

指摘法実験を用いた近隣住民による商店街の街路空間の認識に関する研究

—尾山台商栄会商店街を対象として—

1X15D046-1 田中 万琳*
Marin TANAKA

A neighboring shopping arcade is human-scale space with full of liveliness. Every time residents walk in such an arcade, various kinds of objects and views come into their sights, which often induces various emotions and ideas. This study aims to reveal the resident's recognition of the street space of shopping arcades through a Pointing Experiment and a question survey. In the experiment and the survey, the residents were asked to specify what kinds of objects and views in the street space attracted their attentions and why they attracted their attentions, as well as to state what they thought about the shopping arcade itself. The result of the experiment and survey showed that, in spite of individual differences, the residents recognized that the shops and street combined were one single entity which constitutes a necessary space for the local residents to do various activities besides simple consumption activities. Furthermore, it was suggested that the shops in the arcade were necessary not only for consumption activities but also for building atmosphere of the street space, which may enhance positive feelings of the people strolling on the street.

Keywords : 近隣型商店街, 街路空間, 指摘法実験, 空間認識, 尾山台

1. 研究の背景と目的

1) 背景

近隣型商店街は、そのアクセシビリティの良さゆえに、日用品の購入の需要を主としてその地域に根付いた。しかしながら、1998年の大規模小売店舗立地法の施行やモータリゼーションの進展に伴い大型商業施設が増加し、それらが提供する安価な商品と利便性に対抗できず、近隣型商店街は衰退傾向にある。また、中小企業庁が2015年に実施した商店街の店主へのアンケート調査¹⁾によると、商店街は、経営者の高齢化による後継者問題、集客力や話題性のある店舗や業種の減少、店舗等の老朽化といった問題を抱えている。こういった社会的背景により空き店舗数は増加し、商店街の眺めは殺風景になりつつある。

他方で、まちの中を歩いて楽しめることはその地域の魅力に関わる。A.Jacobs²⁾やJ.Jacobs³⁾は、街路空間のありようがそのまま都市の魅力のイメージを形成すると指摘しており、平野⁴⁾は、都市の認識は、その多くを街路からの認識に負うと述べている。これらのように、地域内における街路空間の在り方が重要であることが読み取れる。しかし有馬⁵⁾は、戦後の都市近代化により、まちの中における濃密で相互扶助的な界隈性や路上の賑わい、街歩きの楽しさ、人々の多様なアクティビティは失われてしまったと述べている。さらに、都市近代化により高層ビルが建ち並び、J.Gehl⁶⁾の指摘する「人間の次元」が尊重された都市空間は減少してきたように思われる。

近隣型商店街は、地域に根付いているが故にその地域の重要な街路であり、その中でも駅前広がるような立地であれば、消費活動のためではなく単に通るために利用する機会も多い。また、ヒューマンスケールな空間が創出されており、歩行する度に何かしらの体験ができることが、商店街で見出される街歩きの楽しさだと考えられる。例えば曾根⁷⁾が指摘する人との交流などが挙げられるが、佐藤⁸⁾が指摘するようにあふれ出しなど視覚に与える情報が多いため、視界に入る様々なものや眺めに対して、評価、疑問、または思い出など、何かしらの感情や考えを抱く体験ができることも、その1つであると考えられる。

2) 目的

近隣型商店街と、地域の中における重要な街路空間の在り方を検討する際に、商店街の街路空間に対する近隣住民の認識を把握することは重要であると考えられる。本研究では、街路樹や街灯、ストリート・ファニチュア、さらには街路から見える店舗の構えなど、歩いていて視界に入るものをまとめて1つの空間として捉え、それを商店街の「街路空間」とする。そして、未だ衰退せず近隣の人口が増加し賑わいのある近隣型商店街にて、日々の利用者である近隣住民を対象に、商店街を歩くとき目に入る様々な街路空間の構成要素の内、何かしらの感情や考えを抱くものや眺めを抽出する実験を行う。その実験結果をもとに人々が商店街の街路空間において着目するものや着目する理由、すなわち認識要因を把握し、加えて、商店街を歩いて思うこともアンケート調査により把握する。これらから、人々が商店街の街路空間をどのような空間として認識しているかを明らかにすることを本研究の目的とする。

