

第IV部門 大阪ミナミを対象とした地区開発のための来訪者の意識調査分析

立命館大学理工学部	正 員	春 名	攻
前田建設工業（株）	正 員	小野川	英夫
（株）長大	正 員	吉岡	正樹
福岡市	正 員	園田	志功
立命館大学大学院	学生員	○首藤	顕仁

1. はじめに

都心部商業地区は、モータリゼーションの発達による大規模店舗の郊外化が促進しており、都市再開発事業の対象として、新たな問題を抱えている。しかし、都心部商業地区は単に商業施設の集積というだけでなく、その都市圏全域の文化的・社会的機能の提供という側面を有している。このため、都心部商業地区の整備は都市の魅力高める上でも重要な課題であると考えられる。そして、このような状況に対する具体的な対策の一つとして、公共駐車場の整備、公共交通網の充実、商店街のモール化、親水空間の充実、等々の整備が必要であると考えた。本研究では、このような観点から大都市商業集積地区訪問者の商業集積地区に対する評価意識に着目し、その分析手法を確立するための考察を通して、大都市圏商業集積地区再開発事業構想計画策定にとって有効な計画情報を求めることをめざした。

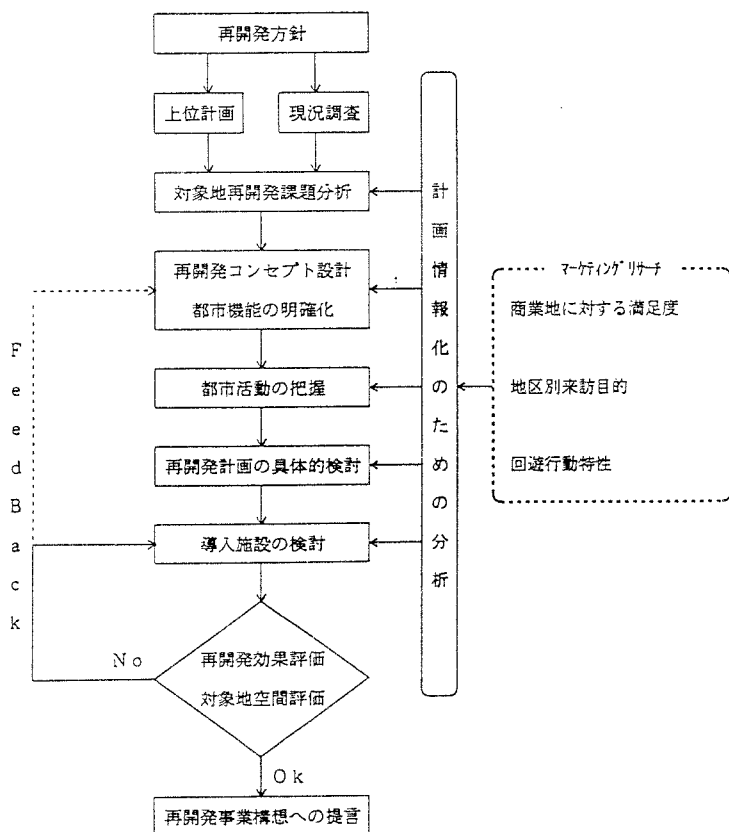
2. 再開発事業構想計画案策定段階におけるマーケティングリサーチ的アプローチの導入

都市再開発事業の構想計画案策定段階における本研究の位置づけを図一に示す。

都市再開発事業の構想計画案策定プロセスの中で、検討作業は、後続する計画段階の検討内容に大きく影響する場合が多く、この段階での検討が不十分な場合、下位計画フィー

ドバックが発生する場合が多く見られる。再開発事業構想計画案策定業務の全体の合理化、省力化のためには、このような上位の構想計画段階における体系的な検討整理や、そのための分析手法の確立が非常に重要となってくる。

