

地方小都市における地域連携型商業施設と地域との繋がり方に関する研究 - 特性の異なる 3 事例を対象として -

RESEARCH ON HOW "COMMUNITY-LINKED COMMERCIAL FACILITIES" IN SMALL REGIONAL CITIES CONNECT WITH THE LOCAL COMMUNITY

-Three cases with different characteristics-

佐倉研究室 21W5004A 磯部聖太

Sakura Lab. 21W5004A Seita ISOBE

キーワード：
商業施設，地方小都市，地域連携

Keywords:
Commercial Facilities, in Small Regional Cities, Community-connected

Commerce in small regional cities has experienced a decline in existing commerce due to the suburban expansion of large commercial facilities. Challenges in small regional cities include the decline of social sustainability. While these are general issues, solutions differ from region to region. This study aims to clarify how facilities and communities are connected in terms of both the facility's connection to the community and events, and to obtain suggestions for solving these issues, using three cases of community-connected commercial facilities in small regional cities.

1. はじめに

1-1. 研究の背景と目的

地方小都市¹⁾における商業は、1994 年大規模小売店舗法の改正により大型商業施設の郊外進出が進み、1990 年代以降厳しい競争の下に置かれてきた。ロードサイド型の大型商業施設の台頭や²⁾ 商業施設間の競争激化などにより、中心市街地のシャッター通り化とそれに伴う既存の商業の縮小・衰退が進行し、地方小都市の構造に大きな変化が巻き起こった。³⁾ こうした地方小都市における商業の衰退の背景の要因の一つとして、地方小都市の商業が大都市との比較において異なる特質を持っている点が指摘されている。⁴⁾ 大都市・中都市における中心商業地が商業集積や交通発達の観点から都市再生への条件に比較的恵まれているのに対し、地方小都市は郊外地域や周辺の大都市に商圏を奪い取られている。そのため、商業の活性化において困難に直面している。⁵⁾ このような中、地方都市における少子高齢化・人口減少といった社会状況で、「まち・ひと・しごと創生法」⁶⁾ が 2014 年に制定され、地域活性化の必要性が重視されている。このような現状に対して各方面において地域活性化を目的とした商業施設（以下地域連携型商業施設⁷⁾）の整備が行われてきた。⁸⁾

このような商業施設⁹⁾ が立地する地方小都市の特有の地域課題として、担い手不足や地方経済・社会の持続性の低下などが挙げられる。¹⁰⁾ 一般的な地方小都市における課題とされているが、各地域特性は異なり、地域課題に対応する商業施設を介した地域活性化や地域課題解決の手法や解決ビジョンは多様であると考えられる。

そこで本研究では、地域連携型商業施設を対象として、その特性と地域との繋がり方を明らかにする。本研究が各々の地方小都市における今後の商業施設のあり方を再考する手掛かりになることを期待する。

1-2. 研究の位置づけ

地域連携型商業施設についての研究は少ないものの、岩井ら¹¹⁾ と須藤ら¹²⁾ の研究が挙げられる。岩井らの研究では、施設の設計に住民ワークショップを取り入れた手法の設計プロセスと経営状況と施設での活動と概要についての運営状況を示している。また須藤らの研究では、利用者へのヒアリング調査と行動調査から市民の施設利用の実態を明らかにしている。しかし整備のプロセスと運営、利用者に行動特性に視点を当てたものであり、施設に関わる地域事業者・組織と

の繋がり方の視点で欠けている。また複数事例を地域との繋がり方の視点で論じたものはない。研究対象を広げて大規模商業施設の研究に着目すると、施設の立地や空間構成について、山道ら¹³⁾、吉村ら¹⁴⁾、玉那覇ら¹⁵⁾ 多様な視点で研究が行われている。しかしながらこれらの研究はこれらはハード面を体系的に分析した研究が大半であり、ソフト面について論じたものは少ない。管見の限り、ソフト面についての論文は唯一網代ら¹⁶⁾ が挙げられる。しかしながらこの研究では、運営の仕組みと資金面に焦点を当てた経営状況について論じられているのみであり、地域との関係性という視点が欠けている。また首都圏や郊外を対象としており、地方小都市の商業施設のみを扱った研究はない。以上より、本研究は地方小都市の地域連携型商業施設を施設と繋がると地域とのつながりとイベント両面から施設と地域との繋がり方を明らかにする。

1-3. 研究の対象

調査対象として、地方小都市の地域連携型商業施設である①農業交流拠点トレッタみよし、②複合商業施設オガール、③複合商業リゾート施設 VISON を対象とする。

地方小都市における大型商業施設の種類、立地、規模を SC 白書におけるショッピングセンターの分類を参考に分類した。（図 1 参照）3 事例の種類、立地、規模を図 2 に示す。トレッタみよしは地域施設 / 郊外型 / ネイバーフット型、オガールは、複合施設 / 駅周辺型 / リージョナル型、VISON については複合施設 / ロードサイド型 / スーパーリージョナル型であり、異なるタイプごとの分析が施設の特性と繋がり方の共通点や相違点などを明らかにすることができる。背景に記載した商業施設の動向を踏まえると立地や規模の異なる複合施設と地域施設をケーススタディとして選定した。

1-4. 研究の方法と構成

本研究では、対象施設について、現地調査と施設に関わる運営者・計画者・利用者・テナント経営者に対してヒアリング調査を中心に、文献・地図資料分析を併せ研究を行った。尚、地域連携型商業施設の分析の視点を「ヒト・モノ・コト」に絞って、地域との繋がり方を分析する。

2 章においては、対象とする 3 事例について文献調査・ヒアリング調査・現地調査から基本情報を整理し、施設の特性を把握し、3 事例の共通点と相違点を明らかにする。

3～5章では、1事例ずつ地域との繋がりをヒト・モノ・コトの三つの視点から整理・分析し各施設の地域との繋がり方を把握する。

6章では、3事例を並列しそれぞれの共通点や相違点を明らかにし、ヒト・モノ・コトにおいて、地域連携型商業施設がどのように地域との地域との繋がりを持っているか明らかにする。

2. 対象地域連携型商業施設 3 事例の特性

ヒアリング調査、文献調査、対象施設 HP 調査により明らかになった施設の特性について図 3 に示す。

2-1. 概要

1) トレッタみよし

人口 4.9 万人の広島県三次市に行政によって農業生産力の強化と販売力促進を目的に 2015 年に整備された商業施設である。施設として農業販売力向上と産直販売所での生産者の商品の直接持ち込みと回収が特徴の一つである。

