

地方都市の商店街における 担い手の継承と意欲形成の実態に関する研究 —上田市海野町商店街を対象として—

1X22D018-3 岡田来実

街において重要な役割を果たす商店街において、後継者問題や振興組合員の意欲低下などが大きな課題となっている。そこで本研究では商店街の活力ある持続性を商店街振興組合の組合員らの商店の継承や商店街への参画の意欲形成という観点から捉え、商店街の持続に不可欠な、担い手の商店の継承や組合活動の意欲の形成過程を明らかにすることを目的とする。近年組合中心のイベントの刷新や新たな主体の参入など、活発な動きのある長野県上田市の海野町商店街を対象地とした。ヒアリングデータの分析から、担い手を「地元」と「新規」の2つの属性に分けた上で、「地元」はまちへの愛着やまちの価値の再認識などによって、「新規」は場所の魅力や経済的な課題意識、組織の受容的な関係性などによって継承や意欲形成が促されることを明らかにした。その結果を受けて、今の海野町商店街の活気を支えている要素を考察し、今後の商店街のイベントや組織の在り方、「新規」やマンション住人を商店街に巻き込んでいくことの重要性について提示した。

Key Words : 商店街, 継承, 担い手, M-GTA, 上田市海野町

1. 序論

(1) 研究の背景と目的

商店街は、歩行者の回遊性向上や地域の伝統文化の継承、地域コミュニティの基盤形成といった多様な役割を担っている。しかし近年、全国の商店街では「経営者の高齢化による後継者問題」や「活動意欲の低下」が深刻な課題となっており、多くの地区で空き店舗が連なる「シャッター街化」という空間的衰退も顕在化している¹⁾。そのため、意欲ある担い手の育成と組織の持続的運営は、商店街再生における喫緊の論点である。また、こうした課題に対し、商店街振興組合が意欲的に参画し、活動を継承し続けることは極めて重要である。なぜなら商店街振興組合は、当該地区の事業者によって組織され、環境整備から共同事業までを一体的に推進できる法的・組織的基盤を有しているためである。例えば、埼玉県秩父市の「みやのかわ商店街」では、振興組合が主体となり30年以上にわたりナイトバザールを継続するなど、組織主導の活動が地区の活力を支えている³⁾。

以上のような背景を踏まえて、本研究は、ヒアリング調査により商店街の実態と、担い手の出店・継承から意欲形成に至るプロセス、担い手の課題意識

を明らかにすることを目的とする。また、振興組合が主体となり意欲的な活動を展開する長野県上田市の海野町商店街を対象とする。

(2) 既存研究の整理

本研究に関連する既存研究には、今野ら⁴⁾の、商店街の人間関係の継承の要因を明らかにした研究や、長井ら⁵⁾の、店舗や建物等のハード面の属性と移住形態や経営状況などのソフト面の属性のそれぞれがどのように参加意欲に関係するかを明らかにしている研究、木田ら⁶⁾による、商店街振興組合が主体となって祭礼を運営することで、商店街内部の結束が強まるだけでなく、周辺住民や伝統的な地縁組織との間に新たな協力関係が構築されることを示した研究がある。

(3) 本研究の位置づけ

既存研究は、担い手の認識調査や社会的ネットワーク分析を通じて、商店街の意欲・主体性や継承の要因や商店街組織に着目したコミュニティ創生について、それぞれ明らかにしてきた点で貴重な知見を提供している。しかし、商店街振興組合の実態を踏まえて、継承や意欲の想いの形成過程に焦点を当てた研究は少ない。よって本研究では、商店街振興組

合の組合員へのヒアリング調査からどのように担い手の意欲や継承の想いが形成されたのかを明らかにする点において新規性がある。さらに、それに基づき持続的な商店街の在り方について考察する。

(4) 研究の流れ

本研究では、まず2章で対象地の概要を述べ、3章でヒアリング調査を通して把握できた、海野町商店街におけるイベントや交流会といった活動実態を整理する。4章では実施したヒアリング調査の概要と結果を示し、得られたデータをM-GTAによって分析し、振興組合の組合員における意欲形成や継承・新規出店に至る想いの形成過程の構造を把握する。5章では、得られた構造や担い手の課題意識から意欲形成や商店の継承、新規出店に繋がっている要素を明らかにし、今後も地方都市の商店街の賑わいが持続していくような在り方を考察する。最後に6章で結論を述べる。

