

# 地方小都市における商業の役割と機能

－富山県入善町中心市街地を事例に－

市川康夫・周 雯婷・金子 愛・高橋 淳  
劉 玲・中村昭史・山下清海

キーワード：地方小都市，中心市街地，小売・サービス業，経営工夫，地元資本商業施設，黒部川扇状地

## I はじめに

### 1 研究課題

日本における商業は、大規模小売店舗法の改正に伴う規制緩和を契機に、1990年代以降厳しい競争の下に置かれてきた。中でも地方小都市では、中心市街地のシャッター通り化や商業規模の縮小・衰退、ロードサイド型の大型商業施設の台頭など、特に大きな構造の変化を経験した。大都市における中心商業地が商業集積や交通発達の観点から都市再生への条件に比較的恵まれているのに対し、地方小都市は郊外地域や周辺の都市に商圈を奪われ商業の活性化において困難を有している（亀川ほか、2009）。このことは、地方都市における商業が、大都市との比較において構造的に異なる特質を持っていることを示している。

地方中小都市を対象とした既存研究は、地理学の分野でも様々な視点から蓄積がされてきた。例えば、地方都市における小売店の郊外出店に関して考察した飯田（1991）は、郊外地区における小売機能集積の背景に資本規模大型化や系列化が大きく関与していることを明らかにし、地方農村における郊外型の商業集積地の形と地方都市圏と関係を論じた坪田（2001）は、農村への商業施設の進出が、雇用の創出や村の財政、産業振興などとの関連が大きいことを述べている。また、後藤

（2004）は、農村部での商業形態は、都市部に比べて多様な消費嗜好が存在しにくいと考えられるため、市場における高級・高価格の需要が薄いことを指摘する。そのほかにも、地方都市の水戸市における商業の地域構造を商店街の店舗概況や地域活性化の取組みから考察した兼子ほか（2002）、地方都市における食品小売業の変容を地域住民の買物行動から分析した駒木ほか（2008）など多くの研究がある。

これら研究では、時間軸からみた商業の変容や業種構成・業態構成、規模や立地といった商業の概況に関する視点にまず重点がおかれる。そして、郊外店の台頭と中心市街地の衰退、その対策としてのTMOやまちづくりといった外部環境を考察するという特徴があり、特に商業の動向を外部環境としての出店規制や法律などの制度的側面に注目した研究は多い（駒木、2010；荒木2007、2008）。本稿では、こうした商業研究における従来の視点に加え、商店の経営側からみた彼らの経営工夫に焦点をあて、単に「物を売る」という行為を超えた小売・サービス店舗の役割と機能に注目する。

そのために、本研究では商業と地域社会との相互関係、あるいは商業を取り巻く環境としての地域の中に商業を位置づける視点を導入する。また、中心商店街に関しても、駅前商業地区の衰退が郊

外における大規模店舗の出店によってもたらされたという従来のような対立的な捉え方ではなく、むしろ両者が有する異なる役割とその機能的な分担という点を重視する。

本研究の目的は、黒部川扇状地に位置する富山県入善町を事例に、地方小都市における商業の役割と機能を、店舗が実施する経営工夫やサービスとその需要側の背景に注目して明らかにすることである。商店の調査にあたっては、近隣型の商業地を分析する場合、小売店のみならず、飲食店や個人サービス業、公共的な施設を包括して考察する必要があるため（根田，2008）、対象地区に立地する店舗全体に幅広く調査を行った。調査の期間は、2012年9月10日～14日である。また、本研究の対象地域においては、黒部川扇状地研究所による調査成果が存在する（吉島ほか，1977；黒部川扇状地地域社会研究所ほか，1988；谷口，1991；真岩ほか2001など）。本稿では、これら研究の成果を援用しつつ、まだ触れられていない各商店の経営工夫やサービスの詳細、市街地外縁部の商業施設の動向などについて明らかにしていく。

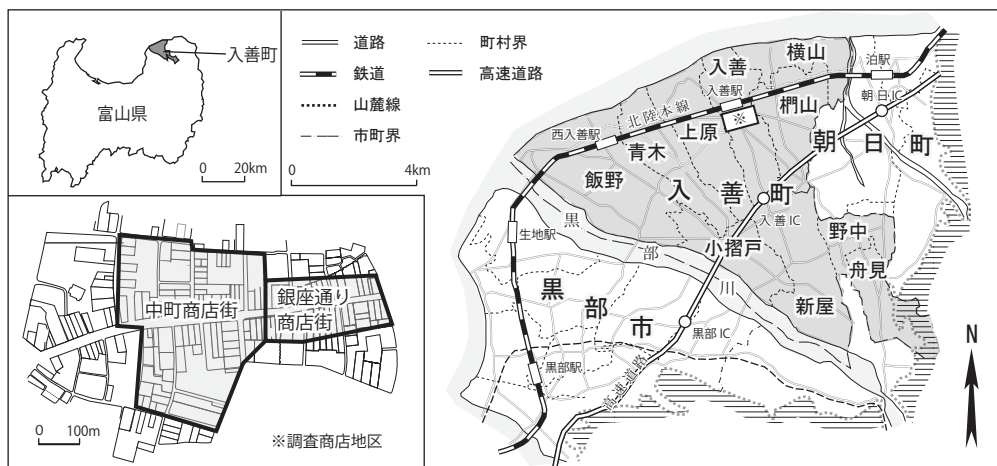
研究の手順は以下の通りである。まずⅡ章で入善町における商業の変遷を3期に区分して整理し、商業統計や国勢調査を用いて扇状地に位置する入善町の商業特性を明らかにする。そのうえ

で、Ⅲ章では調査を実施した駅前商業地区の店舗経営について、その経営動態を考察し、Ⅳ章ではこれら駅前から出店した店舗と地元資本で建設された市街地外縁部の複合商業施設の経営についてみる。そしてⅤ章では、今までみてきたそれぞれの商業経営が、いかなる経営工夫とサービスを行ない、さらに地域的な取組みが存在するのかを考察し、地方小都市が有する役割と機能を明らかにする。

## 2 研究対象地域の概要

入善町は富山県北東部、黒部川扇状地中央に位置する町である。東は下新川郡朝日町、西は黒部市に接し、北は日本海に面している。黒部川扇状地は流路延長85kmの黒部川により形成された面積約130km<sup>2</sup>の扇状地であり、扇状地の外縁部には丘陵地が広がり、入善町の西側を黒部川、町の東側を小川が流れている（第1図）。新潟県との県境に位置する北アルプスに連なる丘陵地と、扇状地を形成した黒部川といった地形的条件は、本研究の対象となる入善町だけでなく、朝日町や黒部市を含めた黒部川扇状地の住民の行動選択に少なからず影響を及ぼしている。

入善町における人口の増減は、町制が施行された1948年（28,567人）以降、1989年（29,689人）にかけて横ばいに推移していたが、1990年以降は



第1図 研究対象地域

減少に転じ、2012年10月末現在の人口は26,830人とピーク時に対する10%の人口減となっている。一方で、入善町における世帯数は1948年から2012年にかけて、5,018世帯から8,923世帯と40%以上増えており、核家族化の進行や単身者、高齢独居世帯の増加みられる（第2図）。

交通についてみると、町域を北陸本線、国道8号線、北陸自動車道がほぼ並行して縦断し、この3つが地域にとって重要な移動経路となっている。まず、北陸本線は、1889（明治22）年の長浜～敦賀間の開通、1899（明治32）年の富山駅への延伸を経て、その後1910（明治43）年に入善駅が開設され、入善町における住民の足として活用されている。一方、1952年に国道指定された8号線は、1970年代以降、道路に沿って飲食店やコンビニエンスストア、ファストフード店などのロードサイド型の商業施設の集積が進んできた。また、行政や公的機関の国道沿いへの移転も同時に進み、入善町役場（1971年移転）や入善町消防本部（1973年移転）、入善警察署（1974年移転）が立地している。一方、高速道路である北陸自動車道は

1972年に金沢西～小松間が開通した後、1983年に全通した。また、2005年から入善スマートICが開設され、町内からも高速道路の利用が可能になっている。そのほか、入善駅周辺の市街地整備として1997年に入善駅前県道中央通りの拡幅整備が行われ、街路沿いやその付近に大型駐車場が設置された。これにより、駅前商業地区への自動車によるアクセス利便性が向上し、町内外からの買い物客を再び呼び込むことが目指されている。

現在、この駅前商業地区には主に3つの商店街が存在し、それぞれ中町商店街、銀座通り商店街、二十四軒町商店街である。本調査では、これら3つの商店街の中でも比較的規模が大きく、商業が盛んである中町商店街と銀座通り商店街を調査対象とし、各店舗の経営主や従業員、商工会、商業に関わる各種組織に対して聞き取り調査およびアンケート調査を行った。

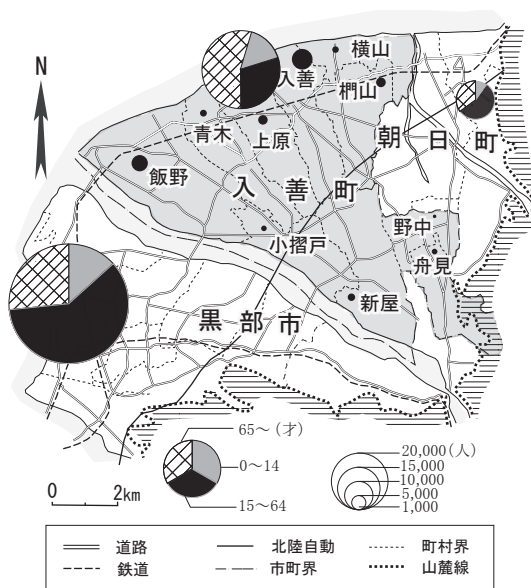
## II 入善町における商業の変遷

### 1 商業地区の変容

入善町における商業の変容について第1表にまとめた。入善町における商業の変容は、商業機能の発展とその変遷から以下の3期に区分される。まず、入善町における商業の基礎が築かれた明治期～昭和戦前期の「商業地区形成期」、次に商業機能が大きく拡大を遂げた戦後～安定成長期までの「商業地区成長期」、そしてバブル景気の崩壊や買物行動の変化によって大きな転換期を迎えた安定成長期以降の「商業地区分散期」である。以下では、この3つの各期から、入善町における商業の変容を概観する。

#### 1) 商業地区形成期－明治期～昭和戦前期－

近世期の入善村は、三日市－泊間の下街道の中間地点として宿駅がおかれていた。また入善村は宿場町である一方で、周辺農村地域の新川木綿を中心とする産物・流入品の集散地としての機能も有していた。新川木綿は近世の寛政年間（1789～1801年）頃から手繰りで生産が始まったとき



第2図 黒部川扇状地の人口規模（2012年）

注）入善町の年齢構成は2005年である

（国勢調査により作成）

第1表 入善町における商業の変遷

時期	西暦	項目	時期	西暦	項目
① 商業地区形成期	1899	北陸鉄道（現北陸本線）、富山駅まで開通		1973	入善町消防本部庁舎完成
	1910	北陸鉄道、泊駅まで開通（入善駅開業）		1974	入善警察署庁舎完成
	1913	入善商工会発足		1983	北陸自動車道、滑川 - 朝日間開通
	1935	呉羽紡績（現東洋紡績）入善工場操業		1988	北陸自動車道全通
	1940	呉羽紡績入善工場第二期増設工事完了			
	1949	入善商工会が復活			
② 商業地区成長期	1953	合併により現在の入善町、入善町商工会が設立	③ 商業地区移転・分散期	1992	「コスモ 21」開業
	1963	国道 8 号線上飯野 - 荒又間開通		1995	入善町キラキラカード会発足
	1964	新和工業、工場進出		1996	「きららの里」開業
	1971	入善町役場新庁舎完成		2005	入善スマート IC が開設
	1972	富山日本電気（現 NEC トーキョー富山事業所）進出 北陸自動車道、金沢西 - 小松間が開通		2009	プレミアム付き商品券発売 入善ブラウンラーメン試作

（『入善町史』『入善町誌』『半世紀の歩み～地域とともに50年～』『入善町の100年』より作成）

れ、1810（文化7）年頃には問屋が林立し、安政年間には入膳村に木綿問屋が20軒にまで増加していた。これら木綿産業を通じた地域的基盤は、入善における商業地区形成の萌芽に寄与したといえる。しかし、黒部川扇状地の不安定性や生産力の点から、入膳村は三日市村や泊村に比べて商業における中心性は弱かったとされる（入善町史編さん室、1990、p358）。

明治期に入ると、新川木綿の生産・流通が最盛期を迎える。原料の繰綿は大部分が大阪から船で魚津や滑川に運ばれ、これを取扱う問屋が入善や泊に約20軒、三日市に約100軒が立地していた。しかし、繊維産業の動力化・機械化に遅れた新川木綿は、明治10年代には早くも衰退期を迎えた。

特産物である新川木綿の集散機能は衰退したが、入膳村の商業は周辺農村地域の農産物・農具・日用品の流通を仲介する機能を残して商業機能を強化していく。入膳村において江戸期に創業した店舗は2軒、明治期に創業した店舗は16軒、大正期に創業した店舗は23軒、昭和戦前期に創業した店舗は32軒である（入善町誌編纂委員会、1967、p684～685）。特に昭和戦前期に創業した店舗が32軒と最も多く、昭和戦前期に現在の商店街の原型が形成されたといえる。昭和戦前期においては、西町・二十四軒町を中心に多くの商店が立地し、呉服・太物店、洋服店、時計店、家具店、薬局、雑貨店、鮮魚店、乾物屋、菓子店、精肉店な

どの多種多様な業種の商店が存在していた。またこの時代は、町役場や警察署、登記所の行政機関、1897（明治30）年設立の入善銀行、1924（大正13）年設立の両越銀行も駅前商業地区に立地し、商業地区が入善町における中心地としての機能を有していたといえる。また1914（大正3）年になると入善商工会が発足し（入善町誌編纂委員会、1967、p684～694）、商業関係者相互による組合・組織化は、商業の発展にむけた礎となっていった。

入善町の商業地区形成の大きな転換点となったのは、1935（昭和10）年の呉羽紡績入善工場の設立である。これにより工場に近い橋下町、東町へも商業地区が拡大した。明治後期以降、新川木綿の衰退により、農村の女性たちは副業を失い女工として紡績、製糸、織物といった繊維産業に勤めていた。1933（昭和8）年から呉羽紡績の工場誘致の話が進められ、翌年に工場用地提供の契約書が交わされ、1935（昭和10）年の呉羽紡績入善工場が操業開始となった。女工として出稼ぎに出ていた黒部川扇状地の農村女性たちは、自宅から通える大きな雇用先を確保する契機となった。呉羽紡績の労働力は1936（昭和11）年末には422人に過ぎなかったが、1940（昭和15）年に第二期増設工事が完了すると、同社の中心工場として全面稼働に入り、従業員数3,000人を超える最盛期を（入善町史編さん室、1990、p363～367）。戦前をよく知る商店主への聞き取りによれば、町内には社



宅もあり多くの女工たちが商店街で買い物をしたという。また、当時は奇術・大道芸などのほか、ガマの油売りなどの露天売りもあり、これら露天商が泊まる旅館なども存在していた。

## 2) 商業地区成長期－戦後～安定成長期－

入善商工会は戦時下に入善商業報国会と改称していたが、1949年に再び入善商工会となった。また、入善町では1950年に観桜会を復活させたほか、花火大会や相撲大会等を開催していた。1952年には、入善商工会の事務局を旧町役場に移転し、「すずらん灯」という街路灯を設置して商店街のイメージを刷新するなど、戦後の商業地区の発展に向けて様々な取り組みがなされた。1953年には、旧入善町、青木村、飯野村、小摺戸村、新屋村、柵山村、横山村が合併して現在の入善町が発足し、これに合わせて各町村の商工会も合併し、現在の「入善町商工会」が誕生した（入善町商工会、2010）。また終戦後まもない頃は、入善駅から南側に延びる中心道路沿いには、戦争引揚者達のマーケットが林立し、様々な商店が軒を連ねていたという。

高度経済成長期を迎え、入善町は工場誘致政策に力を注ぎ、1964年に新和工業、1971年に富山日本電気の工場を誘致した（入善町商工会、2010）。大規模な工場の進出により入善町内に大口の雇用が生まれたことで、労働者の大幅な増加とそれに伴う商業需要が急増し、入善町の駅前商業地区は賑わいをみせた（写真1、写真2）。

入善町の商圈は、1955年頃までは、入膳、泊、舟見、三日市、生地といった町村合併以前の旧町村を背景とする5地区に分割されていた。しかし1955年以降は、バス路線拡大により、食料品等の最寄品店を除き、入善町の商圈が拡大し、入善町の全域を商圈として包括した。また、国道8号線の開通、新和工業、富山日本電気の工場進出、住宅団地増設などは駅前商業地区の利用客数の増加に大きな影響を与えた。

駅前商業地区の最盛期であった1980年代の商業施設の分布をみると、瓦屋、化粧品店、家具店、



写真1 1970年代の入善駅前商業地区の様子  
（入善町役場1973年発行『入善』より転載）



写真2 空から見た入善駅周辺の工業・商業地帯  
（入善町役場1973年発行『入善』より転載）

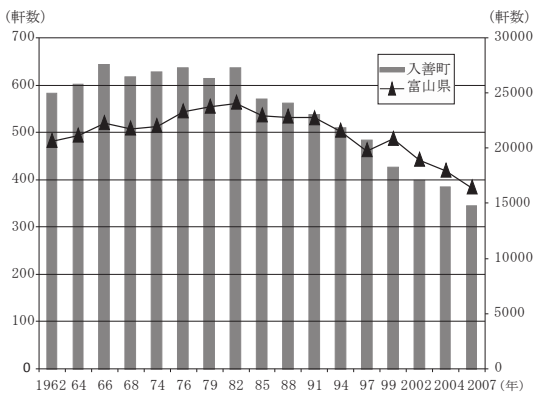
ガラス店、洋服・洋品店、紳士服店、子供服店、布団店、時計・メガネ店、電器店、仏壇店、陶器店、鮮魚店、精肉店、酒店、種苗店など多種多様な業種が立地していたことがわかる（第3図）。現在の駅前商業地区の商業施設と比較すると、1981年当時は鮮魚店、精肉店、あるいは生鮮食料品店やスーパーマーケットといった食品小売店が駅前商業地区内に多く立地していた。これらは現在ではみられなくなっている。また1981年当時は、パチンコ店や銭湯などの娯楽施設や生活サービス関連の業種の立地もみられた。

