

第 11 章

商業・商店街の被災と復旧過程



震災直後から開くことができた店も役立った都市ストックである。震災2ヶ月半後の調査でも「とりあえずあるものだけで再開した」「ガスがきてないのでカセットコンロで始めた」「被災者に何かないかといわれて開けた」といった声が聞かれた。何もない露店での再開、テント張り、軽トラックの荷台を使った移動店舗、少し経つとコンテナの利用など、思ったより多くの店が多様な形で開かれた。しかし、実際に集計してみるとごく少数だったことがわかる。にもかかわらず、瓦礫と更地のなかで再開された店舗は、被災者にとっては確かな生活基地として限りない励ましと勇気を与えたのである。

阪神・淡路大震災で大きな被害を受けたインナーシティは、専用住宅だけで成り立っているのではない。とくに住工商が混在している下町では、商店街やケミカルシューズなどの地場産業も地域住民の暮らしや生活を支える重要な主体である。

復旧・復興への様々な試みが各所で取り組まれてきたが、とりわけ商業の立ち上がりは、人々の毎日の生活と密接に結びつき、まちの復興に大きな影響を与えるものであった。

本章では、地域商店街を対象に被災・被害と立ち上がり・復旧過程の状況を明らかにし、次章では、ケミカルシューズと地域の関係について考察する。

調査は、震災後3ヶ月、6ヶ月、9ヶ月の段階で、店舗の営業再開の状況、再開時期、再開形態、売り上げの回復率、仮設・本設店舗の建設状況などを観察とヒアリングによって調査した。前半では、対象4地区の比較により、後半では、西神戸地域での大きな連担商店街である長田区二葉地区の各商店街(8商店街)を対象に考察する。

1 店舗の現況と被災状況

1.1 —— 4地区における店舗の構成

表11.1は4地区における業種別店舗数と全住宅戸数に対する店舗の比率(店

表11.1 4地区の商業業種構成と店舗率

						件数(%)		
	飲食店	食品販売	物品販売	サービス	不明	店舗計	全住宅戸数	店舗率
芦屋	68 (19.5)	57 (16.3)	124 (35.5)	52 (14.9)	48 (13.8)	349 (100.0)	2082	16.8%
神楽	143 (47.2)	62 (20.5)	63 (20.8)	29 (9.6)	6 (2.0)	303 (100.0)	1646	18.4%
二葉	286 (28.1)	232 (22.8)	349 (34.2)	128 (12.6)	24 (2.4)	1019 (100.0)	4746	21.5%
須磨	83 (20.9)	78 (19.6)	146 (36.8)	72 (18.1)	18 (4.5)	397 (100.0)	2980	13.3%
計	580 (19.5)	429 (16.3)	682 (35.5)	281 (14.9)	96 (13.8)	2068 (100.0)	11454	18.1%

舗率)を示したものである。

いくつもの商店街が連担している二葉地区での商業集積が大きい。須磨、芦屋両地区でも、いくつかの商店街がある。これらの地区は、物品、飲食、食料品などの業種で構成されている。

一方、ケミカルシューズ産業の多い神楽地区では、従業員などが利用するため飲食店の比率が高くなっている。

1・2 —— 店舗の被災状況

全・半壊率(全壊を含む)は65%と高く、次いで小破21%、被害なしが12%となる。地区別にみると、神楽地区での全・半壊率が85%と最も高く、次いで芦屋地区67%、二葉地区60%、須磨地区60%となる。

とくに神楽地区では全壊率が71%と壊滅的であった。被害なしと思われる店舗はほとんどない。二葉地区は商業集積が高く、大火災となった再開発地区を含むため、住宅被害と比べると店舗被害は大きい。

須磨、二葉、芦屋地区にあった市場の被害は、ほとんどが全壊や取り壊さざるを得ない状態であり、住民生活に大きな影響を与えた(図11・1)。

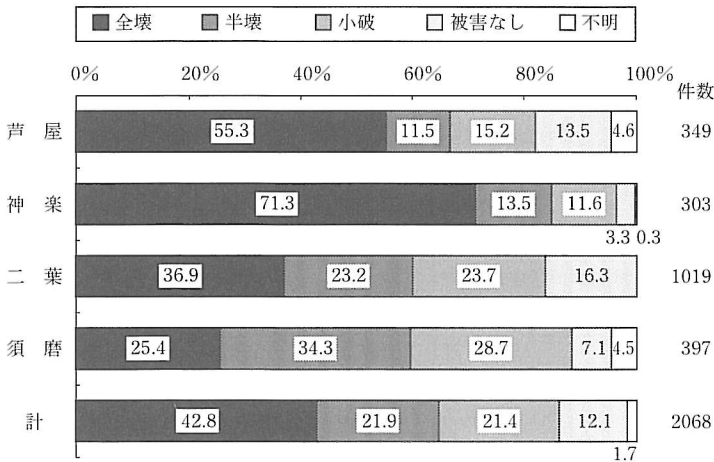


図11・1 地区別店舗の被災度

2 店舗の営業・再開状況

2・1 —— 営業変化からみた店舗の再開状況

ここでは、営業状況を、営業できているか、できていないか、に分けて聞いた。「営業できている」では、①震災前から変わらず営業（震災前と同じ場所）、②震災後開店、③震災後移転してきた、④震災後に業種変更、⑤パラーで営業（二葉地区の共同仮設店舗）の5項目、「営業できていない」では、①更地・休業等、②震災後廃業、③震災後に移転した、の3項目で再開状況を調査した（表11・2）。