2. 研究対象地の概要

(1) 対象地について

調査対象には、長野県上田市の海野町商店街を選定する。海野町商店街は、上田城を築いた真田氏が、一族の所縁の地から商人を呼び寄せて城下に定住させたことに起源をもつ、歴史ある商業地である。

対象地の選定にあたって、研究の背景を踏まえて、商店街振興組合が主導で活性化に取り組んでいる商店街を対象とする。海野町商店街は、城下町からの歴史を持ちながら、近年においてイベントの刷新や運営手法の変化、マンション建設による居住者構成の変化、新規出店者の増加など、商店街を取り巻く環境が大きく変容していると同時に、それらに対して振興組合が主体的に活動しているため対象地に選定する⁷⁾。

(2) 海野町商店街の概要

昭和15(1940)年には、街の中心的存在であった呉服店「ほていや」が海野町に移転した。これを契機に、昭和30年代後半(1960年代)には、海野町通りと接続する中央交差点付近は上田市の商業の中心地として大いに賑わいを見せた。

しかし、昭和58(1983)年には「ほていや百貨店」が、昭和63(1988)年には「ユニー」が相次いで撤退し、大型店舗は中心市街地外への立地を選ぶようになった。また、生鮮食品店の撤退などにより、海野町商店街の歩行者通行量は徐々に減少し、中心商店街の活力低下が課題となっていく⁷⁾⁸⁾⁹⁾。

一方、近年の海野町商店街では新たな変化も生まれている。たとえば、地域で継承されてきた祭礼への参加者が増加傾向にあり、若者やNPO団体によるまちの賑わい創出の取り組みも見られる。また、マンションの建設も進み、商店街周辺に新たな住民層が流入し、特に子育て世代が増えている。

3. 海野町商店街の活動実態

(1) ヒアリング調査の概要

振興組合員の認識や想いを把握するために、対面とオンラインによるヒアリング調査を実施した。ただし、対象者の都合上1名は文面にて調査を行った。具体的なヒアリング調査の概要を表-1に示す。ヒアリング対象者は、対面にてコンタクトの取れた22名の商店街振興組合員で構成されている。いずれもICレコーダーにて録音を行い、テキストデータに書き起こした上で以降のデータ整理に使用した。

(2) 海野町商店街における実態

前節でのヒアリング調査から得られた組合員の実態についてまとめる。

a) 担い手の属性について

ヒアリング対象者は、海野町で生まれ育ち、先代から商売をしていた人々と、または別の地域で生まれ育った人々の二つに分類できることが明らかになった。前者を「地元」、後者を「新規」とすると、両者の間に組織内に感じている事や商店街における課題などへの認識に違いがあった。そのため、以降の分析でもこの二層性に注目する。

b) 組合員同士の繋がりについて

組合員同士の主な交流の機会は、月1回程度で開催される事業部会(商店街での企画を担当する役職)や、年1回の組合員全員が集まる総会、イベントの準備や当日の打ち上げ、町のお祭りなどである。また、一部の組合員や自治会員などを含む、月1回の飲み会(二十日会)も存在する。事業部会やイベントの準備、当日の打ち上げでは、理事や事業部会の人々が交流する機会になっているようだが、組合員全員が交流できる機会は少ない。

c) 組合活動に対する意欲について

「地元」は、根底に町への愛着が意欲に繋がっている傾向が強い一方で、「新規」は商売をすることが出店の目的であるため、商店の経済的な向上心や商店街の歩行者量に対する不安などが意欲に繋がっている傾向にあった。また、彼らの意欲的な参加を可能にした背景として、組合組織の変化が挙げられた。組織編成の変化や組織内のメンバーががらりと変わ



図-1 海野町商店街の位置と業種構成



図-2 海野町商店街の街路

った時期があり、女性や多様な業種の人材も増えてきたことにより、多様な考え方が存在し、発言ししやすい空気感になったことが分かった。

d) 商店街への課題意識について

商店街への課題に関しては、どちらの属性も日常的な商店街の利用者の増加を挙げる声が多かった。一方で、「新規」の中にはイベントの在り方や組合組織の仕組みを課題と感じる人々もいて、属性によってやや課題意識に違いがみられた。ま、近年増えたマンション住民という新たな層とこれからどう交流を深めるかは属性を問わず課題として挙げられた。

