

卸商業団地における既存ストック群を活用した 店舗集積の実態分析 —岡山市問屋町の来訪者調査に基づいて—

竹内 幹太郎¹・氏原 岳人²・阿部 宏史³

¹学生会員 岡山大学大学院 環境学研究科 (〒700-8530 岡山市北区津島中三丁目1-1)

E-mail: dev421303@s.okayama-u.ac.jp

²正会員 岡山大学大学院助教 環境学研究科 (〒700-8530 岡山市北区津島中三丁目1-1)

E-mail: ujihara@cc.okayama-u.ac.jp

³正会員 岡山大学大学院教授 環境学研究科 (〒700-8530 岡山市北区津島中三丁目1-1)

E-mail: abel@cc.okayama-u.ac.jp

産業集積の衰退により発生する低・未利用の既存建築物群「既存ストック群」を、新たな店舗出店の受け皿として用途転換を図る際の知見を得るため、既存ストック群を活用した店舗集積が発生している岡山市北区問屋町の卸商業団地を事例に、その店舗集積の実態を来訪者の行動と意識に関する調査に基づいて分析した。その結果、来訪者の行動には、問屋町内における店舗利用機会の増加や賑わい創出につながる“問屋町というエリア単位の要素”が現れていた。さらに、来訪者の意識に関する分析から、既存ストック群に店舗集積が形成されることで創出した問屋町全体の“雰囲気”が、出店店舗にとって利点となる来訪者行動の発生や問屋町としての魅力に効果を与えていることが明らかになった。

Key Words : *land use, existing building stock, conversion, store accumulation, wholesale business complex*

1. 研究背景と目的

少子高齢化や産業構造の変化など時代の転換期にある我が国では、国土全般において「低・未利用地」の増加が深刻化している。そのため、国土交通省は、2005年10月に国土審議会土地政策分科会企画部会の下に「低・未利用地対策検討小委員会」を設置し、土地政策の観点から低・未利用地対策について議論を行ってきた。そしてその中では、これからの土地利用のあり方として「その土地が本来予定していた用途とは異なる新たな需要に対応した利用」、すなわち「用途転換」による新たな土地活用の必要性が述べられている¹⁾。

また一方では、地球環境問題などの深刻化から、ストック型社会への転換が急務とされており、「既存建築物ストック(以下、既存ストックとする)の有効活用」も求められている²⁾。

これらのことから、我が国では「土地利用の用途転換」と「既存ストックの有効活用」に着目した取り組みが今後より重要になると考えられる。

このような中、我が国では伝統工芸を中心に古くから多くの都市で産業集積が形成され、さらに、1947年に高度化事業が開始されて以降は、市街地に散在する工場や店舗などを集団で都市における近隣郊外などへ移転し、新たな産業集積が整備されてきた。本研究でいう産業集積とは、一般消費者を対象とした小売業やサービスを除く製造業や卸売業などの集積である。しかし、産業構造の変化から、これらの産業集積が衰退し、その結果、既存建築物群が低・未利用化する問題が発生している。

産業集積は、都市基盤施設の整った都市において高度利用が図られるべき環境に立地している可能性が高く、有効な土地利用が求められる。しかし、産業構造の変化から、低・未利用化した既存建築物群は従前用途による利用が困難なケースが増加している。また、地方都市を中心に各自治体の財政状況は厳しく、再開発など大規模な事業の実施は困難であることが実情である。

そのため今後は、これらの低・未利用化した既存建築物群を「既存ストック群」と捉え、「用途転換」に着目したエリアレベルでの改善策を検討する必要がある。

用途転換に着目した産業集積における既存ストック群の活用に関する既存研究としては、地場産業集積の空き工場群を活用した小売業やサービス業の店舗集積について、店舗出店者への調査からその形成プロセスを明らかにした研究³⁾が存在するが、研究蓄積は十分でない。

本研究の事例対象地である岡山市北区問屋町(以下、問屋町とする)は、協同組合岡山県卸センター(以下、岡山県卸センターとする)により、卸商業団地が整備された地区である。1960年代前半から問屋町の属する今地区では、岡山市西部拠点としての整備が開始され、岡山県卸センターはその中核として誘致された。しかし、1990年代前半からの卸売業の衰退を受け、団地内における空き倉庫・事務所などの増加が深刻な問題となった。

そのため、岡山県卸センターは、2000年に組合の基本規則を定める定款の変更を行い、卸売業以外の団地内利用を容認するなど用途転換による取り組みを可能とする施策を実施した。その結果、空き倉庫・事務所などを活用した小売業やサービス業の店舗出店が相次ぎ、岡山市における新たな店舗集積地として注目を集めている。

これは卸商業団地という産業集積に発生した既存ストック群に対して、用途転換により店舗集積を新たに形成する成果を得た先事例である。なお、問屋町では、まちづくりの観点から施策を実施した後に、地権者レベル(岡山県卸センターに加入する企業(以下、卸センター組合員とする)レベル)の取り組みにより既存ストック群を活用した店舗集積が形成された。つまり、産業集積の既存ストック群は、まちづくりの観点からその活用を計画することで、大規模な事業を行わずとも、新たな用途へ転換できる可能性があることを示している⁴⁾。そして、その転換策として店舗集積の形成は、回遊行動から来訪者による店舗利用の可能性を拡大し、出店店舗に顧客吸収の機会などの利点を与えるため有効といえよう。

しかし、これまでに問屋町に来訪者を対象とした調査は行われておらず、来訪者の行動に回遊行動など出店店舗にとって利点となる行動が実際に発生しているか、また、既存ストック群を新たな店舗出店の受け皿として活用することが来訪動機など来訪者の意識にどのような影響を与えているか、来訪者の行動と意識に対する実態は明らかにされていない。

そこで本研究では、卸商業団地の既存ストック群を活用することで新たな店舗集積を形成している問屋町に来訪者を対象としたアンケート調査を実施し、その行動と意識に関する分析に基づいて問屋町における店舗集積の実態を明らかにする。そして、今後、産業集積に発生した既存ストック群を新たな店舗出店の受け皿として用途転換を図る際に、基礎資料となる知見を得ることを目的とする。

以下、2では、既存研究と本研究の特長について説明

し、3では、事例対象地である問屋町の概要について説明する。4では、来訪者へのアンケート調査概要について説明をする。5では、問屋町に来訪者に関する基本的な情報として来訪者の構成と来訪特性を把握する。6では、問屋町への“初来訪”と“今回の来訪”に関する来訪者の行動に着目することで、来訪者の行動からみた問屋町の実態を明らかにする。さらに7では、来訪者の意識からみた問屋町の実態を明らかにするため、来訪者の来訪動機に関する潜在因子を探り、行動や問屋町への評価との関係を分析する。そして、8においてまとめを述べる。

