

近隣住民による商店街の街路空間の認識 -尾山台商栄会商店街を対象として-

田中 万琳¹・佐々木 葉²

¹学生会員 早稲田大学大学院 創造理工学研究科 建設工学専攻
(〒169-8555 東京都新宿区大久保3-4-1, E-mail:m.civileng@ruri.waseda.jp)

²フェロー会員 博士(工学) 早稲田大学 創造理工学部 社会環境工学科
(〒169-8555 東京都新宿区大久保3-4-1, E-mail:yoh@waseda.jp)

近隣型商店街はヒューマンスケール且つ賑わいが存在する空間であるため、歩行時に様々なものや眺めが視界に入り、それらに対して様々な感情や考えを抱く機会が多い。本研究では近隣住民の商店街の街路空間に対する認識を明らかにするために、近隣住民に、歩行時に何らかの理由で目に留まるものや眺めを指摘してもらった実験と、商店街について感じることを質問するアンケート調査を行った。その結果、歩行時に目に留まるものや眺めとそれに対して抱く感情の傾向には個人差があり、被験者はその傾向によって4つのタイプに大別された。また、商店街の街路空間全体に対する認識は、5つの大分類から成る計10種類得られ、消費活動以外のことも歩行時に認識されていることが明らかになった。

キーワード:近隣型商店街, 街路空間, 指摘法実験, 空間認識, 尾山台

1. 研究の背景と目的

(1) 研究の背景

近隣型商店街は、そのアクセシビリティの良さゆえに、日用品の購入の需要を主としてその地域に根付いた。しかしながら、1998年の大規模小売店舗立地法の施行やモータリゼーションの進展に伴い大型商業施設が増加し、それらが提供する安価な商品と利便性に対抗できず、近隣型商店街は衰退傾向にある。また、中小企業庁が2015年に実施した商店街の店主へのアンケート調査¹⁾によると、商店街は、集客力や話題性のある店舗の減少、店舗等の老朽化、後継者不足といった問題を抱えている。こういった社会的背景により空き店舗数は増加し、商店街の眺めは殺風景になりつつある。

他方で、街歩きを楽しめることは、都市の魅力を向上させる。A. Jacobs²⁾やJ. Jacobs³⁾は、都市の魅力のイメージは街路空間の様子によって形成されると指摘しており、平野ら⁴⁾は、都市の認識は、その多くを街路からの認識に負うと述べている。これらのように、地域内における街路空間の在り方が重要であることが読み取れる。しかし有馬ら⁵⁾は、戦後の都市の近代化により、まちの中における濃密で相互扶助的な界索性や路上の賑わい、街歩きの楽しさ、人々の多様なアクティビティは失われてしまったと述べている。さらに、都市の近代化により高層ビルが建ち並び、J. Gehl⁶⁾の指摘する「人間の次元」が

尊重された都市空間は減少してきたように思われる。

近隣型商店街は、地域に根付いているが故にその地域の重要な街路であり、中でも駅前広がるような立地であれば、消費活動のためではなく単純に通行するために利用する機会も多い。また、ヒューマンスケールな空間が創出されており、歩行する度に何かしらの体験ができることが、商店街で見出される街歩きの楽しさだと考えられる。例えば曾根⁷⁾が指摘する人との交流などが挙げられるが、佐藤ら⁸⁾が指摘するようにあふれ出しなご視覚に与える情報が多いため、視界に入る様々なものや眺めに対して、評価、疑問、または思い出など、何かしらの感情や考えを抱く体験ができることも、その一つであると考えられる。

(2) 研究の目的

近隣型商店街と、地域の中における重要な街路空間の在り方を検討する際に、商店街の街路空間に対する近隣住民の認識を把握することは重要であると考えられる。本研究では、街路樹や街灯、ストリート・ファニチュア、さらには街路から見える店舗の構えなど、歩いていて視界に入るものをまとめて一つの空間として捉え、それを商店街の「街路空間」と定義する。そして、未だ衰退せず近隣の人口が増加し賑わいのある近隣型商店街にて、日々の利用者である近隣住民を対象に、商店街を歩くと目に入る様々な街路空間の構成要素の内、何かしらの感

