

## 論文

# 地方都市の中心市街地空洞化と地域商業 —八戸商業の展開過程—

今野 裕 昭

Losing substances of downtown area and the regional  
commerce in local city

Hiroaki Konno

近年、全国で、地方都市の中心市街地の衰退が、にわかに顕著になってきた。

中心部の商店街は、シャッターを降ろしたままの店が目立つ。小学校では生徒数が減り、空き教室が増えている。外来患者のための駐車場の確保が難しくなった総合病院が、郊外へ移転する。総合病院だけでなく開業医も、中心部では高齢で廃業するものが増え、新しい開業医は郊外に医院を開く傾向にある。地方都市の郊外が開発され、人は中心部に来なくなってしまった。矢作弘の指摘のように、中心部では、住民の暮らしが危うくなる危惧が出はじめている。都市の中心部が衰退し住民がそこで暮らせなくなり、コミュニティが崩壊すると、地域のアイデンティティを培ってきた祭りなどの、伝統的な行事を維持することすら難しくなる。地方都市中心部の空洞化が、進行しているのである。

地区人口の減少・高齢化、地場産業の衰退、建物の老朽化に特徴づけられる、大都市インナーエリア（都心部）の衰退は、経済低成長期の都市産業構造の転換にともなって、大阪、神戸、東京などで昭和50年代以降顕著に見られた<sup>1)</sup>。地方都市でもじょじょに空洞化が進行し、平成期のこの5年くらいの中に、大都市インナーエリア衰退のミニチュア版が、一気に現実のものになってきた。地方都市の場合は、この現象が都市自体の持続可能性に直結するだけに、深刻である。

商業の分野でも、中心商店街の空洞化は著しい。たとえば、栃木県の県南においても、郊外の巨大店の競争が激化し、中心市街地では足元の生活が崩れてきている現象が、顕在化してきている。小山市では、平成10年夏に、市東部の郊外に大型ショッピングゾーンが形成されて以来、消費者の流れが変わり中心市街地の空洞化が進行している。また、足利市では、平成10年に市内2番目の売場面積をもつ駅前的大型店が撤退し、栃木市では、平成11年3月に中心部駅前的大型店が撤退表明をし、顧客のニーズの変化に迅速に対応できない店舗は、生き残りが難しくなってきている<sup>2)</sup>。

ここに見られる共通のパターンは、郊外での大型店の集中立地によって

引き起こされる地方都市中心商店街の空洞化であり、車社会の進展がこの現象を引き起こすと説明されている<sup>3)</sup>。しかし、都市の持続可能性の方途を探るためには、単にモータリゼーションの進展という一要因にのみ注目するのではなく、地方都市の発展にともなう都市機能の高度化の中にこの現象を位置づけて、理解する必要があると思われる。中心市街地と郊外地との綱引きの中で都市が成長してきた歴史は、戦後日本の経済の高度成長期以降、全国の都市に共通に見られることでもあった。

本稿の目的は、産業開発型の地方都市である、青森県八戸市の地域商業（小売業）の歴史を辿る中から、中心商店街の空洞化がなぜ引き起こされているのかを、都市の総合的な発展の中に位置づけて捉えることにある。

この問題を論ずるにあたって八戸を取り上げたのは、地方都市の商業発展の時代的特質をシャープに捉えられるだろうと考えたからである。周知のように八戸は水産都市の一面をもつが、それ以上に、昭和39年の新産業都市指定以来、工業都市として日本資本主義発達の最先端の一翼を担ってきており、都市の諸産業の中でもとくに、工業機能の高度化を牽引車に発展してきた。工業の発達と都市自体の発展との関連において、商業分野での中央資本に対応する地元資本の展開を都市空間の中に辿るのに、最適な事例だろうと考えている。

## 1. 八戸における商業の位置づけと展開

### (1) 八戸商業の位置づけ

八戸の商業（小売業）は、青森県内でも弘前と並んで、県内1位、2位をたえず競ってきたといわれるが<sup>4)</sup>、その商圈は三八上北のみならず、岩手県の北部、久慈市、普代村あたりにまで及んでいる。消費購買動向の調査によると、八戸商圈内市町村の人口動態、吸収率人口は、昭和54年に人口 583,556人（5市10町7村） 商圈吸収率人口 341,035人、57年 634,741人（5市13町8村） 352,143人、60年 640,786人（5市14町8村） 374,662

人、63年 668,393人（5市15町10村） 378,962人、平成3年に 662,947人（5市15町9村） 386,227人、平成6年には 666,209人（5市16町10村） 410,946人と推移している<sup>5)</sup>（第1表）。八戸商圏内の市町村人口の推移以上に、吸収率人口が増加し続けている点が注目される。

第1表 八戸市の商圏市町村推移

	第1次商圏 50%以上	第2次商圏 30～49.9%	第3次商圏 10～29.9%	第4次商圏 5～9.9%			
昭和63年	八戸市 福地村 五戸町 新郷村 南部町 種市町	階上町 南郷町 名川町 倉石村 百石町 軽米町	三戸町 下田町	田子町 大野村	三沢市 十和田市 六ヶ所村 六戸町 東北町 久慈市 二戸市 九戸村	七戸町 山形村 普代村	上北町 野田村 一戸町
平成6年	八戸市 福地村 名川町 百石町 南部町 大野村 倉石村 下田町	南郷町 階上町 五戸町 種市町 軽米町 田子町 新郷村 三戸町	九戸村	三沢市	六ヶ所村 二戸市 六戸町 久慈市 一戸町 十和田市 普代村 野田村	七戸町 東北町 十和田湖町	上北町 山形村

資料：『消費購買動向による商圏調査報告書』（青森県）  
出典：八戸市『施策の概要（商工・観光・雇用）』平成9年度：13頁

八戸の産業の中でも、商業が占める位置は大きい。目安として、平成3年の工業、水産業、商業、農業部門の年間生産・販売額合計のうち、卸売・小売を合わせた商業部門の年間販売額が占める比率を見ると、57.3%になる。『八戸市統計書』『青森県統計年鑑』を使って昭和35年以降の推移を辿って見ると、商業部門の年間販売額は、一貫して約半分を占めてきている。卸売、小売の比率は、販売額で見るとほぼ6：4から7：3の割合で推移してきている。小売業は、昭和40年代に販売額が著しく伸びるが、50年代に入ると伸びが鈍化している。

(2) データに見る小売業の推移

まず、小売業について推移を細かく見てみよう。第2表のように、商店数は昭和54年以降徐々に減少の傾向にあるが、昭和41年から47年に売場面

第2表 八戸市の小売業・増減指数（飲食店を除く）

	八戸市						八戸市		
	商店数	従業員数 (人)		売場面積 (㎡)	年間商品 販売額		世帯数 実数	世帯数 対前年度	人口 対前年度
		対前年度 増減指数	対前年度 増減指数		対前年度 増減指数	対前年度 増減指数			
昭和27・	1,607	2,707	—	—	—	20,235	—	—	
35年	2,464	7,158	99,614	104,421千円	—	35,541	175.6	165.8	
41	2,940	9,170	99,525	1,091,225千円	—	46,977	132.2	115.0	
47	3,004	11,657	221,717	2,066,781千円	189.4	58,019	123.5	107.9	
54	3,567	14,563	221,850	6,287,170千円	304.2	71,048	122.5	109.3	
60	3,530	14,864	227,826	18,174,026千円	289.1	77,683	109.3	102.5	
平成3年	3,475	16,079	275,574	24,320,545千円	133.8	83,619	107.6	100.5	
6	3,393	16,951	277,725	31,011,262千円	127.5	86,699	103.7	100.2	
				32,991,954千円	106.4				

