

■査読付論文

中国における駅舎および周辺地区の
商業的空間利用に関する研究
—中国武漢市・漢口駅を事例として—

呉 俊辰*

【要旨】近年、中国における鉄道は主要な公共交通の手段として急激に発展している。駅及び周辺地区の商業的価値の上昇に従って、商業サービスが駅および周辺地区に徐々に導入されることにより商業空間が駅に組み込まれ、駅舎建築と周辺地区を一体的に発展させる。だが、先進国の「通過型」とは異なり、現在の中国の駅空間が「待ち合わせ型」を主とする乗車方式であり、多くの旅客が長時間集中的に滞在していたが、駅周辺地区の商業圏の発展は促進されず、駅舎内の商業の活性化に課題を抱えている。本稿では、駅舎内の商業施設の利用状況と周辺市街地の商業的空間の利用状況を含めて調査分析し、高効率化を踏まえた整備の具体的な方向性を検討することを目的とする。

具体的には、武漢市における漢口駅を対象として土地利用に関する政策を考察し、同じ位置付けにある武昌駅との比較を通じて、建設レベルと空間の利用率いずれにしても、低い状態に置かれていることがわかった。また、漢口駅における実地調査と職員に対するインタビューを通じて、駅前広場において各施設のアクセスの利便性、自動車と歩行者の分離、旅客への誘導が不足する実態により周辺地区との連結が弱化されたことがわかった。なお、実地調査とアンケート調査によりカイ二乗検定を通じて、旅客の行動パターンと消費意向を明らかにした。

キーワード：駅舎、商業空間、消費意向

I. 研究の背景

鉄道の発展に伴い、快適・安全な鉄道交通はより多くの人々の注目を引いており、中国は急速な鉄道交通の発展期を迎えてきた。過去の十数年の中で、多くの省都(省庁所在地)で大型のターミナル鉄道駅が新設され、それを中心として全域を覆う鉄道ネットワーク¹⁾になっている。鉄道交通は次第に道路交通に取って代わりつつあり、公共交通を主導している。

同時に、より高い需要は大量の利用者を引き付け、駅および周辺地区は都市住民を集める場所になったため、商業的価値が高まっている。多くの先進国においては、鉄道駅が提供したサービス内容は交通サービスに限らず、より多くの小売り、飲食と娯楽などの機能を含めて多様な商業サービスを提供できる総合施設であった。日本の場合に京都駅の駅ビル全体 237,689 m²のうち、鉄道関連の駅施設は約 12,000 m²であり、総延床面積の 5%しか占めていない²⁾。現在中国の大型駅開発においては、こうした商業利用との一体化の設計を重視し始めているが、この設計はまだまだ実践中であり、理論的基礎の浅い初期段階に留まっており、実際に竣工して使用が開始された後に、設計は実際の利用と異なる場合が多い³⁾。それ故、駅施設および駅周辺地区における土地利用について改善しなければならない問題が潜在している。中国における鉄道交通は急速に発展してきたが、総人口、地域間距離と格差など原因の制限もあり、発車数と乗客輸送量いずれにしても、まだ先進国との格差がある。そのため、中国の駅舎の設計では、公共空間を中心として、駅舎内に大面積の待合室、休憩室など滞在空間が大量に配置された。例えば北京西駅では、駅施設は

* 立命館大学大学院政策科学研究科 博士後期課程

総延床面積面積の70%を占めている⁴⁾。

さらに、鉄道駅は都市の入り口として都市の文化と歴史を反映している。駅は「列車に乗ってこそ行く場所」という伝統的なイメージから、公共生活文化の中心に変わりつつある。人々をそこに惹きつけて、買い物などの消費行動を誘発し、娯楽の場となっている⁵⁾。

武漢市は中国中部地区の最大級の都市として、大きな潜在力がある。そして、最大級の中継センターとして、旅客が駅まち空間⁶⁾に滞在し、商業業務など各種の施設の需要も高いと考えられる。武漢市では3つの特級駅(武昌(ぶしょう)駅、武漢(ぶかん)駅、漢口(かんこう)駅)の中に、漢口駅は普通列車、高速列車、都市間列車を共用する駅である。3つの特級駅⁷⁾の中で漢口駅は列車の発着数と旅客数が最も多い駅であり、一日の利用客数は最高で16.9万人に達する⁸⁾。したがって、商業地域の漢口旧市街に位置する漢口(かんこう)駅を対象とし、研究調査を行う。

II. 先行研究の検討と本研究の目的

II.1 総合的な都市開発と鉄道駅舎および周辺地区の発展方向

こうした背景の中で駅舎および駅周辺地区の商業地域について、范(2006)は中国の大型鉄道駅の商業空間配置を空間配置パターンにしたがって、興味深い分類を行っている。それは4つに分類されており、1つ目は、中心のかつ大きな駅舎のホールの周辺に少数の商業施設が配置されるパターンである。2つ目は、待合室と様々な商業機能が結合されて配置されるパターンである。3つ目は、駅舎の両側あるいは駅舎の輸送機能以外の空間に集中的に配置されるパターンである。近年は立体化される傾向がある。4つ目は、駅前広場に歩道、車道、駐車場、乗り換え空間、オープンスペース、施設が置かれる広場のパターンである。各交通機関間の乗り換えを除いて、レジャー、買い物等もできる場所となる。

范(2006)は、先進国の空間構成との比較を通じて、先進国の「通過型」とは異なり、現在の中国の駅空間が「待ち合わせ型」⁹⁾を主とする乗車方式にあることを指摘した。多くの旅客が長時間集中的に滞在していたが、駅周辺地区の商業圏の発展は促進されず、駅舎内の商業の活性化に問題を生んでいる。そのため、范は駅舎の設計と商業空間の配置設計の観点から、立体的に集約して発展させる空間を提案した。すなわち、高層開発か地下開発により、施設の一体化を実現することを目指すものであった。それによって、歩道への誘導の不足により人と車が道路を共用するという混乱を防止でき、高密度の都市開発の土地政策を一致させることができると指摘した。

