

厚生労働科学研究費補助金  
(健康安全・危機管理対策総合研究事業)  
生活衛生関係営業の振興による商店街の活性化と  
これを通じた衛生水準の向上に関する研究  
(H24 - 健危 - 一般 - 004)  
総括研究報告書

2014年3月

研究代表者

松本 邦愛

東邦大学医学部社会医学講座

## 目 次

商店街の活性化策と生活衛生関係営業～ヒアリング・調査報告 2～ .....	1
各都道府県生活衛生関係営業指導センターへのアンケート .....	7
東京特別区保健所における衛生管理活動 .....	10
人口動態と生活衛生関係営業：地理情報システムによる分析 .....	13
「活性化」とは何か～商店街の衰弱・不活性に抗する活動をめぐる聞き取り調査から～ .....	22

## 商店街の活性化策と生活衛生関係営業～ヒアリング・調査報告２～

### 研究要旨

- 【目的】昨年度に引き続き、各地において実施されている商店街の活性化策に生衛業がどのように関わっているのかに関しヒアリング調査を通じて明らかにする。
- 【方法】近隣型商店街、前年度調査に引き続き地域型商店街の例として、沖縄栄町市場商店街、沖縄泉崎一丁目商店街を選択するとともに、行政の取り組み例として北海道八雲町役場、滋賀県生活衛生関係営業指導センター、高知県生活衛生関係営業指導センターを取り上げ、視察並びに関係者へのヒアリング調査を行った。
- 【結果】沖縄の二つの商店街のケースは、人口動態が生衛業にとって極めて重要な問題であることを示唆している。栄町市場商店街が成功しているのは周辺人口が増加していることが要因の一つとなっており、泉崎一丁目商店街では新庁舎建設のための那覇市役所の一時移転に伴う経営危機を経験している。このような人口動態といった事実に対して、行政の果たす役割は大きく、特に人口減少局面において様々な工夫がなされていることが明らかになった。
- 【考察・まとめ】商店街における生活衛生業の役割は、住民の利便性を確保することにある。人口減少や後継者の不在によって業の維持が不可能となった場合に、簡単に代替できるものは存在しない。各地の行政はこのような人口減少に対して様々な対策を立てており、これらの対策は他自治体にも参考になるものと考えられる。

### A．研究目的

昨年度の研究結果から生活衛生関係営業（以下「生衛業」）は、近隣型商店街、地域型商店街の中で重要な役割を持つことが示唆された。本年度の研究は、こうした商店街に加え、生衛業を支える行政の働きに関しても焦点を当てた。

そこで本研究においては、成功したとされる沖縄の近隣型商店街、地域型商店街を訪問し、また都道府県指導センター及び自治体にヒアリング調査を行うことを目的とした。

### B．研究方法

訪れた商店街は、沖縄栄町市場商店街、沖縄泉崎一丁目商店街である。これらの商店街は地元住民を対象にした商店街であるものの、空き店舗の

数が少なく、経営が安定している店舗が多い。また訪れた行政は北海道八雲町役場、滋賀県生活衛生関係営業指導センター、高知県生活衛生関係営業指導センターである。北海道八雲町は人口減少・高齢化が進む自治体ではあるが、町がコンパクトにまとまっており、住民の利便性も高い。八雲町役場は、生衛業も含めて町の商工業の振興を図っている。滋賀県生活衛生関係営業指導センターは、生衛業者と地域に根付いた団体との連携を模索するユニークな試みを行っている。滋賀県は、観光型商店街として街づくりに成功した例が多いが、その中であってもセンターは生衛業の活性化に向けて積極的に取り組んでいる。高知県生活衛生関係営業指導センターは限界集落における生衛業の役割に関して示唆に富む試みを行っている。

限界集落という言葉自体、高知県が発祥であるが、そのような状況においても住民の利便性を考えた試みは同様の問題を抱える自治体の参考になるであろう。

## C. 結果

### (1) 栄町市場商店街（沖縄県）

栄町市場商店街は、ゆいレール安里駅近くにある商店街であり、約4,400坪の土地に125店舗程度が集積している。戦前はひめゆり学徒隊の母校である沖縄県師範学校女子部と沖縄県立第一高等女子学校があったことでも知られている。那覇市国際通り商店街等の那覇市内の商店街が観光客中心の構成となっている一方で、依然として地元密着型の商店街として独自の魅力を発揮している。その独自性は店舗の構成からも見て取ることができ、喫茶・飲食・社交系が39店舗、理美容系が6店舗、食肉系が6店舗、旅館業が6店舗と公衆浴場業、興行営業、冰雪業を除いた生衛業がバランス良く存在し、大きな割合を占めている。

栄町市場商店街の誕生は戦後の復興期まで遡り、バブルの時期までは繁盛していたものの、大型スーパーやコンビニとの競争が激化したことやモノレールの開通を機に人の流れが変化したことによって、10年前までは顧客が減り続けていた。しかし、そこから「栄町市場屋台祭り」や「おばあラッパーズ」といった商店街独自の取り組みを展開したことによって徐々に客足が戻り、現在では地元の住民だけでなく、観光客がリピーターとなって何度も訪れるまでになっている。

特筆すべき点は、空き店舗がまったく存在していないことである。95歳まで店舗を続けていた経営者がいるように元来長く続けている経営者が多い商店街であったが、近年は若い経営者が増えており、それに伴い若い客層も増えている。このような店舗の入れ替えのダイナミズムが機能していることが、栄町市場商店街が魅力を維持できている大きな要因となっている。家賃が安いため月あ

たりの利益が2~5万円程度でもやっていくことが可能であり、店舗を開始・維持しやすいといった生衛業の特性が生きているものと考えられる。なお、現在、商店街振興組合には約90店舗が加入しており、各生衛組合とは良好な関係を築いている。加えて、近隣のスーパーや最寄りの病院（大同病院）とも連携している。

これらを支えているのは、周辺人口の増加と考えられる。地方の人口減少が問題となる中で、那覇市の人口は増加しており、また栄町市場商店街が立地する安里駅（ゆいレール）付近にも人口の流入がみられる。スーパーやコンビニとの競争といった、多くの商店街が同様に直面する厳しい環境にさらされながらも、近隣型・地域型商店街としての成功を収めている栄町市場商店街の店舗に生衛業が多く含まれていることは、逆説的ではあるが、生衛業が果たす役割が大きいことの証明となっている。



図1：ほとんど空き店舗がない





図 2 : アーケード

## ( 2 ) 泉崎一丁目商店街

泉崎一丁目商店街は、那覇市役所の近隣にある 3 ~ 4 年前に結成された比較的新しい商店街である。栄町市場商店街と同様に常連客中心の構成となっており、また、新庁舎建設のための那覇市役所の一時移転に伴う経営危機から結成されたという経緯からここで取り上げる。

泉崎一丁目地区には飲食店を中心とした店舗は数多くあったものの、当初、商店街は存在しなかった。これは当該地区が那覇市の中心街であり、常連客を中心に一定の顧客が見込めたことから結束する必要性が大きくなかったためである。そのような環境が一変したのは 2009 年に那覇市役所が新庁舎建設のために一時移転してからである。移転後すぐに各店舗の経営の厳しさが増し、平均して 3 ~ 4 割の売り上げ減につながったとのことである。このような人の流れの変化が店舗の経営に大きな影響を与えていることは、栄町市場商店街とも共通している。こうした背景から、個人に対しては難しい行政からの支援を団体として受けるために、近隣の店舗によって結成された。発足当初は近隣 280 店舗(チェーン店含む)のうち 40 店舗程度であったが、現在は 86 店舗まで規模を拡大している。

商店街の活動として、ゴミ掃除、ゴキブリ駆除、灰皿設置といった衛生面の向上に関するものがこ

れまでに取り組まれている。ゴミ掃除については、自治会との連携も行われている。また、元テナントを利用した駐車場の設置や外部団体と連携した「まちコン」なども実施されている。

泉崎一丁目商店街の事例は、常連客中心の商店街では人の流れの変化が生衛業者や商店街の各店舗にとって死活問題になりかねないこと、行政からの支援を商店街のような団体に提供することで各店舗の結束を促すこと、商店街といった面での支援が衛生水準の向上に資する取り組みに対して有効であることなどを示した点で、本研究に重要な知見を提供している。

## ( 3 ) 八雲町役場(北海道)

これまでのヒアリング調査の結果から、生衛業及び商店街の振興において、人口動態が一つ大きな鍵となることが示唆されている。そのような観点から、過疎化・高齢化に悩む自治体を代表して北海道八雲町の事例を取り上げる。

八雲町は函館から約 80km の距離にあり、電車では函館駅から約 1 時間、札幌駅から約 2 時間 20 分ほどかかる。過疎化・高齢化に悩む自治体は多く存在するが、北海道ではそれに加えて行政範囲が広大であるという問題も抱えている。八雲町は日本で唯一太平洋と日本海の両方に面しているという特徴を有している。2005 年に旧熊石町と旧八雲町が合併して現在の八雲町となったが、合併時に 2 万人強あった人口は現在では 1 万 8500 人程度になっている。定住促進も行っており、2004 年からの移住者は 100 人以上と一定の成果を残しているものの、長期的な人口減少は避けられない状況にある。

生衛業との関わりでは、町内に唯一残っている銭湯の事例についてここでは取り上げる。八雲町には風呂設備を持たない古い公営住宅が一定数残っており、そうした住宅の住民にとって銭湯は必要不可欠な存在である。一方で、銭湯の経営者は高齢を理由に一時的に引退したものの、公募し経

営権を貸与した後継者の経営がうまくいかず、元々の経営者が復帰するといった出来事があった。現在の経営者は80歳を超えており、今後の経営の継続に大きな不安を抱えている。しかし、前述のような理由から辞めることもできず、依然ライフラインとしての重責を担っている。加えて、利用者の高齢化も今後大きな問題となることが予想され、巡回バス等の実施も将来的に検討していくとのことであった。

上記の銭湯の事例は、生衛業が存在していることそのものが地域の衛生水準の向上に資するものであることを端的に示している。そして、人口減少や後継者の不在によって業の維持が不可能となった場合に、簡単に代替できるものが存在しないことも示唆している。ただし、このような問題は生衛業者が単体で解決できるものではなく、高齢化や人口減少の状況下では、「維持」という観点からだけでも従来の振興策とは異なる関与が必要であるものと考えられる。



図3：八雲町

(4) 滋賀県生活衛生関係営業指導センター  
滋賀県生活衛生関係営業指導センター（以下、滋賀県センター）は生衛業者と商店街等との連携を促進するための「生衛業連携促進事業」を実施している。本ヒアリング調査の趣旨とも合致することから、以下現在の実施事項について取り上げる。

滋賀県センターの「生衛業連携促進事業」では必ずしも商店街のみを対象としているわけではなく、生衛業者と地域に根付いた団体との連携（コラボレーション）を企図している。平成25年度における第1回の意見交換会では、「興行営業者（映画館）を核とした地域の旅館、すし店、理美容店等の生衛業者」と地域のボランティア団体である「彦根を映画で盛り上げる会」との連携が主要な議題として扱われていた。その背景として、彦根城を代表とした彦根市の地域資源が多く映画で活用されていることが挙げられる。