\* 27年のみ卸売、飲食店を含む

資料：『八戸市統計書』、『青森県統計書』

第3表 八戸市小売業中分類別内訳け（飲食店を除く）

	年 間 販 売 額 (万円)						
	小売総数	各種商品 小売業	調・種・卸 即 売 機 器	飲食料品 小売業	自動車・自 転車小売業	銀・銀・備 小売業	その他 小売業
昭和38年	1,091,425 100%	55,006 5.0	279,270 25.6	398,906 36.5	10,194 0.9	135,873 12.4	212,176 19.4
45	4,805,415 100%	291,930 6.1	846,093 17.6	1,524,315 31.7	565,818 11.8	555,427 11.6	1,021,832 21.3
54	18,174,026 100%	2,091,931 11.5	2,592,073 14.3	5,356,061 29.5	2,726,380 15.0	1,807,910 9.9	3,599,671 19.8
平成3年	31,011,262 100%	3,288,404 10.6	3,768,447 12.2	9,238,530 29.8	5,090,781 16.4	2,581,844 8.3	7,043,256 22.7

資料：『八戸市統計書』、『青森県統計書』

第4表 八戸市各種商品小売業

	小売業 <sup>1)</sup> 商店数	各種商品 小売業	店 数				各種商品小売業 の小売業での シェア	
			常 時 従 業 者 規 模				規 模	販 売
			1~4人	5~9人	10~49人	50人以上		
昭和41年	2,967	百貨店				2	5.7 <sup>3)</sup>	4.8 <sup>3)</sup>
		その他 <sup>2)</sup>			1			
45	3,248	百貨店	2			1	4.2	4.6
		その他	5	2	3			
54	3,567	百貨店				3	10.9	11.2
		その他	3	1	1			
63	3,492	百貨店				3	16.4	11.8
		その他	2		1			
平成6年	3,393	百貨店				3	16.8	9.6
		その他	1					

- 1) 飲食店を除く
- 2) その他の各種商品小売業・・・従事者が常時50人未満
- 3) 統計上、「その他の」も含んだ数値での比率（「その他の」は、昭和63年で売場0.3%、額で0.1%）

資料：『八戸市統計書』、『青森県統計書』

積が著しく増加している。41年から54年にかけて販売額の増大が見られるが、60年以降は販売額減少の傾向が見られる。八戸の人口・世帯数の推移をつき合わせて見ると、昭和35年から41年にかけての世帯数の増加、昭和40年代を通じた人口圧力の増大が、40年代の商業の発展をもたらしていると考えられる。小売業の業種別販売額の推移を見ると、飲食料品小売業が3割を占めもっとも多い(第3表)。各種商品小売業(百貨店、大規模店)をとり出して見ると、第4表のように、昭和40年代後半の新規参入大型店による売場面積シェアの増大にともない、売り上げも急激に伸びている。飲食料品小売業は、昭和40年代前半から従業者規模の大規模店化が見られるが、これは、次節で見るように、40年代の食品スーパーの急増によるものであり、60年以降さらに規模が大きくなっている(第5表)。百貨店、大規模店、食品スーパーのこうした動向は、昭和40年代の八戸の人口増と相関しているといえる。

昭和40年代以降の大型小売店舗の空間配置の動向を、八戸の都心地域と都心地域以外に分けて売場面積のシェアで見ると、50年代には都心地域(中心商業地区)に大型店が集中していたものが、平成には都心地域以外にも拡散しており、大型店、大規模食品スーパーの郊外化の動きを知ることができる(第6表)。商業統計では、平成6年にはじめて、大型店の店舗面積が市全体の小売

第5表 八戸市飲食料品小売業

(計：実数，従業者別：%)

	計	常時従業者別		
		1~4人	5~49人	50人以上
昭和35年	1,461	96.6	4.6	—
37	1,403	96.7	4.3	—
39	1,553	—	—	—
41	1,736	94.5	5.5	—
43	1,845	93.3	6.7	—
45	1,905	92.4	7.1	—
47	1,843	92.5	7.5	—
49	1,853	92.5	7.5	—
51	1,769	91.2	8.7	0.1
54	1,798	91.1	8.7	0.2
57	1,825	89.9	9.9	0.2
60	1,699	88.1	11.6	0.3
63	1,626	84.4	15.1	0.5
平成3	1,478	80.8	18.5	0.7
6	1,403	81.2	18.4	0.5

資料：『八戸市統計書』、『青森県統計書』

第6表 小売業売場面積の地域配置

	売 場 面 積		
	昭和49年	昭和57年	平成9年
全 市	199,931㎡ (100.0)	230,310㎡ (100.0)	*277,725㎡ (100.0)
都心地域			
第1種大規模小売店舗	—	63,707㎡ (27.7)	53,722㎡ (19.4)
第2種大規模小売店舗	—	7,686㎡ (3.3)	13,701㎡ (4.9)
都心地域以外			
第1種大規模小売店舗			40,461㎡ (14.6)
第2種大規模小売店舗	2,045㎡ (1.0)	21,220㎡ (9.2)	46,966㎡ (16.9)

都心地域を、JR八戸線、国道45号バイパス、都市計画道路3.4.8、国道340号線、長根運動公園で区切られた地区でとつてある。  
 昭和57年は、店舗面積3,000㎡以上が第1種、3,000未満～500㎡以上が第2種、平成9年は、3,000㎡以上が第1種となっている。  
 \* 平成6年商業統計  
 ( ) 内は、全市の売場面積に占めるシェア（パーセント）

資料：中央大学経済研究所編『地方中核都市の産業活性化 一八戸』中央大学出版部  
 昭和62年：116頁、  
 八戸市『施策の概要（商工・観光・雇用）』平成9年度：9～12頁

面積の半分を超えており、平成9年には55.8%になっている。

以上の商業統計から見た八戸の小売業の動向として、次のような推移を描くことができる。

- (a) 昭和30年代後半から40年代を通じた人口の増加が、40年代に商業の発展をもたらしている。
- (b) 40年代前半から食品スーパーが急増し、大規模店化してきた方向にある。
- (c) 40年代後半以降50年代を通じて、百貨店、大規模店舗の小売業に占めるシェアが増加し、大型店は中心街区地域に集中していたが、平成期に入ると大型店の郊外化の動きが見られる。

### (3) 八戸商業（小売業）の展開

統計で見た戦後の八戸商業が辿った軌跡を、新産業都市指定を受けた経



済の高度成長期からハイテク化と第3次産業化が進む低成長期への産業構造の転換の流れの中で、詳しく検討してみよう。

商業の発展を都市空間と結びつけて捉えるために、まず、八戸市の商業地域の配置を述べておく。八戸市の商業地域は、東西に長い八戸市の中央を走るラインに沿って飛び飛びに細長く延びており、J R八戸線に沿って、本八戸の三日町、六日町を中心とする地域と、小中野・湊を中心とする地域、白銀・鮫を中心とする地域の、3地域に大きく分けられる。戦前までの八戸商業の中心地は、本八戸の三日町、十三日町であった。新産業都市指定直後の昭和40年代初頭には、本八戸駅周辺の内丸、番町、三日町、十三日町、六日町、中央通り、八日町、十八日町、朔日町、二十三日町、十六日町、荒町、寺横町・大工町・鍛冶町の各商店街からなる中心商業街区と、そこから東に海岸まで点在する、小中野駅周辺の小中野大町・小中野新丁の商店街、むつ湊駅周辺の市営魚菜小売市場を中心にしたむつ湊駅通り・本町・柳町商店街、白銀駅周辺の白銀山手商店街、鮫駅前の鮫商店街、そして中心商業街区に接続する古くからの根城商店街、さらにこの中央のラインから離れて散在する、自衛隊駐屯地前の桔梗野商店街とJ R東北本線八戸駅前の尻内一番町商店街という、最寄り商品主体の周辺部商店街が形成されていた<sup>6)</sup>。

