

地方の中心商店街地区における買物行動と歩行空間整備に関する住民意識

— 田主丸町中央商店街地区を事例として —

九州大学 正会員○坂本 紘二 正会員 外井 哲志
福岡大学 正会員 根本 敏則 学生員 門司 雅道

1. はじめに

地方の市町において、中心商店街の従来からの店舗が次第に活気を失っていく事例が増えている。衰退の主要因として、車社会への対応の遅れや新たな流通革命の波への乗り遅れがよく指摘される。一方、都市再開発の動きの中で、都心部の復活や地域特色を活かしたダウンタウンの甦りも志向されている。今後のまちづくりの中で、旧商店街の活性化は、どの市町においても重要課題となっている。

本稿は、散歩行動ならびにまちづくりと歩行との関係を分析することを目的に、福岡県田主丸町で行なった住民アンケート調査の中で、買物行動と歩行空間整備に関する住民意識に関して、調査結果の一部を報告するものである。

2. 田主丸町中央商店街の現状¹⁾

田主丸町(人口2万2千人)の小売店舗は、1991年までの10年間に15%減少し、売場面積も縮小している。購買力流出率は増大傾向にあり、33%に達している。中央商店街でも、食料・衣料の小売店や一般食堂の減少が目立ち、周辺の大型小売店や国道210号線などの道路沿線に近年立地した店舗に顧客が移り、廃業・閉店後の店は引き継がれることなく、空き地も目立つようになっている。しかし、買い回り品店舗の集積があり、種々のサークル活動も行なわれ、また、理容・美容その他のサービス業や医療機関が集中し、依然として町の中心的機能は維持されている。中央商店街では、これまで、カラー舗装化、河童の石像設置、店のセットバック化、組合管理による空き地への駐車場設置など商店街活性化に努力が払われてきたが、衰退化の傾向に歯止めがかかっていないのが現状である。

3. アンケート調査の結果

田主丸中央商店街地区を重点に、その周辺市街地を調査対象地域とし、居住者総数4120人中、中学生以上の814人の回答がえられた。図-1に示すように、対象24地区(田主丸小学校区内行政区)をA～

Fの6ゾーンに分けて、分析を行なっている。

(1) 買物先と買物交通手段の割合

品目別買物先の分布を表-1に、また、品目別における中央商店街で買物するゾーン毎の割合を表-2に示している。飲食料品の7割は町内スーパーが利用され、高級衣料品の6割をはじめ、贈答品、身の回り品、文化品および家具・什器の3割以上は久留米市に購買流出している。中央商店街は、全体として薬・化粧品や日常の衣料品で2割近い購買力を維持している程度で、その他の田主丸内商店よりもウェイトが低くなっている。ゾーン別に見ても、商店街地区および商店街に南接する準商店街地区を除けば、東西南北の周辺地区では1割を超える品目は限られている。買物の交通手段の分布状況(表-3)をみると徒歩による飲食料品、薬・化粧品を除けば、他のあらゆる品目において、マイカー利用率が他の手段を上回っている。一部で自転車やバスの利用も見られるが、身近な店を利用する日常的な買物の他は、相当マイカーが利用されている。

(2) 歩行からみた町並みの課題と整備の要求

一方、歩行の面から、市街地の住民が「中央商店街地区を歩いていて困ること、嫌なこと」を複数回答で指摘してもらった結果が図-2である。最も多いのは、「中心的な施設がない」である。4番目に指摘の多い「町並みが殺風景」も含めて、様々なイメージ資産の要素を持ちながらばらばらな印象を与え、人々を引きつける街の魅力に乏しくなっている

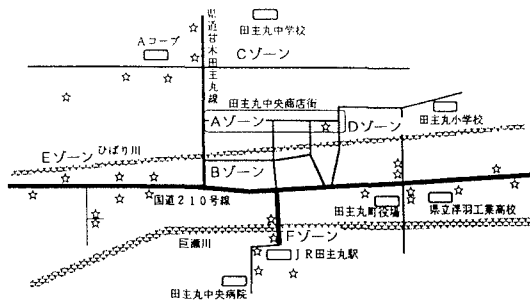


図-1 アンケート調査対象地域

表-1 品目別買物先の分布(対象全域、%)

買物先	中央商店街	町内スーパー	その他の田主丸内商店	浮羽郡	甘木市	久留米市	福岡市内	その他
品目								
食料品	10.2	69.7	7.5	3.0	1.5	4.6	0.4	3.1
衣料品	高級品	7.7	1.1	4.8	0.5	1.8	62.2	16.2
	日用品	18.5	31.0	13.0	3.4	4.0	23.2	2.6
文化品	電化製品等	4.0	2.2	41.6	4.8	3.6	35.2	3.1
	書籍・Vt用用品	4.9	6.0	39.1	4.9	2.5	33.4	5.2
身の回り品(装身具・靴等)		12.0	15.5	13.3	2.3	2.2	41.0	8.1
薬・化粧品		19.8	15.3	43.4	4.0	0.9	8.4	1.4
家具・什器		7.4	3.0	27.0	7.6	6.7	31.3	3.2
贈答品		12.1	6.9	12.6	2.8	3.6	48.0	6.0