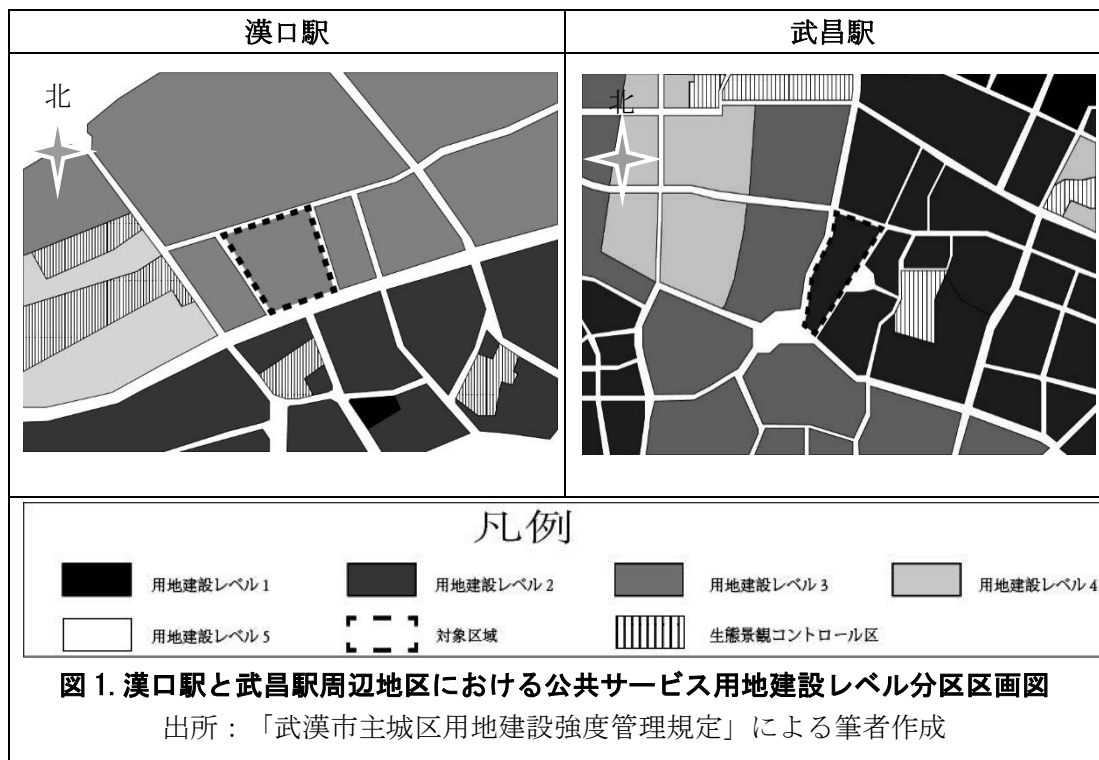
また、郭(2014)は厳しい土地利用の状況の下で、都市を集約化する需要が次第に高くなっており、都市の立体化は必然的な都市発展モードになる。都市と住民の関係を緊密にしている鉄道駅にとって、鉄道駅を立体化する方策を探索することは重要な研究意義があることと指摘した。

II.2 武漢市における土地利用規制の現状

武漢市の都市計画における容積率や建ぺい率は「武漢市都心地区用地建設レベル規定(武漢市主城区用地建設強度管理規定)」によって定められている。用地建設レベルは土地用途によって居住用地と公共サービス用地の2種類に分けられており、その中で商業施設用地などを含めて公共サービス用地(表1)はさらに5つのレベルに分けられている。

表 1. 武漢市公共サービス施設用地建設レベル表						
用地種類	指標種類	レベル 1 区	レベル 2 区	レベル 3 区	レベル 4 区	レベル 5 区
商業、商業サービス施設用地	基準容積率	4.5(小売業、卸売、飲食業用地 3.2)	4.0(小売業、卸売、飲食業用地 3.2)	3.2(小売業、卸売、飲食業用地 2.8)	2.4	1.7
	建ぺい率	小売業、卸売、飲食業用地 $D \leq 45\%$	小売業、卸売、飲食業用地 $D \leq 50\%$	小売業、卸売、飲食業用地 $D \leq 55\%$		小売業、卸売、飲食業用地 $D \leq 40\%$
		旅館、ビジネス施設用地 $D \leq 35\%$		旅館、ビジネス施設用地 $D \leq 30\%$		旅館、ビジネス施設用地 $D \leq 25\%$
その他公共サービス施設用地	基準容積率	2.8	2.5	2.1	1.8	1.5
	建ぺい率	$D \leq 35\%$		$D \leq 30\%$		$D \leq 25\%$

出所：「武漢市都心地区用地建設レベル規定」による筆者作成



中でも武漢市中心部公共サービス用地建設レベル分区区画図（図 1）によって、漢口駅のエリアは建設レベル 3 と定義されており、基準容積率は 3.2(320%を意味するがここでは 3.2 のように数値表記をそのまま使用する。) の中に小売業、卸売業、飲食業用地の容積率は 2.8(280%のこと。商業用地) と 2.1(210%のこと。その他の公共サービス用地) と規定されている。同じ特級駅の位置付けにある武昌駅エリアの建設レベル 2 と比べて、

やや低い容積率に指定されていることがわかる¹⁰⁾。従来の鉄道駅と比べると、武昌駅は立体化・集約化され、駅前広場にある機能の多様化の需要を満たしており、旅客が移動する以外、商業、交通、娯楽などの機能が駅本来の需要を満たすし、駅周辺地区の発展を促進した¹¹⁾。

