

京都市におけるスーパーマーケットの分布と特徴

3 回生 藤原夏望

1.はじめに

日本国内では 1980 年代後半からの大規模小売店舗法（以下、大店法）の規制緩和以降、都市の郊外を中心に大型店の出店が加速した。そのことや高齢化、景気後退が原因で中心市街地の商店街は衰退していき、都市中心部の空洞化が問題となっている。そして小売業の事業所数、年間販売額は減少傾向にある。しかし大型店の出店が加速したことにより、売場面積においては増加傾向である。荒井・箸本『日本の流通と都市空間』によれば、1990 年代後半以降、百貨店の売上げが軒並み低下しており、経営の悪化から撤退に追い込まれる店舗も多い。代わってスーパーマーケットや大量販売方式を採用し低価格が売りのディスカウントストアが店舗数を伸ばしている。

本稿では京阪神大都市圏の一角をなす京都市の商業について、大型小売店、特にスーパーマーケットを中心にその分布と立地の特徴について考察する。

2.京都市とその周辺地域の小売業

京都市の小売業について、大店法の規制緩和が始まった 1990 年代からの傾向を考察する。図 1～4 は京都市と、京都市に隣接する主な市町における小売業の年間販売額と商店数の推移を表したものである。市町の位置関係は図 5 に示した。京都市の販売額と商店数はともに減少傾向であり、隣接する宇治市、亀岡市についても同様の傾向である。販売額減少の理由としては、1990 年代からの景気後退による購買力の低下が考えられる。商店数の減少については、大規模小売店の増加や高齢化により、商店街などの小規模店舗が閉店してしまったことが考えられる。一方、久御山町において年間販売額は増加傾向で商店数の減少もほとんど見られなかった。安倉（2004）によると、1990 年代以降、大店法の運用緩和と道路交通網の急速な整備という 2 つの大きな環境変化によって、久御山町は、京都府南部地域の中でも広域からの集客が可能な大型店の立地条件に最も恵まれた地域となった。そして 1999 年のイオン久御山、2000 年のロックタウンの出店により年間販売額は増加したと考えられる。その際に当該地域での相次ぐ閉店を防ごうと改正大店法下において出店調整が行われたため、商店数の減少も食い止めることができたと考えられる。

