

# 都心部商店街の将来像－新幹線開業，大型複合商業 施設開業を迎えた一番街商店街の現状から－

近 藤 論

新幹線開業と複合商業施設アミュプラザの開業により鹿児島中央駅界隈は、交通、人の流れや年齢層においてこれまでとは様相を一変させた。しかし、商業統計を見る限り、特に個人経営の小売業が直面する現状は依然として厳しいものとなっている。大型店舗の出店が可能な地区はそこそこの伸びを示すものの、中心市街地に立地する商業地では、住民の高齢化やコストダウンによる薄利多売の販売形態の趨勢に押されて苦戦している。今後一層進む高齢化を視野に入れる限り、アクセスしやすい地元の商店街の振興や活性化策が、今後、一段と重要になってくるであろう。

平成16年9月に実施した鹿児島中央駅に近接した一番街商店街の店主への意識調査結果では、新幹線やアミュプラザ開業に一定の期待感を持つものの、商店街の活性化における方向性や将来像は様々なあり方を見せる。店舗の存続に向けた個人経営者の努力と商店街全体としての活性化の一致点をどこに探るかが、今後の都心部商業地の存続の鍵になると思われる。

## 0. はじめに

平成16年3月の九州新幹線部分開業は、鹿児島に様々な変化をもたらしつつある。まず顕著な変化があらわれたのは商業面であろう。新幹線ターミナルとしての鹿児島中央駅に隣接して造られた複合商業施設「アミュプラザ鹿児島」、さらには北埠頭に隣接した飲食店を中心とした施設「ドルフィンポート」に代表される商業施設の開業は、購買客の流動状況、交通の流量など、都市の求心力のバランスにも大きな影響を与えた。このような動向を睨んで、既存の商業施設でも、観光客の取り込みを強化したり、従来の顧客の満足度をさらに向上させるような取り組みをしたりと、活性化対策に力を入れている。

しかし、鹿児島県は日本の都道府県の中で高齢化率が高い地域に属する。新規顧客の獲得に向けての模索と、年々高齢化しつつある地域の現状において、鹿児島の商業はどのような現状にあるのか。

本論は、鹿児島県・市の商業統計、および鹿児島市の一商業施設で実施した調査結果の分析から、鹿児島の商業の現状をわざわざばかりでも明らかにする試みとして述べられる。

## 1. 鹿児島県・市の小売業の概況

### (1) 小売業全体の動向

バブル経済崩壊以後の景況感の低迷と製造部門の海外移転により、国内の商業の実情は大きく変化した。生産面でのコストダウンは価格の低下に拍車をかけ、結果として「薄利多売」の状況を加速化させている。原価割れ寸前の販売を余儀なくされた小売業は、廃業か存続かの生存競争を強いられ続けているといっても過言ではない。このような販売方法での生き残り策は、大量の商品を陳列し販売するだけの販売面積を有する大型店舗に有利に働くであろう。

商業統計調査が示す概況は、平均として従業員数や販売額などにおいては毎年のように割合が下落している（図1 経済産業省「商業統計調査」より作図）。しかし、図示された傾向は、小売業全体の動向を示すものでしかなく、業態や従業者数などの業態規模別の、また各地域の実情を示すものではない。本論で扱う鹿児島県と鹿児島市の小売業の概況は表1-1、表1-2に示される通りである。

鹿児島県の小売業の概況は、平成9～14年の6年間の事業所数推移において、ほとんどの業種で減少傾向にある。業種別の増減内容は、「各種商品」「飲食料品」等で減少が目立ち、経営業態では個人経営店舗の減少が著しい。現在の商業を取り巻く状況は、不況や規制緩和による大型店舗の進出などの要因も関連して、特に個人経営の店舗において大変厳しいものとなっている。

鹿児島県に占める鹿児島市の小売業の割合は、「事業所数」で27.4%、「従業者数」で35.0%、「年間商品販売額」で40.0%を占める。しかも、昭和60年から平成14年の間に、「事業所数」で2.3%、「従業者数」3.6%、「年間商品販売額」2.7%と、年を追うごとに一極集中の傾向の高まりを示している。

表1-2は、鹿児島市の小売業について、商店数、従業者数、年間商品販売額の各項目の推移（昭和60年～平成14年）を業種別に示したものである。事業所数では減少傾向にあるが、小売業全体が低迷しているというわけではない。さらに店舗数の減少に対して従業者数は増加している。このことは、多数の従業員を抱える大規模店舗の増加と小規模店舗の減少という、小売業の二極化傾向を表していると考えられる。これを裏付けるのが表1-3と表1-4である。

近藤：都心部商店街の将来像

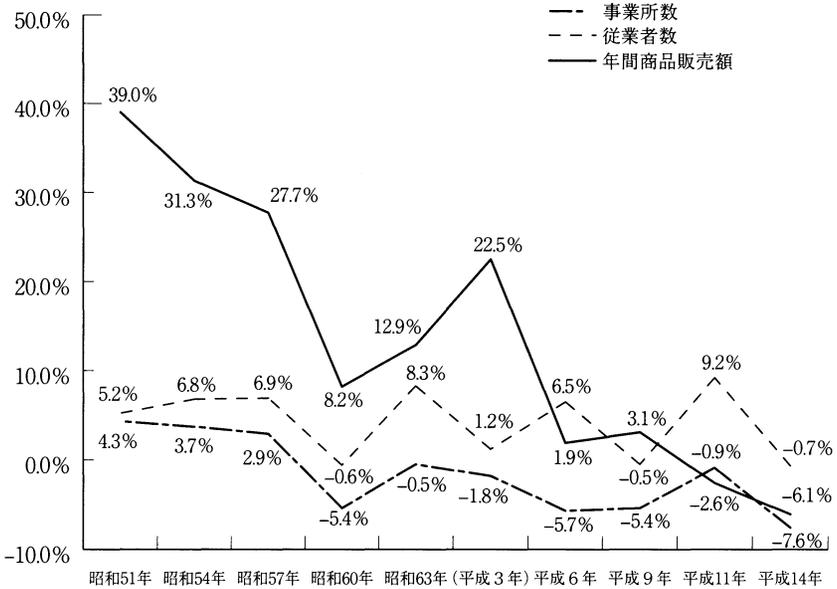


図1 全国の小売業の推移 (事業所, 年間商品販売額, 従業者数)

表1-1 鹿児島県の小売業：業種別事業所数の推移

	平成9年		平成14年		9年に対する14年の増減数		(法人増減率)*	(個人増減率)*
	実数(店)	構成比	実数(店)	構成比	実数(店)	増減率		
小売業合計	23,860	100.0	22,336	100.0	-1,524	-6.4		
各種商品	86	0.4	68	0.3	-18	-20.9	7.29	-13.4
織物、衣服、身の回り品	2,266	9.5	2,115	9.5	-151	-6.7		
飲食品	10,353	43.4	9,215	41.3	-1,138	-11.0		
自動車・自転車	1,613	6.8	1,669	7.5	56	3.5		
家具・じゅう器・機械器具	2,165	9.1	1,988	8.9	-177	-8.2		
その他の小売業	7,377	30.9	7,281	32.6	-96	-1.3		

