

京都大学大学院 学生員 安井 勝史
 京都大学工学部 正 員 戸田 常一
 京都大学大学院 学生員 阿部 宏史

1. はじめに

都市における諸活動の立地環境を評価する際には、各的に反映していると考えられるので、因子得点を用いて活動主体の評価に影響を与える種々の要因を事前に把握被験者をグルーピングすることにより、各評価項目に対し、評価にとり入れる必要がある。本研究では、これらして同一の評価意識をもつ被験者をまとめることができる。また因子負荷量を用いて各因子の内容を把握することにより、各グループの特徴を知ることができる。次に各被験者グループと各フェイスシート項目、各評価項目の満足度とのクロス集計を行ない、評価に影響を与える要因を検討する。フェイスシート項目とのクロス集計では被験者の性格の面から評価に影響を与える要因を抽出し、置かれている状況を反映すると考えられるので、満足度次に抽出した各要因が評価に対してどの程度の影響を与えるかを検討する。図-1に分析モデルの全体構成を示す。

2. 分析モデルの全体構成

本研究で用いる分析手法では、まず都市活動の立地環境に関するアンケート調査データを用いて、被験者による立地環境の評価に影響を与える種々の要因を抽出し、置かれている状況を反映すると考えられるので、満足度次に抽出した各要因が評価に対してどの程度の影響を与えるかを検討する。図-1に分析モデルの全体構成を示す。

分析に用いるアンケート票は、被験者の性格を問うフェイスシートと各評価項目に対する満足度、総合満足度と改善希望度に関する質問から成っている。最後に、各被験者グループごとに各評価項目のウエイトを算出し、抽出した影響要因が各項目のウエイトの大きさにどの程度の影響を与えるかを定量的に分析する。

3. アンケート調査データについて

本研究では、昭和54年10月に大阪府南部の高石・泉大津・泉佐野の三市において実施したアンケート調査データを用いる。アンケート調査は各商業施設の商店主に対して面接により行

(アンケート調査データ)

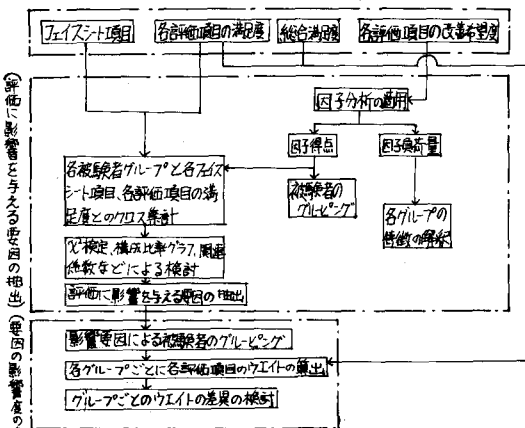


図-1 分析モデルの全体構成

表-1 アンケート票における質問項目

フェイスシートの質問項目	評価項目
・店舗の所在地 ・店舗の種類 ・店舗の性格 ・従業員数 ・開業年度	1.幹線道路からみた 自動車利用の便利さ 2.鉄道やバスの利用の便利さ 3.商店街としての客寄せ効果 4.店の前の道路での 歩行者の安全さ 5.周辺の住民の数からみた 顧客の得やすさ

4. 評価に影響する要因の抽出

まず、各評価項目の改善希望度のデータを用いて因子分析を行ない、固有値が1以上の2つの軸が得られた。

表-2より、I軸では項目3,4,5、II軸では項目4,2の因子負荷量が大きく、I軸は顧客関係、II軸は交通関係の軸であると解釈できる。また、因子得点を用い、各被験者を因子空間上にプロットしたものが図-2である。

この図では一定の傾向を直接的にとらえるのが困難なため、便宜上、因子得点の大きさに応じて図-2に示すように各被験者を4つのグループに分類した。

次に、これらの4つの被験者グループとフェイスシート項目や各評価項目の満足度とのクロス集計を行ない、各被験者グループと各項目との関連を検討した。表-3に各関連指標の値を示す。表3フェイスシート項目、各項目の満足度、統合満足度と各被験者グループとの関連性指標。

有意水準0.5%の χ^2 値では店の種類および従業員数以外の項目が評価に有意な影響を与える要因であることがわかる。特に各評価項目の満足度の関連性指標の値が大きく、各評価項目の現状は立地環境の評価に大きな影響を与えるものと考えられる。一例として、図-3に各評価項目に於ける各グループの満足度の分布を示す。

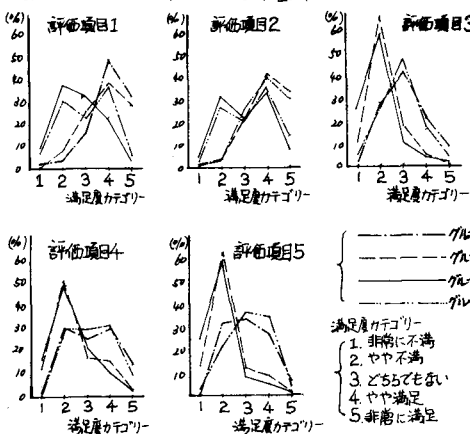


図-3 各グループにおける満足度分布

5. 要因の影響度の分析

以上の分析によって、立地環境の評価に影響を与えるいくつかの要因を抽出したが、ここでは特に各評価項目の満足度ととりあげ、これが評価に及ぼす影響の大きさを評価項目のウエイトを用いて検討する。

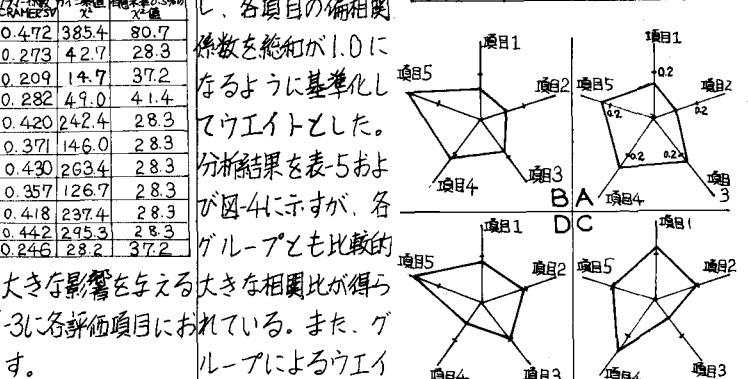
まず、各評価項目の満足度のパターンに応じて被験者をグループ化するが、すべてのパターンを考慮するとグループ数が膨大なものとなるため、先の因子分析の結果を考慮して、表-4に示す4つのグループに分類した。

表-4 満足度パターンに着目した被験者のグループ

グループ	特徴	人数	割合
A	顧客関係比較的高満足 交通関係比較的高満足	217	
B	顧客関係比較的高満足 交通関係比較的低満足	249	
C	顧客関係比較的低満足 交通関係比較的高満足	73	
D	顧客関係比較的低満足 交通関係比較的低満足	30	

表-5 数量化理論Ⅱ類による計算結果

グループ	A	B	C	D
相関比	0.78	0.64	0.71	0.75



交通関係の項目に不満なグループでは交通関係の項目のウエイトが相対的に大きくなっており、一方顧客関係の項目に不満なグループでは顧客関係の項目のウエイトがある程度大きくなっている。

6. おわりに

本研究では、立地環境評価に影響する要因の抽出と各要因の影響度を分析するための一手法を提案した。商業活動に関する実証的分析では、店の所在地、各評価項目の満足度などの影響要因が抽出されたが、各要因の影響度を把握するためには、満足度以外の要因についても実証的な検討を必要とする。