

大都市圏周辺部における商業環境と消費者購買行動の変化

——滋賀県草津市を例として——

古賀 慎二*・矢野 桂司*・中谷 友樹*

I. はじめに

近年、地方都市の中心商業地では、人口の郊外化やモータリゼーションの進展、消費者のライフスタイルや購買行動の変化などにより、これに対応できなかった零細商店の閉店が相次ぎ、商業地全体が停滞ないしは衰退する事例が多くみられる。他方、大都市圏の中心都市でも、商業集積の規模だけで周辺部から集客できた時代は終わりを告げようとしており、安全・安心な商品の供給を基本としながらも、個性豊かな商品、他では購入できない商品、品質・価格帯などバリエーションのある商品を供給できる店舗が混在した商業地が人気を集めている。たとえば、東京の代官山や表参道、大阪のアメリカ村や南堀江などでは、デザイン性やファッション性を意識した個店が軒を連ね、京都の三条通などでも伝統的な京町家を改装したカフェやレストラン、セレクトショップなどの立地が著しくなっている。これらの商業地では、店舗独自の魅力はもとより、歩いているだけでその場所の雰囲気を楽しむことができるという街の個性が消費者の人気を集めているのである。すなわち、中心都市内部でも地区間競争が激化し、

消費者ニーズに合った商品が提供できる地区や、商業地自体が個性化している地区が顧客を吸引し、これに乗り遅れた地区は淘汰されていく傾向にあるといえよう。

こうした商業環境の現代的变化の中において、大都市圏周辺部の人口急増地域では、新たに生じる消費需要を見込んだ小売商業・サービス業の進出が著しい。とりわけ、大規模小売店の出店は1店舗で相当規模の販売額・店舗面積を占めるため、当該地域の商業地に与える影響は大きく、既存商業地が既に有している店舗特性を十分に分析した上で店舗戦略や販売戦略を策定しなければ、その店舗や商業地全体の活性化にはつながらない。

また、人口急増は居住者の構成を大きく変化させる。都市居住者は、同時に都市内外で小売商業サービスを必要とする消費者でもあるため、変化の激しい消費者の購買行動特性を的確に把握することが、その都市の商業地のあり方を考える際には大変重要である。

加えて、20世紀末に登場したインターネットは、消費者だけでなく商業者全てに対して、時空間の制約を解き放つ性格を持つ。カタログを利用した通信販売やTVショッピングなど、商業地に出掛けて来ない消費者に対して商品を提供する販売形態はこれまでも存在した。しかしながら、こうした媒体を利用し

* 立命館大学文学部

きる者は、ある程度の資本力を持つ限られた事業者であった。現在では、店舗や自宅にインターネット回線につながった PC さえあれば、いつでもどこでも販売でき、消費者は提供される情報に基づいてリアルタイムで購入できる。時間を有効に使いたい共働き世帯の増加やコンピュータ操作に抵抗感の少ない世帯の増加は、今後の商業や商業地のあり方をいっそう変化させるだろう。このような商業活動や購買行動は未だ主流ではないものの、事業者・消費者の間には着実に浸透してきている。

ところで、変化の激しい小売商業や商業地の構造変化を扱った研究は、商業地理学や都市地理学の中心課題の1つでもあり、厚い研究蓄積がある¹⁾。また、伝統的な商店街の衰退が顕在化した1990年代中葉以降になると、こうした商業地の再生をまちづくりの視点から考察する研究が多くなっている²⁾。さらに、高度情報化に対応した流通空間の変容を扱った研究なども最近みられるようになってきた³⁾。しかしながら、日々刻々と変化する商業環境に対する消費者の意識や購買行動の変化について、オリジナルに作成・実施した大規模アンケートに基づく研究はほとんどみられない⁴⁾。また、成長期から成熟期に向かう大都市圏郊外の都市における商業地の課題を検討した研究も少ない⁵⁾。

そこで本稿では、1990年代以降京阪神大都市圏郊外に位置し、全国平均を大きく上回る人口急増を経験している滋賀県草津市を対象地域として、消費者ニーズの多様化・個性化と、情報化が進展している現代における消費者購買行動の変化を、筆者らがオリジナルに

作成・実施した大規模アンケートを利用して、大都市圏の中心都市や近隣都市との競合関係、滋賀県や草津市内部での商業環境の変化、インターネットショッピング (e- コマース) 利用者の動向などに関連させながら明らかにする。

II. 研究方法

本稿では、まず草津市における居住人口の変化と年齢階級別人口構成の特徴を把握する。次に、近年の滋賀県全体を含めた商業環境の変化について、1990年以降の大規模小売店（以下、大型店と記す）の立地状況から検討する。さらに、2回にわたる草津市全世帯を対象とした大規模アンケートから消費者購買行動の分析、インターネットショッピング（以下、ISと記す）利用状況について考察する。

購買行動分析に用いるデータは、2000年3月と2002年3月に実施した購買行動アンケート（以下、アンケートと記す）から得た。このアンケートでは、回答者の社会・経済的属性（性別、年齢、職業、勤務・通学先、PC利用状況、IS経験の有無・購入品目など7項目）と、世帯の社会・経済的属性（世帯人数、世帯主の性別、年齢、職業、通勤・通学先、居住年数、配偶者の有無、自家用車・バイクの有無、IS経験の有無など11項目）を質問した後、購買行動特性を分析する際に利用する5種類の商品（青果・鮮魚・肉類、菓子・パン類、家電製品類、書籍、婦人服）の購買先や利用頻度、草津市内での各商品の購買に対する満足度（5段階）を質問した。

アンケートの配布は、2回とも滋賀県内で唯一実施されている草津郵便局のタウンメール

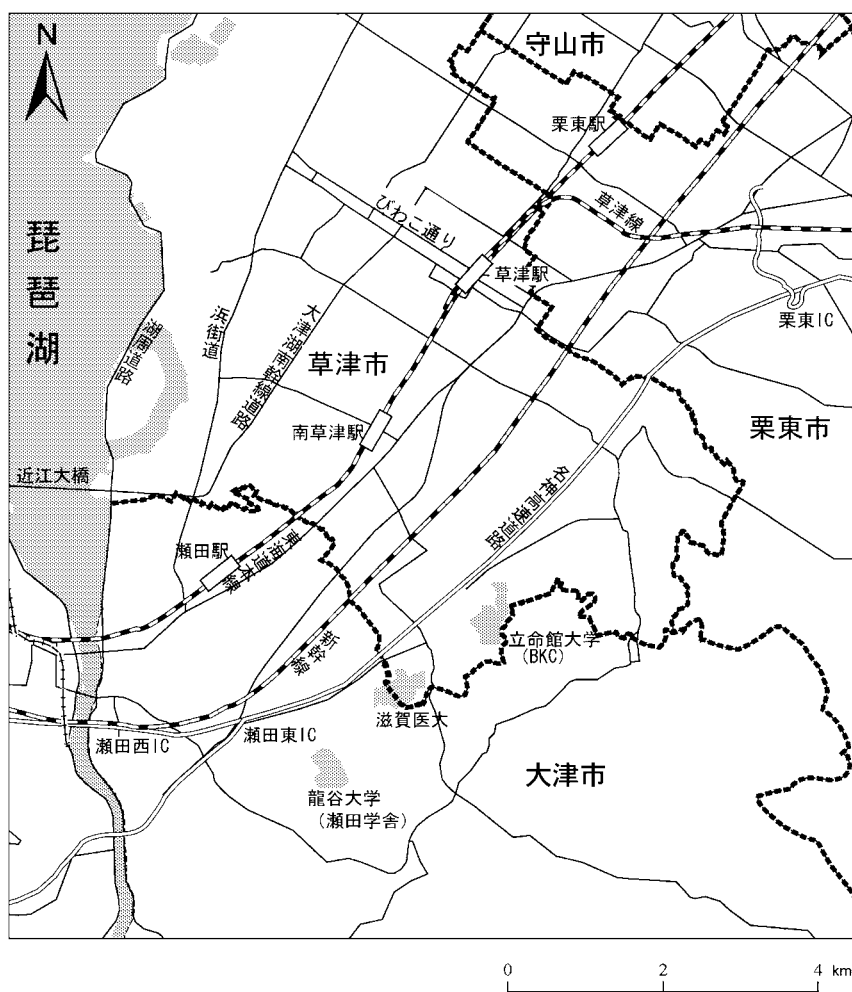
(全戸配達サービスシステム) を用いて配布・回収する郵送法をとった。このデータをもとに、消費者購買行動の変化を比較考察した。

