

熊本学園大学産業経営研究第44号抜刷

2025年3月発行

<一般研究論文>

熊本市における大型店の立地再編と
中心商業地のまちづくり

安 倉 良 二

熊 本 学 園 大 学

産 業 経 営 研 究 所

熊本市における大型店の立地再編と中心商業地のまちづくり

安倉 良二

I はじめに

大都市圏に比べて自動車を利用した買物行動を取る傾向にある地方都市における商業集積の変化と地域との関係は、郊外の隆盛と中心商業地の衰退という対照的な構図で説明されやすい。郊外においては、スーパーをはじめ、ホームセンターや家庭電化製品、衣料品などの専門店を核店舗とする大型店が数多く立地している。その中には、小売店舗に加えてシネマコンプレックス（複合映画館。以下、シネコン）やボウリング場など娯楽施設を併設させた複合型のショッピングセンターとして広域集客に基づく消費の一大拠点となっているところも含まれる。当該店舗による出店先の範囲は行政上の都市部（松岡，2001；米浜，2010）に留まらず郡部にも及ぶ（藤井，1991；坪田，2001；駒木，2010，2011；伊藤，2007，2013）。対照的に、商業活動において郊外との競争に対抗できない中心商業地では、後継者不足も相まって商店街において中小零細店舗の閉鎖が相次いだ結果、「シャッター街」と呼ばれる空洞化が進展している（林，2001；難波田，2006）。また、総合スーパーや百貨店を展開してきた大手小売業者によって建てられた大型店も郊外への移転もしくは、経営不振に伴う当該地域からの撤退による閉鎖が相次いでおり、それらの跡地利用が喫緊の課題となっている（箸本，2016）。以上の動きは、1990年代の大規模小売店舗法（以下、大店法）の運用緩和に端を発し、2000年代前半の大店法の廃止と同時に施行された大規模小売店舗立地法

（以下、大店立地法）と、数度にわたる改正都市計画法の施行に至る大型店の出店規制緩和という流れの中で広がった（安倉，2021）。

しかし、地方都市における商業集積の変化と地域との関係については、前述した郊外の隆盛と中心商業地の衰退という考えを一律に当てはめることへの疑問が投げかけられている。千葉（2012）は、地方都市でも人口規模が大きな都市では、郊外に立地する大型店が地域の商業活動に与える影響は最寄品を扱う近隣商業地において顕著であると示し、高次の買回品を扱う中心商業地に立地する大型店とはすみ分けの関係にあると述べた。他方、人口規模が小さな都市では、郊外の大型店と中心商業地の距離が近く、かつ買回品と最寄品の販売で競合するために、駐車場の整備やワンストップショッピングの利便性で劣る中心商業地を買物先に選ぶ住民が減少した結果、そこでの商業活動が衰退するという考えを示した。これに関連して山川（2004：54-82）は、中心市街地活性化法（以下、中活法）に基づく活性化基本計画の認定を受けた30の地方都市における商業活動を検討した結果、中心商業地の盛衰分岐点となる都市の人口を30万人と定めた。先行研究で取り上げた地方都市の多くが人口30万人未満の中小都市であったことが、商業活動からみた郊外の隆盛と中心商業地の衰退という一面的な見方になった要因のひとつであると考えられる。

そのような中、地方都市の中でも、前述の盛衰分岐点よりも人口規模が大きな県庁所在都市の中心商業地における商業集積の特徴を明らか

にした直近の成果として、駒木（2024）と與倉（2024）があげられる。駒木（2024）は、人口が約161.2万人（2020年国勢調査。以下同じ）の広域中心都市である福岡市の天神と博多駅前の両地区における百貨店と専門店に関する1970年代以降の立地動向を整理した。與倉（2024）は、人口約59.3万人の鹿児島市における中心商業地を既存の中心商店街である天文館地区と鹿児島中央駅地区に分けた上で、九州新幹線が開通した2000年代以降の両地区でみられた大型店の立地を伴う公民連携による商業系再開発の展開について考察を試みた。その結果、鹿児島市の中心商業地は商業活動の面で郊外との競争を受けながらも、天文館地区と鹿児島中央駅地区で行われた商業系再開発が広域集客をもたらす基盤になっていることを明らかにした。

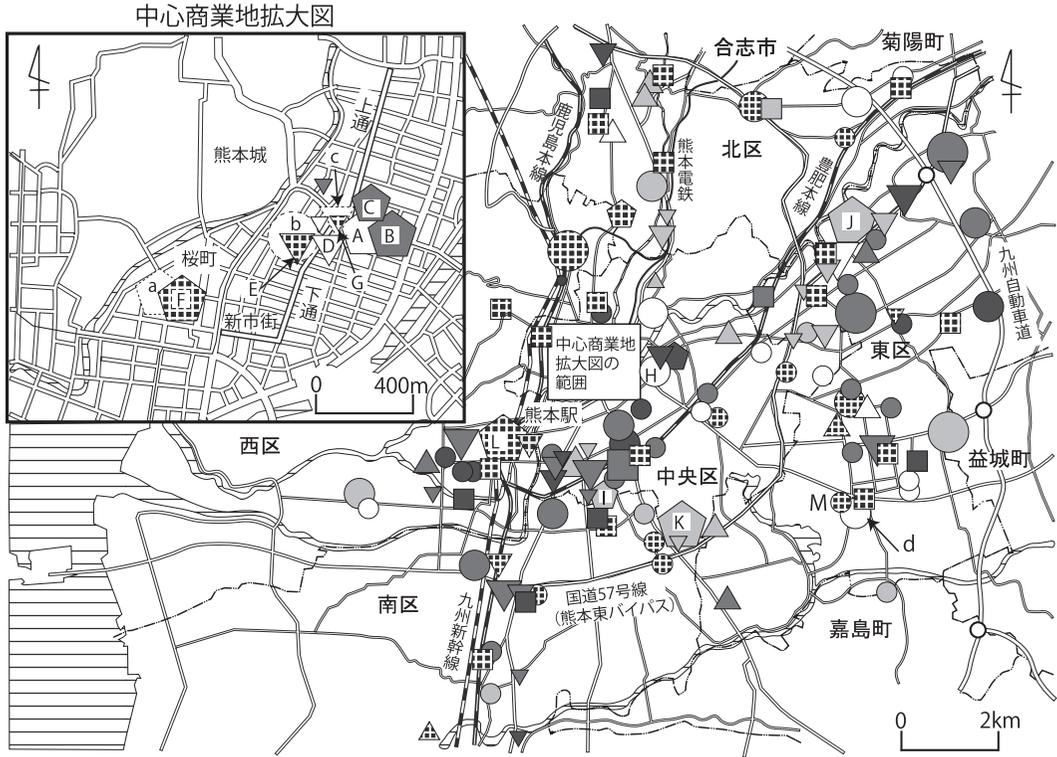
これらの知見をふまえて、鹿児島市と同規模、もしくはそれ以上の人口規模を持つ県庁所在都市の中心商業地における商業集積の特徴を詳述するためには、「商いの場」と「賑わいの場」の各視点から検討することが求められる。前者については、多くの買物客を集める大型店の立地を手がかりに、與倉（2024）が示したように郊外の商業集積との競争を考慮した再編に関する分析が欠かせない。人口規模が多い県庁所在都市では商業活動の郊外化が進んでも、中心商業地において高次な買回品を扱う商業集積が維持されているのは、大型店の立地主体である大手小売業者もしくは施設の運営業者が、前述の出店規制や消費動向ならびに経営環境の変化に対応する形で出店と閉店を繰り返した結果であると思われる（駒木、2024）。それを実証するためには、大型店の分布を示した上で、商業集積に関する中心商業地と郊外の比較が必要である。

後者については、まちづくり¹⁾の展開に関心が向けられる。その場合、施設立地や街路整備といったハード面からのアプローチに加えて、いかなる人や組織が施設や街路を活用しながら、広域集客につながる活動をしているのかという

ソフト面からの分析も欠かせない。このテーマに関する近年の地理学研究では、まちづくりに携わる主要なアクターの変遷および活動内容の多様化に焦点を当てていた（安倉、2024a）。具体的には前者の場合、商店街組織に加盟する全店舗からなる所縁型組織から、その内部にいる若手や女性などで構成される仲間型組織を挟んで、市民団体やNPOという市民的アクター（武者、2007）に至る地域内人材のシフトと、学生や地域おこし協力隊ならびに移住者といった地域外人材の出現に分けられる。他方、後者については、「まちゼミ」²⁾に代表される商店街の商業振興を目的としたもの（内藤、2017、2021）に留まらず、アート（駒木、2016a、2016b）のような商業振興とは直結しないものも含まれる。以上に示したまちづくりの実践は、商業活動をめぐる郊外との競争に対抗できず、賑わいを失った地方中小都市における中心商業地の再生に向けた模索を繰り返す中で行われるという前提で説明されることが多かった。しかし、人口規模が大きな県庁所在都市の中心商業地において広域集客につながる賑わいをもたらす交流の場を構築する上でも、先行研究で示した様々なアクターによるハード、ソフトの両面にわたるまちづくりは、商いの場である大型店との差別化を図りながら展開されているはずである。このタイプに属する都市の中心商業地におけるまちづくりについては千葉（2024）が若干紹介しているが、その具体的な活動実態の分析は不十分であり、研究の余地が残されている。

