

行動科学

課題レポート

＜時空の広場の分析及び提言＞

平成30年6月

目 次

項目名	頁数
1 概 要	p3
2 分析対象	p3
(1) 一般的意義	p3
(2) イベント開催	p3
3 分析手法①	p3
(1) 観 察	p3
(2) インタビュー	p4
(3) KHc o d e r による分析	p5
(4) まとめ	p7
4 分析手法②	p7
(1) ブレインストーミング	p7
(2) アンケート調査	p9
(3) S P S S による分析	p12
(4) まとめ	p17
5 結 論	p18
(1) シティ側の狙い	p18
(2) 利用者の状況（分析のまとめ）	p18
(3) 問題点・課題（分析を受けて。）	p18
(4) 提 言	p18
別紙1「観察結果（個人）」	p19
別紙2「インタビュー議事録（抜粋）」	p20
別紙3「2018 春_行動科学G 1 _アンケート調査（抜粋）」	p21

1 概 要

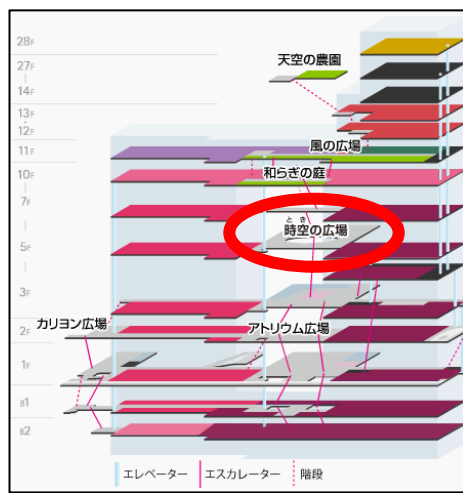
「時空の広場」での観察とインタビュー、それを受けてのKHcodeを使用しての分析、そしてその後のブレインストーミング等によるアンケート調査のための事前作業、アンケート調査の実施、調査結果のSPSSでの分析等を通して結果を出した。これら一連の手法を用いた分析要領について修得したものをまとめたものである。

2 分析対象

本分析の対象となったのは、JR大阪駅内にある「時空の広場」である。

(1) 一般的意義

「時空の広場」は、JR大阪駅と街の一体化による滞在型をコンセプトに建設された大阪ステーションシティ内施設であり、玄関口となる「アトリウム広場」や、待ち合わせスポットの「カリヨン広場」などの、さまざまなコンセプトを持った広場の一つとして設置されている



(図 大阪ステーションシティ)

また5Fでのルクアと大丸を繋ぐ通路としても使用されている。

(2) イベント開催

当広場は定期・不定期的にイベントが開催され、観察を行った際には、3月7日～5月31日の期間中に、グリーン（緑）・パーク（公園）をイメージした“くぎの芝生空間”が登場し、公園のような空間をコンセプトとしていた。

5.7[mon] - 5.31[thu]



3 分析手法①

(1) 観 察

ア 全 般

グループの5人で、平日と休日、そして日中、夜間の時間帯で人の行動に差が出ると予測し、それぞれが網羅できるよう役割を決め、1時間を基準として観察を行った。

イ 観察者及び時期

〇〇 (4/25；水 18:50 - 19:50)	〇〇 (4/24；火 17:00 - 18:00)
<u>〇〇 (4/22；日 16:00 - 17:00)</u>	〇〇 (4/23；月 17:15 - 18:15)
〇〇 (4/22；日 15:00 - 16:00)	

ウ 要 領

観察においては、以下を把握するよう留意した。

- ① 人数（休日の昼間は、非常に多く、概略で把握した。）
- ② 男女数
- ③ 世代（年齢）
- ④ それぞれの行動
- ⑤ どのような目的を持っているのか。（行動を見ての推測）
- ⑥ どのような感情か。

この際、事前にフォーマットを作成して行うことが適切である。また、観察前、観察後に写真を撮ることによって、その状況を一目見て理解しやすいよう資料に付け加えることも適切である。



エ 結 果

（写真 観察開始時 4/22 17:00 時空の広場）

- (ア) 観察結果については、一覧表にまとめ、それを次のインタビューで活用した。

なお、それぞれが項目は同じなれども、異なるフォーマットと認識で作成していたため、グループ内での全体の人数や男女、年代等の整合が困難であった。これは注意すべき事項である。

- (イ) 別紙1「観察結果（個人）」

(2) インタビュー

ア 全 般

他の2つのグループ（5人及び4人）に対して、観察した状況についてインタビュー（2人で実施）を行って、録音と平行してメモを取り、インタビュー終了後に議事録を作成した。