『八戸商工会議所二十五年誌』（八戸商工会議所、昭和42年）『八戸商工会議所五十年誌』（八戸商工会議所、平成6年）に拠って、戦後八戸商業の推移を整理し、八戸の産業化の動向、国の商業・流通関係の主要施策を突き合わせて並べて見ると、戦後八戸の商業発展の歴史は、第1図のような大きな変化を辿ってきたことがわかる。

昭和20年代は、商店街の復興の時期であった。戦後の混乱は、漁業の復興を基盤に昭和20年代の半ばには回復し、朝鮮動乱特需のあたりから工業もフル生産に入り、とりわけ昭和14年に操業を開始していた日東化学の肥料生産は大きく伸びたという<sup>7)</sup>。人口の増加も著しく、昭和26年には、十三日町に地元資本の丸美屋デパートが創業する。小売店11店が、八戸専門店

会を結成して対抗し、商業振興策として昭和28年から「八戸七夕まつり」を、市、商工会議所、観光協会と共催で開催している。これを皮切りに、昭和30年代に入ると大型店の中心市街地一局集中化が進む。昭和33年には丸美屋デパートが増床を発表した。百貨店法にもとづく商業活動調整協議会（商調協）が商工会議所を中心に設置され、小売専門店側は化粧品、既製服、洋品洋服仕立業者を中心に増改築反対期成同盟を結成し、商調協を盾に増床に反対したが、着工時期を延ばすことで決着した。昭和35年には、三日町で三萬商店が百貨店申請をする<sup>8)</sup>。

昭和40年代に入ると、食品スーパーが乱立し、老舗といわれる小規模小売店の廃業が多発する。三萬はこの流れの中で、スーパーに転向している。一方で、大型店進出は相変わらず続き、しかも、県外中央資本の総合スーパーが八戸にも進出してくる。昭和43年に三日町に、丸光（現、ビブレ）と緑屋（現、セゾンウォーク）が相次いで進出し、45年には八日町に長崎屋が、翌46年には六日町に東北ニチイがという形で、一気に大型店が進出してきた。昭和55年になると、十三日町に再開発絡みでイトーヨーカ堂が進出した。丸美屋デパートを買収していた同じ十三日町の地元資本三春屋がこれに対抗し、熾烈な安売り合戦を展開し、煽りを受けて多くの小売店が打撃を受けた。

昭和40年代以降の相次ぐ大型店進出は、八戸商業に、中心商業街区への商業集積と中心商店街の街区拡大をもたらした。昭和43年以降の丸光、緑屋、長崎屋、東北ニチイといった一連の大型総合スーパーの進出によって、この時期、三日町を中心に一点集中型の商店街が形成されていった。昭和55年のイトーヨーカ堂の進出により、八戸商業の中心街区は、三日町だけだったものから十三日町へと本格的に拡大している。

昭和50年代に入ると、大型総合スーパーの郊外化の動きがはじまる。40年代を通じての大型店の中心市街地への一極集中、さらに50年代の店舗増床による大型化が引き起こした問題は、都心商業地区を通り抜ける道路の交通渋滞と駐車場難であった。国道（340号）でありながら、三日町、十

< 大型店進出 >

< 郊外化 >

< 中心街再開発 >

平成10 沼館ショッピングセンター「ピアドゥー」(34000㎡)開店  
平成8 ヨーカ堂、神戸製鋼跡地(沼館)に移転SC計画  
平成8 東北ニチイ撤退  
平成8 城下地区にアクセスバリュー

平成7 下田ショッピングセンター(ジャスコ系、24864㎡)  
と増床への対応

平成3 県、八戸ポータルネサンス21計画

平成2 「ラビア」(21700㎡)開店

昭和60 ダイエー自社開発断念、三永跡地を  
八戸SC開発に売却

昭和55 八戸ショッピングセンター開発(株)設立  
昭和55 ダイエー三永跡地買収  
昭和55 八戸鋼業跡地、三永製鉄跡地の買収交渉

昭和54 八戸郊外ショッピングセンター  
建設促進協議会

昭和53 郊外ショッピングセンター  
研究会発足

昭和52 サンロード青森(専門店協同組合  
+ キーテナント)

昭和40年代 大型店進出への対応  
商業の中心が三日町、十三日町  
のみから拡大

キャブシステム 平成3 十三日町完了(+商店街  
街路整備事業-高度化事業) ←総合卸センターへの倉庫移転  
三日町(平成3 街づくり協定)、  
八日町

平成1 全市共通商品券

昭和57 共通駐車券

昭和57 中心商店街区活性化研究会

郊外化、および  
郊外型と中心型の差別化  
郊外SC-ファミリー中心  
中心-百貨店タイプで高級志向に

昭和50年代 45号バイパス添いに新店増  
(城下-石堂、類家-新井田)

← モータリゼーション

← 人口増加  
購買力増

八戸商業の立ち遅れ

昭和55 花巻の再開発事業(青森県1号)の  
キーテナント、イトーヨーカ堂進出  
(14215㎡、十三日町)  
⇨ 三春屋 熾烈な安売り合戦  
(2ヵ月、小売店打撃)

昭和53 丸光、三春屋の大幅増床

昭和46 東北ニチイ(7407㎡、  
六日町)

昭和45 長崎屋八戸(9337㎡、  
八日町)

昭和44 丸美屋デパート→三春屋が買収

昭和43 丸光(ビブレ、9759㎡、  
三日町)

緑屋(セゾンフォーク、3200㎡、  
三日町、大規模店舗商調協外)

昭和40年代 食品スーパーの乱立による  
小売店(老舗)の激減(廃業)

昭和39 カネ長武田(青森)が  
廿三日町に進出

昭和36 桃川ストア薬店

昭和40年代 食品スーパーの乱立による  
小売店(老舗)の激減(廃業)

百貨店法に基づく商業活動調整  
協議会の結成、審議

昭和20年代 商店街の復興

平成8 FAZ(輸入促進地域)指定

平成5 地方拠点都市地域の指定

平成1 八戸ハイテクパーク承認

昭和63 頭脳立地法

昭和61 東北高速道八戸線開通

昭和60 青森市テクノポリス承認

昭和60 八戸地域高度技術振興センター開設

昭和63 商業部門エキスパートバンク

昭和50 八戸ニュータウン構想

昭和51 八戸地域商業近代化計画書

昭和47 八戸市総合計画

昭和48 小企業等経営改善資金  
(マル経資金)

第2工業港の建設

昭和41 三菱製紙

昭和42 通産省、中小企業事業団を通じ  
高度化事業開始(協同組合→団地化)

昭和40

昭和39 新産都市指定

昭和36 中小企業高度化資金助成制度

昭和38

昭和38 八戸高専開設

昭和37

新産都市建設促進法

第2工場地帯の整備

昭和33 八戸火力発電所

昭和32 八戸総合振興会

昭和31

市、財政再建団体

昭和27 東北砂鉄八戸精練

昭和26 日本高周波八戸工場

昭和25 商工会議所法(旧法)

昭和21 社団法人八戸商工会議所

第1図 八戸商業の展開

三日町は一方通行にせざるを得ない状況にある。40年代後半から50年代にかけて急激に進んだモータリゼーションが、この問題の背景にある。

昭和48年の『八戸市広域商業診断報告書』は、三日町・十三日町商店街の課題を「一方通行であるが通過交通が多い。駐車機能の強化と通過交通の代替道路への転化をはかる」必要があるとし、番町・中央通り商店街についても「通過交通が多く、歩道が狭い」と指摘している。そして、「中心街区における交通機能の輻輳による消費者の人命の危険を回避する」ために、「先づ小売商業中心街区の車両交通機能を調整整備することが第一」であると述べている<sup>9)</sup>。この状況は昭和50年代を通じて基本的に変わらず、幹線道路の狭さ、通過交通量の増大の解消が最大の課題であった。平成4年の『八戸市特定商業集積整備基本構想等作成調査報告書』も、中心商業地区の交通条件を「国道45号線、国道104号線、国道340号線が集まり広域交通の結節点である。全バス路線が中心街に乗り入れし交通渋滞を引き起こしている（三日町付近 1,000～1,300本/日）。日曜日は駐車場不足による路上駐車が多い」<sup>10)</sup>と記述している。

