



なぜ八王子と立川の「にぎわい」に  
差があるのだろうか？

# 目次

---

はじめに

---

**第1章. 問題の背景と問いの提起**

---

**第2章. 仮説(仮の説明)の提示**

---

**第3章. 仮説の検証**

---

まとめ

---

# 第1章 問題の背景と問いの提起

## (1)「イケてる街とイケてない街の違いは何か」

- なぜ都会度や交通アクセスなど条件が似た都市の間で栄え方(にぎわい)に差があるのか。
  - 自分の住む町と近隣の町でも同じことがあるはず。
  - 実際に、東京都にある「八王子」と「立川」は似ている都市であるけれども、なぜか「八王子」は栄えておらず、「立川」は栄えている。
- **問い**:「なぜ、八王子と立川は似ている都市であるにもかかわらず、『にぎわい』に差があるのだろうか？」

## (2) 八王子と立川は似ている街

### 理由

1

歴史的に八王子市と立川市が**多摩地域の中心都市の座**を競ってきた。

### 理由

2

八王子駅と立川駅が**同じ中央線のターミナル駅**(特急・通勤快速停車駅)である

# (3) 八王子駅周辺と立川駅周辺を比較する

## ① 駅周辺の定義 (図3・図4)

### ・ 八王子駅周辺の定義

: JR八王子駅北口・南口、京王線の京王八王子駅

### ・ 立川駅周辺の定義

: JR立川駅北口・南口、多摩都市モノレール線の立川北駅・立川南駅

## ② 「中心駅の乗客数」の比較 (図5)

: JR八王子駅とJR立川駅の乗車人員

## ③ 「小売業の年間販売額」の比較 (図6)

: 八王子駅周辺と立川駅周辺の年間販売額

## 第2章 仮説の提示

### (1)「テナントミックス戦略」の重要性

- 「テナントミックス戦略」(=「店舗配置作戦」)  
:「駅周辺という地域全体のなかで上位に位置する組織(自治体・商工会議所・商業施設の運営会社の協議会)が、地域全体の売上を維持・拡大するために一定のコンセプトのもとに商業施設の店舗を配置すること」→図7参照
- 「テナント＝店舗」「ミックス＝配置」「戦略＝作戦」
- 戦略①「集客の中心を担う核となる店舗の選定」
- 戦略②「ターゲットとなる顧客のニーズに適合するブランドの誘致」。

# 図7 地域全体における上位組織

地域全体の  
レベル

協議会

中間レベル

自治体

商工会議所

商業施設の  
運営会社

個々のレベル

都市  
戦略部

拠点  
整備部

〇〇  
商店街

△△  
商店街

ルミネ

伊勢丹

- **具体例**

: 立川市と立川商工会議所と伊勢丹立川店などが連携して、若年女性向けのブランド店舗を展開していく。

- **明確なテナントミックス戦略**の下に形成された商業施設の店舗構成

→消費者は「〇〇に行けば△△関連がすべてそろう」というイメージを持ちやすい。

- **買物費用(時間・労力・移動コスト)が節約できる**という点で消費者を引きつける。

→地域全体の売上に貢献する。

- 不明確なテナントミックス戦略の下に形成された商業施設の店舗構成  
→ 消費者は何のイメージも持つことができない。
- 買物費用が節約できないため、消費者を引きつけられない。  
→ 地域全体の売上に貢献しない。
- 「テナントミックス戦略」を明確化することによって、集客力を増し、売上を増大させることができる。  
→ 地域全体の上位組織は、一体的なイメージに基づいて店舗を集積しつつ、店舗構成を継続的に見直す必要がある。

## (2) 若年女性の存在が重要である

- すべての消費者を取り込むことは困難であるだけでなく、効果的でもない。
- 次の2点から若年女性の動向が重要である。
  - ① 経済的重要性：消費
  - ② 社会的的重要性：地域の活力