商店街に対するアプローチでは飲食業者や理美容業者が中心となり、興行営業者が関与できる余地は限定的であると考えられるが、今回のような映画が核となるプロジェクトでは、興行営業者はむしろ中心的な役割を果たすこととなる。一方で、他の生衛業者（旅館、すし店、理美容店等）は密な顧客とのつながりを生かした情報の収集や発信が主な役割として期待されていた。例えば、顧客との接触時間が長い理美容店に対しては、地元密着の映画のPRやロケ地探しにおける情報網としての活用といった提案が挙げられていた。商店街と生衛業の連携においては、商店街が横のつながり、生衛業が縦のつながりとして捉えられることが多いが、当該事業ではむしろ生衛業が地域における横のつながりとして捉えられていることが興味深い点であった。

当該事業はまだ開始したばかりであり、衛生水準の向上も含めた生衛業への直接的な効果を測定することは早計ではあるが、当該事業を通じて地域全体の振興を図ることができれば生衛業者にもプラスの影響が間接的に生じることが期待できる。加えて、生衛業における地元密着や接触時間の長さといった特長が商店街以外にも活用可能であることが示唆されたことは画期的であったと考えられる。





図5：映画ロケに使われる彦根城

#### (5) 高知県生活衛生関係営業指導センター

高知県生活衛生関係営業指導センター（以下、高知県センター）は各都道府県における生活衛生関係営業指導センターの中でも生衛業と多機関との連携に積極的な役割を果たしているため、ここで取り上げる。

現在、高知県センターが取り組んでいる連携事業には、経営相談事業（日本政策金融公庫）後継者育成事業（県内の商業高校）訪問福祉理容サービス事業（社会福祉法人）等がある。これらの連携事業については既に一定の効果が見られており、生衛業と多機関との連携において県センターが主導的な役割を果たしている。一方で、商店街との連携については現在までに特筆すべき取り組みはないとのことであった。

さらに注目すべき取り組みとして「集落活動センター」がある。これは「地域住民が主体となって、旧小学校や集会所等を拠点に、地域外の人材等を活用しながら、近隣の集落との連携を図り、生活、福祉、産業、防災などの活動について、それぞれの地域の課題やニーズに応じて総合的に地域ぐるみで取り組む仕組み」とされている。高知県では組合員店舗が一店もないような限界集落に近い状態の集落が存在しており、「集落活動センター」はその対応策として行政を中心に考案されたものである。現在では、県内の9つの地域におい

て活動がスタートしている。また、連携する主体には商工会、農協、社協、病院・診療所、NPO・団体、婦人会・老人クラブ等があり、生衛業者もここに含まれている。

「集落活動センター」の対応範囲は広く11の取り組みが提起されているが、生衛業者が関与するところでは、「生活支援サービス」、「安心・安全サポート」、「健康づくり活動」、「防災活動」等が挙げられる。これは本研究における新しい衛生概念にも近いものである。具体的な連携事例としては、旧小学校の一室に理髪施設を設け、高齢者に「集落活動センター」内で理容サービスを提供すること等が挙げられる。

高知県における「集落活動センター」の取り組みは、本研究における新しい衛生概念を支持すると同時に、そこに生衛業者が関与することが不可欠であることも示している。もちろん、生衛業者が主体となって新しい衛生概念を達成するという視点も重要であるが、むしろ行政や県センターが主導することによって生衛業者が参加しやすいという側面もあるかもしれない。

#### D. 考察

昨年度のヒアリング調査では、活性化に成功していると言われている商店街の多くが広域型商店街・超広域型商店街・観光型商店街に偏っており、専門的な飲食業以外の生衛業がむしろ減少してしまう傾向があることを明らかにした。これは観光客が中心となる商店街では、地元に着した生衛業の特長が発揮しづらいことがその要因として考えられる。そうした商店街の発展と生衛業の役割におけるパラドックスを踏まえて、本年度の調査では近隣型商店街・地域型商店街に着目した。加えて、商店街に留まらない生衛業と多機関との連携についても調査した。

近隣型商店街・地域型商店街の事例としては、沖縄県の栄町市場商店街と泉崎一丁目商店街の二事例を取り上げた。これは那覇市国際通り商店街

といった観光型商店街を近くにもつ一方で、常連客を中心とした構成ながら一定以上の成果を挙げていることが理由である。栄町市場商店街では、家賃の安さと生衛業の開始・維持のしやすさが空き店舗の発生を防いでいることによって、多様な店舗が集積することで県内に留まらないファン（固定客）を獲得していた。泉崎一丁目商店街では、市役所庁舎の移転という外的な要因ながら、人の流れの変化が商店街の発足を促し、行政からの支援を財源とした商店街の取り組みが地域の衛生水準の向上につながっていた。

続いて、人口減少が生衛業に与える影響をより詳細に検討するために、過疎化・高齢化・広大な行政範囲といった困難を数多く抱えている北海道八雲町役場に調査を行った。八雲町役場のヒアリング結果からは、公衆浴場業という単一の事例ながら、生衛業が地域のライフラインとして不可欠なものであること、その担い手・利用者の双方が高齢化によって従来のかたちを維持できなくなりつつあること、今後予想される問題が生衛業者単体では対応が困難であることが示された。

最後に、生衛業と多機関との連携の観点から、滋賀県生活衛生関係営業指導センターと高知県生

活衛生関係営業指導センターの二つの県センターに対して調査を行った。滋賀県センターのヒアリング結果では、「映画」といった商店街とは異なった切り口でも、地元密着や接触時間の長さといった生衛業の特長が大きな役割を果たせることが示された。一方で、高知県センターへのヒアリング結果では、行政が主導する取り組みに参加するようなかたちでも、本研究で提示するような新しい衛生概念へのアプローチが可能であることが示された。特に、「集落活動センター」の事例では、多くの機関との連携が前提となっており、商店街に留まらない連携の有効性が理解されている。

#### E．研究発表

1. 論文発表  
なし

2. 学会発表  
なし

F．知的財産権の出願・登録状況  
なし

## 各都道府県生活衛生関係営業指導センターへのアンケート

### 研究要旨

- 【目的】人口の減少、大手企業の進出などに直面する中で、生衛業の振興のためには地域に根差した他機関との連携が有効である。都道府県生活衛生関係営業指導センターは、生衛業者と多機関との連携において大きな役割を果たす可能性があるが、必ずしもセンターの本来業務に連携は含まれていない。そこで、各都道府県センターにアンケートを行い、各センターでの連携事業の現状について調査した。
- 【方法】全国生活衛生関係営業指導センターの協力の下、各都道府県センターにアンケートを実施し、多機関との連携における実態について調査した。
- 【結果】複数の生活衛生同業組合が連携する事業を実施しているのは 15 センターであり、商店街等の外部機関と連携する事業を実施しているのは 7 センターのみであった。生活衛生同業組合同士の連携や外部機関との連携は一般的な事業となっているとはいいがたい。連携を行っているセンターでは、「高齢者」や「地域」、「健康」といったキーワードに関する事業が多く行われていた。
- 【考察・まとめ】連携事業が都道府県センターにおいてまだ一般的な業務とはなっていないことが再確認されたが、既に先進的に行われている連携事業では、新しい衛生概念に近似した目的が掲げられていることが明らかとなった。

### A．研究目的

本研究のヒアリング調査では、滋賀県生活衛生関係営業指導センターと高知県生活衛生関係営業指導センターの例を挙げ、各都道府県センターが生衛業者と多機関との連携において特筆すべき役割を果たす可能性があることを示した。しかし、この二つのセンターの取り組みは先進的なものであり、各都道府県センターの活動自体も多機関との連携を前提としたものではない。そこで、各都道府県センターにアンケートを行い、各センターでの連携事業の現状について調査した。

### B．研究方法

全国生活衛生関係営業指導センター（以下、全国センター）の協力の下、各都道府県センターにアンケートを実施し、多機関との連携における実

態について調査した。アンケートは全都道府県センターに全国センター経由で発送され、回答についても全国センターで集約した後に受領した。回答数は 47 都道府県中、42 であった（回答率：89.4%）。

### C．結果

まず、多機関との連携を考えるにあたって、各都道府県センターのスタッフ構成について質問を行った。結果については、常勤職員が平均 3.60 人、非常勤職員が 0.26 人となった。また、常勤職員の前職/出身組織としては、回答のあった 42 センター中、都道府県職員が 39、銀行が 8、民間企業が 21、生衛業者が 1 となった。これ以外では、日本政策金融公庫や商工会議所といった回答が見られた。

次に、各都道府県センターの実施する事業において質問を行った。以下の表に示す結果の通り、相談指導事業と情報化整備事業はすべてのセンターで実施されており、後継者育成がそれに続く形になった。

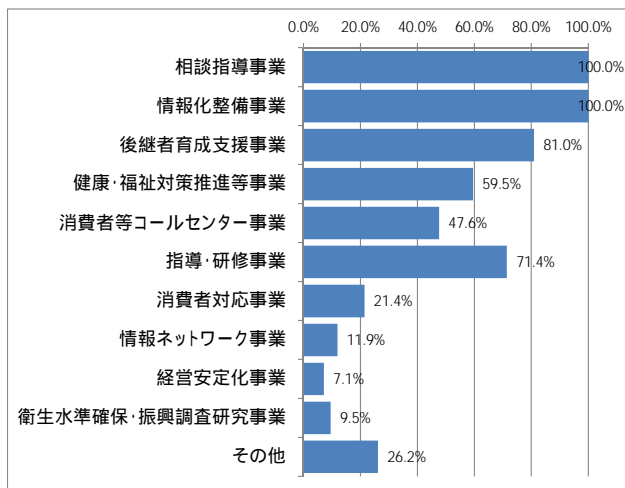


図1：実施事業

一方で、複数の生活衛生同業組合が連携する事業を実施しているのは15センターであり、商店街等の外部機関と連携する事業を実施しているのは7センターのみであった。このことから、生活衛生同業組合同士の連携や外部機関との連携が多く、都道府県センターにおいては一般的ではないことが分かる。

複数の生活衛生同業組合が連携する事業の具体例として、以下の表のような内容が挙がっていた。「高齢者」や「地域」、「健康」といったワードが頻出しており、本調査研究における新しい衛生概念に近い発想が見られている。

東日本大震災復興支援事業 / 生衛10組合が連携し「高齢者にやさしい地域づくり」を目指し各店でできるシニアサービスを提供する/講習会の共同開催(センターと複数の同業組合による共催)/人(高齢者や障害者等)にやさしい接遇講習会/「生衛フェア」と銘打って、県のお祭り会場の一角を借り、各生衛組合が連携して二日間、実演・広報

活動をしている/飲食関係・旅館7組合合同の「外食産業フェア」開催協力/メニュー適正表示研修会/生衛業連携促進事業/「美食フェア」の開催、8組合による実施/健康・福祉対策推進事業(地域生活支援事業)振興助成事業/地域の生衛組合連合会がイベントを実施し、地域住民に各生衛組合をPRするとともに、健康教室等を開催するなど、生衛業の衛生水準の向上・振興を図る/後継者育成支援事業/「スタンプを集めて健康づくり」と「高齢者の優しいお店選び総選挙」事業において、すべての生活衛生同業組合が参加して行った

続いて、商店街等の外部機関と連携する事業の具体例を以下の表に挙げている。こちらは後継者育成に関する内容が多いものの、商店街だけでなく、自治会、老人会、学校等が連携の相手として挙がっていた。

地域ふれあいたすけあい事業において、自治会、老人会等と生衛業の地域貢献についての懇談会を開催/商工会議所や開催する経営相談会への相談窓口の開設参加/生活衛生同業組合が商工会議所等と連携して行う街づくり方策について、議論している/後継者育成支援事業/後継者育成支援事業のインターンシップモデル事業を商店街フェスティバルで開催/後継者育成支援事業において、中学校、高校との連携を図った。

