

第IV部門

まちなかめぐり（都市観光）に大規模ファッション小売店舗施設が果たす役割に関する研究

～大阪梅田を対象として～

大阪工業大学 学生員 ○森本 琢也
 大阪工業大学 学生員 原 広明
 富田林市役所 正会員 北中 大輔
 大阪工業大学 正会員 岩崎 義一

1. はじめに

都市への来訪者は、観光や買い物など多様な目的で訪れており、各種の店舗や施設などに立ち寄る行動が基本にあると考えられる。なかでも数多くの商品やテナトが集積している大規模ファッション小売店舗（以下、当該施設という）を利用する人は少なくないであろう。そこで、本研究では当該施設に立ち寄った人の行動等の諸特性から当該施設が都市来訪者の行動に果たす役割を明らかにする。研究方法は、梅田を対象として、利用者へのアンケート調査¹⁾を行った。

2. 梅田・道頓堀の来訪者タイプ

予備調査として大阪都心部の梅田と道頓堀への来訪者を来訪目的や来訪動機、旅行時間から来訪者タイプを調べてみた（図-1）。その結果、旅行時間が長く来訪目的が観光で何かを体験したいという動機で来訪する‘都市観光’タイプ、旅行時間が短くショッピング目的で何かを発見や探したいという動機で来訪する‘ショッピング’タイプ、比較的旅行時間が短くレクリエーション目的で特定の動機がなく来訪する‘まちなかめぐり’タイプの3つに分類できることが分かった。尚、レクリエーションは多様な目的、動機などで構成されており周遊との関わりでまちなかめぐりとし、都市観光に包摂すると考えられる。

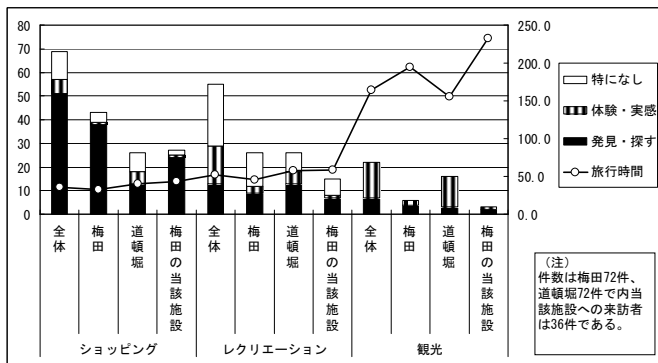


図-1 地区別の来訪目的と来訪動機、旅行時間から見た特性

次に、地区別の来訪者タイプを見る。梅田は主に‘ショッピング’タイプの来訪者であり、‘都市観光’タイプは殆どいない。道頓堀は‘まちなかめぐり’タイプが比較的多く、‘都市観光’タイプも比較的多かった。また、当該施設への来

訪者は来訪目的や来訪動機から‘ショッピング’タイプの傾向が高いが、旅行時間から‘まちなかめぐり’タイプに近いのではないかと考えられる。これらをまとめたものが表-1である。

表-1 地区別来訪者の特徴とタイプ

| | 来訪目的 | 来訪動機 | 旅行時間 | 全体評価 |
|----------|-----------------------|---------------|--|--------------------------------------|
| 全体 | ショッピング レクリエーションが多い | 発見したい 特になし | 平均58.3分 観光163.7分 買い物36.8分 レクリエーション22.2分 | ショッピング、まちなかめぐりタイプが多く、都市観光タイプは少ない |
| 梅田 | ショッピングが多い | 発見したい | 平均38.1分 観光195分 買い物33分 レクリエーション46.2分 | ショッピングタイプが多く、都市観光タイプはほとんどない |
| 当該施設立ち寄り | ショッピングが多い | 発見したい | 平均51分 (観光除く) 観光233分 買い物43.3分 レクリエーション88.8分 | ショッピングタイプの傾向が高いが、まちなかめぐりタイプと格付けしてもよい |
| 道頓堀 | レクリエーションが多い | 体験したい 特になし | 平均78.8分 観光155.4分 買い物40.8分 レクリエーション57.1分 | まちなかめぐりタイプが多く、梅田にほどんない都市観光タイプが存在する |

3. 来訪者の特性から見た当該施設の位置付け

当該施設は 20 代を中心とした若年層がよく利用し、ショッピング目的かつ旅行時間が短い人が立ち寄る傾向であることが計測されている。こうした中で当該施設に立ち寄った人の地区内での歩行距離は梅田への来訪者全体の平均歩行距離より長く、旅行時間は短い（図-2）。当該施設来訪者は‘ショッピング’タイプの来訪者であると同時に、‘まちなかめぐり’タイプに格付けできる性格も併せ持つ。

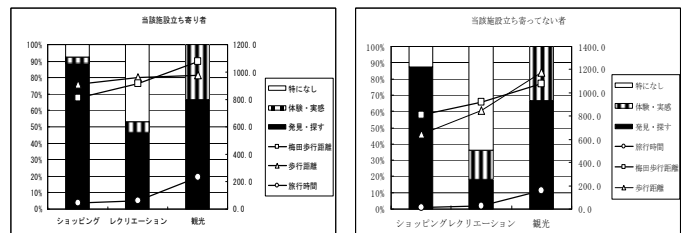


図-2 当該施設への来訪者と非来訪者の目的などの特性（件数は各36件）

次に当該施設の魅力を見てみると図-3 のようになり、当該施設への来訪者の多くは、商品に流行性・デザイン性があり品揃えが多く、欲しい商品が揃っていると思っている。一方、施設内に長時間滞留できる、ショッピングが短時間でできるといった時間に関する魅力を感じている来訪者は少ない。また、目的別に当該施設への魅力の違いを見るとレクリエーション目的の人はショッピング目的の人に比べ施設内に長時間滞留できるという魅力を高く感じていることが分かった。以上のことから、当該施設は来訪者にとって商品に関する魅力は高いものの一定時間の滞留場所としては低い。しかし、まちなかを周遊