イ 要 領

インタビューにおいては、以下に留意して行った。

- ① 録音するため、氏名を名乗ってから発言した。

- ② 聞くべき項目を事前に準備した。この項目については、観察のフォーマットを基準とした。
- ③ 全員に満遍なく質問を行った。
- ④ 同様に、インタビューを受ける側にもなり、できる限り、簡潔明瞭に、かつ質問に対して適切に回答するよう心掛けた。
この際、主語、述語の適切な使用は、じ後の議事録の円滑な作成に寄与する。

ウ 別紙2「インタビュー議事録（抜粋）」

エ 結 果

インタビューを通して得られた内容を、観察結果とともに精査し、グループ内において討論しまとめて、以下の分析結果を得た。

(ア) 全 般

- ① 利用者の年齢層は幅広い
- ② 学生、子連れ世代を中心に、女性を含む個人／グループが多い。
- ③ 広場で寝転がったり、自由な空間（印象）
- ④ 土日は利用者数が増えるものの、混雑して利用できないことはなく、梅田近辺では穴場スポットとなっている（印象）
- ⑤ 中心付近は長時間利用する人が多い。
- ⑥ 空間を通過する人は少ない。

(イ) 特出事項

- ① 夕方以降は飲食する人が増える（事実）
- ② 談笑しているグループもスマホをお互い使用して居る時間は多い。
- ③ 一人は利用目的が様々（読書・スマホ・食事・睡眠・仕事など）
- ④ 平日は人数も減り落ち着いた空間となる（印象）
- ⑤ コナンカフェも集客に効果的（印象）

(3) KHcoderによる分析

ア 全 般

KHcoderを用いて計量テキスト分析を行った。これは、インタビュー結果の議事録を、KHcoderを使用して、共起ネットワークや単語数等を通じて、分析するものである。

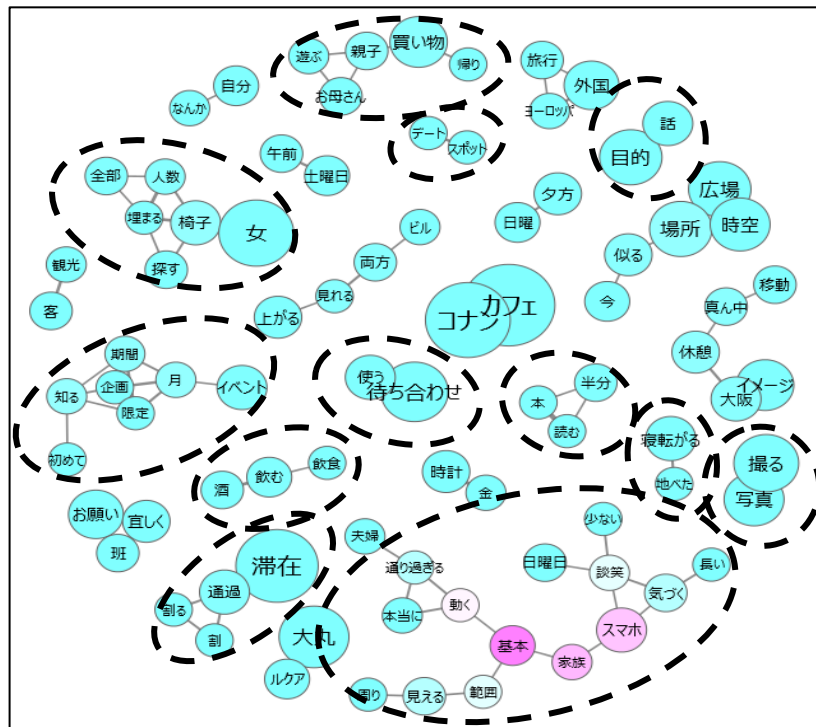
イ 要 領

KHcoder行うための基本的な手順については、インターネットにUPされているチュートリアルで追い、作業ができる。

ウ 分析結果

(ア) 共起ネットワーク

関連が特に強い語同士を線で結んだものであり、検索の条件として



(共起ネットワーク 最小出現数=4、 描画数=60)

用いた語を2重の正方形で囲むことも可能である。

- ① 右下の連鎖が最も多く、15のワードが繋がっている
- ② 利用者によって異なる様々な行動が見られる。
- ③ 利用のされかた=行動を表すワード

遊ぶ、デートスポット、話、休憩、写真-撮る、寝

転がる、本-読む、談笑、スマホ、通過、滞在、飲む(飲食)、探す

- ④ 利用者の種類=人を表すワード

親子、お母さん、家族、夫婦、観光-客、旅行(者)