4. 担い手の継承と意欲形成のプロセス

(1) 分析手法

ヒアリングデータから、組合員の商店の継承・出店に繋がる想いの形成過程や、組合活動への参加意欲の形成過程を明らかにするため、木下康仁によって考察された質的研究における理論生成法である

表-1 ヒアリング対象者概要

対象者ID	役職	業態	属性	ヒアリング日時	年齢層	方法
01Y	理事長	飲食	新規	8月25日	60代	対面
02W	理事	小売り	地元	8月25日	40代	対面
03N	組合員	飲食	新規	9月12日	30代	対面
04A	事業部員	サービス	新規	9月12日	50代	対面
05M	副理事長/ 副自治会長	小売り	地元	9月13日	50代	対面
06M	理事	飲食	地元	9月13日	50代	対面
07K	組合員	飲食	地元	9月13日	50代	対面
08S	理事	市議会議員	地元	9月14日	50代	対面
09T	副理事長	小売り	地元	9月15日	50代	対面
10K	元副理事長	小売り	地元	9月15日	50代	対面
11K	組合員	飲食	新規	9月16日	40代	対面
12N	理事	飲食	新規	9月17日	40代	対面
13S	理事	小売り	新規	9月17日	50代	対面
14T	組合員	小売り	新規	10月17日	40代	対面
15H	組合員	飲食店	新規	10月17日	40代	対面
16K	組合員	小売り	新規	10月19日	70代	対面
17I	組合員	小売り	地元(夫)/新規(妻)	10月20日	70代	対面
18Y	組合員	小売り	地元	10月20日	70代	対面
19I	事業部員	業務	新規	10月21日	40代	zoom
20K	事業部員	サービス	新規	11月11日	40代	zoom
21O	理事	住民	地元	10月23日	50代	文面
22M	自治会長	飲食	地元	10月16日	60代	対面
23N	自治会員	飲食	地元	10月18日	50代	対面
所要時間	40分～1時間半程度					
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街との出会い、変遷 ・組合員同士の繋がりについて ・組合活動に対しての意欲について ・今後の商店街に関して 					

M-GTA を用いる¹⁰⁾。本研究において分析テーマは「商店を継承・出店し、組合活動への参加意欲を形成するプロセス」とし、分析焦点者を、「地元」にした場合と「新規」にした場合のそれぞれに対して分析を行う。まず分析ワークシートという書式を用いて概念を生成する。そして、概念の相互の関係を検討し、複数の概念から形成されるカテゴリーを生成する。最終的には、それらの概念とカテゴリーで構成された結果図と、分析結果を概念とカテゴリーだけで簡潔に文章化したストーリーラインを作成する。

(2) 分析対象者を「地元」とした場合の分析結果

「地元」を分析対象者として生成された概念とカテゴリーを表-2に、また、それぞれにおける結果図を図-3に示す。

得られた結果図から、それぞれの分析テーマを説明するストーリーラインを作成した。「地元」が商店を継承し意欲が形成されるプロセスについて、以下、カテゴリーを【】、サブカテゴリーを〈〉、概念を「」で説明すると、属性が「地元」の組合員は、まちで生まれ育っている背景から、〈まちへの帰属意識・愛着〉や〈お客さんへの思いやり〉といった、まちやそこに住む人々への【感情的結びつき】が強く存在する。さらに、営業時間や人手による〈時間的余裕〉や〈親の死〉などの【外的要因】からの影響を受け

