

大規模小売店舗の発生集中交通特性について

近畿大学理工学部 正 員 三星 昭宏
近畿大学大学院 学生員 〇本屋 敷正人
近畿大学理工学部 学生員 竹 勲
近畿大学理工学部 学生員 大西 康弘

1. はじめに

近年、主に郊外部に開発が進められている大規模小売店舗は、大容量の駐車場を有し、自動車利用による来店者の集客を積極的に図っている。これらに伴って発生する交通と周辺地域の道路整備状況とのアンバランスが生じ、混雑等の交通問題が深刻化している。このような問題を解決するために、大規模小売店舗立地に伴う発生集中交通が周辺地域へ及ぼす影響を予測することが重要な課題となっている。しかし、現段階では大規模小売店舗来店者の発生集中交通量及び発生集中原単位の把握は遅れており、現場においても粗い数値が使われているだけである。

交通とのバランスのとれた大規模小売店舗立地のあり方に向けて、本研究はその交通特性を分析するものである。

2. 大規模小売店舗来店者の交通実態調査の概要

大規模小売店舗来店者の交通特性を体系的に把握することを目的に、調査対象店舗は立地条件、店舗規模の異なる7店舗を大阪府内から選定した。調査対象店舗の概要を表-1に示す。

調査は来店者、自動車の流入出量の測定と、来店者を対象とするヒアリング調査を平日、休日に各1回実施した。

3. 来店者の交通特性

交通特性の分析においては次の3点に視点をおき、考察を試みた。

①来店者交通の発生集中原単位、②来店者交通量の時間分布、③来店者交通の利用交通手段分担

(1) 来店者交通の発生集中原単位

各ゾーンごとに来店者数を集計し、(来店者数/人口)×100(%)が1%以上のゾーンを商圈と考え、各店舗の商圈を求めた。平日、休日ともに店舗規模の大きい店舗3、6、7の商圈は大きく、そ

表-1 調査対象店舗の概要

	店舗1	店舗2	店舗3	店舗4	店舗5	店舗6	店舗7
幹線道路沿い立地	○					○	○
主要道路沿い立地					○		
駅前立地				○	○	○	
売場面積 (m ²)	6336	4837	9936	5044	8029	9900	9475
駐車容量 (台)	330	179	485	224	297	760	662

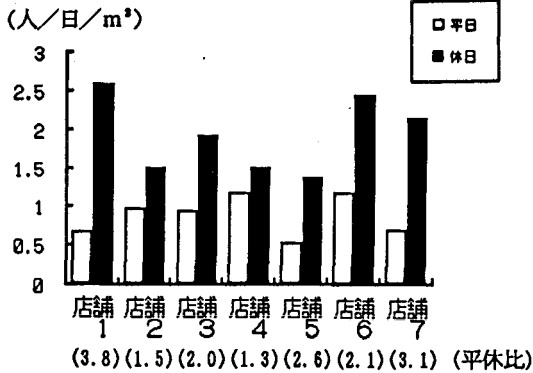


図-1 各店舗の売場面積あたりの集中原単位

れに対し店舗規模の小さい店舗2、4の商圈は小さく、店舗規模と商圈規模はほぼ比例関係にあると考えられる。

図-1に示す売場面積あたりの集中原単位を各店舗について比較すると、平日においては集中原単位は全体的にほぼ安定したものとなっている。休日においては立地条件、店舗規模により集中原単位にばらつきがあり、店舗規模の大きい店舗3、6、7、幹線道路沿いに立地する店舗1の集中原単位は大きな値となっている。これらの見地により、変数を①店舗の集客能力②商圈のポテンシャル③居住地と店舗間の交通抵抗とした重力モデルの作成を行った。結果は予測値と実測値の相関係数が約0.6となり、

高い相関性は示さなかったが、有為な相関となった。

集中原単位の平休比は、幹線道路及び主要道路に立地する店舗が2.1～3.8、幹線道路沿いに立地しない店舗が1.3～2.0で、幹線道路及び主要道路沿いに立地する店舗は幹線道路沿いに立地しない店舗に比べると来店者が大幅に増加している。

