

郊外型商業施設立地による買物行動変化分析

Analysis of Change in Shopping Behavior by Shopping Facilities advanced to the suburbs

木村 俊宏*・徳永 幸之**

By Toshihiro Kimura, Yoshiyuki Tokunaga

1. はじめに

仙台市は、周辺市町との合併を経て1989年政令指定都市に移行し、現在では人口100万人を有する東北地方の中核都市として成長を続けている。この間、主に北部を中心とした郊外宅地開発が展開され、郊外の幹線道路沿いや地下鉄拠点駅周辺への商業施設の立地が相次ぎ、新たな商業地区を形成している。この郊外型の商業施設では消費者の自動車利用を前提とした大型駐車場を完備したものが多く、特に週末には自動車を保有する若年層を中心に集客力を発揮している。

一方で都心中心部の商業地区や従来からの地域商店街では、モータリゼーション化への対応の遅れもあり客足が減少している。これは、単に商業地の問題だけにとどまらず大きな社会問題となっている中心市街地の空洞化を助長している。さらに、自動車利用が増加した結果、公共交通利用者が減少し公共交通のサービスレベル低下を引き起こし、運転免許を保有しない学生、高齢者等の交通弱者は不便を強いられている。こうした状況は、今後さらなる悪化が予想され、街づくりを考える上で対策が必要である。

このような地方の現状を踏まえて、国は中心市街地活性化法(平成10年7月施行)、改正都市計画法(平成10年11月施行)、大規模小売店舗立地法(平成12年6月施行)から成るまちづくり3法による中心市街地空洞化の対策に乗り出した¹⁾。今後はこの制度により自治体が独自に街づくりを計画することが可能となり、地方自治体には地域の特性を活かした事業計画の立案能力が求められる。

そこで本研究では、中心市街地活性化等の政策提案を視野に入れ、地域の現状と住民の選好を明らかにす

ることを目的として、郊外の大店の出店による個人の買物行動への影響を分析する。具体的には、1982年、1992年の仙台都市圏パーソントリップ調査データ(以下、82PT、92PTと略す)を用いて、買物行動における10年間の変化を居住地区の観点から明らかにする。分析においては、買物交通の中心的主体である女性の買物行動に注目し、さらに職業の有無による行動の違いを明確にすることで、対象ごとにきめ細かい政策が可能となるように考慮した。

2. 対象地域の概要

(1) 対象地域・対象者

本研究での対象地域を図1に示す。ここでは色の付いた仙台市全域を対象としている。図中の地名はPT調査における大ゾーン名である。また、1987年に開業した仙台市地下鉄路線を図中太線で示した。分析対象者は20歳未満の未成年層では、平日の買物トリップが少ないことから、20歳以上とした。

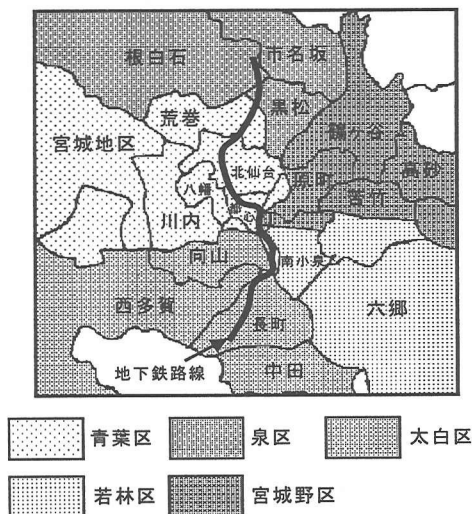


図1 分析対象地域

キーワード：都市計画，交通行動分析

* 学生会員，東北大学大学院情報科学研究科

** 正会員，東北大学大学院情報科学研究科

(〒980-8579 仙台市青葉区荒巻字青葉06，

TEL 022-217-7502，FAX 022-217-7500)

