地方都市の中心商店街が求められるもの

富山県小矢部市　矢竹　正英

１　はじめに

商店街の活性化はとてもありふれたテーマである。中小企業庁が 3 年に 1 度実施している商店街実態調査の平成 27 年度調査報告書によれば、全国の商店街数は 14,655 を数え、無作為抽出によるサンプル調査ではあるが、商店街の最近の景況について、「衰退している」又は「衰退の恐れがある」と回答した商店街は 66.9%に上る。「繁栄している」又は「繁栄の兆しがある」との回答が 5.3%だったことと比べれば、その差は歴然としている。商店街の活性化はありふれたテーマであるが、多くの商店街が直面しているテーマでもある。

そうした状況の中、各自治体の政策として商店街の活性化に力を入れていることはある意味当たり前なのかもしれない。小矢部市の総合計画においても、「中心市街地活性化の推進」、「空き店舗に対する新規出店及び異業種への変更の推進」、「祭りやイベントを生かした商店街の活性化」といった施策が基本計画に盛り込まれている。少し広げて富山県内他市の総合計画を見てみても、そのすべてにおいて中心市街地、商店街に関する記述が見られ、賑わいづくり、活性化を目指していることが読み取れる。

一方で、小矢部市の商店街に関する各調査を見てみると、平成 28 年に小矢部市商工会が実施した「石動駅前商店街活性化に向けた拠点整備に関する調査分析事業」におけるアンケート結果からは、18 歳から 75 歳までの市民のうち 48.6%が「ここ 1 年間商店街を利用していない」と回答している。さらに、商店街から約 230ｍの距離に位置する高校の生徒を対象としたアンケートでは、その割合は 80.3%にまで上がっている。

また、小矢部市が 18 歳以上の市民（無作為抽出）を対象に実施している「市民満足度調査」の平成 29 年版によれば、「魅力ある市街地等の形成」に関する政策については、重要度が高いという回答が多いにもかかわらず、満足度は低いといった結果が見られる。

これらのことから、小矢部市においても商店街の活性化の必要性は、住民、行政を問わず認識されてはいるものの、実際、日常的に商店街を利用する機会は少ないということがわかる。それはなぜなのだろうか。このレポートでは、小矢部市の中心商店街における問題を探るとともに、そこに求められている役割、機能などについて考察していきたい。

２　小矢部市中心商店街の姿

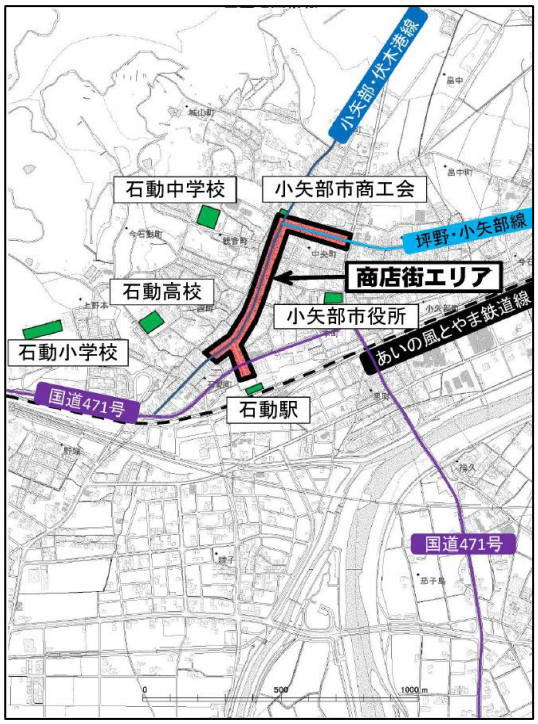
(1) 位置

このレポートで取り上げる小矢部市の中心商店街は、市の玄関口であるあいの風とやま鉄道石動駅の駅前から北進し、交差する主要地方道小矢部・伏木港線を右折、小矢部市商工会前の交差点でさらに右折し主要地方道坪野・小矢部線の新富町交差点までの約 940ｍの通りに沿って立地する商店街とする。【図１】

市内で最も人口の多い石動地区の中心に位置することから、近隣住民の来街が多く見ら

れることに加え、駅前という立地から通勤・通学者の通行も見込める立地となっている。付近には、市立石動小学校（商店街エリアからの距離約 650m）、市立石動中学校（同約 240m）及び県立石動高校（同約 230m）といった学校が存在し、徒歩通学の学生が商店街を歩く光景が見られるとともに、送り迎えをする家族の通行も多い。このほか、徒歩圏内に市役所、金融機関といった事業所も存在することから、そこに勤務している人、利用者の来街も比較的容易な位置となっている。

