

郊外店立地による北見商圈への影響

福 浦 謙 二

I はじめに

1) 研究目的

北海道内において、多くの都市は都市計画に基づき、札幌市に代表されるような碁盤目状に市街地が形成されており、駅を起点とした駅前商店街が発達している。しかし、近年、駅前商店街において商店の過密化・駐車場の不足などの問題が発生し、また、これらとほぼ同時期に駅前商店街から離れた国道やバイパス沿いに全国系列の郊外店進出が相次いだ。北見市においては、1970年代後半に大型スーパーの出店が相次ぎ、以後10数年の間に大型デパート・大型郊外店の進出が急速に進行した。

本論文では、こうした地方小都市北見市における郊外店進出が同市の商圈にどのような影響を及ぼしたかということ、北海道庁商業流通課の調査方法を参考にして独自に作成・実施したアンケート結果に基づき調べていくことを目的とする。

2) 研究地域の概要

北見市は北海道の東部、大雪山とオホーツク海のほぼ中央の北見盆地に位置し、人口約10万人で網走管内の中心都市である。北見市の歴史は浅く、屯田兵の入植から100年弱しかたっていない。支庁があり行政的役割を担う網走市とは対照的に、北見市は経済的拠点都市である。網走管内のほぼ中央に位置するため交通の便が良く、鉄道・都市間バスなど交通機関の多くは北見市中心のダイヤ編成となっている。周辺の町では独自の街づくりを実施しているが、経済・医療面などでは強く北見市に依存する傾向を見せている。

II 北見商圈の概要と郊外店の立地

1) 北見商店街の形成過程

現在の市街地は、明治43(1910)年に翌年の野付牛駅(現在の北見駅)開業に合わせて東西6丁奥行6条という、当時としては大規模な街区設定を行い形成されたものである。昭和50年代前半に中心部周辺に相次いで大型スーパーが出店。昭和57年(1982)年駅前再開発事業の一環として東急百貨店が出店し、オホーツク圏における同市商業の位置を確立する一方、商業街区の駅前集中傾向を加速させた。昭和60(1985)年、本格的なワンストップ型商業集積としてのイトーヨーカ堂が郊外に出店。これにより郊外店の進出に拍車がかかり、駅前における商業街区は収縮の傾向をみせ、また周辺地域にもその影響を及ぼしている。

2) 北見商圈の現状

これらの商業勢力の変化を調べるために、道庁商業流通課の調査方法をもとに買回品5品目(道

庁では9品目)の購買率を用い、第1次商圏を購買率56%以上、第2次商圏を30%以上56%未満、第3次商圏を5%以上30%未満と定め、これに各市町村を位置づけて考える。

昭和58(1983)年の網走管内の商圏を表した「表1」によると、北見商圏の範囲は「図4-II」に示したように第1次商圏に1市1町、第2次商圏に3町、第3次商圏に2町がそれぞれ該当する。また「表1」には北見商圏外からの北見市への購買率も示している。網走管内の3市についての小売吸引人口と通勤人口の推移をグラフにした「図1」からは、通勤圏人口の伸びに対する小売吸引人口の伸びで北見市が最も高いことを示している。これらことから北見市の商業的役割の大きさがうかがえる。

