

大規模小売店舗立地法における  
日來客数の指針値に関する事後評価\*  
Ex Post Valuation on Generation Unit of Daily Visitors  
on the Large-Scale Retail Stores Location Law

曾根原高志\*\*・森本章倫\*\*\*・古池弘隆\*\*\*\*

By Takashi SONEHARA\*\*・Akinori MORIMOTO\*\*\*・Hirotaka KOIKE\*\*\*\*

1. はじめに

平成12年6月に通商産業省（現経済産業省）により、大規模小売店舗立地法<sup>1)</sup>（以下、大店立地法）が施行された。かつての大規模小売店舗法に代わる大店立地法の施行により、大規模店の立地が緩和され大型店舗の郊外への進出が増えてきた。しかし、郊外部は公共交通の利便性が低く、来客の多くが自動車交通に依存することから、開発地周辺部における交通環境悪化が懸念される。大店立地法では、交通環境を判断する基準の1つとして、必要駐車台数で判断している。必要駐車台数を算出する際に、行政人口、用途地域、店舗面積、駅までの距離に応じた指針値を用いる事としている。大店立地法指針値（以下、指針値）は全国一律であり、それを用いて推計することは地域特性が十分に反映されにくい。

阿部<sup>2)</sup>は全国の大店立地法の対象である大型店舗にアンケート調査を行い、立地状況や駐車場容量・駐輪場についての傾向を示している。また、既存研究<sup>3)</sup>では栃木県内30店舗の既存店舗に対して行った営業実態調査（以下、30店舗）における推定値と指針値との比較から乖離の程度を示し、乖離の要因として業態（店舗特性）であることを明らかにした。しかし業態ごとの日來客数の変動については不明な点が多い。そこで、本研究では新たに栃木県内店舗来客数調査（以下、来客数調査）を用いて日來客数原単位及びピーク率のパラメータの変動要因を検討し、指針値との事後評価を行うことを目的とする。

2. 研究概要

(1) 必要駐車台数の算出式

大店立地法における必要駐車台数 X の算出式は以下の式で表わされる。本研究では、算出式における日來客数原単位とピーク率に着目して分析を行う。

$$X = \frac{A \times S \times B \times C \times E}{D}$$

A: 店舗面積あたりの日來客数原単位（人/千m<sup>2</sup>）  
S: 店舗面積（千m<sup>2</sup>） B: ピーク率（%）  
C: 自動車分担率（%） D: 平均乗車人員（人）  
E: 平均駐車時間係数

(2) 栃木県内店舗来客数調査

表-1 に調査対象店舗の内訳を示す。2003年、栃木県内の主要な大規模小売店舗を対象に、ある一般的な平日と休日の時間帯別レジ客数を調査した。時間帯別レジ客数とはレジを通過した客数を1時間毎に集計したものである。

表-1 調査店舗内訳

| 業態           | 店舗数   |
|--------------|-------|
| スーパーマーケット系店舗 | 26 店舗 |
| ホームセンター系店舗   | 33 店舗 |

本調査では、日來客数の代替指標として、レジ客数に自動車平均乗車人員（人/台）を乗じたものを用いる。スーパーマーケット系店舗、ホームセンター系店舗それぞれに30店舗での同系態の平均乗車人員の平均値 1.49、1.63 を乗じて日來客数とした。

3. 栃木県における日來客数原単位

日來客数原単位は行政人口によって区分されている。ここでは行政人口40万人未満の区分に該当する42店舗に関しての分析結果を示す。

\*Keywords: 大規模小売店舗立地法、必要駐車台数  
日來客数原単位、ピーク率

\*\* 学生員 宇都宮大学大学院工学研究科建設学専攻  
(〒321-8585 栃木県宇都宮市陽東7-1-2  
TEL: 028-689-6224)

\*\*\* 正会員 工博 宇都宮大学工学部

\*\*\*\* フェロー Ph.D 宇都宮大学工学部

### (1) 指針値との比較

スーパーマーケット系店舗に該当する店舗は 16 店舗である。指針値との比較を行うと 5 千㎡以下の店舗に関しては、指針値よりも大きな値をとるが、店舗面積が 5 千㎡以上の店舗は指針値よりやや小さな値をとる（図-1 参照）。店舗面積が小さくなるに従って日來客数原単位は大きな値をとるという傾向が見える。スーパーマーケット系店舗は周辺住民が利用する割合が高いため、立地場所の商圈等も大きく影響すると考えられる。

