

来訪者の実態からみた既存ストック群を活用した商業集積の成立可能性*

Possibility of the Commercial Area that Utilized the Existing Building Stock from the Visitor` View Point *

竹内幹太郎**・氏原岳人***・阿部宏史****

By Kantaro TAKEUCHI**・Takehito UJIHARA***・Hirofumi ABE****

1. はじめに

我が国では、商業地、住宅地、農地など国土全般において『低・未利用地』の増加が深刻化している。そのため、国土交通省は2001年に低・未利用地活用促進のためのインターネット情報サービス「低・未利用地バンク（現：土地活用バンク）」を開設するなど都市再生の観点からその活用、および流動化に向けた取り組みを行っている。しかし、少子高齢化や産業構造の変化など時代の転換期にある現代の都市においては、従前用途による再利用が困難であるケースが増え、これからの土地利用のあり方として「その土地が本来予定していた用途とは異なる新たな需要に対応した利用」、すなわち『用途転換』による新たな土地活用の重要性が高まっている。さらに、経済社会情勢や環境負荷への対応として低・未利用の建物など都市における『既存ストック』の有効活用が求められている。

既存ストックの用途転換に関する研究としては、工場跡地の用途転換による経済波及効果を市レベルでシミュレートした若江ら¹⁾の研究や廃止された鉄道線路跡地と駅跡地における土地利用転換や活用方法を明らかにした野尻ら²⁾の研究、さらに民間事業者による廃校利用について運営実態や利用プロセスを明らかにした久保ら³⁾の研究など多岐に渡っている。しかし、旧工場群や空き倉庫群などの『既存ストック群』に対する用途転換の可能性を検討した研究はみられない。これらの既存ストック群はその背景から都市基盤施設の整った都市における重要拠点、およびその周辺に発生する可能性が高い。また、産業構造の変化により、今後、これらの既存ストック群が発生する可能性は高まると考えられるが、我が国の都市がおかれている経済状況を考慮すると、ローコストな取り組みにより、エリアレベルでの効果が得ること

*キーワード：都市計画、土地利用、既存ストック群

**学生員、修士（学術）岡山大学大学院環境学研究科
〒700-8530 岡山市北区津島中 3-1-1

（Tel. 086-251-8849, Fax 086-251-8866

E-mail: dev421303@s.okayama-u.ac.jp)

***正員、博士（環境学）、岡山大学大学院環境学研究科

****正員、工博、岡山大学大学院環境学研究科

が望まれる。

本研究の調査対象である岡山市北区間屋町（以下、間屋町とする）は、協同組合岡山県卸センター（以下、岡山県卸センターとする）により卸商業団地が形成されている地区である。1960年代前半から間屋町の属する今地区では岡山市における西部拠点として整備が開始され、岡山県卸センターはその中核として誘致された。しかし、1990年代前半からの卸売業の衰退を受け、岡山県卸センターに加入する企業（以下、卸センター組合員とする）の倒産・廃業が起り、団地内における空き倉庫・事務所等の増加が深刻な問題となった。そのため、岡山県卸センターは、2000年に組合の基本規則を定める定款の変更を行い、卸売業以外の店舗利用を容認するなど地権者レベル（卸センター組合員）での用途転換を可能とした。その結果、団地内の空き倉庫・事務所を活用した店舗出店が相次ぎ、岡山市における新たな商業集積として注目を集めている。

これは、産業構造変化の影響により発生した既存ストック群に対して、地権者レベルでの取り組みにより、実際に成果を得た先行事例であるといえる。また、商業集積は、回遊行動など来訪者の行動により店舗利用の可能性が拡大し、店舗にとっては顧客吸収による販売促進などさまざまな利益を与えるため、既存ストック群の有効な活用策として挙げられる。そのため、間屋町における店舗集積の発生プロセスや来訪者の来訪要因を明らかにすることは、今後、都市に発生した既存ストック群を新たな店舗出店の受け皿として、用途転換を図る際の基礎資料になりえると考えられる。

