

繁華街について

繁華街についての前回調査は、平成9年調査となっています。

(1) 繁華街の定義

「繁華街」とは、おおむね60店舗以上の小売店が連続して街区を形成している小売機能中心の集積地域のうち、つぎのいずれかに該当するものをいいます。

都市の中心商店街（店舗が面的に展開しており、買物客の大半がその商店街以外からきているものに限る。）については、中核の街区からおおむね700メートル以内にある街区まで機能的に一体となっているとみられる地域

店舗の集団が一つの直線や、L字型等の単純な形状で連たんしているものについては、街路の総延長が1,200メートル以下で機能的に一体となっているとみられる地域

上記、以外の店舗の集団で、その形状がT字型、十字型等であるようなものについては、その状況に応じて、機能的に一体となっているとみられる地域

なお、今後の発展が予想される小売機能集積地域及び従前設定した繁華街で時系列上必要とみられる地域については60店舗に満たない場合であっても集計しました。

(2) 繁華街の特性分類

繁華街の地域特性、商品の販売状況及び立地条件によって、次のとおり地域特性別、販売商品特性別及び立地による特性別に分類し、集計しました。

ア．地域特性分類

小売業年間商品販売額の構成比を人口構成比で除した購買力指数及び最寄り駅の乗車人数などにより、次のとおり分類しました。

区 分	定 義	地域特性 分類記号
A 型	相当広範囲から購買客を吸収している	A
B 型	近隣都市から購買客を吸収している	B
C 型	主に市内在住の購買客を対象としている	C
D 型	主に後背の住宅地域の購買客を対象としている	D

イ．販売商品特性分類

小売年間商品販売額に占める最寄品販売額割合により、次のとおり分類しました。

区 分	定 義	販売商品特性 別分類番号
最寄品中心街	最寄品販売額割合55%以上	1
最寄品・買回品混合街	最寄品販売額割合40%以上55%未満	2
買回品中心街	最寄品販売額割合20%以上40%未満	3
買回品・専門品街	最寄品販売額割合20%未満	4

なお、例外的な商品分類である「百貨店」年間商品販売額が、その百貨店が立地する繁華街の小売年間商品販売額に占める割合が著しく高い場合については、一般商品分類との整合性を図るため補正して分類した繁華街もあります。

(注)最寄品とは、小売商品分類の「57 飲食料品」「599 その他のじゅう器」「601 医薬品・化粧品」「604 書籍・文房具」をいい、その他のものを買回品といいます。

・最寄品 - 主に日用品・雑貨品など比較的消費者の住居の近くにある店舗において、低価格で販売される商品

・買回品 - 主として、消費者が何軒かの店舗で選択して購入する商品で、比較的高価格で販売される専門品・奢侈品などを含む商品

・除外品 - 除外品目は、買回品又は最寄品のいずれかに決定することが困難であるか、またはなじまないと思われるものであり、小売業の産業小分類で次の業種に属する商品

581 自動車小売業

603 燃料小売業

ウ．立地による特性分類

繁華街が立地する周辺の状況及び年間商品販売額により、次のとおり分類しました。

区 分	定 義	立地による 特性格別分類番号
駅ビル型	大規模駅の周辺あるいは駅に隣接して建てられている商業（テナント）ビルを1つの繁華街とする型	1
地下街型	大規模駅の周辺あるいは駅に隣接して形成された地下街の1つを繁華街とする型	2
駅周辺大規模型	大規模駅の周辺あるいはターミナル駅の周辺に形成された繁華街で、年間商品販売額がおおむね500億円を超える地域	3
駅周辺中規模型	駅周辺に形成された繁華街で、年間商品販売額がおおむね200億円を超える地域	4
駅周辺小規模型	駅周辺に形成された繁華街で、駅周辺大規模型・駅周辺中規模型のどちらの型にもあてはまらない地域	5
ロードサイド型	幹線道路あるいは主要地方道沿いに形成された繁華街	6
地元商店街型	従来からある地元の商店街が発展・拡大した結果形成された繁華街	7
特殊型	特殊型昔からの歴史と伝統があり、老舗的な商店街となっている繁華街及び神社・仏閣・温泉地の周辺等、特殊な条件下で形成された繁華街	8