

商業激戦区・東広島市のマーケット分析

もみじコンサルティング株式会社
調査研究事業部 主席研究員 田渡 雅敏

要 旨

- 東広島市は、人口増加によって商業者にとって魅力的な地域であるが、大型小売店の競争も激化している地域でもある。
- 東広島ロードサイド商業集積の中心は、旧国道 2 号線から国道 375 号線バイパス沿線に移動している。土与丸・助実・御菌宇地区の国道 375 号線バイパス沿線は、将来的にも商業集積がさらに高まる可能性あり。
- 国道 375 号線バイパス沿線の中でも、御菌宇地区（フジグラン東広島周辺）は、他の地区に比べて圧倒的に交通利便性が良好で競争優位にある。
- 御菌宇地区の商圈エリアは、国道 2 号線バイパスと国道 375 号線からのアプローチにより、黒瀬・安芸津・八本松まで拡大している。
- 八本松地区、磯松地区は、他のショッピングセンターのライバル地区とはならず、全てのショッピングセンターが競合している。

1. はじめに

広島市内では、平成 20 年 2 月 22 日に「ゆめタウン広島」がオープンし、「ダイヤモンドシティー・ソレイユ」「アルパーク」「フジグラン」「イオン」等の大型ショッピングセンターが激しい競争を繰り広げている。

一方、発展著しい東広島市においても、「ゆめタウン東広島」「フジグラン東広島」「西条プラザ」「イオン高屋ショッピングセンター」等の大型ショッピングセンターが消費者争奪の激戦を続けている。東広島市は、人口増加を続けている数少ない地域の 1 つであり、商業者には魅力的な出店地域となっており、今後ますます競争は激しくなると予想される。

そこで、本レポートでは、東広島市が商業者を惹きつける要因となる人口的背景や、これまでの小売業の動向を分析した上で、東広島市内の各商業集積の特徴を分析し、ハフモデルにより各商業集積の購買確率を算出して競合状態を明らかにする。このこ

とで、東広島市内のどの地域でどれだけの競合が起きているかを特定し検討する。

※本レポートは、当社が(協)東広島ショッピングモール(フジグラン東広島内の共同店舗)より受託した「平成 19 年度中小企業活路開拓調査実現化事業報告書」より抜粋・編集したものである。

2. 東広島市の人口的背景と小売業の動向

(1) 人口的背景

東広島市は、1974（昭和 49）年 4 月 20 日、賀茂郡内の西条町、八本松町、志和町、高屋町の 4 町が合併し、広島県内で 12 番目に誕生した市である。賀茂学園都市建設、広島中央テクノポリス建設の 2 大プロジェクトにより、社会基盤や産業基盤の整備も進んでいる。2005（平成 17）年 2 月 7 日には、黒瀬町、福富町、豊栄町、河内町及び安芸津町と合併し、新しい東広島市として、人口約 178,000 人、面積は約 635 k m²

と広島県の約 7.5%を占める広いエリアを有する広島県中央地域の中核都市となった。

近年は、広島大学やハイテク関連製造業の集積の集積効果により、人口が増加し続けており、広島県では数少ない人口増加地域となっている。また、将来人口推計においても人口が増加し続けると予想される唯一の地域である。

一方、東広島市の家計所得についてみると、1人当たり家計所得（平成 16 年）で県内第 3 位の高い位置を占めている。上場企業の関連工場立地や教育関連産業、裕福な農家が混在しており、潜在的な消費意欲の高い地域と言える。

東広島市の人口について、地区別年齢構成比をもとに類型分けするため、クラスター分析^{*}をした。その結果、クラスター間距離が 5 以下で次の 4 つのグループに類型分けできる。

河内地区・安芸津地区・福富地区・豊栄地区・豊栄地区が 1 つのグループになり、「高齢化地区」として位置づけられる。高屋地区・黒瀬地区が 1 つのグループであり、「中年世代地区」として位置づけられる。西条地区は「若年世代地区」、八本松地区は「団塊世代地区」として位置づけられる。

