

甲府中心市街地における空き店舗対策事業の考察 ～ 経営者へのヒアリング調査による～

山梨大学工学部土木環境工学科 学生会員 ○森田 慎也
山梨大学大学院医学工学総合研究部 正会員 大山 勲

1. 研究背景

全国各地の地方都市では、商業施設や人口の郊外化と共に中心市街地の衰退化が深刻な問題となっており、様々な対策が取られている。

その中で、国は地方都市のコンパクトなまちづくりを推奨し、国が認めたものには助成を行うという方針を明確にしている。しかし、国に認められる事は容易ではなく、地道な活動による努力が積み重なった計画でなければならない。まずは、長期的な展望を持った上で、できることから着実に進めていくことが大切である。その方法の一つに空き店舗対策事業が挙げられる。全国の中心市街地活性化の事例において、空き店舗対策は重要視され、様々な事業が行われてきた。

そこで本研究では、地方都市中心市街地活性化における、空き店舗対策事業の現状をまとめ、今後の空き店舗対策事業のあり方について考察することを目的とする。

2. 研究対象と方法

2-1) 研究対象

研究対象地区は、甲府中心市街地活性化基本区域のうち、甲府駅南側の中心商店街とする(図1)。

2-2) 研究方法

対象地区において空き店舗対策事業を実施している甲府商工会議所へヒアリング調査を行う。

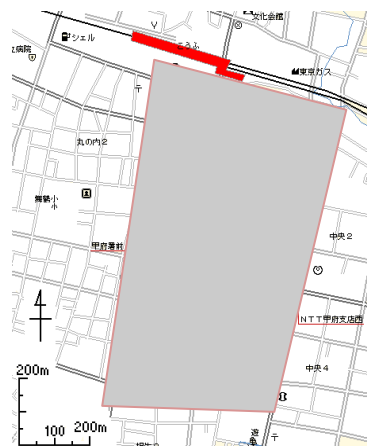


図1. 対象地区

次に、家賃補助事業を受けた店舗(以下「補助対象店舗」)が継続しているのか、廃業しているのかを現地調査で確認する。さらに店舗経営者に対するヒアリング調査を行い、経営者の現場の声から事業の課題や問題点を探る。そして、今後の空き店舗対策事業のあり方についての考察を行う。

3. 家賃補助事業について(商工会議所より)

3-1) 事業目的

近年、甲府中心商店街は衰退化が進行しており、空き店舗が多く目立つ。新規参入店舗が増えていないのは、中心商店街の入居に係わる初期投資や家賃の高額さが挙げられ、これらが出店意欲を萎えさせる大きな要因となっている。このような状況の中、商工会議所では家賃の補助を行い中心商店街に新規出店を考えている創業者等の支援を行っている。

3-2) 対象条件

中心市街地活性化法により甲府市が定めた中心市街地のうち、商工会議所の定めた商店街に属している1階路面部分に限る。原則は物販業だが、審査会において認められた場合は他の業種も可能である。

3-3) 補助内容

賃借開始日より原則最大6ヶ月。税込み家賃額の半額を補助する。但し最高額を10万円とする。

H16年度以前は3ヶ月全額。

3-4) 制度活用事業者選考基準

- ・ 当該商店街に適した業種
- ・ 支援期間終了後も営業継続の可能性が高い方
- ・ 小売業等に意欲のあること
- ・ 甲府商工会議所の会員事業所であること(事業実施後の入会も可)

キーワード 空き店舗 中心市街地活性化 地方都市

連絡先 〒400-8510 山梨県甲府市武田4-4-37

選考は甲府商工会議所と当該商店街により審査するとされているが、特に厳しい条件はなく、比較的容易に受けられる。そして、6ヶ月間は商工会議所に経営報告をする義務があるが、商工会から経営者にアプローチをかけることはないようだ。また、創業塾という経営指導も行っていることが明らかになった。

4. 家賃補助事業店舗の継続状況

甲府商工会議所により家賃補助事業が平成7年度に開始されてから、平成17年度を期に「3か月全額」から「6か月半額」に補助の形式が変更されている。これまでの補助対象店舗数、継続中の店舗数、継続率を補助の補助期間ごとに表したのが以下の表1である。

表1．補助対象店舗数と継続状況

金額 (補助期間)	補助対象 店舗数	継続 店舗数	継続率
3ヶ月全額	49 件 (42 件)	5 件 (4 件)	10.20% (9.52%)
6か月半額	21 件 (19 件)	15 件 (14 件)	71.43% (73.68%)
合計	70 件 (61 件)	20 件 (18 件)	28.57% (29.51%)