表-2 分析対象者が「地元」の場合に生成された概念とカテゴリー

カテゴリー名	サブカテゴリー名	概念	定義
感情的結びつき	まちへの愛着	町への帰属意識・愛着	幼いころから育ってきて、町に対しての帰属意識が潜在的に存在する。
		町への恩返し	町に対して恩返しをしたいという想いを抱いている。
継承の動機	継承の強制力	お客さんへの思いやり	既にお客さんを誠実に大切にしたいという気持ちが表れている。
		継承への義務感	お店を継ぐことを自分の義務だととらえている。
		自然な継承意識	商店を継ぐことを漠然と当然のことだと認識している。
	個人内発的な継承動機	家族構成における立ち位置	兄弟構成から、自分が継がなければならないという意識を持っている。
		自身の家業への適性	家業について学ぶうちに、自身の家業への適性を知りやる気に繋がった。
外的要因	-	家業への期待	家業に対してやりがいやポテンシャルを感じている。
		将来の未定	将来の進路に対してまだ具体的に決めていない。
		親の死	今まで商店を経営していた親が亡くなってしまった。
地縁的な人との繋がり	-	時間的余裕	自身の商店の営業に余裕があり、時間があると組合活動に参加できる。
		先輩からの勧誘	商店街の先輩的存在に誘われ、断れずに商店街の役員になっている。
活動を通じた想い	組合活動のやりがい	親の継承による参画	親世代から継承して組合の役員についている。
		仲間の存在	他の組合員の活躍を見ることにより自分の意欲に繋がっている。
		活動の楽しさ	組合活動に対して面白さや楽しさを見出している。
		活動における自身の役割の認識	組合活動における自身の貢献を実感し、やりがいを感じている。
まちの価値の再認識	-	活動の負担	組合活動に関わりだした初期に、活動の面倒さが意欲の低下に繋がっている。
		町への自信の喪失	町のポテンシャルを感じられず自信を無くしている。
		町への自信	町のポテンシャルを認識したことにより自信が生まれ、意欲に繋がっている。
		外部からの評判	商店街に来る外部の人間からの良い評価が感じられた時に意欲が湧く。
課題意識	-	商店街への課題意識	町に対しての課題意識から、自分がそれを何とかしたいと感じている。

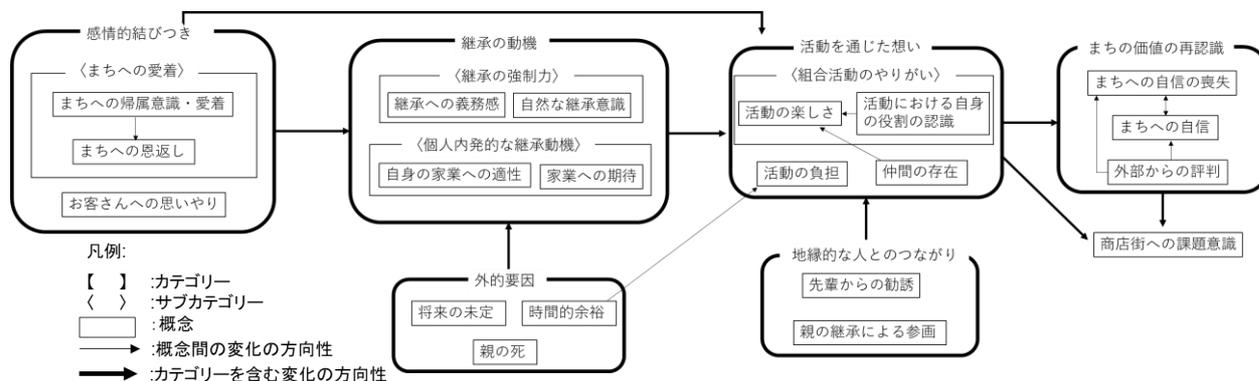


図-3 分析対象者が「地元」の場合の概念・カテゴリー間の関係

つつ、長男であることや家業への憧れなどから【継承の動機】が芽生える。商店を継承してからは、祇園祭や盆びす講といった地域の祭りなどがきっかけとなり、〈先輩からの勧誘〉や〈親の継承による参画〉といった【地縁的な人とのつながり】から組合活動に参加し始める。その中で組合活動への自身の貢献ややりがい、〈活動の楽しさ〉から【活動を通じた想い】が醸成されていく。さらに、イベントに来るお客さんや新規出店者の存在などから【町の価値の再認識】をすることで町に対しての誇りや〈商店街への課題意識〉が芽生え、更なる商店街活動への参画に繋がっていきと考えられる。

(3) 分析対象者を「新規」とした場合の分析結果

「新規」を分析対象者として生成された概念とカテゴリーを表-3に、また、それぞれにおける結果図を図-4に示す。前節と同様の書式で説明すると、属性が「新規」の組合員は、【地域とのつながり】があることや、それによって〈商店街の店舗構造のポテンシャル〉や〈まち全体の空間への期待〉などの【場所の魅力】を感じることで、《商売のモチベーション》や〈店舗の必要性〉などの自身の【事業・個人的な機会】が組み合わさり、出店に繋がる。出店後は、

