

# 全蓋式アーケードが商店街に与える効果と その空間を利用した活性化事業に関する基礎的研究

早稲田大学大学院理工学研究科建設工学専攻 学生会員 ○上田 晃史  
早稲田大学理工学部社会環境工学科都市計画研究室 フェロワー 中川 義英

## 1 研究の背景・目的

現在、衰退の一途をたどっている商店街では、活性化を目的とする様々な事業が行われている。アーケードの新設や、改修整備も商店街活性化事業の1つであり、本研究では歩行者専用道路の上空を全面的に屋根で覆う全蓋式アーケードに注目し、その全蓋式アーケードが商店街に与える効果を商店街会長に対するアンケートを通して検証し把握することを試みる。また、現在では全蓋式アーケードが作り出す半屋外空間のメリットを活かしたイベント等の活性化事業が行われているが、全蓋式アーケード商店街の分類ごとに半屋外空間の最適な利用法を把握することで、全蓋式アーケード商店街活性化の一助となることを目的とする。

## 2 全蓋式アーケードの現況分析

### 2.1 全蓋式アーケードの分布

各都道府県の商店街振興組合連合会とアーケードを施工している企業4社\*に対するヒアリング調査によって全蓋式アーケードの分布状況を調べた結果、全国に全蓋式アーケード商店街は600以上ある中で、大阪府にはその4分の1が集中しており、東京、兵庫、福岡等の他の大都市にも多く存在する傾向が見受けられる。さらに、西日本は東日本に対して全蓋式アーケードの数が多く、特に瀬戸内海沿岸の都市において多い。

### 2.2 全蓋式アーケード商店街の現状

本研究において行ったアンケートの結果と平成15年度商店街実態調査報告書のデータを比較することでわかった全蓋式アーケード商店街の現状、特徴を以下に示す。アンケートは郵送回収により601カ所の全蓋式アーケード商店街の会長に対して行ったものであり、回収率は38.4%であった。

全蓋式アーケードを設置している商店街の平均店舗数は全国の商店街の平均店舗数より大きい。また、全蓋式アーケード商店街においてアーケードで覆われている店舗の数は平均68.51店舗となっている。

商店街には4つのタイプが存在し、表1は各タイプの定義を示している。また、商店街の立地環境は繁華街、一般商店街、一般住宅街、住宅団地、駅前、駅ビル、地下街、ロードサイド、オフィス街、その他に分

類される。

以上のタイプ、立地環境における全蓋式アーケード商店街の特徴は、全国の商店街と比べて広域型、超広域型のタイプの商店街の割合が大きく、繁華街、駅前に立地している割合が大きい。特に立地環境は、全蓋式アーケード商店街の場合そのほとんどが繁華街、一般商店街、駅前の3つに集中している。

表1 タイプの定義

タイプ	定義
近隣型商店街	最寄品中心で徒歩または自転車などにより日常的な買物をする商店街
地域型商店街	最寄品店及び買回品店が混在し、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街
広域型商店街	百貨店、量販店等を含む大型店があり最寄品店より買回品店が多い商店街
超広域型商店街	大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離からの来街者が買物をする商店街

商店街の最近の景況を問う質問に対して繁栄していると答えた割合は、全国の商店街に比べて全蓋式アーケード商店街の方が若干大きい。ここ2、3年における商店街の来街者数の変化を問う質問に対して来街者数が増えていると答えた割合も、全蓋式アーケード商店街の方が若干大きい。

### 2.3 全蓋式アーケードが作り出す半屋外空間を利用した活性化事業の現状

半屋外空間を利用した活性化事業の事例を調べてみると、イベントである①フリーマーケット、②バザー、③お祭り、④ストリートライブ、⑤ファッションショー、また装飾事業である⑥地域文化の展示、⑦イルミネーション、情報提供事業である⑧大型スクリーン等を用いた映像の提供等がある。それぞれ、半屋外空間で行うメリットとしては、イベント事業の場合天候が悪くても開催できること、装飾事業、情報提供事業では全蓋式アーケード自体が装飾対象、機材設置対象となり得ること、装飾品、設備が雨に濡れずに済むことが挙げられる。

## 3 全蓋式アーケードが商店街に与える効果の検証

全蓋式アーケードが商店街に与える効果に対する商店街側の満足度の平均値を、全蓋式アーケード商店街の分類ごとに算出し比較検証を行う。雨天時でも歩行者通行量を落とさないこと、雨天時でも売上を落とさないこと、全蓋式アーケードがオブジェ・ランドマーク

となり来街者の印象に残ることという3つの効果に対して満足度を調査しており、その結果を表2に示す。

タイプ別では広域型商店街が、立地環境別では繁華街、駅前に立地している商店街が高い満足度を示している。また、クラスター分析によって全蓋式アーケード商店街を床形状別、空間形状別にそれぞれ4つのグループに分類した。表3で各グループの定義を示す。

表2 全蓋式アーケードの分類別の効果に対する満足度平均値

タイプ	全蓋式アーケードの効果	雨天時	雨天時	ランド
		通行量	売上	マーク
タイプ	近隣型	1,959	1,604	1,714
	地域型	2,113	1,643	1,714
	広域型	2,409	2,182	1,773
	超広域型	2,167	1,750	1,727
立地環境	繁華街	2,261	1,971	1,836
	一般商店街	1,942	1,515	1,565
床形状	駅前	2,447	1,974	1,842
	床形状1	2,536	2,143	2,071
	床形状2	2,000	1,776	1,702
	床形状3	2,065	1,511	1,565
空間形状	床形状4	2,281	1,813	1,688
	空間形状1	2,455	2,091	2,061
	空間形状2	2,196	1,625	1,786
	空間形状3	1,978	1,628	1,500
年間雨日数	空間形状4	2,308	2,154	1,846
	100日/年以下	2,209	1,810	
	100～120日/年	2,039	1,697	
	120日/年以上	2,412	2,000	
年間雪日数	15日/年以下	2,088	1,789	
	15～30日/年	2,121	1,691	
	30日/年以上	2,478	2,130	

