

都心部の商業集積地における店舗の移転とその要因に関する研究 —福岡市中央区大名1丁目を対象として—

九州大学大学院 黒瀬研究室 岩切 麻衣

1 研究の背景と目的

都心部の商業地区では、地価高騰を背景としたチェーン店の進出により街の個性が失われる「商業ジェントリフィケーション」が進行している。その重要な要素である**立ち退き**についても、世界中の都市部において深刻な問題として議論がなされている。

本研究では、商業集積の高度化した都心部の商業地区において**地区の変容**の中で生じた**店舗の移転**に着目し、その実態と要因から**地区の変容と移転の関係**を明らかにすることを目的とする。

2 本研究の位置づけ

内田ら (2015)

日本におけるジェントリフィケーションでは、既存の建物に再投資が起こり、人々の消費の場となる目的化が生じることを指摘した。

Marcuse (1985)

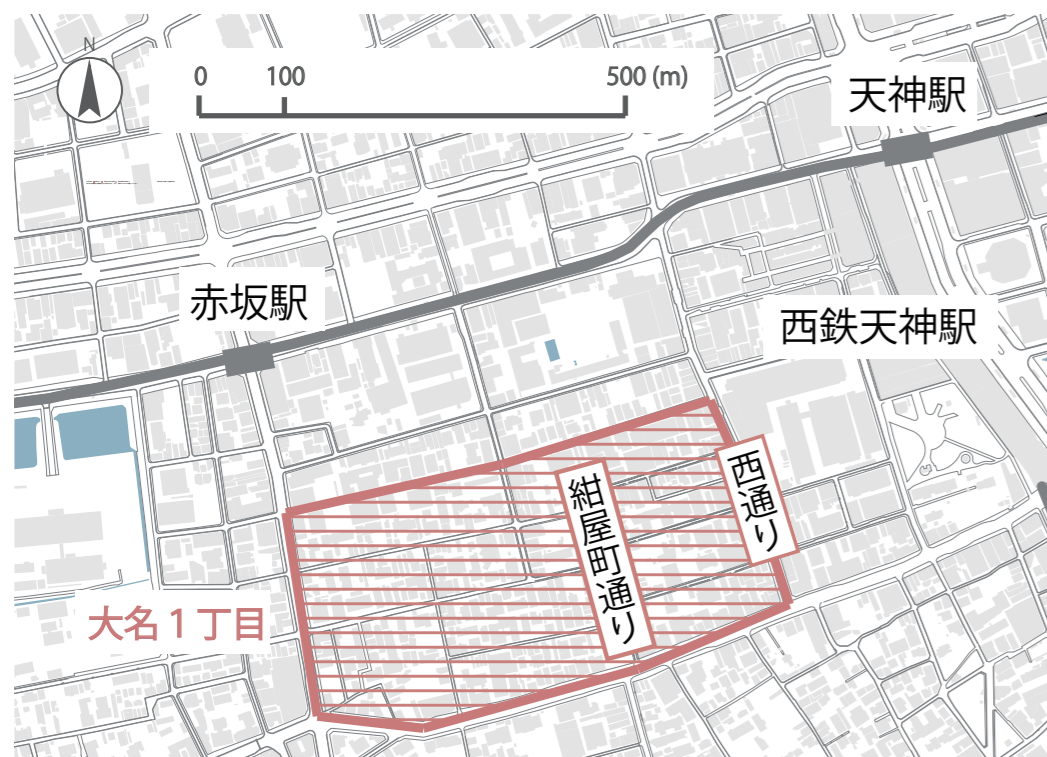
ジェントリフィケーションが発生した地区における立ち退きを、直接的な立ち退きと間接的な立ち退きに分類し、その重要性を指摘した。

直接的な立ち退き	退去勧告や、急激な家賃上昇等の物理的・経済的な強制力によって生じる排除のこと
間接的な立ち退き	地区の変容に伴う強制力のない排除や、入居が阻まれたり、この圧力が高まったりする状態のこと

