

甲府盆地における大型小売店舗の立地が周辺事業所立地に及ぼす影響*

Effect of Shopping Center Construction to Other Business Location - a Case of KOFU Basin - *

花岡利幸**・大山勲***・宮川洋****

By Toshiyuki HANAOKA**, Isao OYAMA*** and Yoichi MIYAWAGA****

1. はじめに

自動車時代以前から形成された、一極集中された中心業務市街地を持つ地方都市においては、自動車時代に入って郊外の道路整備が進み、機動性の確保と並行して、人口の郊外化、事業所の郊外分散傾向を通じて市街地の拡大がみられてきた。大型小売店舗の立地もこのような傾向の中にあり、その立地の周辺で他の事業所立地がみられる。

そこで、大型店舗の立地がその周辺の都市活動を活発にするという仮定のもとに、その周辺での事業所立地を観察することによってそれを確かめようとするものである。本論では大型店の出店によるその周辺の事業所立地の変化を分析、考察する。本研究の意図は大型店の出店による影響を商業活性化の視点ではなく、自動車時代の地方都市の市街地形成における大型店の役割を考察することである。

既存の研究において、大型店の出店に関し、利用者の購買行動や交通需要に着目したもの^{1)・2)・3)・4)} 既存商店街の問題を扱ったもの^{5)・6)} 等が多く、本論の視点の研究⁷⁾ は少ない。

2. データ収集

(a) 調査・分析の概要：甲府盆地において抽出された出店大型小売店舗の周辺での事業所数の変化を時系列的に観察する。

(b) 事業所立地データ：都市計画区域において5年毎に行われている基礎調査の成果である建物用途現況図を使用する。建物用途現況図は都市計画区域によって異なるが1975-1990の15年間における4時点(1975,1980,1985,1990)ないし3時点(1979,

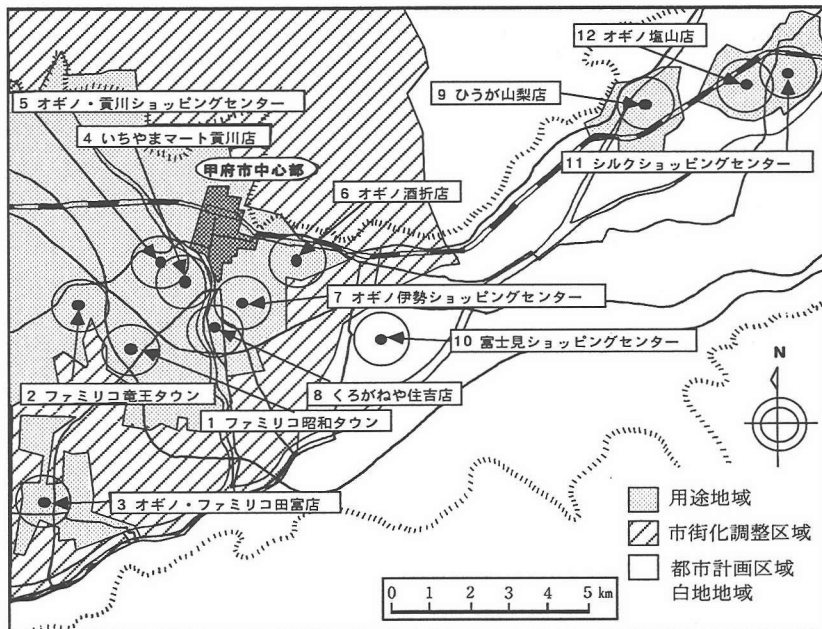


図1 調査対象地

表1 調査対象大型店舗の概要

対象地番号	店舗名	開店年	面積㎡	種別	所在地
1	ファミリー昭和タウン	S.53.3	5841	1種	昭和町
2	ファミリー竜王タウン	S.55.8	1300	2種	竜王町
3	オギノ田富店	S.53.7	1491	2種	田富町
	ファミリー田富店	S.53.9	1498	2種	田富町
4	いちやまマート貫川店	S.50.11	950	2種	甲府市
5	オギノ貫川ショッピングセンター	S.54.11	3390	1種	甲府市
6	オギノ酒折店	S.55.3	1235	2種	甲府市
7	オギノ伊勢ショッピングセンター	S.50.10	4677	1種	甲府市
8	くろがねや住吉店	S.54.2	2358	1種	甲府市
9	ひうが山梨店	S.54.6	4969	1種	山梨市
10	富士見ショッピングセンター	S.59.12	1497	2種	石和町
11	塩山ショッピングセンター	S.60.9	5315	1種	塩山市
12	オギノ塩山店	S.57.4	2700	1種	塩山市

