

平成 30 年 6 月 11 日現在

機関番号：12601

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K00681

研究課題名(和文)ホスピタリティ・デザインを用いた商店街・観光地の活性化方策

研究課題名(英文)Activation plan of a shopping area and a tourist spot using the hospitality design

研究代表者

堀 繁 (Hori, Shigeru)

東京大学・アジア生物資源環境研究センター・教授

研究者番号：90143403

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,500,000円

研究成果の概要(和文)：誰でもプラスに評価するホスピタリティ表現を商店街等の整備に使うため、本研究はそれを「ホスピタリティ・デザイン」に整理し活性化方策として構築することを目的とした。商店街を、公共空間と沿道商業施設とに分け、それぞれについてホスピタリティ表現を型として整理した。また、建物よりも演出の設置物の方がより客の評価に効き、従ってコストのかかる建物ではなく低コストの演出物の整備が重要と言えるなど、様々な知見を整理した。商店街の活性化戦略では建物ではなく店前演出に焦点を絞り、多くの店が高質のホスピタリティ表現により演出をすることが重要で、それには各演出物について質の見極めが重要であることがあらためてわかった。

研究成果の概要(英文)：To use the hospitality expression estimated in a plus for the maintenance by which it's for a shopping area, this research had for its object to reduce that to "the hospitality design" and build as an activation plan. A shopping area was shared with a public space and a route commercial establishment and a hospitality expression was put in order as the style about each. Such as it could be said that maintenance of a low-cost production thing, not the building where the installation thing of production is more effective in the value of the visitor, is based and costs a lot of money was more important than a building, various knowledge was put in order. It was important many stores narrowed their focus on production not a building, but in front of the store by an activation strategy in a shopping area, and to do production by a high quality hospitality expression, and I found out once more that an assessment of the quality is important to that about each production thing.

研究分野：景観工学

キーワード：ホスピタリティ・デザイン ホスピタリティディベロップメント 景観デザイン 商店街活性化

1. 研究開始当初の背景

地域を支えてきた全国の商店街の多くが集客に苦戦している。客が減れば売上げも減り、その結果地域経済は衰退し、さらには若年層の流出、高齢化、店舗減少など地域の大きな問題につながる。

集客苦戦の要因は様々あるが、集客地自体が魅力的でないということも大きな要因で、一言で言えば「行っても楽しくない」のだが、まちで目につくのは「道路」と「店舗を中心とした沿道建物であるから、楽しくないのは道路と店舗であると言える。中央にあって広く目立つ道も重要だが、来訪者の関心はより店にあるので店舗も重要である。

以上を基に、あらためて人気商店街の街並を見てみると、2階は殺風景だが店前はスペースを大きく取ってそこに置き看板、商品サンプル、緋毛氈敷きの縁台や吊下げ旗などの設えを豊かに入れてもてなしの演出をしていることが分かる。対して集客していない商店街では、屋根など建物上部には気を使っているものの、店前は殺風景でもてなしの設えがほとんどない。両者の魅力の差は歴然である。街並を構成する個々の店を見て、店前に何の演出もない地方都市の店舗と、店前にベンチ、花鉢、看板などの設置物を置いてもてなしを表現している店舗とではやはり魅力の差は歴然である。これでは設置物少ない商店街や店舗を人が楽しくないと思うのも無理はなく、そうであれば人は来なくなり、街が疲弊するのも理解できる。

このように、商店街のまちの魅力が沿道店舗の「建物」だけではなく「店前の設え」でも決まるとすれば、それは建替えを必要とせず、すぐにもどこでも作れる可能性を持つだけ、疲弊した商店街の活性化ツールに「なりうると考えられる。この公共空間や店前の「設え」をホスピタリティ表現と捉え、これを形にするホスピタリティ・デザインを構築することが、商店街整備で重要と見えてくる。

2. 研究の目的

商店街においてホスピタリティ表現を整備で使うためには、ホスピタリティ・デザインという形に構築する必要がある。

また、ホスピタリティ表現が魅力となるのかも確認しなければならない。まち歩き体験から感覚的にはわかる公共空間や店前の設置物の効果を、本当にそれが公共空間や店の魅力に繋がるのかを論理的に整理しておく必要がある。

そこで本研究は、全国の苦戦する商店街への貢献を目指して、ホスピタリティ・デザインを整理し、型ごとのデザイン原則を整理し、また、店舗店前に設置物を置くという簡便な方法が店の魅力となるのかを既存知見の援用から整理し、ホスピタリティ・デザインを用いた商店街のまちづくり方策を構築・提案しようとするものである。

