

新型コロナ時代における地方商店街の現状  
—2020年度「酒田市商店街実態調査」から—

渡辺暁雄・水谷史男

東北公益文科大学総合研究論集第40号 抜刷

2021年3月30日発行

## 研究論文

# 新型コロナ時代における地方商店街の現状 —2020年度「酒田市商店街実態調査」から—

渡辺暁雄<sup>1</sup>・水谷史男<sup>2</sup>

### 1. はじめに

現在、日本では少子高齢化が急速に進行している。今後日本の総人口が減少していき、さらに2060年には65歳以上の高齢者の割合が全体の38.4パーセントを占めると考えられている（国立社会保障・人口問題研究所 online 2017）。こうした状況は、これまで日本が築いてきた地域社会の基盤や制度の維持継続がすでに困難となっている事の証左であると言ってもよい。地域社会で生産活動や消費の担い手として中心となる、若年層や中年層の割合が減少し、高齢層が増加していくということは、すなわち増加する高齢者の生活を年金や社会保障で支える生産年齢人口が減少していくということである。このままの状態が継続すれば、将来世代の若者に長期的に経済的負荷が増し、結婚、出産の負担も大きくなり、結果として少子化も解決されないことになる。また都道府県別人口増減率を見てみると、現在人口が増加している都道府県は、大都市圏のみで（沖縄県は例外的だが）それ以外の人口は長期的に減少している（表1）。

表1 都道府県別人口増減率

		人口増減率		人口増減率		人口増減率		人口増減率			
人口増減率順位	都道府県	2019年	2018年	人口増減率順位	都道府県	2019年	2018年	人口増減率順位	都道府県	2019年	2018年
-	全 国	-0.22	-0.21	16	群馬県	-0.50	-0.39	32	福 井 県	-0.78	-0.59
1	東 京 都	0.71	0.72	16	石 川 県	-0.50	-0.35	33	山 梨 県	-0.80	-0.71
2	沖 縄 県	0.39	0.31	18	岐 阜 県	-0.51	-0.58	34	島 根 県	-0.84	-0.71
3	埼 玉 県	0.27	0.28	19	熊 本 県	-0.53	-0.48	35	鳥 取 県	-0.88	-0.84
4	神 奈 川 県	0.24	0.20	20	佐 賀 県	-0.55	-0.55	36	山 口 県	-0.88	-0.90
5	愛 知 県	0.21	0.18	21	三 重 県	-0.58	-0.46	37	愛 媛 県	-0.93	-0.90
6	滋 賀 県	0.11	-0.01	22	茨 城 県	-0.59	-0.52	38	福 島 県	-0.98	-0.89
7	千 葉 県	0.08	0.14	22	香 川 県	-0.59	-0.56	39	新 潟 県	-1.00	-0.92
8	大 阪 府	-0.04	-0.12	24	栃 木 県	-0.61	-0.56	40	和 歌 山 県	-1.05	-1.08
9	福 岡 県	-0.07	0.01	25	富 山 県	-0.66	-0.52	40	長 崎 県	-1.05	-0.99
10	京 都 府	-0.31	-0.32	25	奈 良 県	-0.66	-0.63	42	徳 島 県	-1.09	-0.99
11	兵 庫 県	-0.33	-0.34	27	北 海 道	-0.68	-0.65	43	岩 手 県	-1.12	-1.12
12	宮 城 県	-0.40	-0.33	28	宮 崎 県	-0.69	-0.74	44	山 形 県	-1.15	-1.04
13	静 岡 県	-0.43	-0.44	29	長 野 県	-0.70	-0.60	44	高 知 県	-1.15	-1.06
14	岡 山 県	-0.46	-0.47	30	大 分 県	-0.71	-0.75	46	青 森 県	-1.31	-1.22
14	広 島 県	-0.46	-0.41	31	鹿 児 島 県	-0.74	-0.70	47	秋 田 県	-1.48	-1.47

総務省統計局2019「人口推移」

<sup>1</sup> 本学教員。

<sup>2</sup> 明治学院大学社会学部名誉教授。専門：産業社会学，社会調査論。

また65歳以上の人口割合は、都市部より地方で高く、人口減が加速する地方は、都市部に比べ高齢化が深刻化しており、地域社会の維持において危機的状況にあると言える段階に来ている（表2）。

表2 都道府県別高齢化率の推移（上位6県と下位6都県）

順位	自治体名	2018年	2018年人口 (千人)	順位	自治体名	2018年	2018年人口 (千人)
1	秋田県	36.4%	981	42	埼玉県	26.4%	7,330
2	高知県	34.8%	706	43	滋賀県	25.7%	1,412
3	島根県	34.0%	680	44	神奈川県	25.1%	9,177
4	山口県	33.9%	1,370	45	愛知県	24.9%	7,537
5	徳島県	33.1%	736	46	東京都	23.1%	13,822
6	山形県	32.9%	1,090	47	沖縄県	21.6%	1,448

内閣府「令和元年版高齢社会白書（全体版）」より作成

地域社会の維持を、一人一人の生活の質という点から考えると、安定した豊かな生活を送るには、収入を確保できる仕事（雇用機会）と健康（医療）や教育の機会が地域社会から過不足なく提供される必要がある。また、賑わいと活気のある商店街や、娯楽や文化を享受できる場があるならば、さらに豊かな生活を送ることが期待できる。特に現今の新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、住民の移動、特に東京をはじめとする都心部へ行くことが制限される中、地域内で完結できる生活の重要性が浮かび上がった。

しかし少子高齢化の進行、人口の大都市圏への集中、地方都市の生産年齢人口のみではなく、モータリゼーションの浸透による郊外型の大規模チェーン店舗の拡大や、Amazon.com、楽天市場などのECサイトが市場を席捲する中、地方都市におけるこれまでの個人店舗中心の自営業形態が成り立たなくなりつつある。地方都市の既存商店街は「シャッター化」がすすみ、代わりにグローバル経済への吸収の象徴として、バイパス沿いには、全国規模のチェーン店による、同じような店舗集積が形成された。

このような状況の中、2020年4月以降の新型コロナウイルス感染拡大が緊急事態宣言の実施という形で、酒田の商店街にも波及した。ここで、当該研究と

して、このコロナ禍が地方都市の商店街にどのような影響を与えているのか、というテーマが設定された。そこで、調査設計として中心市街地にある「中通り商店街（正式名称：酒田中通り商店街振興組合）」と「中和会商店街」（正式名称：中町中和会振興組合）の2つの代表的商店街区を対象に、地域の商店街における経済活動の現状を把握するとともに、コロナ禍がどのように顧客や商店街内外での関係性等に影響を与えたのか、この一年の変化にも注目し、アフターコロナの地方都市における「新商業様式」のゆくえを考察するため実態調査をおこなった。

調査方法については、調査票の配布・留め置き方式を採用。事前に両商店街に調査の趣旨を説明し了解を得た上で、10月初旬に中通り商店街と中和商店街の各商店を回り、経営者を対象に調査票を配布。後日回収した。

調査票の調査項目は、「各店の現状」「経営者の特徴」「商店街について」「コロナ禍の商店街への影響」「その他」の計44項目とした。回収した調査票を点検・整理し、計63票の有効回収票に対し集計・分析をおこなった。

なお調査票の作成及び集計に当たっては、明治学院大学水谷史男が担当した「社会調査実習」参加の学生14名が行った調査データ集計・分析の成果を、ここで活用している。感謝の意を表したい。



写真1 昭和30年代の中町（絵葉書）



写真2 昭和51年中町歩行者天国

（市村浩一氏より貸与）

## 2. 酒田の商業に関する歴史的側面

ここでは、調査データの検討に入る前に先ず酒田の商業従事者、そして商店

街の形成の歴史の中に、酒田の特徴的な心性について解説してみる。キーワードは「社交と文化」、「商人道徳と職業倫理」、「変化に対する柔軟さ」である。

## 2.1 社交と文化の担い手としての酒田商人

商都としての酒田の歴史を見るに、そこには長い商業の歴史による意識の継承と蓄積がある。商業活動においてなにが重要なのか。一概には言えるものではないが、基本は何らかの商品を介して、売り手と買い手が結びつく結果をもたらす行為が商売であり、売り手を中心にしての多人数との結びつき、コミュニケーションチャンネルがいかに多いか、その量的側面がまず重要になる。つまり「社交」範囲の広がりこそが、商売の要点であり、商人はそうした他者とのチャンネルをいかに拡大していくか、あるいは獲得したチャンネルを失わないうちに最も腐心し、それを損なわないための微に入り細に渡った工夫を日常の中にちりばめていた。逆に言えば、手元にどんな素晴らしい商品があっても、他者との結びつき・つながりがなければ、そもそも商売は成立しない。物を介した人（商人）と人（客・消費者）とのコミュニケーションチャンネルの整備に腐心するのが、だからこそ商人には必須課題であり、常に对人関係を損ねないために様々な儀礼的行為を日常の中に、それこそ息つく暇もないほどに投入していった。

