

新規開業店舗からみた伊那市中心市街地における 商業機能の変容

小室 譲・有村友秀・加藤ゆかり・白 奕佳
平内雄真・武 越・堤 純

本稿の目的は、長野県伊那市を事例に2000年代以降の新規店による提供商品・サービス、および顧客変化に着目することで、中心市街地における商業機能の変容を検討することである。伊那市中心市街地では、低廉なテナント料、移住や創業を支援する行政施策が奏功して、①カフェやダイニングバーなどの新たな業態の飲食店、②オーガニック商品やデザイン性の高い服飾雑貨などの物販店、③ピアノ教室や陶芸教室などの教育関連施設やベビーマッサージ店、ライブハウス、ご当地アイドルのイベント事業会社など多岐に渡るサービス店が開業した。それらの店舗経営はIJUターン者が担い、経営者の開業以前の就学・就業経験に裏打ちされた周到的な開業計画や高い経営意欲のもと、新たな商品・サービスを提供している。その結果、飲食店や小売店を中心に新たな顧客の掘り起こしと県外におよぶ商圈を獲得する店舗事例が存在するなど、中心市街地における商業機能の向上に寄与しつつある。

キーワード：中心市街地、商業機能、新規開業店舗、長野県伊那市

I はじめに

地方都市における中心市街地は、高度成長期以降、モータリゼーションの進展に伴う郊外大型店との競合に長らく直面してきたが、1998年に制定された「まちづくり3法¹⁾」、および2006年の「改正まちづくり3法」により、中心市街地振興は新たな局面を迎えている。これらの法律により、郊外大型店の出店規制を目的とした自治体条例と大型店の対応やコンパクトシティに向けた中心市街地が果たす役割など、「コンパクトシティ」や「まちづくり」をはじめとするキーワードのもと、地域の実情に合わせた多角的な試みがなされている(山下, 2006)。

そのような状況の中で、多くの既往研究が地方都市の中心市街地の商業機能低下に対する再生への取り組みやその可能性、そして商業振興策について論じている。例えば、こうした商業振興策の

舵取りをする上で、仲間意識による柔軟な運営体制が商店街組織の維持に重要であると指摘する研究や(安倉, 2007)、地方都市のまちづくりをめぐる政策内容やアクターが多様化・複雑化する中で、TMO(まちづくり組織)やNPO、市民団体などが新たなまちづくりの舵取り役と成り得ることを指摘する研究がみられる(兼子ほか, 2004; 久保・中原, 2013; 高田・吉田, 2017; 武者, 2007)。また、大学生がゼミ活動の一環として、あるいはサークル活動の一環として期間限定のチャレンジショップを出店して商業振興に関わる事例²⁾や、中心商店街内の古い空きビルをシェアハウスに改造し、学生がまちなかに住んで商店街のさまざまな取り組みに関わることを条件に低家賃でシェアハウスを貸し出す取り組みもみられる(小田, 2014)。一方で、足立・上野(2015)は中心市街地の活性化に向けて、アイデアや資金だけでなく、それを実施する組織や人材の重要

性を強調した。関連して、福井ほか（2016）は、長野県佐久市の岩村田本町商店街における商業振興策を考察した論文の中で、既存商店の若手後継者らによる新規事業の創出といった活性化策に着目した。そして、いわば「2代目」に当たる若手経営者が商店街組織の世代交代により台頭して新たなビジネスをはじめたことや、地域外から出店を希望する塾や飲食店の経営者などにも出店機会を与え、商店街組織の一員としてさまざまな活動にも取り組んだことなどが、中心商店街の商業的・社会的機能の再構築に有効であったことを指摘した。こうした研究例からは、行政や商工会、まちづくり組織などの主体による商業振興策の有無や、外部人材など新たな担い手による新規開業が後継者不足や空き店舗や空き地の増加する中心市街地の商業振興策として有効なのではないか、とする知見を見出すことができる。

そこで本稿は、市街地外の新たな経営者のもとで、新規開業店舗（以下、「新規店」とする）が増加する地域を対象とする。本稿の目的は、地方中小都市における中心商店街において近年みられる変化について、とくに2000年代以降において急増した新規店に着目して、その背景となる要因を解明することとした。

研究方法は以下の通りである。まず、中心市街地を取り巻く商業環境を社会経済情勢やそれに伴う商業の内的変化に着目して、土地利用や既存統計により分析する。続いて2000年代以降の新規店の特徴を明らかにするために、商店経営者に対して実施した業種構成、提供商品・サービス、顧客などの経営特性に関する聞き取り調査の結果を類型化する。その上で、新規店の提供商品および顧客の変化に伴う中心市街地における商業機能の変容を既存店との差異や開業経緯を踏まえて論じる。

II 中心市街地における商業の展開

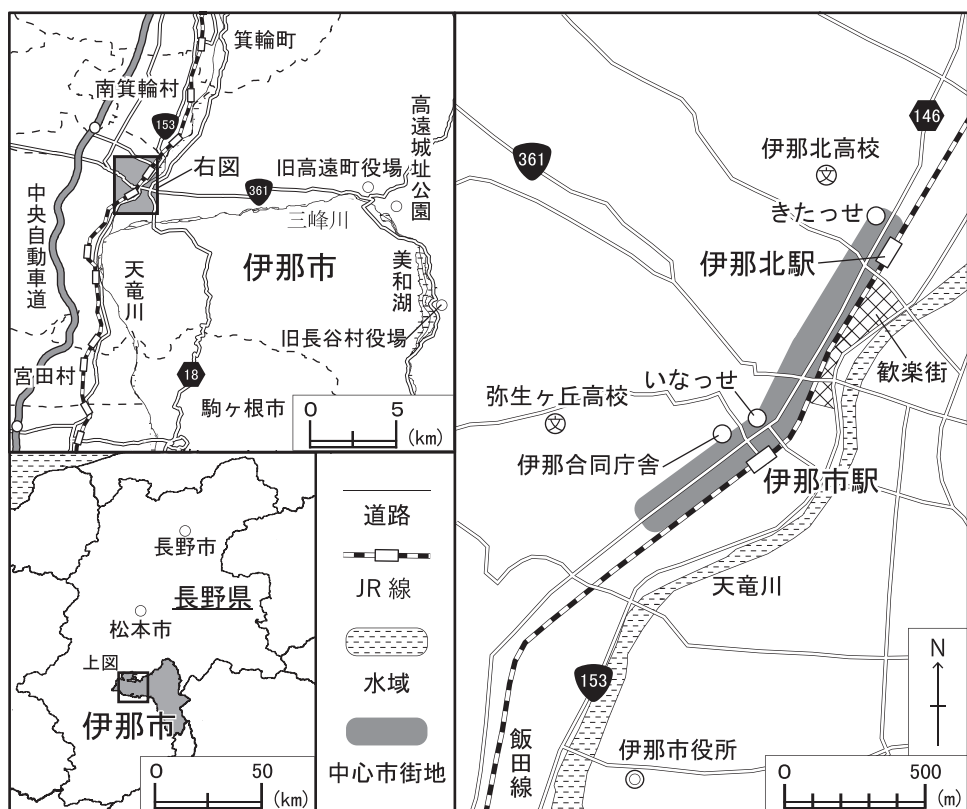
II-1 研究対象地域の概要

本稿の事例として選定した都市は、長野県伊那

市である。伊那市は長野県南部・南信地方の上伊那地域³⁾の中央に位置し、人口は68,404人⁴⁾（県内第7位）、面積は667.93km²（県内第3位）である。伊那市は中央アルプスと南アルプスに挟まれた伊那谷に位置しており、中央自動車道が市域を南北に貫いて走っている。JR飯田線の伊那市駅を中心とする半径約1kmの範囲内に、伊那税務署、長野地方裁判所伊那支部・伊那区検察庁、長野地方法務局伊那支局、日本年金機構伊那年金事務所、上伊那地域振興局（長野県伊那合同庁舎）、伊那警察署などの官公庁が立地している。隣接する南箕輪村には信州大学農学部が立地している。このように、伊那市は上伊那地域の中心都市としての役割を果たしている。

