

# 都市成長と商業集積地区の変化 — 磐田市を事例として — (2)

平 光 正

はじめに

- I. 磐田市の発展と商業集積地区の変化
  - II. 磐田市商業集積の動向と特徴(1)  
(以上、前号)
  - III. 磐田市商業集積の動向と特徴(2)
  - IV. 都市像の変化と商業集積の役割
- おわりに

## III. 磐田市商業集積の動向と特徴(2)

### 1. 小売販売額

II. でみたとおり、80年代以降、磐田市においては、中心商店街の店舗数減少、新商業集積の台頭、郊外部への大規模小売店舗の展開、既存商業集積における業種業態の更新の遅れ、等の要因が重なり、商業集積の相対的地位は大きく変動した。

市内の主要商業集積地区の小売販売額等を比較すると表10のとおりで、中泉ジュビロード、見付の両商店街は今之浦、上岡田両地区に比べて、店舗数こそ上回っているが、就業者数、販売額で大きく水をあけられてしまっている。中泉ジュビロード、見付両商店街の4地区合計小売販売額に占めるシェアは各1割に過ぎず、もはや小売商業の主役の座にはいないと言わざるを得ない。

それどころか、小売商圏がますます広域化し、超大型ショッピングセンターが市外および市郊外部の農地・工場跡地等に進出する中で、今之浦、上岡田地区でさえもその存在を脅かされる状況となっており、小売商業の配置が都市計画の想定から大きく乖離するおそれが生じつつある。

表10 商業集積別小売販売額等 (2004年)

商業集積別	店舗数	就業者数 (人)	年販売額 (億円)
中泉ジュビロード	82	357	30
見付	78	366	33
今之浦	56	557	111
上岡田	48	762	158

(出所) 商業統計・立地環境特性格別データ

### 2. 店舗の業種構成

#### (1) 一般的動向

商業集積の特徴は店舗の業種構成に最も端的に表現される。わが国の小売店舗は、その歴史的経緯等から取り扱う商品に細分化の傾向が強く、特に食料品において小規模多数化しているという特徴が、国際比較により明らかとなっている。その点に留意して、以下では、小売業を標準産業分類の小分類を基礎に14の業種に区分し、分析を行う<sup>1)</sup>。

旧磐田市および全国の業種別小売店舗数は表11のとおりで、構成比率でみて両者は

1) この区分では、「衣料品」には、衣服のほかにも寝具、靴、身の回り品が含まれている。また、食料品小売小分類の「その他食料品」には、コンビニエンスストア、料理品小売が含まれている。「書籍文具」には新聞小売が含まれる。一方、「その他」として一括した業種には、家具仏具、家庭用品、電気器具、カメラ、時計眼鏡、花等の小売が含まれている。

極めて類似していることから、旧磐田市の店舗の業種構成はごく一般的なものであるといえる。旧磐田市でみると、食料品小売が全体の35%、衣料品小売が14%を占めている。食料品小売の小分類では、「その他食料品」、「菓子・パン」、「酒」が構成比率の上位を占めている。

また、旧磐田市の業種別小売店舗数の推移は表12のとおりで、過去19年間において、

「衣料品」、「その他食料品」以外の「食料品」、「その他小売」で顕著な減少が続くが、「総合スーパー」、「その他食料品」、「自動車」、「薬化粧品」、「スポーツ玩具」では店舗数を維持または増加する傾向がみられる。その結果、「衣料品」、「食料品」、「その他小売」の構成比率は19年前と比べてそれぞれ2～3%低下している。

表11 業種別小売店舗数比率 (2004年)

