

# 商圈の何が小さくなったのか？

## —「人の流れデータ」から見た小商圈下の買物行動—

### 鈴木英之・関本義秀

#### How do trade area has become smaller?

Hideyuki SUZUKI and Yoshihide SEKIMOTO

**Abstract:** The purpose of this study is to describe quantitatively, various situations related to a small trading area by using the Tokyo Metropolitan Area People Flow data. The author shows the three perspectives. First is a decrease in the ability to attract customers of commercial accumulation. The second is the slowdown in the growth rate due to the opening of new stores in the chain store. The last is the change in the shopping behavior of female workers.

**Keywords:** 人の流れデータ (People Flow data), 商圏分析 (trade area analysis), チェーンストア (chain store), 商業集積 (commercial accumulation)

#### 1. 緒言

##### 1.1 背景

近年、商業実務の様々な場面で「小商圈」のキーワードを目にする。店舗開発、販促、広告、MD等、マーケティングの多岐にわたる分野で、小商圈が語られる。対象業種も様々で、小売業に留まらない。飲食業や（医療・介護を含む）サービス業、まちづくり施策においても小商圈が語られる。

小商圈を字義通り読めば、それは商圈という空間範囲の狭小さ（狭小化）という、容易に把握可能な現象のように見えるが、実はそう単純ではない。

確かに、高齢化や人口減少による需要減とチェーンストアの新規出店による現今のオーバーストア状況を見れば、小商圈化論者の主張に異論を差し挟む余地はないようだ。しかし一方で、商業

統計は、小売事業所数の減少傾向を報告している。店舗密度の低下傾向は小商圈化の進行と逆行しまいか。また、パーソントリップ調査の結果は、トリップ長、トリップ数ともに、増加傾向を報告している。これも小商圈化と整合しない。

本報では、以上の背景に基づいて小商圈の概念整理を実証的に試行してみる。

##### 1.2 目的

「人の流れデータセット」から得られる買物目的移動に関する情報を用いて、小商圈状況やその進行を定量的に確認する。（小商圈状況としては、次項で述べる3種類を想定した。）

と同時にこのようなマイクロスケールの分析における当該データセット（やこれに類する広域網羅的な移動軌跡データ）の限界と留意をも確認することになる。

#### 2. 小商圈とは

論者によって「小商圈」の語義には、幾つかのバリエーションが存在する。（例えば、都心部の店舗と近郊部、郊外部の店舗とでは、状況は異なる。）

鈴木英之 〒664-0846 兵庫県伊丹市伊丹 4-10-10

（同）ファイン・アナリシス

FAX: 072-772-7400

E-mail: suzuki@finea.co.jp

また、業種業態によって、小商圈に対する立場は異なる。)

とは言え、少なからぬ論者が共通の社会・経済的な構造変化を背景に小商圈状況を論じている。例えば、仲上（2012）は、商圈縮小の概略を3状況（消費者側の状況、小売商業側の状況、行政側の状況）、5要因（i 消費量の減少によるマーケットサイズの減少、ii 生活スタイルと購買行動の変化によるマーケット構造の変化、iii 小売商業の激化、iv 小売店舗の近隣立地、v 法的規制）とで説明している。また箸本（2013）は、消費財流通を取り巻く2種類のダウンサイジングすなわち、小売販売額の長期低落傾向と都市空間の縮小を背景にした小商圈化の状況に関して、仲上と同様の認識に立つが、これらのダウンサイジングが、市場の質的な多様化・細分化すなわちモザイク化を招いた点を強調する。モザイク化市場は、これまでの均質市場を前提にしたマスマーケティング的な大商圈型店舗では、対応することができないために、事業者の店舗運営は、次第に小商圈対応型へと、移行せざるを得ないとする。

表1 3種の商圈状況

	小商圈の構図	背景となる構造変化	関連論点
①商業集積の小商圈	集客力の新旧交代 百貨店 → GMS 商店街、GMS → SC 旧SC → 新SC	商業集積間競争 構造的な不況業態化	大型店調整問題 業態ライフサイクル論
②出店飽和の小商圈	業態チェーン店 (CVS HC DgS等)の出店飽和	規制緩和、業態化による新市場創出、大手の寡占化	オーバーストア化 飲食業種の枯渇
③買物行動の小商圈	マスマーケティングからマイクロマーケティングへ	人口動態変化(高齢化、女性就業化) モザイク化	フードデザート 都市型小型フォーマット 駅ナカ

