

# コロナ禍は商店街にいかなる影響を与えたか

## — 緊急事態宣言期における神戸元町商店街実態調査より —

Impact of the COVID-19 on the Shopping Street in Japan

— Survey Analysis at ‘Motomachi Shopping Street’ in

Kobe during Declaration of Emergency —

長坂 泰之\*、新 雅史\*

Yasuyuki Nagasaka, Masafumi Arata

本稿は、新型コロナウイルスによる緊急事態宣言が発出された際、商店街にどういった影響が及んだかを検討したものである。具体的には、神戸元町商店街連合会を対象に、①観察調査にもとづく休業・時短営業調査、②調査票調査にもとづく新型コロナウイルスの影響調査、の2つの調査を行い、立地エリア、経営形態、業種といったコロナ禍以前の商業環境が、休業・時短営業、売上、客数、事業継続にいかに関連しているかを明らかにした。

キーワード：商店街、新型コロナウイルス感染症、神戸元町商店街

### I. 問題関心

2019年12月に、中華人民共和国武漢市で初めて検出された新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナウイルス）は、確実な治療法が見えないなかで世界的に伝播していき、2020年3月からは日本でも急速なひろがりを見せた。新型コロナウイルスに罹ると、感染前に健康であっても重篤になる可能性があり、また自覚症状が出ないままウイルスを拡散させる恐れがあった。こうした情報のなかで人びとの不安は極度なまでに高まり、対面でのコミュニケーションを避けるようになった。行政も、感染爆発を抑え込むため、対面的コミュニケーションを前提とした業種に対して、休業や時短営業の要請を行った。具体的には、小売・サービス業、観光業、飲食業、教育サービス業、エンターテインメント業などである。かくして、これらの業種が集積する商店街は、大きな打撃を受けた。

とはいえ、コロナ禍の影響は、商店街によって多様な現れ方をしている。たとえば、東京の銀座や大阪の心斎橋といった商店街では、「8割減少」という政府目標にむけて人出がいかに減少したかが、スマートフォンの位置情報データを用いて、克明に報じられた<sup>1)</sup>。一方、東京では戸越

銀座商店街や巣鴨地藏通り商店街、あるいは神戸では東山商店街などにおいて、コロナ以前と変わらぬほどの人出があったと報道がなされた<sup>2)</sup>。

コロナ禍は、すべての商店街に打撃を与えたのは間違いない。ただ、それに加えて、生活に密着した商店街であるかどうかの差異を顕わにしたと思われる。緊急事態宣言を担保する条文には「……生活の維持に必要な場合を除きみだりに当該者の居宅またはこれに相当する場所から外出しないこと……」（新型インフルエンザ等対策特別措置法第45条1、傍点は引用者）とある。コロナ禍は、多くの営みを「不要不急」という観点からふるいにかけていき、そのプロセスのなかで各商店街の状況に無視できぬ差異を表出させたように思われる。

ただここで問題となるのは、上記条文における「生活の維持に必要な」という表現にあてはまる商店街が何か、である。銀座や心斎橋といった超広域型商店街、あるいは那覇の国際通りといったインバウンド比重の高い商店街が苦境に陥ったのは、理の当然である。しかしながら、先に示した戸越銀座商店街などの都心部に近接した商店街、あるいは「広域型」に分類される東京立川や吉祥寺の商店街において、多くの人出があったことをいかに解釈すればよいのか<sup>3)</sup>。コロナ禍が商店街に及ぼした現象を理解するには、「超広域型」「広域型」「地域型」「近隣型」といった既存の類型だけに頼ることは難しい。そこで求められるのは、コロナ禍以前に生じていた都心回帰やインバウンドの増加といった社会変動を踏まえつつ、具体的に事例を検討することではないか。

また、コロナ禍は、商店街内部における差異も浮き彫りにした。ほとんどの業種で甚大な影響があり、いくつかの業種では「三密」や「不急不要」という観点から休業や営業時間の短縮を余儀なくされた。しかし、在宅生活が増加したことによる消費増が観察された業種もある。たとえば、そのひとつが生鮮食品を中心的に取り扱う業種でのポジティブな影響である<sup>4)</sup>。こうしたことを踏まえると、商店街ごとの影響に加えて、業種ごとの影響について検討する必要がある。

経営形態による違いも考慮しなければならない。緊急事態宣言という対面的コミュニケーションが忌避された時に、チェーン店舗とそれ以外で、店舗経営のあり方に違いはあったのか。

以上の関心に基づいて、新型コロナウイルスによる緊急事態宣言期（2020年4月7日発出、同年5月25日終了）において、商店街に所属する個店がいかなる経営的／経済的影響を受けたか、またそこに立地、業種、経営形態による何らかの傾向が観察されたのかについて調査を行った。次章は調査対象および調査内容について説明する。