- ⑤ 一部、飲酒などの行動もあるが、どちらかというとな活発なイメージの行動ではなく静かに時間を過ごすような行動のワードが多い。

(イ) 記述統計 (抽出語のリスト・品詞別)

以下の表は議事録内の単語の個数を明らかにした表(抜粋)である。これによって、どのような単語が多く使われているのか、またどのような単語を分析すべきかが容易に判別できる。

名詞	個	サ変名詞	個	形容動詞	個
学生	64	会話	26	不明	38
中高生	34	移動	13	楽	29
憩い	19	デート	12	幸せ	2
椅子	8	携帯	6	普通	1
地べた	8	休憩	3		
幼児	7	推測	2		
小学生	5	話	2		
ジュース	4	撮影	1		
高齢	4	団欒	1		

子供	4	買い物	1		
----	---	-----	---	--	--

上記表より、学生や中高生の名詞が多く、広場の特性として若者の利用が考えられる。

(4) まとめ

ここで(1)～(2)についてまとめた「時空の広場」の特性は以下のものである。

ア 滞在できる空間

公園をコンセプトとしたイベントは、休日での家族連れ、カップル、若者グループの憩いの場となり、比較的、長時間滞在し、通り道としての使用は少ない。

また、平日では、昼はビジネスマンの休憩所となり、夜はカップル、若者グループの憩いの場となっている。

イ 若年層向けの広場

この広場の場所を知っている人、また無料でかつ気候に快適さを左右されることから、若年層の利用が大半である。

ウ 限られた利用者での使用

J R大阪駅中心の空間としては、比較的混雑せず、利用する人が限られている。

エ 課題

「時空の広場」は大阪ステーションシティでの滞在型の利用を促進するための、滞在できる空間を提供しているものの、利用世代の偏り、利用者数の限定の課題を抱えている。

4 分析手法②

アンケート調査による分析手法について。概念を定義し、その定義について尺度を得るために、これを数値化して分析する一連の作業を行った。

(1) ブレインストーミング

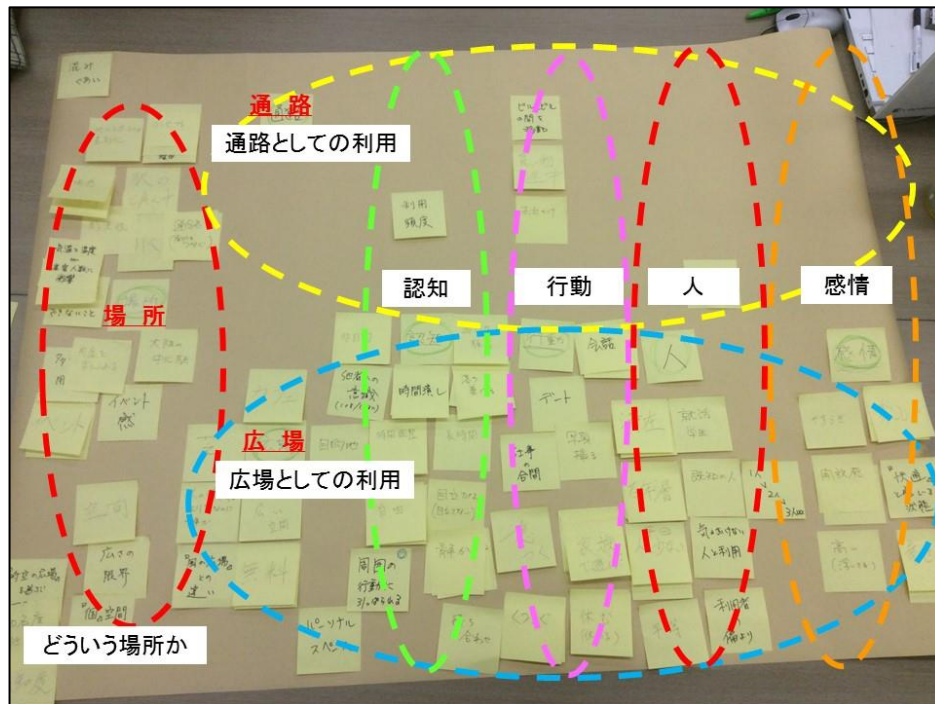
ア 全般

概念の定義化のために、グループ内において、ブレインストーミングでの分析を行った。結果は次ページ写真の通りである。

イ 要領

グループにおいて、時空の広場について思うところを紙に大量に書き、それらをざらしに並べ、似ているもの、重なるもの等の取捨選択と、場所、人などの複数の区分にまとめ、次ページ写真のように整理した。