本稿が対象とする伊那市中心市街地（以下、「中心市街地」とする）は、市内西部を流れる天竜川右岸に位置する。中心市街地は、地区内を南北に貫いて通る長野県道146号南箕輪沢渡線（以下、「県道」とする）沿いの南北1.5km程度の範囲であり、2011年に策定された「伊那市中心市街地再生プラン（以下、「再生プラン」とする）」の定めた範囲に準ずる（第1図）。市内にJR飯田線が走るが、東京や名古屋といった大都市圏へ直通する列車はない。他方、中央自動車道を利用する高速バスは東京や名古屋、京都、大阪などとの間に直行便が運行されている。伊那市の主要産業は精密機械産業や食品加工産業であり、市内には工業団地が多数存在するほか、良質な水を活かした農業も盛んである。加えて、周辺地域には高遠城址公園の桜やスキー場⁵⁾、温泉などの観光資源もある。

本稿で取り上げる中心市街地は、北から「山寺」、「坂下」、「荒井」、「西町」⁶⁾の4地区から構成される。小売業やサービス業の店舗は、県道沿いに集積しており、県道の裏手には宅地や駐車場が広がる。空き店舗は、山寺や坂下において多い。一方、県道の東側に位置する天竜川沿いでは、居酒屋やバー、パブなどの集積する歓楽街がある。また、合同庁舎や生涯学習センターといった行政関連施設や医療施設は、JR伊那市駅周辺に多く立地している（第2図）。



第1図 研究対象地域（2018年）

注）中心市街地の範囲は、伊那市中心市街地再生プランに準じる。

第1表⁷⁾は、小売店と飲食店について、2016年における4地区別の事業所数および従業者数を示している。まず小売業では、西町において事業所数82、従業者数609と最も多い⁸⁾。続いて荒井、山寺の順であり、坂下は事業所数28、従業者数75と最も少ない。一方、飲食業は歓楽街のある坂下は事業所数104、従業者数366と群を抜いて多く、西町が最も少ない。中心市街地全体では、坂下は飲食業、西町は小売業に特化しているといえる。また、4地区における小売業の事業所数は、伊那市全体659のうち222、従業者数は伊那市全体4,512のうち1,214を占め、約3割である。一方飲食業の事業所数は、伊那市全体の444のうち273、従業者数は伊那市全体の2,359のうち1,181を占め、半数程度にのぼる。

Ⅱ－2 中心市街地における商業環境の変化

本節では、中心市街地における商業環境の変化を、①商業の中心地として繁栄した1960年代以前、②大型店舗の郊外進出が始まる1970～1990年代、③新規店の開業がみられる2000年以降の3時期に区分して述べる。なお、中心市街地の変遷を第2表に示す。

1) ～1960年代

明治期以前の商業の中心は、高遠城下町（現伊那市高遠町）であった。一方、本稿の対象地域における中心市街地の形成は明治期以降であり、天竜川沿いの坂下における1872（明治5）年の舟運拠点の設置や、その後の1898（明治28）年に県道が開通したことを契機に商業機能が移転した。これ以後、県道沿いに高遠からの商店が相次いで出

[illegible]

第2図 伊那市中心市街地の土地利用図（2018年）

(現地調査により作成)

第1表 伊那市中心市街地における小売業および飲食業の地区別概要（2016年）

地区	小売業		飲食業	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
山寺	41	246	57	316
坂下	28	75	104	366
荒井	71	284	74	269
西町	82	609	38	230
4地区	222	1,214	273	1,181
伊那市	659	4,514	444	2,359

注）西町は、2店舗立地する大規模小売店舗を含む。
（平成28年度経済センサスにより作成）

第2表 伊那市中心市街地の変遷(1872～2011年)

年	地区	出来事
1872	坂下	天竜川船会所建設
1898	荒井・坂下	県道146号線開通 商店の立地開始
1899	全	伊那商工会設立
1912	全	伊那電気鉄道(現JR飯田線)開通
	荒井・坂下	伊那町(現伊那市)駅、入舟駅開業
	山寺	伊那北駅、山寺駅開業
1923	山寺	山寺駅廃止
1943	全	伊那電気鉄道国有化(国鉄飯田線)
	坂下	入舟駅廃止
1949	荒井	通り町大火(全焼24戸半焼13戸)
1951	荒井	アーケード設置
1953	西町	伊那バス本社移転(伊那町駅前)
	山寺	国鉄バス移転(伊那北駅前)
1960	荒井	王冠ネオンのアーチ設置
1993	荒井	市役所庁舎移転
2003	荒井	いなっせ開業
2010	全	「伊那市中心市街地再生協議会」設立
2011	全	「伊那まちの再生やるじゃん会」設立

（「荒井区百年のあゆみ」、「坂下区誌」、現地調査により作成）

店した。中心市街地の創成期は、舟運の拠点と道路が近接していた坂下が商業の中心であった（伊那市、1982）。

1912（明治45）年には伊那電気鉄道（現JR飯田線）が開通して、中心市街地における商業集積が進んだ。1919（大正8）年には伊那バスの起点

が入舟駅前に設置されたこともあり、入舟駅は乗降客も多く、商業の中心地としての地位を確立していった。その後、荒井に行政関連施設が移転したことで、中心市街地は坂下から荒井へ拡大した。また、1923（大正12）年には山寺に映画館や銭湯、飲食店も開業した。大正時代における業種構成は、衣類や日用品、食料品など、地域住民の生活と密接に関連した物販店やサービス業であった（第3表）。

1943（昭和18）年になると、伊那電気鉄道が国鉄飯田線として国有化されると共に、入舟駅は廃止された。また、荒井では1949年に「通り町大火⁹⁾」が発生した。これを契機に市街地内の延焼を防ぐための道幅の拡張工事が進められた。1951年には県内初のアーケードが設置されたことで、中心市街地の景観は一新された（写真1）。以上を契機として、商業機能の中心は徐々に荒井へ移行した。1953年には、旧入舟駅前に設置されていた伊那バスの本社が伊那町駅近くに移転しており、1960年には、王冠ネオンのアーチが荒井の県道を跨ぐように設置された。

2) 1970～1990年代

1970年代に入ると、衣類・履物店、日用品・雑貨店、食料品店など地域住民の生活と密接に関連した商品を扱う店舗が減少した。サービス業に関連する店舗も同様にほとんどの業種において減少した（第3表）。相対的に、伊那市においても全国的動向に沿うように、1970年代以降、大型店舗の進出が相次いだ。1974年のアピタ伊那店の開業を皮切りに、1999年までに計15店舗が進出した。これらは、生鮮食品や日用品を取扱う総合スーパーやホームセンターのほか、専門店が同居するショッピングセンターである（第3図）¹⁰⁾。そして、店舗の多くは無料駐車場を完備しており、駐車場の少ない中心市街地の商店との間で、自家用車による利便性の差が生じていった。

上述の動向は、伊那市および中心市街地における商業動向とも連動している（第4図）。伊那市における売場面積と年間商品販売額は、1970～90

第3表 中心市街地における業種構成の推移
(大正期～1983年)

		大正期	1970年	1983年
小 売 業	衣類・履物店	20	18	18
	日用品・雑貨品店	14	9	11
	食料品店	12	10	10
	金物・木材店等	12	10	8
	繊維・布店等	9	6	5
	菓子店	8	5	4
	文具・書籍店	6	11	10
	薬局	6	6	6
	酒店	3	3	3
	家具店	3	4	4
	時計・メガネ店	3	4	5
	その他	0	7	7
	小計	96	93	91
サ ー ビ ス 業	金融機関・郵便局	7	5	3
	飲食店	5	3	2
	理容院・美容院	5	5	2
	宿泊施設	4	0	0
	印刷業・運送業	4	1	1
	その他	0	3	5
そ の 他	小計	25	17	13
	住居	2	2	3
	空き店舗	0	1	1
不 明	小計	2	3	4
	不明	2	18	19
合計		125	131	127

注1) 坂下および荒井において、県道146号線に面している店舗のみを取り上げた。

注2) 坂下は大正初年、荒井は大正～昭和2年頃と記載されていたものをまとめて、「大正期」と表した。

(「荒井百年のあゆみ」、「坂下区誌」、およびゼンリン住宅地図により作成)

