

(1) 産業分類別事業所数

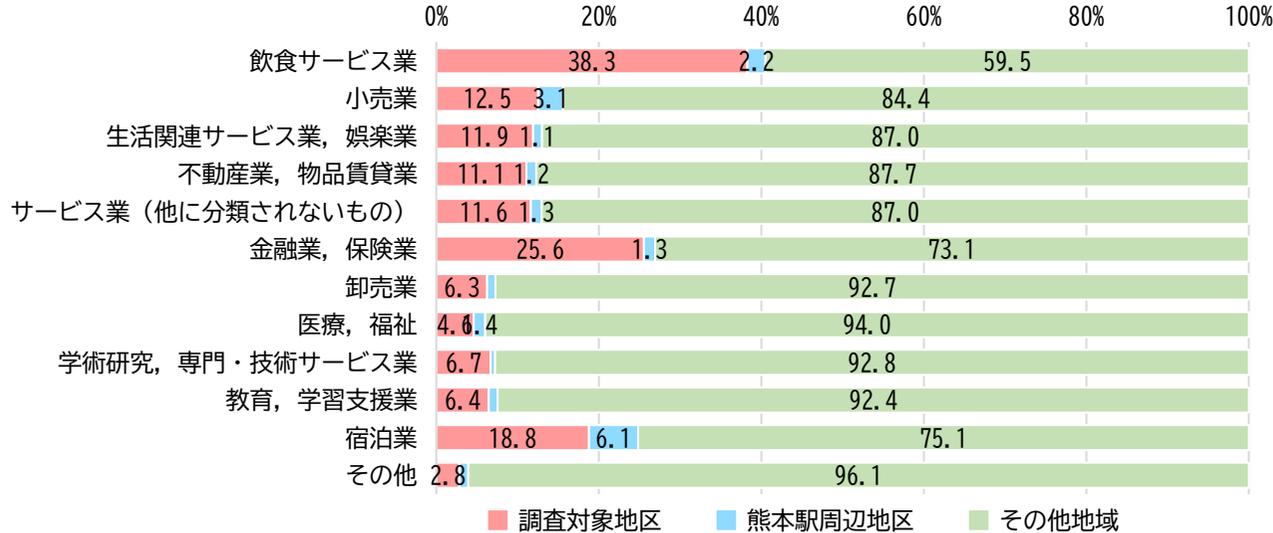
■調査対象地区は、飲食サービス業を中心に、小売業、生活関連サービス・娯楽業が集積する商業集積地

・市内の事業所のうち、飲食サービス業、金融業・保険業、宿泊業は調査対象地区が占める割合が高く、小売業、生活関連サービス業・娯楽業等を含めた商業が調査対象地区に集積。中心市街地内でも集積度が高いが、熊本駅周辺地区では、近年商業関連の事業所数が増加

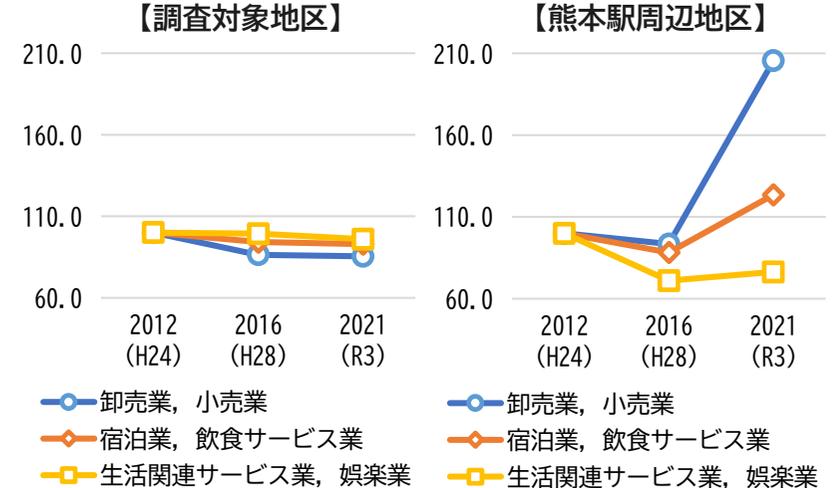
■エリア別には、下通・新市街エリアは「飲食サービス業」が中心、上通エリア、桜町エリアは「小売業」>「飲食サービス業」の構成

・調査対象地区の事業所数は、下通・新市街エリアが約6割、上通エリアが約3割、桜町エリアが約1割の構成  
 ・エリア別には、下通・新市街エリアの「飲食サービス業」の割合が約48%と突出して高く、「小売業」は約14%で地区平均を下回る  
 上通エリア、桜町エリアは「小売業」が約24~25%で最も多く、「飲食サービス業」は2割以下

