

# オフィス街におけるワーカーの生活行動と場所に関する研究\*

A study of worker's activities and places in a business district\*

仲英憲\*\*・松村暢彦\*\*\*・鳴海邦碩\*\*\*

By Hidenori NAKA\*\*, Nobuhiko MATSUMURA\*\*\* and Kunihiko NARUMI\*\*\*

## 1. はじめに

ライフスタイルの多様化にともない都市の重層性が増した結果、人々が多く訪れる都心部の持続的活性化の条件として、様々なライフスタイルに対応できるだけの多彩な場所を備えている事が必要となってくる。そのような認識のもと、本研究ではサードプレイスを中心に議論することにより、都市の持続的活性化について考察していく。サードプレイスとは、住む場所である第一の場所、働く場所である第二の場所に対し、それら以外の、遊び心に溢れ、家庭のように快適で楽しめる場所が第三の場所(Third Place)である。このサードプレイスがあることで人々は日々の生活を豊かに出来る可能性がある<sup>1)</sup>。

以上のような着眼点のもと、本研究では、特にワーカーのサードプレイスに焦点を当てる。ワーカーは毎日通勤生活を送り日々忙しい生活を営んでいるため、サードプレイスのような場所が必要であり、またその活動も活発であると考えられるからである。そこで、本研究では、都心部のオフィスに勤務するワーカーの職場近辺の生活行動と都心部の店舗の変容を把握することにより、ワーカーのサードプレイスの観点から都心の変容を考察することを目的とする。本研究では、ケーススタディーとして、大阪都心部の船場オフィス街を選定した。

## 2. 船場オフィス街の店舗分布変容調査

### (1) 調査の概要

大阪都心部の船場オフィス地区の喫茶店・カフェ及び飲食店の店舗分布の変容調査を住宅地図を用いて行った。調査年度は、1991年、1998年、2005年の3年である。調査範囲は、図-1の点線で囲った地域内である。この地域は歴史的にも深い魅力を持ったまちであり、南北の道



図-1 店舗分布調査対象範囲

を“筋”、東西の道を“通り”と言う。この地域の東に大阪城があったこともあり、過去は東西の通りを中心に栄えていたが、御堂筋の開通以後、南北の筋を中心としたまちに変遷してきた。今回の調査で選定した対象地区内の筋名は東から“三休橋筋”、“井池筋”、“心斎橋筋”、“御堂筋”、“御霊筋または佐野屋橋筋”、“魚の棚筋または渡辺筋”、“横堀筋”となっている。現在は、御堂筋がこの地区のメインストリートであり、堺筋や四ツ橋筋がそれに続く道になっている。

### (2) 喫茶店・カフェの店舗分布の変容

調査対象地域内での喫茶店・カフェの店舗数は、1991年が207店舗、1998年が170店舗、2005年が113店舗となった。1991年から2005の14年間で94店舗減少し、

\*キーワード：サードプレイス、ライフスタイルの多様化、都市の多重性

\*\*学生員、工修、大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻(吹田市山田丘 2-1、TEL06-6879-4079、FAX06-6879-4597)

\*\*\*正員、博士(工学)、大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻(吹田市山田丘 2-1、TEL06-6879-4079、FAX06-6879-4597)

表 - 1 喫茶店・カフェ店舗数内訳

階数	1991年 1998年 2005年			
	1F	109	87	69
	2F	14	14	6
地下	82	69	33	
合計	205	170	113	
チェーン店	全階	10	10	25

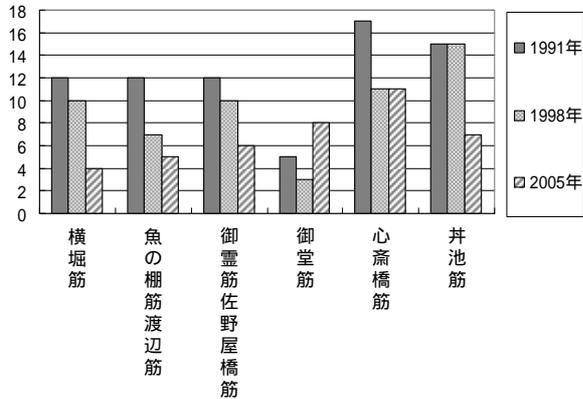


図 - 2 筋別 1F に立地する喫茶店・カフェの店舗数約半数になっていることが分かった(表 - 1)。さらに、階数別の立地割合では1階部分の立地割合が多くなってきている。加えて、1991年から2005年の間で喫茶店・カフェの店舗数は減少したにもかかわらず、チェーン店形式の喫茶店・カフェの店舗数は15店舗増加していることが分かった。