次にホームセンター系店舗（26 店舗）の比較を行う。面積に関係なく多くの店舗は指針値より小さな値をとり、指針値が過大評価しているといえる（図-2 参照）。ホームセンター系店舗は、多様なニーズに応えるために店舗面積が大きいいため、日來客数原単位は小さな値をとると考えられる。

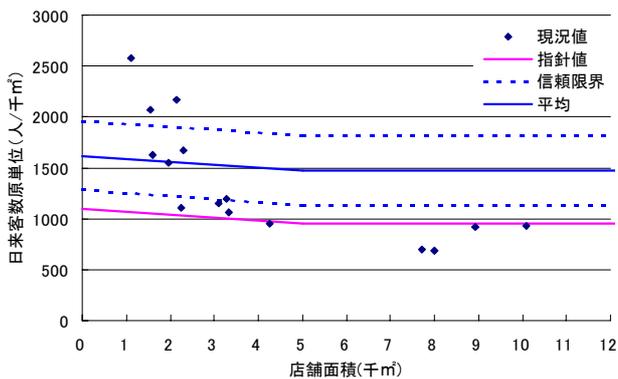


図-1 日來客数原単位（スーパーマーケット系店舗）

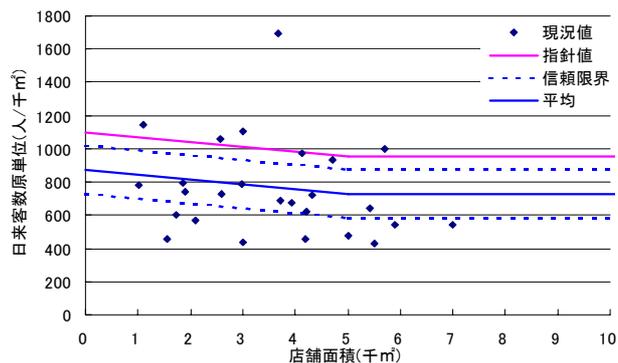


図-2 日來客数原単位（ホームセンター系店舗）

### (2) 来客数の推移

一般的に來客数は時間の経過で変動すると考えられている。図-3 に開店から 1 年分の日來客数データを得ることができたスーパーマーケット系 A 店舗における休日の來客の推移を示す。累乗近似曲線と平均値の交点から見るとオープン 4 ヶ月程度で安

定してくる。安定する要因の一つとして、食品を扱う店舗ということもあり遠方からの顧客が少なく、周辺地域に住む人が顧客として早い段階で定着するのではないかと考えられる。

図-4 にホームセンター系 B 店舗の日來客数の推移を示す。この店舗のデータはオープンから 1 年 4 ヶ月後の 1 年間の日來客数である。年変動よりも月変動が顕著に表れている。スーパーマーケット系店舗に比べて変動幅が大きく、時期によって來客数そのものに影響があるといえる。

