

親水公園の利用者が好む商業施設

Preference for Shops in the River Side Park

荒島 典孝* 平松 登志樹*

ABSTRACT: This article analyzes the impact of the small river named NISHIGAWA in the market area. The survey was conducted to know the preference for the shops along NISHIGAWA by asking persons in this river side park. The study finds the shops preferred by the persons.

KEYWORD: shops, river side park, market area

1. 研究の背景と目的

近年日本に多数みられるようになった親水公園のいくつかは、商業地を流れる。しかし親水公園のもつ商業的魅力が知られていないため、商業地において親水空間を整備することが効果的かどうかが不明である。評価も殆どなされていない。

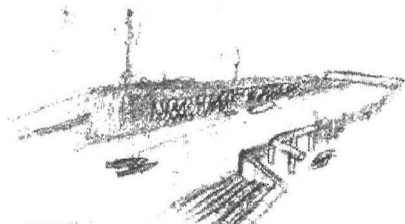
従来の研究に、親水空間のもつ商業的魅力について述べた研究¹はあるが、それは店舗側からの水辺の魅力に関する調査にとどまり、利用者側からの考察は全く不十分である。そこで、本研究では、利用者が好む商業施設に関する調査を行い親水空間のもつ魅力を明らかにすることを目的とする。

2. 調査対象地域

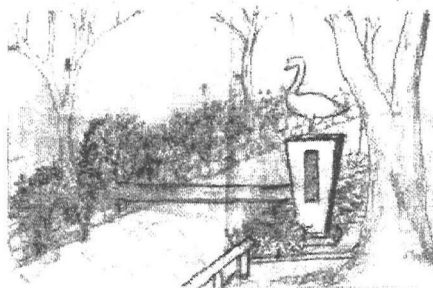
岡山の西川緑道公園を対象地域とする。同公園は新幹線岡山駅から歩いて約10分の距離にある。緑道公園の周辺には雑貨店、飲食店、服飾店、サウナ、ホテル、病院等多くの店がたちならぶ。

3. 調査の概要

絵画ルーア法(lure)を用いて、3月11日岡山の西川緑道公園において調査した。絵画ルーア法とは、調査者が自分の気に入った場所でその風景を写生し、写生中の絵に集まってきた人にヒアリングする方法である。



絵一 平松作



絵二 荒島作

* 豊橋技術科学大学 工学部

調査人数は33人である。利用者のうち約半数に尋ねることができた。調査対象には、「どのような商業施設がこの川に合うと思いますか。」「ここを歩いてどのような商業施設が魅力的だと感じましたか。」というように、実際にある商業施設を指したり、想像してもらい利用者が魅力的だと感じる商業施設を調査した。

この絵という複雑系のデータは有力な参照データとなりうる。絵を覗こうとして足を止める人達は、調査員の質問に関して絵にどんな店を描いたらよいかを考える。自然な形で会話がはじまり、生(本音)の意見を得ることができるという利点を持つ。足を止めない人の意向はわからないが、絵のセンスがこの影響を軽減できると考えられるので調査者は、優れた絵を描く必要がある。

4.利用者の意向

調査結果を列挙する。

●10:00~12:15 (絵-1)

主婦:モダンな感じ。若い人が通らない。ビール亭は良い。木が多いから良いお店がかくれる。

若者(女):気楽にはいれるような店。

子連れの若い主婦:店の前を空けて喫茶店。オープンカフェ。

老人(男):飲みにくるお客さんが減った。

会社員(男):モダンなWhite Boxのような店が良い。

中年男性:ファッションもの。ペットショップ。

中年男性:奥座敷サウナのはいったところ(田町、中央町、柳町)は、飲み屋がはやる。駅前には暴力バーが多い。

中年男性:店は、はやらない。アパート、住宅が良い。

会社員(男):食べ物屋。川幅が狭い。

若者(女):外が良く見えるガラスばりの喫茶店。

●13:30~14:30 (絵-2)

老人(男):分からない、何でもいい。

主婦:魚がいて水がきれいだというイメージがある。だから、魚関係の店。

主婦:野性的な店。自然にとけこむ店。

老人(女):水車小屋。

若者(男):モダンな洋服店。

若者(女):オープンカフェ。

老人(男):木があればいい、そのために来ている。

●14:30~15:10 (絵-1)

主婦:はじめてきたので分からない。

子連れの若い主婦:いろんな新しい店ができていくけど分からない。

ここで商売している人:あまり儲かっていない。

●15:10~15:50 (絵-2)

老人(女):水車小屋。

老人(女):時計がついてきて、時を告げるときに人形が出てくる。

主婦:分からない。

子連れの若い主婦:洋服店。

若者(男):モダンな洋服店。

会社員(男):帰りに気軽に寄れる飲み屋。

老人(男):川があっても関係ない、影響ない。

●15:10~15:50 (絵—1)

主婦：田舎風。素朴。

子連れの若い主婦：分からない。

子連れの若い主婦：雑貨店。

子連れの若い主婦：喫茶店。おしゃれな店。

若者(男、女)：食べ物屋。風車の店。

若者(女、女)：ログハウス。石の具合に合わせた石づくりであまりがっしりしていない店。座るだけのあずまや。座って川をみたい。

5. 結論

本研究では、絵画ルアー法を使って西川緑道公園の利用者の好みを調査した。その分析の結果、以下のことが明らかになった。店の形容としてはモダン、ファッション、ログハウス、おしゃれ、田舎風、素朴、オープン、ガラス張り等のキーワード、業種としては洋服、雑貨、喫茶店、食べ物屋、飲み屋、ペットショップ、また具体的な店の名前としてビール亭、White Box, ROUND UPもあげられた。

絵画ルアー法は、絵の人の歩行をさえぎるような位置に腰掛けて尋ねると有効であることもわかった。

6. 今後の課題

絵画ルアー法は、調査員の絵が餌であり、その絵が調査対象者の結果への影響を調べることも重要である。平松²は、従来の科学から導かれる荒っぽく断片的な目標にとらわれないためにも、社会像を絵で描く方法を提案している。調査員自身も絵を描く学習は有意義であると考えているが、調査員の絵が結果に影響を与えることを否定できない。ただし複雑系のデータである絵を軽視し、単純に絵の分類をおこなうことは好ましくない。分類は混乱をもたらすこと³が多く、複雑なものは単純な要素に分類できるということは必ずしも正しくないからである。

参考文献

- (1)平松登志樹, 中村良夫(1989, 8) 親水空間のもつ商業的魅力の評価, 土木学会環境システム研究, No2, pp18-23
- (2)平松登志樹(1995.8) 便益計測手法の適用と社会像の結び付きに関する一考察, 土木学会環境システム研究, Vol.23, pp303-306
- (3)平松登志樹 (1995.10) 社会と環境の法則、近代文藝社