年代に増加したものの、中心市街地全体では大きな変化がない¹¹⁾。一方で店舗数の減少と売場面積の増加が同時に生じていることから、大型店舗の増加の影響が伺える。

以上のように、中心市街地における商業はこの年代に求心力が低下した。加えて、中心市街地に



写真1 買い物客で賑わう荒井中心市街地
(1954年)

道は人で埋め尽くされており、当時の賑わいぶりがよく分かる。道路は石畳で、自家用車はみられない。

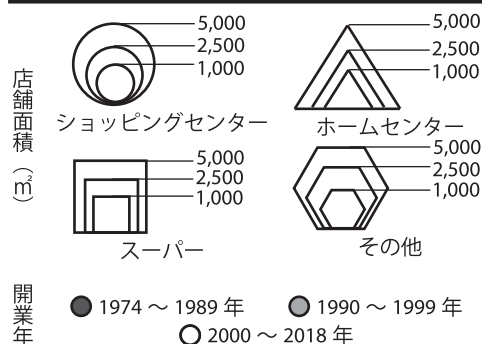
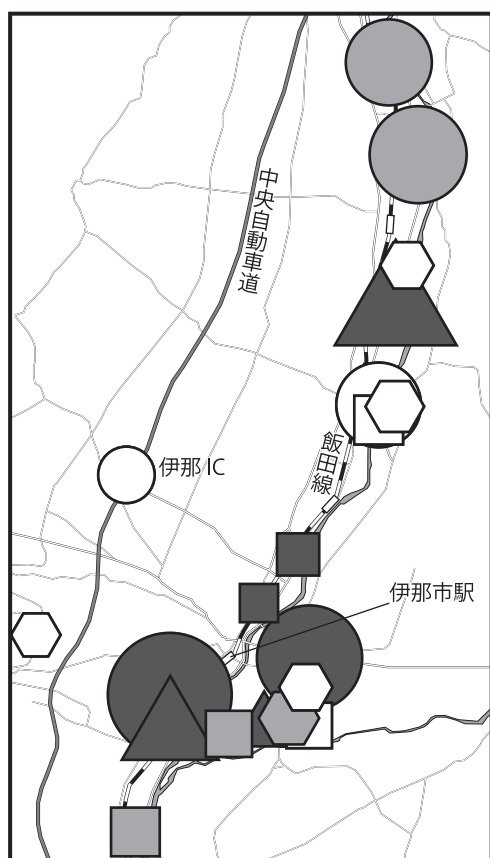
(調査先店舗により入手)

における事業所数の減少により、空き店舗が増加した。また、1993年に荒井にあった市役所が郊外へ移転したことも、商業機能の減少の一端となった。

3) 2000年代～

1998年における「まちづくり3法」の制定以降、全国的に中心市街地活性化に向けた取り組みが加速した。伊那市においても、市役所や伊那商工会議所（以下、「商工会」とする）主導のもと、補助金の制度や活性化委員会が設けられた。また、市役所では市外からの移住者を受け入れる体制を整備してきたことで、2000年代以降における新規店の開業が後押しされてきた。加えて、増加していた空き店舗の家賃が低廉であったことも、新規開業の参入障壁を下げる一要因であった。

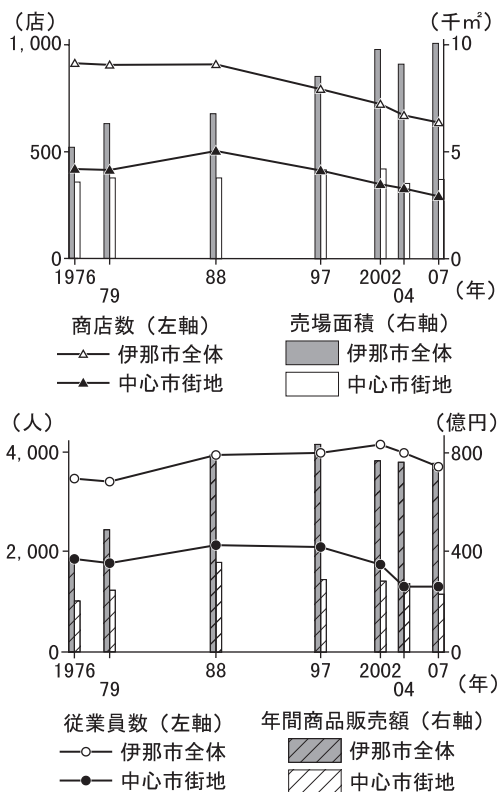
2000～2018年における開業店舗は、計52ある(第4表)。その中でも、2010年代以降に開業した店舗が39あり、飲食店が過半数を占める。地区別では、とりわけ2010年以降の荒井に多い。新規店の立地は、各地区とも県道沿いに集中しており、これらのほとんどは廃業店跡や空き地だった土地である。坂下南部から西町においては新規店が分布しているが、坂下北部から山寺南部は新規店はなく、再び山寺北部の伊那北駅周辺に集積する形となっている。業種別では、既存店のほとんどが物



第3図 伊那市圏における大型店舗の開業
(1974～2018年)

(伊那市中心市街地再生プランおよび
長野県HPにより作成)

販店であるのに対して、新規店の中には教育活動
の場や余暇活動の場を提供する店舗も存在する。
それらは音楽教室や陶芸工房、ライブハウスが該
当する。こうした新規店は山寺を除く、3地区に
立地している(第5図)。



第4図 伊那市および中心市街地における
商業動向(1976～2007年)

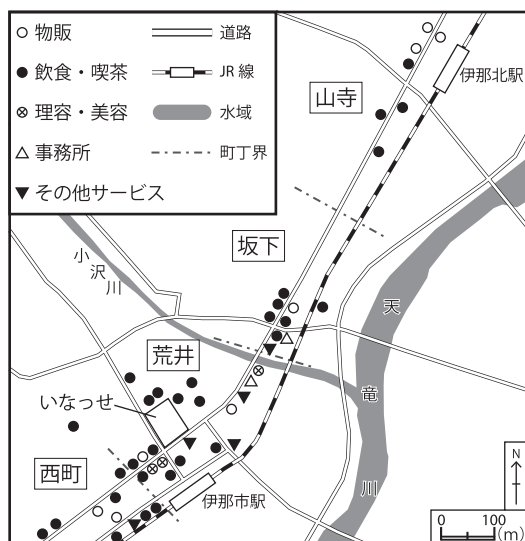
(商業統計により作成)

第4表 新規開業店舗数の変化(2000～2018年)

開業年	店舗数				計
	山寺	坂下	荒井	西町	
2000～2009	1	3	6	3	13
2010～2018	6	6	19	8	39

(聞き取り調査により作成)

ここで、2018年11月時点における中心市街地の
店舗構成を示す(第5表)。店舗数は小売業店舗
が59、サービス業が118の計177あり、飲食店をは
じめとするサービス業が半数である。これは生活
に密接に関連した商品を提供していた大正期と
は、業種構成が異なる。また小売業は、物品販売
店が最も多く、荒井に集中している。服飾品と飲
食料品は同数で、いずれの地区にも立地している。
また、西町の小売業店舗数は極端に少なく、その
要因として地区内に大型店舗が存在していること



第5図 伊那市における新規開業店舗の分布
(2018年)

注) 2000年以降に開業した店舗を示した。
(聞き取り調査により作成)

が示唆される。

サービス業も、荒井における集積が顕著である。また、飲食業が過半数の68店舗を占めており、小売業を含めた全店舗数においても、3分の1程度を占める。荒井における集積が顕著だが、坂下においては当範囲外に歓楽街が広がっており、荒井から坂下へ、飲食店が連続的に立地する。一方、理容院、美容院や事務所はいずれの地区にも立地している。

写真2は、荒井の中心市街地における様子である。写真1でみられた歩行者に代わって、自動車の往来が増加している。

Ⅱ-3 中心市街地活性化に向けた取り組み

第6表は、中心市街地における活性化策の変遷を示す。2000年代から、伊那市行政（以下、「市行政」とする）や商工会によって中心市街地の活性化に向けた振興策が講じられてきた。空き店舗の活用支援として、2001年より空き店舗への活用に対する補助金の支給が始まり、2015年には移住者による空き店舗への補助金のほか、行政は空き店舗紹介も担っている。また、2003年に中心市街

