



韓国清溪川復元事業後の商店移転政策の実態と課題に関する研究 : 商店主の満足度と商圈の再編に着目して

金, 暲 [ミン]

近藤, 民代

(Citation)

神戸大学大学院工学研究科・システム情報学研究科紀要, 6:6-16

(Issue Date)

2014

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/81008885>



韓国清溪川復元事業後の商店移転政策の実態と課題に関する研究

－ 商店主の満足度と商圏の再編に着目して

Urban regeneration projects and Commercial area Relocation

- A Research on Relocation policy and satisfaction of retail's owner at Garden5 Korea

金暲慙¹，近藤民代²

Kyungmin KIM, Tamiyo KONDO

¹工学研究科建築学専攻

²工学研究科准教授・博士（工学）

（受付: June 30, 2014 受理: November 28, 2014 公開: January 20, 2015）

キーワード：清溪川復元事業、商店主の満足度、都市再生事業、商店街の移転政策、ガーデンファイブ

韓国のソウル市は清溪川復元事業と再開発事業を行った。しかし、この清溪川復元事業と再開発事業は周辺の商業地域の営業活動に大きな影響を与えるため、ソウル市は大規模商業施設への移転を補償策として用意した。その移転政策は、商店主の営業活動に寄与したのであるだろうか。本研究の目的は以下の3点である。第1に清溪川商店街の移転政策の協議のプロセスを明らかにする。第2に移転商店の営業活動の変化を明らかにする。第3に商店主の移転政策に対する満足度を明らかにする。移転政策により移転した商店主を対象として104名に調査票の項目に従い対面式で（一人当たり50分）聞き取りを行った。その結果、移転後に発生した問題は清溪川商店街と移転先の距離が遠くなって商圏のネットワークが崩壊し、移転先の建物は業種の特性には合わなかったため、営業活動を阻害、移転前より純収益が80%減少した。商店主らは移転政策に対して84.9%不満足だと回答している。

1. はじめに

1.1 研究の背景と目的

現在、世界中で開発と保全の調和を目指す持続可能な都市再生へというパラダイムシフトが進んでいる。車中心の都市ではなく人間中心の都市、自然と人間が共生する都市がそのキーワードである。中でも2005年に韓国ソウル市で行われた清溪川復元事業（以下、復元事業）は都心部に位置した高架道路を撤去し、河川を復元することで、環境改善・歴史性回復・安全性確保・経済発展などを実現したとして国外で高く評価されている。しかし、その復元事業に伴って行われた清溪川の周辺の商店街の都市再生事業についてはあまり知られていない。清溪川の周辺の商店街（以下、清溪川商店街）の建物の老朽化、商業機能の衰退、スラム化、治安問題などの解決を目的としてスクラップアンドビの方式による大々的な再開発が進められている。復元事業と再開発事業は、商店の営業に大きな影響を与えるため、ソウル市はガーデンファイブという清溪川商店街から約30km離れている大規模商業施設への移転を補償策として用意した。その移転政策は、商店主の営業活動に寄与したのであるだろうか。本研究の目的は、清溪川商店街の移転政策の協議のプロセス、移転商店の営業活動の変化、及び、商店主の移転政策に対する満足度を明らかに

することにより、韓国清溪川復元事業後の商店移転政策の実態を解明し、その課題を示すことにある。

1.2 既往研究と本研究の新規性

朴は（2011）¹⁾ 清溪川復元のプロセスに着目して復元事業を紹介している。黄らは（2006）²⁾ 復元事業実現するために、清溪川周辺の商店主達の利害関係を調整したプロセスを詳細にトレースした。鄭らは（2010）³⁾ 清溪川商店街周辺地域の建ぺい率、容積率規制緩和による居住用面積確保を通じた再開発事業の活性化に関して、要因分析をした。しかし、都市再生事業による移転政策に関与した商店主らの観点で空間及び営業活動に対する満足度を明らかにした研究はほとんどなく、ここに本研究の新規性がある。

1.3 研究方法

- 1) 2012年6月から8月にかけて行政関係者（ソウル市役所2名・ソウル市住宅公社4名）への調査票を用いた対面式聞き取り調査を実施し、ソウル市の復元事業と同事業を含めた再開発事業に関する資料を収集した。
- 2) 2012年6月下旬から7月中旬かけて清溪川周辺商店主（16名）へ営業活動についてプレ聞き取り調査を行い、清溪川商店街の特徴を把握するためにフィールド調査した。同時に、ガーデンファイブに移転した商店主（7名）に営業活動について事前インタビュー調査と、ガーデンファ

イブの特徴を把握するためにフィールド調査を実施した。

- 3) 上記2)の調査結果に基づいて、営業活動に対する満足度を尋ねる調査票を作成し、2013年5月上旬の10日間をかけて移転政策に関与した商店主(104名)を対象として、対面式聞き取り調査を行った。

2. ソウル市の都市計画における都市再生事業の位置づけ

2.1 ソウル市の都市基本計画と都心部管理計画

ソウル市の都市計画は、都市の空間・環境・社会・経済を含めた総合的な都市基本計画と、この計画に基づいて具体的な事業を遂行するための都心部管理計画とに区分される。2011年を目標年次とする10年計画である「2011都市基本計画」を遂行するために「都心部管理基本計画(2000)」が策定されている。

しかし、この管理計画は都市再生事業を含まず、法的拘束力がない。そのため、「2020都市基本計画」の中で、「都心部発展計画(2005)」に都市再生事業を明確に位置付けて、復元事業と事業後の清溪川周辺の再開発事業が開始されることとなった(Table 1)。