## II. 調査対象および調査内容について

### 1. 調査対象について

調査対象としたエリアは、神戸元町商店街である。江戸時代にはすでに220軒を連ね、神戸開港でさらに発展した140年以上の歴史を有する商店街である。大丸神戸店の西向かいからアーケードが伸びて、阪神・西元町駅まで約1.2キロの長さがある。老舗・高級店が多く構えていて、広域

から消費者を集めている。商店街組織は、一番街商店街、三丁目商店街、4丁目商店街、5丁目商店街、6丁目商店街の5つの振興組合があり、それを束ねる形で神戸元町商店街連合会有る。

以上からわかるように、元町商店街には広域型商店街の特徴があるが、神戸元町商店街連合会の事務局長へのヒアリングによると、コロナ禍以前から東西エリアで商店街としての特徴に違いが生じているという<sup>5)</sup>。表1は、5つの商店街の業種構成を整理したものである。これを東エリア（一番街商店街、三丁目商店街）と西エリア（4丁目商店街、5丁目商店街、6丁目商店街）に分けると、東エリアは物販(66.9%)と飲食(31.3%)が中心であるのに対して、西エリアは物販(55.5%)とサービス(23.8%)が中心である。具体的には、西エリアには整体・整骨・マッサージ店が目立っていて、それ以外に、保育所、子育て支援センター、まちづくり拠点といった地域住民の集う場がある。また、西エリア周辺では、高層マンションの新規開発が続き、人口が急増している<sup>6)</sup>。元町エリア全体（とりわけ東エリア）を考えれば、広域型の性格を帯びているのは確かだが、西エリア単独で見ると「広域型」と分類しづらい状況になりつつある。

表 1. 元町商店街の業種構成（非組合員は除く）

	最寄品中心 の物販業	それ以外の 物販業	飲食業	サービス業	その他	合計
一番街	5	54	20	2	2	83
	6.0%	65.1%	24.1%	2.4%	2.4%	100%
三丁目	5	35	6	4	0	50
	10.0%	70.0%	12.0%	8.0%	0.0%	100%
4丁目	4	20	1	6	6	37
	10.8%	54.1%	2.7%	16.2%	16.2%	100%
5丁目	6	30	14	15	3	68
	8.8%	44.1%	20.6%	22.1%	4.4%	100%
6丁目	5	26	6	18	4	59
	8.5%	44.1%	10.2%	30.5%	6.8%	100%
合計	25	165	47	45	15	297
	8.4%	55.6%	15.8%	15.2%	5.1%	100%

以上の元町商店街に生じていた変化は、コロナ禍の影響を考えるうえでの重要な前提情報であるだろう。そこで後段の分析においては、元町商店街を東エリアと西エリアに分けたうえで、コロナ禍の影響を検討していく。

## 2. 調査内容について

本研究は、神戸元町商店街連合会の協力のもと、以下2つの調査を行った。

第1に、休業・時短調査である。実施時期は、2020年4月9日、11日、14日、17日の4日間である。調査手法は、調査員が各店舗を踏査して営業状況を記録した。休業・時間短縮の詳細な情報は、店舗に貼り紙で記されていたため、それを記録した。対象店舗数は297（非組合店舗は除く）である。なお、本調査では、経営形態（チェーン店か否か）と経営規模については把握でき

ていない。そのため、東西エリアでの比較、および業種別の分析を行った（第三章）。

第2に、調査票調査である。4月10日から4月20日の期日において、インターネット（「Google Form」を利用）および留置法によって調査票調査を行った。母集団の店舗数は297であるが、休業・時短調査によれば調査開始前の4月9日段階で36店舗が休業であった。よって、調査可能店舗は261であった。回収数は133であり、調査対象店舗をもとにした回収率は50.1%であった。調査項目は、業種、経営形態（独立店かチェーンか）、店舗所有形態（自己所有か賃貸か）、前年度との売上比較、前年度との客数比較、コロナ禍が継続した場合の事業継続意識について、新規の借り入れの有無、取引先や金融機関に対する支払い猶予依頼の有無、雇用対策の有無とその内容、コロナ禍に対して求める支援策、コロナ禍に対して商店街が取り組むべきこと（自由回答）、コロナ禍に対して個店で取り組むべきこと（自由回答）、コロナ禍の終息後に商店街が取り組むべきこと（自由回答）である。