しかし、間屋町を含めこれまでに既存ストック群により形成された商業集積の来訪者に対しての調査は行われておらず、来訪者の行動に商業集積のメリットとなる行動が実際に発生しているかはわかっていない。

そこで本稿では、間屋町の来訪者へのアンケート調査を実施し、その実態から間屋町の商業集積としての成立状況とその特性を明らかにすることで、既存ストック群を活用した商業集積の成立可能性を検討する。

以下、2.では、調査対象地の概要について説明し、3.では、来訪者へのアンケート調査概要について説明をする。4.では、来訪者の構成と店舗利用に関する基

本行動を把握する。5.では、来訪者の来訪プロセスから問屋町の商業集積としての成立状況を明らかにする。さらに6.では、来訪者の行動特性と来訪動機について明らかにする。最後に、7.において、まとめについて述べる。

2. 調査対象地の概要

(1) 問屋町の概要

図-1に、問屋町位置図を示す。問屋町は、JR岡山駅より南西3kmに位置する約13haの地区であり、用途地域は商業地域に該当する。また、地区内は、卸商業団地のみで形成されている。問屋町付近は、岡山県卸センターの進出により、街区および道路の整備が開始され、1990年に同地区の土地区画整理事業が完了した。また、今地区周辺は、土地区画整理事業が順次実施されており、2005年には、問屋町近隣を南北に走る国道180号岡山西バイパスが開通し、岡山市内を東西に走る国道2号バイパスと結ばれた。これより、問屋町は都市基盤施設の整備された環境に立地している。

(2) 定款変更による問屋町の変化⁴⁾

岡山県卸センターは、岡山県繊維製品卸商業組合が中心となり1963年に設立された組合であり、設立後、問屋町に用地を取得し卸商業団地を形成した。卸センター組合員数は、1970年代前半から半ばにかけ、86社まで増加したが、卸売業の衰退により、定款変更時の2000年には64社となり、都市基盤施設の整備が進む岡山市の西部拠点での衰退が危惧された。しかし、2000年5月の定款変更後、卸センター組合員数は減少し、現在では49社(2009年12月現在)になる一方で、小売業、サービス業の店舗出店が相次ぎ、現在では、52の店舗が集積している。(2009年12月現在)業種の内訳は、小売業が48.1%、サービス業が52.2%であり、サービス業は飲食業(34.6%)と美容・理容業(17.3%)で構成されている。また、全店舗のうち、98.1%は団地内の空き倉庫や事務所などの既存建物を単独や共同で利用しており、団地内に発生した既存ストック群の有効活用が行われている。

3. 来訪者へのアンケート調査概要

アンケート調査は、問屋町の来訪者(中学生以上)を対象とし、回答者がその場でアンケート調査票に記述する自己記入方式により実施した。なお、本調査では、問屋町内の店舗を目的に含む来訪者のみを対象とし、目的に仕事を含む来訪者は対象外とした。

表-1に、調査の概要を示す。

4. 来訪者の構成と基本行動

(1) 来訪者の構成

問屋町への店舗を目的とする来訪はどのような属性によって構成されているかを把握するため、図-2に、来訪者の構成を示す。

集計の結果、回答者は「女性」の割合が70.5%と高く、性別構成に偏りがみられるが、これは岡山市の最も代表的な商業集積である表町商店街における来訪者の性別構成と類似した傾向にある⁵⁾。年齢については、「20歳代」が52.1%と全体の半数以上を占め、これに「30歳代」を合わせると全体の8割以上を占める。表町商店街における「20歳代」、「30歳代」の割合は、それぞれ、27.0%、9.8%であることから年齢構成は大きく異なることがわかる⁵⁾。居住地については、「岡山市内」が58.9%と全体の約6割を占めるが、「倉敷市」や「その他県内」、「県外」からの来訪もみられる。同伴者については、「友人」が42.9%と最も高く、次いで家族が高い。

