

商業複合施設 KARAE

—「近きもの喜び遠きもの来たる」を追求した地方創生のニューローカルスポット

甲斐田 晴子 いきいき唐津株式会社 代表取締役

1. はじめに

唐津の商店街の再開発で建設された『KARAE』は、佐賀県唐津市の中心市街地にあり、JR 唐津駅から徒歩 2 分、商店街の入口に立地する。ターゲットは、唐津に「暮らす人」と「訪れる人」のハイブリット構造で、7 年間におよぶ地元協議を経て、1 階はカフェや飲食店、ギャラリーのほか 22 年ぶりに復活した映画館、2 階はシェアオフィス、3 階はホテルが入居する。1 階インフォメーションでは、唐津焼のやきものギャラリーのほか、まち歩きガイドサービスやレンタルサイクルも展開する。

2. 誕生の背景とその成果

(1) KARAE 誕生の背景

KARAE は、以前は古い酒蔵で、1 階を増改築して 11 店舗からなる「新天町パティオ」と呼ばれていた。高度成長期に全盛期を迎えたが、建物の老朽化によりテナント誘致も難しく、最後は大きな空き店舗群となっていた。

様々な調査をした結果、商店街の顧客が固定化&高齢化し新規顧客が獲得できておらず、一方、当時佐賀県は国際空港竣工や唐津港へのクルーズ船の入港、伝統祭事「唐津くんち」のユネスコ世界文化遺産登録等により観光需要が急伸びしていたが、商店街の商店の多くは土日が店休で観光都市としての機能を果たせていなかった。また福岡を拠点とした日帰り観光客が多く、観光滞在時間や観光消費に課題がある事もわかった。以上のような課題を解決する「アウトサイドイン」の商業施設として建築されたのが KARAE である。

(2) KARAE の根底にあるフィロソフィー

施設根底にあるのは「近きもの喜び遠きもの来る」という考えで、地域に暮らす人＝「近きもの」が幸せに豊に暮らしていることで、自ずと観光客＝「遠きもの」はやってくるという思想だ。それは、観光目線の経済合理性だけではなく、中心市街地が、今後コンパクトシティ、ウォークアブルシティとしてその土地に暮らす人を大切にしながら、その地域ならではのローカルコンテンツを磨き上げることで、高付加価値のオンリーワンの観光サービスを提供する考えである。

(3) KARAE の成果

施設開業直後は、コロナ禍の影響を受けたが、令和 5 年の来館者数は約 17 万 7 千人で、売上は約 2 億 8 千万円となった（目標の 115% を達成）。唐津中央商店街の来街者数は KARAE 建設前の平成 30 年は平日 3,534 人、休日 3,251 人に対して、令和 2 年は平日 4,475 人、休日 4,815 人となり、1 日の平均



図 1 商業複合施設 KARAE の正面写真

通行量は 1,000 人以上増加している。中でも留意すべき点は、KARAE 建設後の令和 2 年度に初めて休日の来街者が平日の来街者を上回ったことである。これは、施設テナントの休日売上が平日の 1.5~2 倍となっていることとも連動しており、商店街が観光客や地域住民の休日の外出先として利用される兆しが見えてきたといえる。また、来街者プロフィールにおいても、多様なテナントを通して、新たな客層の獲得にも繋がっている。また KARAE 建設に伴い 45 名の雇用創出を実現し、その内訳は 20~30 代の U・I ターン若年層が中心である。

以上のような「KARAE」開業の成果を踏まえて、呉服町の地価の下落が続いていたところ、「KARAE」開業を地域要因として近年の地価が微増したと評価している（「唐津市呉服町地価鑑定評価書」令和 3 年地価公示参照）。

3. 今後の展望

現在のところ、KARAE に空きテナントはなく、2025 年はコロナ禍以降、はじめて飲食店が黒字化するなど順調な成長を遂げているが、今後テナントの入替えが生じた時に、顧客の来店動機を形成できる高付加価値なテナント付けを継続しながら、物価高、人件費高騰において、健全な経営を維持できるかという点である。

一方で、KARAE の建設は中心市街地活性化という命題からすると、ほんの一部の措置にしか過ぎない。唐津の中心市街地を活性化するには、駅前広場導線の見直しや既存の遊休不動産や空き店舗予備軍への対応を不断に行っていく必要がある。その時に、公益的な目的を持ちつつも民間経営ノウハウで経験と情報を蓄積した地域に根差すまちづくり会社が担うディベロッパーとしての役割は、重要だと考える。