2. 既存研究と本研究の特長

用途転換に関する研究は、工場用地に着目した研究⁵⁾をはじめ、大規模商業施設⁶⁾や鉄道線路跡地と駅跡地に着目した研究⁷⁾、そして、廃校に着目した研究⁸⁾など土地や施設を対象として多岐に渡っている¹⁾。

このうち、産業集積における既存ストック群の用途転換に関する研究は、前述したように地場産業の衰退により発生した空き工場群を活用した店舗集積について、出店理由や介在者の存在を明らかにした坂本ら³⁾の研究や本研究の事例対象地である問屋町の新たな店舗集積について、店舗出店者への調査からその発生プロセスと要因を明らかにした竹内ら⁴⁾の研究がある。

また、産業集積とは異なるが、長屋などの古い住居ストック群を活用した店舗集積について、その空間要素や印象を心理的な観点から定量的に評価した篠田ら⁹⁾の研究もある。しかし、これら以外に既存ストック群の用途転換に着目した研究はみられない。また、既存研究³⁾⁴⁾⁹⁾では来訪者を対象とした調査は行われておらず、その実態はわかっていない。

店舗集積の来訪者に関する研究としては、中心市街地などを対象に、行動に着目した研究¹⁰⁾や意識について着目した研究¹¹⁾、さらに行動と意識の関連性に着目した研究¹²⁾など多岐に渡っている。しかし、用途転換により既存ストック群に形成された店舗集積について、来訪者の実態はこれまでに明らかにされていない。

以上を踏まえて、本研究の特長を述べる。

- 1) 産業集積の既存ストック群に関しては、産業構造の変化により今後さらに発生すると考えられるが、現在までに十分な研究が行われていない。本研究では、産業集積の既存ストック群について、用途転換に着目した対応を検討課題としている。
- 2) 産業集積の既存ストック群に対して、用途転換に着目した取り組みにより、新たな店舗集積が形成された卸商業団地を事例対象地としており、既存

研究が不十分なテーマである。

- 3) 産業集積の既存ストック群において新たな店舗集積形成の可能性を検討する際には来訪者に着目した知見が求められる。しかし、産業集積に限らず、用途転換により既存ストック群に形成された店舗集積について、来訪者を対象とした調査はこれまで行われておらず、その実態はわかっていない。そこで、本研究では、既存ストック群を活用した店舗集積が発生している卸商業団地である問屋町の来訪者を対象とするアンケート調査を独自に行い、その行動と意識に関する詳細な分析を行う。

3. 事例対象地の概要

(1) 問屋町の概要

問屋町は、**図-1** に示すように、JR 岡山駅より南西 3km に位置する約 13ha の地区であり、用途地域は商業地域に該当する。また、地区内は、卸商業団地のみで形成されている。

問屋町付近は、岡山県卸センターの進出により、街区および道路の整備が開始され、1990年に同地区の土地区画整理事業が完了した。また、地区周辺は、土地区画整理事業が順次実施されており、2005年には、問屋町近隣を南北に走る国道180号岡山西バイパスが開通し、岡山市内を東西に走る国道2号バイパスと結ばれた。これより、問屋町は道路・街路などの都市基盤施設が整備された環境に立地している。

(2) 定款変更による問屋町の変化⁴⁾

岡山県卸センターは、岡山県繊維製品卸商業組合が中心となり1963年に設立された組合であり、設立後、問屋町に用地を取得し卸商業団地を整備した。卸センター組合員数は、1970年代前半から半ばにかけて、86社まで増加したが、卸売業の衰退から定款変更時の2000年には64社となり、都市基盤施設の整備が進む岡山市西部拠点での衰退が危惧された。

このため、岡山県卸センターは2000年5月に定款の変更を実施し、卸売業以外の団地内利用(卸売業以外の業種による店舗利用や住宅利用など)と卸センター組合員による不動産業務を容認することで、地権者レベルでの用途転換の取り組みを可能とした。その結果、卸センター組合員数は49社(2009年12月現在)にまで減少する一方で、小売業、サービス業の新たな店舗出店が相次ぎ、現在では、52店舗(2009年12月現在)が集積している。そして、**写真-1**のように、これらの店舗を目的とした新たな利用者が問屋町を訪れている。

業種の内訳は、小売業が48.1%、サービス業が51.9%

であり、サービス業は飲食業(34.6%)と美容・理容業(17.3%)で構成されている。

また、全店舗のうち、97.8%は団地内の空き倉庫・事務所などの既存建築物を店舗物件として単独や共同で利用しており、既存ストック群の有効活用が行われている。

(3) 産業集積の既存ストック群としての問屋町の特徴

産業集積の既存ストック群は、従前用途などその背景により建築物や集積密度、立地環境などが様々である。そこで、前節までの概要を踏まえ、産業集積の既存ストック群としての問屋町の特徴を述べる。なお、これは本研究で得られる知見を基礎資料として用いる場合に考慮すべき要点であるともいえる。

- 1) 問屋町では、空き倉庫・事務所などの建築物を店舗物件として活用しており、建築物の規模が店舗物件として大きい場合には、建築物内を分割して複数の店舗が共同で利用している。つまり、既存ストック群は店舗利用への転換に対して柔軟に対応可能な建築物である。
- 2) 問屋町は13haの地区内に存在する既存ストック群を活用して店舗が集積されており、来訪者は店舗集積内を自由に歩いて回ることができる。つまり、既存ストック群はヒューマンスケールな密度で集積している。
- 3) 立地環境について問屋町は、道路・街路など都市基盤施設の整備された都市の近隣郊外に立地している。そのため、既存ストック群は自動車の交通便利性が高い場所に存在する。

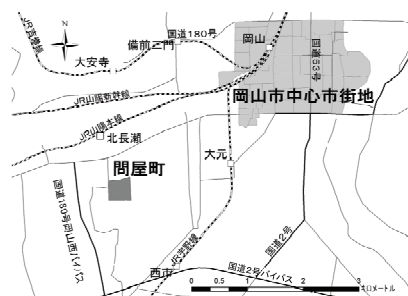


図-1 問屋町位置図



写真-1 問屋町の来訪者

4. 来訪者へのアンケート調査概要

アンケート調査は、問屋町の来訪者(中学生以上)を対象に、平休日の4日間、回答者がその場でアンケート調査票に記入する自己記入方式により実施し、360名から回答を得た。なお、本調査は、問屋町内の店舗を目的に含む来訪者のみを対象とし、目的に業務を含む来訪者は対象外とした。調査項目などを表-1に示す。

