

[概要]

近年、全国各地で商店街の空洞化が問題となっている。その中で一部の商業集積は再生の兆しが見られる。本稿の研究対象である新潟県新潟市の上古町商店街もその一つである。本研究では、近年新規出店が相次ぐ新潟県新潟市の上古町商店街を事例に、同商店街の空間の変容を文献調査と聞き取り調査を通じて明らかにした。その結果、2006年以前に出店した旧店主は上古町商店街振興組合の設立とアーケードの改築及び街路整備に関する話し合いに参加したことで、同商店街に対する愛着が形成されていた。一方、2007年以降に出店した新店主は振興組合や商店街主催のイベントに積極的に参加していたEを除いて、上古町商店街という場所に対する愛着が形成されなかった。新店主が同商店街に対して愛着を抱くためには、旧店主との交流を通し、「場所に固有かつ豊かで深みのある場所経験」をすることが必要である。また、上古町商店街振興組合の設立とアーケードの改築及び街路整備によって、上古町商店街の記号化がしやすくなりメディアで取扱いやすくなったことが明らかになった。商店主に愛着を抱かせるためには、積極的に上古町商店街に関わる経験をさせることが必要であるが、同商店街の中には振興組合のやり方に対して反対意見を持っている人もいる。今後は、そのような人の意見を反映させることができるように、様々な意見を持つ商店主を振興組合の理事に選出させられるような仕組みを整えていくことが必要である。