

商業地域計画における都市の魅力度に関する研究

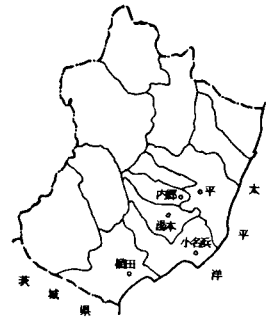
○東北大学 正員 湯沢 昭
 福島高専 正員 高橋 邦雄
 東北大学 正員 須田 薫

- 1 はじめに 三全総の柱である「定住構想」は、第一に歴史的・文化的伝統に根ざし調和のとれた人間居住の総合的環境の形成、第二に地方を振興し新しい人間居住の生活圏を確立するとある。

本報告は、生活圏の一つの核である商業地域の現状とその問題点を考えてみた。現在、各地で商業近代化計画が策定されて、一部ではその実施計画により、商業近代化が行なわれ、都市再開発と相まってまちづくりの中核をなしているところもある。本報告では「いわき地域商業近代化地域計画」に於て行なった調査を基に地方の多核的な中核都市における「快適で魅力ある商業地域づくり」について調査研究を行なったものである。

- 2 調査の概要 本報告の対象とした「いわき市」は、福島県浜通り最南部に位置し（図一／参照）昭和41年5市4町5村が合併、人口33万人の全国一の面積をもつ新産業都市である。その中で中心商業核をなしている平、副中心核をなしている小名浜・植田・湯本・内郷から成り、周辺に郡部が広がっている。

調査方法は、アメニティミニマム調査により15問75項目よりなるアンケートから30項目の質問を選び、因子分析により解析を行なった。なお、調査対象は市内の各界リーダーを抽出し、その有効サンプル数は174で、解析は全地域・地区別・年齢別・職業別に対し行なった（表一／参照）。質問項目を（表一2）に示す。因子分析は東北大学大型計算機センターのライブラリープログラム（主因子法）を使用した。



（図一／）

3 因子の説明

第1因子：総合度 全地域における商業近代化としての総合度は（図一2）より因子負荷量0.5を1つの境界と見ると、0.5以下の変量、つまり総合的に低水準にあると思われる指標は次のようなものがある。盛り場の施設の集中（20）、大型店の誘致（23）、買物公園・駐車場アーケード等の施設（24・25・26）があげられる。

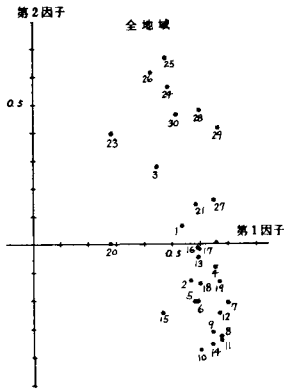
第2因子：近代化度 第2因子において、因子負荷量の特に小さい指標は（8・9・10・11・14）があげられる。これらの指標から当地域は商店街の施設（買物公園・噴水・広場等）や運動公園・文化施設等が不足しているようである。一方、因子負荷量の高い指標としては（23・24・25・26・28・29・

区 分	サンプル数
地 区 別	
平 野	57
小 名 浜	53
植 田	31
湯 本	17
内 郷	14
年 齢 別	
49才以下	58
50才以上	116
職 業 別	
商工農林等	77
その他	97

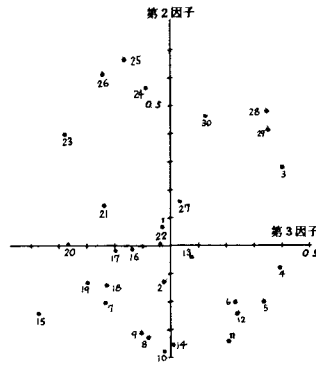
（表一／）

番号	カテゴリー
1	商店のサービス精神が旺盛である
2	盛り場に活気がある
3	新しい市民運動が育ちつつある
4	他都市との交流が積極的である
5	学術文化・芸術活動が盛んである
6	行政サービスが行偏している
7	中心部に遊歩道等を多く持つ
8	買物公園をとり入れている
9	商店街の近くに公園等がある
10	植木・緑地の多いものが多い
11	自然環境等の整った運動が盛んである
12	公園防止・環境美化等に積極的である
13	自然公園・動物公園等の造成に努める
14	運動公園や文化施設に恵まれている
15	ファッション・専門店に恵まれている
16	高級飲食施設に恵まれている
17	教育文化施設について満足する
18	中心商店街の施設について満足する
19	商店街に近代化のファッションが盛んである
20	盛り場の施設が集中している
21	行動力と活気にみちている
22	文化広場の誘いをもちまわっている
23	大型店を誘致し商売に努力する
24	中心商店街を買物公園化する
25	駐車場・アーケード等の施設を設ける
26	接客態度等の面でサービスの向上を計る
27	都市部を市民の憩い広場に開放する
28	市民参加でまちづくり運動を展開している
29	緑と人間性を考えた都市計画を考えている
30	住みよいまちづくりの開発に力を入れている

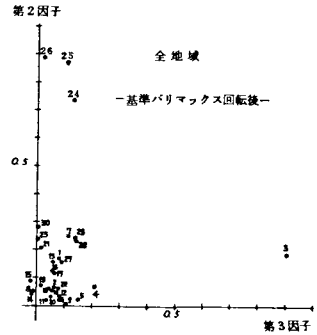
（表一2）



(図-2)



(図-3)



(図-4)

