

1. 店舗数や業種構成などの変化

(1) 店舗数が減少

大街道、銀天街は松山市の中心部の一番町から松山市駅まで続く、L 字形をした商店街である（図 1）。両端にある百貨店とともにファッション衣料やファッション雑貨が多い中央商店街である。

店舗数は、1989 年（調査月は不明）355、2001 年（4 月）364、11 年（2 月）317 と、89 年に比べて 01 年は 9 店増加し、その後 47 店減少している。



表1

大街道・銀天街の業種別店舗数（単位：店）

業種	89年	01年	11年
飲食	49	51	54
食品	19	14	14
ファッション衣料	115	102	77
ファッション雑貨	36	41	39
生活雑貨	28	26	17
高級品	11	11	14
ビューティ・ヘルス	26	33	37
レジャー・カルチャー	13	29	19
趣味	25	23	20
その他	19	30	23
大型店	4	4	3
合計	345	364	317

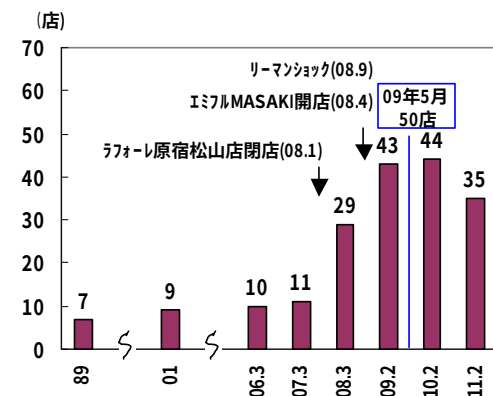
IRC 調べ、調査時点は 89 年は不明、01 年は 4 月、11 年は 2 月、以下同じ

(2) ここ 3 年間に空き店舗が増加

01 年から 11 年にかけて空き店舗数が増加している。空き店舗数は、89 年から 07 年頃までは 10 店程度であったが、08 年 1 月の大街道一番町口にあった「ラフォーレ原宿・松山店」の閉館、4 月の郊外型 S C「エミフル MASAKI」のオープン、9 月のリーマンショックによる一時的な消費の落ち込みなどの影響を受け、09 年には空き店舗数は 40 を超えている。その後減少したものの、現在も 30 以上ある（図 3）。ただし、1 階に限れば、空き店舗数は 20 台で推移している。

空き店舗が増加した要因は、経営不振による廃業や、全国展開するファッション店の倒産による店舗の閉鎖などである。空き店舗が増えていものの、店舗の面積、構造、家賃等が出店者の希望に合わないことなどもあり、すぐに空き店舗が埋まるといった状況にはないようだ。

図2 大街道、銀天街の空き店舗数の推移



（※まちづくり松山、IRC調べ）

(3) 最近の出店数

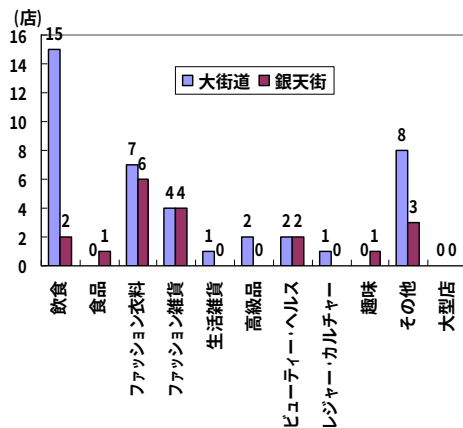
～2 年間に 59 店舗が新規オープン～

08 年 11 月から 11 年 2 月のおよそ 2 年間の出店状況をみると、この間 96 の空き店舗などに、59 店が新たにオープンしている（図 4）。

オープンした業種の内訳は、飲食 17、ファッション衣料 13、ファッション雑貨 8、ビューティ・ヘルス 4 と、飲食とファッション関

連が多い。特に、大街道では飲食が 15 店と、多数出店している。

図 3 大街道、銀天街の最近2年間の出店数



IRC調べ、調査期間は平成20年11月～23年2月

2. 業種構成の変化

～ファッション衣料が減少、飲食、ビューティ・ヘルスが増加

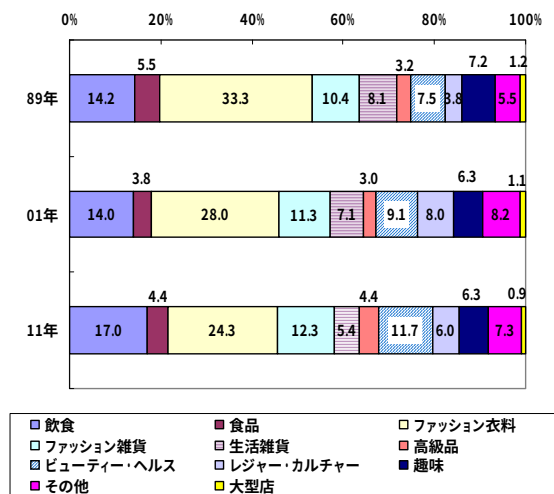
89 年、01 年、11 年の業種の構成割合は、図 4 のとおりである。

11 年の上位 3 業種は、ファッション衣料、飲食、ファッション雑貨であり、89 年、01 年と変わっていないが、構成割合はファッション衣料が低下し、飲食が上昇している。89 年にはファッション衣料とその他の業種で構成割合に大きな開きがあったが、現在ではファッション衣料、飲食、ファッション雑貨の構成割合の開きが小さくなっている。

