

GIS を用いた商業空間における飲食店立地に関する研究

A Study on Location of Restaurants in Commercial District Using GIS

○星 李沙*¹, 中澤 公伯*²
Risa HOSHI*¹, and Kiminori NAKAZAWA*²

*1 日本大学大学院 生産工学研究科 建築工学専攻

Graduate Student, Department of Architecture, Graduate School of Industrial Technology, Nihon University

*2 日本大学 生産工学部 創生デザイン学科 教授

Professor, Department of Architecture, College of Industrial Technology, Nihon University, Ph.D.

キーワード：三次元 GIS; 店舗; 商業空間

Keywords: 3D-GIS; shop; commercial district.

1. はじめに

1.1. 研究の背景

食事とは人々の生活において必要不可欠なものであり、現代では単に飢えを凌ぐという側面だけではなく、娯楽としての側面も備えている。特に日本の食文化は食事を楽しむ、食事を通じて他者とのコミュニケーションを図るといった文化的な趣が強い。また、日本における食文化の中心である東京では多様な飲食店が肩を並べている。食文化の多様さのみならず価格帯やコンセプトも様々であり、それぞれの飲食店が異なるサービスや雰囲気を持っている。物流の発展、中食という食事スタイルの登場など、日本の食文化は様々な要因によってめまぐるしく変化、成長を繰り返している。

また、多種多様な趣向やコンセプトを持つ飲食店は、都市部において不規則に乱立しているのではなく一定の傾向や隔たりがあると考えられる。駅周辺において居酒屋が密集した場所を目にすることもあろう。飲食店舗立地において提供価格帯、業種、店舗立地階層、といった要素は、大きな影響を及ぼす変数となり、商業空間の形成において必須ともいえる。飲食店の今後のあり方を検討するうえでその中核をなすものであるといえる。

そして、昨今では情報技術の発展と新型コロナウイルスの影響により、人々の生活スタイルはますます変化していくことが予想される。生活様式の変化によって、飲食店において新たな需要が生まれ、飲食店における地理的要因は大きく変化するだろう。

飲食店について、その階層や業種といった視点から論じることが情報技術の発展や、いわゆるポストコロナの時代における飲食店の変遷を検討するうえで、極めて重要であると考えられる。

1.2. 研究の目的

本研究は、飲食店舗立地のあり方を検討するために、飲

食店に関して、飲食店の業種、建物用途、建物の階層といった視点から分析することを目的とする。具体的には下記の2点を分析する。

①建物用途別の飲食店業種分布

②飲食店業種の店舗立地階層ごとの分布

2. 研究方法

2.1. 対象地域

本研究は、新宿駅周辺を対象とする。本地区は利用者数が多く、商業施設、オフィスビル、住宅、といった様々な特徴を持った建物が存在する。よって、飲食店舗立地を階層、業種、建物用途といった観点から分析するにあたって最適であると判断した。新宿駅周辺の範囲は PLATEAU VIEW¹⁾に表示される範囲内の建物用途が把握できる地域を範囲とした(図1, 図2)。

2.2. 分析の流れ

研究対象地域における飲食店の位置を、オープンストリートマップをもとに把握し、Google Map を用いて業種・階層を分類した。

PLATEAU VIEW の建物用途と照らし合わせ、ESRI ArcGIS10.8.1 を使用して分析を行った。

範囲内の飲食店を業種別に分類するにあたり、i タウンページを参考に²⁾、「レストラン」、「肉料理」、「居酒屋」、「シーフード」、「そば・うどん」、「すし」、「スイーツ・和洋菓子」、「各国料理」、「イタリアン・フレンチ」、「カレー」、「喫茶店・カフェ」、「郷土料理」、「たこ焼き・お好み焼き」、「中華・中国料理」、「鳥・焼き鳥」、「丼」、「ファーストフード」、「ラーメン」、「和食・日本料理」、「バー」、「定食屋」、

