



# 第5章 商店街とショッピングセンター

☆2グループ☆

和田 ・ 當眞

荻堂 ・ 呉屋



商店街について





# 商店街の成り立ち



商店街は計画的に作られたというより、  
長い歴史の中で自然発生的に形成されてきた  
もの。

多くの商店街は・・・

公共空間としての道路に沿って店舗が並ぶ



## 形成パターン

①人が集まる場所(神社仏閣などの参道)に  
形成

②多くの人通りがある街道沿いや  
その途中の宿場で形成

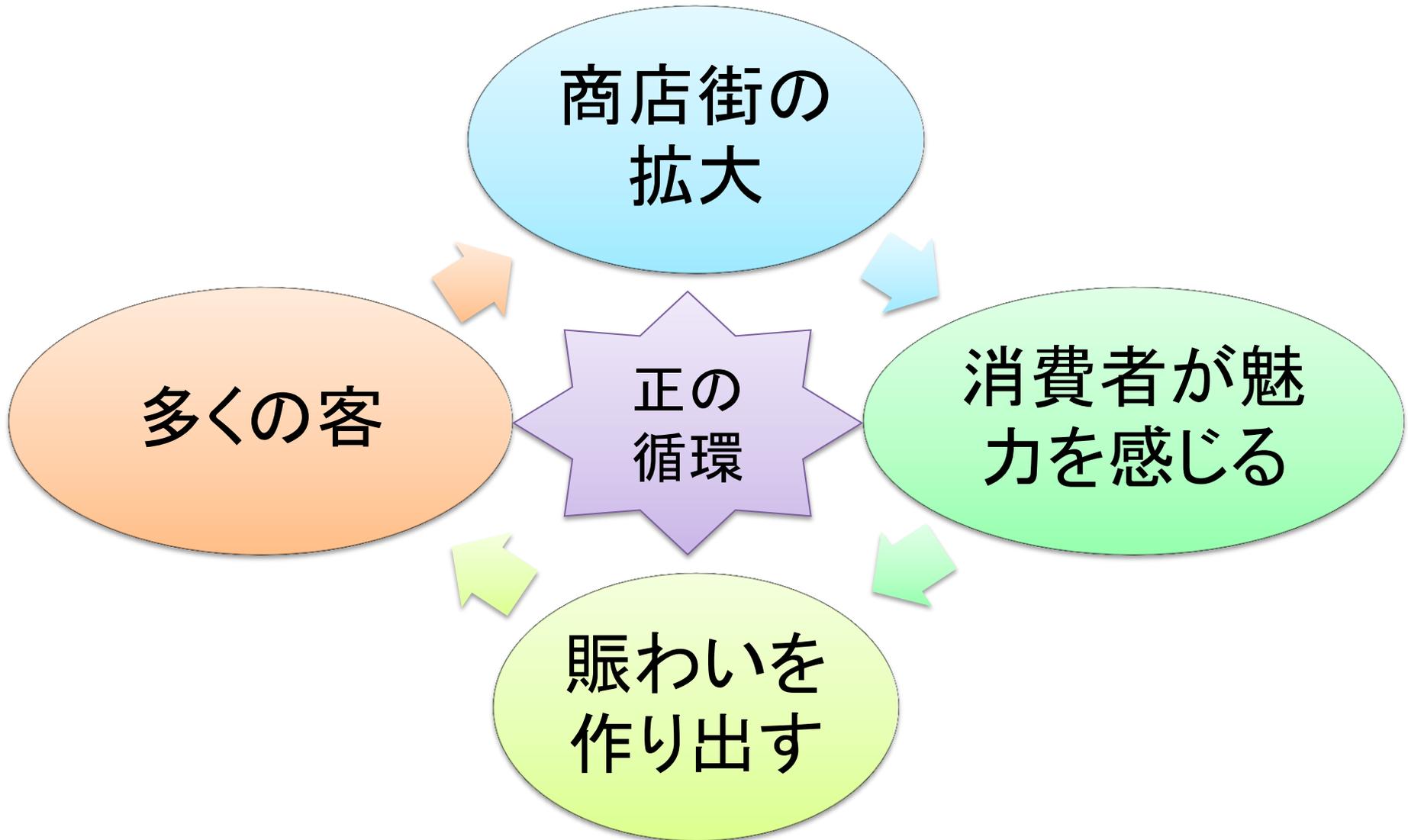


「人が集まる場所」に  
自然発生的に形成

需要に導かれて成り立った  
商業集積



# 商店街の発展の仕方



「近隣型」と「広域型」、「超広域型」

# 近隣型

- 日常生活圏内の集客

日用品や身の回りの物を中心に  
食料品、衣料品、雑貨店、  
さらには食堂等の飲食店が混じるなど  
多岐にわたる場合が多い。



# 広域型

- 日常生活圏を超えて集客しうるもの  
(各県庁所在地にあるような商店街)