図１　位置図



(2) 歴史

石動地区は、江戸時代初頭は今石動城の城下町として、加賀藩政下の 1638 年に廃城した後は在郷町として、また北国街道の宿場町として発展してきた。北国街道は、現在の小矢部・伏木港線を小矢部市商工会で坪野・小矢部線に折れるルートに重なると言われていることから小矢部市の中心商店街は、旧北国街道に沿って発展してきた商店街であると言える。時代の変遷とともに商店街を形成しており、中には江戸時代創業の店舗も見られる。

明治 30 年代に北陸本線（現あいの風とやま鉄道線）、大正 11 年に加越線（昭和 47 年廃線）が開通すると、石動駅は賑わいを見せ、町は経済、文化、人の交流が増大し、第二次大戦後、国や県の出先機関も置かれると砺波地方の中心的位置を占めるようになった。

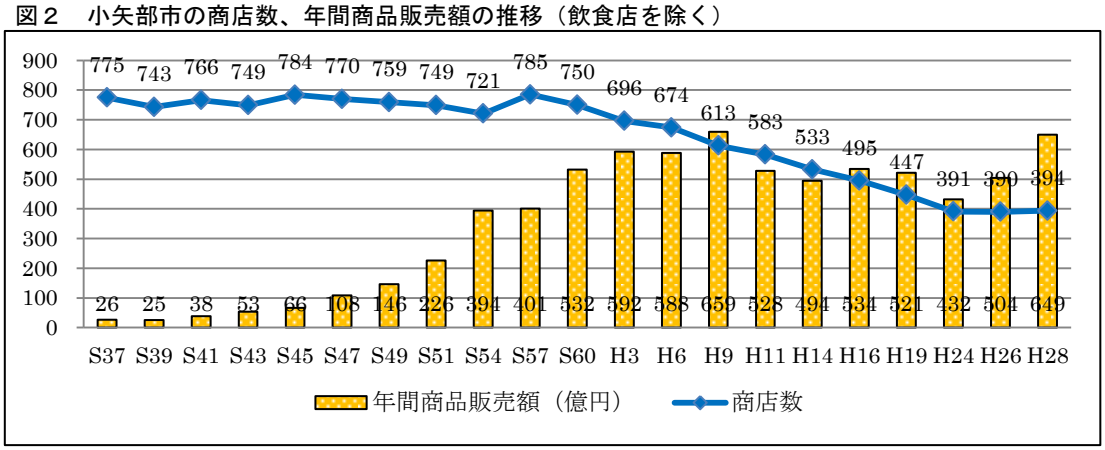
昭和 40 年代に入ると、商店街にも近代化を求める動きが見られた。それまで建ち並んでいた木造建築物の老朽化と密集からくる防災、衛生等に対する懸案、自動車の普及にともなう交通状況の変化に対応する必要から街路事業と併せて、部分的に防災建築街区造成事業や商店街近代化事業等が行われた。早いエリアでは昭和 44 年から着手された道路拡幅事業が中心商店街全域で完了するのは平成 10 年のこととなるが、これにより 5～6mだった道路幅員が 15～16mに拡がり、近代的な商店街へと生まれ変わった。

商業の状況を見てみると、合併前である昭和 36 年旧石動町では店舗数 663 店のうち約 86%が家族労働を中心とする個人経営の小規模な店舗であった。この状況は昭和 38 年の合併後も同様だったものの昭和 40 年代には年間販売額は着実な伸びを見せていた。【図２】その一方で、交通の発達にともない隣接都市への流出も起こり、昭和 47 年の県中小企業総合指導所の商店街診断（石動地区商店街）では、昭和 39 年に衣料品は 85%の人が地元商店街で買っていたが、昭和 47 年では 68%に減少しているほか、家具・家庭電器用品、食料品、日用雑貨まで石動地区外へ流出してきていることが報告されている。