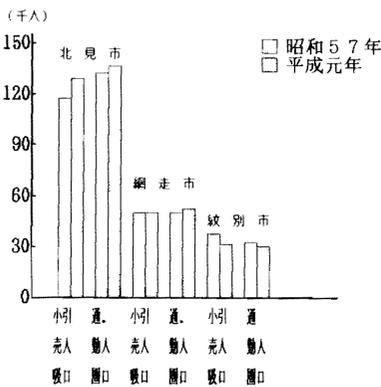


図1. 管内3市の小売吸引人口・通勤圏人口の推移

資料：北見市商店街振興組合連合会の資料をもとに作成

3) 郊外店の立地要因

北見駅から国道39号線沿いに約2kmの場所(図2参照)にイトーヨーカ堂と他の郊外店が集中

表1. 網走管内の商圏

商圏名 (人口数) 構成市町村	市町村単位での商圏区分					
	1次	56%以上	2次	30%以上56%未満	3次	5%以上30%未満
北見 (151246) 1市6町	☆北見市 95・3 端野町 80・0		訓子府町 46・6 釧路町 45・6 留辺蘂町 33・1		佐呂間町 28・1 常呂町 22・4	
網走 (75017) 1市3町1村	☆網走市 81・7(9・6)		小清水町 31・6(10・1)		東蘂琴村 25・6(11・2) 清里町 16・3(5・7) 斜里町 13・2(6・9)	
紋別 (48316) 1市3町	☆紋別市 91・6(1・6)		興部町 40・0(1・6) 滝上町 37・6(1・7)		雄武町 13・7(0・9)	
美幌 (40982) 3町	☆美幌町 82・1(11・0)				女満別町 24・5(11・1) 津別町 22・9(20・2)	
遠軽 (40773) 5町1村	☆遠軽町 86・8(5・9) 生田原町 61・7(11・2) 白滝村 61・1(9・6)		丸瀬布町 49・2(4・5) 湧別町 40・5(3・2) 上湧別町 38・4(2・8)			

注：1. 上記数値(%)は、商業中心地への購買率である。
2. ()内数値は、北見市への購買率である。
3. ☆印は、各商圏の商業中心地である。

資料：北海道広域商圏動向調査報告書(昭和58年)をもとに作成

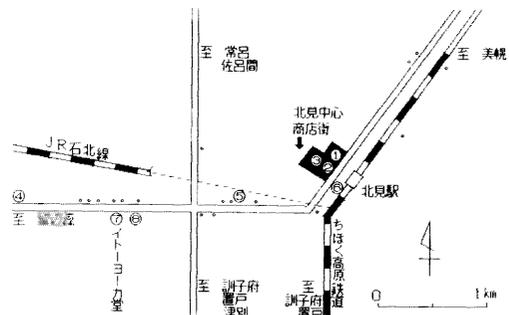


図2. 北見市街図と第1種大規模小売店舗(まる数字)と主な国道沿いの郊外店(印)

名称	開店日	業態	店舗面積
① 駅前プラザHOW	大 14.12	百貨店	3219(m ²)
② ラルズ北見店	昭 36.5	スーパー	5008
③ まるしょうデパート	昭 36.12	寄合専門店	2580
④ ビネームワールド	昭 47.1	専門店	2407
⑤ サンショウビングプラザ	昭 52.5	スーパー	2279
⑥ きたみ東急百貨店	昭 57.8	百貨店	12500
⑦ イトーヨーカ堂	昭 60.3	スーパー	6250
⑧ ニトリ北見店	平 2.6	専門店	1650

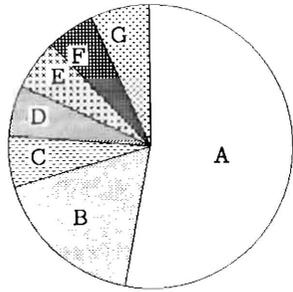


図3-I.
北見商店街への不満・希望
資料：アンケート結果をもとに作成

A 駐車場に対する不満	53.1% (128)
B 従業員の接客の改善	17.4% (42)
C 営業時間を延長してほしい	5.8% (14)
D 商品を増やしてほしい	5.8% (14)
E 価格を安くしてほしい	5.8% (14)
F 入りづらい	5.4% (13)
G その他	6.7% (16)

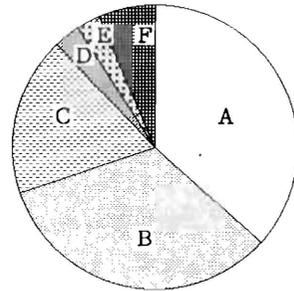


図3-II.
イトーヨーカ堂についての感想
資料：アンケート結果をもとに作成

A 駐車場が広い・無料	36.6% (97)
B 商品が豊富である	33.2% (88)
C 1カ所で買物ができる	18.1% (48)
D 安い	3.0% (8)
E 品質が良い	2.6% (7)
F その他	6.5% (17)

