

# 都心来訪者の交通行動及び消費行動の関係に関する研究

酒井 弘<sup>1</sup>・土井 勉<sup>2</sup>・安東 直紀<sup>3</sup>

<sup>1</sup>正会員 株式会社まち創生研究所（〒604-8162 京都市中京区烏丸通六角下ル七観音町626烏丸小泉ビル4F）  
E-mail:sakai@machi-mirai.com

<sup>2</sup>正会員 京都大学大学院工学研究科安寧の都市ユニット（〒615-8540 京都市西京区京都大学桂C1-2-313）  
E-mail:doi@ulc.kyoto-u.ac.jp

<sup>3</sup>正会員 京都大学大学院工学研究科安寧の都市ユニット（〒615-8540 京都市西京区京都大学桂C1-2-313）  
E-mail:n-ando@kiban.kuciv.kyoto-u.ac.jp

都心来訪者の交通行動と消費行動の関係を、都心の商業施設と「まちなか」の路上でのヒアリング調査等の実態調査を通じて、クルマ利用とクルマ以外利用の差異を、来訪形態、来訪頻度、滞在時間、立ち寄り箇所数、消費額などから明らかにすることを試みた。その結果、都心来訪においてはクルマによる来訪に比べて、公共交通や徒歩などによる来訪の方が、都心回遊や消費などの面において、来訪者、商業者、都心空間に良い影響を及ぼしていることが知見として得られた。

**Key Words :** *travel behaviour, consumer behaviorc, activation in downtown*

## 1. はじめに

京都市の四条通を中心とする都心地域は、京都市民や近隣諸都市に加え、国内各地のみならず世界から観光目的の来訪がある、我が国屈指の、そしてユニークな商業ポテンシャルが集積する地域である。しかし、それ故に多くの人々が集中し、幹線道路における自動車交通とバスの錯綜、細街路における自動車、自転車、歩行者の混在などにより、都心地域は快適で安全な都市空間とは言えないのが現状である。

また都心商業という視点から周辺状況を見ると、京都駅前周辺における大規模商業施設の集積の進行や大阪都心における百貨店の床面積の大規模な増加など、競合する地域にける商業ポテンシャルが増加しているのが現状である。このような状況に対して、京都市の都心地域では、地域特性を重視しつつ、これからの対応方向を明確にすることが期待される。折しも京都市は2010年に「歩くまち・京都」憲章の策定をおこない、歩いて楽しいまちづくりの取り組みを進めているところである。

こうした状況を踏まえ、京都市の都心商業活性化を推進するためには、来街者に快適な空間を提供することで、現状以上の来訪者数や滞留時間の増加が期待される。そして、京都の都心の魅力向上により、来訪する人々の増加を図り、商業活性化につなげることは、まちの賑わい

を向上させるために重要な課題となっている。

また、京都市の都心地域では、クルマ利用者には駐車料金の割引をしている店舗や、クルマ利用の来街者の方が公共交通等の利用より消費額が高いという意識を持つ商業者も多く、クルマ利用を控え、歩行者空間を拡大することには抵抗感のある人たちも少なくない。（本論文における「クルマ」は、「人の移動のために使われている自動車」を指しており、都市内の物流交通も含めた自動車とは区別している。）

このような状況を変えていくためには、都心来訪者の利用交通手段や交通行動と商業施設の利用実態を把握するなどの基礎的なデータを把握し、施策に活かすことが不可欠である。

本調査では、京都市の都心商業施設への来訪者の交通行動と消費行動の関係を実態調査により把握することを目的とするものである。商店街来訪者と自動車交通に関する研究としては、谷口らが自由が丘で行った歩行と自動車交通の関係についての研究<sup>1)</sup>や張らの来街者と駐車場に関する研究<sup>2)</sup>があるが、消費行動と来街手段を関連づけた研究については土井らが地方中核都市である富山市で取り組んだもの<sup>3)</sup>しかないのが現状である。

本研究では、富山市の研究をさらに発展させ大都市の都心である京都市における状況を把握することを目指し

たものである。

さらにここでは、公共交通利用などの来訪者の方がクルマ利用者に対して消費額は少ない可能性はあるが、来街（来店）頻度やクルマ利用と非クルマ利用の分担率から、総消費額では非クルマ利用の方が多いという仮説を立て、本研究において検証するものである。

