

# ファッション都市におけるアパレル小売店集積の形成の特徴と その地域間差異

Features of the formation of the apparel retail integrated  
in fashion city and regional differences

学籍番号 47-146732  
氏名 江原 泉 (Ehara, Izumi)  
指導教員 貞広 幸雄 教授

## 1. 研究の概要

### 1-1. 研究の背景

ファッション都市とは、一般的にファッション業界において中心的な役割を持つ都市や地域のことを言う。そのファッション都市である東京が、海外からも注目を集めているのは、多くのアパレル小売店がSPAとよばれる業態を取っているからである。SPA(Speciality store retailer of Private label Apparel)とは、従来は衣料品メーカーで製造された商品を仕入れて販売していた小売店が、自ら企画し、販売までを行う業態をいう。アパレル小売店が自ら企画・販売することで、地域によって異なるファッションを作り出していることが考えられる。

### 1-2. 研究の目的

本研究では、東京の2つの地域で、アパレル小売店を、各店舗の取り扱っている商品からその特徴で分類し、各地域のファッションの特徴別店舗の分布を比較する。

ファッション関連小売店の立地分析の中で、都心部の好立地に出店している様々な業種の小売店が、ファッション関連小売店へ業種変動を起こす「ファッション化」について、マーケティング論的観点から考察

された研究がある<sup>1</sup>。これは、ファッション都市においては、各地域のイメージを含んでいるファッションの特徴に着目する視点が欠けており、ファッション関連小売店の立地要因を詳細に把握することができない。そのため、本研究では、ファッション都市で起こりうる現象について仮説を立て、検証していく中で、各地域のアパレル小売店の立地傾向についての考察を行う。

### 1-3. 研究の仮説

ファッション都市において、アパレル小売店の立地は、それらが取り扱う商品によって、異なっているという推測を明らかにするために、仮説1)、2)、3)を立てた。

1) コスト競争優位である商品を販売しているアパレル小売店は、好立地にある。2) 他店舗との差別化を図っている商品(機能性、流行デザイン、ブランド・イメージ)を取り扱っているアパレル小売店は、好立地にある。3) 流行ファッションを取り扱うアパレル小売店は、客層が同じと思われる小売店と密集し、顧客と多く接することで流行を素早く商品企画に取り入れている。

仮説1)、2)は、競争優位(コスト競争優位、差別化)であると思われる商品を販

売しているアパレル小売店は、利益の最大化に成功しているため、好立地に店出できている、というものである。仮説 3) は、アパレル小売店が取り扱う商品と、その商品の企画をするにあたり必要となってくる条件から、アパレル小売店が立地していると推測される立地条件の仮説を行った。

## 2. 研究の対象地域と利用データ

### 2-1. 対象地域

対象地域として、神宮前（原宿）地域と銀座地域を選定した。これらの中心である表参道と銀座において、人々の着装行動と場所のイメージに関係性があり、各地域の異なるファッションの説明が可能であることが明らかにされている<sup>2)</sup>。

### 2-2. 利用データ

アパレル小売店のファッションの特徴とその分布を比較するために、アパレル小売店とその位置情報をゼンリンの住宅地図と、それらが取り扱っている商品の情報を、国内最大級規模のファッションブランドのデータベースである服DBというWEBサイトを利用した。住宅地図でアパレル小売店とその位置を割り出し、それらを服DBで検索、各店舗の取り扱っているファッションブランド情報を得た。

ファッションブランドの情報として、ファッションの特徴を表す「スタイル」という項目に着目し、その13の種類と、それらを商品企画方法と、機能性に注目して相関図を作成した（図1）。商品企画方法は、デザイナーがブランド・イメージを作り出しているトップダウン型と、流行ファッションを取り入れていくボトムアップ型とに分

類する。この相関図をもとに、競争優位として考えられるスタイルを設定した（図2）。

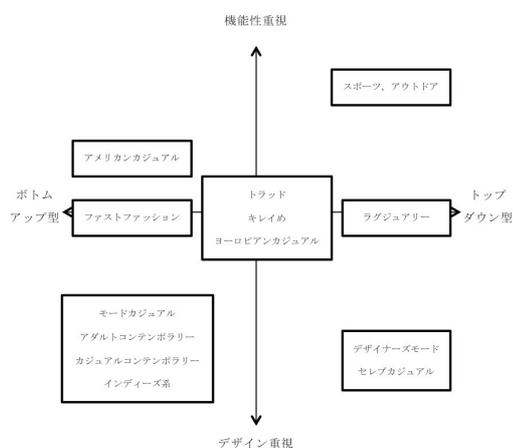


図1 ファッションスタイルの相関図

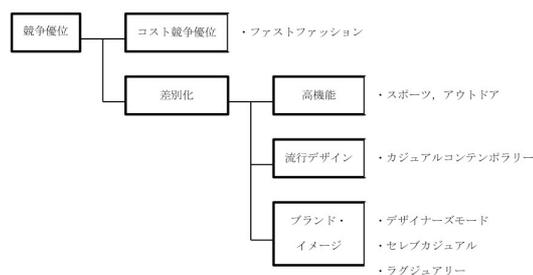


図2 競争優位であるスタイル

## 3. 対象地域のアパレル小売店の特徴

神宮前地域では、ブランド力のある店舗は、表参道沿いに密集しているが、銀座地域では、百貨店に入居している店舗が多く、路面店は銀座駅周辺に分布している。これは、神宮前地域では高級志向であるファッションストリートがその要因となっているが、銀座地域では、ブランド力のある店舗に需要があるため、百貨店に多く入居し、路面店では利便性の高い場所に立地していると考えられる。

