

第7章 まとめ

1. 松戸市の商業と商業振興に係る課題

本調査結果の分析を通じ、松戸市の商業振興に係る課題を抽出しました。

1-1 松戸市全体の商業と商業振興に係る課題

①松戸市の商業を取り巻く環境からみた課題

- ・松戸市の人口は増加していますが、65歳以上人口割合の拡大、1世帯当たり人員の減少により人口構造が変容しており、今後も少子高齢化が進行すると考えられます。
- ・市全体では人口が増加していますが、松戸市内では人口が減少している地区があり、特に鉄道利用に不便な地区では、今後、人口減少・高齢化が進行する可能性があります。
- ・高齢社会の進行により、自宅周辺の買い物環境として「安全な歩行空間の確保」のニーズが高まっています。また、「1か所で日用品が揃えられる店舗が集まった商店街」や「ショッピングセンター」など、買い物利便性向上に関するニーズも高まっています。

②松戸市の商業動向からみた課題（平成26年商業統計調査結果からみた課題）

- ・平成26年商業統計調査の結果によると、松戸市小売業の事業所数は1,776事業所、従業者数は16,181人、売場面積は332,791㎡、年間販売額は3,102億円となっており、平成19年と比較すると、すべての指標で減少しています。
- ・松戸市小売業における1事業所あたりの売場面積は、平成3年以降から継続して増加傾向にあり、小売業店舗の大型化が進んでいることが伺えます。
- ・松戸市小売業の年間販売額は継続して減少傾向にある一方で、1事業所あたりの年間販売額は増加しております。これは、年間販売額に比べて事業所数の減少が大きくなっており、消費者の買い物動向が大規模店にシフトしている傾向が伺えます。
- ・松戸市の経営組織別事業所の現況については、個人経営の事業所が30.3%、法人組織の事業所が69.7%となっており、個人事業所割合の減少が続いています。
- ・松戸市の大規模店の現況について、平成19年と比較すると、事業所数は増加しています。一方、従業者数、売場面積、年間販売額は減少していますが、減少率は市全体と比べて小さくなっています。
- ・松戸市内地区別の小売業の現況について、平成19年と比較すると、東部地区の売場面積が増加している以外は、すべての地区においてすべての指標が減少しています。なお、矢切地区では、事業所数の減少率が最も大きくなっており、馬橋地区では、従業者数、売場面積、年間販売額の減少率が最も大きくなっています。
- ・松戸市の商店街の現況について、平成19年と比較すると、商店街数だけでなく、商店街の事業所数や年間販売額も減少しています。また、1~4事業所の商店街が増えており、商店街が小規模化している傾向もあります。
- ・松戸市周辺市区の小売業の現況については、松戸市同様、すべての指標において減少している市区が多い中、三郷市では、従業者数、売場面積、年間販売額が増加しており、白井市、流山市では、売場面積、年間販売額が増加しています。また、松戸市小売業の従業者数と年間販売額の減少率は、周辺市区の中でも高い割合となっています。

③インターネット通販等の普及・拡大の影響を踏まえた商業振興上の課題

- ・松戸市全体や中心市街地、大規模店における小売業の年間販売額が減少傾向にある中、通信販売・インターネット販売の年間販売額は増加していることから、今後もインターネット通販等が普及・拡大すると考えられます。また、その影響による商業地域・商店街の販売額低下が懸念されます。
- ・「買いたい商品が近くの店舗にない」が、インターネット通販等を利用する一番の理由となっていることから、自宅周辺に行きたいと思える店舗が少ないと感じている人が多いと考えられます。

④松戸市の商圈と吸引率からみた課題

- ・松戸市の小売中心地性（顧客流入比率）は、平成14年の94.0から減少し続け、平成26年には75.5となっており、顧客流出型が進行しています。
- ・松戸市の周辺市区からの吸引率は高いとはいえない状況、および松戸市の顧客流出型の進行は、つくばエクスプレス沿線や新三郷駅周辺などで、大規模商業施設の立地が相次いだことが影響していると考えられます。今後、松戸市内の買い物環境に変化がない場合、松戸市から市外への流出がさらに進行する可能性があります。
- ・他市への流出を防ぐため、松戸市の商業においては、周辺都市との都市間競争に対応していくことが課題となります。