## 2. 調査の概要

### (1) 調査対象

調査は、①商業施設へのヒアリング調査、②都心来訪者へのヒアリング調査、③都心における歩行者交通量調査からなる。

表-1 調査対象

区分	対象	施設ヒアリング調査	来訪者ヒアリング調査	歩行者交通量調査
百貨店	大丸	○	○	
	藤井大丸	○	○	
	高島屋	○	○	
個店	個店A	○		
	個店B	○		
路上	四条通		○	○
	錦小路通		○	○
	寺町通		○	○

### (2) 調査対象地域

調査対象地域は、京都市都心のおよそ 1km 四方に囲まれた地域を「まちなか」として、百貨店 3 店、路上（まちなか）3 箇所とした。



図-1 調査位置図

(番号1~3：百貨店調査，番号4~6：路上（まちなか）調査)

### (3) 商業施設へのヒアリング調査

都心の商業施設への来訪者ヒアリング調査を実施する3百貨店（大丸、藤井大丸、高島屋）及び、個店2店舗（金融機関、輸入雑貨販売）を対象に施設ヒアリング調査を実施した。ヒアリング調査では、来店者の属性、交通手段、都心の交通政策（京都市の「歩くまち・京都」）に対する考え方等の情報収集を行った。

### (4) 都心来訪者を対象としたヒアリング調査

京都市都心の百貨店3店舗（大丸、藤井大丸、高島屋）の来店者を対象としたヒアリング調査（以下、百貨

店調査），都心の街路，四条通，錦小路通，寺町通の歩行者を対象としたヒアリング調査（以下，まちなか調査）を実施した。調査日は，平日調査が平成23年3月1日（火），休日調査が3月5日（土）である。調査時間帯は，商業施設へのヒアリング調査結果を踏まえて，12時～18時の6時間とした。

### (5) 歩行者交通量調査

(4)の都心来訪者を対象とした路上のヒアリング調査に合わせて，四条通，錦小路通，寺町通の歩行者を対象に，歩行者交通量，男女比率，グループ数の調査を実施した。

## 3. 調査結果の概要及び考察

### (1) 調査箇所別データ数

都心来訪者を対象としたヒアリング調査により，百貨店912件，まちなか（路上）249件，全体で1,161件のデータが得られた。

表-2 調査箇所別データ数

調査箇所	平日	休日	合計
大丸	179	150	329
高島屋	158	221	379
藤井大丸	104	100	204
百貨店調査計	441	471	912
四条通	31	22	53
錦小路通	59	65	124
寺町通	27	45	72
まちなか調査計	117	132	249
合計	558	603	1,161

なお，まちなか調査結果のクルマ利用者数が少ないため「交通手段に関する分析」では，百貨店調査のみを対象とした。

### (2) 対象者の居住地

百貨店調査では，京都市内居住者の割合が，平日では約71%，休日では約65%を占める。京都府下も加えた京都府域では，平日が約85%，休日が約79%を占める。一方，まちなか調査では，京都市内の割合が，平日では約37%（京都府下も加えた割合は，約45%），休日では約45%（京都府下も加えた割合は，約55%）であった。

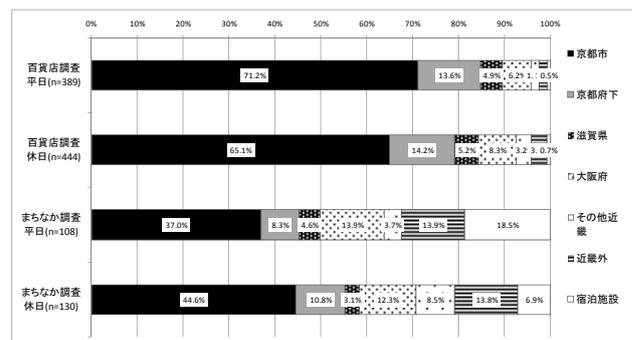


図-2 居住地分布

### (3) 来店・来訪の形態

来店・来訪の形態（一人かグループか等）を見ると、百貨店調査では「一人」の割合が、グループ（「家族・親戚」「友人・同僚」の合計）よりも高く、まちなか調査ではグループの割合が、「一人」より高くなっており、百貨店調査とまちなか調査では、来店・来訪に差異が見られた。また、いずれの場合も、グループでの来店・来訪の割合は、休日の方が平日よりも高い結果が得られた。