Table.1 ソウル市の都市計画と都市再生事業

項目		計画・事業期間
都市基本計画	「2011都市基本計画」	▲公告(1997) 施行(2000) 目標(2011)
	「2020都市基本計画」	▲公告(2005) 施行(2010) 目標(2020)
都心部管理計画	「都心部管理基本計画(2000)」	▲施行(2000) 目標(2011)
	「都心部発展計画(2005)」	▲施行(2010) 目標(2020)
都市再生事業	復元計画	▲復元計画(2002) ▲工事着工(2003) ▲復元事業完了(2005)
	再開発計画	▲再開発計画(2002) ▲工事着工(2006) ▲事業完了(2020)

2.2 清溪川復元事業の計画

復元事業は自然環境と人間に配慮した都市再生の成功事例としてあまりにも有名である。清溪川復元区間は約5.8kmで、復元工事は2003年7月から2005年10月の約2年間の工事を経て開通した。この復元事業においては、1960年代の産業化による影響で復々8～10車線の高架道路で覆われていた清溪川から高架道路を除去して、以前の清溪川に戻した。この

ようにして再生された清溪川は、歴史(伝統)、文化(現代)、自然(未来)という3つの時間軸としてデザインされている。清溪川復元がこれほど短期間で実現したのは、当時のソウル市長李明博の決断力と実行力によるところが大きかった。¹⁾

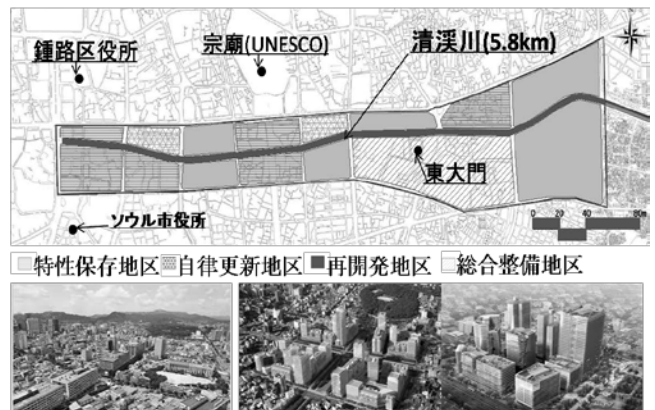


▲旧清溪道路 ▲復元工事 ▲清溪川

Fig.1 復元事業の過程⁶⁾

2.3 清溪川商店街の再開発事業の計画

清溪川周辺地域の再開発事業は「都心部発展計画(2005)」によって規定されている。この事業はスクラップアンドビルド方式による大規模再開発であり、都心部の平均容積率270%を400～420%へ緩和することにより、事業の採算性を高めている。復元された清溪川に沿った周辺地域を22ブロックに区分し、各ブロック別の特性を考慮して、特性保存地区・自律更新地区・再開発地区・総合整備地区の4つの区分に分けて事業が進められている(Fig2参照)⁷⁾。



▲現在 ▲完成予想図

Fig.2 清溪川商店街の再開発事業の例⁷⁾

3. 清溪川商店街の概要

3.1 清溪川商店街の業種の特徴

復元事業が行われた5.8kmの周辺には約6万店舗あり、労働者は約20万人に及ぶ大型商圈を形成している⁸⁾。一店舗当りの面積は9.9～23.1㎡で、9割以上は店舗を賃借して商店経営をしている。平均営業期間は約20年以上である。業種の構成は電子・電気、工具、衣類関連の業種などである。電子・電気の関連業種は小さな部品から完成品まですべての商品が販売

されている。衣類関連業種は、東大門市場を中心に企画→製造→販売で全国を対象に卸売業をしながら一部は小売業も行っている。工具業種は、消防設備・工具・機械工具や金物などの店舗がある。工具は基本的に産業財であり、主な来店者は工場主である。清溪川商店街は専門的な部品を取り扱っているため景気の影響を受ける。清溪川商店街はこのような業種の特徴のため、産業化時代から今日に至るまで複合的な産業ネットワークを形成し、卸売・小売業の要衝地として韓国の中小製造業を支える中心拠点となってきた。

3.2 清溪川商店街の商圈の特徴

清溪川商店街では必要なものを商店街で容易に調達し、設計図面一枚を持参するだけで、その場で商品を作ることができる。例えば、他の地域から来ても一日に必要な原資材を購入し、加工製作をして、すぐに近くの店舗で販売することができる (Fig3)。多数の来店者らは最終消費財を望む消費者より生産・販売が混ざり合い組織の構成員が多いプロシューマー^{Note 1)}の特徴を持っている。近隣の清溪川商店街や工場を取引先に置く場合が多く、巨大な産業のネットワークを構成している。

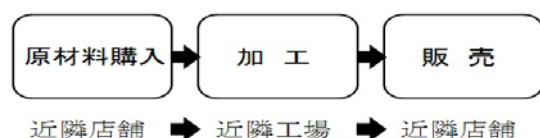


Fig.3 清溪川商圈のネットワークの特徴⁸⁾

4. 清溪川周辺の商店主の反対運動と移転政策の協議プロセス

4.1 復元事業に対する商店主の反対運動

清溪川周辺の商店主らは、復元事業が清溪川周辺の商圈全体の存亡に大きな影響を与える問題であるとして、激しい反対運動を展開した。復元工事によって営業の基盤施設となっている高架道路の下部空間がなくなり、交通混雑が激化することが一つの理由である²⁾。また、復元事業期間中の工事による騒音や粉塵の発生によって営業活動に対する悪影響を及ぼす恐れもあった。このような問題を認識した清溪川周辺の商店主らは2002年8月に「清溪川商圈守護対策委員会 (5,233名)」、2003年2月には「衣類商店街対策委員会 (4,417名)」を結成し、本格的な反対運動が始まった。