昭和 57 年の小矢部市住民意識調査による商品別買物場所調査では、市民の約 75%が市内

商店を利用し、品目別では食料品や日用品・雑貨・日用衣類などの購入は約 90%が市内商店を利用していた。【表１】このころの石動地区は、商店数、従業員数、売場面積、売上高の四部門とも市全体の約 60%を占め、市の中心商業地区としての商業力を持っていた。とは言え昭和 50 年代から大中型のスーパー、ショッピングセンターの進出が商店街近隣に見られるようになり、平成に入る頃には特に食料品の購入において、それらのスーパー、ショッピングセンターの利用が約 60%を占めるようになった。市内の商店数は昭和 57 年をピークに減少に転じており、市街商店街の空洞化が進む中で、商店街にあった劇場、公衆浴場といった施設が相次いで閉業していった。

図２　小矢部市の商店数、年間商品販売額の推移（飲食店を除く）



（経済産業省「商業統計」、総務省統計局「経済センサス」により作成）

表１　小矢部市民商品別買物場所調査（昭和 57 年４月）　　単位：%

買物場所	全品目	食料品	日用品雑貨等	衣服	和服	電気製品	貴金属高級装飾品	贈答品進物品	家具類
近くの商店	19.8	37.7	25.6	13.1	15.9	33.2	8.7	12.4	11.8
市内商店	56.0	52.7	60.8	52.6	67.4	51.1	41.0	51.9	70.2
市外商店	22.4	9.0	12.7	33.5	14.1	14.6	44.5	34.1	16.3
無回答	1.9	0.6	0.9	0.8	2.7	1.2	5.8	1.5	1.6

（小矢部市史中「小矢部市住民意識調査」により作成）

商店街での取り組み等について見てみると、かつては販売促進事業として、夏には納涼夜店、年末年始大売出し、キャラクターショーなどが行われていた。また、中心商店街の通りは伝統行事・祭礼、イベントの会場となることもあった。石動曳山祭では江戸時代中期以降に作られたとされる 11 台の花山車が勢揃いし、曳き回しが行われ、400 年以上の歴史が伝えられる獅子舞の共演会会場にもなっている。商業エリアとしてだけではなく、公共空間としての機能も持っていた。

(3) 現状

中心商店街を構成している店舗等を見ると、平成 26 年度に市職員による目視調査の方法で実施した「中心商店街の営業状況に関する調査」【表２】によれば、営業店舗は 90 店舗あり、その内訳は飲食料品小売業が 14 店舗、その他の小売業が 34 店舗、飲食業が 7 店舗、サービス業その他が 35 店舗という結果であった。比較として、今年度、同様に実施した調

査（速報値）を見ると、営業店舗は 82 店舗あり、その内訳は飲食料品小売業が 14 店舗、その他の小売業が 28 店舗、飲食業が 8 店舗、サービス業その他が 32 店舗となっており、ここ 4 年で店舗数は約 10%の減となっている。一方、空き店舗数は、平成 26 年度が 14 店舗、平成 30 年度が 22 店舗であった。店舗の位置を見てみると、駅前以外は店舗もまばらになっているのが分かる。【図３】

また、分類等が異なるため参考ではあるが、少し古い資料として小矢部商工会の「小売商業振興モデル商工会事業報告書」を見ると、昭和 63 年の商店分布は、食料品関係が 30 店舗、飲食店が 8 店舗、衣料関係が 18 店舗、その他店舗が 50 店舗の計 106 店舗であったことが読み取れる。【表３】

図３　商店位置図（表２ 平成 30 年調査）

表２　中心商店街の店舗分類（平成 30、26 年）

	飲食料品小売	その他の小売	飲食	サービスその他	計	空き店舗
H30	14	28	8	32	82	22
H26	14	34	7	35	90	14

（小矢部市「中心商店街の営業状況に関する調査」により作成）

表３　中心商店街の店舗分類（昭和 63 年）

	食料品関係	衣料関係	飲食店	その他店舗	計
S63	30	18	8	50	106

（小矢部商工会「小売商業振興モデル商工会事業報告書」により作成）

商店街実態調査の商店街タイプを参考にすれば、現在の中心商店街は、来街者から見ると、多少遠方からでも来街が見られるというよりも日用品を徒歩又は自転車等により買い求める近隣型商店街に分類されると思われる。しかし、商店の業種、商品から見ると、生鮮三品では、肉、魚を扱う店舗は存在するものの野菜を扱ういわゆる八百屋がないなど、商店街で日常の食料品が買い揃えられないといった状況が見られる。