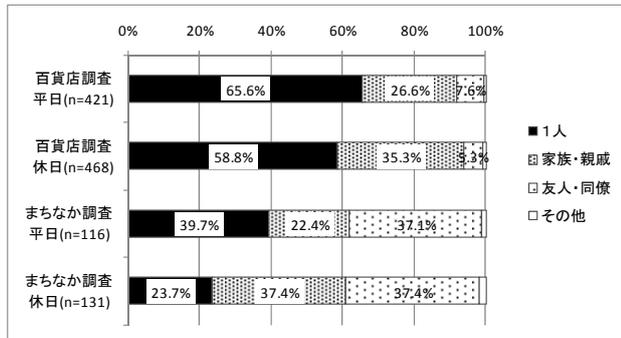


図3 来店・来訪の形態

### (4) 利用交通手段

来店・来訪者の利用交通手段（交通手段分担率）を見ると、百貨店調査とまちなか調査では、傾向が大きく異なっていた。

クルマ利用では、百貨店調査の平日約36%、休日約38%に対して、まちなか調査では平日約3%、休日約10%と百貨店調査に比べてクルマの分担率がかなり低い。これは、百貨店には一定以上の買い物をすれば無料になる駐車場があることが理由と考えられる。次に、鉄道利用を見ると、百貨店調査では平日約32%、休日41%で、平日・休日ともクルマの分担率に近いが、まちなか調査では平日約66%、休日約56%と鉄道の割合が高くなっていた。

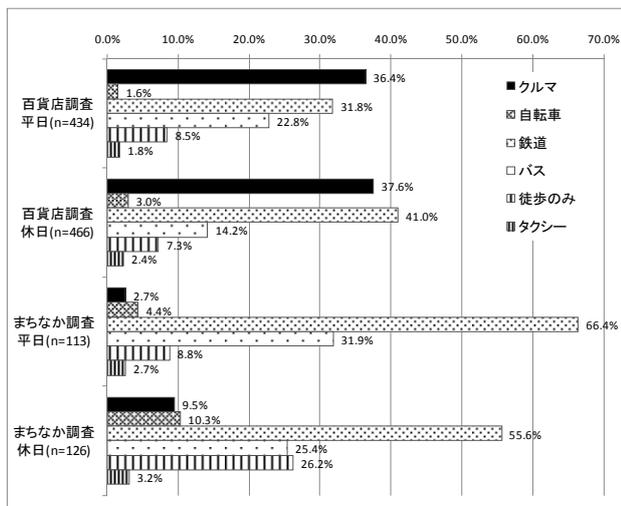


図4 来店・来訪時の利用交通手段

次に、バス利用を見ると、まちなか調査の方が百貨店調査よりも高く、また、平日の方が休日より高くなって

いた。自転車利用では、まちなか調査の方が百貨店調査に比べて割合が高いが、最大でも約10%（まちなか調査・休日）であった。このように自転車利用が少ないのは、四条通が自転車通行禁止であること、錦小路通は歩行者が多く走りにくいこと、寺町通も自転車通行禁止であることが要因として考えられる。

また、百貨店調査では、クルマとクルマ以外の分担はおおよそ3:7の比率であった。

さらに、百貨店やまちなかに訪れる場合、1人の場合とグループの場合では交通手段が異なる可能性があることから、ここでは、百貨店調査について、平日・休日別に来訪形態別の利用交通手段を集計した。

