

商店街に対する消費者ニーズの分析 —商店街の公益的機能に着目して—

桑原 寿珠

1. はじめに

1.1 研究背景

商店街について明確な定義は存在していないが、一般的には自然発生的に小売業やサービスが集まり発展した商業集積のことを指す。なお、経済産業省の商業統計では、小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が密接して30店舗以上あるものを一つの商店街として扱っている[1]。

近年、日本各地では、郊外の大規模店の出店増加に伴い、中心市街地の空洞化や商店街の衰退が課題となっている。令和3年度中小企業庁商店街実態調査報告書によると、最近の商店街の景況として、『繁栄している（「繁栄している」および「繁栄の兆しがある」）』と評価する商店街は4.3%である一方、『衰退している（「衰退している」および「衰退の恐れがある」）』と評価する商店街は67.2%、「まあまあである（横ばいである）」と評価する商店街は24.3%である。また、空き店舗率と商店街数の分布では、空き店舗率が10%を超える「シャッター通り商店街」と称される商店街は全体の43.3%を占め、空き店舗の今後の見込みについては、「増加する」と評価する商店街は約5割を占める等、商店街の衰退が読み取れる[2]。

1.2 まちづくり三法

まちづくり三法とは、「大規模小売店舗立地法（大店立地法）」、「中心市街地活性化法」、「改正都市計画法」の三つからなる法律のことである。この法律は、大規模小売店舗法（大店法）の廃止に伴い、大規模店の郊外への出店が加速したことを受けて中心市街地の空洞化を抑制する目的で1998年～2001年にかけて整備された法律である。中心市街地の空洞化はその後ますます進み、まちづくり三法は期待した効果が挙げられなくなったことや、少子高齢化の進展、商業施設・病院等の公共施設の郊外移転により、中心市街地における空き店舗、未利用地の増加といった中心市街地活性化を取り巻く環境の変化や今後の社会情勢の変化を踏まえ、2006年に「中心市街地活性化法」と「改正都市計画法」の改正、2014年に再度「中心市街地活性化法」の改正が行われている。なお、これら過去2度の改正で「街なか居住」や「都市福利施設の整備」等の支援措置、「コンパクトシティの実現」に関する項目が追加されている[3]。

1.3 商店街の役割の変化

従来、地域住民の買い物の場を提供するのが商店街の役割であったが、自動車の普及や共働き化によるワンストップショッピング需要の高まり等から、買い物の場が商店街から郊外大型店へと変化した。

その一方で、経済産業省地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会『地域コミュニティにおける商業機能の担い手である商店街に期待される新たな役割～「商店が集まる街」から「生活を支える街」へ～地域の既存ハード（商店街等）の利活用最適化に関する中間とりまとめ』では、交通インフラの脆弱化や高齢者支援の必要性の高まり、働き方改革の制約ともなりうる保育支援機能の不足、コミュニティの希薄化等の社会課題に対し、商店街にはコミュニティの生活支援や人との触れ合いの場、他者との心通うコミュニケーションの場といった機能や役割が期待されていることや、今後の商店街は地域コミュニティや地域住民が期待する多様なニーズに応える場として、地域にとってなくてはならない存在であり続けられるよう、「買物の場」から「多世代が共に暮らし、働き、交流する場」へと自己変革していくことが求められていること等が述べられている[4]。

桑島（2013）[5]は、「商店街には公共的役割が期待される。たとえば、商店街イベント、街路灯のLED（発光ダイオード）照明化、防犯カメラやAED（自動体外式除細動器）の設置、食育や教育機能、子育て・高齢者支援などこうした公共的役割の効果は金銭的な数字では測れない。しかし、これに前向きに対応していくことこそが、商店街の重要な役割である。」と述べている。このことから、商店街は、買い物の場としての商業的役割だけではなく、公共的な役割も期待されている。

本研究では、商店街が持つ商業機能や公共施設等の立地、防犯防災面や子育て・高齢者支援、歴史文化の継承、交流の場やコミュニティの担い手として地域に対して貢献するといった機能を統合して商店街の持つ公益的機能と定義する。