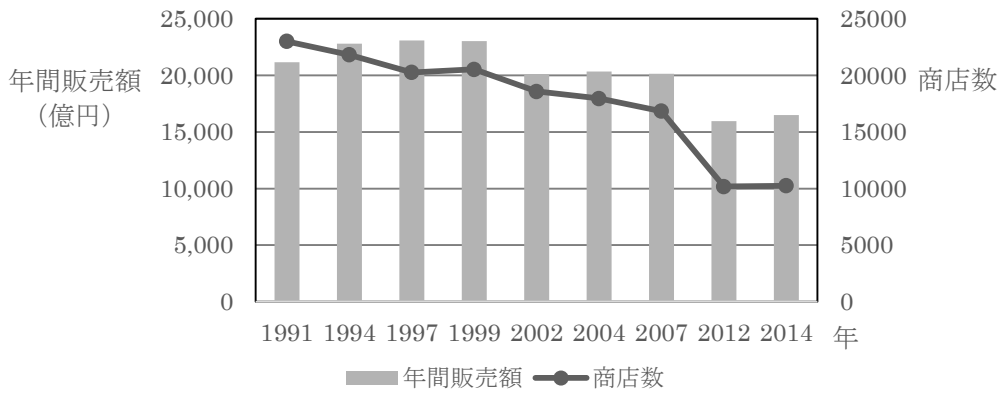


図1 京都市における小売業の年間販売額と商店数の推移
京都府『商業統計調査』1991-2014年より作成

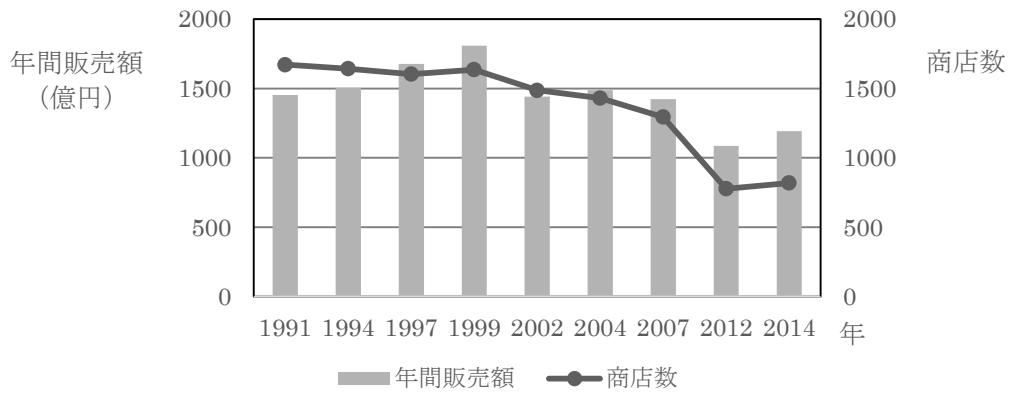


図2 宇治市における小売業の年間販売額と商店数の推移
京都府『商業統計調査』1991-2014年より作成

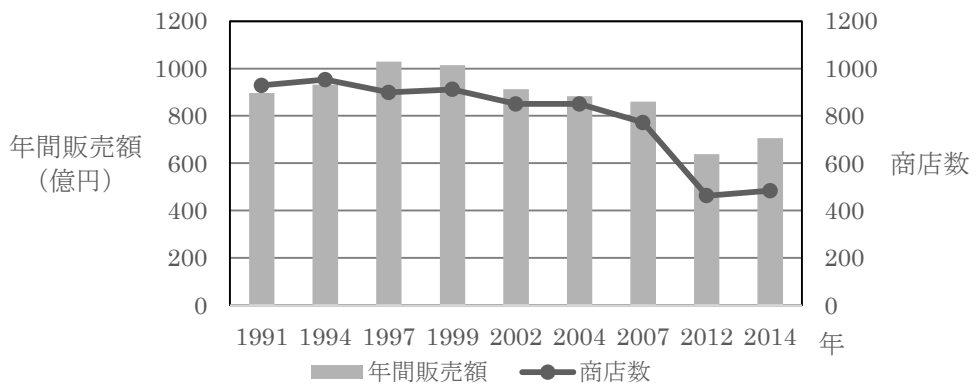


図3 亀岡市における小売業の年間販売額と商店数の推移
京都府『商業統計調査』1991-2014年より作成



図4 久御山町における小売業の年間販売額と商店数の推移
京都府『商業統計調査』1991-2014年より作成



図5 京都市周辺の市町

3.京都市における大規模小売店の現状

表1から、京都市の小売業は規模が500㎡未満のものがほとんどだが、その数は2002年の調査から減少を続けており、500㎡以上の店舗が増加していることがわかる。図6から小売業の商店数が大幅に減少しているのに対して、売場面積は2004年まで増加し続け

ていた。そして図7からは、スーパーの店舗数が増加傾向であるといえる。図7で言うスーパーとは、売場面積の50%以上についてセルフサービス方式を採用している事業所であって、かつ、売場面積が1,500㎡以上の事業所（商業動態統計）である。これらの図表から、京都市において小売業の商店数は減少しているものの規模は大規模化しており、それにはスーパーの増加が1つの要因と考えられる。また京都生活協同組合への聞き取り調査で、京都市は歴史ある景観を保護するために大店法の影響が非常に強くスーパーが入ってくるのが遅れていたが、規制が外れたことで、イオン、ライフ、平和堂といった大規模小売店の出店が増えていることが分かった。

表1 京都市における小売業の規模別事業所数の推移
京都市『商業統計調査』2002, 2007, 2012年より作成

| 事業所数 | 99㎡未満 | 100～499㎡ | 500～999㎡ | 1000㎡以上 |
|-------|-------|----------|----------|---------|
| 2002年 | 14080 | 2282 | 157 | 96 |
| 2007年 | 11833 | 2293 | 229 | 120 |
| 2012年 | 7162 | 1633 | 240 | 143 |

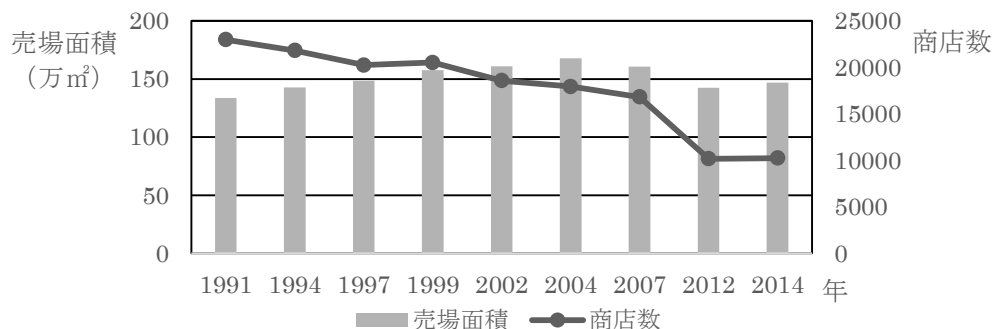


図6 京都市における小売業の売場面積と店舗数の推移
京都府『商業統計調査』1997-2016年より作成

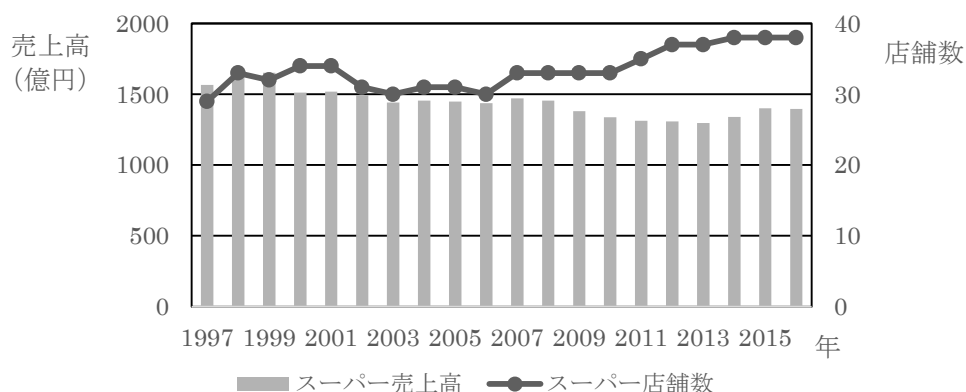


図7 京都市におけるスーパーの売上高と店舗数の推移
経済産業省『商業動態統計』1997-2016年より作成

4.京都市におけるスーパーマーケットの分布

ここではまず京都市におけるスーパーマーケットの分布を店舗面積、開設年、駐車場台数別で見ることにする。(注1)