例えば歴史学者・守屋毅は江戸期後期の京都町家の年中行事の中で、商人が様々なレヴェルの、おびただしい数の人づき合いこなしている例を記している「元旦には、台所と見世で年頭の挨拶をすますや、早々に当主は、自家製の「茶台」を年玉に持って、町内はじめ親類・知音・寺方へ年始廻りに出かける。直接足を運べないところには、二日の夕方に「年始状認、出ス事」にしている。年賀状である。また彼岸には町内に菓子と焼豆腐をくばるしきたりであり、雛祭りにも近所の知人に「出札」を忘れないし、初夏には京名産の筍を遠方へ音信に贈り、祇園祭が近づくと「神事招状」を発送し、祭りになれば二階を開放して飾りつけ、大勢の客をもてなす宴を張る。「中元の礼」も欠かせない。地藏盆には使用人を労力奉仕に出す。蛭子講は、店のものと出入りの職人の慰労……」（守屋 1980 240-241）。このような上方の町人文化が、なぜ庄内酒田に伝わったかについては後述する。

世間の評判や信頼に依存する商人にとって、客たち（消費者層）は当然の事、そうした直接の購買層ではない出入りの職人や、被雇用者である使用人にも寛大であることを世間にアピールする必要があった。近世の商人たちは、商売が単に客との一対一のコミュニケーションではなく、多様な、直接購買に結びつかないであろう対象であっても、関係性の連鎖によって形成される「評判」を得ることに腐心し、それが巡り巡って自らの理になることを理解していた。茶道や俳諧などの文化に商人が熱を入れるのも、文化の持つ意図せざるネットワークが（結果としてかもしれないが）商人たちの利益になることを感じていたからだ。

こうした文化への参加や直接的な支援も商人層が歴史の中で培った英知であり、現代ではそれがメセナやフィランソロピーなど、企業による文化や社会への貢献・奉仕活動へ連綿と受け継がれている。酒田の商人にとってもそうした文化活動や社会奉仕の事例は事欠かないが、近年であれば中通り商店街で金物類を商っていた中村太助から広がった中村一族による文化・芸術活動への参入の例が画期的である。「戦後、中村一族を中心とした中村太助商店・中村イトヤ・ごろや・小松屋・写真の七桜で「酒田五店会」を組織した。利益を社会に還元しようという考えから、オペラや写真コンテストなどの文化活動をおこない、雑誌『てぶくろ』も発行している」（須藤 1997 167）。佐藤十弥のデザインワークによる表紙イラストの『てぶくろ』は、当時の文化情報雑誌としても、レヴェルの高いものであったといわれている。

このように、17世紀以来培われた酒田の商業都市としての社会関係と商人文化は、明治以降の近代化過程の中でも、豊かな庄内農村の生産力を背景とした独自の発展を築いていた。

## 2.2 酒田商人の職業倫理

社会学者ロバート・ベラーは『日本近代化と宗教倫理』において、非西欧諸国の中で日本が唯一、近代産業国家となったのかという疑問に対し、日本は前近代にすでに近代化を準備したいくつかの要素があり、その宗教的側面に着目した。特に彼が日本における近代産業資本主義の劇的な進行に寄与した宗教運動として、石田梅岩（1685～1744年）にはじまる18世紀中期に広まった「心

学」を挙げている。京都の町家で働き私塾を開いた梅岩の心学の要点は、質素儉約、謹厳実直、欲望を断って誠心誠意家業に専心すること。「世界に我物となづくるものなし。家は先祖より伝はりて子孫に譲るべき物なり。金銀は我一人の有に非ず。金銀は社会一般の共有物なれば自己一身のためのみに費さず、小にしては一家のため、大にしては公益のために費すべし」(Bellah 1957=1962 248-249)と、富を自身から切り離すまでにその思想(商人道徳)は徹底していた。ベラーはM.ヴェーバーの『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』における、禁欲的プロテスタント商人の強靱な職業倫理が、後の近代産業資本主義を勃興させる、それと同様の役割をベラーは、日本においては、梅岩が江戸期商人たちに影響を与えた心学に求めている。「日本の宗教は、勤勉と節約をうまず強調し、そして、神聖者に対する義務の遂行と、邪悪な衝動や欲望を持つ自我を浄化することによって、勤勉と節約に宗教的意味を与えたのである。そのような倫理が、深く経済的合理化にかなっていたことは、かのウェーバーのプロテスタンティズム研究の主要点であり、われわれは日本においても同様であるといわねばならない」(Bellah 1957=1962 278)。梅岩の心学は、江戸後期、その門弟たちによって、日本中の商人や武士たちに広まり、酒田の商人たちにも強く影響をおよぼした<sup>3</sup>。

酒田の発祥伝説として有名な、「徳尼公伝説」によると、12世紀後半、源頼朝によって奥州藤原氏が滅ぼされたとき、藤原秀衡の妹(あるいは側室)だった徳尼公が酒田に落ち延び、その遺臣36人が、後に酒田の商業を起こしたといわれている。そして17世紀後半、河村瑞賢の西回り航路開発による北前船交易により、酒田には京・大阪を始め、各地からさまざまな産物がもたらされた。そうした産物を商ったのが酒田商人である。雛人形をはじめとする京大坂の文化も同時に伝わったのである。

酒田商人と心学との関係については、まず鶴岡の商人が広島藩士で心学の教

---

<sup>3</sup> なお、ベラーのTokugawa-Religionをめぐる石門心学への言及には、早くは丸山眞男の批判、その後日本思想史や経済史研究者からの批判があることは念のため付言しておく。それは、M・ウェーバーの経済倫理と宗教の禁欲理論をそのまま日本に当てはめたベラーの石門心学への言及は、思想的・歴史学的に無理があるというものだ。日本の明治以降の資本主義発展に貢献したエートスは、伝統的商人道徳を説いた石門心学よりは、江戸後期の朱子学的儒教倫理と西洋の近代的合理主義を融合した思想にあると考えられる。ただし、商人道徳としての石門心学は、明治以降も形を変えて現実の利害、大地主本問家や風問家の豪商的権力の基盤に反映していたことは確かだと考えられる。

えを伝える中村徳水を庄内に招待し講演会を開催、徳水は酒田にも赴き、講演をおこなっている。彼の教えは山田（加賀屋）太右衛門や白崎（越前屋）五右衛門、山田太右衛門を始め、多くの豪商たちに影響を与え、多くは講師の免許を授かっている。そして鶴岡では心学講舎「鶴鳴舎」が設立された。「奥州十九藩のうち、心学がおこなわれた城下町はわずかに六、そのうち講舎があったのは陸奥三戸の勧友舎と鶴岡の鶴鳴舎だけであった。幕末頃、庶民の心の持ちかたに心学が貢献したことは大きかった」（酒田市史編纂委員会編 1982 812）。

心学の影響を強く受けた商人たちの多くは、当時大店が立ち並んでいた本町通り（現在の市役所の通り）に店を構えていたが、明治以降、本町通りは官公庁街となり、商店の多くは当時職人および中小商人街であった中通りに移転する。明治30（1897）年の中通り商店街には「呉服太物類の竹内伝兵衛・白崎金三郎・白崎藤五郎・井山由太郎・田中鈔太郎が、荒物・小間物・煙草類の池田友吉・池田信右衛門・伊藤与兵衛・伊藤直次郎・近藤治郎兵衛・中村常三郎・工藤林蔵・関太郎兵衛・小林与七・三井太吉・五十嵐伝七・玉木善七・関伊右衛門・佐藤善右衛門が、金物類では中津与三郎・中津吉右衛門・中村太助が、海産物商の堀助右衛門・越島三郎治が、茶・陶器商の伊藤文助、菓子商の菊地幸助、酒造の金湖与左衛門、縄蒔の加東安太郎などの大商店が建ち並ぶようになる」（須藤良弘 1997 164）。

現在も中通り商店街には上に挙げられた大店の老舗商店の数代後の経営者が、少ないながらも家業を継承している。中通りに多くの大店が移転することによって、彼らの持つ商売気質、心学に基づく強い職業倫理は、周囲の中小商店にも影響を与えたと推察される。現在の中通り商店街、そして中和会商店街も、その古層には長年培われた酒田商人の誇るべき職業倫理が存在していた。

### 2.3 酒田商人の柔軟さ

商店街という個店の集合体、数多の商店が立ち並ぶ様子を想像して、我々はそれが「むかしから」あったものだと考えがちである。しかし、社会学者・新雅史は「商店街とは二〇世紀に入って創られた人工物である」（新2012 50）という。第一次世界大戦後の1929年にアメリカから始まった金融恐慌が日本にも及び、1930～31年日本経済は「昭和恐慌」に陥った。その影響により余

剰人員を慢性的に抱える日本の農家の生活も困窮し、長男以外の子弟、より零細な層は一家そろって離農せざるを得ず、彼らが向かうのが大都市圏であった。ただしそうした余剰人員を雇用するチャンネルが、当時・大正期から狭くなった。都市労働者になるとすれば、それまでは徒弟制度の影響が強く、人員の採用は工場の親方に頼んで使ってもらうという「親方請負制」であったが、企業の近代化と共にその採用が企業による直接採用にシフトし、採用の基準として「学歴」が用いられることになり、就学歴＝年齢を基準にして採用活動が行われるようになった。