2) オガール

人口 3.3 万人の岩手県紫波町に公民連携手法によって 2012 年から整備された複合商業施設である。商業による集客ではなく、消費を目的としない人を集める空間づくりが実現されている。

3) VISON

人口 1.5 万人の三重県多気町に民間企業によって 2021 年に整備された商業リゾート施設である。三重県の産物を生かすことや施設での取り組みによって地方創生に取り組んでいる。

2-2. 施設の配置の特徴

1) トレッタみよし

単一の建物の中心に産直販売所を設けており、その周辺にキッチンスタジオ、レストランが配置されている。用途として屋外に石窯やガーデンが設置されているところが特徴である。

2) オガール

中心に広場に広場を配置し、それに面するように建物が配置されている。用途としては、飲食店、物品販売、クリニック等から町庁舎や図書館といった公共施設、ホテル、住宅といった多様な用途を有している。

3) VISON

様々なエリアがあり、そのエリアのコンセプトに沿った店舗が集まっている。用途は、飲食店、物品販売、アート、体験施設、温浴施設、ホテル、農園など幅広い。

2-3. 立地特性

1) トレッタみよし

三次市の主要施設である観光施設、美術館、運動公園が隣接する交差点に対して、立地している。一方で周辺エリアは農地や山域に囲まれており、農産物との生産地と近接していることがわかる。また商業施設は隣地に観光施設が立地している他、大型商業施設は周辺にはおらず鉄道の北側の大通りに面して商業施設が集積している。(図 3 参照) 以上より施設は生産地と市街地の中間地点に位置しており、消費地と生産地をつなぐ拠点として適当な立地である。

2) オガール

オガールは、駅前の市街地と農村地域の境界に位置している。鉄道を挟んで、東側には商店街や商業施設、公共公益文教施設などが集積している。周辺商業施設との距離が近く、相乗効果が期待できる。

3) VISON

山域に囲まれており、周辺には観光商業施設やスポーツグラウンド

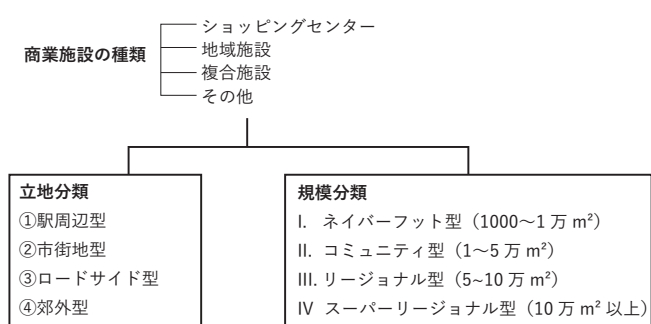


図 1 地方小都市の商業施設分類

トレッタみよし 地域施設 /④/ I	
用途	産直販売所、飲食施設、キッチンスタジオ、情報コーナー
敷地面積	6,328m ²
立地：中心地から離れている 備北農道 トレッタみよし	
オガール 駅周辺型 /③/ III	
用途	産直販売店、飲食店、図書館、町庁舎、運動場、宿泊施設、バレーボール体育館、住宅、その他
敷地面積	107,000m ²
立地：駅前に立地 紫波中央駅 オガール	
VISON ロードサイド型 /③/ IV	
用途	産直市場、製造販売店、温浴施設、物販店、飲食店、体験施設、宿泊施設、農園他
敷地面積	530,000m ²
立地：高速道に接続 高速道 VISON	

図 2 対象事例の用途・規模・立地

が立地している。高速道路に隣接しており、スマートインターチェンジを施設内に引き込み、遠方からの来場を見込んでいます。また 10km ほど離れた場所に人口の集積する松坂市と伊勢市があり、高速道路に隣接する交通の便の良さから周辺都市からの利用者の流入が推測できる。

2-4. 利用者属性

現地調査とヒアリング調査にて集計を行った自動車のナンバープレートに記載されている地名の割合と利用者年齢層を図 3 を示す。

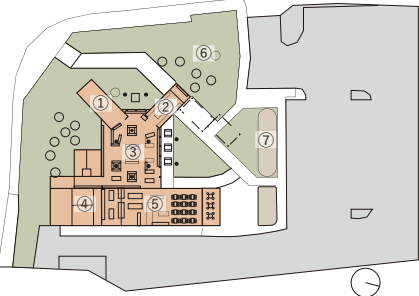
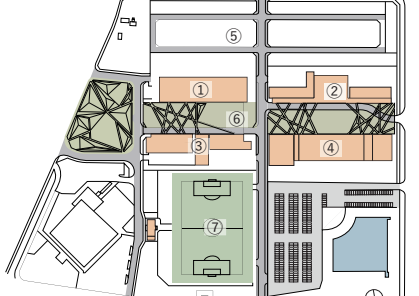
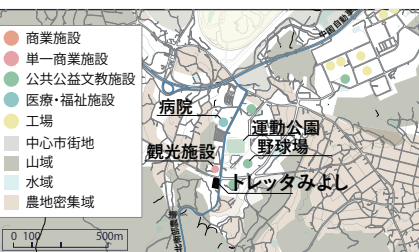
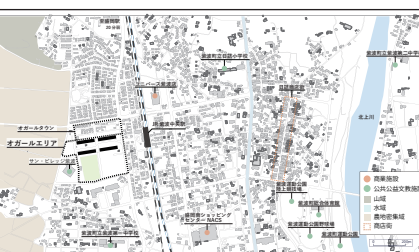
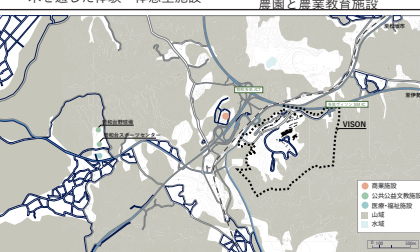
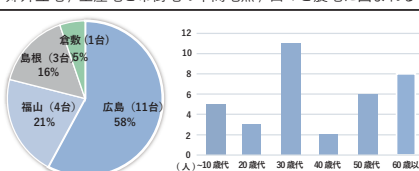
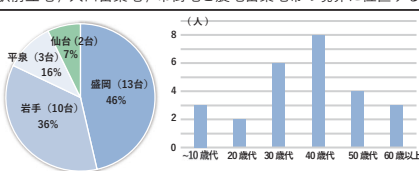
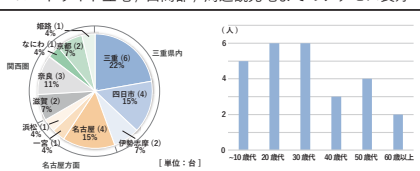
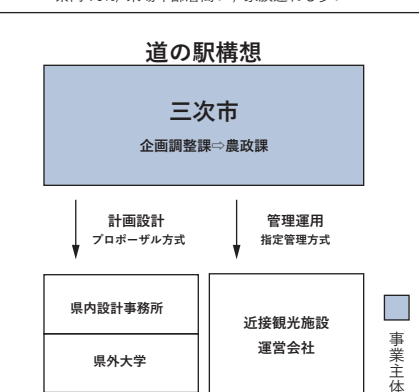
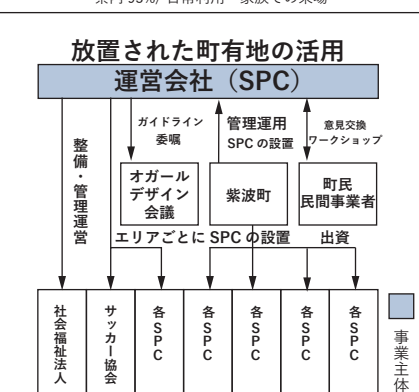
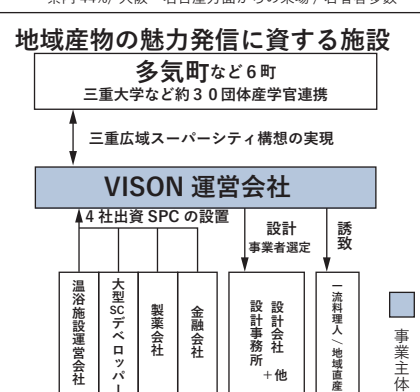
1) トレッタみよし