2. 研究概要

2.1 既存研究

本研究に関連する既存研究の整理を行う。

1) まちや街路空間の印象や認識に関する研究

K.Lynch⁹⁾は、都市空間がどのようなイメージとして人に認識されているかを把握することの重要性を指摘し、まちに対するイメージを図化するメンタルマップにより都市空間を把握する方法を提唱した。平野¹⁰⁾は、商業地の街路のイメージを決定する重要な要素である店舗の存在に着目し、各店舗が視覚情報として人に与えるイメージを記号論的に扱い、人の街路に対するイメージの構造を明らかにした。これらのように都市空間における人々の認識やイメージを把握する研究は多く存在し、空間認識を明らかにすることの重要性が読み取れる。

2) 街路空間の構成要素と人の関係に関する研究

有馬⁵⁾は、賑わいの存在する商店街にアクティビティを見出せると考え、商店街の店舗の構えの形態のみに着目し、利用者の

行動の観察調査により行動誘発要因となる店舗の構えの形態を明らかにした。辻川ら¹¹⁾は、商業地におけるストリート・ファニチュアのみに着目し、商業地のストリート・ファニチュアの種類を明らかにしたうえで、それらが人の動きに与える影響を研究した。また、J.Gehl¹²⁾は、屋外の物的条件が望ましくない場合は「必要活動」しか行われず、屋外の物的条件が望ましいならば「任意活動」及び「社会活動」が行われると述べた。これらから、店舗の構えや店頭のあふれだし、ストリート・ファニチュアなどの、商店街の街路空間の構成要素やそれらの物的条件が、人の行動や心理に影響を与えることがわかる。

3) 特定の街路空間の構成要素を抽出する実験をした研究

福井ら¹³⁾は、歴史的な街路において歴史的と感じさせる景観構成要素を指摘法実験により抽出し、街路の全体的な印象評価の結果と照らし合わせることで、景観構成要素と街路の歴史的な印象の関係を明らかにした。積田ら¹⁴⁾¹⁵⁾は、街路から見える印象的なものや象徴的なエレメントを指摘法実験によって把握し、同時にアンケートにより街路全体の評価も把握することで両者の関係を明らかにした。武藤ら¹⁶⁾は、近隣住民がその地域の中で特定のポジティブな印象を抱くようなまちを構成する要素を、アンケート用紙の地図上に丸を囲ってもらうような指摘法実験により把握した。これらから、街路空間の構成要素の内、何かしらの感情や考えを抱くものを把握する実験の方法として指摘法実験が有効であると考えられる。

2.2 本研究の位置づけ

指摘法実験により空間の認識を明らかにした研究は多数あるが、特定の印象に合うもののみを指摘する実験が多く、気になったり目に留まったものを全て指摘する実験の場合も空間の認識の研究には至っていない。また、近隣型商店街を対象に、その利用者の認識を明らかにした研究も例が少ない。本研究は、近隣型商店街がその地域の重要な街路であることに着目し、それを1つのまとまった街路空間として捉え、それに対する利用者の様々な認識を研究する点が特徴的である。

3. 実験の概要

3.1 対象地の選定と概要

本研究では、地元で根付き街路の活用が盛んな近隣型商店街を対象とする。そこで、1949年に商栄会として発足してから、多くのイベントが開催されるなど、アクティビティが活発に行われており、地元の主要な商店街でありながら駅へのアクセス路として重要な街路となっている東京都世田谷区の尾山台商栄会商店街を本研究の対象地とする。

尾山台商栄会商店街は、東急大井町線尾山台駅と環状八号線を結び、延長は約365mの直線であり、街路沿いに138の商店が立ち並び、尾山台商栄会商店街に隣接する地区（尾山台2、3丁目、等々力1、2丁目）の世帯数は5672世帯、人口は11,147人（2018年7月1日現在）である¹⁷⁾。日々、近隣の住民が、消費活動のために訪れるだけでなく、駅と自宅の往復に利用するなど、この地域の主要な街路となっている。

3.2 実験の目的と方法

人々が、商店街の街路空間のどのようなものや眺めに対して、どのような感情や考えを抱くかを把握することを実験の目的とする。実験の方法は、まず被験者自身が、商店街を歩きながら、何かしらの理由で気になったものや眺めを指摘し、それを記録するために写真を撮影する。その後、撮影した各写真の撮影理由をアンケート調査する。

3.3 実験の概要

1) 指摘法実験の概要

被験者には、①何でもよいので少しでも気になったものや眺めを、深く考えずに撮影してください、②歩く順番は自由ですが、必ず1往復はしてください、③脇道に行かないでください、④撮影が困難なものは無理に撮らず、ひとまずその近くを撮ってください（アンケートに「本当は〇〇が撮りたかった」という旨を書いてください）、⑤20~30分程度で30枚強撮影してください、の5つの事項を指示した。

