

中心市街地活性化事業による商業活性化と回遊性向上の効果

大阪大学大学院工学研究科 前 遼太郎
大阪大学大学院工学研究科 松本 邦彦
大阪大学大学院工学研究科 澤木 昌典

1 はじめに

近年、中心市街地の衰退が問題化し、1998年には「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」（以下、「旧中活法」という）が施行された。旧中活法では、市町村が「中心市街地活性化基本計画」（以下、「基本計画」という）を策定・公表することとなっていたが、基本計画の策定に一律の基準がなく、内容が不十分なものも存在した。また、基本計画を公表後評価する仕組みがなかったため、内容・実施状況に的確な見直しがなされなかった。これらを踏まえつつ、2006年に「中心市街地の活性化に関する法律」（以下、「新法」という）が成立・施行された。新法では、市町村が「基本計画認定申請マニュアル」に基づいて基本計画を策定・公表し、国から認定を受けることで支援・助成措置を受ける仕組みに変更された。また、基本計画に基づいた事業の進捗状況を報告すること（フォローアップ）が義務付けられた。

中心市街地活性化においては、目標の一つに「歩いて暮らせる生活空間を実現すること」が掲げられている。¹⁾2014年6月2日現在、新法によって認定を受けている155の基本計画のうち151の基本計画では、中心市街地における歩行者の回遊性を向上させることを掲げている。しかし、それら151全ての市町村で回遊性向上のための事業が成果を上げているわけではない。⁴⁾

一方、中心市街地の回遊性を扱った既往研究としては、歩行者回遊行動に影響を与える空間構成について扱ったものが多く行われている。代表的なものとして、朴らの研究²⁾があり、追跡調査によって歩行者回遊に対する集客拠点間距離や、通り抜け路の重要性を明らかにしている。しかし、中心市街地活性化の事業による回遊性向上への効果について扱っているものは少なく、富樫ら³⁾が、新法において国の第1号認定となった富山市の基本計画の一つである「富山市まちなか賑わい広場整備事業」について賑わい増加への効果の評価を行い、賑わいが必ずしも商店街の活性化に繋がらないことを明らかにしている。このように、事業による回遊性向上についての研究は、一事業の効果を考察したものに留まり、基本計画に位置付けられた事業を総合的に評価した研究はみられない。

以上を踏まえ本研究では、高槻市の中心市街地を対象とし、商業活性化につながる回遊性向上の事業について考察する。基本計画の認定（2009年）から期間を経ており事業

効果の測定に適している、「中心市街地の回遊性向上」を3つの目標のうちの1つに掲げているという観点から、高槻市を対象とする。高槻市の中心市街地は、JR高槻駅と阪急高槻市駅の間を中心に形成されている約1.5km²の区域である。

2 研究の方法

高槻市の基本計画に定められている中心市街地区域内において、2008年から2013年までに outlet した店舗を対象にアンケート調査を行った。「ゼンリン住宅地図」^{4) 5) 6) 7)}を参照し、2008年と2013年の地図を比較することで2008年以降に outlet した建物1階の店舗を対象とした。

アンケート調査は店舗を直接訪問して配布し、郵送もしくは訪問によって回収した。全50店舗に配布し、回収率は52.0%（26票）であった。回答は原則として店主に依頼した。店主以外の回答者は1名のみであった。

3 調査結果

(1) 回答者の属性

回答者の年代と性別を図1に示す。回答者のうち男性は84.0%であり、女性は16.0%であった。年代は40代が12人（48.0%）と最も多く、20代や50代、60代以上は少なかった。

