

大型店舗ならびに商店街における来訪手段別消費行動分析

愛媛大学 学生員 村岡 悠登 愛媛大学 正会員 吉井 稔雄
愛媛大学 正会員 高山 雄貴

1. はじめに

松山市の中心市街地には、松山三越と大街道商店街が存在しており、松山三越は中心市街地への集客の核としての役割を果たしている。そこで、大街道商店街は、松山三越を活用して商店街活性化に取り組むことが重要である。

既往の研究として、呉¹⁾により、中心市街地における来訪手段別消費行動分析が行われた。この研究では、商店街のみの利用者の年間消費合計金額において、乗用車での来訪者とそれ以外での来訪者の年間消費金額を比較すると、乗用車以外での来訪者の年間消費金額の方が高いことが報告されている。この結果から、公共交通や自転車・オートバイ、徒歩での来訪者に有利な政策には、中心市街地の商店街にメリットを生む可能性があることが報告されている。しかし、三越利用者が大街道に与える影響や、大街道利用者が三越に与える影響という、それぞれの利用者がお互いの来訪先に及ぼす影響については分析がなされていない。

そこで、本研究では、それぞれの利用者がお互いの来訪先に及ぼす影響について分析を行うことを目的とする。

2. 調査概要

平成23年11月6日（日）に大街道商店街周辺とエミフルの2か所にて、午前10時から午後4時までの6時間で消費行動アンケートを実施した。当日の天候は、午前中が曇りで、午後は晴れであった。

また、配布対象は高校生以上で、一家計につき一部を配布した。配布したアンケート用紙の内容は「来訪者の属性」「来訪状況」「来訪目的・利用実態」「郊外の大街道の大型店舗の利用実態(大街道商店街来訪者)もしくは大街道商店街の利用実態(エミフルMASAKI来訪者)」の4部で構成されている。それぞれのアンケートの項目を以下に示す。

- (1) 来訪者の属性
年齢、性別、職業、家族構成、住居エリア
- (2) 来訪状況

来訪頻度、来訪手段（複数回答可）、所要時間、誰と・何人できたか

(3) 来訪目的・利用実態

来訪目的（複数回答可）、何にいくから使ったか

(4) 郊外の大街道の大型店舗の利用実態(大街道商店街来訪者)もしくは大街道商店街の利用実態(エミフルMASAKI来訪者)来訪頻度、来訪手段（複数回答可）、来訪目的（複数回答可）

アンケート配布場所として、①大街道入口、②三越駐車場、③三越駐輪場、④三越入口の4箇所で配布した。

配布場所の詳細図を図1に示す。



図1 大街道周辺での配布場所の詳細

3. 分析結果

まず、大街道利用者の大街道での平均消費金額と三越利用者の三越での平均消費金額について表1に示す。表1より、いずれにおいても来訪手段が乗用車の来訪者の平均消費金額が最も高いことがわかる。

表1 大街道利用者の大街道での平均消費金額と三越利用者の三越での平均消費金額

	乗用車	公共交通	自転車・オートバイ 徒歩
大街道利用者の大街道での平均消費金額	7,785	3,993	2,837
三越利用者の三越での平均消費金額	18,359	7,224	10,533

次に、大街道利用者の三越での平均消費金額と三越利用者の大街道での平均消費金額について表2に示す。表2より、表1と同様に、いずれにおいても来訪手段が乗用車の利用者の平均消費金額が最も高いことがわかる。

表2 大街道利用者の三越での平均消費金額と三越利用者の大街道での平均消費金額

	乗用車	公共交通	自転車・オートバイ 徒歩
大街道利用者の三越での平均消費金額	11,522	2,304	3,419
三越利用者の大街道での平均消費金額	3,622	2,787	1,149

次に、大街道利用者の来訪手段別の来訪頻度について図1に示す。また、三越利用者の来訪手段別の来訪頻度について図2に示す。図1、2より、いずれにおいても、乗用車・公共交通の来訪者と比較して、自転車・オートバイ、徒歩の来訪者は、ほぼ毎日などの来訪頻度が高い来訪者の割合が高いことがわかる。

