

# 消費者行動アプローチによる 都心カフェの経済効果の計測

— 都心カフェ利用者の回遊行動特性に着目して —

|           |          |
|-----------|----------|
| 斎藤 参郎*    | 梶井 昌邦**  |
| 中嶋 貴昭***  | 五十嵐 寧史** |
| 木口 知之**** |          |

## 1. 研究のねらいと目的

近年、福岡都心部ではドトールやスターバックスなどのカフェの出店が相次いでいる。これらのカフェは、低価格のコーヒーやオリジナル・コーヒーの提供、欧米のオープンカフェスタイルで気軽に立ち寄れる雰囲気店の作りを施すなど、旧来の喫茶店との差別化をはかった新たな業態を展開し、成功している。本研究では、これらの新しい業態のカフェを「都心カフェ」と呼ぶ。

都心には、いうまでもなく、百貨店や映画館、飲食店など様々な業種が混在している。個々の業種は都心にとって様々な役割を果たしており、これらが相互に複雑に作用し合って都市魅力を構成していると考えられる。都心に

---

\*福岡大学経済学部・教授、福岡大学都市空間情報行動研究所・所長

\*\*福岡大学経済学部・准教授

\*\*\*福岡大学都市空間情報行動研究所・ポストドクター

\*\*\*\*株式会社ワークスアプリケーションズ 製品企画開発本部

訪れた消費者が、買物の休憩、待ち合わせや談話といった様々な場面で、都心カフェを利用している様子からもわかるように、都心カフェも都心魅力を構成する要素のひとつであることは確かである。

しかし、これまで、都心カフェはもちろんのこと、個々の業種・業態が都心魅力のどのような役割を果たし、都心魅力の一機能として、どのような効果をもたらしたかについて明らかにした研究は皆無であった。

筆者らは、これまで「都心空間はより多くの回遊行動を引き起こす構造が望ましい」との視点から、都心空間を回遊行動から評価するための研究を行ってきた（斎藤[1]、斎藤[2]、斎藤・石橋[3]）。ここで、回遊行動研究の視点で都心カフェの相次ぐ立地について考えると、都心カフェが都心部にどのような効果をもたらしたのか、を評価することが可能となることがわかる。それは、次のような仮説を立てることができるからである。

それは、買物途上の消費者が、都心カフェに立ち寄ることで、休憩することができ、都心カフェに立ち寄らなかったときよりも多くの回遊が可能になると考えられるからである。

本研究の目的は、都心カフェという新しい業態に着目し、2001年6月に実施した第6回福岡都心部回遊行動調査をもとに、来街者の都心カフェ利用行動の実態を明らかにするとともに、都心カフェ利用による回遊促進効果を計測し、回遊行動からみた都心カフェの経済効果の推計を試みることである。

## 2. 分析枠組

### 2.1. 使用するデータ

本研究では、2001年6月15日(金)、16日(土)、17日(日)の3日間、福岡大学都市空間情報行動研究所、福岡大学経済学部斎藤研究室、福岡大学経済学部梶井研究室、フィールド調査受講生らが福岡都心部で実施した第6回福岡都心部回遊行動調査の調査データを使用している。

福岡都心部回遊行動調査は、1996年9月の第1回調査（福岡大学斎藤研究室実施）より、毎年継続して実施しているものである。

都心部回遊行動調査とは、都心部の主要な商業施設等に複数の調査地点を設け、調査地点に訪れた来街者を対象に、調査当日の立ち寄り場所を、そこでの目的、支出額とともに生起順に尋ねる15分程度の聞き取りアンケート調査である。調査では、回遊行動履歴のほかに、回答者の個人属性、都心への出向頻度、都心での主目的、購買態度等も同時に尋ねている。

第6回調査では、回遊履歴の立ち寄り場所項目に都心カフェを追加するとともに、福岡都心部の都心カフェに対する認知度、出向回数、といった項目を新たに設置した。また、調査当日のカフェ利用者を対象に、当日のカフェへの立ち寄り目的、入店時間、滞在時間等を尋ねる項目も加えている。

調査時間は、午前11時から午後7時までの8時間、調査地点は、岩田屋Zサイド、大丸、キャナルシティ博多等合計10ヶ所に設置した。

有効回収票数は、1191票である。

## 2.2. 分析手順

本研究の分析手順は、以下の通りである。はじめに、都心カフェの利用者の個人属性を分析し、次いで、利用率、利用目的、平均支出金額、滞在時間、回遊ステップ数、1回遊ステップあたりの平均支出金額等、都心カフェの利用特性を詳細に議論する。ここで回遊ステップ数とは、回遊途上での立ち寄り回数を表す概念であり、来街者が異なる場所<sup>1</sup>に移動するか、または、目的を変更するとき、回遊ステップが1つ増えることとなる<sup>2</sup>。最後に、回遊

