

彦根銀座商店街に関する考察（その1）

Consideration about Hikone-Ginza shopping street (Part 1)

方 蘇春

FANG, Suchun

要 約

近年、流通事情や小売業態の革新などの影響で、日本の地方都会を中心に、商店街の多くは衰退し、いわゆる「シャッター街」に化しつつある。一方、商店街は活性化するため、様々な取り組みを試しており、中小企業庁より編集した「がんばる商店街77選」にはそれらの取り組みは記録されている。しかし、多くの地方都会において、そうした取り組みは商店街の活性化には必ずしも繋がっていないのが現状である。滋賀県彦根市にある彦根銀座商店街も「がんばる商店街77選」に選ばれていながら、実際、活性化されたとは言いがたい状態である。その中、本文が取り上げた地元の若手実業家は銀座商店街を活性化するため、本業と全く関連のない話題性の店舗を商店街に出店する事例には注目に値すると考える。

Key Words: 彦根商店街、シャッター街、少子高齢化、地方経済活性化、近江商人

1. はじめに

商店街の定義について諸説がある。例えば、服部銈二郎氏と杉村暢二氏は商店街を次のように定義している¹⁾。「商店街とは、個々の店舗に組織が成立して、初めて商店街と名付けられる。したがって、社会的には何々の商店街と呼ばれる商店の並ぶ通りがあっても、真の意味での商店街とは言えないし、また、これとは逆に商店街と呼ばれないような「通り」であっても商店街に値するような「通り」でさえもあるわけである。（中略）。

一方、中小企業庁のホームページでは、「商店街」についてこのように述べている²⁾。「商店街」についての明確な定義はありませんが、商業統計では、小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が近接して30店舗以上あるものを、一つの商店街と定義しており、平成26年の商店街数は12,681となっています。なお、ショッピングセンターや多事業所ビル（駅ビル、寄合百貨店等）も、本定義に該当するものであれば、原則、数に含まれています。」

また、中小企業庁の委託事業である「平成 30 年度商店街実態調査報告書」³⁾には、次のように「商店街」を定義している。「本調査でいう「商店街」とは①小売業、サービス業等を営む者の店舗等が主体となって街区を形成し、②これらが何らかの組織（例えば〇〇商店街振興組合、〇〇商店会等で法人格の有無及びその種類を問わない。）を形成しているものをいいます。」。なお、この調査書では、商店街数について、「各都道府県が把握している商店街数（参考値として調査）を合計したところ 14,035 件でした。」と述べており、調査する手法の差もあるだろうが、前述の中小企業庁が掲載した平成 26 年の 12,681 件よりはかなり増えている。

日本の商店街はかつて「街の顔」として、地域にとって欠かせない存在でした。しかし、近年、少子高齢化で引き起こした後継者問題、そして大型スーパーの出店が増えるなどの影響で、特に地方では多くの商店街は徐々にいわゆる「シャッター街」に化している。中小企業庁の 3 年に一度の商店街に対する調査によると、日本全国の商店街空き店舗率は 2003 年の 7.3%を境に、年々増え、2012 年には 14.6%までに上った。その後、空き店舗率は少し改善され、2018 年現在は 13.8%となっている³⁾（図 1）。