表-1 調査の概要

調査日	平日		休日	
	2010年7月6日	2010年7月8日	2010年7月4日	2010年7月10日
調査時間	午前11時～午後19時			
回収サンプル数	125		235	
調査項目	(1)個人属性 (2)来訪の目的 (3)問屋町へ来訪した動機 (4)問屋町の総合的な魅力度 (5)来訪前について (6)来訪時の行動について (7)過去の来訪について (8)問屋町の卸商業団地としての認識			

5. 来訪者の構成と来訪特性

本章では、問屋町への来訪者の基本的な情報を把握するため、来訪者の構成と来訪に関する特性について、アンケート調査の集計を実施した。なお、問屋町の来訪者についてその特徴をより明確にするため、集計結果の考察を行う際に、岡山市内で最も代表的な中心市街地の店舗集積である表町商店街への来訪者との比較を行った。具体的には、表町商店街への来訪者の実態を把握するため2006年の平休日に3日間実施された既存アンケート調査結果を用いた¹³⁾。この既存アンケート調査は、本研究のアンケート調査と類似した目的で実施されており、来訪者の特徴を調査結果の項目別構成割合から比較することができる。そこで、来訪者の「性別」「年齢」「目的」についてその特徴を比較した。

(1) 来訪者の構成

問屋町の来訪者はどのような属性で構成されているかを把握するため、図-2に来訪者の構成を示す。

集計の結果、回答者は「女性」の割合が70.8%と高く、性別構成に偏りがみられる。しかし、これは表町商店街における来訪者の性別構成と類似した傾向にある¹³⁾。年齢層については「20歳代」が52.2%と全体の半数以上を占め、これに「30歳代」を合わせると全体の8割以上になる。表町商店街における「20歳代」「30歳代」の割合は、27.0%、9.8%である¹³⁾ことから年齢構成は大きく異なる。居住地については、「岡山市」が58.5%と全体の約6割を占めるが、「倉敷市」「その他県内」「県外」からの来訪もみられる。同伴者については、「友人」が43.1%と最も高く、次いで「家族」が高い。

以上より、問屋町は、成人若年層を中心に比較的広域な範囲からの来訪が存在している点に特徴がある。

(2) 来訪者の来訪特性

問屋町への来訪はどのような特性があるかを把握するため、図-3に、来訪者の来訪特性を示す。

問屋町への目的(複数回答)については、「食事・喫茶」が58.7%と全体の半数以上を占め、「買物」が

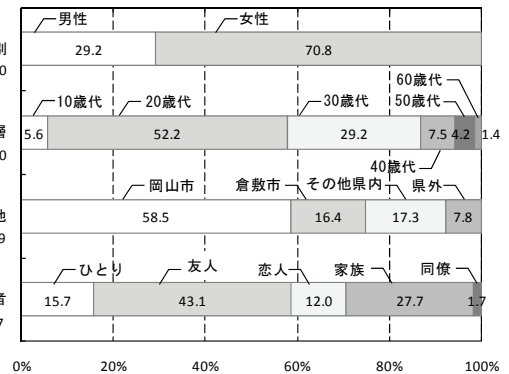


図-2 来訪者の構成

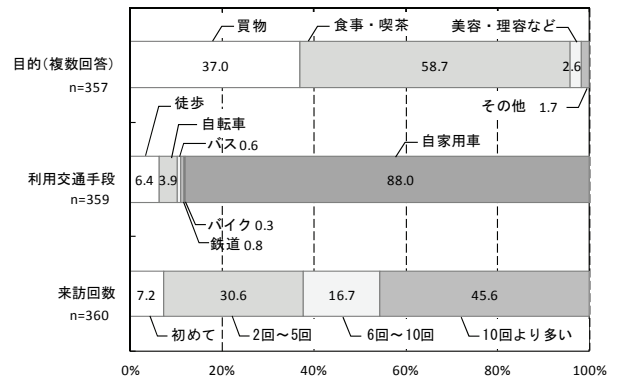


図-3 来訪者の来訪特性

37.0%であった。表町商店街への目的(複数回答)は、「買物」が66.5%、「娯楽・食事」が15.3%である¹³⁾ため、問屋町は店舗利用を来訪目的とされるなかで、特に、飲食が目的である割合が高い点に特徴がある。なお、目的が複数の場合、その殆どは「買物」「食事・喫茶」の組み合わせであった。

利用交通手段については、「自家用車」が88.0%と高く問屋町への来訪手段としては突出している。また、来訪回数については、「10回より多い」が45.6%であり、問屋町へのリピート性は高い。

次に、買物を目的に含む来訪者が、どのような買物のために来訪しているかを把握するため、図-4に、来訪者の買物品目と商品の種類を示す。問屋町における最も主要な買物品目は、「衣料品」が7割以上を占めている。さらに、「その他」を除く買物品目について商品の種類を尋ねたところ、買物品目全体の9割以上を占める「衣料品」「生活用品」は、おしゃれ着や趣味の品など「好みやこだわりを重視する」商品である場合が8割以上と

なっている。このことから、ファッション性のある商品を求めた買物であることが推測される。

以上から、問屋町では、自家用車による来訪者を中心に、飲食やファッション性のある買物のため来訪されており、リピート性は高いことが明らかになった。

6. 来訪者の行動からみた問屋町の実態

本章では、地権者レベルでの用途転換の取り組みにより、産業集積の既存ストック群に店舗集積を形成した場合、出店店舗にとって利点となる環境と成り得るかどうかを検証するために、来訪者の行動から問屋町の実態を把握する。なぜなら、問屋町も含め産業集積は、本来、一般消費者を対象とした店舗が集積する場所ではない。そのため、既存ストック群を活用して店舗集積が形成された場合にも、来訪者は単に限定された店舗のみを利用するために来訪している可能性も考えられるためである。

そこで本研究では、来訪者の行動に“店舗単位”ではなく、問屋町内における店舗利用機会の増加や賑わい創出につながる“問屋町というエリア単位の要素”が現れていることを出店店舗にとって利点となる環境と捉え、その実態を把握する。

具体的には、図-5に示すように、来訪者の問屋町への“初来訪”と“今回の来訪”について、その一連の過程を「来訪プロセス」と定義し、問屋町に対する“認識”“選択”“利用”に関連する行動が発生する3つのプロセスにおいて、「エリア単位」「店舗単位」どちらの要素が現れているかアンケート調査結果より定量的に提示する。