そこで本研究では、九州にある県庁所在都市の中でも、福岡市に次いで多い約73.9万人の人口規模を有する³⁾熊本市を事例に選び、主として大型店の立地再編と商業集積地区の動向ならびにまちづくりの取り組みを論じながら中心商業地における商業集積の特徴を明らかにすることを目的とする。なお、以下で述べる中心商業地は、中活法に基づく中心市街地活性化基本計画（2024年8月内閣府認証）で熊本市が定めた中心市街地（約415ha）のうち、「通町筋・桜

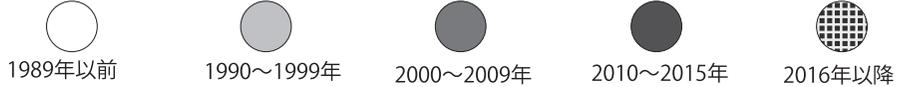
熊本市における大型店の立地再編と中心商業地のまちづくり



【大型店の業態と店舗面積 (㎡)】



【出店年次】



【現存する大型店の名称】

(中心商業地)

A: 鶴屋百貨店本館 B: テトリアくまもと(鶴屋百貨店東館) C: びぶれす熊日会館(鶴屋百貨店New-S)
D: カリーノ下通(旧寿屋下通店) E: COCOSA F: サクラマチックマモト G: HAB@熊本

(中心商業地以外の地域)

H: イオン熊本中央店(旧ダイエー熊本店) I: サンリブシティくまなん J: ゆめタウンサンピアン
K: ゆめタウンはまぜん L: アミュプラザくまもと M: マルシヨク健軍店

【建物が解体された大型店の名称】

a: 泉民百貨店(旧岩田屋伊勢丹→くまもと阪神) b: ダイエー下通店(旧大洋デパート→熊本城屋)
c: 熊本パルコ d: サンリブ健軍店

第1図 熊本市における大型店の立地(2023年)

注1: 「建物が解体された大型店」については、本文で言及する2010年以降に解体された店舗のみを記載した。

注2: 旧植木町, 旧城南町, 旧富合町の店舗については記載していない。

注3: 作図の都合上, 熊本市電は中心商業地の拡大図のみに記載した。

東洋経済新報社編(2023), 吉田・梶谷(2019)より作成。

町周辺地区」に該当する上通・下通・新市街からなる中心商店街と隣接する桜町およびその周辺地区を指す（第1図）⁴⁾。また、大型店の立地再編に関する分析では、東洋経済新報社編（2023）を活用した。

II 中心商業地における大型店の立地再編

1. 中心商店街の形成と1980年代までの大型店立地

熊本市の中心商店街は上通、下通、新市街の3つで構成される（第1図）。前者の2つが通町筋を挟んで南北に通じているのに対して、新市街は下通の南端から西に延びている。そのため、中心商店街の形状はほぼ逆し字状である。江戸時代、熊本城に近接する当該街路とその周辺には武家屋敷が建ち並んでいたが、1877年に起きた西南戦争でそれらは焼失した。その後、戦前期までの熊本市で最大の中心商業地は、周辺に立地する旧制中学や女学校などに通う学生をターゲットに定めた店舗が集まる上通であった。他方、新市街は西南戦争の終了後に作られた旧陸軍の山崎練兵場が1900年、東郊にある渡鹿へ移転した後に形成され、映画館や飲食店が多く並ぶ歓楽街としての性格が強かった。しかし、1930年に銀丁百貨店（以下、銀丁）が開業していた新市街は戦前期の段階で商業活動の核にもなっていた（新熊本市史編纂委員会、1997）。これに対して戦前期の下通は、小売店舗の集積によって賑やかな上通とは異なり小売店舗と住宅が混在する閑静な商店街であった（岡部、2012）。

戦後にみられた下通の変化として、区画整理事業に伴って街路の幅員が従来よりも4m広い15mになったのに加えて、1952年10月には大洋デパート（以下、大洋）が開業したことがあげられる。周辺の通町筋にはその4ヶ月前に鶴屋百貨店（以下、鶴屋）の開業、前年には熊本大空襲の被災によって営業を中断していた銀丁の再開業と、周辺街路を含む百貨店の新規出店が

相次いだ下通は、それらを利用する買物客が集まった結果、熊本市における最高次の中心商店街に成長した（新熊本市史編纂委員会編、1997）。下通の隣接街路をみると1968年、総合スーパーを展開する寿屋が創業地である大分県佐伯市からの本部移転を伴う形で大洋、鶴屋のほぼ中間に位置する三年坂に熊本県内の第1号店を出店した（寿屋創業40周年記念事業実行委員会、1988；寿崎、2001）⁵⁾。

中心商業地とその周辺における大型店の出店をめぐる大きな動きは1970年代にみられた。まず中心商業地では、1973年10月、福岡市と東京都を本拠にそれぞれ百貨店を営む岩田屋と伊勢丹の共同出資によって桜町の熊本県庁跡地に建てられた岩田屋伊勢丹は見逃せない（第1表）地上11階・地下2階建である同店の開業時における店舗面積は約25,000㎡に達し、競合相手となる大洋、鶴屋両店舗における当時のその合計値とほぼ同じであった。岩田屋伊勢丹は出店調整の段階では百貨店としての出店が認められず、ショッピングセンターとしての出店を余儀なくされた（新熊本市史編纂委員会編、2000）⁶⁾。岩田屋伊勢丹がショッピングセンターから百貨店に業態転換したのは、後述する大洋の火災後に当たる1974年7月である。

岩田屋伊勢丹の開業から1ヶ月後、下通にあった大洋は、店舗3階からの不審火による火災に見舞われた。それに伴い、経営が行き詰まった大洋は子会社を通じて運営していた銀丁を1976年8月に閉鎖した（新熊本市史編纂委員会編、1997）⁷⁾。大洋は建物を改装した上で1975年1月に営業を再開したものの、来店者の減少が続いた結果、翌年10月に行った会社更生法の適用申請を経て1978年6月に閉店した（新熊本市史編纂委員会編、2000）。

中心商業地の周辺における大型店の出店に関わるトピックとして、ダイエー熊本店の出店紛争は外せない。1957年大阪市で創業したダイエーは1960年代以降、全国各地に総合スーパーを数多く出店する形で企業規模を急速に拡大し

第1表 県民百貨店（旧岩田屋伊勢丹）のあゆみ

年月	項目
1973年10月	岩田屋伊勢丹がショッピングセンターの業態で熊本県庁跡に開業。
1974年7月	百貨店に業態変更。
1993年3月	伊勢丹が撤退し、店舗名は熊本岩田屋に変更。
2002年4月	熊本岩田屋が翌年2月で閉店することを表明。
2002年10月	熊本市に本拠を置く家具販売業者A社と不動産業者B社の共同出資による「県民百貨店」を設立。
2003年2月	熊本岩田屋が閉店。県民百貨店は阪神百貨店（現在は阪急阪神百貨店）と営業支援契約を結んだ上で「くまもと阪神」の店舗名で開業。
2011年2月	県民百貨店と阪急阪神百貨店の営業支援契約が終了したことに伴い、店舗名を「県民百貨店」に変更。
2014年5月	県民百貨店が株主総会において、桜町地区に建設予定の再開発ビルへの入居断念と近隣への店舗移転を決定。
2014年8月	県民百貨店は新たな出店候補地が見つからなかったことを理由に翌年2月に閉店および会社の解散を決定。
2015年2月	県民百貨店の閉店と会社の解散。
2019年9月	県民百貨店の跡地に「サクラマチクマモト」が開業。

新熊本市史編集委員会編（1997）、熊本日日新聞の記事、三越伊勢丹ホールディングスのホームページより作成。

た結果、1972年以降は最大手の小売業者となって店舗網の拡大を続けた。同社は1975年の初め、中心商業地に近接する大江地区にあった熊本製糸の工場跡地に約44,000㎡の店舗面積を持つ大型店を熊本県内の第1号店として出店することを表明した。これに対して、熊本市内の商店街組織によって発足した熊本商店街近代化協議会と、鶴屋、岩田屋伊勢丹の両百貨店ならびに熊本商工会議所は既存の大型店に比べて過大な店舗面積であるダイエーの出店に強く反対した。その後の数年間、ダイエーの出店調整は同社が提示した店舗面積の案に対して、大店法の下で出店審査を行う商業活動調整協議会が数回にわたってゼロ回答を示す形で難航を極めた。その打開策として国の大規模小売店舗審議会は1978年12月、店舗面積を約13,000㎡と当初計画よりも大幅に縮小する形でダイエーの出店を認め、1980年4月に開業した。ダイエー熊本店の出店紛争は、1974年3月の大店法施行から間もない時期にみられた既得権益者による大型店の厳格な出店規制を象徴するものであった（草野、

1992：69-83、川野、2016）。

中心商業地や大江地区以外で1980年代までに
出店した大型店の分布を概観すると、スーパー
の中でも商圏が狭い食料品スーパーの分散立地
が中心であり、商業活動の郊外化はあまり進ん
でいない。その理由として大型店の出店に関わ
るローカルルールが存在が考えられる（安倉、
2021）。1979年5月に施行された改正大店法で
は、出店調整の対象となる店舗面積が従来の
1,500㎡から500㎡に引き下げられた。加えて、
熊本県ではローカルルールのひとつである「上
乗せ規制」として同年7月、店舗面積300㎡を
超す中型店の出店に際しても改正大店法と同様
の調整を行う要項が出されていた（川野、
2019）。

