

## 西宮における震災前後の商業環境の変化に関する研究

Study of commercial environment changes after the disaster at Nishinomiya-city

伊藤祐介\*\*, 久隆浩\*\*\*

By Yusuke ITOH\*\*, Takahiro HISA\*\*\*

### 1. はじめに

各地の近隣商業は商業を取り巻く環境の変化によって活力の低下に悩んでいる。その様な中で、阪神地域では、平成7年1月17日に発生した阪神・淡路大震災によって商店街そのものが被害を受けただけでなく、周辺地域の変化によって商業環境が大きく変化し、その影響が商業の復興にも影響を与えている。ほとんどの被災地では、震災2ヶ月後の早い時点で都市計画決定が行なわれた。この数年でハードな復興は着々と進行している。しかし、商業などソフトな分野の復興においてはまだまだという印象がある。

本研究では、阪神地域のなかで西宮市にある中央商店街とその周辺地域をとりあげ、阪神淡路大震災前後の商店街の業種構成の変化と周辺地域の人口動態の変化を分析することで、阪神淡路大震災が商業環境に与えた影響について考察する。

### 2. 研究対象

今回、研究対象とするのは、阪神西宮駅の南に位置し北は阪神電気鉄道神戸本線、東は国道171号の延長に位置する双葉筋、南は国道43号、西は七福神の一人である恵比寿神を祭る西宮戎神社に囲まれ、

戦後より地域住民に親しまれてきた西宮中央商店街である。する門前町として栄えてきた西宮市の中心部であるが、古くから「えべっさん」で有名な西宮神社に隣接ここ中央商店街は、大正7年に起こった米騒動の際に西宮町の富豪の寄付で設立された公設市場に隣接して生まれたものである。

### 3. 研究方法

本研究では町別人口から基礎的データを作成し中央商店街の商圈範囲内での年齢別人口を、住宅地区より業種構成の変化をそれぞれ年代ごとに調べ、マクロな商業環境の変化を捉えるとともに、住宅地区から店舗構成の変化を調べ分析する。また、現在商店街が抱える問題点、将来の展望などを行政側・商店街側へのヒアリングから調査を実施した。

### 4. 中央商店街の業種変化

中央商店街は服飾系の店舗が多く、生鮮食品系の店舗が少ないと言われている。図1は服飾系と生鮮食品系の占める割合のグラフであるが、服飾系の店が全体のおよそ1割5分を占めていることがわかる。店舗数で示すと、表1のようになる。

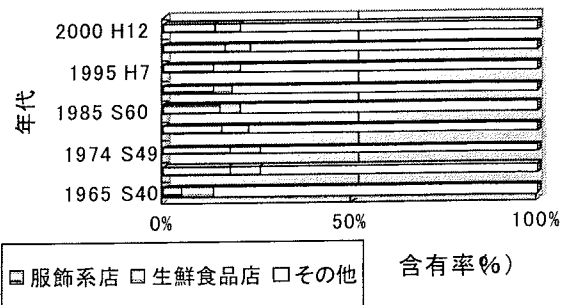


図1 服飾系店と生鮮食品系店の含有率

キーワード：地域計画 産業立地 意識調査  
 学生員  
 近畿大学大学院 総合理工学研究科 環境系工学専攻  
 (〒577-8502 東大阪市小若江3-4-1)  
 TEL. 06-6730-5880 (内線)4268 FAX 06-6730-1320  
 E-Mail Yltoh@civileng.kindai.ac.jp  
 正員 工博 近畿大学 理工学部 土木工学科

表1 服飾系店と生鮮食品系店の店舗数

	1965	1971	1974	1980	1985	1990	1995	1996	2000
	S40	S46	S49	S55	S60	H2	H7	H8	H12
服飾系店	11	42	43	40	40	35	17	27	22
生鮮食品店	20	20	19	17	14	12	9	10	10
全数	233	239	243	254	263	260	128	161	156

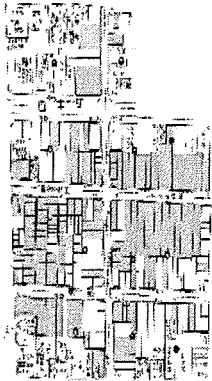


図2 震災直後 H2-H7 の変化



図3 震災後 H7-H12 の変化

中央商店街における震災による商業集積変化を調べ分析する。図2、図3は、震災直後・後に震災前と業種構成が変化している店舗を図示したものである。図2においては震災直後と言うこともあり、変化の表われている場所は多々ある。特に密集している場所においては変化が大きい。図3は震災後5年後の変化であるが、ここでも多くの店舗に変化が見られる。図3で変化が表われている場所は図2においての変化が表われている場所と重複する店が多い。つまり、震災で被害にあった店舗は震災後において復興ができていない状況にあることが伺える。

