

# 都市商業の機能分析 ( )

## Functional Analysis of the Urban Retail ( )

伊 藤 重 男  
Shigeo ITO

### 目 次

- ・ はじめに
- ・ 都市商業の基本的な機能とその分析視覚
- ・ 来街者の評価と商業者の自己評価による都市商業の機能分析
- ・ 商業者の自己評価による属性別都市商業機能の満足度分析
- ・ 商業者の自己評価による属性別都市商業機能の不満足度分析
- ・ おわりに

なお、本稿 ( ) は紙面の都合上、上記目次の から までを掲載している。

### ・ 商業者の自己評価による属性別都市商業機能の満足度分析

前章で取り上げた全国商店街振興組合連合会の『商店街調査事業報告書』は、商業者自身が各自の商店街のアクセス、商店ミックス、アメニティ、プロモーション、地域・社会活動の5テーマ・75カテゴリーについて、「満足できる水準」(+5)、「ある程度満足できる」(+4)、「普通である」(+3)、「やや問題がある」(+2)、「かなり問題がある」(+1)という5段階評価を行っている。

本稿は、このうち「満足できる水準」と「ある程度満足できる」の回答率の合計から「かなり問題がある」と「やや問題がある」の回答率の合計を引くことで、表7のとおり「機能DI」を算出している。これらのDI値は、さきほどの5段階評価の平均スコアよりも商業者の評価に敏感に反応するだけでなく属性別の差異をわかりやすく表現できるので、これからの満足度分析と不満足度分析をより効果的なものにできるはずである。当然のことながらDI値がプラスになればなるほど満足度は高く、反対にDI値がマイナスになればなるほど不満足度が高いと明確に判別できる。ただし、DI値は本来時系列分析で威力を発揮するものであり、今回は単年度にとどまるのでその点が残念である。