これらを参考に、小商圈をめぐる3種類の状況を想定した（表1）。これに沿って以降の分析と考察を進める。詳細は以下のとおりである。

## 2.1 商業集積の小商圈とは

郊外大型店の出現によって、古くからの商店街が衰退する場合のように、勢力の新旧交代の構図において、旧勢力から見た集客力の減少は、空間的には商圈縮小として理解される。商業集積の小商圈化が問題となるのは、70年代の大店法導入期

にまで遡る。買物行動の郊外化の進展による、ターミナル型繁華街の広域集客力の低下は、当時既に指摘されていた。その後の百貨店業態の低迷は早期の段階で予見されていたことになる。

## 2.2 出店飽和の小商圈とは

近代的チェーンストアの成長が、やがて成熟期を迎えて、次第に出店余地が見つからなくなり、結果として狭域商圈を選択せざるを得ないというタイプの小商圈である。コンビニ店やドラッグストア（以下Dgs）は、それまでの規制業種であった酒、米穀店や薬局・薬店を「飲食市場」としてそれに代替する形で店舗数を増やしていく。業種店を含む小売事業所総数では減少していくも、業態別にはオーバーストア状況といえる。

## 2.3 買物行動の小商圈とは

人口動態の変化とりわけ、高齢化と女性就業率の上昇は、生活者の時空間的な制約条件をより厳しいものとし、新しい小商圈状態をもたらしたとされる。昨今、問題視されるフードデザート状況もこの一種といえる。近年の都心部における、新たな小型店フォーマット戦略は、こうした環境変化を背景とする。

## 3. 方法

以上3種類の小商圈状況について、人の流れデータを用いた分析を以下の手順で行う。

### 3.1 人の流れデータ

使用したデータは、パーソントリップ調査とともに東大CSISが時空間補完等の独自加工を施して作成した「人の流れデータセット」である。分析対象範囲は、東京都市圏PT調査の対象エリアとした。昭和63年、平成10年および20年の3時点のデータセットを用いて経時比較を行う。

移動目的地の空間的精度がデータセットによって異なるので、空間的集計単位として平成20年度パーソントリップ調査における小ゾーン（夜間人口15,000人程度の1662地区）に揃えた。

また今回のようなマイクロスケールの買物行

動を対象にした分析において、幾つかの限界を留意した。例えば、買物行動の網羅性やバイアスの問題がある。必ずしも全ての買物行動が記録されているわけではない。とくに自宅近辺の最寄品購買や帰宅途中の「ついで買い」のような小トリップに省略傾向が予想される。

### 3.2 商業集積の小商圈の分析

商業集積の小商圈化傾向を把握するために、買物目的地から移動者の居住地までの距離の代表値を小ゾーン別に集計し、これをそれぞれの小ゾーン（商業集積）の「商圈距離」とした。ただし、得られるサンプルが少ないエリアについては、集計値に信頼性の問題が生じる。この点についても確認する。

### 3.3 出店飽和の小商圈の分析

個別店舗に対する買物行動は、人の流れデータから直接読み取ることは出来ない。先の商圈距離を利用し、間接的に確認する方法を検討した。

店舗の飽和状態は、店舗の分布と人口分布との比較から、1店あたりの商圈人口を求めて、読み取れる。オーバーストア化の進展とともに、チェーンストア企業は出店立地をどのように変化させていったのか、特に先の「商圈距離」との関係について確認することにした。業態としてはDgsを取り上げた。当該業態は歴史が浅く、データの入手が容易だったからである。

