

DBJ SHIKOKU RESEARCH NO.1

四国大型小売店の出店余地について

1. 問題意識

現在、高松市をはじめ四国では大型小売店の出店が続いており、これが地域の商業にいかなる影響を及ぼすかについての関心が高まっている。本稿は四国における小売業の現状を整理したうえで、今後の四国における大型小売店の出店余地について試算したものである。

2. 四國小売業の特徴

現在の四国の小売業の特徴は以下のとおり。

- ・従来より人口当りの小売商店数は多く、人口当りの小売売場面積も多い。
- ・1店舗当りの小売売場面積、人口当り小売販売額は小さく、商店街等、中小規模商店のウエイトが高い。
- ・既存大型小売店は古い時期に開店したものが比較的多く存在。

3. 今後の出店余地

四国における大型小売店の出店余地を推計したところ、他地域との比較においては四国における大型小売店の出店余地は売場面積ベースで約 25 万㎡と計算される。県別では香川県は飽和状態となっており、高知県においては約 11 万㎡の出店余地が見込まれる計算となる。

いずれにしても、競争が激化する中で、こうした出店余地が現実になるためには以下の課題がある。

4. 出店余地の顕在化へ向けての課題

- ・県境をこえた広域的集客力の確保を念頭に置いた店舗づくりが重要であり、他地域との競争に耐えうる一層魅力ある店舗づくりが求められる。
- ・最近の大型小売店は大型化しており、郊外に立地する傾向がある。そのため、大型小売店の立地にあたっては、道路網の整備に代表される交通インフラ整備との関連が強い。
- ・大型小売店の出店の在り方については、地域全体の総合的な街づくりという観点を念頭において整備されるべきものであり、行政、民間一体となった取り組みを行うことが必要である。

以上