

(IV-26) 情報発信施設がもたらす歩行者への影響に関する基礎的研究

＜渋谷をケーススタディー地区として＞

早稲田大学大学院 学生会員 福光了良

早稲田大学大学院 学生会員 赤松宏和 早稲田大学理工学部 フェロー 中川義英

1. はじめに

高次の都市機能が集積する副都心地区は情報で煩雑化している。情報発信機能・生活情報発生環境を都市機能の一部として整備を進めている副都心地区は、民間によるイベント会場・大型ビルボード・サテライトFMなどの設置が目立つ。これらの情報発信装置を利用した情報提供は次第に高度化、多情報化しており、地区利用者に視覚的、聴覚的影響を与え、近年では情報発信装置を備えた施設が地区利用者の一部にとって回遊行動の中の目的施設の1つになっていると考えられる。しかし、これらの施設は地区における社会的意味が不明確な状態である。

一方、近年の日本における多くの地域はコミュニティ放送局を開局し、地域の活性化資源として利用している。情報発信施設の一部は地域形成において重要な役割を担っており、また一部では人を呼び寄せる施設となっている。今後このような施設の増加が予想されることから、情報発信施設の社会的意味を明確にし、情報発信施設の整備・管理についての指針を得ておく必要がある。

本論は情報発信施設の社会的意味を「地域・地区への情報発信機能を持ち、また施設そのものが集客効果を伴う来街促進支援施設として地域・地区に活性効果を波及する存在」と仮定する。情報発信施設の社会的意味を近年普及が急速に進んでいるコミュニティFM局の現況を踏まえて検証し、施設の配置・形態により地区利用者にどのような効果があるかについて定量的に評価することで情報発信施設の地区における今後の整備方針を提言することができると考える。今回は研究概念の構築を行い、情報発信施設の普及状況と対象地区における情報発信施設の特徴に着目し、その現況から問題点を把握するものである。

2. 研究概念

本論は以下の概念を基に行う。

- ・ 情報受信者専用の空間を保有しない情報発信施設を対象とする。
- ・ 情報発信施設は①大型映像装置②スタジオでのFM放送状況を外部から窺うことができる施設③情報受信者専用空間を保持しないイベント施設、の3つに分類される。
- ・ 情報発信施設は2つの機能を持つと仮定する。1つは情報発信機能であり、情報価値によって地域に影響を与える効果がある。もう1つは情報発信施設自体の集客機能であり、地区利用者に滞留効果を促すものである。本論は滞留効果に着目する。

3. 現況分析

(1) コミュニティFMについて

出力10Wのコミュニティ放送全123局(1999年12月31日現在)における現況を把握し、地域・地区における社会的意味の検証を行う。

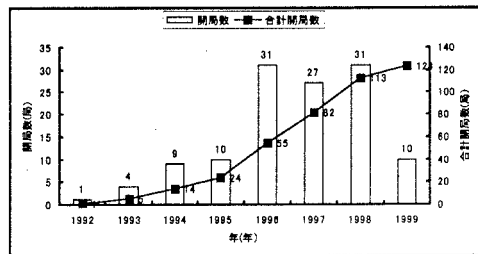


図-1 コミュニティFMの普及状況*1

1991年7月の臨時行政改革推進審議会(第三次行政改革)「国際化対応・国民生活重視の行政改革に関する第三次答申」等において「地域の個性を十分に発揮した多様で創造的な地域づくり」が提唱された。この状況を踏まえ、1992年1月にコミュニティ放送は制度化された。採算性の問題はあがあるが、地域の産業、経済、行政情報を速やかに市民へ伝

Keywords: 情報発信施設、公共空間、民間主導整備

連絡先: 〒169-8555 東京都新宿区大久保3-4-1 51-15-11 TEL: 03-5286-3398 FAX: 03-5272-9975

えられるメリットは大きい。図-1より今後も情報発信施設の普及が見込まれ、各地域は情報発信機能を地域情報化整備の一環と捉えて地域情報機能の強化に向かっていると判断できる。今後は集客機能の面からコミュニティFM施設の状況を把握する必要がある。