さらに、東広島市で最も人口集積の高い西条地区について細かく分析した。人口構成比を西条地区の大字単位でクラスター分析をするとクラスター間距離 10 以下で次の 4 つのグループに類型分けできる。

まず第 1 グループは、「西条上市町、西条西本町、西条町助実、西条土与丸五丁目、西条町寺家、西条東北町、西条町御菌宇、西条町田口、鏡山三丁目、西条中央四丁目、

西条町西条東、西条土与丸一丁目、西条土与丸二丁目、西条栄町、西条土与丸六丁目、西条町下見、西条土与丸四丁目、鏡山二丁目」である。このグループの特徴は、30 才～39 才と 55 才～59 才の年齢構成比が高いことである。また 0 才～9 才の年齢構成比も高い。「バランス構成型」と言えよう。

第 2 のグループは、「西条大坪町、西条御条町、西条朝日町、西条昭和町、西条末広町、西条中央二丁目、西大沢一丁目、鏡山北、西条中央三丁目、西条中央八丁目、西条中央一丁目、西条中央六丁目、西条中央七丁目、西条中央五丁目、三永二丁目、三永三丁目、西条吉行東一丁目、三永一丁目」である。このグループの特徴は、20 才～39 才の年齢構成比が高く、とりわけ 30 才～34 才が極めて高い。0 才～9 才も高い。一方で、高齢人口が極端に少ない。「若年ファミリー型」と言えよう。

第 3 のグループは、「西条下見五丁目、西条下見六丁目、西条下見七丁目」である。このグループの特徴は、20 才～24 才の年齢構成比が極端に高く、40%～50%を占めていることである。「学生街型」と言えよう。

第 4 のグループは、「西条岡町、西条本町、西条町郷曾、西条町下三永、西条町福本、西条町西条、西条町吉行、西条町大沢、西条町土与丸、西条町森近、西条町馬木、西条町上三永、西条土与丸三丁目」である。このグループの特徴は、30 才～34 才と 55 才～64 才の人口構成比が高い。「団塊初老型」と言えよう。

（２）小売業の動向

東広島市の小売業の動向を商業統計で見ると(図表－1)、東広島市内の小売業の年間売上高は、1997 年～2002 年までは伸び悩んだが、2004 年にかけて増加に転じている。不況期の落込みはあるものの、広島県内全体のように減少傾向ではなく増加に転

^{*} クラスター分析とは、分析対象となる多数の母集団をいくつかの要素に分類する手法。互いに似たものを集めて集落（クラスター）を作るという意味があり、数値分類法とも呼ばれ、対象者、製品、項目等の要素から対象データをグルーピングして分析する。

じているのが特徴である。

一方、売り場面積は 2002 年をピークに 2004 年は減少した。小型路面店の撤退・廃業が要因であると推察される。その結果、売場効率は 2002 年まで減少したが、2004 年ではやや増加した。

図表-1 東広島市小売業従業者数・年間販売額・売場面積・売場効率の推移

	従業者数	年間販売額	売場面積	売場効率
1994	6,027	12,712,869	114,892	110.7
1997	6,960	14,131,200	135,174	104.5
1999	8,410	14,025,534	151,710	92.4
2002	8,218	14,094,781	210,587	66.9
2004	8,452	15,151,189	196,143	77.2

東広島市の商業集積地別に見ると(図表-2)、年間商品販売額が増加傾向にあるのは、「上市・土与丸」「朝日町」「西条中央」「下見」の各商店街であった。「上市・土与丸」は「ゆめタウン東広島」の売上増加、「西条中央」については地区内の人口増加、「下見」は学生数の増加が要因であると推察される。売り場面積が増加傾向にあるのは、「上市・土与丸」「下見」の各商店街であった。売場効率が増加傾向にあるのは、「本町」「東本町」の各商店街となった。これは、小規模路面店の撤退・廃業による効果であると考えられる。

東広島市の大型小売店出店状況を見ると(図表-3)、「西条プラザ」「フジグラン西

条駅前」「ゆめタウン東広島」の大型店の経過年数が 17 年～34 年と長くなっているのうかがえる。「ゆめタウン東広島」の開設から「フジグラン東広島」の開設まで 10 年の間隔があり、1990 年代から 2000 年の始めにかけて、店舗面積 2 万㎡を超える大型店の出店が一服している。これは不況期が最大の要因であろう。