\*法人、個人とは経営業態を示す。

表1-2 鹿児島市の小売業：業種別推移（事業所数、従業者数、年間商品販売額）

項目	区分	各種商品	織物・衣服・身の回り品	飲食料品	自動車・自転車	家具・じゅう器・家庭用機械器具	その他	計	構成比 (%)	指数 (%)	増減率 (%)
	年次										
事業所数 (件)	14年	18	855	2,100	516	554	2,074	6,117	71.2	82.7	-17.3
	9年	19	836	2,325	473	537	2,152	6,342	71.4	85.7	
	6年	19	935	2,555	493	592	2,269	6,863	71.6	92.8	
	平3年	7	1,026	2,884	514	623	2,290	7,344	71.3	99.3	
	63年	13	997	3,013	488	627	2,284	7,422	73.4	100.3	
	昭60年	7	966	3,164	465	634	2,162	7,398	74.0	100.0	
従業者数 (人)	14年	2,875	3,535	13,939	3,131	3,312	11,973	38,765	60.4	126.4	26.4
	9年	2,776	3,138	12,562	2,986	2,432	10,360	34,254	55.2	111.7	
	6年	2,960	3,490	12,889	2,873	2,837	11,048	36,097	55.2	117.7	
	平3年	2,193	3,816	12,643	2,920	2,893	10,210	34,675	52.9	113.0	
	63年	2,182	3,876	12,191	2,560	2,691	9,936	33,436	55.2	109.0	
	昭60年	2,221	3,821	10,919	2,187	2,690	8,838	30,676	53.7	100.0	
年間商品 販売額 (万円)	14年	11,269,382	4,874,864	19,213,482	9,209,720	7,303,971	16,129,173	68,000,592	25.0	149.6	49.6
	9年	12,324,576	5,485,243	18,156,299	9,693,073	5,605,097	15,484,617	66,748,905	22.8	146.9	
	6年	11,749,728	5,871,839	18,431,769	8,934,385	5,884,799	15,769,599	66,642,119	22.2	146.6	
	平3年	9,660,713	6,352,656	18,852,248	8,629,068	6,789,531	14,063,888	64,348,104	21.2	141.6	
	63年	8,360,290	5,458,824	16,122,954	6,705,065	4,317,232	12,420,641	53,385,006	21.6	117.5	
	昭60年	7,175,404	5,548,036	13,116,499	5,244,878	4,135,690	10,228,293	45,448,800	19.0	100.0	

資料：鹿児島市平成14年商業統計調査結果より作成

それぞれ昭和60年から平成14年の間の増減率に注目すると、表1-3では個人事業所で、表1-4では従業員5人未満の小規模経営組織の小売業者で著しい減少がみられる。統計資料から見る限り、鹿児島市の小売業の現状は、法人経営の従業員数の多い事業者では活気づくも、その一方で個人経営の零細規模の事業者は苦境に立たされていることをうかがい知ることができよう。

## (2) 鹿児島市の地区別の動向

ここでは地区別にみた、鹿児島市の小売業の動向を探ってみたい。鹿児島市商業統計上の6区分された商業エリアの中で、鹿児島中央駅周辺は「西駅地区」に相当する<sup>(1)</sup>。表1-5で示されるとおり、谷山地区で伸びがみられるも、他地区では全て減少を示している。今回の調査対象地を含む西駅地区は、昭和60年を基準として4分の1もの減少率を示している。一方、上昇を示す谷山地区は、大型の郊外型店舗が開業し、自家用車を交通手段とした客層をターゲットにした日用品や家庭電化製品を扱う店舗が目立つ地区である。

西駅地区以上に減少が目立つ上町、伊敷・草牟田地区は、地元に着した店舗

表1-3 経営組織別事業所数および  
従業者数

項目	区分 年次	事業所数		従業者数	
		法人	個人	法人	個人
実数 (人)	14年	3,102	3,015	30,567	8,198
	9年	2,888	3,454	25,612	8,642
	6年	2,972	3,891	26,547	9,550
	平3年	2,867	4,477	24,487	10,188
	63年	2,475	4,947	21,444	11,992
	昭60年	2,174	5,224	18,297	12,379
	構成比 (%)	14年	50.7	49.3	47.6
9年		45.5	54.5	41.2	14.0
6年		43.3	56.7	40.6	14.6
平3年		39.0	61.0	37.4	15.5
63年		33.3	66.7	35.4	19.8
昭60年		29.4	70.6	32.0	21.7
指数	14年	142.7	57.7	167.1	66.2
	9年	132.8	66.1	140.0	69.8
	6年	136.7	74.5	145.1	77.1
	平3年	131.9	85.7	133.8	82.3
	63年	113.8	94.7	117.2	96.9
	昭60年	100.0	100.0	100.0	100.0
昭60～平14年 増減率(%)		42.7	-42.3	67.1	-33.8

資料：鹿児島市平成14年商業統計調査結果より  
作成

表1-4 従業者規模別小売業者数

項目	区分 年次	計	1～4人	5～49 人	50人 以上
実数 (人)	14年	6117	4163	1887	67
	9年	6342	4720	1566	56
	6年	6863	5185	1617	61
	平3年	7344	5803	1480	61
	63年	7422	5921	1454	47
	昭60年	7398	6086	1277	35
	構成比 (%)	14年	100.0	68.1	30.8
9年		100.0	74.4	24.7	0.9
6年		100.0	75.6	23.6	0.9
平3年		100.0	79.0	20.2	0.8
63年		100.0	79.8	19.6	0.6
昭60年		100.0	82.2	17.3	0.5
指数	14年	82.7	68.4	147.8	191.4
	9年	85.7	77.6	122.6	160.0
	6年	92.8	85.2	126.6	174.3
	平3年	99.3	95.4	115.9	174.3
	63年	100.3	97.3	113.9	134.3
	昭60年	100.0	100.0	100.0	100.0
昭60～平14年 増減率(%)		-17.3	-31.6	47.8	91.4

資料：鹿児島市平成14年商業統計調査結果より  
作成

が多いことや、主として近隣住民による徒歩やバスなどの交通手段に頼る客層をターゲットとしていることなどで共通した要素を抱えている。

町別の年齢階級別人口を各商業地区に対応させて再集計したものが表1-6である。これによると、谷山地区などは20歳未満の若年層が他地区と比べて多く居住している。特に中学・高等学校の生徒を抱える家庭では、子ども向けの相応の物品購入を必要とするため、大型店等はこのようなニーズに応える品揃えをしている。一方、居住者側は自分たちのニーズにあった品目を扱う店舗を求めており、その結果、谷山地区はこのような「プッシュ・プル要因」が作用していると考えられる。また、大型店舗の進出が可能な土地利用の余裕もある地区の特性も相まって、他地区以上の増加傾向を見せていると考えられる。

表1-5 地区別事業所数：小売業

項目	区分 年次	中央	上町	西駅	鴨池 郡元	伊敷 草牟田	谷山	計
	実数 (件)	14年	1,274	692	892	1,296	794	1,169
9年		1,223	742	931	1,368	861	1,217	6,342
6年		1,315	789	1,051	1,484	950	1,274	6,863
平3年		1,379	883	1,158	1,604	1,044	1,276	7,344
63年		1,363	916	1,166	1,660	1,081	1,236	7,422
昭60年		1,381	942	1,190	1,633	1,120	1,132	7,398
構成比 (%)	14年	20.8	11.3	14.6	21.2	13.0	19.1	100.0
	9年	19.3	11.7	14.7	21.6	13.6	19.1	100.0
	6年	19.2	11.5	15.3	21.6	13.8	18.6	100.0
	平3年	18.8	12.0	15.8	21.8	14.2	17.4	100.0
	63年	18.4	12.3	15.7	22.4	14.6	16.6	100.0
	昭60年	18.7	12.7	16.1	22.1	15.1	15.3	100.0
指数	14年	92.3	73.5	75.0	79.4	70.9	103.3	82.7
	9年	88.6	78.8	78.2	83.8	76.9	107.5	85.7
	6年	95.2	83.8	88.3	90.9	84.8	112.5	92.8
	平3年	99.9	93.7	97.3	98.2	93.2	112.7	99.3
	63年	98.7	97.2	98.0	101.7	96.5	109.2	100.3
	昭60年	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
昭60～平14年 増減率 (%)		-7.7	-26.5	-25.0	-20.6	-29.1	3.3	-17.3

