

# 輝け 商店街

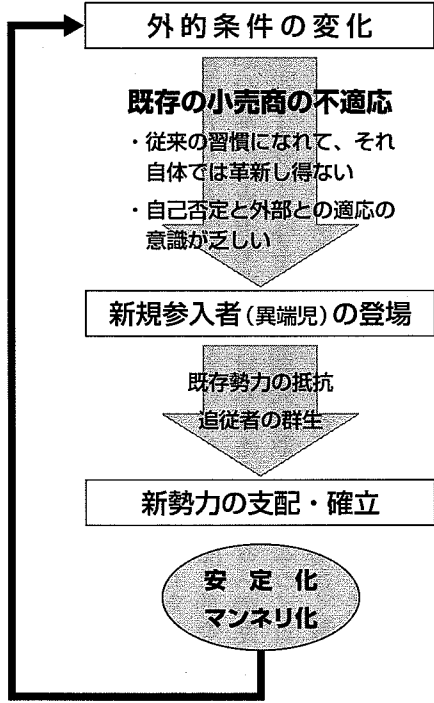
日専連名誉講師 富山短期大学名誉教授  
川中清司

## 商業界はたえず変化

「商業の歴史は、革新と保守の循環の繰り返しである」とは、マックネアーの学説だ。

安定している勢力が、外部条件の変化に対応しきれなくなり、新しく参入した異端者にやられて没落していく。やがて、それが安定勢力となったとき、また新たな条件変化がおこる。そして、再び新しい参入者によって侵されていく。フランスのボンマルシェが創業した百貨店は、現金正札の販売方法を掲げた。当時の小売業界では、

### 商業の変化



ボンマルシェは革命児であった。アメリカでは一八七〇年ごろ、高層建築とエレベーターの設置が進み、さらに新聞の普及によって、デパートメントストアが登場し、王座を占めていった。その後、GMS(ゼネラルマーチャンダイジングストア)、ドラッグストア、バラエティーストアーなどが登場する。その背後には、大量生産と大量消費の時代背景があった。

### スーパーからSCCの乱立へ

一九三〇年の世界大恐慌によって、消費者はより安い商品を求めた。それに応えて、低価格・高回

転のスーパーマーケットが登場し、食品の八〇%をスーパーが支配する。次に耐久消費財のデイスカウントストアが出現した。戦後は、モータリゼーションが進み、黒人の都市部移住などで、白人が郊外に移動し、都心部が衰退する。郊外人口の増大にともなう、デパートは郊外で巻き返しをはかる。自らが核となって、大型ショッピングセンターをつくり、やがて、それが各地域に林立していく。次第にSCにも空きテナントが目立つようになる。さらに、新しい商業形態が生まれてくる。テマースC、ハイパーマーケット、アウトレット、カテゴリーキラー、ウエアハウス。

### 巨大SCC乱立の非常識

このように、商業界は外部の条件によって革新を迫られ、たえず新規の参入者が現れ、既存勢力を駆逐する。やがて支配し、安定したところへ、再び新しい形態が誕生していくのである。そうした流通業界の変化が、やがて過当競争を生じ、地域社会の秩序と環境に、極めて重大な影響を及ぼしているを見逃してはならない。

アメリカで、郊外SCが成立した条件には、広大な国土がある。人口は二億六八〇〇万人で、人口は日本の約二倍しかないが、面積は日本の二五倍という広さである。そこに、郊外人口が多いということ、郊外SCが成り立つ必然性が高かった。だが、巨大な郊外型SCが、そのまま日本で成り立つかどうかは、大きな疑問がある。日本に、アメリカの郊外SCをそのまま模倣するところに無理がある。狭い容器(国土)に、大きな中味(SC)を詰め込んでも成り立つはずがない。小さな金魚鉢に大きな鯰をぶち込むようなもので、住んでいた小魚(小売店)は

たちまち死滅してしまう。

人口一〇万人足らずの町に、すでに数万平方メートルの大型SCがあり、さらに郊外に超大型の集客施設が必要かどうかを問われれば、調和の常識からしてNOである。ゲイテは言う「常識は時の守り神」とまさにそのとおりである。

今、市民にとって必要なことは、大型店と中小店が程良く調和し、秩序ある小売供給機能が保持された、持続可能な地域社会をつくりだすことである。

## 商業変化の四ステップ

日本の商業変化を見ると、次の四段階をたどる。

### 第一期は昭和三五年頃まで

どの商店街もそれなりに栄えていた。人口一〇万人ぐら以上では百貨店があり、商店街との調和がとれていた。市や町の間で、均衡のとれた商圈が維持されていた。

中心商店街には、その地域にふさわしい老舗や専門店があり、都市にふさわしい公共施設や飲食街があり、地域消費者の買物支持を受けて賑わっていた。車の普及はまだ今のようではなく、交通手段は主に鉄道やバスに頼っていた。

新百貨店法の公布が昭和三〇年

で、当時は調整機能を果たしていた。神戸に「主婦の店ダイエー」が登場し、次第にスーパーが拡大。疑似百貨店が問題となり、昭和四八年に大店法施行、スーパーも規制の対象となる。