図表-4 東広島市大型小売店の数値合計推移

	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代
店舗面積(㎡)	25,766	18,563	63,863	57,044
店舗数	46	23	99	72
一店舗当り面積(㎡)	560	807	645	792
駐車場収容台数	1,531	1,598	3,218	3,094

店舗出店状況を大型小売店の数値合計推移で見ると(図表-4)、店舗面積、店舗数ともに、1990 年代をピークに 2000 年代は、やや減少傾向にある。一店舗当り面積は 2000 年代にかけて増加している。駐車場収容台数は 2000 年代に伸び悩むものの、1970～80 年代に比べて倍近い伸びを示している。1990 年代からは、3,000 台を超えて安定している。大店法の改正もあり「イオン高屋ショッピングセンター」の出店を最後として郊外型の大型店立地は一服すると見られることから、東広島市内とくにロードサイドにおける駐車場台数の確保は競争激化すると推察される。

図表-2 東広島市商業集積別小売業従業者数・年間販売額・売場面積・売場効率の推移

年間商品販売額												(単位:万円)	
	本町商店街	岡町商店街	上市・土与丸商店街	朝日町商店街	東本通商店街	八本松商店街	西高屋駅前商店街	中央通商店街	磯松商店街	志和掘商店街	西条中央商店街	下見商店街	フジグラン東広島SC
1994	47,001	324,268	1,287,071	184,197	139,023	1,140,779	344,209	2,140,843	728,220	127,489	547,719	316,633	
1997	98,415	150,766	1,377,731	729,052	50,878	865,996	387,644	1,402,035	1,287,676	117,316	1,433,234	676,691	
2002	93,394	100,115	1,662,403	1,214,469	21,924	718,662	271,472	721,995	886,330	92,154	1,012,996	1,019,631	
2004	93,668	104,082	2,078,068	1,224,591	32,908	587,724	445,916	713,675	764,038	105,792	1,081,056	1,091,087	877,765
売場面積												(単位:㎡)	
	本町商店街	岡町商店街	上市・土与丸商店街	朝日町商店街	東本通商店街	八本松商店街	西高屋駅前商店街	中央通商店街	磯松商店街	志和掘商店街	西条中央商店街	下見商店街	フジグラン東広島SC
1994	962	3,830	13,872	2,215	1,306	11,089	3,371	21,874	3,694	1,212	5,114	1,401	
1997	975	1,499	23,499	5,113	694	10,470	4,085	15,952	12,212	1,050	11,547	3,173	
2002	559	914	33,857	18,593	701	8,805	3,364	9,372	10,142	3,017	10,249	20,614	
2004	564	1,101	37,072	15,164	249	8,145	3,766	9,930	7,222	1,553	11,527	21,693	26,490
売場効率												(単位:万円/㎡)	
	本町商店街	岡町商店街	上市・土与丸商店街	朝日町商店街	東本通商店街	八本松商店街	西高屋駅前商店街	中央通商店街	磯松商店街	志和掘商店街	西条中央商店街	下見商店街	フジグラン東広島SC
1994	48.9	84.7	92.8	83.2	106.4	102.9	102.1	97.9	197.1	105.2	107.1	226.0	
1997	100.9	100.6	58.6	142.6	73.3	82.7	94.9	87.9	105.4	111.7	124.1	213.3	
2002	167.1	109.5	49.1	65.3	31.3	81.6	80.7	77.0	87.4	30.5	98.8	49.5	
2004	166.1	94.5	56.1	80.8	132.2	72.2	118.4	71.9	105.8	68.1	93.8	50.3	33.1