商店街での取り組み等については、かつて行われていた納涼夜店、年末年始大売出しなどの販売促進事業も現在はなくなり、商店街組織の弱体化も見られる。拡幅された通りは平成 17 年から片側駐車が認められ、自動車利用者への利便性向上が講じられたもののスーパー、ショッピングセンターへの流出、商店街の空洞化の解消には至っていない。伝統行事・祭礼、イベントの会場としては変わらずに使用されており、石動曳山祭、獅子舞共演会のほか、源平火牛祭りでは火牛の計レースが行われるなど、イベント時には賑わいが見られる状況にある。

３　小矢部市中心商店街に望むもの

小矢部市の各種計画を見てみると、中心商店街・中心市街地に関する問題点が挙げられている。例えば、第 6 次総合計画（平成 20 年度策定）には、「市民の消費購買行動の広域化と大型店進出にともなう商店街の活力低下が進むなか、商業事業者の経営基盤の強化や地域商業の活性化が求められている」とある。また、立地適正化計画（平成 28 年度策定）では、「まちなかからの人口の流出や空き家・空き地の増加などによる中心市街地の空洞化」が指摘されている。

このほかにも石動駅利用者の減少や商店主の高齢化にともなう後継者不足、空き店舗の増加や、商店街組織の弱体化など一般的に言われていること、思いつくものはいくつかある。ここでは、各アンケート調査を基に、関係するそれぞれの視点から中心商店街の問題点、望まれる機能等について見ていきたい。

(1) 消費者の目線から

小矢部市の中心商店街は消費者にとってどのような存在になっているのか。冒頭で小矢部市商工会が実施した「石動駅前商店街活性化に向けた拠点整備に関する調査分析事業（平成 28 年)」による商店街利用の減少について触れたが、同調査の別アンケートからはその要因が読み取れる。中心商店街への不満点、改善してほしい点として、小矢部市民（18～75 歳）からは「駐車場がない」(47.1%)、「店に入りづらい・出にくい」(45.8%)、「買い物が一か所で済まない」(40.2%) といった回答が多い。また、石動高校生からは「店が分かりにくい」(39.1%)、「品揃え」(37.0%)、「特になし」(31.2%) といった回答が多かった。高校生の「特になし」という答えには利用頻度の低さから考えて関心のなさが表れているものと思われる。

一方、目指すべき商店街づくりとして、小矢部市民からは「楽しく快適に歩ける」(49.5%)、「日常生活を支える」(44.1%)、「店舗の個性」(41.5%) といった回答が多く、石動高校生からは「アウトレットモールとの連携」(69.9%)、「楽しく快適に歩ける」(50.0%) といった回答が多かった。商店街に望むサービス・機能としては「飲食店の充実」が両者とも約 70%と多数を占めた。

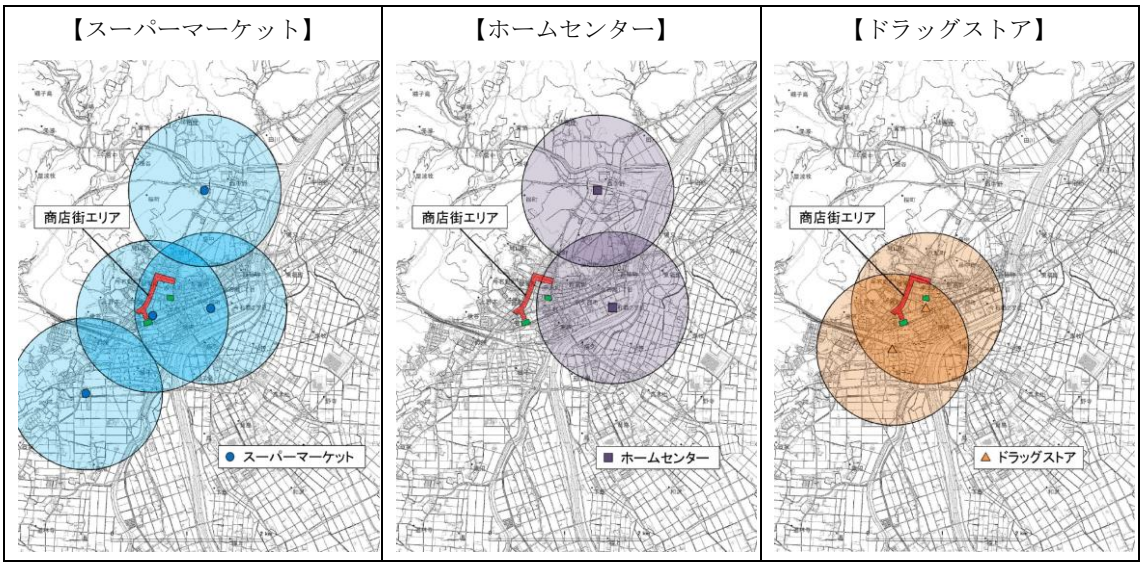
これらのことから、現在の商店街は消費者にとって「自動車利用時に不便」であり、「商店の構成、雰囲気も物足りない」ものとなっていること、楽しく歩くことができる商店構成、何より飲食店を必要としていることがわかる。

