

青森市における大型店の立地と中心商店街の変化

福 士 紘 輔

I はじめに

わが国において、1960年代から始まる高度経済成長に伴い、産業構造の変革、多種多様に变化を遂げる生活様式など、様々な発展が見られる。その中でも、商業の変化については注目に値すべきものであろう。大型店の立地に伴う小売業地域システムの変化は、地理学において主要テーマの一つである。地方都市では大型店の立地による既存商業地への影響は大きい。そこで、本研究では、青森市を事例として、大型店の立地に伴う中心商店街への影響について新町商店街を中心に調査、考察することを目的としている。

II 対象地域の概観

今回対象とする青森市は、青森県の中央部に位置し（図1）、人口は約290,000人（平成13年2月）、青森県内における人口シェアは19.9%である。青森市は、小売販売額においては県内で23.2%、卸売販売額においては36.1%と、共に県内一のシェアを誇る、青森県の中心都市である。また、県庁所在地であり、行政の中心としての機能も担っていて、全国的な企業の支店も青森市に集中している。

中心商業集積地である新町は青森市の中央、まさに青森市の中心に位置している。

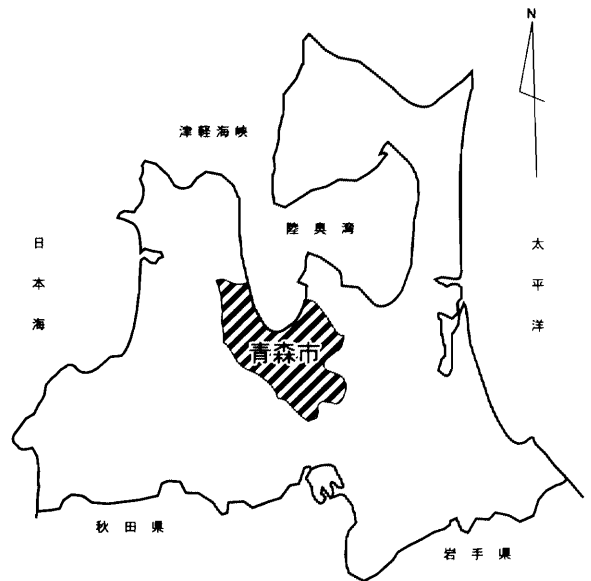


図1 調査対象地域

III 青森市における商業の変遷

1 大型店の立地動向

手塚（1989）は青森市における昭和45年から昭和63年までをA-Dの4期間に区分し、大型店の新設店舗の売場面積を、業態別、規模別に差異を記している。ここでは、大型店を百貨店、専門店、スーパー、寄合店、DIY店（Do It Yourselfというアプローチの仕方を取り、生活素材を幅広く品揃えした店）の5つに分類している

1-a 業態別

A期間（昭和45－50年）百貨店と専門店が中心商店街に集中。スーパーは主に人口増加が進行している地区や人口密度の高い地区の縁辺部に位置している。

B期間（昭和50－55年）東西バイパスの完成により、郊外の主要道路沿いに専門店やD I Y店が分布。スーパーは、人口増加の著しい地区に分布。

C期間（昭和55－60年）戸山団地の完成により、寄合店が戸山地区に立地した。人口増加とはほとんど関連のない郊外の主要道路、バイパス沿いに、専門店、D I Y店、スーパーが分布。これにより、この期間は消費者の購買行動の拡散が著しく進んだ時期であるといえよう。

D期間（昭和60－63年）スーパー、専門店、D I Y店が、郊外の主要道路沿いに分布。一方この期間は、駅の再開発事業および、人口の空洞化地区の再充填が見られる。

1-b 規模別

第一種大型店は、昭和50年以前に中心商店街へ集中しており、求心的分布パターンを示している。

第二種大型店は、昭和50年以降郊外へ著しく分散している。特にB期間においては青森市の南

表1 新町を取り囲む動き

年 次	主 な 出 来 事
昭和49（1974）年	・「中三百貨店」が昭和通りにオープン。
昭和51（1976）年	・観光通りに「サンロード青森」がオープン。
昭和56（1981）年	・新町商店街振興組合が組合員数185人、資本金1億3,000万円で設立される。
昭和61（1986）年	・県立中央病院、県立図書館、県農業会館、東奥日報社等、大小様々な官民企業が郊外へ移転。
昭和62（1987）年	・観光物産館「アスパム」、駅ビル百貨店「ラビナ」開業。
昭和63（1988）年	・スーパー、コンビニエンスストア、生協等が、市街地周辺に増え始める。
平成元（1989）年	・青函航路が廃止される。
平成3（1991）年	・新町界隈の若手商店主により、新町商店街を語る会が結成される。
平成4（1992）年	・青森市観光協会主催の「安湯みなど祭り'91」に協賛し、「中心商店街ナイトカーニバル」を開催。
平成8（1996）年	・青森県中小商業活性化基金の助成を受けて、「しんまち街づくり計画推進委員会」を組織。
平成9（1997）年	・青森市中心商店街懇話会を結成し、「夏のカーニバル」を開催。
平成10（1998）年	・アスパムを基点とした、「ザ・ビッグツリー&光のプロムナード」で、中心商店街が大々的なイルミネーション装飾を実施。
平成12（2000）年	・しんまち街づくり整備事業が完成。
平成13（2001）年	・青森市政100周年記念の「しんまち、ふれあい広場」を実施。
	・市の福祉対応型商店街事業の補助金を受けてタウンモビリティ実験事業を行う。福祉の街・新町をアピール
	・石江地区「ハイパーモールジョイシティ」、浜田地区「イトーヨーカドー」、オープン。
	・「T・M・O（Town Management Organaization）青森」が設立される。
	・行政の支援として「バサージュ広場」が開設。
	・フェスティバルシティ「アウガ」が、駅前にオープン。

