

地方景観における生活景 および商店街の盛況性の研究

学生氏名 秋山 凱
指導教員 皆川 勝

所属 東京都市大学工学部都市工学科 計画マネジメント・皆川研究室
E-mail g1018002@tcu.ac.jp

地域の生活空間における景観(以下生活景)は地域景観において重要な要素の1つである。また、生活景は地域を評価する指標でもある。

本研究では生活景の1部である商店街に着目し、商店街を分析し、盛況性について調査をおこなった。分析には6箇所の商店街を対象に2つの方法を利用した。1つ目はアンケートから利用者の商店街に対する評価を目的変数、商店街の規模・アクセスに関する要素を説明変数とし、重回帰分析を用いた。盛況性に最も関連したのは商店街の全長という結果になった。二つ目は商店街の個性が盛況性の評価に対し、どのような関連性を持つのか調査をおこなった。商店街の個性に関して利用者が調査をした。個性が多く挙げられた商店街ほど盛況性が高い結果となった。

Key Words : *Liveliness of a shopping center* *Composition of a shopping center* *Individuality*

1. はじめに

現在の日本ではモータリゼーションが進み、地域から地域へのアクセスがおこないやすく、利便性に富んでいる。しかし、地方景観においてモータリゼーションは多大な影響を与えていると懸念されている。

アクセスがしやすくなった為、わざわざ地元での買い物をしなくとも、より良いものを求め遠出が簡易的になった。それにより中小都市からは商店街が衰退し、それに伴い大型ショッピングモールの出現した。これにより経済に左右されやすい状況となり、住民は生活の保全を奪われつつある現状となっている。⁽¹⁾

そもそも商店街とは一体どういったもので、どのような意義をもつのか。

商店街は地域住民の買い物場であり、地域コミュニティの醸成の場であり、大型店に負けない細部に行き届くサービスやコミュニケーションが可能となっている。地域の子供達や高齢者等、車を利用しない人々が遠出せずとも生活における買い物をする際には生活の要となり得る場所であり、地方生活において重要な役割をもっている。⁽²⁾

さまざまな地域で活性化に向けた取り組みの動きが見られている。

東京都三軒茶屋の栄通り商店街では日本各地域の伝統的な踊りを地域住民が披露する祭や商店街内の三角地帯で路上芸術祭、商店街の味を知ってもらおうと出店といったイベントがあり、イベント等を通し、利用者の拡大を計っている。⁽³⁾

歴史的街並みを活かし、活性化を図る地域(川崎市)では、街並みの魅力をより高めるため、市が実施する下水管・水道管の敷設替え工事と併せて、市と民間事業者(東京電力、NTT東日本)の共同による電線類地中化事業を実施した。さらに夏まつりにあわせた蔵のライトアップや正月の創作門松の展示など、町並みの特色を生かしたイベントを商店街の主体で企画・実施し活性化を計ってきた。⁽⁴⁾

このように商店街は地域活性化するうえで欠かすことのできない存在である。

2. 研究内容

本研究では地域の生活景に着目をした。生活景とは生活空間における景観を指し、地方景観の重要な景観の1つである。そこで生活景の1部である商店街を利用し、商店街の盛況性について調査をおこなう。

研究方法として、モデルとなる地域および商店街を選択し、商店街の利用者を対象としたアンケート調査をおこなう。アンケートでは盛況性の要素とした「楽しさ」、「快適さ」とその際の「歩きやすさ」についての点数をつけてもらい、その点数を目的変数とする。

商店街の規模「全長」、「道幅」と商店街のアクセスに関する要素「駅からの距離」、「駐車場数」を説明変数とし、重回帰分析をおこなう。

2つ目に商店街の個性を調査する。商店街の個性がどのようなものであり、評価にどういった影響を与えるのかをアンケート結果から考察をする。

商店街に対する論文は多数存在し、アプローチ方法

も様々である。

現在の日本社会が地方にあてる問題点を取り上げた論文では、商店街における自動車交通が歩行者に及ぼす心的影響分析がある。これはモータリゼーションにおける商店街の評価を心理的な観点からアプローチをおこなっている。自動車が歩行者意識に与える影響を計測するため、歩行者を対象として意識調査・自動車干渉度調査の二つの調査を用いて評価している。⁽⁶⁾

駅前商店街における街路景観整備に関する研究では駅前の近隣型商店街を取り上げ、街並み整備の経済価値を計測する。その際、街並み整備事業全体の評価を行うのではなく、景観を構成する要素ごとの評価を行い要素間の重み付けがおこなわれている。分析手法にはコンジョイント分析を用いた論文で、住民の価値観をそれぞれ地域別に表したものとなっている。⁽⁷⁾

商店街における分析は多く存在するが、商店街の個性が与える影響についての論文は存在しなかった為、本研究では商店街の要素による評価とともに、調査をおこなっていく。

3. 対象とした商店街

駅利用者数の多さが商店街の盛況性に関係しているのかといった実態調査も兼ねて、京浜急行本線から駅利用者数をもとに商店街を有する利用者数の多い駅、少ない駅から6駅選択した。対象駅の利用者数、京浜急行利用順位は表-1に表し、各商店街の写真を図-1に表した。

(1) 金沢文庫駅 すずらん通り

すずらん通りの商店街規模は全長 160.2m、道幅 6.93m となっている。商店街のアクセスに関しては駅から 1 分以内、駐車場数は商店街近辺に 2 箇所存在する。住宅街と駅の間位置しているため、通行を用途としている利用者は多い。