(2) 商業立地動向

図2に行政区別の大規模小売店舗総床面積(第1種、第2種)の推移を示す²⁾。若林区、宮城野区では変化が少ないこと、地下鉄沿線ではないことから、ここでは除外した。都心を含む青葉区では、市全体に占める大型店のシェアが1982年時では圧倒的に多かったが、近年では減少している。1982年と1992年を比較すると、青葉区で微増、仙台市南部の太白区ではほぼ横ばいで推移しているが、市北部の泉区の床面積は3倍以上に増加している。これは仙台市北部では地下鉄の開業と並行して大規模な宅地開発が行われ、それに伴って幹線道路も整備されとことからその道路沿いに大型店が多数出店したためと考えられる。一方、南部の太白区では大型店の出店が増加したのはここ数年のことである。太白区では今後も複数の大型店の出店が予定

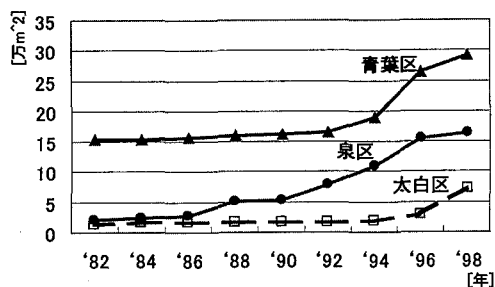


図2 行政区別大規模小売店舗総床面積推移

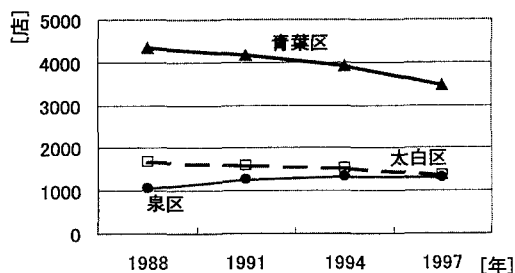


図3 行政区別商店数推移

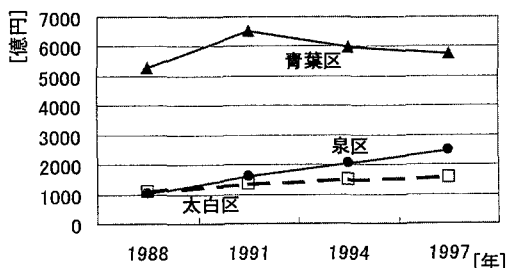


図4 行政区別年間商品販売額推移

されており、大型店の床面積は増加する傾向にある。

次に、3年ごとに調査している商業統計による行政区別の商店数の推移を図3に示すが³⁾、大型店の床面積の増加に反して横ばいまたは減少傾向にある。これは大型店が増加した影響を受けた従来からの個人商店や商店街内にある店舗の閉店が増加し、その店舗減少数が新規の出店数以上に多いことを表わしている。

行政区別の年間商品販売額推移を図4に示す。太白区が横ばいで推移し、泉区ではこの間に販売額が倍増しているが、青葉区では1991年をピークに減少に転じている。この青葉区は都心の販売額をほぼ表わしておりこの減少傾向は長引く景気低迷の影響も受けていると考えられる。泉区の増加は大型店の増加と急激な人口増加が要因になっていると推測できる。

3. 女性の買物行動特性分析

(1) 地区別買物目的地

買物目的地選好の変化を分析するために次のように都心購買率と地元購買率を定義する。ここでの買物トリップは自宅から出発した買物に限定する。

買物地元購買率(Rate of purchasing in own area)

$$Ro_i^k = \frac{T_{ii}^k}{N_i^k} \quad (1)$$

買物都心購買率(Rate of purchasing in urban area)

$$Ru_i^k = \frac{T_{iu}^k}{N_i^k} \quad (2)$$

ただし、 i, j : 中ゾーン番号(u : 都心)

k : 社会的属性

N_i^k : ゾーン i における総買物交通発生数

T_{ij}^k : ゾーン i に住む個人がゾーン j で買物をする数

図1で示した地区別に無職女性の買物目的地変化の大きい地区を図5に示す。全体的には3つのタイプに分類できる。全タイプ共に、地元購買率が減少している。これは近年の個人商店数の減少や郊外大型店の立地による地元商店街の相対的魅力の低下による影響が大きいと考えられる。

