

中心市街地の魅力を高める店舗特性に関する研究*

A Study on Characteristics that Heighten the Attraction of a Downtown*

横山雄彦**・青木俊明***

By TakhikoYOKOYAMA**・Toshiaki AOKI***

1. 背景

わが国の各都市の現状をみると、仙台、札幌、広島、福岡のような大都市の中心市街地は、発展を続けている。その一方で、多くの地方都市では、来街者の減少により、中心市街地がシャッタータウン化するとともに、中心市街地の空洞化も進んでおり、衰退の一途をたどっている。

そこで政府は、このような問題を解決し、より質の高い社会を形成するために、「今後の市街地整備制度のあり方に関する検討会」を平成20年6月に開催した。そこでは、主な検討事項として、今後の市街地整備のシナリオ、市街地整備に係る事業手法の充実のあり方、市街地の計画・整備・管理体系のあり方、の3つが採り上げられた。さらに、これらの検討課題に対して人々のニーズなどの心理面を考慮する必要があることも述べられている¹⁾。これはハード面のみを重視し、失敗した過去の公共事業の失敗を繰り返さないためにソフト面の考慮をすべきだと考えたからだろう。

そのような状況の中、人々の心理面を考慮した研究成果が報告されている。例えば、李らは²⁾、駅のイメージと買物行動の関係を分析し、品目により買い物場所が異なる傾向を報告している。その結果、李らは中心市街地活性化の鍵として店舗の種類に応じた品目別販売規制の創設を提案している。青木は³⁾、中心市街地の訪問動機を分析した結果、楽しさや気分転換などの快感情を生起させる空間を増やしていくことが必要であると述べている。このとき、中心市街地が魅力的であるために、人々がそこを訪れるのだと考えれば、中心市街地を活性化の鍵は「非日常体験に基づく快感情」にあると考えられる。しかし、これまでのところ、快感情を高める具体的な要素は明らかになっていない。そのため、具体的な政策を検討するためには、快感情を高める具体的な要素を明

らかにする必要がある。その際、一般に、中心市街地の大部分はオフィスと商店街から構成されていることや、休日の市街地訪問の多くは商店街訪問であることを考えれば、商店街の活性化が特に重要であると考えられる。

そこで、本研究では、商店街の活性化に焦点を絞った上で、快感情を高める商店街の具体的な要素について検討を行う。

2. 中心市街地の魅力

合理的選択理論に基づけば、人が中心市街地を訪れる理由は、「そこで得られる効用が高いため」ということになる。このとき、「効用」を快感情と同義だと解釈すれば、合理的選択理論のフレームで中心市街地への訪問行動を考えることができる。さらに、多くの人が、目的に応じて、中心市街地と郊外のショッピングセンター（郊外 SC）を訪問先として選択していることを考えれば、中心市街地がもたらす効用と郊外 SC がもたらす効用は異なっていると言えよう。では、具体的に、どのような要素が効用の違いをもたらすか、中心市街地に人を訪問せしめているのか。

これについて考えるためには、中心市街地の環境面とそこを訪れる人の心理面（動機）の両面から考える必要がある。そこで、本稿では、まず、ブレインストーミングにより、中心市街地で行う行動とその目的について整理した。次に、目的の元となっている欲求とその欲求を充足するために訪問する店舗を列挙した。さらに、各店舗の特徴を列挙し、KJ法により、それらを整理した。最後に、中心市街地に多く立地している店舗が持つ特徴を整理することにより、中心市街地への訪問意欲を高める要素とそれを提供している店舗の種類を明らかにした。結果は表-1に示すが、飲食を例に再度説明しよう。

飲食の主な目的としては、栄養の摂取に加え、会話や雰囲気を楽しむことが挙げられる。このとき、これらの背後には、生命維持の欲求のほか、親和欲求（友情や絆を強める欲求）や自尊欲求、リラックス欲求などがあると思われる。

*キーワード：中心市街地活性化、店舗属性、購買行動

**学生員、東北工業大学大学院工学研究科土木工学専攻

(仙台市太白区八木山香澄町35-1、TEL022-305-3507, FAX 022-305-3501)

