

まち歩き調査による 中心市街地構成要素の認識に関する研究

鈴木 雄¹・日野 智²・安藤 晃太³・高橋 将輝⁴

¹正会員 秋田大学大学院 工学資源学研究科 (〒010-8502 秋田県秋田市手形学園町1-1)
E-mail:yusuzuki@gipc.akita-u.ac.jp

²正会員 秋田大学大学院 工学資源学研究科 (〒010-8502 秋田県秋田市手形学園町1-1)
E-mail:hino@gipc.akita-u.ac.jp

³正会員 秋田県秋田地域振興局建設部企画調査課 (〒010-0951 秋田市山王4丁目1番2号)
E-mail: Ando-Kota@pref.akita.lg.jp

⁴正会員 旭川市水道局上下水道部水道施設課水道建設係 (〒070-0041 北海道旭川市上常盤町1丁目)
E-mail: mas_takahashi@city.asahikawa.hokkaido.jp

本研究では、中心市街地らしさの認識に着目し分析を行った。中心市街地らしさを認識することは中心市街地を訪問した人の行動へも影響すると考えられる。本研究では、被験者に実際に中心市街地を歩いてもらいその評価を行うことで、中心市街地構成要素の分析を行った。分析の結果、中心市街地の認識範囲は中心市街地での行動範囲と相関があることが明らかとなった。また、中心市街地への満足度が中心市街地の認識範囲や行動範囲に影響していることも明らかとなった。同じ中心市街地内の通りであっても、中心市街地らしいと感じる通りと、良好な景観であると感じる通りが存在する。中心市街地への評価として「中心市街地らしさ」や「景観の良好さ」が挙げられ、これらへ影響する要素はそれぞれ異なることが示された。また、中心市街地らしさを認識するための要素やその連続性・配置が明らかとなった。

Key Words : *recognition of elements of urban center , consciousness survey and analysis*

1. はじめに

(1)研究の背景と目的

近年、地方都市中心市街地では来街者の減少や空洞化が多くみられる。中心市街地を訪問することは、普段の生活では得られない非常を感じたり、散策をしながら街独特の雰囲気を感じられる機会である。これらの非常や特有の雰囲気は、郊外の大型商業施設や生活圏のスーパーへの訪問では得られない経験だと考えられる。中心市街地において、中心市街地らしさを演出することは、来街者の満足度を上げることや、再訪意識を高めるためには非常に重要である。また中心市街地だと認識する範囲が、中心市街地内での移動範囲などの来街者行動へも影響するものと考えられる。そこで本研究では、中心市街地らしさを構成する要素に着目した。秋田県秋田市を対象に、住民へのアンケート調査および実際のまち歩き時の印象調査から、中心市街地のイメージや中心市街地を構成する要素を把握することを目的とする。

(2)本研究の特徴

これまでも、中心市街地の景観評価や印象評価に着目した既存研究は少なくない。商店街の活性化に対する魅力の要因を店舗の特徴から導出しているもの¹⁾や、都市のイメージと構成要素を構造物・都市施設に加えてイベントや歴史から分析したもの²⁾がある。しかし、これらの研究は良好な景観や、景観整備による行動への影響を調査したものが多く、人々が中心市街地らしいと感じる要素や印象についての把握は行われていない。本研究では、「中心市街地らしさ」および「景観の良好さ」の観点から中心市街地のイメージと要素の関連性を分析することを特徴とする。

2. アンケート調査およびまち歩き調査の実施

(1)調査対象地の概要

本研究が対象とする秋田県秋田市は、秋田県沿岸地域

中央部に位置し、905.67km²の市域を有する。人口は平成27年1月1日現在で約31万8千人である。秋田市では、平成26年6月で終了した秋田市中心市街地活性化基本計画においてJR秋田駅を含む1.19km²を中心市街地としている。中心市街地活性化基本計画では、歩行者交通量の増加をめざし中通一丁目に交流の拠点センターである「エリアなかいち」が建設されている。その結果、JR秋田駅から「エリアなかいち」に向かう仲小路の歩行者・自転車通行量が整備前年度の約2倍に増加した。

(2)調査の概要

本研究では、中心市街地構成要素と中心市街地の認識範囲・行動範囲の把握を行うために秋田市の新屋地区・保戸野地区・外旭川地区および大学生に対してアンケート調査を実施した。また、さらに詳細な中心市街地の構成要素の分析のため、秋田市中心市街地の主要な4本の通りを対象とし大学生23名に実際にまち歩きをさせ、気になる要素をその都度カメラで撮影してもらっている。また、その要素について感じたことを記入してもらっている。1つの通りの調査が終了するごとに、通りに対する印象を評価するイメージ調査も実施した。