2) アンケート調査の概要

写真撮影の実験が終了後、以下に示すアンケート調査を行った。

i) 被験者属性

性別、年齢、住所、商店街の利用歴、来訪頻度、来訪手段について質問した。

ii) 撮影した写真について

予備実験での結果を踏まえ図3.1に示す質問用紙を作成した。写真1枚につき質問用紙を1枚回答する形式であり、まず6対の単語を各7段階評価したのち、撮影理由を自由記述式で質問した。この6対の単語は、実験方法の精査のために行った予備実験において、撮影理由で挙げられたものから特に回答数の多かった単語から選定した。

写真番号:						
Q1: 撮影したものについて、あてはまるところに○をつけてください						
非常に	わりと	少し	でもない	少し	わりと	非常に
見た目が好印象	←	→	見た目が悪印象			
新しい感じ	←	→	昔ながらな感じ			
開放感がある	←	→	窮屈			
活気がある	←	→	活気がない			
整理されている	←	→	ごちゃごちゃしている			
個性的	←	→	ありきたり			
Q2: なぜ撮影したのか、理由を書いてください						

図3.1 撮影した各写真に対するアンケート

iii) 商店街全体について

街路空間の個々の要素だけではなく、商店街全体に対する認識を把握するため、「ハッピーロード尾山台商店街全体についてお聞きします」と題し、図3.1と同様の6対の単語の各7段階評価をし、次に「商店街を歩いていて思うこと・感じることをあれば書いてください」という質問欄を設けた。

3) 実施日と被験者の概要

実験は、尾山台商業会商店街を日常的に利用している14人を対象に、2018年10月8日(月)から30日(火)に実施した。時間帯により商店街の雰囲気が異なることを考慮し、10:00~12:00(以下、昼)及び歩行者天国を実施する16:00~18:00(以下、夕方)の2つの時間帯で実験を行った。被験者により、昼と夕方の両方、若しくはどちらか一方のみの場合がある。いずれの実験日の天候も晴れ若しくは曇りである。被験者の属性と実施日を表3.1に示す。ただし写真枚数とは、撮影された写真の内、図3.1に示したアンケートの回答がされた写真の枚数のことである。

表3.1 被験者属性と実験日

被験者No.	性別	年齢(代)	利用歴(年)	利用頻度	来訪手段	実施日		写真枚数	
						(昼)	(夕方)	昼	夕方
1	女	10~20	11~20	週1.2	徒歩	10/8(月)		29	
2	男	70~	31~40	週1.2	徒歩・自転車		10/8(月)	36	32
3	女	50~60	41~	毎日	徒歩・自転車		10/8(月)	30	30
4	女	30~40	~4	回数回	電車		10/8(月)	33	31
5	男	50~60	21~30	回数回	徒歩	10/11(木)	10/8(月)	31	28
6	男	10~20	~4	週1.2	徒歩		10/8(月)		34
7	女	50~60	11~20	毎日	徒歩	10/11(木)		22	
8	女	30~40	11~20	毎日	自転車	10/12(金)		30	
9	男	10~20	~4	週1.2	徒歩	10/12(金)		40	
10	女	30~40	~4	毎日	徒歩		10/12(金)		28
11	女	50~60	21~30	毎日	徒歩・自転車	10/29(月)	10/30(火)	27	40
12	女	30~40	5~10	毎日	徒歩・自転車・車	10/29(月)	10/30(火)	32	31
13	女	30~40	5~10	週1.2	徒歩・自転車	10/30(火)		29	
14	男	30~40	5~10	週1.2	徒歩・自転車	10/30(火)		27	

4. 街路空間内の認識要因の分析

4.1 データのコード化

被験者が商店街の街路空間において着目するものと、それに対して抱く感情や考えを把握するために、撮影理由のテキストデータをコード化し、その分類と集計を行った。コード化は、テキストデータから、①指摘対象、②その対象の状況・状態の説明、③指摘対象に対して抱いた感情や考えに関連する語や文を抽出し、それぞれについて表4.1~4.3の分類によるコード化を行った。図4.1の例の場合、①について「1cAa. 店-全体」、「1cAc. 店-建物」、「1cAd. 店-外壁」の3種類、②について「2c. 時代」の1種類、③について「Z. 想像・推測」、「Q. 直接的評価」の2種類が付与される。また、それぞれを、街路空間における①着目対象、②着目対象の説明、③着目理由と名付けた。

