

レポート 大型商業施設開業に伴う中心市街地の変化 ～SAKURA MACHI Kumamoto開業による魅力向上～

はじめに

新たなランドマークと期待される桜町再開発ビル内の商業施設「SAKURA MACHI Kumamoto」（以下、桜町）が開業した。熊本市中心市街地はJR九州の熊本駅周辺の再開発が控え、郊外に目を向けると御船町に米国発の大型商業施設「コストコ」が進出を表明するなど商業環境に大きな変化がみられる。本レポートは店舗構成などの中心商店街の変化とあわせて、県内大型商業施設の店舗面積等の変化から中心市街地を取り巻く環境について考察した。

1. 熊本市中心市街地の変化

- 桜町開業に伴い2核3モールが復活し、中心市街地における回遊性の向上が見込まれる。
- 中心商店街はここ数年でコト消費に対応した店舗構成に変化しつつあり、桜町との相乗効果により来街者の滞留時間の増加を伴う新たな回遊性が生み出される。

(1) 通行量の推移

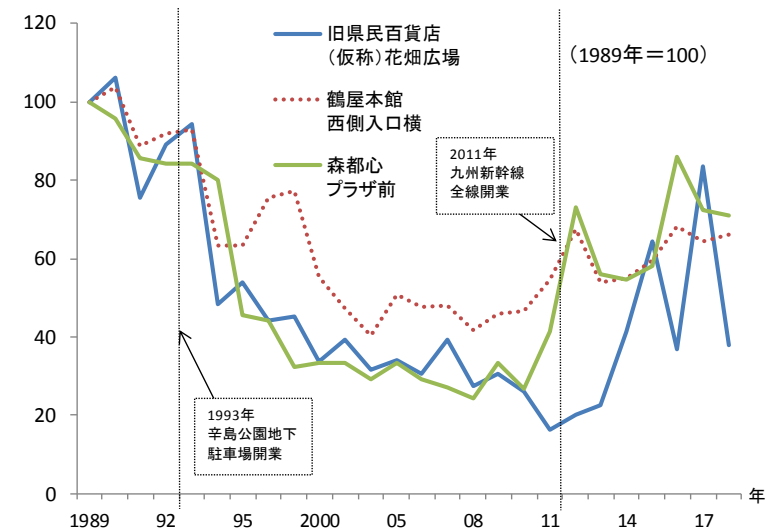
熊本市の中心市街地は、鶴屋百貨店と2015年2月に閉店した県民百貨店を2つの核とし、上通、下通、新市街の各商店街がモールとして機能する2核3モールが長く成り立ってきた。桜町再開発事業により一時的な回遊性の低下を招いたが、開業により回遊性の復活が期待されている。

ここで1989年を100として、旧県民百貨店（現桜町）、鶴屋百貨店、森都心プラザ（JR熊本駅前）の3地点の通行量の推移をみてもみる。通行量は長く減少傾向にあったが、直近の旧県民百貨店の再開発工事による大きな落ち込みを除くと九州新幹線開業後は上昇傾向にあり、**桜町開業に伴い通行量がさらに増加する**とみられる（図表1）。



SAKURA MACHI Kumamoto開業日

図表1 旧県民百貨店、鶴屋百貨店、熊本駅前の通行量推移



資料：熊本市・熊本商工会議所「商店街通行量調査」

(2) 店舗数の変化

桜町は県内初出店の店舗を含めテナントの約半数が飲食系となり、サービス系と合わせて中心商店街に滞留時間の増加をもたらすものと思われる。当研究所では過去に2回、中心商店街（上通・並木坂、下通）の店舗調査を実施している（2012年：以下、前々回調査、2016年10月：前回調査）。今回（2019年8月）実施した調査結果と比較し、桜町や鶴屋百貨店とともに来街者の受け皿となる中心商店街について業種別店舗数の変化からみしてみる。

①中心商店街全体

中心商店街全体の店舗数（空き店舗は除く）は429店であった。熊本地震前後で変化がなかった前回（394店）と比べると、**地震後の建替えや新築などの復旧の進捗もあり35店増加**している。

