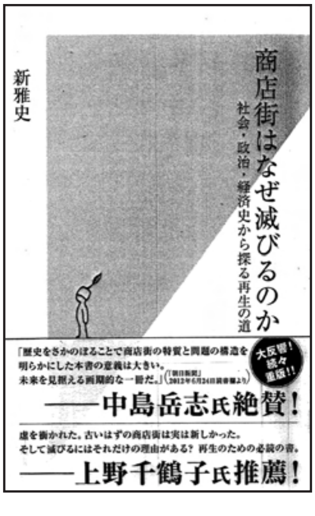
本　棚

後沢　昭範

「商店街はなぜ滅びるのか」

新 雅史著

光文社、平成24年5月発行、221ページ、740円



人通りも疎らな“シャッター街”

近年、各地の商店街の衰退には目を覆うものがあります。買い物客が行き交い、威勢のいい呼び込みや陽気なやり取りが飛び交った、往年の賑わいは何処に消えたのでしょうか。

現に「商店街実態調査報告書（中小企業庁2009年）」によると、商店街の店舗数は、ピークとされる1985年に較べ4割も減っており、また「商店街の景況に関するアンケート」では、〔繁栄～その兆しがある：3％〕に対し、〔衰退している～その懸念がある：78％〕となっています。

ご紹介の1冊。刺激的なタイトルですが、著者の本意は、副題の〔社会･政治・経済史から探る再生の道〕に在ります。

私達は“商店街”という響きに、漠然と伝統的なものや老舗のイメージを重ね勝ちですが、本書によれば、その多くは20世紀に人為的に創られた極めて近代的な存在です。では、その近代的な商店街が、“如何なる理由で導入され、繁栄し、衰退したのか？ 今日的な意義は何なのか？ 商店街の再生には何が必要なのか？”著者は鋭く分析して行きます。

社会学者の見る旧来の商店街

商店街の店の多くが、零細な家族経営で、店舗と住居が一緒、経理と家計が丼ぶり勘定、企業経営というより家族を養う生業、また、多数・零細であるが故に、非効率性を抱えたまま保護政策を求め、それが故に政治的には保守的…。“地域に根ざした零細個人経営者”と“その集まり”ということで、農家･農村の世界と重なるものを感じ

ます。

著者は30代の気鋭の社会学者。学習院大学の講師です。「両大戦間期における商店街理念の形成」、「コンビニを巡る個性化と均質化の論理」等々の論文があります。

本書は〔序章：商店街の可能性〕〔1.両翼の安定と商店街〕〔2.商店街の胎動期〕「3.商店街の安定期」〔4.商店街の崩壊期〕〔5.両翼の安定を超えて〕から成ります。

私達に身近な商店街ですが、その歴史は意外に知られず、また本質的な意義・役割は理解されていません。オムニバス風ですが、本書から、その一端をご紹介しましょう。

雇用の安定と自営業の安定

近年、雇用の流動化が話題になっていますが、著者は“日本社会の安定は、日本型雇用慣行による雇用の安定と自営業の安定が揃った、言わば両翼の安定によるものだった”と考えます。確かに、高度経済成長期の1960年代は、サラリーマンの増加が顕著でしたが、都市の自営業者も増えており、両者一体で〈一億総中流社会〉を形作っていました。今日、商店街等の自営業が衰退し、それが雇用の流動化をも加速させ、社会の安定に影を落としています。

20世紀初頭、離農者の都市流入

遡って、商店街はどの様な経緯で創られたのでしょうか。実は、その多くは、第１次世界大戦以降に形成されています。この時期、農村は長引く不況に苦しめられ、多くの離農者・離村家族を出しました。しかし、流入先の都市も不況下にあり、さらに、雇用システムも近代化されていて、離農者の吸収余地はさほどありませんでした。

そこで、行先のない離農者の多くは零細小売業者として働き始めます。資本や技術をそれ程必要とせず、かつ家族で働けるからです。結果として、都市の小売業は大変な供給過剰になります。時代は下がりますが、1930年代初頭の東京市内では、菓子屋が16世帯に1軒、米屋が23世帯に1軒といった具合だったそうです。

都市人口の急増は、生活必需品の高騰と乱高下、粗悪品の横行を招きました。消費者は、これを無秩序に増えた小売店の所為と捉え、自衛のために購買組合や消費組合の設立運動へと向かいます。同様の趣旨で、この時期、各地で、自治体による公設市場の開設が進みました。これらの動きに対し、零細小売商は“商業を否定する！”として反発を強めます。