▶ 商業集積の高度化した地区において**店舗の移転**に着目し、その**実態と要因**を**地区変容との関係から分析**する点に新規性がある。

3 研究の対象

研究対象地：福岡市中央区大名1丁目



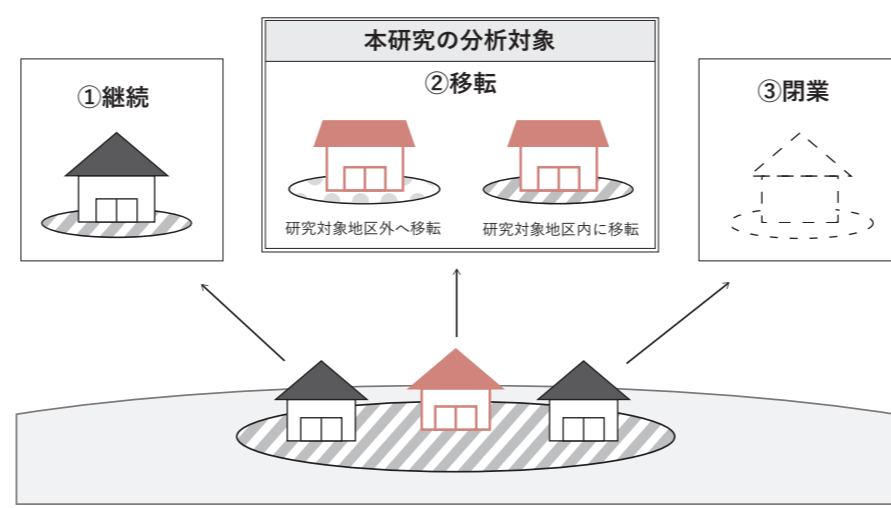
福岡の商業の中心である天神エリアに隣接し、店舗数が多く小規模な店舗とチェーン店が混在している。



