

待ち合わせに着目した都市回遊に関する研究

熊本大学工学部 学生会員 ○西野 貴之 熊本大学大学院 正会員 星野 裕司
熊本大学工学部 正会員 増山 晃太 熊本大学大学院 学生会員 尾野 薫

1.はじめに

1.1 背景

近年、ライフスタイルの多様化やモータリゼーションの発達、大型商業施設の郊外進出によって生活圏広域化、地方都市における中心市街地の衰退が問題になっている。中心市街地活性化を図るために、来街者の増加、回遊行動の誘発が有効であるとされているが、特に回遊行動の誘発は、来街者の増加と同じ効果を持ち、滞在時間の増加も期待できることから、中心市街地活性化に大きく貢献できると考えられる。

心理学的な経路選択についての知見に、『平常時における歩行は、「目標づけられた歩行」と「目標づけられていない歩行」の2つの枠組みで捉えられる。買い物のような場合は、2つの枠組の組合わさった状況として理解できる』とある。このような知見に基づき、本研究では「待ち合わせ行動」に着目し都市の回遊行動の研究を行う。「待ち合わせ行動」とは「待ち合わせ」とそれに伴う回遊行動である「ついで行動」をあわせた行為と定義する。「待ち合わせ」には待ち合わせ場所という回遊行動の拠点が存在する。さらに「ついで行動」には「待ち合わせ場所に行く」という明確な目的行動（＝目標づけられた歩行）が先に設定されているので、「ついで行動」という非目的行動（＝目標づけられていない歩行）が把握しやすいと考える。

1.2 目的

- 1) 待ち合わせを見ることで、都市の中での待ち合わせ場所を抽出、地方都市の中心市街地の回遊行動の拠点となる場所を把握する。
- 2) ついで行動を分析・考察することで、地方都市の中心市街地の待ち合わせの実態を把握、今後の都市計画に新たな示唆を与えることを目的とする。

1.3 研究の位置づけ

待ち合わせに関する既往研究では、待ち合わせ場所の評価や待ち合わせ場所での人々の行動をみる研究は多く存在するが、待ち合わせを回遊行動の一部として考え、その前後の行動も対象としているものはない。また、都市回遊に関する研究では、回遊の拠点となる待ち合わせ場所とそれに伴う回遊行動とを見た研究はない。

2.調査方法

2.1 調査対象

今日の携帯電話の普及により、離れていてもお互いのコミュニケーションが取れやすくなっている。そのような場合、ある特定の場所で待つことで離れている相手と出会うという、待ち合わせ本来の意味が失われていると考える。そこで、相互のコミュニケーションが行いにくい、大人数での待ち合わせが行われやすい「飲食目的の待ち合わせ」を調査対象とした。

2.2 調査対象地

熊本市中心市街地活性化基本画により商業・業務地区として指定されている通町・桜町地区を研究対象地とした。(図1)



図1.調査対象地

2.3 アンケート調査

熊本大学工学部社会環境工学科2、3年生に対して、アンケート調査を行った。「一番最近の飲食目的での待ち合わせについてのアンケート調査」と伝え、個人が行った街での待ち合わせについて調査用紙に記入してもらった。調査の日時や時間、調査項目等の詳細は表1に示す。

表1.アンケート調査内容

調査日時	12月7日(金)
調査時間	10:00~10:10(10分間)
調査項目	1. 基本属性 「性別」「年齢」「出身」「滞在歴」「来街頻度」 2. 待ち合わせ 「待ち合わせ場所」「集合時間」「待ち合わせ到着時間」 「待ち合わせグループ属性」「待ち合わせ人数」「飲食店舗名」 3. 回遊行動 「来街付帯者の有無」「街への出発地点」「交通手段・下車場所」 「回遊時間」「回遊経路」「訪問店舗」