店舗の業種を図2に示す。飲食業が61.5%と最も多い。次いでサービス業（理容・美容・マッサージなど）が23.1%となっている。

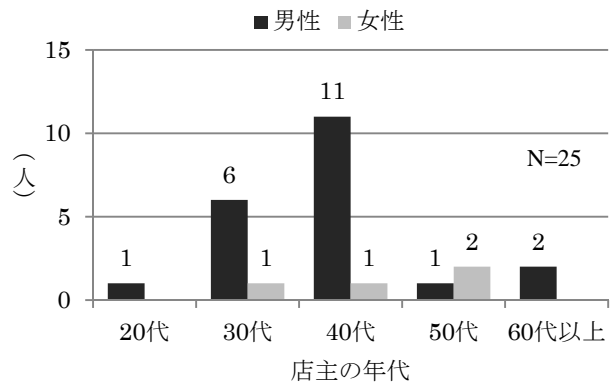


図1 回答者の年代と性別

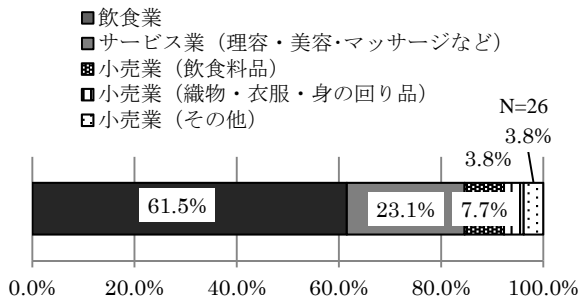


図2 店舗の業種

(2) 既存事業による来客数増加への効果

高槻市は基本計画に基づき、道路整備やイベント開催など回遊性向上のための35の事業を実施している。これらの事業のうち、各店舗の100m以内で実施された事業が来客数増加に与える効果について尋ねた。その結果を図3に示す。最も多かった回答は「あまり感じない」の21店舗(32.8%)であり、「全く感じない」、「事業を知らなかった」の回答を合わせると、事業効果を感じにくいという回答が全体の73.4%を占めた。事業による直接的な影響は感じている店主は少ないことがいえる。一方で影響を感じるという事業もあり、特に阪急高槻市駅南部で行われた「回遊性向上に向けた道路改善事業(城北通り)」は、周囲100m以内にある4店の新規立地店舗のうち3店が回答し、3店とも「よく感じるが、一時的なものである」と答えている。回答店舗のうち半分以上が、「よく感じる」、「よく感じ

