

地方中心商店街における現状と課題 －長野県上田市うえだ原町一番街商店街を事例に－

宇野 広樹・石井 久美子

本稿では、上田市中心市街地に位置するうえだ原町一番街商店街を事例に、地方都市の中心商店街における現状と直面している課題を明らかにすることを目的とする。本研究で明らかになった点は以下の三点である。第一に、現状立地している店舗の多くは老舗店であり、新規店は飲食店を中心とするサービス業が増えている。第二に、中心市街地活性化基本計画などの行政による政策によって中心市街地にマンションの建設が進み、人口のドーナツ化が進んでいる上田市において中心部の人口は増加している。特に、高齢者の人口がマンション建設を行っている中心部で増加している。最後に、高齢者の人口が増加しており、市民のニーズとしても高齢者が住みやすいまちづくりを求めているにもかかわらず、実際に立地する原町商店街の業種と市民のニーズとの間にミスマッチが見られる。今後、この市民のニーズとのギャップを埋めるような商店が出店する可能性が考えられる。

キーワード：長野県上田市，中心市街地，中心商店街，高齢化，ミスマッチ

I はじめに

近年、日本における多くの地方都市では人口減少、製造業の停滞、商業施設の郊外立地などを背景に中心市街地の空洞化に直面している（箸本、2016）。高度経済成長期以降におけるモータリゼーションの進行は大型店の郊外立地を促し、2000年代以降には衣類専門スーパーの台頭、ドラッグストアやコンビニエンスストアなどによる業態の多角化の進展、インターネットによる無店舗販売の成長など、小売業態は多様化しており、日本の商業環境は大きく変容している。その一方で、主に中心小売店からなる商店街は魅力ある店舗の減少や業種・業態の多様性の乏しさ、地域の人口減少などの要因から衰退傾向にある（荒木、2018）。

そのような状況の中で、全国各地で商店街活性化が模索されてきた。例えば、愛媛県今治市の中心商店街では、「今治商店街おかみさん会」の設立は、話題性の高い共同事業を独自で継続的に展開することで中心商店街の再生に寄与する組織の

ひとつとなっている（安倉、2007）。また、長野県佐久市の岩村田本町商店街では商店街組織の世代交代を進め、新規店舗の開設と新規事業の創出を進めることにより、地域住民の生活を支援する商業的・社会的機能を再構築している（福井ほか、2016）。これらは地域住民が主体となって行っている商店街の活性化である。また国の政策として、中小企業庁は商店街が「地域コミュニティの担い手」として商店街の活性化や商店街を担う人材対策の強化を推進する「地域商店街活性化法」を定めている。さらに2006年に改正された中心市街地活性化法（以下、中活法）や2007年に改正された都市計画法は、大型集客施設の郊外立地規制を通じた都市機能の中心市街地への回帰を強く打ち出している。しかし、こうした政策に基づく施策が地方都市で奏功した事例は極めて少ない（箸本、2016）。

上田市においても、いわゆる「まちづくり三法」が改正されて以降、中心市街地活性化計画（以下、基本計画）を策定し、政策を進めてきた。特に居

住人口には注力しており、マンションの建設や宅地開発などによって一部地域における居住人口の増加、空き店舗数の増加の防止などの目標において一定の効果が数値に現れている。その一方で、市が管轄する真田太平記館や専門学校といった若い世代を呼び込む施設が立地しているにも関わらず、中心市街地内の年齢構成は高齢者の割合が高くなっており、中心部の高齢化が著しい。さらに、市の中心商店街をなす国道141号線沿いには、昭和時代以前から代々受け継がれている老舗が多く立地している。千葉（2012）は、商店街の停滞や大型店の進出・撤退などといった商業集積の動向をみるためには、相互の直接的な競合関係だけでなく、個々の商業集積の活動を取り巻く居住者属性の変化や経済状況の変化など諸状況を踏まえた検討が必要であると述べている。このことから、商業集積、特に地方中心商店街の存続においてミクロな視点で都市内部の地域構造を見ることは必要不可欠であり、上田市の現状と課題を明らかにすることは今後の地方中心商店街を検討する上での足掛かりになると思われる。

そこで本稿は、上田市の中心市街地内に位置するうえだ原町一番街商店街（以下、原町商店街とする）を事例に、地方都市の中心商店街における現状と直面している課題を明らかにすることを目的とする。

研究の手順は以下の通りである。まずⅡでは、中心市街地を取り巻く商業環境の変化を社会・経済情勢やそれに伴う商業環境の内的変化に着目して土地利用や資料より分析する。Ⅲでは、中心市街地内に位置する原町商店街を対象にして聞き取り調査により各店舗の経営特性を明らかにする。そしてⅣでは、まず人口分析によって原町商店街周辺における住環境の変化を明らかにする。人口分析によって得られた高齢者が増加しているという結果を踏まえ、中心商店街に求める消費者のニーズと現在の店舗特性とのミスマッチに着目して原町商店街の現状と課題を考察する。

具体的な研究方法は、開業年及び店舗経営の状況について、各商店へ2020年10月5日から10月10

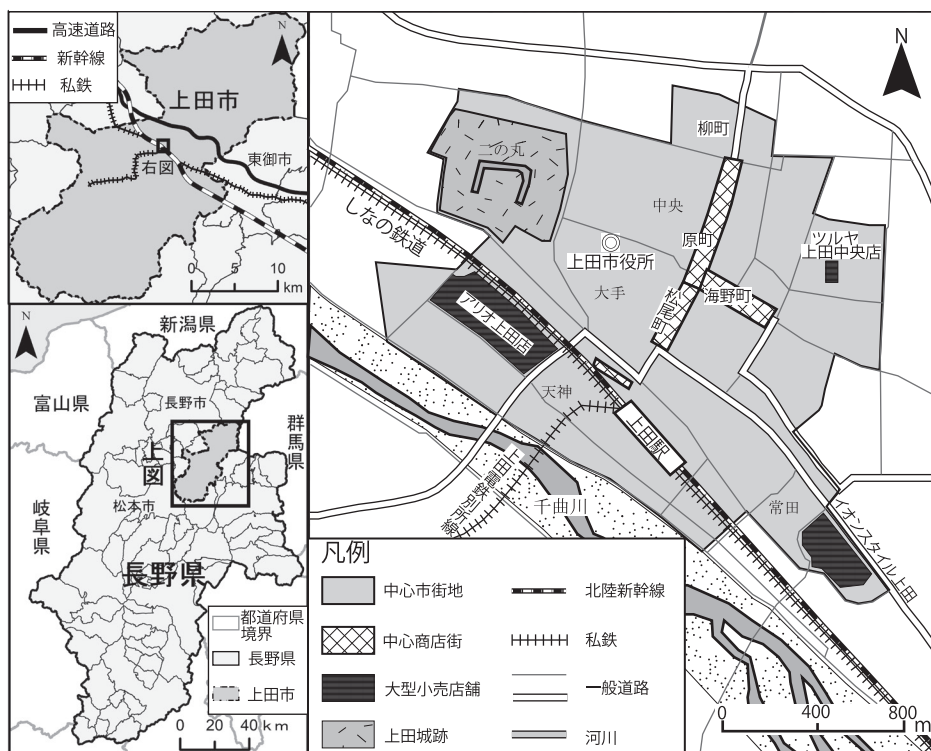
日にかけて聞き取り調査を実施した。また、基本計画を施行したことによる商店街への影響に関して上田市役所、上田商工会議所においても聞き取りを実施した。

Ⅱ 中心市街地における商業の展開

Ⅱ-1 研究対象地域の概要

上田市は、長野県の東部、東信地域の北部に位置し、人口は155,636人（県内3位）¹⁾、面積は552km²（県内6位）²⁾である。上田市は自然豊かな地域であり、北は菅平高原、南は八ヶ岳が属する美ヶ原高原などの2000m級の山々に囲まれており、また市の中央部を佐久盆地から長野盆地へと東西に千曲川が流れ、標高400mから800mの河川沿いに広がる平坦地や丘陵地帯に市街地及び集落が形成されている。年平均気温は11.8℃、年平均降水量は約900mm³⁾であり、昼夜、夏冬の気温差が大きい典型的な内陸性気候である。

