

北九州市の小売業

「商店街」は大幅な衰退

1. はじめに

これは、アメリカのことである。『新自由主義が力を得た 1970 年代後半から、独占を防ぐ規制や規範が骨抜きにされました。以前はどの地方都市にも地場のスーパーや百貨店がありましたが、最近は大企業チェーン店ばかり。大企業なら好条件ができるはずなのに現実には労働条件が搾取的です。利益は大都市が吸い上げ、地方は廃れました。』

新自由主義で深まったアメリカの地方都市の惨状について、アメリカの起業家・ベンチャーキャピタリストであるニック・ハノーアー氏が、2020 年 6 月 5 日の朝日新聞に掲載されたインタビュー記事「富豪が憂える資本主義」で、述べた言葉である。これをみて、アメリカの小売業のことかと驚いた。日本の小売業も、似たような状況にあると思うからである。

1990 年代以降、自民党政権はアメリカの「市場開放」の要求をうけいれ、周辺小売店との調整のための法律である「大規模小売店舗法（大店法）」の規制を相次いで緩和し、2000 年には同法を廃止した。その結果、大企業チェーン店による出店が一気に全国に広まり、現在の日本では、地方都市の商店街と小売店が衰退している。

北九州市も例外ではない。この記事を読み、北九州市の小売業の状況を整理してみることにした。まず「北九州市の小売業の概況」、次いで「商店街の衰退」と「大規模小売店の立地」を整理する。資料は、経済産業省「商業統計調査」と「大店立地法届出の概要表」、東洋経済新報社「大型小売店総覧」である。なお、「商業統計調査」の 2014 年調査では、日本標準産業分類の改定及び調査設計の大幅変更を行ったことにより、2007 年調査の数値とは接続が難しい。このため、2014 年のデータは参考値として表示している。

2. 縮小傾向にある小売業

小売業の主要指標について、97 年と 07 年を比べてみると、北九州市の小売業が縮小していることがわかる。

商店数は 14,132 店から 10,696 店へと、3,436 店減少している。従業者数が 72,418 人から 65,793 人へと 6,625 人減少、年間商品販売額も 13,017 億円から 10,904 億円へと 2,113 億円減少している。一方、売場面積は 127.4 万㎡から 138.5 万㎡へと 10.1 万㎡増加しているが、14 年調査（参考）では 113.1 万㎡へ減少に転じている。

表-1 北九州市における小売業の概況

	1997年	2007年	増 減	2014年 (参 考)
事業所数	14,132	10,696	△ 3,436	6,514
従業者数	72,418	65,793	△ 6,625	46,158
年間商品販売額 (億円)	13,017	10,904	△ 2,113	9,131
売場面積 (1000㎡)	1,274	1,375	101	1,131

資料) 経済産業省「商業統計調査」

立地環境特性別にみた小売業 立地環境特性別とは、商店を立地周辺の環境により分類、集計したものである。「商業集積地区（商店街）」「オフィス街地区」「住宅地区」「工業地区」「その他地区」に分けられる。その定義は、表-2 に示している。

表-2 立地環境特性の区分及び定義

商業集積地区 (商店街)	概ね一つの商店街を一つの商業集積地区とする。一つの商店街とは、小売店、飲食店及びサービスを営む事業所が近接して30店舗以上あるものをいう。また、「一つの商店街」の定義に該当するショッピングセンターや多事業所ビル(駅ビル、寄合百貨店)は、原則として一つの商業集積地区とする。
駅周辺型	JRや私鉄などの駅周辺に立地する商業集積地区をいう。
市街地型	都市の中心部(駅周辺を除く)にある繁華街やオフィス街に立地する商業集積地区をいう。
住宅地背景型	住宅地又は住宅団地を後背地とし、主にそれらに居住する人々が消費者である集積地区。
ロードサイド型	国道あるいはこれに準ずる主要道路の沿線を中心に立地している商業集積地区をいう。
その他	上記に含まれないもの。観光地や神社・仏閣周辺にある商業集積地区を含まれる。
オフィス街地区	商業地及び近隣商業地域であって、上記「商業集積地区」の対象にならない地区をいう。
住宅地区	第一種・第二種低(中高)層住居専用地域、第一種・第二種住居地域及び準住居地域をいう。
工業地区	工業専門地域、準工業専門地域及び鉱業地域をいう。
その他地区	市街化調整区域及び上記の区分に特性付けされない地域をいう。

