

〔論 説〕

## 商店街における存立基盤の動揺と変革の試み

### —稲毛せんげん通り商店街を事例として—

松 原 日出人

#### 1. はじめに

本研究の目的は、「稲毛せんげん通り商店街」(千葉県千葉市稲毛区)を事例に取り上げ、商店街に係る変革の試みを考察するものである。

商店街については多様な役割を地域の中で期待されている。『商店街実態調査報告書』(平成30年度)から「商店街の役割(期待されていると思うもの)」を確認すると、「地域住民への身近な購買機会の提供」(62.2%)、「地域の賑わいの創出」(57.3%)、「治安や防犯への寄与」(56.1%)、「自治会活動など地域活動の担い手」(40.5%)が上位4回答となっている(同58-59頁)。こうした回答は、地域において商店街が果たすべき役割やその意義に、商店街自身も自覚的であることを窺わせる。しかし、そうした役割や意義の一方で、一般的に言って商店街を取り巻く環境は悪化している。上記調査の「商店街の最近の景況」に対する回答に目を移すと、「衰退している」が37.5%、「衰退の恐れがある」が30.2%を占め、7割弱が厳しい状況認識を有している。この傾向は、特に人口規模の小さな都市や、小規模な商店街(具体的には近隣型商店街)である程、強くなっている(同30-31頁)。地域密着のイメージを伴う商店街ほど、その状況は厳しくなっていると言えよう。

こうした認識は客足の有無に左右され得るが、「来街者が減った要因」(複数回答3つまで)を確認すると、「魅力ある店舗の減少」(60.5%)、「業種・業態の不足」(53.0%)、「地域の人口減少」(52.3%)、「近郊の大型店の進出」(33.8%)が上位4回答である(同39頁)。この回答からは、人口減少から縮小する需要を、大型店と競争し奪い合わなければならない中で、「魅力ある店舗」「業種・業態の充実」といった集客力を支える基盤が弱体化している状況にあると推察される。しかし、集客力に留まらない問題も進行している。「商店街における問題」(複数回答3つまで)を確認すると、「経営者の高齢化による後継者問題」(64.5%)、「店舗等の老朽化」(38.6%)、「集客力が高い、話題性のある店舗・業種が少ない又は無い」(36.9%)、「商圈人口の減少」(36.5%)が上位4回答である(同60頁)。先述の需要や集客力に係る課題も重複して挙げられているが、加えて、経営者の高齢化や店舗の老朽化等、商売からの「退出」を促進する問題が上位2回答となっており、退出が続き商店街の衰退が加速する状況にあることがわかる。更に、商店街として団結し活動することの問題もある。「商店街組織内部に係る問題」(複数回答3つまで)への回答は、「組合員の商店街活動に対する意欲の低下」(58.5%)、「組合員(会員)の減少」(58.3%)が上位2回答である(同64頁)。組織的活動の基盤も弱体化し、商店街の危機は深刻化しているのである。

以上の通り、商店街はその意義が認識されながらも、経営面では一般に厳しい現実に向

面している。しかし、このような悪化する状況の中、再起を図り一定の成果を取める商店街が存在するのも事実である。本研究の目的は、その成果が社会的に評価される「稲毛せんげん通り商店街」に着目しその活動を分析することであり、その基本的な関心は、なぜ当該商店街がそのような成果を生むことに成功したのかを明らかにすることにある。なお、商店街については様々な分野から研究が行われているが、本稿については経営学的な視点に基づき議論する。以下、本稿の構成は次の通りである。まず、第2節において、先行研究をレビューしたうえで本研究の課題を確認する。続いて、第3節では、具体的に稲毛せんげん通り商店街の一連の取り組みに目を向け事例分析を行う。最後に、第4節において考察を行う。

## 2. 先行研究の検討と本研究の課題

石原・石井(1992)は、商店街のライフサイクル(発展段階)を指摘している。即ち、第1に、個々の商人がひとところに偶然に、あるいは自然的に寄り集まってくる段階、第2に、それらの商人が気ままに結び付いた集団からひとつの「行動する組織」に変質する段階、第3に、街全体を管理することが課題となる段階、第4に、街のインフラを備え外部とのネットワークを張り巡らせる段階である。そして、この段階を経るプロセスで、商店街は競争面でより強靱で、市民にとって魅力のある商店街へ変容する(同295-296頁)。

商店街形成に係る上記第1段階の「店(商人)が集まる」という現象については「集積」という概念からその効果を議論し得る。集積に係る議論の嚆矢であるMarshall(1920)は、外部経済を鍵概念に挙げ「集積の利益」を指摘した。そして、集積のうち製造業を中心とする産業集積に係る議論が蓄積され、その内部における分業と専門化を通じた企業間のネットワークや、リンケージ企業による集積内部への需要搬入に係るメカニズムが議論されてきた(伊丹・松島・橋川編, 1998)。経営学では製造業の集積が主たる議論対象であったが、事業者の集積には商業集積も無論存在する。商店街における「集積の利益」(集積の経済)としては、同業種集積・異業種集積の双方とも消費者費用の削減を実現するため顧客増加が見込まれる。集積内の個店は、自身の店舗が吸引した顧客に加え、更に、近接店舗の波及顧客、複数店舗の近接による相乗効果で吸引した相乗顧客の獲得を見込める(田村, 2001, 199-200頁)。従って、商店街を構成する個店は、集積それ自体に起因する効果を楽しみ得る。

しかし、商店同士の連携については容易成らざることを指摘する研究もある。その要因は、例えば、「力の所在」が無く共同意思の決定力や衝突の解決力が不足すること、構成員の異質性・多様性が高いこと、商店は基本的に互いに所縁的な結び付きに留まること、商店主が「一国一城の主」としてのマインドを有すること等にある(鈴木, 1975; 石原, 1985; 1989; 1991; 1993; 1995; 2006)。商店は商店街の存在により「集積の利益」を享受し得るが、商店街のために組織的活動を成すか否かは自明ではない。上記の諸要因が商店街の組織的活動の足枷になるからである。低迷に直面した商店街においては、全体を下支えする活動も必要であるが、商店同士がその活動を広げるのは容易ではないのである。

こうした膠着を如何に脱し得るのか。この点については、企業家(活動)を焦点に変革を議論してきた研究群(Schumpeter, 1961; Kirzner, 1973; Kirzner, 1997; Penrose,