## 3) 商業地区移転・分散期－安定成長期以降－ 1980年代を最盛期とした入善町の駅前商業地区



も、バブル崩壊による景気後退により1990年代以降衰退する。商店数の推移をみると、入善町は1982年の637店をピークに減少し、2007年には346店まで減少した。富山県全体の商店数も入善町同様に1982年の24,085店をピークに減少し、2007年には16,409店まで減少した（第4図）。

一方、富山県内における小売業年間販売金額の推移を小売販売額の最盛期であった1997年と減少期の2007年との減少率を整理しものが第2表である。これをみると、最も販売額の大きい富山では最盛期から現在にかけての減少率が2.2%と最小であるのに対し、入善町では32.8%と大幅に減少してきたことがわかる。そのほかでは、黒部市では4.6%と減少率が低い一方で、魚津市（13.3%）や朝日町（29.8%）では減少率が高いことがわかる。



第4図 富山県の商店数の推移（1962～2007年）

注1）右軸は富山県の商店数の推移を示す

注2）富山県の商店数は飲食店を除く

（商業統計調査により作成）

第2表 富山県における小売業年間販売額の推移（1997～2007年）

項目 市町	小売販売額最盛時(1997年)	現在(2007年)	最盛期～現在の減少率
	(億円)	(億円)	(%)
富山市	5211	5100	2.2
魚津市	702	609	13.3
黒部市	417	398	4.6
入善町	281	189	32.8
朝日町	138	97	29.8

（商業統計調査により作成）

このように、地元入善町の商圈が、富山市、魚津市、黒部市といった高次の都市の商圈へ吸収されることによって、買物客が他地域に流出してしまうことを危惧した商店街有志により、1992年に町内初の大規模小売店である「コスモ21」が国道8号線沿いに開業した。また1996年には、商店街有志が集まり個別共同店舗である「きららの里」が同じく国道8号線沿いに開業した（入善町商工会、2010）。この当時すでに町役場、警察署、消防本部も国道8号線沿いに移転しており、入善町における商業・行政の中心は入善駅前から市街地外縁部へと分散した時期であるといえよう。

商業・行政の中心は国道8号線沿いに移動したものの、駅前商業地区内には北陸銀行入善支店、にかわ信用金庫入善支店、富山第一銀行入善支店といった金融機関が立地し、金融の中心性は未だ駅前商業地区内部に保たれている。金融機関の利用者が駅前商業地区を訪れることで、駅前商業地区は現在も一定の中心性を保っているといえる。

## 2 入善町中心市街地における商業の特徴

入善町中心市街地の商業は、近隣市町村との品目別の購買率の差異や、町民の買物流動、通勤流動パターンにその特徴をみることができる。まず、黒部川扇状地周辺の市町村における品目別の地元購買率を第3表に示した。黒部川扇状地の右岸地域では、入善町が全品目で地元購買率が51.2%と最も高く、反対に朝日町では31.8%、宇奈月町で

第3表 黒部川扇状地における品目別の地元購買率（1999年）

品目	単位:%				
	入善町	魚津市	黒部市	宇奈月町	朝日町
全品目	51.2	82.4	68.8	9.5	31.8
買回品	39.6	78.7	60.0	1.1	24.9
準買回品	60.0	86.9	78.9	8.6	33.9
最寄品	75.5	88.5	83.4	36.4	51.0
衣料品	46.1	73.2	58.6	1.3	14.9
身回品	41.1	73.9	59.4	0.2	32.8
文化品	42.3	89.0	70.0	2.5	32.4
日用品	70.1	85.6	78.0	13.0	38.4
食料品	76.1	89.0	86.3	49.9	57.8
贈答品	48.4	81.8	70.9	5.6	38.0

【購買率順位】 ■第一位 ■第二位 □第三位

（平成11年度消費動向調査により作成）

は9.5%と低く、他市町村への流出率が高いことがわかる。これらを品目別でみると、入善町では最寄品、日用品、食料品などの地元購買率が70～76%である一方で、宇奈月町ではいずれも50%を下回り、朝日町でも60%を下回っている。衣料品などの項目においては流出率が高く、入善町での地元購買率は46.1%、朝日町では14.9%、宇奈月町では1.3%と特に低い値を示す。食料品についてはいずれも地元購買率が最も高い項目であるが、その値は入善町で76.1%、宇奈月町で49.9%、朝日町で57.8%と決して高い値ではない。

一方、これら黒部川扇状地の右岸地域における消費者の買物流出先は、主に西に接する魚津市や黒部市であるといえる。これら2市の地元購買率は、全品目で魚津市が82.4%、黒部市が68.8%と右岸地域を大きく上回っている。そのほか、買回品の購買率をみても、魚津市が78.7%、黒部市が60%と高く、居住する市町村内で買物行動が完結可能であることを示している。特に、魚津市では文化品や衣料品、贈答品などでも70%以上の地元購買率であることから、商業機能の集積と住民の買物行動における選択余地が大きいことがいえる。

本研究が対象とする入善町住民の買物行動の流出先を示したのが第4表になる。入善町からの流出は、黒部市で最も高く全品目で20.8%となっており、魚津市の10.1%、富山市が8.3%と続いている。一方で、入善町から朝日町、宇奈月町への流出は2%未満と低く、西側の市町村への流出が中心である。反対に、朝日町や宇奈月町住民の買物行動は、最寄品を中心に入善町へと向けられていることが推察される。また、入善町住民の買物

動では、カタログ販売や通信販売が4%と富山市に次ぐ割合を示している。

こうした入善町を中心とした黒部川右岸地域の買物行動には、通勤流動との関わりが高いと考えられる。入善町に居住する住民の市町村別の通勤先を示したのが第5図である。入善町における就業人口は、1970年に13,879人であったものが、1990年には10,466人、2005年には8,958人と一貫した減少を示してきた。一方で、流出人口と流入人口は就業人口の減少とは逆に増加を示しており、流出人口は1970年の3,090人から2005年には6,323人と約2倍に、流入人口は1970年の728人から2005年には3,537人と約5倍にまで増加している。これは、車社会の勤労者世代への浸透や、通勤手段の多様化に伴う市町村間移動の増加によって、労働者の就業選択の候補地が広域化していることが関係していると思われる。

2005年における入善町からの主要な通勤流出地をみると、黒部市が3,001人と最も多く、続いて魚津市が1,040人、朝日町が812人である。これはちょうど買物行動の流出先である魚津市、黒部市、入善町への買物流入の多い朝日町と重なり、4市町の結びつきが強いことがわかる。1970年代から2005年にかけての通勤流動の経年変化をみると、富山市への流出人口が微増であるのに対し、魚津市や黒部市へは約2倍に、朝日町へは約3倍以上となっている。就業圏の拡大とともに、入善町住民の買物行動の範囲も4市町にまたがるものとなっている。

以上からみるように、入善町では人口の減少や高齢化が1990年代以降進展してきたものの、通勤流動にみられるような就業者行動は広域化してき

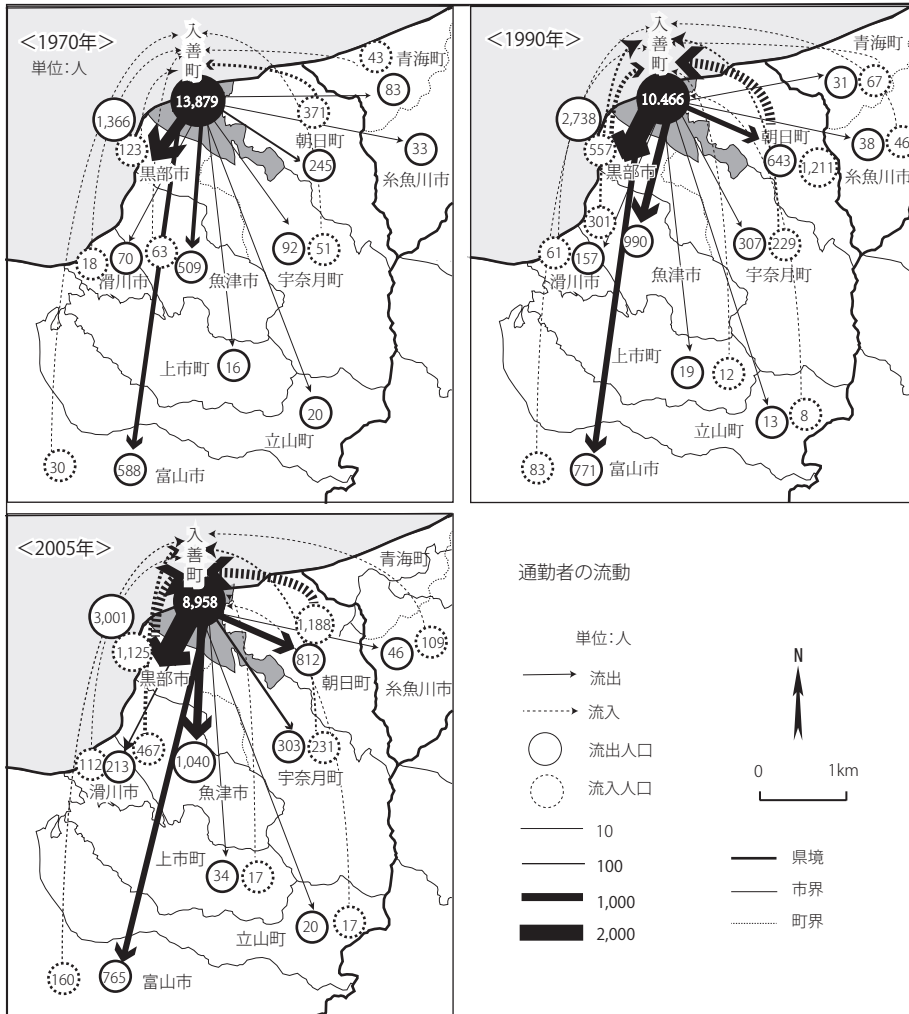
第4表 入善町住民の市町村別の買物行動割合（1999年）

(単位:%)

	朝日町	宇奈月町	黒部市	魚津市	富山市	高岡市	その他	カタログ 通信販売	入善町内 の合計
全品目	1.4	0.8	20.8	10.1	8.3	0.3	2.5	4.0	51.2
買回品	1.4	0.3	23.0	14.6	12.4	0.4	3.0	4.3	39.6
準買回品	1.3	0.6	22.0	5.4	4.2	0.1	2.3	4.0	60.0
最寄品	1.6	2.3	12.6	2.3	1.1	0.1	1.3	3.0	75.5

(平成11年度消費動向調査により作成)





第5図 入善町における通勤流動（1970年，1990年，2005年）

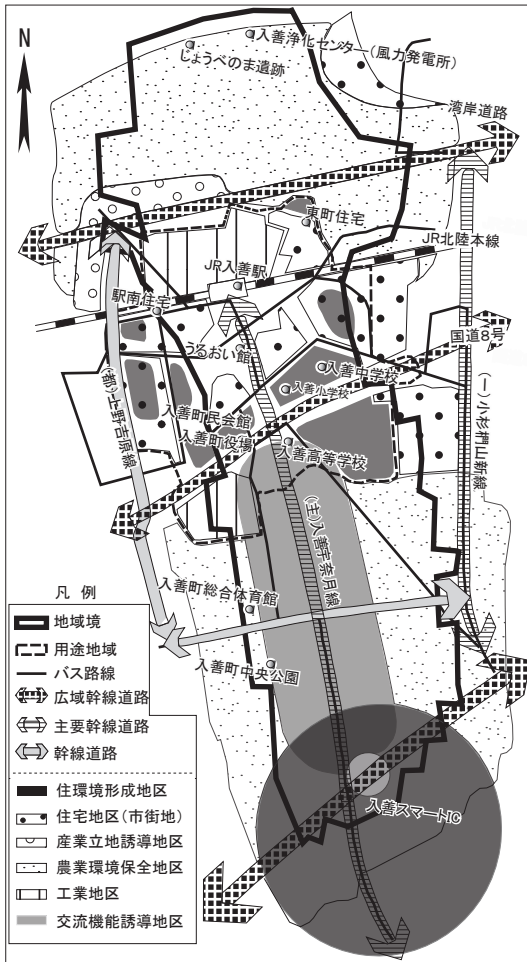
（国勢調査により作成）

たことがわかる。これに関連し、買物行動が黒部川扇状地の西に位置する黒部市や魚津市に一部が流れるようになったものの、入善町は食料品や日用品などの最寄品を中心に町内で完結する消費行動が未だに高いことがわかる。また、同じ扇状地内に位置する宇奈月町や朝日町は買物場所が少ないことから、入善町はこれら2町の住民に買物場所を提供し、同時に黒部川扇状地右岸地域全体を商圈として取り込んできたともいえる。

### Ⅲ 入善町中心市街地における商業経営

#### 1 中心市街地の概要

本研究が調査対象としたのは、入善町の中心部に位置する中心市街地である。本研究における中心市街地とは、北は北陸本線とその周辺の工場地帯、南は国道8号線とその周囲、西が中町通り線と中町共栄会、東が銀座通り商店街までの範囲に広がる商業施設の集中地域とする。これら入善町における中心市街地とその周囲の概要を第6図に示した。入善町では、金融・行政や公的機関、小・



第6図 富山県入善町における中心地街地の概要  
(入善町役場資料により作成)

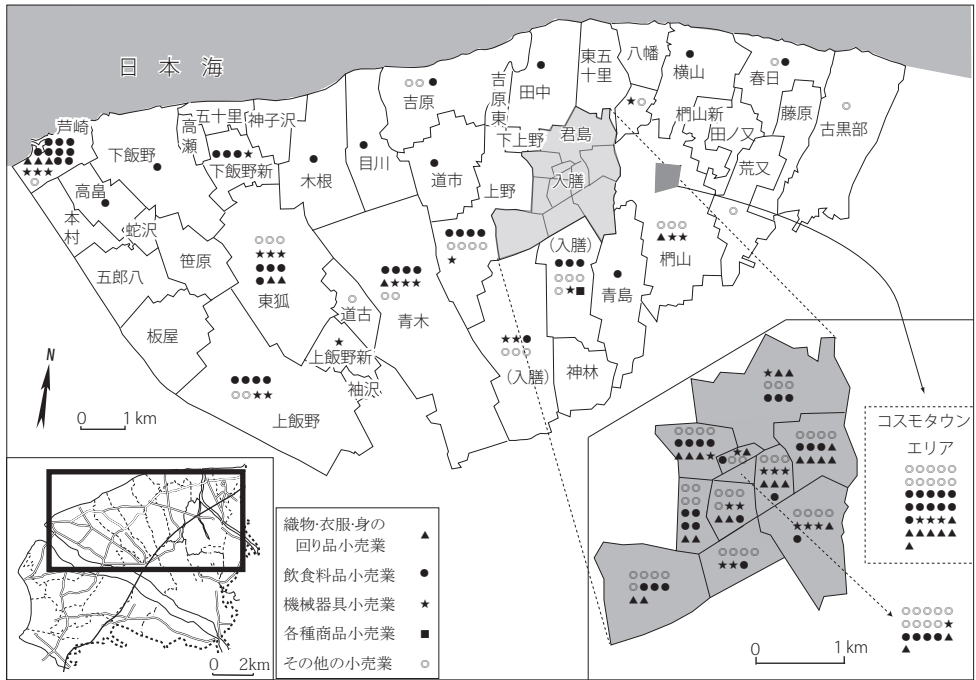
中学校などの地方小都市の中心機能が中心市街地に集まっており、国道8号線よりも南に位置する地域では農業的性格が、北陸本線より北の地域では工業的な性格が強くなる。中心市街地における東西の移動は国道8号線や北陸本線、入善駅の北に走る湾岸道路が、南北の移動は入善宇奈月線、小杉棚山新線、上野吉原線が担っており、これら地域全体を円環状に結ぶ移動手段としてバス路線が整備されている。

中心市街地を含む黒部川扇状地の右岸地域における小売店の分布を従業員数とともに地区別に整理した(第7図、第8図)。黒部川扇状地右岸地

域の商業機能は入善町入膳において、店舗数が126店、従業員数が569人と顕著な集積がみられる。その他の地区では、港を有する芦崎(店舗数15店、従業員30人)、入善黒部バイパスに近い上飯野(店舗数8、従業員数48人)、青木(店舗数10、従業員数37人)東狐(店舗数12店、従業員数50人)などに商業施設がみられるが、いずれも入膳地区に比べると商業規模は小さい。こうした店舗分布の集中と分散は、大型複合施設「コスモ21」や駅前商業地区の存在に依るところが大きく、入善町の中心地である入膳は人通りも多いことから黒部川右岸でも飲食店の集中立地がみられる。