商店の大多数は飲食店を占め、主にチェーン店で構成されている。商店街近辺には予備校・ゲームセンター・公園・住宅街有り、学生の利用者が多い。

駐輪が商店街の通路に多く、雑多な印象を受ける。

(2) 横須賀中央駅 三笠ビル商店街

三笠ビル商店街の商店街規模は全長 180.01m、道幅

(3) 横須賀中央駅 三笠ビル商店街

三笠ビル商店街の商店街規模は全長 180.01m、道幅 3.90m となっている。商店街のアクセスに関しては駅から 3 分以内、駐車場は近辺に存在しない。

日常用品店が 4 割をしめており、その他にファーストフード店・カフェ・アミューズメント・ファッション店等、商店構成は幅広い。しかし、アルコールを扱った居酒屋はなく、午後 10 時にはほとんどの商店街が閉まる。

商店街近辺には大型ショッピングモール・商店街・中学校・高等学校(10 分圏内)、居酒屋が多数有り、商店街近辺でも賑わいをみせている。

(4) 京急久里浜駅 久里浜商店街

久里浜商店街の商店街規模は全長 120.00m、道幅 4.92m となっている。商店街のアクセスに関しては駅から 3 分、駐車場は商店街内部に大型駐車場が 2 箇所存在する。

京急久里浜駅から商店街の内部に駐車場・バス停があるため、アクセスがしやすい商店街となっている。

商店種類は豊富で葬儀場や企業ビルがあり、商店だけではなく、比較的珍しい構成となっている。

商店街と共通してイオンで使える電子マネーがあり、ショッピングモールとの共存を計っている。

(4) 弘明寺駅 弘明寺かんのん通り

弘明寺かんのん通りの商店街規模は全長 151.77m、道幅 7.05m となっている。商店街のアクセスに関しては駅から 5 分、駐車場は近辺に存在しない。

入口付近にファーストフード店・カフェといった飲食店で構成されている。商店街内部は生活用品店、食品売場が栄えており、中間地点にはベンチ・橋が架けられている。

商店街近辺には住宅街(5 分以内)、駅から商店街の道も商店街となっており、賑わいをみせている。地域住民の両者が大多数を占めており、住民の結束力も強い印象を受ける

(5) 杉田駅 杉田商店街

杉田商店街の商店街規模は全長 220.05m、道幅 4.42m となっている。商店街のアクセスに関しては駅から 1 分、駐車場は近辺に 4 箇所存在する。

商店は居酒屋といった飲食店が大多数を占め、そのほとんどが個人経営店である。その為、商店の閉店時

表-1 各地域駅利用者数および利用順位

	対象商店街	対象駅	利用者数	利用順位(位)
1	すずらん通り	金沢文庫	70858	5
2	三笠ビル商店街	横須賀中央	67175	7
3	久里浜商店街	京急久里浜	43823	11
4	弘明寺かんのん通り	弘明寺	28745	17
5	杉田商店街	杉田	33704	14
6	田浦商店街	京急田浦	13684	48



図 - 1 各商店街画像一覧

間も遅く、深夜でも明るく、賑わっている。反面、商店種類は少なく、八百屋や生活用品店は少数で、コンビニエンスストアは商店街内には存在しない。

商店街近辺には駅内ショッピングモールがあり、踏切を挟み、商店が栄えている。

(6) 京急田浦駅 田浦商店街

田浦商店街の商店街規模は全長 134.02m、道幅 5.00m となっている。商店街のアクセスに関しては駅から 5 分、駐車場数は 1 箇所存在する。

商店構成は八百屋・理髪店・生活用品店・レストランで構成されている。商店街内の大多数はシャッターが閉まっており、暗い印象を与えている。

4. アンケートの概要

アンケートは各駅の商店街ごと、10 名ほどの協力を頂き、合計 60 名ほどに実施をした。

質問項目は職業、年齢、性別、最寄り駅、商店街にきた理由、商店街の楽しさ・快適さ・歩きやすさを 5 点満点で評価（またその理由）、商店街利用頻、また利用したいか（またその理由）、商店街の個性はなにか、について回答を頂いた。

本研究では商店街にきた理由・利用頻度、商店街の楽しさ・快適さ・歩きやすさの評価点数及びその理由、商店街の個性についての質問の回答を分析に利用をした。

アンケート用紙には図-2 を用いた

5. アンケートの結果および考察

5. 1 アンケート結果

(1) 商店街の楽しさ・快適さ・歩きやすさ

各商店街の楽しさ・快適さ・歩きやすさの点数の平均点を表-2 に表した。各商店街の評価理由は以下に示す。

a) すずらん通り

楽しさにつけられた点数の評価理由は「商店数が

商店街調査アンケート			
<small>地方都市・地域において商店街の賑やかさと、街の活性化がどのように関係しているのを研究しています。今回のアンケート調査では住民の方々が商店街に対して、どのような印象を持っているのかをお聞きし、研究データの一部に使用させていただきたいと考えます。入力していただいた個人情報は厳重に管理し、第三者には提供いたしません。</small>			
① 職業			
② 年齢(年代)・性別			男 . . .
③ 最寄り駅			
④ 商店街にきた理由(複数の場合、優先度の高い順に記載して下さい)			
⑤ 商店街の楽しさ	(楽しくない)	1・2・3・4・5	(楽しい)
理由)			
⑥ 商店街の快適さ	(快適でない)	1・2・3・4・5	(快適である)
理由)			
⑦ 商店街の歩きやすさ	(歩みにくい)	1・2・3・4・5	(歩きやすい)
理由)			
⑧ 商店街の利用頻度 (ひとつを○で囲んで下さい)			
初めに来た・月に一度か二度・週に一度から二度・二日に一度・ほぼ毎日			
⑨ また利用したいですか? (どちらかを○で囲んで下さい)			
利用したい・利用したくない			
理由)			
⑩ この商店街の個性は何だと思いますか			

