

## 145. 来訪者からみた都市内部における新たな店舗集積の特性に関する研究

—岡山市問屋町の卸商業団地を事例として—

A Study on the Characteristics of Urban New Store Accumulation from a Visitor's Perspective

—Case Study of the Wholesale Business Complex of Toiya-cho district, Okayama city—

竹内幹太郎\*・阿部宏史\*\*・氏原岳人\*\*・金野裕一\*\*\*

Kantaro Takeuchi\*, Hirofumi Abe\*\*, Takehito Ujihara\*\*, Kaneno Yuuichi\*\*\*

In city areas of Japan, the extensive used lands of the area level ("i.e." vacant factories) are increased by decline of industrial accumulation. However, the measure about this problem is not studied much. Therefore, the purpose of this study is to provide the knowledge for making new store accumulation in the extensive used lands of the area level. Specifically, the characteristics of new store accumulation which utilized the vacant warehouses and offices was analyzed. This new store accumulation is located in wholesale business complex in Toiya-cho district, kita-ku, Okayama city. First, the visitor's action which becomes the advantage of stores in Toiya-cho was analyzed. Secondly, the evaluation of store accumulation in Toiya-cho as compared with the city center and the suburban shopping center was analyzed.

**Keywords:** land use, conversion, store accumulation, wholesale business complex  
土地利用, 用途転換, 店舗集積, 卸商業団地

### 1. 研究背景と目的

少子高齢化や産業構造の変化等により、我が国では、国土全般で「低・未利用地」の増加が深刻化している。そのため、国土交通省は、2005年に国土審議会土地政策分科会企画部会の下に「低・未利用地対策検討小委員会」を設置する等低・未利用地の有効利用に向けた取り組みを実施している<sup>1)</sup>。

このような中、我が国の産業集積では、一定エリアに大量の空き工場群が発生する等エリアレベルの低・未利用地発生が問題となっている。本稿でいう産業集積とは、一般消費者を対象とした小売業やサービス業を除く製造業や卸売業等の集積である。産業集積は、人口・諸機能の集積が進む利便性の高い市街地等、本来、都市において高度利用を図るべき土地に立地している可能性が高い。そのため、有効な土地活用が必要である。しかし、産業構造の変化や地方都市を中心とした近年の財政状況より、エリアレベルの低・未利用地に対して従前用途による再利用や、再開発等大規模な事業の実施は困難な状況にある。

このような問題は、産業集積に限らず、今後さらに増加する可能性が高い。そのため、「用途転換」に着目した活用策を検討すべきである。しかし、都市内部に発生するエリアレベルの低・未利用地については、これまでにその活用策が殆ど検討されておらず研究蓄積も十分とはいえない。

本稿の事例対象地である岡山市北区問屋町(以下、問屋町とする)は、協同組合岡山県卸センター(以下、岡山県卸センターとする)により、卸商業団地が整備された地区である。問屋町では、1990年代前半からの卸売業の衰退を受け、団地内における空き倉庫・事務所等の増加が深刻な問題となった。そのため、岡山県卸センターは、2000年に組合の基本規則を定める定款の変更を行い、卸売業以外の団地内利

用を容認する等用途転換による取り組みを可能とする施策を実施した。その結果、空き倉庫・事務所等を活用した小売業やサービス業の店舗出店が相次ぎ、現在は、岡山市における新たな店舗集積として注目を集めている。

問屋町では、まちづくりの観点から施策を実施した後に、地権者(岡山県卸センターに加入する企業、以下、卸センター組合員とする)レベルの取り組みにより低・未利用化した既存建築物群「既存ストック群」を活用した店舗集積が形成された。すなわち、エリアレベルの低・未利用地は、まちづくりの観点から計画して既存ストックを有効活用する事で、大規模な事業を行わずとも、新たな用途へ転換できる可能性がある<sup>2)</sup>。そして、その転換策として店舗集積の形成は、回遊行動等来訪者の出店店舗にとって利点となる行動により、店舗の利用可能性を拡大し、地域商業の活性化にも貢献すると考えられるため有効といえる。

しかし、これまでにエリアレベルの低・未利用地を活用して形成された新たな店舗集積(以下、新たな店舗集積とする)の来訪者に着目した研究は少なく、どのような来訪者が新たな店舗集積内の出店店舗にとって利点となる行動をするのか、また、中心市街地や郊外ショッピングセンター(以下、郊外SCとする)等の既存店舗集積と比較して、どのように評価されているのか、その特性は捉えられていない。これらは、今後、都市内部において新たな店舗集積の形成を検討する際に、有用な情報になると考えられる。