---

<sup>1</sup> 回遊途上での立ち寄り場所には、商業施設など吸引魅力をもった魅力ノードと交通機関の乗降をおこなう交通ノードがある。

<sup>2</sup> 本研究では、交通ノードを除き、魅力ノード間の回遊のみを分析の対象としていく。

ステップ数、1回遊ステップあたりの支出金額にもとづく、都心カフェの経済効果を定義し、福岡都心部における実際の推計結果を示す。

### 3. 消費者の利用行動からみた都心カフェの機能

#### 3.1. 都心カフェ利用者の属性

全サンプルのうち、都心カフェ利用者は、193票であった。以下で、これらカフェ利用者を男女別、年齢別に構成をみていくことにしよう。

##### 3.1.1. 男女別構成比率

カフェ利用者を男女別にその構成比率をみると、男性が26.9%、女性が73.1%となっている。女性の利用者が圧倒的に多いことがわかる。

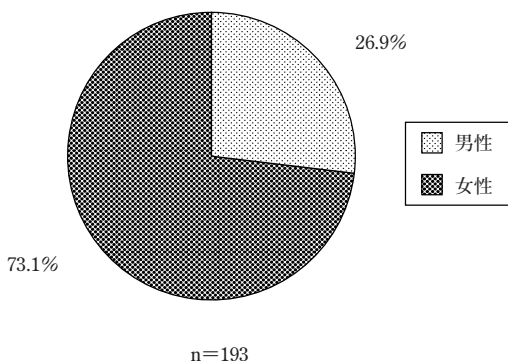


図3.1.1 カフェ利用者の男女別構成比率

##### 3.1.2. 年齢別構成比率

カフェ利用者を年齢別にみると、20～24歳が43.2%で圧倒的に多く、次いで、16～19歳、25～29歳が多い結果となった。つまり、29歳以下の若年層で7割以上を占めていることがわかる。

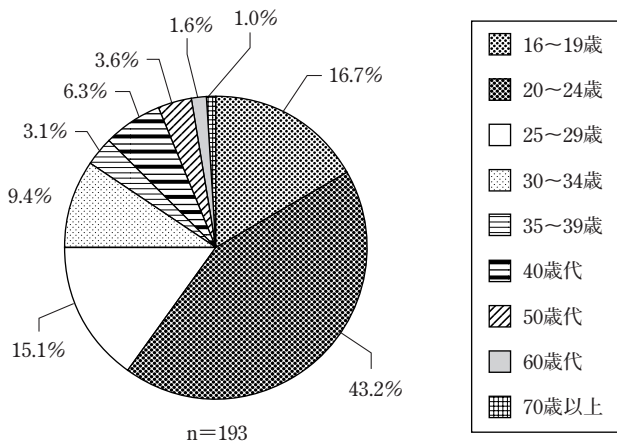


図3.1.2 カフェ利用者の年齢別構成比率

## 3.2. 都心カフェ利用率

### 3.2.1. 男女別カフェ利用率

男女別の利用率は、男性が17.2%、女性が15.9%となっており、男女の利用率の差はほとんどみられない。

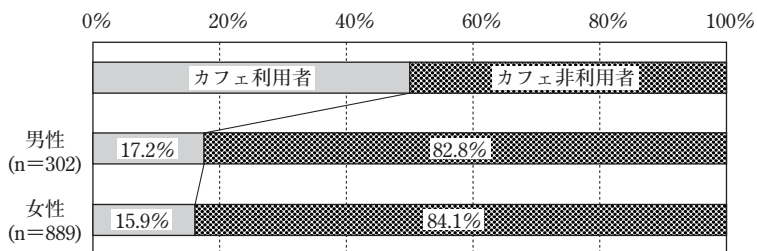


図3.2.1 カフェ利用率（男女別）

### 3.2.2. 年齢別カフェ利用率

年齢別の都心カフェ利用率は、30～34歳が28.1%、次いで、35～39歳、40歳代が21.4%と、30歳代を中心として利用率が高いことがわかる。図3.1.2で利用者数が2番目に多かった16～19歳の利用率は、10.4%と割と低いことがわかる。

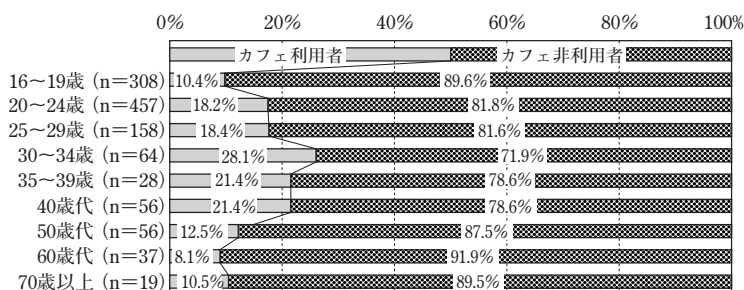


図3.2.2 カフェ利用率（年齢別）

### 3.2.3. 職業別カフェ利用率

職業別にカフェの利用率をみると、高い順に、労務系の勤め人（30.8%）、技術系の勤め人（24.7%）、販売・サービス系勤め人（21.3%）となっている。

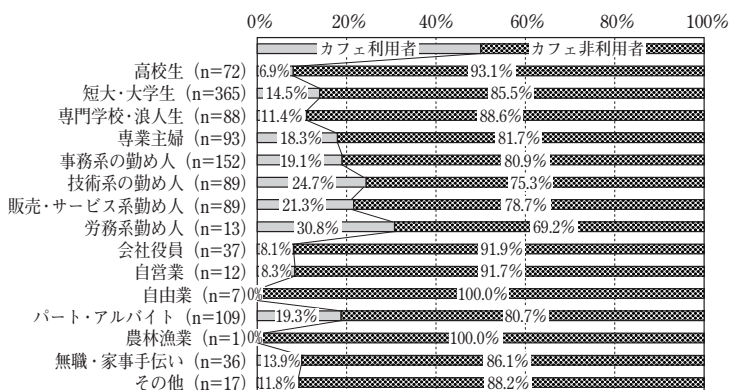


図3.2.3 カフェ利用率（職業別）

### 3.2.4. 利用者数別・同伴者別利用率

利用者数別のカフェ利用率、同伴者のカフェ利用率をそれぞれ図3.2.4a、図3.2.4bにまとめる。1人で都心を訪れた人よりも、複数で都心を訪れた人の方が、利用率が高いことがわかる。同伴者については、異性の友人・知人が26.7%と最も高い結果がでた一方で、他の同伴者は、20%前後とあまり違いがみられなかった。