秋田市の住民および大学生に行ったアンケート調査の概要を表-1に示す。また、まち歩き調査の概要を表-2および図-1に示す。

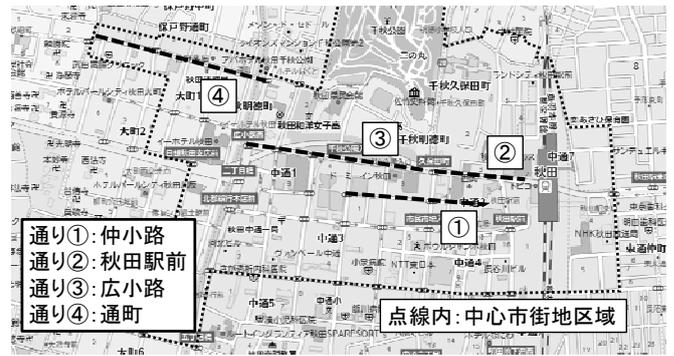


図-1 まち歩き調査の対象地

表-1 アンケート調査の概要

被験者	住民 新屋・保戸野・外旭川	学生 秋田大学学生
調査日	平成25年12月27日	平成26年1月14,15日
調査方法	投函配布・郵送回収	直接配布・直接回収
配布・回収	390世帯 780票配布 157世帯 239票回収	98票配布 98票回収
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> 個人属性 中心市街地の認識範囲・行動範囲 秋田市中心市街地の満足度 中心市街地の構成要素 	<ul style="list-style-type: none"> 個人属性 中心市街地の認識範囲・行動範囲 中心市街地の写真へのSD法によるイメージ調査

表-2 まち歩き調査の概要

調査日	平成26年11月21日	平成26年11月28日
調査人数	12名	11名
調査対象	秋田大学大学生	
主な調査内容	<ul style="list-style-type: none"> 通りで気になった要素をカメラ撮影 通りの印象評価 	
調査地	仲小路：JR秋田駅と「エリアなかいち」を結ぶ 秋田駅前：商業施設やホテルが立ち並ぶ 広小路：通りの北側に堀が面している 通町：歴史的に整備された商店街で歩道が広く電線の地中化がされている	

3. 中心市街地を構成する要素

(1)中心市街地の認識範囲と行動範囲

中心市街地の認識範囲と行動範囲の分析を行う。住民および学生へのアンケート調査から、中心市街地だと思える範囲と中心市街地を訪問した際の行動範囲を地図上に記入してもらっている。これらのデータを集計し中心市街地の認識範囲と行動範囲の平均値を50mメッシュ毎に算出した。認識範囲を図-2に、行動範囲を図-3に示す。認識範囲をみると、平成24年に建設された交流の拠点センターである「エリアなかいち」まで中心市街地であると認識されていることがわかる。一方で、行動範囲をみると、「エリアなかいち」まで行動している被験者は少なく、JR秋田駅前の商業施設群を中心に行動していることがわかる。中心市街地の認識範囲の平均値は1.34km²、行動範囲の平均値は0.733km²となり、認識範囲の方がやや広い結果となった。

次に、中心市街地の認識範囲と行動範囲の関係についての分析を行う。各被験者のデータについて中心市街地の認識範囲を横軸に、行動範囲を縦軸に取ったものを図-4に示す。近似曲線の決定係数は0.095となり低いものの、全体的に中心市街地の認識範囲が広い被験者ほど行動範囲も広い傾向にある。

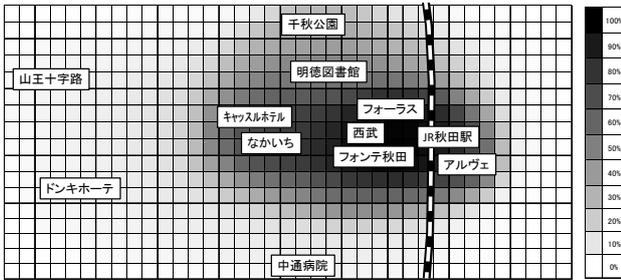


図-2 中心市街地の認識範囲

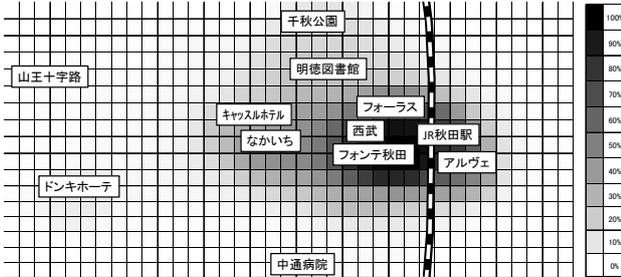


図-3 中心市街地の行動範囲

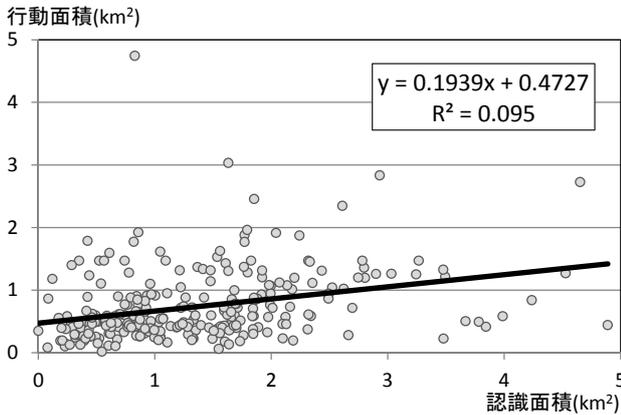


図-4 中心市街地の認識範囲と行動範囲の関係

表-3 属性による中心市街地での行動範囲の差

n	M	SD	n	M	SD	t値
滞在時間2時間未満			滞在時間2時間以上			2.67 **
82	251.9	196.7	87	332.0	193.1	
用事の決まっていない来街なし			用事の決まっている来街あり			1.72 *
119	298.7	192.5	69	350.5	209.1	