図-2 アンケート用紙

少ない,「活気を感じない」と挙げられた, 快適さにつけられた点数の評価理由は「商店数が少ない,「利用したいとあまり思える商店がない」と挙げられた。

歩きやすさにつけられた点数の評価理由は「人が少ない,「駐輪が邪魔,「道幅が広い」と挙げられた。

全体的に評価理由に未回答が多い結果となった。

b) 三笠ビル商店街

楽しさにつけられた点数の評価理由は「商店種類が豊富,「チェーン店が少なく,個人経営,「活気がある為,「昔ながらの印象を受ける,「商店街を通りながら,商店内が見え,人も多く繁盛しているように見える」と挙げられた。

快適さにつけられた点数の評価理由は「商店が豊富,「人が多く歩きづらいことが度々ある,「屋根のおかげで雨に濡れない,「閉店が早い」と挙げられた。

歩きやすさにつけられた点数の評価理由は「利用者が多い為,「雨に当たらずに歩きやすい,「道幅が丁度良い,「入口側は利用者が多く不便」と挙げられた。

c) 久里浜商店街

楽しさにつけられた点数の評価理由は「商店が閉まっている,「活気がない,「車の騒音が不快に感じる,「街灯が暗い」と挙げられた。

快適さにつけられた点数の評価理由は「雰囲気が暗い為,快適でない,「シャッターで閉まっている商店が多い,「利用目的の商店がよく閉まっている,「値段も安いとは思えない」と挙げられた。

歩きやすさにつけられた点数の評価理由は「道幅が広い,「利用者も少ない為,歩きやすい,「交差点が多い,「段差が少ない」と挙げられた。

全体的に評価理由に未回答が目立つ結果となった。

d) 弘明寺かんのん通り

楽しさにつけられた点数の評価理由は「賑やかだから,「友人が経営している商店がある,「昔から利用している為,心地が良い,「商店が安くて美味しい為,「居酒屋が多い,「高齢者が多い」と挙げられた。

快適さにつけられた点数の評価理由は「子連れでも利用しやすい,「なんでも揃っている,「気軽さが丁度良い,「商店が多い」と挙げられた。

歩きやすさにつけられた点数の評価理由は「道幅が広いので人の多さが気にならない,「混み具合が

気にならない」と挙げられた。

e) 杉田商店街

楽しさにつけられた点数の評価理由は「居酒屋が多い,「夜でも活気がある」と挙げられた。

快適さにつけられた点数の評価理由は「居酒屋が多いので飲みに行く際には快適,「駅から近いので,「地元民には利用しやすい,「深夜でも明るい」と挙げられた。

歩きやすさにつけられた点数の評価理由は「人が多い為,「人の流れが歩きづらい,「道幅が狭い,「人の出入りが多い」と挙げられた。

評価理由の回答はどれも重複する結果となった。

f) 田浦商店街

楽しさにつけられた点数の評価理由は「商店が閉まっている」と, どの利用者もこの理由を挙げている。

快適さも「商店が閉まっている」と挙げられ, 楽しさと全く同じ結果になった。

歩きやすさについての点数の評価理由は「利用者がいない為,歩きやすい,「屋根があり,雨に濡れない,「歩きやすいが閉鎖的な印象は受ける」と回答をうけた。

全体的に未回答が多く,評価理由が乏しい結果となった。

(3) 商店街の個性について

a) すずらん通り

すずらん通り商店街の回答結果は未回答者が9名で,個性を挙げたのは1名だけであった。個性として挙げられたのは「駐輪が見境なくされている」といったもので,個性としてはマイナスイメージのみであった。利用者は商店街の個性を認知していない結果となった。

b) 三笠ビル商店街

三笠ビル商店街の回答結果は図-3 に表した。

最も多かった回答が「商店種類が豊富(3票)」となり,次いで「屋根がある(2票),「老人が盛り上げている(2票)」という回答となり,「ラジオが流れている(1票),「人が多く狭い(1票),「商店街の裏にも店がある(1票),「アミューズメントが多い(1票)」と全体的に挙げられた個性にはバラつきが生じているが,すべての商店街の中で最も回答種類が多い結果となった。