表2は震災前と直後（H2-H7）、震災後5年間（H7-H12）の業種の増減をデータにしたものである。震災直後において多くの店舗がつぶれているが、震災後においてもつぶれている業種の店舗がある。お菓子店、スナック店、衣料店、金物店、食料品店、寝具店、漬物店、文房具店、薬局、料理店、以上の業種は震災後にも店舗数が減っている。

震災前後で店舗数が大きく変化したのは、料理店と衣料店である。

表2 震災前後の業種の増減

	震災直後		震災後
お菓子店	-5	お菓子店	-1
お茶屋	-3	お茶屋	-1
カメラ屋	-1	カメラ屋	-1
クリーニング店	0	クリーニング店	-1
スナック	-3	スナック	-15
その他	-19	その他	-8
パン屋	-4	パン屋	-1
ビデオレンタル	-1	ビデオレンタル	0
ペットショップ	-2	ペットショップ	0
メガネ店	1	メガネ店	-4
衣料店	-16	衣料店	-8
化粧品店	-1	化粧品店	-1
家具店	-2	家具店	-1
果実店	-1	果実店	-1
花屋	-3	花屋	3
会社	-1	会社	3
楽器店	-2	楽器店	-1
玩具店	-2	玩具店	-1
喫茶店	-1	喫茶店	1
魚屋	-1	魚屋	0
金物店	-3	金物店	-2
骨董店	-1	骨董店	-1
雑貨店	-2	雑貨店	0
雑穀店	-1	雑穀店	0
傘店	-1	傘店	0
時計店	-2	時計店	-1
住宅	-14	住宅	-6
食料品店	-5	食料品店	-3
寝具店	-3	寝具店	-2
漬物店	-4	漬物店	-2
電器店	-2	電器店	-1
豆腐店	-2	豆腐店	-1
八百屋	-1	八百屋	2
美容院	-2	美容院	1
文房具店	-1	文房具店	-3
弁当屋	1	弁当屋	0
本屋	-1	本屋	-1
毛糸店	-1	毛糸店	0
薬局	-5	薬局	-2
料理店	-15	料理店	-1
		仏壇店	1
		肉屋	-1
		居酒屋	-1

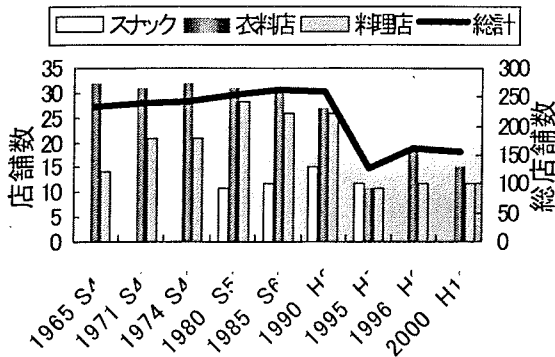


図4 総店舗数と注目業種の変化

図4より昭和46年から昭和55年は料理店の増加が目立つ。衣料店は大変多くの店舗が存在し、昭和60年まで卓越していた。昭和55年よりスナック店は平成12年までの20年間、10軒以上あるほどニーズはあった。しかし、震災を境に料理店は激減する。

スナック店が出店していたのが商業ビルであったこともあり、全壊した建物そのものの再建がなければ出店してこないという事情もあるが、神戸・大阪の大都市の方に客の足が向かっていることも影響していると思われる。

### 5. 商店街周辺の地域変化についての意見

中央商店街の現状を知る西宮市役所商工課職員と西宮中央商店街振興組合の役員の方から、商店街周辺の地域変化やそれに伴う商業のあり方についてヒアリングを行った。両者の話のポイントを整理するとつぎのようになる。

#### <西宮市役所商工課>

- 中央商店街において震災直後に復興計画が挙げたが土地の地主や商店主との話合いのなかで再開発計画が頓挫した。商店街に隣接した土地では再開発計画が進行中であり、中央商店街はこの再開発での集客効果の余波で榮えてくれれば望ましい。
- 震災により、阪神本線南部地区一帯そのものが人口減少の傾向にある。

- 中央商店街周辺に新築中のマンション等へは若い世代の方々が入居してくるだろう。これらの方々が中央商店街へ足を運んでくれれば望ましい。

#### <中央商店街振興組合役員>

- 中央商店街の商圈内においては高齢化していくものと読んでいる。
- 中央商店街の真意としては若い者が来客して欲しい。しかし、中央商店街周辺に建つマンションは駅に近いこともあり、高齢者が多く入居することになるのではないかと。西宮駅近郊は環境的には若者が好まないのではないかと。