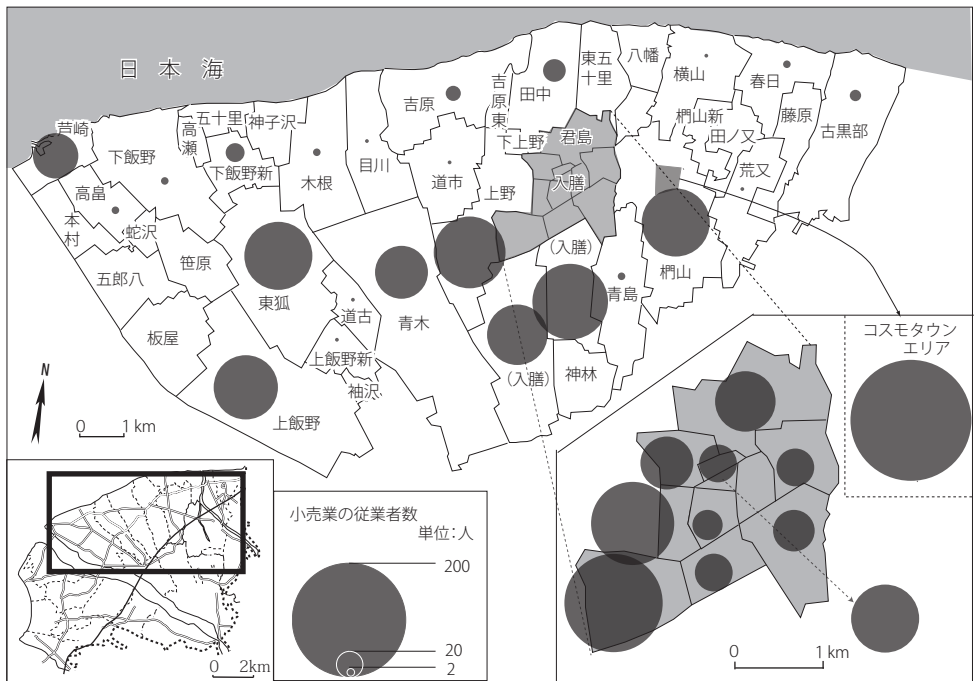
入善町入膳を中心とする駅前商業地区とその周辺の土地利用図を第9図に示した。入善駅の周囲に広がる商業地区は、主に中町商店街と銀座商店街、二十四軒町商店街で構成されている。商業施設は、東西に延びる入善線に沿って商店が集中して分布しており、入善駅から南に延びる県道上飯野線沿いにも商業施設の分布がみられる。各商店街のなかでも、最も広い地区範囲を持つ中町商店街において商業施設の集中がみられ、一方で銀座通り商店街から東にかけての商業地区では、店舗の住居化や空き店舗が目立っている。土地利用をみると、入善線沿いの区画は南北に細長い短冊状の地割が連続して分布しており、より多くの商業施設が立地できるように間口を狭くする商業地区に特有の土地分割がみてとれる。そのほか、駅前の商業地区では駐車場の土地利用が目立ち、住宅街のなかでは小規模なものが、再開発が行われた入善町役場周辺には公営の大型駐車場が多く分布している。商業以外では、家庭菜園の土地利用も全体に多数みられ、農業的性格が強いという黒部川扇状地の特徴が、駅前の商業地区にもみてとれる。

これら駅前の商業地区において、本研究が調査対象とした中町商店街と銀座商店街は、それぞれ中町共栄会、銀座商盛会と呼ばれる商店会を組織している。中町共栄会への加盟店舗は65軒<sup>注1)</sup>であり、いずれも入善町の11区に店を構える商業施設である。一方、銀座商盛会は、入善町の9区と



第7図 入善町の地区別の小売業分布数（2009年）

（入善町経済センサスデータにより作成）



第8図 入善町の地区別の小売業（2009年）

（入善町経済センサスデータにより作成）

ほぼ同じ構成員の24軒で占められており、商店会の組織が地区の自治組織を兼ねている点が中町共栄会との違いである。各商店会の会費は、中町共栄会が全戸一律で徴収している一方、銀座商盛会では店舗の間口によって金額が決められている。これら会費の用途は、いずれの商店会も街灯や商店街タペストリーなど共同利用場所の管理費のほか、七夕祭りやそのほかイベントの費用、商店会の旅行や懇親会費などである。

## 2 中心市街地の商業経営(中町, 銀座, その他)

入善町中心市街地における商業施設の経営について、駅前商業地区の店舗を中心に、市街地外縁部への進出店舗、大型複合商業施設に対して聞き取り調査およびアンケート調査をおこなった。そのうち、第5表～第6表では駅前商業地区において調査を行った商業施設を、「小売主体商業施設(以下、小売主体とする)」(番号1～22)と「サービス主体商業施設(以下、サービス主体とする)」(番号23～50)の2つに分類して示した。第1の分類である小売主体とは、店舗の商業活動において物品の販売を中心とする経営形態を指し、第2の分類であるサービス主体とは、店舗の商業活動において各種サービスの提供を中心とする経営形態である。以下ではこの2つの分類に基づき、入善町駅前中心市街地における商業経営の特徴について説明する。

### 1 「小売主体商業施設」(番号1～22)

#### (1) 店舗経営と類型の特徴

第5表に基づき、小売主体に関する商業経営について述べる。調査を行った小売主体の商業施設を、扱う品物やサービスの質から以下の3つに分類する。まず「衣料・服飾・装飾品小売店」とは買回品としての衣料品およびその装飾品の専門販売店を指す。次に「専門・職人技術の小売店」とは物品の販売に加え、専門的あるいは職人的な技術が重要となる商業施設である。また、それ以外の商業施設は「その他の小売店」に分類する。

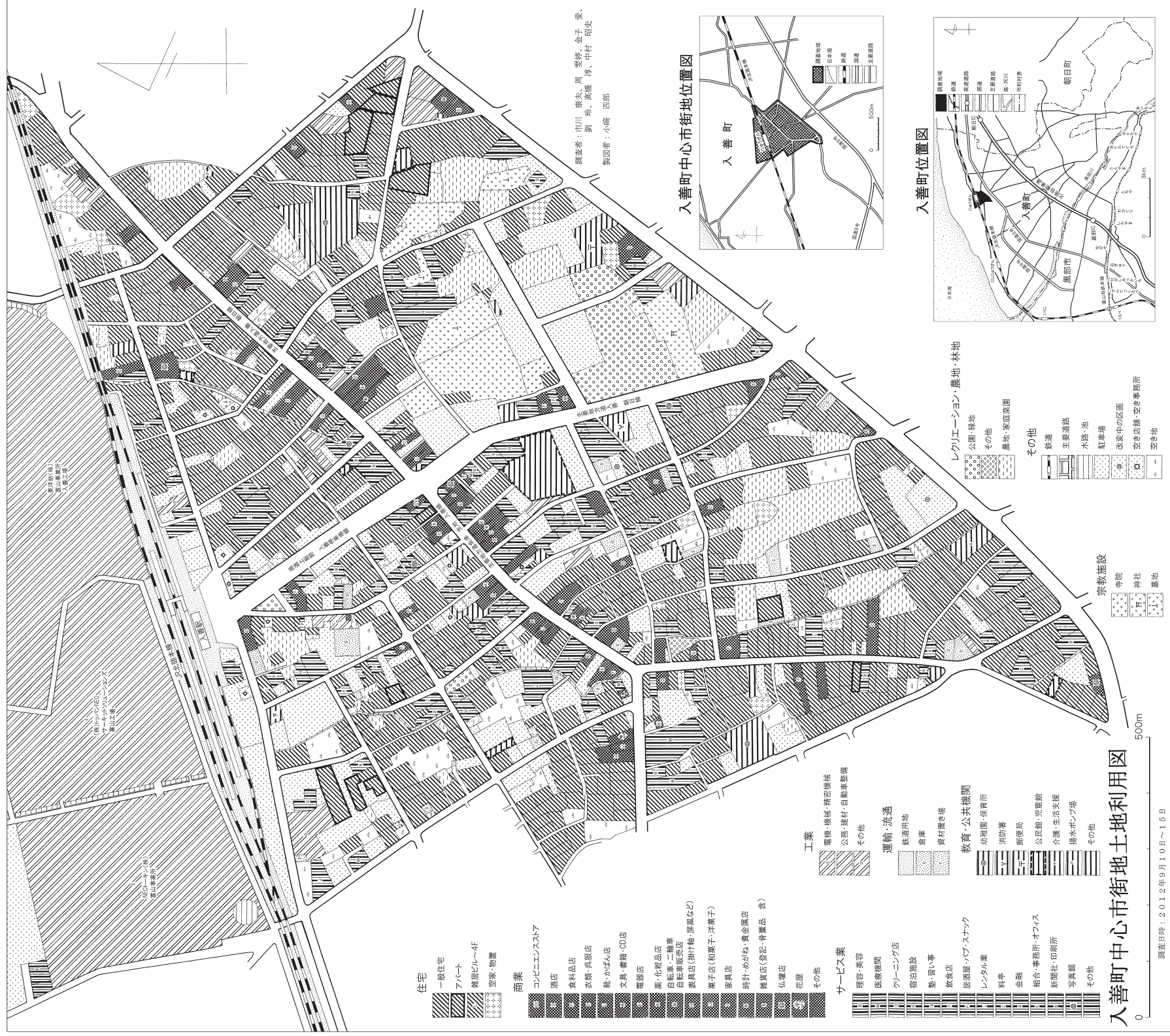
小売主体の50%(11店)を占めるのが「専門・

職人技術の小売店」である。その内訳は、食品に関わるものが豆腐店、醸造業、和・洋菓子店、鮮魚店の4店、製造・修理技術に関わるものがミシン店や工具・金物店、仏壇・墓石・神棚店、自転車・バイク店、家具店の5店、そのほか薬局および医薬品販売の2店である。次の分類である「衣料・服飾・装飾品小売店」は、全体の32%(7店)を占める。そのうち、衣料品関連の婦人服専門店が3店、学生服専門店が1店、装飾品関連の時計・宝飾・メガネ専門店が2店である。また、衣料・宝飾・化粧品・飲料販売と多種のものを扱う店舗が1店存在する。「その他の小売店」には、靴店、米穀商、釣り具用品店、書店が含まれる。

まず、開業年代についてみると、戦前から開業するものが5店、1945～50年代までの間に開業した店舗が11店あり、サービス主体に比べて開業年代が古いという特徴がある。このことから、小売主体の店舗は戦後復興を機に開業が増加し、駅前商業地区の初期の核を形成したことがわかる。また「専門・職人技術の小売店」は1960年以前に開業し、「衣料・服飾・装飾品小売店」は1960年代以降に開業したという特徴がある。また、複数代の経営者にわたって営業を続けている店舗は20店(91%)を占め、これら長期経営の店舗では時代の変化に合わせて取扱商品を変化させてきている。なかでも注目されるのは、複数の商品を取扱う営業形態から、特定の品目に特化する専門店化である。例えば、番号9のミシン店は、1923年の開業以来、ミシンの販売・修理に加え、食品や衣料品を取扱い、複合的な営業形態をとっていたが、1970年頃にミシンの取扱に専門化することで、経営の維持を図っている。また番号22の書店は、1968年開業以来、書籍の販売に加え、日用品や食料品の販売、ピアノやオルガンの学校への卸業務を行っていたが、現在では書籍とタバコの販売に業務を特化している。

また、業態以外の経営変化では、小売主体の22店のうち9割以上に当たる店舗は改装を経ており、その理由は以下のように整理される。まず、店舗の老朽化に伴い木造から鉄筋へと改築し、ま





第9図 入善町駅前商業地区における土地利用図（2012年）

（現地調査により作成）



た店舗の内装を変えるもの(番号1, 2, 4, 6, 8, 9, 10), 次に道路の拡張工事を契機に改築するもの(番号3, 11, 16, 19), 最後に売上の向上によって, 店舗を拡張し改築するもの(番号7, 12, 21)の3つである。

続いて, 営業時間に着目してみると, 各類型には以下のような傾向がある。まず, 「衣料・服飾・装飾品小売店」については, 開店時間は9時や10時で, 閉店時間は17時から19時の間である。聞き取り調査によると, 各商店のなかでも高齢者による経営は, 安定成長期以降に経営状況が振るわないことや, 高齢による体調の問題などから閉店時間を早めるようになったという。一方, 「専門・職人技術の小売店」は経営時間が「衣料・服飾・装飾品小売店」に比べてやや長く, 8時半開店で19時に閉店する店舗が多い。こうした傾向は, 「その他小売店」にもみられ, 9時開店で19時に閉店する店舗が多い。営業日については, 以前から入善町の商店会では水曜日を定休日としており, 明確なルールではなくなった現在でも45%の店舗が水曜日を定休日としている。しかし, 番号8の薬局業や番号15の和・洋菓子店, 番号22の書店のような専門店も, 元日以外年中無休で営業するところもある。また, 経営者自身の事情に合わせ, 日曜日と祝日に定休日を設ける店もある。全体からみると, 「衣料・服飾・装飾品小売店」は水曜日に, 「専門・職人技術の小売店」は日曜日に休業する傾向がある。

労働力構成についてみてみると, 全体として, 経営者を含め4人以内の家族経営の店舗が多い。「専門・職人技術の小売店」の中には, 商品の販売以外に同種商品の製造や修理などの業務も行うため, 家族成員に加え, 家族外従業員を雇うところもみられる。例えば, 番号10の豆腐店では, 豆腐の製造から販売(店頭販売および大型店への卸販売)までを行うため作業員数が必要であり, 7人で店を運営している。

土地および建物の所有形態は, 自己所有の場合が19店(86%)と圧倒的に多い。その理由としては, 早くからの創業時に土地建物を同時に取得してい

ることが考えられる。居住形態をみると, 職人一体の店舗が13店(60%)である。「専門・職人技術の小売店」には, 土地建物が自己所有の10店舗のうち, 別居住は5店(50%)である。その理由として, 醸造業(番号13)や仏壇・墓石・神棚店(番号14), 自転車・バイク店(番号16)など工場や作業場を必要とするものは, 別居住の生活形態をとるためであるからと考えられる。

各店舗の経営者22人についてみてみると, 11人が経営主になる以前に修行経験を有しており, 特に6割以上の「専門・職人技術の小売店」の経営者は, 経営に必要な技術や技能を修行等を通じて学んでいた。例えば, 番号14の仏壇・墓石・神棚店の経営者は, 富山県にある本家の仏壇店で2年間修行したことがある。番号16の自転車・バイク店の経営者は, 魚津市のホンダ専門店ですべての修理技術を学んでいる。一方, 「衣料・服飾・装飾品店」の経営者は, 同一業種店舗の従業員やアルバイト・パートの経験をした後, 事業を引き継いだり, 開業したりしている(番号3, 4, 7)。また, 各店舗の経営者たちを年齢層からみてみると, 60歳代以上の高齢層の割合が高く16人(73%)に達する。そのなかでも, 70歳代の経営者が6人で, うち5人は「専門・職人技術の小売店」に集中している。また全22店舗のうち16店(73%)において後継者がいない, または未定となっている。経営者の高齢化と経営の継承は, 駅前商業地区の今後における課題である。

最後に, 経営状況についてみていく。小売主体店舗の経営における売上最盛期は, 1980年代集中しており, 安定成長期以降売り上げは徐々に低下している。現在では, 一年のうち, 繁忙期と閑散期は取扱商品によってばらつきがみられる。例えば, 番号10の豆腐店は, 7～8月の夏期には冷やっこ用の, 12～2月の冬期にはおでんや鍋物, 湯豆腐用の需要があり, 夏と冬の時期に繁忙期を迎えるという。一方, 番号14の仏壇・墓石・神棚店は, お盆の期間に地元住民や帰省客が線香や供え物などを購入するため忙しくなるという。このように各店舗において繁忙期は異なるが, 全体としてみ

第5表 入善町駅前商業地区における小売主体商業

分類	番号	基本情報								経営変化			
		開業年	業種	町名	営業時間	定休日	労働力(内家族)	土地	店舗	生活形態	開業前の用地	業態の変化	改装の有無
衣料・服飾・装飾品小売	1	1940年	時計・宝飾・メガネ	中	9:00～18:30	水	2(2)	自	自	一体	屋敷地	無	有(1974年に改装。木造から鉄筋へ。1983年に内装修理)
	2	1946年	時計・宝飾・メガネ	銀	9:00～19:00	水	3(3)	自	自	一体		時計小売、修理で開業、1960年宝飾、メガネの小売開始	有(1994年照明及び陳列ケース等、2004年内装改装)
	3	1955年	婦人服	中	9:00～17:00	水	2(2)	自	自	一体	空き店舗	1970年まで呉服も販売	有(1977年に道路拡張により改装)
	4	1960年	衣料品(学生服)	中	9:00～19:00	水	4(4)	自	自	別	衣料品店		有(1970年に建て替え)
	5	1960年	化粧品、飲料、服、宝石	銀	9:00～17:00	日	1(1)	自	自	一体	住宅	1960年頃に化粧品委託販売。1980年に化粧品外の販売開始	有(1972年に店舗移転。1990年に都市計画で改装)
	6	1970年	婦人服	入	10:00～18:30	日	1(1)	借	借	別		1972年頃に洋服の仕立て、1985年頃に洋服の小売を開始	有(1995年に外装。2002年に内装一部改装)
	7	1982年	婦人服	中	10:00～18:30	水	1(1)	借	借	別	空き店舗		有(2002年に店舗拡大のために改装)
専門・職人技術の小売	8	1919年	薬局業	銀	8:30～19:15	なし	2(2)	自	自	一体	空き地	無	有(1965年に改装)
	9	1923年	ミン店	中	9:00～19:00	水	3(3)	自	自	一体	空き地	1970年頃まで食品・衣料品も販売	有(1982年に木道を鉄筋に改装)
	10	昭和初期	豆腐店	中	8:30～18:00	日	7(-)	自	自	別	倉庫	有(2011年にショーケース販売開始)	有(2011年に老朽化で改装)
	11	1949年	医薬品・雑貨	中	8:00～19:30	日・祝日	3(3)	自	自	一体	酒屋	無	有(道路拡張に伴い、1975年に木造から鉄筋に)
	12	1950年	工具・金物類	中	7:30～19:30	日	2(2)	自	自	別	米蔵	戦後から開業まで刃物研ぎ師	有(1967年に店の拡張)
	13	1951年	醸造業	入	8:00～17:00	土日・祝日	5(3)	自	自	別		創業時は米問屋、戦前に醸造業に転換	有
	14	1952年	仏壇・墓石・神棚	中	9:00～19:30	水	2(2)	借	借	別	ギフト店	無	有(2006年に現在の場所へ移転)
	15	1953年	和・洋菓子	銀	8:00～20:00	元日	4(2)	自	自	一体	時計屋	初代和菓子、2代目から洋菓子の取扱も開始	有(セットバックにより改装、隣の家を買収して駐車場設置)
	16	1954年	自転車・バイク	中	8:30～19:00	水	4(3)	自	自	別		国道8号に沿って本店が車の専門店	有(1995年に道路拡張で改装)
その他小売	17	1958年	家具	中	9:00～19:00	水	4(4)	自	自	一体	屋敷地	無	有
	18	不明	鮮魚店	中	9:00～18:00	日	2(2)	自	自	別	住宅	1985年に宴会・仕出しを開始	無
	19	1935年	靴店	中	9:30～18:30	水	1(1)	自	自	一体	空き地	1985年頃まで作業着・手袋・下駄・草履の販売と靴製作・修理	有(1975年に道路拡張で改装)
	20	1948年	米穀商	入	9:00～19:00	日・祝日	3(3)	自	自	一体		1993年まで肥料・農薬を扱い、その後肥料倉庫を貸ビルに転換	無
	21	1956年	釣り具用品	中	7:00～19:00	無	1(1)	自	自	一体	間借り地	無	有(1972年に店舗拡大)
	22	1968年	書店	中	9:00～19:30	元日	3(1)	自	自	一体		以前は、日用・食料品取り扱い、学校へのピア・オルガン納品	有