注) 経済産業省「商業統計調査」《立地環境特性格別統計編(小売業)》～利用上の注意～を参考に作成した。
詳細は同統計調査のホームページ等にて確認のこと

07年をみると、「商業集積地区(商店街)」に立地する商店が4,702店(構成比44.0%)と最も多い。次いで「住宅地区」が3,881店(同36.3%)と多くなっている。「オフィス街地区」には1,504店(同14.1%)が立地し、「工業地区」に446店(同4.2%)などとなっている。

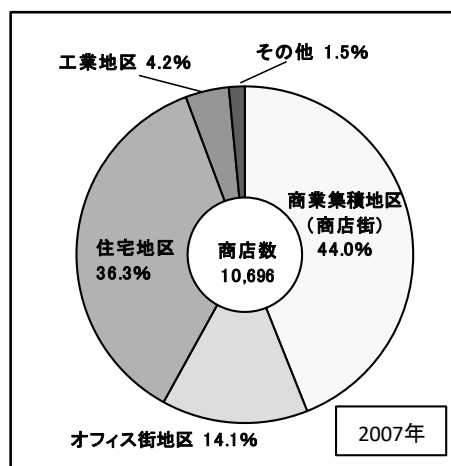
97年と比べると、「住宅地区」が905店(減少率18.9%)、「オフィス街地区」も399店(同21.0%)と、それぞれ減少している。しかし、最も減少しているのは「商業集積地区(商店街)」である。97年の6,785店から07年4,702店へと、2,083店(同30.7%)も減少している。

表-3 立地環境特性区分別・商店数の推移

	1997年	2007年	増減		率	2014年 (参考)
			増	減		
商業集積地区 (商店街)	6,785	4,702	△2,083		△30.7	2,669
オフィス街地区	1,903	1,504	△399		△21.0	1,290
住宅地区	4,786	3,881	△905		△18.9	1,961
工業地区	445	446	1		0.2	422
その他地区	213	163	△50		△23.5	172
計	14,132	10,696	△3,436		△24.3	6,514

資料) 経済産業省「商業統計調査」《立地環境特性格別統計編(小売業)》

図-1 立地環境特性区分別の商店数



3. 衰退する商店街

北九州市で、地域の人々の台所として、日々の生活を支えてきたのは商店街である。旧5市の中心市街地や主要駅を中心に百貨店や商店街による商業核が形成された。この中心商店街を取り囲むように、市内各地には市場や商店街が立地していた。現在、これらの商店街が疲弊している。上記の立地環境特性区分別の中の「商業集積地区(商店街)」で、その詳細をみてもみる。

97年から07年までの10年間に、北九州市内の商店街数は112から109に減少している。商店街数に立地する商店数は、6,785店から4,702店へと2,083店減少し、従業者数も33,694人から27,456人へと6,238人減少している。

また、年間商品販売額は、6,359億円から4,416億円へと1,943億円減少し、売り場面積も71.7万㎡から68.4万㎡へと3.3万㎡減少している。

14年をみると、この減少にさらに拍車がかかり、商店街の衰退が著しいことがわかる。

表-4 商店街の状況（北九州市）

単位：億円、1000㎡

	1997年	2007年	増 減	2014年 (参考)
商 店 街 数	112	109	△ 3	95
事 業 所 数	6,785	4,702	△ 2,083	2,669
従 業 者 数	33,694	27,456	△ 6,238	17,364
年間商品販売額	6,359	4,416	△ 1,943	3,466
売 り 場 面 積	717	684	△ 33	495

資料）経済産業省「商業統計調査」◀立地環境特性別統計編（小売業）▶

行政区別の状況 商店街数を行政区別にみると、07年では、小倉北区が30商店街で最も多い。しかし、97年の33商店街と比べると、「長浜町商店街」や「堅町二丁目商店街」などがはずれ、3商店街少なくなっている。八幡西区でも、「陣ノ原商店街」や「紅梅市場」がはずれ、18商店街から16商店街となっている。

