

# 高知市中心商店街の衰退構造の分析

1180506 山本大貴

高知工科大学マネジメント学部

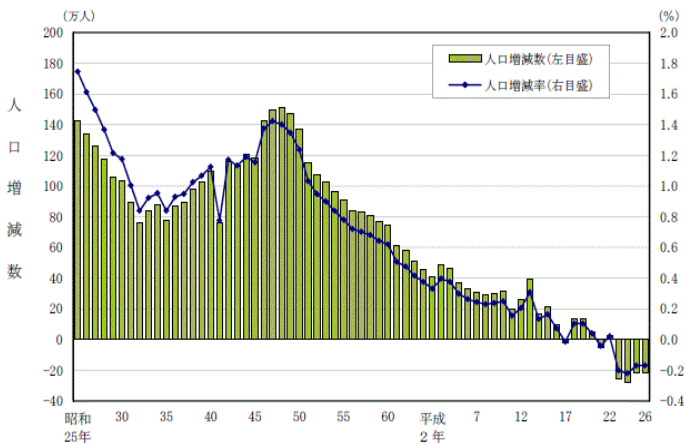
## 1. はじめに

### 1.1 概要

日本全国で少子高齢化が進み、地方では人口減少につれて産業や商業の衰退が続いている。その影響を受け、高知市中心商店街でも来店者数や売上の減少が懸念されている。そこで、衰退の原因を明らかにしなければ、いずれはシャッター店舗が軒を並べる商店街へと変わっていくかもしれないと考えられる。そこで、本研究では、通行量調査や街頭アンケートによって得たデータを客層別に分類し、分析することで高知市中心商店街のニーズや抱えている問題を明らかにした。そこから衰退原因を考察し、成功しているショッピングセンター、商店街との比較研究を行い、活性化メカニズムを明らかにし、高知市中心商店街へ活性化の提案を試みた。

### 1.2 背景

図1 総人口の人口増減数及び人口増減率の推移（昭和25年～平成26年）



注) 人口増減率は、前年10月から当年9月までの人口増減数を前年人口（期首人口）で除したものの。

図1. 2-1 総人口の人口増減数及び人口増減率の推移（平成25年～平成26年）（出典【1】：総務省統計局 人口推計 平成26年10月1日現在）

現在、日本全国では少子高齢化が進み、人口減少が続いている。その影響を大きく受けているのが地方都市に存在する商店街である。後継者問題や空き店舗の増加、通行量や従業員の減少など、多くの問題を抱え衰退している。高知県の多

くの商店街でも来店者数の減少に伴い売り上げが年々減少している。そこで、高知市の中心に存在する商店街でも衰退が進んでいるのか、また商店街が活性化するメカニズムは何かを研究していく。

### 1.3 研究目的

本研究は、アンケートによる現状調査を行い、高知市中心商店街の抱える問題点および発生メカニズムを明らかにし、その改善方法を提案することを目的とする。

### 1.4 研究方法

はじめに、高知市の統計情報や高知県商店街振興組合連合会の情報収集により、高知市の中心市街地の現状を把握した。次に、高知市中心商店街を通行している人を対象としたアンケートを実施し、ニーズや課題を調査した。そして、高知大丸・イオンモール高知・高松丸亀町商店街を対象としたヒアリング調査を行い、高知市中心商店街との違いを考察した。最後に、統計情報やアンケート結果、ヒアリング調査から高知市中心商店街における活性化のメカニズムを解明した。

## 2. 高知市中心商店街の概要

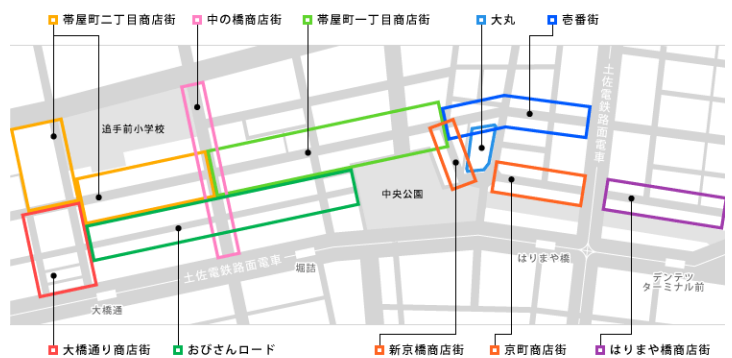


図2-1 高知市中心商店街見取り図（出典【2】：よさこいタウン）

高知市の中心には全長700メートルにも及ぶアーケードが存在し、その周辺には多くの店舗が軒を並べている。本研究ではアーケードが通る壱番街商店街、帯屋町一丁目商店

街、帯屋町二丁目商店街を対象に研究を行った。

### 3. 高知市中心商店街の現状と課題

#### 3-1 高知市中心商店街の居住人口推移

高知市中心市街地は土地の高騰や車の普及率の増加などによって居住人口は年々減少し続けていた。しかし、平成25年度には民間分譲マンション「セントラルレジデンス高知中央公園」が完成。平成27年度には商業施設と賃貸マンションの複合施設「帯屋町チェントロ」が完成し、永国寺キャンパスの整備も完了した。それに伴って、平成27年度から高知市中心市街地の居住人口は増加を続けている。【3】：平成28年度 認定中心市街地活性化基本計画のフォローアップに関する報告 参照)

#### 3-2 高知市中心商店街の歩行者通行量

高知市中心市街地の歩行者通行量は減少傾向にあったが、居住人口が増えたことにより、増加傾向へと変化した。増加要因は他にもあり、平成28年度に高知県立高知城歴史博物館がオープンしたことも影響されていると考えられる。さらに、平成30年夏には新図書館等複合施設「オーテピア」の完成も予定されており、更なる歩行者通行量の増加が見込まれている。【3】

