

松阪市中心商店街の変化と今後の方向性について—時間・空間の二つの視点から—

三重県立松阪高等学校 2年・藤田葵子

[研究目的] 松阪市の中心商業地域(松阪駅前商業地区)の大部分を構成する各商店街について、1980年頃から現在に至る変化の特色を明らかにする。また、松阪駅・商業地区・観光地区の位置関係が、商店街の性格に与える影響を分析し、併せて、商店街の今後の方向性について考察する。

[研究地域の概要・地域選定理由] 三重県松阪市は面積62348km²、人口159073人、人口県内順位4位(2020年度国勢調査)で三重県中南北地域に位置し、三重県に複数ある地方中心都市の一つである。松阪市の中心商店街である松阪駅前商店街には全国的に地方都市で課題となっている中心商店街の衰退現象がみられる。なお、今回調査では松阪市によるデータから図1にみられる中心市街地の中でも特にオレンジ色の部分を構成する6つの商店街を合わせた範囲とした。

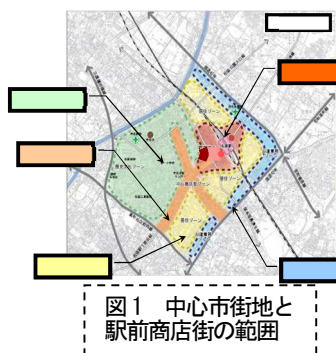


図1 中心市街地と駅前商店街の範囲

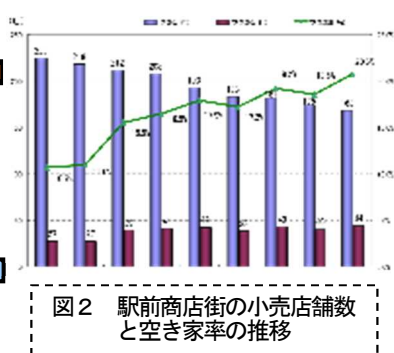


図2 駅前商店街の小売店舗数と空き家率の推移

[調査・研究手法] 国勢調査、自治体実施調査、松阪駅前商店街の43の店舗を対象としたアンケート調査(回答数25、回収率約58%)、関係自治体および関係団体聞き取り調査、フィールドワークによりデータを取得し分析を行った。

[研究結果1] 松阪市への聞き取り調査から、以下のような衰退の原因があげられる。

- (1)人口減少…生産年齢人口の都市部流出により一部店舗の客層が高齢化・減少していった。
- (2)ライフスタイルの変化…交通手段の発達により大型商業施設に自家用車で移動する家庭が主に地方で増加したことや、ECサイトの発達により買い物を自宅で済ませる機会が増加したことで、生活必需品を揃える市場としての役割が低下し、集客力が低下した。
- (3)小売店舗数の減少…(1)(2)が原因で利用者が減少したことにより経営維持が困難になった店舗が店をたたむケースや収入が不安定であることを懸念し後継者を見つせず店をたたむケース等がみられる。

[研究結果2] ベルタウン振興組合への聞き取り調査から、以下のような衰退の原因が挙げられる。

- (1)客数の減少…中心商店街、中心市街地付近在住者が減少した。家族層の客数が減り、常連客がベルタウンでは多くみられる。
- (2)商品の変化…以前は衣料品、食料品が一定の割合を占めたが、今ベルタウンは飲食店が全体の半分近くの割合を占める。(図3参照)ベルタウンが、最寄り品、買回り品を入手する一大商業地区としての役割を失ったことを示す。又飲食店でも居酒屋が約79%を占めており、ベルタウンでは駅近であることを利用し、仕事帰りの人々を対象とした店舗が増加していき、結果的に屋間のシャッター街につながっていったと考えられる。日中営業を行わない店舗が多数を占める理由としては、テナントに出店する際の火災対策を日中まで行うことが困難であること、新型コロナウイルス流行により経営が難化したことが挙げられる。
- (3)後継者の高齢化…起業しやすい環境になったことで集客力が低下している駅前商店街で新しく店舗を構えようとする動きがあまり見られなくなった。

