

快適性に関するお客さまの意識



坂本 圭司* 小用 謙司*

フロンティアサービス研究所では、多様化するお客さまのニーズに対応した快適な駅空間の提供を図るべく、様々な調査、研究に取り組んでいる。その取り組みの一環として、グループインタビューを実施することにより、利用者の駅環境における評価構造を抽出するための調査を行った。調査の結果、快適性という観点でお客さまが駅に対して抱いている潜在・顕在ニーズが、精神的なゆとり、便利、親切、安心、楽しい気分、愛着といった6つの系列に分類できることが分かった。

キーワード：駅、快適性、評価グリッド法

1 はじめに

今日、都市における「駅」の重要性が再認識されており、通勤、通学のための単なる「通過する駅」から、様々な機能を備えた「集う駅」への変貌が必要とされている。

本研究は、「快適性」という視点にたつて、利用者の駅に対する潜在 / 顕在ニーズを解明することで、今後の駅空間の再編成を進める上での方向性を見出すことを目的としている。本稿では、その最初のステップとして駅環境評価構造の抽出を目的に実施した、評価グリッド法を用いたグループインタビュー調査の手法上の特徴、ならびに調査の結果と考察について報告する。

2 調査手法について

2.1 グループインタビューへの評価グリッド法の適用

評価グリッド法は個人面接を行うことで、環境利用者のニーズを強かに、かつ階層的に抽出できるという特徴を持ち、今日、さまざまな分野において実務に応用されている。しかし、例えば今回の調査のように個々人のニーズという点も、ニーズの全体像把握を主たる目的とする際には、その個人面接という調査形式は、調査効率という観点から見て、最適であるとは言いがたい。そこで今回実施した調査では、この問題への解決方法のひとつとして、評価グリッド法をグループインタビュー（集団面接）に持ち込むという新しい試みを採用した。

評価グリッド法の最大の特徴は、複数の評価対象物を比較評価するという作業によって評価構造（認知構造のうち評価判断に関連する部分）を活性化し、その記憶が鮮明なうちに理

由を尋ねることで、これらを言語化し、抽出する点にある。この部分はあくまで個人的な作業であり、グループ化することは困難である。そこで今回の試みにおいては、各グループ構成員にメモ用紙を支給し、まず個人レベルでの作業結果を記録させ、その発表を皮切りに、グループ全体で討議するという形式を採用した。また、評価グリッド法のもう一つの特徴である評価項目の上位・下位概念を誘導する手続き（ラダーリング）については、個人作業の結果を発表してもらった段階で実施し、当人だけでなく他の構成員の発言も許し、これらすべてを当該項目からの被誘導項目として記録した。このように、個人作業の結果、それに触発されて述べられた評価視点やラダーリングの結果はすべて、誰の発言かは問わず、そのグループ中に存在するニーズとして記録し、分析においては、各グループを最小ユニットとして扱った。

2.2 調査概要

本調査では、駅環境の公共性の高さを考慮し、表1に示すようなサンプル設計をおこなった。

また調査の具体的な作業手順は、表2に示す通りである。個人差の少ないネガティブな評価からはじめることでセッションの雰囲気高め、より付加価値性の高いニーズの抽出に向かうと

表1：回答者の概要

- 1) 日常的に首都圏において鉄道を利用していること
- 2) グループ構成
20 - 30代、40 - 50代、60代以上(3カテゴリ) × 男・女(2カテゴリ)
上記6カテゴリ × 2グループ × 6名：合計回答者数 72名
- 3) なお各回答者には、駅環境を再認識してもらうという観点から、事前に駅環境について気になる箇所を写真撮影してもらった。

というのが、基本的な流れとなっている。なお後半の、パネル化された駅の将来アイデアを比較評価させる作業、また理想の駅についての自由討議は、まだ顕在化していない潜在ニーズの抽出を目的としたものである。具体的には、13枚のパネルを用意(一例として図1から図4を参照のこと)、各グループに対して提示、説明し、評価をしてもらった。