なお、アンケートの回答者は、世帯の中での主たる購買者という制約をつけている。各年次のアンケート回収数は、2000年が7,644通(同年4月1日現在全世帯数40,620、住民基本台帳、回収率18.8%)、2002年が4,700通(同年4月1日現在全世帯数42,410、同、回収率11.1%)であり、各分析は項目ごとに異なる有効回答数をもとに行っている。

III. 草津市における居住人口と商業環境の変化

1. 居住人口の変化

滋賀県の湖南地域⁶⁾に位置する草津市は、周辺市町村と同様に1960年代以降の工場立地の急増で農村地域から工業地域に転換してきた⁷⁾。この背景には、1963年の名神高速道路の開通(西宮～小牧間の全線開通は1965年)と、それに伴った栗東、瀬田などのICの設置が大きく作用し、当該地域の交通条件が飛躍



第1図 地域概観

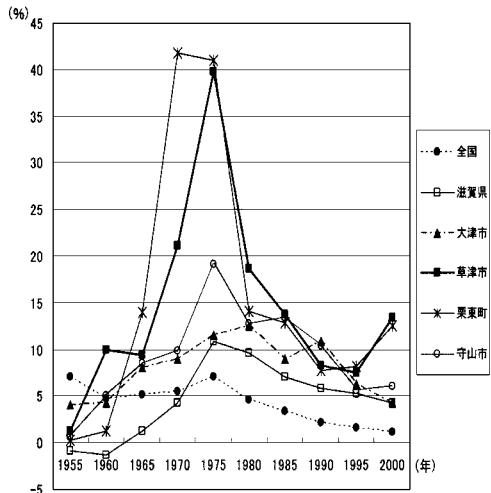
的に向上したことに求められる（第1図）。

1954年、草津町と志津・常盤・笠縫・山田・老上の各村が合併して草津市が誕生したが、当時の人口は3.2万人に過ぎなかった。しかし、上述した工場立地の影響で、隣接する栗東町⁸⁾とともに'60年代には人口増加率が全国や滋賀県の水準を上回り、'70年代に入るとその数値はいっそう大きくなった（第2図）。その後、'80年代にはやや落ち着きをみせるものの、'90年代に入ると再び上昇に転じ、全国有数の増加率を示すこととなった。これには、バブル経済による地価の高騰で、京都や大阪などの大都市住民が比較的交通条件が良く、デベロッパーによるマンション・戸建住宅開発が進行していた湖南地域に住居を求めたことや、1994年の立命館大学理工学部のびわこ・くさつキャンパス（BKC）開設に伴う移転、1998年の経済・経営学部の移転により、居住する学生数が大幅に増えたことがその主因である。

彼ら新住民の多くを収容する高層分譲マンションや学生を主体とした単身者用の中高層賃貸マンションは、JR草津駅前やJR南草津駅前など駅前地区と、大学周辺の市域南部に集中して立地している。その結果、2000年現在の草津市の人口は11.5万人（国調）となり、彦根市を抜いて滋賀県第二の人口規模にまで成長した。また、2004年には立命館大学のBKCに情報理工学部が新設され、現在は約1.6万人もの学生が学ぶ一大キャンパスへと成長している。以上のような過程を経て、草津市をはじめとした湖南地域は京阪神大都市圏に組み込まれていったのである。

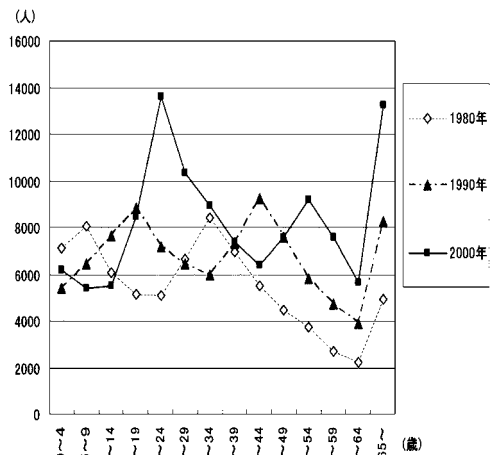
ここで、1980～2000年の草津市における年齢階級（5歳毎）別人口構成の変化をみて

みたい（第3図）。1980年では、5～9歳と30～34歳の2つの階級にそのピークがあることがわかる。1990年になると、そのピークが15～19歳と40～44歳の階級へと10歳移動する。しかし、2000年では20～24歳と65歳以上の階級にピークがあり、年齢コーホー



第2図 滋賀県湖南地域主要都市における人口増加率の変化

（資料：国勢調査）



第3図 草津市における年齢階級別人口構成の変化（1980～2000年）

（資料：国勢調査）

第1表 JR草津駅・南草津駅周辺地域における大型店（店舗面積3,000m²以上、2004年9月現在）

No.	市町村	大規模小売店舗名	店舗面積 (m ²)	核店舗	核店舗の業態	開店年月	駐車場 (台)	駐輪場 (台)	備考
1	草津市	平和堂草津店	9,242	平和堂	スーパー	1968年09月	200	400	売場の規模縮小。
2	草津市	エルティ932	13,925	ヒカリ屋	スーパー	1989年04月	230	700	売場の規模縮小。
3	草津市	Aスクエア	32,598	平和堂	スーパー	1996年03月	2,000	1,000	
4	草津市	丸善スーパー チェーン 草津店	3,134	丸善	スーパー	1996年06月	180	100	
5	草津市	草津近鉄百貨店	21,700	草津近鉄百貨店	百貨店	1997年09月	604	262	
6	草津市	八千代ムセン 草津店	3,400	八千代ムセン 電機	専門店	1997年09月	321	—	
7	草津市	ノーススクエア	7,930	アヤハディオ	ホームセンター	1999年02月	579	295	
8	栗東市	ヤマダ電機テック ランド 栗東店	3,500	ヤマダ電機	専門店	2000年01月	123	—	
9	草津市	西友楽市南草津	6,428	西友 ニノミヤ 良品計画	スーパー	2000年06月	284	348	ニノミヤ2004年2月撤退。 空き床に西友増床。
10	草津市	フェリエ南草津	5,422	—	その他	2002年07月	330	2,000	

注) 栗東市は、2001年10月に栗東町が市制施行して誕生した。

(資料:『全国大型小売店総覧2004』東洋経済新報社、滋賀県、草津商工会議所 資料)

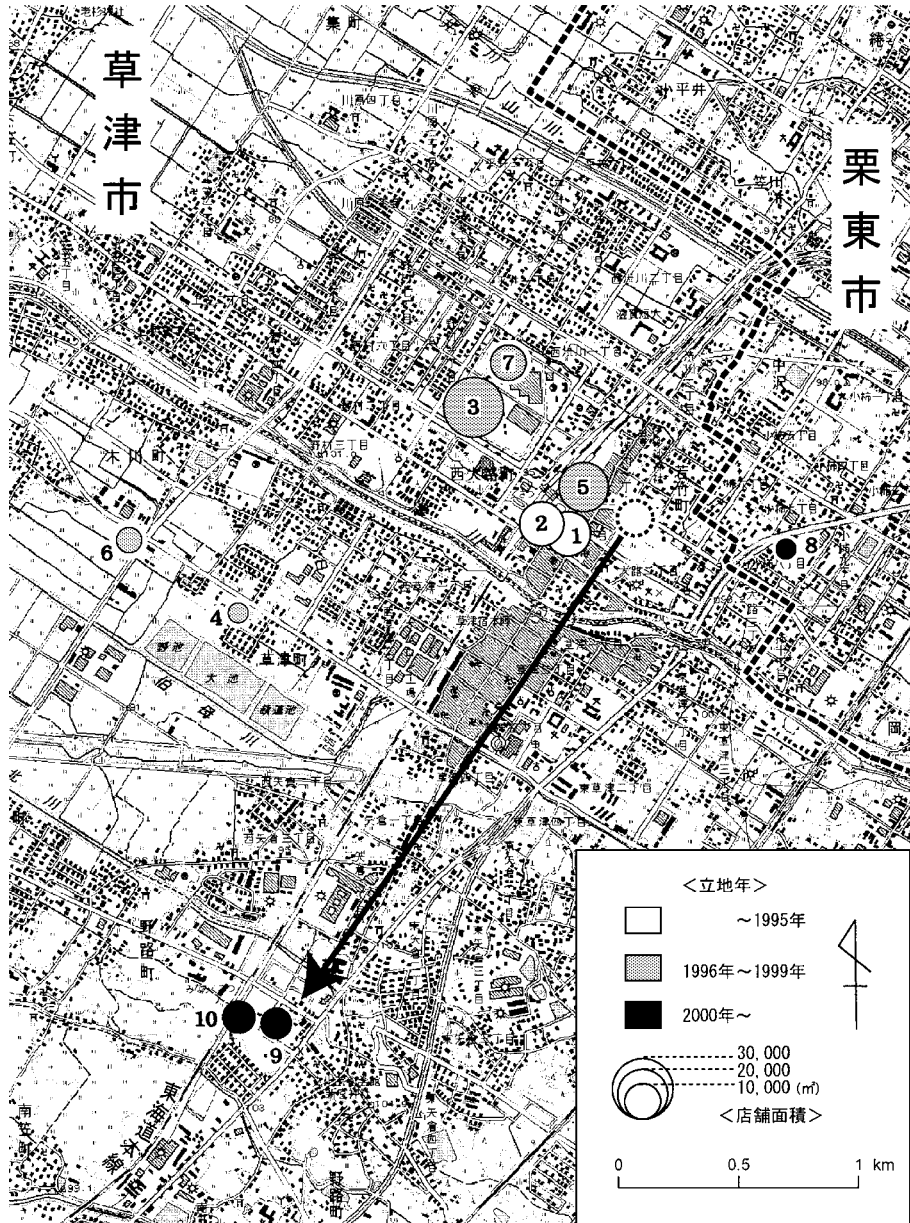
トの通常の移動とは異なる特徴を示す。これは改めて記すまでもなく、上述した立命館大学を中心とした学生⁹⁾が市域南部に居住するようになったこと¹⁰⁾と、全国的な高齢化が、ここ草津市でも顕在化していることを示すものである。これらの年齢コーホートは、草津市においては一定の人口を今後も維持し続ける性格を持つため、小売商業・サービス業の店舗展開、ひいては商業地の盛衰や街づくりにとって、十分留意する必要がある。

