

宇都宮市X通りにおける空き家・空き店舗の改修による商店街の再生  
——2018年度宇都宮大学地域デザイン科学部

「社会調査実習」成果報告第1報——

A research on regional revitalization by improvements in vacant stores  
at X street in Utsunomiya City

鈴木 富之<sup>1</sup>・鈴木 達也<sup>2</sup>・小田原 葵<sup>3</sup>・熊田 絢<sup>3</sup>・佐藤 愛純<sup>3</sup>・吉澤 潮<sup>3</sup>  
SUZUKI Tomiyuki, SUZUKI Tatsuya, ODAWARA Aoi,  
KUMADA Aya, SATO Asumi, YOSHIZAWA Shiho

<sup>1</sup>宇都宮大学地域デザイン科学部講師

<sup>2</sup>自治医科大学地域医療学センター助教

<sup>3</sup>宇都宮大学地域デザイン科学部学部生

# 宇都宮市X通りにおける空き家・空き店舗の改修による商店街の再生 ——2018年度宇都宮大学地域デザイン科学部「社会調査実習」成果報告第1報——

A research on regional revitalization by improvements in vacant stores

at X street in Utsunomiya City

鈴木 富之<sup>1</sup>・鈴木 達也<sup>2</sup>・小田原 葵<sup>3</sup>・熊田 絢<sup>3</sup>・佐藤 愛純<sup>3</sup>・吉澤 潮<sup>3</sup>

SUZUKI Tomiyuki, SUZUKI Tatsuya, ODAWARA Aoi,

KUMADA Aya, SATO Asumi, YOSHIZAWA Shiho

本研究の目的は、東武宇都宮駅近くにあるX通りを事例として、空き家・空き店舗の改修による商店街の再生の実態を明らかにし、その要因を考察することである。出店までの経緯や店舗の情報などについて把握するため、経営者への聞き取り調査とアンケート調査を行った。調査の結果、X通りの商店街が再生した要因としては、①経営者が対象地域に親しみがあつたことや空き家・空き店舗の紹介、改修を行っているキーパーソン存在、②立地条件が良いこと、③商店街や建物の雰囲気よかつたことという3点が挙げられる。

**キーワード**：空き家活用、地域活性化、商店街、再生、宇都宮市

## I. はじめに

本稿は、2018年度前期に実施された、宇都宮大学地域デザイン科学部「社会調査実習Ⅰ」の成果のうち、「宇都宮市X通りにおける空き家・空き店舗の改修による商店街の再生」について報告するものである。Ⅱで詳説されるとおり、商店街における空き家・空き店舗への対応は日本社会が抱える喫緊のテーマであり、宇都宮市もその例外ではない。そこで、学生たちは、本調査を通じてこうした地域課題の解決につながる方向性を明らかにすることを目指した。学生、そして指導をした我々も全力で取り組んだ調査だが、いまだ不十分な箇所が見られるかもしれない。読者諸氏の忌憚のないご意見を賜れば幸いである。なお本稿は、Ⅰを鈴木富之と鈴木達也、Ⅱ・Ⅲを佐藤愛純、Ⅳを熊田絢と吉澤潮、Ⅴ・Ⅵを小田原葵の担当で、執筆された。

## II. 本研究の目的

日本の商店街では「空き店舗問題」が生じており、1990年以降全国で「シャッター通り」が出現するようになった。かつて商店街は、道路の両脇に日用品や食料品、衣料品、呉服店などの商店、

