

研 究 主 論 文 抄 録

論文題目

市民の回遊行動を促す地方都市中心市街地の空間形成に関する研究
—熊本市の中心商業地域を事例とした解析研究—

Structural Arrangements for the Downtown of a Local City that could Stimulate
Visitors' Rambling Activities

Analytical Study on the Central Shopping Area of Kumamoto City

熊本大学大学院自然科学研究科 環境共生工学 専攻 人間環境計画学講座 講座
(主任指導 位寄 和久 教授)

論文提出者 内山 忠

(by Tadashi Uchiyama)

主論文要旨

多くの地方都市が中心市街地の空洞化に直面する中、熊本市も中心市街地の空洞化が顕在化しており、中心市街地活性化基本計画を策定し、賑わい創出に向けて取り組んできた。このような状況下で、地方都市が中心市街地の賑わいを創出するには、その骨格となる中心商店街に人々を呼び込むのはもとより、中心商店街やその周辺を含めた中心商業地域を楽しく回遊でき、滞在する事自体を楽しめるような市街地整備が望ましい。

大型ショッピングセンター等の計画では、回遊性が高く時間消費を促進する施設の空間形成手法として、2核1モールの形式が知られて来た。しかし、中心商業地域においては、地権者が異なるなど、店舗や回遊路等を計画的に配置するのは難しい。また大型ショッピングセンター等との差別化を図る上では、地域が育んできた小地域毎の個性を活かした空間整備が求められている。一方、熊本市の中心商業地域（通町・桜町周辺地区）に着目すると、他地方都市に比べ、比較的賑わいが維持されているとの指摘がある。その背景には熊本市の中心商業地域が第一に、2核1モール型の構造を持つこと、第二に、裏通りにも個性的な店舗群集積が複数立地し、面的に広がりのある回遊路が形成されていること、第三に、中心商業地域の外縁部に大型駐車場や公共交通機関の停留所等の中心商業地の出入り口が配置されていること等、地域の空間構成に関する要因が仮定できる。

このような空間構造の特性と来訪者の回遊行動との関係を検証することで、熊本市はもとより、地方都市の中心商業地域の賑わい創出にむけた市街地整備を進める際の、空間形成方策が得られると考えた。

そこで、熊本市中心商業地域を事例に、個性的な店舗群集積の配置と通りとの関係など地

域の空間構造を把握する手法を提案する事が本研究の第一の目的である。

次に、様々な属性の来訪者がどのような回遊・消費行動を行っているか、そのタイプ分けとタイプ別の行動特性や回遊範囲の特性を調査分析し、中心商業地域の空間構造との関係を考察する手法を提案し、その可能性と限界を検証する事が第二の目的である。

さらに、熊本市中心商業地域における考察を踏まえ、人々の回遊を促す中心市街地の空間形成方を提示することが、第三の目的である。

本論文は第1章の「序論」を含む5章で構成される。

第1章では「序論」として、研究の背景、既往研究、研究の目的、研究の枠組みについて述べた。

第2章では本研究で用いた現地調査の方法を検討し、提案した。

来訪者の回遊に際し、特定の建物や施設が行動目標となり、店舗や施設の集合が生み出す個性が誘引となって通りの小区間自体が行動目標となることも多い。そこで、通りの小区間を単位として、通りの「特性」を比較評価する手法を検討した。建物別階層別床利用区分別に床用途を調査し、通り上に10m間隔で設けた観測点毎の30mバッファ集計を基に小区間別の特性を比較分析する手法や必要な資料の現地調査方法を検討した。

次に、核店舗や出口位置、利用交通手段によって、回遊・消費行動に違いがあると仮定し、中心商業地域の主要な出口にて、利用交通手段別に来訪時から退出までの一連の回遊・消費行動を把握できるような調査手法について提案し、その具体的な作業手順や調査方法を検討した。

第3章では、バッファ集計した各観測点をサンプルとして、多変量解析をおこない、通り空間の小区間の特性とその連なりから中心商業地域の通り空間形成について提案した。その結果、中心商業地域には2核1モールの空間構造が形成されており、モールの延長線上や裏通りには、個性の異なる店舗集積が複数立地した面的な回遊路を形成していることを示した。

第4章では、中心商業地域の主要出口における、来訪者の回遊・消費行動ヒアリング調査で得た回遊・消費行動に関する6指標を用いて、主成分分析とクラスター分析をおこない、次の点を明らかにした。回遊・消費行動は5つのタイプがあり、その回遊範囲の広がりには広域型3タイプ、限定型2タイプだった。前者のうち3タイプは2核1モールを構成する通りや核店舗との関係が強かった。うち1タイプは最も回遊範囲が広く、モールに対応する主要通りの大半の区間を回遊し更に裏通りまで回遊を広げていた。回遊範囲が限定的なタイプの一つは核店舗にのみの来訪しており、他者は、裏通りの物販店やサービス業施設に来訪し滞在している事などを明らかにした。

第5章は、本論文を総括とし、熊本市を事例とした中心商業地域の空間形成の評価手法の提案と回遊範囲やタイプの特徴異から空間形成との関係の検証について整理した。今回検討提案した手法やその結果が、熊本市はもとより他地方都市における中心市街地活性化にむけた市街地整備への応用など、本研究の今後における展開と応用について述べた。