

## 熊本の中心商店街の変化と震災後の状況

### はじめに

上通・並木坂から下通にかけての熊本市中心商店街（以下、中心商店街）は、文字通り熊本市中心部に位置し、熊本の商業の中心となる商店街である。4月に発生した熊本地震では発生当初、ライフラインが大きな損害を受けたこともあり中心商店街のほとんどの店が休業を余儀なくされた。その後順次再開し、現在はほぼすべての店舗が営業している。

また、近年は郊外立地の大型ショッピングセンター（以下、大型SC）の出店による中心商店街の相対的地位の低下が叫ばれているが、今回の震災では大型SCは長期の休業となったものが多いのに対し、中心商店街をはじめコンビニエンスストアのような小型店舗は比較的早く営業を再開した店舗が多かった。ここでは、中心商店街の今回の地震への対応と店舗構成の変化を見ていきたいと思う。

### 店舗調査概要

#### ■調査対象エリアと店舗

- ・熊本市中心商店街の「上通・並木坂エリア」と「下通エリア」
- ・対象店舗は、各通りに面したすべての店舗とし、複合ビルについてはBF1～2F部分をカウント

#### ■比較時期

- ・2012年（12月）と2016年（10月）

#### ■調査方法

- ・2012年（12月）：目視による現地調査
- ・2016年（10月）：目視による現地調査

## 1. 被災直後の中心商店街

当研究所の中心商店街店舗調査によると、2016年10月現在で上通・並木坂には228、下通には166、合計で中心商店街に394の店舗がある（1階、2階の路面店）。

下通商店街においては、震災により被災し今後建て替え予定のビルが数棟あるが、現在はこれらの店舗の一部を含めほとんどの店舗が営業中である。グループ補助金による本格的な復旧はこれから開始される。アーケードはもともと耐震性が高く強固な作りとなっているため大きな被害はなかったが、一部修理が必要な箇所もありこちらも今後対応予定である。

前述のとおり、震災直後の数日間は営業できない日があったがその後は、各店が自主的に炊き出しや商品の配布などを行った。

下通繁栄会によると、熊本商工会議所からの依頼もあり、とにかく何らかの形で店を開けるよう各店主へ声掛けを行った。熊本商工会議所には、仙台商工会議所からも店を開けた方が良いとのアドバイスがあったとのことで、店を開けることが地元の人々はもとより店主の日常を少しでも取り戻すことにつながると考えたとのことであった。各店舗へ連絡を取り、販売できるものを何か販売してもらうよう依頼を行った。

その後、ライフラインが復旧した4月末頃までには、ほとんどの店舗が営業を再開している。

被災直後の上通商店街



被災直後の下通商店街



共に2016年4月22日当研究所撮影

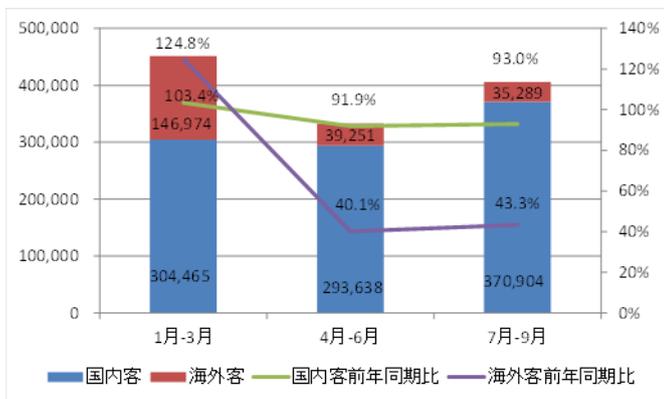
## 2. 復旧後の集客状況

中心商店街では、ほぼ全店が営業可能となった5月1日から震災復興バザール、6月1日からは鶴屋百貨店の全館再開と合わせて復興応援セール「くまもとがんばるモン」を実施した。この間、郊外の大型SCは再開している店舗が少なく、中心商店街を訪れた人は震災前より多かったようだ。現在は大型SCもほぼ再開しており、来客もだいぶ落ち着き震災前と変わらない程度の来客数となっている。