以上より、問屋町は若者を中心とした来訪に特徴があることがわかる。



図-1 問屋町位置図

表-1 調査の概要

調査日	平日		休日	
	2010年7月4日	2010年7月6日	2010年7月8日	2010年7月10日
調査時間	午前11時～午後19時			
回収サンプル数	125		236	
調査項目	①個人属性			
	②来訪の目的			
	③問屋町へ来訪した動機			
	④来訪前について			
	⑤来訪時の行動について			
	⑥過去の来訪について			

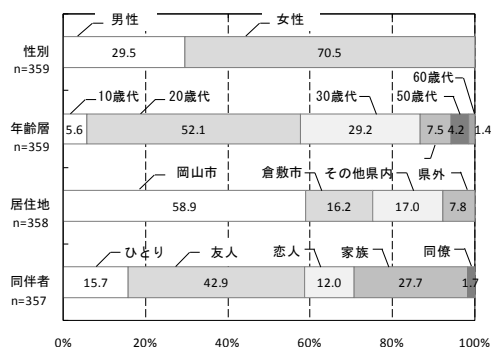


図-2 来訪者の構成

（２）店舗利用に関する基本行動

来訪者は、店舗利用に関してどのような行動がおこなっているか、まず、その基本的な行動を捉えるため、図－３に、店舗利用に関する基本行動を示す。

問屋町への主要目的については、「食事・喫茶」が61.2%と全体半数以上を占め、これに「買物」を加えると目的の大部分を占める。また、目的が複数ある場合、その殆どが「買物」と「食事」の組み合わせであった。

利用交通手段については、「自家用車」が87.7%と高く問屋町への来訪手段として突出していることがわかる。

来訪回数については、「10回より多い」が45.7%であり、問屋町へのリピート性は高い。

次に、買物を目的に含む来訪者が、どのような買物のために来訪しているかを把握するため、図－４に、来訪者の買物品目と商品の種類を示す。問屋町における買物品目は、「衣料品」が7割以上を占めている。さらに、「その他」以外の買物品目に対する商品の種類について、「衣料品」、「生活用品」は、『好みやこだわりを重視する』が8割以上を占めており、買物を目的とした来訪者は、個性や品質の良い商品を求め来訪していることがわかる。来訪目的について「買物」、「食事・喫茶」が大部分を占めていることを踏まえると、問屋町は比較的『娯楽性』の高い来訪により店舗利用が行われていることがわかる。

５．来訪プロセスからみた問屋町の商業集積としての成立状況

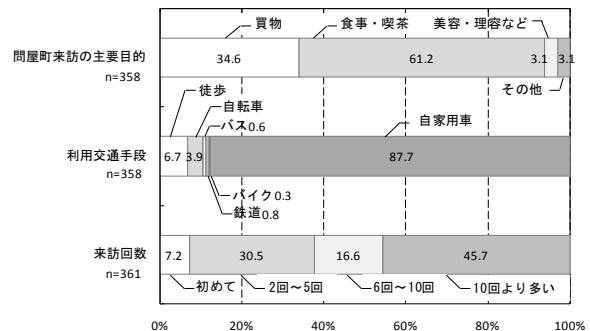
前章より、来訪者の構成と店舗利用に関する基本行動を把握することで、店舗利用を目的とした来訪者の基本的な実態が明らかになった。しかし、これらの結果からは、問屋町が商業集積として成立しているとはいえない。

そこで本章では、図－５に示すように、来訪者の来訪プロセスを、過去の来訪に関する「初来訪のきっかけとなった情報（以下、『初来訪時の情報』とする）」と今回の来訪に関する「問屋町を来訪場所として選択した理由（以下、『問屋町を選択理由』とする）」と「問屋町内での店舗利用行動（以下、『問屋町内での行動』とする）」の３つのプロセスに分け、それぞれのプロセスに商業集積としての特性が現れているかを、アンケート調査結果を用いて定量的に示すことで問屋町の商業集積としての成立状況を把握した。