図8~10を通して、スーパーマーケットは人口集中地区に集中しているが、烏丸通周辺の京都市中心部に分布が見られないことが分かる。1つの理由として、烏丸通沿いは高層ビルなどの建物が密集し、1000㎡以上の店舗面積を持つスーパーマーケットが立地することが困難であることが考えられる。実際に烏丸通沿いに店舗面積が1000㎡を超えない店舗ならばフレスコ烏丸店、コープ御所南ビルなどが存在するが、それらはビルの1階部分に店舗を持っている。また駐車場はなく、主に近隣の住人や仕事などで通りかかる人が利用しているとみられる。もう一つの理由として、百貨店や大規模の商店街が多くみられることが挙げられる。『全国大型小売店総覧2018』によれば京都市内には計7つの百貨店が存在し、そのうちの5つが烏丸通、河原町駅周辺に集中している。また、周辺に錦市場商店街や新京極商店街など京都市を代表する大規模な商店街がみられる。京都錦市場商店街振興組合での聞き取り調査によって、錦市場周辺500m以内にスーパーはなく、商店街とスーパーの対立はないということが分かった。これら百貨店や大規模な商店街の存在が、このエリアでのスーパーマーケットの出店を難しくしていると考えられる。

図8は店舗面積別の分布図である。図から京都駅南側のイオンモールKYOTO、イオンモール京都桂川の店舗面積の広さが分かる。京都駅北部はターミナル機能が集積し中心市街地が発展していたが、京都駅によって分断された南部は北部ほど市街地が発展しなかった。そのような理由から京都駅南開発計画として2010年に開店したのがイオンモールKYOTOである。またイオンモール京都桂川は特定大規模小売店の誘導エリア(立地可能エリア)に指定されたキリンビール京都工場跡地に2014年に開店した。このように都市開発によってモール型の巨大なショッピングセンターが開設されるケースがある。もう一つ、山科駅より南の人口集中地区に沿うように店舗面積が5000㎡以上の比較的大きな大型小売店の分布が見られる。このエリアは市道の京都外環状線、その真下を京都市営地下鉄東西線が走っており、その駅周辺に大規模小売店が集中している。これらの駅周辺は京都市商業集積ガイドプランによって地域型商業集積ゾーンに指定され店舗面積の上限が定められていないため、店舗面積の広い大型小売店を出店しやすいエリアだと考えられる。

図9は開設年別の分布図である。開設年は大規模小売店舗法が制定された1974年、日米構造協議のあった1989年、まちづくり三法が制定された1998年、まちづくり三法が改正された2006年をそれぞれ境にして区分した。図から大店法の規制緩和が始まる1990年代以降に開設された大型小売店が非常に多く、特に2007年以降に開設された新しいものが目立つ。出店場所を見ると、1999年以降に開設された店舗が中心部から離れた地域に多く見られ、京都市郊外への出店が進んでいることが分かる。図8と比較すると、店舗面積が大きいスーパーは開設年が新しい傾向がみられる。また、市街地の南部に1989年以

前に開設された店舗，西部には 1998 年以前に開設された店舗がそれぞれ集中するなど色ごとのまとまりがいくつか見られ，地域ごとの商業土地開発の年代を推測することができる。出店を巡って様々な法律や店舗面積の規制がなされながらも，大型小売店の出店は郊外を中心に加速していると言える。

図 10 は駐車場台数別の分布図である。図 8 と比較して店舗面積と駐車場台数はある程度比例しているものの，イオンモール京都五条やイオン洛南店，MOMO テラスといった店舗が，図 8 でより店舗面積の広がったイオンモール KYOTO とイオンモール京都桂川の駐車場台数より多くなっている。イオンモール KYOTO は京都駅八条口から徒歩約 5 分という立地であり，自動車以外でのアクセスがしやすい店舗である。またイオンモール京都桂川の周辺にも徒歩 5 分以内に 2 駅あり，桂川駅とは隣接するような形で店舗と駅を結ぶ連絡デッキがあるため，鉄道を使ったアクセスに優れている。対してイオンモール京都五条やイオン洛南店は最寄り駅から徒歩約 10～15 分を要し，上記の 2 店舗と比べるとアクセスが難しい。伏見区にある MOMO テラスも京都市の中心部から離れており，自動車利用の集客を見込み多くの駐車場を構えていると考えられる。

