

商店街における人の流れ（交通流）と
来街者の行動パターン特性に関する研究
－「自由が丘エリア」（自由が丘中心商業ゾーン）を
ケース・スタディとして－

A Research on the People Flow /the Characteristics of Visitors' Behavioral
Patterns in the Shopping Areas:
A Case Study on the Jiyugaoka Area—Its Commercial Zone

2012年 2月

齊藤	進	Susumu Saito
吉田	理事	Riji Yoshida

商店街における人の流れ（交通流）と
来街者の行動パターン特性に関する研究
－「自由が丘エリア」（自由が丘中心商業ゾーン）を
ケース・スタディとして－

A Research on the People Flow /the Characteristics of Visitors'
Behavioral Patterns in the Shopping Areas: A Case Study on the
Jiyugaoka Area—Its Commercial Zone

齊藤 進

Susumu Saito

吉田 理事

Riji Yoshida

Abstract

The SANNO Region Management Research Center conducted a research into the people flow in October 2008 in the Jiyugaoka area. After we researched the visitors' behavioral patterns, we grouped them into the following 5 behavioral patterns.

1. A gourmet oriented migratory.
2. A fashion oriented migratory.
3. A general and sundry merchandise oriented migratory.
4. A multiple purpose oriented migratory.
5. A passing through the area.

We also found out the people flow is strongly related to a commercial town development plan such as a new development plan for a commercial facility in Jiyugaoka.

1. はじめに

東急東横線、大井町線が交差する自由が丘駅を中心とする「自由が丘エリア」（自由が丘中心商業ゾーン）は、全国でも有数の規模をもつ商店街が形成され、ショッピングなどのために訪れる人々で賑う都内でも屈指の広域商業拠点である。

産業能率大学地域マネジメント研究所（斉藤、吉田）は、この自由が丘エリアにおいて2008年10月に「人の流れ（交通流）調査」を行った。これは、自由が丘への来街者が実際に地域内でどのような経路を辿り買い物や飲食等を行っているのかを目視により調査（来街者の行動パターンとしてその道順や立ち寄り先の店舗等を時間経過に従い記録）し、その結果から自由が丘地域における来街者の行動パターンの把握を行おうとしたものである。

本稿では、この調査において確認された自由が丘エリアの人の流れ（調査エリア内での来街者の行動パターン）とその特徴について考察する。

2. 人の流れ（交通流）調査の概要

調査の概要を示せば以下のとおりである。

①調査日

2008年10月26日（日） 天気：晴れ

②調査時間

日中、人通りが出始める11時から、後方からの目視が可能な夕刻の17時30分までとした。なお昼食時は店内滞留時間が長くなり調査が不可能なため、昼食時間に当たる12時から13時は原則として除いて調査した。

③調査対象者

今回は調査時間の制約があるため、不特定層を対象とせず、自由が丘に来街する2名以上のグループ（女性だけのグループ、家族連れ、男女のペア）を対象とした。なお調査対象者を2名以上としたのは、事前調査の結果から、一人での来街者に比べ複数での来街者の方が地域内に滞留する時間が長くなる傾向が見られたためである。なお対象者は調査員（本学女子学生の1～4年生2名ずつで構成）の判断で選定した。

④調査方法

- ア. 調査員は東急東横線自由が丘駅北口と南口に待機し、対象となるグループを選定する。
- イ. 対象者の移動経路を20～30メートル後方から目視し、その結果を調査票に記録する。
（表1参照）
- ウ. 店舗内に入った場合は、20分までその場で待機し、20分を過ぎた場合はその時点で調査を終了する。なお店内での調査は行わない。
- エ. あらかじめ調査範囲を定め、その範囲を出た場合は、その時点で調査を終了する。（図

1参照)