#### 3-3 高知市中心商店街における店舗の来店者数及び売上高

高知県商店街実態アンケート調査報告書によると、平成24年度に比べ平成29年度では来店者数・売上高が減少していると回答した店舗が過半数を超えている。居住人口や歩行者通行量が増えているにもかかわらず店舗の来店者数・売上高が減少していることが分かった。【4】：平成29年度 高知県商店街実態アンケート調査報告書 参照)

### 4. 調査から導き出すニーズと課題

#### 4-1 通行量調査

##### \*調査目的

高知市中心商店街を通行している年代や形態を把握することを目的とする。

##### \*調査方法

老番街商店街と帯屋町商店街の間に位置する中央公園で昼(12~13時)、夜(18~19時)を平日と休日に分けて

実施した。

##### \*調査結果

◎通行している人を見ただけで若者、中高年、高齢者と判断し、測定した。以下を基準として測定を行った。

若者：10代、20代

中高年：30代、40代、50代

高齢者：60代以上

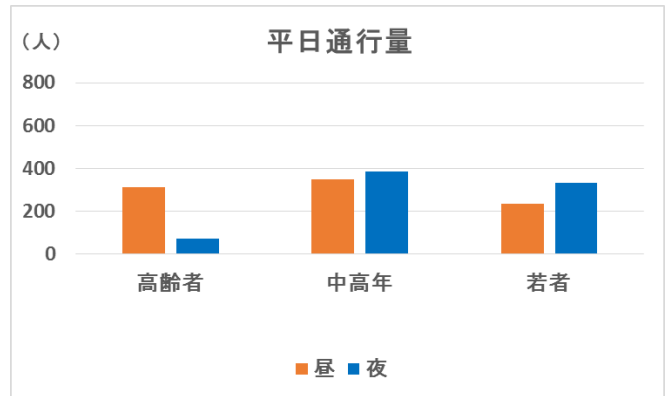


図4-1-1 年代別平日通行量 筆者作成

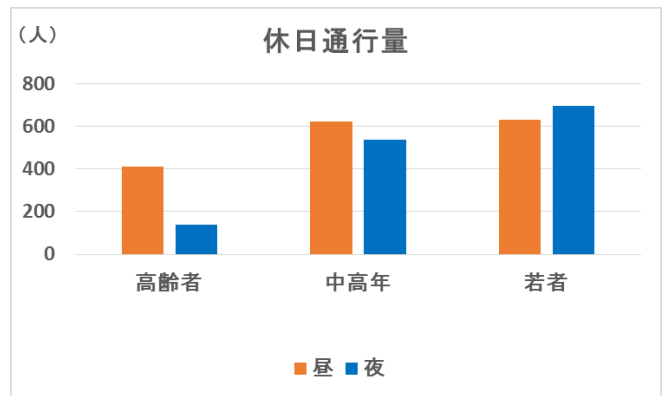


図4-1-2 年代別休日通行量 筆者作成

平日	高齢者	中高年	若者	合計
昼	310	350	235	895
夜	73	384	332	789
合計	383	734	567	1684

図4-1-3 平日通行量合計 筆者作成

休日	高齢者	中高年	若者	合計
昼	410	622	633	1665
夜	137	536	695	1368
合計	547	1158	1328	3033

図4-1-4 休日通行量合計 筆者作成

平日と休日の通行量を比較すると、休日の通行量が2倍近く多いことが判明した。年代別に見てみると、平日の昼では高齢者と中高年、平日の夜では中高年と若者が多いことが分

かった。また、休日の昼では中高年と若者、休日の夜では中高年と若者が多いことが分かった。以上のことから、平日の昼は高齢者が多いのに対して、休日の昼は若者が多いという違いが分かった。

通行量の調査の際に、通行している人の形態を見てみると、平日の昼では仕事をしている中高年が多くいた。また、高齢者と中高年の親子で買い物に来ている姿が多く見受けられた。平日の夜には飲み会に向かう多くのサラリーマンが通行していた。休日の昼は小さい子供をつれた親子や高校生がたくさん通行していた。休日の夜では飲み会に向かう多くの若者の集団がいたことが印象的だった。

#### 4-2 アンケート調査①

##### \*調査目的

高知市中心商店街を通行する人の目的やニーズを明らかにすることで、抱えている問題点を把握する。

##### \*調査対象

高知市中心商店街を通行している人（平日100人、休日100人）

##### \*アンケート内容

◎高知市中心商店街に来る目的

◎高知市中心商店街でよく利用する店

◎高知市中心商店街に出来て欲しい店

##### \*アンケート調査結果

◎高知市中心商店街に来る目的について「食事」「飲み会」「娯楽施設」「買い物（ファッション）」「買い物（日用品）」「買い物（惣菜・果物）」の選択肢から回答してもらった。複数回答をありとした。

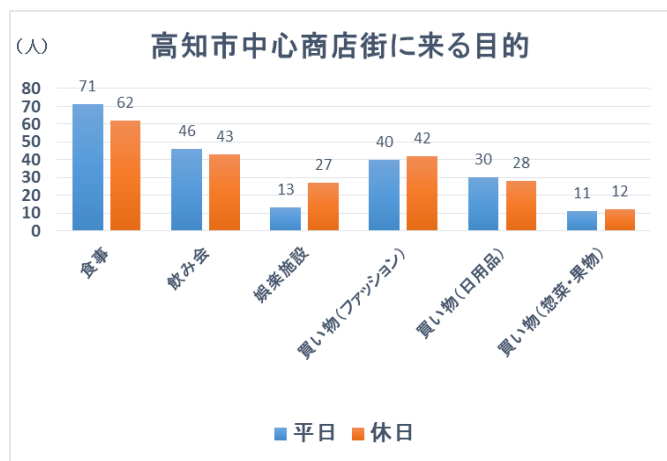


図4-2-1 高知市中心商店街に来る目的 筆者作成

平日	食事	飲み会	娯楽施設	買い物 (ファッション)	買い物 (日用品)	買い物 (惣菜・果物)
若者	18	18	13	3	6	0
中高年	29	25	0	12	12	5
高齢者	24	3	0	25	12	6