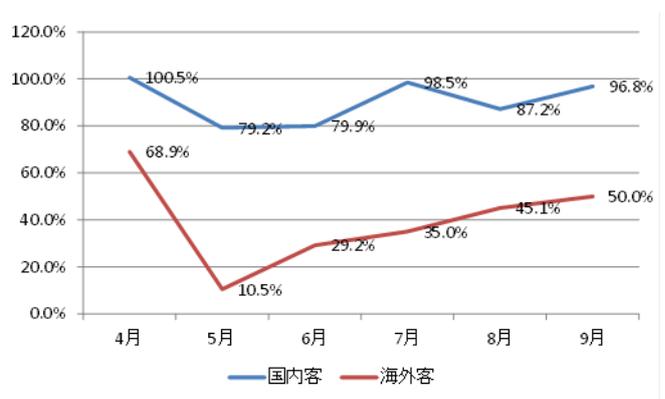
ただ、震災以前はよく見かけた外国人観光客の姿は、大きく減少しているようだ。そこで、宿泊客の動向を見てみることにする。県が発表している熊本県宿泊客動向調査結果によると、平成28年4月～6月の熊本県での宿泊客数は、国内客が293,638人で対前年比91.9%、外国客は39,251人で同40.1%と減少した。7月～9月は国内客370,904人で同93.0%、外国客が35,289人で同43.3%となっている（図表1）。そのため、観光面での支援として7月1日から「九州ふっこう割」が発売された。これを利用した観光客が増加し、国内客を中心として旅行需要は回復傾向となっている。

また、外国人宿泊客の動向を月別にみると最も落ち込みが激しかったのは5月で、対前年同期比で10.5%と9割近い落ち込みを見せている（図表2）。特にこれまで来熊外国人観光客の約半数を占めていた韓国からの観光客が大きく減少している。韓国は大きな地震の発生が少ないため、地震に対する恐怖により観光客が減少しているようだ。今後は特に韓国に向けた訪日客増加のための誘致活動等が必要となろう。これに対し、外国人観光客回復を目的とした取り組みも行われている。例えばジャパンショッピングツアーリズム協会が中心となった「Japan Shopping Festival in Kyusyu」が10月1～16日に開催された。これは九州全体が対象であったが、熊本の中心商店街にも多数の外国人が訪れ、ノベルティも品切れになるほど人気であり、回復の兆しも見える。今後は、特定商業施設（本件の場合、中心商店街）内に免税手続きカウンターを設置する手続委託型消費税免税店の早期開設などにより、利便性の向上をはかることも重要となる。また、地震および地震からの復旧・復興に関する情報発信等を正確に行っていくことも必要だ。