第5表 中心市街地における店舗構成

		山寺	坂下	荒井	西町	計
小売業	百貨店、スーパー	0	0	4	0	4
	飲食品販売店	2	4	5	1	12
	服飾品販売店	6	4	3	1	14
	物品販売店	4	6	14	2	26
	その他	1	1	0	1	3
	小計	13	15	26	5	59
サービス業	飲食店、喫茶店	10	4	14	8	36
	居酒屋、バー	7	7	14	4	32
	理容院、美容院	2	4	7	2	15
	宿泊施設	0	0	1	1	2
	金融機関、郵便局	1	3	0	0	4
	事務所	3	2	6	1	12
	その他	4	1	8	4	17
	小計	27	21	50	20	118
計		40	36	76	25	177
その他	住居	21	11	9	20	61
	空き店舗	5	16	14	4	39
	駐車場	19	9	16	11	55

(聞き取り調査により作成)



写真2 荒井中心市街地の様子 (2018年)

県道146号線沿いにはアーケードが設置され、歩道も広い。1950年に施された洋風の看板建築からは、現在もその名残が感じられる。

(2018年5月 有村撮影)

第6表 中心市街地活性化策の変遷

導入(年)	内容	策定者
2001	中心市街地の空き店舗活用における補助金	市
2004	創業を思案している人が経験者から学べる講義	商
2006	中心市街地を活性化する事業や調査、研修への補助金	市
2011	中心市街地再生プラン	再
2015	移住者による、中心市街地の空き店舗活用における補助金	市
不明	中心市街地のアーケードや街灯工事への補助金	市

注) 策定者は、商：伊那商工会議所，市：伊那市商工観光部商工振興課，再：伊那市中心市街地再生協議会を示す。

(伊那市HPおよび聞き取り調査により作成)

地の空洞化に対する施策として伊那市駅前再開発ビル、「いなっせ」が開業した。

他方、商工会では、新規創業者に対してさまざまな支援の場を設けている。その一つが2004年に開講した創業塾であり、中心市街地における創業希望者に対して、創業時の心構えや融資制度に関する講座を提供する。講座は、年に1回、計5日間ほどの日程で開催されており、1回あたりの受講者の平均は30人程度、これまでの創業率は約37%にのぼる。

また、2011年に「再生プラン」が策定され、再生プランを実際に遂行していく実行組織として、「伊那まちの再生やるじゃん会（以下、「やるじゃん会」とする）」が発足した。「やるじゃん会」は、4地区の店舗経営者を中心に計56人のメンバーで7つの委員会を構成し、それぞれが活性化に向けた事業を担っている¹²⁾。その中でも、「伊那街道呑みあるき委員会」、「商店街活性化イベント委員会」は、呑みあるきイベントやハロウィンイベントを毎年開催しており、新たな集客策となっている。また「魅力アップ・おもてなし委員会」では、買物弱者に対して訪問販売を行う。毎週水曜日に一部の商店が販売商品を市内の公民館へ持ち

寄り、中心市街地への来訪が困難な高齢者へ新たな買い物の機会を提供している。

従来、中心市街地の各地区は、それぞれ独立した組織であり、地区間の店舗間での日常的な交流はほとんど存在しなかった。しかし、「再生プラン」の策定や、「やるじゃん会」の活動により、地区を越えた交流の機会が生まれており、こうした交流には新規店経営者も関与している。イベントの開催や訪問販売において地区の垣根を越えた商店同士が、一つの商業地区として横断的に機能するようになったという点で、商工会主導の取り組みは一定の効果をもつといえる。他方、市行政による補助金も、移住者やUターン者の新規開業に対する障壁を下げている。新規店の開業の一助となっている。

Ⅲ 類型別の店舗経営

Ⅲ-1 分析対象の店舗類型化

本稿の対象地域内には、小売業およびサービス業の店舗が177ある（第5表）。そのうち、本章では聞き取り調査を実施した84店舗について分析を進める。

まず、商店経営者に対して実施した業種構成、提供商品・サービス、顧客などの経営特性を既存・新規店に分け、調査対象店舗を4つに類型化した（第7表）。その後Ⅱで述べたように、開業年を指標として2000年を境に既存店と新規店に分類した。続いて、それぞれについて、店舗経営に対する意欲より、積極型と維持・消極型に分類した。その際、将来の店舗経営に最も直接的な影響を及ぼす、後継者の有無を指標の1項目とした。また従来の顧客の維持や新規顧客の獲得、加えて宣伝の手段という観点から、地域イベントへの関与状況とインターネットを利用した広告の有無を指標に加えた。地域イベントは、Ⅱで示した「やるじゃん会」主導のイベントのほか、新規店の経営者が自主的に開始した朝マルシェなどのイベントも含む。また、イベントの実行委員として携わるだけでなく、資金や場所の提供などによって協力して

