

鳥取市中心市街地商店街に関する
基礎調査

－ 個店と顧客とまちなかと－

(2017 年度卒業論文より)

2018 年 3 月

岸本愛生 新家翔太 漆畑太朗 矢野志佳 石田夕稀

磯野研究室

公立鳥取環境大学経営学部

鳥取市中心市街地商店街に関する基礎調査

— 一個店と顧客とまちなか —

(2017年度卒業論文より)

2018年3月

公立鳥取環境大学経営学部磯野研究室

はじめに

1. 鳥取商店街個店のマーケティング分析

— 岸本愛生

2. 経営者のビジョンが商店街の活性化に与える影響

— 新家翔太

3. 自営業者の起業プロセスにおける欲求変化とそれをもたらす要因

— 漆畑太朗

4. 鳥取市中心市街地における顧客のニーズ分析

— 矢野志佳

5. 消費文化論から見た地方イベントの意義

— 石田夕稀

はじめに

この鳥取市中心市街地商店街に関する基礎調査は、鳥取市中心市街地（まちなか）活性化の一助となるべく、公立鳥取環境大学経営学部の1研究室として、主にマーケティング論の観点から、まちなかのいくつかの側面を調べ、検討したものです。その側面とは、主にまちなかの商業に関わるものであり、まちなかの商店街を構成する個店の経営やその経営者、まちなかの商店街にとっての顧客に関するものです。

まちなかの商業活性化とは、「第2期鳥取市中心市街地活性化基本計画」（鳥取市 2013）によって指摘される、まちなかの活性化にとって取り組まれるべき最重要課題の1つとされています。そしてこの商業活性化の課題において特に重要と指摘されるのが、まちなか商店街を構成する各個店の経営をいかにして成り立たせることができるのかという課題です。その背景には、近年のモータリゼーション進展故の小売の郊外化、大規模小売の台頭や、地方の人口減少により、まちなかに来る人が少なくなり、その商店街を構成する各個店の経営がだんだんと成り立たなくなり、廃業や休業状態にある個店が増えることが、商店街を寂れさせ、さらにまちなかの魅力を失わせるということがあります。これはもちろん、近年の消費嗜好の変化によりその商店街を構成する各個店自体の魅力が相対的に失せつつある故に、まちなかに来る人が少なくなり、それらの経営が成り立たなくなっているという見方もできます。いずれにしてもまちなかの活性化とはまちなかの商業の活性化に起因しており、その商業の中心には商店街を構成する各個店の経営があるとの見方があります。本調査はその各個店の経営に注目するものです。

公立鳥取環境大学経営学部は、その地元である山陰地方で唯一の経営学部であり、かつその経営学部には所属する当研究室は、20程ある研究室の中でも、特にマーケティングを学ぶことをその主たる活動としています。そのために当研究室は積極的にこの地元の重大な商業的課題に取り組むべきと考えました。そしてこの調査報告書の著者5人を含む当研究室のゼミ生は、2016年度より、まちなかの各種イベント主催の参加経験を通して、まちなかに存在する課題を感じ取り、考えてきました。その上で2017年度は、卒業論文研究としてそのゼミ生5人がまちなかの課題をその調査テーマに選び、取り組んできたものです。その調査テーマ選択に際し、まちなかの商店街を構成する個店の経営に関する課題という大枠は与えられていたものの、具体的な調査テーマは各自の視点によるものです。従ってこの調査報告書に含まれる調査テーマ自体が、そのようなゼミ生に特に課題と実感されているものを反映しています。具体的な各調査テーマとその内容のポイントは次の通りです。

1. 岸本愛生「鳥取商店街個店のマーケティング分析」

本調査は、まちなかの商店街を構成する個店の経営そのものに焦点を当てたものです。まちなかの個店の経営実務において、大学で学ぶような基本的なマーケティングの理論は、どのように応用されており、されるべきなのか、あるいは個店の経営実務に応用するときに、マーケティングの理論はどうあるべきなのかを検討しています。