これらの委員会で争点となったのは「ソウル市による営業損失補償策」である。当初、ソウル市は「復元事業は市有地を対象とし、周辺建物の物理的撤去を行わないため営業損失の補償義務はない」と説明した。このような市当局の姿勢に対して激しい反発が起こり、2003年3月に約3000名の商店主が参加する大規模集会在公園で行われた。さらに、2003年6月には、約3,500名の商店主が参加した集会の後に、高架道路を占拠した18人が連行され、「清溪川商圈守護対策委員会」と「衣類商店街対策委員会」の代表全員が警察に立件された。2003年2月11日にソウル市は「復元事業基本計画」を発表したが、商圈に対する具体的な権利保護方針や営業補償対策の説明がされなかった。それを受けて2月15日、清溪川商圈守護対策委

Table.2 移転政策についての商店主とソウル市との協議プロセス^{Note 4)}

区分	活動年月	内 容	
意見集約	2002.07.02	ソウル市が商店主の意見を集約するために「清溪川復元推進本部を設置」	
	2002.11.18	政策協議会を結成 (ソウル市・商店主)	
	2003.02.18 (1次)	復元事業に関する意見交換及び運営ルールを決める	
	2003.02.27 (2次)	清溪川商店主団体の代表団 (要求事項)	ソウル市の清溪川復元推進本部 (回答)
		・残留/移転希望を区分する対策を要求	・移転希望商店主について代替地確保の推進
		・営業損失補償を要求	・営業損失補償は不可
	2003.03.13 (3次)	・7月1日の清溪川復元着工の延期を要請 ・清溪川周辺再開発に関する青写真提示を要求	・着工の延期は不可 ・営業損失補償に代わる間接支援方策を検討
総合対策	2003.03.20 (4次)	清溪川商店主への総合対策を取りまとめ	
	2003.04.02	清溪川商店主総合対策を発表	
		・営業不便の最小化対策	清溪川商店主への総合対策
		・商店街の活性化対策	残留する商店街の活性化対策
交渉	2003.04.03 (5次)	残留/移転希望を区分する管理を要求	実質的対策の策定について検討
	2003.04.08 (6次)	商店主らの不満により、会議が進行しなかった。	04.10公式決裂
	2003.06.09 (7次)	移転先域の移転先の敷地面積を29.7→49.5㎡に追加要求	移転先域の面積を拡大
	2003.06.21	ソウル市長と清溪川商圈守護対策委員長が移転対策を合意	
完了	2003.06.25	ソウル市長名義で公文書を発行	

員会と衣類商店街対策委員会が記者会見を開き、ソウル市の一方的な事業推進に強い不満を表現し、「復元事業による営業活動への悪影響」について主張を展開した。この記者会見をきっかけに復元事業に肯定的だったマスコミとソウル市民は批判的な意見へと変化した。マスコミとソウル市民の批判的な意見への転換は、復元事業の実現上、見過ごすことができない要素であると認識したソウル市は、商店主の十分な意見の集約、及び、商店主への参加をすすめていくことを約束した⁹⁾。

4.2 移転政策の登場までの協議プロセス

ソウル市は復元事業反対派の政策協議会^{Note 2)}と賛成派の清溪川地域住民・商店主協議会^{Note 3)}に分けて意見を集約した。反対派が参加する政策協議会は2003年2月から2003年6月にかけて計7回開催された。第1～4回の協議会では意見の集約を行い、それに対するソウル市の総合対策が発表された。第5～7回協議会では交渉段階であり、移転政策に合意を行っている (Table2)。意見の集約段階で出された意見は、第1に「復元事業は短期間に策定された計画であるため、商店主らの準備期間を確保するために工事の延期を要求すること」、第2に「工事期間中における営業利益損失に対する補償をすること」、第3に「移転商店主と残留商店主に分けて対策を用意すること」などであった。これに対してソウル市は、第1に対しては工事の延期は不可、第2に対しては工事期間中に発生する騒音、粉塵をできるだけ軽減すると回答した。第3については復元事業によって美しい川が再生されると、観光客が増加するため、飲食店や衣料業種にとっては、大きな利益をもたらすが、一方で電気・工具業種などを扱う業種はそうではないと予測し、この電気・工具業種に対しては、移転政策を用意することをした。このような内容が2003年4月に「清溪川復元による商店主の総合対策」として公表され、工事期間中の営業上の不利益を最小化する対策、清溪川商店街の活性化対策、移転対策が進められることとなった。

第5～7回の政策協議会は具体的な移転政策に関する交渉が行われた。移転商店主らに対する営業損失補償は法的に実現が難しいため、ソウル市は移転先を確保する方針を決めた。合意段階では、移転商店主ら (約6,500名) と合意し、2003年6月にソウル市長名義の公文書が発行され移転対策の合意が成立する。

5. 移転先の「ガーデンファイブ」事業計画の概要

5.1 移転政策対象地の概要及び移転事業推進の経緯

移転政策対象地 (以下、移転先) はソウル市松坡区に位置している「ソウル市物流・流通団地^{Note 5)}の事業地区」を選定さし、2003年5月に移転団地の造成をスタートした。移転先と清溪川商店街は30kmほど離れている (Fig. 4)。2006年から

移転商店街が入居する棟の建設が開始され、2008年12月に竣工した。そして、2009年7月に「ガーデンファイブ」としてオープンした (Fig. 5)。ガーデンファイブは三つのブロックにターンキー事業方式^{Note 6)}で進めた (Table 3)。