<sup>1</sup> 宇都宮大学地域デザイン科学部講師 t.suzuki@cc.utsunomiya-u.ac.jp

<sup>2</sup> 自治医科大学地域医療学センター助教 s\_tatsuya@jichi.ac.jp

<sup>3</sup> 宇都宮大学地域デザイン科学部学部生

食堂や居酒屋などの飲食店が立地し、魅力ある市街地を形成しているものであった。しかし現在では、魅力ある店舗が少ないことや商店街活動への参加意識が薄いこと、1商店街あたりの平均空き店舗数が平成15年度から平成18年の3年間で10%増加していることから、商店街の活気がなくなっていることが明らかである（平成12、15、18年度版の商店街実態調査報告書による）。また、商店街実態調査（平成27年度 中小企業庁実施）、では、商店街の最近の景況について衰退している35.3%、衰退の恐れがある31.6%という結果が出ている。この結果より、商店街は非常に厳しい状態にあることがわかる。商店街の平均空き店舗率は平成7年度が6.87%、平成12年度は8.53%、平成15年度は7.31%、平成18年度は8.98%となっており、平成27年度には13.17%まで上昇している。このような商店街の停滞および衰退の内的要因として、人材不足、消費者ニーズへの対応が遅れていること、集客促進活動の不備、商店街各店舗の老朽化、駐車場・道路整備の遅れなどが挙げられている（販売士クラブホームページによる）。一方、外的要因として、消費者のライフスタイルの変化、モータリゼーションの進展、規制緩和による競争環境の変化、情報化の進展などが挙げられている。

以上のように空き店舗増加等の課題を抱える商店街の現状に鑑み、空き家・空き店舗の改修等を活用し再生を遂げた商店街を対象に、聞き取り調査とアンケート調査により実態を把握することで商店街再生の要因を明らかにすることを目的とする。

本稿では、東武宇都宮駅から300メートルほどの場所にある、国道と交差する細いX通りという商店街を対象とする。このX通りは、その周辺に元武家屋敷である高級住宅街を擁し、かつては日用品を商う店を中心とした生活商店街として繁栄してきたが、店主の高齢化や後継者不足などから商店街は衰退し、2007年には商店会が解散した経緯を持つ（東洋経済オンライン 2017）。しかし2010年代以降、そのX通りが賑わいをみせており、そば店や仏具店などの老舗の合間にカフェやレコード店、美容室、リボン店、雑貨店などがみられるようになった（グリーンズ 2016）。

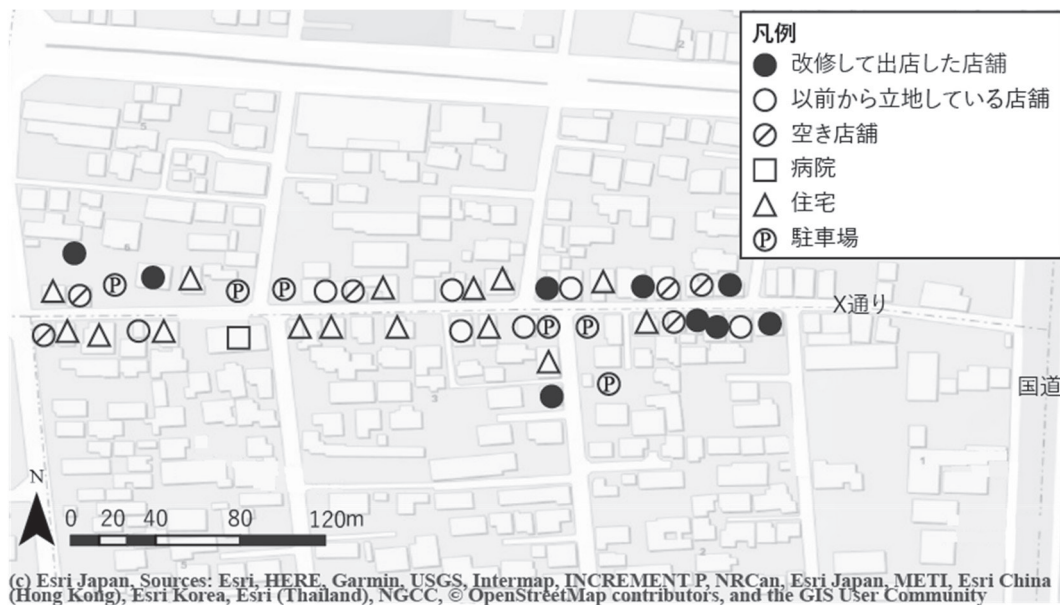
調査は2018年6月から7月にかけて聞き取り調査と配布式のアンケート調査で行った。対象としたのは2011年以降空き家・空き店舗を改修した店舗7店である。聞き取り調査は2店実施し、またアンケート調査は5店に配布し、回収できたのは4店だった。調査では、経営者自身についてとX通りに店舗を構えるまでの経緯や店舗の情報を尋ねた。