本稿の目的は、以上2つの調査データを用いて、コロナ以前の商店街や個店のあり方がコロナ禍の影響にいかなる差異を生んだかという点を検討することにある。以上の目的に従って、第三章にて休業・時短営業の実態を東西エリアと業種別に分析を行い、つづく第四章では、コロナ禍の影響を、①前年度との売上比較、②前年度との客数比較、および③コロナ禍が継続した場合の事業継続の3つの変数に絞ったうえで、それらが以下の変数（東西エリア、業種、経営形態）と関連しているかについて分析する。第V章にて本稿のまとめを行う。

### Ⅲ. 緊急事態宣言期における元町商店街の休業・時短営業の推移

#### 1. 元町商店街全体の休業・時短営業について

前節で示したように、2020年4月9日、11日、14日、17日の4日間、観察調査にて、休業・時短営業の状況を調べた。

まず、元町商店街全体について整理する。表2から分かるように、4月9日から日を追うごとに休業店舗（12.1%→26.3%）が増え、また時短店舗（4.0%→19.5%）が大きく増加していることがわかる。一方、通常営業店舗は大幅に減少（83.8%→54.2%）している。

表2. 元町商店街の営業状況の変遷

（単位：店）

	休業	時間短縮	通常営業	合計
2020/4/9	36	12	249	297
	12.1%	4.0%	83.8%	100%
2020/4/11	53	24	220	297
	17.8%	8.1%	74.1%	100%
2020/4/14	62	52	183	297
	20.9%	17.5%	61.6%	100%
2020/4/17	78	58	161	297
	26.3%	19.5%	54.2%	100%

## 2. 東西エリアの休業・時短営業について

次に、東エリアと西エリアに分けて、営業状況の変遷について整理を行った。表3と表4は、東エリアと西エリアの営業状況である。

東エリアと西エリアの休業比率は、4月9日段階でそれぞれ16.5%、8.5%であったが、4月17日段階で東エリア37.6%、西エリア17.1%と、両エリアとも急増していることがわかる。

時短営業比率は、4月9日段階で東エリア1.5%、西エリア6.1%であり、西エリアのほうが東エリアよりも比率が高かった。しかし、4月17日段階では、東エリア29.3%、西エリア11.6%と、東エリアの時短営業比率が西エリアを大きく上回る結果となった。

表3. 元町商店街東エリアの営業状況の変遷 (単位：店)

	休業	時間短縮	通常営業	合計
2020/4/9	22	2	109	133
	16.5%	1.5%	82.0%	100%
2020/4/11	37	12	84	133
	27.8%	9.0%	63.2%	100%
2020/4/14	42	38	53	133
	31.6%	28.6%	39.8%	100%
2020/4/17	50	39	44	133
	37.6%	29.3%	33.1%	100%

表4. 元町商店街西エリアの営業状況の変遷 (単位：店)

	休業	時間短縮	通常営業	合計
2020/4/9	14	10	140	164
	8.5%	6.1%	85.4%	100%
2020/4/11	16	12	136	164
	9.8%	7.3%	82.9%	100%
2020/4/14	20	14	130	164
	12.2%	8.5%	79.3%	100%
2020/4/17	28	19	117	164
	17.1%	11.6%	71.3%	100%

## 3. 業種ごとの休業・時短営業について

次に業種別の営業状況を考察する。まずは表5から元町商店街全体の業種別の営業状況を確認する。休業割合が最も高い業種は「それ（最寄品）以外の物販業」で33.9%である。時短営業比率が最も高い業種は「飲食業」で38.3%である。一方、通常営業の割合が高いのは「生鮮品など最寄品中心の物販業」で8割を超えている（84.0%）。またサービス業も通常営業の割合が73.3%と高い。

表 5. 元町商店街・業種別の営業状況の変遷 (単位：店)

	休業	時間短縮	通常営業	合計
最寄品中心の物販業	2	2	21	25
	8.0%	8.0%	84.0%	100%
それ以外の物販業	56	34	75	165
	33.9%	20.6%	45.5%	100%
飲食業	11	18	18	47
	23.4%	38.3%	38.3%	100%
サービス業	8	4	33	45
	17.8%	8.9%	73.3%	100%
その他	1	0	14	15
	6.7%	0.0%	93.3%	100%
合計	78	58	161	297
	26.3%	19.5%	54.2%	100%

次に表 6 と表 7 から、東西エリアごとに業種別の営業状況を検討する。東エリアは、元町全体と比較したとき、物販業と飲食業の休業比率が高い。時短営業は、元町全体と比較したとき、物販業・飲食業・サービス業の比率が高い。一方西エリアでは、元町全体と比較したとき、サービス業・その他の休業比率が高い。時短営業比率は、元町全体のすべてを下回っている。

表 6. 元町商店街（東エリア）業種別の営業状況の変遷 (単位：店)