1959)を参照し得る。企業家に関する詳細は着眼点によって異なるが、変革の担い手たる企業家とは、(組織や経営資源などの)既存の在り方を逸脱し、リスクがありながらも先導的な取り組みをもって変革を牽引する主体として理解することができる。こうした視点は地域に係る議論にも取り込まれ、企業家の出現とそれへの周囲による追隨行動の発生によって地域(産地)変革が進展することが明らかにされてきた(金井, 2012; 山田, 2013a; 山田, 2013b; 山田・伊藤, 2013; 松原, 2014)。商店街に係る議論においても、既存の膠着を変革し新たな展開を創出する企業家の存在は重要な意義をもつであろう。

ここまでの議論を踏まえ、本研究では商店街に係る分析を以下の視点から行う。第1に、商店街のタイプへの留意である。商店街の種類により置かれた社会環境が異なり、それ故に、抱える課題や採りうる選択肢も異なる。特に近隣型商店街は本稿冒頭で言及した通り一際厳しい状況にある。本稿ではかかる大きな制約の存在を意識しつつ、そのもとで遂行される変革の試みに着目する。第2に、とりわけ商店街の変革主体たる企業家へ着目し、変革に係る一連の動向を検討する。第3に、商店街の歴史的経緯の把握である。当該商店街が如何に誕生・発展し課題が生成されたのか、その一連の歴史的経緯を把握することは、我が国の商店街一般の課題ではなく、当該商店街の歴史と結び付いた固有の課題を理解することに繋がる。そして、企業家の取り組みが当該商店街の歴史の中で如何なる役割を果たすものであるのかという点への理解は、当該企業家に係る理解を深めることに資するであろう。

稲毛せんげん通り商店街を取り上げた先行研究にも目を向けると、とりわけ同商店街の秋の祭りである「夜灯」に関連した研究蓄積がある。まず伊藤による一連の研究に触れると、この祭りが近隣の小学校とも連携して開催されていることに着目し、伊藤(2015; 2018)が当該地域における教育と地域活動との関係を議論したのに対し、伊藤(2017)では、商店街側の展開に目を向け、商店街によるコミュニティ形成機能の創出を議論した。さらに千葉大学社会学研究室(2011)についても、「夜灯」を焦点とし、同活動に関して詳細に記録したものである。また西田(2015)においても簡単ながら夜灯に関して記述されている。これらの既存の成果に関して特筆すべき点は、著者ら自身が祭りの運営等に参加して参与観察を実施し、コアメンバーへのヒアリングを重ね、詳細なデータをもとに夜灯という祭りが如何に生まれ成長したのか、その一連の展開を記述していることである。それ故に、資料としての価値もある。その一方で、特に夜灯に光を当て、(地域)社会学に基づいて祭りや教育活動に着目した議論を行った点に特徴があり、それ故に、商店街の経済活動に係る議論を目的としているわけではない。本稿では、既存研究の成果を活かしつつ、夜灯のような祭りに係る活動に加えて商店街の経済活動にも目を向け、当該商店街の変革に係る動向を総合的に議論することを目指す。また、事例記述に際しては、先行研究のデータを活用しつつ、筆者による商店街幹部へのインタビュー内容や各種新聞記事等を活用し議論する<sup>(1)</sup>。

---

(1) 以下の事例研究において、店名等は関連するHP等で明記されているためそのまま表記するが、人名については匿名化のためにA氏、B氏といったように表記する。インタビューについては、同商店街の一連の活動の中心的な人物であるA氏を対象に実施した。

### 3. 事例研究

#### (1) 稲毛せんげん通り商店街とは：形成・発展・暗転の歴史

稲毛せんげん通り商店街は、千葉県千葉市稲毛区に立地する商店街である。より具体的には、京成稲毛駅前を中心にJR稲毛方面へ長さ約150m、稲毛浅間神社へ長さ約150mの範囲で、稲毛せんげん通りを中心に商店街を形成している<sup>(2)</sup>。来客範囲は500m～1km程であり、日頃の商売活動は近隣の顧客に支えられている（千葉市中小企業指導センター編，1998，113頁）。この点に示されるように、稲毛せんげん通り商店街は近隣型商店街である。

稲毛せんげん通り商店街の歴史に目を向けると、かつては賑わいのある商店街であったことがわかる。もともとの地域は海岸沿いに位置する半農半漁の村であった。1888年に千葉県最初の稲毛海水浴場が開設されると、稲毛海気療養所（後に海気館）が設立され<sup>(3)</sup>、別荘も立ち並ぶなど保養地として賑わうこととなった。特に1921年の千葉・東京押上間の京成電鉄の開通により、稲毛の海岸沿いはその地理的簡便さにより東京近郊の一大避暑地（保養地・観光地）として海水浴や潮干狩りで賑わい、一層の発展を遂げた。海岸へ向かう人々の交通の拠点となった京成稲毛駅は周辺地域の中心地となり、また、同駅から海岸方面に伸びる稲毛せんげん通りには人の往来が一際多かった。そのため、この通り上では、賑わう避暑客等を相手に商売が活発に行われた。稲毛せんげん通りには170店以上がひしめき、多彩な業種で構成されたといい、地元の人々は当時を振り返り「この通りで、買い物は何でも揃った」と述べるように、当時は活況を呈した。即ち、戦前の稲毛せんげん通りには稲毛海岸への避暑客を中心に人が集まり、そこに商店が集積して商店街が形成されたという経緯のもと、商店街のライフサイクル（石井・石原，1992）の第1段階を迎えたのである。

好況が暗転し始めたのは1960年代以降のことである。即ち、1961年から稲毛海岸の埋め立て事業が開始され、稲毛地域は東京へ通勤する人々のベッドタウンとして開発が進められた。とりわけ、1981年に国鉄稲毛駅（現・JR稲毛駅）が総武線快速の停車駅になると、京成稲毛駅から国鉄稲毛駅（現・JR稲毛駅）へと稲毛地域の中心地が移行することとなった。1960年代以降、東京近郊の一大避暑地として人を呼び寄せた稲毛海岸を埋め立てにより失い、加えて国鉄稲毛駅が交通拠点として台頭したことは、商店街の人通りにも影響を及ぼした。かつての人の往来が消え、その代わりに国道14号と国鉄（JR）稲毛駅とを行き来するために商店街を通り過ぎる車が多くなった<sup>(4)</sup>。稲毛の海岸沿いという避暑地の存在とそれへの来訪者に支えられた賑わいは、商店街を形成させ繁栄を導いたが、その消失が商店街から「人の往来」を切り離すこととなった。ライフサイクルの第1段階に達し

(2) 千葉市商店街連合会「稲毛せんげん通り商店街」(<http://www.j-passage.com/chiba/list/008.html> 2020年3月28日検索)。