n: サンプル数 M: 平均 SD: 標準偏差 *p<0.05 **p<0.01

表-4 中心市街地への満足度による認識範囲・行動範囲の差

	n	M	SD	n	M	SD	t値
	満足			満足以外			
店舗の連続性・配置(行動面積)	46	358.2	222.4	140	302.3	187.1	1.68 *
人通り・にぎわい(行動面積)	22	411.5	215.3	167	307.5	194.3	2.33 *
人通り・にぎわい(認識面積)	22	747.4	366.1	168	601.8	353.3	1.81 *

n: サンプル数 M: 平均 SD: 標準偏差 *p<0.05 **p<0.01

次に、中心市街地を訪問する際の属性において行動範囲の差の分析を行う(表-3)。滞在時間が2時間未満の被験者と滞在時間が2時間以上の被験者を比較した結果、滞在時間が2時間以上の被験者の方が行動範囲が広く、統計的に有意な差がみられた。また、用事の決まってい

表-5 中心市街地の構成要素の抽出因子

中心市街地の構成要素	平均点	因子1	因子2	因子3
街灯が多いこと	0.97	0.787	0.105	0.181
整えられた線があること	0.80	0.765	-0.017	0.083
雨に濡れないで移動できること	0.88	0.664	0.106	0.365
休憩スペースがあること	0.89	0.651	-0.125	0.313
アーケードでつながっていること	0.90	0.644	0.114	0.290
ガラス張りの店舗があること	0.56	0.637	0.370	0.090
歩行者天国があること	0.79	0.606	0.239	0.196
オープンカフェがあること	0.55	0.561	0.281	0.358
車の通行量多いこと	-0.14	0.043	0.845	0.127
いろいろな音がすること	-0.17	0.108	0.832	0.199
駅前店と名前がついた店舗があること	-0.41	0.124	0.730	0.115
高い建物があること	-0.61	-0.039	0.703	0.180
食べ物のおいがすること	-0.31	0.255	0.673	0.115
軒先に商品が並べられた店があること	0.22	0.446	0.556	0.162
カラフルな看板があること	0.12	0.179	0.555	0.484
いろんな方向に人が移動していること	0.86	0.191	0.238	0.815
道の両側に店があること	0.98	0.267	0.247	0.759
人通りが多いこと	0.91	0.352	0.120	0.679
店舗が連続していること	0.90	0.475	0.252	0.527
石畳の歩道があること	0.31	0.497	0.418	0.030
固有値	7.884	2.571	1.233	
寄与率	39.4%	12.9%	6.2%	
累積寄与率	39.4%	52.3%	58.4%	
因子1: 滞在のここよさと楽しさ				
因子2: 五感への刺激				
因子3: 人の動きにぎわい				

ない来街をしない被験者と用事の決まっていない来街をする被験者を比較した結果、用事の決まっていない来街をする被験者の方が行動範囲が広く、統計的に有意な差がみられた。次に、中心市街地への満足度による中心市街地の認識範囲と行動範囲の分析を行った(表-4)。店舗の連続性や配置に満足している被験者は、満足していない被験者よりも行動範囲が広く、両者の間に統計的に有意な差がみられた。また、人通りや街のにぎわいに満足している被験者は、満足していない被験者よりも中心市街地の認識範囲および行動範囲が広く、両者の間に統計的に有意な差がみられた。中心市街地の満足度が中心市街地の認識範囲や中心市街地内での行動範囲に影響していることがわかる。

(2) 中心市街地を構成する要素

中心市街地らしさを構成する要素の把握を行う。アンケートで使用する中心市街地らしさを構成する要素の項目は、大学生 26 名を対象行った KJ 法によって選定を行っている。合計 396 のフリーワードが集められ、その中から 20 項目の選定を行った。住民および学生に行ったアンケート調査では、20 項目について中心市街地に来たと思えるかどうかを「かなりそう思う」「そう思う」「やや思う」「どちらともいえない」「あまり思わない」「思わない」「全然思わない」の 7 段階で評価をされている。「かなりそう思う」を+3 点、「全然思わない」を-3 点として点数を割り付け、その平均点を算出した。算出した平均点と、構成要素について因子分析を行った結果を表-5 に示す。平均点をみると「道の両側に店があること」や「街灯が多いこと」、「人通りが多いこと」などの点数が高く、これらの項目が中心市

街地らしさを構成しているといえる。中心市街地を構成する要素について因子分析を行った結果、第 1 因子は「街灯が多いこと」や「整えられた緑があること」などの因子負荷量が高く、「滞在のこちよさと楽しさ」と名前を付けた。また、第 2 因子は「車の通行量が多いこと」や「いろいろな音がすること」の因子負荷量が高く、「五感への刺激」と名前を付けた。第 3 因子は「いろいろな方向に人が移動していること」や「道の両側に店があること」の因子負荷量が高く、「人の動きとにぎわい」と名前を付けた。中心市街地らしさはこれらの因子によって構成されているといえる。

