

# 横浜の商店街の現状と課題

〈インタビュー〉

金井国男 高野 豊 五十嵐周作 宮田光夫 保坂民雄 山川孝一 近沢弘明

- ① あげぼの通り商店街
- ② 芹が谷銀座商店街
- ③ 六角橋商店街
- ④ 弘明寺商店街
- ⑤ 元町商店街

## 一 はじめに

横浜の商業環境がきびしいと言われて

いる中で、それぞれの商店街が、いかに対応しているかを知るために、近隣型商店街、地域型商店街それぞれ二カ所、広

域型商店街一カ所を訪ねてみました。

横浜市内に四〇〇余ある商店街の中で五カ所では全部を代表できないとは思

いますが、商店街の現状の一端を知ることができますと思います。

(編集部)

## ① あげぼの通り商店街 (神奈川県)

あげぼの通り商店街は、戦後の焼け跡に建った「あげぼの劇場」という映画館を中心にしてきたヤミ市が発点。その後大口一帯の区画整理によって整備され今日に至る。子安駅から歩いてきて大口商店街の中央付近を左折した所にある。通りを歩くと道の左右から「さあ、い

らっしゃい、メロンおいしいよ。」「トマトが安いよ」などと、いきのいい声がかかるバザール風の気軽な楽しくなる商店街である。

あげぼの通り商店会の会長の金井国男さんにお聞きしました。

——これまで商店街としては、どのよ

うな努力をされてきましたか。

「昭和五十五年に県・市の補助で街路灯の整備、昭和五十八年九月には道路のカラー舗装が完成しました。各店舗の負担金があるので、そんなもの、やらなくてもいいんじゃないか。今でも十分やっていっているじゃないか、というような意見もありましたが約一年がかりで話し合い、やっと出来たのです。」

カラー舗装したからといってすぐにお客さんが増えるというわけではありません

んが、なかなか評判はいいですよ。雨の降った時には色彩があざやかに浮かび上がり楽しく歩くことができます。」

——商店街としての現状の問題点は。

「第一に商圏の縮小の問題があげられますね。かつては、大口一帯の商店街へは横浜線沿線の町田や中山あたりからも大勢の人が来てくれてかなり広い商圏を持っていたのですが、現在はいよいよ半徑一キロメートルくらいに限られるようになってしまいました。これは町田や横

浜駅西口など周辺の商業地の発展などが大きな原因です。さらに東神奈川駅前に大型のスーパー・マーケットが進出し、そのため白幡町一帯の人が完全にそちらに吸収され、なお商圏が縮小される傾向にあります。

また、路線バスの問題があります。横浜駅から大口方面へのバスはあるのですが、逆方向へのバスの便がないのです。あけぼのの買い物をして、帰る時に不便ですから、その点の改善が是非必要で、これは市にも要望していきたいと思っています。

それから駐車場、駐輪場の確保の問題があります。現在、スーパー・マーケットのわきに一部あるのですが、それだけでは不足なので他に適切な用地を探しているのですが、なかなか困っています。あけぼのの品物は安くて新鮮で良いのだけれども車を停めておく場所がないので買いに行けなくて残念だというような話をよく耳にしますから。

第二には、商店街の環境の問題としてアーチの改装とはみ出し陳列の問題があります。現在のあけぼののアーチはかなり古くなっています。今度、となりの大口通商店街で市の補助を受けて、シンボル・タワーを新設しましたが、それが、あけぼののアーチで見えにくくなっていますし、色彩的にもアンバランスになっ

ています。そこで、あけぼのとしては、半アーチにして大口通のと共存できるようなものにしたいと考えているのですが土木事務所の方でなかなか認めてくなくて、現在交渉中なのですがうまくいっていません。

それから、ごらんになればわかりますが、商品のはみ出し陳列はかなりひどいのもあり、お客さんから通行のさまたげになるという苦情もあります。また五年程前に近くで火事があった時に、路上陳列物が障害となつて、消防車が通れなかつたんですよ。幸い、ボヤですんで大車には至らなかつたのですが、このように都市防災上も危険なのでやめるように商店の人に言っているのですが、なかなか直りません。

あのようなはみ出し陳列が逆に活気あるあけぼのの雰囲気演出しているのだからあれをやめようと魅力が半減してしまふ心配もあるのですが。

第三に、商店街や商店会のあり方の問題があります。

まず客層の問題ですが、今は、割合に高齢のお客さんが多いのです。もつと若い人にも来てもらえような魅力ある商店街にしないといけないと思つていますが、あけぼのは生鮮食品関係が中心で、これはなかなか難しいですね。

それに今、商店の人も代替りの時期に

来ていますが、世代によって考え方に差があるという問題があります。たとえ、となりの商店街で夜店をやるとき、あけぼのでも対抗して、夜店をやろうという若い人が多いですね。しかし、商人には商人としての信義というものがあつて、むやみな競争は慎むべきだとわれわれ五〇歳すぎの年代の人は教わつてきました。今の若い人は人の和を大切にしないので困ります。

また、今は主婦の人も、パートか何かで働きに出ている人が多いですから、営業時間をもつと夜遅くまで延長してほしいという要望があるのですが、それに対して、特に商店の若い人は、日本人は働きすぎで、休む時は、ちゃんと休むべきだという考え方が強く、営業時間の延長については消極的なのです。