図表1 熊本県宿泊客数動向調査



図表2 月別の国内客、海外客の対前年比増減率



資料：熊本県観光課「熊本県宿泊客数動向調査結果」

### 3. 現在の店舗状況

#### (1) 総店舗数と業種別店舗数

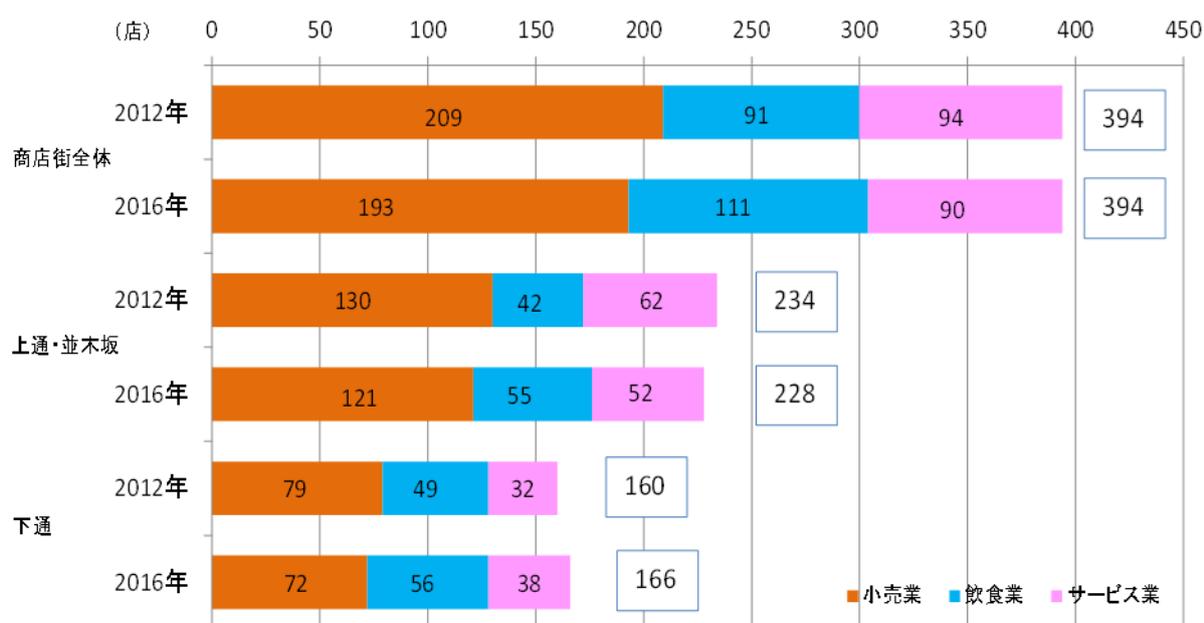
ここで、当研究所の店舗調査から中心商店街の変化を見てみよう。まず商店街全体の総店舗数と業種別店舗数を見てみる。

中心商店街全体の総店舗数（空き店舗を除く、震災による休業4か店は含む）は、2016年10月現在で394店となり、2012年の前回調査時と同数である。

業種別の変化を見ると、店舗数では小売業が209店から193店となり▲16店、サービス業が94店から90店で▲4店となっているのに対して飲食業は91店から111店となり20店の増加となっている（図表3）。上通・並木坂では全体の店舗数が234店から228店となり▲6店、業種別の変化では小売業が130店から121店（▲9店）、飲食業が42店から55店（+13店）、サービス業が62店から52店となっている（▲10店）。ここでも小売業とサービス業が減少し、飲食業が増加している。

下通では全体の店舗数が160店から166店となり6店増加した。業種別では小売業が79店から72店（▲7店）、飲食業が49店から56店（+7店）、サービス業が32店から38店（+6店）となっている。こちらも同様に小売業は減少しているが、飲食業に加えてサービス業も増加している。

図表3 業種別店舗数の変化



## (2) 業種別構成比

次に業種別の構成比を2012年と2016年で比較してみよう。2016年の店舗全体を見ると構成比では小売業が▲4.0ポイント(以下p)の49.0%、飲食業が+5.1pの28.2%、サービス業は▲1.1pの22.8%となっている(図表4)。以前は商店街の中心であった小売業であるが、現在では50%を切っている。

上通・並木坂では小売業が53.1%で5割を超えているが、前回調査と比べると▲2.4pとなっている。飲食業は+6.2pの24.1%、サービス業は▲3.7pの22.8%となっている。実際に通りを歩いてみると、特に並木坂では小売業、特に地元の店舗が多く出店しており地域性が感じられる。