### ① 経済的重要性

：若年女性の消費活動が経済的に重要である。

- 世代別で見ると若年層ほど買い物好き(図8)。
- 性別で見ると女性ほど買い物好き(図9)。

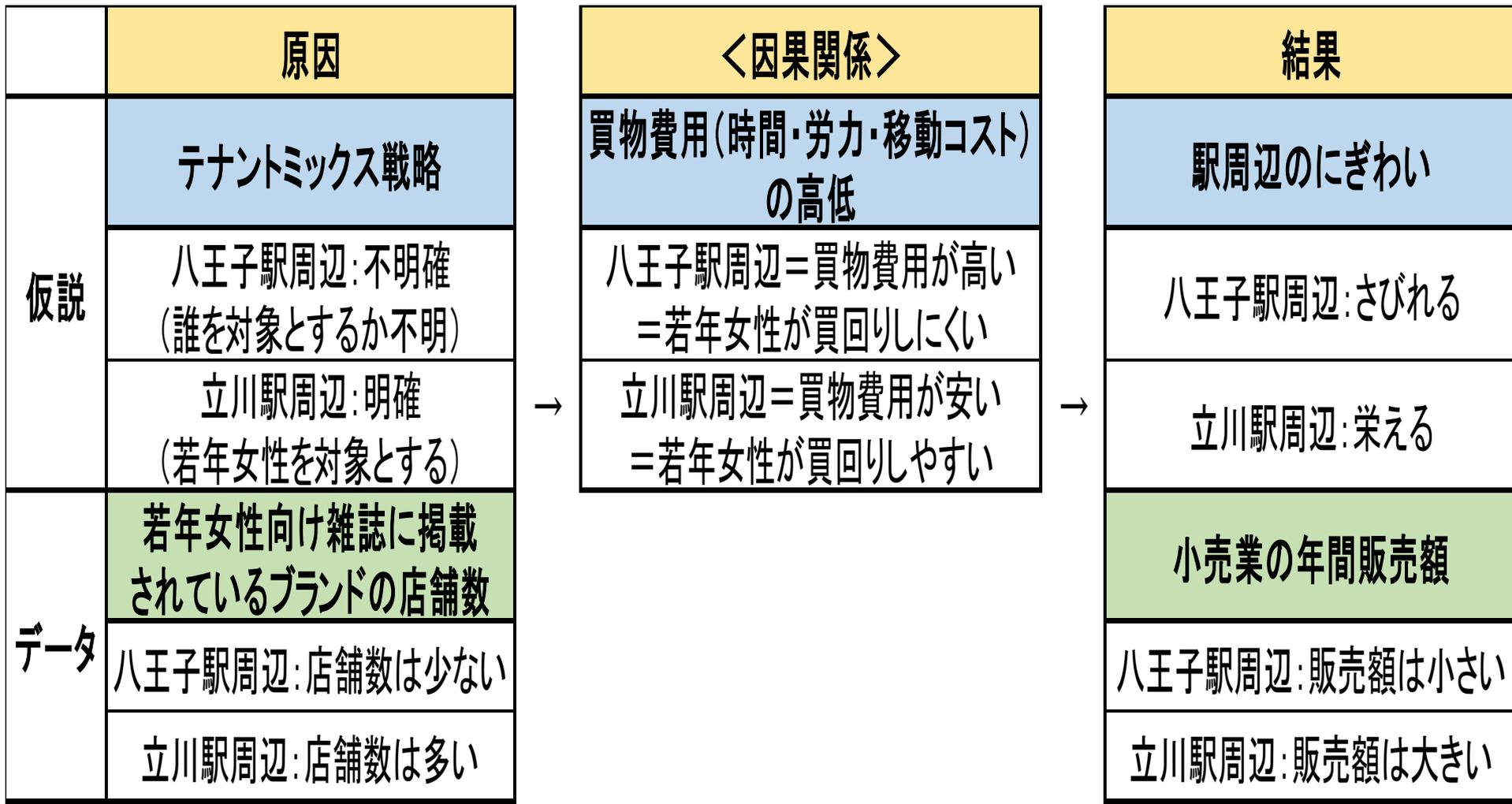
## ②社会的的重要性

- 若年女性の存在は人口規模を維持するという点で地域の活力にとって重要である。
- 増田寛也氏(元総務大臣)によれば、地域人口の「再生産力」は出産を中心的に担う「20～39歳の女性人口」の割合によって決まる。
- 生まれる子どもの95%は、「20～39歳の女性」の出産によるものである。

