

2019年 2月21日
修士論文発表会

空き店舗が長期間市場に公開される要因と 貸付面積の小規模化を伴う利活用事例の実態

大分大学大学院 工学研究科 工学専攻
福祉環境工学建築学コース
2年 小川 孝俊

1. 研究の背景と目的

研究の背景

大分市では、第3期中心市街地活性化基本計画が認定され、これまで商店街が実施するイベント開催への支援や、空き店舗対策などを実施してきた。

しかしながら、第1期基本計画が実施された10年前と比較して平成29年3月のほうが空き店舗率が増加するなど、大分市では依然として空き店舗率は改善されていない。



これまで行われてきた事業の効果が中心市街地の回遊性に結びついていないことや、不動産賃貸条件等の各店舗固有の問題がある

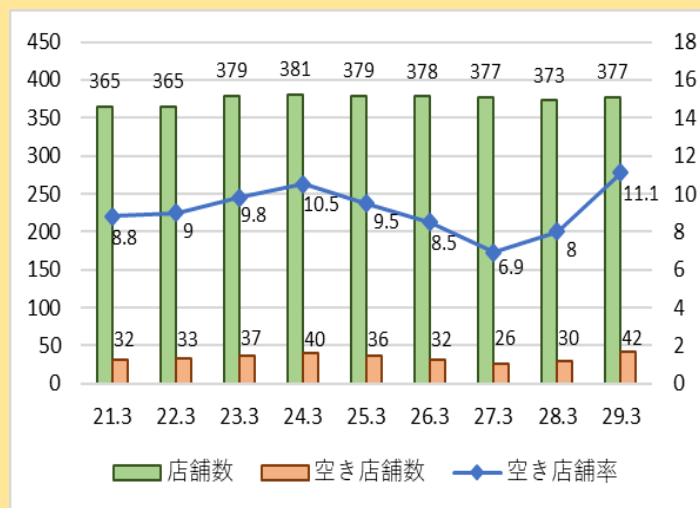


図1.大分市中心市街地空き店舗率の推移

研究の目的

府内町、中央町を対象として「路面店舗が市場に公開された期間」と、「回遊行動を誘発する指標や、各店舗の不動産賃貸情報」との関係を把握する。さらに、貸付面積を分割し、小規模化を行った空き店舗利活用事例のケーススタディより、利活用の実態や問題点を明らかにすることを目的とする。

