

大型小売店舗の立地が周辺事業所立地に及ぼす影響*

Effect On Business Establishment Location Of Large Scale Retail Store Location*

花岡利幸**・大山 勲***・宮川洋一****

By Toshiyuki HANAOKA **, Isao OYAMA***, Yoichi MIYAGAWA ****

1. はじめに

地方都市においては、自動車時代に入って市街地の拡大と前後して大規模小売店舗（以下、大型店という）の郊外出店が見られた。大型店に人が集まる。その周辺には他の各種施設が立地する。このようにして、大型店の出店場所を中心にして事業所集積が形成されるのではないかとと思われる。

本研究の目的は、甲府盆地において出店された大型店（補注1）とその周辺地域に着目し、大型店出店前と出店後のそこの事業所（補注2）立地数の変化を観察することにより、大型店立地によるその周辺地域の事業所集積形成の特徴を捉えることである。

既存の研究において、大型店の出店と周辺事業所との関連づけに関する研究は、利用者の購買行動や交通需要に着目したもの1) 2) 3) 4)、大型店出店に対する既存商店街の問題を扱ったもの5) 6) 等が多く、大型店の出店による事業所の立地に与える影響に着目したもの7) は少なく、本研究はこの一端に位置する。

本研究の意義は、大型店の出店による影響を商業の活性化という視点ではなく、自動車時代の地方都市の市街化形成において大型店の役割を考えることである。

2. 核形成の定義

(1) 大型店を中心とした核形成のモデル

大型店を中心とする地域の事業所集積形成（以

下、核形成）を捉えるための核形成のモデルとして、自動車を利用して事業所集積地に足をはこんだ後、その集積地内を歩行によって徘徊するというモデル（地域核形成のモデル）（図1）を考える。

このモデルにおいて核形成の距離圏として、大型店を中心とした徒歩による限界距離を当てることとし、一般にいわれている歩行限界が400m程度であることを考慮し、本研究では500m以内の範囲を核形成圏とした。

(2) 地域核形成の定義

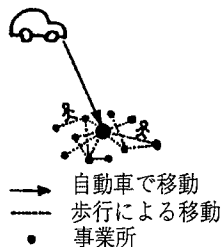
本研究における核形成の概念は、核形成圏を含む周辺地域（1Km圏）について、ある指標を測定したとき、核形成圏の値が地域全体より高い値を持つと認められたとき、そこは核形成されているとする。この指標値として単位面積あたりの事業所数の変化（以下、事業所増減率[棟数/km²/5年]）を採り、核形成圏内の事業所増減率が周辺地域全体の事業所増減率を上回ったとき、その地域において大型店を中心とした核形成がされていると定義する。

3. 研究の方法

本研究では、調査対象地域として選んだ12の大型店及びその周辺地域についての核形成を次の

2つの視点（（2）、図1 自動車利用モデル（3））から捉える。

（2）では概略的の把握を行ない、（3）ではより詳細な把握を試みる。そして各々について、①核形成の有無、及び②核形成の条件を調査対象地域間比較する形で考察する。その具体的な分析方法を以下に示す。



*キーワード：地域計画、都市計画、産業立地

** 正員、工博、山梨大学工学部土木環境工学科
(甲府市武田4-3-11 TEL&FAX 0552-20-8599)

*** 正員、山梨大学工学部土木環境工学科
(甲府市武田4-3-11 TEL 0552-20-8598, FAX 0552-20-8770)

****非会員、愛知県土木部

(1) 調査対象地域の選定とデータ収集

①調査対象地域

本研究の調査対象地域は、甲府盆地内に开店された大型店（専門店を除く）の周辺地域（大型店を中心として半径1km）とする。大規模小売店舗台帳より、平成3年6月現在甲府盆地に开店された大型店でその地域の建物用途現況図が大型店开店前後に存在する地域を抽出した。その結果、調査対象地域は以下の12地域となった。（表1）

②データ収集

本研究では大型店を中心とした核形成を捉えるため、大型店とその周辺地域の事業所のデータが大型店开店の前後において必要である。甲府盆地において开店された大型店データは大規模小売店舗台帳（補注3）、事業所データ

