

青森市における小売商業の変容

—小売店の郊外への立地を中心に—

今井修一

I はじめに

1) 研究目的

近年、各小売商業資本の大型化、チェーン店化が顕著になり、その立地は郊外主要道路沿いが中心となった。さらに平成3年の大店法の運用緩和や流通再編など、小売業を取りまく状況は大きく変化している。そこで本論では地区別に人口・店舗の増減を明らかにし、中心商店街と郊外地区の分析を通して、青森市における小売商業の変容を考察することを目的とする。

2) 青森市における小売商業の現況

商店数は平成6年には4,023であり、昭和60年比9.6%減と減少傾向にある(表1)。経営組織別では個人商店の減少が著しい。従業員規模別商店数をみると、1～2人規模の商店の減少が著しい。平成6年の商店数の大幅な減少は、バブル崩壊後の不景気と流通再編が影響を与えているものと思われる。

表1 青森市の商店数の変化

(▲は減少)

区分	商店数	経営組織別		従業員規模別商店数(人)							
		法人	個人	1～2人	3～4	5～9	10～19	20～29	30～49	50～99	100～
S.60	4,448	925	3,523	2,711	929	517	165	58	41	16	11
S.63	4,106	1,003	3,103	2,336	980	491	178	63	39	10	9
前年比%	▲7.7	8.4	▲11.9	▲13.8	5.5	▲5.0	7.9	8.6	▲4.8	▲37.5	▲18.2
H.3	4,318	1,343	2,975	2,297	995	612	241	84	65	17	7
増減率%	5.2	33.9	▲4.1	▲1.7	1.5	24.6	35.4	33.3	66.7	70.0	▲22.2
60年比	▲2.9	45.2	▲15.6	▲15.3	7.1	18.4	46.1	44.8	58.5	6.3	▲36.4
H.6	4,023	1,396	2,627	2,142	933	545	230	93	54	18	8
増減率%	▲6.8	3.9	▲11.7	▲6.7	▲6.2	▲10.9	▲4.6	10.7	▲16.9	5.9	14.3
60年比	▲9.6	50.9	▲25.4	▲21.0	0.4	6.0	39.4	60.3	31.7	12.5	▲27.3

「商業統計調査」より作成

Ⅱ 青森市の地区別小売商業

1) 人口の分布と動態

人口分布をみると、都心部の外周にあたる住宅地で多く、市南部の農業的土地利用が卓越している地域では少ない（図2）。人口動態をみると、市南東部の人口増加が著しい。この傾向の原因としては、大団地の建設とともに昭和60年代の国道7号青森環状道路の開通による交通網の整備もあ

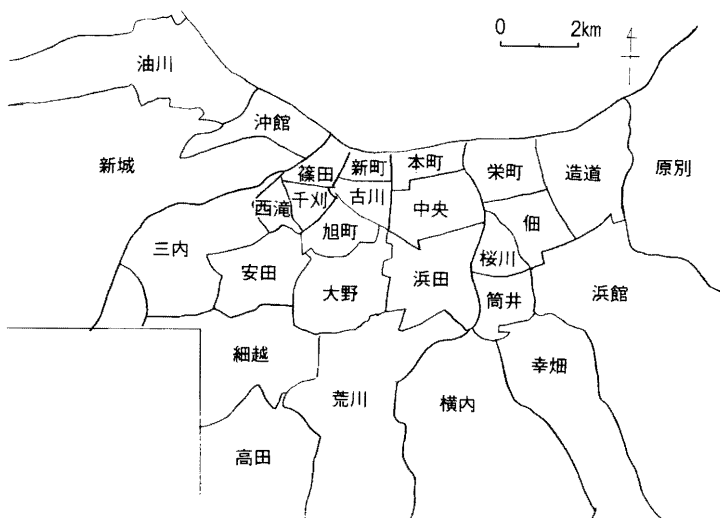
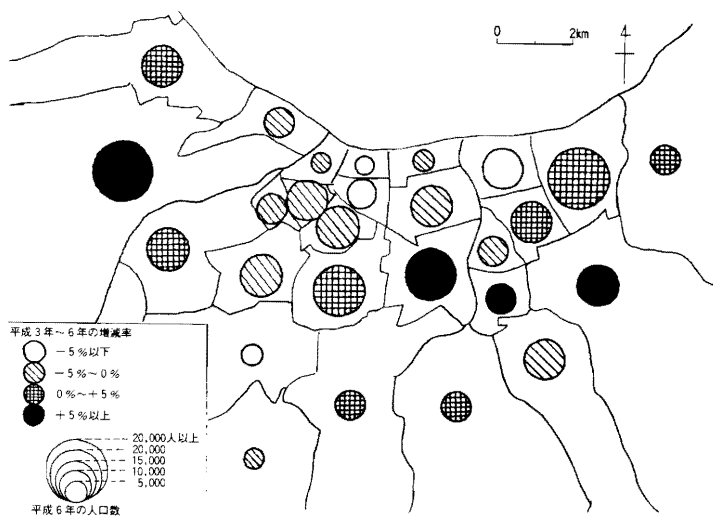


