

# 誘致企業を中心とした工業集積地における商業の動向

## -岩手県北上市の事例-

Commerce trends in an industrial area that is focused on attracted companies  
-Case Study of Kitakami city,Iwate

岩田 智  
IWATA Satoshi

### Abstract

Kitakami city in Iwate Prefecture is the region that has produced a great industrial park and attracted many companies, and accordingly, remarkable achievement has been accomplished there. As a result, population in Kitakami city had increased steadily since around 1940, and it is leveled off from 2000 to now. While population has been declined in other provincial cities, this is a good example and result that attraction of companies worked efficiently as a measure against population decline. However, the effect, such as population inflow by attraction of companies, is hardly confirmed in the shopping area located in the center of Kitakami city. Therefore, in this study, we investigated and analyzed the commerce activities in Kitakami city in Iwate Prefecture with the aim to reveal the commerce circumstance of the city that achieves commercial development such as attraction of companies. Consequently, we found that consumers use small supermarkets and convenience stores that are around their residences, and they do not spend money very much in the central shopping area. For that reason, we discovered that purchasing population increase has not stimulated central shopping area commerce.

【キーワード】 工業集積地、企業誘致、商業、北上市

### <目次>

- 1 はじめに
- 2 北上市の概況
- 3 北上市の商業
- 4 おわりに

## 1 はじめに

岩手県北上市は、企業誘致活動を成功させた数少ない地方都市のひとつである。北上市では、企業誘致に伴う関係人口の流入により、1940年ごろから人口が右肩上がりに増加している。2000年から現在までは人口は横ばいとなっているものの、人口減少が進む地方都市の中では、企業誘致が効果的に働いた

事例といえる。

最近の代表的な企業の誘致成功例は、東芝の関連企業である「キオクシア株式会社<sup>1</sup>」であり、総投資額約1兆円、2019年秋の稼働時点での従業員数は1000人を計画し、将来的には従業員数3000人規模の可能性がある。関連企業の進出の動きもあり経済波及効果が期待されている<sup>2</sup>。

ところが、企業誘致による従業員およびその関係者の居住により、周辺の市町村に比較して人口が減少していないにもかかわらず、北上市の中心商店街はシャッター通りとなっており、企業誘致による人口流入などの効果はみられていない。とくに、企業誘致による人口増加分は生産可能年齢層の増加であり、高齢者層の増加と異なり消費意欲の高い層の増加と判断できることから、単純に考えれば中心商店街は人口増加の恩恵をかなり受けているはずである。

そこで、本研究では、このような企業誘致などの産業育成に実績をあげている都市の商業がどのような状況になっているかを調査研究する目的で、岩手県北上市の商業について着目し、関係資料調査結果及び現地調査結果、若干の知見を得たので報告するものである。

## 2 北上市の概況

北上市が発行している「平成31年度 北上市の概要」によれば、北上市は平成3年4月1日、北上市、和賀町、江釣子村の3市町村が合併し、面積437.55k㎡、人口83,000人余りを擁する岩手県下第2の都市として誕生した。現在では92,503人（令和元年8月末日現在）となり、人口は合併後順調に増加している。さらに、国勢調査によれば昼間人口割合が100を超えており、誘致企業が北上市周辺から従業員を集めていることがわかる。

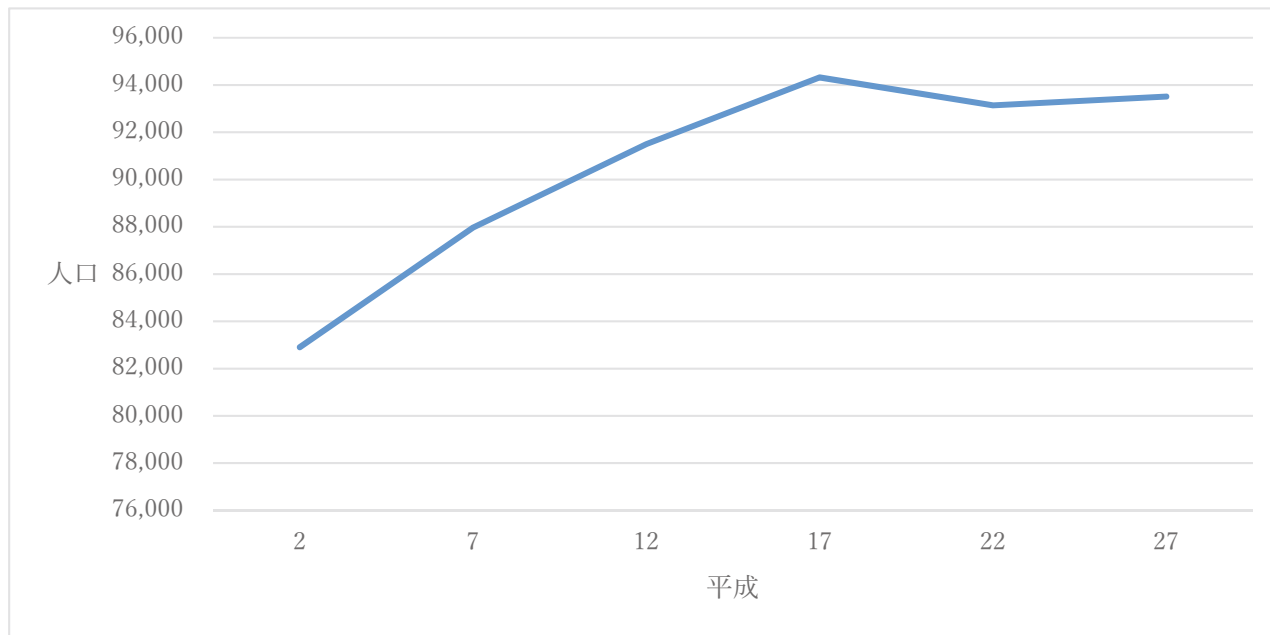


図1 人口及び世帯数 出展：国勢調査（平成29年5月末時点）

<sup>1</sup> 2019年10月1日に、「東芝メモリ株式会社」から「キオクシア株式会社」に社名変更している。

<sup>2</sup> 日本経済新聞、2019年9月13日。

図1の国勢調査人口を見ると、平成17年の94,321人をピークに合併後初めて減少に転じ、平成22年には93,138人となっている。平成27年には93,511人と再び増加に転じたものの、ピーク時の人口を下回っており、全国や岩手県と同様に人口減少時代に突入しているといえる。