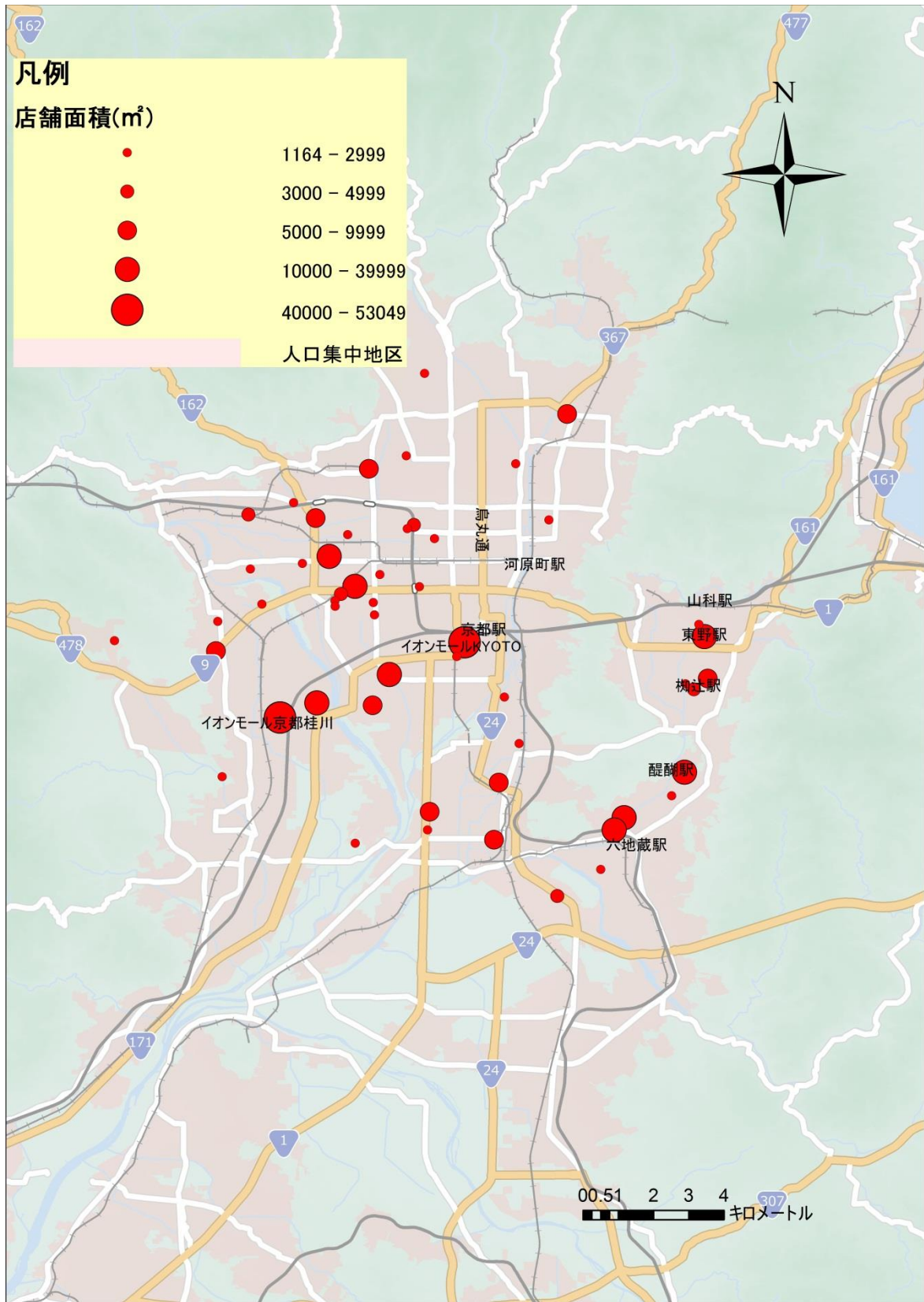


図8 京都市におけるスーパーマーケットの店舗面積別分布図
 東洋経済新報社『全国大型小売店総覧 2018』PP958-967 より作成

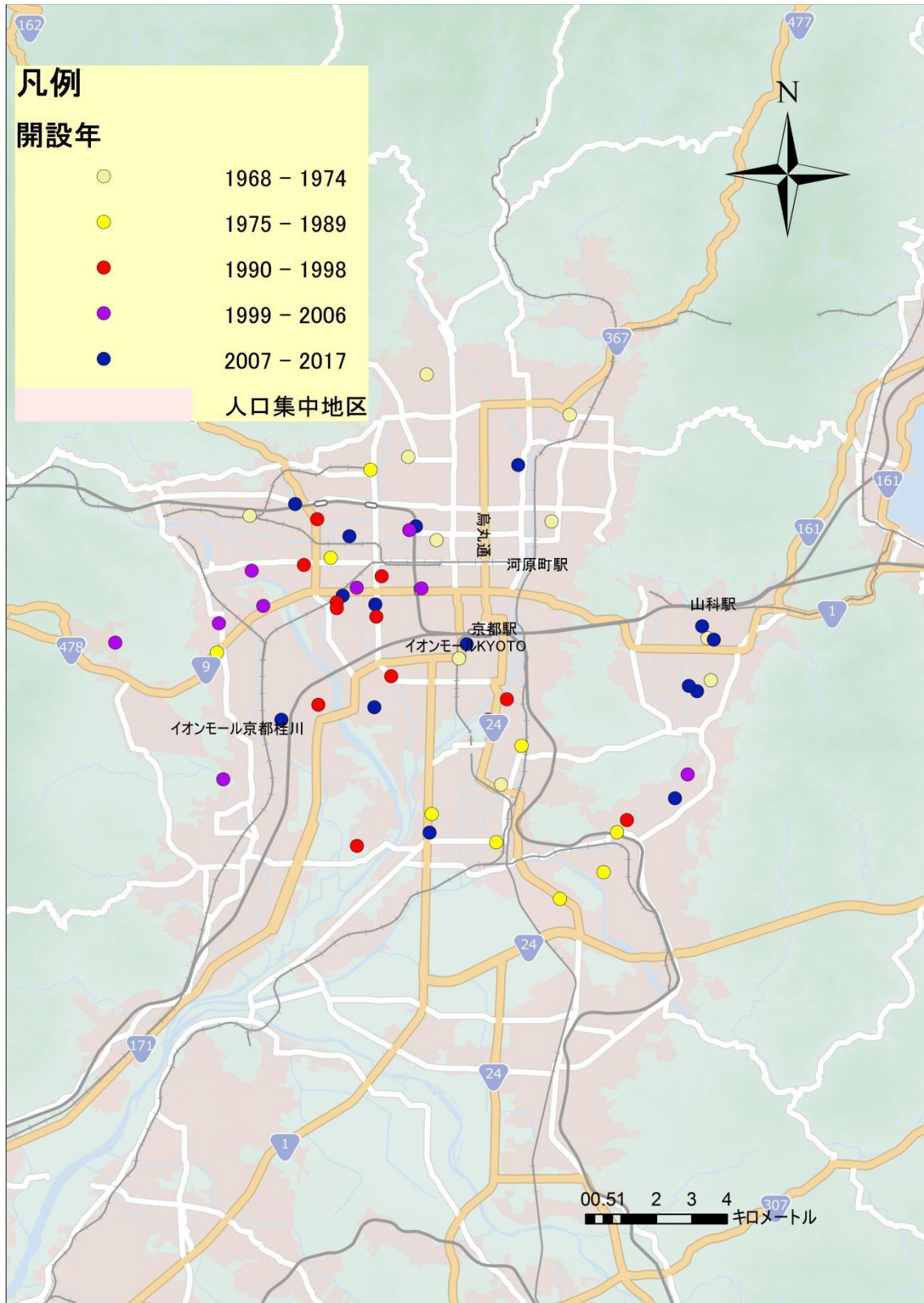


図9 京都市におけるスーパーマーケットの開設年別分布図
 東洋経済新報社『全国大型小売店総覧 2018』PP958-967 より作成

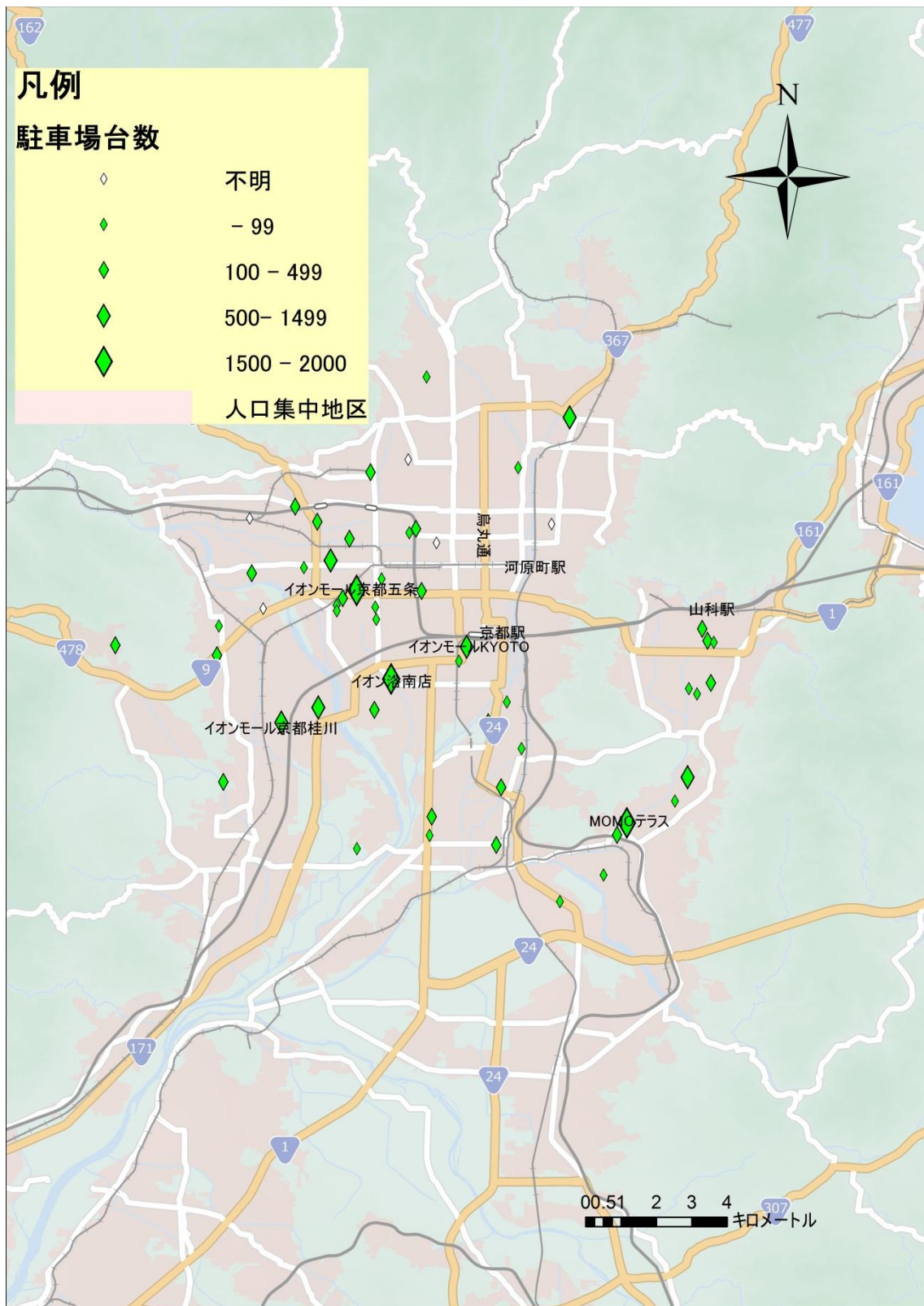


図10 京都市におけるスーパーマーケットの駐車場台数別分布図
東洋経済新報社『全国大型小売店総覧 2018』PP958-967 より作成

2017年9月5日、6日に京都市内のスーパーマーケットの立地環境を調査した。表2はスーパーマーケットの立地環境を示し、図11でそのスーパーマーケットの分布と最寄駅などを示した。表2から店舗面積と駐車台数は比例しており、グルメシティ九条東寺店やコープ二条駅といったスーパーの駐車台数が特に少ないことが分かる。駐車台数が少ない要因としては、主に近隣住民が利用していること、公共交通機関が発達しており駐車場があまり必要ないこと、中心部で駐車場を設置する面積が無いことなどが考えられる。グルメシティ九条東寺店やコープ二条駅は京都市の中心部に位置し、交通機関にも恵まれている。また駅前の建物が密集したエリアに位置し、多くの駐車台数を確保することが難しいと言える。

