

福岡県飯塚市の中心商店街が直面する問題点と対応策

林 勝 裕

准教授、修士（商学）

担当科目

情報処理入門／マーケティング／流通論／統計解析／多変量解析／専門演習Ⅰ／
専門演習Ⅱ／専門演習Ⅲ



はじめに

わが国の中心市街地は、商業、業務、居住等の多様な都市機能が集積し、長い歴史の中で文化や伝統を育んできた街の顔である。しかしながら、商店街を取り巻く経営環境は、モータリゼーションの進展への対応の遅れ、規制緩和を背景にした大型店の積極的な郊外出店、消費者ニーズの多様化・個性化の進展等により極めて厳しい状況にある。

こうした背景を受け市町村における中心商店街の現状は、商店の廃業・移転に伴い商店街内に空き店舗が増加する等、衰退の傾向が顕著になっている。その結果、商業集積の空洞化から地域の良好な街づくりにも大きな影響を与えている。

かかる問題意識の下に、本報告では福岡県飯塚市を例にとり、文献・実態の両調査を通じ、中心商店街が直面する問題点と対応策について考察してみる。

1. わが国中心商店街の現状

総務省の調査¹⁾によれば、まちづくり三法制定前後の中心市街地の状況を比較し、統計指標の動向等から判断すると、調査対象となった市町の半数以上が人口・商店数・販売額等が低下していることや、中心市街地の活性化が図られていると認められる市町は少ない状況と結論付けている。また、日本商工会議所による調査²⁾では、過去5年間の推移を見ると、「後退している」との回答は過去4年間では5%前後であったが、今回の調査では前年度と比べ6.2ポイントと大幅に増えた（図1-1）。さらに、中・長期的にみたまちづくりの方向性として、「衰退に向かっている」又は「変わらない」との回答が70%近くを占めた（図1-2）。

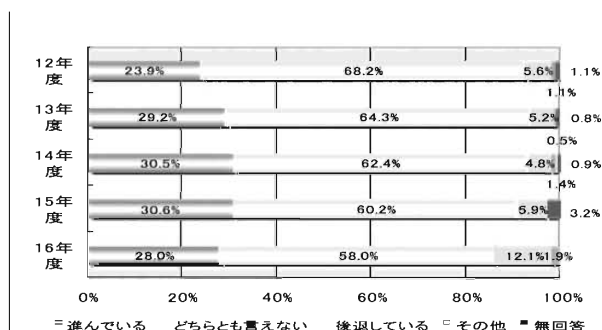


図1-1 まちづくりの進捗状況 過去5年間の推移

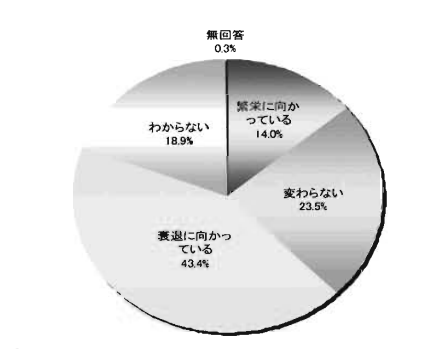


図1-2 中・長期的に見たまちづくりの方向性

出 所：日本商工会議所 流通・地域振興部
日本商工会議所 「平成16年度まちづくり問題に関するアンケート調査」集計結果2005.5.p.3

注) 調査期間：平成17年2月10日～24日
調査対象：全国524商工会議所
回答数：371商工会議所（回収率：70.8%）

なお、特に中心市街地に限定したものではないが、全国の商店街を対象とした中小企業庁の調査³⁾では、96.6%の商店街が停滞又は衰退していると回答している（図1-3）。また、今回の調査（平成15年度）で商店街における大きな問題として、経営者の高齢化等による後継者難が1位となっている。そして、今後の取り組み

