

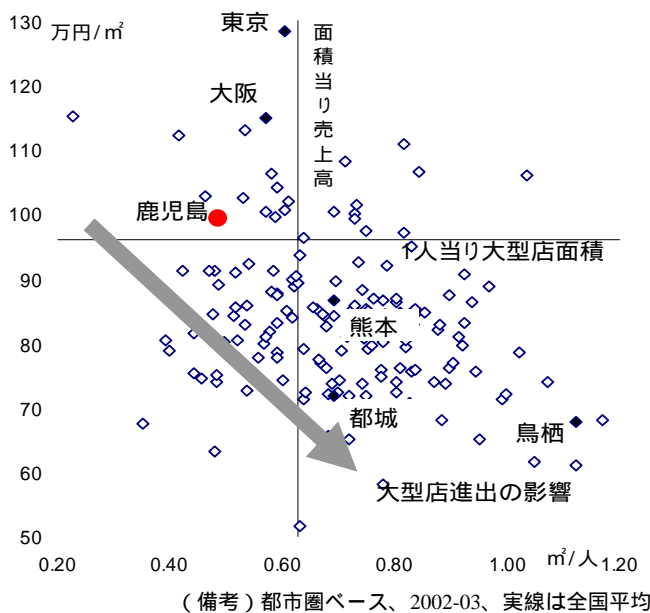
地域診断・鹿児島市

～ 新幹線一周年・これからどうする～

2005年3月

九州新幹線が部分開業一周年を迎えた。開業から今日まで、焼酎ブームなど追い風にも恵まれ、いわゆる新幹線の経済効果で、鹿児島は潤った。しかし、他地域の事例をみても、二年目は苦戦を余儀なくされるのが一般的である。しかも、愛知万博など、他のケースにはなかった強力なライバルが現れつつある。さらに、タイミングを同じくして、県外資本の大規模商業施設の建設計画が次々と表明されている。新幹線効果はこのままついてしまうのか。鹿児島は大規模な商業競争にまきこまれ、疲弊してしまうのか。そうしないためには、どうすればいいのか。検討してみた。

図1 鹿児島商業の現状



を、それぞれ示すものである。鹿児島は、東京や大阪とともに、左上の象限に属す。ここは、大型店舗が少ないものの、商業効率が高いゾーンである。

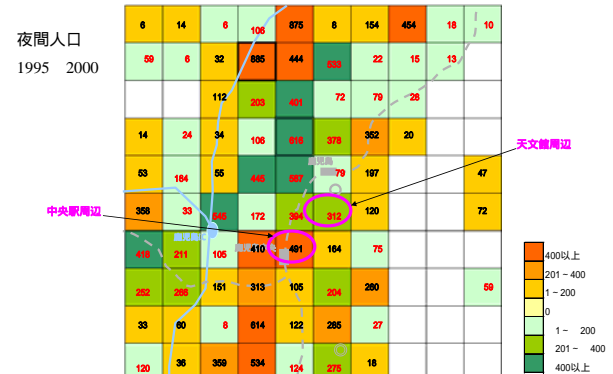
東京や大阪は土地が少ないことから、大型店舗の供給が制限されているが、人口集積が図抜けていることから、効率が高くなっている。鹿児島も少々事情が異なるが、大型店が進出してこなかったことから、比較的高い効率を享受しえた。

しかし、鹿児島のハードルは、東京や大阪の地価のように、高いものではない。単純には端点効果であり、高速道路や新幹線といった高速物流ネットワークが、そのハードルを下げる。そして、まさに今、大型店の建設ラッシュが始まろうとしている。

すると、どうなるか。先に大型店が進出した他の都市と同様に、右下に移動することとなるだろう。大型店の面積は増えるものの、商業全体の効率は低下する状態である。この象限に属する都市には、いわゆるシャッター通りが珍しくない。鹿児島はどうしたらいいのだろうか。

図2 鹿児島市内の人口増減

鹿児島市(10×10km)



< 国勢調査より作成 >

地域診断「かごしまシティ」

検討のベースとなるのは、日本政策投資銀行・地域企画部職員チームが先日行った、「地域づくり健康診断」である。これは、同チームが直接当地に赴き、統計データ等に基づく客観的な指標と独自の分析手法をもとに、地域の方々とディスカッションを行うことにより、地域の課題と可能性を発見しようとするプログラムである¹。

診断結果は、鹿児島は現代版「鎖国」の状態にあるというものであった。すなわち、商業施設の規模は適度で、天文館の賑わいも維持されているが、他県と同じように大規模商業施設が立地すると、そのような均衡が崩れかねないということである。薄々感じていたことであるが、それがデータではっきりと示された。