もう一つ中心部商店街が抱えていた問題は、道路幅員の狭さ、歩道の未整備も相俟って、買廻りに乏しいことであった。極端にいえば、消費者は真つすぐ大型店に行き買物を済ませると、休むまもなく帰路につくしかないような商店街だった点である。

こうした過密状態に加えて、昭和50年代はダイエー、ジャスコといった中央の大手資本が郊外型ショッピングセンターを全国に展開していた時期で、八戸にも進出しようとする環境にあった。地元業者の間には、これ以上大型店に進出されてはかなわんという危機感があり、進出される前に自前で郊外ショッピングセンターをつくってしまおうという気運が生じていた。

昭和53年、商工会議所で「地元主導による郊外型ショッピングセンターの建設」についての意見交換が行われたのをきっかけに、専門店経営者によって「郊外ショッピングセンター研究会」が発足した。すでに52年には

青森市で、専門店協同組合と核テナントで構成するサンロード青森が開店していた。昭和54年には、郊外ショッピングセンター研究会が「郊外ショッピングセンター建設促進協議会」に発展し、一時ダイエーの出店計画と競合しながらも、最終的には平成2年に、中心商業街区から外れた江陽地区に、郊外型ショッピングセンター「ラピア」の開店にこぎつけている。中心市街地にあって大きな駐車場を持たなかった長崎屋を核テナントにし、地元資本の八戸ショッピングセンター開発(株)直営のラピアフーズ、地元の専門店44店が入った。

その後、平成3年の八戸港ポートルネサンス21計画の流れもあって、平成8年にはイトーヨーカ堂を核テナントに沼館地区に郊外型のショッピングセンターを建設する計画が具体化し、平成10年には沼館ショッピングセンター「ピアドゥー」が開店している。イトーヨーカ堂の他に、量販店のゼビオ、八戸本社のサンデーと、地元の専門店18店が入っている。

他方、50年代後半になると、一連の中心商業街区の再開発が本格化する。すでにイトーヨーカ堂の八戸進出に際して、昭和53年にはヨーカ堂を核テナントに十三日町地区で市街地再開発事業が行われていた（市街地再開発事業としては青森県の第1号）。57年には中心街区10ヵ町の若手経営者が「中心商店街区活性化研究会」を結成し、共通駐車券事業（昭和57年）、全市共通商品券事業（平成元年）がはじまったのを皮切りに、平成3年には、十三日町商店振興組合による、高度化事業を導入した十三日町の商店街街路整備事業が完成している。この事業によって、アーケードが撤去され、壁面後退と歩道の拡幅の整備に合わせてキャブシステム（電線の地中埋設化）が導入された。キャブシステムの導入は、その後、三日町、八日町、二十三日町でも検討が進んでいる。

平成期に入ってからのこの一連の動き、壁面後退と歩道の拡幅、さらにはキャブシステムの導入という再開発が可能になった背景には、昭和40年代に通産省の外廊団体中小企業事業団の事業としてはじまった八戸商工業の集団化事業がある。昭和44年に八戸総合卸センターが建設されるが、中

心街にある商店がすでにここに倉庫を移転してしまっていたことが、この時期になっての中心街の再開発を可能にした。

この間、平成7年に、隣接町の下田町に、ラピアを上回る店舗規模の「下田ショッピングセンター」が開店し、さらに平成9年には東北一の大規模ショッピングセンターをめざす増床が認められ<sup>11)</sup>、八戸商業界は対応に迫られている。下田ショッピングセンターは、特定商業集積法を利用した「高度商業集積型」の大型商業施設で、ジャスコを核テナントに、専門店63店、飲食店17店、サービス・娯楽関連が1店でスタートし、専門店のうち58店が青森県内からの出店になっている。増床には青森市の百貨店、中三が入店することになっている。下田ショッピングセンター開店後、八戸では、城下ショッピングセンター（核テナント、ジャスコ）や沼館ショッピングセンターなど第1種、2種の大型店の新規出店や計画が6件、既存大型店の増床、休業日数の縮小などが7件と、大型店の競合競争状態が激化している（件数は平成8年夏段階）。

ラピアやピアドゥーといった郊外型ショッピングセンターを家族向けのショッピングセンターに特化させ、他方、再開発を進めている中心商店街を百貨店・専門店の高級志向に特化させるという形で、郊外型ショッピングセンターと中心商店街の住みわけによって八戸商業全体としての集客力を強めることで、対応する方向にあるといえる。

以上のような流れを総合すると、戦後八戸の商業は大きく分けて次の3期に整理することができる。

- (a) 昭和30年代の「地元百貨店の大型化」。
- (b) 昭和40年代～50年代を通じての「食品スーパーの乱立」と、県外資本大型店の進出による「大型店中心街一極集中」。
- (c) 昭和60年代の郊外型ショッピングセンターへの「郊外化の動き」と、平成に入ってから「中心街再開発」の動き、さらにこの二つの方向を加速する平成7年以降の「下田ショッピングセンターと増床への対応」。

ここに見られる主要な変化は、八戸の人口増と新産都市開発での購買力増を睨んだ県外資本による大型店進出の「中心市街地一極集中」、地元有力専門店の共同対応の結果として大型店と手を組んだ「郊外化」、中心街の大型店と専門店による「中心街再開発」という三つの段階を経てきた変化であり、現在、「郊外化」と「中心街再開発」とが並行して進められているといえる。

八戸のこうした変化は、戦後日本の産業化の大きな動向の中で、具体的にはつぎの三つの流れに規定されて、生じていると見られる。

①大型店・スーパーの「全国的動向」に対する、八戸商業の対応の流れ。

②高度成長がもたらした「交通網の整備」（モータリゼーション）によってもたらされた、八戸商圏の拡大の流れ。

③八戸の工業発展に伴う「都市整備」の一貫としての、商業整備の流れ。この三つは八戸商業の規定要因と捉えられ、①は全国的な商業動向の八戸への反映であり、②と③は八戸の内在的な動きの現れである。そこで次に、商業の全国的な動向の八戸への反映の側面と、八戸の内在的な動きの現れの側面を、それぞれ検討する。

## 2. 全国的な商業動向の八戸商業への反映

八戸の商業の変貌は、八戸の工業化に伴う都市整備の動きとともにあるが、その変貌は同時に、全国の商業・流通の大きな流れの中にある。ここでは、全国の商業の動向からの八戸商業へのインパクトを見てゆく。

まず、全国の商業・流通の大きな動向を押さえておこう。商業・流通は、全国的には、昭和30年代高度成長期頃以降、第7表のような経過をとってきたといわれる<sup>12)</sup>。

昭和20年代の半ばに東京を中心にはじまった、大百貨店の売場拡張競争が小売店を脅かし、昭和31年には百貨店を規制する『百貨店法』が成立するが、昭和30年代の末に衣料、生鮮食品のスーパーがチェーン化しはじめ、