4. まち歩き調査での中心市街地への意識の把握

本研究では、中心市街地の構成要素の把握のために、秋田市中心市街地の主要な 4 本の通りを対象とし大学生 23 名に実際にまち歩きをさせ、気になる要素をその都度カメラで撮影してもらっている。

(1)被験者の属性

まち歩き調査に参加した被験者の基本属性を示す。被験者の中心市街地への訪問頻度を図-5 に、中心市街地への訪問手段を図-6 に示す。訪問頻度では、月に数回訪問する被験者の割合がもっとも高い。また、訪問手段では被験者全員が大学生であることから、8割以上が自

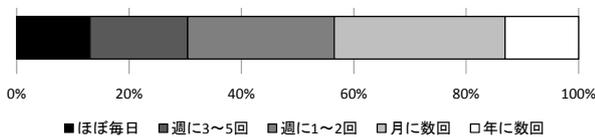


図-5 中心市街地への訪問頻度

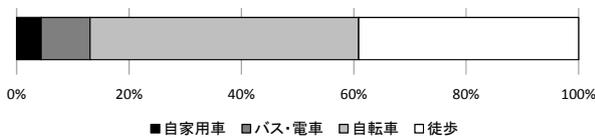


図-6 中心市街地への訪問手段

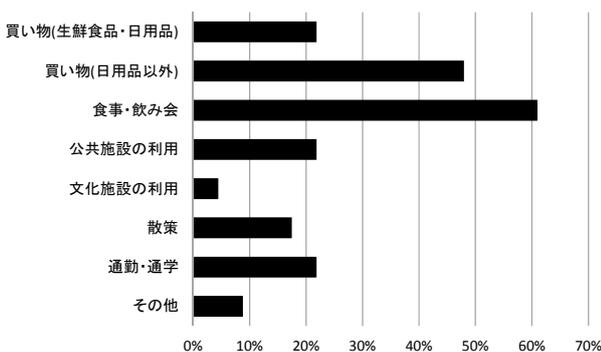


図-7 中心市街地への訪問目的 (複数回答)

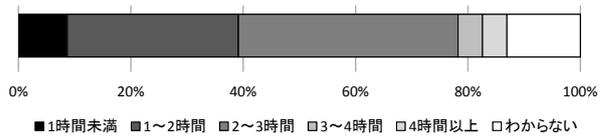


図-8 中心市街地での滞在時間

転車および徒歩での訪問である。次に、被験者の中心市街地への訪問目的を図-7 に、被験者の中心市街地での普段の滞在時間を図-8 に示す。訪問目的では食事・飲み会の割合が高く約 60%となっている。次いで買い物(日用品以外)の割合が高く約 50%となっている。滞在時間をみると 2~3 時間や 1~2 時間と回答した被験者の割合が高い。自家用車による訪問が少ないため、駐車料金に影響されず、目的に合わせて滞在しているものと考えられる。

(2)中心市街地に対するイメージ

本研究では、中心市街地の 4 本の通りの印象の把握を行うために SD 法による分析を行った。各通りの SD 法による評価を図-9 に示す。仲小路は、オシャレで新しく、きれいなイメージである。秋田駅前は、活気があり立体的であるが、醜いイメージである。広小路は、つまらなく、地味で古いイメージである。通町は、個性的で広く、好きなイメージである。以上により、同じ中心市街地であっても、通りのイメージは大きく異なっていることがわかる。

また、中心市街地のイメージの因子を抽出するため、因子分析を行った(表-6)。各因子について因子負荷量が 0.5 以上の項目に着目すると、4 本の通り全てにおいて第 1 因子は「明るさ」「都会」「活気」などの項目で

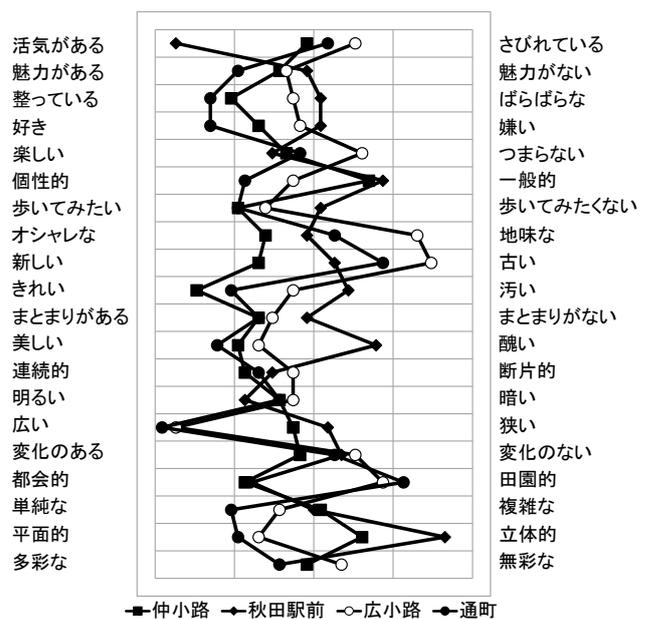


図-9 SD法による各通りの評価

因子負荷量が高く、「中心市街地の非日常性」と名付けた。また仲小路、広小路の第2因子、秋田駅前、通町の第3因子は「オシャレ」「多彩」「美しさ」などの項目で因子負荷量が高く、「街並みのデザイン」と名付けた。さらに、秋田駅前、通町の第2因子、仲小路、広小路の第3因子は「まとまり」「調和」「単純」などの項目で因子負荷量が高く、「街並みの統一性」と名付けた。中心市街地を構成するイメージとして、これらの3因子から解釈されるといえる。