業種別では、小売業が前回の193店から186店（▲7店）と減少した一方で、飲食業が111店から127店（+16店）、サービス業が90店から116店（+26店）と増加した（図表2）。消費者の“モノ消費”から飲食やサービスなど体験を含めた“コト消費”への移行を反映した店舗構成となっている。

②上通・並木坂

店舗数は246店となり、前回に比べて18店増加している。業種別では、小売業が前回の121店から115店（▲6店）に減少した。

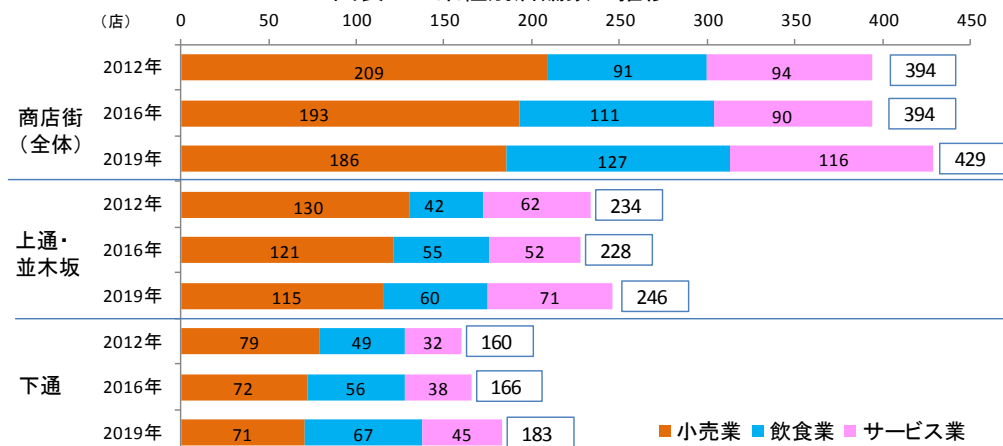
③下通

店舗数は183店となり、前回に比べて17店増加している。業種別では飲食業が前回の56店から67店（+11店）、サービス業が38店から45店（+7店）増加し、上通に比べコト消費への対応が一段と進んでいる。

【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店舗とし、複合ビルについてはBF1～3Fをカウント
■調査時期	・今回：2019年8月、前回：2016年10月、前々回：2012年12月
■調査方法	・調査員の目視による現地調査

図表2 業種別店舗数の推移



(資料) 当研究所調べ

(3) 県外チェーン店の割合

中心商店街全体の県外チェーンの店舗数は134店となり、前回と比べて41店増加(増加率+44.0%)し**全体の約3割**を占める(図表3)。上通・並木坂は前回より20店増加し53店(+60.6%)となり、下通は21店増加し81店(+35.0%)と増加している。特に下通は県外チェーンが4割強を占め、熊本地震前の前々回に比べて10ポイント以上増加しており、**被災したテナントビル等の再建が進む中で県外チェーンの存在感**が増している。

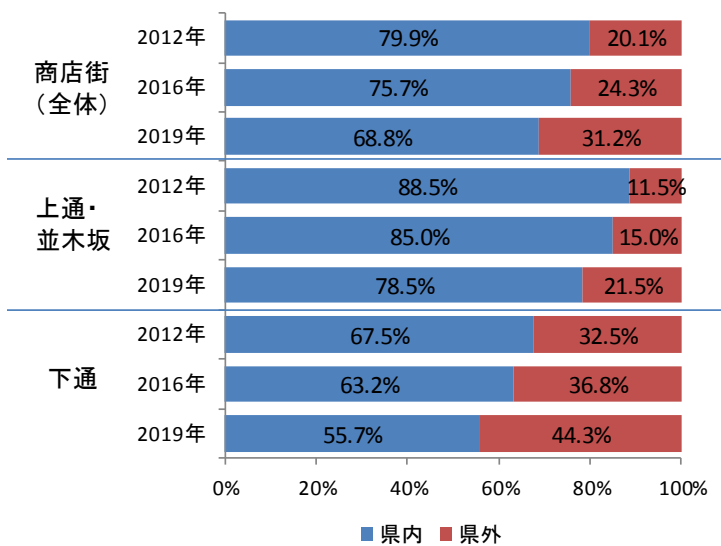
業種別の変化をみると、小売業は前回と比べて13店増加し61店(+27.0%)となり、**ドラッグストアの出店**が相次いでいる。飲食業は12店増加し41店(+41.4%)、サービス業は16店増加し32店(+100.0%)となり、とりわけサービス業の上昇幅が大きくエステやネイルサロンといった美容関連の店舗が目立つ。