「弁当・宅配」の22業種とした。

3. 建物用途別の飲食店業種分布

3.1. 分析結果と考察

図3は、建物用途ごとの飲食店舗数と、その合計を示したものである。表1は、各建築物に入居する飲食店を業種ごとに表にしたものである。分析結果を下記に記す。

①建物用途ごとの飲食店舗数の差異

新宿駅周辺地域における飲食店舗数の合計は495店舗であった。そのうちの244店舗、約49.3%は商業施設のテナントとして入居している。また、飲食店舗数が次点で多い業務施設には168店舗、約34%の飲食店が入居している。新宿駅周辺に立地する多くの建築物は業務施設と商業施設であるが、新宿駅周辺地域の飲食店は8割以上がこの2種類の建築物に入居していることが分かった。また、官公庁施設、住宅、文教厚生施設にはごくわずかにしか飲食店は存在していない。

②建物用途ごとの業種の差異

店舗数の多い建物用途に着目する。商業施設に入居している飲食店のなかで最も多い業種は38店舗の居酒屋であり、次に多い業種は、喫茶店・カフェの32店舗であった。業務施設に着目すると、喫茶店が44店舗と最も多く、次に居酒屋が28店舗であり、2番目に多い。

店舗数の少ない建物用途に着目する。文教厚生施設に該当する飲食店は1店舗のみであった。官公庁施設においても立地する飲食店は3店舗のみで非常に少ない。この2つの建物用途は、飲食店舗数が非常に少ないが、どちらも喫茶店・カフェが存在しているという共通点がある。

宿泊施設においては、テナントとして入居する飲食店舗数は22店舗であり、幅広い業種の店舗の入居がみられるが、喫茶店・カフェの割合が非常に高いのが特徴である。

また、新宿駅周辺地域において出店数の多い業種として、喫茶店・カフェ、居酒屋、ラーメンを挙げることができる。出店数の多い業種の中でも喫茶店・カフェは、これら店舗が入居している建物用途の範囲が広いという点に特徴を持っている。出店数の多寡に関わらず、多くの業種はその店舗数の多くが商業施設、業務施設に入居しており、この傾向は出店数の多い業種ほどより顕著に見ることができる。その中で、喫茶店・カフェも同様に商業施設、業務施設に集中しているものの、宿泊施設、官公庁施設、文教厚生施設といった、他の業種がほとんど出店していない用途の建物にも出店がみられる。



