

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 9 日現在

機関番号：12601

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24611004

研究課題名(和文) 観光地整備のためのホスピタリティ・デザインの構築

研究課題名(英文) Building of Theory on the Hospitality Design for Development of Tourist Spot

研究代表者

堀 繁 (Shigeru, Hori)

東京大学・アジア生物資源環境研究センター・教授

研究者番号：90143403

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 4,000,000円

研究成果の概要(和文)：観光地の空間を、公共空間(道路や広場)と沿道商業施設とに大きく分け、それぞれについて、ホスピタリティ表現が型として整理された。公共空間では、不等幅員道路型、車道中央部図舗装型などが重要な型として抽出された。沿道商業施設では、入り隅建物型、3種の神器設置型などが、同様に重要な型として抽出された。観光地整備に使えるように、整理した型ごとにデザイン・ポイントを整理した。

研究成果の概要(英文)：We divided the space of the Tourist Spot into public space (road, open space) and route commercial facilities of roadside. About each, hospitality expression was arranged as a model. In the public space, the nonequivalent width road type, the road central part figure pavement type were extracted as an important model. In the roadside commercial facilities, the entered corner building type, the three kinds of sacred treasures setting type were extracted as an important model. To be usable for Development of Tourist Spot, we arranged the design points every model.

研究分野：観光学

キーワード：ホスピタリティデザイン ホスピタリティディベロップメント 観光地活性化 まちづくり

1. 研究開始当初の背景

古くから地域を支えてきた全国の商店街や観光地の多くが集客に苦戦している。客が減れば売上げも減り、その結果地域経済は衰退し、さらには若年層の流出、高齢化、店舗減少など地域の大きな問題につながる。

集客苦戦の要因は様々あるが、集客地自体が魅力的でないということも大きな要因で、一言で言えば「行っても楽しくない」のだが、まちで目につくのは「道路」と「店舗を中心とした沿道建物であるから、楽しくないのは道路と店舗であると言える。中央にあって広く目立つ道も重要だが、来訪者の関心はより店にあるので店舗も重要である。

そこであらためて人気観光地の街並を見てみると、2階は殺風景だが店前はスペースを大きく取ってそこに置き看板、商品サンプル、緋毛氈敷きの縁台や吊下げ旗などの設えを豊かに入れてもてなしの演出をしていることが分かる。対して集客していない商店街では、屋根など建物上部には気を使っているものの、店前は殺風景でもてなしの設えがほとんどない。両者の魅力の差は歴然である。街並を構成する個々の店を見て、店前に何の演出もない地方都市の店舗と、店前にベンチ、花鉢、看板などの設置物を置いてもてなしを表現している店舗とではやはり魅力の差は歴然である。これでは設置物少ない商店街や店舗を人が楽しくないと思うのも無理はなく、そうであれば人は来なくなり、街が疲弊するのも理解できる。

このように、商店街や観光地など集客地のまちの魅力が沿道店舗の「建物」だけではなく「店前の設え」でも決まるとすれば、それは建替えを必要とせず、すぐにもどこでも作れる可能性を持つだけ、疲弊した商店街や観光地の活性化ツールに「なりうる」と考えられる。

この公共空間や店前の「設え」をホスピタリティ表現と捉え、これを形にするホスピタリティ・デザインを構築することが、観光地整備で重要と見えてくる。

2. 研究の目的

ホスピタリティ表現を整備で使うためには、ホスピタリティ・デザインという形に構築する必要がある。

そこで、ホスピタリティ表現を型に整理し、型ごとのデザイン原則を整理する。

また、ホスピタリティ表現が魅力となるのかも確認しなければならない。まち歩き体験から感覚的にはわかる公共空間や店前の設置物の効果を、本当にそれが公共空間や店の魅力に繋がるのかを検証し、公共空間や店と街の魅力づくりに役立つのか、検証が欲しい。

そこで本研究は、全国の苦戦する商店街や観光地への貢献を目指して、ホスピタリティ・デザインを整理し、また、店舗店前に設置物を置くという簡便な方法が店の魅力と

なるのかを実験で確認することを目的とするものである。

地域、商店街、店舗などの活性化に資するべく、全国の成功例¹⁾や試み²⁾⁻⁴⁾の分析や提言⁵⁾はさまざまおこなわれているが、仕組みづくりなどいわゆるソフトの事例やアイデアが多く、商店街再整備⁶⁾や店舗改修⁷⁾のようなハード系で地域活性を論じた研究は少ない。ハードは物が残って効果は続くが費用がかかってどこもが参考にできるものではなく、対してソフトは費用は安くすむがものが残らず一過性で終わるか、やり続けなければならないという問題を抱える。本研究は、「店前設置物」という、「目に見える」という意味ではハードだが費用は安く、「置くだけの取組み」という意味ではソフトだが後に残るといふ、いわばハード・ソフトの良いところを持つ中間を取り上げ、それを地域活性のツールと捉えようとしたものである。