資料：鹿児島市平成14年商業統計調査結果より作成

表1-6 地区別年齢構成比率 (%)

	中央地区	上町地区	西駅地区	鴨池・郡 元地区	伊敷・草 牟田地区	谷山地区
20歳未満	*14.9	20.9	21.6	21.5	22.1	27.7
20～30歳未満	17.8	13.3	15.0	18.0	13.5	13.9
30～40歳未満	12.4	11.6	11.9	13.9	11.8	13.4
40～50歳未満	13.4	13.8	14.8	13.9	13.9	16.1
50～65歳未満	20.1	21.1	20.1	17.0	20.9	*16.8
65歳以上	21.3	19.4	16.7	15.8	17.9	*12.1

資料：鹿児島市人口統計（平成12年9月時点，町・丁目住民基本台帳）より作成

$\chi^2$ : 8336.1 p < .001 表中数字の「\*」は残差が-20以上の値、下線は残差+20以上の値を示す。

西駅、鴨池・郡元、伊敷・草牟田地区は谷山地区同様に、20歳未満の年齢層がすべての年齢層で最も高いにもかかわらず、小売業の繁栄に寄与していない。これは3地区に構える店舗の魅力がこの年齢層にアピールできていないか、若者層を取り込む品目を扱う店舗が少ないことに起因するのではないかと考えられる。谷山地区以外の地区は30歳以上50歳未満の年齢層の割合が比較的少なく、これは購買力のある年齢層が少ないことを意味する。これらの地区は、オフィスや病院などの都市機能が集中し昼間人口こそ多いものの、そのメリットが上手く商売に結びつけられていないと考えられる。

表1-7 鹿児島西駅地区 業種別\*推移(事業所数, 従業者数, 年間商品販売額)

項目	業種 年次	各種 商品	織物・衣 服・身の 回り品	飲食料 品	自動車・ 自転車	家 具・ ゆ ー 器・家 用機 械器 具	その他	計	平成3 年 から の 増 減 率 (%)	平成6年からの 増減率(%)		
										市・中 央地 区	参考 鹿児 島県	全国
事業所 数 (件)	14年	3	102	354	40	78	315	892	-23.0	-15.1	-13.9	-13.3
	9年	-	102	396	37	75	321	931				
	6年	1	124	447	44	98	337	1,051				
	3年	1	160	471	45	97	384	1,158				
従業者 数 (人)	14年	X	329	2,136	112	407	1,563	4,853	4.48	9.2	3.1	8.0
	9年	-	335	2,075	99	302	1,474	4,285				
	6年	X	432	2,082	119	398	1,414	4,446				
	3年	X	576	2,129	154	341	1,444	4,645				
年間商 品販 売 額 (万円)	14年	X	352,856	2,760,234	184,819	720,548	1,880,802	6,507,485	-5.69	8.3	0.3	-5.7
	9年	-	463,892	3,122,928	185,410	686,948	2,017,015	6,476,193				
	6年	X	656,448	2,917,352	298,221	627,939	1,508,437	6,008,664				
	3年	-	726,607	3,513,392	360,045	520,140	1,779,311	6,899,788				

資料：鹿児島市平成14年商業統計調査結果より作成

\*業種は合算にて算出 表中の「X」は数が少ないため事業者が特定されやすいとの配慮から数字を伏せる目的で用いられている。

本論で取り上げる調査対象地域である西駅地区に限定した小売業の現状も確認しておこう。表1-7によれば、事業所数や年間販売額はいずれも過去12年間で減少傾向にあり、特に事業所数では20%以上もの減少率を見せている。まさに都心部における小売業の不振をあらわしているといえよう。今回の調査対象である一番街商店街の業種構成においては、「織物・衣服等身の回り品」、「飲食料品」、「その他」が主に該当するため、これらの数値に注目しても「その他」の小売業が善戦している以外、他の業種では苦しい商業活動を強いられている。

この増減の内容を業種別に示したものが表1-8である。事業所数, 従業者数,

年間商品販売額の各項目全てで減少を示しているのが、「織物・衣服・身の回り品」である。また「飲食料品」も従業者数こそ増加しているものの、事業所数、年間販売額においては減少している。

今回の調査対象である中央駅一番街商店街は、大半が個人経営の小売業で構成されており、業種としても衣服等の身の回り品や食品、みやげ品等を扱う店舗が多い（今回の調査対象店舗中72.4%）。従業者数でも5人未満の商店が調査対象店舗中81%にのぼる。統計資料からは、鹿児島県・市における小売業の現状は、従業員規模の小さい店舗で極めて厳しいものであることがわかる。

「商業の活性化」といえば聞こえはいいが、現実には、規制緩和による大規模小売店舗法（大店法）の撤廃以降、相次ぐ法人企業主導の出店による「活性化」のみが目立つ。その陰で、地元密着の小規模店舗が姿を消し、それによって将来の地域を大きく変容させる事態が招来しつつある。

加えて、高齢化社会の到来は利用客の商業地域へのアクセシビリティの要求を一層高いものにすると考えられるため、身近な立地の商業施設の重要性が高まるであろう。しかし、今後どれだけの「身近で行きやすい買い物店」が存続可能であろうか。現在の動向が続くことは、地域に居住する人間にとって決して好ましいとは思えない事態であることを、あらためて認識する必要がある。

表1-8 鹿児島市西駅地区 平成6～14年の間の業種別増減割合

	織物、衣 服他	飲食料品	自動車他	家具、じゅ う器他	その他小売	計
事業所数	-17.7	-20.8	-9.1	-20.4	-6.5	-15.1
従業者数	-23.8	2.6	-5.9	2.3	10.5	9.2
年間商品販売額	-46.2	-5.4	-38.0	14.7	24.7	8.3

資料：鹿児島市平成14年商業統計調査結果より作成

## 2. 調査の背景と問題意識

平成16年3月13日に部分開業した九州新幹線は、昭和45（1970）年の新幹線鉄道整備法の公布、それに続く昭和47（1972）年の基本計画（運輸省（当時）告示第243号（変更 昭和48年11月15日運輸省告示第465号））で建設計画が決定して以来、部分的な開業ではあるが、31年目の「悲願」の実現であったといえよう。

今回の調査は、志學館大学の授業科目である「社会調査実習」の授業の一環として実施した。論者が担当した平成16年度は、九州新幹線の開業とそれより半年

遅れて開業した大型複合商業施設アミュプラザ鹿児島の開業が、地域の商業にどのような影響を及ぼすのかを現在進行形で切り取ることを目的に調査設計が行われた。

新幹線開業により、これまで以上に鹿児島中央駅を起点とした人の往来が盛んになった。マスコミなどのメディアも、盛んに鹿児島の「売り」をアピールすることに力を注いでいる。確かに高速交通手段の利用が可能になることで、従来以上の経済効果が地域にもたらされることはいうまでもないだろう。しかし、これまでの研究が明らかにするように、新幹線の開通は地域にメリットのみをもたらすわけではない（たとえば、船橋・長谷川他 [1988]）。

鹿児島本線における新幹線開業は、在来線を「切断」する形態で敷設された。線路としては連続している格好ではあるが、八代～川内間は第3セクターの「肥薩おれんじ鉄道」という別会社で運行される区間のため、JRの路線としてこの区間は文字通り「切断」されている。同様のケースは、先に開業した同じ整備新幹線の東北新幹線（八戸～青森間）でもみられる。在来線より第3セクターに移管された路線では、さまざまな変化が生じつつあり、洋服を買うために若者たちが東京まで新幹線で往来する、高校進学の際の学校選択においてターミナル駅に近い学校を志望するなどの変化が生じつつあるという報道もある。