「営業できている」をみると、震災後3ヶ月では34%しか再開できていない。6ヶ月では53%と過半数が再開するが、9ヶ月でも58%で4%の増加にとどまっている。

営業状況の変化では、「震災以前から変わらず営業」50%が大部分であり、「震災後に移転してきた」2%、「震災後に開業」1%、「震災後に業種変更」0.5%が少しある。

「営業できていない」でみると、「更地・休業等」は、3ヶ月64%、6ヶ月44%、9ヶ月39%と減少している。反面「震災後廃業」が件数は少ないが、増加している。

地区別に9ヶ月段階の再開状況をみたのが表11・3である。「営業できている」は、商業集積の大きい二葉地区60%で高く、以下、須磨58%、神楽56%の順

表11・2 時間経過からみた店舗の営業・再開状況（営業変化）

	営業できている						営業できていない				計
	変わらず営業	震災後開業	震災後移転してきた	震災後に業種変更	パラーで営業	小計	更地・休業等	震災後廃業	震災後に移転した	小計	
3ヶ月	678 (32.8)	3 (0.1)	9 (0.4)	3 (0.1)	—	693 (33.5)	1317 (63.7)	33 (1.6)	25 (1.2)	1375 (66.5)	2068 (100.0)
6ヶ月	980 (47.4)	9 (0.4)	31 (1.5)	6 (0.3)	76 (3.7)	1102 (53.3)	907 (43.9)	34 (1.6)	25 (1.2)	966 (46.7)	2068 (100.0)
9ヶ月	1039 (50.2)	20 (1.0)	49 (2.4)	10 (0.5)	76 (3.7)	1194 (57.7)	805 (38.9)	45 (2.2)	24 (1.2)	874 (42.3)	2068 (100.0)

注：休業には本設と仮設の建設中を含む。廃業には店舗以外に用途変更したものを含む

表 11・3 地区別にみた震災 9 ヶ月後の店舗営業・再開状況（営業変化）

	営業できている					営業できていない				計	
	変わらず営業	震災後開業	震災後移転してきた	震災後に業種変更	パラーで営業	小計	更地・休業等	震災後廃業	震災後に移転した		小計
芦屋	170 (48.7)	2 (0.6)	4 (1.1)	3 (0.9)	—	179 (51.3)	150 (43.0)	20 (5.7)	0	170 (48.7)	349 (100.0)
神楽	140 (46.2)	9 (3.0)	17 (5.6)	4 (1.3)	—	170 (56.1)	127 (41.9)	4 (1.3)	2 (0.7)	133 (43.9)	303 (100.0)
二葉	510 (50.0)	3 (0.3)	23 (2.3)	3 (0.3)	76 (7.5)	615 (60.4)	369 (36.2)	13 (1.3)	22 (2.2)	404 (39.6)	1019 (100.0)
須磨	219 (55.2)	6 (1.5)	5 (1.3)	0	—	230 (57.9)	159 (40.1)	8 (2.0)	0	167 (42.1)	397 (100.0)
計	1039 (50.2)	20 (1.0)	49 (2.4)	10 (0.5)	76 (3.7)	1194 (57.7)	805 (38.9)	45 (2.2)	24 (1.2)	874 (42.3)	2068 (100.0)

注：廃業には店舗以外に用途変更したものを含む

で、芦屋地区 51%は低い。

震災後の変化では、6～9 ヶ月の神楽地区で、「震災後に移転してきた」6%、「震災後に開業」3%、「震災後に業種変更」1%などが目立っている。

「営業できていない」は、芦屋地区 49%で高く、「震災後廃業」6%も多い。

2・2 —— 店舗形態からみた再開状況

ここでは、再開状況を店舗形態別にみる。「営業できている」店舗では、①通常（被害が少なく震災前と同じ店舗）、②修繕、③本設、④仮設、⑤コンテナ、⑥テント、⑦露店、⑧二葉地区のみ仮設共同店舗（パラー）の 8 形態とした。