*キーワード：地域計画・都市計画・産業立地

**正員、工学博士、山梨大学工学部土木環境工学科

(甲府市武田4-3-11 TEL0552-20-8599, FAX0552-20-8770)

***正員、山梨大学工学部土木環境工学科

(甲府市武田4-3-11 TEL0552-20-8598, FAX0552-20-8770)

****非会員、愛知県豊橋土木事務所

(豊橋市関屋町190 TEL0532-55-7750, FAX0532-55-7758)

1984,1989) のデータ収集が可能であった。そして、事業所数として建物用途現況図の用途区分の内、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数を計上する。

(c) 出店大型店舗の抽出：大規模小売店舗台帳に記載されている第一種大型店舗（売場面積1500㎡以上）および第二種大型店舗（500㎡以上）の中から上記事業所立地データが得られるところに出店した店舗を抽出した。その数は12店舗である。その所在地、出店年、店舗面積などを表1、図1に示す。

3. データ整理と分析の仕方

(a) 視点：大型店舗出店の前後でその周辺の事業所立地がどのように変化しているかをみて、大型店を中心に核形成がされているかを観測する。この場合、事業所数の増加が大型店周辺で顕著であると判断したとき、核形成されたと認めることとする。

(b) 変化の期間：

①12店舗が1975—1985年の間に出店しているので、1975—1990年までの期間15年間の出店前後2時点の変化としてみる。

②もう一つは15年間を3区分した5年毎の変化としてみる。

(c) 変化の空間範囲：

①徒歩圏が核形成圏になると仮定し、大型店中心500m帯を徒歩圏とする。その圏内事業所立地と中心1000m帯の事業所立地とを比較する。

②抽出された大型店を中心に100m帯で1000mに至るまで10区分して、各帯の事業所立地を比較する。

(d) 事業所立地を示す指標を次のように規定した。

①初期事業所数密度(棟数/㎢)

＝(初期事業所数/当該面積)

②期間内事業所数増加密度(棟数/㎢)

＝(期間内増加事業所数/当該面積)

③期間内事業所数伸び率(%)

＝(期間内増加事業所数/初期事業所数)×100

④現在事業所数密度(棟数/㎢)

＝(①+②)：これは累積密度である

(e) 分析の手順：次のような流れで事業所立地の変化を捉える。

①大型店出店前の距離帯における事業所数密度を求め、初期の周辺地域および既存集積地の様子を確認しておく。

②核形成を示す指標として、距離帯別にみた事業所数増加密度または事業所数伸び率に注目する。大型店出店前から現在までのそれを求め、核形成がされているかどうかを観測する。大型店に近い距離帯での事業所数増加密度が遠い距離帯でのそれに比べて大きいとき核形成がされていると認めることにする。

③同様に、大型店出店後5年おきの事業所数増加密度から核形成の状況を観測、判断する。

④大型店出店後の現在事業所数密度からも核形成の状況を観測、判断する。

⑤図2は分析の手順を事例を用いて図化したものである。

4. 500m帯でみた核形成

(1) 核形成

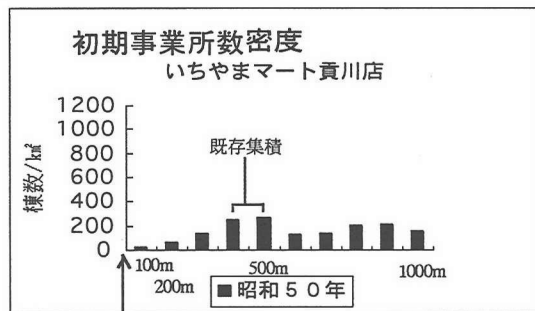
中心500m帯と中心1000m帯において店舗出店時から現在までの2時点間で事業所数増加密度を求め、その両者を比較した。図3はそれを示す。500m帯の事業所数増加密度が1000m帯のそれを上回る出店場所の周辺で核形成があるとする、「いちやま mart 貢川店」、「オギノファミリ田富店」、「オギノ塩山店」、「ひうが山梨店」の周辺の4地域で核形成されていると判断できる。