中:中町 銀:銀座通り 入:入善駅前商業地 借:借地 自:自己所有地 一体:職人一体 別:別居住

注1) 時計、メガネ等を取り扱う店で専門、職人技術を要するものでも、体に身につけるものは「衣料・服飾・注2) 空欄は、データなしあるいは該当なしを示す。

ると、最盛期と比べて繁忙期の売上も減少傾向にある。そのため、今後の経営方針に関しては、意欲的に継続したい経営者が少なく、無難に継続するか、いずれ廃業するかと考えている経営者が77%に達している。

## (2) 商業施設の経営事例

### ①衣料・服飾・装飾品小売：番号7

番号7は、1982年に銀座通りで起業し、40～60歳代向けの婦人服販売を行う店舗である。開業か

らこれまで、現在60歳代になる経営者が一人で店を経営してきた。営業時間は、10時開店で18時半閉店を基本としているが、営業時間外にしか来店できない顧客に対しても、予約電話を受け、営業時間を延長することで対応している。定休日は水曜日としている。土地および建物は所有しておらず、テナントとして借りているため、経営者は職住分離の生活形態をとっている。

経営者は1952年入善町に生まれ、1969年から隣の朝日町で婦人服店の販売員を始め、そこで5年



施設の経営（2012年）

経営主と後継者					繁忙期と閑散期			
経営者	代目	修行の有無と場所	後継者	経営方針	売上最盛期	繁忙期	閑散期	繁忙期閑散期の理由
65歳・男	2	有(都内で技術職)	30歳・女	2	1986年	12月	2月	クリスマス、年末のプレゼントのシーズンに売上が増える
63歳・男	2	無	無	2	1993年	2・10月	1・5月	
65歳・女	2	有(移動販売)	未定	2	1972年	特になし	特になし	
57歳・男	2	本店(呉服店での勤務)	無	2	2000年頃	3・4月	7・8月	年度初めに学生服の需要が高まるため
60歳・女	2	無	未定	2	1980年頃	4・12月	1・2・8・12月	
64歳・女	1	無	無	3	1985年頃	3・10月	2・8月	
60歳・女	1	有(朝日町で大型店、店員、5年)	無	3	1998年頃	4・12月	2・8月	入学式や新学期が始まる春や、年末の12月の時期に需要が高まるため
77歳・女	3	無	45歳・男	未定	1960年代	特になし	特になし	かつては、繁忙期は7・8・12月、閑散期は農繁期の9月であった。
79歳・男	2	有(東町9区で衣料品の販売)	未定	2	1965年頃	12・8月	データなし	暮れとお盆に行事が増えるため
69歳・男	3		未定	2	不明	夏・冬季	3・4月	夏と冬に豆腐の需要が高まるため
71歳・男	2	有(大阪の薬局に2年)	30歳・男	5	1980年	8・12月	9～10月	気温の高い8月と、風邪が流行る12月が忙しい
70歳・男	2	無	無	5	1969年	3～4月	1～2月	年度末の土木・建設業の忙しい時期に売上が増える
60代・男	4	有(自店)	30代・男	2	1950年代	12月	2月	年末に多く飲食店に卸す2月までが忙しい
54歳・男	2	有(県内にある本家の仏壇店で2年)	無	5	1995年	8月	2～3月	お盆のシーズンが忙しい。1995年は、戦没者の50周年で最も売上が増えた。
72歳・男	2	有(講習会)	40代・男女	5	1970年代	年末年始・春	9・11月	年末年始には行事が多く、需要が高まるため
62歳・男	2	有(魚津のボンダで修理)	35歳・男	2	1980年代	3・4月	冬	春の新学期が始まるため、学生の購入者が増えるから
52歳・男	2	有(東京上野の家具店)	未定	2	1980年代	7月	9・2月	春と秋の婚礼のシーズンに売上が増える。稲刈りのシーズンは客足が少ない
49歳・男	2	無	無	2	1995年	1月	2月	
74歳・女	2	無	なし	3	1980年頃	特になし	特になし	
44歳・男	4	有(東京で3、4年)	未定	3	1992年頃	9～12月	1～3月	稲刈り後が繁忙期となる
63歳・男	2	無	無	2	1970年頃	6～10月	冬	夏に釣りのシーズンがくるため繁忙期となる
52歳・男	9	無	無	3	1990年頃	3・4月	特になし	入善町内の学校への教科書納品のため

(経営方針) 1:意欲的に継続 2:無難に継続 3:いずれは廃業 4:近いうちに廃業 5:データなし

宝飾品小売」に分類した。

(2012年9月に筆者が実施した聞き取り調査およびアンケート調査により作成)

間勤務した。1974年、朝日町の住民と結婚を機に仕事を辞め、結婚2年目に一人目の子供を出産した。子供の就学以前は家庭に専念していたが、就学後は自由時間が増加するとともに、過去の販売経験を活かして起業したいと考え始めた。そこに、偶然入善町の銀座通りで適切な空店舗があり、1982年から婦人服店の経営を行うようになった。

この店舗は、開業以来、一貫して婦人服の専門販売店として経営を続けている。現在は、売り上げを伸ばすため、商品構成にベビー服・子供服を

加えている。構成比は、婦人服が7割、子供服が2割、ベビー服が1割である。商品の入荷先は、東京・大阪・長崎等、国内であるが、製造元は日本製(40%)より外国製のものが多く、特に中国および韓国製品である。これは、顧客の年齢層に合わせた販売戦略から来ているという。経営者の話によると、60代以上の年配者は、産地にこだわり日本製品を信頼し好んでいることが多いが、40～50代の人は、服のデザインや品質が良ければ、外国製でも気にせず購入してくれるそうである。

そのほか、この店舗では自店のポイントカードを作り、4万円分の商品を買ったら1千円値引くというサービスを提供している。そのため、後述する商工会の「キラキラカード」事業には参加していない。

1年でみると、4月の入学式や12月初め頃に衣服の需要が増え繁忙期となる。その反面、2月および8月のような天候が悪い時期には客足が伸びず閑散期となる。経営者によれば、売上の全盛期は1990年代末から2000年初頭であり、現在では最盛期の3分の1まで減少したという。その理由は以下のものが推測される。まず、この店舗の顧客層は入善町内の40～60代の女性であるが、人口の高齢化と住民の郊外移転に伴って、来店する数自体が減少してきたこと。次に、1990年代以降における入善町内での大型店出店により、一部の顧客を奪われてしまったことである。

今後の経営については、経営者には30歳代の子供が二人いるが、いずれも店舗を継ぐ意志がないため、いずれ廃業することになると経営者は考えている。

## ②専門・職人技術の小売：番号12

番号12は、中町商店街の南に位置する工具・金物類を取り扱う店舗である。この店は、入善町でも数少ない工具・金物類を専門的に取り扱う小売店であり、とび職人や建設業者などが使用する高度な部品・工具類を多数揃えている。現在の店舗は、創業者から2代目にあたる70歳代の男性経営主とその妻である60歳代の女性の2人で営業しており、雇用労働力を伴わない典型的な小規模な家族商店である。

番号12の開業年は1950年であり、現在の経営主の父親によって開始された。店を創業した先代は、第二次世界大戦後に上海から引き揚げ入善町に戻った後に、理髪師の刃物を研ぐ仕事を始めた。先代は、自転車が入善町やその周辺の理髪店や美容院に出張し、鉋やカミソリなどをその場で研ぐことを稼業としていた。その後、事業を拡大すべく、庄屋の米蔵であった現在の土地と建物を購入

し、店舗を構えたのが現在の経営形態の始まりである。

番号12の営業時間は、他の市街地中心部の商業施設よりも開店時間が早く、午前7時半には来客が立ち寄れるようになっている。これは、職人や専門業者に向けた本格的な部品や工具を多く扱うことから、顧客であるこれら職人や業者が出勤前に来店できるようにするための工夫である。また、閉店時間も19時半まで営業しており、現場での作業が終わった就業後の職人達が、工具の手入れや翌日からの作業に必要な部品などを購入できるように配慮している。こうした職人に向けた商業形態は定休日にも表れており、番号12の定休日は、入善町の市街地中心部で一般的な水曜日ではなく、建設業や製造業が休日となる日曜日に設定されている。このように、専門的な技術を要する職業に対象を絞っているのがこの店舗の最大の特徴である。

この店舗における売上最盛期は、高度経済成長期によって多くの建設需要があった1969年頃である。その後は、バブル景気の頃までである程度の売上があったが、近年は来店客も減少傾向にある。その理由として、建設業界における家屋・建物の建築方法の変化があり、それまで木材の加工など建築資材の調達から始まっていた建築作業は、パネル工法のような組み立て式へと簡略化されている。そのため、ドリルや丸鋸などを用いる職人による細かな作業が減少し、それに伴いこれら工具の手入れや部品類に対する需要も減りつつあるという。番号12では、こうした職人需要の減少を補うために、学校や官公庁などの大口の顧客との取引を開拓しており、定期的な納品によって経営を維持している。そのほか、地域住民から持ち込まれる包丁などの刃物類の研ぎ作業に対応し、大型店が満たせないローカルでニッチなサービス提供によって顧客を維持している。

## 2) 「サービス主体商業施設」(番号23～50)

### (1) 店舗経営と類型の特徴

第6表に基づき、サービス主体店舗に関する商

業経営について述べる。調査を行ったサービス主体の商業施設は、取扱商品やサービスの内容から以下の3つに分類される。まず「飲食主体」とは、客の注文に応じて調理した飲食料品を提供するものである。次に「理容・美容主体」とは、理容・美容関連の個人サービスを提供するものである。また、旅館・宿泊業を含むそれ以外の商業施設は「その他サービス主体」に分類される。

全体のなかで最も多いのは「飲食主体」であり、サービス主体の47% (13店) を占める。その内訳は、飲食店が5店、スナックや居酒屋が6店、喫茶店が2店である。また、番号30の喫茶・スナック店のように、13~17時に喫茶店として、19~24時にスナックとして営業する店舗もある。一方、「理容・美容主体」に該当するのは9店舗であり、美容院が4店、理容店が2店、ネイルサロン店が1店であり、そのほか化粧品専門店および化粧品や美容品、文具を扱う店舗が2店存在する。「その他サービス主体」に該当するのは6店舗であり、宿泊業に属する旅館が2店、技術サービス業に属する写真店が2店、生活サービス業に属するクリーニング店および旅行仲介店が1店ずつである。

まず、開業年代についてみると、全28店舗のうち戦前から開業しているものが2店で、2000年以降に開業したものが12店である。創業が最も古いのは番号45の江戸期から経営を続けている老舗の割烹旅館であり、現在は8代目が経営している。新規出店した12店舗の中なかでは、飲食店が最も多く67%を占めている。サービス主体の店舗のなかには、2008年から始まった入善町中心市街地の空店舗対策である「起業チャレンジ応援事業」を利用して経営を始めた店舗も多く、全体としてみると、小売主体店舗よりも開業年代が比較的新しいという特徴がある。よって、サービス主体は開業年代が新しいことから、依然として初代経営者が店を経営しており (79%)、2・3代目が経営を継いだ店舗は5店 (18%) しかない。また、番号47の旅館業のように、創業当時の寿司屋から旅館業に転換したのものもあるが、全体としてみると、サービス主体はサービス内容の変更があまりみ

れないという特徴がある。

サービス主体の全28店舗のうち、改装を行った店舗は5割未満 (13店) である。主な改築の理由は、店舗を拡張し売上を伸ばすことを狙って改築する (番号24, 38, 43, 46)、店舗の老朽化に伴い、木造から鉄筋へと改築し、また店舗の内装を変える (番号39, 41, 45, 47)、道路の拡張工事 (番号25)、サービス内容の変更 (番号28)、店舗の移転 (番号40) などである。新規店舗のなかには、廃業した建物を引き受け、出店に際し新しく改装する店舗が8店存在した。

次に、営業時間に着目してみると、商店によって異なるが、各類型には以下のような傾向がある。まず、「飲食主体」は、開店時間が8時~11時の間でばらつきがあるが、閉店時間は21時となる店舗が多い。一方、居酒屋やスナックは17時~19時開店で、24時まで営業を続ける店が多い。喫茶店は、1店が13~17時の昼間営業、1店が11~23時半の深夜まで営業するものがある。一方、「理容・美容主体」については、9時に開店し19時閉店する店舗が多い。こうした傾向は、「その他サービス主体」にもみられ、開店時間は8時または9時で、閉店時間は18時である。定休日を見ると、「飲食主体」には日・月・水曜日に休業する店舗が多く、「理容・美容主体」には月曜日に休業する店舗が多い。それ以外では、旅館業の番号47やクリーニング店の番号49のように年中無休とするところもある。サービス主体は、商工会、商店会の取り決めた水曜日の定休が多い小売主体に比べ、営業時間や定休日が多様であるといえる。

次に、労働力の構成についてみる。「飲食主体」店舗では、通常の飲食店において経営者に加え2~4名の従業員を雇用するものが多いのに比べ、スナックや居酒屋では従業員がやや多く、3~7名が雇用されている。他方、「理容・美容主体」は経営者および1~2名の家族成員が従業員として働く場合が多い。このような傾向は「その他サービス主体」の写真店、クリーニング店、旅行仲介業でもみられる。一方、旅館業は受付や調理、清掃など業務内容が多岐にわたり、労働力に対する

第6表 入善町駅前商業地区におけるサー

基本情報										経営変化					
分類	番号	開業年	業種	町名	営業時間	定休日	労働力 (内家族)	土地	店舗	生活 形態	業態の変化	開業前の 用地	改装の有無	経営者	
飲食主体	23	1957年	飲食業	入	8:00~24:00	月	5(1)	借	借	別		倉庫	無	61歳・女	
	24	1967年	飲食業	中	10:00~21:00	月	3(3)	借	自	一体			有(1992年に店舗拡大)	75歳・男	
	25	1972年	飲食業	中	11:00~8:00	水	3(3)	自	自	一体	水菓子からラーメンに転換		有(1995年に道の拡張で改装)	52歳・男	
	26	1987年	スナック	中	19:00~24:00	無休	5(1)	借	借	別		空き店舗	有(1998年,2006年改装)	66歳・女	
	27	1988年	居酒屋	中	17:00~23:30	日	2(2)	借	借	別		スーパー	無	52歳・男	
	28	2003年	飲食業	中	9:00~19:00	水	3(2)	借	借	別	2003年頃に惣菜導入	喫茶店	有(2004年に惣菜店から寿司店)	70歳・男	
	29	2006年	居酒屋	中	18:00~26:00	火	8(3)	自	自	一体			無	45歳・男	
	30	2007年	喫茶, スナック	銀	13:00~17:00, 19:00~24:00	火	1(1)	借	借	別		飲食店	無	60代・女	
	31	2008年	居酒屋	中	17:00~23:30	月	4(3)	自	自	別		空き店舗	無	54歳・男	
	32	2008年	居酒屋	銀	17:30~26:00	日	8(1)	借	借	別		空き店舗	無	31歳・男	
	33	2009年	飲食業	中	11:30~21:00(昼 休14:00~17:00)	日	3(2)	借	借	別			無	50歳・男	
	34	2011年	ジャズ喫茶	中	11:00~23:30	水	1(1)	借	借	別		ケーキ屋	有(改装, 五年間空き店舗)	58歳・男	
	35	2012年	居酒屋	中	17:30~26:00	不定休	2(2)	借	借	別		空き店舗	無	31歳・男	
	理容・美容主体	36	1954年	化粧品・美容・文具	中	9:00~19:00	日	4(3)	借	借	一体	1970年代に文具取り扱い開始		有	38歳・男
		37	1960年	化粧品店	銀	10:00~18:30	水	1(1)	借	借	別		化粧品店	無	88歳・女
38		1968年	美容院	中	8:30~19:00	月, 第1・3日	2(2)	自	自	一体		住宅	有(1980年に店舗拡大)	69歳・女	
39		1972年	床屋	中	8:00~18:00	第1・3月	4(2)	借	借	別			有(開業から3回の内装改装)	60歳・男	
40		1994年	カットサロン	銀	9:00~19:00	月	2(2)	借	自	別		クリニック	有(2003年に店舗の移転)	49歳・男	
41		1996年	美容院	中	9:00~18:00	月, 第3日	1(1)	借	借	別		空き店舗	有(2006年に老朽化のため改装)	40代・女	
42		2005年	美容院	銀	9:00~19:00	月, 第1,3日	2(2)	借	借	別		空き店舗	無	51歳・女	
43		2007年	美容院	中	11:00~21:00	火	2(2)	借	借	別		空き店舗	有(2011年スタッフ増員で拡大)	34歳・男	
その他サービス主体	44	2008年	ネイルサロン	中	10:00~19:00	日・祝日	1(1)	借	借	別		空き倉庫	無	29歳・女	
	45	江戸期	割烹・旅館	入	予約に応じて営業	予約に応じて営業	5(4)	自	自	一体			有(創業以来, 修繕が必要な場所を多く改装してきた)	57歳・男	
	46	1935年	写真店	入	9:00~20:00	水	3(3)	自	自	一体		更地	有(1987年に改装, 撮影のほか, 用品DPEの受付のため。)	60歳・男	
	47	1960年	旅館業	銀	不明	無休	9(4)	自	自	一体	飲食店(寿司)	寿司屋	有(1971年, 1985年部屋の改装, 1993年老朽化のため改装)	91歳・女	
	48	1967年	写真店	銀	8:30~18:45	水	2(2)	借	借	別			無	70歳・男	
	49	1972年	クリーニング店	入	8:00~18:00	なし	1(1)	自	自	一体		住宅	無	70歳・女	
	50	2007年	旅行仲介業	中	9:00~18:00	日	4(3)	借	借	別		洋品店	無	30歳・男	