また、この頃、百貨店の存在感が増して来ます。高級衣料や装飾品を商うだけでなく、食堂・休憩所・茶店等を備え、催し物を開き、家族で楽しめる“遊覧の空間”へと変容し、更に、関東大震災を境に、日用必需品も扱い始めます。ここでも零細小売商との軋轢が生じ、不買運動や愛郷運動などの抵抗を呼びます。

急務となった零細小売商の救済

一方、都市で大量発生した零細小売商それ自体も問題だらけです。小売商の営業寿

命は短く、1930年代の例ですが、土浦で平均1年11ヶ月、銀座でさえ4年程です。巷には、経験も浅く、専門性を欠き、資力も乏しい生業感覚の零細小売商が溢れていたのです。ここに来て、窮乏する零細小売商の保護・更生が、社会政策として急務になります。

そこで登場するのが「商店街」の考え方です。異業態の小売店を地域で組織化し、其々が専門性を高め、そこに行けば全ての買い物が済み、楽しむことも出来ます。また、商う側も、物資の共同購入や共同宣伝で効率化が可能です。

専門店の連なりとしての商店街は、〈横の百貨店〉という当時の表現の如く、百貨店・協同組合・公設市場の要素を取り入れた最新型の形態だったと言えます。

繁華街の商店街と地元の商店街

さて、一口に商店街と言っても、立地と機能から2タイプあります。都市中心部で、買い物と同時に都会的な空気を楽しめる〈繁華街の商店街〉と、圧倒的多数は〈各地の地元商店街〉です。特に地元商店街は、地域住民にとって、生活必需品を手近に購入するのに不可欠な存在です。商店街の形成は、零細小売商の保護に止まらず、地域社会を支える“生活インフラ”の実現でもあったのです。

そうこうする間に、世は太平洋戦争へと向かい、国家主導の総力戦体制に呑み込まれて行きます。小売業の統制です。1940年代は酒屋や米屋の免許制や距離制限が始まり、更に、生活必需品には配給担当区域が設けられ、小売商の強制転廃業も行われました。まさに国家による商店街の制度化です。

敗戦後、溢れる小売商と主婦運動

敗戦後は、物価の高騰と闇物資の流通の中で商秩序が混乱し、都市には再び零細小売商が溢れます。この混乱は、当時、元気の出て来た主婦による消費者運動を呼び起します。極端な赤字財政の下で、政府･日銀は、“倹約と貯蓄を進める主婦運動”を支援すると同時に、社会政策として、小売商に対しても保護策を講じます。

百貨店の進出を許可制にした「百貨店法」(1956年)、不況時のカルテルや大企業との交渉権を商工組合に認めた「中小企業等協同組合法」(1949年)、「小売商業調整特別措置法」(1959年)、商店街組織に法人格を与え、無利子融資や補助事業の導入を可能にした「商店街振興組合法」(1962年)等が繰り出されます。

保護政策への批判とスーパーマーケットの台頭

世は高度経済成長期の右肩上がり。保護政策の下で、商店街は安定期とも言える時代を迎えますが、同時に、規制と補助に依存する小売業界への批判も強まります。それは国民生活の観点から“零細小売商の存在の非合理性”を突くものでした。

代表格が「流通革命論」です。“前近代的な経営のツケを、割高商品として国民に

回している”と批判します。そして、メーカーとの直接取引で流通経費の無駄を省き、標準化された商品の大量入荷や人件費の節約で低価格を実現する“スーパーマーケット”の革新性に期待します。

更に、一世を風靡したのが「価格破壊」です。旧態依然とした流通機構を改革して小売業を合理化するとともに“価格決定権を小売側に持たせよう”とします。“商品の価値は、本来、店頭で発生するものであって、生産者や製造者が力を持つのはおかしい！”という考えです。

この流れが商店街の既得権を破壊することになりました。それまでの大手製造業者と特約店による定価販売の慣行を、スーパーは値引販売で切り崩して行きます。商店街の酒屋・米屋・タバコ屋等の規制産業や電気店・化粧品店等の特約店は、この煽りを直に受けました。1960～70年代のスーパーの大量出店は、各地で商店街による猛烈な反対運動を引き起こし、「大規模小売店舗法」(1973年)による大型小売店の出店規制へと繋がります。

地方都市の郊外化と商店街の衰退

規制は、一時的には零細小売商を助けました。しかし、消費者抜きで、もっぱら既得権を主張し、ただ現状維持を求める姿として写り、“小売規制の社会的正当性”に疑問を抱かせることになります。