表7 商店街の属性別機能DI分析表

評価項目(テーマ・カテゴリー等)	全体	人口20万未満	人口20万以上 50万未満	人口50万以 上100万未満	人口100万以 上	近隣型商店 街	地域型商店 街	広域(超型)商 店街	繁華街	一般住宅街	駅前
<b>アクセス</b>											
徒歩によるアクセス											
①歩行者の安全性(対自動車)	5.8	23.6	13.0	-29.1	9.1	-5.9	42.1	12.5	7.4	-5.0	-4.8
②歩行者の安全性(対自転車)	-15.5	-5.9	-21.8	-25.0	-13.6	-16.1	-26.3	0.0	-22.2	-10.0	-23.8
③歩道の段差・舗装処理	10.7	0.0	39.1	-12.5	22.7	-4.4	26.3	56.3	22.3	10.0	-14.2
④歩行の障害物の規制	-27.1	-23.6	-39.1	-45.9	0.0	-29.4	-42.1	0.0	-3.7	-25.0	-54.8
⑤横断歩道の利便性	43.7	44.1	47.9	25.0	59.1	32.3	63.2	68.7	51.9	35.0	35.7
⑥商店街の地図・案内板	-34.9	-52.9	-21.7	-33.3	-22.7	-36.7	-52.7	-6.3	-29.7	-20.0	-47.6
自転車によるアクセス・駐輪場											
①自転車通行の安全性	-21.4	-20.6	-17.4	-41.6	-4.5	-25.0	-26.3	0.0	-26.0	-15.0	-38.1
②自転車の駐輪のしやすさ	-49.5	-23.5	-56.5	-70.8	-59.1	-61.8	-21.1	-31.3	-25.9	-55.0	-64.3
③駐輪場の収容台数	-43.7	-38.2	-30.5	-37.5	-72.7	-50.0	-47.3	-12.5	-37.0	-50.0	-45.2
自動車によるアクセス											
①商店街と周辺の道路網	-23.3	-47.1	8.7	-50.0	9.1	-28.0	-10.5	-18.8	-25.9	-20.0	-33.4
②駐停車規制	-54.4	-61.7	-34.8	-70.9	-45.4	-52.9	-73.7	-37.5	-51.9	-55.0	-69.1
③配達・荷下ろし規制	-33.0	-41.2	-30.4	-29.1	-27.3	-33.8	-36.8	-25.0	-40.8	-40.0	-33.3
駐車場											
①駐車場の標識	-17.5	-44.1	17.4	-12.5	-18.2	-14.7	-47.3	6.2	0.0	-15.0	-28.5
②駐車場の収容台数	-36.8	-38.2	-30.4	-29.1	-50.0	-33.8	-42.1	-43.7	-26.0	-45.0	-33.3
③駐車場の位置	-18.4	-32.4	0.0	-12.5	-22.8	-29.4	5.2	0.0	14.8	-30.0	-26.2
④駐車場の料金	-4.8	-8.8	4.4	-4.1	-9.1	-1.5	0.0	-25.0	0.0	-10.0	-2.4
公共交通によるアクセス											
①バスの利用のしやすさ	12.6	8.8	47.8	8.3	-13.6	0.0	26.3	50.0	25.9	-20.0	11.9
②駅からの歩きやすさ	30.1	8.8	39.2	50.0	31.8	29.4	52.6	6.3	-7.4	10.0	64.3
③タクシーの利用のしやすさ	16.5	20.6	26.1	20.8	-4.6	5.8	47.4	25.0	11.1	-15.0	26.2
<b>商店ミックス</b>											