(1) 初来訪のきっかけとなった情報【“認識”】

来訪者が問屋町へ初めて来訪するきっかけとなった行動は様々であると考えられるが、その時に得た情報(以下、「初来訪のきっかけとなった情報」と呼ぶ)が「問屋町というエリアの情報」であれば、問屋町内の出店店舗は存在を知られていなくとも認知され、来店の可能性を得ることができる。そこで、アンケート調査では図-5に示すように、初来訪のきっかけとなった情報を「問屋町というエリアの情報」と「店舗のみの情報」の選択肢により尋ねている。

図-6より、初来訪のきっかけとなった行動は、60.8%が「友人・知人など人から教えてもらった」であり、友人や知人からの情報提供が大半を占める。そして、そのきっかけとなった情報は「問屋町というエリアの情報」が過半数(60.5%)を占めていることが把握できた。

さらに、初来訪のきっかけとなった情報について、その変化を経年的に把握するため、初来訪時期とのクロス

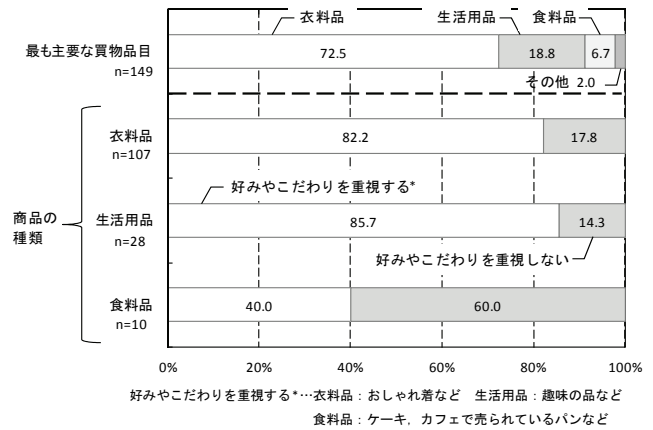


図-4 来訪者の買物品目と商品の種類

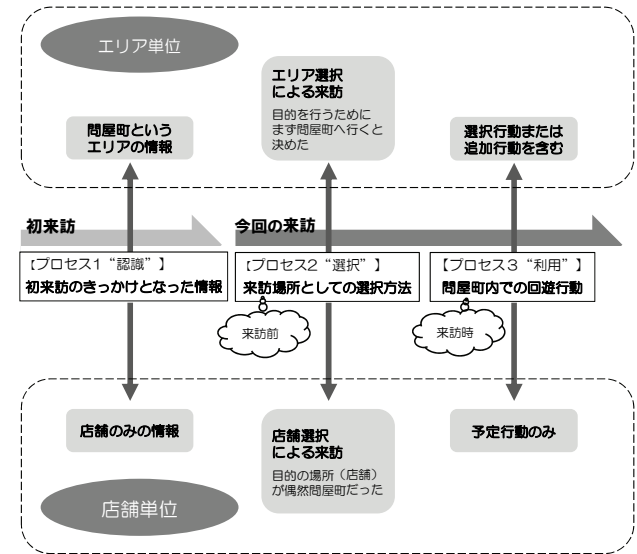


図-5 来訪プロセスのフロー図

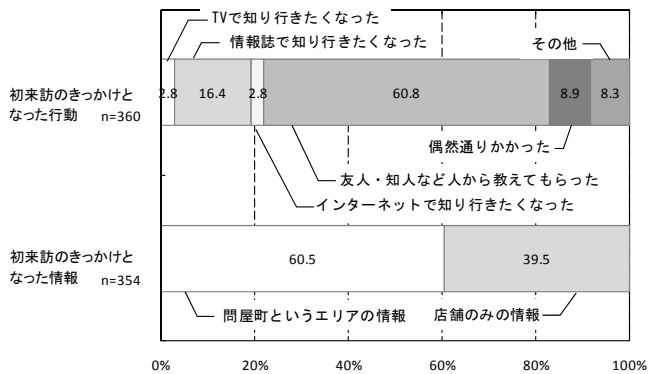


図-6 初来訪のきっかけとなった情報

集計を行った。なお、クロス集計結果に対して独立性の検定を行ったところ有意差(1%水準)がみられた。図-7より、初来訪のきっかけとなった情報は「店舗のみの情報」から「問屋町というエリアの情報」へ経年的に変化しており、「5年以上」と「1年未満」を比較すると割合が逆転している。また、残差分析の結果、「5年以上」については、「問屋町というエリアの情報」が有意(1%水準)に低い。問屋町内への店舗出店は「3年以上～5年

未満」にあたる、2005年から2007年にかけて急増している⁴⁾ため、この時期に問屋町に対する認識が「店舗が集まるエリア」へと変化したことが伺える。

(2) 来訪場所としての選択方法【“選択”】

来訪者が今回、目的を行う場所として問屋町を選択する際に、その方法(以下、「来訪場所としての選択方法」と呼ぶ)が“目的を行うためにまず問屋町へ行くと決めた”すなわち「エリア選択による来訪」である場合、問屋町内の出店店舗は、自店舗を来訪目的とされていなくても来店機会を得られる可能性がある。

これを把握するため、アンケート調査では図-5 に示すように、来訪場所としての選択方法について「エリア選択による来訪」を表した“目的を行うためにまず問屋町へ行くと決めた”と「店舗選択による来訪」を表した“目的の場所(店舗)が偶然問屋町だった”の選択肢により尋ねている。その結果、図-8 より、来訪者の55.4%が「エリア選択による来訪」であり、問屋町はエリア単位での選択が行われている傾向にある。

(3) 問屋町内での回遊行動【“利用”】

さらに、来訪者が問屋町内を店舗利用のため歩いて回る(以下、「問屋町内での回遊行動」と呼ぶ)ことは、問屋町内の出店店舗への来店機会が増加することに加え、滞在時間の増加を通じて、問屋町というエリア全体としての賑わい創出にもつながる。

そこで、アンケート調査では、問屋町内での回遊行動について把握するため、来訪者の店舗利用に関する行動を、(a) 目的に対して来訪前に予定していた店舗を利用する「予定行動」、(b) 目的に対して来訪前には具体的な店舗を決めず、来訪後に利用する店舗を選択する「選択行動」、(c) (a)・(b)とは別に、来訪時新たに利用する店舗を散策する「追加行動」の3つに分類し、各行動の有無について尋ねている。このうち、「予定行動」に関しては店舗単位の行動といえるため、本研究では、図-5 に示すように「選択行動」と「追加行動」を問屋町内の出店店舗にとって利点となる回遊行動として捉え、「選択行動または追加行動を含む」と「予定行動のみ」の2種類に分類して集計した。