若松区ではショッピングセンターの商店街（イオン若松SC等）が加わり、門司区でも多業所ビルの商店街（海峡プラザ）が新たに加わり、商店街数が増えている。

一方、商店街に立地する商店数をみると、いずれの行政区でも減少している。八幡西区では97年1,321店から07年769店へと減少し、552店（減少率41.8%）も少なくなっている。戸畑区や若松区でも、減少率が30%を超えている。

減少数が最も多いのは小倉北区で、97年の2,024店から07年には1,424店へと、600店（同29.6%）も減っている。いずれの区でも、商店数が減少していることから、商店街における空き店舗の問題が顕著になっている。

図-2 商店街にある商店数（行政区別）

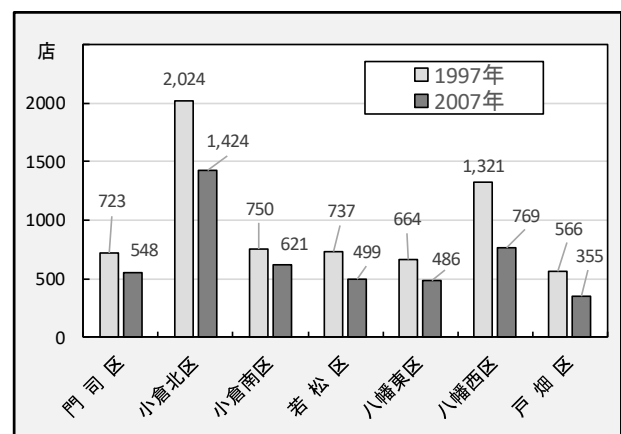


表-5 商店街の状況（行政区別）

	1997年		2007年		増 減		率		2014年（参考）	
	商店街数	商店数	商店街数	商店数	商店街数	商店数	商店街数	商店数	商店街数	商店数
門 司 区	15	723	16	548	1	△ 175	6.7	△ 24.2	14	290
小 倉 北 区	33	2,024	30	1,424	△ 3	△ 600	△ 9.1	△ 29.6	27	883
小 倉 南 区	11	750	11	621	0	△ 129	0.0	△ 17.2	11	371
若 松 区	14	737	16	499	2	△ 238	14.3	△ 32.3	13	265
八 幡 東 区	9	664	9	486	0	△ 178	0.0	△ 26.8	9	247
八 幡 西 区	18	1,321	16	769	△ 2	△ 552	△ 11.1	△ 41.8	11	425
戸 畑 区	12	566	11	355	△ 1	△ 211	△ 8.3	△ 37.3	10	188
計	112	6,785	109	4,702	△ 3	△ 2,083	△ 2.7	△ 30.7	95	2,669

資料）経済産業省「商業統計調査」◀立地環境特性別統計編（小売業）▶

立地環境特性別にみた商店街 次に商店街を、立地環境特性別に分けてみる。商店街の立地環境特性の定義は表-2のとおりであるが、参考として代表的な商店街を表-7に示している。

商店数が最も多いのは、住宅背景型（住宅地又は住宅団地を後背地とし、主にそれらに居住する人々が消費者である集積地区）の商店街である。しかし、商店数は97年の3,514店から2,085店へ、1,429店（減少率40.7%）も減っている。細長い通路に面した商店で、開いているところが少ない商店街も多い。

駅周辺型（JRや私鉄などの駅周辺に立地する商業集積地区）も、商店数が2,033店から1,432店へ601店（同29.6%）減少している。市街地型（都市の中心部にある繁華街やオフィス街に立地する商業集積地区）も、1,108店から842店へ266店（同24.0%）減っている。これらの商店街でも、シャッターが下ろされた空き店舗が多くなっている。

一方、ロードサイド型（国道あるいはこれに準ずる主要道路の沿線を中心に立地している商業集積地区）は、大型ショッピングセンターの開設にともない、97年の121店から343店へ2.8倍に増加している。