### Ⅲ. 宇都宮市X通りにおける商店街の概観

図1に対象商店街における特徴的な建物分布を示した。この図から、通りには昔からある店と改修してオープンした店がある一方で、一軒家も多くみられることがわかる。改修してオープンした店はX通りの両端に点在しており、とくに国道側に多くみられる。中心部分には家や昔からある店が多いことがわかる（写真1）。駐車場にはそれぞれ10台分ほどの駐車スペースが設けられており、

普段の営業時以外にも、X通りで行っているイベントの来場客を見越した駐車場の整備が行われている。X通りの全長は約300mで、国道には「X通り」というバス停もあり、車で走っても公共交通機関を利用しても便利な環境だといえる。

X通りの出店に関して、物件の紹介や家主との仲介を行うS氏の存在が大きく影響している。商店街の継続的な振興の観点から、事務所に来た人にはS氏が対応し、どのような人なのか、近隣住民や商店街の経営者とうまくやっていけるかを考え、出店をコントロールしている(東洋経済オンライン 2017)。一方で、S氏の仲介により出店した店舗は全体の約半数ほどであり、S氏を介さず出店するケースもみられる。



注) ArcGIS Online ベースマップを使用した

図 1 X通りの建物利用 (2018年)

(現地調査により作成)



写真 1 X通りの様子 (2018年)

(筆者撮影)

#### IV. X通りにおける空き家・空き店舗の改修による商店街の再生

##### 1. 惣菜店Aの事例

主に惣菜を販売している惣菜店AがX通りで開業したのは2011年11月である(表1)。ほとんどのおかずはグラム単位の量り売りで、少量からほしい分だけ買うことができる。季節や行事に合わせたお弁当やオードブルなども、相談に応じて提供している。経営者は出生時から宇都宮で暮らしていた。X通りに出店する前は豚肉や有機野菜の配達販売を行っていたが、それらを加工販売することを思いつき、X通りの元カラオケスナック兼住居であった現在の建物を借りて開業している。開業時、経営者1人で運営していたが、現在はアルバイトを2人雇っている。独学で学んだ家庭料理を販売している。味を追求した結果、オーガニック系の食材にたどり着き、販売しているお惣菜は有機野菜を使用している。そのほか、店頭には野菜やお菓子、サイダー、牛乳、店内にはアイスも並べ、子供向けの絵本も置いている。客層としては、主婦の人やひとり暮らしの人が多く、宅配サービスも行っている。店内の内装は木目調、外装もナチュラルな雰囲気であるが、改修はX通りに不動産事務所を構えるS氏に依頼した。また、今後については、子連れ、若者が増えてほしいという。

##### 2. レコード店Bの事例

ギターの販売を主に行っているレコード店Bは、2012年7月に開業した。経営者が1人で経営している。ポール・リード・スミス製のエレキギターやアクセサリー類も並んでいる。また、ギターのレッスンも行っており、生徒は中学生、高校生から80代のお年寄りまで、幅広い世代が来店する。もともとは事務所だった建物を借り、壁を塗るなど可能な箇所は経営者が改修した。壁の区切りの配置を変えるなどの大規模な改修は、知り合いの大工に依頼した。外装や内装はこだわりがあり、とくに内装は経営者の妻が担当した。家具については宇都宮の古家具屋で調達したり、知り合いの大工が他の家を取り壊した際に不要となったよい家具を譲ってもらったりした。また、月1回開催しているイベントでは、店内に入りきれないほど人が集まることもあるそうだ。経営者は、宇都宮市出身で、市内で会社員として働いていた。その後、結婚を機にX通りの近くに住み、自分ができることは13歳から始めたギターしかないと考え開業することにした。仏具店や蕎麦屋など、もともといた人たちも寛容に受け入れてくれていると感じている。また、年に1度の近隣商店街の人たちの共同で行うイベントは、計5回開催されており、3回目からは通行止めにするほど人が集まった。開業当時と現在で変化したことを尋ねると、イベントの時にロックとアルコールはつきものということで新たに酒を店内に展示していることが挙げられた。当初少なかったギターの展示を増やし、内装は3回変えている。また、休憩したいときには、少しシャッターを閉めてゆったりするなど、自分のペースで気楽に営業できるのもよさの1つだという。