図1 PLATEAU VIEW による対象地域

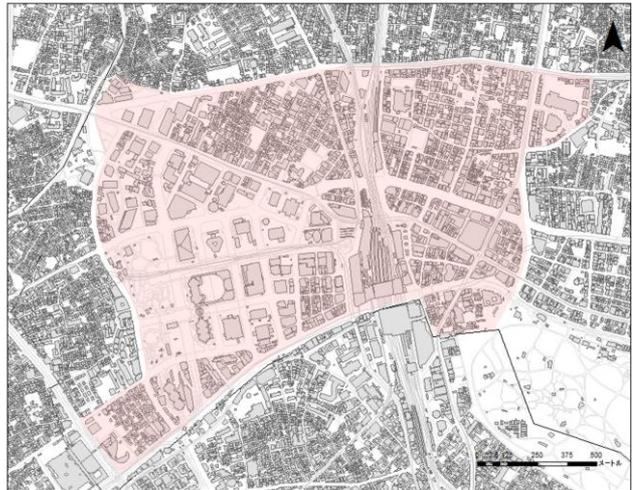


図2 研究対象地域

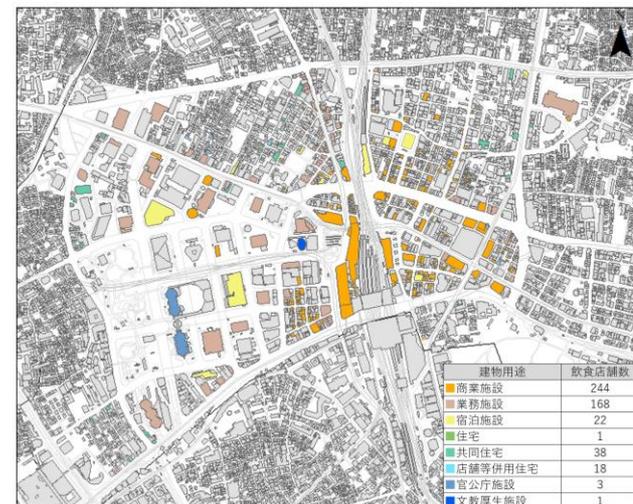


図3 建物用途別飲食店舗数と分布

考察

①の分析結果では、建物用途ごとの飲食店舗の分布を把握することができた。飲食店の多くは、商業施設と業務施設に入居しているという点に関して、2つの要因が挙げることができる。1つ目は、新宿駅周辺地域における商業施設、業務施設の多さである。新宿駅周辺の大部分は、商業施設と業務施設で構成されており、その他の用途で使用されている建物は比較的少ない。2つ目の要因は、利用者や人の出入りの多さが挙げられる。商業施設や業務施設は多くの利用者が行き交い、食事やショッピングなど様々な目的を持った人が施設を利用しているため飲食店が多く立地していると考えられる。また、官公庁施設や、文教厚生施設は、商業施設等と比較して利用者の数は多くないことから、店舗の利用者は明確な目的を持って施設を訪れることが多いため、飲食店の数は多くないのだと考える。

②の分析結果から商業施設、業務施設において居酒屋、喫茶店・カフェが多く入居しており、喫茶店・カフェは幅広い建物用途に立地しているという結果が得られた。このような結果の要因として、居酒屋、喫茶店・カフェの業種としての特徴が挙げられる。このような業種は他の業種と比較して、食事とするということ以外に目的を持って利用されることが多いと考える。例えば、居酒屋であれば、特定の料理を食べるといった目的以外に、友人と会話をする目的や歓送迎会といった目的を持って利用する場面もあるだろう。喫茶店・カフェであれば、休憩、勉強、商談など飲食以外の様々な目的を持った利用者が存在するだろう。多種多様な目的を持った利用者が存在する商業施設や業務施設においては、幅広い目的で利用できる居酒屋や喫茶店がマッチしていると言える。

また、居酒屋と喫茶店・カフェを比較すると、喫茶店・カフェは日中や朝から営業している店舗も多く、学生や子連れの方も利用しやすいという点から、居酒屋と比較してより幅広い建物用途に分布していると考えられる。

4. 飲食店業種の階層分布

4.1. 分析結果と考察

表2は飲食店を業種ごとに分類し、それぞれの店舗は、建築物のどの階層に入居しているかを示したものである。どの業種も1階層に最も多く出店しており、階層が上がるにつれて店舗数は減少している。分析結果を下記に記す。

①喫茶店・カフェの分布に関する特徴

喫茶店・カフェに着目すると、地階、1階、2階に多く立地しており、5、6、7、10階には確認されていない。また、1階と地階において最も多くの出店が確認された業種である。

②居酒屋の分布に関する特徴

居酒屋に着目すると、1階に最も多く出店していることがわかる。また、全体の店舗数が近い喫茶店・カフェと比

表1 建物用途と飲食店業種

	商業施設	業務施設	宿泊施設	住宅	共同住宅	店舗等併用住宅	官公庁施設	文教厚生施設
レストラン	13	7	2		1	1		
肉料理	25	8	1		2	2		
居酒屋	38	28	1		3	5		
シーフード	4	1				1		
そば・うどん	7	4	1			1		
ずし	15	3	1		3	1		
スイーツ・和洋菓子	7	4	1					
各国料理	14	3	2		4			
イタリアン・フレンチ	8	9	1		2			
カレー	1	3			2			
喫茶店・カフェ	32	44	8	1	1	1	2	1
郷土料理店	1					1		
たこ焼き・お好み焼き	2	1						
中華・中国料理	8	5	1		3			
鳥・焼き鳥	3	2			3			
丼	5	8			3	1		
ファーストフード	5	4	1		2	1		
ラーメン	20	16			4	2		
和食・日本料理	10	7	1		3	1	1	
バー	21	6	1					
定食屋	4	3			1			
弁当・宅配	1	1			1			