オ. 調査時間は1対象者あたり最大80分までとした。

表1 調査票（部分）

来街者の交通流(人の流れ)調査票						
調査員名						
調査日	2008年10月26日(日)					
調査時間	時 分 ~ 時 分					
終了理由	☐ 調査時間満了(90分) ☐ タクシーや自動車に乗車 ☐ 店内で20分以上経過 ☐ 調査エリア外に移動 ☐ その他()					
グループの属性	☐ 女性のみのグループ ☐ 男女ペア ☐ 家族づれ 合計()名					
	年代	男	女	年代	男	女
	10代未満	名	名	40代	名	名
	10代	名	名	50代	名	名
	20代	名	名	60代	名	名
30代	名	名	70代以上	名	名	
※注:移動したルートは地図上に記入すること						
滞留時間	行動経路			業種 (番号裏面)	特記事項	
: ~ : (分間)	☐ 路上 () ☐ 店舗内 → 店舗名 ()					
: ~ : (分間)	☐ 路上 () ☐ 店舗内 → 店舗名 ()					
: ~ : (分間)	☐ 路上 () ☐ 店舗内 → 店舗名 ()					
: ~ : (分間)	☐ 路上 ()					

移動経路の記録として、調査開始後、3分、5分、10分、15分、20分、以降10分ごとにその時点で被験者がいた場所を調査票の地図上に記入する。その際、路上にいた場合は「●」印をプロットし経過時間を記入する。また店内にいた場合は店番号（調査票に①②③…で記入）と店内滞在時間を記入する。

⑤調査範囲

今回の調査範囲は図1（国土地理院発行1／10000地形図（自由が丘）を拡大）に示す範囲とした。この場合、自由が丘の中心商業ゾーンを取り囲む主要な通りであるヒルサイドストリート、学園通り、九品仏川緑道付近、自由通りを境界とした。

図1 調査範囲（点線内が調査範囲）



3. 調査データの集計結果

今回収集したサンプル総数は55サンプルである。図2 - 1～2はそのサンプルについて、移動状況を1分1目盛で表したものである。

そこでは、「ファッション・シューズ等」の店舗に立ち寄った場合は目盛の先頭（最も左にあるマス）に「F」、「雑貨・アクセサリ・コスメ・ドラッグ等」の店舗に立ち寄った場合は「Z」、グルメの店舗に立ち寄った場合は「G」、その他の場合は「S」で示している。また移動時は全ての目盛に「◇」で示した。さらにタクシーや自動車に乗車または調査エリア外に移動することにより調査が中止となった場合は、その時点の目盛に「!」、店内で20分経過または調査対象時間である80分を超過したことにより調査が中止となった場合は、その時点の目盛に「X」を記入している。

4. 行動パターンに見る特性

全サンプルについて、時間経過に伴う移動状況を3分から80分まで順にプロットし、それらの行動パターンについてみる。（図3参照）

図3によると、3分経過時点では、自由が丘駅北口を出てロータリー付近を回遊するケースと、同駅南口を出てマリクレール通りを回遊するケース（いずれも●印）が多く見られる。なお3

分を経過するまでに20グループ（全グループの36.4%）が1つ以上の店舗に立ち寄っており、多くの来街者が駅を出て間もなく、興味のある店を見つけ、店に入っていることがわかる。

5分経過すると、駅から約200mの地点への広がりなど、目的地を目指して回遊しているケースが複数見られ、15分経過後は東（スイーツフォレスト）、西（学園通り）、南（九品仏川緑道）、北（ヒルサイドストリート）まで街全体に回遊エリアが広がるとともに、店内に滞留中（■印）のケースが多くなってくる。ちなみに今回調査した55件のうち50件が15分以内に店舗に入っている。

なお回遊エリアの広がり、駅の南150メートル付近および駅の北200メートル付近に集中していることがわかる。

また回遊エリアのうち、東方向に集中しているのは2003年にオープンした「自由が丘スイーツフォレスト」、南西方向に集中しているのは2006年にオープンした「トレインチ」の影響と考えられ、これらの新しい商業施設が多数の来街者を惹きつけていることがわかる。

