

バイパス道路による迂回行動が 旧道沿いの商業施設の認知度に及ぼす影響

五十嵐 徹也¹・平野 勝也²

¹学生会員 東北大学工学部建築・社会環境工学科4年
(〒980-8579 宮城県仙台市青葉区荒巻字青葉6-3-09, E-mail: t.igarashi@plan.civil.tohoku.ac.jp)

²正会員 工博 東北大学災害科学国際研究所 准教授
(〒980-8579 宮城県仙台市青葉区荒巻字青葉6-3-09, E-mail: hirano@plan.civil.tohoku.ac.jp)

幹線道路沿いの郊外店との競争により、旧道沿いに存在する個人商店は顧客を失い衰退するという図式が各地で見られる。しかし、人々が旧道を利用する機会が減ったため、そもそも旧道沿いの個人商店が認知されなくなっているということも衰退の大きな要因と考えられる。本研究ではバイパス道路による迂回行動に着目し、旧道沿いの個人商店の認知度を調査した。その結果、外部の地域の人は旧道の利用頻度により認知度に差が現れ、一方地元の人に焦点を当てると、バイパス道路が整備された地域では、高頻度で旧道を利用しているにも関わらず、旧道の店舗をほとんど認知していない人が見られ、バイパス道路が存在すると地元であってもよく記憶されないという傾向が見られた。

キーワード：バイパス道路，個人商店，認知度

1. 序論

(1) 背景

近年ではモータリゼーションの進展により道路交通網が発達し、バイパスとなる幹線道路が整備された。その利便性から幹線道路沿いに郊外店が乱立し、嘗て栄えた旧街道沿いの個人店舗は顧客を失い衰退していくという図式が各地で見られる。

人々は目視や日常的な会話から店舗の外装や場所、商品内容を認識している。日々の営みの中で店舗を記憶し、日常的に情報を更新している。鎌田¹⁾が行った研究では、店舗の中でもチェーン店と個別店舗では記憶のされ方に差異があることが示唆されている。郊外店のほとんどはチェーン店であり、その一様な外装から何処の地域でもそのイメージ情報を得ることができる。また他店での利用経験がそのまま系列店舗の商品情報となるため、比較的早く記憶される。一方で個人商店は利用経験や口コミ、目視で得る情報の比重が大きくなるため、更新を重ねる毎に深く記憶されていく。

これに従うと、バイパス道路が整備された地域で迂回行動が起こることにより旧道沿いの商業施設は人々の目に入る機会を失い、購買行動において旧道沿いの商業施設を想起する機会も減少していると推測される。つまり、そもそもバイパス道路による迂回行動が人々へ心理的な

影響を及ぼし、旧道沿いの商店の衰退に繋がっていると考えられないだろうか。

幹線道路を対象に既往研究²⁾を概観すると、土地利用の変化に着目したものが多く、人々の行動の変化に着目した研究は極めて少ない。衰退の原因として郊外店との競争による利用者の減少が一つの要因として挙げられるが、競争以前に起こる道路構造の変化に伴う人々の心理的な変化まで掘り下げた研究はない。そこで本研究は、バイパス道路の迂回行動に着目し、旧道沿いの商業施設の認知度に与える影響を明らかにすることを目的とする。

(2) 観点

バイパス道路が存在する地域と存在しない地域を調査の対象地とし、旧道沿いの個人商店の認知度の比較から、バイパス道路構造と心理的影響の経年変化を擬似的に探求する。従って対象地には異なるバイパス道路構造を擁する地域の選定を行い(i)バイパス道路無し、(ii)バイパス道路半分有り、(iii)バイパス道路あり の対象地で調査を行う。

店舗の記憶という観点で、渡辺³⁾は日常体験で蓄積された記憶から商店街の店舗のもつ記号に着目し、各店舗の認知度を再認試験という方法で計測している。これを参考にし、本研究では個人商店の認知度を、再認試験により計測する。