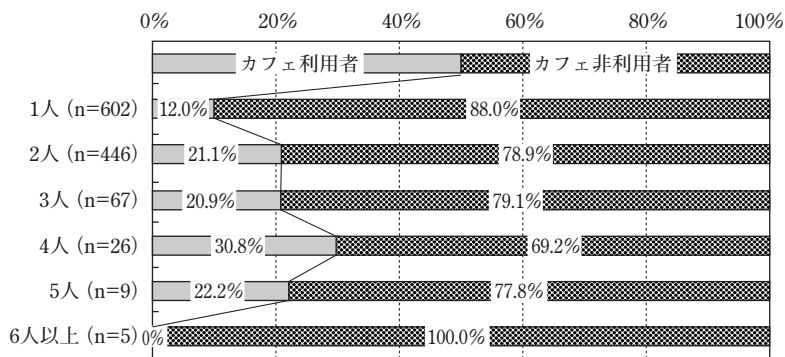


図3.2.4a 利用率（利用者数）

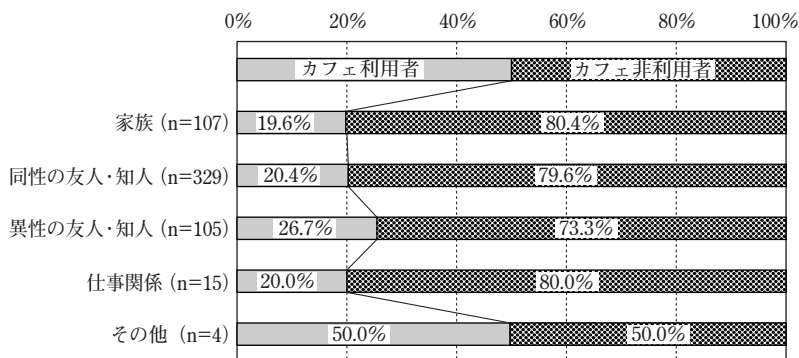


図3.2.4b 利用率（同伴者）

### 3.3. 都心カフェの利用実態

都心カフェ利用者の特徴をとらえるために、都心カフェの利用目的、都心カフェでの平均支出額を調べ、次いで、都心カフェへの出向頻度、都心カフェでの滞在時間を分析する。

#### 3.3.1. 都心カフェの利用目的

カフェを利用した目的を複数回答で聞いている。「疲れたため」が一番多く、次いで「のどが渇いたため」、「そのお店のコーヒーが飲みたいから」と続いている。多くの人が、休憩に都心カフェを利用していることがうかがえる。

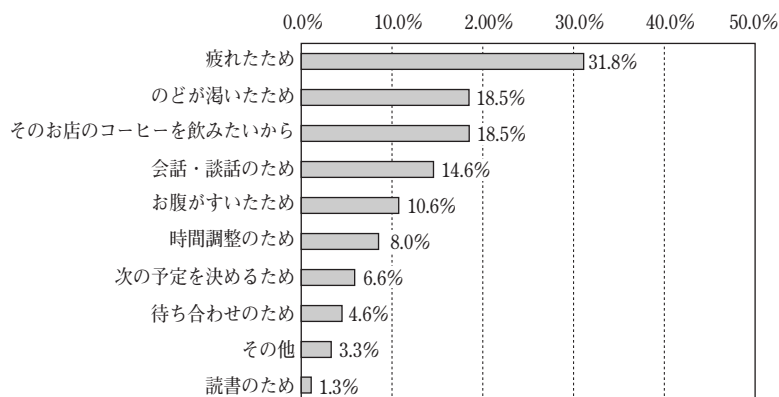


図3.3.1 都心カフェの利用目的

#### 3.3.2. 都心カフェでの平均支出額

都心カフェでの喫茶目的の平均支出額は、約533円であった。



**表3.3.2 都心カフェでの平均支出額**

|          | 平均値 | 度数  | 標準偏差   |
|----------|-----|-----|--------|
| カフェでの支出額 | 533 | 172 | 376.01 |

### 3.3.3. 都心カフェへの出向頻度

都心へ訪れたとき、10回のうち何回都心カフェを訪れるか聞いている。都心カフェ利用者の平均は、都心へ10回出向したうち5.8回、非利用者は、3.2回となっており、全体では、都心へ10回出向したうち平均3.6回都心カフェを利用している。

**表3.3.3 都心カフェへの平均出向頻度（都心へ10回出向中）**

|         | 平均値(回) | サンプル数 | 標準偏差 |
|---------|--------|-------|------|
| カフェ利用者  | 5.8    | 193   | 3.19 |
| カフェ非利用者 | 3.2    | 964   | 3.06 |
| 合計      | 3.6    | 1157  | 3.23 |

### 3.3.4. 都心カフェでの滞在時間

都心カフェを利用したサンプルに対して、その日の都心カフェでの滞在時間を聞いている。都心カフェでの滞在時間は、30分以内が、62.2%をしめており、1時間以内は、94.6%となっている。