図表－3 東広島市の大規模店舗出店状況

	開設年月	店面積(m ²)	延面積(m ²)	核店舗面積(m ²)	業 態	店舗数	駐車場収容台数
西条ブラザ	1973年12月	11,729	27,595	2,790	ショッピングセンター	25	1,000
ほりインテリア西条	1974年2月	2,106	2,686	2,106	専門店	1	16
ショージ八本松南店	1975年10月	1,452	1,795	1,323	スーパー	2	121
藤三食品安芸津店	1976年10月	1,355	1,932	1,355	スーパー	1	100
フジグラン西条駅前SC	1979年11月	9,124	23,481	6,004	ショッピングセンター	17	294
ホームセンターサンビック	1981年10月	2,003	2,339	2,003	ホームセンター	1	200
ビックハウス黒瀬店	1984年4月	3,030	-	2,902	食品スーパー	6	250
デオデオ東広島店	1985年9月	3,528	12,599	3,528	専門店	1	355
イズミ安芸津店	1986年3月	1,173	1,399	1,120	スーパー	2	80
ショッピングバザール万惣高屋店	1989年10月	2,566	2,741	2,566	スーパー	1	213
藤三八本松SP(ミスターマックス八本松店)	1989年12月	6,263	7,663	2,564	ショッピングセンター	12	500
ゆめタウン東広島(イズミ東広島店)	1990年10月	23,901	29,416	10,254	ショッピングセンター	48	1,300
ワコー東広島店	1990年11月	2,028	-	1,826	ホームセンター	5	136
黒瀬SC(ゆめタウン黒瀬)	1991年3月	8,870	12,784	6,697	スーパー	12	452
コープ八本松	1992年7月	1,737	-	1,548	スーパー	3	136
中越プラザビル(ディック安芸西条店)	1994年5月	3,483	4,451	2,148	スーパー	2	241
ヴェスタ高屋店	1994年10月	2,979	3,831	2,190	スーパー	6	172
リビンス松屋西条店	1996年2月	2,682	2,993	2,682	専門店	1	24
イズミ八本松店	1996年12月	3,827	4,592	2,911	スーパー	5	92
ホームセンタージュンテンドー黒瀬店	1997年10月	1,666	1,959	1,666	ホームセンター	1	-
ゆめタウン学園店	1998年3月	11,124	17,395	-	スーパー	13	539
ショージ黒瀬店	1999年4月	1,566	2,140	981	スーパー	3	126
ホームプラザナフコ東広島店	2000年4月	7,200	93,909	7,200	ホームセンター	1	222
ショージR375バイパス店	2000年5月	1,864	2,778	1,682	スーパー	3	120
ディック土与丸店	2000年10月	2,740	3,000	-	ホームセンター	1	-
フジグラン東広島	2000年11月	23,536	37,983	16,975	ショッピングセンター	53	1,600
フジグラン東広島・別棟	2000年11月	3,000	8,720	3,000	ショッピングセンター	5	-
御園宇複合商業施設(ひまわりスーパードラッグ東広島店)	2005年1月	2,071	-	-	専門店	6	93
マックスパリュ西条西店	2005年8月	2,983	-	-	スーパー	2	161
万惣八本松店	2005年10月	1,720	-	1,720	食品スーパー	1	105
イオン高屋ショッピングセンター	2007年9月	11,930	50,360	2,020	ショッピングセンター	23	793

3. 東広島市のロードサイド商業集積

東広島市商圏内の主な商業集積地区、ロードサイド地区の立地企業に対し、ヒアリング調査を実施し、主な商業集積地区、ロードサイド地区の強み・弱みをSWOT分析により分析した。

(1) 西条駅前商店街

- 西条駅前地区は、政策的なテコ入れにより、商店街活性化策が計画されている。
- ただし、道路整備を含めたハードの整備が今後の活性化の鍵を握る。
- 大型店舗の衰退・撤退がマイナス要因。
- 酒蔵地区という歴史的資源を活用するとすれば、出店する業態に限られ、ターゲット客の固定化にもつながりかねない。
- 来街者をもてなす業態・システムが不足している。
- 核となる大型店が老朽化しており、新たな魅力的集客施設が計画されない限り、駅前地区の再活性化は難