こうした状況にあって中等教育以上の学歴を持たない当時の農村出身者の多くが、零細小売商になった。行商や露天商から身を起し零細商店を開業するものが商店街に成長する。1930年代の昭和恐慌期、政府や経済界では、そうした零細小売商が廃業し、大量の失業者が巷にあふれ、社会不安を引き起こすことを懸念し、小売店の組織化による規模の拡大の道筋を示す。それにより物資の共同購入や資金融通、共同での売り出し企画や宣伝が可能となり、また各店が組織化の中で専門性を育むことができる。つまりそこに専門店の連なり（＝横の百貨店）としての商店街が誕生したということだ。全てのものが一か所でそろそろ「新たな消費空間」としての商店街は、消費活動を媒介とした地域のコミュニティを形成することとなる。「商店街」という理念は、零細小売店を単に保護する以上の意味を持っていた。商店街の整備は、地域社会に専門店をつくりだし、かつ、地域社会の生活を支える「組織体」を作ることを意味した。それは、地域住民の新しい生活インフラの実現であった」（新2012 81）。

戦時期の統制経済を経て、第二次世界大戦後の高度経済成長と若年人口の増大が地方都市にも及び、中心商店街は1960年代に繁栄期を迎えた。しかし、外部資本によるスーパーなど大規模店舗の出店を規制する「大店法」に象徴される、保守政権による旧来の商店街への保護政策による安定と既得権への居座りが、商業従事者のエートス（職業倫理）を侵食し、その延長線上に地域社会の中核をなす旧タイプの商店街の衰弱が進行したと考えられる。酒田の商店街も同様の道を歩むのだろうか。見方を変えてみると1つの可能性として、時代感覚と、それに対応する柔軟さが酒田商人の特徴の一つなのではないか。例として中和会商店街の喫茶「ケルン」（井山家）と文具「まる五」（長谷川家）の

履歴を見る。「現在、喫茶「ケルン」の井山家は、江戸期から昭和初期にかけて呉服商、続いて「文化カフェ」、昭和一四年から二四年までは料亭「いやま」となっている。文具「まる五」の長谷川家は、明治初期から大正初期にかけて海産物商、その後、塩・肥料の小売りをし、文具店を経営するようになった」（須藤 1998 165）ということだ。どちらの商店も高度成長期以降は商売替えをしていないが、そうした変化を恐れず、機を見て時代に柔軟に対応する瞬発力も、酒田商人の特徴なのではないか。

そのことを示したのが、中心商店街の全滅とも言える1976年10月の「酒田大火」からの復興過程にも見ることができる（これについてはここでは触れない）。

### 3. 調査結果の概要と分析

以下、商店経営者への調査から得たデータをもとに、おもな調査結果を概観する。

#### 3.1 各店の現状

有効回答を得た63店について、まず、商店街振興組合に属する対象商店の基本属性について考察する。

表3にあるように商店は大きく「小売商店」、「飲食店・喫茶店」、「金融・サービス・その他」の三種類に分けられる。その他には、スポーツクラブ、ダンス教室など技能教授業などがある。年齢層で分類すると、小売商店に高齢者層が集中し、飲食店・喫茶店は40～50代を中心に、若年層と高齢層に分かれ、若年層が参入しているのは飲食店・喫茶店・飲み屋にしかないのも特徴的である。

表3 業種と経営者の年齢層

	小売商店	飲食店・喫茶店	金融・サービス	合計
20～30代	0	5 (21.7%)	0	5 (7.9%)
40～50代	7 (20.6%)	12 (52.2%)	4 (66.7%)	23 (36.5%)
60～70代	24 (70.6%)	5 (21.7%)	2 (33.3%)	31 (49.2%)

80代以上	3 ( 8.8%)	1 ( 4.3%)	0	4 ( 6.3%)
合 計	34 (100%)	23 (100%)	6 (100%)	63 (100%)

### 3.2 経営者の特徴

調査回答者である各店の経営者の特徴をみていきたい。まず初めに、経営者それぞれの年齢分布（5歳刻み）を図1に示したが、最も多いのが65～70歳で13人、次に多いのが60～65歳で8人、さらに最高齢でいうと93歳の経営者もあり、平均年齢約60歳と経営者の高齢化が顕著である。

図1 経営者の年齢分布

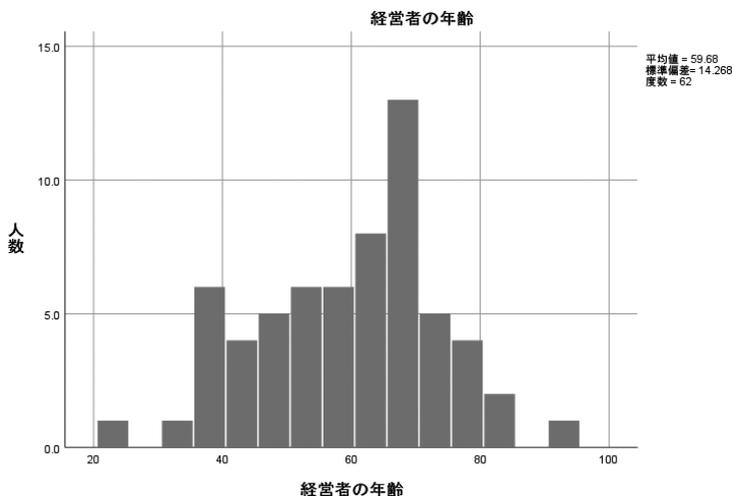


表4は、現在の地で店を開業してからの年数を示している。酒田市の中心商店街である中通り商店街は、1976年の酒田大火により大半が消失したが、大火前に中通り商店街に店を構えていたその多くは、再開発の際に同商店街に復帰しており、そうした個店が長い歴史を持つ老舗である。これは表2からも、20から50年続く店が3割弱、なかには50年以上営業している店も4割弱を占め、特にその割合は小売商店に高く、50年以上つづく老舗が5割強となっている。5年未満と比較的最近ここで開店した店は、飲食店・喫茶店などに多い（43.5%）。

表4 開業・営業継続年数

	小売商店	飲食店・喫茶店	金融・サービス	合 計
5年未満	1 ( 2.9%)	10 (43.5%)	1 (16.7%)	12 (19.0%)
5～10年未満	1 ( 2.9%)	4 (17.4%)	0	5 ( 7.9%)
10～20年未満	2 ( 5.9%)	1 ( 4.3%)	1 (16.7%)	4 ( 6.3%)
20～50年未満	12 (35.3%)	4 (17.4%)	2 (33.3%)	18 (28.6%)
50年以上	18 ( 52.9%)	4 (17.4%)	2 (33.3%)	24 (38.1%)
合 計	34 (100%)	23 (100%)	6 (100%)	63 (100%)

表5では創業してからの世代（店の継承歴）を聞いている。前章で述べたように、酒田の商店街の形成は別の街区にあった老舗の本店が、近代化の過程で現在の中心市街地に移動した経緯があり、20世紀初頭に全国に広まる零細小売業の集合体としての商店街とは、性質が多少異なる。そのため三代以上続く老舗が全体の3割を占めており、特に中通り商店街はその割合が高い。

表5 店の継承歴（何代目か）

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
一代目（創業者）	15 (44.1%)	13 (44.8%)	28 (44.4%)
二代目	7 (20.6%)	8 (27.6%)	15 (23.8%)
三代目	6 (17.6%)	3 (10.3%)	9 (14.3%)
四代目以上	6 (17.6%)	4 (13.8%)	10 (15.9%)
無回答・不明	0	1 ( 3.4%)	1 ( 1.6%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

表6は法人化の状況である。下の表では法人化がなされているかを業種ごとに示している。株式会社、有限会社など法人化している商店は半数弱、法人化していない商店が合計で50.8%となっている。

表6 法人化の実施状況

	小売商店	飲食店・喫茶店	金融・サービス	合 計
株式会社	9 (26.5%)	3 (13.0%)	3 (50.0%)	15 (23.8%)

有限会社	8 (23.5%)	4 (17.4%)	1 (16.7%)	13 (20.6%)
NPOなど	1 (2.9%)	2 (8.7%)	0	3 (4.8%)
法人化していない	16 (47.1%)	14 (60.9%)	2 (33.3%)	32 (50.8%)
合計	34 (100%)	23 (100%)	6 (100%)	63 (100%)

表7は、各店に働く従業員の正規従業員数（家族従業員数・パート・アルバイト数は含まず）の分布を示している。正規従業員は「いない」という店が全体で65.1%と、多くは店主とその家族従業員だけで営業している。これは表8の法人化とも合わせて、個人経営の自営業的性格の店が半数ほどになることから類推される。

