

飲食行動に着目した賑わい空間の創出

秋田大学 学生会員 ○川北ルミ子
秋田大学 正 会 員 木村 一裕
秋田大学 正 会 員 日野 智

1.はじめに

近年、全国各地でオープンカフェの社会実験など、飲食行為に着目した市街地の活性化を図っている事例が数多く見られる。そしてそれは今後も需要が見込め、屋外飲食空間は市街地の活性化において貴重な役割を担っているといえる。本研究では、飲食行動を行う際、周囲の人の密度や環境によって、空間を利用する主体にはどのような心理変化が起こるのかを把握し、飲食空間として望ましい空間を提案することを目的とする。

2.関係性の定義

本研究では、空間を利用する主体とそれ以外の他者との関係性から生まれる、「観客性」と「舞台性」という二つの空間の性格に着目する。

表1 主体と他者の関係性

主体が意識する 両者の関係	説明
(1) 観客性	主体は他者を見る側にまわっている 「見る」という自発的な意識が強い
(2) 舞台性	主体は他者から見られる側にまわっている 自身が「見られる」という他意的意識が強い

3.調査内容

本研究では、条件の異なる空間の写真を用意し、SD 法を使って空間イメージを評価してもらった。

表2 調査概要

回答数	59 票 秋田大学の学生を対象とした (男性:46 人, 女性:13 人)
調査項目	条件の異なる写真(全 19 枚)に対してこちらが設けた空間の印象に関して 5 段階評価をしてもらう
その他の 調査項目	(1) 屋外飲食に対する過去の経験と、需要 (2) 屋外飲食空間において好む環境

4.主体と他者に着目した空間評価

空間条件の違いによって移り変わる「観客性」と「舞台性」の意識について説明する。なお、評価の際は主体一人で写真の空間を利用すると仮定して、評価を行ってもらった。

これは、単独での空間利用の際が一番人の目を意

識するという考えに基づいている。以下は使用した写真と 5 段階評価の値をそのまま用いて算出した、サンプル平均値をグラフ化したものである。

(1) 周囲の人の密度の差による意識の違い



写真1 周囲の人の密度がそれぞれ異なる

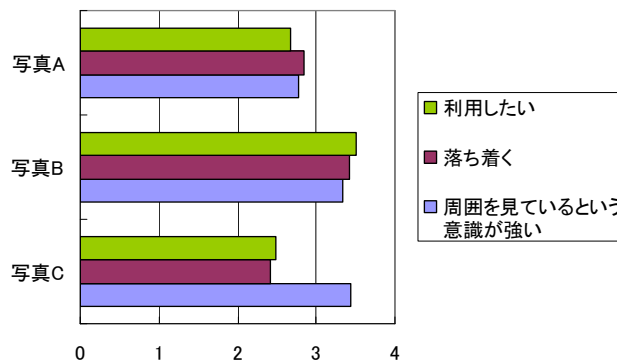


図1 写真A,B,Cに関する評価

写真は、A,B,C につれて周囲の人の密度が増していつている。図1より、密度が増加していくにつれ「見る」という意識が強まり、観客性の性格が増している。しかし「落ち着く」「利用したい」という項目はある密度を境に低下している。

(2) 座る位置よっての意識の違い(低密度の場合)



写真 A-1 通行人から近い距離
写真 A-2 ある程度の距離
写真 A-3 遠い距離

写真2 着座する位置がそれぞれ異なる

キーワード：飲食、空間、SD 法、空間の自由度

連 絡 先：〒010-8502 秋田市手形学園町1番1号 TEL(018)-889-2368 FAX(018)-889-2975

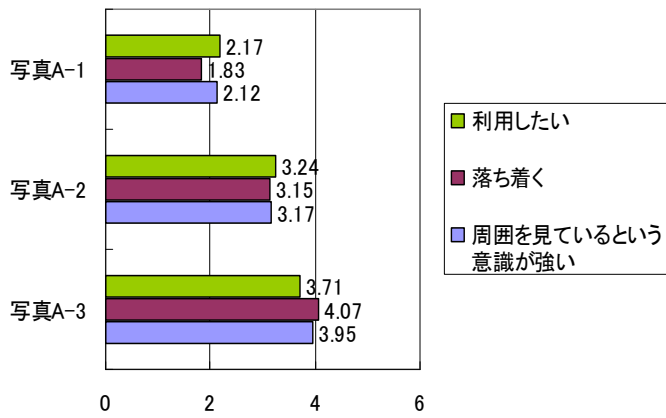


図2 写真 A-1,A-2,A-3に関する評価

写真は、A-1,A-2,A-3につれて座ると仮定する位置が通行人から遠くなっている。図2より、座る位置が通行人から遠い距離になるほど観客性の要素が増加し、利用したいという意見も増加する。