第7表 全国の商業・流通の動向

	規制法関係	商 業 (小売り)	流 通
昭和20年代半ば		東京中心に大百貨店の売場拡張競争（小売店を脅かす）	
昭和30	31「百貨店法」成立 (百貨店規制)		メーカーによる流通経路の整備、流通の近代化（問屋の系列化、小売店のチェーン化、再販契約によるメーカーの価格決定への発言力増大）
昭和40		大型小売店の発展 百貨店以外に大型小売店が主要都市へのチェーン販売網拡張	
	小売業の資本自由化の動き	衣食住の総合スーパーの躍進（ダイエー、ヨーカ堂、西友。大都市の周辺繁華街・衛星都市、地方都市中心部、「擬似百貨店」）	流通革命 大手スーパーが自前ブランドで再販制度に挑戦
昭和50	49「百貨店法」廃止 49「大規模小売店舗法」施行 (大型店規制)	郊外型ショッピングセンター（大手スーパーがキーテナント、大都市郊外） 外食産業、コンビニエンスストア、ホームセンター、家電チェーンの台頭 百貨店の「冬の時代」	コンビニの台頭、POSシステム
	53「大店法」改正 (規制強化)	郊外型大型SCの本格化（全国に拡大） 再開発型SCの活性化 (産業構造転換にともなう工場跡地） 新興住宅地周辺に大型食品スーパー増加	低成長経済下での流通再編の拡大 地方百貨店、スーパーの系列化 大手メーカーによる卸問屋の系列化
昭和60	57通産省「出店抑制的に大店法を運用する」通達 (厳しく抑制)		
	52通産省「大店法運用適正化」通達 (抑制大幅緩和)	百貨店、大手スーパーの設備投資増大 (高級化)	
	54「大店法」改正 (抑制緩和)		価格破壊でとくに卸の再編淘汰
	54「特定商業集積整備法」施行 (地域商業の活性化) 消費不況による価格破壊	大手スーパー、都市型専門店の伸び悩み ロードサイド専門店、コンビニの躍進 中小店の衰退、兼業商家の増大	
	510「大店法」廃止 510「中心市街地活性化法」 「大規模小売店舗法」施行		

『日本産業史』2～4（日本経済新聞社）より作成

百貨店以外の大型小売店が全国主要都市に販売網を広げた。やがて40年代には、百貨店以外の大手総合スーパーが、大都市の周辺繁華街や住宅街、大都市衛星都市や地方都市の都心に急増する。昭和50年の小売業の資本完全自由化を前に、駆け込み出店が相次いだ。大手スーパーの進出は、既存の地方百貨店、専門店との摩擦を引き起こし、昭和49年には、大型店出店



を地元との売場面積調整で規制する『大規模小売店法』（『大店法』）が施行される。大手資本と地元小売業、消費者との調整のための機構が、「百貨店審議会」（「大規模小売店審議会」）であり、具体的意見集約の場が、当該商工会議所が設置する、消費者代表も含めた「商業活動調整協議会」である。

昭和40年代後半から50年代に入ると、大都市の郊外にスーパーを核にする郊外型ショッピングセンターが出現するが、50年代を通じて郊外型ショッピングセンターは全国に広がる。他方、大都市中心部でも再開発型ショッピングセンターの活性化が行われ、また、新興住宅地周辺への大型食品スーパーの出店が増加し、中小店との摩擦が増大し、昭和53年の『大店法』改正により調整対象を拡大する形での出店抑制の強化が行われている。しかし、オイルショック後の消費低迷の中でなおも出店紛争は絶えず、57年にはさらに厳しく規制する旨の通達が出され、以後大型店の出店は平成2年の規制緩和まで厳しく抑制された。

昭和60年代に入ると、バブル景気の下に百貨店、大手スーパーは一斉に設備投資に走り、平成2年から『大店法』の改正につながる規制緩和がなされ、新規出店ラッシュがおこった。しかし、バブル崩壊後の消費不況による商品の供給過剰は価格破壊をもたらし、スーパー、都市型専門店が伸び悩む反面、デスカウント型のロードサイド大型専門店とコンビニエンスストアが大きく伸びている。他方、中小店の衰退は激しく、マンション経営を兼ねたり息子がサラリーマン化する兼業商家の増大が見られる。平成4年には、出店調整の手続きを1年以内に短縮、迅速化する『改正・大店法』の施行に併せて、街づくり関連法『特定商業集積整備法』が施行された。この法律は、都市計画との調和の下での商業振興を目指すもので、施行当初は、「高度商業集積」（郊外型ショッピングセンター、対象30,000㎡以上）と「地域商業活性」（地元商店の共同店舗など小規模開発、2,500㎡以上）が目論まれたが、最近になって「中心市街地活性」（中心部の核テナント+専門店街、12,000㎡以上）を目論む方向に変わってきた。しかし、これまでのところは、地方都市の空洞化とスプロール化を加速するなど、

実効があがるにはなお問題が残されている。平成10年になると、『大店法』がもはや機能不全に陥ったとして廃止され、『大規模小売店舗立地法』が制定される。そして新たに、都市計画的な視点から地域商業のビジョンを踏まえて中心市街地の活性化を促進する趣旨で、『中心市街地活性化法』が施行され、『都市計画法』が改正される。地元中小店維持の問題は、商業の領域だけではもはや調整しきれず、通産省、建設省、自治省などにまたがるより広い視野の都市計画の中で、大店法とは異なる体系の下で、地域計画の一部として処理していかなばならなくなったことが反映している。

こうした商業の全国的な動向と前節で見た八戸商業の動向とをつき合わせて見ると、地方都市八戸の商業展開は明らかに全国的な動きと軌を一にしている。全国的には、戦後から平成2年まで大店法によって大型店の出店が抑制される中で、それでも大型店の進出は拡大してきたが、八戸においてもこの流れが具体的に現れてくる。昭和40年代には全国の地方都市の都心に百貨店以外の大手総合スーパーが急増したが、八戸においても緑屋、丸光、長崎屋、東北ニチイといった仙台、東京資本が続々と進出してきた。また、40年代の食品スーパーの乱立も、八戸は全国と同じ流れの中にあっただといえる。さらに、八戸において昭和53年に準備がはじまり平成2年に開店した「ラピア」は、50年代を通じて全国に広がった郊外型ショッピングセンターの波に対抗する、地元資本主導の郊外ショッピングセンター化であった。しかしその内実は、地元有力資本だけでできるものではなく、県外系大型資本への地元有力資本の相乗りでもある。昭和60年代以降の全国的なコンビニエンスストアの伸びは、八戸においてはさほど顕著ではないように見える<sup>13)</sup>。しかし、平成7年の下田ショッピングセンターは、『特定商業集積整備法』（平成4年）の適用を受けているし、対応としての八戸の中心市街地再開発は、最近の中心市街地活性化への動きを反映している。

このように見てくると、八戸の商業は、八戸が新産都市として日本資本主義発達の最先端の一翼を担ってきたがゆえに、商業においても購買力を求めて、全国の動向がいち早く現れてくると見てよい。

### 3. 八戸の内在的な動き

#### (1) 工業の高度化と都市機能の高度化

まず、戦後の八戸工業の発達と都市の発展を辿るが、ここでは工業および都市機能の発達を、高度化という視点から整理して見る。高橋英博は八戸の工業の高度化を、製造業の規模、生産組織の発達、生産基盤の整備、労働力という4つの指標で検討し、昭和50年代後半から60年代初頭の時期に高度化の質が大きく変化したことを指摘している<sup>14)</sup>。八戸の工業の高度化には、新産都市指定にはじまる昭和40年代初頭と、先端産業の導入への準備がはじまる昭和60年代初頭という、二つの転機が見出される。