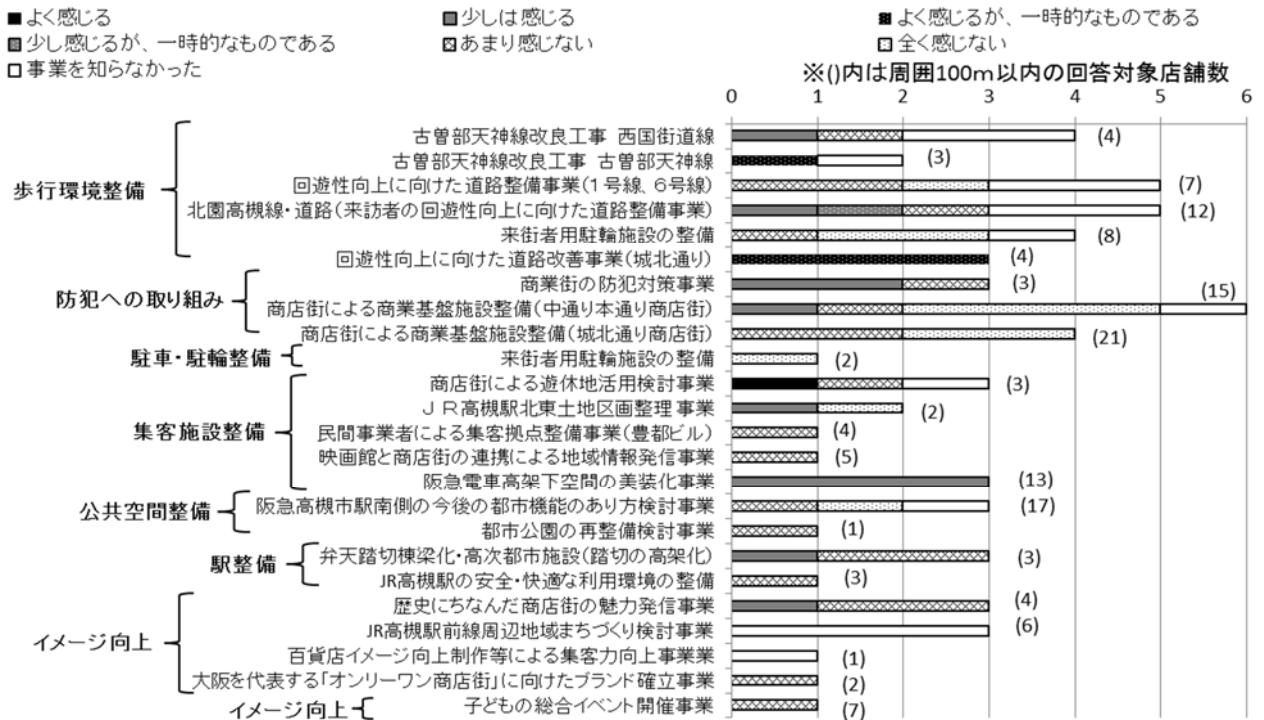


図3 既存事業による来客数増加への効果

るが、一時的なものである」、「少しは感じる」、「少し感じるが、一時的なものである」のいずれかを回答している事業を表1に、事業と回答した店舗を図4に示す。店主が効果を感じた事業の内容は、「防犯への取り組み」、「集客施設整備」、「歩行環境整備」であった。阪急高槻市駅の周辺が、一時的なものである、「少しは感じる」、「少し感じるが、一時的なものである」のいずれかを回答している事で事業による集客数の増加を感じている店舗が多いことから、特に高槻市駅の周辺で事業による人の流れの増加が起きていると推測できる。

(3) 事業への希望

実際の集客効果に影響を与えた、回遊性向上のために実施された事業を、道路整備などのハード事業と、イベント開催などのソフト事業それぞれについて尋ねた。ハード事業についての回答結果を図5に、ソフト事業についての回答結果を図6に示す。

ハード事業では「歩行空間の快適化」が12人(46.2%)と最も多く、次いで「駐車場の増加」が7人(27.0%)となっている。建物が密集していることから、道路の狭さや駐車できる場所の少なさが課題となっていることが分かる。

ソフト事業では「魅力ある店舗の宣伝」が13人(46.2%)と最も多かった。新規店舗が対象のため、店舗の宣伝が直接的に集客に結び付くと考えられていることが分かる。次いで、『アートdeわくわくストリート』など、店とは直

表 1 集客効果を感じると回答があった事業

番号	事業名	事業内容	事業内容 詳細	進捗 (H24年末)
1	古曾部天神線改良工事 古曾部天神線	歩行環境整備	歩行者専用道路から自動車も通れる道へ、都市計画道路としての整備を行い、北東地区へのアクセス機能を高める。	完了
2	回遊性向上に向けた道路改善事業(城北通り)	歩行環境整備	本路線は歩車分離ができておらず、道幅が狭いため危険な状態であった。その対策として、現行幅で道路改修を行うことにより、歩行者の移動の円滑化を図る。	完了
3	商業街の防犯対策事業	防犯への取り組み	商店街における防犯カメラの導入や自転車の危険走行抑止により、来街者にとって安全で快適な歩行空間の実現を図る。	着手
4	JR高槻駅北東土地区画整理事業	集客施設整備	大規模工場跡地であるこの土地を有効利用するため、良質な住宅整備など、駅前立地にふさわしい施設建築物の整備を促進する。	完了
5	阪急電車高架下空間の美化事業	集客施設整備	不法駐輪やゴミの投棄が多い高槻市駅西側の高架下空間の美化と照度向上により、イベント広場・休憩スペースとしての機能を導入する。	完了