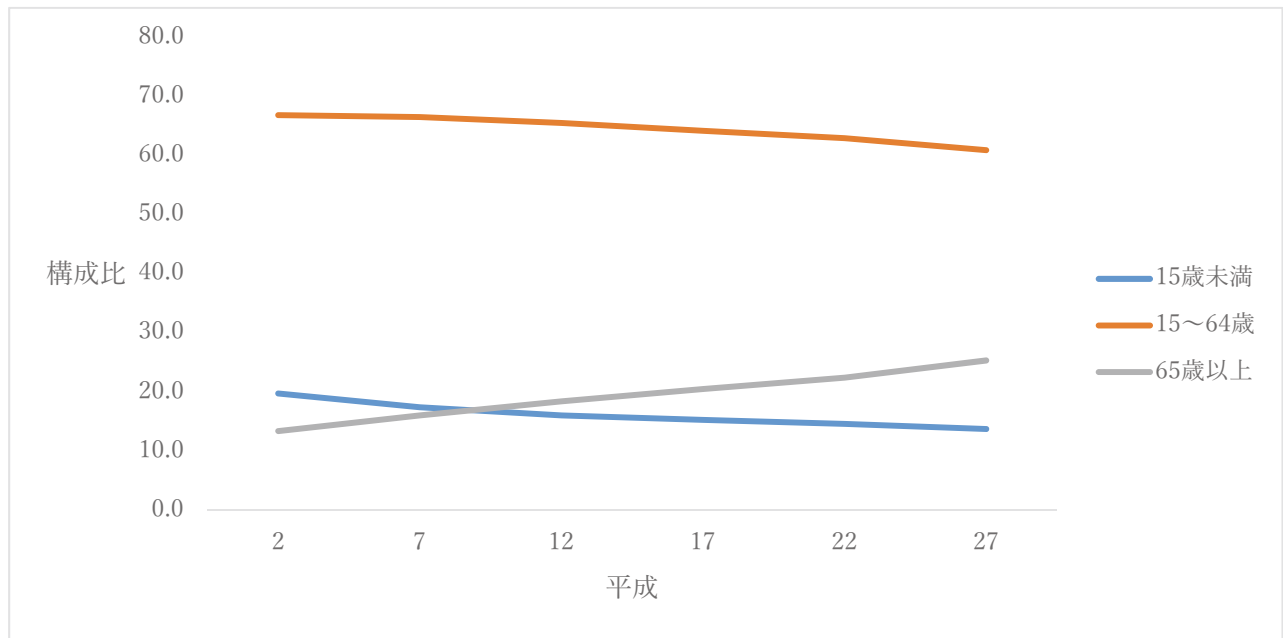


図2 年齢別人口割合の推移 出典：国勢調査（平成29年5月末時点）

図2の年齢別人口割合の推移からは、ほとんどの地方都市が少子高齢化となっているのに対し、15～64歳までの年齢別人口割合は60%を保っており、これは誘致企業による雇用者の増加が原因であると推定できる。このことから、商業の中心的な購買層がほとんど減少していないことがわかる。

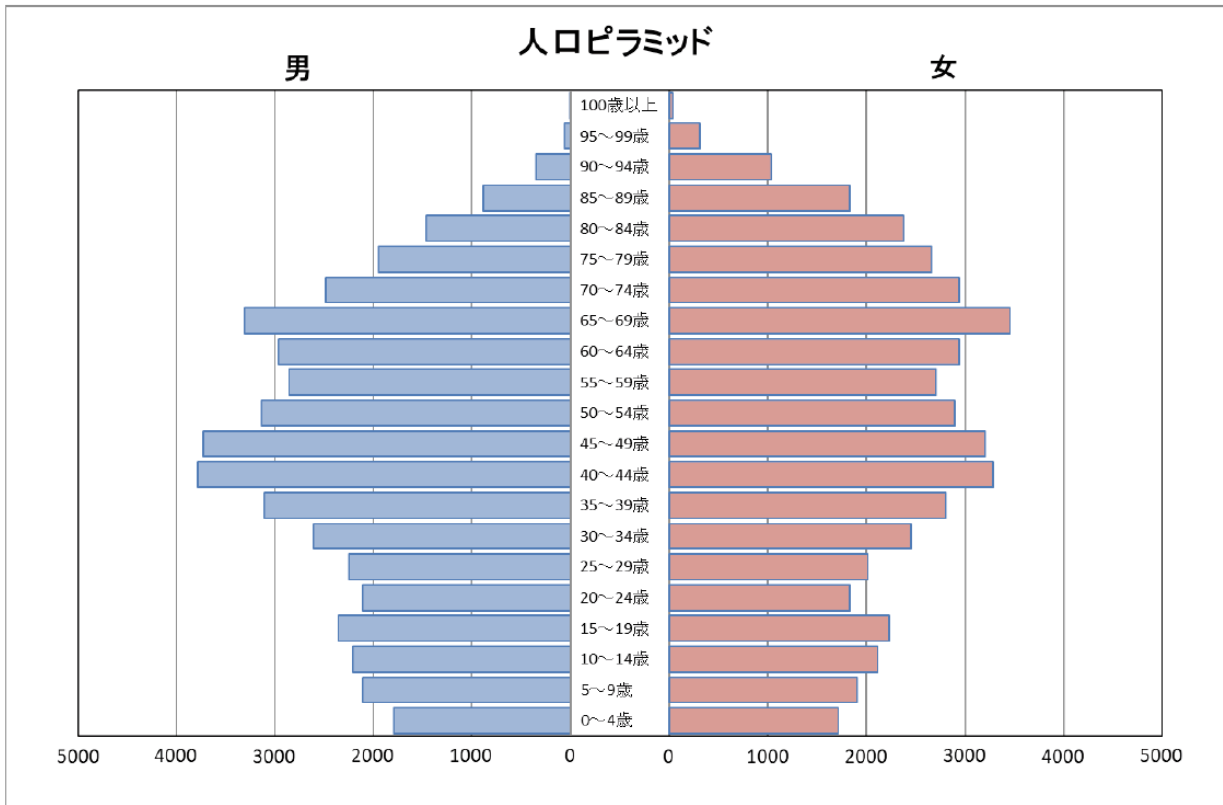


図3 人口ピラミッド 出典：北上市統計資料 令和元年9月現在

図3の人口ピラミッドからは、25歳から59歳までに一つの人口の山を形成していることがわかる。このことは、企業誘致による移住してきた新しい住民と誘致企業があるために北上市から転出しなかった層があるといえよう。もちろん、この層は子育て世代と考えられ、消費意欲も高いと判断できる。

