

歩いて楽しめる街の規定因に関する研究

東北大学大学院国際文化研究科 学生会員 ○余 珙

東北大学大学院国際文化研究科 正会員 青木 俊明

1. はじめに

モータリゼーションの進展と普及により、近年では、環境負荷の増大や人々の運動不足などの外部不経済が深刻化してきた。また、地方都市の中心市街地では、商店街のシャッタータウン化も深刻化している。これらの問題を改善するためには、過度なモータリゼーション依存からの脱却とともに、中心市街地の魅力を高めた上での都市のコンパクト化が必要となる。

そのような方向性のまちづくりの例として、欧州の街が挙げられる。一般に、欧州では、生活の質(QoL)を高めるために市街地空間が整備されている。そこでは、十分な歩行空間に加え、様々な機能や施設が備えられており、車に依存しなくても豊かな生活が送れるように配慮されている。このような都市空間は歩いて楽しめる街ー来街者が積極的に歩こうと思える市街地空間ーと言える。日本でも、こうした市街地空間が増えれば、人々の交流が増え、生活満足度も向上し、街の活気の回復も期待できる。そのような街を創るには、まずは、“歩いて楽しいと思える街”の規定因を明らかにする必要がある。

そこで、本研究では、人々が積極的に歩きたいと思えるような、楽しめる中心市街地空間の環境要素を明らかにする。その上で、住民のQoLをより高める、豊かな都市空間の創造に向けた中心市街地の改善策を探る。

2. 先行研究

魅力的な市街地の条件として、Jacobsは曲がりくねった街路、②歴史ある建造物、③複数の機能を有していること、④十分に高い人口密度、を指摘している¹⁾。Jacobsの説く魅力ある街とは、快適で楽しい街である。米国の都市の分析結果に基づくこの4条件は、必ずしも日本のキーワード:歩く、楽しめる、街、規定因

市街地に当てはまるわけではないが、歩いて楽しめる街の要素を考える上で大いに参考になる。

日本でも、市川²⁾が歩行者専用ゾーンの整備を提案し、北村³⁾が交流の場としての「第三の場所」の必要性を強調している。青木は、中心市街地の訪問動機を分析し、楽しさや気分転換などの快感情が高まる空間を増やすことの必要性を述べている⁴⁾。市街地の魅力向上を考える上では、こうした要素を考慮する必要があるだろう。

“歩いて楽しい街”については、Speckは walkabilityの概念を再定義した上で、walkable cityを創るためには、人へのやさしさと、街の個性、活気的なstreet life、を作り出すことが必要であると主張している⁵⁾。Speckは walkabilityを計算するため、walk scoreの概念も提唱している。そこでは、amenity categoryの距離、街区規模、移動時間、街路の幅などが考慮されている。これらも、歩いて楽しめる街の要素を考える上で参考になる。

以上のことから、街が魅力的になれば、人々は積極的に歩き、市街地に活気が出るようになると考えられる。しかし、現状は歩いて楽しめる街の要素が十分に解明され、整理されているとは言い難い。そこで、本研究では歩いて楽しい市街地空間の規定因を明らかにする。

3. 歩いて楽しい街の定義

歩いて楽しい街とは、都市住民が日常生活の中で積極的に歩こうと思える市街地空間である。その条件を検討するため、大学生 5 名(性別:3 女、2 男;平均年齢:26歳)でKJ法を行った。その結果、歩いて楽しい街の規定因として、「安全」、「体験の多様性」、「個性・デザイン感」、「スラム感」、「季節感」、「統一感」、「公共空間」、「生活感」、「探索感」、「活気」、「晴れの間」、「非日常体験」、「文化・歴史」、「街路構成」、「イベント」の 15 項目