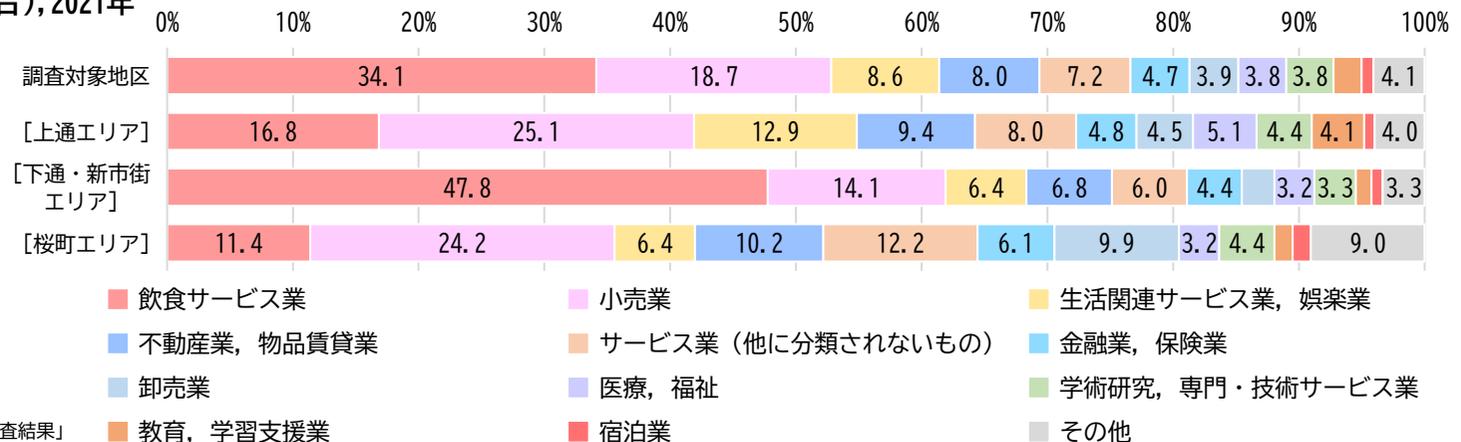
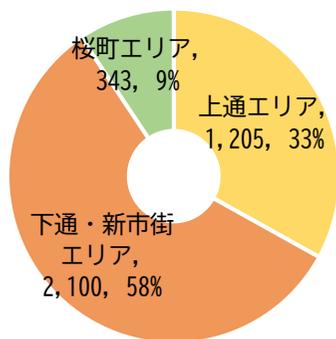
■市内の事業所数(業種別・エリア別割合), 2021年



■事業所数の推移 (2012年を100としたときの指数)



■調査対象地区内の事業所数(エリア別・業種別割合), 2021年



出典：総務省・経済産業省「平成24年、平成28年、令和3年度経済センサス-活動調査結果」

## 5) 商業

## (2) 市民の来街目的

■来街目的は、買い物の他、エンターテインメントや外食などの滞在型・体験型コンテンツが主な要素。まちなかが人々の交流や出会いを誘発する場となっている

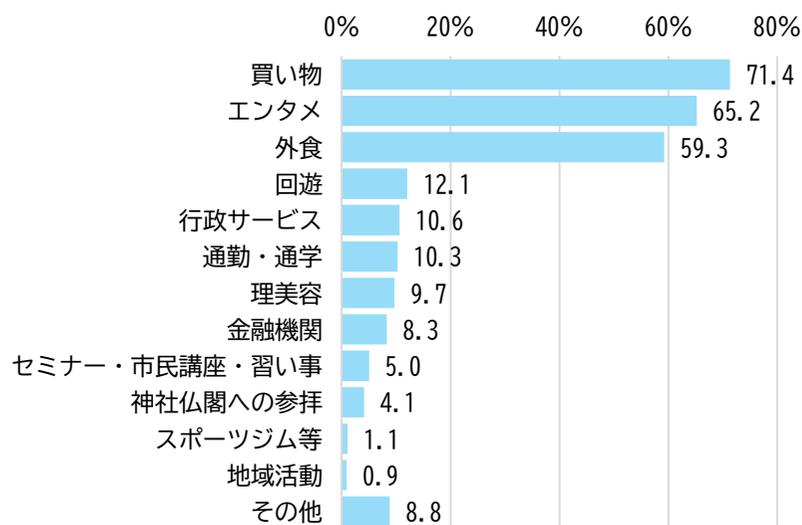
- ・市民が調査対象地区へ訪れる主な目的は、「買い物」が約71%で最も多く、次いで文化・芸術・娯楽等の「エンタメ※1」(約65%)、「外食※2」(約60%)の順に多く、「外食」は「朝～昼」と「夜」が同程度の割合。
- ・「行政サービス」、「通勤・通学」、「金融機関」などの個人の用事を目的とした来街は相対的に少ない。

※1 イベント、ライブ・コンサート、映画鑑賞、芸術鑑賞(美術等)、ゲームセンター、カラオケ、ボーリングの合計

※2 外食(夜)、外食(朝～昼)の合計

## ■通町筋・桜町周辺地区への来街目的

(n=555)