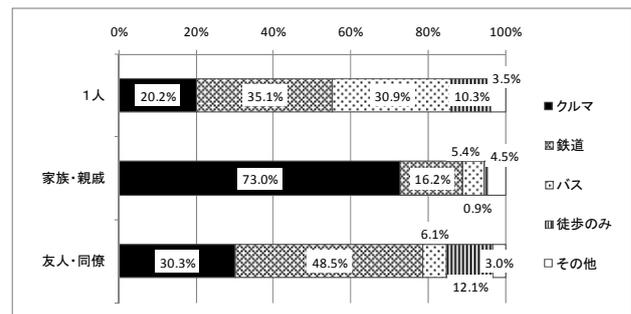


図5 百貨店調査 来訪形態別交通手段分担（平日）

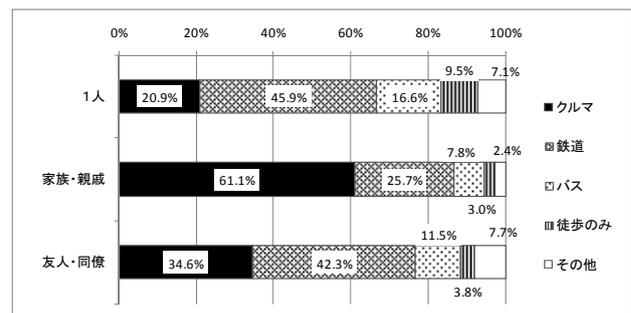


図6 百貨店調査 来訪形態別交通手段分担（休日）

これによると、平日・休日は概ね同様の傾向を示しており、「1人」の場合は、公共交通（鉄道、バス）の比率が高く（平日約66%、休日約63%）、「家族・親戚」では、クルマの比率が高く（平日約73%、休日約61%）、「友人・同僚」の場合は両者の中間にあり、公共交通が平日約55%、休日約54%、クルマが平日約30%、休日約35%であった。クルマの比率が、「家族・親戚」で高いのは、出発地が同一であるためであり、「友人・同僚」では、出発地が異なるため「家族・親戚」よりは低くなっていると考えられる。

### (5) クルマ利用から公共交通等への転換可能性

百貨店調査において、クルマ利用者が「公共交通や徒歩」に変更する可能性は、平日・休日とも約50%であった。一方で、変更できない割合も約50%であるが、変更できない意志を強く持つ「絶対に変更できない」と「できない」の割合は、平日が約32%、休日が約30%で

あり、「多分できない」が平日約17%、休日約21%となり、およそ2割の人は、「できない」要因が解消されれば、「公共交通や徒歩」に変更できる可能性があると考えられる。クルマ利用から「公共交通や徒歩」に変更できない人の理由を見ると、「荷物が多い」が約33%で最も多く、「公共交通がない(約21%)」、「習慣になっている(約18%)」「次に行く先がクルマでないと行けない(約16%)」と続いている。

以上のように、クルマから「公共交通や徒歩」への変更が、「多分できない」が約20%、「習慣になっている」が約20%であることから、モビリティ・マネジメント手法によりクルマから公共交通等への転換を訴求することで、最大で20%、最小でも数%の転換が期待できる。

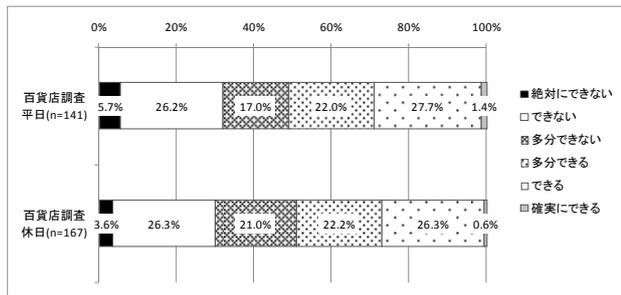


図6 クルマ利用から公共交通等への転換可能性

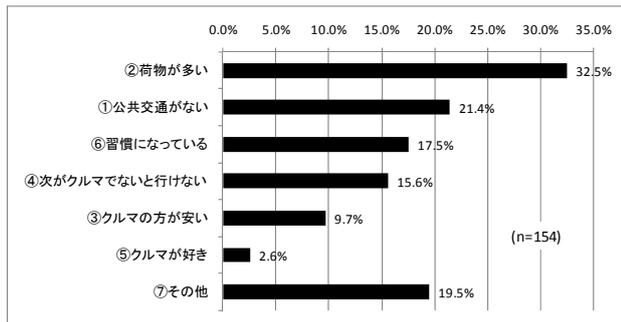


図7 クルマ利用から公共交通等に変更出来ない理由

### (6) 百貨店調査対象者の来店頻度、滞在時間、立ち寄り箇所数

百貨店調査での来店頻度を見ると、クルマ利用、鉄道利用では1ヶ月に3.2回、バス利用では7.3回、自転車、徒歩のみでは9.0~10.6回であり、交通手段別に差が大きく、自転車・徒歩による来店は、近隣住民が食料品などを買い求めに来ていると推察される。