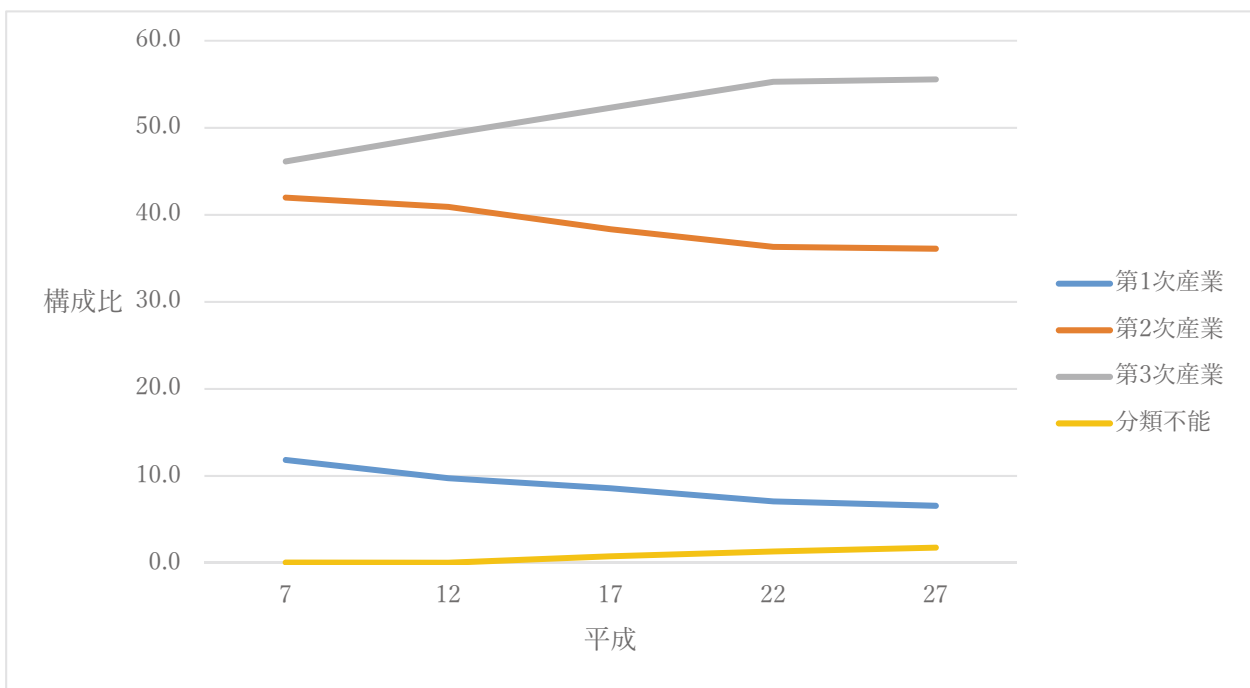


図4 産業別就業人口構成割合の推移 出典：国勢調査（平成29年5月末時点）

図4の産業別就業人口構成割合の推移からは、平成7年から構成割合が減少しているのは第一次産業と第二次産業であり、第二次産業と第三次産業は平成22年と平成27年の調査では、横ばいである。このことから、製造業を中心とする誘致企業の雇用者の増加が第二次産業に属する従業者数を下支えしていることがわかる。また、第三次産業従事者数の構成比は、平成22年と平成27年の調査では、いずれも約55%であり特に変化は認められない。



図5 北上市工業団地

出典：工業団地パンフレット、北上市HP、2019年9月18日。

図5は、北上市の工業団地の配置図である。既存の工業団地は、北上工業団地、飯豊西部中小企業工業団地・和賀川東部工業団地、村崎野西部工業団地・北上機械鉄工業団地、堅川目工業団地・北上流通基地であり、現在分譲中の工業団地は、北上南部工業団地・北上産業業務団地、後藤野工業団地である。

### 3 北上市の商業

#### 3.1 北上市の商業に関する取り組み

北上市が作成した北上市地域商業ビジョン（2013）によれば、北上市は、これまで商業の振興によるまちづくりの推進を図るため、平成4年に特定商業集積整備基本構想、平成5年に北上市総合発展計画を策定し、さらに平成11年には中心市街地を商業拠点とする中心市街地活性化基本計画を策定し市街地再開発事業などの様々な事業を展開してきている。

#### 3.2 商業の現状

中心商店街に映画館やスポーツジムなどを併設した複合ビルに、さくら野百貨店を核テナントとする各種専門店の入居や映画館やスポーツジムなどを併設した再開発である複合ビルが建設された。しかし、既存商店街への振興につながっておらず、空き店舗の増加や商店街の組合員の減少が進んでいる。