山科区、伏見区は京都市の郊外と捉えることができ、住民の自動車利用が多く、駐車台数が多くなっている。またスーパーマツモト洛南店はセリア、マツモトキヨシ、しまむらといった多店舗が隣接する商業施設となっており、駐車台数が多い理由と言える。

またこの調査で、大規模なスーパーマーケットが見られなかった烏丸通周辺の京都市中心部に、フレスコという店舗が多くみられた。フレスコは24時間営業の店舗が多く生鮮食品も取り扱っているものの、店舗面積は1000㎡に届かずコンビニによりやや広いくらいの非常に狭いものであった。店舗数も近年拡大しており、このような新たな形態のスーパーマーケットが成長していくのではないかと考えられる。

表2 調査したスーパーマーケットの立地環境

| スーパー名 | 店舗面積(㎡) | 開設年 | 駐車台数 | 周辺の環境 |
|---------------|---------|------|------|---------------------------------------|
| グルメシティヒカリ屋山科店 | 6937 | 1973 | 317 | ・榊辻駅徒歩3分 ・京都外環状線沿い(車通り多い) |
| スーパーマツモト洛南店 | 5290 | 2010 | 356 | ・久世橋通沿い ・バス停隣接 ・工場が多い |
| マツヤスーパー山科三条店 | 2999 | 2011 | 190 | ・住宅街 |
| コープ京都醍醐石田 | 1700 | 2007 | 74 | ・石田駅徒歩7分 ・京都外環状線沿い(車通り多い) ・団地多数 |
| グルメシティ九条東寺店 | 1325 | 1968 | 8 | ・東寺駅徒歩2分 ・九条通沿い(車通り多い) ・飲食店多数 |
| コープ二条駅 | 1241 | 2002 | 33 | ・二条駅前 ・車通り多い ・民家、マンション多い |