なお、各都道府県センターにおける予算の平均は2482.5万円であるものの、複数の生活衛生同業組合が連携する事業では平均57.3万円、複数の生活衛生同業組合が連携する事業でも平均3.7万円の予算しか割り当てがなかった。このことから、仮に連携事業を推進している都道府県センターであっても、予算規模の制約から大きく展開することが難しいことが予想される。

#### D. 考察

本調査からは、連携事業が都道府県センターにおいてまだ一般的な業務とはなっていないことが

再確認されたが、既に先進的に行われている連携事業では、新しい衛生概念に近似した目的が掲げられていることが明らかとなった。このことは、新しい衛生概念の推進において、各生活衛生同業組合及び各都道府県センターの推進が重要となることを示唆している。ただし、予算や人員の問題を考慮しても、既存の体制から大きく展開することは難しいのが現状ではないかと考えられる。

#### E．研究発表

1. 論文発表  
なし

2. 学会発表  
なし

F．知的財産権の出願・登録状況  
なし

## 東京特別区保健所における衛生管理活動

### 研究要旨

- 【目的】東京都内の政令市型保健所を調査対象として、生活衛生関係営業の衛生水準の維持向上における保健所の役割を、主に環境衛生監視の視点から明らかにした。
- 【方法】文献調査のほか、平成 25 年 12 月 18 日に東京都文京区の文京保健所生活衛生課においてヒアリング調査を行った。ヒアリング調査では、文京区における生活衛生関係営業の現況、環境衛生監視の状況などについて尋ねた。
- 【結果】文京区で行われている環境衛生監視のなかでも、特に公衆浴場、旅館業施設、介護保険施設等の入浴施設等でのレジオネラ症発生防止への取り組みが特徴的であった。区内で過去に経験したレジオネラ症患者発生の経験を活かし、現場職員からの積極的な働きかけが、区長予算による重点施策としてのレジオネラ症発生防止事業採用につながり、レジオネラ対策助成金として具体化していた。
- 【考察・まとめ】環境衛生監視の結果や所管地域における健康被害発生を、衛生水準向上への予算措置を伴う施策として具体化させた文京保健所の事例は、他の地域において生活衛生関係営業の衛生水準の維持向上における保健所の役割について議論する際の参考になると考えられた。

#### A．研究目的

地域住民生活の公衆衛生領域に密接に関与している生活衛生関係営業においては、日々の事業活動における衛生管理がきわめて重要であり、その衛生水準向上は地域住民の衛生水準向上にも直接的に寄与する部分が多い。

我が国では、「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律」に基づき、公衆衛生の見地から国民の日常生活に極めて深い関係のある生活衛生関係の営業について、衛生施設の改善向上、経営の健全化、振興等を通じてその衛生水準の維持向上を図り、あわせて利用者又は消費者の利益の擁護が目指されている。生活衛生関係営業の経営振興にも言及する点はこの法のひとつの特徴であり、実社会における各種施策の根拠となっている。

本研究では東京都内の政令市型保健所を調査対

象として、生活衛生関係営業の衛生水準の維持向上における保健所の役割を、主に環境衛生監視の視点から明らかにした。

#### B．研究方法

保健所における衛生管理活動に関する文献調査をおこなった。また、平成 25 年 12 月 18 日に東京都文京区の文京保健所生活衛生課においてヒアリング調査を行った。ヒアリング調査では、文京区における生活衛生関係営業の現況、環境衛生監視の状況などについて尋ねた。

#### C．研究結果

##### 1) 特別区保健所としての文京保健所の特徴

文京区保健衛生部・文京保健所には生活衛生課のほか、健康推進課、予防対策課、保健サービスセンターとその支所が設けられている。このうち



生活衛生課は、保健衛生に関する企画調整、公衆浴場、食品衛生・環境衛生・医務薬事許可等、狂犬病予防、動物衛生、ねずみ・衛生害虫の相談等を所掌事務としている。

環境衛生領域では、理容所、美容所、クリーニング所、興行場、旅館業、公衆浴場、墓地等の法律に基づく業種及びプールの許可事務を行うとともに、これらの施設の衛生状態を確保するため現場における監視指導のほか、経営者自らが衛生的維持管理の向上に取り組む自主管理推進事業を実施している<sup>1)</sup>。また、併せて公衆浴場、旅館業施設、介護保険施設等の入浴施設等でのレジオネラ症発生防止を目的に、衛生監視指導、水質検査、施設向けの講習会などを実施している。さらに、現場指導力を高めるため、保健所環境衛生監視員向けの研修会も実施している<sup>1)</sup>。

これらの事務について、区庁内の他部署と連携した、機動的な業務遂行が心掛けられている。ただし、これはあくまで保健所所掌事業に関する場合であって、商店街振興に関係する事務事業は区庁商工課の所掌であり、関与する機会は少ない。

区民から患者が発生しないことを最重要視して業務にあたっており、区民の健康水準に責任をもち、区民と真正面から向き合う覚悟をもって業務にあっている。

後述のように、現場経験に基づく積極的な働きかけが、区長予算による重点施策としての事業採用につながり、レジオネラ対策助成金として結実した経験を持つ。

## 2) 文京区内の生活衛生関係営業

文京区内も地区により特徴があり、本郷三丁目界隈や茗荷谷地区などのように学生が多く住み、また学生の鉄道乗降の多い地域がある一方、古くからの住民の多い地区も散在している。古くからの住民の多い地区では、住民と生活衛生関係営業を含む各事業者とのつながりも深い。区内には巨大な商店街は少ないのも特徴であり、生活衛生関

係営業事業所も区内各所に点在している。

文京区における環境衛生関係施設の総数は6,176(平成24年度)である。このうち小規模貯水槽水道施設が4,408と大部分を占める。その他の主な施設は、理容所127、美容所266、クリーニング所244、常設興業所16、ホテル17、旅館23、簡易宿泊所2、普通公衆浴場12、温泉利用施設2、プール81等である<sup>1)</sup>。

## 3) 環境衛生監視の状況

環境衛生監視は、生活衛生営業六法(クリーニング業法、理容師法、美容師法、興行場法、旅館業法、公衆浴場法)のほか、建築物衛生法、水道法をはじめとする各種法令のほか、区条例などに基いて施行されている。

文京区における環境衛生関係施設の中には多数の人が利用するドーム球場、遊園地等の娯楽施設、修学旅行生等を対象とする団体・宿泊旅館がある。近年、大規模なホテル営業施設が増え、また、温泉利用施設も新設されるなど文京区民以外の利用者が増加しているのが近年の特徴である<sup>1)</sup>。

監視指導活動では、現場で直接測定して得られたデータを科学的に判断し、その判定結果に基づいて、不適合と判定された場合には、その原因を究明したうえで、適切な改善に必要なに向けた指導が行われる。また、指導後はその経過報告を求め、改善への取り組みが確実に行われていることを確認している。

各業種別組合への加入状況に関係なく、法令上対象となる全事業者が環境衛生監視の対象である。また、区内の環境衛生監視対象事業者の廃業状況も把握している。営業年数の長い事業者では、衛生管理状況が良好であることが多い。

## 4) 区内の衛生水準向上に向けた取り組み

文京区では、平成24年度は公衆浴場、旅館業施設、介護保険施設等の入浴施設等でのレジオネラ症発生防止を目的に以下の項目が実施された。す

なわち、レジオネラ症発生防止対策事業、公衆浴場等におけるレジオネラ症発生防止に関する対策指針の運用、文京区公衆浴場法施行条例のなかで水質基準「シャワー水からレジオネラ属菌は、検出されないこと」の規定整備、区の基本構想実施計画の進行管理指標で監視指導件数及び講習会参加施設数の目標値設定、区の重点施策に基づき調節箱の自動塩素注入装置の新規設置助成である<sup>1)</sup>。

文京区におけるレジオネラ症発生防止対策には、平成 21 年 10 月に文京区内で発生したレジオネラ症への対応の経験が活かされている。平成 21 年のレジオネラ症発生事案では、区内の公衆浴場のシャワー水が感染源であることが明らかとなり、それをきっかけとして、区内の公衆浴場、旅館業施設、介護保険施設等で使用されるシャワー水の実態調査が行われた。その結果、複数の公衆浴場においてレジオネラ属菌が検出されたことから、対策の必要性が認識されるに至った<sup>2)</sup>。そして、シャワー水のレジオネラ属菌検出時の対応を明示した「公衆浴場等におけるレジオネラ症発生防止に関する対策指針」が策定され、予算上の裏付けとして「レジオネラ症発生防止対策事業費」が計上された。さらに「文京区公衆浴場法施行条例」においてシャワー水の水質基準も規定された<sup>2)</sup>。

検査の結果、シャワー水にレジオネラ属菌が検出された場合、シャワーの使用停止のほか、配管洗浄の実施、配管洗浄後の菌不検出確認のための水質検査を実施し、改善措置報告書の保健所への提出を求めている。また前述の「レジオネラ症発生防止対策事業費」に基づき、安定的な残留塩素濃度の維持が可能となる自動塩素注入装置の新規設置に対する助成が行われている。こうした総合的な取り組みの結果、平成 22 年度、平成 23 年度とシャワー水からのレジオネラ属菌検出の報告はない。

#### D. 考察

文京保健所は政令市型保健所であり、組織上文京区庁の一部門として位置付けられる。所管地域は文京区内に限られ、よりきめの細かい環境衛生監視の実現が可能になっていると考えられた。

また、過去に発生したレジオネラ症への対応経験を活かし、具体的な対策を自動塩素注入装置の新規設置に対する助成という形で結実させ、監視業務だけでなく、その後の事業者による衛生水準の改善にも、予算上の裏付けを確保している点は、区民の公衆衛生に責任を持つ保健所の立場、役割を明確に示していると考えられる。

環境衛生監視結果や、所管地域における健康被害発生を、衛生水準向上への予算措置を伴う施策として具体化させた文京保健所の事例は、他の地域において生活衛生関係営業の衛生水準の維持向上における保健所の役割について議論する際の参考になると考えられた。

#### 参考文献

- 1) 文京区：ぶんきょうの保健衛生平成 25 年版（平成 24 年度実績）事業概要。
- 2) 岡部咲子、中臣昌広、山下靖之、杉本麻里子、石山康史：文京区における公衆浴場等シャワー水のレジオネラ発症防止対策の成果．生活と環境．58(2)；51-53．

#### E. 研究発表

1. 論文発表  
なし
2. 学会発表  
なし

F. 知的財産権の出願・登録状況  
なし

## 人口動態と生活衛生関係営業：地理情報システムによる分析

### 研究要旨

- 【目的】地理情報システムを使って、人口動態の変化の様子と生活衛生関係営業（生衛業）の立地を分析し、生衛業の置かれている状態を空間的に明らかにすることを目的とする。
- 【方法】過疎化が進んでおり人口が郊外へと移動している地域の例として震災以前の宮城県石巻市を、駅前を中心に商店街の活性化が進み、観光型商店街として活況を呈する地域の例として滋賀県長浜市を、過疎化が進んでいるが人口が郊外に流出していない地域の例として北海道八雲町を取り上げ、500メートルメッシュデータを用いた人口変化と生衛業の事業所の立地に関して地図上に表し、その特徴を明らかにする。
- 【結果】宮城県石巻市においては、2000年から2010年の10年間で駅前を中心とした旧繁華街の人口は減少し、ショッピングモールが立ち並ぶ蛇田地区へと移っている。しかし、生衛業の事業所（店舗）の多くははまだ駅前周辺に多く残っており、人口流出による需要減の影響を受けている。滋賀県長浜市においては、長浜駅に近い黒壁スクエアが観光地として活況を呈しているが、居住者数は増加しておらず、飲食業・社交業・宿泊業以外の生衛業は既に黒壁スクエアからは撤退している状況である。北海道八雲町では、全体的に人口は減少してはいるが、比較的狭いエリアに居住地と生衛業の店舗が密集しており、街はコンパクト化しつつ保たれている。
- 【考察・まとめ】生衛業は居住者がいることで需要が生まれるため、共住者が集中する地域に店舗も集中する。しかし、旧市街地からの人口の流出が起きた場合、店舗の移転は容易ではなく、需要減の問題に直面する。また、商店街の活性化が外部からの買い物客の流入によって達成されている場合には、飲食や宿泊業以外の生衛業にとってはむしろ需要増にはつながらず、長期的には繁華街から退出していく可能性がある。過疎化が進む地方においては、コンパクト・シティ化が大きな課題となるが、その中で生衛業の果たす役割は大きいものと考えられる。