本稿が対象とする上田市中心市街地（以下、「中心市街地」とする）は、市内中央部を流れる千曲川右岸に位置する。中心市街地は国道18号内側の上田城跡を含む約193haの範囲であり、2015年に策定された「上田市中心市街地活性化基本計画」の定めた範囲に準ずる（第1図）。上田市HPによると、古くから交通の要衝として発展しており、奈良時代には「東山道」の拠点として、江戸時代以降は北国街道の拠点として栄えていた。現在でもJR北陸新幹線、しなの鉄道、上田電鉄別所線が上田駅で接続し、市の北部には上越自動車道が通っている。北陸新幹線を利用することにより東京から最短80分でありアクセスが良く、東信地域の中核都市として機能している。中心市街地は、戦国時代以降に真田氏によって作られた城下町の面影が現在でも色濃く残っており、上田城跡をはじめとして多くの歴史的文化遺産が残されている。2016年に放映されたNHK大河ドラマ「真田丸」では、市のPRによる観光促進策もあり「真田丸ブーム」と呼ばれるほど多くの観光客が上田市を訪れた。また、市内には夏冬のスポーツリゾート



第1図 研究対象地域

注) 中心市街地は上田市中心市街地活性化基本計画に基づく。

地である菅平高原や別所温泉といった観光地も多くあり、上田市全体では年間約400万人の観光客が訪れている。上田市の産業としては、かつて「蚕都」として発展していた養蚕業によって培われた技術や精神が受け継がれ、現在では輸送関連機器や精密機械などを中心とする製造業が地域経済を牽引している。

本稿で取り上げる中心市街地は「中央」、「二の丸」、「大手」、「天神」、「常田」の5地区から構成される。第2図は現地調査を元に中心市街地の特に中心部における土地利用を明らかにしたものである。商店街が形成されている主要道小諸上田線や駅から北に延びる県道141号線、お城口天神通り沿いには商業・サービス業・飲食業の小規模施設が多く立地しており、袋町や本町のような1区画中へ入り込んだ場所には、居酒屋やスナックといった歓楽施設が集積している。駅南側には大型ショッピングセンターであるアリオ上田店と芸術

文化施設であるサントミュージゼといった大型施設が立地しており、多くの人が訪れている。また住宅は区画の内部、学校周辺部、馬場町といった中心市街地北側地域や天神といった駅南側に密集して立地している。さらに、病院や介護施設、薬局といった医療関連施設が多く見られることから中心部における医療体制は充実していると考えられる。

Ⅱ-2 中心市街地における商業環境の変化

1) 城下町による中心商店街の形成と蚕都上田

上田の中心市街地は、1583年の真田昌幸による上田城の築城によって形成された城下町であり、現在の海野町や原町の商店街は、当時の商業が盛んであった海野郷（現在の東御市海野宿）や原之郷の商人や職人が城下町形成に伴いそれぞれの町に集団で移住してできた商人町である（上田市誌編さん委員会、2003）。

明治期には全国的な蚕糸業の発展に伴い上田の町においても、糸・織物と蚕種の関係商店が全体の7割を占め、農家や商人などの資金需要に応えるために、金融機関が相次いで中心市街地に立地した。さらに、1885年に鉄道の建設に伴い、海野町から上田駅に向かう直線道路の建設が始まり、がけを切り開いて現在の松尾町が形成され、がけの残土で天神町が整備された（上田市誌編さん委員会、2003）。鉄道の開通によって人の流れが変わり、開通前までは中心地であった原町周辺から南のほうへと中心が移動した。また、商売繁盛を祈願するえびす講の祝売が活発になり、現在でも海野町や原町の商店街ではえびす神を祀った祠が見られ、えびす講が続いていることが分かる。大正時代になると、第一次世界大戦による輸出貿易の需要により好景気となり、上田の商店街も活気にあふれ、上田駅の乗降客も急増した。しかし、蚕糸業の衰退と昭和恐慌、さらには戦時状態による配給制によって商業経営は厳しくなっていた（上田市誌編さん委員会、2003）。

2) 高度経済成長期以降の商業環境の変容

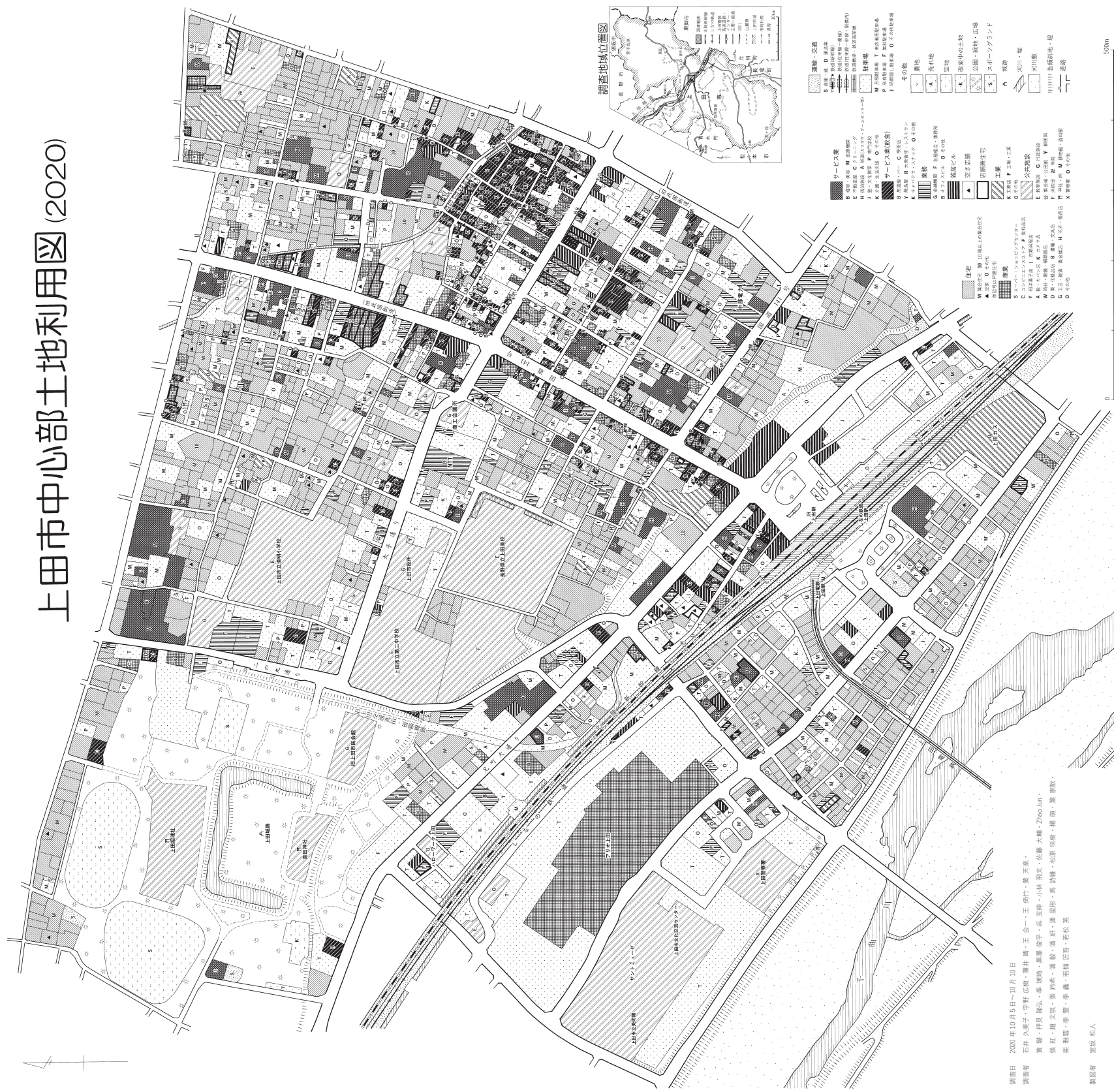
第二次世界大戦後になると、軍事態勢による配給制が廃止され、自由販売へと移り、商店街は再び活気を取り戻していった。上田市誌編さん委員会（2003）によると、戦前から戦後への商業者数の増加率は30.2%と大きく増加しており、木工作品、機械器具、雑貨などを扱う業者が増加していると述べている。目抜き通りの海野町、原町、松尾町、横町では、スズラン灯やネオンサインが夜の街並みを彩り、原町通りでは道路を拡張し、店舗が改装されたことによって近代的な景観となった（写真1）。また、中心市街地への道路や交通のインフラが進み、1960年前後には千曲バスや上田丸子電鉄などのバス路線が整備され、中心市街地に周辺部から人が集まるようになった。

