

ハイパーマーケットにおける食料品売り場の比較分析

～カルフル幕張店の事例研究～

東京理科大学 理工学部 経営工学科

増田浩通，野村耕太郎，新井健

背景と目的

去る 2000 年 12 月，売上高世界第 2 位の小売業カルフル（仏）が，千葉市幕張に開店し日本進出を果たした．カルフルは当時の日本にはなかったハイパーマーケットの形態をとっている．ハイパーマーケットとは，食料品主体の小売業で売り場面積 2500 m²以上，セルフサービスでディスカウント，広大な駐車場を持ち 1 フロアであることが特徴である．本研究ではカルフル幕張店をハイパーマーケットの事例として「店舗配列」と「来店者の歩行動態」がいかなる関係にあるかを分析・考察する．特に大きい売り上げが予想される食料品売り場の位置と来店者の歩行動態に着目し，モデルを K K MAS を用いて構築する．そして既存の配置がはたして適当なのかを分析し，本手法が将来新しい店舗を計画設計する際の有効性を検討する．

事例対象空間

千葉幕張店は 2 階建てで多くの売り場をテナントにとる店舗である．今回 2 階のハイパーマーケット部に着目し MAS を用いて表現する．図のように入り口は空間の右下に，出口（レジ）は空間の中央下に 8 つ（数の操作可能），売り場は計 10 箇所，食料品売り場群は空間の左側の部分に配置した．またマグネットは計 5 つあり，調査した時のなかから選び出して配置した．

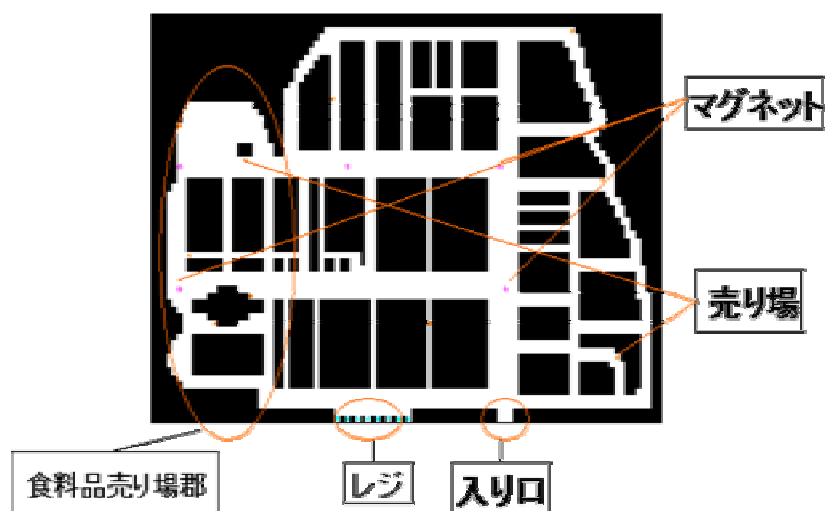


図 カルフルモデル空間