しかし、商店街も、お客さんの要望には、できる限り答えていくような積極的な姿勢が必要で、それをやらなければお客さんに見離されてしまいますからね。

それから、商店会としてのまとまりの問題ですが、商店街で何かやるにしてもやはり商店会としてのまとまりがないとダメなんです。あけぼのについては、あまりそれが方だとは言えません。でも、各店の人がそれぞれ商売で頑張つてくれていますから、まだいいですが。

さらに、周辺の他の商店街との連絡・調整の問題があります。周辺の商店街としては大口商店街・七島・大口一番通などがありますが、商店街の会長さんなどはみんなよく知つていますが、相互の交流・連絡・調整なんかは現在ほとんどないですね。たとえば、それぞれの商店街で盆おどりや夜店をやるのに日程なんかバラバラに決めるのでダブツたりして、その点は改める必要がありますね。」

——商店街のなかのスーパー・マーケットとの関係はどうですか。

「スーパーが進出したときには、一時かなり影響が出て、売り上げも低下しました。特に、乾物屋などは影響が大きかったです。また衣料品店も店じまいしてしまいました。」

しかし、その後、商店街のみんなの努力で立ち直り、今では逆に、スーパー・マーケットが集客の核になり、大勢の人が来てくれますので、商店街の人も張り切つていて、よい影響になり、かえつてあつてよかつたと思つています。これが商店街から少し離れたような所に出来ていたら、人の流れが大きく変わつてダメになつていたかも知れませんが、幸い商店街の真中にできたのがよい結果につながつたのだと思います。」

——ところでお店はどうですか。

「昭和五十五年・六年頃はかなりピン

チでしたが、最近はずこし持ち直しています。店のとりに、パチンコ屋が開店したので、そこのお客さんがよく来てくれるようになりまして。この店を始めたころは、ふつうの食堂だったんですが、昭和四十二年・三年ころある週刊誌で千葉県

の船橋の方で、一日にギョーザ一万个も売れる店舗があるという記事を読んだんですね。

最初は冗談でしょうと思ったんですがまあ、どんなのか試しに家族づれで行ったら、その店は店頭でギョーザを売っ

ているんですね。そのギョーザを買ってしばらく、通りの反対側から店の様子を見ていたんです。なるほど、どんどん飛ぶように売れているんですね。それで、よし、こちらもやってみようってことになって、店頭販売できるように店舗を改

装したのです。それから、ギョーザがかなり売れるようになりました。今では一日一万个というわけにはいきませんが、五千個ぐらいいは売れるようになりましたよ。」

## ② 芹が谷銀座商店街（港南区）

芹が谷銀座商店街は、昭和四十年に民間の建設会社がショッピングセンターを建設し、その出店公募に応じた人たちによって出発しました。当初一業種一店舗

の原則でスタートしたため業種が豊富で新興住宅地を背景にした近隣型商店街として活発な活動をされています。商店会の会長高野豊さんにお聞きしました。

——これまで商店街としては、どのような努力をされてきましたか。

「私たちの子供のころには、夏になると近くの神社の祭りや商店街の夜店で綿あめや焼とうもろこしを買って食べたりに金魚すくいをしたりして、それがいい思い出になっている。しかし、今の子供たちには、そういう思い出ができないのか、かわいそうではないか、というのが昭和四十七年頃、夏に商店街で手づくりで夜

店を始めました。今は不定期になっているのですが、だいたい五月から八月のあいだ月一回、その月の二十日すぎの土曜日に行っています。」

——そういう催事をやるのが、普段の営業面でどうプラスに作用しているのですか。

「今年も第一回目の夜店をやった後、すぐお客さんが増えましたね。子供が心待ちにしている、当日は親子づれで来てくれますから、そのあと、お母さんが買い物に来て『きのうは本当に楽しかったわ。ありがとう。また、やってくださいね。』って、よく言われますよ。」

——商店街の現状はどうですか。どのような問題点がありますか。

「第一にスーパー・マーケットの進出による売り上げ低下の問題があります。昭和五十三年にオープンしたスーパーについては、その年に市のモデル商店街事業によって、統一日よけの設置、カラー舗装、統一看板の作成、駐車場の確保など商店街の環境整備を行いましたので、

当初売り上げに多少影響を受けましたがその後の商店街の努力でなんとか持ち直してきました。」

——「五十三年のスーパー進出のころは、大店法の規制の対象は、店舗面積が政令指定都市では三、〇〇〇㎡以上とされていたため対象となりませんでした。また今回のミニスーパーも昭和五十三年の法改正の規制対象の下限五〇〇㎡以下であったため、やはり対象外でした。」

しかし一応市の指導で、出店前にスーパーと商店街とで話し合う機会をもち、その結果、営業時間を午前一〇時から午後七時までとし、年間六〇日のみ三〇分延長を認める。休みは週一回とすることになりました。」

——「五十三年のスーパー進出のころは、大店法の規制の対象は、店舗面積が政令指定都市では三、〇〇〇㎡以上とされていたため対象となりませんでした。また今回のミニスーパーも昭和五十三年の法改正の規制対象の下限五〇〇㎡以下であったため、やはり対象外でした。」