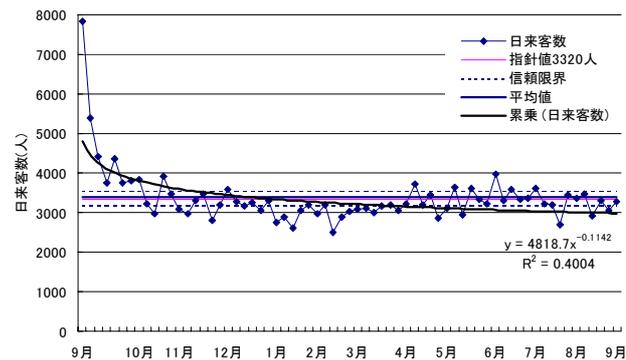


図-3 日來客数の推移（スーパーマーケット系店舗）

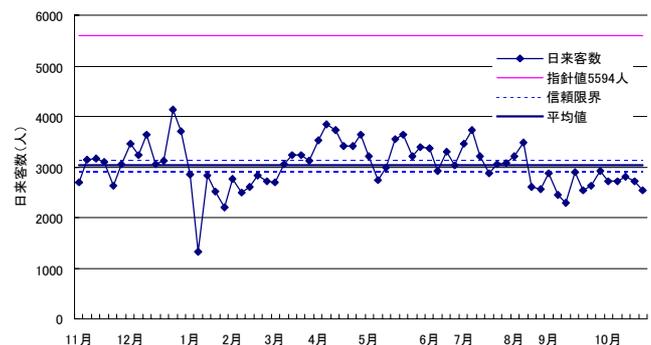


図-4 日來客数の推移（ホームセンター系店舗）

### (3) 来客数の月変動

來客数の休祭日の月別の変動から各業態の傾向を見る。スーパーマーケット系店舗は 1 月は最も低く、変動幅がホームセンター系店舗に比べて小さい（図-5 参照）。これは、スーパーマーケット系店舗は生活必需品を扱う店舗であるために來客に大きな変動がないからであると考えられる。

ホームセンター系店舗に関しては、年末(12月)及び年度始め(4月)の來客数が多いことがわかる。これは年末の大掃除の時期や、就職・進学といった生活環境が変化する年度始めに來客が多くなるといった特徴がある。新店舗をオープンする際には、オープンの時期を考え、検討する必要があるといえる。



図-5 来客数の月変動

#### 4. 栃木県におけるピーク率

大店立地法における指針値のピーク率は、一律の15.7%とされている。本研究では調査全店舗を対象とし、時間帯別レジ客数のデータを用いる。来客の時間帯別の構成比からピーク率を推定し、指針との比較及び変動要因について分析を行う。

##### (1) 時間帯構成比

スーパーマーケット系店舗の時間帯構成比を図-6に示す。ここで構成比の最も高い値を、ピーク率とする。スーパーマーケット系全店舗の時間帯構成比でピーク率は、休日において16時台の12.7%となっている。休日のスーパーマーケット系店舗では午前と比べ、午後に来客が多くなるといえる。平日のピーク率は17時台の11.6%となっている。これは夕方以降に来店する客が多いためである。平日においては仕事終わり(17時以降)の来客が増えることが特徴であり、平日と休日では傾向に多少の違いがあることが見受けられる。

ホームセンター系店舗の時間帯構成比を図-7に示す。ホームセンター系全店舗の時間帯構成比でのピーク率は、休日において14時台の13.6%となっている。平日に関しては午前中11時台(12.8%)

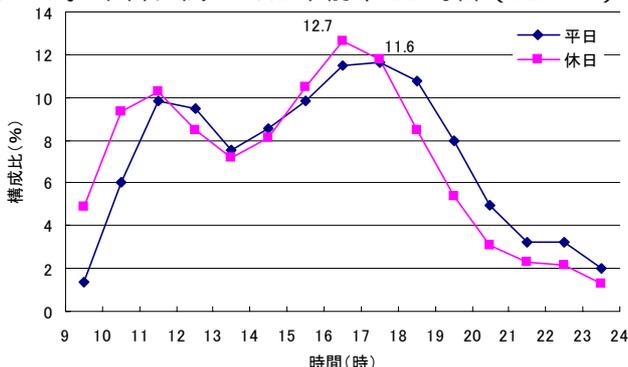


図-6 時間帯構成比 (スーパーマーケット系店舗)

になっていることや、休日に比べ17時台以降の構成比が高い値を示していることが特徴である。

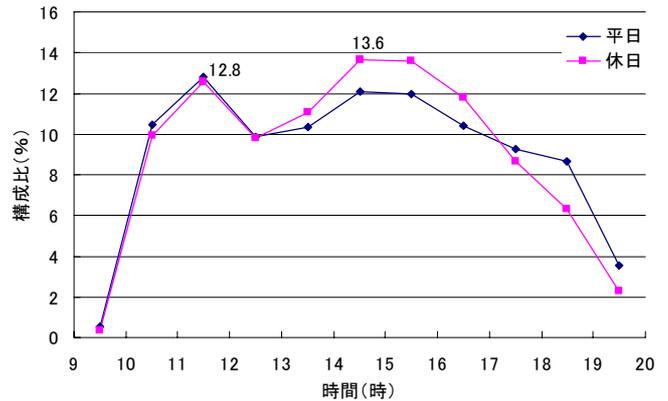


図-7 時間帯構成比 (ホームセンター系店舗)