Fig. 4 清溪川商圈とガーデンファイブの位置^{Note 11)}

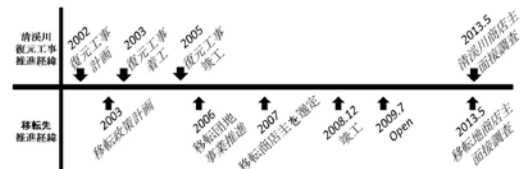


Fig. 5 清溪川復元工事と移転先の事業推進の経緯

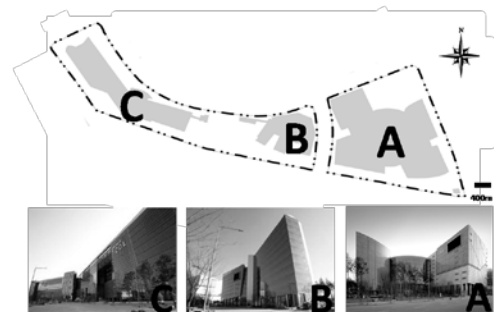


Fig. 6 ガーデンファイブの配置図^{Note 11)}と全景写真¹¹⁾

Table.3 ガーデンファイブ (移転先) の各ブロックの概要⁸⁾

項目	Aブロック	Bブロック	Cブロック
階数	地下5階・地上11階	地下5階・地上11階	地下5階・地上10階
延べ面積	423,140.4㎡	119,008.2㎡	274,380.1㎡
工事費	5,080億ウォン	1,217億ウォン	2,973億ウォン
業種	衣類・電気	電気・工具	工具
施工会社	GS建設会社	現代産業開発会社	大林産業会社

5.2 ガーデンファイブの入店率

ガーデンファイブは、全体で8,360の店舗があり、そのうち清溪川商店街からの移転対象店舗 (以下、移転店舗) は6,097の店舗が計画され、その以外は移転対象以外の店舗 (以下、

一般店舗)に計画された。しかし、結果的には2007年までに全体の約1,000の移転店舗が応募しなかったため、ソウル市住宅公社は入店店舗の制限(移転店舗と一般店舗の数の制限)を撤廃した。2009年7月のオープン当時、2,886の移転店舗が移転に契約したが、入店した移転店舗は248しかなかった。これは全体店舗の中、移転店舗の3%に過ぎない。その理由は12月にオープンする計画だったが、7月に繰り上げて準備ができなかったためである。一般店舗は2,154が入店し、空き店舗が2,886に及んだ。

翌年から移転店舗の契約数と入店率が上昇し、一般店舗より移転店舗が多くを占めるようになったが、2011年を基点に移転店舗数は減少していった。一方、一般店舗数は2009年から増加し、2012年には、本来は清溪川商店街からの移転商人を対象としたガーデンファイブに、一般店舗の契約数と入店率が、移転店舗の契約数と入店率を上回ることになった。

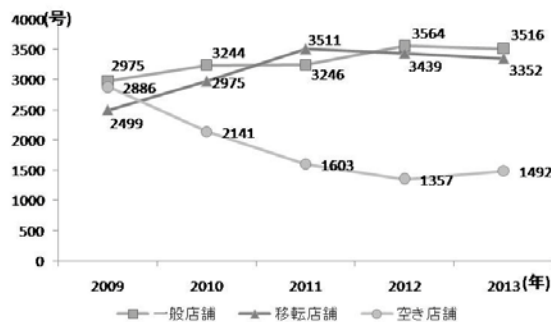


Fig. 7 ガーデンファイブの契約数

出所: ソウル市住宅公社、ガーデンファイブの供給管理部

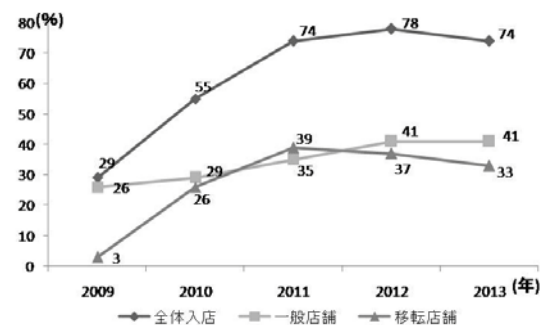


Fig. 8 ガーデンファイブの入店率

出所: ソウル市住宅公社、ガーデンファイブの供給管理部

6. 営業活動の変化と店主の満足度

6.1 面接調査の概要

清溪川商店街から移転した店主らを対象として2013年5月上旬に104人に対して対面形式で聞き取りを行った(1人当たり50分)。調査票の項目はTable4の通りである。

Table.4 面接調査の概要

項目	区分	内容
概要	調査対象	清溪川商店街からガーデンファイブへ移転した店主
	調査票回収	配布: 104部 回収率: 104部 (100%)
	質問項目	8項目
構成	質問内容	①移転した理由 ②商圈に対する変化と満足度 ③建物に対する変化と満足度 ④駐車所に対する変化と満足度 ⑤来店者に対する変化と満足度 ⑥収益に対する変化と満足度 ⑦現在地域に対して満足度 ⑧政府の移転政策に対して満足度

6.1.1 回収標本の代表性

母集団から把握できる移転先のA・B・Cブロックを基に、回収標本の代表性の確認を行った。Fig. 9・Fig. 10のように、母集団と回収標本の構成比の間に大きな相違は見られなかった。また、適合度の検定(カイ2乗検定)を行った結果、「母集団と回収標本は異なっている」とは言えないことを統計的に確認した。Note 7)

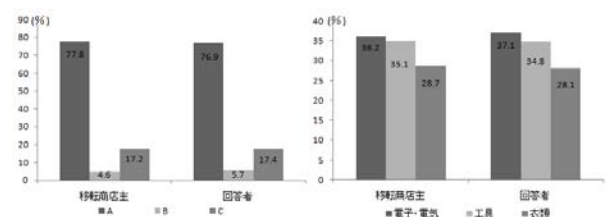


Fig. 9 移転商店の構成比

Fig. 10 移転業種の構成比

出所: ソウル市住宅公社、ガーデンファイブの供給管理部

6.1.2 回答者の属性

ガーデンファイブに移転した清溪川商店主(以下、移転商店主)の属性別の特性は平均年齢55才、男性の比率が多かった。店舗面積は23.1㎡以下の店舗が約7割、各商店雇用職人数は1~2人が約9割であり、小規模店舗の零細商店主の特徴を持っている(Fig. 11)。