表4.2の着目対象の説明に関しては、表4.1の着目対象の具体的な状態を説明するための語であるため、1つの回答の中に単独で抽出されることはなく、必ず表4.1の中の何かしらの着目対象と共に得られる。

真新しいサンドイッチ屋さんでしょうか...	時代	店 - 全体	想像・推測
建物は築30年くらい？白と木目調の壁がおしゃれ	店 - 建物	時代	想像・推測
です。ターゲットは女性向き？ファミリー向き？		外壁	評価
			想像・推測

図4.1 コード化の例

表4.1 着目対象の分類

ID	項目	例		
1aA	人	人自体	年寄り/女性/店主/外国人	
1aB		行為	いねむり/散歩	
1bA	街路	舗装	石畳	
1bB		装飾	フラッグ/イルミネーション	
1bC		ファニチュア	ベンチ/街灯	
1bD		植物	街路樹/プランター/花	
1cAa	街路沿いにある施設	全体	(店の存在)美容院/100円ショップ	
1cAb		店名	店の名前が	
1cAc		建物	2階建て/構造	
1cAd		外装	外壁の色が/ガラス面/庇	
1cAe		店頭	商品	あふれ出し
1cAf			装飾	(外壁と分離した装飾)/置物/植木鉢
1cAg			看板	お店の看板
1cAh		店内	その他雑貨	ご自由にお持ちくださいの箱
1cAi			商品	店の中にある売り物
1cAj			装飾	店の中にある飾り
1cAk	様子	満席/会合やっている/作業している		
1cB	住居	(住居の存在)マンション/民家		
1cC	区の公共施設	(施設の存在)図書館/駅		
1cD	空き家・店舗	(空き家・店舗の存在)		
1cE	駐車場	(駐車場の存在)		
1cF	駐輪場	(駐輪場の存在)		
1d	空間	脇道/芝金前の空間		
1e	乗り物	車/バイク/自転車		
1f	ゴミ	ポイ捨て・不法投棄のゴミ		
1g	シーン全体・景色	ひらけた空		
1h	落書き	壁の落書き		
1i	指示書き	注意/禁止/三角コーン		
1j	ピラ	イベント告知/移転案内/募集ピラ		

表4.2 着目対象の説明の分類

ID	項目	例	
2a	時	時間帯	夕方/歩行者天国の時間
2b		季節	季節感のある/秋らしい
2c		時代	昔ながらの/築30年くらいの/新しい
3a	様子	位置(置かれ方)	(可動のもの位置)歩道まで出ている
3b		密度	沢山ある
3c		状態	劣化している/手入れされている
4	立地	(動かせない固定した位置)駅前	

表4.3 着目理由の分類

ID	項目	例
Q	直接的評価	(視覚情報をそのまま評価)きれい/美しい/汚点
R	間接的評価	(視覚情報ではない存在の評価)/この店便利
S	希望	(要望)取り除くべき/もっと増えると助かる
T	疑問	いまいよくわからない/何なのか気になった
U	雰囲気	(抽象的な無感情の表現・印象・比喻)な感じ
V	個人の経験	(過去や現在の経験)よく使う/昔よく見に来た
W	個人的嗜好	(潜在的な個人の嗜好)パンが大好き
X	知識	(商店街の情報)お店の人がやる/いつも混む
Y	新鮮さ・珍しさ	初めて見る/珍しい/驚き/意外
Z	想像・推測	多分/だと思う/なのかな?

4.2 認識要因による被験者の類型化

着目対象や理由は、個人や時間帯により傾向に差があると仮定し、延べ20人の被験者ごとに集計した。個人による認識要因の違いを考察するため、まず図4.2に示すようにクラスター分析により類似した被験者同士にグループに分け、その後それらのグループの特徴を表4.4に示すように考察した。図4.2の棒グラフは被験者No.とその実施時間帯ごとの、各項目の総数が全体に占める割合を示す。またクラスター分析は統計ソフトRを用いてward法に従い分析した。