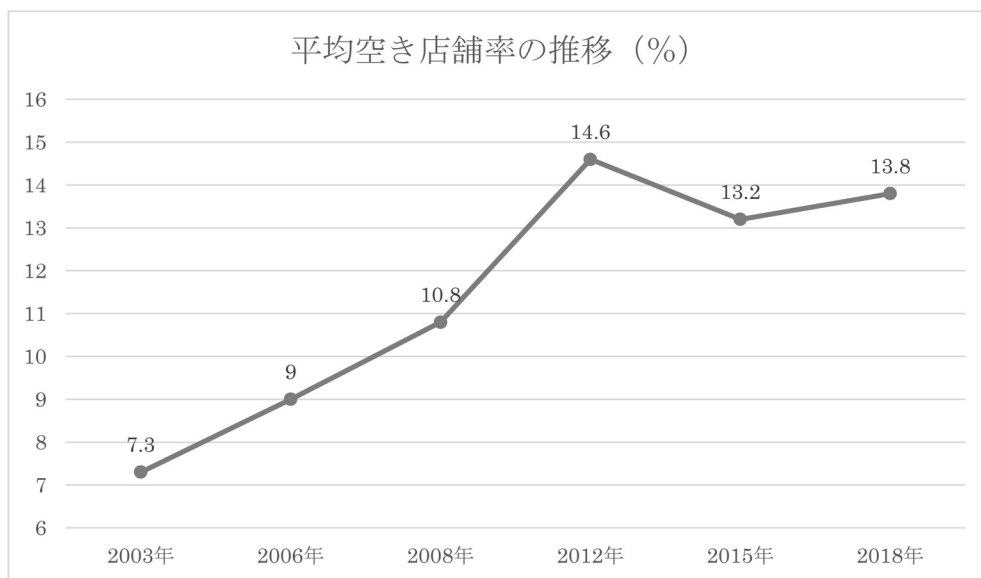


図 1 商店街平均空き店舗率の推移（平成 30 年度商店街実態報告書より筆者作成）

実は消費者の商店街に対する意識の変化も起きている。例えば、満園 勇氏によると、

東京都民を対象とした2011年10月に行われた意識調査のなかで、「商店街はなくなっても、スーパーがあるので困ることがないか」との問いには、「困ることはない」が48%と多数派を占めており、「困ることがある」は23.4%に止まっている。調査対象が商店街を使う人に限定され、そのほとんどが「商店街がなくならないほうがよい」と考えているのに、買い物に関してはスーパーがあれば、商店街はいらない、という回答が多数派を占めている⁴⁾。

筆者は2003年に聖泉大学へ着任した当時、JR 稲枝駅から大学へ行く途中には、小さな商店街のような通りがあり、いろいろな店があった。その中の「ほかほか弁」やケーキ屋さん、そして散髪屋さんなどにずいぶんお世話になっていた。しかし、いつの間にか、これらの店が消え、更地やシャッターだけ残るようになっていく(図2、図3)。



図2 稲枝商店街の空き店舗(その1)

図3 稲枝商店街の空き店舗(その2)

一方、JR 彦根駅から彦根城まで当たりの一円は数百年に上る長い歴史を持つ城下町として知られている。その中では、「銀座」と冠している商店街がある。それまでに、私にとって「銀座」といえば、すぐ東京の「銀座」は頭に浮かんでくるため、彦根にも銀座街があると聞いたときは本当にインパクトがあった。早速、見に行ったが、インパクトのある名前の割に、彦根の銀座街は規模が小さく、人出もあまりいなかったのが印象に残った。

数年前から、筆者は彦根商工会議所の下部組織である「彦根異業種交流研究会（GAT 彦根）」のアドバイザーを拝命したことをきっかけに、多くの中小企業の経営者達と知り合うようになった。そのなかの一人は「株式会社ギャラリー 空^{くう}」の代表取締役の青池貴司氏である。青池社長の本業は注文住宅の販売だが、地元の商店街の活性化のため、ジュラード*を販売する店を彦根銀座街に出店した。それを聞いて、青池社長の行動に感心するとともに、彦根銀座街のことを調べようと考えた。本学の建学方針の一つは「地域貢献」であり、筆者もこの調査、考察を通じて、多少とも「地域貢献」にお役に立つことができればと考えた次第である。

2. 彦根銀座街の歴史

彦根市は琵琶湖の東北部にあり、令和元年11月現在の人口は112,997人である。彦根市のホームページによると、彦根は戦国時代になって絶えず戦場となっていたが、豊臣時代に石田三成が佐和山城主となってから町は次第に繁栄し、その後、関ヶ原の戦功で井伊直政が彦根の地に封ぜられ、その子直継が彦根城の築城を始めて、直孝により完成され、城下町として発展、産業、政治、文化の中心地として300年間栄えた。

