

都市機能集積地区利用者の地区評価に関する実証的分析

京都大学大学院 学生員 ○坂井信夫

京都大学工学部 正 員 戸田常一

京都大学工学部 正 員 谷口 守

1. はじめに

近年、都市機能が高度に集積した都市核においては、地区を改善するための様々な方策が必要とされている。本研究ではこのような地区についてアンケート調査から地区利用者の地区評価状況を把握する。またその結果をもとに、地区利用者の属性が異なることによって、地区を評価する視点がどのように異なるのかを明らかにし、地区利用者の視点に立った有効な地区整備を行なうための一つの情報を提供する。

2. 分析対象地区と調査内容

本研究では、京阪神都市圏における都市機能が高度に集積した都市核の中から、異なった特性を持つ茨木、梅田、千里中央の3つの地区を分析対象地区として取り上げた。これら3地区の全てに対してアクセスの可能な吹田、茨木市域の住民の一部を対象に1988年11月の平日、家庭訪問留置、訪問回収の方法でこれら3地区の評価についてアンケート調査を行なった。評価項目は表-1に示す内容のもので、その評価項目に対する評価状況を4段階の回答から選択させている。調査の結果、有効サンプル数715を得ることができた。

3. 各地区に対する評価状況

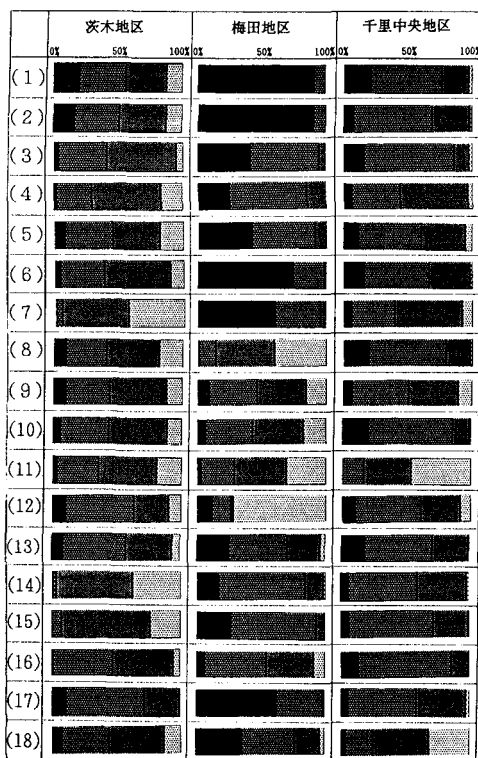
回答の集計結果を図-1に示す。本研究で取り上げた3つの都市機能集積地区はそれぞれ異なった特性を備えており、その特性を反映した評価結果が得られている。特徴的な点を挙げると、「①店の種類」、「②商品の種類」、「⑥大規模商業施設」、「⑦娯楽施設」などの商業・サービス機能の充実に対して、梅田地区が高い評価を得ている。これに対し、「⑧自然環境」、「⑩町並み」などの環境・景観的な面については千里中央地区が、郊外に新しく建設された副都心として、高い評価を受けていることがわかる。また「⑪なじみの店」に対する評価では、他の2つの都市機能集積地区と比較すると全般的に低い評価しか得られていない茨木地区が、近隣商業地としての性格から高い評価を得ている。

4. 地区利用者の地区評価特性に関する分析と考察

ここでは地区利用者が地区を評価する上で、その意識がどのような因子に集約されるのかを明らかにする。全サンプルについて、アンケート調査の評価項目に対する回答を用いて因子分析を行なったところ図-2に示す結果が得られた。この図から地区利用者が地区を評価する上で

表-1 各地区の評価に関する項目

(1)店の種類は多いか
(2)商品の種類は多いか
(3)商品の価格は高いか
(4)品ぞろえは豊富か
(5)飲食店は多いか
(6)大規模商業施設は多いか
(7)娯楽施設は多いか
(8)自然環境は良いか
(9)夜の治安は良いか
(10)町並みなどの景色は良いか
(11)なじみの店は多いか
(12)一度に用事を済ませるか
(13)ゆったり買物ができるか
(14)高級感を感じるか
(15)ファッション性は高いか
(16)清潔感を感じるか
(17)静かさを感じるか
(18)整然とした感じを受けるか



(凡例)



