

大規模商業施設が周辺地域に与える影響に関する研究

芝浦工業大学 学生会員 ○関永 一起  
 芝浦工業大学 正会員 遠藤 玲

1. 背景と目的

まちづくり3法改正の一環として都市計画法が改正され、2007年11月に完全施行された。これによって店舗面積が10000㎡を超える大規模集客施設の郊外立地が大幅に規制されることになった。

中心市街地活性化法の改正も含め、今後市街地の中心部での開発が増すことが予想される。また郊外に大規模店舗を展開していた企業が中心部に進出し始める動きもある。

大規模商業施設が市街地に立地することは周辺の道路交通や既存店舗にも影響を与える。さらに外部から人を引き付ける効果もあると考えられる。

これまでに大規模商業施設の与える影響を研究した事例は幾つかあるが、法律の改正後に行ったものは数少ない。

そこで、市街地内に立地した大型商業施設を対象に、周辺の交通量や店舗利用者の行動を分析することで、街にどのような変化が生じるのか考察する事を目的とする。

2. 研究の対象地区と方法

2-1 対象地域・施設の選定

昨年11月8日に埼玉県春日部市に開業した複合型ショッピングセンターのララガーデンを対象とした。春日部駅付近にはララガーデンの他にイトーヨーカドー、ロビンソン百貨店といった、市が今後の中心市街地における核施設と定める大規模店舗がある。

2-2 研究方法

交通量調査より施設の開業前と開業後での周辺交通量の変化を把握し、街頭アンケート調査より駅付近の歩行者の意識変化、回遊性を把握する。

それぞれの調査内容及び調査目的の詳細は表-1、2に示す。

表-1 交通量調査概要

目的	ララガーデンができたことで、周辺の交通量にどのような変化が現れるのか把握すること。
調査対象車	乗用車と貨物車を小型と大型に区別した4種類の自動車
調査方法	交差点全方向の自動車通行台数を9時~18時の間、1時間毎に記録
調査地点	ララガーデン春日部への入り口となる交差点3か所が対象
日程	2007年10月30日~12月9日 時間帯9時~18時
解析手法	結果を時間帯ごとにまとめ、1時間当たりの交通量の増減比率をもとめた。交通量が増加したかどうかを把握する。

表-2 アンケート調査概要

目的	市が核店舗と定める、イトーヨーカドー、ロビンソン、ララガーデンの店舗間の回遊性、店舗に対する利用者の印象を把握すること。買い物頻度を把握すること。
調査対象者	春日部駅西口付近の歩行者
調査内容	春日部駅前街頭アンケートを行った。アンケート項目は、買い物頻度、店舗間移動頻度、店舗選択理由、属性等の15項目。
日程	2007年12月28日~2008年1月6日 時間帯12時~17時
回収数	103部
解析手法	双対尺度法による分類

3. 研究結果と考察

3-1 交通量調査

図-1は小型乗用車の時間帯ごとの交通量変化をグラフにしたものである。店舗の開業後の交通量は開業前と比較して、時間帯によっては20%近い変動となっており、開業後に確実に増加している。

図-2は時間帯ごとの交通量変化率を示している。

14時台で大きな変化をしている。また9時台ではほとんど変化しないものの、10時台から大きく変動していることは店舗が開店する時間の影響があるといえる。平日の事後調査において、10時から11時の交通量が急激に増加をしているが、この点については次回の調査において検証が必要と考えられる。

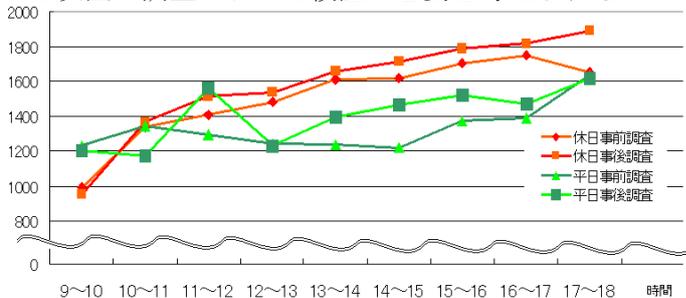


図-1 小型乗用車変化量

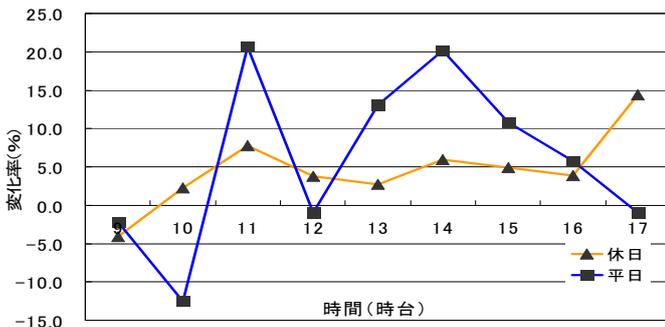


図-2 小型乗用車変化率

3-2 アンケート調査

市内での買い物頻度と年齢層でクロス集計したものをグラフ化し、図-3を得た。年齢層でサンプル数に偏りが出たため、30代と40代、50代と60代は一緒にまとめた。市内で買い物をする人には30代・40代が多いが、若い層では少ない。