2. 商業環境の変化

草津市は、京阪神大都市圏の外延化に伴う都市化の圧力によって、1990～2000年の10年間に2.1万人(21.8%増)の人口増加を経験した。こうした居住者の増加は、消費需要の増大を招来するため、商業資本にとって格好の

市場となる。草津駅前地区における大型店による商業集積が大津市よりも早かった草津市では¹¹⁾、'90年代に入っていっそう大型店化が進展した(第1表、第4図)。しかも、それまで滋賀県下で唯一大津市にしか存在しなかった百貨店も'97年に新店し、スーパーとは質的に異なる商品を提供するようになった。

草津市だけでなく、湖南や湖東、甲賀地域¹²⁾の市町村でも大型店化の勢いは'90年代以降激化し、店舗面積1万m²を超える大型店は大津市で4店、彦根市・長浜市・近江八幡市・水口町で各2店、八日市市・守山市・栗東町・野洲町で各1店が新たに立地し(第2表、第5図)、滋賀県は、小売業総売場面積に占める大型店の比率が千葉県に次ぐ全国第二位となった(第3表)。



第4図 JR草津駅・南草津駅周辺地域における大型店（店舗面積3,000m²以上）の分布（2004年9月現在）

注1) 図中の番号は、第1表の店舗番号に対応している。

注2) 基図は、1:25000地形図「草津」1998年発行を利用した。

（資料：『全国大型小売店総覧2004』東洋経済新報社、滋賀県、草津商工会議所 資料）

このように、草津市近隣の諸都市で大型店が立地するようになると、お互いの圏圏が重複し、限られた消費者を奪い合うようになる。

その結果、2000年代に入り大型商業施設内店舗の移転や撤退、規模縮小がみられるようになってきた。たとえば、草津駅前地区に1973

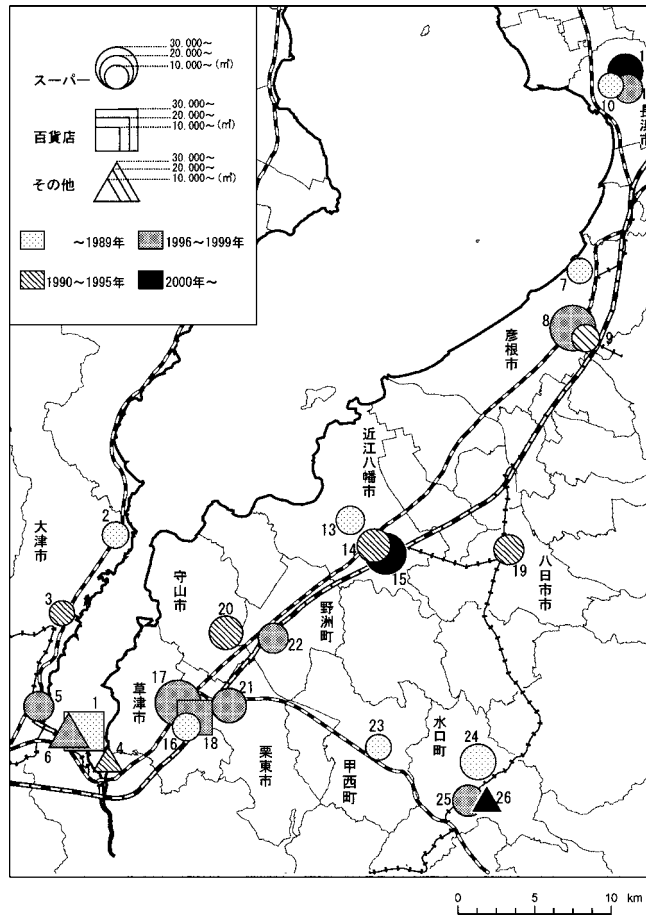
大都市圏周辺部における商業環境と消費者購買行動の変化

第2表 滋賀県における大型店（店舗面積 10,000m² 以上、2004年9月現在）

No.	市町村	大規模小売店舗名	店舗面積 (m ²)	核店舗	核店舗の業態	開店年月	備考
1	大津市	西武大津ショッピングセンター	25,176	西武百貨店	百貨店	1976年06月	
2	大津市	ラックヴェール大津	11,687	ダイエー堅田店	スーパー	1988年11月	
3	大津市	レークモール坂本店	10,633	平和堂	スーパー	1993年05月	
4	大津市	ベキシムパワーセンター大津	16,110	日本トイザラス・上新電機	専門店	1994年10月	核店舗の和光電気清算(2003年9月)。空き床に上新電機入居。
5	大津市	西大津SC (ジャスコ西大津店)	23,172	イオン	スーパー	1996年11月	
6	大津市	大津パルコ	22,711	—	寄合百貨店	1996年11月	
7	彦根市	アル・プラザ彦根	12,028	平和堂	スーパー	1980年11月	
8	彦根市	ビバシティ彦根	33,066	平和堂	スーパー	1996年04月	
9	彦根市	ダイエー彦根店	13,200	ダイエー	スーパー	1995年11月	
10	長浜市	長浜楽市	11,818	西友	スーパー	1988年03月	
11	長浜市	ジャスコ長浜SC	21,134	イオン	スーパー	2000年09月	
12	長浜市	アル・プラザ長浜	15,439	平和堂	スーパー	1996年11月	
13	近江八幡市	サルビアタウンSC	14,342	ダイエー	スーパー	1983年01月	
14	近江八幡市	マイカルタウン 近江八幡1番街	20,023	マイカル	スーパー	1991年04月	
15	近江八幡市	マイカルタウン 近江八幡2番街	29,485	マイカル	スーパー	2000年10月	
16	草津市	エルティ932	13,925	ヒカリ屋	スーパー	1989年04月	売場の規模縮小。
17	草津市	Aスクエア	32,598	平和堂	スーパー	1996年03月	
18	草津市	草津近鉄百貨店	21,700	草津近鉄百貨店	百貨店	1997年09月	
19	八日市市	八日市駅前SC	18,863	平和堂	スーパー	1994年06月	
20	守山市	ららぽーと守山	20,159	平和堂	スーパー	1994年11月	
21	栗東市	アル・プラザ栗東店	21,475	平和堂	スーパー	1998年03月	1998年3月～2003年2月サティ栗東店。 2003年4月～アル・プラザ栗東店。
22	野洲町	アル・プラザ野洲	15,879	平和堂	スーパー	1999年12月	
23	甲西町	甲西中央P	11,653	平和堂	スーパー	1986年05月	
24	水口町	アル・プラザ水口1	22,113	平和堂	スーパー	1975年09月	
25	水口町	西友水口店	16,948	西友	スーパー	1999年06月	
26	水口町	アヤハプラザ水口店	16,044	アヤハディオ	ホームセンター	2000年11月	