広島県内が 20 件中 15 件と近隣地域からの来訪が多くを占めている。一方で、島根や倉敷からも来場されており、隣接する県からの来場も見られた。また年齢層としては、40 歳代 (8/29 人)、30 歳代 (6/29 人)、50 歳代 (4/29) の順で人数が多かった。子連れ利用者もあり、幅広い年齢から利用されている。

2) オガール

自動車のナンバープレートに記載されている地名の割合を図 11 に示す。調査は土日に行った。岩手県内が 28 件中 26 件は近隣地域からの来訪が多くを占めている。一方で、仙台から来場されており、隣接する県からの来場も見られた。周辺地域の利用がほとんどであることが特徴として挙げられる。また年齢層として、30 歳代 (6/26 人) から 40 歳代 (8/26 人) の来場が最も多く見られた。

3) VISON

	トレッタみよし	オガール	VISION																																				
概要	<table><tr><td>所在</td><td>広島県三次市</td></tr><tr><td>開設年</td><td>2015 年</td></tr><tr><td>事業主体</td><td>三次市</td></tr><tr><td>運営主体</td><td>行政</td></tr><tr><td>敷地面積</td><td>6328m²</td></tr><tr><td>建築特性</td><td>単一建物型</td></tr></table> 農業生産力の強化、販売力の強化を進めるため、農畜産物等の生産から販売をつなぐ役割を担う施設を整備した。交流拠点として、生産者と消費者との交流と三次産の農畜産物と商工品の発信等により、オール三次産品のブランド化と交流人口の拡大を推進する。	所在	広島県三次市	開設年	2015 年	事業主体	三次市	運営主体	行政	敷地面積	6328m ²	建築特性	単一建物型	<table><tr><td>所在</td><td>岩手県紫波町</td></tr><tr><td>開設年</td><td>2012 年 ~</td></tr><tr><td>事業主体</td><td>公民合同会社</td></tr><tr><td>運営主体</td><td>公民合同会社</td></tr><tr><td>敷地面積</td><td>107,000m²</td></tr><tr><td>建築特性</td><td>モール型</td></tr></table> 紫波町に計画された公民連携による事業「オガールプロジェクト」にて整備され、多様な用途・テナントから構成される複合商業施設である。公民連携を活用し財源を最小に抑え、町民ワークショップや民間事業者の意見を幅広く集め計画を進めていった。	所在	岩手県紫波町	開設年	2012 年 ~	事業主体	公民合同会社	運営主体	公民合同会社	敷地面積	107,000m ²	建築特性	モール型	<table><tr><td>所在</td><td>三重県多気町</td></tr><tr><td>開設年</td><td>2021 年</td></tr><tr><td>事業主体</td><td>民間合同会社</td></tr><tr><td>運営主体</td><td>民間合同会社</td></tr><tr><td>敷地面積</td><td>53ha</td></tr><tr><td>建築特性</td><td>街型</td></tr></table> 「三重県故郷創生プロジェクト」として整備され、商業リゾート施設として、地方創生・SDGs・スーパーシティ構想の三つを軸に食や伝統文化、テクノロジーを集結。三重県の産物の発信や伝統文化の継承だけでなく、地域課題解決に資する施策に取り組んでいる。	所在	三重県多気町	開設年	2021 年	事業主体	民間合同会社	運営主体	民間合同会社	敷地面積	53ha	建築特性	街型
所在	広島県三次市																																						
開設年	2015 年																																						
事業主体	三次市																																						
運営主体	行政																																						
敷地面積	6328m ²																																						
建築特性	単一建物型																																						
所在	岩手県紫波町																																						
開設年	2012 年 ~																																						
事業主体	公民合同会社																																						
運営主体	公民合同会社																																						
敷地面積	107,000m ²																																						
建築特性	モール型																																						
所在	三重県多気町																																						
開設年	2021 年																																						
事業主体	民間合同会社																																						
運営主体	民間合同会社																																						
敷地面積	53ha																																						
建築特性	街型																																						
配置図	 ①テナント（パン屋）：プロポにて地元事業者を選出 ②情報コーナー：施設イベントと地域情報の発信 ③産直販売所：三次産の農畜産物、工芸品を販売 ④キッチンスタジオ：農家シェフの料理教室など ⑤バイキングレストラン：三次産の農畜産物、調味料を活用 ⑥芝生広場：憩いの場とイベント開催時に利用 ⑦ガーデン：収穫祭、バイキングレストランに使用	 ①町庁舎 ②オガールベース ホテル、バレー体育館、飲食店 ③オガールセンター エネルギーステーション、保育園 販売サービス店など ④オガールプラザ 図書館、情報交流館 飲食店、クリニック、販売店 ⑤オガールタウン 分譲住宅街 ⑥オガール広場 芝生広場、イベント時に利用 ⑦フットボールセンター サッカー場、事務所	 ①マルシェエリア 三重県の農林水産物を集める ②スイーツエリア 一流料理人とのコラボ店舗 ③アトリエエリア 陶芸家の道具のエリア ④和食エリア 和食文化の発信 ⑤木育エリア 木を通じた体験・体感型施設 ⑥多様な店舗を集める ⑦ホテルヴィンソン 3種の形態の宿泊施設 ⑧温浴施設 町の薬草を生かした 温浴施設 ⑨薬草研究所 健康促進施設 ⑩農園エリア 農園と農業教育施設																																				
立地特性	 ● 商業施設 ● 単一商業施設 ● 公共公益文教施設 ● 医療・福祉施設 ● 工場 ● 中心市街地 ● 山城 ● 水域 ● 農地密集域 病院 運動公園 野球場 観光施設 トレッタみよし 0 100 500m 郊外立地 / 生産地と市街地の中間地点 / 山々と農地に囲まれる	 駅前立地 / 人口密集地 / 市街地と農地密集地帯の境界に位置する	 ロードサイド立地 / 山間部 / 周辺観光地までのアクセス良好																																				
利用者属性	 県内 79% / 来場年齢層高い / 家族連れも多い	 県内 93% / 日常利用・家族での来場	 県内 44% / 大阪・名古屋方面からの来場 / 若者客多数																																				
計画に関わる組織	 道の駅構想 三次市 企画調整課⇒農政課 計画設計 プロポーザル方式 管理運用 指定管理方式 県内設計事務所 県外大学 近接観光施設 運営会社 事業主体	 放置された町有地の活用 運営会社（SPC） ガイドライン 委嘱 管理運用 SPCの設置 意見交換 ワークショップ 整備・管理運営 オガールデザイン会議 紫波町 町民 民間事業者 エリアごとに SPC の設置 出資 社会福祉法人 サッカー協会 各 SPC 各 SPC 各 SPC 各 SPC 各 SPC 事業主体	 地域産物の魅力発信に資する施設 多気町など6町 三重大学など約30団体産学官連携 三重広域スーパーシティ構想の実現 VISION 運営会社 4社出資 SPC の設置 設計 事業者選定 誘致 一流料理人・地域産物 事業主体																																				