2. 実験概要

(1)対象地

本研究においては先の観点から(i)宮城県大崎市田尻町, (ii)岩手県一関市花泉町, (iii)山形県村山市袖崎を調査対象地とした(図-1)。なお対象地の選定には旧道とバイパス道路以外に大きな道路が存在しないこと, もう一つは大型店舗がバイパス道路沿いに存在しないことを考慮した。このことから迂回をすること, 迂回をしないことの対比をより明確に読み取り易くし, また大型店舗に起因する旧道沿いの店舗への関心の薄れを可能な限り取り除き, 店舗の認知に関して, 通ることの効験がどの程度のものなのか浮き彫りにしていく。

(2)再認試験

記憶の深さを確認するため, 被験者に店舗刺激を提示し, その店舗が旧道沿いに存在するか否かを, 確信度の違いにより「絶対にある・ある・たぶんある・どちらともいえない・たぶんない・ない・絶対はない」の7段階で回答させた。店舗の刺激写真は嘗て街の商業が栄えたと考えられる旧道に面した個人商店(美容院と個人病院を含む)の店舗写真を用いる。

田尻と花泉ではターゲット刺激とディストラクタ刺激を交えた刺激を27枚, 袖崎では21枚提示した。なおここで刺激数が異なるのは, 調査地に存在する店舗総数が異なるためであり, 店舗の多い地域では多くの店舗で再認試験を行うことで分析の参考とした。ターゲットとな

る刺激写真は店舗の全体がわかるように撮影した。ディストラクタになる刺激写真は同様に全体が把握できるように撮影し, 積雪や天候など回答の手がかりとなるようなものを残さないよう考慮した(図-2)。

(3)居住地と利用頻度

街と自分との関係性が強ければ深く記憶していると想定されるため, 居住地が旧道の近くにある人を「地元の人」, それ以外の人を「外部の人」とし, 旧道沿いの商業施設の記憶の差異を検討した。また利用する頻度が高いほど深く記憶されると考えられるため, 併せて旧道とバイパス道路を日常的にどのくらい利用しているかを把握し分析した。旧道とバイパス道路の利用頻度は選択肢を設け, (1) 週0~1回, (2) 週2~4回, (3) 週5~7回の中から各々回答させた(図-3)。

(4)調査日時と回答数

調査日時と得られた回答数は以下の通りである。

- (i)田尻 日時: 2012年12月15日, 17日, 24日~25日
回答数: 30人
- (ii)花泉 2012年11月1日, 3日
回答数: 42人
- (iii)袖崎 2013年1月6日, 11日~12日, 14日
回答数: 28人