ただし、()内は本研究の対象範囲内の値である。
この値は実際に街において周辺へのヒアリングなどから、継続・廃業の確認を行ったものであるが、商工会議所の示した数値とは開きがあったため、補助実施後の商工会議所による追跡調査が不足しているように思われる。

5. ヒアリング調査結果

5-1) ヒアリング対象

対象地区において、家賃補助事業を受け、現在も営業中の18店舗のうち、経営者の都合上ヒアリングが不可能であった4店舗を除く14店舗を対象にヒアリング調査を行った。

5-2) ヒアリング項目

- A) 経営者・店舗の属性について
- 経営者がどういった人なのか、出店の経緯などを
知る。

- B) 出店当時について
- 出店するにあたり、中心地を選んだ理由、家賃補助事業の知識やその感想を聞くこと。
- C) 創業塾について
- その認知と参加状況を聞く。
- D) 経営者の現状の不満・今後の希望について
- 実際に現場で何を感じているのか、何を求めているのかを知る。

A) 経営者の属性について

出店経緯別に3パターンに分類できた。

表2．出店経緯別パターン分類

パターン	出店経緯	調査店舗
	未経験者による新規出店	6 店舗
	数店舗経営しているうちの1店舗	3 店舗
	中心地又は郊外からの移転	5 店舗

今回ヒアリング未調査4店舗は のパターン
そもそも新規出店に関して行われている事業であるはずなのに、元々中心地にあった店舗が中心地内の別の場所に移転する場合にも補助を行っているということには違和感がある。

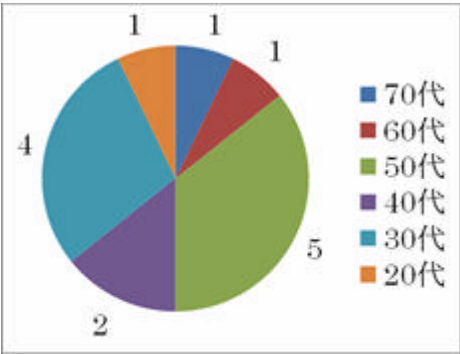


図2.年代別割合（単位:人）

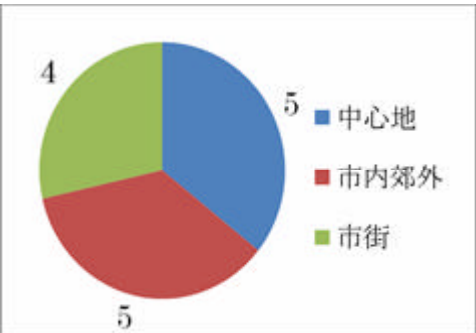


図3.居住地別割合（単位:人）

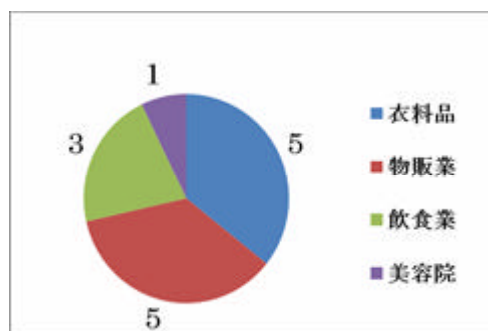


図4：経営者の業種別割合（単位：人）

年代（図2）において比較的20～30代の若い層が少ないのは、一度就職した後の独立や、のパターンが多いためである。居住地（図3）は郊外からの通勤者が多いことがわかったが、これはのパターンと郊外居住者による中心地への出店が増えたことによる。中心地居住経営者と郊外居住の経営者の店舗では、営業時間（特に閉店時間）に差が表れていた。ヒアリングを行った店舗の業種は図4の通りであるが、の新規出店者では近年飲食業が増加傾向にあり、物販業は数こそ多いものの継続率は低かった。

B）出店当時について

各パターンの出店当時の候補地及び選択理由を表3に示した。のパターンのみ当初は郊外を候補にしていた店舗があった。また、中心部活性化を意識しての出店者も少なからず存在した。

表3：パターン別出店候補地と選択理由

パターン	候補地	選択理由
	郊外：2件	周辺環境：4件
	中心内：4件	活性化のため：2件
	なし：1件	周辺環境：1件
	中心内：2件	活性化のため：1件
	なし：1件	周辺環境：2件
	中心内：4件	活性化のため：3件

家賃補助事業についての認知度は比較的高いものの、郊外居住の新規出店者に限るとその値は低く、中には出店後に知り、それから申請して補助が受けられたという場合もあった。その情報源としては、商工会からのアプローチで知ったのは3人であり、他の12人は知人や大家など第三者の紹介であった。このため特に商工会からのPRはうまくいっているとは言えないと思われる。