3. 研究対象店舗の選定と特徴把握

① 分析対象店舗の選定方法

平成20年から平成30年現在までに1度でも空き店舗
となったことがある1階店舗を分析対象店舗とする。

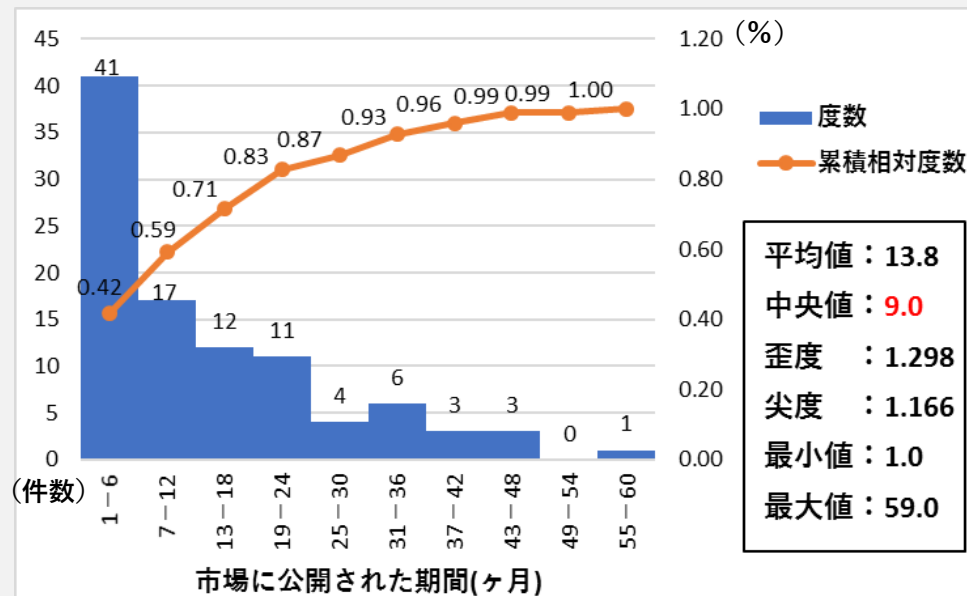
98件の店舗を選定

② 市場に公開された期間（98店舗）の特徴把握

● 分布傾向

1～6ヶ月などの短い期間に度数が偏っており、**中央値は9.0**、歪度と尖度とともに1.0を越えているため、正規分布に適合していない

1度空き店舗になると、半年以内に次の出店者が決まる店舗が最も多いことが確認できた。



3. 研究対象店舗の選定と特徴把握

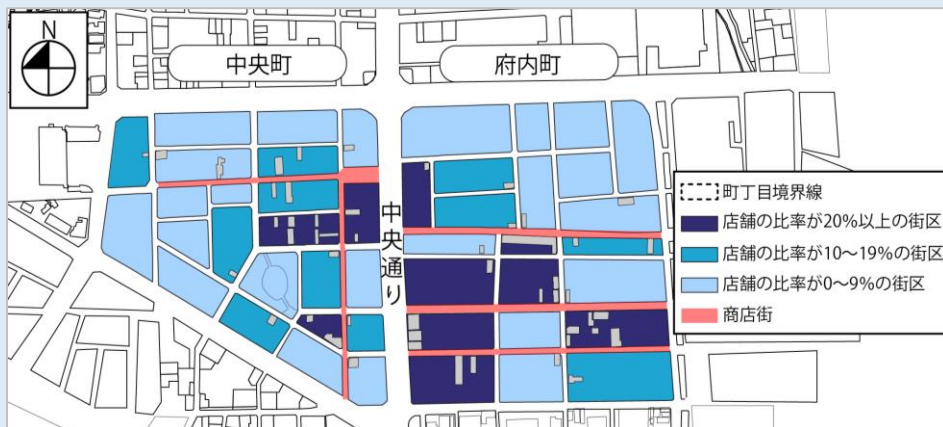
③市場に公開された期間が長い店舗と短い店舗

度数分布図より得られた、中央値（9.0か月）を用いて、分析対象店舗を市場に公開された期間が長い店舗（9.0か月以上）と短い店舗（9.0か月未満）に二分した。



**市場に公開された期間が長い店舗
(N = 48)**

対象エリアの東西端部周辺の街区
に、市場に公開された期間が長い
店舗の比率が10%以上の街区が多い



**市場に公開された期間が短い店舗
(N = 50)**

**中央町では商店街沿い、
府内町では中央通り沿いに、**
市場に公開された期間が短い店舗の
比率が20%以上の街区が多い

4. 回遊性関連指標と市場に公開された期間の関係

① 回遊性関連指標の選定

全国の商店街等で空き店舗の状態が続いている原因として
家賃や立地環境の問題など不動産価値に関連した項目が複数挙げられていた。

分析対象店舗が市場に公開された期間と、「歩行者の回遊行動を誘発する指標」との関係を把握



不動産価格形成要因を参考に、
回遊行動の誘発に寄与すると考えられる回遊性関連指標を選定

回遊性関連指標

12変数を選定

不動産価格の形成要因	内容	説明変数
一般的要因		町丁目ダミー
	商業背後地及び顧客の質と量	歩行者通行量
地域要因(商業地)	街路の回遊性	バス電停数 (半径200m圏内)
		駐輪場数 (半径200m圏内)
		イベントスペース数 (半径200m圏内)
