

住まいと商いの重層的複合から探る、近隣商店街再生の方途

—神奈川県小田原市の商店街における人と町と社会の履歴から—

主査 平井 太郎^{*1}

委員 田口 太郎^{*2}, 池田 聖子^{*3}, 初田 香成^{*4}

本研究では、近隣商店街の再生の方途を、住まいと商いとが有機的に複合していた、商店街自身の歴史から分節した。まず東京都心8区の戦後のマクロデータから、問題を歴史的に整理したうえで、神奈川県小田原市の商店街において、店と家族の生活史データを収集・分析した。その結果、幾たびもの社会的な変化の波を、町の人たち自身の知恵によって乗り越えてきた事実が明らかになった。とくに関東大震災・昭和恐慌後には、後の商業高校につながる人材育成組織や、町の価値を高める自治組織など、現在では忘れられかけた方策を掘り起こした。こうした内発的な再生策は現在の商店主たちを刺激し、今後の商店街再生の指針として受け入れられつつある。

キーワード : 1) 商店街, 2) 中心市街地活性化, 3) 都心居住, 4) 併用住宅, 5) 生活史, 6) コミュニティ・ビジネス, 7) ネットワーク型ショップ, 8) 居場所, 9) インターンシップ, 10) プロパティ・マネジメント

A STUDY AND PROPOSAL FOR THE FUTURE OF URBAN COMMERCIAL DISTRICT

— Through the centennial life-histories of a district in Odawara-City —

Ch. Taro Hirai

Mem. Taro Taguchi, Seiko Ikeda, Kosei Hatsuda

This paper explores problems and solutions of the urban commercial area through the life-history approach. In Japan like other advanced countries, that area has lost the dominance as the site of both commerce and residence. At first we point out this crisis has repeated several times in this century—modern age—and the resident merchants have found the solutions for every crises. So, we arrange those conventional solutions and confirm that efficiency through the collaboration with contemporary resident merchants. Those solutions have three constitutions: property management, job training (educational-industrial complex), and organization for these projects—education of habitants and habitation.

1. 問題の所在

現在、近隣商店街は全国的に危機にさらされている。商業上の競争力が失われただけでなく、住まいの場としての魅力も十分でない。駐車場や空きフロアの増加が、現状の困難を物語っている。もっとも近年では、高齢化や都心回帰の進展から、近隣商店街の機能にふたたび注目が集まりつつある。もちろん新しい社会的ニーズに即応してゆくことも、町の再生を図るうえで重要である。だが現在の危機が、総体的な生活構造や流通構造の変容によってもたらされている以上、本質的な解決はより長期的な視点に立った分析こそが求められている。

そこで本研究ではまず、東京都区部の戦後のマクロデータを用いて、商店街の変容プロセスを整理する。注目されつつある新たな社会的ニーズも、歴史的推移の延長上として理解されるはずである。そのうえで、実際に商店街で店を営み暮らしを立ててきた人びとの生活史を分析する。町はつねに、人びとによって生きられた場所である。町が変

貌を重ねてきたとすれば、そこには同時に、人びとの意志や知恵も発見できよう。そこからわれわれは、なぜ商店街が人びとの努力にもかかわらず隘路に陥ったのか、そしてそれを抜け出すためにはこの町では何が鍵なのかを、把握することができるのではないだろうか。

2. 近隣商店街の歴史的現状——東京都心8区のマクロデータから

2.1 東京都心8区における商店街の現況

まず、商業統計調査等^{注1)}を利用して、東京都心8区^{注2)}の商店の変遷を確認した。図2-1にあるように1979年以降、次のような傾向が顕著になっている。

まず、これまで近隣商店街は、規模が小さく(店舗面積50㎡以下)、飲食店以外の小売業(食料品や衣料品)を扱う印象が強かったが、近年その姿をおおきく変貌させていることがわかる。小売業内の業態の変化(1979年から

^{*1} 日本学術振興会(当時、東京大学大学院博士課程)

^{*2} 早稲田大学 助手

^{*3} 日本ナショナルトラスト(当時、東京大学大学院博士課程)

^{*4} 東京大学大学院博士課程

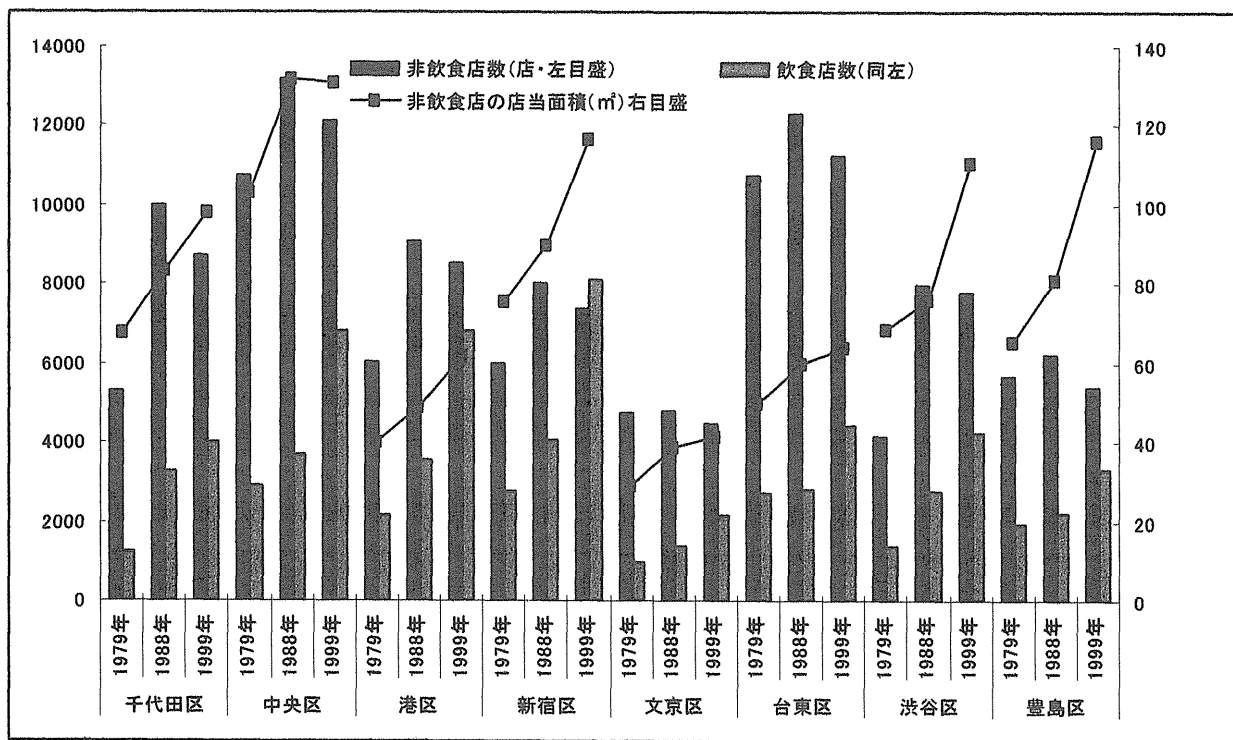


図 2-1 東京都心 8 区における商店の業態と店舗面積の推移

1999 年までの増減率)を商店数ベースでも、食料品(30%減)や衣料品(13%減)が激減しているのに対して、専門店(46%増)が急増している^{注3)}。

この傾向は商店街ベースのデータ^{注4)}からも裏づけられる。1980 年と 2001 年にかけて会員数の急減した商店街には、中央八栄会(中央区新川, 48→15)、富士商工連合会(文京区本駒込, 35→5)、東大前商店会(文京区本郷, 69→28)、東上野商店会(台東区東上野, 60→21)、富ヶ谷商盛會(渋谷区富ヶ谷, 42→11)などが含まれ、典型的な近隣商店街が姿を消しつつあるのがわかる。

その一方で会員数が伸びているのは、歌舞伎町商店街振興組合(20→607)をはじめ、高田馬場銀座商店街振興組合(50→233)、渋谷中央街(渋谷区道玄坂, 35→140)、池袋平和通り商店街振興組合(40→159)などといった、飲食店中心の盛り場である。したがって、麻布十番商店街振興組合(160→264)などのごく少数の例外はあるものの、近隣商店街では、飲食店や大型専門店への業態転換なども進んでおらず、会員数の減少とともに、いわゆる仕舞屋に置き換えられている状況がうかがえる。