また、各通りへの意識として「また来てみたい」や「建物の配置や色が良好である」などの13項目についての評価も質問している。4本の通りについて「そう思う」から「そう思わない」までの5段階で評価してもらっている。そのうち「そう思う」「ややそう思う」と回答した被験者の割合を図-10に示す。仲小路では、落ち着いている印象があり、にぎやかであるとはいえないようである。秋田駅前には、にぎやかで人の動きを感じる印

象である。しかし、建物の配置や色は良好ではなく、快適には過ごせないと感じている。これは秋田駅に最も近い通りであり、商業施設やホテルが並ぶが、古今の建物が混在しているためであると考えられる。広小路は、緑を感じ、開放的である印象である。しかし、買い物したいとは感じていない。これは通りが堀に面していることから、買い物を楽しむよりも景色を楽しむ場所と感じているものと推測される。通町は非常に落ち着いていて地域の特色を感じるようである。これは通町が歴史的・伝統的な街路整備が行われたためであると考えられる。しかしながら、人の動きは感じられないようである。

次に、各通りの中心市街地らしさと景観の良好さについての分析を行う。4本の通りについて「中心市街地らしさ」、「景観の良好さ」の印象を質問している。横軸に「中心市街地らしさ」、縦軸に「景観の良好さ」をとり、プロットしたものを図-11に示す。被験者は仲小路を中心市街地らしいと感じている。秋田駅前には良好な景色とはいえないが、中心市街地らしさがあると感じている。広小路や通町は中心市街地らしくないが、良好な景

表-6 中心市街地のイメージの抽出因子

仲小路				秋田駅前			
SD項目	因子1	因子2	因子3	SD項目	因子1	因子2	因子3
明るさ	0.80	0.15	0.12	活気	0.84	0.20	-0.26
都会	0.73	0.12	0.09	明るさ	0.76	0.48	0.01
活気	0.70	0.00	-0.33	変化	0.72	-0.05	0.19
魅力	0.63	0.33	-0.08	多彩	0.71	-0.15	0.00
調和	0.58	0.00	0.21	都会	0.70	0.40	-0.15
新しさ	0.53	0.13	0.08	楽しさ	0.65	0.06	-0.36
オシャレ	0.24	0.79	0.20	歩きたさ	0.64	0.04	-0.03
変化	0.09	0.77	-0.25	個性	0.53	0.02	0.23
個性	0.07	0.70	-0.04	魅力	0.51	0.32	-0.31
多彩	0.63	0.68	-0.13	調和	-0.05	0.71	0.00
まとまり	0.08	-0.14	0.89	まとまり	-0.23	0.59	0.11
連続	0.35	0.18	0.68	単純	-0.54	0.54	-0.65
単純	-0.25	0.08	0.62	オシャレ	0.35	0.53	-0.07
美しさ	0.04	-0.11	0.40	美しさ	0.05	0.70	0.71
きれいさ	0.17	-0.08	0.39	きれいさ	-0.04	0.18	0.38
広さ	0.17	0.12	0.07	広さ	-0.02	0.03	0.35
好み	0.12	0.25	0.03	新しさ	0.48	0.36	0.17
平面	-0.29	0.01	0.03	好み	0.08	0.49	0.11
楽しさ	0.39	0.28	0.02	連続	0.17	0.50	0.08
歩きたさ	0.37	0.47	0.00	平面	-0.51	0.26	-0.06
固有値	3.79	2.77	2.27	固有値	5.16	3.19	1.67
寄与率	18.97%	13.87%	11.35%	寄与率	25.82%	15.94%	8.34%
累積寄与率	18.97%	32.85%	44.19%	累積寄与率	25.82%	41.76%	50.10%