図-3 商店街の商店数（立地環境特性区分別）

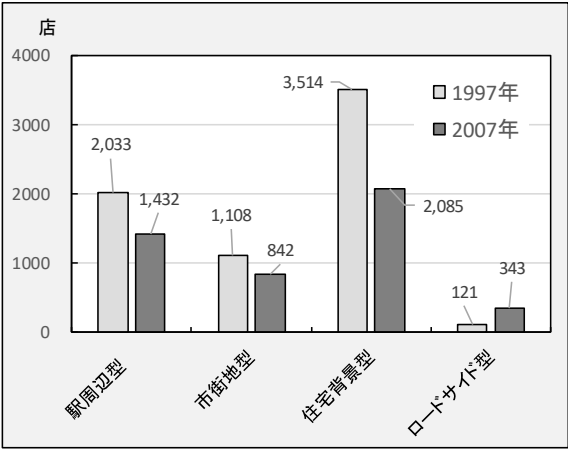


表-6 商店街の状況（立地環境特性区分別）

	1997年		2007年		増 減		2014年（参考）	
	商店街数	商店数	商店街数	商店数	商店街数	商店数	商店街数	商店数
駅 周 辺 型	26	2,033	27	1,432	1	△ 601	24	855
市 街 地 型	15	1,108	17	842	2	△ 266	16	499
住 宅 背 景 型	69	3,514	61	2,085	△ 8	△ 1,429	51	1,071
ロ ー ド サ イ ド 型	1	121	4	343	3	222	4	244
そ の 他	1	9	0	0	△ 1	△ 9	0	0
計	112	6,785	109	4,702	△ 3	△ 2,083	95	2,669

資料）経済産業省「商業統計調査」《立地環境特性別統計編（小売業）》

表-7 商店街の立地環境特性区分（事例）

	駅 周 辺 型	市 街 地 型	住 宅 背 景 型	ロ ー ド サ イ ド 型
門 司 区	柳町二丁目商店街	海峡プラザ	門司みなと商店街	-
小 倉 北 区	京町西商店街	魚町商店街	黄金商店街	-
小 倉 南 区	下曽根商店街	-	守恒商店街	サンリブシティ小倉
若 松 区	-	大正町・五平太商店街A	高須商店街	イオン若松SC
八 幡 東 区	枝光駅前商店街	中央区商店街	祇園商店街	イオン八幡東SC
八 幡 西 区	黒崎東商店街	-	相生町商店街	-
戸 畑 区	中本町商店街	幸町商店街	天神町商店街	-

資料）経済産業省「商業統計調査」立地環境特性別統計編 注）事例の商店街は、各区の商店街を立地環境特性区分別に分類した中で、事業所数が多い商店街を掲載した。

4. 増加する大規模小売店

北九州市では、多くの商店街がさびれ、小規模・零細店が減少する一方で、幹線道路沿線などに中規模店や大規模店が増えている。ここからは、大規模小売店の増加をみてみる。

売場面積を規模別に分けて商店数の推移をみると、小規模・零細店が減少し、中規模及び大規模店が増加していることがわかる。

100㎡未満の小規模・零細店は10,718店から7,515店へと、97

年から07年までの10年間に3,203店（減少率29.9%）も減少している。一方、500㎡以上1,000㎡未満の中規模店は、66店から203店へと3.1倍に増加している。1,000㎡を超える大規模店も、97年の123店から07年には165店へと42店（増加率34.1%）増加している。

表-8 売場面積・規模別商店数の推移

		1997年	2007年	増 減	率	2014年 (参考)
総 数		14,132	10,696	△ 3,436	△ 24.3	6,514
小 中 規 模 店	100㎡未満	10,718	7,515	△ 3,203	△ 29.9	4,123
	100㎡以上500㎡未満	1,615	1,591	△ 24	△ 1.5	1,060
	500㎡以上1000㎡未満	66	203	137	207.6	184
小 計		12,399	9,309	△ 3,090	△ 24.9	5,367
大 規 模 店	1000㎡以上3000㎡未満	79	104	25	31.6	102
	3000㎡以上6000㎡未満	21	32	11	52.4	36
	6000㎡以上	23	29	6	26.1	28
小 計		123	165	42	34.1	166
不 詳		1,610	1,222	△ 388	△ 24.1	981

資料）経済産業省「商業統計調査」 注）総数には不詳を含む。

増加の背景 中規模店や大規模店が増加する背景には、小売店に関する制度の変遷がある。

90年代以降、自民党政権はアメリカの「市場開放」の要求を受け入れ、周辺小売店との調整のための法律である「大規模小売店舗法」の規制を相次いで緩和し、2000年には同法を廃止した。

新たに制定された「大規模小売店舗立地法」では、大型店と地域社会との融和を促進するために店舗面積等の調整を行わないでよかった。その結果、大型スーパー等を核店舗として専門店が郊外に続々とできるようになった。中心市街地にある商店街等では、苦境に陥る商店が多くなった。