しい。

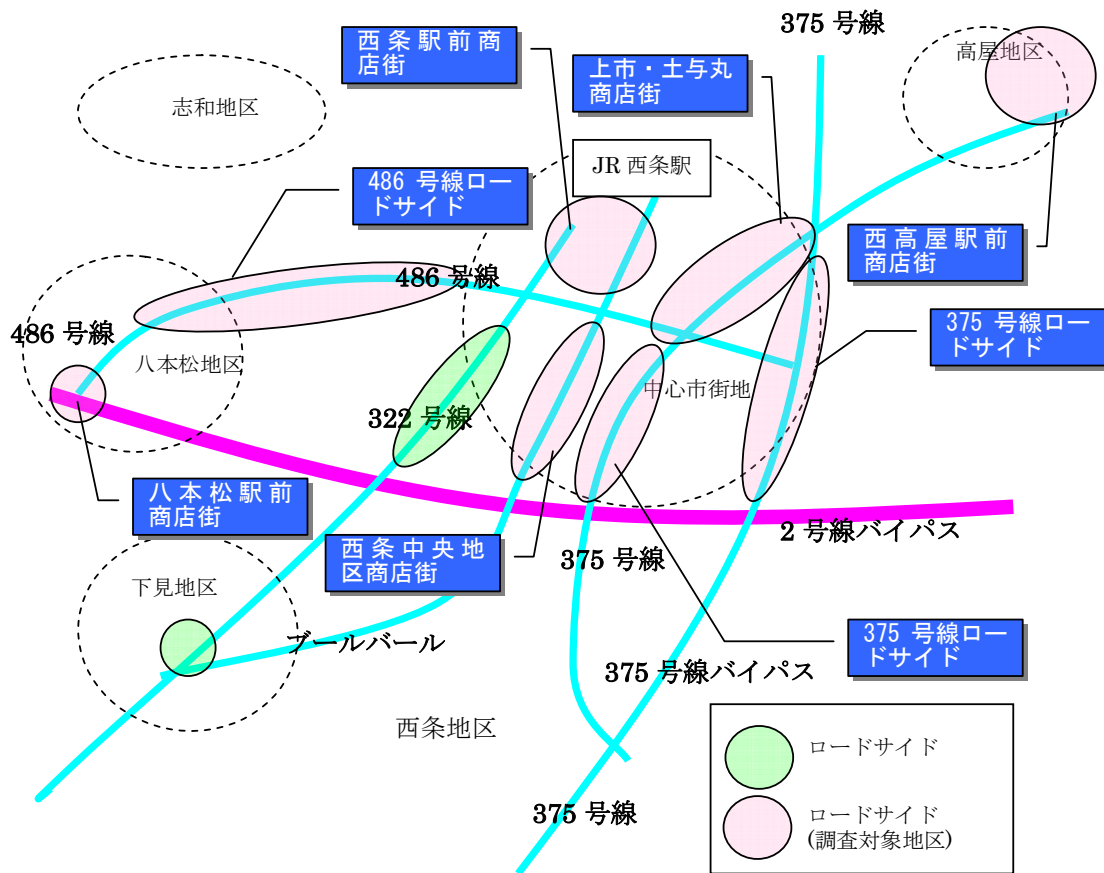
(2) 上市・土与丸商店街

- 上市・土与丸商店街は、ゆめタウン東広島の集客力に依存している。
- 交通利便性に恵まれているが、周辺道路の交通渋滞により魅力が減少する可能性がある。
- 1次商圏の人口が多いことも強みである。
- 高屋地区からのアプローチが容易である反面、イオン高屋ショッピングセンター開店の影響を直接こうむるのもこの地区のマイナス点。
- ゆめタウン東広島はオープンから17年たっており、リニューアルを含めた大きな改革がない限り、近隣のロードサイドに徐々に顧客を奪われる可能性がある。
- 駅周辺のマンション人口をいかに取り込んでいくかが課題。

