

阪神・淡路大震災後における地域の商業構造の変化に関する一考察

広島商船高等専門学校 正会員 ○田中 康仁
神戸商船大学 正会員 小谷 通泰

1. はじめに

著者らは、阪神・淡路大震災以降、神戸市内の一地域を対象として、現地調査や電子住宅地図を活用することにより近隣商業施設(店舗)の再開状況について継続的に調査・分析を行ってきた^{1) 2)}。

そこで本稿では、震災後5年間を対象として、調査地域において、再開された店舗や新規に立地した店舗の件数の推移を明らかにするとともに、それらの業種構成や立地形態の特徴、また従来からの商店街・市場の動向について報告する。

2. 調査対象地域と使用データの概要

本研究で調査対象とした地域は、神戸市東灘区の東部地域(総面積 310ha)であり、震災により最も大きな被害を受けた地域の一つである。当該地域には、鉄道および幹線道路がそれぞれ東西に貫いており、こうした鉄道駅周辺や幹線道路沿いに数多くの店舗が立地しており、また域内には4カ所に6つの商店街・市場が点在していた。

次に、使用したデータは(株)ゼンリンから発行されている電子住宅地図³⁾であり、震災前の95年(93年11月調査)、および震災後の5時点(96年6月、97年7月、98年5月、99年6月、2000年6月)の計6時点を用いた。特に本研究では、店舗件数を集計するため、電子住宅地図に付随している情報の中から各店舗の名称・住所等の属性を抽出し、全ての時点について個別にデータベースを作成した。なお、新規店舗とは、震災前後の店舗データを比較することにより震災前と異なった名称の店舗が震災後確認された場合、それを新規店舗とすることとした(住所の変化は問わない)。集計結果によると、震災前の店舗数は1,115件であり、業種構成については、販売業が51%と大半を占めており、飲食業、サービス業はそれぞれ32%と17%であった。

3. 従来・新規店舗数の時系列変化

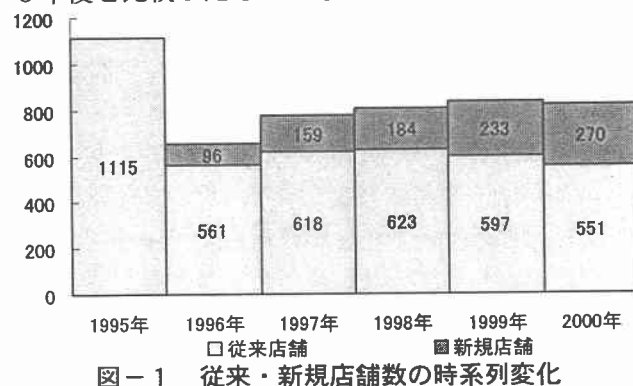
図-1は従来店舗と新規店舗の件数の推移を示したものである。これによると、従来店舗は震災1年

Yasuhito TANAKA, Michiyasu ODANI

後に約半数が再開しているが、それ以降の3年間にかけは、再開件数がわずかに増加しているものの、ほぼ停滞状況にあり、4年目以降は減少に転じている。これに対して、新規店舗は年々その数を増やしており、5年後にはその件数は域内の全店舗の約3分の1を占めている。営業している店舗の総数については、新規店舗の件数は増加しているものの、従来店舗数の減少の影響を受けて5年後では減少に転じている。

4. 店舗の業種構成

5年経過時点で、総店舗数は減少しているものの、店舗の業種構成は震災前とほぼ同様であった。また、新規店舗の増加が著しいが、その中でもコンビニエンスストアの増加は最も顕著である(震災前:5件→5年後:20件)。そこで、図-2は、コンビニエンスストアの商圈をボロノイ線図により描画し、震災前と5年後を比較したものである。これによると、5年



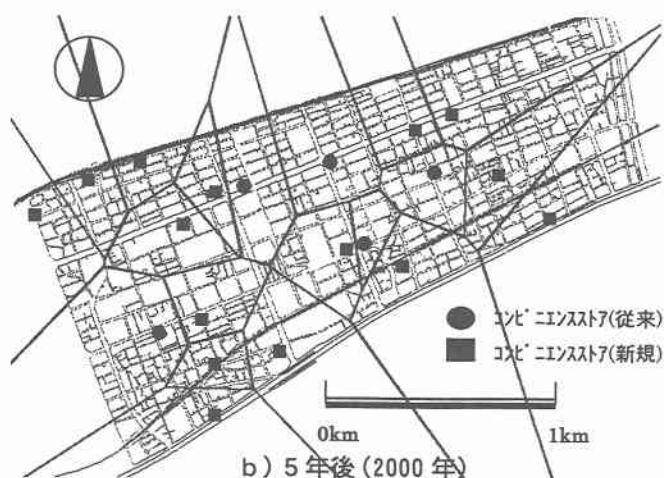


図-2 コンビニエンスストアの商圈の変化

後は震災前に比べて商圈が著しく狭くなっており、従来店舗との競合が激化していると考えられる。

5. 従来・新規店舗の立地形態

図-3は従来店舗と新規店舗の立地形態の推移を示したものである。これによると、従来店舗は5年間を通して戸建ての店舗の比率がほぼ一定の値で推移しているのに対し、新規店舗は時間の経過とともにビルのテナントとして立地する店舗の比率が高くなっていることがわかる。