表-9 大規模小売店に対する制度変遷

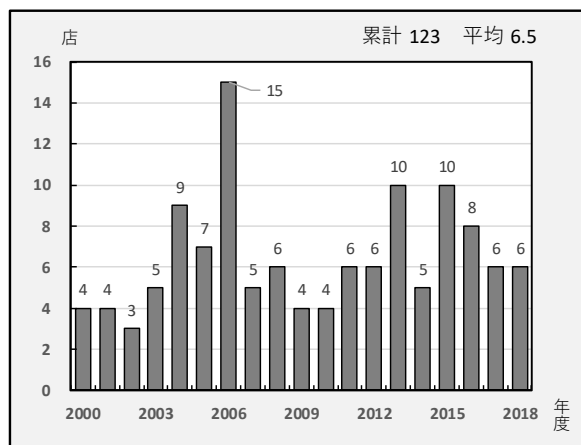
1973年	「大規模小売店舗法」成立	小売業の正常な発達を図るため、大規模小売店舗とその周辺の中小小売業との利害を調整することを目的とする法律。一定規模以上の大型店の出店にあたり、「大規模小売店審議会」が地元の意見を聞いて審査を行う仕組みを定めていた。
2000年	「大規模小売店舗法」廃止	自民党政府は、アメリカの「市場開放」の要求を受け入れて、周辺小売店との調整のための法律である「大規模小売店舗法」による規制を相次いで緩和、2000年に同法を廃止した。
	「大規模小売店舗立地法」施行	新たに作られた「大規模小売店舗立地法」では、大型店と地域社会の融和を促進するために、店舗面積等の調整は行わなくなった。その結果、大型スーパー等を核店舗として専門店が郊外に続々とでき、中心市街地にある商店街等で、苦境に陥るものが多くなった。
2006年	「まちづくり3法」改正	中心市街地活性化法・都市計画法・大規模小売店立地法の一部が改正され、10000㎡を超える店舗等を郊外に設置することが規制されるようになった。

大規模小売店・出店数の推移 北九州市内の、1,000 ㎡以上の大規模小売店の新設届出数の年度ごとの件数を図-4 に示す。大規模小売店の新設届出数は、「大規模小売店舗立地法」が施行された2000 年度から18 年度まで、累計で123 店であり、年平均の新設届出数は6.5 店である。

年度別にみると、06 年度の届出数が15 店と急増している。06 年度は、「まちづくり3 法」が改正され10,000 ㎡を超える店舗等を郊外に設置することが規制されるようになることから、駆け込み出店が相次いだためである。その反動で、07 年度から10 年度では少なくなった。その後は徐々に増え、12 年度と15 年度は10 店になっている。

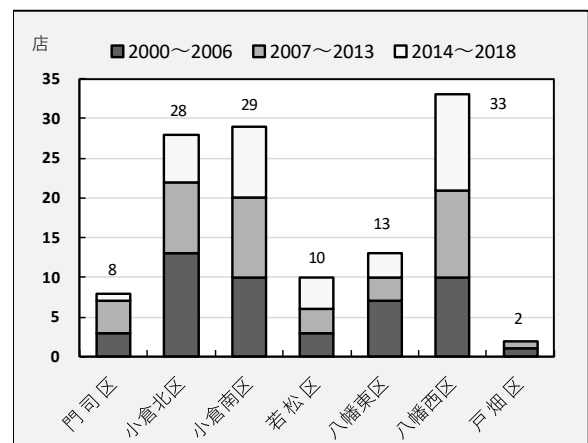
行政区別にみると、八幡西区が33 店で最も多く、小倉南区が29 店、小倉北区28 店と続いている。この3 区で、全体の73.2%を占める。この他、八幡東区が13 店、若松区10 店、門司区8 店、戸畑区2 店となっている。