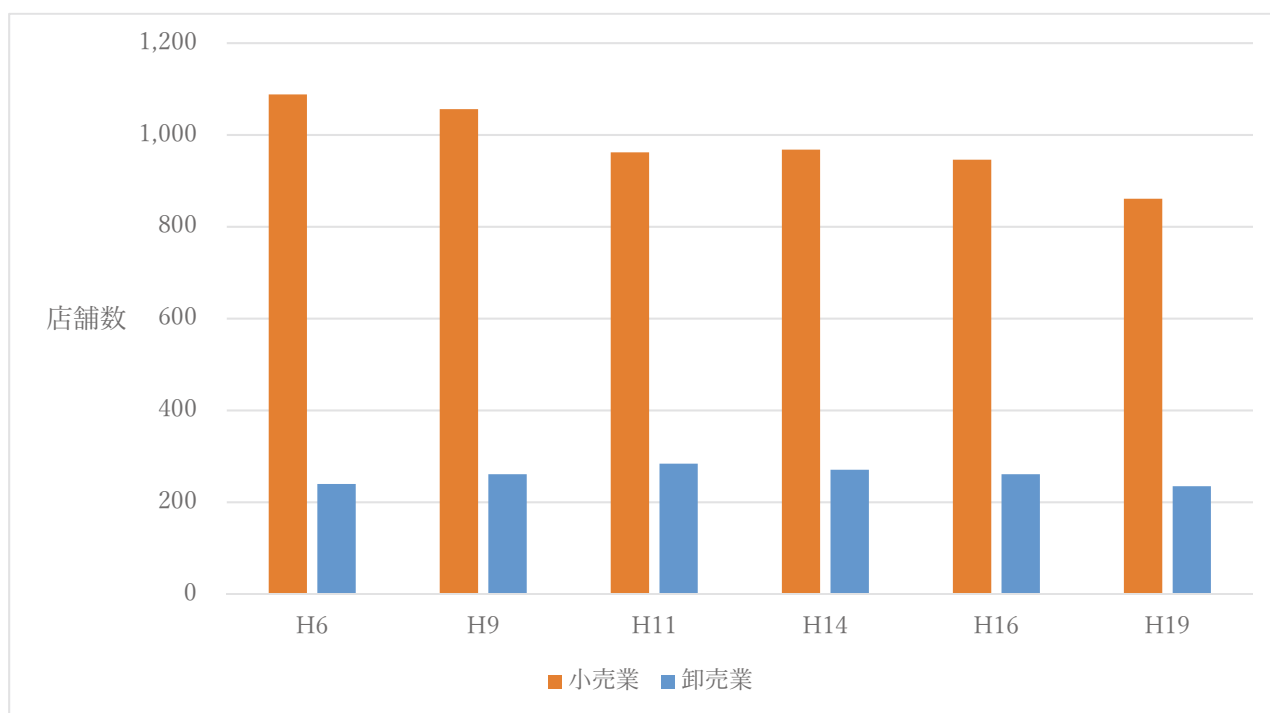


図6 商店数の推移 出典：商業統計（経済産業省）平成26年度

図6から営業している卸売業の商店数は、平成11年までは増加傾向にあったものの、その後は減少傾向にあることがわかる。また、小売業の商店数は、平成11年から平成14年の間は若干増加したものの、その後は年々減少していることがわかる。全体をみると、商店の店舗数は減少傾向が続いていることがわかる。

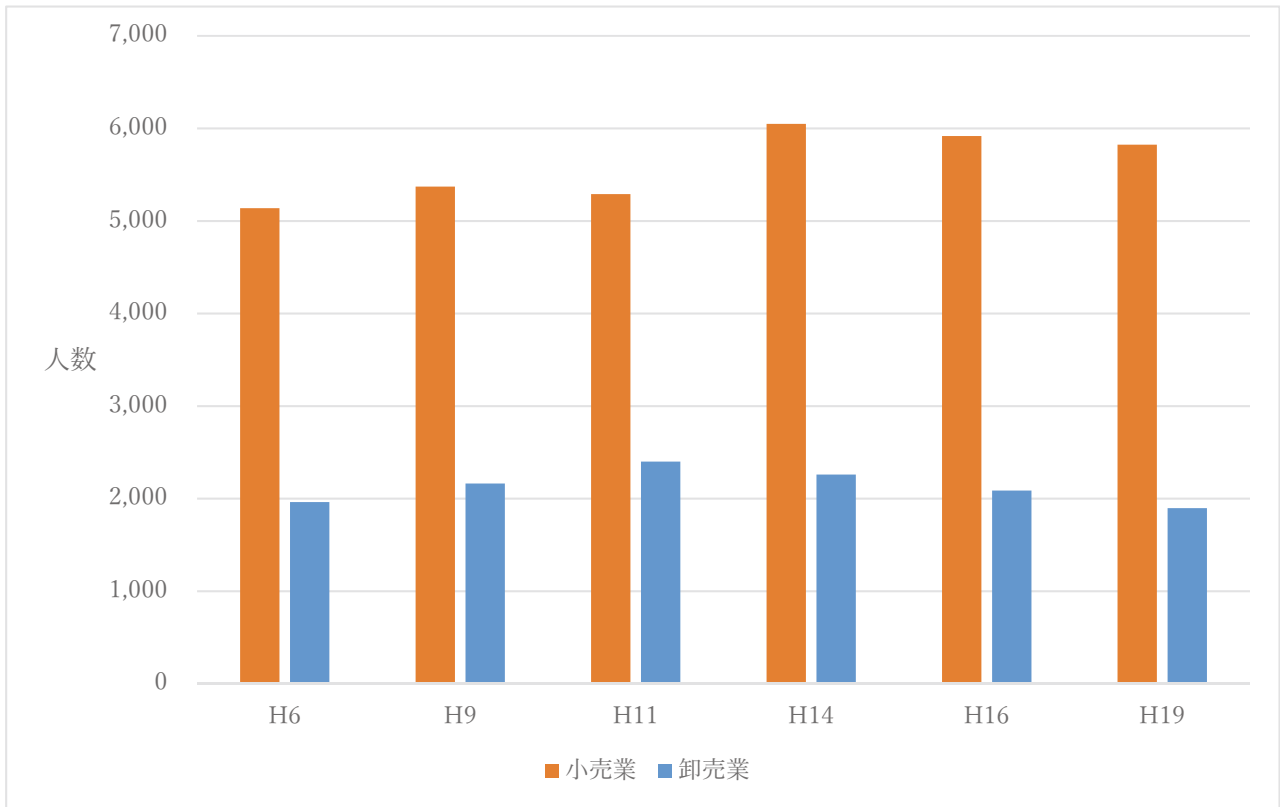


図7 商店の年間従業員数の推移 出典：商業統計（経済産業省）平成26年度

図7から、小売業の従業員数はほぼ横ばいであることがわかる。店舗数が減少傾向にあるものの、従業員数がほとんど減少していないことは、大規模小売店舗の立地による従業員の雇用増大が小規模店減少による従業員数を補っていると推定される。