表1 各店舗の開業年、サービス内容、外装・内装・商品のこだわり（2018年）

	惣菜店A	レコード店B	子供服販売店C	雑貨店D	イタリア料理店E	美容室F
開業年	2011年	2012年	2011年	2012年	2017年	2014年
宅配	○	×	○	×	×	—
ネット予約・販売	×	×	○	×	○	○
イベント	○	◎	○	○	○	—
外装	×	×	×	×	×	目立ちすぎないもの
内装	×	家具（宇都宮の古家具屋で調達・知り合いの大工にももらったものなど）	シンプル・ヴィンテージ感のある家具（栃木市の古道具店で購入）	東ヨーロッパの田舎町の小さな雑貨屋をイメージ。床・天井・壁は自分で作った色のペンキを使用し、塗装した	来客者が落ち着く空間	木のぬくもりを活かす
商品	オーガニックのもの	×	ヨーロッパからの輸入品がメイン。国内外から良い物があれば買い付ける	×	地元の食材を使用	オーガニックのもの

(現地調査により作成)

### 3. 子供服販売店Cの事例

子供服販売店Cでは主に子供服の販売を行っているが、そのほかにも子育て相談やアドバイス、ネット販売、子供服販売店Cで買った服の下取り、イベントも行っている。主な客層としては、30～70代女性であり、男女問わず出産祝いやプレゼントを探す人が多い。また、1日あたりの来店者数は平日3～5人、土日祝日は5～10人程度であり、大きなイベント時は約200人、通常イベント

時は約 30 人くらいである。2011 年 9 月にX通りでもともと住居だった建物を改装し、開業した。改修は、電気や水回りなどの大仕事は業者に頼み、塗装や内装は自分で行った。内装はシンプルでヴィンテージ感を出し、家具は栃木市の古道具店で購入している。経営者は横浜市出身で、2000 年代前半に宇都宮に移住した。出店前は、東京の百貨店で売り場運営、販売促進企画、広報などを経験し、それを現在の店で活かしている。経営者は結婚後の出産・子育てをきっかけにライフスタイルが大きく変化し、都会と田舎がほどよく融合した宇都宮に興味を持つようになった。自分にできることを考えていたときにX通りを知り、子供服販売店を出店した。

#### 4. 雑貨店Dの事例

経営者が開業したのは、2011 年のことである。開業するにあたり、今営業している建物を選んだ理由は、建物の雰囲気、経営者がイメージしていた「東欧の小さな田舎町にあるような雑貨店」になりそうだったことである。またその建物は以前、事務所として使われていた。その建物の改修は、資格が必要な電気工事のみ業者に依頼し、残りの部分は自分を含め家族で 1 年半かけてコツコツ仕上げた。内装のこだわりは、床はモルタルだったが、床材を貼り、ペンキを塗って仕上げた。壁や天井は既存のものを利用し、床材と同じクリーム系のペンキを塗ってある。そのペンキにもこだわりがあり、市販のペンキのクリーム色に黄色を混ぜ調色したそうだ。

#### 5. イタリア料理店Eの事例

経営者は栃木県北部の出身で、東京とイタリアで飲食店に勤務していた。自分の理想の店を形にしたいという思いから、宇都宮市に移住して 18 年目にあたる 2017 年に 1 人で開業した。現在はアルバイトを 4 人雇っている。レストランでの料理提供のほか、お弁当・製菓販売を行っており、ネット予約も可能である。客層として、ランチタイムに主婦の利用が多く、満席になることが多い。平日には約 50 人前後、休日には約 80 人前後の来客があるという。出店するにあたっての準備期間は 1 か月ほどで、店舗として使っている建物は、以前マンションとして利用されていた。空き家の改修は、全て業者に任せた。内装は、来店者が「落ち着いて食事ができる空間」を意識した造りで、明るいながらも落ち着いた色でまとめている。カウンターやテーブル席のほかに個室も完備されており、約 50 人での貸し切りもできる。料理には、地元の食材を利用している。X通りの近所付き合いとして、隣に店舗を構える飲食店は、よくケーキを買ってくれるそうだ。経営者は、X通り全体で、もっと様々な種類のお店が増えてほしいと考えている。