昭和40年頃までの八戸の工業は、窯業（セメント）や化学（アルコール）を中心とした地場産業資源型製造業中心の時期であった。工業が高度化しはじめるのは、昭和39年の新産都市指定後であるが、昭和50年代までの工業化第1期は、県外・中央の資本による外来型の、低付加価値型産業が高度化したことに特徴づけられる時期である。とくに昭和40年からの約10年間は、それ以前からあった工業の基礎の上に工業構造が急速に高度化しはじめた段階で、鉄鋼やパルプ・紙などの臨海型・基礎素材型産業が貼りつき、製造品出荷額の面では大きく進展している。しかし、この量的な面での工業の高度化進展の内実には、県外から進出した重厚長大型の誘致企業が出荷額の激増を支えたものであり、製造業全体で見ると、大半が小規模零細な地元企業で成り立っている脆弱な構造である。さらに、製造品目から工業の質的な面で見ると、相変わらず付加価値の低い基礎素材分野のままの状態が続いていた。

昭和50年代後半から平成期に入ってから工業化第2期は、従来の重厚長大型の基礎素材型産業から、非鉄金属・機械器具製造の先端技術を駆使した加工業種、ソフトウェア・情報関連の産業を中心とする加工組立型産業へと転換を図る形で、工業の高度化に一層の深化を目指す時期になる。高度成長期には、港湾や臨海工業団地、産業道路の造成といったハードなイン

フラ整備の支援が行政によってなされたが、この時期になると、八戸自動車道（百石道路）北インターの隣接地に、北インター工業団地、内陸工業団地、ハイテクパーク（平成3年竣工）を造成するだけでなく、地域高度技術振興センターやインテリジェントプラザ（平成7年）の設立など、ソフト面での支援に重点が移っている。しかしながら、産業構造の質的高度化というこの転換はまだ胎動段階にすぎず、本格的な高度化にはほど遠いのが現状である。加工組立型産業は企業数もまだ極端に少なく、しかも誘致企業によって担われているのが内実であり、ソフトウェア・情報関連にしても地域企業の需要がほとんど生じていないという市場基盤の上にある。

八戸市は、昭和39年の第1次「新産業都市建設基本計画」策定以来、6次にわたって「基本計画」を策定してきた<sup>15)</sup>。その工業政策の部分の基調を見ても、昭和60年前後の転換期までは基礎資源型と臨海型の工業振興を目指していたものが、昭和61年の「第4次基本計画」において、新分野や新製品の研究開発等による高付加価値型都市工業への転換を目指す方向に、政策の基調が大きく変化している。八戸工業の高度化の内実は、高度成長期には重厚長大型で臨海型の基礎素材型産業が成長し、低成長に入ってから内陸型の加工組立型産業・産業支援サービス業の成長を目指すものであったといえる。

こうした工業の高度化が、八戸の都市機能の高度化とどう連動しているだろうか。「新産業都市建設基本計画」の中の都市政策の基調を示す表現は、56年策定の第3次計画までは「生活環境の基礎的條件の整備」であったものが、昭和61年策定の第4次計画以降は「高次都市機能の集積、魅力ある高次機能都市の形成」へと大きく変化する。

昭和40年代から50年代中頃までの都市は、産業基盤に直接関連する生活基盤の整備が唱われ、都市の市民生活機能を必要最小限で整備することが目指された段階であった。より具体的には、新産都市指定以前の八戸における工業・漁業・商業・住居の混在状態から、生産機能とその他の都市機能との合理的な分離を目指した段階であり、港湾や臨海部の工場団地、周

辺部の住宅団地の形成が行われ、基本的には工業振興が優先された時期である。

その後、都市政策は昭和50年代半ばに、大きな転換が訪れる。「新産業都市建設基本計画」を受けて策定される昭和53年の「第2次八戸市総合計画」<sup>16)</sup>では、工業構造の高度化および内陸工業団地造成と関連企業誘致という工業政策と同じくらいの比重で、都市政策の面で魅力ある地方中核都市の実現を唱えはじめる。高速交通や流通、商業機能、医療、教育文化、リレーション機能や行政サービスなど、あるゆる側面（部門）での都市機能の充実が目指される。大きな転換のこの背景には、低成長期の産業構造の変化によって既存の都市産業が、全国的規模でスクラップ・アンド・ビルドされるという状況があり、地方都市の間に不均衡な発展が予測されていたことがある。地方都市が生き残るための施策の強化が要請されはじめた、という要因が働いていると思われる。こうして、昭和60年代以降、より高次な都市機能の集積を目指して、ハード面での中心市街地の再開発、土地区画整理事業の一層の推進、八戸駅周辺整備、都市景観整備、文化・福祉施設の整備のみならず、さらにはコミュニティ施策、福祉活動への支援などといったソフト面での施策がとられてくる。

都市機能の高度化は工業の高度化と連動して進展してくるが、時期的に辿って見ると両者の関係は大きく異なってくる。昭和50年代後半頃までの都市機能の高度化は、工業整備優先の中で市民生活機能の最小限の整備がなされていた段階であった。いわば工業独自の論理に、都市の論理が従属していた段階といえる。この段階では、都市機能の各側面（部門）相互を結びつける総合的の高度化はまだ強くなく、商業や漁業、市民生活の多くの領域では、多少ともその独自の論理を貫徹する余地がまだ残されていたと思われる。

しかし、50年代後半以降は、都市政策の中で、都市の高度化が工業の高度化と同等に位置づけられて進展するようになる。さらにいえば、市の行政施策による公害規制の動きに象徴されるように、都市機能は工業機能も

含めた総合的なものとして、都市全体が高度化する方向で進展する段階へと転換したように見える。昭和50年代後半以後平成期に入って、都市の総合的高度化が一層進展しはじめたと思われる。

## (2) 商業の近代化（昭和40年代前半）

昭和40年代の大型店進出は、八戸の都市整備における工業部門優先の結果として、大幅に立ち遅れてしまった商業部門に、県外大型資本が進出してきた現象と見てよい。こうした大型店進出への地元の対応の根底には、地元経営者の意識の変化が必要であった。実際、新産業都市指定当時、三菱製紙とか八戸高炉が進出した40年頃から、地元経営者の間に、店の経営を改めなければならない（殿様商法、井勘定ではいけない）という意識があった。これが経営近代化の意識に変わったのは、昭和43年～46年くらいのもので、丸光や緑屋が進出し、東北ニチイが進出してきたあたりだったという。大型店の進出への対応として、意識を近代化せざるを得なかったといえる。

昭和43年の『八戸市広域商業診断報告書』は、経営者意識調査、世帯（定住購買人口）の買物しらべ、来街者調査の結果から、当時の八戸の経営者と消費者の意識のズレを次のようにまとめている<sup>17)</sup>。

多くの経営者が、客が自分の店に来てくれるのは、「店の信用があるから」とか「店の人と親しいから」と考えている。こうした傾向は、一般に閉鎖的商業環境の地域に多く見られ、経営者はかつて品物を店頭置きさえすれば黙っていても商売できた。いわゆる顔見知り客中心商法の時代からの意識をいまだに持ちつづけている例が多い。

これに対して、消費者の方は、もっと近代的な意識をもちはじめている結果が出ている。

消費者のほとんどは「商品が豊富で、選びやすく、値段も安くて流行品も揃えた店」に大きな魅力を感じていることがよく判る。

また、店員のアンケート調査も行っており、経営者と店員との意識のズレを次のように指摘している<sup>18)</sup>。

経営者意識調査によれば、「店員が長くいつかない理由」として“店員がわがままで

から”というのが多くなっているが、……店員には店員なりの言い分、不満も多く、経営者不信の声が強いの。例えば、「勤務時間が長い」とか、「休憩時間が短い」、「休日が少ない」といった労働時間の問題を主に、賃金についての不満も強いが、その反面、「店員教育を受けて一人前の店員になりたい」といった前向きの願いもっており、「現在の経営のやり方では駄目だ」といったするどい経営批判をするものも少なくない。そして彼等の多くは、「店主と一緒に話し合える会合や店員同士の研究会を希望」している。

