

消費者回遊行動からみた都心カフェの機能と経済効果

01204786 福岡大学都市空間情報行動研究所 福岡大学経済学部 斎藤参郎 SAITO Saburo
福岡大学大学院 経済学研究科 *木口知之 KIGUCHI Tomoyuki
01110746 福岡大学経済学部 梶井昌邦 KAKOI Masakuni
01405686 福岡大学都市空間情報行動研究所 中嶋貴昭 NAKASHIMA Takaaki

1. 研究のねらいと目的

近年、福岡都心部でもドトールやスターバックスをはじめとするカフェの出店が相次いだ。これらのカフェは、価格の優位性、欧米のオープンカフェスタイルや気軽に立ち寄れる雰囲気のお店作りで、旧来の喫茶店との差別化をはかった、新たな業態の店舗といえる。本研究では、これらの新しい業態のカフェを「都心カフェ」と呼ぶ。

都心には百貨店や映画館、飲食店など様々な業種が混在している。個々の業種は都心に対して様々な役割を果たしており、これらが相互に複雑に作用し合って都心魅力を構成していると考えられる。都心カフェも、都心に訪れた消費者が、買物の休憩、待ち合わせや談話など、様々な場面で利用し、都心魅力の構成要素の1つであることは明らかである。しかし、これまで、都心カフェはもちろんのこと、個々の業種に関して、それが都心に対し、どのような役割を果たしているのか、を明らかにした研究はほとんどない。

斎藤らは、これまで都心部内における買い回り行動である回遊行動は、集積効果の具体的な現われであると捉え、「都心空間は消費者の回遊行動を引き起こす構造が望ましい」との視点から都心空間を回遊行動の観点から評価する研究を行ってきた(Cf.[1],[2],[3],[4],[5])。回遊行動の観点からみると、この都心カフェの立地が、都心にどのような効果をもたらしたのか、を評価することが可能となる。それは、都心カフェに立ち寄ることで、都心カフェに立ち寄らなかったときよりも多くの回遊を誘発すると考えられるからである。

本研究の目的は、2001年6月に実施した第6回福岡都心部回遊行動調査をもとに、都心カフェ利用による回遊促進効果を計測し、回遊行動からみた都心カフェの経済効果の推計を試みることである。

2. 分析枠組

2.1. 使用するデータ

本研究では、2001年6月15日(金)、16日(土)、17日(日)の3日間、福岡大学都市空間情報行動研究所、福岡大学経済学部斎藤研究室、梶井研究室、フィールド調査受講生が福岡都心部で実施した第6回福岡都心部回遊行動調査の調査データを使用する。

都心部回遊行動調査とは、都心部の主要な商業施設に複数の調査地点を設け、調査地点に訪れた来街者を対象に、当日の立ち寄り場所を、そこでの目的、支出額とともに、生起順に尋ねる約15分程度の聞き取りアンケート調査である。第6回調査では、回遊履歴の立ち寄り場所に都心カフェを追加し、都心カフェに対する認知度、出向回数、といった項目も新たに設定した。また、調査当日のカフェ利用者を対象に、当日のカフェへの立ち寄り目的、入店時間、滞在時間等を聞く項目も加えている。

2.2. 調査データの概要

有効回収票数は、1183票であった。男女比は、男性25.4%、女性74.6%。年齢構成は、20~24歳が38.4%と一番多く、16~19歳(26.1%)、25~29歳(13.4%)と続く。職業構成は、短大・大学生(30.6%)、事務系勤め人(13.0%)、パートアルバイト(9.3%)の順である。また、全サンプルのうち、都心カフェ利用者は165票と全体の13.9%であった。

2.2. 調査データの概要

2.3. 都心カフェの経済効果推定の考え方

本研究では、回遊途上で都心カフェを利用した人が、回遊ステップ数を伸ばし、この伸ばしたステップ上でおとす支出額を都心カフェによる支出増大効果であると考え、これを都心カフェの経済効果と定義する。

2.3. 都心カフェの経済効果推定の考え方

具体的には、次の1)~4)の積を、都心カフェの経済効果と定義する。1)都心カフェの利用者数、2)回遊途上で都心カフェを利用する人の比率、3)回遊途上で都心カフェを利用した人の回遊ステップの増分、4)1回遊ステップあたりの購買額

回遊ステップとは、回遊途上で立ち寄り回数を表す概念であり、来街者が異なる場所に移動するか、または、目的を変更するとき、回遊ステップが1つ増えることとなる¹。

3. 都心カフェ利用者の特徴 (Cf.[9],[10])

3.1. 都心カフェの利用目的

スターバックスの利用目的は、「疲れたため(36.5%)」、「のどが渇いたため(27.0%)」、「そのお店の

3. 都心カフェ利用者の特徴 (Cf.[9],[10])

3.1. 都心カフェの利用目的

1回遊途上で立ち寄り場所には、商業施設など吸引力をもった魅力ノードと交通機関の乗降をおこなう交通ノードがある。本研究では、交通ノードを除き、魅力ノード間の回遊のみを分析の対象としていく。

¹回遊途上で立ち寄り場所には、商業施設など吸引力をもった魅力ノードと交通機関の乗降をおこなう交通ノードがある。本研究では、交通ノードを除き、魅力ノード間の回遊のみを分析の対象としていく。

コーヒーが飲みたいから(24.3%)」、と続き、ドトールは、「疲れたため(26.3%)」、「お腹がすいたため(21.1%)」と続く。また、その他カフェの利用目的は「疲れたため(34.9%)」、「会話・談話のため(25.6%)」、「のどが渴いたため(16.3%)」となっている。スターバックス独自のコーヒーの魅力(Cf.[11])と、軽食ができるドトールの魅力の違いがあらわれている。