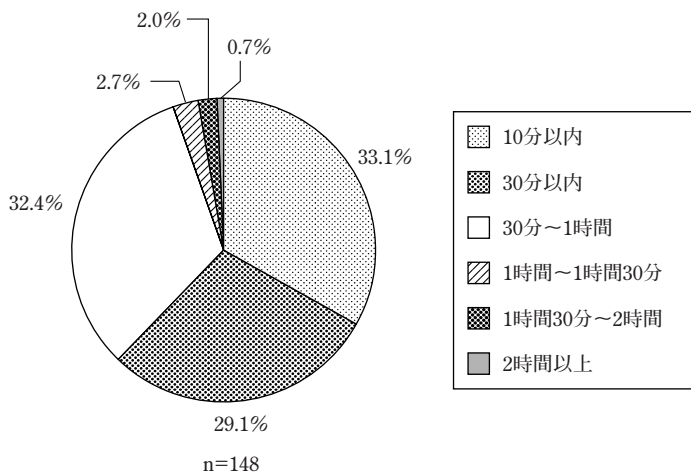


図3.3.4 都心カフェでの滞在時間

### 3.3.5. 都心でよく選ぶコーヒーショップ

調査では、スターバックス、ドトール等の有名店の中で、よく行くコーヒー店をたずねている。また、それらの店舗とともに、福岡都心部の中で、「行きたいと思ったときに近くにある店」も併記している。その集計結果が、図3.3.5である。スターバックスが50.7%と圧倒的な支持を得ており、次いで、ドトール（18.5%）、行きたいと思ったときに近くにある店（12.2%）とつづいている。

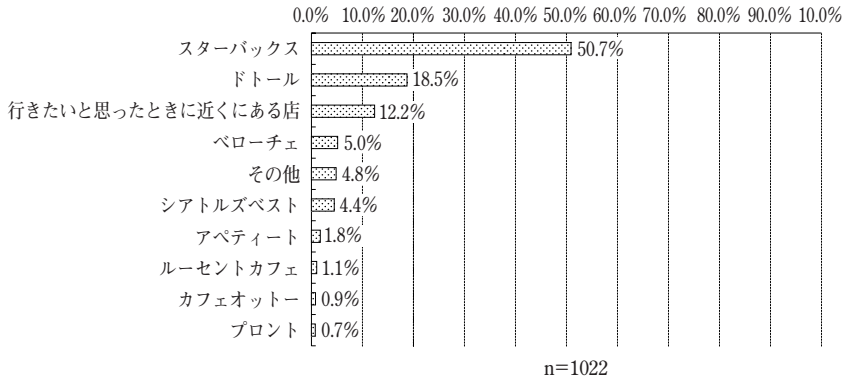


図3.3.5 都心でよく選ぶコーヒーショップ

### 3.4. スターバックス・ドトール・その他カフェの利用比較

ここでは、調査当日に被験者が利用した都心カフェを、福岡都心部で最も人気の高いスターバックス、ドトールとその他のカフェに分け、比較していく。

#### 3.4.1. 当日立ち寄った都心カフェの比率

調査当日に立ち寄った都心カフェの比率は、スターバックスが47.9%、ドトールが14.5%、その他が37.6%となっている。

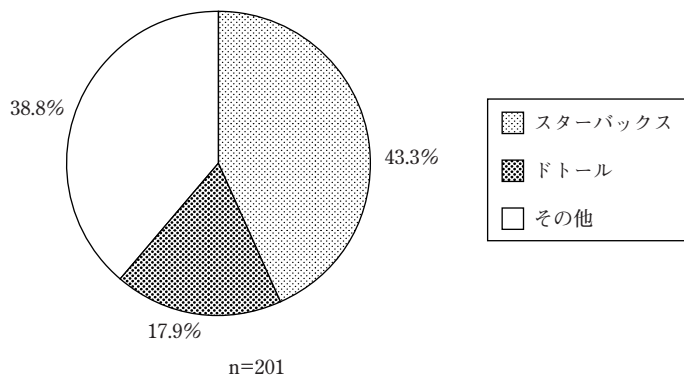


図3. 4. 1 立ち寄り店舗比率

### 3. 4. 2. 立ち寄り店舗別利用目的

スターバックスの利用目的は、「疲れたため（35.1%）」、「のどが渴いたため（26.0%）」、「そのお店のコーヒーが飲みたいから（24.7%）」と続き、ドトールは、「疲れたため（23.3%）」、「お腹がすいたため（20.0%）」と続く。また、その他カフェの利用目的は「疲れたため（30.0%）」、「会話・談話のため（26.0%）」、「のどが渴いたため（18.0%）」となっている。これは、スターバックスの独自のコーヒーの魅力と、軽食ができるドトールの魅力の違いがあらわれている。

