

回遊行動からみた商店街複合地区来訪者の特徴に関する研究

—2018 年名古屋市大須地区調査の結果を中心として—

A Study on Characteristics of Shopping Street Complex District Visitors from Viewpoint of Shop-Around Behaviors
-A Survey of Osu district, Nagoya in 2018-

7. 都市計画 - 10. 調査・評価と計画支援

回遊行動 店舗種構成 商店街複合施設
クラスター分析正会員
同
非会員
同○稲垣 創平*
兼田 敏之**
竹内 健人***
伊藤 里帆****Sohei Inagaki
Toshiyuki Kaneda
Kento Takeuchi
Riho Ito

1. 研究の背景と目的

近年、多くの商店街が衰退する中、愛知県名古屋市大須地区（図 1）は小規模店舗を主力とする複数の商店街で構成され、大型店に対抗できる集客力をもち、独自の賑わいを保っている。時代の変化に対して高い適応力を持つこの地区の来訪者、店舗種構成の経年変化を分析することによって、中心市街地活性化を考える上での知見を得ることができると考えられる。

本項では大須地区の来訪者に対して行ったアンケート調査の結果を用いて、来訪者の回遊行動と地区の店舗種構成を分析する。さらに来訪者データにクラスター分析を用いることによって、来訪者の客層について考察する。

2. 調査概要

調査対象とした大須地区は、名古屋都心に近い若宮大通の南に隣接し、大津通、大須通、伏見通りに囲まれた面積約 30ha の地区である。地区内には 8 つの商店街振興組合が存在し、これらの連合組織として大須商店街連盟が設けられている。本研究では組合加盟店の空間分布、および街路沿道の店舗の立地状況を踏まえ、大須地区の骨格を成す店舗の多い主要な 9 つの通り（赤門通、大須観音通、万松寺通、仁王門通、東仁王門通、本町通、裏門前町通、北新天地通、新天地通）と大須地区に隣接する大通りとして大津通（西側）を調査分析の対象とした。

3. 大須地区来訪者の回遊行動

3.1 回遊行動調査の概要

大須地区の来訪者に対し、2018 年 9 月 22 日（土）23 日（日）に現地配布・郵便回収方式のアンケート調査を行った（配布数 2000 票、回収率 25.3%、有効回答率 58.6%）。調査内容は来訪者の属性と添付の地図にその日の大須地区での歩行経路を記入させるものである。また今回から

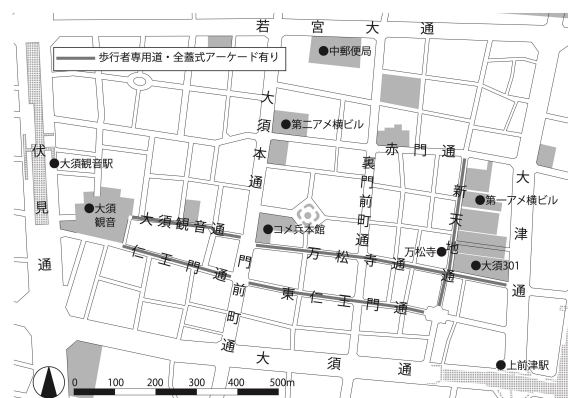


図 1 調査対象とした大須地区

回答数の向上を目的として、Questant（Web アンケート）を導入した（回収数 38/506 票）。

3.2 回答者の属性

表 1 に属性別の回遊行動特性を示す。回答者の構成は、性別では「男性」が「女性」を少し上回り 53%を占めている。年齢層では「50 歳以上」が 58%と半数以上を占めた。また、2013 年度と比較すると「70 代」が増加し（7→14%）、「30 代」が大きく減少している（18→9%）。同伴人数では「1 人」が 43%で最も多く、5 年間で増加傾向を示している。交通手段では大きな変化はなかった。