#### 6. 美容室Fの事例

経営者は、出生時から宇都宮市に住んでおり、美容院に 13 年勤務した後、2014 年に美容室Fを

出店した。自分の思ったような店にしたいという考えから、1人で開業し、今では正社員3人で営業している。客層として、30代以上の女性が多い。準備期間として、独立を考え始めてから約1年で開業した。安売りはせず、お客様がゆっくり、くつろぐことができる空間づくりを心掛けている。店舗は、以前ガス会社の店舗として利用されていたものであり、古民家のような雰囲気を気に入り、開業を決めた。改修は、X通りの業者に依頼し、塗装は自分自身で行い、外装のこだわりは、「あまり目立ち過ぎないものの、おしゃれに」で、優しいナチュラルな雰囲気になっている。内装へのこだわりは、木のぬくもりを活かした造りである。家具はDIYで作った。商品へのこだわりは、オーガニックのものを使っていることである。今後については、多くの人にX通りを知ってもらい、裏通りではあるものの、活気のある、おしゃれな通りになってほしいということである。

## V. X通りにおける商店街再生の要因

以上の分析から、X通りにおいて商店街が再生した理由は以下の3つであると考えられる。

1 つ目は新規事業者がX通りやその人々に親しみがあったことである。新規事業者の多くが宇都宮市出身で、近くに住んでいた人も含まれていた。例えば、惣菜店Aやレコード店Bは近くに自宅があり、家から近い場所で経営できるという理由からX通りで開業した。商店会が解散してしまい、閑散としているX通りがもう一度活気にあふれた商店街になってほしいという思いを持ってX通りに店を構えた。また、新たに出店した店舗の多くは、S氏がX通りでの取り組みを始めた1年後にあたる2011年以降に開業しており、多くの経営者が商店街の活性化に共通の思いを持って継続して営業を続けている。このことから、出店のきっかけと店舗の維持に、S氏の取り組みが大きく影響していると推測できる。実際にS氏の影響でX通りに開業を決めた店も多い。

2 つ目は立地条件がよいことである。X通りは宇都宮市街地に位置し、東武宇都宮駅から徒歩3分とアクセスもしやすい。さらに、昔は武家屋敷だったこともあり、高級住宅地である。しかし大通りから外れているので、賃料が安い。子供服販売店CはX通りの立地のよさと賃料の安さが商売をするのに適していると考え、雑貨店Dは子どもの習い事教室の通り道であったことからX通りに開業することを決めたそうだ。

3 つ目は商店街や建物の雰囲気がよかったことである。前述のようにX通りは大通りから外れた場所に立地している。その閑静で裏通り感のある雰囲気が新規事業者の探していた条件と一致したようだ。夕方になると近くの住民が散歩や買い物のために商店街を行き交う。子供服販売店CはX通りの雰囲気の良さ、治安の良さに、雑貨店Dは静かな雰囲気が気に入ったそうだ。また、建物が探しているイメージと近かったことや改修ができたことも重要な点である。すべての店舗が開業するために建物を改修している。美容院FはX通りが話題になっていることが店を出すことの決め手だった。



## VI. まとめ

本稿では、宇都宮市X通りを事例として、空き家・空き店舗の改修による商店街再生の実態を明らかにしてきた。

自分の好きなことをしたい、自分の強みを生かしたいという思いを持った経営者が店を開業していることが示唆される。地域の食材やオーガニックなものを使用していたり、内装にこだわりを持っていたりしている店がほとんどであり、質の良い商品・サービスを売ることを徹底している。また、経営者はX通りにさまざまな店が増え、商店街が活性化してほしいと思っていることからX通りに愛着を持っていることがわかる。