このような影響を顕著に目の当たりにできる領域は商業ではないだろうか。観光客をターゲットにした商品を扱うなど新幹線による需要を見込んだ店舗にとってこの影響は「追い風」となろうが、他でも入手可能な商品を扱う店舗にとっては競争相手が他地域、あるいは広く県外商圈にまで拡大することになるという脅威がある。高速交通手段を用いることで、これまで入手できなかった商品に手が届く「欲望」を味わうことになった地元の人々の志向を、今後どこまで地元へ押しとどめておくことができるのだろうか<sup>(2)</sup>。

このような影響に加えて、さらに事態を難しくするのが新幹線開業にともなって開業した大型複合商業施設アミュプラザ鹿児島である。アミュプラザ鹿児島は、駅ビル用地、AMU 広場、東西駐車場用地を含め総敷地面積が約24,300平方メートルの大型施設である。営業面積は地下1階から地上6階（一部7階）で約32,400平方メートル、192のテナント（平成16年9月17日開業時点）を擁し、これに直径60メートル、最高地上高91メートルのゴンドラ（観覧車）を併設した、ショッピングと遊びを融合させた施設となっている（南日本新聞 平成16年9月18日付 駅ビル上陸・かごしま流通新時代・上）。オープン初日で91,000人の入館を記録したといわれる同施設は、9月の連休なども手伝って、9月16日のプレ

オープンから23日までの8日間で637,000人が入館したという（南日本新聞 平成16年9月25日付）。

新幹線開業と大型商業施設の開業で、鹿児島中央駅の利用客は増加している。鹿児島中央駅より離れたところに位置するも、これまで鹿児島市の繁華街として中心的な役割を果たしてきた天文館地区は、これに危機感をつのらせて、魅力アップのためのさまざまな企画を展開している（オープンカフェ設置、アーケード改修など）。

商業をめぐる市場や人の流れの急激な変化に対して、既存の商業施設は期待を抱いているのか、あるいは危機感を抱いているのか。平成16年度の社会調査実習は、高速交通の開業、大型商業施設の開業によってもたらされる影響について、地域の商業施設がどのようにとらえているのかを探る目的で意識調査を実施した。

### 3. 調査対象の概要および調査方法

#### (1) 調査対象の概要

一番街商店街では、振興組合によりさまざまな振興策が行われている。一番街商店街はJR鹿児島中央駅の南側に位置し、延長約280メートルの路線型商店街である。店舗構成は小規模ながら変動もみられ、アミュプラザのオープン後に開店した店舗もあるため、最新の店舗数とは前後している。同組合の概要を提供された資料より抜粋してあげておく。

#### <組合の概要>

組合名：一番街振興組合 組合員数：90名 所在地：鹿児島市中央町  
業種構成：卸売1 小売業61 医療・サービス業21 計83  
設立年月日：昭和52年4月22日 出資金：2,970,000円

同商店街の沿革は、終戦後の生活必需品を扱う闇市の形成を端緒として、地方、郡部の物資が持ち込まれ露天商が並び、朝市を形成したことに始まるとされる。昭和30年頃までに店舗が充実し商店街を形成して、昭和32年に朝市連合会が発足したのが商店街組織の始まりである。現在の組織は、昭和52年にそれまでの朝市改め一番街商店会を解散して、一番街商店街振興組合が設立され現在に至っている。組合の実施事業は多岐にわたるが、平成10年に愛称を「IっDO!（いっど）」

に決定して、平成11年には5億8千万円ほどを掛けてアーケードの改修および統一カラーによる屋根、舗装の整備を行うなど、新幹線開業を見越した商店街の魅力創出の事業を実施した。これにより空き店舗の減少、通行量の増加がもたらされた（一番街商店街振興組合提供資料より）。

また、平成14年3月には素人ミュージックバンドによるストリート・パフォーマンスを実施して、若者層にも商店街の存在をアピールする試みも行われた。このように、中心市街地としての活性化策を模索している地区ゆえに、新幹線に対する期待とその実現に意欲的であると考え、今回の調査実習の対象に設定した。

## (2) 調査方法

同振興組合の加入者数は平成16年時点で88名を数えるが、調査目的が、九州新幹線開業とアミュプラザ鹿児島の開業を迎えての既存の商店街の意識と影響を調査することにあつたために、9月17日より10月3日までのアミュプラザ鹿児島の開業にあわせておこなつた同振興会のキャンペーン活動である「逸品フェア」<sup>(3)</sup>に参加・出品している店舗を対象とした。それは、新幹線効果を見込んだ商店街を挙げての試みに対する参加、貢献が顕在的に認知できると判断されたからである。実査が夏期集中の授業で行われることもあり、調査票配付は1日で行い、休業の店舗や夕方以降に開店する飲食店などへは、論者が学生の配付時期とは別の日時に配付を行った。調査概要については下記の通りである。

調査方法：調査票質問紙を用いた留置法 1週間後に調査員が回収

調査目的：九州新幹線開業とアミュプラザ開業に伴う、既存商業施設への「波及効果」の認識、商店街活性化への意識の把握

調査時期：平成16年9月14日（休業の店舗には15日～20日に分けて配付）

調査対象：鹿児島中央駅一番街商店街振興会加盟店舗65店舗

回収数：58店舗

回収率：89.2パーセント

対象店舗数は65店舗であつたが、実際に回収できた調査票は58ケースであつた。以下、これを対象に分析をおこなっていく。

## (3) 調査対象の属性

以下は表3-1で示された結果についての概要である。

表3-1 本調査の基本属性の単純集計

項目	内訳	度数	パーセント	項目	内訳	度数	パーセント	
エリア	A	10	17.2	営業年数	3年未満	15	25.9	
	B	17	29.3		3-5年未満	4	6.9	
	C	7	12.1		5-10年未満	6	10.3	
	D	6	10.3		10-20年未満	4	6.9	
	E	10	17.2		20-30年未満	6	10.3	
	F	8	13.8		30年以上	23	39.7	
業種	小売店	衣料・靴	21	36.2	代表者の年齢	20歳代以下	1	1.7
		みやげ物	2	3.4		30歳代	6	10.3
		医薬・化粧品	3	5.2		40歳代	13	22.4
		食品	10	17.2		50歳代	16	27.6
		雑貨・小物	2	3.4		60歳代	14	24.1
		その他	4	6.9		70歳以上	7	12.1
	サービス業	8	13.8	無回答		1	1.7	
	料理・飲食業	5	8.6	従業員数	1人	10	17.2	
	医療・美容	3	5.2		2人	19	32.8	
	企業形態	法人	19		32.8	3人	12	20.7
個人経営		38	65.5		4人	6	10.3	
その他		1	1.7		5人以上	9	15.5	
後継者	後継者・予定者あり	9	15.5	無回答	2	3.4		
	未決定	30	51.7	合計	58	100.0		
	後継者なし	19	32.8					
合計		58	100.0					

調査対象店舗の立地区分によって、便宜的にAからFでコード化したものが「エリア」である。Bエリアが多いのは、「逸品フェア」キャンペーンに参加している店舗数が多いことによる。

業種構成では、小売店が7割を超えており、一番街商店街の性格付けを決定しているといえるだろう。あわせて、小売店と回答した店舗（42店舗）が扱っている品目別の集計では「衣料・靴」が最も多く、「食品」がそれに次ぐ結果となっている。