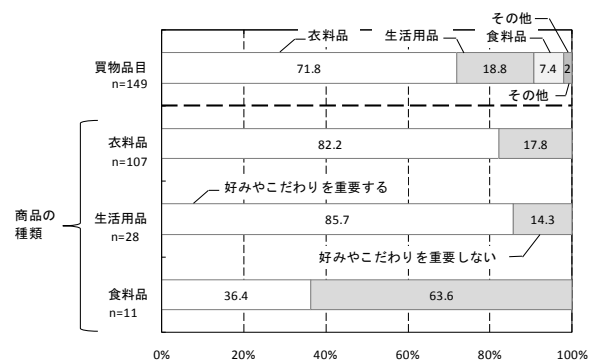
（１）『初来訪時の情報』

問屋町が店舗単位ではなく、ひとつの商業集積としてエリアベースでの認識がされている場合、『初来訪時の情報』として『問屋町というエリアの情報』が存在す

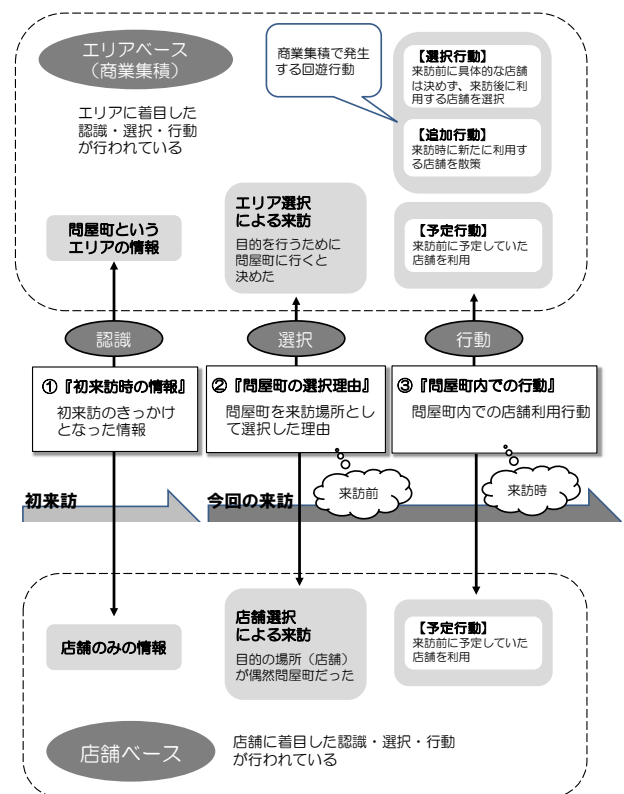
ると考えられる。これを把握するため、アンケート調査項目では、『初来訪の情報』を図－５に示すように、「問屋町というエリアの情報」と「店舗のみの情報」の



図－３ 店舗利用に関する基本行動



図－４ 買物品目と商品の種類



図－５ 来訪プロセスのフロー図

選択肢により尋ねている。図-6 より、初来訪のきっかけは、60.7%が「友人・知人など人からの紹介してもらった」であり、友人や知人からの情報が来訪のきっかけとして大半を占める。『初来訪時の情報』としては「問屋町というエリアの情報」が 60.6%を占めており、問屋町をエリアと認識した来訪が存在する。

さらに、問屋町のエリアとして認識についてその変化を経年的に把握するため、初来訪時期と『初来訪時の情報』のクロス集計を行った。なお、クロス集計結果に関しては独立性の検定も行っており、有意差（5%水準）がみられた。図-7 より、初来訪時の情報は「店舗のみの情報」から「問屋町というエリアの情報」へ経年的に変化しており、「5 年以上」と「1 年未満」を比較すると割合が逆転するかたちになっている。また、残差分析の結果、「5 年以上」については、「問屋町というエリアの情報」が有意（1%水準）に低い。問屋町内での店舗出店は「3 年以上～5 年未満」にあたる、2005 年から 2007 年にかけて急増しているため、この時期に問屋町に対する認識が「店舗が集まるエリア」へと変化したことが伺える。