収集した55サンプルだけでは行動パターンの傾向を一般化することに制約はあるが、そこには行動パターンにいくつかの傾向が読み取れる。

これら移動状況を中心に行動パターンの特性をまとめてみると次の通りである。

- ・「グルメ志向型回遊行動」：自由が丘駅を出て直接レストラン等へ入店するパターン
- ・「ファッション志向型回遊行動」：自由が丘駅を出てファッション系の店を中心に回遊するパターン
- ・「雑貨その他志向型回遊行動」：雑貨店その他（写真店など）を中心に回遊するパターン
- ・「複合型回遊行動」：レストラン、ファッション、雑貨など複数業態の店舗を3箇所以上回遊するパターン
- ・「通過型行動」：駅を出て店舗等に一切寄らず調査範囲から出たパターン

図2-1 自由が丘における人の流れ (交通流) 収集データ一覧 (その1)

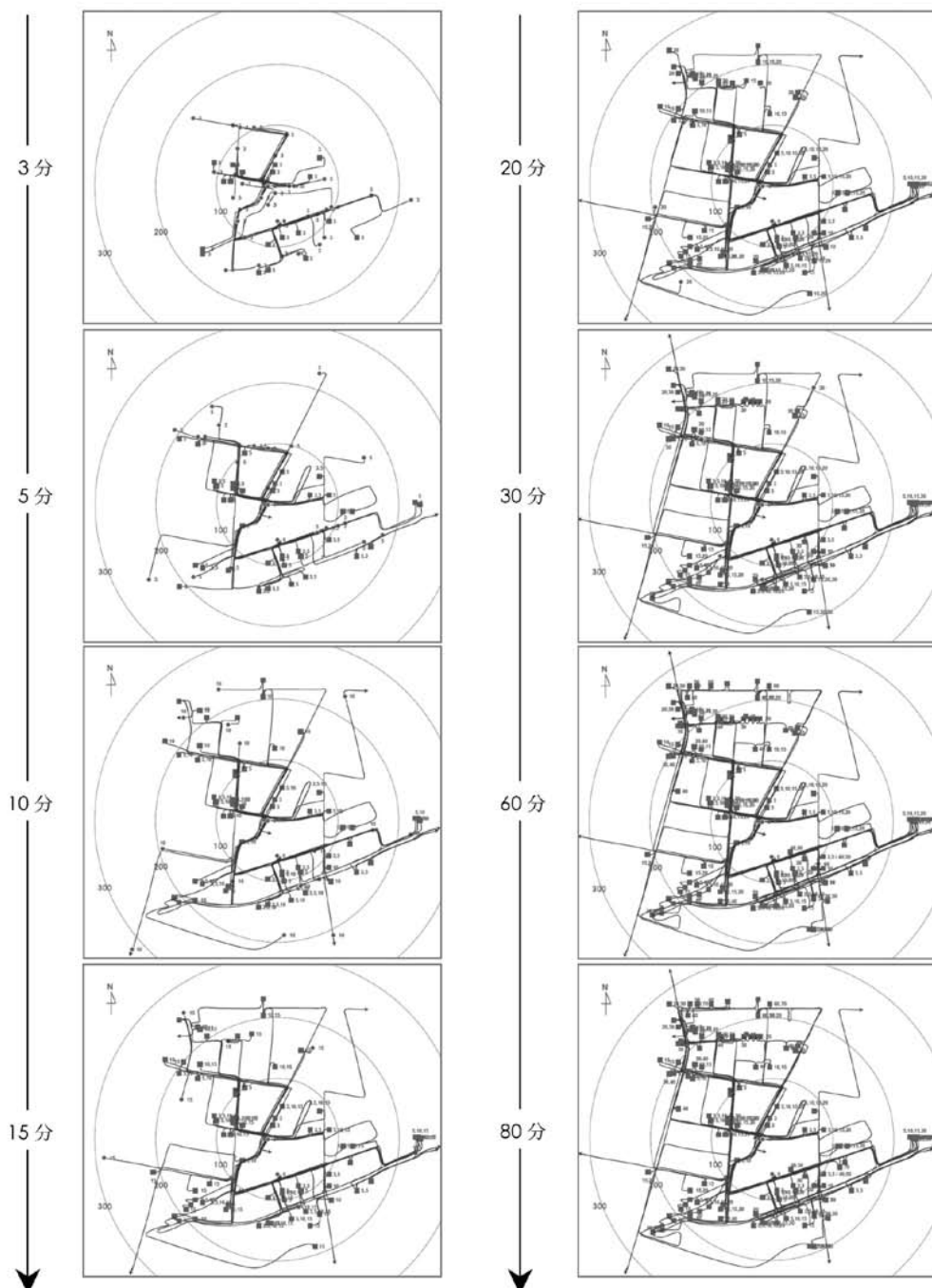




図3 時間経過に伴う移動状況

●印 路上での回遊 ■印 店内での滞留

※ 同心円は自由が丘駅中心地点からのおおよその距離(100m 単位)



5. 行動パターン別の特徴

ここでは行動パターンごとに見られる特徴についてまとめる（図4-1～5参照）。なお、図4-1～5および後出の図6を作成する際に用いた地図は、東京デジタルマップ株式会社発行「東京都縮尺1/2,500デジタルマップ」より、縦横を等率変倍して転載したものである。

5. 1 グルメ志向型の行動パターン

（図4-1；19サンプル）