図1 青森市地区区分図



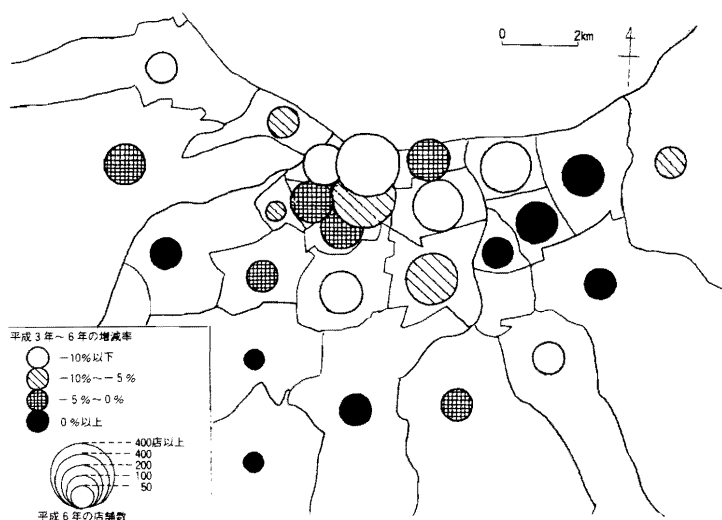
「平成3・6年 住所別人口集計表」より作成

図2 地区別人口分布・動態図

げられよう。一方、新町地区を中心とする旧市街地の人口は減少している。この原因として、青森駅を中心とする都心への商業・業務機能の集積とそれに伴う職住分離の進行、地価の高騰、市街地住民の郊外への移住傾向が強まったことなどが考えられる。

2) 店舗の分布と増減

店舗の分布は中心商店街区を中心として周辺ほど減少している（図3）。店舗数の増減をみると、造道、佃、浜館の店舗増は人口増に対応している。桜川、荒川、細越、高田の4地区は増減なしである。また大幅な減少は旧市街地に多くみられる。新町、栄町地区では、食料品関係の商店の減少が著しい。全体的な傾向として人口減と店舗減の地区はほぼ対応しているといえる。



「平成3・6年 青森市の統計」より作成

図3 地区別店舗分布・増減図

※筒井は統計なし

Ⅲ 中心商店街区の分析

1) 中心商店街区の小売業の現況

中心商店街区の小売業は、商店数では全市に占めるシェアをやや伸ばしているものの、年間販売額と売場面積においてはシェアが低下している（表2）。これは大店法規制緩和に伴う郊外への大型店出店等の影響を受けて、青森市に占める中心商店街区の商業的求心力が減退しているためといえる。