（2）『問屋町の選択理由』

来訪者が目的を行うために来訪場所を選択する段階において、商業集積では選択理由として「目的を行うためにまずそのエリアに行く」という『エリア選択による来訪』が存在すると考えられ、問屋町が商業集積として成立している場合には『エリア選択による来訪』が存在していると考えられる。

これを把握するため、アンケート調査項目では、『問屋町を選択理由』を図-5 に示すように、「エリア選択による来訪」を表した“目的を行うためにまず問屋町をへ行くと決めた”と「店舗選択による来訪」を表した“目的の場所（店舗）が偶然問屋町だった”の選択肢により尋ねている。集計の結果、図-8 より、来訪者の 55.5%が『エリア選択による来訪』であり、来訪者の大半は、来訪場所の選択段階において問屋町をエリアとして選択していることがわかる。

（3）『問屋町内での行動』

次に、来訪時の行動について、商業集積では店舗利用行動により回遊行動が行われると考えられる。回遊行動は、店舗利用数の増加による販売促進や滞在時間増加による賑わいの発生など商業集積における利点のひとつとなる行動である。そのため、問屋町が商業集積として成立していれば、店舗利用による回遊行動が行われていると考えられる。

これを把握するため、アンケート項目では、『問屋町内での行動』について、「来訪前に予定していた利用

店舗数」と「来訪時の店舗利用に関する行動について」尋ね、集計結果から、問屋町における店舗利用に関する来訪者の行動を、来訪前に予定していた店舗を利用する「予定行動」、来訪前には具体的な店舗を決めず、来訪後に利用する店舗を選択する「選択行動」、さらに、来訪時に新たに利用する店舗を散策する「追加行動」の 3 つに分類した。

このうち、図-5 に示すように「予定行動」に関しては、複数店舗を利用することで回遊行動は行われるが、これは、商業集積でなくとも店舗ベースでも起こりうる回遊行動である。そこで、本研究では、「選択行動」、「追加行動」を商業集積で起こる回遊行動として捉え、『選択行動、または追加行動を含む』と『予定行動のみ』の 2 種類に分類し集計した。集計の結果、図-8 に示すように来訪者の 75.9%は『選択行動、または追加行動を含む』行動を行っており、問屋町では高い確率で回遊行動が行われている。