(3) 西条中央地区商店街

- 西条中央地区は、西条駅に近く、地区内に人口集積地を内包している

図表－5 東広島市の商業集積位置図



ことが最大の強み。逆に、ユニクロ等のロードサイド店が撤退しており、地区内が住宅化している。

- 商業集積を妨げている最大の要点は、ブルーバール。ブルーバール沿いは、今後、医療施設あるいは高度サービス業(弁護士・税理士等)のオフィスの立地が見込める。
- ブルーバール沿いから一本奥に入った通りに、おしゃれな小売店が立地し繁盛しているケースもあり、駅前地区マンション住人をターゲットにした小売・飲食が立地する環境にはある。

(4) 375号線ロードサイド地区

- 375号線ロードサイドは、375号線沿いと375号線バイパス沿いに分かれる。

- 375号線沿いは、立地が飽和状態で交通渋滞もあり、新たに進出するには魅力のない地区となる。
- 一方、375号線バイパス沿いは、大型小売店、ロードサイド型DIY店、ファーストフード店等が多く進出しており、集積効果の恩恵を受けやすい地区となっている。
- 2号線バイパスと375号線バイパスの利便性が最大の強み。従って、ロードサイドの中心は486号から375号線バイパス沿いへ移っている。
- 交通利便性を生かした戦略が今後の課題。例えば、「道の駅」的な店舗戦略もその一つ。地域資源を取り込んで、ここでしか買えない物売る店舗も必要となろう。

(5) 486号線ロードサイド地区

- 486号線ロードサイドは2号線バイパスの開通により、徐々に交通量が減少し、ロードサイドとしての賑わいを失っている。逆に、交通量の減少による渋滞の緩和が強みになっている。
- 486号ロードサイドは小商圏のショッピングセンターや安売り量販店の立地には向くが、魅力的な専門店が立地するほど広域からの集客は見込めないところが弱み。
- 新駅や大型総合病院の計画が以前からあるが、実現可能性に疑問符がつくことも、このロードサイドへの出店が鈍っている要因。
- 今後は、小商圏の消費者をいかに確保し固めるかが、このロードサイド地区店舗の課題となろう。

(6) 八本松駅前商店街

- 八本松駅前商店街は、2号線バイパスの完成や、磯松地区に商業集積が高まっていることから衰退している。
- 駅前再開発が遅れていることが最大の弱み。
- 藤三八本松はオープンから20年であり、求心力が薄れていることも弱み。
- 藤三八本松のミスターマックスはディスカウント店として一定の存在感があり、広域から集客しているものと推察される。ただし、藤三八本松周辺のロードサイド集積に魅力がなく空き店舗も目立つ状況となっている。
- この地区では、集積として生き残るより個店としてどう生き残るかを考える戦略が基本であろう。

(7) 西高屋駅前商店街

- 西高屋駅前商店街は、イオン高屋ショッピングセンターがオープンすることで様変わりすると推察される。
- 地元商店街の盛衰は、イオン高屋ショッピングセンターとの連携をいかにとるかにかかっている。
- この地区の強みは、南と東に大型小売店が存在しないことによって、商圏人口を100%取り込めるところにある。
- 東広島市内から、どれだけ多くの集客をするかが課題。

4. 東広島市の商圏分析

経産省推奨の修正ハフモデルを用いて競合地域を加味した分析を行う。競合地域の設定は、商業統計の「商業集積地」を若干加工して使用する。推計された購買確率により、各競合地域の商圏を設定し比較する。

(1) 競合商業集積(ショッピングセンター及び商店街)の設定

- ①平成16年商業統計データ、平成18年大型小売店総覧を加工
- ②西条駅周辺の4つの商業集積を1つにし、「西条駅周辺商店街」とする。
- ③上市・土与丸商店街と朝日町商店街は、375号線で連結するロードサイド型+市街地型の集積であることから、1つにまとめ「朝日町・上市・土与丸商店街(375号線ロードサイド)」とする。
- ④志和掘商店街は、遠隔地であり店舗面積も少ないことから、競合地域としての存在感がないので、競合分析から除外する。

(2) 修正ハフモデルの改良

修正ハフモデルは各競合地域の店舗面積を合計する必要があるが、統計的にそれが不可能な地域がある。また、周辺地域で人口の大きな市部の店舗面積は巨大であり、距離よりも店舗面積により大きなバイアス