する場合は立ち寄って楽しむための重要施設となっているものと考えられる。

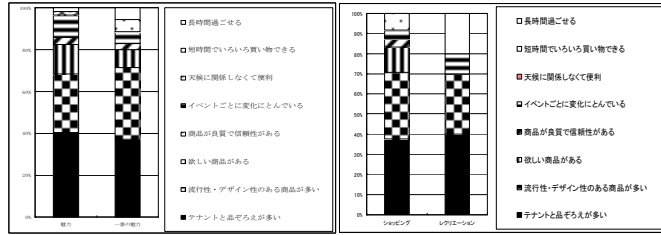


図-3 当該施設の魅力(左)と目的別の魅力の違い(右)

次に当該施設内での行動パターンを見てみると図-4 のようになっており、当該施設への来訪者は商品の購入者が多く、施設内を一通りみてから購入することが多い。また、施設内をランダムに廻る来訪者や上または下から順番に廻る来訪者が多い。一方で施設内での目的場所のみ行く、目的場所に行った後他のところにも行く来訪者は少ない。さらに、初めの行動がウインドウショッピングで次の行動がショッピングであるという行動が多い。整理すると当該施設にはショッピング目的で来訪したものの施設内での目的場所は決まっておらず、一通り見て廻ってから何かを購入し、施設を出るといった行動パターンが一般的であることが分かった。尚、当該施設への滞在時間は7割が60分未満であった。尚、当該施設にはショッピングで来訪する人が多いなか、初めにウインドウショッピングをした後、施設を出て行くといった行動者(全体の14%)の来訪目的は「まちなかめぐり」の要素をもつ「遊び・散策」や「食事」目的が多いことから、当該施設はショッピングでの利用だけでなく、都市観光の一部をなすまちなか周遊者の立ち寄り拠点としての役割を担っていることが分かる。

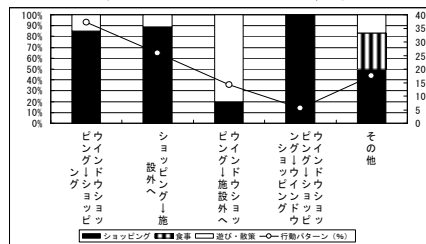


図-4 当該施設内での目的別行動パターンと割合

ショッピング目的の人は滞在時間が短く、施設内での目的場所が決まっており、何か商品を購入して施設を出る傾向がある。一方、レクリエーション目的の人は、滞在時間がショッピング目的の人より比較的長く、施設内での目的場所が決まっておらず何も購入せずに施設を出るといった傾向がある。このことからショッピング目的の人は何か動機がある来訪者、レクリエーション目的の人は必ずしも動機が明確ではない来訪者ではないかと考えられる。当該施設来訪者はショッピング目的の人は「ショッピング」タイプに、レクリエーション目的の人は「まちなかめぐり」タイプにそれぞれ該当するも

のと考えられる。以上より当該施設はショッピングだけでなく多様な目的を持った来訪者を多く集客し、ウインドウショッピングなど各種の様々なニーズを満たしてくれる役割を持っているものと考えられる。

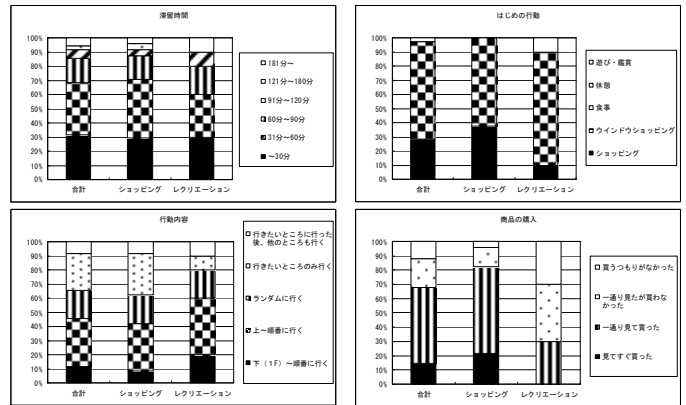


図-5 目的別の滞在時間などから見た施設内での行動特性

4. 総括

本研究により次のことを明らかにした。

- ・来訪者タイプは「都市観光」タイプ、「ショッピング」タイプ及び都市観光に包摂する「まちなかめぐり」タイプの3つに分類される。
- ・当該施設来訪者は「ショッピング」タイプの来訪者であると同時に、「まちなかめぐり」タイプに格付けできる性格も併せ持つ。
- ・当該施設は来訪者にとって商品に関する魅力は高いものの一定時間の滞留場所としては低い。しかし、まちなかを周遊する場合は立ち寄って楽しむ周遊の中継機能を有する重要施設となっている。
- ・当該施設はショッピングだけでなく多様な目的を持った来訪者を多く集客し、ウインドウショッピングなど各種のニーズを満たしてくれる役割を持っているものと考えられる。

以上のことから、当該施設は来訪者の多様な目的に対応しており、具体的にはショッピングやウインドウショッピングなど各種の様々なニーズを満たしてくれる役割を果たしていると同時に、流行・ファッション性などの魅力ある商品により一層の集客力を高め、都市観光者をはじめとする都市来訪者の周遊行動における立ち寄り拠点としての役割を担っていると考えられる。

注記

- 1) アンケート調査実施日は以下の通りである
 ①予備調査…2009年10月3日、4日、10日、11日(梅田と道頓堀、各72件)
 ②追加調査…2009年11月28日、29日、30日(35件)
 追加調査場所…梅田