1950年代後半になると、老舗呉服店であったほていやが地元資本の大型百貨店として海野町に出店した。ほていやの出店に当たっては、市・商工会議所・地元商店・学識経験者等の討議によって

上田市の商業活性化につながるとして出店が認められたため、結果的には既存小売商店と共存し、好景気も相まって中心商店街の商圈の拡大と中心商店街の活性化に大きく貢献した（上田市誌編さん委員会、2003）。

1970年以降になると、全国規模の大型小売店舗が上田に進出した（第1表）。ほていやは海野町、ユニーは現在の真田太平記館南側の駐車場、西友（のちに西武、LIVINへと改称）は現在のルートインホテルの場所に出店しており、大型店の出店に合わせて歩行者の流れもその施設の方向に向かっていった（具体的な大型店の分布に関しては、IVで述べる）。1970年代まではユニーやほていやなど、中心商店街地域周辺に立地するスーパーや百貨店が見られた。当時中心商店街には大型店が商店街の中心的な位置に立地していたが、1977年のイトーヨーカドー上田店（現在のアリオ上田店）が開店して以降は、モータリゼーションの進行により郊外立地が進められた。ほていやはジャスコ（現在のイオングループ）の傘下になり、駐車場を確保するために現在イオンスタイル上田店がある常田の位置へと郊外移転している。時代の変化とともに郊外立地が進む一方で、最終的に中心商店街唯一の大型店となったユニーも駐車場が少なかったことを一因として1988年に撤退し、さらには海野町にあったスーパーやおふくも閉店したことにより、中心商店街周辺の大型小売店はなくなっている。しかし2010年には、長野県を中心に出店しているツルヤが中心商店街近郊に出店していることが分かる（第3図）。現在の中心市街地内にはアリオ上田店、イオンスタイル上田店、ツルヤ上田中央店、そして市の駅前再開発事業として建設された駅ビルパレオの4つが大型店として立地している。また、中心市街地外縁部を走る国道18号線沿いにもロードサイド型の大型店や全国チェーン店が立ち並び、上田市が自動車社会であることが図からも読み取れる。

上田市中心部土地利用図(2020)



調査日 2020年10月5日～10月10日
 調査者 石井 久美子・宇野 広樹・薄井 剛・王 会一・王 尚竹・真 文豪・
 廣 穂・神尾 隆弘・李 鉄騎・黒澤 成平・貞 玉幹・小林 飛文・佐藤 大輔・Zheo Jun・
 張 紅・植 文哉・藤 裕希・瀧 毅・瀧 研・瀧 龍彰・馬 崇徳・松原 保樹・橋 尚・栗 原敬・
 栗 繁智・李 宣・李 鑫・若柳 匠吾・若松 英

製図者 宮坂 和人

第2図 上田市中心部土地利用図

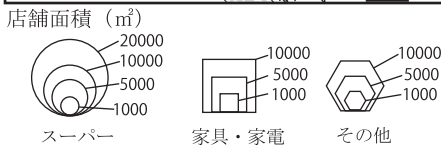
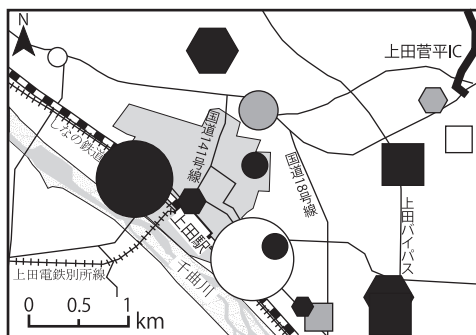
(現地調査より作成)



写真1 えびす講でにぎわう原町商店街
(1960年頃)

戦後、商店街は1949年の原町通りの拡張、1953年の駅前ビル竣工、1960年の上田ショッピングセンターの完成と、復興ときらなる発展に向けての整備も進み、活況を呈した。

(保存版 ふるさと上田より引用)



開業年

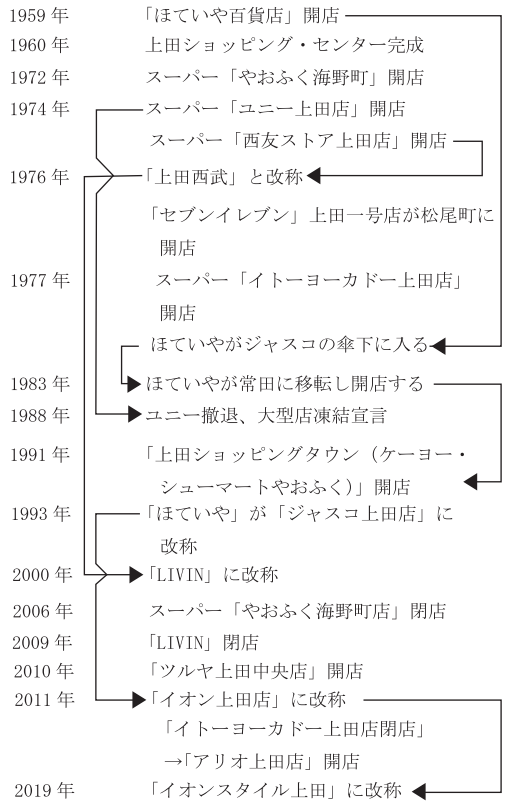
○ 1975-1989年 ● 1990-1999年 ● 2000-2012年

第3図 上田市中心市街地周辺地域における大型店の開業 (1975~2012年)

注) 2020年3月時点

(長野県より作成)

第1表 上田市中心市街地における第一種大規模小売店舗等の進出と変遷



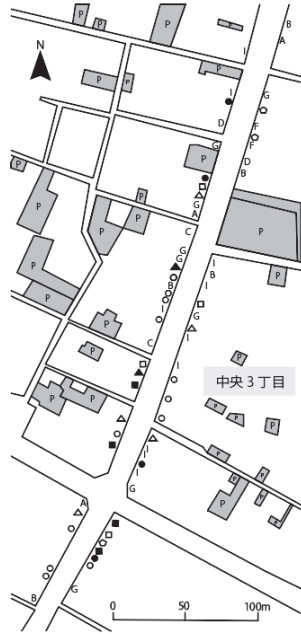
(上田市誌、上田市中心市街地活性化基本計画より作成)

Ⅲ 原町商店街における経営特性

Ⅲ-1 原町商店街全体の特徴

原町商店街は城下町形成時から上田の中心商店街として機能しており、2020年10月時点で48店舗が商店会に加盟している。まず、1997年、2006年、2016年、2020年の4期間での原町商店街地域における商店の変化を第4図に示す。また、業種の店舗数について第2表に示す。これらを見ると、原町商店街の特徴としては一般的な城下町商店街の傾向と同様に衣服の販売が多いことが分かる。一方で、和洋菓子を扱う店舗はあるものの、生鮮食品を扱っている商店はほとんど見られない。

1997年においては、全66店舗のうち12店舗が衣服であり、サービス業全体で15店舗に対して小売



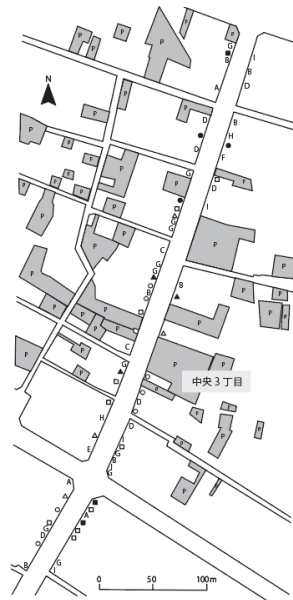
a) 1997年



b) 2006年



c) 2016年



d) 2020年

○ 衣服	● 靴・鞆・帽子・眼鏡	A 喫茶	E コンビニエンスストア その他
△ 薬局・医療	▲ 書籍	B 工芸品	F 酒屋
□ 飲食	■ 美容室・化粧品	C 金融機関	G 食品
◇ 時計・カメラ	■ 駐車場	D 塾・専門学校	H 不動産