各地域の歴史を見てみると、神宮前地域では、住宅地区に店舗が集積したことや、戦後の外国文化流入によって注目を集め、

ファッションビルが開業したのだが、銀座地域では、百貨店が開業し、その老舗百貨店の歴史と伝統を重んじ、洗練されたイメージを受け継いだ専門店が続々することで、ファッション都市として成長した。このように、アパレル小売店の分布の特徴は、その街の形成過程に関係していると思われる。

#### 4. アパレル小売店の立地要因分析

##### 4-1. 好立地に出店している店舗の特徴

どちらの地域においてもコスト競争優位の店舗が立地している地点の地価の高さが確認できた。また、神宮前地域において、ブランド・イメージを作り出している店舗が立地している地点の地価の平均が低いことがわかり、それは、ニーズがあると認められている店舗が少ないことが考えられるが、地価の低い場所でなら出店することが可能であるとも言える。

一方、銀座地域では、有意性は認められなかったものの、全てのアパレル小売店の立地している地点の地価の平均値と比べた時、他店舗との差別化を図っていると思われる店舗の立地している地点の地価の平均

表1 全アパレル小売店とファッションスタイル別店舗立地地点の地価の比較

全店舗	神宮前地域		銀座地域	
	平均値(千円/㎡)	p値	平均値(千円/㎡)	p値
デザイナーズモード	2653.563	0.041 **	14014.775	0.592
モードカジュアル	2393.448	0.044 **	8076.860	0.080 *
セレクトカジュアル	2813.329	0.093 *	14099.702	0.529
ラグジュアリー	3521.548	0.774	14911.742	0.299
トラッド	3120.201	0.272	10399.439	0.029 **
アダルトコンテンポラリー	4697.900	0.398	11520.643	0.410
キレイめ	3866.574	0.956	8590.185	0.156
カジュアルコンテンポラリー	3189.595	0.078 *	9281.374	0.125
ヨーロッパカジュアル	3097.382	0.152	12382.783	0.574
アメリカンカジュアル	2807.808	0.032 **	10030.386	0.025 **
インディーズ系	2252.497	0.0015 ***	6500.000	-
スポーツ、アウトドア	3372.950	0.333	11248.569	0.337
ファストファッション	7894.650	0.0000005 ***	19357.15	0.027 **

\*\*\*は1%有意, \*\*は5%有意, \*は10%有意

値が高いことから、ブランド・イメージのあるアパレル小売店にニーズがあることが、ある程度認められた。

##### 4-2. アパレル小売店の密集・分散傾向

神宮前地域では、流行デザインを取り入れている店舗に密集傾向があることが確認できた。これは、同じ客層である店舗が集積することによって顧客を獲得し、その顧客より情報を入手、商品企画に活用していることが考えられる。この他にカジュアル系の店舗と、高機能製品を取り扱う店舗が密集傾向を示しており、これらは密集することで顧客を獲得していることがわかった。

銀座地域では、流行デザインを取り入れている店舗に密集傾向があることは確認できず、分散傾向を示すことがわかった。これは、流行ファッションを求める顧客が多くはないことが推測される。また、ブランド・イメージのある店舗はより広い範囲で密集傾向にあることがわかり、ブランド・イメージのあるファッションが密集することによってブランド・イメージの強いエリアを作り出していることが考えられる。

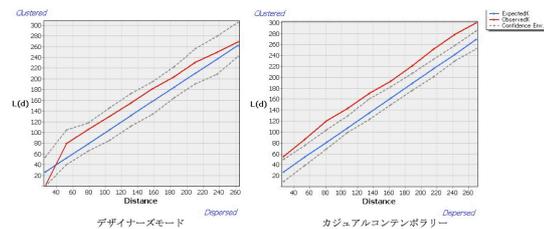


図3 神宮前地域における分散・密集傾向

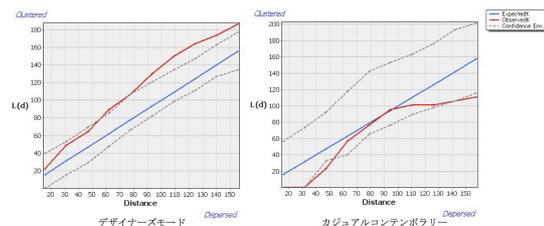


図4 銀座地域における分散・密集傾向

### 4-3. アパレル小売店の立地選択の要因

神宮前地域では、立地している地点の地価が高い店舗は、いずれも分散傾向があることがわかった。一方、立地している地点の地価の平均が全店舗と比べて低い店舗には、密集傾向を示すものが多いことがわかった。特に、カジュアル系のファッションの店舗には、より強い密集傾向が見られ、好立地に出店することができないが、同じ客層の店舗が密集することで、顧客を獲得していることが考えられる。