買回り品(耐久消費財や趣味品など)や  
飲食店が多い



# 超広域型

- 広域型よりもさらに広い範囲から集客しうるもの

例：東京、銀座商店街 等

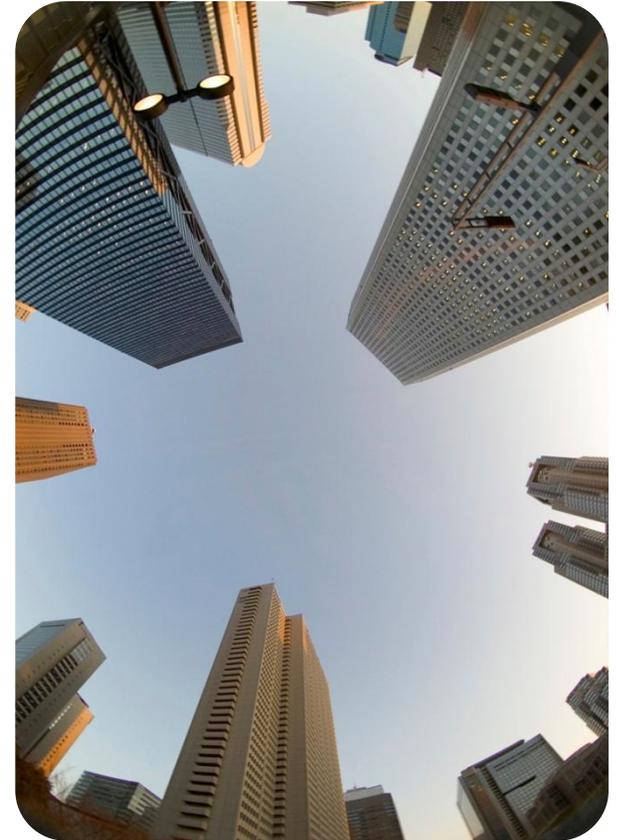
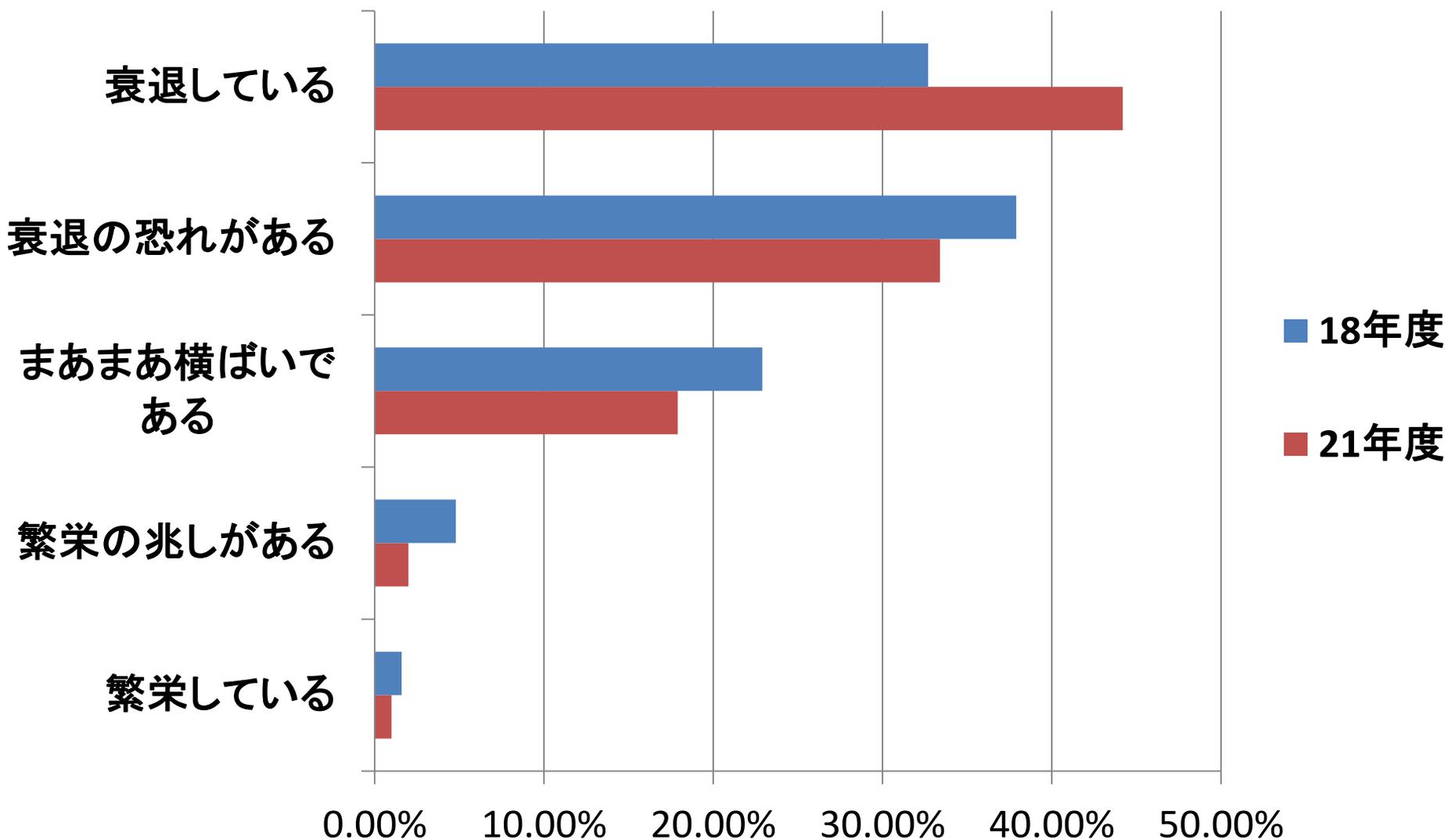