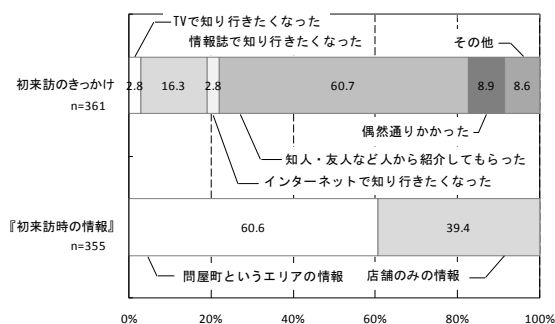


図-6 『初来訪時の情報』

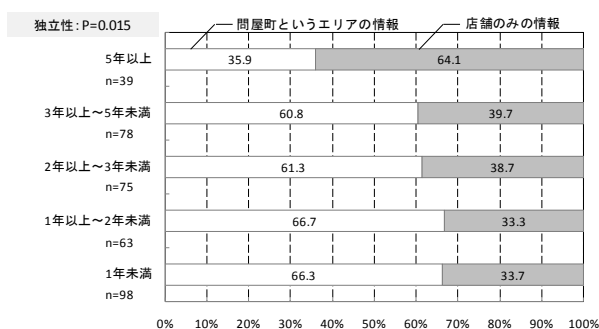


図-7 初来訪時期別に見た『初来訪時の情報』

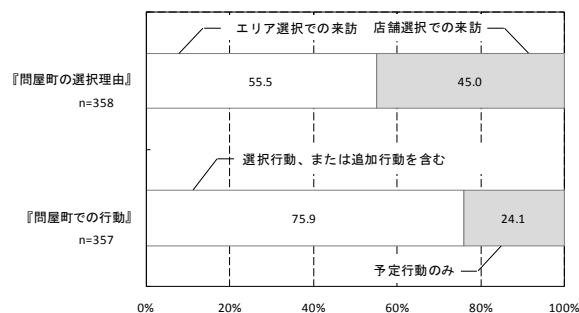


図-8 『問屋町を選択理由』と『問屋町での行動』

以上、各節の結果から問屋町では、エリアベースでの情報伝達と来訪場所としての選択が行われており、来訪時の行動には商業集積の特性を表した回遊行動が頻繁に行われている。これらのことから問屋町は商業集積として成立していると考えられる。

6. 来訪者の行動特性と来訪動機

前章より、問屋町が商業集積として成立していることが明らかになった。本章では、さらに来訪者の行動特性と来訪動機を把握することで、問屋町の商業集積としての特性を明らかにする。

(1) 来訪者の行動特性

問屋町における来訪者の行動特性を明らかにするため、前章で把握した『問屋町での選択理由』と『問屋町内での行動』についてクロス集計を行った。クロス集計結果に関しては独立性の検定を行い有意差（1%水準）がみられた。

集計の結果、図-9 に示すように「店舗選択による来訪」における「選択行動、または追加行動を含む」は61.0%と比較的高い割合を占めているが、残差分析の結果、「エリア選択による来訪」における「選択行動、または追加行動を含む」は「店舗選択による来訪」と比較して有意（1%水準）に高い。これより、「エリア選択による来訪」が高い割合で問屋町内での回遊行動につながっている。

(2) 問屋町への来訪動機

来訪者の問屋町への来訪動機について明らかにするため、アンケート調査の「問屋町へ来訪した動機について」の項目（17項目）について、5段階尺度の「あてはまる」側から5～1の得点を付与し平均値を算出した。

また、問屋町の回遊行動について高い割合を占めているエリア選択による来訪者の来訪動機を把握するため、サンプルを『問屋町での選択理由』に関する「エリア選択による来訪」と「店舗選択による来訪」に分類して、それぞれ平均値を算出し、差をウィルコクソンの順位検定により検証した。なお、図-10 に示すように、各平均値の算出結果は、「エリア選択による来訪」と「店舗選択による来訪」の平均値を来訪者全体の平均値を基準値とした差で表している。

来訪動機に関する項目は、アンケート調査前に、問屋町への来訪経験者7名を対象に、BS法、およびKJ法を用いた情報収集を行い、「店舗」、「交通」、「駐車」、「集積」、「空間」、「環境」の各視点に基づいて項目を設定した。

表-2 より、「全体」の平均値について、「店舗」、

「駐車」、「集積」、「空間」に平均値の高い項目が複数みられた。

「店舗」に関する項目は「店舗内容に個性やこだわりを感じる店舗がある」と「店舗内外装に個性やこだわりを感じる店がある」の平均値が高く、問屋町内の店舗は魅力のある店舗として評価されていることがわかる。

また、「駐車」に関する項目は「駐車（駐輪）料金を気にする必要がある」と「店舗の近くに車（バイク）を止められる」が高い。問屋町内は、卸商業団地に敷地内であることから駐車料金がかからず、店舗前の駐車も可能となっている。そのため「駐車」に関する項目が来訪動機として高い値を示している。

「集積」に関する項目としては、「目的を行う際に魅力的な店舗が複数ある」と「特定の業種を中心に魅力的な店舗が集まっている」が共に高い。問屋町の店舗は小売業とサービス業により構成されており、「買物」や「食事」など『娯楽性』の高い来訪による店舗利用を行う来訪者にとってこれらの集積が動機につながっているといえる。