- ①店を選ぼうとしてマリクレール通りや駅前ロータリー付近を回遊するケースが多いが、遠方（駅から200～300m 付近）へも足を運んでいる。
- ②自由が丘駅を出て5分以内に、全19サンプル中10サンプルが入店している。
- ③18サンプルが入店後20分を経過しても店から出てこないため、その後の調査は不可能であった。
- ④スイーツフォレストへ向かう太い流れが確認できる。
- ⑤移動距離の平均は305.0メートル、歩く速さは毎分平均12.2メートルである。

※移動距離はデジタルキルビメーターを使用し、地図（国土地理院発行1/10000地形図使用）上で計測した。歩く速さは移動距離を歩行時間で割り算出したもの。（以下同様）

図4-1 グルメ志向型の行動パターン（まとめ）



図4-2 ファッション志向型の行動パターン（まとめ）



5. 2 ファッション志向型の行動パターン（図4-2；5サンプル）

- ① それぞれのサンプルの行き先はまちまちで多様である。
- ② 5サンプルのうち4サンプルが、複数のファッション系店舗に入店している。
- ③ 移動距離の平均は395.0メートル、歩く速さは毎分平均24.9メートルである。

5. 3 雑貨その他志向型の行動パターン

（図4-3；6サンプル）

- ① 目的が明確で寄り道が少ない。
- ② 全てのサンプルが4分以内に入店し、20分を経過しても店から出てこないため、その後の調査は不可能であった。
- ③ 移動距離の平均は148.3メートル、歩く速さは毎分平均8.0メートルである。