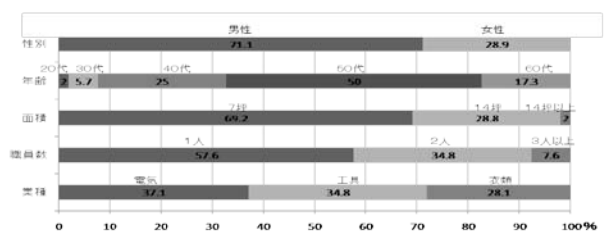


Fig. 11 回答者の属性

6.2 ガーデンファイブに移転した理由

移転先に移転をした最も大きな理由は、「政府による政策を信頼していたため」であり、これが全体の42.5%を占めている。これに続くのが移転先は大きな流通・物流団地の中にあり、周辺に大規模住宅団地があるために、「店舗の経済的価値が上昇する」という期待である(Fig. 12)。

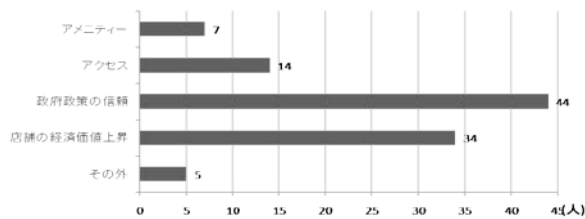


Fig. 12 ガーデンファイブに移転した理由

6.3 商圈に対する満足度

商圈に対する満足度の評価結果、衣類業種の店主は88.4%が不満・3.8%が満足、工具業種の店主は71.1%が不満・2.6%が満足、電気・電子業種の店主は75%が不満・5%が満足と回答している。聞き取りによると全体9割の店主らが商圈のネットワークが壊れ、取引先の数不足で商圈の形成が回復していないと説明した (Fig. 13)。

商圈に対する満足度が非常に低い。その理由は3.2で述べたように、プロシューマーが形成されているネットワーク商圈は一箇所で取引される場合は、経済的効果は大きい、移転先のように既存商店同士が離れていると負の経済的効果となるためである。例えば運送料の場合、店舗が清溪川商店街 (以下、旧清溪商店街) であれば取引先まで約10千ウォン^{Note 8)} (1 km以内・5千ウォン、1kg・5千ウォン) の運送料を負担すればよいが、旧清溪商店街から移転先までの場合約155千ウォン (30km・15千ウォン、1kg・5千ウォン) となり、運送料が非常に高くなる。このような運送料の上昇は店主・来店者の両方とも負担になる。来店者は旧清溪商店街で新しい店舗を探して、残留店主も旧清溪商店街内で新たな取引先を探すことになる。その結果、商圈のネットワークは崩壊し、代替できる取引先数が少ない移転先の店主は孤立される状況になった。

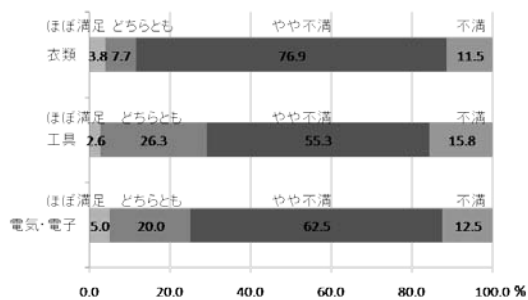


Fig. 13 店主の商圈への満足度

6.4 建物に対する満足度

建物に対する満足度の評価結果、衣類業種の店主は57.6%が不満・15.2%が満足、工具業種の店主は58.9%が不満・11.8%が満足、電気・電子業種の店主は67.5%が不満・13.5%が満足と回答している。 (Fig. 14)。聞き取りによると建物内の非効率的な平面設計と営業特性と無関係な店舗配置という

問題があって、来店者が来ても探しにくい、道に迷いやすいと不満の意見が多かった。一方、満足している店主は新しい建物のアメニティー環境で満足していると説明した。

旧清溪商店街は低層建物であったのに対して、移転先の建物は10階建て高層建物に変化した。移転先の平面計画は23.1㎡の店舗が連続に配置されている。ソウル市住宅公社関係者は旧清溪商店街の配置及び平面の特徴を活かして再構成したと説明しているが、Fig. 15のように移転先のように四方が詰まりと空間認識・認知能力が減少して道を探すのに困難を感じる。一方、旧清溪商店街では周辺の高い建物が見え、現在位置の認知が可能である (Fig. 16)。このような店舗配置は事務職を主とする事務用オフィス場合、個人の空間及び事務室のプライバシーが保障されるので適合するが、移転業種である営業や販売には不向きである。

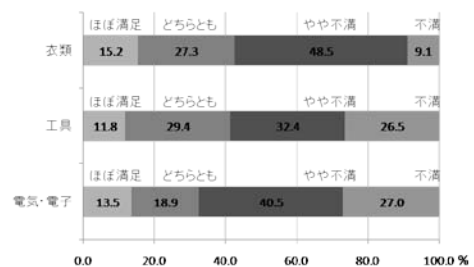
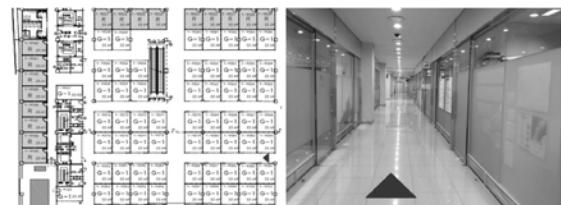


Fig. 14 店主の建物に対する満足度

Fig. 15 Bブロックの9階の設計図¹¹⁾と内部写真^{Note 12)}Fig. 16 旧清溪商店街の地図¹³⁾と写真^{Note 12)}

6.5 駐車場に対する満足度

駐車場については、衣類業種の店主は79.1%が満足、工具業種の店主は78.4%が満足、電気・電子業種の店主は51.1%が満足と回答している。 (Fig. 17)。満足度の理由は、聞き取りによると移転先の駐車施設は計3,823台が駐車可能、24時間オープンしており、移転店舗に限り駐車料が無料券と割引券があると説明している。旧清溪商店街が持っている駐車場の不足問題、路上駐車問題などが、移転先建物の内部に設置されたことによって解決された。