表-2 各商店街の「楽しさ,「快適さ,歩きやすさ」

	対象商店街	対象駅	楽しさ	快適さ	歩きやすさ
1	すずらん通り	金沢文庫	2.14	2.43	3.29
2	三笠ビル商店街	横須賀中央	3.2	3.4	2.8
3	久里浜商店街	京急久里浜	2.83	2.83	3.83
4	弘明寺かんのん通り	弘明寺	4.67	4.22	3.44
5	杉田商店街	杉田	4.33	4.17	2.67
6	田浦商店街	京急田浦	1.38	2.13	4.13

c) 久里浜商店街

久里浜商店街の回答結果は図-4 に表した。

最も多かった回答は「道幅が広いので快適(3票)」, 「立ち寄りやすい(3票)」となり, 次いで「昔ながらの商店がある(1票)」, 「昼でも暗い印象(1票)」, 「段差が少ない(1票)」となり, 未回答者は1名だった。回答からは商店街規模とアクセスに関する回答が多い結果となった。また, 久里浜商店街の最大の個性である, 「商店街でもショッピングモールでもどちらでも利用可能な電子マネーの存在による, 商店街とショッピングモールの共存」についての回答は0であった。

d) 弘明寺かんのん通り

弘明寺かんのん通りの回答結果は図-5 に表した。

最も多かった回答は「住民の結束力(10票)」となり, 回答者全員がこれを回答し, 商店街の個性として認知されていることがわかる。次いで「商店種類が多い(5票)」, 「飲食店が盛ん(5票)」と挙げられ, 商店についての関心が高いことがわかる。他には「道幅が広い(4票)」といった商店街規模に触れた回答や「春に桜が見える(3票)」といった商店街近辺の景観の回答も挙げられた。

f) 田浦商店街

田浦商店街の回答結果は未回答者が9名となり, 唯一挙げられたのが「他の商店街に比べ暗い(1票)」となった。

すずらん通り同様マイナスイメージの回答のみで, 商店街に利用者が個性を感じていない結果となった。弘明寺かんのん通りは6の商店街の中で最も商店街の個性について挙げられ, 一人あたり平均で3つ程の個性の回答があった。

e) 杉田商店街

杉田商店街の回答結果は図-6 に表した。

最も多かった回答は「居酒屋が多い(9票)」となり, 次いで「個人経営が多い(8票)」と商店に対する意見が多い結果となった。他に挙げられた商店街の個性から回答頻度が下がり, 「夜でも明るい(2票)」, 「人が多くて賑やか(2票)」, 「駅から降りてすぐ(1票)」, 「色彩豊か(1票)」と回答があった。

(3) 商店街の利用目的・利用頻度

各商店街の利用目的・利用頻度を図-7 に表した。各商店街の結果は以下の通りになった。

a) 金沢文庫駅 すずらん通り

利用頻度は「月に一度～二度」と回答したひとが62.5%, 「週に一度～二度」と回答した人が25.0%, 「二日に一度」と回答した人が12.5%となった。「初めてきた」, 「毎日」に関しての回答者は0名となった。

利用目的は「通り道」と回答した人が50.0%で最も多く, 「商店街利用」は25.0% (カフェ12.5%, アルバイト12.5%), 「待ち合わせ」と回答した人は25.0%となった。