では、消費者が日常的にどこで買い物をしているか見てみると「食料品の購入」で商店街を利用するとした人が 3.1%となっているのに対し、市内スーパーは 70.0%、近隣自治体は 61.4%となっている。「日用品の購入」は商店街が 4.2%に対し、ホームセンター、ドラッグストアは 65.7%、近隣自治体は 68.9%となっている。市内の主なスーパー、ホームセンター及びドラッグストアの店舗から半径１キロメートルの円を描いてみると、中心商店街は円内に納まるか、そう遠くない位置にあるのが分かる。【図４】加えて、宅配・通販の利用が食料品で 12.2%、日用品で 7.8%となっているのも現代の特徴であろう。

さらに、飲食、娯楽においては、商店街の利用はそれぞれ 4.4%、1.2%に対して小矢部市外を利用する人は 70%を超えるなど、消費者は日常生活において中心商店街を利用しな

くても済むようになっていることが浮かび上がる。

図４　近隣の商業施設



(2) 事業者の目線から

一見すると駅近くで住宅集中地内という立地は、事業を行う上で有利な環境であるように思われる。しかしながら先で見たように、小矢部市の中心商店街は消費者の支持を得られていないのが現状である。では、事業者から見た状況はどうなっているのであろうか。

小矢部市商工会の「石動駅前商店街活性化に向けた拠点整備に関する調査分析事業（平成 28 年)」で実施した駅前商店街に対する聞き取り調査では、事業主、代表者の 36.8%が 70 歳代以上であり、60 歳代も含めると 78.9%となり経営者の高齢化が見られる。そして、後継者の有無についても、66.7%が「いない」と回答しており、そのうち 76.9%が「対応を考えていない」としている。

万が一後継者がおらず、廃業してしまう場合には空き店舗となってしまうが、その後の活用についてはそれぞれ状況が異なってくる。事務所や店舗として売却・賃貸先を探す場合もあれば、そうした活用を考えない場合もある。中心商店街には併用住宅の構造となっている家屋が多く、営業を取りやめた後は住宅として使用するといった状況も考えられる。空き店舗の解消は重要な問題であるが、同時に商店街の住宅化という問題も懸念される。先ほどの後継者がいないと回答した経営者のうち、後継者がいない場合の対応として、「後継者を探す」、「廃業して賃貸」という答えは合わせて 30.8%だったが、「廃業して何もしない」という答えも 15.4%あり、今後さらに商店数が減少する可能性も心配される。

また、平成 29 年の「石動駅前商店街個店売上及び通行量調査（小矢部市商工会)」によれば、顧客の年齢割合は、30 歳代以下が 14.3%、40～50 歳代が 30.2%、60 歳代が 26.4%、70 歳代以上が 29.1%となっており、客層も高齢者が多いことが見て取れる。

駅前、住宅集中地区という立地は事業を行う上で有利である。駐車場という問題があるとはいえ、公共交通が限られている小矢部市にあっては、自動車利用者以外にも電車利用者、そして、交通結節点として駅をルートに入れている市営・民営バス利用者も見込める

立地であると言える。しかし、現状はその立地を活かした事業展開というよりも事業の継続が第一になってしまっている状況にあると考えられる。

(3) 生じているギャップ

ここまで見てきた中で、「商店街の活性化」と一口に言っても消費者（市民）、中心商店街の事業者、そして行政も含めたそれぞれの立場で方向性のギャップが生じているように思われる。