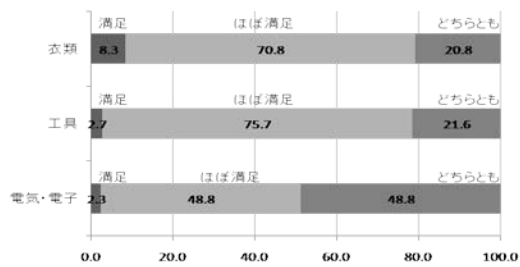


Fig. 17 商店主の駐車場への満足度

6.6 来店者に対する満足度

来店者の数の変化については、95.3%が減少したと回答した (Fig. 18)。来店者のタイプ別の割合は常連客80%、知人の紹介10%、その他10%と回答した (Fig. 19)。来店者に対する満足度の評価結果は、衣類業種の商店主は89.7%が不満足、工具業種の商店主は66.7が不満足・4.2%が満足、電気・電子業種の商店主は75.7が不満足・7.3%が満足と回答している。(Fig. 20)。聞き取りによると来店者の数と旧清溪商店街の取引先の数が非常に減少したと多くの商店主が不満を持っていた。

Fig. 21を見ると移転店舗は、来店者が少ない、空き店舗があり、店舗の中に品物だけを積んでおいてドアが閉鎖されている。一方、一般店舗は百貨店、映画館、サウナ (温泉) などのSSM^{Note 9)}などに来店者が集まっている。(Fig. 22)。

移転店舗の業種は専門機器や細密な工具を取扱うことから、来店者らは専門家やプロシューマーの特徴を持っている。一方、移転先は居住団地にあるため、来店者の目的はショッピングしに来ることで、来店者がSSMの一般店舗に集まる現象が起きたと考えられる。

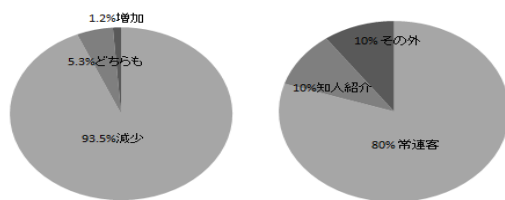


Fig. 18 来店者の数の変化 Fig. 19 来店者のタイプ別の割合

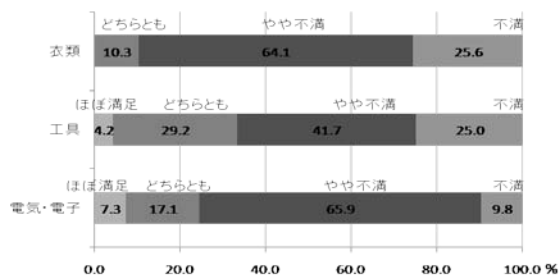


Fig. 20 商店主の来店者に対する満足度



Fig. 21 移転店舗の来店者現況 (2013年5月7日2時) Note 12)



Fig. 22 一般店舗の来店者現況 (2013年5月7日2時) Note 12)

6.7 収益変化に対する満足度

対面形式の調査で、商店主に平均純収益の変化について聞いた結果、旧清溪商店街^{Note 10)}では1ヵ月平均の純利益が317.3→63.2万ウォンで約80.3%減少したことが判明した。詳しく見ると旧清溪商店街の総収入は815.2万ウォンとして支出は賃貸料131.4万ウォン、管理費16.2万ウォン、原価支出200.3万ウォン、職員給料150万ウォンで総収入から総支出を差し引いた結果、317.3万ウォンの純利益があった。一方、移転先では総収入が423.0万ウォンで、支出は賃貸料99.5万ウォン、管理費10万ウォン、原価支出70.3万ウォン、職員の給与が180万ウォンで、総支出の額が359.8万ウォンで純収益が63.2万ウォンであり、異常に減少している。

収益変化に対しての満足度の評価については、衣類業種の商店主は88%が不満足・4%が満足、工具業種の商店主は80.5が不満足・5.6%が満足、電気・電子業種の商店主は72.1が不満足・7%が満足と回答している。(Fig. 23)。その理由は収益が少ないためと説明した。旧清溪川商店街及び移転先のそれぞれにおける総支出に占める各項目の割合を比較して見ると、原価支出は旧清溪商店街の全体の40.2%で比重が大きく占めるが、移転先では19.5%の割合を占めている。これは、原価の価格下落ではなく、物品が売れないから少量の品物だけ購入するために減少したことが分かった。移転先では、管理費は20万ウォン (均一同等) であるが、ソウル市住宅公社と市が移転支援政策として毎月10万ウォン補助することによって10万ウォンへ下げられている。賃貸料が前より減少した理由は5.2で示したように移転先を離れる店舗が増えたことである。

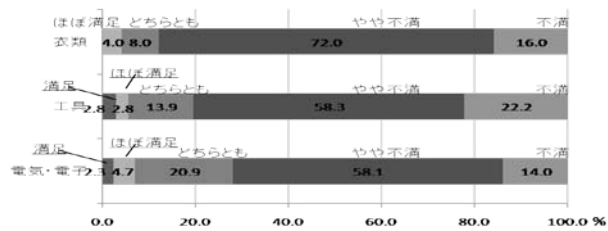


Fig. 23 店主の収益変化に対する満足度

6.8 移転先と移転政策に対する満足度

移転した104の店主についての移転先に対する満足度、及び、移転政策に対する満足度のそれぞれについて考察するとともに、移転後の各満足度（商圏、建物、駐車場、来店者、収益）を説明変数として重回帰分析を行った（Fig. 24 参照）。