b) 横須賀中央駅 三笠ビル商店街

利用頻度は「月に一度～二度」と回答した人が50.0%と最も多く, 「週に一度～二度」と回答した人

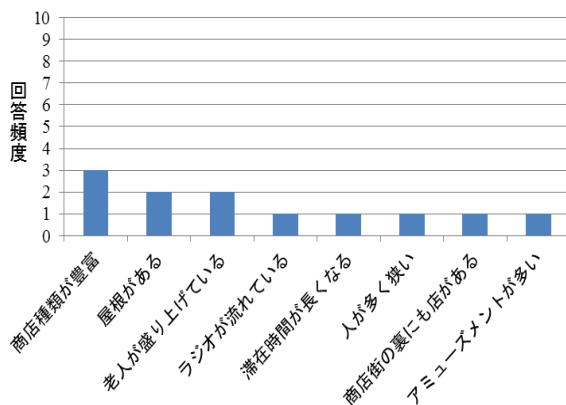


図-3 三笠ビル商店街の商店街個性

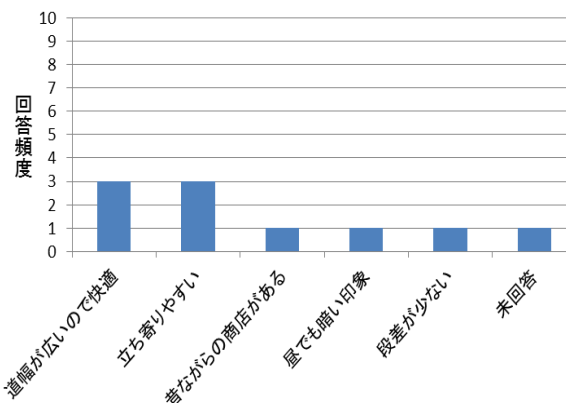


図-4 久里浜商店街の商店街個性

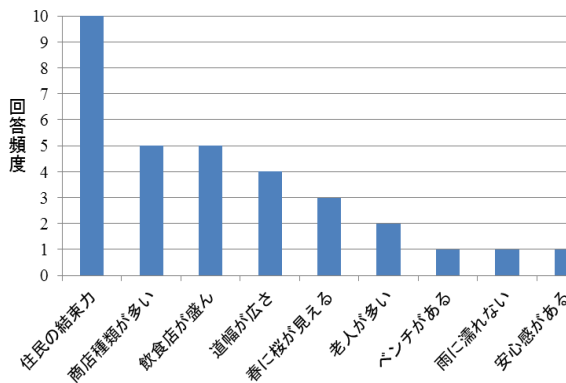


図-5 弘明寺かんのん通りの商店街個性

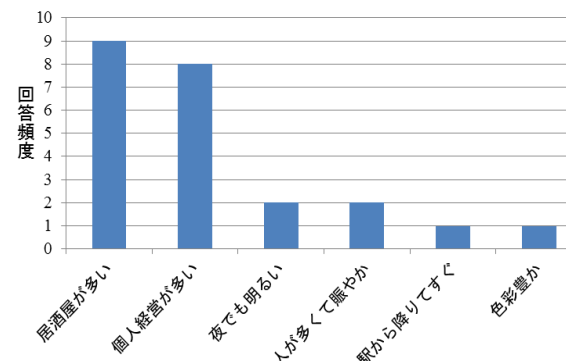


図-6 杉田商店街の商店街個性

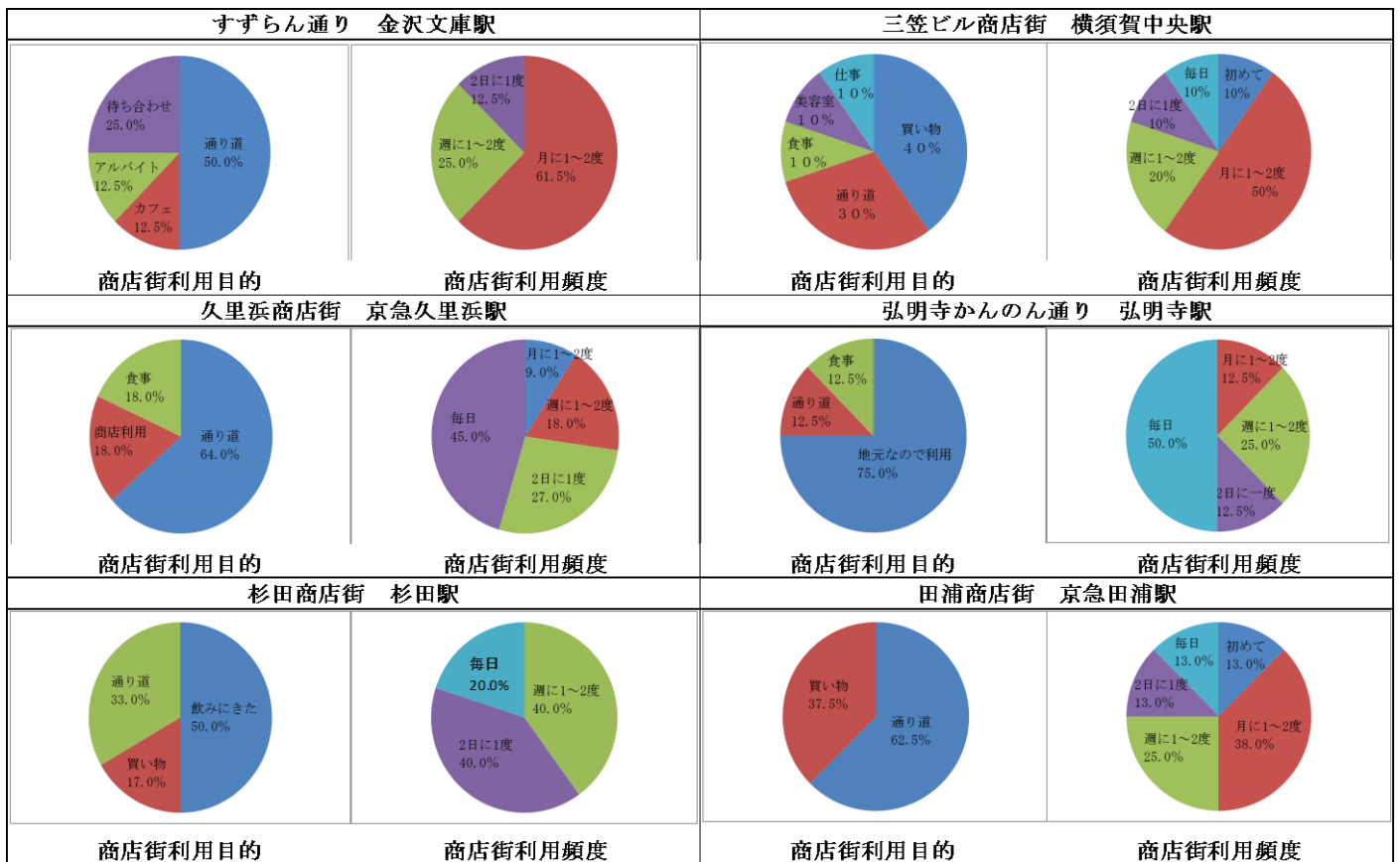


図-7 各商店街の利用目的・利用頻度

が 20.0%、「初めてきた」、「毎日」、「二日に一度」と回答した人は共に 10.0%となった。

利用目的は「商店目的」は 70.0%（買い物 40.0%、食事 10.0%、美容室 10.0%、仕事 10.0%）となった。

c) 京急久里浜駅 久里浜商店街

利用頻度は「毎日」と回答した人が 45.0%、「二日に一度」と回答した人が 27.0%、「週に一度から二度」と回答した人が 18.0%、「月に一度から二度」が 9.0%となった。「初めてきた」と回答した人は 0 名であった。