表5-1 商店街タイプ別構成比と  
タイプ別平均店舗数

	近隣型	地域型	広域型	超広域型	無回答
商店街タイプ	54.1%	35.1%	7.0%	2.5%	1.3%
商店街タイプ別平均店舗数	53.65	62.75	76.25	84.36	



# 商店街の現況

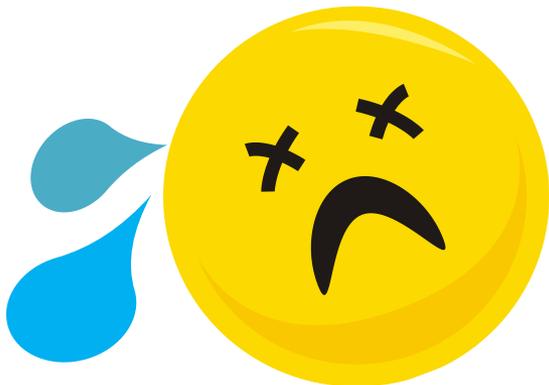


# 商店街、現在の状況は・・・

- 繁栄している所→少ない
- 衰退の恐れあり→多い

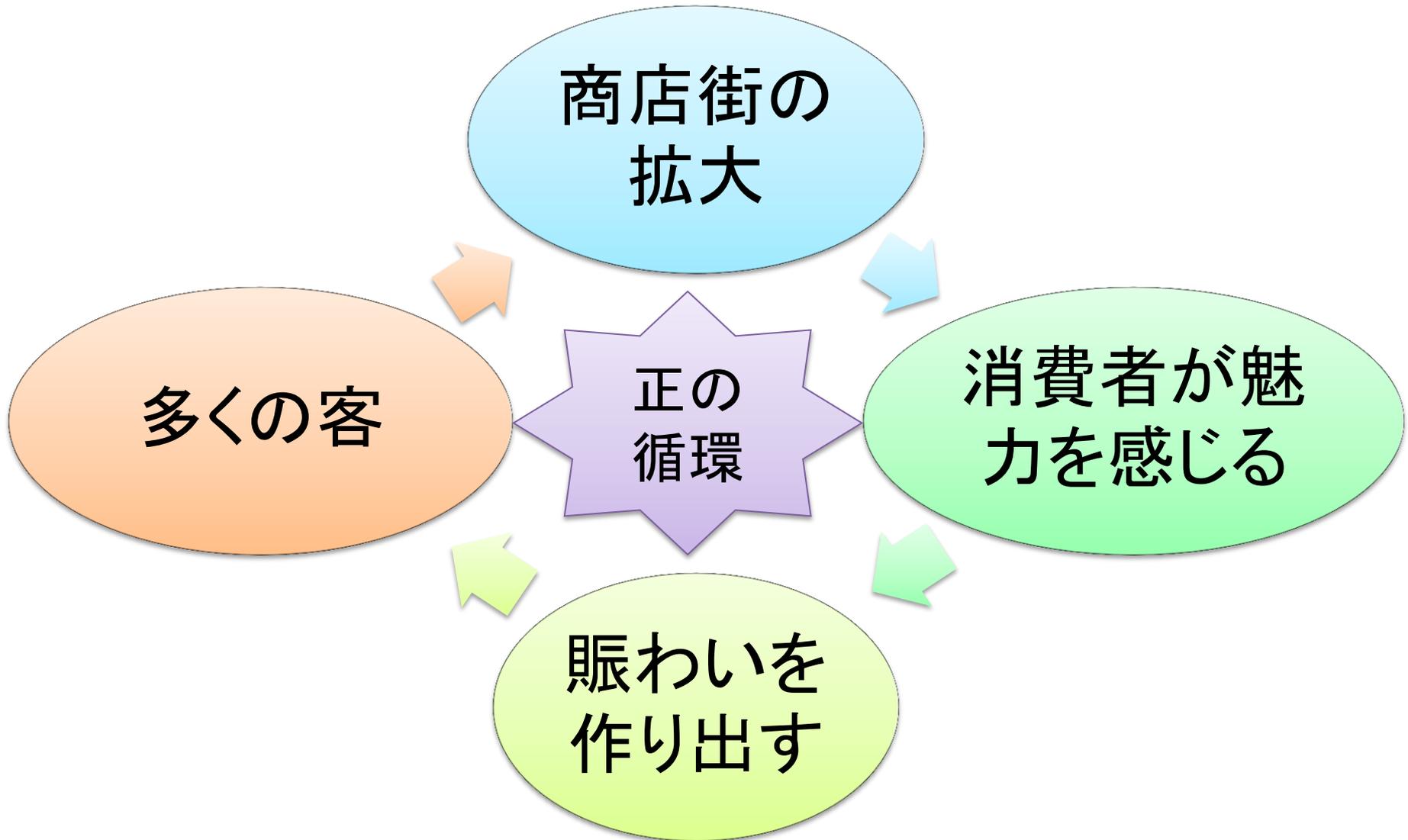
## かなり苦しい状況

(特に近隣・地域型商店街)



