

商業施設の立地動向に着目した都市機能誘導区域設定の評価に関する研究

日本大学大学院 学生会員 ○高阪祐翔
日本大学 正会員 中村英夫

1. 背景と目的

地方都市では、急激な人口減少や高齢化が進み、将来の生活基盤施設の存続が課題である。この課題の解決策として2014年に都市再生特別措置法の改正に伴い、各自治体では立地適正化計画を策定している。

立地適正化計画では、持続可能なまちづくりに向け、都市拠点の周辺エリアに都市機能誘導区域や居住誘導区域を設置し、それらの拠点間を公共交通で結び、医療、福祉、商業などの生活基盤施設を誘導する「コンパクト+ネットワーク」としてまちづくりを進めている。しかし誘導区域には施設誘導の強制力はなく、適切な誘導ができているのかは定かではない。

一方で生活基盤施設である商業施設に着目すると、近年ネットショッピングの利用者が増加している¹⁾が、都市環境の維持や地域活性化といった側面でも、誘導区域内に商業施設は確保するべきであると考えられる。

そこで本研究では、設定された都市機能誘導区域が適したエリアであるのか、都市機能誘導区域内外に位置する商業施設の新設立地・撤退動向に着目し、検証を行うことを目的とする。

2. 研究概要

(1) 対象地域

対象地域は茨城県に属する市町村のうち、立地適正化計画を策定している15市町とする。

(2) 研究方法

本研究は、対象地域の市町を類型化し、商業施設の新設立地・撤退動向を把握し設定された都市機能誘導区域が適したエリアであるか、検証することにより行った。

まず市町を類型化するために表-1に示す指標の1995年に対する2015年の変化率と現時点での値を用いて主成分分析を行う。主成分分析により算出された主成分得点をもとにクラスター分析を行い、市町の類型化を行う。

次いでそれぞれの類型について、都市機能誘導区域と商業施設の新設立地・撤退動向について把握し、都市機能誘導区域が適したエリアであるのか、検証を行う。

3. 市町の類型化

市町の特長把握を目的に過去から現在による変化率と現時点での値を使用し、主成分分析・クラスター分析を用いて類型化を行う。ただし分析に用いたデータは単位が異なるため、主成分分析を行う際には、各指標の偏差値を用いた。主成分分析により算出した主成分得点をもとにクラスター分析を行った。クラスター分析の方法はward法を利用し、4つのグループに類型化をした。類型化の結果を表-2に示す。

表-1 主成分分析に用いた指標

指標		使用データ
人口特性	人口変化率	国土数値情報 ³⁾ 統計でみる市町村のすがた
	市街化区域人口変化率	
	昼夜間人口比	
	市街化区域の面積/市域の面積	
高齢者特性	高齢化変化率	国土数値情報 ³⁾
	福祉施設周辺の人口変化率	
交通特性	鉄道サービス水準	
	鉄道駅周辺の人口変化率	
	鉄道周辺の昼夜間人口比	
	バスサービス水準	
	バス停周辺の人口変化率	
生活基盤特性	病院・診療所周辺の人口変化率	大型小売店データ ⁴⁾
	商業施設周辺の人口変化率	
財政特性	財政力指数	統計でみる市町村のすがた
産業特性	商業地域の事業所数	経済センサス
	商業地域の従業員数	
	工業地域の事業所数	
	工業地域の従業員数	

表-2 類型化の結果

CL1	水戸市	日立市	土浦市	つくば市
CL2	古河市	石岡市	常陸太田市	取手市 大洗町
CL3	龍ヶ崎市	守谷市	つくばみらい市	
CL4	下妻市	小美玉市	坂東市	

4. 商業施設の新設立地・撤退動向

ここでは、表-2の分類をもとに商業施設の新設立地・撤

キーワード 立地適正化計画, 都市機能誘導区域, 商業施設, 類型化

連絡先 〒101-8308 東京都千代田区神田駿河台1-8 日本大学理工学部 TEL:03-3259-0876 E-mail:csyu20013@g.nihon-u.ac.jp

退動向を整理する。商業施設は、店舗面積 1000 m²以上を対象とした大型小売店データ⁴⁾を用いることとし、当該資料より把握できる 2016 年と 2020 年を対象に、新しく立地した店舗を新設店舗、閉店した店舗を撤退店舗とした。なお以下より都市機能誘導区域内を区域内、都市機能誘導区域外を区域外と表記する。