### 第二期は昭和五五年頃まで

折しも、高度成長の波に乗り、自動車の普及が進んだ。田中角栄の日本列島改造論で土地ブームが巻き起こり、石油ショックも起きた。

四八年、高度成長政策が破綻し、四九年には戦後初のマイナス成長となるが、五四年にはGNP一兆ドルを超す好況となった。

この頃に、通産省指導で「商業近代化計画」が行われ、駅前開発が手がけられた。

### 第三期は昭和六〇年後半から

ハイテク景気、軽薄短小の時代。内需拡大が進み、郊外化が加速していった。

新潟県の上越ウイングマーケットセンターや、西武グループの「つかしん」など、買い物だけでなく、レジャーを兼ねたSCが出現した。その背景には、本格的な車社会の到来と、中心地の地価の高騰と、土地の権利調整の煩瑣があった。

第四期は平成一二年以降

外圧による大店法の廃止によって、郊外大型店の急激な新增設が続き、過当競争の段階に入る。大手流通業者の経営が行き詰まる。長崎屋、そごう、マイカルをはじめ、平成一四年には、ダイエーも私的整理(負債一兆四〇〇億円)に入った。小売総額の縮小の中で、

イオンなどが展開する超大型郊外集客施設が、従来の商圈構造を破壊する傾向を強めてきた。

## 大型店と社会的費用の増加

アメリカでは、大型店による社会的な影響についての研究が盛んに行われており、いずれもその被害の大きいことが報告されている。

矢作弘・大阪市立大学教授の解説によると、A・デュアニーらの「サバーバン・ネーション(郊外国家)」で、都市の郊外に際限なく続くスプロール型の開発は自然を破壊して、クルマでしか移動できない社会を作り出すことによって、

コミュニティが分断され、人間存在そのもののサステイナビリティ(持続可能性)を脅かしていると糾弾している。

大型店が、どれくらいクルマ交

通量を増加させるかの調査では、

「店舗面積九九〇〇平方メートルのSCが一店舗できると、一日当たり九七一〇トリップ(クルマの行き来)の交通が増える」とし、大型商業施設開発にともなう費用を次のように挙げている(全米歴史保存教会理事C・ボーモント)。

### 経済的費用

- ① 低賃金雇用が地域労働市場を脆弱化させる
- ② 福利厚生の公的負担が増大する
- ③ 地域小売市場の独占がおき、消費者の選択幅が狭小化する
- ④ 地域の所得が域外に流出する

### 社会的費用

- ① 自然破壊につながる
- ② クルマ依存型社会が加速する
- ③ 大気汚染を生む
- ④ 全国チェーンの蔓延は、地域社会のアイデンティティ・クライシス(主体性危機)を引き起こす

⑤ 都心の衰退を呼び起こす

都市計画思想「ニュー・アーバンズム」が高まっている。

できる限り歩か、自転車などで移動できる距離内に、住宅から学校、職場、商業施設などが混在している都市を理想とし、その実現を願い求められている。

自治体では、こうした影響を考慮して出店を審査し、結果的に経済的、社会的費用が大きいと判断した場合、大型店の規模を縮小したり、新規立地を規制する動きが全米的に広がっている。

## 出店影響度の調査を義務付け

大型店の新規出店や撤退によって、地域に及ぼす影響は実に大きい。大型店の新規開店で競争がおり、既存の大型店が撤退したり、商店がつぶれる。

一方では、雇用が新規に創出されるが、他方では雇用破壊がおきる。固定資産税なども、閉店と閉店によるプラスマイナスで結果的に減収となる。道路整備などの社会インフラ投資と維持、回収、その他、公共投資で確実に財政負担が増加する。

緑地の破壊、空気汚染、交通渋滞、ゴミ、屎尿処理等の費用など、これらの総合的な調査を大型店に義務付ける条例がある。感覚的な論議に終わらないで、数値データを集め、しっかりした分析を基に緻密な論議をしている。

大型店に、それらの影響度を調査させ、自治体に報告するよう義務付けている。

務付けている。

たとえば、条例の制定では、第一号のロサンゼルスを皮切りに、各州で制定されている。メリーランド州では、隣接自治体に対する配慮を義務付け、大型店の出店が隣接自治体の土地利用マスタープランやゾーンニングに不利益を及ぼさないように協議して、影響調査委員会への提訴も認めている。

これらは、日本の地方自治体にも、ぜひやって欲しいことだ。

## 行政コストの増大

中小企業白書（〇五年版）で、二〇二〇年までに予想される人口減少によって、都市内部の都市施設に係る一人当たりの行政コスト（維持更新費用）に、どの程度の違いが生じるかを試算している。

それによると、人口一〇万人、二〇万人以下の市町では、D I D（人口集中地区）で平均三六〇〇円／人、D I D以外で平均五万五四五〇円／人となり、行政コストが上昇すると予測している。