※エンタメ、外食、回遊、通勤・通学は同種の目的を合算

| 来街目的          | 回答数 | 割合 (%) |
|---------------|-----|--------|
| 買い物           | 396 | 71.4   |
| エンタメ          | 362 | 65.2   |
| イベント          | 116 | 20.9   |
| ライブ・コンサート     | 77  | 13.9   |
| 映画鑑賞          | 74  | 13.3   |
| 芸術鑑賞(美術等)     | 63  | 11.4   |
| ゲームセンター       | 14  | 2.5    |
| カラオケ          | 11  | 2.0    |
| ボーリング         | 7   | 1.3    |
| 外食            | 329 | 59.3   |
| 外食(夜)         | 165 | 29.7   |
| 外食(朝～昼)       | 164 | 29.5   |
| 回遊            | 67  | 12.1   |
| 散歩・散策         | 40  | 7.2    |
| 市内観光          | 18  | 3.2    |
| 自然散策          | 9   | 1.6    |
| 行政サービス        | 59  | 10.6   |
| 通勤・通学         | 57  | 10.3   |
| 通勤            | 56  | 10.1   |
| 通学            | 1   | 0.2    |
| 理美容           | 54  | 9.7    |
| 金融機関          | 46  | 8.3    |
| セミナー・市民講座・習い事 | 28  | 5.0    |
| 神社仏閣への参拝      | 23  | 4.1    |
| スポーツジム等       | 6   | 1.1    |
| 地域活動          | 5   | 0.9    |
| その他           | 49  | 8.8    |

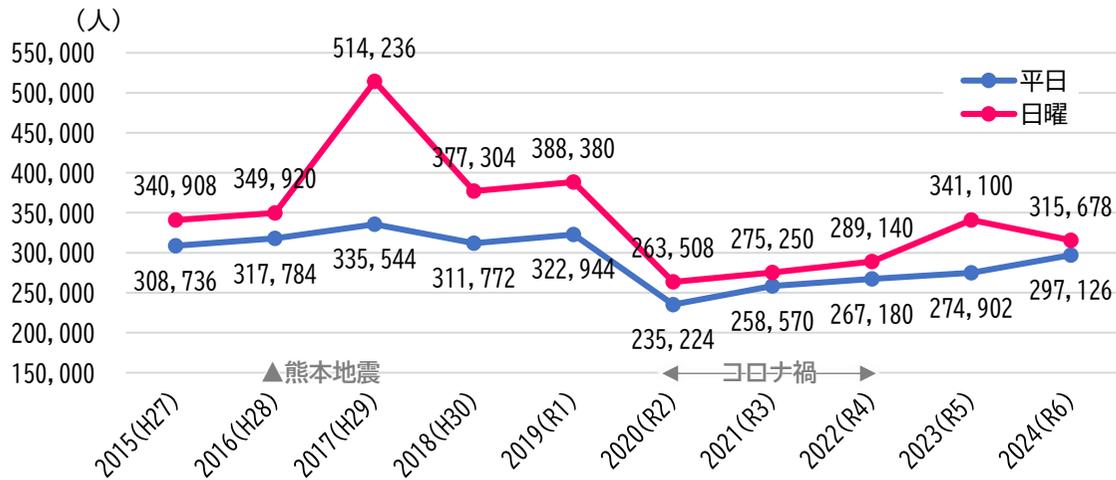
5) 商業

(3) 商店街の歩行者通行量

■商店街の歩行者通行量は、コロナ禍に大きく減少後、回復傾向にあるものの、コロナ禍前年の8～9割に留まる。特に休日の回復が鈍い

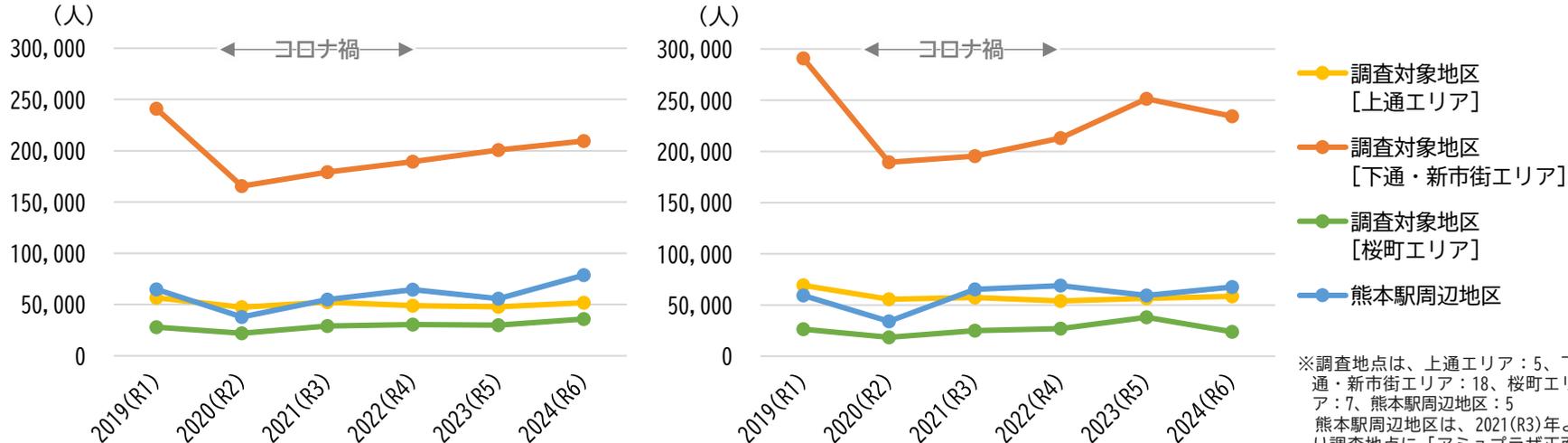
- ・調査対象地区の商店街の歩行者通行量は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、2020(R2)年度は大幅な減少がみられる
- ・翌2021(R3)年度には増加に転じ、回復傾向にあるが、2024(R6)年度の通行量は、コロナ禍前年の2019(R1)年度の通行量に対し、平日92.0%、休日81.3%
- ・エリア別の推移をみると、下通・新市街エリアの増減が大きい。平日の桜町エリアのみ、2024(R6)年度の通行量がコロナ禍前年を上回っている