	休業	時間短縮	通常営業	合計
最寄品中心の物販業	1	2	7	10
	10.0%	20.0%	70.0%	100%
それ以外の物販業	38	25	26	89
	42.7%	28.1%	29.2%	100%
飲食業	10	11	5	26
	38.5%	42.3%	19.2%	100%
サービス業	1	1	4	6
	16.7%	16.7%	66.7%	100%
その他	0	0	2	2
	0.0%	0.0%	100.0%	100%
合計	50	39	44	133
	37.6%	29.3%	33.1%	100%

表 7. 元町商店街（西エリア）業種別の営業状況の変遷 (単位：店)

	休業	時間短縮	通常営業	合計
最寄品中心の物販業	1	0	14	15
	6.7%	0.0%	93.3%	100%
それ以外の物販業	18	9	49	76
	23.7%	11.8%	64.5%	100%
飲食業	1	7	13	21
	4.8%	33.3%	61.9%	100%

サービス業	7	3	29	39
	17.9%	7.7%	74.4%	100%
その他	1	0	12	13
	7.7%	0.0%	92.3%	100%
合計	28	19	117	164
	17.1%	11.6%	71.3%	100%

#### 4. 小括

元町商店街全体では、4月9日から17日までの9日間で、休業店舗が36店舗から78店舗と2倍以上、時間短縮店舗は、12店舗から58店舗と約5倍になり、緊急事態宣言が発出された後に休業・時間短縮を判断した店舗が多いことがわかる。

エリア別にみると、東エリアでは4月9日から17日までの9日間で、休業店舗が22店舗から50店舗と2倍以上、時間短縮店舗は、2店舗から39店舗と大幅に増加している。一方、西エリアでは4月9日から17日までの9日間で、休業店舗が14店舗から28店舗と2倍、時間短縮店舗は、10店舗から19店舗と2倍弱で、新型コロナウイルスや緊急事態宣言の影響が顕著であったものの、東エリアと比較すると、時間短縮の店舗が少ない。

次に、業種の営業状況について、調査最終日の4月17日と比較すると、元町商店街全体では、休業の割合がもっとも高い業種は「最寄品以外の物販業」で、165店のうち56店で約1/3の店舗が休業している。時間短縮の割合がもっとも高い業種は「飲食業」で、47店舗中18店舗で4割近くが休業している。

通常営業の割合がもっとも高い業種は「最寄品中心の物販業」で、25店舗のうち21店舗で8割を超える店が営業している。このように、最寄品については多くが通常営業であったが、「不要不急」の最寄品以外の物販業については休業する割合が高かった。飲食店は、時短短縮で営業を継続する店舗割合が最も高かった。なお、サービス業も最寄品と同様に通常営業の割合が高かった。

エリア別に比較してみると、東エリアでは「飲食店」の休業が38.5%に対して、西エリアは4.8%であった。全体的にはどの業種も（その他の業種を除く）西エリアよりも東エリアのほうが休業する割合が高かった。チェーン店の多寡も影響した可能性がある。

以上から、生活必需品等の最寄品中心の物販業やサービス業については多くが通常営業を続けていたが、不要不急の最寄品以外の物販業については休業する割合が高かったことが明らかになった。また、飲食店は、時短短縮で営業を継続しようとする割合が最も高かったが、エリア別で見ると東エリアでは飲食店の休業の割合が西エリアを大きく上回った。

## IV. コロナ禍における売上減・客数減・事業継続は何に規定されているか

### 1. 本章の問題関心

前章では、休業・時短営業について分析を行い、東西エリアと業種によって生じる傾向につい

て検討した。本章では、調査票調査のデータを用いて、コロナ禍における営業状況および事業継続が、東西エリア、業種、経営形態、店舗の所有形態といった変数といかに関連しているかを検討する。

## 2. 使用する変数について

調査票調査は、15問で構成されている。そのうち、以下の測定尺度を用いて分析を行う。

まず、事業者が新型コロナウイルスで受けた影響を測る変数として、「売上減」「客数減」「事業継続」の3つを用いた。売上減は、「2020年3月の売上は、前年の同じ月（2019年3月）と比べて、どの程度でしたか」という質問に対して、「1、8割以上の減少 2、6～8割未満の減少 3、4～6割未満の減少 4、2～4割未満の減少 5、2割未満の減少 6、変化なし、または増加」という6段階で回答する形式を採用した。客数減は、上記設問にある「売上」を「客数」に置き換える形式にした。事業継続は、「もし新型コロナウイルスの影響による現在の売上水準が続くとすると、あなたのお店の経営はいつまで継続できますか」という質問に対して、「1、1ヶ月未満 2、2ヶ月未満 3、3～6ヶ月未満 4、6ヶ月～1年未満 5、1年以上継続できる」という5段階で回答する形式を採用した。