(a) 地元→郊外型

仙台市郊外の市名坂、鶴ヶ谷、荒巻地区に見られる。これらの地区では、団地開発時にショッピングセンターが整備されていた地区であり、元々都心離れが進ん

でいた。さらに、近年これらの地区の周辺では大型店が急増したことから、郊外店に買物客が流れていると考えられる。

(b) 都心・地元→郊外型

黒松、根白石、宮城地区等の郊外の地区に見られる。都心購買率が減少している理由として、これらの地区では、商業施設が郊外に進出してきたことにより従来都心で買物していた物が郊外でも買えるようになったためと考えられる。また、この3地区では都心へのアクセスが不便であり、自動車利用による郊外店へ流れが定着しているものと思われる。

(c) 地元→都心型

向山、北仙台、八幡等都心近郊の地区に見られる。これらの地区では、大型店の進出が無く個人商店が減少していると考えられる地区であり、買物利便性が低

下した結果、都心購買率が増加したものと考えられる。また、マンション等の立地が進んでいることから自動車保有が困難な地区でもあることも要因と考えられる。

(2) 交通手段変化分析

買物における交通手段に関して地域ごとの特性変化を分析する。いま TR'_{kj} を t 時点、地区 k における交通手段 j の総トリップ数とすると、地域係数 S'_{kj} は次のように定義される。

$$TR'_{kj} = \frac{TR'_{kj} / \sum_j TR'_{kj}}{\sum_k TR'_{kj} / \sum_k \sum_j TR'_{kj}} \quad (3)$$

また、拡大係数 R_{kj} は2時点間の地域係数の比で次のように定義される。

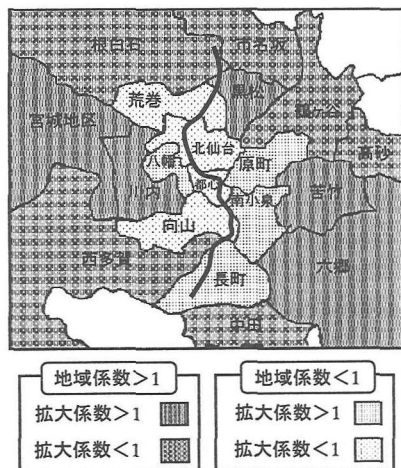
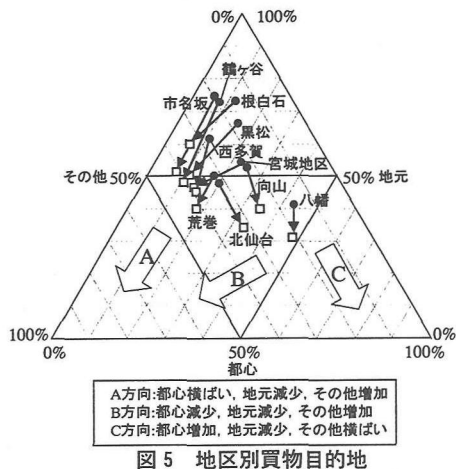
$$R_{kj} = \frac{TR'_{kj}}{TR'_{kj-1}} \quad (4)$$

ここで地域係数が1よりも大きいことはその地区の居住者が仙台市の平均よりも買物で自動車利用が多いことを表わし、拡大係数が1よりも大きいことは自動車利用の特化度が進んでいることを表わしている。

図6に有職女性の買物交通における交通手段の変化分析の結果を示す。この図より地下鉄沿線では地域係数が1よりも小さく、かつ拡大係数が1よりも小さいことから地下鉄により自動車利用の抑制効果が働いていると考えられる。一方、郊外で公共交通の不便な地区では地域係数が1よりも大きく、かつ拡大係数が1よりも大きいことから自動車利用による買物が日常化しており、今後もこの傾向が続くと考えられる。郊外では公共交通による環状方向の移動が困難であり、一般に自動車が無ければ郊外では買物が満足にできない状況にあると考えられることから、自動車交通抑制の視点から見れば対策が必要である。

4. トリップパターン変化分析

これまで、自宅からの買物に限定して分析を行ってきたが、買物行動における他のトリップとの関連を分析するために図7に示すように5つのトリップパターンを設定した。有職女性の居住地別トリップパターン変化を図8に示す。ここでは有職女性の買物回遊型の割合が低いことから複合回遊型と合わせて回遊型とした。これらの4地区は82PTから92PTにかけて他



