

地方都市開発のためのパワーセンター整備構想計画の方法に関する実証的検討

立命館大学 正員 春名 攻
 (株)建設技術研究所 正員 中田 隆史
 立命館大学大学院 学生員 ○中谷 幸裕

1. はじめに

近年、多様化した消費者ニーズや車社会の到来、各種規制緩和、等々の社会背景を受けて、「パワーセンター」と呼ばれる大型小売店舗が注目を集めている。このような大規模商業施設は、その立地に伴う周辺地域に対する様々な波及効果ははかりしれず、地域計画的な見地からも十分に検討しなくてはならない。このような背景のもと、本研究では、その効果的・効率的実現を目指した構想計画案策定の方法論の構築をめざした研究を行ったものである。また、その計画化のための支援情報システムとして、「商品特性及び消費者の意識構造のあいまいさ」を取り扱った、実用性・操作性の高い集客モデルの構築をめざした。さらに、このモデルの実証的検討を行い、滋賀県米原町においてパワーセンター整備プロジェクトを想定し、マーケティングリサーチのアプローチを導入した構想計画案の策定を行った。

2. マーケティングリサーチ的アプローチを導入した構想計画の方法に関する考察

パワーセンター整備プロジェクトの構想計画案策定段階におけるマーケティングリサーチ的アプローチの概念図を図-1に示した。図の左側に示される構想計画案の策定プロセスに対して、その段階毎に検討・把握すべき事項と、様々な調査の必要がある。

本研究では、このマーケティングリサーチ的考えの導入が、構想計画案の事業成立性を高めるアイデアの抽出情報源となりうると考えた。さらに、このようなアプローチにより、事業採算性検討の基礎データ作成の一助となるとともに、より住民意識を反

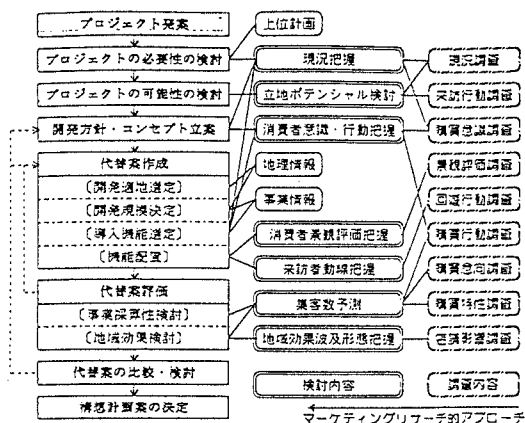


図-1 マーケティングリサーチ的アプローチの概念図

映させた高質で良好な空間や魅力ある開発が可能となると判断した。

3. パワーセンターの集客数予測モデルの構築

集客数予測モデルの概念図を図-2に示す。このように、店舗特性値、商品特性値、アクセス時間満足度、規模満足度、競合店舗影響値を選択確率算出モデルに導入する。そして、パワーセンターが新規立地したときに、購買地として訪れるかどうかの選択確率を算出することとする。そして、この選択確率にセグメントごとの意志決定者率と自動車分担率を乗じ、修正選択確率を算出することとする。

次に、その修正選択確率に、市町村及びセグメントごとの人口を乗じて選択者数を算出するが、このようにして得られた選択者数に来訪頻度乗じることにより、年間の集客数を算出することとした。