また「営業できていない」店舗では、①本設建設中、②仮設建設中、③休業・廃業・移転した等、④更地・駐車場の 4 形態に分類した。

3 ヶ月、6 ヶ月、9 ヶ月の変化をみると（表 11・4）、「通常」は 16～17%でほぼ変化はない。「修繕」は、13%、24%、25%と 3～6 ヶ月にかけて修繕し、再開している。

「仮設」も 2%、7%、9%とやはり 3～6 ヶ月で増加している。また、二葉地区の集合共同仮設店舗パラー（76 店）も 6 月に再開されている。

その他では、コンテナ（1%）やテント（0.3%）、露店（0.4%）でも営業された。震災直後から立ち上がり、地域住民の生活を支えるのに役立ったテントや露店は、6 ヶ月ぐらいでほぼ役割を終えている（図 11・2）。

表 11・4 時間経過からみた店舗の営業・再開状況（店舗形態）

	営業できている								
	通常	修繕	本設	仮設	パラール	コンテナ	テント	露店	小計
3ヶ月	357 (17.3)	276 (13.3)	0	39 (1.9)	—	5 (0.2)	7 (0.3)	9 (0.4)	693 (33.5)
6ヶ月	341 (16.5)	497 (24.0)	12 (0.6)	147 (7.1)	76 (3.7)	14 (0.7)	6 (0.3)	9 (0.4)	1102 (53.3)
9ヶ月	339 (16.4)	521 (25.2)	38 (1.8)	194 (9.4)	76 (3.7)	23 (1.1)	3 (0.1)	0	1194 (57.7)

注：休業には本設と仮設の建設中を含む。廃業には店舗以外に用途変更したものを含む

表 11・5 地区別にみた震災9ヶ月後の店舗営業・再開状況（店舗形態）

	営業できている								
	通常	修繕	本設	仮設	パラール	コンテナ	テント	露店	小計
芦屋	42 (12.0)	81 (23.2)	8 (2.3)	42 (12.0)	—	5 (1.4)	1 (0.3)	0	179 (51.3)
神楽	22 (7.3)	66 (21.8)	9 (3.0)	60 (19.8)	—	13 (4.3)	0	0	170 (56.1)
二葉	211 (20.7)	240 (23.6)	11 (1.1)	75 (7.4)	76 (7.5)	2 (0.2)	0	0	615 (60.4)
須磨	64 (16.1)	134 (33.8)	10 (2.5)	17 (4.3)	—	3 (0.8)	2 (0.5)	0	230 (57.9)
計	339 (16.4)	521 (25.2)	38 (1.8)	194 (9.4)	76 (3.7)	23 (1.1)	3 (0.1)	0	1194 (57.7)

注：廃業には店舗以外に用途変更したものを含む



図 11・2 震災後すぐに露店で再開した茶舗

9ヶ月段階での店舗形態を地区別にみると（表 11・5）、「通常」は、被害が相対的に小さかった二葉 21%、須磨 16%で多く、被害の大きかった神楽 7%、芦屋 12%で少ない。「修繕」は須磨 34%が多い。

新たな店舗の再建である仮設、本設等の特徴をみると、被害状況を反映して

件数(%)

営業できていない					計
本設建設中	仮設建設中	休業・廃業・移転	更地・駐車場	小計	
0	0	727 (35.2)	648 (31.3)	1375 (66.5)	2068 (100.0)
13 (0.6)	25 (1.2)	358 (17.3)	570 (27.6)	966 (46.7)	2068 (100.0)
50 (2.4)	7 (0.3)	362 (17.5)	455 (22.0)	874 (42.3)	2068 (100.0)

件数(%)

営業できていない					計
本設建設中	仮設建設中	休業・廃業・移転	更地・駐車場	小計	
13 (3.7)	0	41 (11.7)	116 (33.2)	170 (48.7)	349 (100.0)
9 (3.0)	7 (2.3)	27 (8.9)	90 (29.7)	133 (43.9)	303 (100.0)
11 (1.1)	0	203 (19.9)	190 (18.6)	404 (39.6)	1019 (100.0)
17 (4.3)	0	91 (22.9)	59 (14.9)	167 (42.1)	397 (100.0)
50 (2.4)	7 (0.3)	362 (17.5)	455 (22.0)	874 (42.3)	2068 (100.0)

いる。神楽地区では、「仮設」20%、「コンテナ」4%等が目立って多い。「仮設」は、二葉地区 15%（パラールを含む）、芦屋地区 12%でもみられる。本設は、地区によってあまり差はないが、大規模再開発が計画されている二葉地区では少ない。

2・3 — 再開時期

表 11・6 は震災 9 ヶ月後までに再開している店舗について再開時期をみたものである。どの地区も震災翌月の 2 月が再開のピークになっている。ほとんどの店舗が震災後数ヶ月で再開しており、4 月までに立ち上がった店舗は須磨、芦屋、二葉、神楽地区でそれぞれ 90%、69%、68%、51%である。