生鮮食品の商店・売場の充実度											
①青果の商店・売場	-15.5	-41.2	30.5	-8.3	-31.8	-10.2	-36.8	-12.5	-29.7	-15.0	-4.8
②鮮魚の商店・売場	-30.1	-50.0	17.4	-37.5	-40.9	-25.0	-47.4	-31.2	-22.2	-25.0	-35.7
③精肉の商店・売場	-26.3	-38.2	13.0	-41.6	-31.8	-23.5	-42.1	-18.8	-33.3	-20.0	-30.9
④惣菜の商店・売場	-30.1	-58.8	8.7	-25.0	-31.8	-23.5	-47.4	-37.5	-33.3	-30.0	-21.5
食品スーパー・コンビニエンスストア・ドラッグストアの有無・充実度											
①食品スーパーの有無・充実度	8.7	-20.6	21.7	20.8	27.3	23.5	-31.6	-6.2	-18.5	15.0	28.6
②コンビニエンスストアの有無・充実度	18.5	-17.6	43.5	29.2	36.4	20.6	10.5	18.8	-3.7	25.0	35.7
③ドラッグストアの有無・充実度	14.6	-8.9	43.5	8.3	27.3	22.1	-5.3	6.2	-14.8	15.0	40.5
飲食サービスの商店の充実度											
①朝食のための飲食サービス店	-23.3	-50.0	-34.8	0.0	4.6	-28.0	-31.6	6.3	-44.5	-25.0	-9.5
②昼食のための飲食サービス店	11.6	-17.6	43.5	16.6	18.2	8.8	26.3	6.2	-11.1	15.0	23.8
③夕食のための飲食サービス店	-3.9	-26.5	8.7	4.2	9.1	-7.3	-5.3	12.5	-11.1	-5.0	2.3
④弁当・調理パン等持ち帰り食品店	-9.7	-35.3	17.4	4.1	-13.6	-13.2	-10.5	6.2	-14.8	5.0	-7.1
⑤喫茶の飲食サービス店	-17.5	-38.2	-8.7	-4.2	-9.1	-26.4	-10.5	12.5	-18.5	-15.0	-14.3
衣料品・身の回り品の商店・売場の充実度											
①若者層のファッション	-55.3	-58.8	-39.2	-50.0	-72.8	-72.1	-31.6	-12.5	-25.9	-70.0	-59.5
②ファミリー層のファッション	-38.8	-29.4	-34.8	-45.9	-50.0	-50.0	-10.6	-25.0	-11.1	-45.0	-52.4
③熟年層のファッション	-12.7	-8.8	13.1	-25.0	-31.9	-25.0	36.8	-18.8	7.4	-25.0	-19.1
住関連用品・趣味・教養用品等の商店・売場の充実度											
①家具・インテリア	-48.5	-55.9	-39.1	-50.0	-45.5	-54.5	-52.6	-18.8	-37.1	-60.0	-47.6
②家庭用品・生活雑貨	-41.7	-67.6	-21.7	-29.2	-36.4	-45.5	-42.1	-25.0	-44.5	-55.0	-33.3
③家電製品	-35.9	-53.0	-39.2	-25.0	-18.2	-35.3	-42.1	-31.3	-55.6	-25.0	-38.1
④書籍・各種ソフト	-32.1	-38.3	-34.8	-20.9	-31.9	-38.3	-10.5	-31.3	-33.3	-45.0	-23.8
⑤美容・健康サービス	-8.8	-32.4	4.4	12.5	-9.1	-11.8	5.3	-12.5	-11.1	-5.0	-4.8