東洋経済新報社『全国大型小売店総覧 2018』PP960, 962, 965, 966 より作成

2017年9月5日、6日筆者調査

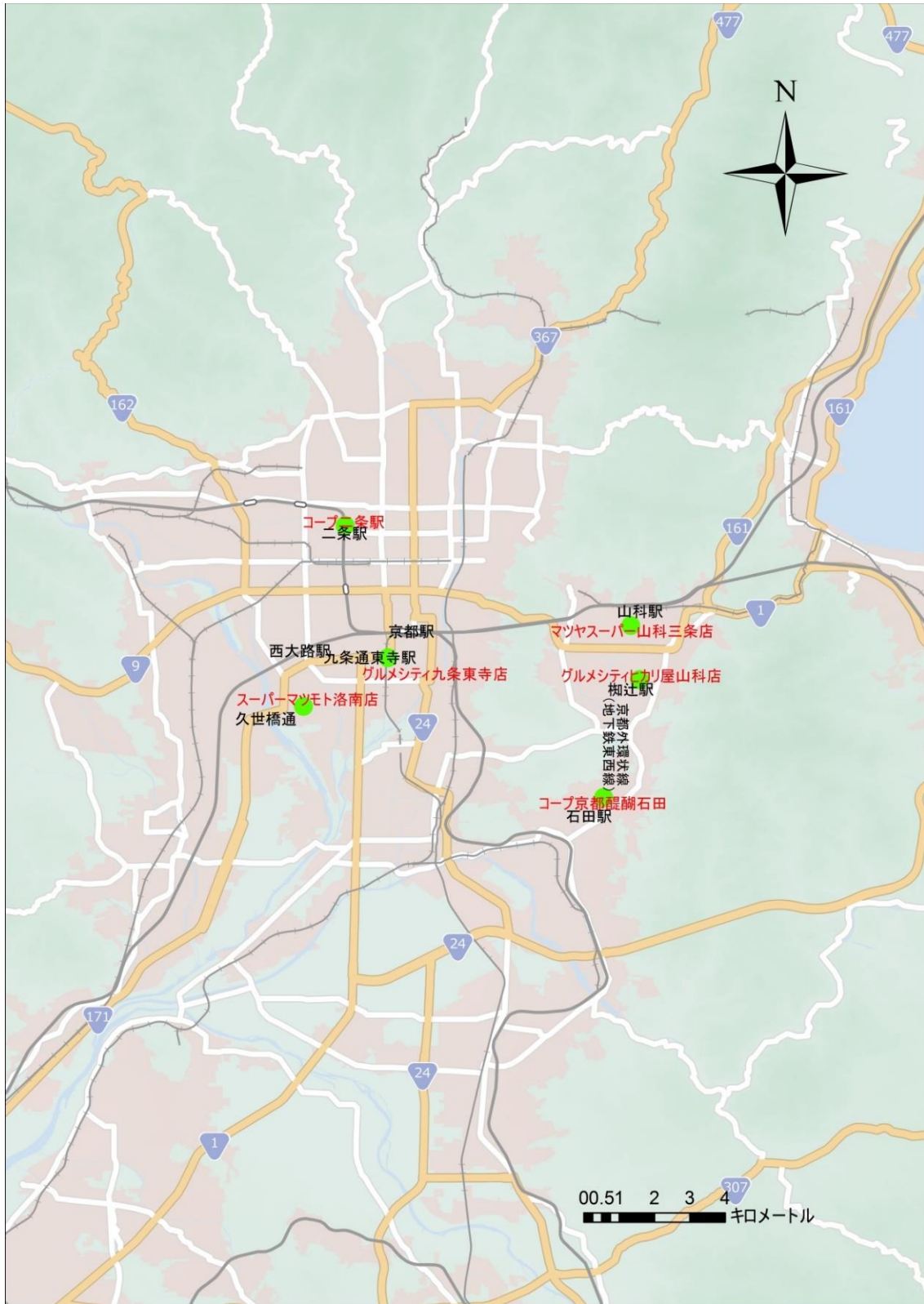


図 11 調査したスーパーマーケットの分布図

東洋経済新報社『全国大型小売店総覧 2018』PP960, 962, 965, 966 より作成
 2017年9月5日, 6日筆者調査

5.京都市のスーパーマーケットの運営と店舗立地の特徴

ここではコープの店舗運営を行っている京都生活協同組合とマツヤスーパーでの聞き取り調査から、それぞれの運営の特徴や店舗立地などについて考察する。

まずコープについて、ほかのスーパーと大きく異なる点は地域住民や商店街とのつながりが強いことにある。例えば出店の際に周辺商店街からの反対があればそれを考慮し、店舗の売上が悪い場合も利用している顧客の意見を聞き簡単に閉店することはできない。店舗へ足を運ぶのが難しい高齢者のために店舗への無料送迎、移動店舗なども導入しており、これらは赤字であるもののお客様目線の事業である。もう一つの特徴として、郊外の店舗の駐車場台数が多かったりはするものの、店舗面積においてはほぼ変わらないことが分かった。全店舗でほぼ同じ品ぞろえが確保されている。

次にマツヤスーパーについて、マツヤスーパーは本部を置く京都市に5店舗（山科区4店舗・伏見区1店舗）、城陽市に1店舗、滋賀県に2店舗を構え、2017年10月には新たに宇治市に店舗を開設した。マツヤスーパーの店舗立地の特徴として、京都市の山科区、伏見区の5店舗を中心に、比較的全店舗が集中している点である。この理由として、スーパーマーケットは買い物客の商圈が徒歩10分程度と狭いことと、物流コストの面からまとまっているほうが効率的であるためである。その他道路からのアクセス（何面道路に面しているか）・面積・商圈が出店の3大要素であり、他店と競合が無いように周辺の世帯数や占有率まで調査するという。また山科三条店とビア店について、ホームセンターのケーヨーデイツーと隣接しているという特徴があった。ホームセンターはスーパーマーケットと比べて来店頻度が低く商圈も広いため、遠くから客を集め同時にスーパーマーケットで買い物をしてもらおうという戦略である。販売する商品も異なるため、スーパーマーケットにとってもホームセンターにとっても好都合である。