店前という、どうしても建物ファサードの話になり、店の活性化にとって重要な「入りやすさ」とファサードの関係に関する研究⁸⁾⁻¹³⁾は多い。また、店前道路と店舗との関係に着目した研究¹⁴⁾⁻¹⁶⁾も多いが、店前を空間として捉えた研究^{17),18)}は少ない。さらに、その空間に置かれる設置物となると、着座装置^{19),20)}くらいしかなく、しかもこれらは現況分析研究がほとんどであり、整備に直接役立つものではない。

3. 研究の方法

多客地と少客地の比較観察とホスピタリティ表現の事例収集のために現地調査をおこなった。

収集した事例は手持ちの事例と合わせて整理し、店舗店前と道路のそれぞれについてホスピタリティ表現のタイプ分類をおこなった。

整理されたホスピタリティ表現をもとに、ホスピタリティ・デザイン原則を整理した。集客地活性化に資する提案となるよう、わかりやすく全体をまとめた。

4. 研究成果

(1) 観光地の空間を、公共空間(道路や広場)と沿道商業施設とに大きく分け、それぞれについて、ホスピタリティ表現を型として整理した。公共空間では、不等幅員道路型、車道中央部図舗装型などが重要な型として抽出された。沿道商業施設では、入り隅建物型、3種の神器設置型などが、同様に重要な型として抽出された。

(2) 観光地の観察の結果、観光客は公共空間よりも沿道店舗により引かれることがわかったので、沿道店舗の店前を対象に、42枚の写真を刺激とする評価実験をおこなった。実験の目的は、店前に客を迎える設えとして置かれるベンチ、花鉢、看板の3種の有無、種類数と、評価の関係を明らかにすることであ

る。また、仮に置かれている方が評価が高いとすると設置物の効果があることになるから、そうであれば種類数が増えると評価も高くなると予想させる。そこで、種類数による評価差をみた。

順位評価実験(評価序列を調べるため、魅力のある順に被験者に並べて貰う)と点数評価実験(評価程度を調べるため、順位評価の1位を100点、42位を0点として、2位~41位に整数の点数を付けて貰う)の結果、1位は【店前設置物が1種】の店13番(83.7点)で、店前の空間を広く取って商品を並べ縁台を置き、のれんも掛けられ人を誘っているものであった。設置物を置くことができる店前空間はもちろん重要で、広く様々な演出ができれば魅力を付けることができるという事があらためて確認できた。しかし、苦戦する多くの商店街では建物は敷地境界いっぱい建てられ店前空間は殆どない場合が多く、簡単に使える知見でもない。同様に人が休めるほど空間が広い【2種】26番は16位(66点)、【3種】6番は3位(76)であった。26番は店の正面が見えない分評価が下がったと考えられるが、総じて評価は高かった。また、建物が同じでも、設置物が沢山置かれていると評価が上がり(3位)、それら設置物をすべて取り去ったものが34位と大きくダウンしていて、店前の設置物の有無で評価が大きく上がることをはっきりと示していた。2位は【2種】の店(81.9点)で、店前に看板や縁台が置かれ、のれんも照明もあり、演出の質が高く、誘われる。店前空間が広くなくてもこのようなことはできるということであり、重要な点である。店前設置物のない店が下位に並び、設置物の重要性がはっきりとわかった。市町村や商工会議所、観光協会などは、店前よりも建物が重要と思いこんでいる人が多いが、建物が立派であるということは必ずしも評価につながらないということを示している。もちろん、同じ店前演出をすれば、建物が立派な方が演出効果は高い。しかし、店前に何の工夫も配慮もなければ、建物が立派でも駄目なのである。

(3) 行動意志評価実験(行動意思を調べるため、1位から順に立ち寄ってみたい店に、42位から逆順に立ち寄ってみたい店に×を、中間のどちらでもない店には確認のため、数を制限せずに付けて貰う)の結果、上の点数評価実験で50点を下回る店は立寄りたいと思う人が少なく、立寄りたくないという人が多かった。つまり、ホスピタリティ表現が店前にないと店に立ち寄ってもらえず、そうであれば、売上げ=客数×客単価であるので、客数がなくて売上げは上がらないということがはっきりと示された。