図4-2-2 年代別目的 筆者作成

休日	食事	飲み会	娯楽施設	買い物 (ファッション)	買い物 (日用品)	買い物 (惣菜・果物)
若者	30	21	24	4	10	1
中高年	24	20	3	26	12	8
高齢者	8	2	0	12	6	3

図4-2-3 年代別目的 筆者作成

全体的に見ると、食事が平日と休日両方で過半数を超え1番多い結果になり、次いで2番目に飲み会、3番目に買い物（ファッション）となった。平日と休日を比較すると、娯楽施設において休日の方が2倍以上多い結果になった。これは、休日の若者通行量が多いことからアンケート結果に影響が出たと考えられる。年代別に見ると、若者は食事や飲み会、娯楽施設の回答が多かったのに対して、買い物と回答した人が少なかった。逆に中高年から高齢者にかけては買い物と回答した人が多いことが分かった。

◎高知市中心商店街に来る目的を買い物（ファッション・日用品・惣菜・果物）と飲食（食事・飲み会）と娯楽施設の3つに分類し、1つしか回答していない場合と、複数回答している場合はその組合せを表にまとめた。

平日	買い物	飲食	娯楽	買×飲食	飲食×娯	娯×買	買×飲食×娯
若者	2	12	2	5	7	2	2
中高年	6	15	0	18	0	0	0
高齢者	5	9	0	15	0	0	0
合計	13	36	2	38	7	2	2

図4-2-4 目的の組合せ 平日 筆者作成

休日	買い物	飲食	娯楽	買×飲食	飲食×娯	娯×買	買×飲食×娯
若者	2	15	4	9	13	6	1
中高年	5	10	1	19	1	1	0
高齢者	4	2	0	7	0	0	0
合計	11	27	5	35	14	7	1

図4-2-5 目的の組合せ 休日 筆者作成

平日と休日ではほとんど同じ結果になった。飲食のみと飲食×買い物と回答する人が多かった。年代別に見ると、若者の飲食のみの回答が多いことから、買い物に魅力を感じていないことが分かった。中高年と高齢者は買い物×飲食の回答が半数近くあり、2つの目的をもって商店街に来ている人が多いことが分かった。しかし、全体的に見て、1つの目的のために商店街に来ている人の数を足し合わせてみると平

日では51人、休日では43人となった。そのため、半数近くの人が1つの目的のために商店街に来ていることが分かった。

◎よく利用するお店について選択肢は作らず、自由回答とした。

平日	高知大丸	マクドナルド	スターバックス	ミスタードーナツ	ドラッグストア	金高堂	飲み屋	その他
若者	1	8	4	2	4	3	5	6
中高年	12	1	3	0	2	2	2	4
高齢者	15	0	0	0	0	2	0	1

図4-2-6 よく利用する店 平日 筆者作成

休日	高知大丸	マクドナルド	スターバックス	ミスタードーナツ	ドラッグストア	金高堂	飲み屋	その他
若者	3	9	5	2	4	2	6	7
中高年	14	0	4	1	3	3	3	3
高齢者	10	0	0	0	1	3	0	1

図4-2-7 よく利用する店 休日 筆者作成

よく利用する店では高知大丸が中高年と高齢者から圧倒的な支持を得ていることが分かった。若者がよく利用する店はマクドナルドやスターバックスなどの全国チェーン店を多く利用していることが分かった。この表の「その他」が少ないことから、人気のある店と、そうでない店の差が激しいことが分かった。また、4割近くの人が高知大丸をよく利用していることから、商店街を通行している人の4割近くは高知大丸にお客様を取られている可能性があることが考えられる。

◎高知市中心商店街にできて欲しいお店について「ファッション店」「飲食店」「飲み屋」「娯楽施設」「惣菜屋」「スーパー」「ドラッグストア」「雑貨屋」「病院」の選択肢から回答してもらった。複数回答はありとした。

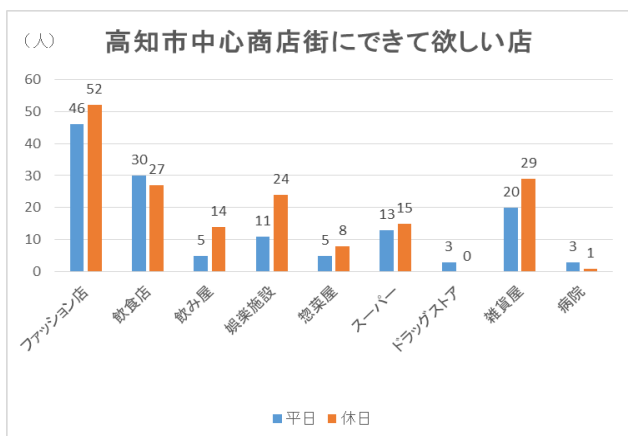


図4-2-8 高知市中心商店街にできて欲しい店 筆者作成

平日	ファッション店	飲食店	飲み屋	娯楽施設	惣菜屋	スーパー	ドラッグストア	雑貨屋	病院
若者	18	6	3	10	0	0	1	6	1
中高年	19	13	2	1	3	8	2	13	0
高齢者	9	11	0	0	2	5	0	1	2