(3) 異なった周囲の環境による意識の違い

写真3 設置されている設備がそれぞれ異なる

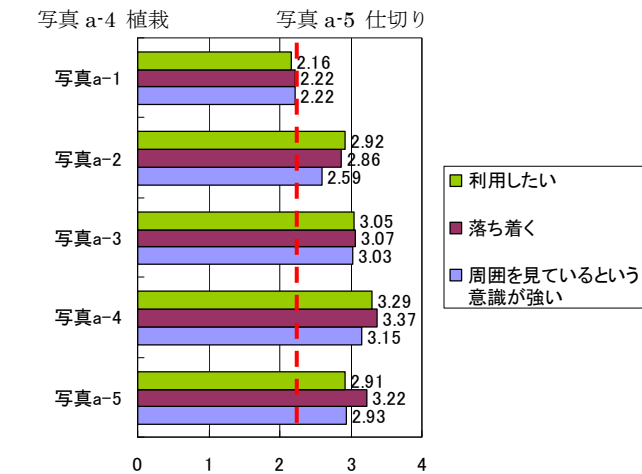


図3 写真 a-1 から a-5 に関する評価

写真は、それぞれ着座環境に変化を与えている。図3より、各項目において、a-1の何も環境が整っていない場合よりも、a-2からa-5の何らかの環境が整えられている場合のほうが観客性の性格が強くなり、主体に利用したいと思わせるような空間を作ることが出来るといえる。また、植栽のような、実際に人の視線を遮ることが出来る設備は、特に効果的であ

るといえる。

5.空間の利用のしやすさと評価項目の関係性

主体に空間を利用したいと思わせる要因の説明として、目的変数を「利用したい」説明変数を各質問項目と設定し、数量化Ⅱ類によって分析した。これは a-1 から a-5 の写真を対象としている。表3に詳細を示す。なお、相関比は 0.57 である。

表3 空間の利用のしやすさ

アイテム	レンジ	偏相関係数
質感が高い	1.0153	0.3474
人の目が気にならない	0.7907	0.2596
周囲を見ているという意識が強い	0.7188	0.2277
統一感がある	0.6370	0.2324
気分や目的に合わせて場所が選べる	0.5694	0.2149
明るい	0.2722	0.1220
開放的	0.1836	0.0867
非日常的	0.1098	0.0470

表3より、空間の質の高さや統一感、他人から見られるという、観客性や舞台性の要素が、空間を「利用したい」という評価に影響を与えやすいことが分かった。なお、「落ち着く」という評価項目は広義的な意味を含んでいるため、ここでは利用しない。

6.まとめ

本研究では、以下のことが明らかになった。

- (1) 周囲の人の密度が増加するにつれて舞台性の性格は弱くなり、観客性の性格が強くなる。また、舞台性の性格が一番強い、低密度の場合でも座る位置によって観客性、舞台性を自身で選択することが出来る。これは自由度の高い空間であるといえる。
- (2) 自由度の低い空間においても周囲の環境を整えることで、観客性の性格が強くなり、利用のしやすい空間になりうる。
- (3) 空間を利用したいと思わせるには、空間自体の質を高めることや、個人の領域が確保できるような工夫が必要である。

以上から、屋外空間をもっと魅力ある、利用したいと思わせるような空間にするためには、屋外空間独特の「見られる」という緊張感を緩和しつつ設備等を用いた自由度の高い空間のアレンジによる整備をしていくことが必要であるといえる。

参考文献

たとえば：松下 幸司、人の居場所・居方から考える都市デザイン、景観・デザイン研究講演集 pp.26-32、2005