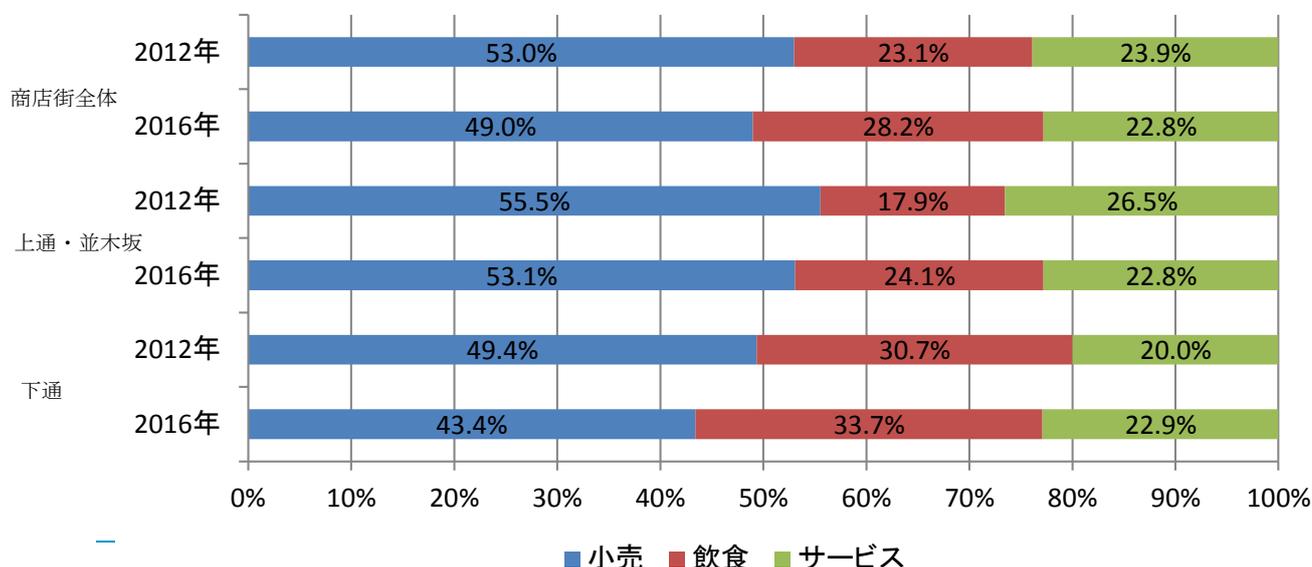
下通を見てみると、構成比では小売業が43.4%で前回調査比▲6.0p、飲食業は+3.0pの33.7%、サービス業が+2.9pで22.9%となっている。特に下通では小売業の構成比が下落している。競合の激しい下通では、単なる物品の販売では営業していきにくいかもしれない。

近年は郊外への大型SCの進出等により、小売店の減少が目立つ。比較的規模の小さい小売店が、品ぞろえや価格で有利な大型SCやインターネット通販に対抗するためには、単なる物販でなく、個性的な店舗の経営が求められる。

特に、大型店にはない付加価値の高い独自のサービスを実施する必要があると思われる。つまり、居心地の良い場所の提供や高品質のサービスを受けることができる場所を提供していく必要がある。中心商店街でも、前述した「モノ」から「コト」への消費の変化もあり、小売業が減少し、独自の価値を提供できやすい飲食業やサービス業が増加しているのではないだろうか。

なお、店舗数に対する空き店舗の割合を見ると2016年10月時点では上通・並木坂が4.6%(11/239店)、下通は空き店舗なし、全体で2.7%(11/405店)となっており2012年と比較すると空き店舗は減少している

図表4 2012年と2016年の店舗構成比



### (3) 店舗の残存状況

次に2012年に存在した店舗が2016年に存在しているかを確認する(これを便宜的に店舗残存率と呼ぶ)。2016年の店舗残存率は商店街全体で70.3%、上通・並木坂では71.1%、下通では69.3%となっている(図表5)。

上通・並木坂、下通のどちらとも2012年からの4年間で、約3割の店舗が入れ替わっていることになる。変化の激しい世の中であるが、多くの店が中心商店街へ出店するにもかかわらず、わずか数年で撤退している厳しい現実が垣間見える。

図表5 店舗残存率(2016年/2012年)