※立地特性図版：国土地理院から地図引用

図 3 調査対象事例

三重県内だけでなく、名古屋方面や関西方面からも幅広い地域からの来場者が見られた。大宮、池袋、新宿、横浜といった関東圏や中部国際空港、名古屋圏からの VISON 行きのバスが運行しており、商圏は広い。また年齢層は、人数が多い層から 30 歳代 (6 人)、20 歳代 (6 人)、10 歳代 (5 人) となり、若者から子連れの利用が多い。ヒアリング調査によると、年齢層高めの方の来場を想定していたが、インスタでの発信などにより若者の来場が多く見受けられるようになったとのことだった。

2-5. 計画に携わる組織

1) トレッタみよし

2014 年 3 月に中国自動車道が開通し、観光施設と美術館が建っている隣地に「道の駅」を整備するとして事業がスタートした。道の駅を整備するにあたり、当初は企画調整課が事業を牽引していたが、直売所の機能を持ったテナントを入れるとのことで、生産者の実情をよく知る農政課に主体が事業主体となった。三次産のみを扱う施設建物の設計と入居するテナント 1 区画の選定にはプロポーザル方式を採用し、県内設計事務所とテナントには地域事業者が入居した。計画プロセスの中で、行政が計画を主軸で進め、建設と運営の部分を民間に委託している。計画主体と運営主体が分離している為、施設運営上の不便さや問題点が生じている。

2) オガール

紫波町は、紫波中央駅移転の際に購入したが財政悪化のため利用できず、10 年間放置された町有地を活用し施設を整備した。施設の整備には、事業主体として、地元建設会社のキーマンと行政が手を組み、SPC を設立した。またデザイン会議を設置し、都市再生、建築、ランドスケープ、グラフィックデザイン、ファイナンスに精通した専門家を集結し魅力あるまちを作り上げていった。⁽⁹⁾ 加えて民間事業者や町民ワークショップを開催するなど、地元の意見を取り入れることを意識している。

3) VISON

発端は多気町長から、温浴施設運営会社に町の産物である薬草を生かした温浴施設を作って欲しいとの要望が来たことで商業施設の開発が始まった。事業推進主体には、大型商業施設開発と金融、薬草とそれぞれのノウハウを持つ企業 3 社と共同し、現在の運営会社が設立された。計画段階から現在まで一貫して、多気町に加え周辺 5 町と運営会社が協力体制を取り合っている。

2-6. 地域課題解決へのアプローチ手法

3 事例とも人口減少への施策と地産地消の推進に取り組んでいる。地産地消への取り組みはテナントとしては共通している一方で、トレッタみよしと VISON では、生産者と消費者の交流が行われていることが特徴と言える。農業従事者の減少については、トレッタみよしは間接的な取り組みであるが、VISON では農業教育学校の整備をしていく予定など直接的な解決につながる取り組みを行う予定である。

2-7. 特性の共通点と相違点

トレッタみよしは三次産にこだわり、オガールは地域住民の日常利用を見込み、県内地産物だけでなく、高頻度で消費される食料品も販売している。VISON は、三重県内から多種多様な食材を販売している。

内陸部に位置していることと山々や農地に隣接していることが共通点として挙げられる。こうした生産地への近さが産直販売所の導入に繋がると推測できる。

利用者の特性として、トレッタみよしとオガールは県内それぞれ

79%、93% と高く、県外では隣接県からの来場が見られた。一方で VISON は県内 44% と半分以下であり、県外では名古屋方面 23% から関西方面 33% と遠方からの来場が半分ほどを占める。

施設整備の主体はそれぞれ行政、公民合同会社、民間合同会社であり、整備の手法もプロセスも大きく異なるが、施設整備の発端が行政起点であることは共通している。行政起点であるからこそ、地域連携型の商業施設が整備されたのだと推測される。

3. 農業交流拠点トレッタみよしにおける地域との繋がり方 (図 4 参照)