2. 研究目的

研究背景より、商店街の衰退には中心市街地の空洞化や地域コミュニティの変化、消費者ニーズの変化への対応の遅れ等が要因として推測される。そこで、今後商店街に対してますます期待されると予測される商店街の持つ商業的機能だけでなく、公益的機能

についての消費者ニーズの現状を明らかにし、商店街をはじめとする中心市街地活性化のための方策を探ることを本研究の目的とする。

3. 先行研究

新名ら(2006)[6]は、商店街と消費者それぞれにアンケート調査を行い、調査結果をもとに商店街の提供するサービスと消費者ニーズ、行政の取り組み状況の比較検討を行った。商店街は外部環境や内部環境の変化を大きな課題とする一方、消費者は駐車場の整備や商店街の魅力、商店サービスに対する問題意識が高いこと、行政は土地地区画開発を実施していることを明らかにした。このことから、中心市街地活性化における課題として、商店街とそれに関わる行政、消費者との間の中心商店街の停滞に関する問題意識の相違を挙げ、各主体間でコンセンサスが形成されていないことを指摘している。

宇野ら(2021)[7]は、上田市中心市街地に位置する原町一番街商店街を事例に、市民アンケートの結果や人口増減率、店舗立地等から、現状と課題の分析を行った。結果、高齢者の人口が増加しており、市民のニーズとしても高齢者が住みやすいまちづくりを求めているにもかかわらず、実際に立地する原町商店街の業種は衣料品店が中心で、安価な生鮮食品等の最寄品を取り扱う店舗が少ない等、市民ニーズとの間にミスマッチが見られることを明らかにした。

木下ら(2008)[8]は、地域住民の地域内での居場所のニーズを明らかにするために、15歳以上の地域住民を対象に「自由な時間を過ごす場所」についてアンケート形式による調査・分析を行い、自宅以外の選択場所として、15歳以上24歳以下の若年層は娯楽施設や商業施設の選択率が高く、公共施設の選択率が低いこと、25歳以上64歳以下の中間層は商業施設の選択率が高く、その他は3割程度であること、65歳以上の高齢層は公民館等の身近な公共施設の選択率が高く、商業施設の選択率が低いこと、施設の選択要因は施設サービスよりも場所における人間関係やアクセスが重視されること等を明らかにした。

4. 本研究の新規性と仮説

4.1 新規性

先行研究から、商店街の課題の一つとして商店街のサービスや取り組みと消費者のニーズにミスマッチがあることや、地域住民の自由な時間の地域内での施設選択は明らかになっているが、具体的な消費者が必要としている施設やサービス、店舗については明らかになっていない。また、先行研究では商店街に対する消費者ニーズの研究では商業機能のみに着目したものが多い。

そこで本研究では、商店街の持つ商業的機能だけでなく、公益的機能やコンパクトシティとしての機能面

に着目した調査を行い、年齢層や消費者個人の価値観によってニーズに違いがあるのかを明らかにすることを新規性とする。

4.2 仮説

上記のことを踏まえ、以下の3つの仮説を立てた。

仮説1: 商店街並びに中心市街地においては店舗の充実や経済面や交流面での活気(にぎわい)が望まれているのではないかと。

仮説2: 若年層ほど商業施設への需要は高く、高齢層ほど公共施設の需要は高いのではないかと。

仮説3: 商店街の持つ商業的機能と公益的機能のどちらも重視する層と商業機能または公益的機能の片方をより重視する層では商店街を起点とした中心市街地のコンパクトシティ化に対する必要性の度合いに差があるのではないかと。

5. 調査概要

5.1 調査方法

上記の仮説を検証するため、本研究では回答者の傾向をつかむことが可能である5件法中心としたアンケート調査を実施した。

調査期間: 2024年12月9日~2024年12月31日

調査方法: セルフ型webアンケートツール「Freeasy」とGoogleフォームを用いたアンケート調査

調査対象: 10代~80代の男女

5.2 調査内容

本研究では、調査項目として以下の内容についてアンケートを実施した。

問1 性別(男性/女性)