30)が見られる。これらの変量はいずれも将来に対する施設の近代化・地域の近代化を強く希望している指標である。

第3因子「文化度」 第3因子に関しては(図-3)を参照すると各変量が全体的にばらついている。ここで第2-第3因子に対し、基準バリマックス直交回転を行なうと(図-4)のようになり(図-3)(図-4)より文化的充実を表わす変量(3・4・5)に高い負荷量が見られるので、第3因子は文化的充足度の軸と見ることが出来る。一方、第2・第3因子共負の値を示している変量として中心商店街の施設や教育文化施設に対する不満(17・18)が見られる。

- 4 まとめ 因子分析による解析の結果「快適で魅力ある商業地域づくり」とは何かを考察してみると第1には、商店街における買物公園・噴水・アーケード等を取り入れて近代的な商店街を形成することがあげられる。第2として、そのためには商店街の近代化、あるいは地域の近代化を計ることが必要である。しかし、いわき地域のような多核都市においては、地区の発達段階によって商店街の近代化が先か、地域の近代化が先かに多少の違いが見られる。これらは、地区別・職業別あるいは年齢別の解析においても二分するところである。第3には、近代的な商業街区形成に諸施設(買物公園・駐車場・アーケード等)の整備は重要であるか、量的整備から精神的・文化的活動の充実、すなわち質的充実が必要であることが第3因子の説明からうかかえる。また、商業街区特有の盛り場の施設の整備により生活に潤いを与えるような施設の適正な配置計画も重要な要素であろう。商業近代化において、以上のような要素をいかに反映させるか都市の魅力度を増加させる大きな課題となろう。

今回のアンケートは、各界のリーダーによる解答であり、そのサンプル数も少なかった。さらに今後、一般の住民の意見、あるいは空間的な広がりに対する解析が研究課題となる。

* 参考文献 「いわき地域商業近代化報告書」 昭和52年3月

商業近代化委員会いわき地域部会

連想反応頻度の集中する5番目までの要素に注目するものとして、岩手山、中津川、サンビル、教育会館、セントラルホテルとなる。これらの都市要素の連想反応頻度を確率で表示し、その位置関係を示すと図-2のようになる。従って盛岡城城郭と、その周辺環境との調和を検討する場合には、ランドスケープ景観、とりわけ、岩手山と城郭に隣接する中津川との関係に検討を加えると共に、岩手山の景観を阻害している都市要素と考えられるサンビル、教育会館、セントラルホテルのあり方を追究する必要があることが分かる。また、図-4に示されるごとく、相対エントロピーを高くするような要素も城郭のイメージの興行さを深める要素として着目すべき物であると思われる。

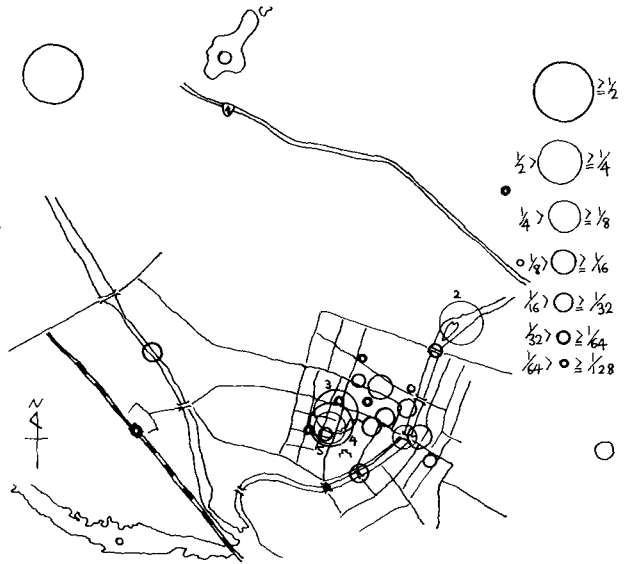


図-2 都市要素の連想反応頻度の確率表示

5. 結論

イメージ連想法によって、盛岡城城郭は周辺のランドスケープと密接な関係があることが明らかにされ、また、それを視覚的に阻害するビルとも関連が深いことが明らかにされた。従ってビルを含むランドスケープ景観の解析が必要となる。

今回の解析では、十分に追究しなかったところのイメージ連想反応で抽出された、よりパーソナルな都市要素も城郭景観の変化と興行さを深めるための要素として着目すべくその検討が望まれよう。さらに、本研究のようなケーススタディの数を増やすことによって城郭のイメージ連想構造の午ガガリをも確実なものとする必要がある。

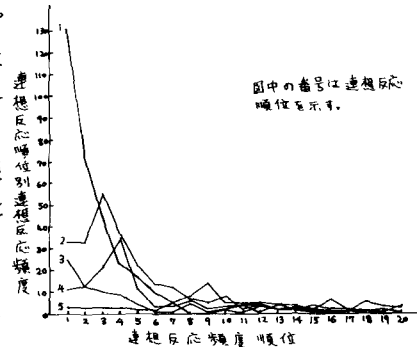


図-3 連想反応順位別連想反応頻度

参考文献

- 1) A. リチャードソン、鬼沢貞、滝浦静雄訳：心像、紀伊国屋書店、1973。
- 2) 今田恵：心理学、岩波書店、1952
- 3) 志水英樹：街のイメージ構造、技報堂、1979
- 4) 賀集寛：連想の機構、日本心理学会、1966
- 5) 川野洋：芸術情報の理論、新曜社、1972
- 6) 五十嵐日出夫：土木計画学の基礎としての文化研究、土木計画学の領域と構成、土木学会編、技報堂、1976
- 7) 五十嵐日出夫：土木計画の考え方に関する試論、土木学会誌、1974

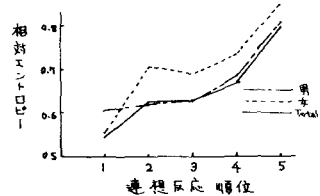


図-4 連想反応順位別相対エントロピー