——「五十三年のスーパー進出のころは、大店法の規制の対象は、店舗面積が政令指定都市では三、〇〇〇㎡以上とされていたため対象となりませんでした。また今回のミニスーパーも昭和五十三年の法改正の規制対象の下限五〇〇㎡以下であったため、やはり対象外でした。」

——「五十三年のスーパー進出のころは、大店法の規制の対象は、店舗面積が政令指定都市では三、〇〇〇㎡以上とされていたため対象となりませんでした。また今回のミニスーパーも昭和五十三年の法改正の規制対象の下限五〇〇㎡以下であったため、やはり対象外でした。」

——「五十三年のスーパー進出のころは、大店法の規制の対象は、店舗面積が政令指定都市では三、〇〇〇㎡以上とされていたため対象となりませんでした。また今回のミニスーパーも昭和五十三年の法改正の規制対象の下限五〇〇㎡以下であったため、やはり対象外でした。」

——「五十三年のスーパー進出のころは、大店法の規制の対象は、店舗面積が政令指定都市では三、〇〇〇㎡以上とされていたため対象となりませんでした。また今回のミニスーパーも昭和五十三年の法改正の規制対象の下限五〇〇㎡以下であったため、やはり対象外でした。」

——ミニ・スーパーの出店でどの程度の影響が出ていますか。

「正確な数値はつかめませんが、だいたい商店街全体としては、一五〜二〇%売り上げが低下していると思います。これは食料品関係中心のスーパーであり、生鮮三品の肉、魚、青果や菓子等かなりの品目が競合し影響が大きいためです。ですから、商店街のなかの菓子店が、スーパー開店後二カ月たらずで閉店となり生花店に変わりました。」

「第二の問題点として、商人の意欲の問題があります。特に、これは今回のスーパーの出店でかなり打撃を受けたので商店の人のなかにはスーパーにはかなわないという、あきらめの気持ちを持ちはじめた人もいるようですし、商品の仕入の数を必要以上に減らしたりして、かなり経営に弱気になっている人もいます。」

しかし、こんな時に弱気になって品数や商品の種類を減らすと、かえって商店街の魅力が低下し、ますますお客さんが減って、悪循環となっていきます。これでは衰退する商店街のパターンです。商売で食べていくことができなくなれば、店をたたんで田舎に引っ込むという人もいますが、そうじゃなくて、もう一度、花を咲かせるのだという気概がほしいですね。

また逆に、スーパーが来てもなんとかやっていけるとひと安心して現状維持的な考えになっている人も問題です。

それから、後継者の問題があります。これから交代の時機に入りますが、今のままでは、なかなか自分たちの息子が店を継ぐというようなことも難しいですね。自分も子供は三人いるんですが、三人とも今のところは店を継ぐ意思はないようなんですよ。自分の息子が後を継がないのなら、やる気をなくしてしまいうすからね。」

——そういう、スーパー・マーケットの進出について、もっと厳しく規制してほしいというような要望が各地であります。その点についてはいかがですか。

「確かにそういう意見もありますが、出店はダメだといっても出てくるものはとめられませんし、むしろ、それよりもこちらの方がもっと力をつけて、スーパーが出てきてもビクともしないような商店街づくりをしなければどうしようありません。」

——それでは、そのようなスーパーに對抗するため、商店街として、今後どのような方法でやっていこうと考えておられますか。

「まず第一に、お客様に安くて、良い品を提供するということです。そのためには、特にしっかりと仕入れが重要にな

ってきます。たとえば、果物店の場合スーパーとのちがいで言えば、スーパーは毎日、仕入の数が決まっています、味・品質には、あまり気づかないの品ぞろえとなっていますから。こちらは毎朝市場に行つてこの目で新鮮な、良いものを選んで持って来ますからね。

そのためには、日によつて今日はどこ産地のものが市場に入つて来て、どこのものが味・品質が良いかというような情報を適確につかむことが必要です。ですから、市場に入っている青果会社の担当者と懇意にして、いい情報を流してもらわなければならぬですよ。

次いで、お客様に対するサービスの向上ということですね。今以上に、お客さんを増やすことは、なかなか大変なんですよ。現在のお客さんをガッチリつかんで離さないようにしなければいけません。たとえば、お客さんが荷物なんか持っているような時に、お客さんから紙袋を催促される前に、こちらからサツと出せるように、細かい気づき、サービス精神が是非とも必要なんです。

それから、お客さんに対する情報サービスの強化。たとえば、魚の料理のしかたや新しい料理法などお客さんが知りた情報、料理教室といった大げさなものだけでなく、店頭での会話のなかで提供し、また逆にお客さんからもいい情報

を教えてもらい、それをまた、他のお客さんに伝えるといった情報サービスをより強化する必要があります。これは、対面販売だからこそ出来るのであり、スーパーにはないよさなので、もっとこうした個店のよさを自分たちで認識し、自信をもって、より積極的に活動を行っていくべきです。

いまひとつ考えているのは、商店街全体で共同配送ができないかということです。スーパーも便利なんですよ。野菜や果物や肉など毎日の細かな買い物についての配達はどこでもあまりやっていますね。商店街で個々の店舗ではやっていないところもありますが、共同でやっているという例はあまり聞きませんね。共同でやれば効率もよいし、商店街全体として便利になって人気があるし、配達に帰りに、また注文を受けたりすれば、さらによいってことになりすからね。