集計の結果、図-8 に示すように、来訪者の76.1%が「選択行動または追加行動を含む」行動を行っている。これより、来訪者の多くが、問屋町内において出店店舗の利点となる回遊行動を行っているといえる。

以上、本章の結果より、問屋町では、来訪者の行動に店舗利用機会の増加や賑わい創出につながる“問屋町というエリア単位の要素”が現れている。このことから、出店店舗にとって利点となる環境が形成されていることが確認できた。

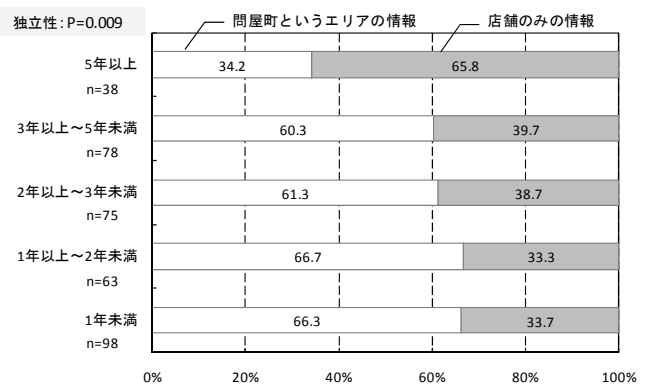


図-7 初来訪時期別にみた初来訪のきっかけとなった情報

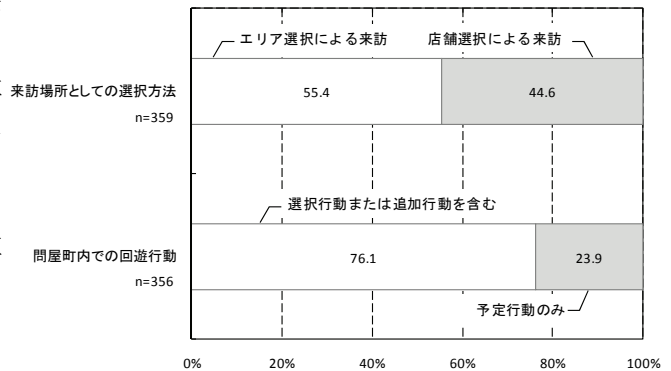


図-8 来訪場所としての選択方法と問屋町内での回遊行動

7. 来訪者の意識からみた問屋町の実態

本章では、産業集積の既存ストック群を活用して店舗集積を形成することが、来訪動機にどのような影響を与えるか明らかにするため、来訪者の来訪動機に関する潜在因子を探る。そして、その潜在因子が来訪者の行動や問屋町に対する評価にどのような影響を与えているのか、その関係を分析することで、来訪者の意識からみた問屋町の実態を明らかにする。

なお、来訪者へのアンケート調査では、“問屋町が卸商業団地であることをご存じですか?”という「問屋町の卸商業団地としての認識」に関する項目(「はい」「いいえ」により回答)を設定している。さらに、「問屋町へ来訪した動機」に関する項目(17項目、「あてはまる」から「あてはまらない」までの5段階により回答)に「卸商業団地に新しく店舗が集まっている空間に魅力を感じる」という項目を設定しており、以前から問屋町が卸商業団地であることを認識していた場合に限り、この項目を用いることにした。

アンケート調査の結果、卸商業団地としての認識については「はい」が81.1%を占める結果となった。このことから、来訪動機を用いた分析を行ううえで、「卸商業団地に新しく店舗が集まっている空間に魅力を感じる」は注目すべき項目といえる。

そこで本章では、問屋町の卸商業団地としての認識に

ついて「はい」と回答した291名を対象に分析を行う。

表-2 問屋町への来訪動機に関する因子分析結果

(1) 問屋町への来訪動機に関する潜在因子

来訪動機がどのような潜在因子から影響を受けているか明らかにするため、「問屋町へ来訪した動機」に関する17項目について、5段階回答の「あてはまる」側から5~1の得点を付与した回答結果を用いて、探索的因子分析(主因子法：プロマックス回転)を行った。なお、分析の際に「車がなくても徒歩や自転車で行ける」「電車やバスなど公共交通が利用しやすい」「駐車(駐輪)料金を気にする必要がない」の3項目については、天井効果およびフロア効果がみられたため除いている²⁾。因子数は初期の固有値が1以上のものを採用して4とした。その際の第4因子までの累積寄与率は、30.7%、44.3%、56.4%、63.7%であった。

表-2に、問屋町への来訪動機に関する因子分析結果を示す。ここでは、因子負荷量の高い項目(0.4以上)に着目している。なお、表-2には、各項目の平均値を示した。項目別にみた場合、「店舗内容に個性やこだわりを感じる店舗がある」「店舗の内外装に個性やこだわりを感じる店舗がある」「おしゃれを楽しむ空間として魅力を感じる」の値が高く、「魅力的な従業員がいる店舗がある」「知り合いなど人にあまり会わないため人目を気にせず目的を楽しめる」の値は低い傾向がみられた。

第1因子は、店舗の魅力とその集積に関する項目で構成されている。このうち「目的を行う際に魅力的な店舗が複数ある」は、5(2)の「問屋町への目的」と「来訪者の買物品目と商品の種類」についての考察より、飲食やファッション性のある買物を行う際に魅力的な店舗が集積していることを表している。これに「特定の業種を中心に魅力的な店舗が集まっている」の項目を踏まえると、問屋町は、飲食やファッションに特化した店舗集積であることが来訪動機に影響を与えていることがわかる。これらのことから、第1因子は『飲食やファッションに関する店舗に特化した集積』を表す因子といえる。

第2因子は、自動車やバイクの交通利便性に関する項目で構成されている。このうち、「店舗の近くに車(バイク)を止められるためすぐに店舗へ行ける」「問屋町内で駐車(駐輪)がしやすい」については、問屋町内で卸売業者の業務利便性確保から道路交通法の駐車禁止が適用されないため、来訪者は店舗前などの自由な位置に駐車することができることと関係している⁴⁾。さらに「問屋町まで車(バイク)で来やすい」については、問屋町周辺が、土地区画整理事業と国道180号岡山西バイパスの開通により、自動車やバイクの交通利便性に優れた環境にあることによるものである⁴⁾。これらに加えて、問屋町への交通手段が自家用車中心であることを考慮すると、第2因子は『自動車利用に関する交通の利便性』を表す