***正員、博（情）、東北工業大学ライフデザイン学部

経営コミュニケーション学科

表-1 中心市街地における行動・目的・欲求および店舗種類

行動	種類	目的(メイン)	目的(付属)	欲求(メイン)	欲求(付属)	店	
飲食	ランチ(平日)	早く食べる	会話、雰囲気を楽しむ	時間節約、摂取欲	親和、期待感	ファーストフード店 安いレストラン	定食屋 喫茶店
	ランチ(休日)	会話 雰囲気を楽しむ	ゆっくり食べる	親和、期待感	時間的余裕	ゆっくり出来る店 おしゃれなレストラン	おしゃれな喫茶店 ファーストフード
	軽食関係	会話 雰囲気を楽しむ	飲食	親和、期待感	摂取欲	おしゃれな喫茶店 スイーツ店	中華 和食・創作料理
	ディナー	会話 雰囲気を楽しむ 飲食	高級感	親和、期待感、 摂取欲	優越感	おしゃれなレストラン 高級なレストラン 寿司屋 回転寿司屋 イタリアン・フレンチ 居酒屋	焼肉 鉄板焼き おしゃれな居酒屋
	飲酒	会話 雰囲気を楽しむ 飲食	ストレス解消	親和、期待感、 摂取欲	変化	ダイニングバー バーカウンター	キャバクラ
買い物	日用品	生活必需品の購入	デザイン性、価格 機能性、安全性	快適	優越感、財産の保持 利便性、安心感	ショッピングセンター ドラッグストア	デパート
	衣服・装飾品	生活必需品の購入	デザイン性、価格 機能性、安全性	快適	優越感、財産の保持 利便性、期待感	デパート ショッピングセンター ファッションビル ファッションビル	ブランド店 ブランド店 アクセサリショップ 古着屋
	娯楽品	自己満足のため 余暇を満たすため	デザイン性、価格 機能性、流行	遊戯、活動	優越感、期待感 財産の保持、 安心感	デパート CDショップ 本屋・古本屋 日用雑貨店	スポーツショップ ゲームショップ
	インテリア	機能性、デザイン性	価格、安全性、流行	利便性、優越感	財産の保持、 安心感	デパート 日用雑貨店	家具店 アウトレットモール
	雑貨	機能性、デザイン性	流行、価格	利便性、優越感	財産の保持、期待感	デパート 日用雑貨店	輸入雑貨店 輸入雑貨店
サービス	美容関係	自分磨き	雰囲気を楽しむ、流行	自己啓発	期待感	ヘアサロン ヘアーサロン 理容店 マッサージ店 岩盤浴 ジム	エステサロン 日焼けサロン カイロプラクティック 酸素バー ヨガ
	リラクゼーション	癒し	雰囲気を楽しむ、流行	休息欲	期待感		
	フィットネス	自分磨き	雰囲気を楽しむ ストレス解消	自己啓発	期待感、変化		
	習いごと	自分磨き	流行 雰囲気を楽しむ、流行	自己啓発	期待感	語学 パソコン カルチャースクール ライブハウス 野外 パチンコ ゲームセンター カラオケ	料理 スポーツ ホール ボウリング ダーツ・ビリヤード 漫画喫茶
	ライブ・コンサート	雰囲気を楽しむ	流行、ストレス解消	期待感	期待感、変化		
	アミューズメント	雰囲気を楽しむ コミュニケーション	ストレス解消	期待感、親和	変化		
街中の散策	ウィンドウショッピング	雰囲気を楽しむ 流行 新たな発見	時間つぶし	期待感、探索欲	活動	デパート ファッションビル ファッションビル	ブランド店 ブランド店 アクセサリショップ
	散歩 行事ごと	気分転換、おしゃれをして出かけ 人と会う、雰囲気を楽しむ	時間つぶし	変化、優越感、保身 親和、期待感	活動		街中 街中

飲食店の種類としては、ファーストフード店をはじめ、多様な店舗が考えられるが、中心市街地に多く立地し、郊外 SC に少ないのは、高級店や個性的な店舗など、高次なサービスを提供する店舗だと言える。そして、これらの店舗が持つ特徴を列挙し、KJ 法によって整理したところ、高級感、先端性、流行、独創性、高度なサービス、快適性の高い空間の6つの要素が得られた。従って、この要素を提供する店舗こそが中心市街地の魅力を高めている店舗であると言える。

他の行動に対しても、同様の作業を行ったところ、やはり、上記の6要因が中心市街地が持つ魅力の根本要因であり、それを提供する店舗が中心市街地に人を引きつける可能性が高いという結論を得た。

3. 今後の展開

本研究では、高級感、先端性、流行、独創性、高度なサービス、快適性の高い空間の6つの要素を持つ店舗が中心市街地の魅力を高めている店舗であり、これらが提供された結果として得られる快感情を求めて人々が中心市街地を訪問するという仮説を導出した。

今後は、実証的なデータを用いて、この仮説の是非を検討することが必要だと考える。すなわち、中心市街地の訪問者にアンケート調査を行い、訪問した店舗の種類

や特徴、そこで得られたサービスや感情等についてデータを収集し、これらの関係を実証的に検証する必要がある。

さらに、現実的な政策を検討するためには、マーケットメカニズムの下で、そのような要素を満たす店舗が成立しうる条件についても検討する必要がある。

参考文献

- 1) 国土交通省：今後の市街地整備の目指すべき方向－市街地整備手法・制度の充実に向けて－pp.3-30, 2008.
- 2) 李 成・山本俊行・森川高行：中心市街地活性化を目的とした販売品目規制に関する基礎的研究, 土木計画研究・講演集 CD-ROM, Vol.30,2004.
- 3) 青木俊明：中心市街地の訪問動機分析とそれに基づく活性化方策の考察 - 宮城県仙台市を題材に -, 都市計画論文集 No40-3 pp.643, 2005.