

3. 周辺地域分類別の駅商業施設

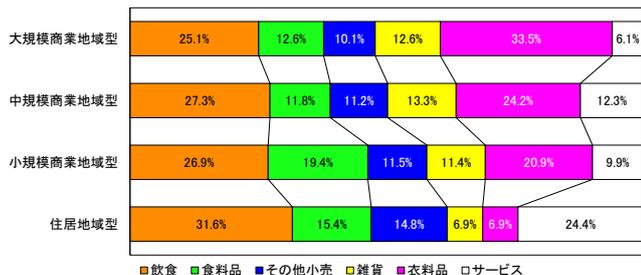


図 2 クラスター別の業種構成割合

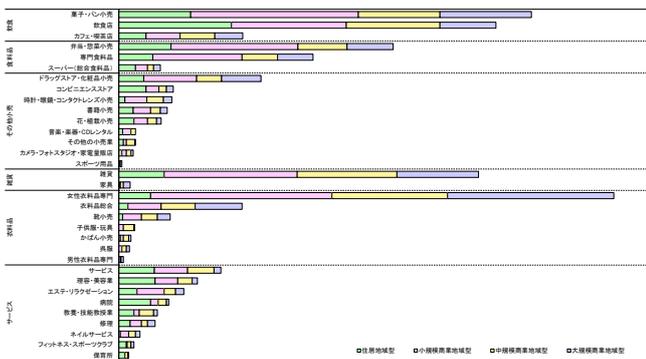


図 3 業種分類別の店舗数累計

図 2 は、駅周辺地域状況の分類別の駅商業施設における店舗の業種構成の割合を表したものである。飲食はどの地域型でも 4 分の 1 程度を占めている。また、衣料品は地域規模が大きくなるにつれ割合が多い。逆にサービスは地域規模が小さくなるにつれて割合が大きくなっていることがわかり、駅商業施設は周辺地域の環境に合わせて業種を変化させていることが分かる。

図 3 は、店舗の小分類ごとの店舗数比較である。飲食、食料品や、ドラッグストア・化粧品、女性用衣料品の店舗数が多く、主に女性に向けた店舗展開をしていることが分かる。実際に、JR 東日本の調査¹⁾では、図 4 に示したように男性と女性の利用金額に大きな差があることがわかる。

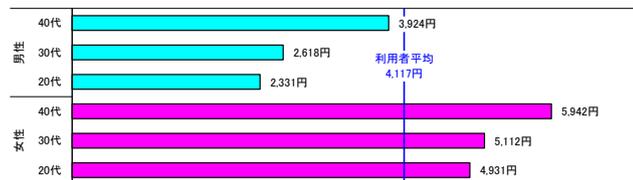


図 4 性年代別の駅商業施設での平均消費金額

4. たまプラーザ駅と駅周辺商店街の比較

第 1 章で述べた通り、たまプラーザ駅では地権者や周辺商店街を配慮した開発を行っている。図 5 は、たまプラーザ駅の駅商業施設「たまプラーザテラス」の業種構成と駅周辺の 3 つの商店街の業種構成の比

較である。飲食店あるいは病院、美容院といったサービス系店舗は周辺商店街に多く立地し、地域サービスの役割を担っている。女性衣料品をはじめとした衣料品は駅商業施設に多く構え、お互いの不足店舗を補完し合っているといえる。しかし一方で、衣料品については、周辺商店街との競合の結果とも考えられる。

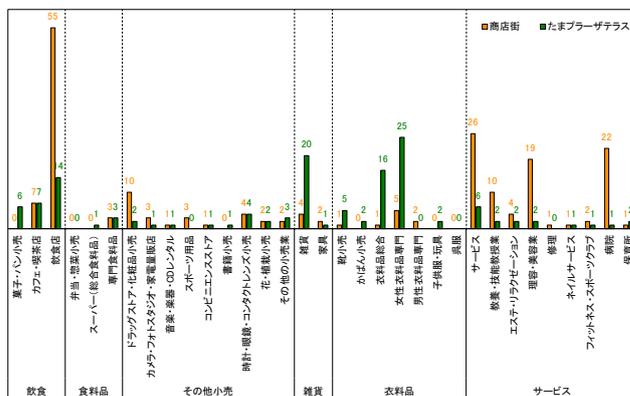


図 5 たまプラーザテラスと商店街の店舗数比較

5. まとめと方針

クラスター分析によって駅の立地を 4 つに分類しそれぞれの駅商業施設の店舗を調べた結果、飲食はどの地域型にも 4 分の 1 程度を占め、サービスは地域規模が小さくなるにつれて割合が大きくなることがわかった。

先進的な事例であるたまプラーザ駅周辺では、駅商業施設と周辺商店街の両者が補完関係にある。しかし衣料品においては、周辺商店街への衣料品既存店舗への圧力になりかねなく、今後の駅商業施設のあり方を検討していく必要がある。そのためには、周辺商店街へのヒアリングやアンケート調査を行い、さらに地域型ごとの比較検討を行うことで、その地域に見合った生活拠点の形成の方策を探っていく。

参考文献

- 1) 株式会社ジェイアール東日本企画 駅消費研究センター, 2012 年, 「移動者マーケティング」, 日経 BP コンサルティング
- 2) 日経アーキテクチュア, 2010 年 12 月 13 日, 「駅を街に開け一地域の生活者を開発の核に」, 日経 BP 社

注釈

- (1) 施設に不明瞭な部分があるため、東武川越駅、東武ふじみ野駅を除いた。