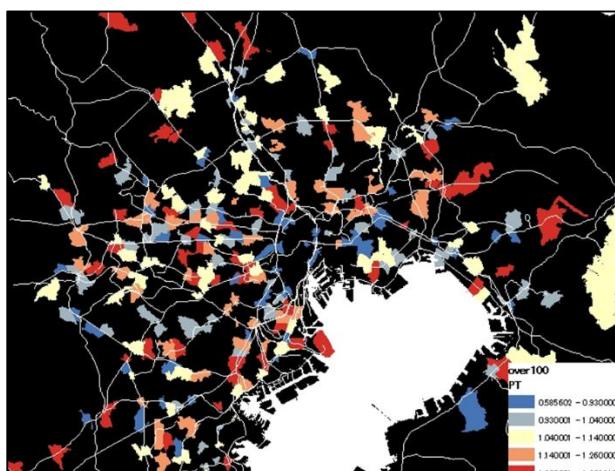


図1 商業集積の小商圈化傾向

まず店舗の飽和状況（商圈人口の減少）を確認し

た後、出店立地の特徴を分析する。

### 3.4 買物行動の小商圈の分析

分析テーマを女性の就業率上昇に伴う買物行動変化に絞った。買物行動に変化が見られるとして、就業率や年齢構成の変化による効果が大きいのか、時代による効果が大きいのか、等を確認する。

## 4. 結果と考察

### 4.1 商業集積の小商圈

全ての年度において、サンプルが100以上存在する小ゾーンが302箇所、得られた。これらの商圈距離の中央値について、1988年度に対する2008年の比率を示したのが図1である。商圈距離について、寒色が縮小傾向、暖色が拡大傾向を示す。都心部山手線沿いのターミナル繁華街はもとより、主要駅の中心地で小商圈化傾向を確認することが出来た。商圈拡大傾向を示す幾つかの新興商業地も確認できる。

表2 全ての年度で基準買物トリップ数を満たす小ゾーン数

基準買物トリップ数	100	200	300	400	500
対象小ゾーン数	302	78	29	13	6

しかし、交通手段や時間帯を考慮した層別分析を行うには、サンプルが100では足りず、サンプルを増やせば、分析可能な小ゾーン数は減少する。このような欠点を補う何らかの別法を今後の検討課題とする。

### 4.2 出店飽和の小商圈

一店あたりの商圈人口が急減したのは、90年代から2000年代前半までという事ができる（図2）。つまり、店舗の飽和状況は、この時期に進展した。2000年代後半以降は、新規出店スピードの鈍化により、商圈人口は、微減からほぼ横這いで推移している。（都心

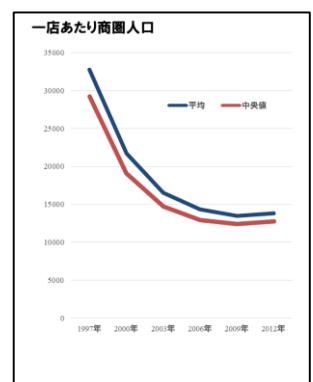


図2 商圏人口の推移

部の一部において、流入人口の増加により、小商圈化が緩和されている地区も散見される。)

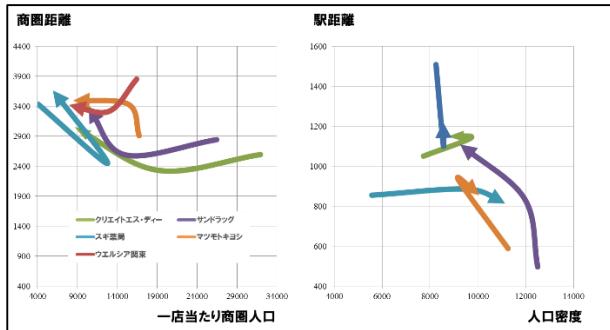


図3 オーバーストア期における出店行動

次に、オーバーストア状況の進展とともに企業の出店行動がどのように変化したのかを確認する。出店数上位5社の出店立地を、1995年以前、1995～05年、2005年以降の3期に分け、それぞれの店舗の出店時の商圈距離を算出し、その推移を捉えた。図3からは、商圈人口の減少に対して、各社とも類似の立地選択行動を探っているように読み取れる。すなわち、より商圈距離が大きく（集客力が強く）（図3左）、駅からの距離や人口密度が同程度の立地（図3右）に集中しつつある。もともと、これら5社はそれぞれ、郊外型や駅前型というように、タイプの異なる店舗フォーマットに基づいて成長してきたが、小商圈での競争激化の下、それぞれの出店戦略が収斂してきた可能性がある。