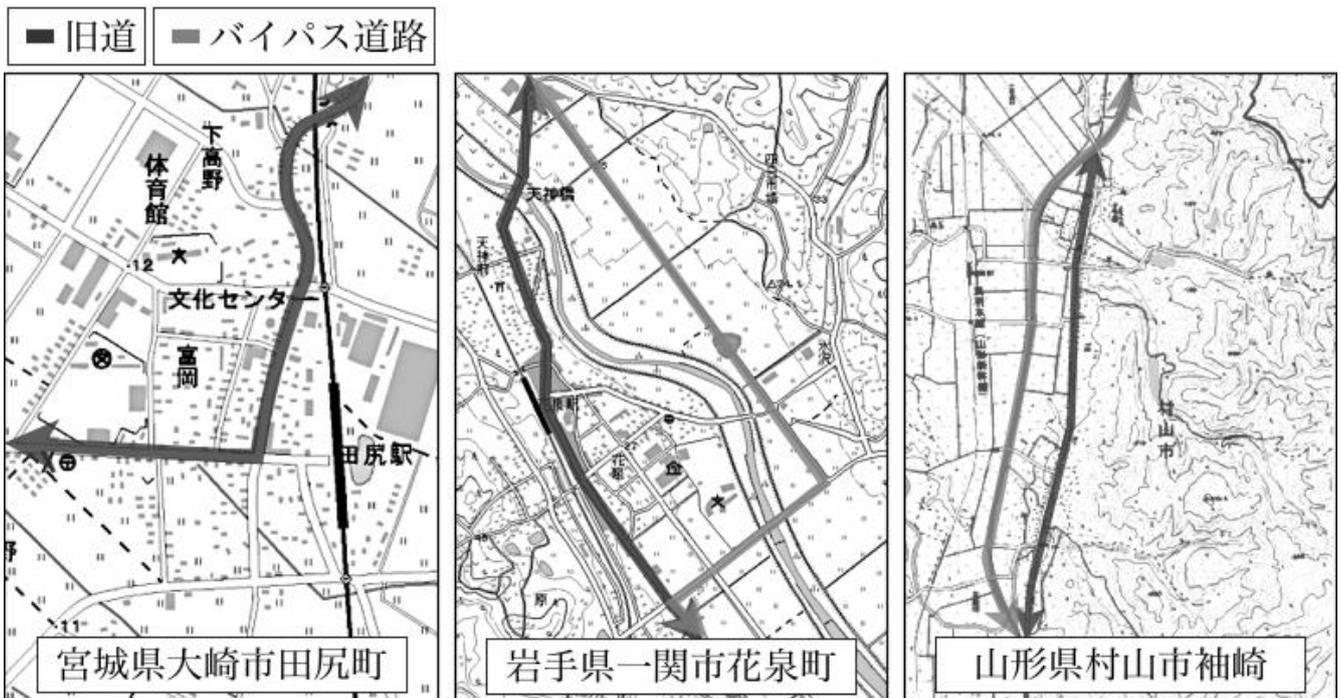


図-1 対象地の旧道とバイパス道路

提示される写真の建物、看板が下図の赤線で示された街道にあるかどうかを、例にならってお答え下さい。

次のページから始まります。

例

絶対 絶対 絶対 絶対
ない ない ない ない
たぶん どちらとも たぶん たぶん
ない 言えない ある ある
1 2 3 4 5 6 7

質問にお答えください
・示された街道の利用頻度はどれくらいですか？

赤線で示された街道
 週0~1
 週2~4
 週5~7

青線で示された街道
 週0~1
 週2~4
 週5~7

・当てはまる項目口
チェックしてください

・現在お住まいの地域を
右図より選んでください。

① ② その他

・その他と答えた方、
どちらにお住まいか住所をお答え下さい。
(例：村山市大字土生田)

・普段使う移動手段を選んでください。

乗用車 自転車 徒歩



図-2 再認試験に用いた刺激例

図-3 居住地と利用頻度のアンケート例

3. 結果と考察

(1) 分析

得られた回答の点数から平均値と標準偏差を算出した。なお各地域間で比較を行う際には同一数の店舗を用いて分析を行う必要があり、抽出にあたり恣意性を排除するため、回答のうちターゲット刺激、ディストラクタ刺激共に先に提示した8つを分析の対象とした。ここでは結果が明瞭なターゲット刺激に関して報告する。

(2) 結果

a) 地元の人と外部の人の違い

地元と外部の傾向を見ると、外部の人は旧道の利用頻度が高くなるにつれて記憶の成績がよくなるが、地元の人には旧道の利用頻度が高い低いに因らず成績はよい。このことから地元の人には、自分自身と街の関係性から旧道沿いの個人商店を深く記憶していると考えられる。またそれぞれの地域で比較した場合、地域間での顕著な差は見られない(図-4)。

b) バイパス道路による迂回行動の影響

個々人の成績を見ると、ばらつきはあるもののやはり旧道利用の頻度が高い人ほど成績はよい。続いて地元の人に注目し旧道の利用頻度が高い場合の分布を比較する(図-5)。すると、全ての商店を正しく記憶しているような成績のよい人はどの地域でも存在する。一方でどの地域でも成績の悪い人存在するが、その成績は田尻、花泉、袖崎の順に下がっていく。このことはバイパスの存在しない田尻では、ある程度は地元の商店を記憶しているのに対し、バイパス道路の存在する袖崎では、旧道の利用が高頻度且つ地元の人でありながら、旧道沿いの商店をほとんど正しく記憶していない人が存在することを示している。つまりバイパス道路が存在すると地元の人であってもよく記憶されず、意識が街の外部へ離れていくことが示唆される。