図-4 1000㎡超の大型店の新設届出数の推移



資料) 経済産業省「大店立地法届出の概要表」

【行政区別】



資料) 経済産業省「大店立地法届出の概要表」

大規模小売店・出店の特徴

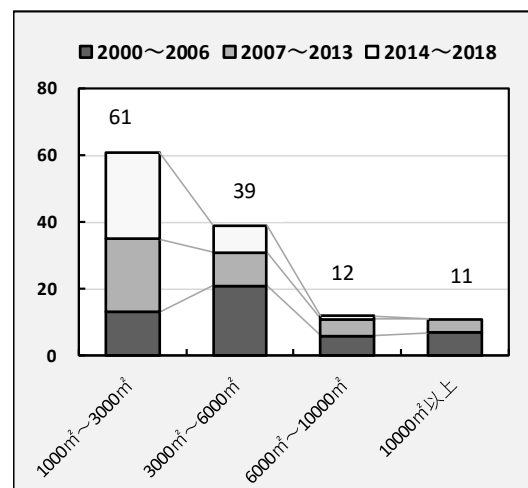
2000 年度から18 年度までに新設届出があった1,000 ㎡以上の大規模小売店123 店について、「店舗面積」「業態」「立地環境」の3 面から整理し、その立地の動向をみてみた。

【店舗面積】 店舗面積別に分けてみると、1,000 ㎡～3,000 ㎡が61 店と最も多い。次いで3,000 ㎡～6,000 ㎡が39 店である。また、6,000 ㎡～10,000 ㎡は12 店、10,000 ㎡以上が11 店になっている。

届出期間を、3 期間（2000～2006、2007～2013、2014～2018）に分けてみる。①2000 年度から06 年度では、3,000 ㎡～6,000 ㎡が21 店と多い。郊外への出店が一部規制される「まちづくり3 法」の改正を控えて、6,000 ㎡～10,000 ㎡でも6 店、10,000 ㎡以上も7 店と面積が広い大型店が、比較的に多くなっている。②07 年度から13 年度は、店舗面積が狭い

図-5 大規模小売店・出店の特徴

① 店舗面積別



資料) 経済産業省「大店立地法届出の概要表」

1,000 m²～3,000 m²が22店に増えている。③14年度から18年度は、1,000 m²～3,000 m²が26店に増加している。6,000 m²を超える大型店がほとんどない。

店舗面積別には、北九州市では、6,000 m²を超える大規模店の新設が少なくなり、1,000 m²～3,000 m²のコンパクトな店舗に出店がシフトしていることがわかる。

【業態】 業態別に分けてみると、食品スーパーとドラッグストアが、それぞれ27店と多くなっている。次いで総合スーパー25店、専門店（電気製品、スポーツ用品、家具等）23店と続いている。ホームセンターは11店、ショッピングセンター8店、寄合百貨店2店となっている。

届出期間をみると、①店舗面積が10,000 m²以上のショッピングセンターは、2000年度～06年度に7店と、07年度前に届出が集中している。②07年度以降、ドラッグストアが、07年度～13年度10店、14年度～18年度13店と、徐々に増えている。③総合スーパーと食品スーパーは、全期間を通じて、コンスタントに届出がされている。

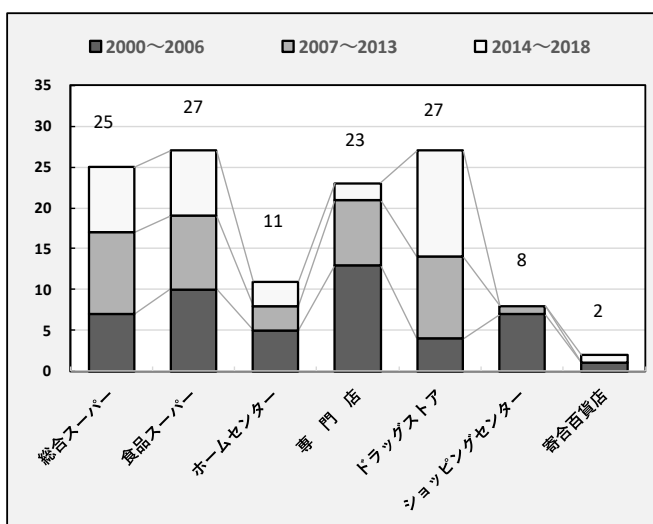
最近の動向として、北九州市では、ショッピングセンターや専門店の新設が減り、ドラッグストアやスーパーマーケットが増加している。

【立地環境】 立地環境別に分けてみると、幹線道路沿線型が54店で一番多く、次いで住宅地域型が40店と多い。駅前・駅周辺型は14店で、商店街・商業地型は2店と少ない。