中:中町 銀:銀座通り 入:入善駅前商業地 借:借地 自:自己所有地 一体:職住一体 別:別居住

注1) 時計, メガネ等を取り扱う店で専門, 職人技術を要するものでも, 体に身につけるものは「衣料・服飾・宝  
注2) 空欄は, データなしあるいは該当なしを示す。

依存度が高く, 従業員が増える傾向がある。

サービス主体の土地および建物の所有形態は, 自己所有より借地の場合が多く, これらは18店(64%)を占める。その理由としては, 1990年代以降に創業した比較的新しい店舗が多いことが影響していると考えられる。経営者の居住形態をみると, 別居住の店舗は19店(68%)であり, なかでも「飲食主体」および「理容・美容主体」は, 別居住の居住形態の店舗が77%と多い。一方, 「そ

他サービス主体」では, 別居住は2店のみである。これは, 割烹・旅館(番号45)や写真店(番号46), 旅館業(番号47), クリーニング店(番号49)のような開業時期が早い店舗が多く, 土地・建物を所有していることから, 多くが職住一体の生活形態をとっているからであろう。

各店舗の経営者についてみると, 全経営者のうち8割以上である23人が, 経営主になる以前の修行経験を有している。特に「理容・美容主体」の



ビス主体商業施設の経営（2012年）

経営主と後継者			繁忙期と閑散期				
代目	修行の有無と場所	後継者	経営方針	売上最盛期	繁忙期	閑散期	繁忙期閑散期の理由
1	有(富山県のレストラン。5年)	無	2	1990年頃	1月・3月・8月	2月・5月・10月	正月の新年会や、3月の送別会で来店客が増加する。8月は外食する人が増えるから
1	有(レストランで調理経験)	無	2	不明	8月	9月・10月	
2	無	22歳・女	2	1980年頃	8月	2月・9月	
1	有(朝日町のスナック。1年)	42歳・女	1	1990年頃	3・4月、1月、12月、8月	2月、5月	繁忙期は、歓送迎会の時期、あるいはお盆や同窓会の時期である
1	有(大阪の飲食店に勤務)	無	1	2000年頃	夏	秋	夏季に宴会の需要が高まるため
1	無	無	1	創業時	1月・8月	6月・9月	お盆、夏休みは寿司への需要が高まるため
1	無	有	1	2010年	11月～3月	9月・10月	年末の忘年会や年度末の送別会などの行事が多く、需要が高まるため
1	有(アルバイト、10～15年)	無	2		4月	10月・11月	農繁期になると、閑散期となる
1	有(魚津の居酒屋で勤務)	未定	1	2009年	8月	冬	夏季とお盆に宴会の需要が高まるため
1	有(入善・京都の飲食店に勤務)	無	1	2007年	8月・12月	2月・10月	夏季と年末に宴会の需要が高まるため
1	有(魚津で板前)	未定	1	2009年	8月・12月	7月	掃雪の時期に伴い来客が増加し、クリスマスのシーズンは外注が増加する
1	独自に勉強	未定	1		特になし	特になし	
1	有(居酒屋で勤務)	未定	1	2012年			
3	有(都内。2年)	38歳、男	2	1987年			
1	有(静岡で技術専門学校)	61歳・女	1	1970～1980年頃	特になし	特になし	
1	有(黒部市の美容室に勤務)	40代・女	2	1980年	3月・4月	9月・5月	春先に需要が高まるため
1	有(富山4年、京都2年、高岡1年)	無	2	1970年	8月	1～2月	気温の高い夏は、髪が艶陶しくなる人が増える
1	有(町内美容院でインターン)	未定	1	2008年	3月・7月	1月・2月	暑い時期になると、髪を切る人が増えるから
1	有(入善町の美容室に勤務)	無	2	2000年頃	12月・4月	2月・9月	春先に需要が高まるため
1	有(アルバイト、10～15年)	無	3		3月・12月	1月・5月	年度初めに需要が高まるため
1	有(入善町の美容室に勤務)	29歳・女	1	2012年	春・夏・12月	冬	春先に需要が高まるため
1	有(ネイルスクール、1年)	無	2	2009年	6月～8月	2月	夏季の長期休暇で働く女性の需要が高まるため
8	有(自らの店舗で修行)	有	1	1980年代	11月～4月	5月～10月	農繁期に閑散期となり、農閑期に繁忙期となる
3	有(富山市内の写真館。5年)	27歳・男	1	1985年頃	11月	2月	成人式、七五三などの行事に記念写真を撮る人が増えるから
2	有(富山で旅館に研修)	未定	2	1985～1990年頃	12月・1月・4月	3月・8月・9月	年末と春先に出張によるビジネス客が増加するため
1	有(他店で見習い4年、大阪のメーカーで修理研修)	無	5	1970年代	夏	冬	
1	無	無	3.4	1990年頃	特になし	特になし	
1	無(前職、旅行業)	30歳・男	1	2010年頃	10・11月	1・2月	

〈経営方針〉1:意欲的に継続 2:無難に継続 3:いずれは廃業 4:近いうちに廃業 5:データなし

飾品小売」に分類した。

(2012年9月に筆者が実施した聞き取り調査およびアンケート調査により作成)

経営者は、全員が同一職種の店舗勤務やアルバイトの経験があり、または専門学校で技能や技術を学んだ後起業している。こうした傾向は「飲食主体」にもみられ、77%の人が起業する前に他の飲食店で勤務やアルバイトした経験がある。また、経営者の年齢層みると、6店舗(21%)が20～30歳代、10店舗(36%)が40～50歳代、12店舗(43%)が60歳代およびそれ以上であり、小売主体に比べて経営者の年齢が比較的若いという特徴がある。

しかし、その特徴は今後の店舗経営の継続方針に対してはあまり影響を及ぼしていない。サービス主体では全28店のうち、18店(64%)において後継者がいないか、または未定であり、特に「飲食主体」では85%を超えている。店舗経営の継承はサービス主体においても今後の課題となっている。

最後に、経営状況についてみていく。サービス主体店舗の経営における売上最盛期は、10店

(36%)が1980年代～1990年代の安定成長期前後の時期で、11店(39%)が2000年以降と回答している。サービス主体の店舗には2000年以降に出店した12店舗も含まれており、近年では商店街内部での競争も激しくなってきた。特に新規出店の多かった「飲食主体」店舗では、開業後1990年代に売上最盛期を迎えたが、2000年代以降は売り上げの低下がみられるようになったものもある。一年でみると、「飲食主体」においては、年末のクリスマスや忘年会、年明けの新年会、3月の歓送迎会、夏休みのお盆や同窓会などの宴会シーズンが繁忙期にあたる。また夏休みの時期には、帰省によって外食や出前の需要も増加する。一方、「理容・美容主体」は、春先や夏期において忙しい傾向がある。その理由は、春先の卒業式や入学式、就職、転勤などによって新生活が始まる際に、理容・美容院の利用者が増え、また夏は暑さから髪を切る人が増加するためということである。一方、「その他サービス主体」は、店舗ごとに繁忙・閑散期が異なる。例えば、番号46の写真店における繁忙期は、記念写真を撮る客が増える成人式や七五三などの行事期であり、番号47の旅館業では、出張によるビジネス客が増加する年末と春先である。

今後の経営方針については、意欲的に継続したいと考えている経営者が多くみられ、15人(54%)である。無難に継続すると考えている経営者がやや少なく10人(36%)である。全体からみると、サービス主体は小売主体に比べ、店舗の継続意思が強い傾向にある。

## (2) 商業施設の経営事例

### ① 飲食主体：番号23

番号23は、中町における最も開業が早い飲食店であり、1957年に軽食店として営業を始めた。現在、60歳代の2代目にあたる経営者が店を引き継いでいる。

営業時間は、開店の準備に時間を要するため、午前8時に開店し、雇用するアルバイト以外にも家族が時折手伝いながら深夜24時まで営業をしている。現在、定休日は月曜日であり、経営者は職

住分離の生活形態をとっている。

経営者は学生時代からレストランや喫茶店でアルバイトを経験してきた。大学卒業後、5年間にわたって富山県の飲食店に勤務したことを機に、飲食業の経営方法、調理技術を学び、様々な経験を蓄積してきた。その後、父親が経営していた店を引継ぎ2代目となった。現在、経営者本人のほか、1名の家族従業員、4名の雇用従業員とともに経営を行っている。

創業当時の番号23は、軽食を専門とする業態であったが、1960年からは定食や丼物、ラーメン等の提供を開始した。創業から2代目になる現在では、カレーや麺類のほか、ビール・酒類などの提供も行っており、顧客の要望に答えながらメニューの数を増やしている。一年のうち、繁忙期は1・3・8月で、その理由は年末の忘新年会、3月の歓送迎会の時期に客足がのび、また夏休みの帰省客によって8月に外食客が増加するためである。一方、閑散期は積雪が多く外出が少なくなる2月、あるいは旅行シーズンの5・10月である。

経営状況を見ると、1990年代頃に売上最盛期を迎え、その後は経営状況が徐々に停滞している。これは、商店街内部で飲食店が増加したことにより、外食客の選択肢が増加したことがある。特に、2000年代以降は新規出店が多く、そのなかでも6割以上は飲食店が占めている。

### ② 理容・美容主体：番号44

番号44は、2008年に導入された入善町商店街における空き店舗対策の一環である「起業チャレンジ応援事業」の支援を最初に受けて出店をしたネイルケア・アート専門店である。経営者は20代女性で、店舗の管理から営業まで一人でやっている。入善町内とその周辺にはネイルサロンはほとんど存在せず、隣接する黒部市や朝日町、さらには新潟県の糸魚川市からの顧客も少なくない。

経営者は富山市で3年間美容師として勤務した後、1年間ネイル専門学校に通い資格を取得した。ちょうど起業チャレンジが開始された年であったので、地元である入善町で開業することとなった。

営業時間は10時から19時で、日曜日と祝日が定休日となっている。客の属性は仕事帰りの女性客が多く、年齢層では20～30代の女性がほとんどである。

繁忙期は6～8月であり、普段ネイルのできない看護師や歯科助手などのような職種に属する女性が、夏季シーズンになるとフットネイルを希望して多く訪れるためである。この店舗では顧客の爪の性質やアートの好みを把握し、使用する素材を使い分けている。こういったサービスの工夫に加え、周辺に競合するネイルサロンが少ないという点からリピーターが多くなっている。顧客の獲得については、起業チャレンジ応援事業の1号店であることから、ローカルテレビやラジオへの出演が重なったことが店舗の宣伝や集客につながった。現在でも黒部市、朝日市、入善町の店舗紹介を行っている地域情報ポータルサイトにおいて店舗の情報発信を行っている。

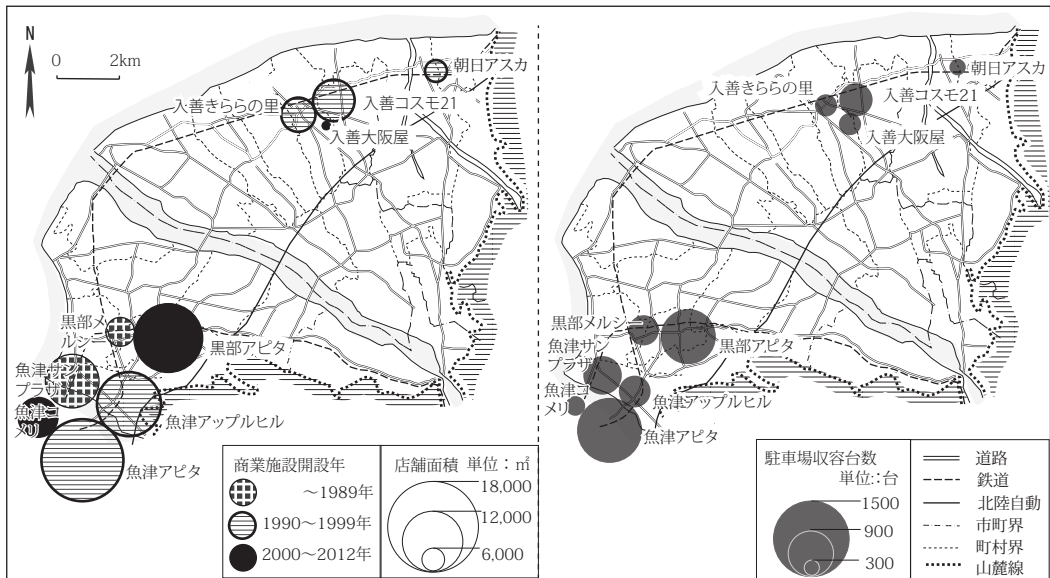
また、番号44は完全予約制を実施しており、顧客一人ひとりとの関係を重視している。この点は、個人それぞれに併せて使用する液体や施術内容を変えるとといった工夫と併せて、小規模美容専門店

の特徴として表れている。

## VI 入善町市街地外縁部における商業施設

入善町では、高度経済成長とその後の安定成長期を経たことで、1980年代後半に商業の最盛期を迎えた。しかし、国道8号線の建設やモータリゼーションの進展による消費者行動の変化、さらに全国的な大型商業施設の台頭により、入善町における商業構造は1990年代以降に大きく変動した。

第10図には、黒部川扇状地において1980年以降に開業した主要な大型商業施設の売り場面積と開業年、駐車場台数について示した。まず開業年代をみると、1990年代に開業したものが10店のうち5店と半分を占めており、大規模な複合商業施設の出店は1990年代に大きく進み、同時にこれら商業施設の小売吸引力が駅前商業地区の衰退に影響を与えたといえる。市町村別に見てみると、1989年までの主要な商業施設は魚津市のサンプラザと黒部市のメルシーくらいであったが、1990年代になると魚津市にアピタとアップルヒルが相次いで出店し、入善町に地元の資本と有志出店者による



第10図 黒部川扇状地における商業施設の店舗面積・開業年と駐車場の収容台数（2012年）

注）魚津アップルヒルには、延床面積を示す

（各社ホームページおよび商業資料により作成）

「コスモ21」と「きららの里」が、そして朝日町にはアスカが出店した。

なかでも、魚津市に出店したアピタとアップルヒルは店舗面積が1万平方kmを超えており、さらに駐車場台数は1,000台以上と黒部川扇状地のなかでも特に大規模な商業機能を持つ。魚津市は、このほか2000年以降に出店したコメリなどを合わせると大型商業施設が4店あり、加えて各店舗の面積が大規模であることから商業規模が近隣市町村よりも大きいといえる。一方で、入善町には複合商業施設が3店あるものの、各商業施設の規模が小さく、全体の商業規模としては2店舗を有する黒部市よりもさらに小さい。他方、自動車の収容台数からみると、全体の総数は魚津市、黒部市、入善町、朝日町の順番となり、消費者の買物行動において、選択の余地と利便性が魚津市や黒部市において高く、これら市域における小売吸引力は黒部川扇状地のなかでも高いといえる。

本研究が対象としている入善町は、周辺市町村における相次ぐ大型施設の出店のなかで、入善町内の商店を優先的に多数誘致し、個店を組み合わせることで商業規模を確保するローカルな大型複合施設の取り組みが注目される。これらは、駅前商業地区から国道8号線沿いに出店した「コスモ21」(1992年)と「きららの里」(1996年)である。

本章では、入善町市街地外縁部に立地する2つの大型複合商業施設を取り上げ、商業施設全体の経営と、駅前商業地区からの進出店の経営をみることから、入善町における商業機能の移転および分散の構造を考察する。大型複合商業施設は、店舗同士が壁で区切られない、いわゆる「ワンフロア型ショッピングセンター」の「コスモ21」と、一つの大型店舗の集客能力を中心に小規模の店舗が林立する「パワーセンター型ショッピングセンター」の「きららの里」の2店舗を取り上げる。

## 1 市街地外縁部における商業施設の動向

### 1) ワンフロア型ショッピングセンター

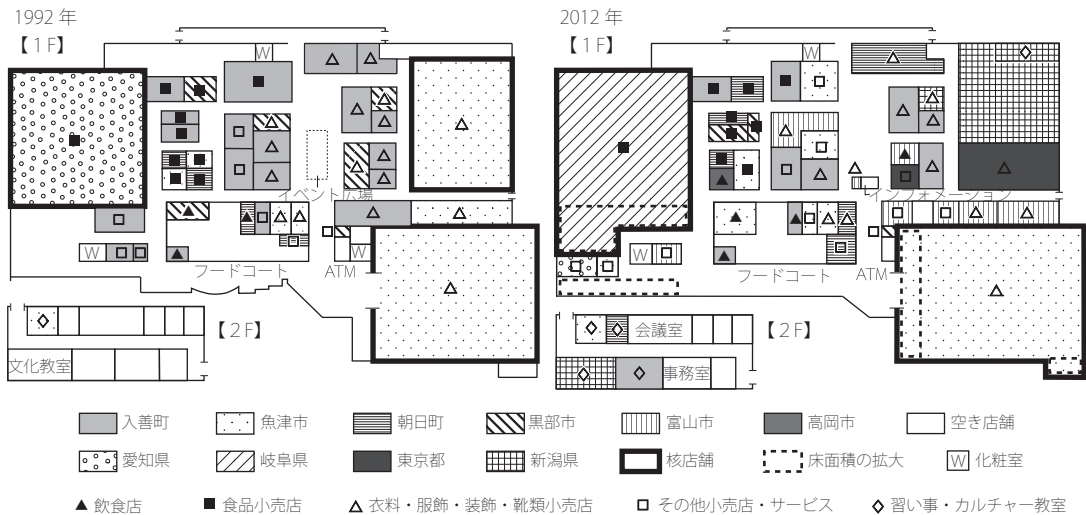
入善町の国道8号線沿いにある「コスモ21」は、1992年に中小企業高度化資金による融資で、国と