利用目的はもっとも多かったのが、「通り道」で 67%、「商店利用」は 18%、「食事」が 18%という結果となり、商店街の利用者は少ない。

d) 弘明寺駅 弘明寺かんのん通り

利用頻度は「毎日」が 50%と最も多く、「二日に一度」が 12.5%、「週に一度から二度」が 25%、「月に一度から二度」が 12.5%となった。

利用目的は「地元なので利用している」と回答した人が 75%を占め、通り道と回答した人が 12.5%、食事と回答した人が 12.5%となった。

e) 杉田駅 杉田商店街

利用頻度は「毎日」と回答した人が 20%、「二日に一度」と回答した人は 40.0%、「週に一度から二度」と回答した人は 40.0%となった。「月に一度から二度」、「初めてきた」と回答した人は 0 名となった。

利用目的は「飲みにきた」と回答した人が 50.0%、買い物と回答した人が 17.0%、通り道と回答した人

が 33.0%となり、利用目的が他の商店街に比べ、限定されている。

f) 京急田浦駅 田浦商店街

利用頻度は「初めてきた」と回答した人が、「月に一度から二度」と回答した人が 13.0%、「週に一度から二度」と回答した人が 38.0%、「二日に一度」と回答した人が 25.0%、「毎日」と回答した人が 13.0%となり、バラつきのある結果となった。

利用目的は「通り道」と回答した人が 62.5%、「買い物」と回答した人が 37.5%となった。

5. 2 アンケートの考察

(1) 商店街の利用頻度・利用目的

すずらん通りの利用頻度は 62.5%が月に一度～二度で、三笠ビル商店街は 50%が月に一度～二度となり、地元利用者ではなく、他の地域から足を運ばれている呼び込み型の商店街となっていると考えられる。

商店規模は類似しているが、すずらん通りに比べ、三笠ビル商店街は商店目的の利用者が高く、評価にもこの結果があらわれている。これは利用目的に目を向けると、すずらん通りは 50%が通り道として利用されており、三笠ビル商店街は 30%のみが通り道として、

70%が商店目的に利用している。商店の魅力があるかどうかがこの結果の要因と考えられる。

久里浜商店街は45%が毎日、27%が二日に一度利用し、弘明寺かんのん通りは50%が毎日、12.5%が二日に一度利用しており、杉田商店街は20%が毎日、二日に一度が40%となり、この3か所の商店街は地元の利用者が多い地域型の商店街となっている。

久里浜商店街は64%が通り道として利用し商店目的は低い。弘明寺かんのん通り、杉田商店街では商店目的が大多数を占め、評価にも高評価の結果となっている。

田浦商店街は利用頻度で分類ができず、商店街は62.5%が通り道として使っており、商店目的者は少なく、評価も低い結果になったため、商店街として機能をしていないと考えられる。

以上から利用頻度ごとにどのような利用者がターゲットになっているのか、商店街によってさまざまである。また利用目的が商店目的の比率が高い地域ほど評価は高いことから関連性が考えられる。

(2) 商店街の評価理由の考察

商店街の楽しさの理由及び要素として挙げられたのは、「商店種類」、「商店数」、「賑わい」、「雰囲気」、「繁盛しているか」、「栄えているか」、「店舗が個人経営」、「活気」、「営業時間」、「利用者年齢」、「人情」となり、商店街の快適さでは「商店種類」、「雰囲気」、「閉店時間」、「実用性」、「混み具合」、「天候に左右されるか」、「道幅」、「屋根の有無」、「ベンチの有無」、「駅からの距離」が挙げられ、商店街の歩きやすさでは、「混み具合」、「自転車利用者」、「道幅」、「屋根」が挙げられた。

評価が良い商店街ほど、商店街理由は多く挙げられ関心が強いことから、商店街についての理解度が高いほど評価に結び付くと考えられる。田浦商店街、すずらん通りといった評価の低かった商店街は理由がほとんど挙げられていない。つまり、地域の商店街についてよくわかっていない為、高評価をつけられなかったと考えられる。

(3) 商店街の個性の考察

商店街の個性が与える影響として商店街構成に比べ、盛況性に関して言えば、比重が高い。たとえ分析で出た、全長の長さが長いとはいえ、評価が高いとはいえない。

商店街個性を利用者が感じている商店街は盛況性に関する評価は高くなっている。これは利用者が商店街に対し、関心を持っている為、そして商店街でコミュニケーションがうまくとれていることが関係していると考えられる。また、どの利用者も同じように個性を感じている。弘明寺かんのん通り・杉田商店街では高評価の傾向がある。

弘明寺かんのん通りは住民の結束が強い(10票)と最も挙げられ、利用者との商店街のコミュニケーションがうまく取れていることが個性となっている。その為、

地域住民の心をつかみ、生活の保全を支えていることで商店街の利点をうまく活かしている。

杉田商店街では居酒屋が多い(9票)ということが個性となっている。商店街の利用目的に目を向けると、50%が「飲みきた」と回答をしている。リピーターをうまくつけ、地域住民は「居酒屋にいくなら、商店街にいこう」となり、心とつかんだと考えられる。

利用者利用者に向けた個性がうまく伝えられている商店街だけではない。久里浜商店街では電子マネーを取り入れた商店街とショッピングモールの共存といったほかにない個性をもっている。しかし、利用者に認知されておらず、どれだけ素晴らしい個性を持っていても浸透をしていなければ評価を得ることはできない。