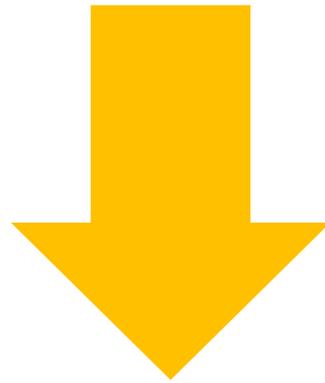
# 商店街における組織化

# 商店街の発展の仕方



商店街の拡大が

自動的に達成することは非常にまれである。



全体的な運営が大事！

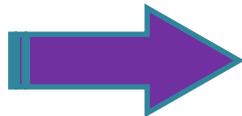
組織的運営の動き

- 商業組合法 (1932年(昭和7年))
  - 中小企業等協同組合法  
(1949年(昭和24年))
- 事業者  
対象

## 初めての独自の組織化政策

- 商店街振興組合法 (1962年(昭和37年))

~~事業者の組織~~

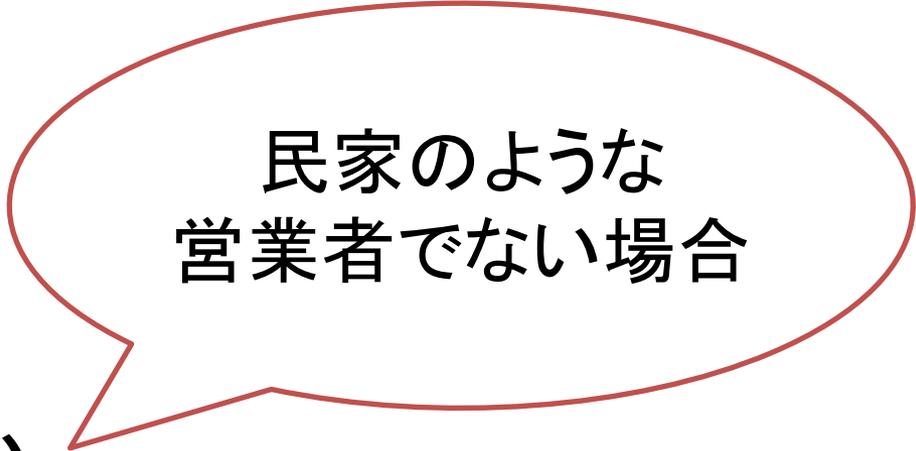


地域の組織

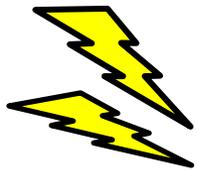
しかし

組合の設立 進まず

加入資格あっても  
共同事業に関心 少ない



民家のような  
営業者でない場合

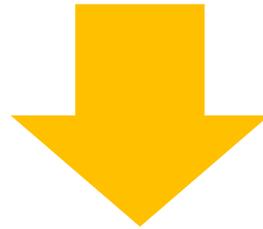


**組織化 困難...**

現在も模索中...

# 組織の難しさ

- 商店街⇒自然発生的な集積形成



バラバラの集まり全体をまとめる  
仕組みがない

商店街の外部ではなく

**内部に問題**

# 表5-4 商店街のかかえる問題

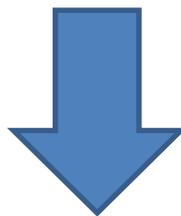
	1995年度	2000年度	2003年度	2006年度
<b>1位</b>	大規模店舗に客足が取られている	魅力ある店舗が少ない	経営者の高齢化等による後継者難	魅力ある店舗が少ない
<b>2位</b>	後継者難	大規模店に客足が取られている	魅力ある店舗が少ない	商店街活動への商業者の参加意識が薄い
<b>3位</b>	大規模店出店ラッシュに押され気味	商店街活動への商業者の参加意識が薄い	商店街活動への商業者の参加意識が薄い	経営者の高齢化等による後継者難