企業形態では「個人経営」が6割以上を占める。営業年数では「3年未満」と「30年以上」という回答結果をあわせると6割を超える（65.6%）ことから、現在の一番街商店街の店舗構成が、古くから当地で営業している店舗と、比較的新しく営業を始めた店舗とに二極化していることがうかがえる。

代表者の年齢は40歳代から60歳代で大部分を占めているが、70歳代も数人いる

ことが示されている。代表者自身も含めた常時雇用している従業員数では「2人」という回答が最も多く、3人以下で7割（70.7%）を占めることから、小規模経営の店舗が特徴的である。

調査対象に見られる、調査時点での中央駅一番街の店舗・営業に関する概要は次のようにまとめられるだろう。中央駅一番街は、衣料を主とする小規模小売店舗が多く、営業年数ではここ数年のうちに一番街で営業を始めた店舗と組合成立以前から営業していた店舗とに分けられる。経営の代表者の年齢構成は40歳代から60歳代が大半を占めるが、高齢の方による店舗も見られる。

#### 4. 調査結果にみる都心部商店街の現状と将来

##### (1) 一番街商店街に対する満足度

都心部に位置する商店街のおかれた状況は都市ごとに異なる（例えば深貝[2000]）。しかし、一番街商店街は通勤通学の重要な動脈であるJR鹿児島中央駅に近接している分、「地の利」は十分あるように考えられる。今後の商店街の活性化においては、商店主の意識のありかたも重要な要素になってくるであろう。ここでは調査結果から商店街に対する商店主の満足度を取りあげることから、都心部商店街の将来像を把握する試みをはじめたい。

先述のように、商店街自体が、戦後闇市のような自然発生的な露天商の集合体を端緒として、その後の組織的な動きの中で振興組合が結成されて現在に至っている。しかし、どこの商店街組織も同様だと思われるが、個々の店舗が抱く理想的な営業状態や将来像と商店街全体のあり方や将来像とは必ずしも一致するわけではない。特に、小売業をめぐる状況は、個々の店舗の存続と商店街全体の振興との不一致を一層拡大させるように影響しているとも考えられる。このような状況は商店主にどのような意識を抱かせているのだろうか。

一番街商店街への満足度は、22.6%の満足層（とても+どちらかといえばの計）に対し不満足層が77.4%であった（表4-1）。業種、営業年数などの属性別には目立った差は見られなかった。満足に至らない理由は商店街の立地条件、個々の店舗が抱える問題など様々な背景要因があると思われるため、どれかを改善することで全体的な満足度の向上が図れるというものではない。天文館地区と比較して地代が安く出店しやすいというものの、規模としては決して大きいとはいえず、また、さまざまな客層を対象とした店舗が営業しているため、商店街全体としての狙いとする客層を設定しにくいことも不満の要因になっているのかもしれ

表 4-1 一番街商店街の満足度

	度数	パーセント	有効パーセント
とても満足	2	3.4	3.8
どちらか満足	10	17.2	18.9
どちらか不満	30	51.7	56.6
とても不満	11	19.0	20.8
無回答・非該当	5	8.6	100.0
合計	58	100.0	

表 4-3 一番街商店街への満足度と新幹線開業後の期待度との関連

商店街満足度×新幹線開業後期待	期待層	細層	合計
度数	6	6	12
満足層	満足度の%	50.0	50.0
	開業後期待の%	33.3	17.1
不満足層	満足度の%	29.3	70.7
	開業後期待の%	66.7	82.9
合計	度数	18	35
	満足度の%	34.0	66.0
	開業後期待の%	100.0	100.0

表 4-2 一番街商店街への満足度と新幹線開業前時点での期待度との関連

商店街満足度×新幹線開業前期待	期待層	細層	合計
度数	6	6	12
満足層	満足度の%	50.0	50.0
	開業前期待の%	20.7	25.0
不満足層	満足度の%	23	18
	開業前期待の%	56.1	43.9
合計	度数	29	24
	満足度の%	79.3	75.0
	開業前期待の%	54.7	45.3
	開業前期待の%	100.0	100.0

表 4-4 一番街商店街への満足度とアミュプラザ開業による期待効果との関連

商店街満足度×アミュ効果	プラス効果	効果なし	マイナス効果	合計
満足層	度数	9	3	0
	満足度の%	75.0	25.0	0.0
	アミュ効果の%	29.0	27.3	0.0
不満足層	度数	22	8	6
	満足度の%	61.1	22.2	16.7
	アミュ効果の%	71.0	72.7	100.0
合計	度数	31	11	6
	満足度の%	64.6	22.9	12.5
	アミュ効果の%	100.0	100.0	100.0

ない。

このような満足度の違いは、新幹線の開業やアミュプラザ鹿兒島の開業に対する意識の温度差としてもあらわれるのではないか。

表 4-2～4 は、商店街満足度と新幹線開業前後の期待度、およびアミュプラザ開業がもたらす効果への期待との関連をみたものである。統計的な有意差は見られないものの、特徴的な結果を示しているように思われる（表 4-2  $\chi^2: 0.14$

表 4-3  $\chi^2: 1.78$  表 4-4  $\chi^2: 2.30$ ）。表 4-2 については新幹線開業への期待感が満足層より、むしろ不満足層にあらわれている。しかし、開業後半年を経て期待ほどの効果が実感できなかつたのか、表 4-3 では非期待層の割合が逆転している。アミュプラザ鹿兒島の開業効果に対する期待では、やはり不満足層に「プラス効果」を期待する回答が多く見られる。商店主の意識には、いわば「黒

船」による影響にすぎること、不満状況の打開を図りたいという「願い」があるのではない。客層や人の流れの根本的な変化を起こす取り組みに関する商店街単位だけの努力だけでは限界に感じているのであろう。

新幹線開業、アミュプラザ鹿児島の開業にあわせて計2回にわたる「逸品フェア」の開催は、業種を超えた小規模な商店街の取り組みとしては画期的なことだと思われる。このような振興組合の取り組みについてはどのような印象を持たれているのだろうか。複数回答にて一番街商店街振興組合の取り組みに対する評価について、業種でクロス集計した結果が表4-5、6である。

業種および営業年数の属性別に振興組合の取り組みに対する意識についてみると、「よくやっている」「多少の期待は持っている」一方で、店主や住民の声が反映されていないという不満もある。様々な業種、営業年数、客層で構成される商店街特有の、将来像の方向性や要求水準の多様性を示す結果といえよう。

## (2) 商店街の将来像に対する意識

地域に根ざした商店街の振興については様々な論考がなされており、それは都市デザインとしてのまちづくりを再考する試みであったり、顧客層の高齢化または過疎化などによる市街地中心部商業の不振などを扱う内容であったりと多岐に

表4-5 業種と商店街振興策への評価 クロス集計（多重回答）

業種×商店街の振興策についての意識	宣伝よくやっている	店主の声がかかっている	多少の期待	説明不十分	店主の声が反映されず	住民の声が反映されず	期待していない	何をやっているかわからない	その他	回答者計
小売店	度数	8	0	10	8	11	10	7	0	70
	業種の%	11.4	0.0	22.9	11.4	15.7	14.3	10.0	0.0	68.6
	取り組みの%	61.5	0.0	76.2	66.7	73.3	76.9	66.7	70.0	0.0
サービス業	度数	3	0	3	2	2	2	3	2	19
	業種の%	15.8	0.0	15.8	10.5	10.5	10.5	15.8	10.5	18.6
	取り組みの%	23.1	0.0	14.3	16.7	13.3	15.4	20.0	20.0	100.0
料理・飲食業	度数	1	0	1	2	2	1	2	1	10
	業種の%	10.0	0.0	10.0	20.0	20.0	10.0	20.0	10.0	9.8
	取り組みの%	7.7	0.0	4.8	16.7	13.3	7.7	13.3	10.0	0.0
医療・美容	度数	1	1	1	0	0	0	0	0	3
	業種の%	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9
	取り組みの%	7.7	100.0	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	度数	13	1	21	12	15	13	15	10	102
	取り組みの%	12.7	1.0	20.6	11.8	14.7	12.7	14.7	9.8	2.0