## 都市商業の機能分析 ( )

評価項目(テーマ・カテゴリー等)	全体	人口20万未満	人口20万以上 50万未満	人口50万以上 100万未満	人口100万以上	近隣型商店街	地域型商店街	広域(超)型商店街	繁華街	一般住宅街	駅前
<b>大型店・専門チェーン店の有無・充実度</b>											
①大型店	-4.8	-14.8	-4.4	0.0	4.5	-7.4	-15.8	18.8	-7.4	0.0	-7.1
②専門チェーン店	-27.2	-30.3	-16.2	-6.0	-33.7	-40.0	-19.7	6.3	-22.2	-20.0	-28.6
<b>魅力・集客力ある個店の有無・充実度</b>											
①魅力ある独立小売店	-32.0	-50.0	-13.0	-25.0	-31.8	-45.6	-26.3	18.8	-18.6	-35.0	-33.4
②魅力ある独立飲食店	-43.7	-50.0	-39.2	-20.8	-63.6	-51.5	-42.1	-12.5	-33.4	-55.0	-45.2
<b>エンタテインメント・文化関連施設の有無・充実度</b>											
①映画館	-14.6	-17.7	-13.0	-8.4	-18.2	-16.2	-26.3	6.2	0.0	-25.0	-9.6
②美術館・劇場・ホール	-25.2	-26.5	-26.1	-33.3	-13.7	-26.6	-47.4	-6.2	-14.8	-25.0	-26.2
③図書館	-26.2	-26.5	-30.4	-29.1	-18.2	-19.1	-42.1	-37.5	-25.9	-20.0	-23.8
④スポーツ施設	-27.2	-35.3	-30.4	-12.5	-27.3	-20.5	-47.4	-31.2	-48.1	-20.0	-14.3
⑤アミューズメント施設	-23.3	-35.3	-21.8	-12.5	-18.2	-28.0	-42.1	18.8	0.0	-35.0	-28.6
<b>アメニティ</b>											
<b>街路の安全性・清潔性</b>											
①安全性	14.6	11.8	21.7	8.3	18.2	14.7	36.9	-12.5	3.7	15.0	11.9
②夜間の照明・明るさ	24.2	5.9	26.1	41.7	31.8	29.4	15.8	12.5	14.8	35.0	28.6
③街路の清掃状態	5.8	-5.9	39.1	-12.5	9.1	2.9	15.8	6.3	14.8	10.0	4.8
④ゴミ箱の利用のしやすさ	-3.1	-35.3	-13.0	-37.5	-36.3	-38.2	-15.8	-18.7	-18.5	-55.0	-26.2
<b>アメニティ施設</b>											
①トイレ	-42.7	-44.1	-30.4	-33.3	-63.6	-47.1	-47.4	-18.8	-44.5	-40.0	-38.1
②休憩所	-43.7	-41.2	-47.8	-37.5	-50.0	-42.6	-47.4	-43.8	-55.6	-35.0	-42.8
③託児所・乳幼児施設	-38.8	-41.2	-34.8	-37.5	-40.9	-30.9	-52.6	-56.3	-63.0	-40.0	-26.2
④家内所	-41.8	-44.2	-43.5	-29.2	-50.0	-35.3	-52.6	-56.3	-63.0	-45.0	-28.5
<b>コミュニティ・サービス機関の有無・充実度</b>											
①行政の窓口	-11.6	-11.7	-17.4	-8.3	-9.1	-5.9	-26.3	-18.8	-14.8	-15.0	-16.7
②集会施設	-13.6	-29.4	-13.0	-16.7	13.6	-13.2	-21.0	-6.2	-22.2	-5.0	-9.5
③福祉施設	-32.0	-41.2	-52.2	0.0	-31.8	-29.4	-47.8	-25.0	-48.2	-20.0	-28.6
④郵便局・金融機関	47.6	29.4	43.5	66.7	59.1	57.4	21.0	37.5	40.7	40.0	57.1
<b>街並み・デザイン</b>											
①街並み・デザイン	-33.1	-44.2	4.4	-50.0	-36.4	-41.2	-42.1	12.5	-29.7	-35.0	-28.6
②街路灯の外観	0.9	-20.6	17.4	12.5	4.5	5.9	-31.6	18.7	-18.5	35.0	0.0
③アーケードの外観	-4.9	-17.7	-4.4	4.2	4.5	-10.3	0.0	12.5	0.0	-5.0	-7.2
④カラー舗装・花壇・ベンチ	-16.5	-32.4	17.4	-33.3	-9.1	-26.4	-15.8	25.0	0.0	5.0	-33.3
⑤店舗の外観(商店街の装飾品)	-38.8	-58.8	-17.4	-41.6	-27.3	-42.7	-52.7	-6.3	-29.6	-25.0	-42.9
⑥店舗の外観(商店街の外観等)	-54.4	-61.7	-39.2	-54.1	-59.1	-64.7	-57.9	-6.3	-37.1	-65.0	-57.1
<b>プロモーション</b>											
①毎週・毎月のセール	-36.8	-52.9	-4.3	-58.4	-22.7	-38.2	-73.7	12.5	-37.1	-10.0	-52.3
②季節(中元・歳暮等)セール	0.0	-20.6	17.4	-4.2	18.2	-8.8	0.0	37.5	0.0	5.0	-2.4
③催事・イベントの頻度	5.9	-20.6	21.7	4.2	31.8	-7.3	10.5	56.3	26.0	0.0	-2.4
④スタンプやポイントカード	-23.3	-38.2	-4.4	-25.0	-18.2	-16.2	-47.4	-25.0	-51.9	-10.0	-14.3
⑤広告による情報発信	-39.8	-50.0	-30.5	-54.1	-18.2	-41.2	-47.4	-25.0	-48.2	-30.0	-42.9
⑥地元メディアからの情報発信	-16.5	-38.3	-8.7	-25.0	18.2	-30.9	-21.0	50.0	7.4	-20.0	-23.9
⑦商店街の営業時間	-47.6	-58.8	-39.1	-54.2	-31.8	-48.5	-52.6	-37.5	-59.3	-30.0	-47.7
<b>地域・社会活動</b>											
①文化活動への参加・協力	-54.4	-44.1	-43.5	-58.3	-77.3	-58.9	-47.3	-43.8	-63.0	-75.0	-50.0
②環境問題への取り組み	-29.1	-35.3	-30.4	-16.6	-31.9	-38.2	0.0	-25.0	-14.8	-45.0	-35.7