X通りの親近感、立地、雰囲気よさが大きく関係していることがわかった。大通りの裏通りという穴場感がアクセスの良さ・価格・雰囲気に影響を及ぼしていると考えられる。X通り再生の火付け役ともいえるS氏はX通りのよさを気に入って事務所を構え、そこを中心に空き家・空き店舗の改修が行われていった。このことに共感した人々、それを聞きつけた人びとによってX通りは再生した。

## 謝辞

本論文を作成するにあたり、本調査の趣旨を理解し、快く聞き取り・アンケート調査に応じて下さったS氏をはじめとするX通りの皆様に深く感謝いたします。

## 参考文献

販売士クラブ <https://hanbaisikaku.com/2017/07/19/commercial-accumulation/> (閲覧日 2018年10月17日)

Web マガジン COLOCAL. ビルススタジオ vol.09MET 不動産部のコト (2014年7月14日)

[https://colocal.jp/topics/lifestyle/renovation/20140714\\_34508.html](https://colocal.jp/topics/lifestyle/renovation/20140714_34508.html) (閲覧日 2018年7月4日)

東洋経済オンライン. 賃料 3.5 倍増！宇都宮「X通り」の奇跡 (2017年1月29日).

<https://toyokeizai.net/articles/-/155637> (閲覧日 2018年10月18日)

グリーンズ. シャッター通りに、17軒の店舗が続々開業！その陰の立役者、空間プロデュースのビルススタジオSさんは「つくっておわり」にしない建築家だった！ (2016年8月31日).

[https://greenz.jp/2016/08/31/taisei\\_shioda/](https://greenz.jp/2016/08/31/taisei_shioda/) (閲覧日 2018年10月18日)

## 「X通りの空き家・空き店舗」を活用した社会調査アンケート

問1. 店舗名と経営者の年齢を教えてください。

店舗名	
経営者の年齢	

問2. 経営者の生まれた場所と今まで住んだ場所を、時系列で教えてください。また、その理由も教えてください。

例：小山(2010年高校まで)→東京(2010年～2014年 大学)→宇都宮(2015年～2016年 就職)→現在(2017年開業)

問3. 経営者の職歴を教えてください。

例：会社員(2015年～2016年)→ライター(2016年～2017年)→レストラン経営(2017年10月～現在まで)

問4. お店を始めた年をお教えください。また、開店の準備期間もお教えください。

例：2018年6月ごろ 25歳のとき 物件を借りてから開店までは2年かかった。

問5. お店を始めようと思ったきっかけ、理由をお教えてください。

問6. 開業するにあたりどこでスキルを習得しましたか。

例:料理教室に通った。セミナーに通った。

問7. 誰と一緒に開業したか、誰と運営しているか教えてください。

例:自分ひとりで。家族と。

問8. お店を開くにあたり、宇都宮の X 通りを選んだ理由を教えてください。

問9. お店を始めるための建物として、現在の店舗を選んだ理由を教えてください。

問10. 現在利用している建物は、以前どのように使われていたのかお教えてください。

問11. 空き家の改修は、自分で行ったのか、業者の人に頼んだのか、お教えてください。

例：外装の塗装は自分でやったが、ほとんど業者の人にお願いした。

問12. 外装、内装、商品にこだわりはありますか。あれば教えてください。

外装	内装	家具	料理	商品
		<p>例：宇都宮の〇〇 店で購入</p>	<p>例：宇都宮の食材 を使用</p>	<p>例：自分の 趣味のものを〇〇店に 買い付けに いつている</p>

問13. 始めたときと今で変化していること(店、X通り含め)を教えてください。またその変化をどう思いますか。

問14. 今後、店をどのようにしていきたいですか。また、X通りがどうなっていくといいと思いますか。

問15. アルバイトやパートの方の人数を教えてください。

問16. どのようなサービスをしていますか。

例: 宅配サービス、ネット販売など

問17. どのようなお客さんがよく来ますか。

例: 主婦、1人暮らし男性

問 18. 1日あたりの来客者数を教えてください。(平日と土日祝日、イベント開催時、わかる範囲でお願いします)

平日  
土日祝日  
イベント開催時

問 19. X通りの店同士でお付き合いはありますか。

問 20. ポリシー(店舗経営において譲れないことなど)をお教えてください。

以上でアンケートは終わりになります。ご協力ありがとうございました。