漢口駅の4万㎡の駅舎と比べると、武昌駅の駅舎は3.3万㎡しかない(表2)。しかし、両方とも最大の収容人数は8,000人である。楊(2013)により漢口駅の商業面積率(総延床面積のうちの割合)は6,620㎡(16.0%)であり、武昌駅の場合は8,860(26.8%)である。こうした容積率や建築密度の差の下で、漢口駅の待合室利用率と商業面積率の低下状態にあるとみられる。

また、大面積の駅施設、交通施設などの公共サービス施設に細かく分割され、商業施設空間がさらに圧縮された。こうした容積率や建ぺい率(表1にDで表示)の差と低効率が駅舎および周辺地区の商業的土地利用にどのような影響を与えているのか、空間利用の実際状況と旅客の利用実態や評価に関する調査分析を通して考察する必要があるものと考えられる。

表 2. 武昌駅と漢口駅の規模比較		
駅	武昌駅	漢口駅
最大収容人数(人)	8000	8000
駅舎面積(㎡)	33040	40940
待合室面積(㎡)	16080	21130
一人当たりの待合室面積(㎡/人)	1.75	2.64
待合室面積比率	42.30%	51.60%

出所：楊ら(2013)により筆者作成

II. 3 本研究の目的

以上のように、漢口駅における駅舎および周辺地区の商業的空間の厳しい制限の下で利用率が低い現状を改善するため、本稿では、駅舎内の商業施設の利用状況と周辺市街地の商業的空間の利用状況を含めて調査分析し、高効率化を踏まえた整備の具体的な方向性を検討することを目的とする。これにより、中国の中部地区の発展に寄与する主要交通駅の商業施設のあり方の1つのモデル的な政策論を考察することができると考える。

III. 武漢市漢口駅における各空間の利用実態

III. 1 実地調査による駅周辺地区利用状況

本節では、漢口駅の駅舎、駅前広場の地下と地上、および周辺地区を調査場所とし、現地観察を通じて、主に駅周辺地区の構成の基本状況、駅前広場の地下空間と地下駐車場の利用状況などを含めて、歩行者の行為の特徴、歩行者と自動車の動線などの情報を記録しつつ、加えて漢口駅前広場管理事務所職員へインタビューを通じて、駅周辺地区における土地利用の利用実態の現状を明らかにする¹²⁾。

駅周辺地区(図2)の大型の商業エリアは2つのエリアに分類することができる。第1に、駅舎入口の東側に位置している商業ビル(図3、図4)と隣接している「財神商業広場」(図5)

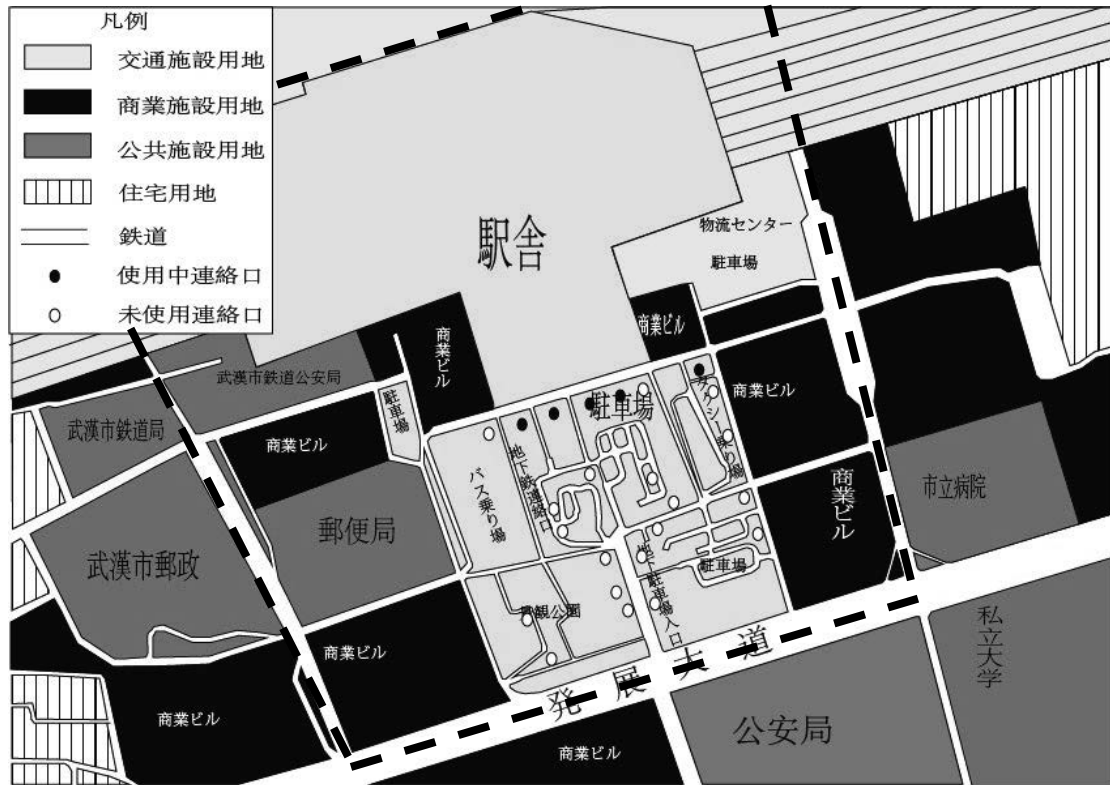


图 2. 漢口駅周辺地区分布図

出所：武漢市天地図による筆者作成



図 3. B1 (南 2 入口) 商業空間
(筆者撮影)



図 4. F1 (南 1 入口東側) 商業空間
(筆者撮影)



図 5. 財神商業広場(筆者撮影)



図6. 欧亞達建材広場(筆者撮影)