業 種	磐田市	全 国	うち商業 集積地区	構 成 比		
				磐田市	全 国	うち商業 集積地区
百貨店・総合スーパー	1	1,983	1,494	0%	0%	0%
衣料品	116	177,851	112,390	14%	14%	24%
食料品						
各種食品	22	38,531	8,657	3%	3%	2%
酒	38	60,191	13,871	5%	5%	3%
鮮魚	16	23,021	8,826	2%	2%	2%
青果	19	27,709	11,770	2%	2%	3%
菓子・パン	46	77,653	32,511	6%	6%	7%
米	14	20,956	6,755	2%	2%	1%
その他	124	196,535	63,392	15%	16%	13%
小計	279	444,596	145,782	35%	36%	31%
自動車	62	73,823	11,101	8%	6%	2%
薬化粧品	61	86,684	35,807	8%	7%	8%
書籍文具	29	54,329	21,291	4%	4%	5%
スポーツ玩具	33	33,114	15,015	4%	3%	3%
その他	221	365,669	127,078	28%	30%	27%
小売業計	802	1,238,049	469,958	100%	100%	100%

(出所) 商業統計 (平成16年)

表12 業種別小売店舗数の推移 (旧磐田市)

業 種	85年	91年	97年	02年	04年	85年 構成比	04年 構成比
百貨店・総合スーパー	1	1	1	1	1	0%	0%
衣料品	179	168	133	125	116	16%	14%
食料品							
各種食品	53	88	31	18	22	5%	3%
酒	54	55	43	35	38	5%	5%
鮮魚	36	26	27	17	16	3%	2%
青果	49	27	33	19	19	4%	2%
菓子・パン	104	70	57	49	46	9%	6%
米	31	30	24	14	14	3%	2%
その他	100	96	108	125	124	9%	15%
小計	427	392	323	277	279	37%	35%
自動車	38	66	62	61	62	3%	8%
薬化粧品	63	71	66	59	61	5%	8%
書籍文具	48	52	51	37	29	4%	4%
スポーツ玩具	35	38	33	34	33	3%	4%
その他	355	321	296	264	221	31%	28%
小売業計	1,146	1,109	965	858	802	100%	100%

(注) 分類に連続性を持たせるため、85、97年について各種食品の1をスーパーに振り替えた。

(出所) 磐田市商業統計 (昭和60、平成3、9、14、16年)

(2) 旧市街地商店街の業種構成

次に、旧市街地に立地する商店街の業種構成を分析する。表13に中泉ジュビロード商店街の業種別小売店舗数の推移を示す。中泉ジュビロード商店街は磐田駅前に展開し、かつては磐田市小売商業の中核を担っていた。都市計画上の用途地域指定は市内唯一の商業地域である。その構成比率をみると、食料品小売が全体の29%、衣料品小売が27%を占めている。これは、前表11に示した全国商業集積地区平均の構成比率である食料品31%、衣料品24%に近く、典型的な駅前商店街の業種構成となっている。

しかし、近年の推移をみると、食料品では、「酒」、「青果」、「米」の店舗は維持されているが、「各種食品」、「鮮魚」、「菓子・パン」の店舗は減少しており、品揃えの面で問題を生じている。買い回り商品についても同様で、家具、電気器具、時計眼鏡な

ど「その他小売」の顕著な減少は、商店街の魅力が減じ、その性格を大きく変えるものである。

続いて、同じく旧市街地に立地する見付商店街の推移をみると、表14のとおりである。見付商店街は長い歴史を持つが、現在は住宅地を背景とした商店街である。都市計画における用途地域指定は近隣商業地域である。その構成比率をみると、食料品小売が全体の33%、衣料品小売が19%を占め、商業集積地区とはいえ中心市街地内というより住宅地内の性格を持った日用品中心の業種構成となっている。

近年の推移をみると、食料品では、「青果」の比率が一貫して高いほかは概ねバランスがとれている。買い回り商品である家具、電気器具、時計眼鏡など「その他小売」の構成比率も維持されており、商店街の性格は比較的安定している。