表7 業種ごとの従業員数

	小売商店	飲食店・喫茶店	金融・サービス	合計
0人	24 (70.6%)	14 (60.9%)	3 (50.0%)	41 (65.1%)
1人	4 (11.8%)	5 (21.7%)	1 (16.7%)	10 (15.9%)
2人	0	3 (13.0%)	0	3 (4.8%)
3人	2 (5.9%)	0	1 (16.7%)	3 (4.8%)
4人	0	1 (4.3%)	0	1 (1.6%)
5人	1 (2.9%)	0	0	1 (1.6%)
8人	1 (2.9%)	0	0	1 (1.6%)
10人	1 (2.9%)	0	0	1 (1.6%)
12人	1 (2.9%)	0	0	1 (1.6%)
61人	0	0	1 (16.7%)	1 (1.6%)
合計	34 (100%)	23 (100%)	6 (100%)	63 (100%)

パート・アルバイトの雇用状況は表には示していないが、中通りで12店（35%）、中和会でも12店（41%）で雇用されていて、全体の約1/4ほどだが、中通りに13名、中和会で20名を雇う店もある。

表8は、一日の来客数を業種別に尋ねた結果である。小売商店では10～20人が全体の7割をしめているのに対し、飲食店・喫茶店等では来客数が全体的に

多人数であり。小売店で商品を買う「ついて」以上に、商店街利用で飲食を目的とする人の割合が多い可能性がある。

表8 一日の来客数

	小売商店	飲食店・喫茶店	金融・サービス	合 計
10人以下	16 (47.1%)	5 (21.7%)	5 (83.3%)	26 (41.3%)
11～20人	12 (35.3%)	6 (26.1%)	1 (16.7%)	19 (30.2%)
21～30人	1 ( 2.9%)	6 (26.1%)	0	17 (11.1%)
31～50人	1 ( 2.3%)	4 (17.4%)	0	5 ( 7.9%)
50人以上	1 ( 2.9%)	2 ( 8.7%)	0	3 ( 4.8%)
100人以上	2 ( 5.9%)	0	0	2 ( 3.2%)
無回答・不明	1 ( 2.9%)	0	0	1 ( 1.6%)
合 計	34 (100%)	23 (100%)	6 (100%)	63 (100%)

表9は、業種別の年間売上額をきいたものである。店の規模や業種により売上額はさまざまだが、全体としては、1000万～5000万円未満をピークに分布していることがわかる。数値は示していないが、中通り商店街の方に少額店が多く、1億円以上の高収益店も中和会商店街の方が多くなっている。

表9 業種別年間売上額

	小売商店	飲食店・喫茶店	金融・サービス	合 計
100万円未満	2 ( 5.9%)	1 ( 4.3%)	0	3 ( 4.8%)
100～200万円未満	1 ( 2.9%)	1 ( 4.3%)	2 (33.3%)	4 ( 6.3%)
200～500万円未満	3 ( 8.8%)	2 ( 8.7%)	0	5 ( 7.9%)
500～1000万円未満	6 (17.6%)	7 (30.4%)	2 (33.3%)	15 (23.8%)
1000～5000万円未満	11 (32.4%)	8 (34.8%)	1 (16.7%)	20 (31.7%)
5000万～1億円未満	5 (14.7%)	1 ( 4.3%)	1 (16.7%)	7 (11.1%)
1億～3億円未満	1 ( 2.9%)	0	0	1 ( 1.6%)
無回答・不明	5 (14.7%)	3 (13.0%)	0	8 (12.7%)
合 計	34 (100%)	23 (100%)	6 (100%)	63 (100%)

表10は、業種別に昨年と今年との売上げの比較の結果である。「減っている」「大幅に減っている」を合算すると、小売商店で8割、飲食・喫茶店で7割の店舗で総じて減っているという結果になった。ただし「大幅に減っている」とする割合が、飲食・喫茶店に比較的多い点から、コロナ禍による事情が反映しているともいえそうだが、仮にコロナの感染拡大そのものが商店街の営業に、さほど大きな影響を及ぼさなかったとしても、中長期的に商店街の衰退が進んでいるということが推察される。

表10 売上げの変化

	小売商店	飲食店・喫茶店	金融・サービス	合計
特に変わらない	5 (14.7%)	3 (13.0%)	3 (50.0%)	11 (17.5%)
減っている	20 (58.8%)	8 (34.8%)	3 (50.0%)	31 (49.2%)
大幅に減っている	8 (23.5%)	8 (34.8%)	0	16 (25.4%)
不明・無回答	1 (2.9%)	4 (17.3%)	0	5 (8.0%)
合計	34 (100%)	23 (100%)	6 (100%)	63 (100%)

表11は、経営を引き継ぐ後継者の有無を聞いた結果である。後継者がいると答えたのは13店 (20.6%) あり、そのうち中通り商店街は、現経営者の子とそれ以外が約半分ずつであるのに対し、中和会商店街では外部からの後継者は、現時点では1人もいないという結果になっている。「まだ決まっていない」、「いない(自分で終わる)」を合わせると、中通り商店街で67.6%、中和会で82.8%となる。

表11 後継者の有無

	中通り商店街	中和会商店街	合計
決まっている(子など)	4 (11.8%)	4 (13.8%)	8 (12.7%)
決まっている(子以外)	5 (14.7%)	0	5 (7.9%)
まだ決まっていない	17 (50.0%)	10 (34.5%)	27 (42.9%)
いない(自分で終わる)	6 (17.6%)	14 (48.3%)	20 (31.7%)
無回答	2 (5.9%)	1 (3.4%)	3 (4.8%)
合計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

表12の東京商工リサーチによる2020年「後継者不在率」調査（全国）によると、中小企業の後継者不在率は57.5%で前年より1.9ポイント上昇しており、経営者が高齢にも関わらず後継者がいないという企業も多いということだ。特に小売業では66.79%、サービス業では63.31%と、商店街に関連が深い業種の後継者不足が深刻になっている（東京商工リサーチonline 2020）。全国平均に比しても、両商店街、特に中和会の後継者不足の割合は高いものとなっている。

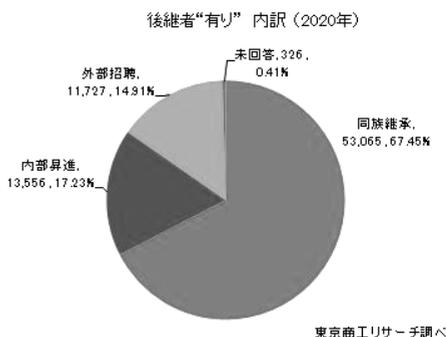
これらを見ると、2020年に進行したコロナ禍の全世界的な波及と長期の持続によって、世界中の商店、特に飲食・会食・集合業種は、壊滅的な危機に陥っている。しかし、そのこと自体は酒田のような首都圏から離れた局地的な地方都市にとっては、緊急の差し迫った危機ではない。

問題はこの先10年の未来像をどう描くか、そういう点で後継者がいない、あるいは決まっていない店舗が7割を超える多数であるという数字は深刻な展望といってもよい。

表12 後継者不足率（全国）

産業	2020年			2019年
	不在率	有り(社)	無し(社)	不在率
農・林・漁・鉱業	50.27%	925	935	48.98%
建設業	56.90%	14,432	19,051	54.95%
製造業	50.78%	19,042	19,648	48.35%
卸売業	55.51%	15,827	19,749	53.99%
小売業	60.79%	7,018	10,880	59.30%
金融・保険業	53.51%	756	870	50.82%
不動産業	59.29%	2,702	3,936	58.47%
運輸業	53.73%	4,006	4,651	52.27%
情報・通信業	75.69%	1,983	6,175	74.10%
サービス業他	63.31%	11,983	20,678	61.67%
合計	57.53%	78,674	106,573	55.61%

東京商工リサーチ調べ



### 東京商工リサーチ 2020年「後継者不在率」調査

表13では経営者の最終学歴をたずねた。結果としては、全体で高校卒が42.9%、大学卒が30.2%となっているが、経営者の平均年齢が60歳、人数が多いのも60代という点だけ考えると大学卒が意外に多いとも感じるが、比較的最近の30後半～40代、バブル世代に大学生から社会人となった50代の経営者

も一定数ずついるためか、あるいは中心商店街の老舗は、代々受け継がれた「地域の顔」として、学歴も高い人が多かったということかもしれない。このことは、前出表3の「継承歴」に関する問の結果からも、創業者（一代目）がこちらの商店街にも44%と多いながらも、三代目、四代目と代々続く店の店主も少なくないことから推察できる。

表13 経営者の最終学歴

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
中学卒	3 ( 8.8%)	2 ( 6.9%)	5 ( 7.9%)
高校卒	13 (38.2%)	14 (48.3%)	27 (42.9%)
短大・高専卒	6 (17.6%)	3 (10.3%)	9 (14.3%)
大学卒	11 (32.4%)	8 (27.6%)	19 (30.2%)
その他	1 ( 2.9%)	1 ( 3.4%)	2 ( 3.2%)
無回答	0	1 ( 3.4%)	1 ( 1.6%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