1-2 松戸駅周辺中心市街地における商業と商業振興の課題

本調査結果の分析を通じ、松戸駅周辺中心市街地の商業振興に係る課題を抽出しました。

①松戸駅周辺中心市街地の商業動向からみた課題

- ・平成26年商業統計調査の結果によると、松戸駅周辺中心市街地における小売業の事業所数は280事業所、従業者数は3,073人、売場面積は82,012㎡、年間販売額は675億円となっており、平成19年と比較すると、すべての指標で減少しています。
- ・産業中分類別の事業所数においても、すべての業種で事業所数が減少しています。

②松戸駅周辺の歩行者通行量からみた課題

- ・松戸駅周辺中心市街地では、平日、休日とも通行量が減少しており、松戸駅周辺中心市街地の賑わいに大きな変化がない、もしくは停滞しているといえます。

③松戸駅周辺の回遊状況からみた課題

- ・松戸駅周辺中心市街地への来街においては、立ち寄り箇所が1か所のみ割合が高いため、「ついでの目的」で立ち寄りたくなるような機能、施設を創出していくことが必要です。

④中心市街地としての商業機能からみた課題

- ・松戸駅周辺中心市街地への来街頻度の低下の理由として、魅力ある店や商品がないことや、娯楽施設がないことがあげられています。
- ・そのためには、ショッピングセンター等の立地などが考えられるところですが、現在、松戸駅周辺の土地利用や施設立地が稠密であることを勘案すると、既存の店舗を活かすことを基本にしながら、松戸市の中心市街地として再生を図っていくことが必要です。

⑤松戸駅周辺来街時の交通手段からみた課題

- ・松戸駅周辺中心市街地への来街は、電車利用の割合が高くなっていますが、一方、松戸駅周辺への期待・要望として、駐車場等をあげる人が多く、自動車によるアクセスのニーズがあります。

⑥松戸駅周辺における客単価からみた課題

- ・松戸駅周辺中心市街地への来街時の消費金額は低く、さらに、立ち寄り箇所数が少ない状況となっています。そのため、いくつもの店舗や施設に立ち寄り、より消費してもらって客単価を上げていくことが課題と考えられます。
- ・しかし、松戸駅周辺には、客単価向上に資するような店舗の立地にふさわしい雰囲気や景観整備が不足していることも課題と考えられます。

2. 松戸市の商業振興の今後の方向性

2-1 松戸市の商業振興の方向性

本調査結果の分析を通じた松戸市の課題に対応し、商業振興の方向性を「市全体・地区レベル」、「商店街レベル」、「個店レベル」でとりまとめました。

2-1-1 市全体・地区レベルでの商業振興の方向性

松戸市の商業振興に係る課題に対応していくため、「市全体・地区レベル」での商業振興の方向性としては、次のようなことが考えられます。

○自宅周辺での買い物におけるスーパー等の不便地域の解消や買い物利便性の向上

今後、高齢社会が進行する中で、安全な歩行環境のもと、歩いて行くことのできる範囲に、1 か所で買い物を済ませることができるスーパー等の立地や、様々な品目が集積している商店街の形成を促すなどの、不便地域の買い物環境を整備し、自宅周辺における買い物利便性の向上を図ることが必要と考えられます。

○買い物以外のさまざまな機能が集積された街の形成（特に松戸駅周辺中心市街地）

松戸駅周辺において、「落ち着いた雰囲気のレストラン」、「映画館等の娯楽施設」の立地促進など、“買い物をする場”に加え、“楽しむ場”、“集う場”など、さまざまな機能が集積された街として再生していくことが方向性として考えられます。

○自動車によるアクセスにも対応した駐車場等の整備（特に松戸駅周辺中心市街地）

松戸市の商業地域のうち、松戸駅周辺においては、不足しているものとして、駐車場等があげられています。駅周辺地域であるため、公共交通の利便性を活かした来街促進を図ることが重要ですが、自動車での来街にも対応することも重要と考えられます。

○様々な商品を選ぶことのできる商業機能の集積・強化

近年、立地が進んだ周辺市区の商業施設と比較すると、松戸市は、そこへ行けばなんでもそろろうといった買い物環境が弱いと考えられます。しかし、周辺市区と比べると、松戸市は既に市街化が進行した地域であり、新たに大規模ショッピングセンターを立地させることは、やや難しいと考えられることから、既存の大規模商業施設のリニューアルや、既存商店街を活性化し、様々な商品を選ぶことのできる商業機能の集積・強化の取組みが必要です。