■歩行者等通行量の推移



※調査地点は、2015(H27)年度以降に追加された地点を除く  
対象地区：桜町の6地点を除く計26地点  
熊本駅周辺地区：熊本駅白川口(東口)、アミュプラザ正面入口前2地点を除く3地点  
※2017(H29)の日曜の値は、花畑広場及び新市街等一帯において大型イベント等が開催されたことによる異常値

■エリア別歩行者等通行量の推移(左：平日 右：休日)



※調査地点は、上通エリア：5、下通・新市街エリア：18、桜町エリア：7、熊本駅周辺地区：5  
熊本駅周辺地区は、2021(R3)年より調査地点に「アミュプラザ正面入口前」を追加

## 2. 調査対象地区の現況

### 5) 商業

#### (4) 商業集積地区(小売業)の動向

■調査対象地区の小売業は、コロナ禍の影響も受け、販売額や売り場面積などが総じて減少傾向。市全体では小売業の販売額が増加しているが、まちなかは飲食サービス業の割合が高く、小売業は低下傾向

- ・対象地区内の商業集積地区における小売業の動向は、2007(H19)年から2021(R3)年の14年間で事業所数、年間販売額、売り場面積、従業員数ともに減少傾向
- ・2021(R3)年においてはコロナ禍の影響を受けていると考えられるが、市全体では年間販売額、従業員数は2014(H26)年から2021(R3)年にかけて増加しており、まちなかの落ち込みが見られる
- ・市全体に対する割合をみると、事業所数は2014(H26)年から2021(R3)年にかけてやや増加している

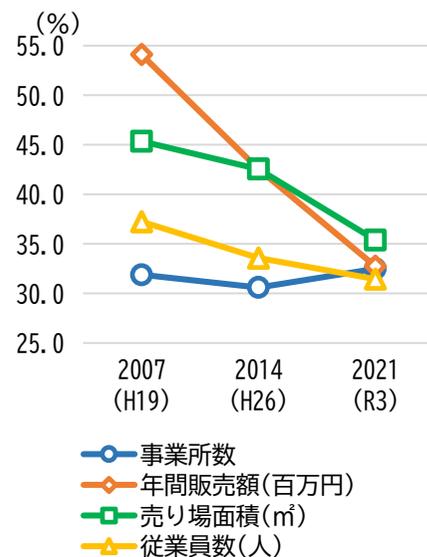
■商業集積地区(小売業)の動向  
(事業所数、年間販売額、売り場面積、従業員数の推移)

|                | 商業集積地区※1 | 2007<br>(H19) | 2014<br>(H26) | 2021<br>(R3) |
|----------------|----------|---------------|---------------|--------------|
| 事業所数           | 対象地区内※2  | 684           | 464           | 459          |
|                | 熊本市内     | 2,293         | 1,621         | 1,545        |
|                | 対象地区内の割合 | 29.8          | 28.6          | 29.7         |
| 年間販売額<br>(百万円) | 対象地区内    | 143,046       | 106,452       | 83,975       |
|                | 熊本市内     | 269,950       | 255,867       | 279,986      |
|                | 対象地区内の割合 | 53.0          | 41.6          | 30.0         |
| 売り場面積<br>(㎡)   | 対象地区内    | 160,261       | 141,498       | 110,395      |
|                | 熊本市内     | 359,618       | 339,758       | 333,549      |
|                | 対象地区内の割合 | 44.6          | 41.6          | 33.1         |
| 従業員数<br>(人)    | 対象地区内    | 5,272         | 3,731         | 3,641        |
|                | 熊本市内     | 14,899        | 11,674        | 12,758       |
|                | 対象地区内の割合 | 35.4          | 32.0          | 28.5         |

