

被災地域における小売店舗の再開状況に関する分析*

Analysis of Restoration of Retail Stores in Area Damaged by the Earthquake

田中 康仁**

小谷 通泰***

by Yasuhiro TANAKA and Michiyasu ODANI

1. はじめに

先の大震災では、電気・ガス・水道等のライフラインをはじめ、道路や鉄道、港湾などの都市インフラは甚大な被害を受けたものの、その復旧はほぼ2年余りで完了した。しかしながら、市民生活に密着した店舗・住宅の再建は、3年半を経過した今日でもまだ途上にあるといわれている。被害の甚大であった神戸市の臨海部6区をみると、住宅は棟数ベースで再建率は45.1%（3年経過時点）¹⁾、また商店街・小売市場は82.5%（2年半経過時点）²⁾に留まっており、その後大きな変化は見られず、震災による大きな爪跡を残したままとなっている。

著者らは、従来から神戸市内の一地域を対象に、店舗等の市民生活に密着した施設の復旧過程を調査分析してきたが^{3) 4)}、3年を経過したのを機に、特に再開の遅れている小売店舗を対象として、事業主へのアンケート調査を行った。そこで本稿では、得られた調査結果をもとに、震災後における店舗再開の経緯や、再開時および再開後の問題点、さらに将来の経営見通し等を明らかにするとともに、今後の課題を考察する。

2. アンケート調査の概要

(1) 調査の方法

本調査は、従来から著者らが被災建物の再建状況について、定点調査を行っている東灘区東部地域(約320ha)において実施したものである。震災前には、地域内には約1,100軒の小売店舗が点在していたが、震災発生から2年半経過した97年7月時点で再開を確認している店舗は、652店舗であった。調査対象とした店舗は、これらの再開店舗からランダ

ムに抽出した。調査は、震災から3年目を直前にした97年12月に実施した。調査票は、調査員が対象店舗を直接訪問して配布し、後日回収した。配布総数は102票であり、このうち82票を回収した(回収率:80.2%)。なお、主たる調査の内容は以下に示す通りである。

- ①店舗の状況(震災前と現在の店舗属性)
- ②店舗の再開状況(時期、建物形態、場所など)
- ③再開時における問題点
- ④現在抱えている問題点
- ⑤再開後の経営状況と今後の見通し

(2) 調査対象店舗の属性

回収結果より、対象とした店舗の属性には以下のような特徴が見られた。所在地については、対象地域内の6ヶ所の小売市場・商店街に存在するものが大半を占めた。業種に関しては、販売業が48%と最も多く、約半数を占め、飲食業・サービス業はそれぞれ24%と28%であった。従業員数(家族従業員と一般従業員の合計)は2名と答えた店舗が最も多く、47%を占め、次いで3名、4名の順であった。また、店舗の建物に着目してみると、所有形態は6割近くが土地・店舗ともに所有していたが、一方で、借地による経営の店舗も4割程度存在していた。店舗の階数・構造・売り場面積について見てみると、階数は2階建てが、構造は木造が半数以上を占め、売り場面積に関しては40m²未満の店舗が約6割におよんでいる。このように、対象とした店舗の多くは、商店街・小売市場に立地し、木造二階建ての比較的小規模な店舗であった。

3. 震災による店舗への影響

(1) 震災前の店舗の経営状況および被災状況

図-1は、震災前の店舗の経営状況を示したもの

* キーワード：阪神・淡路大震災、小売店舗、再開状況
** 学生員 神戸商船大学大学院
*** 正会員 工博 神戸商船大学 教授 輸送システム工学講座
(〒658-0022 神戸市東灘区深江南町5-1-1 078-431-6260)

である。これによると、「良かった」「やや良かった」と回答した店舗が半数以上を占め、「悪かった」と答えた店舗は見られなかった。このように、少なくとも今回調査対象とした店舗の大半は、震災前、経営が比較的良好であったことが伺える。

被災状況については、「建て替えなければ営業することができない程度」と回答した店舗が5割と、半数の店舗が震災により壊滅的な被害を受けている。また、「ほぼそのまま営業することができる程度」と答えた店舗は10%未満にとどまっており、大半の店舗が今般の震災で何らかの被害を被り、店舗の回収・補修を余儀なくされている。