(写真 ブレインストーミングの結果)



ウ 分析内容

(ア) 全体としての場所

イベント、空間、大阪駅の中心部、気温と風雨の影響、通路、用途
を変えられる等

(イ) 通路としての利用

a 認知

利用頻度

b 行動

大丸とルクアの移動、買い物途中、お出かけ

c 人

干渉されない

d 感情

なし

(ウ) 広場としての利用

a 場所

①カフェ、②無料、③芝生、④広い空間、⑤目的地、⑥人の集中
する場所で静か

b 認知

①落ち着ける、②時間つぶし、③多目的、④目立たない、⑤長時

間、⑥静か等

c 行 動

①デート、②会話、③写真撮る、④家族で遊ぶ、⑤くつろぐ、⑥仕事の合間等

d 人

①若年層、②就活学生、③利用者の偏り、④1人、カップル、グループ等

e 感 情

①解放感、②楽しい、③快適と感じる状態、④安らぎ、⑤幸せ等

エ まとめ

これを参考にして、時空の広場に関するグループ内の思考を見える化し、次の概念作成を容易にした。

(2) アンケート調査

ア 質問内容の決定

ブレインストーミングでの結果に伴い、各種検討を行って以下の要領でアンケート項目の作成を行った。

(ア) 概念＝項目の作成

時空の広場分析のキーワード、概念となる主要項目を以下のように選定。この際、重複する内容の項目は統一し、差別化を図れるよう考慮。

①居心地、②利便性、③認知度、④好感度、⑤回遊性、⑥独自性

(イ) 各項目に関する文章の創出

6個の項目に対して、それぞれの思い浮かぶ文章を5つずつ書き出した。

(ウ) 文章の評価

グループ内で、各人が作成した文章と項目が合致するかを評価。評価して適切と思われたものから、各項目で5つの文章を選択。

(エ) 質問内容の決定

選ばれた各項目5つの文章を基準として、質問内容を決定した。

イ アンケート表の作成

(ア) 全 般

決定した質問内容を、項目ごとではなくランダムに質問順番を設定(似たような回答を避けるため。)し、講義でのフォーマットを活用し表を作成した。

(イ) 回答要領

回答要領については、1～5で評価、回答してもらうように作成し

た。それは数値化することによって、次の分析が容易になるためである。

また、性別、年代、駅への利用回数等については、既存のフォーマットを使用している。これらにより、年代での差別化が図れるなど、分析の幅が広がる。

(ウ) インターネットへの掲載

アンケート表については、G o o g l e のアンケートフォームを活用した。

(エ) アンケートの実施

L i n e やメール等を使用して、G o o g l e に掲載したアンケート表のアドレスを友人等に連絡し、回答を要請した。

(オ) 別紙3「2018 春_行動科学G1_アンケート調査」

(カ) アンケート結果

アンケートについては136件（最終で約160件）の回答で集計した。その概要は次の通りである。

① 居心地

		質問内容	回答	全く思わない					大変、思う		合計	欠損
				1	2	3	4	5				
居心地	逆指標	Q3-5. 時空の広場は、周囲の音・声が気になって落ち着かない。	回答数	8	19	55	38	19		139		
			構成比	5.8%	13.7%	39.6%	27.3%	13.7%				
	逆指標	Q3-9. 時空の広場では、周囲の人の行動などが気になる。	回答数	5	15	49	38	31		138		1
			構成比	3.6%	10.9%	35.5%	27.5%	22.5%				
	逆指標	Q3-13. 時空の広場は、落ち着いて過ごすことができる広場だ。	回答数	5	28	51	33	21		138		1
			構成比	3.6%	20.3%	37.0%	23.9%	15.2%				
	逆指標	Q3-19. 時空の広場には長時間居たくない。	回答数	13	24	64	25	13		139		
			構成比	9.4%	17.3%	46.0%	18.0%	9.4%				
		Q3-28. 時空の広場には、適度に人がいて過ごしやすい。	回答数	32	33	47	22	5		139		
			構成比	23.0%	23.7%	33.8%	15.8%	3.6%				