### 3.3 商店街についての意識

以下では、調査対象となった2つの商店街の現状について、それぞれの経営者がどのような思いを抱いているか、商店街に対する意識についての質問をした。

表14は今後の商店街の発展のために必要な事を年齢層別に聞いた。それぞれの質問には以下のような意図が含まれている。「商店街の新企画実施」は行動力や自律性、「会員の意識改革」は現状に対する反省（自他ともに）、「行政との連携」は現実志向と他律性。業種ごとのクロス集計では「会員の意識改革」が小売商店で多く（43.3%）、年齢層別にみると80代以上の高齢者に多い（75.0%）。小売商店に高齢の経営者が多く、経営年数が長い・世代を重ねている経営者に、現状を反省し今後の商店街の在り方を考えるべきだと思う層が多い。

表14 商店街の発展に必要なこと

	20～30代	40～50代	60～70代	80代以上	合 計
商店街の新企画実施	1 (20.0%)	7 (30.4%)	5 (16.1%)	0	13 (20.6%)

会員の意識改革	1 (20.0%)	6 (26.1%)	10 (32.3%)	3 (75.0%)	20 (31.7%)
行政との連携	2 (40.0%)	7 (30.4%)	11 (35.5%)	1 (25.0%)	21 (33.3%)
その他	1 (20.0%)	1 (4.3%)	2 (6.5%)	0	4 (6.3%)
無回答・不明	0	2 (8.7%)	3 (9.7%)	0	5 (7.9%)
合 計	5 (100%)	23 (100%)	31 (100%)	4 (100%)	63 (100%)

表15は、現在の商店街が賑わっているかという質問の結果である。2つの商店街ともに「あまり賑わっていない」が最も多い結果になっている。

表15 商店街は賑わっているか

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
賑わっていた	4 (11.8%)	2 (6.9%)	6 (9.5%)
あまり賑わっていない	14 (41.2%)	13 (44.8%)	27 (42.9%)
どちらともいえない	10 (29.4%)	4 (13.8%)	14 (22.2%)
前も賑わっていなかった	5 (14.7%)	9 (31.0%)	14 (22.2%)
無回答	1 (2.9%)	1 (3.4%)	2 (3.2%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

表16は、商店街の賑わいという点から、「この商店街のなかで、買い物や飲食に多くのお客が来るのはどんな店か」ときいた質問（複数回答可）の結果。客のくる店として挙がったのは中通り商店街では、「外食・喫茶・飲み屋」が84.8%と圧倒的に高く、それ以外はおおむね低い。しかし中和会商店街では、「外食・喫茶・飲み屋」が76.9%と高いが、小売商店のなかでも「生鮮食料品」の店も65.4%と高く、「日常生活必需品」も26.9%と健闘している。

商店街の賑わいを高めるには、デパートや大型店のような核店舗があって、その周辺の店も客が回遊するのが効果的といわれるが、酒田市の中心商店街の場合、核店舗の中規模デパートが存在するが、その集客力は現在必ずしも高くない。

表16 販わっている店の品目

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
生鮮食料品	5 (15.2%)	17 (65.4%)	22 (37.3%)
日用生活必需品	7 (21.2%)	7 (26.9%)	14 (23.7%)
服飾品	7 (21.2%)	1 ( 3.8%)	8 (13.6%)
外食・喫茶・飲み屋	28 (84.8%)	20 (76.9%)	48 (81.4%)
その他	1 ( 3.0%)	1 ( 3.8%)	2 ( 3.4%)
合 計	33 (100%)	26 (100%)	59 (100%)

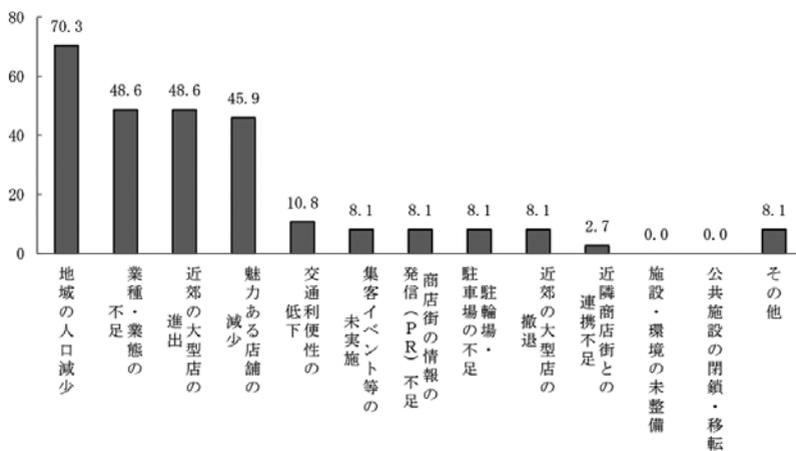
表17は「この商店街でお店を経営するにあたって、心配していることはありますか?」（複数回答可）という質問の結果である。選択肢は「その他」を含む6つで、「人口の減少」が中通り69.7%、中和会が67.9%と最も多く、次が「シャッター化」で中通り48.5%、中和会46.4%、以下「経営者の高齢化」、「後継者不足」と続いている。

「平成30年度商店街実態調査報告書（山形県版）」(図2)においても、来場者が「減った」要因としては、「地域の人口減少（70.3%）」が最も多く、次いで「業種・業態の不足（48.6%）」となっており、業種・業態の不足がすなわち「シャッター化」とすれば、山形県として（そして全国の地方都市も同様に）、人口減少＝購買層の減少としてとらえ、買い手が減ったから経営が困難となっていると考えられているようだ（山形県 online 2019）。

表17 商店街での心配事

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
シャッター化	16 (48.5%)	13 (46.4%)	29 (47.5%)
後継者不足	9 (27.3%)	13 (46.4%)	22 (36.1%)
高齢化	11 (33.3%)	15 (53.6%)	26 (42.6%)
大型店進出	5 (15.2%)	6 (21.4%)	11 (18.0%)
人口減少	23 (69.7%)	19 (67.9%)	42 (68.9%)
その他	1 ( 3.0%)	3 (10.7%)	4 ( 6.6%)
合 計	33 (100%)	28 (100%)	63 (100%)

図2 来訪者が「減った」要因



山形県商工労働部「平成30年度 商店街実態調査報告書（山形県版）概要版」より

表18は、商店街で開催されるイベントへの参加状況をきいたものである。63店舗中51店舗が何らかの形でイベントに参加している。ただし表19「イベントの効果」に関しての間には、「とても効果がある」、「ある程度効果がある」が6割を占めたが、「あまりない」、「ほとんどない」という答えも4割弱挙がっている。「効果」という場合、多くの人が経済的側面をイメージするが、その他イベントの利点としては、もちろん集客力の増進と共に、商店街組合員相互の親睦による求心力の強化、そして地域住民の相互交流による地域からの信頼の醸成にも資すると考えた場合、単純な経済性のみでは測れない効果があると思われる。

表18 イベント参加

	中通り商店街	中和会商店街	合計
必ず参加している	19 (55.9%)	9 (31.0%)	28 (44.4%)
時々参加する	12 (35.3%)	11 (37.9%)	23 (36.5%)
ほとんど参加していない	3 (8.8%)	8 (27.4%)	11 (17.5%)
無回答	0	1 (3.4%)	1 (1.6%)
合計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

表19 イベントの効果

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
とても効果がある	7 (20.6%)	2 ( 6.9%)	9 (14.3%)
ある程度ある	15 (44.1%)	14 (48.3%)	29 (46.0%)
あまりない	10 (29.4%)	8 (27.6%)	18 (28.6%)
ほとんどない	1 ( 2.9%)	4 (13.8%)	5 ( 7.9%)
無回答	1 ( 2.9%)	1 ( 3.4%)	2 ( 3.2%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

### 3.4 コロナ禍による商店街への影響

ここでは、2020年に発生した新型コロナウイルス感染症の拡大による全国的な緊急事態宣言が、この商店街に与えた影響について回答をもとに確認する。

まずは、4月の緊急事態宣言下において各店舗の営業形態にどのような影響が出たのかについてである。表20は営業自粛に関する質問の回答である。回答のあった店舗のうち、およそ半数の店舗では営業時間などの変更はせず、感染症対策を実施し営業を続けていることが分かる。

表20 コロナによる営業自粛の実施状況

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
解除まで全面休業	4 (11.8%)	7 (24.1%)	11 (17.5%)
部分的に営業短縮	12 (35.3%)	7 (24.1%)	19 (30.2%)
店は休まず感染対策した	16 (47.1%)	15 (51.7%)	31 (49.2%)
無回答	2 ( 5.8%)	0	2 ( 3.2%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

次に、各店舗で実施された感染症対策について聞いた。下記表21は業種ごとに実施された感染症対策を示したものである（複数回答）。それぞれの業種で感染症対策がなされていることが分かる。飲食店・喫茶店のみ入場者数の制限を実施していること、小売商店のみアルコール消毒実施率が100.0%でないことが特徴的である。