表2：調査作業手順の概要

<p>1) 嫌いな駅の評価 気に入らない駅を3つ挙げさせ、選んだ理由をメモに記入(個人作業) 各人の作業結果を発表(ラダーリング + 自由討議を同時に実施)</p> <p>2) 好きな駅の評価(具体的な作業手順は1)に準じる)</p> <p>3) 撮影してきた駅の評価 評価視点の補完(ラダーリング + 自由討議を同時に実施)</p> <p>4) 駅の将来アイデアパネル評価(具体的な作業手順は1)に準じる)</p> <p>5) 理想の駅について(自由討議 + ラダーリング)</p>
--



図1：植物や噴水などの自然なものをたくさん取り入れた駅



図2：駅の構内やホームの壁面に色々な情報が映し出される駅



図3：切符を持たずに乗り降りできる駅



図4：街のシンボルとなるような建築物の駅

3 調査結果と考察

3.1 駅環境評価構造全体モデルについて

各グループから抽出された評価構造を重ね合わせた全体モデルの要約版を32ページ図5に示す。初めての試みにもかかわらず、各グループのセッションは大変活発で、膨大ともいえるさまざまな評価視点が得られた。また駅の将来アイデアを触媒として利用したことにより、数多くの潜在ニーズ(図中、網掛けを付した項目)も得られた。以上より、今回採用したグループインタビュー形式での評価グリッド法という一連の調査手順の有効性が確認できたと考えられる。

3.2 グループインタビュー調査の結果

ここでは、グループインタビュー調査の結果、特に評価の高かったアイデアイメージについて、出された意見を示すこととする。

A. 植物や噴水などの自然なものをたくさん取り入れた駅(図1)

これは「季節や自然を感じる駅」というコンセプトのアイデアであるが、単に植木があるのではなく、駅の通路やホームにも、植物や水の流れ、日光や風など、自然なものを感ずることができるといものである。このアイデアは、年代や性別を問わず、最も高い支持を得た。例えば、以下のような意見が出された。

- ・「待ち合わせとか時間をつぶすのに落ち着く。気分的な余裕が持てる」
- ・「グリーンがあると気持ちが落ち着く。待ち合わせでもいららしない」
- ・「開放感がある」

一方で、駅に植物や噴水などの自然的なものを取り入れるよりは、利便性の追求に資金を投入すべき、との意見も出された。このアイデアには、1)落ち着く、2)開放感がある、3)楽しい、といった利用者に対するベネフィットがあったため、高い支持を得たものと考えられる。

B. 駅の構内やホームの壁面に色々な情報が映し出される駅(図2)

これは、リアルタイムに列車のトラブル状況や、天気などの利用者に役立つ情報を大型ディスプレイで提供する、というアイデアである。このアイデアは、特に20-30代の男性グループと、20-30代、さらに30-40代の女性グループから高い支持を得た。以下、出された主な意見を挙げる。

- ・「駅は実用的なもの。いま起こったことやこれから大変なことになるとい情報などは、早く伝えたほうが良い」
- ・「欲しい情報として、スポーツの結果、ニュース、天気予報、バーゲン情報などがある。暇つぶしになる」
- ・「放送は聞き逃すと次の放送まで聞けない」
- ・「設置場所が重要である。改札の外で、もう少し離れたところが良い」

全体的にこのアイデアに対する評価は高かったが、情報と宣伝(広告)を区別すべき、との意見も聞かれた。このアイデアには、1)便利、2)楽しい、そして3)暇つぶしができる、といった利用者に対するベネフィットがあるものと考えられる。

C. 切符を持たずに乗り降りできる駅(図3)

このアイデアは、スムーズに乗り降りできる、というコンセプトで、例えばIT技術を導入した電子チケットを持つことにより、ゲート

を通過するだけで改札が自動的に行われる、というものである。このアイデアは、特に20 - 30代ならびに40 - 50代の男性グループから高い支持を得た。以下、代表的な意見を挙げる。

- ・「子供がいるときや、大きな荷物を持っている時に良い」
- ・「面倒くさくなくて便利」

便利な反面、このシステムでは電波の使用が考えられるため、健康面から不安がある、との意見も聞かれた。このアイデアには、1) 便利、2) 混雑の緩和、そして3) 楽な移動、といった利用者に対するベネフィットがあるものと考えられる。

D. 街のシンボルとなるような建築物の駅(図4)

これは、例えば歴史や伝統が感じられる、街の顔として象徴的な駅、というアイデアである。このアイデアは、60代の男女のグループで支持が高かった。以下、代表的な意見を挙げる。