逆に、店前の演出が豊かにおこなわれている店には、「立ち寄ってみたい」と思うものが多く、地域の課題である、疲弊した店舗の活性化は、店前設置物によっても果たせる可

能性が示された。

(4) 公共空間についても、ホスピタリティ表現の有無や量が集客に影響することがじゅうぶん推察された。

引用・参考文献

- [1] 佐藤 茂幸(2012)「商店街再生における成功要因の研究：大月市社会実験における軽トラック市事業の考察より」地域活性研究 3, pp231-240
- [2] 黒畑 誠(2013)「大型店に依存する地域での商業振興策に関する一考察：北海道釧路町の事例から」地域活性研究 4, pp 209-216
- [3] 山岸 芳夫・宮川 哲也・上野 修平(2010)「地域SNSを通して大学周辺の店舗活性化を目指す産官学プロジェクト「CirKit」」地域活性研究 1, pp 261-267
- [4] 二宮 雅也(2011)「健康」をテーマとした商店街活動の再活性化への取り組み：北海道稚内市中央地区商店街を事例として(地域再生への道：3.11大震災後の地域づくり)」地域活性学会研究大会論文集 3, pp 113-116
- [5] 住吉 廣行(2009)「産・官・学の連携で若者に魅力溢れる地域づくりを(今、求められる「地域力」とは)」地域活性学会研究大会論文集 1, pp19-22
- [6] 稲垣 達也・松浦 健治郎・浦山 益郎(2011)「彦根市本町地区「四番町スクエア」における居住機能を維持した商店街再整備に関する研究 その2：商業者・居住者に与えた効果の実態(商業集積地の変容,都市計画)」学術講演梗概集 pp147-148,
- [7] 吉田 麻里・兼田 敏之(2007)「観光型商店街における活性化に関する研究：愛知県豊川地区を対象として(中心市街地活性化(1),都市計画)」学術講演梗概集. F-1, pp143-144
- [8] 周 韜・鶴飼 哲矢(2012)「駅前商店街における路面店舗の地上階ファサードに関する考察：ファサードの虚実構成とその内部機能の関連性 その1(都市計画)」日本建築学会研究報告 pp541-544
- [9] 樋渡 郁子・大井 尚行・高橋 浩伸(2010)「商業施設内における物販店舗デザインと「入りやすさ」に関する研究(空間認知・印象,環境工学I)」学術講演梗概集 pp139-140
- [10] 井上 勝雄・藤井 忠夫・原田 実穂・中川 亮(2009)「区間分析とラフ集合を用いた店舗デザインの調査分析と提案：入りたく・入りやすい洋菓子店を事例として」デザイン学研究 56(3), pp21-30
- [11] 井上 勝雄(2007)「店舗デザイン戦略 感性工学から導く入りやすい美容院の条件(業界研究特集 お客が集まる美容院経営の方程式)」商業界 60(12), pp98-101
- [12] 内田 彩季・大井 尚行・高橋 浩伸 [他](2014)「小規模飲食店の「入りやすさ」と店舗内の居心地に関する外観デザインからの評価」日本建築学会研究報告.九州支部.日本建築学会九州支部 編 (53), pp113-116
- [13] 斉藤 健悟・佐野 友紀・畠山 雄豪・菊池 雄介(2013)「通りに接する物販店舗ファサードの建築的要素と店舗の周辺状況が回遊行動者の「入りやすさ」「入りたさ」に与える影響(施設評価,環境工学I,2013年度日本建築学会大会(北海道)学術講演会・建築デザイン発表会)」学術講演梗概集 2013(環境工学I), pp35-36
- [14] 鳥居 昂志郎・山中 新太郎・森貴 幸子(2009)「商

品等のあふれ出しに着目した商店街の賑わいに関する研究(商業地街路空間,都市計画)」学術講演梗概集. F-1,pp669-670

[15] 佐藤 敦・有馬 隆文・萩島 哲 [他]・坂井 猛(2004)「店舗の構えの特徴と商店街の魅力に関する研究」日本建築学会計画系論文集 (582),pp87-93

[16] 佐藤 敦・有馬 隆文・萩島 哲・坂井 猛(2003)「店舗の構えの特徴と商店街の魅力に関する研究：西新商店街におけるケーススタディを通して(街路景観と空間構成,都市計画)」学術講演梗概集. F-1 pp267-268

[17] 青柳瑞恵・堀繁(1996),「東京におけるオープンカフェの立地とデザインに関する研究」,日本都市計画学会学術研究論文集, No31, pp223-228

[18] 土田淳一・横張真(2001),「接道部開放型飲食店舗における境界デザインと前面道路の関係の解明」,日本都市計画学会学術研究論文集, No36, pp751-756

[19] 李 潤貞・西出 和彦(2008)「商店街店頭における縁台・ベンチ・椅子の働きに関する研究(第14回大会発表論文)」 MERA Journal=人間・環境学会誌 11(1), pp45

[20] 勝又 亮・小林 茂雄(2007)「店舗前面におけるベンチが着座行動に与える影響(第13回大会発表論文)」 MERA Journal=人間・環境学会誌 10(2), pp27

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計 0件)

〔学会発表〕(計 0件)

〔図書〕(計 0件)

〔産業財産権〕

出願状況(計 0件)

取得状況(計 0件)

〔その他〕

ホームページ等

6. 研究組織

(1)研究代表者

堀 繁 (Shigeru Hori)

東京大学アジア生物資源環境センター・教授

研究者番号：90143403