消費者にとっては、便利に買い物ができることが大切であり、それが中心商店街でなければいけないというわけではない。事実、買い物はスーパー、ホームセンター及びドラッグストアの利用がメインになっている。中心商店街は、日常生活の中で必ずしも必要なものではなくなっており、専門店、個別の店舗に目的があって行くところになっている。

事業者にとっては、本業の発展がメインである。他店との共同による来街者の増加、賑わいを作ることが相乗効果となって個店の業績に繋がっていくのが商店街の強みだと考えるが、現状では積極的な事業展開が難しくなっているように感じられ、効果的な共同というよりも、それぞれが個々に営業努力を行っているといった雰囲気が見受けられる。

行政の立場から見たときに、どうしても全体的な視点で物事を考えてしまう。中心商店街全体の賑わいづくり、取り組みばかり考えてしまうが、個店の状況の違いを配慮することは難しく、商店街組織の足並みとも合わないと進んでいかない面も存在する。また、商業の発展は市全体の商業の発展であり、そういった意味では商店街もスーパー等の商業施設もより良い事業展開ができるよう考えていかなければいけない。

４　商店街の活性化はどうして必要なのか

今さらながらではあるが、そもそも商店街の活性化はどうして必要なのだろうか。半ば当然のように叫ばれているものではあるが、商店街が単なる買い物をする場であるのであれば代替となる商業施設、手段はこの現代においては他に存在しているのである。小矢部市の中心商店街に求められている機能とはどういったものなのか。

(1) 中心部の空洞化から

市中心部からの移動が見られるのは商業機能だけではない。現在も人口、世帯数ともに石動地区が最多であることに変わりはないが、その推移を見ると、周辺の埴生地区、松沢地区で増加しているのとは対照的に大きく減少しているのが分かる。【表４】さらに、各地区の年代別の人口では、石動地区の平成 29 年末 65 歳以上人口は約 39%となっており、高齢化率は市内でも上位となっている。

居住者数、世帯数がともに減少している中で高齢化が進んでいるというデータは、石動地区から生産年齢人口が流出していることが考えられる。地区の活動を担う世代の流出は、コミュニティ機能の低下に繋がるおそれも抱えている。この居住機能の郊外化と商業機能の郊外化が同時に起きるという状況は、市の中心部が失われてしまいかねない、避けなければいけない事態なのである。

表４　地区別世帯数・人口の推移

地区名	世帯数					人口				
	S40	S60	H7	H27	H27/S60	S40	S60	H7	H27	H27/S60
石　動	2,542	2,435	2,385	2,118	0.87	10,884	9,851	8,831	6,248	0.63
南　谷	363	303	308	224	0.74	1,863	1,349	1,267	747	0.55
埴　生	541	902	1,177	1,514	1.68	2,619	3,767	4,248	4,438	1.18
松　沢	357	593	691	947	1.60	1,808	2,766	2,890	3,142	1.14
正　得	267	283	298	402	1.42	1,373	1,340	1,353	1,376	1.03
荒　川	300	454	526	583	1.28	1,511	2,014	2,177	1,938	0.96
子　撫	230	266	264	279	1.05	1,170	1,271	1,205	1,053	0.83
宮　島	213	181	181	165	0.91	1,091	802	707	485	0.60
北蟹谷	442	406	394	377	0.93	2,309	1,898	1,714	1,337	0.70
若　林	315	322	330	420	1.30	1,516	1,526	1,438	1,430	0.94
津　沢	667	849	957	868	1.02	3,039	3,468	3,284	2,710	0.78
水　島	439	453	544	507	1.12	2,291	2,171	2,257	1,762	0.81
薮　波	346	508	546	616	1.21	1,788	2,248	2,189	1,979	0.88
東蟹谷	343	343	392	382	1.11	1,780	1,663	1,695	1,322	0.79
南　部	122	119	118	115	0.97	604	577	530	432	0.75
計	7,487	8,417	9,111	9,517	1.13	35,646	36,711	35,785	30,399	0.83

（総務省統計局「国勢調査」、「小矢部市統計書」より作成）

(2) ２つの側面から

中心商店街に求められている機能として、２つの側面があるように考える。1 つは経済的な側面である。日常の経済活動における機能であり、市の政策として挙げられる場合は、こちらの側面から語られることが多い。そして、もう１つは精神的な側面である。これは市民の記憶、思い出の中にある姿から考えられるものである。