- ・「地域性が分かると良い」
- ・「その土地の歴史を紐解く機会となり、子供に伝えるのにも良い」
- ・「シンボルは記憶に残る」

このような意見が聞かれた一方で、「新しく作るなら不要」といった意見も聞かれた。このアイデアには、1) 街の象徴や誇り、2) 愛着や親しみといった、ベネフィットがあるものと考えられる。

3.3 考察

グループインタビュー調査の結果、図5に示す評価構造モデル得られた。この評価モデルより、快適性という観点で、利用者が駅に対し抱いている潜在・顕在ニーズが、以下の6系列に分類できる事が分かった。それぞれの分類について考察を行う。

- ・精神的なゆとり

駅における「精神的なゆとり」とは、評価構造図に示されているように、1)「移動のスムーズ化」、「迷わない」といった駅構内の移動に関する機能の高度化により実現されるベネフィットと、2)「バリアフリー」に代表される、体力の負担軽減により与えられるベネフィットに大別できることがわかった。1)を下位概念に誘導した結果、「室内表示のわかりやすさ」以外にも、場所の「わかりやすさ」や「駅がごちゃごちゃしていない」、「動線が交錯しない」といった空間の「見通し」をほのめかす要素につながった。このことは、単純で、見通しが良い駅空間を提供することによって、利用者へ精神的なゆとりを与える事が可能となることを示唆している。

- ・便利

駅における「便利さ」の評価で特徴的なのは、「時間の節約」が重視されている点である。時間を節約する要素として、目的

地に「迷わず行ける」ことが挙げられたが、同時に「買い物や食事などの用事を済ませることができる」といった、時間の有効活用に対するニーズも注目に値する。

- ・親切

この評価系列には、「バリアフリーに配慮されている」、「分からないときに聞きやすい」といったニーズが示されており、駅においては、ハード・ソフトの両面をバランス良く配慮した計画の重要性が再認識できる結果となった。

- ・安心

ここでの評価系列を見ると、「空間」に関連する要素が多いことに気づく。例えば、「圧迫感がない」、「ホームが見渡せる」、「人にぶつかりそうにならない」といった要素である。つまりここでも、見通しの良い駅空間の創造が重要である事を示唆している。

- ・楽しい気分

この評価系列についても、「時間の過ごしやすさ」や「見通しの良い空間」が、利用者の気分を高める働きをしていることを示している。そしてさらに、駅での「発見」に喜びを感じる利用者があることも分かった。駅内での空間がマンネリ化しないように、絶えず発展を続けていく必要性を示唆する評価である。

- ・愛着

ここでの評価の視点は、カタチに関連する事柄が多い。例えば「シンボリックな駅舎」、「駅に個性がある」、「駅のデザイン」等であり、駅における意匠デザインの重要性を再認識する結果となった。ところで、今回のグループインタビューでは聞かれなかったが、愛着の視点は何もカタチに関連するものだけでなく、建物の「素材」に関連する要素も含まれる可能性がある。例えば、「地域性が感じられる」、「自然と街にマッチする」駅を造るために、その地域特有の「素材」を使用すること、等が考え得る。