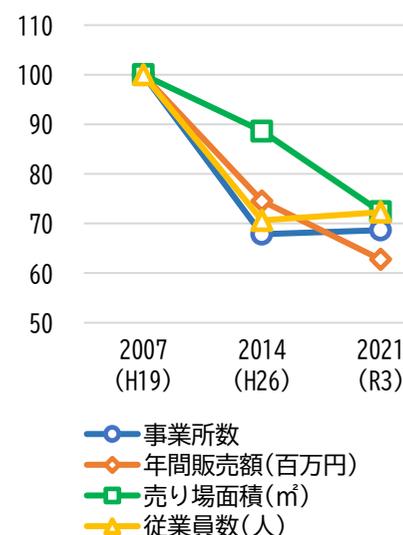
※1 「商業集積地区」…商業地域及び近隣商業地域にあり、30店舗以上の商店街、ショッピングセンター、他事業所ビル等

※2 対象地区内の商業集積地区は17商店街等

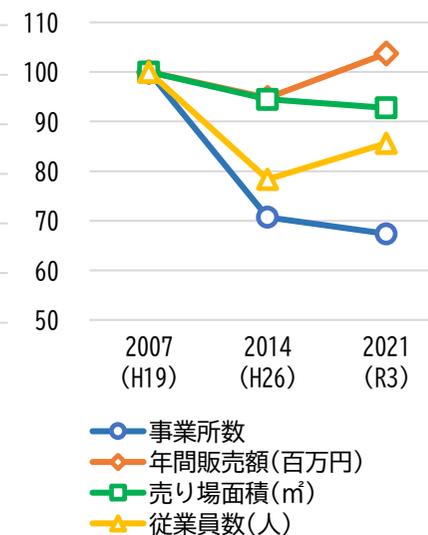
■対象地区内の商業集積地区が市全体に占める割合



■商業集積地区(小売業)の動向 (2007年を100としたときの指数)  
【対象地区内】



【熊本市内】



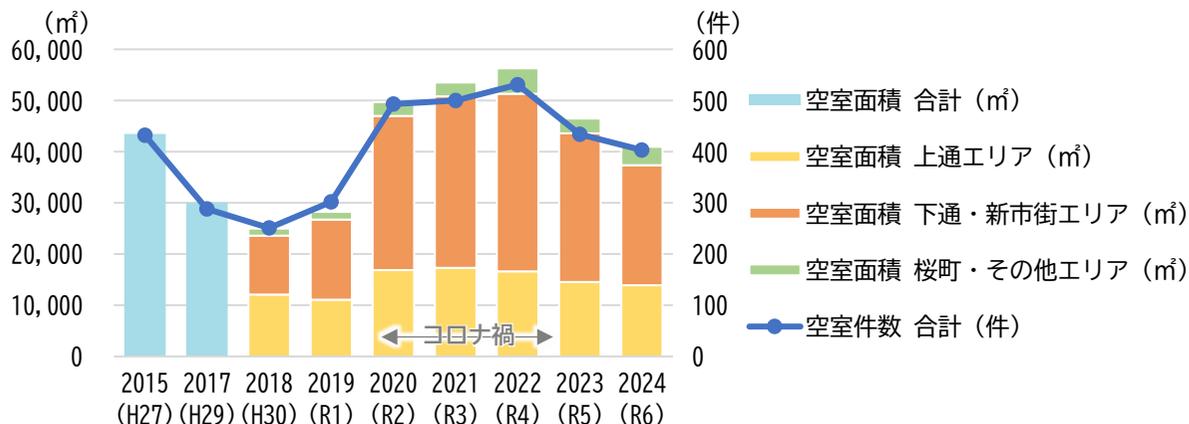
5) 商業

(5) 空き店舗等の動向

■対象地区の空き店舗等の空室件数・面積は、コロナ禍で一時的に増加した後、全体としては改善傾向にある  
 一方、賃料水準が高い1階区画は回復が鈍い

- ・調査対象地区(一部周辺区域を含む)の空き店舗等の空室件数及び面積は、コロナ禍に増加し、その後改善傾向にある
- ・2024(R6)年時点の空室面積はコロナ禍前年の2019(R1)年の1.4倍であるのに対し、1階の空室面積は2.2倍で、空室面積全体に占める割合は高止まりしている
- ・空室平均賃料は微増増加傾向で、1階空室賃料は2020~2021年にかけて1,684円/㎡増加し、以降同水準で推移している
- ・エリア別には、下通・新市街の空室件数及び面積が約6割と多く、コロナ禍に空室面積が増加したが、その後改善傾向にある