		集客施設数 (半径200m圏内)
	アーケード等の状態	アーケード有無
個別的要因(土地)	接面街路の幅員	前面道路幅員
	接面街路の構造	歩道有無
		一方通行(車)ダミー
		双方向(車)ダミー
	主要交通機関との接近性	最寄駅までの距離

4. 回遊性関連指標と市場に公開された期間の関係

② 回遊性関連指標と市場に公開された期間の相関性

● 相関分析結果

	市場に公開された期間	歩行者通行量	前面道路幅員	最寄り駅までの距離	バス電停数	イベントスペース数	集客施設数	駐輪場数
市場に公開された期間	—	-0.225**	-0.029	0.143	-0.134	-0.012	-0.168	0.07
歩行者通行量	—	—	0.08	-0.326**	0.632**	0.275**	0.365**	0.254*

「市場に公開された期間」は「歩行者通行量」と**負の相関** (5%水準で有意)

「歩行者通行量」は「最寄り駅までの距離」と**負の相関**
「バス電停数」「集客施設数」「イベントスペース数」と**正の相関** (1%水準で有意)

イベント参加や買い物など来街目的となる場所が立地し、人通りが多い店舗ほど市場に公開される期間は短くなる

5.市場に公開された期間を二分する回遊性指標と検定

① 定量的な回遊性関連指標に関する差の検定

t検定によって、市場に公開された期間が長い店舗と短い店舗の定量的な回遊性関連指標の平均値に差があるかを検定した。

平均値に差がみられた3指標

最寄り駅までの距離

平均値の比較

市場に公開された
期間が短い店舗
(N=50)

市場に公開された
期間が長い店舗
(N=48)

(m) 480 500 520 540 560

554.7m

歩行者通行量

平均値の比較

市場に公開された
期間が短い店舗
(N=50)

市場に公開された
期間が長い店舗
(N=48)

(人/日) 0 1000 2000 3000 4000 5000

3275人/日

集客施設数

平均値の比較

市場に公開された
期間が短い店舗
(N=50)

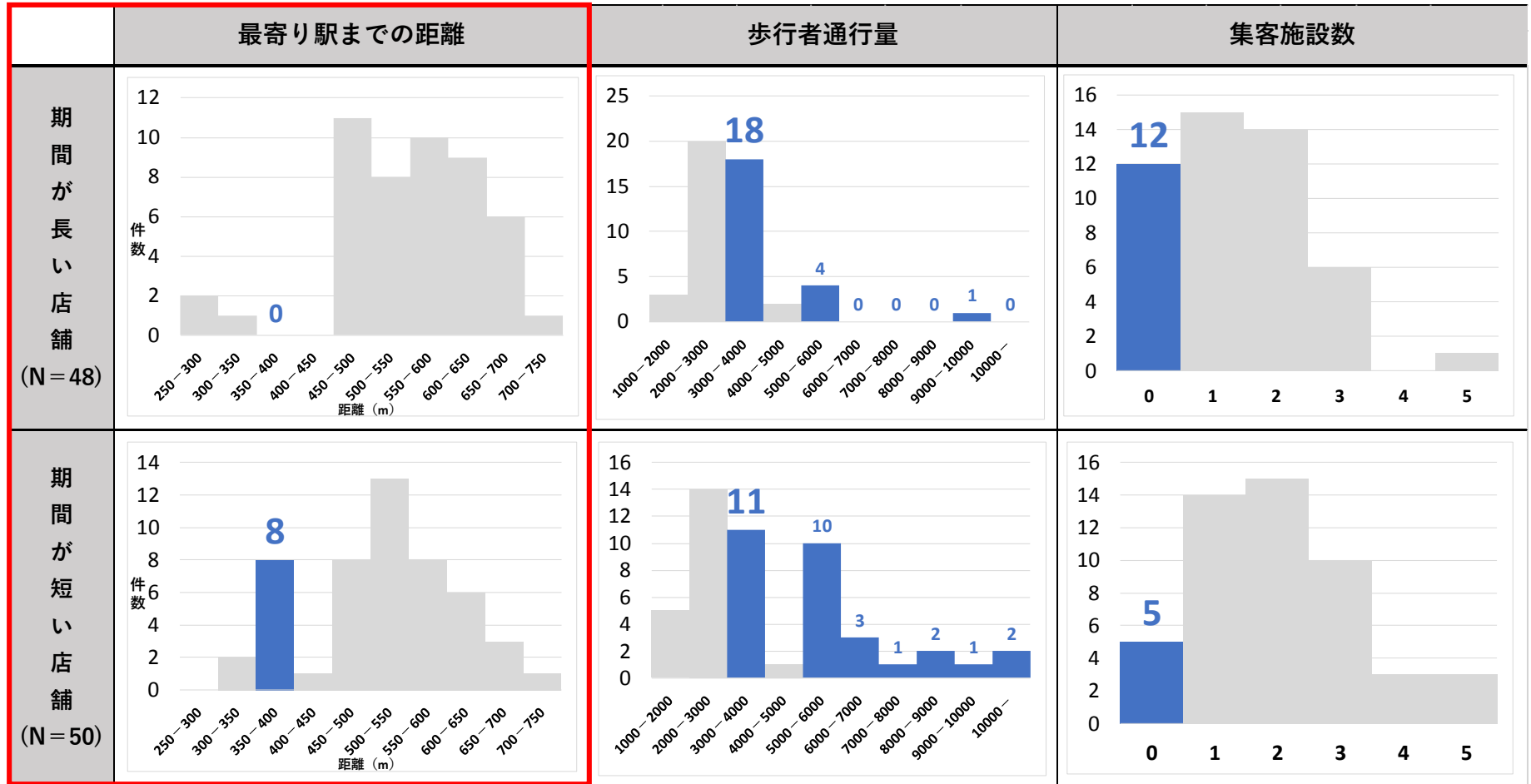
市場に公開された
期間が長い店舗
(N=48)