3.3 回答者の回遊行動特性

回答者全体の平均歩行距離は 1.48km、平均滞在時間は 158 分、平均立ち寄り施設数は 3.7 ヶ所であった。2013 年と比較すると、歩行距離は 0.01km、滞在時間は 24 分、立ち寄り施設数は 0.12 ヶ所減少している。

4. 来訪者の回遊行動の特徴分析

4.1 属性別に見た回遊行動特性

性別による回遊行動の違いに着目すると、滞在時間・

* 名古屋工業大学 大学院工学研究科 博士前期課程

** 名古屋工業大学 大学院工学研究科 教授・博士（工学）

*** 竹中工務店 学士（工学）

****国土交通省中部地方整備局 学士（工学）

Graduate Student, Graduate School of Engineering, Nagoya Institute of Technology
Prof., Graduate School of Engineering, Nagoya Institute of Technology, Dr. Eng.
Takenaka Corporation, B. Eng.
MLIT Chubu Regional Development Bureau, B. Eng.

歩行距離・立ち寄り施設数全てで「女性」が「男性」を上回っているという傾向は変わっていない。交通手段別にみると、2018 年では滞在時間は「地下鉄・バス」と「車」の滞在時間がどちらも 163 分で最長であり、歩行距離は 1.49km と 1.66km で、車利用者の方が長くなっている。これらは 2013 年でも同様であるが、「地下鉄・バス」と「車」の滞在時間は約 30 分減少した。年齢層がより低いほど滞在時間が長く、2013 年と逆の傾向がみられた。

4.2 属性別に見た立ち寄り施設種

表 2 に立ち寄り施設数（ヶ所/人）を属性別・施設種別に示す。全体の立ち寄りの傾向をみると、飲食店（1.00）、レジャー他（ゲームセンター・パチンコなど）、雑貨・家具（0.55 同率）の順となった。2013 年と比べると飲食店とレジャー他への立ち寄りが増加し、雑貨・家具への立ち寄りが減少している。詳しく分析すると、「50 歳以上」、「徒歩・自転車」での食料品店への立ち寄り順位が圏外から 2 位になった。また「男性」、「1 人」、「友達」での電化関連店への立ち寄り順位が 1 位から圏外となった。

5. 大須地区の店舗種構成

5.1 店舗種構成調査の概要

2018 年 10 月に大須地区の主要 9 通り沿いにおける 1 階部分のテナントの店舗種を調査した。大須地区の特徴を鑑み、「飲食・食料品」「雑貨・家具」「電化関連」「衣料品」「寺社・公園」の主要 5 種と「その他」の計 6 種に分類した。複合商業施設については、フロアごとに 1 テナントとして集計し、そのフロアを占める割合が最も大きな店舗種をそのフロアの店舗種として集計した。

5.2 主要 9 通り沿いの店舗種構成とその経年変化

主要 9 通り沿いの店舗種構成を図 2 に示す。総店舗数は 5 年間で増加し、主要 5 種の総数は減少した（526→514 店）。店舗種の構成比は、「飲食・食料品」、「衣料品」、「雑貨・家具」の順に大きく、順位が変動した。店舗数が最も減少したのは「衣料品」（185→169 店）で、1 位から 2 位になった。また、「その他」が増加しており（68→93 店）、店舗種の多様化が見られた。

5.3 主要 9 通り沿いにおける通り別の店舗種構成

次に、主要 9 通りと大津通（西側）沿いの店舗種の分布を図 3 に、主要 9 通り別の店舗種の構成を図 4 に示す。通りごとに特化している店舗種の変化に着目すると、赤門通では、「電化関連」が高い割合を保ったまま、あまり変化が見られなかった。東仁王門通では、「衣料品」が 7 店減少したため、「飲食・食料品」が最多種となり、「衣料品」への特化が弱くなっている。