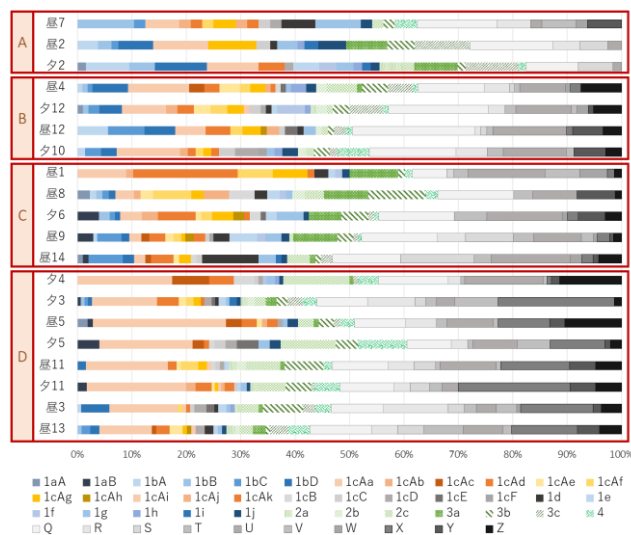


図4.2 クラスター分析によるグループ分類

4.3 認識要因・印象評価の関係

撮影した写真に対するアンケートでは、撮影理由の自由記述欄の前に、6単語対の各7段階の印象評価の質問を設けた。この単語対及び表4.1~4.3の各項目間の関係を、図4.3に示すネットワーク図をもとに分析した。図4.3において、表4.1~4.3の項目に関する円の大きさはその項目が指摘された回数に比例し、円間の線が太い程、同一写真に対して共に指摘される頻度が高いことを意味する。また、印象評価は、撮影対象に対して抱く印象や感情であるという点が、撮影理由の自由記述における着目理由(表4.3の各項目)と共通するため、印象評価の単語対の円は、着目理由に相当するQ~Zの各円のいずれかと接続する。図の作成には、統計ソフトR及びテキストマイニングソフトKHcoderを用いた。

図4.3から、「1cAa. 店全体」の円が大きく、また多くの項目と接続することが読み取れる。これと接続する項目は、着目対象の中では「1cAd. 店外装」のみであり、基本的には着目対象の説明及び着目理由と接続したことから、店全体は独立して着目され、それについて多様な感情や考えを抱くことが明らかになった。以上のことと、全ての着目対象の項目の内「1cAa. 店全体」は接続する着目理由の項目数が著しく多いことから、商店街を歩行している際に店の存在は様々な感情を抱くことができる重要な要素であることが明らかになった。また、「Q. 直接的評価」の円も大きく且つ多くの項目と接続し、さらに印象評価における「見た目が好印象 - 悪印象」の項目が着目理由の内5つの項目と接続することから、商店街の街路空間の様々な構成要素の「見た目」の重要性が示唆された。

表4.4 各グループによる認識要因の特徴の考察と例

	特徴・例	撮影対象(扇型の弧と弦に囲まれた部分)と撮影地点(扇型の円の中心部分)
A	<p>視覚情報を直接判断するタイプ</p> <p>街路を歩いていて視界に入る様々なものに着目した上で、その対象物の見た目から得られる状況やそれに対する評価など、視覚的な情報に対して直接判断できる情報を感じるタイプ</p> <p>「石畳がきれい。」 「ゴミの放置」</p>	
B	<p>多様な対象に意見を持つタイプ</p> <p>着目対象に特定の偏りがなく、様々なものや眺めに着目し、それについて評価をしたり、雰囲気を感じたり、自分自身の考えや意見を持つタイプ</p> <p>「文字のフォントがおもしろい。」 「八百屋とジャズの組み合わせがユニーク」</p>	
C	<p>視覚情報から意見を持つタイプ</p> <p>対象物の存在ではなく、視覚情報から得られるような形として目に見えるものに着目し、それに対して評価をするなど、対象物の視覚的なことに対して自分の意見を持つタイプ</p> <p>「お店の外装や表札、ドアがおしゃれだったため。」 「自転車置き場もう少し工夫すればきれいになるんじゃないかな」</p>	
D	<p>存在に対して考えを持つタイプ</p> <p>主に街路沿いの施設の「存在」全体に着目し、それについての自身の知識を回想や推測をするなど、視覚的な情報からは直接判断をすることができないような、飛躍した発想を持つタイプ</p> <p>「ココカラファインが新店。たしか、書店がここにあったはず」 「商店街になぜかたくさんある不動産屋さん。こんなにあって、大丈夫?」</p>	