また、選択確率は、規模満足度、アクセス時間満足度、商品特性値、競合店舗影響値と、代替案の店舗特性値を選択行動の影響要因として取り入れた、

キーワード：集客数予測，マーケティングリサーチ的アプローチ

〒525 滋賀県草津市野路東1-1-1 TEL 0775-61-2736 FAX 0775-61-2736

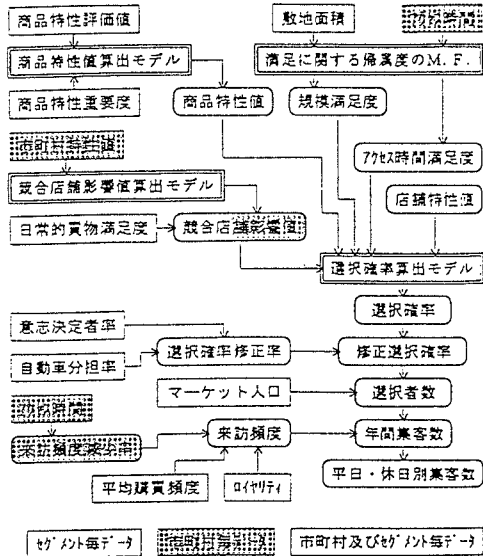


図-2 集客数予測モデルの概念図

2肢選択のロジットモデルを用いて、選択確率を算出することとした。

説明変数の中にある、アクセス時間や購買地の規模といった満足度は、消費者の意識下では、あいまいなイメージレベルの値として認識されていると考えられる。そこで本研究では、あいまいさを定量的に表すファジイ集合論の考え方を適用して、アクセス時間、購買地の規模に対する消費者の満足の充足度を測定することとした。また、価格、品質、品揃えなどの商品特性値に関しては、個人によってその重要度に差異が生じると考えた。このため、ファジイ推論により、商品特性の構成要素の客観的評価値と主観的重要度によりその影響度を推定し、それらを加算して商品特性値とすることとした。表-2 年間集客数予測結果

さらに、選択行動の阻害要因として競合する他店舗の影響を考慮しなければならないと考え、現在の買い物行動に関する満足度を競合店舗影響値として取り扱うこととした。

4. 滋賀県米原町を対象とした実証的検討

作成された代替案の概略を表-1に示す。代替案Aは、ストリップモールタイプとした。代替案Bでは、3階建てのSCタイプの施設配置を行った。また、代替案Cは、段階的な整備を行うものとした。

表-1 整備構想代替案

	代替案A	代替案B	代替案C1	代替案C2
敷地面積	104511㎡	50924㎡	75289㎡	162667㎡
延べ床面積	30413㎡	43997㎡	20892㎡	43859㎡
駐車場面積	51584㎡	29202㎡	43581㎡	93825㎡
導入機能比				
日用品売場	30%	40%	35%	20%
衣料品売場	20%	25%	25%	30%
食料品売場	35%	25%	30%	30%
娯楽・遊具	15%	10%	10%	20%

以上の代替案に対し、商品特性において、価格を「安い」、品揃えを「豊富」と設定して、集客数予測モデルを用いて年間集客数を予測した（表-2）。この結果より、すべての代替案において年間集客数500万人以上を見込めることができたことがわかった。

次に、この集客数予測結果を用いて事業採算性の検討を行った。その結果、代替案Bに関しては、収支計算全般を通してテナントの利潤も確保できず、構想計画案としては適していないことがわかった。また、代替案Aと代替案Cに関しては、どちらの代替案も良好とはいえないが、事業化に際しては特に問題ないと考えられた。

また、競合店舗影響値推定モデルの出力を商業サービスの充実度として取り扱うとすると、米原町の都市的商業サービスは、現在対象の476市町村中301位であるが、代替案Aを整備後は226位まで上昇しており、さらに、代替案Cの2期整備後では198位まで上昇した。

以上のような結果、地域の拠点概念の創出、地元住民の生活環境の向上といった観点から、集客数が多く、地元の都市的商業サービスをより向上させる代替案Cを望ましい代替案と判断した。

	セグメント1	セグメント2	セグメント3	セグメント4	合計
代替案A	678335人	802252人	1465386人	2658555人	5604529人
代替案B	666694人	630004人	1218704人	2964835人	5480237人
代替案C1期	615258人	772470人	1463414人	2806804人	5657946人
代替案C2期	759078人	1042681人	1671843人	2563463人	6037065人

5. おわりに

本研究では、パワーセンター整備構想計画案策定の方法論及びその支援情報システムとして、操作性・実用性の高い集客数予測モデルを構築した。また実証的検討として、滋賀県米原町において、より消費者サイドのニーズを考慮したパワーセンター整備構想計画案を提案することができた考える。