■空室面積と空室件数の推移

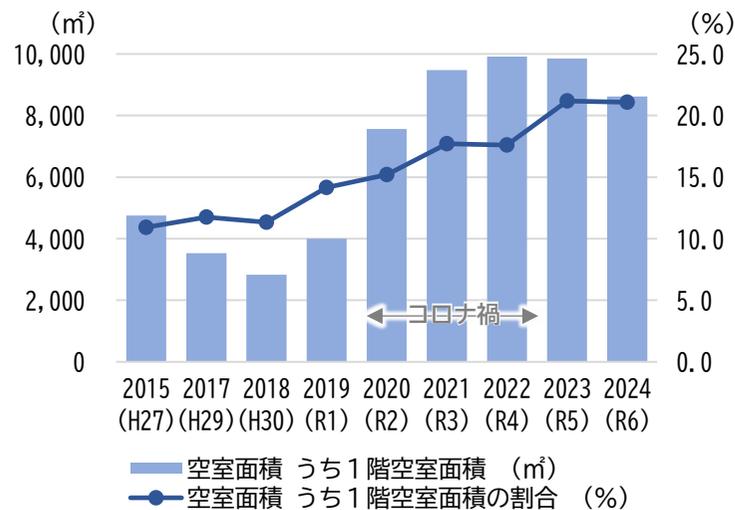


■エリア別空室物件数及び空室面積

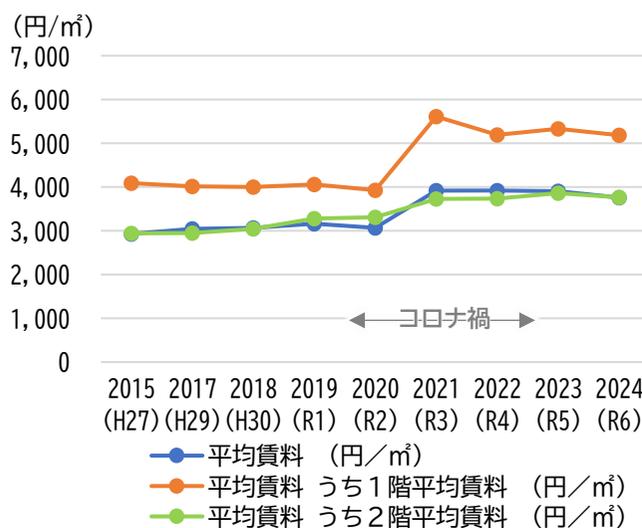
2024(R6)年11月時点



■1階空室面積と割合の推移



■1階と2階の空室平均賃料の推移



出典：中心市街地空き店舗等調査業務 令和6年(2024年)11月 調査レポート  
 ※調査対象地区に加え、紺屋今町、通町の全部、練兵町、山崎町、慶徳堀町の一部を含む  
 ※空き店舗等とは、調査時点において店舗及び事務所として入居募集中の物件(一棟貸しもしくは複数階・区画一括貸しを含む)  
 ※2016年は熊本地震のため未調査  
 ※2020年以降は各年度11月調査時点

【上通エリア】上林町、南坪井町、南千反畑町、城東町、上通町、草葉町、水道町の全部、井川淵町の一部  
 【下通・新市街エリア】手取本町、安政町、花畑町、下通、中央街、新市街の全部  
 【桜町・その他エリア】桜町、紺屋今町、通町の全部、辛島町、練兵町、山崎町、慶徳堀町の一部

## 5) 商業

## ●調査対象地区の現況（概要）

|                  |   |
|------------------|---|
| 商業集積<br>地区内の産業構成 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・調査対象地区は、飲食サービス業を中心に、小売業、生活関連サービス・娯楽業が集積する商業集積地</li> <li>・中心市街地内でも商業の集積度が高いが、熊本駅周辺地区では、近年商業関連の事業所数が増加</li> <li>・エリア別には、下通・新市街エリアは「飲食サービス業」が中心、上通エリア、桜町エリアは「小売業」&gt;「飲食サービス業」の構成</li> </ul> |
| 市民の来街目的          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・来街目的は、買い物その他、エンターテインメントや外食などの滞在型・体験型コンテンツが主な要素。まちなかが人々の交流や出会いを誘発する場となっている</li> </ul>  |
| 商店街の歩行者通行量       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街の歩行者通行量は、コロナ禍に大きく減少後、回復傾向にあるものの、コロナ禍前年の8～9割に留まる。特に休日の回復が鈍い</li> </ul>  |
| 商業集積地区(小売業)の動向   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・商業集積地区の小売業は、コロナ禍の影響も受け、調査対象地区では販売額や売り場面積などが総じて減少傾向。市全体では小売業の販売額が増加しているが、まちなかは飲食サービス業の割合が高く、小売業は低下傾向</li> </ul>  |
| 空き店舗等の動向         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・対象地区の空き店舗等の空室件数・面積は、コロナ禍で一時的に増加した後、全体としては改善傾向にある一方、賃料水準が高い1階区画は回復が鈍い</li> </ul>   |

## まちづくりの論点

- ▶商業集積地であるという、飲食、物販、エンタメを中心とした多様なポテンシャルを活かす
- ▶日常の場としてはもとより、人と人が交流する場、特別な場であるという、まちなかの特性を守りつつ活かす

- ▶調査対象地区の歩行者等通行量は依然として回復途上にあることから、地区の魅力向上させ、滞在時間の延長や消費額の増加を図ることが必要
- ▶近年新たな賑わいが生まれている熊本駅周辺地区と連携を図るとともに、当該エリアならではの商業の魅力を活かしたまちづくりが必要