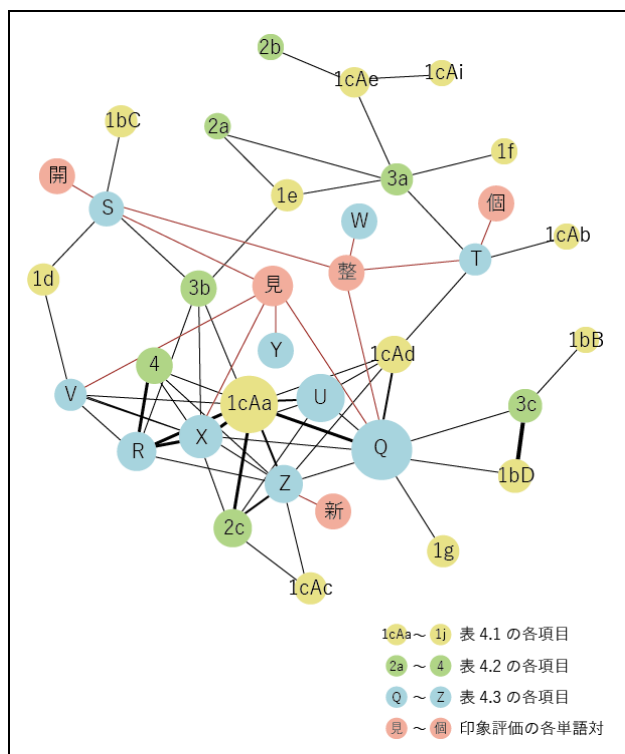


図4.3 認識要因・印象評価のネットワーク図

4.4 商店街の機能による認識要因の特徴の分析

近隣型商店街は、消費活動を行う場でありながら、地域の中における重要な通行のための街路の場としての機能も持つ。それぞれの機能の視点で見たときに、認識要因にはどのような違いがあるかを分析するために、各写真に対するアンケートの回答を消費活動に関わる記述（例えば「果物が『美味しそう!』と感じたため。」、「美味しいコロッケを思い出して」、「何のお店か、いまいちよくわからない。」など）か否かで分類し、両者の回答を比較した。図4.4に、機能別に各項目の総数を単純集計したものと、写真1枚当たりで換算したものを図示する。

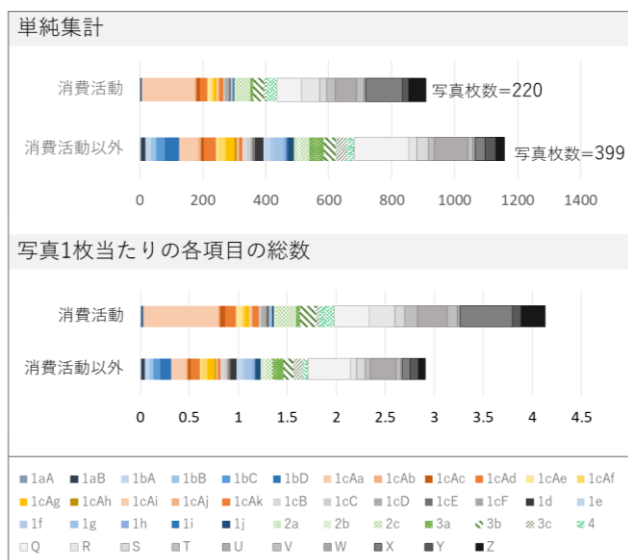


図4.4 商店街の機能による認識要因数の集計

図4.4の単純集計において、消費活動以外に関するものの方が写真の枚数が多かったことから、近隣型商店街が単なる消費活動の場だけではないことが示唆された。また、消費活動以外の場合も「1cAa. 店全体」に着目することから、商店街を買い物のためではなく単に街路として利用している際も店は人々に認識されることが明らかになった。

写真1枚に対する項目数については、消費活動に関するものの方が多いが「1cAa. 店全体」の数が多いなど項目に偏りが見られたことから、消費活動に関するものの方が1つの視対象に対して抱くことが多いが、消費活動以外に関するものの方が指摘される項目の種類に偏りがなく多様であることが示唆された。

5. 商店街全体の認識の特徴

5.1 SD法による商店街の印象の分析

商店街全体の6単語対の印象評価の結果を用いて因子分析を行った。表5.1に各因子負荷量を示し、各主因子について順に記す。分析には統計ソフトRを用いた。

表5.1 商店街全体の印象評価による因子分析

	主因子1	主因子2	主因子3
活気有 - 無	0.933	0.055	0.260
見た目良 - 悪	0.862	0.276	0.091
整理 - ごちゃごちゃ	0.658	0.522	0.099
開放 - 窮屈	0.447	0.834	-0.119
新 - 昔	0.007	0.606	0.221
個性的 - ありきたり	0.356	0.135	0.922