第7表 伊那市中心市街地の経営形態（2017～2018年）

大分類	店舗番号	開業年	経営者		所有		所属		顧客			取扱い品	中分類	広告		イベント 関与	経営者の 居住地	経営形態	地区	
			年齢	代目	土地	建物	伊那市商工会	地区商工会	常連客割合（％）	主な年代	主な居住地			SNS	HP					
既存店	1	1887	60代	5	自	自	○	×	50	20～70	県内	洋菓子店	積極型	F	×	○	○	市内	兼	山寺
	2	1887	50代	4	-	-	○	-	80	50～	-	和菓子店		×	×	×	○	市内	専	坂下
	3	1882	80代	3	自	自	○	○	50	40～	市内	食料品店		×	×	○	○	市内	専	坂下
	4	1911	70代	3	自	自	○	○	80	40～	市内	装身具店		×	×	○	○	市内	専	荒井
	5	1920	50代	4	賃	自	○	×	60	30～70	市内	呉服店		×	×	×	○	市内	専	坂下
	6	1920	30代	4	自	自	○	-	85	40～60	市内	和菓子店		×	×	○	○	市内	専	荒井
	7	1921	80代	2	賃	自	○	○	80	60～	市内	呉服店		×	×	×	○	市内	専	荒井
	8	1932	40代	3	自	自	○	○	80	60～	県内	装身具店		×	×	×	○	市内	専	西町
	9	1933	60代	2	-	-	○	-	50	-	-	酒店		T	×	-	○	市街	専	荒井
	10	1938	60代	3	賃	賃	○	○	50	60～80	市内	薬局		×	×	×	○	市街	専	坂下
	11	1948	60代	2	賃	賃	○	○	60	60～70	市内	電器店		×	×	×	○	市街	専	荒井
	12	1949	90代	1	自	自	○	○	90	20～70	市内	書籍店		×	×	○	○	市街	専	荒井
	13	1954	60代	2	自	自	○	○	60	10～80	市内	自転車店		×	○	○	○	市街	専	山寺
	14	1961	80代	1	賃	賃	○	○	80	60～	県内	装身具店		×	×	×	○	市内	専	西町
	15	1972	60代	1	賃	賃	-	-	80	50～60	市内	精肉店		×	×	×	○	市内	専	荒井
	16	-	50代	5	自	自	○	-	75	40～	帰省客	和菓子店		×	×	×	○	市街	専	荒井
	17	-	60代	5	自	自	○	○	80	50～70	市内	金物店		×	×	×	○	市街	専	荒井
	18	-	60代	4	賃	自	○	-	80	30～70	帰省客	雑貨店		F	×	×	○	市街	専	荒井
	19	-	70代	3	自	自	○	-	60	50～	市内, 上伊那	雑貨店		F	×	×	○	市街	専	荒井
	20	1920's	70代	6	自	自	○	○	60	40～50	市内	飲食店		×	×	○	×	市内	専	荒井
	21	1926	60代	4	自	自	○	○	80	40～	市内	飲食店		×	×	○	○	市内	専	荒井
	22	1960's	60代	2	-	-	-	-	-	-	-	居酒屋		×	×	-	○	市内	専	西町
	23	1966	70代	1	自	自	×	-	-	-	-	喫茶店		×	×	○	×	市内	専	坂下
	24	1970's	-	2	-	-	○	-	50	-	-	飲食店		×	×	○	○	市内	専	坂下
	25	1980	60代	1	自	自	○	-	-	50～60	市内, 県外	居酒屋		×	○	×	○	市内	兼	西町
	26	1991	50代	-	自	自	-	-	80	60～70	市内	飲食店		F	○	×	○	市内	兼	西町
	27	-	40代	1	賃	賃	-	-	-	-	市内	スナック		F	×	×	×	市内	専	坂下
	28	1948	80代	2	賃	自	○	○	80	50～	市内	美容店		×	○	○	○	市内	専	荒井
	29	1978	70代	1	賃	賃	○	○	80	70～	市内	美容店		×	○	○	×	市内	専	西町
	30	1994	60代	2	賃	賃	×	-	50	20～70	市内	カラオケ		×	×	×	○	市内	専	荒井
新規店	31	1910's	-	3	賃	自	○	-	-	-	-	和菓子店	消極型	×	×	×	-	市内	専	荒井
	32	1913	50代	3	自	自	×	×	50	30～70	県内	精肉店		×	×	×	-	市内	専	山寺
	33	1938	70代	4	自	自	○	○	90	60～	市内	衣服店		×	×	×	×	市街	専	山寺
	34	1945	60代	2	自	自	×	-	80	60～80	市内	靴店		×	×	×	-	市街	専	荒井
	35	1950	70代	2	自	自	○	×	90	60～	市内	金物店		×	×	×	-	市内	専	荒井
	36	1956	60代	2	賃	自	-	×	80	50～70	市内	飲食店		×	×	×	×	-	専	坂下
	37	1947	70代	2	賃	賃	-	○	90	50～	市内	美容院		×	×	×	-	市街	専	荒井
38	2000	30代	2	賃	賃	×	-	10	50～60	県内	美術品店	積極型	×	○	○	-	市内	専	坂下	
39	2005	50代	1	自	自	×	×	70	30～60	県内	雑貨店		B/F	○	×	×	市外	兼	山寺	
40	2010	50代	1	賃	賃	○	○	50	10～30	市内	Tシャツ作成		×	○	×	×	市内	専	山寺	
41	2012	30代	1	賃	賃	○	-	80	-	県内	雑貨店		F	×	×	○	市内	専	西町	
42	2013	20代	1	賃	賃	○	-	80	-	県内	釣り具店		×	×	×	○	市内	兼	西町	
43	2014	50代	1	賃	賃	○	-	50	30～50	-	雑貨店		F	○	×	○	市内	兼	荒井	
44	2016	50代	-	賃	賃	×	×	-	50～	市内	通信機器		×	○	×	×	市内	-	荒井	
45	2017	20代	1	賃	賃	×	×	70	～20	市内	書籍店		F/T	×	×	○	市内	兼	荒井	
46	2017	20代	1	賃	賃	○	-	-	-	市内, 県内	食料品店		F	×	×	○	市内	専	荒井	
47	2003	30代	1	賃	賃	○	○	70	30～50	市内	居酒屋		×	×	×	○	市内	専	荒井	
48	2006	40代	1	賃	賃	×	×	80	20～70	市内	カフェ		×	×	×	○	市内	専	西町	
49	2009	-	1	自	自	×	×	80	-	-	カフェ		×	×	×	○	-	専	荒井	
50	2012	60代	1	自	自	○	×	-	30～60	県内	カフェ		F	×	×	○	市内	兼	山寺	
51	2012	-	1	賃	賃	○	○	70	-	市内	カフェ		×	○	×	○	市内	兼	荒井	
52	2012	40代	1	賃	賃	×	×	75	30～	市内, 県外	居酒屋		F/I	×	×	×	市内	専	荒井	
53	2014	30代	1	賃	賃	○	-	50	10～50	市内	カフェ		F	×	×	○	市街	専	荒井	
54	2014	50代	1	賃	賃	-	-	70	30～40	市内	飲食店		F	×	×	×	市内	専	荒井	
55	2015	30代	1	賃	賃	○	-	40	30～70	市内	居酒屋		F	○	×	○	市内	専	坂下	
56	2015	40代	1	賃	賃	-	-	50	20～40	市内	飲食店		F	○	×	○	市内	専	荒井	
57	2016	50代	1	賃	賃	○	○	50	30～60	市内	カフェ		T/I/F	×	×	○	市内	専	荒井	

第7表 伊那市中心市街地の経営形態（2017～2018年）（続き）

大分類	店舗番号	開業年	経営者		所有	所属	顧客			取扱い品	中分類	広告		イベント 後継者 関与	経営者の 居住地	経営形態	地区				
			年齢	代目			土地	建物	伊那市商工会			地区商工会	常連客割合（％）					主な年代	主な居住地	SNS	HP
新規店	58	2016	30代	1	賃	賃	○	○	60	-	-	居酒屋	積極型	F/I	×	×	×	市外	専	坂下	
	59	2016	30代	1	-	-	×	×	20～40	-	市内	飲食店		I/F	○	×	○	市内	専	荒井	
	60	2017	30代	1	賃	賃	×	×	50	20～70	県内	居酒屋		F/T	×	×	×	市内	専	坂下	
	61	2017	30代	1	賃	賃	×	×	20	20～70	県内	飲食店		×	×	×	○	市内	兼	荒井	
	62	2017	50代	1	賃	賃	-	-	-	-	-	カフェ		F	×	×	○	市内	兼	西町	
	63	2017	-	1	賃	賃	-	-	-	-	-	居酒屋		F	×	-	○	上伊那	専	西町	
	64	2018	50代	1	賃	賃	×	×	40	20～30	市内	居酒屋		×	×	×	○	市内	専	荒井	
	65	2018	30代	1	賃	賃	×	×	-	20～70	-	居酒屋		×	○	×	×	-	専	坂下	
	66	2018	50代	1	賃	賃	-	○	50	30～50	市内	居酒屋		×	×	×	○	市内	専	西町	
	67	2018	60代	1	賃	賃	×	×	-	-	市内	飲食店		×	×	×	○	市内	兼	山寺	
	68	2004	40代	1	賃	賃	×	-	80	20～70	市内	陶芸工房		F/I	○	×	○	市内	兼	西町	
	69	2005	40代	1	賃	賃	○	○	90	30～60	市内	美容院		×	○	-	○	市内	専	荒井	
	70	2007	-	-	自	自	-	-	-	-	-	事務所		×	○	-	○	-	-	坂下	
	71	2008	50代	1	賃	賃	○	○	50	10～	市内	美容院		×	×	×	○	市内	専	荒井	
	72	2012	70代	4	自	自	○	○	40	30～60	県外	宿泊施設		F	○	×	○	市内	専	荒井	
	73	2014	60代	1	-	-	-	-	-	-	-	内職スペース		F	○	×	○	-	-	荒井	
	74	2016	40代	1	賃	自	×	×	-	10～20	市内	音楽教室		×	×	×	○	市外	兼	坂下	
	75	2017	30代	1	賃	賃	○	-	-	-	-	事務所		F	○	×	○	市内	専	荒井	
	76	2017	30代	1	賃	賃	×	×	30	15～60	市内、県外	ライブハウス		×	○	×	○	市内	専	荒井	
	77	2017	40代	1	賃	賃	○	-	-	-	-	宿泊施設		F	×	×	○	市内	兼	西町	
	78	2017	30代	1	賃	賃	×	-	100	10～90	市内	美容院		F/I	×	×	○	市外	専	荒井	
	79	2006	40代	1	-	-	○	×	90	30～70	市内	居酒屋		消極型	×	×	×	×	市外	専	西町
	80	2008	40代	1	自	自	×	○	90	50～	市内、県外	居酒屋			×	×	×	×	市内	専	荒井
	81	2009	60代	1	賃	賃	×	○	90	-	市内	飲食店			×	×	×	×	市内	専	荒井
	82	2010	50代	1	賃	賃	×	○	60	40～70	市内	居酒屋			×	×	×	-	市外	専	山寺
	83	2012	40代	1	賃	賃	×	×	30	20～60	県内	居酒屋			×	×	×	×	市内	兼	山寺
	84	2013	50代	1	賃	賃	×	×	50	40～50	市内	飲食店			×	×	×	×	市内	兼	山寺
												×	×		×	×					