また、経営者全員が家賃補助の存在を主な理由として出店を決定したのではなく、出店時に家賃補助があって助かったという感覚であった。家賃補助に頼った経営計画ではなく、あくまで補助と捉えて経営してきた人が現在も継続できていることが明らかになった。

表4：家賃補助事業の認知度

パターン	認知	不認知	商工会により認知
	4人	2人	1人
	3人	0人	0人
	5人	0人	2人

また、出店時における周囲の店舗からの反応は、「業態がかぶらなければ」「こちらから話しかければ」など一部では条件もついた。

出店時に感じる問題点としては、経験の少ないの店舗において、自分の店の知名度の低さやオリジナリティの演出などが資金面と同時に大きな問題となっていることが明らかになった。

C）創業塾について

商工会議所では、経営計画の立て方や融資の利用方法などを指導する「創業塾」を開催している。平成19年度では7月15日～8月5日間の土日に、時間は9:30～16:30で5回開かれている。参加者は毎回30～40人でのべ181人であるが、受講経験者（1回以上出席した人）は46人であることから、特定の人は何度も受けていることがわかる。しかし、家賃補助を受けた経営者に創業塾についてヒアリング調査を行ったところ、受講経験者は0であった。その理由として「内容がわからない」「時間的に難しい」という点が多数挙げられた。経営者が休日の日中に店をあけることは実質不可能であり、興味があっても時間の問題で参加できないというのが現状である。

D）経営者の現状の不満・今後の希望について

今後の主な希望についてまとめたものが表5である。

の経営者からは、「何よりそれぞれの店が頑張ることが最も大事」という自立的な意見が全6件中5件で聞かれた。だが決して経営に余裕があるわけではない。初めての店舗経営ということから、意識はしていても家賃を始めとする金銭負担は大きな問題であり、「イベント計画よりも実際の援助の方がありがたい」といった現実的な意見が全店舗で聞かれた。

の経営者は、意見が多くなかった。他にも店舗を持っているため、と比べると中心地への想いは弱い。郊外と比較し駐車場問題に関する不満・希望が多かった。と同様に新イベントは求めておらず、既存イベントの発展・改善のほか、様々な業種の中心地への流入を求めている。

の経営者は、元の店舗を含めると経営期間は長いことから、すでに軌道には乗っているため、経営上の問題はほとんど出なかった。昔と比較し、中心地衰退化についてそれぞれの意見を持っており、既存の店舗・空間の見直しや若い経営者の引き込み、閉店してしまった店舗の経緯や追跡調査など、個人の補助より、周辺環境や街全体としての対策を求める傾向が強い。

表5．経営者のパターン別による主な今後の希望

パターン	今後に対する希望	挙げた件数
(6件)	・現場の想いを把握する努力	4件
	・街の環境改善	4件
	・金銭補助	5件
(3件)	駐車場問題解決	2件
	既存イベントの発展 改善	2件
(5件)	街、既存店舗など現状の見直し	2件
	若い経営者の引き込み	2件

6. 結論・考察

家賃補助の選考においては、容易に補助が受けられる状況であった。商工会議所の家賃補助事業のPRの仕方に改善の余地があり、フォローアップ事業である創業塾も補助事業対象者の参加を促す工夫が必要であり、さらに補助期間後の追跡調査等フォローアップを充実させ、事業の効果を評価・検討する必要があるなど、いくつかの課題が示された。

経営者の属性調査から、補助対象店舗は新規出店だけでなく、経緯により3種類に分類できる。

その中でも経営経験の差は大きく、は経営上の問題は特に抱えてはいなかったが、の新規出店者は全員が金銭的な面に何かしらの不安を抱えていることがわかった。また経営者全体の意識として、新たなイベントよりも事業や店舗など現状の見直し、治安や雰囲気作りなど環境の改善を求めていることが明らかに

なった。の経営者においては自分たちを補助するならばもっと若者を増やしてほしいという人もおり、本当に補助が必要なのはのような新規出店者であろう。経営者など現場の意識をしっかりと把握し、まちづくり全体の方向性を明確にした上で、移転者や複数店舗経営者よりも若い層の新規出店者に対しての補助を重要視すべきであると考えられる。

7. 今後の空き店舗対策のあり方について

その場所が空き店舗となった原因など、現状に至った経緯を明確にすることが必要である。次に、本当に必要な事柄に適切な対策を行うため、経営者の要求と商工会議所の意図を共有することが必要である。そのためには事業者が現場に赴いて経営者と直接対話をするなど、きめ細かな経営指導や追跡調査をすることが求められよう。

8. 今後の課題

実際に補助を受けたが閉店に追い込まれてしまった経営者へのヒアリングが今後の課題である。