### A. 研究目的

生活衛生関係営業（生衛業）は、人々の生活に密接した業種である。人が集住するところには、その生活に必要な財やサービスを提供する何らかの業者が必要であり、生衛業者はその多くを賄う役目を持つ。生衛業の多くは、必ずしもブランド間の差異が大きな業種ではないために、利用者の居住間所の近くにあることが重要となる。利用者にとっても、小さなブランド間の差異を求めて遠

くの店舗に行くよりも、居住地域や就労地域の近くにある店舗を選ぶ傾向が強いであろう。それゆえに、生衛業にとって人口動態の持つ意味は大変大きい。しかし、多くの生衛業者は規模が小さく、後継者難の問題を抱えているため、人口分布の変化に応じて十分に対応できるだけの柔軟性に乏しい。さらには、人々の生活に密着した業種であるため、立地する場所のコミュニティーとの結びつきは強く、これも柔軟性を低めることにつながる。

本研究では、このような人口動態と生衛業の立地に関して、地理情報システムを用いた分析を通じて現状を明らかにし、問題を特定することを目的とする。

## B. 研究方法

分析を行った場所はヒアリング調査などで特性が明らかになった3か所を選んだ。まず、過疎化が進んでおり人口が郊外へと移動している地域の例として震災以前の宮城県石巻市を選んだ。石巻市は2011年の東日本大地震による津波で大きな損失を被り、どのように街を再生するかが大きな問題となっているが、震災以前にも人口移動が激しく、今回は震災以前の変化を分析対象とした。次に対象としたのは、駅前を中心に商店街の活性化が進み、観光型商店街として活況を呈する滋賀県長浜市である。長浜市の黒壁スクエアと呼ばれる商業集積地は、中小企業庁の「がんばる商店街77選」にも選ばれており、第三セクター「黒壁」が民間主導で展開しているガラス事業を中心に、まちづくりを行っているが、必ずしも生衛業が多く立地しているわけではない。観光型商店街と生衛業の関係を見るために分析対象に加えた。三つ目の対象は、北海道二世郡八雲町である。八雲町は北渡島支庁で最も大きな町であるが、周辺町村同様に緩やかに人口が減少している。しかし、町の広大な面積にもかかわらず、居住地は比較的集中している。人口減少が続く地方の小自治体のケースとして分析を行う。

分析に用いたデータは、2000年と2010年の国勢調査、並びに2006年の事業所・企業メッシュ統計である。これらのデータを500メートルメッシュでそれぞれの地域に落とし込んで情報地図を作製した。

## C. 研究結果

### (1) 石巻市

石巻市は宮城県東部に位置する、県内第二の人

口を擁する市である。人口は国勢調査によれば1985年の18万6587人をピークとして緩やかに減少しており、2010年の国勢調査では16万826人となっている。旧北上川の中州である中瀬地区からJR石巻駅にかけての地域が旧市街地であり、古くからの商店が集積している。しかし、近年旧市街地の北西部にある蛇田・あけぼの地区に大型のモールが集積し、市の人口もそちらに中心が移りつつある。特に2007年3月にイオンモール石巻が蛇田・あけぼの地区の三陸自動車道石巻河南IC沿いにできると、この傾向はますます拍車がかかり、2008年には駅前の百貨店さくら野東北が撤退するまでに至った。

この石巻の情報地図が図1である。メッシュの色は赤が2000年から2010年の間に人口が増えたことを示し、青は人口が減ったことを意味する。旧市街地では、特に駅の南側で100人以上人口が減少した地域が目立つ。一方、蛇田地区においてはショッピングモールがある地域は人口が減少しているが、その周辺で人口が増えている地域が多い。また、蛇田地区の南にある女川街道を挟んだ地域にも人口が増加している地域が多い。人口は駅周辺部から西部へと移動していることがわかる。

この人口の移動に対して、生衛業の店舗の立地を見ると、いまだ駅前周辺に集中していることがわかる。図1のピンク色のドットは飲食・社交・ホテル・旅館を示し、黒のドットはその他の生衛業を示しているが大部分は駅前に集中し、人口が移動した先の蛇田地区等にはあまり立地していない。本来、生衛業は居住地域の近くにあるべきだが、人口移動に応じて立地を簡単には変えられないむずかしさがある。

図2は2010年の人口を用いて高齢者の占める割合別にメッシュを色分けしたものであるが、旧市街地はほとんどが水色であり、高齢化率が30%を超えるところがほとんどである。これに比べて、蛇田地区周辺には高齢化率が低い地域も多く、人口の移動が若い人口を中心に起きていることが予

想される。

石巻のこのような人口移動は、旧市街地をいわゆるシャッター通りとしてしまい、多くの生衛業者の経営を困難なものにしてきたと考えられる。まして、2011年の東日本大震災では比較的海に近い旧市街地は津波の影響を受けて大きな被害がでた。蛇田地区は海から遠かったこともあり、津波の被害は免れることができたため、震災後は旧市街地から蛇田地区への人口移動に一層の拍車がかかることとなった。旧市街地の生衛業は需要減に加えて、津波での被害を受けたところも多く、若い後継者のいないところは廃業に追い込まれる可能性も高まっている。

## (2) 長浜市

長浜市の長浜駅北東に広がる市街地は、かつては人口流出が相次ぎ、いわゆるシャッター通りになっていた地域である。しかし1988年に旧市街の古建築の保存と再生のための博物館都市構想を掲げた第三セクター「黒壁」が設立されてから、次々と古建築の再生・活用が行われ、黒壁スクエアと呼ばれる旧市街地は、現在では湖北最大の観光スポットになっている。いわゆるまちおこしの成功例として多くのメディアで紹介され、地方からの視察も絶えない。

図3は長浜市駅周辺の情報地図である。これによれば、2000年間から2010年の間で、黒壁スクエア周辺は必ずしも人口が増えている場所ではない。人口はむしろ駅の周辺2キロ以上離れた場所で増加している。黒壁スクエアは観光客を呼ぶという意味では大成功している地域であるが、観光型商店街であり、地元住民との結びつきはあまり強くないようである。

生衛業の立地に関しても、黒壁スクエアは大きな特徴を持っている。黒壁スクエアとその周辺に集中しているのはピンクのドット、すなわち飲食・社交・ホテル・旅館であり、これらは観光客を顧客として成り立っている特徴がある。他の生

衛業を表す黒のドットはむしろ黒壁スクエアから離れたところに散在している。図4は黒壁スクエアを拡大した地図であるが、この中には飲食・社交・ホテル・旅館以外の生衛業はほとんど立地していない。

このような観光型商店街の場合、その活性化に参加できる生衛業種は飲食・社交・ホテル・旅館である。特に飲食店が集中して立地する傾向にある。特徴を持った飲食店は消費者の関与水準が高く、店の差異も知覚されやすい。日常的な消費には向かなくても、観光客などの外部からの顧客を継続してつかむことができれば、経営は安定する。逆に、他の生衛業では飲食店のように店舗ごとの差異の近くは難しいものが多く、習慣的な消費が中心となっている業種が多い。これらの業種では、一度きりの顧客をつかむことは難しく、観光地に立地することは向かないと考えられる。

長浜市の黒壁スクエアは経済的にいえば活況を呈しているし、大きく成功した商店街と考えることができよう。しかし、このような観光型商店街からは、飲食店以外の生衛業は撤退していく傾向があるといえよう。

## (3) 八雲町

八雲町は北海道の南、渡島半島の中央に位置する人口1万8千人の街である。2005年に隣接する熊石町と合併し、日本で唯一太平洋と日本海に接した町となった。町の面積は955.98 km<sup>2</sup>と広大であるが、人口は旧熊石地区を除きほぼ八雲町駅周辺に集中している。

八雲町も北海道の他の市町村同様、人口が継続的に減少している。人口減に対する対策として、町外特に道外からの移住を積極的に進めるために、移住者へ土地を無償提供するなどの対策を行っている。移住を推進する際のキャッチ・フレーズは、「都会ではないが、寂れた田舎でもない ちょうどよい田舎」であり、全国の町村の中でも最大規模の町立病院を持つなど、インフラストラクチャ

ーは比較的整っている。

図5は500メートルメッシュで人口、人口増減と生衛業の店舗を示した地図である。全体的に人口が減っている地域が多いが、それでも人口は駅を中心とした半径1キロメートルの範囲に集中している。生衛業の店舗も駅前と線路・国道に沿った周辺地域に集中しており、全体的にコンパクトな街になっている。町の中心部にはほとんど坂道もなく、平坦な道が多いので高齢者の移動は比較的便利である。八雲町の場合は、人口減という問題はあつたものの、生活衛生営業店舗が比較的残っており、住民の利便性という点では大きなアドバンテージを持っているということができよう。

#### D. 考察

本研究では、ヒアリング調査を通じて、生衛業と商店街の関係について事例研究を重ねてきた。情報地図を使った分析においてもヒアリング調査の結果を裏付けられるような結果が見えた。

生衛業は人々が居住するところに必須のものであるが、大規模なショッピングモール等が郊外に進出するとそれまでの中心部から人口の流出が起き、経営が困難になるケースがままある。また、商店街が観光と結びついて発展した場合は、やはり居住地が中心部から周辺に移る可能性があり、活況を呈する商店街に残ることができるのは、飲食や社交だけになるケースもある。

しかし、旧中心部の人口がすべて移転するのであれば問題はないが、移転するのは主として若年者であり、高齢者はそのまま居住し続けるケースが多い。生衛業主も同様であり、店舗を需要に応じて移転できるのは若い後継者がいる場合がほとんどで、生衛業主が高齢化している場合、あるいは後継者がいない場合には、店舗をたたんでしまう場合が多い。そうになると、残った高齢者にとっては、生活をする上での利便性を欠くことになる。規模を小さくしていく中で、利便性を残したコンパクト・シティ化が大変大きな課題となるだろう。

#### E. 結論

地理情報システムを使った分析によって、ヒアリング調査を通じて得られた情報は裏付けられた。過疎化が進む地方においては、コンパクト・シティ化が大きな課題となるが、その中で生衛業の果たす役割は大きいものと考えられる。

#### 参考文献

- 1) Assael, Henry: Consumer behavior and marketing action, Kent Pub. Co., Boston, Mass., 1984
- 2) 恩蔵直人: マーケティング、日経文庫、東京、2004
- 3) 恩蔵直人: マーケティング論、放送大学教育振興会、東京、2008
- 4) 中小企業庁ホームページ「がんばる商店街77選」、  
<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/shoutengai77sen/>