変数	因子負荷量				平均値
	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	
店舗内容に個性やこだわりを感じる店舗がある	0.774	0.055	-0.253	0.048	4.18
店舗の内外装に個性やこだわりを感じる店舗がある	0.663	-0.030	0.118	-0.022	4.03
魅力的な従業員がいる店舗がある	0.586	-0.083	0.009	0.144	3.06
目的を行う際に魅力的な店舗が複数ある	0.552	-0.048	0.172	-0.126	3.84
特定の業種を中心に魅力的な店舗が集まっている	0.443	0.089	0.266	-0.060	3.92
店舗の近くに車(バイク)を止められるためすぐに店舗へ行ける	-0.030	0.841	0.027	-0.004	3.63
問屋町内で駐車(駐輪)がしやすい	0.034	0.797	-0.064	0.005	3.15
問屋町まで車(バイク)で来やすい	-0.035	0.562	0.063	0.011	3.34
おしゃれを楽しむ空間として魅力を感じる	0.022	0.096	0.864	-0.091	4.09
いつもとは違う気分を楽しめる	-0.088	-0.075	0.648	0.218	3.73
卸商業団地に新しく店舗が集まっている空間に魅力を感じる	0.119	-0.036	0.602	0.068	3.79
人が混雑していないため落ち着いて目的を楽しめる	0.017	0.094	0.037	0.794	3.30
知り合いなど人にあまり会わないため人目を気にせず目的を楽しめる	-0.036	-0.090	0.010	0.621	2.67
問屋町内の歩行環境が良い	0.045	0.036	0.035	0.555	3.16
因子名					
第1因子	飲食やファッションに関する店舗に特化した集積				
第2因子	自動車利用に関する交通の利便性				
第3因子	卸商業団地の空き倉庫などを活用した店舗集積が創出する雰囲気				
第4因子	閑静でゆとりとした環境				
相関					
第1因子	-	0.275	0.587	0.261	
第2因子	-	-	0.206	0.178	
第3因子	-	-	-	0.472	

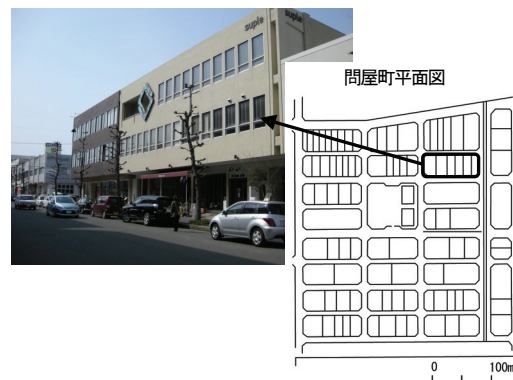


写真-2 問屋町内の既存建築物

因子と解釈できる。

第3因子は、空間の魅力や気分に関する項目で構成されている。店舗集積において、「おしゃれを楽しむ空間」や「いつもとは違う気分」は、立地する建築物とそれらの利用用途が大きく影響すると考えられることや、「卸商業団地に新しく店舗が集まっている空間に魅力を感じる」の因子負荷量が高いことを踏まえると、第3因子は『卸商業団地の空き倉庫などを活用した店舗集積が創出する雰囲気』を表す因子と考えられる。なお、写真-2より問屋町における空き倉庫・事務所などの既存建築物は、区画内がすべて連結された構造であり、その外観から特徴的な街並みを形成している⁴⁾。つまり、第3因子はこれらの既存建築物を活用して新たな店舗を集積することが、来訪者の来訪動機となる雰囲気の創出につながっていることを表している。

第4因子は、問屋町内の環境に関する項目で構成されている。「人が混雑していないため落ち着いて目的を楽しめる」「知り合いなど人にあまり会わないため人目を気にせず目的を楽しめる」については、問屋町内の歩行者通行量が混雑のない程度であり、閑静な環境が形成されていることと関係している。また、「問屋町内の歩行環境が良い」は、卸売業者の業務利便性確保のため広い歩車道が設けられていることから、歩行者はゆっくりと歩きやすい。これより、第4因子は『閑静でゆっくりとした環境』を表す因子といえる。

以上、来訪動機は、問屋町の店舗集積としての要素に関連する4つの潜在因子の影響を受けていることが明らかになった。

(2) 来訪動機に関する潜在因子と行動・評価との関係

次に本節では、問屋町への来訪動機に関する潜在因子が、来訪者の行動や問屋町に対する評価にどのような影響を与えているかを明らかにする。

まず、来訪者の行動との関係を明らかにするため、6(2)において把握した「来訪場所としての選択方法(プロセス2)」から、「エリア選択による来訪」と「店舗選択による来訪」を外的基準とし、来訪動機に関する各潜在因子の因子得点を説明変数とした判別分析を行った。

図-9に、来訪動機に関する潜在因子を用いた「来訪場所としての選択方法」の判別分析結果を示す。図-9の横軸の数値は、来訪動機に関する潜在因子が「エリア選択による来訪」と「店舗選択による来訪」のどちらにどの程度影響を与えているかを表す判別係数値を示す。

各因子の係数値より、『卸商業団地の空き倉庫などを活用した店舗集積が創出する雰囲気』が、「エリア選択による来訪」に大きく影響を与えていることがわかる。

なお、来訪場所としての選択方法(プロセス2)と6(3)における問屋町内での回遊行動(プロセス3)についてクロス集計を行い、さらに独立性の検定を行った結果、「エリア選択による来訪」は「店舗選択による来訪」と比較して「選択行動または追加行動を含む」が有意(1%水準)に高いことが示された。これらのことから、問屋町で空き倉庫・事務所などの既存ストック群を活用して店舗を集積することは、問屋町内での店舗利用機会の増加や賑わい創出など出店店舗にとっての利点につながる来訪者行動の発生に良い効果を与えている。

続いて、問屋町に対する評価との関係を、共分散構造モデルを用いて把握した。図-10に、来訪動機に関する潜在因子と問屋町に対する評価との因果関係モデルを示す。なお、問屋町の評価に関する観測変数は、「問屋町の総合的な魅力度(5段階評価)」を用いた。モデルの適合度は、GFIが0.922、AGIFが0.884であった。

分析の結果、既存ストック群を活用した店舗集積とし

ての本質的要素である『飲食やファッションに関する店舗に特化した集積』と『卸商業団地の空き倉庫などを活用した店舗集積が創出する雰囲気』が、「問屋町の総合的な魅力度」に対して有意(それぞれ1%水準、5%水準)に正の影響を与えている。そして、『飲食やファッションに関する店舗に特化した集積』は『卸商業団地の空き倉庫などを活用した店舗集積が創出する雰囲気』に対して有意(1%水準)に正の影響を与えている。