(4) 店舗残存率

今回の8月現在で存在している店舗のうち、熊本地震前の前々回(2012年)に存在していた割合を「店舗残存率」として、店舗の入れ替わり状況をもてみる。商店街全体では54.1%(232店/429店)となり、**地震前後で約半数の店舗が入れ替わった**ことになる。上通・並木坂が57.7%(142店/246店)、下通が49.2%(90店/183店)となり、下通で店舗構成の“新陳代謝”が進んでいる(図表4)。

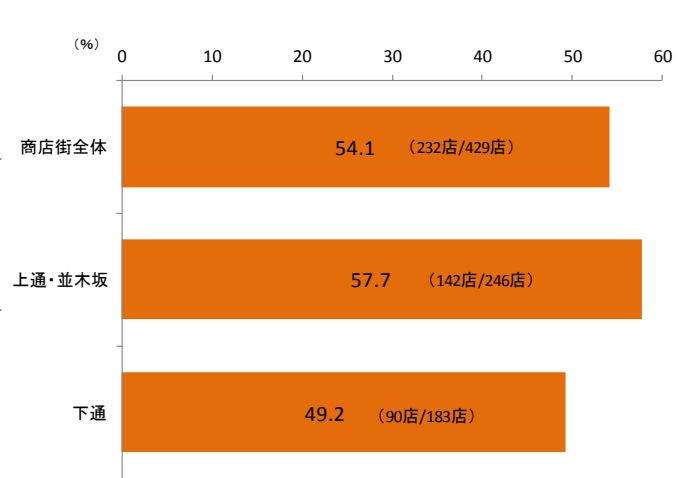
中心商店街では熊本パルコの来年2月末の営業終了が予定されるなど、若者を中心にした一時的な回遊性の低下が懸念される。一方で、桜町は県内初出店47店を含む全149テナントの店舗構成はテナントの約半数が飲食系となっており、時間消費型の新たなにぎわいを生み出している。また中心商店街ではここ数年でコト消費に対応した店舗構成に変化しつつあり、**桜町との相乗効果により来街者の滞留時間の増加を伴う新たな回遊性をもたらすもの**と思われる。

図表3 県外チェーン店の割合推移



(資料) 当研究所調べ

図表4 店舗の残存状況



(資料) 当研究所調べ

2. 熊本県内の大型商業施設の状況

- 中心市街地のみならず郊外でも大型商業施設の開業が相次ぎ、熊本県内の店舗面積は 10 年前と比較して約 2 割増加。
- 増加が見込まれる国内外からの交流人口の受け皿として、J R熊本駅ビル周辺と中心商店街との回遊性向上に向けた仕組みづくりが求められる。

