

IV - 36

長浜楽市を対象としたビジターの行動実際調査と分析

立命館大学理工学部

正 員 春名 攻

阪急電鉄株式会社

正 員 抱江卓哉

(株)長大・立命館大学大学院

○正 員 姫野勝一

1. はじめに

近年の地方都市（再）開発事業は、都市部への人口の集中及び地方部での過疎現象の解決、また内需拡大の進行等の社会的要請や社会の高度情報化が挙げられる。このような背景を受けて、①対象地の多様化に対応した計画内容自体の多様性、②対象地に適合した必要かつ最小限の導入施設機能の抽出をはじめとして、計画策定段階における多様かつ多項目の検討が求められている。これは、地域住民の意識（ニーズ）が多様化及び高度化としており、しかもその変化サイクルが短くなってきていることが一要因として挙げられる。

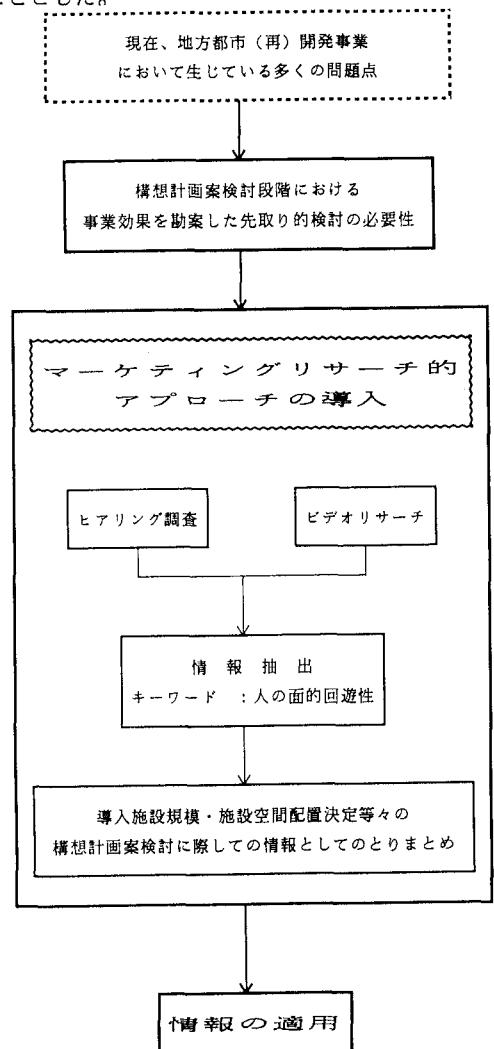
しかし、実際の開発事例ではこのような複雑な要素が絡み合った種々の検討を満足に行なうことができず、その開発目的が有効に達成されていない事業も少なからず見られる。そこで、本研究では、地方都市（再）開発計画案構想段階において、その計画目的である事業効果を念頭において先取りの検討を行なうことが、このような問題の解決の一助足り得ると考えた。

そのために、本研究の目的として、（再）開発事業計画の持つ多面的かつ階層的で複雑な検討作業を、構想計画段階において検討・整理し、これらに関わる有効な情報抽出を行なうことにより、事業実現性の高い計画案を策定するための方法論の構築を目指した。

2. 地方都市の（再）開発事業の構想計画策定のための方法論の考え方

構想計画案策定における本研究の概念のフローを図-1に示す。このような方法論を用いて、計画案を策定する際にマーケティングリサーチの考えを導

入することによって、対象地をライフスタイルの場とする地域住民のニーズや行動特性の把握を可能な限り行ない、より魅力的で集客性の高い地区・空間の構成といった課題に対する効率的な対処を目指すこととした。



【図-1 本研究の概念フロー図】

そのため本研究では、開発成功事例と呼ばれる開発地において、開発目的と（直接的・間接的）開発効果等々の、開発計画案策定に有効と思われるマーケティング要因や対象地の空間配置的要因等を明確化し、情報抽出すること（マーケティングリサーチ）を考えた。

そこで、より有効な計画情報抽出を目指した事例分析を、滋賀県長浜市の長浜楽市を対象として、ビデオリサーチ・ヒアリング調査を中心に行なった。これらを取りまとめ、「人の面的回遊性」の側面から、（再）開発計画事業際して一助となり得る情報の抽出をおこなった。すなわち、①地区集客力の検討（地域ポテンシャル、上位計画等々勘案した適切なニーズ把握）、②開発コンセプトの検討、③住民意識・公的意識の把握・検討、を目的とした。

ここで、本研究においては、対象フレームとして、二点を設定した。一点は対象地全域と対象地周辺地域との関連性の分析を行なうマクロ的視点による全体的評価とする。また、一点は対象地内でのレベルブロック、ゾーン間における関連性、さらにレベル内施設間の関連性の分析を行なうミクロ的視点による個別評価とした。前者の視点における分析から、周辺地域との機能的な関わりや、文化財によって評価する対象地の持つ地域（立地）ポテンシャルに関する情報の抽出をおこなった。このような情報をもとにして、構想計画段階において、対象地の導入機能設定に影響する開発コンセプトの設定等がよりの確に行なうことが可能であると考えた。また後者の視点における分析から、レベル機能の配置とレベル内施設機能の配置による人の回遊性に関する情報の抽出を目指した。このような情報を用いることによって、導入施設を十分に機能させるための人の回遊状態をイメージし、逆にレベル（ブロック）配置及びレベル内の機能施設配置を策定することが可能であると考えた。

3. 本研究の実際事例への適用方法

対象地における具体的な調査の方法については、以下のようにおこなった。（適用結果については、当日発表をおこなうものとする。）

（1）ヒアリング調査

ブレテストを行ない、あらかじめ対象地を機能別にブロック分割し（今回5分割された）、それぞれの中心施設を抽出し（計5ポイント）、これら施設前で行なった。調査の視点としては、施設複合度（施設種類、施設内容等々）、地区回遊魅力（人の動線把握等の面的広がり の考慮）、地区空間デザイン（施設空間デザイン、レイアウト、雰囲気）、周辺との関係（駐車場等の基盤施設、交通体型）とし、これらに対する意識及び被験者の属性の把握を目的として設計した。

（2）ビデオリサーチ

（1）ヒアリング調査と同地点において人の動線を観察して実態を捉え、これを分析することで施設相互間の関連性等々の情報を抽出することを目的として設計した。すなわち、人の表出行動及びその際の意識の把握を通じて、具体的・実証的な空間の使われ方や特性を、施設・施設間街路の充実度として考え、重回帰分析により、その構造の把握を試みた。このビデオ分析での分析視点は、a)買い物時間帯等の時間帯別の特殊性や普遍性の把握、b)移動目的別の移動人数比較、等々の属性別の移動主体別把握を考えた。そこで、人の動きを動線として記録し、対象地施設空間配置等の平面評価を行なうこととした。

4. おわりに

本研究では、地方都市における大規模商業集積地を対象とし、マーケティングリサーチ的考えのもとにヒアリング調査・ビデオリサーチを行ない、人の意識・行動特性を把握するとともに、将来の街に対するイメージや人の回遊動線等を把握し、構想計画案検討段階において先取りの検討を行なう際の一助となるような情報として取りまとめた。

これら計画情報から、地方都市における（再）開発コンセプトの明確化や、施設空間配置等の戦略的な計画内容の詳細検討を行ない、より合理的で有効な計画情報抽出方法が構築できるものと考ええる。