であり、1 階は飲食、コンビニ、2 階以上は旅館を営業しているエリアである。第 2 に、広場

の西南に位置している「欧亜達建材広場」(図 6)であり、家具と建材を主とした総合的な大型のデパートである。また、駅舎の周りに、中小規模のホテルは 23 箇所あって、駅周辺の大部分の空間を占めているので、更に小売や飲食などの商業空間を圧迫しているものと考えられる。主に建物の 1 階の空間が小売や飲食などの商業空間として利用されており、2 階以上の空間がホテルなどの旅館業となっている。

地上駐車場は 2 つあって、北側の駐車場は駅まで距離が短く、多くの利用者が臨時駐車場として利用している。地下駐車場は地下空間の大半を占めているが、出入口が 1 つだけしかない。地下と地上の連絡口が 24 箇所あるが、利用率が低く、常にホームレスに占用されるなどが原因となって、実際には 24 箇所のうち 5 箇所しか使用されていない(図 2 中●で表示)。

地下空間において面積はおおむね地上と同じであり、主に地下駐車場、連絡通路、地下商店街と職員の寮などによって構成される。

職員へのインタビュー調査によると、駅周辺地区には複数の管理組織があつて、異なる場所は異なる管理組織が管理する。例えば、広場の場合は、広場管理事務所があつて、管理事務所は 2 つの部門に分かれ、「総合執行大隊」と「広場サービスセンター」がある。「総合執行大隊」は、適切に法に則った行政の執行を履行することであり、「広場サービスセンター」は、施設設備、庭園緑化、環境衛生、交通管理や駐車サービスなどを管理することである。駅舎内はまた別の管理機構による管理となっている。

地上の駅周辺地区において渋滞が発生しやすい時間帯は平日の午後 5 時から 7 時の間と祝日の全日であり、主に北側の駐車場の入口と幹線の交差点に集中している。ピーク時、道路に臨時駐車するケースが多いので、繰り上げて道路に降りる旅客が多いとのことであった。また、利用者数が少ない現状の下で、公共施設の維持が難しくなっており、運営コストを下げるために、一部分の利用率の低いエスカレーター、換気施設、照明など基礎施設の利用が止められた。

Ⅲ.2 実地調査による駅舎内の利用状況

次に、駅舎内について実地調査を行った。駅舎(図 7)は地下 1 階・地上 3 階からなる 4 階建ての建物である。地下 1 階(B1)は主に南 1 出口と南 2 入口である。1 階(F1)は主要入口とホーム階であつて、20 路線と 18 本のホームを備えている。そして、2 つの待合室が配置されている。その 1 つは特別待合室(軍人、VIP など専用)である。

2 階(F2)には全体が待合室であり、外側に 1 つの優先待合室が配置されている。ホールの両側に 2 番線から 17 番線までの改札口が配置されていて、改札口の間には商業空間が置かれて営業されているが、業種は主に 3、4 種類しかなく、西側に集中している。東側の大半の店舗は営業していない。2 階の商業空間は待合室を吹き抜けとした 2 層構造になっており、商業空間の 2 層目が駅舎の 3 階(F3)を構成する。2 階には番線ごとに改札口があり、商業空間が細かく分割されている。商業空間の 2 層目は 1 層目よりは利用者が少ないとみられる。

観察調査によれば、駅舎の入り口に近い連絡口以外の連絡口が閉鎖されているので、利用者は主に広場の北側(駅舎 1 階の入口)と駅前広場の東側に隣接している「財神商業広場」に集中している。その営業している業種は、主に大型の飲食店(KFC、マクドナルドなどチェーン店)やホテルであった。そして、舎内 2 階の商業空間で営業している大型の飲食店より舎内 3 階での中小型飲食店(チェーン店ではない)の利用客数が少ない(図 8、図 9)とみられる。

