

倉持裕彌(鳥取環境大学経営学部准教授)

エリアマネジメントを活用した商店街の 空き店舗対策に関する考察

日本政策金融公庫論集 No.35
pp.61~83 2017.5.

商店街の空き店舗の存在が問題視されて久しい。商店街にとって空き店舗の存在は、商店街の業種揃えを損なうだけでなく、空き店舗はいつまでも空き店舗であるわけではなく、時間の経過とともに、更地、駐車場、住宅とその外形を変化させながら、商店街の連担性(統一感)を半永久的に喪失させ、回復不可能なダメージを与えるリスク要因でもある。それゆえ、筆者は、「耕作放棄地」が農業に回復不可能なダメージを与えるのと同様、空き店舗を「商業放棄地」と呼ぶ。しかし、個店経営に忙しい商店主が商店街全体に目配せして個店経営と等しいウェイトで空き店舗対策に日々関与するのはむづかしい。むしろ、商店街を地区内の環境整備や課題解決に取り組む上で必要と考える自治体、町内会あるいは地域住民が空き店舗対策に関与する担い手となりうる。したがって、空き店舗が生む「店舗の歯抜け状態」を商業機能の問題と狭くとらえてしまうと有効な空き店舗対策は至極困難となる。

本稿は、綿密な事例研究をとおして空き店舗の実態と発生要因を整理し、各事例の空き店舗対策をエリアマネジメントの観点から、その有効性と課題を考察した論考である。エリアマネジメントとはエリア(地区)の価値を高めるための取り組みと定義される。したがって、エリアマネジメントの観点から空き店舗対策を評価

する場合、各商店街の空き店舗対策の効果と課題はエリアに関係する組織や個人の連携やリーダーシップのあり方を含めた総合的な枠組みの視点でもって評価されることになる。ここでは、空き店舗対策に活路をみいだしている商店街として、上古町商店街(新潟市)、大門商店街(長野県塩尻市)、そして智頭街道商店街(鳥取市)の3商店街が取り上げられている。

筆者は、各商店街の独自の空き店舗対策の取り組みについて、その中核組織のあり方(商店街振興組合、外部組織、街づくり会社)、空き店舗を埋める手段(商店街ブランディング、一括イベント的活用、歴史的建造物再生)、取り組みの持続性(新規出店者継続的確保、定期的イベント実施、歴史的建造物活用)、取り組みの成果の4点について、エリアマネジメントの観点から次のように分類する。すなわち、上古町商店街の取り組みは、商店街振興組合の若手主導のもとでの各個店の努力がエリアブランディングへ結実している点をとらえて「協調型」エリアマネジメントと分類する。

また、大門商店街の取り組みは市役所の若手職員有志による任意組織が企画する空き店舗を活用するイベントを、商店街組合の事後追認を得られる信頼関係をベースとして展開される空き店舗活用事業の規則的実施によって「商業放棄地」の拡大をくいとめる点をとらえて「実践(先行)→協調型」エリアマネジメントと分類する。

智頭街道商店街の取り組みは、歴史的建造物の再生事業で立ち上げた商店街振興組合の幹部による街づくり会社がさきがけとなって商店街イメージの転換をめざして、空き店舗の一括借り上げと新規出店希望者へのサブリースによる収益事業化と、出店希望者への空き店舗情報の

提供・共有によって商店街の『歴史・文化』イメージの維持・管理費の捻出する点を「循環型」エリアマネジメントと分類している。

いずれのタイプの取り組みも、空き店舗対策を成功裏に導くためには、しがらみにとらわれない事業の引き受け手（若手）が存在し、組織内部の調整であれ外部組織との連携であれ、情報共有をはかりながらも、自立してリーダーシップを発揮できる環境が許されていなければならないことを教えている。

評者が感じたのは、空き店舗対策がエリアマネジメントとして実施されるといわれるとき、そこにひとつの前提がおかれていることである。すなわち、かつて賑わいのある商店街が新規出店希望者を引きつけ、その連担する店舗数を伸ばしたのと同様、空き店舗対策も単に空き店舗を埋めるだけではなく、それに付随して商店街が総体としてエリアとの親和性を向上させねばならない。結局のところ、エリアマネジメントとしての空き店舗対策の評価は、事業として評価されるかぎり、イベント規模、連携事業の範囲、あるいは関与する人的規模など、実施される取り組みを構成する何らかの指標が拡大再生産的循環をとめないながらすすめられることがエリアマネジメントの前提におかれているように思われた。

（福岡大学商学部教授 笹川洋平）