出所:全国商店街振興組合連合会、『商店街調査事業報告書』、2000年、24-54より作成。

アクセスには「徒歩によるアクセス」「自転車によるアクセス・駐輪場」「自動車にアクセス」「駐車場」「公共交通によるアクセス」があり、全体的にみて DI 値が高いのは「公共交通によるアクセス」ぐらいである。ただし、公共交通によるアクセス DI でも、駅からの歩きやすさは30.1とかなり満足度は高いが、タクシーの利用しやすさ、バスの利用しやすさはともにその半分の水準でそれほど満足度が高いとはいえない。属性別にみた場合、公共交通によるアクセスでバランスよく満足度が高いのは、人口20万以上50万未満、地域型商店街、駅前である。いずれにしても、ここでは駅からの歩きやすさの満足度が高いことは確認できる。

また、カテゴリー及び属性によるバラツキがかなりみられるものの、「徒歩によるアクセス」の DI 値は相対的に高い水準にある。特に、横断歩道の利便性 DI は43.7と高く、際立っている。属性別にみても、広域(超)型商店街 DI の68.7を頂点としてきわめて高い水準にあり、いずれも満足度が高いことを示している。なお、歩道の段差・舗装処理 DI もかなりの水準にあるのだが、属性によってはマイナス水準に落ち込んでいるため、必ずしも満足度が高いとは判断できない。

続いて、商店ミックスには「生鮮食品の商店・売場の充実度」「食品スーパー・コンビニエンスストア・ドラッグストアの有無・充実度」「飲食サービスの商店の充実度」「衣料品・身の回り品の商店・売場の充実度」「住関連用品・趣味・教養用品の商店・売場の充実度」「大型店・専門チェーン店の有無・充実度」「魅力・集客力ある個店の有無・充実度」「エンタテイメント・文化関連施設の有無・充実度」がある。全体的にみて DI 値がプラス水準にあるのは、「食品スーパー・コンビニエンスストア・ドラッグストアの有無・充実度」だけである。その中でも、コンビニエンスストアの有無・充実度 DI は人口20万以上50万未満で43.5、人口100万以上で36.4、駅前で35.7と30を上回るほど水準が高く、かなり満足度が高いことを示している。ただし、人口20万未満の小規模都市、繁華街では DI 値がマイナスとなっている。全体的にみるとこれよりさらに DI 値は低くなるが、ドラッグストアの有無・充実度も属性によってはそれなりに満足度が高いカテゴリーである。同じような傾向は、「飲食サービスの商店の充実度」における昼食のための飲食サービス店にみられる。

アメニティには「街路の安全性・清潔性」「アメニティ施設」「コミュニティ・サービス機関の有無・充実度」「街並み・デザイン」がある。ここでは、「街路の安全性・清潔性」に属するカテゴリーの DI 値が相対的に高くなっている。具体的にみると、夜間の照明・明るさ DI は24.2と高く、いずれの属性でもかなり満足度が高いことを示している。これに続き、安全性や街路の清掃状態 DI がプラス水準にあるものの、夜間の照明・明るさに比べると全体的に満足度は高くない。なお、これら3つのカテゴリーとも DI 値の高い属性は人口20万以上50万未満、地域型商店街、一般住宅街となり、中規模の商店街ほど街路の安全性・清潔性に対する満足度が高いと推測できる。

ここで特に注目しなければならないのは、「コミュニティ・サービス機関の有無・充実度」

における 郵便局・金融機関 DI が47.6ときわめて高いことである。属性でみた場合、その DI 値はさらに高くなり、人口50万以上100万未満で66.7、人口100万以上で59.1、近隣型商店街・駅前でおおよそ57.0である。いずれにしても、どのような商店街においても郵便局・金融機関の満足度が最も高いと断定でき、したがって現時点でこれらが商店街というコミュニティを支える最も重要な機能の一つであると解釈できる。

最後に、地域・社会活動には「文化活動への参加・協力」「環境問題への取り組み」があるが、いずれの DI 値もマイナス水準にあるため、あらためてここで論述する必要はない。

### ・ 商業者の自己評価による属性別都市商業機能の不満足度分析

前章は表7の商店街の属性別機能 DI 分析表から、それぞれの DI 値のプラス水準を比較検討することで都市商業機能の満足度を分析したが、これからはそれぞれの DI 値のマイナス水準を比較検討することで都市商業機能の不満足度を分析していきたい。

まずアクセスからみていくと、全体的にマイナス水準が高いのは「自転車によるアクセス」「自動車によるアクセス」「駐車場」であり、「徒歩によるアクセス」はさほどマイナス水準は高くない。特に、「自転車によるアクセス」と「自動車によるアクセス」はすべてのカテゴリーの DI 値でマイナス傾向が顕著である。前者では、自転車の駐輪のしやすさ DI がマイナス49.5、駐輪場の収容台数 DI がマイナス43.7、後者の 駐停車規制 DI にいたってはマイナス54.4ときわめて低い。その他、配達・荷下ろし規制 DI もマイナス33.0という低いレベルである。同じように DI 値がマイナス30を下回るカテゴリーは、「徒歩によるアクセス」の 商店街の地図・案内板、「駐車場」の 駐車場の収容台数である。これらを含め、ここで取り上げたカテゴリーはすべて不満足度がきわめて強いと判別できる。