図4-2-9 年代別でできて欲しい店 筆者作成 平日

休日	ファッション店	飲食店	飲み屋	娯楽施設	惣菜屋	スーパー	ドラッグストア	雑貨屋	病院
若者	30	5	8	22	1	0	0	9	0
中高年	17	14	5	2	4	13	0	18	0
高齢者	5	8	1	0	3	2	0	2	1

図4-2-10 年代別でできて欲しい店 筆者作成 休日

商店街にできて欲しい店は多くの人がファッション店と回答した。特に若者の回答率が高いことが分かった。また、若者と中高年では雑貨屋と回答する人が多かった。主婦層ではスーパーと回答する人が多く、居住人口が増加していることに関係があると考えられる。

#### 4-3 アンケート調査②

##### \*調査目的

通行量調査とアンケート調査によって、「来る目的が少ない」や「人気のある店とそうでない店の差が激しい」などの問題点が考えられた。その問題点は正しいのかを検証した。

##### \*調査対象

商店街を通行する100人

##### \*アンケート内容

◎高知市中心商店街を通る際に平均何軒利用するのか

◎イオンモール高知に行った際に平均何軒利用するのか

##### \*アンケート調査結果

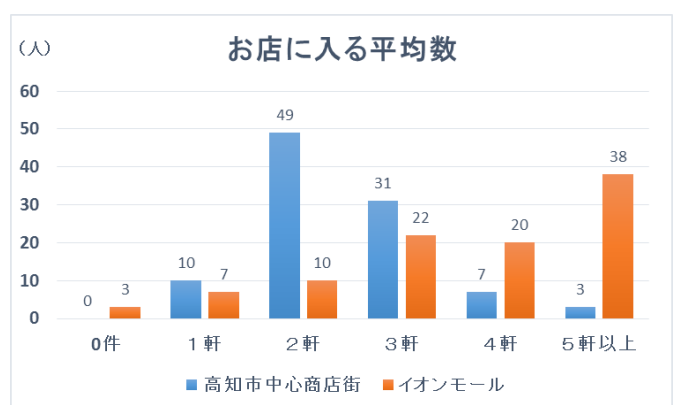


図4-3-1 お店に入る平均数 筆者作成

高知市中心商店街では平均2軒と回答した人が一番多く、次いで平均3軒が二番目に多かった。イオンモール高知ではほとんどの人が平均3軒以上と回答する結果となった。また、高知市中心商店街ではなぜ利用する店が少ないかを聞くと、

決まった店にしか立ち寄らない。他に行きたい店がない。休憩スペースが無いなどの意見が挙げられた。

#### 4-4 調査結果からみる課題考察

調査により、高知市中心商店街を通行している人の年代、目的が明らかになった。プラス面として、商店街は高齢者の街というイメージがある中、高知市中心商店街では多くの若者が通行していること。また、食事や飲み会を目的とする人の多さから飲食店の充実ぶりが分かった。そして、調査を通して3つの課題が考えられた。

##### 1. 高知市中心商店街に来る目的が少ない。

商店街に来る目的のアンケートでは複数回答ありにも関わらず、約半数の人が1つの目的のために高知市中心商店街に来ていると回答した。

##### 2. 人気のある店とそうでない店の差が激しい。

40代以上のほとんどがよく利用する店に高知大丸と回答した。若者ではマクドナルドやスターバックスなどの全国チェーン店の回答がほとんどであった。

##### 3. 利用する店舗数が少ない。

高知市中心商店街は一部の店舗にだけ魅力を感じている人が多く、その他の店舗には立ち寄らない傾向があることが明らかになった。通行人が増加している中、商店街全体の売り上げ増加に繋がっていない理由が回遊性の無さだと考えられる。

3つの課題から、高知市中心商店街は一部の店舗が多くのお客様を集めているのに対して、他の店舗はお客様を全く集められていないことに問題があると考えられる。つまり、相乗効果を生み出していないことが商店街全体の活性化、売上増加につながっていないことが推測できる。

### 5. 課題と実態の比較調査

4章で挙げた3つの課題の原因を明らかにするため、壱番街商店街、帯屋町商店街一丁目、帯屋町商店街二丁目の約16店舗ずつを切り取り、店の配置や業種、客層を調べた。

#### 5-1 高知市中心商店街の店舗配置

##### ◎業種別に見る店配置

ピンク色がファッション店、水色が飲食店、黄色を娯楽施設、その他を白色とした。

高知大丸 (百貨店)	Light (服屋)	サークル (DIショップ)	花兵衛 (花屋)	菊寿し (飲食店)	チケット土佐 (金庫ショップ)	Double (服屋)	
アージュ (ウィッグ店)	さくら堂 (カメラ店)	吉右衛門 (飲食店)	ミスタードーナツ (飲食店)	D.Lash (子供服店)	REGENGE (服屋)	つるや (靴屋)	立田薬師堂 (薬屋)

図5-1-1 壱番街商店街 業種別配置図 筆者作成

マクドナルド (飲食店)	earth (服屋)	U (ゲームセンター)	大西 (時計店)	中津商店 (服屋)	クメヤ (喫茶店)	アーチス (服屋)	和布 (タオル店)
さかなや道場 (居酒屋)	VIV (ウィッグ店)	サンマルク (カフェ)	メガネのクスノキ (眼鏡店)	Hanako (服屋)	TGC (眼鏡屋)	ツルハドラッグ (薬局)	LOUNIE (服屋)