(3) 当時、海水浴は諸疾病に対する治療法として提唱されていた。

(4) 以上の歴史については、伊藤（2015，18頁）；伊藤（2017，90頁）：「商店街ルネサンス がんばる稲毛（1）」『読売新聞』2010年4月3日，31頁；「稲毛・夜灯実行委員会」『朝日新聞』2009年11月7日，24頁；第14回夜灯実行委員会（2019）；千葉市史編纂委員会（1993）；千葉市「文人に愛された別荘地『稲毛』」(<https://www.city.chiba.jp/inage/chiikishinko/villa.html> 2020年3月28日検索)に基づく。

ている事実は戦前と同様だが、この変質が、それ以降、商店街に苦難を招く要因となった。

以上に加えて、京成稲毛駅の北側に位置する国鉄（JR）稲毛駅方面において（後に競争激化により閉店が相次いだ）大規模小売店の出店が続いた事実も確認できる。具体的には、西友稲毛店（1971年開業；1997年閉店）、ジャスコ稲毛店（1977年開業；1991年閉店）、店舗街「めり～な稲毛」（1981年開業；現・ペリエ稲毛店）、イトーヨーカ堂稲毛店（1987年開業；1998年閉店も跡地に現・マルエツ稲毛店が開業）、稲毛サティ（1990年開業；現・イオン稲毛店）、ヤックス小仲台店（開業不明；1997年閉店；1998年跡地にテックランド稲毛店が開業も2001年閉店）等の店舗群である。加えて、1986年には京成稲毛駅の南側の埋立地に京葉線稲毛海岸駅が開業し、その近辺にも大規模小売店が出店した。京成稲毛駅以外の駅周辺に競合する小売店が充実したことは、同商店街の苦難の一因を成した。

最後に、商店街を取り巻く構造的な問題もある。上記の通り、稲毛せんげん通りについては、国道14号と国鉄（JR）稲毛駅とを結ぶという立地によって車の往来が激しく、歩行スペースも十分に確保されていない。そのため、多くの来街者が商店街を歩き周遊できる環境があるとは言えない。それ故に、周辺住民であっても「車で通りすぎるだけで、あれが商店街だとは知らなかった」という者もいる<sup>(5)</sup>。この問題に対しては、稲毛せんげん通りを歩行者天国化することが有効だと思われたが、様々な利害関係者が存在するため実現も見込めなかった。こうした環境を前提に活動せざるを得なかった点も、更なる足枷であった。

以上の結果として、1990年代後半頃には、複数の課題が表面化するに至った。千葉市中小企業指導センター編（1998）による調査では、同商店街では「大型店に客足をとられている」「商店街の個性が弱い」「交通機関の便が悪い」「道路が狭く車の通行が激しい」「有力店や核となる店舗がない」「商店街の業種構成に問題がある」「歩車道の区分がなく歩行者の安全性に欠ける」等の課題が指摘されている（同、113頁）。歴史を有する商店街だが1990年代後半頃には苦境を迎えていることがわかる。

## (2) 変革の機運

しかし、以下で詳細を見ていく通り、その後の同商店街では、悪化する状況を脱するべく取り組みが重ねられ、社会的に注目され始める。例えば、メディア等での露出については、テレビ東京「ガイアの夜明け」（2006年）、日本テレビ「ぶらり途中下車の旅」（2007年）、NHK「おはよう日本」（2010年）、旅行雑誌「るるぶ千葉版」掲載（2010年）、「あさイチ」（2014年）等、2000年代半ば頃からテレビ番組等でも取り上げられ始めた<sup>(6)</sup>。さらに、同商店街はその取り組みが評価され、中小企業庁から2009年に「新・がんばる商店街77選」に選定された。中小企業庁は2006年の「がんばる商店街77選」の発表に続き、2009年に「新・がんばる商店街77選」を発表したが、その目的は、全国の商店街を取り巻く環境が悪化する中、そうした環境下に活気ある街づくりを進める商店街を紹介することであった。そうした事例として稲毛せんげん通り商店街は取り上げられ、商店街活性化のモ

(5) 「商店街ルネサンス がんばる稲毛 (5)」『読売新聞』2010年4月8日、25頁。

(6) 稲毛一店逸品研究会「稲毛名物『一店逸品』とは」([http://www.hanae.ne.jp/i\\_ippin/](http://www.hanae.ne.jp/i_ippin/) 2020年3月28日検索)。

デル事例の1つとしての位置づけを与えられたのである<sup>(7)</sup>。このような選定の事実から、商店街を取り巻く環境が一般に悪化する中、稲毛せんげん通り商店街はその取り組みを以て社会的に評価・注目され始めたことを窺い知ることができる<sup>(8)</sup>。

同商店街の新動向の中心を成すことになる若手メンバーが、商店街に係る活動により関与し変革の機運が形成されたキッカケが存在する。この点について、伊藤(2017)を参照しつつ、以下では簡潔にその経緯を確認しておくこととする。背景となったのは、組合内の世代交代をキッカケに半ば強制的に若手メンバーに仕事が回ってきたことである。具体的には、1996年に当時の組合理事長が引退するのに伴い次の理事長を決める必要があったが、理事適齢期であった50歳代の組合員が相次いで理事就任を避けた。そのため、その上の世代であるが、A氏の父(当時61歳)が理事長になり、B氏の父(同74歳)が組合の中枢を担わざるを得なくなった。そして、理事の息子世代である、C氏(同25歳)・A氏(同33歳)・D氏(同39歳)・B氏(41歳)の4名が組合の実務を理事らから半ば押し付けられるかたちで担うことになった(同91頁)。

2004年には、千葉市商工会議所から他地域への商店街視察ツアーの話が稲毛商店街振興組合に持ち込まれた。そして、組合の理事たちに代わり、C氏(当時33歳)・A氏(同41歳)・B氏(同49歳)の若手3名がいやいや参加させられた。その視察とは、テレビドラマ「男はつらいよ」シリーズで有名になった柴又の商店街と、「レトロ看板」などで知られる東京都青梅市の住江町商店街を日帰りバスツアーで回る内容であった。そして、住江町商店街の取り組みに感化されることとなる<sup>(9)</sup>。

東京都青梅市の住江町商店街は、その視察の後、2006年に「がんばる商店街77選」にも選ばれた商店街である。同商店街は、空き店舗の増加に伴い商業機能の空洞化が危惧される中、大正・昭和のレトロな風景を活かしたまちづくりを空き店舗も活用しつつ進め、商店街の商店一つひとつを博物館のように位置づける「まるごと博物館」事業を行った(中小企業庁編, 2006)。そして視察に参加した稲毛せんげん通り商店街の若手グループは、住江町商店街は立地が悪いものの、レトロ化というアイデアを通じ集客できていることを知った。また、商店街全体で合意形成をするのではなく、一部のメンバーで先んじて動く意義を語る同商店街振興組合の理事長の話聞き、自分たちも何か活動を開始しようと考えた<sup>(10)</sup>。