は都市計画基礎調査の建物用途現況図（補注4）を使用した。

(2) 核形成圏における分析

①核形成

核形成の定義より、大型店を中心とした半径500m以内の事業所増減率を算出し、各調査対象地域において大型店开店による核形成がされているかを判断する。

②核形成と周辺地域の属性との関係

まず、核形成圏における事業所増減率の調査対象地域間格差が、大型店の属性、周辺地域の属性と関連があるかを分析する。次に、核形成圏における大型店开店前の事業所の密度（棟数/㎢）、大型店

开店前後における事業所の伸び率（%）等から事業所の立地傾向を調べ周辺地域がどのような地域であるか、またその道路条件がどのように整備されているかを調べ、大型店开店による核形成がどんな条件の地域に効果的にみられるかを検討する。

(3) 周辺地域を細分化した詳細分析

①核形成

周辺地域をもっと細分化した分析を行なう。大型店を中心として100m間隔に半径1kmまで距離帯を区切り、大型店开店前後において各距離帯ごとの事業所増減率から大型店开店による事業所立地影響範囲を捉え、各調査対象地域において大型店开店による核形成を捉える。（図2）

表1 対象大型店と対象地域

対象地番号	店舗名	開店年	店舗面積10r2	都市計画区域	所在地	店舗構成
1	ファミリー昭和タウン	53.3	5841	1	甲府 昭和町	1/25
2	ファミリー竜王タウン	55.8	1300	2	甲府 竜王町	1/1
3	オギノ田富店	53.7	1491	2	甲府 田富町	1/6
	ファミリー田富店	53.9	1498	2	甲府 田富町	1/6
4	いちやまマート貢川店	50.11	950	2	甲府 甲府市	1/4
5	オギノ貢川ショッピングセンター	54.11	3390	1	甲府 甲府市	1/11
6	オギノ酒折店	55.3	1235	2	甲府 甲府市	1/1
7	オギノ伊勢ショッピングセンター	50.10	4677	1	甲府 甲府市	1/1
8	くろがねや住吉店	54.2	2358	1	甲府 甲府市	1/1
9	ひうが山梨店	54.6	4969	1	峡東 山梨市	1/13
10	富士見ショッピングセンター	59.12	1497	2	峡東 石和町	1/9
11	塩山ショッピングセンター	60.9	5315	1	峡東 塩山市	1/7
12	オギノ塩山店	57.4	2700	1	峡東 塩山市	1/1

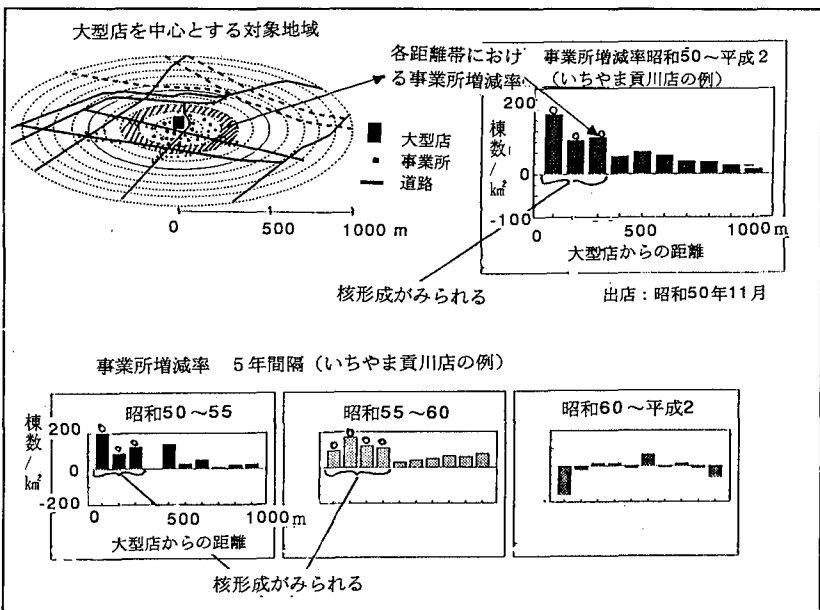


図2 分析方法

②核形成と周辺地域の属性との関係

大型店の出店場所と既存集積の位置関係、周辺道路の整備状況、用途地域の指定状況、地形条件、大型店の規模及び業種等、大型店及び周辺地域の属性によって、大型店出店による核形成にどのような違いがあるか検討する。

4. 結果と考察

(1) 核形成圏における分析

①核形成

各調査対象地域について、核形成圏における大型店出店による核形成を見ると、核形成がみられた地域は12調査対象地域中4地域であった。(図3)