2. 1990年代の大型店立地

この年代における大型店の立地は、1992年1
月に再度改正された大店法の施行を契機とする
政策転換に伴って自由度が高まった。それに伴
い、熊本市における大型店の出店先は次第に郊

外へとシフトしてきた（第1図）。具体的な動きとして、約10,000㎡以上の店舗面積をもつ広域型ショッピングセンターの相次ぐ出店があげられる。それらを出店したのは、サンリブやニコニコ堂といったスーパーを展開する大手小売業者である。例えば、サンリブは1993年にJR豊肥本線の南熊本駅近くに「サンリブシティくまなん」を開業した。また、ニコニコ堂は1996年と1998年にいずれも店舗面積が20,000㎡を越す「サンピアンシティモール（以下、サンピアン）」と「クリスタルモールはません（以下、はません）」を開業した。両店舗は1985年に全線開通した国道57号線熊本東バイパス沿いに立地している。従前の土地利用をみると、サンピアンは自社運営による屋外プール、はませんが水田であった⁸⁾。しかし、ニコニコ堂は2002年4月に民事再生法の適用を申請する形で経営破綻した。サンピアンとはませんの運営は広島市に本拠を置くイズミが継承し、同社による広域型ショッピングセンターのブランドである「ゆめタウン」の名称をつけて営業を続けている。

3. 2000年代の大型店の立地

この年代における大型店の出店では、中心商業地で行われた2件の再開発事業に鶴屋が関わり、核店舗として入居した点が注目される。具体的には、既存店舗の東隣に当たる水道町交差点周辺で行われた「手取本町地区再開発事業」と、上通入口に立地していた熊本日日新聞本社の世安町への移転（1999年）を契機とする「上通A地区第一種市街地再開発事業」を指し、小売店舗に公共施設が併設された点で共通する。前述の通り、大型店の出店規制緩和に伴う郊外での商業活動が盛んになる中、鶴屋は再開発事業を郊外とのすみ分けを図りながら中心商業地での事業拡大を図る好機と位置づけた。その上で再開発ビルへの追加出店に際しては、福岡市の中心商業地である天神地区に立地する百貨店を意識した専門性の高い買回品の品揃えを採る方針だった（鶴屋百貨店、2002）。再開発事業

はいずれも2002年に完成し、前者には「テトリアくまもと」、後者には「びぶれす熊日会館」の愛称がつけられた。その際、鶴屋は既存店舗を本館とした上で、テトリアくまもとの店舗を東館、びぶれす熊日会館のそれを「New-S」と名付けて営業している。

他方、熊本市に隣接する郡部では、菊陽町で開発された住宅地である光の森において2004年にイズミの「ゆめタウン」、嘉島町では2005年にイオンによる「ダイヤモンドシティクレア（現在はイオンモール熊本）」という店舗面積40,000㎡以上の広域型ショッピングセンターが相次いで開業し、商業活動の郊外化が一層進んだ。その中で、イオンは益城町との境界に近い佐土原地区に店舗面積約70,000㎡の広域型ショッピングセンターの出店を計画していた。これに対して熊本市は2006年5月、出店予定地が市街化調整区域内の農業振興地域となっているために開発規制が厳しいことに加えて、都市計画のマスタープランにおいて宅地と農地の利用を想定しているという理由からイオンによる出店計画を不許可にした⁹⁾。熊本市の姿勢は、都市計画の視点から過度な大型店の郊外出店をコントロールすると同時に、商業活動における中心商業地の衰退を阻止しようとした点で評価できる。

4. 2010年代以降の大型店立地再編

この年代における店舗面積別にみた大型店の出店件数では、1,000㎡以上3,000㎡未満のものが多。業態別にみるとドラッグストアの件数が急増しているのが確認できる（第2表）。とりわけ、福岡市に本拠を置くコスモス薬品による積極的な出店がみられ、全23店中21店が2010年代以降に出店している。同社は商圈が小規模な郊外の住宅地への積極的な出店を続けると共に、主力商品である医薬品や化粧品のほか、加工食料品も幅広く扱っている。そのため、店舗の近隣に住む買物客の獲得をめぐる食料品スーパーとの間で競合が生じているところもある。

第2表 出店年次別にみた熊本市に現存する大型店の特性（2023年）

	指標	出店年次				
		1989年以前	1990～1999年	2000～2009年	2010～2015年	2016年以降
店舗面積	1,000㎡以上3,000㎡未満	11	14	15	15	27
	3,000㎡以上6,000㎡未満	3	10	12	7	5
	6,000㎡以上10,000㎡未満	3	4	10	2	3
	10,000㎡以上	3	3	1	0	2
業態	SC・百貨店	1	3	2	1	3
	スーパー	13	10	15	9	10
	専門店	4	10	13	6	6
	ホームセンター	2	7	5	0	1
	ドラッグストア	0	1	3	8	17
	合計店舗数	20	31	38	24	37
	平均売場面積（㎡）	5,701	5,631	4,630	3,132	3,445

東洋経済新報社編（2023）より作成。

これに対して中心商業地では、出店年次が古く、かつ建物の老朽化が進んだ大型店の建て替えがみられる。まず、下通では大洋が営業していた建物に入居していたダイエーが2014年の閉店と同時に取り壊され、その跡地には専門店ビル「COCOSA」が2017年に開業した。火災に伴う経営の悪化に伴って閉鎖されていた大洋の建物は、福岡市に本拠を置く総合スーパーのユニードによって1979年10月「熊本城屋」の名称で再び百貨店となった。その状態はユニードがダイエーの系列に入った1980年代以降も続いたが、1995年ダイエー下通店に名称を変更すると共に百貨店から総合スーパーへ業態転換した。だが、以降のダイエーは事業拡大に際して行った金融機関からの過度な借入金に依存するビジネスモデルが崩壊したために経営が急速に悪化した（箸本，2011，2014；安倉，2021）。それに伴い、ダイエーはイオンの系列に入ると共に店舗網の縮小を進め、下通にあった店舗も閉鎖対象になった。ダイエー下通店が閉鎖した翌年9月、イオンは九州にあったダイエーの店舗運営を子会社のイオン九州に譲渡した。その際、残存する店舗の名称を「イオン」もしくは「イオ

ンスタイル」に変更したために九州からストアブランドとしての「ダイエー」は姿を消した¹⁰⁾。この動きは、厳しい出店調整を経て大江地区に出店した熊本店においても例外ではない。同店はイオン熊本中央店に名称を変更して営業を続けたが、2020年10月に食料品以外の売場を埼玉県に本拠を置くホームセンターの大手業者であるアーランドが運営する「ビバホーム」に譲渡して以降、食料品と一部の日用品のみを販売していた。そして、2024年9月、イオン九州は建物の老朽化を理由に翌年2月末に熊本中央店を閉店し、建物の解体を経て再整備する予定であることを表明した¹¹⁾。

下通では、通町筋との交差点に位置する熊本パルコも2020年の閉鎖後に建て替えられた。1985年に開業した熊本パルコは、地上9階・地下1階建のファッションビルとして若者を主な顧客層に定めていた。2023年4月に竣工された地上11階・地下1階建のビルには、地上1・2階と地下1階が「HAB@熊本」の名称でパルコが引き続き運営している。しかし、輸入食料品や装飾品の専門店ならびに飲食店としての床利用が多いために、HAB@熊本は熊本パルコ

に比べてファッション専門店の性格は薄い。また、地上3～11階は星野リゾートが「OMO5熊本」の名称で観光客を対象としたホテルに利用されている。

下通以外の中心商業地では、岩田屋伊勢丹として桜町に立地していた百貨店も閉鎖と共に建て替えがなされた(第1表)。1970年代後半以降、岩田屋伊勢丹は鶴屋と並ぶ中心商業地を代表する百貨店として営業を続けてきた。しかし、鶴屋をはじめ郊外に立地する大型店との競合を受けたために経営は苦しく、1993年3月に伊勢丹、2003年2月には岩田屋(伊勢丹撤退後は「熊本岩田屋」の店舗名で営業。以下、熊本岩田屋)がそれぞれ店舗運営から撤退した。これに対して、熊本県と地元経済界は熊本岩田屋が撤退を表明した2002年4月以降、百貨店の存続に向けた準備を進めた。そして、同年10月熊本市に本拠を置く家具販売業者A社と不動産業者B社の共同出資による「県民百貨店」を設立し、大阪市にある阪神百貨店(2007年10月以降は阪急阪神百貨店)との営業支援契約を経て、熊本岩田屋の閉店からわずか10数日後に「くまもと阪神」の名称で百貨店が再開業した。県民百貨店は阪急阪神百貨店との業務提携期間が完了した2011年以降、会社名をそのまま百貨店の名称にした上で営業を続けたが赤字経営の状態であった。そのような中、県民百貨店の建物所有者である九州産業交通ホールディングスと九州産交ランドマーク(以下、九州産交)は、2008年頃から桜町の再開発事業を計画していた。その内容は、県民百貨店と隣接する熊本交通センターを取り壊した上で小売店舗をはじめ、ホテルや分譲マンション、バスターミナルなどを併設した再開発ビルを建てるというものであった¹²⁾。県民百貨店は、鶴屋がテトリアくまもと、びぶれす熊日会館で行ったのと同様に、再開発ビルのテナントでの営業継続を希望していた。ところが、県民百貨店が九州産交から提示されたテナントの店舗面積は現行の約25,000㎡から15,000㎡への削減という不利な条件になってい