1階部分に立地する喫茶店・カフェの分布状況も大きく変容している。1991年では、大通りである御堂筋沿いに立地している喫茶店・カフェが最も少なく、その他の筋沿いに多く立地していたが、2005年になると、心斎橋筋や御堂筋といった、大通り付近に分布が集中してきている事が分かった(図 - 2)。なお、道ごとの店舗数の計測の仕方は、その道に接している店舗を計測した。街区の角にある店舗は、筋及び道両方で数に加えた。

また、1998年における新規店舗数は27店舗、2005年における新規店舗数は38店舗であった。総店舗数が大きく減少してきていることを考えると、1998年から2005年の間で喫茶店・カフェの店舗更新が大きかったと言える。

### (3) 飲食店の店舗分布の変容

調査対象地域での飲食店は、1991年が301店舗、1998年は298店舗、2005年は349店舗となった。1991年から1998年の間では、店舗数、各階数別の分布ともに大きな変化は見られなかった。しかし、1998年から2005年の間では、店舗数が51店舗増加して、その増加分のほとんどが1階部分の飲食店であることが分かった(表 - 2)。また、階数別の分布状況に関し

表 - 2 飲食店店舗数内訳

階数	1991年 1998年 2005年			
	1F	126	123	186
	2F	32	32	31
地下	144	144	137	
合計	301	298	349	

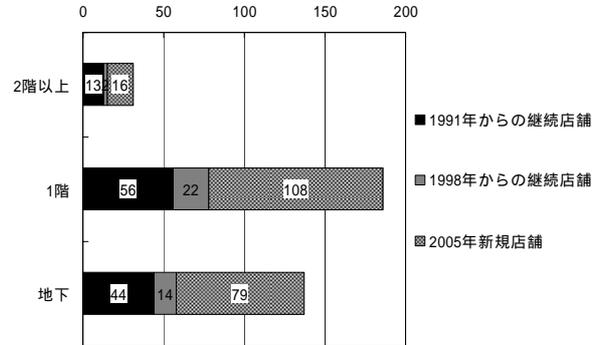


図 - 3 階数別の継続店舗と新規店舗の数

ては1991年から2005年を通して大きな変化は見られなかった。

また、1998年における新規店舗数は78店舗、2005年における新規店舗数は、199店舗であった。また、1998年から2005年の間に多くの新規店舗が出店しており、またそれらの新規店舗の割合はそれまでの継続店舗の割合と比べても高い数字である(図 - 3)。オフィス街のような場所では、飲食店が商業施設の中では多くの比重を占めるので、1998年から2005年の間でまちなみが大きく変わっていると考えられる。

## 3. 職場周辺におけるワーカーの生活行動調査

### (1) 調査の概要

船場オフィス街に勤務するワーカーを対象にして、職場周辺での生活行動に関するアンケート調査を行った。アンケートは路上での配布とNPO船場の会をメンバーの協力をえて、配布した。配布は2005年12月14日(水)~20日(火)にかけて行った。回収方法はすべて郵送により行った。配布枚数は870枚であり、有効回答数は353枚となった。アンケートでの回答者属性は以下の表 - 3のようになっている。

アンケートの設問項目は、オフィス街変容調査で取り上げた喫茶店・カフェ、飲食店の変容要因として考えられる事項についての設問、ワーカーの職場周辺でのサーブプレイスの把握、ワーカーが職場周辺に求める場所である。

表 - 3 アンケート回答者属性

個人属性		回答数	総数
性別	男性	223	63.2%
	女性	127	36.0%
	不明	3	0.8%
年齢	20代	56	15.9%
	30代	99	28.0%
	40代	82	23.2%
	50代	98	27.8%
	60代以上	17	4.8%
	不明	1	0.3%
現在の所属事業所の従業員数	10人以下	27	7.6%
	11人以上～50人未満	87	24.6%
	50人以上～100人未満	62	17.6%
	100人以上	176	49.9%
	不明	1	0.3%
10年前と現在の職場の違い	同じ	132	37.4%
	違う	157	44.5%
	不明	64	18.1%

(2) ワーカーの生活行動における喫茶店・カフェ及び飲食店の変容要因に関する考察

a) 業務関係における生活行動の変容

オフィス街において、ワーカーが業務関係で主に利用する施設としてオフィス、仕事の打ち合わせでオフィスのミーティングルーム、喫茶店・カフェ及び飲食店があると考えられる。これらの利用頻度は喫茶店・カフェ及び飲食店の変容の要因として考えられる。調査では、業務関係でのオフィスミーティングルーム、喫茶店・カフェ及び飲食店の最近約10年間で利用頻度がどのように変わったのか、また現在の利用頻度を尋ねた。

