

来街者の行動からみた商店街の空間構成に関する研究

正会員 門久 史嗣*1 佐藤 誠治*2
同 小林 祐司*3 姫野 由香*3

商店街の空間構成 物的空間構成要素 来街者の行動

1. はじめに

近年、モータリゼーションの進展をてことした郊外型の大型ショッピングモール等の進出に伴って、地方都市の中心市街地における空洞化が全国的に問題となっている。また、大分県の県庁所在地である大分市の商業環境において、郊外への店舗の開業数・集客率が増加しているのに対して、中心市街地でのそれは、減少の一途を辿っている。このような状況を背景として、来街者が商店街内をより快適に楽しく回遊できる買物空間及び歩行空間の整備・検討が必要とされている。

そこで本研究は、大分市中心市街地の商店街の空間構成において、そこを訪れる来街者がどのように商店街を利用しているのかを、商店街を構成する物的空間構成要素と、そこで行なわれる行動の関係から明らかにする事を目的とする。

2. 研究の方法

本研究は、以下の流れに沿って行なう。

I. 大分市中心市街地にあるセントポルタ中央町商店街(以下中央町)、ガレリア竹町商店街(以下竹町)、府内五番街商店街(以下五番街)の3つの商店街を対象として各商店街で撮影した写真から、商店街を構成する物的空間構成要素を網羅的に抽出する。

II. で抽出した商店街を構成する物的空間構成要素の分布状況に応じて、各商店街を街区または空間構成要素の分

布により幾つかの調査区に区切り、平成13年12月から平成14年1月の休日において、3商店街を各調査区で10分ずつ、来街者の行動を観察して書き取る形での現地調査を行なう。

III. で得られた商店街に来街した人の行動の特徴を把握するために、「停留・流動」、「コミュニケーション」、「購買行動との関係」の3項目で来街者の行動の分類を行なう。

IV. で抽出した物的空間構成要素と、で分類された人の行動のクロス集計を行なうことで、商店街における物的空間構成要素と来街者の行動の関係について考察する。

V. 3商店街の空間構成の特徴を、商店街への来街者が行なう行動の種類分布状況からそれぞれ考察する。

3. 物的空間構成要素と来街者の行動の関係

3-1. 来街者の行動の分類

2- で示した現地調査により得られた結果を、表1に示す項目により、来街者の行動を3つの項目での分類を行なう。

表1 来街者の行動分類項目

分類項目		内容
停留・流動	停留	一旦止まってから行う行動
	流動	動きながら行う行動
コミュニケーション	その場にいる	その場にいる人とコミュニケーションをとりながら行う行動
	いない	その場にはいない人とコミュニケーションをとりながら行う行動
	単独	単独で行う行動
購買行動との関係	強	商品を購入したり、商品に直接触れながら行う行動
	弱	購買行動とは直接関係なく、店舗や商品と関係を持つ行動
	無	購買行動とは全く関係のない行動

表2 物的空間構成要素と来街者の行動のクロス集計

来街者の行動	物的空間構成要素	休憩要素		植栽		装飾		商品								設備														
		ベンチ	イス	木	鉢	船	石碑	時計台	時計	ハンガー	商品	メニュー	テレビ	自販機	自販機	ごみ箱	灰皿	照明	TR	電柱	電話BOX	ガード	点字ブ							
		テーブル	ブラン	丸太	置物	モニュ	人	フゴン	ケース	看板	案内板	旗	ATM	旗	柱	発電機	SW	街路灯	交通標識	柱	停車帯	信号	自転車止							
停留	その場にいる	強	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	1.43	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	弱	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	無	3	2.86	0	0.00	1	0.75	1	2.86	2	0.41	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	いない	強	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	弱	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	無	3	3.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	16.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
流動	その場にいる	強	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	弱	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	無	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	いない	強	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	弱	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	無	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
単独	強	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	弱	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	無	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	強	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	弱	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
	無	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	

3-2. 物的空間構成要素と来街者の行動との関係

物的空間構成要素と来街者の行動の関係を、比較・検討するためにクロス集計を行ったものを表2に示す。

最初に全体の傾向として、物的空間構成要素と来街者の行動との結びつきが強いものは、構成比で比較した場合、来街者の行動は、購買行動と関係の無いものと「装飾」、「設備」に属する物的空間構成要素との関係が強いといえる。特に、商店街に存在する人（ティッシュを配る人）や電話ボックスとの関わりにより影響を受けている。一方、度数で比較した場合、来街者の行動は、ワゴンやショーケースを見る、店の様子を伺う等といった行動と「商品」に属する物的空間構成要素との関係が高い値を示している。

次に、来街者の行動分類項目の視点から来街者の行動と物的空間構成要素との関係についてそれぞれ考察を行なう。

第一に、停留・流動の項目について比較したとき、停留しているときに、物的空間構成要素と結びつく来街者の行動が発生する頻度が高く、「商品」に属する物的空間構成要素との関係が強い。そして、ワゴンやショーケース、メニュー表を見るといった行動が多く発生している。流動は、ティッシュをもらうや竹・飾りを見ながら歩くといった、「装飾」に属するモニュメントや人との関係で行動が多く発生している。構成比での比較においては、「休憩要素」に属する物的空間構成要素が、停留の行動を誘発していることが分かる。