「47都道府県・商店街百科」によると、彦根は県東部中心都市として、昭和初期より商店街の充実には目を見張るものがあった。なかでも、彦根城の南、約1キロに位置する「彦根銀座街（銀座商店街）」は、戦前から県内屈指の商店街として賑わっていた場所である。1933年には湖北地区唯一の百貨店「マルビシ百貨店」も建設され、彦根の一等地として大いに栄えていた。戦後も、資源権を代表する地元スーパーマーケットの「平和堂」が1957年に「靴とカバンの店平和堂」として誕生し、1963年には鉄筋5階建てのビルを建設し、県下初のエスカレーターを完備した「ジュニアデパート平和堂」が完成した。現在の銀座街付近は、1960年代初頭から建設された鉄筋3,4階建ての店舗付き住宅の片側アーケード型の街区で、レトロな雰囲気が漂っている⁵⁾。

また、彦根商店街連盟のホームページでは彦根銀座街について、次のように紹介している⁶⁾。「銀座商店街の歴史は古く、石田三成の佐和山城を彦根山に移築し、現在の城下町がつくられた頃に商店街の原型となる川原町・土橋町が作られたといわれています。両町が昭和26年に合併し現在の銀座町となりました。昭和27年には「子供歌舞伎」を乗せた山車が祭りを盛り上げ、夏の売出しとしての「二七の市」や11月23日の祭日を中心に開催される「ゑびす講」などの行事に湖北一円から人が集まり、夜遅くまで買い物客で賑わい

をみせていました。今も並びず講は彦根名物として知られています。」

フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia)』では彦根銀座商店街の歴史について、次のように記述している。「銀座商店街は、滋賀県彦根市にある商店街。彦根城の南約1kmに位置し、北西部が中央商店街・彦根市場商店街と、東端で登り町グリーン通り商店街・リバーサイド橋本通り・花しょうぶ通り商店街と接する。彦根城の城下町の形成とほぼ同じ頃に「川原町」・「土橋町」が成立し、商業地として発展していった。1951年（昭和26年）に両町が合併して現在の銀座町が成立し、銀座商店街となった。1930年（昭和5年）に、当時の土橋商店街にマルビシ百貨店がオープン。1963年（昭和38年）には、滋賀県内で初となるエスカレーターを備えたスーパーマーケットとして平和堂1号店が出店した。さらに、1961年（昭和36年）から1973年（昭和48年）にかけて、約10億円を投入して都市計画街路整備事業と防災建築街区造成事業を実施して近代的なビル群に姿を変えるなど、彦根市の商業の中心地として役割を担ってきた。しかし1889年（明治22年）に開業した彦根駅からやや離れた立地のため、1970年代後半の彦根駅の改築・市役所の駅前への移転、郊外型大型店の出店などによって次第に衰退していった。こうした中、1998年（平成10年）に中心市街地活性化法が施行されると、彦根市のタウンマネジメント機関構想と連携してアーケードを整備するなど、賑わいを取り戻す活動を積極的に行っており、中小企業庁の「がんばる商店街77選」に、彦根夢京橋商店街、花しょうぶ通り商店街、登り町グリーン通り商店街、おいでやす商店街、四番町スクエアとともに「彦根市内6商店街」として選ばれている。」

3. 彦根銀座街の現状

前出の「47都道府県・商店街百科」では、銀座商店街の現状について次のように指摘している。「現在は、駅から離れていて市の中心部からやや外れた場所にあるため、苦戦を強いられている。

夢京橋キャッスルロードや彦根銀座街をはじめ、彦根市内の6つの商店街は「頑張る商店街77選」に選ばれ、まちづくりと一体となった商業活動を進めている。最盛時には中心市街地にある商店街の店舗数も800以上あったが、いまではその半分の400弱に激減している。彦根市周辺には平和堂が経営母体のアル・プラザやビバシティ彦根と呼ばれる郊外型ショッピングセンターも出店し、歩いて行ける近隣型商店街は苦しい立場に追い込まれている。観光客相手の商店街としての役割だけでなく、地元客の日常生活に密着した