分析の結果、最近約10年間で業務関係での喫茶店・カフェ、飲食店を利用する頻度は減少してきており、自社や他社オフィスミーティングルームで打ち合わせを行うようになってきていることが分かった(図-4参照)。その理由として、仕事内容の変化、人間関係の変化といった事が多く挙げられた。また、近年の不況で経費削減を迫られていることも強く影響しているようである。

また、業務関係での現在のオフィスミーティングルーム、喫茶店・カフェ及び飲食店の利用頻度は、オフィスミーティングルームが最も頻度が高かった。オフィスミーティングルームを利用する頻度は月に2～3回程度以上利用する人は約80%であるのに対して、喫茶店・カフェ及び飲食店を月に2～3回程度以上利用する人はどちらとも25%程度であった。

b) 業務関係以外の生活行動の変容

ワーカーは、主に仕事終了後などに友人や知り合い、または一人で、職場周辺のお店に立寄っている。その

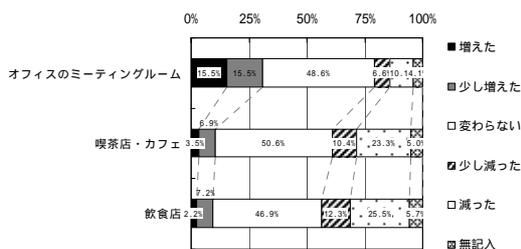


図 - 4 業務関係での各施設の利用頻度の変化

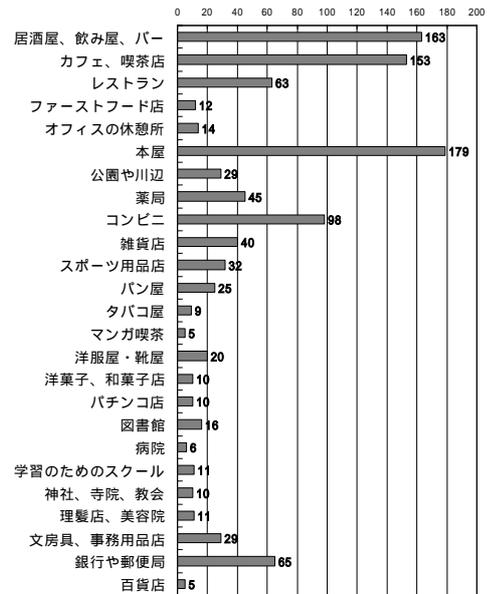


図 - 5 現在のサードプレイスの各施設回答数

ような行動においても、喫茶店・カフェ及び飲食店を多く利用していると考えられ、これらの施設の変容要因にも大きく関係していると考えられる。

(2) 職場周辺におけるワーカーのサードプレイス

職場周辺におけるワーカーのサードプレイスを、現在と約10年前について、具体的な施設名とそこでの効用や訪れる目的について調査を行った。

図-5は現在のサードプレイスとして挙げられた各施設の回答数である。居酒屋・飲み屋・バーや喫茶店・カフェなどの飲食店系の施設や本屋、コンビニが回答数の多い結果となった。

また、アンケートでは各施設での効用や訪れる目的について、次のような選択肢を用意した。用意した選択肢は、一人になれる、素の自分で気楽に人と会話できる、居心地が良い、仕事関係以外の知人や友人と会話を楽しみ、仕事の事を考えたりするがリラックスできる、上司や同期・他企業の人との会話を楽しみ、人との出会いがある、穏やかな気持ちになれる、職場に近い・帰宅途中にある、自分好みのものがある、生活上必要である、の11個である。以上の選択肢はサードプレイスの持つ特徴に対応する形になっている。サードプレイスの持つ特徴として、まず、その場所では社会的役割とは離れて楽しい会話が行われるということである。このために、もともとは知り合いでない客同士が仲良くなるなど、人間関係が拡張される。この特徴に対応する選択肢が、(素の自分で気楽に人と会話ができる、仕事関係以外の知人や友人との会話を楽しみ、上司や同期・他企業の人との会話を楽しみ、人との出会いがある)になる。もう一つのサードプレイスの特徴として、その場所では気分が開放