5. 4 複合型の行動パターン

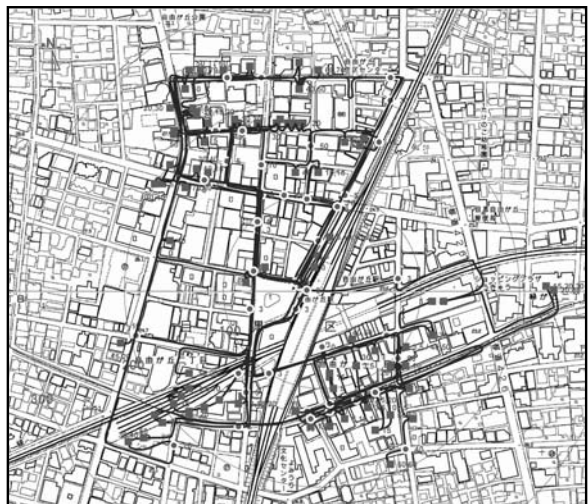
（図4-4；21サンプル）

- ① ほとんどのサンプルが地域内を自由に回遊している。
- ② そのため多くのサンプルに蛇行的な回遊が見られるが、傾向として「スイーツフォレスト」「トレインチ」「サンセットアレイ」「ヒルサイドストリート」を回遊している。
- ③ 北部の「サンセットアレイ」「ヒルサイドストリート」へ向かう際に、細い路地ではなくバス（東急コーチ）の通る道路を歩行している。
- ④ 移動距離の平均は464.8メートル、歩く速さは毎分平均10.3メートルであり、各行動パターンの中で最も長い距離を歩いている。

図4-3 雑貨その他志向型の行動パターン（まとめ）



図4-4 複合型の行動パターン（まとめ）



5. 5 通過型の行動パターン

(図4-5; 4サンプル)

- ①調査範囲内の滞在時間は平均7分30秒である。
- ②この型においては、自由通り（都道426号）を約160m 歩行しているグループが見られた。なお他の型においては、自由通りをこのように長く歩行しているケースは見られなかった。
- ③移動した距離は平均342.5メートルであり、歩く速さは毎分平均49.1メートルである。

図4-5 通過型の行動パターン（まとめ）



6. その他の区分による特徴

表2 その他の区分による特徴

	区分	サンプル数	平均移動距離 (m)	平均速度 (m/m)	備考・コメント
開始時間	AM	13	415.0	15.5	・朝から来ているグループの方が、早足で長い距離を歩いている
	PM1(～14:59)	24	362.5	14.9	
	PM2(15:00～)	18	316.4	14.4	
行動の型	ファッションのみ	5	395.0	24.9	・複合型は移動距離も長い ・通過型は(当然ながら)歩くスピードが最も早い
	グルメのみ	18	305.0	12.2	
	雑貨その他	6	148.3	8.0	
	複合型	21	464.8	10.3	
	通過型	5	342.5	49.1	
ぶらぶら歩き型(立寄り店数3店以上)	ぶらぶら歩いている	14	552.9	10.2	・ぶらぶら歩きをする場合としない場合では、平均移動距離に倍近くの開きがある
	ぶらぶら歩きのしていない	41	293.9	16.4	
世代別	20代以下	31	300.5	14.8	・(30,40,50代のサンプルが少ないので注意が必要だが)年齢があがるほど長い距離を歩いているという傾向がみられる
	30～40代	2	430.0	17.4	
	50代以上	2	477.5	27.8	
	混成	20	433.0	13.5	
同行者別	家族	12	426.7	9.8	・家族連れはゆっくりと長い距離を歩いている ・女性2人連れは(カップルより)ゆっくり歩いている
	カップル(男女2名)	20	318.8	19.6	
	友人(女性2名)	14	336.8	12.8	
	不明	9			
平均		55	359.8	14.9	・2007年度実施の代官山調査(30サンプル)では、平均移動距離578.3m、平均速度 16.1m/m

その他の区分による特徴をみるため、ここでは調査開始時間による区分、「ぶらぶら歩き」（3店以上に立ち寄り）をしたかどうかによる区分、世代別による区分、同行者別による区分をもとに、平均の移動距離と歩行速度についてまとめる。（表2参照）

表2からは次のことを読み取ることができる。

- ①調査開始時間による区分でみると、午前の来街者の方が、長い距離を比較的速く歩いている傾向がみられる。
- ②「ぶらぶら歩き」をする場合としない場合とでは、当然ではあるが平均移動距離に倍近くの開きがある。
- ③30～40代、50代以上のサンプルが少ないため制約があるが、年齢が上がるに従い長い距離を歩く傾向がみられる。
- ④同行者別に見ると、家族連れはゆっくりと長い距離を歩き、女性2人連れはカップルの場合よりもゆっくりと歩いている。

