

IV-13 中心市街地における個店散在型商業地の形成およびその地域デザインに関する研究

株式会社エコー建設コンサルタント 正会員 ○上田健輔
徳島大学工学部 正会員 三宅正弘

1.はじめに

近年まで商業地を代表する地域として商店街エリアが形成されてきた。しかし今日においては、全国的な現象として郊外部に大規模商業施設エリアが形成され、中心市街地に立地している商店街エリアから生活者が離れ、中心市街地および商店街の衰退が問題視されている。

こうした現象がある一方で、郊外の大規模商業施設エリアではなく、また中心市街地の従来型の商店街エリアとは異なる新たな商業地区が形成され、来街人口を増加させている。このような地区の特徴として挙げられるのは、従来のような商店が連続し、かつアーケードなどで一体的につながれた形態ではなく、「個店」が散在しながら一つのエリアとしてのイメージを作っているようなものである。(本研究では、店主が独自の感性と個性をいかし、「集団」的でなく、「個」的に散在する店舗を「個店(個性的店舗)」と定義する。)このようなエリアにおいては、裏道などこれまで商業地として評価が高いとは思えなかった立地なども個性に変換していくような店作りが展開されている。

このようなエリアの例として大阪市中央区の堀江、南船場、神戸市中央区のトアウエストなどが挙げられる。これらは大都市に位置付けられるが、このような動向は大都市においてだけでなく、地方都市においても見られるのではないかと推測される。

そこで、本研究では地方都市である徳島市を例に調査・考察を行い、推測を明確なものとする。同時に、地方都市におけるこのようなエリアの今後の地域形成および地域デザインのありかたを考察する。

2.大都市における個展散在型商業地の特性

大阪の堀江、南船場、神戸のトアウエストに共通する特性(個店散在型商業地が持つべき特性)は以下のように定義した。

- ① 古い空きビルや空き倉庫を利用した店舗が散在。
- ② ハイセンスでオリジナル性の高いファッションショップ、カフェなどの個店が散在。(ベンチャー精神を持ったオーナー)
- ③ 商店街エリア、大規模商業施設エリアから外れたエリアに位置する。(地価の安価な方へ)

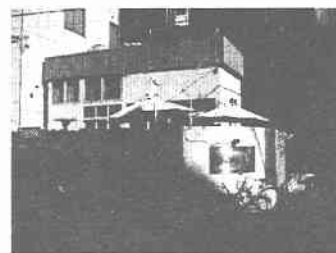


図-1 空きビルを自分達で改装した店舗



図-2 材木倉庫を再利用したカフェ

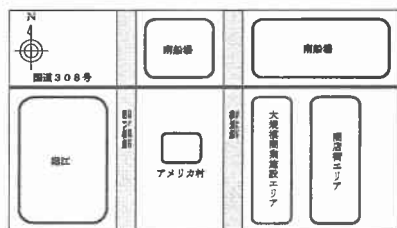


図-3 堀江、南船場の位置付け



図-4 トアウエストの位置付け

3.徳島市におけるポテンシャルエリアの特性

本研究では徳島市における個店散在型商業地の可能性を秘めたエリアをポテンシャルエリアと定義する。

3.1 ポテンシャルエリアの現状

このエリアは内町地区に位置し、人口は 395 人(2002.1)と内町地区全体の約 6.7%となっている。住宅を除いた office、店舗等の件数が 288 軒であるのに対し、世帯数が 156 世帯と少ない。また、商店会も存在せず、大規模商業施設もない、雑居ビルや office の多い路地的な雰囲気を持ったエリアである。

