

郊外商業集積地と中心市街地における駐車場利用実態に関する研究

正会員 荒瀬 透*3 佐藤 誠治*1
小林 祐司*2 姫野 由香*2
金 貴煥*4

Keyword 1.中心市街地 2.駐車場 3. 郊外商業集積地

1. はじめに

近年、モータリゼ - ジョンの発展や、セカンドカーの普及などによる自動車台数の増加に伴い、消費者にとって買物する場所に駐車場があるかどうかは重要な問題となっていると考えられる。また、郊外商業集積地では、郊外であることの利点を生かし、広い敷地に無料の駐車場が設置されていることが主流である。それとは対照的に、中心市街地では時間貸し駐車場が主である。

2. 研究の目的

本研究では、まず中心市街地と郊外商業集積地での駐車場の特性と利用者の特性を把握し、それぞれの駐車場において利用者がどの程度駐車場について意識し、なにを重要に考えているのかを把握し、問題点を提起する。

次に、挙げられた問題点について有効な改善案を示し、郊外商業集積地と中心市街地とが共存していく手段を提案することを目的とする。

3. アンケート対象地の選択及び調査の概要

アンケート調査の対象地は、中心市街地は大分市の繁華街と呼ばれる地域であり、郊外商業集積地は、大分市中心市街地の大分トキ八本店から約6km離れている。(図 - 1)

中心市街地の方は、既往研究で明らかになっているので、郊外商業集積地の方を調査した。

駐車場のアンケート調査は、平日と休日に分け、駐車場利用者の意識調査と特性を把握した。

その調査内容は下図の通りである。

調査期間	平成 13 年 11 月 20, 21, 24 日
調査形式	インタビュー式
調査票数	490 票
調査内容	個人の特性、利用実態、評価 買い物をする場所を選ぶ際に 考慮する程度等

4. それぞれの駐車場における考察と提案

4 - 1. 中心市街地の時間貸し駐車場の考察と提案

中心市街地の駐車場では、駐車場利用者はそれぞれの駐車場の特性を理解し、使い分けていることが判明し、単に「駐車料金を安くする」、「収容台数を多くする」といった改善ではなく、それぞれの駐車場に対する利用者の意識を考慮したうえで改善案を提案する必要があることが判明した。

4 - 2. 郊外商業集積地の駐車場における考察

郊外商業集積地で行ったアンケートから、中心市街地の方をより多く利用する人と、郊外商業集積地をより多く利

用する人とに分類し、それぞれについて買物をする場所を選ぶ際に考慮する項目を分析した。その結果、「商品の価格」、「品質」、「品揃え」といった買物をするうえで最も考慮されるであろう項目と同じくらい高い値で「交通の便」、「駐車場の整備」といった駐車場に関する項目が評価されていることがわかる。また、郊外商業集積地を利用する人の方が全体的に評価が高かった。(図 - 3)

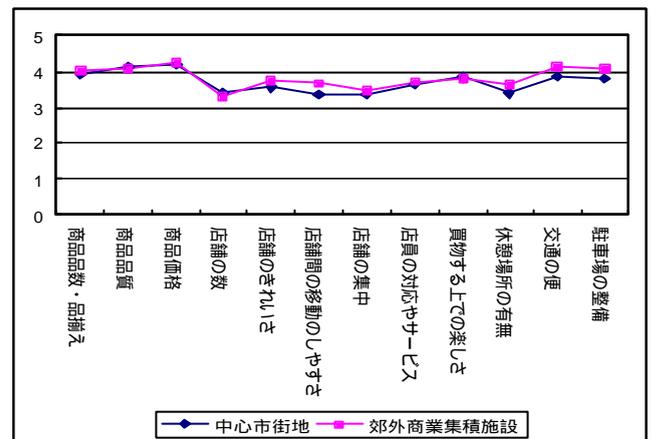


図 - 3. 買物場所をする場所を選ぶ際に考慮する程度

このことから、消費者は買物する場所を選ぶ際に、駐車場に関して非常に高い関心を持って選んでいることがわかる。特に郊外商業集積地を利用する人にその傾向が強い。

また、駐車する場所を選ぶ際に考慮する項目では、最も考慮する項目は「駐車料金」や「割引制度」であった。また「駐車場内の広さ」、「駐車待ち時間」、「目的地までの距離」なども非常に考慮されていることが判明した。「案内板の有無」、「誘導員の有無」は、他の項目に比べるとあまり考慮されていない。(図 - 4、図 - 5)

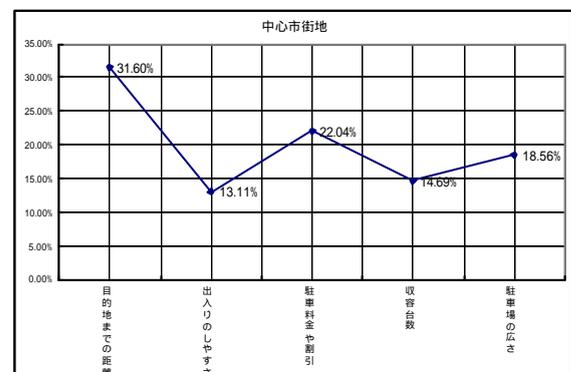


図 - 4 駐車する場所を選ぶ際に考慮する事
(中心市街地)

A study on the use state of parking in the suburban commercial accumulation and the central district

ARASE Toru et al.