図-1 地区の評価に対する回答状況

基本的な因子は、『グレード』、『環境・景観』、『買物快適性』、『商業集積』の4つであることが把握できる。

各因子軸に対する各評価項目の因子負荷量は、同じ内容の因子軸に対しても、サンプルの属性によって微妙な違いがみられた。これは、属性が異なることによって、各評価項目をどの様にとらえるかに差があることが原因であると考えられる。ここでは属性による評価特性の違いを明らかにするため、表-2に示すような評価主体グループを設定し、各因子軸に対する因子負荷量の大きさの違いを分析した。結果の一例として商業集積とグレードの因子についての比較を図-3に示す。

この図から「④品ぞろえ」、「⑥飲食店」、「⑥大規模商業施設」、「⑦娯楽施設」の項目は、男性、高齢者のグループで『商業集積』としてとらえられる傾向が強いのに対し、女性のグループでは『グレード』としてとらえられていることがわかる。これは、大規模商業施設や娯楽施設の存在が、男性、高齢者のグループにとっては、『量』としての意味を持つのに対し、女性のグループにとっては、高級感やファッション性などと同じ様な地区の『質』としての意味を持つということを示すものである。

5. おわりに

本研究ではさらに地区の総合的な評価に対する各評価項目のウェイトの算定も行なったが、これについては次の機会に発表したい。

因子軸	1	2	3	4
評価項目				
1. 店の種類	○		○	●
2. 商品の種類	○		○	●
3. 商品の価格	●			
4. 品ぞろえ	○		○	○
5. 飲食店	○		○	○
6. 大規模商業施設	○		○	○
7. 娯楽施設	○		○	○
8. 自然環境		○		
9. 夜の治安		○		
10. 町並み	○	○		
11. なじみの店			○	
12. 用事の一括性	○		○	
13. ゆったり買物		○	○	
14. 高級感	○		○	
15. ファッション性	○		○	
16. 清潔感	○	○		
17. 静かさ		○		
18. 整然さ		○		
寄与率	30%	15%	9%	6%

凡例	因子負荷量	因子軸の解釈
◎	0.5～	1. グレードに関する因子軸
○	0.3～0.5	2. 環境・景観に関する因子軸
●	0.1～0.3	3. 買物快適性に関する因子軸
○	～0.1	4. 商業集積に関する因子軸

図-2 全サンプルによる因子分析の結果
表-2 本研究で用いた評価主体グループ

No	グループ名	説明	サンプル数
1	男性Ⅰ	20才以上40歳未満(大学生を除く)	85
2	男性Ⅱ	40才以上60歳未満	102
3	就業女性	会社員、公務員、80歳未満	34
4	主婦Ⅰ	20才以上40歳未満	196
5	主婦Ⅱ	40才以上60歳未満	182
6	高齢者	60歳以上、男・女とも	73

グループ	1	2	3	4	5	6
評価項目						
1. 店の種類		○	●			○
2. 商品の種類		○		●		
3. 商品の価格						
4. 品ぞろえ	○		○	●	○	○
5. 飲食店	○	○	○	●	○	
6. 大規模商業施設	○	○	○	●	○	
7. 娯楽施設	○	○	○	●	○	
8. 自然環境						
9. 夜の治安						○
10. 町並み			○			
11. なじみの店		○				
12. 用事の一括性	○			○		○
13. ゆったり買物	○	○	○	●	○	
14. 高級感			○	○		
15. ファッション性				○	○	
16. 清潔感	○	○		○		
17. 静かさ						
18. 整然さ						
寄与率差(%)	15	15	-21	-22	-21	15

凡例	比較指標
○	0.25～
○	0.15～0.25
●	-0.15～-0.25
●	～-0.25

注)この比較指標は、各評価主体グループについて、各項目ごとに

$$((\text{商業集積の因子負荷量}) - (\text{商業集積の平均因子負荷量}))$$

$$- ((\text{グレードの因子負荷量}) - (\text{グレードの平均因子負荷量}))$$
を求めたものである。この値がプラスであるほどその評価主体グループにおいてその項目が商業集積としてとらえられ、マイナスであればその項目がグレードとしてとらえられていることを示す。
また、寄与率差は、各項目ごとに

$$(\text{商業集積の寄与率}) - (\text{グレードの寄与率})$$
を評価主体グループごとに求めたものである。

図-3 評価主体グループによる
因子負荷量、寄与率の比較(商業集積とグレード)