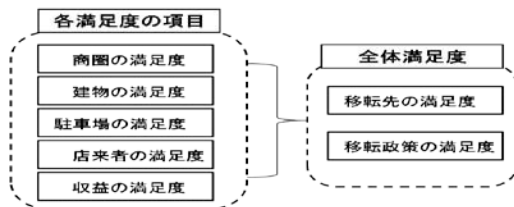


Fig. 24 重回帰分析のモデル

6.8.1 移転先に対する満足度

店主らの移転先に対する満足度は、衣類業種の店主は96.5%が不満、工具業種の店主は76.9%が不満、電気・電子業種の店主は83.8%が不満と回答している（Fig. 25参照）。不満と回答した店主に、移転したい希望先を聞いた結果、94.1%が旧清溪川商店街と回答した。移転先に満足している店主は、移転先が新たに造成され、快適な環境で営業することで満足していると回答した。一方、不満の理由は、収益が減少し、建物に無関係な店舗配置及び平面計画が営業活動の支障となったとしている。

6.8.2 移転先に対する重回帰分析結果

分析の結果、満足度を引き下げる要因としてはt値が1.091、p値が0.02の建物が最も寄与している。移転先の満足度に対して建物に対する満足度が悪影響を及ぼしていることが分かった（Table 5）。

6.8.3 移転政策に対する満足度

店主らの移転政策に対する満足度は、衣類業種の店主は55.5%が不満・18.5%が満足、工具業種の店主は42%が不満・25.8%が満足、電気・電子業種の店主は39.1%が不満・32.6%が満足と回答している。（Fig. 26）。聞き取りによると移転政策の協議プロセスは公正的・民主的だったと回答したが、移転政策によって商圏のネットワークが崩壊され、来店者が減少し、利益が減少した、その被害を移転店主が受けていることを不満の理由としている。また、移転政策の計画・実行の過程で政府は積極的役割をし

たが、移転先の活性化のためへの政府の支援策が少ない状態であり、移転後の管理努力の不在により不満であると回答している。

6.8.4 移転政策に対する重回帰分析結果

分析の結果、移転政策に対する満足度を引き下げている要因としては、t値2.942、p値0.005の商圏やt値3.493、p値0.009の来店者が大きく寄与していることがわかる。（Table 5）。

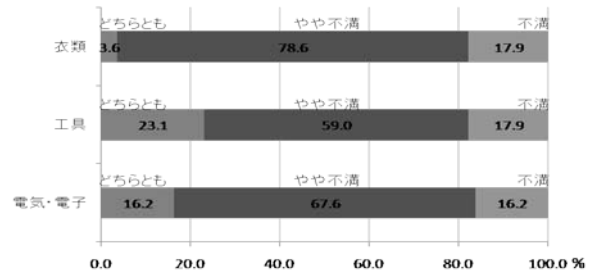


Fig. 25 店主の移転先への満足度

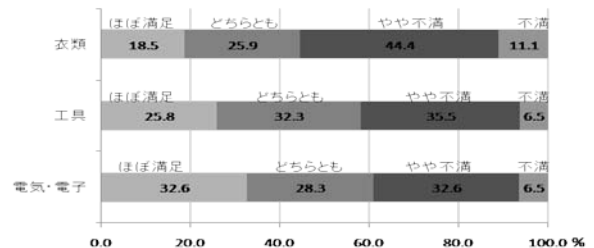


Fig. 26 店主の移転政策への満足度

Table 5. 重回帰分析結果

項目	モデル	標準誤差	B	T値	有意確率	許容度
移転先 に対する 満足度	定数	.795	-	1.724	.091	-
	商圏	.203	.047	.318	.752	.953
	建物	.150	.014	2.511	.023*	.889
	駐車場	.177	-.013	-0.89	.936	.982
	来店者	.200	.230	1.503	.140	.878
	収益	.182	-.056	-.361	.720	.850
	R=.342, R²=.312, 調整済みR²=.284 F= 1.898, P=.001, Durbin-Watson= 1.795					
移転政策 に対する 満足度	定数	.603	-	3.791	.000	-
	商圏	.102	.358	2.942	.005**	.953
	建物	.076	-.148	-1.178	.245	.889
	駐車場	.89	-.100	-.831	.410	.982
	来店者	.101	.443	3.493	.001**	.878
	収益	.092	-.112	-.867	.390	.850
	R=.593, R²=.351, 調整済みR²=.321 F= 4.979, P=.000, Durbin-Watson= 2.042					

*P<0.05, **P<0.01

7.考察

本研究は清溪川復元事業後に実施された商店街の移転政策を移転政策協議過程、移転政策による営業活動の変化、商店主らによる移転先と移転政策の満足度に悪影響を及ぼす要因分析をした。その結果、以下のことが明らかになった。

- 1) 市当局による移転政策は復元事業の当初からあったものではなく、復元事業について商店主の激しい反対運動・マスコミとソウル市民の復元事業に批判の高まりと、そして政策協議会によって登場した。
- 2) 移転後に発生した問題は第1に清溪川商店街と移転先の距離が遠くなって商圏のネットワークが崩壊し、代替できる取引先の数不足、商圏の規模が小さい移転先の商店主は孤立した。第2に移転先の建物は移転業種である営業や販売には不向きであるため営業活動を阻害した。第3に専門的な商品を取扱う移転店舗には来店者が減少し、移転前より純収益が約80%減少した。
- 3) 商店主らは移転先に対して44.4%が不満だと回答し、そのうち97.3%の商店主らが旧清溪川商店街に戻りたいと回答している。移転政策に対しては84.9%が不満であると回答している。重回帰分析結果、満足度を引き下げる要因は商圏と来店者が移転政策の満足度に悪影響を及ぼしたことが分かった。