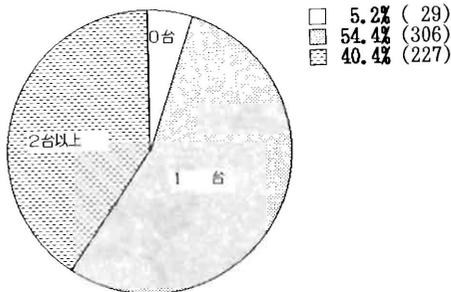


図3-III.
北見商圈における自動車所有状況
資料：アンケート結果をもとに作成

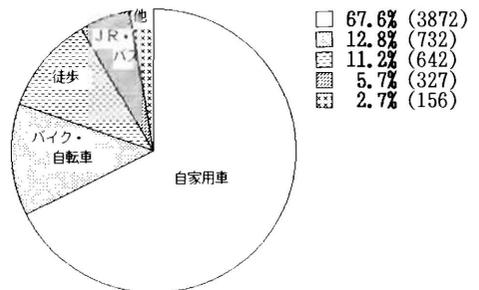


図3-IV.
北見商圈における買物時の交通手段
資料：アンケート結果をもとに作成

しているが、その立地要因は駐車場のスペースであると思われる。イトーヨーカ堂の約700台の無料駐車場と駅前商店街の小規模に点在する有料駐車場とは比べものにならない。「図3-I, II」からも北見駅前商店街の駐車場への不満と、イトーヨーカ堂についての感想の違いがはっきりと表れている。「図3-III, IV」からは北見商圈における近年のモータリゼーションの進行がうかがえる。冬の気象条件、都市間の距離、JR路線廃止問題等、本州と比べて、北海道内における車への依存度の強さがわかる。

また、イトーヨーカ堂の立地地域が周辺地域から市街地の交通の要所を通らずに直接行けると、イトーヨーカ堂の集客力をあてにした他郊外店の出店などが、北見における商業地の二極化の原因となっている。

III 郊外店立地による北見商圈への影響

1) 駅前商店街への影響

一般に大型店が開業するとその目新しさも手強い消費者はそこに流れる傾向がある。しかし、普通その流れは一時的なもので一定期間で元に戻るという。現に、東急百貨店開業の時は歩行者が周辺に集中したが後に回復している。しかし、イトーヨーカ堂の場合、開業4年後の調査においても、依然回復していない。アンケート結果によると北見商圈におけるイトーヨーカ堂での買回品購買率は、21.5%で、他の郊外店を含めると3割を超える。郊外店の近年の急成長がうかがえ、駅前商店街への影響が心配される。