(2) 対象地区および対象情報発信施設の選定

渋谷副都心地区(150ha)の約半分は市場の自由な活動によって整備が進められている地区に指定されており、市場整備地区内では情報発信施設が急速に設置されている。情報発信施設である「大型映像装置」、コミュニティFMとは出力が異なるが集客機能としては同じ性質を持つ「サテライトFM施設」、「イベント空間施設」を保有する渋谷副都心地区は今後の情報発信施設整備における指針の提示に十分な要素を含んでいると考えられることから、本研究では対象地区にした。対象地区および対象地区内における情報発信施設の現況を図-2、表-1に示す。

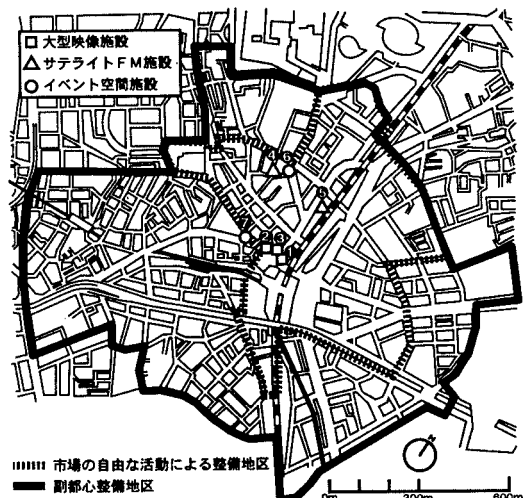


図-2 対象地区と情報発信施設配置

表-1 情報発信装置・施設の変遷*2

大型映像装置		サテライトFM施設		イベント空間施設	
①:1991年	109-2フォーラムビジョン竣工	④:1993年	東京FMスペース放送スタジオ竣工	⑤	バルコイベント空間施設
②:1995年	スーパーライザ渋谷竣工	⑤:1995年	タワーレコードFMステーション竣工	⑦	109イベント空間施設
③:1999年	O's eyes竣工				

大型映像装置は、待ち合わせ場所として利用されてきた駅前広場に対して設置されており、主に待ち合わせ場所に対する施設と考えられる。

サテライトFM施設は駅前から少しはなれた位置に存在し、商業施設の一角に設置されていることから主に商業施設の利用促進に対する施設と考えられる。

イベント空間施設は大通りに面して設置されており、大勢の集客空間を確保できることから、主に歩行者の集客に対する施設と考えられる。

これらの情報発信施設の社会的意味をさらに検証する必要がある。基本的にはどの施設も情報受信者を公共空間に滞留させることから、施設周辺の公共空間は歩行者と滞留者を混在させやすい環境にある。

これらの現象を定量的に評価するため、施設に歩行者が接近したときに起こる歩行行動の変化に着目し、情報発信施設がもたらす歩行者への影響要素と空間利用状況を今後明らかにしていく必要がある。

4. 考察と今後の展開

本論では情報発信施設の社会的意味が地域・地区に与える影響を検証し、また歩行者に対する影響を明確にしていく必要があることを指摘した。今後の展開ならびに方向としては、「コミュニティFM事業主へのアンケート調査より社会的意味を検証」、「対象地区における歩行調査の実施により集客機能要素を抽出し、今後の整備方針を検討」である。これらを進めることにより、下記のような方向・結論を模索する。

- ・ 情報発信施設は地域・地区の活性化資源として重要な役割を担っている。情報だけでなく、施設が利用者の滞留行動に影響を及ぼすことから、滞留場所との一体的な整備を行う必要がある。

問題点としては情報発信施設の利用者に対する影響度測定方法が確立していないことである。ただし空間利用と情報発信施設の関係性を明らかにすることで今後の整備方針を見出すことができると考えている。

補注

*1 全国コミュニティ放送協議会資料より作成

*2 事業主へのヒアリング調査より作成

参考文献

1) 東京都：副都心整備計画, PP104, 1997