こうして稲毛商店街振興組合の実務を押し付けられた若手メンバーたちが、稲毛せんげん通り商店街の従来の在り方を変革する取り組みを進めていくこととなった。この若手メンバーらこそが本事例における企業家である。以下、中心的な活動を見ていく。

(7) 取り組みについては「稲毛あかり祭り～夜灯(よとほし)」の継続が地域コミュニティの再生に貢献」とし、「半農半漁のまちであったその昔、行われていた遊びの漁『夜とほし漁』をモチーフに、イベントの準備段階から地域住民(大学生、町内会、ガールスカウトなど多数の団体)と連携・協働し、手作り灯籠でまちを照らし、人々のつながりを育てていく取組」(中小企業庁編, 2009, 31頁)として紹介されている。

(8) 「新・がんばる商店街77選」以外に「平成18年千葉県商店街活性化地域連携モデル事業 最優秀賞」や、「平成25年度千葉のちから『中小企業表彰』」等も受賞している。

(9) 以上は、A氏への筆者インタビュー(2019年6月13日);伊藤(2017, 92頁, 100頁);「マップで商店街に活気を」『読売新聞』2014年10月23日, 32頁に基づく。

(10) A氏への筆者インタビュー(2019年6月13日)に基づく。

### (3) 個店経営に係る活動：「いなげ逸品」の始まりと展開

本項では、1つ目の活動として「いなげ逸品」に目を向ける。2004年6月に、千葉市産業振興財団から「全国各地の商店街でコンサルタントをしている太田巳津彦氏の話聞いてみないか」という連絡が商店街に入ったのがキッカケであった<sup>(11)</sup>。太田氏は一店逸品運動の普及活動をしていた人物であり、その活動内容は太田氏によると以下の通りである。

逸品とは、お店の売る姿勢を明確に示した売り筋商品であり、顧客の潜在ニーズを掘り起こす提案型商品です。(中略)逸品を持つことで、お店としての個性を明確に打ち出していこうというのが、一店逸品の基本的な考え方です。一店逸品運動とは、商店街や共同店舗での会合を通じて、参加店それぞれの逸品の開発や発掘を行い、「逸品フェア」というお披露目を、定期的で開催していく一連の活動です(太田, 2002, 2頁)

商店街の活性化は長年の懸案事項であるにもかかわらず、一過性の集客や話題づくりに終始していて、真の活性化に至っている事例は、皆無に等しいといっても過言ではありません。一店逸品運動は、商店街の活性化策ではありません。ベースにあるのは、「魅力ある店の集合体が元気な商店街」という考え方です。一店逸品運動では、個店が活性化することを最大の目標にしています。(中略)遠回りのようですが、一店逸品運動を通じて魅力的な店づくりをすることが、商店街やまちの活性化につながっていけばよいと考えています(太田, 2017)

このように、一店逸品運動については、商店街全体のイベント等ではなく、まずは商売を「個」として活性化させることに主眼があり、そのことがひいては魅力ある商店の集合として、商店街全体の活性化に繋がるという発想から行われる取り組みである。従って、商店街全体ではなく、それを構成する各商店の本業と直接関わる活動である点に特徴がある。こうした取り組みを推進する太田氏に、稲毛せんげん通り商店街の若手メンバーも関心を寄せた。太田氏からは、「古くから店をやっていたって、ほとんどの人は知らない」といった厳しい指摘が商店街に加えられたが、現実的な問題として、JR 稲毛駅周辺の再開発や郊外型ショッピングセンターの進出に伴い衰退が進んでいたため、太田氏の推奨する一店逸品運動に商店街活性化の可能性を感じた。商店街の若手メンバーはすぐに各店に呼びかけて研究会を立ち上げ、太田氏を講師に商品開発を始めた。そして、この活動への参加者を募るべく、商店街に加盟しているか否かを問わず、周辺の店全てにパンフレットを配りながら説明会への参加を呼びかけ、そして参加者約50名を集めることができた<sup>(12)</sup>。

しかし、取り組みが始まると次々と離脱者が出た。その要因は、各店の逸品を決めるプロセスを商店主らが嫌悪したためである。年間を通して月1回行われる研究会に参加し、原則として8割以上出席しなければフェアへの出品を認めないこととしていた。また、毎

---

(11) 以上は、いどばた稲毛「2007年2月対談特集 第2回いなげ逸品」([http://idoina.com/t/0702t/0702t\\_3.htm](http://idoina.com/t/0702t/0702t_3.htm) 2020年3月28日検索)：「商店街ルネサンス がんばる稲毛(1)」『読売新聞』2010年4月3日、31頁に基づく。

月の研究会では、各店の提案商品に「ダメ出し」を相互に行い、1年かけて逸品が決定されることになっていた。その一方で、「一国一城の主」である商店主の集まりであるから、商店街では「よその店にとやかく言わない」のが不文律でもある。その不文律と対照的な「いなげ逸品」に対し、「他人にあれこれ言われたくない」と離脱する店主が続出したのである。また、もとより不仲な店主同士も存在し、話し合いが億劫になる者もいた。当初は50名ほどがこの活動に関心を寄せたが、半年ほどで6店舗にまで参加店が減ったのであり<sup>(13)</sup>、実態としては若手メンバー以外のほとんどの店舗が離脱したのであった。

それでも若手メンバーらが中心となって活動を継続して出品の用意を進め、再度、参加店募り直すことで第1回目の「いなげ逸品フェア」開催にこぎつけた。その内容を例示すると表1の通りであり、これらの商品の提案から同商店街の一店逸品運動が始まった。若手メンバーの一人は、参加店が急減し活動消滅の瀬戸際にあった上記のプロセスが「いなげ逸品」の展開において最も危機的な状況であったと回顧している<sup>(14)</sup>。その危機を乗り越え第1回目を実現した「いなげ逸品フェア」はその後も継続され、表2に示される通り、この活動の創出の中心であった若手メンバーによる店舗が継続して出品を続けるとともに、その他の店舗については入れ替えを繰り返しつつ、毎年10店舗前後による活動が続けられることになる。こうして、開催の危機以来、周りの離脱があろうとも、若手メンバーがその灯火を消すこと無く、この活動を創出・維持し続けてきたのである。