表13 業種別小売店舗数の推移（中泉ジュビロード商店街）

業 種	85年	91年	97年	02年	04年	85年 構成比	04年 構成比
百貨店・総合スーパー						0%	0%
衣料品	33	31	24	22	22	26%	27%
食料品							
各種食品	3	7	1	1	1	2%	1%
酒	4	4	3	5	4	3%	5%
鮮魚	2	1	4		1	2%	1%
青果	3	3	3	3	3	2%	4%
菓子・パン	11	9	9	7	5	9%	6%
米	2	2	3	2	2	2%	2%
その他	7	7	4	3	8	6%	10%
小計	32	33	27	21	24	25%	29%
自動車				1	1	0%	1%
薬化粧品	7	7	8	5	7	6%	9%
書籍文具	7	9	14	5	4	6%	5%
スポーツ玩具	11	8	7	6	6	9%	7%
その他	36	31	25	26	18	29%	22%
小売業計	126	119	105	86	82	100%	100%

(出所) 商業統計・立地環境特性別データ (昭和60、平成3、9、14、16年)

表14 業種別小売店舗数の推移 (見付商店街)

業 種	85年	91年	97年	02年	04年	85年 構成比	04年 構成比
百貨店・総合スーパー						0%	0%
衣料品	20	19	18	15	15	18%	19%
食料品							
各種食品	1	7	1	1	1	1%	1%
酒	1	1	2	2	2	1%	3%
鮮魚	7	5	5	3	2	6%	3%
青果	9	7	9	6	6	8%	8%
菓子・パン	8	6	3	6	5	7%	6%
米	5	5	3	3	2	5%	3%
その他	10	6	7	10	8	9%	10%
小計	41	37	30	31	26	38%	33%
自動車	1	1	2	1	1	1%	1%
薬化粧品	8	8	6	6	7	7%	9%
書籍文具	3	3	5	4	3	3%	4%
スポーツ玩具	1	1		1	2	1%	3%
その他	35	26	24	26	24	32%	31%
小売業計	109	95	85	84	78	100%	100%

(出所) 商業統計・立地環境特性格別データ (昭和60、平成3、9、14、16年)

### (3) 新商業集積の業種構成

次に、80年代以降、新たに形成された商業集積の業種構成を分析する。表15に新商業集積2地区の業種別店舗数の推移を示す。このうち、今之浦地区は80年代に街路整備に伴い近代的な商業集積として形成された。都市計画上の用途地域は近隣商業地域である。市街地の一角に位置するにもかかわらず、各店舗は間口、駐車スペースの広いロードサイド型の特徴を有する。ただし、近年はさらに郊外部に新設されたロードサイド型店舗との競合に苦戦しつつあり、店舗数が減少に転じている。

今之浦地区には、市内唯一の総合スーパーとそれを核店舗とするショッピングセンターが立地し、市全域からの集客力を持ち、地区の要となっている。そのため、食料品では「総合スーパー」の取扱商品に含まれる「酒」、「青果」、「米」の独立店舗がなく、「菓子・パン」およびファストフード店などの「その他食料品」に偏った構成となっている。一方、多様な業種業態を生み出す「衣料品」、「スポーツ玩具」、電気器具など

の「その他小売」等の買い回り商品の店舗は減少しており、商業集積地区としての魅力の減退が懸念される。

上岡田地区は90年代後半に急速にロードサイド型店舗の立地が進み、一挙に一大商業集積地区を形成した。都市計画上は住宅地域または工業地域の指定となっている。上岡田地区の特徴は、「ホームセンター」(業種区分は「その他小売」)、「ドラッグストア」(業種区分は「薬化粧品」)等のセルフサービス方式を採用した新業態の店舗の存在である。それらをはじめ食料品スーパー、家電チェーンなど「その他小売」を含め大規模小売店が立ち並び、コンビニ、弁当など「その他食料品」、および「自動車」ディーラーと合わせて、地区の店舗の大半を占めている。一方で、食料品スーパー以外には生鮮食料品を扱う店舗がほとんどないうえ、衣料品の店舗も少ない。来街者の大半は自動車利用の買物客で、店舗と近隣居住者との関係は薄く、買物を楽しむ機能よりも目的の商品を買う機能に特化した商業集積と言えるだろう。