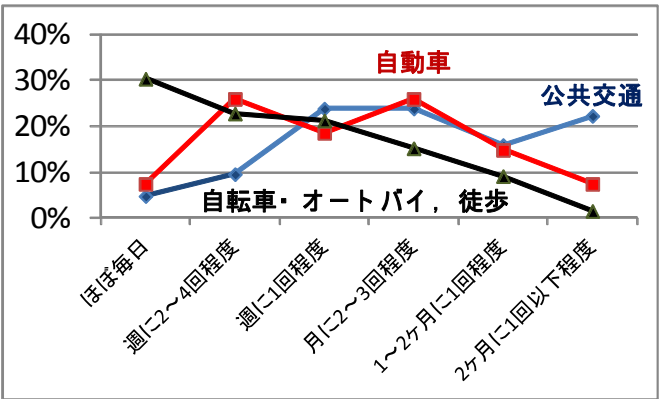


図1 大街道利用者の来訪手段別の来訪頻度

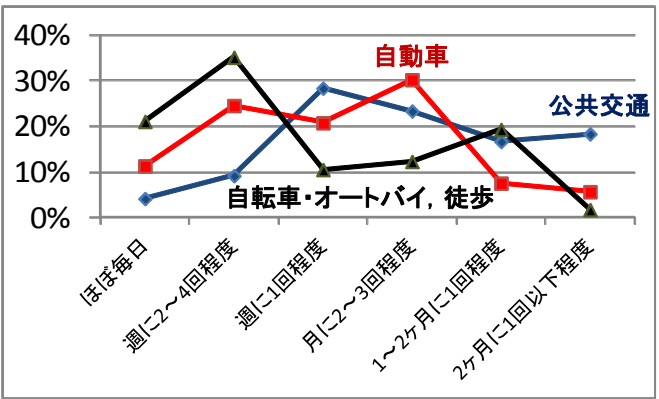


図2 三越利用者の来訪手段別の来訪頻度

次に、平均年間消費金額について比較を行う。算出方法として、来訪頻度が
ほぼ毎日の来訪者には、消費金額×365
週に2~4回程度の来訪者には、消費金額×183
週に1回程度の来訪者には、消費金額×52
月に2~3回程度の来訪者には、消費金額×36

1~2ヶ月に1回程度の来訪者には、消費金額×18
2ヶ月に1回以下程度の来訪者には、消費金額×6
を行う。

大街道利用者の大街道での平均年間消費金額と三越利用者の三越での平均年間消費金額について表3に示す。表3より、いずれにおいても来訪手段が自転車・オートバイ、徒歩の来訪者の平均年間消費金額が最も高くなっていることがわかる。

表3 大街道利用者の大街道での平均年間消費金額と三越利用者の三越での平均年間消費金額

	乗用車	公共交通	自転車・オートバイ 徒歩
大街道利用者の大街道での平均年間消費金額	240,082	246,740	379,065
三越利用者の三越での平均年間消費金額	1,610,312	605,163	1,654,219

次に、大街道利用者の三越での平均年間消費金額と三越利用者の大街道での平均年間消費金額について表4に示す。表4より、表3と同様に、いずれにおいても来訪手段が自転車・オートバイ、徒歩の利用者の平均年間消費金額が最も高いことがわかる。

表4 大街道利用者の三越での平均年間消費金額と三越利用者の大街道での平均年間消費金額

	乗用車	公共交通	自転車・オートバイ 徒歩
大街道利用者の三越での平均年間消費金額	744,282	249,979	799,130
三越利用者の大街道での平均年間消費金額	113,843	162,808	176,067

4. おわりに

本研究では、大街道利用者の三越での消費金額と三越利用者の大街道での消費金額の比較を行った。その結果、一日あたりの消費金額については、両者とも、乗用車の来訪者の消費金額が高いが、自転車・オートバイ、徒歩の来訪者は来訪頻度が高い来訪者の割合が高いため、年間消費金額については、両者とも、自転車・オートバイ、徒歩の来訪者の消費金額が高いことがわかった。これらは、大街道利用者の大街道での消費金額と三越利用者の三越での消費金額、また、それぞれの年間消費金額を比較した際と同様の結果を得た。これらのことから、1人当たりの消費金額を考えた際には、自転車・オートバイ、徒歩の来訪者に有利な政策は、大街道と三越の両者にメリットを生む可能性があるということがわかった。

参考文献

- 1) 呉恭宏，中心市街地における来訪手段別消費行動分析，愛媛大学卒業論文，2012年