問2 年齢

問3 調査対象者自身がイメージする身近な商店街の種類(近隣型/地域型/広域型)

問4 中心市街地・商店街に対する印象

問5 中心市街地・商店街に必要なと思うもの

(広場/防災・防犯機能/駐車場/にぎわい/他者との交流の場/子育て・高齢者支援/新規出店・魅力的・多様な店舗/公共施設)

問6 商店街にあったほうがいいと思う店舗

(食料品(肉・野菜・魚を中心に扱う店)/家具・家電・時計を取り扱う店/飲食店/娯楽施設/書店/喫茶店/オフィススペース/インターネットカフェ/専門店/薬局・薬店/その他)

問7 商店街周辺・中心市街地にどんな施設があったほうがいいか

(行政窓口/保健医療施設(病院)/保育所・児童館等の福祉施設/図書館/生涯学習施設/交流センター等の集会所/郵便局/銀行/交番/公園・広場/その他)

問8 中心市街地や商店街周辺においてコンパクトシティ化は必要であるか

問9 商店街や中心市街地において商店街と公共施設の利用しやすさのどちらを重視するか
問10 商店街をはじめとする中心市街地活性化に必要なもの(自由記述)

問4は、「活気がある・元気な印象」、「やや活気がある・やや元気な印象」、「どちらともいえない」、「やや閑散としている・やや暗い印象」、「閑散としている・暗い印象」といったリッカート尺度による5段階評価

問5・問8は、「必要」と「必要でない」を両端にとったリッカート尺度による5段階評価

(解釈を容易とするため、分析では「必要である」を5、「必要でない」を1とした)

問6・問7は複数選択式

問9は「商業施設を重視する」と「公共施設を重視する」を両端にとったリッカート尺度による5段階評価

6. 分析

6.1 調査結果

有効回答件数は150件であった。年代、性別の内訳は下記の表1のとおりである。

表 1 男女年代別内訳

	男性	女性	合計
10代	10	10	20
20代	11	11	22
30代	11	11	22
40代	11	11	22
50代	11	11	22
60代	11	11	22
70代以上	10	10	20
計	75	75	150

問1中心市街地・商店街に対する印象については、「活気がある・元気な印象」と回答した方は18.7%,「やや活気がある・やや元気な印象」と回答した方は18.0%,「どちらともいえない」と回答した方は18.7%「やや閑散としている・やや暗い印象」と回答した方は26.0%,「閑散としている印象・暗い印象」と回答した方は18.7%であった。

6.2 仮説1の分析

「商店街並びに中心市街地においては店舗の充実や経済面や交流面での活気(にぎわい)が望まれているのではないか。」という仮説を検証するために問5の各質問項目の5段階評価の平均値、最頻値、中央値の比較を行った。結果は、必要度の平均値が高い順から、「駐車場」、「にぎわい」、「防犯防災機能」、「新規・魅力的・多様な店舗」、「イベント」、「公共施設」、「広場」、「子育て・高齢者支援」、「他者との交流の場」であった。

「にぎわい」、「新規・魅力的・多様な店舗」は必要度の平均値としては比較的高い値をとっている一方で「他者との交流の場」の必要度の平均値は低いことから、仮説1は一部支持された。

なお、問5の各値の結果は以下の表2のとおりである。

表 2 問 5 の結果

	平均値	中央値	最頻値	標準偏差
Q5-3 駐車場	4.20	4	5	0.920
Q5-4 にぎわい	4.13	4	5	0.985
Q5-2 防犯防災機能	4.06	4	5	1.044
Q5-8 新規・魅力的・多様な店舗	3.99	4	4	0.930
Q5-7 イベント	3.83	4	4	0.944
Q5-9 公共施設	3.74	4	4	0.923
Q5-1 広場	3.52	4	4	1.034
Q5-6 子育て・高齢者支援	3.50	4	3	1.022
Q5-5 他者との交流の場	3.39	3	3	0.988