一方、既存ストック群を活用した店舗集積としての付帯的要素である『自動車利用に関する交通の利便性』と『閑静でゆっくりとした環境』は、互いに正の相関が有意(1%水準)であるものの「問屋町の総合的な魅力度」へのパスは有意ではなく、影響度も『飲食やファッションに関する店舗に特化した集積』や『卸商業団地の空き倉庫などを活用した店舗集積が創出する雰囲気』の影響度と比べて小さい。しかし、これらの潜在変数は、『自動車利用に関する交通の利便性』が『卸商業団地の空き倉庫などを活用した店舗集積が創出する雰囲気』を介した場合を除き、『飲食やファッションに関する店舗に特化した集積』や『卸商業団地の空き倉庫などを活用した店舗集積が創出する雰囲気』を介すことで、間接的に「問屋町の総合的な魅力度」に対して正の影響を与えている。(たとえば、『自動車利用に関する交通の利便性』が『飲食やファッションに関する店舗に特化した集積』を介した場合の影響度は、 $0.192 \times 0.296 = 0.057$ となる)ただし、その影響度は「問屋町の総合的な魅力度」への直接パスと同程度であるため、問屋町の店舗集積としての魅力に影響を与えている主な要素は、空き倉庫・事務所などの既存ストック群に飲食やファッションに関する店舗が特化して集積している点にあるといえる。

以上の結果より、問屋町における空き倉庫・事務所などの既存ストック群を活用した店舗集積は、創出される

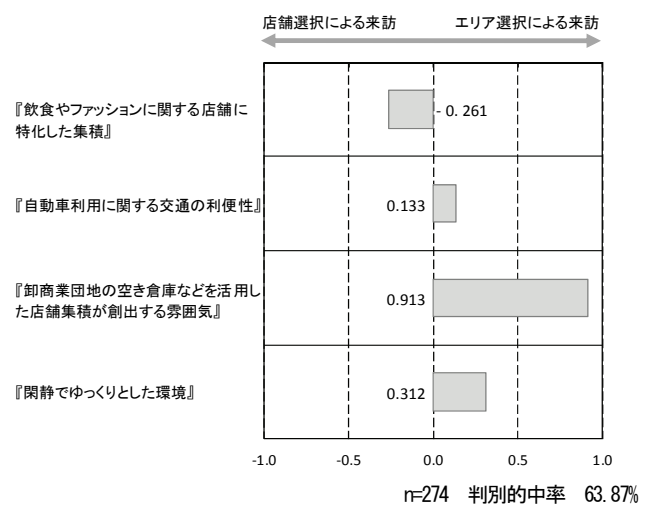


図-9 来訪動機に関する潜在因子を用いた「来訪場所としての選択方法」の判別分析結果

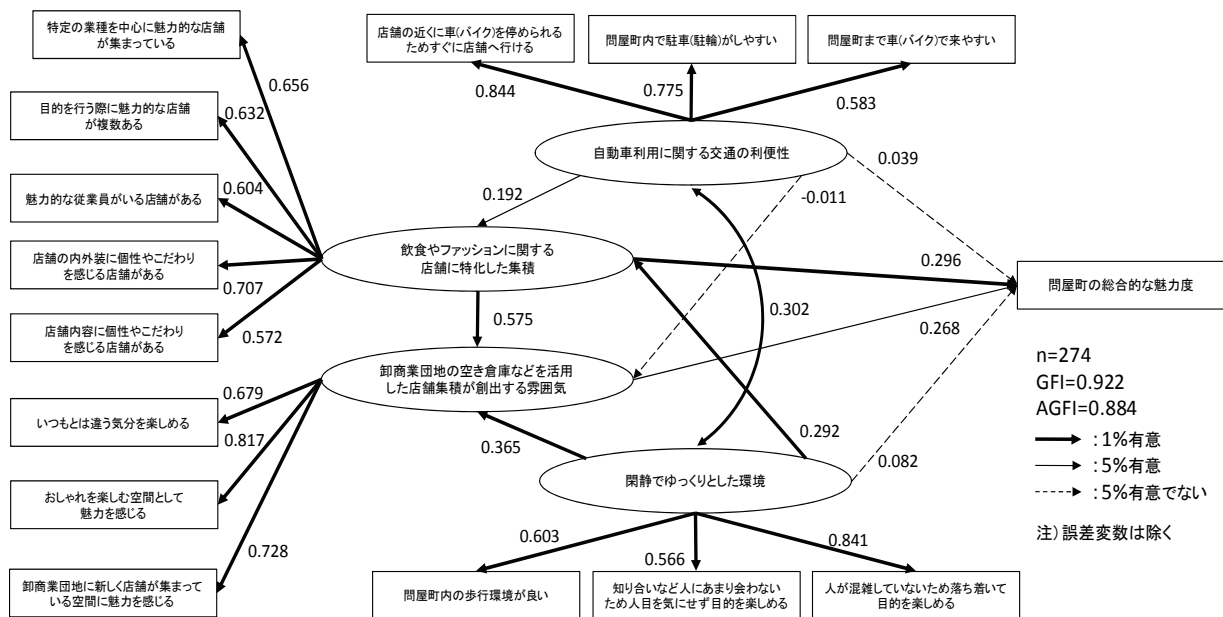


図-10 来訪動機に関する潜在因子と問屋町に対する評価との因果関係モデル

雰囲気、出店店舗にとって利点となる来訪者行動の発生や問屋町としての魅力につながっていることが明らかになった。それらは、問屋町が飲食やファッションに関する店舗に特化して集積していることに影響を受けており、特定業種に特化した店舗集積自体も問屋町の魅力形成に良い効果を及ぼしている。また、問屋町の自動車利用に関する交通の利便性や、閑静でゆっくりとした環境は、店舗集積としての魅力へ間接的に効果を与える付帯的な要素となっていることがわかった。

8. まとめ

卸商業団地である問屋町を事例対象地とした分析結果より、産業集積の既存ストック群を活用した店舗集積は、店舗利用機会の増加や街としての賑わい創出につながる来訪者の行動から、出店店舗にとって利点となる環境と成り得ることが示された。また、創出される雰囲気が、これらの利点を生む来訪者行動の発生や店舗集積地としての魅力に効果を与えること、そして、その雰囲気は、集積する店舗に影響を受けることが明らかになった。つまり、魅力創出には、どのような店舗を集積させるかが重要な要素となる。

この場合、問屋町の事例のように、飲食やファッションなど特定業種に特化して店舗を集積させることは、魅力的な雰囲気の創出、そして店舗集積自体の魅力につながるとされる。また、その際に既存ストック群の外観などにより形成される街並み自体も雰囲気の創出に影響を与える可能性があるため着目すべきポイントとなる。