3 ～ 5 章に、1 事例ずつヒト・モノ・コトによる分析を行う。それぞれヒト・モノ・コトを以下のように定義する。

ヒト：施設に関わりを持つ人と組織

モノ：施設外に配置されている設置物と施設の用途・テナント

コト：施設から発信されているイベント

ヒトの関わりは主にヒアリング調査から把握し、モノについては現地調査とヒアリング調査から把握した。コトについては、各公式ホームページ^(10,11,12) から発信されているイベントについて、コロナ流行前 2019 年 1 ～ 12 月とコロナ流行後の 2022 年 1 月～ 12 月までのイベントを開催場所・イベント種類・体験の三つに分けて集計する。

3-1. 施設に関わるヒト

ヒアリング調査により生産者、地域事業者と施設の繋がりが強いことがわかった。生産者の商品の直接持ち込み・回収の仕組み、出荷者直接販売会など機会が施設への繋がりを強くしていると推測できる。一方で施設を介した生産者と消費者との交流は、出荷者販売会にのみ限られている。地域事業者との繋がりは、イベント開催時に出店するというつながりがある。認知度アップなど地域事業者としてのメリットがある。一方で行政と周辺施設との関わりが弱い。その中でも比較的強いつながりとして、観光施設三次ワイナリーが挙げられる。イベントの共同開催を行っている。三次ワイナリーとトレッタみよしの事業主体が同じであるためこれが可能となっている。行政の施設課の職員の施設への派遣があるがあまり活発に行われていないのが現状である。

表 1 地域課題へのアプローチ比較

地域 / 社会課題	ソリューション		
	トレッタみよし	オガール	VISION
人口減少	生産者と消費者による地域コミュニティの形成	生活基盤の整備	雇用の増加
農業従事者の減少	農産物等の生産から販売をつなぐ役割を担う	—	自然農法農園の整備 農業学校の計画
地産地消	市内産農作物の直売 三次ブランド	マルシェの開催	県内の食材を楽しめる店舗 産業を体験 / 伝承する仕組み 宿泊施設の整備
医療アクセス不良	—	—	オンライン診療に対応したクリニック
林業従事者の減少 収益構造の改善	—	地域産材を用いた木造建築 間伐材をエネルギー源に	地域産材を用いた木造建築 森林資源データ化による スマート農業
交通空白地の増加	—	—	レベル 4 自動運転 モビリティの実装
未利用の土地活用	—	雪捨て場になっていた 駅前町有地で複合商業施設 を建設	ゴルフ場計画地を 商業施設を計画
不動産価値の低下	—	テナント先付方式 ピンボールマーケティング	—
持続可能なまちづくり	—	デザインガイドライン エネルギーステーションの 設置	式年遷宮方式の建築 有機農業 デジタル連携

3-2. 地域と繋がるモノ

1) 設置物

トレッタみよしにおける設置物として、石窯、ガーデン、テーブル・ベンチ・緑のカーテン、灰皿スタンド、竹パーゴラなどが挙げられる。その中で地域と繋がりを持つ設置物として10件あり、その中で地域と繋がりを持つモノが6件、持たないモノは4件確認できた。石窯の繋がりとして、石窯設置の際の土台の造形から石窯の装飾ワークショップが開催され、地域住民と地元工務店が共同し製作に至った。ガーデンではイベント時に収穫祭として地域住民や観光客が参加している。テーブルベンチは地元工務店が製作、竹パーゴラは地域生産者が製作に携わった。また関係するヒトとして、地元住民（2件：29%）や地域事業者（2件29%）の割合が比較的高く、次いで観光客・生産者・行政1件（14%）ずつが関わりを持っていた。

2) テナント

施設内における用途として4つあり、3つを施設運営者、1つを広島県内で店舗を展開する小売店である地域事業者が運営している。地域外事業者が展開するチェーン店はない。

用途・テナント別の割合として、広場が最も広く占有しており（37%）、広場とウッドデッキ、ガーデンを含めた屋外空間の占める割合としては、54%を占めている。施設内空間では、販売所（16%）、バックヤード（11%）、レストラン（8%）、共用部（4%）、小売店（4%）、キッチンスタジオ（3%）となり、施設の中心に販売所が位置している。

3-3. 施設でのコト

主体組織では、施設運営者が大きな割合を占めており（2019年50%、2022年45%）、施設の用途・テナントを占める割合が高く、相関関係があると推測される。開催場所として、屋外に着目すると広場2019年40%、2022年50%、ウッドデッキ2019年10%、2022年25%となり、屋外イベントが2019年50%、2022年75%と大半を占めている。コロナ前後比較では、屋外でのイベントが25%多くなった。種類として販促イベント（2019年56%、2022年67%）が最も多い。コンテンツとしては、購買が最も多く、続いて食に関するイベントが2019年31%、2022年30%が多い。

コロナ前後比較では、施設運営者が開催するイベントは減少しその中で食や製作イベントが減少している一方で、購買のイベント比率が増加しており、感染対策の為このような結果になったと推測できる。

2019、2022年に実施されたイベント数は9つずつであり、コロナ前後での変動はない。

3-4. トレッタみよしの地域との関わり方の特徴

生産者と地域事業者の施設への関わりが強く、出荷者販売会やワークショップなど関わる仕組みや関わる機会の提供が関わりの強さにつながっていると推測できる。一方で、竹パーゴラ製作では、生産者の自主的な活動により関わりが生まれることがわかった。これは施設としての自主活動への寛容さがこうした繋がり方をつくられることに起因すると推測できる。

また用途・テナント別の占有面積の割合は屋外が最も広く占有しており、イベント開催場所の割合でも屋外が最も多かった。屋外空間の広さとイベント開催場所の数には相関関係があると推測される。

4. 複合商業施設オガールにおける地域との繋がり方（図5参照）

4-1. 施設に関わるヒト

ヒアリング調査より、施設への地域事業者と地域住民との関わりが

強いことがわかった。地元住民は日常利用からイベントまで様々な機会に繋がりを持っている。

4-2. 地域と繋がるモノ

1) 設置物

花壇やベンチ、テーブルなど20件のモノを確認できたが、全て地域との繋がりを持たない。この要因として、ヒトが手を加えるような設置物に関しては、施設の一貫したデザインによる景観を維持する為だと考えられる。

2) テナント

用途・テナント数（総数30件）の内訳は、地域事業者が（19件、63%）が最も多く、次いで地域外事業者（6件、20%）、行政（3件、10%）、運営（2件、7%）となっている。地域外事業者チェーン店が1件入っている。用途・テナント別面積割合では、住宅街（30%）、サッカー場（27%）に次いで広場（17%）が高い。