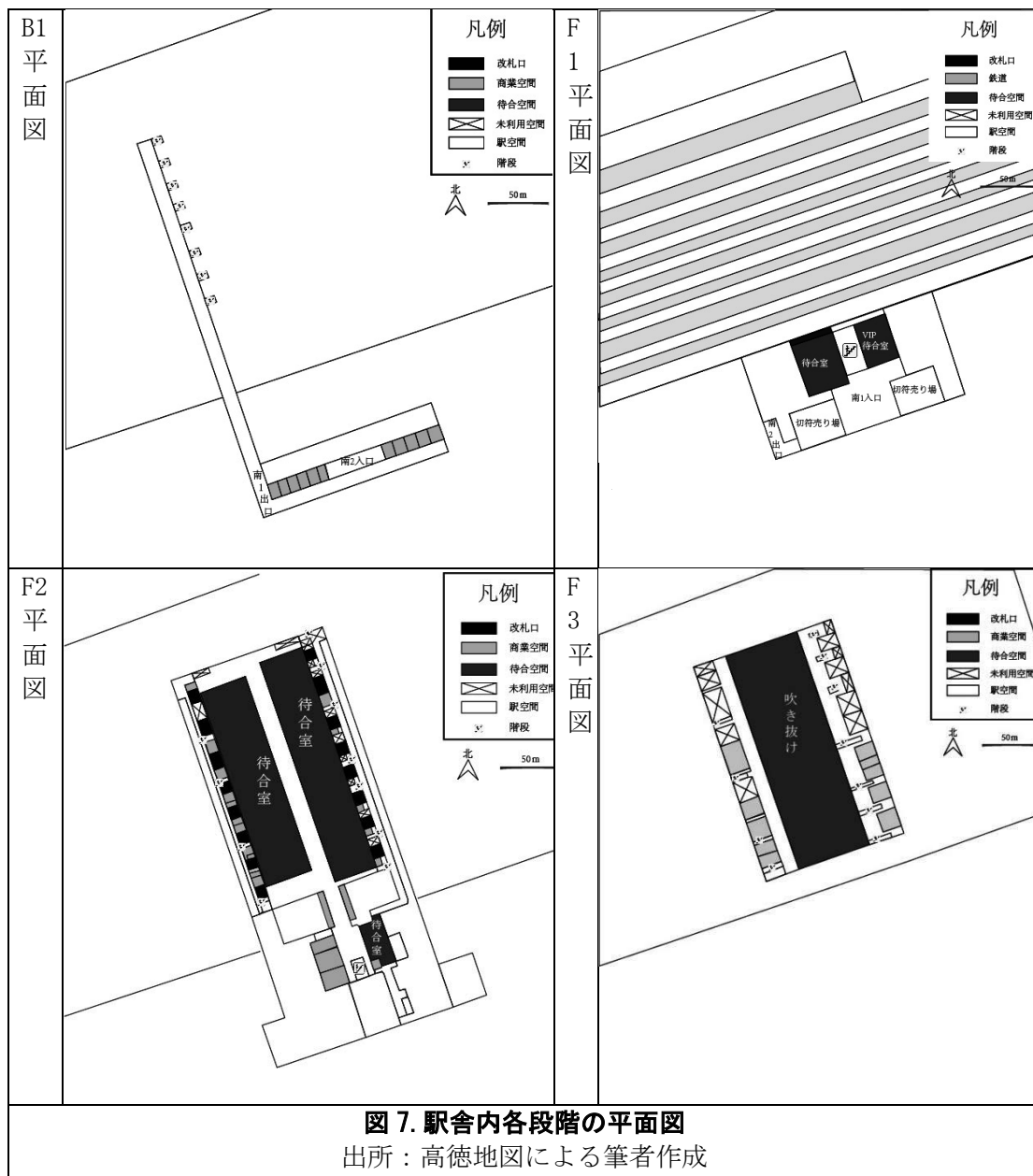


図 8.2 階待合室と商業空間
 (筆者撮影)



図 9. 吹き抜けとした3階の商業空間
 (筆者撮影)

Ⅲ.3 実地調査による駅舎および周辺地区の利用状況の考察

また、実地調査によれば、歩道が少なく、歩行者と自動車は道路を共用するケースが多く混乱していることがみられた。歩行者が自動車道路を横断し、車道を歩くことは自動車の通行を妨げ、特に一車線道路の場合、歩行者の通行は通行効率を著しく低下させる。当然、歩行者にとって危険性が増加していく。そして、周辺との連結通路は利用者に対する誘導が不足しており、距離が長く、通路のマークは不鮮明などの原因で、駅と周辺地区の接続性が更に弱体化された。

そして、一時駐車場が設置されていないため、自動車利用者が乗降する際に、駅舎の入口の所に一時的駐車することが多く、後ろ側から通過しようとする車は通り抜けることができない状態になっている。そのため、多くの車両は広場に入る前に短時間のうちに、到着前に乗降しようとする。一方通行の車道は多くの車両が滞在していて、幹線まで渋滞になっていくことがみられた。

Ⅳ. 駅舎内利用者の意向分析と考察

Ⅳ.1 駅舎内利用者の意向分析

駅舎内における商業空間を考察することは、利用者の消費意向の特徴および要求を通じて、待合室、店舗の買い物客（54人）などに対して、対面式によって一定数になるように聴取した。インタビューにより消費傾向の高い平日朝8時～夜8時の時間帯に3日間かけて行くと同時に、当該駅の利用経験者に対してインターネット調査（38人）をそれぞれ2018年8月に行った。アンケート調査では、主に利用者の消費意向、待機場所、待機時間等から、駅舎内の各施設の需要量を明らかにするためのものである。対象の92人のうち、男性は64人であり、女性は26人であった。年齢別に関しては、20代以下は43人、20代26人、30代15人、40代6人、50代1人、60代以上1人であった。

唐(2018)は、大量の利用者に伴った安全と効率を考慮するために、中国においては乗車のプロセスが厳しく、待機時間が長い現状にあると指摘した。待機場所に関して、利用者は基本的に待合室を選択する。実際、回答者の92人のうち、81人（約88%）が待合室で待つことを選択した。消費意向に対して、到達所要時間と滞在時間がどのような影響があるのか、各データをクロス集計すると、カイ二乗検定による有意確率が5%以下の項目は以下の項目があった。

消費意向に関して、「買い物をしますか?」と聞いた上で、舎内と舎外（駅周辺）に分けて聴取・分析し、有意となった結果を図10のように示した。漸近有意確率は0.5%となっている。舎外での消費意向は舎内より高いことがみられる。

また、駅までの到達所要時間と駅舎での滞在時間をクロス集計分析してみると、図11

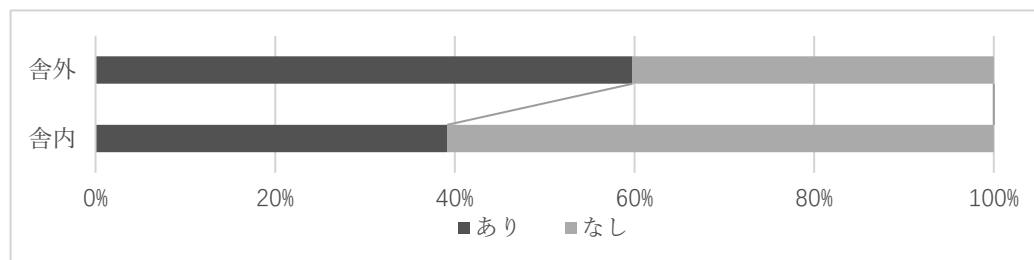


図 10. 舎内と舎外による消費意向のクロス図

(χ^2 値=7.849, p 値=0.005, $n=92$)

のようになった。調査対象の 92 人のうち、駅への到達所要時間は 30 分以内の利用者は 16 人、30 分～1 時間の利用者は 48 人、1 時間～3 時間の利用は 19 人、3 時間以上の利用者は 9 人である。それを滞在時間とクロス集計してみると、漸近有意確率は 0.7% となり、到達所要時間の長さによって、滞在時間は差異があるという結果が得られた。到達所要時間が短ければ滞在時間が短いことがわかる。