ところで、属性別ではどのような傾向がみられるだろうか。ここでは、DI 値がマイナス40を下回りきわめて不満足度が強いカテゴリーを属性別に列挙してみたい。まず都市規模別では、人口20万未満は商店街の地図・案内板、商店街と周辺の道路網、駐停車規制、配達・荷下ろし規制、駐車場の標識、人口20万以上50万未満は自転車の駐輪のしやすさのみ、人口50万以上100万未満は歩行の障害物の規制、自転車通行の安全性、自転車の駐輪のしやすさ、商店街と周辺の道路網、駐停車規制、人口100万以上は自転車の駐輪のしやすさ、駐輪場の収容台数、駐停車規制、駐車場の収容台数となり、都市規模が小さいほどアクセスでもソフト的要素の不満足度が強く、都市規模が大きくなるほどハード的要素の不満足度が強くなる二極化の傾向がみられる。

同じくタイプ別では、近隣型商店街は自転車の駐輪のしやすさ、駐輪場の収容台数、駐停車規制、地域型商店街は歩行の障害物の規制、商店街の地図・案内板、駐輪場の収容台数、駐停車規制、駐車場の標識、駐車場の収容台数、広域(超)型商店街は駐車場の収容台数のみとなり、とちらかといえば地域型商店街でアクセスに対する不満度が強くなっている。

続いて立地別では、繁華街は駐停車規制、配達・荷下ろし規制、一般住宅街は自転車の駐

輪のしやすさ、駐輪場の収容台数、駐停車規制、配達・荷下ろし規制、駐車場の収容台数、駅前には歩行の障害物の規制、商店街の地図・案内板、自転車の駐輪のしやすさ、駐輪場の収容台数、駐停車規制となり、繁華街のアクセスに対する不満度は相対的に弱いことが判明する。特に、繁華街は他の施設の駐車場を共同利用できるため、駐車場に対する不満度が低いと考えられる。

商店ミックスに入ると、「生鮮食品の商店・売場の充実度」「衣料品・身の回り品の商店・売場の充実度」「住関連用品・趣味・教養用品の商店・売場の充実度」「魅力・集客力ある個店の有無・充実度」「エンタテインメント・文化関連施設の有無・充実度」はいずれもマイナス水準が全体的に高い。その中でも、「衣料品・身の回り品の商店・売場の充実度」「住関連用品・趣味・教養用品の商店・売場の充実度」「魅力・集客力ある個店の有無・充実度」のマイナス水準が相対的に高くなっている。カテゴリーレベルでみると、「衣料品・身の回り品の商店・売場の充実度」の 若者層のファッション DI がマイナス55.3とこれまでで最も低く、「住関連用品・趣味・教養用品の商店・売場の充実度」の 家具・インテリア DI がこれに続きマイナス48.5、同じく 家庭用品・生活雑貨 DI がマイナス41.7、さらに「魅力・集客力ある個店の有無・充実度」の 魅力ある独立飲食店 DI もマイナス43.7といずれもマイナス40を下回り、旺盛な購買力を持つ若者やファミリー層を惹きつけるような魅力ある業種構成には程遠い結果となっている。

アクセスと同じく、属性別に分析していくと、人口20万未満は青果・鮮魚・惣菜の商店・売場、朝食のための飲食サービス店、若者層のファッション、家具・インテリア、家庭用品・生活雑貨、家電製品、魅力ある独立小売店・飲食店、人口20万以上50万未満は該当なし、人口50万以上100万未満は精肉の商店・売場、若者層・ファミリー層のファッション、家具・インテリア、人口100万以上は鮮魚の商店・売場、若者層・ファミリー層のファッション、家具・インテリア、魅力ある独立飲食店となり、いずれも専門量販店が強いカテゴリーばかりであり、ほとんど都市規模に関係なく競争劣位に陥り不満足度が強くなっている。同じことはタイプ別の近隣型商店街、地域型商店街でもいえるし、立地別の繁華街、一般住宅街、駅前でもいえる。例外に、広域(超)型商店街はこうした傾向がそれほど顕著ではない。