情や考えを抱くものや眺めを抽出する実験を行う。その実験結果をもとに人々が商店街の街路空間において着目するものや着目する理由、すなわち認識要因を把握し、加えて、商店街を歩いて思うこともアンケート調査により把握する。これらから、商店街の街路空間が、どのような空間として近隣住民に認識されているかを明らかにすることを本研究の目的とする。

2. 研究の概要

(1) 既存研究

本研究に関連する既存研究の整理を行う。

a) まちや街路空間の印象や認識に関する研究

吉澤ら⁹⁾は、尾山台商栄会商店街の店舗に対する近隣住民の認識を、アンケート調査により把握し、店舗の属性と人の属性の関係を明らかにした。平野ら¹⁰⁾は、商業地の街路のイメージを決定する重要な要素である店舗の存在に着目し、各店舗が視覚情報として人に与えるイメージを記号論的に扱い、人の街路に対するイメージの構造を明らかにした。これらのように都市空間における人々の認識やイメージを把握する研究は多く存在し、空間認識を明らかにすることの重要性が読み取れる。

b) 街路空間の構成要素と人の関係に関する研究

辻川ら¹¹⁾は、商業地におけるストリート・ファニチュアのみに着目し、商業地のストリート・ファニチュアの種類を明らかにしたうえで、それらが人の動きに与える影響を研究した。また、J. Gehl¹²⁾は、屋外の物的条件が望ましくない場合は「必要活動」しか行われず、屋外の物的条件が望ましいならば「任意活動」及び「社会活動」が行われると述べた。これらから、店舗の構えや店頭をあふれだし、ストリート・ファニチュアなどの、商店街の街路空間の構成要素やそれらの物的条件が、人の行動や心理に影響を与えることがわかる。

c) 街路空間における特定の構成要素の抽出に関する研究

福井ら¹³⁾は、歴史的な街路において歴史的と感じさせる景観構成要素を指摘法実験により抽出し、街路の全体的な印象評価の結果と照らし合わせることで、景観構成要素と街路の歴史的な印象の関係を明らかにした。積田ら¹⁴⁾¹⁵⁾は、街路から見える印象的なものや象徴的なエレメントを指摘法実験によって把握し、同時にアンケートにより街路全体の評価も把握することで両者の関係を明らかにした。これらから、街路空間の構成要素の内、何かしらの感情や考えを抱くものを把握する実験の方法として指摘法実験が有効であると考えられる。

d) 指摘法実験の手段として写真撮影を用いた研究

山下ら¹⁶⁾¹⁷⁾は、対象地区の景観の表象と評価を把握す

るために、地区内の人を被験者として、その地域らしい風景を撮影してもらい、その風景について思うことを回答してもらい調査を行った。渡邊ら¹⁸⁾は、人々の生活感の捉え方を把握するために、被験者に生活感を感じたものを、対象地を歩きながら撮影してもらい、生活感を感じた理由を回答してもらい調査を行った。これらの研究から、対象地内を実際に歩いてもらいながら行う指摘法実験を行う際に、そのツールとして写真撮影を用いることは有効であると考えられる。

(2) 本研究の位置づけ

指摘法実験により空間の認識を明らかにした研究は多数あるが、特定の印象に合うもののみを指摘する実験が多く、気になったものや目に留まったものを全て指摘する実験の場合も空間の認識の研究には至っていない。また、近隣型商店街を対象に、その利用者の認識を明らかにした研究も例が少ない。本研究は、近隣型商店街がその地域の重要な街路であることに着目し、それを一つのまとまった街路空間として捉え、それに対する利用者の様々な認識を明らかにしようとする点が特徴的である。

3. 実験とアンケート調査の概要

(1) 対象地の選定と概要

本研究では、地元で根付き街路の活用が盛んな近隣型商店街を対象とする。そこで、1949年に商栄会として発足してから、多くのイベントが開催されるなど、アクティビティが活発に行われており、地域の主要な商店街でありながら駅へのアクセス路として重要な街路となっている東京都世田谷区の尾山台商栄会商店街を本研究の対象地とする。



図-1 尾山台商栄会商店街の位置

尾山台商栄会商店街は、図-1に示すように、東急大井町線尾山台駅と環状八号線を結ぶ延長約365mの直線であり、街路沿いに138の商店が立ち並ぶ(2018年7月現地調査及び店舗HP検索結果)。尾山台商栄会商店街に隣接す

る地区(尾山台2, 3 丁目, 等々力1, 2 丁目)の世帯数は5,692世帯, 人口は11,113 人(2019年9月1日現在)である¹⁹⁾. 日々, 近隣の住民が, 消費活動のために訪れるだけではなく, 駅と自宅の往復に利用するなど, この地域の主要な街路となっている.