表3 床形状・空間形状のグループの定義

定義	
床形状	床形状1 道路幅員が大きく、全蓋式アーケードの総延長は平均的である商店街
	床形状2 道路幅員、全蓋式アーケードの総延長が共に平均的である商店街
	床形状3 道路幅員が小さく、全蓋式アーケードの総延長は短めである商店街
	床形状4 道路幅員が小さく、全蓋式アーケードの総延長は長めである商店街
空間形状	空間形状1 道路幅員が比較的大きく、全蓋式アーケードの総延長は平均的であり、かつ高さが大きい商店街
	空間形状2 道路幅員が平均的であり、全蓋式アーケードの総延長は平均的であり、かつ高さも平均的である商店街
	空間形状3 道路幅員が比較的小さく、全蓋式アーケードの総延長は短めであり、かつ高さも小さい商店街
	空間形状4 道路幅員が比較的小さく、全蓋式アーケードの総延長は長めであり、かつ高さは小さい商店街

#### 4 半屋外空間を利用した活性化事業とその集客効果の検証

アンケートでは2.3に示した①～⑧の半屋外空間の利用法に対して、どれを行っているか、また行っている場合その事業自体にどの程度の集客効果があるかを聞いている。表4は全国的全蓋式アーケード商店街において各利用法を行っている商店街の割合とその利用法自体の集客効果の平均値を示しており、共にイベント事業であるお祭りが最も高く、映像情報の提供が最も低くなっていることがわかる。

タイプ別に見ると、近隣型商店街ではイベント事業が、広域型商店街ではどの利用法においても集客効果は高いとなっている。

立地環境別に見ると、立地場所が駅前ではイベント事業の集客効果が高く、繁華街ではバザー、お祭りのほか、装飾事業においても集客効果が高いという意識

調査結果になっている。

表4 利用法が行われている割合とその集客効果の平均値

	①フリーマーケット	②バザー	③お祭り	④ストリートライブ	⑤ファッションショー	⑥地域文化の展示	⑦イルミネーション	⑧映像情報提供
行われている割合	39.8%	49.7%	72.9%	49.2%	18.2%	39.2%	51.9%	13.3%
集客効果の平均値	1,718	1,955	2,109	1,659	1,594	1,681	1,707	1,391

表5 利用法に対する集客効果（タイプ別）

タイプ	①フリーマーケット	②バザー	③お祭り	④ストリートライブ	⑤ファッションショー	⑥地域文化の展示	⑦イルミネーション	⑧映像情報提供
	近隣型	2,158	2,208	1,939	1,769	1,000	1,364	1,571
地域型	1,485	1,860	2,182	1,614	1,688	1,667	1,558	1,333
広域型	1,875	1,947	2,167	1,680	1,667	1,900	2,000	1,833
超広域型	1,250	1,500	2,000	1,667	1,000	1,250	1,571	1,000

表6 利用法に対する集客効果（立地環境別）

立地環境	①フリーマーケット	②バザー	③お祭り	④ストリートライブ	⑤ファッションショー	⑥地域文化の展示	⑦イルミネーション	⑧映像情報提供
	繁華街	1,692	1,800	2,078	1,583	1,611	1,750	1,925
一般商店街	1,706	1,974	2,082	1,667	1,556	1,679	1,467	1,500
駅前	1,818	2,150	2,207	1,773	1,600	1,538	1,636	1,000

## 5 総論

### 5.1 全蓋式アーケード事業に関する考察

本研究では、タイプは広域型に属し、駅前、もしくは繁華街に立地しており、道路幅員が大きく、雨または雪が多い地域にある商店街において、全蓋式アーケードが雨天時の歩行者通行量、売上の維持、またランドマークになりうるという点で高い効果を発揮するという結果が出た。今後、全蓋式アーケードを新設する場合、以上の属性を満たした商店街に新設するほうが、その効果を大きく発揮できるのではないかと考えられる。

### 5.2 全蓋式アーケードが作り出す半屋外空間の利用法に関する提案

本研究において商店街の分類ごとに集客効果の高い半屋外空間の利用法を把握することが出来た。それを踏まえて全蓋式アーケードが作り出す半屋外空間の利用法に関して提案を行う。

- 近隣型商店街、駅前商店街では、地域に根付いたフリーマーケット、バザー、お祭り等のイベント事業を行う際に多くの来街者を集めることができると思われるため、これらを多く行うべきである。
- 広域型商店街はどの事業も集客効果が高めとなっており、多くの利用法を行うべきである。
- 繁華街においては、バザー、お祭りを行う際に来街者が多く集まり、装飾事業においても集客効果が高く、多くの利用法を行うべきである。
- 全ての属性においてお祭りとバザーは大きな集客効果を示しているため、どの商店街においても実行すべきである。

### 5.3 今後の課題

今回の提案は意識調査を踏まえての結果となっており、実際の売上や通行量のデータを加えた上でより詳しい提案を行うことが今後の課題である。

\*全国商店街振興組合連合会のホームページでアーケード・アーチ関連企業として紹介されている神村鉄工株式会社、日本街路灯製造株式会社、株式会社八洲、株式会社日米アートの4社