# 参考資料

## 2. 調査対象地区の現況

### 5) 商業

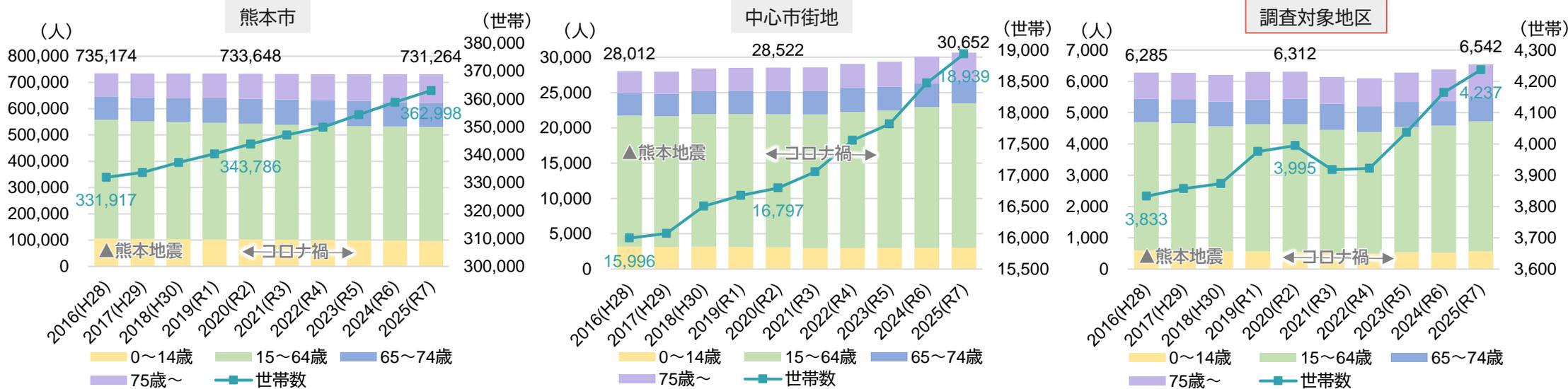
#### (参考1) まちなか居住の動向

##### ■ 中心市街地ではマンション供給が進み、人口・世帯数ともに増加傾向で街なか居住が進む

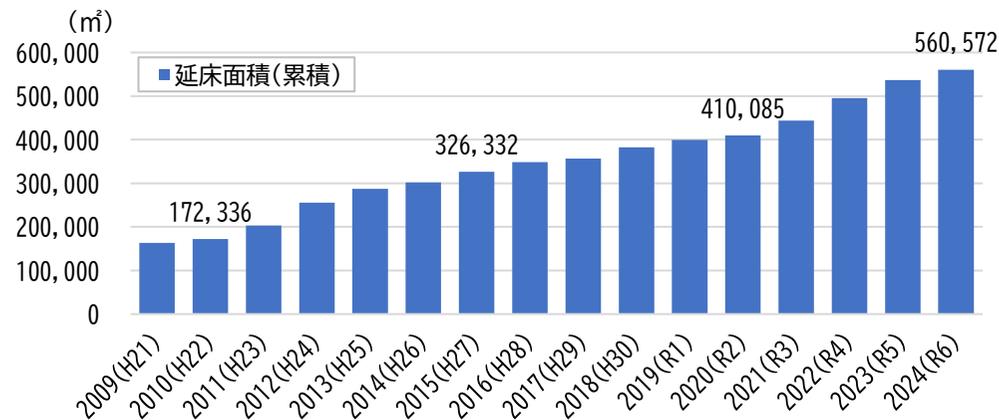
- ・ 市全体の人口が微減傾向であるのに対し、中心市街地の人口は増加傾向で、直近10年間では9.4%増加、調査対象地区では4.1%増加と街なか居住が進む
- ・ 世帯数は全市的に増加傾向であるが、まちなかの増加率が高い(直近10年間では市全体：9.4%、中心市街地18.4%、調査対象地区：10.5%)
- ・ 中心市街地のマンション(共同住宅等)の大規模建築物等届出における延床面積の累計(延床面積が1,000㎡以上のものを抽出)は増加傾向にあり、マンション供給が進む