図1 研究対象地とその周辺に関する地図

図2 老舗店舗とチェーン店の混在

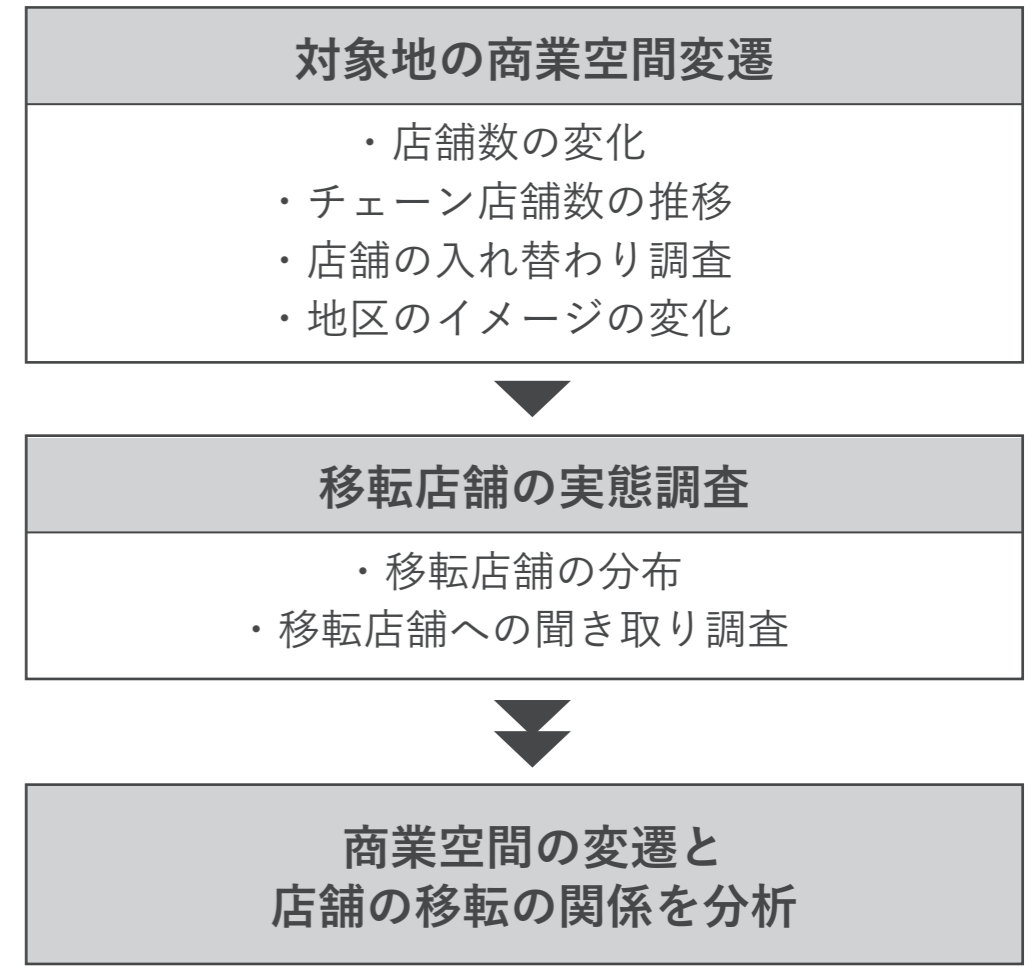
研究対象：移転した店舗



研究対象地における店舗ごとの動向は大きく分けて、**継続移転**、**閉業**に分類できる。

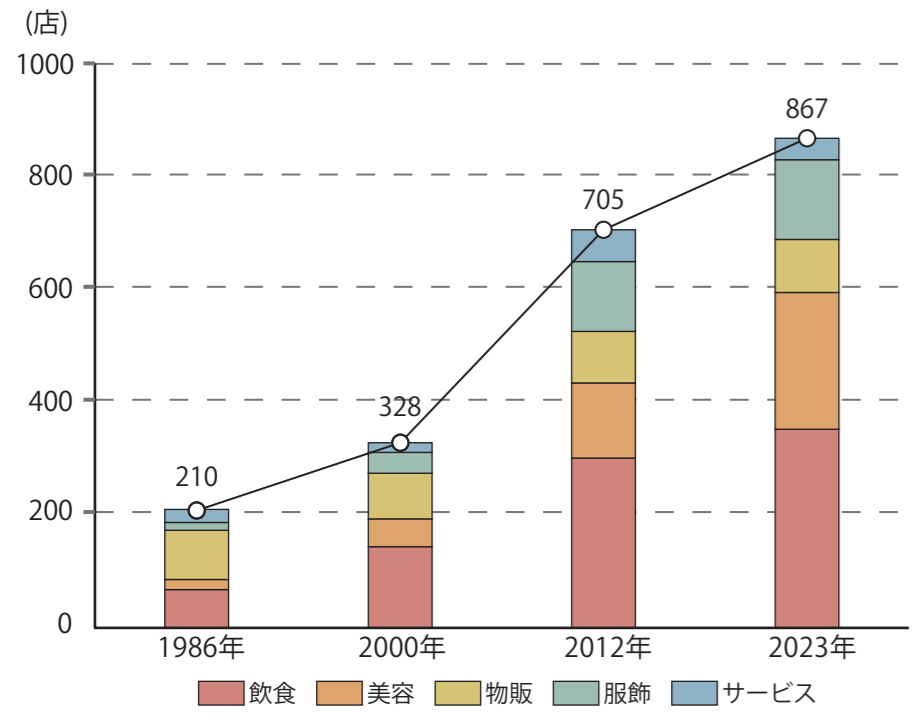
▶ 移転は事業継続の意思がありながら場所を変えた事例であり、地区変容による「**立ち退き**」の動きを最も純粹に抽出できるため本研究では**移転にのみ着目**する。