ただ、商店街のなかでも配達件数にバラツキが出ますから、みんなの合意を得るのは、むづかしいようですが、そのへんにもう一つ工夫が必要なんです。

さらには、商店街の建物は建つても二〇年近くになりますから、老朽化の問題もあって、商店街全体の共同ビル化を考えています。ちょうど、この商店街の前面の道路に拡幅の計画があり、六米程現在よりセットバックしなければならな

いようになっています。それにあわせてビル化し、お客さんに快適なショッピングを楽しんでもらえるようなものにしたと思っています。

その時に、単にビルの共同化というこ

とではなく、販売についても、たとえば現在、肉屋、魚屋、青果屋など二軒ありますので、そういうものを共同経営にして店舗面積を拡張し、より魅力があり、お客さんに喜んでもらえる商店街にでき

ればと考えてはいるのですが。そのためには、今から将来の計画をもつて建て替えの準備のための積立を開始しなければならぬのですが、全員の同意を得るのはなかなか困難です。それに

現在、店舗を借りて営業している人も八店くらいあり、土地・建物の所有者の意向もあり、スムーズにはいきそうにないですが。」

### ③ 六角橋商店街 (神奈川区)

六角橋商店街(通称仲通り)は、戦後白楽駅前まで来たヤミ市を集団移転し、間口二間奥行二間の店舗を並べて作ったのが、現在の商店街のはじまりです。六角橋商業協同組合の理事長を長年務められ、今年後進に道を譲られた五十嵐周作さんにお聞きしました。

——商店街の現状はどうか、問題点は。

「まず第一に商店街そのものが木造建築でもう三〇年以上になっていますからかなり老朽化しているという問題があります。それに防災上危険でもあります。昭和五十五年二月に、この商店街で火事があり、また昭和五十七年にも火災が発生しています。」

第二にスーパー・マーケットなどの進出による影響の問題があります。近くは大丸ピーコックともう一つミニ・スーパ

ーがあります。まず大丸ピーコックの出店によって人の流れが大きく変わったことが商店街に大きな影響を与えているようです。そのため、その大型店への通り道に、新しく個人商店ができはじめ、今ではファミリー通りと呼ばれるようになりまし。その後、ミニ・スーパーも進出し、これも商店街にとっては売り上げの面で大きな影響を与えています。

第三には、商店街の前面道路の自動車の駐停車が非常に多いという問題です。そのため、歩行者にとって歩きづらく、危険でもあり、神奈川大学の学生たちも白楽の駅から別の道を通って通学しているようです。これも、お客さんの減少につながっています。

それから、地下鉄三号線の開通による影響の問題があります。地下鉄三号線では、片倉町や岸根町に駅が出来ますが、

開通によって、これまでバスでその方面から買物に来てくれていた人も、便利だからとストリートに地下鉄で横浜駅まで出て買物をするようになるでしょうね。

また、開通によって、これまであった路線バスの本数もかなり減る可能性があります。そのため、ますます、商圏が縮少し、売り上げに影響することが予想されます。

また、この商店街のかんりの部分に都市計画道路(東京丸子横浜線)の網ががぶせられているという問題です。やはり商業のことも十分に考えて都市計画を立ててもらわねばいけませんね。このままでは、どうしようもないですからね。——このような現状に対してどのような対策・努力をされていますか。たとえば、催事とか。

「催事、イベントだけでは、どうしようもないですね。その時だけですし、それに付られてというようなこともありません。あまり効果がありません。それにこんな直線的な商店街は変化がないから

面白くないですよ。昨年の暮に商店街の宣伝のためにチンドン屋さんを頼んだんですが、そのとき『去年に比べて、お客さんがめっきり減りましたね。』と言われてドキッとしました。起死回生の手段として何をやればいいのかわからないですね。決定打がないんですね。」

——再開発についてはどうですか。

「以前から再開発すればという話もあるのですが、そもそも現在の商店の多くが借地して営業していて、しかも土地が細分化されていて所有権者の数も多く、すべての人の合意を得るのはかなり困難です。しかも、再開発するにしても、確かな見通しをもって採算のあるものでなければ借金もできませんが、再開発しても必ずしも成功するものではありませんからね。また見通しがついてやるとしても、その実現のためには強力なリーダーがいないと成功しませんね。」

——商店街で勉強はされているのですか。

「地方で商店街の活性化に成功した例

たとえば、会津の喜多方や群馬の渋川など見学に行ったりしましたが、地方には地方の特殊性がありますから同じことをそのまま、この横浜でやってもうまくいくものではありませんね。

また、大学の先生を呼んで、勉強会を開いたりしたんですが、その時にも出席者全員で三六人中、役員が二五名でした。

## ④ 弘明寺商店街 (南区)

弘明寺商店街は戦災を免れた商店街で以前は市電の終着駅があったため大変にぎわった。現在は、既成市街地地域型商店街といったところ。まず弘明寺商店街協同組理事長の宮田光夫さんにお聞きします。