表21 感染症対策について

	小売商店	飲食店・喫茶店	金融・サービスその他	合計
アルコール消毒	23 (69.7%)	23 (100%)	6 (100%)	52
検温	1 (3.0%)	4 (17.4%)	2 (33.3%)	7
従業員のマスク着用	26 (78.8%)	11 (47.8%)	5 (83.3%)	42
入場者数の制限	0 (0.0%)	6 (26.1%)	0 (0.0%)	6
その他の対策	5 (15.2%)	3 (13.0%)	0 (0.0%)	8
合計	33	23	6	62

また、コロナウイルスによって客足が減少したと感じている店舗は32店舗(50.8%)ある。下記の表22はコロナウイルスが経営に与えた影響について業種ごとにまとめたものである(複数回答)。どの業種も6割以上の店舗が収益の大幅減少を回答しており、飲食店・喫茶店では閉店・廃業を検討した店舗が1店舗あり、コロナウイルスの影響の大きさがうかがえる。

表22 経営への影響

	小売店	飲食店・喫茶店	金融・サービス	合計
収益の大幅減少	20 (64.5%)	15 (68.2%)	4 (66.7%)	39 (66.1%)
従業員削減	0	4 (18.2%)	0	4 (6.8%)
営業時間の短縮	11 (35.5%)	13 (59.1%)	3 (50.0%)	27 (45.8%)
営業形態の変更	3 (9.7%)	5 (22.7%)	2 (33.3%)	10 (16.9%)
閉店・廃業の検討	0	1 (4.5%)	0	1 (1.7%)
新規事業への転換	0	2 (9.1%)	0	2 (3.3%)
オンライン事業の導入	1 (3.2%)	1 (4.5%)	2 (33.3%)	4 (6.8%)
収益改善の努力	12 (38.7%)	5 (22.7%)	3 (50.0%)	20 (33.9%)
その他	2 (6.5%)	0	0	2 (3.3%)
合計	31 (100%)	22 (100%)	6 (100%)	59 (100%)

上記のようなコロナウイルスの影響に対して政府・行政の対策についての意見をまとめたものが下の表23であり、およそ8割程度の店舗が少なからず問題を感じていることが分かる。

表23 政府・行政のコロナ対策について

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
基本的に適切	8 (23.5%)	5 (17.2%)	13 (20.6%)
部分的には問題も	19 (55.9%)	14 (48.3%)	33 (52.4%)
適切だったとは思えない	4 (11.8%)	5 (17.2%)	9 (14.3%)
適切だったとはとても思えない	1 ( 2.9%)	3 (10.3%)	4 ( 6.3%)
無回答・不明	2 ( 5.9%)	2 ( 6.9%)	4 ( 6.3%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

また、そのことに関して下の表24、25はそれぞれ休業補償支援金等の申請需給状況と、「Go To キャンペーン」政策をどう考えたかを聞いた結果を示したものである。休業補償支援金等については、全体で57.1%、36店が申請し受給を受けているが、申請したが受給していない店が1店、申請できなかったか申請せずに受給しなかったと答えた店舗が10店舗存在していた。表20でみたように、自粛期間中に完全休業した店は11店だけだったので、开店時間短縮で対応した店も休業補償の対象になったと考えられる。

表24 休業補償支援金等

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
受給した助かった	14 (41.2%)	11 (37.9%)	25 (39.7%)
受給し十分ではない	3 ( 8.8%)	4 (13.8%)	7 (11.1%)
受給したもっとほしい	1 ( 2.9%)	3 (10.3%)	4 ( 6.3%)
申請したが受給していない	1 ( 2.9%)	0	1 ( 1.6%)
申請はしていない	4 (11.8%)	2 ( 6.9%)	6 ( 9.5%)
申請せず基準に達していない	8 (23.5%)	8 (27.6%)	16 (25.4%)
無回答・不明	3 ( 8.8%)	1 ( 3.4%)	4 ( 6.3%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

政府が進めた観光振興策「Go To キャンペーン」については、表25のような結果になっている。「観光業には効果があった」と「どちらともいえない」、および「あまり効果がなく逆効果だった」という意見でほぼ3分されたかたち

である。調査を実施した10月の時点では、コロナ感染の拡大は地方にはほとんど及んでいなかったため、温泉などが多い山形県でも観光振興への期待があった時期だったが、年末に感染の急拡大が起きて収束を前提にした「Go To キャンペーン」が停止されたことは周知の通りである。

表25 Go To キャンペーン

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
観光業には効果があった	13 (38.2%)	10 (34.5%)	23 (36.5%)
どちらともえない	16 (47.1%)	7 (24.1%)	23 (36.5%)
あまり効果なく逆効果だった	5 (14.7%)	9 (31.0%)	14 (22.2%)
無回答・不明	0	3 ( 7.7%)	3 ( 4.8%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

これも菅新政権がコロナ対応を考えて打ち出した「Go To 商店街」、人の移動を制限することで商店街が沈滞することへの対策と言えるだろうが、表26をみると判断しにくい人が多かったようだ。だからといって、両商店街はただ手をこまねいていたわけではない。例年であれば1月下旬に実施されるはずであった「酒田日本海寒鱈まつり」が中止となったが、中和会・中通りの両商店街がGo To 商店街に申請、無事採択された。「Go To! 笑顔・絆商店街」と銘打たれた新たなイベントは、残念ながら集客を伴うトーク&ライブショー、寒鱈汁のおふるまい、スタンプラリーは中止となったが、規模を縮小し、地元FMラジオやYouTubeを介して実施している。

表26 Go To 商店街

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
大いに期待したい	12 (35.3%)	5 (17.9%)	17 (27.4%)
期待はするが効果はわからない	15 (44.1%)	22 (78.6%)	37 (59.7%)
効果があるかは疑問だ	7 (20.6%)	1 ( 3.6%)	8 (12.9%)
合 計	34 (100%)	28 (100%)	62 (100%)

一方で、コロナウイルス感染症の流行が収まったのちに必要とされることについて質問したところ、回答は下の表27に示した通りである。結果から66.7%

の店舗が商店街の自力での集客、発展ではなく、外部の力を借りつつ協力していくような姿勢を示している。これは表27でみた設問「今後の商店街の発展のために必要な事」からは主体性や自発性の側面は後退しているが、「商店会員の意識改革」項目にも高い関心が示されていることがわかる。アフターコロナ、ウィズコロナにむけて「新しい生活様式」が求められる中、まずそれに適応した営業様式を模索する必要性を、経営者たちは強く感じていることがうかがえる。

表27 コロナ後に必要なこと

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
商店街として新企画を実施	9 (26.5%)	4 (14.3%)	13 (21.0%)
商店会員の意識改革	7 (20.6%)	13 (46.4%)	20 (32.3%)
行政との連携	13 (38.2%)	8 (28.6%)	21 (33.9%)
その他	5 (14.7%)	4 (14.3%)	9 (14.5%)
合 計	34 (100%)	28 (100%)	62 (100%)

以上のように、商店街の高齢化や後継者問題に加えてコロナウイルスが商店街の各店舗に与えた影響は大きく、店主が高齢化していても後継者がいなくても店を開いておくことは可能だったにもかかわらず、コロナウイルスによって営業自体すらままならなくなり、コロナ禍の期間に閉店・廃業を視野に入れ始めた店舗が存在した。そのほかにも客足の減少、収益の減少などの諸問題に対し、政府・行政の施策が完全な救済措置には至っていないなど、加速度的に商店街の活気を奪うことが重なったため、外部の力が商店街振興のために必要であると答えた店舗が多いのだが、同時にこれを機会に、これまでの商店街の在り方を反省的に考察し、新たな方向性を組合員が全体で考えていく機会ともなっている。

### 3.5 酒田市と庄内地方について

以下では、商店街問題だけでなく、酒田市と周辺の庄内地域についての質問により、商店経営者たちの地域社会に対する意識を聞いた。

まず、図3は酒田市での生活に対する満足度を示したものである。ここから

「どちらかといえば満足している」という回答が全体の59.7%と最も多く、「満足している」の27.4%と合わせると87.1%にもなる。多くの経営者たちが酒田市での生活に満足していることがわかる。他に酒田市に住んでいて一番良かった点として「自然が豊かなこと」(47.6%)、「食べ物がおいしいこと」(33.3%)、「酒田市民の人柄のよさ」(11.1%)が上位になっているという一方で、「医療や福祉が充実していること」と「教育・学校の充実」を選択した商店経営者は、1人もいなかった。