○他都市との差別化

商業振興施策の1つとして、ショッピングセンター等を誘致し、これを核とした商業拠点を形成することが考えられます。しかし、各地でショッピングセンター等の立地が進んでいることから、互いに競合してしまい、必ずしも成功するとは限りません。

そのため、既存の商業施設の活性化や、その他集客が見込まれる施設を活かし、そのPRに努めるなど、他都市との違いを売りにしていく戦略も方向性の一つとして考えられます。

2-1-2 商店街レベルでの商業振興の方向性

松戸市の商業振興に係る課題に対応していくため、「商店街レベル」での商業振興の方向性としては、次のようなことが考えられます。

○地域コミュニティの核としての地域商業の振興

今後も高齢社会が進むと考えられる中、商店街の役割として、生活基盤、コミュニケーションの中心、時間消費の場、文化活動・地域活動の核、自己表現の場など、情報と高齢者を結びつける役割が期待されています。

また、高齢者は自宅から近い商店街や個人商店で、顔の見える昔ながらの買い物を必要としている方も多く、商店街もそういった地域住民のニーズをとらえ、地域に密着したきめ細かなサービスを提供していくなどの役割が期待されています。

そのため、松戸市内の商店街数等が減少している中で、地域コミュニティの核としての役割等を担う商店街を維持し、活性化していくことが重要と考えられます。

2-1-3 個店レベルでの商業振興の方向性

松戸市の商業振興に係る課題に対応していくため、「個店レベル」での商業振興の方向性としては、次のようなことが考えられます。

○新鮮さや五感で感じるなど、店舗に行くことのメリットを生かした商品の提供、店づくり

インターネット通販等が普及する中で、既存店舗での買い物のメリットは、商品を見る、手に取って確かめる、新鮮さを見極めるといった、五感を使って商品を選定できることがあげられます。

そのため、鮮度など質の高さを求めた商品や、インターネット通販等と競合しない商品を扱うなど、差別化を図っていくことが方向性としてあげられます。

○来店することの楽しみを実感できるまちづくり、商店づくりの推進

既存店舗での買い物のメリットとして、五感を使って商品を選定できることのほかに、目当ての商品以外の商品との出会い・発見や、店舗のディスプレイを楽しむこともあげられます。

そのため、入りやすい店づくりや高級感のある店づくりなど、現在の松戸の店舗に不足していること（あるいは、不足していると思われること）を、顧客目線・顧客感覚で今一度検証し、買い物環境の改善していくことが必要と考えられます。

2-2 松戸駅周辺中心市街地における商業振興の方向性

本調査結果の分析を通じた松戸駅周辺中心市街地における課題に対応した、商業振興の方向性をとりまとめました。

○多様な機能からなる複合拠点の形成

松戸駅周辺中心市街地においては、現在、買い物、公共公益施設、大学の立地がみられますが、社交・娯楽などの“楽しむ”場としての機能が弱く、これを望む声も多くあります。そのため、買い物等以外の様々な業種を呼び込み、多様な機能からなる複合拠点として再生していくことが必要です。

これにより、松戸駅周辺への来街者やその消費金額の増加、および、現在のような1つだけの用事を済ませたら、そのまま帰宅してしまうような来街実態を解消し、回遊して長い時間滞在してもらえそうな街となることを目指します。

○既存の商業施設のリニューアル、再生

周辺都市において、大規模ショッピングセンターの立地がみられる中、既に市街地密度が高く、諸施設の立地が進んでいる松戸駅周辺中心市街地では、既存の百貨店、ショッピングセンターのリニューアルや、特徴ある専門店の入居など、これまでになかった商業施設への転換を図っていくことが方向性として考えられます。

○多様な交通手段によるアクセス性の確保

現在、松戸駅周辺中心市街地への来街は電車利用が多くなっていますが、自動車によるアクセスの不便さを解消するため、自動車による良好なアクセス性も確保していくことが方向性として考えられます。

○松戸のイメージを刷新する

松戸駅周辺中心市街地における小売業の事業所数や年間販売額等の増加、また、客単価向上の方策の1つとして、品質の高い商品を扱う店舗や、飲食店の立地の促進を目指すことが方向性として考えられます。

なお、そのような店舗等の立地のためには、それに見合った景観や街並みを形成するなどの商業環境づくりを合わせて行っていくことで、松戸駅周辺のイメージアップを図ることが重要です。