また、「5. 行動パターン別の特徴」と表2の「その他の区分による特徴」から、以下の点が指摘される。

- ①調査開始時間と行動パターンの間には、目立った関連はなかった。
- ②ぶらぶら歩きをしているグループ（3店以上に立ち寄り）の行動パターンは全て「複合型」であり、調査時間内に最多で9店、平均では4.9店に立ち寄っている。立ち寄り店数の全体平均は2.1店であることから、ぶらぶら歩きをしているグループは、より多くの店に立ち寄っていることがわかる。
- ③世代別に見ると、20代以下のグループの行動パターンは41.9%が「グルメ型」であり、その他の世代のグループ（25.0%）を大きく上回っている。
- ④同行者別に見ると、家族連れのグループの行動パターンが「複合型」の割合は58.3%であり、友人同士のグループ（35.7%）、カップルの場合（30.0%）を大きく上回っている。家族連れの場合は、同行するメンバーの目的に応じて多様な店を訪れていることが伺える。

7. まとめ

既に述べたように、今回の調査では収集したサンプルが55サンプルであり、行動パターンの特徴を一般化するには大きな制約がある。

こうした条件の下ではあるが、今回の人の流れ（交通流）調査からは、次のような傾向を読み取ることができる。

- ①回遊行動のパターンを大きく分類すると、「グルメ志向型回遊行動」「ファッション志向型

回遊行動」「雑貨その他志向型回遊行動」「複合型回遊行動」「通過型行動」の5つに分けられる。

- ②こうした回遊行動の広がり、自由が丘エリア全体で自由が丘駅の南150メートル付近から駅の北200メートル付近の範囲まで及んでいる。
- ③駅前の西側エリア（しらかば通り、ヒロストリート周辺）は、駅に近接するといった立地条件が良いにもかかわらず、人の流れが少なく、反対に南口側ではマリクレール通りや九品仏川緑道、北口側ではメープルストリートやカトレア通り、すずかけ通り、学園通り、サンセットアレイ、ヒルサイドストリートなどに人の流れが多いことがわかる。
- ④今回多くの人が通過したルート（商店街ストリート）として、主要地点での通過サンプルから上位5位をみると以下のとおりである。

第1位 メルサ前（マリクレール通り）……13サンプル

第2位 牛角前（学園通り）……11サンプル

第3位 みずほ銀行付近（カトレア通り）……10サンプル

第4位 無印良品付近（九品仏川緑道）……8サンプル

第5位 スイーツフォレスト……7サンプル

なおこのように来街者が特定の場所に集中する傾向があることから、エリア内において

表3 主要地点(ストリート別) 通過サンプル数

通過位置	通過サンプル数	割合(対全件)
A:ヒルサイドST(学園通り寄り)	3	5.5%
B:学園ST(「牛角」付近)	11	20.0%
C:サンセットアレイ(学園通り寄り)	5	9.1%
D:カトレアST(「HACDラッグ」付近)	2	3.6%
E:すずかけST	7	12.7%
F:カトレアST(「みずほ銀行」付近)	10	18.2%
G:メイプルST(「ホテルビュッザー」付近)	3	5.5%
H:しらかばST(「マクドナルド」付近)	1	1.8%
I:ヒロST(「BODY SHOP」付近)	4	7.3%
J:トレインチ	5	9.1%
K:自由通り	1	1.8%
L:E-ST(美観街「吉野家」付近)	5	9.1%
M:マリクレールST(「メルサ」付近)	13	23.6%
N:九品仏川緑道(「無印良品」付近)	8	14.5%
O:スイーツフォレスト	7	12.7%