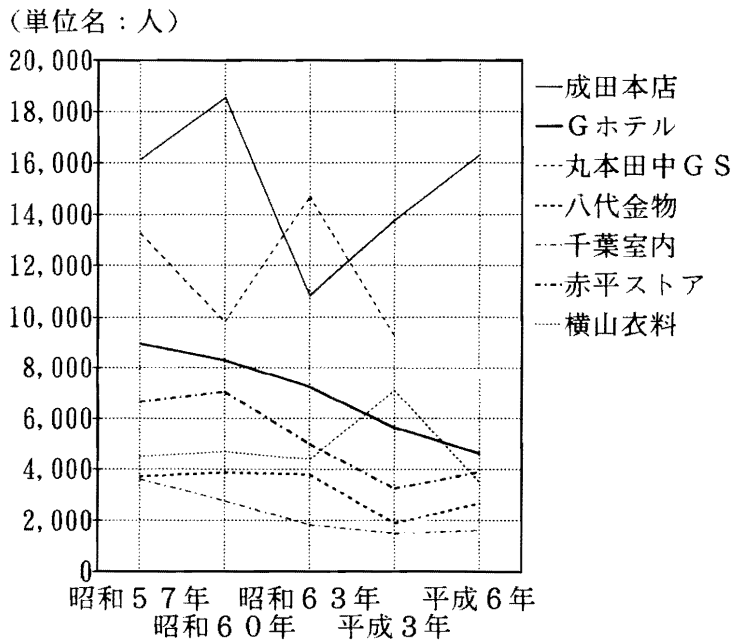
表2 中心商店街区の全市に占める小売業のシェアの変遷

	商店数(店)			年間販売額(百万円)			売場面積(m ²)		
	実数	伸率	シェア	実数	伸率	シェア	実数	伸率	シェア
昭和57年全市	4,609	100.0	100.0	28,304	100.0	100.0	275,347	100.0	100.0
うち中心商店街	862	100.0	18.7	8,384	100.0	29.6	90,246	100.0	32.8
昭和60年全市	4,448	96.5	100.0	29,833	105.4	100.0	275,145	99.9	100.0
うち中心商店街	872	101.2	19.6	8,040	95.9	27.0	87,058	96.5	31.6
昭和63年全市	4,106	89.1	100.0	29,572	104.5	100.0	291,426	105.8	100.0
うち中心商店街	823	95.5	20.0	7,693	91.8	26.0	90,890	100.7	31.2
平成3年全市	4,318	93.7	100.0	35,827	126.6	100.0	301,047	109.3	100.0
うち中心商店街	907	105.2	21.0	9,076	108.3	25.3	96,358	106.8	32.0
平成6年全市	4,023	87.3	100.0	39,024	137.9	100.0	308,272	112.0	100.0
うち中心商店街	834	96.8	20.7	9,071	108.2	23.2	94,892	105.1	30.8

* 中心商店街は、新町1~2丁目・古川1丁目・長島1丁目・柳川1丁目・安方1~2丁目の合計を記載
 シェア(全市に占めるシェア)の単位はパーセント
 「商業統計調査」より作成

2) 歩行者通行量の分析

図4をみるとほとんどの商店街で歩行者通行量が減少しており、中心商店街の商業機能の減退を示す指標の一つといえよう。しかし新町通り成田本店前ではわずかながら回復しており、今後の商業機能の強化によっては回復の余地があると推測される。