表 1 属性別の回遊行動特性の分散分析表

		人数(人)	割合(%)	平均滞在時間(分)	平均歩行距離(km)	平均立ち寄り施設数(ヶ所)
2018年	全体	505	100%	158	1.48	3.70
	性別					
	男性	257	53%	152	1.43	3.57
	女性	231	47%	162	1.54	3.91
年齢	29歳以下	55	11%	203	1.48	3.91
	30～49歳	152	31%	172 **	1.66 **	4.11
	50歳以上	288	58%	140	1.36	3.41
同伴人数	1人	212	43%	151	1.26	3.10
	2人	200	41%	157	1.69 **	4.15 **
	3人以上	81	16%	173	1.57	4.35
同伴者種	友達	53	11%	189	1.53	3.10
	家族・親類	89	18%	158	1.57	4.35
	夫婦・恋人	130	26%	153	1.72 **	4.11 **
	その他	11	2%	210	1.48	6.67
	同伴者無し	212	43%	151	1.26	3.10
交通手段	地下鉄・バス	272	53%	163	1.49	3.91
	車	105	21%	163	1.66	4.24
	徒歩・自転車	115	22%	133	1.33	3.19
	タクシー・その他	20	4%	184	1.54	3.18
2013年	全体	295	100%	182	1.49	3.82
	性別					
	男性	155	53%	174	1.40 *	3.59
	女性	140	47%	190	1.57	4.04
年齢層	29歳以下	60	20%	163	1.39	3.75
	30～49歳	111	38%	184	1.52	4.21
	50歳以上	124	42%	189	1.50	3.50
同伴人数	1人	107	36%	165	1.32	3.26
	2人	127	43%	192	1.58 **	4.25 **
	3人以上	35	12%	185	1.63	3.58
同伴者種	友達	47	16%	215	1.50	3.88
	家族・親類	54	18%	181	1.57	4.30
	夫婦・恋人	85	29%	186	1.62 *	4.23 *
	その他	13	4%	177	1.73	3.79
	同伴者無し	107	36%	165	1.32	3.26
交通手段	地下鉄・バス	153	52%	193	1.42	3.73
	車	67	23%	192 *	1.63	4.57 **
	徒歩・自転車	64	22%	144	1.47	3.07
	タクシー・その他	10	3%	184	1.72	5.30

表 2 属性別・施設種別の立ち寄り順位（ヶ所/人）

	人数(人)	1位	2位	3位
2018年	294	飲食 1.00	レジャー他 0.55	雑貨・家具 0.55
	男性	152 飲食 0.82	レジャー他 0.61	雑貨・家具 0.60
	女性	138 飲食 1.21	レジャー他 0.51	食料品 0.51
年齢層	29歳以下	35 飲食 1.29	雑貨・家具 0.86	レジャー他 0.66
	30～49歳	101 飲食 1.15	レジャー他 0.74	雑貨・家具 0.61
	50歳以上	157 飲食 0.85	食料品 0.55	寺社・公園 0.49
交通手段	地下鉄・バス	146 飲食 1.01	雑貨・家具 0.62	レジャー他 0.52
	車	63 飲食 1.30	レジャー他 0.70	衣料品 0.57
	徒歩・自転車	77 飲食 0.71	食料品 0.62	レジャー他 0.62
	タクシー・その他	11 飲食 1.00	レジャー他 0.91	雑貨・家具 0.45
同伴人数	1人	131 レジャー他 0.60	飲食 0.57	雑貨・家具 0.51
	2人	113 飲食 1.30	雑貨・家具 0.64	食料品 0.50
	3人以上	48 飲食 1.48	レジャー他 0.67	寺社・公園 0.56
同伴者種	友達	21 飲食 0.95	寺社・公園 0.48	雑貨・家具 0.48
	家族	54 飲食 1.43	衣料品 0.69	寺社・公園 0.54
	夫婦・恋人	81 飲食 1.17	寺社・公園 0.54	雑貨・家具 0.54
	その他	6 飲食 2.83	雑貨・家具 1.83	レジャー他 1.00
	同伴者無し	131 レジャー他 0.60	飲食 0.57	雑貨・家具 0.51
2013年	286	飲食 0.92	雑貨・家具 0.82	衣料品 0.63
	男性	149 電化関連 0.95	飲食 0.65	雑貨・家具 0.60
	女性	137 飲食 1.12	雑貨・家具 0.99	衣料品 0.88
年齢層	29歳以下	61 寺社・公園 1.00	衣料品 0.85	飲食 0.82
	30～49歳	106 飲食 1.12	雑貨・家具 0.94	衣料品 0.73
	50歳以上	119 飲食 0.78	電化関連 0.62	寺社・公園 0.62
交通手段	地下鉄・バス	152 飲食 0.82	雑貨・家具 0.74	電化関連 0.67
	車	61 飲食 1.41	雑貨・家具 1.07	衣料品 0.90
	徒歩・自転車	61 飲食 0.64	レジャー他 0.57	電化関連 0.44
	タクシー・その他	11 雑貨・家具 1.18	衣料品 1.09	飲食 1.09
同伴人数	1人	108 電化関連 0.90	雑貨・家具 0.67	飲食 0.57
	2人	126 飲食 1.04	衣料品 0.83	雑貨・家具 0.83
	3人以上	51 飲食 1.31	雑貨・家具 1.00	衣料品 0.73
同伴者種	友達	43 電化関連 0.93	雑貨・家具 0.81	衣料品 0.63
	家族	52 飲食 1.25	雑貨・家具 1.19	衣料品 0.98
	夫婦・恋人	81 飲食 1.07	衣料品 0.90	雑貨・家具 0.78
	その他	5 飲食 3.60	寺社・公園 2.40	レジャー他 1.60
	同伴者無し	108 電化関連 0.83	雑貨・家具 0.65	飲食 0.58