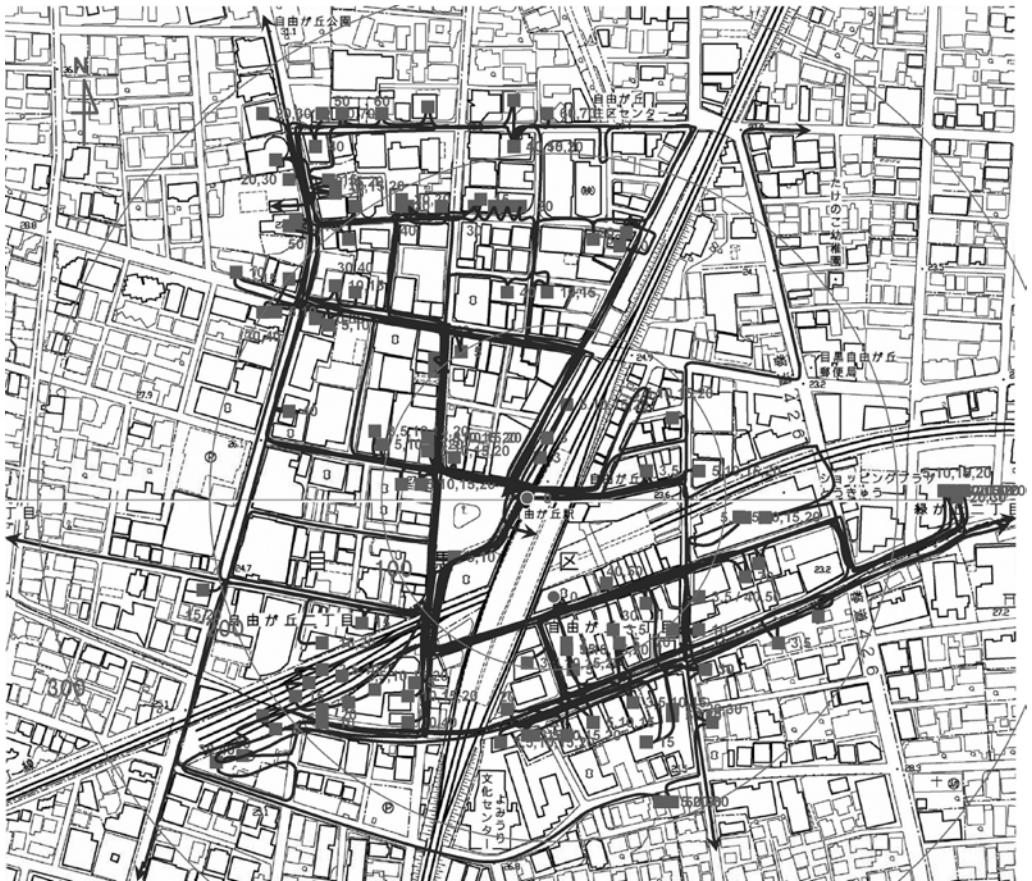
注) 通過位置 (A～O) の場所は図6を参照
1サンプルが同じ場所を複数回通った場合は1回としてカウント

図5 主要地点の位置



地図出典：『自由が丘オフィシャルガイドブック
2006・2007』
(自由が丘商店街振興組合発行)

図6 時間経過に伴う行動経路と立ち寄り先店舗（全件）



にぎわいのゾーンが形成されていることがわかる。

- ⑤こうしたにぎわいが形成されているゾーンとして、スイーツフォレストやトレインチなどの商業施設周辺が具体的に挙げられるが、これらの施設は新たな商業開発の場として積極的に資本投資が進められたエリアであり、その結果、来街者に新鮮な印象が持たれ、多くの人を引き寄せていると考えられる。

以上まとめてみたように、自由が丘エリアへ来街する人々は、個々の目的に応じてエリア内を自由に回遊していることがわかる。しかしその回遊行動には、人が集まるための要因（魅力店舗の立地、新たな商業開発の動向、分かりやすい通りの印象など）が影響していると考えられる。

商業まちづくりにおいては、こうした来街者の回遊行動の特性を的確に把握し、今後のにぎわいづくりや魅力づくりに活かすことが重要である。

参考文献

- 【1】 産業能率大学地域環境研究所 第2回自由が丘調査 自由が丘の来街者アンケート調査報告書 2007.3
- 【2】 産業能率大学地域マネジメント研究所 第3回自由が丘調査 自由が丘エリアの従業員アンケート調査報告書 2009.3