では、68.5%の商店街が個店の改善・活性化の取り組みを強化する必要があると回答している。このように衰退の原因としては、従来、大型店との競合等の影響が多く挙げられてきたが、近年は、後継者難や個別の店舗の魅力不足等、商店街自体の問題を指摘する答えが増加している。

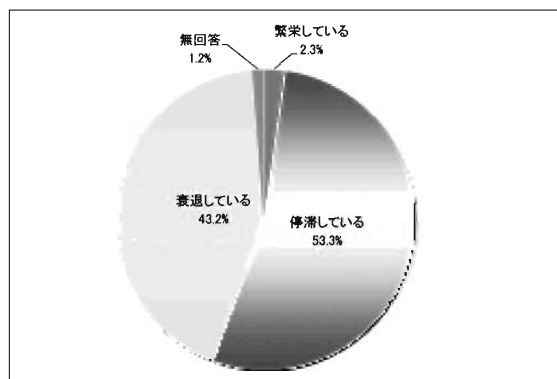


図1-3 商店街の最近の景況

出所：中小企業庁「平成15年度商店街実態調査の概要」2004.5
 注）調査対象：商店街(商店街振興組合、事業共同組合、任意団体)
 調査方法：郵送による発送・回収
 発送数：8,000(有効回答数 43.2%)
 調査時点：平成15年10月1日現在、平成15年12月26日回収分迄を有効

2. 中心商店街に対する既存の活性化策の現状

会計検査院の決算検査報告⁴⁾では、TMOによるこれまでの中心商店街活性化策について、事業の実施体制、実施状況、効果測定全ての点において不十分であり、効果が上がっていると測定されたケースも少数であること等が指摘されている。

また、前述の日本商工会議所の調査では、中心商店街の活性化への取り組みが前年と比較し進捗しているかについて、「どちらともいえない」(58.0%)、「後退している」(12.1%)との回答が合わせて70%に上っている(図2-1)。

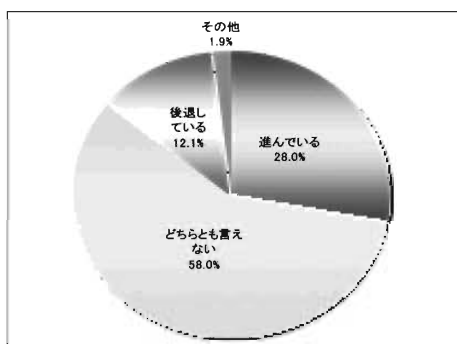


図2-1 まちづくりの進捗状況

出所：中小企業庁「平成15年度商店街実態調査の概要」2004.5

3. 飯塚市中心商店街の現状と問題点

以上が全国レベルでの中心商店街の問題点と対応策に関する現状である。ここで視点を一地方都市における商店街に当て、その現状・問題点・対応策について実証的に考察してみることにする。事例として衰退が著しい福岡県飯塚市中心商店街を取り上げることにする。

(1) 中心商店街の特徴

飯塚市の中心商店街を形成している6つの商店街は、本町(59店舗)・東町(40店舗)・永楽町(30店舗)・昭和通り(45店舗)・吉原町(74店舗)・新飯塚(70店舗)を中心に形成されている(図3-1)。特に、本町商店街と永楽町商店街はアーケード街で隣接しており密接な関係にある。

現在、中心市街地の6商店街では、それぞれの特徴を生かし、空き店舗対策事業等を活用し、不足業種の誘致やテナントミックスを進めるとともに、様々なソフト事業やハード事業を実施している。また、近年では、商店街の主要な客層である中高年齢者の誘引を図るため高齢者向けの業態店化の促進や年金支給日に合わせて実施している「お元気デー」を全商店街で実施し、サービス品の提供を行っている。