地域、商店街、店舗などの活性化に資する

べく、全国の成功例¹⁾や試み²⁾⁻⁴⁾の分析や提言⁵⁾はさまざまおこなわれているが、仕組みづくりなどいわゆるソフトの事例やアイデアが多く、商店街再整備⁶⁾や店舗改修⁷⁾のようなハード系で地域活性を論じた研究は少ない。ハードは物が残って効果は続くが費用がかかってどこもが参考にできるものではなく、対してソフトは費用は安くすむがものが残らず一過性で終わるか、やり続けなければならないという問題を抱える。本研究は、「店前設置物」という、「目に見える」という意味ではハードだが費用は安く、「置くだけの取組み」という意味ではソフトだが後に残るといふ、いわばハード・ソフトの良いところを持つ中間を取り上げ、それを地域活性のツールと捉えようとしたものである。

店前という、どうしても建物ファサードの話になり、店の活性化にとって重要な「入りやすさ」とファサードの関係に関する研究⁸⁾⁻¹³⁾は多い。また、店前道路と店舗との関係に着目した研究¹⁴⁾⁻¹⁶⁾も多いが、店前を空間として捉えた研究^{17),18)}は少ない。さらに、その空間に置かれる設置物となると、着座装置^{19),20)}くらいしかなく、しかもこれらは現況分析研究がほとんどであり、整備に直接役立つものではない。

3. 研究の方法

多客地と少客地の商店街の比較観察とホスピタリティ表現の事例収集のために現地調査をおこなった。

収集した事例は手持ちの事例と合わせて整理し、店舗店前と道路のそれぞれについてホスピタリティ表現のタイプ分類をおこなった。

整理されたホスピタリティ表現をもとに、ホスピタリティ・デザイン原則を整理した。

商店街活性化に資する提案となるよう、わかりやすく全体をまとめた。

4. 研究成果

(1) 商店街の空間を、公共空間（道路や広場・公園）と沿道商業施設とに大きく分け、それぞれについて、ホスピタリティ表現を型として整理した。道路では、非直線道路型、ゲシュタルト舗装型など、広場では周辺一体型、地域資源視点場型などが重要な型として抽出された。沿道商業施設では、壁面非拒絶型、デッキ設置型などが、同様に重要な型として抽出された。

(2) 商店街を観察し、様々な知見を整理した。客は公共空間よりも沿道店舗に、より惹かれることがわかった。

また、店前に客を迎える設えとして置かれるベンチ、花鉢、看板の3種の種類数と総数が多い方が、評価が高いことがわかった。これらはホスピタリティ表現である。しかも、建物の評価よりも演出による設置物の数の方がより評価に影響を与える。したがって、

コストのかかる建物に手を付けるのではなくよりコストの低い演出物をしっかりやるのが重要と言えるが、市町村や商工会議所、商店組合などは、店前よりも建物が重要と思いつている人が多く、様々な誤謬の要因となっている。同じ店前演出をすれば建物が立派な方が演出効果は高いが、建物が立派であるということは必ずしも評価につながらないのであり、店前に何の工夫も配慮もなければ、建物が立派でも駄目なのである。

設置物を置くことができる店前空間はもちろん重要で、店前空間は狭いよりも広く取ってある方が評価は高い。これは店前が広ければ様々な演出ができ魅力を付けることができるという事である。しかし、苦戦する多くの商店街では建物は敷地境界いっぱい建てられ店前空間は殆どない場合が多い。この改善は個々の店舗ができるものではなく、行政などによって抜本的な対策が必要といえる。

演出や演出物の質は当然重要で、疲弊した店舗の活性化は、店前設置物によっても果たせる可能性がある。人を誘うには店前設置物もホスピタリティ表現の質が相当に高くないとならない。しかし、数値化の難しい「クオリティ」は行政にはなかなかなじまないで、まちづくり施策になり切れず、それが多くの商店街の疲弊の一因と考えられる。

(3) 売上げ = 客数 × 客単価であり、客数 = 通りを通る人数 × 立寄率である。通りを通る人数、客単価が同じとすると、売上は店への立寄り率の影響を受けることとなる。

店前のホスピタリティ表現の魅力が高く立寄ってみたいと思う店か、立寄ってみたいと思わない店かで、売上に差が付く。

店舗の集合が商店街であり町であるので、商店街全体、町全体の経済にも店前のホスピタリティ・デザインが影響するというのである。

(4) 公共空間についても、ホスピタリティ表現の有無や量が集客に影響することがわかった。

(5) 商店街の活性化戦略としては建物ではなく店前演出に焦点を絞り、すべての店(できるだけ多くの店)が高質のホスピタリティ表現によって演出をすることが重要である。そのためには各演出物について質の見極めができ、店前全体でも質がチェックできる人材の確保はやはり不可欠と言える。