図5-1-2 帯屋町商店街一丁目 業種別配置図 筆者作成

むるとや (傘屋)	明神丸 (飲食店)	城 (飲食店)	こじまや (制服屋)	康 (飲食店)	private labo (服屋)	Liaison (飲食店)	CENTRAL (パチンコ)
スターバックス (カフェ)	olip (服屋)	Recess (エステ)	LANCRET (服屋)	帯や勤助 (飲食店)	金亀 (雑貨屋)	LAUTREAU MONT (服屋)	光の種 (喫茶店)

図5-1-3 帯屋町商店街二丁目 業種別配置図 筆者作成

業種別にみると、ファッション店が17店舗、飲食店が14店舗と多いことが分かった。また、娯楽施設が2店舗、雑貨屋が1店舗と少ないことも分かった。店舗配置に注目すると、飲食店とファッション店が横並びになるケースが多いことが分かった。業種に統一性がないことから、業種別にターゲットを絞って店配置をできていないことが明らかになった。

##### ◎客層別に見る店配置

店の中にいるお客様を観察し、客層別に分類した。オレンジを若者、緑を中高年、グレーを高齢者、全世代を白色とした。

高知大丸 (百貨店)	Light (服屋)	サークル (DIショップ)	花兵衛 (花屋)	菊寿し (飲食店)	チケット土佐 (金庫ショップ)	Double (服屋)	
アージュ (ウィッグ店)	さくら堂 (カメラ店)	吉右衛門 (飲食店)	ミスタードーナツ (飲食店)	D.Lash (子供服店)	REGENGE (服屋)	つるや (靴屋)	立田薬師堂 (薬屋)

図5-1-4 壱番街商店街 年代別配置図 筆者作成

マクドナルド (飲食店)	earth (服屋)	U (ゲームセンター)	大西 (時計店)	中津商店 (服屋)	クメヤ (喫茶店)	アーチス (服屋)	和布 (タオル店)
さかなや道場 (居酒屋)	VIV (ウィッグ店)	サンマルク (カフェ)	メガネのクスノキ (眼鏡店)	Hanako (服屋)	TGC (眼鏡屋)	ツルハドラッグ (薬局)	LOUNIE (服屋)

図5-1-5 帯屋町商店街一丁目 年代別配置図 筆者作成

むろとや (傘屋)	明神丸 (飲食店)	城 (飲食店)	こじまや (制服屋)	康 (飲食店)	private labo (服屋)	Liaison (飲食店)	CENTRAL (パチンコ)
スターバックス (カフェ)	clip (服屋)	Recess (エステ)	LANCRET (服屋)	帯や勤助 (飲食店)	金亀 (雑貨屋)	LAUTREAU HONT (服屋)	光の種 (喫茶店)

図5-1-6 帯屋町商店街二丁目 年代別配置図 筆者作成

客層別にみると、高齢者をターゲットにしている店が13店舗あり、中高年5店舗、若者6店舗と比較してかなり多いことが分かった。また、若者向けのファッション店が2店舗、中高年向けのファッション店が3店舗と少ないことが分かった。店舗配置に注目すると、高齢者向けの店舗の隣に中高年向けの店舗があり、その隣には若者向けの店舗があることから、客層を意識した店舗配置ができていないことが明らかになった。

## 5-2 調査結果

以上のことから、3つの課題（1. 高知市中心商店街に来る目的が少ない。2. 人気のある店とそうでない店の差が激しい。3. 利用する店舗数が少ない。）の原因が明らかになった。

1つ目はニーズにあった店舗がないことである。アンケートにより、需要のある店舗が判明した。しかし、実態を調査してみると、そのニーズにあった店舗が明らかに少ないことが分かった。ニーズに合う店舗ができれば、自然と来る目的も増えると考えられる。

2つ目は適切な店配置ができていないことである。業種別や客層別にみると、どちらも統一性がなく適切な店舗配置ができていないことが利用する店舗の少なさ、回遊性の向上に繋がっていないと考えられる。

## 6. ショッピングセンターの強み

### 6-1 ヒアリング調査概要

#### \*調査目的

アンケートにより高知大丸を利用する人が多くいること。また、イオンモール高知では多くの店舗を利用していることが分かった。そこで、高知大丸やイオンモール高知の経営戦略を把握し、高知市中心商店街の活性化の手がかりを得ることを目的とした。

#### \*調査対象

1. 高知大丸
2. イオンモール高知

#### \*ヒアリング内容

◎ターゲットとしている客層

◎テナント選択理由

◎テナントの配置理由

### 6-2 ヒアリング調査結果

#### 高知大丸による経営戦略

◎60～80代をターゲット

高知県は少子高齢化の傾向にあり、若者より高齢者の方が多いと考えているから。60代～80代は子供を育てる30～50代に比べて、お金に余裕があり購買頻度が高いことからターゲットにしている。

◎多目的を意識

地下にはデパートが広がっており、服や化粧品を買いに来たお客様をうまく取り入れている。

◎お客様が買い物しやすい店舗配置

高知県には働く女性が多いため、1階にはワンランク上の化粧品売り場を設置している。紳士館と婦人館に分けることで欲しいものを見比べやすい空間をつくっている。

#### イオンモール高知による経営戦略

◎30～40代を中心とした家族連れをターゲット

多くの無料駐車場を配備することで、車で来る家族連れをターゲットにしている。

◎1箇所で全てが揃う（ワンステップショッピング）を意識  
買い物・食事・娯楽など1箇所で全てが揃うテナント選びを行っている。第3世代まで同伴可能な幅広いニーズを提供することを意識している。

◎客層と目的を意識した店舗配置

家族向けのユニクロや無印良品、若者向けのファッション店舗のライトオンやI K K Aを近くに配置するなど、客層や目的を意識して店舗配置を行っている。

高知大丸とイオンモール高知から共通して言えるのは、1箇所で全てが揃う（ワンステップショッピング）、商品を見比べることが出来る（ウインドウショッピング）を可能にしているところである。