# (3) 仮説の図式化

仮説＝「問いに対する仮の説明(答え)」

図10 「テナントミックス戦略」仮説の図式化



# 第3章 仮説の検証

## (1) 分析対象となる商業施設

八王子駅周辺	立川駅周辺
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ セレオ八王子</li><li>▪ 八王子OPA</li><li>▪ 八王子オクトーレ</li><li>▪ 京王八王子 ショッピングセンター</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ グランデュオ立川</li><li>▪ ルミネ立川</li><li>▪ 伊勢丹立川店</li><li>▪ 立川高島屋</li></ul>

※ 若年女性をメインターゲットとするブランドに焦点を当てて分析

# 図11 八王子駅周辺の商業施設

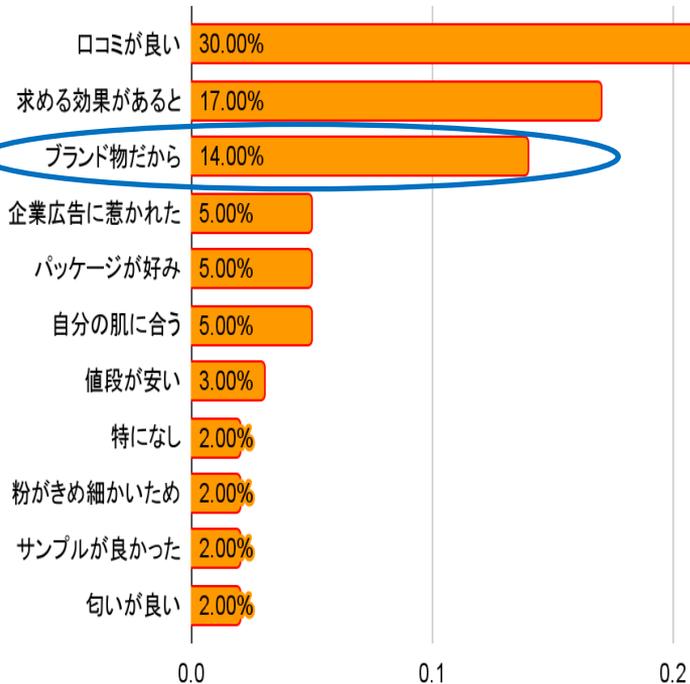




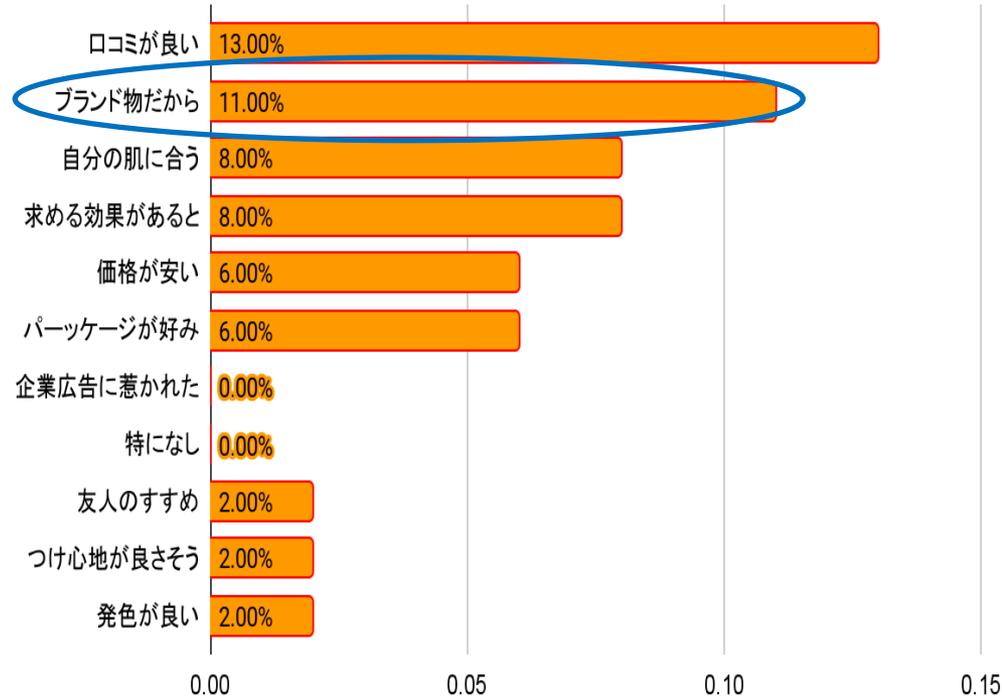
# (2) 女性の消費行動におけるブランド志向

## 購入予定の化粧品を選択した理由は何か

ファンデーション



アイシャドウ



若年女性にとって**ブランドであるということが**  
購入動機の上位を占める。

### (3) 分析の手順

① 若年女性をターゲットとするファッション・美容雑誌を特定する。

ファッション誌	non-no	Ray	JJ	ViVi	CanCam	JELLY
美容雑誌	MAQUIA	美的	VoCE			

② ①の雑誌に掲載されているブランドを網羅的に特定する。

(例) INGNI(服)、PAUL & JOE(化粧品)

③ 八王子駅周辺と立川駅周辺の商業施設に関して、②のブランドがあるのかを、過去のフロアガイドと現地調査によって特定する。

# (4)八王子駅周辺と立川駅周辺の 商業施設におけるブランド一覧

## 表1 八王子駅周辺にあるブランド一覧 (服＋化粧品)

ブランド名	掲載雑誌						
	non-no	Ray	ViVi	CanCam	MAQUIA	美的	VoCE
NATURAL BEAUTY BASIC				○			
earthmusic&ecology	○	○					
AMERICANHOLIC	○						
DHC	○				○	○	○
FANCL	○				○	○	○

出典：「ファッション・美容雑誌」、「商業施設のフロアガイド」より筆者作成