また店舗の選択理由から、各店舗を双対尺度法により分類したところ、図-4を得た。図-4から得られた結果を表-3にまとめた。ここから各店舗はそれぞれ異なる印象を持たれているということがわかった。

また、図-5は店舗間に回遊性があるかどうか、ララガーデンの開業で市街地の賑わいがどう変化したかの質問に対する回答である。回遊性に関しては、店舗間の移動をする事はほとんどないという結果となった。これは各店舗間の距離が離れていることも原因の一つではないかと考えられる。またララガーデンができたことで市街地の賑わいが上がったと答える人が半数近くおり、変わらないと答えた人が40%いた。ただ、ララガーデンが開業してから2カ月後の調査結果であるため、今後の店舗間の競争等により増加する可能性もある。

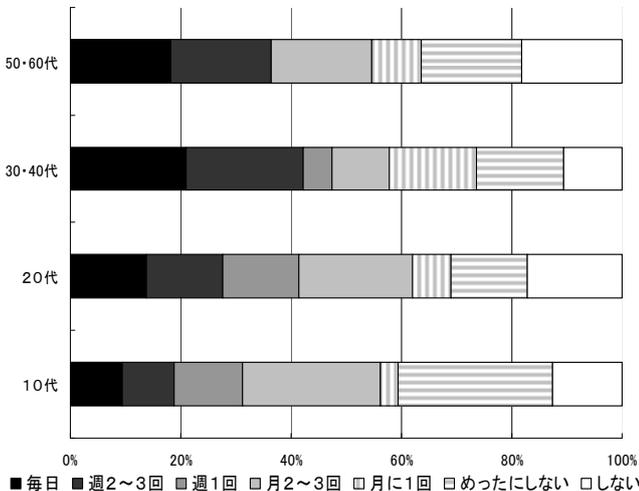


図-3 市内での買い物頻度

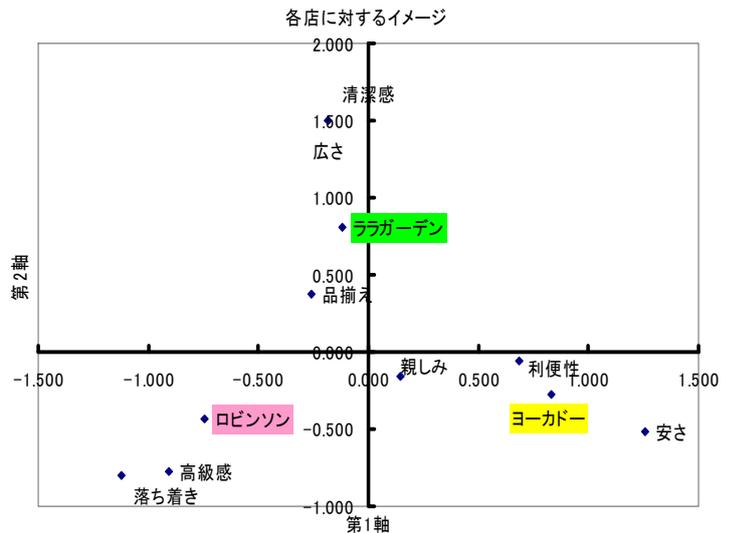


図-4 双対尺度法による分類

表-3 各店舗に対する印象

ララガーデン	清潔感	品揃え	
ヨーカドー	安さ	親しみ	利便性
ロビンソン	高級感	落ち着いた	

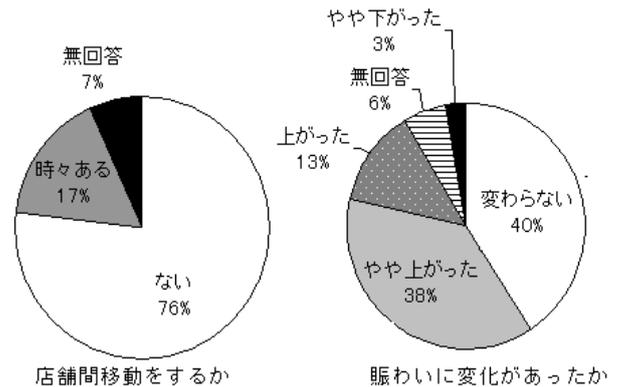


図-5 回遊性と賑わい

4. まとめ

大規模商業施設のララガーデンは駅に近いという特性を持ちながらも交通量の増加を招いている。駅からの徒歩圏に立地した場合も自動車交通量が増加するという事が明らかになった。しかしながら既存の大規模店舗とも異なる存在として利用者から認識されており、今のところ既存の店舗とは競争関係というより共存関係にあるといえる。

今後の課題として、来店者数、駐車台数、来店者の交通手段等の調査を行い、交通量調査で得られた自動車通行量との関連付けを行い、より具体的な裏付けのある結果を出す必要がある。