図 4 集客効果を感じる事業とその回答店舗

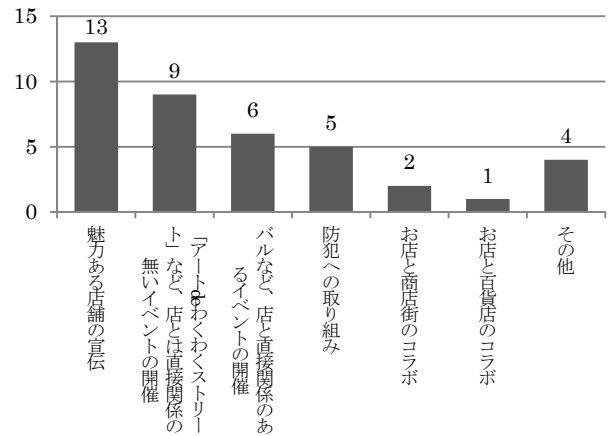


図 6 回遊性向上が望めると考えられるソフト事業

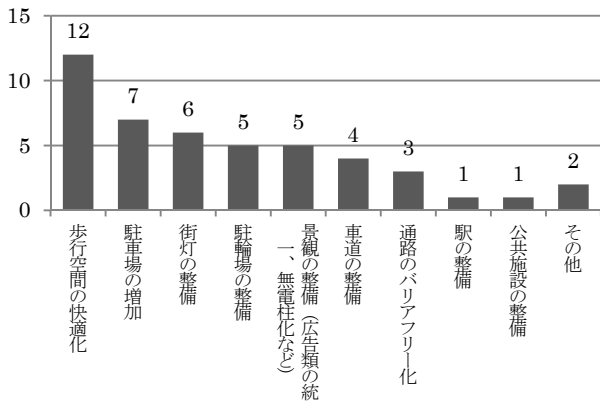


図 5 回遊性向上が望めると考えられるハード事業

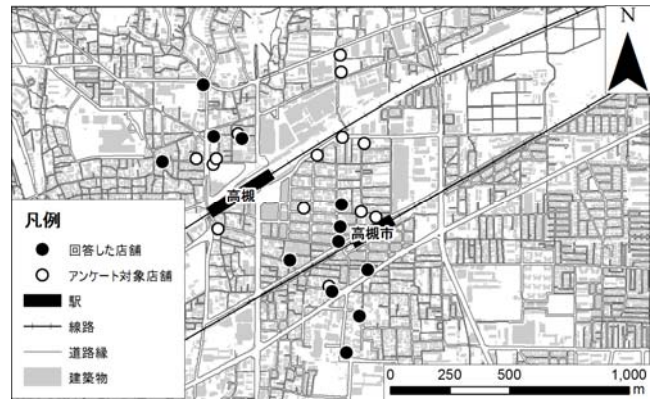


図 7 「歩行空間の快適化」を回答した店舗

接関係の無いイベントの開催」が9人(34.6%)であった。このことから、店を訪れるイベントでなくとも、人々がまちなかを回遊することで集客効果が見込めると考えられていることが分かる。「歩行空間の快適化」を回答した店舗の位置を図7に示す。阪急高槻市駅北部と、南部に少し離れた場所に多い。JR高槻駅の北部にも多く見られる。「駐車場の増加」を回答した店舗の位置を図8に示す。阪急高槻市駅の周辺には少ないが、JR高槻駅の北部にある南北方向の道路周辺の店舗に多い。「魅力ある店舗の宣伝」を回

答した店舗を図9に示す。駅から遠い店舗が多いが、これは駅から遠い店舗は駅から近い店舗に比べ、通りがかりの人が店に入ることが少ないため、店の宣伝が集客数増加、回遊性の向上につながるためであると考えられる。『アートdeわくわくストリート』など、店とは直接関係の無いイベントの開催」を回答した店舗の位置を図10に示す。阪急高槻市駅周辺の店舗が多い。電車による来場者が期待されるためであると考えられる。

