

# 中心市街地における賑わい創出のための市場の機能と空間構成に関する研究

香川大学大学院 学生会員 ○大塚健裕  
香川大学工学部 正会員 土井健司

## 1. はじめに

長らく、地方経済の停滞と共に中心市街地衰退が深刻化しているが、その解決策の一つとして市場を中心とする賑わいづくりが考えられる。東日本大震災の被災地では復興の第一歩として、経済活動の回復を目指し各所で市場が設立されており、こうした経済活動には地域経済の回復を促す即効性を有すると考えられる。また市場には、こうした経済的機能と併せて、地産地消の推進や地元雇用促進といった社会的機能や、情報発信や地域の生活文化継承を担うといった文化的機能を備えており都市におけるコミュニティ形成の場としても優れた都市施設と言えるが、現状では、こうした市場がもつポテンシャルを十分には発揮できていないと思われる。

本稿は、こうした問題の要因の一つが市場に求められるニーズの変化と、市場を取り巻く都市空間との関係性の変化に起因したものであると考え、市場の機能とそれを取り巻く空間構成に着目した。現代の市場が賑わいを創出し、中心市街地活性化へと繋げるための示唆を得るために、統計分析・事例分析を行い、今後の方策についての検討を行った。

## 2. 市場の賑わいに寄与する要因の抽出

まず本研究では、全国の市場の現況把握や動向を調査するために、経済産業省商業統計調査を用い、小売市場 139 箇所について販売額や売場面積等のデータを抽出した。次に、統計データに加え、市場の機能や空間構成等についての情報を収集し、これらを組み合わせることによって市場の賑わい要件を探った。また、市場は、立地環境の特性から駅周辺型・市街地型・住宅地背景型・ロードサイド型・その他（観光地等）といった5つの商業集積の類型に分類を行った。

図-2 は、平成 14 年から平成 19 年にかけての商業統計調査を基に、5 年間における市場の年間商品販売額の増減率を基準変数とし、売り場面積や市場の機能・空間構成等の抽出したデータを基に設定した6項目を説明変数する重回帰式を用い、市場の賑わいに寄

与する要因の抽出を行った結果である。説明変数の「複合機能有り」とは、ここでは市場施設に備わる機能のうち生鮮食料品店等の店舗といった商業機能以外の都市機能、すなわち公共機能や交通機能・居住機能といった機能を市場が備えていることを指す。小売業では一般的に売場面積の広さが売上高に影響すると言われているが、市場の場合、売り場面積の広さよりも複合機能を有した方が賑わいへの寄与度が高いことが読み取れる。これより売り場面積の狭い市場においても複合機能を有する市場なら賑わいを持たせることが可能であることが伺える結果となった。また、中心市街地の市場に着目した場合、駅周辺地区の市場を複合機能化することによって、賑わい創出効果を最大限に発揮できるといった結果が抽出された。

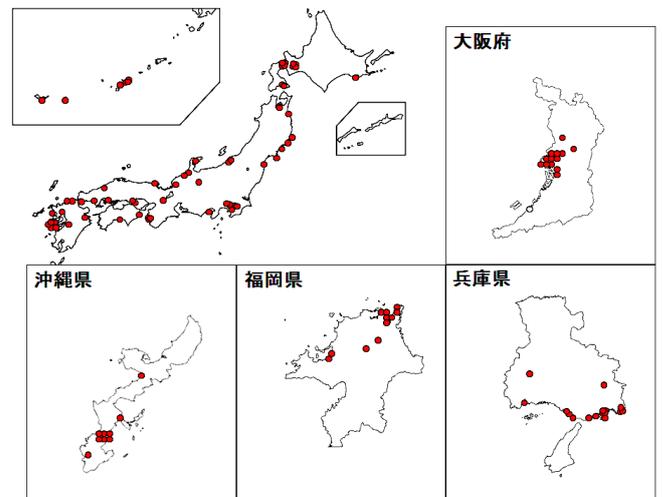


図-1 対象小売市場分布図

$$y = \beta_0 + \sum_{n=1} \beta_n x_n$$

y: 市場の賑わい,  $\beta_0$ : 定数項,  $\beta_n$ : 標準偏回帰係数  
 $x_n$ : 変数 ( $x_3, x_5, x_6$ : ダミー変数)