1) 第1主因子「視覚情報」

活気の有無、見た目の良し悪し、整頓具合は、商店街の街路空間を歩いているときの直接的な視覚情報であるため、視覚情報因子とした。

2) 第2主因子「体感情報」

開放感・窮屈感や、「新しい感じ - 昔ながらな感じ」は、商店街の街路空間を歩くことで感じる情報であるため、体感情報因子とした。

3) 第3主因子「他との比較情報」

商店街全体が個性的か、またはありきたりかと思うのは、別の商店街との比較によるものと考えられるため、他との比較情報因子とした。

4.3節にて、街路空間の認識における街路空間の構成要素の「見た目」の重要性が示唆されたが、本節の因子分析により、視覚情報に加え歩行時に視覚以外で感じられる体感的な情報も認識を負うことが示唆された。

5.2 KJ法による商店街全体の認識の分析

実験におけるアンケートの最後の質問である「商店街を歩いて思うこと・感じることをあれば書いてください」の回答の文章を、KJ法により整理することで、被験者の商店街の街路空間に対する全体的な認識の傾向を分析した。その結果、5つの大分類から成る計9種類の認識が得られた。これを表5.2に示す。

表 5.2 商店街全体の認識の種類

大分類	小分類・特徴	例
時代的変化	新旧の商店の混在 商店街に立ち並ぶ店は、古い店と新しい店が混在していると感じている。	「昭和レトロと平成のフレッシュなお店が混在していて、非常にふところの深い」「古い店と新しい店の混合がうまくいっているのかな？」
	商店の変化 昔ながらのお店の減少や、チェーン店の増加に伴う個性ある店の減少など、過去から現在までの商店の変化を感じている。	「個性的な商店街のイメージが大きく崩れた。さみしい。」 「変わらないようで日々変わっているんだなと感じています」
	商店街の雰囲気の変化 過去から現在までの、商店街全体の雰囲気や賑わいの変化を感じている。	「25年位利用しているが、年々、活気がなくなってきているかなと思う。」
歩行の場	商店街の眺め 商店街を歩いているときの眺めに対して、好印象・悪印象を抱くほか、個性的などと感じている。また街歩きを楽しむ人もいる。	「木の左右のバランスが違うので、統一感がない。」 「道路のアスファルトでない所がとても個性的だと思います。」
	歩行時の発見 商店街を歩くことにより、商店街の新しい発見をすることができると感じている。	「毎日通っていても都度新しい発見のある街だなと。」
人に対する印象	商店街の利用者の印象 商店街全体における、利用者の層や雰囲気について感じている。	「子どもや学生が多いなって感じがします。」 「地元の人が利用するイメージ。あえて遠くから足を運ぶ程の店はない印象。」
	歩行者の印象 商店街の街路を歩いている人の行為や雰囲気についてのイメージを感じている。	「学生等は商店街を歩いていてただ通りすぎてしまう人が多いと感じています」 「座って休憩する人もあまりいないように感じています。」
将来への希望	商店に対する希望 商店街をより良くするために、商店に対して希望を抱いている。	「これからテラス席か、路上販売をする店を増やしたい!」 「もっと活気が出るようにしてほしい。商店側も元気がない!」
	商店街の取り組みに対する希望 ゴミ捨てや街路の植物の手入れの徹底というような、商店街の取り組みに対する希望に加え、商店街全体をより良くするための取り組みの必要性を感じている。	「植木の手入れが全くできていない。自分達で出来なければ地域の人に相談して協力をつければ良い。」 「商店街として興味ある街にしてほしい」
愛着	日ごろから商店街の良いと思う面に愛着を持っている。	「歩行者天国は、色々なイベントも出来るし、安心して買い物ができるので大好きです。」 「住みやすい街だと思います。」

「商店の変化」や「商店に対する希望」のように店のみに着目した記述も見られたが、多くは商店街を店と街路を含めた1つのまとまった空間として捉えており、例えば「新しい発見のある街」や「色々なイベントができる」という記述があるように、近隣住民が商店街を消費活動の場だけではなく、様々なアクティビティが行われる空間と認識していることが読み取れた。さらに、商店街全体について質問したにも関わらず、「街」という表現の記述も見られたことから商店街がこの地域のイメージ形成を負う空間であると考えられた。