そこで、本稿では、上記のような新たな店舗集積の特性を、問屋町を事例として明らかにする。具体的には、問屋町における出店店舗にとって利点となる行動と来訪者特性(個人属性、目的等)の関係性を把握する。さらに、既存店舗集積と比較した問屋町の評価から、問屋町の都市内部における新たな店舗集積としての位置づけを検討する。

\* 正会員 株式会社富士通総研 (Fujitsu Research Institute)

\*\* 正会員 岡山大学大学院環境生命科学研究科 (Okayama University)

\*\*\* 正会員 和歌山市役所 (Wakayama City)

## 2. 既存研究と本研究の特長

新たな店舗集積の形成事例に関する研究として坂本ら<sup>3)</sup>は、地場産業の衰退より発生した空き工場群を活用して形成された店舗集積について、出店理由や介在者の存在を明らかにした。また、竹内ら<sup>2)</sup>は、本稿の事例対象地である問屋町の新たな店舗集積について、店舗出店者への調査からその発生プロセスと要因を明らかにした。しかし、この他に新たな店舗集積の形成事例はみられない。さらに、竹内ら<sup>4)</sup>は、問屋町の来訪者へのアンケート調査を実施してその行動と意識から既存ストック群を活用した店舗集積の実態を明らかにした。しかし、本稿で着目している店舗集積としての特性は明らかにされていない。そして、この他に新たな店舗集積の来訪者に着目した研究はみられない。

一方、既存店舗集積の来訪者に関する研究は、中心市街地等を対象に多く実施されている。うち行動に着目した研究では、店舗集積内の回遊行動と、来訪動機<sup>5)</sup>・利用交通手段<sup>6)</sup>等との関係性が分析されている。しかし、来訪者の店舗集積に対する行動を的確に捉えるためには、来訪回数等出店店舗が利点を得られるその他の行動も含め、来訪者特性(個人属性、目的等)との関係性を包括的に分析すべきである。異なる店舗集積の比較については、青木ら<sup>5)</sup>や金ら<sup>7)</sup>が中心市街地と郊外SCを対象として来訪動機や評価の違いを分析した。しかし、この他の店舗集積を対象とした知見は得られていない。以上を踏まえ本稿の特長を述べる。

- 1) 我が国の都市内部では、エリアレベルの低・未利用地発生が危惧されているが、その対応策は殆ど研究されていない。本研究は、用途転換の取り組みにより、実際に新たな店舗集積が形成された数少ない先行事例である問屋町に着目してその対応を検討している。
- 2) 本研究は、既存研究で実施された中心市街地等と異なる新たな店舗集積を対象として、来訪者の行動を分析している。そして、出店店舗にとって利点となる行動と来訪者特性との関係性に関する全体像の定量的な把握を試みている。
- 3) 本研究では、中心市街地や郊外SC等の既存店舗集積と比較した場合の問屋町の評価を明らかにする事で、都市内部における新たな店舗集積の位置づけを初めて検討している。

## 3. 事例対象地の概要

### 3-1 問屋町の概要<sup>2)</sup>

問屋町は、図-1より、JR岡山駅から南西3kmと岡山市中心市街地から離れた周辺市街地に位置する約13haの地区であり、地区内は、卸商業団地のみで形成されている。用途地域は商業地域に該当する。問屋町付近は、岡山県卸センターの進出より、街区及び道路の整備が開始され、2005年には問屋町近隣を走る国道180号バイパスが開通した。これにより、道路基盤が整備された環境に立地している。

### 3-2 定款変更による問屋町の変化<sup>2)</sup>

岡山県卸センターの卸センター組合員数は、1970年代前

半から半ばにかけ、86社まで増加したが、卸売業の衰退から定款変更時の2000年には64社となり、都市基盤施設の整備が進む岡山市西部拠点での衰退が危惧された。

このため、岡山県卸センターは、2000年に定款の変更を実施し、卸売業以外の団地内利用(卸売業以外の業種による店舗利用や住宅利用等)と卸センター組合員による不動産業務を容認する事で、地権者レベルでの用途転換の取り組みを可能とした。結果、卸センター組合員数は49社(2009年12月現在)にまで減少する一方で、小売業、サービス業の新たな店舗出店が相次ぎ、現在では、52店舗(2009年12月現在)が集積している。業種の内訳は、小売業が48.1%、飲食業が34.6%、美容・理容業が17.3%である。具体的には、新規開業者が出店したカフェや衣類・服飾品・雑貨を取り扱うセレクトショップが多い。そして、写真-1よりこれらの店舗を目的とした来訪者が問屋町を利用している。