第4図 原町商店街における土地利用の変化

注) 駐車場は店舗専用駐車場を除く

(ゼンリン住宅地図より作成)

第2表 原町商店街における業種の変化

業 種		1997	2006	2020
小 売 業	衣類	12	9	7
	薬局・医療	5	5	4
	時計・カメラ	3	2	0
	靴・鞆帽子・眼鏡	4	4	3
	書籍	2	3	3
	工芸品	5	5	6
	コンビニエンスストア	0	0	1
	酒屋	2	1	1
	食品	8	8	10
サ ー ビ ス 業	塾・専門学校	2	3	7
	金融機関	2	2	2
	喫茶	3	3	3
	美容室・化粧品	4	4	3
	飲食	4	6	10
	不動産	0	0	2
	その他	10	7	4
合計	66	62	66	

(ゼンリン住宅地図より作成)

業全体では41店舗であることから、小売業が多いことが読み取れる。また、その他の店舗としてはおもちゃ屋やスポーツショップ、家具といった店舗であり、子供用の衣服店も出店していることから子供向けの商店が立地していることが読み取れる。また、駐車場に関しては国道141号線沿いにはほとんどなく、住宅街の一画に数台ほど駐車できるスペースの駐車場が点在していることから、長屋や宅地の跡地からの土地利用の転換であると推察される。

次に2006年においては、全体的に1997年と比べて店舗数が減少しており、業種についてはほとんど変化が見られないが、衣服やその他がそれぞれ3店舗減り、飲食が2店舗増加している。特に中央部から北側にかけて店舗数が減少しており、東側の中央部では駐車場が増えている。

2016年については店舗数が増加し、1997年時と同じ店舗数となっている。特に2006年では店舗が減少していた北東部で増加している。大きく変わった点としては、中央2丁目の交差点にコンビ

ニエンスストアができたことであり、これは商店会の聞き取りから商店会が誘致したことによって立地した店舗であることが明らかになった。全体的な店舗数は増加しているが、駐車場も徐々に増えてきていることが読み取れる。

最後に2020年については、2016年と比べると、店舗の密集度合が小さく、駐車場が大きく増加していることが読み取れる。業種としては、全体では小売業の店舗が減少し、サービス業が増加している。特に飲食業の店舗が増加しており、近年では、タピオカ屋のような社会的にトレンドとなっている飲食業も出店している。一方で、1997年には全業種の中で最も多い12店あった衣服店は2020年には7店まで減少しており、半数近く減少している。

現在原町商店会は商店会長の任期が1年であり、新しい意見を取り入れやすい環境である。その一方で長期にわたる取り組みを行うことが出来ないというデメリットも存在する。近年就任した商店会会長らや海野町自治会長は地域への愛着があり、地域活性化の取り組みにも意欲的である。また彼らは地域・商店街を活性化するためには地域のステータスを高め、魅力ある街づくりをすることが大切であると強調している。

Ⅲ-2 商店街の個別店舗状況

1) 商店街店舗の事例

本稿の対象地域内には、小売業及びサービス業の店舗が48店舗ある。そのうち、本章では聞き取り調査を実施した23の店舗状況を第3表にまとめた。

本研究では、小室ほか(2019)の分類方法を参考に原町商店街の店舗を4分類に類型化した。まず、開業年を指標として2000年を境に既存店と新規店に分類した。続いて、それぞれについて店舗経営に対する意欲により、積極型と維持・消極型に分類した。その際、販売意欲と最も直接的に関係する販売促進のための工夫の有無を指標の1項目とした。販売促進のための工夫は店の改修工事、自社商品・キャラクターの作成などが含まれている。

また従来の顧客の維持や新規顧客の獲得、加え

第3表 上田市原町商店街の経営形態

大分類	店舗番号	経営者					組合所属	顧客		取り扱い品業種	中分類	広告			後継者	工夫	経営者の居住地	経営者の出身地	経営形態	他店舗の有無	従業員数	ピーク時間帯
		開業年	年齢	代目	土地	建物		客層	主な年代			SNS	HP	その他								
既存店	1	1892	80代	4	自	自	○	地：80%	60代	薬局	積極型	×	○	×	×	○	市内市内兼	有	4	午前		
	2	1902	80代	3	自	自	○	観：多	—	酒屋		×	×	×	×	○	市内市内専	無	2	夜		
	3	1925	50代	3	自	自	○	地・観：50%	30,40代	和菓子屋		○	○	—	○	○	市内市内専	無	3	11~13		
	4	1930	60代	3	自	自	○	地：多	50~70代	紳士服		○	○	○	×	○	市内市内専	無	2	—		
	5	1951	60代	2	自	自	○	地：多	50代	婦人服店		×	×	○	×	○	市内市内専	無	1	14~16		
	6	1962	40代	3	自	自	○	地：多	10~70代	呉服屋		○	×	○	×	○	県内市内専	無	15	—		
	7	1965	60代	2	自	自	○	地：多	50~60代	婦人服店		×	○	○	×	×	市内市内兼	無	1	14~16		
	8	1900s	40代	4	自	自	○	地：多	高齢者	薬局	消極型	×	×	×	×	×	市内県外専	無	2	午前		
	9	1930s	50代	3	自	自	○	地・観：50%	高齢者	工芸品店		×	×	○	×	×	市内市内専	無	1	午前		
	10	1940s	70代	2	自	自	○	地：90%	60代	お茶屋		×	×	○	○	×	市内市内専	無	4	日中		
	11	1948	70代	2	自	自	○	地：多	—	定食屋		×	×	×	×	×	市内県内専	無	2	12~13, 18~19		
	12	1951	80代	2	自	自	○	地：90%	—	靴店		×	×	×	×	×	市内市内専	無	4	—		
	13	1963	60代	2	自	自	○	地：多	40~90代	喫茶店		×	×	○	×	×	市内市内専	無	1	朝		
	14	1965	70代	1	自	自	○	地：80%	50代	喫茶店		○	×	×	×	×	市内市内兼	無	1	7~9		
	15	1977	60~70代	2	賃	賃	○	地：多	40代	はちみつ店		×	×	○	×	×	県内市内専	無	1	朝一, 夜		
	16	1990s	60代	1	賃	賃	○	地：多	30代	飲食店		×	×	×	×	×	市内県外専	無	1	19		
	17	1997	70代	1	自	自	○	県外	—	不動産屋		×	○	×	○	×	市内市内専	無	1	—		
新規店	18	2005	30代	1	賃	賃	○	地：多	20~80	居酒屋	積極型	○	×	○	×	×	市内県外専	有	1	19~		
	19	2010	30代	1	自	自	×	地・観：50%	20~80	飲食店		×	○	○	×	×	市内県内兼	有	15	18~21		
	20	2015	30代	1	賃	賃	○	地：多	30~50	喫茶店		○	×	○	×	×	市内市内専	無	1	14~15		
	21	2017	40代	1	賃	賃	○	地：80%	30,40	飲食店		○	○	×	×	○	市内県外専	無	2	11 : 30~13 : 30		
	22	2019	50代	1	自	自	○	—	—	雑貨店		○	○	×	×	○	県外市内専	無	3	午後		
	23	2020	30代	1	賃	賃	○	地：多	10~30	美容室		消極型	×	○	×	×	×	—	—	専	有	3

注1) 「—」は不明、データ無しを示す。

注2) 後継者の「×」は未定も含む。

注3) 経営形態 専：専業1, 兼：兼業

注4) 経営者の住居・出身 市内：上田市内, 県内：上田市以外の長野県内市町村, 県外：長野県外

注5) 広告 SNS：Instagram, Facebook, Twitter その他：口コミ, 広告, ラジオ, 雑誌, 雑誌, 食べログ

注6) 土地, 建物 自：自己所有 賃：借地

注7) 客層 地：地元民 観：観光客

注8) 工夫 改修工事や自社キャラクター, 商品作成

(聞き取り調査より作成)