店内の滞在時間では、クルマ利用が約119分で、駐車場利用の無料時間(2時間)の制約が、回答結果に反映していると考えられる。これに対して、クルマ以外は、約48分~約82分とクルマに比べると短時間であり、特定の時間制約が無い場合の百貨店での買い物時間を現していると言える。高島屋で実施された調査でも1時間30分~2時間の駐車が最も多くなっている。

百貨店調査の対象者の「まちなか」での「立ち寄り箇所数」は、鉄道利用が最も多く1.50回、次いで、バス利

用が1.42回で、クルマ利用は最も少なく1.26回となっており、クルマ利用者は、百貨店の駐車場無料時間を活用して、「まちなか」での回遊はあまりしないという行動パターンが見えてくる。

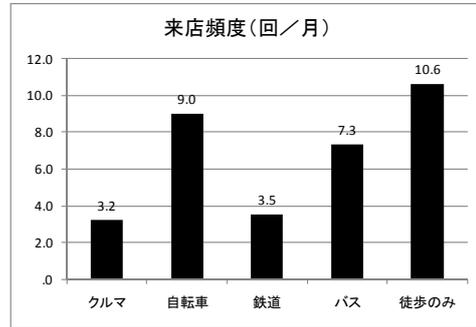


図7 百貨店調査対象者の来店頻度

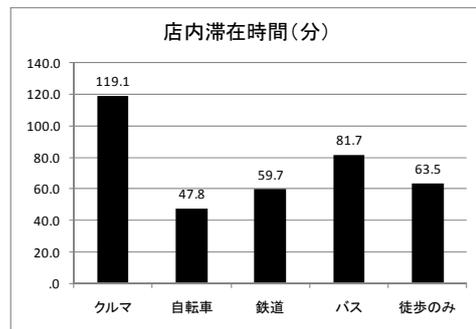


図8 百貨店調査対象者の店内滞在時間

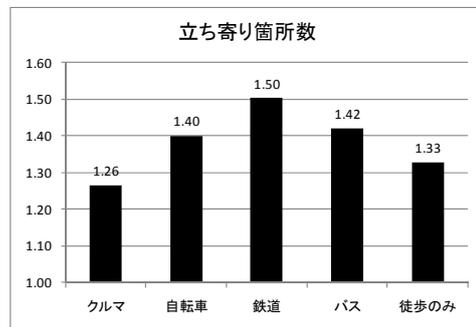


図9 百貨店調査対象者の調査後立ち寄り箇所数(予定)

注：立ち寄り箇所数は、調査時点での、それまでの「まちなか」での立ち寄り箇所数(実績)と、それ以降の「まちなか」での立ち寄り箇所数(予定)の合計である。

参考として、富山市の市内路面電車(環状線)の整備効果として実施された調査結果から、買い物目的の来街頻度を見ると、以下の通りであり、本研究の結果と同様の傾向が見られる。

表3 富山市調査結果(買い物来街頻度)

	平日調査対象者		休日調査対象者	
	環状線利用	自動車利用	環状線利用	自動車利用
1ヶ月の来訪頻度	5.6回	2.5回	4.7回	1.8回

### (7) 「まちなか」での消費

「まちなか」での1人1回平均消費額を交通手段別に見ると、クルマ利用が最も多く約12,700円、最も少ないのは自転車利用の約5,200円であった。公共交通では、バス利用が約10,100円、鉄道利用が約9,700円であった。

これに「まちなか」来訪回数の1ヶ月平均値を乗じた1人1ヶ月平均消費額を見ると、クルマの約44,800円に対して、徒歩のみ(約67,300円)、バス(約55,200円)、鉄道(約47,800円)となつて、徒歩や公共交通利用者の消費額が、クルマ利用より大きくなり、クルマ利用とクルマ以外利用では大幅な差になることがわかる。自転車利用は1人1回平均と同様に最も少ない。