届出期間をみると、①2000年度～06年度は、幹線道路沿線型17店、住宅地域型13店、駅前・駅周辺型10店と、各所に新設届出がみられた。②07年度～13年度になると、幹線道路沿線型が26店と多くなる。駅前・駅周辺型への届出は減った。③14年度～18年度は、幹線道路沿線型が11店になり、住宅街に立地する住宅地域型が19店に増えている。

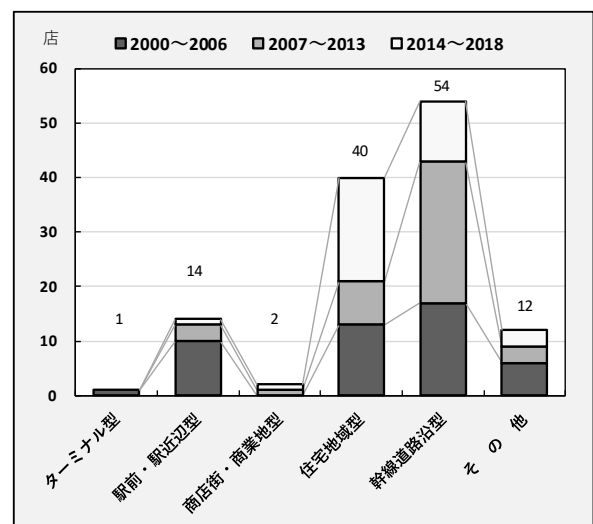
立地環境別では、北九州市の既存の商店街・商業地型に1,000 m²を超える大規模店舗が立地することは少ない。最近の立地は、幹線道路沿線型や住宅地域型に集中している。

② 業態別



資料）経済産業省「大店立地法届出の概要表」 東洋経済新報社「大型小売店総覧」 注）業態の格付けは「大型小売店総覧」を参照

③ 立地環境別



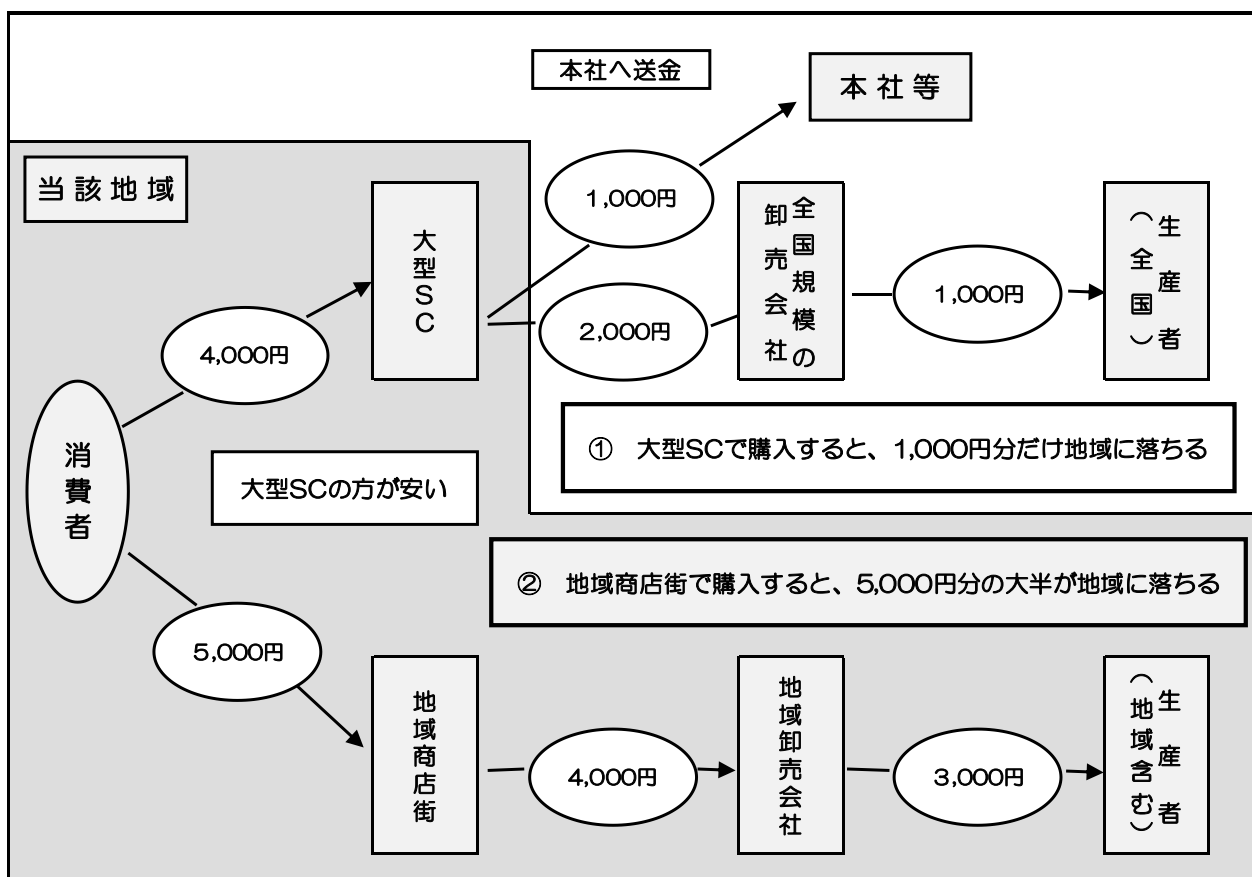
資料）経済産業省「大店立地法届出の概要表」 東洋経済新報社「大型小売店総覧」 注）立地環境の格付けは「大型小売店総覧」を参照