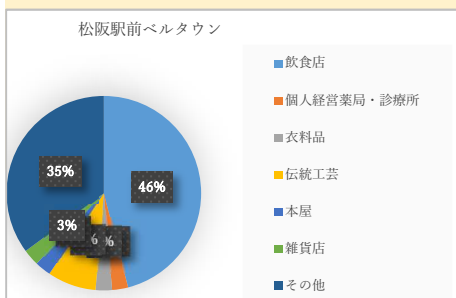


図3 松阪駅前ベルタウンの小売店舗の店舗の種類と割合

参考資料：松阪市商工会議所HP 松阪市特設サイト

[研究結果3] 駅前商店街の店舗への聞き取り調査から、以下のよう
なことが読み取れる。

- (1) 飲食業以外の生活雑貨・服屋等の日用品を販売する店舗やサービスは集客力が低下し、市街地の高齢化による衰退の影響を大きく受けている。
- (2) 飲食業は近年駅近であることを生かし、ベルタウンを中心とした中心市街地における観光地区を中心に発達しているが、日中経営しておらず、中心商店街の活性化につながっていない。

[研究結果4] 各商店街の小売店舗を対象としたアンケート調査から以下のようなことが読み取ることができる。

- (1) 商店街全体の集客力の低下…2005年以前から松阪駅前商店街に出店している小売店舗の80%が売上げの減少を感じている。(図4参照)また、飲食、ファッション以外の分野では顧客の高齢化を感じていることから、固定客で経営が成り立っており、新規の客数が少ないと推測できる。(図5参照)このため、近郊住民の高齢化の影響を大きく受ける店舗が多いと推測できる。なお、ファッション、飲食において顧客の年齢層の変化を感じていない店舗の割合が大きい理由としては、居酒屋や制服店、婦人服のみを販売する店舗等、店を利用する対象年齢を定めて経営している店舗が多いためと推測できる。
- (2) 松阪市に立ち寄る観光客の多くが利用する松阪駅前ベルタウンの品揃えの特徴…商店街全体と比べ、高い割合で観光客を意識した品揃えを行っている。(図6参照)このため、松阪駅から最も近い商店街である松阪駅前ベルタウンは他より観光客の利用が多く、観光客を対象とした品揃えに一定の需要があると推測できる。

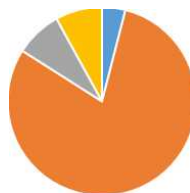


図4 2005年以前から営業している商店の2005年以前との売上げの比較

■ 増加 ■ 減少 ■ 変化なし ■ 不明

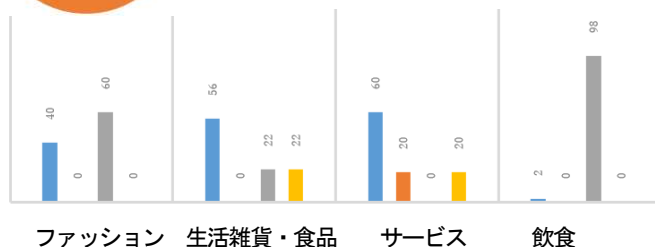


図5 店舗種別の顧客年齢層の変化

■ 高年齢化 ■ 若年化 ■ 変化なし ■ 不明

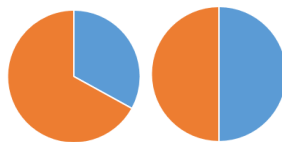


図6 観光客を意識した品揃えを行っているか

左：商店街全体 右：駅前ベルタウン

■ はい ■ いいえ

[考察と提案] 商店街が「買回り品」中心の商店街としての性格を失い駅近である事を生かした飲食店が増加している事が分かった。又「最寄り品」も中心市街地の人口減少や高齢化に特化した対応が十分でない現状がある。更に松阪市に訪れた観光客と駅前商店街の関係については、駅に近い商店街で観光客を意識した対応を行う傾向が見られた。よって、商店街の活性化のため観光客と地域住民の2つを対象とした政策を提案したい。

観光客…松阪市の観光資源のみでは集客の魅力に欠けるため三重県における一大観光地である伊勢志摩地区から食事目的で訪れる観光客を主要なターゲットとし、松阪市のブランド品の中でも人気の松阪牛を全面的に押し出した政策を行う。
地域住民…年間の利用者数がある程度確保できる仏壇、制服等の物を販売する商店を中心に一定の地域住民が商店街に訪れる様にする。

なお、観光客を対象とする場合松阪駅直近の「松阪駅前ベルタウン」が重要な地区になる。その際、増加している飲食店(居酒屋)の多くが夕方からの営業のため昼間シャッター街になってしまう点が大きな課題で、休日だけでもランチ営業が行われる様、何らかの対応が必要である。