本研究では、その視点から、大都市圏商業集積地区の来訪者の商業地区に対する評価意識を分析の対象として取り上げ、上述の研究の視点



図一 再開発事業構想計画案策定段階における本研究の位置づけ

の意義を考察することとした。

さて、大都市圏商業集積地区を来訪する来訪者の評価意識を分析することは、再開発事業構想計画の計画情報として最も重要な位置を占めていると考える。そこで、本研究では、大都市圏商業集積地区の来訪者を対象としたマーケティングリサーチ的アプローチを導入し、訪問者の商業集積地区に対する評価意識の分析をおこなうこととした。

従来のマーケティングリサーチによる商業集積地区を利用する来訪者の評価意識分析では、断面データによる個人の「違い」についてのモデルの構築は可能ではあるが、個人の意識の「変化」を表現するには至らなかった。しかし、再開発計画の構想から事業実施まで相当な時間を要することを考慮すると、変化に関係する要因とその構造（メカニズム）を解明することは、より有効な計画情報になると考える。

この視点から評価意識分析において、データの時系列的な変化を分析することによって、評価意識の変化のメカニズムを解明し、政策的条件を反映することができる分析手法を確立していく必要があると判断した。

3. 大阪ミナミにおけるアンケート調査の概要と結果

(1) 調査概要

大阪ミナミを訪れる人を対象に93年と96年の2回に渡って調査を行なった。調査概要としては、商業地ミナミへの訪問者の満足度を構成す

と思われる21項目についてと大阪ミナミの件別来訪目的、および、大阪ミナミへの来訪者の回遊行動特性の3項目であるが、回答者の属性等の概要については、紙面の都合上割愛する。

商業地ミナミでの訪問者の満足度については、21項目について5段階評価で各回答者に記入してもらった。

表-1 ミナミに関する年度別満足度

項 目	96年度	93年度	93-96
商業施設の価格帯	3.13	3.11	-0.02
商業施設の商品品質	3.22	3.33	0.11
商業施設の品揃え	3.53	3.62	0.09
商業施設のサービス	3.07	3.13	0.06
イベント等の催し物	3.02	3.16	0.14
夜遅くまで営業している店がある	3.59	3.63	0.04
商業施設の広告・宣伝	3.05	3.29	0.24
個性的な店がある	3.66	3.66	0.00
落ち着ける場所がある	2.47	2.85	0.38
気に入っている店がある	3.35	3.48	0.13
街の雰囲気（賑わい・界隈性等）	3.23	3.61	0.39
伝統性・歴史性	2.83	3.28	0.45
トレンド・流行性	3.46	3.53	0.07
1カ所で用事を済ませられる利便性	3.26	3.37	0.12
商業地への行きやすさ	3.26	3.93	0.67
街の規模	3.32	3.56	0.23
景観（建物のデザイン・外観等）	2.63	2.69	0.06
環境（緑や親水空間等のアメニティ施設）	2.13	2.20	0.07
スポーツ・レジャー施設が整っている	2.36	2.57	0.20
公共施設が整っている	2.22	2.11	-0.11
駐車場が整っている	1.97	1.96	-0.01