較すると、喫茶店カフェは、中層階にはほとんど見られないが居酒屋は中高層階にもわずかではあるが店舗を確認することができた。

考察

全ての業種において1階に位置する店舗が最も多く存在しているという点に関して、1階は街を利用する歩行者や自動車の目線と近い位置にあり、利用者の目に付きやすいため多くの利用者が見込めるといことが要因であると考えられる。また、特定の飲食店を目指すのではなく、とりあえず飲食店を探している利用者や、ラーメンや牛丼

表 2 業種ごとの階層分布

	レスト ラン	肉料理	居酒屋	シー フード	そば・ うどん	すし	スイ ツ・和 洋菓子	各 国料 理	イタリ ア・ アン ・ フレ ン チ	カレー	喫茶 店・カ フェ	郷土 料 理店	たご 焼 ・お 好 み 焼 き	中 華 ・ 中 国 料 理	鳥・焼 き鳥	井	ファ ー ス ト フ ード	ラー メ ン	和食 ・ 日 本 料 理	バー	定食 屋	弁当 ・ 宅 配
1階	13	17	38	5	11	19	9	15	12	5	47	2	2	10	6	16	13	34	17	15	5	3
2階	3	7	8			1		3	3		16			2				3		5	2	
3階	2		4			1					1			2						1		
4階			3								1			1						1		
5階	1	2	7																			
6階		1	2																			
7階		3				1		2													2	
8階	1	1	2	1							3		1						1			
9階			1								1										1	
10階			2					1														
11～階			1						1		2									1		
地階	5	7	7		2	1	3	2	4	1	17			3	2	1		5	4	3	1	

といった、食事のジャンルのみを大まかに決めていた人の目に付きやすく、外から店内の混雑状況や雰囲気を確認することが容易であるという点も関与していると予想する。

喫茶店・カフェが中層階にあまり見られなかった要因として業種の特性が関係していると考えられる。喫茶店・カフェは、様々な目的を持った利用者が存在し、休憩や時間を潰す、といった目的を持った利用者が気軽に立ち寄ることもあるだろう。そうした際に、利用者の気づきやすさや気軽さが必要であるため、中層階にあまり見られないだろう。また、喫茶店・カフェは多くの利用者にとって、ラグジュアリーなものではなく気軽に利用できるものという認識が強いことが考えられ、高層階できれいな景色を見ながら飲食をするという需要とマッチしていないものと予想できる。

居酒屋が幅広い階層に分布しているという点に関して、居酒屋という業種のコンセプトや価格帯の多様性が関連していることが要因であると考えられる。居酒屋は、店舗ごとに売りにしている商品や雰囲気が大きく異なり、利用者の滞在時間やニーズも、その店舗の特色が反映されたものとなっている。階層が異なれば、利用者の求めるものも変化し、高層階の飲食店と低層階の飲食店では異なる雰囲気や特徴を持っている。同業の居酒屋であっても、様々な特徴を持った居酒屋が存在するため、その建物の雰囲気や階層にとマッチした店舗が出店しやすく、居酒屋は幅広い階層に分布しているものと考えられる。

5. まとめ

現在の飲食店の店舗立地において、階層や業種、利用者の特性などが大きく関わっていることがわかった。また、飲食店の分布傾向を検討する上で、2つの重要な要素が存在することに気づいた。それは、利用者の幅と業種の幅である。利用者の幅とは、その店舗を利用する人の年齢や目的の幅である。今回は喫茶店・カフェが最も利用者の幅

が広いと考える。業種の幅とは、その業種が持つ、価格帯や雰囲気、コンセプト等の幅である。今回は居酒屋が最も業種の幅が広いと考える。今回の分析ではこの2つの幅が結果に大きな影響を与えていたと予想しているが、それらを裏付ける分析はできなかった。また、これら結果を3次的に GIS 上で可視化し、今後の飲食店舗立地の変遷を検討する為により多角的な分析を行っていききたい。

【参考文献】

- 1) 国土交通省：PLATEAU VIEW [Ver. 1.1], <https://plateauview.mlit.go.jp/>
- 2) NTTタウンページ株式会社:iタウンページ, <https://itp.ne.jp/>
- 3) 国土地理院:基盤地図情報ダウンロードデータファイル仕様書, 第 4.1 版, 国土交通省, 2016