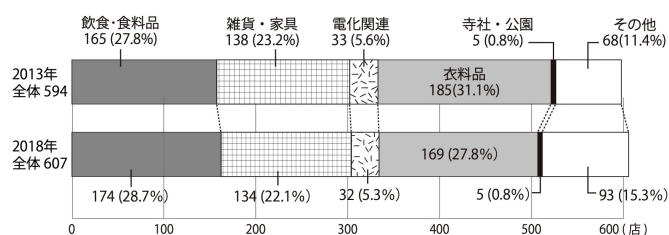


図 2 主要 9 通り沿いの店舗種構成

6. 大須地区の店舗種構成

商店街各部位ごとの歩行動線密度（＝動線数の総和/標本数*100）と一人当たり立ち寄り店舗数（＝立ち寄り店舗数の総和/標本数）を図5に示す。一人あたり立ち寄り店舗数については、新天地通①（0.55ヶ所/人）、東仁王門通②（0.40ヶ所/人）、大須観音通（0.40ヶ所/人）の順に多い。前回調査から、万松寺通①は0.37（ヶ所/人）減少し、万松寺通②は0.27（ヶ所/人）減少した。

歩行動線密度が減少していて、立ち寄り店舗数が増加している東仁王門通②は、来訪者の目的や目的となる店舗が集中していることを示している。また、大須観音通から万松寺通②にかけて立ち寄りが減少しており、入口となる万松寺通③から新天地通①や東仁王門通②の店舗へ向かう傾向が見られた。

7. 大須地区来訪者の客層分析

7.1 クラスタ分析による来訪者構成の分析の概要

2018年度調査では階層型クラスタ分析（ウォード法、平方ユークリッド距離）を用いて、客層の特徴を回遊行動特性、調査データと突き合わせ、関係の考察を行なった。変数には「歩行距離（X1）」、「来訪頻度（X2）」、「店舗立ち寄り予定率（X3）」、「店舗立ち寄り購買率（X4）」を基準化して分析を行った（有効サンプル数229）。

