

D-9

「駅ナカ」が駅前商店街に及ぼす影響の実態分析

Actual Situation Analysis of the Influence That "Ekinaka" Gives to Shopping District near the Station

指導教授 轟 朝 幸 3152 和 氣 悠 治

1. はじめに

近年、駅空間を再整備し、商業店舗などを充実させる駅ナカ事業が頻繁に行われており、鉄道事業者の新たな収入源確保になるほど大きな事業となっている。また、駅利用者は改札を出ることなく買い物ができるなど利便性の向上にもなっている。しかし、駅ナカの発展に伴い、駅前商店街利用客が減少する問題が指摘されている。

そこで本研究では、駅ナカ開業における駅前商店街へ及ぼす影響の実態とその要因を明らかにすることを目的とする。

2. 現状把握のためのヒアリング調査

(1) ヒアリング調査概要

本研究では、2005年に駅ナカが開業したJR西船橋駅周辺の西船橋商店街組合を対象に、駅ナカ開業による商店街への影響と、商店街の現状を把握するためにヒアリング調査を行った。

(2) ヒアリング調査結果

西船橋商店街では、近隣住民者は増加しているが利用者数は減少傾向になりつつあると述べている。その理由として、駅ナカの開業によりウインドショッピング（無目的客）や時間待ち合わせ者などが駅ナカに流れ、軽食関係、物品関係の店は客足が減少しているとの意見を得ることができた。これにより西船橋商店街では駅ナカ開業による影響があったという意識があることが明らかになった。

3. 利用実態の把握のためのアンケート調査

(1) アンケート調査概要

本調査は、駅ナカと商店街の利用状況と駅ナカ開業による商店街利用の変化、及び商店街利用客の減少の割合と要因を求めめるために、JR西船橋駅利用者及び駅周辺住民を対象に実施した。表-1にアンケート概要を示す。

表-1 アンケート調査実施概要

配布・回収期間	2006年11月20日から2006年12月21日	
依頼枚数	駅利用者配布	1,000枚
	住戸配布	500枚
回収枚数	363枚	
回収率	24.2%	
有効回答枚数	318枚	
有効回答率	21.2%	

駅での手渡しと住戸へのポスティングによる配布を行い、郵送回答により回収した。その結果、計 363 サンプルを回収でき、有効回答は 318 サンプルであった。

表-2にアンケート項目を示す。質問項目として、駅ナカと商店街の利用に関する項目、駅ナカの開業による利用変化を探る項目、駅ナカと商店街を各項目で5段階評価し、駅ナカと商店街のイメージの違いを探る項目を設定した。

表-2 アンケート項目

駅ナカと商店街について	利用頻度
	主な利用店舗
	主な利用理由
駅ナカ開業前の商店街	利用時の平均使用金額
	駅ナカ開業前の商店街の利用頻度
	駅ナカ開業前の商店街の主な利用店舗
	駅ナカ開業前の商店街の主な利用理由
商店街の利用の変化	駅ナカ開業前の商店街の平均使用金額
	駅ナカ開業後の商店街利用頻度の変化
駅ナカと商店街の5段階評価	雰囲気
	全体の店の種類
	各店舗の充実度
	利用のしやすさ
	店の親しみやすさ
	話題性
	各店舗への入りやすさ
	総合評価
個人属性	性別
	年齢
	職業
	JR西船橋駅の利用頻度

(2) アンケート集計及び分析

1) 商店街の利用変化について

図-1に駅ナカ開業後の商店街利用の変化割合を示す。駅ナカ開業後、24%の人が商店街を「利用しないようになった」と回答している。また、以前より商店街を「利用するようになった」と回答した人は13%であった。その結果、駅ナカ開業により商店街では11%の客が減少したことがわかった。

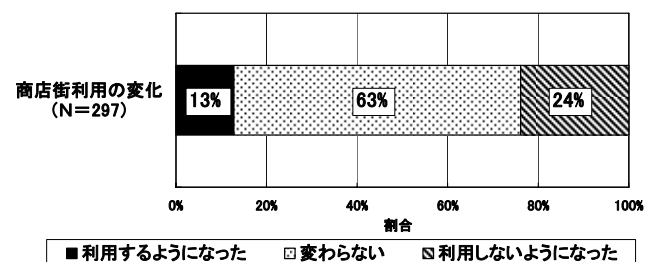


図-1 駅ナカ開業後の商店街利用の変化

2) 商店街利用者の属性について

駅ナカ開業後の商店街の利用の変化を個人属性別にクロス集計した。図-2に年代別の商店街利用の変化割合を示す。年代別では、年齢が高くなるほど「利用しなくなった」と回答する割合が高い結果となった。しかし、10代だけは「利用するようになった」と回答する割合が高かった。アンケート回答の利用店舗を見ると、10代は金銭的に安く品数のある商店街のコンビニやファストフードなどの飲食店を利用していた。また、年齢が高くなるほど商店街の利用をしなくなるのは、年齢が上がるにつれ商店街での買い回りの行動範囲が狭まり、また金銭的に余裕が出ることから、駅ナカで買い物を済ませたら商店街に立ち寄りなくなるためであると考えられる。