4-3. 施設でのコト

2019年に129件、2022年に実施されたイベント数は23件であり、コロナ前後で大きな変動があったことから、2019年を参照した後、2022年と比較していく。

2019年の主体組織では、2019年には地域事業者が（81件、63%）多い。また運営以外の単一事業者で開催されるイベントの中で、図書館が最も多い。（19件、63%）これは図書館の地域住民の求める情報を施設から発信していくことや利用者参加人数の増加を目的とした取り組みの一環として、子供向けや農家向けといった特定の人に合わせた専門的なテーマのイベントが多様に開催されていることが要因である。

開催場所では、コミュニティセンターが最も多い。（2019年10%、2022年25%）またイベントを主催する地域事業者の開催場所でもコミュニティセンターが最も多い。様々なイベントに対応するような場所としてコミュニティセンターが利用されていることがわかる。その他では、施設運営者（1件、1%）によって企画された施設外でのイベントが開催されている。イベントのコンテンツでは、体験（45件、21%）、観覧（38件、18%）、購買（31件、15%）、食（31件、15%）、製作（23件、11%）、教養（23件、11%）、アクティビティ（18件、9%）と多様なイベントが開催されていることが明らかになった。このことは、多様な事業者との繋がりがあり、多様なイベントに対応する用途・テナントが設置されていると推測できる。

コロナ前後の比較では、イベント主体組織では2019年には地域事業者一番割合が高かったが、2022年には施設運営者が一番高い割合となっている。一方で専門的な用途・テナントであるバレーボール体育館でも一定程度（2019年1%、2022年6%）イベントが開催されていることがわかった。こうした専門的な用途・テナントではプロ・社会人チームの試合観戦や選手との交流など希少性の高いイベントが開催されており、希少な体験を提供するには専門性の高い用途・テナントの導入することが一助になる可能性があると推測できる。

4-4. オガールの地域との関わり方の特徴

開催場所では、コミュニティセンターが最も多く、コミュニティセンターが多様な地域事業者や他との繋がりを生み出す拠点となっていることが明らかになった。またコンテンツでは、多様なイベントが行われており、多様なイベントに対応できるような用途・テナントが設置されていることがわかる。

5. 複合商業施設 VISON における地域との繋がり方（図 6 参照）

5-1. 施設に関わるヒト

地域農業・漁業・林業従事者という幅広い分野の産業から地元大学・地域アーティストまで多様な繋がり方がある。その中でも行政との地域活性化への取り組みを共同する繋がりがある。VISION を拠点に、施設運営者と共同し地域課題解決に資する施策を高じていく取り組み「スーパージョイント構想」が展開されている。現在 VISON では、デジタル地域通貨の導入やオンライン診療、スマートモビリティの実装を行っており、繋がり方が密接といえる。

5-2. 地域と繋がるモノ

1) 設置物

地域と繋がりを持つもの（6 件, 21%）、持たないもの（29 件, 79%）であり、設置物に繋がるヒトとしては、行政の割合が高い（4 件, 67%）。次いで地域事業者、地域アーティストともに（1 件, 17%）となった。スマートモビリティが 4 件、地域アーティスト 1 件が地域と繋がりがある設置物がある。

2) テナント

地域事業者の割合（39 件, 60%）であり、地域事業者の入居率が高い。地域外事業者の割合は（24 件, 37%）であり、その中でチェーン店舗の数が 1 件ある。用途・テナント別面積割合では、広場が 2 番目に大きな割合（20%）を取る。

5-3. 施設でのコト

テナントの事業者が開催するイベントが多い（58%）ことが特徴である。フェスティバルイベントは 1 件もなく、単一のエリアでイベントを行っており、複数のエリアをまたいで広域でのイベントは実施されていない。敷地面積が広く、実現が難しいことやエリア外の店舗との連携の難しさが推測される。

5-4. VISON の地域との関わり方の特徴

特徴として地域課題解決に資する設置物の存在が見られた。他の 2 事例とは異なり、より課題に対して直接的なアプローチになる設置物である。

6. 3 事例比較分析

6-1. 施設に関わるヒト

3 事例とも生産者との繋がり方は、それぞれの施設で一定程度確認することができた。生産者と消費者との直接的な繋がりを持つ施設として、トレタミよし・VISION の 2 事例あり、生産者が施設に訪れての直接販売が行われていた。施設を通してのヒトとヒトの繋がりを生み出すためには、トレタミよしの生産者の商品の直接持ち込みの仕組みや VISON の生産者直接販売スペースの導入といったような施設としての施策が必要になると推測できる。また共通点として周辺施設との繋がりがないことが挙げられる。

相違点として、関係者の種類の差異が明らかになった。VISION の地域との繋がり方は多様であり、トレタミよしは比較的少ない。これは各施設の用途・テナントの種類の差異に依存していると推測できる。

6-2. 地域と繋がるモノ

他の用途・テナントの比較において、3 事例とも広場は比較的大きな割合を占めていることがわかった。トレタミよしとオガールで、地域事業者と生産者が主体となるイベントが施設との関係性を持つ割合高くなることが明らかになった。行政が施設整備と計画を主導、または参入することが起因していると推測できる。これは行政が関

りを持つことで地域資源を活かすことが前提になっていることや行政が地域の潜在的な資源や地域住民の能力を把握しているため、それらを生かした施設づくりが可能になっていることが推測される。

地域連携型施設のテナントは地域内事業者の割合が高く、チェーン店の入居率も低く、3 事例で確認できたものはオガール、VISION の 1 件ずつだけであった。こうしたことから、全国チェーン店を入居することはほとんどないことがわかった。またチェーン店を入居させる際には、利便性が高いものや必須性の高いものが入居すると推測される。

6-3. 施設でのコト⁵⁾

オガールと VISON では、幅広い種類のイベントが開催されている一方で、トレタミよしでは販促イベント・フェスティバル・文化イベントしか行われていないことから、これは用途・テナントの多様性や敷地面積の大きさが起因していると推測される。

2 事例にオガール、VISION とともに、多様なコンテンツのイベントが多いという共通点が見られた。それぞれイベント開催場所は、オガールでは多様なアクティビティが可能なコミュニティセンターの割合が高く、VISION では開催場所が分散している。以上のことから、多様なコンテンツのイベントを開催されるには、多様なイベントに繋がるような専門性の高い用途・テナントが多くあることやまたは、多様なコンテンツに対応できるような施設を有していることが推測される。

イベントの種類では、オガールと VISON では文化イベントが最も多かったが、トレタミよしでは販促イベントが最も多いという相違点があった。これはオガールと VISON では核とするものがないが、トレタミよしでは販売所を核としていることが起因していると推測される。