今回着目している個店の店舗も 32 軒（全体の 10%）と数こそ少ないが確実に散在している事が確認できる。

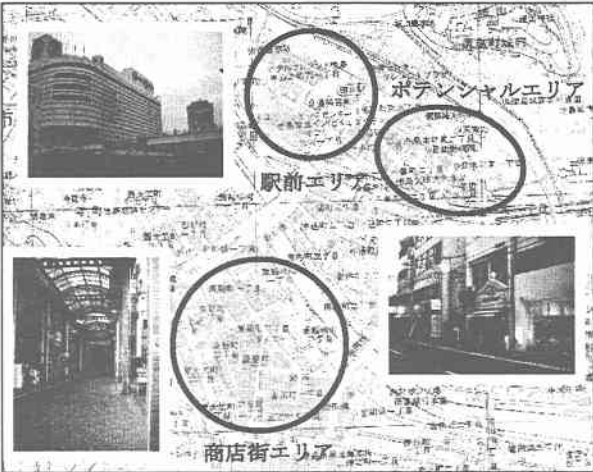


図-5 ポテンシャルエリアの位置付け

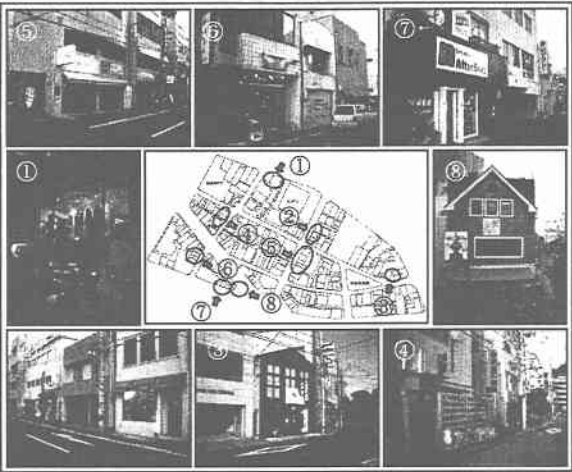


図-6 ポテンシャルエリアの現状



図-7 古いビル
の 2 階部分を
利用した店舗

3.2 ポテンシャルエリアにおける店舗店主の意識

店舗店主の意識を考察するためにヒアリング調査を行い、そのなかから着目すべき意見を以下に示す。出店動機については、「周りの店の影響を受けず自分の色を出すには、商店街に属さず、裏通りでやるしかなかった」や、「個性を出したかったので、あえて裏通りの 2 階を選んだ。常連中心の店で、お客さんの隠れ家的な店を作りたいかった。徳島では自分が遊ぶ所がないので、自分で遊ぶ所を作ってしまった」という意見が聞かれた。このように、こだわりを持って経営している店が多く存在している事が明らかとなった。

3.3 店舗店主、エリア利用者およびエリア住民のポテンシャルエリアに望む将来像

店舗へはヒアリング調査、利用者および住民へはアンケート調査を行った。以下に結果を示す。

【店主】 (13 店舗)	【利用者】ー求める施設・イベントー (回収数 133/150)	【住民】 (回収数 4/37)
■ イベント（パラソルショップ等）のある街。	■ 施設・・・大型店舗、洋服店、カフェ	■ 将来的にはここに住みたくない
■ ブティックもたくさんあるおしゃれな街。	■ イベント・・・フリーマーケット、ライブ、全店セール	■ 美しい落ち着いた街
■ 若者が多く訪れる街。 等	(意見の多い順)	■ 文化のかおりのする街 等

以上から、店舗店主の中には堀江、南船場やトアウエストを意識した人がいるにもかかわらず、利用者、住民に関してはその認識が薄い事が明らかとなった。

4.おわりに

これまで地方都市においても個店散在型商業地が存在するのかを検証すべく、徳島市においてポテンシャルエリアを選定し研究を進めてきた。その研究結果は以下の 2 点である。

- ① 調査結果より、徳島市におけるポテンシャルエリアの特性が、大都市における個店散在型商業地の特性 3 つと一致する事から、徳島市におけるポテンシャルエリアが個店散在型商業地である事が言えた。
- ② このようなエリアの今後の方向性について提案する事ができた。
 - ・ 空き空間（空き店舗、空きオフィス、空き地）の活用・開放化
 - ・ 街のコンセプトを絞り込む（街にネーミングする等）
 - ・ ベンチャー精神のある店主の募集（人が看板になる店の誘致）

ー参考文献ー

- 1) 由留木香織・井田敦子 「大阪市南船場地区の商業空間化過程に関する調査研究」（2000.2 武庫川女子大学 卒業論文）