4 研究の流れ



5 対象地の商業空間の変遷

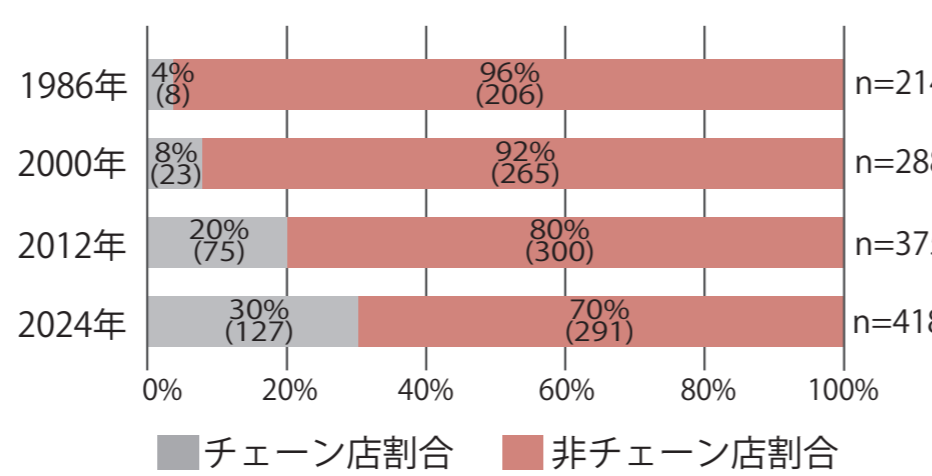
◆店舗数の変化



店舗数は1986年から2023年にかけて約4倍に増加している。特に2000年以降の増加が顕著であった。

◆1階のチェーン店舗数の推移

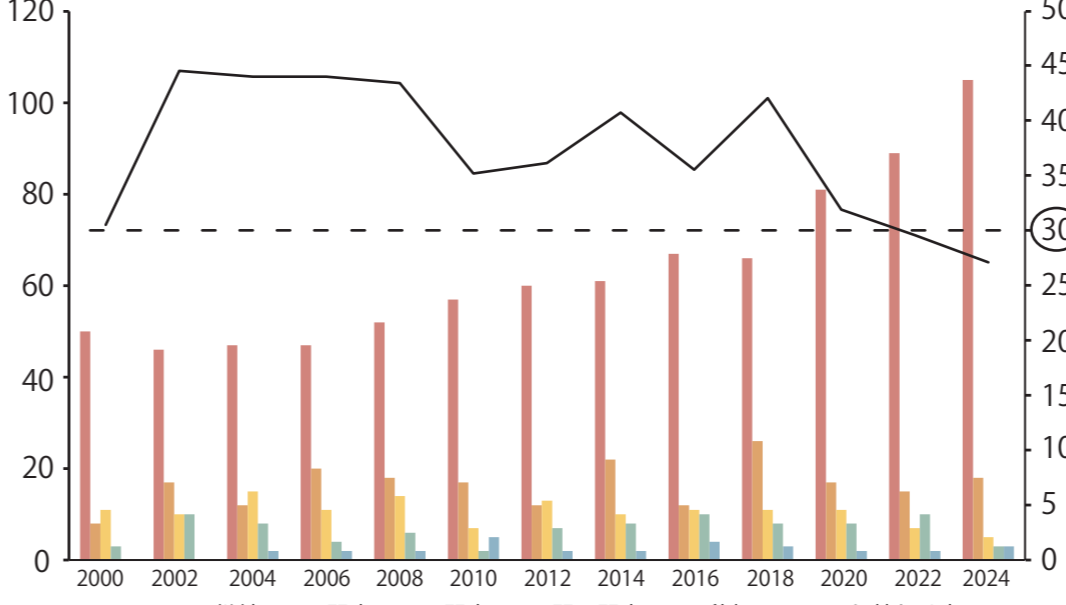
※チェーン店舗は、本店、初出店の店舗を除く調査時に研究対象地外に5店舗以上の出店が確認できるものとした。



1986年から2024年までで8店舗(4%)から127店舗(30%)まで増加しており、2012年から2024年までは1階店舗の増加数≒チェーン店の増加数であった。

◆紺屋町通りの店舗の入れ替わり調査

※入れ替わり率は調査年次間における開店および閉店、移転の数の合計を総店舗数で除した値



紺屋町通りの店舗では、2000年以降、店舗数全体は増加傾向にあった。一方で、**入れ替わり率は2000年～2020年で常に30%を超えていた。**

◆地区イメージの変化

①一部が認知され始めた時期	②全体が認知され始めた時期	③物的空間の変化が見られ始めた時期
1988	1990	1998
ここ2、3年でおしゃれなファッションストリートとして注目を集めている「西通り」西通りを歩み入ったばかりなのに、静かで人情味のある雰囲気が漂う紺屋町...新しい文化圏となり若い人を引きつけている	天神とはひと味違う個性を持ったショップが並ぶ大名界隈 路地に並ぶ個性的なショップが人気の西通り・大名界隈 歩けば歩くほど発見があるのだ 大名・西通り「セレクトショップにブランドショップ、雑貨に古着にレコード屋。人気ショップが集まるこのエリアでは、昼はもっぱらお買い物！」	大名ってば、今スゴいんですね、建設ラッシュ・大名のシンボリックだった「かがみ湯」もついに、その面影をなくしてしまいました。(大名に)住んでて悪かったところ...うるさい、家賃が高い、人が多くて疲れる 大名が面白かったのは10～15年くらい前かも...以前大名にもっていたイメージとはかなり違ってきた
2000	2001	2004
大名ってば、今スゴいんですね、建設ラッシュ・大名のシンボリックだった「かがみ湯」もついに、その面影をなくしてしまいました。	大名に15年前(1986年)は同じように小さい店を出す、若い人がばつづいておもしろい店を出す人は、その人自体もおもしろい。そういう店が大名が増えてきた頃「家賃が高すぎる中心部より、少し路地を入ったところに若手オーナーが売ることより自分のスキなもの揃えた雑貨店を開き始めたのもここ最近(1988年)のこと」	ブランド化された今でもなお、若者たちの憧れ・大名