以上をまとめると次の点を指摘できよう。

- ①店舗あたり売り場面積の増加＝商品の多様化・多品種化。
- ②飲食店が急増し、非飲食店は頭打ちか減少。
- ③以上から近隣商店街の衰退傾向がうかがえる。

2.2 マクロデータからみた商店街再生の方向性

こうした傾向は、生活の場としての商店街という観点からみると、次のように解釈できる。

- ①売り場面積の増大にともない、併用住宅が困難に。
- ②①の状況下では飲食店への増加が自然な流れ。
- ③②により商店街と生活圏とが遊離し、近隣商店街が衰退。したがって、③の状況が固定化すれば、たとえ都心回帰で住まいが量的に回復しても、住まいと商いの有機的な複合はよみがえらないことになる。

2.3 生活史分析の必要性

併用建物の減少＝住商の分離傾向そのものは、これまでの研究でも指摘されていた。その要因としても、(1)経営規模拡大により商(または工)機能に純化し、(2)住宅水準について要求が高まることによって、(3)地域内でも用途の混合が住民間のコンフリクトをもたらす、という悪循環が取り出されてきた。

だが、なぜこれらのいくつかの要因が、平行して発生してくるのか、要因相互に何らかの関係性はないのか、といった問題については依然として明らかになっていない。住商の分離という過程で、住まいにかかわる家族のライフサイクルと、商にかかわる店の経営のスタイルとが、どうかかわっていたのかが、かならずしも明確になっていないのである。

この点が解明されないと、職住の一致や用途の混合を目指す提案も、いずれも理想的なものにとどまらざるをえない。そこで、家族の世代や経営のモードの単位を超えた、長期的なタイムスパンにもとづく、しかもそれぞれの店や家族の経験に依拠した生活史分析が必要になってくる。

3. 分析と提案の対象について——小田原銀座商店街

3.1 商店街の沿革と性格

小田原市は 16 世紀半ばに小田原北條氏が拠点に定めてから、静岡県東部（富士川以東）から神奈川県西部（相模川以西）の商工業の中心となってきた。小田原銀座商店街（以下、小田原銀座）の歴史も、まさにそうした地政学を共有している。

図 3-1 にあるように小田原銀座は、現在の住居表示で栄町二丁目 9, 10, 13, 16, 17 番地にまたがる、全長約 400 間の両側町である。

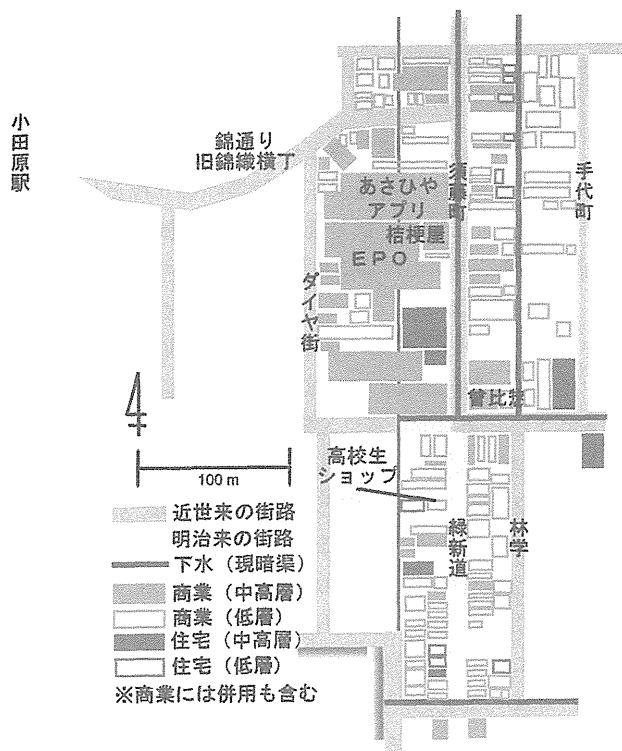


図 3-1 小田原銀座の現状

南北に貫く街路は、歩道を両側に 1 間づつとった、6 間の一方通行路になっている。中央部の大工町交差点を境にして、北部が須藤町（約 250 間）、南部が緑新道（約 150 間）と呼ばれ、町の成り立ちが異なる。

北部の須藤町は中世末期に、小田原城下と足柄上郡・駿東郡・甲州地方を結ぶ「甲州道」の両側に開かれた。近世には、職人頭・須藤氏（400 貫扶持の銀座）のお膝元として、小田原商圏の買回り品（呉服・薬種・小間物・茶紙・箆笥・人形等）の老舗が軒を連ねていた。小田原城下では珍しく、間口 5 件奥行 20 間の町家モジュールが、現在も名残をとどめている。

これに対して南部の緑新道は 1882 年に、甲州道のかぎの手をなくすために切り拓かれた。もとは武家地であったが、新道開削とともに徐々に店舗が建ち並びはじめた。そのためモジュールは一定でないが、間口奥行とも須藤町のおおよそ半分の規模になっている。業態としては、須藤町

など周辺から暖簾分けした店も少なくなく、須藤町と同様に、買回り品（漆器・陶器・荒物・仏具等）を取り扱う店が集積していた。

両地区が一体化したのは、1936 年に第 7 区自治会として統合されたときである。町の氏神も異なる両地区ではあったが、商業集積地としての性格も類似していただけでなく、総動員体制下で伝統的な町が統合再編される社会情勢にまきこまれたのだった。

この第 7 区自治会の枠組みは戦後も維持された。さらに地主ないし住民ではなく、商業者による新たな組織化が始まり、1951 年には有志の「時和会」が、そして 1955 年には「小田原銀座商店会」が発足する。このときに初めて「銀座」の呼称が正式に用いられた。ただし俗称としては 1930 年代から、小田原一の繁華街として、「銀座」の俗称が須藤町界限に当てられていたという。これは東海道本線の付け替え（1934 年）にともなって、小田原市内の商業集積が、旧東海道界限から小田原駅方面に移動したためである。

名実ともに小田原銀座となった須藤町・緑新道は、高度成長の波に乗って昭和 30 年代に、いわゆる「黄金時代」を迎える。ネオンアーチ（1953 年）やアーケード（1963 年）、リングスタンプ（同年）など、いずれも市内の商店街の先頭を切って導入していった。

さらに箱根登山デパート（1964 年）開業を皮切りとした、店舗の大規模化に対しても、積極的に順応してゆく。町内第 1, 第 2 の大店（それぞれ約 1000 坪の敷地）が、1966 年（桔梗屋→桔梗屋ビル・仲見世）、1972 年（あさひや→小田原ショッピングデパート（現・アプリ））に相次いで大型店化をはかるなど、昭和 40 年代まで商店街の成長は順調だった。

だが昭和 50 年代に入ると、規模の拡大競争に徐々に取り残されていった。昭和 60 年に新たな再開発計画が打ち上げられたが、バブル崩壊に直面し、半分の規模での見切り発車を余儀なくされたのだった。それ以降も、大規模店のテナント撤退、街路改修にともなうアーケード架け替えなど、次々と現われる問題に対応するので精一杯の状況となっている。

3.2 現状と課題

しかしながら駅前をふくめた周辺の商店街の衰退に比べて、小田原銀座ではおおきな変化が相対的に顕在化してはいない。1990 年代以降では、店舗数は 3 割以上減っている（120→80：『小田原銀座商店会名簿』）ものの、総売上は約 200 億円で安定している（『神奈川県商業統計』）。また 1997 年の再開発ビル（EPO）オープン以降の建替えも、約 10 棟にとどまっている。

だがその内実に踏み入ってみると、異なる状況が見えてくる。先取的にマクロデータと対応させれば、次の点を

指摘できるので、以下各節で掘り下げてみる。

- ①住商併用はほぼ半減しているが、内実は複雑である。
- ②小売・卸とも売上げが減少し業態転換が求められている。
- ③商店街の組織強化や共同化が進んでいない。

3.2.1 併用住宅の減少の内実——資産家化する人びと

図3-2は、建物の用途と利用の別（自家利用かどうか）を組み合わせて、1979年と2004年の状況を比較したものである。せまい意味での住商併用建物では、住み手と商いの担い手とが一致（家族も含む）している。このような建物は79件から40件まで減っている。しかしながら、住か商かどちらかの用途に純化している（あわせて5件のみ）わけでもない。むしろどちらかの用途を賃貸に回す方が多い（26件）。