(件) 0 0.5 1 1.5 2 2.5

1.38件

5.市場に公開された期間を二分する回遊性指標と検定

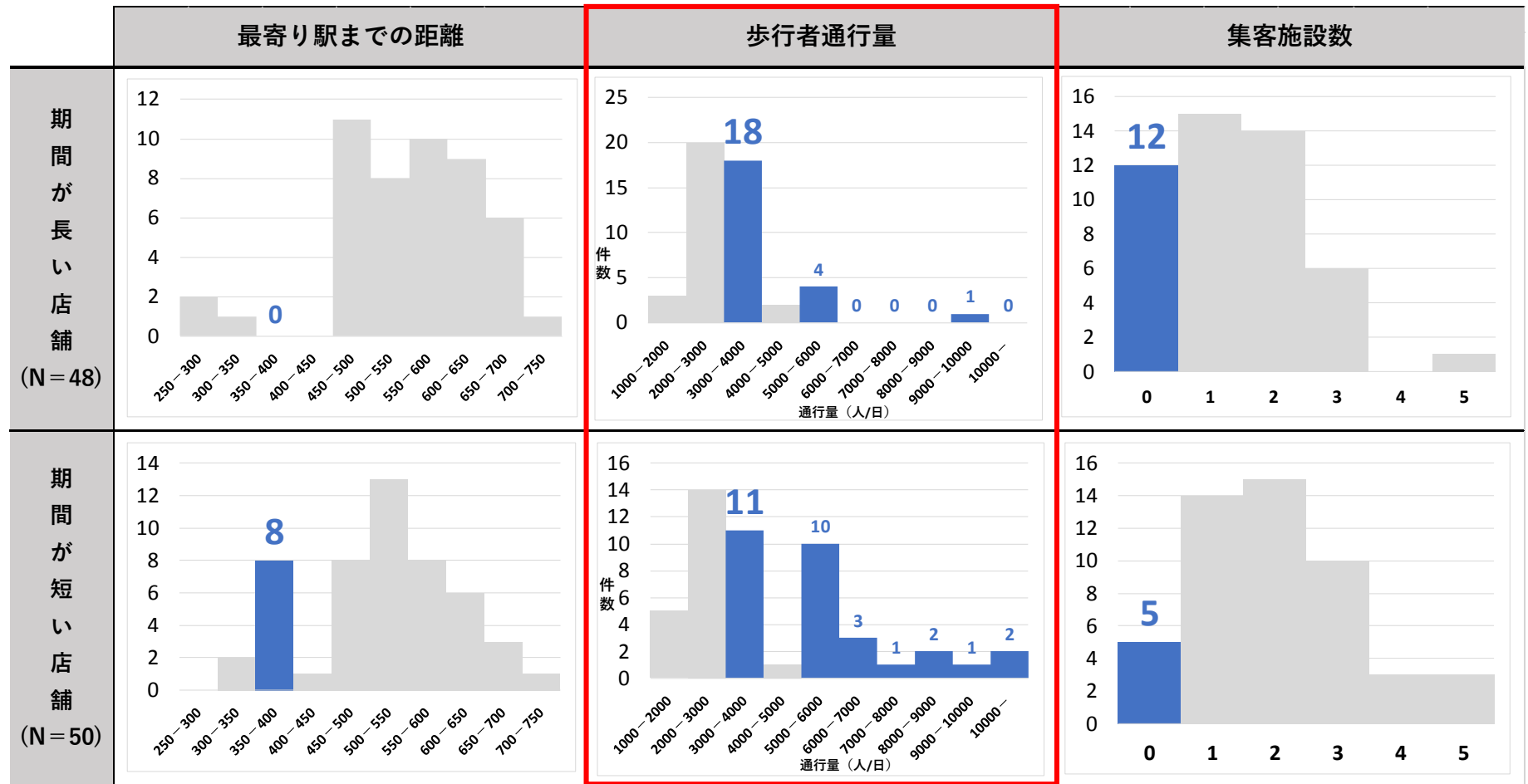
② 定量的な回遊性関連指標に関する閾値の推定



350~400(m)の区間に閾値があると推定

5. 市場に公開された期間を二分する回遊性指標と検定

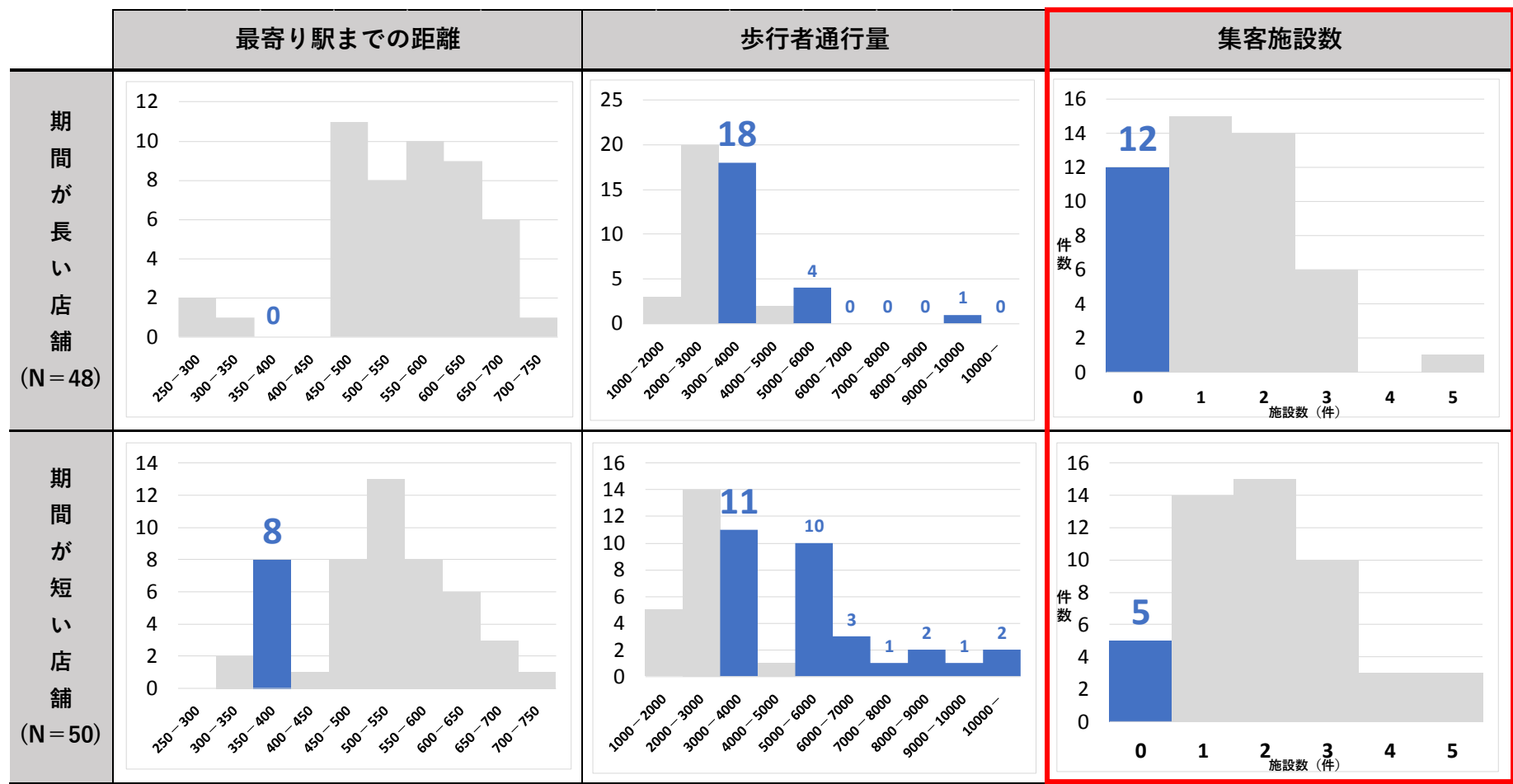
② 定量的な回遊性関連指標に関する閾値の推定



3000～5000（人/日）の区間に閾値があると推定

5. 市場に公開された期間を二分する回遊性指標と検定

② 定量的な回遊性関連指標に関する閾値の推定



店舗の半径200m以内に集客施設があるかによって期間が分かると推定

5.市場に公開された期間を二分する回遊性指標と検定

②定性的な回遊性関連指標に関する差の検定

●カイ二乗検定結果

定性的な4指標において、5%水準で有意な差はみられなかった

	アーケード有無		歩行環境	
	$\chi^2 = 0.401$		$\chi^2 = 0.632$	
	なし	あり	歩道なし	歩道あり
期間が短い店舗	38 (-0.6)	12 (0.6)	13 (-0.8)	37 (0.8)
期間が長い店舗	39 (0.6)	9 (-0.6)	16 (0.8)	32 (-0.8)

	一方通行		双方向	
	$\chi^2 = 0.043$		$\chi^2 = 0.328$	
	車道なし	一方通行	車道なし	双方向
期間が短い店舗	25 (0.2)	25 (-0.2)	36 (0.6)	14 (-0.6)
期間が長い店舗	23 (-0.2)	25 (0.2)	32 (-0.6)	16 (0.6)