そして、舍外消費のある利用者は大半を占め 55 人であり、消費意向のみられない利用者は 37 人であった。滞在時間の長さによって(図 12)、漸近有意確率は 1.9% となっており、舍外消費意向の傾向と滞在時間の長さには有意な差異があると考えられる。すなわち、滞在時間が長ければ舍外での消費意向の傾向が高かった。

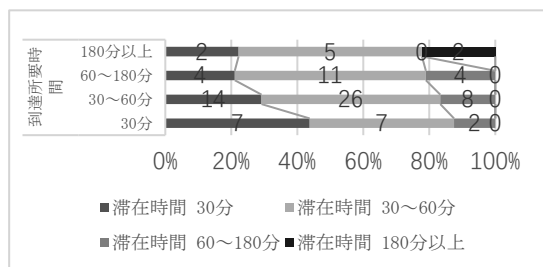


図 11. 到達所要時間と滞在時間のクロス図

(χ^2 値=22.480, p 値=0.007, n=92)

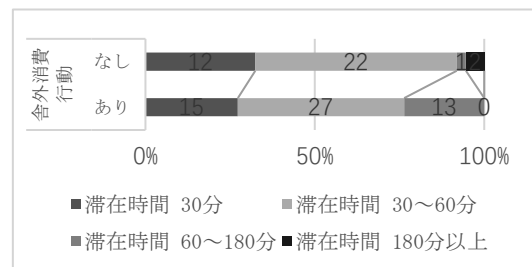


図 12. 滞在時間と舍外消費のクロス図

(χ^2 値=9.990, p 値=0.019, n=92)

舍内・舍外において消費意向がある消費者の中に、舍内に飲食店の利用者は 30 人あって、舍外に飲食店の利用者は 48 人あった(図 13)。これを見ると、利用者の消費意向の種類はおおむね飲食であり、多様な行動とは言えない。漆(2013)は旅客の消費傾向と需要により商業業種を分別し、異なる属性の旅客に対する多様な業種は必要があるものと指摘された。実地の状況を総合してみれば、駅舎内外で販売される商品の単一性には、消費種類が単一であることが原因の 1 つではないかと考えられる。

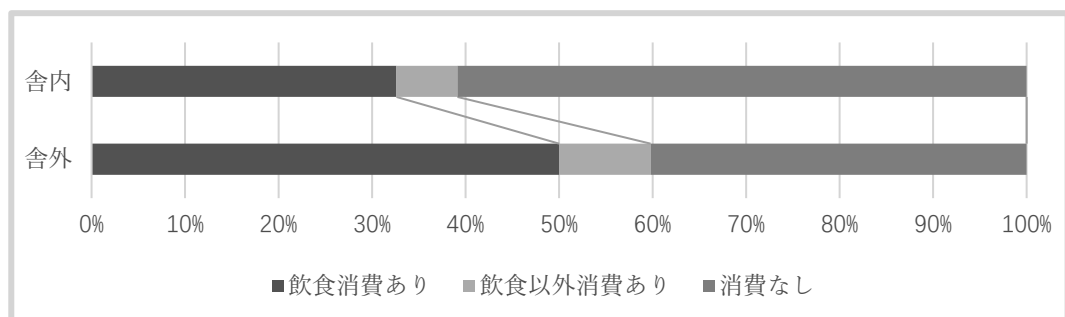


図 13. 舍内・舍外において飲食消費意向のクロス図

(χ^2 値=7.85, p 値=0.02, n=92)

また、なぜ駅利用者が駅舎内で消費意向をしないかを聞いたところ(この回答は、全員が回答する設問ではない)、回答者の 92 人のうち、駅舎内において消費意向なしの回答者は 56 人であった。その中に、理由を回答した人 45 人あった。第 1 の要因は「値段が高い」30 人、第 2 の要因は「荷造りが不便」10 人の回答があった。駅舎外では、第 1 の要因は「値段が高い」12 人、第 2 の要因は「商品の質が悪い」6 人の回答があった。

以上のように、到達所要時間が短い利用者は、滞在時間が短く、コンビニなどのように

快適な商業業種への需要が高かった。滞在時間が長ければ舍外での商業的な消費需要が高かった。すなわち、大型の飲食店など休憩環境が良い場所に対する需要が高かった。また、舍内で消費意向の影響要因から見ると、探しやすい2階に位置するお土産屋¹³⁾の利用者が少ないことが明らかになった。

IV.2 駅舎内における利用者の要求を基つて商業空間の考察

中国の多くの駅の乗車方式はまだ「待ち合わせ型」にとどまっている。アンケート調査によって、約88%(92人のうち、81人)の利用者は待合室に滞在することがわかった。そして、到達所要時間が長ければ滞在時間が長いことから見ると、多くの利用者は駅舎内に滞留する傾向は非常に高い。すなわち、駅舎内に大量の消費者が集中している。しかし、商業空間が図7や図8にあるように細かく分割されており、商品種類が単一などの影響で、消費行動を自発的に行うことができなくなっている¹⁴⁾。

行動分析の結果では、舍内消費と比べて舍外消費の傾向も高かった。値段の差異はその主要な原因だと考えられる。湖北省物价局による「相对封闭区域内商品和服务价格行为规范(试行)」(2017)には、同一の時間帯、等級(商品)において同種の商品あるいはサービスの平均価額は近隣市場の20%を超えてはならないことが規定されている。しかし、周辺地区と比べると舍内において同一商品の値段が33%(図14、図15)高くなっている。職員ヘインタビューを通じて、通常より2、3倍が高まる賃料など原因のため、値上がりが普遍である。また、回答者によると、ある店舗には50%以上の値上がりの状況がよくみられる。こうした現状を見れば、たとえ具体的な規定があるとしても、管理部門を設立する必要があると考えられる。