商店街のイベント業務や地域の祭りをきっかけに生まれる〈参加のきっかけとなるつながり〉や〈人間関係の義務感〉などの【組織的な義務と誘引】、自身の〈店舗の運営・営業の円滑化〉といった【業務上の必要性】から商店街活動に参画し始める。組合活動を通じて自身に仕事が割り振られることにより【組織への責任感と自身の必要性】を感じるようになることや、「地元」が「新規」の意見を聞こうとしたり、積極的に役員に受け入れようとする〈役員の人柄の親しみやすさ〉、〈役員への傾聴の姿勢〉、交流会や打ち上げなどの〈組合の集いの楽しさ〉などの【組合から受ける恩恵】を感じるようになることが組合活動を継続していく支えになる。また、特に持ち家にて商店を経営する人は、生活する中で〈生活圏としての商店街〉と認識するようになったり、自身の〈子供の居場所を守りたい〉という想いによる海野町自体への、【公的な関心への拡大】が組合活動への参加意欲を支えている。

5. 継承と意欲形成を支える環境要件と課題

(1) M-GTA 分析を受けた総合的な考察

「地元」と「新規」に対する結果図を総合的に読

表-3 分析対象者が「新規」の場合に生成された概念とカテゴリー

カテゴリー名	サブカテゴリー名	概念	定義
事業・個人的な機会	店舗の確保	物件の必要性	物件を探している状態であったことが出店に繋がっている。
		空き店舗の情報源	知り合いなどから空き店舗の情報を持たことが出店のきっかけになっている。
	商売のモチベーション	親族が店舗を保有	親族が元々商店街に商店を持っていたことが出店のきっかけになっている。
		現在の業種の経験	元々現在の業種と関わりがあったことが出店のきっかけになっている。
		商売への憧れ	興味のある業種で店舗を持ちたいという憧れの気持ちがある。
		—	人生におけるタイミング
場所の魅力	—	社会情勢	コロナといった社会情勢が出店に影響を与えている。
	—	外部支援	市や振興組合としての仕組みや事業が出店のきっかけになっている。
	—	商店街での行事のポテンシャル	商店街で行っている行事が店舗に良い影響を与えている。
	—	商店街の店舗構造のポテンシャル	商店街の店舗構造に良さを見出して出店に繋がっている。
地域とのつながり	—	町の立地	商店街の立地と自身の店舗の業種の相性の良さから、海野町商店街に出店している。
	—	町空間の魅力	まち全体に対して、おもしろそうな空間だという期待の気持ちを抱いている。
組織的な義務と誘引	—	地方の商売の雰囲気	都会とは異なる地方の街中ならではのゆとりと丁寧な商売の仕方に魅力を感じている。
	—	上田市の地域資源	上田市の資源の魅力に惹かれて移住することに繋がっている。
	—	上田市とのゆかり	家族や自分が上田市にゆかりがあったことが、移住するきっかけとなっている。
	—	人とのつながり	店舗の情報を人とのつながりから手に入れた。
業務上の必要性	—	参画のきっかけとなるつながり	既存の役員からの勧誘 すでに役員をやっている組合員から誘いがあり、役員として参画するきっかけになった。
	—	親族の組合員としての活躍	元々親族が組合員だったため自身も組合活動を間近で見ていた。
	—	組合のチーム感	組合という組織に所属していることで、チームの一員であるという自覚が組合活動に関わろうとする気持ちに繋がっている。
	—	強制的な仕事	当番などによる強制的な組合の仕事が組合員の参加機会の一助となっている。
組合から受ける恩恵	—	無知の克服	出店から時間が経っておらず仕組みが分からないため、積極的に関わろうとしている。
	—	人間関係の義務感	これまでの付き合いがある手前、人間関係をやめることが出来ない。
	—	店舗の運営・営業の円滑化のため	自身の店舗・会社の運営を円滑にするために商店街と良好な関係を築きたいと考えている。
	—	来客へのサービス	商店街のお客さんに喜んでほしいという気持ちが参加意欲に繋がっている。
組織への責任感と自身の必要性	—	経済的な課題意識	店舗の売り上げに繋げるために商店街をより良くしていきたいという気持ち。
	—	活動からの個人的報酬	組合の集いの楽しさ 組合の構成員が集まる時の楽しさが参加意欲の動機に繋がっている。
	—	人とのつながりのメリット	商店街の人に支えられている意識 商店街で生じる出会いや繋がりに恩恵を感じることが商店街に協力しようという動機に繋がっている。
	—	組織の受容的な関係性	役員の傾聴の姿勢 組合で中心となっている人々が他の組合員の意見を聞くとする姿勢が見られ、それが参加意欲に繋がっている。
参加の制約要素	—	役員としての参入による意識の変化	役員として深く商店街に関わったことで、活動に面白みが生じている。
	—	活動における自身の役割の認識	組合活動の中で、何らかの役割を果たしたり貢献していることを実感すると組合における自身の必要性を感じ、意欲に繋がっている。
公的な関心への拡大	—	時間的余裕	店舗の営業時間や人手不足などで時間に余裕がないと組合活動への参加頻度が低下する。
	—	子供の居場所を守りたい	子供世代の居場所としての商店街を守りたいという気持ちが参加意欲に繋がっている。
公的な関心への拡大	—	生活圏としての商店街	商店街が生活圏であるため、自身の生活に関わる空間のことは協力したいという気持ち
	—	まちへの課題意識	地元に対する課題意識があり、地方に住みたいという気持ちが出店に繋がっている。