この意味で従来のように、用途混合地域における機能純化に焦点を当てた方法は、かならずしも適当でないことがわかる。賃貸への転用への多さは、これまでの商店主（＝ほぼ土地建物の所有者）が、「資産家」に性格を変えつつあることを意味する。こうした資産管理の論理が、どういったものなのかを注目してゆく必要があるだろう。そこで浮上してくるのが、今回の生活史として取り出そうとしている「家族」にほかならない。なぜなら資産の帰属は、法人格の取得が進んだとはいえ、実質的に商店主個人や家族にあることが圧倒的だからである。

3.2.2 業態転換の内実とそれを乗り越える鍵

さらに併用住宅が賃貸に転用された場合、あたるしいテナントの多くは、これまでのような小売店舗ではなくなっている。純粋なオフィス（16件）や美容室などのサービス業（8件）がむしろ主である。また従来の小売店舗自体も、卸売業のヘッドクォーターとして、商品のデザインや提案まで手がけるケースも出てきている。いずれにせよ、高度成長期に確立されてしまった、たんにモノを仕入れて販売するだけの経営は成り立ちにくくなっていると言える。

さらに1990年代以降、企業の支店網の再編が進み、駅前周辺の賃料水準も下がってきたため、小田原銀座界隈でのオフィス需要は極端に減少している。つまり、モノからサービスへの流れは動かしがたいとしても、そのサービス

の質が問われているのである。

その際には、この界限でとくに求められているニーズ（たとえば高齢化やマンションの子育て層へのサービスなど）も手がかりのひとつには違いない。ただそれは、周辺地区でも代替可能なサービスでもある。その意味では、大型店との競争と同じ、ゼロサムゲームに巻き込まれる危険が高い。

そこでより重視すべきは、小田原銀座がその歴史において、どのような知恵を蓄積してきたかを再考することではないだろうか。具体的には、商業地としての危機をこれまでどう乗り越えてきたのかを探ることである。こうした知恵は、それぞれの地区が独自に蓄積してきた。今回の調査で、百年のスパンをとるのはそのためである。

3.2.3 店、家族にとっての町とは何か

昭和50年代以降、規模をめぐる競争の切り札として、(1)商店街を法人化して一個の経営体とする機能強化と、(2)店舗と敷地の共同化による再開発の、2つの方策がくりかえし模索されてきた。しかし小田原銀座では、意見の集約をみないままバブル崩壊を迎え、双方とも道半ばで現在に至っている。個人消費の長期低迷をうけ、個々の経営をてこ入れするために商店街に投資することが、おおきなリスクとして意識されているからである。

しかし商店街は、商いの場であると同時に商いの担い手にとっても暮らしの場でもある。店の経営という点だけで、町との関係を取り出してゆくのは、現場の人間にとっても、また分析者にとっても、必要以上に視野を狭くすることになる。さらにいえば、住まいや暮らしの側を中心に見てゆくの片手落ちである。そこで両者をつなぐ鍵として、あらためて「家族」の存在が注目されてくる。

家族として自分をみた場合、そこで生まれ育った過去や、ここで骨を埋めてゆく覚悟が、町とのかかわりにおいて核になる。そうした思い入れのようなものは、個々人の経験によっておおきく左右される。しかしながら、そうした思い入れによる結びつきは、法人化された商店街のように利害による結合よりも、格段につよいのである。

現実に小田原銀座では、商店街や自治会の内部や周辺に、自治会青年部や銀座レディス会のような、個々の思いで結ばれたグループがいくつもできてきている（4.3参照）。従

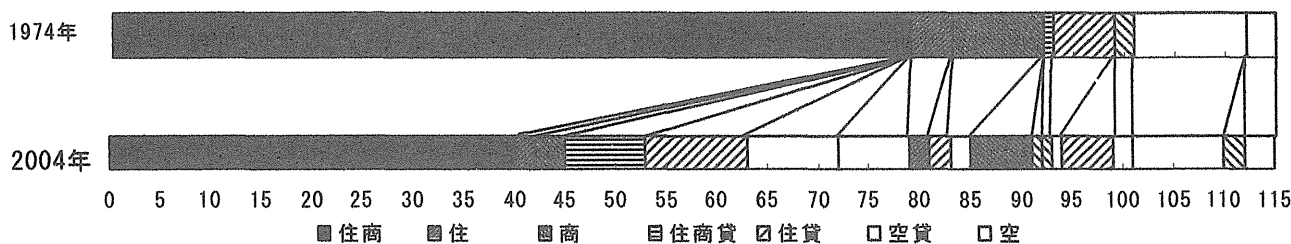


図3-2 小田原銀座における用途と利用の変化（1974年の区画を基準に報告者が逐次確認）

来の組織からするとそれは、組織としてのまとまりのなさや、地域での意見対立の象徴として捉えられがちだが、ここではむしろそうした動きをポジティブに考えてみたいのである。

3.3 調査の方法

調査内容は、各商店の経営歴と家族歴を軸に、適宜、銀座という町との関わりまた思い入れを聞き取っている。ひとり原則2時間を目途とし、すべてインフォーマントによるチェックを経たうえでテキスト化した。情報の匿名性については、ケースごとにインフォーマントに判断してもらうことにした。

調査対象は、商店街役員の紹介を手始めに、聞き取りを終わった人から次の人を紹介してもらった。内容がプライバシーに立ち入るだけに、信頼関係の構築が重要だからである。今回の聞き取りは図3-3掲載の19店を中心に、23店・家族のべ35人に行なった。世代（1919年生～1974年生）や性別（男性22人、女性13人）などにおいても、比較的幅広い協力を得られた。

4. 生活史からたどる課題の構図と再生の萌芽

以上の問題を、具体的な生活史をベースにしながら敷衍し、その骨格を明らかにしたい。

4.1 高度成長と資産家の誕生

小田原銀座でもっとも成功した経営者は、「あさひや」の佐藤英一（1919年生）である。彼の父（1895年生）は中郡旭村（現・平塚市）の出身で、幼くして小田原の玩具商に奉公に入った。独立してまず玩具の行商（キワモノ）から身を起し、1923年の関東大震災後、「これからは駅前が栄える」と、当時傾きかけていた老舗の一角を間借りして、小田原銀座への足がかりをつくった。

第一次大戦後の恐慌、そして震災、さらに昭和恐慌と困難の時代がつづき、この時期多くの老舗が倒産、近郷近在

からの奉公人が続々と独立を果たしていた。図3-3でも、1920年代に創業した店が、小田原銀座でおおきな比重を占めていることがわかる。

そうした店では、それまでの5間×20間の敷地割りが細分化され、佐藤は「段飾りの下にもぐって寝ていたものです。売り物の下ですから何かあってはいけないと、小さくなっていました」と当時を振り返る。図4-1（左）は典型的な新興店の間取りのひとつである。

1930年頃に父から店を引き継いだ佐藤は、商業学校で学んだ新しい手法をとりいれて、掛売りや手形決済を廃止し経営を軌道に乗せていった。そして戦中戦後の統制経済下でも、内外の人脈をフルに活かし、傾いた大店の地所を譲り受けて、間口10間の大店のひとつに成長していった。その後もベビーブームの波に乗り、文字どおりの高度成長を実現する。「あさひやの緑色の袋が、錦通り（店と駅との間の通り）で、かならず目につきました」と佐藤の妻も、懐かしそうに当時を振り返る。

しかしブームが一段落すると、「子どもの数が増えつづけるわけではない」という不安が佐藤の脳裏をよぎる。ちょうど1960年代半ばから、ニチイや西友といったGMS（総合スーパー）が、キーテナントとしての出店を打診してきていた。そこで佐藤は1972年、いち早く声をかけてきたニチイと組んで、商業ビルの経営に乗り出す。その際彼は3人の弟たちと、小売・卸・資産管理の3つの事業を分担する仕組みを導入した。この事業部制は現在でも、それぞれの子どもたちの世代にうつがれている。商業ビル経営は、1999年にキーテナントの撤退に見舞われながらも、専門店への切換えを進めることで、長い不況を乗り切りつつある。

ただ佐藤の成功は、他の店からは素直に受け入れられていない。とくに商業ビルへの建替えは、当時、同じ手法による再開発を徐々に進めていた商店会の側からすると、冷や水を浴びせかけられたと受けとめられ、現在までギクシヤクした関係が潜在している。佐藤が大正以来の新興店で