されるという精神的効用である。これに対応する選択肢は、(居心地が良い、仕事の事を考えたりするがリラックスできる、穏やかな気持ちになれる)である。他の選択肢の(職場に近い・帰宅途中にある、自分好みのものがある、生活上必要である)は、サードプレイスとしての重要な特徴以外で、その場所が他の場所よりも意味のある場所である事を示すことになる。残る(一人になれる)は、その場所での人数を把握するために用意した選択肢である。このように、サードプレイスの特徴から選択肢を分類した。回答は複数選択であるので、これら3種類に分類した選択肢の回答パターンによってサードプレイスの強さを把握できる。アンケートの結果で特徴的であったのは、居酒屋・飲み屋・バー、喫茶店・カフェが対人的な会話の楽しさ、精神的効用の両方を回答されることが多かった。さらに精神的効用のみに多く回答されたのは、喫茶店・カフェ、本屋が多かった。また選択肢一人になれる、の回答を多く得たのも喫茶店・カフェ、本屋であった。これらの場所はワーカーにとって職場周辺ではサードプレイスとして重要な場所であり、特に喫茶店・カフェは利用のされ方が多様であることが分かる。

また、約10年前のサードプレイスについても同様の分析を行った。こちらは全体の回答数は現在のサードプレイスと比べて大きく下がったが、現在のサードプレイスにおける結果とほぼ同様のものが得られた。

さらに約10年前のサードプレイスに関して、現在そこへ行かなくなった場所に関してはその理由を尋ねている。この結果を図-6に示す。これを見ると、理由として多いのは、その店(施設)が無くなった、職場が変わり行かなくなった、時間に余裕が無くなって行かなくなった、その店に行く必要が無くなった、などの不可抗力的理由や生活行動の変化によるものが多い。

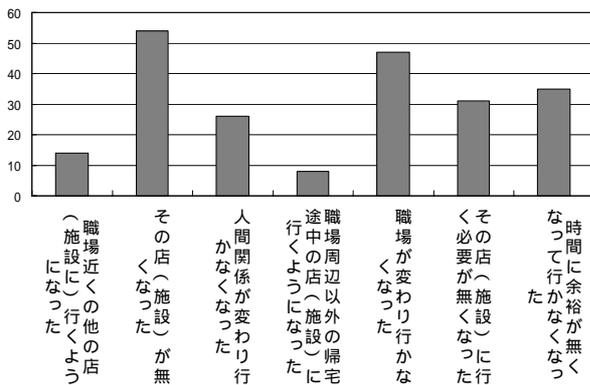


図-6 サードプレイスに行かなくなった理由

#### 4. 考察・提言・今後の展開

本研究では、まず、ワーカーへのアンケート調査によ

って、職場周辺でのワーカーのサードプレイスについて、その場所とそこでの効用及び目的について明らかにした。ここで回答数も多く、良い精神的効用のあるサードプレイスとして、飲み屋・居酒屋・バー、喫茶店・カフェ、レストランや本屋や公園や川辺などが挙げられた。特に、飲み屋・居酒屋・バー、喫茶店・カフェ、レストランなどの飲食店施設は、本研究で取り扱ったオフィス街のみならずその他の地域にとっても活性化を考える上で重要な位置付けになる場所であろう。このような事から、サードプレイスという観点からもこれら飲食店系の施設の質について問いただす事で都市の持続的活性化の知見が得られると考えられる。

また、業務関係での喫茶店・カフェの利用頻度の減少、店舗分布変容調査での喫茶店・カフェの総店舗の減少にも関わらずチェーン店形式の店舗は増加していることが明らかになった。ここから、個人経営店舗の喫茶店・カフェがチェーン店形式の店舗によって経営が圧迫されていることが示唆される。喫茶店・カフェはサードプレイスとして多くの回答を受け、そのチェーン店形式のものもサードプレイスとして挙げられたが、地域固有の魅力と持続的活性化の視点からは、個人経営店舗の継続と質の向上が今後の都心部再生において考慮していくべきと考えられる。

そのために、NPO まちづくり組織と商業店舗の連携、商業店舗の提供商品の質の向上に向けた教育の仕組みを構築していく必要があると言える。ここでは、NPO まちづくり組織には、時代のトレンドといった事から、学術的な知見を商業店舗に伝え、まち全体として持続的活性化に取り組むための中心的な役割を担うことを期待したい。そのような連携の中で、地域商品の開発などの新たな活動が生まれてくる可能性も考えられる。

またさらに、喫茶店・カフェの店舗分布調査で、大通りに分布が集中しているという傾向が見て取れた。これは裏道のような場所では魅力が失われてしまっている可能性が高い。しかし、逆に裏道のような場所に魅力があれば、まちとしての深い魅力に繋がる。このような問題を解決していくことも今後重要であると考えられる。

本研究では、ワーカーのサードプレイスのみに焦点を当てたが、今後の展開として、ワーカー以外の人々のサードプレイスについても研究を行う事が必要であると考えられる。また、上記で挙げたような提案や課題を解決し行動に移るために必要な具体的な方策についても考えていくことが望まれる。

#### 参考文献

1) 林田大作, 「都市生活においてオフィスワーカーが構築する『場所』に関する環境行動論的研究」, 2004