アーケード有無と歩行環境のカイ二乗の値が大きいことから、
車道環境よりもアーケード有無などの歩道環境に影響を受けていると推定

6. 分析結果と異なる傾向を示す店舗の要因把握

歩行者通行量が5000人以上の通りに面する店舗の中には、市場に公開された期間が長い店舗が混在するなど、分析結果と異なる傾向を示す店舗がみられた。

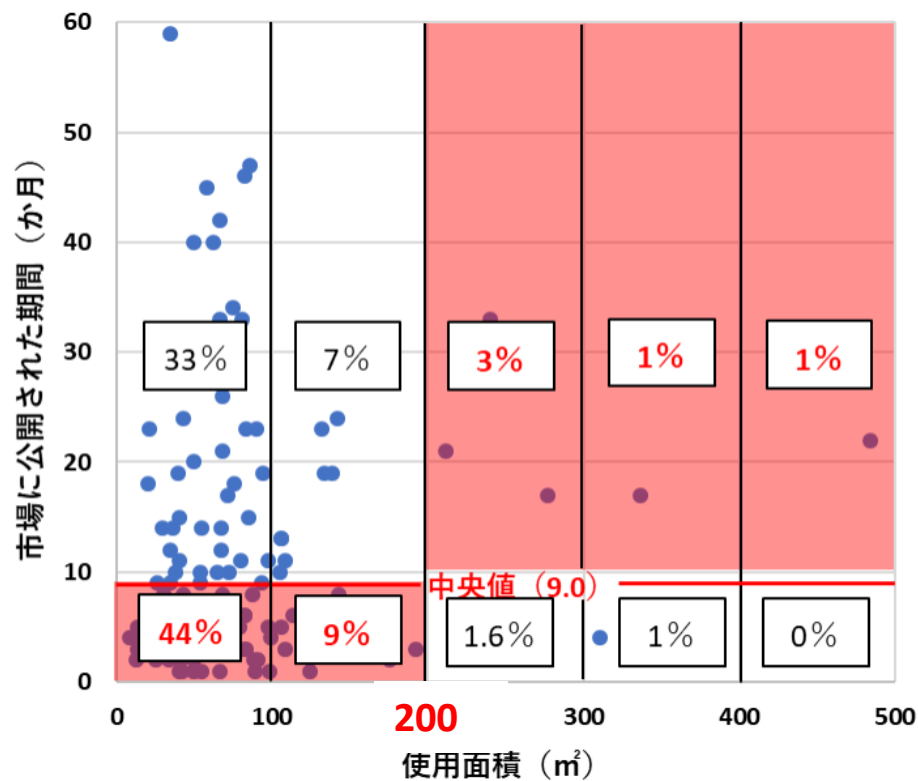
➡そのため、分析結果と異なる傾向を示した「店舗固有の要因」を探るため、店舗の不動産賃貸情報と市場に公開された期間との関係に着目した。

②市場に公開された期間と不動産賃貸情報の関係

店舗面積が0～200㎡の店舗は、市場に公開された期間が短い店舗が多い。一方で、200㎡以上の店舗は市場に公開された期間が長い店舗が多いことが確認できた。



このことから、200㎡以上の店舗面積を有する店舗は、借り手が見つかりにくい傾向にあると考えられる。



6. 分析結果と異なる傾向を示す店舗の要因把握

②不動産賃貸情報にみる異なる傾向を示す要因把握

4章の分析結果とは異なる傾向を示す3店舗を選定し、個別の不動産情報を整理した。

ビル名	Gビル	Hビル	Dビル
外観写真			
町丁目	中央町2丁目	中央町2丁目	中央町1丁目
築年月	2011年（築8年）	1982年（築37年）	1978年（築41年）
使用面積 （坪数）	64.79㎡ （19.59坪）	36.1㎡ （10.92坪）	21.81 （6.59坪）
賃料坪単価 （研究対象エリアの平均賃料坪単価）	10,917円/坪 （10,191円/坪）	21,978円/坪 （10,191円/坪）	20,462円/坪 （10,191円/坪）
賃料	194,400円	240,000円	124,200円
敷金 （研究対象エリアの平均敷金）	6か月 （3.7か月）	3か月 （3.7か月）	3か月 （3.7か月）
店舗内部の状態	スケルトン	居抜き（天井や床そのまま）	居抜き（天井や床そのまま）
出店可能業種	重飲食以外可能	飲食不可	飲食不可
設備	ビルトインエアコン、エアコン 共用部分トイレ	ビルトインエアコン、 エアコン、トイレ	エアコン、 共用部分トイレ
路面店舗 [○・×]	路面店舗ではない	○	○
角地 [○・×]	○	○	○
その他・備考	■飲食業を出店する場合、 賃料:187500円 敷金:10か月分	■天井・床は前店舗時のものを使用中	テイクアウト程度であれば 飲食可

分析結果と異なる要因として賃料坪単価や敷金等の初期費用が高く、大手チェーン以外の入店希望者には敷居が高いことや、出店可能業種に制限があること。通りに面していないため、歩行者からの視認性が低いことが影響している

7.貸付面積の小規模化による利活用の傾向把握

①利活用事例の選定と概要

店舗面積が大きな店舗は市場に公開される期間が長くなると考えられる。
そのような店舗を分割し、貸し出すことで、**大手チェーン店ではなく、多様な新規参入を促すことにつながり、大分市が取り組んでいる特色ある商店街づくり¹⁾の一助になると考えられる。**

1) 第2期大分市中心市街地活性化基本計画より (<http://www.city.oita.oita.jp/o154/machizukuri/toshi/documents/20170728-4.pdf>)