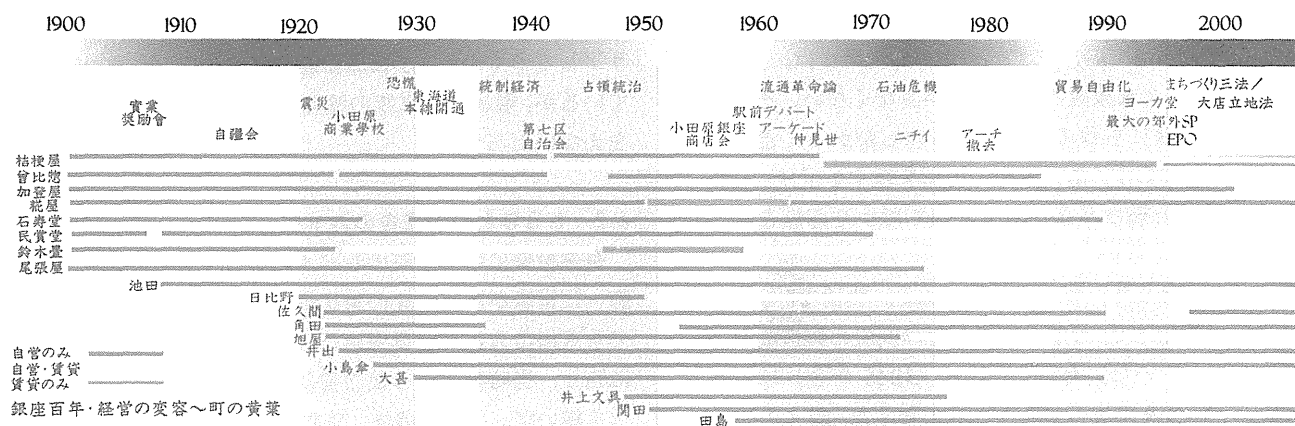


図3-3 小田原銀座の百年（上段は主な出来事、下段は店の生活史）——2005年10月地元報告会での配布資料から転載

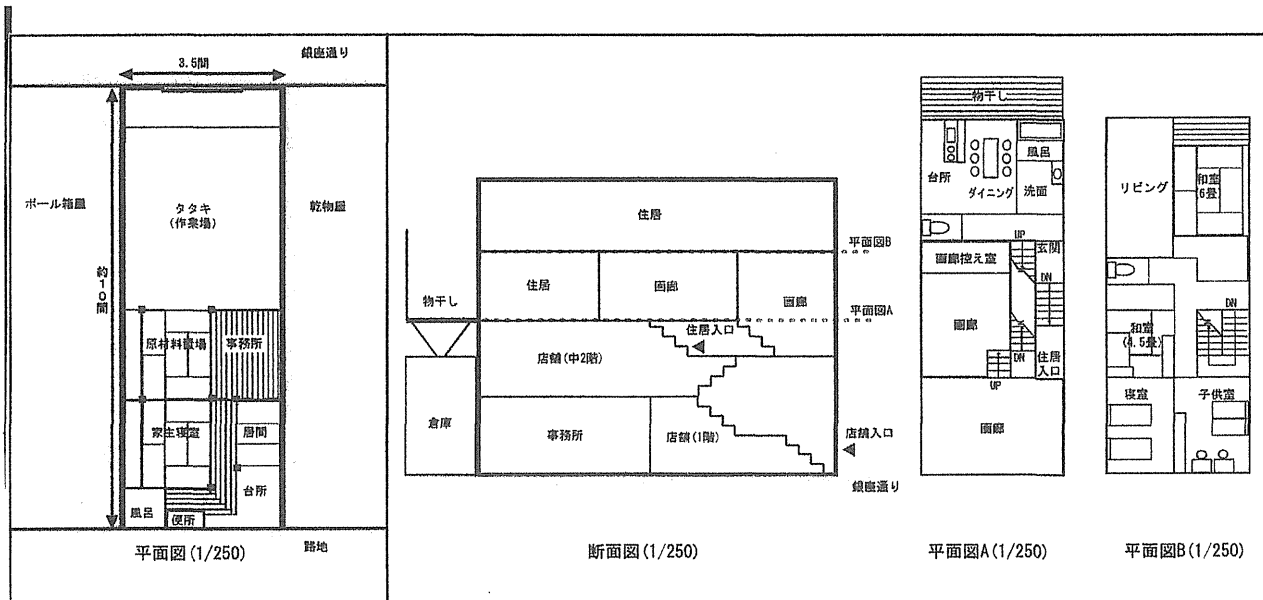


図 4-1 大正期の新興店（左）と高度成長期の増改築（中・右）の間取りの典型例

あること、また大店の「庇を借りて母屋をとる」のように受けとめられたことなどから、両者の関係はひととおりでない。どちらも互いに必要としながらも、利害関係を越えた関係は稀薄になっている。

しかし現実には、小田原銀座の店の多くは、佐藤と同じように、高度成長の恩恵をうけて、店舗のビル化や不動産の取得を進めてきた。

代表的な間取りとして図 4-1（中・右）がある。店舗面積と住居面積をそれぞれ最大化するために、中二階構造を駆使しているのがよくわかる。こうした増改築を行なった結果、小田原銀座では住宅の狭さなどに対する不満は、それほど顕在的に語られることなく現在に至っている。ただ昭和 50 年代までは神奈川県などの経営指導で、しきりに住宅部分の業務用への転用が進められ、転居した店もいくつかある。

この場合に表面化してくるのは、資産管理の主体が、経営者個人または家族から切り離されているのかという問題である。資産は適切なマネジメントをくわえなければ価値を下げてゆく。多くの店にとってもビル化は、適切な投資として考えられていたはずだ。しかし現実には、築 30 年 40 年経ったまま放置されたビルが少なくない。それはもはや店舗経営にも負の遺産としてのしかかってきている。にもかかわらず、個人資産の色彩を残すかぎり、投資は家族の関係を揺さぶるリスクとしてばかり意識されている。

そのひとつとして、W 屋・I 家がある。明治 27 年創業の仕立屋の草分けで、学校・工場などの制服の製造販売で業績をのばしていた。そして 3 代目（1945 年生）は継承時（1975 年）に 4 階建てビルへと建て替えた。図 4-1（中・右）と同じように、画廊とオフィスを貸フロアとして資産運用しようとしたのである。この際、貸フロアの経営は、

有限会社 W 屋ではなく I 家が行なう分担がなされていた。すでにビルへの建替えの時点で、紳士服店としての限界が見えはじめていたが、バブル崩壊後は貸フロアの経営にも黄信号が灯りはじめている。

すでに 4 代目（1976 年生）は、化学関係の技術職に就きながらも店を継ぐ意志を示しているが、両親はそれを受け入れられないでいる。「こんな状況ではとても譲れない」というのである。

この例では店舗経営・資産管理どちらの点からみても疑問が残る選択——店舗経営者を育ててこなかった／資産への適切な投資を行なってこなかった——が、家族の論理によって結局は正当化されている。店舗経営・資産管理とも、適切な投資をたえず行なってゆく必要があるが、資産が個人または家族の所有であると、それが行ないにくい。家族に流れる時間の切れ目は、結婚や相続であって、経済情勢の変化とは必ずしも一致しないからである。店や町の論理からすれば、これからまさに投資が必要とされているのに、家族の論理からすれば、老後や将来に備えて投資を見送るのが適当だとされている。この論理の葛藤をどうクリアしてゆくかが、小田原銀座の多くの店・家族で問われているが、現状では家族の論理が優越していると言わざるをえないだろう。

4.2 もうひとつの投資のカタチ

資産投資に情熱を町のレベルに広げていった例に、曾比惣・二宮家がある。元の曾比惣は 1855 年創業で、小田原でも五指に入る老舗呉服店だった。しかし昭和恐慌で危機に陥り、当時番頭だった二宮伊助（1896 年生）が経営を引き継いだ。さらに戦後、商業学校から慶応義塾を卒えた長男・秀夫（1925 年生）が引き継ぐ。彼は積極的に出店を進めただけでなく、さらに本店の建替えをはじめ、資産

も確実に増やしていった。また昭和 30 年代から現在まで、商店街での 3 つの再開発計画の先頭に立ってきている。こうした路線は、かならずしも成功を収めているとはいえないが、「やっぱり適切な投資をすれば、人出もちゃんとついてくるんですな」という信念は今も揺らいでいない。