(1) 新設店舗の立地傾向について

新設店舗の立地傾向について、区域内、区域外の比較した。その結果を表-3 に示す。

表-3 新設店舗の立地傾向

業態区分	立地区分	立地区分				合計(割合)
		駅前・駅近型	住宅地域型	幹線道路沿型	その他・不明	
区域内	総合スーパー	-	-	-	-	-
	食品スーパー	-	1	1	1	3(75%)
	ホームセンター	-	-	-	-	-
	専門店	-	-	1	-	1(25%)
	その他	-	-	-	-	-
	ショッピングセンター	-	-	-	-	-
	合計(割合)	-	1(25%)	2(50%)	1(25%)	4(100%)
区域外	総合スーパー	-	-	1	-	1(3%)
	食品スーパー	1	9	6	2	18(56%)
	ホームセンター	-	-	2	-	2(6%)
	専門店	-	5	3	2	10(31%)
	その他	-	-	-	-	0(0%)
	ショッピングセンター	-	-	1	-	1(3%)
	合計(割合)	1(3%)	14(44%)	13(41%)	4(13%)	32(100%)

表-3 より以下の点が明らかとなった。

- ・区域内の新設店舗は 4 件、区域外の新設店舗は 32 件である。以上より近年の商業施設は、区域外に立地する傾向がある。
- ・業態区分では、区域内、区域外ともに食品スーパーや専門店の立地が 8 割を超えている。
- ・立地区分では、区域内、区域外ともに駅周辺の立地が少なく、7 割以上が住宅地域や幹線道路沿いに立地している。

(2) 市町ごとの区域内・区域外で店舗面積の比較

新設店舗と撤退店舗の店舗面積を市町ごとに比較した。その結果を図-1 に示す。

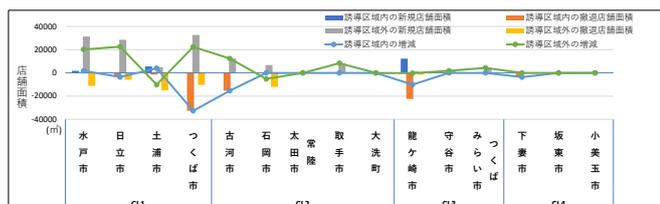


図-1 市町ごとの区域内・区域外で店舗面積の比較

図-1 より以下の点が明らかとなった。

- ・新設店舗は、新設店舗が確認できた 10 市町のうち、9 市町で、区域内より区域外の方が大きい。

・撤退店舗は、撤退店舗が確認できた 8 市町のうち、半数の市町で区域内の方が大きい。また半数の市町で区域外の方が大きい。

・新設店舗と撤退店舗、ともに加味すると 9 市町では区域外の方が区域内よりも店舗面積が大きい。

また類型の特徴については、大きな差異は見られなかった。しかし CL1 では、他の類型と比較すると新設店舗、撤退店舗ともに店舗面積が大きいといった特徴がある。

5. まとめ

本研究では、市町を類型化し、都市機能誘導区域内外に位置する商業施設の新設店舗と撤退店舗に着目し設定された都市機能誘導区域が適したエリアであるのか、検証を行った。その結果、以下の点が明らかとなった。

①4-(1)より、新設店舗は、区域内で 4 件、区域外で 32 件と区域外の方が多い。また立地区分では、駅周辺の立地が少なく、7 割以上が住宅地域や幹線道路沿いに立地していた。

②4-(2)より、新設店舗と撤退店舗、ともに加味すると 9 市町では区域外の方が区域内よりも店舗面積が大きいことがわかった。

①、②より区域外での商業施設の立地傾向が強く、市町の中心である駅周辺の立地が少ないことは課題である。今後区域内に商業施設を誘導する施策等が必要であると考えられる。

①より、区域内、区域外に位置する存続店舗との関係を加味することで、都市構造との関係を明らかにし、区域外に位置する食品スーパーや専門店が必要な施設であるのか、今後検証を進めていく予定である。

対象地域における立地適正化計画は、公表されてから、数年しか経過しておらず、今後長い年月を見据え、都市機能誘導区域が適したエリアであるのか、更に調査・検証をしていく必要がある。

参考文献

- 1) 総務省統計局：家計消費状況調査年報
- 2) 浅野周平, 森本章倫：大規模小売店舗の立地動向に着目した都市機能誘導区域の評価に関する研究, 日本都市計画学会, 都市計画論文集 Vol. 53, No. 3, pp1000-1006, 2018. 10
- 3) 国土交通省：国土数値情報ダウンロードサービス
- 4) 東洋経済新報社：大型小売店データ 2021