広小路				通町			
SD項目	因子1	因子2	因子3	SD項目	因子1	因子2	因子3
オシャレ	0.77	0.40	-0.07	明るさ	0.97	0.08	0.24
楽しさ	0.70	0.56	0.14	好み	0.81	0.46	-0.29
多彩	0.70	0.23	-0.04	魅力	0.78	0.35	-0.38
明るさ	0.68	0.29	0.43	活気	0.77	0.16	0.08
活気	0.63	0.02	0.03	楽しさ	0.76	0.24	-0.28
都会	0.63	0.04	0.11	変化	0.72	-0.24	-0.08
変化	0.61	0.03	-0.04	オシャレ	0.67	0.29	0.28
魅力	0.53	0.46	0.38	歩きたさ	0.63	0.28	-0.46
きれいさ	-0.34	0.94	-0.03	都会	0.61	0.22	0.17
美しさ	0.26	0.72	-0.10	多彩	0.60	0.16	0.12
好み	0.43	0.52	0.30	新しさ	0.54	0.32	0.36
連続	-0.05	-0.20	0.98	まとまり	0.03	0.86	0.15
調和	0.28	0.16	0.78	きれいさ	0.53	0.73	0.06
まとまり	0.08	0.00	0.60	調和	0.36	0.66	0.11
単純	-0.38	0.06	0.35	広さ	0.41	0.51	-0.10
個性	0.47	-0.18	0.28	連続	0.05	0.21	0.60
歩きたさ	0.43	0.41	0.21	単純	-0.44	0.06	-0.02
新しさ	0.48	0.31	0.10	平面	-0.10	0.26	-0.04
広さ	0.02	0.49	-0.04	美しさ	0.43	0.40	-0.22
平面	-0.48	0.05	-0.13	個性	-0.06	0.13	-0.60
固有値	4.97	3.11	2.67	固有値	6.75	3.07	1.66
寄与率	24.84%	15.53%	13.35%	寄与率	33.77%	15.33%	8.32%
累積寄与率	24.84%	40.36%	53.71%	累積寄与率	33.77%	49.10%	57.42%

	第1因子	第2因子	第3因子
仲小路	中心市街地の非日常性	街並みのデザイン	街並みの統一性
秋田駅前	中心市街地の非日常性	街並みの統一性	街並みのデザイン
広小路	中心市街地の非日常性	街並みのデザイン	街並みの統一性
通町	中心市街地の非日常性	街並みの統一性	街並みのデザイン

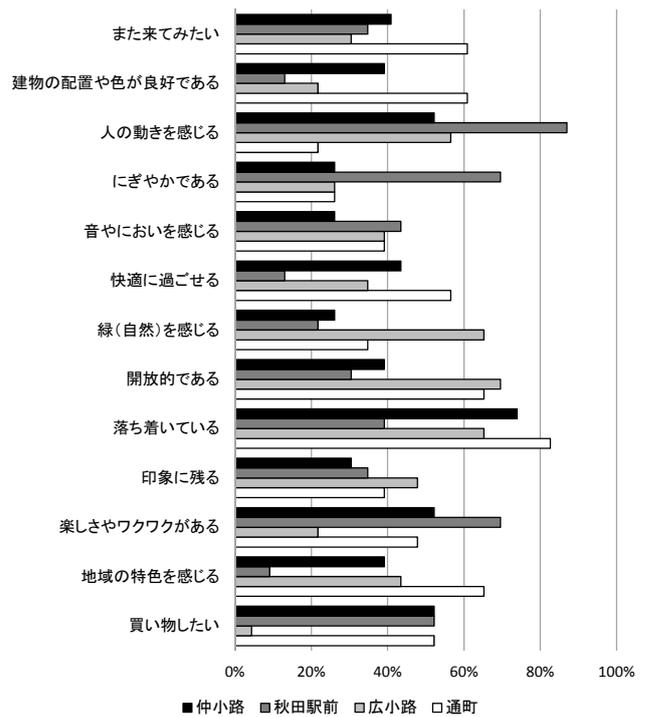


図-10 各通りへの評価



図-11 各通りの「中心市街地らしさ」と「景観の良好さ」

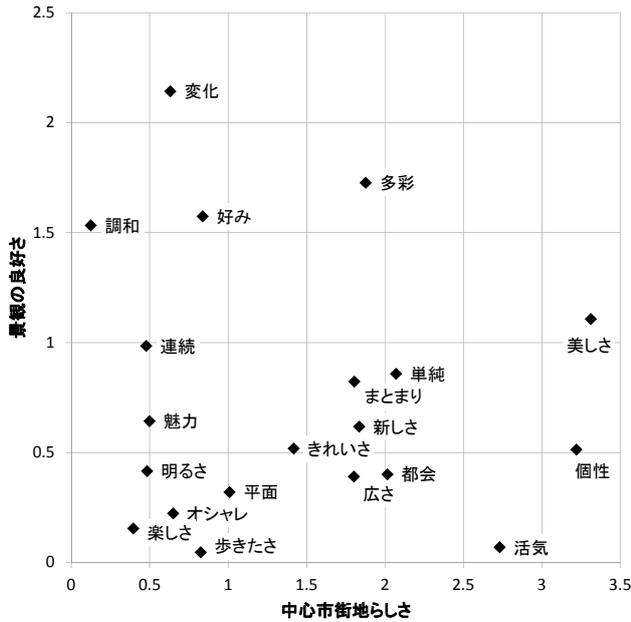


図-12 仲小路の「中心市街地らしさ」と「景観の良好さ」への影響要因

観と感じている。つまり、良好な景観であることが必ずしも中心市街地らしいと感じるとは限らないといえる。また、イメージが印象に与える影響を把握するため、仲小路を例に、「中心市街地らしさ」「景観の良好さ」を外的基準、SD 評価項目をアイテムとした数量化理論 II 類による分析を行った(図-12)。目盛はレンジ値を示している。美しさ・個性・活気が中心市街地らしさに強く影響を与えている。一方、景観の良好さには変化・多彩が強く影響を与えている。以上により、「中心市街地らしさ」と「景観の良好さ」といった印象に影響するイメージは異なっていることが明らかとなった。

