

IV-277

被災地域における近隣商業施設の立地特性に関する考察

広島商船高等専門学校 正会員 田中 康仁*
 神戸商船大学 正会員 小谷 通泰**

1. はじめに

著者らは、従来から神戸市内の一地域を対象として、震災後における近隣商業施設の再開状況を調査・分析してきたが^{1) 2)}、震災から3年経過時点においても震災前にあった従来店舗の4割近くが未再開であること、および一方で、新たに営業を開始する新規店舗の立地が見られることを述べてきた。そこで本稿では、震災前後における市販の電子住宅地図を利用して、従来店舗、新規店舗の営業件数の時系列変化を示すとともに、業種別・地区別にみた新規店舗の立地特性について報告する。

2. 調査対象地域と使用データの概要

本研究で調査対象とした地域は、神戸市東灘区の東部地域(面積 310ha)であり、今回の震災で最も大きな被害を受けた地域の一つである。震災直後はライフラインが全く機能を停止し、建物の倒壊率も54%に達した。対象地域内では、震災から1年3ヶ月後に人口が最も減少し(住民基本台帳ベース)、減少率は15.6%にも達しており、3年経過時点でも11.8%の減少率を示している。

次に、使用したデータは(株)ゼンリンから発行されている電子住宅地図であり、震災前の93年、および震災後の2時点(96,97年)の計3時点を用いた。特に、本研究では店舗の件数の集計や地図上での位置の表示を行うために、電子住宅地図から住所・業種・建物形態等の店舗属性、および店舗建物の形状を示す建物ポリゴンを抽出し、さらにそれらのデータベース化を行った。集計結果によると、震災前の店舗数は1,055件であり、業種構成については、図-1に示すように、販売業(飲食、衣料、専門品、スーパー・コンビニエンスストアなど)が53%と大半を占めており、飲食業(一般飲食店、喫茶・スナック)、サービス業(銭湯、理美容、クリーニング)はそれぞれ30%、17%であった。

3. 従来・新規店舗の時系列変化

図-2は、震災前からの従来店舗と新規店舗のそれぞれの件数について時系列変化を示したものである。なお、図中に示した再開率と復興率は、震災後2時点における

従来店舗数、および従来店舗と新規店舗の合計数を震災前の店舗数で割ったものである。これによると、再開率は震災から1年経過した96年時点で46%、97年時点では51%といずれも低い値を示している。また、1年後から2年後にかけての1年間の再開率の伸びはわずかに5%である。これに対し、復興率は96、97年の2時点でそれぞれ54%、66%となっており、1年間の伸びも12%であり、再開率の5%より高くなっている。このように、対象地域では、従来店舗の再建は停滞しているのに対して、新規店舗の参入が顕著であり、地域全体の商業施設の復興に大きな影響を与えていると言えよう。

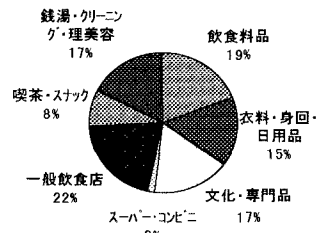


図-1 従来店舗の業種構成

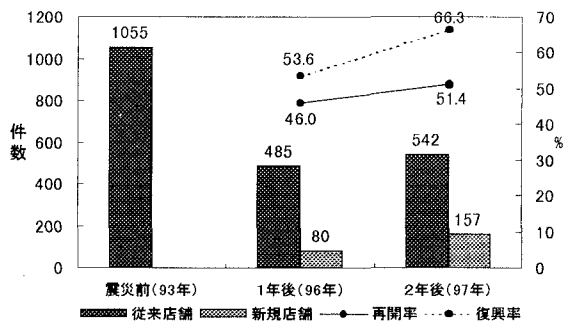


図-2 従来・新規店舗数の時系列変化

4. 業種構成からみた店舗の立地特性

震災後、新たに当該地域への立地が見られた新規店舗について、従来店舗の再開状況を考慮しながら、その特性を探った。図-3は、震災2年後における業種別の再開率と復興率を示したものである。これによると、全体として販売業は他の業種と比べて再開率が低くなって

キーワード: 阪神・淡路大震災、近隣商業施設、再開状況、電子住宅地図
 * 〒725-0200 広島県豊田郡東野町 4272-1 08466-7-3000
 ** 〒658-0022 神戸市東灘区深江南町 5-1-1 078-431-6260

おり、業種による差異が見られる。また販売業の中では、スーパー・コンビニエンスストアの再開率が8割と例外的に高い値を示している。一方、再開件数に新規店舗数を加えた復興率も業種による差は見られるが、いずれの業種においても再開率を1～2割程度上回っている。特に、スーパー・コンビニエンスストアについては震災前の店舗数を上回っている。