7.2 クラスタ毎の属性と部位別クラスタ構成

分析結果を表3に示す。次に大須商店街の各通りを構成する客層の分析を行うため、クラスタ分析から得られたデータを用い、主要9通りと大津通を28個の部位として分解し、各部位における各クラスタの数を求めた（図6）。これらから各グループの解釈を行う。

i. Aグループ（n=34）

このグループは、長距離を歩き、来訪頻度は低め、店舗立ち寄り予定率・購買率がともに最少のグループである。同伴人数、平均年齢は中位であった。また、電化関連店の多い赤門通②の割合が高い（24.7%）。このことから「低頻度ウインドウショッピング型」と解釈する。

ii. Bグループ（n=24）

このグループは、店舗立ち寄り予定率が最大で、比較的歩行距離が長いグループである。店舗立ち寄り購買率、来訪頻度は中位であった。また、コメ兵のある本町通②（28.4%）や第二アメ横ビルのある赤門通①（23.4%）、大須観音のある大須観音通（23.4%）といったランドマークを擁する部位の割合が高いことや比較的若い年齢層のグループであることから「複数の目的店舗来訪型」と解釈する。

iii. Cグループ（n=44）

このグループは、来訪頻度が最少で、店舗立ち寄り予

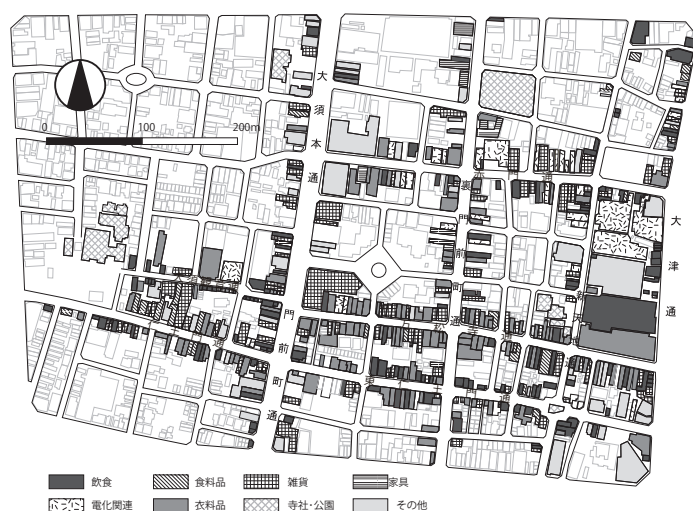


図3 主要9通り沿いと大津通沿いの店舗種分布

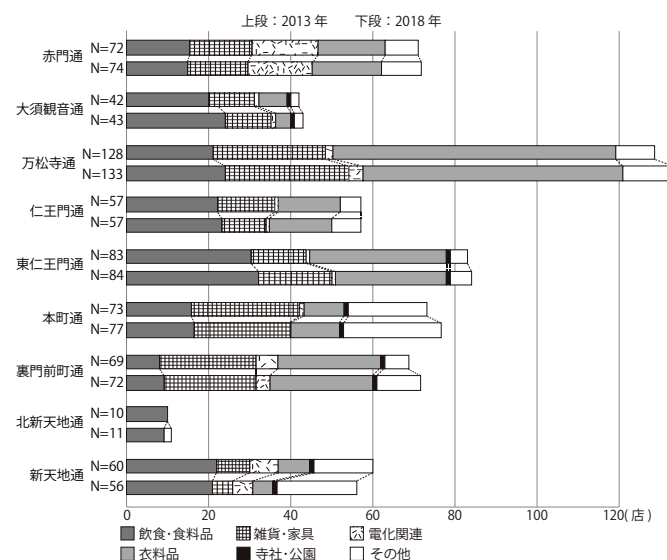


図4 主要9通り沿いの通り別の店舗種構成

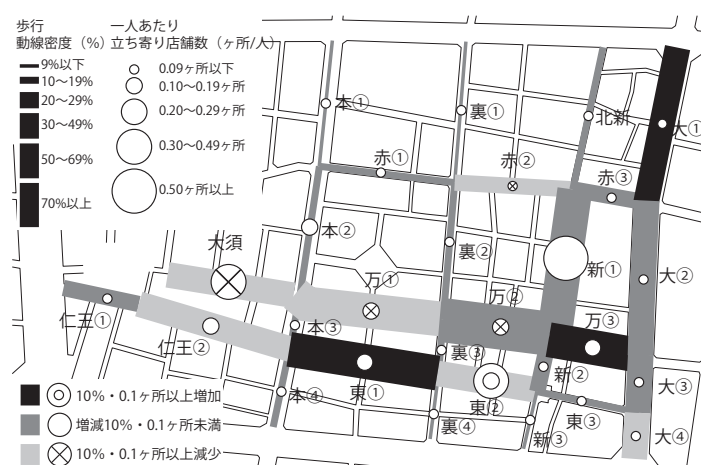


図5 通り別の各部位における動線密度と立ち寄り店舗数

定率が少なめ、歩行距離が最大、店舗立ち寄り購買率が
 高めのグループである。また、同伴人数が最大かつ平均
 年齢が最小なことから主に子供連れの家族を中心とした
 客層であることが推測できる。さらに、どの部位におい
 ても比較的高い割合である。このことから「初来訪観光
 型」と解釈する。

iv. D グループ (n=50)

このグループは、店舗立ち寄り予定率・購買率がとも
 に最大で、来訪頻度が高め、歩行距離が最少のグループ
 である。また、平均年齢が最大かつ同伴人数が最小であ
 り、生鮮食品を扱う店舗周辺の万松寺通③ (23.0%) や東
 仁王門通② (21.2%) の割合が高いことから大須周辺に住
 んでいる買い物客であることが推測できる。このことか
 ら「地元買い物客型」と解釈する。