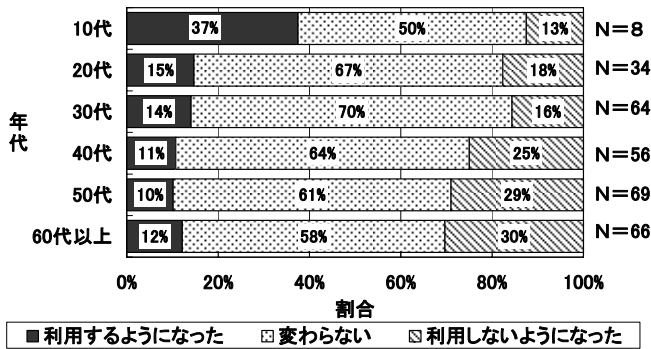


図-2 年代別の商店街利用頻度変化割合

図-3に駅利用頻度別の商店街利用の変化割合を示す。駅の利用頻度が高いほど、商店街または駅ナカのどちらかを利用するような行動パターンになる結果となった。商店街を「利用しないようになった」のは、普段駅を利用しており、実際に駅ナカを利用して便利と感じたためであると考えられる。一方で、「利用するようになった」のは、駅ナカ開業により駅の混雑を避けるため、商店街のコンビニや飲食店利用が増加していることが要因と考えられる。

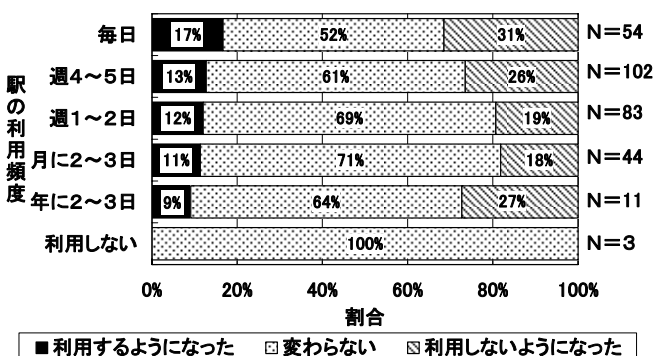


図-3 駅利用頻度別の商店街利用頻度変化割合

3) 商店街利用者減少の要因について

図-4に駅ナカと商店街の5段階評価平均スコアを示す。評価項目全てにおいて、駅ナカが商店街より高いスコアを示す結果となった。最も差が大きい結果となったのは、「雰囲気」の1.75であり、次いで「話題性」の1.04であった。このことから、商店街では「雰囲気」などの魅力度が駅ナカと比べ劣っていることが、客数減少要因であると考えられる。

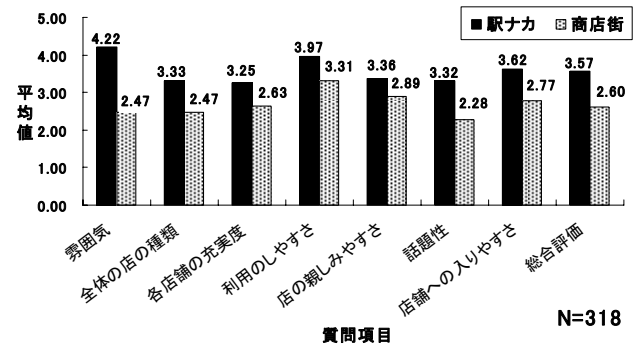


図-4 駅ナカと商店街の5段階評価平均スコア

4. 影響実態確認のヒアリング調査

アンケート調査の結果をもとに再度、西船橋商店街にヒアリング調査をした結果、10代の利用はコンビニや飲食店で多く見られ、また、年代が上がるほど商店街での行動範囲が狭くなり、商店街の利用頻度も低下傾向にあるとのことであった。これらより、アンケート結果を裏付ける結果が得られたため、商店街への影響について確認をすることができた。

5. おわりに

本研究では駅ナカ開業における駅前商店街への影響の大きさと、影響要因の分析を行った。

これより、駅ナカ開業により商店街利用者は約11%減少していることが明らかになった。属性別にみると、10代の飲食店利用者は増加しているが、年齢が上がるにつれ、金銭的な余裕や行動範囲の縮小により、購買意欲が低下し駅ナカで用事を済ませると商店街での買い物をしなくなることがわかった。また、駅の利用頻度が高いほど、以前と比べ商店街の利用に変化が生じることがわかった。これより、駅ナカによる影響実態の把握ができた。商店街利用の減少要因としては、「雰囲気」などの魅力度が、商店街の方が駅ナカより劣っているため、客数減少になっていることがわかった。

今後の課題として、商店街の客数減少を抑制する対策として、魅力度の向上、中高年層の利用増加の対策が重要であるといえる。