——商店街の現状の問題点は。

「まず第一に商圏の縮小があげられます。だいたい半径一キロメートル前後に限られ、最寄商店街化しています。昭和四十三年に市電が廃止され、昭和四十八年地下鉄が開通し、その間港南区の上下大岡が発展し、顧客がかなり上大岡のほうへ流れたようです。さらに井土ヶ谷、六ツ川への大型スーパーの進出や横浜国立大学が保土ヶ谷区へ移転したことも影響

「せっかく、遠くからあなたたちのために来ているのに、こんなに集まりが悪いんではねえ……。」とその先生におしかりを受けました。危機意識を持っている人が少ないんですね。本当にこのままがいいと思っただけですかねえ。」

——近くに、人が集まるような行政施設はないのですか。たとえば地区センター

しているようです。

第二に、アーケードの老朽化の問題があります。だいぶ古くなって商店街が暗いイメージになっているという意見も多いのです。それで昭和五十七年に神奈川県の商店街診断を受けた時も、古くなったアーケードを取りはずし、モール化すればどうかというような提案を受けたのです。しかし、アンケートの結果では、商店街の人はほとんどがアーケード撤去には反対で、雨よけや日よけの役目や商店街としての統一感を保つことに役立っていると考えているようです。

次に、京浜急行の弘明寺駅の位置と商店街の位置とに距離、高低差があるため駅と商店街の道路の接続がよくないとい

とか。東京都内のある商店街では、そばに社会教育会館ができて、そのために商店街にかなり活気がでてきたというような事例もあるようですが。

「この近くだと、神大寺地区センターがあります。ここからはかなり離れています。でもそういうものができるといいですね。」

うこと。そのため駅の近くであるというメリットを生かしていいこと。

その他に、自動車での買物への対応が不十分であること。つまり交通規制の問題や駐車場確保の問題があること。また弘明寺商店街は、生鮮食品関係の店がメインストリートに少なく、飲食店関係の店も少ないので、そういう業種を増やせないかということ。これらが問題と考えています。」

——それでは、商店街の現状を踏まえながら、商店街の活性化のためにどのようなプランをお持ちですか。

「商店街としては弘明寺公園の緑、歴史的資産である弘明寺、それから大岡川プロムナードという資源を生かして商店街の活性化が図れないか考えています。

そのうち、大岡川プロムナードの起終点に観音橋があるので、この橋のたもとの周辺を整備し来街者が憩える空間・広場

——さきほど、商人の意識の問題を少し話されましたが、若手の人はどうですか。

「これまで、自分自身の判断で運営してこなかったもので、どういう風な方向にまたどういう方法で商店街を運営していけばいいのか、わからないのではないのでしょうか。」

がつくれないか検討しているのです。

しかし、これは橋の管理の問題などがあり、実現はなかなか難しいですね。それから、弘明寺公園をミニ動物公園化できないかとか、弘明寺観音をもっと広く宣伝して、お客さんをお呼びしないかなど考えているのですが、今すぐに実現できるものではありません。

それから、今度横浜市の振興プラン事業の指定を受けて、とりあえず、商店街の道路のカラー舗装化を行うことになっています。アーケードのよさを生かしながら暗いイメージをなくすためです。」

——いま商店街活性化の手段のひとつとしてカルチャー・センター化すればどうかというような案もあるようですが。

「実は、私の店舗を昭和五十五年頃にビル化したときに、三・四階を使って七宝焼や歌謡教室や教養講座をやったりしたのですが、人の集まりがよくなって、

うまくいきませんでした。横浜駅周辺のようなどころであれば、うまくいくと思うのですが、弘明寺のようなどころではね。もっと交通の便がよくないとダメだし、商圏が狭いし、なかなかむつかしいですね。」

商店街協同組合事務長の保坂民雄さんに、商店街の活性化の問題についてお聞きします。

——弘明寺商店街では現在、商店街活性化のプランをお持ちだそうですが。

「モータリ化、アーケード化など、再開発をしても、その結果、見栄えはよくなっても、売り上げには必ずしも結びつかないようですね。他都市の例をみても、商店街の再開発のうち七割は成功していないという報告を商工会議所の雑誌で読んだことがあります。テレビでもそういうような内容の番組があつて、その最後に、ある行政の人が『ハードだけではダメなんでソフトを変えなければ、そもそも始まらないんですよ。』なんて言っていたのですが、そんなことは最初からわかっているわけでしょう。」

それなら、そうと、最初から、そう言つて、店舗の改装や販売方法の改善などソフト面の指導・アドバイスをもっとしつかりやってみたら、『それがやれないんなら、そもそも、再開発なんて認めないよ、お金なんか出さないよ。』って

厳しい態度で臨んでほしいですね。

そういうと、行政の人は、『自分たちの商店街なのだから自分たちで、それは考えなければいけませんよ。』っておっしゃるんですが。

しかし、それにしても、現在、テレビやカタログなどによる通信販売や訪問販売に代表されるような無店舗販売による売り上げが、かなり伸びていますが、いわゆる情報化が更に進展してくると、いかにモータリ化や再開発を行つても、今のような商店街は本当に活性化して二十一世紀まで生き残れるのか不安ですね。