再開のきっかけは、ライフラインの復旧に加え、客の要望や得意先、問屋が営業を再開した等があげられる。しかし、それ以降はあまり動きがみられず、神楽地区で 5 月以降も再開が続いているだけで、逆に須磨地区などは店舗が減少している。

表 11・6 店舗の再開時期

	件数 (%)											
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	計
芦屋	28 (18.2)	28 (18.2)	27 (17.5)	23 (14.9)	14 (9.1)	10 (6.5)	10 (6.5)	4 (2.6)	7 (4.5)	3 (1.9)	0	154 (100.0)
神楽	13 (9.1)	31 (21.7)	17 (11.9)	12 (8.4)	14 (9.8)	11 (7.7)	11 (7.7)	18 (12.6)	11 (7.7)	4 (2.8)	1 (0.7)	143 (100.0)
二葉	90 (15.6)	151 (26.2)	102 (17.7)	49 (8.5)	30 (5.2)	102 (17.7)	21 (3.6)	13 (2.3)	7 (1.2)	11 (1.9)	0	576 (100.0)
須磨	44 (18.8)	77 (32.9)	67 (28.6)	22 (9.4)	7 (3.0)	2 (0.9)	6 (2.6)	1 (0.4)	6 (2.6)	2 (0.9)	0	234 (100.0)
計	175 (15.8)	287 (25.9)	213 (19.2)	106 (9.6)	65 (5.9)	125 (11.3)	48 (4.3)	36 (3.3)	31 (2.8)	20 (1.8)	1 (0.1)	1107 (100.0)

注：再開時期不明の150件は、集計から除いている

表 11・7 震災9ヶ月後の売り上げ回復率

	件数 (%)								
	30% まで	50% まで	70% まで	90% まで	ほぼ変化 なし(91 ~109%)	120% まで	150% まで	151% 以上	計
芦屋	22 (15.9)	39 (28.3)	31 (22.5)	13 (9.4)	21 (15.2)	4 (2.9)	6 (4.3)	2 (1.4)	138 (100.0)
神楽	16 (15.4)	27 (26.0)	17 (16.3)	16 (15.4)	20 (19.2)	3 (2.9)	5 (4.8)	0	104 (100.0)
二葉	59 (11.3)	123 (23.5)	106 (20.2)	82 (15.6)	104 (19.8)	32 (6.1)	14 (2.7)	4 (0.8)	524 (100.0)
須磨	30 (13.7)	71 (32.4)	44 (20.1)	30 (13.7)	31 (14.2)	7 (3.2)	1 (0.5)	5 (2.3)	219 (100.0)
計	127 (12.9)	260 (26.4)	198 (20.1)	141 (14.3)	176 (17.9)	46 (4.7)	26 (2.6)	11 (1.1)	985 (100.0)

注：不明の272件は集計から除外している

2・4 —— 売り上げ回復率

これら再開している店舗の6~9ヶ月段階の売り上げ回復率を示したのが表11・7である。大部分が震災前より落ち込んでおり、とくに須磨地区では、客足が半分までしか回復していない店舗が46%と深刻である。原因はやはり住民が地域に戻っていないことにあり、お客がいないので仕事にならないという声はどここの地区でも聞かれた。実際、住民の戻り率は第6章でみたように低く、最も高い二葉地区で67%で、神楽地区では46%にとどまっている。

売り上げが通常通り（震災前と同じ）かそれ以上になっている所は二葉、神楽、芦屋、須磨地区でそれぞれ29%、27%、24%、20%である。それらの業種としては金物屋、電気屋、酒屋、畳屋等であり、飲食店のなかにも工事中の人がよく利用するといった所があった。

3 連担商店街・二葉地区での商業問題

二葉地区は、神戸市の西部地域では最大の商業集積地区である。ここでは、連担商店街について分析する。この地区は旧くから商業のまちとして栄え、また幸いに戦災からも免れ、戦後すぐのすさんだ世相に灯火を与える一大オアシスとしてにぎわいをみせていた。しかし、この度の震災で商店街としての機能を大きく損なう被害を受けた。そこで、図 11・3 にみられる大正筋、本町筋、昭和筋、西神戸センター街、六間道、二葉三四・四五の各商店街と、まるは市場、丸五市場の 8 つとそれ以外の店舗を対象として調査を行った。調査内容は、店舗の被災状況、営業再開の有無、再開時期、再開理由、回復状況（客足、売り上げの状況を震災前と比較）等である。