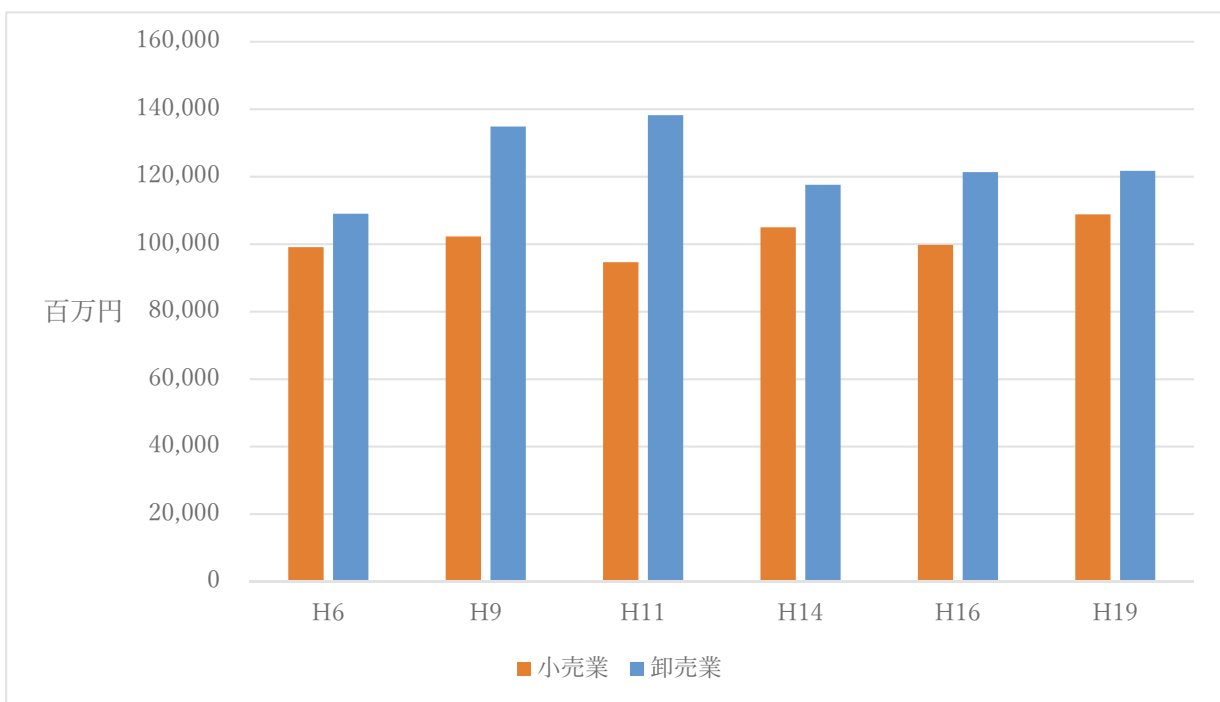


図8 商店の年間販売額の推移 出典：商業統計（経済産業省）平成26年度

図8から、商店の年間販売額は、年度によっては若干の増減が見られるものの、ほぼ横ばいであることがわかる。

### 3.3 大規模小売店舗とコンビニエンスストアの現状

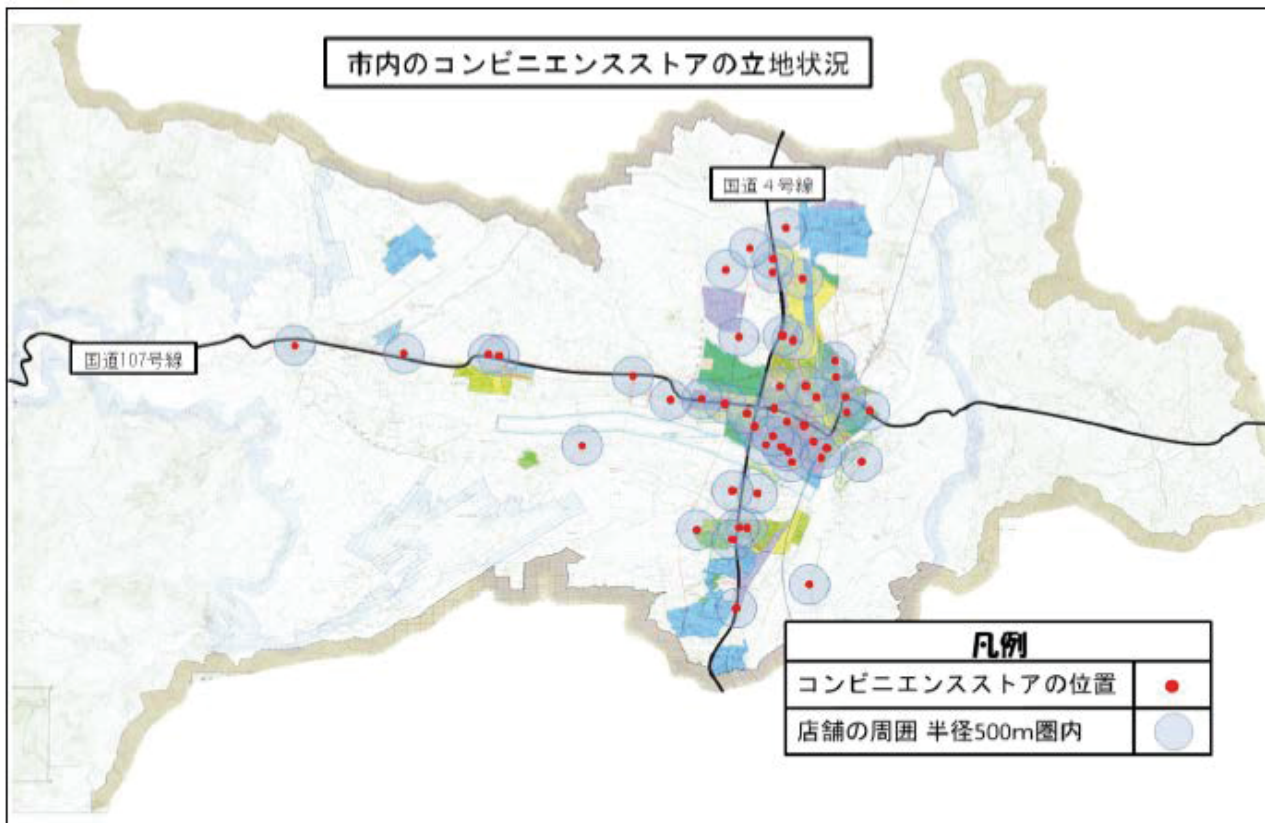


図9 コンビニエンスストアの立地状況（店舗数 48） H25. 3. 1 現在 出典：北上市「北上市地域商業ビジョン」平成 25 年 3 月。

図9のコンビニエンスストアの立地状況と図4の北上市の工業団地の配置図をみると、ほぼ工業団地周辺にコンビニエンスストアが立地していることがわかる。

図9から、24時間営業のコンビニエンスストアは、市内中心部と主要道路に面していることがわかる。もちろん、店舗によっては、立地条件の良い地元商店がコンビニエンスストアに営業形態を変えている実態もある。図9から、大型小売店舗は、国道4号線沿いと国道107号線沿いに立地していることがわかる。大型小売店舗は、その集客力、規模、立地場所により、周辺地域の商業活動や、既存商業集積に大きな影響を与えていることがわかる。