ショッピングセンター  
(SC)  
について

# ショッピングセンター

お客の特定の目的の買い物が一度の来店  
(one visit)で達成されることを目指して計画的  
に作られた商業施設

つまり…



何でも売っているお店！

# ショッピングセンター（SC）

- ①購買行動の目的に対応すること
- ②one visitですべての用事が済まされること
- ③施設、テナント、サービス等が計画的に作られている

※大型百貨店やアウトレットモールも  
SCに含まれる

# 商業集積

## 都市型

- ・すでに存在する施設と連携して回遊性を高める
- ・周囲を意識した外観



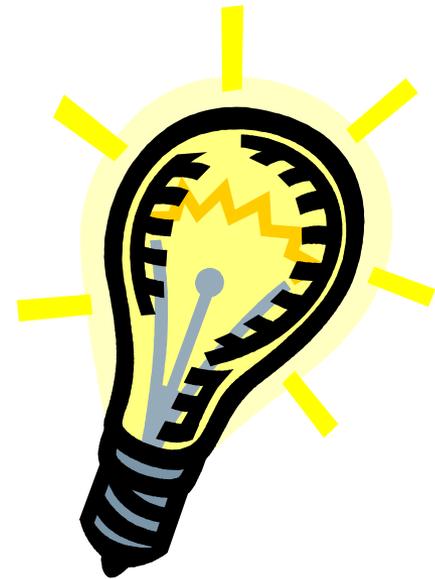
# 商業集積

## 郊外型

- ・自動車で来店する消費者を引き寄せるための広大な駐車場や映画館
- ・必然的にダイナミックな外観



SCと一口に言っても立地する場所によって**戦略**  
や**あり方**に大きな違いが出る！



# ショッピングセンターの躍進

1969年東京・世田谷に玉川高島屋SCオープン

東名高速  
道路全面  
開通

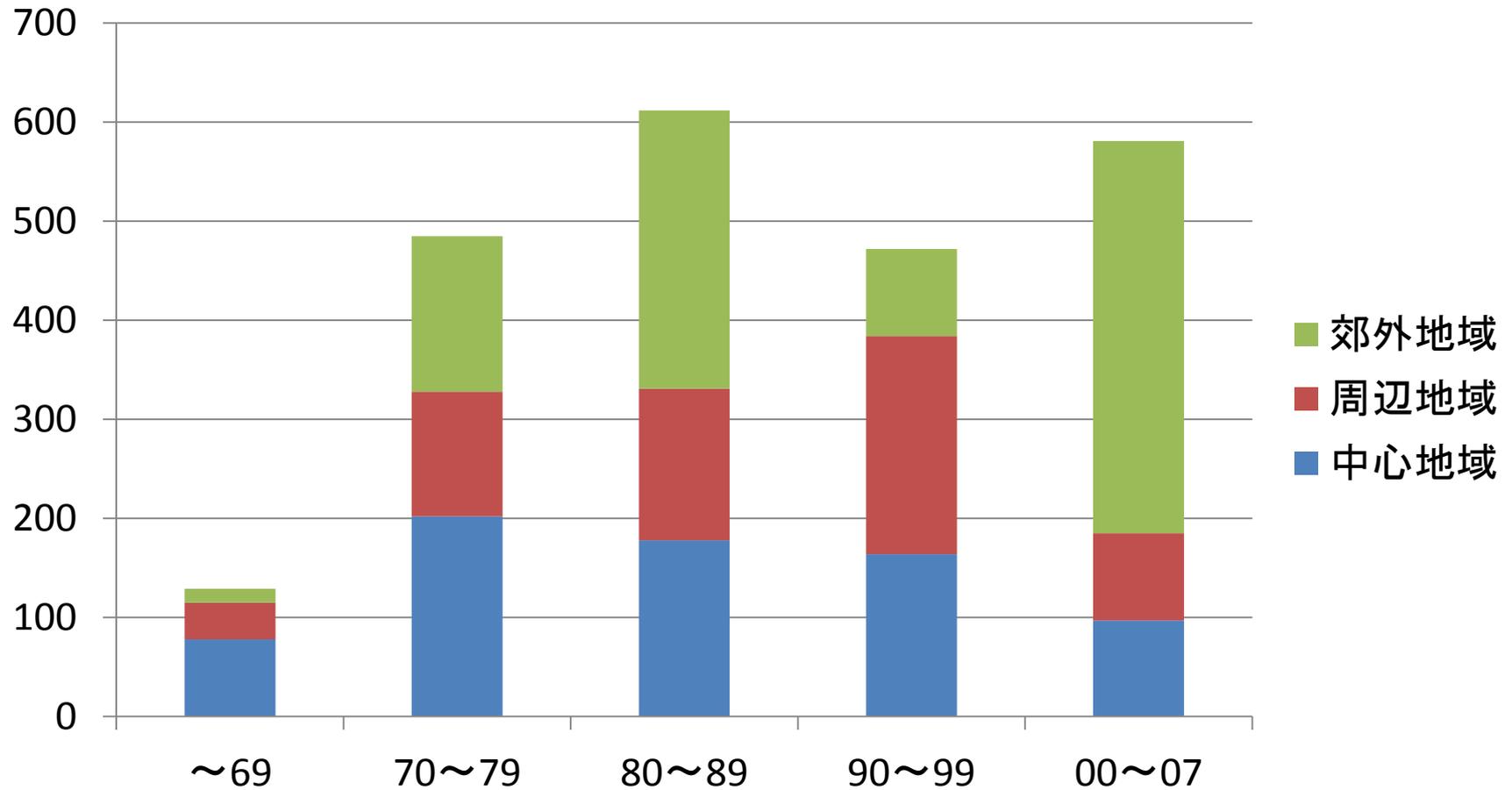
1970年代～拡大