3・1 —— 店舗構成

商店街別に店舗構成（業種）をみたのが表 11・8 である。全体では、飲食、食

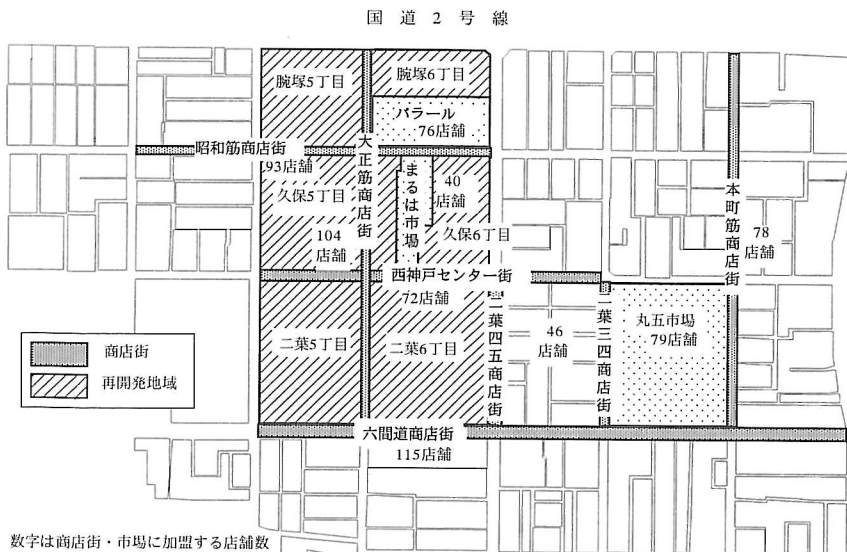


図 11・3 商店街・市場の分布

表 11・8 商店街別店舗の業種構成

						件数 (%)
	飲食店	食品販売	物品販売	サービス	不明	計
大正筋商店街	14 (13.5)	16 (15.4)	65 (62.5)	6 (5.8)	3 (2.9)	104 (100.0)
本町筋商店街	22 (28.2)	13 (16.7)	33 (42.3)	6 (7.7)	4 (5.1)	78 (100.0)
昭和筋商店街	23 (24.7)	17 (18.3)	32 (34.4)	18 (19.4)	3 (3.2)	93 (100.0)
西神戸センター街	19 (26.4)	12 (16.7)	32 (44.4)	8 (11.1)	1 (1.4)	72 (100.0)
六間道商店街	29 (25.2)	11 (9.6)	59 (51.3)	16 (13.9)	0	115 (100.0)
二葉三四・四五商店街	13 (28.3)	11 (23.9)	13 (28.3)	7 (15.2)	2 (4.3)	46 (100.0)
まるは市場	0	33 (82.5)	7 (17.5)	0	0	40 (100.0)
丸五市場	0	60 (75.9)	18 (22.8)	1 (1.3)	0	79 (100.0)
その他	166 (42.3)	59 (15.1)	90 (23.0)	66 (16.8)	11 (2.8)	392 (100.0)
計	286 (28.1)	232 (22.8)	349 (34.2)	128 (12.6)	24 (2.4)	1019 (100.0)

品、物品がほぼ同じでバランスがとれているが、個々の商店街でみるとかなり店舗構成に特徴があることがわかる。大正筋商店街では物品販売が60%以上を占める。本町、昭和、西神戸、六間道商店街は物品販売が多いが飲食店も目立つ商店街である。まるは、丸五両市場は食品が大半を占めている。二葉三四・四五商店街については、飲食、食品、物品の各業種が均衡している。

3・2 —— 商店街の被災状況

この地区は火災の被害が大きかった。全壊率（全焼を含む）をみると、大正筋商店街78%、昭和筋商店街51%、西神戸センター街53%、まるは市場100%となっている（表11・9）。

しかし、火災のなかった商店街でも、本町筋商店街、二葉三四・四五商店街、それぞれ全壊率41%、52%と被害が大きい。逆に被害が少なかったのは、連担商店街の一番南に位置する六間道商店街（5%）と東に位置する丸五市場（1%）である。しかし、半壊を含めると、平均で60%以上（30%～100%）の店舗が被害を受けている。

表 11・9 商店街別被災度

	件数 (%)					計
	全焼	全壊	半壊	小壊	被害なし	
大正筋商店街	75 (72.1)	6 (5.8)	17 (16.3)	6 (5.8)	0	104 (100.0)
本町筋商店街	0	32 (41.0)	19 (24.4)	14 (17.9)	13 (16.7)	78 (100.0)
昭和筋商店街	37 (39.8)	10 (10.8)	24 (25.8)	16 (17.2)	6 (6.5)	93 (100.0)
西神戸センター街	27 (37.5)	11 (15.3)	8 (11.1)	19 (26.4)	7 (9.7)	72 (100.0)
六間道商店街	0	6 (5.2)	27 (23.5)	46 (40.0)	36 (31.3)	115 (100.0)
二葉三四・四五商店街	0	24 (52.2)	8 (17.4)	7 (15.2)	7 (15.2)	46 (100.0)
まるは市場	35 (87.5)	5 (12.5)	0	0	0	40 (100.0)
丸五市場	0	1 (1.3)	24 (30.4)	34 (43.0)	20 (25.3)	79 (100.0)
その他	30 (7.7)	98 (25.0)	93 (23.7)	94 (24.0)	77 (19.6)	392 (100.0)
計	204 (20.0)	193 (18.9)	220 (21.6)	236 (23.2)	166 (16.3)	1019 (100.0)