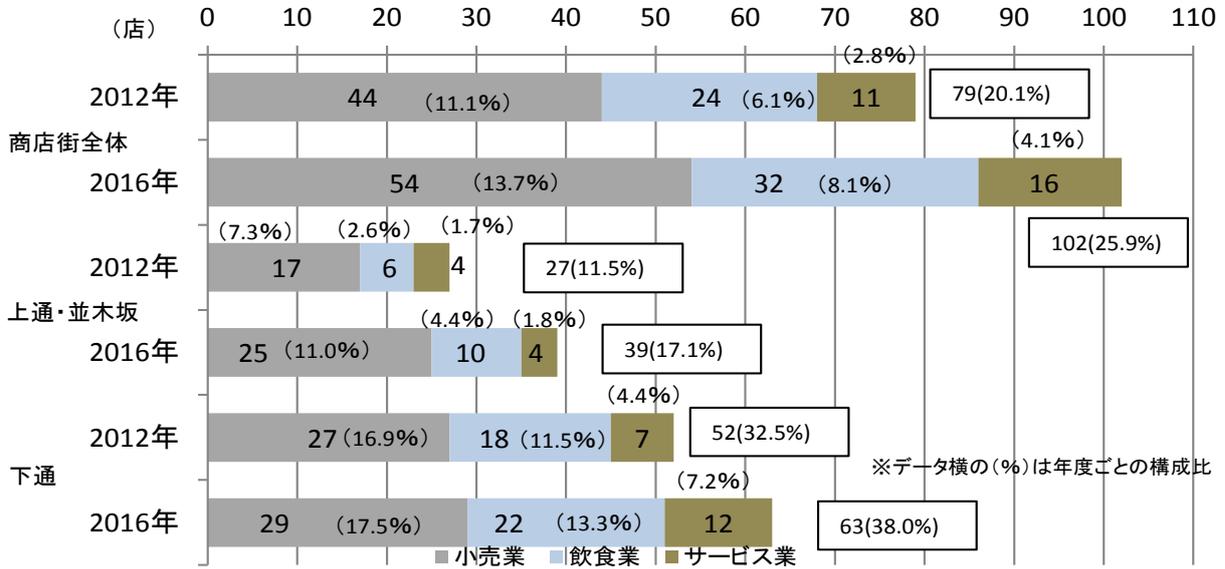
### (4) 県外チェーン店の増加

また、最近では中心商店街において、県外に本店がある店(以下、県外チェーン店)の増加が見受けられる。県外チェーン店は、2012年調査と比較すると商店街全体では79店から102店となり23店増加した。上通・並木坂では27店から39店へ12店の増加、下通では52店から63店へ11店の増加となっている(図表6)。また、中心商店街に占める県外に本店がある店舗の占率は全店舗で25.9%となっている。個別にみると上通・並木坂が17.1%、下通は38.0%であり、下通の方が上通・並木坂より20.9p高い。

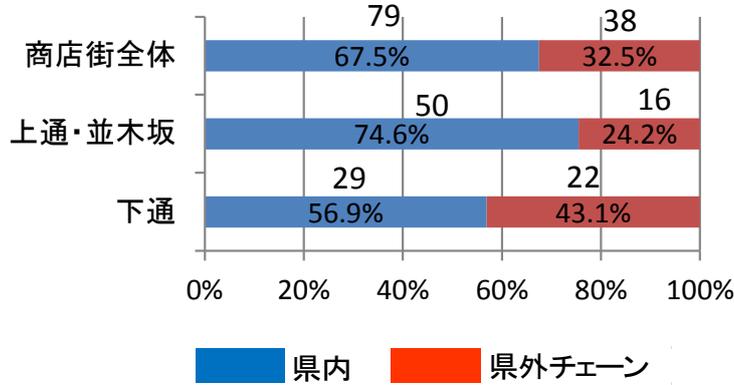
さらにこの4年以内に新たに開店した店舗の中で、県外チェーン店の割合を見るとこの傾向はより顕著で、上通・並木坂は24.2%(16/66店)、下通が43.1%(22/51店)、全店舗では32.5%(38/117店)である。年を追うごとに増加していると思われる(図表7)。