②核形成圏の事業所増減率と周辺地域の属性との関係

核形成圏内の事業所増減率と大型店の延床面積、大型店出店前の対象地域の事業所密度において明確な関係はみられなかった。しかし、核形成は、大型店が出店された i) 地域の発展段階と ii) 道路整備状況に関係がありそうなのがわかる。(表2)

i) 地域の発展の段階については、その地域の大型店出店前の事業

所密度が低くて伸び率が非常に高い初期発展段階とその地域の大型店出店前の事業所密度が高くて伸び率が低くなっている成熟段階との間に位

置する成長発展段階において核形成がされている。

ii) 道路整備状況については、大型店の出店した幹線道路が大型店の近くで他の幹線道路と完全に交差している場合に、核形成圏内の大型店の出店による核形成がみられ、他に道路がない場合や、他の幹線近路との交差が曖昧な場合は核形成がみられなかった。

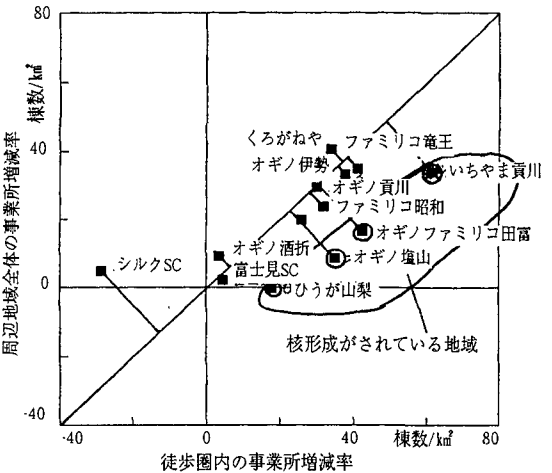


図3 徒歩圏において核形成がみられた対象地域

表2 徒歩圏における核形成の有無と地域属性

対象地域	出店前の事業所密度	事業所伸び率	発展の段階	道路整備状況	核形成
2 ファミリーコ竜王タウン	ほとんどなし	80%	初期発展	なし	なし
1 ファミリーコ昭和タウン	ほとんどなし	80%	初期発展	なし	なし
3 オギノ・ファミリコ田富店	少しある	40%前後	発展	△	○
8 くろがねや住吉店	少しある	40%前後	発展	△	なし
4 いちやまマート貢川店	ややある	10~30%	成長発展	△	○
12 オギノ塩山店	ややある	10~30%	成長発展	△	○
5 オギノ貢川ショッピングセンター	ややある	10~30%	成長発展	△	なし
9 ひうが山梨店	ややある	10~30%	成長発展	△	○
7 オギノ伊勢ショッピングセンター	集積が高い	10%以下	成熟	△	なし
6 オギノ酒折店	ややある	10%以下	停滞	なし	なし
11 塩山ショッピングセンター	集積が高い	減少	衰退	△	なし
10 富士見ショッピングセンター	ほとんどなし	—	停滞	なし	なし

注：発展の段階は大型店出店前の事業所密度、事業所の伸び率から判断した。
道路整備状況の○は完全に交差する道路があるとき、△は完全に交差しないうとき、なしは交差する道路がないとき。

表3 大型店出店による核形成

対象地域	増減率1	増減率2	影響範囲	大型店出店位置	道路整備状況	備考
1 ファミリーコ昭和タウン	○	○	200m	集積のない所	なし	-
2 ファミリーコ竜王タウン	-	○	200m	集積のない所	なし	中心部で衰退を確認
3 オギノ・ファミリコ田富店	○	○	300m	集積の近く	なし	-
4 いちやまマート貢川店	○	○	400m	集積の近く	なし	中心部で衰退を確認
5 オギノ貢川ショッピングセンター	○	○	300m	集積の近く	なし	-
6 オギノ酒折店	-	-	-	集積の中	なし	中心部で衰退を確認、バイパスの影響あり
7 オギノ伊勢ショッピングセンター	△	△	100m	集積の中	なし	バイパスの影響あり
8 くろがねや住吉店	-	△	300m	集積のない所	なし	業種がホームセンター、バイパスが立体交差
9 ひうが山梨店	○	○	200m	集積の近く	なし	-
10 富士見ショッピングセンター	-	-	-	集積のない所	なし	ほとんどが果樹園
11 塩山ショッピングセンター	-	○	100m	集積の中	なし	中心市街地の衰退に歯止め
12 オギノ塩山店	○	○	200m	集積の近く	なし	-