いくつかのデータにより地域診断はなされたが、図1に代表的な分析結果を示す。これは、横軸が人口当たりの大型店舗面積を、縦軸が、全体の商業効率（面積あたりの売上高）

地域戦略

地域診断チームは二つの戦略を提言している。一つは、郊外住宅開発から職住接近のコンパクトシティへの転換である。他の都市の中心市街地の疲弊は住宅と商業施設がセットとなった郊外開発が一因である。幸い鹿児島は、シラス台地の地形的制約などから、それほど郊外型開発が進んでいない。都心回帰のコンパクトシティに転換することは、まだ可能である。

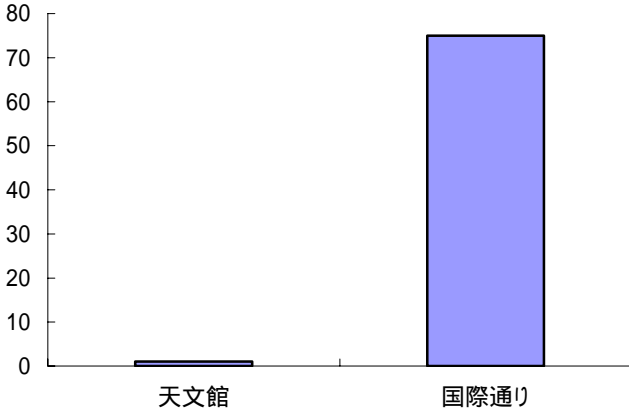
図2に鹿児島都心の人口増減を示す。実は、鹿児島中央駅周辺はマンション建設ラッシュにわき、人口が増加している。問題は天文館周辺である。ここでは人口減少が続いている。天文館を、人が住める街にしていく、具体的には、これが戦略となる²。

¹鹿児島市では2月8日に、市職員研修会で実施した

²例えば後述のように客引きをなくし、安心安全な街にするなど

もう一つの戦略は、鹿児島県の生活文化を根拠にした、観光客の一層の取り込みである。これも、鍵を握るのは天文館である。図3に天文館と那覇の国際通りの土産物屋の数を示す。土産専門の店舗で、菓子や酒類に特化した店舗は除いている。この数字が端的に示すように、那覇は観光客向けの都市であるが、天文館は地元向けの街である。これを、観光客向けに、少なくとも、不快に思われないように、しなければならない。

図3 土産店数(2003年)



(備考)NTTタウンページより作成

地元向けをメインにしている限り、郊外の大型店との競争に巻き込まれるリスクを背負う。一方、新幹線が運んでくるのは観光客である。しかも、観光客が欲しているモノは、全国ブランドの標準品ではない。どちらに地元としてビジネスチャンスがあるかは明快である。

また観光客が求めるものは、景色の物見遊山から、食に象徴される地域文化に移ってきている。地元向けの食品販売所と思われる道の駅が観光客に注目されるのは、その象徴だろう。先の九州じゃらんの博多を中心にしたアンケート調査では、九州の道の駅人気ランキングにおいて、鹿児島が上位を独占した(表1)。

表1 九州道の駅・人気ベストテン

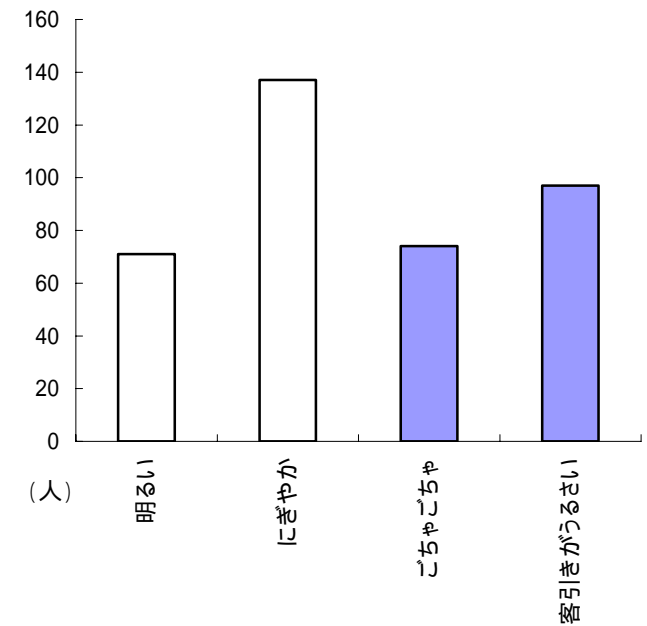
順位	駅名	所在
1	霧島	鹿児島
2	桜島	鹿児島
3	くいの松原おおさき	鹿児島
4	川辺やすらぎの郷	鹿児島
5	なんごう	宮崎
6	都城	宮崎
7	きんぼう木花館	鹿児島
8	宇目	大分
9	子守唄の里 五木	熊本
10	樋脇	鹿児島