#### F. 研究発表

1. 論文発表  
なし
2. 学会発表  
なし

#### G. 知的財産権の出願・登録状況

なし

図1：石巻市の人口増減と生衛業店舗

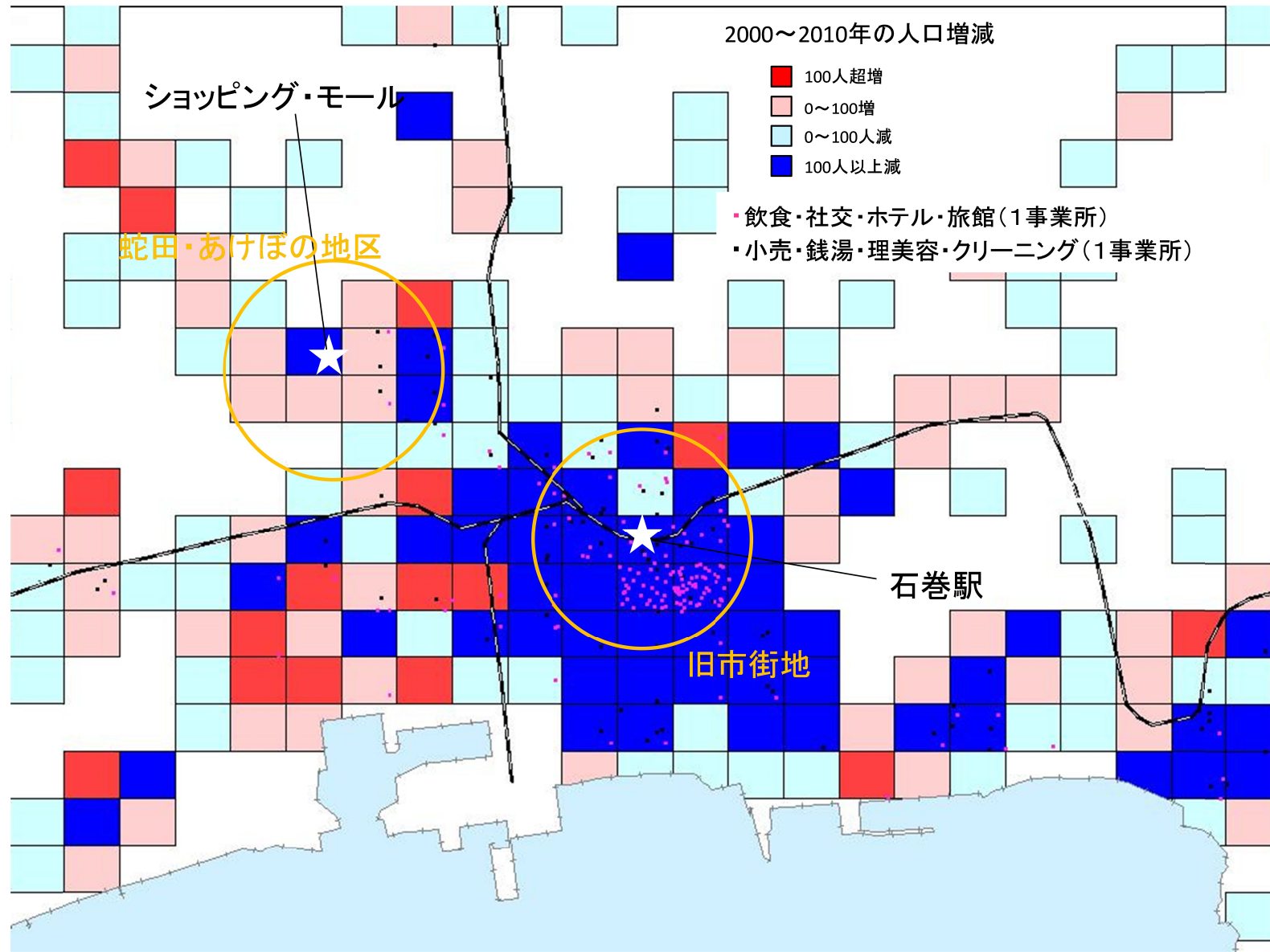




図2：石巻市の高齢化率

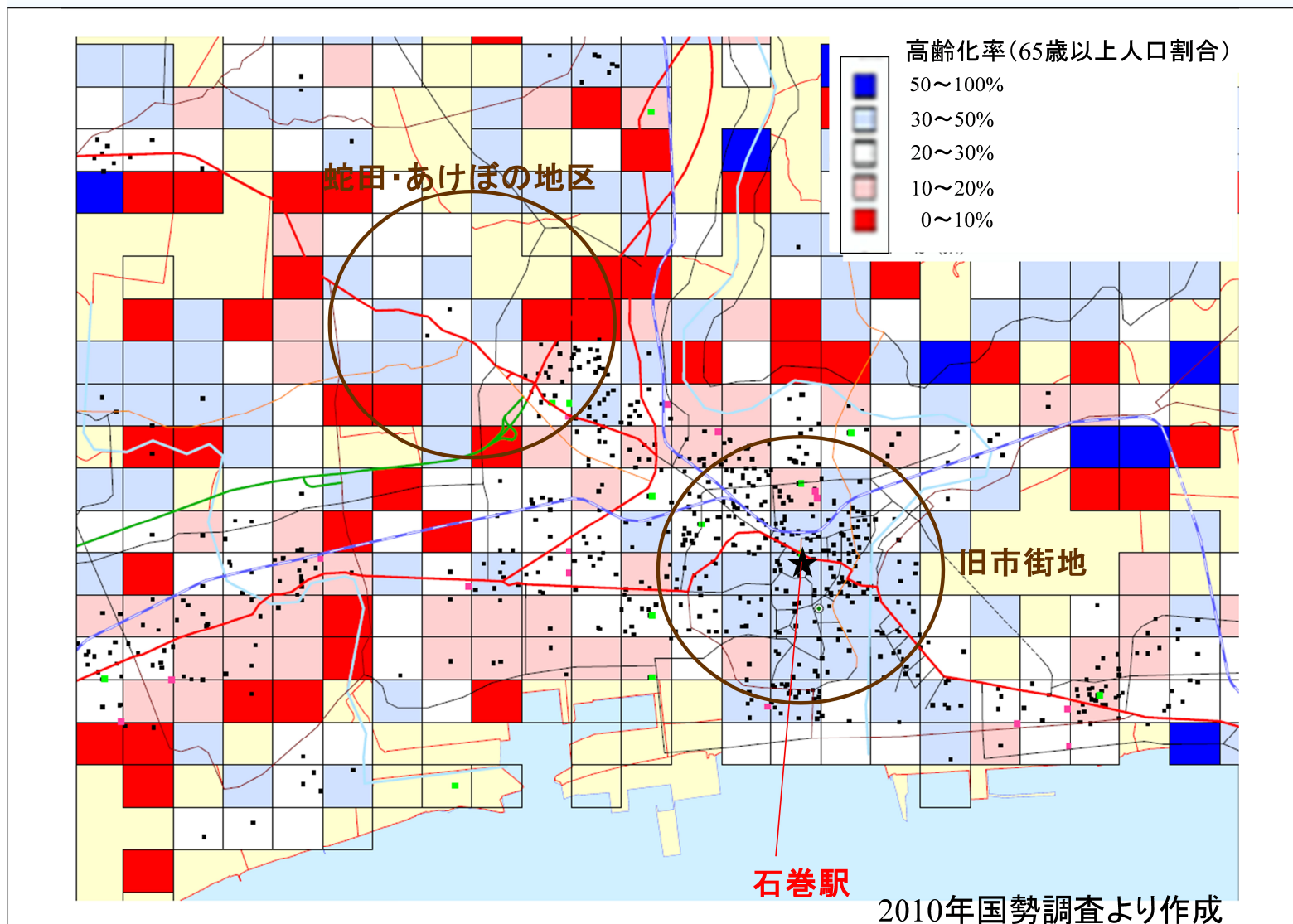




図3：長浜市駅周辺の人口増減と生衛業店舗

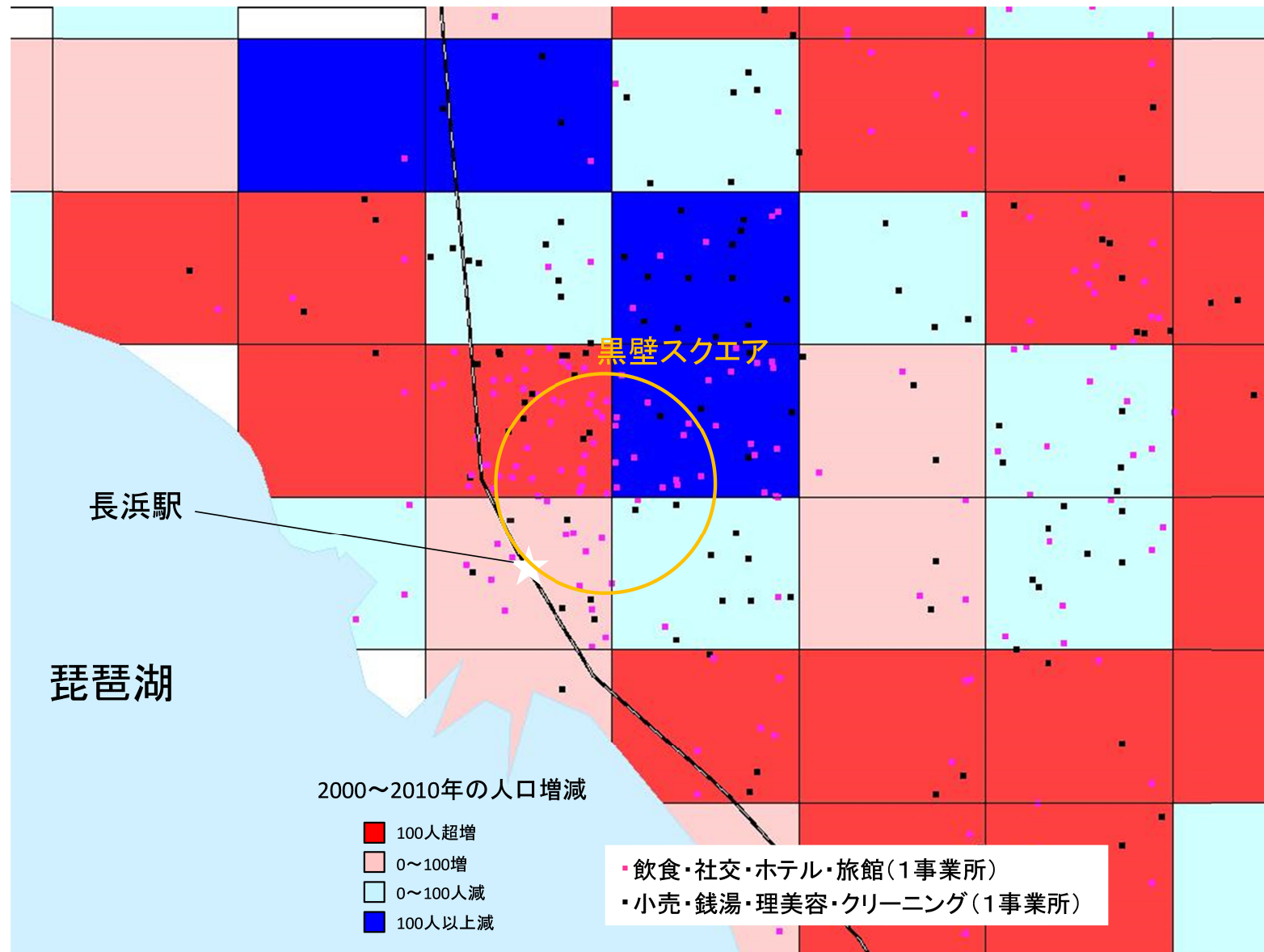


図4：黒壁スクエア

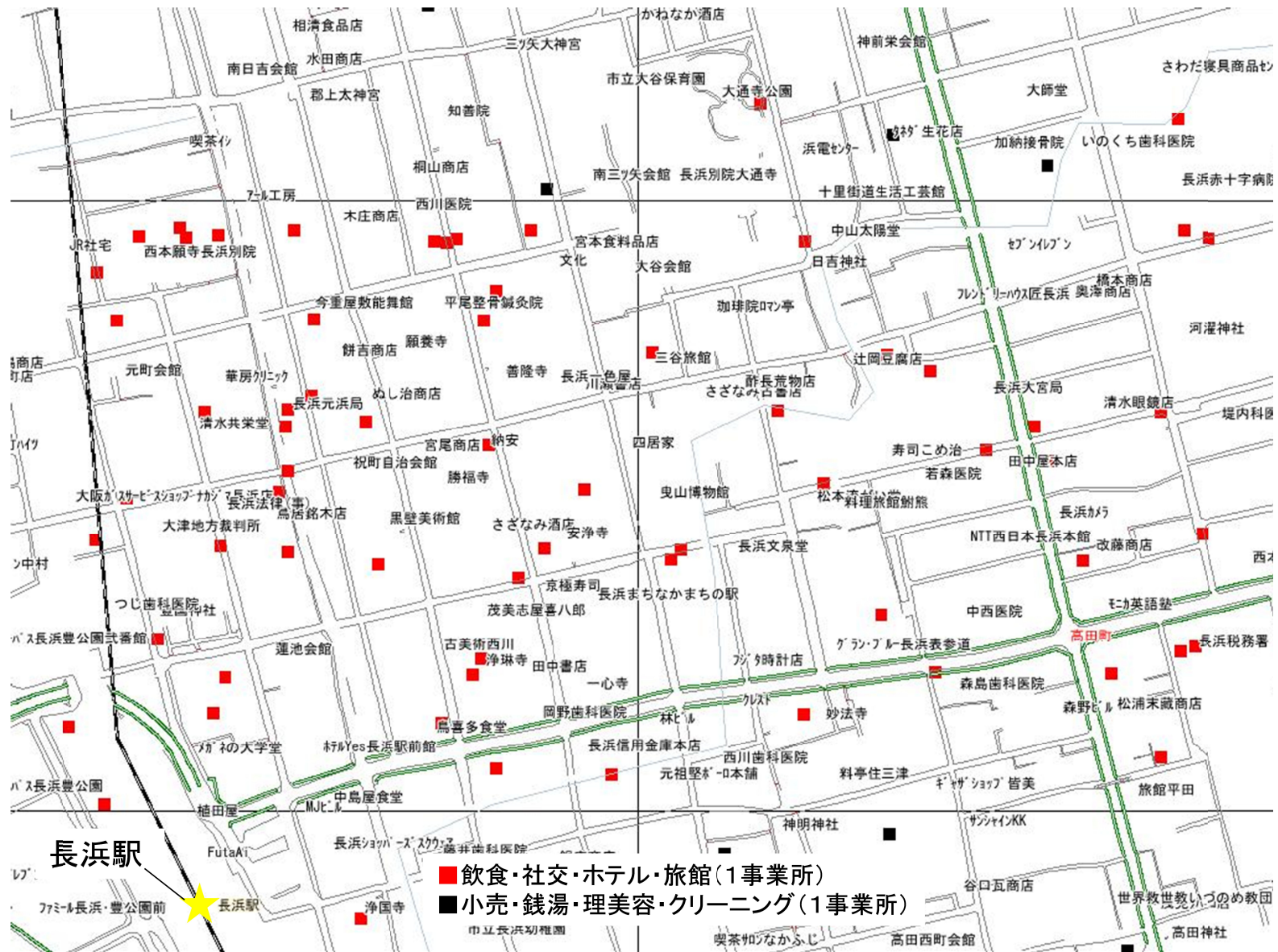
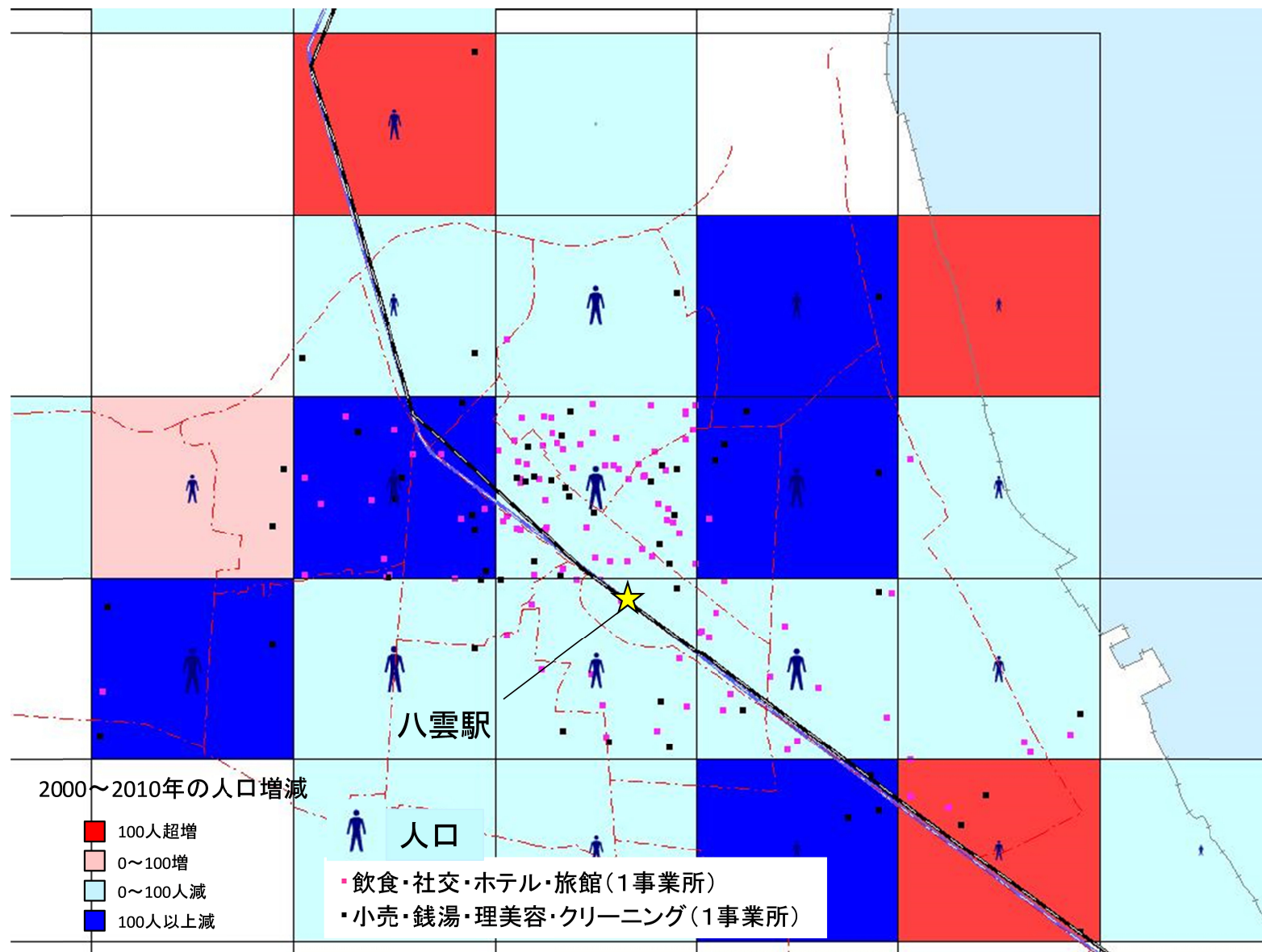


図5：北海道八雲町の人口増減と生衛業店舗



**「活性化」とは何か**  
**商店街の衰弱・不活性化に抗する活動をめぐる聞き取り調査から**

研究要旨

【目的】 地域や商店街の活性化をめぐる活動において、住民は何を求め、それはどのように支援されるのかについて、巡見・視察と聞き取り調査の結果から分析し、問題提起を行う。

【方法】 以下の地域および商店街の活動について、視察と聞き取り調査を行った。

滋賀県生活衛生営業指導センター主催による地域連携事業の会合（映画を中心とした町おこし事業との連携）、沖縄県那覇市の新旧の商店街として栄町市場商店街と泉崎一丁目商店会、戦後の嘉手納基地とともに成立した沖縄市の中心市街地（胡屋十字路を中心とした商店街区）、台湾・台北市では、日本統治時代からの繁華街である西門町、日本統治時代に日本人町のあった圓山、郊外の新興開発地である西湖の三地域。

【結果】 各地域の成立・現状と、活性化を目指した活動を整理した。滋賀県彦根市では、地域の有志が担う活動をゆるやかに支援することで、まちの活性を模索する。人が集まり模索する過程が重視されていた。那覇市の新旧の商店会でも、人同士交流や結びつきが重視されていた。こうした活動をすること自体が、人々の連携を強化している側面がある。一方、沖縄市のように行政主導の活性化においては、行政施策の中心からのまなざしが強く顕れやすく、住民の目線に近づきうるのかは疑問が残った。台湾でも、交通路線の形成に伴い、商圈の再生や再編が模索されている。