

「商店街活性化のキー・ポイント」（しんきん経営情報5月号）
全国商店街振興組合連合会理事長桑島俊彦

景気が回復してきたといわれるが、中小企業や地域経済においては、依然厳しい状態が続いており、商店街にも景気回復の実感はない。大型店や専門量販店に客足を奪われ、大都市の目抜き通りでさえ、大半の店が閉店している。シャッター通りが増加中だ。崖っぷちまで追い詰められているだけに、全国の商店街は一刻も早く活性化を進めなければならない。そこで、鳥山駅前通り商店街の再生を成功させ、さらに全国の商店街の活性化に向けた活動を精力的に行っている全国商店街振興組合連合会の桑島俊彦理事長に話を伺った。

1) 中心市街地を荒廃させた「まちづくり三法」が改正へ

中小企業庁は数年ごとに、全国の商店街を対象にアンケート調査し、「商店街実態調査報告書」をまとめている。その平成15年版(2003年版)を見ると、「繁栄している」と回答した商店街は、全体のわずか二・三%。それ以外は、「停滞している」か「衰退している」と回答しており、厳しい現実が数字となって表れている。デフレはいまだ続いており、商店街等に店を構える中小小売業者は、厳しい価格競争、売上不振に悩んでいるのが現状だ。後継者難のために閉店する店が相次ぎ、空き店舗となって商店街に暗い影を落とす。百貨店や大型スーパーといった核店舗までが撤退し、中心市街地の空洞化は、もはや歯止めのかからないところまで来てしまった。

何がこうした事態を招いたのだろうか。最大の要因は1998年の規制緩和にある。同年に大店法(大規模小売店舗法)が廃止され、中心市街地の活性化を目的とする「まちづくり三法」(大店立地法、中心市街地活性化法、改正都市計画法)が施行された。大型店の出店

規制が緩和されたため、中心市街地から離れた郊外に、超大型店が続々と進出する結果となり、商店街の衰退にますます拍車がかかった。三法制定から今年で八年目になるが、期待された効果はまったく上がらず、中心市街地は活性化するどころか、一段と空洞化が進んでしまった。

市場万能主義は行き過ぎると、地域の伝統や文化の継承を困難にするなど、地域コミュニティを崩壊に導き、治安の悪化をもたらす。また、高齢者に生活の不便を強いるなど、地域にさまざまな社会問題も引き起こす。大規模な農地転用や無秩序な郊外開発は、良好な耕作地を奪うことになり、食糧自給を妨げ、田園の美しい景観が失われるといった環境問題にもつながっているのだ。

悪法といわれ続けたまちづくり三法だが、中小企業四団体(日本商工会議所、全国商工会連合会、全国中小企業団体中央会、全国商店街振興組合連合会)が一つになって、政府に働きかけたこともあり、ようやく改正の運びとなりそうだ。

改正のポイントは、「述べ床面積が一万㎡を超える大規模集積施設は、商業地域、近隣商業地域、準工業地域(三大都市圏、政令指定都市を除く)に立地すること」。その目的は、農地転用による大型店の郊外出店に規制をかけ、商業地に大型店を呼び戻すことにある。この改正案は、昨年12月に与党合意がなされ、今年2月に閣議決定された。3月から通常国会で審議されている。改正法の施行後は、無秩序な郊外大型店の出店にブレーキがかかり、商店街の中小小売業者もひと安心できることだろう。

2) チェーン店の商店街組織加盟が広がる

一見空き店舗もなく、にぎやかで繁盛している商店街も、店舗をよく見ると昔と少し様子が変わっている。大手資本のチェーン店がいかに増えたことか。売上不振で自店の商売をあきらめた店主

が次々と店を畳み、チェーン店に店舗を賃貸している。ドラッグストア、ファーストフード店、携帯電話店など、どこにでもある見慣れた看板が並び、その街が本来持っていた独自性がどんどん失われつつある。

商店街にチェーン店が増えたことで、大きな問題を抱えることになった。チェーン店は、商店街組織に加入しようとしなない。組合費や会費も払わなければ、イベントにも協賛しない、手伝いの人も出さないのだ。それでは困ると、チェーン店の店長に掛け合っても、「本部の方針」の一点張りで話にならない。著者が化粧品店「新生堂」を出店している、鳥山駅前通り商店街(えるもくろ)東京都世田谷区)でも、そうした状況は同じだった。

商店街の道路、街路灯、舗道、アーケードなどを整備したのは、その街の先人たちである。もちろん行政から補助金を受けているが、それ以外の自己負担分については、各店が共同でお金を借り、連帯保証して一〇年、二〇年とローンを返済している。しかし、チェーン店の組織商業者は、街のインフラが整ったあとに進出してきて、商店街にまったく協力しようとしなない。商店街への負担ゼロで商売をしている。また、イベントに協賛しないのに、イベント当日は集まったお客の利用で、チェーン店が繁盛しているのだから皮肉だ。

私は三年前に全国商店街振興組合連合会の理事長に就任した時から、このチェーン店の問題に真剣に取り組み、解決策を探ってきた。地元である世田谷区に何度も掛け合い、2004年4月1日、以下の内容の区条例を制定してもらったのだ。「商店街において小売店等を営む者は、商店街の振興を図るため、その中心的な役割を果たす商店会への加入等により相互に協力するよう務めるものとする。商店街において小売店等を営むものは、当該商店街が地域の核としてにぎわいと交流の場となるのに資する事業を商店会