こうした信念に動かされたようにみえるのが、桔梗屋・吉田家である。1685 年創業、小田原のみならず、神奈川・静岡でも屈指の、薬品製造卸売店だった。「菓種九層倍」（菓は元手の 9 倍で売れる）といわれ、莫大な富を築いた吉田家は、町内だけでも 1000 坪を越える大地主だったが、戦時統制で製菓事業を接収され、経営が難しくなった。

震災後、「近在の銅が姿を消した」ほどふんだんに銅板を張りつけた豪壮な本店も、1966 年 4 階建てのビル（桔梗屋ビル）に建て替えられた。その際に、300 坪の元屋敷と庭園も、二宮の進めた再開発（仲見世）に供された。相前後して残りの敷地も、商店街共用の駐車場として、整備されていった。さらにその敷地を核とする再開発にも参画、最後まで残っていた自宅・卸部の敷地も提供して、1997 年に完成にこぎつけている。「吉田はどういったかたちであれ、つねに町のために尽くしてきた」という最後の番頭（1922 年生）の回想は、字句どおりに受けとめるべきなのだろう。図 4-2 は、桔梗屋の広大な屋敷の変遷をたどったものである。商店街としての優位性を保つための共同化や駐車場の整備に、意が払われてきたことがよくわかる。

しかし吉田家による町への投資は、別なかたちでも行なわれていた。1923 年の震災後、小田原銀座でも、近世以来の老舗の多くが傾き、近在から仕立てや下駄、折箱などの、家内工業系の職人層が、数多く流入してきていた。そ

うした状況を踏まえ、当時の 15 代・義之（1894 年生）は、現在の県立小田原城東高校の前身となる、小田原商業学校を設立（1927 年）。徒弟制にかわる商業教育を普及させていった。

さらに町内の若い店主・店員の組織（自彊会 1913 年発足）を動員して、プラタナスの街路樹整備や、周辺の火災見舞いなどの活動を展開していった。名番頭の一人だった小島武四郎（1904 年生）の回想によれば、吉田は店員たちにも自ら筆を執った『実業立志伝』などを配布し、「店員を集めて色々と相互の研究と話合の時を決め毎日曜各順に提議したる発展方法に付 討議の上決議をなす」など、人を育てながら店もまた育てるという、育ち育てる関係を目指していたという。その方法を銀座からさらには小田原へと、浸透させてゆこうとしたのであろう。

現実にはここから戦後経営を担う人材を輩出しただけでなく、旧来の須藤町が昭和 10 年代にいち早く復興を遂げ、「銀座」の呼称を獲得していった基盤となったと言えよう。

吉田家は近世以来、本業から莫大な利益をあげ、その資産を「町」に投資してきた。そうしたスタイルは他の老舗にも共有されていた。古い須藤町には「御三家」あるいは「四人組」という呼び名があり、いくつかの老舗で町の入用の 8 割を賄っていたという。そしてその投資は、とくに吉田の場合、佐藤あるいは二宮のようなスタイルにとらわれず、人を育て、町を育ててゆく長期的な発想をもってなされていた。そこから二宮をはじめとする、戦後の商店街活動を支えた人材が輩出してきたのは言うまでもない。

しかし彼らがその遺産を十分に発展させてきたのだろうか。プラタナスの街路樹をアーケードのために伐採

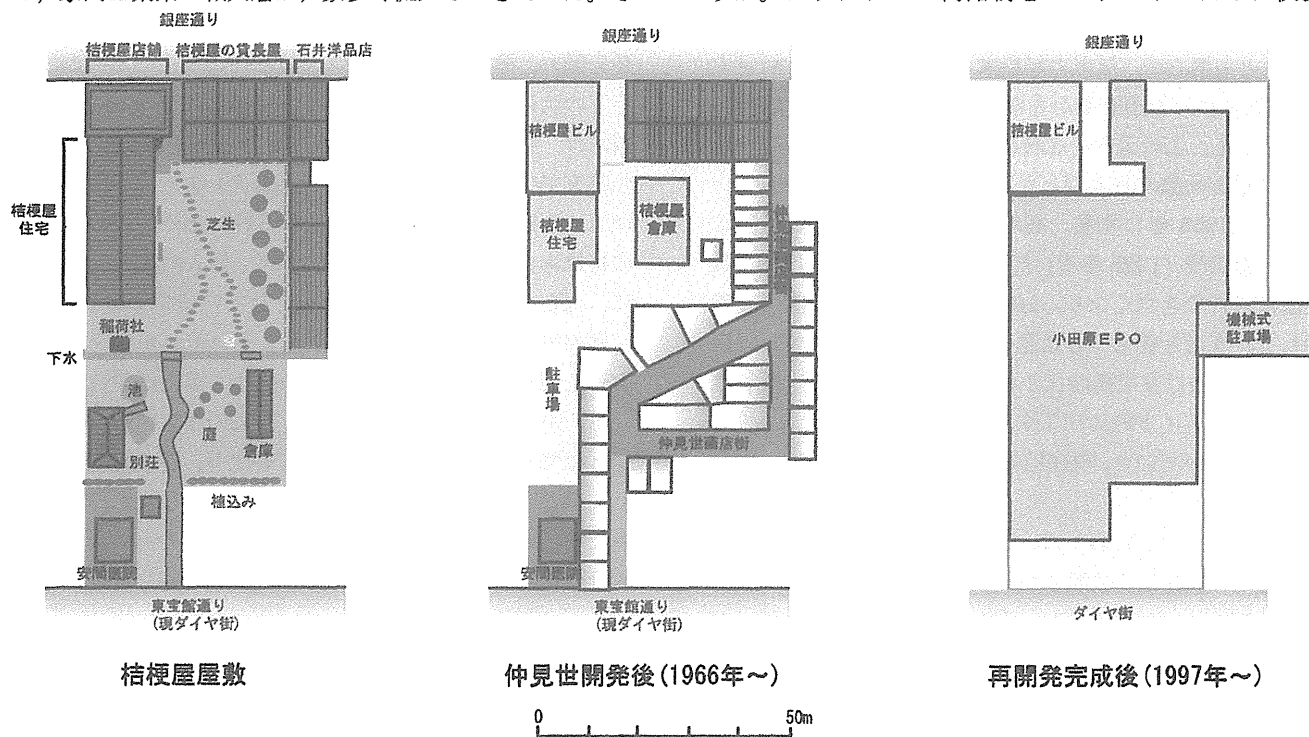


図 4-2 桔梗屋屋敷の変遷

(1963 年) し、吉田本店の建替えを結果的には後押ししてしまったのは、彼ら自身だったのではないだろうか。今こそ、吉田が示したもうひとつの投資のスタイル——人を育てながら町に求心力を与え、町の価値そのものを高めてゆくスタイル——が必要とされている。

4.3 エリアとすれ違ってゆくリアリティ

1997 年に一応の完成をみた再開発(小田原 EPO)のプロセスは、商店街の人びとにおおきな傷跡を残した。計画が中止された地区では、とりまとめに当たっていた老舗の主人が急死したり病に倒れたりして、有力な人材を失った。失火騒ぎや店舗の出戻りもあって、関係者のあいだには不信と疲労ばかりが残っていると看做しても過言ではない。

中止地区から再開発ビルに移転して営業をつづけ、気を吐いている店に、大甚・藤井家がある。旧東海道の老舗から、昭和恐慌を機に分家した先代(1912 年生)は、時計(宝石・眼鏡)店としての基礎をかため、現在は次男・重克(1943 年生)が、とくに宝石の専門店として、業績をのびしている。昭和 50 年代にダイヤモンドの新しい表示法(「4C 表示」)をとりいれたことで軌道に乗り、量販店のあいつぐ進出にもかかわらず、確乎たる地歩は揺いでいない。多くの店が掲げる「専門性による個別化」によって、現実に成功している数少ない店である。

藤井はさらに再開発での立ち退きで、一旦郊外に転居を余儀なくされながらも、ふたたび商店街内のマンションに移り住んできている。「専門店として生き残るには、24 時間をアフターサービスや研究に費やすくらいの努力が必要なんです、それくらいしないと」と彼は言う。さらに、「町への愛着などはほとんどない。あるのはお客さまだけです」とも洩らす。信用力が最大で唯一の資産だと断言する彼にとって、場所を動かさない理由は、それだけなのだ。