われわれが、いま、本当に欲しいのはモータリやアーケードやシンボル・タワーなんかのような、そんな、大げさなものではなくて、ちよつとしたアドバイスなんです。たとえば、今、大売り出しや福引きなんか、マンネリになっているんですが、福引きひとつにしても、今は場所がないし、また人件費もかかります。ですから、自動販売機みたいなものがあるれば、いいのですが、そんなことを考えたり、作つたりできるところありませんか。そんな身近かなことについてアドバイスのできる人が欲しいんですよ。」

弘明寺商店街青年部弘友会会長の山川孝一さんにお聞きします。

——催事はどのようなものを行つていきますか。またその効果は。

「まず、弘明寺観音の縁日たとえば節分の豆まき、甘茶くばり、四万六千日、火渡りなどに合わせて催事をやっています。それから、特に朝市は人気があります。日曜日の朝八時から一〇時までなんです。二〇〇円で福袋を渡し、そのなかに朝市でのみ使用できる金券を最低三〇〇円以上入れていて、これが人気の秘密で、朝早くから二〇〇〜三〇〇人の行列ができますよ。これは六年ほど前に青年部で発案したものです。」

しかし、催事だけでは十分な効果はなく、また、単にカラー舗装したからといって急に売り上げが伸びるものでもありません。やはり、各個店がそれぞれ努力していかなければダメです。『写真屋が写真ばかりやつていいの、洋服屋が洋服ばかり売つていいの、洋服屋という現在は厳しい商業環境に置かれているわけで、商業者は、もつといういろいろ勉強しなければなりません。』

——商店街の個店の改装などをしようとする場合の問題点は。

「弘明寺商店街は歴史のある商店街であり、各店もこれまでに十分利益を上げてきていて、安心して居る店が多いですね。そういう店はなかなか新しいことをやりたがらない傾向がありますからね。店のメンツもありませんからね。ですからそういう店もふくめて全体でやっていく

のは大変なので、できる店から徐々にやっていって、実績をあげて模範を示すしかないですね。」

——商店街で特色のあるお店は。

特にありませんが、歴史のある和菓子店などはありますし、それから今年、商店街の有志で出資して観音橋のたもとにクレープハウス「パピト」という店を出しました。これは商店街に飲食関係、特に若い女性向きの店が少ないというので、こういうもの考えたのです。なかなか好評のようです。

——スーパーマーケットとの関係は。

「弘明寺の場合には、まず商店街があつて、ついでにスーパーに行くというような感じでスーパーそのものにはあまり大きな集客力はありません。それに現在あるスーパーは品目が衣料、電器、食品など比較的商店街と競合しないものが多いので、あつて大きなマイナスになるということはありません。むしろ、もう少し集客力があつて、もつと遠くから人も人が呼べるようになった方が、商店街にとつてもプラスになるのではと思つています。」

——現在青年部ではどのような活動がされているのですか。

「青年部といっても三〇、四〇代なんです。かつては、いろいろな活発に活動し、親会の反対を押し切つて商店街の駐

車場の確保をしたり、商店街活動の中心だったのですが、現在は、そういう人が商店街の協同組合の理事になったりしてそちらに活動の中心が移りました。ですから、現在は青年部としての活動はあまりありません。

今年の夏に弘明寺周辺在住の有志が大岡川をきれいにしようというので青年部の人もいっしょに手伝って、観音橋周辺一帯を大清掃したのですが、そしたらコイがたくさんいるのですね。一、〇〇〇

## ⑤ 元町商店街（中区）

元町商店街は横浜開港を契機として生まれ、居留外人への日常生活品の供給を中心として発展してきましたが、現在は若い女性に最も人気のある商店街の一つであり、横浜を代表する広域型ファッション商店街でもあります。協同組合元町SS会の専務理事近沢弘明さんにお聞きしました。

——これまで元町商店街として、どのような努力をされてきました。

「関東大震災、戦災などたびたびの危機を乗り越え、昭和三十年代には横浜駅西口や伊勢佐木町の発展に対抗して、対

匹近くなりましたよ。おそらく三年ほど前に大岡川の各所でコイの放流を行ったのですが、そのコイが大きくなって観音橋周辺にたくさん集まってきたのですね。ここまでは海水が満ちてこないの生息できるのです。それで、商店街でも催事のなかに、コイにパンくずなどのエサを与えることを取り入れたりしたのです。」

——それは興味深い話ですね。

「弘明寺観音は縁結びの観音様で男女

象を日本の若い女性にしほりエキゾチックな街として元町のイメージ・アップをし、ヨーロッパの商店街と姉妹協約や外国商品の直輸入、日本全国のデパートとの販売提携などによって、全国に元町のセールスし、また、壁面後退、各店舗の改装など商店街の環境整備も行ってきました。」

——商店街の現状の問題点は。

「現在の歩道部分は、昭和三十年代に建築協定によって各店舗の改装時に一・八mの壁面後退を行って作り出したものなのです。これは、一〇年ほどまえにほ

の恋の成就と大岡川のコイとをかけた街の物語をつくり、コイをシンボルにしてピチピチとした明るく生き生きとした商店街づくりの源泉・起爆剤とするようなことができないのか。そして、たい焼じゃなくてコイ焼を弘明寺の名物にしたり、コイのシンボル・マークをつくって、広く弘明寺という街を宣伝したり……とイメージは広がってきますね。