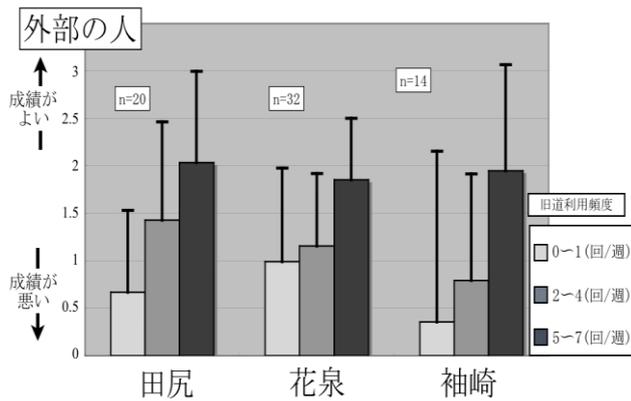
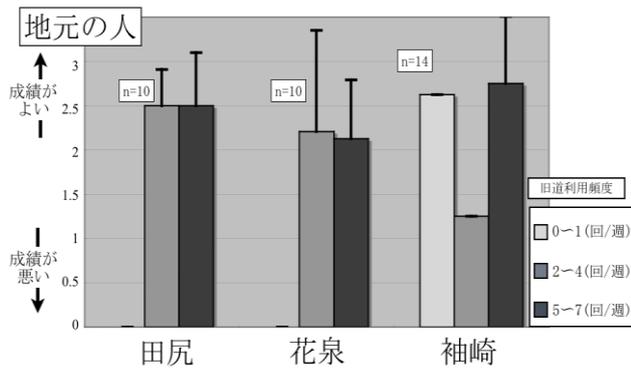


図4 地元と外部との店舗確信度

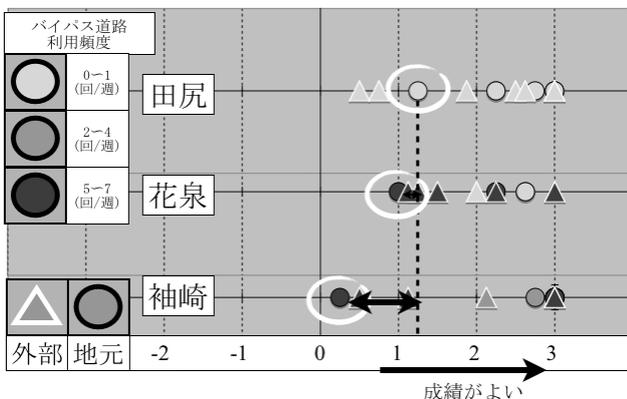


図5 旧道利用高頻度での店舗確信度の分布

4. 結論

外部の人は旧道の利用頻度が低いほど旧道沿いの個人商店の認知度が低くなるということ、また地元の人には利用頻度に関わらず、個人商店をよく認知しているということが明らかになった。また地元の人の中でも成績の悪い人の確信度は地域間で異なり、バイパス道路が存在しない地域では、ある程度は地元の商店を記憶しているのに対し、バイパス道路が存在する地域では地元の商店でさえほとんど記憶していない人が現れた。これはバイパ

ス道路が存在すると徐々に地元の人々の意識が外部へ離れていくことを示唆していると考えられる。すなわち道路構造の変化が人々へ心理的な影響を与えており、認知度の低下から旧中心部衰退の要因の一つであることが伺える。

街なかで商売をする人、生活する人、またそれらの営みが積み上げられてきた街並みは、地図の上からでは見ることが出来ない。交通の便が優先され、旧市街地への配慮に欠けた事業は少なくない。今後は道路の付け替え工事など街の骨格を変化させる事業において、道路概略設計が旧中心部を配慮した道路線形になっているかどうか、その街の将来像と照らし合わせ、検討していくべきではないだろうか。

参考文献

- 1) 鎌田亮, 平野勝也: 場所性と記憶に関する試論, 景観・デザイン研究講演集, No. 1, pp40-46, 2005
- 2) 田中一央, 両角光男, 本間里見: 幹線道路の新設に伴う沿道地域の土地利用変化に関する研究-国道266号線(浜線バイパス)沿道地域の土地利用変化と計画開発の関係-, 日本建築学会九州支部研究報告, No. 41, pp361-364, 2002
- 3) 渡邊佑未, 平野勝也: 日常体験における店舗記憶の符号化の差異, 景観・デザイン研究講演集, No. 7, pp59-64, 2011