(2) 核形成の姿態：その1

核形成に影響を与える要素としては店舗自身の要素、周辺市街地整備その他の要素を考える。前者の要素として店舗規模をとりあげ、後者として初期事業所数密度、道路整備状況をとりあげ、事業所数増加密度または事業所数伸び率との関係を調べた。図4,5,6はそれを示す。このうち図6の事業所数伸び率と初期事業所数密度が関係ありそうで、他の図においては関連性は認められなかった。図6に関し、①初期事業所数密度の低い場所への出店は事業所数伸び率が高く、同密度の高い場所への出店は同伸び率が低い傾向にある。

②図において、左上から右下にかけてプロットされ

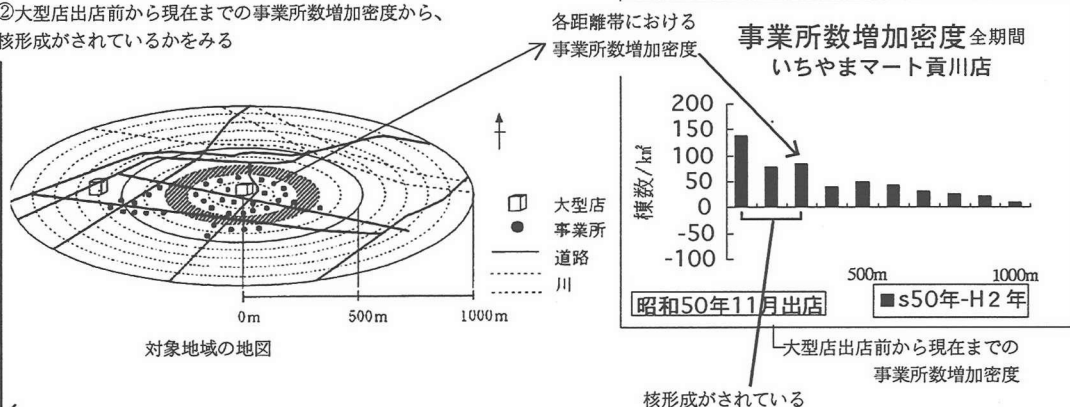
①大型店出店前の各距離帯における事業所数密度、対象地域の地図から既存集積と大型店出店地との位置関係をみる。