v. E グループ (n=32)

このグループは、来訪頻度が最大、店舗立ち寄り予定
 率が最少のグループである。歩行距離、店舗立ち寄り購
 買率は中位であった。また、同伴人数、平均年齢は中位
 であった。高い頻度での来訪とグループの割合が各部位
 でばらついていることから様々な場所へ移動することを
 好む「回遊行動愛好型」と解釈する。

vi. F グループ (n=45)

このグループは、来訪頻度、店舗立ち寄り予定率が高
 めで、歩行距離、店舗立ち寄り購買率が低位のグループ
 である。同伴人数が最小であり、人通りの少ない裏門前
 町通④ (25.8%) や裏門前町通① (25.0%) の割合が高い
 ことから人混みを避けていることが考えられる。このこ
 とから「単一目的店舗来訪型」と解釈する。

8. 結論

1) 2018 年の大須来訪者は 2013 年と比較すると、来訪

表 3 各回遊グループの変数や属性の平均値

	Aグループ	Bグループ	Cグループ	Dグループ	Eグループ	Fグループ	計
(X1) 平均歩行距離(m)	1906.4	2019.0	2322.7	862.7	1295.8	952.8	1559.9
(X2) 来訪頻度	年1回以上	年1回以上	年1回以上	週1回以上	週1回以上	月1回以上	年1回以上
(X3) 立ち寄り予定率(%)	30.3	92.4	32.5	90.9	28.6	73.2	58.0
(X4) 立ち寄り購買率(%)	25.2	62.1	83.5	100.0	59.2	38.5	61.4
割合(%)	14.8%	10.5%	19.2%	21.8%	14.0%	19.7%	100%
サンプル数(n)	34	24	44	50	32	45	229
平均年齢(歳)	42.9	40.4	37.7	50.0	43.8	42.4	42.9
平均同伴者数(人)	1.7	1.9	2.3	1.6	1.8	1.6	1.8

者の滞在時間が大きく減少した。また、飲食店やレジャ
 ー施設などへの立ち寄りが増加した一方、雑貨・家具店
 や電化関連店への立ち寄りが減少した。

2) 2018 年の大須地区の店舗種構成は、5 年前と比べて
 全体的に「飲食・食料品」、「その他」の割合が高くなっ
 ている。商店街別で見ると、東仁王門通では、飲食・食
 料品店の増加によって衣料品店への特化が弱くなった。
 一人あたり立ち寄り店舗数の地区内分布は、5 年前と比
 べ万松寺通から他の通りに分散している傾向にあり、前
 述の「飲食・食料品」、「その他」の増加に対応している。