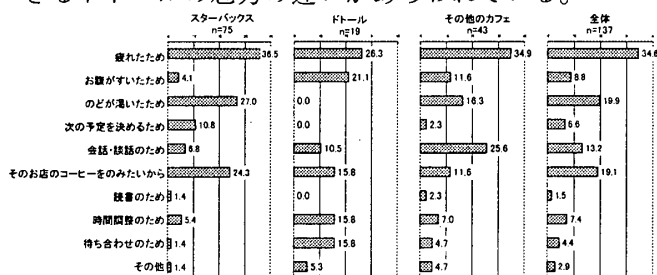


図1 都心カフェでの目的

4. 都心カフェの経済効果の推定 (Cf.[8],[10])

1) 都心カフェの利用者数

福岡都心部への入り込み者数は、斎藤・梶井・中嶋[6]の来街地ベースポアソン回帰モデルによる予測値 231265(人/日)を用いることとする(Cf.[7])。総サンプル数が 1183 票であるのに対し、カフェ利用者は 165 票であった。1日あたりのカフェの利用者は次となる。

$$32256(\text{人})=231265(\text{人}) \times 165/1183$$

2) 回遊途上での都心カフェ利用者比率

回遊の最初と最後にカフェを利用した人を除いた、回遊途上での都心カフェ利用者は、165 票中 80 票であった。したがって、回遊途上での都心カフェ利用者比率は以下である。

$$0.485=80/165$$

3) 回遊ステップ数の増加

回遊途上で都心カフェを利用した人が、都心カフェを利用後に都心部の商業施設を歩き歩いた回遊ステップ数を、都心カフェによって増加した回遊ステップ数と考える。

回遊途上でカフェを利用した人のカフェ利用後の平均ステップ数は、2.70 ステップであった²。

4) 1回遊ステップあたりの支出額

回遊途上でカフェを利用した人の1回遊ステップあたりの平均支出額は 1294 円であった。

5) 都心カフェの経済効果

以上より、都心カフェの経済効果は、次である。

$$199 \text{ 億 } 5000 \text{ 万円} = 32256 \times 0.485 \times 2.70 (\text{ステップ/人}) \times 1294 (\text{円/ステップ}) \times 365 (\text{日})$$

²回遊途上でカフェを利用したサンプルの平均回遊ステップ数は、5.46 ステップ、カフェを利用しなかったサンプルのそれは、3.55 ステップであり、回遊ステップ数に有意な違い(有意水準 0.00)がある。

5. 結論と今後の課題

都心には、様々な業種が混在し、個々の業種が相互に作用し合って都心魅力を形成している。しかし、個々の業種について、それが都心に対してどのような役割を果たしているかを明らかにした研究はほとんどない。本研究の意義は、都心魅力の構成要素の1つとして都心カフェに着目し、都心への機能を消費者行動の観点から分析したことにある。

今後の研究課題は、分析対象を都心カフェだけでなく、他の業種に広げ、1つ1つの業種が都心に対して果たす効果や役割を明らかにすることにより、都心魅力の構造をより具体的に明らかにしていくことである。

参考文献

[1]斎藤参郎, "延岡地域商業地の現状と課題", 『延岡地域商業近代化計画報告書』, 1983, pp.36-96
 [2]斎藤参郎, "消費者の商業地間回遊を考慮した非集計多段階選択ハフモデルの構築", 『計画行政』 No.13, 1984, pp.73-82
 [3]斎藤参郎・石橋健一, "説明変数を含んだマルコフチェーンモデルによる都心再開発に伴う回遊行動の変化予測", 『都市計画論文集』, No.27, 1992a, pp.439-444
 [4]石橋健一・斎藤参郎, "回遊行動モデルからみた都心空間評価", 『公共システムの経済学 第11章』, 熊田禎宣監修, 計画理論研究会編, pp.177-193, 技報堂出版, 2000
 [5]斎藤参郎・山城興介, "回遊行動からみた都心100円バスの経済効果の推計—福岡都心部におけるケーススタディー—", 『地域学研究』, 日本地域学会, Vol.31, No.1, 2001, pp.57-75
 [6]斎藤参郎・梶井昌邦・中嶋貴昭, "来街地ベースサンプリングによる都心商業地への入り込み者数予測モデルの構築と評価", 『地域学研究』, 日本地域学会, Vol.29, No.1, 1999, pp.55-74
 [7]斎藤参郎編『福岡都心部回遊行動調査 地下空間と日韓都市魅力比較に焦点をあてて』, 2000, (財)福岡都市科学研究所
 [8]丸木・草場・吉屋・森下・牛島・木村, "カフェ利用行動からみた都心カフェの経済効果", 『第2回福岡都心部まちづくりマーケティング調査研究発表会梗概集』, 福岡大学都市空間情報行動研究所, 2001, pp.56-59
 (http://www.qbic.fukuoka-u.ac.jp/other/2001/2nd_Marketing/research_papers/index.html)
 [9]吉屋・森下・牛島・木村・丸木・草場, "都心カフェの立地動態と利用者の利用行動の特性分析", 『第2回福岡都心部まちづくりマーケティング調査研究発表会梗概集』, 福岡大学都市空間情報行動研究所, 2001, pp.49-55
 (http://www.qbic.fukuoka-u.ac.jp/other/2001/2nd_Marketing/research_papers/index.html)
 [10]斎藤参郎・木口知之・梶井昌邦・中嶋貴昭, "消費者の利用行動からみた都心カフェの機能と都心への経済効果", 『日本地域学会第39回年次大会学術発表論文集』, 日本地域学会, 2002, pp.417-424
 (http://www.qbic.fukuoka-u.ac.jp/other/2001/2nd_Marketing/research_papers/index.html)
 [11]小石原はるか, 『スターバックス マニアックス』, 2001, 小学館