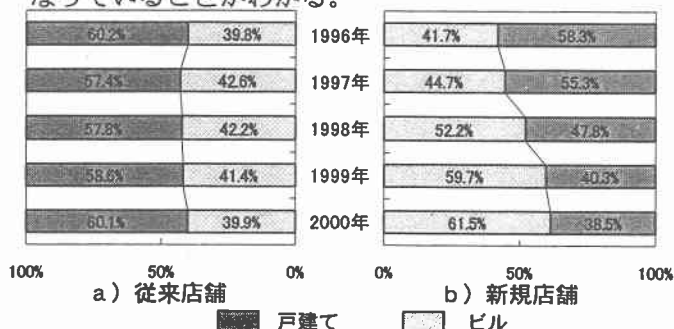


図-3 従来・新規店舗の立地形態の推移

6. 商店街・市場の再開状況

図-4は域内に点在していた6カ所の商店街・市場の震災前と2年後、6年後の店舗数を比較したものである。これによると、商店街・市場として震災前の店舗数を維持している箇所は見られず、最も再開状況が良好な青木商店街でさえ震災前の6割程度の店舗が再開しているといった状況である。他の商店街・市場については3割前後の店舗が再開しているのみである。特に、小路、保久良、三和の3カ所の市場は、震災を期に市場を解散してしまったため、これ以上の店舗再建は望めない。また、深江ショッピングセンターや青木市場についても共同建て替えを計画しているビルでのテナントとしての参加店舗

は、現時点で営業を継続している店舗に加えて1、2件程度である。このように、商店街・市場だけで約110件の店舗が廃業したことになり、これは震災前の総店舗数の約1割にも相当する。

こうした現状を踏まえて、商店街・市場の代表者へヒアリング調査を行った結果、新たに進出した大型スーパーに顧客を奪われその影響で廃業する店舗も多いこと、また、震災後、住民の年齢構成が変化したことにより購買層に変化が生じ、固定客が減少したこと、新規顧客である単身者や若年層はコンビニエンスストアなどの新規店舗に流れる傾向がある等の指摘がなされていた。

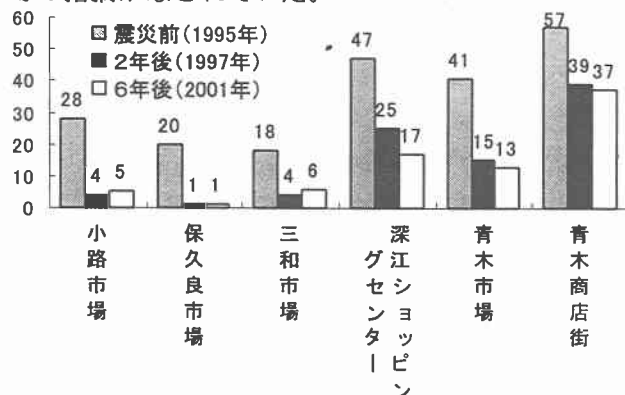


図-4 商店街・市場の再開状況

7. おわりに

本研究では、震災後の5年間で地域の商業構造に急激な変化が見られたことを示した。すなわち、営業している店舗数は震災前の7割前後にとどまり、そのうち3分の1は新規店舗で従来店舗は減少の傾向にあること、業種構成には変化は見られないもののコンビニエンスストアといった新たな業態の店舗が急激に増加し、また新規店舗はビルのテナントとして立地する傾向があることがわかった。また、従来からの老朽で小規模な店舗からなる商店街・市場は大半が消失しつつあることが明らかになった。今回の分析では、個々の店舗の規模(床面積)を考慮していなかったため、今後はこうした要素についても検討を進めたい。

<参考文献>

- 1) 田中・小谷：被災地域における近隣商業施設の立地特性に関する考察、土木学会第54回年次学術講演会、pp554~555、1999年
- 2) 田中・小谷：電子住宅地図を用いた被災地域における近隣商業施設の立地特性に関する分析、土木計画学研究・講演集22(1)、pp105~108、1999年
- 3) (株)ゼンリン：電子住宅地図、CD-ROM ZMAP-TOWN II ('93、'96、'97、'98、'99、'2000)