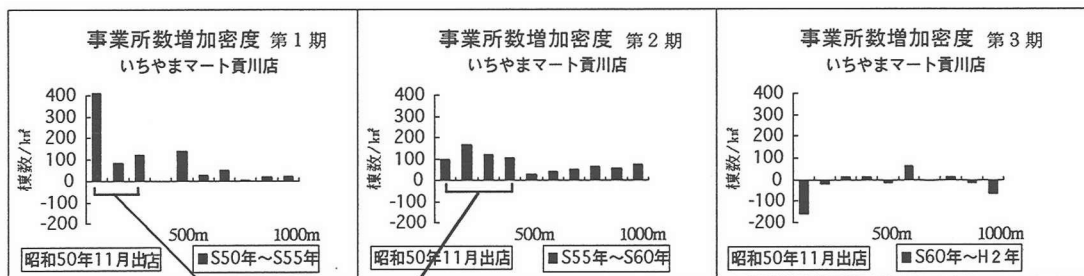
大型店出店地

初期事業所数密度（大型店出店前の各距離帯における事業所数密度）

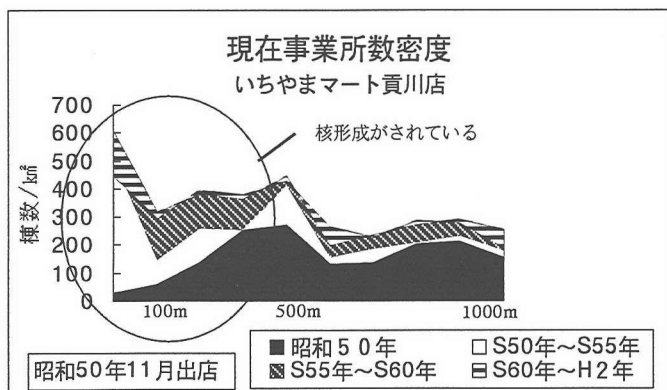
②大型店出店前から現在までの事業所数増加密度から、核形成がされているかをみる



③大型店出店後5年おきの事業所数増加密度から、核形成がされているかをみる。



④現在の事業所数密度からも核形成がされているかをみる。



—現在事業所数密度

図2 分析方法の流れ図（例）

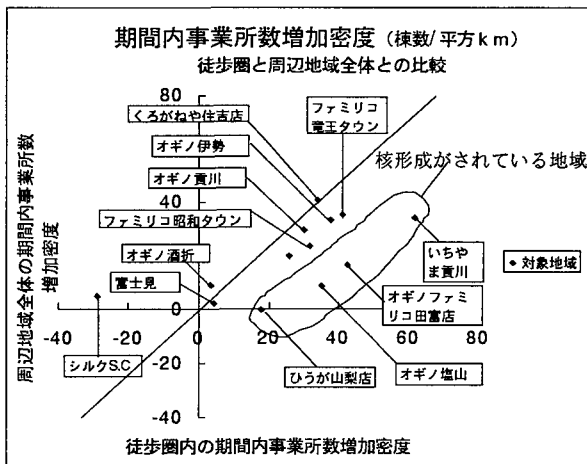


図3 徒歩圏内(500m帯)と周辺地域(1000m帯)の期間内事業所数増加密度比較

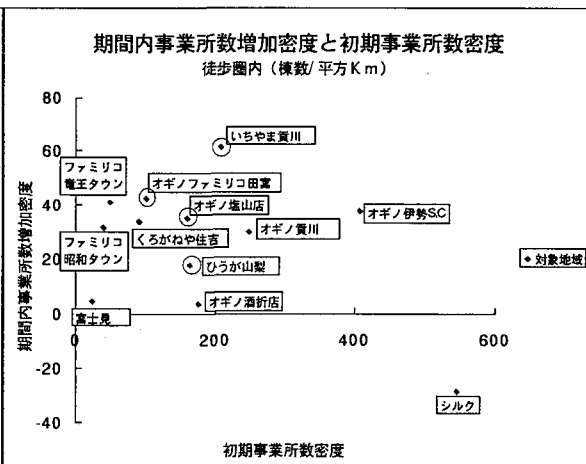


図5 期間内事業所数増加密度と初期事業所数密度の関係
○印は核形成がされている地域

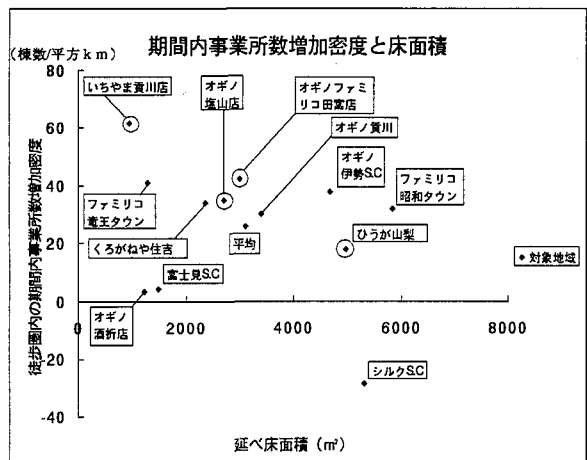


図4 大型店床面積と期間内事業所数増加密度の関係

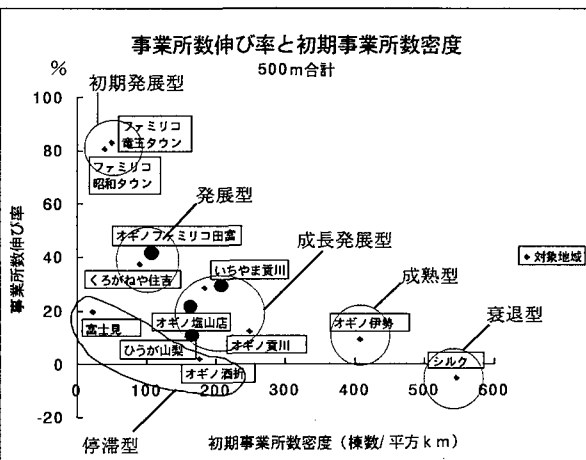


図6 初期事業所数密度と出店後の期間内事業所数伸び率
●印は核形成がされている地域

表2 核形成と初期事業所数密度・期間内事業所数伸び率・発展段階・道路整備状況の関係一覧表

対象地域名	出店前の初期事業所数密度	期間内事業所数伸び率	発展の段階	道路整備状況	核形成
2 ファミリコ竜王タウン	ほとんどなし	80%	初期発展	〃	なし
1 ファミリコ昭和タウン	ほとんどなし	80%	初期発展	〃	なし
3 オギノファミリコ田富店	少しある	40%前後	発展	+	○
8 くらがねや住吉店	少しある	40%前後	発展	+	なし
4 いちやま貢川店	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S.C	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S.C	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
11 シルクS.C	集積が高い	減少	衰退	++	なし
10 富士見S.C	ほとんどなし	—	停滞	〃	なし