「歩行者通行量調査」より作成

図4 中心商店街の歩行者通行量の推移

IV 郊外地区における小売店の立地

1) 東バイパス沿線

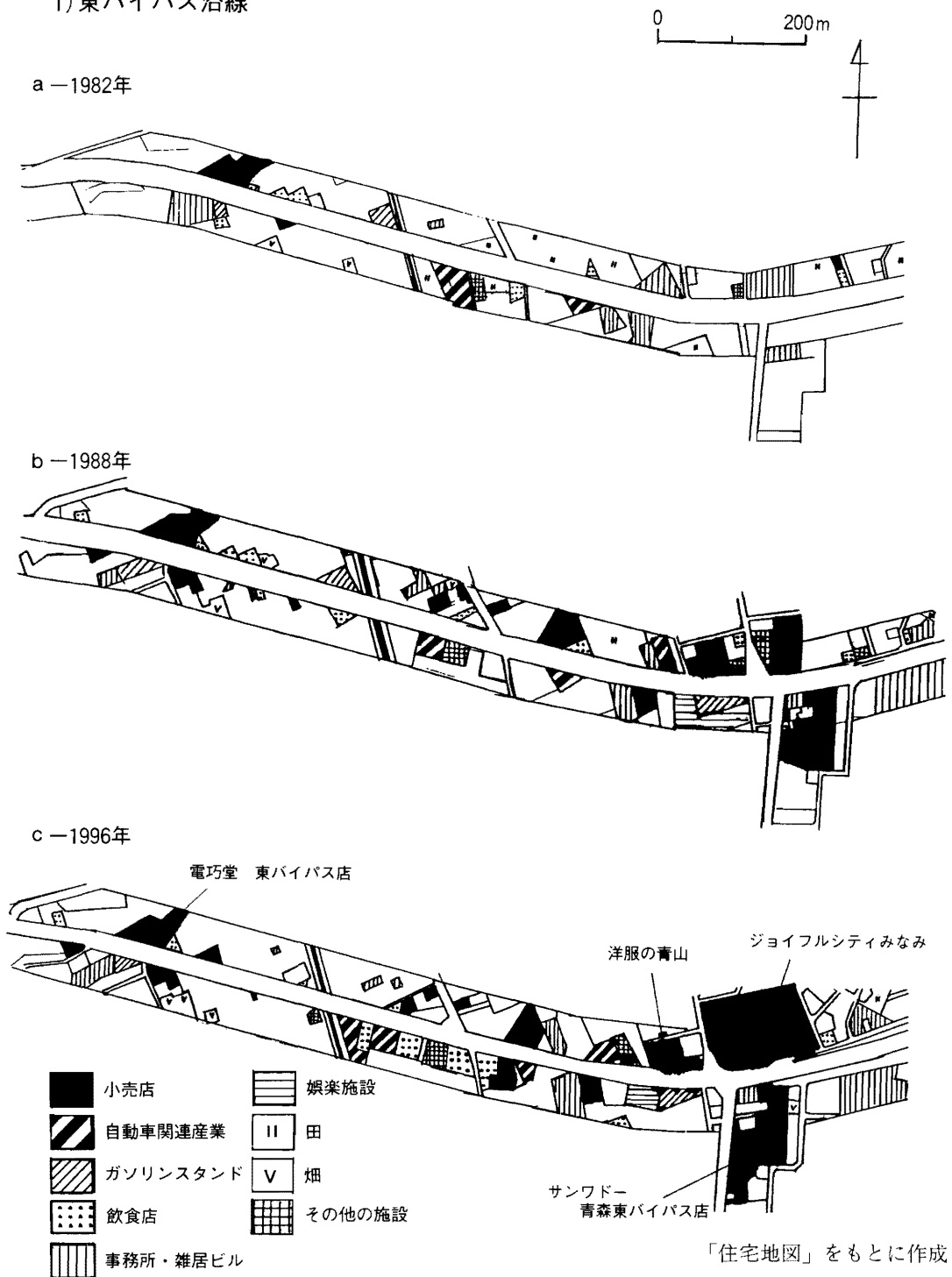


図5 東バイパス（造道地区）沿線における土地利用の変化

バイパス開通5年後（図5—a）には農業的土地利用が多く、小売店はほとんどみられない。最も多い土地利用は、事務所・雑居ビルである。

1988年（図5—b）になると農業的土地利用が減少し、小売店の立地が目立つようになった。さまざまな業種の大型店の立地で、沿線の商業機能が強化されてきた時期といえる。

1996年（図5—c）には第一種大型小売店舗のジョイフルシティみなみが立地している。中心商店街区からの移転であり、モータリゼーションの進展、購買様式の変化に対応した顕著な例といえるであろう。東バイパス開通から約20年を経て、飲食店を含む複数業種の小売店が集積する総合的な小売商業集積地として発展している。ジョイフルシティみなみという小売商業の核ができたことにより、東バイパス沿線の商業機能はこれからも強化されていくものと推測される。

2) 西バイパス沿線

バイパス開通から10年後の1982年（図6—a）には農業的土地利用と自動車関連産業の施設が卓越している。自動車関連産業の立地が進んだのは、平坦で間口の広い敷地の確保が容易であったことが原因であろう。またすでに3店の第二種大規模小売店舗が出店している。

1988年になるとパチンコ店が立地している（図6—b）。パチンコ店が相次いで出店したのは、駐車スペースを十分にとれる広い敷地があったこととパチンコ産業が集積型の産業であるという2つの理由によるものであろう。小売店の新たな出店はほとんどみられない。