居心地については評価が分かれる傾向である。

② 利便性

		質問内容	回答	全く思わない					大変、思う		合計	欠損
				1	2	3	4	5				
利便性		Q3-23. 待ち合わせ場所として便利だ。	回答数	37	26	28	35	11		137		1
			構成比	27.0%	19.0%	20.4%	25.5%	8.0%				
		Q3-1. 休憩の場所として便利だ。	回答数	39	24	51	20	4		138		
			構成比	28.3%	17.4%	37.0%	14.5%	2.9%				
		Q3-20. 複数の用途で利用することができる。	回答数	22	23	49	37	7		138		
			構成比	15.9%	16.7%	35.5%	26.8%	5.1%				
		Q3-14. 利用しやすい（行きやすい）立地にある。	回答数	23	30	35	40	10		138		
			構成比	16.7%	21.7%	25.4%	29.0%	7.2%				
		Q3-17. イベントが実施された場合、行きやすい立地にある。	回答数	22	24	35	39	18		138		
			構成比	15.9%	17.4%	25.4%	28.3%	13.0%				

多用途での利便性を評価されている。

③ 好感度

好感度	質問内容	回答	全く思わない					大変、思う	
			1	2	3	4	5	合計	欠損
			回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	
	Q3-15. 家族と一緒にいきたい。	回答数	45	34	37	18	3	137	1
		構成比	32.8%	24.8%	27.0%	13.1%	2.2%		
	Q3-30. 他の人に、この場所を教えたい。	回答数	41	33	47	16	1	138	
		構成比	29.7%	23.9%	34.1%	11.6%	0.7%		
	Q3-22. 利用する際は、SNSにUPしたい。	回答数	66	39	29	3	1	138	
		構成比	47.8%	28.3%	21.0%	2.2%	0.7%		
	Q3-6. 広場に良いイメージを持っている。	回答数	17	16	64	31	10	138	
		構成比	12.3%	11.6%	46.4%	22.5%	7.2%		
	Q3-18. 広場に行きたい。	回答数	38	35	41	20	4	138	
		構成比	27.5%	25.4%	29.7%	14.5%	2.9%		

広場へのイメージは良好である。

④ 回遊性

回遊性	質問内容	回答	全く思わない					大変、思う	
			1	2	3	4	5	合計	欠損
			回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	
	Q3-11. 梅田での買い物時に立ち寄るのに適している。	回答数	42	35	42	18	0	137	1
		構成比	30.7%	25.5%	30.7%	13.1%	0.0%		
	Q3-7. 大阪駅の他の施設とあわせて利用するのに適している。	回答数	22	31	44	32	8	137	1
		構成比	16.1%	22.6%	32.1%	23.4%	5.8%		
	Q3-29. 大丸側とルクア側を行き来するのに適している。	回答数	27	22	36	37	16	138	
		構成比	19.6%	15.9%	26.1%	26.8%	11.6%		
	Q3-27. 隣接商業施設（大丸やルクア）に行く回数が増える。	回答数	45	26	41	19	7	138	
		構成比	32.6%	18.8%	29.7%	13.8%	5.1%		
	Q3-16. 大阪ステーションシティ以外から出なくてもよい。	回答数	44	36	49	8	1	138	
		構成比	31.9%	26.1%	35.5%	5.8%	0.7%		

広場周辺施設への利用については適しているとの回答が多い。

⑤ 独自性

独自性	質問内容	回答	全く思わない					大変、思う	
			1	2	3	4	5	合計	欠損
			回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	
逆指標	Q3-25. 他の施設と間違ふことがある。	回答数	34	30	51	19	4	138	
		構成比	24.6%	21.7%	37.0%	13.8%	2.9%		
	Q3-4. 珍しい場所だ。	回答数	21	28	38	33	17	137	1
		構成比	15.3%	20.4%	27.7%	24.1%	12.4%		
逆指標	Q3-2. 他に替わりになる場所がある。	回答数	18	25	53	30	12	138	
		構成比	13.0%	18.1%	38.4%	21.7%	8.7%		
逆指標	Q3-12. 似たような場所はたくさんある。	回答数	20	39	62	12	5	138	
		構成比	14.5%	28.3%	44.9%	8.7%	3.6%		
	Q3-21. ここでしかできないことがある。	回答数	28	38	45	19	6	136	2
		構成比	20.6%	27.9%	33.1%	14.0%	4.4%		