➡**店舗の貸付面積を分割し、小規模化をおこなった利活用事例を選定し、ヒアリング調査を実施した。**

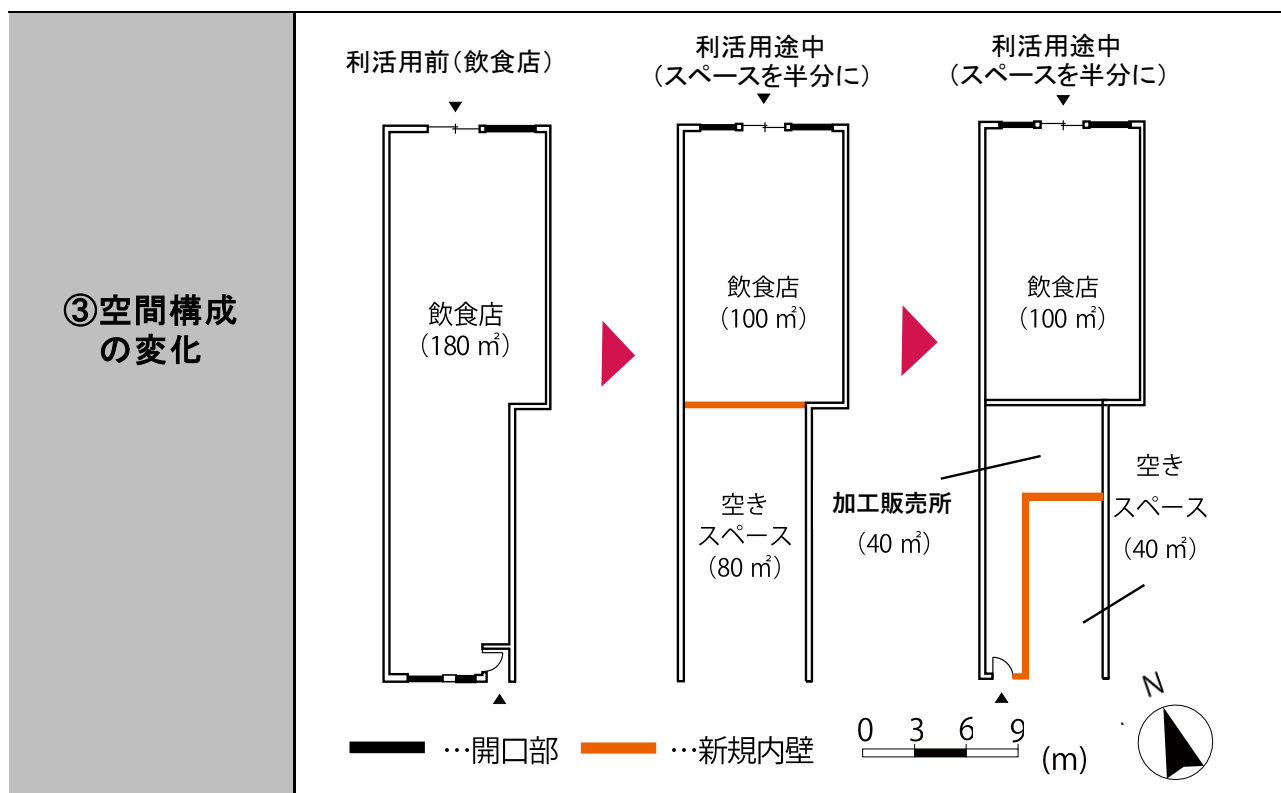
◆利活用事例の概要

ビル名	【事例1】Wビル	
	ビル北側	ビル南側
①写真		

利活用前	飲食店
利活用後	飲食店・ビール工場・ 空きスペース
床面積	180㎡
事業計画期間	2週間
改修期間	6週間

7.貸付面積の小規模化による利活用の傾向把握

②小規模化による利活用の傾向

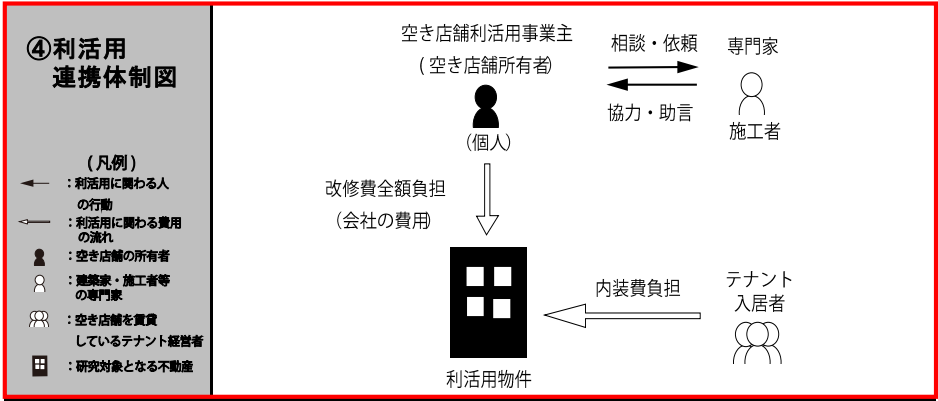


広い貸付面積だと借り手が現れにくいという現状もヒアリングで確認できた。

従来の貸付面積を分割して小規模化し、入居しやすく、1件当たりの賃料を軽減することで、空き店舗の利活用が促進されると考えられる。

7.貸付面積の小規模化による利活用の傾向把握

③利活用関係者の連携体制からみる利活用の実態



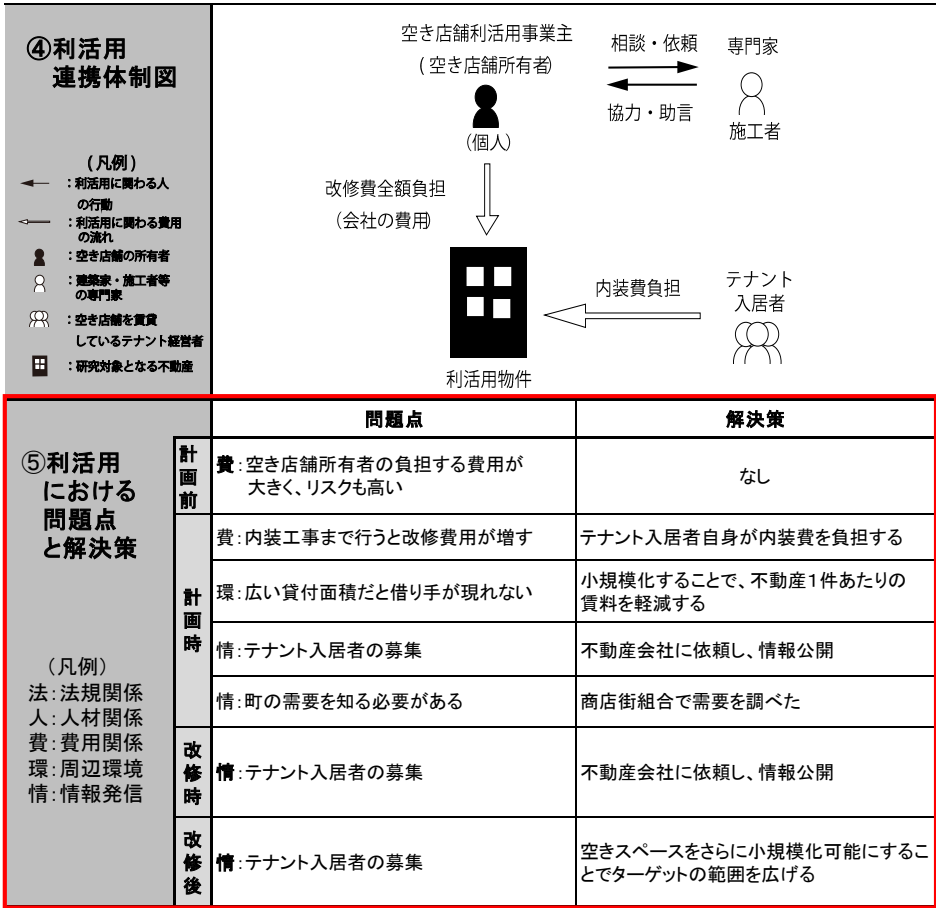
- ・ 空き店舗所有者が事業主として利活用を行い、**建築施工者等の専門家に、協力・助言を受けている。**
- ・ 補助金等による行政の介入は確認されず、**利活用事業主である空き店舗所有者が事業費を全額負担していた。**