もっとも、このような店舗経営の観点だけから、町へのこだわりを吐露する人びともいる。たとえば靴のタジマ・田島家。1955 年に創業、高度成長の波に乗って瞬く間に成功した田島(1925 年生)だったが、昭和 50 年代から量販店に対抗できなくなり、1995 年にはすべての支店を閉鎖して、支店を任せてきた息子・秀昭(1956 年生)に店を譲った。彼は支店長時代から独自に研究を重ね、既製品をオーダーメイド的に加工する「シューフィッティング」の技術を磨いていた。現在はその路線が徐々に軌道にのりは始めている。

彼の場所へのこだわりは、店舗経営というよりは、もっと精神的で、存在の根源にかかわるようなものである。自分が仕事をつづける原点は、「靴が山のようにつまれ、父や母が忙しく立ち働いていた、この場所にある、この場所を離れたら、自分の気持ちを支えることができないんですよ」と彼は熱く語るのだった。

藤井にしても田島にしても、店舗経営で再生のきっかけ

をつかんでいる者にとって、場所へのこだわりは実は個人的な計算や確信にもとづいている。それは同じ場所を共有しながらも、店や家族の集合体としての商店街とは、明らかにずれている。彼らにとっての「場所」は、顧客の分布とその焦点であり、あるいは自分の存在の原点であった。

こうしたずれは、町内の祭礼で商店も住民も、神輿を担いだり宮入を観にいたりすることが、極端に少なくなったということとも関係している。

しかし祭礼を積極的に支えている人びともいる。

そのひとりが善場浩一(1963 年生)である。叔父の飲食店を、父とともに 1983 年に引き継いだ彼は、徐々に町に溶け込んでゆき、商店会と自治会の双方で活躍している。彼の町への愛着は並々ならぬものがあり、店は借家だが将来の転入も視野に入れて、子どもも商店街の学区に編入させた。また自分自身がそうであったように、どちらの活動にしても、外部の人たちとの協力を重視している。

彼のこうした発想の原点はどこにあるのだろうか。言葉の端々に顔を出すのは、生まれ育った蒲田の町工場の町での経験である。だとすると彼の行動は、この町の文脈以上に個人的な原体験に裏づけられているのかもしれない。

祭礼の支え手には、女性たちの中心・池田以知子(1945 年生)、あるいは若者の核・井上崇(1974 年生)もいる。池田は近くの和菓子屋から呉服店に嫁いで 30 年余り。昭和 50 年代の子ども会活動も支え、1995 年からは自治会内に「銀座レディス」を結成、同世代の女性たちを組織している。「夫を支え、子どもを育てる」という感覚が、どちらの時期も活動の原動力になっているという。

この昭和 50 年代に子ども会活動で育てられたのが、井上たちの世代である。彼は 2004 年から自治会青年部の会長を勤め、神輿の巡行の一切を取り仕切っているほか、すぐ下の世代たちと新しいイベントを重ねてきている。その原点は、「銀座が生まれ育った町だから」、そして「自分たちが育ててもらったように自分もしたい」という信念だという。池田も井上も、自治会という枠はあるものの、従来の枠組みだからという惰性ではなく、個人的な原体験を糧に、人との結びつきを深めようとしているのである。

藤井や田島、善場や池田、井上。それぞれが銀座という町にこだわりをもちながら、その動機の核心はすれ違っていている。いわば同床異夢の彼らを、従来の商店会や自治会といった枠が、かろうじてつないでいたり、逆に遠ざけたりしていると言えないだろうか。こうした彼らであっても共有できる町の再生は、彼らのひとつひとつの声に真摯に向き合うことでしか紡ぎ出せないまいだろう。

4.4 百年を越えてきた人びとの意志と知恵

本章では店・家族を単位として、小田原銀座の百年をたどってきた。この百年は決して平坦なものでなく、震災・恐慌、戦災・高度成長、そしてバブルと、おおきく 3 つの

波が経験されてきた。そしてそれぞれの波を、人びとの意志や知恵によって、乗り越えようとしてきていた。

4.1 節では、戦災・高度成長の波を超えるための、資産のマネジメント——店の資産としての価値を最大化するために投資する——という意志に注目した。多くの店・家族がこうした知恵を共有し、町は 1970 年代までにおおきく変貌を遂げた。しかし資産への利害関係は、そのままでは店よりも家族の方がつよくなる。1950 年代までに多くの店が法人化されたとはいえ、資産管理に対応した事業部制を敷いた店は、ごく少数に限られていた。結果として、相続などの家族の利害が優先し、投資の機会や規模を逃しつつある。

これに対して 4.2 節では時代をひとつ遡るが、もうひとつの投資のカタチが示されていた。町の資産は、不動産ばかりでなく人でもある、という視点である。第一次大戦後から断続的につづいた恐慌のもとで、従来の大店支配＋徒弟制度は崩れつつあった。その際、店の、そして町の人材を育ててゆくという知恵が実を結んでいった。商業学校や自彊会といった教育の場から巣立っていった人びとが、4.1 節の戦災・高度成長の波を越えてゆく原動力になったのは、決して偶然ではない。

そして 4.3 節が示唆する、状況に応じた組織のありようは、震災・恐慌の際の知恵にも先取りされていた。大店支配＋徒弟制度にかわり、自彊会＋商業学校という組織の枠組みが提起されていた。それは地域に軸足を置きながら、つねに有意な知識との交流を図るという発想にほかならない。こうしたおおきな枠組みは、大店支配＋徒弟制度からも一貫している。こうした町の歴史の積み重なりからみると、現在課題なのは、このような大枠にもとづいた組織のあり方を、どのように具体化し、また機能させてゆくかということになる。

店・家族という単位で浮かび上がってきた「変えてゆく意志」は、町という単位で捉えかえしてみると、くりかえし模索され提示されてきたものだということがわかる。そこでの意志あるいは知恵は、次のような 3 つの視点に整理できる。(1)資産のマネジメント(町を育てる)、(2)人材の育成(人を育てる)、(3)状況に応じた組織(育ち育てるための組織)、である。これらの視点にもとづいて、以下の 2 つの章では、来るべき百年にむけた萌芽を取り出し、さらに実を結ぶためのプログラムを示しておく。

5. 来るべき百年への変化の萌芽

小田原銀座ではすでに、第 4 章で分節してきた 3 つの課題に応えるような動きが、少しずつ芽生えてきている。

5.1 町を育てる——空きフロアだから生かす

商店街の再生には、建物や街路などの資産への適切な投資が入り口になっている。全面的な建替えなどの方法より

もまず、空きフロアなどでの業態・ソフトのマネジメントが手がかかりとなる。求心力のあるソフトを戦略的にとりいれることだが、それはたんに集客力のたかいテナントを集めてくる方法にとどまらない。不足しているソフトを補ったり、すでにある集積を生かしたりする方法も、多くの商店街で重要性が認められつつある。

小田原銀座でも、不足しているソフトの補完として「情報プラザ」プロジェクトが、またすでにある集積の活用として「街並み再発見展」プロジェクトが平成 16 年から動き出している。

「情報プラザ」プロジェクトではまず、商店街に不足しているソフトとして、周辺住民のコミュニティ・スペースがあげられた。そこで従来、商店会が自治会から借りていた、自治会館の 1 階スペースを改装、レンタルボックスなどをそなえた休憩所として「情報プラザ」を設置した。この事業には経済産業省等の中心市街地活性化法にもとづく助成が行なわれている。レンタルボックスの運営などは極力、出品者＝周辺住民の有志にまかせ、彼ら自身があらたな「居場所」を見出しつつある。

このプロジェクトでは、商業ベースを期待していないとは言え、そのコンセプトが出資者である商店会の会員に共有されているとはいいがたい。もっと商業ベースにのるように投資すべきだという意見や、「情報プラザ」の運営者たちの顔が見えないという声が絶えない。こうした要求を「口を出すばかりで」と切り捨てることもできるが、商店会という枠組みとの整理が必要である。プロジェクトに賛成する出資者を募ってステップアップを図れば、上のような声には十分対応できる。

一方「街並み再発見展」プロジェクトは、商店街に 5 つある画廊の集積をいかすことを目的にしている。共同で作品展を実施するだけでなく、その作品は小田原銀座をはじめとする、周辺の街並みを題材にしてもらうように、事前にまちあるき会を開催する。小田原は歴史的にも文化サークルの活動がさかんで、新しく移り住んできた人びとにも、「画廊の町・銀座」の存在や、題材としての街並みの重要性を認知させる格好の機会になっている。