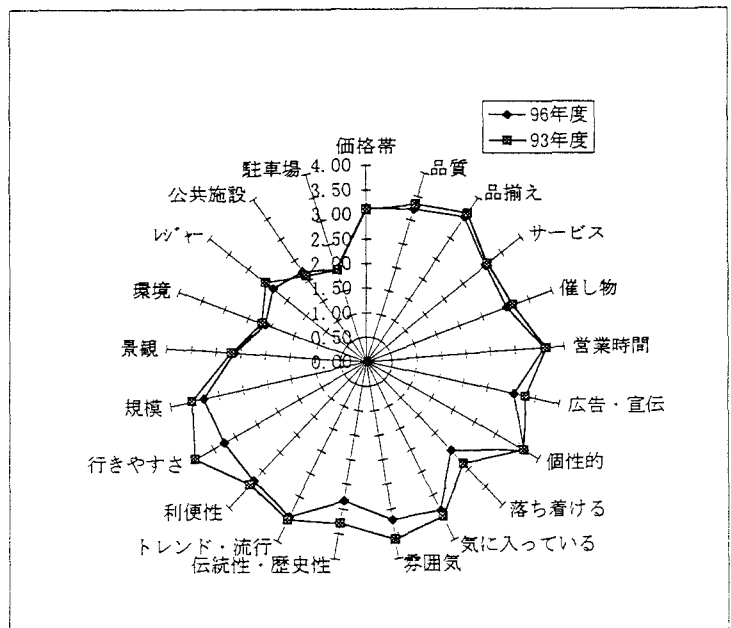


図-2 ミナミに関する年度別満足度

地区別来訪目的については、大阪ミナミを、心斎橋駅周辺、西心斎橋（アメリカ村）周辺、道頓堀川周辺、難波駅周辺、日本橋周辺等の5ブロックに分け、それぞれの来訪目的を記入してもらった。

回遊行動特性については、自家用車で大阪ミナミを来訪する人を対象に、ミナミの地図上に、よく利用する駐車場を起点として、日頃ミナミを回遊するコースを記入してもらう方式をとった。記入された地図をもとに、訪れる施設数、総移動距離、駐車場から最初に訪れる施設までの距離、最長移動距離、リンク長（駐車場から最も遠い施設までの距離）の最大値を算出した。

以下にアンケート調査と分析の結果を示す。

（２）アンケート調査結果

(a)大阪ミナミの満足度

図－２に示すミナミに関する「満足度」の結果

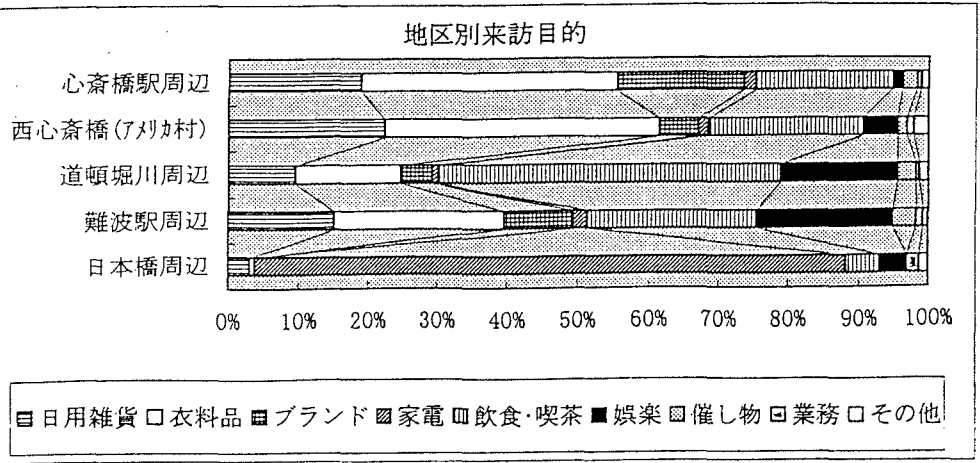
果より、９３年調査で良い評価を得ているのが、１位：行きやすさ、２位：個性的、３位：営業時間であった。不評であった点は、１位：駐車場、２位：公共施設、３位：環境の順であった。９６年ちょうさで良い評価を得ているのが、１位：個性的、２位：営業時間、３位：品揃えであった。不評であった点は、１位：駐車場、２位：環境、３位：公共施設という結果が求められた。

９３年調査、９６年調査において、共に、大規模な商業機能や大阪らしさを思わせる文化、娯楽、芸能施設が集積するミナミのイメージに対する評価が高かった。これに対し、駐車場、公共施設、環境などのハードな部分の都市基盤施設が不足しているということが、問題点として認識されているということが評価として伺われた。