注) 栗東市は、2001年10月に栗東町が市制施行して誕生した。また2004年10月1日、野洲町は中主町と合併して野洲市、甲西町は石部町と合併して湖南市、水口町は土山町・甲賀町・甲南町・信楽町と合併して甲賀市となった。

(資料：『全国大型小売店総覧 2004』東洋経済新報社)



第5図 滋賀県における大型店（店舗面積10,000m²以上）の分布（2004年9月現在）
 注1) 図中の番号は、第2表の店舗番号に対応している。

（資料：『全国大型小売店総覧2004』東洋経済新報社）

第3表 都道府県別大型店率の変化
 （上位10自治体）

順位	1991年		1999年	
	都道府県名	%	都道府県名	%
1	神奈川	43.8	千葉	55.3
2	埼玉	43.1	滋賀	53.3
3	千葉	42.1	埼玉	52.0
4	東京	41.7	三重	51.9
5	大阪	41.1	茨城	50.8
6	福岡	37.2	神奈川	50.7
7	滋賀	37.2	福岡	49.1
8	兵庫	36.0	長野	48.6
9	大分	35.6	大阪	48.6
10	愛知	35.5	栃木	48.1
—	全国平均	33.7	全国平均	46.2

注) 大型店率 = 第1種・2種大規模小売店売場面積 / 小売業総売場面積

（資料：商業統計表）

年に開店し、施設自体がやや老朽化していた西友は、当地から撤退して若年人口や転入人口の多い市域南部の市場を睨んで、2000年6月、南草津駅前に規模を縮小しつつ新たな店舗展開を図った。また、平和堂草津店もアンケートの時期とちょうど重なる2002年3月に店内のフロア利用を見直し、それまで売場として利用されていた4階部分は、学習塾やカルチャーセンターなど小売商業以外の施設に転換した。

IV. 消費者購買行動の変化

前章でみたように、草津市が位置する湖南地域では'90年代後半から大型店化が著しい。本章では、各商品の購買先や消費者の満足度を指標として、商業環境が激変している草津市居住者の購買行動の変化について考察

第4表 消費者購買行動アンケート回答者の属性 (単位：%)

性別	2000年	2002年
男性	21.0	25.9
女性	79.0	74.1
合計	100.0	100.0
年齢別	2000年	2002年
10歳代	1.8	0.6
20歳代	13.1	7.1
30歳代	19.0	15.0
40歳代	18.9	16.3
50歳代	24.9	25.6
60歳代以上	22.3	35.4
合計	100.0	100.0
職業別	2000年	2002年
会社員(事務・管理系)	8.2	8.2
会社員(営業・サービス系)	4.3	4.5
会社員(生産工程従事系)	3.5	3.4
教員・公務員・団体職員	5.4	5.4
自営業(商・工・サービス業)	5.4	5.8
自由業	1.0	1.1
農・林・漁業	0.9	0.8
パート・アルバイト	16.2	14.4
学生	7.2	2.6
無職(専業主婦など)	46.3	51.4
その他	1.6	2.4
合計	100.0	100.0
通勤・通学先別	2000年	2002年
自宅(無職者含む)	50.4	54.4
草津市	30.6	26.5
大津市	6.9	5.9
守山市・栗東町(市)	4.5	4.4
その他滋賀県内	2.9	2.9
京都府	2.9	3.6
大阪府	1.3	1.9
その他	0.5	0.4
合計	100.0	100.0

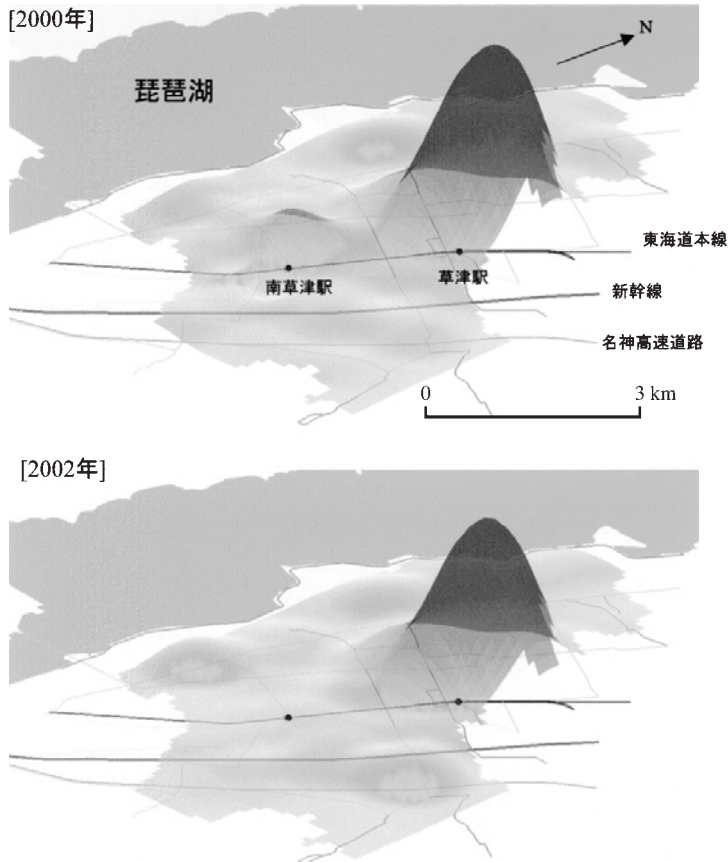
する。

アンケート回答者の属性は第4表に示す通りである。2000年調査と2002年調査で、その属性に大きな違いがある場合は何らかの補正をする必要があると思われる。しかしなが

第5表 各商品の購買先の変化 (単位：%)

青果・鮮魚・肉類	2000年	2002年
草津市	95.4	93.4
大津市	7.0	4.5
栗東町(市)	2.4	1.7
守山市	1.1	0.9
京都市	0.4	0.5
大阪市	0.0	0.0
菓子・パン類	2000年	2002年
草津市	94.6	91.5
大津市	6.5	4.5
栗東町(市)	1.9	1.8
守山市	0.8	0.9
京都市	1.3	0.9
大阪市	0.2	0.1
家電製品類	2000年	2002年
草津市	77.4	76.0
大津市	28.0	14.6
栗東町(市)	13.0	27.5
守山市	0.6	0.8
京都市	1.6	0.6
大阪市	1.2	0.8
書籍	2000年	2002年
草津市	84.8	83.1
大津市	14.3	13.3
栗東町(市)	1.8	1.3
守山市	2.2	2.1
京都市	6.4	6.5
大阪市	1.8	1.9
婦人服	2000年	2002年
草津市	75.0	77.0
大津市	21.4	16.8
栗東町(市)	3.9	2.3
守山市	2.2	1.9
京都市	25.4	22.0
大阪市	6.2	4.7

注) 複数回答可のため、合計は100%にならない。
(資料：アンケート)



第6図 A スクエア利用者の変化（青果・鮮魚・肉類）

（資料：アンケート）

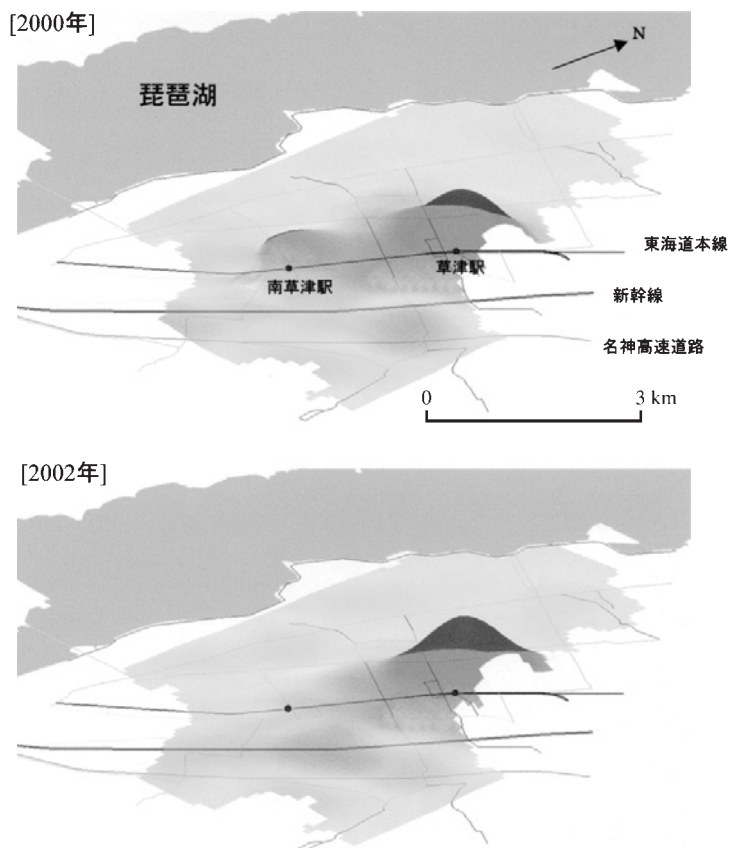
ら、両者を比較すると 2002 年調査において 20 歳代の学生が少なく、60 歳代以上の高齢者の回答が多かった他は大きな差異は認められない。そこで、両年次の回答者の単純構成比をもとに分析することとする。