——そういう、生き生きとしたイメージが広がり、それが商店街の各店舗の改装な

ぼ完了（一軒だけは、ちょっとトラブルがあつて、セツトバックされなまま残っています）したのですが、高さや舗装などが各店でバラバラであり、店の支柱や電柱などがあり、歩きづらくなっているというのが第一の問題です。それで今回、市の補助を受けてまず道路の整備を行うことになったのです。

第二に、駐車場の確保、整備の問題があります。現在、商店街の東側入口近くにSS会で確保している駐車場がありますが、商店街のメインストリートは片側駐車しか認められていないこともあってこれだけでは不足です。さらに、今回の道路の整備によって、道路上の駐車スペースが三分の一くらいに減少するので、なお、新しく駐車スペースを確保する必

どの努力とうまく結合し、モール化などハードの改装とうまく結合した時には、大きな力になるのではないですか。」  
——帰りに橋のたもとを通ると、立札に次のように書かれていました。

「川は皆さんのものです。自然を保護し住み良い町づくりの為、みんなで次の事項を守りましょう。一、川には絶対ゴミを捨てないで下さい。一、魚を絶対取らないで下さい。弘明寺商店街青年部・弘友会」

要があるわけですよ。

第三に、元町商店街は山と川に挟まれて面的な広がりを遮られた商店街であるという問題です。ですから、商店街のわき道や裏道をもっと有効に利用して変化のある楽しい商業空間を演出する必要があります。たとえば、汐汲坂や代官坂など山手につながる坂道は、都市景観の点から見てもきわめて魅力のある場所であり、そのような坂道に新しい魅力ある商店がたくさん出来てくれば、商店街全体としての魅力もアップし、広がりができてくることとなります。

また、商店街の裏道についても、高速道路の完成に伴ない、川側の裏道が整備されてきたのでその道を利用した店舗も少しずつ出はじめていますが、店舗改装



時などを利用して、どんなにそうした傾向が広がってくれば、商店街の面白味も増すと思われれます。

さらに、元町商店街だけではなく、周辺の山下町や石川町の商店街とも連係を図って、お互いにレベルアップをはかり面的広がり不足をカバーしようと考えています。

次に、周辺の山下公園や中華街、港の見える丘公園など魅力ある観光資源との連係がはかられていないという問題があります。皆さん、一般的には、そういう周辺観光施設と商店街での買物とに密接な関係があると思われがちなんですが、実際に来街者調査してみると、元町への来街者は元町での買物を目的としている人が大割近くあり、また、回遊行動を調べても、山下公園や中華街とのつながりは比較的ありますが、山手地区とのつながりは少ないようです。ですから、今は周辺施設の案内板やサイン・ポールなどを設置してつながりを深めていくようにしたいと考えています。

それから、閉店時間が早く、ナイト・ショッピングが楽しめないという問題があります。現在は、七時すぎには閉店になりますので、職業をもった女性などが仕事を終えて後に買物をしようとしてももう閉まっているという状態です。ただ従業員の労働条件の問題でもあります。

でなかなか難しい面があります。そのかわり、閉店後もウインドーにあかりをつけてウインド・ショッピングを楽しめるような店づくりが必要だと思われれます。

また、商店街のまとまりの問題があります。元町商店街は、これまで独自で街づくりへの努力をしてこれたのは、やはり商店街としてのまとまりがあったからだと思います。しかし最近、他地域からの出店も多くなり、地元意識、元町という街に対する愛着心をあまり持たない商人の人も増えていきます。そのへんの意識の差が、まとまりの面にも少し表われているようです。

たとえば、狭い歩道にワゴンを出している店があるのですが、歩行者にとって歩きにくく、障害となるので、やめるように申し合せているのですが、商売上メリットがあるという面もあるのですが、実際にはなかなかやめられていないようです。

最近では、店舗の建替に伴って、ビルの上部に、いわゆるワンルーム・マンションが出現し周囲とトラブルを起こすという問題があります。これは当初は事務所という名目で建築され、入居時に単なる居住用として利用され、ゴミの処理などさまざまな問題を生じています。それでSSS会としては、建築確認申請の前に街づくり委員会で建築計画について説明

を受け、できる限りトラブルの発生の可能性のないようにしています。また、現在、街づくり協定で、建物の用途規制、商店の業種・業態についての規制ができるものか検討中なのです。

将来的には、みなとみらい21地区の商業空間出現の問題があります。MM21地区には国際性豊かな超広域型の商業空間の出現を狙っているようですが、それはこの元町商店街が目指す方向と同様であり、もし計画どおり実現するとすれば、競合関係が生じ、その売り上げ額は元町商店街の何倍にもなると推測され、かなりの脅威になりますね。」

——今回の整備の基本的考え方は。「昭和五十五年に市の中小企業指導センターの商店街診断を受けたのですが、商店街ではその調査結果を基礎にしながら、まずモータリ化するのかもしれないのか、について議論したのです。つまり、車を入れるか歩行者天国のようにして車を締め出すのかということなんです。商店街での議論では、来街者は自動車を利用した人も三〇%ほどあり、完全に自動車を追いつ出すというのは好ましくないということになったんですよ。基本的に買物に来る人に対して利便を与えるという考え方なんです。ですから、鉄道を利用し駅から徒歩で来る人に対しても利便性・安全性を確保しなければなりません。少々