賀県 No.1 を誇っている。彼は柴野大造という友人がいる。この柴野氏はアジア人初の世界ジェラート大使で、2017年 Sherbeth Festival の世界チャンピオンに輝いたすごい人物である(図7)。柴野氏から「世界一のジェラートをもっと日本で広げよう」と、彦根にジェラートの店を出してほしいという提案を受けた当初、青池社長は飲食業について全くの門外漢であるため、かなり躊躇した。身内の人たちからも「飲食業をなめるな」や、「うまくいくはずがない」などと言われ、反対された。

ところで、青池社長は常日頃、ビジネスに成功したら、何らかの形で、地元貢献したいと思っているようだ。これも近江商人の DNA に影響されているかもしれない。そこで、青池社長はこの店を銀座街で開ければ、商店街の活性化に役立つと思い、私財を投じて、



図6 ギャラテリア・アズーロ彦根店



図7 左は柴野大造氏、右は青池貴司氏

ジェラートを製造・販売する会社「株式会社アズーロ」を設立して、「ジェラテリア・アズーロ彦根」をオープンすることにした。

店名にもこだわった。その由来はいずれもイタリア語で、「Gelateria (ジェテリア)」=ジェラートのお店、「Azzurro (アズーロ)」=青、という意味である。Azzurro (アズーロ)には、地元の「琵琶湖」をイメージする青色と、オーナーの「青池 貴司」の名前、店長を務める「酒井 拓海」の海の色、という3つの意味が込められているようだ⁶⁾。青池社長は曰く：「彦根駅から降りて、彦根城までは観光客さんも来るんです。でもそこまで、それから先にはなかなか足が伸びない。出店をきっかけに、銀座町商店街が活気づくきっかけになればと思っています。食べ歩きしながら、その先の彦根も楽しんで帰ってほしい⁷⁾。」

青池社長のような地元を愛する行動派の企業家はもっとあられれば、商店街の活性化はより加速されるだろう。

1. 今後の課題と展望

いま、日本の全人口を占める高齢者人口の割合は世界で最も高く、28%を超えている。

そして、日本社会の少子高齢化はこれからもさらに進むと考えられている。その一方、東京など少数の大都会への一極集中もとどまる気配は見られない。したがって、地方の中小都市の人口減、過疎化はさらに進むことは容易に想像できる。このような傾向は地方都会の商店街にも大きく影響している。例えば、前出した「平成30年商店街実況調査報告書」によると、商店街の景況についての回答は、「繁栄している」が2.6%、「繁栄の兆しがある」が3.3%（合わせて5.9%）に対して、「衰退している」が37.5%、「衰退の恐れがある」が30.2%（合わせて67.7%）にも上っている。商店街の活性化対策によって、この状況を少しでも改善させれば、地方都会の過疎化の進捗を遅らせるに繋がると考える。そのために、今の都会における商店街の役割を改めて考える必要がある。確かに、商店街はかつてのような住民にとってショッピングする主な場所にならないだろう。しかし、商店街は地元にとってコミュニティを維持するための、極めて重要な場所である。例えば、前述の伝統的な行事などを通じて、地元住民の交流を維持する場所として、商店街はなくてはならない存在である。

但し、実際、活性化と言っても、あまり簡単ではない。前に紹介したが、彦根銀座商店街は中小企業庁の「がんばる商店街77選」に、彦根夢京橋商店街、花しょうぶ通り商店街、登り町グリーン通り商店街、おいでやす商店街、四番町スクエアとともに「彦根市内6商店街」として選ばれている。しかし、事態はあまり楽観できない。店舗をしまっているオーナー様は店を再開する気力や意欲はどこまでであるのも不明である。空き店舗の再利用は商店街活性化のキーポイントになると考える。

