



人口減少社会と

地方都市の活力再生

153

株式会社さくら都市総合研究所

主 席 清水 秀幸
研究員



19 縮小する社会と地方都市の将来像

特に地方にあつては百貨店の閉店は単なる店じまいに留まらず、閉店後の跡地活用の見通しが立たず、再開発計画が進展せずにそのまま塩漬けされる場合も多く、商業地の空洞化により中心市街地の求心力もますます低下、地方自治体やまちづくり検討会についても、その軌道を修正する必要が生じているのが現状の姿である。

日本百貨店協会の調べによる全国の店舗数は、08年12月末280店を数えた。しかし、その10年後の18年段階では219店、この10年間で全国の2割以上の店舗が閉店に追い込まれた。そして総店舗面積も同程度減り、かつて9兆円超を誇っていた売上高についても

6兆円を下回り、店舗面積比の減少率以上に落ち込んでいる。全国の百貨店の多くは老朽化が進んでおり、場合によっては本年10月の消費税の引き上げを契機にさらに閉店が加速する可能性も懸念されるところである。

そして、次の懸念材料は時代の寵児と云われたコンビニ業界の苦悩である。コンビニの総店数は現在全国で5万8千店に及び、この20年間で7割増え、その総売上高は約11兆円、20年前の1.9倍。コンビニは今や日本国民の生活に不可欠なインフラとなっている。

その拡大の背景には、『社会のニーズ』が存在した。中でも家族の姿容による処が大きい。先に述べたように80年代までの日本の消費構造はあらゆる意味で家族型モデルを基準とし、現実それまでの時代は先にも述べたように夫婦と子供という構成世帯が40%を占め、日常消費の主役はスーパーマーケットであった。

しかしながら、平成の時代を迎え、その構図は一変したのである。2000年代に入ると、従来主役であった構成世帯に代わり単

独世帯が逆転、さらに今後人口減少、少子高齢化、そして働き方改革等のビジネスモデルの変化が加わることで、さらにコンビニのニーズは高まり、飽和状態と言われた店舗数はさらなるドミナント戦略によって増殖の一次を辿るものと推計されていた。それだけの勝因を抱えながら、なぜコンビニは今苦境に立たされているのだろうか。

それは、コンビニという体(てい)を分析することで分かる。日本の5万8千にも及ぶ店舗の大半は、コンビニ本部とのフランチャイズ契約の上に成立する小規模事業者によるものなのである。従って彼らのためまぬ努力による安定経営のうえに今日の繁栄は存在したのである。(続く)

清水 秀幸氏(しみずひでゆき) 1952年

長野市生まれ、76年明治大学政経学部政治学科卒。2013年6月株式会社守谷商會役員を退任し、同年7月株式会社さくら都市総合研究所を設立。長野市都市計画審議会専門委員ほか3委員、その他各地方自治体の審議員・部会員を兼任。現在、同研究所社長。