県の指導のもとに開設された大型複合商業施設である。設立の経緯としては、黒部川扇状地の東から西へと向かう消費者行動に対応するように、入善町の駅前商業地区における商業機能を国道8号線沿いに分散・移転させることが主要な目的として挙げられる。開業にあたっては、入善町の地元商店の出店を優先的に誘致することで、魚津市や黒部市への商業流出を防ぎ、黒部川扇状地右岸の商圏を確保することも設立の動機とされた。開業当時、各商店が入善町の駅前商業地区から「コスモ21」に出店する際は、店舗を支店としてではなく本店を移設することが条件とされたため、出店者はフロア内に用地を取得し、その後本店を新たに開業するという出店形式がとられた。

「コスモ21」の開業年である1992年と本調査を実施した2012年のフロア構成を、業種と進出店舗の移転元から第11図に示した。まず開業当時のフロア構成をみると、入善町からの出店が最も多く、39の店舗のうちほぼ半分の20店舗を占めていた。そのほかには魚津市(7店)や朝日町(4店)、黒部市(6店)など隣接する市町村からの出店が中心であったことがわかる。業種別にみると、衣料・服飾・装飾・靴類の小売店を中心に、食品の小売や飲食店など多様な業種による店舗構成が特徴である。フロア内は、核店舗と呼ばれる商業規模や小売吸引力の高い大型の店舗が3店舗配置され、これらを中心に客が回遊することで小規模な商業施設への買物行動を誘因する仕組みとなっている。開業当時の核店舗は、スーパー(生鮮食料品)とトーカーマート(総合衣料)、カーマ(ホームセンター)の3店舗であったが、現在では生鮮食料品のスーパーに代わり、岐阜の大手スーパーチェーンのバロー、ホームセンターのカーマが重要な核店舗となっている。そのほか現在のフロア構成をみると、入善町からの出店者の撤退が目立っており、代わって高岡市や富山市など富山県内広域からの出店や、東京都内の大手資本の進出、新潟県や愛知県など他県からの進出がみられるようになっている。

現在「コスモ21」への出店は、「コスモ21」のホー





第11図 コスモ21内店舗の資本元別フロア構成（1992年，2012年）

（聞き取り調査およびコスモ21提供資料により作成）

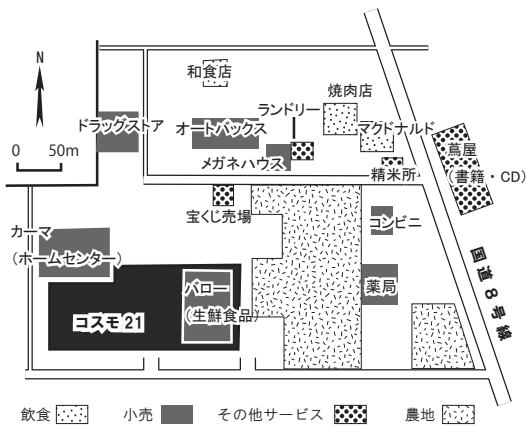
ムページや不動産仲介業や内装の仲介業者による空き店舗の紹介によってなされている。出店の際には、販売力や集客能力、経営主の運営力などが審査され、さらに現在入店している店舗との同業種間での競争が発生しないように、フロア内で異なる業種を誘致している。そのなかで、「地元顔」として開業した「コスモ21」では、入善町や朝日町など地元資本の商業施設を優先的に誘致することを意識しており、入善町のローカルな商店経営に対する協力の姿勢を重視している。しかし、入善町における小規模商店の高齢化や後継者不足によって地元からの新規出店は少なくなっており、結果として近隣市町村や県外からの若手の出店者や競争力のある店舗の進出が増加している。一方、「コスモ21」の運営側は、地元資本の商店主の進出を期待しながらも、同時に大型チェーンのミスタードーナツやドコモといった競争力と集客力の高い業種を誘致することで、施設全体としての小売吸引力を伸ばすことを目標としている。

「コスモ21」における運営戦略として、フロア2階へのそろばん教室やヨガ・バレエ教室、書道や英会話塾など、習い事やカルチャースクールの積極的な受入れを挙げることができる。これら習い事や文化教室を誘致することで、家族連れや女

性需要の取り込み、子どもの送り迎えによる来訪頻度の増加など、商業施設への来訪目的の多様化によって顧客獲得に繋げることが意識されている。そのほか今後の「コスモ21」の展開として、周辺に立地する飲食店や大手チェーンの商業施設を一つのショッピングエリアとして統合する「コスモタウン計画」が注目される（第12図）。「コスモ21」の周囲には、大手資本のツタヤやオートバックス、マクドナルドやコンビニ、ドラッグストアなど多様な商業施設が集積しており、これら業種が連携することでより規模の大きな商業機能を担うことが目的にされている。現在、コスモタウンエリアで約80億円と試算される商業規模は、今後互いの連携を強化することで、約100億円の規模にまで拡大させることが目標となっている。「コスモ21」は、いわゆる「一町一店主義」に基づく、地元色の強い複合商業施設を目指してきた。そのなかで、多様な業種の誘致や、町民や黒部川扇状地右岸地域に居住する住民の気軽な来訪を誘引するための工夫が特徴であるといえる。

## 2) パワーセンター型ショッピングセンター

入善町の8号線沿いには、「コスモ21」と同じく地元資本の商業施設の集積による大型の複合商



第12図 入善町におけるコスモタウンの施設配置 (2012年)

(入善コスモタウン協議会提供資料により作成)

業施設である「きららの里」が立地している。「きららの里」は、上越のパワーセンター型ショッピングセンターをモデルに作られたもので、ローカルな商業施設を集積し、食品スーパーを中心に来訪者が個別店舗を回遊するような商業形態をとっている。

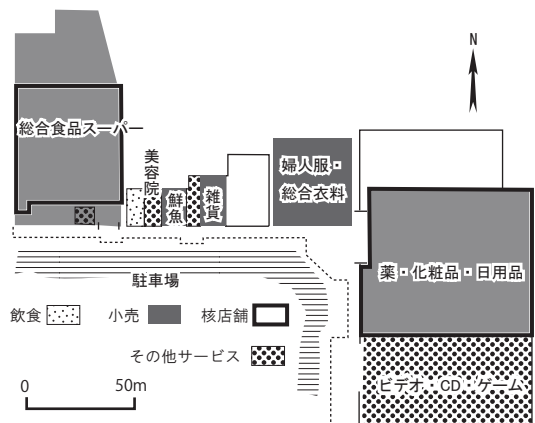
「コスモ21」と「きららの里」との違いとしては、「コスモ21」が中小企業高度化資金によって公的機関の行政支援を受けて設立・運営が行われてきたのに対し、「きららの里」は特定の地元資本の商業施設を中心に、出店者たちが自己資金を用いて新規開業した点である。また、「コスモ21」が本店を新規に移設させることが条件となっていたのに対し、「きららの里」ではこうした制限がなく、市街地外縁部への新たな支店や2号店として進出することが可能であった。開業にあたっての進出店は、「コスモ21」と同じく入善町の駅前商業地区からの出店者が多く、化粧品店や雑貨店、クリーニング店、鮮魚・干物店などが進出した。「きららの里」の開業当時は、総合食品スーパーであるアルピスが中心的な存在となり、現在は撤退したホームセンターのオスカーJマートと共に核店舗を構成していた。

現在の「きららの里」における店舗構成を第13図に示した。「コスモ21」が同じワンフロア内に

多様な業種が店舗を構えているのに対し、「きららの里」ではそれぞれの店舗区画に商業施設が立地しているため、個別店舗の集積エリアとしての性格が強い。現在は、上述以外の店舗としてドラッグストアやビデオ・CD・ゲームの取扱店、婦人服店や美容院などが出店している。

「きららの里」では、開業から3～5年は出店オーナー達による会議やイベントが多く行われていたが、個別店舗の入れ替わりの頻度が高かったため、現在では全体としてのイベントが少なく、店舗経営の個別化が進んでいる。また、核店舗である大型施設では、定期的な店長の交替があったため、全体を統括するような運営者が固定されていなかったことも店舗個別化の一要因という。一方で、共同して行なう部分には店舗の面積割で価格が設定されている共益費が存在する。共益費は、冬季の駐車場の除雪費用や敷地内の街灯メンテナンスなど、共同所有されている場所の維持管理に使用されている。

開業当時、約25億円であった「きららの里」における商業規模は、現在では約10億円ほどと試算されている<sup>注2)</sup>。そのなかで、2012年9月から隣接する国道8号線沿い用地には、大手家電店のヤマダ電機、ホームセンターのコメリ、食品スーパーの大阪屋の3店舗が同時にオープンした。こ



第13図 パワーセンター型ショッピングセンター「きららの里」の店舗構成

(ゼンリン住宅地図および現地調査により作成)

れら買回品に特化した大手資本の商業集積地の形成は、隣接する「きららの里」にも来訪者の増加や各商店への新たな経済効果が期待されている。

「きららの里」は、「コスモ21」の開業に続いて、地元の商店主達が同じエリアに個店を構えることで形成されたが、しだいに入善町以外の出店者やオーナーの進出が増加してきた。そのほか、バブル景気の崩壊や、近隣の商業施設との競争のなかで全体としての商業規模を縮小してきたものの、国道沿いという好立地や隣接する商業集積地の存在を上手く活かすことで経営を発展する方策が模索されている。

## 2 市街地外縁部における進出店舗の経営

上述した地元資本型の複合商業施設において、入善町の駅前商業地区から出店した店舗の経営について整理したものが第7表である。いずれも、番号56以外は現在も経営している店舗で、番号51～53は「コスモ21」に、番号54～56は「きららの里」に出店した店舗である。

まず本店の開業年をみると、1950年代に開業した店舗が4店舗（番号51、54～56）あり、そのほか1970年代以前の開業であることから、駅前商業地区でも比較的古い商店が市街地外縁部に進出したといえる。業種は、婦人服が3店（番号51、52、55）でそのほかは、医薬品・化粧品（番号53）、化粧品・美容（番号56）、鮮魚店（番号54）が1店ずつである。営業時間は、駅前商業地区と異なり規則性があり、10時に開店する場所が5店舗、19時に閉店する場所が5店舗と、複合商業施設ならではの特徴がみとれる。一方、労働力に関しては、いずれの店舗も4～5名で、その内訳は家族を核とした構成になっており、駅前商業地区と類似する点が多い。

商業施設の所有形態は、土地・店舗ともに自己所有である店舗（番号51、54、55）と借地である店舗（番号52、53、56）に分かれる。「コスモ21」の進出店には、自らの投資で区画を自己所有するものと、賃料を支払いながら運営するものの2種類がいることがわかる。一方、「きららの里」は

上述したように出店経営者は開業時の投資で自己所有とした経緯があるが、番号56のように、支店から撤退した後は、他の店舗にテナントとして入居してもらうケースもある。他方で、経営の変化は進出が1990年代以降であるため、本店の拡張や取扱い品目の多少の変化を除いて大きな変化はみられない。

次に経営主と後継者についてみると、経営主が30代と若い経営者の店舗以外でも、4店舗（番号52、54、55）にて後継者がおり、駅前商業地区に比べて労働力の世帯内継承が可能である経営が多い。一方、経営主の修業の有無については、番号55以外はいずれも修業の経験があり、特に東京都内での職務経験を積んだ経営主が4人（番号51、52、54、56）と多いことがわかる。他方で、繁忙期と閑散期の項目についてみると、まず売上最盛期はバブル景気が継続していた複合商業施設の開業当時が中心となっており、複合商業施設の活況が経済景気と連動していたことがわかる。一方、繁忙期は業種によって異なるが、衣料を扱う店舗（番号51、52、55）では稲刈りの後や、春・冬の衣替えの時期に来客が増加し、鮮魚店（番号54）ではオードブルや刺身への需要が高まるお盆や正月が繁忙期となっている。逆に、駅前商業地区から大型複合施設に出店して以降は、客足の変動がなくなり、通年的に来訪客が存在するとの意見（番号53）もあり、日常的に通う必要のある生鮮食料品店と同じ敷地内に属することのメリットが存在する。

## V 入善町における商業の役割と機能

### V-1 市街地中心部

本節では、入善町市街地中心部における商業施設について、Ⅲ章で述べた類型に従い「小売主体商業施設」と「サービス主体商業施設」に分類し、それぞれの店舗が実施する経営工夫とその独自サービスの提供について注目する。これら商業施設の経営工夫やサービスは、商業活動との関わりから「売上に直結するもの」、「売上に間接的に影

第7表 入善町市街地外縁ショッピングセンター進出

分類	番号	開業年	業種	基本情報							経営変化	
				店舗	営業時間	定休日	労働力(内家族)	土地	店舗	生活形態	業態の変化	改装の有無
駅前から郊外への進出店	51	1956年	婦人服・子供服	①	10:00～19:00	第2火	4(2)	自	自	別	2000年に子供服の取り扱い開始	有(撤退した隣接地を統合拡張)
	52	1962年	婦人服・服飾小物	①	10:00～19:00	火(不定)	4(1)	借	借	別	2000～2004年に紳士服を扱った	有(1982年に道路拡幅に伴い本店を木造から鉄筋にした)
	53	1977年	医薬品・化粧品(ほか)	①	10:00～19:00	無休	5(1)	借	借	別		無
	54	1953年	鮮魚	②	10:00～20:00	水	4(3)	自	自	別		有
	55	1956年	婦人服・服飾	②	10:00～19:00	無休	4(3)	自	自	別		無
	56	1954年	化粧品・美容・文具	②	9:00～19:00	日	4(3)	借	借	一体	1970年代に文具の取り扱い開始	有

①:コスモ21 ②:きらの里 借:借地 自:自己所有地 一体:職住一体 別:別居住

注1) 時計、メガネ等を取り扱う店で専門、職人技術を要するものでも、体に身につけるものは「衣料・服飾・注2) 空欄は、データなしあるいは該当なしを示す。

響するもの」の2類型に分類した。さらに、各店舗が提供する経営工夫やサービスの対象が、ローカルなもの、より広域的なものとの2種類が存在するため、これらを「商店街地域」と「広域」にさらに分類した。以下では、これら分類に基づき、各店舗の経営工夫とサービスについて述べる。

### 1) 小売主体商業施設

まず、第8表に入善町市街地における小売主体の経営・サービス工夫について整理した。これを見ると、小売主体ではサービス主体商業施設に比べて、より幅の広い経営工夫とサービスが提供されており、なかでも「専門・職人技術」の小売店では経営工夫に関する項目が他類型よりも多いのが特徴である。

まず、「売り上げに直結する工夫」では、「専門的な修理や修繕作業を行う」(番号1, 9, 12, 14, 16), 「大型店で取り扱わない質の良い商品を揃える」(番号1, 10～12, 18, 19) という項目に多くの店舗が該当する。例えば、番号1の時計・宝飾・メガネ小売店では、「大型店では使用しない高品質の部品やパーツを修理に使用し、顧客の商品をより長持ちさせるサービス」を提供している。そのほかでは、「質の良い高価格帯の商品提供と、大型店が行わない電動工具の修理委託業務」(番号12), あるいは「高齢者を対象とした

商品構成と品揃え」(番号19), 「細工が細かい浄土真宗の金仏壇の取扱い、仏壇のリフォームや修繕業務」(番号14) など、薄利多売を基本とする大型店が行わない高品質商品の販売や購入者に対する補償・サービスなど、ローカルでニッチな需要に対するサービス工夫がみられる。こうした品質の良い商品の取扱いや高度な専門技術は、大型店では満たすことのできないニーズを提供することとなり、結果的に駅前商店における固定客の獲得に寄与しているといえる。また、専門的な技術サービスの提供は、時には近隣だけではなく他市町村からの依頼を誘因することもある。例えば、高度な修理技術を有する番号9のミシン店では、他店舗で修繕が不可能あるいは修理依頼を断られたミシンが遠方からも多数持ち込まれている。こうした特別な技術や職人的なサービスを有する商店は、特定の範囲だけではなく広範囲にわたる一定のニーズに対応することが可能であり、店舗への技術的な信頼が口コミにて拡大することで、新たな顧客の獲得へと繋がっている。

また、経営工夫やサービスにおける「売り上げに間接的に影響を与える工夫」のなかでは、「雑談・コミュニケーションを重視する」(番号1～3, 6, 9, 11, 15, 19, 22), 「常連客を大事にする」(番号1, 5, 7, 8, 11, 14, 17, 18, 20) など、顧客との対面販売における信頼関係の構築を重視す



店の経営（2012年）

経営主と後継者					繁忙期と閑散期			
経営者	代目	修行の有無と場所	後継者	経営方針	売上最盛期	繁忙期	閑散期	繁忙期・閑散期の理由
30代・女	2	有(東京でデザイン・パタンナー等。6年)	無	1	2005年	10月	2・8月	冬季の衣替えの前に来客が増加する
50代・女	2	有(都内の洋品店)	30歳, 女	5	1992年	9月末～10月	8月後半	稲刈り後、冬の衣替えの時期に忙しい
50代・女	1	有(県内の薬局。半年)	無	5	1990年代	8月・12月	特になし	コスモ21に来てから通年で来客がある
60歳・男	2	有(東京の鮮魚店)	30歳, 男	5	1998年	盆と正月	特になし	お盆と正月は、刺身や魚のオードブルの注文が増え忙しい
68歳・男	2	無	30歳, 女	1	1996年	3月	1・2月	春の衣替えの前に来客が増加する
38歳・男	3	有(都内。2年)	38歳, 男	2	1987年			

（経営方針）1:意欲的に継続 2:無難に継続 3:いずれは廃業 4:近いうちに廃業 5:データなし

宝飾品小売」に分類した。

（2012年9月に筆者が実施した聞き取り調査およびアンケート調査により作成）

る店舗が多い。来店した顧客との日々の生活や家族のことなどの幅広い会話を通したコミュニケーションは、「常連客の情報・好みなどを把握する」（番号3, 5, 6, 7, 8, 11, 17, 19, 22）ことに繋がり、商品の仕入れや提供においてより柔軟な対応を可能にしている。例えば、靴店では「顧客の靴のサイズを把握し、商品を揃える」（番号19）ことでローカルなニーズに対応し、家具店では「顧客との会話から得られる新築や婚礼の情報をもとに家具の営業活動や宣伝を行う」など、常連客との会話や雑談は店舗経営にとっても重要な要素となりうる。