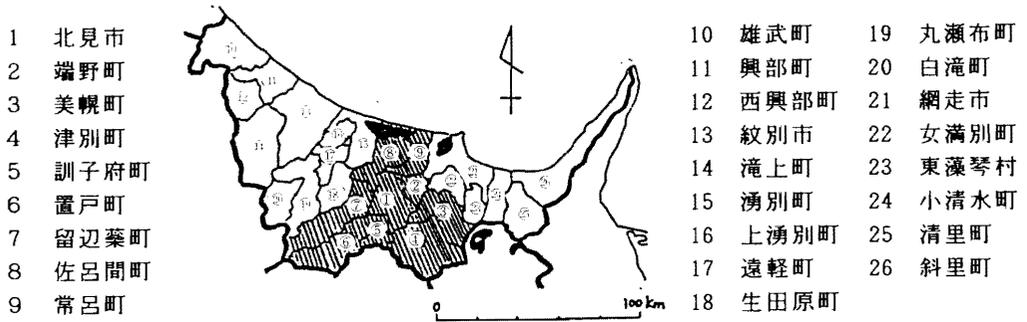


図4-I. アンケート配布市町（斜線部）と他の市町村の位置図

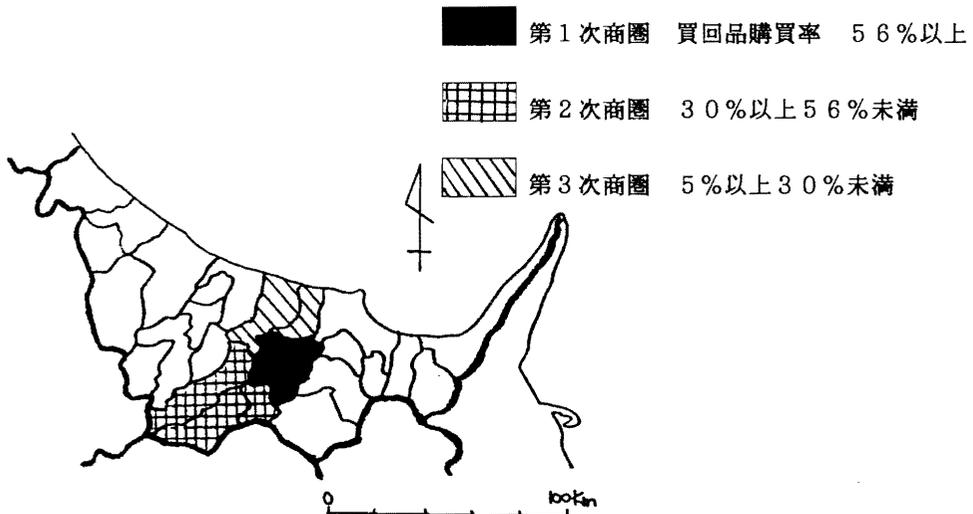


図4-II. 昭和58年北見商圈図

資料：北海道庁商業流通課「北海道広域商圈動向調査報告書」
をもとに作成

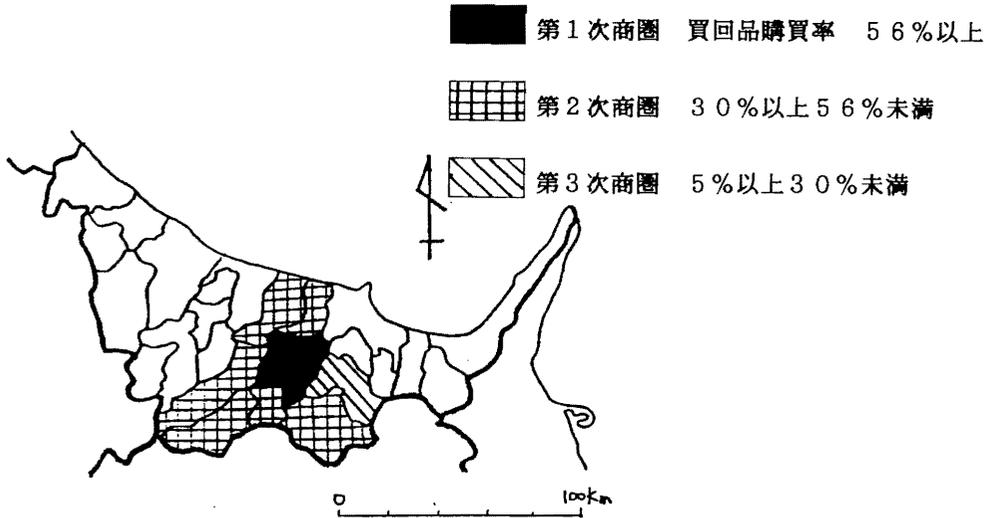


図4-III. 平成3年北見商圏図
資料：アンケート結果をもとに作成

2) 周辺地域への影響

「図4-III」は独自に作成・実施したアンケートの結果をもとにして平成3（1991）年の北見の商圏を図にしたものである。「図4-II」と比べると、第3次商圏から第2次商圏へ、他の商圏から第2、3次商圏へと商圏の拡大が著しいことがわかる。これらの結果からアンケート実施地域の外側への北見商圏の拡大が予想される。