##### (2) 指針との比較

店舗によってピークをむかえる時間帯は異なる。そのため全店舗平均の値を用いてピーク率を算出すると、店舗による特性が反映できず低く見積もってしまう恐れがある。そこで各店舗のピーク率で比較を行う。

全店舗を対象として指針値との比較を行った結果、ピーク率においても業態別に異なる傾向を示すことがわかった。そこで、業態別に休日の各店舗ごとのピーク率をそれぞれ図-8、図-9に示す。指針値15.7%と比較すると、スーパーマーケット系店舗の平均が13.6%、ホームセンター系店舗の平均が14.3%となり、指針値が過大評価していることがわかる。この傾向を示すのは、スーパーマーケット系店舗は午前中にピーク時間が生じる店舗があるために来客の時間帯構成が分散してしまうからである。それに比べ、ホームセンター系店舗は午後に来客が多いためにスーパーマーケット系店舗よりも高いピーク率をとることが多い。ただ、ホームセンター系店舗の中には店舗によっては指針値を超える場合があることに注意が必要である。

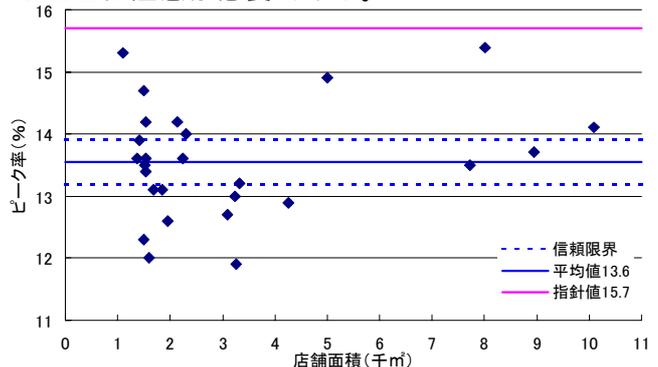


図-8 店舗別ピーク率 (スーパーマーケット系店舗)

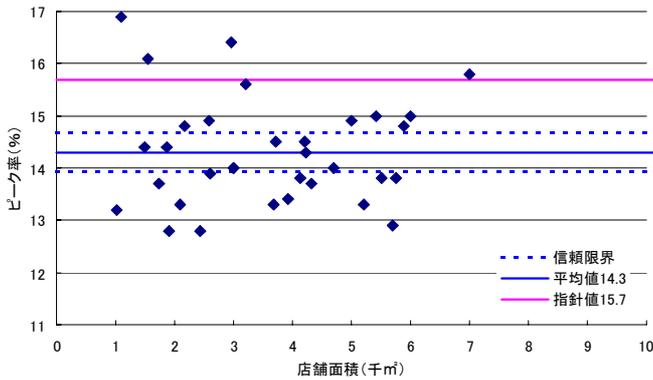


図-9 店舗別ピーク率（ホームセンター系店舗）

### (3) ピーク率変動要因

ピーク率の変動要因を明らかにするために全 59 店舗を対象にピーク率を目的変数として数量化 類を行った。図-10 に示す 7 つの変動要因を説明変数とした。

カテゴリースコア毎に見てみると、業態、特にホームセンター系店舗であるということが高い値を示す傾向が強い。つまり、最もピーク率に変動を与える要因は業態であることがわかる。この分析においては、業態とその他の要因には関連性があり、例えば「スーパーマーケット系店舗は朝市といったセールが行われていることによりピーク率が低くなる」といったことが見受けられる。また、駅に近いほど高い値を示し、店舗面積が小さいほど高い値を示すことがわかる。これは店舗が駅から離れると立地状況から店舗規模も大きくなり、取り扱う商品の種類も増えるため、来客の行動が多様化するためであると思われる。つまり顧客の来店する時間帯にばらつきが生じるためにピーク率は低くなる。加えて駅から距離が遠いということは、自動車での来店の割合が増えるため、時間帯が集中しにくい。