また、既存研究<sup>2)</sup>より調査された店舗のうち、97.8%は団地内の空き倉庫・事務所等の既存建物を店舗物件として利用しており、既存ストック群が有効活用されている。なお、問屋町の既存ストック群は、区画内がすべて連結された連棟式構造となっている<sup>2)</sup>。そして、上記の店舗がこれらの既存建物を活用して内外装を施す事により、問屋町内は、来訪者にとって魅力となる街並みが形成されている<sup>4)</sup>。

### 3-3 新たな店舗集積としての問屋町の特徴

都市内部に形成される新たな店舗集積は、従前用途等その背景によりエリアサイズや建築物、立地環境等が様々である。そこで、前節までの概要と既存研究<sup>2)4)</sup>の知見を踏まえ、新たな店舗集積としての問屋町の特徴を述べる。なお、これは本研究で得られる知見を基礎資料として用いる場合に考慮すべき要点であるともいえる。



図-1 問屋町位置図



写真-1 問屋町の来訪者

- 1) 問屋町の店舗集積は13haの地区内に形成されており、来訪者は店舗を歩いて回る事ができる。つまり、店舗はヒューマンスケールな密度で集積している。
- 2) 問屋町では、空き倉庫・事務所等の既存ストック群が店舗物件として活用されている。そして、そこに飲食やファッションに関する店舗が特化して集積する事で来訪者の魅力となる雰囲気が形成されている。
- 3) 立地環境について問屋町は、道路・街路等都市基盤施設の整備された都市の近隣郊外に立地している。そのため、自動車の交通利便性が高い場所に存在する。

#### 4. 問屋町来訪者へのアンケート調査概要

分析には、竹内ら<sup>4)</sup>が実施した既存アンケート調査を用いる。アンケート調査は、問屋町に来訪者(中学生以上)を対象に、2010年7月4日から10日までの平休日4日間、回答者がその場でアンケート調査票に記入する方式により実施し、360名から回答を得た。なお、本調査は、問屋町内の店舗を目的に含む来訪者のみを対象とし、目的に業務を含む来訪者は対象外としている。調査項目を表-1に示す。

表-1 アンケート調査項目

調査項目	①個人属性
	②来訪の目的
	③問屋町へ来訪した動機
	④問屋町の総合的な魅力度
	⑤来訪前について
	⑥来訪時の行動について
	⑦過去の来訪について
	⑧問屋町の卸商業団地としての認識
	⑨中心市街地および郊外SCと比較した問屋町の評価

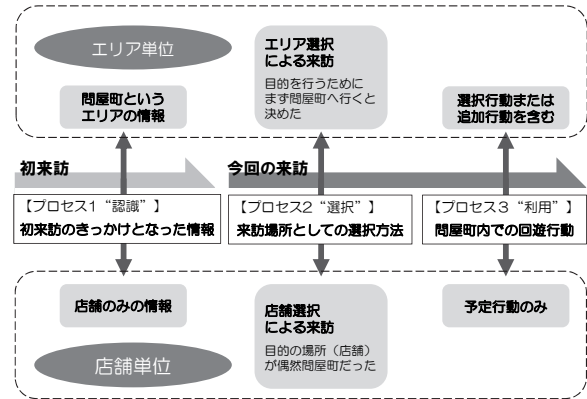


図-2 来訪プロセスのフロー図<sup>4)</sup>

#### 5. 「出店店舗にとって利点となる行動」と来訪者特性との関係性

都市内部において新たな店舗集積が形成された場合に、どのような来訪者が出店店舗にとって利点となる行動をするのかを明らかにするため、問屋町における来訪者の行動とその特性(個人属性、目的等)との関係性を把握する。

##### 5-1 「出店店舗にとって利点となる行動」の概要<sup>4)</sup>

既存研究<sup>4)</sup>では、図-2より来訪者の問屋町への「初来訪」と「今回の来訪」について、その一連の過程を「来訪プロセス」と定義し、問屋町に対する「認識」、「選択」、「利用」の3つの「来訪プロセス」において、「エリア単位」の要素が現れている事を出店店舗が利点を得られる行動と捉えてその実態を調査した。結果、問屋町では、各プロセスで、来訪者の行動に店舗利用機会の増加や賑わいの創出につながる「問屋町というエリア単位の要素」が現れている事が確認されている。そこで本稿では、この来訪プロセスのうち、「プロセス2: 来訪場所としての選択方法」と「プロセス3: 問屋町内での回遊行動」の行動について、「エリア単位」の要素が現れている事を「出店店舗にとって利点となる行動」として捉え、来訪者特性との関係性を分析する。