#### ■ 年代別人口、世帯数の推移

出典：住民基本台帳



#### ■ 中心市街地内の大規模建築物等届出(共同住宅等)における延床面積の推移(H21年度からの累積)



出典：熊本市調べ  
※大規模建築物：高さが13m以上の建築物等

## 2. 調査対象地区の現況

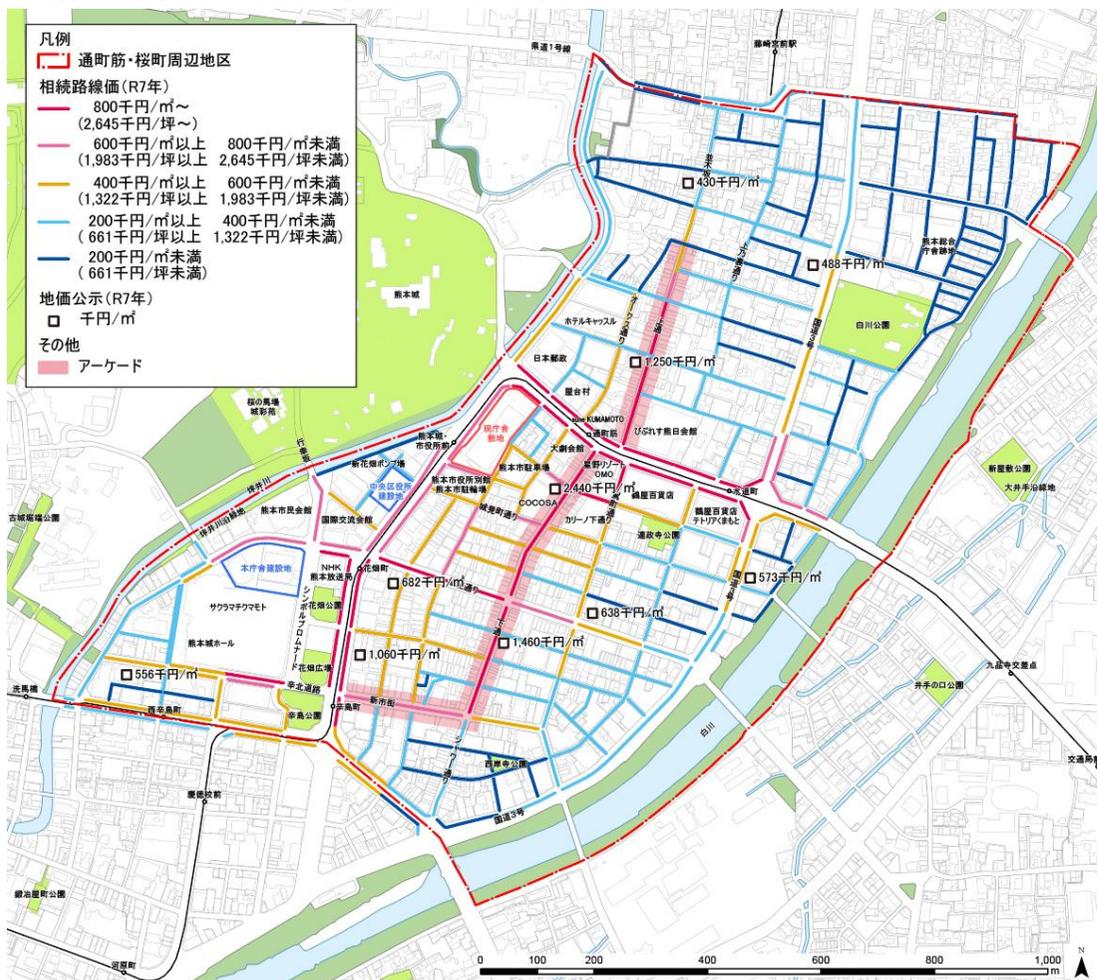
### 5) 商業

#### (参考2) 地価の推移

■地価公示は、全国的に上昇傾向にあり、対象地区では2018年から2020年にかけて上昇後、横ばい～微減で推移したものの直近2カ年は再び上昇傾向。商業地平均では対象地区の上昇率が中央区および市全体を上回り、価格水準はアーケード近傍が最も高い

- ・調査対象地区の地価公示は、2018(H30)～2020(R2)年にかけて上昇し、以降は横ばい～微減傾向であったが、直近2カ年では上昇傾向にある
- ・エリア別の商業地平均をみると、中央区、市全体と比較して対象地区内の上昇率が高い
- ・対象地区内で最も価格が高い調査地点は下通1-3-7(COCOSA近傍)の2,440千円/㎡で、上通・下通・新市街のアーケード近傍の地点が相対的に高い

#### 相続路線価と地価公示 (2025(R7)年)



#### 地価公示(円/㎡)

| 地価公示地点   | 所在        | 2024(R6)  | 2025(R7)  | 変動率 |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----|
| 熊本中央5-14 | 下通1-3-7   | 2,400,000 | 2,440,000 | 1.7 |
| 熊本中央5-1  | 下通1-12-29 | 1,430,000 | 1,460,000 | 2.1 |
| 熊本中央5-2  | 上通4-14    | 1,250,000 | 1,250,000 | 0.0 |
| 熊本中央5-23 | 新市街1-28   | 988,000   | 1,060,000 | 7.3 |
| 熊本中央5-3  | 花畑町12-8   | 654,000   | 682,000   | 4.3 |
| 熊本中央5-6  | 中央街4-25   | 594,000   | 638,000   | 7.4 |
| 熊本中央5-16 | 安政町4-19   | 548,000   | 573,000   | 4.6 |
| 熊本中央5-17 | 辛島町4-35   | 529,000   | 556,000   | 5.1 |
| 熊本中央5-10 | 草葉町4-20   | 458,000   | 488,000   | 6.6 |
| 熊本中央5-18 | 上林町1-25   | 416,000   | 430,000   | 3.4 |
| 対象地区内平均  |           | 926,700   | 957,700   | 3.3 |
| 中央区商業地平均 |           | 507,300   | 527,600   | 4.0 |
| 熊本市商業地平均 |           | 327,700   | 341,000   | 4.1 |

#### 地価公示の推移 (2013年を100としたときの指数)

