

連結型まち案内メディアの構築に関する基礎的研究

一回遊行動の相に応じた来街者の分類－

Fundamental Study on Visitor Needs for Area*

－View on Visitor's Phase－

野瀬 泰佑**・内田 敬***

By Taisuke NOSE**・Takashi UCHIDA***

1 はじめに

近年、都市機能の郊外化に伴って、中心市街地が衰退傾向にある。その背景として、Door to Door で移動可能な自動車の普及と多様なニーズに応える施設の郊外化により、中心市街地の重要性が薄れていることにある。

中心市街地の魅力は、多様な主体により形成される空間を、様々な状況に置かれた来街者が、自らの目的、およびそれと一致する施設を探し、それを実行することのくり返し、つまり回遊行動にあると考えられる。回遊行動を行う際は、来街者自身のニーズに適う情報の取得が必要であり、情報の有用性と取得容易性が重要である¹⁾。

街を案内するメディアには案内板やガイドブックなど多数あるものの、これらが相互関係を持っておらず、来街者が一貫した情報の取得が行いにくい。来街者が回遊行動において、街の情報を手に入れることができるようにするには、体系だったサインシステムの構築が必要であると考えられる。さらに、来街者のニーズ、街の魅力、およびこれらをつなぐプロトコルとなる案内メディアの三者を分類し、それらの相互関係を把握することが回遊行動を促すために、まず必要であると考えられる。また、その案内が単発的であると、来街者への印象が薄く、街情報の提供に有効でないと考えられることから、案内板の配置間隔を検討することも重要である。

そこで本研究はこれら三者のうち、来街者のニーズ、および案内メディアを分類し、その相互関係を把握することで、来街者にとって有益な情報提供システムのあり方を検討することすることを目的とする。検討結果をもとに案内板を作成し、これらの配置間隔を来街者の関心の観点から検討することも目的とする。

*Key Words : 案内システム, 回遊行動, 来街者ニーズ

**学生員, 大阪市立大学大学院工学研究科

(大阪市住吉区杉本3-3-138,

TEL06-6605-2731, FAX06-6605-3077)

***正員, 博 (工) 大阪市立大学大学院工学研究科

(uchida@civil.eng.osaka-cu.ac.jp)