まず、1 つ目の経済的な側面であるが、これは市の総合計画にもあるように、商業の振興に主眼を置いたものである。経営指導の充実や新規創業者支援などを通して経営基盤の強化を図る。空き店舗対策や祭り・イベントの活用などを通して人通り、賑わいを作る。言い換えれば、「元気なお店が増えるようになれば、事業者にとっても消費者にとってもいいこと」である。また、副次的には人口集中地区内の、交通結節点である石動駅に近い商店街として、自分で自動車を運転できない高齢者や子供でも便利に利用できる商店が存在していることは大切なことである。

次に、2 つ目の精神的な側面から考えてみたい。駅前という立地、歴史的に商業活動の中心として発展してきたこと、そして、伝統行事・祭礼、イベント等の開催を通してコミュニティ機能も担ってきた中心商店街は、住民にとって市の象徴とも言える場所である。そして、その盛衰は単に“中心商店街の活性化”のイメージのみにとどまらず、そのまま“小矢部市の活性化”のイメージと直結していると言えるのではないか。古き良きではないが、市民にとってそこは賑わっていてほしい場所なのである。

試みとして、このレポートを作成するにあたり、記述式アンケート調査を行った。知り合いの市民、その家族に協力をお願いして平成 30 年 12 月に 49 名から回答を得られたものを年代別に表 5 にまとめた。回答の内容は、商店街全体のこと、個店のこと、交通のこと、祭り・イベントのことに分けられる。問 1 の中心商店街について思うこと、問 2 の中心商店街のイメージに関しては、年代を問わずマイナス傾向の回答が多数であった。これは先に見た商工会アンケートの結果とも一致しており、物足りなさや利用の機会が減少してい

ることが実際にうかがえる。問 3 は中心商店街に関する思い出、記憶を訪ねたものだが、若い年代は個店やイベントに関するものが見られるのに対し、上の年代では活気や賑わいなどまちの雰囲気を感じられる回答も見られる。そこには“まちの記憶”と呼べるものが残っているのである。

子供の頃の楽しかった思い出の場所、思い入れのある場所がなくなっていくのは誰にとっても寂しいものである。形を変えて発展していくというならまだしも、それが衰退によるものであれば尚更である。これは商店街に限った話ではなく、ショッピングセンターや大型スーパーといった商業施設においてはよりシビアな経営判断が求められるため、十数年で改装されることもあれば、閉店し取り壊されてしまうこともある。そうなると、記憶として残る前にその場所はなくなってしまう。

表５　個人アンケート調査から

問１　現在の石動駅前中心商店街についてどう思うか	
【19 歳以下】 ・活気がない。人通りがない。 ・行く店がない。中学生が入りやすい店が少ない。 ・路上駐車があって、車が通るのが大変。	【20～39 歳】 ・店も減り、人通りが少なく活気がなくなっている。 ・石動駅は利用するが、商店街の店は知らない。 ・祭りやイベントがないと行かない。
【40～59 歳】 ・店、人通りが少ない。活気がない。 ・休日に休みの店が多い。利用したい店、若者向けの店が少ない。飲食店が少ない。 ・商店街として販売に力が入っていないように思える。 ・駐車に困る。車で通過するだけ。 ・コスプレイベント等で頑張っている人がいる。	【60～79 歳】 ・人通りが少なくさびしい。店に入りにくい。 ・どんな店があるのか知らない。 ・車社会になってからは通過するだけでほとんど立ち寄ることがない。 ・行事、イベント等のとき以外は行かない、静か。 ・イベントの開催など新たな取り組みも見られるが、昔の賑わいはない。

問２　石動駅前中心商店街に対するイメージはどういったものか	
【19 歳以下】 ・シャッター街。閉まっている店が多い。活気がない。 ・子供が入れそうな店がない。 ・ただの道。	【20～39 歳】 ・シャッター街。 ・買い物客が歩いているイメージはあまりない。 ・店に入りにくく地元の人しか立ち寄れない雰囲気。 ・商店街というよりも通行する道というイメージ。 ・地域に密着している。
【40～59 歳】 ・30 年前は繁栄していたが現在は活気がない。 ・少し暗いイメージ。若者の店のイメージがない。 ・大型店での買い物がメインであまり利用されていない。 ・ＰＲをしていない、新規の客を増やそうとしていない。 ・建物は立派になったが、人と人との交流が感じられない。昔の店並びがよかった。 ・高齢者が歩いて行ける地元の商店街は大切。 ・統一的な取り組みがなく各店舗がバラバラ。	【60～79 歳】 ・若い人がやっているイメージがない。 ・店の数が少なく、入ったら何か買わないといけない気持ちになり入りづらい。 ・街路は整備されているが、車社会で人の流れがない。 ・祭りやイベント時には集客が見られる。