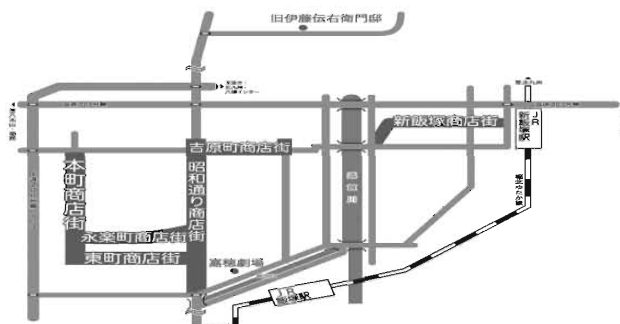


図3-1 中心市街地の概況

(2) 中心商店街の直面する問題点

特に中心商店街からわずか1キロ程度に平成6年11月の郊外大型店が出店したことや平成8年5月の中心商店街からの大型店の撤退により、中心市街地の空洞化が急激に進行したことによる吸引力の低下が挙げられる。また、東町商店街では、平成9年に22店舗、平成17年に7店舗が火災により焼失した。本町商店街においても平成15年に3店舗が焼失した。そして、同じ平成15年7月には、水害により壊滅的な打撃を受けたことが起因として挙げられる。

さらに、平成20年4月21日に飯塚市本町の中心商店街から出火し、29軒が全焼している。相次いで壊滅的な被

福岡県飯塚市の中心商店街が直面する問題点と対応策

害を受けた中心市街地は、火災被災地を除き、ハード面ではほぼ復旧されようとしているが、厳しい商業状況に加え、水害以降の客離れもあり、歩行者通行量の減少が進んでいる。その為、今後も歩行者通行量の減少に歯止めをかけ商店街の集客力を向上させることがこれからの大きな課題となっている。

1) 中心商店街の空き店舗率

全国を対象とした中小企業庁⁹⁾の調査では、平成18年度の商店街の空き店舗率を8.98%（前回調査の平成15年度から1.67%増加）と回答している。

これまで飯塚市の中心商店街も一体となり、空き店舗の解消と魅力あるテナントの誘致に力を注いできた。しかし、いずれの商店街も空き店舗率が全国調査を上回っている。特に、昭南通り・新飯塚・東町商店街は、空き店舗率25%以上で深刻な状況となっている（図3-2）。

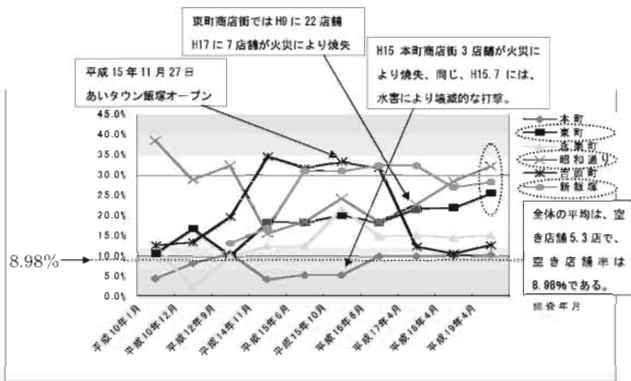


図3-2 中心市街地商店街・空き店舗率推移

出所：飯塚商店街連合会（集計データを元にグラフ化）

2) 中心市街地商店街の歩行者数の状況

飯塚商工会議所では、毎年3月の最終金曜日、日曜日に歩行者通行調査を市内中心部の8地点で実施している。調査時間は、午前9時から午後6時までの9時間で中学生以上の歩行者を対象として実施されている。

全体的に、著しい高齢化による人口の減少や大型店舗の郊外への進出、前述の平成15年7月の豪雨災害や平成17年5月の東町火災等で客離れも進み、依然、歩行者数の減少が下げ止らず復旧への経済的痛手がいまだ残っている。（図3-3）（図3-4）