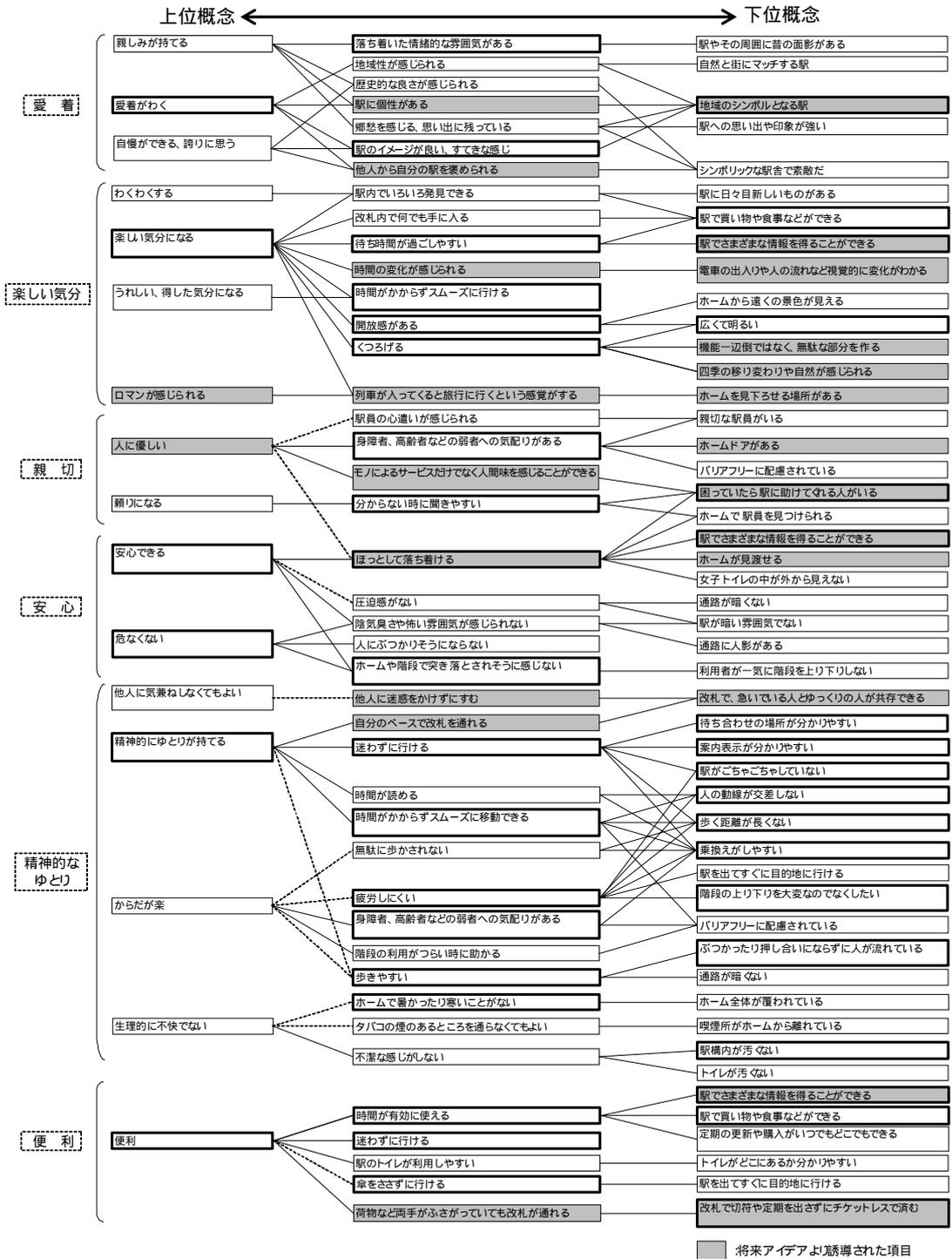
4 おわりに

本稿では、快適な駅に関する利用者の潜在ニーズを幾つかの系列に分類し、快適な駅空間創造のための一方向性を見出した。駅にグリーンや光などの自然な要素を導入すること、また駅を地域のシンボルとして誇りをもてる場所にできたら良いといった、お客さまの潜在ニーズの高さが確認できたが、これらは今後の駅空間のデザインを進めていく上で大切な手掛りとなり得る。

また、今回の調査研究を通じ、お客さまの意識の中で、駅における「温熱・光・音環境」さらには室内表示に代表される「視環境」が、快適性の評価を行う上で強く働いていることが確認

された。フロンティアサービス研究所では、それぞれの環境について、現状の問題点の把握と解決に向けた調査研究はもとより、今後はさらに高度な快適レベルを目指し、様々な分野と連携した研究を進める予定である。

参考文献
 1) 日本建築学会：よりよい環境創造のための環境心理手法研究，技法堂出版，2000.



凡例： — はグループインタビューにおいて直接、上位 下位概念への誘導が行われた関係を示す。
 - - - - はグループインタビューにおいて2項目間についての誘導が行われなかったが、本来つながりがあると想定される関係を示す。
 各項目の 数字はグループ番号を示す。なお、太枠は5グループ以上で得られた項目を示す。

図5：駅環境評価構造全体モデル（要約版）