また、銀座地域では、ブランド・イメージの強い店舗は、地価の高い好立地に密集して出店しているものが多く、ブランド・イメージの強いエリアを作り出していることが考えられる。また、出店する場所の地価に関わらず分散傾向に有意性が認められた店舗は、主にカジュアル系のファッションがあり、それらを求める消費者の集まる場所が形成されていないことがわかった。

## 5. 結論と今後の課題

本研究は、ファッション都市において、アパレル小売店の立地は、それらが扱う商品の特徴によって異なっているという

表2 神宮前地域の立地分析結果の比較

(上：立地地価が高い店舗，下：立地地価が低い店舗)

	地価に基づいたt検定		平均最近隣距離分析		
	平均値(千円/m <sup>2</sup> )	p値	観測された平均距離(m)	最短距離指標	p値
全店舗	3808.962		32.069	0.777	0.000001 ***
アダルトコンテナポラリー	4697.900	0.398	166.922	1.291	0.140
キレイめ	3866.574	0.956	130.588	1.850	0.000017 ***
ファストファッション	7894.650	0.0000005 ***	128.887	1.608	0.001 ***

	地価に基づいたt検定		平均最近隣距離分析		
	平均値(千円/m <sup>2</sup> )	p値	観測された平均距離(m)	最短距離指標	p値
全店舗	3808.962		32.069	0.777	0.000001 ***
デザイナーズモード	2653.563	0.041 **	83.979	1.024	0.814
モードカジュアル	2393.448	0.044 **	115.815	1.228	0.081 *
セレクトカジュアル	2813.329	0.093 *	65.961	0.847	0.151
ラグジュアリー	3521.548	0.774	177.060	1.511	0.00057 ***
トラッド	3120.201	0.272	83.638	0.965	0.629
カジュアルコンテナポラリー	3189.595	0.078 *	40.664	0.690	0.000013 ***
ヨーロッパカジュアル	3097.382	0.152	47.480	0.675	0.00013 ***
アメリカンカジュアル	2807.808	0.032 **	46.481	0.833	0.041 **
インディーズ系	2252.487	0.0015 ***	88.661	1.035	0.786
スポーツ、アウトドア	3372.950	0.333	67.408	0.966	0.662

推測を明らかにするため、ファッション都市で起こりうる現象について神宮前地域と銀座地域で検証を行った。

その結果、どちらの地域においてもコスト競争優位である店舗が好立地に出店していることが認められたが、差別化を図っている店舗が好立地に出店しているという仮説は、銀座地域のみで確認できた。神宮前地域では、流行ファッションを販売する店舗は好立地には出店できないが、密集することで顧客を獲得していることがわかった。

これらより、ファッション都市においては、ファッションの特徴によってアパレル小売店の立地傾向が異なり、それは、ファッション都市の形成過程に影響を受けていると考えられる。そのため、この関係性を明らかにするためには、他地域においても分析を行う必要がある。

## 引用文献

1. 吉川浩：都市再生における小売業種の「ファッション化」現象に関する考察，大阪市大「創造都市研究」第4巻第1号，2008年
2. 金姝延：着行動における場所性とその形成要因について－銀座と表参道を対象に，ファッションビジネス学会論文誌，2013年

表3 銀座地域の立地分析結果の比較

(上：立地地価が高い店舗，下：立地地価が低い店舗)

	地価に基づいたt検定		平均最近隣距離分析		
	平均値(千円/m <sup>2</sup> )	p値	観測された平均距離(m)	最短距離指標	p値
全店舗	13234.593		34.243	0.938	0.301
デザイナーズモード	14014.775	0.592	45.971	0.926	0.465
セレクトカジュアル	14099.702	0.529	48.024	1.186	0.055 *
ラグジュアリー	14911.742	0.299	54.150	1.191	0.111
ファストファッション	19357.15	0.027 **	122.060	2.279	0.000000002 ***

	地価に基づいたt検定		平均最近隣距離分析		
	平均値(千円/m <sup>2</sup> )	p値	観測された平均距離(m)	最短距離指標	p値
全店舗	13234.593		34.243	0.938	0.301
モードカジュアル	8076.860	0.080 *	192.836	2.007	0.000016 ***
トラッド	10399.439	0.029 **	67.197	1.171	0.191
アダルトコンテナポラリー	11520.643	0.410	116.081	1.491	0.00163 ***
キレイめ	8590.185	0.156	55.063	1.538	0.04 **
カジュアルコンテナポラリー	9281.374	0.125	106.671	2.127	0.00000001 ***
ヨーロッパカジュアル	12382.783	0.574	49.352	1.068	0.541
アメリカンカジュアル	10030.386	0.025 **	146.614	1.612	0.00045 ***
スポーツ、アウトドア	11248.569	0.337	99.533	1.168	0.287

\*\*\*は1%有意，\*\*は5%有意，\*は10%有意