表－１ 歩いて楽しめる街の条件

項目	内容	項目	内容	項目	内容
安全	安心して歩ける	統一感	街並みには、ごちゃごちゃしていると感じる	探索感	新しい発見がある
	ひとりで歩いてもあまり怖くない		街並みには、統一感を感じる		意外な発見があることがある
	危なそうな人が少ない		統一感のある雰囲気がある		探検気分が味わえる
体験の多様性	多様な店や施設がある	公共空間	リラックスできる緑地が多い	文化・歴史	古い街の雰囲気をを感じる
	いろいろなものが買える		ゆっくりできる公園・広場がある		歴史のある建物がある
個性・デザイン感	高級店から100円ショップまである	生活感	人が休まるベンチ・いすが多い	晴れの場	文化や歴史を感じる
	買い物のほかにも多様な体験ができる		コーヒーやパンなど親しみを感じするいい匂いがする		発売されたばかりのものを見ることができる
	街全体はおしゃれな雰囲気がある		昔ながらの気さくな店(市場など)が存在する		雑誌・テレビで紹介される最先端なものが多い
スラム感	ほかのところでは見られない個性的な商品や人がいる	非日常体験	肩ひじ張らない手頃な価格の店(コンビニなど)が存在する	イベント	街に来れば、最近のはやりが分かる
	ユニークな店構えの店舗がある		生活雑貨店がある		街中、多くの人はおしゃれしている
	空き店舗が多い、シャッター化	活気	日常に味わえない新鮮な体験ができる	街路構成	歩く距離が長い
季節感	落書きや貼られたポスターが多い、不安感を感じる		リフレッシュして、気分転換になる		道路が複雑(表通り、横丁、裏通り)
	ゴミが多い、不潔感を感じる		日々の繰り返しの生活から脱出する機会が得られる		街中は、看板や電線がある狭い道がある
	騒音が大きい、落ち着かないと感じる	活気	歩いている人が多い	イベント	街中では、よく祭りが行われる
季節感	季節が感じれる		にぎやか		講演・展示が多く開催される
	期間限定の雰囲気がある		多くの人が集まる		街頭なパフォーマンスが行なわれる
	季節に合わせた街の飾りが見られる		ワイワイとした雑踏感を感じる		

が選定された。そこで、本研究では、この 15 項目が市街地での楽しさの規定因と考え、その妥当性を検討する。

4. 調査方法

4.1 調査地と調査方法

ひとえに市街地と言っても、その特徴は多岐にわたる。そのため、実証データの収集に際しては、適切な調査地の選定が必要になる。そこで、調査地選定に際し、調査地としての必要条件と 2 つの選定基軸（第 1 軸：大都市－中小都市、第 2 軸：中心市街地－郊外）を設定した。まず、必要条件には、得られる知見の地方都市への応用を想定し、市街地が 1 つの商業地としてのまとまりを持っており、その内部がパッチワーク状に分化していないことを設定した。選定基軸については、市街地としての魅力は、人口規模と一定の相関があると考え、第 1 軸を設定した。また、中心市街地と郊外型ショッピングモール（SC）では、商業地としての特徴や魅力がやや異なることを踏まえ、第 2 軸を設定した。すなわち、2×2 の要因配置として調査値の選定を行った。

具体的な調査地の選定では、まず必要条件に鑑み、三大都市圏は除いた。さらに、市街地空間が成立するためには、一定の人口が必要であることを踏まえ、県庁所在地またはそれに準ずる都市に候補地を絞った。その上で、総合的な大都市の中で人口の最も多い札幌市（約 191.4 万人）を大都市/市街地の例として選定した。また、中小都市/市街地には、調査時の

便宜性も考え、秋田市（約 32.4 万人）を選定した。中心市街地に匹敵する大型の郊外型 SC については、都市規模の影響が少ないと考え、大都市/中小都市の区別をせずに選定した。その際、近年では大型のアウトレットモールは中心市街地に近い特徴を持っていると考え、仙台市郊外にある三井アウトレットパーク仙台港を選定した。そのため、本調査では、3 つの地域を調査地として選定した。

データの収集では、原則として観光客を除く 15 歳以上の都市住民を対象に、直接配布と郵送回収による質問紙調査を行う。ただし、札幌市では、web 調査を実施する予定である。

4.2 調査項目

調査票では、KJ 法で得た 15 項目（表－1）を計測する。さらに、再来街意向や楽しさ、滞在時間などの変数も計測する。そのため、歩いて楽しめる街の条件は上記 15 要素であるとした（仮説 1）。本研究では、仮説 1 の検証を通じて、歩いて楽しい街の規定因やその実現方策を検討する。

参考文献

- 1) Jean Jacobs, 黒川紀章 訳(1997)『アメリカ大都市の死と生』 鹿島出版会.
- 2) 市川嘉一 (2002) 『交通まちづくりの時代-魅力的な公共交通創造と都市再生戦略』 ぎょうせい.
- 3) 北村隆一(2001) 『ポスト・モダン化の21世紀の都市と交通戦略』 学芸出版社.
- 4) 青木俊明 (2005)『中心市街地の訪問動機分析とそれに基づく活性化方策の考察 - 宮城県仙台市を題材に』 都市計画論文集 No.40-3 643-648.
- 5) Jeff Speck, (2012). Walkable City: How Downtown Can Save America, One Step at a Time, Farrar, Straus and Giroux(T)