1996年（図6—c）をみると青森西郵便局が立地し、飲食店の出店が進んだ。小売店は1982年からほとんど変化がみられず、特定の業種に限られていることが分かる。西バイパスの土地利用は、自動車関連産業、娯楽施設、飲食店が大部分を占めており、特定の業種に特化しているといえる。

3) 消費者の購買動向

平成6年度消費購買動向による商圈調査報告書によると、青森市民で郊外の店を週1回以上利用する人は25.9%と高い割合を示している。このように郊外型大型店を利用する人が多い原因を①モータリゼーションへの対応、②消費者ニーズへの対応、の2つの視点から考察していく。

①モータリゼーションへの対応

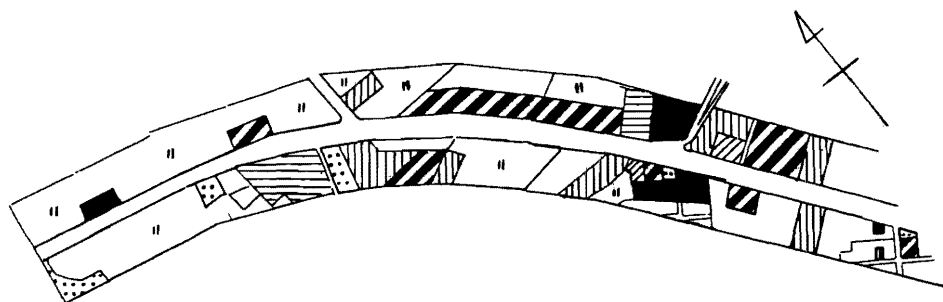
消費者の中心商店街に対する要望で最も多いのは駐車場の増設である。現在中心商店街には全34ヶ所、合計3,085台収容の駐車場がある。一方東バイパスを例にとると、ジョイフルシティみなみ単独で1500台収容の駐車場を備えている。モータリゼーションの進展やワンストップショッピング機能を求める消費者の志向により多く対応しているのが郊外型大型店ということがいえる。