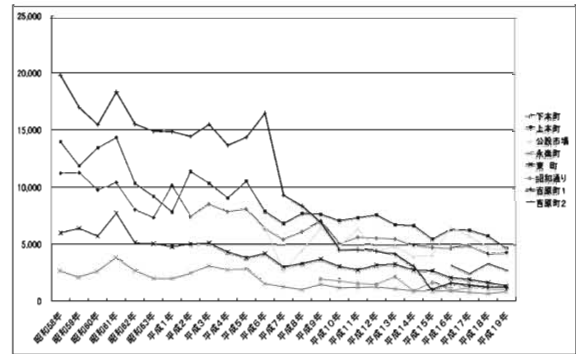


図3-3 調査地点別歩行者数推移（平日）

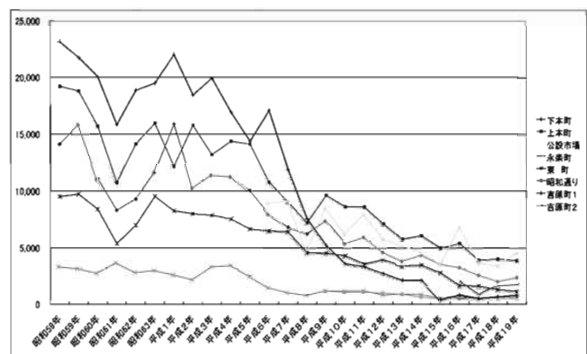


図3-4 調査地点別歩行者数推移（休日）

出所：飯塚商店街連合会（集計データを元にグラフ化）

3) 各事業での課題

①テナントミックス事業

各商店街の特性にあった業種・店舗が配置されているか、また、長期的に店舗営業が行われるか等が課題である。

②イベント事業

集客できる売り出しや企画性に富んだイベントの開催回数を増やし、いつも何か楽しさを感じられる商店街づくりを目指すことが課題である。

③商店街サポーターズ事業

対象を絞った商店街ツアーの実施、モニターを活用した店舗紹介ビデオの制作、上映等により会員の獲得、ひいては商店街への顧客流入につなげていくことが必要である。

④他事業・他団体との連携事業

若者にも楽しんでもらうため、また、事業を広く市民に理解してもらうため、市内にある3つの大学の学生やNPO等との連携の強化を図ることが課題である。

4. 商店街の実態調査

《調査の概要》

- ① 調査対象：福岡県の飯塚中心商店街318店舗（平成20年4月現在）
（現在、商店街会員で営業中の商店を対象に調査）
- ② 商店街の内訳：本町商店街（59）、永楽町商店街（30）、東町商店街（40）、昭和通り商店街（45）、吉原町商店街（74）、新飯塚商店街（70）
- ③ 調査期間：平成20年4月6日～平成20年5月31日
- ④ 調査手法：留め置き法
- ⑤ 回 収：109店舗（回収率34.3%）
- ⑥ 商店街別内訳：本町商店街（14：23.7%）、永楽町商店街（21：70.0%）
（回収店舗数：%）東町商店街（18：45.0%）、昭和通り商店街（16：35.6%）
吉原町商店街（15：20.3%）、新飯塚商店街（25：35.7%）

以上、合計109店舗

アンケート用紙は2ページにわたる25の質問項目より成り、主としてあらかじめ印刷してある項目から答えを選ぶ方法を採用した。全質問を掲げることは省略し、主な事項をまとめて書くと次のようになる。

(1) 個店関係

- ① 店主について
- ② 企業形態等について
- ③ 平成10年頃と昨年度（平成19年度）の来客数の比較
- ④ 平成10年頃と平成19年度における貴店の売上高および利益の変化

(2) 商店街関係

- ① 商店街ぐるみで取り組んできた活性化策（平成10年～平成19年の間）
- ② 活性化方策の効果について
- ③ 貴商店街の最近の景況について
- ④ 現在、貴商店街が抱える最大の問題
- ⑤ 今後の貴商店街活性化の具体策について

5. 調査結果(一部抜粋)