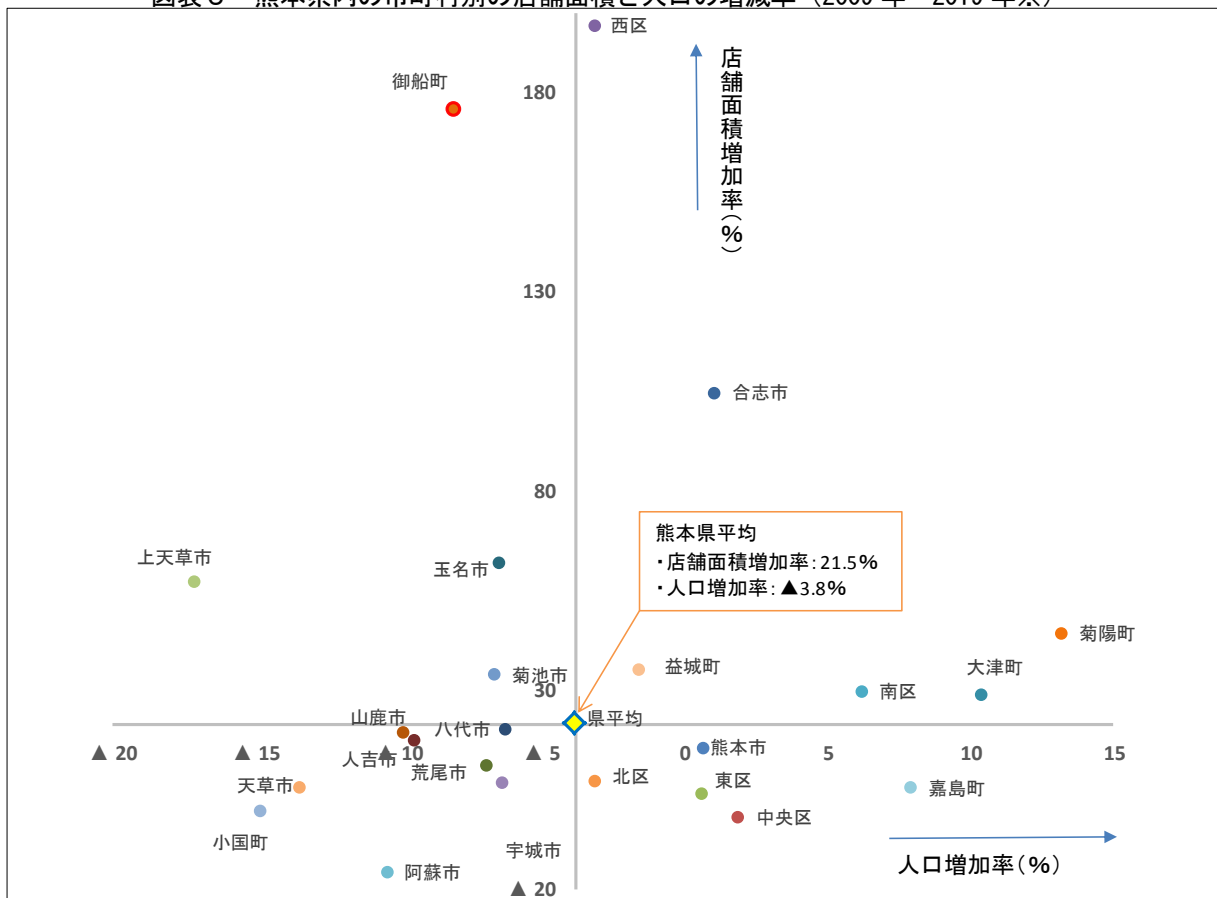
(1) 熊本市中心商店街を取り巻く環境の変化

①店舗面積の増加

続いて、熊本市中心商店街を取り巻く環境を店舗面積の変化からみてみる。中心市街地では、桜町(店舗面積約 4 万㎡)に続き、2021 年春に J R熊本駅ビル開業が控えるなど店舗面積が増加する。また、郊外では菊陽町のゆめタウン光の森が増床し、御船町にはコストコが南九州に初進出するなど拡大が続く。一方で、商圏の人口は減少傾向にありオーバーストアの懸念が指摘されている。

ここで、2009 年と 2019 年の熊本県内の大型小売店(店舗面積が 1,000 ㎡を超える店舗)の店舗面積と人口の変化をみると、熊本県全体では店舗面積の 21.5%増加に対し、人口は▲3.8%となっている。なお、図表 5 は県全体平均を縦軸と横軸が交差する点として、約 10 年の間に店舗新設等がみられた主な県内市町村をプロットしている。

図表 5 熊本県内の市町村別の店舗面積と人口の増減率(2009 年~2019 年※)



資料: 店舗面積: 東洋経済新報社「全国大型小売店総覧」(2009、2020)、人口: 熊本県推計人口調査、「熊本市の人口 平成27年国勢調査結果報告書」
備考: 店舗面積には、J R熊本駅ビル、コストコ等、現時点で公表されている店舗面積を含む。