### 6-3 商業の内部性と外部性

売買集中の中で大事になるのが内部性と外部性である。内

部性とは商業の内側に働く原理である。商品の品揃えや価格設定など、店舗の魅力向上に対する行動が商業の内部性である。しかし、内部性だけでは消費者の購買行動に十分に対応することが出来ない。そこで、他店舗と相互に補完し合いながら商業集積を形成する。これが商業の外部性である。売買集中の場ではこの2つが上手く作用しているかが重要である。【5】：小売業の外部性とまちづくり 2006年 著者 石原武政 参照

#### 6-4 ショッピングセンターと商店街の比較

ショッピングセンターではデベロッパーと呼ばれる開発業者によって、施設全体が1つのコンセプトの下に開発される。デベロッパーは核店舗とテナント構成だけでなく、パブリック・スペースも含めて施設全体を構想し、建物を設計し、テナントを募集し、施設全体の運営を図る。そうすることで、ワンストップショッピングとウインドウショッピングの両方を実現できる空間づくりを可能にしている。また、同じ業種の店舗を近くに配置したり、お客様の年代に合わせた配置を行ったりとお客様だけでなく、売り手にとって重要な競争と依存の関係を生み出すことができ、良い影響を与えている。他には、各店舗はデベロッパーに対して家賃の支払いが義務付けられているため、売上増加に向け店舗の魅力向上に努めなければならない。それに対して、商店街は個別店舗の集合体なので業種に統一感がなく、飲食店の隣に服屋があったり、八百屋があったりと商売に必要な依存と競争の関係を築くことが難しい。また、店舗の土地はほとんどが店主の所有地であり、家賃を払うこともない。なので、店舗の魅力向上への意識が薄い。そういった点から、商店街では内部性と外部性を上手く作用していないと考えられる。

### 7. ショッピングセンターの手法を取り入れた商店街

#### 7-1 高松丸亀町商店街の概要

高松丸亀町商店街は、1960年代～80年代くらいまで、四国全域（人口約400万人）を商圈とする、広域型の商店街として繁栄していた。元々江戸時代は呉服屋が並ぶ商店街だったこともあり、ファッション店が中心で「商売を始めたからには丸亀町に店を持ちたい」と言われるような商店街だった。

1988年には「丸亀町開町400年祭」を行い、大盛況を収めた。しかし、同年、瀬戸大橋が開通したことで大規模なショッピングセンターができ、年に数回の買い物は県外でするお客さんが増え始めた。高松丸亀町商店街への影響は大きく、人通りは衰退しきっていなかったが、衰退の兆候は現れていた。衰退の原因として、商店街の中に住む人がいなくなったことも挙げられる。1980年代の後半にもなると、住居を郊外に移して、店主は毎朝通って来るというお店が増えた。きっかけとなったのが地価の高騰である。1960年代には1000人ほど住んでいたのが、再開前には75人まで減少してしまった。

そういった現状を踏まえ、高松丸亀町商店街は再開事業に取り組んだ。再開においての柱となったのが店舗の所有権と使用権を分離させたことだ。この成功により、以前まではほとんどがファッション店だったのが、飲食店や病院など様々な分野が存在するショッピングセンターのような商店街を実現させた。また多くの分譲マンションを建てることで居住人口の増加にも成功した。

再開前には1万2000人だった通行量も1万8000人まで増加し、多い日では2万2000人を超えるほどにまで発展した。商業売上も10億円から33億円に増加し、再開は成功したと言われている。

#### 7-2 店舗の所有権と使用権の分離の仕組み

高松丸亀町商店街HPによると、「高松丸亀町商店街の再開事業では、土地の所有を変えずにビルの床をまちづくり会社が取得・運営する事業スキームとし、土地費をイニシャルコストとして事業費に顕在化させない仕組みを構築した。」

【6】：高松丸亀町商店街 HP）ことが所有権と使用権の分離を成功させた要因であると言われている。この仕組みを以下に説明していく。

地権者は、商店街振興組合が創設したまちづくり会社と定期借地権契約を結んで、土地を貸し出す。（定期借地権とは一定の年数で土地が返ってくる契約である。）そうすることで、建物の所有権はまちづくり会社が所有する形となる。その後、まちづくり会社は、テナントを募集し、そのテナント収入を得る。そのテナント収入から建物の管理コストなどを除いた分を、地権者へ分配する。要約すれば、地権者は再開事業に土地を投資することで、地代という形で配当金を得るという仕組みである。このようにして、店舗の所有と使用

の分離が可能となる。また、まちづくり会社が建物全部を運営することができるようになることで、コンセプトに沿ったテナント選びや最適なテナント配置が可能になる。しかし、この仕組みを実現するためには地権者の合意を得ることが最大の課題であると考えられる。

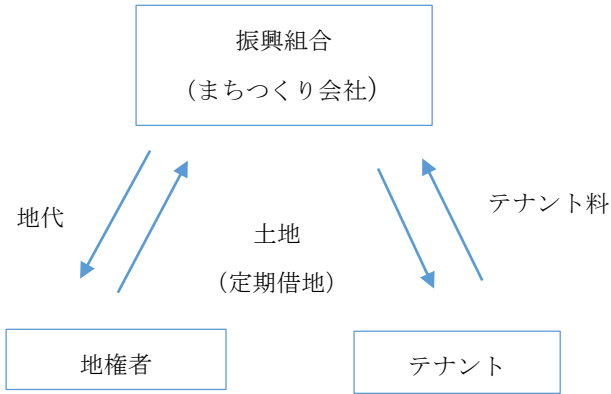


図 7-2-1 高松丸亀町商店街 所有権と使用権の分離モデル図 筆者作成

### 7-3 ヒアリング調査概要

#### \*調査目的

高松丸亀町商店街再開発の際に行った、店舗の所有権と使用権の分離についての成功要因を把握し、高知市中心商店街の活性化の手がかりを得ること。

#### \*調査対象

高松丸亀町商店街振興組合 再開発担当 蟻波勝氏

#### \*ヒアリング内容

◎店舗の所有権と利用権の分離に成功した要因について

◎どのようにして地権者の合意を得たのか

### 7-4 ヒアリング調査結果

◎商店街の人たちに危機意識があった。

商店街の人通りは決して少ない訳ではないが、瀬戸大橋の開通や駅ビルの建設の噂など多くの衰退要因を持ち合わせていることに気づき、商店街で商売を行っている人たちに温度差はあったが、全員が危機意識を持っていた。