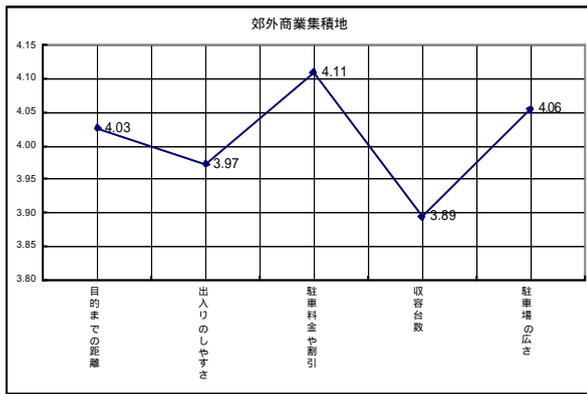


図-5 駐車する場所を選ぶ際に考慮する事
(郊外商業集積地)

4-3. 郊外商業集積地の駐車場における提案

郊外商業集積地への交通手段はアンケートの結果、圧倒的に自動車が多かった。また、買物する場所を選ぶ際には、買物をする上で最も重要視されるであろうと考えられる「商品の価格」、「品質」、「品揃え」等の項目と同等の高い値で、駐車場について考慮されている。このことは、郊外商業集積地の利用頻度が高くなるにつれて、利用理由の「駐車場があるから」を選んだ人が多くなっていることからわかる。

また、駐車場項目の中ではどれが考慮されるのかを見ると、「駐車料金」や「割引制度」、「駐車場内の広さ」、「駐車待ち時間」、「目的地までの距離」が高く考慮されている。

そして、実際に郊外商業集積地と中心市街地を比較した場合に、郊外商業集積地の駐車場に対する評価を回答してもらった項目を見ると、最も考慮されている「駐車料金」に関して非常に高い評価がでているが、これは郊外商業集積地の駐車料金が無料であるため当然の結果であると言える。

次に高く評価されているのが「駐車場内の広さ」であり、「駐車待ち時間」、「目的地までの距離」は他の項目と比較しても非常に低い評価となっている。

郊外商業集積地では、収容台数に関していえば、考慮する割合が比較的低く、評価がある程度高かった。これは、郊外商業集積地には広い駐車場があるのが当たり前のことで、郊外商業集積地に買物に行く際に駐車場の広さに関してはあまり考慮しないという事ができる。また、「目的地までの距離」が高く考慮され、その評価が低いことから、これ以上新しく駐車場を設置したところで問題が改善されるとは考えにくい。

そこで、新しく駐車場を設置する以外の方法で「駐車待ち時間」や「目的地までの距離」を改善する案として「出入り口を増やす事」、「店舗までの道路の有効利用」を提案する。

郊外商業集積地の駐車場は、広い駐車場面積のわりに出入り口が少なく、そのことが駐車待ち時間の増加を招いていると考えられる。また、出入り口が少ない為、自分の目的地から離れた場所から駐車場に入ることになり、よりいっそう目的地までの距離が遠く感じられるのではないかと

と考えられる。

また、店舗と駐車場の間の通路などは単調な舗装がなされている事が多く、この単調さが目的地までの距離を長く感じさせているとも考えられる。そこで、広い敷地を有効に利用し、駐車場から店舗までの間の通路などに店舗や施設などを設置し、長い距離を歩いている事を感じさせない工夫も有効だと考えられる。

今回行ったアンケート調査によると、郊外商業集積地内で充実してほしい施設には、「文化・スポーツ施設」が16%、「広場・公園」が14%となっており、さらに、郊外商業集積地の周辺において充実してほしい施設は、「文化・スポーツ施設」が17%、「アミューズメント施設」が17%、「広場・公園」が14%となっている。このような施設が増加することでも、利用者が駐車場から目的地までの間を長いと感じることなく、快適に歩くために有効であると考えられる。

5. まとめ

本研究で得られた結果を以下にまとめる。

- 中心市街地の駐車場は、既往の研究から大きく5つのタイプにわけられ、駐車場利用者はその特性を理解したうえで使い分けられていることが分かった。
- サービス重視型駐車場の利用者は多少料金が高かったり、目的地までの距離が長かったりしても、店舗との提携といったサービス性を重視して利用する傾向があるため、そのサービス性をより伸ばす事が重要であることが分かった。
- コインパーク型駐車場は、小さな空き地や店舗跡等を利用し、利用者のニーズとは関係なく無計画に設置されることが多いため、案内板や案内システムを導入することで、より快適に利用されるということが分かった。
- 消費者は買物する場所を選ぶ際に、駐車場に関する項目を商品の価格や品揃え、品質など買物をする上で重要視されると考えられる項目と同様に高く考慮されていることが分かった。
- 駐車場の各要素の中で重要視される項目は、中心市街地利用者と郊外商業集積地利用者とは異なることが分かった。
- 買い物をする場所を選ぶ際に考慮する項目の質問結果は、中心市街地をより多く利用する人にとっては、駐車場に関する項目よりも商品の品質や価格、品揃え等のほうがより高く評価されている事から、中心市街地を活性化させるためには、まず駐車場の整備よりも商品面での魅力を見直すべきであることが分かった。

6. 今後の課題

今回の研究は、郊外商業集積地でのみ行ったアンケート調査より得た結果であり、中心市街地で直接利用者に行った質問ではないので推論の域をでない。よって、中心市街地でも同様の質問を行い、今回の結果とあわせて考察する必要がある。

*1 大分大学工学部建設工学科 教授 工・博
 *2 大分大学工学部建設工学科 助手 工・修
 *3 大分大学大学院工学研究科建設工学専攻博士前期課程
 *4 大分大学大学院工学研究科建設工学専攻博士後期課程

Prof., Dept. of Architectural Eng., Faculty of Eng., Oita Univ., Dr. Eng
 Research Assoc., Dept. of architectural Eng., Faculty of Eng., Oita Univ., M. Eng.
 Graduate School of Eng., Oita Univ.
 Graduate School of Eng., Oita Univ.