注1)「-」は不明，データ無しを示す。

注2) 住居，主な居住地 市街：中心市街地内部，市内：伊那市内，上伊那：上伊那地域の市町村，県内：

上伊那地域外の長野県内市町村，県外：長野県外

注3) 後継者の「×」は未定を含む。

注4) 経営形態 専：専業，兼：兼業

注5) SNS HP F：Facebook，H：ホームページ，T：Twitter，B：ブログ，I：Instagram

注6) 土地，建物 自：自己所有，借：借地

（聞き取り調査により作成）

いる場合も，関与があると判断した。広告は，能動的な広告発信の有無を重視するため，インターネットを活用した自社ホームページおよびSNSを用いた広告に着目した。そして，以上の3指標のいずれかを満たしている店舗は積極型，いずれも満たしていない店舗は維持・消極型とした。

類型の結果，既存店は37，新規店は47であった。店舗の基本属性により両者の特徴を分析する。既存店の業種構成は，食料品や日用品，服飾品などを扱う小売店が24と最も多く，飲食店は9，その

他のサービス店は4である。経営者は，先代から店舗を継承しており，その年齢は60～70歳代と高い傾向にある。また，土地や店舗は自己所有で，商工会への加盟率が高い。顧客は，60歳代以上の常連客が多く，市内を中心とした比較的狭い範囲から来店している。一方新規店の店舗構成は，飲食店が27と最も多く，その他のサービス店が12，小売店が8である。経営者の年代は30～50歳代と低い傾向にある。また，土地や店舗は賃貸で，商工会への加盟率が低い。顧客は，若年層から高齢

者まで幅広く、市外や県外に至る広い範囲から来店している。

Ⅲ-2 店舗経営の特性

1) 既存店・積極型（店舗番号1～30）

業種の内訳は、主に最寄品を扱う小売店が19、飲食店が8、その他のサービス店として理美容店とカラオケ店が3である（第8表）。後継者が決定しているのは14店舗と約半数で、残りの半数は不在あるいは未定である。地域イベントへの関与がみられたのは26と大多数であり、そのうち小売店では全19店舗で地域イベントへの関与がみられた。Ⅱで述べた、「やるじゃん会」の会長が経営する店舗をはじめ、会の構成委員が経営する店舗は当類型に該当する。広告は、ホームページを開設している店舗が9、SNSを活用している店舗が6といずれも少数であり、両者の併用は1店舗のみである。しかし経営者が高齢であるため、インターネットの活用は進んでおらず、その中でも利用されていた店舗では、子息など後継者が引き受けていた。また、周辺に同業他店が存在しないために安定した経営となる店舗（店舗番号1）や、郊外に劣らない品揃えと個々のニーズに対応する店舗（店舗番号17）があり、新規店との積極的な交流も伺える。

2) 既存店・維持消極型（店舗番号31～37）

業種の内訳は、主に最寄品を扱う小売店が5、飲食店が1、その他のサービス店として理美容店が1である。経営者が高齢で後継者もおらず、したがってインターネットを活用した広告もない。そして、積極型の大多数でみられたイベントへの関与もみられない。このような店舗は、商工会に所属していたが後に離脱したり、他店との関係を薄く感じていたり、他店とのつながりに積極的ではない（店舗番号32）。また、後継者となり得る子息が存在しても、本人の意志を優先させるために後継とはならない店舗もある（店舗番号36）。

3) 新規店・積極型（店舗番号38～78）

業種の内訳は、雑貨や美術品、通信機器などを扱う小売店が9、飲食店が21、その他のサービス店として理美容店のほかに工房やライブハウス、宿泊施設などが11である。後継者は、経営者の年齢が低いことから、未定の店舗がほとんどである。地域イベントへの関与している店舗は32と大多数であり、「やるじゃん会」主導のイベントに協力しているほか、新規店の経営者が主導しているイベントにも関与している。広告はホームページを開設している店舗が17、SNSを活用している店舗が23であり、両者の併用は9店舗にのぼる。経営者が若年であることによってインターネットを活用した広告が最も盛んであり、店舗の宣伝のほか、関与する地域イベントの情報発信にも積極的である。

店舗経営者は、東京や名古屋といった大都市圏における就学・就職の経験をもつUターン者や移住者が中心であり、Uターン者は23名、移住者5名存在する。とくに飲食店や美容院の経営者では、自店舗の開業をかねてからの目標としていた。また、環境に配慮した国内産の素材をもとに、経営者自らがデザインする服飾・雑貨（店舗番号41）やオーガニック雑貨（店舗番号43）など、既存店にはなかった商品構成である。サービスも同様に、教育の場となる店舗（店舗番号68、74）やライブハウス（店舗番号76）、宿泊施設（店舗番号72、77）など、既存店にはなかった幅広いサービスを提供している。

4) 新規店・維持消極型（店舗番号79～84）

業種は、主に居酒屋である飲食店が6店舗のみである。後継者が決定していない点は、新規店・積極型とも共通だが、イベントへの参与およびインターネットを活用した広告は行われていない。このような店舗では、地域活性に対して関心をもっていなかったり店舗経営以外の仕事を生業としたりすることで所得を維持している。経営者は、Uターン者であるのは2店舗のみで、残りの4店舗は地元の者である。また、新規店・積極型の経営

第8表 伊那市中心市街地における個別店舗の事例

類型	店舗 番号	開業経緯・経営の意向・商品等について
既存店	積極型	1 <ul style="list-style-type: none"> ・経営者は市内出身で、東京都の菓子店で就業経験を積んだ後に、先代から店舗を継承 ・店舗が立地する山寺は、他地区よりも新規店の参入が少なく、空き店舗も多い ・駅前という立地の良さと近隣に同業他店が存在しないことから、経営状況は安定
		17 <ul style="list-style-type: none"> ・明治時代初期に高遠城下町から移転 ・郊外大型店では扱っていない幅広い商材をもとに、常連顧客は名顔一致であり、個々のニーズに細かく対応した接客と品揃え ・経営者は、「やるじゃん会」の会長をつとめており、商店内イベントで包丁研ぎのブースを出店したり、新規店の内装作業に協力したりと、近隣の新規店の活動にも積極的に関与
	消極型	32 <ul style="list-style-type: none"> ・かつては、伊那市商工会や地区商工会に所属も、離脱 ・後継者はなく、子息には本人が望む道を選択させる
		36 <ul style="list-style-type: none"> ・同業組合員との関係は個人的なつき合いに留まる ・新規店の参入に抵抗はないが、自店舗との関係は薄く感じる
新規店	積極型	41 <ul style="list-style-type: none"> ・経営者は出産を契機にUターンしており、専門学校で習得した技術をもとに、経営者が自ら仕立てる服飾を主に販売 ・生地こだわりのあり、生地が織られたり染められたりする段階で、環境に配慮されている生地を選択。靴や雑貨品を仕入れる際も、同様の観点により商品を選択 ・デザイン性と素材に付加価値の高い商品を揃える店舗は、周辺地域にほとんど存在しなかったため、商圏は市内はもとより、県内全域に広がる
		43 <ul style="list-style-type: none"> ・経営者は青森県出身で、東京都内や海外での生活を経て2002年に市内へ移住 ・外国製のオーガニックキャンドルを扱い、国内総代理店をつとめる ・既存の商店にはない、独自の商品を扱っており、オーガニック製品を好む、市内外の子育て世帯や移住者などの主婦層が主な顧客 ・オンラインでの販売も行う ・店舗内1階の空きスペースにおいて、2016年まで知人とカフェを共同経営 ・2階はフリースペースで、知人がベビーマッサージ教室や個展を開催するなど、店舗が移住者や地域住民の子育て世代の交流拠点となっている
	消極型	55 <ul style="list-style-type: none"> ・経営者は上伊那地域出身で、東京都の飲食店での就業経験を経て、かねてからの目標であった飲食店を経営するためにUターン ・店舗で提供する野菜の仕入先は経営者の父が栽培する畑や市内の野菜直売所から、酒類は中心市街地の酒屋（店舗番号9）から仕入れる ・上伊那地域で展開されているガレット協議会に参加しており、そば粉を用いた「信州伊那谷ガレット」は店舗内のみならずイベント時にも提供
		75 <ul style="list-style-type: none"> ・デザイナーおよびライターが共同経営する事務所であり、空きスペースを食料品販売店（店舗番号46）に提供 ・事務所の1階は個人の机と作業スペースならびに食料品店の販売所、2階は中心市街地内の集会に用いられるフリースペースとなっている ・デザイナー、ライター共に、Uターン者あるいは移住者であり、インターネット環境が確保できれば勤務先を問わない職種であるため、仕事や生活の拠点を移すことが比較的容易であった ・中心市街地内の他店舗のデザインやイベント広告のデザインを受注したり、伊那市の企業へのインタビューを依頼されたり、移住後の繋がりで新たな仕事をはじめている ・食料品店経営者は20歳代でUターンし、既存店舗にはない、地域の有機野菜を多くの人に提供したいという思いを実現させるため、事務所の一角を間借りして、開業
	消極型	83 <ul style="list-style-type: none"> ・自店舗の経営を計画していたところ、後輩から店舗を譲り受けるかたちで開業 ・商工会や地域活性のための活動には関心がない ・経営者は、昼間には他の仕事を行って金銭的補助としている