⑤利活用における問題点と解決策		問題点	解決策
(凡例) 法: 法規関係 人: 人材関係 費: 費用関係 環: 周辺環境 情: 情報発信	計画前	費: 空き店舗所有者の負担する費用が大きく、リスクも高い	なし
	計画時	費: 内装工事まで行くと改修費用が増す	テナント入居者自身が内装費を負担する
		環: 広い貸付面積だと借り手が現れない	小規模化することで、不動産1件あたりの賃料を軽減する
		情: テナント入居者の募集	不動産会社に依頼し、情報公開
		情: 町の需要を知る必要がある	商店街組合で需要を調べた
	改修時	情: テナント入居者の募集	不動産会社に依頼し、情報公開
	改修後	情: テナント入居者の募集	空きスペースをさらに小規模化可能にすることでターゲットの範囲を広げる

・ 利活用における問題点として、 空き店舗所有者が負担する費用が大き く、 リスクが高いことや町の需要を知る必要があることが挙げられた。

7.貸付面積の小規模化による利活用の傾向把握

③利活用関係者の連携体制からみる利活用の実態



- ・ 空き店舗所有者が事業主として利活用を行い、建築施工者等の専門家に、協力・助言を受けている。
- ・ 補助金等による行政の介入は確認されず、利活用事業主である空き店舗所有者が事業費を全額負担していた。

・ 利活用における問題点として、空き店舗所有者が負担する費用が大きく、リスクが高いことや市場の需要を知る必要があることが挙げられた

民間によって貸付面積を分割し小規模化する際、事業費の削減のため、事業主が自ら改修を行っており、また、店舗の利活用を行う際には、商店街組合等の市場の需要を知ることができる場所で情報収集を行い、リスクを軽減する必要があるとわかった。

5.まとめ

本研究では、中心市街地における空き店舗に注目し、以下のことを明らかにした。

- ①**相関分析の結果、周辺に公共交通拠点やイベントスペースなど、来街目的となる場所が立地し、人通りが多い通りの店舗ほど市場に公開される期間は短くなることが確認できた。**
- ②**t検定・カイ二乗検定によって回遊性関連指標と市場に公開された期間の関係を明らかにした。また、最寄り駅までの距離が350～400m、歩行者通行量が3000～5000人/日に期間を二分する閾値があり、集客施設数の有無によって期間が分かれることが推定された。**
- ③**歩行者通行量が多い通りにおいて、市場に公開される期間が長くなる要因として、店舗面積が200㎡以上・歩行者からの視認性が低いこと・敷金等の初期費用が高く、大手チェーン店以外の入店希望者には敷居が高いこと・出店可能業種に制限があることが確認できた。**
- ④**ヒアリング調査の結果、民間によって貸付面積を分割し、小規模化を行う際には、市場の需要等の情報収集を事前に行い、事業主のリスクを軽減する必要があることがわかった。**

5.まとめ

本研究では、中心市街地における空き店舗に注目し、以下のことを明らかにした。

- ①**相関分析の結果、周辺に公共交通拠点やイベントスペースなど、来街目的となる場所が立地し、人通りが多い通りの店舗ほど市場に公開される期間は短くなることが確認できた。**
- ②**t検定・カイ二乗検定によって回遊性関連指標と市場に公開された期間の関係を明らかにした。また、最寄り駅までの距離が350～400m、歩行者通行量が3000～5000人/日に期間を二分する閾値があり、集客施設数の有無によって期間が分かれることが推定された。**
- ③**歩行者通行量が多い通りにおいて、市場に公開される期間が長くなる要因として、店舗面積が200㎡以上・歩行者からの視認性が低いこと・敷金等の初期費用が高く、大手チェーン店以外の入店希望者には敷居が高いこと・出店可能業種に制限があることが確認できた。**
- ④**ヒアリング調査の結果、民間によって貸付面積を分割し、小規模化を行う際には、市場の需要等の情報収集を事前に行い、事業主のリスクを軽減する必要があることがわかった。**

距離圏域の設定方法について

具体的な設定方法

- ① 文献調査によって本研究で適応可能な距離圏域を収集(3つの文献)
- ② 大分市中心市街地上に①の距離圏域を表示し、スケール感を確認
- ③ 距離圏域の決定

①文献調査によって本研究で適応可能な距離圏域を収集

1. 徒歩圏については、明確な基準というものはないが、400mが一般的と言われている。

【参考文献】

海道清信「コンパクトシティ 持続可能な社会の都市像を求めて」学芸出版会

2. 建築設計資料修成の「人間の意識の中にある歩行距離」によると、90%の人が満足する歩行距離が200m、人が歩いてもいいと感じる距離は約300mであり、600mを超えるとバス等の代替手段が必要と感じるとされている。(図1)