(2) 実験とアンケート調査の目的と方法

人々が, 商店街の街路空間のどのようなものや眺めに対して, どのような感情や考えを抱くかを把握することを実験の目的とする. 実験の方法は, まず, 被験者自身が, 商店街を歩きながら何かしらの理由で気になったものや眺めを指摘し, それを記録するために写真を撮影する. その後, 撮影した各写真の撮影理由をアンケート調査する.

(3) 実験の概要

被験者には以下の5つの事項を指示した.

1. 何でもよいので少しでも気になったものや眺めを, 深く考えずに撮影してください.
2. 歩く順番は自由ですが, 必ず1往復はしてください.
3. 脇道に行かないでください.
4. 撮影が困難なものは無理に撮らず, ひとまずその近くを撮ってください(アンケートに「本当は〇〇が撮りたかった」という旨を書いてください).
5. 20~30分程度で35枚程度撮影してください.

(4) アンケート調査の概要

写真撮影の実験が終了後, 以下に示すアンケート調査を行った.

a) 被験者属性

性別, 年齢, 住所, 商店街の利用歴, 来訪頻度, 来訪手段について質問した.

b) 撮影した写真について

実験方法の精査のために行った予備実験での結果を踏まえ, 図-2に示す質問用紙を作成した. 写真1枚につき質問用紙を1枚回答する形式であり, まず6対の単語を7段階で評価したのち, 撮影理由を自由記述式で質問した. このような構成の質問用紙を用いた理由を以下に記す. 被験者には前述のように「何でもよいので少しでも気になったものや眺めを, 深く考えずに撮影してください」と指示した. その結果, 被験者自身が撮影理由を言語化することが難しい場合があるということが, 予備実験で明らかになった. そこで, 撮影理由を自由記述式で質問するにあたり, その前に一度自身の考えを整理できるように, まず6対の単語を7段階で評価する質問欄を設けた. この6対の単語は, 予備実験において, 撮影理由で挙げられたものから特に回答数の多かった単語から選定した.

図-2 撮影した各写真に対するアンケート用紙

c) 商店街全体について

街路空間の個々の要素だけではなく, 商店街全体に対する認識を把握するために, 「ハッピーロード尾山台商店街全体についてお聞きます」と題し, 図-2と同様の6対の単語による7段階評価を行ってもらい, 次に「商店街を歩いていて思うこと・感じるものがあれば書いてください」という質問欄を設けた.

(5) 実施日と被験者の概要

実験は, 尾山台商栄会商店街を日常的に利用している14人を対象に, 2018年10月8日(月)から30日(火)に実施した. 時間帯により商店街の雰囲気異なることを考慮し, 10:00~12:00(以下, 昼)及び歩行者天国を実施する16:00~18:00(以下, 夕方)の2つの時間帯で実験を行った. 被験者により, 昼と夕方の両方, 若しくはどちらか一方のみの場合がある. いずれの実験日の天候も晴れ若しくは曇りである. 被験者の属性と実施日を表-1に示す. ただし写真枚数とは, 撮影された写真の内, 図-2に示したアンケートの回答がされた写真の枚数のことである.

表-1 被験者属性と実験日

被験者No.	性別	年齢(代)	利用歴(年)	利用頻度	来訪手段	実施日(昼)	実施日(夕方)	写真枚数	
								昼	夕方
1	女	10~20	11~20	週1,2	徒歩	10/8(月)		29	
2	男	70~	31~40	週1,2	徒歩・自転車	10/8(月)		36	32
3	女	50~60	41~	毎日	徒歩・自転車	10/8(月)		30	30
4	女	30~40	~4	月数回	電車	10/8(月)		33	31
5	男	50~60	21~30	月数回	徒歩	10/11(木)	10/8(月)	31	28
6	男	10~20	~4	週1,2	徒歩		10/8(月)		34
7	女	50~60	11~20	毎日	徒歩	10/11(木)		22	
8	女	30~40	11~20	毎日	自転車	10/12(金)		30	
9	男	10~20	~4	週1,2	徒歩	10/12(金)		40	
10	女	30~40	~4	毎日	徒歩		10/12(金)		28
11	女	50~60	21~30	毎日	徒歩・自転車	10/29(月)	10/30(火)	27	40
12	女	30~40	5~10	毎日	徒歩・自転車・車	10/29(月)	10/30(火)	32	31
13	女	30~40	5~10	週1,2	徒歩・自転車	10/30(火)		29	
14	男	30~40	5~10	週1,2	徒歩・自転車	10/30(火)		27	