またトレタミよし、オガールのイベントのコロナ前後比較により、それぞれ一定程度の開催場所、種類、コンテンツにおいて変化が見られた。共通していたものとして、開催場所が屋外の割合とコンテンツの購買の割合が増加していることが明らかになった。密集や密接を避けるためだと推測される。

7. まとめ

7-1. 地域連携型商業施設と地域の繋がり

本研究では、地方小都市における地域連携型商業施設を対象として、地域との繋がり方についてヒト・モノ・コトで捉え、トレタミよしでは、施設の地域住民と繋がりを生み出すような仕組みや関わる機会の提供が生産者と地域事業者の施設への関わりが強くなることが明らかになった。またオガールの特徴として繋がり方の拠点となるコミュニティセンターでの多様なイベントが行われている。

3 タイプにおいて共通することとして、生産者との繋がり方はそれぞれの施設で生まれていることが明らかになった。

チェーン店の少なさは 3 事例の特徴と言える。既存のショッピングセンター・ショッピングモールでは集客力の高いチェーン店などのお店を入居させる傾向にあるが、地域連携型商業施設では、地域事業者や運営がテナントを占有することなど、その土地ならではの用途・テナント構成にこだわっていたと考えられる。

7-2. 今後の展望

地域連携型商業施設において、施設への生産者の繋がり方が確認できたが、それぞれの施設ごとで繋がり方は多様で複雑であり、地方小都市における 1 事例についてより深く地域と施設

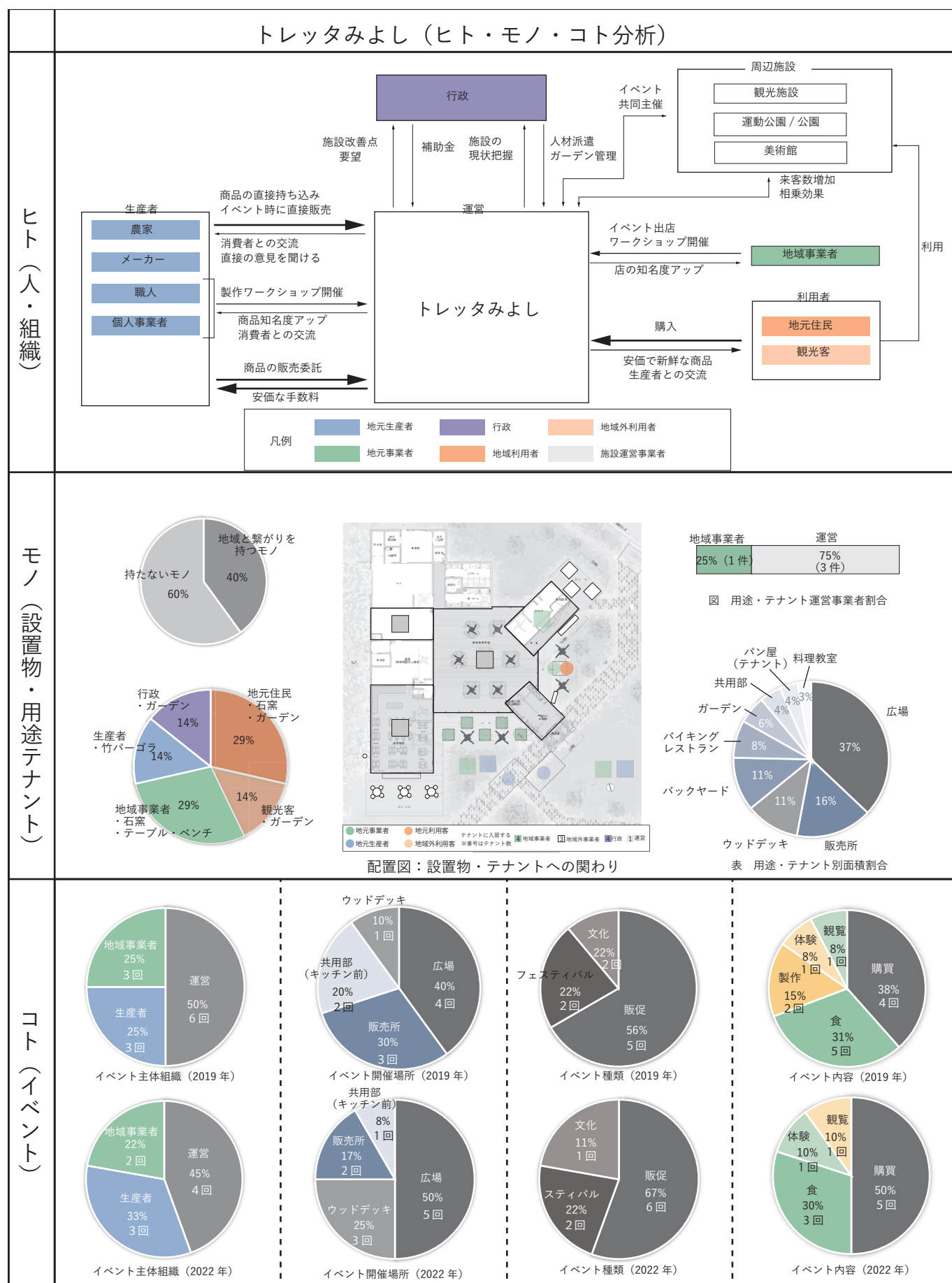
地域連携型の商業施設の特性や交流実態は、多様で複雑であり体系化することが難しいと推測されるため、定量的な調査手法によって地域との繋がりを明らかにする必要がある。本論文では、展望として本節をおえる。

[注]

- 1) 総務省による地方財政白書の定義を参考に、地方小都市を人口 10 万人以下の市町村と定義する。
- 2) 本論文では、商業施設を以下の条件に当てはまるものとする。①商品やサービスの販売・提供を目的とし駐車場を有した施設であること、②複数の店舗が同居していること、③敷地面積 5000m²以上の規模を有していることを条件とする。なおこの定義は日本ショッピングセンター協会のショッピングセンターの定義を参考にしている。
- 3) 「まち・ひと・しごと創生法」とは、人口減少や大都市への人口集中を食い止め、地方創生を推進し、地方を活性化するための基本理念などを定める法律。
- 4) 地域連携型商業施設：地域活性化や地域課題解決を目的に整備された商業施設
- 5) 比較の中でコトについて言及していく際には、地域との繋がりを踏まえ今後の商業施設のあり方を考えていくことから、トレッタみよし・オガールでは 2019 年を、VISON では 2022 年を元に考察していく。

