

心理的要因を考慮した副都心及び新都心の商業地選択指標に関する検討

正会員 東京都市大学 皆川 勝
国土交通省 植村昌央

1. はじめに

近年、東京の業務分散を目的として、幕張新都心やみなとみらい新都心・お台場などを含む臨海副都心などの地域の核となる都市が首都圏にいくつか作られた。しかしながら、計画当初の予想通りにはことが進まず、都心という名を冠している割には少し物寂しい印象が強い。新都心・副都心は地域の中で核となるべき重要都市であり、さらにその商業機能は集客の観点から特に重視すべき機能である。そこで本研究では、新都心及び副都心を対象として、都市の特性と人間の商業地選択行動の関係性を多変量解析により分析し、都市の特性が集客に及ぼす影響を考察する。また、それを踏まえたうえで商業地としての統合指標を考察する。

2. 商業地選択指標

Murray の社会的動機リストより、商業地選択行動に関係するものを抽出した。これらの動機を満たす商業地選択指標に変換するに際して、一度、抽象的な表現に変換する必要がある。変換した抽象的表現を表-1 に示す。次に、この抽象化したものを、それを満たす商業地選択指標へと変換する。その商業地選択指標をまとめたものを表-2 に、動機から指標へと至る最終的なネットワーク図を図-1 に示す。

本研究で分析に使用する商業地選択指標は計 19 あり、統計がされている指標が 6 つ、統計はされていないが単純な身近で指標が 6 つ、本研究独自に考案した指標が 7 つとなっている。

3. 分析都市と来街者数推計

人気商業地としての例は副都心である池袋・新宿・渋谷、不人気例は新都心である幕張新都心・みなとみらい 21 および東京臨海副都心が挙げられる。後者の 3 都心は、前者 3 都心と同程度の能力が期待されたにもかかわらず、業務都市としても商業都市としてもうまく成り立っていない。本研究では各商業地選択指標の

表-1 欲求と商業地選択指標の抽象表現

抽象表現	ポイント	関連欲求
利便性	高効率性	達成
品揃え	色々な種類	獲得・保存
	より良いものを	達成
	物量による確実性	失敗回避
価格	より安く	獲得・保存・達成・保持
交通費	手ごろなアクセス	保持
空間構造	高効率性	達成
	構造の簡潔性	失敗回避
治安	犯罪への安全性	危機回避
歩道事情	交通への安全性	危機回避
	明確な歩車区分	秩序整然
景観	整った景観	秩序整然
人気性	楽しい場所	遊戯
	無難な選択	失敗回避
	ミーハー的思考	承認・模倣
密集性	集団帰属	承認
	同一化	模倣
多様性	独自の・個性的	反動
遊戯施設	レジャー目的	遊戯

表-2 決定した商業地選択指標

抽象表現	指標
利便性	単位時間電車本数
	交通量
	大型店舗数
品揃え	売場面積
	店舗数
価格	平均使用金額
	店舗数
交通費	単位時間最安交通費
	単位交通費最大到達距離
空間構造	広幅員道路延長
	中心地到達所要時間
	主要歩道幅
治安	犯罪件数
歩道事情	主要歩道幅員
景観	天空遮蔽率
人気性	人気スポット数
	大型店舗数
密集性	人口密度
多様性	店舗数
	業務特化指標
遊戯施設	娯楽施設数
	文化施設数
	公園面積
計19指標	