2. 新家翔太「経営者のビジョンが商店街の活性化に与える影響」

本調査も、まちなかの商店街を構成する個店の経営に焦点を当てたものです。その個店の経営と、商店街全体やまちなか全体との関係を、それらの理念やビジョンを通して検討し、個店の経営にとってのまちなかや商店街全体のビジョンはどうあるべきか、あるいはまちなかや商店街全体にとって個店の経営の理念やビジョンはどうあるべきなのかについて問題提起を行なっています。

3. 漆畑太朗「自営業者の起業プロセスにおける欲求変化とそれをもたらす要因」

本調査は、まちなかの商店街を構成する個店の経営者のような、個人事業主に焦点を当てたものです。個人事業主がその事業を持続的に成長させるにあたり、求められる事業主の事業動機や欲求、あるいはその心理的構えとはどのようなものであるのかを検討し、そのことからその支援はどうあるべきなのかについて提案しています。

4. 矢野志佳「鳥取市中心市街地における顧客のニーズ分析」

本調査は、まちなかの商店街やそれを構成する各個店にとっての顧客に焦点を当てたものです。まちなかに人が来なくなった、個店の経営が成り立ち難いと言われる中で、それでもまちなかで経営を成立させている個店があり、そのまちなかやその個店に魅力を感じている顧客も一定数います。そのような個店の経営を成立させている顧客とはどのような人なのかを、ライフスタイル論の観点から検討し、そのような顧客は何に魅力を感じ、個店は何を提供すべきなのかを提案しています。

5. 石田夕稀「消費文化論から見た地方イベントの意義」

本調査は、まちなかの商店街にとっての顧客に焦点を当てたものです。そのような顧客とはまちなかやその近郊の住民であり、その住民にとってのまちなかの意義を、消費文化論の観点から検討しています。そこからまちなかで行われる各種イベント等によるまちなかの賑わい創出がもたらす、まちなかの住民にとっての経済的価値以上の意味を提案しています。

これら各調査はいずれも、次の3点を意識しています。すなわち、1. 商店街を構成する個店の経営やその経営者あるいはその顧客に焦点を当てること、2. 主にマーケティングや消費者行動の理論に依拠すること、3. インタビューや観察などの定性調査法によることです。これまでの鳥取市中心市街地活性化に関わる調査においてその多くは私の知る限り、商店街の各個店というよりも商店街全体に関心を持ち、経済学的観点から、アンケート調査や各種統計データを用いた調査法によるものでした。ここでの各調査はこれまでの調査とは異なるアプローチを取ることで、新たな知見を得ることを意図しました。

本調査は、学部の卒業論文研究として行なったものである故の時間的制約や、私の指導教官としての技量の問題を含めた研究遂行力からくる限界があります。それでも、この調査を通して得られた知見は、まちなかにおける各個店や顧客となるような人への直接的な聞き取りや観察をもとにしたもの

であり、これまでに知られていなかったあるいは気づかれていなかった多くの発見が含まれているものと考えます。本調査報告書が、この鳥取市まちなかの個店の経営、顧客の価値創造、そしてまちなかの活性化の一助となれば幸いです。

本調査実施にあたっては、鳥取市中心市街地に関わる多くの方々にご支援とご協力を賜りました。特に鳥取市中心市街地活性化協議会の成清仁士様、平木美雪様、鳥取市都市整備部中心市街地整備課の川口隆様には、卒論中間レビュー等において貴重なご助言やご意見を頂くだけでなく、調査計画から実施に関わる多くの場面でご協力を頂きました。株式会社アド・ブレーンの澤田しげき様と鳥取市ふるさと物産館の谷岡祐樹様には、本調査報告書の著者であるゼミ生が3年次の時のまちなかでの活動に多大なご協力を頂き、またやはり調査実施において多くの場面でご協力を頂きました。心より御礼を申し上げます。

磯野 誠