謝辞

本研究は、大林財団の研究助成を受けて行われた。ここに、謝意を表したいと思います。

参考文献

- 1) 朴賛弼：ソウル清溪川再生歴史と環境都市への挑戦，鹿島出版社，2011
- 2) 黄祺淵，邊美理，羅泰俊：清溪川復元ソウル市民葛藤の物語，日刊建設工業新聞社刊，2006
- 3) 鄭成煥，塩崎 賢明：都心における高速道路撤去による沿道地域の再開発事業の活性化要因に関する研究，日本建築学会計画系論文集，第655号，pp.2165～2173，2010
- 4) ソウル市：ソウル市都心部管理基本計画，ソウル市，2000
- 5) ソウル市：都心部発展計画，ソウル市，2004
- 6) ソウルの歴史博物館：清溪川文化館，清溪川文化館，2011
- 7) ソウル市政開発研究所：清溪川周辺地域管理計画，ソウル市，2004
- 8) D. K. Jo：移転商店街の活性化及び効率的な管理策，ソウル市住宅公社，2006
- 9) M. L. Park：ソウル市の清溪川復元事業の葛藤管理の過程に関する研究，ソウル市立大学，pp.101，2004

- 10) ソウル市：復元事業百書，ソウル市，2006
- 11) ガーデンファイブ：http://www.garden5.com/
- 12) 韓国土地住宅公社：http://www.lh.or.kr/
- 13) 韓国地図サイト：http://map.naver.com/

Note

Note1) トフラー(Toffler, Alvin) が企業の生産者(producer)と消費者(consumer)を合成した言葉である。消費者が消費と製品開発から流過程まで直接参加する‘生産的消費者’の意味である。

Note2) **Note-Table 1** 政策協議会のリスト

ソウル市の代表	清溪川推進本部	国民管理チーム 移転支援チーム 事業支援チーム 参加者：15名
商店主の代表	清溪川商圏守護対策委員会	会員：5,233名 参加者：7名
	衣類商街対策委員会	会員：4,417名 参加者：3名

Note3) 清溪川地域住民・商店主協議会は結成され、2003年1月～2003年6月まで計4回会議をした。しかし、清溪川復元賛成から結成され、交通混雑とリフォーム費用の協議結果があったが、移転政策とは無関係するので本論文では排除した。

Note4) 参考文献9と参考文献10を引用して著者が再構成した。

Note5) 2002年「ソウル市都市物流・流通団地基本計画」によって期間：2004～2009年まで、場所：ソウル市松坡区文井洞に15万坪、事業費：1,668,720100万ウォン(国費-20,097100万ウォン、ソウルの市費-102,542百万ウォン、事業施行者-1,546,081百万ウォン)流通団地の建設を計画した。

Note6) turn-key system、工事を引き受けた会社が建設工事に対する財源調達・土地購入・設計と施工などのすべてのサービスを発注会社のために提供する方式である。

Note7) **Note-Table 2** 移転商店の適合度の検定

移転商店	母集団		回収標本
Aブロック	2183		80
Bブロック	130		6
Cブロック	483		18
計	2796		104
適合度の検定	χ^2 乗値	自由度	P値
	12.00	9	.213

Note-Table 3 移転業種の適合度の検定

移転業種	母集団	回収標本
------	-----	------

電気・電子	1037	39
工具	983	36
衣類	776	29
計	2796	104
適合度の検定	χ^2 乗値	自由度
	12.00	8
		P値
		.325

Note8) JPY→KRW=100円→1049.37ウォン (2014年2月)

Note9) ‘企業型スーパー’と呼ばれるものである。一般的には個人店舗を除いた大企業系列のスーパーマーケットを言う。また、大型マーケットとは異なり、居住地に近くに位置し、零細マーケットに比べて多様な品目を扱うという点のためその数が増加しつつ、伝統市場を淘汰してしまうことを引き起こした。

Note10) 分析で使われた清溪川商店街の基準は復元事業が始まる前の2001年5月で移転店主へ質問し、移転先の場合は2013年5月を基準した。

Note11) 著者作成

Note12) 著者撮影

URBAN RENERATION PROJECTS AND COMMERCIAL AREA RELOCATION - A Research on Relocation policy and satisfaction of retail' s owner at Garden5 Korea

Kyungmin KIM* , Tamiyo KONDO**

*Graduate student, Graduate School of Engineering, Kobe Univ., M. Eng

**Assoc. Prof., Graduate School of Engineering, Kobe Univ., Dr. Eng.

Keywords : *Cheonggyecheon Restoration Project, Situation of retail owner*
Urban regeneration project, Relocation policy, Garden 5

Seoul carried out Restoration undertaking on the Cheonggye creek and Redevelopment project. However, Restoration undertaking on the Cheonggye creek and Redevelopment project have a huge impact on surrounding commercial districts. Thus, Seoul offered the relocation of commercial facilities as a compensation policy. Had such relocation policy been useful in business activities of retail owners?

This study focused on 3 main topics: 1) Relocation process. 2) Situation of retail owner and satisfaction in Garden-5. 3) Opinions from retail owners on relocation policy. The Interview was conducted according to the survey on 104 retail owners who relocated their facilities by relocation policy (50 minutes per person).

As a result: 1) Relocation policy was made due to an opposing movement by retail owners. It was made by the municipal authorities and retail owners' policy council. 2) First problem caused by relocation is the fact that commercial network had collapsed because Cheonggye creek shopping districts is far from where the stores are relocated. Previous retail owners are isolated. Second, Relocated building does not meet the characteristics of the industry and hindered the business activities. Third problem is caused by reduced numbers of customers in shops where the specific goods are handled. And net income has been reduced by 80% since relocation. 3) 44.4% of retail owners answered that they are not satisfied with the relocation area and 97.3% of retail owners answered that they want to move back to previous location. 84.9% of retail owners aren't satisfied with the relocation policy. Satisfaction from both retail commercial network and customers show that the relocation policy had a negative effect.