もう一つ注視すべきは、地域型商店街の「エンタテインメント・文化関連施設の有無・充実度」のマイナス水準が相対的に高いことである。カテゴリーでみると、映画館 DI はマイナス26.3とそれほどでもないが、美術館・劇場・ホール DI (マイナス47.4)、図書館 DI (マイナス42.1)、スポーツ施設 DI (マイナス47.4)、アミューズメント施設 (マイナス42.1) がいずれもマイナス40を下回っている。地域型商店街がエンタテインメント・文化施設の郊外移転のあおりを最も強く受け、その結果として不満足度が高いものと考えてよさそうである。

アメニティに目を転じると、「アメニティ施設」「街並み・デザイン」は全体としてマイナス傾向が色濃く出ている。特に、「アメニティ施設」は トイレ DI (マイナス42.7)、休



憩所 DI (マイナス43.7)、 託児所・乳幼児施設 DI (マイナス38.8)、 案内所 DI (マイナス41.8) とマイナス40前後と、不満足度がきわめて強くなっている。かつては商業者とお客との人間関係が濃密であり、商店街は特別アメニティ施設を整備しなくても店先であるいは母屋でこうした機能を果たすことはできたかもしれないが、今となってはきちんと施設整備をしないと、快適な空間が用意されているショッピングセンターなどにお客が流出してしまい、商店街にノスタルジーと不満足度だけが蓄積されている状況を如実に物語っている。なお、こうした傾向は都市規模、タイプ、立地にかかわらずすべての商店街でみられ、さきほどの満足度分析でみた安全性や夜間の照明・明るさ、さらには郵便局・金融機関など商店街のプラス評価を否定してしまうほどのインパクトを持っている。

プロモーションでは、商店街の営業時間 DI がマイナス47.6、 広告による情報発信 DI がマイナス39.8、 毎週・毎月のセール DI がマイナス36.8とマイナス水準は高い。現状をみる限り、やりたくてもコストが掛かり、継続性が求められるプロモーションの不満足度が強いのは頷けよう。また、地域・社会活動の 文化活動への参加・協力も同様である。

## ． おわりに

今、都市商業は自らが提供する機能の強みと弱みを冷静に分析し、自らがどのような機能を強化すべきか、あるいはどのような機能を見直していくべきかを鮮明にしなければ生き残れないほど、大変厳しい状況にある。

第2章でも述べたとおり、元来、都市商業は単なる「買物ができる場」という商業空間だけでなく、「暮らしの場」「交流の場」「安らぎの場」「憩い・休息の場」「リフレッシュの場」など、いわゆる生活空間でもあり、ここではモノやサービスを購入したり利用したりするだけでなく、快適さ・楽しさ・安心さを即時・同時・便利・安全・日常的に得られるきわめて貴重なコミュニティであったはずである。

ところが、大変残念であるが、今、都市商業が提供している機能はその一部は依然として高く評価され支持されているものの、その多くは相対的に低下・停滞し、あまり評価されなくなり支持されなくなってしまっており、生活空間としてだけでなく、本来の商業空間としても利用されなくなっている。もう少し露骨に言えば、都市商業は今、消滅の危機にあるといえよう。それだからこそ、都市商業は今後とも存続していくために、一刻も早く自らの機能分析を行い、依然として高く評価されている機能をさらに強化していくか、低下・停滞しあまり評価されていない機能を再生させていくか、まったく新しい機能を創出していくのか選択し、それを速やかに実行し、継続的に評価されるように努めなければならない。その意味で、本稿でも活用させてもらった全国商店街振興組合連合会『商店街調査事業報告書 商店街自己診断シートを利用した商店街調査』は、時間との戦いでもある都市商業の機能分析を行うにあたって有効な手段を提供してくれている。したがって、より多くの都市商業でこの自己診断シートを利用した機能分析が行われることを熱望している。

