

新潟市の大型店と 中学・高校生、その生活



小 板 邦 男

二年余にわたり、現場の教師や新潟市民主商工会の協力をえながら木村隆利所員（現、副理事長）が中心となって調査研究してきた「大型店と子どもの消費生活・文化」調査とその考察（「大型店と子ども」研究会）―以下「まとめ」―が、昨年の暮れに一応のまとめを終えました。

膨大な冊子となりましたので、ここではその一部を調査資料をもとにして紹介します。

この研究は、急激な大型店の進出によって子どもの消費文化・生活がどのようになっているかを明らかにしたいと考えて始めたものです。

この調査・アンケートで対象になった学校は新潟市内の三中学校（D中学一年生、H中学二年生、G中学三年生の男子五六名・女子四八名の計一〇四名）と新潟市近郊のY高校（一〇三年生の男子一一八名・女子六八名の計一八六名）となっています。

新潟市における大型店の進出状況

一九九三年以降、新潟市へ出店した大型店は次のようになっています。

△九三年△・ジャスコ新潟東店（大形本町）

・イトーヨーカ堂（下木戸）

△九四年△・DEKKY401、トイザラス他（出来島）

△九五年△・ランドクラブ新潟（女池）

・WILDLIFE（竹尾）

・オークラホテル新潟（川端）

・ヨドバシカメラ新潟店一号館（花園）

・ " " 二号館（ " ）

・クスリのコタマ姥ヶ山店（姥ヶ山）

・ " " 山木戸店（中山）

・G・I・O・365（神道寺）

・オリンピックスポーツツナカヤ女池店

（女池）

△九六年△・中山サティ食品館（中山）

・万代シティビルボードプレイス（万代）

△九九年△・マイカル新潟映画館併設、建設中（小新）

またグラフからわかるように、市内全域にはゲー

ム場、カラオケボックス店、ビデオテープ貸出店、雑

誌自動販売機、ツーショット自動販売機等が短期間の

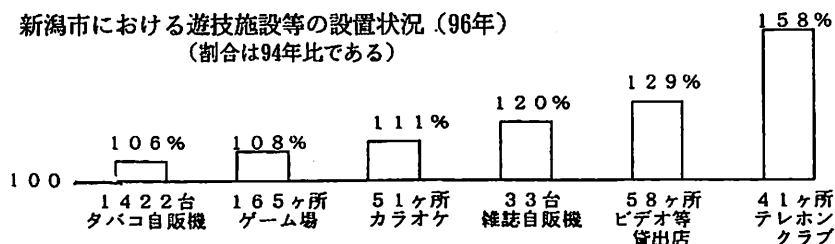
内に急激に増えています。

このような大型店の進出などが中学・高校生の生活の一部になっていること、消費が刺激され中学・高校

資料① 一新潟市教委青少年課資料より

新潟市における遊技施設等の設置状況（96年）

（割合は94年比である）



生の生活のゆがみを反映しているかもしれないということは予想できます。

一方、新潟市の商店の総数は、九一年に九、六二一店が九四年には八、九五九店とわずかに三年間に六六二店も減少しています。このことは自営の中小零細店の家族の生活基盤をおびやかす、その子息の子育てや進路にも大きく影響を与えていると考えられます。

資料②

中学・高校生の大型店の利用状況

アンケート調査によると、中学・高校生の店舗利用の頻度（一カ月に何回利用するか）は次のようになっています。（「まとめ」では、回数別実数になっていますが、ここでは延べ人数）

店名	中学生 (一〇四名)	高校一年生 (七七名)	計
ジャスコ新潟東店	六一	一二五	一八六
イトーヨーカ堂	一三六	六五	二〇一
ブラーカ1,2,3	三一	九七	一二八
トイザラス	一四	二〇	三四
伊勢丹デパート	一六	三三	四八
三越デパート新潟店		四九	四九
大和デパート		三	三
カミィノ古町		五六	五六
ジャスコ青山店		二二	二二
ダイエー		九六	九六
笹口S・C		九	九
ヨドバシカメラ		五六	五六
その他		一五	一五

この中で、特異なものとして同じ店に月に一〇回、二〇回も行っている生徒もいて、大型店利用が生活の一部になっていることがうかがえます。高校生はほぼ新潟市全域から通学しているため、市内全域の大型店の利用がみられます。この傾向は二・三年生にも共通しています。

生徒の日常生活はどうなっているか

調査では子ども達の日常生活について、学校での生活時間（クラブ活動や部活動）・テレビ視聴・家庭での学習時間・学習塾や習いごと・ショッピングの時間・小遣い等もまとめています。

しかし標本数が少ないので、この数字からは大型店の進出による子ども達の生活の乱れについてはあまりはっきりとは言えませんが、それらを概観すると実際には日常的に出歩いてはいないこと、いざ買物をするときは大型店へ行っていることがうかがえます。ショッピングに費やす時間は休日女子が多いということ、また大型店進出のない地域の中学生も授業日・休日にかかわらず意外に多いことも報告されています。

資料③

ロ) 補導割合増加順位

(82~84平均比)

1位	女池	プラス	6, 0%
2	大形	"	4, 7
3	県庁前	"	4, 3
4	笹口	"	3, 3
5	万代	"	1, 7
6	河渡	"	1, 0
7	太平	マイナス	1, 0
8	秋葉	"	1, 4
9	沼垂	"	2, 0
10	木戸	"	3, 3
11	駅前	"	4, 0
12	山の下	"	4, 3
"	馬越	"	"

