして、提案された概念である。商店街は商圈を基礎として売り手と買い手が出会う

市場取り引きの場であることが基本であるとしても、それ以外にも果たすべき役割がある「公共の場」なのである。最近ヒットした邦画「オールウエイズ夕日ヶ丘三丁目」の時代的背景は、高度経済成長期の昭和30年代前半であり、その当時に活気があった商店街は、①生活文化の提案・伝達の場、②祭りなど伝統や文化の継承の場、③産業振興の場、④集い憩う交流の場、⑤教育の場、⑥社会的貢献や実践の場など、楽しく時間を過ごせる公共空間として地域の人々や消費者に支持されていたのである。

しかし、バブル経済崩壊後も、右肩上がりの日本経済が続いた慣性として、量的拡大と効率性追求をこそ達成目標とする考え方を抜け切れず、これを切り替える発想の起点を商店街の現場で定められなかったのではなからうか。

商店街再生の発想の起点は、楽しく豊かで便利な公共空間にすることである。商店街に、多様なコミュニティ機能を街づくりと一体化した商業集積の性格を強めることである。そのために社会性や公共性の強いサービス施設を導入することである。例えば、NPO型の高齢者カフェ、障害者パティオ、子育てセンターなど、あるいはもう少し事業性を重視したコミュニティビジネス、例えばリサイクルショップなどである。市内はもとより周辺町村からの利用者も期待できる。

公益性とともに、地域社会との共生という考え方が重要である。共生とは、2種類以上の生物が有機的関係性を築いて助け合い協力し合って生活する様を言うが、商店街の内部や隣接地域で生活

する人々が、様々な職業、生活意識・価値観の違いを乗り越えて、地域に伝承された生活文化などの資源を共有し、良い街づくりのために共働することが大切である。地域コミュニティ再生こそ、商店街の役割である。

商店街の再生には、社会的有効性、公益性、共生（共有性、共働性）が必要不可欠の要素なのである。

3. 必要不可欠な社会的共通資本

宇沢弘文東京大学名誉教授は社会的共通資本を「一つの国ないし特定の地域が、豊かな経済生活を営み、すぐれた文化を展開し、人間的に魅力ある社会を持続的、安定的に維持することを可能にする社会的装置」と定義している。この資本は、自然環境、都市的インフラストラクチャー、環境保全・教育・医療制度などの制度資本、三つの要素から構成されている。このうち都市的インフラ整備の中に、公益的サービスの生産と消費が行なわれるという意味で、商店街を含めて考えることが出来る。

地域コミュニティ機能を充実し整備すべき社会的装置資本は、施設類型別にいえば、①行政連携型（多世代交流プラザ）、②地域づくり型（近隣大学と連携したまちづくりカフェ）、③地域産業連携型（チャレンジショップ）、④介護福祉型（高齢者用給食サービス）、⑤環境保全型（エコステー

ション)など、5タイプが考えられる。

これらの公益的サービス施設は、少しでも地域社会に貢献したい、街に活気を取り戻したいと考えている全国の様々な商店街で部分的に取り入れられ、地域の人々に支持されている。前述したように、国の街づくり政策は、市街地への大型店の誘導に向いているが、同時に、公共公益施設など都市機能の再集積、社会性・公共性の強い施設の充実強化も重要との方針も示している。公益的サービス施設の立地こそ、時代が商店街に求めているものなのである。

4. 商圏から公益圏への発想転換

これからの商店街にとって、従来型の小売・飲食サービス店舗を主体としながらも、公益性の強いサービスの生産と消費が行なわれる施設を補完的に導入し、地域コミュニティ機能を充実強化する「生活の場」という、新たな公共空間づくりを目指すことが重要である。公益的サービス施設は、買物を主目的とする商圏で捉えた来街者の利用ばかりではなく、もっと広い生活圏からの利用者によって支えられる。パソコンでインターネットを利用する人々が施設の存在を知れば、近隣の他市町村からの来街者も見られることであろう。

公益的サービス施設の運営は、公的補助金や事業収入の他に、寄付や会費など地域社会の人々の理解と支援がなければ持続可能ではない。商店街は、相互協力・扶助の精神で地域社会の信頼のネ

ネットワークを形成するマグネットになるべきものであろう。

そのような観点からも、これからの商店街にとって、買物目的の消費者を対象とする従来の商圈の発想から脱却し、買物及び公益的サービス購入目的の、消費・施設利用者を対象とする公益圏の発想へパラダイムシフトすることも、大切ではなからうか。

〈参考文献〉

宇沢弘文 『社会的共通資本』 岩波書店、2000年。

加藤敏文 「持続可能型商店街の診断技法に関する調査研究報告書」

社団法人中小企業診断協会、2006年。

(HEERO REPORT No.51 2006年5月)