一方、上記の測定変数を説明する独立変数として、第I章の問題関心にもとづき、以下の3つを採用した。すなわち、東西エリア（東＝一番街商店街、三丁目商店街 西＝4丁目商店街、5丁目商店街、6丁目商店街）、業種（物販業、飲食店、サービス業の3分）、経営形態（独立店とそれ以外）である。なお、事業継続については家賃コストがきわめて大きい。そのため、店舗の所有形態（自己所有とそれ以外に分けてダミー変数化）との関連性についても検討した。なお、分析にあたっては、Stata/SE 16.1を用いた。

## 3. 従属変数の単純集計

変数間の関係を見る前に、従属変数について概観する。

### a. 売上減について

まずは売上減である。表8のとおり、4割以上売上が下がったと答えた店舗が、全体の60%を占めた。

表8. 売上減について (単位：店)

	店舗数	パーセント
8割以上の減少	16	12.3%
6～8割未満の減少	23	17.7%
4～6割未満の減少	39	30.0%
2～4割未満の減少	33	25.4%
2割未満の減少	8	6.2%
変化なし、または増加	11	8.5%
合計	130	100%



b. 客数減について

次に客数減である。表9のとおり4割以上客数が下がったと答えた店舗が、全体の69.4%を占めた。

表9. 客数の増減について (単位：店)

【客数】	店舗数	パーセント
8割以上の減少	21	16.0%
6～8割未満の減少	29	22.1%
4～6割未満の減少	41	31.3%
2～4割未満の減少	26	19.9%
2割未満の減少	6	4.6%
変化なし、または増加	8	6.1%
合計	131	100%

c. 事業継続について

つづいて事業継続である。新型コロナウイルスによる現在の売上水準が続いた場合、どの程度の期間まで事業継続ができるか、である。「1ヶ月未満」と答えた店舗は、全体の2.4%にとどまったが、「2ヶ月未満」は12.0%、「3～6ヶ月未満」は49.6%であった。つまり、調査時点における売上水準が続いた場合、半年未満で経営が困難になると答えた店舗が、全体の64.0%と約2/3にのぼっている(表10)。

表10. 事業継続について (単位：店)

【事業継続】	店舗数	パーセント
1ヶ月未満	3	2.4%
2ヶ月未満	15	12.0%
3～6ヶ月未満	62	49.6%
6ヶ月～1年未満	21	16.8%
1年以上継続できる	24	19.2%
計	125	100%

4. クロス表による分析(売上減)

a. 東西エリアと売上減

元町商店街を東西エリアに分割し、売上減とのクロス表を作成した。なお、売上減については、分布にばらつきがあるため、「4割以上の減少」「4割未満の減少」という2値にした。その結果、売上減と東西エリアには関連性が観察され( $p=0.02$ )、元町西エリアのほうが売上への影響が少なかった<sup>7)</sup>(表11)。

表 11. 東西エリアと売上減 (単位：店)

	4割以上	4割未満	計
元町東エリア	34	12	46
	73.9%	26.1%	100%
元町西エリア	44	40	84
	52.4%	47.6%	100%
計	78	52	130
	60.0%	40.0%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p < .05$ )

#### b. 業種と売上減

次に業種と売上減とのクロス表を作成した。業種は、「生鮮品など最寄品中心の物販業」が5店の回答だったため、「それ以外の物販業」とまとめたうえで「物販業」とした。また「その他」は「サービス業」にまとめた。その結果、サービス業の売上減が66.7%と目立つものの、ピアソンの $\chi^2$ 乗値にもとづくp値は0.88であるため、両変数のあいだには関連性がなかった(表12)。

表 12. 業種と売上減 (単位：店)

	4割以上	4割未満	計
物販	54	33	87
	62.1%	37.9%	100%
飲食	10	7	17
	58.8%	41.2%	100%
サービス	14	7	21
	66.7%	33.3%	100%
計	78	47	125
	62.4%	37.6%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p > .1$ )

#### c. 経営形態と売上減

次に経営形態と売上減とのクロス表を作成した。経営形態は、本章2節で示したように、「独立店」とチェーン店などが含まれている「それ以外」の2値とした。その結果、「独立店」に比べて「その他」のほうが売上減となっているが、ピアソンの $\chi^2$ 乗値にもとづくp値は0.73であるため、両変数のあいだには関連性がなかった(表13)。

表 13. 経営形態と売上減 (単位：店)

	4割以上	4割未満	計
独立店	16	12	28
	57.1%	42.9%	100%
それ以外	62	40	102

	60.8%	39.2%	100%
計	78	52	130
	60.0%	40.0%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p > .1$ )