空き店舗を利用して、「ジェラテリア・アズーロ」のような話題性のある店をもっと増やすれば、銀座街の活性化に間違いなくつながってくる。

なお、筆者は、これからも確実に増えてくる外国人観光客にも商店街に利用してもらえようような対策が必要であると考え。「平成30年度商店街実態調査報告書」によると、日本全国の商店街において外国人観光客数を3年前と比較すると、「変わらない(57.5%)」、「増えた(21.3%)」、「減った(1.4%)」の順に多くなっている。5割以上は変わらなかったが、2割以上も増えた数字に注目したい。工夫次第で、外国人観光客はさらに増える可能性が大きいと考える。これからは、銀座商店街にとって地元住民をもっと足を運ばせるように商店街としての魅力を増やす一方、インバウンド資源の活用も商店街活性化の鍵になるのではないかと考える。そのためには銀座商店街は彦根市や彦根商工会議所などと協力して、官民一体で取り組んでいく方策が必要であろう。例えば、新しく空き店舗を利用し

て、地元特産品の販売や飲食店などを開業することを奨励する。具体的には開業補助金を出すことや、空き店舗のオーナー様を説得して、できるだけ安く貸し出すなどが考えられる。そして、商店街にあるすべての店の看板や説明文には、英語や中国語などを併記するようにすることも必要であろう。また、飲食店のメニューなどには写真プラス英語や中国語などを備えるようにする、などの対策も必要であろう。これらの作業には市役所や商工会議所よりサポートすることは望ましい。

400年以上の歴史を持つ彦根城、そして、日本の最も面積の大きい湖である琵琶湖など豊富なインバウンド資源を有する彦根市なので、外国人観光客をうまく利用できれば、彦根銀座街はさらなる活性化は十分期待できるだろう。

勿論、元気な商店街も我々の身近にある。例えば、筆者が時々利用している高槻中央商店街は10年前よりも活気にあふれている（図8）。店の入れ替わりはあるが、最近、人気のある百円ショップやドラッグストア、そして高級食パン屋なども新規参入されている。近所の不動産屋さんのお話によると、商店街の空き物件が少なく、とても人気が高い。たまに空き店舗物件が出ると、取り合いですぐ決まってしまうほどである。これは阪急高槻市駅とJR高槻駅の両方とも近いという高槻市商店街の立地の良さにも関係しているだろう。そもそも、高槻市は35万人ほどの人口を有しており、特に場所的にちょうど大阪と京都の中間に位置しており、阪急の場合は特急、JRの場合は新快速が止まるという利便さがある。簡単に彦根市とは比べできないが、高槻商店街よりヒントをえることができるに違いない。一度、詳しく高槻市の商店街を調査しておきたいと考えている。

大阪市経済局はかつて市内の商店街を調査した結果を「商店街の発展をめざして—商店街づくり・街づくり—」（昭和61年3月）として取りまとめ、出版したことがある⁸⁾。30数年前の刊行物ではあるが、今にも通用する内容も書かれている。例えば、「商店街づくり・街づくり」編の「地域に密着した商店街づくりをめざして」の節では次のように述べている。

「商店街は商店が寄り集まって商品を売る場所だけではなく、地域に密着したいろいろな機能を持たなければならなくなっています。それは、市民生活の暮らしとのかかわりの中で生活環境づくりに重要な役割を果たすようになってきたからです。例えば、ワンストップショッピングができ、長時間利用できるといった「時間の利便性」「選択の利便性」「買物手段の利便性」などの利便性や、自分が気に入ったもの、自分に合ったものや、新しい生活文化にふれる場、人との出会いのある「個性」「文化性」の機能などが商店街に要請さ

れるようになってきました。地域密着とは言うまでもなく地域の生活者との一体感を作り上げることによって可能です。そのためには、商店街の存在が、地域の生活者にとって便利であり、人のぬくもりがあり、コミュニティがあり、生活文化が肌で感じられると思う商店街になっていかなければなりません。」

