

アーケードの景観から見た商店街の変遷と組織活動

— 宇都宮市中心商店街を事例に —

前屋敷 史子

商店街とは、先行研究にも示されている通り、景観的に商店が連続し、かつそれらの商店が組織を形成しているものである。都市地理学、商業地理学の先行研究における分析手法は、この定義を基にしながらも組織という点を無視し、さらに業種構成や経営形態を「商店街の景観」であるとしてきた。しかし、組織体としての商店街の景観を分析するためには、組織が作り出した公共の景観を扱っていくべきである。一方、近年、商店街の人文主義的研究（盛り場研究）では、盛り場をテキストとし、その社会史的背景を扱っている。このような研究は生きられた空間としての社会史的背景や来街者が盛り場をどのように捉えてきたのかは明らかになるが、経済的・機能的な商店街を規定する要素との関連性についての視点は欠如している。また、前者の研究では視点が「組織」のみにあてられ、その構成員の意識については言及しておらず、後者の研究対象は来街者のみに限られており、そこを生活の場としている人々については無視している。

以上のような、先行研究の動向をふまえ、本研究では、商店街の空間を規定しているいくつかの要素の変遷を、組織としての商店街が作り出す景観の変遷との関連から考察し、さらにそれらを作り出してきた組織活動及び組織構成員の意識を視野に含めることによって、商店街の空間と人々の意識や社会的背景がどのように関わってきたのかを考察することを目的としている。商店街の公共景観として、アーケードを取り上げ、宇都宮市中心商店街を対象として研究を行った。

宇都宮市中心商店街は、JR宇都宮駅から東武宇都宮駅間の約1 kmに連なる商業集積

地であり、19の商店街組織が存在する。中心商店街全体の販売額は減少傾向にあり、一部の商店街及び大型店に集中する傾向が見られる。最も繁華な商店街組織は「オリオン通り」（宇都宮オリオン通り商店街振興組合とオリオン通り曲師町商業協同組合の二つの商店街組織がある）であり、この商店街には近年改修されたばかりの全蓋アーケードが設置されている。他の商店街組織の多くが「オリオン通り」に並行する大通り沿いにあり、いくつかの組織は片側アーケードを有している。しかし、近年、徐々に片側アーケードが撤去されつつあり、現在、歯抜け状にアーケードが残存している。

さて、「オリオン通り」におけるアーケードに対する空間戦略を分析すると、天候対策という物理的な空間戦略に加え、「明るさ」「広さ」「イベントの行いやすさ」という点が特に強調され、アーケードによって作り出される空間の商品化が行なわれている。一方、他の商店街組織では、片側アーケードが歯抜け状になったり、老朽化したりしているため、アーケードに対する空間戦略というべきものは保たれていないことが明らかになった。

次に、商店街の空間を規定していると考えられるいくつかの要素（ここでは販売額、立体的構造、業種構成、歩行者通行量、道路構造について考察した）とアーケード景観の変遷の関連を分析した結果、それらの要素とアーケード景観は相互に影響しあって変遷してきたことが明らかになった。すなわち「オリオン通り」では、全蓋アーケードによる交通規制のため、建造物の立体化が難しいこと、駐車場の確保が難しいことなどから業務

機能の発展が阻害され、小売業については安定を保つことができた。それにより、アーケードの景観の再整備などの組織活動も活発に行うことができ、さらに小売業の安定がもたらされてきたといえる。一方、大通り沿いの商店街組織では、大通りに面しているということで業務機能の発展が著しく、それに伴って、周辺に存在する小売業機能は衰退を余儀なくされた。小売業販売額と小売業者の減少によって組織活動力は低下し、景観の再整備等も行われなくなり、さらに小売業機能の低下が起こりつつある。このような差異は、商店街の立地する都市構造の違いという原因に加え、組織活動力の強弱という原因が大きく影響していることが分かった。

前述の考察の結果、組織活動のあり方と商店街の景観、経済的・機能的な要素の関連性が明らかになったが、さらに、組織構成員という視点から考察すると、組織構成員によって組織・組織活動に対する意識に大きな差があることが分かった。つまり、アーケードのような公共景観の維持費負担割合に各商店ごとの売上げは反映されていない(原則として間口割合)ため、景観整備による売上げへの効果と維持費の割合は、各店によって開きが

ある。そして、売上げと組織活動への参加状況は比例していることが明らかになったのである。すなわち、商店街組織は経済的利益共有という目的から設立され、維持されるべきものであるにもかかわらず、立地環境による義務的な加入者(商店がその商店街に立地しているから加入しているが、組織活動への参加を望まない構成員)を生み出しているのである。

以上の考察から、アーケードのような公共景観は、商店街の空間に対する設備投資であると同時に、組織活動力や人々の意識的側面に対する投資として機能していると考えられる。すなわち、投資資本の回収を行うだけの組織活動にとどまらず、意識の投資としての公共景観を消費し、供給し続ける組織活動を行うことが、商店街の発展につながっていることが明らかになった。したがって、設備投資資本の循環(すなわち良好な景観整備とその建設・維持費等の回収)と意識投資資本の循環(すなわち景観整備によるインパクトの構成員への公正なフィードバックと構成員の組織活動への参加)がスムーズに行なわれることが、商店街の持続的な発展には不可欠なものであろう。