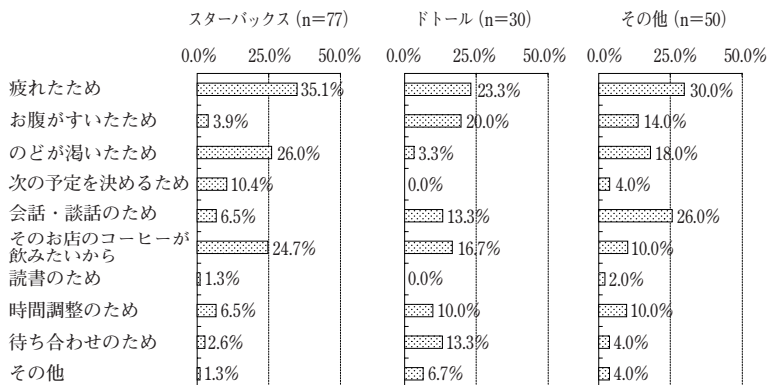


図3.4.2 立ち寄り店舗別都心カフェ利用目的

### 3.4.3. 立ち寄り店舗別滞在時間

その日の都心カフェでの滞在時間をみてみると、スターバックスは、「10分以内（50.7%）」が半数近くを占めているのに対し、ドトールは、「10分～30分（55.2%）」が半数を占めている。その他カフェは、「30分～60分（44.0%）」が一番多い。

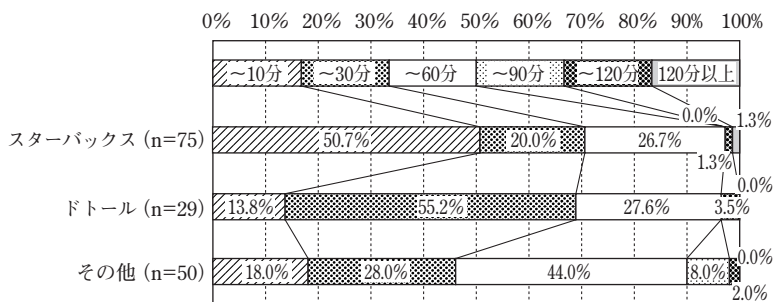


図3.4.3 立ち寄り店舗別カフェでの滞在時間

3.4.4. 立ち寄り店舗別支出金額

スターバックスでの支出額は、「200円～400円未満」が41.0%を占めている。ドトールは、「200円未満」が21.9%、「400円～600円未満」が25.0%、「1000円以上」が15.6%とばらついている。

スターバックスでの平均支出額は、508円、ドトールでの平均支出額は548円、その他カフェでの平均支出額は604円であった。

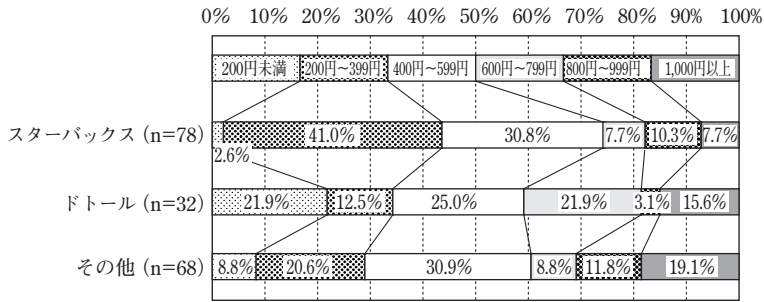


図3.4.4a 立ち寄り店舗別カフェでの支出額

表3.4.4b 立ち寄り店舗別カフェでの平均支出額

|         | 平均値(円) | サンプル数 | 標準偏差   |
|---------|--------|-------|--------|
| スターバックス | 508    | 78    | 290.41 |
| ドトール    | 548    | 32    | 419.63 |
| その他     | 604    | 68    | 461.54 |
| 全体      | 552    | 178   | 387.39 |

3.5. 都心カフェ利用者の平均回遊ステップ数

ここでは、都心カフェが都心部での回遊行動を引き起こす要因となっているかをみるために、消費者が都心部内で立ち寄った商業施設の数である回遊ステップ数についてみていくこととする。

### 3.5.1. 都心カフェ利用者の平均回遊ステップ数

はじめに、平均回遊ステップ数をみていくこととしよう。サンプル全体の平均ステップ数は2.88ステップであった。これを、都心カフェ利用者と非利用者に分けると、前者が3.10ステップ、後者が2.84ステップとなっている。都心カフェ利用者は非利用者に対し約0.27ステップ高くなっており<sup>3</sup>、これより、都心カフェが回遊ステップ数を引き伸ばす効果をもっていることを示していると考えられる<sup>4</sup>。

それでは、次に、カフェに立ち寄った後どれくらい回遊ステップ数を伸ばしているかをみていくこととする。表3.5.1bは、カフェ利用者が、都心カフェの立ち寄り後、都心部の他の商業施設に落とした平均回遊ステップ数を示したものである。カフェ利用者のカフェ利用後の平均ステップ数は、約1.44ステップであり、この結果より、カフェによる回遊の誘発効果がかなり高いという傾向を示すものであると判断できよう。

表3.5.1a 都心カフェ利用者と非利用者の平均回遊ステップ数

|           | 平均値<br>(箇所) | サンプル数 | 標準<br>偏差 | 平均立ち寄り<br>ステップ数の差<br>(a-b) | 有意確率  |
|-----------|-------------|-------|----------|----------------------------|-------|
| a カフェ利用者  | 3.10        | 193   | 1.98     | 0.27                       | 0.085 |
| b カフェ非利用者 | 2.84        | 998   | 1.75     |                            |       |
| 全体        | 2.88        | 1191  | 1.79     |                            |       |