（聞き取り調査により作成）

者は20～30歳代が多かったが、維持消極型は40～60歳代と比較的高いという特徴があった。

Ⅳ 商業機能の変容

前章までの分析を踏まえて、2000年代以降の新規店による中心市街地の商業機能がどのように変容してきたのか、既存店や新規開業の経緯を含めて検討する。以下では、はじめに飲食店、小売店、その他のサービス店の順に考察を進める。

飲食店は新規店の業種別割合が最も多く、全体の63%を占める。既存店においては、夜間のみ営業する居酒屋が卓越しており、提供メニューも地元の食材や特産物を取り入れる店舗はわずかであった。他方、新規店も居酒屋であるがカフェやダイニングバーといった新たな業態が含まれる。それらの店舗では、市内の大学生や30～50歳代といった比較的若年の移住者、あるいは中心市街地内の官公庁で働く可処分所得の高い20～40歳代程の女性をターゲットとして、朝食や昼食の時間帯から営業することで新たな客層を獲得している。さらに、地元農家の野菜など地域の食材を活用したメニューを積極的に提供することで、既存店や近隣チェーン店との間の差別化をはかっている。

小売店は、2000年以前に開業した既存店においては最寄品が提供されていた。しかし新規店では経営者自らデザインしたり、あるいは独自に買付けを行ったりして商品を取り揃えている。このような店舗事例は、新規店・積極型に多い。また店舗で扱う商品の一部は市内の郊外大型店でも扱われておらず、従来は高次な階層の都市が提供してきた。そのため、2000年代以降に市内で増加した移住者をはじめ、流行やデザインに敏感な主婦や若年女性などがこうした店舗の常連客となっている。それらの店舗の商圈も市内のみならず、県外にまで拡大している。

その他のサービス店は、既存店では理美容店や宿泊施設が中心であった。しかし新規店では、積極型を中心に、地域住民の学習の場となる教育施設、子育て世帯を対象としたベビーマッサージ店、

若年層向けのライブハウスやご当地アイドルの所属事務所、シェアハウス、ゲストハウスなど多岐の業種にわたる。とりわけ地域住民のライフスタイルの充実や店舗を介した住民同士の交流拠点となるような商空間を提供する店舗が12店舗中5店舗を占めている。このような店舗は前述の小売店と同様、従来は市内の郊外大型店や松本市、あるいは東京や名古屋などの大都市圏が提供していた都市的なサービス業であることが特徴である。

以上のように、新規店の中でもとりわけ積極型において、既存店にはなかった商品・サービスを提供しており、結果として中心市街地全体の商業機能の拡充に至っている。また、新規店の事業内容や経営手法も既存店とは異なり、経営者の事業構想に裏打ちされた地域のマーケットニーズが新たな商圈の掘り起こしや既存店よりも広範な商圈を創出している。加えて、新規店・積極型では、インターネットを活用した広告活動により、全国に販路を有する店舗もある。

こうした新規店・積極型を中心として、経営者が新たな移住先において、自らの事業構想をもとに、主体的に開業していることが関連している。そして提供商品・サービスには経営者のこだわりが強く反映されている。その結果、経営者のこだわりや先進性に裏付けられる高次な商品・サービスは、独自の広告や販売方法の工夫も相まって、周辺地域の潜在顧客や県内外の新たな商圈をそれぞれの店舗の経営指針のもとで獲得した。このため、開業以降も新規店の経営が継続されている。

加えて、1960年代の高度経済成長期以降、大型店の進出を受け、商業機能が低下していた状況の中、新規店の開業が継続している背景には、既存店の存在がある。Ⅱ－3で示したように、2011年に「やるじゃん会」が発足し、委員会を構成して活性化に向けた事業を行っているが、その構成委員は既存店の経営者であり、既存店・積極型に該当する。「やるじゃん会」の活動は、従来分離していた4地区の垣根を越えて、一つの商業地区として横断的に機能することに寄与していた。

また、「やるじゃん会」は定期的なイベントの

開催によって新たな集客を図っていたこともあり、新規店が開業しやすい中心市街地としての素地を作ったといえる。加えて、この既存店・積極型を中心に、移住者による新規開業に好意的な姿勢が見受けられることも、対象地域において新規店が増加する重要な経緯である。新規店・消極型のように、他店との関係を薄く感じる店舗もある中で、積極型が大多数となっているのは、「やるじゃん会」の存在があつてのことである。このように、「やるじゃん会」や既存店・積極型の店舗が、地元出身の既存店と移住者やUターン者の新規店を結びつける介在役として機能してきた。加えて、低廉な賃料や行政による補助金施策も相まって店舗開業への障壁が下がり、結果的に多くの新規店が開業に至った背景もある。

伊那市中心市街地における商業機能は、高次の商品・サービスを提供する新規店の参入によって変容していた。ただし、2000年代以降の新規店においては、主に積極型がこれに該当している。さらに新規店が参入しやすい素地を作ったのは既存店であり、既存店や既存商店街組織が新規開業を後押ししている。

V おわりに

本稿は、地方中小都市における中心商店街において近年みられる変化について、とくに2000年代以降において急増した新規店に着目して、その背景となる要因を解明することを目的とした。

具体的には、長野県伊那市における2000年代以降に開業した新規店が商業機能の低下する中心市街地の新たな振興策となり得るのかを店舗商品・サービスや顧客変化に着目することで検討した。

伊那市における中心市街地は、1960年代以降の大都市圏への人口流出や自家用車の普及に伴う郊外型大型店舗の増加といった要因により、中心市街地内部に廃業店や空き地が増加した。その結果、中心市街地の商業機能が低下した。またそれに付随した店舗の後継者不足あるいは経営者の高齢化に伴い、集客を維持する一部の商店を除いて、個

人経営の店舗が淘汰されていった。

他方、このような中心市街地の空洞化が慢性的に続く中で、2000年代以降に行政主導の空き店舗、あるいは移住者の創業・開業を支援する補助金政策が実施されてきた。また、伊那市においては積極的な移住支援施策の結果、移住者が増加している。こうした開業を後押しする地域条件のもと、2000年代以降の中心市街地において、IJUターン者による新規店が増加した。

本稿で明らかになった知見は、以下の3点に要約できる。第1に、新規店の開業は単なる商店数の量的変化による機能変容にとどまらず、店舗数の増加と共に新たな形態の商品・サービスが提供されたことで、中心市街地の販売機能が拡大した。それらは、①カフェや専門料理店、ダイニングバーなどの飲食店、②オーガニック商品やデザイン性の高い服飾雑貨を揃える物販店、③ピアノ教室や陶芸工房などの教育関連施設からベビーマッサージ店、ライブハウス、ご当地アイドルのイベント事業会社など店舗構成は多岐に渡る。また、新規店の中には居酒屋、理美容店、宿泊施設など既存店と重なる業種が存在していた。しかしながら、営業時間やゲストハウスなどの既存店とは異なる業態、あるいはSNSなど新たな宣伝手法を用いることで中心市街地における既存店の固定客との競争を避け、結果として中心市街地における商業機能の拡大に寄与している。さらに、それらの新規店の経営者は、開業前の就学・就業期間に培われた経験や知見に裏付けられた周到な開業計画、ならびに高い経営意欲をもとに開業することで、開業後も安定した経営を続ける傾向にあることが明らかになった。