また年度別満足度によると、９３年度と９６

表－２ ミナミ来訪者の地区別来訪目的

	日用雑貨	衣料品	ブランド	家電	飲食・喫茶	娯楽	催し物	業務	その他
日本橋周辺	3.10	0.62	0.00	84.52	4.95	3.72	0.00	1.86	1.24
難波駅周辺	15.12	24.54	9.70	2.14	23.97	19.40	3.42	1.00	0.71
道頓堀川周辺	9.54	15.23	4.59	0.92	48.62	16.70	2.57	0.55	1.28
西心斎橋(アメリカ村)	22.48	38.95	5.62	1.55	22.09	4.84	1.36	0.97	2.13
心斎橋駅周辺	18.99	36.54	18.03	1.80	19.47	1.44	2.04	0.60	1.08



図－３ ミナミ来訪者の地区別来訪目的

年度の満足度はほぼ同じ傾向を示しているが、全体的に96年度の方の評価が低下しているのが伺える。特に、行きやすさ、伝統性・歴史性、雰囲気、落ちつけるなどの項目が顕著に低下していた。

(b)来訪目的

ミナミ来訪者の地区別来訪目的について、図-3に示すと、心斎橋駅周辺では、1位：衣料品、2位：飲食・喫茶、3位：日用雑貨）、西心斎橋（アメリカ村）周辺では、1位：衣料品、2位：日用雑貨、3位：飲食・喫茶、道頓堀川周辺では、1位：飲食・喫茶、2位：娯楽、3位：衣料品、難波駅周辺では、1位：衣料品、2位：飲食・喫茶、3位：娯楽、日本橋周辺では、1位：家電、2位飲食・喫茶、3位：娯楽であったが、ここには各地区ごとの特徴が顕著に現れていた。

(c)回遊特性結果

表-3の回遊行動について分析すると、次のようなことがわかった。訪れる施設数、総移動距離、最長移動距離、リンク長等が減少傾向で、駐車場から最初に訪れる施設までの距離が増加傾向を示していることがわかる。

まず、上記のように減少傾向を示していることについては、回遊行動が道頓堀を境にして、心斎橋付近か難波付近かのどちらかでしか回遊行動を示さなくなった傾向が表れていることが考えられる。特に、中高年層においては、北部

はそごう、大丸、南部は高島屋などの百貨店でしか回遊しない傾向も伺われた。また、OPAの開業で、若年層がOPA付近やアメリカ村周辺しか回遊していないという傾向も表れていると考えられる。また、駐車場から最初に訪れる施設までの距離が増加したのは、1000台収容の宗衛門町パーキングが閉鎖した影響も大きいと考えられた。

4. おわりに

結果として取りまとめてみると、大阪ミナミにおける再開発計画に関して、ミナミの回遊性の良さを考慮しつつ、ミナミの特徴を生かしながら、新しい発想をもった開発を行なうことが良いと考える。いたずらに独特な開発を行なうとミナミの良い点を破壊しかねないと考える。やはりミナミはミナミのルールといったものがありそうである。そういったミナミに来訪する人の意識が、ミナミにおける再開発計画の施設に対して素直に受け入れられつつも、新しい都市に対するイメージをもってもらうような整備を行なっていくことが必要であると考えられる。

【参考文献】

- 1)日本建築学会：建築・都市計画のための調査分析方法，1991
- 2)大阪市計画局：大阪市の都市計画，1996
- 3)姫野勝一：マーケティング理論を適用した大都市圏繁華街地域での再開発計画に関する方法論的研究，立命館大学修士論文，1995

表-3 ミナミ来訪者の年度別回遊行動特性

(a) 93年度調査 70%タイル値

	施設数	総移動距離	駐車場	最長距離	リンク長
全回答	5.314	14.103	3.769	7.774	3.306
男性	5.507	14.120	3.846	7.807	3.250
女性	5.057	13.690	3.170	7.124	3.416

(b) 96年度調査 70%タイル値

	施設数	総移動距離	駐車場	最長距離	リンク長
全回答	4.739	12.280	4.816	6.755	3.195
男性	4.597	12.522	4.971	7.097	3.358
女性	5.018	11.605	4.485	6.277	2.960