表3.5.1b 都心カフェ利用後の平均回遊ステップ数

| 平均値(箇所) | サンプル数 | 標準偏差 |
|---------|-------|------|
| 1.44    | 193   | 1.51 |

<sup>3</sup> このとき、有意確率は0.085となり、10%で有意となった。

<sup>4</sup> ここで、回遊ステップ数に、都心カフェに立ち寄ったステップ、通過目的による商業施設で立ち寄ったステップは含まれていない。

### 3. 5. 2. 都心カフェ利用者の利用時点別平均回遊ステップ数

次に、都心カフェによる回遊誘発効果をより詳しく分析するために、都心カフェ利用者を都心カフェを回遊の開始前、回遊途上、回遊終了後のどの時点で利用したかによりサンプルを分割し、これらのグループごとに平均回遊ステップ数を求めていくこととする。都心カフェの利用者は、商業地に立ち寄る前に利用したサンプルが56人、回遊途上に利用したサンプルが87人、回遊の最後に立ち寄ったサンプルが50人であった。

カフェ利用時点別に平均回遊ステップ数をみると、回遊途上で都心カフェを利用したサンプルが、4.26ステップとなっており、一番多い。また、回遊途上でカフェを利用した人の、カフェを利用したあとの平均回遊ステップ数は2.07ステップであった。

表3. 5. 2a 都心カフェの利用時点別平均回遊ステップ数

|       | 平均値  | サンプル数 | 標準偏差 |
|-------|------|-------|------|
| 回遊の最初 | 1.73 | 56    | 1.73 |
| 回遊途上  | 4.26 | 87    | 1.73 |
| 回遊の最後 | 2.62 | 50    | 1.41 |
| 全体    | 3.10 | 193   | 1.98 |

表3. 5. 2b 都心カフェ利用者（回遊途上）と非利用者の平均回遊ステップ数

|                | 平均値<br>(箇所) | サンプル数 | 標準<br>偏差 | 平均立ち寄り<br>ステップ数の差<br>(a-b) | 有意確率  |
|----------------|-------------|-------|----------|----------------------------|-------|
| a カフェ利用者(回遊途上) | 4.26        | 87    | 1.73     | 1.43                       | 0.000 |
| b カフェ非利用者      | 2.84        | 998   | 1.75     |                            |       |

表3. 5. 2c 回遊途上での都心カフェ利用者の  
カフェ利用後の平均回遊ステップ数

| 平均値(箇所) | サンプル数 | 標準偏差 |
|---------|-------|------|
| 2.07    | 87    | 1.23 |



### 3. 6. 都心カフェ利用者の平均支出額

都心カフェを利用した人と利用していない人の1回遊ステップあたりの平均支出額をもとめた。ただし、ここで求めた支出額に、都心カフェでの支出は含まれていない。

#### 3. 6. 1. 都心カフェ利用者の1ステップあたりの平均支出額

カフェ利用者とカフェ非利用者とで1ステップあたりの平均支出額は両者とも1400円程度であり、支出金額の差はほとんどみられない<sup>5</sup>。

表3. 6. 1 都心カフェ利用者と非利用者の1回遊ステップ  
あたり平均支出額

|         | 平均値(円) | 観測数  | 標準偏差    |
|---------|--------|------|---------|
| カフェ利用者  | 1457   | 617  | 4191.97 |
| カフェ非利用者 | 1441   | 2828 | 6920.62 |
| 全体      | 1444   | 3445 | 6515.95 |

#### 3. 6. 2. 都心カフェ利用者の利用時点別平均支出額

次に、都心カフェが、消費者の支出に与える効果をより詳しく分析するために、都心カフェを回遊の開始前、回遊途上、回遊終了後のどの時点で利用したか、の利用時点別に、1ステップあたりの平均支出額を求めた。

回遊途上、及び最後にカフェを利用したサンプルが1480円、2065円であるのに対し、回遊前にカフェを利用したサンプルが約620円程度と他の2つよりもかなり下回った金額となった。

<sup>5</sup> 使用データのなかに、高額な支出をしているサンプル（カフェ非利用者：500000円）が含まれていた。本文析では、このサンプルを除いて、平均支出額を算出した。

**表3.6.2 都心カフェ利用者の利用時点別1回遊ステップあたり平均支出額**

| カフェへの立ち寄り時点 | 平均値(円) | 観測数 | 標準偏差    |
|-------------|--------|-----|---------|
| 回遊の最初       | 616    | 107 | 1818.58 |
| 回遊途上        | 1480   | 376 | 4342.99 |
| 回遊の最後       | 2065   | 134 | 4962.75 |
| 全体          | 1457   | 617 | 4191.97 |

## 4. 都心カフェの経済効果の推定

### 4.1. 経済効果推定の考え方

3.5で、都心カフェが消費者の購買行動にどのような影響を及ぼすかについて、回遊ステップ数や支出金額の観点から検討し、都心カフェが平均回遊ステップ数を高める効果をもつことを明らかにした。この効果は、買物に疲れた消費者が都心カフェに立ち寄ることにより、休憩することによるリフレッシュ効果であり、その効果により新たな回遊を誘発されていると解釈できよう。

以下で、3.5の分析結果を用い、都心カフェのリフレッシュ効果が、都心全体に対し金額ベースでどの程度の効果をもたらしているか、すなわち、都心カフェの経済効果の推計を行う。本研究は、都心カフェの経済効果を、回遊途上で都心カフェを利用した人が、百貨店や個店等、都心部に立地する他の業態の売上にもたらす金額ベースの効果であると考え。具体的には、以下の1)～4)の積を、都心カフェの経済効果と定義する。