現在は若年層の囲い込みが課題とされているが、年配層や今後の顧客の高齢化との折り合いをどのようにするかが課題とされはじめる時期であった。活性化の活動が盛んな地域とは、必ずしも大きな成果が達成されているわけではないが、いずれも当事者が強い問題意識を持ちながら課題に立ち向かうことで、人を巻き込みながら連帯の拡大に成功していた。

【考察】 地域の商店街という特権は、交通インフラの普及による場所性の解体により脆弱化している。都市の空間構造が変化した現在、繁栄期の復興を目指す試みは失敗に終わるであろう。地域の資源を蕩尽する観光化も、長期的な成功の維持は簡単ではない。大手資本との対抗が現実のものである以上、人と物を効率的に結ぶ関係ではなく、人と人・人と物を結ぶメディアとしての市場（いちば）の魅力を復興することが可能な生き残り策かもしれない。活性化は、成果を求める思考ではなく、その過程を生きる思考のなかで評価するべきではないかと考えられる。

## 研究目的

人口増加期に形成・発展した各地の商店街から客足が衰え、その危機が叫ばれるようになって久しい。この「衰退」に抗して、生き残りを目指した活動が各地で活性化している。これらの活動は、個別の商店街で完結した活動から、より広域の地域を含めた「まちおこし」に至るものまで多様である。しかし、すでに経済規模の拡大に無限の期待を寄せられる時代ではない。身を削る競争を零細の商業店舗に課し続けることも好ましい未来を生むことはないであろう。では、「活性化」という結果あるいは状況をどのように考えればよいのだろうか。

本研究では、活性化を模索し活動する地域を訪問し、当地での聞き取り調査から、「生活者の視点」を鍵としながら問題提起を行った。

## B. 研究方法

はじめに「生活者の視点」から触れていく。

20世紀の都市地理学や都市社会学では、形成期の都市を1つの閉じた生態と捉える視座が台頭した。その代表はバージェスが示した同心円状の空間構造モデルである。19世紀チューネンの農業立地論にならって、経済的中心地からの距離を関数として都市内の土地利用・立地の合理性が論じられた。その後、扇形モデルや多核モデルなどの改良モデルも提示されたが、それらを含めて、その基本の枠組みは機能的効率を含めた経済合理性に集約されている。