◎再開発を行う際に、商店街で商売を行っている人だけを巻き込んだ。

再開発をしていくにあたって、丸亀町の住民全員の同意を得るには多くの時間と費用を費やすことになる。そこで、衰退の危機意識を持っている、商店街の商人だけで再開発を行ったことが成功した大きな要因となっている。

◎再開発に向けての調査費を振興組合(まちづくり会社)が

立て替えた。

再開発は最初の調査費だけで何億円もかかる場合もある。その調査費を振興組合が負担した。その調査費は再開発が失敗した場合は返済する必要がなく、成功した場合に限り、事業費の中で少しずつ返して下さいという商人にとって有利な制度だった。この制度により再開発に向け、参加しやすい状況となった。

### 7-5 所有権と使用権の分離の成功理由の考察

高松丸亀町商店街に関する先行研究(【7】:「高松丸亀町商店街に学ぶ商店街活性化のヒント」高知工科大学マネジメント学部 深瀬健弘)やヒアリングによる調査をまとめると、成功した理由はこのような要因が重なったことによるものだと考えられる。

- ・商人全員が衰退の危機意識を持っており、活性化に向けての取り組み(全国の商店街を視察、理事長への聞き込み)を行い、高松丸亀町商店街に合った独自の再開発方法を生み出したこと。

- ・商店街の振興組合が昔から駐車場経営を行い、再開発に向けての資金を確保できていたこと。

- ・定期借地権の採用や調査費の建て替えなど、商人にとって有利な条件を揃えることが出来たこと。

- ・商店街をまとめる理事長にリーダーシップと熱意があり、それに賛同する商人だけを巻き込んで再開発を行ったこと。

## 8. 研究のまとめ

### 8-1 ヒアリング調査概要

#### \*調査目的

本研究では高知市中心商店街の衰退メカニズムを解明し、活性化方法を考察してきた。その活性化方法が高知市中心商店街では実現可能なかを調査することを目的とする。

#### \*調査対象

高知市中心商店街振興組合 山中さん

#### \*ヒアリング内容

◎高知市中心商店街でも店舗の所有権と使用権を分離して、ショッピングセンターのような商店街をつくることのできるのか。

### 8-2 ヒアリング調査結果

高知市中心商店街が店舗の使用権の分離ができない原因



として、振興組合の資金力の無さが考えられる。高松丸亀町商店街が成功した要因として、商人にとって有利な条件を揃えることができたことが1番の要因と考えられる。いくら衰退の危機意識を持っていたとしても、自分が出資をしてまで、商店街を変えたいと考えている人は少ない。そこで、再開発の中心となる振興組合の資金力が必要になってくる。しかし、高知市中心商店街の振興組合は商店街の店舗に対する支援事業や人材育成をメインに行っているため、収益の出る事業はほとんど行っていない。そうした点から、店舗の所有権と使用権の分離を行うのは不可能であると考えられる。また、振興組合の代わりとなる、商店街の商人から信頼が厚く、資金力のある団体がいないことが課題である。

他の問題点として、後継者不足により再開発を進めるに当たって商売をやめる人が続出する可能性や再開発をしても高知県の購買力の低さによって新規出店を避ける傾向にあるため店舗が見つからず、シャッター店舗が増える可能性が考えられる。

### 8-3 高知市中心商店街の衰退要因

本研究を通して、高知市中心商店街の衰退要因、活性化できない理由が明らかになった。それらを以下にまとめる。

通行量調査を行って、若者が多いことが判明した。しかし、若者のニーズに合った店舗が少ないことが課題として挙げられた。また通行人が多く利用する店は高知大丸、マクドナルド、スターバックスという回答がほとんどを占めた。それを踏まえて、商店街を利用する際に平均何軒のお店を利用するのかというアンケートを行ったところ、多くの人が2軒と回答した。この結果から、目的のためだけにお店を利用し、そうでない店は全く利用しないことが推測でき、回遊性の無さが問題となっていることが明らかになった。その理由として、ニーズにあった店がないことや店舗の並びに統一性がなことが考えられた。以上の事から、この問題点の改善策として商店街のショッピングセンター化を提案した。しかし、高知市中心商店街には再開発に向けての大きな問題点があった。それは、再開発の中心になる振興組合に資金力がないことである。資金力が無い場合、各店舗への負担が大きくなるため、後継者のいない店舗などは再開発に参加しない可能性が高いと考えられる。以上のことから、高知市中心商店街ではショッピングセンターのような街づくりをすることは

不可能であることが明らかになった。

### 8-4 高知市中心商店街活性化の提案

以下の対策を挙げることで、高知市中心商店街の活性化に繋がりたいと考えている。

#### ・若者のニーズに特化した商店街づくり

中高年と高齢者は高知大丸に行くために、高知市中心商店街に来ている人が多い。そうすると、商店街の店舗を利用しているのは若者の方が多いと考えられる。また、通行量においても若者が多いことから、ターゲットを若者に定めた商店街づくりをすることで活性化に繋がる可能性が高いと推測できる。アンケートで若者に需要があると分かったファッション店や娯楽施設の誘致を行い、駐輪場も整備する。そうすることで、1日時間の潰せる、若者にとって魅力ある商店街となる。