表15 業種別小売店舗数の推移（今之浦地区・上岡田地区）

業 種	今之浦地区				上岡田地区			
	97年	02年	04年	04年 構成比	97年	02年	04年	04年 構成比
百貨店・総合スーパー	1	1	1	2%				
衣料品	21	15	12	21%	3	3	2	4%
食料品					2	1	1	2%
各種食品								
酒	1				1			
鮮魚		1	1	2%		1	1	2%
青果								
菓子・パン	3	5	7	13%	1	3	3	6%
米							1	2%
その他	5	11	10	18%	4	10	12	25%
小計	9	17	18	32%	8	15	18	38%
自動車	3	4	5	9%	10	7	7	15%
薬化粧品	2	2	3	5%	4	7	5	10%
書籍文具	3	4	3	5%	3	3	2	4%
スポーツ玩具	5	4	1	2%	2	2	2	4%
その他	24	19	13	23%	8	12	12	25%
小売業計	68	66	56	100%	38	49	48	100%

（出所）商業統計・立地環境特性格別データ（平成9、14、16年）

### 3. 買物空間としての現況と評価

上記の4商業集積地区はいずれも街路の沿道にはほぼ直線状に形成されている。中泉ジュビロード地区と見付地区は歴史のある街道筋に形成された典型的な商店街で、直線距離はいずれも1km未満である。街道筋の商店街では伝統的に、商業者が間口の狭い店舗をすき間なく連続して構えており、個別店舗の拡張はままならない反面、商店街としての連続性、一体性は保たれやすかった。商店街の連続性は消費者に徒歩で回遊できるという利便性を提供する。また、石原が指摘するように<sup>2)</sup>、商店街の一体性は商業者の団結を促し、アーケードの設置、イベントの実施など商店街振興組合の活動の礎となる。しかし、近年各地で問題となっているように、個別店舗の退出が増加し、その後が空き店舗のまま櫛の歯が欠けたような状態になると、商店街の連続性はもとより一体性の保持も非常に困難となる。中泉ジュビロード地区はすでに相当

深刻な状況である。見付地区でも商店街の中に住宅など非商店が混在してきており、困難な状況に変わりはない。

一方、今之浦地区と上岡田地区は近年整備された街路に面して立地する。この両地区では一店舗の間口が広く駐車場出入口もあるうえ、直線距離も1km程度と長いため、逆に消費者が徒歩で回遊できるという利便性は乏しい。また、これらの地区の商業者には市外からの進出企業も多く、商店街振興組合は結成されていない。したがって、これらの商業集積地区は統計上店舗が単に集積している場所というのに近く、従来の商店街というイメージとはかけ離れた存在となっているといえよう。

問題は、旧来の商店街、新興の商業集積のいずれも消費者に魅力のある買物空間を十分に提供していない点にある。魅力ある買物空間は、百貨店の存在しない地方都市では、大手スーパーまたはデベロッパーの開発するショッピングセンターに見出すしかない状況となっている。

<sup>2)</sup> 石原武政『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣、2006年、p.146-162

#### IV. 都市像の変化と商業集積の役割

##### 1. 21世紀に期待される都市像

これまでの分析で、現実の街路整備が商業集積の変化に大きな影響を及ぼしている一方で、ゾーニング制をはじめとするこれまでの都市計画法制のみでは商業集積の計画的誘導に限界があり、地方都市の市街地に魅力のある買物空間を形成することがいかに困難であるかをみてきた。

ここでは視点を変え、21世紀に期待される都市像とは何かを考え、魅力ある都市を形成するために商業集積が果たすべき役割を検討してみたい。

今日、先進国ではエネルギー制約、地球環境問題が強く意識され、各分野でサステナビリティ（持続可能性）が基本理念として定着してきているが、都市計画の分野においてもサステナブルまたはコンパクトなまちづくりが大きな潮流となっている。

わが国においては、地球環境問題の深刻化に加えて、人口減少社会の到来を控え都市財政の健全な維持のためにも、今後、都市構造をコンパクトな方向に誘導し、道路、下水道等のインフラ整備を効率的に行っていくほかはない。伊藤によれば「コンパクトという意味には、まず地球環境に極めて効率よく貢献でき、そして人間が落ち着いた気持ちと刺激的な気持ちとを交互に味わえる社会環境が含まれてくる」<sup>3)</sup> という。

