

地方都市中心市街地と郊外商業施設における市民の新規需要に関する考察 —青森県八戸市を事例として—

正会員 ○石川宏之*

地方都市 郊外商業施設 新規需要
中心市街地 利用実態 アンケート

1. 研究の背景・目的・方法

地方都市の中心街を活性化するためには、郊外商業施設(SC と略す)と競合する買い物などの商業機能の他に、文化や交通など複合的な都市機能の中で市民の多様な来街動機を捉えることが必要である。そして、中心街における市民の新規需要を見つけ出し、新たなライフスタイルを提案する新施設の諸要素を捉えることが重要である。

本研究では、SC 利用者からみた地方都市の SC と中心街の利用実態と差異を捉え、中心街の新規需要について明らかにすることを目的とする。そして、今後の中心街で再開発する際に従来の SC に替わる新しい施設像を得る。

研究方法として、まず、SC 利用者の SC と中心街の利用状況(交通手段・滞在時間・来店来街頻度)を把握する。つぎに、SC・中心街の印象と主な行動、SC と中心街に対する要望を捉え、最後に中心街で求められる SC 利用者の新たな施設の諸要素を考察する。調査対象は、八戸市の郊外に立地する 2 つの SC^{注)}の来店者とする(図 1)。調査は、2011 年 10~11 月に 2 つの SC の来店者に 1,200 のアンケート票を配布し、郵送で 552 (回収率 46%) を回収した。表 1 左に SC 回答者の概要を示す。

2. SC と中心街の利用実態とその差異

表 1 右から SC 回答者の SC と中心街の利用状況を見ると、まず、交通手段では SC・中心街ともに「バイク・自動車(65%, 59%)」が最も高いが、中心街では「バス・電車(41%)」も高く、公共交通の利用も高い。つぎに、滞在時間をみると SC・中心街ともに「1~2 時間(45%, 38%)」が最も高いが、中心街では「2~3 時間(32%)」も高く、SC と比べて中心街がやや長い。最後に来店来街頻度をみると SC は「週に 1~3 回(31%)」「月に 2~3 回(41%)」で頻繁であるが、中心街では「月に 2~3 回(27%)」「2~3 カ月に 1 回(19%)」で、SC と比べて頻度が少ない。

表 2 から SC と中心街の印象について、まず「①交通」をみると SC では「駐車施設が充実している(65%)」が最も高く、中心街では「バスや電車等の交通機関が便利(50%)」で、印象が異なる。つぎに「②商業」をみると、SC では「商品の品数・品揃えが多い(57%)」「飲食や喫茶に魅力(37%)」「商品価格が安い(33%)」が高く、中心街では「イベントや祭りで賑わいがある(34%)」で、SC では買い物・飲食、中心街では文化的歴史的な印象が強い。さ



図 1 八戸市の中心街と 2 つの SC の位置関係と主要施設

表 1 アンケート回答者の概要と利用状況(単位: %)

性別	SC回答者の属性		人口比*	利用状況	SC	中心街	
	割合	人口比*			SC	中心街	
女性	74	52	交通	バイク・自動車	65	59	
男性	26	48		徒歩・自転車	13	21	
年齢	若年層(29歳以下)	12	19	手段	バス・電車	25	41
	中年層(30~59歳)	48	45		タクシー	1	1
	高年層(60歳以上)	40	36	滞在時間	1時間未満	23	18
職業	専業主婦	28	職業		1~2時間	45	38
	会社員	24			2~3時間	24	32
	年金・恩給生活者	22			3時間以上	8	12
	パート・アルバイト	11			来店来街頻度	ほとんど毎日	5
学生	8	週に1~3回	31	16			
自営業	4	月に2~3回	41	27			
その他	3	月に1回	13	18			
				2~3カ月に1回	7	19	
				年に1~2回	3	15	

*八戸市2011年10月末人口統計
注) 交通手段は複数回答

注) ■は 30%以上の項目を示す。

らに、「③施設設備」をみると SC・中心街ともに「ATM、銀行・郵便局等の金融施設(53%, 45%)」が最も高いが、続いて中心街では「展示会、美術館・図書館等の文化施設(35%)」で、文化施設の印象も強い。最後に「④環境」をみると、SC・中心街ともに「家族や友人と楽しい時間が過ごせる(59%, 32%)」が最も高いが、続いて SC では「ゴミが少なく清潔(48%)」「歩く楽しさがある(36%)」も高く、中心街と比べて SC の方が好印象である。

表 3 から SC と中心街での主な行動について、まず「①買い物」をみると SC では「食料品・日用品(66%)」が最も高く、続いて「書籍・CD・スポーツ・趣味用品(45%)」「洋服・バック・アクセサリ(42%)」が高い。一方、SC 回答者が中心街を訪れる場合には「贈答品・プレゼント

(39%)」が最も高いことから SC 回答者は SC では日常的な買い物を、中心街では特別な買い物をしている。つぎに「②余暇・仕事」をみると SC・中心街ともに「飲食・喫茶(63%, 44%)」が最も高く、続いて「ATM、銀行・郵便局等の利用(31%, 35%)」で、SC・中心街ともにほとんど同様である。さらに「③交流」をみると、SC・中心街ともに「気分転換(66%, 55%)」が最も高く、続いて「雰囲気を楽しむ(27%, 27%)」で、同様の傾向である。

表 4 から SC と中心街に対する要望について、「①充実してほしい店舗」をみると SC・中心街ともに「衣料品店(45%, 42%)」が最も高く、続いて「飲食料品店(41%, 38%)」「日用雑貨店(35%, 33%)」で、同様である。つぎに「②充実してほしい施設」をみると SC では「休憩場所(42%)」が最も高い。一方、中心街では「駐車施設(45%)」が最も高く、続いて「ショッピングセンター(33%)」で、SC 回答者は中心街でもワンストップ性の施設を望んでいる。