さて、図9および図10を重ね合わせてみると、興味深いことがわかる。すなわち、大型店舗の立地とコンビニエンスストアの立地（とくに店舗の周囲500m圏内）がほぼ重なっていることである。加えて、前掲した図4の北上市工業団地の配置図を重ね合わせると、ほぼ商業店舗の配置が一致していることがわかる。



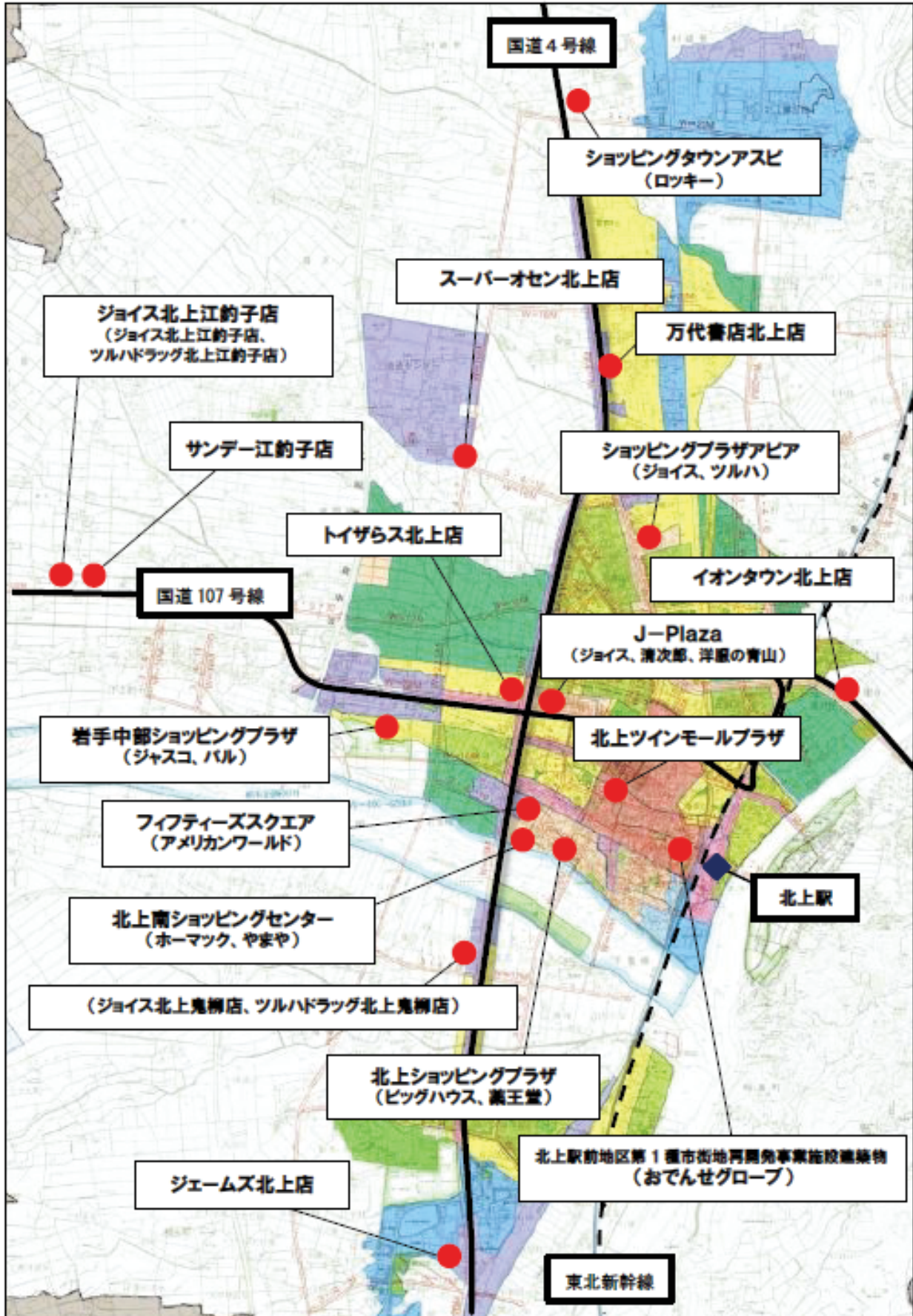


図10 大規模小売店舗の立地状況 出典：北上市「北上市地域商業ビジョン」平成25年3月。

### 3.4 市内購買率の状況

単位：％

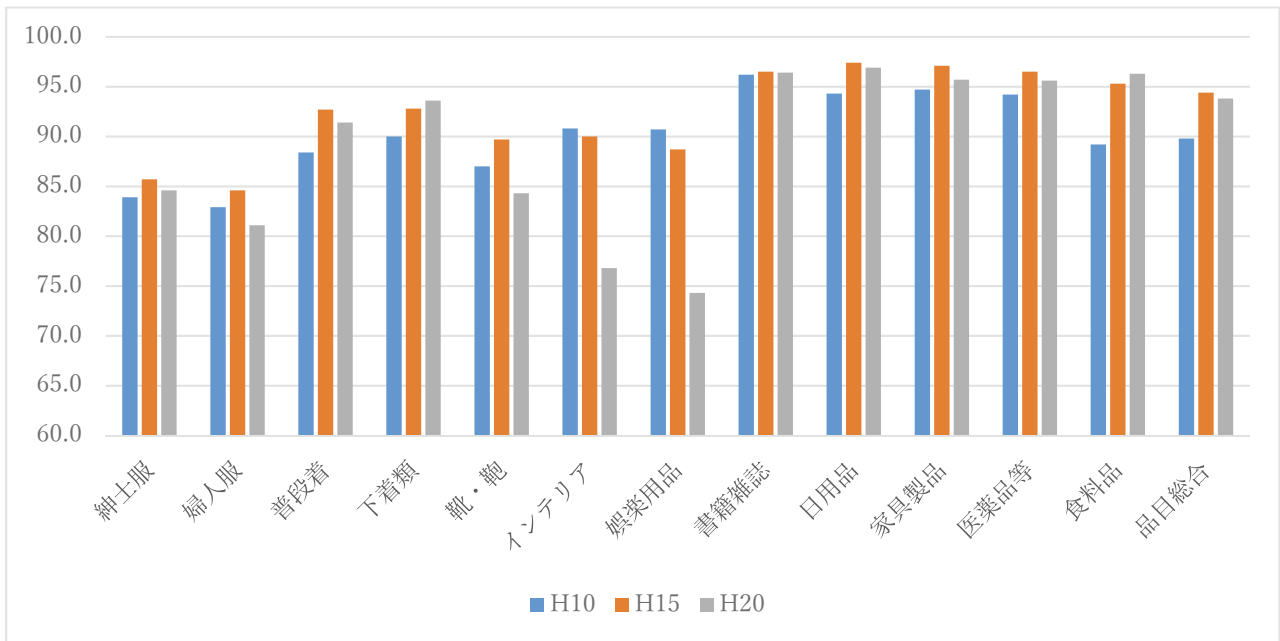


図 11 品目別にみた地元購買率 出典：岩手県広域消費購買動向調査、平成 28 年 3 月。