写真1 マツヤスーパー山科三条店（2017年9月7日筆者撮影）

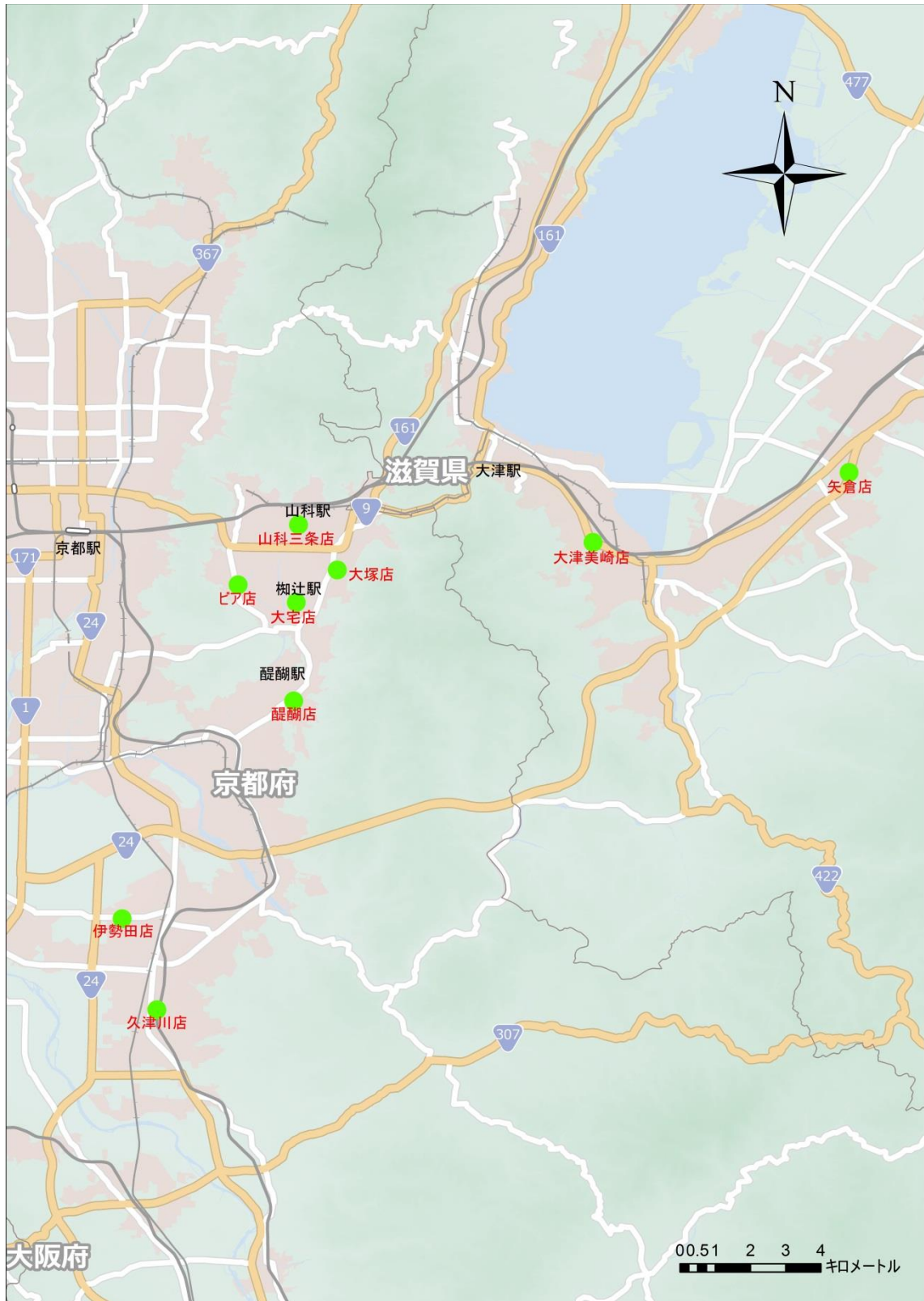


図 12 マツヤスーパーの店舗分布
 マツヤスーパーホームページ「店舗のご案内」より作成

6.まとめ

日本国内では1980年代後半以降、大店法の規制緩和によって都市の郊外を中心に大型店の出店が加速した。大型店の出店競争や高齢化、景気後退により中心商店街は衰退し、小売業の事業所数と年間販売額は減少傾向、売場面積においては増加傾向にある。京都市の商業も全国的な動向と同様に、小売業の年間販売額と商店数の減少がみられるが、売場面積は増加傾向である。図9から、大店法の規制緩和が始まった1990年代以降に開設されたスーパーマーケットが多くみられ、売場面積の増加に起因していると考えられる。出店場所としては、高層ビルや大規模な商店街が並ぶ烏丸通周辺の市の中心部に少なく、山科区などの郊外を中心に分布している。

京都市のスーパーマーケットについて、店舗面積においては土地の再開発により50000㎡近くの大型ショッピングセンターが建設されるケースがある。開設年と比較すると、新しいスーパーほど店舗面積が大きい傾向がみられる。また、大店法の規制緩和が始まった1990年代以降に開設されたスーパーが多いことが分かった。大店法の規制緩和後もまちづくり三法や京都市独自の規制が制定されているものの、大規模小売店の増加傾向は続いている。つまりそれらの規制は大店法時代の「出店規制」ではなく「立地規制」であり、定められた商業地域内や都市の再開発区域内においては制限を受けることなく大規模小売店の立地がしやすいのである。駐車場台数においては、鉄道駅との距離が関係し、どれだけ自動車を利用した集客を見込めるかが考慮されている。

自身が行ったスーパーマーケットの立地環境調査においては、店舗面積と駐車場台数が比例関係にあることを確認できた。周辺の公共交通機関や、住民の自動車利用が多い郊外地域といった立地環境も、駐車場台数に影響している。またコンビニより少し広いくらいの店舗面積ながらスーパーマーケットと同じ機能を備えるフレスコという店舗が市内の中心部でも見られ、今後成長していく新たな形態のスーパーマーケットと考えられる。

京都生活協同組合とマツヤスーパーでの聞き取り調査について、まずコープの一番の特徴は地域とのつながりが強いことで、出店や店舗運営に際して地域住民の影響力が大きいことが分かった。マツヤスーパーは全店舗の場所が集中している特徴があり、スーパーマーケットの商圏の狭さという特徴や物流コストの面から出店がなされていることが分かった。

—付記—

本稿を製作するにあたり、京都錦市場商店街振興組合の是永正之助様、京都生活協同組合CSR推進室の大川洋様・梅田誠様、京都府商工労働観光部商業・経営支援課の大西勝様、マツヤスーパー人事部の中川靖之様、京都市産業観光局商工部商業振興課の河村真一様・山田俊輔様には、お忙しい中にも関わらず大変お世話になりました。ここに記して厚く御礼申し上げます。

注 1) 図 8～10 におけるスーパーマーケットについて

- ・出店の際に市への届出が必要となる店舗面積 1000 m²を越えるもの
- ・東洋経済新報社『全国大型小売店総覧 2018』において、総合スーパー・食品スーパー・ショッピングセンターと示された 3 つの業態を含めることとする。総合スーパーとはスーパーセンター、ディスカウントストアを含み主としてセルフサービス販売方式を採る小売業のこと、食品スーパーとはセルフサービス販売方式を採る小売業のうち、主として食料品を扱うもの、ショッピングセンターとは業態の異なる複数の小売店舗が「核となる小売店」を中心に集まり、加えて飲食・サービス・アミューズメント施設なども配置されている商業施設を指す（全国大型小売店総覧 2018）。

—参考文献—

- ・荒井良雄・箸本健二 2004. 『日本の流通と都市空間』 古今書院, PP19
- ・藤井正・神谷浩夫編 2014 『よくわかる都市地理学』 ミネルヴァ書房, PP168-171
- ・『全国大型小売店総覧 2018』 東洋経済新報社, PP958-967
- ・安倉良二 2014 大店法の運用からみた大型店の出店過程-京都府八幡市と久御山町を事例に- 季刊地理学 56 PP146-159