欲張った考え方なんですがね。それで、ボンネルフ型に道路をだ行させ自動車のスピードをダウンさせ、歩行者の安全を図るということにし車と人とを共存させるようにしたんですよ。

それから、もうひとつ商店街の再整備に対する基本的な考え方は、これまで元町商店街が積み重ねてきた努力を生かした街づくりにするということです。つまり現在、個性ある店舗の連続した街並みができているので、そういう個性ある店舗のファサード・顔を生かすような、質の高い街づくりにしようということなんです。ですから、道路の舗装については歩道も車道も薄いグレー色を基調とした紋様のない地味な、ベーシックなデザインにして、材質についても自然石を使用し車道にはピッコロ石を、歩道には御影石を使用することになっています。これまでの商店街のモータリ化のような、どちらかといえば道路ばかりが美しく目立ち、モールの木々の葉によって店のファサードが隠れてしまうような街づくりはしたくないということです。

これまでの商店街のモータリ化などの再開発事業は商業の視点から見た場合にはあまり成功していないようですから、元町についても、街づくり委員会をつくり、そこで、仮にそういう事業をやるにしても、そもそも商店街の側にそういう

金を負担する能力があるのかどうかについて特に熱心に議論しました。」

——そういう事業を進めていくうえで商店街の側からみて行政の側の問題点にはどういふものがあると思われませんか。

「元町商店街の場合でも、行政の窓口となる担当部局がいったいどこまでの判断権限を持っているのか最初わからないわけですね。ですから、初めはいろいろ行政とやりとりし、そのうちに徐々に、そういうこともわかってくるのですが。」

それから、それぞれの部局での理想と現実のギャップがあるわけで、予算の権限のない部局では、なかなか話がこちらの思うようにスムーズに進まないですね。ですから、こちらとしては、この問題については、どの部局のどの人が実際の決定権を握っているのかを見極めることが大切になってきます。

それから、警察なんかについても、法律・規則などをしゃくし定規に解釈・適用しようとしがちですが、われわれとしては、その壁を乗り越えなければ、こちらの考えるような街づくりはできないわけですね。」

——その他に整備をしていく上での問題点は。

「それは、こういう事業・工事をする

期間中、来街者が減少し売り上げが低下する可能性があるのです、その対策をどうするかという問題です。対策としては近くの会場を使ってセールをやることを考えていますし、SS会で発行している

『モトマチアン』という商店街の広報誌に今回の第九号(年二回発行)から新しく『あなたに代ってショッピング、元町の商品をご自宅でお買求めただけです』とメール・オーダー(通信販売)のページを設けたりしています。」

——ハードの面はそれくらいにして、ソフトの面での課題は。

「やはり、これからの商店はオリジナル商品がないと生き残れないんじゃないですか。特に元町商店街のようなファッション中心の商店街では、常に最先端を走っていないければなりませんからね。ですからハードの整備も大切なんです、その上にいったい何を載せるのかということが、もっと大事なんです。経済のソフト化・文化化とか言われるように、単なる商品だけではダメなんです、それにプラス・アルファとして魅力のある何かを付加することが必要なんです。それが現在、たとえば、竜の落し子のマークであったりなんかするのですが。」

つまり、芸術・アートがなければダメ

なわけですね。これからの時代は心のゆとりが求められているのであり、商業にも研ぎ澄まされた感性が求められているんですよ。

そのためには、そういう感性を持った人を育てる必要があるわけで、美術学校なんかをこの横浜に造らなければいけませんね。いまのデザインはテレビを意識したテレビ映りのよいデザインばかりで本物のデザインのできる人はなかなかいないですからね。本物のデザイン、『横浜らしさ』を追究するためには、自前で人材育成しなければならぬので東京のような『ふるさと意識』のないところに任せてはおけないですよ。世界でもファッションの中心は依然としてパリだけでも、話題性という点ではイタリアのミラノであったり、ニューヨークであったり、政治の中心とは異なったところが大きな発信源となっていますからね。」

——ソフト面でそれ以外で重要なことは、どういうことでしょうか。

「それはターゲットをしぼるということではないでしょうか。商店街づくりにしても言えることなんです、総花的な、個性のないものはダメになってしまふ、生きのびれないということなんです。何かを強調するということは、何か

を捨てるということになるので、ですからどこにターゲットをしぼり、またそのために何を生かし、何を捨てるか、また何を補強するのかといったような基本戦略が非常に重要になってくるのであって場あたりの対応は許されないといいことなんです。」

——横浜の都市づくりについて一言。

「横浜は東京都心にも近く、市内にもMM21や東戸塚・戸塚駅東口また港北ニュータウンなどさまざまな開発・再開発の動きがあり、街づくりについては今がチャンスなんです。これまでの横浜は京浜工業地帯の一翼として根岸湾埋立、金沢地先埋立といった、どちらかといえば工業を中心とした都市づくりだったんですが、製造業でも営業部門のしっかりしていない企業、マーケティングのしっかりしていない企業はダメになってきているんであって、そういう意味でも商業が見直されてきているんであって、都市づくりにおいても商業者ももっと発言して、商業の視点からみた都市づくりを考えていく必要があるのではないかと思います。」

(構成・文責編集部)