九州大学学術情報リポジトリ
Kyushu University Institutional Repository

The Construction of Evaluation Methods regarding the Image of Shopping Streets in Core Cities of Japan

李, 芝妍

https://doi.org/10.15017/1807040

出版情報：九州大学, 2016, 博士（芸術工学）, 課程博士
バージョン：
権利関係：全文ファイル公表済

氏　名　：李芝妍

論文名　：中核都市における商店街イメージ評価方法の構築
The Construction of Evaluation Methods regarding the Image of Shopping Streets in Core Cities of Japan

区　分　：甲

論　文　内　容　の　要　旨

本研究では、商店街における地域イメージ評価方法を構築することを目的としている。既存の「地域イメージ」に関わる評価や調査に関する研究において、専門家の視点から構成要素や空間を評価する特徴や傾向を読み取り、新たな地域イメージ評価モデルを示していくこととする。

地域イメージ評価モデルの構築に向けて、まず、地域イメージ評価指標の選定を行った。日本で代表的デザイン賞である日本グッドデザイン賞と都市景観大賞のホームページから受賞した事例に地域イメージのキーワード(タグ)を入力し、一定の条件の事例を選定し、その事例について評価した講評から評価指標を抽出・分類し地域イメーシ評価基本型の構築を行った。その結果、イメージ評価指標を空間評価項目に「空間構成」、「周辺環境との配慮」、「ユニバーサル」、「シンボル・アイデンティティ」、の４つ項目に分けることができた。生活評価項目は「愛着・誇り」、「貢献·積極性·関心·反映」、「コミュニケーション」、「地域の祭り・イベント」、「地域資源」、「地域ビジョン」の６つ項目に分けることができた。感性評価に関する項目には「審美性」、「安心感」、「楽しみ」、「快適性」の４つ項目に分けることができた。それを評価の基本型とした。

次に、地域イメージ評価の基本型を用いて、九州北部に位置する中核都市である３つの都市を選定し、都市別にそれぞれの主要商店街である久留米市の一番街および四ヶ町商店街、浜町アーケードを調査対象地として事例調査を行った。物理量調査とイメージ調査を行った結果、商店街構成要素の有無とイメージ調査に対し、102 件の有効回答を得ることができた。各商店街における評価指標の結果を得点化し、その平均値によって商店街の特徴を整理した。今回用いた評価項目は空間評価項目、感性評価項目、生活評価項目の順に高く評価された。

最後に、調査結果の考察から商店街イメージ評価に影響を与える要因を抽出した。また抽出した要因の有効性を把握するため、パブリックデザイン先行事例を通じて検討を行った。検討から新たな商店街イメージ評価ツールとしてまとめた。商店街イメージ評価項目は、大きく空間物的要因と空間質的要因と分けることができた。「空間物的要因」は、空間を構成している有形的要素を言い、「構造要素」と「占有要素」に大別できた。また、「空間質的要因」は形がない無形要素を言い、「空間質的要素」には大きく「人文要素」と「社会・環境要素」に大別できた。このような項目は、商店街イメージ評価の際に基準となり、各項目に対し評価を行う基本となる内容を、12 の項目は 3 つの詳細項目を持ち 36 個のイメージ評価詳細項目を得た。こういった詳細項目は、多様な地域の特性を把握する

ために行うイメージ調査の基準となり、有効な商店街イメージ評価の詳細項目になる。また、これらの詳細項目は商店街イメージ評価を行う際に、対象となる地域の類型によってバリエーションできる。新しく提示する商店街イメージ評価モデルは整備事業の評価へ使用するツールである。新しく提示する景観整備デザインフローは大きく計画対象範囲設定、商店街イメージ評価、デザイン方向設定、具体的デザイン、実行、運用管理・評価の６つに分けることができる。このモデルは商店街イメージを反映して設計した評価モデルとして各段階ことに利用率を高めながら柔軟に変更できるように設定した。