た点において、グルーピングされる点を囲み、店舗周辺の事業所の立地水準を示す言葉として、順に初期発展型、発展型、成長発展型、成熟型、衰退型と命名した。

③上で核形成がみられると判断した4店舗を●印で示した。表2はこれらをまとめて示した。さらに、④出店前の大型店舗の周辺の道路状況を調べ、その模式化した型を同表に追加した。その結果、⑤そこが既に、（少しある、ややある）と表現したような、ある程度の初期事業所数密度を持ち、さらに二つの幹線道路の交差付近である場所に大型店舗が立地されたとき、核形成がみられると判断された。

5. 100m帯でみた核形成

(1) 核形成

核形成の状況をもう少し詳細に掴むために、100m帯刻みの帯域を考える。中心から1000mまでの10区分された帯域における諸指標を求めて比較することにより、核形成の有無を確認した。その際、市街地整備の状況を考慮に入れた。研究対象とした12店舗の個々の結果を代表して二つの図を示す。図7, 8は、「いちやま貢川店」と「ひうが山梨店」の内容を示したものである。

図7に関して、①大型店は既存事業所集積地から400～500m離れたところに出店した。その付近には

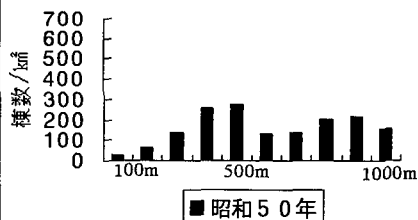
事業所は殆どなかった。②15年間の期間内事業所数増加密度、期間内事業所数伸び率のグラフから300mまでの値が高い。③5年毎の事業所数増加密度、事業所数伸び率のグラフでは、第2期まで300～400mにおいて事業所立地が盛んであるが、第3期では中心部において減少がみられる。その原因は甲府盆地全体の事業所立地上の激動の影響なのか、当地域の相対的魅力減少なのか、または当地域の特殊事情なのかは不明である。④現在事業所数密度のグラフから、大型店を中心とした核形成がされており、周辺の既存集積をも取り込んで大きな集積を形成している。⑤道路整備状況は土地区画整理により整備された市街地と街路を有する。⑥開発制限因子としての特記事項は河川が地域の端を流れるくらいで特にない。

図8に関して、①地方小都市の中心付近に出店したこの大型店の場合は、その位置は出店前の初期事業所数密度グラフからみると均等に事業所が分布していると思われる場所ではあるが、地図上で確かめると実際には既存集積（商店街）は400m～500m離れたところにある。②15年間の事業所数増加密度、事業所数伸び率のグラフから200mまでの値が高い。③5年毎の事業所数増加密度、事業所数伸び率のグラフでも、200mまでの事業所立地が活発であることが分かる。そして、500～600m離れた場所で事業所の減少がみられる。④現在事業所数密度のグラフから、大型店を中心とした核形成がされている

表3 大型店舗出店による核形成（まとめ）

	対象地域名	① 既存集積との 位置関係	② 事業所数 増加密度1	③ 事業所数 増加密度2	④ 現在事業 所数密度	影響 範囲	⑤ 徒歩圏の 核形成	道路整備 状況	対象地域 内の開発 制限因子	留意点
1	ファミリコ昭和タウン	集積なし	○	○	△	200m	—		調整	—
2	ファミリコ竜王タウン	集積なし	—	○	○	200m	—		調整、住専	中心部で衰退を確認
3	オギノファミリコ田舎店	集積の近く	○	○	○	300m	○		調整	—
4	いちやま貢川店	集積の近く	○	○	○	400m	○		自然	中心部で衰退を確認
5	オギノ貢川s.c	集積の近く	○	○	○	300m	—			—
6	オギノ酒折店	集積の中	—	—	—	—	—		調整、自然	中心部で衰退、バイパスの影響あり。
7	オギノ伊勢s.c	集積の中	△	△	—	100m	—		自然	バイパスの影響あり
8	くろがねや住吉店	集積なし	—	△	—	300m	—		自然	業種がチェーン・バイパスが立体交差。
9	ひうが山梨店	集積の近く	○	○	○	200m	○		自然	—
10	富士見s.c	集積なし	—	—	—	—	—		農振	ほとんどが果樹園
11	シルクs.c	集積の中	—	—	—	100m	—		住専、自然	中心市街地の衰退に歯止め
12	オギノ塩山店	集積の近く	○	○	○	200m	○		住専、自然	—
凡例： ○ 核形成がみられたと判断 △ 核形成と判断しづらい — 核形成がみられなかった										
調整：市街地調整区域を一部含む（対象地域の端） 住専：第一種住居専用地域を一部含む（対象地域の端） 農振：農振農用地区域を一部含む（モザイク状に入り込んでいる） 自然：河川水面、山地を一部含む										
注 事業所数増加密度1は大型店出店前から現在までの期間内事業所数増加密度のグラフにおける核形成 事業所数増加密度2は大型店出店前から出店後5年おきの期間内事業所数増加密度のグラフにおける核形成 現在事業所数密度は大型店出店前の密度に5年ごとの期間内事業所数増加密度を加えて現在の密度にしたグラフにおける核形成										