さらに、アンケート調査では、これまでの「来訪回数」を尋ねている。来訪者のリピート性は、店舗利用機会の増加や賑わいの創出に関わる重要な要素と考えられる。そこで本稿では、「来訪回数」について、その回数が多い事も出店店舗にとって利点となる行動と捉えて分析する。以下、「プロセス2: 来訪場所としての選択方法」と「プロセス3: 問屋町内での回遊行動」について詳細を説明する。

##### (1) プロセス2: 来訪場所としての選択方法

来訪者が目的を行う場所として問屋町を選択する際にその方法(来訪場所としての選択方法)が「目的を行うために

まず問屋町へ行く」と決めた”すなわち「エリア選択による来訪」である場合、問屋町内の出店店舗は、自店舗を来訪目的とされていなくても来店機会を得られる可能性がある。

これを把握するため、アンケート調査では図-2のように、来訪場所としての選択方法について「エリア選択による来訪」と「店舗選択による来訪」の選択肢により尋ねている。

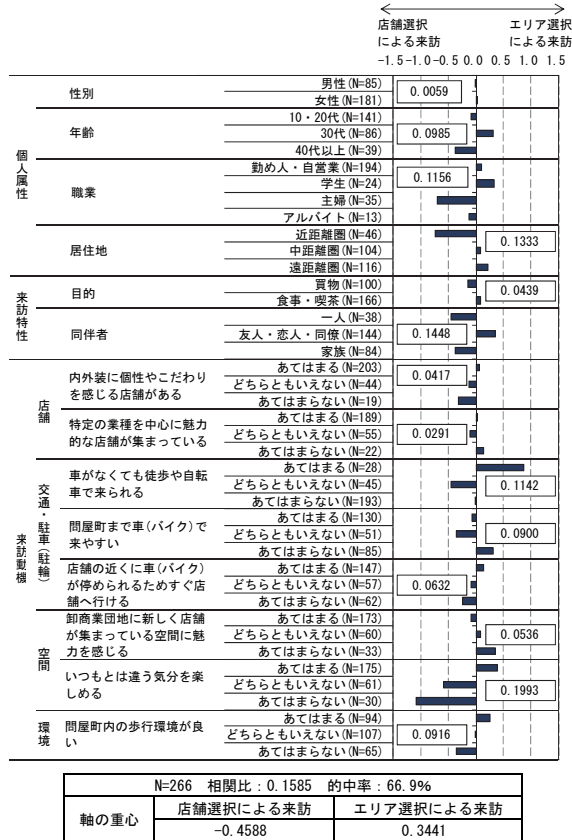
##### (2) プロセス3: 問屋町内での回遊行動

来訪者が問屋町内を店舗利用のために歩いて回る(問屋町内での回遊行動)事は、問屋町内の出店店舗への来店機会が増加する事に加え、滞在時間の増加を通じて、問屋町というエリア全体としての賑わい創出にもつながる。

そこで、アンケート調査では、問屋町内での回遊行動を把握するため、来訪者の店舗利用に関する行動を、(a) 目的に対して来訪前に予定していた店舗を利用する「予定行動」、(b) 目的に対して来訪前には具体的な店舗を決めず、来訪後に利用する店舗を選択する「選択行動」、(c) (a)・(b)とは別に、来訪時新たに利用する店舗を散策する「追加行動」の3つに分類し、各行動の有無を尋ねている。うち「予定行動」は店舗単位の行動といえるため、本稿では、図-2のように「選択行動」と「追加行動」を問屋町内の出店店舗が利点を得られる回遊行動と捉え、「選択行動または追加行動を含む」と「予定行動のみ」に分類している。