た¹³⁾。県民百貨店は2014年5月に行われた株主総会において、再開発ビルへの入居断念と近隣への店舗移転を決めたものの、適切な出店候補地を見出すことができなかった。その後、県民百貨店は同年8月に会社の廃業を発表した上で翌年の2月に店舗は閉鎖された。県民百貨店の建物は取り壊され、その跡地に建てられた再開発ビルは2019年9月、九州産交が運営する「サクラマチクマモト」の名称で開業した。

他方、中心商業地の周辺では2021年4月、JR熊本駅前にJR九州の開発による大型店「アミュプラザくまもと」が開業した。熊本駅前は熊本市における鉄道の玄関口であるにも関わらず、これまで中心商業地に匹敵する規模の商業集積はみられなかった。そのような中、JR九州は2011年の九州新幹線全線開通を契機に、連続立体交差事業や駅舎の建て替えといった熊本駅周辺の整備に取り組んだ。その一環として、熊本駅の南東側にあったホテルの敷地をはじめとする自社所有地にアミュプラザを建てることを決めた。アミュプラザくまもとに入居する小売店舗の面積は約29,400㎡であり、2010年代後半以降に熊本市内に出店した大型店の中で最も広い(第2表)。アミュプラザくまもとの商圏は半径20kmに設定¹⁴⁾されており、衣料品や雑貨を中心とする専門店や飲食店をはじめ、シネコンを併設することでJR鹿児島本線沿線の買物客を取り込む意図があると思われる。

Ⅲ 商業集積地区の動向

本章では、大型店の立地再編が熊本市内の商業集積に与えた影響をみるために『商業統計表』と『経済センサス』の「立地環境特性別統計編」に記載されている商業集積地区のデータを用いて、小売業年間商品販売額(以下、年間商品販売額)の上位10地区の変化を示す(第3表)¹⁵⁾。ここで示す商業集積地区には大型店のテナントに加えて商店街も含まれる。したがって、大型店の分布にとられることなく、都市内部にお

熊本市における大型店の立地再編と中心商業地のまちづくり

第3表 熊本市における年間商品販売額上位の商業集積地区（2002・2007・2014・2021年）

a) 2002年（合併前の市域）

順位	商業集積地区の名称	商店数	従業者数 (人)	小売業年間商品 販売額（百万円）	売場面積 (㎡)
1	下通繁栄会	221	2,671	89,825	89,743
2	桜町繁栄会	15	643	23,804	25,264
3	上通商店街	237	1,285	17,871	22,921
4	クリスタルモールはません店	55	666	13,339	31,685
5	上南部商店街	48	561	10,694	26,974
6	健軍商店街	128	778	10,376	13,719
7	武蔵商友会	107	846	9,887	17,091
8	サンリブシティくまなん	42	438	9,411	23,602
9	県庁通繁栄会	68	668	8,211	9,307
10	大江子飼橋通商栄会	34	266	6,914	2,973
	熊本市全域	6,788	48,047	807,760	850,210

b) 2007年（合併前の市域）

順位	商業集積地区の名称	商店数	従業者数 (人)	小売業年間商品 販売額（百万円）	売場面積 (㎡)
1	下通繁栄会	206	2,363	87,983	91,068
2	上通商店街	249	1,260	19,470	23,216
3	桜町繁栄会	18	335	17,285	25,707
4	健軍商店街	93	717	13,037	9,865
5	県庁通繁栄会	60	581	8,977	9,290
6	上南部商店街	41	434	7,960	28,803
7	サンリブシティくまなん	25	287	7,780	19,862
8	クリスタルモールはません店	87	550	6,941	17,557
9	武蔵商友会	86	481	6,791	10,063
10	南熊本駅前商店街	35	181	4,988	1,872
	熊本市全域	5,921	43,555	773,740	849,911

c) 2014年（合併後の市域）

順位	商業集積地区の名称	商店数	従業者数 (人)	小売業年間商品 販売額（百万円）	売場面積 (㎡)
1	下通繁栄会	149	1,683	68,811	78,013
2	健軍商店街	53	577	24,587	8,197
3	上通商店街	150	818	16,852	21,078
4	ゆめタウンはません	65	609	13,638	37,885
5	県庁通繁栄会	10	124	10,881	731
6	田崎市場通り商店街	27	385	10,594	17,231
7	桜町繁栄会	26	405	7,681	26,668
8	武蔵商友会	54	350	5,837	4,570
9	サンリブシティくまなん	26	261	5,793	11,088
10	上南部商店街	26	242	4,856	20,633
	熊本市全域	4,361	34,258	741,265	836,897

d) 2021年（合併後の市域）

順位	商業集積地区の名称	商店数	従業者数 (人)	小売業年間商品 販売額（百万円）	売場面積 (㎡)
1	下通繁栄会	142	2,018	59,211	81,463
2	ゆめタウンはません	65	731	25,278	38,722
3	田崎市場通り商店街	43	641	16,116	20,432
4	県庁通繁栄会	11	138	14,730	818
5	上通商店街	168	785	12,249	16,961
6	熊本駅前商店街	10	139	9,487	3,393
7	武蔵商友会	48	333	8,042	4,753
8	熊本センタープラザ振興会	48	386	7,881	7,885
9	上南部商店街	30	345	7,606	26,229
10	白山通り商店街	37	361	6,691	7,749
	熊本市全域	4,435	38,740	842,172	829,109

注1：太字は中心商業地にある商業集積地区を指す。

注2：2002・2007年の「クリスタルモールはません」は2014・2021年の「ゆめタウンはません」、「上南部商店街」は「ゆめタウンサンビアン」に相当する。

注3：熊本市は2008年に旧富合町、2010年に旧城南町、旧植木町を合併して現在の市域となった。

注4：「県庁通繁栄会」の年間商品販売額には、地区内に本社を置く眼鏡店チェーンの売上高が計上されている可能性がある。

2002～2014年は『商業統計表』、2021年は『経済センサス』の「産業編」および「立地環境特異別統計編」より作成。

ける商業環境の変化をより多面的に知ることができる(安倉, 2024b)。なお, 分析対象年次はデータが整理されている2002年以降とした。

商業集積地区の順位をみると, 2000年代(2002・2007年)と2010年代以降(2014・2021年)¹⁶⁾で大きく結果が異なっているのが確認できる。まず, 2002・2007年では, 年間商品販売額の上位3地区が下通, 上通の両商店街ならびに百貨店とそのテナントに当たる桜町繁栄会といった中心商業地の商業集積地区で占めている。前述したように, この時期は再開発に伴うテトリアくまもとやびおれす熊日会館の開業をはじめ, 桜町における岩田屋の撤退と県民百貨店(くまもと阪神)への百貨店を運営する小売業者の転換といった中心商業地において大型店の立地をめぐる動きが激しかった。その中において, 中心商業地に当たる商業集積地区が商業活動において優位な地位を保っていたことがわかる。他方, 中心商業地以外の商業集積地区では, はませんをはじめ, サンプイオンに当たる上南部商店街が上位に名を連ねている。両地区は, 同様の大型店で先発に当たるサンリブくまもとと共に, 郊外に居住する自動車利用の買物客を集めている。しかし, 郊外の商業集積地区と下通との間では年間商品販売額において著しい格差があり, 2000年代における熊本市の商業集積地区の動向からは, 中心市街地と郊外はすみ分けの状態にあったと考えられる。

2014・2021年をみると, 商業集積地区の順位は大きく変化したのが確認できる。まず, 郊外にある商業集積地区のシェアが上昇している。とりわけ, 2014~2021年にかけて, はませんの年間商品販売額が2倍近くに増加しており, サンプイオンに当たる上南部商店街との格差が拡大している。また, 新たに年間商品販売額の上位となった商業集積地区として田崎市場通り商店街があげられる。1963年に開場した田崎市場はJ R熊本駅からは南西部に位置し, 熊本市民の消費に不可欠な生鮮食料品の代表的な供給先のひとつとしても知られる。田崎市場には「えび

す会」の名称で商店街が併設されており, 青果物や水産物の卸売業者が経営する小売店舗をはじめ, 飲食店が軒を並べている。そのような中, 田崎市場の周辺では, 2013年と2014年にイズミの「ゆめマート」と, イオン九州の「マックスバリュ」という競合関係にある食料品スーパーが道路を隔てて向かい合う形で開業した。このことから, 田崎市場通り商店街は新旧の小売店舗が立地する商業集積地区といえる。