このプロジェクトに対しても、商業ベースに乗りにくいとか、画廊が高層階にあってイメージしにくい、画廊そのものが魅力的なスペースでない、などといった意見も寄せられている。こうした課題に応えるには、芸術的な表現にこだわらず、雑貨的な要素をとりこんだ作品のディスプレイ販売を試みる方法もある。

またこれらのプロジェクトの発想をいかして、どういったソフトが本当に不足しているのか、それにはニーズがあるのか、あるいは「集積」という観点にとらわれず、この町の歴史的な経緯からひろくソフトを探し出す、といったプロセスも必要ではないだろうか。

5.2 人を育てる——商業学校と町との再会

資産管理的な発想は手がかりになるとしても、それだけでは十分ではない。吉田家がかつて行なった、町で人を育てながら町の価値を高める方法にも注目すべきである。

その点で興味深いのが、「高校生ショップ」プロジェクトである。吉田の創設した小田原商業学校の後身である、神奈川県立小田原城東高校の課外授業として、閉店したばかりの電器店を借り受け、高校生たちが商品の仕入れ販売を実習している。ディスプレイには県立小田原城北高校（旧工業高校）が、また商品仕入れには県立吉田島農業高校が協力。シャッターアートや、実習品を集めた商品構成など、住民にも好評を博しているほか、同じようなプロジェクトを実践する高校も増えてきた。だが、高校の課外授業という枠があるため、活動時間が限られ商業ベースに乗りにくい、教員も生徒も1年交替で発展性がない、などといった課題が見えてきている。

「高校生ショップ」の高校生たちも参加して、自治会青年部主催のイベント「浴衣 de ナイト」も始まった。空きスペースの価値をたかめるといった目的から、町内の駐車場や交通量の減った南街区の街路を使って、本格的なライブパフォーマンスなどを行なった。商店会や自治会を通じて一般には、通常の集客イベントと住民の懇親イベントとイメージされていたため、現実の集客の少なさ、懇親といいながら若者に限定、といった問題が指摘されている。

だがより根本的には、主導した青年部会長・井上が、集客イベントでも懇親イベントでもなく、「若い世代がこの町で何かおきなことができること」を意図していたのを、周囲に伝えられなかったということにある。もちろん、こうした意図を前面に押し出しては、商店会や自治会の協力は得にくい、ディスコミュニケーションを生むような協力が、はたして今後の展開につながるのだろうかと思われる。井上の趣旨はほかからも十分に出資を受けられるだけのものである、今後は商店会や自治会にこだわらず、企画を進めてゆくべきではないだろうか。

5.3 育ち育てるための組織——エリアと交錯する組織へ

「情報プラザ」や「浴衣 de ナイト」といったプロジェクトから浮かび上がってきているように、従来の組織の枠にとらわれないミッションでありながら、資金の問題などから商店会や自治会の枠で行ってしまうねじれが生じてきている。掲げるミッションにふさわしい責任主体を、エリアを越えて募ってゆく方法が必要とされつつある。

すでに小田原銀座でも、5つの商店会が集まって、主に若手の経営者がプロジェクトを動かす「ほっとファイブタウン」に参加している。そこでは新しい顧客の開拓が目指され、いくつかの興味深いプロジェクトが展開されていた。たとえば、商店のリニューアルをコンペ形式でおこなった「お店をオモシロクするコンペ」や、ビルの空きフロアを

1坪程度に小分けし、女性企業家に貸し出したり（「チャレンジショップ」）、オフィスとして貸し出したりする（「座・オフィス」）事業があった。

しかし現在「ほっとファイブタウン」はほぼ休止状態に陥っている。顧客の開拓が目立った集客に結びついていない、母体の商店会やそれを通じて行政に資金を依存しているので活動がしばらくされるといった意見が出されているが、上のようなプロジェクトの目的は、それぞれの店舗経営への利益ではなく、町の資産の新しいマネジメントから収益を得る点にあったはずだ。その意味でプロジェクトの資金は、商店会や行政に部分的に頼ったとしても、中核は賛同した有志の個人負担で賄うべきだった。

もちろん「チャレンジショップ」や「座・オフィス」も、ビジネスモデルとしては完全ではないが、現在それらの事業が結局、空きビルオーナー（二宮）の裁量に任されている事実を踏まえれば、十分リアリティがある。さらにこうしたデザインやマネジメントを、店主たちだけで担うのにも限界がある。「お店をオモシロクするコンペ」では、コンペ形式でそうした専門性を外部に求めていた。建築専攻の学生やフリーランスのデザイナーの反応も良好だった。

その意味で「ほっとファイブタウン」は、「人を育てながら町の資産を高めてゆく」、吉田による自疆会に近い。プロジェクトが停滞した原因をふまえながら、この「隔世遺伝」をあたらしい組織のもとで再活性化してゆく必要があるのではないかと。

6. “懐かしい未来”にむけた提案——「銀座百年」

以上の検討を踏まえ、主に吉田の遺産をいかしながら、現在の萌芽をのばしてゆく、“懐かしい未来”にむけた提案をいくつか掲げたい。それはこれまでの百年の知恵の蓄積から、これからの百年を切り拓くための提案である。

6.1 桔梗の心～本店ビル再生と街路樹のある街並み

「桔梗屋さんがあんなって銀座の町は変わった」——40年前の当時を知る人たちから、何度も耳にした言葉である。逆に桔梗屋の本店が空きビルから再生することが、この町の再生を象徴することにならないだろうか。

そこでこの百年に桔梗屋・吉田家が示してきたいくつもの知恵を、現在に受け継ぎよみがえらせる、桔梗の心の再生プロジェクトを提案したい。

まず4階建ての本店ビル（桔梗屋ビル）は、ワンフロア約40坪程度あり、「情報プラザ」や「高校生ショップ」など、これまで一定の成果を収めてきたプロジェクトを、機能強化したうえで集約させることができる。

「情報プラザ」については、レンタルボックスとコミュニティという2つのミッションを明確にわけ、レンタルボックスは、空きフロアを効率的に（低投資で一定の収益をあげる）運用するための方法である。現状では設備と広

告をふくめ、その投資さえ行なわれていないので、本来の集客性をあげるために十分な投資を行なう。

これに対してコミュニティ・スペースは、現在のように人びとの「居場所」を提供するのが目的である。その点でいくつか重要なソフトがすでに見出されてきている。ひとつは「街並み再発見展」で手がかりを得たギャラリーである。先に指摘したように、若いフリーランスのアーティストたちがつくりだす、芸術と雑貨の融合した作品の、自由なディスプレイ販売の場を提案する。

もうひとつが「居場所」をストレートに解釈し、幼児や学童、そして高齢者の寄託スペースである。こうしたスペースの運営は、実際に小田原市郊外のショッピングセンターではすでに手がけられてきたが、旧市街でもいくつかの専門事業者が取り組みは始めている。その意味ではもっとも着手しやすいうえ、専門性のたかいソフトについて外部に委託してゆくモデルケースになる。

子どもを商店街の学区に通わせている善場や、引退して郊外に移住しながら町に足しげく通う佐藤など、銀座での暮らしは、このようないくつかの「居場所」によって、現実を支えられている。また郊外から銀座へふたたび住まいを移した藤井の言葉——店のあるところで24時間過ごす——も、「居場所」という観点から捉えなおすことができる。藤井のような述懐は、今回郊外に転居した人たちからも耳にした。そこには仕事に追いまくられるというよりも、「商売に打ち込める」、「同じ仲間がいる」という実感に裏打ちされていた。現在、小田原銀座の界隈では次々とマンションが建設されている。そうした状況を踏まえれば、藤井のような銀座への回帰も、おおきなリアリティをもってきている。

こうしたスタイルをポジティブに受けとめ、できるだけ多くの「居場所」を簇生させてゆくことが、「情報プラザ」プロジェクトの進化形となるのではなかろうか。それはたんに子どもや高齢者だけのものではなく、そこで働き暮らす人たちすべてにとつての「居場所」という意味である。

なお「高校生ショップ」については6.2節で、これらのプロジェクトを担う組織については6.3節で提案する。

そのうえで本店ビルから町へ再生の連鎖をシンボライズするために、自疆会が行なった「プラタナス銀座」プロジェクトを提案したい。

現在、北街区（旧須藤町）の面する国道255号線では、電線類地中化事業が進み、地元と関係機関との折衝が最終段階を迎えつつある。この機会をとらえ、アーケードに置き換えられてしまったプラタナスの森の再生につながる提案を行ないたい。