6. 重回帰分析の結果および考察

分析にあたり、重回帰分析を用いて評価と商店街構成の相関関係の調査をおこなった。重回帰分析は目的変数<説明変数-1で分析可能となる。

本研究では目的変数にアンケート結果による評価、「楽しさ」「快適さ」「歩きやすさ」の3項目を用いた。説明変数は対象の商店街の商店街規模「商店街の全長」「商店街の道幅」、アクセスに関する要素とし、「駅からの距離」、「駐車場数」を用いた。

6.1 分析結果

分析結果、目的変数「楽しさ」の回帰統計及び影響度を表-5に、目的変数「快適さ」の回帰統計及び影響度を表-6に、目的変数「歩きやすさ」の回帰統計及び影響度を表-7に表した。

(1) 相関係数 R

相関係数 R は $0 < R < 1$ で相関関係があると判断される。今回の分析結果は「楽しさ」が 0.613、「快適さ」が 0.672、「歩きやすさ」は 0.998 となり、すべての目的変数と説明変数の関係性はみられた。

(2) 重決定 R^2

重決定 R^2 は $0.3 < R^2 < 1$ で 1 に近づく程、精密であると判断される。分析結果では「楽しさ」が 0.376 「快適さ」が 0.452 となり精度がやや良く、「歩きやすさ」が 0.996 となり、精度が良い結果となった。

(3) 影響度「統計量 t」

影響度「統計量 t」は $0.3 < t$ で相関関係があると判断される。目的変数別に結果は以下の通りになった。

a) 目的変数「楽しさ」

目的変数「楽しさ」について、まず商店街規模では「商店街の全長」が 0.745 と相関関係がみられ、「商店街も道幅」では 0.295 と相関関係はなかった。アクセスに関する要素では「駅からの距離」は -0.244 となり、

「駐車場数」は-0.127 と共に相関関係はなかった。

b) 目的変数「快適さ」

目的変数「快適さ」について、まず商店街規模では「商店街の全長」が0.899 と相関関係がみられ、「商店街の道幅」では0.216 と相関関係がなかった。アクセスに関する要素では「駅からの距離」は-0.247 となり、「駐車場数」は-0.025 と共に相関関係をなかった。「楽しさ」と同様に商店街の全長のみが相関する結果となった。

c) 目的変数「歩きやすさ」

目的変数「歩きやすさ」について、まず商店街規模では「商店街の全長」が-12.777 と相関関係がなく、「商店街の道幅」も0.0319 と相関関係はなかった。アクセスに関する要素では「駐車場数」が5.488 と相関関係がみられ、「駅からの距離」も5.623 と相関関係ある結果となった。

6.2 分析結果の考察

重回帰分析による結果の考察、商店街の個性による考察をアンケート結果からおこなう。

(1) 分析結果の考察

a) 「楽しさ」「快適さ」

アンケートで挙げた全長が長いほど商店種類が豊富となる為、関連性がみられたと考えられる。しかし、最も「楽しさ」「快適さ」で高評価を得た、弘明寺

かんのん通りは全長 151m となっており、6 の商店街の中では4位となっている。杉田商店街、三笠ビル商店街では高評価と同様に全長が伴った長さであるため、弘明寺ではなにか別の要因が考えられる。その要因とし、商店街の個性が考えられる。商店街の個性に関しては

次のセクションで考察をおこなう。

盛況性の評価（楽しさ、歩きやすさ）が高い程、歩きにくいと回答し、弘明寺かんのん通り、杉田通りは特にこの傾向がみられた。盛況性が高い地域であるほど、人で溢れかえると考えられる。

b) 「歩きやすさ」

「歩きやすさ」のアンケートでは評価利用に道幅広さについて多く回答があり関係性が考えられたが、分析結果では道幅の関連性は低く、この要因として、モデルに選択した商店街の道幅にそこまで差が生まれていなかった為、分析で反映されなかったと考えられる。相関関係をもったのは駐車場数・駅からの距離という結果となった。

駅からの距離があるほど商店街に到着するタイミングが歩幅、商店街前の商店に足を運ぶ為、利用者が分散する。現に弘明寺かんのん通りでは駅から商店街への道のりが多数存在し、商店街へ続く道に多くの飲食店（ファーストフード店やカフェ等）がある。この為、歩きやすさに影響を与えられられる。

駐車場数が多い商店街では、アクセスできる道が多く、利用者が分散できる為、歩きやすさに関連性

表-5 目的変数「楽しさ」の回帰統計及び影響度

回帰統計		切片	全長	道幅	駐車場数	駅からの距離
重相関 R	0.613	-1.510	0.024	0.235	-0.233	-0.078
重決定 R ²	0.376	7.914	0.033	0.797	0.956	0.610
補正 R ²	-2.118	-0.191	0.745	0.295	-0.244	-0.127
標準誤差	2.226	0.880	0.592	0.817	0.848	0.919
観測数	6	下限 95%	下限 95%	下限 95%	下限 95%	下限 95%
		上限 95%	上限 95%	上限 95%	上限 95%	上限 95%
		下限 95.0%	下限 95.0%	下限 95.0%	下限 95.0%	下限 95.0%
		上限 95.0%	上限 95.0%	上限 95.0%	上限 95.0%	上限 95.0%