②熊本市西区、南区の増加

熊本市内の変化を区ごとにみると、中央区、東区、北区の店舗面積増加率が10%未満にとどまったのに対し、**西区は197.1%増、南区は30.0%増となり両区の増加が著しい**。西区は、九州新幹線全線開業後に熊本地方卸売場（通称：田崎市場）周辺に商業施設の新設が相次ぎ、JR熊本駅ビル（約3万7千㎡）、熊本駅北ビル（約3千500㎡）などJR周辺の再開発が控えていることから突出している。南区では、幹線道路や住宅地域へのドラッグストアの進出がみられる。

JR九州による駅ビル商業施設は九州各県で展開されており、百貨店や郊外型の複合商業施設と並び存在感を示している（図表6）。先行開業している他都市では、駅ビルと中心商店街との競争だけでなく連携による集客の動きが進む。今後、国際スポーツ大会や熊本城ホール開業を契機として**増加が見込まれる国内外からの交流人口の受け皿**として、熊本の陸の玄関口として機能する**駅ビル周辺と中心商店街との回遊性向上**に向けた仕組みづくりが求められる。

（2）郊外の変化

①郊外SCを取り巻く環境

続いて前頁図表5で郊外の変化をみると多くの市町村で店舗面積の増加は緩やかであるが、人口が増加している合志市、菊陽町、大津町で店舗面積が増加している。一方、人口が減少しているエリアでもコストコが進出する御船町の増加が著しい。

都道府県別にみると、**熊本県は人口10万人当たりのショッピングセンター（以下、SC）が2.8であり九州内では最も高く**、既に熊本市に5施設が集積し、熊本市外に45施設が立地している（図表7）。本県はもともと郊外型SCと中心商店街との競合がある中、新たに郊外SCの開業や改装が相次ぐ状況となっている。また、国内で新たに開業した郊外SCの店舗構成をみると、熊本市の中心商店街の変化と同様に徐々に飲食、サービスのテナント比率が上昇しており、コト消費にシフトする中心市街地との競合につながるとされる（図表8、9）。

図表6 商業施設の店舗面積（九州7県の県庁所在地）

(単位:㎡)			
	1位	2位	3位
福岡市	JR博多シティ・博多デイトス・マイキング・博多阪急・KITTE博多 101,140	天神ビブレ・天神コア・天神M・MMT・西日本・福岡各ビル 56,013	キャナルシティ博多 51,542
佐賀市	ゆめタウン佐賀 58,016	佐賀ショッピングセンター・モラージュ佐賀 36,900	イオンモール佐賀大和 29,400
長崎市	ゆめタウン夢彩都 31,926	アミュプラザ長崎 19,772	長崎浜屋 16,764
熊本市	鶴屋百貨店本館・東館 56,181	ゆめタウンはません 44,264	SAKURAMACHI KUMAMOTO 40,000
大分市	トキハわさだタウン 64,505	パークプレイス大分 48,093	トキハ本店 42,564
宮崎市	イオンモール宮崎 65,000	宮交シティ ショッピングセンター 26,682	ボンベルタ橋 19,861
鹿児島市	イオンモール鹿児島 49,293	山形屋 30,328	アミュプラザ鹿児島 25,542

資料) 東洋経済新報社「全国大型小売店総覧」
備考) アミュプラザ博多は、福岡市の「博多デイトス・マイキング・博多駅名店街・JR博多駅シティ」に含む。

図表7 都道府県の立地別SC数

順位	都道府県	中心地域	周辺地域	計	人口10万人当たりSC数
1	富山県	4	40	44	4.1
2	石川県	8	38	46	4.0
3	滋賀県	0	50	50	3.5
4	兵庫県	29	156	185	3.3
5	岐阜県	4	62	66	3.2
⋮					
15	熊本県	5	45	50	2.8
⋮					
22	福岡県	21	105	126	2.5
23	大分県	3	26	29	2.5
38	長崎県	3	26	29	2.1
41	佐賀県	1	15	16	1.9
46	宮崎県	3	15	18	1.6
47	鹿児島県	5	17	22	1.3

5 (資料) 一般社団法人日本ショッピングセンター協会
(備考) 中心地域は人口15万人以上の都市の中心市街地、周辺地域は中心地域以外。人口は2018年の住民基本台帳。