キーワード：商業地選択，欲求理論，社会心理学，副都心，新都心

連絡先：〒158-8557 東京都世田谷区玉堤 1-28-1 電話兼 FAX 03-5707-2226

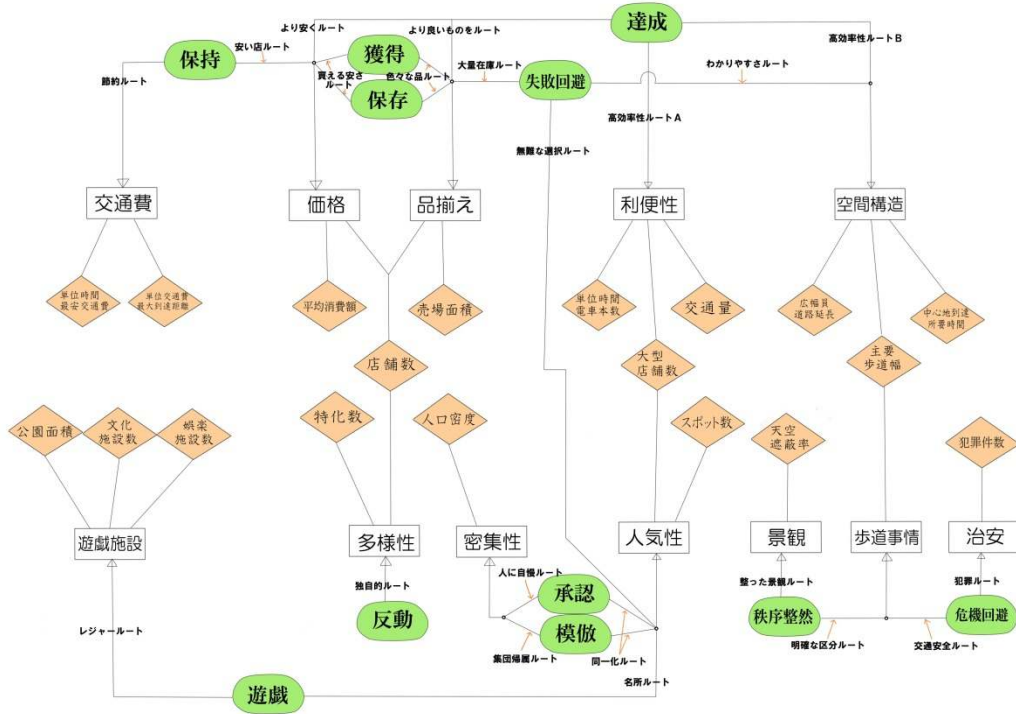


図-1 動機-指標の関連性

重要度を分析する際に来街者数を用いる。この来街者数は、商業行動時間を10:00~18:00とし、その時間帯内における就業者などを除いた滞在者数とする。推計に用いるPT調査データは、東京都市圏交通計画協議会のHPで公開されている平成20年度実施のPT調査結果である。推計方法は、9時台の滞在人口をそのまま就業人口とし、全滞在者数から引くことで得られる数値を来街者数とした。上記の手法で算出した来街者数を表-3に示す。

4. 分析結果と考察

相関分析の結果を表-4に示す。同表から、商業地要素としては「大型店舗数」や「単位時間電車本数」などの商業規模や鉄道関係の利便性などが重要である。「公園面積」が負の相関性を示している一方、「天空遮蔽率」や「人口密度」が高いことから、圧迫感や賑やかさも重要特性である。反面、「広幅員道路延長」などの歩道環境・空間構造系の相関係数が低いことから、これらは商業能力とは関連性が低い。また、表-4と図-1を用いて商業地選択行動における主要動機を逆引きすると、相関係数の高いものから、達成>失敗回避>獲得・保存・保持・承認・模倣・遊戯>その他となる。商業地選択行動は、効率>知名度>経済性・賑やかさ>都市環境 という判断による。

表-3 来街者数推計結果

	1時間当たり来街者数(人)
池袋	52,354
新宿	111,530
渋谷	67,976
MM21	29,346
幕張	15,945
臨海	39,235

表-4 相関分析結果

	来街者数
来街者数	1.00
計画区域(km ²)	-0.51
売場面積(m ²)	0.80
店舗数(件)	0.90
人口密度(人/km ²)	0.88
交通量(台)	-0.42
公園面積(km ²)	-0.69
犯罪件数(件)	0.86
娯楽施設数(件)	0.78
文化施設数(件)	0.88
大型店舗数(件)	0.96
天空遮蔽率(%)	0.66
平均使用金額(円)	-0.57
スポット数	-0.21
最安交通費(円)	-0.82
最大到達距離(km)	0.89
電車本数(本/h)	0.94
広幅員道路延長(m)	-0.32
主要歩道幅(m)	0.12
到達所要時間(分)	-0.20
業務特化指標	0.69