第2に、新規店の緻密な出店計画にもとづき提供される商品・サービスは、個々の顧客ニーズへ応えた地域密着型の小規模店舗として、それぞれ不可欠な店としての地歩を固めている。こうした商品・サービスの提供は、郊外大型店や昨今のオンラインショップに奪われつつあった若年層や女性層をはじめとした、新たな顧客層を吸引している。また、それらの店舗経営者は既存店経営者よ

りも比較的年齢が低く、2000年代以前の中心市街地における、経営者と顧客の高齢化とそれに伴う商業機能の縮小という構図を変化させつつある。そのようにして、それぞれが新たな商圈を獲得することにより、中心市街地全体の商業機能の拡大に寄与していることが明らかになった。

第3に、2000年代以降に開業した新規店は、本稿における類型化の指標である後継者、宣伝手法、地域イベントにより、積極型および現状維持・消極型に区分できる。そして、新たな形態の商品・サービスの提供やそれに伴う独自の商圈を獲得している新規店は、主に積極型に当てはまる。その背景には、まず地域イベントへ積極的に関与することで、そこで生じた既存店や既存商店組織との関係性から開業前後に円滑な店舗経営に欠かせない地域住民との信頼関係や地元の情報を得ていることが指摘できる。そして、インターネットを積極的に活用することで、独自に店舗情報の発信や商品・サービスの販売を行っていることが明らかになった。以上、本稿で研究対象とした新規店によるさまざまな取り組みは、店舗の経営維持に必要な商圈を地域の潜在需要に応じた商品・サービ

スを提供することで、人口減少社会における新たな中心市街地の商業振興策になり得ることを示唆している。そして、こうした新規店の中でも、緻密な開業計画や高い経営意欲をもとに開業した積極型のIJUターン開業者が中心市街地の小売機能を拡大する牽引役となっていることも明らかになった。

2000年代以前の伊那市においては、他の地方中小都市の研究事例と同様の傾向、すなわち、中心市街地と郊外大型店との競合や後継者不足の問題が深刻であった。しかし、2000年代以降の伊那市においては、それまでの傾向からは一線を画し、52の新規店が、とくに2010年以降に限れば39の新規店がみられ、とくに飲食店の割合が高いことがわかった。また、本稿で実施した新規店への聞き取り調査によれば、IJUターンなどによる移住者が多く含まれていることも明らかとなった。しかし、本稿で得られた知見は、伊那市における一地方都市の事例にすぎず、どのような一般性があるのかについての検討は本稿では行っていない。これらについては別稿にゆだねたい。

本稿の現地調査に際して、伊那市中心市街地や行政関係者の皆様をはじめ、多くの方々から多大なるご協力を賜りました。また添付の土地利用図の製図にあたっては筑波大学の宮坂和人技官に依頼しました。末筆ではありますが、ここに記し、厚く御礼申し上げます。

【注】

- 1) いわゆる「まちづくり3法」とは、1998年の大規模小売店舗法の廃止に伴って制定された中心市街地活性化法、大規模小売店舗立地法、(改正)都市計画法のことである。これら「まちづくり3法」の制定により、日本の中心市街地整備において市場原理が導入されたと捉えることができるが、大規模小売店舗法の時代に機能していた、いわゆる「出店調整」が、大規模小売店舗立地法により許可制に変わったことで、実際には全国において大型小売店の立地が進んだ。その結果、2006年には中心市街地活性化法が、そして2007年には都市計画法が改正され、少子高齢化時代を強く意識したまちづくりへと舵が切られた(山下、2014)。
- 2) 例えば、全国商店街振興組合連合会のホームページによれば、大学生らが中心となって取り組むチャレンジショップの事例が紹介されている。このサイトでは、北海道から九州まで全国各地でさまざまな取り組みが行われていることが紹介されている。
<http://www.syoutengai.or.jp/pdf/16/ken.html> (2019年2月11日最終閲覧)
- 3) 伊那市、駒ヶ根市、辰野町、箕輪町、飯島町、南箕輪村、中川村、宮田村により構成される。
- 4) 住民基本台帳(2018年6月1日)による。
- 5) 伊那市西春近に「伊那スキーリゾート」が営業している。

- 6) これらの4地区の名称は、町丁名である。本来、これらの町丁は中心市街地以外の範囲を含むが本稿では、中心市街地の範囲を区切る地区名として用いる。
- 7) ここで用いたデータは、町丁単位であるため中心市街地以外の店舗分を含んでいる。しかし、西町の大規模店舗を除いては、中心市街地以外に立地する店舗はわずかであるため、ここでは当該データの大部分の数値が中心市街地内の店舗による数値とみなして分析した。
- 8) 西町には、大規模小売店舗が中心市街地から1kmほどの地点に2店舗立地しているため、従業者数が突出して多い。この2つの大規模店舗への聞き取りによると、従業員数は計300人ほどであるため、それらの従業員数分を差し引くと、荒井と同規模になる。
- 9) 『伊那市史』および『荒井区百年のあゆみ』において、この通称が用いられている。中心市街地において火災は頻発しているが、特に1949年の火災をこう呼んでいる。
- 10) 伊那市商圏に立地する店舗を抽出した。平成27年度長野県商圏調査結果によると、伊那市商圏には、箕輪町、南箕村、宮田村が含まれる。しかし、宮田村に大規模小売店舗は存在しない。
- 11) 第1表と同じく、西町には大規模小売店舗が立地しているため、中心市街地の数値にその店舗の数値が含まれている。
- 12) 「バラ咲く街角委員会」、「伊那街道呑みあるき委員会」、「商店街活性化イベント委員会」、「タウンステーション委員会」、「街のステージ委員会」、「見どころ創出委員会」、「魅力アップ・おもてなし委員会」の7委員会である。

【文献】

- 足立基浩・上野美咲（2015）：地方都市の商店街再生の方向性 学生・市民の参加による組織力の強化の可能性。経済理論，**382**，1-16。
- 伊那市（1982）：『伊那市史 現代編』伊那市史刊行会。
- 伊那市荒井区（1999）：『荒井区百年のあゆみ』荒井区誌編纂委員会。
- 伊那市中心市街地再生協議会（2011）：『伊那市中心市街地再生プラン』伊那市。
- 小田道子（2014）：研究室からフィールドへ 第12回 街なか居住の起爆剤：シェアフラット馬場川。住宅建築，**447**，120-127。
- 兼子 純・新名阿津子・安河内智之・吉田 亮（2004）：古河市における中心市街地の変容と都市観光への取り組み。地域調査報告（筑波大学），**26**，123-150。
- 久保勝裕・中原里沙（2013）：出資者の協議会等への参加歴からみたまちづくり会社の展開プロセス－ふらのまちづくり株式会社を対象として－。日本都市計画学会都市計画論文集，**48**，255-260。
- 坂下区誌刊行委員会（1994）：『坂下区誌』坂下区誌編集特別委員会。
- 高田 岬・吉田国光（2017）：石川県七尾市一本杉通り商店街における商業活性化策の展開 地理空間，**10**，85-95。
- 長野県（2015）：『平成27年度長野県商圏調査結果』長野県。
- 福井一喜・金 延景・上野李佳子・兼子 純（2016）：地方都市の中心商店街における新規事業の創出－長野県佐久市岩村田本町商店街の事例－。都市地理学，**11**，59-70。
- 武者忠彦（2007）：地方都市のまちづくりとガバナンス。地理科学，**62**，147-160。
- 安倉良二（2007）：愛媛県今治市における中心商店街の衰退と仲間型組織による再生への取り組み－「今治商店街おかみさん会」の活動を中心に－。経済地理学年報，**53**，173-197。
- 山下博樹（2014）：中心市街地の活性化。藤井 正・神谷浩夫編著『よくわかる都市地理学』ミネルヴァ書房，168-171。
- 山下宗利（2006）：中心市街地の活性化と今後の役割。経済地理学年報，**52**，251-263。