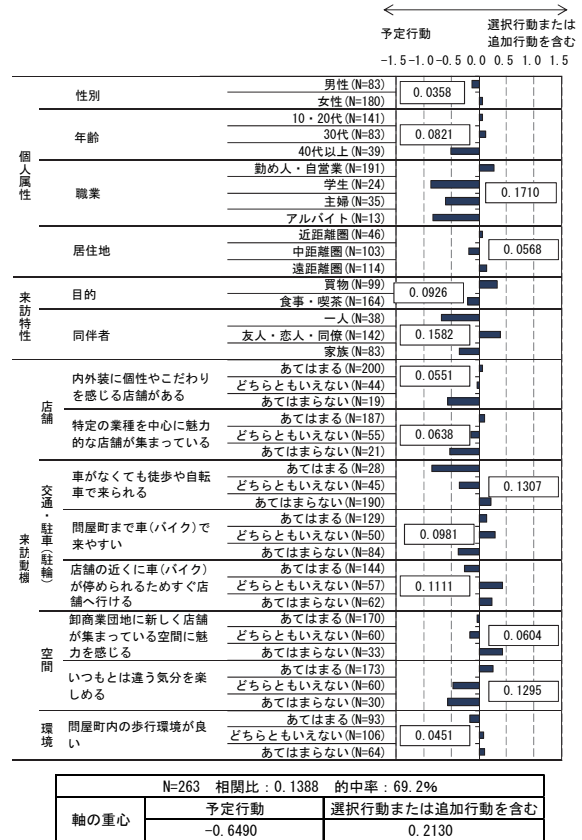
##### 5-2 分析方法

分析は、「来訪場所としての選択方法」、「問屋町内での回遊行動」、「来訪回数」を外的基準、来訪者の個人属性(性別・年齢・職業・居住地)、来訪特性(目的・同伴者)及び来訪動機を説明変数とした数量化Ⅱ類による要因分析を行った。なお、説明変数で多重共線性が考えられる項目やサンプル数が10以下の項目は、分析対象から除外している。来訪



注) □内の数字は偏相関係数

図-3 「来訪場所としての選択方法」の要因分析結果



注) □内の数字は偏相関係数

図-4 「問屋町内での回遊行動」の要因分析結果

者の居住地に関しては、問屋町から 2km 圏内(自動車約 10 分以内)、2~9km 圏内(自動車約 30 分以内)、9km 以上(自動車約 30 分以上)を「近距離圏」、「中距離圏」、「遠距離圏」と分類した。本稿では、偏相関係数の上位 4 位から傾向のみられた変数を取り上げ、分析結果と考察を述べる。

### 5-3 分析結果

#### (1) 「来訪場所としての選択方法」に関する分析結果

図-3 より「来訪場所としての選択方法」は、「職業」が影響しており、勤め人・自営業や学生がエリア選択により来訪している。さらに、「居住地」の影響も大きく、問屋町から居住地が遠方になるほどエリア選択による来訪を行う傾向にあった。「同伴者」は、友人や恋人等を同伴する来訪者がエリア選択による来訪の傾向にある。

来訪動機では「いつもとは違う気分を楽しめる」の影響が大きく、来訪動機としてあてはまる来訪者がエリア選択による来訪を行う傾向にある。なお、偏相関係数の数値が上位 4 位の「職業」に近い「車がなくても徒歩や自転車で来られる」は、「居住地」の近距離圏と傾向が異なる。これは、近距離圏に該当する来訪者の利用交通手段の約半数が自家用車である事と関係していると考えられる。つまり、距離圏に関係なく徒歩や自転車による来訪に着目した場合、エリア選択による来訪の傾向があるといえる。

#### (2) 「問屋町内での回遊行動」に関する分析結果

「問屋町内での回遊行動」は、図-4 より、「職業」、「同

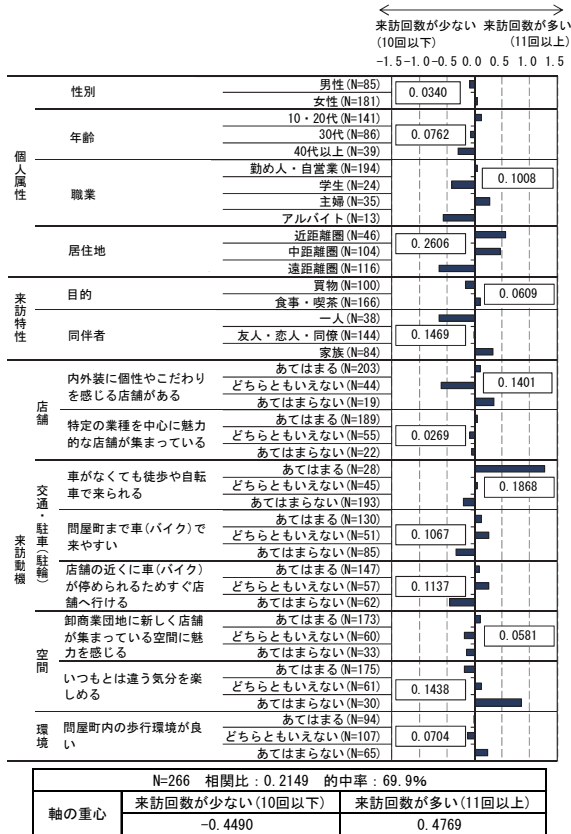
伴者」、来訪動機の「車がなくても徒歩や自転車で来られる」、「いつもとは違う気分を楽しめる」が大きく影響している。このうち、「職業」と「同伴者」、「いつもとは違う気分を楽しめる」は、「来訪場所としての選択方法」と同様に、職業を勤め人・自営業とする来訪者や、友人・恋人等を同伴する来訪者、「いつもとは違う気分を楽しめる」が来訪動機としてあてはまる来訪者が、出店店舗にとって利点となる回遊行動(選択行動または追加行動を含む)を行う傾向にある。一方、「車がなくても徒歩や自転車で来られる」は、あてはまるほど予定行動の傾向にある。これより、徒歩や自転車による来訪者は、エリア選択により来訪するものの、選択行動や追加行動は行いにくいと捉えられる。