6. 結論

6.1 本研究のまとめ

本研究により明らかにしたことを以下に記す。指摘法実験により、人々の商店街の街路空間における認識要因を表4.1~4.3の合計46項目に整理した。認識要因は時間帯による差はないが個人差はあり、被験者は認識要因の特徴別に4つのタイプに大別された。また認識要因と印象評価の項目の関係を示した図4.3から、商店街において店の存在は人々に認識される大きな要因であることが示唆された。さらに、消費活動の場と通行の場の商店街の2つに機能ごとに認識要因の違いを分析した結果、後者の方が撮影された写真の枚数は多く、商店街が単なる消費活動の場のみではないことが示唆されたが、写真1枚当たりの指摘数は前者の方が多く1つの視対象に対する認識要因が多いことが明らかになった。

商店街全体についての印象評価には、視覚情報、体感情報、他との比較情報の3つの主因子があることが明らかになった。さらに、商店街の歩行時に思うことや感じることは、時代的変化、歩行の場、人に対する印象、将来への希望、商店街への愛着の5つに大別され、商店街が店と街路を含めた1つのまとまった空間として認識されていることが示唆された。

以上のことから、商店街の街路空間の歩行中に着目するものやそれに対して抱く感情には個人差があるが、どのような人も、商店街は店と街路から成る1つのまとまった空間であり、近隣型商店街が消費活動の場にとどまらない様々なアクティビティが行われる地元に必要な空間であると認識していることが明らかになった。また商店街において店は、消費活動のみならず街路空間の雰囲気の形成や街歩きに楽しさを与え得る必要な存在であることが示唆された。

6.2 今後の課題

本研究では、商店街が単なる消費活動のための場ではないことが明らかになった。今後は、具体的にどのようなアクティビティが行われるのかを行動観察調査などにより把握することで、商店街の街路空間がどのような機能を持つ空間であるかを論考できると考えられる。

<参考文献>

- 1) 中小企業庁HP: <http://www.chusho.meti.go.jp/>
- 2) Allan B. Jacobs : Great Streets, The MIT Press, 1978
- 3) Jane Jacobs : アメリカ大都市の死と生, 鹿島出版会, 1961
- 4) 平野勝也・渡邊佑未・白柳洋俊: 街路認識における物理的要素と人の関係, 土木学会論文集D1(景観・デザイン), vol.72, No.1, pp.13-23, 2016
- 5) 有馬隆文・大久保人・出口政・坂井猛: 商業地街路における行動観察要素と歩行者のアクティビティに関する基礎研究, 日本建築学会計画系論文集 第73巻 第623号, pp.178-182, 2008
- 6) Jan Gehl : Cities for People 人間の街 公共空間のデザイン, 鹿島出版会, 2014
- 7) 曾根陽子・香山愛里: 高齢者層の交流の場としての近隣型小売商店の役割-1960年代のミニ開発住宅地における近隣コミュニケーションに関する研究その2-, 日本建築学会計画系論文集第635号, pp.83-89, 2009
- 8) 佐藤敏・有馬隆文・萩島哲・坂井猛: 店舗の構成の特徴と商店街の魅力に関する研究, 日本建築学会計画系論文集第582号, pp.87-93, 2004
- 9) Kevin Lynch : 都市のイメージ, 岩波書店, 2015
- 10) 平野勝也・高木茂・高森秀司: 情報対照法から見た店舗イメージ分析手法, 土木計画学研究・論文集 No.15, 1998
- 11) 辻川ひとみ・北浦かほる: 商業地における人の動きとストリート・ファニチャー・設備周辺の事例研究にみる, 日本建築学会計画系論文集第333号, pp.119-126, 2000
- 12) Jan Gehl : 屋外空間の生活とデザイン, 鹿島出版会, 1990
- 13) 福井恒明: 藤原修: クレイン論に基づく街並みの歴史的イメージ分析, 土木学会論文集No.800, IV-69, pp.27-36, 2005
- 14) 植田洋一・関平洋子・濱本神平: 指摘法によるエレメントの特性とエレメント構成の類型化-街路空間における「気配」の研究(その1)-, 日本建築学会計画系論文集第69巻第583号, pp.47-52, 2004
- 15) 植田洋一・関平洋子・濱本神平: 心理量分布図による街路空間の類型化と指摘法エレメントの相関分析-街路空間における「気配」の研究(その2)-, 日本建築学会計画系論文集第71巻第607号, pp.41-48, 2006
- 16) 武蔵秀明・尹在男・若林直子・宗方淳・平手小太郎: まち全体の評価と個別の都市要素の地味指標との関係についての研究, 日本建築学会環境系論文集 第594号, pp.53-59, 2005
- 17) 世田谷区HP: <http://www.city.setagaya.lg.jp/index.html>