また、図-4は縦軸に新規参入率（新規店舗数/震災前店舗数）、横軸に未再開率（従来店舗の未再開件数/震災前店舗数）をとり、各業種をプロットしたものである。これによると、スーパー・コンビニエンスストアは特異な存在であるが、その他の業種については、概ね未再開率が高い業種ほど新規参入率が高くなっており、従来店舗再建の遅れを補う形で新規店舗が立地する傾向が見られた。

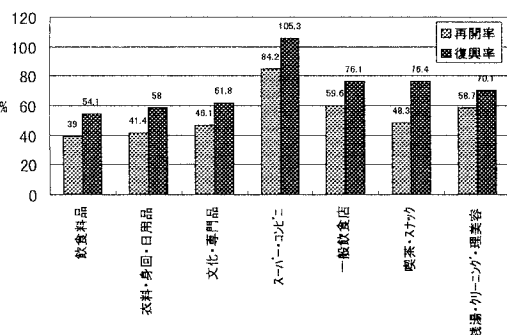


図-3 業種別における再開率と復興率

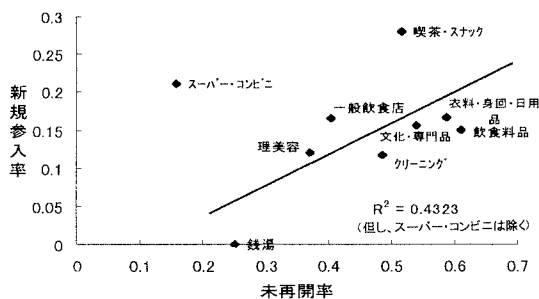


図-4 業種別にみた未再開率と新規参入率の関係

5. 地区別にみた店舗の立地特性

対象地域内の商業集積地や主要道路ごとに、従来店舗と新規店舗の営業状況を考察した。図-5は一例として阪神電鉄青木駅周辺地区について、従来店舗の再建と新規店舗の立地による復興の進展状況を地図上で視覚化したものである。この地区では一部仮設店舗も見られるが、他の地区に比べて再建、立地件数が多く、比較的復興が

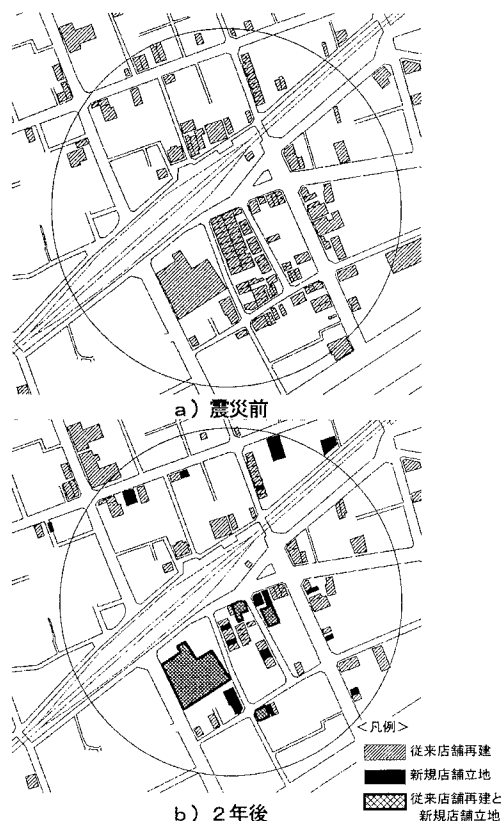


図-6 商業集積地の復興状況（青木駅周辺地区）

進みつつある地区といえる。

こうした分析を通じて、駅周辺などの人通りの多い場所や車の往来の多い幹線道路沿いで新規店舗が立地する傾向が見られたが、一方で、震災前に市場・商店街等があったものの、市場として魅力のない地域での従来店舗の再建や新規店舗の立地はほとんど見られず、商業集積地としての機能を失っている箇所も見られた。

6. おわりに

零細な店舗が大半を占めていた従来からの小売市場や商店街は、店舗の老朽化、小規模経営、経営者の高齢化、等の構造的要因を抱え、震災前より衰退傾向にあった。また一方で、コンビニエンスストア等の新たな商業形態の店舗の進出も見られていた。本稿で示したように、今回の震災によって、こうした近年顕著であった商業形態の転換傾向に一層の拍車がかかったと言える。

<参考文献>

- 1) 小谷：震災後における地域の生活関連施設の再開状況に関する分析、日本都市計画学会学術研究論文集、pp. 829-834、1996
- 2) 田中・小谷・高島：震災後における地域の生活関連施設の復旧・復興過程に関する研究、阪神・淡路大震災土木計画学調査研究論文集、pp. 631-636、1997
- 3) (株)ゼンリン：電子住宅地図、CD-ROM ZMAP-TOWN II (93、'96、'97)