また、著者の現地観察によれば、2階と3階で商業空間として利用されている部分は入口に近く、北側の1/3のエリアは図7や図9にあるように未利用となっている。そして3階までのエスカレーターは未利用の北側に位置しているので、舍内に多くの旅客が大型の荷物を持ち込んでおり、エスカレーターとエレベーターが利用停止しており、3階に集中している飲食店に移動するのが困難だと考えられる。

消費意向からみると、飲食消費の比率が非常に高い。それによって、このような店舗の需要が高いことを分かった。そして、飲食店での消費はある程度に待合室での過密を緩和



図14. 舍外における通常の値段



図15. 舍内における値段

(タピオカチェーン店(吾飲良品)による筆者撮影)

できる。しかし、飲食店は席を配するので広い面積を要する。既存の施設空間にとって大量の飲食店を開設することは困難だといえる。現地観察により、駅舎の周りに飲食店が38箇所あって、空間が有限な舎内には11箇所ある。そして、面積的に広いものが必要とされるので、探しやすい2階は主にコンビニ、お土産など小売り店舗(対面形式とウォークイン形式)を配置しており、商業空間における舎内の飲食店(滞在形式)¹⁵は主に探しにくい3階に集中している。

以上のように、駅舎内において、商業が細分化されているため商業の業種が制限され、単一の商業業種は消費意図を促進できなくなる。また、利用頻度が高い飲食店は探しにくい3階に位置しており、一方利用頻度が低いお土産屋など店舗は探しやすい2階に位置している。有限な空間であるが、まだ利用されていない空間がある。それで、商業種類を豊かにすることは実現できるため、総合開発を通して商業空間を増加するだけでなく、利用者の特徴に基づいて適合した用途が合理的に配置することは重要だと考えられる。

V. おわりに

中国における主要駅の駅舎および周辺地区商業空間について合理的に配置することが求められている現状を踏まえつつ、国内の大都市圏を形成するために重要な地理的位置にある武漢市を事例として、特級駅の1つの漢口駅の現状を分析した。具体的には、武昌駅との比較を通じて、既存の容積率や建ぺい率の差の下で、漢口駅の建ぺい率及び商業面積率などの低下がみられた。また、駅舎内旅客の意図なども含めて漢口駅の利用傾向を総合的に明らかにした。

中国の都市計画における旧市街地の再開発が重要な課題となる中で、武漢市の駅周辺地区の土地利用計画のあり方から特級駅の間でも建設レベル(容積率と建ぺい率)や利用効率において差異がみられることを示した。漢口駅は武昌駅よりも建ぺい率及び商業面積率が指定されていた。これにより、建ぺい率及び商業面積率を高める方向性を検討する必要性も考えられた。

また、現地観察を通じて、漢口駅において各施設のアクセスの利便性、自動車と歩行者の分離、旅客への誘導が不足している実態があることがわかった。都市にとって、駅が独立されるものではない。利用率を高めて集約させ、複合的かつ一体的な駅施設を目指すためには、周辺地区との連結を強化する必要がある。

さらに、駅舎待合室利用者の意図分析の結果から、到達所要時間が短ければ滞在時間が短いことと長く滞在する者は駅舎外で消費する傾向が高いなどの意図も示された。

これらの分析と考察を通じて、駅舎の商業空間の用途や位置を合理的に配置することを探る上でいくつかの知見が得られた。到達所要時間が短い利用者は滞在時間が短く、快適な商業業種(コンビニや飲食店など)への需要が高い。そして、長く滞在するとともに、大型の飲食店や短時間ホテル(インターネットカフェのように)などの駅舎外での消費の大きな需要層となっている。こういった需要層の特徴を正確に把握することにより、駅舎内の商業空間を適切に配置することを模索する必要があるといえるだろう。

本稿では、旅客の消費意図を分析したが、意図は行動に転化されたのか、実際の利用状況はまだ参考としていない。今後は、実際の利用状況を明らかにするため、駅舎および周辺地区の商業的空間において利用者の実際の消費行動を把握する必要がある。

〔注〕

- 1) 全域とは省都を中心として近隣の都市群を都市間高速鉄道で繋げられ、広域都市圏である。例えば、対象とした武漢市を中心に、黄石市、鄂州市、黄冈市、仙桃市、潜江市、孝感市、咸寧市、天門市などの近隣の近郊都市群 8 都市を含む大都市圏である。
- 2) 范志高, 「大型鐵路客運駅商業空間研究」, 華中科技大学, 2006
- 3) 郭四海, 「武昌火車站広場空間系統使用后評価及其優化策略研究——基于行人路径与空間構成分析」, 建築学報, 2015 (s1)
- 4) 前掲, 范(2006)による。
- 5) 胡映東, 張昕然: 日本駅前広場形態与路経研究, 城郷規画, 2014. 2. 14
- 6) 駅まち空間: 大都市圏の駅、駅前広場および周辺地区は大勢の人が利用する公共性の高い空間であり、岩本敏彦他(2006)は、それら施設を包括した空間を「駅まち空間」と定義した。
- 7) 以下 3 つの条件の 1 つを備える駅は特級駅である。(1) 一日の平均旅客数は 60000 人以上に達し、荷物の到着、乗り換えは 2000 つ以上に達する。(2) 一日の平均積み卸し列車は 750 台以上の貨物駅である。(3) 一日の平均 6500 台の作業列車を処理できる操車場である。
- 8) 「楚天都市報」(2017 年 10 月 1 日記事)による。
<https://view.inews.qq.com/a/HBC2017100103057402>
- 9) 中国における乗車方式: 駅舎に入るとき、セキュリティチェックと身分証明チェックがあり、再入場することが難しくなる。また、列車が来る前に、改札口での立入が禁止され、多くの乗客は待合室など開放空間に滞在する。そのため、「待ち合わせ型」と言われる。また、先進国の「通過型」とは、駅を中心として各交通機関を組織的につなげ、周辺サービス施設と商業施設などを一体化させ、旅客に便利・短縮な動線を提供し、旅客は駅と周辺施設に点在する型である。
- 10) 岩本(2006)が定義した「駅まち空間」((注 6)で詳述)を参考にしながら、駅前広場及び周辺地区を含む 1 街区を対象区域と定義した。
- 11) 前掲, 郭(2015)による。
- 12) 実地観察とインタビューに関しては、主に 2017 年 3 月の平日 2 日間に午前 3 時間(9-12 時)と午後 3 時間(13-16 時)をかけて、駅舎内と周辺地区で実地調査を行い、広場管理事務所という管理組織の職員の 2 人を対象としてインタビュー調査を行った。
- 13) 中国のお土産屋で販売するものは、主に貴重な工芸品や外装が大きなお菓子などである。
- 14) 漆国強, 「大型鉄路交通樞紐商業開発研究—以哈爾濱西駅樞紐為例」, 清華大学, 2013. 5
- 15) 横田ら(2010)は、駅舎内にある店舗を販売形式による 3 つ種類に分けられる。(1) 対面形式: 客とカウンターを挟んで対応する。(2) ウォークイン形式: 利用者が店舗内に入って利用する形態である。(3) 滞在形式: 店舗内に椅子などが備えられており、客が滞在することを想定した形式である。