2002年以降の調査年次を通じて年間商品販売額の上位を維持している郊外の商業集積地区として武蔵商友会も見逃せない。同地区はJ R豊肥本線の武蔵塚駅周辺に位置し, 鉄道に平行して通る幹線道路沿いに延びている。周辺では, 1970~1980年代初めまで隣接する菊陽町にまたがる形で武蔵ヶ丘団地の開発が行われていた(石川・溝上・円山, 2012)。このように武蔵商友会は, 武蔵ヶ丘団地の住民を対象とした近隣型の商業集積地区である。このことが小売業年間商品販売額において上位を維持し続ける要因のひとつであると思われる。

対照的に2014~2021年において商業活動が著しく衰退した商業集積地区として, 2021年の調査で商業集積地区の上位10位から外れた健軍商店街があげられる。健軍地区は, 第二次世界大戦の末期に当たる1944年, 旧陸軍の要請を受けて操業を始めた三菱重工の航空機工場で働く労働者の社宅街を基本に, 第二次世界大戦後に住宅と小売店舗が建ち並ぶようになった(鄭・辻原, 2019)。その過程で形成された健軍商店街は熊本市東部をはじめ, 隣接する益城町を商圈に含む商業集積地区として多くの買物客を集めており, 2014年までの年間商品販売額では上位を維持していた。しかし, 2016年4月に発生した熊本地震の本震によって, 当時商店街に立地していた大型店のサンリブ健軍店はアーケードと共に倒壊したために店舗の営業が不可能になった。その後, 同店は2017年8月に系列のマルシヨク健軍店として営業を再開したが, 建物は地上3階建から同1階建に変更された。それ

に伴い、業態も総合スーパーから食料品スーパーに転換した結果、店舗面積は4,067㎡から1,487㎡に縮小された（山本，2018；吉田・梶谷，2019）。このように、健軍商店街における商業活動の衰退には、熊本地震が影響していると思われる。

ところで、2021年の『経済センサス』では、アミュプラザくまもとの年間商品額は上位10位に達していない。この理由として、『経済センサス』の調査が6月1日時点で行われているために、開業から2ヶ月に満たないアミュプラザくまもとの年間商品販売額はまだ少ない点が指摘できる。しかし、2021～2023年度のアミュプラザくまもとの年間商品販売額と入館者数はそれぞれ193億円から277億円，1,130万人から1,707万人にまで増加している¹⁷⁾。今後はアミュプラザくまもとをはじめとする熊本駅周辺の商業集積地区が商業活動において中心商業地と比肩するまでに成長し、熊本市における商業集積の枠組みが変わる可能性を秘めている。

2000年代以降、下通が熊本市内で最上位の商業集積地区にある点は変わらない。しかし、2010年代になると、はませんや田崎市場通り商店街など下通と競合する郊外の商業集積地区があらわれた結果、商業活動からみた下通の優位性は低下し、郊外と中心商業地におけるすみ分けは薄れつつある¹⁸⁾。そこで、次章では、顧客の確保を目指して下通で行われているまちづくりの取り組みを紹介する。

IV 中心商業地におけるまちづくりの取り組み—下通を中心に—

1. 街路整備の展開

前述のように、下通は戦後に入ってから熊本市で最高次の中心商店街となった。その基となる商店街組織が1947年に発足した下通繁栄会（以下、繁栄会）である。下通は北から一番街から四番街の4つの街路に区分されており、1978年にそれらを単位とする商店街振興組合が

設立された（第2図）。

下通には、1973年に焼失するまで大洋が商店街の中に立地していた。それをふまえて繁栄会では、買物客の回遊性を高めるために1950年代末からアーケードの設置を積極的に進めた。当初のアーケードは街路の片側に設けられたものであった。やがて、アーケードは降雨時でも傘を差すことなく街路内で買物ができる全蓋アーケードへと変化した。1969年5月に初めて導入された一番街の全蓋アーケードは、天井に曲線美を出しながら200ワットの蛍光灯ならびに8個のシャンデリアをつけた点に特徴がある。この装飾を契機に一番街の名称は新天街に変わった。1971年にすべての街路で全蓋アーケードが完成すると同時に、下通は歩行者専用道路となった。その後、全蓋アーケードは数回にわたって改装が繰り返された。現存する全蓋アーケードは新天街が2006年、二番街から四番街にかけては2009年にそれぞれ改装されたものである。改装工事に際しては、新天街では旧中活法に基づくTMO計画¹⁹⁾、二番街から四番街では経済産業省の戦略補助金と、いずれも国による補助金の交付を受けている。

現在の下通でみられる街路整備で特筆されるのが、国土交通省による歩行者利便増進道路制度（以下、ほこみち制度）を活用した道路占有である。ほこみち制度は2020年5月に成立した改正道路法に基づいて同年11月に創設され、2021年2月大阪市と神戸市、姫路市の3都市で指定を受けたのを発端に、2024年3月現在全国57市の139道路が指定対象となっている²⁰⁾。熊本市では2021年12月、下通が新市街と共に九州で初めてほこみち制度の指定を受け、翌年4月から運用を開始した。下通がほこみち制度の指定を受けた契機は2020年に発生したコロナ禍に遡る。密室での新型コロナウイルスの感染を警戒して対人接触をめぐる厳しい制約がかけられる中、下通をはじめとする商店街にある飲食店の経営は苦しい状況に陥っていた。そこで、熊本市は同年6月、国土交通省が飲食店を支援す



【SAPの会場(2024年4月~11月)】
 ①びぶれす広場・熊本市現代美術館ギャラリー
 ②紅蘭亭パビリオン店 ③HAB@熊本
 ④カリノ下通テラス ⑤紅蘭亭本店
 ⑥サーティワン前 ⑦Denkikan前

第2図 下通における街路(商店街振興組合)の範囲とSAPの会場(2024年4月~11月)

下通繁栄会の資料より作成。

るために出した道路占有の許可基準を緩和する特例(以下、コロナ占用特例)²¹⁾に基づいて、商店街組織との協議をふまえて飲食店が屋外でテイクアウトやテラス席のスペースを設けて営業ができるように商店街内での道路占有を認め、下通もその対象に含まれた。国土交通省はコロナ占用特例で行った道路占有の許可基準を変えないまま、屋外での飲食店などの営業が継続できるための仕組みとして、道路占有を行う自治体に対してほこみち制度への移行を促していた。コロナ占用特例からの移行による下通でのほこみち制度の指定は、飲食店による道路占有が歩行者専用道路の有効に活用したまちづくりの方策であると熊本市が認めたことを意味する。

現在、下通におけるほこみち制度を活用した

道路占有は、飲食店のほか小売店舗の営業活動ならびに後述するイベントを対象に認められている。道路占有を行う場合、各街路の商店街振興組合が熊本市役所に許可申請を出すことになっている。イベント開催における占有期間は2週間を限度としているが、飲食店や小売店舗については年間を通じた利用が可能である。しかし、営業活動を行う飲食店や小売店舗は繁栄会の加盟店舗に限定されている²²⁾。筆者の現地観察によると、ほこみち制度を活用した日常的な営業活動は主に新天街で見られる。具体的には、携帯電話の販売店が来街者向けに料金プランや機種交換に関するキャンペーンの相談スペースを設けているのをはじめ、小売店舗では商品を陳列したワゴンを道路に置いて実質的な

売場扱いにする様子が確認できる。コロナ禍における集客の取り組みを起源とした下通におけるほこみち制度による道路占有は、歩行者専用道路としては広い15mにわたる幅員を最大限に活用しながら行われており、商店街の特性をふまえたハード面によるまちづくりのひとつとして評価できる。

2. 繁栄会と中心商店街等連合協議会が行うイベントの展開

ここではソフト面でのまちづくりとして、繁栄会独自ならびに繁栄会とそれ以外の商店街組織の共同によって2005年に発足した中心商店街等連合協議会（以下、連合協議会）が行うイベントの展開について述べる。

第4表から下通もしくは周辺街路で開催される年間のイベントをみると、その内容が多岐にわたるのがわかる。まず、繁栄会は初売りや買物券の販売会、抽選といった、これまで各地の商店街で行われてきた商業振興に関するイベントを手がけている。それに留まらず、繁栄会による来街者への便宜を図る取り組みとして、2008年から始まった交通券の配布事業は看過できない。これは繁栄会の加盟店舗で買物をすれば、購入金額（1,000円以上・3,000円以上・5,000

円以上）に応じて、交通券（10円・50円・100円）が発行されるものである²³⁾。交通券は繁栄会が提携している駐車場の駐車料金をはじめ、熊本市内を走る路線バスや熊本市電、熊本電鉄ならびに熊本市内にあるタクシーの業界団体に加盟しているタクシーの運賃として利用できる。交通券の配布事業は、熊本市内の交通機関との連携を通じて下通への来街者を増やすことを目的に企画されたユニークな実践といえる。

繁栄会は新旧の文化イベントにも関わっている。まず、前者の例として10月下旬に開催されるハロウィンがあげられる。ハロウィンは親子連れや若者の来街を促すために飲食店が多く集まる四番街の青年部によって企画されたものであり、2024年も街路を使った撮影会や菓子の配布ならびにメイクアップのイベントが行われた。他方、後者については、3月のひなまつりや11月の「肥後のつりてまり（以下、つりてまり）」という伝統文化に関する展示イベントが行われている。ここでは具体例として、つりてまりを紹介する。てまりは、ヘチマを芯にを使って仕付け糸を巻き付けた上で円形に整え、菊や朝顔など様々な模様をつけて作られる玩具や飾り物を指し、熊本県の伝統工芸品にも認定されている。てまりの起源は江戸時代の初めに遡り、熊本城