**八王子駅周辺 → 5ブランド**

# 表2 立川駅周辺にあるブランド一覧(服)

ブランド名	掲載雑誌					
	non-no	Ray	JJ	ViVi	CanCam	JELLY
INGNI	○	○			○	
COCO DEAL	○	○		○	○	
ZARA			○	○		
JEANASIS				○		
JILL by JILLSTUART		○			○	
SNIDEL	○	○		○	○	
SLY		○		○		○
TOMORROWLAND	○					
Vis	○					
FRAY I.D			○		○	
Heather				○		
PAGEAOY	○					
MOUSSY	○		○	○		○
MAJESTIC LEGON	○	○				
LAGUNAMOON			○		○	
rienda		○		○		○
REDYAZEL		○		○		
LOWRYS FARM	○					
ROPE' PICNIC	○					
one after another NICE CLAUP	○					

出典:「ファッション・美容雑誌」、「商業施設のフロアガイド」より筆者作成

# 表3 立川駅周辺にあるブランド一覧(化粧品)

ブランド名	掲載雑誌						
	non-no	Ray	ViVi	CanCam	MAQUIA	美的	VoCE
THE BODY SHOP	○	○			○	○	
VECUA Honey						○	
THREE	○	○	○	○	○	○	○
L'OCCITANE	○	○	○		○	○	
john masters organics					○		
NARS			○	○	○	○	○
Flora Notis JILLSTUART		○			○	○	○
PAUL&JOE	○			○	○	○	○
Melvita	○	○			○	○	
LAURA MERCIER	○	○			○	○	○
ETUDE HOUSE					○		
FANCL	○				○	○	○
ATELIER ALBION	○		○		○	○	○
ORBIS	○		○		○	○	○
SABON	○					○	○

出典:「ファッション・美容雑誌」、「商業施設のフロアガイド」より筆者作成

**立川駅周辺 → 35ブランド**

## (5) 結論

問い

「なぜ、八王子と立川は似ている都市であるにもかかわらず、『にぎわい』に差があるのだろうか？」

仮説

「テナントミックス戦略」  
(=「店舗配置作戦」)の違い

検証結果

商業施設の店舗構成を見直せば、  
八王子駅周辺のにぎわいも復活する。