6.3 仮説2の分析

「若年層ほど商業施設への需要は高く、高齢層ほど公共施設の需要は高いのではないか」という仮説を明らかにするため、24歳以下を若年層、65歳以上を高齢層とし、問9において「商業施設を重視する」を5、「公共施設を重視する」を1として、需要に差があるかを明らかにするためにマンホイットニーのU検定を行った。結果、両側p値は0.4648と有意水準5%を上回るため帰無仮説を棄却できない。そのため、「若年層ほど商業施設への需要が高く、高齢層ほど公共施設の需要は高い」という仮説は支持されなかった。

6.4 仮説3の分析

「商店街の持つ商業的機能と公益的機能のどちらも重視する層と商業機能または公益的機能の片方をより重視する層では商店街を起点とした中心市街地のコンパクトシティ化に対する必要性の度合いに差があるのではないか。」という仮説を検証するため、問9で「商業施設を重視」または「公共施設を重視」と回答した方を「片方をより重視」のグループ、問9で「3.どちらも重要である」と回答した方を「どちらも重視」のグループとし、問8においてコンパクトシティ化の必要度の高さに差があるのかを明らかにするためにt検定を行った。「どちらも重視」の平均値は3.56,「片方をより重視」の平均値は3.98,両側p値は0.036であり、有意水準5%を下回るため帰無仮説は棄却され、対立仮説が採択された。以上のことから、仮説3は支持された。

7. 考察

本研究の目的は、商店街の持つ商業的機能や公益的機能、コンパクトシティとしての機能面に着目した消費者ニーズを明らかにすることであった。

仮説1については、中心市街地・商店街周辺において、「にぎわい」、「新規・魅力的・多様な店舗」の需要はあるが、「他者との交流の場」への需要は比較的低いことが明らかになった。このことから、地域としての活気が中心市街地及び商店街に求められている一方で、消費者個人としては他者との交流に対して消極的となっているのではないかと考えられる。他者との交流の場への需要の低さは現代社会の課題である繋がり希薄化の表れとも考えられることから、商店街が他者との交流の場としての機能を持つことそのものに価値があるのではないかと考える。また、これらの他に特に必要度の高かった要素として、「駐車場」や「防犯防災機能」へのニーズが高かった。このような結果か

ら、特に地方在住者等の車での移動がメインとなる人にとって駐車場の少なさが商店街周辺や中心市街地の利用を妨げる要因となっていることや、地方商店街や中心市街地の存在に防犯・防災等の役割を期待していることが推測される。

仮説2については、若年層と高齢層で有意差がみられず、高齢層と若年層で施設需要の傾向に差があるとはいえないという結果になった。若年層と高齢層のそれぞれの回答に着目したところ、若年層と高齢層共に商業施設への需要が高いことがわかった。また、どの年代層においても商業施設の需要の方が高かった。このことから、中心市街地及び商店街では年齢層に関わらず買い物の場である商業施設の重要度が高いことが推測される。

仮説3については、商業的機能と公益的機能のどちらも重視する層と商業機能または公益的機能の片方をより重視する層では、コンパクトシティ化に対する必要性の度合いに対して有意差がみられた。しかし、平均値は「どちらも重視」よりも「片方をより重視」の方が高いという結果となった。このことから、商業施設と公共施設の両方を重視することとコンパクトシティ化への必要性は必ずしも関係があるとは言えないのではないかと考えられる。しかし、問9のコンパクトシティ化の必要かという問いに対して「どちらともいえない」と回答した割合が高かったこともあるため、正しい分析が出来ていない可能性もある。