自動車普及

1990年代ピーク

大型店出店の  
規制緩和

# ショッピングセンターの躍進



出所: SCホームページより

# ショッピングセンター

## 現状

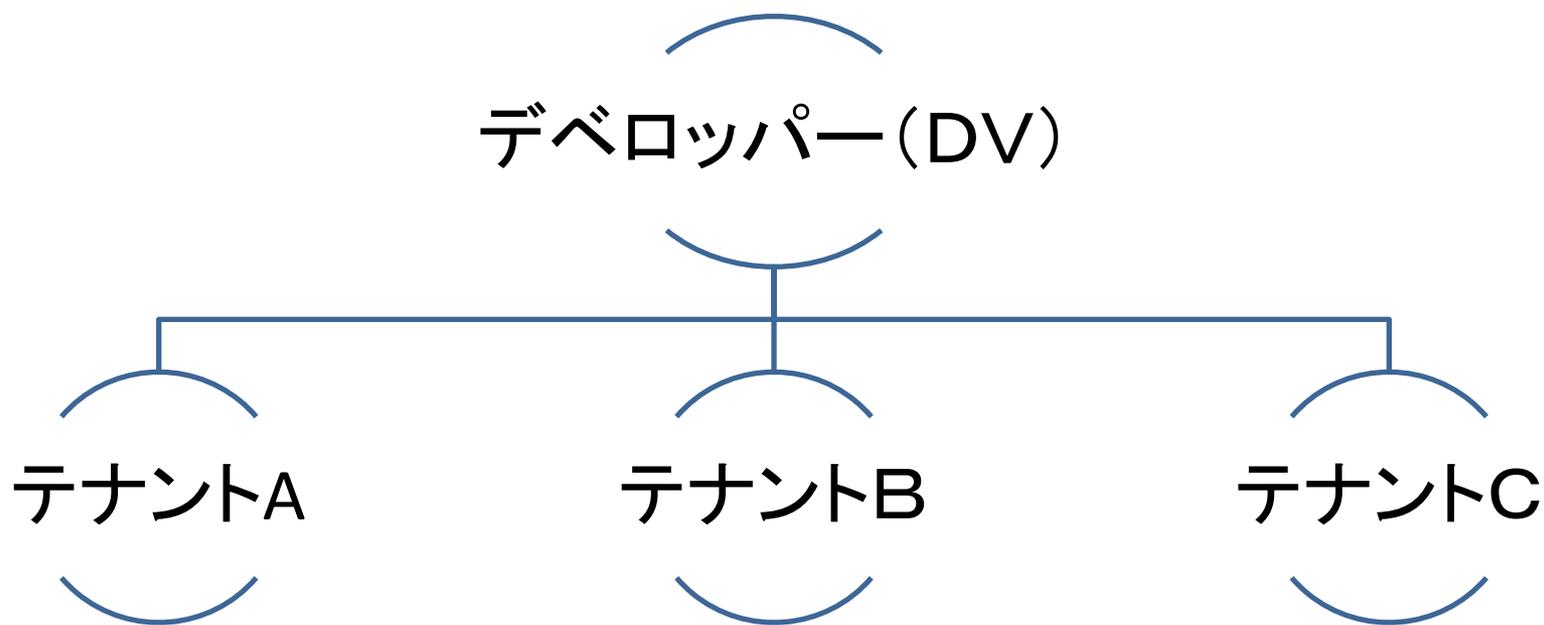
小売店の店舗数、売り上げが減少

反対にSCの数、売り上げシェアが増加

SCの大型化



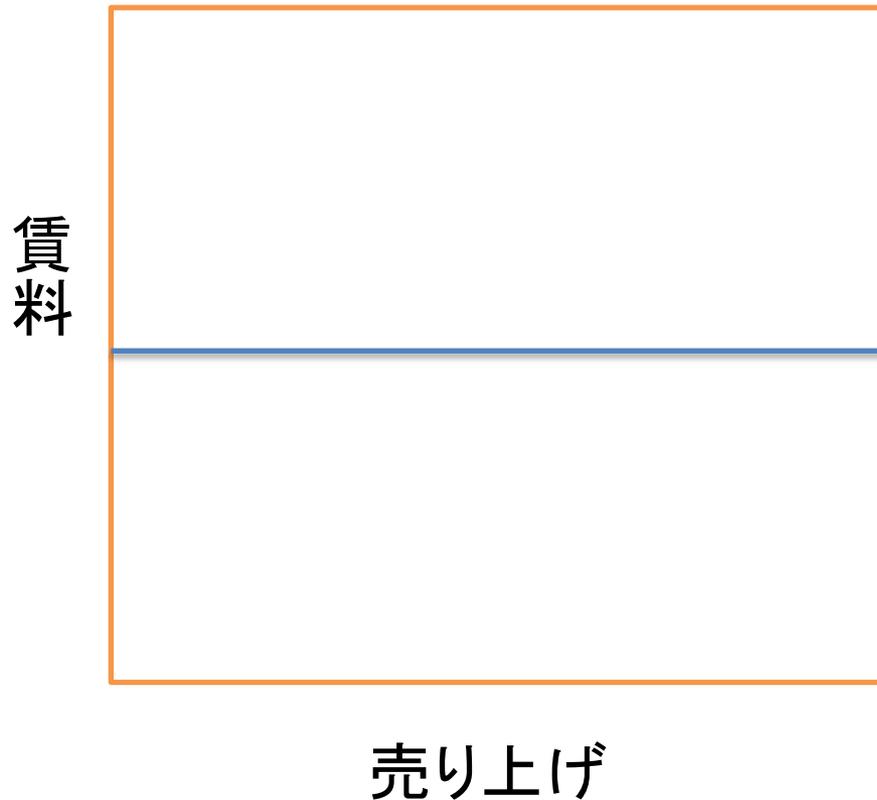
# ショッピングセンターの経営方法



**所有と経営の分離**

# テナント賃料

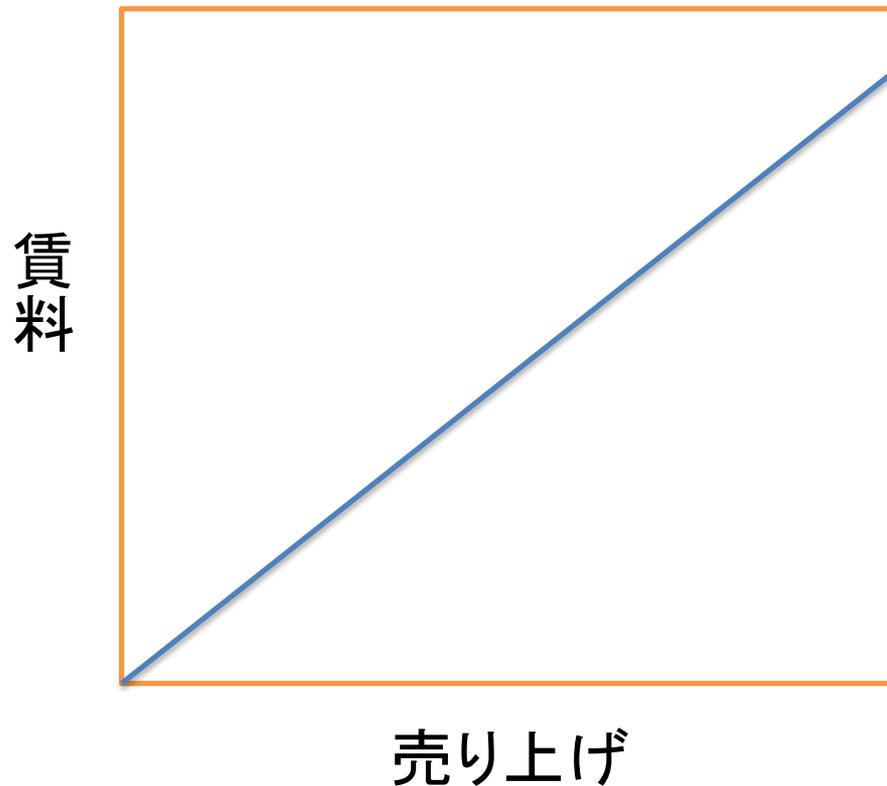
## ★固定制★



- ・DVの収入は安定
- ・賃貸負担が一方的にテナント側にのしかかる
- ・DVがテナント経営に関心を持ちにくくなる

# テナント賃料

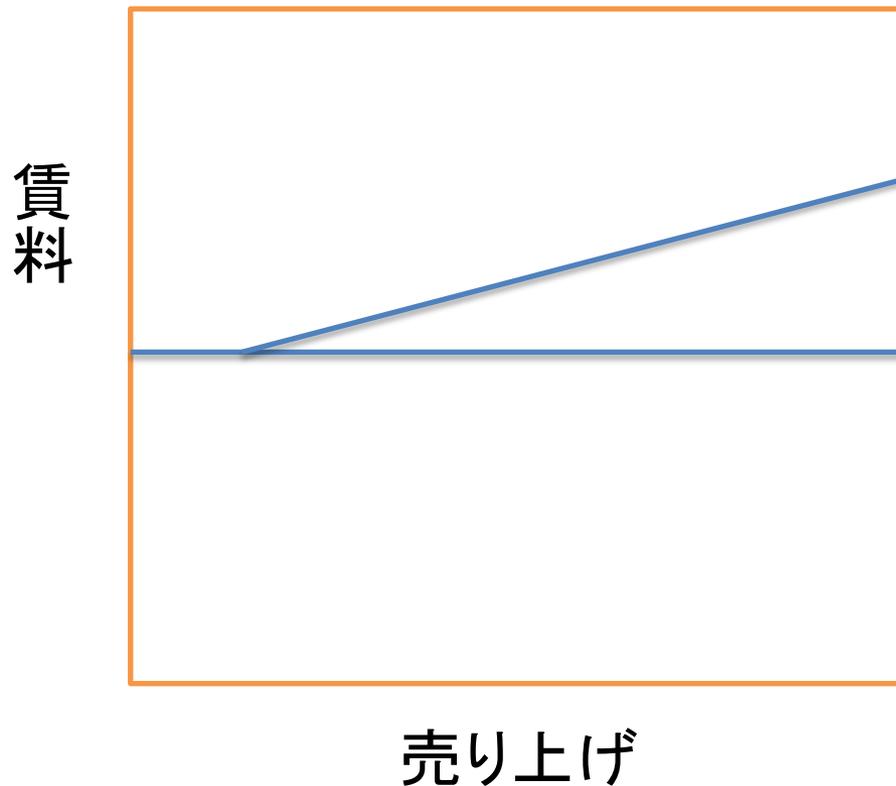
## ★完全歩合制★



- SCがテナントの経営に関心を持つ
- 賃貸収入の安定性が得られなくなる

# テナント賃料

## ★最低保証付き歩合制★



もっとも一般的な方法。  
最低水準の賃料を設定  
した上でそこに歩合制を  
組み込む方法。