4. 街路空間の認識の分析

(1) データのコード化

被験者が商店街の街路空間において着目するものとそれに対して抱く感情や考えを把握するために、撮影理由のテキストデータをコード化し、その分類と集計を行った。テキストデータから、①指摘対象、②その対象の状況・状態の説明、③指摘対象に対して抱いた感情や考えに関連する語や文を抽出し、それぞれについて表-2～表-4の分類によるコード化を行った。図-3の例の場合、①について「1cAa. 店-全体」、「1cAc. 店-建物」、「1cAd. 店-外壁」の3種類、②について「2c. 時代」の1種類、③について「Z. 想像・推測」、「Q. 直接的評価」の2種類が付与される。また、それぞれを、街路空間における①着目対象、②着目対象の説明、③着目理由と名付けた。

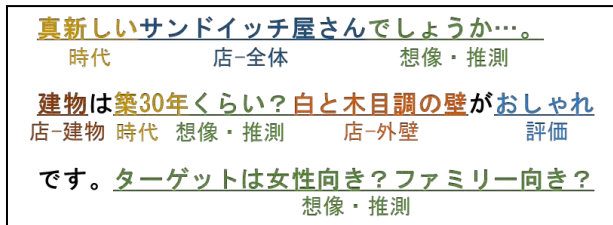


図-3 コード化の例

表-2 着目対象の分類

ID	項目	例
1aA	人	人自体
1aB		行為
1bA	街路	舗装
1bB		装飾
1bC		ファニチュア
1bD		植物
1cAa		全体
1cAb	店	店名
1cAc		建物
1cAd		外装
1cAe		商品
1cAf		装飾
1cAg		看板
1cAh		その他雑貨
1cAi		商品
1cAj		装飾
1cAk		様子
1cB	住居	
1cC	区の公共施設	
1cD	空き家・店舗	
1cE	駐車場	
1cF	駐輪場	
1d	空間	
1e	乗り物	
1f	ゴミ	
1g	シーン全体・景色	
1h	落書き	
1i	指示書き	
1j	ビラ	

表-3 着目対象の説明の分類

ID	項目	例
2a	時	時間帯
2b		季節
2c		時代
3a	様子	位置(置かれ方)
3b		密度
3c		状態
4	立地	

表-4 着目理由の分類

ID	項目	例
Q	直接的評価	(視覚情報をそのまま評価)きれいな美しい/汚点
R	間接的評価	(視覚情報ではない存在の評価)/この店便利
S	希望	(要望)取り除くべき/もっと増えると助かる
T	疑問	いまいよくわからない/何なのか気になった
U	雰囲気	(抽象的な無感情の表現・印象・比喩)な感じ
V	個人の経験	(過去や現在の経験)よく使う/昔よく見に来た
W	個人的嗜好	(潜在的な個人の嗜好)パンが大好き
X	知識	(商店街の情報)お店の人がやる/いつも混む
Y	新鮮さ・珍しさ	初めて見る/珍しい/驚き/意外
Z	想像・推測	多分/だと思ふ/なのかな?

(2) 認識要因による被験者の類型化

14人の被験者の内6人は昼と夕方の両方の時間帯で実験を行ったため、延べ20人分のデータが得られた。着目対象や理由は、個人や時間帯により傾向に差があると仮定し、まず撮影理由のテキストデータに含まれる表-2～表-4の各項目の数を、20人ごとに集計し、各項目の総数が全体に占める割合を算出した。次に、20人の認識要因の違いを考察するため、クラスター分析により類似した被験者同士にグループに分けた。図-4の棒グラフは、20人の被験者ごとに各項目の累計割合を表したもので、例えば「昼7」の軸は、被験者No. 7の人が昼の時間帯に行った実験における結果を意味する。また、A～Dの枠はクラスター分析により分類されたグループを示す。