当時、全国的に大型店が地方都市に進出していた時代で、大型店が進出したすぐ隣の小売店が、工夫して売り上げを伸ばしているという事例が、業界紙で多く紹介され、八戸商店経営主たちもそうした事例を勉強するようになった。やがて、制度資金の勉強へと発展してきた。当時の経営の近代化の内実は、従業員の接客態度の改善や、経営者の「俺の店」という個人店主意識から抜け出し、従業員の勤務時間・休憩をきちっと取るところからはじめ、店内の改装、照明、品揃えを改善し、専門店化を目指すというものであった。こうした近代化が進められた根底には、経営者の、「代々の店を潰してはならない」という意識があったという。

これ以降の商店経営者たちの蓄積が、共同での郊外型ショッピングセンターという対応（「ラピア」「ピアドゥー」）、中心商業街区の再開発（キャブシステムの導入）に象徴される、八戸商業の現在までの対応を可能にできたこと、八戸商工会議所では見ている。

このように経営意識の近代化はなされたものの、昭和40年代から50年代初頭にかけてのこの時期、県外・中央からの大型店の中心市街地一極集中に対する地元の対応は、具体的には、もっぱら商業活動調整協議会を設けて出店時期を遅らせ、その間に地元小売店の経営の足腰を強化するという、受け身のものでしかなかった。昭和43年には、地元の経営者は、大型店が来るので困ったというだけの状態だった。丸光は『百貨店法』の規制対象だったが、緑屋、長崎屋、東北ニチイの進出は、当時規制対象ではなかったので、商業活動調整協議会の規制外であった。しかし、イトーヨーカ堂の進出の時は商調協がつくれ、安い方がいいという消費者と地元商店と

の対立が鋭く表出する形で、昭和55年に開店するまでに4年間審議が紛糾している。この時期は全体に、大型店の進出に対していずれも有効な手が打てないままに、なし崩しの進出受容に終始してきた。

### (3) 都市機能の高度化と商業の高度化・複合化（昭和50年代～現在）

やがて、昭和50年代から60年代になると、商業の高度化が追求されはじめる。

昭和42年に『八戸市の総合都市計画』（八戸市総合都市計画委員会）が策定されたが、その内容は工業政策的色彩が強いものであった。昭和47年に策定された「八戸市総合計画」の段階になると、施策の重点が工業政策的色彩から生活基盤の整備に、やや移行する兆しが見えはじめる。この計画では、広域経済・生活圏の中核として、高質な労働力を吸収するのに十分な都市を目指して、都市形成と都市機能の充実を唱っている。45号バイパスはじめ道路網の整備を行い、「産業軸」の整備とともに、「生活軸」として中心市街地への商業施設、コミュニティ施設、バスセンター等の集約的な配置が取り上げられている<sup>19)</sup>。生活基盤整備重視のこの方向は、昭和53年の「第2次八戸市総合計画」の中で本格化し、都市政策の拡張・膨張がはじまる。

こうした動きを受けて商業の分野でも、昭和51年に中小企業庁の委託事業として「八戸地域商業近代化計画」が策定されている。この中では、商業サイドから見た「まちづくりのマスタープラン」が具体的に提案されており、広域的な性格をもつ中心商店街と、市民の台所としての湊商店街、新幹線を想定しての八戸駅尻内地区ターミナル商店街の三つを商業の核として整備することを提唱し、さらに流通施設の配置についても提案している<sup>20)</sup>。この時点では、商業をもはや単に商業の枠の中でだけ捉えるのではなく、総合的な都市政策の一部として位置づける方向性が、明確に示されている。昭和55年のイトーヨーカ堂の十三日町進出に際して市街地再開発の手法が併せて取られたことや、53年頃からスタートした「ラピア」開店に向けての郊外ショッピングセンター化の動き、大型店が抜け郊外スーパー



立地の影響を受けて空洞化する中心市街地を活性化するための再開発の動きといった、商業の高度化の動きは、まさに都市全体の高度化の一部として、50年代以降進行してきている。

大型店の中心市街地一極集中に次ぐ、郊外化と中心商業街区再開発の流れ、そこに一貫して流れてきた方向は、大型店化と複合化であった。いわゆる商業の高度化の方向といわれるものである。

昭和50年代当時の八戸の都心商店街の状況は、「顧客は歩道からあふれ、(車からの)身の危険さを感じながらの買物。休む場もなく、ただ買物を済ませ帰路につく……。そこには、憩いも、ゆとりもなく、ましてや家族そろってショッピングを楽しむ雰囲気さえ感じられない」と描写されるものであった<sup>21)</sup>。商業の高度化は、こうした現実を踏まえて進められてきたが、50年代のそれは、つまるところ、大型店の全国的な都市間競争の中で生み出された、巨大な駐車場を備え徹底的に車の利用客に依存する、核テナントと専門店とが組合わさった郊外型の複合的なショッピングセンターの建設に象徴されている。

昭和60年代に入って、都心商業街区の再開発が課題になりだすと、商業の高度化、複合化はさらにレベルが一段上がったものになるとともに、商業は都市全体の高度化の一部として都市計画に組み込まれる傾向が、ますます強まっている。

昭和59年の『八戸市中心商店街診断報告書』の中では、従来の一点集中化した大型店だけでの買物のあり方から離れ、回遊性の高い商店街区全体での「買い回り型」の都心部を創出することが唱われている。そこでは、買物主体の街に、さらに、情報、文化など複合的都市機能の付与が提案されている。平成4年の『八戸市特定商業集積整備基本構想等作成調査報告書』では、中心市街地の都市基盤整備と、八戸ニュータウンセンター地区の整備の2カ所を、特定商業集積地に位置づけることを提案し、さらに、当面は現実化への成熟度が高い中心商業地区を、時間軸の中で第1に位置づけることを強調している<sup>22)</sup>。平成5年の『八戸地方拠点都市地域基本計

画』(八戸市)においても、中心市街地地区と八戸駅周辺、八戸ニュータウンセンター地区の3ヵ所が拠点地区として指定され、中心商店街区の整備を第一に挙げている。人口規模30万に満たない地方都市に複眼の都心をつくるという愚を選択していない賢明さは、中心市街地に集中してきた八戸商店の集積の歴史と、具体的な機能整備の実現性を高めている地元事業者の活性化気運に、裏打ちされている。ここに、八戸商業の内在的な活力の表れを見いだすことができる。

こうして、八戸の商業は、大型店の都市間競争の所産としての店舗の大型化、車社会に対応する郊外型大型ショッピングセンターの建設や、「買い回り型」の都心部として中心市街地の再開発の一貫に位置づけられるという形で、複合的な都市機能の高度化の中に包摂される度合いを、ますます強めてきていることを指摘できる。しかし、他方で、商業の高度化は、八戸市内の周辺部に位置している湊、小中野、鮫といった、最寄り品主体の地区消費中心型の商店街を駆逐するという形で、市内での大型店の首座性をますます強めてきた過程であることも事実である。

#### 4. むすび

八戸商業の展開過程を、全国的な商業の動向、および、八戸の工業や都市機能の発達との関連で見えてきたが、商業の高度化の内実として、次のようなことが明らかになった。

八戸の商業の高度化は、昭和40年代から50年代中頃までの、県外・中央資本の大規模店舗の進出が中心市街地に一点集中する中で大型店化した時期にはじまった。

その後、二つの流れで、商業はより一層の複合化の方向に進んできた。一つは、50年代後半以降に、地元有力店が中央資本の進出動向に対抗して、共同で郊外型ショッピングセンターを建設し、車社会に対応した一層の大型店化に向かう方向である。しかし、この方向の内実は、県外系大型資本