表1：第1回「いなげ逸品」商品一覧

店舗名	逸品名	説明文
川島写真館	ファミリーロケーションアルバム	自然の中で普段着のままの笑顔を
信光堂男の店	マオスーツ	安い!! おしゃれ!! ダンディー!!
稲毛園本店	やまかい粉末煎茶	花粉症の方に朗報!!
並木酒店	稲毛の隠し酒	当店自慢の「通の酒」
マルイ洋品店	シルク5本指ソックス	あなたも気持ちよさを実感!
金支	高原育ちバナナ	高原育ちの選れもの
韓国家庭料理 チングヨ	チングヨのり巻き	本場韓国家庭料理オモニ(母)の味
トキタ薬局	健康食品ウコン	ウコンはすばらしい健康食品です
ふらわあすたじお 彩	ミニアレンジキッド	自分で作ってみよう「ミニアレンジ」

(出所) 稲毛一店逸品研究会「過去のいなげ逸品」([http://www.hanae.ne.jp/i\\_ippin/](http://www.hanae.ne.jp/i_ippin/) 2020年3月28日検索)をもとに作成。

(12) 以上は、いどばた稲毛「2007年2月対談特集 第2回いなげ逸品」(前掲)；『「一店逸品」個性で勝負』『朝日新聞』2007年2月16日、24頁；「商店街ルネサンス がんばる稲毛(1)」『読売新聞』2010年4月3日、31頁に基づく。

(13) 以上は、A氏への筆者インタビュー(2019年6月13日)；いどばた稲毛「2007年2月対談特集 第2回いなげ逸品」(前掲)；「商店街ルネサンス がんばる稲毛(1)」『読売新聞』2010年4月3日、31頁に基づく。

(14) A氏への筆者インタビュー(2019年6月13日)に基づく。



表2：過去の「いなげ逸品」掲載店の一覧

番号	店舗名	第1回 2006年	第2回 2007年	第3回 2008年	第4回 2009年	第5回 2010年	第7回 2012年	第8回 2013年	第9回 2014年	第10回 2015年	第11回 2016年	通算回数 (計10回)
1	稲毛園本店	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	10
2	川島写真館	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	10
3	ふらわあ すたじお彩	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	10
4	マルイ洋品店	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	10
5	くだもの・青果 金支	○	○	○	○	○	○	○	○			8
6	並木酒店	○	○	○	○	○	○	○	○			8
7	トキタ薬局	○	○	○	○	○	○	○	○			8
8	MEN'S SHOP 男の店	○	○	○	○							4
9	韓国家庭料理 チングヨ	○		○								2
10	日韓家ごはん新				○	○	○	○	○			5
11	手作りケーキ &パン 花らんぷ		○	○	○	○						4
12	脊椎矯正 田口療術院			○	○							2
13	はまや洋品店				○	○						2
14	KICKS				○							1
15	なのはな整骨院					○	○	○	○	○	○	6
16	ロイヤル市民齋場 稲毛					○						1
17	サンセルモ玉泉院 稲毛						○	○	○	○	○	5
18	久田 AR 広告						○	○	○			3
19	レンタルスタジオ アドバンス							○				1
20	あかりサロン稲毛									○	○	2
21	MKP gn1 hair									○	○	2
22	リカープラザ 大越酒店										○	1
合 計		9	9	11	13	12	11	12	11	8	9	—

(出所) 稲毛一店逸品研究会「過去のいなげ逸品」(前掲)をもとに作成。

(注1) 2011年・2017年も開催しているが、詳細については不明である。

(注2) 本表は上記HPにおける「過去のいなげ逸品」の掲載内容に基づくが、ただし他資料では例えば第1回目に「花らんぷ」「金谷寝具店」「加藤商店」「萬平商店」も掲載され計13店となっており、本表の掲載店数については下振れしている可能性がある。

この活動が注目され始め、2006年には「ガイアの夜明け」で「いなげ逸品」が取り上げられた。更に、2012年には、全国で一店逸品運動を展開する30以上の団体が参加し開催された全国逸品セレクションで「いなげ逸品」の「抹茶オーレ」がフード部門グランプリを獲得する等の実績もあげた。中心的なメンバーによれば、この活動で売り上げが大幅増となるわけではないが、商店街が苦境にあることを踏まえれば、売り上げの減少はわずかに留まっており、「逸品」の効果を実感しているという。また、一店逸品運動では参加店で互いに密に交流することから、相互にサポートし合う関係の形成に寄与するという副次的な効果もあった<sup>(15)</sup>。こうした成果認識を持ちつつ、着実にこの取り組みが継続されてきたのである。

最後に「いなげ逸品」における若手メンバーら企業家の意義に言及すると、第1に本活動の創出を担い、第2に活動消滅の危機を克服し、第3に中長期的には参加店の離脱や入れ替えがあらながらも、自身は継続して出品を続け活動を維持してきた。このように「いなげ逸品」の中核を担った若手メンバーらは、商店街の更なる活動を展開していくのである。

#### (4) コミュニティに係る活動：地域の祭りを担う

上記の「いなげ逸品」に続いて新たに始まったのが「夜灯<sup>よとぼし</sup>」という祭りである。その創出には、千葉大学の学生との交流に目を向ける必要がある。千葉大学では、商店街についての講義を聞き、商店街の店主らを前に学生が提言等の発表をする講義があった。この講義後、同商店街に関する活動を実際に始めたいと考えた約10名の学生が、2005年4月に組織したのがDropsと称する学生団体であった。そして、千葉市の補助を活用して同商店街の空き店舗を事務所として借り、Dropsは商店街の活性化に関わる活動を展開し始めた<sup>(16)</sup>。

その取り組みの1つが商店街のレトロマップの作成であり、作成プロセスで同地域に関するヒアリングを実施していたところ、80~90歳代の人々から昔話として「夜灯漁」という遊びがあったことを知った。夜灯漁とは、1960年代の埋め立てまで街のすぐ近くまで広がっていた東京湾の遠浅の海で、新月の頃、潮の引いた砂浜にカンテラを持って行き、潮だまりにいたエビやシャコ、ハゼ、小ガレイを採るというものであった。こうした昔話を聞き、それを史実として伝えるために「今の商店街で再現できないか」との企画が学生側から生まれた。商店街では1990年代半ば頃から店舗数の減少により盆踊りも開催できなくなっていたことから、この祭りが久しぶりに大きなイベントに成り得ると見込んだ商店街の若手メンバーらは、本企画の実現に奔走し始めることとなった<sup>(17)</sup>。

(15) 以上は、A氏への筆者インタビュー(2019年6月13日)；稲毛一店逸品研究会「稲毛名物『一店逸品』とは」(前掲)；「商店街ルネサンス がんばる稲毛(1)」『読売新聞』2010年4月3日、31頁；「『一店逸品』個性で勝負」『朝日新聞』2007年2月16日、24頁に基づく。