1. 購買先の変化

各商品の主な購買先の変化をみると、草津市内での購買率は、「婦人服」を除いた 4 つの商品全てで若干低下した。高次財である「婦人服」の購買に際しては天津市・京都市・大阪市への流出が 1.5～4.6 ポイント低下し、市内購買率が 75% から 77% へと 2 ポイント

上昇した。買回品の大都市圏中心都市への購買依存度は、若干低下しつつあるといえよう（第 5 表）。

「家電製品類」は全般的に大規模量販店での購買率が高いのが全国的な傾向である。草津市内での購買率はそれほど変化がないものの、距離的に近接している栗東町（当時）に進出した関東資本の大規模量販店の影響で、栗東市での購買が 13.0% から 27.5% へと 2 倍以上上昇した。他方、天津市は 28.0% から 14.6% へと大きく低下し、耐久消費財で価格競争の厳しい「家電製品類」は、都市間競争



第7図 草津近鉄百貨店利用者の変化（青果・鮮魚・肉類）

（資料：アンケート）

が激しく、消費者行動を大きく変化させる商品である。このことは、「家電製品類」が流動化している消費者を引きつける商品であることの証左であり、これを扱う大規模量販店の立地が商業地構造を変化させる1つの鍵になっていることを示している。

草津市の副核として整備が進められている南草津駅周辺では、2000年6月に食料品を主に扱う西友と大阪に本社を持つ家電量販店のニノミヤ（後述するように2004年2月撤退）が同一店舗内でフロアをシェアする形で進出し、一定の消費者を吸引している。これは、「青果・鮮魚・肉類」のAスクエアと近鉄百

貨店の利用者の分布をみると、南草津駅周辺の利用者層が減っていることから理解できる（第6図・第7図）。

2. 満足度の変化

2002年調査では、草津市内での購買に対して、総合すると約7割の消費者が満足している¹³⁾（第6表）。しかし、最高評価である「とても満足」という回答率は全ての商品で低下し、「婦人服」では「不満」が「満足」を上回る。上述した「婦人服」の市内購買率の上昇は、必ずしも消費者の満足感を十分満たしたものであるのではない。大規模ショッピングセンターが相次いでオープンし、商業環境が大きく変

第6表 草津市民の商品別満足度の変化

2000年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
青果・鮮魚・肉類	34.2	48.5	10.2	5.7	1.4	82.7	7.1
菓子・パン類	28.5	51.2	14.2	5.1	1.0	79.7	6.1
家電製品類	19.0	42.1	29.2	7.9	1.8	61.1	9.7
書籍	16.6	34.7	23.2	19.5	6.0	51.3	25.5
婦人服	6.3	25.9	25.7	28.6	13.5	32.2	42.1

2002年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
青果・鮮魚・肉類	26.9	52.1	13.7	6.0	1.3	79.0	7.3
菓子・パン類	23.1	54.3	16.1	5.4	1.1	77.4	6.5
家電製品類	18.8	45.4	27.9	6.4	1.5	64.2	7.9
書籍	13.9	36.7	25.3	17.6	6.4	50.6	24.0
婦人服	5.7	27.0	27.0	28.6	11.7	32.7	40.3
総合	10.8	58.7	21.1	8.1	1.3	69.5	9.4

注) 「満足」 = 「とても満足」 + 「やや満足」、「不満」 = 「とても不満」 + 「やや不満」

(資料：アンケート)

化して間も無い時期の2000年調査からみると、消費者は「目新しい」ものに対する刺激が低下したことが、最高評価比率の低下へとつながっているものと推測される。草津市にとって、成熟期へと向う商業環境をいかに維持させるかが今後の課題である。

次にアンケート回答者の属性別(年齢階級別、通勤・通学先別、居住年数別)満足度についてクロス集計した結果を示す。ここでは紙幅の都合上、低次財である「青果・鮮魚・肉類」と高次財である「婦人服」について、その特徴を検討することとする。

年齢階級別にみた「青果・鮮魚・肉類」の満足度は、50歳代以上の中・高齢消費者の「満足」比率が低下しているのが看取される(第7-1表)。生鮮食料品に関する中高年齢層の評価は、長年食生活を見続けてきた消費者の意見を反映したものであり、かつ品質や安

全性に対する国民的関心が高まってきている時代だけに注視する必要がある。他方、「婦人服」については、10歳・20歳代という若い年齢層での評価が分かれており、ファッションに敏感な年齢層での消費者意識の難しさを物語っている(第7-2表)。また、中・高齢年齢層の嗜好にあった商品を提供する店舗の少なさを指摘する意見が自由回答欄に多くみられた。第Ⅲ章で指摘したように、今後こうした年齢層の消費者は確実に増加してくるため、その対応をいかに図るかが課題となてこよう。

次に、通勤・通学先別にみた「青果・鮮魚・肉類」の満足度では、「守山市・栗東町(市)」や「その他の滋賀県内」など近隣地域へ通う消費者の評価が低下している(第8-1表)。これは、周辺市町村において、生鮮野菜を中心に地物を提供する小売店舗などが立地してい

るため、主に職場への往復の過程で購入する層の目が厳しくなっているものと推測される。「婦人服」の評価では、「大津市」への

通勤・通学者でやや改善し、「京都府」への通勤・通学者では低下している（第8-2表）。都市規模に応じた小売店舗の集積度の差が如実

第7-1表 草津市民の年齢別商品満足度の変化《青果・鮮魚・肉類》

2000年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
10歳代	31.8	37.9	14.4	8.3	7.6	69.7	15.9
20歳代	36.9	40.5	13.4	7.5	1.6	77.4	9.1
30歳代	37.7	42.4	10.4	7.9	1.6	80.1	9.5
40歳代	30.5	51.4	10.5	6.6	1.0	81.9	7.6
50歳代	34.6	50.3	9.4	4.4	1.2	84.9	5.6
60歳代以上	32.3	55.4	8.2	3.0	1.1	87.7	4.1

2002年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
10歳代	30.8	34.6	15.4	7.7	11.5	65.4	19.2
20歳代	30.1	44.1	13.7	10.2	1.9	74.2	12.1
30歳代	29.0	49.1	13.8	6.5	1.6	78.1	8.1
40歳代	25.5	52.9	12.6	7.6	1.4	78.4	9.0
50歳代	27.2	52.0	13.2	6.7	1.0	79.2	7.7
60歳代以上	25.9	54.9	14.6	3.5	1.0	80.8	4.5

注) 「満足」 = 「とても満足」 + 「やや満足」、 「不満」 = 「とても不満」 + 「やや不満」

(資料：アンケート)

第7-2表 草津市民の年齢別商品満足度の変化《婦人服》

2000年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
10歳代	6.9	15.3	15.3	33.3	29.2	22.2	62.5
20歳代	4.6	18.0	25.3	30.6	21.6	22.6	52.2
30歳代	4.9	22.5	26.6	31.6	14.4	27.4	46.0
40歳代	4.3	23.1	27.5	31.1	14.0	27.4	45.1
50歳代	7.0	26.7	24.7	29.4	12.2	33.7	41.6
60歳代以上	9.8	37.1	24.9	20.0	8.2	46.9	28.2

2002年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
10歳代	0.0	23.1	23.1	30.8	23.1	23.1	53.9
20歳代	4.2	18.6	19.5	32.2	25.4	22.8	57.6
30歳代	4.7	20.9	25.6	32.8	16.0	25.6	48.8
40歳代	4.3	20.8	27.9	34.7	12.3	25.1	47.0
50歳代	4.6	28.3	28.1	28.2	10.9	32.9	39.1
60歳代以上	8.7	34.9	28.0	21.9	6.6	43.6	28.5

注) 「満足」 = 「とても満足」 + 「やや満足」、 「不満」 = 「とても不満」 + 「やや不満」

(資料：アンケート)