第3・第4章は、都市商業のメインキャストでもある商店街全体の機能分析をこの報告書で採用されていないDI分析を加味しながら行ったものであり、その結果を大まかに整理したのが表8である。現時点で、商店街が提供している機能で満足できているのはごく僅かである。一方、不満足感がきわめて強くでているのは、アクセスの商店街の地図・案内板、自転車の駐輪のしやすさ、駐輪場の収容台数、駐停車規制、配達・荷下ろし規制、駐車場の収容台数、商店ミックスの鮮魚・惣菜の商店・売場、若者層・ファミリー層のファッション、家具・インテリア、家庭用品・生活雑貨、家電製品、書籍・各種ソフト、魅力ある独立小売店・飲食店、アメニティのトイレ、休憩所、託児所・乳幼児施設、案内所、福祉施設、街並み・デザインの街並み・デザイン、店舗の外観(商店街の装飾品・外観等)、プロモーションの毎週・毎月のセール、広告による情報発信、商店街の営業時間、地域・社会活動の文化活動への参加・協力など、あらゆる分野に及んでいる。ただし、これらの分析結果はあくまでも商店街全体を対象としているのであって、このような状況にあっても属性ごとにもう少し詳細に分析していくと、属性によって一長一短があることも明らかとなってくる。

表8 商店街機能の満足度・不満足度分析結果

テーマ	満足度が高いカテゴリー	不満足度が高いカテゴリー
アクセス	横断歩道の利便性/駅からの歩きやすさ	商店街の地図・案内板/自転車の駐輪のしやすさ 駐輪場の収容台数/駐停車規制/配達・荷下ろし規制 駐車場の収容台数
商店ミックス		鮮魚・惣菜の商店・売場/若者層・ファミリー層のファッション/家具・インテリア/家庭用品・生活雑貨/家電製品/書籍・各種ソフト/魅力ある独立小売店・飲食店
アメニティ	郵便局・金融機関	トイレ/休憩所/託児所・乳幼児施設/案内所/福祉施設
街並み・デザイン		街並み・デザイン/店舗の外観(商店街の装飾品・外観等)
プロモーション		毎週・毎月のセール/広告による情報発信/商店街の営業時間
地域・社会活動		文化活動への参加・協力

備考:満足度が高いカテゴリーはDI値がプラス30以上、反対に不満足度が高いカテゴリーはDI値がマイナス30以下のものと定義している。これら以外にDI値がプラス・マイナス30付近にあるカテゴリーは結構多いが、ここでは取り上げないものとする。

出所:表7と同じ。

ともかく、都市商業は速やかに、そして継続して自らの機能分析に取り組み、その都度しっかり機能している部分をさらに充実させるか、あまり機能していなくても比較的早く再生できる部分があればそれを再生させるか、まったく機能していないものであっても創出しなければならぬ場合はいかに大きなコストが掛かってそれを創出させていくかを判断しなければ、今後存続はさらに難しくなっていくであろう。もちろん、そのためには都市商業の組織活動が円滑に、継続的に、革新的に行われていなければならない。その検証も必要であるが、それについては別稿で取り上げている。



最後に、都市商業の現状と課題を究明するためには、繰り返しになるが「商店街自己診断シート」を利用した調査が効果的である。今回、これらの調査結果の利用について全国商店街振興組合連合会の承諾を得ているが、機能 DI による満足度・不満足度の分析結果及びこれらの解釈はすべて筆者独自のものであることをここでお断りしておきたい。そして今後とも、この調査が広範囲で、継続的に実施されることを願って止まない。

#### 参考文献

- 全国商店街振興組合連合会、『商店街調査事業報告書 商店街自己診断シートを利用した商店街調査』、2000年。
- 流通政策研究所、『平成12年度商店街実態調査報告書』、2000年。
- 伊藤重男、『現代都市商業の活性化戦略』、中部日本教育文化会、2000年。
- 中心市街地活性化研究会、『中心市街地活性化戦略 地球環境時代の都市像を求めて』、ケイブン出版、1998年。
- 商店街情報センター、『商店街通信』、第39号、1998年。
- 久保村隆祐・流通問題研究協会、『第二次流通革命』、日本経済新聞社、1996年。
- 『日経流通新聞』、2001年 9 月20日付け。
- 同上書、1998年 5 月26日付け。