表-6 目的変数「快適さ」の回帰統計及び影響度

回帰統計		切片	全長	道幅	駐車場数	駅からの距離
重相関 R	0.672	-0.248	0.019	0.113	-0.155	-0.010
重決定 R ²	0.452	5.200	0.021	0.524	0.628	0.401
補正 R ²	-1.741	-0.048	0.899	0.216	-0.247	-0.025
標準誤差	1.463	0.970	0.534	0.864	0.846	0.984
観測数	6	下限 95%	下限 95%	下限 95%	下限 95%	下限 95%
		上限 95%	上限 95%	上限 95%	上限 95%	上限 95%
		下限 95.0%	下限 95.0%	下限 95.0%	下限 95.0%	下限 95.0%
		上限 95.0%	上限 95.0%	上限 95.0%	上限 95.0%	上限 95.0%

表-7 目的変数「歩きやすさ」の回帰統計及び影響度

回帰統計		切片	全長	道幅	駐車場数	駅からの距離
重相関 R	0.998	5.2139	-0.0157	0.0010	0.1975	0.1292
重決定 R ²	0.996	0.2981	0.0012	0.0300	0.0360	0.0230
補正 R ²	0.978	17.4910	-12.7776	0.0319	5.4876	5.6230
標準誤差	0.084	0.0364	0.0497	0.9797	0.1148	0.1120
観測数	6	下限 95%	下限 95%	下限 95%	下限 95%	下限 95%
		上限 95%	上限 95%	上限 95%	上限 95%	上限 95%
		下限 95.0%	下限 95.0%	下限 95.0%	下限 95.0%	下限 95.0%
		上限 95.0%	上限 95.0%	上限 95.0%	上限 95.0%	上限 95.0%

が表れたと考察できる。

商店街の規模(全長・道幅)が歩きやすさに与える影響力は盛況性に比べ相関性は非常に高い。

7. 結論

本研究で得られた成果は

- i) 商店街の盛況性において相関関係があるのは商店街規模における全長である
- ii) 商店街の盛況性が高い地域ほど歩きにくい傾向がある
- iii) 商店街の個性を利用者が感じているほど盛況性は高い

まず i) については重回帰分析によりこのような結論に至った。商店街全長が盛況性を高めるにあたり相関しており、6つの選定した商店街でも、全長が長い商店街は評価が高い傾向となっている。

ii) では弘明寺かんのん通り、杉田商店街、三笠ビル通り、反面盛況性の低かった、久里浜商店街、すずらん通り、田浦商店街では歩きやすいという点数結果となった為である。賑やかであればあるほど利用者が多い為、盛況性と歩きやすさは表裏一体となっている。

iii) ではアンケート結果から商店街の個性について解答をいただいた際、評価点が高い商店街では個性が多く挙げられ、このような傾向が見られた。また、盛況性において商店街の個性 > 商店街の規模(全長)と考えられる。すずらん通り商店街に着目すると、全長160.2mと6の商店街の中で第3位でありながら、評価は全体で第5位となっている。その要因として商店街の個性は利用者からプラスの要素となるものはひとつとして挙げられなかった。久里浜商店街では商店街の個性は挙げられたものの、最大の個性である、商店街でもショッピングモールでも利世できる電子マネーの存在、商店街とショッピングモールの共存については浸透していない。この二つの商店街は規模、アクセスに関しての要素はほかの商店街に比べ秀でていながらも関わらずこのような結果となった為、個性の重要性がみえる。

今後の商店街のあり方について、盛況性を高める、といった点で考えていくと、最も重要なのは利用者に商店街の個性を感じてもらうことである。利用者と商店街の間にコミュニケーションを持つことで地域の活性化につながる。

参考文献

- 1) 中国地方整備局: まちの個性を生かした魅力づくりのために, 2013年11月
- 2) 坂和章平: 眺望・景観をめぐる法と政策, 2012年3月
- 3) 商店街組優良店舗ガイド: 三軒茶屋栄通り商店街, <http://sancha.jp/>, (2013年12月閲覧)
- 4) 国土交通省: 歴史的街並みを活かした商店街の活性化, 2013年12月
- 5) 京浜急行: 駅別1日平均乗客員数, 2013年10月閲覧

- 6) 谷口綾子: 商店街における自動車交通が歩行者に及ぼす心的影響分析, 木学会論文集, 2009年12月
- 7) 本多嘉明: 商店街における活力測定の計量化について, 土木計画学会研究・論文集, 1986年5月
- 8) 地域活性化センター: 中心市街地活性化への取り組み, 2013年12月
- 9) 国土交通省: 老舗商店街が華やぐまちづくり, 2014年1月
- 10) 新雅史: 商店街はなぜ滅びるのか, 光文社, 2012年1月

Success of the shopping mall and living landscape in rural landscape

Kai AKIYAMA

Landscape in the area of living space (living below Jing) is one of the key elements in the regional landscape. Views of life is also an indicator to evaluate the region. This study focused on the shopping district is a part of the living landscape. Objective variable, eyes. One you use two methods to target the shopping street of six to store the evaluation of the shopping district of the user from the questionnaire to. Analysis to analyze the shopping district, was carried out investigating the success . second that resulted was most correlated to. success of it as explanatory variable elements on the scale and access of the city, using a multiple regression analysis that the total length of the shopping district evaluation of success of the personality of the mall whereas, the result was success of the higher shopping street that is often cited is. personality was a survey from the user with respect to personality. mall who has made a study do you have what relevance