が実施するときは、応分の負担等を行うことにより当該事業に協力するよう務めるものとする。」(原文のまま)。

条例制定後、鳥山駅前通り商店街に出店しているチェーン店の本部を訪ね、お願いに回った。そこでわかったのは、本部の担当者は商店街のハード整備などは、すべて役所が税金でまかなっていると勘違いしていたことだ。しかし、私が、商店街振興組合の事業計画書、事業報告書、決算書など、書類一式を用意して説明すると、先方も「わかりました。条例ができたからには協力しましょう」と言ってくれた。

セブニーイレブン、ローソンといったコンビニ店、飲食では、マクドナルド、モスバーガー、牛角、このあたりは、本部からのトツプダウンでなんなく協力してくれた。鳥山駅前通り商店街だけでも、新たに三〇店が振興組合に加盟。世田谷区全体では、一年半で七八五店もの新規加盟があり、そのうちチェーン店が四割を占めている。加盟店が増えると、それだけ商店街組織の財政基盤が安定し、商店街活動にプラスに働くことは間違いない。

世田谷区が口火を切ったこの条例は、東京都港区、練馬区、杉並区、千葉県柏市、習志野市などでも制定された。

商店街組織加入促進の取組みは、条例制定とそれ以外の方法を含めて、現在、東京近郊の二二区市にまで広がっている。私はこれを全国に普及させるため、広報活動に励んでいる。各地の商店街の方々もボトムアップの精神で、ぜひ地元自治体に要望を出してほしい。

3) 治安・防犯対策を行った商店街が売り上げを伸ばす

中心市街地の空洞化が進むとともに、急速に街が荒れ出した。空き店舗の前にはごみが捨てられ、自転車が放置される。人通りが少ないため、防犯の目が行き届かず、暴行や引ったくりなどの犯

罪が増える。また、地域の高齢者が買い物に行く場所がなくなるなど、すべてが悪循環に陥っていった。まちづくり三法を制定した行政も、これほど街が荒れる結果になるとは夢にも思わなかったことだろう。行政も地域住民もこの状況に直面して初めて、商店街のあるべき姿やその価値を理解するようになってきたのだ。

商店街は、毎日の買い物場としてだけでなく、地域コミュニティの中核として、昔から様々な役割を担ってきた。商店街は人々のふれあいの場であり、子どもの社会教育の場でもあり、高齢者の癒しの場でもある。また、災害のときには協力し合い地域の安全を守るなど、公共的な役割を担う「暮らしのプラットホーム」であった。

これから商店街に求められるのは、このようなコミュニティ機能を強化、再構築していくことだ。商店街の衰退は、地域社会の衰退をも招きかねない。

商店街の店主は自らを、公共的な役割を果たす商店街の担い手であると考へ、その運営に誇りと責任、自覚を持って当たってほしい。

では、具体的に何をしたらいいのか。一つは、治安・安全対策である。例を挙げてみよう。

痴漢や引ったくりの増加など、治安の悪化に悩まされてきた、東京都世田谷区の明大前商店街は、2001年10月、駅前民間交番「明大前ピースメーカーズボックス」を開設した。建物は小さなプレハブだが、効果のほどは予想以上に大きかった。店主や地域住民のボランティアが交代で、ここを拠点に周辺を定期的にパトロールする。地元小学校の通学路の安全誘導も行い、母親たちからも「安心できる」と評判になった。

民間交番を開設してから、犯罪件数は急速に減った。所轄の警察

署からその功績を認められて表彰を受けるなど、明大前商店街の事例は、商店街を中心とした防犯対策の先駆けとして全国的に注目されている。街が安全になったことにより、人通りが回復して買い物客が増え、商店街の売上げがアップしたのだ。民間交番が商店街のイメージアップにつながり、買い物客に「地域に貢献してくれている商店街で買い物をしたい」という心理が働いたことは、言うまでもないだろう。

4) 市民に参加を呼びかけ、地域と一体化した活動を展開
もう一つの具体的対策は、商店街活動への市民参加を呼びかけることだ。

私の商店街ではスタンプ事業を行っているが、買い物をした金額に応じて消費者に提供する通常の買い物ポイントのほかに、2003年からエコポイントを発行している。地域の人たちにボランティアとして街の清掃や自転車整理、街路に花を植える運動を手伝ってもらい、二時間の労働に対して五〇〇円分に相当するエコポイントを差し上げる。エコポイントは、スタンプと同じように利用できる。清掃の帰りに食事をしたり、買い物をしたりと好きなように使える。

この市民活動はとても好評で、多い日で一〇〇人以上、少なくとも六〇人くらいが毎回参加してくれる。開始から一年経った頃には、街に捨てられるごみの量が三分の一に減り、落書きもなくなった。きれいな街をきれいに保とうという心理が働くからだろう。エコポイントを導入してみて、地域のために働きたい、何か役に立ちたいと思っている人がたくさんいることがわかった。商店街がそんな人たちを後押しして、地域に誇りと愛着を持ってもらえば、商店街ももっと活気が出てくることだろう。

これからは、個人店主も組織商業者も市民も、一緒になって街

をつくっていかねければならない。商店街に多くの機能を持たせようとすると、協力者は多いほどいい。そうしなければ街を支えきれないのだ。努力不足で、地域から必要とされない商店街は、協力者も集まらず、残念ながら衰退の一途をたどることになるだろう。逆に地域住民を巻き込み、一体となって街づくりを進めていく商店街は間違いなく生き残る。対面販売のふれあい、趣向を凝らしたイベントなど、商店街ならではの付加価値があれば、必ず地域の人たちの支持を得ることができるはずだ。