こうしたモデル化に対して、ポストモダン派の地理学や社会学からは、任意の経済圏の分節が空間の物神化に至っているのではないかという懐疑や、議論が政治経済的序列の保持を前提として権力的視座の再生産に陥ってしまう点に批判が向けられた。また、場所に付与される文化的価値や感情など実際にまちに生きる人々の視点の看過も指摘され、多様性を前提として、社会階層・ジェンダー・エスニシティなどによるリアリティの差異に注意を払う研究態度も登場した。こうして、前者は鳥瞰的に見定める

権力者の視座、後者は「地を這うもの」「虫の目」などの修辞とともに生活者の視座として対置されたのである。

むろん、この視座の対置は単純かつ固定的なものではない。フィールドでは、さまざまな場面で権力的視座の体現や他者から向けられたまなざしを内面化した自己の表出に出会うのであり、利害関係の交渉を通じて複雑に入り組んだ視座が露見する。こうした多声的なリアリティを丁寧に把握するには、地域の人々との綿密な関係性を構築しうる期間を有したフィールドワークが欠かせない。それを怠ることは、単純な図式を強化する怖れを大きくする。しかし、今回はミッションの提示からの時間が限られていたこともあり、巡見調査以上の時間を割くことができなかった。そのために、訪問地域における情報収集において発せられた、経済的合理性を訴求するもの言いに対置されるような言説のいくつかを拾い上げて生活者の視座の表れとすることで、「活性化」の可能態の考察に結びつけていく。

なお、調査は以下の地域で行った。滋賀県生活衛生営業指導センターは独自の地域連携事業として、彦根市で行われる映画ロケを支援する街の活性化の活動を応援している。今回は、指導センターと生活衛生営業の業界代表者と活動者たちとの連携を目指した会合に臨席した。また、沖縄県の生活衛生営業指導センターの活動に関するヒアリングと、那覇市の新旧の商店街としてモノレール安里駅に近い栄町市場商店街と市役所に近い泉崎一丁目商店会の巡見と当地での聞き取り、戦後の嘉手納基地とともに成立・成長した沖縄市の胡屋十字路を中心とした商店街区とコザ十字路近くのコザ銀天街（コザ十字路市場）の巡見と当地での聞き取り、台湾・台北市では、若者の集まる繁華街の西門町（西門街区）、日本統治時代に日本人街のあった圓山の圓山商圈（商圈は日本の商店街・商店区にあたる）、台北郊外の新興開発地域である西湖商圈での関係者からの聞き取りを行った。



## C. 結果

各地域での聞き取り調査から、各地域の概要と、この報告に關与する言説をピックアップして提示する。

### (1) 滋賀県生活衛生営業指導センターの会合

彦根市の花しょうぶ通り商店街(旧・上恵比須商店街)の有志が中心になり、彦根市で行われる映画ロケを支援する活動が行われている。これにより地域が「盛り上がる・元気になる」ことを期待している。活動は有志のボランティアであり、一部の参加者に負担が偏る側面もある。しかし、NGOのような組織の固定化は考えておらず、イベント毎に参集するような緩やかな連帯のもとで活動の継続を目指している。会合では、この活動が紹介され、生衛業の組合代表者たちにも協力の可能性を検討して欲しいという旨が伝えられた。

会議では、「求める結果は何か」「どうなったら元気になったと言えるのか」「積極的な誘致はしているのか」などの質問が寄せられた。活動の具体的な成果や目標についての問いである。外部からの支援を受ける以上は、具体的な成果を示し、それを加速する誘致活動も期待されるのではないかというものは、中心からの視座としては間違いではない。しかし、出席者の回答は、具体的な成果を求めた活動ではなく、その時々で参加者自身がやりがいを感じながら活動できることを重視しているという。また、彦根市は彦根城とその城下町の風情を残す地域で、映像作品の舞台に用いられることが多いそうだが、積極的にこれを売り込むことはしていない。あくまでも、何かの機会が生じたならば参集するというスタンスであった。

彦根市には「ひこにゃん」という人気のゆるキャラがあり、彦根城では連日パフォーマンスが行われている。平日の午前中でも、その登場を期待する人々が参集している。そのパフォーマンスに際して、スタッフから「無理をせず、ほどほどの、ゆるい」演

技なので、あまり期待しすぎずに「あたたかく見守ってほしい」という主旨が強調される。会合では、これを引き合いにして、銘々が無理をしないレベルで工夫をして活動に關与することで活動を継続させて、めぐりめぐって地域の活性化になればよい。また、無理をしない程度に「ゆるり」と、余裕のある人が応援をしていこうというまとめが提示された。

### (2) 沖縄県那覇市・栄町市場商店街

那覇市安里地区の栄町市場は、戦後の公設市場から発し、その後行政から承認を受けて市場として存続してきた。庶民向けの社交街が隣接し、かつては活気のある地域であったという。市場の設備は古く、昭和30年代頃までの風情を残している。しかし、近隣へのスーパーマーケットの展開や市場内の店舗主の高齢化などから寂れていた。これに抗した栄町市場振興組合の働きかけによって、空き店舗に新しい世代の飲食店・居酒屋が開店し、地元住民の音楽活動を組み合わせたイベントなどを通じて活性化を模索している。

訪問時の日中の客層は高齢者が中心であった。数名の高齢者の話では「昔ながらの市場の方が話もできて落ち着くので訪れている。スーパーではものを買うだけでつまらない。もっと若い人も訪れて、賑やかに繁盛して欲しい」という。とはいえ、その方々の子ども世代(中年層)や孫たちは「古くさく汚らしい」市場を嫌ってスーパーマーケットで買い物を済ませているという。

栄町商店街では、古い市場の風情を街歩きの観光資源として訴求している。実際に、猥雑さの魅力に惹かれて集まる人も少なくないという。しかし、それが小売店の売り上げを大きく押し上げるかといえ、大きな期待は難しい。販売される商品に強い独自性があるわけではないからである。

では、古い「市場」という空間そのものが持つ魅力は何だろうか。一般に、市場では、顧客と店舗が「馴染み」の關係で結ばれることが多い。客は、市

場内の馴染みの店を回りながら、会話を楽しみ商品を購入する。購買と交流は切り離せない関係に配置されている。比較的若い店主の装飾品の店の前では、訪れた女性が「前に来たときにも気になっていた」と声をかけながら商品に触れ、店主も（社交辞令かもしれないが）「前に来たときのことを覚えている」と応えながら、店の奥に客を招き入れて茶飲み話をはじめていた。

市場には、新しい小さな居酒屋が作られており、夜の飲食店の開店時間には比較的若い世代も多く訪れるとのことであった。こうした飲食店への期待には、小さなカウンター越しの店主との交流も含まれている。昼間の市場と夜の居酒屋では顧客層は異なるが、その空間に求める期待は身体的な接触を感じさせる交流という共通の要素を持っていることが指摘できるであろう。狭い市場空間でのライブイベントなども同様の経験になっているのではないだろうか。それは顧客が喜ぶだけでなく、店側の人間も活性化される状況であろう。また、親密さを築く交流では、身体距離は重要な要素である。小さな路地と店舗がこうした接触を助長する側面があるのかも知れない。

### （３）沖縄県那覇市・泉崎一丁目商店会

那覇市泉崎一丁目には那覇バスターミナルや那覇市役所がある。市役所の建て替えのために仮庁舎が3キロほど離れた新都心（おもろまち）に一時移転していた期間に、地域の店舗の顧客が減少した。市役所への陳情に際して個人では相手にされなかったことから、区域に散在する店舗の連携のために3年前に商店会が設立され、以後は店舗だけではなく地域で商業活動を行う企業も地域活動に参加するようになった。連携の象徴として商店会ののぼりを立て、地域の清掃やタバコのポイ捨て対策などの環境美加を中心に活動している。商店会を結成してからは、市や企業との交渉も捗るようになったという。

地域をとりまく社会状況はつねに変化しており、その中で商店は存続をかけた取り組みを継続する。鉄道がなく公共交通をバスに依存してきた沖縄では、那覇バスターミナルは交通の要所であった。しかし、自家用車の普及と沖縄都市モノレール線の開業（2003年）により、利用客は大きく減少した。市役所の一時移転も、小売店には大きな影響を与えた。こうした環境の変化に対して、ネットワークを保持することが存続の可能性を大きくしたともいえるだろう。清掃活動やのぼりの設置に直接的な経済効果を読み取ることはできないが、それをきっかけにして地域の異業種間の人的交流が生じたことが重要であったという。ほかの店舗を訪れ合うことも生じて、地域への愛着を促進したのではないかという。

### （４）沖縄県沖縄市・胡屋エリア

沖縄市は、那覇市からバスで50分ほど、戦後の嘉手納基地の設営に伴い形成された新興都市である。県外・県内からの移住もあり現在も人口は増加しているが、中心地域の居住人口は減少傾向にあり空洞化が加速している。嘉手納基地から胡屋十字路に至るゲート通りの東側500㎡のエリアは中心の商店街区として発展した。サンシティ、一番街、パルミラ通り、Jパレード通り、コザSC通り、中央パークアヴェニューの商店街があり、ゲート通りの西側には日本人向けの飲み屋街・中の町社交街区がある。

この地域は、米軍の基地景気によって形成された。しかし、現在は嘉手納基地の米兵に夜間外出禁止令が出されているために、米兵向けの飲食店街は閑散としている。ほかの商店街も客足は遠のいており、現在はシャッター街と化している。沖縄市が実施した通行量調査によると、商店街の歩行者数は20年前と比べて1/3程度にまで減じている。今回訪れた土曜日曜も、歩行者はほとんどいない閑散とした状況であった。

こうした現状に抗して、沖縄市は平成22年から「コザらしい生活ができるまち・商店街から交流街

へ」をテーマにして中心市街地の活性化に向けた取り組みを開始した。老朽化していた商店街のアーケードが改修され、長期空き店舗の再生（植物工場としての利用、コザ商店街連合会による商店街の交流や情報発信・無料休憩所とトイレ・有料レンタサイクルなどを提供する「商店街交流広場コザBOX」の設置）の試みも行っている。

中心街の活性化のために、巨大な複合施設も整備された。1997年に沖縄市の第三セクターが地域の一角に地上5階建ての商業複合施設「コリンザ」を建設した。しかし、十分な集客は果たせず、2008年には商業テナントは全て撤退し、第三セクターの経営も破綻した。現在は、市の施設の移転や拡充などによる再生を模索している。また、2007年には地上9階地下1階の音楽複合施設「ミュージックタウン音広場」を胡屋十字路に開設、その背景には、この地域が米兵との交流からライブハウスが栄えて、有名バンドも多数現れたような沖縄ポップミュージックの形成に大きな影響を与えた土地柄という自負がある。現在も、連日のようにライブイベントが行われ、その時間には若者が集まっている。しかし、それ以外の時間帯やテナントは閑散としており、中心街への集客という期待に応えうるかは判断しにくい。集まった若者を迎え入れる商業施設が商店街に登場するようになると、変化が現れるかもしれない。

地域の人の話では、日常の買い物は近隣のスーパーマーケットを利用し、ちょっとした買い物は北谷町美浜のショッピングセンターや、駐車場のある周辺の商業施設を利用する。上記の商店街でもいくつかの飲食店は利用することはあるが、駐車施設の自由度も少なく、魅力のある店が少ない。店舗数も非常に少ないので散策の魅力もないので利用する機会が殆どないという。また、少し離れた場所に店舗を構えた方の話では、中心街は賃料は高いのに訪れる歩行者は少ないので、現状ではメリットはないという。