(備考)九州発じゃらん(リクルート)より作成

さて、鹿児島県の生活文化や食が凝縮されているのは、夜の天文館において外にあるまい。酒と言えば、芋焼酎が出てくる、生活文化。他の街ではウィスキーのボトルが並ぶ棚の多くも焼酎が占領している。しかも値段は、焼酎ブームで高騰する東京や大阪の十分の一だ。全国あまたある繁華街のなかで、焼酎のメッカを名乗れる街はここしかない。天文館はオンリーワンのポジションにある。しかし、その素質は十分開花したとは言い難い。

天文館の課題

図4 夜の天文館の印象



(備考)中小企業診断協会アンケートより作成

天文館の課題はなんだろう。観光客向けの施設だろうか。アーケードのデザインだろうか。実際に宿泊客にアンケートしたところでは、それは客引きである。

一年ほど前に、中小企業診断協会鹿児島支部が、天文館とその周辺のホテル、旅館の宿泊客にアンケートしたところ(回答414人)、天文館を訪れる時間帯は夜が7割で、夜の街と認識しており、しかも、ほぼ四人に一人(23.4%)が、「客引きがうるさい」と回答してきている(図4)。要するに「客引きがうるさい夜の街」が天文館であると、観光客の多くは感じているということである。もっとも、実際の接客やサービスを悪いとする回答はほとんど無く、この辺にも鹿児島の宣伝下手が出ているのかも知れない。

しかし、天文館は、他都市の夜の繁華街と異なり、焼酎のメッカの顔を持つ。焼酎ブームとなるまでは、観光とは無縁だったかも知れない。ところが、事情は一変している。今や若い女性のファンが蔵に押しかけることも珍しくはない。夜の天文館は観光客を引きつけることの出来る、貴重な財産に化けつつある。従って、できれば女性の芋焼酎ファンが安心して探索できる環境を整備することが望まれよう。

例えば東京都では、極めて厳しい客引き禁止条例がこの四月一日より施行される。この種の条例は、東京都を始め、多くの都道府県で制定されていたが、いずれも実効に乏しく、事実上放置されてきた。しかし、この四月に改正され施行される都の条例はその厳しさは桁違いである。条例文通り実施されれば、東京の街中で客引きを目にする事はなくなる。

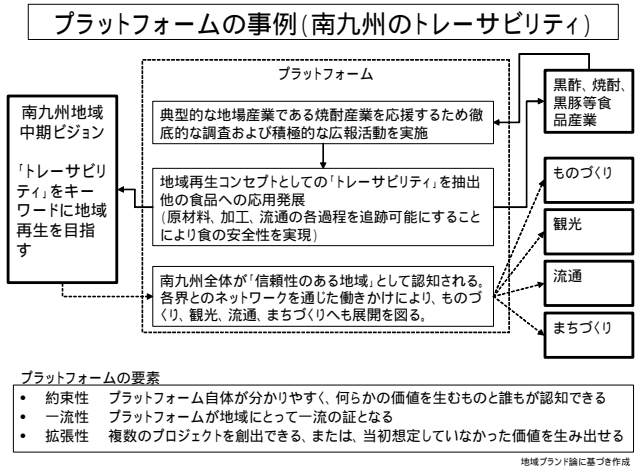
これからの地域間競争の基準は信頼性である(図5)。食の安心安全が問われている。鹿児島の基幹産業だけに、そこに注力すれば、リターンが大きいと、あらゆる食品・関連産業が一斉にトレーサビリティに走り出した。実際にその成果も上がってきている。

そして、信頼性や安心安全の動きは、食に留まらず、街にも及びつつあるようだ。食と街は、観光を支える基本要素である。新幹線の開業効果が薄くなり、正念場を迎える鹿児島にとって、それを磨くことは極めて重要である。今までの観光は、新幹線のようなロジに焦点を当てていたが、開業後は、

ロジ以前の商品開発が問われる。それは食と街や自然の信頼性が出発点となろう。

景観条例の制定や、歴史的町並みの保存が盛んになりつつある。これらは街の信頼性の一断面である。鹿児島では知覧の先駆的取組が、観光客の獲得に大きな効果をあげている。さらに、東京から、夜の繁華街を安心安全にする競争が始まった。天文館が信頼できる街として、焼酎のメッカとして、鹿児島観光の中心となる日を、期待したい。

図5 信頼性をプラットフォームとした地域振興



「地域づくり健康診断」は本店の地域企画部が実施してものですが、本レポートは同診断を元に、南九州支店が作成したものです。つまり、分析は本店ですが、文責は南九州支店にあります。お問い合わせは下記をお願いします。

〒880-0805 鹿児島県鹿児島市東千石町 1-38
 日本政策投資銀行南九州支店（支店長：澁澤 洋）
 お問い合わせ先：企画調査課 佐藤 Tel：099-226-8203