凡例:
 [] :カテゴリー
 () :サブカテゴリー
 □ :概念
 → :概念間の変化の方向性
 → :カテゴリーを含む変化の方向性

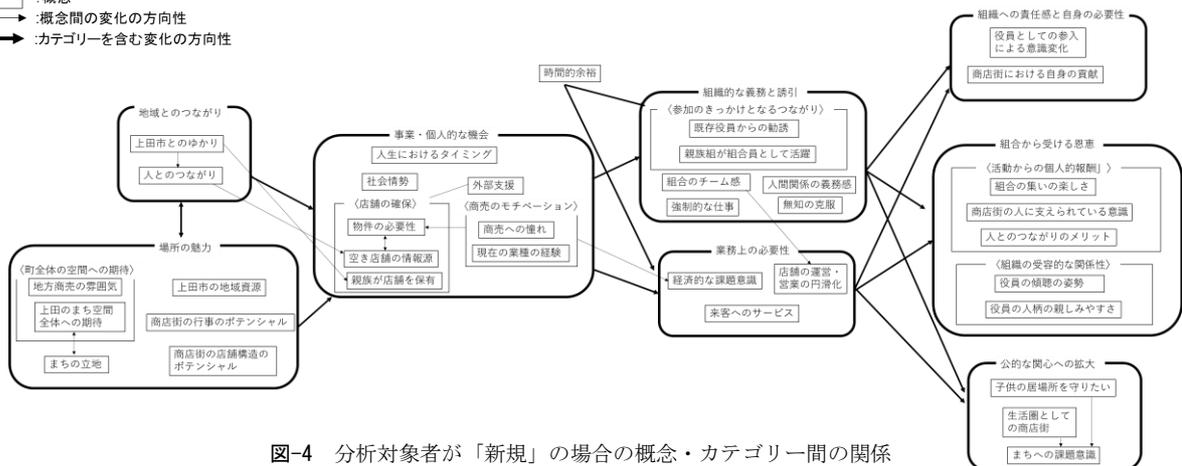


図-4 分析対象者が「新規」の場合の概念・カテゴリー間の関係

み取ることで、海野町商店街で担い手の継承と意欲形成のプロセスを下支えする環境的な要件を推察する。

①商店街のイベントと地域の祭りの存在

商店街で行われるイベントの存在や地域の祭りは、「地元」における【まちの価値の再認識】や、イベント業務を通じて【活動を通じた想い】に繋がる。「新規」においては、イベントが【場所の魅力】として出店の動機となる。また、「地元」とのつながりができ、それが《参加のきっかけとなるつながり》となったり、自身に与えられた仕事【組織への責任感と自身の必要性】を感じさせることに繋がる。

②「新規」が参入しやすい組織構成

「新規」は、〈商店街における自身の貢献〉の自覚

によって【組織への責任感と自身の必要性】を感じることや、〈役員の傾聴の姿勢〉や〈役員の人柄の親しみやすさ〉といった《組織の受容的な関係性》が意欲形成に繋がっている。そのため、振興組合が、「新規」の意見を取り入れやすい環境であることは重要である。

③空き店舗と新規出店者を繋ぐ仕組み

「新規」が商店街に出店する背景の一つとして〈外部支援〉である、新規出店者への市からの補助金や「海野まちみらい会議」といった空き店舗と新規出店者を繋ぐ施策が考えられる。

④商店街での居住

〈生活圏としての商店街〉という意識や、子育て世代における商店街という〈子供の居場所を守りたい

い) という想いは、持ち家で商店を営んでいることにより芽生える。また、「地元」においても、持ち家での経営により日常的に商店街で過ごしていた経験が〈まちへの愛着〉や【地縁的な人とのつながり】に通じ、商店の継承や商店街活動への参加を支えている。よって、持ち家での経営は、商店街の担い手の意欲形成を促進しやすいと考えられる。