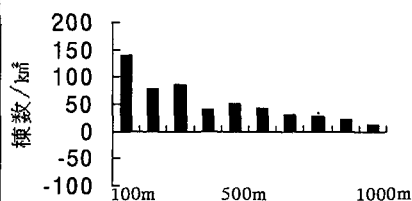
初期事業所数密度 いちやまマーケット貢川店



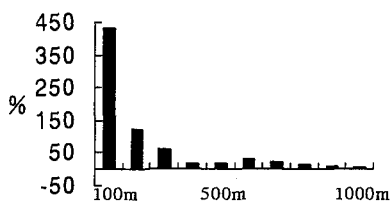
が、周辺の既存商店街は停滞ないし衰退の状況がみられる。⑤道路の整備状況は、都市の中心部であるので街路整備が進んでいるところである。⑥開発制限因子としての特記事項は小河川の存在。

他の10店舗についても同様な検討を加え、その結果をまとめて示したものが表3である。

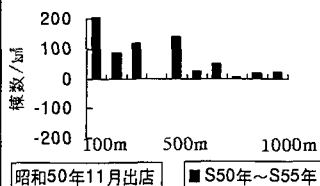
事業所数増加密度 (全期間) いちやまマーケット貢川店



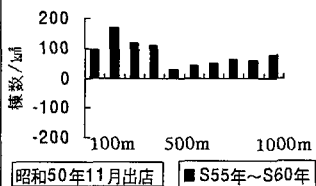
事業所数伸び率 (全期間) いちやまマーケット貢川店



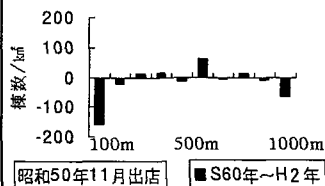
事業所数増加密度 (第1期) いちやまマーケット貢川店



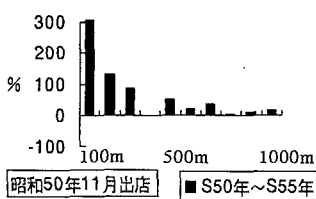
事業所数増加密度 (第2期) いちやまマーケット貢川店



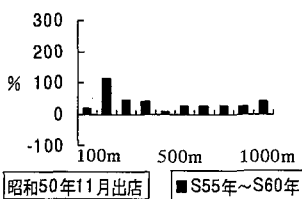
事業所数増加密度 (第3期) いちやまマーケット貢川店



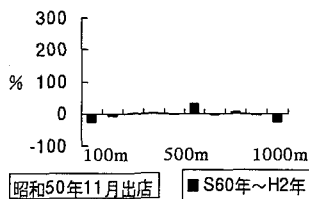
事業所数伸び率 (第1期) いちやまマーケット貢川店



事業所数伸び率 (第2期) いちやまマーケット貢川店



事業所数伸び率 (第3期) いちやまマーケット貢川店



現在事業所数密度 いちやまマーケット貢川店

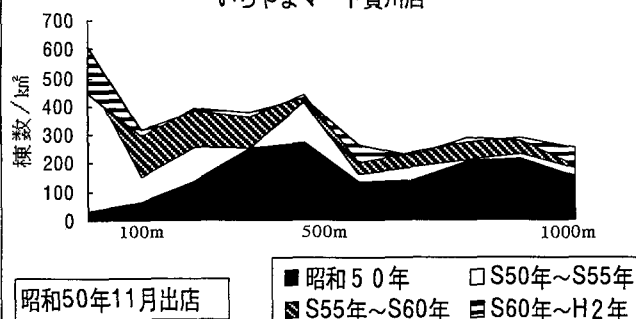


図7 いちやまマーケット貢川店周辺地区の核形成

(2) 核形成の姿態：その2

100m帯での区分による観察により核形成について分かったことは次のようである。

図7, 8における①～⑤をまとめた形で、12店舗について示したものが表3であるがどれかの指標で核形成に影響があったと見られる店舗を判定していくと、9店舗が何らかの形で周辺事業所立地に影響があり、大型店を中心とした核形成が成されていることが分かった。500m帯で核形成が確認できなかった店舗においても限られた範囲、期間に於いて核形成の兆しが見られた。その結果を以下にまとめる。