5. 小売業と地域経済

これまで、北九州市において、既存の小規模・零細店が減少し、中規模店や大規模店が増えていることをみてきた。おわりに、小売業のこうした変容が、地域経済に及ぼす影響を考えてみる。

参考として、図-6に「消費者の消費行動と地域経済の関係」を示す。日本投資銀行・(株)価値総合研究所著「地域経済循環分析の手法と実践」より抜粋したものである。

図-6 消費者の消費行動と地域経済の関係



【図の説明】

消費者が同じ消費財を当該地域の地域商店街と大型SCで購入する場合を考える。ここでは地域商店街では5,000円で、大型SCでは4,000円で購入できるとする。消費者の合理的な行動では大型SCで購入することになるが、この行動が地域経済に及ぼす影響はどうであろうか。

(大型SCで購入) 大型SCで購入された財・サービスは全国規模の卸売会社からの購入を2,000円発生させるとともに、本社機能へ利益1,000円の送金もあって、当該地域に落ちる付加価値1,000円にとどまることになる。そして生産者には1,000円が帰着することになるが、多くの場合、生産者は当該地域外の場合が多い。

(商店街で購入) 地域商店街で購入した財・サービスは地域の卸売会社から4,000円で購入され、それは地元の生産者から3,000円で購入することになる。この場合には消費者が支払う5,000円のほぼ全てが当該地域に帰着することになり、地域経済から見ると、同じ財・サービスであれば、地域の商店街で購入した方が地域経済に貢献することになる。

（日本投資銀行・（株）価値総合研究所著「地域経済循環分析の手法と実践」P79・79を要約）

仮のケースであるが、商業と地域経済の関係を考えるうえで、参考になる。家計や企業の合理的な行動が、地域経済循環を毀損させる可能性を示唆している。

大規模小売店の出店は、地域内の雇用確保の下支えになるのかもしれない。しかし、既存の小売店の減少により、これまで地域に築かれた「生産者→卸売業→小売業→消費者」といった流通経路の縮小につながる。それとともに、資金の流れも地域内循環を弱め、大型店の系列による地域外への流出となる。地域内の需要が地域外へ流出することで、既存の雇用や生産が減少し、市民所得が少なくなる。

北九州市の商業を考える場合には、消費者の利便性や小売業の近代化だけでなく、小売業の変容が地域経済に与える影響も考えなければならない。

（参考文献） 日本投資政策銀行・株式会社価値総合研究所著「地域経済循環分析の手法と実践」北九州市「新修・北九州市史（市政編）」第2章、北九州市「北九州市商圈調査報告書」

（注意） 経済産業省「商業統計調査」《立地環境特性格別統計編（小売業）》について、立地環境特性付けにあたっては、1999年までは調査区（調査を実施する際に事前に定める狭い地域範囲）単位の特性付けを行っていたが、2002年調査以降は事業所単位の特性付けに変更している。