「空間」に関する項目については、「おしゃれを楽しむ」と「いつもと違う気分を楽しむ

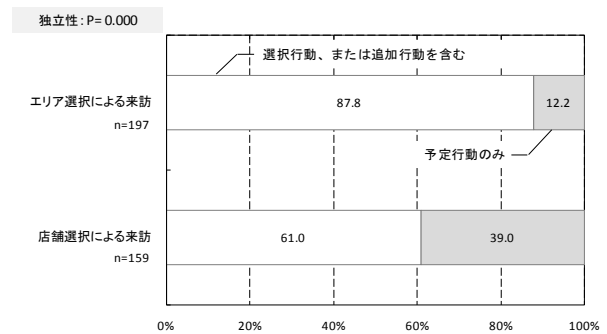


図-9 『問屋町での選択理由』別にみた『問屋町内での行動』

表-2 問屋町への来訪動機（来訪者全体）

分類	項目	平均値
店舗	店舗内容に個性やこだわりを感じる店舗がある	4.12
	店舗内外装に個性やこだわりを感じる店がある	3.96
	魅力的な従業員がいる店舗がある	3.05
交通	車がなくても徒歩や自転車で来れる	1.81
	電車やバスなど公共交通が利用しやすい	1.58
	問屋町まで車（バイク）で来やすい	3.26
駐車	問屋町内で駐車（駐輪）がしやすい	3.07
	駐車（駐輪）料金を気にする必要がある	3.78
	店舗の近くに車（バイク）を止められる	3.61
集積	目的を行う際に魅力的な店舗が複数ある	3.79
	特定の業種を中心に魅力的な店舗が集まっている	3.89
空間	おしゃれを楽しむ空間として魅力を感じる	4.07
	いつもと違う気分を楽しめる	3.76
雰囲気	落ち着いて目的を楽しめる	3.33
	人目を気にせず目的を楽しめる	2.74
	問屋町内の歩行環境が良いから	3.17

注）網掛けは平均値の高い項目を示す。

める」共に高い値を示しており、卸商業団地の空き倉庫や事務所に小売業やサービス業の店舗が集積する空間に魅力を感じていることが伺える。

これより、問屋町への来訪動機としては店舗の魅力や駐車の利便性に加え、卸商業団地に形成された商業集積としての要素が大きな影響を与えているといえる。

次に、『問屋町の選択理由』に関する平均値の差について、図-10より、『エリア選択による来訪』の平均値は『店舗選択による来訪』と比較して、「いつもと違う気分を楽しめる」が有意（1%水準）に高く、「おしゃれを楽しむ空間として魅力を感じる」、「落ち着いた目的を楽しめる」、「店舗内外装に個性やこだわりを感じる店がある」についても有意（5%水準）に高くなっている。これらの項目は商業集積としての「雰囲気」を表す項目である。これより、『エリア選択による来訪』は“雰囲気の魅力”を求めていることがわかる。また、「いつもと違う気分を楽しめる」と「おしゃれを楽しむ空間として魅力を感じる」など「空間」に関する項目が『エリア選択による来訪』の来訪動機として上位を占めている。「空間」の形成は、その場所に立地する建物が大きな要素となることから、卸商業団地の空き倉庫や事務所を利用した店舗の集積が『エリア選択による来訪』を行う際の魅力になっているといえる。

7. まとめ

本稿では、今後、都市に既存ストック群が発生した場合に、既存ストック群を活用した商業集積が成立するかどうかその可能性を検討するため、卸商業団地の空き倉庫や事務所の用途転換により新たな商業集積が発生している問屋町の来訪者を対象にアンケート調査を実施し、来訪者の視点からみた問屋町の商業集積としての成立状況を把握した。

その結果、問屋町では、エリアベースでの情報伝達と来訪場所としての選択が行われており、来訪時の行動には商業集積の特性を表した回遊行動が頻繁に行われていることから、商業集積として成立していることが明らかになった。これにより都市に発生した既存ストック群を新たな店舗出店の受け皿として活用した商業集積形成の可能性があることを提示することができた。