(16) 以上は、A氏への筆者インタビュー(2019年6月13日)；「千葉大『Drops』まちの元気の仕掛け役」『朝日新聞』2008年1月21日、31頁；「商店街ルネサンス がんばる稲毛(3)」『読売新聞』2010年4月5日、27頁に基づく。

(17) 以上は、A氏への筆者インタビュー(2019年6月13日)；「『夜とぼし漁』再現」『朝日新聞』2006年12月15日、31頁；「半世紀ぶり『夜とぼし』」『読売新聞』2006年12月24日、29頁；「商店街ルネサンス がんばる稲毛(2)」『読売新聞』2010年4月4日、29頁に基づく。

夜灯開催に向け、カンテラに見立てた灯籠（筒状に丸めた和紙の中にもろうそくを入れたもの）を用意する必要があった。子供が作った灯籠が祭りに並べば、家族が祭りに足を運ぶと見込み、子供たちの協力を得るために近隣の小・中学校等を回ってワークショップを開催し、約1500名に和紙に絵を描いてもらって灯籠を用意した。実際に、第1回目の夜灯（2006年12月23日）では、京成稲毛駅前の稲毛せんげん通りに500メートル程にわたって灯籠を並べたところ、目論見通りに、家族を中心に集客できた<sup>(18)</sup>。ただし、もともと商店街の若手メンバーらがDropsと祭りを始めようとする様子に「何か始めたみたいだ」と冷ややかな目を向ける者もあり<sup>(19)</sup>、第1回目の夜灯に対して批判的な声もあった。例えば、子供の協力を得て灯籠を作成し祭りを開催したため、「金儲けのために子供を使うのか」という批判や<sup>(20)</sup>、夜灯の発案が学生によるものだったことに関し、「大学生が研究成果のために提案した企画からの産物にすぎない」といった声もあった（西田、2015、35頁）。

構想段階において夜灯は、学生の発案を活かしつつ商店街側も自らの振興を狙いとして有していた側面もある。そのため、商売を目的とする商店街の祭り開催に対し、周囲の目は必ずしも好意的では無かった。しかし、「商店街のための祭り」は次第に「地域コミュニティのための祭り」へ脱皮し規模を拡大させていった。その変容の背景は、第1に、若手メンバーがコミュニティの意義を強く意識し始めたことである。テレビ東京「現場に急行！商店街復興バスツアー」（2007年）に出演し、兵庫県長田区の商店を視察した際に、阪神淡路大震災により地域住民が離散したことが商店街の痛手となったことを聞いた。「コミュニティ」を失うことの影響を強く認識した若手メンバーらは、「地域コミュニティ」や「まちづくり」の観点を強調するようになった（伊藤、2017、93頁）。第2に、千葉市による空き店舗の家賃補助の期限を迎えたタイミングである2009年春に、Dropsが稲毛せんげん通り商店街の活性化から撤退し他地域に拠点を移したことである。これを契機に、Drops抜きで如何に今後の夜灯の運営を続け得るのが議論され、特に不可欠だと思われたのが地域住民との連携であった。そこで商店街周辺の21自治会をたばねる自治会長を2009年頃から相談役に招き、地元の顔役を通じて「夜灯」を「稲毛の祭り」とすることを試みた。元々、周辺の子供の協力を得て家族の来場も実現し、運営作業に「有志」として参加する地元の人も出ていたのであり、自治会を巻き込むことでこうした動きを加速させようとしたのである<sup>(21)</sup>。

こうして「商店街の祭り」としての夜灯は、「地域コミュニティの祭り」への脱皮を伴いつつ、規模を拡大させた。来場者についても、主催者発表で、第1回は1万人、2008年は3万人、2009年は2万人を動員し、直近では5万人とも言われている。商店街の若

(18) 以上は、「半世紀ぶり『夜とほし』」『読売新聞』2006年12月24日、29頁；「『夜とほし漁』再現」『朝日新聞』2006年12月15日、31頁；「商店街ルネサンス がんばる稲毛(2)」『読売新聞』2010年4月4日、29頁に基づく。

(19) 「商店街ルネサンス がんばる稲毛(2)」『読売新聞』2010年4月4日、29頁。

(20) A氏への筆者インタビュー（2019年6月13日）に基づく。

(21) 「商店街ルネサンス がんばる稲毛(2)」『読売新聞』2010年4月4日、29頁。なお、自治会側についても祭りを開催できなくなっていた。自治会等の基盤の弱体化という危機もあり、商店街との連携が進んだのだと思われる。

手メンバーが中心となって始めた祭りが、県内でも有数規模のイベントに成長を遂げた。

最後に、関連して夏の大祭にも言及しておく。稲毛浅間神社の夏の大祭は、30万人の人出がある千葉市内最大級の夏祭りである。しかし、2013年に存続の危機を迎えた。即ち、神社側との行き違いで500店もの露店が出店を取りやめ、さらに当日、県道の使用許可もとらず、通行止めもされなかった。ところが、その経緯を知らずに来場者が当日大勢訪れて混乱に陥り、全国ニュースにも取り上げられる事態となった。それでも、翌年以降については、地元有志が、大祭と同時に通行止めを実施したて祭りを開催し、そこに神社に出店できない露店を呼ぶことで、従来の賑わいを維持し祭りが存続した<sup>(22)</sup>。祭り存続の背景には、商店街の存在がある。夜灯開催の実績を持つ商店街であれば夏の大祭の運営も可能ではないかと依頼されたのである。それ以来、夏の大祭を商店街が中心的に取り仕切るようになった<sup>(23)</sup>。この点からもコミュニティやその賑わいに商店街が貢献していることを見て取れる。

本節における若手メンバーら企業家の意義は、第1に学生の発案を活かした祭り（＝夜灯）を創出し、第2に地域の祭りへと昇華し（準備プロセスを交流の場とする、史実を次世代に伝える等）、第3に「夜灯」運営のノウハウを背景に存続危機にあった「夏の大祭」を取り仕切ったことである。即ち、地域コミュニティのために祭りを生み出し、祭りを残す担い手となった。自治会側も既に単独では祭りを開催する能力を失っていたため、若手メンバーらの取り組みは、地域コミュニティの活動を下支えする意義も併せ持ったのである。

#### 4. 結論と含意

##### (1) 事例の考察

本研究は、稲毛せんげん通り商店街を取り上げ、その変革に係る一連の展開を検討した。苦境に陥った稲毛せんげん通り商店街において展開した「いなげ逸品」と「夜灯（及び夏の大祭）」という2つの取り組みを中心に本事例を整理したい。