(1) 経営者について

1) 店主の年齢

店主の年齢は、回収の全店舗で55歳以上が64%を

占めている。また、特に新飯塚商店街、昭和通り商店街、永楽町商店街は、65歳以上の割合が30%を超えており、着実に高齢化が進んでいることが伺える（表5-1）。

表5-1 店主の年齢(%)

	20歳以上29歳未満	30歳以上39歳未満	40歳以上49歳未満	50歳以上59歳未満	60歳以上69歳未満	70歳以上79歳未満	80歳以上89歳未満	90歳以上	不明	合計		
本町商店街	0%	0%	0%	7%	7%	7%	29%	14%	7%	21%	7%	100%
永楽町商店街	0%	5%	0%	5%	5%	0%	10%	10%	29%	33%	5%	100%
東町商店街	0%	0%	0%	6%	0%	6%	11%	22%	22%	28%	6%	100%
昭和通り商店街	0%	0%	0%	19%	0%	8%	0%	19%	25%	31%	0%	100%
吉原町商店街	0%	0%	13%	13%	0%	13%	13%	13%	20%	13%	0%	100%
新飯塚商店街	0%	0%	0%	0%	0%	4%	12%	28%	12%	38%	5%	100%

2) 後継者について

後継者については、「いない」と回答した本町商店街（36%）、新飯塚商店街（32%）に比べ、東町商店街（67%）、吉原町商店街（53%）、永楽町商店街（52%）、昭和通り商店街（50%）と全てが過半数以上で深刻な状況である。これらを見る限り、個店としての活力の低下等により、構造的に衰退していることが伺える。

(2) 商店の売上高および経常利益の変化

平成10年頃と平成19年度における売上高の比較では、「やや減少」、「大幅減少」と回答した商店街が80%近くを占めている。また、本町商店街と新飯塚商店街を除く、4商店街の全てが過半数以上の「大幅減少」と回答している。なお、経常利益についても、「やや減少」、「大幅減少」と回答した商店街の全てが80%近くを占めた。特に「大幅減少」と回答した「吉原町商店街」（67%）はかなり深刻であることが伺える。

このことから商店街の景況は、依然と厳しい状況にあるといわざるを得ない。

(3) 活性化への取り組み

1) 平成10年頃と平成19年度の間での活性化の取り組み状況

これまでの活性化の取り組み状況を見ると、昭和通り商店街、東町商店街、永楽町商店街では、50%以上でスタンプ・シール事業と回答しているが、その他の取り組みについては極めて低いことが伺える。また、この質問での不明回答も多く、店主の意識の活性化も必要であると感じた。

2) 活性化の方策の効果

これまでの活性化の方策の効果では、全商店街で「変わらない」（43%）の回答が最も多かった。また、「やや効果なし」（20%）、「全く効果なし」（6%）

福岡県飯塚市の中心商店街が直面する問題点と対応策

の回答が、「やや効果あり」(10%)、「全く効果なし」(2%)を上回る結果になっている。

3) 中心商店街が抱える最大の問題点

現在、中心商店街が抱える最大の問題点の上位5つに「空き店舗の増加」(73%)、

「魅力ある商店が少ない」(53%)、「商圈人口の減少」(46%)、「大型店との競合」

(44%)、「駐車場の不足」(41%)が挙げられる。

特に、「空き店舗の増加」は、73%と高く、商業集積の空洞化から地域の良好な街づくりにも大きな影響を与えている(図5-1)。

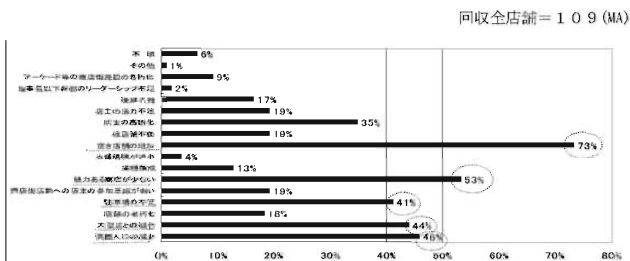


図5-1 中心商店街が抱える最大の問題点(%)

