

●JCOMM 技術賞

消費者の買い物行動時の選択店舗の相違が地域経済に及ぼす影響に関する研究

消費者の買い物行動時の選択店舗の相違が地域経済に及ぼす影響に関する研究，土木計画学研究・講演集，CD-ROM，52，2015.

西広樹（国土交通省九州地方整備局宮崎河川国道事務所交通対策課）

宮川愛由（京都大学大学院工学研究科）

小池淳司（神戸大学大学院工学研究科）

福田峻（株式会社帝国データバンク）

佐藤啓輔（復建調査設計株式会社総合計画部社会基盤計画課）

藤井聡（京都大学大学院工学研究科）

地方創生が叫ばれる中、とりわけ地方自治体において、今後、交通手段の転換のみならず、「目的地」の変容による「まちなか活性化」が都市交通行政における重要な課題の一つとなるものと考えられる。しかしながら、筆者らが知る限り、多くの自治体が抱えている「まちなか活性化」に資する有効な動機づけ情報は乏しく、ほとんどが店舗情報やイベント情報の提供に留まっているのが現状と考えられる。

そこで、本研究は、人々の私的活動を郊外から都市部へ誘導するための「明確」で「説得力の高い」動機づけ情報を検討した。具体的には「大型店舗」と「地元店舗」における買い物行動を比較し、どちらが、より、地域経済にプラスの効果をもたらすかについて、複数の統計データ、財務諸表、商業店舗、流通業者へのヒアリング調査により可能な限り実証データを取得しつつ、推計を行った。その結果、買い物支出のうち地域に帰着する割合が、「大型店舗」では「地元店舗」の半分程度であることが示された。

本研究成果は、人々がクルマを利用して、郊外の商業施設で買い物をすればするほど、地元「以外」の地域にマネーが流出する、という現象を示唆するものであり、クルマ利用によって促進される私的活動の郊外化がもたらす「デメリット」について専門知識を持たない一般の人々に対しても明確でわかりやすく伝えるための有効な動機づけ情報であり、これまでMMが全国の多くの都市において貢献してきた渋滞の解消や公共交通の利用促進等に加えて、「まちなか活性化」という新たな可能性を後押しするものと期待される。

－JCOMM実行委員会から－

本研究は、モビリティマネジメントを推進するうえで、住民の自動車依存の大型店からの転換を動機付ける資料として非常に有効と考えられます。また推計の手法も限定された資料の中で、様々なデータを活用することで極力信頼性を高める方法も技術賞としてふさわしいと評価され、JCOMM 技術賞に選定されました。