地区に比べて、買物目的地、買物トリップパターンの変化が大きかった地区である。都心近郊の向山、八幡地区では回遊型が増加しているが、郊外の西多賀、根白石地区では減少している。反対に帰宅出直し型は都心近郊で減少、郊外で増加している。これは、都心近郊では個人商店の減少によって帰宅出直し型が減少したと思われる。また郊外で帰宅出直し型が増加しているのは、帰宅経路ではない郊外で商業施設が増加しているため、一旦帰宅後、買物に出かける方が都合

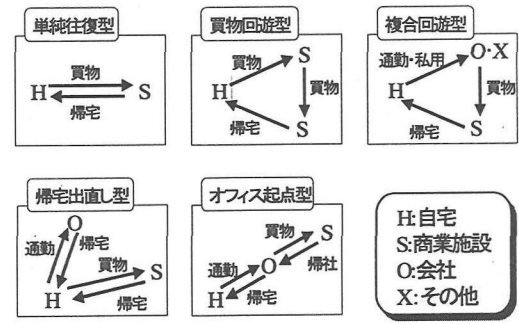


図7 買物トリップパターン

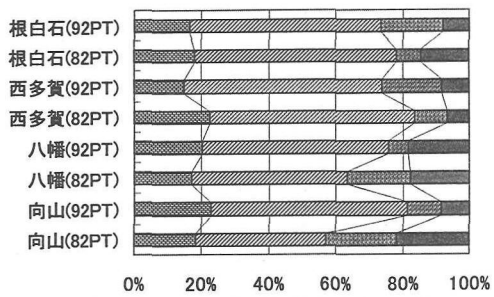


図8 居住地別トリップパターン変化

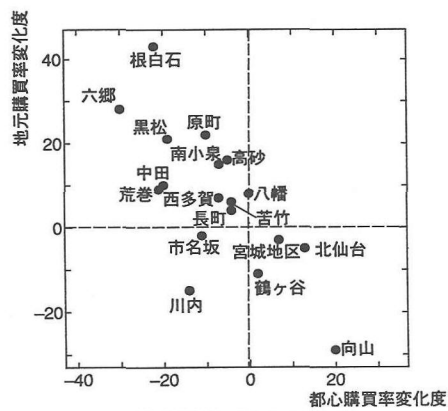


図9 居住地別買物目的地変化

良いためと考えられる。以上のことから、都心近郊と郊外では買物パターンにも違いがあることが確認でき、今後中心商店街活性化方策等を検討する上でこのような買物特性の違いを考慮する必要性が示唆された。

図9は有職女性の回遊型における買物目的地の変化度を表わしている。この値は、1982年時と1992年時の各指標のポイント差を表わしている。この図より、帰宅途中で買物をする際に都心で買物をする割合が大半の地区で減少し、地元即ち自宅付近で買物をする割合が増加していることが分かる。よって、郊外的大型店増加により、帰宅途中に都心で買物をする割合が減少し、都心離れが進行しているものと思われる。これは消費者にとっては買物利便性が向上したことを意味しているが、逆に都心部の商品販売額減少を招いていると考えられ、今後より一層、都心で食料品等を販売する小売店にとっては厳しい状況になると推測できる。また、都心購買率が増加、地元購買率が減少している地域には都心近郊で、大型店の増加が無かった地域が目立つ。これらの地区では、地元の小売店が減少し、買物利便性が低下している状況が予想される。

5. 結論

今回の分析から、郊外への大型店の出店により消費者の買物スタイルが変貌した結果、都心部における商品販売額の低下に見られるように中心地の空洞化を引き起こす要因になっていることが窺えた。都心近郊では、郊外に比べ自動車利用が抑制されているが、郊外では自動車利用が常態化していることが明らかになった。また、地区ごとの分析を通し、郊外と都心近郊で買物利便性格差が増大している可能性を指摘できた。

本研究では平日交通のみの分析を行ったが、買物交通を総合的に分析するには休日のトリップも重要である。よって今後アンケート等により休日を含めた買物交通特性を把握する必要がある。

<参考文献・資料>

1. 仙台経済界(1998), 冬季臨時増刊号, 大資本に飲み込まれる仙台商圏
2. 宮城県商工労働部(1998), 平成10年度宮城県大規模小売店舗名簿
3. 仙台市企画局情報統計課(1998), 統計時報 No.194, 平成9年商業統計調査結果