

Ⅳ-8 買物空間における歩行者快適度調査について

愛媛大学工学部 正員 安山 信雄
愛媛大学大学院 学生員 ○八塚 博
中央建設コンサルタンツ 正員 大股 一之

1. まえがき

わが国の道路政策を歴史的に見るならば、それらはすべて、車に対応するものであって、歩行者のための交通政策というものが、あまり顧みられなかつた。近年になって、一般に交通公害が発生するにいたり、これら従来の交通政策に対する批判が起り、これまでの政策を踏襲することが不可能となり、政策の大幅な変更を余儀なくされている。その一つに歩行者交通に対する交通政策があり、これまでのような歩行者交通を無視した、あるいはまた、考慮されたとしても、物理的な量によってのみ歩行者道路を計画するのでは、需要者の真の要求に答えることはできない。特に買物空間においては、歩行者交通量のみならず、歩行者の快適性、安全性等を考慮して、歩行者用道路が計画されなければならない。従来、歩行者交通に関する研究はほとんど見られず、単に、歩行者交通量と歩行者用道路の幅員との関係についてわずかに行なわれているだけである。本研究においては、以上のような問題認識のもとに、その基礎的研究として、買物空間における歩行者の快適性と歩行者密度との関連を把握しようとしたものである。

2. 買物空間における歩行者の快適性

従来、買物空間においては、定住性、利便性などが高く評価されていた。しかし、今日のような、中心商業地域への商業施設の集中化、交通施設の充実に伴って、安全性、利便性などがある程度満足されてくると、歩行者の要求は、いかに楽しく快適であるかということに変化してくるであろう。すなわち、買物空間は、ただ買物だけのものではなく、レジャー的な要素も重要となってくると思われる。このことは、買物、あるいは散歩を目的とする歩行者の行動様式は、できるだけ速く移動するというより、歩行のプロセスを楽しむという性格を持つことから理解できるであろう。したがって、特に買物空間の場合、歩行者の快適性についても、十分考慮されなければならないと考える。この歩行者の快適性を決定する要因は、一般に、1：情報・文化性、2：雑踏性、3：集積性、4：利便性、5：安全性、6：総合的魅力性、が考えられ、これらの快適性に及ぼす程度は、買物空間によって異なるが、ほぼこの順序であると考えられている。ところが、情報・文化性、集積性、利便性等の要因は、定量化が困難であり、多数の買物空間での調査を必要とすることなどから、ここでは、まず最初の段階として、雑踏性を取り上げ、その指標を歩行者密度とし、これと快適性との関連について調査することとした。

3. 歩行者の快適度調査

2. で述べたように、雑踏性、すなわち歩行者密度と、歩行者の快適性との関連を見るために、昭和48年12月11日、15日、16日、および49年1月24日に、あきらかに買物空間と見なせる松山市銀天街において、下記の項目についてインタビュー調査を行なった。この地点は、比較的データの収集が容易であり、他の要因の影響をあまり受けないと考えられたからである。

調査項目： 1. 性別 2. 年齢 3. 歩行目的 4. 快適度

なお、これと平行して、インタビュー時の歩行者密度は、写真撮影により把握した。本調査の調査対象人数は、1,331人、そのうち、男性、574人、女性、757人、および買物または散歩を目的としている歩行者数は、1,056人であった。

4. 結果と考察

歩行者快適度と歩行者密度との関係を示すと、それぞれ、図-1、図-2 のようになる。なお、快適度は次式

によって求めた。

$$\text{快適度} = \frac{\text{ある密度でのそのうち快適と答えた人数}}{\text{ある密度での回答者総数}} \times 100$$

快適度と歩行者密度との関係は、ある密度において快適度がピークを示すだろう、すなわち密度が小さくなればかえって快適度は下がるであろう、と思われたのであるが、全体的に、(買物あるいは散歩を目的としている歩行者に関しては、歩行者密度0.175/m²程度でピークを示し、それ以下の密度では下がる傾向がみられるが)顕著に現われなかった。これは、歩行者密度0.075～0.125/m²が、早朝の限られた時間帯であり、歩行者自身に娯楽的色彩が薄いと、にぎやかさでの快適度の下降が、照明、装飾などで抑制されたのではないのか、などのことが考えられる。また、密度が高くなると快適度は下がるが、歩行者密度0.3/m²、0.6/m²程度で一つのピークを示していることがわかる。歩行者密度0.3/m²付近の歩行者流動状態の観察によると、0.3/m²では、すでに左側通行が実現していることがわかった。したがって、この密度付近では、左側通行という流動状態の変化により、再び歩きやすい状態になることが、快適度の上昇として現れたものと思われる。歩行者密度0.5/m²以上では、追従歩行の現象が考えられ、快適度上昇の要因の一つとして、追従歩行を余儀なくされる状態では、歩行者は自由歩行をしようとする意識を持って他に快適性を見出すのではないのか、ということが考えられるが、これ以上の密度は日曜日のものであり、他の要因も考えられるので、十分な考察は行なえなかった。また、男女別に快適度を見ると、女性は男性に比べ全般的に低く現われている。年齢別では、10～20代は、30～80代と比べ、密度が高くても快適度の低下はあまり見られない。やはり、若年層ほど、にぎやかさ、あるいは、親近性に対する快適性の評価が高いものと思われる。

5. おとぎさ

本研究において、買物空間における歩行者密度と快適度との関係は、歩行者密度が高くなると全体的に快適度は低下する。しかし、ある特定の密度においては快適度は上昇する。これは、歩行者の流動状態の変化と関係があると考えられることが明らかにされた。今回の調査は、快適性の要因として、雑踏性だけを考慮するに止まったが、2.において述べたような他の要因と快適性との関連も興味ある問題である。また、調査場所を1地点としたため、特別考慮しなかったが、買物空間の装飾や照明等も一つの要因と考えねばならないと思われる。

(参考文献)

- 1) 嶋海邦碩：「生活空間としての道に関する研究」都市計画 No.71
- 2) 山口貴久男：「地方都市における商店街の変質、一地方都市の商業と都市デザイン」地域開発 73.7

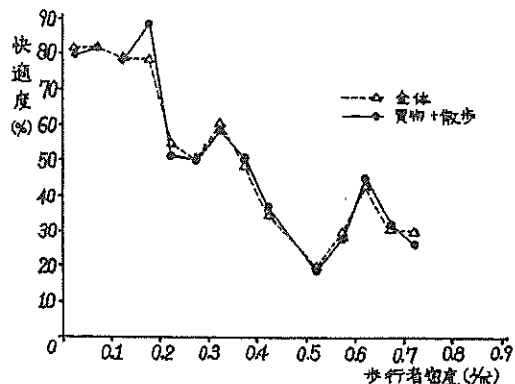


図-1 調査対象者全体および買物・散歩を目的とする者の快適度

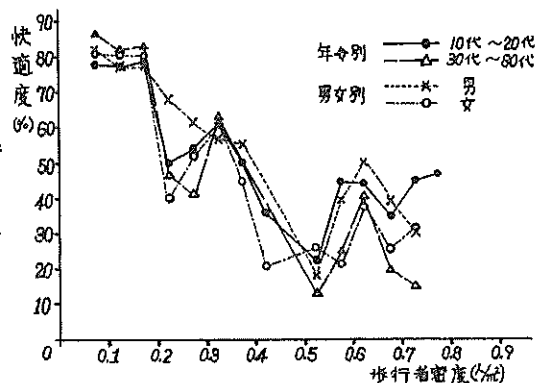


図-2 年齢別、男女別 快適度