3. まとめ

SC 利用者は、SC ではバイクや自動車で来店し、短い時間で頻繁に来店している。また、SC には駐車施設が充実し、多くの品数・品揃えと商品価格の安さ、飲食や喫茶に魅力を感じ、食料品や日用品など日常の買い物、飲食・喫茶、気分転換を行っている。一方、SC 回答者が中心街を訪れる場合には、バイク・自動車の他にバス・電車の利用も多く、SC と比べて滞在時間は長い、来街頻度は少ない。公共交通の利便性、イベントや祭りの賑わい、美術館・図書館など公共的文化的な印象が強く、贈答品・プレゼントなど特別な買い物、飲食・喫茶、気分転換を行っている。要望については、SC・中心街ともに衣料品店、飲食料品店、日用雑貨店、休憩場所を充実することがあげられている。また、SC 利用者は中心街でも駐車施設やショッピングセンターを望んでおり、ワンストップショップの需要が高い。

以上のことから中心街における新しい施設像とは、美術館・図書館、銀行・郵便局、駐車施設・バスセンターなどから成る複合施設である。テナントには衣料品店・飲食料品店・日用雑貨店の他に、贈答品やプレゼントを扱う高級専門店、家族や友人と楽しい時間が過ごせる飲食店や喫茶店が望まれる。また、イベントや祭りを開催できる広場を設け、セミオープンモール型のライフスタイルセンター志向の要素を備えることが必要である。

謝辞 本調査では大泉智也君(元八戸工業大学卒業研修生)、八戸ショッピングセンター株式会社、八戸臨海開発株式会社の方々にご協力を得た。ここに記して感謝の意を表す。

注)ピアドゥ(25, 410m²)はイトーヨーカドー、ラピア(22, 510m²)は長崎屋を核テナントとし、ラピアにはバスターミナルが隣接する。

表 2 SC と中心街の印象(複数回答, 単位:%)

	項目	SC回答者	
		SC	中心街
① 交通	駐車施設が充実している	65	10
	バスや電車等の公共交通が便利	32	50
	歩道が整備されて歩きやすい	16	25
	自転車で行きやすい	8	8
② 商業	商品の品数・品揃えが多い	57	20
	飲食や喫茶に魅力	37	26
	商品価格が安い	33	7
	イベントや祭りで賑わいがある	17	34
	商品品質が良い	11	19
③ 施設設備	飲酒や遊興に魅力	5	21
	ATM、銀行・郵便局等の金融施設	53	45
	集会場、公民館等のコミュニティ施設	18	10
	バリアフリー、医療・福祉施設	17	3
	展示会、美術館・図書館等の文化施設	5	35
④ 環境	美容や健康を増進する施設	4	5
	家族や友人と楽しい時間が過ごせる	59	32
	ゴミが少なく清潔である	48	20
	歩く楽しさがある	36	29
	子供・高齢者・身障者に配慮されている	24	4
	治安が良い	23	17
	安らぎや潤いがある	11	7
	街並みや景観が美しい	5	11
地域の歴史や文化が活かされている	2	16	

表 3 SC と中心街での主な行動(複数回答, 単位:%)

	項目	SC回答者	
		SC	中心街
① 買い物	食料品・日用品	66	31
	書籍・CD・スポーツ・趣味用品	45	21
	洋服・バック・アクセサリー	42	32
	ウインドウショッピング	32	30
	バーゲン	25	21
	贈答品・プレゼント	22	39
② 余暇・仕事	飲食・喫茶	63	44
	ATM、銀行・郵便局等の利用	31	35
	イベント・祭りの参加や観覧	14	29
	展示会・美術館・図書館等の利用	10	22
	理美容室・エステ・ジム	3	8
	飲酒	1	18
	映画・演劇・コンサート等の鑑賞		27
	カラオケ		9
③ 交流	病院・託児所・福祉施設等の利用		5
	通勤・通学		4
	英会話等の習い事・お稽古事		2
	気分転換する	66	55
	雰囲気を楽しむ	27	27
	洋服など流行を察知する	25	22
	活気を味わう	19	14
	人と会い、親睦を深める	14	23
	親しいお店や流行りの店に行く	11	13
	おしゃれな服装で外出する	10	17

表 4 SC と中心街に対する要望(複数回答, 単位:%)

	項目	SC回答者			項目	SC回答者	
		SC	中心街			SC	中心街
① 充実してほしい店	衣料品店	45	42	② 充実してほしい施設	休憩場所	42	31
	飲食料品店	41	38		広場・公園	23	22
	日用雑貨店	35	33		ロッカー・荷物預所	22	16
	書籍・文具店	26	28		駐車施設	20	45
	くつ・カバン店	22	21		オープンマーケット	19	17
	家具・インテリア店	17	15		文化・運動施設	19	19
	家庭用電器店	14	23		アミューズメント施設	15	18
	高級専門店	11	12		金融関連施設	13	6
	医薬品・化粧品店	10	9		病院	12	19
	時計・宝石・カフ店	5	5		水飲み場	7	19
理容・美容店	3	6	ショッピングセンター		33		
その他	7	8	バスセンター		14		

注) ■ は 30%以上の項目を示す。

*八戸工業大学工学部土木建築工学科 准教授・博士(工学)

*Associate Professor, Dept. of Civil Engineering and Architecture, Faculty of Engineering, Hachinohe Institute of Technology, Dr.Eng.