表-2 ゾーン別品目別買物の中央商店街依存度(%)

品目	A 商店街	B 準商店街	C 北部	D 東部	E 西部	F 南部
食料品	21.7	11.8	6.6	0.0	2.7	0.9
衣料品	高級品	15.1	6.2	4.2	8.2	1.4
	日用品	29.2	17.2	8.7	18.2	14.5
文化品	電化製品等	5.3	5.7	4.1	2.9	4.2
	書籍・Vt用用品	6.3	11.1	3.1	6.3	1.4
身の回り品(装身具・靴等)		18.9	16.0	8.6	4.8	11.0
薬・化粧品		36.6	21.9	10.3	9.8	9.6
家具・什器		13.4	6.8	3.4	6.1	1.9
贈答品		21.9	18.6	6.0	3.8	4.3

表-3 品目別買物の交通手段の分布(対象全域、%)

品目	交通手段	徒歩	自転車	J R	バス	マイ カー	その他
食料品		38.7	29.5	0.4	1.0	28.4	1.9
衣料品	高級品	7.1	3.3	2.1	18.7	60.0	8.8
	日用品	27.3	20.3	1.4	6.9	40.1	4.1
文化品	電化製品等	17.8	11.6	1.2	4.9	54.8	9.7
	書籍・Vt用用品	14.5	21.9	1.0	6.6	51.3	4.7
身の回り品(装身具・靴等)		16.3	14.2	1.9	13.7	48.3	5.5
薬・化粧品		34.0	24.8	0.6	2.7	32.0	5.8
家具・什器		13.4	8.4	0.4	5.1	61.5	11.2
贈答品		14.6	7.3	1.4	12.2	55.4	9.2

印象を多くが抱いていることがわかる。他で目立つのは、自動車・自転車の問題で、「自動車が交錯する」「路上の駐車・駐輪」を指摘するものが多い。

中央商店街を心地よく歩けるようにするためにはどのような整備がどの程度必要かを尋ね、「是非とも必要」から「必要ない」まで5段階に分けたものに4点から0点まで得点を与え、ゾーン毎の平均点をグラフで示したのが図-3である。「拠点性を高めるための公共施設の設置」、「喫茶店やレストランなど憩える場づくり」および「樹木、古い建物、史跡、神社仏閣の保全」に強い要望が出ている。

次いで、緑化、駐車場整備、町並み整備などが要求され、通行規制やデザインの要素の要望は高くない。

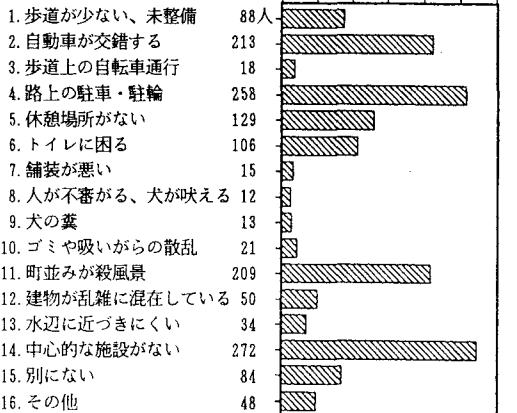


図-2 中央商店街地区を歩いて困ること、嫌なこと

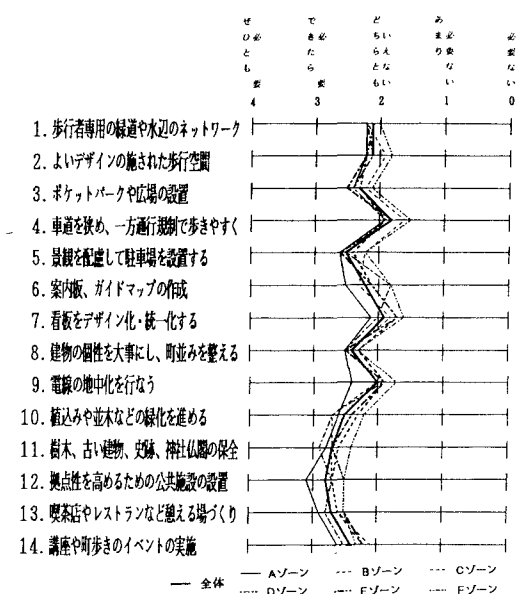


図-3 心地よく歩くために必要な整備

要望内容は同じ傾向を示すが、活性化に切実な商店街地区からは要望が強く、周辺地区、特に国道を挟んだ南部地区からの要求度合いは低くなっている。

4. 空間整備の方向と今後の課題

買物行動からみると、中央商店街の状況は厳しい。しかし、歩行の観点から町並みの状況をみると、自動車交通への対応など種々の課題を抱えながらも、寄り合える場としての魅力向上が求められ、様々な可能性を有していることが指摘できる。町並みのイメージづくりをいかに図っていくか、散歩に関する調査を通しての快適な歩行空間の追究²⁾と関連づけながら、さらに分析を進めたい。

参考文献: 1) 田主丸町「田主丸町地域生活空間計画書」1994. 3. 2) 坂本・外井・李: 散歩からみた快適な歩行空間のデザインコンセプトの追求, 土木学会西部支部研究発表会, 1994・3.