「好きです 新町」より作成

西、南方の人口増加が進行している地区へ、C期間には、東西バイパスへと分布しており、分散的分布パターンを示している。

2 中心商店街の変化

ここでは、大型店の立地による新町商店街の変化について歩行者通行量の変化から考察する。また、新町商店街を取り囲む動きについて年次順に表にまとめた（表1）。

歩行者通行量調査結果による考察

表2によると、昭和50年から53年の間において減少が見られる。これは、昭和52年に市街地南部にサンロード青森が出店したことや、郊外に第二種大型店が多数出店したことが要因として上げられる。次に、昭和53年から57年においては、新町商店街の中心に位置

表2 歩行者交通量データ

調査地点	成田本店前（人）	旧自治会館前（人）
昭和50年度	34,786	
昭和53年度	27,940	
昭和57年度	16,140	
昭和60年度		5,892
昭和61年度		27,796

青森商工会議所調査資料より作成

する成田本店前において、1万人以上の減少が見られる。これは、昭和56年の県立中央病院をはじめとした、県立図書館、県農業会館、東奥日報社等、大小の官民企業が新町周辺から郊外へ移転したことによるといえる。というのは、県立中央病院では一日の来院者数は約2,000人である。これらのような公的施設は、直接、営業に携わっているわけではないが、集客力がかなり高いのである。昭和60年と61年の旧自治会館前の調査では、大幅な増加が見られる。これは、昭和61年3月に「ラビナ」が青森駅となりオープンしたことによるものである。

平成10年度と12年度の調査（表3）からは、街区総合計において平日で12.3%、休日では27.9%

表3 青森市中心商店街における歩行者通行量の推移

調査年度	平成10年度（人）	平成12年度（人）	平成13年度（人）	（13年度／12年度）増減（%）
平日調査	145,728	129,720	136,268	5.0
休日調査	130,784	102,200	121,738	19.1

調査地点・青森市内中心商店街区等 51地点 青森商工会議所調べより作成

もの減少が見られる。これは、平成12年6月の、「ハイパーモールジョイシティ」の石江地区オープン（図2a）と、同年10月の「イトーヨーカドー」の浜田地区オープン（図2b）によるといえる。ハイパーモールジョイシティは各種専門店や、レジャー・アミューズメント施設等のあるオープンモール型のショッピングセンターで駐車台数も3,000台という大型店であり、イトーヨーカドーも、売場面積20,260㎡、駐車台数2,300台という大型店である。このような大型店が相次いでオープンするということは、全国的に見ても珍しいことであり、中心商店街に多大な影響を及ぼしたことは言うまでもない。しかし、平成13年度の調査（表2）では街区総合計前年比で平日5.0%、休日19.1%の増加を示している。これは、行政支援として、久しく空店舗だった旧自治会

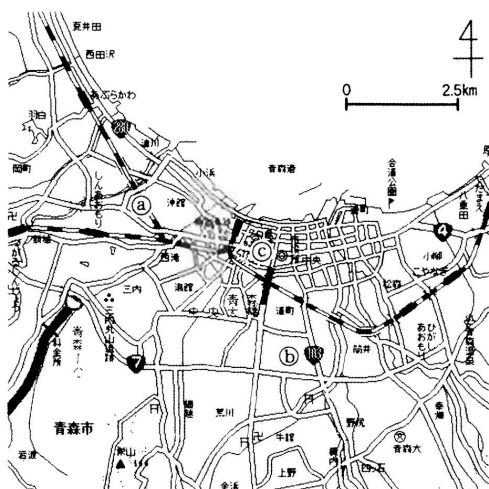


図2 青森市中央部

- a: 石江地区ハイパーモールジョイシティ周辺
- b: 浜田地区イトヨーカドー周辺
- c: 新町周辺

インターネットYahoo! 地図情報より作成

館跡地に「パサージュ広場」(パサ

の小径の意)が開設されたこと(図3)

再開発事業として、平成13年1月にフェスティ
ルシティ「アウガ」がオープンしたことによるものといえる(図3)。

パサージュ広場とは、公園のような景観の中に商業スペースのある全く新しい空間で、青森市と民間の共同オリジナル事業である。パサージュ広場には2つの目的がある。1つは、車の危険がなく、安心して街歩きを楽しめるショッピングゾーンを作り出すこと。もう1つは、意欲的な商店経営を目指す若い人達が店舗を構え、溜まり場となるようなスペースを創り出すことにある。