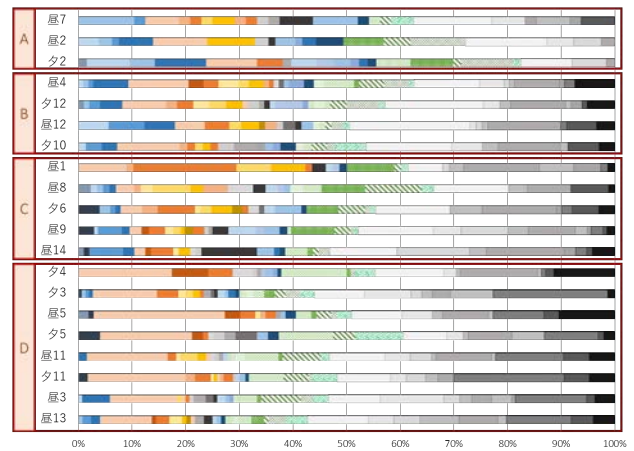


図-4 20人の被験者ごとの各項目の総数が全体に占める割合とクラスター分析によるグループ分類

図-4に示したクラスター分析の結果から、昼と夕方
の両方の時間帯で実験を行った6人の被験者の内、5人が異なる時間帯でも同一のグループに分類されたことが読み取れる。従って、認識要因は、時間帯よりも個人による差の方が大きいことが示唆された。また、各グループの特徴を表-5に示すように考察した。

表-5 各グループにおける認識要因の特徴と具体例

	特徴・例
A	視覚情報を直接判断するタイプ 街路を歩いていて視界に入る様々なものに着目した上で、その対象物の見た目から得られる状況やそれに対する評価など、視覚的な情報に対して直接判断できる情報を感じるタイプ 「石畳がきれい。」 「ゴミの放置」
B	多様な対象に意見を持つタイプ 着目対象に特定の偏りがなく、様々なものや眺めに着目し、それについて評価をしたり、雰囲気を感じたり、自身の考えや意見を持つタイプ 「文字のフォントがおもしろい。」 「八百屋とジャズの組み合わせがユニーク」
C	視覚情報から意見を持つタイプ 対象物の存在ではなく、視覚情報から得られるような形として目に見えるものに着目し、それを評価するなど、対象物の視覚的なことに対して自分の意見を持つタイプ 「お店の外装や表札、ドアがおしゃれだったため。」 「自転車置き場もう少し工夫すればきれいになるんじゃないかな」
D	存在に対して考えを持つタイプ 主に街路沿いの施設の「存在」全体に着目し、それについての自身の知識を回想や推測をするなど、視覚的な情報からは直接判断をすることができないような、飛躍した発想を持つタイプ 「ココカラファインが出店。たしか、書店がここにあったはず」 「商店街になぜかたくさんある不動産屋さん。こんなにあって、大丈夫？」

(3) 商店街の機能による認識要因の特徴の分析

近隣型商店街は、消費活動を行う場でありながら、地域の中における主要な通行のための街路の場としての機能も持つ。それぞれの機能の視点で見たときに、認識要因にはどのような違いがあるかを分析するために、撮影理由のテキストデータを消費活動に関わる記述(例えば「果物が『美味しそう!』と感じたため」、「美味しいコロッケを思い出して」、「何のお店か、いまいちよくわからない」など)か否かで分類し、両者の回答を比較した。図-5に機能別に各項目の総数を単純集計したものと、図-6に写真1枚当たり換算したものを、それぞれ図示する。ただし、一番上に全テキストデータを集計した結果を示し、その下に各グループごとに集計したものを順に示す。

図-5の単純集計において、全体的に消費活動以外に関するものの方が写真の枚数が多くなり、またA~Dのどのグループも消費活動以外の指摘があったことが読み取れる。このことから、近隣型商店街が単なる消費活動の場だけではないと認識されていることが示唆された。Dグループのみ消費活動に関するものの方が多くなったのは、

このグループが前節で考察したように店の存在に着目するタイプであるため、店に視線が行き商業的なことを考える傾向があるためであると考えられた。また、A~Dの全てのグループにおいて、消費活動以外の場合も「1cAa. 店-全体」に着目したことから、商店街を買い物のためではなく単に街路として利用している際も、店は人々に認識されることが明らかになった。