市町村がコンパクトシティを目指しても、隣接する自治体が、大型S Cを誘致すれば、その効果は失われてしまう。

自治体の財政事情が逼迫する中で、S C誘致が目先の税収増加をもたらすことから、近隣の市町がS C設置に反対するのなら、ぜひわが町へと誘致を進めれば、将来を見据えた場合、地域全体では大きなコスト負担増となる。

これを防ぐには、広域の自治体の共同した抑制対応が欠かせない。

## 急激な環境破壊と政策の欠如

環境悪化が急速に進んでいる。二〇〇七年の年頭にまとめられた国連の「地球環境白書」案によると、過去二〇年間に地球環境が大幅に損なわれ、このままでは改善は望み得ないとしている。

生物の絶滅が自然状態の百倍の速度で続き、野性生物の総個体数は、二〇年間で四〇％も減った。大気汚染が再び悪化に転じた。先進国の硫黄酸化物の排気量は再び増加し始め、都市部の排気ガスなどに含まれる、有害な微粒子の汚染が広がり、それが原因で毎年八〇万人が死亡している。

砂漠や土地劣化が深刻で、過剰な灌漑で起こる塩害の影響を受ける土地は、日本列島二つ分以上の七十七万平方キロに達している。

今、必要なのは、環境破壊を招かない「持続可能な開発」である。政治的な意思の欠如や資金不足と、経済や開発政策で環境問題が重視されないことが障害となっている。

無秩序な大型商業施設の開設によって、田園や郊外の自然が破壊され、中心市街地が空洞化し、まちの機能が破壊されていることも、大きな環境問題である。これを防ぐ持続可能な社会環境を守り育てる市民意識と政策が求められる。

## 持続可能性を求める時代

サステイナビリティ、―持続可能性―。持続（サステイン）と可能（エイブル）を合わせたこの言葉は、都市のこれからを示唆する重要なキーワードである。

都市も、中心市街地も、商店街も、市民生活も、持続できるようにすべきである。

商店は、単に買い物場だけではない。まちという組織のヨコ糸の役割を果たしている。

中小企業庁の「中心市街地と商業集積に対する消費者意識」では、消費者から見た中心市街地の必要性については、次のように大きな

期待が寄せられている。

①「まち中や中心市街地の賑わいのために大切」四七％。

②「買いものをするため大切」三七％。

③「何となく大切」二一％となっている。

中心市街地の魅力として最上位は、多数の商業施設で、次が病院、学校、ホール、市役所など公共施設の充実を挙げている。

評価と期待では、「接客態度・接客サービス」は大型店を上回っている。だが、「アフターサービス」、「品質や鮮度」、「価格」、「営業時間の長さ」、「品ぞろえ」の順に、大型店よりも低くなっている。ここが、がんばりの目標と言える。街に流れるスピーカーから、こんな若者の歌声が聞こえてきた。

“Oh Course (あのころに帰りたい) 愛する国ももう戻れない— 僕はこの国の明日を想う— 広い空よ僕らは今どこにいる”

これを衰退する中心市街地に寄せる挽歌としてはならない。若者と共に、明日の中心地を復活しなければならぬ。

東京都知事選をはじめ、各地の自治体で選挙が行われた。どの候補も「中心市街地の活性化」を

政策に掲げ、「人が集まり賑わいのあるまちづくり」を訴えていた。しかし「賑わい」は、幻想の目標に過ぎない。どのような町の姿を描くのか具体性に欠ける。

### 調和のとれたまち

これからの町は、本質的には「安心して暮らせるまち、持続可能な安住のまち」を目指すべきであり、地場産業の活気や若者の息吹が行き交うまちでありたい。

持続可能なまちとは、どのようなものだろうか。住民にとって、医療保健、育児、学校、行政、公園など、生活に必要な機能が中心部に配置され、日常生活に必要な最寄り品から、買い回り品の商店がそろい、身近な範囲で必要なものが手に入る。そこでは、会話ははずみ、人々の温かい交流が進む中で、文化を守り育てていく、そういう商店街を目指すべきだ。持続可能な、安住のまちとしての機能を守り育てること。市民が穏やかで安心して過ごし、生き甲斐が味わえる、こうしたまちづくりが理想である。一言でいえば、調和のとれたまちづくりである。すでに設置された大型店と役割

分担を果たしながら、お互いが機能を発揮し、地域の調和を保つていくにある。

### 広域の視野

これからの市町は、行政区域のテリトリーと財源収支を越えて、長期の視野に立つて政策を立てねばならない。

人口が減る、地方交付税が減る、税収が減る、こうした縮小づくめの中で、少しでも財源を確保したいという、首長の願いは悲痛である。

わがまちの地域に、大型集客施設が来れば、増収が見込まれる。固定資産税などは飛びつきたい財源だろう。しかし、大きな道州制の流れの中で、小さな自治体の枠は、しばらくの間仕切りとも言える。

今、必要なのは、広域的な視野に立つて、地域社会の混乱や不調和を防ぎ、長期展望に立った施策を講ずることである。

「高き視点に立つて 正しく世の中を見よ」Always hold it high. Look the world straight in the eye —このヘレンケラーの言葉を呈したい。