Q3-2とQ3-21では反対意義の質問内容であるにも関わらず、ほぼ同じ割合であり、この独自性の質問の正確さはやや不明瞭である。

⑥ 認知度

認知度	質問内容	回答	全く思わない					大変、思う	
			1	2	3	4	5	合計	欠損
			回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	
	Q3-10. 『時空の広場』という言葉を使いますか。	回答数	99	21	14	1	2	137	1
		構成比	72.3%	15.3%	10.2%	0.7%	1.5%		
	Q3-24. 幅広い世代に知られていると思いますか。	回答数	57	47	27	5	1	137	1
		構成比	41.6%	34.3%	19.7%	3.6%	0.7%		
	Q3-8. 他の人が利用したという話を見聞しますか。	回答数	67	39	25	5	2	138	
		構成比	48.6%	28.3%	18.1%	3.6%	1.4%		
	Q3-3. よく知ってもらうために、宣伝を強化したほうがいいと思いますか。	回答数	13	15	34	35	40	137	1
		構成比	9.5%	10.9%	24.8%	25.5%	29.2%		
	Q3-26. 設計したデザイナーを知っていますか。	回答数	125	2	7	2	1	137	1
		構成比	91.2%	1.5%	5.1%	1.5%	0.7%		

認知度の評価は低い傾向である。

(3) SPSSによる分析

ア 全般

アンケート調査の結果を集計し、分析するためにSPSS

(Statistical Program for Social Science)を使用した。分析について

は、まず項目ごとに分析を行い、その後、項目間の分析を行った。

イ SPSSに下記のExcelデータ（抜粋）をデータインポートした。

タイムスタンプ	1、あなたの日頃の買い物行動についてお聞きします。次の場所にお出かけになる頻度はどれくらいですか。適当と思われるものにチェックを付けて下さい。 [梅田周辺]	1、あなたの日頃の買い物行動についてお聞きします。次の場所にお出かけになる頻度はどれくらいですか。適当と思われるものにチェックを付けて下さい。 [心斎橋周辺]	1、あなたの日頃の買い物行動についてお聞きします。次の場所にお出かけになる頻度はどれくらいですか。適当と思われるものにチェックを付けて下さい。[なんば周辺]
5/13/2018 11:06:02	5	5	5
5/13/2018 11:11:12	3	4	2
5/13/2018 11:11:58	4	5	5
5/13/2018 11:40:00	1	2	2
5/13/2018 15:14:17	3	3	3
5/13/2018 21:01:40	2	5	5
5/13/2018 21:27:51	1	5	4
5/13/2018 21:41:59	2	5	5
5/13/2018 21:42:06	2	5	5

ウ 変数ビュー

エクセルデータをSPSSに入力し、変数名でのラベルを修正し、分かり易いように処置を行って、変数ビューで処置した。（下記図データビュー）

タイムスタンプ	Q1-1	Q1-2	Q1-3	Q1-4	Q1-5	Q2	Q3-1	Q3-2	Q3-3
43236 4324000000	4	5	5	5	5	1	1	3	3
43236 7698800000	3	2	2	5	5	3	3	3	4
43236 8652900000	2	1	2	5	5	4	3	4	5
43236 8892600000	4	5	5	3	3	1	3	3	5
43236 9549400000	2	5	5	5	5	4	3	4	4
43237 3814000000	1	.	.	.	.	.	4	3	3
43237 5785000000	2	5	5	5	5	3	4	4	4
43237 6870500000	3	4	4	5	5	2	3	3	3
43237 7161500000	5	5	5	5	5	1	1	1	3
43237 7909600000	3	3	3	4	4	2	3	4	2
43237 7918900000	4	5	5	3	3	2	3	3	2
43237 8809800000	2	5	5	5	5	4	2	3	4
43237 9407200000	2	5	5	4	5	3	2	3	2
43237 9555600000	3	5	5	5	5	2	2	5	1
43238 3897700000	3	3	3	5	5	2	3	3	3
43238 3974200000	1	.	.	.	.	.	4	1	1
43238 4003700000	2	.	.	.	.	3	3	4	3
43238 4046700000	3	3	2	4	5	2	3	4	5
43238 7502700000	2	.	.	4	.	3	3	4	3

(SPSS 変数ビュー)