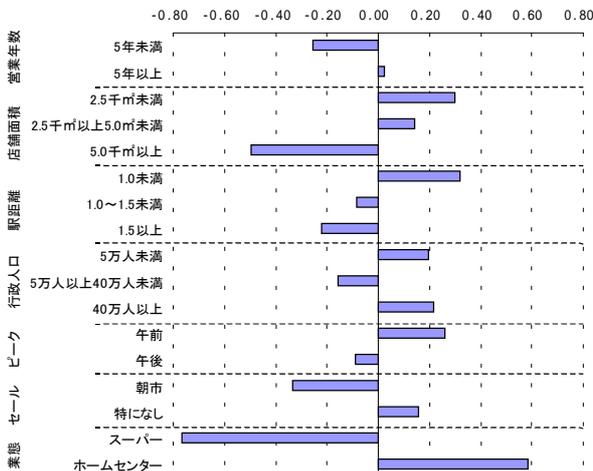


図-10 カテゴリースコア

## 5. 事後評価による指針値との乖離

日來客数原単位、ピーク率ともに指針値との乖離が示された。そこで指針との乖離の程度を示すために、指針値と実測値の比率や有意水準 95% で信頼区間を算出した(表-2,3)。特に乖離の大きなものとして、スーパーマーケット系店舗の日來客数原単位の実測値の式が指針値の約 1.5 倍となっている。

そのため、審査時において日來客数原単位、ピーク率は業態により差があるため、区別することが必要である。また、信頼区間の範囲内で店舗ごとに検討することが望ましい。

表-2 日來客数原単位の乖離

| 業態  | 実測値の式    |         | 比率(%)<br>(実測/指針) | 比率の<br>信頼区間   |
|-----|----------|---------|------------------|---------------|
|     | 5000㎡以下  | 5000㎡以上 |                  |               |
| 全店舗 | 1147-30S | 997     | 104.9            | 88.1<A<120.4  |
| SM  | 1620-30S | 1470    | 154.7            | 116.4<A<178.2 |
| HC  | 887-30S  | 737     | 77.6             | 67.9<A<93.3   |

A : 日來客数原単位指針値 (人/千㎡) S : 店舗面積 (千㎡)  
SM : スーパーマーケット系店舗 HC : ホームセンター系店舗

表-3 ピーク率の乖離

| 業態  | 実測値の平均(%) | 比率(実測/指針)(%) | 実測値の区間      |
|-----|-----------|--------------|-------------|
| 全店舗 | 14.0      | 89.2         | 11.9<B<16.9 |
| SM  | 13.6      | 86.6         | 11.9<B<15.4 |
| HC  | 14.3      | 91.1         | 12.8<B<16.9 |

SM : スーパーマーケット系店舗 HC : ホームセンター系店舗  
B : ピーク率指針値 15.7%

## 6. おわりに

来客数調査から日來客数原単位及び、ピーク率に関して指針値との間に乖離があることが明らかになった。日來客数原単位に関しては、スーパーマーケット系店舗が高く、ホームセンター系店舗は低いという傾向を示し、ピーク率に関しては、全体的に低い値を示す傾向となった。同業態、同一系列店に関しては同様の傾向を示すため、立地の際、既存店舗の状況を取り入れて検討を行うべきである。今後は対象となる業態や企業、店舗数を増やし、全ての業態を網羅した基準値を設定することが望ましい。

### 【謝辞】

なお、本研究は栃木県建設技術センターとの共同研究の成果の一部であり、データの提供に協力を頂いた栃木県商工労働観光部経営支援課の皆様記して謝意を示す。

### 【参考文献】

- 1) 大規模小売店舗立地法の解説：通産産業省産業政策局流通産業課, 2001
- 2) 阿部成治：大規模小売店舗立地法の運用状況に関する研究，都市計画論文集, No. 38-3, pp259-264, 2003
- 3) 北島由実, 森本章倫, 古池弘隆, 長田哲平：大規模小売店舗における日來客数原単位の変動に関する研究，土木計画学研究・講演集, Vol. 28, No. 99, 2003