(a) 大型店出店による事業所立地への影響が色濃く確認される範囲は仮定した徒歩圏よりも狭く、大型店を中心にして約100～400m程度の範囲である。

(b) その影響が確認される期間は大型店出店後5～15年に亘っていた。このように大型店出店の影響の範囲やその期間における差の大小は大型店の出店場所の条件に大きく左右されている。

(c) 出店場所と既存集積地との関係では、既存集積の近くに立地されるともっとも核形成に効果的である。既存集積の中では発展の余地が無いし、既存集積から離れたところでは事業所立地の気運がまだ起こらない状況にあると推測される。

(d) 大型店を中心として核形成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見られ、その衰退化は出店後10年以降から見られた。

(e) 大型店が既存幹線道路沿いに出店された場合、既存道路を迂回するバイパスが開通すると、全体的に衰退する。

(f) 道路の面的整備されていないところでの出店はその影響範囲も狭く、核形成の効果が小さい。

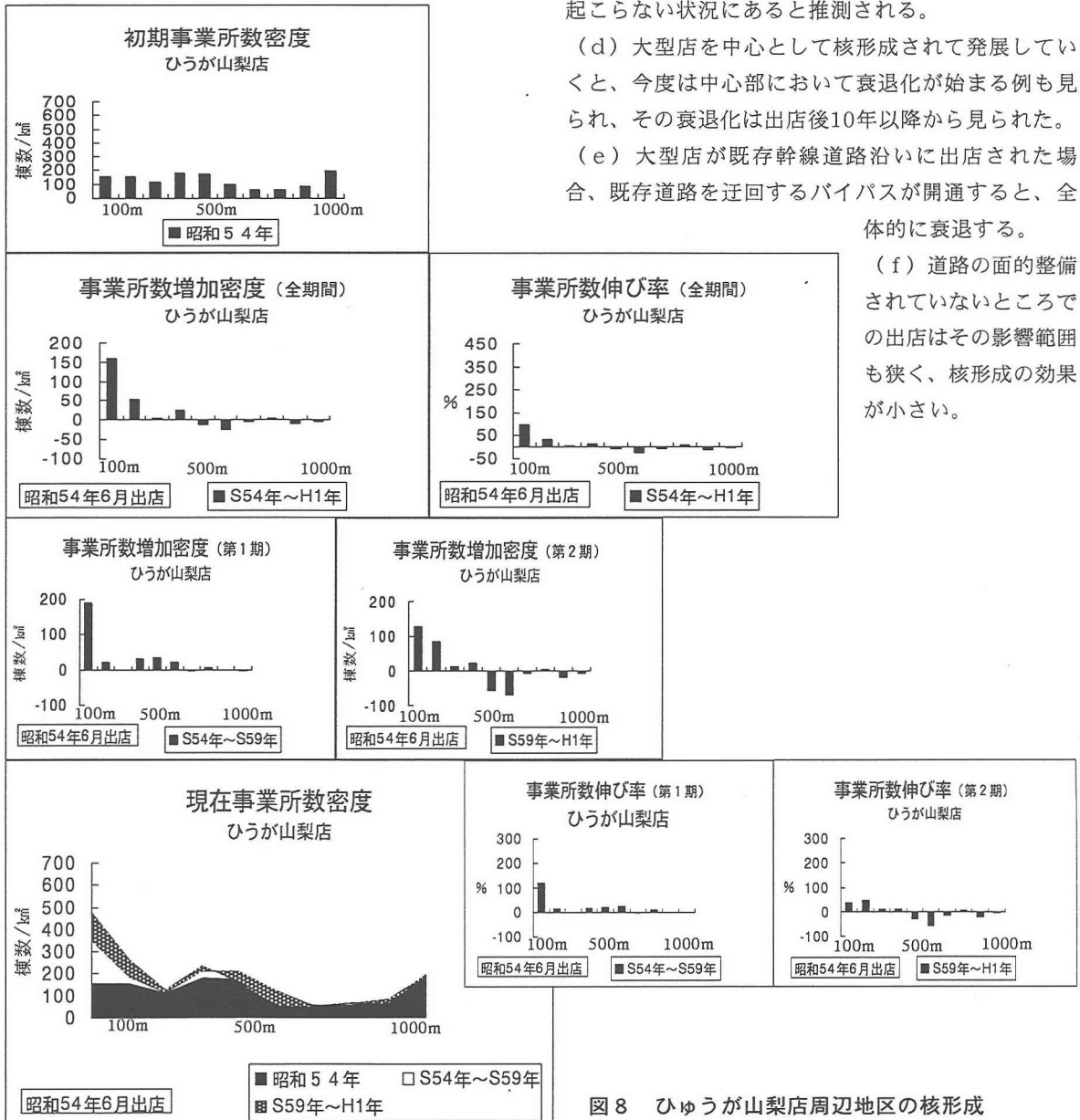


図8 ひゅうが山梨店周辺地区の核形成

6. 結論

郊外の大型小売店舗出店によってその周辺の都市活動を活発にさせると考えられるが、本論では事業所立地の状況を調査した結果、次のことが明らかになった。

(a) 大型店舗の出店は周辺に他の事業所立地を促す。その影響は400m以内の範囲であった。

(b) その影響範囲の差は(影響無しも含めて)、

①周辺に発展の余地を残しながらも、既に少しの事業所立地が見られるところでの大型店舗出店が周辺事業所立地に効果的に影響する。

②大型店舗立地点と既存事業所集積地(既存商店街、既存業務街など)の距離関係が影響範囲と関係し、既存集積地近くでの出店がより広い範囲の周辺事業所立地を促す。

③これに立地点とその周辺のその他の特殊事情が加わって実際の周辺事業所立地が実現すると思われる。特殊事情としては、周辺地域の土地利用上の規制、周辺道路整備状況などの特色、出店大型店舗の特色などが考えられる。明示することが出来たのは

土地利用上の規制および周辺道路整備状況である。これによると、幹線道路の交差部ないしその近くに立地した大型店の周辺や土地区画整理事業によって幹線道路網が整備されたところへ出店した大型店舗の周辺での事業所立地がより活発に行われる。土地利用上の規制のあるところは道路整備も貧弱であり、両者は連動しているように思われること。

謝辞

池谷慎氏(山梨大学)には図表の作成に協力いただきました。三沢氏(山梨県)、林氏(セントラルコンサルタント)、竜王町都市計画課、田富町都市計画課、櫛形町都市計画課には、都市計画基礎調査資料の提供にご協力いただきました。記して感謝の意を表します。

引用・参考文献

- 1) 近藤他(1989)「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)「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)「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)「LISRELを用いた郊外型商業立地の交通影響分析」第26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)「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)「大型店対策の実務」誠文堂新光社