5. クロス表による分析 (客数減)

a. 東西エリアと客数減

つづいて客数減について検討する。東西エリアと客数減のクロス表を作成した。客数減も、分布にばらつきがあるため、「4割以上の減少」「4割未満の減少」という2値にした。その結果、客数減と東西エリアには売上と同等の関連性が観察され ( $p=0.02$ )、元町西エリアのほうが客数減の影響を受けていないことがわかった (表 14)。

表 14. 東西エリアと客数減 (単位: 店)

	4割以上	4割未満	計
元町東エリア	38	8	46
	82.6%	17.4%	100%
元町西エリア	53	32	85
	62.4%	37.7%	100%
計	91	40	131
	69.5%	30.5%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p < .05$ )

b. 業種と客数減

次に業種と客数減とのクロス表を作成した。その結果、物販の客数減が 74.7%であり、売上以上に客数の減少が目立っている。ただ、ピアソンの $\chi^2$ 乗値にもとづく p 値は 0.50 であるため、両変数のあいだの関連性には慎重な判断が求められる (表 15)。

表 15. 業種と客数減 (単位: 店)

	4割以上	4割未満	計
物販	65	22	87
	74.7%	25.3%	100%
飲食	11	7	18
	61.1%	38.9%	100%
サービス	15	6	21
	71.4%	28.6%	100%
計	91	35	126
	72.2%	27.8%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p > .1$ )

## c. 経営形態と客数減

次に経営形態と客数減とのクロス表を作成した。その結果、これら2変数とのあいだに、関連性がないことがわかった（表16）。

表 16. 経営形態と客数減 (単位：店)

	4割以上	4割未満	計
独立店	21	9	30
	70.0%	30.0%	100%
それ以外	70	31	101
	69.3%	30.7%	100%
計	91	40	131
	69.5%	30.5%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p > .1$ )

## 6. クロス表による分析（事業継続）

## a. 東西エリアと事業継続

つづいて事業継続（新型コロナウイルスによる現在の売上水準が続いた場合、どの程度の期間まで事業継続ができるか）について検討する。事業継続についても、分布にばらつきがあるため、「6ヶ月未満」「6ヶ月以上」という2値にして、東西エリアとの関連性を検討した。その結果、「6ヶ月未満」と答えた店舗割合が、元町東エリアで71.4%、元町西エリアで60.2%であり、10ポイントの差があった。ただし、ピアソンの $\chi^2$ 乗値にもとづくp値は0.22であった（表17）。

表 17. 東西エリアと事業継続 (単位：店)

	6ヶ月未満	6ヶ月以上	計
元町東エリア	30	12	42
	71.4%	28.6%	100%
元町西エリア	50	33	83
	60.2%	39.8%	100%
計	80	45	125
	64.0%	36.0%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p > .1$ )

## b. 業種と事業継続

次に業種と事業継続とのクロス表を作成した。その結果、飲食業については「6ヶ月未満」と答えた割合が88.2%と極めて高いのに対して、物販業については56.6%と大きく差が生じた。また、ピアソンの $\chi^2$ 乗値にもとづくp値は5%未満 ( $p=0.33$ ) であり、両変数のあいだの関連性が認められる（表18）。

表 18. 業種と事業継続 (単位：店)

	6ヶ月未満	6ヶ月以上	計
物販	47	36	83
	56.6%	43.4%	100%
飲食	15	2	17
	88.2%	11.8%	100%
サービス	15	6	21
	71.4%	28.6%	100%
計	77	44	121
	63.6%	36.4%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p < .05$ )

c. 経営形態と事業継続

次に経営形態と事業継続とのクロス表を作成した。その結果、「6ヶ月未満」の割合が低いのは独立店であり、それ以外のほうが事業継続に困難を抱えていることがわかる。ただし、ピアソンの $\chi^2$ 乗値にもとづくp値は0.35であり、両変数のあいだの関連性には慎重な判断が求められる(表19)。

表 19. 経営形態と事業継続 (単位：店)

	6ヶ月未満	6ヶ月以上	計
独立店	14	11	25
	56.0%	44.0%	100%
それ以外	66	34	100
	66.0%	34.0%	100%
計	80	45	125
	64.0%	36.0%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p > .1$ )

d. 店舗の所有形態と事業継続

最後に、店舗の所有形態(自己所有か賃貸か)と事業継続とのクロス表である。その結果、自己所有と賃貸とのあいだに約26ポイントの差があり、賃貸のほうが事業継続に困難を抱えていることがわかる。また、ピアソンの $\chi^2$ 乗値にもとづくp値は5%未満( $p=0.003$ )であり、両変数のあいだの関連性が認められる(表20)。