第二に、コミュニケーションの項目について比較したとき、単独のときに来街者の行動の発生頻度が高く、「商品」に属する物的空間構成要素との関係が強い。構成比での比較においては、その場にいる人とのコミュニケーションの中での行動の関係が強い。そして、その行動は「装飾」、「商品」に属する物的空間構成要素との結びつきがあることが分かる。

第三に、購買行動との関係の項目について比較したとき、「商品」に属するワゴンやショーケース等との物的空間構成

要素との結びつきで、購買弱の発生頻度が高い。構成比において高い値を示す「装飾」、「設備」、「植栽」に属する物的空間構成要素は、購買行動との関係が無いことが分かる。

4. 商店街における来街者の行動の特徴

商店街の空間構成の特徴を、来街者の行動パターンの分布状況からそれぞれ考察をする（図1、表2表則参照）。

中央町での行動パターンには、「流動・単独・購買弱」、「停滞・単独・購買強」、「停滞・単独・購買無」という単独で行なう行動が多いことが分かる。その行動パターンの分布状況は、調査区A～Bでは「流動・単独・購買弱」、調査区D～Gでは「停滞・単独・購買無」と調査区Cを境にして流動・停滞の行動が二分していることが分かる。

竹町での行動パターンには、「停留・単独・購買強」、「停留・単独・購買弱」、「停留・単独・購買無」、「流動・単独・購買弱」が多く、特に調査区C、Dにおいては購買強、購買弱を含めて購買行動に関係する割合が80%を超えている。このことから竹町の空間構成は、他の商店街と比較して購買行動を誘発しやすいが、行動の多様性はない商店街であることが考察できる。

五番街での行動パターンには、「停留・単独・購買弱」が他と比較すると高い割合を占めているが、その他にも「停留・いない・購買無」、「停留・単独・購買無」、「流動・単独・購買弱」、「流動・単独・購買無」といった行動パターンも存在しており、それらが混在する形で来街者の行動パターンが分布している。このことから五番街の空間構成は、様々な行動パターンを誘発する商店街であることが考察できる。

5. おわりに

本研究で目的とした、大分市中心市街地にある商店街の空間構成について、現地調査の結果を基に、物的空間構成要素と来街者の行動の視点から論じた。このことから3商店街の空間構成の特徴を、来街者の行動パターンから把握できた。

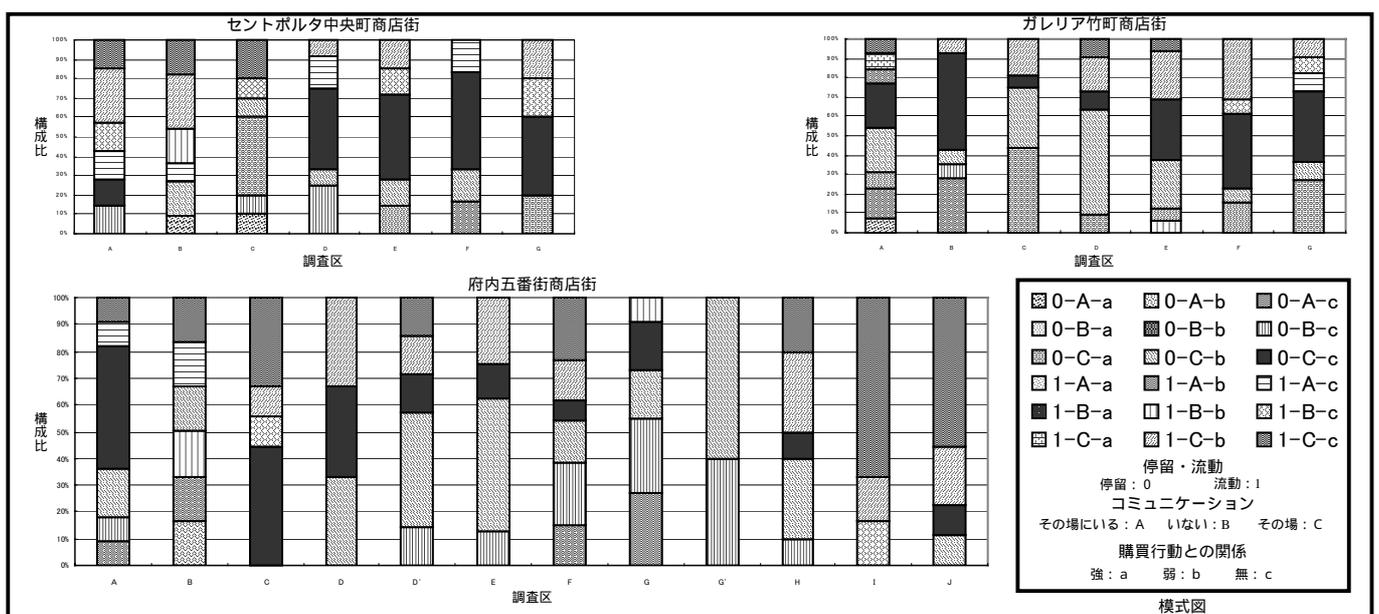


図1 商店街における来街者の行動の分布

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

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