

大規模商業施設がもたらす地方都市の変容と展望

——長野県須坂市を事例として——

本研究は、長野県北部の地方都市・須坂市において、2025年10月に開業した北信地方最大級の商業施設「イオンモール須坂」が地域社会に及ぼす影響を検証するものである。須坂市は現在、人口減少と急速な少子高齢化という問題に直面している。中心市街地では空き店舗が増加し、商業機能の郊外化が進む中、売場面積約63,000㎡のイオンモール須坂の開業は、地域経済の活性化への期待と衰退への懸念がされていた。本研究は、この巨大施設と地域が共存し活性化に繋がられるか、具体的戦略を考察することを目的とする。

まず、須坂市と類似する人口規模・立地条件を持つ2つの先行事例を比較分析した。岐阜県土岐市（土岐プレミアム・アウトレット）では、高速IC直結の利便性を活かし、年間約493万人を集客。税収増と雇用創出に成功したが、来訪者の行動が「ICと施設の往復」に終始し、市内観光地への回遊が見られない。結果として、集客の二極化と既存商店街の衰退を招き、地域経済の分断が生じた。三重県いなべ市（にぎわいの森）では、「グリーンクリエイティブいなべ」を掲げ、ナショナルチェーンを排して地域産品に特化。市外からの来訪者が7割を超え、ふるさと納税額が約2,330万円から約8,500万円へ急増するなど、都市ブランド向上に寄与したが、車アクセス前提の立地であるため、交通弱者（高齢者・学生）が利用しにくく、駅周辺や既存商店街への波及効果が限定的となった点が課題として挙げられている。

これらの事例と須坂市の現状から、イオンモール須坂開業において3つの課題が明らかになった。1つ目は交通環境の悪化である。開業直後の3連休には、IC周辺で最大約1.9kmの激しい渋滞が発生し、接触事故（5件発生）なども起きており、住民生活の安全が脅かされている。2つ目は労働市場の変化である。イオンモールの募集時給が相場を引き上げ、須坂市の平均時給は前年比14.6%増の1,207円と全国トップの増加率となった。これは労働者には恩恵だが、資金力の乏しい地元事業者や介護現場では深刻な人材流出と採用難を引き起こしている。3つ目は周辺都市との競合である。長野市など近隣からのストロー現象が懸念されており、北信地域全体での顧客の奪い合い陥るリスクが高まっている。

これらの課題を解決し、イオンモールの集客力を地域全体の利益に転換するための戦略として3つの戦略を考察した。まず、交通戦略として「パーク・アンド・ライド」の導入である。福岡市の「イオンモール香椎浜」の事例を参考に、須坂駅や臨時駐車場に駐車し公共交通を利用した来訪者に対し、モールでの特典クーポンや優先入場権を付与する仕組みを導入することで、IC周辺の混雑緩和と長野電鉄等の利用促進を同時に図る。次に、経済循環戦略として、地域限定デジタル通貨と起業支援を行う。京都府亀岡市の「かめPay」をモ

デルに、モールで獲得したポイント等を市内の個人店でも利用可能なデジタル通貨として流通させ、経済効果を強制的に市街地へ還流させる。また、モール内に低家賃の「チャレンジショップ」を設置し、地元起業家を育成。実力をつけた店舗を将来的に中心市街地の空き店舗へ誘導・移転させる仕組みを構築する。最後に、観光・文化戦略として、回遊性の創出である。イオンモール須坂から蔵の町並みやフルーツ農園を巡る周遊バスを運行し、午前はお買い物、午後は観光といったモデルコースを提案することで、素通りを防ぎ滞在時間を延長させるものである。こういった仕組みづくりを行うことによって、須坂市や周辺地域への地域活性化に役立てることができ、共存していくことにも繋がる。

イオンモール須坂の開業は、須坂市にとってゴールではなく、新しいまちづくりのスタートである。イオンモールに来た人が蔵の町並みに興味を持ち、市内の個人店で食事をし、須坂の文化に触れる。そのような人の流れを作ることができれば、須坂市は歴史も文化も楽しめる魅力的な町へと進化することができる。そのためには、行政、企業、地域住民や地元商店主それぞれでの連携が必要不可欠である。須坂市を持続可能な街にするという共通の目的を持って協力し合うことが求められる。