第4表 下通繁栄会と中心商店街等連合協議会が主催するイベントのスケジュール（2024年）

月	イベントの名称	主催者
1月	販促（福餅配り・初売り）	繁栄会
3月	展示（肥後のひなまつり）	繁栄会
	城下町くまもと春まつり	中心商店街等連合協議会
5月	販促（買物券販売会）	繁栄会
8月	城下町くまもとゆかたまつり	中心商店街等連合協議会
10月	ハロウィン	繁栄会
	城下町くまもと銀杏祭	中心商店街等連合協議会
11月	展示（肥後のつりてまり）	繁栄会
	台湾映画祭	中心商店街等連合協議会
12月	販促（抽選）	繁栄会

下通繁栄会のホームページおよび聞き取り調査より作成。

の奥女中によって作られたものが城外の庶民にも広がったとされる。その技法を受け継ぎ、てまり作りを続ける肥後てまり同好会（1968年設立）の活動に現在の新天街の理事長が理解を示した結果、てまりを新天街の街路に吊るして展示するつりてまりが2010年から始まった²⁴⁾。てまりは、肥後てまり同好会の指導によって数回開催されるワークショップで作られる。2024年には、繁栄会の加盟店舗24個、熊本駅前看護リハビリテーション学院の学生が57個、熊本中央高校の生徒が28個の計109個のてまりが新たに作られ、それらは既製の3,679個と併せて、つりてまりで展示された²⁵⁾。このほか、繁栄会は毎年9月に開催される藤崎八幡宮の例大祭においても、神輿につく随兵や馬追いを行う勢子として参加している。

続いて連合協議会が開催するイベントを検討する。2024年現在、連合協議会には繁栄会に加えて上通、新市街など9つの商店街組織とサクラマチクマモトが加盟しており、春（3月）、夏（7月または8月）、秋（10月）と季節に応じたまつりが代表的なイベントである。その一例として、和装の普及を目的に2005年に始めたゆかたまつりについて述べる。連合協議会は2024年に初めて最大の市民まつりである火の国まつりと同じ8月3・4日にゆかたまつりを開催した。ここでは、ゆかたの着用者に対して飲食店でのワンドリンクサービスが行われたが、その会場には鶴屋も含まれていた。これ以外にも、ゆかたまつりでは下通、上通、新市街の街路における親子連れを想定した縁日や、びぶれす熊日会館の広場に設けられたステージを使った演舞などのイベントが開催された。ゆかたまつりの実施に際して、連合協議会は来街者があらかじめ持参したゆかたの着付けを行う場所として、下通・上通、新市街ならびに熊本市役所別館駐車場の4か所を用意していた²⁶⁾。加えて、連合協議会は2024年11月、びぶれす熊日会館にある熊本市現代美術館（以下、現代美術館）で台湾映画の鑑賞会を開催した。2021年、菊陽町

に台湾資本の半導体大手メーカーであるTSMCの工場進出を表明した後、熊本市とその周辺では台湾への関心が高まっている。映画鑑賞会の開催はその流れに対応したものと考えられる。

3. Street Art-Plex の展開

繁栄会や連合協議会とは別に、中心商業地で行われるソフト面でのまちづくりに深く関わるアクターとして、下通のほか上通、新市街などの商店街組織にある青年部は看過できない。2000年代の初め、前述したはません、サンピアンの開業をはじめとする商業活動の郊外化が進む中、中心商業地の衰退に危機感を抱いた青年部のメンバーの間から音楽やパフォーマンスといった文化をテーマとしたまちづくりを行おうという動きがあらわれた。彼らが考案した都市文化に関わるまちづくりの実践が「ストリート・アート・プレックス（Street Art-Plex：以下、SAP）」である（両角，2006）。SAPの活動は2002年10月、下通のほか、上通や新市街の街路で初めて行って以降、2024年11月までの22年間で291回にわたって開催された²⁷⁾。ここで、2024年の4月～11月にかけて開催されたイベントをみると、「Great Composer Memorial」と称する世界的に有名な作曲家の命日に合わせて、その偉業を讃えるコンサートをはじめ、ジャズコンサートの「Jazz Open」ならびに音楽やパフォーマンスを行う「On the Corner」で構成されている。また、4月開催の「One for Kumamoto」は2016年の同月に発生した熊本地震にちなんで企画されたイベントである（第5表）。しかし、過去におけるSAPのイベントをみると、2019年までは音楽以外のパフォーマンスとして大道芸が3月中旬に開催されていたが、コロナ禍の影響で2020年以降中止されている（STREET ART-PLEX KUMAMOTO 実行委員会編，2023）。その中であって、5月に開催された「On the Corner」のパフォーマンスでは、天草市を拠点に活動するサーカス団に

第5表 SAPの活動内容（2024年4月～11月）

番号	イベントの名称	開催月日	会場
1	One for Kumamoto (熊本地震8周年にちなんだピアノコンサート)	4月14日	下通(紅蘭亭前)
2	On the Corner (マジック・サーカスパフォーマンスなど)	5月6日	新市街(Denkikan前)
3	Great Composer Memorial(ボブ・マーリー)	5月11日	三年坂(カリーノ下通テラス)
4	Great Composer Memorial(ジョン・コルトレーン)	7月21日	下通(紅蘭亭前)
5	Great Composer Memorial(バッハ、シューマン、リスト)	8月1日	下通(紅蘭亭前)
6	Jazz Open 2024(ジャズコンサート)	10月5日	上通(紅蘭亭パビリオン・びぶれす広場) 下通(HAB@熊本・サティワン前) 三年坂(カリーノ下通テラス) 新市街(Denkikan前)
7	On the Corner (野村誠、吉森信のピアノコンサート)	10月13日	上通(熊本市現代美術館ギャラリー)
8	Great Composer Memorial(シヨパン)	10月17日	下通(紅蘭亭前)
9	On the Corner (3人アンデスのフォルクローレコンサート)	11月29日	三年坂(カリーノ下通テラス)

注1：Great Composer Memorialで示したカッコ内はコンサートで取り上げる作曲家の名前を指す。

注2：フォルクローレとは、ラテンアメリカにおける民族音楽を指す。

下通繁栄会での聞き取り調査およびSAPのホームページより作成。

よってマジックや曲芸などが披露されており、実質的に大道芸のイベントが復活したと捉えることもできる。なお、イベントの会場をみると、「Jazz Open」は商店街の複数街路で行われているが、それ以外は単一の会場である。その中で注目されるのが中華料理店「紅蘭亭」である。イベントが下通の二番街にある本店前で数回開催されているのははじめ、上通にある支店前も「Jazz Open」の会場になっている(第2図、第5表)。紅蘭亭の経営者であるC氏は音楽に造詣が深く、SAPの立ち上げに際して繁栄会の理事会において企画を提案したのをはじめ、実行委員長を務めている(STREET ART-PLEX KUMAMOTO 実行委員会編, 2023)。C氏のSAPに対する強い思いがイベント会場の選択にも影響を与えていると推察される。

さて、SAPの運営に際しては、前述した商店街組織以外の関係者として、商店街以外の会場

のひとつである現代美術館や、イベントの実施に欠かせないデザインや音楽、パフォーマンスに関する専門家などからなる外部人材は見逃さない。また、実務面では事務局がある熊本市の商業金融課や熊本商工会議所も関わっている。運営メンバーの所属先と活動期間の関係をみると、現代美術館や熊本市・熊本商工会議所のメンバーによる活動期間は商店街関係者や外部人材に比べると短い傾向にある(第6表)。その理由として人事異動に伴い、SAPの運営から外れる場合が多いことが考えられる。対照的に商店街関係者や外部人材の活動期間は長く、先述のC氏をはじめSAPの開始時から運営に携わるメンバーも多い。SAPにとって熊本地震やコロナ禍は、その活動を困難にしかねない深刻な出来事であった。そのような中、SAPは熊本地震の発生から1ヶ月後には音楽コンサートの再開や休館を余儀なくされた熊本県立劇場と共に

第6表 SAPを運営するメンバーの所属先と活動期間の関係（2023年）

運営メンバーの所属先	SAPの活動期間				
	20年以上	15～19年	10～14年	1～9年	計
商店街	8	2	3（1）	4（2）	17（3）
熊本市現代美術館				4（2）	4（2）
外部人材	3	4	1	2	10
熊本市役所・熊本商工会議所	1	3	4（2）	15（10）	23（12）
合計	12	9	8（3）	25（14）	54（17）

注1：カッコは2023年時点で活動から離れたメンバーの活動期間の内訳を示している。その中には1名、複数期間にわたって活動した方がいるが、それについては活動期間の合計で集計した。