て宣伝の手段という観点から、広告の有無を指標に加えた。広告はTwitter, InstagramなどのSNSの利用, HP, 雑誌やラジオなどのその他の3つに分類した。そして販売促進のための工夫を行っている、または3項目に分類した広告のうち2項目以上行っている店舗を積極型、それ以外の店舗は維持・消極型とした。広告を2項目以上としたのはより能動的な広告発信の有無を重視するためである。

類型の結果、既存店は17店舗、新規店は6店舗であった。店舗の基本属性により両者の特徴を分析する。既存店の業種構成は、衣類や薬局などを

扱う小売業が12店舗と最も多く、サービス業が5店舗である。経営者は、先代から店舗を継承しており、その年齢は60~70歳代と高い傾向にある。また、土地や店舗は自己所有で全員が商店会への加盟をしている。顧客は40~70代の常連客が多く、市内を中心とした比較的狭い範囲から来店している。一方新規店の店舗構成は、居酒屋や喫茶店など飲食店を含むサービス業が5店舗と最も多く、小売業が1店舗である。また土地や店舗が賃貸である店舗が多く商工会への加盟率は高い。顧客は、若年層から高齢者まで幅広く、既存店と同様に市内を中心とした比較的狭い範囲から来店している。

(1) 既存店・積極型(店舗4)

1925年に創業し、現在3代目で和菓子の販売を行っている。現在は和菓子を関西から仕入れるなど、スーパーやコンビニとの差別化を図っている。客層は少し前までは50代が多かったが、最近人気俳優が出演した和菓子のドラマをきっかけに若い客層が増えた。また高校生から30代の若い客層がいわゆるインスタ映えを求めて琥珀糖などの見た目が華やかな和菓子を買いに来ている。広告はSNSを用いてお客さんとのコミュニケーションを取るようしており、ツイッターでは個人とも話している点から、積極的な経営が見られる。

この店舗の経営者は自らの店舗経営のみならず商店街の活性化にも意欲的である。NHK大河ドラマ真田丸の撮影期間には広報に関わり、大河ドラマの成功に貢献していた。また新規店同士の顔合わせのセッティングなども自発的に行っている。この経営者は、新規店の新しいアイデアを聞き、それに対して老舗店がやり方を教えることで協力して商店街を活性化させることができると考えている。またそのために、まずは新規店の商店会加入率を上げることが大切だと主張している。

(2) 既存店・維持消極型(店舗15)

1977年に創業し、現在2代目の経営者が蜂蜜や蜂蜜を使った化粧品を販売している。10年前は商品配送サービスが人気でありリピーター客も多かったが、現在は大型店の影響もあり売り上げは落ちている。現在の顧客は月に10人から20人ほどである。広告は年に一回駅の広報紙に広告を出しているが、現状では売り上げには反映されていない。経営者は現在顧客も少ないため店を閉めたいと思っている。経営者は現在顧客も少ないため店の閉店を考えており経営には消極的である。

またこの経営者は近年シャッターが降りている店が増加し、また新規店舗が入ってくるもののすぐに店を閉じてしまう商店街の現状についても危惧しているとともに今後の商店街の発展への期待が薄い。

(3) 新規店・積極型(店舗21)

2017年に創業し、現在夫婦で欧州料理レストランを経営している。経営者は元々東京のレストランで働いていたが、食品の質や過酷な労働状況に疑問を覚え、10年前に長野へ移住した。料理には旬の食材を取り入れ顧客が楽しめるように工夫を凝らし、最近ではテイクアウトの業務も取り入れていることから店舗経営に積極的であることがうかがえる。また、経営者は仕事と余暇のバランスを重視しており、ヨーロッパ的なライフスタイルを取り入れている。そのため店は週休3日取っており、休日は山登りをして自然を楽しんでいる。現在年に1回はフランスのレストランに研修へ行き、本場の料理やライフスタイルを学んでいる。

経営者が年に1回試食会を催し商店会の店舗を招いていることから商店会への積極的な参加が見て取れる。

(4) 新規店・消極型(店舗23)

2020年の夏にオープンした全国チェーンの美容サロンである。従業員は他店舗からの異動で赴任した。オープンして間もないことに加え、新型コロナウイルスの影響で客数は少ない状況でまだ様子うかがっている状況である。客層はまだ把握できていない状況であるが、比較的リーズナブルな価格設定であることから専門学生や高校生も利用している。

全国チェーンではあるが、商店会に所属している。商店会からの手厚いサポートを感じており、商店会活動にできる限り参加したいと意欲はあるが、まだ商店会での集まりが開催されていない。

IV 中心商店街における環境の変化と原町商店街の現状と課題

IV-1 中心商店街周辺の人口増加と高齢化

1998年に施行された「まちづくり三法」によって全国的に中心市街地の活性化について対策が進められるようになった。上田市においても中心市街地における活性化として市や商工会等が主体と

なって特にハード面において政策が進められた。1999年には旧・基本計画として道路整備や上田駅お城口地区の再開発が進められた。2010年には内閣総理大臣に認定され、2010年3月から2015年3月に第1期、2015年3月から2020年3月に第2期の10年間で計画が行われた。この基本計画で扱われた指標とその効果について第4表にまとめた。2010年からは上田市では居住人口の増加に積極的に取り組んでおり、天神3丁目における住宅供給や中央1, 3, 4丁目及び天神1丁目のマンションの建設といった事業が完了している（長野県上田市）。一方で、計画では居住人口はさらなる増加が見込まれていたが、マンション建設の中止やマンション居住者の単独世帯や夫婦世帯が多いことなどから最終的な目標値には届かない結果となっている。また、空き店舗数は商工会が主導する「空き店舗バンク」の利用によって目標値の30件から27件の空き店舗数の減少を達成している。

2000年以降の上田市中心市街地周辺地域の居住人口の変化を分析するため、第5図を作成した。2000年における人口密度は、中心市街地の中でも北部地域に当たる中央、中央北、中央西、緑が丘地区が高く、上田駅南部の天神や中心市街地郊外で低い。2015年になると、2000年に比べて全体的に人口密度が若干低くなっているが、特に常磐城、緑が丘、中央北、中央西、中央地区北側において低くなっている。年齢を見ると、2000年に比べて

全体的に少子高齢化が進行していることが読み取れる。特に中央や大手といった中心部において高齢化が著しく、全体の約40%から50%を占めている。次に、人口増減率を見ると全体的に人口が減少している。中心市街地東側の上田バイパス沿い地域など中心市街地よりも郊外の方が人口減少が小さい傾向にあるが、中心市街地では、マンションが建設された中央2, 3丁目や工場跡地への戸建て住宅の建設による天神4丁目が増加が見られる。高齢人口の増減を見ると全体的に増加しており、中心市街地郊外で特に人口増加が大きい。中心部の中央2, 3丁目や天神4丁目においても高齢人口が著しく増加している。このことから基本計画による居住人口の増加は若い世代の入居よりも、高齢者の流入が大きいことが明らかになった。

ここで原町商店街が属する中央2, 3丁目注目すると、マンションの建設によって人口密度が高く、人口増減率を見ると中央2丁目では4.4%とやや減少しているものの、中央3丁目では15.9%と中心市街地の中では天神地区に次いで増加していることが分かる。その一方で、人口構成では高齢者が多くを占め、高齢者増減率は中央2丁目43.4%、中央3丁目72.4%と大幅に増加している。このことから高齢化が中心市街地内において急速に進行していることが読み取れる。