図-6の写真1枚に対する項目数については、どのグループも、消費活動に関するものの方が多い。また全グループに共通して、「1cAa. 店-全体」の数が多いなど項目に偏りが見られたことから、消費活動に関するものの方が1つの視対象に対して抱くことが多いが、消費活動以外に関するものの方が指摘される項目の種類に偏りがなく多様であることが示唆された。

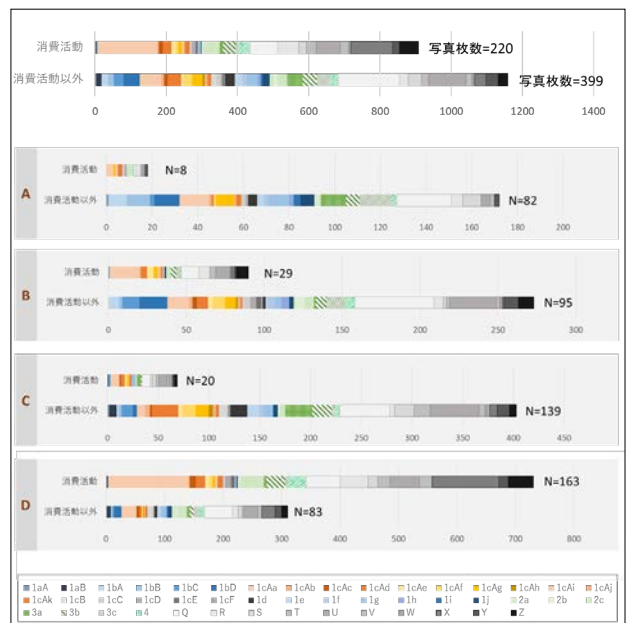


図-5 商店街の機能別による認識要因数の単純集計

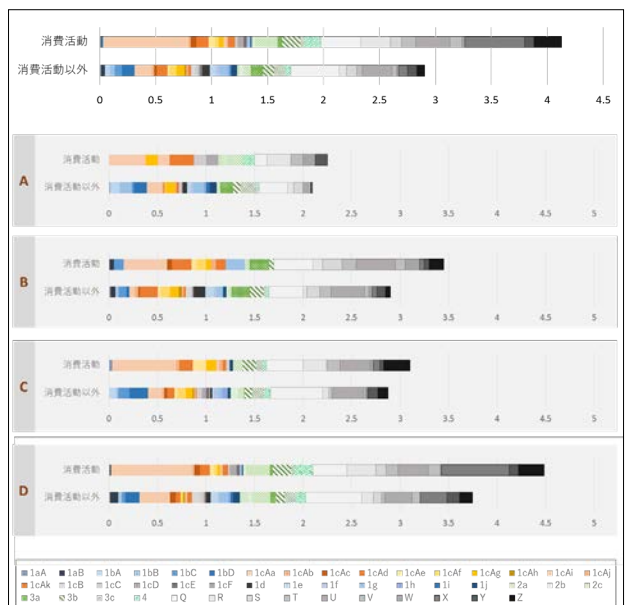


図-6 商店街の機能別による写真1枚当たりの認識要因数

(4) KJ法による商店街全体の認識の分析

実験におけるアンケートの最後の質問である「商店街を歩いていて思うこと・感じることをあれば書いてください」の回答の文章を、KJ法により整理することで、被験者の商店街の街路空間に対する全体的な認識の傾向を分析した。その結果、5つの大分類から成る計10種類の認識が得られた。これを表-6に示す。

「商店の変化」や「商店に対する希望」のように店のみに着目した記述も見られたが、多くは店と街路の両方が存在することで言及されるような記述(例えば、歩行者天国は安心して買い物ができる、など)であった。このことから、商店街は、店と街路の両者が一つにまとまった空間として捉えられていると考えられた。また、例えば「新しい発見のある街」や「色々なイベントができる」という記述があるように、近隣住民が商店街を消費活動の場だけではなく、様々なアクティビティが行われる空間と認識していることが読み取れた。さらに、商店街全体について質問したにも関わらず、「街」という表現の記述も見られたことから商店街がこの地域のイメージ形成を負う空間であると考えられた。