地方都市における中心市街地の活性化問題についても、これまでの地域商業振興問題とは区別して、良質な都市構造の形成や蓄積された公共的資産の活用の観点から既成市街地を見直そうという傾向が支配的となってきた。また、都市計画法制についても先般の改正によりようやく実効性のある後押しが可能となってきている。このようなインフラ面の整備に伊藤が指摘するような社会環境的要素を絡めることができれば、コンパクトシティという枠の中で个性的で魅力あふれる買物空間が出現する道が見えてくるのではなかろうか。

3) 伊藤滋「21世紀における都市の課題」(財団法人都市開発推進機構編『欧米のまちづくり・都市計画制度』ぎょうせい、2004年、p.ii

##### 2. 磐田市の都市像と商業集積の役割

磐田市の場合、中心市街地はもともとコンパクトな形状であったが、高度経済成長の過程で郊外化、スプロール化の波に吞まれかけた。しかし、現状では都市計画市街化地域の範囲からそれほど逸脱した拡散を見せず、かろうじてコンパクトシティの骨格を保っている。これは膨大な商業集積を郊外部に拡散させた浜松市等とは異なる構造である。

とはいえ、磐田市においても、比較的堅調な地域産業経済の雇用増や農業からの撤退に伴う農地転用等の影響を受けて、住宅地および商業機能の郊外化、スプロール化の圧力は依然として続いている。今後早急に、外部環境の変化方向に合わせて望ましい都市像について改めて検討を加え、都市中心部の骨格と機能をしっかりと再構成して行くことが求められるのではないか。

その方向の第一は、中心市街地への居住を促進することである。幸い磐田駅周辺については都市基盤整備がようやく実現しつつあり、見付地区においても都市再生整備計画等の事業が進捗している。今後は地権者の一層の理解と協力による早急な事業化が望まれるとともに、新たな集合住宅棟が建設される場合には、街路に面した一階部分に小売店舗が入居可能なスペースの確保を要請し、街並み景観の創出にも協力を仰ぐべきであろう。

方向の第二は、中心市街地への業務機能、文化教育機能、医療福祉機能、宿泊機能等の誘致である。これらの昼間人口回復策、都市に交流人口を取り戻す方策が必要である。

方向の第三としては、広場、モニュメント等のテーマ性のある都市空間の形成とその空間を活用したにぎわいの演出が期待される。この部分については、商業集積が果たすべき役割は大きい。たとえば、中泉・見付地区では歴史的街並みや伝統の祭り、今之浦地区ではスタジアムに近接する地の利を生かしたジュビロとの関係の取り組みで独自性を大いに発揮できるのではないか。

それらの方策により定住人口、交流人口の増加の端緒が開かれれば、外部から新たな資本の流入も期待でき、地権者、既存事業者、

住民も触発されて、都市空間が自ずと魅力あるものに磨き上げられてこよう。

### 3. 地域経済における商業集積の役割

とはいえ、コンパクトシティの理念を強調するあまり、すべての新規商業集積の形成を否定するような議論にも与することはできない。たとえば、磐田市内にも、現在、大型商業施設が計画されている場所がある。この計画地は市郊外の東名高速道路遠州豊田パーキングエリア隣接地であり、近隣商業地域指定を受けるとはいえ果たして農地を転用してまで開発する妥当性があるのか、疑問がないわけではない。

しかし、この事業計画の施設内容は、当地域に欠けている魅力的要素である、都会性、リゾート性、テーマ性、エンターテインメント性、周遊性等を備えた商業施設を含む多業種新業態の複合型拠点施設となっている。また、集客対象も地元のみならず東名高速を通過する超広域の客層に焦点を当てている。

これからの時代は地域の自立が求められるが、その基盤として地域の経済的、財政的自立は不可欠である。磐田市について言えば、工業都市としての実力は高いが、商業地の魅力という点では、浜松等周辺都市に大きく水をあけられている。個性的であると同時に自立した都市をめざすために、商業集積に期待される役割は大きい。