#### (3) 「来訪回数」に関する分析結果

図-5 より「来訪回数」には、「居住地」が影響しており、近距離圏や中距離圏で、来訪回数が多い傾向にある。さらに、「同伴者」では家族を同伴する来訪者が来訪回数の多い傾向にある。来訪動機は、「車がなくても徒歩や自転車で来られる」があてはまるほど来訪回数が多い。一方、「来訪場所としての選択方法」と「問屋町内での回遊行動」では、出店店舗にとって利点となる行動につながっていた来訪動機の「いつもとは違う気分を楽しめる」は、あてはまる場合に来訪回数が少なくなる事がわかった。

### 5-4 考察

前節の分析結果より、問屋町における出店店舗にとって



注) □内の数字は偏相関係数

図-5 「来訪回数」の要因分析結果

利点となる行動の発生には、「職業」、「居住地」、「同伴者」と来訪動機の「車がなくても徒歩や自転車で来られる」、「いつもとは違う気分を楽しめる」が総体的に影響している。

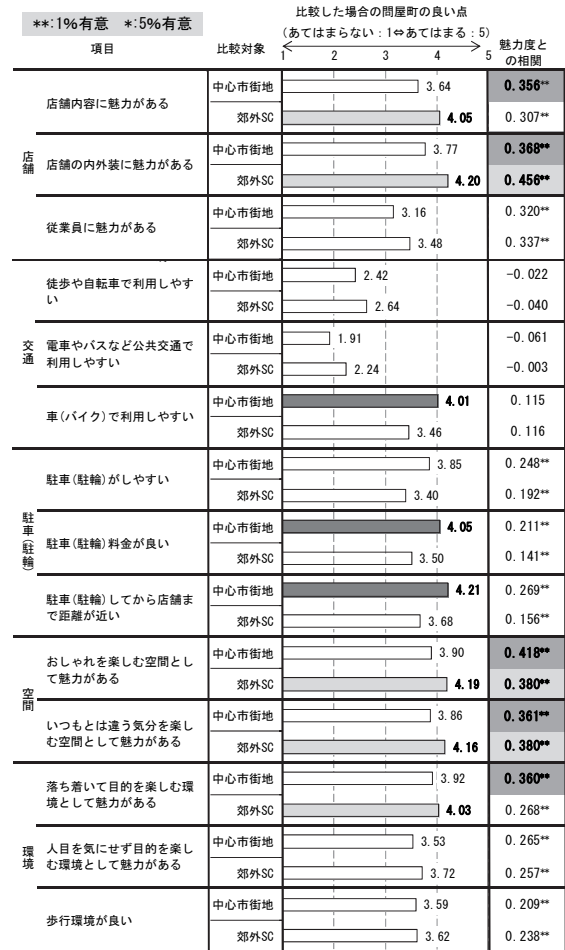
具体的には、職業を勤め人・自営業や学生とする来訪者や遠方からの来訪者、友人や恋人等を同伴する来訪者が、「エリア選択による来訪」や「選択行動または追加行動」をする傾向にある。一方で、職業を主婦とする来訪者や問屋町近辺に居住する来訪者、家族を同伴する来訪者は、「来訪回数が多い」傾向にある事が明らかになった。来訪動機は、「車がなくても徒歩や自転車で来られる」、「いつもとは違う気分を楽しめる」が、出店店舗にとって利点となる行動に影響している。しかし、これらの動機は、あてはまるほど予定行動を行う傾向あるいは来訪回数が少なくなる傾向もみられた。これより、店舗集積内の店舗が利点を得られる来訪者の行動を促進するためには、「どのような人を来訪させるか」や「どこから来訪させるか」、「誰と来訪させるか」等に注目する事が重要と考えられる。