に反映したものであろう。なお、「大阪市」の「満足」比率の上昇は、サンプル数の少なさが影響していると考えられるため、数値通り理

解するには注意を要する。

最後に、居住年数別の満足度の変化をみてみたい。「青果・鮮魚・肉類」では、長期居

第8-1表 草津市民の勤務・通学先別商品満足度の変化《青果・鮮魚・肉類》

2000年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
草津市（自宅は除く）	32.0	48.6	12.0	5.8	1.5	80.6	7.3
大津市	29.8	46.5	14.7	6.4	2.7	76.3	9.1
守山市・栗東町	38.9	47.0	7.2	6.0	0.9	85.9	6.9
その他の滋賀県内	28.8	50.5	11.1	8.2	1.4	79.3	9.6
京都府	38.8	41.6	12.0	5.7	1.9	80.4	7.6
大阪府	35.1	42.6	9.6	6.4	6.4	77.7	12.8

2002年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
草津市（自宅は除く）	27.0	51.2	13.5	7.0	1.3	78.2	8.3
大津市	23.7	52.2	15.3	7.2	1.6	75.9	8.8
守山市・栗東町	27.7	51.1	14.1	4.3	2.7	78.8	7.0
その他の滋賀県内	22.1	50.8	14.8	9.0	3.3	72.9	12.3
京都府	28.6	48.1	15.6	4.5	3.2	76.7	7.7
大阪府	20.3	54.4	13.9	11.4	0.0	74.7	11.4

注) 「満足」 = 「とても満足」 + 「やや満足」、「不満」 = 「とても不満」 + 「やや不満」

(資料：アンケート)

第8-2表 草津市民の勤務・通学先別商品満足度の変化《婦人服》

2000年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
草津市（自宅は除く）	6.2	26.2	25.1	28.8	13.6	32.4	42.4
大津市	3.8	23.1	25.2	32.2	15.6	26.9	47.8
守山市・栗東町	7.0	27.0	25.9	29.3	10.7	34.0	40.0
その他の滋賀県内	3.2	23.4	26.0	35.1	12.3	26.6	47.4
京都府	6.2	15.5	24.8	33.5	19.9	21.7	53.4
大阪府	0.0	15.0	31.7	31.7	21.7	15.0	53.4

2002年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
草津市（自宅は除く）	4.1	26.1	28.9	29.4	11.6	30.2	41.0
大津市	3.9	28.0	23.7	32.9	11.6	31.9	44.5
守山市・栗東町	6.4	22.9	31.2	28.0	11.5	29.3	39.5
その他の滋賀県内	9.0	16.9	25.8	33.7	14.6	25.9	48.3
京都府	5.5	10.9	23.6	40.0	20.0	16.4	60.0
大阪府	3.7	16.7	22.2	40.7	16.7	20.4	57.4

注) 「満足」 = 「とても満足」 + 「やや満足」、「不満」 = 「とても不満」 + 「やや不満」

(資料：アンケート)

住者の「満足」比率の低下が比較的大きい（第9-1表）。近年、大型店の相次ぐ立地で規模的にみた商業環境は改善されているものの、大量仕入れ・大量販売に基づくパッケージ化された生鮮食料品に対する長期居住者の

評価が厳しいことが示唆される。他方、「婦人服」では、有意な差はそれほど認められない（第9-2表）。

3. インターネットショッピング

最近のIT分野の技術革新は大変著しいもの

第9-1表 草津市民の居住年数別商品満足度の変化《青果・鮮魚・肉類》

2000年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	（単位：％）	
						満足	不満
5年以下	35.1	42.3	12.1	8.4	2.1	77.4	10.5
6年～10年	35.8	46.9	9.6	5.3	2.4	82.7	7.7
11年～15年	28.0	52.1	10.5	7.8	1.6	80.1	9.4
16年～20年	34.8	49.8	10.1	4.6	0.7	84.6	5.3
21年以上	35.4	50.8	9.1	3.9	0.8	86.2	4.7

2002年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	（単位：％）	
						満足	不満
5年以下	27.1	46.6	15.4	8.5	2.4	73.7	10.9
6年～10年	30.4	48.4	13.0	6.6	1.6	78.8	8.2
11年～15年	22.7	53.5	14.0	8.7	1.2	76.2	9.9
16年～20年	23.1	55.5	13.9	6.1	1.3	78.6	7.4
21年以上	27.8	54.2	12.6	4.6	0.9	82.0	5.5

注) 「満足」 = 「とても満足」 + 「やや満足」、 「不満」 = 「とても不満」 + 「やや不満」

(資料：アンケート)

第9-2表 草津市民の居住年数別商品満足度の変化《婦人服》

2000年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	（単位：％）	
						満足	不満
5年以下	4.0	19.6	23.8	33.1	19.4	23.6	52.5
6年～10年	5.7	20.9	26.9	32.1	14.4	26.6	46.5
11年～15年	4.8	21.9	27.5	31.7	14.1	26.7	45.8
16年～20年	5.1	23.8	25.1	30.7	15.1	28.9	45.8
21年以上	8.1	31.8	25.9	24.5	9.7	39.9	34.2

2002年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	（単位：％）	
						満足	不満
5年以下	3.1	21.8	20.8	34.6	19.7	24.9	54.3
6年～10年	4.6	21.1	25.7	30.9	17.7	25.7	48.6
11年～15年	3.1	25.3	23.9	32.2	15.6	28.4	47.8
16年～20年	5.5	23.6	27.6	32.4	10.8	29.1	43.2
21年以上	7.4	31.1	29.5	24.6	7.4	38.5	32.0

注) 「満足」 = 「とても満足」 + 「やや満足」、 「不満」 = 「とても不満」 + 「やや不満」

(資料：アンケート)

第10表 自宅パソコン使用率の変化

	有効回答数	パソコン使用者数	使用率
2000年	7,493	2,521	33.6%
2002年	4,598	2,092	45.5%

(資料：アンケート)

第11表 インターネットショッピング (IS) 経験率の変化

	有効回答数	IS 経験者数	経験率
2000年	7,493	543	7.2%
2002年	4,613	617	13.4%

(資料：アンケート)

がある。PC の性能はもとより、大容量の情報的高速でつなぐことのできるネットワーク回線の向上・普及も見逃せない。

まず、自宅でのPC使用率とIS経験率の変化をみてみたい(第10表・第11表)。わずか2年間で、自宅PC使用率は約12ポイント上昇して45.5%となり、IS経験率もほぼ2倍の13.4%となった。IS浸透率¹⁴⁾の変化を各属性別に検討すると、女性の伸び率が高く、中・高齢層の利用者も飛躍的に伸びていることがわかる(第12表)。また、浸透率自体は相対的に低い数値であるが、無職層の比率が倍増していることもわかる。アンケート回答者に主婦層が多いことを考慮すると、絶対数は決して小さい数値ではない。以前は、PCの操作に明るい若年層の利用者が主体であったが、その層が除々に中・高齢層へも拡大し、HPコンテンツの充実とも相俟って、家庭でのISは着実かつ急速に浸透してきているといえる。

ISで購入している商品・サービスでは、「書籍」、「パソコン・関連商品」、「飲・食料品」、

第12表 インターネットショッピング (IS) の浸透率の変化 (単位：%)

性別	2000年	2002年
男性	13.3	17.2
女性	5.5	11.9

年齢別	2000年	2002年
10歳代	13.9	33.3
20歳代	15.9	33.9
30歳代	12.7	30.4
40歳代	6.7	16.3
50歳代	2.8	7.8
60歳代以上	1.7	4.2

職業別	2000年	2002年
会社員 (事務・管理系)	13.0	23.3
会社員 (営業・サービス系)	8.8	15.6
会社員 (生産工程従事系)	8.8	20.5
教員・公務員・団体職員	9.3	23.6
自営業 (商・工・サービス業)	7.1	12.6
自由業	15.6	16.0
農・林・漁業	5.7	0.0
パート・アルバイト	4.6	11.9
学生	19.4	37.5
無職 (専業主婦など)	4.3	9.3
その他	8.9	5.5

通勤・通学先別	2000年	2002年
自宅 (無職者含む)	4.8	10.0
草津市	8.9	14.2
大津市	10.2	21.7
守山市・栗東市	7.8	13.6
その他滋賀県内	12.1	34.4
京都府	11.2	24.2
大阪府	17.3	21.8
その他	19.4	20.0

注) 浸透率 = 各属性のIS経験者数 / 各属性の有効回答数

(資料：アンケート)