#### 4.3 買物行動の小商圈

表3に見るかぎり、1988から2009年にかけて、買物距離が縮まっているとはいえない。時間帯別の集計でも同様だ。一部を除き、買物距離は、むしろ伸びている。もともと就業女性は主婦と比べて買物距離が長い。就業率の上昇傾向は、女性全体の買物行動において、小商圈化とは逆の作用を及ぼすかのように思われる。

表3 年度別買物距離の推移

	推定値	平均値		中央値		95% 信頼区間
		標準誤差	95% 信頼区間	標準誤差	95% 信頼区間	
主婦	1988	3375.3	15.2	3345.6	3405.1	2371.2 6.5 2358.5 2383.9
	1998	3691.2	14.4	3662.9	3719.5	2554.6 6.4 2542.0 2567.2
	2008	3807.9	20.2	3768.3	3847.5	2621.0 8.5 2604.3 2637.7
	全年度	3613.0	9.3	3594.7	3631.3	2512.0 3.8 2504.5 2519.5
就業女性	1988	4324.6	35.9	4254.2	4395.0	2634.3 14.9 2605.1 2683.5
	1998	4720.7	29.8	4662.7	4778.8	2896.5 13.2 2870.7 2922.3
	2008	4698.8	31.0	4638.0	4759.7	2799.1 12.3 2775.0 2823.1
	全年度	4615.1	18.4	4579.0	4651.2	2796.1 7.5 2781.4 2810.9

しかし、移動手段別に見た場合に、①女性の電車での買物行動が減少しており、②特に電車での買物距離は、主婦で大きく減少傾向にある（図4）。③主婦の午前の買物距離は、縮小傾向にある。こうした事実をつなぎ合わせると、午前中の専業主婦の広域買いまわり行動と、その減少が浮かび上がる。これは、百貨店の小商圈（広域からの高額消費者集客の減少）と関連付けて考察することが可能かもしれません。

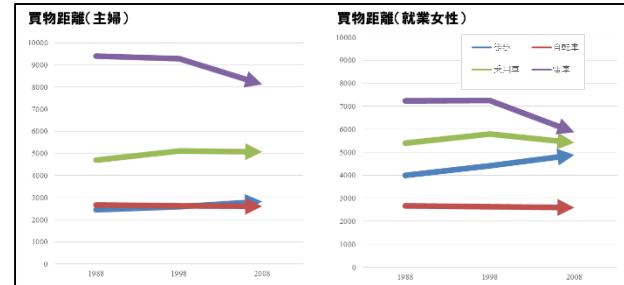


図4 移動手段別買物距離

#### 5. 結語

「人の流れデータ」を用いることで、これまで明らかでなかった小商圈とその進行状況について、新たな知見を得ることが出来たが、残された疑問、新たに生じた課題も多い。とりわけ近隣商店街や個店のようにサンプルに乏しい対象に対する分析法については、行動モデリングや、他のフィールドデータとの融合を試みる等を検討課題とする。

#### 謝辞

本研究は、東京大学空間情報科学研究センター（CSIS）の研究用空間データ利用を伴なう共同研究（No.256）による成果である。データの使用にあたってセンターより多大なるサポートを頂きましたことを、ここにお礼申し上げます。

#### 参考文献

- 東京都市圏交通計画協議会（2012）：「パーソントリップ調査からみた東京都市圏の都市交通に関する課題と対応の方向性」
- 東京都商工指導所編（1977）：「『大型店問題』等報告書」
- 仲上哲（2012）：「商圈縮小への対応」，『超世紀不況と日本の流通』文理閣
- 箸本健二（2013）：「小商圈時代とは何か」，『小商圈時代の流通システム』古今書院
- 小野裕二（2004）：「小売店舗密度の地域間変動：既存研究のレビューと今後の研究課題の提示」三田商学研究 47(3)
- 南方建明（2013）：「大型店出店規制の変遷と小売業の発展」，『流通政策と小売業の発展』中央経済社