図 11 から、地元購買率は平成 10 年から平成 20 年の間では、品目別に違いはあるものの、平成 10 年から 15 年では増加、15 年から 20 年では減少していることがわかる。特に、家具・インテリア、娯楽用品が大幅に減少していることがわかる。特徴的なのは、食料品の地元購買率が増加していることである。

単位：％

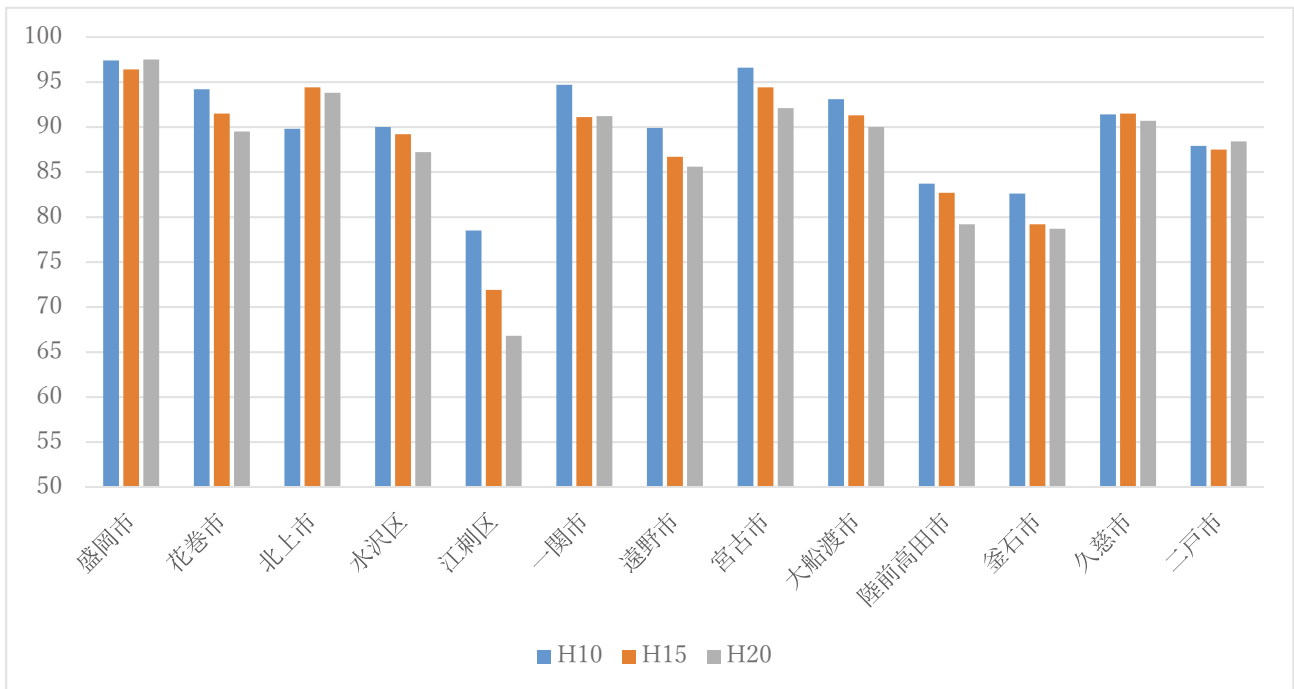


図 12 岩手県内の他市と地元購買率（品目総合）比較 出典：岩手県広域消費購買動向調査、平成 28 年 3 月。

図 12 から北上市の地元購買率（品目総合）を岩手県の他市を比較してみると、県庁所在である盛岡市に次ぐ高いレベルであることがわかる。岩手県の他市を見ると、平成 10 年から 20 年の間に地元購買率（品目総合）が大きく減少している都市が多いなかで健闘しているといえよう。