また、問屋町への来訪動機としては卸商業団地に形成された商業集積としての要素が大きな影響を与えている。さらに、問屋町内の回遊行動について高い割合を占めるエリア選択での来訪者は、問屋町への来訪動機として“雰囲気の魅力”に関する要素が高く、問屋町の「空間」を形成している空き倉庫や事務所を利用した店舗の集積が来訪する際の魅力になっていることが明らかになった。

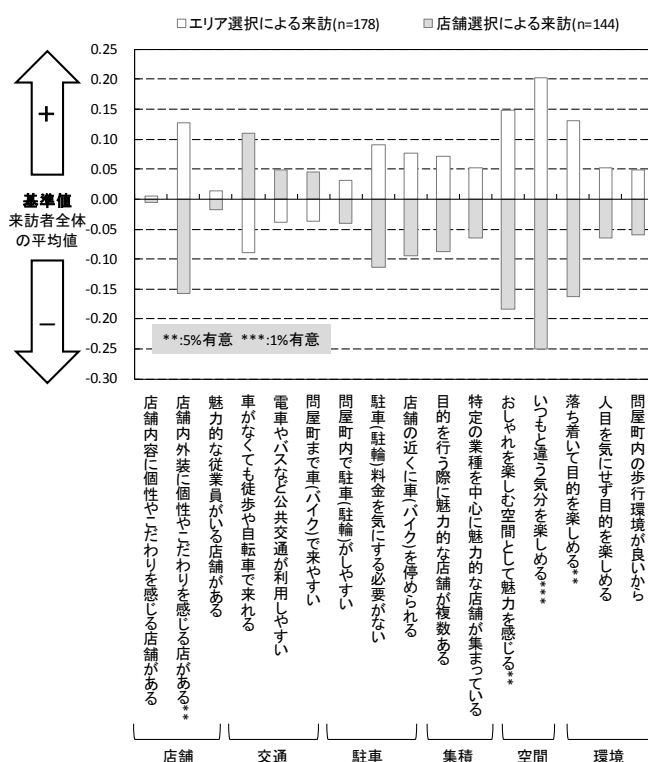


図-10 『問屋町への選択理由』別の問屋町への来訪動機

これらのことから、今後、既存ストック群を活用した商業集積の形成を検討するうえで、既存ストック群の持つ特徴を活かす空間づくりを行うことは、エリア選択による来訪者を増やし、活発な回遊行動を発生させる際に有効であると考えられる。

今後の展開としては、今回着目した来訪者に、店舗出店者の視点を加え、両視点からの分析を行うことで問屋町における商業集積の特性をより明確に把握する。そして、都市に発生した既存ストック群を活用した商業集積の形成を検討する際の有用な知見を得る。

参考文献

- 1) 若江直生, 吉田哲, 宗本順三: 大規模工場の移転にともなう土地利用用途の変化による経済波及効果の研究, 都市計画論文集, No. 41-3, pp. 205-210, 2006.
- 2) 野尻彰, 大沢昌玄, 岸井隆幸: 鉄道路地の実態と再活用状況に関する研究-線路跡地と駅跡地の土地利用転換状況-, 都市計画論文集, No. 443, pp. 151-156, 2009.
- 3) 久保勝裕, 渡部貴久, 西森雅広: 北海道の小規模自治体における廃校利用の実態に関する研究-民間事業者による運営実態を事例として-, 都市計画論文集, No. 44-1, pp. 44-49, 2009.
- 4) 竹内幹太郎, 中平雅也, 阿部宏史: 卸商業団地における店舗集積の発生要因に関する分析, 都市計画研究講演集8, 2010年.
- 5) 岡山県中小企業団体中央会, 岡山県商店街振興組合連合会: 岡山表町商店街・倉敷駅前商店街来街者実態調査事業報告書, 2007年.