〔参考文献〕

〈中国語文献〉

- 戴銅, 「美国容積率調控技術的体系化演變及応用研究」, 哈爾濱工程大学, 2010
- 范志高, 「大型鐵路客運駅商業空間研究」, 華中科技大学, 2006
- 郭四海, 「武昌火車站広場空間系統使用后評価及其優化策略研究——基于行人路径与空間構成分析」, 建築学報, 2015 (s1)
- 「國務院關於調整城市規模划分標準的通知」, 51 号, 2014

湖北省物價局，「湖北省相對封閉區域內商品和服務價額行為規範(試行)」，2017

胡映東，張昕然，「日本駅前廣場形態與路經研究」，城鄉規畫，2014.2.14

唐雅男，「基於旅客商業行為的大型鐵路客站商業空間設計策略研究」，華南理工大學，2018.12

漆國強，「大型鐵路交通樞紐商業開發研究—以哈爾濱西站樞紐為例」，清華大學，2013.5

陳嵐，殷瓊，「大型鐵路客站對城市功能的構成與優化的研究」，華中建築，2011.3

楊健，吳清，李軫成，「高速鐵路客運站房建築面積合理性研究探討」，華中建築，(10)p31-35，2013

殷銘，「高鐵路站周邊地區的土地規劃研究」山西建築，pp29-30，2009.4

楊文博，「北京地下鐵換乘站的駅前廣場研究」，北京，北京交通大學，2011.6

鄭健，「大型鐵路客站的都市角色」，時代建築，2009(5)，pp6-11.

張玉彪，「高速鐵路車站片區交通銜接規劃研究」，成都，西南交通大學 2007.

〈日本語文獻〉

岩本敏彦，中村文彦，岡村敏之，矢部努，「都市鐵道における駅、駅前廣場と周辺地區の一体的整備に関する研究」，土木計画研究・論文集，No.23，No.3，2006.9

小滝省市，高山純一，中山晶一郎，埴正浩，「駅前廣場の環境空間の実態および計画課題に関する研究—都市中心駅の駅前廣場を対象として—」，土木学会論文集D3(土木計画学)Vol.71，No.5，2015

慎重進，宮崎伸哉，松本光司，「駅前再開発と関連事業による中心市街地の整備イメージに関する研究」日本建築学会関東支部研究報告集 計画系66号，pp.301-304，1996

横田隆司，飯田匡，伊丹康二，「関西圏の鉄道駅における改札内店舗設置の実態—鉄道駅舎の複合化に関する研究(1)—」，日本建築学会技術報告集，第16卷，第34号，1081-1086，2010.10

〈Web 資料〉

「武汉市主城区用地建设强度管理规定」<http://gtghj.wuhan.gov.cn/pc-114-68576.html>(最終確認日2018年1月8日)

「楚天都市报」(2017年10月1日記事)
<https://view.inews.qq.com/a/HBC2017100103057402>(最終確認日2017年12月15日)

「湖北省物價局出台相對封閉區域價額行為規範」
http://www.ndrc.gov.cn/dfbgwdt/201706/t20170607_850171.html(最終確認日2019年8月2日)

The Appliance Research of the Business Space at Railway Station Building and Surrounding Area in China

-A case of Hankou Railway Station, Wuhan, China-

Junchen Wu

Abstract: In recent years, the rapidly developed railway transportation has become the primary public transportation method in China. More and more merchants have invested in railway station area development, which is integrating with railway station building as the business value around the railway station is increasing. Nevertheless, other than the “passing by” riding model in developed countries, China remains in the “waiting at.” It sometimes seems, with many passengers lingering around the station building and its area, the commerce is not developing but got stuck or lowered the business activity. This essay talks about the appliance of business facilities in railway station buildings and the surrounding area and studies how to use business spaces more efficiently.

The methods are, by comparing the station building design and land plan of another railway station-Wuchang Railway Station in the same city. The author finds that Hankou Railway Station is not as efficient as Wuchang Railway Station in development intensity or space use ratio. Then, after some field visits and interviews with administrators, it turns out that there are quite a lot of problems in the transportations of railway station square, the instruction of passengers, and the connections between station and neighborhood. Last, to learn more about the behavior characteristic and purchase intentions of the passengers, the author made a questionnaire survey among them and crossover analyzed as well as chi-square tested the result to determine the validity and deviation of the data. Thereby, have been able to obtain behavior characteristic and purchase intentions of the passengers.

Keywords: Railway Station building, Business space, Purchase intentions