図3 酒田での生活満足度

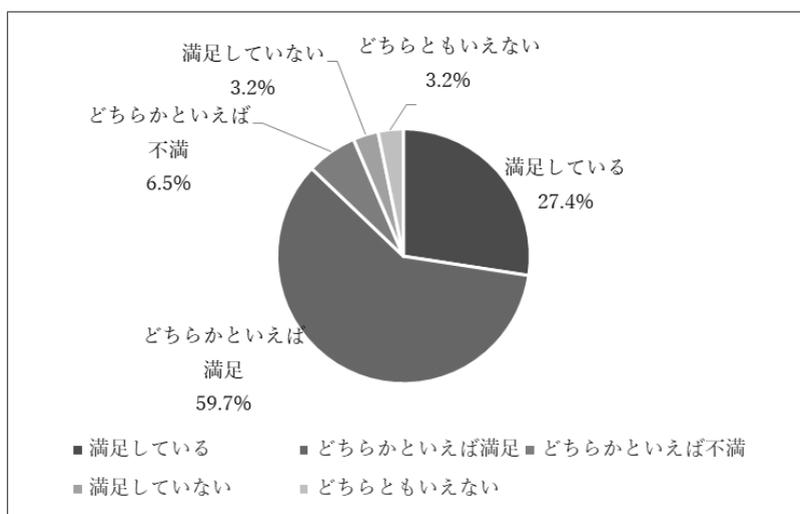


表28は酒田市が今後一番注力すべき点を示したものである。ここから「新しい産業の開発・誘致」(42.9%)、「観光業の振興」(20.6%)といった地域経済の活性化に関連するものが最も多く、その次に「少子化対策」(15.9%)、「高齢者を中心とした医療・福祉の充実」(11.1%)といった社会福祉に関連するものが多いということが分かる。

表28 酒田市が今後注力していくべきこと

	中通り商店街	中和会商店街	合計
観光業の振興	9 (26.5%)	4 (13.8%)	13 (20.6%)

高齢者を中心として医療・福祉の充実	4 (11.8%)	3 (10.3%)	7 (11.1%)
新しい産業の開発誘致	14 (41.2%)	13 (44.8%)	27 (42.9%)
防災・災害に備えた町づくり	1 (2.9%)	2 (6.9%)	3 (4.8%)
少子化対策 (子育て支援)	5 (14.7%)	5 (17.2%)	10 (15.9%)
その他	0	1 (3.4%)	1 (1.6%)
無回答	1 (2.9%)	1 (3.4%)	2 (3.2%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

表29は、近年の酒田市の防災対策の充実度を示したものである。ここから、非常に多くの商店経営者が「ある程度充実しているが、不安は残る」(79.4%)と回答しているということが分かる。また、「防災対策は充実しており、安心だと思う」(9.5%)と「充実しているとは思えず、不安は大きい」(9.5%)と考えている人の割合が同じであるということもここから分かる。

表29 酒田市の防災対策

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
充実しており安心だ	5 (14.7%)	1 (3.4%)	6 (9.5%)
ある程度充実・不安は残る	26 (76.5%)	24 (82.8%)	50 (79.4%)
充実とはいえず不安大きい	2 (5.9%)	3 (10.3%)	1 (1.6%)
その他・無回答	1 (2.9%)	1 (3.4%)	2 (3.2%)
合 計	34 (100%)	29 (100%)	63 (100%)

表30はどれくらいの人々が今後も酒田市に住み続けたいと考えているのかを示したものである。最も多かったのは「住み続けるつもりだ」で全体の73.0%を占めており、その次に「できれば住み続けたい」が19.0%を占めていた。一方で、「どちらかといえば住み続けたくない」や「他に住もうと思う」を選択した商店経営者は1人もいなかった。20~30代の若い世代も、母数は少ないものの、6割以上が住み続けることを前提に考えており、こうした若者の欲求をいかにかなえるかが、酒田の今後を左右するのかもしれない。

表30 今後も酒田市に住み続けたいか

	20～30代	40～50代	60～70代	80代以上	合 計
住み続けるつもり	2 (40.0%)	15 (65.2%)	25 (80.6%)	4 (100%)	46 (73.0%)
できれば住みたい	1 (20.0%)	7 (30.4%)	4 (12.9%)	0	12 (19.0%)
わからない	1 (20.0%)	1 (4.3%)	2 (6.5%)	0	4 (6.3%)
無回答	1 (20.0%)	0	0	0	1 (1.6%)
合 計	5 (100%)	23 (100%)	31 (100%)	4 (100%)	63 (100%)

表31は、酒田市の魅力の発信に対する商店経営者たちの考えを示したものである。全体の63.5%が「発信をしていくべきだが、どうすればよいか分からない」という状況にある一方で、全体の25.4%は「発信していくべきだし、既に取り組んでいる」といった状況にあるということがここから分かる。世代別にみると60～70代の年齢層に「わからない」が集中しているが、「発信」という言葉から現代ではSNS等を活用したWeb上でのやり取りのイメージが喚起され、そうしたサービスへの接触頻度により、いわゆる苦手意識が表出した結果かもしれない。

表31 酒田市の魅力の発信について

	20～30代	40～50代	60～70代	80代以上	合 計
発信していくべきだしすでに取り組んでいる	3 (60.0%)	6 (26.1%)	5 (16.1%)	2 (50.0%)	16 (25.4%)
発信していくべきだがどうすればよいかわからない	0	14 (60.9%)	24 (77.4%)	2 (50.0%)	40 (63.5%)
とくに発信していくべきだとは思っていない	1 (20.0%)	2 (8.7%)	1 (3.2%)	0	4 (6.3%)
無回答	1 (20.0%)	1 (4.3%)	1 (3.2%)	0	3 (4.8%)
合 計	5 (100%)	23 (100%)	31 (100%)	4 (100%)	63 (100%)

表32は庄内地方を盛り上げていくために、隣同士の酒田市と鶴岡市が協力していくべきかについての商店経営者たちの考えを示したものである。最も多かったのは「積極的に協力すべきだ」という考えで、全体の68.3%であったということがここから分かる。また、「ある程度は協力すべきだ」が次に多く全

体の23.8%であった。これらから、ほとんどの商店経営者たちが酒田市と鶴岡市が協力して、庄内地方を盛り上げていくことに肯定的な考えを持っているということが考えられる。

世代別にみると、母数は少ないが20～30代の若い世代で80%。無回答を除けば回答者すべてが協力を望んでいるのがわかる。

表32 酒田市と鶴岡市の協力

	20～30代	40～50代	60～70代	80代以上	合計
積極的に協力すべきだ	4 (80.0%)	17 (73.9%)	19 (61.3%)	3 (75.0%)	43 (68.3%)
ある程度は協力すべきだ	0	5 (21.7%)	9 (29.0%)	1 (25.0%)	15 (23.8%)
協力する必要は特に感じない	0	1 (4.3%)	3 (9.7%)	0	4 (6.3%)
無回答	1 (20.0%)	0	0	0	1 (1.6%)
合計	5 (100%)	23 (100%)	31 (100%)	4 (100%)	63 (100%)

### 3.6 コロナ禍での商店街の意識

ここでは、3.4にて述べた「コロナ禍による商店街への影響」に加えて、2020年に発生した新型コロナウイルス感染症への対策への意識などについて総合的分析をしたものについて述べていく。

まずは、緊急事態宣言下において各店舗の営業形態にどのような影響が出たのかについてである。表33は年齢別の営業自粛に関する質問の回答である。回答のあった店舗のうち、前述の通り、およそ半数の店舗では営業時間などの変更はせず、感染症対策を実施し営業を続けていることが分かる。

表33 緊急事態宣言下の営業形態（年代別）

	解除まで全面休業	部分的に営業短縮	店は休まず感染対策はした	合計
20～30代	1 (9.0%)	2 (10.5%)	0	5 (7.9%)
40～50代	8 (72.7%)	8 (42.1%)	7 (22.6%)	23 (36.5%)
60～70代	2 (18.1%)	8 (42.1%)	21 (67.7%)	31 (49.2%)

80代以上	0	1 ( 5.3%)	3 ( 9.7%)	4 ( 6.3%)
合 計	11 (100%)	19 (100%)	31 (100%)	63 (100%)

しかし、ほとんどが緊急事態宣言によって営業形態を変えているが、その中で感染症対策を行えているのだろうか。すでに表20、表21でみたように、4月段階で各店はコロナ感染への対策をとっていた。以下の表34は、経営者の年代別に感染症対策実施の有無を分析したものである。

表34 年代別コロナ対策（年代別）

経営者	アルコール消毒	従業員のマスク	検温の実施	入店人数制限	総 数
20～30代	5 (100%)	2 (40.0%)	2 (40.0%)	2 (40.0%)	5 (100%)
40～50代	21 (91.3%)	17 (73.9%)	3 (13.0%)	3 (13.0%)	23 (100%)
60～70代	22 (71.0%)	21 (67.8%)	2 ( 6.5%)	1 ( 3.2%)	31 (100%)
80代以上	4 (100%)	2 (50.0%)	0	0	4 (100%)
合 計	52 (82.5%)	41 (65.1%)	7 (11.1%)	6 ( 9.5%)	63 (100%)

商店街別63店舗中52店舗はアルコール消毒を行っている。年代別にも、それほど年代による差異はない。政府や行政などの呼びかけや、ドラッグストアなどの状態から、年代による情報の多少は違えど、アルコール消毒が必要という情報は徹底して伝わっていると考えられる。アルコール消毒の割合には劣るが、従業員のマスク着用もしている割合は低くない。とくに高年層ほど、実施する店は多いことを示す。