※複数回答のため、「回答数」の合計で記載してある。実際の回答者数とは異なる。

表4-6 営業年数と商店街振興策への評価 クロス集計（多重回答）

営業年数×商店街の振興策についての意識	宣伝よくやっている	商店主の声が反映されている	多少の期待	説明不十分	商店主の声反映されず	住民の声反映されず	期待していない	何をやっているかわからない	その他	回答者計	
5年以下	度数	6	0	7	7	6	5	5	4	0	40
	営業年数の%	15.0	0.0	17.5	17.5	15.0	12.5	12.5	10.0	0.0	39.2
	取り組みの%	46.2	0.0	33.3	58.3	40.0	38.5	33.3	40.0	0.0	
5～30年未満	度数	3	1	4	4	3	4	4	3	1	27
	営業年数の%	11.1	3.7	14.8	14.8	11.1	14.8	14.8	11.1	3.7	26.5
	取り組みの%	23.1	100.0	19.0	33.3	20.0	30.8	26.7	30.0	50.0	
30年以上	度数	4	0	10	1	6	4	6	3	1	35
	営業年数の%	11.4	0.0	28.6	2.9	17.1	11.4	17.1	8.6	2.9	34.3
	取り組みの%	30.8	0.0	47.6	8.3	40.0	30.8	40.0	30.0	50.0	
合計	度数	13	1	21	12	15	13	15	10	2	102
	取り組みの%	12.7	1.0	20.6	11.8	14.7	12.7	14.7	9.8	2.0	100.0

※複数回答のため、「回答数」の合計で記載してある。実際の回答者数とは異なる。

わたるアプローチから研究が行われている。

市街地商店街の活性化は、平成10年のいわゆる「まちづくり三法（大規模小売店舗立地法，中心市街地活性化法，改正都市計画法）」の成立によって、「TMO（Town Management Organization）」が組織されることで、さまざまな活性化策が展開されてきた（黒川 [2004：119-122]）。しかし、商工会や商店街振興会の主導する商店街活性化策のみでは、活性化が実を結ばないのも事実である。前述の生産構造の変化，低コスト商品の大量販売といった商品流通に関わるマクロな変化，顧客の高齢化ならびに商店主自身の高齢化は，商店主の経営意識に直接影響を及ぼすであろう。この意味で，振興や活性化という商店街全体の志向と，事業主体としての商店主個人の意識とが一致することを阻む社会的経済的な要因が山積していると考えられる。ここでは，商店街自体の発展，振興に影響を及ぼす商店主の抱く意識のありかたに注目してみたい。

本調査対象である一番街商店街は，成立の背景が物語るように，多様な業種，店舗が混在している。このことは，商店街の顧客層も同様に多岐にわたることを意味する。このような性格を持つ商店街は全体の振興，活性化を考える上で，「どの客層」を対象に働きかけていくかが難しい問題となる。商店街の将来像についての回答結果を表4-7で示した。

表4-7 商店街の将来像について

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
A) 主に高齢者に配慮した商店街	53	0	3	1.94	0.93
B) 主に若者に配慮した商店街	52	0	3	1.71	0.98
C) 主に観光客に配慮した商店街	53	0	3	1.91	0.81
D) 主に地元住民に配慮した商店街	52	0	3	1.08	0.97
E) インターネットによる情報発信	52	0	3	1.96	0.88
F) 子供の社会体験の場を提供	52	0	3	1.40	1.03
G) 国際化の推進	52	0	3	1.17	0.79
H) 集会やイベント向けのスペースの提供	52	0	3	2.06	0.92
I) 高齢者が憩いの場として集える商店街	53	0	3	2.02	0.82
有効なケースの数(リストごと)	52				

※「そう思う」を5「全くそう思わない」を0に置換、データを順序尺度として集計

ここには、商店街の将来像を問うものとしては、実現が困難な選択肢もあえて含めている。九州新幹線の部分開業ならびにアミュプラザ鹿児島の開業により、これから大きく様変わりすることが予想される鹿児島中央駅周辺地区の商業の未来を考えると、従来の商店街振興策と乖離した「革新的」な要素をあえて含めることで、商店街の未来像の志向が明確にあらわれるのではないかと考えての項目設定が理由である。

これらの項目を回答結果にそくして区分すると、H、Iの肯定的評価を集める項目と、D、Gの否定的評価に回答が集中する項目があることが読み取れる。この結果をもとに主成分分析を試みて、これら質問への回答の意向を支える成分の抽出をおこなった(累積寄与率59.6%、バリマックス回転)。結果は表4-8に示すように固有値1以上で3主成分が抽出された。

それぞれの項目の内容から、第1主成分を「革新的取組志向」、第2主成分を「地元密着志向」、第3主成分を「新規客層開拓志向」と名付けておく。現在の一番街商店街の店舗構成は、若者を志向した商品を提供している店舗、地元の住民に長年親しまれた店舗、夜間に営業を行う飲食店などさまざまな業種で構成されている。ゆえに、商店街の今後に抱く振興策の方向性においても複数の志向がみられるのは当然といえる。

革新的志向は、従来の商店街の取り組みに不足していた部分を補う必要性があるとの意識に支えられる成分として解釈できよう。「地元密着」志向と「新規客層開拓」志向は、顧客獲得の方向において対照となる成分である。このように相反する志向を今後どのように商店街の振興策に組み入れていくのか。

表4-8 商店街の将来像 主成分分析結果（成分行列）

	革新的取組志向	地元密着志向	新規客層開拓志向
国際化	0.85		
子供社会体験	0.74		
インターネット	0.71		
高齢者憩い		0.81	
高齢者中心		0.78	
地元住民中心		0.47	
若者中心		-0.31	0.77
観光客中心			0.76
集会イベント	0.49		0.54

因子抽出法：主成分分析 回転法：Kaiserの正規化を伴わないバリマックス法

多様な意識の志向は、一方で、商店街全体としての統一した振興策の策定の難しさを反映するものともいえるだろう。調査対象店舗の営業年数の分布は、「3年未満」が25.9%、「30年以上」が39.7%と二極化している。一番街で比較的新しく営業を始めた店舗と長年この地で顧客を掴んで営業を行ってきた店舗とでは、商店街の今後に望むものも相違して当然であろう。

しかし顧客あつての小売業であることを考えると、鹿児島中央駅周辺の変化も考慮に入れる必要はある。アミュプラザ鹿児島の開業以来、毎週末になると数万人の人手が鹿児島中央駅に集まる。アミュプラザ鹿児島は、服飾、音楽メディア、書籍などを扱うテナントの性格から考えると若者がターゲットとされている（テナント数は192 南日本新聞 2004 9月10日付）。また、地階の飲食店などには、若者だけでなく年齢を問わない客層が集まっている。

近隣の変化を捉えて一番街の集客力を高めるためには、このような客層にアピールする戦略が必要である。アミュプラザの開業にあわせて「逸品フェア」などの各種イベントを開催して一番街商店街の存在をアピールすることには、一定の成功を見たといえよう。次の段階は、一番街商店街に足を運び商品を購入する客層の開拓ではないだろうか。