一方で、小売主体店舗では、「商品の値引きを行う」（番号18, 21）や、顧客が選んだ商品が必要ないと判断される場合は素直に伝えるなど、商品を売ることに必ずしも固執しない姿勢が目される。むしろこれら店舗では、顔見知りである顧客や常連客の立場を十分に考え、彼らに得となる情報を正直に伝えることを重視し、結果として店舗と顧客の長い付き合いを可能にしているといえる。また、固定客や常連客との関係性の重視は、現在の顧客層である中高年だけではなく、彼らの「子供世代も顧客となってくれる」（番号17）ことにも繋がる。このように、小売主体の店舗では、顧客との会話や雑談を通じて相手の好みや家族構成など細かな情報を把握し、さらに値引きや商品

へのサービス行為から常連客との信頼関係を構築し、顧客との関係継続に繋げている。

そのほか小売主体では、22店舗のうち9店舗が実施している「無償サービスの提供を実施する」という項目が目される。こうした各店舗が提供するサービスは業種によって多岐にわたっている。例えば衣料品店でありながらラジコンやラジコンヘリの部品を販売している番号4では、「トランスミッターの調節やそのメカニズムの説明まで、顧客との細やかな相談」にに応じている。このような「顧客との相談」に積極的に対応すると回答した店舗は化粧品店や薬局でも多くみられ、「肌荒れや体の不調に関して個人に合った情報提供を行う（番号5, 11）、「医薬品に対する説明を、時間をかけて丁寧に行う」（番号11）など、店舗の経営側に比較的時間の余裕がある駅前商業地区ならではのサービス提供が特徴的である。そのほか、家具小売店では、「高齢者を対象とした店舗と家の送迎サービス、配達時の家具配置換え」（番号17）など、高齢者の顧客に対するサービス提供がみられる。こうした移動手段を持たない高齢者のためのサービスは他の店舗にもみられ、「線香一箱からの宅配サービス」（番号14）、「自転車での薬の配達サービス」（番号11）など、大型店では対応が難しいそれぞれの顧客の事情にあわせたサービス提供が存在し、駅前商業地区の商業施設

第8表 入善町中心商業地区における小売主体商業施設の経営・サービス工夫

分類	対象地域	工夫内容	商業施設		
			衣料・服飾・装飾	専門・職人技術	その他
売上に直結する工夫	商店街地域	専門的な修繕や修理作業	1	9,12,14,16	
		大型店で取り扱わない質の良い商品を揃える	1	10,11,12,18	19
		大口顧客・固定客を確保する		10,12,13	
		1対1での対応を重視する	5,6	15	
		特定顧客に対し営業時間外でも対応する	7	12	
	広域	経営の多角化を図る		18	21
		広告・DMで集客を図る	2	10,14,18	
		顧客から要望がある商品をその都度仕入れる	3		
		新商品の開発を行う		13	
売上に間接的に影響する工夫	商店街地域	雑談・コミュニケーションを重視する	1,2,3,6	9,11,15	19,22
		常連客を大事にする	1,5,7	8,11,14,17,18	20
		常連客の情報・好みなどを把握する	3,5,6,7	8,11,17	19,22
		無償サービスの提供を実施する	1,4,5	9,11,14,16,17	20
		商品に対する十分な説明を行う	5	12	
	広域	商品の値引きを行う		18	21
		友人を顧客として大事にする	1,3		
		地元の生産物を取り扱う		13	
		専門技術の向上を図る	7	15	
		内装・外装を工夫する	2,4	15	
広域	HP・Webサイト上で情報発信する		10		
	高齢者層を意識する			19	
	電話・訪問販売を行う		17		
	独自のポイントカードを導入する	4,7			

注) 店舗番号は第5表と同一である  
(2012年9月に筆者が実施した聞き取り調査およびアンケート調査により作成)

は高齢者の生活に対する社会的な役割を同時に担っているといえよう。そのほかのサービス提供として、「無料で行う手芸教室の開講」(番号9)、「客が座ってお茶を飲んで雑談をできるスペースの設置」(番号9, 11, 17)など近隣住民とのコミュニケーションの場を商業施設が自ら提供しているものもみられた。

以上のように、入善町市街地中心部における小売主体の商業施設では、地域に密着した良質な商

品の取扱いや、店内での会話を介した顧客情報の把握、高齢者や顧客の事情に対応したサービスの提供などを通じて、ローカルなニーズに細やかに対応している。また一方で、雑談やコミュニケーションを重視する店舗では、「高齢者との対話を重視する。あるいは話し相手になる」という意見が多数聞かれ、小売主体は物を売るサービスだけではなく、対面接触による社会的な関わりの場も同時に提供しているといえよう。

## 2) サービス主体商業施設

次に、サービス主体の商業施設における経営工夫とサービスについて述べる。第9表にサービス主体の経営工夫を整理した。まず、各項目のなかでも「売りに上げに直結する工夫」に分類される「1対1での対応を重視する」(番号37~40, 42, 46)に該当する店舗が特に多いことがわかる。この工夫の結果の延長として「会員制を導入する」(番号37)、「完全予約制を実施」(番号44)するなど、常連・固定客を重視する姿勢が伺える。美容や理容のサービスを中心とする店舗では、1対1での対面型のサービス姿勢により、顧客の要望に詳細に応えることが可能となり、このことが来訪者の満足度向上や固定客の獲得に繋がると考えられる。さらに、「顧客の基礎化粧品がなくなる時期に電話で商品の紹介をする」(番号36)、「2, 3カ月の来店周期に合わせて新商品の紹介や情報の提供を行う」(番号42)といった工夫からわかるように、固定客の獲得だけでなく来訪した客にコンスタントに連絡を取ることにも経営工夫において重要である。

次に、「売上に間接的に影響する工夫」を項目別にみでみる。これらは、サービス主体の性質上、サービスの提供時間は顧客との相対での対面接触が不可欠となるため、理容・美容店を中心に「雑談・コミュニケーションを重視する」(番号23, 34, 36~39, 42, 46, 48~50)という項目に全体の約4割(11店舗)の店が該当している。顧客と店側のコミュニケーションは、「顧客の名前を覚える」(番号27)、「大口常連客に特別なサービス

第9表 入善町中心商店街地区におけるサービス主体商業施設の工夫

分類	対象地域	工夫内容	商業施設			
			飲食	理容・美容	その他	
売上に直結する工夫	商店街地域	大口顧客・固定客を確保する	32,33		47	
		1対1での対応を重視する		37,38,39	46	
	広域	特定顧客に対し営業時間外でも対応する	29			
		広告・DMで集客を図る	33	36	46	
	広域	顧客から要望がある商品をその都度仕入れる		44,48		
		店内で扱う商品の多様化を図る	30,35	36,42		
		会員制を導入する		37		
	売上に間接的に影響する工夫	商店街地域	雑談・コミュニケーションを重視する	23,34	36,37,38 39,42	46,48 49,50
			常連客を大事にする	28,32,34	37,39,40	45,47
			常連客の情報・好みなどを把握する	27	37,44	46
無償によるサービスの提供を実施する			26,34	36,42	50	
商品の値引を行う			24,28	40,43		
友人を顧客として大事にする			32	39		
広域		地元の生産物を取り扱う	33		46	
		流行の研究・専門技術の向上を図る	29,32	40,42,44	46	
		内装・外装を工夫する	28,30,31,32 33,34,35	40,44	45	
		HP・Webサイト上で情報発信する	29,32,33	42,43,44	47	
広域	高齢者層を意識する		38	45,50		
	電話・訪問販売を行う		36	50		
広域	独自のポイントカードを導入する	25	36,44			

注) 店舗番号は第6表と同一である

(2012年9月に筆者が実施した聞き取り調査およびアンケート調査により作成)

を提供する」(番号47)などの行為と関連し、これらは「常連客を大事にする」(番号28, 32, 34, 37, 39, 40, 45, 47)というサービス主体における顧客との物理的・心理的な距離の近さが重要な要素となる。そのほか、「常連客の情報・好みなどを把握する」(番号27, 37, 44, 46)など、顧客が求める「サービスの質」を店側が工夫して取り入れる姿勢もサービス主体の特徴である。また、常連客の中には顔見知りや友人も含まれており、「友人を顧客として大事にする」(番号32, 39)など、長い付き合いから顧客と友人関係になる、あ

るいは地元の同級生などの友人関係や親戚などの血縁関係にある人間が常連客となっている場合も多く、社会的な関係とローカルな店舗経営は密接に結びついているといえる。

小売主体の商業施設と性格が異なるのが、「無償サービスの提供を実施する」(番号26, 34, 36, 42, 50)という項目であり、「町内の福祉施設の入所者を対象に営業時間外にボランティアで飲食やカラオケのサービスを提供する」(番号26)、「顧客からリクエストを受けた音楽を独自の音楽機材で流す」(番号34)など、サービス主体ではより個人的で対象範囲を絞ったサービスが存在する。そのほかの特徴として、講習会や新着雑誌を通じた「流行の研究・専門技術の向上を図る」(番号29, 32, 40, 42, 44, 46)といった店舗側の経営努力も注目に値し、移ろいやすい美容・理容業界の流行やそれに併せた新技術の導入がサービス業ならではの特徴である。また、「入店する際に靴を脱ぐ」(番号31)、「女性客を意識した店内の雰囲気」(番号35)、「内装・外装を工夫する」(番号28, 30~35, 40, 44, 45)、「HP・Webサイト上で情報発信する」(番号29, 32, 33, 42~44, 47)など、店の清潔感や華やかなイメージ、あるいは女性がくつろげるスペース作りなど、消費者に対するイメージ戦略も重要な要素となる。

そのほか飲食店などでは、「定期的にメニューを変える」(番号29)、「季節に合った料理を提供する」(番号32)、「独自のポイントカードを導入する」(番号25, 36, 44)など、広域的に集客を図る工夫や固定客を獲得する工夫が行われている。しかし、近年に理容・美容店や飲食店が急増した入善町駅前商業地区では、同業種他店舗との差別化が重要となっており、このことが「広域」に分類される工夫項目の店舗が多い理由として挙げられる。

また、飲食店では「ボランティアとして営業時間外に店舗を開放する」(番号26)、「商工会青年部の話し合いの場を提供する」(番号32)、「地元でとれた食材を使用する」(番号33)といった工夫にみられるように、地域との結びつきやそこから生ま

れる地域との信頼関係は、サービス主体が有する社会的な一側面であるともいえる。

入善町市街地中心部においては、小売主体が近隣の地域住民や中高年層のローカルでニッチなニーズに向けて、商品の仕入れ・販売、あるいはサービスの工夫をしているのに対し、サービス主体では、同業種の増加から近隣だけの商圈を意識するのではなく、広域からの集客を他店との差別化から獲得することを意図していることが明らかとなった。また、福祉施設や商工会など地元の組合や組織に店舗を開放するなど、地域に対する連携や貢献への柔軟性も注目すべき点である。一方、サービス主体では、他店舗との物々交換によって得た果実や野菜を顧客に提供する商業施設も多くみられ、各店舗間が地元の生産物を介して互いに社会的な繋がりを作っていることがわかる。

## 2 市街地外縁の商業施設

商業施設の経営工夫は、駅前商業地区だけではなく市街地外縁部の大型複合施設でもみられる。なかでも、駅前商業地区から市街地外縁部に進出した店舗の経営工夫については、駅前と郊外における店舗経営のメリット・デメリットの両側面から聞きとり調査を行った。

まず経営工夫としては、服飾を扱う店舗（番号51, 52, 55）では、「他店舗での取扱いが少ないインポートブランドの服飾商品を揃える」（番号51）、「普段着だけではなく結婚式でも着ることができるよそ行きの服を揃える」、「稲刈り用の農業服や農作業エプロン、日除け帽子など農村女性の需要を取り込む」（番号55）など、他店舗との差別化を品揃えから図る工夫がみられる。特に、総合衣料品店の番号55では、高齢者の国産品に対する強い需要を考慮した仕入れをするほか、高齢者や女性が考える素材の柔らかさや着心地、あるいは動きやすさなど細部にわたる要望を満たす努力を行なっている。このような他店舗との差別化については鮮魚を取り扱う番号54でもみられ、地元で水揚げされた魚介類のみに絞った商品構成と、直接仕入れによる低価格販売、企業や学校からの

オードブル受注などの経営工夫がみられる。

このように、市街地外縁部の商業施設では、中高年や農村特有の需要の取り込み、独自の経営工夫とサービスなど駅前商業地区にみられるような工夫が存在していることがわかる。この理由として、調査した店舗は過去にいずれも駅前商業地区に店舗を構えていた商業施設であることから、そこで培った顧客との対面販売や独自サービスの提供などの重要性を認識しているからであると考えられる。

一方、市街地外縁部に店舗を出店するにあたり、以前の駅前商業地区との比較から調査した結果、立地や客層、運営方法の違いに起因する回答が多く得られた。まず、大型複合商業施設のメリットとして、「集客力の高さ」（番号51～54）や「買い物客の回遊による来店頻度の向上」（番号52, 55, 56）、「駅前の個店と異なり、気軽に店内に立ち寄ってもらえる」（番号51）など、大型店ならではの世代を問わない多様な客層の取り込みが可能である点に対して回答が得られた。そのほかのメリットとして、ワンフロア型の商業施設では「クレジット決済が可能で、電話・水道などの諸経費が安い」（番号53）といった共同運営によるテナント営業のメリットがあり、パワーセンター型の商業施設では「土地・建物を所有して営業ができる」（番号54）という点に魅力を感じている店舗があり、仮に撤退した場合も「テナントとして貸すことで家賃収入を得ることができる」というような点も挙げられた。

反対に、大型商業施設のメリット以外のものとして、ワンフロア型では「休業日を自由に設定できない」ことや、「来訪客が多く忙しい」、「フロア内の喧騒が気になることがある」といった意見が聞かれた。一方、パワーセンター型の商業施設では、「売り上げに関係なく土地・建物の購入代金を返済しながら経営をしなければならない」ことや、「他店舗のオーナーの入れ替わりが激しく共同行事や運営が難しい」など、個別店舗の共同運営型ならではの指摘が挙げられた。

反対に、駅前商業地区に店舗を構えることのメ



リットとして、「自分のペースでゆっくり商売ができる」(番号53, 55)や「顧客との対話の時間を多く取れる」(番号54, 55)などが意見として聞かれ、来客数が少ないことを必ずしもデメリットとは捉えていないことがわかる。そのほか、「商店経営と家事を両立することができる」(番号52, 53)といった、職住一体型の商店における女性視点ならではの回答も得た。一方で、駅前商業地区で個店を経営する場合は「会計業務から広告・宣伝活動まですべてを自らこなさなくてはならない」といった意見も聞かれ、複合商業施設がこれら活動を一部負担することで、郊外への出店者は自らの経営に専念できるという指摘は重要であるといえる。

### 3 商業に関わる地域的取組

1980年代後半の安定成長期以降、入善町における中心市街地の経済環境は大きく変化し、商店街や各店舗は転換期を迎える。入善町中心市街地に

おける小売主体やサービス主体は、近隣だけではなく隣接する市町村を含めた広域的な範囲で競争を強いられるようになり、購買者の需要を十分に満たせないため店舗は廃業や縮小を与儀なくされている。また、国道線沿いへの大型店の進出に伴い、購買者の町外流出が顕著となり、入善町における市街地中心部の店舗数や商品販売額の低迷が問題となっている。さらに、店舗の後継者不足から空き店舗の増加も課題となり、市街地中心部の停滞・衰退傾向を食い止めるための方策が必要とされている。

以上を背景として、入善町の駅前商業地区では商業の再生・活性化に向け多様な組織的取り組みが行われている(第10表)。入善町の商業の組織的活動において重要な役割をはたすのが入善町商工会であり、この組織との連携のもとに商工会青年部や商店街経営者団体、中心市街地活性化委員会、農業会社などが存在し、イベントや取り組みが行われている。以下、入善町における駅前商業

第10表 入善町における商業関連の取り組み(1968~2012年)

各期	開始年次	項目	主体	内容
商業地区成長期	1968	「花の入善音頭」制作	商	入善町民参加型の地域活性化の取り組みの一環で、入善音頭を制作した
	1968	入善ふるさと七夕祭り	商	入善町最大規模の夏祭りであり、商店街経営者有志が屋台を並べた
	1975	消費者モニター設置	商	親しまれる商店を目指し、消費者モニター(20人)を設置・評価を行った
	1976	町営中央駐車場竣工	商	中心商店街の買い物客の利便性を図り、町営駐車場を設置した
	1980	商店街区都市計画事業	商	中心商店街におけるセットバック・歩道区分・歩道カラー舗装を行った
商業地区移転・分散期	1992	大型ショッピングセンター建設	経	購買力の町外流出をくい止めるための地元主導型による商業施設の建設を行った
	1995	入善町キラカード	商	消費者の購買意欲を高めることを目的とし、商店街加盟店においてポイント制度を導入した
	1997	むらおこし推進・地域振興対策事業	商	シソジュースをはじめ、シソにこだわった特産品開発に取り組んだ
	1998	とれたて朝市にゆうぜん	商	金曜日午前9時から12時に商店街にて朝市を開催した
	1999	冬遊ぼう事業99	青	子供を対象とし、縁日のような空間を作った
	2000	中心市街地再活性化事業	商	入善駅前の市街地整備を行い、活気のある商業空間を整備した
	2000	入善プレミアム商品券事業	商	購入額の10%上乗せした地域限定で利用できる商品券を発行し、町内買い物客の集客を図った
	2000	入善ラーメン祭り	青	入善町内のラーメン店が集まって屋台を出し、街の活性化を狙った
	2002	まつりんびっく	商	中心市街地活性化を目的に住民参加型の秋のイベントとして創設された
	2006	入善大観桜会開催	商	観桜会の復活を願って開催され、以後入善桜まつりとして毎年行われるようになった
	2008	起業チャレンジ応援事業	商	中心市街地空き店舗対策として入善町での新規経営者を支援する補助金事業を導入した
	2010	とれたて市まちなか屋	農	生鮮食品などの委託販売・仕入販売を行った
	2012	入善ジャンボコンパ	青	商店街の飲食店に協力を仰ぎ、町の大規模なコンパを開催した