この時期、地方都市の郊外化が始まります。それまでの消費空間は、住宅からの徒歩圏内にあって、商店街の規模も小さく、駐車場もありません。1980年代はモータリゼーションの波が押し寄せ、折しもバブル崩壊後の経済対策として、公共事業による地方都市間のアクセス道路の整備が急速に進みました。日本人の日常行動範囲は一気に広がります。

ここに、貿易不均衡の是正を目的とした“日米構造協議(1989~1990年)”後の一連の規制緩和が重なりました。小売規制も大幅に緩和され、大規模小売りチェーンの進出が始まります。国道バイパス沿にショッピングモールや大型量販店が並ぶ、日本中でお馴染みの光景です。この動きは、“住宅街の商店街”という形態を一気に崩して行くことになります。

生き残り策のコンビニ化と商店街の崩壊

いま一つの動きは1970年代からのコンビニの急増です。コンビニの本部はスーパー経営の大規模小売資本でした。大店法の規制が及ばず、地価も安く、権利調整も容易な郊外には大型店を出店してマイカー客を呼び込み、規制地域では小型店をフランチャイズで増やす戦略をとります。

高齢化と人口減少で地域の売上げも先細り、更に郊外の大型店に顧客を奪われる中、一部の零細小売商は、生き残り策として、新装一転、起死回生、また跡継ぎ対策も兼ね、コンビニオーナーへの途を選択します。大規模小売資本と零細小売商の思惑が合致して、コンビニは全国津々浦々に広がって行きます。

コンパクトな店内で取り敢えず必要なも

のが揃うコンビニは、文字通り便利な存在ですが、ささやかながら横のデパートを形成していた地元商店街の中に“万屋”が出現することは“商店街の存在意義”を内部から崩壊させて行くことになります。

地域コミュニティとしての商店街

読み進むと、今日の商店街の衰退は、時代の当然の流れの様に思えてしまいます。しかし、著者は、ここから今一度、商店街の理念と意義を考えます。

東日本大震災の被災地を継続的に訪れて来た著者は、復旧･復興の過程を見て、“地域コミュニティとしての商店街の可能性、必要性”を再確認します。被災後、ボランティアがまず集まって再建に取り組んだのは商店街でした。著者の言葉ですが、“商店街は、単なる商業集積地区ではなく、住み続ける人がいて、戻ろうとする人がいる…。そこは人々の生活の意志が溢れている場所…”なのです。だから地域の人も、ボランティアも継続的に集まり、復興の拠点ともなり、シンボルともなるのです。

地域をケアするコントロールとは

著者の目に映る今日の日本は、“地方で商売をするという生き方が成り立たなくなって安定した自営業が減り、日本全体に不安定な生き方を余儀なくされた人々が取り残されてしまっている”のです。加えて、これまで主力と見なされて来たサラリーマンの安定雇用の世界も流動化・非正規化が進んで、追い打ちを掛けているのが現実です。

“一部の商業者だけが勝利しても、地域全体の幸福には繋がらない。改めて、商店街の存在意義は、生存競争の平和的解決にあることを噛み締めたい…”との著者の言葉には説得力があります。

“人々が生きる術を増やしたい、地域社会の自律性を、取り戻したい”との思いから、著者は、施策としての「規制」と「給付」、その対象としての「地域」と「個人」の軸から、商店街・自営業に対する施策のあるべき姿を提示します。

“地域社会の消費空間は経済合理性だけで判断されるべきでない”とし、“地域をケアするために、どの様なコントロールが必要なのか、皆で議論する時期が来ている”と言います。

コンパクトな新書版の中に“商店街という存在を日本社会の変動から捉えた”濃縮された内容です。

コンビニと大型スーパーに、内と外から挟撃された感の今日の商店街…。しかし、積極的に店舗を拡大しながら、宣伝と安売りで顧客争奪戦を繰り広げて来た大型スーパーも、再編成を繰り返し、また、急速に増えたコンビニも、全国至る所に広がって、今や飽和状態です。

世は少子高齢化時代…。成長市場から成熟市場に切り替わる中で、今一度、商店街の理念と意義、そしてスーパーやコンビニ、また生協や各種の宅配、更には急増中のネット通販等も含め、それぞれの役割と関わり、また今後の姿を考えてみる必要があ

りそうです。

冷静な、時には辛辣な分析と評価の奥に“日々を生きる人々への暖かい眼差し”を感じます。是非、ご一読下さい。いつもの商店街が違って見えて来ます。