

川越市の商業機能の変遷

皆川 彰子

城下町としての成立基盤を持つ川越市は、殖産振興、広大な後背地、輸送交通などの地理的、歴史的條件に恵まれて古くから商業が栄え、埼玉県南西部の拠点都市として発展してきた。

江戸から大正まで、川越の経済活動の中核をなしていたのが新河岸川舟運であり、これが県の中心としての川越の地位を支えていたのである。しかし、明治半ばに高崎、東北両線が開通していち早く首都東京との間に鉄道輸送を開始した浦和、大宮に遅れをとったことと、伝統の上に立脚する川越の保守的な気風が相まって、川越商業は低迷状態に陥り、県の中心も浦和、大宮へ移って行ってしまった。新河岸川舟運も、昭和初期に新河岸川の改修工事完了とともに出された通運停止の県令によって、江戸時代から続いた300年の伝統に終止符を打ったのである。

明治末、大正、昭和初めに西武新宿線、東武東上線、国鉄川越線がそれぞれ敷設され、川越も鉄道の時代に入るわけだが、川越商業が低迷状態から脱し、発展が目立つようになるのは昭和40年頃からである。このもっとも大きな要因は、鉄道網の整備発展に伴うベッドタウン化としての新たな躍進である。ベッドタウン化による人口急増は、川越の人口の質をも大きく変え、それが川越商業に大きな影響を与えたのである。

それまで川越商業は周辺の農村地帯を地盤としていた。卸売業は、伝統に根ざした地場産業や物産を基盤に、生産地卸としての機能を強く維持していたのであるが、この人口の質的变化と重化学工業発展による地場産業の相対的地位低下はこの機能を弱め、最近の人口急増が消費地卸としての機能を強めつつある。

また、小売業も、それまでの農村型の明確な消費構造が崩れ、消費の多様化、高度化が急速に進んだ。このため、保守的な地元小売業との間に大きな隙間が生じ、そこをついて大型店の進出攻勢が始まったのであった。

川越商業が発展のテンポを速めるのは、大型店の進出を中心とする商業の変革が始まってからである。しかし、川越市内への大型店の進出は、商店街の核として広い地域から顧客を吸収し、地元購買力の滞留を増加させるが、大型店の進出攻勢は市内だけに限らず、市周辺部への大型店の進出は川越への依存度を低下させている。このことは、店単位、商店街単位の競争から都市間競争の時代に入ったことを意味するのである。

また、ここ10年間のマイカー所有率の激増と、“郊外型ショッピングセンター”の普及は、モータリゼーションの確実な進展を示している。しかし、川越の場合、古くから形成された中心市街地の構造（例えば城下町時代からの狭い曲りくねった道路形態）自体が、車両通行の過密化による歩行安全性低下、駐車施設不足など、モータリゼーションへの対応を困難にしており、中心商業地全体の機能低下をもたらしているのである。

マクロからミクロまで種々の問題を抱えて川越商業は今やひとつの転機にある。最近の著しい経済社会の進展、地域環境の変化の中で、川越が埼玉県南西部の拠点商業都市としての地位を維持し発展していくためには、更に多くの商業機能それ自体の自主的変革が要請される段階にあるといえる。川越商業は極めて多難な様相が予測されるが、伝統のみにとらわれず、新しい観点、新しい次元からの対応が心より望まれるものである。