# サンエー 株式会社 サンエー

特徴：地域に密着した総合小売業を展開

従業員数：1,114人（2011年2月末現在）

創業：昭和25年

会社設立：昭和45年

店舗数：小売店舗 61店舗

外食レストラン 14店舗

ホテル、ペンション 2店舗

売上：966億円(2011年2月期)

利益：564億円( // )



# ららぽーと ららぽーと マネジメント株式会社

特徴：現状に満足せず、商業施設にかかわる  
すべての人々に新たな満足を提案し、感動を共  
有できるような取り組みをしている

従業員数：784名(2012年4月現在)

設立：1974年

事業所数：59施設(2012年4月現在)

事業内容：商業施設の運営・管理

売上高：270億円(2010年度3月期)



# 商店街と ショッピングセンターの 共通点と相違点

# ☆共通点☆

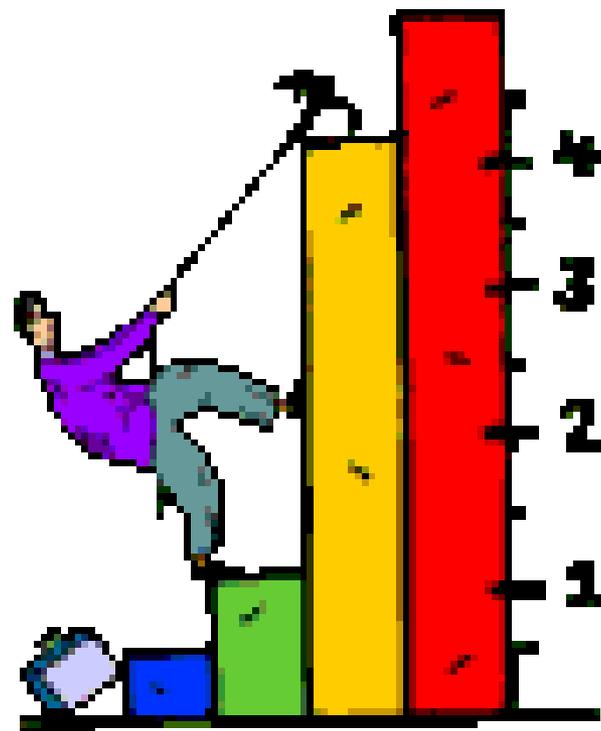
- SCも商店街も  
様々なお店が並んでいるため、  
1回の買い物で必要なものが手に入る。  
(個店が集まってできた一つの商業集積)



# ☆相違点☆

- SCは一つの会社が経営方針を決めているのに対して、商店街は、ほとんど個人で経営方針を決めている。
- SCは経営する会社が最低の値段を決めているが、商店街では個人経営なので、サービスもできるし、値段も自由に決められる。
- 訪れる人の年齢層  
(SC⇒若い人      商店街⇒年齢層が高い)

# 両者の 今後の課題



# 商店街

- 管理されていない⇒弱みであり、強味



どのようにバランスを取るか



- 消費者を引き付ける魅力づくり  
(イベント、その地域ならではの商品開発など)

# ショッピングセンター

- フードコートでの改善
  - ・・・席が確保しづらい、一部の客のマナーの悪さで他の客が不快な思いをする 等



# 調べてみての感想

- 商店街は中小企業よりも法的に守られていないために 衰退していく確率が高いと感じた。
- 商店街が衰退していく理由として、外部からの影響よりも内部の問題の方が多いことを知った。
- SCが多様性を持っているのは、便利さと時間やお金をあまり費やさずに買い物を済ませられること以外にも、自分らしさを表現するための買い物ができるという面も考えられた経営がされているからだ分かった。
- SCに大切な3つのことが、気軽に訪れることができる雰囲気を作っていると感じた。

# 討論点

- シャッター街となってしまった  
近隣型の商店街を  
再生するには????



出典：ウィキペディア

平成21年度 商店街実態調査報告書