IV-2 上田中央地域の消費者行動

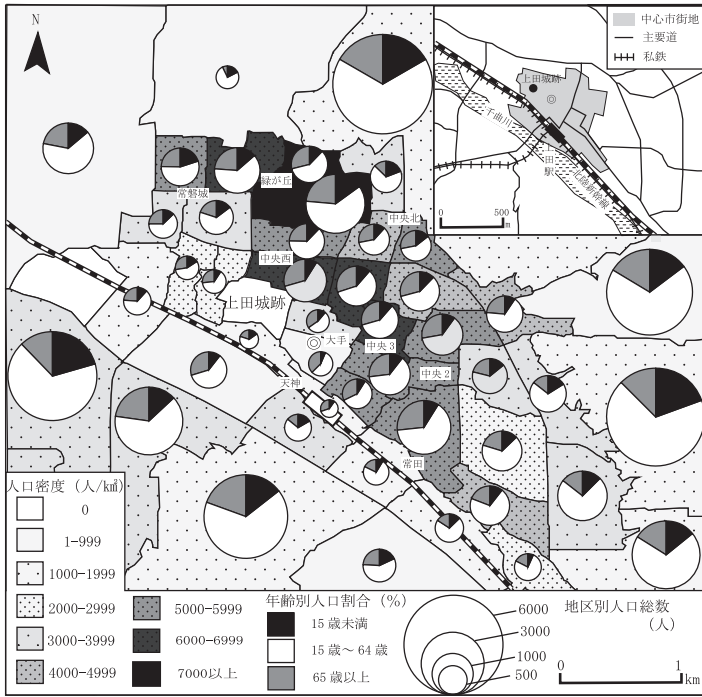
2019年の上田市民アンケート調査結果より、中心市街地が含まれる上田中央地域における居住者の上田市に対する住みやすさについて検討した（第6図）。上田市の住みやすさに関する問いについては、「大変住みやすい」と回答した人が26.1%、「まあまあ住みやすい」と回答した人が62.4%と合わせて88.5%の人が上田市は住みやすいと感じている。その理由として、最も多いのは「買い物などの日常生活が便利」という回答が66.7%、次いで「自然環境に恵まれている」という回答が66.4%で突出している。その一方で、上田市が住みにくいと感ずる理由については、「医療・福祉が充実していない」「まちに魅力や賑わ

第4表 基本計画の数値目標と達成状況

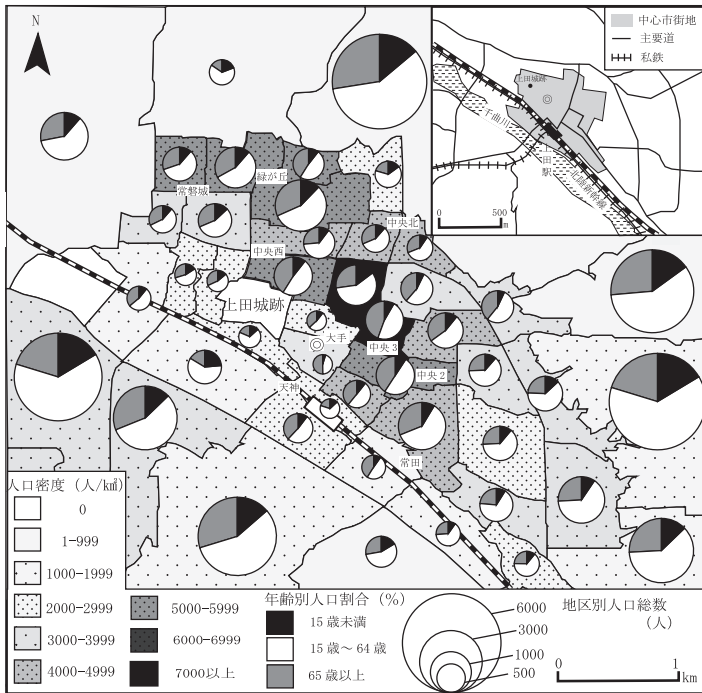
	目標指標	居住人口 (人)	歩行者 通行量 (人/日)	空き店舗数 (件)
旧 基本 計画	基準値 (2008年)	6897	22404	/
	目標値 (2014年)	7059	24257	
	最終報告値 (2014年10月)	7171	18921	
基本 計画	基準値 (2014年10月)	7171	21530	30
	目標値 (2019年)	7210	24900	27
	最終報告値 (2019年10月)	7036	16016	27

(上田市中心市街地活性化基本計画の最終フォローアップに関する報告より作成)

a) 人口総数，人口密度，年齢別割合（2000年）

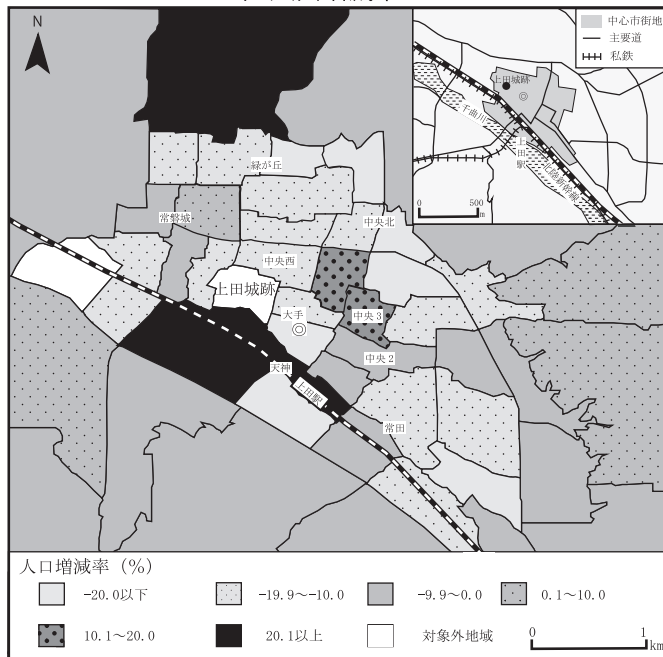


b) 人口総数，人口密度，年齢別割合（2015年）

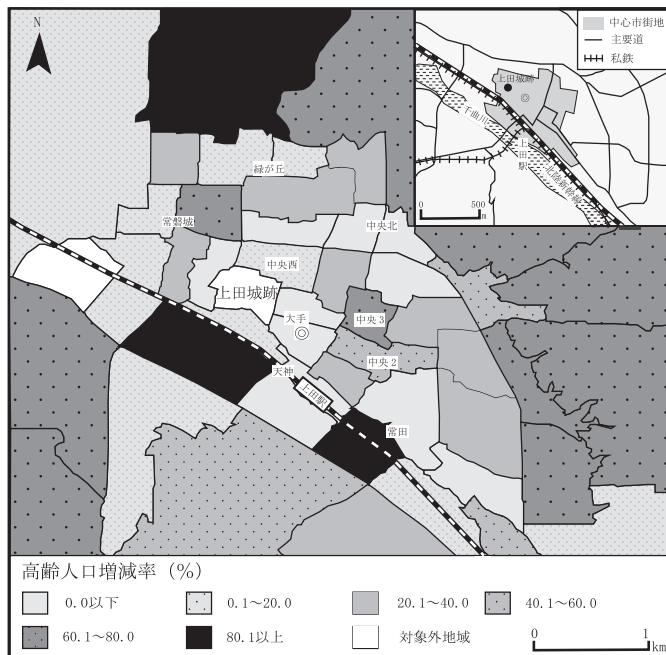


第5図 2000年から2015年における人口変化

c) 人口増減率



d) 高齢人口増減率



第5図 2000年から2015年における人口変化(つづき)