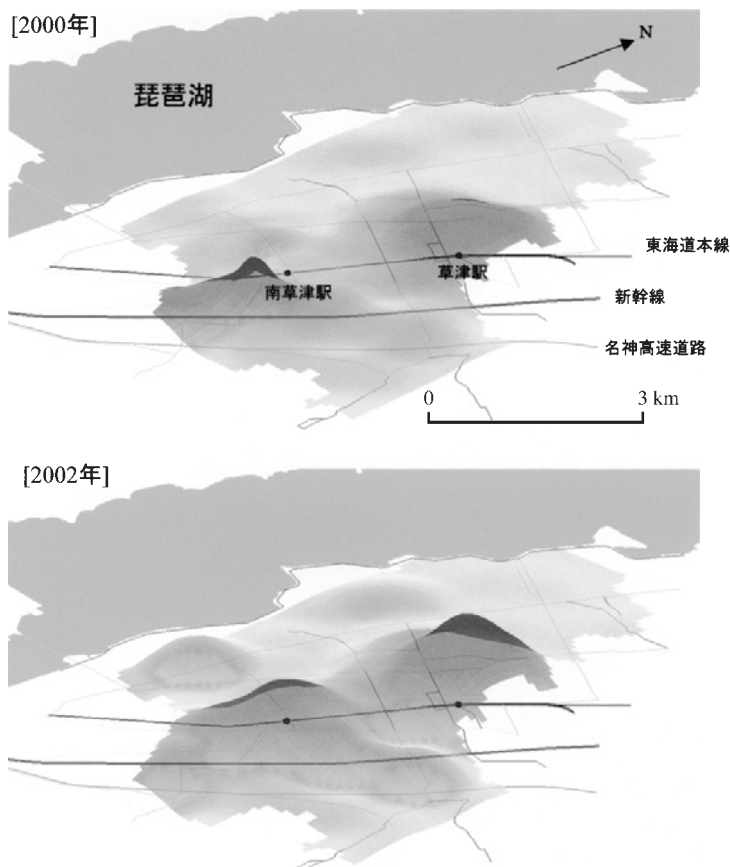
「衣料品」が各年次とも上位を占める(第13表)。しかし、個別回答を集計する過程では、カテゴリ化するのに難しさを感じるほど実に多様な商品・サービスを消費者は購入している。上位10品目の中には入らなかった

第13表 インターネットショッピング (IS) 購入商品・サービス 上位10品目

順位	2000年	(%)	順位	2002年	(%)
1	書籍	24.5	1	書籍	21.7
2	パソコン・パソコン関連商品 (周辺機器・ソフトなど)	21.0	2	飲・食料品 (酒・菓子含む)	20.3
3	飲・食料品 (酒・菓子含む)	15.8	3	衣料品 (子供服含む)	18.8
4	衣料品 (子供服含む)	11.0	4	パソコン・パソコン関連商品 (周辺機器・ソフトなど)	15.7
5	コンピュータゲーム機・ソフト	9.6	5	交通・各種イベントチケット、ホテル予約	8.8
6	化粧品	5.5	6	生活雑貨 (家庭用品・台所用品など)	7.5
7	生活雑貨 (家庭用品・台所用品など)	5.3	7	CD・DVD・ビデオテープ	6.5
8	交通・各種イベントチケット、ホテル予約	5.2	7	紳士・婦人洋品 (靴・鞆・財布など)	6.5
9	紳士・婦人洋品 (靴・鞆・財布など)	4.2	9	化粧品	5.0
10	CD・DVD・ビデオテープ	3.9	10	電化製品	3.4

注) 複数回答可のため、合計は100%にならない。

(資料: アンケート)



第8図 インターネットショッピング (IS) 浸透率の変化

(資料: アンケート)

第14表 草津市民の商品別満足度の変化《インターネットショッピングIS経験者》

2000年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
青果・鮮魚・肉類	38.3	41.7	9.5	7.9	2.6	80.0	10.5
菓子・パン類	32.4	43.8	15.7	5.6	2.4	76.2	8.0
家電製品類	18.4	35.0	25.1	16.3	5.2	53.4	21.5
書籍	13.9	27.0	16.9	27.9	14.4	40.9	42.3
婦人服	4.4	16.0	24.0	34.8	20.9	20.4	55.7

2002年	とても満足	やや満足	どちらとも いえない	やや不満	とても不満	(単位：%)	
						満足	不満
青果・鮮魚・肉類	25.5	48.7	14.7	8.4	2.7	74.2	11.1
菓子・パン類	23.9	51.1	14.3	8.1	2.5	75.0	10.6
家電製品類	20.8	45.7	22.7	7.4	3.4	66.5	10.8
書籍	11.0	28.8	20.8	25.9	13.6	39.8	39.5
婦人服	3.9	17.4	25.2	33.7	19.8	21.3	53.5

注)「満足」＝「とても満足」＋「やや満足」、「不満」＝「とても不満」＋「やや不満」

(資料：アンケート)

が、2000年調査ではほとんどみられず、2002年調査で散見されるようになった商品の1つに株や保険などの「金融商品」があり、e-コマースの実態はさらに進化してきている¹⁵⁾。

ISの浸透率を空間的にみると、2000年時点では学生を主体とした単身世帯が多く居住する南草津周辺でその利用者が多かった(第8図)。しかし、2002年には草津駅周辺でのマンション集積地区や市域周辺部でも利用者が増えている。IS経験者の市内購買満足度は総じて低いため(第14表)、購買の選択肢を拡げている消費者の購買行動をいかに捉えていくかが、21世紀の商業や商業地を考える場合には重要となってくるであろう。

V. 2002年以降の商業環境の変化

—まとめて代えて—

前章では、2000年と2002年に実施したアンケートに基づく消費者購買行動の変化について

述べてきた。しかしながら、消費者の購買意識はその情報量の増大とともに確実に進化しているため、既存店舗の品揃えや品質に少しでも低下がみられる場合や、新店舗が開設される場合など、短期間で購買行動が大きく変化することが往々にしてある。その結果、対応に遅れた店舗や商業地の再編が進行する。

2回目のアンケート実施後に惹起している草津市の商業環境の変化を記すと、南草津駅前に立地した家電専門店は、2004年2月末に営業開始以来4年を待たずして閉店した。また、エルティ932内にテナントとして入居していた専門店は、その約半数が2002～03年の内に順次撤退し、空きスペースには(社)滋賀県雇用対策協会のジョブステーション草津や滋賀県SOHOビジネスオフィスなど公的施設が入居するようになった。

こうした動きは草津市内だけでなく、近隣のJR栗東駅前に1998年3月に立地した栗東サティは、マイカルグループの業績不振によって全国規模で不採算店の整理が行われる

中、2003年2月末に閉店した（空きスペースには、2003年4月にアル・プラザ栗東が入居）。

この他、全国各地でみられるロードサイドショップの立地は、自家用車保有台数が伸びている滋賀県においても例外ではなく、国道1号線沿線や草津駅西口から北西へ伸びるびわ湖通り¹⁶⁾、近江大橋へと通じる大津湖南幹線道路沿線などでその立地が著しい。

バブル経済崩壊後の地価の下落により、日本の大都市圏では中心都市、とりわけ都心部への人口回帰が惹起しているといわれる¹⁷⁾。京阪神大都市圏に内包される草津市でも'90年代後半ほどの人口増加は、近未来に想定される全国的な人口減少社会の到来や、市内のマンション・宅地開発の状況を鑑みても考えにくい。2002年7月には、約40の小売サービス業・飲食店が入居した新たな複合商業施設フェリエ南草津がオープンし、また2004年末～2005年初頭には、草津駅東口側の旧中山道沿いにある古くからの商店街に面して建設が進行している超高層マンションの低層階に、新たな商業施設がオープンする予定である。さらに、草津市からもう少し広域に目を向けると、中主町ではスーパー最大手のイオンが、更地部分の多い町営工業団地への大型店の出店計画を明らかにし¹⁸⁾、大津市瀬田でも県外資本のホームセンターを展開する企業などが大型店を2004年末に複数開設予定である¹⁹⁾。上述のように、今後は急拡大した商業施設同士の消費者獲得競争が湖南地域全体を巻き込みながら熾烈さを増し、商業施設・商業地の再編がいっそう進行するものと予想される。