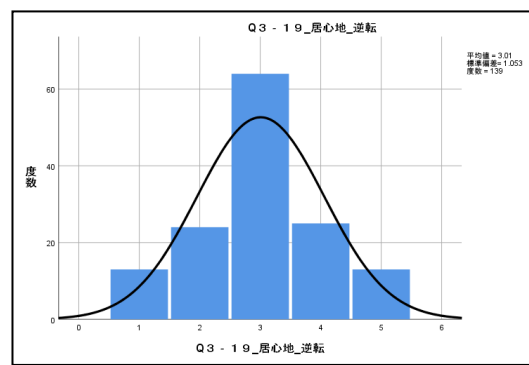
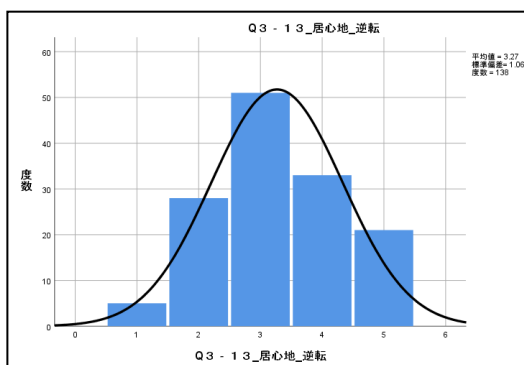
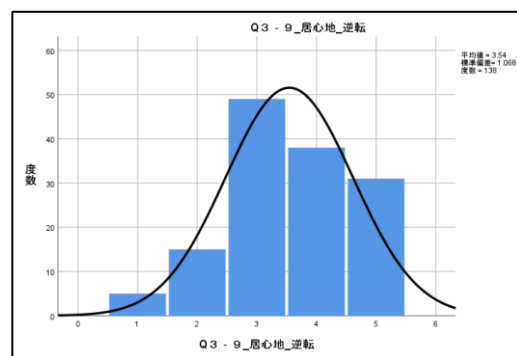
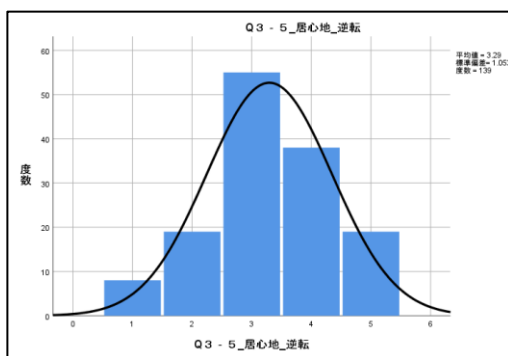
時空の広場.sav [データセット1] - IBM SPSS Statistics データエディタ											
	名前	型	幅	小数桁数	ラベル	値	欠損値	列	配置	尺度	役割
1	タイムスタ...	数値	18	12		なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
2	Q1 - 1	数値	1	0	[梅田周辺]	{1.週に1回...	なし	12	遷 右	スケール	入力
3	Q1 - 2	数値	1	0	1、あなたの日...	{1.週に1回...	なし	12	遷 右	スケール	入力
4	Q1 - 3	数値	1	0	1、あなたの日...	{1.週に1回...	なし	12	遷 右	スケール	入力
5	Q1 - 4	数値	1	0	1、あなたの日...	{1.週に1回...	なし	12	遷 右	スケール	入力
6	Q1 - 5	数値	1	0	1、あなたの日...	{1.週に1回...	なし	12	遷 右	スケール	入力
7	Q2	数値	1	0	2、あなたは太...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
8	Q3 - 1	数値	1	0	3 - 1、『時空...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
9	Q3 - 2	数値	1	0	3 - 2、『時空...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
10	Q3 - 3	数値	1	0	3 - 3、『時空...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
11	Q3 - 4	数値	1	0		なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
12	Q3 - 5	数値	1	0	3 - 5、『時空...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
13	Q3 - 6	数値	1	0	3 - 6、『時空...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
14	Q3 - 7	数値	1	0	3 - 7、『時空...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
15	Q3 - 8	数値	1	0	3 - 8、『時空...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
16	Q3 - 9	数値	1	0	3 - 9、『時空...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
17	Q3 - 10	数値	1	0		なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
18	Q3 - 11	数値	1	0	3 - 11、『時...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
19	Q3 - 12	数値	1	0	3 - 12、『時...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
20	Q3 - 13	数値	1	0	3 - 13、『時...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
21	Q3 - 14	数値	1	0	3 - 14、『時...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力
22	Q3 - 15	数値	1	0	3 - 15、『時...	なし	なし	12	遷 右	スケール	入力