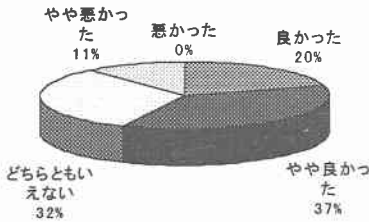


図-1 震災前の経営状況

(2) 震災による店舗属性の変化

図-2は、震災による店舗の属性の変化を示したものである。これによると、属性項目によって震災前と異なると答えた比率が10~15%と30~40%の2タイプに分類できる。それぞれについては以下に示す通りである。

①店舗名・住所・業種・サービス内容・所有形態などについては、変化は少なく、震災前と店舗の内容はあまり変化していない。

②従業員数、建物階数・売り場面積・建物構造などについては、休業等を余儀なくされ事業を縮小せざる得なくなったことや、約半数の店舗が建て替えを行っているのに伴い、変化が大きい。

また図-3 a)~c)は、上述の②について変化の内容を示したものである。これによると、従業員数(家族従業員と一般従業員の合計)に関しては、最も多い2人はあまり変化はないが、3人と答えた店舗の数が減っているのに対し、1人と答えた店舗が増えており、事業規模の縮小が伺える。また、売り場面積に関しては、60m²~100m²の店舗の減少に対し、20m²未満の店舗が増加しており、面積が縮小され

ているのがわかる。建物構造に関しては、震災前は木造だった店舗が震災後、震災に強い鉄筋構造や、再建が比較的容易なプレハブ工法の建物に移行している。

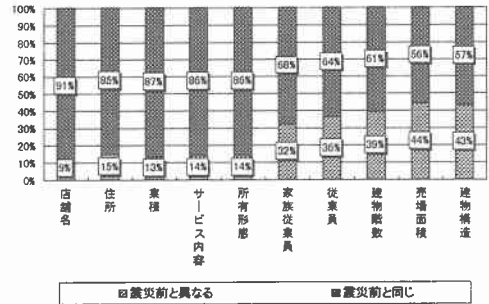
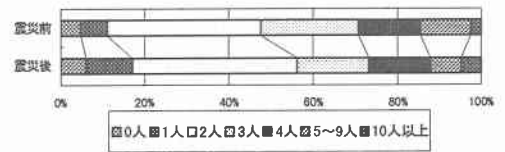
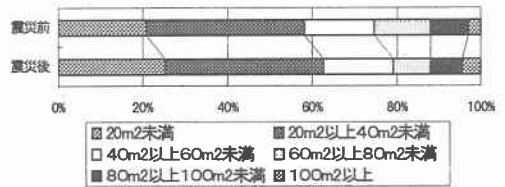


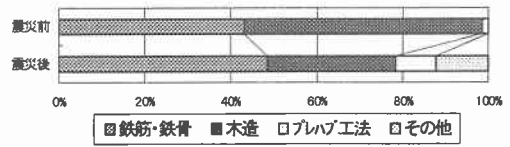
図-2 店舗属性の変化



a) 従業員数



b) 売り場面積



c) 建物構造

図-3 属性変化の内容

4. 店舗再開の経緯

(1) 再開のパターン

図-4は、店舗が再開されるまでのパターンを列挙したものである。これによると、再開のパターンは大きくわけて3通りに分類できる。

①休業期間を経て従来店舗で営業を開始するパターンであり、3パターンの中で最も多い。また、少数ではあるが、従来の店舗から新規の店舗に改築するケースも見られた。なおこの際、建築期間中は仮設