[参考文献]

- (1) 市川康夫・周雯婷・金子愛・高橋淳・劉玲・中村昭史・山下清海：地方小都市における商業の役割と機能－富山県入善町中心市街地を事例として－, 人文学研究, 33 巻 pp29-66, 2013
- (2) 岩井敦郎, 内田文雄：地域づくり施設の設計プロセスとその運営に関する研究－山口県宇部市「楠こもれびの郷」を事例として－, 日本建築学会中国支部研究報告集, 34 巻, pp Y561-564, 2011 年
- (3) 長井彩, 現代日本における新しい景観像の特質, 人文地理学会大会要旨集, pp62-63, 2012
- (4) 須藤光俊・佐藤瑛拓・初見学・松田雄二：大型商業施設の地域施設への転用実態：中心市街地での大型商業施設の地域施設への転用に関する研究, 日本建築学会学術梗概集, pp587-590, 2009
- (5) 山道拓人, ホンソッピョ, 塚本由晴, 能作文徳, 吉村英孝, 金野千恵, 藤村龍至：郊外大規模ショッピングセンターの構えにおける建築的特徴, 日本建築学会梗概集, pp687-688, 2009
- (6) 吉村英孝, 塚本由晴, 山道拓人：郊外型大規模商業施設の外部空間の構成－東京首都圏を事例として－, 日本建築学会論文集, pp2969, 2010
- (7) 玉那覇寛明, 田上健一：郊外大型商業施設と公共サービスとの連携に関する建築計画的な研究, pp819-820, 日本建築学術梗概集, pp201-202, 2013
- (8) 網代智子, 板谷敏正, 小松幸夫：商業施設の運営・管理に関する研究, 日本建築学会学術講演梗概集, pp201-202, 2013
- (9) 猪谷千香：町の未来をこの手でつくる－紫波オガールプロジェクト－, 幻冬舎, 2016
- (10) 猪谷千香：町の未来をこの手でつくる－紫波オガールプロジェクト－, 幻冬舎, 2016
- (10) トレッタみよし：イベント・体験プログラム, トレッタみよし HP (参照 2023.01.27) <http://www.torettamiyoshi.jp>
- (11) OGAL：イベント, オガール HP (参照 2023.01.28), <https://ogal.info>
- (12) VISON：EVENT, VISON HP (参照 2023.01.28), <https://vison.jp>



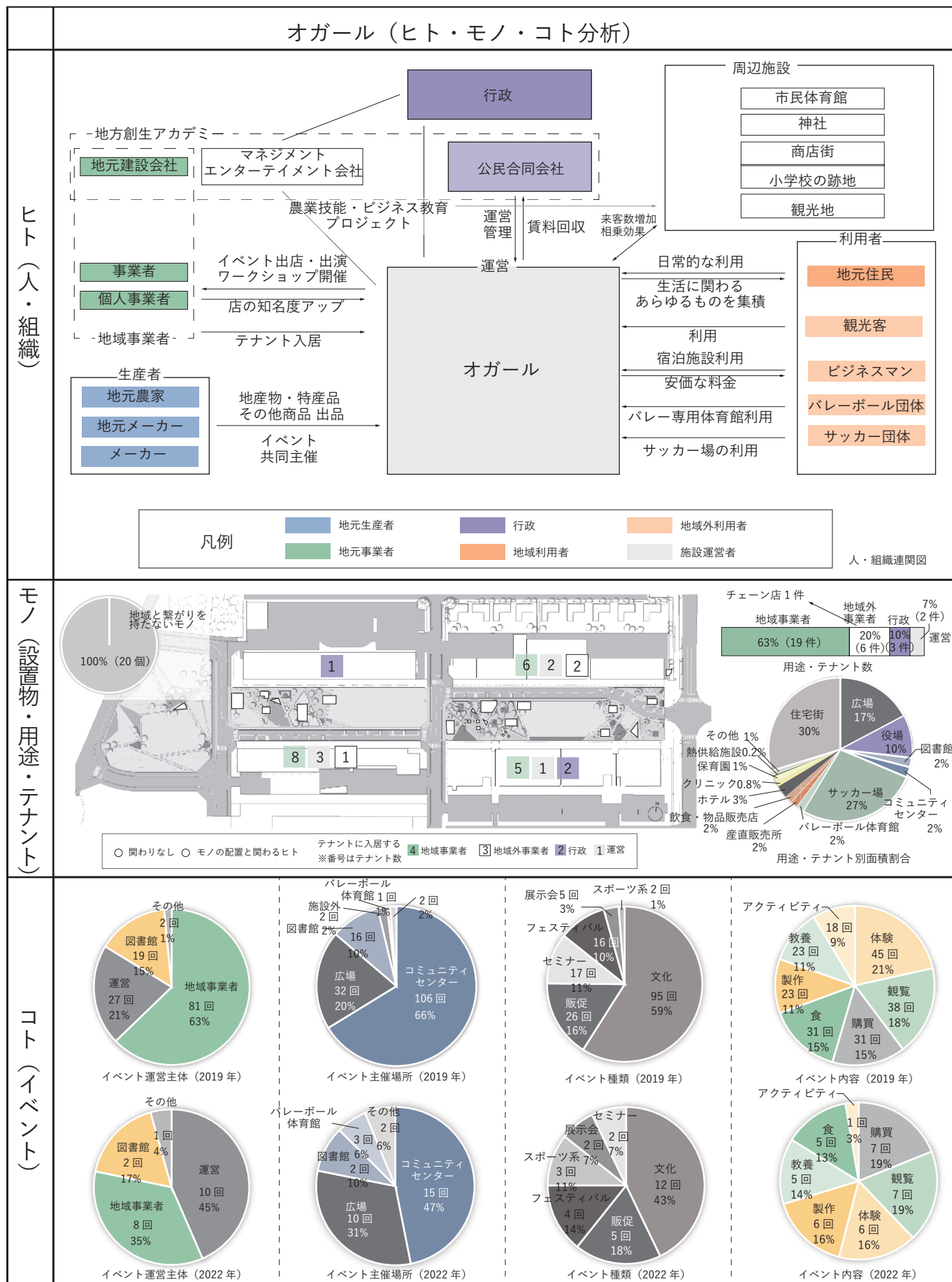


図5 オガールにおけるヒト・モノ・コトの地域との繋がり