1) 都心カフェの利用者数、2) 回遊途上で都心カフェを利用する人の数、3) 回遊途上で都心カフェを利用した人の回遊ステップの増分、4) 1回遊ステップあたりの購買額

## 4.2. 推定結果

### 1) 都心カフェの利用者数

ここでは、福岡都心部への入り込み者数は、斎藤・梶井・中嶋[4]の来街地ベースポアソン回帰モデルによる予測値231,265（人/日）を用いることとする（この結果は斎藤編[6]に収録されている）。である。総サンプル数が1191であるのに対し、カフェ利用者は193人であった<sup>6</sup>。以上より、1日あたりのカフェの利用者は次である。

$$37,476人 = 231,265人 \times (193人 / 1,191人)$$

### 2) 回遊途上での都心カフェ利用者比率

都心カフェ利用者193人中87人が回遊途上での都心カフェ利用者であった。従って、回遊途上での都心カフェ利用者比率は次である。

$$0.451 = 87人 / 193人$$

### 3) 回遊ステップ数の増加

回遊途上で都心カフェを利用した人が、都心カフェを利用後に都心部の商業施設を渡り歩いた回遊ステップ数を、都心カフェによって増加した回遊ステップ数と考える。

回遊途上でカフェを利用した人のカフェ利用後の平均ステップ数は、表3.5.2bより、2.07ステップであった。

### 4) 1回遊ステップあたりの支出額

1回遊ステップあたりの平均支出額として、カフェ利用者全体の平均支出額と、回遊途上でカフェを利用した人の平均支出額の2つの値で推計を行うこととする。前者は1,457円（表3.6.1参照）、後者は1,480円（表3.6.2参照）であった。

---

<sup>6</sup> 3.1参照。

## 5) 都心カフェの経済効果

1) ～ 4) より、都心カフェの経済効果は、次である。

1 回遊ステップあたりの平均支出額1,457円の場合、

$$185\text{億}9065\text{万円} \div 37,476(\text{人/日}) \times 0.451 \times 2.07(\text{ステップ/人}) \times 1,457(\text{円/ステップ}) \times 365(\text{日})$$

1 回遊ステップあたりの平均支出額1,480円の場合、

$$188\text{億}8113\text{万円} \div 37,476(\text{人/日}) \times 0.451 \times 2.07(\text{ステップ/人}) \times 1,480(\text{円/ステップ}) \times 365(\text{日})$$

## 4.3. 平日・土日を考慮した場合

カフェの利用は平日と土日では大きく異なると考えられる。本節では、この影響を考慮し、4.2節の推計方法を拡張する。

### 1) 都心カフェの利用者の平日、土日の比率

平日と土日の来街者数の違いを考慮し経済効果を推定するためには、平日と土日で福岡都心部への来街者数がどの程度異なるかを把握する必要がある。幸い、福岡の私鉄、西日本鉄道株式会社により、都心100円バスの1日あたりの利用者数が公表されており（西鉄[7]）、これにより、平日と土日の来街者数の比率の試算値を概算することが可能となる。

さて、福岡都心部への入り込み者数は、231265(人/日)であった。西鉄[7]より、都心100円バスの1日あたりの利用者数は、平日が56214人、土曜日が44343人、日曜日が、37317人である。一般に、平日の路線バス利用者の定期利用は50%であり、ここでは、非定期利用を買い物・レジャー目的、また、土曜、日曜の利用はすべて、買い物・レジャー目的と考える。これより、平日と土日の入り込み者数の比率は、

$$\begin{aligned} & 56214 \times 0.5 \times 5 : 44343 + 37317 \\ & = 140535 : 81660 \end{aligned}$$

となる。

平日、土日の都心カフェ利用率は、平日が10.3%、土日が、19.2%であった。

表4.3.1 曜日別都心カフェ利用者

|    |          | カフェ非利用者 | カフェ利用者 | 計     |
|----|----------|---------|--------|-------|
| 平日 | サンプル数(人) | 359     | 41     | 400   |
|    | パーセント    | 89.8    | 10.3   | 100.0 |
| 土日 | サンプル数(人) | 639     | 152    | 791   |
|    | パーセント    | 80.8    | 19.2   | 100.0 |
| 全体 | サンプル数(人) | 998     | 193    | 1191  |
|    | パーセント    | 83.8    | 16.2   | 100.0 |

## 2) 回遊途上での都心カフェ利用者比率

都心カフェ利用者のうち、回遊途上で都心カフェを利用したサンプルは、平日が41.5%、土日が46.1%である。

表4.3.2 都心カフェの利用時点別サンプル比率（曜日別）

|    |          | 回遊の最初 | 回遊途上 | 回遊の最後 | 計     |
|----|----------|-------|------|-------|-------|
| 平日 | サンプル数(人) | 14    | 17   | 10    | 41    |
|    | パーセント    | 34.1  | 41.5 | 24.4  | 100.0 |
| 土日 | サンプル数(人) | 42    | 70   | 40    | 152   |
|    | パーセント    | 27.6  | 46.1 | 26.3  | 100.0 |
| 全体 | サンプル数(人) | 56    | 87   | 50    | 193   |
|    | パーセント    | 29.0  | 45.1 | 25.9  | 100.0 |