(2) KJ法による課題意識の整理

ヒアリングで得られた組合員の商店街への課題意識をKJ法で整理し、8つのカテゴリー(商店街の日常的な賑わい、イベントの在り方、組織の在り方、マンション住人との交流、施設の老朽化、商店街空間、個店の目標、担い手不足)が生成され、ここでは発言の多かった4つのカテゴリーについて説明する。

① 商店街の日常的な賑わい

商店街の賑わいに関しては、「地元」と「新規」が共に挙げている課題であった。イベントの来場者は増加傾向にあるが、それが商店街の日常的な利用に繋がっていないのが現状である。商店街の歩行者量や個店の売り上げの増加が最大の課題である。

② イベントの在り方

主に「新規」による言及が多かった。年に5回という頻度を多いと感じる人も多く、組合員に掛かる負担が大きいのが現状である。また、イベント当日の賑わいを日常的な商店街の利用に繋げることや、イベント業務に掛ける時間を調節し、日常のまちづくりに対しての議論の時間も設ける事が課題として挙げられた。

③ 組織のあり方

「地元」と「新規」が共に挙げている課題であったが、「地元」からは「新規」との交流の機会や組織内での関わり方についてが挙げられ、「新規」からは、組合組織の仕組みが挙げられ、「新規」と「地元」で課題としている部分に違いがみられた。

④ マンション住人との交流

商店街でイベントをするにあたって、交通規制をかける必要があるため、マンション住人との合意形成が課題に挙げられた。

M-GTAによる結果と課題意識から、継承や意欲形成を支えている一方で課題にも繋がっている要素が見られた。今後も活気ある商店街であり続けるためには、これらの要素に関して改善する必要がある。

6. 結論

本研究では、3章にて海野町商店街の担い手へのヒアリング調査を行い、担い手や商店街の実態が明

らかにした。4章では、ヒアリングの内容を「地元」と「新規」に分けてM-GTAによって分析し、担い手の継承と意欲形成のプロセスが明らかにした。5章では、M-GTAの結果とKJ法によって整理した担い手の課題意識を受けて、今の海野町商店街の活気を支えている要素を考察し、今後の商店街のイベントや組織の在り方、「新規」やマンション住人を商店街に巻き込んでいくことの重要性について提示した。

<参考文献>

- 1) 中小企業庁: “商店街実態調査報告書 令和6年度”, 2024, <https://www.syoutengai.or.jp/data/250617shoutengai01.pdf>, (最終閲覧: 2025-07-11)
- 2) 山田凌, 鈴木美緒, 屋井鉄雄: 地方小都市の中心市街地における空き店舗発生要因に関する研究, 土木計画学研究・講演集, Vol46, pp. 321-327, 2012
- 3) 中小企業庁: 定期的・継続的なイベントの開催による商店街の活性化 みやのかわ商店街, <https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/jirei/10/pdf/03.pdf> (最終閲覧: 2025-07-23)
- 4) 今野美里: 後藤春彦, 佐藤宏亮, 下町商店街における商業機能と人間関係の継承に関する研究, 都市計画論文集, No. 44. 3, pp. 187-192, 2009
- 5) 長井健治, 紺野昭, 山崎寿一: 商店街主の属性と参加意欲との対応関係から見た商業活性化計画に関する事例研究, 都市計画論文集, No25, pp. 751-756, 1990
- 6) 木田恵理奈, 後藤春彦, 佐藤宏亮, 商店街振興組合による祭礼運営を通じた地域コミュニティ形成に関する研究—高松市丸亀町商店街を事例として—, 都市計画論文集, vol.46, NO.3, 2011
- 7) 上田市: “中心市街地活性化基本計画”, 上田市HP, 2018, <https://www.city.ueda.nagano.jp/uploaded/attachment/10987.pdf> (最終閲覧: 2025-07-02)
- 8) 中澤好富: 海野町史, 海野町商店街振興組合, 昭和53年4月10日発行
- 9) 新津新生, 小平千文, 桂木恵, 富田隆順, 海野町・原町歴史散歩, 上田小県現代史研究会, 2011
- 10) 木下康仁: 定本 M-GTA 実践の理論化を目指す質的研究方法論, 医学書院, 2020