八戸市中心街の街路の特性分析

八戸工業大学　非 会 員　○齋藤　聖光
八戸工業大学　非 会 員　　熊谷　宏明
八戸工業大学　非 会 員　　渡邊　信太郎
八戸工業大学　正 会 員　　武山　泰

１．目的

八戸市は南部地方の中心都市であり、八戸都市圏は約 33 万人の人口を擁する。商圏は隣接する岩手県北東部にも及び、東北地方でも有数の約 60 万人の商圏人口を誇っている。また、八戸市中心部の街路特性は、全国的に見ても特徴を持っている。そこで本研究では、八戸市中心街における街路の特性を明らかにするために、調査を実施した。八戸市においても他地域と同様に中心街が空洞化し、小売店舗の郊外化が進展してきている。一方、中心街の活性化に向けた各種の取り組みも行われており、中心街の街路を活用したにぎわいフェスティバルなども開催されている。

２．調査概要

本研究では以下の項目に着目し街路毎の特徴を分析した。

- 交通特性：交通量（自動車、歩行者）や道路の利用特性から分析した。
- 歴史的経緯：発展した経緯を中心に各町別に分析した。
- 店舗類型：各店舗類型から主に直観特化型か論理特化型が多いかによって分類した。
- 一階業種：ここでは物販店と飲食店の 2 つに着目し業種の割合から分析を行なった。
- 営業時間：直観記号は昼間より効果が大きく、屋号や論理などの論理記号は照明が点く夜間のほうがより効果が大きいと考えられる。
- 位置関係：他の通りとの位置関係を考慮し街路の特徴を考察した。
- 施設（ストリートファニチャー）：本研究では主に街路照明、歩道、街路樹に着目し歩行者の視点から分析した。
- 高度利用状況：階毎の利用状況を調査し、業種、空き状況から分析した。

(1) 店舗類型の分類方法

「街並メッセージ論とその商業地街路への適用」の店舗イメージの分析を参考に、対象地区内にある一階店舗 30 店舗を焦点距離 50mmの標準レンズで店舗正面から一階間口や各種記号が写るように撮影した。撮影した写真をプリントし、一階間口面積、各記号の面積を測定し、式(1)により記号ごとの情報量を求めた。記号ごとの情報量の上位 10 店舗を情報量「多」、上位 20 店舗迄を情報量「中」それ以下を情報量「少」とした。各店舗の情報特性から店舗の類型化を行なった。図－1 に一例を記す。

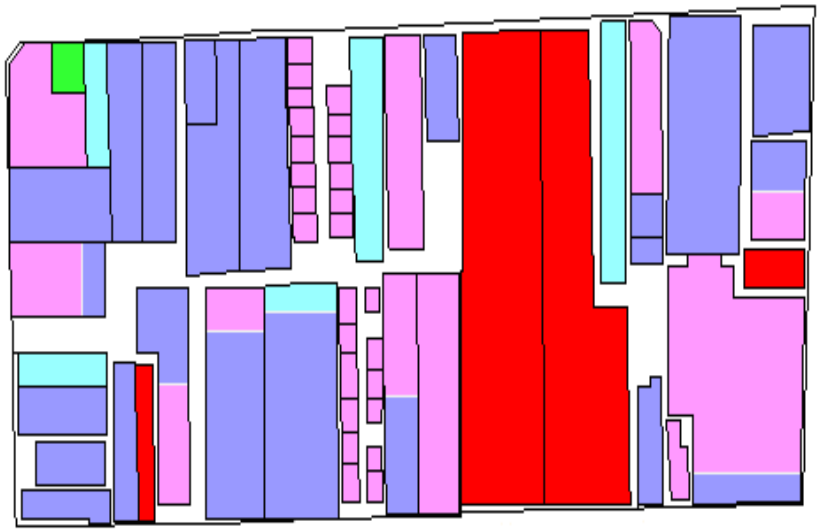
$$\text{記号ごとの情報量} = \log 10\left(\frac{\text{記号ごとの総面積}}{\text{一階間口の面積}} \times 100 + 1\right) \quad \cdots(1)$$

店舗 12
「新そばや」
業種：そば
店舗類型：飲食論理特化型
情報特性
(0.00, 0.00, 1.80, 1.13)

図－１

(2) 一階業種の分析方法

一階店舗の業種分類のため対象地区内にある一階店舗全店舗を撮影した。撮影の方法は倍率を一定にし、建物から一定の距離から撮影をした。写真を編集し、店舗を順に並べることで、目視による分析をした。図－２に一例を記す。この分析を通じて、一回店舗部分に関する視覚的な分析に基づいた街路の特性分析が行えると考えた。



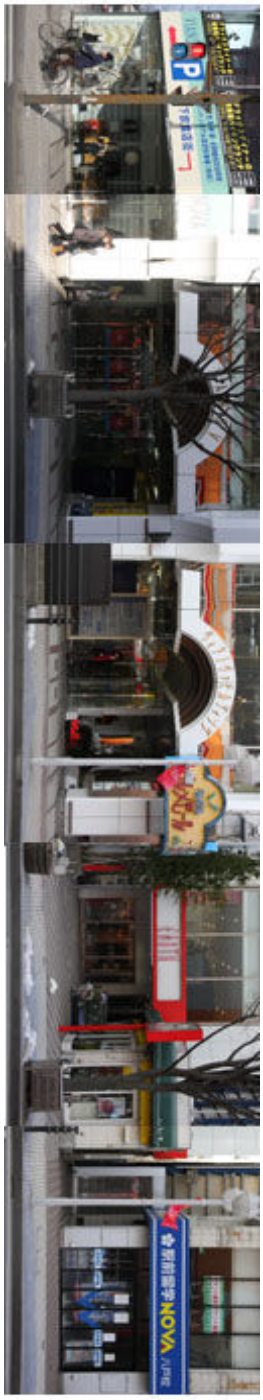
青―卸売・小売業　水―サービス業　黄緑―教育・学習支援事業
桃―飲食店・宿泊業　赤―空き

図―３　フロア毎の利用状況の調査

(3) 高度利用状況の分析方法

対象地区内のうち一部の街区に着目して、そこにある建物のフロア毎（各階毎）の利用目的を把握することで、街区の高度利用に関する分析を試みた。日本標準産業分類によって、店舗ごとに 19 種類の産業に分類した。19 の分類を同業種の 6 つのまとまりに分類し、地図上に色分けすることで、階毎の利用状況の分析を行なった。図－３に一例を記す。

他都市の事例では、街中居住を推進している都市が見られる。一方、中心街における空き店舗の状況や駐車場の立地などについても分析を行う予定である。



図－２
十三日町

参考文献

1) 土木学会編：「街路の景観設計」技情堂出版刊，1985.
2) 平野勝也「街並メッセージ論とその商業地街路への適用」東京大学学位論文，1999.
3) 榎本匡宏「八戸中心街における街路の交通特性」八戸工業大学卒業論文，2005.
4) くらしのみちゾーン基本計画・整備プラン　八戸中心街地区，八戸市，2005.
5) くらしのみちゾーン基本計画策定の流れ（1），八戸市，2005.
6) 総務省：日本標準産業分類，2002.