問３　石動駅前中心商店街の思い出、記憶に残っている出来事はどういったものか	
【19 歳以下】 ・パン屋。 ・帰り道に買い食いをしたこと。 ・ミルクセーキのギネス記録。 ・特になし。	【20～39 歳】 ・車で利用しにくいが、パン屋がおいしい。 ・子供の頃親におもちゃ屋へ連れて行ってもらった。 ・小学生の時、農協会館でアニメ映画をよく見た。 ・中学校の帰りに寄り道した（立ち読み、買い食い）。 ・火牛祭りを見に行った。

【40～59 歳】	【60～79 歳】
・小さい頃におもちゃ等親と一緒に買い物に行った。 ・銭湯、映画館、パチンコ店があった繁華街。 ・中学時代にＣＤを買った。部活動帰りに買い食いをした。 ・駅前に雑貨屋があり、賑わっていた。 ・週末には狭い道の両側がふさがり車が渋滞していた。 ・昭和 50 年代７月頃の夜店が多くの人で賑わっていた。 ・店先でのアート展示がどの商店も工夫があり面白かった。 ・小学生の頃は比較にならない程の活気で、商店主も若く、それぞれが競い合っていた。 ・道が狭い分あたたかい気持ちで歩いていた気がする。 ・曳山祭の時はたくさんの屋台が出ていて賑やかだった。 ・子供の頃（40 年前）は映画館、パチンコ、ゲームセンター、駄菓子屋がありワクワク感があった。しかし、郷愁に縛られて栄光をもう一度というのは悪あがきとも思える。駅前は職住一体の静かな街として、賑わいは駅南とアウトレットモール周辺に求めてはどうか。	・以前は人通りがあり明るいイメージだった。歩いていても楽しかった。 ・映画館やパチンコ店、休日に人が沢山見かけた時代がなつかしい。 ・20 年位前までは店もそれなりにあり、洋服、靴、バッグ等を買いに休日に出かけた。 ・街路が整備される前の狭い道路で行われた曳山祭や獅子舞祭りの賑わい。 ・火牛祭りの松明をつけた火牛の疾走。

５　おわりに

「商店街の活性化、賑わいは必要だ」とはいくらでも言えるが、簡単にできるのであれば誰も苦労はしない。事業者、消費者、行政など関係するプレイヤーそれぞれの立場からの見方もあれば、事情も存在する。それは、決まった形のない正解を求めていくようなものなのかもしれない。ただ、商業的な意味合いだけではない自分の育ったまちの記憶として中心商店街の持つ意味は大きいと考える。例えばヨーロッパのまちに見る広場のように、交流の場としての機能を併せ持った賑わいを創出できないかとも思う。

表５で見たアンケートの回答の中に「郷愁に縛られて栄光をもう一度というのは悪あがきとも思える。駅前は静かな街として、賑わいは駅南とアウトレットモール周辺に求めてはどうか」という意見もあった。私自身、自分の考えをまとめていく中で気付かなかった発想であり、そういう考えもあるのかと思った。なるほど、今の子供たちにとっては新たな商業施設が思い出の場所になり得るのかもしれない。それでも、小矢部のまちの第一印象ともなる駅前には賑わいがあってほしい。何より中心商店街に思い出が何もないというのは悲しすぎると思うのは私だけであろうか。

参考資料・出典

○平成 27 年度商店街実態調査（2016 年、中小企業庁）
○石動駅前商店街活性化に向けた拠点整備に関する調査分析（2017 年、小矢部市商工会）
○市民満足度調査（2017 年、小矢部市）
○小矢部市史（2002 年、小矢部市）
○中心商店街の営業状況に関する調査（小矢部市）
○商業統計（経済産業省）
○経済センサス（総務省統計局）
○第 6 次小矢部市総合計画（2009 年、小矢部市）
○小売商業振興モデル商工会事業報告書（1989 年、小矢部市商工会）
○平成 29 年度石動駅前商店街個店売上及び通行量調査（2017 年、小矢部市商工会）
○国勢調査（総務省統計局）
○小矢部市統計書（小矢部市）