注2：「外部人材」とは、デザインや音楽、パフォーマンスの専門家ならびにボランティアを指す。

注3：「商店街」とは、下通・上通・新市街・安政町・城見町の各商店街組織ならびに三年坂会場の関係者を指す。

STREET ART-PLEX KUMAMOTO 実行委員会編（2023）より作成。

市民参加のダンスパフォーマンスを企画するなど中心商業地を文化活動の場と位置づける姿勢を変えなかった。また、コロナ禍においては、会場で多くの人が集まらないように演奏ならびにパフォーマンスの時間短縮に務めたのははじめ、人の移動による感染拡大を防ぐために、出演者を九州の在住者に限定するなどの対策を施してきた（STREET ART-PLEX KUMAMOTO 実行委員会編，2023）。これまでの実績をふまえて、今後のSAPにおいて質の高い活動を維持させるためには、若手の人材を積極的に起用するなどの形で運営ノウハウの継承を図る試みが必要であると考えられる。

V おわりに

本研究では、熊本市の中心商業地における商業集積の特徴について、「商いの場」としての側面から大型店の立地再編と商業集積地区の動向を通じて商業活動の変化を示した上で、「賑わいの場」を目指して行われるまちづくりの取り組みについても明らかにした。

熊本市における大型店の立地は、1970年代まで鶴屋、大洋ならびに岩田屋伊勢丹といった百貨店が主導する形で中心商業地においてみられた。その後、1980年になると中心商業地に近い

大江地区においてダイエーが本店法の厳格な運用に基づく調整を経て出店をしたものの、1980年代まで郊外における大型店の立地は一部の食料品スーパーを除いてあまりみられなかった。その状況が一転したのは、本店法の運用緩和を契機に、はません、サンピアンといった店舗面積20,000㎡以上の大型店が郊外に相次いで出店した1990年代である。だが、商業活動の郊外化が進む一方、中心商業地では2000年代に鶴屋が複数の再開発事業への参加を通じて追加出店したことで規模を拡大させた。また、熊本市が郊外におけるイオンによるショッピングセンターの出店計画を不許可にしたことは、他の地方都市でみられるような中心商業地における商業活動の衰退を食い止め、結果として郊外との間で商業活動からみすみ分けがなされた点は注目に値するだろう。その後、2010年代に入ると、中心商業地では岩田屋伊勢丹から店舗を譲り受けて営業を続けた県民百貨店が桜町の再開発事業の影響を受ける形で閉鎖され、その跡地はサクラマチクマモトとして建て替えられた。他方、中心商店街である下通においても老朽化が進んだダイエーがあった建物が専門店ビルCOCOSAに建て替えられたが、「商いの場」としての性格は依然として保たれていることは熊本市内にある商業集積地区で最上位にある点

からも示された。しかし、商業活動をめぐる下通と郊外にある商業集積地区との格差は縮小している。加えて、熊本駅前にアミュプラザくまもとが開業するなど、中心商業地とその周辺で大型店の立地再編が急速に進んでいる。そのような中、下通が商業活動において従来通り郊外とのすみ分けを通じて優位な地位を維持できるか否かは、熊本市における中心商業地の方向性にも影響を与えるだろう。

「賑わいの場」の視点から中心商業地、とりわけ下通で展開されるまちづくりを検討すると、ハード面では2000年代におけるアーケードの改装や、2020年代のほこみち制度の活用からなる街路整備は、商店街を賑わいの場とするための基盤を作った点で大いに評価できる。そして、それらを活用したソフト面でのまちづくりでは、従来の商業振興にこだわらない形で多様なテーマのイベントを繰り返す繁栄会や連合協議会と、音楽やパフォーマンスといった文化に特化したイベントを商店街組織の青年部という仲間型組織と外部の専門家の協働で20年以上続けるSAPが大きな役割を果たしていることが確認できた。これらのアクターによるまちづくりは、先行研究で指摘された商業活動の衰退で人材不足に悩む地方中小都市とは異なり、商店街組織がもつ強固な基盤の下で展開されてきた点に特徴づけられる。また、SAPの運営に際して、熊本市や熊本商工会議所との協働がみられる点は、文化をテーマとしたまちづくりをめぐる公民連携の一端をあらわす貴重な事例といえる。

中心商業地が果たす役割について、太田(2021)は群馬県前橋市の事例から商業活動が「物販型商業」から「交流型商業」へ転換していると主張した。それをふまえて、熊本市の中心商業地における商業集積の特徴について大型店の立地再編とまちづくりの展開からまとめると、従来からみられる「物販型の商業集積」と様々なアクターによって行われるまちづくりで賑わいを保とうとする「交流型の商業集積」が併存する形で成立していると結論づけられる。

こうした考えは人口規模が大きく、商業活動において郊外とのすみ分けが可能な県庁所在都市における中心商業地のあり方を考える上でも参考になるだろう。

今回は大型店の立地再編に続ける形で中心商業地のまちづくりを説明しようとしたために調査対象を下通に限定し、上通で展開されているまちづくりに関する分析までは及ばなかった。今後は上通との比較を行うことで、熊本市の中心商業地が置かれた現状と課題を商店街のサイドから深く説明できるだろう。

付記

本研究を進めるに際して、下通繁栄会会長の猪毛尾彰宏様からは聞き取り調査にご協力頂きました。ここに厚く御礼申し上げます。本稿の前半は2024年3月の日本地理学会春季学術大会シンポジウム「生活を支える流通・サービスの協働空間」(青山学院大学)にて発表しました。

注

- 1) 本稿におけるまちづくりは、中心商業地を対象としたものであることをふまえて安倉(2024a)と同様に、渡辺(2014)による「地域商業の問題を中心に据えながら、経済的側面だけではなく、社会的・文化的側面を含めた地域コミュニティのあり方に関する構想ないし計画、およびそれらの実現に向けた地域住民を巻き込んだ運動や活動」の定義を採用する。
- 2) 「まちゼミ」とは、各店舗の経営者やスタッフが販売商品もしくはサービスの専門的な知識や技術について、あらかじめ予約の上で来店した顧客に体験をまじえた紹介を行うイベントを指す(内藤, 2017, 2021)。
- 3) 九州全域の都市人口をみると、第2位が北九州市が約93.9万人であるので熊本市の人口は第3位となる。
- 4) 残る中心市街地の地区は、「熊本駅周辺地区」「新町・古町地区」「熊本城地区」の3つで構成される(熊本市, 2024)。
- 5) 寿屋の創業は1947年大分県佐伯市で開業した雑貨

- 店に遡る。2001年12月に経営破綻した寿屋は「カリーノ」に社名を変更し、ショッピングセンターの管理運営を行う不動産業者に転業して現在に至る。三年坂にあった寿屋の店舗は専門店ビル「カリーノ下通」に業態転換して現存する。
- 6) 岩田屋伊勢丹の出店調整は、1956年に施行された第2次百貨店法に基づいて行われていた。同法では百貨店の新規開業に際して国の許可を得る必要があり、岩田屋伊勢丹による百貨店としての出店不許可はそれに先駆けた調整の結果であったと考えられる。
 - 7) 京都市で時計商を営んでいた鈴木弥三郎が創業した銀丁の経営は、再開業を目前にした1951年、中央紡績株式会社を営む池田重利に譲渡された。だが、同社は繊維不況の影響を受けて1954年に休業すると同時に銀丁の経営から手を引いた。銀丁は同年12月に大洋に買収された結果、同社の子会社となっていた(新熊本市史編纂委員会編, 1997)。
 - 8) 「今昔マップ on the web」を用いた地形図、地理院地図および空中写真の判読結果に基づく。
 - 9) 「日経M J (流通新聞)」2006年5月31日付による。
 - 10) ダイエーは首都圏および京阪神圏に店舗網を限定した上で、食料品スーパーの運営を行うイオンの子会社として営業を続けている。
 - 11) 熊本日日新聞ホームページ (<https://kumanichi.com/articles/1534006>, 2024年11月17日検索)。イオンに先駆けてビバホームは2024年11月、隣接地で専門店とシネコンを併設する施設である「グランパレット熊本」(2004年開業)も同年12月に専門店、2025年3月にはシネコンがそれぞれ閉鎖した。
 - 12) 熊本市役所ホームページ (https://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=5&id=22348&sub_id=1&fid=151969, 2024年11月18日検索)。
 - 13) 「熊本日日新聞」2014年5月30日付朝刊による。
 - 14) くまもと経済ホームページ (http://www.kumamoto-keizai.co.jp/content/asp/dejikame/dejikame_detail.asp?PageID=19&Knum=21213&PageType=top, 2024年11月18日検索)。
 - 15) 熊本市における中心商業地の変化を取り上げた先行研究である出家・吉村(2010)や山本(2015)は、商業活動の変化を捉える統計として『熊本市統計書』にある小学校区別の集計結果を利用していた。しかし、本研究では個々の大型店や商店街単位のデータが整備されている『商業統計表』と『経済センサス』の「立地環境特性格統計編」を分析に用いた。
 - 16) 熊本市は2008年に旧富合町、2010年には旧城南町と旧植木町を合併したことによって現在の市域が形成されている。そして、2012年に政令指定都市となった。
 - 17) J R熊本シティホームページ「アミュプラザくまもと2023年度概況について」(<https://www.jrkumamoto-city.com/assets/ea874ca-e3d9-4a48-99e5-bbc14f978e68>, 2024年10月10日検索)。
 - 18) 「県庁通繁栄会」においては大型店の立地はみられないにも関わらず、小売業年間商品販売額が売場面積に比して高い理由として、地区内に本社を置く眼鏡専門店チェーンD社の売上高が計上されていることが推察される。
 - 19) TMO (Town Management Organization: タウンマネジメント機関)とは、1998年に施行された旧中活法において、各市町村から出された中心市街地活性化基本計画に基づいて認定された活性化事業計画の企画調整と事業実施を行うところである(渡辺, 2023)。熊本市のTMOは熊本商工会議所に置かれていた。なお、TMOは2006年の中活法改正に伴って廃止され、その役割は中心市街地活性化協議会が担うこととなった。
 - 20) 国土交通省ホームページ「歩行者利便促進道路(ほこみち)一覧」(<https://www.mlit.go.jp/road/hokomichi/pdf/ichiran.pdf>, 2024年11月22日検索)。
 - 21) コロナ占用特例は2023年3月で廃止された。
 - 22) 下通繁栄会会長に対する聞き取り調査(2024年10月実施)に基づく。
 - 23) 下通繁栄会のホームページ (<https://shimotoori.com/koutsuiken>, 2024年11月25日検索)。
 - 24) 下通繁栄会会長に対する聞き取り調査(2024年10月実施)に基づく。
 - 25) 下通繁栄会のホームページ (https://shimotoori.com/category/event_report/higonotsuritemari, 2024年11月25日検索)。
 - 26) ゆかたまつりでは、ゆかたのレンタルは行っていない。
 - 27) 2022年9月まではSTREET ART-PLEX KUMAMOTO実行委員会編(2023)、それ以降はSAPのホームページ (<https://artplex.jp/>, 2024年11月25日検索)を基に集計した。