2.4 調査結果

アンケート調査により71のサンプルを取得し、そのうちの41が有効サンプルとなった。アンケート結果から対象者の基本属性を図2に示す。待ち合わせ、回遊行動の項目については、3章、4章で分析を行う。

3.待ち合わせ分析

アンケート調査により得えられたデータを基に待ち合わせ場所として9つの地点を抽出した(図2)。また、待ち合わせ場所と待ち合わせに関するアンケート結果を表2に示す。この表から、待ち合わせ場所として、ダイエー前を選択した人が一番多く、待ち合わせ人数の平均も一番多かった。次に多かった場所としてはPARCO前やTSUTAYAといった場所があげられた。この2つの場所は待ち合わせ人数が少ない場所であった。また、セブンイレブン安政町店やドンキホーテなどの待ち合わせ人数が多い待ち合わせ場所は飲食する店舗から近い場合に選択されることが分かった。

4.回遊行動分析

アンケート結果の訪問店舗、移動経路から回遊行動のタイプを以下の3つに分類した。

- 1) 直行型：待ち合わせ前に訪問した店舗が無く、待ち合わせ場所へ直接移動している。
- 2) 店舗訪問型：待ち合わせ前に店舗へ訪問し、街を回遊した後、待ち合わせ場所へ移動している
- 3) 回遊型：待ち合わせ前に訪問した店舗が無く、街を回遊した後、待ち合わせ場所へ移動している。

以上の3タイプでの回遊行動に関するアンケート結果を表3に示す。その結果、待ち合わせ場所へ直接向かう直行型が一番多く見られた。回遊型、店舗訪問型は、待ち合わせ前に回遊した距離(平均待ち合わせ前回遊距離)が長かった。今後この3タイプを比較・分析することで、待ち合わせに伴う回遊行動の特徴を明らかにする。

5.おわりに

今回は、アンケート調査から、待ち合わせと回遊行動について分析を行った。今後は各項目の分析を基に、対象者の基本的属性と待ち合わせ、回遊行動とを組み合わせた分析・考察を行い、都市の回遊性向上の示唆を得る。

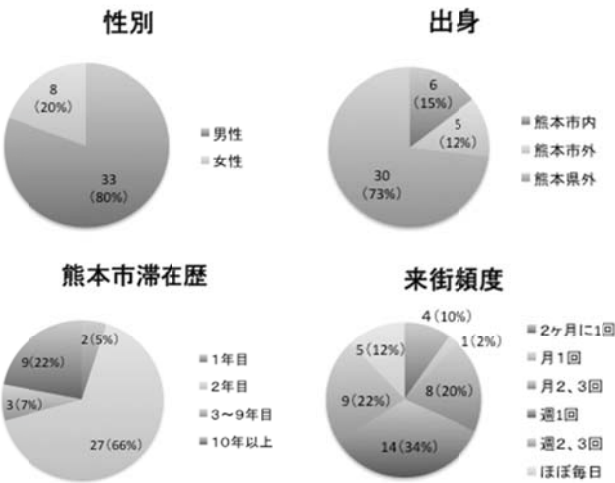


図2.対象者基本属性



図2.待ち合わせ場所周辺地図

表2.待ち合わせ場所統計

待ち合わせ場所	数(人)	平均待ち合わせ人数(人)	飲食店舗までの平均距離(m)
ダイエー前	24	20.2	190
PARCO前	6	3.7	216
TSUTAYA	3	3.8	285
ドン・キホーテ	2	12.5	66
角マック	2	9.5	179
New-s前	1	3.5	338
セブンイレブン安政町店	1	18	35
カラオケ館前	1	6	269
スターバックス	1	4	43

表3.回遊行動タイプ別統計

回遊行動タイプ	数(人)	待ち合わせ前平均回遊距離(m)
直行型	31	288
店舗訪問型	9	383
回遊型	1	383

【参考文献】

- 1) 長山泰久・矢守一彦：空間移動の心理学，福村出版，p60-63，1992