3. 下記の参考論文のなかで、停留所までの歩行距離について、容易に歩行することができる距離として250m(歩行速度を4~6k/hとすると2~3分または3~4分に相当)を採用しており、論文の結論として、公共交通機関利用増加のためには、容易に歩ける距離(250m以内)に停留所があることが重要であるとのべられていた。

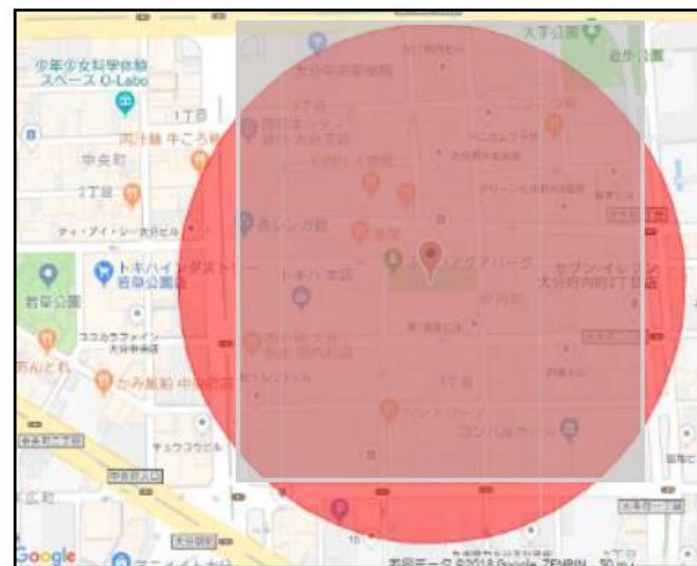
【参考論文】

日本都市計画学会

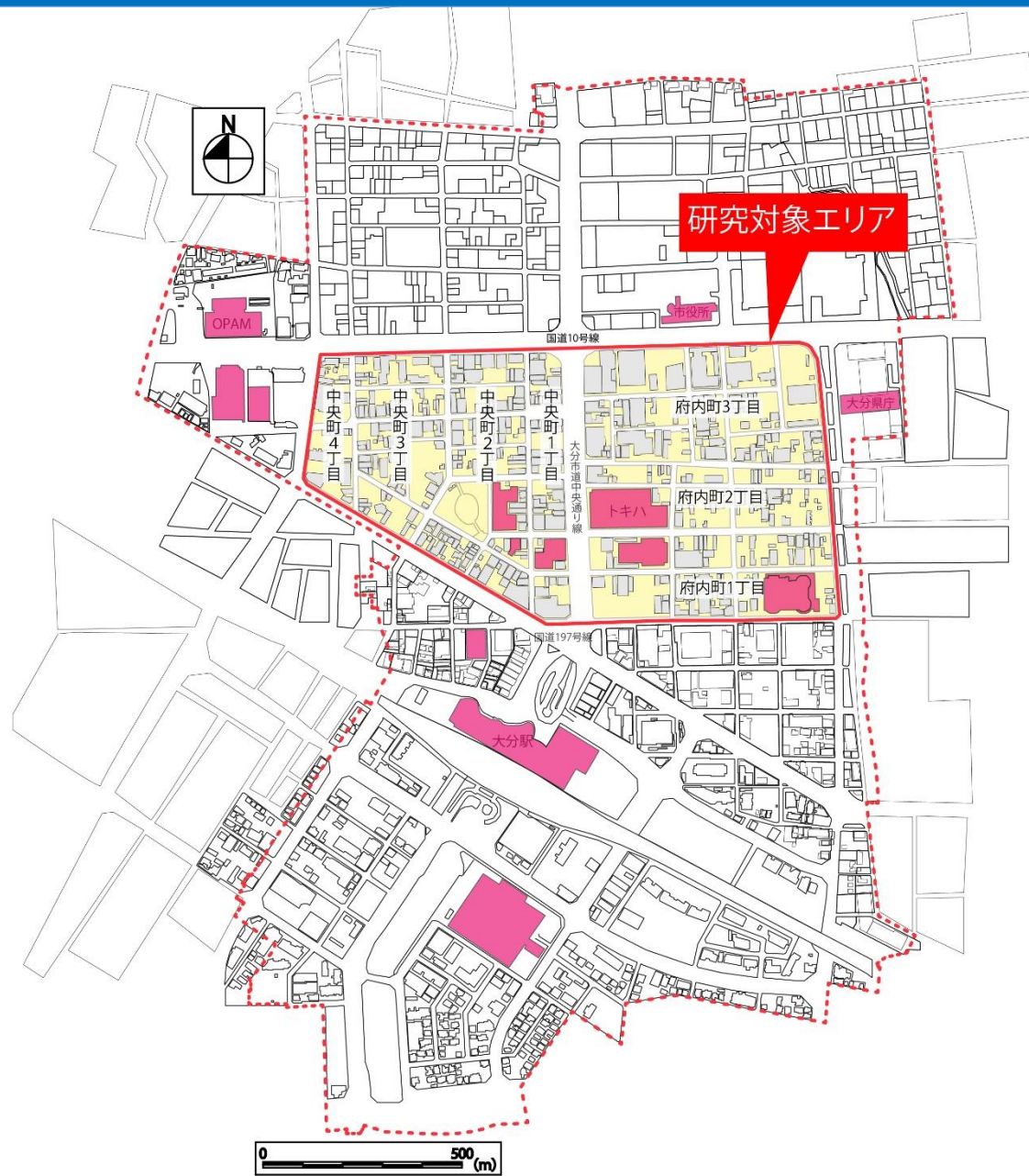
松橋啓介「公共交通機関の停留所の立地が徒歩アクセスと潜在的利用人口に与える影響」

目的要約：地方都市における公共交通機関の利用促進を念頭に置き、幹線道路上の停留所の位置および構造が徒歩で容易にアクセスできる地理的範囲および人口を定量的に示す。

②大分市中心市街地上に①の距離圏域を表示し、スケール感を確認



集客施設位置図



イベントスペース位置図

