

IV-286

郊外大規模ショッピングセンターの複合化に関する研究

東京大学 学生会員 ○室町泰徳
東京大学 正 会 員 新谷洋二
電 通 神志名剛

1. はじめに

近年、日本においても売場面積が10,000㎡を超す大規模ショッピングセンター(以下SC)が都市郊外に出現するようになり、その立地は周辺の既存商業地域との競合問題以上に当該都市に対して影響を及ぼすようになってきている。また、最近の大規模SCにおける1つの特徴として、単なる店舗のみならず、公共施設やレクリエーション施設を複合化させるという点を挙げることができる。その背景には、単に激しい商業地域間競争の中で広範な集客を実現するという目的以上に、「街づくり」的要素をSCに組み込むことにより、地域との結び付きを深めようとするSC経営戦略が存在するものと考えられる。

本論文では、近年、千葉県野田市においてオープンした大規模複合型SCを例として取り上げ、大規模SCにおける施設複合化の影響を周辺消費者に対するアンケート調査を基に検討することを試みた。

2. アンケート調査の概要

表1 アンケート調査の概要

アンケート調査の概要を表1に示す。調査区は地域標準メッシュと一致させ、調査メッシュは野田SCを中心とし、野田SC周辺部の人口密度と交通条件を検討して26メッシュを選択した。また、野田SCと競合すると考えられる買物目的地は、野田市によって実施された買物動向調査を参考として設定した。なお、野田SCは、国道16号線沿いに位置し、売場面積22,400㎡、駐車場容量1,800台の大規模SCである。

調査地域	千葉県野田市、柏市、流山市、埼玉県江和町の一部
調査時期	平成元年11月下旬～12月中旬
調査方法	訪問調査、訪問回収
調査対象者	主婦、または主婦に代わり買物をする人
有効回収率	445/460=96.7%
買物目的地	近所の商店、野田SC、イトーヨーカドー野田店、川口駅前店、野田田中央商店街、柏駅前商店、春日部駅前商店、東京の7ヶ所
質問項目	買物目的地 : 買物利用頻度 休日・平日の利用区別 買物利用交通手段 買物品目 SC立地影響 : 利用するSC付帯施設(遊園地など) SC立地後、利用頻度が減少した買物目的地 SC立地後、最も利用頻度が減少した買物目的地及び、買物の貯蔵(品揃えなど) 世帯・個人属性 : 性別 年齢 職業・通勤の有無 6歳未満児の有無 普通免許・自動車の有無 居住時期

3. 野田SCの利用状況

アンケート調査に基づく野田SC利用者は323世帯(72.6%)であり、以後、これを分析対象サンプルとする。野田SC利用者の利用頻度は平均2.8回/月であり、買回品中心の商業施設であると考えられる。また、野田SCへの交通手段分担は、車が77.8%を占めており、最寄鉄道駅から徒歩で20分程度かかることから、鉄道の分担率は2.6%に過ぎない。図2は、野田SCの店舗、及び店舗以外の複合施設に対する利用状況を示した図である。店舗以外の施設としては、飲食店の他、遊園地や銀行・郵便局等が比較の利用されていることが分かる。

4. 野田SCの複合的利用と世帯属性との関係

図2において示した各施設に関して、「いつも利用する」=2,「ときどき利用する」=1,「利用しない」=0とし、その合計を野田SCの複合的利用度と定めた。図3は野田SCの複合的利用度の分布を示し

図2 野田SCの施設利用状況(%)

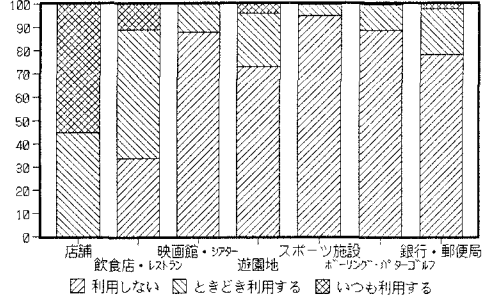
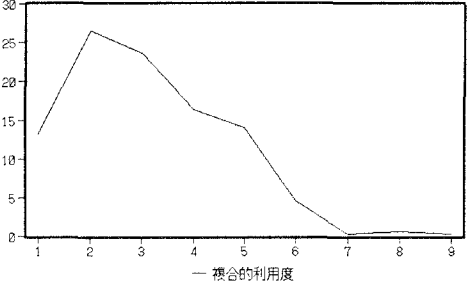
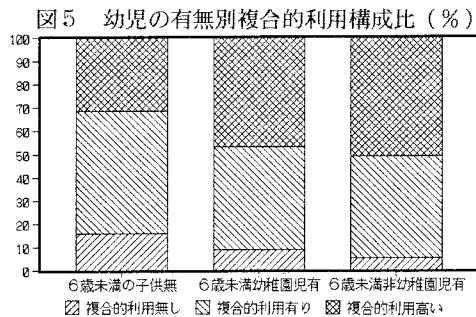
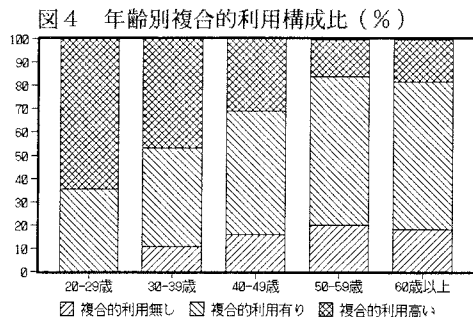