文献

- 石川琢也・溝上章志・円山琢也 (2012)：武蔵ヶ丘団地の開発経緯と Old New-town 問題の実態，および意識に関する基礎調査. 土木計画学研究・講演集 45 (ROMBUNNO201)：1-10.
- 伊藤健司 (2007)：市場の多様化と商業立地の多様化. 林 上編『現代都市地域の構造再編』51-80. 原書房.
- 伊藤健司 (2013)：大型ショッピングセンターの立地多様化と出店用地. 土屋 純・兼子 純編『小商圏時代の流通システム』195-213. 古今書院.
- 太田悠文 (2021)：群馬県前橋市における中心市街地の変容. 地域学研究 (駒澤大学) 34：33-49.
- 岡部達明 (2012)：熊本市中心商店街の発展過程に関する研究. 日本建築学会九州支部研究報告51：729-732.
- 川野訓志 (2016)：地方自治体における出店規制について—熊本県中規模店条例を手がかりとして—. 専修ビジネス・レビュー11(1)：31-38.
- 川野訓志 (2019)：九州における小売業の位置づけについて—出店規制との関連で—. 専修大学商学研究 所報49(2)：1-22.
- 草野 厚 (1992)：『大店法経済規制の構造—行政指導の功罪を問う—』日本経済新聞社.
- 熊本市 (2024)：『熊本市中心市街地活性化基本計画 (第2回変更)』熊本市 (https://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=5&id=806&sub_id=37&fid=412211, 2024年11月14日検索).
- 寿屋創業40周年記念事業実行委員会 (1988)：『獅子王の如く—寿屋40年の歩み—』寿屋.
- 駒木伸比古 (2010)：徳島都市圏における大型店の立地とその地域的影響—大型店の出店規制に着目して—. 地理学評論83：192-207.
- 駒木伸比古 (2011)：大店法末期における地方都市郊外へのショッピングセンター出店プロセスの検討—自治体・企業・地元小売業者の行動を通じて—. 観光科学研究 (首都大学東京) 4：29-38.
- 駒木伸比古 (2016a)：商店街を場としたまちづくり活動. 根田克彦編『地域づくり叢書第5巻 まちづくりのための中心市街地活性化—イギリスと日本の実証研究—』79-90. 古今書院.
- 駒木伸比古 (2016b)：豊橋市中心市街地における市民主導型まちづくり活動の展開—『とよはし都市型アートイベント sebone』を事例として—. 地域政策学ジャーナル (愛知大学) 5(2)：19-35.
- 駒木伸比古 (2024)：大型商業施設を通じてみる福岡. 地理69(5)：18-27.
- 新熊本市史編纂委員会編 (1997)：『新熊本市史通史編 第八巻 現代Ⅰ』熊本市.
- 新熊本市史編纂委員会編 (2000)：『新熊本市史通史編 第九巻 現代Ⅱ』熊本市.
- 寿崎 肇 (2001)：『ありがとう寿屋—寿崎肇ものがたり—』熊本日日新聞社.
- 千葉昭彦 (2012)：『都市空間と商業集積の形成と変容』原書房.
- 千葉昭彦 (2024)：商業集積. 阿部和俊編『日本の都市地理学研究』155-167. 古今書院.
- 坪田幸治 (2001)：農村地域における大規模商業集積が地域経済に及ぼす影響—青森県柏村を事例に一. 経済地理学年報47：121-133.
- 鶴屋百貨店 (2002)：『鶴屋五十年史』鶴屋百貨店.
- 鄭 一止・辻原万規彦 (2019)：旧三菱重工熊本航空機製作所の社宅街における土地利用の変遷に関する研究—熊本市健康エリアを対象として—. 都市計画 論文集54(3)：569-576.
- 出家健治・吉村純一 (2010)：岐路に立つ熊本市の中心市街地小売業とまちづくり—新幹線開通を目前にして—. 熊本学園大学付属産業経営研究所編『グローバル化する九州・熊本の産業経済の自立と連携』115-137. 日本評論社.
- 東洋経済新報社編 (2023)：『全国大型小売店総覧 2024』東洋経済新報社.
- 内藤 亮 (2017)：岡崎まちまぜミにみる地方都市中心商店街の再生の取り組み. 新地理65(3)：51-68.
- 内藤 亮 (2021)：商店街活性化事業としてのまちまぜミの全国の特徴とその課題・可能性. 新地理69(3)：17-35.
- 難波田隆雄 (2006)：企業合理化に伴う企業城下町の中心商業地の変容—兵庫県相生市を事例として—. 地理学評論79：355-372.
- 箸本健二 (2011)：変わる流通・多様化する流通. 地理56(2)：22-29.
- 箸本健二 (2014)：大型店のスクラップ・アンド・ビルドと中心市街地への影響. 山川充夫編『日本経済と地域構造』154-172. 原書房.
- 箸本健二 (2016)：中心市街地の大型店撤退問題. 根田克彦編『地域づくり叢書第5巻 まちづくりのための中心市街地活性化—イギリスと日本の実証研究—』76-78. 古今書院.

- 林 上 (2001) : 岐阜県土岐市における伝統的商業地区の衰退とその対策. 情報文化研究 (名古屋大学) 13 : 67-83.
- 藤井 正 (1991) : 地方都市における大規模小売店舗の立地展開—生活行動の変化との関連から—. 人文学論集 (大阪府立大学) 9・10 : 1-20.
- 松岡恵悟 (2001) : 松山市における近年の大型スーパーの立地動向からみた商業地域の変容. 季刊地理学 53 : 127-131.
- 武者忠彦 (2007) : 地方都市のまちづくりとガバナンス. 地理科学62 : 147-160.
- 両角光男 (2006) : 熊本市中心商店街—マチの素材を活かす地域連携とソフト対応—. 矢作 弘・瀬田史彦編『中心市街地活性化三法改正とまちづくり』209-217. 学芸出版社.
- 安倉良二 (2021) : 『大型店の立地再編と地域商業—出店規制の推移を軸に一』海青社.
- 安倉良二 (2024a) : 中心商業地とまちづくり. 阿部和俊編『日本の都市地理学研究』563-576. 古今書院.
- 安倉良二 (2024b) : 商業地理とフィールドワーク. 経済地理学会編『経済地理学事典』412-413. 丸善出版.
- 山川充夫 (2004) : 『大型店立地と商店街再構築—地方都市中心市街地の再生に向けて—』八朔社.
- 山本耕三 (2015) : 熊本の中心商業地. 山中 進・鈴木康夫編『熊本の地域研究』215-229. 成文堂.
- 山本耕三 (2018) : 熊本地震と商業. 伊東維年・鹿嶋洋編『熊本地震と地域産業』119-132. 日本評論社.
- 與倉 豊 (2024) : 鹿児島市の中心市街地における商業系再開発の展開と公民連携—鹿児島中央駅地区と天文館地区の比較から—. 地理科学79 : 33-50.
- 吉田 護・梶谷義雄 (2019) : 地域核店舗の被災影響に関する実証分析—熊本市健軍商店街の事例を通じて—. 土木学会論文集 D3 (土木計画学) 75(5) : 251-258.
- 米浜健人 (2010) : 旧まちづくり三法下における地方都市中心市街地活性化の実情と課題—栃木県足利市を例として—. 早稲田大学教育学部学術研究地理学・歴史学・社会科学編58 : 75-94.
- 渡辺達朗 (2014) : 『商業まちづくり政策—日本における展開と政策評価—』有斐閣.
- 渡辺達朗 (2023) : 『流通政策入門 (第5版)—市場・政府・社会—』有斐閣.
- STREET ART-PLEX KUMAMOTO 実行委員会編 (2023) : 『STREET ART-PLEX KUMAMOTO 実

行委員会20周年記念誌』STREET ART-PLEX KUMAMOTO 実行委員会.