5. まち歩き調査での中心市街地の構成要素分析

(1)構成要素の分布

本研究では調査時に被験者に気になった要素をカメラで撮影してもらった。表-7 に通りごとの一人当たりの撮影枚数を示す。仲小路が 11.0 (枚/人) と最も多い。これは、仲小路に気になった要素が多く存在していることを意味する。また、写真とその写真についてのメモを参考に良い要素と悪い要素に分類し、全 742 個の要素を地図上にプロットした。「○」が良い要素、「×」が悪い要素を示す。図-13 の仲小路では、良い要素と悪い要素が混在して分布している。図-14 の秋田駅前では、良い要素と悪い要素が交互に存在している。図-15 の広小路では、通りの端に悪い要素が存在している。図-16 の通町では、気になる要素が通りの東側に集中している。

表-7 通り別写真枚数 (枚/人)

通り	仲小路	秋田駅前	広小路	通町
平均写真枚数	11.0	7.4	7.6	6.7

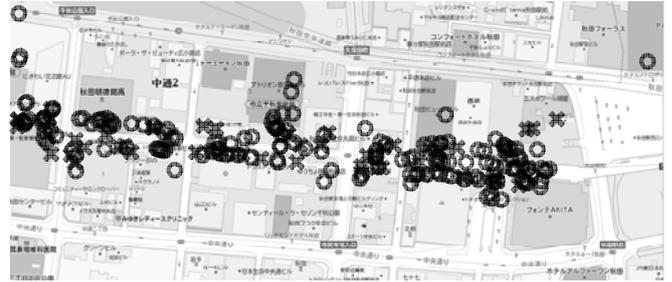


図-13 仲小路の要素分布

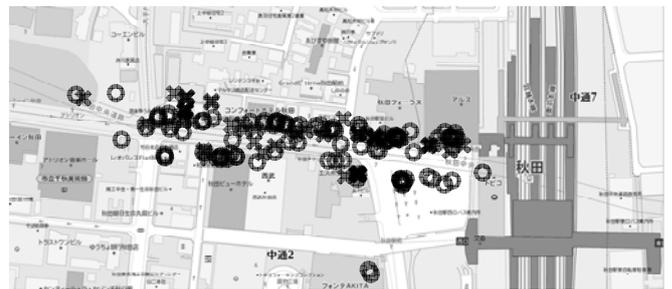


図-14 秋田駅前の要素分布



図-15 広小路の要素分布



図-16 通町の要素分布

(2)構成要素の内訳

中心市街地を構成する要素の分布が確認できたところで、次に良い要素および悪い要素を詳細に分類した。また、図-17 には以下で述べる要素について被験者が実際に撮影した写真の例を示す。良い要素の内訳(図-18)は、仲小路では「ウインドウディスプレイ」、秋田駅前

では「オープンカフェ」のように中心市街地らしいと感じる要素が多くなっている。広小路は「噴水」、通町は「広い歩道」のように一般的に良いと感じる要素が多い。悪い要素の内訳（図-19）は、秋田駅前では「汚れた建物」のように一般的に悪いと感じる要素が多くなっている。また、広小路では「平面駐車場」、通町では「高い建物」のように途切れていると感じる要素の割合が高くなっている。つまり、広小路と通町が中心市街地らしくないと感じる理由として街並みの連続性が途切れていることも要因のひとつと考えられる。また、気になる要素



図-17 要素の写真一覧

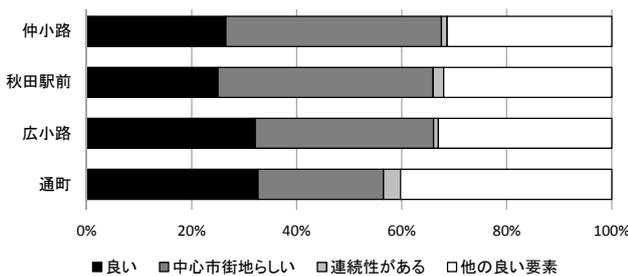


図-18 写真の良い要素

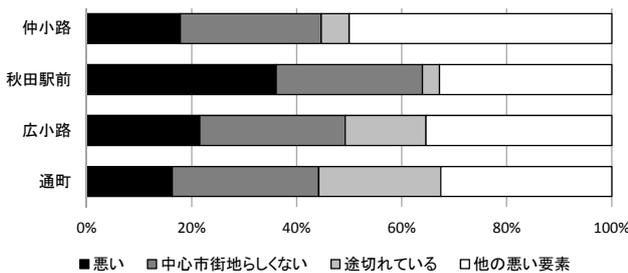


図-19 写真の悪い要素

が少ない通町の西側では「スクランブル交差点」が中心市街地らしい要素として挙げられた。スクランブル交差点は秋田駅前にもあるが、要素としてほとんど挙げられていない。これは、中心市街地らしい要素が多い秋田駅前ではその存在が薄れてしまうが、気になる要素がほとんどない通町の西側では要素として認識されたことが考えられる。また、中心市街地らしくない印象の通町ではそれが悪い要素と認識されやすかったことも考えられる。