で営業していたものと考えられる。

②休業期間を経て仮設店舗で営業を開始するパターンであり、件数は少ないものの、大半が新規店舗の再建に移行している。

③休業期間を経て新築再建した店舗で営業を開始するパターンである。

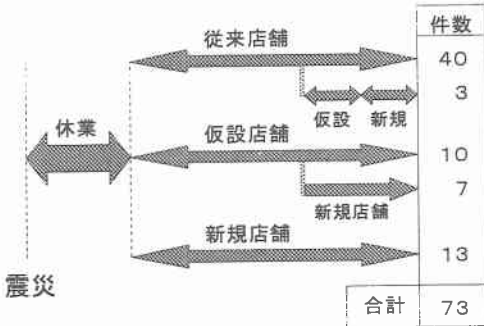


図-4 店舗再開のパターン

(2) 店舗の再開時期

図-5は、再開時の店舗の形態別に、横軸を震災からの経過時間として、累積比率を示したものである。これによると、従来店舗による再開は震災直後の比較的早い時期から多く見られ、ライフラインの復旧が完了した95年4月までにそのうちの約8割までが再開している。また、仮設再建での再開を従来店舗と比較して見てみると、震災直後の再開件数は少ないが、被災建物の撤去が集中的に行われた結果、震災後半年間に急激に増加している。一方、新規店舗での再開は従来店舗・仮設店舗による再開よりも大きく遅れている。店舗の準備期間に多大な費用・時間を必要とすることなどから、ようやく95年4月頃より始まり、その後も震災から2年が経過した97年1月の時点でも、新たな再開店舗が見ら

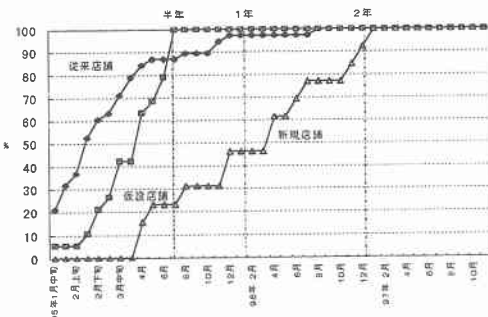


図-5 形態別の再開状況

れる。このように、再開時期や再開のスピードには再開時の店舗形態によって大きな差が見られる。

5. 店舗の現状および今後の見通し

(1) 再開時・再開後における問題点

図-6は再開時の問題点、図-7は再開後の問題点をそれぞれ示したものである。これによると、再開時の問題点としては、ガス・水道などのライフラインの寸断や交通渋滞、また店舗の修復といったハード面に関する問題点が多いことがわかる。一方、再開後の問題点としては、圧倒的に顧客の減少を問題点として挙げている店舗が多い。次いで大型店舗の進出による商圈の競合、商店街・市場としての魅力低下、経営者不足といった問題が挙げられている。

このように、再開時にはハード面に関する問題点が多いのに対して、再開後では店舗の経営状況などの震災前から抱えていた構造的な問題点が表面化してきている。

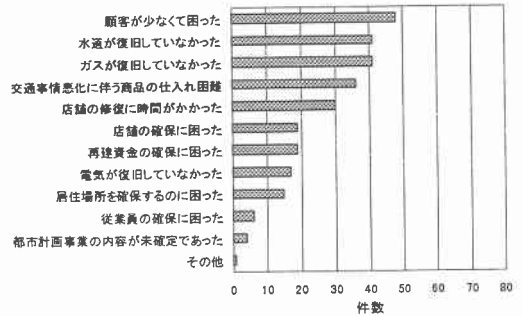


図-6 再開時の問題点(複数回答)

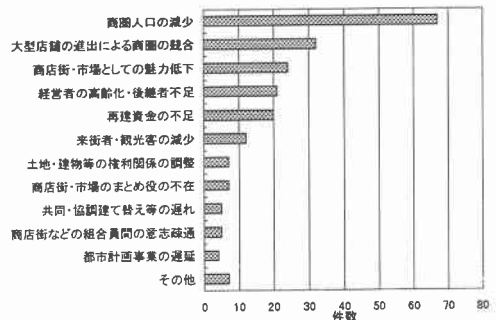


図-7 再開後の問題点(複数回答)