への地元有力資本の相乗り現象でもある。もう一つは、60年代平成期に入ってから、郊外大型店の煽りで空洞化する中心商業街区での動きで、大型店をキーテナントにする再開発に娯楽・情報・文化機能を付加する方向である。

平成期に入ってから、隣接する下田町に東北一の規模を誇る郊外型ショッピングセンターが開店し、その対応が最大の課題になっている。そこでは、対抗する郊外型ショッピングセンターをより大型化するという量的な高度化は行われるものの、中心市街地の空洞化を克服する複合化という質的な高度化への転換は、やっと緒についたところで実効はあがっていない。

また、県外・中央大型資本の攻勢に地元有力資本が対応してきた過程の中で、八戸内部での競争がますます激化してきているという問題がある。県外系大型資本と地元有力商業者による商業の高度化・複合化の動きの下で、市民の消費者としてのニーズがさらに大型店や大型スーパーを呼び込むというメカニズムが働き、零細な小規模小売店の多くが淘汰されてきている。高度化が先行する大手資本と遅れをとっている中小資本との跛行性が、この課題をひき起こしているのも事実で、うまく噛み合わないという弱い方が淘汰されるメカニズムが働くのが、大きな問題になっている。

工業開発が先行して商業が立ち遅れた八戸では、50年代中頃までの中心市街地への大型店一極集中は、中央商業資本による一方的な進出という形で商業独自の論理が強く作用してきた。しかし、郊外型ショッピングセンター化と中心市街地の再開発・機能複合化の段階になると、八戸市全体の都市整備の一貫として位置づけられた中での商業分野の動き、という性格が顕著になる。

中心市街地の空洞化は、直接的には車社会の中での消費者のニーズ変化が引き起こしている。しかし、その背後には、工業や都市機能の高度化、そして、商業自体の高度化という全体的な構図の中での、構造的な諸要因が作用している。中央資本と地元資本との相克の中で、県外系大型資本への地元有力資本の相乗りが中心部の空洞化をもたらし、都市間競争下での

総合的な都市機能の高度化は、これに手を貸してきた。単に車社会の否定のみで、こうした空洞化が解決されるわけではなく、車社会の否定で地方都市の持続性が保障されるものでもない。

総合的な都市機能の高度化という動向の背景には、都市間競争の激化がある<sup>23)</sup>。昭和60年代は、低成長期のスクラップ・アンド・ビルドの時代に入り、経済活動や交通の全国的規模化が進展した中で、全国の都市間競争が激化している。地方都市が生き残るためには、都市機能の総合的高度化を通して、まさに魅力ある都市としての性格を創出することが、必要とされている。しかも、国、県、市の財政状況がますます厳しくなっている中で、従来の外来資本への相乗り開発による指向がどこまで功を奏し続けるかは、まったく未知数の時代になってきている。都市機能の捉え方の立脚点を、外来型開発指向から市民生活の側にシフトし、商業においても八戸の個性を生かせるところから小さなシステムを積み上げて、全国に向けて発信ができる部分をより積極的に射程の中に入れることが、強く要請される時代が到来している。

1) 大都市インナーエリアの特徴は、欧米の研究から、地区人口の減少、地場産業の衰退、建物の老朽化・スラム化、社会的不利益（コミュニティの崩壊）、少数民族問題が挙げられている。しかし、日本の大都市の場合は、コミュニティの崩壊と少数民族の問題は、さほど顕著でないとされてきた。宮本憲一『都市経済論』（筑摩書房、昭和55年、243～245頁）、成田孝三『大都市衰退地区の再生』（大明堂、昭和62年）、奥田道大「戦後日本の都市社会学と地域社会」（『社会学評論』38-2、昭和62）を参照されたい。

2) 「飽和状態の大型店」『下野新聞』平成11年3月10日。「中心商店街の沈滞象徴—郊外に大型店、空洞化進む—」『下野新聞』平成11年3月26日。「生き残り競争大型店にも」『下野新聞』平成11年10月13日。

3) たとえば、『都市問題研究』51-5（平成11年）の特集「市街地の活性化」の論調や、矢作弘『地方都市再生への条件』（岩波ブックレットNo.479、平成11年）の論調。

4) 青森県の中心3市商圈について商圈人口を見ると、平成3年に八戸66万3千人、弘前47万3千人、青森45万7千人、平成6年には弘前68万1千人、八戸66万6千人、青森

が58万9千人となっている（青森県商工観光労働部『青森県の商工労働』平成8年、114－119頁）。

5) 【施策の概要(商工・観光・雇用)】(八戸市企画部企画開発課、平成9年度)、13－14頁。

6) 八戸の商店街の歴史の変遷に関しては、たとえば、『八戸広域商業診断報告書』(八戸市・八戸商工会議所、昭和43年3月、13－16頁)などで概観できる。

7) 【平成2年 八戸商工会表】(八戸商工会議所)、8頁。

8) 【㈱三萬の“百貨店業の営業許可申請”に関する意見書】(八戸商工会議所、昭和35年)。

9) 【転換期をむかえた八戸商業－八戸市広域商業診断報告書－】(青森県中小企業総合指導所、昭和48年)、21、39頁。

10) 【八戸市特定商業集積整備基本構想等作成調査報告書】(八戸市、平成4年3月)、52頁。

11) 下田ショッピングセンターは、開店時24,864㎡だったが、開店後まもなく店舗面積を55,628㎡に拡張する大幅な増床計画を申請した。周辺商店街は強く反発し、大規模小売店舗審議会は平成9年に、売場面積を届け出より32.3%削減し、増床開店時期の1年間延期で結審している。

12) 有沢広己監修『日本産業史』2、高村寿一・小山博之編『日本産業史』3～4(日本経済新聞社、平成6年)による。

13) 八戸では平成7年頃からコンビニエンスストアが急速に増えてきたというが、他都市に比べて全体に少ないという感じをもつ。

14) 高橋英博「新産業都市指定から転換期までの八戸市の工業とその特徴」「転換期以降の八戸市の工業構造とその特徴」(『地方中小都市の開発戦略と地域動員に関する総合的研究』科学研究費研究成果報告書、平成11年3月)

15) 【八戸地区新産業都市建設基本計画】(第1次：昭和39年、第2次：昭和52年、第3次：昭和56年、第4次：昭和61年、第5次：平成3年、第6次：平成8年、青森県)

16) 【八戸市総合計画】(第1次：昭和47年、第2次：昭和53年、第3次：昭和63年、第4次前期：平成10年、八戸市企画部)

17) 【八戸市広域商業診断報告書】(八戸市・八戸商工会議所、昭和43年3月)、52－53頁。

18) 同上、54頁。

19) 【八戸市総合計画基本構想】(八戸市企画部、昭和47年3月)。

20) 【八戸商工ニュース】第602号(八戸商工会議所、昭和51年4月20日)。

21) 【八戸商工ニュース】第605号(八戸商工会議所、昭和51年6月5日)。

22) 【八戸市特定商業集積整備基本構想等作成調査報告書】(八戸市、平成4年3月)、83－84頁。

23) 昭和50代後半以降、地方都市間で競争が激化してきているが、とくに人口30万前後の地方都市でシビアになっているとする指摘がある。貝沼洵「転換期にある現代の(地方都市)」(北川隆吉・貝沼洵編『地方都市の再生』アカデミア出版会、平成9年)、横田

尚俊「“都市成長主義”、地域間競争と地方都市」（『地域社会学会年報11集』平成11年）を参照されたい。

（本研究は、平成8～10年度文部省科学研究費（基盤研究（A）（1））「地方中小都市の開発戦略と地域動員に関する総合的研究」の分担部分を一部まとめたものである）

（本学兼任講師）