がかかる懸念がある。そこで、店舗面積の集計が不可能な地域や、周辺市部については、(1)式のとおり各地域から東広島市への流出率を乗ずることとする。また、東広島市から市外への流出を推計に加味するため、東広島市内については、(2)式のとおり流出率を乗ずることとする。流出率は、平成15年度広島県商圈調査のデータを使用した。

①購買確率(流出率修正)計算式

i 黒瀬、福富、豊栄、河内、安芸津、竹原、三原、呉

$$P_{ij} = \sum_{j=1}^n \alpha \frac{S_j}{d_{ij}^2} \cdot \dots \cdot (1)$$

P: 購買確率
S: 売場面積
d: iからjまでの距離
i: 各地域
j: 各商業集積またはSC
α: 買物流出率

ii i以外の東広島市地域

$$P_{ij} = \sum_{j=1}^n (1-\alpha) \frac{S_j}{d_{ij}^2} \cdot \dots \cdot (2)$$

②修正ハフモデルによる競合分析

改良修正ハフモデルにより、各地域における競合地区の商圈を算出して、これを比較した。

ハフ商圈の判定は、購買確率0.3以上を1次商圈、0.2以上を2次商圈、0.1以上を3次商圈とする。

図表-6 商圈判定表

	ハフ商圈
1次商圈	0.3 ≤ X
2次商圈	0.2 ≤ X < 0.3
3次商圈	0.1 ≤ X < 0.2
影響圏	0.0 < X < 0.1

a. 西条地区

- 西条駅前地区は、競合が多くコストをかけてアプローチしても効果が薄いと考えられる。同様に土与丸も同じ事が言える。
- 西条中央地区は、西条中央商店街が1次商圈となっているが、西条中央商店街の店舗構成を見ると魅力度に乏しい。従って、この地区は他の競合商店街の草刈場となる。同様に、郷曾・田口も下見商店街の店舗構成や地区の人口を考えれば、アプローチして効果の上がる地域といえる。

b. 八本松地区

- 磯松商店街が圧倒的に1次商圈となっている。
- ただし、八本松南4~8丁目は、どの商店街も1次商圈となっておらず、この地域も競合商店街による草刈場となっている。同様に、飯田・原・八本松飯田7~9丁目も圧倒的優位に立つ商店街がない状況となっている。

c. 志和地区

- 志和地区は冠・志和西・志和掘・別府で圧倒的優位に立つ商店街がない状況となっている。

d. 高屋地区

- 西高屋駅前商店街がほとんどの地区で1次商圈である。
- この地区での競争はイオン高屋ショッピングセンターとゆめタウン東広島の一騎打ちと見られ、コストをかけて競争参入してもメリットは薄いと考えられる。従って、従来からの固定客を維持するのみの戦略が適していると考えられる。

e. 黒瀬地区

- 地元のゆめタウン黒瀬店を中心とした商店街が1次商圈を占めていると推察される。
- ただし、東広島・呉道路の部分開通により、最も影響を受けるのは黒瀬地区であり、開通後は他の競合商店街の草刈場となる可能性がある。

5. おわりに

本レポートでは、統計解析とヒアリング調査によって東広島市のマーケットを分析した。東広島のロードサイドエリアの中でも国道375号線ロードサイドが交通利便性や店舗集積、広域商圈が獲れることから今後も発展していく可能性があることを明らかにした。東広島市にかかわらず、消費者は食料品の購買さえも自家用車利用をするようになってきている。ショッピングセンターの基本である、交通利便性と広い駐車場が求められるゆえんであり、中心市街地商店街が荒廃する要因もそこにある。しかし、東広島市の旧2号線沿線のように、現在の道路の状況が一変し新たな利便性の高い道路が作られると、マーケットは移動してしまいロードサイドからの大型店撤退の状況が現出する。即ち、マーケットにサステナビリティは存在しないという事実を再認識することが出来るのである。小売業者にとって、マーケットの素早い見極めや確固たるターゲットの選定が、これからはますます求められるようになるであろう。