表 20. 店舗の所有形態と事業継続 (単位：店)

	6ヶ月未満	6ヶ月以上	計
賃貸	55	19	74
	74.3%	25.7%	100%
自己所有	24	26	50
	48.0%	52.0%	100%
計	79	45	124
	63.7%	36.3%	100%

(ピアソンの $\chi^2$ 乗  $p < .05$ )

## 7. クロス表分析のまとめ

以上のクロス表の分析について、あらためて表にまとめてみた(表 21)。売上減と客数減は東西エリアのみ関連性があり、事業継続については業種と自己所有について関連性があることが推察される。「売上減」と「客数減」は東西エリアが強く相関しているが、複数の因子が働いている「事業継続」についてはより詳細に検討することが必要である。そのため、「事業継続」を従属変数にし、既述の各独立変数を投入したロジスティック回帰分析を行い、それぞれに作用している因子の異同を分析した。

表 21. クロス集計の分析結果

(p 値が 5%未満の場合に \* を付した。— は分析していないことを示している)

	売上減	客数減	事業継続
東西エリア	*	*	
業種			*
経営形態			
自己所有	—	—	*

## 8. 事業継続に関するロジスティック回帰分析

前節で示したように、事業継続(「6ヶ月未満」=0、「6ヶ月以上」=1)を従属変数に設定したうえで、東西エリア(「東エリア」=0、「西エリア」=1)・経営形態(「独立店以外」=0、「独立店」=1)・所有形態(「賃貸」=0、「自己所有」=1)・業種(サービス業を基礎として「物販」と「飲食」をダミー化)をそれぞれ独立変数として、ロジスティック回帰分析を行った。その結果、以下のような結果が得られた(表 22)。

分析結果からは、東エリアよりも西エリアが、独立店よりも独立店以外(チェーンその他)が、賃貸よりも自己所有が、飲食業よりもサービス業が、事業継続にポジティブな影響を与えていることが分かる。そのなかで影響が強いのが、自己所有と東西エリアであった。

表 22. 事業継続を従属変数にしたロジスティック回帰分析

	係数		限定効果	標準誤差
西エリア	0.935	**	0.091	0.473
独立店	-1.061	*	0.133	0.555
自己所有	1.356	***	0.101	0.465
飲食ダミー	-1.573	*	0.108	0.925
物販ダミー	0.446		0.121	0.576
定数	-1.091			0.718
サンプル数	124			
対数尤度	-69.975			
LR chi2(5)	22.51			
Prob > chi2	0.0004			
疑似決定係数	0.1385			

\*\*\*、\*\*、\*はそれぞれ 1%、5%、10%水準で統計的に有意であることを表す。

## V. おわりに

以上、Ⅲ章とⅣ章の分析から明らかになったことをまとめる。まず休業・時短調査で明らかになったのは、大きく3点である。

1点目の時系列(4日間)の推移では、4月9日から17日までの9日間で、休業店舗が36店舗から78店舗と2倍以上、時間短縮店舗は、12店舗から58店舗と約5倍になり、緊急事態宣言の影響が顕著で、この期間に経営者の多くが休業や時間短縮の判断に迫られたといえる。

2点目のエリア別では、東エリアにおいて緊急事態宣言の影響が顕著であることがわかった。

最後に、業種別の営業状況は、調査最終日において休業の割合が最も高い業種は「最寄品以外の物販業」で約1/3が休業であった。時間短縮の割合が最も高い業種は「飲食業」で4割近くに上っており、「日銭商売」とされる飲食業は時間短縮をしても営業を継続するという意識が強かったと推測される。一方で通常営業の割合が最も高い業種は「生鮮品など最寄品中心の物販業」で8割を超える店が営業しており、この時期に消費者から必要とされた証左であるだろう。「サービス業」も最寄品とおなじく通常営業の割合が高かった。

Ⅳ章で明らかになったことは以下の2点である。

第1に、売上減少と客数の減少は、東西エリアが大きく影響しており、西エリアのほうが相対的に影響が弱いことがわかった。

第2に、コロナ禍が続いた際に比較的事業が継続できるのは、東エリアよりも西エリアの店舗、独立店よりも独立店以外の店舗（チェーンその他）、賃貸よりも自己所有の店舗、飲食業よりもサービス業の店舗、であった。とりわけ強く影響を及ぼしているのは、東西エリアと自己所有／賃貸であった。