さらに問屋町では、自動車利用に関する交通の利便性

や、閑静でゆっくりとした環境が店舗集積としての魅力へ間接的に効果を与えていた。これを踏まえると、産業集積で既存ストック群を活用して店舗集積を形成する際に立地環境などの付帯的要素も、店舗集積としての魅力に影響を与えるため考慮が必要となる。

以上の結果より、産業構造の変化から今後さらに増加すると考えられる産業集積の既存ストック群について、新たな店舗出店の受け皿として用途転換を図る際に、基礎資料となる知見を提示することができた。なお、産業集積の既存ストック群において新たな店舗集積の形成を検討する際には、中心市街地など既存店舗集積を踏まえ、都市における店舗集積地としての位置付けを検討する必要がある。

岡山市の問屋町は、既存研究⁴⁾の結果が示すように、賃賃料などのコスト面や自動車の利便性などから店舗出店地として中心市街地との差別化を図ることが可能であり、店舗の新規開業地として利用されている。そして、問屋町へ出店した新規開業者が、その後、中心市街地などの他地域に店舗を展開するケースも複数みられるため、都市内において、既存店舗集積とは異なるインキュベーター機能の提供により、地域商業の活性化に貢献している。しかし、本研究では、来訪者に着目した問屋町の実態に関して、既存店舗集積と比較した場合の位置付けを十分に分析していない。従って、中心市街地や郊外大型店など既存店舗集積との比較分析が求められる。また、卸商業団地である問屋町とは異なる産業集積の既存ストック群を活用した店舗集積との比較研究を行うことも必要と考えられる。

謝辞：本研究では、アンケート調査の際に、協同組合岡山県卸センター事務局長 近藤憲司氏をはじめ、問屋町内の店舗出店者の方々に快くご協力いただいた。ここに記し、深く謝意を表す。

補注

- (1) 既存研究(6,7,8)については、それぞれ活用実態を把握した研究であり、調査結果には用途転換に限らず従前用途による再利用が行われたケースも含まれている。
- (2) 天井効果とは、尺度項目(本研究の場合は5段階回答の「あてはまる」側から5～1の得点を付与した各項目)の平均値と標準偏差の和がとりうる最高値(本研究の場合は「あてはまる」に付与した5点)以上となることであり、フロア効果は、尺度項目の平均値と標準偏差の差がとりうる最低値(本研究の場合は「あてはまらない」に付与した1点)以下となることである。各効果がみられる項目は、得点分布の高い方や低い方に歪んでいるため尺度項目としてはあまり適切とはいえず、分析から除くことが望まれる。

参考文献

- 1) 国土交通省：低・未利用地対策検討小委員会中間取りまとめ(2006年7月), <http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha06/03/030704/02.pdf>, 2011.2 最終閲覧。
- 2) 国土交通省：建築物ストック統計検討会報告書(2010年3月), <http://www.mlit.go.jp/common/000120830.pdf>, 2011.2 最終閲覧。
- 3) 坂本紳二朗, 松浦健治郎, 浦山益郎：愛知県常滑市「やきもの散歩道地区」の観光まちづくりにおける店舗集積に関する研究, 都市計画論文集, No.41-3, pp.1025-1030, 2006。

- 4) 竹内幹太郎, 阿部宏史, 橋本成仁, 氏原岳人：卸商業団地における新たな店舗集積の特性と要因に関する研究—岡山市北区問屋町を事例として—, 都市計画論文集, No.45-3, pp.37-42, 2010。
- 5) たとえば, 若江直生, 吉田哲, 宗本順三：大規模工場の移転ともなう土地利用用途の変化による経済波及効果の研究, 都市計画論文集, No.41-3, pp.205-210, 2006。
- 6) 浅野純一郎：地方都市中心市街地における大規模商業施設の閉店や郊外移転の実態とその後利用・跡地利用の方向性—北陸甲信越地方の地方自治体担当部局への調査から—, 日本建築学会計画系論文集, No.557, pp.257-264, 2002。
- 7) たとえば, 野尻彰, 大沢昌玄, 岸井隆幸：鉄道跡地の実態と再活用状況に関する研究—線路跡地と駅跡地の土地利用転換状況—, 都市計画論文集, No.44-3, pp.151-156, 2009。
- 8) 久保勝裕, 渡部貴久, 西森雅広：北海道の小規模自治体における廃校利用の実態に関する研究—民間事業者による運営実態を事例として—, 都市計画論文集, No.44-1, pp.44-49, 2009。
- 9) 篠田なつき, 松村暢彦, 鳴海邦碩：密集市街地における住居コンバージョン店舗集積地区の空間印象評価に関する研究—大阪市中西崎町地区を事例として—, 都市計画論文集, No.43-3, pp.433-438, 2008。
- 10) たとえば, 石川宏之：地方都市中心市街地における来街者の回遊行動と小規模賃貸店舗の展開に関する研究—青森県八戸市中心市街地を事例として—, 都市計画論文集, No.44-3, pp.193-198, 2009。
- 11) たとえば, 青木俊明：中心市街地の訪問動機の分析とそれに基づく活性化方策の考察—宮城県仙台市を題材に—, 都市計画論文集, No.40-3, pp.643-648, 2005。
- 12) 谷口守, 松中亮治, 氏原岳人：地産地消型朝市に着目した来訪者の行動・意識構造に関する実態分析, 地域学研究, Vol.37, No.3, pp.693-711, 2007。
- 13) 岡山県中小企業団体中央会, 岡山県商店街振興組合連合会：岡山表町商店街・倉敷駅前商店街来街者実態調査事業報告書, 2007。

(2011.2.25 受付)

STORE ACCUMULATION IN EXISTING BUILDING STOCK IN A WHOLESALE BUSINESS COMPLEX:

A VISITOR SURVEY IN TOIYA-CHO, OKAYAMA CITY

Kantaro TAKEUCHI, Takehito UJIHARA and Hirofumi ABE

This analysis examines challenges and identifies opportunities in converting “existing building stock” in a wholesale business complex in Toiya-cho district, Kita-ku, Okayama city into new stores. “The existing building stock” includes existing industrial and office buildings that are either used ineffectively or not at all. Actual conditions of stores in used buildings were assessed from results of a questionnaire survey of visitors’ actions and opinions. Results show that the visitors’ actions are apparently related to the “element of the area unit of Toiya-cho” and that they raise opportunities of store use and creation of prosperity. Furthermore, results reveal that new store accumulation in existing buildings changes the atmosphere of Toiya-cho and positively influences visitors’ actions, which further increases benefits for the stores. Results clarified that the atmosphere beneficially affects the charm of Toiya-cho.