アウガは、地下1階、地上9階の建物で、地下1階は生鮮魚菜市场、地上1階から4階はファッションや、雑貨の専門店、5階と6階は青森市男女共同参画プラザ、7階から9階は市民図書館という延べ床面積55,552㎡、駐車台数522台の



図3 新町周辺

インターネットYahoo! 地図情報より作成

規模ビルである。地下の市場は午前5時から営業しており、地元に馴染んだものであり、市民図書館は街に溶け込み、新しい機能と魅力をもたらしたといえる。このほかに、新町では、中心街に不足しがちな駐車場の問題解消のため、中心商店街にある28の駐車場を共通無料駐車場3,650台分のスペースを確保した。

IV 今後の施策

今回述べてきた大型店の立地の他に、道路の拡幅や、延伸により、郊外の商業集積地区は集客力の増加が見込まれる。それに伴い、他大型店のさらなる出店も考えられる。出店が増えることは、中心商業地の弱体化を引き起こし危機的状況を招くことになるだろう。また、弱体化が引き起こされ進行した場合には、中心商業地区内の既存大型店の撤退や、郊外移転という影響を引き起こす原因ともなりうる。こういった影響が出たならば、中心市街地の空洞化は、加速の一途をたどることになる。しかし、中心商店街も一つの商業集積である。このことを踏まえ、各個店が商店街活動に積極的に参加し、一致団結してゆくのであれば、新町商店街の商業力は依然として大きく、今後の青森商業界においてもその指導的立場を崩すことなく発展を続けるものと思われる。

ここで、青森市、また、新町商店街における今後の具体的な方策、事業について見ていくことにする。

青森市では、将来都市像「青い森 人が輝く 快適都市」を目標に、平成8年から平成22年をめざし、青森市長期総合計画「わたしたちのまち 青い森 21世紀創造プラン」が策定された。

（青森市ホームページより）この計画は、市民の幅広い意見や、提案を受けて策定された街づくりの総合指針となるもので、前期基本計画（平成8年から12年の5年間）が終了し、現在、中期基本計画（平成13年から17年の5年間）が実施されている。また、前年、前々年からの継続事業も多い。パサージュ広場や、アウガ等の再開発事業がそれである。このほか、駐車場の整備・強化や、ウォーターフロント活性化推進事業、中心商店街ショッピングバス等の運行等、幅広く行われている。

また、中心商店街&大型店合同販促事業も行われ、商店街と大型店という枠を外し、1つの中心商業地としての発展を試みている。これらのような様々な事業は、行政が主体となっているもの（パサージュ広場整備事業、電線類地中化事業等）、民間団体や企業が主体のもの（駐車場対策事業、青森駅前第一、第二地区市街地再開発事業等）、行政と民間が連携して行っているもの（パサージュ広場における商業ベンチャー支援事業、まちなか居住の推進等）の3つに分けられる。

V おわりに

本研究では、青森市の中心商業地が、大型店の立地により、どのような変化を遂げてきたのかについて、新町商店街を中心に考察した。その結果は、以下のように要約される。

大型店、特にスーパーや専門店、DIY店は、近年、郊外分散化の傾向を顕著に表し、それに伴う消費者の買物行動の拡散により、中心商店街は弱体化の危機に瀕している。しかし、大型店の郊外分散化により、低迷した中心商業地としての地位を回復すべく、様々な事業に取り組み、再開発に力を入れている。今後、新町が中心商業地として、その立場を維持していく上で必要と

なることは、各個店の経営努力以上に、中心市街区としてのまとまり、一つの商業集積として団結し相乗効果を上げていくことであろう。

大型店の立地による中心商店街の変化について明らかにしてきたが、青森市において、大型店の郊外分散化は、今後も更に進むものと思われる。そこで、青森市長期総合計画の進展や、官民一体となった街づくりの推進、T・M・O青森（「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」に基づき、市が、青森市中心市街地再活性化基本計画を策定し、青森商工会議所が主導する街づくり機関）の活動等による青森市の中心商店街の商業機能の変化は、より一層興味深いものになると思われる。

【謝 辞】

本稿の作成にあたり、ご指導賜りました、後藤先生、水野先生、小岩先生、そして様々な助言をしてくださった、諸先輩方に深く御礼申し上げます。

【参考文献】

- ・青森市新町商店街振興組合（2001）：
 ノン・フィクション青森市新町商店街物語 好きです 新町
- ・根田 克彦（1989）：大規模小売店の立地を契機とする周辺商業地の変化
 －釧路市新橋大通商店街を例に－ 東北地理41－3，148－159
- ・香川 勝俊（1987）：小都市における大型店立地の地域商業への影響
 －小売商業機能と中心商店街への影響を中心に－
 人文地理39－3，24－41
- ・戸所 隆（1997）：新しい都市空間形成と商業の変化 経済地理学年報43－1，48－58
- ・手塚みのり（1989）：青森市における大型店の立地動向 弘大地理25，44－51

【参考資料】

- ・青森商工会議所 調査資料
- ・青森県の商業（平成9年）
- ・青森市の統計
- ・青森市のホームページ
- ・青森商工会議所ホームページ