また、11 年現在営業中の 317 店を、それぞれについて 01 年時点の業種と比較してみると、約 47%に当たる 150 店舗の業種が変わっている。大街道、銀天街別にみると、銀天街で約 50%、大街道で約 45%となる。同じように、89 年から 01 年の間の変化をみると、銀天街で約 40%、大街道で約 53%の店で業種が変わっており、消費者ニーズに対応して変化している様子がうかがえる。

図 4

大街道・銀天街の業種別店舗数の構成割合



3. その他の特徴的な動き

(1) 全国チェーン店が目立つ

業種を問わず、全国展開するチェーン店の進出が続いている。特に、ドラッグストア、コーヒー店などの飲食店、靴店や雑貨店のほか、携帯電話ショップの出店も多く、松山市内に複数店を出店するなかの 1 店として出店するケースが目立っている。テレビ CM で見慣れた看板が目につくようになってきている。

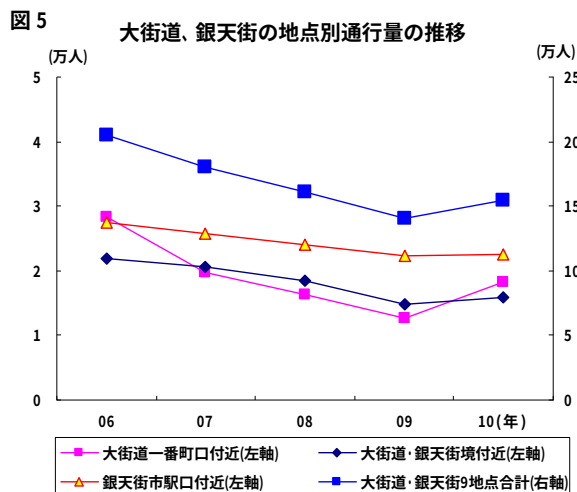
また、チェーン店などの進出が進むなかで、テナント店舗の割合は、01 年当時、大街道で約 70%、銀天街で約 65%であったものが、さらに高まったようであり、大街道で 8 割近く、銀天街でも 7 割近くとなっているようだ。

(2) 商店街内の地区間で通行量の差が拡大

商店街全体の通行量が減少するなかで、商店街の地区によって通行量に差が生じている。06 年から 10 年の通行量をみると、図 5 のように、銀天街市駅口付近の通行量の減少割合が小さいが、大街道一番町口付近は、10 年は前年を上回ったものの、06 年からの減少幅が大きい。また、大街道と銀天街の境付近は、もとも通行量が少ないうえに減少しており、10

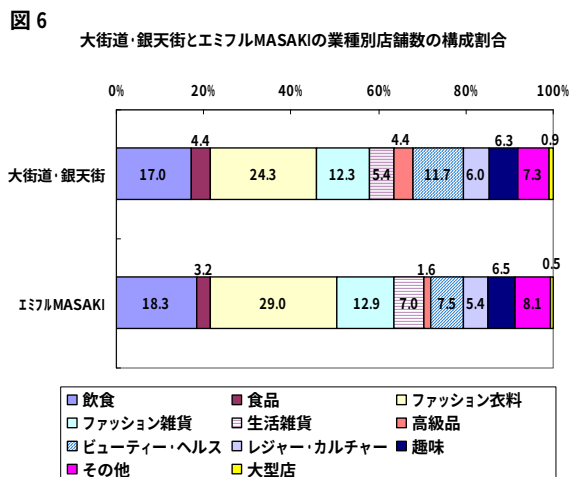
年には銀天街市駅口付近の 7 割程度の通行量となっている。

通行量に差が生じていることもあり、大街道にあった店が銀天街に移転するなど、商店街内での店舗の移転も見られる。特に、携帯電話ショップで目に付くようだ。



(3) 郊外型 SC と似た店舗構成

松山の中央商店街は、2008 年 4 月にオープンした大型 SC「エミフル MASAKI」に大きな影響を受けたと言われる。その SC と店舗構成を比較すると、商店街はビューティ・ヘルスのウェイトが高く、SC はファッション衣料のウェイトが高いものの、似通った店舗構成となっている (図 6)。商店街周辺の店舗数を把握



していないため、商店街とその周辺を含めたファッション衣料店の総数はわからないが、商店街、SC ともにファッション衣料を中心に比較的若い女性客を対象としているためと思われる。

4. 今後期待される取り組み

大街道、銀天街商店街が今後ともその魅力を維持していくためには、商店街への事業者の進出を促すことが求められよう。新規出店を容易にするためには、店舗の賃貸料や出店のための経費等の軽減といった対策などが考えられる。新たな事業者の進出が活発に行われることで、商店街にとっても新たな顧客を獲得できる可能性があるため、土地・建物の所有者、管理者、経営者といった当事者だけでなく、まちづくり会社や商店街関係者が一緒になって話し合い、取り組むことが期待される。

また、今後中心市街地に居住する高齢者等が増加することも予想されるため、近隣住者や高齢者向けのサービス・品揃え・事業展開を新たに行う事業者が増えるものと思われる。今ある業種に加えて、新たな業種が加わることによって、様々な消費者のニーズに応えることができる商店街に変わってほしいものである。