(2) 来店者流入量の時間分布

来店者流入量の時間分布においては、各店舗とも類似した分布となっており、立地条件、店舗規模による著しい違いはみられない。その例として、図-2に店舗1の時間帯別来店者流入量の構成比を示す。平日においては開店直後の朝10～11時頃と閉店前の夕方17～18時頃に流入量が集中している。それに対し、休日は開店直後の朝10時～夕方17時頃まで流入量にあまり変動がなく、著しく集中する時間帯は見あたらない。

(3) 来店者の利用交通手段

平日、休日の両日において、各店舗とも徒歩、自転車利用の非交通機関利用者が全体の約50～85%を占め、それに対し、鉄道、バスなどの公共交通利用者の割合は小さくなっている。平日と休日の交通手段分担率を比較すると、休日では各店舗とも非交通機関利用者の割合は減少し、自動車利用者が増加している。

図-3に示す自動車利用者の交通手段分担率をみると、平日においては幹線道路及び主要道路沿いに立地する店舗1, 5, 6, 7の自動車利用者の割合が20%前後、幹線道路沿いに立地しない店舗2, 4が5%前後と立地条件による特性が明確に表れている。休日においては、幹線道路及び主要道路に立地する店舗1, 5, 7の自動車利用者の割合が大きくなっているが、幹線道路沿いに立地しない店舗2も著しく大きなものとなっている。店舗3は幹線道路沿いには立地していないが、平日、休日ともに自動車利用者の割合が大きい。その要因としては、容量の大きい駐車場が自動車利用者の集客能力を高めていると推測される。

次に、店舗から居住地までの距離と利用交通手段の関係についてみると、距離帯ごとの手段分担率は各店舗ともほぼ類似したものとなっている。図-4に店舗1の距離帯別の利用交通手段分担率を示す。1000m以内の地域では、非交通機関利用者が8

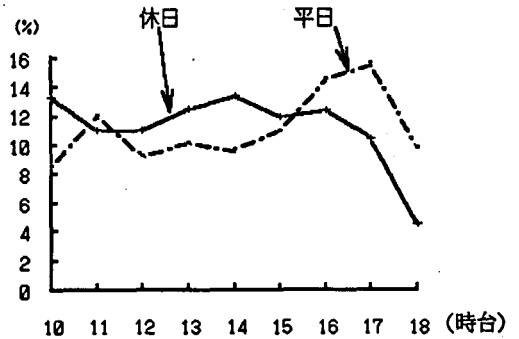


図-2 時間帯別来店者流入量の構成比(店舗1)

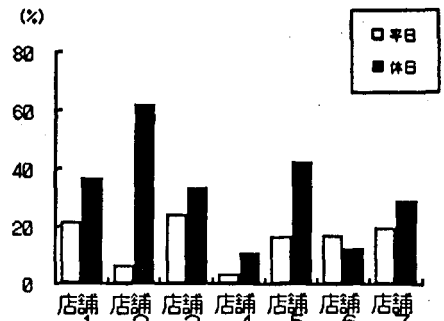


図-3 各店舗の自動車利用者の交通手段分担率

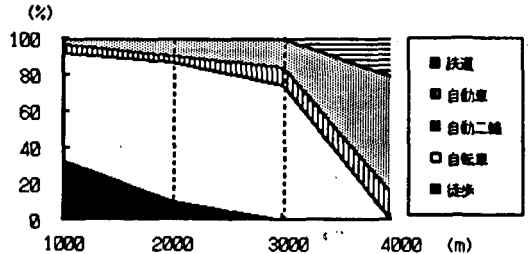


図-4 距離帯別の利用交通手段分担率(店舗1)

0～90%を占め、4000m以上の地域では非交通機関利用者は見あたらない。

4. まとめ

今回の研究では大規模小売店舗来店者の交通特性を店舗規模別、立地条件別に考察し、その大要を把握することができた。今後の課題としては、需要予測の視点から定量的に来店者交通を把握できるモデルを構築することが必要である。

本研究は(株)都市交通計画研究所と共同して進めている研究の一貫であることを付記し、謝意を表する。