1988年～2004年で地区イメージは3段階変化していた。

6 移転店舗の実態調査

◆移転元の分布



移転店舗の移転元は大名1丁目に**広範囲**に分布していた。

移転後に建て替え、取り壊しが起きた建物や移転が数店舗見られた建物も存在した。

◆移転先の分布

※都心部は「第10次福岡市基本計画」の「都市空間構想図」に示された、対象地を含む中央区と博多区にまたがるエリアとした

業種	合計	都心部										都心部以外													
		大名	今泉	天神	白金	中州	渡辺通	その他	全体	博多	全	警固	地行	赤坂	その他	全体	博多区	早良区	南区	城南区	東区	西区	市外	全体	
全業種	18 (100%)	9	1	4	1	—	—	—	15	2	17 (94%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1 (6%)
飲食	3 (100%)	2	—	—	—	—	—	—	4	—	3 (100%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
美容	1 (100%)	—	—	1	—	—	—	—	—	—	1 (100%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
服飾	9 (100%)	6	—	3	—	—	—	—	9	1	9 (100%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
物販	5 (100%)	1	—	—	—	—	—	—	1	1	4 (80%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1 (20%)	
サービス	0 (0%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
全業種	59 (100%)	14	7	4	1	2	2	4	34	—	34 (58%)	3	3	2	5	13	—	3	1	2	2	4	1	1	25 (42%)
飲食	24 (100%)	6	2	—	—	2	1	4	15	—	15 (63%)	2	—	2	3	7	—	—	—	—	—	—	—	—	9 (37%)
美容	7 (100%)	2	—	—	—	—	—	—	—	—	3 (43%)	1	2	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	—	4 (57%)
服飾	15 (100%)	5	3	3	—	—	—	—	11	—	11 (73%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4 (27%)
物販	10 (100%)	—	1	1	1	—	—	—	4	—	4 (40%)	—	—	—	2	3	—	—	—	—	—	—	—	—	6 (60%)
サービス	3 (100%)	1	—	—	—	—	—	—	—	—	1 (33%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2 (67%)

()内の値：■ 75%以上 ■ 50%以上75%未満

※()内は各業種の店舗数に対する割合を示す、またN=1とN=2で100%をとる場合は着色していない

※1つのエリアに移転店舗が1店舗しか確認できなかった場合は、その他として扱っている

- チェーン店 → 都心部に全体の94%が集中 (①)
- 非チェーン店 → 都心部に全体の58%が移転 (②)
- 都心部外に全体の42%が分散 (③)

2店舗を除く75店舗が福岡市内に移転しており**経営形態別で移転先の分布に違い**があった。

▶ 非チェーン店は都心部に位置する対象地区と異なる特徴を持つ場所への移転も多く見られた。

◆個人経営の非チェーン店の店主12名への聞き取り調査

要因の分類	キーワード	
内的要因	①建物要因	「狭い」「小さくする」「内装の寿命」「階数」
	②経営要因	「業態の変更」「人員不足」「経営が厳しい」
	③個人的要因	「家族が増えた」「引越越し」
外的要因	①経済的要因	「家賃」「高い」
	②周辺イメージ要因	「雰囲気が変わった」「客層が変わった」
	③直接的要因	「立ち退き要求」
	④社会変化要因	「コロナ」

聞き取り調査の結果、要因は**7種類**に分類できた。

■Marcuseの定義との関連性をみる

店舗A	2017年に中央区へ移転した。借りていた会社から、立ち退いてほしいと言われた。	外的要因の立ち退き要求が大名1丁目の特徴と異なる都心部外への移転を引き起こしている事例が見られた。
店舗B	2013年に中央区へ移転した。家賃が高く、手狭で、若者の街に変わってしまった。	直接的立ち退きが生じていた
店舗C	2021年に城南区へ移転した。コロナで高い家賃が払えなくなってしまった。	外的要因の経済的要因や周辺イメージ要因が影響して、大名1丁目の特徴と異なる都心部外への移転を引き起こしている事例が複数確認できた。

7 研究のまとめ

◆大名1丁目の商業空間の変化

過去40年間の間に**店舗数が約4倍**まで増加し、**店舗構成や地区イメージも大きく変わ**っていた。これらの背景には店舗の激しい入れ替わりが生じており、**移転**もその内の1要素であった。

◆大名1丁目の移転の実態

移転店舗の**経営形態**によって**移転数と移転先**に違いが生まれていた。**非チェーン店**で特徴の異なる**都心部外へ**と**移転**した店舗の中には、**地区の変化に伴う影響**を移転要因として挙げている店舗も存在し、これらは Marcuse の定義した**立ち退き**を引き起こす要因であった。

商業空間が大きく変化した大名1丁目において、**立ち退き**の発生が見られ、いくつかの要因が地区の変化によるものと確認できた。

▶ 大名1丁目では**商業ジェントリフィケーション**が生じている可能性が示唆された