者天国は安心して買い物ができる、など)であった。このことから、商店街は、店と街路の両者が一つにまとまった空間として捉えられていると考えられた。また、例えば「新しい発見のある街」や「色々なイベントができる」という記述があるように、近隣住民が商店街を消費活動の場だけではなく、様々なアクティビティが行われる空間と認識していることが読み取れた。さらに、商店街全体について質問したにも関わらず、「街」という表現の記述も見られたことから商店街がこの地域のイメージ形成を負う空間であると考えられた。

表-6 商店街全体の認識の種類

大分類	小分類・特徴	例
時代的変化	新旧の商店の混在 商店街に立ち並ぶ店は、古い店と新しい店が混在していることを感じている。	「昭和レトロと平成のフレッシュなお店が混在していて、非常にふとこりの深い」 「古い店と新しい店の混合がうまくいっているのかな？」
	商店の変化 昔ながらのお店の減少や、チェーン店の増加に伴う個性ある店の減少など、過去から現在までの商店の変化を感じている。	「個性的な商店街のイメージが大きく崩れた。さみしい。」 「変わらないようで日々変わっているんだなと感じています」
	商店街の雰囲気の変化 過去から現在までの、商店街全体の雰囲気や賑わいの変化を感じている。	「25年位利用しているが、年々、活気がなくなってきているかなと思う。」
歩行の場	商店街の眺め 商店街を歩いているときの眺めに対して、好印象・悪印象を抱くほか、個性的などと感じている。また街歩きの楽しさを感じる人もいる。	「木の左右のバランスが違うので、統一感がない。」 「道路のアスファルトでない所がとても個性的だと思います。」
	歩行時の発見 商店街を歩くことにより、商店街の新しい発見をすることができると感じている。	「毎日通っていても都度新しい発見のある街だなと。」
人に対する印象	商店街の利用者の印象 商店街全体における、利用者の層や雰囲気について感じている。	「子どもや学生が多いな一っ感じがします。」 「地元の人が利用するイメージ、あえて遠くから足を運ぶ程の店はない印象。」
	歩行者の印象 商店街の街路を歩いている人の行為や雰囲気についてのイメージを感じている。	「学生等は商店街を歩いてただ通りすぎてしまう人が多いと感じています」 「座って休憩する人もあまりいないように感じています。」
将来への希望	商店に対する希望 商店街をより良くするために、商店に対して希望を抱いている。	「これからテラス席か。路上販売をする店を増やしたい！」 「もっと活気が出るようにしてほしい。商店側も元気がない！」
	商店街の取り組みに対する希望 ゴミ捨てや街路の植物の手入れの徹底というような、商店街の取り組みに対する希望に加え、商店街全体をより良くするための取り組みの必要性を感じている。	「植木の手入れが全くできていない。自分達で出来なければ地域の人に相談して協力をつのれば良い。」 「商店街として興味ある街にしてほしい」
愛着	日ごろから商店街の良いと思う面に愛着を持っている。	「歩行者天国は、色々なイベントも出来るし、安心して買い物ができるので大好きです。」 「住みやすい街だと思います。」

5. 結論

(1) 本研究のまとめ

本研究により明らかにしたことを以下に記す。指摘法実験により、人々の商店街の街路空間における認識要因を表-2～表-4の合計46項目に整理した。認識要因は時間

帯による差よりも個人差の方が顕著で、被験者は認識要因の特徴によって、視覚情報を直接判断するタイプ、多様な対象に意見を持つタイプ、視覚情報から意見を持つタイプ、存在に対して考えを持つタイプの、4つのタイプに大別された。

消費活動の場と通行の場という、商店街の2つの機能

ごとに認識要因の違いを分析した結果、後者の方が撮影された写真の枚数は多く、商店街が単なる消費活動の場のみではないことが示唆されたが、写真1枚当たりの指摘数は前者の方が多く、1つの視対象に対する認識要因が多いことが明らかになった。また、商店街において店の存在は人々に認識される大きな要因であることが示唆された。

商店街の歩行時に思うことや感じることは、時代的变化、歩行の場、人に対する印象、将来への希望、商店街への愛着の5つに大別され、商店街が店と街路がまとまった空間として認識されていることが示唆された。

以上のことから、商店街の街路空間の歩行中に着目するものやそれに対して抱く感情には個人差があるが、近隣型商店街が消費活動の場にとどまらない様々なアクティビティが行われる空間であると認識されていることが明らかになった。また商店街において店は、消費活動のみならず街路空間の雰囲気形成や街歩きに楽しさを与え得る存在であることが示唆された。