全体の調査を通じて、商業的機能やにぎわいだけでなく、治安維持の観点から、商店街の存在そのものに価値があることが推測される。また、中心市街地及び商店街における消費者ニーズとして、商業的機能としては、食料品をはじめとする最寄品を取り扱う店舗や飲食店が挙げられ、公益的機能としては、公的窓口等の定期的に利用される施設、公共交通機関や周辺道路並びに駐車場等の整備を通じたアクセスの良さの向上等が挙げられるのではないかと考えられる。また、これらの実現のためには、商店街と行政が連携し、消費者ニーズの変化に対応した柔軟な変革をしていく必要があるのではないかと考える。

8. 今後の課題

本研究における課題は2点挙げられる。

1つ目はアンケート調査の行い方についてである。本研究ではアンケート調査を行ったが、「あったほうがいいのかと思うものはどれか」という問いに対して、回答者が「無いよりかはあったほうがいいのか」という消極的な思考での選択があった可能性が考えられる。さらに、「どちらともいえない」等の中立的意見への回答が多く、一部の調査項目の結果の解釈に影響を与えた可能性が考えられる。そのため、アンケート調査を行う上で消費者の価値観をより正確に把握するためには、順位付けや上位3つまで等の制限を設けるべきであっ

たのではないかと考えられる。

2つ目は、普段から商店街を利用する人や中心市街地に居住する人への調査ができなかったことである。今回のアンケートの回答者の多くが、自由記述の内容から察するに自動車移動がメインであることは伺えたが、質問項目で普段の利用頻度や居住地については触れていなかった。ここでの差が、商店街や中心市街地へのニーズやコンパクトシティ化に対する価値観等に差を生む可能性を排除できないため、それらの項目にも着目する必要があると考える。

以上の点を今後の課題とする。

謝辞

ご多忙の中、本研究に対するアンケート調査にご協力して下さった全ての皆様に厚く御礼申し上げます。

参考文献

- [1] 中小企業庁,小売商業対策によくある質問.https://www.chusho.meti.go.jp/faq/faq/faq22_kouri.html
- [2] 中小企業庁,令和3年度商店街実態調査 https://www.meti.go.jp/medi_lib/report/2021FY/000009.pdf
- [3] 国土交通省,中心市街地活性化法の改正について https://www.mlit.go.jp/crd/index/handbook/2021/2021tyukatuhandbook_1.pdf
- [4] 地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会, 地域コミュニティにおける商業機能の担い手である商店街に期待される新たな役割～「商店が集まる街」から「生活を支える街」へ～地域の既存ハード(商店街等)の利活用最適化に関する中間とりまとめ https://www.meti.go.jp/shingikai/sme_chiiki/jizoku_kano/pdf/20200623_01.pdf
- [5] 桑島俊彦,「カギは個店とリーダー育成～「TOKYO キラリと光る商店街」～」,『商店街ニュース』2013年6月号,東京都商店街ホームページ http://www.toshinren.or.jp/jirei/jirei_325.html,境新一,「日本の商店街活性化に関する課題と展望—東京都世田谷区を中心にタウンマネジメントの視点からの考察—」,成城・経済研究第205号,2014年7月,p.13-54.<https://www.seijo.ac.jp/pdf/faeco/kenkyu/205/205-sakai.pdf> より引用
- [6] 新名阿津子,原田典子,田上健一,小林達也,「茂原市における中心市街地活性化への課題」,2006,地域研究年報 28,p.25-60.<https://www.geoenv.tsukuba.ac.jp/~chicho/nenpo/28/02.pdf>
- [7] 宇野広樹,石井久美子,「地方中心商店街における現状と課題—長野県上田市うえた原町一番街商店街を事例に一」,地域研究年報 43.2021,p.31-43.<https://www.geoenv.tsukuba.ac.jp/~chicho/nenpo/43/03.pdf>
- [8] 木下誠一,矢部亮,今井正次,「居場所としての地域公共施設のあり方に関する研究—三重県における居場所選択特性と地域差—」,2008年6月,日本建築学会計画系論文第73巻第628号,p1205-1212.https://www.jstage.jst.go.jp/article/aija/73/628/73_628_1205/pdf-char/ja