引用・参考文献

- [1] 佐藤 茂幸(2012)「商店街再生における成功要因の研究：大月市社会実験における軽トラック市事業の考察より」地域活性研究 3, pp231-240
- [2] 黒畑 誠(2013)「大型店に依存する地域での商業振興策に関する一考察：北海道釧路町の事例から」地域活性研究 4, pp 209-216
- [3] 山岸 芳夫・宮川 哲也・上野 修平(2010)「地域 SNS を通して大学周辺の店舗活性化を目指す産官学プロジ

エクト「CirKit」地域活性研究 1, pp 261-267

[4] 二宮 雅也(2011)「健康」をテーマとした商店街活動の再活性化への取り組み：北海道稚内市中央地区商店街を事例として(地域再生への道：3.11大震災後の地域づくり)」地域活性学会研究大会論文集 3, pp 113-116

[5] 住吉 廣行(2009)「産・官・学の連携で若者に魅力溢れる地域づくりを(今、求められる「地域力」とは)」地域活性学会研究大会論文集 1, pp19-22

[6] 稲垣 達也・松浦 健治郎・浦山 益郎(2011)「彦根市本町地区「四番町スクエア」における居住機能を維持した商店街再整備に関する研究 その2：商業者・居住者に与えた効果の実態(商業集積地の変容,都市計画)」学術講演梗概集 pp147-148,

[7] 吉田 麻里・兼田 敏之(2007)「観光型商店街における活性化に関する研究：愛知県豊川地区を対象として(中心市街地活性化(1),都市計画)」学術講演梗概集. F-1, pp143-144

[8] 周 韜・鶴飼 哲矢(2012)「駅前商店街における路面店舗の地上階ファサードに関する考察：ファサードの虚实構成とその内部機能の関連性 その1(都市計画)」日本建築学会研究報告 pp541-544

[9] 樋渡 郁子・大井 尚行・高橋 浩伸(2010)「商業施設内における物販店舗デザインと「入りやすさ」に関する研究(空間認知・印象,環境工学 I)」学術講演梗概集 pp139-140

[10] 井上 勝雄・藤井 忠夫・原田 実穂・中川 亮(2009)「区間分析とラフ集合を用いた店舗デザインの調査分析と提案：入りたく・入りやすい洋菓子店を事例として」デザイン学研究 56(3), pp21-30

[11] 井上 勝雄(2007)「店舗デザイン戦略 感性工学から導く入りやすい美容院の条件(業界研究特集 お客が集まる美容院経営の方程式)」商業界 60(12), pp98-101

[12] 内田 彩季・大井 尚行・高橋 浩伸 [他](2014)「小規模飲食店の「入りやすさ」と店舗内の居心地に関する外観デザインからの評価」日本建築学会研究報告.九州支部.日本建築学会九州支部 編 (53), pp113-116

[13] 齊藤 健悟・佐野 友紀・畠山 雄豪・菊池 雄介(2013)「通りに接する物販店舗ファサードの建築的要素と店舗の周辺状況が回遊行動者の「入りやすさ」「入りたさ」に与える影響(施設評価,環境工学 I, 2013年度日本建築学会大会(北海道)学術講演会・建築デザイン発表会)」学術講演梗概集 2013(環境工学 I), pp35-36

[14] 鳥居 昂志郎・山中 新太郎・森實 幸子(2009)「商品等のあるれ出しに着目した商店街の賑わいに関する研究(商業地街路空間,都市計画)」学術講演梗概集. F-1, pp669-670

[15] 佐藤 敦・有馬 隆文・萩島 哲 [他]・坂井 猛(2004)「店舗の構えの特徴と商店街の魅力に関する研究」日本建築学会計画系論文集 (582), pp87-93

[16] 佐藤 敦・有馬 隆文・萩島 哲・坂井 猛(2003)「店舗の構えの特徴と商店街の魅力に関する研究：西新商店街におけるケーススタディを通して(街路景観と空間構成,都市計画)」学術講演梗概集. F-1 pp267-268

[17] 青柳瑞恵・堀繁 (1996), 「東京におけるオープンカフェの立地とデザインに関する研究」,日本都市計画学会学術研究論文集, No31, pp223-228

[18] 土田淳一・横張真 (2001), 「接道部開放型飲食店舗における境界デザインと前面道路の関係の解明」,

日本都市計画学会学術研究論文集, No36, pp751-756

[19] 李潤貞・西出 和彦(2008)「商店街店頭における縁台・ベンチ・椅子の働きに関する研究(第14回大会発表論文)」MERA Journal=人間・環境学会誌 11(1), pp45

[20] 勝又 亮・小林 茂雄(2007)「店舗前面におけるベンチが着座行動に与える影響(第13回大会発表論文)」MERA Journal=人間・環境学会誌 10(2), pp27

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計 0件)

〔学会発表〕(計 0件)

〔図書〕(計 0件)

〔産業財産権〕

出願状況(計 0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計 0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

(1)研究代表者

堀 繁 (Shigeru Hori)
東京大学アジア生物資源環境センター・教授
研究者番号：90143403