注：
増減率1は大型店出店前から現在までの事業所立地率のグラフにおける核形成
増減率2は大型店出店前から5年間隔の事業所立地率のグラフにおける核形成
○核形成あり
△判断しにくい
—核形成なし

(2) 周辺地域を細分化した詳細分析

①核形成

前節においては核形成が確認されなかった地域でも、本節の分析において核形成が認められる地域が出現した。それは12調査対象地域中10地域で確認された。それは限られた範囲内、限られた期間において核形成の兆しが見られるという形での確認である。その範囲は大型店を中心として100m～400m、期間は大型店出店後約5年～15年以上である(表3)。

②核形成と周辺地域の属性との関係

核形成の調査対象地域間での差は、大型店の出店場所と既存集積との位置関係に依存する。出店場所がi) 大型店が既存集積の中に出店された場合、ii) 既存集積の近くに出店された場合、iii) 既存集積のないところに店出された場合があるが、ii) の場合に、核形成の効果が最も大きい。

大型店の出店場所と既存集積との位置関係が同じ調査対象地域でも、その地域の道路整備状況、出店された大型店の規模、業種、等によって大型店出店による核形成の効果が異なってくることが調査対象地域間の比較によって推察された(表3)。

また、核形成がされて発展していくと、今度は中心部において衰退化が始まる例もみられ、その衰退化は大型店出店後10年以上以降からみられた。

さらに大型店が既存幹線道路に出店された場合、既存道路を迂回するバイパスが開通すると全体的に衰退してしまうことがわかった。

5. 結論・今後の課題

(1) 結論

大型店の出店による核形成に関し、本研究で明らかになったことを列挙すると次のようである。

- ①周辺地域の集積の発展段階及び道路の整備状況とが影響している。
- ②大型店を中心に100～400mの範囲に核形成がなされる。
- ③大型店出店による核形成への影響期間は5～15年以上である。
- ④核形成に大型店出店場所と既存集積との位置関係が影響する。

⑤その他核形成の効果を左右する要素として、地域の道路整備、用途地域の規制、出店大型店の規模、業種が挙げられる。

(2) 今後の課題

これらは、甲府盆地内の12の調査対象地域についての現象の比較から得られた結果である。さまざまな条件が混在する調査対象地域間での比較は定性分析に留まっている。今後は、事例を重ねること、分析手法の検討(特に道路条件、用途地域の条件を考慮にいたしたもの)をしていくことで定量化の努力を重ねたい。また、大型店出店に関連してどんな都市活動の集積がなされるかを時間経過の中で追求したい。

参考文献・補注

補注

- (1) 本研究では第1種、第2種の大型店で専門店を除いたものを対象とする。
- (2) 本研究では建物用途現況図の建物用途における、業務施設、商業施設、宿泊施設、娯楽施設、遊戯施設、店舗併用住宅を事業所とした。
- (3) 山梨県内の大型店(第一種:売場面積1500㎡以上、第二種:売場面積500㎡以上)の所在地、名称等が記載。
- (4) 都市計画区域ごとに5年沖に調査が行われている基礎調査の建物の現況の中の一項目で、1/2500の都市計画図上の建物が用途別に彩色されている図面。本研究では建物用途の業務施設、商業施設、宿泊施設、娯楽施設、遊戯施設、店舗併用住宅の建物の数が事業所数となっている。

引用・参考文献

- 1) 近藤他(1989年)「都市内立地型と郊外立地型のショッピングセンターに対する消費者行動の比較と需要分析」第24回日本都市計画学会学術研究論文集
- 2) 室町他(1990年)「首都圏郊外部における大規模ショッピングセンターの立地影響に関する研究」第25回日本都市計画学会学術研究論文集
- 3) 浅田他(1991年)「豊川市中心部に進出した大型店の利用実態と周辺小売店への影響」第26回日本都市計画学会学術研究論文集
- 4) 矢嶋他(1990年)「LISRELを用いた郊外型商業立地の交通影響分析」第25回日本都市計画学会学術研究論文集
- 5) (財)日本総合研究所(1983年)「首都圏における大規模小売店舗出店の影響」
- 6) 高橋敏男(1979年)「大型店対策の実務」誠文堂新光社
- 7) 遠藤他(1993年)「地方都市における大型店の立地に起因する商業集積の構造変化」第28回日本都市計画学会学術研究論文集