本事例において企業家に位置付けられるのは2つの取り組みの創出に関わった商店街の若手メンバーたちである。商店街振興組合が世代交代に失敗したため、そのツケを払わされるように実務を半ば押し付けられた彼らであったが、視察の機会等を通じ、商店街の在り方を再考すると、外部からもたらされた企画の発案を逃さず取り込み、実現した。そして、自らがコアメンバーとして各活動の中心を15年近くにも亘って担い、その取り組みを維持・発展させてきた。そうした成果はメディア露出や、県内有数規模のイベントという成果に結実したのであり、一般に衰退に直面する商店街にあって生じた大きな動きであった。本稿冒頭で見たように、近隣型商店街の置かれた状況は一般的に厳しく、商店街衰退の代表格である。しかし、企業家としての役割を果たした若手メンバーらにより、稲毛せんげん通り商店街については、厳しい状況に直面し活動の選択肢が限られる近隣型商店街の中でも成果を生み出したのであり、それを主導した若手メンバーら企業家の意義を見て取れる。

(22) 「稲毛っ子の思い、露店を呼び戻す」『朝日新聞』2014年6月23日、37頁。

(23) A氏への筆者インタビュー（2019年6月13日）に基づく。

また、同商店街における苦境は、商店街の形成・発展を促進した、稲毛海岸という一大避暑地及びその来訪者を戦後の都市開発の中で喪失したことから始まった。商店を引き寄せ集積させたのは京成稲毛駅～稲毛海岸の「人の集まり」であり、それが稲毛せんげん通りに商店が立地し商店街が存続する理由を成していた。しかし、都市開発による変化は、同商店街がその地に立地する理由を揺らがせた。以上の歴史的な経緯からは、同商店街がそこに立地し存続する社会的な理由を新たに形成し、周辺・外部から来客を如何に促進し得るかが課題であったと理解できる。そして、若手メンバーら企業家の取り組みは、まさにこれを成そうとする試みとして同商店街の歴史の中に位置づけることができる。従って、若手メンバーらの企業家の取り組みは、商店街の形成・発展に係る段階では所与であった「そこに立地・存続する理由」を、改めて社会の中で再構築しようとするものとして理解できる。

しかし、以上の意義を踏まえた上で、近隣型商店街の置かれた厳しさは確かに稲毛せんげん通り商店街にも存在していることは指摘せざるを得ない。第1に、第3節第1項で言及した通り、車通り等に係る課題があったが、小規模な商店街では立地環境に係る抜本的な変化は起こし難い<sup>(24)</sup>。企業家もこれを与件として活動せざるを得ないという制約が存在する点是否定し得ない。第2に、商店街内部で変革の試みがどれ程波及し得るのかという点において、企業家に追従する周辺主体側の限界もある。様々な要因から経営上の体力が弱まり、企業家が先導しようとも、追従を期待し得るはずの周囲の商店が追従できない。この点も、企業家の出現にも拘らず、商店街の変革の進行を妨げる足枷になっていると思われる。

## (2) 含意と残された課題

本研究は、稲毛せんげん通り商店街の取り組みを検討し、一般に厳しい環境に置かれる近隣型商店街ながら、企業家たる若手メンバーらによる新規の取り組みに係る一連の展開を検討した。最後に、本研究の含意及び残された課題を確認したい。

第1に、商店街再生における企業家の意義である。確かに、近隣型商店街における条件不利は大きいですが、それでも稲毛せんげん通り商店街では若手メンバーら企業家の存在により、衰退への抵抗が続けられた。そして、一般には商店街の苦境が目立つが故に、企業家らが牽引した同商店街の取り組みは社会的な評価を受けているのである。これらの事実は、商店街再生に係る膠着に変化の兆しをもたらす存在としての企業家の意義を物語るものである。

第2に、こうした企業家への理解を深めるには、当該商店街の歴史的な経緯を把握し、課題が如何に生成されたのかを措定することが不可欠である。商店街は一般に困難に直面し、大規模小売店との競合や店主の高齢化による衰退等、一般的な要因は様々に挙げられている。しかし、それに留まらず、当該商店街における固有の歴史に踏み込んで課題を理解することが、当該商店街が抱える課題や制約それ自体への理解を深め、企業家による

---

(24) 立地に係る抜本的な変革を成した例として高知県の高松丸亀商店街を挙げることができるが、同商店街についてはそもそも中心市街地であって、中心地から外れたという歴史的経緯を持った近隣型商店街である本事例とは基本的な前提が異なる。

取り組みが当該商店街に果たす役割について一層の理解を可能にすると思われる。

第3に、企業家の取り組みが如何に商店街内部で波及し得るのかという点についてである。事例において、企業家の出現はそのまま商店街全体の活動にまで波及したわけではなかった。企業家が新たな活動を創出し得ても、他店主らの追隨行動が必ずしも活発ではなく、商店街全体を巻き込む変革にまで到達するのは容易ではない。産地や産業集積の革新に係る既存研究(伊丹・松島・橘川編, 1998; 金井, 2012; 山田, 2013a; 山田, 2013b; 山田・伊藤, 2013; 松原, 2014)によれば、「同業者の集まり」や「企業間に密に張り巡らされた取引ネットワーク」が事業者間に企業家の取り組みを波及させる媒介として機能するが、商店街にはこれらが希薄である。その点が商店街における企業家活動の波及を押し止める一因であると考えられる。この点については、産業集積では互いに分業しつつ取引ネットワークを通じた連携が成されているように、意識的に商店が相互に取引ネットワークを密にすることで、事業者間で取り組みを波及させる媒介を構築することも可能かもしれない。

最後に残された課題を確認したい。人通りのあるところに商売の機会が生まれ、商店街が形成され発展する。反対に、人通りの無い立地で商売をするのは容易ではない。稲毛せんげん通り商店街については、戦前には人通りのある立地に商店が集積し形成されたが、戦後の都市開発の中で集積の前提であった人通りを失ったのであった。それ以来、立地上の制約を抱えつつ、集客し商売するという課題に取り組みざるを得なくなったのであり、本稿はそうした条件不利を抱えた近隣型商店街における企業家を追うものであった<sup>(25)</sup>。ただし、第1に、直近ではこれまでの活動も存続が危惧されており<sup>(26)</sup>、今後、如何なる展開を迎えていくのかを引き続き経時的に追っていく必要がある。第2に、他商店街の変革事例との比較や、特に他の近隣型商店街との比較を行い、本事例を相対化していく必要がある。