## 3) 回遊ステップ数の増加

回遊途上で都心カフェを利用した人の、カフェ利用後の平均回遊ステップ数は、平日が2.75ステップ、土日が2.53ステップであった。

表4.3.3 回遊途上での都心カフェ利用者のカフェ  
利用後の平均回遊ステップ数（曜日別）

|   |   | 平均値(箇所) | サンプル数 | 標準偏差 |
|---|---|---------|-------|------|
| 平 | 日 | 1.82    | 17    | 0.88 |
| 土 | 日 | 2.13    | 70    | 1.30 |
| 全 | 体 | 2.07    | 87    | 1.23 |

#### 4）1回遊ステップあたりの支出額

回遊途上で都心カフェを利用した人の、1ステップあたりの平均支出額は、平日が約1828円、土日が約1180円であった。

表4.3.4 回遊途上での都心カフェ利用者の1ス  
テップあたりの平均支出額（曜日別）

|   |   | 平均値(円) | 総ステップ数 | 標準偏差    |
|---|---|--------|--------|---------|
| 平 | 日 | 1528   | 121    | 4083.37 |
| 土 | 日 | 1440   | 496    | 4221.90 |
| 全 | 体 | 1457   | 617    | 4191.97 |

#### 5）都心カフェの経済効果

以上より、都心カフェの経済効果は、

・147億3770万円

$$\begin{aligned} & \div 231215(\text{人/日}) \times 140535 / (140535 + 81660) \times 0.103 \times 0.415 \times 1.82(\text{ス} \\ & \quad \text{テップ}) \times 1528(\text{円/ステップ}) \times 365(\text{日}) \\ & + 231215(\text{人/日}) \times 81660 / (140535 + 81660) \times 0.192 \times 0.461 \times 2.13(\text{ス} \\ & \quad \text{テップ}) \times 1440(\text{円/ステップ}) \times 365(\text{日}) \end{aligned}$$

となる。

ただし、平日、土日に分けて分析した場合、度数が少なくなってしまうため、サンプル数を増やして計測する必要がある。

## 5. 結論と今後の課題

都心には、様々な業種が混在し、個々の業種が相互に作用し合って都市魅力を創出している。しかし、個々の業種に関して、それが都心に対してどのような役割を果たしているかを明らかにした研究はほとんどない。本研究の意義は、都市魅力の構成要素の1つとして都心カフェに着目し、都心への機能を消費者行動の観点から分析したことにある。

本研究の成果は、以下の2つである。第1は、都心カフェの利用者数は、10歳代・20歳代が圧倒的に多いが、利用率においては、30歳代を中心として高いことや、店舗ごとの利用目的や支出金額に違いがあることなどを示すことで、消費者の都心カフェ利用の特性を明らかにすることができたこと。第2は、都心カフェ利用による回遊促進効果を計測し、回遊行動からみた都心カフェの経済効果を推計したことである。

今後の研究課題は、分析対象を都心カフェだけでなく、他の業種に広げ、1つ1つの業種が都心に対して果たす効果や役割を明らかにすることにより、都市魅力の構造をより具体的に明らかにしていくことである。

## 参考文献

- [1] 斎藤参郎、“延岡地域商業地の現状と課題”、『延岡地域商業近代化計画報告書』、1983、pp.36-96。
- [2] 斎藤参郎、“消費者の商業地間回遊を考慮した非集計多段階選択ハフモデルの構築”、『計画行政』No.13、1984、pp.73-82。
- [3] 斎藤参郎・石橋健一、“説明変数を含んだマルコフチェーンモデルによる都心再開発に伴う回遊行動の変化予測”、『都市計画論文集』、No.27、1992a、pp.439-444
- [4] 斎藤参郎・梶井昌邦・中嶋貴昭、“来街地ベースサンプリングによる都心商業地への入り込み者数予測モデルの構築と評価”、『地域学研究』、日本地域学会、Vol.29、No.1、1999、pp.55-74。

- [5] 斎藤参郎・山城興介、“回遊行動からみた都心100円バスの経済効果の推計－福岡都心部におけるケーススタディー”、『地域学研究』、日本地域学会、Vol.31、No.1、2001、pp.57-75。
- [6] 斎藤参郎編『福岡都心部回遊行動調査地下空間と日韓都市魅力比較に焦点をあてて』、2000、(財)福岡都市科学研究所。
- [7] 西鉄グループホームページニューリリース99-66。  
([http://www.nnr.co.jp/inf/release/release99\\_18.htm](http://www.nnr.co.jp/inf/release/release99_18.htm))
- [8] 丸木・草場・吉屋・森下・牛島・木村、“カフェ利用行動からみた都心カフェの経済効果”、『第2回福岡都心部まちづくりマーケティング調査研究発表会梗概集』、福岡大学都市空間情報行動研究所・福岡大学経済学部斎藤研究室・福岡大学経済学部梶井研究室、2001、pp56-59。  
([http://www.qbic.fukuoka-u.ac.jp/res/2001/2nd\\_Marketing/index.html](http://www.qbic.fukuoka-u.ac.jp/res/2001/2nd_Marketing/index.html))
- [9] 吉屋・森下・牛島・木村・丸木・草場、“都心カフェの立地動態と利用者の利用行動の特性分析”、『第2回福岡都心部まちづくりマーケティング調査研究発表会梗概集』、福岡大学都市空間情報行動研究所・福岡大学経済学部斎藤研究室・福岡大学経済学部梶井研究室、2001、pp49-55。  
([http://www.qbic.fukuoka-u.ac.jp/res/2001/2nd\\_Marketing/index.html](http://www.qbic.fukuoka-u.ac.jp/res/2001/2nd_Marketing/index.html))