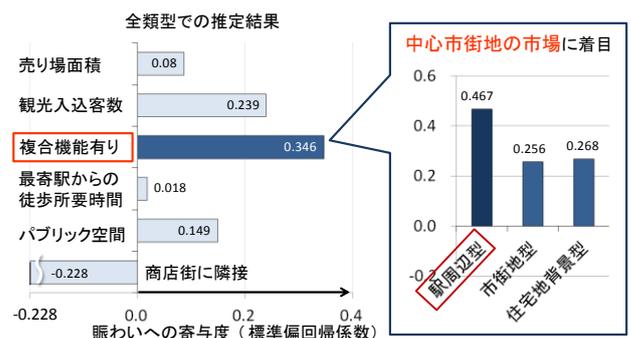


図-2 市場の賑わいに寄与する要因

### 3. 海外先進事例との比較

事例分析として、日本の市場の設置事例とスペインや韓国の先進事例とを比較し、今後の課題の抽出を行った。近年の日本の市場設置の特徴としては、様々な都市機能を市場に集約させた複合商業施設を構築し、施設全体の都市機能の充実により、市場の集客力増加を図っていることが挙げられるが、必ずしも市場の売上増加や、それに伴う周辺地区の活性化には繋がってはいない。

これに対して、多くの市民や観光客で賑わうスペインや韓国の市場の特徴として、場所を繋ぐ空間である駅や道路等といった空間と市場空間の間に佇める空間があることが挙げられる。市場の機能に広場の機能が組み合わさることにより人の交流や滞留を促しており、交流商業空間として機能している。日本の市場には、こうした市民、特に高齢者が佇める場所がなく、市場の賑わい創出効果を限られたものになっている。

### 4. 市場をめぐる高松市の動向と今後の提案

高松丸亀街商店街 G 街区（高松市）では、マンションやカルチャー教室等の複合機能を備えた都市型の市場が再開発の一環として建設された。市場の中心には交流スペースとして広場が設けられたが、通過機能に特化した自転車道が広場の中心を走っているため、この市場空間が、佇み、交流できる空間として機能することは難しい。都市観光客の誘致も視野には入れているが観光志向の機能の不足といった問題点も挙げられる。中心市街地の商店街空間において賑わい創出を期待した市場を設置する場合、自転車等の通過交通を抑制し、歩行者が回遊し佇める空間を市場とセットで生み出すことが望まれる。

また、これまで有効活用がなされていなかったサンポート高松北側街区（高松市ウォーターフロント）では、香川県・高松市合同の「利活用検討委員会」により今後の利活用策として、海沿いの通過交通のための道路の縮減（道路ダイエット）と、海への歩行者のアクセスを高める回遊路の整備によって、瀬戸内海の景観を生かした憩いの空間づくりといった事業が進められていく。そこで回遊路の整備と併せて海沿いのエリアを文化・情報の発信拠点・観光拠点と位置付け、市場による賑わいづくりを提案したい。このエリアは、瀬戸内海の島々との交流拠点であるとともに、係留施

設の延長により海外からの大型観光船の寄港回数が増えており、市場が重要な観光資源になり得ると期待される。

### 5. おわりに

本研究では、全国の小売市場を対象に事例分析・統計分析から市場による賑わいづくりの要件を探り、活性化方策の検討を行った。今後の市場設置において賑わい創出効果を最大限に発揮していくための市場の要件として 1) 多種多様な機能を備え、消費者の利便性の向上や、観光客誘致を視野に入れた複合型商業施設である 2) 経済効率性のみを追求した商業空間ではなく、誰もが気軽に利用できる公共空間である 3) 市場設置と並行し、市民や観光客が佇み、交流できる空間づくりが必要である。4) 交通結節空間と市場交流空間の一体化あるいは近接化が必要である、ということが示された。（図-3）

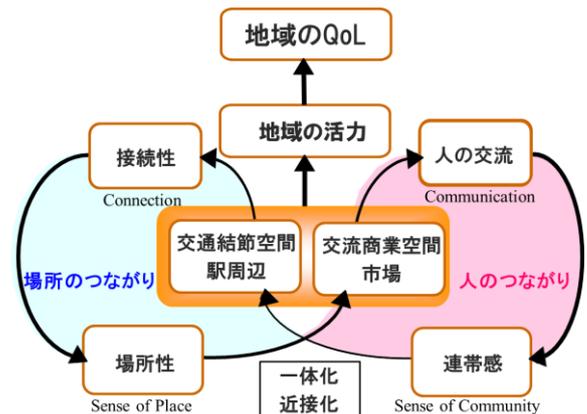


図-3 市場によるプレイス・メイキング

高松市中心市街地では、サンポート北側街区がこうした要件を満たせる場所として挙げられるため、海沿いエリアでの文化・情報発信拠点、観光・交流拠点としての市場の設置を提案したが、今後はこのエリアでの市場設置の実現に向けて、具体的な方策の検討を行いたいと考えている。

### 参考文献

- 1) 高野 正樹・津田 俊則・木下 光・加藤 泰二郎、『大阪市における小売市場の現況：公設市場研究 その3(地区施設(高齢者施設・公設市場),都市計画)』, 学術講演梗概集 都市計画 建築経済・住宅問題, Vol. F-1, pp475-476, 2010.
- 2) 吉田 英治・高島 勝志・堀口 淳・平井 謙蔵:『市街地再開発事業と一体となった道路整備』, 石川県研究会, 2009.