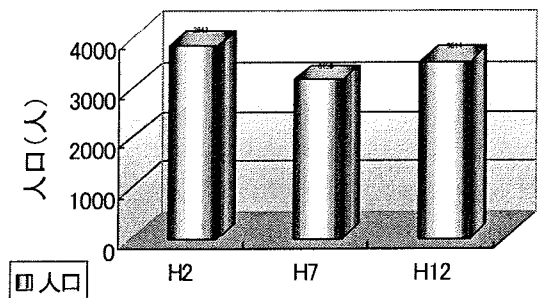


図5 阪神本線南部地区一帯の人口比較

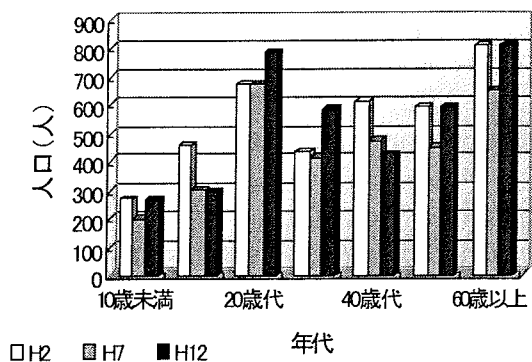


図6 阪神本線南部地区一帯の年代別人口

## 6. 周辺地域の人口動態

商圏地域の人口動態、とくに、高齢化の進行は商業環境にとって重要な事柄である。

### 1) 阪神本線南部地区一帯の人口動態

阪神本線南部地区一帯とは、北は阪神電鉄神戸本線、南は国道 43 号に挟まれた地域である。ここでは、中央商店街を含む東は国道 171 号まで、西は夙川までの地域にしぼり検討してみる。

平成 2 年と平成 7 年は国勢調査により、平成 12 年は国勢調査人口が未集計のため住民登録台帳より人口を調査し比較検討してみる。

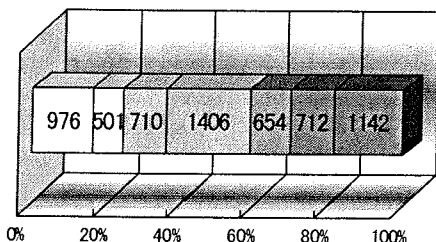
図 5 より平成 2 年と平成 7 年の国勢調査をくらべると 800 人減少している。5 年後の平成 12 年には人口は 5 年で 600 人増えているが、それでも平成 2 年の水準には回復していない。

### 2) 高齢化の状況

図 6 よりの国勢調査では 40 歳代の人口までは、平成 2 年と比べると減少している。一方、50 歳代から上の世代では震災直後にもかかわらず増加している。平成 12 年でもやはり 40 歳代までは人口が減少しており、高齢化が進行していることがわかる。

### 3) 集合住宅の入居状況

中央商店街の商圏に西宮マリーナパークシティ（以下パークシティ）がある。これは西宮市の海辺・西宮浜の沖合に埋め立てられた埋め立て地に立地する集合住宅団地である。行政としては本来、西宮市



□ 10歳未満 □ 10歳代 ■ 20歳代 ■ 30歳代 ■ 40歳代 ■ 50歳代 ■ 60歳以上

図7 西宮マリーナパークシティの年代別人口

の第二の繁華街・ニュータウンとすべきだったものが、震災の影響により急遽市営・県営住宅団地を建て、被災者を優先的に入居できるようにした経緯がある。このパークシティより出るバスはすべて阪神西宮駅に寄ることから、このパークシティの居住年齢層に中央商店街も影響を受けると考えられる。

入居者の人口構成とみると、図 7 より 10 歳未満、30 歳代、60 歳代以上の人口が多いことが伺える。これより、小さい子どもを持つ若い世代の家族が多いことがわかる。同時に、60 歳以上の高齢者も多く入居してきていることがわかる。

## 7. まとめ

従来、服飾系を中心として発展してきた西宮中央商店街であるが、データ分析からもこうした業種構成に変化がみられることがわかる。服飾系など嗜好品の買い物行動が近隣商店街で減少しているのは西宮にかぎらず全国的な趨勢であるが、こうした傾向が西宮中央商店街を直撃していると考えられる。行政はこうした状況に対応するために再開発などの面的整備によって地域に居住する人口構成を含めて変革を図りたいと考えているが、面的整備には商業者を含めた地元住民の協力が不可欠であり、その実現までには相当の時間がかかる。データ分析でもわかるように、この地区での高齢化はますます進行することが予測され、それに対応した商店街づくりをも視野に入れていかななくてはならない。過去においては中央商店街には地元住民のニーズに応える業種があったからこそ過去に繁栄があったものと考えられる。しかし、近年その魅力が無くなり衰退の一途をたどっている。今後の地元住民のニーズに答える商店街になるためには業種に限らない魅力を持つ商店街づくりとともに、周辺地域の居住魅力向上によって人口、とくに若年層の呼び戻しも必要であると考え