以上のように、「まちなか」での消費額は、1回当たりで見ると、クルマ利用者が多くなっているが、1ヶ月の来訪頻度を考慮した総額では、鉄道やバス、徒歩のみなどの消費額がクルマ利用の消費額を上回っている。さらに、これに「まちなか」への交通手段分担を考慮すると、京都市の都心では、公共交通での来訪がクルマに比べて多いことから、総消費額は、公共交通等利用者の方がクルマ利用者よりも圧倒的に多くなると推察される。

表4 調査全対象者の交通手段別消費額(円)

	クルマ	自転車	鉄道	バス	徒歩のみ
1人1回平均消費額	12,731	5,196	9,651	10,113	6,425
サンプル数	264	28	388	185	90
1人1ヶ月平均消費額	44,798	32,030	47,769	55,156	67,324
サンプル数	233	20	327	149	78

参考として、富山市の市内路面電車(環状線)の整備効果として実施された調査結果から消費額を見ると、以下の通りであり、富山市の都心来訪においても同様の傾向が見られる。

表5 富山市調査結果(交通手段別消費額)

	平日調査対象者		休日調査対象者	
	環状線利用	自動車利用	環状線利用	自動車利用
1人1回平均消費額	5,491	11,489	11,811	9,207
1人1ヶ月平均消費額	38,391	33,869	39,346	14,259

### (8) 京都の「まちなか」のイメージ

京都の「まちなか」のイメージは、ヒアリングシート設問の最後として、ニコニコ・マーク(大変良い=笑顔、普通=普通の顔、大変良くない=怒りの顔)を被験者が選択する方法により、回答を得た。

京都の「まちなか」のイメージは、百貨店調査では42~50%、まちなか調査では、50~55%が、「良い」と回答しており、「良くない」の割合は僅かに10%程度であった。

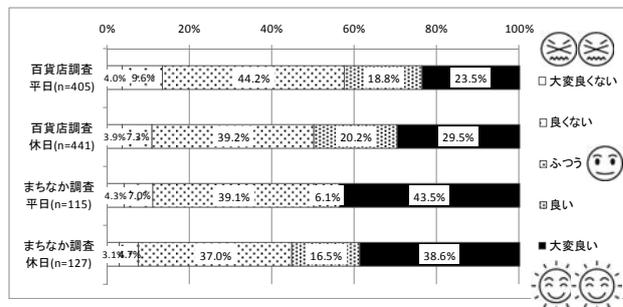


図-10 京都の「まちなか」のイメージ

以上の結果を、「大変良くない」=-2点、「良くない」=-1点、「普通」=0点、「良い」=1点、「大変良い」=2点で重み付けして指標化(ニコニコ指標)すると、百貨店調査対象者より、まちなか調査対象者の方が、京都の「まちなか」のイメージが良い、また、平日よりも休日の方が京都の「まちなか」のイメージが良いという結果が得られた。

表6 京都の「まちなか」のイメージの指標化(ニコニコ指標)(全体)

調査対象区分	ニコニコ指標
百貨店調査・平日	0.48
百貨店調査・休日	0.64
まちなか調査・平日	0.77
まちなか調査・休日	0.83

次に、京都の「まちなか」のイメージを、利用交通手段別に見ると以下の通りである。

鉄道利用者では多くの場合で指標は高いが(0.81~0.86)、百貨店・平日調査対象者のみ低くなっている(0.50)。バス利用者では、百貨店より路上での値が高くなっている。クルマ利用者の指標は低くなっている(0.50~0.52)。徒歩のみでは、休日が高く(百貨店調査0.77、まちなか調査0.90)、平日で低くなっている。

表7 京都の「まちなか」のイメージの指標化(ニコニコ指標)(交通手段別)

交通手段	百貨店調査・平日	百貨店調査・休日	まちなか調査・平日	まちなか調査・休日
クルマ	0.52	0.50	0.33	0.83
サンプル数	132	162	3	12
自転車	1.17	0.31	0.00	0.92
サンプル数	6	13	5	13
鉄道	0.50	0.81	0.86	0.85
サンプル数	137	187	73	67
バス	0.41	0.62	1.03	0.87
サンプル数	94	61	35	30
徒歩のみ	0.53	0.77	-0.10	0.90
サンプル数	36	31	10	30
タクシー	0.38	0.90	0.67	1.75
サンプル数	8	10	3	4