#### ・共同出店の促進

何軒かがまとまって1つの商店を形成する。1つの商店で大きな土地を持つと土地を償却できるのに時間がかかる。東京では3年でできるのが、高知だと売上げが低いかから20年かかってしまう場合もある。そして、20年経った頃には陳腐化していて、利益が出ないといった問題が起こる可能性がある。例えば、10坪の店が5軒集まったら50坪の敷地が出来る。そこに3階くらいの建物を建てて、それが連鎖していくようにする。現在、小さい店でもトイレは1つあり、2階に上がる階段もある。もし3階建てにした場合、トイレは1つで済み、階段も1つで済む。そして、そのスペースがもっと活用でき、上を高くすれば、人が済むこともできる。そして、一番のメリットは1つの建物に同じ業種や同じ客層を持った店舗を入れることで、小さくはあるが回遊性は生まれる。そうした建物がこれから主流になれば店舗配置の問題も解決していく可能性がある。

## 9. 今後の課題

#### ・高知市中心商店街における交通手段の調査

買い物をする人が少ない原因は駐車場が少ないから車で来ることが出来ないなど、他の要因が隠れているかもしれない。なので、目的と交通手段の関わりについても考察する必要がある。

#### ・高知市中心商店街の後継者不足への提案

後継者がいないことで、店舗の魅力向上を諦めた店舗が存在する。そういった店舗が増えてくると、ますます商店街の活気がなくなっていく。この問題を改善する方法を考えていかなければならない。

・高知市中心商店街と活性化に成功している商店街との比較  
高松丸亀町商店街以外の商店街とも比較をし、商店街活性化の方法を考察する必要がある。

## 10. 謝辞

本研究を進めるにあたって、アンケートに回答して頂いた皆様、ヒアリング調査を行った高知大丸営業推進部の釣井寿仁様・森本憲吉様、イオンモール高知の横田英之様、高松丸亀町商店街振興組合の蟻波様、高知市中心商店街振興組合の山中様、ご協力頂き心より感謝申し上げます。

## 11. 引用・参考文献

【1】総務省統計局 HP 「人口推計」

<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/2016np/index.htm>

【2】よさこいタウン HP

<http://vosakoi-town.net/shop/>

【3】平成28年度 認定中心市街地活性化基本計画のフォローアップに関する報告

<http://www.city.kochi.kochi.jp/uploaded/attachment/55624.pdf#search=%27%E9%AB%98%E7%9F%A5%E5%B8%82%E4%B8%AD%E5%BF%83%E5%95%86%E5%BA%97%E8%A1%97+%E3%83%95%E3%82%A9%E3%83%AD%E3%83%BC%E3%82%A2%E3%83%83%E3%83%97%27>

【4】平成29年度 高知県商店街実態アンケート調査報告書

[http://search.yahoo.co.jp/r/FOR=KZYx3kVV3ihg17HDQldPJXgyuIyWsRQZT8Azv8VCqLsNdFuGfOPkFrOzTRNZIu.DcDx7UDkIVsWDnMs05YoI4AsHLWIVAkIbEjyFzJ3AUSP5aTLeuspbRjePbUl5WAbD6kLSKlk8kRoALVpjuvoKO02Stf8MkiRqH.FxN2GfeZEepS..PWT\\_6H1fvWLoOf58l\\_6bmlcGbThln38WYiQvfEG2FR5s58ZYH9vg4Du8xb6jLqoqUOJSvnKNH\\_b.sbAOyRA1BW\\_j8IoKGdbS8dNVShrTSxOwdcvA5HBwK9XxD3yM\\_6jtUv6vrIRN.Y0W9khY7XvHpWmI2Mnv/\\_ylt=A2RitkGwjHpaFEYAA2uDTwx.;\\_ylu=X](http://search.yahoo.co.jp/r/FOR=KZYx3kVV3ihg17HDQldPJXgyuIyWsRQZT8Azv8VCqLsNdFuGfOPkFrOzTRNZIu.DcDx7UDkIVsWDnMs05YoI4AsHLWIVAkIbEjyFzJ3AUSP5aTLeuspbRjePbUl5WAbD6kLSKlk8kRoALVpjuvoKO02Stf8MkiRqH.FxN2GfeZEepS..PWT_6H1fvWLoOf58l_6bmlcGbThln38WYiQvfEG2FR5s58ZYH9vg4Du8xb6jLqoqUOJSvnKNH_b.sbAOyRA1BW_j8IoKGdbS8dNVShrTSxOwdcvA5HBwK9XxD3yM_6jtUv6vrIRN.Y0W9khY7XvHpWmI2Mnv/_ylt=A2RitkGwjHpaFEYAA2uDTwx.;_ylu=X)

3oDMTBtNHJhZXRnBHBvcwMxBHNIYwNzcgRzbGsDd  
G10bGU-

/SIG=14glnfkan/EXP=1518081648/\*\*https%3A//www.koc  
hi-

shotengai.net/app/download/13228789388/01.%25E5%25  
A0%25B1%25E5%2591%258A%25E6%259B%25B8.pdf%3  
Ft=15111924085

【5】小売業の外部性とまちづくり 2006年

著者 石原武政

【6】高松丸亀町商店街 HP

<https://www.kame3.jp/redevelopment/>

【7】「高松丸亀町商店街に学ぶ商店街活性化のヒント」

高知工科大学マネジメント学部 深瀬健弘 参照