3) 2018 年調査の客層分析では、クラスター分析から客
 層の把握を行った。各グループの特徴において明確な差
 が存在し、サンプル数にも極端な偏りは見られないため、
 多種多様な目的を持った客層が入り乱れていることが確
 認できた。また、観光客以外の客層の存在から大須商店
 街は観光以外の需要も多く存在し、客層に応じた多くの
 店舗を地区全体として提供出来ていることが確認できた。

参考文献

- 1) 竹内昌史, 吉田琢美, 兼田敏之: 回遊行動からみた商店街複合地区の動態分析 -2008 年名古屋市大須地区調査の結果を中心として-, 日本建築学会計画系論文集, 660, pp361～pp368, 2011. 2
- 2) 小林由幸, 原崎雅也, 兼田敏之: 回遊行動からみた商店街複合地区における店舗動態の要因に関する分析 -2013 年名古屋市大須地区を事例として-, 日本建築学会技術報告集, 48, pp811～814, 2015. 6
- 3) 川口彩希, 位寄和久: 熊本市中心市街地来訪者の回遊行動の変化に関する研究, 日本建築学会計画系論文集, 719, pp101～pp108, 2016. 1

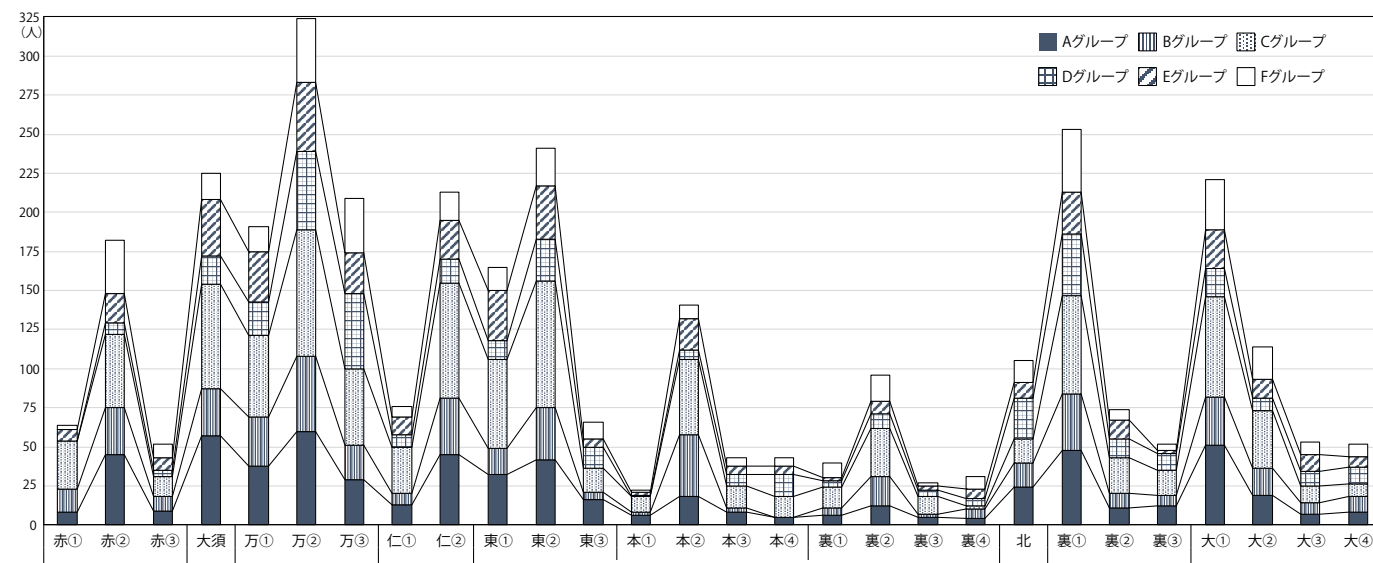


図 6 商店街部位別クラスター構成