## 4. まとめ

京都市の都心を対象とした、都心来訪者の交通行

動と消費行動についてまとめると以下のように整理された。

- ① 来訪者の居住地では、百貨店には地元住民が多いが、まちなかには他都市からのお来訪者が多い。
- ② 来訪形態では、百貨店には1人の割合が高いが、まちなかには家族や友人など複数人のグループの割合が高い。
- ③ 利用交通手段では、百貨店にはクルマ利用が多いが、まちなかには自転車、徒歩、鉄道やバスなどクルマ以外での来訪がほとんどを占めていた。さらに、百貨店来店者の手段と形態では、1人の場合は、公共交通が多いが、家族・親戚では、クルマ利用が多くを占めていた。
- ④ クルマ利用による百貨店来店者の約半数は、公共交通や徒歩に転換できる可能性がある一方で、数%は絶対に変更しない。変更できない理由の1位は「荷物が多い」、2位が「公共交通がない」であり、「習慣になっている」も3位と高く、モビリティ・マネジメント実施の必要性とその効果が期待される。
- ⑤ 百貨店への来店頻度は、徒歩、自転車、公共交通の順で多く、クルマが最も低い。店内の滞在時間では、クルマが百貨店駐車場の無料時間により制約されて長く（約2時間）なっているが、クルマ以外の滞在時間をみると、クルマ利用者は、無理に長時間滞在をしている可能性が読み取れる。百貨店を出てからの「まちなか」での立ち寄り箇所は、公共交通や自転車、徒歩に比べて、クルマ利用者が最も少ない。
- ⑥ 調査の全対象の「まちなか」での消費額は、1人1回では、クルマ利用がクルマ以外に比べて高いが、これに手段別来訪頻度を乗じた、1人1ヶ月消費額では、クルマ利用が最も少なくなる。さらに、京都市の都心では、公共交通等の分担率がクルマに比べかなり高いことから、「まちなか」来訪の総消費額は、クルマ以外の方が圧倒的に高くなる。
- ⑦ 京都の「まちなか」のイメージは、クルマ利

用者の方が、鉄道、バス、徒歩などに比べて、やや「良くない」傾向が見られた。

以上のように、本研究で実施した京都市都心での交通行動と消費行動に関する実態調査から得られた知見は以下の通りである。すなわち都心にクルマで訪れたとしても駐車場の時間に制約されたり、京都のイメージも比較的良くないと感じたり、まちなかの魅力ある場所を十分回遊できないなど、とても快適とは言えないことが多いことが明らかになった。これは都心のにぎわい創出にとってもマイナス要因であり、さらに、1回の消費はクルマ利用者が多いが、1ヶ月単位で見た場合、クルマ以外の交通手段では、クルマ利用者の消費金額を上回っており、都心商業にとっても、クルマでの来訪だけを優遇する現状から、鉄道、バスや自転車、徒歩での来訪をより優遇する方が、地域の商業活動の活性化を促進するものと考えられる。

今後は、本研究成果を、都心のにぎわい創出や都心商業の活性化のための基礎的な材料として有効に活用できるよう更なる研究を進める予定である。

**謝辞：**本研究の実態調査の実施にあたって、四条繁栄会商店街振興組合・堀部理事長、百貨店と個店のご担当者の方々の皆さま、まちなか調査実施場所の商店街の皆さまには、ご理解とご協力をいただきましたことを感謝いたします。

#### 参考文献

- 1) 谷口綾子・香川太郎・藤井聡：商店街における自動車交通が歩行者に及ぼす心的影響，土木学会論文集 D Vol.65 No.3,329-335,2009.
- 2) 張峻屹・藤原章正・日下部達夫：駐車場選択行動と都心活性化との関連性分析，土木計画学研究・講演集,2004.
- 3) 土井勉・高森長仁・杉木光晴・広瀬隆正・米田亮：路面電車の整備効果に関する研究，土木計画学研究講演集 Vol.43, 2011
- 4) 高島屋京都店：駐車場に関するアンケート調査結果，平成 22 年 6 月

## A STUDY OF RELATIONS OF TRAVEL BEHAVIOR AND CONSUMER BEHAVIOR ON VISITOR IN DOWNTOWN

Hiromu SAKAI, Tsutomu DOI and Naoki ANDO