3・3——再開時期

商店街別に再開時期をみたのが表 11・10 である。3 月中までに再開した店舗は、被害の少なかった六間道商店街が 64% で多く、逆に被害の大きかった大正筋商店街では 17% と少なく、被害の大きさが再開率に表れている。

7 月中までに再開した店舗でみると、全体では、52% が再開している。商店街別にみると、やはり六間道商店街が 74%、次いで市場（丸五、まるは市場、二葉三四・四五商店街を含む）66%、大正筋商店街 59% となっている。これは、被害の大きかった商店街ほど仮設による再開が積極的に行われた結果である。

その好例は、パラルルの建設により多くの店舗が再開へこぎつけたことである。大正筋商店街から 35 店舗、まるは市場から 20 店舗、その他商店街から 21 店舗の計 76 店舗がここでオープンすることになった。このことによって、市場（丸五、まるは市場を含む）や大正筋商店街の再開率が他の商店街にほぼ並ぶことになるが、そこには商店街を再興したいという強い意志があった。

9 ヶ月時点でも再開できていない店舗が多いのは、本町商店街 54% で、過半数が再開できていない。次いで、昭和筋商店街 43%、大正筋商店街 39%、西神

表 11・10 店舗の営業・再開状況（店舗形態）

商店街名	件数 (%)									
	1月末までに再開	2月中に再開	3月中に再開	4・5月中に再開	6・7月中に再開	8～10月中に再開	再開時期不明	再開店舗計	再開できていない	計
大正筋商店街	1 (1.0)	9 (9.6)	8 (17.3)	4 (21.2)	39 (58.7)	2 (60.6)	1 (61.5)	64 (61.5)	40 (38.5)	104 (100.0)
本町筋商店街	8 (10.3)	8 (20.5)	4 (25.6)	5 (32.1)	5 (38.5)	4 (43.6)	2 (46.2)	36 (46.2)	42 (53.8)	78 (100.0)
昭和筋商店街	8 (8.6)	12 (21.5)	8 (30.1)	5 (35.5)	12 (48.4)	5 (53.8)	3 (57.0)	53 (57.0)	40 (43.0)	93 (100.0)
西神戸センター街	5 (6.9)	6 (15.3)	11 (30.6)	9 (43.1)	7 (52.8)	5 (59.7)	3 (63.9)	46 (63.9)	26 (36.1)	72 (100.0)
六間道商店街	17 (14.8)	34 (44.3)	23 (64.3)	10 (73.0)	1 (73.9)	2 (75.7)	1 (76.5)	88 (76.5)	27 (23.5)	115 (100.0)
市場	15 (9.1)	29 (26.7)	13 (34.5)	16 (44.2)	35 (65.5)	5 (68.5)	4 (70.9)	117 (70.9)	48 (29.1)	165 (100.0)
その他	32 (8.2)	47 (20.2)	32 (28.3)	30 (36.0)	17 (40.3)	6 (41.8)	47 (53.8)	211 (53.8)	181 (46.2)	392 (100.0)
計	86 (8.4)	145 (22.7)	99 (32.4)	79 (40.1)	116 (51.5)	29 (54.4)	61 (60.4)	615 (60.4)	404 (39.6)	1019 (100.0)

注 1：（ ）内の数字は、再開時期の累積率

2：大型仮設店舗「パラール」が6月10日にオープンしている

表 11・11 時期別店舗の再開と店舗形態

	営業できている	再開店舗形態								営業できていない	計
		震災前と変わらず	修繕	パラールで営業	本設	仮設	コンテナ	テント	露店		
3ヶ月	348 (34.2)	225 (22.1)	90 (8.8)	—	0	18 (1.8)	2 (0.2)	5 (0.5)	8 (0.8)	671 (65.8)	1019 (100.0)
6ヶ月	584 (57.3)	296 (29.0)	136 (13.3)	76 (7.5)	4 (0.4)	60 (5.9)	2 (0.2)	2 (0.2)	8 (0.8)	435 (42.7)	1019 (100.0)
9ヶ月	615 (60.4)	425 (41.7)	26 (2.6)	76 (7.5)	11 (1.1)	75 (7.4)	2 (0.2)	0	0	404 (39.6)	1019 (100.0)