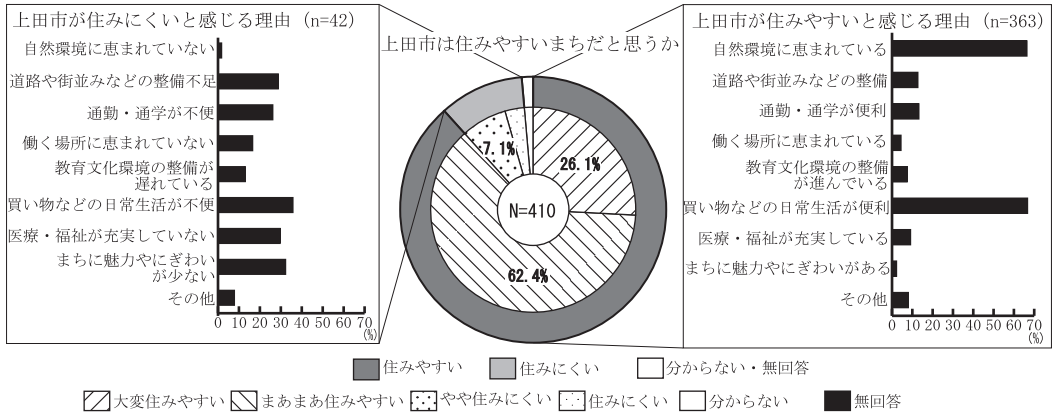
注1) 年齢別割合については年齢不詳を除く。

注2) c, dについては、2000年から2015年における人口総数の増減率を示した。

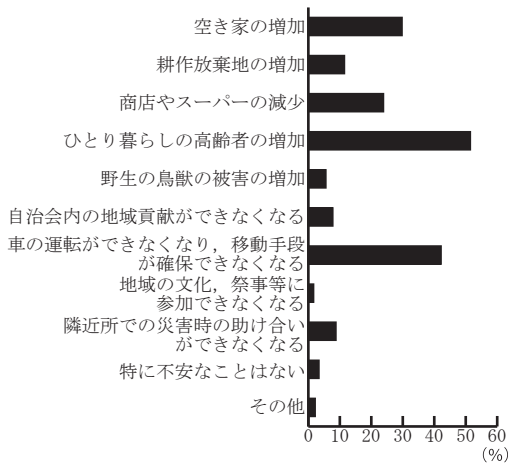
注3) c, dにおける対象外地域は人口が0の地域である。

(平成11年及び平成27年国勢調査より作成)

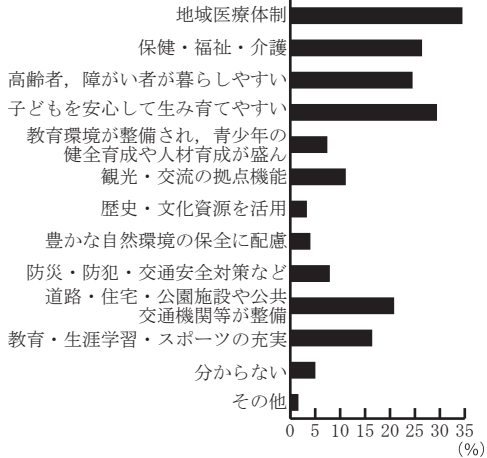
(a) 上田市の住みやすさとその要因



(b) 今後の不安事項



(c) 将来の地域像



第6図 上田市中央地域における住みやすさと今後

- 注1) 調査対象は、上田市内18歳以上の住民5000人を対象に無作為抽出（外国人を含む）。
- 注2) 調査期間は2019年7月1日から7月23日。
- 注3) 郵送による配布により郵送あるいはWEBによって回答された。
回答者数は1914人、回収率は38.3%である。
- 注4) 上田市中央地域は東部、南部、中央、北部、神川地区が対象である
- 注5) 「上田市が住みやすいと感じる理由」、「上田市が住みにくいと感じる理由」、(b)、(c)は2つまで選択できるため、合算すると200%以下となる。

(上田市住民アンケート調査より作成)

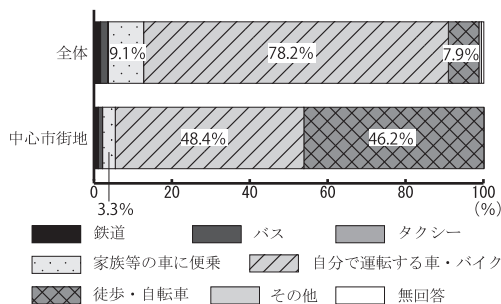
いが少ない」が40.5%であり、「買い物などの日常生活が不便」という回答がこれらに次ぐ33.3%の結果となった。買い物の利便性はどちらの立場においても高い結果となっているが、母数では住みやすいと感じる人が多いことから、買い物が不便だと感じて住みにくと回答した人は潜在的な買い物弱者なのではないかと推測される。

実際に、上田市の将来について最も不安に感じる事項については「一人暮らしの高齢者が増えること」が51.5%、次いで「車の運転ができなくなり、移動手段が確保できない」という意見が42.2%となっている。上田市は坂も多く、車社会であることから、高齢化が進行することによって免許を返納して車を運転できない人が今後増加すると思わ

れる。そして、「上田市が将来どのような地域になったら良いと思うか」という回答については「地域医療体制」、「保険・福祉・介護」の充実、「高齢者、障がい者が暮らしやすい」まちづくりを希望する人がそれぞれ30%ほどおり、その次に子育てしやすいまちが挙げられている。

この結果から上田中央地域は高齢者が暮らしやすいまちづくりを市民は求めており、中心商店街においても、高齢者向けの店舗が出店する可能性が考えられる。しかし、原町商店街で新たに开店している業種の多くは専門性の高い飲食店であり、高齢者や専門学生・中高生が嗜好する安価な飲食店及び食料品店は少ない状況である。

次に2014年に実施された上田市中心市街地活性化住民意識調査の買い物行動に関する結果によると、中心市街地への利用する交通手段としては全体では自分で運転する車、バイクの割合が78.2%と高い（第7図）。中心市街地内では、自分で運転する車、バイクと徒歩・自転車の利用が同程度の割合となっている。さらに、生活必需品の買い物では、商店街よりも大型店を利用する割合が高くなっている。これは中心商店街の生鮮食品をはじめとする食料品店が少ないことが原因ではないかと思われる。



第7図 中心市街地の利用交通手段

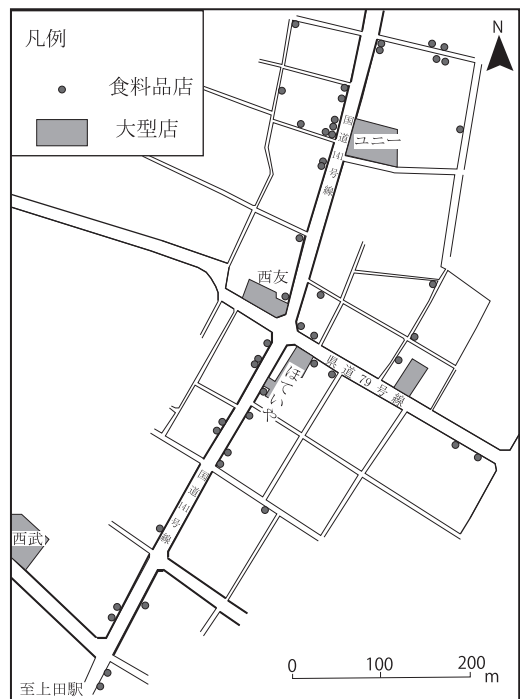
注1) 調査対象は上田市内に居住する満18歳以上の市民3000人を無作為抽出。

注2) 調査時期は2014年5月末に郵送し、6月中旬に郵送で回収。回収数は1080人、回収率は36.0%。

(平成27年上田市中心市街地活性化基本計画（上田市中心市街地活性化住民意識調査）より作成)

Ⅳ-3 中心市街地の商業機能の変容と課題

現在は地元客が中心である上田市の中心商店街において本来ならば多く立地しているはずの食料品店が少ない要因を分析するため、第8図を作成した。この図を見ると、1979年時には中心商店街内にユニー、西友、ほていやといった大型店が立地していたことが分かる。これらの店舗は商圏が広く、周辺地域から集客する効果があるだけでなく、地元住民の食料品を購入する場所としての役割も果たしていた。さらに中心商店街の各商店では、大型店と共存しようと試みたため、大型店と方向性を変えて専門性が高く質の良い商品进行を売ようになった（上田市誌編さん委員会、2003）。その結果、大型店の得意分野である生鮮食料品部門では経営が難しく中心商店街から減少したのではないかと考えられる。図の食料品店を見ると、加工品を含んでいるため、生鮮食品の数は正確に把握することはできないが、2020年の食料品店が10店舗であったことを考慮すると、現在の原町商