イ) 年間補導少年割合

(96~98平均)

1位	大形	18, 7
2	女池	14, 0
3	笹口	11, 3
4	木戸	11, 0
5	県庁前	9, 8
6	秋葉	8, 3
7	河渡	7, 3
8	万代	6, 0
9	山の下	3, 7
"	太平	"
11	馬越	3, 0
"	沼垂	"
13	駅前	1, 3

新潟市への大型店の進出は、ここ二〇年来圧倒的に笹口・女池地域と大形・木戸地域に多く、八〇年以降新潟市に進出した大型店二一店のうち、前者の地域に八店、後者の地域に五店と他の地域に比べて進出が著しい地域です。

大型店と子どもの非行

このことと少年非行の関連はどうなっているかについて、データをもとに考察しています。

資料④ 大形と女池交番の少年補導数

大形交番				
年度	人数	九二年	九三年	九四年
九五年	七一人	四六人	二八人	九五年

女池交番				
年度	人数	九四年	九五年	九六年
九七年	五六人	四二人	三三人	九七年

資料⑤ (新潟西警察署作成)

スーパー	一三二人
ホームセンター	三七人
デスクアウ	二八人
その他	八人

コンビニ
八人販売レ
タル五
人

資料③から前述の両地域に非行で補導された件数が上位になっていることがわかります。そして資料④を見ると、大形交番では九三年から、女池交番では九五年から急に補導件数が増えています。大形地域では四

年間に四、一八倍、女池地域では二、六七倍となっています。これは大型地域に二つの大型店が出店したのが九三年、笹口・女池地域に大型店ラッシュとなったのが九五年と一致しています。

また資料⑤は、大量販売・セルフサービスの大型店商法が子どもを非行に追いやることの裏付けとなっています。

以上の状況から、大型店進出に伴う地域変貌、地域の「発展」が、子どもの非行を誘発し増大させている要因の一つであると指摘しています。

子どもの望む地域像

子どもが地域にどんなことを願っているか、「自然環境」「地域環境・施設」「福祉」「娯楽」の十一項目を設定してアンケートした結果は次のようになっています。（ここでは中学生のみ）

一位Ⅱ釣り、水遊びのできるきれいな川が流れている

二位Ⅱ緑豊かな公園がある

三位Ⅱ祭りやイベントができる広場がある

四位Ⅱ騒音がなく、静かで落ち着いた街である

五位Ⅱ小さな子どもが安全に遊べる施設や道路がある

子どもたちの望む地域像が他の項目のゲームセンター、娯楽施設、大型店（デパート）などを上回っていることはかなり健康的な方向であり健全な感覚をもっている言えます。

中小業者・商店の営業と子ども

中小業者・商店の営業と子どもの問題がどのようになっているかを知るために直接訪問して聞き取り調査をしています。訪問したのは、鍼灸師のMさん、家電商店のGさん、建設業者のTさん、学用品店（なんか屋）のDさん、食品店のSさんの五カ所です。

鍼灸師のMさんは、「大型店にはたくさんさんの商品がある。しかし買う人と売る人の間に触れ合いがない。かつて地域には『なんか屋』があって店の人と地域の人の人としての語り合いや触れ合いがあった。大人が忙しいときは子どもが店の手伝いをし、そこで子どもは商売の実学ができた。

家の子は、私の職業について『恥ずかしい、サラリーマンがよい』と思っている。学校では職業教育をど

んなふうになっているか知りたい。」と話しました。

家電商店のGさんは、「地域に新しく団地や大型店ができたためか固定客がなくなってきた。しかし大型店はアフターサービスをしないので、故障したり操作がわからなかったりすると私たちのような小売店に来る。こうしたお客とどう触れ合い、固定客になっていただくかが課題。次男は今高校の電気科の一年生で『僕が後継ぎになる』と言っているがこの先どうなるか、でも期待している。」と話していました。

学用品店（なんか屋）のDさんは、「近くに大型店やコンビニができて客足が減った。学校が隔週五日制になったが子どもの自由になる時間も少なく、またテレビゲームの普及で子どもの客足も減ってきた。この先、二十四時間営業と競争していけるかが不安であるが、営業を続けていくために地域の商店どうしの協力援助の仕方を緊密にしていこうと心がけていきたい。」と話していました。

訪問したどの商店・業者も大型店の出店によって経営がおびやかされていること、跡継ぎの問題等の困難さを抱えながらどうやって営業を守り、街や地域を守り、そして子どもを人間らしく育てていくかを真剣に

考えていることが感じられました。

「まとめ」では、それに対してどんな方向が考えられるか、それは子どもが内面持っている健全な発達を志向する芽を發展させていくことを基本として、その場主義の「開発」によって衰弱しつつある人間回復を図る、このことができるかどうかにかかっているとして若干の提言をしています。

以上、膨大な調査の中心的な部分を紹介しましたが「まとめ」では最後に、「大企業の論理に貫かれた大型店の進出は地域を大きく変貌させ、豊かな人間関係で安定した地域社会を一変させる。……

少なくとも今までの新潟市では、大店法の規制緩和によって大企業（大型店）の論理が優先され、場当たり的で無計画であったように思う。地域住民、市民、地元中小零細企業等の意見を優先させる街づくりを實現していくことが今後の大きな課題となる。行政は地域環境保全・街づくりの観点での姿勢が重要であるとともに、行政を動かしていく住民の姿勢も問われてくる。」としています。

（こいたくにお・研究所所員）