図3 野田SCの複合的利用度(%)

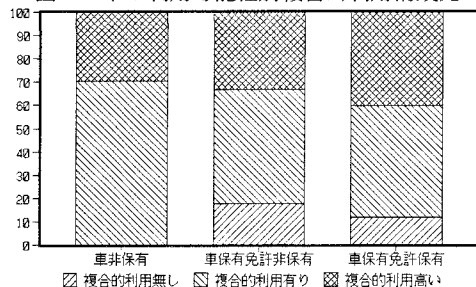




た図である。図より、多くの野田SC利用世帯において、複合的利用が成されていることが分かる。

さらに、複合的利用度=1(複合的利用無し)、複合的利用度=2~3(複合的利用有り)、複合的利用度 ≥ 4 (複合的利用高い)に3分類し、世帯属性・個人属性とのクロス分析を行った結果が、図4~6である。図4~6より、世帯における主婦の年齢が低く、幼児が存在し、また、車の利用可能性が高い場合の方が、野田SCを複合的に利用していることが分かる。しかしながら、仕事の有無に関しては、はっきりとした傾向が得られなかった。

図6 車の利用可能性別複合的利用構成比(%)



5. 既存商業地域に対する野田SCの施設複合化影響

アンケート調査においては、野田SC立地後、利用頻度が減少した買物目的地を尋ねている。また、最も利用頻度が減少した買物目的地に関しては、その目的地と野田SCに関する比較を尋ねている。

図7は柏駅前周辺・イトーヨーカドー野田店に関して、野田SC立地後、利用頻度が減少したと回答した世帯における複合的利用度別割合を示した図である。図より、複合的利用度が大きい世帯において、これらの2既存商業地域から野田SCに買物目的地を変更する傾向が大きかったことが分かる。図8は、野田SC立地後、最も利用頻度が減少した買物目的地と野田SCに関する比較を集計した図である。この図においても、店舗以外の他の施設が存在や家族のレジャー等の点で野田SCが支持されていることが明らかである。

図7 利用頻度が減少した買物目的地に対する複合的利用構成比(%)

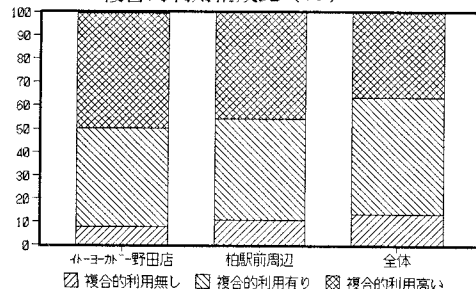
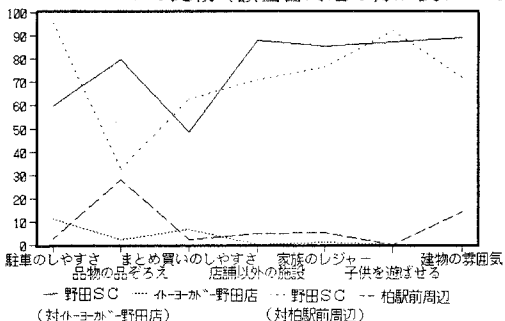


図8 最も利用頻度が減少した買物目的地と野田SCの比較(該当目的地の方が良い)(%)



6. おわりに

本論文により、大規模SCにおける施設の複合化の影響は、世帯における主婦の年齢・幼児の有無・車の利用可能性によって相違が存在することが明らかにされた。また、施設を複合的に立地させることによって、野田SCの商圏が拡大している点も確認された。今後の課題としては、施設複合化による野田SC商圏の空間的拡大に関する分析、及び、他の大規模SCにおける施設の複合化状況の検討等を挙げる事ができるであろう。