## 6. 既存店舗集積と比較した問屋町の評価

問屋町の新たな店舗集積としての位置づけを検討するため、中心市街地や郊外SC等の既存店舗集積と比較して、問屋町がどのように評価されているのかについて分析する。

### 6-1 分析方法

アンケート調査より、中心市街地及び郊外SCそれぞれと



注1) 既存店舗集積と比較した場合の問屋町の良い点に関する平均値は4.00以上の項目を網掛け  
注2) 魅力度との相関は、相関係数が0.350以上の項目を網掛け

図-6 既存店舗集積と比較した問屋町の評価に関する分析結果

比較した場合の問屋町の良い点<sup>(1)</sup>に関する5段階回答(各14項目であり、内容は相互に対応している)について、「あてはまる」側から5~1の得点を付与して平均値を算出した。また、アンケート調査では、問屋町の総合的な魅力度についても5段階評価(魅力度高い~魅力度低い)で尋ねている。そこで、さらに「魅力度高い」側から5~1の得点を付与して、中心市街地及び郊外SCそれぞれと比較した場合の問屋町の各評価との相関分析を実施した。

### 6-2 分析結果

図-6より、中心市街地及び郊外SCそれぞれと比較した場合の問屋町の良い点に関する平均値をみると、問屋町は、中心市街地と比較した場合に、「車(バイク)で利用しやすい」や「駐車(駐輪)料金が良い」等、交通利便性に関する項目の評価が高い。そして、郊外SCと比較した場合には、「店舗内容に魅力がある」や「店舗の内外装に魅力がある」等店舗の魅力に関する項目と、「おしゃれを楽しむ空間として魅力がある」や「いつもとは違う気分を楽しむ空間として魅力がある」、「落ち着いた目的を楽しむ環境として魅力がある」等店舗集積としての空間や環境に関する項目が高

く評価されていた。

さらに、図-6の「魅力度との相関」には、中心市街地・郊外 SC と比較した場合の良い点と問屋町の総合的な魅力度との相関分析結果として相関係数とその検定結果を示している。これより、中心市街地と比較した場合の「店舗内容に魅力がある」や「店舗の内外装に魅力がある」、「おしゃれを楽しむ空間として魅力がある」、「いつもとは違う気分を楽しむ空間として魅力がある」、「落ち着いた目的を楽しむ環境として魅力がある」は、問屋町の総合的な魅力度と有意に高い相関があった。郊外 SC と比較した場合の評価については、「店舗の内外装に魅力がある」と「おしゃれを楽しむ空間として魅力がある」、「いつもとは違う気分を楽しむ空間として魅力がある」の相関が有意に高かった。

### 6-3 考察

分析結果より、問屋町は、中心市街地と比較して「自動車の交通利便性」が評価されている。既存研究<sup>4)</sup>から問屋町来訪者の利用交通手段は大部分が「自家用車」である。第3章より、問屋町周辺は土地区画整理事業が完了しており、さらに、バイパスが隣接している。そのため自動車アクセスしやすい。また、問屋町内は、卸売業者の業務利便性確保から道路交通法の駐車禁止が適用されないため、来客者は店舗前等の自由な位置に駐車する事ができ、駐車料金も発生しない特徴がある<sup>2)</sup>。一方、中心市街地は、道路の複雑さや一方通行等により自動車店舗までアクセスしにくく、駐車する際には料金が発生する可能性も高い。これらの事から来訪者は、中心市街地と比べた場合に問屋町の「自動車の交通利便性」を評価したと考えられる。

郊外 SC と比較した場合に問屋町は、「店舗の魅力」や、「店舗集積としての空間や環境の魅力」が評価されていた。既存研究<sup>2)</sup>より、問屋町の店舗は、新規開業者による出店が半数近くを占めており、店舗内容や建物の内外装に個性やこだわりをもった店舗が多い。そして、第3章第3節より、問屋町は、空き倉庫等の既存ストック群に飲食やファッションに関する店舗が集積する事で来訪者にとって魅力となる雰囲気が形成されている。そのため、チェーン店舗の出店等により画一的な内容・空間が整備される傾向にある郊外 SC と比較して、来訪者は「店舗の魅力」や「店舗集積としての空間や環境の魅力」を評価したと思われる。