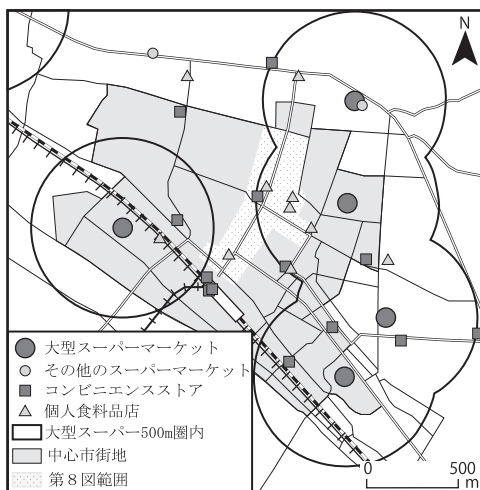
第8図 中央商店街周辺部の大型店と食料品の立地（1979年）

（上田市誌編さん委員会（2003）より作成）

店街地域だけでも20店舗以上あり半数以上減っていることが分かる。

次に、現在の生鮮食料品を販売する業態の店舗の立地分布を見るため、第9図を作成した。まず、大型スーパーマーケットの500m圏を見ると、中心市街地内では東部の常田や中央西、中央北地区がカバーされている。しかし、西部はアリオ上田店を除くと大型スーパーマーケットはなく、北西部はカバーされていない。また松尾町や駅南部もカバーされていない。しかし、これらのカバーされていない地域にはコンビニが立地しており、大型スーパーマーケットの補填ができています。大型スーパーマーケットは中心市街地の外縁部にあるため、中心部には大型のスーパーがないことが分かる。この要因としては1979年時には現在の郊外立地型の状況とは反対に中心部に大型店及び商店が集積し、買い回り品と最寄り品の両方の需要を満たす商業空間を作っていた。しかし、モータリゼーションの進行による郊外移転や閉店によって中心商店街から大型店が撤退すると、生鮮食料品などの最寄り品を販売する機能が失われ、現在のように国道141号線沿いに食料品店がほとんど

ない状況となっている。また、生鮮食料品店の需要と新規参入が見られないいわゆる「ミスマッチ」の要因は、国道141号線沿いの地価の高さと現在の多くの人は近くのツルヤ上田中央店やアリオ上田店、イオンスタイル上田店といった大型店に車で向かうため、顧客の獲得が難しいことが原因であると思われる。しかし、高齢者や障がい者といった車を持たない買い物弱者の移動手段は徒歩・自転車か公共交通がメインであるため、フードデザートの問題に直面する可能性がある。中心市街地で高齢者が増えていることに加え、高齢者が住みやすいまちづくりを住民が望んでいることを踏まえると、今後高齢者向けの食料品店や介護・福祉サービスの店舗が中心商店街に進出する可能性があると思われる。また、原町商店街の特に飲食店において自然環境や質の良い農産物を求めて東京大都市圏から移住する経営者も見られ、郊外移住を希望する都市部からの移住者を呼び込むことで商店街の世代交代が行われる可能性がある。上田市は自然環境と歴史的遺産が多くあり、東京からのアクセスも良いため、新型コロナウイルスによってリモートワークが進んでいる現在の状況において特に東京都市圏に向けた積極的なPRによって移住者を呼び込むことが今後の中心市街地の持続可能性につながると考えられる。



第9図 中心市街地における大型スーパーの
カバー圏と生鮮食料品店の分布

注) 個人食料品店は精肉、鮮魚、野菜、果物店を
生鮮食料品目として選定した。

(長野県HPより作成)

IV おわりに

本研究は、上田市中心市街地に位置する原町一番街商店街を事例に地方都市の中心商店街の現状と課題を明らかにすることを目的とした。

本研究で明らかになった点は以下の三点である。

第一に、現状立地している店舗の多くは老舗店であり、新規店は飲食店を中心とするサービス業が増えている。第二に、基本計画などの行政による政策によって中心市街地にマンションの建設が進み、人口のドーナツ化が進んでいる上田市において中心部の人口は増加している。特に、高齢者の人口がマンション建設を行っている中心部で増加している。最後に、高齢者の人口が増加してお

り、市民のニーズとしても高齢者が住みやすいまちづくりを求めているにもかかわらず、実際に立地する原町商店街の業種とニーズとの間にミスマッチが見られる。中心部の高齢化に伴って食品店の需要が見込まれるが、中心商店街内で生鮮食料品を扱っていた大型店の撤退や高い地価など

の要因から新規出店が見られない。今後、このニーズとのギャップを埋めるような商店が出店する可能性が考えられる。

なお、より詳細な住民の意見を取り入れた研究や海野町との比較については不十分な点を残している。これらは今後の課題としたい。

本稿を作成するにあたり、上田市役所、上田市池波正太郎真田太平記念館、上田市商工会、うえだ原町一番街商店街の各商店の皆様ならびに海野町自治会長様に多大なご協力とご配慮をいただいたほか、多くの資料をご提供いただきました。研究にあたっては、堤純先生をはじめとする筑波大学生命環境系の先生方、ならびに院生の皆様に多くのご指導、ご助言をいただきました。なお、添付の土地利用図(第2図)の製図は、筑波大学の宮坂和人氏に依頼しました。以上、末筆ながら感謝申し上げます。

【注】

- 1) 2020年11月1日時点の住民基本台帳人口による。上都市のHPより引用した。
<https://www.city.ueda.nagano.jp/soshiki/tokei/2948.html> (最終閲覧日: 2020年11月16日)
- 2) 2019年12月時点。上都市HPより引用した。
<https://www.city.ueda.nagano.jp/soshiki/uedapr/5606.html> (最終閲覧日: 2020年11月16日)
- 3) 2019年12月時点。上都市HPより引用した。
<https://www.city.ueda.nagano.jp/soshiki/uedapr/5606.html> (最終閲覧日: 2020年11月16日)

【文 献】

- 荒木俊之 (2018) : 大都市圏中心都市における地域型商店街の変容 - 神戸市灘区水道筋商店街を事例に - . 地理科学, **73**(2), 66-80.
- 上田市 (2015) : 『上田市中心市街地活性化基本計画』. 上田市 (最終閲覧日: 2021年1月25日)
- 上田市 (2019) : 上田市住民アンケート調査結果報告書. 上田市 (最終閲覧日: 2021年1月27日)
- 上田市 (長野県) (2020) : 令和元年度 上田市中心市街地活性化基本計画の最終フォローアップに関する報告. 上田市 <https://www.city.ueda.nagano.jp/uploaded/attachment/25618.pdf> (最終閲覧日: 2021年1月19日)
- 上田市誌編さん委員会 (2003) : 『上田市誌 近現代編 (4) 変わる人や物の流れ』. 上田市誌刊行会.
- 神津良子 (2006) : 『保存版 ふるさと上田』. 株式会社郷土出版社
- 小室譲・有村友秀・加藤ゆかり・白奕佳・平内雄真・武越・堤純 (2019) : 新規開業店舗からみた伊那日中心市街地における商業機能の変容. 地域研究年報, **41**, 53-71.
- 千葉昭彦 (2012) : 『都市空間と商業集積の形成と変容』. 原書房
- 長野県HP 大規模小売店舗立地法に基づく届出状況
<https://www.pref.nagano.lg.jp/service/sangyo/shokogyo/keiei/kouryu/ritchiho/index.html> (最終閲覧日: 2020年1月15日)
- 箸本健二 (2016) : 地方都市における中心市街地空洞化と低未利用不動産問題. 経済地理学年報, **62**, 121-129.
- 福井一喜・金 延景・上野 李佳子・兼子 純 (2016) : 地方都市の中心商店街における新規事業の創出 - 長野県佐久市岩村田本町商店街の事例 -. 都市地理学, **11**, 59-70.
- 安倉良二 (2007) : 愛媛県今治市における中心商店街の衰退と仲間型組織による再生への取り組み : 「今治商店街おかみさん会」の活動を中心に. 経済地理学年報, **53**(2), 173-197.
- 山下宗利 (2006) : 中心市街地の活性化と今後の役割. 経済地理学年報, **52**, 251-263.