各イベントには、顧客の感動につながるヤマ場を提供することを忘れてはならない。

(3) ハード事業

駐車場対策、コミュニティホールなど集客力につながる諸施設の整備を図る。また、その際、中小企業基盤整備機構の高度化資金の活用を図るのが得策である。

おわりに

飯塚市中心商店街の病状は、文献調査、実態調査の両調査を通じた結果を見る限り極めて深刻であることが伺える。

今後も活性化を図るためには、上記に呈示した活性化の方策を店主、地権者、関係機関等が一体となり積極的に展開する以外にないであろう。

また、そのうえで、アメリカの各主要都市で展開されているBID(Business Improvement District)方式を参考に当該地域内の各地権者から一定基準による負担金を徴収し、それを主たる財源に、戦略的な「まちづくりマーケティング」の見地から、タウンマネージメントを展開していくことも必要である。

6. 飯塚市中心商店街の活性化の方策—提言

活性化の具体策として、以下の順序で積極的展開を図るようにすべきである。

(1) 店主の意識の活性化

各個店が集客と売上高を高める為のマーケティング戦略を独自に展開する。

具体的には、業態店への転換(FCやVCの加盟を含む)や品揃えの個性化を図り、他店にないオリジナル商品の開発・仕入れを図ることである。また、商圈内顧客の家族構成、年齢構成に応じたダイレクトメール(特に通過儀礼の機会を捉えたもの等)の送付を行うなど、各個店の店主が自店に対する固定客の増加を目的としたマーケティングを戦略的に実践する。

(2) 共同ソフト事業

その上でイベント、テナントミックス(特に不足業種、業態店の導入)、空店舗活用事業、一店逸品運動など共同ソフト事業の積極展開を実施する。

とりわけ、イベントは商圈内の顧客特性をよく考え、それにマッチした出し物を用意する。また、さらに年間スケジュールを組み、季節を織り込んだ風情あるものとし、大小さまざまなイベントを準備する。そして、

[参考文献]

都市計画・中心市街地活性化法制研究会、詳説まちづくり三法の見直し

改正都市計画法・中心市街地活性化法等の解説Q&A、ぎょうせい、2007年

総務省『中心市街地の活性化に関する行政評価・監視』(報道資料)、2004年

『第1次飯塚市総合計画 2007~2016』(平成19年度~28年度)

基本構想・基本計画案 pp.6-8。

<http://www.city.iizuka.lg.jp/06machi/sougou/shingikai/index.php>

矢作弘『都市はよみがえるか—地域商業とまちづくり』岩波書店、1997年

新たな都市空間需要検討会執筆チーム編著『中心市街地活性化—導入機能・施設—事典』

学芸出版社、2004年

林 勝 裕

[注]

- 1) 総務省「中心市街地の活性化に関する行政評価・監視」
(報道資料)2004.9 ,p2。
http://www.soumu.go.jp/s-news/2004/pdf/040915_1_1.pdf
- 2) 日本商工会議所 流通・地域振興部(全国の商工会議所を対象とした調査。)
『「平成16年度まちづくり問題に関するアンケート調査」集計結果』2005.5, ,p2。
<http://www.jcci.or.jp/machi/h050817tyousa.pdf>
- 3) 中小企業庁『平成15年度商店街実態調査の概要』2004.5, pp.1-2。
http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/20040519_syoutengai_hokokusyo_doc.pdf
- 4) 会計検査院「タウンマネジメント機関(TMO)による中心市街地の商業活性化対策について」『平成15年度決算検査報告の概要』
2004.11, pp.4-5。 <http://www.jbaudit.go.jp/gaiyou15/5kensa/11.htm>
- 5) 中小企業庁『平成18年度商店街実態調査の結果概要』2007.6, p.1。
<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/070629syoutengaizittai.htm>