当時の街路樹は「森と呼んでいい」くらい、夏には涼しげな濃い影を落としていたという。またアーケード化される際にもプラタナスを守れという声が一部につよくあった。それは森の存在によって、商売のステータスも住み心

地も守られていたという意識からだった。こうした記憶は、現在の危機だからこそよみがえらせるべきものだろう。

6.2 インターンシップNPO

「高校生ショップ」にもまた、教育プログラムとフロアマネジメントの2つの目的が混在している。

教育プログラムとしては、インターンシップの導入が、商品管理や労務管理にどういった効果をもたらすのか、わかりやすく提示し、ビジネスモデルとして育てる必要がある。教員に未経験者が多く機能しないならば、教育委員会に適切な人員配置を要求すべきである。OBははじめ地域の店主たちも、有力な教え手だ。彼らにも積極的に協力を呼びかけるのはどうだろうか。

またフロアマネジメントの観点からは、「高校生ショップ」の機能強化が必要である。すでにOBや有志をとりこんでNPO法人化している例がある（高崎市立高崎商業高校）。旧商業高校が人材を輩出しはじめてすでに80年。その人的資源の活用は十分にリアリティがある。OBの活用はショップのマネジメントだけでなく、商品管理やディスプレイにも活用する。目玉となっている「全国高校実習品」のほかに、「小田商OBの社長自慢」など商品や備品の融通を図る。

さらに現在小田原城北高校が手がけているシャッターアートも、ビジネスモデルのひとつになる。小田原銀座のみならず、周辺一体の商店街では、店舗のシャッターだけでなく、空き地の増加で側壁がしばしば露出している。それらを有望なマーケットとして活動している例もある（ロンドン市のグラフィティ・ソリューション社）。NPO法人化によってそうしたプロジェクトの体制づくり、営業の強化なども可能になる。

6.3 仕舞屋からはじまる新しいマネジメント組織

本研究での提案は「人を育てながら町を育てる投資を」と集約できる。「仕舞屋」に象徴される「空き」を、人との結びつきを活かす（＝人を育てる）方法で、町の資産として価値を高めてゆくプランである。すでに明らかにしたように、町へのこだわりは、人それぞれの個人的な思いにつよく左右されている。その意味で自治会や商店会といった、従来の枠組みでは、人と人とを本当に結びつけることができない。もともとミッションも責任の取り方も異なるプロジェクトだからだ。

その意味で町を再生してゆく際には、ミッションと責任の明確な新しい組織をベースにすべきである。

町のデザインやソフトのマネジメントという点では、従来の「商店街振興組合」にも近い（武蔵小山パールロード商店街振興組合など）。「商店街振興組合」は公的融資や免税措置などファイナンスの点でも優遇されており、有志の組織であれば一定の成果が期待できる。

また不動産管理の視点を徹底して追求するならば、商業デザインや不動産マネジメントに精通した専門家や事業者と、出資や委託などといった形式で協働する必要が出てくる。すでに建物（ビル）単位の資産管理においては、周辺の環境との関係を重視する「プロパティ・マネジメント」の発想が導入されつつある。二宮は次のように述懐していた。「適切な投資をすれば、店だけでなく町もかならず伸びてゆく」。単体レベルで浸透しつつある「プロパティ・マネジメント」を町レベルに広げてゆく——こうした発想がすでに、萌芽的に示されていたわけである。

同時に、商業地という観点から自由になることも重要になってきている。これまで商業地の不動産管理では、設備や外装、来客用駐車場など、直接商業に資する点に注意が向けられてきた。だが 6.1 節で触れたような、事業者と消費者双方にとっての、広い意味での「居場所」——生活の場——への配慮が必要になってくる。具体的にいえば、たとえば藤井のような都心回帰にこたえるためにも、住宅や駐車場のストックに注意すべきである。実際、小田原銀座に隣接する東側街区の「旧手代町」や「旧林学」などには、広大な駐車場ストックが眠っている（図 3-1）。

「プロパティ・マネジメント」の導入は、商店街ではたしかに未知の領域ではあるが、取り組むだけの歴史的意義と必然性が、この小田原銀座にはある。

7. 来るべき百年とその広がり

小田原銀座では現在、国道 255 号線の電線類地中化事業の実施を目前に控えている。そこで第 6 章の提案の原案を報告し、町の人たちとの間でフィードバックさせた。この作業には自治会長、商店会長だけでなく、長老から女将さん、若手まで、幅広い参加が得られた。これまでの百年の歴史から、来るべき百年の未来を切り拓くという基本的な視点は、彼らを中心に広く共有されつつある。国道改修事業の地元側協議会でも、本研究の成果を今後取り入れてゆく方向で調整が進められている。

ふたたび視野を広げてみると、今日、危機に直面している近隣商店街の多くも、その地域の商業・工業の中心として、百年以上の歩みを重ねてきていることに気づかされる。その歴史は、繁栄から衰退へと、一方向的にむかうものでは決してなかったであろう。小田原銀座で取り出された、昭和恐慌や太平洋戦争、そして高度成長、バブルという転換点は、日本のほとんどすべての地域が共有する経験にだけからである。

そうした数多くの岐路をどう乗り越えてきたのか——家族と店だけでなく、町としての生活史には、その記憶が刻み込まれている。そうした知恵と意志の蓄積を掘り起こすことによって、それぞれの町に固有の未来がはじめて見通されてくるのではないだろうか。同時に、高度成長以前の記憶が、加速度的に薄れてゆきつつある現在、こうした

作業は不可欠で、また喫緊のものとなっている。

その意味で、本研究がとった生活史の収集と分析という方法は、あえて言えば、それ自体が町の再生にむけたプロセスのひとつにほかならない。実際に小田原銀座でも、生活史に光を当て、耳を傾け、書き残し、人に伝える、といった一連の作業を通じて、世代や出自をはじめ、町の人びとに知らずしらず走っていた断層が、少しずつ埋められていったのが実感された。こうした感覚が、ひとりでも多くの関係者に共有されてゆくことこそが、町の再生にむけた第一段階になってゆくであろう。町の危機は社会の構造変容のあらわれであるが、その再生には構造的な一般解はありえない。本研究の実践的な方法は、そうした困難を乗り越えるひとつの試みである。

謝辞 本研究では小田原銀座のみなさんに一方ならぬご協力をいただいた。末尾ながら記して心より感謝したい。

<注>

- 1) 以下 6 時点の統計資料を用いた。①1949 年東京都商業統計調査結果表、②1960 年商業統計表、③1970 年同前、④1979 年同前、⑤1988 年同前、⑥1999 年事業所・企業統計調査報告。なお、ここでいう「商店」とは、「卸売業」、「小売業」、「飲食店」からなり、商業用途のうちビジネス用途を除いたものが該当する。
- 2) 都心 8 区とは、千代田、中央、港、新宿、文京、台東、渋谷、豊島の各区を指す。
- 3) 小売業内の産業小分類にしたがい、各種商品小売業（＝百貨店などの大型店）、織物・衣服・身の回り品小売業（＝衣料品）、飲料品小売業（＝食料品）のデータを抽出して比較した。
- 4) 全国商店街振興組合連合会編『全国商店街名鑑』の 1980 年と 2001 年版に依拠した。

<参考文献>

- 1) 日本建築学会：中心市街地活性化とまちづくり会社、丸善、2005.9
- 2) 新たな都市空間需要検討会執筆チーム：地方都市再生のための中心市街地活性化導入機能・施設事典、学芸出版社、2004.2
- 3) 小川雅人・福田敦・毒島龍一：現代の商店街活性化戦略、創風社、2004.1
- 4) 内田哲夫・岩崎宗純：小田原地方商工業史、ぎょうせい、1989.1
- 5) 小田原商工会議所：小田原商工会議所 50 周年記念誌、小田原商工会議所、1991.1
- 6) 金原左門・宮坂博邦・森武鷹：小田原市史通史編 近現代、小田原市、2001.3
- 7) 渋谷隆一：都道府県別資産家地主総覧 神奈川編、日本図書センター、1988.11
- 8) 府川角蔵：小田原廻り、小田原新聞社、1948.6
- 9) 太田康平：小田原地方人物評論集、湘南新報社、1954.6
- 10) 小島武四郎：銀座通り五十年を忍ぶ——旧店舗並変遷、私家版、1967.8

<研究協力者>

安藤義和 東京大学大学院博士課程