戸センター街 36%である。

3・4 — 震災後の営業状況

各時期における各商店街の営業状況、営業形態を表 11・11 に示した。営業状況をみると、営業を再開した店舗が震災後3ヶ月で34%、6ヶ月で57%となり、6ヶ月でほぼ6割が再開している。ただ、6ヶ月時点での、仮設集合店舗「パラール」の開業がなければ44%の回復率しかなく、パラールがこの地区の店舗再開に大きな役割を果たしていることがうかがえる。9ヶ月時点では60%(6ヶ月時点と比べると+3%)と増加が鈍ってきている。こうした傾向をみると、ま

だ営業していない4割の店舗については、今後再開が困難な状況におかれていると考えられる。

次に、営業している店舗で再開した店舗形態をみると、9ヶ月時点では、「震災前と変わらず（修繕も含めて）」44%、パラールを含めた「仮設」での営業15%、「本設」1%となっている。「テント」、「露店」での営業は既になくなっていく。

これを3ヶ月時点で見ると、「震災前と変わらず」22%、「修繕」9%がほとんどで、建物被害の少ない店舗の回復が早い。しかし、数は少ないが「仮設」18店（2%）、「コンテナ」、「テント」、「露店」15店（2%）が営業している。とくに、仮設店舗は、震災後6ヶ月目（パラールを含めて）136店（13%）と急増し、早期に店舗を再開する手段として、また、商店街の活性化に大きな役割をになっていることがわかる。

3・5 —— 商店街の売り上げ回復率

パラールを含む商店街別の売り上げ回復率をみる（表11・12）。「30%まで」11

表11・12 各商店街の売り上げ回復率

	件数 (%)								
	30% まで	50% まで	70% まで	90% まで	ほぼ変化 なし(91 ~109%)	120% まで	150% まで	151% 以上	計
大正筋商店街	4 (12.9)	11 (35.5)	4 (12.9)	1 (3.2)	2 (6.5)	8 (25.8)	1 (3.2)	0	31 (100.0)
本町筋商店街	2 (6.1)	5 (15.2)	9 (27.3)	8 (24.2)	8 (24.2)	1 (3.0)	0	0	33 (100.0)
昭和筋商店街	5 (12.5)	10 (25.0)	12 (30.0)	6 (15.0)	5 (12.5)	1 (2.5)	1 (2.5)	0	40 (100.0)
西神戸センター街	10 (25.0)	13 (32.5)	2 (5.0)	6 (15.0)	6 (15.0)	3 (7.5)	0	0	40 (100.0)
六間道商店街	6 (7.1)	13 (15.3)	23 (27.1)	15 (17.6)	20 (23.5)	5 (5.9)	2 (2.4)	1 (1.2)	85 (100.0)
二葉三四・四五商店街	3 (15.0)	6 (30.0)	3 (15.0)	1 (5.0)	4 (20.0)	1 (5.0)	2 (10.0)	0	20 (100.0)
パラール	12 (18.8)	14 (21.9)	13 (20.3)	7 (10.9)	8 (12.5)	5 (7.8)	4 (6.3)	1 (1.6)	64 (100.0)
丸五市場	6 (9.4)	19 (29.7)	14 (21.9)	13 (20.3)	9 (14.1)	2 (3.1)	1 (1.6)	0	64 (100.0)
その他	11 (7.5)	32 (21.8)	26 (17.7)	25 (17.0)	42 (28.6)	6 (4.1)	3 (2.0)	2 (1.4)	147 (100.0)
計	59 (11.3)	123 (23.5)	106 (20.2)	82 (15.6)	104 (19.8)	32 (6.1)	14 (2.7)	4 (0.8)	524 (100.0)

注：売り上げ回復率不明の128件を除いている

%、「30～50%」24%、「50～70%」20%となっており、回復率70%以下の店舗が55%とまだまだ売り上げの回復にはほど遠い状態である。これは、この地区で元の地域に人が戻れていない現状では当然といえる。

そういうなかで、「ほぼ変化なし」以上の回復率をみると、全体では、29%となっているが、個々の商店街別でみると、その他の商店街36%、大正筋商店街36%、二葉三四・四五商店街35%、六間道商店街33%でやや回復率が高い。被害の大きかった大正筋商店街の回復率の高いのが目立っている。しかし、これも震災後の復興事業の関係による特定の業種に限られている。

3.6 — パラールの業績回復率

ここでは、被害にあった商店が共同で市街地再開発事業用地を借りて、スーパーを含む76店舗が仮設共同店舗を震災後6ヶ月目にオープンしたパラール(図11.4、11.5)の業績回復率をみる。

パラール内でオープンした店舗のうち、震災後6～9ヶ月目の回復率(売り上げ)をみると、震災前の水準(ほぼ変化なし)以上に達している店舗は28%で、残りの7割以上の店舗で苦しい経営状態が続いている。とくに、震災前の水準の50%以下の店舗が41%もあるのが苦しい経営状態を象徴している。