また中心商店街区は道幅が狭いうえに駐停車が多く渋滞する傾向にある。交通面での悪条件が郊外型大型店志向に拍車をかけているものと予想される。

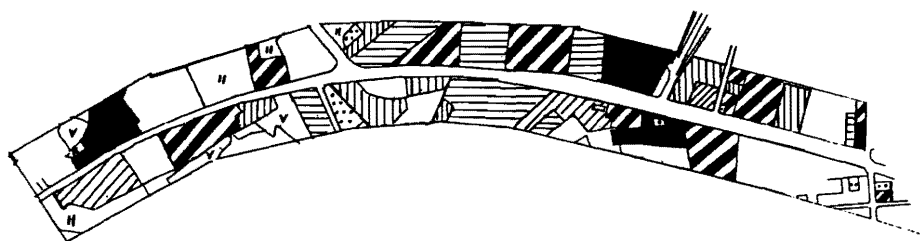
②消費者ニーズへの対応

a - 1982年

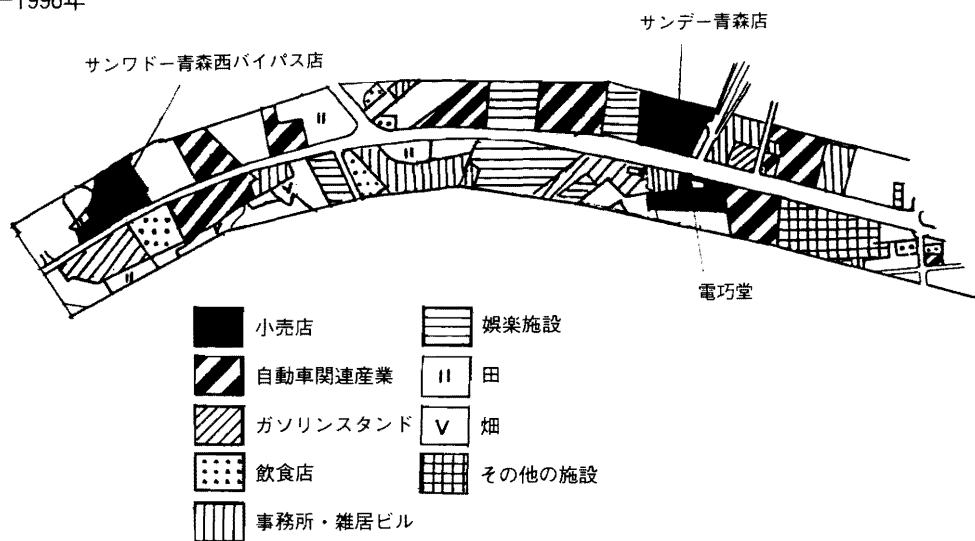
0 300m



b - 1988年



c - 1996年



「住宅地図」をもとに作成

図6 西バイパス（新城地区）沿線における土地利用の変化

現在中心商店街が郊外型大型店に対し、価格、品質そして品物の豊富さにおいて、もはや明確な優位性を維持してはいないといえる。むしろ近年は品質を落とさず価格を破壊したディスカウントストアが成長し、郊外型大型店が優勢である。

また東バイパスのように中央資本の飲食店が郊外に出店することで、地区全体としての魅力が客を引きつける要因となっていると推測される。

V 大店法改正に伴う大型店出店

平成3年の大店法規制緩和やモータリゼーションの進展を背景として、青森市でも郊外型ショッピングセンターの出店が相次いだ。

その結果、大型店が小売業の売場面積に占めるシェアは平成8年3月に54.7%にまで上昇した。

青森市の大型店の全市に占める売場面積を東北地方の他の主要都市と比較すると福島市、山形市に次いで低い面積シェアになっている（表3）。このことから今後も大型店の出店動向は加速していくものと推測される。

表3 大型店の出店状況の他都市との比較 平成7年9月 現在

	第1種大型店			第2種大型店			大型店売場 面積シェア
	売場面積㎡	店舗数	売場面積シェア	売場面積㎡	店舗数	売場面積シェア	
青森市	111,491	14	35.2%	55,651	50	17.6%	52.8%
弘前市	100,159	9	40.3%	58,308	48	23.5%	63.8%
八戸市	113,321	9	36.9%	56,137	42	19.9%	56.8%
盛岡市	121,248	12	33.2%	74,522	65	20.4%	53.6%
秋田市	150,731	17	38.6%	79,276	62	20.3%	58.9%
山形市	111,454	14	32.5%	65,424	57	19.1%	51.6%
福島市	82,656	15	27.9%	43,513	38	14.7%	42.6%

*但し、八戸市の第1種大型店には、下田イオンショッピングセンターが含まれる。

「商業統計調査」より作成

VI おわりに

以上青森市における小売商業について考察した。結果は次のとおりに要約される。

- ①青森市の商店数は減少傾向にあり、小規模店舗の減少が著しい。
- ②人口は旧市街地で減少したが、市南東部で特に著しい増加がみられる。店舗もおおよそ人口動態と一致している。
- ③中心商店街の小売業のシェアは年々低下しており、商業的求心力の減退が明らかとなった。
- ④東バイパスは総合的な商業集積地に発展しつつあるが、西バイパスは特定の業種に特化しており、

両バイパスで差異がみられた。

⑤消費者の郊外店志向は、モータリゼーションと消費者ニーズへの対応が郊外型大型店で進んでいるためと考えられる。

⑥大店法改正により郊外型ショッピングセンターは急増しており、今後も出店傾向は加速すると予想される。

本論文を作成するにあたり、ご指導・ご助言を頂きました後藤雄二先生、水野裕先生に心から感謝致します。また資料収集の際に便宜を図って頂きました青森市役所産業振興課、青森商工会議所の方々に対し、末筆ながら深く感謝の意を表します。

【参考文献】

- 飯田博之（1991）：小売業の郊外への出店形態に関する地理学的研究—浜松市の場合—
新地理， 39—2， 1～16
- 牛山通高（1991）：地方小都市における商業の変容—長野県須坂市の場合—
新地理， 38—4， 1～22
- 盛 秀一（1987）：青森市における小売商業に関する地理学的考察 弘大地理， 25， 39～44
- 青森市総務部総務課（1993， 1996）：「青森市の統計」 商業統計調査結果表