

商業研究を基礎に講演会の開催

当機構がかかわった先の3つの調査結果を基礎として、『尼崎の商業を取り巻く環境とまちづくり』をテーマに、平成17年10月17日(月)に講演会を開催した。ここで、その概要を報告する。



1 基調講演「中心市街地商業の動向と課題～商店街に未来はあるのか～」(三谷真：関西大学商学部助教授)

「商店街」は現在、95%の商店が「しんどい」と回答し、その原因は、大型店の進出、生活スタイルの変化(消費者ニーズの変化)、高齢化(顧客も商業者も)、モータリゼーションの進展、都心の空洞化、にある。そして、商店街の問題は、すなわち、まちの問題であると指摘した。続いて、さまざまな事例を、スライドを使って紹介した。その内容は次のとおりである。

- (1) 物語のある商店街：巣鴨地藏通商店街(東京)
- (2) テーマ型商店街・その1「歴史・文化遺産型」：宇佐(大分県豊後高田市)＝昭和レトロの町、東京都青梅市＝映画の看板・青梅赤塚不二夫会館
- (3) テーマ型商店街・その2「キャラクター依存型」：鳥取県境港＝水木しげる「ゲゲゲの鬼太郎」・水木しげるロード、宮城県石巻＝サイボーグ009・マンガロード、新潟県新潟市＝水島新司のマンガキャラクター「ふるまちモール」
- (4) まち並み保存：大分県日田市豆田町＝昔の商家・土蔵など、鳥取県倉吉市＝「打吹商店街」(板塀、水路、赤瓦)
- (5) 普通の商店街：東京都谷中(JR日暮里)＝「谷中ぎんざ」、東京都(武蔵小山駅前)、愛知県名古屋市大須＝「万松寺商店街」(若者が集まる商店街)
- (6) 地元商店街(尼崎＝中央・三和・出屋敷地区) 非常に賑わいがある。しかし、一步はずれるとシャッターがしまっている。

全国各地の商店街で空き店舗が多い、暗いといっ

た事例もみられ、この厳しい状況から脱却するためには、中心市街地活性化法の活用のほか、商店街を含めたまちづくりが必要であり、そのためには、多くの登場人物(市民・住民、NPO、学生、商業者、地権者)が必要であると提示した。

2 報告「3つの調査からみた尼崎商業」(国田幸雄：当機構調査課参事)

先(P2～P6)に示した3つの調査から尼崎商業の現状や課題を報告し、次の5つを問題提起として示して、パネル・ディスカッションにつないだ。

①市場・商店街は価格競争(安売り競争)にどう対処すべきか、②有職者の「午後7時以降」の買い物ニーズに対して、店舗の开店時間帯は対応できているか、③消費者に多様な選択肢を提供できているか、④空き店舗の増加、後継者の不足、店舗と離れて居住する傾向(職住分離)への対応、⑤商業集積とまちの構造：店舗の連続性、店舗種類の構成、滞留時間の延長、都心としての店舗と居住空間のあり方、安心・安全、景観など、である。

3 パネル・ディスカッション「尼崎の商業を取り巻く環境とまちづくり」

三谷真助教授をコーディネーターとし、北村仁氏(株式会社TMO尼崎事務局長)、齋藤真治氏(NPO法人いたみタウンセンター理事長)、田村千夏氏(尼崎未来商業開発研究会メンバー)、馬場正哲氏(株式会社地域計画建築研究所取締役主席研究員)の4人のパネリストを迎えてディスカッションを展開した。

商業集積地は、買回り品が少なくなり最寄り品業種が主となって魅力が低下し、商圈も小さくなっている。

価格競争は激しいが消費者は必ずしも安いものだけを求めているわけではない。報告によると、これまで市場が強いとされていた生鮮三品でさえ、スーパーに流れている。スーパーに負けない魅力づくりが大切で、商品を売るだけでなくそれに付随する「情報」を提供するなど、付加価値をつけることが大切である。

個々のお店がもつネットワークの集積が商店街の強みである。一方、空き店舗の問題は、商業者にとっても致命的で、まちの活性化に、市民や地権者を巻き込んで進めていく必要がある。商店街が「交流の場」となり、活性化に向けて「地域の課題を語りあえる場」となってほしい、などと活発な意見交換がされた。