アルコール消毒やマスク着用に比べて著しく対策の割合が落ちているのが、検温と入店者数の制限の項目に関しては年代で対策の割合が変化しており、年配であるほど対策をしていないようである。全体を通して感染症対策として、アルコール消毒とマスクの着用をほとんどの店舗ができていますが、検温や店内の人数制限に関しては実施されていない店舗が多い。年代によって感染症対策に関する情報の量が異なることが推測される。もしくは年代によって感染症への危機感の差が生じているといえるかもしれない。

次にこれも年代別に、新型コロナウイルスに伴う政府・行政の動きについてたずねた結果が表35である。なお、これは10月の調査時点で、4月以降のコロナ対策の評価をきいたものである。

表35 政府・行政のとしたコロナ対策について（年代別）

	基本的に適切 だったと思う	適切だったが 部分的には問 題もある	適切だったと は思えない	適切だったと はとも思わ ない	合 計
20～30代	0	2 ( 5.7%)	3 (33.3%)	0	5 ( 7.9%)
40～50代	9 (75.0%)	8 (22.9%)	3 (33.3%)	3 (75.0%)	23 (36.5%)
60～70代	2 (16.7%)	23 (65.7%)	3 (33.3%)	1 (25.0%)	31 (49.2%)
80代以上	1 ( 8.3%)	2 ( 5.7%)	0	0	4 ( 6.3%)
合 計	12 (100%)	35 (100%)	9 (100%)	4 (100%)	63 (100%)

年代別に見ていくと、20～30代において「基本的に適切」と答えている人はおらず、若年層には相対的に見て不満が多い。それに対し高齢者は「適切だったとはとも思えない」「適切だったとは思えない」が0%であり、さほど不満を覚えていないようである。

次の表36は、いずれコロナ禍が収束した段階で、酒田市が今後力を入れるべきことはなにか、を複数選択できいた結果が商店街別に示してある。

「新しい産業の開発・誘致」が42.9%とトップで、観光業の振興（20.6%）、少子化対策（子育て支援）（15.9%）がこれに次ぐ。新しい産業による町おこしが未来を開くと希望をもてるが、その産業がなんであるのかは、まだはっきりとはわからない。いずれにせよ、若い世代が定着できる産業が求められる。

表36 酒田市が今後注力していくべきこと

	中通り商店街	中和会商店街	合 計
観光業の振興	9 (26.5%)	4 (13.8%)	13 (20.6%)
高齢者中心とした医療福祉の充実	4 (11.8%)	3 (10.3%)	7 (11.1%)
新しい産業の開発誘致	14 (41.2%)	13 (44.8%)	27 (42.9%)
防災・災害に備えた町づくり	1 ( 2.9%)	2 ( 6.9%)	3 ( 4.8%)

少子化対策（子育て支援）	5（14.7%）	5（17.2%）	10（15.9%）
その他	0	1（3.4%）	1（1.6%）
無回答	1（2.9%）	1（3.4%）	2（3.2%）
合計	34（100%）	29（100%）	63（100%）

最後に、表37としてあげたのは、酒田市の防災対策について、聞いた結果である。

表37 酒田市の防災対策

	中通り商店街	中和会商店街	合計
充実しており安心だ	5（14.7%）	1（3.4%）	6（9.5%）
ある程度充実・不安は残る	26（76.5%）	24（82.8%）	50（79.4%）
充実とはいえ不安大きい	2（5.9%）	3（10.3%）	1（1.6%）
その他・無回答	1（2.9%）	1（3.4%）	2（3.2%）
合計	34（100%）	29（100%）	63（100%）

2020（令和元）年6月18日夜に、庄内で震度6の地震があり、隣の鶴岡市の温海温泉や内陸部で被害が出た。幸い酒田市では大きな被害はなかったが、同年7月下旬には山形県が記録的な豪雨に見舞われ、最上川が氾濫して周辺住宅に浸水被害が出た。近年は日本各地でこれまでにない大きな自然災害が起きている。いまま進行中のコロナ禍は自然災害とは少し性格が違うかもしれないが、地方都市の住民にとって、突然ふりかかってくる予期せぬ災害という意味では、共通する側面がある。

調査結果は、「ある程度充実しているが不安は残る」が全体で79.3%と多数を占め、市の防災体制に信頼を置いているように読めるが、「不安は残る」というあたりで、昔の酒田大火を思い出す人はどのくらいいるのだろうか。

#### 4. おわりに

最後に今回の酒田市商店街調査の結果を総括する。

まず、第一に各店の現状についてである。調査データの結果を、商店街を大きく小売商店、飲食店・喫茶店、金融・サービス・その他の三種類に分けてみ

ると、小売店が一番多い割合だった。また、飲食店・喫茶店は20代から30代の若い世代が20%以上いる一方で、小売店は20代から30代は0%と年齢の高い従業員の割合が高い。開業年数を参考にすると、飲食店・喫茶店は開業五年未満が40%以上を占める。このことから、若い世代が最近飲食店・喫茶店を開業していることがわかる。反対に年齢の高い従業員の割合が高かった小売店は20年、あるいは50年以上続いているような老舗が多くを占めていることから、古くから商店街を支えてきたことが見て取れる。長く受け継がれてきた老舗の担い手の平均年齢は60歳と高齢層になっているが、後継者が決まっていると答えたのは63店舗中14店舗のみで商店街がシャッター化するか否かは、必ずしも現店主の子にかぎらず、今後の後継者探し次第であることは間違いない。

第二に酒田市商店街の賑わいを取り戻すための取り組みについてである。商店街が賑わっているかどうかという問いに対して、業種三種においていずれも「あまり賑わっていない」という答えが最も多い結果になっている。そのほかの回答も前向きではない回答に集中した。しかし、イベント参加は63店舗中51店舗が何らかの形でイベントに参加し、商店街を活性化しようという意気込みを感じる。ただ、イベント参加の効果は業種三種ともに、とても満足する効果は得られていないようなので、今までとは違ったイベントを開催してみるのも良いかもしれない。また、各店の経営者が今後の最大の心配として挙げるのが酒田市の「人口減少」であった。じわじわと進む人口減少はとどまることを知らず、それは当然のように来客数の減少を招く。人口減少以外にも「高齢化」・「シャッター化」・「後継者不足」・「大型店進出」と課題と心配は多くあり、賑わいを取り戻すためには「商店街の新企画」や「会員の意識改革」、「行政との連携」が必須である。

第三にコロナ禍による商店街への影響という面では、コロナウイルスによって客足が減少したと感じている店舗は半数で、どの業種も6割以上の店舗が収益の大幅減少を回答している。東京など大都市圏に比べれば山形のコロナ感染は、10月の調査時点ではごく少数にとどまっていたが、客足の減少、収益の

減少は起きている。年末からの感染拡大第3波は全国に広がり、事態はますます深刻化して今また大都市部に緊急事態宣言が出ている。GoToトラベルなどの政府や行政の施策は、商店街にとっては、あまりに不十分な措置であり、酒田でも心理的不安はつものようだが、コロナを乗り切った後に必要なことは、いかに活気のある日常を取り戻すか知恵を絞って、政府や行政の支援振興を活用しながら、地元商店街に賑わいをもたらす真摯な努力が、希望をもたらすと考える。

以上三つの点から商店街の現状は新型コロナウイルスのこともあり、今までの問題点がより加速してしまったが、この危機を乗り切ることで商店街が一体化して活性化することを我々は望んでいる。

### 【参考文献・Web】

- ・新雅史 2012『商店街はなぜ減びるのか—社会・政治・経済史から探る再生の道』光文社新書
- ・Bellah,R 1957.,Tokugawa Religion: the Values of Pre-industrial Japan, Falcon. (=1962堀一郎・池田昭詔『日本近代化と宗教倫理—日本近世宗教論 未来社』)
- ・国立社会保障・人口問題研究所 2017「日本の将来推計人口（平成29年推計）」  
[http://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2017/pp\\_zenkoku2017.asp](http://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2017/pp_zenkoku2017.asp)  
2020.12.16 アクセス
- ・守屋毅 1980『京の町人—近世都市生活史』教育社
- ・内閣府 2019「令和元年版高齢社会白書（全体版）」  
[https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2019/html/zenbun/s1\\_1\\_4.html](https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2019/html/zenbun/s1_1_4.html)  
2021.01.14 アクセス
- ・酒田市史編纂委員会編 1982『酒田市史 改訂版・上巻』酒田市
- ・総務省統計局 2019「人口推移」  
<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/2019np/index.html> 2020.12.16 アクセス
- ・須藤良弘「商人の、系譜。—栄枯盛衰の酒田限界商業地図」（酒田商工会議所一〇〇年史編纂部会 1997『酒田商工会議所設立一〇〇周年記念誌 自由都市、酒田から。』酒田商工会議所

- ・東京商工リサーチ 2020年「後継者不在率」調査  
[https://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20201113\\_01.html](https://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20201113_01.html) 2020.12.25 アクセス
- ・山形県商工労働部「平成30年度 商店街実態調査報告書（山形県版）概要版」  
<https://www.pref.yamagata.jp/documents/3401/h30jittai-gaiyou.pdf>  
2020.12.25 アクセス