この話やほかの成功している商店街の実例⁹⁻¹²⁾は彦根銀座街の将来像にとって多くのヒントを与えているだろう。



図8 高槻市中央商店街

6. おわりに

地方都会の商店街の多くはここ二、三十年において、衰退している。彦根銀座商店街もその一つである。地元の自治体や商工会議所などの団体もいろいろと対策を打ち出してい

るが、なかなか銀座商店街を活性化に繋がらないことが現状である。

その中、地元出身の若手実業家である青池貴司氏の行動は注目に値する。彼のように、実際、空き店舗を活用して話題性のある店を商店街に出店するという行動は一番の効果のある対策となるだろう。彦根市は昔から、数多くの近江商人を生み出した地である。成功した近江商人たちは故郷に戻り、学校を作ったり、橋を架けたり、道路を作ったりして、故郷に恩返しするという伝統があった^{13) - 16)}。この意味では青池貴司社長も立派な現代の近江商人と言えよう。このような地元の商店街を活性化するために力を注ぐ実業家はもっと現れることを期待したい。

なお、銀座商店街の活性化方策について、商店主の皆様に対するインタビュー調査を準備中であり、その結果を第2報で報告する予定である。

謝辞

ご協力していただいた株式会社ギャラリー空代表取締役の青池貴司様、GAT彦根の関係者様に謝意を表したい。

注釈

* 「ジェラート (Gelato)」: ニコニコ大百科 (dic.nicovideo.jp) では次のように説明している。「イタリア・フィレンツェ発祥のアイスで、名前はイタリア語で「凍った」という意味もある。果肉や果汁、牛乳やコーヒーなどに砂糖を加えたものを混ぜ、凍らせて作る。他のアイスと比べ、味の密度が濃厚であるため、普通のアイスクリームやシャーベットと比べても人気が高い。乳脂肪分が一般的なアイスクリームと比較しても大体4%~8%程度と低めでカロリーも普通のアイスより低く、日本の「乳及び乳製品の成分規格等に関する省令」ではアイスクリームではなくアイスマルクに分類される。」

参考文献

1. 服部銈二郎・杉村暢二, 「商店街と商業地域」, 1971.2.
2. 中小企業庁ホームページ, https://www.chusho.meti.go.jp/faq/faq/faq22_kouri.htm
3. 中小企業庁委託「平成30年度商店街実態調査報告書」(2019.3、(株)アストジェイ)
4. 満園 勇, 「商店街はいま必要なのか」, 講談社現代新書, 2015.7.

5. 正木久仁、杉山伸一「474 都道府県・商店街百科」, 丸善出版, 2019.7.
6. 彦根商店街連盟, <http://www.hikone-kiina.jp/member/ginza/>
7. 鴨みーる, <http://chekipon.com/archives/15224>, 2018.4.13.
8. 大阪市経済局, 「商店街の発展を目指して ―商店街づくり・街づくり―」, 1986.3.
9. 中沢 孝夫, 「変わる商店街」, 岩波書店, 2001.3.
10. 新 雅史「商店街はなぜ滅びるのか 社会・政治・経済史から探る再生の道」, 光文社, 2012.5.
11. 久繁 哲之介, 「商店街再生の罫:売りたいモノから、顧客がしたいコトへ」, 筑摩書房, 2013.8.
12. 辻井啓作, 「なぜ繁栄している商店街は1%しかないのか」, CCC メディアハウス, 2013.11.
13. 末永 国紀, 「近江商人―現代を生き抜くビジネスの指針」, 中央公論新社, 2000.05.
14. サンライズ出版社編集部, 「近江商人に学ぶ」2003.9.
15. 末永 国紀, 「近江商人学入門 改訂版: CSR の源流 三方よし」, 2017.6.
16. 山本 昌仁, 「近江商人の哲学 「たねや」に学ぶ商いの基本」講談社, 2018.8.