全国的なモータリゼーションの進展に伴う

郊外型大型店の立地は、中心商業地の停滞を招いている。しかしながら、滋賀県の中心商業地ではJRの駅前を中心とした徒歩圏内に利用可能な遊休地が多かったことや、新駅の開設に伴う計画的な駅前整備事業から、当該地域に大型店が出店するケースが多く、草津市もその例外ではない。将来の高齢化や環境に優しい街づくりを考慮すると、徒歩による回遊性が高く、安全・安心に買物ができるコンパクトな商業環境が望ましい²⁰⁾。その意味では、草津市は地理的に恵まれた環境にあるといえ、この利点を活かさない手はない。

アンケート結果からも理解できるように、大型店が供給する画一化された商品に対する消費者の満足度は限界に達してきている。このため、単に店舗を大型化するだけでなく、たとえ小さくとも個性化した商品を求める消費者意識を取り込んだ店舗展開や品揃え、歩いているだけで楽しい商業地の創造を考えるべきである。商業者自らが、消費者と協同しながらこうした課題に対して積極的に取り組む工夫を通して、魅力ある中心商業地づくりが、成熟期を迎える草津市の商業環境に今、求められている。

〔付記〕本稿は、平成13～15年度文部科学省科学研究費補助金基盤研究(B)(2)(研究代表者：矢野桂司)「GeoComputationによる施設配置計画の支援システムの構築」、並びに平成15～17年度文部科学省科学研究費補助金基盤研究(A)(1)(研究代表者：藤井正)「社会経済構造の転換と21世紀の都市圏ビジョン—欧米のコンパクト・シティ政策と日本の都市圏構造—」の成果の一部である。本研究を進めるにあたりご協力いただいた草津商工会議所、草津市民の皆様にも末筆ながら厚く御礼申し上げます。なお、本稿は2002年度人文地理学会大会(於、お茶の水女子大学)において発表したものをベースに、その後の成果を加筆・修正したものである。

注

- 1) 最近 10 年間 (1995 年以降) に刊行された代表的な単行本に限ってみても以下の研究が蓄積されている。①川端基夫編著『情報化と地域商業』、千倉書房、1997、222 頁。②杉村暢二『中心商業地の変容』、大明堂、1998、314 頁。③佐藤俊雄『マーケティング地理学』、同文館出版、1998、216 頁。④根田克彦『都市小売業の空間分析』、大明堂、1999、178 頁。⑤杉村暢二『中心商業地の構造と変容』、大明堂、2000、350 頁。⑥荒井良雄・箸本健二編『日本の流通と都市空間』、古今書院、2004、305 頁。
- 2) たとえば、千葉による一連の研究 (1997・1998・1999・2001・2003) の他、以下のような多くの研究事例がある。①千葉昭彦「仙台都市圏における商店街とまちづくりの地域的特性」、東北産業経済研究所紀要 16、1997、73～91 頁。②千葉昭彦「特定商業集積整備法とまちづくりの地域性—東北地方の事例の検討—」、東北産業経済研究所紀要 17、1998、93～117 頁。③千葉昭彦「郊外大型店の成立と商店街のまちづくり—鶴岡市・白河市を検討事例として—」、東北産業経済研究所紀要 18、1999、83～100 頁。④千葉昭彦「近隣型商店街の地域性とまちづくり—仙台市内 22 商店街を検討事例として—」、東北産業経済研究所紀要 20、2001、41～65 頁。⑤千葉昭彦「宮城県内中小都市の中心商店街の実態と再生可能性—財団法人宮城県地域振興センターによるアンケート調査の検討—」、東北産業経済研究所紀要 22、2003、57～77 頁。⑥戸所 隆「新しい都市空間形成と商業の変化」、経済地理学年報 43-1、1997、48～58 頁。⑦永野征男「中心市街地の衰退と再生—栃木県鹿沼市の現状を踏まえて—」、日本大学文理学部自然科学研究所研究紀要 (地理) 33、1998、43～55 頁。⑧高野岳彦・円谷栄子「相馬市における郊外化・空洞化の進展と街づくりへの取り組み—地方小都市の地域商業問題—」、福島地理論集 43、2000、25～42 頁。⑨戸所 隆「高崎中心市街地・購買行動の変化と対応方策—知恵の時代・情報化時代の視点から—」、産業研究 36-1、2000、29～46 頁。⑩溝尾良隆・菅原由美子「川越市一番街商店街地域における商業振興と町並み保全」、人文地理 52-3、2000、84～99 頁。⑪山川充夫「地方都市中心商店街の空洞化と再構築への課題」(福島地域研究センター編『グローバル化と地域』、八潮社、2000、所収)、116～152 頁。⑫林 上「岐阜県土岐市における伝統的商業地区の衰退とその対策」、名古屋大学情報文化研究 13、2001、37～63 頁。
- 3) 箸本健二『日本の流通システムと情報化—流通空間の構造変容』、古今書院、2001、229 頁。
- 4) 筆者らは、本稿と関連して GIS を積極的に活用した研究を発表している。矢野桂司・古賀慎二・中谷友樹「GIS を利用した中心商業地の活性化」、地理 48-4、2003、40～48 頁。
- 5) 対象時期は異なるものの、大都市近郊の都市として草津市を選定し、大型店の進出や購買行動の変化を考察した先駆的な研究に戸所 (1981) がある。戸所 隆「近郊都市地域における大型店の進出と購買行動の変化—草津地域を例に—」、人文地理 33-3、1981、18～38 頁。
- 6) 滋賀県は、県央に位置する琵琶湖を中心として 5～6 地域に区分されることが多い。本稿では、大津市、草津市、守山市、栗東町 (市)、滋賀郡志賀町、野洲郡中主町・野洲町の領域を湖南地域と呼ぶことにする。なお野洲郡中主町・野洲町は、2004 年 10 月 1 日に合併して野洲市となったが、本稿では図表を含めて合併前の町名を用いている。
- 7) 戸所 隆「草津湖南地域の構造と性格」、(矢野桂司編『地理情報システムを用いた地域計画立案支援システム (平成 11～12 年度文部省科学研究費補助金地域連携推進研究 (2) 研究成果報告書)』、2001、所収)、1～14 頁。
- 8) 栗東町は、2001 年 10 月に市制施行して栗東市となった。本稿では、市制施行前の記述については栗東町を、施行後の記述は栗東市を用いることにする。また、図表についても、同様とする。
- 9) 近隣には、滋賀医科大学 (1976 年開設、学生数約 900 名) や龍谷大学瀬田キャンパス (1989 年開設、学生数約 6 千名) が立地しており、これらの学生も草津市内に若干居住していると推察される。
- 10) 山下博樹「京阪神大都市圏における近郊都市・草津市南部の市街地形成の特性—JR 南草津駅開設と立命館大学移転のインパクト—」、京都地域研究 14、2000、23～35 頁。
- 11) 前掲 7) 第 8 頁。
- 12) 甲賀地域を形成する甲賀郡は、2004 年 10 月 1 日に水口町・土山町・甲賀町・甲南町・信楽町の 5 町が合併して甲賀市となり、石部町・甲西町の 2 町が合併して湖南市となった。本稿では図表も含めて、合併前の町名を用いている。なお、本稿では、「湖南地域」と新たに誕生した「湖南市」とでは異なる領域を指すので注意されたい。
- 13) 2000 年調査では、総合した満足度を質問していないので比較できない。
- 14) 浸透率 (%) = 各属性の IS 経験者数 / 各属性の有効回答数。
- 15) 発展する e- コマースの実態については、

- Aoyama (2001) が日米を比較しながら論じている。Aoyama, Y.: Structural Foundations for E-Commerce Adoption: A Comparative Organization of Retail Trade between Japan and the United States, *Urban Geography* 22, 2001, pp. 130 ~ 153.
- 16) びわ湖通りにおけるロードサイドショップの立地展開については、山下 (1997) に詳しい。山下博樹「草津市における沿道型店舗の立地展開—JR 草津駅西口びわ湖通りを例として—」、*京都地域研究* 12, 1997, 68 ~ 77 頁。
- 17) ①山神達也「日本の大都市圏における人口増加の時空間構造」、*地理学評論* 76-4, 2003, 187 ~ 210 頁。②矢部直人「1990 年代後半の東京都市心における人口回帰現象—港区における住民アンケート調査の分析を中心にして—」*人文地理* 55-3, 2003, 79 ~ 94 頁。
- 18) 京都新聞滋賀版 2004 年 7 月 28 日 (朝刊) 記事による。
- 19) 京都新聞滋賀版 2004 年 8 月 8 日 (朝刊) 記事による。
- 20) 欧米では、徒歩や公共交通に基づくコンパクトな都市空間を目指す動きがみられる。海道清信『コンパクトシティ—持続可能な社会の都市像を求めて—』, 2001, 287 頁。