(3)構成要素の内訳

気になる点の各要素と中心市街地のイメージ因子との関係をみるために、仲小路を例に「中心市街地の非日常性」を横軸、「街並みのデザイン」を縦軸にとった因子負荷量のグラフに、「アーケード」および「ウインドウディスプレイ」が気になる被験者と気にならない被験者のカテゴリスコアの平均値をプロットした（図-20）。アーケードが気になる被験者とそうでない被験者では、街並のデザインの因子得点に差はなく、中心市街地の非日常性に影響を受けている。また、ウインドウディスプレイが気になる被験者とそうでない被験者とは、中心市街地の非日常性に差はなく、街並みのデザインに影響を受けていることがわかる。このように、要素が中心市街地のイメージに影響を与えており、同じ中心市街地らしい要素であっても、要素のもつ中心市街地を構成するイメージの質は異なることが明らかとなった。

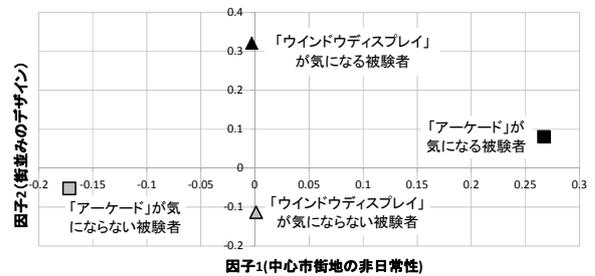


図-20 因子と要素に関する被験者のプロット

(4)写真の要素と中心市街地の認識範囲

まち歩き調査によって得られた気になる要素と中心市街地として認識している範囲の関係性の分析を行った。住民が中心市街地として認識している範囲を図-21に示す。また、通町の店舗配置を図-22に、まち歩き調査から得られた要素の分布を図-23に示す。中心市街地の認識範囲は色が濃いほどその範囲が多くに被験者に認識されている。ここで、地図北西方向の通町に着目すると（点線が調査で歩いたところ）、通りの東側と西側で認識範囲に差があることがわかる。東側で強く認識されているが、これは通町の気になる要素の多い区間と範囲が重なっている。すなわち、気になる要素の有無が中心市街地らしさの認識に影響を与えていることが推測される。

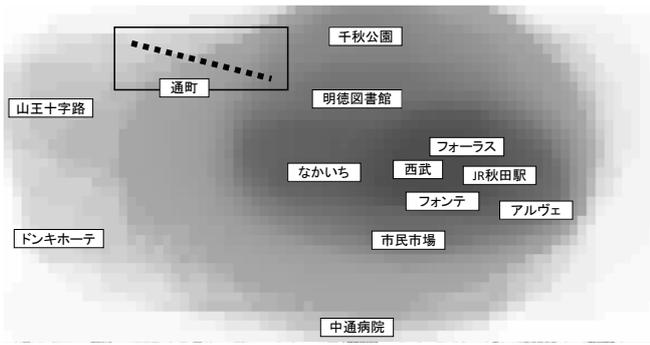


図-21 中心市街地の認識範囲



図-22 通りの店舗配置



図-23 通りの要素分布

との重要性が示された。中心市街地のイメージとして、中心市街地らしい通りと景観が良好な通りが存在している。秋田駅前の通りは悪い要素が多いにも関わらず中心市街地らしいと感じている。一方で、広小路や通町は良好な景観であるが中心市街地らしく感じていない。つまり、良好な景観であることが必ずしも中心市街地らしく感じるとは限らないことが明らかとなった。また、これらの中心市街地らしさと景観の良好さへ影響する要因の確認ができた。

中心市街地のを構成する因子は、滞在のこちよさと楽しさ、五感への刺激、人の動きとにぎわいによって解釈される。また、中心市街地全体のイメージでは、中心市街地の非日常性、街並みのデザイン、街並みの統一性によって解釈されることが明らかとなった。

中心市街地の各要素は中心市街地のイメージに影響を与えており、その要素のもつイメージの質が異なっていること明らかとなった。従って、良好な景観にするために大規模な街路整備を実施せずとも、通りに適したこれらの要素を付加することによって、中心市街地らしく感じる通りになる可能性があることが示唆された。

参考文献

- 1) 横山雄彦・青木俊明：中心市街地の魅力を高める店舗特性に関する研究，土木学会東北支部技術研究発表会講演概要集，pp.455-456，2008.
- 2) 出田肇・石見利勝：都市の構成要素の認知とイメージの関連分析－兵庫県姫路市におけるケーススタディー，日本都市計画学会学術研究論文集，No.29，pp.571-576，1994

(2015. 7. 31 受付)

6. おわりに

本研究では、中心市街地の構成要素の認識に着目し分析を行った。中心市街地の認識範囲と行動範囲には相関がみられ、中心市街地を中心市街地らしく整備を行うこ

RECOGNITION ABOUT ELEMENTS OF URBAN CENTER'S CONSTITUTION BY STROLL AROUND STREETS

Yu SUZUKI, Satoru HINO, Kota ANDO and Masaki TAKAHASHI