## 5. 一番街商店街に望まれる要素—独自色をいかに打ち出すか

アミュプラザ鹿児島に依存することでのみ振興策を考えると、商店街の志向を見失うことも考えられる。アミュプラザ鹿児島で販売される商品は魅力あるもの

だが、単価が高いものも多く見られる。大都市と比較して、所得水準が決して高いとはいえない鹿児島県では、大都市圏と同様な消費傾向は期待できないのではないかと。現に、開業以来の熱狂的な客の入りも落ち着きを見せ、いわば「ご祝儀」の段階は終わったと見られる。アミュプラザではバーゲン時期のみの利用にとどめ、おそらく日常の「最寄品」、「買回品」の購買は慣れ親しんだ場所での購買行動に落ち着くことも予想される。大型複合商業施設と浮沈を共にするのではなく、いかに商店街独自の未来像を描き出すかが、今後の商店街のあり方を左右すると考える。

ここでは、一番街商店街の今後を考えるために鹿児島市が実施した消費者購買行動調査結果から、鹿児島市内の他の商業地区との比較により、消費者が西駅地区に何を望んでいるかを確認しておきたい。

同調査は、鹿児島市内の各地域における消費者の購買動向の分析により、消費者志向にそった魅力ある商店街の振興策に寄与する資料の提供を目的に行われたものである。同調査報告書より西駅地区に関係する部分のみをみておこう。表5-1は品目別の購入先についての集計結果である。

最寄品（食料品、日用雑貨品、実用衣料品）については地元志向が強く、日々の生活に欠かせない品目が含まれるため、足を伸ばしてまで購入先を広げない傾向が見られる。対して買回品（高級衣料品、身の回り品、文化品、贈答用品）は、中央地区が他地域から多くの客層を集めているが、西駅地区はその中でも地元志向が高く、他地区と比較して、居住者の商品購入先としての集中度が高いといえる。全ての品目が地元で購入可能ならば、地域の商業上は理想といえるが、店舗規模や扱う商品量や種類、また消費者の志向の移ろいなどを考えると、実現は極めて難しい。地元の商業の振興を考える場合には、同じ品目・品種を扱う店舗があるにもかかわらず他地域へ客が流れることが最も避けられるべき事態であろう。確かに西駅地区には天文館を含む中央地区のように、高級衣料品や贈答品を扱う店舗は決して多いとはいえない。贈答品に関しては、老舗の百貨店で購入する行動が鹿児島県では根強いと思われるために、無理にこのような購買行動に逆らう競合店舗を開業しても立ちゆかないであろう。

では、地元と同じ品目の購入のために他地域へと流れる行動をいかにしてある程度まで抑止できるのだろうか。地元購入志向が高い割合を示した最寄品の購入先の商店街に望む施設をあげたものが表5-2である。

要望施設の数値は、各地区の居住者のニーズが反映されたものであるため、他地区と比較することにあまり意味はないように思われる。一番街商店街が含まれ

表5-1 品目別購入先

品目		購入先	上町	中央	西駅	伊敷 草牟田	鴨池 郡元	谷山	合計
		最寄品購入先	市内全体	9.5	11.9	14.2	14.4	25	25
上町	76.7		12.2	2.7	5.2	2.8	0.4	100.0	
中央	1.6		73.9	10.7	1.1	11.4	1.3	100.0	
西駅	0.0		9.5	71.9	4.9	11.4	2.2	100.0	
伊敷・草牟田	1.1		11.5	8.2	76.1	3.0	0.1	100.0	
鴨池・郡元	0.0		7.9	4.3	0.0	85.6	2.2	100.0	
谷山	0.1		3.1	0.4	0.0	3.5	92.9	100.0	
買回品購入先	市内全体	1.9	60.2	5.1	4.6	14.3	13.9	100.0	
	上町	12.0	72.1	4.1	3.9	7.2	0.7	100.0	
	中央	0.8	80.2	5.3	1.4	10.9	1.4	100.0	
	西駅	0.0	61.9	18.7	3.6	13.6	2.2	100.0	
	伊敷・草牟田	0.5	69.3	3.7	20.6	5.6	0.3	100.0	
	鴨池・郡元	0.0	59.8	2.8	0.1	33.7	3.6	100.0	
	谷山	1.5	43.4	1.0	0.0	6.4	47.7	100.0	

鹿児島市消費購買行動調査報告書平成15年度版より作成。

「西駅地区」では「駐車場」「預金自動引出機」「レストラン・喫茶店等」「休憩施設・ベンチ」の割合が高い。西駅地区には朝市が行われるエリアも含まれるため、大量の食料品（主として生鮮食料品）の購入に足を運ぶ客層も多い。近隣の通りにパーキングメーターを備えた駐車スペースがあるとはいえ、限られた開店時間に客が集中するために、午前中はちょっとした混雑にもなっている。このような現状がニーズに反映されているのだろう。「預金自動引出機」については、商店街でありながら一番街商店街内に施設がないために不便を感じていることが数値にあらわれているが、治安・防犯の見地から、商店街独自の努力のみでは解決は難しいと考えられる。

「休憩施設・ベンチ」は「逸品フェア」の際にも用意されていたが、商店街の努力で実現可能なニーズではないだろうか。喫茶店が少ない一番街商店街では、300メートル弱の店舗の並びを見て回るだけでも、特に高齢者にとっては負担になると思われる。高齢者に限らず、学校帰りの生徒も往来する同商店街の来客行動を考えると、ベンチの設置などは客足を止める機能を果たすと考えられる。

都心部の最も人通りの多い商店街は、商品を販売するばかりでなく、多様な機能を担う必要もある。アミュプラザのような複合施設が商品販売やアミューズメ

表5-2 最寄品購入先の商店街に望む施設

施設	地区消費者	上町	中央	西駅	伊敷 草牟田	鴨池 郡元	谷山	合計
	安全性	歩・車道の分離 街路灯	4.3 16.8	3.3 3.3	8.2 5.1	3.1 4.8	6.6 4.9	14.5 3.8
利便性	自転車置き場	4.7	18.2	11.3	6.3	12.1	9.0	9.6
	駐車場	16.1	13.8	24.8	25.5	21.0	44.7	27.7
	アーチ・案内板等	1.5	6.7	1.6	3.0	1.8	3.4	2.7
	公衆トイレ	16.4	10.4	16.6	13.4	12.6	20.4	15.8
	公衆電話	2.1	0.7	2.6	3.0	3.2	3.8	3.0
	映画館等の娯楽施設	2.8	4.1	0.7	3.4	10.1	6.2	5.3
	プール等のスポーツ施設	21.4	6.7	3.3	6.8	6.9	5.0	7.6
	荷物預かり所	6.4	10.0	10.2	10.9	12.8	9.5	10.2
	預金自動引出機	7.8	11.5	14.1	11.4	18.0	17.9	14.7
	美術館等の文化施設	1.7	4.1	0.8	2.4	4.7	1.8	2.6
	スーパーマーケット	9.3	4.5	5.9	7.1	3.3	5.3	5.7
	ショッピングセンター	18.9	5.9	5.4	8.0	7.7	6.5	8.4
	コンビニエンスストア	1.7	1.5	1.5	3.1	1.2	1.9	1.8
ホームセンター	13.6	8.6	4.9	7.2	6.0	3.1	6.4	
レストラン・喫茶店等	14.0	8.2	13.3	24.3	17.8	18.4	17.3	
快適性	歩行者天国	0.9	8.6	1.3	2.5	2.2	3.0	2.6
	アーケード	3.2	7.4	3.8	6.3	6.3	7.5	6.0
	休憩施設・ベンチ	22.9	31.6	31.4	30.0	29.3	32.7	30.0
	子ども遊び場・託児所	15.5	10.8	12.8	12.0	12.5	15.7	13.6
	緑化・街路樹	5.3	11.5	3.6	6.2	7.1	7.3	6.6
	イベント広場	3.6	5.2	2.6	4.1	6.4	5.2	4.7
	ごみくず入れ	5.9	8.6	7.1	5.6	6.5	9.7	7.4
バリアフリー施設	12.5	3.0	8.9	6.1	6.0	14.5	9.3	