商：商工会 経：商店街経営者団体 青：商工会青年部 農：農業公社

注) 主体の項目は、各団体の中でも中心的な活動を担うものを示す。

(聞き取り調査および入善町商工会『半世紀の歩み～地域とともに50年～』により作成)

地区における商業に関わる取り組みについてみる。

### 1) 商品券・空き店舗対策・イベント

入善町における消費者への購入促進策として、商品券事業やポイントカード制度がある。まず、ポイントカードについてみると、入善町にはカード加盟店で買い物をする際に、消費者の購入金額にあわせたスタンプが押される「キラキラカード」という、ポイント制のカード事業がある。この事業は入善町商工会会長の提案により、1995年から導入された。

キラキラカードの利用規則は、カードが満点(35,000円分の買い物)になると、400円の金券として使用ができる。また、満点のポイントカードを5枚集めると、日帰りの温泉旅行券と交換することができ、さらに15枚を集めると、1泊2日の温泉旅行券と交換することが可能である。そのため、キラキラカードは地元の買い物客が駅前やその周辺の個人店舗で買い物をを行う動機付けともなっており、金券や温泉旅行を目指してポイントを貯めることに楽しみを抱く消費者も少なくない。

2011年5月現在、キラキラカードの全加盟店は49店であり、これらは特に入善駅前の商店街に集中して分布し、独自のポイントカードを保有する「コスモ21」のような複合商業施設では加盟店が少ない。キラキラカードの加盟店は、店舗に置くカードを一括で購入し、その総ポイント数に応じてカード代金を商工会に支払うシステムになっている。2011年時点で、キラキラカードの加盟店がカードに出資する総額は、約1,000万円であるという<sup>注3)</sup>。

一方、入善町における商品券事業として、消費者の購入金額分の10%が商品券に加算される「プレミアム商品券」がある。プレミアム商品券事業は2000年から開始され、開始年次の金券発行総額は約1,000万円で、そのうち半額の500万円は入善町からの助成金が充てられたという。その後、商品券事業は徐々に拡大され、全国で定額給付金が

交付された2009年は入善町で総額2億円の商品券が発行され、これらは発売からわずか1週間で売り切れるほどの盛況であった。2012年現在、商品券の発行総額は約5,000万円であり、商品券の発売が開始されると約30分で売り切れる人気商品となっている。

プレミアム商品券は、入善町の中心市街地やショッピングセンターで利用可能である。2012年現在、入膳地区にプレミアム商品券の取扱加盟店は144店であり、なかでも複合商業施設での加盟店が目立つ。プレミアム商品券は、キラキラカードとともに、中心市街地や入善町町内での買物行動をつなぎとめる目的があり、行政の経済的支援や商店主らの協力によって一定の効果をあげているといえる。

一方、入善町中心市街地では、戦後開店した店舗における後継者問題や長引く経済の不況によって、廃業に伴う空き店舗の増加が問題となってきた。増加する空き店舗の有効活用と若手経営者の起業を援助することを目的に、入善町商工会では2008年から起業チャレンジを中心に市街地商業活性化の事業として取り組んできた。

起業チャレンジ応援事業は、中心市街地活性化基本計画に基づき入善駅前の商業地区のみが事業対象地であり、起業者は入善町の住民のみに限定され、他市町村の出店者は入善町への居住と住民票取得が必要となる。新規出店者には、店舗の初期投資費用にかかる1/3以内が補助金として交付され、1件あたりの限度額は100万円と定められている。その他の付則条件として、補助金交付にあたっては最低継続営業期間を営業開始日より2年、仮に継続期間前に廃業する場合は補助金を全額返還する必要がある。

起業チャレンジ応援事業では、一定の集客力と競争力が進出店舗に求められるため、出店希望者に対しては審査が存在し、審査を通過したものが助成事業の対象店となることができる。事業開始から現在にかけて、入善駅前の商店街では、居酒屋やスナックなどの飲食業、あるいは美容室などを中心に、9店舗が新規に参入した。今までのと

ころ、募集から新規店舗の入居までが短いサイクルで順調に進んでおり、入善駅前における商業施設の店舗循環は良好であるといえる。一方で入善町では、人口の高齢化が1990年代以降急速に進んでいるため、今後は高齢者に対する生活支援などの高付加価値サービスの起業が現在期待されている。

そのほか入善町では、中心市街地の活性化と地域コミュニティの活発化を組み合わせるイベントに力を入れている。入善町における代表的な祭りとして、1968年から入善町商工会によって開催されている「ふるさと七夕祭り」があり、入善町における最大の祭りとなっている。ふるさと七夕祭りは毎夏の8月5～7日の期間に入善町の駅前商店街である二十四軒町、中町、銀座町の境界で開催されている。そのほか、若手の商業経営者たちによって開始された新たなイベント事業も注目に値する。そのなかの一つ「入善ラーメン祭り」は、商工会の若手である青年部によって2000年から開始されている食のイベント事業であり、2012年では参加店舗数と会場規模では日本最大のラーメン祭りとなっている。これ以外の入善町商工会の青年部が主導するイベントとして、「入膳ジャンボコンパ」がある。当イベントは、入善町の駅前商店街のコンパ協賛店舗で飲食をし、男女が食事しながら交流をするいわゆる「街コン」である。イベントは商工会青年部の提案によって、商工会、商工会青年部、入善町飲食店組合の3団体で共同して開催している。

こうした、駅前の商業地区をベースとした様々なイベントは、伝統的な古い祭りの継続と若手商業経営主の新たなアイデアによって支えられている。今後の駅前商店街における町興しや商業経済の向上を目指すにあたって、これからは若い世代の担う役割が期待されている。

## 2) 共同販売・朝市

入善町の市街地中心部では、上述した活動のほかに、地域住民が自ら立ち上げに関わった地域主体の運営事業が存在する。もともと入善町には複

数の生鮮食料品店が存在していたが、2010年に唯一のスーパーが閉店したことで、交通手段を持たない高齢者を中心に生鮮食料品の確保が困難となった。このスーパーの閉店後、直ちに入善町の住民と農業公社<sup>註4)</sup>から新たな生鮮食料品店の開設に対する申出要請が寄せられ、これを受けて農業公社の理事長を兼任していた当時の町長は、生鮮食料品を取り扱う「とれたて市まちなか屋」(以後「まちなか屋」とする)の運営開始を決定した。この「まちなか屋」は、入善町が所有する公営駐車場のスペースにプレハブ小屋を建設し、店内にて野菜や果物などの生鮮食料品を扱い、外では魚介類や乾物の委託販売・仕入れ販売を行う食料品に特化した直売店である。当初の契約では、運営期間は2年間の予定であったが、入善町民や近隣からの需要の増加と強い要望から、2012年現在の3年目も継続して運営が続けられている。販売は、生産者から農作物やそのほか食品類を直接仕入れ、それらを消費者に販売する方法がとられている。また、全体の売り上げの約3分の1は、給食の材料として販売する学校用の食料品であり、「まちなか屋」における重要な販売相手となっている。このように、「まちなか屋」は移動手段のない高齢者のために機能するだけでなく、入善町内における生産者、または地域の公的機関にとっても重要な役割を担っている。また、「まちなか屋」は駅前商業地区のメインストリートに立地し、多くの人々が立ち話や雑談に気軽に立ち寄れるコミュニケーションの場ともなっており、当店舗が有する社会的な役割も重要といえよう。

この共同食料品店のほかでは、入善町の銀座通り商店街とうるおい館の2か所において、毎週金曜9時から正午まで開催される「とれたて朝市にゅうぜん」と呼ばれる朝市も注目される。この取り組みは商店街の活性化を目的に1998年に始まったもので、農家や商店街近辺の住民が商店街の一角を利用して、地域住民が収穫した農作物や手作りのパン類、惣菜などを販売している。開始された当時に比べ、出店する農家や住民の数は減少したが、現在でも6～7団体が毎週販売に参加

している。販売されている商品は、焼き鳥や和菓子などの食品のほか、古着や装飾品、未使用である化粧品、食器、日用品など多岐にわたっている。

こうした地域主導の取組は、スーパーの撤退や食料品店の急減に伴う地域住民の側からの危機感に基づいているといえる。近年では、周辺市町村からの生鮮食料品の行商の来訪もみられ、駅前商業地区における新しい食料品の購入方法が模索されているといえる。市街地中心部は、商業の機能を縮小させてきたものの、黒部川扇状地右岸の中心地として高齢者を主として近距離に居住する多くの世帯に対する物資の供給地として重要な存在である。そのため、こうした取組みは入善町市街地中心部の住民、特に交通手段のない高齢者にとって大きな役割を担っているが、「まちなか屋」において、簡易なプレハブ販売所での保健所の許可が下りず、肉類の販売ができないなど、今後の課題も同時に存在する。

## VI おわりに

高度経済成長とその後の安定成長期によって1980年代にピークを迎えた入善町の商業は、国道8号線の建設やモータリゼーションの進展以降、大きな転換期を迎えてきた。特に、入善町における消費圏が魚津市や富山市などの西部に流出することが危惧されるようになったことで、1990年代初頭に、入善駅前商店街の若手経営者を中心に、行政支援型の複合商業施設コスモ21や、商業者出資型の個別共同店舗のきららの里が建設され、駅前の商業機能は市街地外縁部へと分散し、扇状地の東から西へと移動する消費者の移動を確保する動きがみられた。その後、町外への商業流出が徐々に進行しながらも、入善町は朝日町の商圏を取り込み、西は黒部川、東は小川にかけた扇状地の範囲を商圏として確保してきた。

現在の入善町における商業経済規模の構成は、約200億円ある入善町の商業規模のうち、約40億円がコスモ21、コスモ21の周辺施設が約40億円、

きららの里が10億円、そして入善駅前の商業地区が約50億円であると試算され、残りを船見や芦崎の商店街が構成している<sup>注5)</sup>。よって、入善町における商業構造は駅前商業地区を中心とする「単一核構造」から、市街地外縁部のエリアにまたがる「多核構造」へと変化したといえる。

また一方で、入善町における商業変容のなかで、駅前商業地区と市街地外縁部では、自らの経営の生き残りをかけて異なる戦略が存在した。駅前の商業地区では、大手資本の大型店との差別化を図る経営工夫があり、それらは職人技術を活かしたサービスや地元の企業・官公庁・病院との取引、中高年や農村特有のニーズに合わせた商品構成やサービス提供など、大型店が満たせないローカルでニッチな経営工夫であった。他方で、市街地外縁部の複合商業施設では、地場の中小店舗を保護しながらも、価格競争力と集客力のある大手資本を取り入れ、それらを共存させながら市街地外縁部を横断する消費者を確保している。このように、地方小都市である入善町は、価格追求型の郊外大型店と、品質や独自のサービスなどを有する駅前商業地区が、互いに異なる消費者ニーズを満たす役割を持っており、両者は相互補完的な関係性にあるといえよう。

入善町全体の商業規模は、ピーク時に比べると衰退を経てはいるものの、中心市街地は一定の経済・社会的な役割を担っている。それは、駅前商業地区における金融機関の集積や、円滑な空き店舗地の循環、市街地外縁部において「コスモ21」が富山県で唯一高度化資金の償還ができていることなどに表れている。また、駅前商業地区が担う社会的な側面としては、高齢者や近隣住民のコミュニケーションの場であることや、常連客・固定客との対面接触に基づく柔軟かつ細かなサービス提供などが挙げられ、徒歩圏内という物理的な近さに加え、友人や親戚といった間柄を含め顧客との社会的な距離関係が大きく作用しているといえる。

入善町が全国でみられる中心商店街の事例のように、決定的な衰退を経ずに今日まで至ってきた



ことには以下の3点が理由として考えられる。まず1点目は入善町とその周辺における人口規模である。通常大手資本の大型店が出店する場合、入善町のような地方小都市の場合、周囲の市町村を合わせて約10万人の人口規模が必要と想定される。しかし、扇状地の農村地帯に位置する入善町は、人口が約2.6万人程度であることに加え、扇状地内には人口約1万人の朝日町しか存在しないことから、大手資本が魅力ある進出先として入善町を選択せず、新規開業が他地域よりも緩慢であったことがいえる。このことは、地元の駅前商業地区や地元資本型の複合商業施設の経営を存続させ、他市町村のような商店街の即衰退という状況が起きなかったことと関係しているであろう。

2点目は、黒部川扇状地の地形の存在である。東から西に向かう消費者移動を特徴とする黒部川扇状地の右岸地域では、東は小川、西は黒部川が消費者の心理的な移動障壁となっており、これら条件が入善町を中心とする右岸地域の商業範囲の境界となってきた。この地形的な制約条件は、河川によって区切られる扇状地の商圈が固有のまとまりとして安定性を有し、そのことが入善町の駅前商業地区や市街地外縁部店舗における商圈の維持に寄与してきたと考えられる。

そして3点目は、旧来型の駅前商業地区と新規大型店が立地する市街地外縁部との物理的距離の近さである。駅前商業地区がある入善駅から、大型店が立地する国道8号線までは、距離にして約1kmという近さであり、徒歩による移動でも所要時間は約10分程度である。このコンパクトな商

業施設の立地と集積は、消費者行動の分散と拡散を抑制し、商圈内における小売吸引力の維持に寄与してきたと考えられる。特にこの点は、小商圈が注目され始めている今日にあって、示唆的な事例といえる。

しかし、入善町では1990年代以降、黒部川扇状地の左岸に向かう消費者流出が進み、特に駅前商業地区を中心に商業規模が次第に縮小してきたことは事実である。また、2012年9月に国道8号線沿いに新たに大型資本のヤマダ電機、コメリ、食品スーパーの大阪屋が同時に新規出店し、町内の商業は新たな転換期を迎えている。商業の広域・多極化と大手資本の進出が進みつつある入善町の商業は、今後ますます大きな競争の中に置かれていくと予想される。こうしたなか、独自のサービスや質の高い技術を有する駅前商業地区の個別店舗は、固定客や常連客との強い結びつきを維持し、地域における経済・社会的役割の一端を担うことが経営の存続において意味をもってくるだろう。また、郊外型の大型店と駅前に集積する小規模個別店舗は、それぞれが得意とするサービスを用いて異なる消費者ニーズに対応することで、地域内における住み分けが可能になると考えられる。

よって、日本の地方小都市において小規模な個店が存続していくためには、本研究の事例にみるような商業地区と商圈のコンパクトさやローカルでニッチな需要への対応、旧来型の商業地区と郊外商業地区との異なる経営・サービス提供に基づく機能分担という点が、今後の商業経営の生き残りにおける一つの道筋となっていくであろう。

本研究の現地調査に際して、入善町商工会の鍋谷良和氏、田原明人氏、入善ショッピングセンターの金沢正道氏をはじめとして、入善町の商店主や各種関連団体の皆様には多大なるご協力を受け賜りました。なお、添付の土地利用図の製図は小崎四郎技官に依頼しました。以上、記して厚く御礼申し上げます。

#### 【注】

- 1) 現地での、商店主および各商店会長への聞き取り調査による。
- 2) 入善町商工会への聞き取り調査による。
- 3) 入善町商工会への聞き取り調査による。
- 4) ここでの農業公社は町と農協が半額ずつ資金をだして運営している団体で、主に農地の委託管理を行っている。

5) 入善町商工会への聞き取り調査による。

#### 【文 献】

- 荒木俊之(2007):「まちづくり3法」はなぜ中心市街地の再生に効かなかったのか-都市計画法を中心とした大型店の規制・誘導-。荒井良雄・箸本健二編:『流通空間の再構築』。古今書院, 215-230.
- 荒木俊之(2008):岡山市における大型店の立地動向-「まちづくり3法」の見直しとその影響-。地理科学, **63**, 80-93.
- 飯田博之(1991):小売店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, **36(2)**, 1-15.
- 兼子 純・山下亜紀郎・豊島健一・高橋珠洲彦・川瀬正樹・高橋伸夫(2002):水戸市中心市街地における商業地域構造と地域活性化。地域調査報告, **24**, 1-31.
- 亀川星二・工藤宏子・兼子 純(2009):須坂市中心市街地における商業機能の変容。地域研究年報, **31**, 45-62.
- 吉島敬重ほか(1977):入善町商圏の研究。黒部川扇状地, **1**, 58-80.
- 黒部川扇状地地域社会研究所・日本大学文理学部地理学教室(1988):入善町における商圏の変容。黒部川扇状地, **13**, 135-150.
- 後藤亜希子(2004):消費空間の「二極化」と新業態の台頭-高質志向スーパーとスーパーセンター-。荒井良雄・箸本健二編:『日本の流通と都市空間』。古今書院, 235-253.
- 駒木伸比古・李 虎相・永村恭介・小野澤泰子(2008):茨城県筑西市下館地域における食料品小売業の変容と買物行動の現状。地域研究年報, **30**, 143-159.
- 駒木伸比古(2010):徳島都市圏における大型店の立地展開とその地域的影響-大型店の出店規制に着目して。地理学評論, **83**, 192-208.
- 谷口 稔(1991):入善中央商店街の店舗構成とその形成過程。黒部川扇状地, **16**, 134-144.
- 坪田幸治(2001):農村地域における郊外型大規模商業集積が地域経済に及ぼす影響。経済地理学年報, **47**, 101-120.
- 入善町誌編纂委員会(1967):『入善町誌』。入善町役場。
- 入善町史編さん室(1990):『入善町史-通史編-』。入善町。
- 入善町商工会(2010):『半世紀の歩み-地域とともに50年』。入善町商工会。
- 真岩六造ほか(2001):入善町の地域変容(1)-入善町中心商店街の形成と地域変容-。黒部川扇状地, **27**, 98-108
- 根田克彦(2008):日本における「小売業の地理学」の研究動向とその課題。地理空間, **1**, 128-141.