単位：%

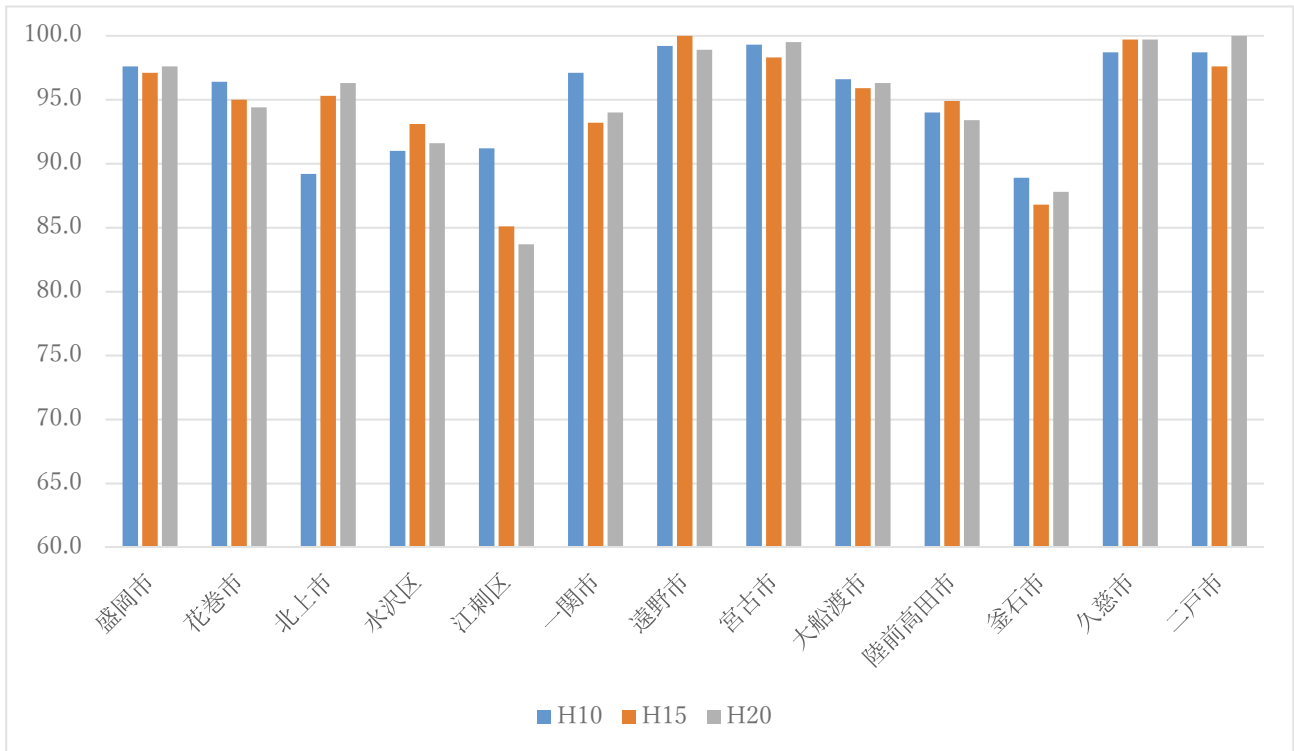


図 13 岩手県内の他市と地元購買率（食料品）比較 出典：岩手県広域消費購買動向調査、平成 28 年 3 月。

図 13 から、北上市の地元購買率（食料品）だけを取りあげてみると、平成 10 年から 20 年は増加傾向であることがわかる。岩手県の他の都市は、横ばいまたは減少傾向を示していることが多いことからみるとこれは特徴的であるといえよう。

### 3.4 考察

北上市住民に対するヒアリング調査等からも、北上市の中心部の住民は、食料品などは小規模な地元スーパーで購入し、若干足りない日用品などは徒歩圏のコンビニエンスストアを利用し、家具などの耐久消費材などは大型店で購入しているということが推察される。このため、中心部の商店街は、飲食店や風俗店などが中心となっており、日用品などを販売する店舗は姿を消している。また、平日の昼間の中心部は、スポーツジムなどに通う高齢者が多く見られることから、中心部の商店街の商業構成は変化していることがわかる。さらに、北上市は典型的な車社会であり、中心部に自動車を利用して来るには、駐車場所の確保および駐車代の負担から、敬遠される傾向がある。このため中心市街地を利用する年齢層は、車を運転しない高齢者が必然的に多くなっていると思われる。

したがって、北上市のように企業誘致に成功し、中心購買層を維持したとしても、その新しい購買層

が中心商店街を利用していない状況にあるといえよう。新しい購買層は、食料品などの買い回り品は、居住地域から徒歩圏内にあるコンビニエンスストアと若干離れた食料品を中心としたスーパーマーケットを利用し、耐久消費財などは国道沿いの大型専門店で購入していると推測される。このため北上市の現状からは、これから先、企業誘致により購買層が増加したとしても、必ずしも中心商店街は活性化しない可能性が高い。中心商店街を活性化させるためには、単に地域の人口増加だけでは難しいと思われる。

また、中心商店街を活性化するというような従来型の発想ではなく、旧商店街地域というひとつの地域としてとらえて、そこに居住にする住民目線での地域づくりをすることも一つの選択肢として考えられるのではないか。駅から近い住宅地として、割り切って整備することも一つの考え方であろう。

#### 4 おわりに

本研究は、このような企業誘致などの産業育成に実績をあげている都市の商業がどのような状況になっているかを調査研究する目的で、岩手県北上市の商業について、事前の関係資料調査結果をもとに現地調査した結果、若干の知見を得たので報告したものである。その結果をまとめると以下のごとくである。

消費者は居住地周辺の小さなスーパーマーケットとコンビニエンスストアで商品を購入しており、中心商店街では、あまり消費していないことがわかった。このため、購買人口の増加が、中心部の商店街の活性化に結びついていないことがわかった。

北上市のように企業誘致に成功し、中心購買層人口を維持できたとしても、その新しい購買層が中心商店街を利用していないと推定される。すわわち、北上市の現状から、これからも仮に誘致企業の増加による購買層が増加したとしても、必ずしも中心商店街は活性化しないといえるだろう。中心商店街を活性化させるためには、単に地域の人口増加だけでは難しいと思われる。中心商店街を活性化させるためには、なんらかの具体的な対策が必要である。これからの中心商店街の再開発では昔のようににぎわいのある商店街を目指すのではなく、ひとつの地域として整備していくという方向で町づくりを進めることも必要だと思われる。

最後に、本事業の実施にあたってご協力をいただいた北上市の職員の方々を始め、関係各位の皆様に厚く御礼申し上げます。

なお、本論文は、実践経営学会第 62 回全国大会（2019）で発表した内容について、その後の研究成果を踏まえ加筆修正したものである。

#### 参考文献

- 1 関満博（2017）『「地方創始」時代の中小都市の挑戦』新評論。
- 2 北上市（2019）「平成 31 年度 北上市の概要」。
- 3 北上市（2013）「北上市地域商業ビジョン（平成 25 年度～平成 32 年度）」。
- 4 岩手県（2016）「平成 27 年度 岩手県商店街実態調査報告書」。
- 5 岩手県（2016）「岩手県広域消費購買動向調査」。
- 6 経済産業省（2014）「商業統計 平成 26 年度」。