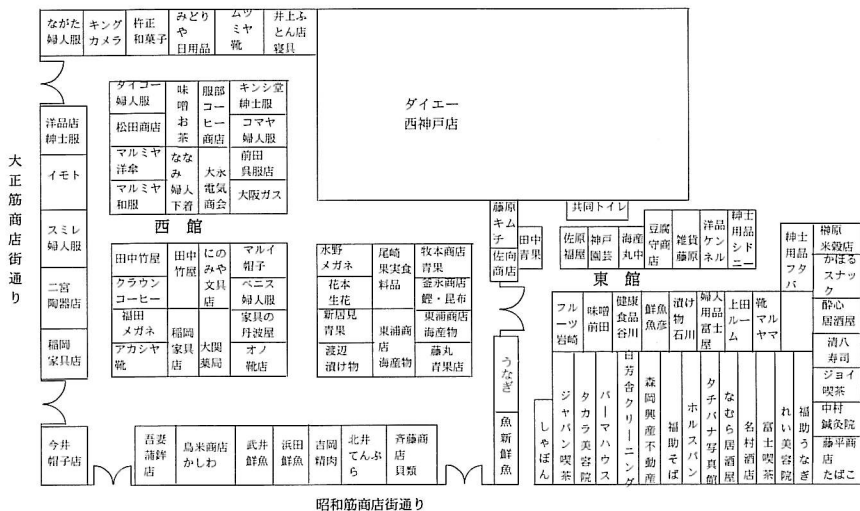
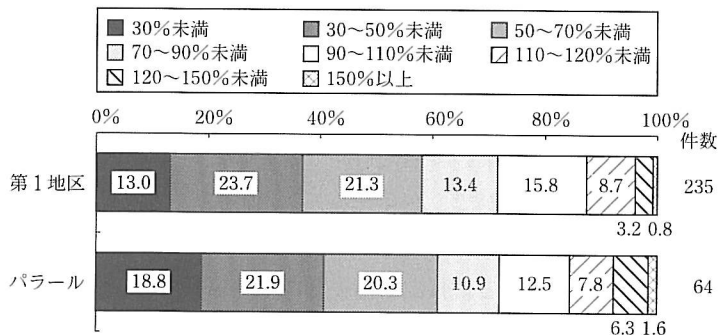


図11.4 仮設集合店舗パラールの店舗配置



図 11・5 仮設集合店舗パラール



注：不明の47件（第1地区35件、パラール12件）は除いている

図 11・6 パラール震災後9ヶ月売り上げ回復率

次に、パラールで開店した店舗と既存商店街で再開した店舗の売り上げ回復率を比較してみると(図 11・6)、両商店街とも震災前より売り上げが回復していない店舗が7割を占め、震災前よりも売り上げを伸ばしているのはパラールで16%、既存商店街で13%だけである。パラールでの売り上げ回復率が多少ともよいことがうかがえる。

4 まとめ

(1)震災直後、すぐに立ち上がった店舗が想像以上にあった。ある店は溜めてい

た水を利用したり、またある店はカセットコンロで営業を行った。ボランティアで営業する店舗もあった。わずか数ヶ月で仮設を含め多くの店舗が再開した。それらは住民にとって物質的な面だけでなく大きな精神的な支えになった。

- (2)被害の大きかった地域ほど仮設店舗による営業再開が多かった。震災直後は、露店、移動車、テントの店舗もあり、その後コンテナも使われた。仮設店舗については、店主の生活の問題から、一刻も早く再開したいという気持ちと、本設へのつなぎの役目としての手段と考えられる。
- (3)連坦商店街の二葉地区では、修繕や仮設による店舗の再開もみられる反面、傾いた店舗で細々と営業を続けている店舗も多く、その大半が高齢の経営者で、修繕等の資金の問題でいつまで営業を続けられるかわからないといった声が聞かれる。このことから、再開できない店舗とともに、今後廃業する店舗が増えることが予想される。

とくに、震災後いかに早い時期に再開できるかということが復興への課題としてあげられていたなかで、パラールのように共同で仮設店舗を建築し、再開することが、1つの方法であることが示された。

- (4)大正筋商店街を中心とする新長田駅南復興再開発区域では、久二塚まちづくり協議会を設立し、住み良いまちを取り戻すためのまちづくりを進めようとしている。しかし、20 ha という大規模な再開発であり、成立条件を含め、課題は大きい。一方、再開発区域外の商店街では、目立った活動はとくに行われていないのが現状であり、今後は、再開発区域の動きを見ながら、独自の対応が求められている*1。

注

- *1 本章のもとになったのは、安藤元夫、幸田稔、前田亨宏、西岡信幸、米田一郎「商業・商店街の被災と復旧、復興まちづくりに関する研究」『阪神・淡路大震災は都市計画をどう変えるか—近代都市計画の超剋を考える—』日本建築学会都市計画委員会、1996年9月、である。