以上の結果は、専門店・高級店が集積している東エリアに比して、住民生活に近い西エリアのほうがコロナ禍のダメージが弱かったと解釈できよう。2020年6月に発表された経済産業省『地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方検討会』中間とりまとめによれば、今後の商店街の類型として、従来の商業機能中心で生き残ることができる「単独型」、商業機能以外の多様な住民ニーズを積極的に取り込む「複合型」、過疎地などで近隣住民から集客する代わりに広域で連携しつつ商業機能を果たす「転換型」が示された<sup>8)</sup>。変化しつつある商店街をはたして以上の3類型によって把握しうるかという論点は稿を改める必要があるが、今回の調査結果をふまえて仮説的にいえるのは、コロナ禍においてダメージを相対的に逃れている商店街は「複合型」であり、その事例として元町西エリアが当てはまらないか、ということである。

とはいえ、コロナ禍という緊急時におけるデータを、過度に評価してはならないだろう。たとえば元町西エリアの課題として、魅力ある店舗が少ない、アーケード上での自転車マナーに問題がある、休憩場所やベンチが少ないといった課題が以前から指摘されている<sup>9)</sup>。また、東西共通する問題として、チェーン店・ドラッグストアの増加によって元町らしさが消失している、店主の高齢化によって個店の魅力が下がっているという指摘もある<sup>10)</sup>。

こうしたコロナ禍以前の課題が、コロナ禍によって解決するわけではない。いや、もっといえば、こうした商店街に沈殿していた問題が、コロナ禍が長期化することで、かえって先鋭化する恐れもある。そうした危険性も含めて、今後も同様の調査を継続し、コロナ禍が地域商業に与えた影響を引き続き検討したい。

#### 引用文献、注

- 1) メディア上では、人と人の接触を8割減らすという政府目標が達成されているかどうか、NTTドコモやグーグルなどがもつデータをもちいて、大都市の盛り場や主要駅の人出が報道された。また、そうしたデータを政府の専門家会議がたえず確認していることもあわせて報道された（「感染、全国拡大を懸念、専門家会議、2週間の効果分析——接触減目標わかりにくく」『日本経済新聞』2020年4月23日朝刊）。
- 2) たとえば、緊急事態宣言の発出から1週間経った2020年4月14日の『神戸新聞』には次のような商店街に関する記事が掲載された。「普段は人波でごった返す三宮や元町エリア。百貨店などの臨時休業が続き、閑散とした光景が広がった。……一方、食品や日用品を扱う地域の商店街などはにぎわいを見せる。同市兵庫区の東山商店街は約110店がほぼ開店。……同商店街振興組合によると、緊急事態宣言後も客足は変わらず、週末は例年以上の人出となった日も。担当者は「ありがたい反面、集団感染が起きないか怖い」



- と複雑な表情だった」。(「新型コロナ 兵庫県内緊急事態宣言1週間」『神戸新聞』2020年4月14日朝刊)
- 3) たとえば、「週末の人出 地域で濃淡 緊急事態宣言」(『読売新聞』2020年4月16日朝刊)や「お盆休み初日、移動は車で、帰省は自粛、東京駅、昨年比7割減、近場は混雑、アウトレットなど人出」(『日本経済新聞』2020年8月9日朝刊)などを参照した。
  - 4) 2020年4~6月期において、食品スーパーのヤマナカや関西スーパーマーケットは最高益をあげた。また、大手のライフコーポレーションも、2020年度の業績予想を上方修正した(『日本経済新聞』2020年7月22日朝刊)。
  - 5) 2020年4月3日における中多英二元町商店街連合会事務局長へのヒアリングによる。
  - 6) 国勢調査によれば、元町商店街が立地する神戸市中央区の人口は、1990年に11万6279人だったのが、2015年に13万5153人へと増加している。また、元町商店街の周辺エリアにしぼって、JR高架から浜手幹線(元町通、栄町通、海岸通)の人口推移を見ると、1990年に2,926人だったのが、2015年には7,602人まで増加している。
  - 7)  $\chi^2$ 乗検定は、無作為抽出の調査の際に利用される検定であるが、2変数の関連性を測る際には有効と考えて採用することにした。
  - 8) 「地域コミュニティにおける商業機能の担い手である商店街に期待される新たな役割:「商店が集まる街」から「生活を支える街」へ:地域の既存ハード(商店街等)の利活用最適化に関する中間とりまとめ」(経済産業省・地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会)2020年6月23日  
[https://www.meti.go.jp/shingikai/sme\\_chiiki/jizoku\\_kano/pdf/20200623\\_01.pdf](https://www.meti.go.jp/shingikai/sme_chiiki/jizoku_kano/pdf/20200623_01.pdf), 2020年9月20日取得。
  - 9) 神戸市編 2012『商業地等実態調査報告書』神戸市役所。
  - 10) 神戸元町商店街魅力アップ事業委員会 2012『神戸元町商店街魅力アッププラン』みなと元町タウン協議会。