(2) 売り上げ高からみた営業状況

図-8は、震災後半年おきに、再開した店舗の累積件数と売り上げを表示したものである。なお、こ

の図の第2軸の売り上げ高の比率とは、震災前の売り上げを100として、それぞれの時期における個々の店舗の売り上げ高の比率の平均値をとったものである。これによると、一番良かった1年後の売り上げですら、震災前の80%弱程度に留まっており、いかに店舗の営業に震災が大きなダメージを与えたかが伺える。また、再開件数の増加に対し、1年後以降の売り上げは減少傾向を示しており、再開件数と売り上げは必ずしも連動していない様子がわかる。このように、現在の小売店舗は震災直後にも増して苦しい状況下に置かれていることがわかる。

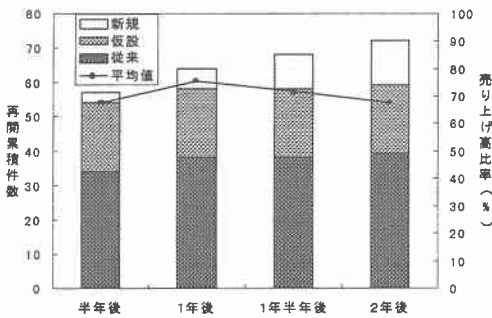


図-8 再開店舗数と営業状況

(3) 店舗の今後の見通し

図-9は、店舗の今後の見通しについて示したものである。これによると、大半の店舗が現在の規模で営業を行いたいと回答しているものの、一方で廃業を考えていると回答した店舗も12%程度存在した。廃業時期に関しては、自分の代で廃業すると答えた人が4割程度、5年以内に廃業すると答えた人が3割程度にも達している。これは、先で述べたように、現在の小売店舗の営業不振、後継者不足が大きく反映していることが考えられる。

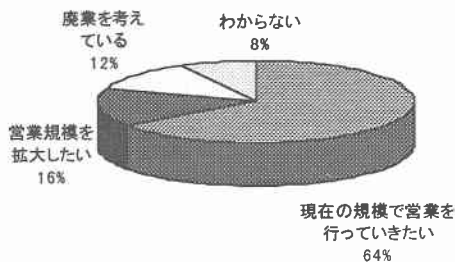


図-9 今後の見通し

6. おわりに

以下では、本研究で得られた成果を要約する。

①調査対象とした店舗の大半が震災により何らかの被害を被り、店舗の補修や建て替えを余儀なくされていた。これに伴い、従業員の減少や売場面積の縮小とともに、一方では、建物構造の耐震化が進んでいる。

②店舗の再開パターンには、休業期間を経て、従来店舗、仮設店舗および新規店舗で営業再開する3パターンがある。再開時期は従来店舗が最も早く、次いで仮設店舗、新規店舗の順であった。このように、再開時の店舗形態により再開時期や再開スピードにも差違が見られた。

③再開直後は、ガス・水道等のライフラインの復旧の遅れや交通事情の悪化に関する問題点が多かった。一方、現在は、顧客減少を指摘する店舗が多い他、大型店舗との競合、魅力低下、後継者不足など震災前から小売店舗の抱えていた構造的な問題点が今回の震災で浮き彫りになっている。

④売り上げの回復は1年後に震災前の8割近くまで回復したが、その後は減少傾向を示している。こうした営業不振による先行きへの不安から、今後の見通しについても、廃業を考えると回答した店舗も12%程度見られた。廃業時期に関しては、自分の代、もしくは5年以内に廃業すると答えた店舗が7割にも達していた。

以上、述べてきたように、小売店舗を取り巻く環境は極めて厳しいと言わざるを得ない。現況のままでは、大型店や新しく進出した店舗が増加する一方で、震災前より存在していた店舗の半数近くは再建されぬまま推移して行くものと思われる。また再建された店舗についても、個々の店舗による努力だけでは、対応は極めて困難な状況にある。今後は、商店街・小売市場としての魅力を向上させるために、共同建て替えの推進や、地域で予定されている駅前広場・道路整備などのまちづくりと一体化した対策を構建することが重要であると考えられる。

<参考文献>

- 1) 福島 徹：建築活動、人口の推移から見た市街地の復興、都市政策、第91号、(財)神戸都市問題研究所、1998
- 2) 神戸市・神戸商工会議所：被災地区商店街・小売市場調査結果（震災後2年半時点）
- 3) 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、1996
- 4) 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、1997