観光化の試みについても触れておくと、沖縄市は、戦後からエイサー（地域の伝統舞踊）を復興のシンボルに位置づけた活動を行ってきた。近年、そのエイサーの踊り手をキャラクター化（「エイ坊」）して、街中にその像や図案を設置している。また、観光客向けとして、商店街や観光施設周辺を無料Wi-Fiサービスエリアにして、店舗を紹介するスマートフォン用のアプリ「KozaApps」も配布している。

また、沖縄県では、沖縄戦の記憶を平和教育の資源として、修学旅行の招致を積極的に行ってきた。しかし話者の高齢化などから、新たな教育資源が模索されている。沖縄市では、米軍基地と歩んだ戦後沖縄史に着目して、商店街の一角に沖縄市の戦後史資料館（ヒストリート）を設置、商工会議所では1970年9月のコザ暴動を紹介するスマートフォン用のアプリ「コザ暴動」も配布している。

地域アイデンティティを掘り起こしながら、数々のイベントを企画し、中心街の復興を目指そうという試みは行政の主導下で行われている。イベント中心とした招客は、華やかな成果を彩るには良いのかもしれない。しかし、基本的には一過性の祭礼的性格が強く、生活空間としての中心地域の再生という視座がどの程度あるのかは疑問も呈せざるを得ない。

#### （5）台湾・台北市西門街区

台北市西門町は、日本統治時代から下町の繁華街として栄えて、戦後も古い町並みを抱える商業区域として地元住民に認知されてきた。台北に最初の百貨店が建設されたのも、この地域である。しかし、1980年代までの台北市内の公共輸送はバスとタクシーであり、外からの観光客が気軽にアクセスできるエリアではなかった。1980年代から台北市東部の新市街（東区）の開発が進み、街並みの整備された商業地域として多くの観光客を集めるエリアになった。また、台北市内の多様な商業地域との競合も進み、西門町の衰退が指摘されるようになった。これに抗するために、台北市の地下鉄建設計画とともに



再開発が計画され、道路・街灯の整備と車両の乗り入れ制限によって、歩行者を優先した商業街路化が進められた。下町という立地から高級店はないが、小さな間口の店舗には若年層をターゲットとしたテナントも集まり、昔ながらの台湾の屋台料理からファストフード店まで、多様な店舗が混在する。2000年の台北捷運（通称：MRT）西門駅（板橋線・小南門線）の駅開きとともに、観光客は増加した。現在は、東京原宿の竹下通り商店街のような若者向けの活気のある商業区になっている。

こうした商業区の活性化を維持する専門のスタッフをおいて、イベントの働きかけや協賛などを行っている。連日のように大道芸や音楽のイベントを行うだけでなく、地域の歴史を紹介する展示館を設置するなど、多様な創意工夫が実践されている。外国人観光客向けのパンフレットやホームページもあり、国内外の観光客をターゲットにした商業区域になっている。ただし、観光地区となっているために、飲食業を除けば住民のための商店街という機能は果たしにくい。かつての年配層の顧客や近隣住民は、地域に隣接するスーパーマーケットや西門町周辺に点在する古い商業区を利用するようである。

#### （6）台湾・台北市圓山商圈

圓山は台北市北部・基隆河沿いの町で、孔子廟などもあり古くから栄えた地域である。対岸には日本統治時代に台湾神社がおかれていた（現在、その跡地には圓山大飯店がそびえる）。圓山商圈は圓山駅（MRT 淡水線）の南西側の線路沿いの区画に位置する。圓山駅の東側は、2010年に国際花卉博覧会も開催された広大な公園エリアであり、博物館なども設置された風致地区になる。この区域は、バス路線の主要路からは外れた一角であり、1997年の鉄道開通によって商圈として有利な立地を獲得したと考えられる。

圓山商圈の活性化の活動は、地域の実業家が有志を巻き込んでボランティアで行われている。商圈の

促進会を設立、ホームページを作成して芸術などの情報発信をしながら、商圈への来訪を目指した活動が行われている。地域の住民は高齢化が進み購買力は落ちており、若年層は鉄道などの交通を利用して域外で買い物をする。促進会の喫茶店には、ギャラリーとイベントスペースを設置して、現在のターゲットである若者層の来訪を促している。地域で増加が予測される高齢者への対応は、今後の課題であるようだった。

この区画の飲食店のほとんどは、昔ながらの台湾の屋台料理である。地域の年配層は昔ながらの味を好む。しかし、近年はこうした味を好まない若い世代も増えている。そのために、若い世代向けの料理も出す店舗ができてきた。案内していただいた店舗では、台湾式の麺食とイタリア式の麺食をメニューに並べていた。また、行き交う人に無料で冷茶を提供するなど、人を招き入れるための工夫をしていた。

#### （7）台湾・台北市西湖商圈

台北市北東部、郊外の新興開発地域で、2009年にMRT 内湖線が開通して西湖駅が開設された。西湖駅の駅ビルには、近隣にあった公設市場（西湖市場）が移設され、フードコートも併設されている。訪問した西湖商圈は、駅の北側に位置している。

西湖駅と基隆河に挟まれたエリアはビジネス地域とすべく1995年からビル街が建設された。現在は、内湖サイエンスパークと称してハイテク関連企業の工業ビジネス団地になっている。それとともに、COSTCO（コストコ）などの大手商業資本も進出している。この工業団地は、鉄道路線の延長とともに、さらなる拡大が目指されている。

駅の北側と後背の山地に挟まれたエリアは、かつての農地から、台北の経済成長を支えるべく建設された住宅団地街である。台北中心街を結ぶバス路線ができてから人口が急増した。4階までの階段のみの低層団地が多く、老朽化が目立っている。ただし、ビジネス街の形成とともに、近年では新しい高層マ

ンションも建設され、若年人口も増加しているという。

西湖商圏の店舗は、昔ながらの台湾の商業店舗・飲食店が多く、従来の地域住民が中心購買層になっている。南北のエリアで格差があり、商業圏の交流を期待したいが、現状は活発ではない。圓山商圏と同じく、年配層と若い世代の需要の溝をどのようにするかも課題になっているという。住宅街の中の地域のカフェに案内していただいた。メニューは一般のファストフード店と変わらないが、地域には大手資本のファストフード店は進出しておらず、住民の需要があるのだという。

#### D. 考察

地域の商店街という特権は、(そこでしか買えないという)住民の移動に制約があるときに付与される市場の場所性(特定市場としての特性)によって維持されてきたと考えられる。しかし、交通インフラの変化(拡充)は、その特権的な場所性を喪失させてきた。沖縄市のように、自家用車の普及によって地域を越えた移動の自由が高まれば、旧来の中心街という位置づけが意味を持つ可能性は少ない。多元化した価値空間を自由に移動できる可能性を多くの住民が保持しているからである。それは狭く閉じた共同体的な地域空間を前提として成立してきた中心と周縁の非対称的な関係を無化する潮流にもなる。

沖縄市の中心商業区活性化の構想が人を集めれば購買は生じるというものであるならば、旧来の(すでに無意味になった)中心の優位性を前提とした序列的な枠組みを呼び起こすことにしかない。アーケードの修復が象徴するのは、賑やかだった頃の商店街の再現という既得権を保持する者たちのノスタルジックな願望に、地域の生き様を押し込めることであろうか。これが「商店街」ではなく、例えば植物工場群のような異なる産業形態への変貌を積極的に見据えているのであれば、その地理空間で生きる人々の活性化の可能性は残されている。空間構造

の変貌にいかに関与していくかが課題となるはずである。

彦根市の活動が、参加者の生活基盤を損なわないボランティアである点は、むしろ重要であろう。様々な意志を持つ行為主体が「地域が元気になれば」という働きかけをする。参加者の充実を前提として、関与したプロジェクトの成功を支援するプロセスを大切にする。その点では、サークル活動と矮小化されるかもしれないが、ここに目に見える成果を要求することは効率性を意識させて活動を萎縮されることにしかならないかもしれない。そこでは、それを業態とさせるような圧力に変わる恐れすらある。うまく行かぬことも含めた生き様として許容するなかで支援する可能性を、行政の機能の中に組み込むことが求められているのかもしれない。

個別的な嗜好の選別に応えるには、店舗が特化した魅力を持つ必要がある。しかし、住民の嗜好が多様化しても、商店街を形成する零細の中小業者にとって、時代状況の変化に適応するリノベーションを繰り返すことは難しい。インフラはすぐに陳腐化する。レジャーランド化した消費空間を創設し維持するには、頻繁なリノベーションを可能とする戦略と豊かな財源が必要である。また、可変的な対人コミュニケーションを廃することで、人と物の結びつきを効率的に成立させる形態は、大きな資本が特異とするところである。企業努力などという拘束の暴力性を持った言葉を投げかけることは、疲弊を生むだけであり、ここに零細業者が太刀打ちできる可能性はない。購買は異化された地理空間や社会空間の浮遊の中で行われる。そうであるならば、対面的な関係の中で消費を行う、人と人・人と物を結ぶメディアとしての市場(いちば)の魅力を復興することが可能な生き残り策かもしれない。栄町市場商店街の試みとは、そのような市場の特性を再生する試みとも言えないだろうか。

まちおこしの発想の多くは、多地域との関係性の中で規定される「伝統」や「特産」という記号によ

って独自性を主張することに偏ってきた。それは望ましい他者像を演じさせる観光という営為が孕んだ非対称的な関係性の中で、他者の（中心からの）まなざしを内面化して（周縁化した）自己を表出する営為の中にある。しかし、地域の観光資源を発掘しては蕩尽するという生産様式では、近代の資源消費モデルから脱することはなく、いずれ資源の枯渇にいたるという可能性を考慮しておくべきであろう。また、祭礼が日常生活を活性化する機能を有することは文化研究の多くが明らかにしてきたことであるが、その資源化が地域の日常生活にどのような積極的意味を保持しうるのかは慎重に吟味する必要がある。祭礼の更新力の源が非日常性にあるのであれば、その日常化（いわば陳腐化）は地域の再活性力そのものを奪い取ることにもなりかねないからである。

商店街の形成は、経済成長期の住宅地域形成と密接な関係がある。商区の形成は、行政が課す都市計画に沿った土地利用の制約にも呼応させられてきた。こうした社会状況への適応の過程として、商店街の形成は理解することが可能である。そして、商店街をとりまく社会環境が現在も変化し続けている以上は、今後もその姿を変え続けていくことを前提として考える必要があるだろう。それは商店街を閉じた生態として物神化するのではなく、多様な商業形態や産業あるいは他地域との複雑な接続のなかで、顧客や住民との関係性の変貌を柔軟に捉えながら、そこに関わる人々の生き様として理解していく必要がある。そこで求められる「活性化」とは、経済的な序列に従った結果を求める思考ではなく、多様な状況を生き抜く過程を捉える思考のなかで評価すべきではないかと考えられる。

## E. 研究発表

### 1. 論文発表

なし

### 2. 学会発表

なし

## F. 知的財産権の出願・登録状況

なし

## 研究成果の刊行に関する一覧表

### 1. 論文発表

芳賀康浩、瀬戸加奈子、北澤健文、吉見憲  
二、森雅文、松本邦愛：商店街の活性化に  
おける生衛業の役割と課題 .青山経営論集、  
49(1)、2014.7

### 2. 学会発表

なし