2 研究のフロー

本研究では、来街者と案内メディアを以下の観点で分類する。

・ 来街者の分類

来街者の個人属性に加えて、案内システムに対する着眼点や来街目的など、来街者の意識も加えて分類する。

・ 案内メディアの分類

案内板を役割や対象から分類するとともに、写真や文字のような案内板の構成要素についてもその役割を示す。

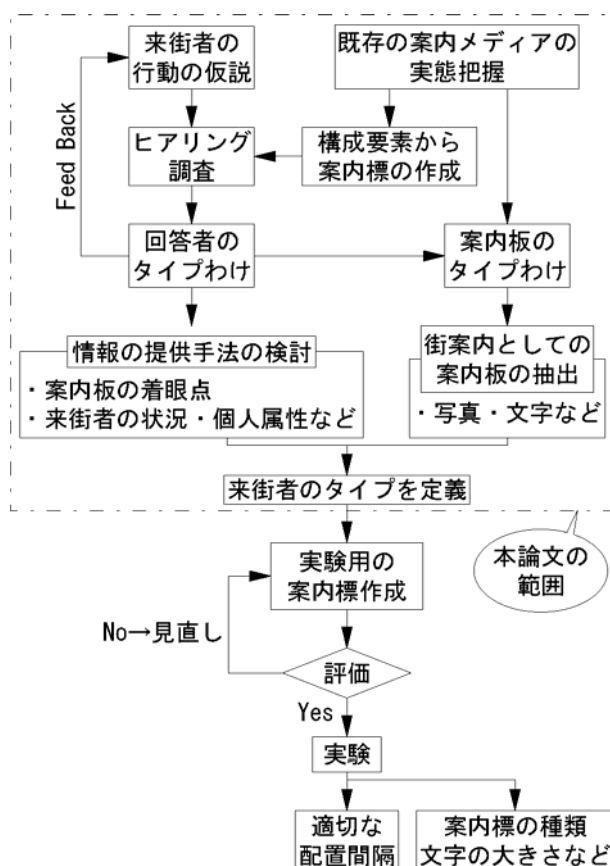


図1 研究のフロー

研究のフローを図1に示す。このうち、来街者を分類する手順について以下に述べる。

・案内板の実態把握と案内標の作成

街を案内するための案内板や雑誌などをもとに、来街者に対して案内する案内板の構成要素を分類し、それら構成要素を組み合わせて仮の案内標を作成する。

・ヒアリング調査

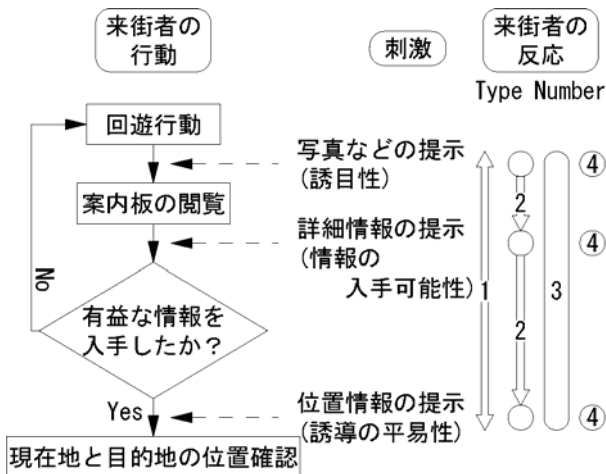
来街者を対象として上述の案内標をみてもらい、「どの案内標にどのような印象を抱いたか(回答1)」、「その案内標で最低限必要な要素はどれか(回答2)」の2項目を理由も含めてヒアリング調査により把握する。

・来街者の分類

以上より、来街者の回答をもとに来街者の分類を行い、それぞれのタイプがどのような案内標、および案内の構成要素に着目しているのかを考察する。同時に、案内標に取り入れた構成要素の組み合わせから案内標の分類を行い、来街者のタイプとの関連づけを行う。

3 来街者の行動の概念

回遊行動において、まち案内による刺激は来街者の行動に何らかの影響を与えると考えられることから、それぞれの関係を概念としてまとめた(図2)。これをもとに来街者の反応が回遊行動や案内の刺激のどの相に該当するかをヒアリング調査により検討する。



備考 来街者の反応の数字は表2の来街者のタイプ

図2 来街者の行動と来街者の反応の関係

4 案内板の分類・ヒアリング調査

(1) 案内板の分類

本研究では、来街者が着目する案内板の構成要素に基づいて分類する。そのため、街を案内する様々なメディアが「何」を「どのように」使っているか調査した(表1)。次に、これらの分類において来街者への案内という観点から有用であると考えた構成要素の組み合わせをもとに、案内板(案内標)を10案作成した。

表1 案内板の構成要素

構成要素	概要	
写真	外観	施設の外観や街の雰囲気など外部の写真
	内装	施設の内装の写真
	商品	施設で取り扱っている商品の写真
文字	業種	キーワードベースで表される業種
	施設の解説	施設の具体的な業務内容などの解説
	商品の解説	施設で取り扱っている商品の解説
	住所	施設の住所
	電話番号	施設の電話番号
	地図	施設などを含む周辺の地図

(2) ヒアリング調査

本研究では来街者をいかに地区内の回遊行動に引き留めるのかということに焦点を当てる。そこで、大阪市新世界地区の来街者を対象とするヒアリング調査を2005年11月から休日に随時実施した。当該地区は難波や天王寺などのターミナルが近いことによる通過交通や、観光目的の来街者などが多いことから、様々な状況におかれた来街者がみられる。特に休日はこのような傾向が強い。

(3) ヒアリング結果(2005年6月現在)

ヒアリング調査は24人から有効な回答が得られた。第一段階として、これから来街者を4種類に分類した。それぞれのタイプの着眼点を図2の「来街者の反応」の欄に示すとともに、各タイプの特徴を表2にまとめた。

表2 来街者のタイプ

T	概要	人数
1	目についた案内標を総合的に見て、有益な情報を取得するタイプ	5
2	ある段階の案内に着目してから、次の段階の案内に着目して、情報を取得するタイプ	4
3	案内板全体の雰囲気を評価するタイプ	10
4	案内板のある要素に着目して、回答者が必要としている情報を取得するタイプ	5

備考: T印=来街者のType Number

5 まとめ

本論文では、来街者の行動と案内の構成要素による刺激の相互関係から来街者の反応を把握することで、来街者が各段階でどのような情報を必要としているかを分類することができた。今後は、この結果をもとに来街者のどの状況でいかなる情報提供を行うことが、有用であるかということを検討し、これをもとに案内板の整備手法のあり方を検討する。

<参考文献>

1) 内田 敬: 「移動手段から交流装置へ」、近畿都市学会学術雑誌『都市研究』第4号, pp.31-35, 2005.