商店街には、新たな店舗による活性化や全国に知名度があり安心できる店も必要と思われるが、県外に本店がある店舗ばかりが増加すると地元店舗の減少につながり、上通・並木坂あるいは下通商店街から熊本らしさが失われてゆく可能性がある。

図表6 県外チェーン店舗数と割合



図表7 4年以内に開店した県外チェーン店舗数と割合



#### 4. これからの中心商店街

##### (1) 中心商店街の現状

ここまで、熊本地震の影響と商店街の対応、そして店舗構成などの変遷を見てきたが、ここでこれからの中心商店街について考えてみたいと思う。

熊本の「街」はこれまでは間違いなく中心商店街を核として発展してきた。しかし、最近では郊外の大型SCなどの店舗に出かける人も増えてきている。これは、生活拠点やライフスタイルの変化に伴い、郊外の自宅から車を使用して近郊の大型店で時間消費型の行動をとるようになってきたことなどが原因と思われる。時間消費型の行動とは、単に商品を購入するだけでなく施設に滞在する時間を楽しむような行動を言うが、郊外店でこのような行動をとった場合、他の場所への回遊は行われにくい。つまり中心商店街へ出かけることもない、ということになる。

このような理由もあり、中心商店街の利用は減少傾向にある。現在は、中心商店街においても様々なイベント等を実施し、単なるモノの購入でなくイベント自体を楽しんでもらうような試みがなされている。

##### (2) 新たな施設

現在建設中の下通NSビルは2017年春に誕生予定であり、下通の新たなランドマークとして期待されている。ビルの概要を紹介すると、地下1階、地上8階建ての商業・オフィスからなる複合施設である。1階から4階までが商業ゾーンで「熊本グランドショーケース」をコンセプトとしており、ガラスを多用し、ディスプレイも含め透明感のあるスタイリッシュなデザインとなる。市役所側もガラス張りで40店から50店ほどのテナントが入居予定となっている。5階のサービスゾーンは献血ルームや展示場、6階と7階がオフィスゾーンとなる。また、地下1階にはイオングループのマックスバリュが入居する。こちらも、九州初出店の新業態でグレードの高い商品を提供する予定である。

さらに桜町には2019年にMICE施設（仮称）熊本城ホールがオープンする。桜町地区のこの施設は、その効果が同地区だけに留まらず、熊本城や桜の馬場からシンボルプロムナードを軸に桜町、花畑両地区の全体に及ぶもので、中心市街地の新たな起爆剤としても期待できる。

また、同年にはラグビーワールドカップ日本大会における予選や、女子ハンドボール世界選手権大会という、世界的なスポーツイベントも実施される。現在は落ち込んでいた外国人観光客もこのころには、再び多数訪れるようになっていだろう。

その時には、一層の賑わいを見せてほしい。

### おわりに

今後、人口減少の時代を迎えて、これまでのように市街地を郊外へ拡散させていく手法はとりづらい。そのようななか、各地でコンパクトシティ化が叫ばれているが、熊本市も多核連携都市構想を打ち出している。地域拠点を公共交通機関で結ぶこの構想において、各種公共交通機関が集積している中心商店街は重要な役割を果たすと思われる。この構想も取り組みが始まったばかりであり、何が正解かはまだわからない。しかし、中心商店街はこれまでの変化への対応と同様に、これからの時代にも対応していく必要がある。

今、全国的に商店街の衰退が叫ばれているが、熊本の中心商店街はこれからも賑わいの中心となってもらいたい。そのためにも、時代の変化や顧客のニーズをとらえ、地域に愛される熊本らしい個性やサービスのある商店街をめざし、そして震災からの復興をなすとげ、魅力ある商店街として大きく発展するよう、当研究所も調査研究活動を通じサポートしていきたい。

以上

下通NSビル完成予想図



資料：(株) 南栄開発HP

銀座通りからみた下通商店街



2016年9月16日当研究所撮影