#### 〔文献一覧〕

- 石原武政・石井淳蔵(1992)『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社。  
 石原武政(1985)「中小小売商の組織化—その意義と形態—」『中小企業季報』1985年 No.4, 1-8頁。  
 石原武政(1989)「流通の多様性に応じる企業間組織」田村正紀・石原武政(他)『日本の組織 第八巻 流通と販売の組織』第一法規出版, 335-345頁。  
 石原武政(1991)「商店街の合意形成と行政支援」『中小企業季報』No.3, 10-17頁。  
 石原武政(1993)「流通における企業間組織と意思決定」伊丹敬之・加護野忠男・伊藤元重編『日本の企業システム4 企業と市場』有斐閣, 95-119頁。  
 石原武政(1995)「商店街の組織特性」『経営研究』第45巻第4号, 1-15頁。

(25) 構造を変革した例として高知県の高松丸亀商店街が著名であるが、同商店街はあくまで中心市街地に立地し人の往来の中心であるという基本的な前提の相違点は無視できない。

(26) いずれの活動も負担が蓄積し、「いなげ逸品」については2018年に活動を一度休止した。「夜灯」についても2019年度に開催が危ぶまれながら結果としては開催されたものの、今後への課題を残している。

- 石原武政（2006）『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣。
- 伊丹敬之・松島茂・橋川武郎編（1998）『産業集積の本質：柔軟な分業・集積の条件』有斐閣。
- 伊藤雅一（2015）「地域活動における教育観と地域社会の維持機能の検討—地域の祭りをめぐる『子ども』語りに注目して—」『千葉大学大学院人文社会科学研究所研究プロジェクト報告書』、第293集、17-25頁。
- 伊藤雅一（2017）「商店街組合におけるコミュニティ形成機能の創出」『地域社会学年報』、29、89-102頁。
- 伊藤雅一（2018）「教育課程上の地域活動の位置づけ—千葉市稲毛区の稲毛中学校校区を事例に—」『授業実践開発研究』(11)、51-57頁。
- 太田巳津彦（2002）『一店逸品運動』同友館。
- 太田巳津彦（2017）「目利きの力を鍛える一品を「逸品」にする一店逸品運動の本当の価値」『商業界』第70巻第1号、48-51頁。
- 加藤司（2003）「『所縁型』商店街組織のマネジメント」加藤司編『流通理論の透視力』千倉書房。
- 金井一頼（2012）「企業家活動と地域イノベーション：企業家プラットフォームの意義」『VENTURE REVIEW』第20号、3-13頁。
- 鈴木安昭（1975）「中小商業の組織化—公式的組織と非公式的組織—」『中小企業季報』No.2、10-17頁。
- 第14回夜灯実行委員会（2019）「稲毛レトロ写真展（第14回）資料」。
- 田村正紀（2001）『流通原理』千倉書房。
- 千葉市中小企業指導センター編（1998）『稲毛区広域商業診断報告書』千葉市中小企業指導センター。
- 千葉市史編纂委員会（1993）『千葉市図誌』千葉市。
- 千葉大学社会学研究室（2011）『千葉市いなげ「夜灯」（よとぼし）祭』千葉大学社会学研究室。
- 中小企業庁編（2006）『がんばる商店街77選：にぎわいあふれるまちづくりに向けて』中小企業庁。
- 中小企業庁編（2009）『新・がんばる商店街77選：地域コミュニティの担い手をめざして』中小企業庁。
- 中小企業庁（2019）『平成30年度 商店街実態調査報告書』中小企業庁（<https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2019/190426shoutengaiB.pdf> 2020年3月28日検索）。
- 西田恭介（2015）「“事実”的な要素にみる現実の再構成」『千葉大学大学院人文社会科学研究所研究プロジェクト報告書』第291集、24-36頁。
- 松原日出人（2014）「地域革新と集合的企業家活動—困難期のミカン産業と三ヶ日地域の革新を事例として—」『組織科学』第47巻第3号、52-63頁。
- 山田幸三（2013a）『伝統産地の経営学：陶磁器産地の協働の仕組みと企業家活動』有斐閣。
- 山田幸三（2013b）「伝統産地の変貌と企業家活動—有田焼と信楽焼の陶磁器産地の事例を中心として—」『上智経済論集 経済学部百周年記念号』第58巻第1・2号合併号、219-235頁。

- 山田幸三・伊藤博之 (2013) 「陶磁器産地の分業構造の変化と企業家活動—信楽焼産地の事例を中心として—」『組織科学』第46巻第3号, 4-15頁。
- Kirzner, I. M. (1973) *Competition and entrepreneurship*, Chicago: The University of Chicago Press(田島義博監訳, 江田三喜男・小林逸太・佐々木實雄・野口智雄訳『競争と企業家精神—ベンチャーの経済理論』千倉書房, 1985)。
- Kirzner, I. M. (1997) *How markets work*, London: The Institute of Economic Affairs(西岡幹雄・谷村智輝訳『企業家と市場とはなにか』日本経済評論社, 2001)。
- Marshall, A. (1920) *Principles of Economics* (8th ed.), London: The Macmillan Press(馬場啓之助訳 (1965) 『経済学原理』東洋経済新報社)。
- Penrose, E. T. (1959) *The theory of the growth of the firm*, New York, NY : Oxford University Press. (日高千景訳『企業成長の理論』ダイヤモンド社, 2010)。
- Schumpeter, J. A. (1961) *The theory of economic development*, New York, NY : Oxford University Press(塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳『経済発展の理論』上下巻, 岩波文庫, 1977)。

(2020.4.25 受稿, 2020.5.22 受理)



〔抄 録〕

本研究の目的は、「稲毛せんげん通り商店街」を事例に取り上げ、商店街に係る変革の試みを考察するものである。

商店街については、経営面では一般に厳しい現実に直面しているが、再起を図り一定の成果を収める商店街も存在する。本研究の関心は、その成果が社会的に評価される、稲毛せんげん通り商店街に着目し、なぜ当該商店街がそのような成果を生むことに成功したのかを明らかにすることにある。とりわけ、その変革の試みについては中心的な主体となる企業家に着目し、象徴的な取り組みである「いなげ逸品」と「夜灯」を中心に同商店街の一連の展開を分析した。

分析を通じ本研究は次の点を示した。第1に、一般的に厳しい状況にある近隣型商店街であるにも拘らず、同商店街では企業家として役割を果たした若手メンバーを中心に活動が維持された。この点に企業家の意義を見て取れる。第2に、同商店街の歴史的な背景と照らし合わせると、企業家による試みは、商店街の形成・発展に係る段階では所与であった「そこに立地・存続する理由」を改めて社会の中で再構築しようとする活動として位置づけ得る。