鹿児島市消費購買行動調査報告書平成15年度版より作成。

ントなど全てを含み込んだサービス提供をするのなら、あえて特化して差異化を図ることでアピール可能な方向性を模索する必要がある。当面はアミュプラザ鹿児島の開業に便乗していても、その客足も一段落して天文館地区との「棲み分け」ができつつある。一番街の目下の構想としてアミュプラザをどのように「使うか」が、今後の振興策を考える上で必要あると考える<sup>(4)</sup>。

## 6. まとめにかえて

都市の商店街の将来を考える上では、商店街そのものが地域に果たす機能を視

野に入れる必要がある。黒川（2004）は、商店街が地域社会に果たす社会的責任として、（1）地域の拠点としての商店街、（2）地域の環境拠点としての商店街、（3）地域の福祉拠点としての商店街、（4）地域の交通結節点としての商店街、（5）地域の情報拠点としての商店街の5点をあげている（黒川 [2004：106-113]）。

しかし、これらの機能は地域における商店街のマクロ的な視点から位置づけられるものであり、商店街の担い手である店主が抱く意識とどこまで接点があるのだろうか。前述のように、商店街組織が個々の店主の経営する店舗の集合体である以上、経営面での存続を一義にした上での地域住民との相互作用の結果として、さまざまな「機能」を担い「責任」が果たされるのではないだろうか。個を活かし全体を活かすための都心部の商店街の振興には、まだまだ多くの論点が存在するであろう。

今回の調査は、新幹線開業から半年、アミュプラザ鹿児島の開業をはさんでの1週間ほどの時期に行ったため、これら開業の熱気がおさまった後の鹿児島中央駅近辺の人の往来の変化や商品購買傾向の持続性については今後も検討が必要であろう。アミュプラザ鹿児島への入館者も一息ついた様子で、平日であれば十分余裕をもって館内を見て回れるほどに落ち着いている。むしろ、鹿児島中央駅近辺で物品を購買するという行動がどこまで根付いたのか、一番街商店街の認知度がどこまで上がり、それが購買にどれだけ結びついたのか、さらなる分析が必要であるように思われる。

今回の調査時期に開店準備を始めていた店舗もあるように、一番街商店街にも出店状況の変化がみられる。鹿児島中央駅近辺の購買行動の変化を見越して出店する店舗と、営業年数を重ねて地元密着型の商売を継続してきた店舗とが、おなじ「アーケード」の下で営業することで、商店街全体としての客層、振興策の位置づけが今後一層複雑になってくるのではないか。

※本論は、志學館大学人間関係学部の「社会調査実習」科目の調査報告書「九州新幹線およびアミュプラザ開業に伴う鹿児島中央駅一番街商店街への影響に関する調査報告書」の筆者担当箇所について、修正・加筆したものである。調査に御協力頂いた店主の方々、ならびに調査・分析を行った学生諸君に記して感謝します。

## 【注】

(1) 「西駅地区」の構成商店街は以下の通り。西陵商親会、黄金通り会西田通り会、西田1

丁目黄金通商会、黄金通り会、西銀座通り会、一條通り通り会、鹿児島中央駅西口通り会、西駅前本通会、西駅前指宿線朝市相互組合、西駅前朝市通り会、鹿児島西駅前朝市協同組合、フレスタかごしま商店会、甲南本通り会、中央町本通会、一番街商店街振興組合、中央町ベル通り会、都通り商店街振興組合、あけぼの通会、宮田通り会、二中通り会

町名では以下の地区が該当する。高麗、上之園、中央、西田1～3丁目、武1～3丁目、常盤、田上、西駅、田上1～8丁目、田上台1～4丁目、西別府、西陵1～8丁目、武岡1～6丁目、薬師1～2丁目、鷹師1～2丁目、城西1～3丁目

(2) 鹿児島の場合は、青森とは異なり、平成17年3月時点で福岡・博多までの区間が全通していないため、経済的資源などの集客力のある地域への吸引を意味する、いわゆる「ストロー現象」もさほどみられないという（南日本新聞 平成16年9月14日付「つばめ」の風・変わる観光地）。しかし、これも時間の問題である。全線開通により鹿児島～博多間が2時間10分台で結ばれれば、商品の豊富さもさることながら、スポーツ観戦や観劇などのイベント開催数において、マーケットの大きい都市に太刀打ちできるものではないだろう。

(3) 「逸品フェア」とは、新幹線開業、アミュプラザ鹿児島の開業をにらんだ一番街商店街振興組合の振興策として平成16年に行われたキャンペーン活動である。一番街商店街の各店舗から「一押し商品（逸品）」を1点のみ紹介したパンフレットを5000部作成して、商店街各店舗の認知度アップを狙って第1回目は4月29日から5月9日にかけて、第2回目はアミュプラザ開業日の9月17日から10月3日までの期間に実施された。

アミュプラザ開業日以後3日間は、一番街商店街として「アミュプラザオープンおめでとうセール」として、温泉ツアー招待の抽選会、太鼓と三味線の演奏会が行われ、鹿児島中央駅周辺のアミュプラザ開業でにぎわう人出を商店街へも集客しようという試みが行われた。

(4) 2005年9月10日付の南日本新聞で、JR鹿児島中央駅と一番街商店街とをアーケードで連結する計画に対して鹿児島市から建築確認済証を受け、11月末の完成を目指していると報道された。これは、一番街商店街とJR鹿児島中央駅との間を横切る道路に屋根をかけて、雨天でも濡れずに商店街と駅舎を連結することで、客足を商店街に呼び込むという導線効果を期待しての事業とのことである。計画自体は、現在のアーケードが完成した時点で、この計画は持ち上がっていたが、アミュプラザ開業後の人の流れをさらに同商店街に呼び込もうとする積極策のあらわれである。

## 【参考文献】

一番街商店街振興組合提供資料

- 植田和弘, 神野直彦, 西村幸夫, 間宮陽介 編 2004『岩波講座 都市の再生を考える 都市経済と産業再生』岩波書店
- 鹿児島市経済局商工観光部企業振興課 2004『鹿児島市の商業－平成14年商業統計調査結果－』
- 2004『鹿児島市消費者購買動向調査報告書』
- 久木田末夫 2004『九州新幹線の軌跡 鹿児島中央～新八代』南日本新聞開発センター
- 黒川和美 2004「4 都市の商店街を再生する」植田, 神野他編 2004 所収  
独立行政法人 鉄道建設・運輸施設整備支援機構発行 九州新幹線 パンフレット
- 中沢孝夫 2001『変わる商店街』岩波書店
- 平石和昭 2002『新幹線と地域振興 新幹線をより有効に活用するために』交通新聞社。
- 深貝哲郎 2000『中心市街地は甦るか 商店街活性化への新たなる展望』まつお出版
- 船橋晴俊, 長谷川公一, 畠中宗一, 梶田孝道 1988『高速文明の地域問題 東北新幹線の建設・紛争と社会的影響』有斐閣選書
- 三谷 真, 浜田恵三, 神戸一生 編著『都市商業とまちづくり』2005 税務経理協会  
南日本新聞 2004年 5月12日, 9月5日付記事

志學館大学文学部人間関係学科社会調査研究室『国分市中心部の商店街活性化に関する調査報告書』2002

志學館大学人間関係学部人間関係学科社会調査研究室『九州新幹線およびアミュプラザ開業に伴う鹿児島中央駅一番街商店街への影響に関する調査報告書』2004