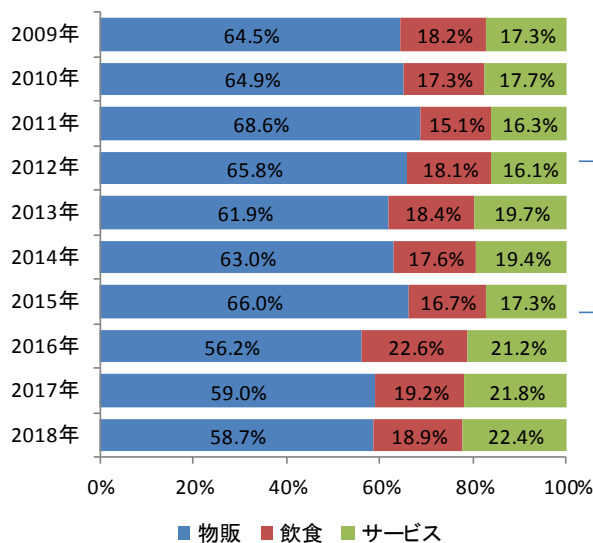
②人口増加エリア（合志市、菊陽町等）

店舗面積の増加率が熊本市西区、御船町に次いで高い合志市は総合スーパー等の開設が相次いでいる。また、菊陽町では2004年開業のゆめタウン光の森が今年6月に8千㎡増床してリニューアルオープンし、1980年代開業のイオン菊陽店が老朽化のため来年2月に閉店し、食品スーパーやスポーツ用品店を新たに誘致する動きがみられるなど、郊外SCの新陳代謝が起きつつある。これらのエリアにおけるSCは地域内の増加する人口を商業面や雇用面で吸収し、税収増をもたらす地域の核として機能するとみられる。

③人口減少エリア（御船町等）

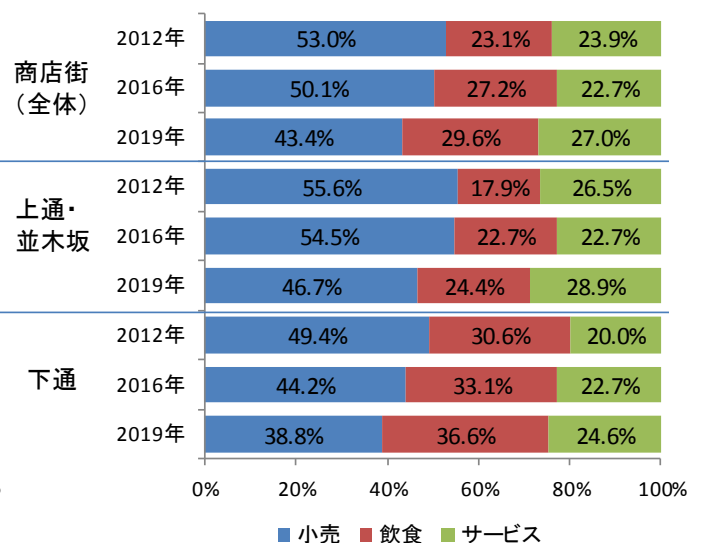
御船インターチェンジ付近に進出するコストコは、米国発の大型ディスカウントストアとしての強みを発揮し、南九州一円を商圈として県境を越えた集客力で既存の郊外SCや中心商店街と住み分けを図るものと見込まれる。

図表8 開業したSCテナントの構成比の推移



(資料)一般社団法人日本ショッピングセンター協会

図表9 熊本市中心商店街の店舗構成比の推移



(資料)当研究所調べ

おわりに

中心市街地を取り巻く商業環境は人口が減少する中、郊外SCとの競合などに加え、ネット通販など生活者の消費スタイルの変化への対応も迫られており厳しさを増している。このような中、熊本市の中心商店街は桜町と競合する面もあるもののコト消費に対応した店舗構成にシフトしており、地震後に整備されたオフィスビル等で働く人や、国内外からの交流人口の拡大などにより増加する来街者の受け皿として機能し、消費の地元回帰も促すとみられる。桜町開業を契機とした2核3モールの復活は、熊本市中心市街地の魅力を向上し活性化につながるものと思われる。