以上より、問屋町は、中心市街地と郊外 SC それぞれにおける店舗集積としての“不足部分”を、同時に特長として有する事で、都市内部における新たな店舗集積としての位置づけを見出していると考えられる。

一方で、問屋町の総合的な魅力度に正の相関があるのは、中心市街地・郊外 SC とともに、「店舗の魅力」や「店舗集積としての空間や環境の魅力」に関する評価項目であった。つまり、都市内部に新たな店舗集積を形成する場合には、既存店舗集積とは異なる魅力的な店舗の出店や、空間・環境づくりが重要であるといえる。

### 7. まとめ

本稿では、今後、産業集積等に発生したエリアレベルの低・未利用地を活用して新たな店舗集積の形成を検討する際に、有用な情報を提供するため、岡山市の問屋町を事例として、出店店舗にとって利点となる行動と来訪者特性との関係性、そして、既存店舗集積と比較した問屋町の評価を、新たな店舗集積の特性として分析した。

本稿の結果を総括すると、新たな店舗集積を形成する際には、“どのような来訪者”を“どこから来訪させるのか”、“誰と来訪させるのか”を検討して店舗の出店計画や空間・環境整備を実施する事が、出店店舗にとって利点となる行動を促すうえで重要といえる。

さらに、新たな店舗集積としての位置づけについては、既存店舗集積の“不足部分”を踏まえて店舗集積の特長を検討する事が重要である。また、店舗集積としての特長を「店舗の魅力」や「店舗集積としての空間や環境の魅力」から見出す事は、店舗集積としての総合的な魅力創出につながる可能性がある。この具体案としては、問屋町の事例のように、新規開業者による店舗出店を促進する事や、飲食やファッションに特化して店舗を集積する事、既存ストック群を店舗物件として有効活用する事等が考えられる。

なお、既存研究<sup>2)</sup>より岡山市の問屋町では、問屋町へ出店した新規開業者が、その後、中心市街地に店舗を展開するケースも複数みられる。つまり、都市内部における店舗出店のインキュベーション的役割を担う事で地域商業の活性化に貢献している。今後は、新たな店舗集積について、このような都市内部における役割を問屋町やその他の事例を対象とした分析からより詳細に検討すべきと思われる。

#### 【補注】

(1) 中心市街地と比較する際は岡山市中心市街地の範囲図を提示し、郊外 SC と比較する際は岡山市内の代表的な郊外 SC を複数示した表を提示した。そして、回答者のイメージでこれらの既存店舗集積と比較した問屋町の店舗集積としての評価を回答してもらった。

#### 【参考文献】

- 1) 国土交通省：低・未利用地対策検討小委員会中間とりまとめ、<http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha06/03/030704/02.pdf>, 2012. 4 最終閲覧
- 2) 竹内幹太郎, 阿部宏史, 橋本成仁, 氏原岳人: 卸商業団地における新たな店舗集積の特性と要因に関する研究-岡山市北区問屋町を事例として-, 都市計画論文集, No. 45-3, pp. 37-42, 2010.
- 3) 坂本紳二郎, 松浦健治郎, 浦山益郎: 愛知県常滑市「やきもの散歩道地区」の観光まちづくりにおける店舗集積に関する研究, 都市計画論文集, No. 41-3, pp. 1025-1030, 2006.
- 4) 竹内幹太郎, 氏原岳人, 阿部宏史: 卸商業団地における既存ストック群を活用した店舗集積の実態分析-岡山市問屋町の来訪者調査に基づいて-, 土木学会論文集 D3, Vol. 67, No. 5, pp. I\_407-I\_416, 2011.
- 5) 青木俊明: 中心市街地の訪問動機とそれに基づく活性化方策の考察-宮城県仙台市を題材に-, 都市計画論文集, No. 40-3, pp. 643-648, 2005.
- 6) 宮本佳和, 湯沢昭: 土地利用変化からみた中心市街地の将来予測と回遊行動の現状把握-前橋市中心市街地を事例として-, 都市計画論文集, No. 39-3, pp. 661-666, 2004.
- 7) 金貴煥, 佐藤誠治, 小林祐司, 姫野由香, 張天オウ: 消費者が中心商業地または郊外商業集積施設を選択する要因の分析-韓国の全羅南道順天市の場合-, 日本建築学会計画系論文集, No. 588, pp. 95-102, 2005.