(2) 今後の課題

本研究では、商店街が単なる消費活動のための場ではないことが明らかになった。今後は、具体的にどのようなアクティビティが行われるのかを行動観察調査などにより把握することで、商店街の街路空間がどのような機能を持つ空間であるかを、より具体的に論考できると考えられる。

謝辞：本研究の実験において、実験参加者の募集に協力して下さった尾山台商業会商店街振興組合の皆様、また実験にご協力くださった近隣にお住いの皆様には、多大なご協力を頂いた。厚く謝意を表す。

参考文献

- 1) 中小企業庁HP <<http://www.chusho.meti.go.jp/>> 2019.8.28 最終閲覧
- 2) Allan B Jacobs : Great Streets, The MIT Press, 1978
- 3) Jane Jacobs : アメリカ大都市の死と生, 鹿島出版会, 1961
- 4) 平野勝也, 渡邊佑未, 白柳洋俊 : 街路認識における物理的要素と人の関係, 土木学会論文集 D1(景観・デザイン), vol.72, No.1, pp.13-23, 2016
- 5) 有馬隆文, 大木健人, 出口敦, 坂井猛 : 商業地街路における行動誘発要素と歩行者のアクティビティに関する基礎的研究, 日本建築学会計画系論文集, 第73巻 第623号, pp.178-182, 2008
- 6) Jan Gehl : Cities For People 人間の街 公共空間のデザイン, 鹿島出版会, 2014
- 7) 曾根陽子, 香山愛里 : 高齢者層の交流の場としての近隣型小売商店の役割-1960年代のミニ開発住宅地における近隣コミュニケーションに関する研究その2-, 日本建築学会計画系論文集, 第635号, pp.83-89, 2009
- 8) 佐藤敦, 有馬隆文, 萩島哲, 坂井猛 : 店舗の構えの特徴

- と商店街の魅力に関する研究, 日本建築学会計画系論文集, 第582号, pp.87-93, 2004
- 9) 吉澤広大, 佐々木葉, 高野裕作 : 近隣商店街を構成する商店に対する住民の想起傾向に関する研究, 景観・デザイン研究講演集, No.11, pp.222-227, 2015
 - 10) 平野勝也, 高梨充, 高森秀司 : 情報伝達形態から見た店舗イメージ分析手法, 土木計画学研究・論文集, No.15, pp.443-450, 1998
 - 11) 辻川ひとみ, 北浦かほる : 商業地における人の動きとストリート・ファニチュア-戒橋周辺の事例研究にみる-, 日本建築学会計画系論文集, 第533号, pp.119-126, 2000
 - 12) Jan Gehl : 屋外空間の生活とデザイン, 鹿島出版会, 1990
 - 13) 福井恒明, 篠原修 : グレイン論に基づく街並みの歴史的イメージ分析, 土木学会論文集, No.800, IV-69, pp.27-36, 2005
 - 14) 積田洋, 関戸洋子, 濱本紳平 : 指摘量分析によるエレメントの特性とエレメント構成の類型化 -街路空間における「気配」の研究(その1)-, 日本建築学会計画系論文集, 第69巻第583号, pp.47-52, 2004
 - 15) 積田洋, 関戸洋子, 濱本紳平 : 心理量分布図による街路空間の雰囲気と指摘エレメントの相関分析 -街路空間における「気配」の研究(その1)-, 日本建築学会計画系論文集, 第71巻第607号, pp.41-48, 2006
 - 16) 山下三平, 丸谷耕太, 内山忠, 栗田融 : 陶芸の里・小石原皿山の景観表象の把握と評価-実存的景観論の試み-, 土木学会論文集 D1(景観・デザイン), vol.73, No.1, pp.1-20, 2017
 - 17) 山下三平, 丸谷耕太, 林珠乃, 大森洋子 : 窯元とその家族の目を通じた陶芸の里・小鹿田皿山の景観とその評価, 土木学会論文集 D1(景観・デザイン), vol.74, No.1, pp.51-62, 2018
 - 18) 渡邊優, 佐々木葉 : 東京都心の街路空間の生活感印象に関する研究, 景観・デザイン研究講演集, No.7, pp.65-71, 2011
 - 19) 世田谷区HP <<http://www.city.setagaya.lg.jp/index.html>> 2019.8.28最終閲覧