これらの原因として、イトーヨーカ堂の出店と周辺地域の過疎化によるみかけ上の拡大が考えられるが、過疎化といっても微減傾向で、しかも、北見市の人口はここ数年ほぼ横ばいである。しかしながら通勤圏人口は「図1」からもわかるように増加傾向にある。周辺地域では高校の学級数が減少する一方、北見市では新設校がつくられた。また、各種企業も北見市に集中している。この通勤圏人口の伸びに伴う小売吸引人口の伸びが原因の1つと考えられる。

3) 駅前商店街の対策

昭和57（1982）年の東急百貨店出店から昭和60（1985）年のイトーヨーカ堂出店の間に駅前商店街においては大型店対策として、アーケード改修、カラー舗装、ショッピングモール化など車両規制を伴った様々な近代化事業を行っている。また平成4（1992）年4月には近年の駐車場不足解消のために立体駐車場を建設予定である。明らかにイトーヨーカ堂を意識したものではあるが無料と有料の差があり、料金体制に今後の課題が残る。ところで、これらの商店街側の対策には疑問が残る。商店街から車を規制してから駐車場を作るのは対策が逆ではないかと筆者は思う。つまり、駐車場をつくり、その利用が軌道に乗ってから車両規制をしても良かったのではないかとと思われる。

他の対策として駅前商店街に店舗がありながら更にイトーヨーカ堂近辺に郊外店として出店したり、イトーヨーカ堂内にテナントとして出店している場合がある。イトーヨーカ堂を利用した積極的な対策ではあるが商店街側には何のメリットもなく、商業地の二極化に拍車をかける結果となってしまった。

IV ま と め

北見市の小売吸引人口は「図1」をみても伸びていることがわかる。しかし、現在の北見の商圈だけでは、これ以上は大きな伸びは期待できない。これからは現在の商圈外からどれだけ消費者を集められるかが課題となっている。その点で、イトーヨーカ堂の進出は大きく、東急百貨店とイトーヨーカ堂の2店で管内全地域からの集客を可能とした。駅前商店街はこれを利用して郊外店への客を商店街へも引き込むことができるような魅力ある商店街づくりと商店街に車で買い物に来やすいような市街地整備などが今後必要になってくると考えられる。北見商圈外の地域へのアクセスは道路網の整備により今後、短時間で結ばれる予定ではある。北見市内についてみると市街地西側での鉄道のトンネル化に続いて東側でも鉄道の高架化などが現在進められており、また他にも道路のアンダーパス化、中心街の坂道や歩道のロードヒーティングなど様々な整備が行われており、常に住みよい街づくりを北見市は目指している。

今後、第三の郊外型大型店の進出が予想されるが北見商圈がどれだけ適切な都市計画のもとに成長・発展をしていくか、同商圈の動向に注目していきたいと思う。

本論文をまとめる際に、資料・情報等を提供していただいた、北見商工会議所の皆さん、北見市役所企画部の福島さん、日専連北見会、北見市商店街振興組合連合会の皆さん、アンケート実施に協力して下さった各小・中学校の先生ならびに父兄の皆さん、日頃からご指導していただいている水野裕先生、後藤雄二先生に厚く御礼申し上げます。

「参 考 文 献」

- 牛山通高 (1991) : 地方小都市における商業の変容 —長野県須坂市の場合—
新地理, 38—4, 1~21.
- 香川勝俊 (1987) : 小都市における大型店立地の地域商業への影響 —小売商業機能と中心商店街への影響を中心に—
人文地理, 39—3, 24~41.
- 白取博士 (1991) : 郊外型大型店の出店計画と地方小都市商圈への影響 —五所川原商圈の場合—
弘大地理, 27, 34~38.
- 根田克彦 (1989) : 大規模小売店の立地を契機とする周辺商業地の変化 —釧路市新橋大通商店街を例に—
東北地理, 41, 148~159.