その意味では、上記プロジェクトなどは当地域にこれまで欠落してきた部分を補強し、産業構造バランスの微調整に寄与するプロジェクトとして評価してよいと思う。

一方で、上記のような複合型商業施設の出現は既存商業集積にとって脅威となるのは間違いない。地元商業者が窮地に立つおそれもある。しかし、地元商業者が複合型商業施設の管理や運営から学ぶべき点も多いと思われ、この外部からのインパクトをチャンスに変える発想が必要ではないか。

中心市街地の商業集積には、郊外部の人工的施設では演出できない歴史性や公共的資産が既に存在するのであって、それらを生かす形を模索する中に必ず活路はあるものと思わ

れる。

### おわりに

以上、本稿では、地方都市の成長過程において商業集積地区がどのような要因の影響を受けいかなる変化をたどるかを、磐田市を事例として実証的に分析してきた。その結果、商業集積の変化には街路の整備状況が大きな影響を及ぼしていることがわかった。一方で、ゾーニング制をはじめとするこれまでの都市計画法制のみでは商業集積の計画的誘導に限界があることも改めて了解できた。

また、先進諸国においては共通に、21世紀にふさわしい都市像の見直しが行われており、わが国においてもコンパクトシティをあるべき都市像として掲げる都市が現れ、政策的にも修正が行われつつある。

そのような状況下で、磐田市のような地方都市においてもあるべき都市像を再検討し、魅力ある都市空間の形成に向けて官民一体となった取り組みが必要であることを指摘した。

最後に、地域に根ざす商業者にとっての課題を一つ述べるならば、魅力ある買物空間の創出のために、まちづくりを自らの使命として正面から受け止め、他事業者ならびに行政、市民と共に汗を流し協働すること、をあげておきたい。

なお、本稿では当初、商業・サービス業の現状と課題を明らかにすることを目的としたが、商業の分析に多くの時間を費やしてしまったために、残念ながら飲食店およびサービス業については具体的に触れることができなかった。飲食店およびサービス業についてはまた稿を改めて取り上げることとしたい。

### <参考文献>

- 石原武政『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣、2006年
- 国土交通省監修『概説まちづくり三法の見直し』ぎょうせい、2006年
- 山本恭逸編著『コンパクトシティー青森市の挑戦ー』ぎょうせい、2006年

- 松永安光『まちづくりの新潮流』彰国社、  
2005年
- 石原武政・加藤司編著『商業・まちづくりネット  
ワーク』ミネルヴァ書房、2005年
- 矢作弘『大型店とまちづくり』岩波書店、  
2005年
- (財)民間都市開発推進機構編『欧米のまちづく  
り・都市計画制度』ぎょうせい、2004年
- 荒井良雄・箸本健二編『日本の流通と都市空  
間』古今書院、2004年
- 環光三「地域消費環境の変化－磐田商圈の推  
移(その1)－」『環境と経営』(静岡産業大  
学)第10巻第2号、2004年
- 久保村隆祐編著『商学通論 [五訂版]』同文  
館出版、2002年
- 中沢孝夫『変わる商店街』岩波書店、2001年
- 都市計画教育研究会編『都市計画教科書 第  
三版』彰国社、2001年
- (財)企業共済協会『ロードサイドショップ』同  
友館、1993年
- 中小企業庁『中小企業白書』2004、2005、  
2006年版
- 静岡県『平成16年 商業統計調査報告書』静  
岡県統計協会、2006年
- 静岡県商工労働部『平成15年度 静岡県の消  
費動向』、2004年
- 磐田市『磐田市の商業』平成14年版、2004年
- 磐田市教育委員会『磐田の記録写真集第二集  
磐田の産業』、2003年
- 磐田市『磐田市中心市街地活性化基本計画』、  
1999年
- 磐田市『磐田駅周辺地区まちづくり計画』、  
1997年
- 磐田市『磐田市史 通史編下巻 近現代』、  
1994年