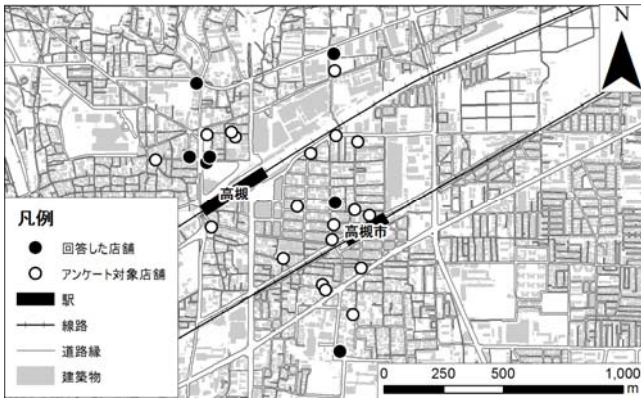


図 8 「駐車場の増加」を回答した店舗

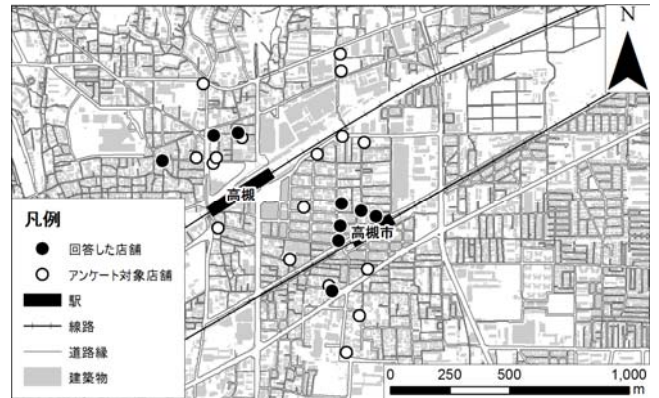


図 10 「『アートdeわくわくストリート』など、店とは直接関係の無いイベントの開催」を回答した店舗

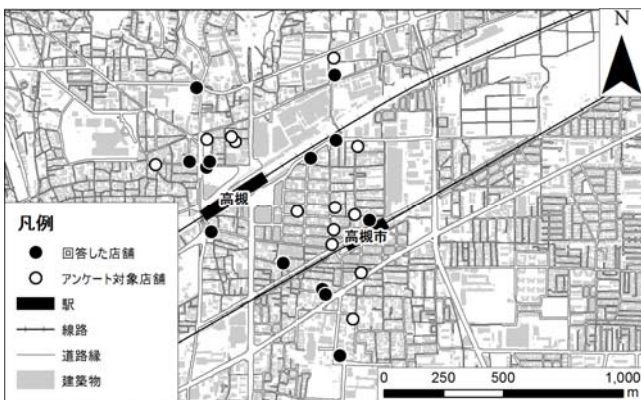


図 9 「魅力ある店舗の宣伝」を回答した店舗

4 まとめと考察

新規立地店舗の店主は、基本計画で実施済み、もしくは実施中の事業による来客数増加への効果をあまり感じていない。しかしその中で効果があるという回答が多かった事業内容は、「防犯への取り組み」、「集客施設整備」、「歩行環境整備」である。来客数増加につながる回遊性の向上に効果的な事業については、ハード事業では「歩行空間の快適化」、ソフト事業では、「魅力ある店舗の宣伝」との回答が最も多かった。以上のことから、商業活性化のための回遊性向上を図るうえで効果的な事業は歩車分離や道路拡幅などの「歩行空間の快適化」であるといえる。高槻市が実施した中心市街地への不満に関するアンケート調査結果⁸⁾でも、歩行空間の快適性に対する不満が最も多かったことから、歩行環境への市民の不満が多い高槻市のような中心市街地では、「歩行空間の快適化」が商業活性化のための回遊性向上につながると考えられる。「魅力ある店舗の宣伝」は基本計画による事業では行われていないが、多くの店主が来客数増加につながる回遊性向上に効果的と考えている。商業活性化のための回遊性向上を図るのであれば、店舗と連携し「魅力ある店舗の宣伝」のような事業を行っていくべきであるといえる。

補注

- (1) 2014年3月24日現在、「歩行者通行量」を評価指標として定めている市町村のフォローアップ報告書によれば、最新の歩行者通行量が基本計画策定時と比べ増加しているのは32地区中18地区のみである。

参考文献

- 1) 首相官邸 (2009年)、「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」、<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/chukatu/kettei/090424kihon.pdf>、(2014年6月2日アクセス)
- 2) 朴喜潤、佐藤滋 (2006年)、「中心市街地における都市空間構成と歩行者回遊行動に関する研究：歩行者追跡調査結果と回遊単位概念を用いて」、日本建築学会計画系論文集、第605号、p.143~150、日本建築学会
- 3) 富樫広貴、岩寺静香、小林正美、小池博 (2011年)、「中心市街地活性化における富山市の取りくみに関する研究：富山県富山市まちなか賑わい広場整備運営事業を事例として」、日本建築学会学術講演梗概集、p.159~160、日本建築学会
- 4) 株式会社ゼンリン (2008年)、「ゼンリン住宅地図 大阪府高槻市① 南部」
- 5) 株式会社ゼンリン (2008年)、「ゼンリン住宅地図 大阪府高槻市② 北部」
- 6) 株式会社ゼンリン (2013年)、「ゼンリン住宅地図 大阪府高槻市① 南部」
- 7) 株式会社ゼンリン (2013年)、「ゼンリン住宅地図 大阪府高槻市② 北部」
- 8) 高槻市 (2009年)、「高槻市中心市街地活性化基本計画」、<http://www.city.takatsuki.osaka.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/79/chuukatsukihonkeikaku.pdf>、(2014年6月2日アクセス)