

商店街とショッピングモールの来街者の特徴分析 —魅力ある空間に着目して—

A characteristic analysis of shoppers' behavior in commercial districts and shopping malls - Focus on the attractive space -

学籍番号：201321660

氏名：吉元涼介

Ryosuke YOSHIMOTO

本研究はさいたま市の商店街とショッピングモールを対象として、来街者の業種・空間利用の状況と、買い物行動中の来街者のコミュニケーションの状況をアンケート調査とサンプルによる被験者実験を行うことで、商店街とショッピングモールのそれぞれの魅力ある空間との関連を示すことを目的とし、またそれによって今後の商店街活性化や都市研究に新たな知見を示そうとするものである。

現在、商店街の多くで来街者が減少している。一方、ショッピングモールは増加傾向にある。大型店の商店街商圏内の出店は、商店街に様々な影響を与えている。このような中で商店街では、魅力ある空間や店舗が不足しており、商店街とショッピングモールを比較して、それぞれの魅力ある空間に関して分析することには意味がある。また、商店街は、地域コミュニティの役割を担う面があり、既往研究などから、コミュニケーションの強化が重要だと言われている。したがって、商店街研究において、コミュニケーションに着目する必要性もある。こうした背景から、本研究では、繁華街を想定した大宮駅付近の商店街と地方の商店街を想定した岩槻駅付近の商店街、そして一般的な郊外のショッピングモールを想定したイオンモール浦和美園でアンケート調査と被験者実験を行った。

アンケート調査の分析では、商店街とショッピングモールの基礎的な統計と、ランダムフォレスト機械学習法を用いて、質問紙の共通設問からの特徴を見出すことをした。その結果、個人的な背景と、商店街やショッピングモール自体の有無、来街者のニーズへの対応の状況が重要であることが示唆された。また来街者が立ち寄る空間・店舗や来街者のコミュニケーションも一定の重要性があった。サンプルによる被験者実験では、会話時間だけでなく、会話と購買の関係や買い物に行く施設と個人の状況、魅力ある空間の重要性が示唆された。魅力ある空間とサードプレイスに関しても、店舗・空間に関連性がありうる結果が出た。よって、今後は、商店街研究に更なる知見を示すため、このような新しい視点に基づく更なる追加実験や、コミュニケーションと魅力ある空間、サードプレイスに関する横断的な分析が必要であると考えられる。

研究指導教員：芳鐘冬樹

副研究指導教員：歳森敦