- 7) 遠藤他(1993)「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

甲府盆地における大型小売店舗の立地が周辺事業所立地に及ぼす影響

花岡利幸・大山勲・宮川洋一

本研究の意図は自動車時代の地方都市の市街地形成における大型店の役割を考察することである。大型店の出店地周辺の事業所立地の状況を調査した結果、以下のことが明らかになった。

1. 大型店舗の出店は周辺に他の事業所立地を促す。その影響は400m以内の範囲であった。
2. その影響範囲の差は：a.周辺に発展の余地を残しながらも、既に少しの事業所立地が見られる所への大型店舗出店は、周辺事業所立地に効果的に影響する。b.大型店舗出店地点と既存事業所集積地の距離関係が影響範囲と関係し、既存集積地近くへの出店は、より広い範囲の周辺事業所立地を促す。c.さらに周辺地域の地形、周辺道路整備状況、出店大型店舗の特色などの特殊事情が加わって実際の周辺事業所立地が実現すると思われるが、このうち周辺道路整備状況との関係が明示できた。

EFFECT OF SHOPPING CENTER CONSTRUCTION TO OTHER BUSINESS LOCATION

- A CASE OF KOFU BASIN -

By Toshiyuki HANAOKA, Isao OYAMA and Yoichi MIYAGAWA

The purpose of this paper is to study a change of location for other business which is brought about by a new shopping center. The aim of this is to analyze the effect of a new shopping center construction not to the activities of other commercial business but to the location for other business near here at the time of a car age in an urban area. The results are as follows.

1. A shopping center construction stimulates location for other business. The effective area of it is not more than a radius of 400m from the shopping center.
2. When a shopping center is constructed at the place where is already built up a little, it gives a good effect for other business location.
3. When the place where a shopping center is constructed is not far from existing business area, the effect is on high level.
4. The existence of arterial roads and the level of the improvement of arterial road network have an effect on other business location.