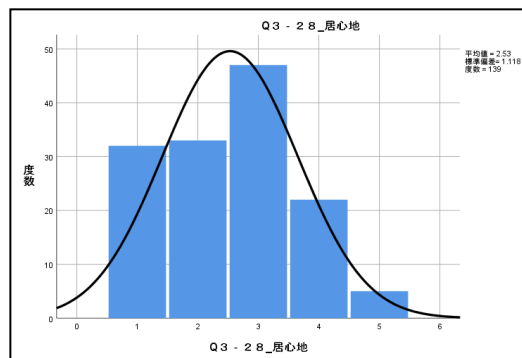
エ 度数分布表

次に居心地について度数分布での解析を行った。手順については以下の通りである。

頻度分析 {分析→記述統計→度数分布表 (ヒストグラム)}

(ア) 居心地について





上記のような分布が作成できた。
これは正規分布に遠く、質問として不適切と判断できる。正規分布ができるよう質問無いようにして精査しなければならない。

(イ) その他

好感度、利便性等についても同様の正規分布を出して、適切か判断した。

オ 相 関

分析→相関について、それぞれの質問の相関を分析した。下記表については居心地の相関である。

相 関					
		Q3 - 5_居心地_逆転	Q3 - 9_居心地_逆転	Q3 - 13_居心地_逆転	Q3 - 19_居心地_逆転
Q3 - 5_居心地_逆転	Pearson の相関係数	1.000	.489**	-.390**	.495**
	有意確率 (両側)		0.000	0.000	0.000
Q3 - 9_居心地_逆転	Pearson の相関係数	.489**	1.000	-.174*	.331**
	有意確率 (両側)	0.000		0.041	0.000
Q3 - 13_居心地_逆転	Pearson の相関係数	-.390**	-.174*	1.000	-.347**
	有意確率 (両側)	0.000	0.041		0.000
Q3 - 19_居心地_逆転	Pearson の相関係数	.495**	.331**	-.347**	1.000
	有意確率 (両側)	0.000	0.000	0.000	
Q3 - 28_居心地	Pearson の相関係数	.346**	0.081	-.665**	.237**
	有意確率 (両側)	0.000	0.344	0.000	0.005

この分析においては、Q3 - 9の相関の信頼性が低いので、削除した。

(同様の要領で、独自性、利便性、好感度、認知度について分析し、適切と思われる質問について取捨選択を行った。)

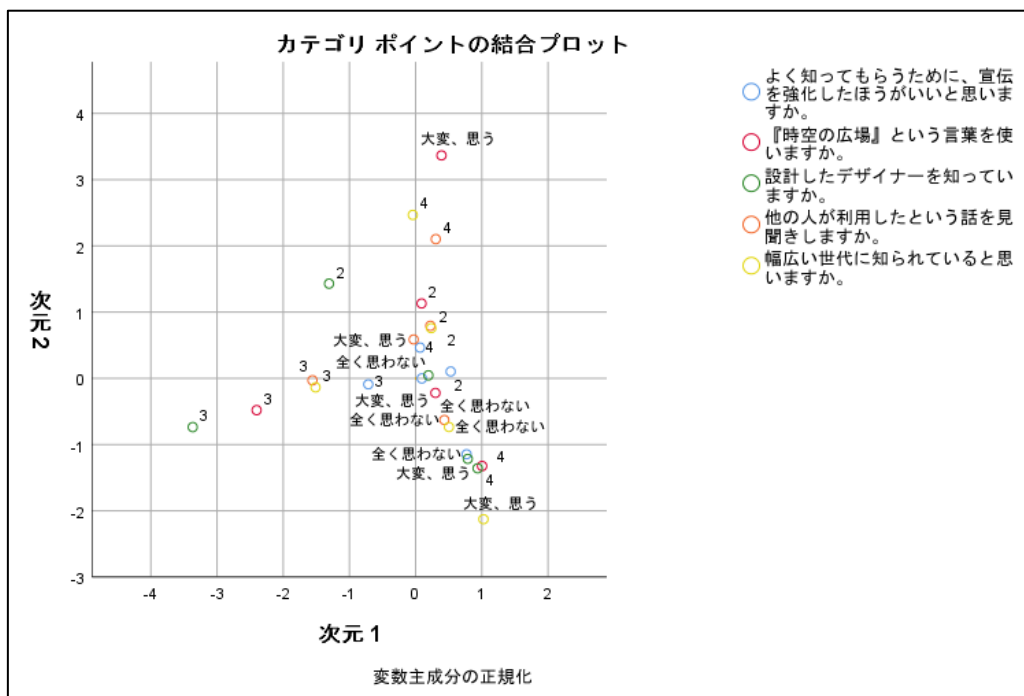
【以下の質問項目を採用】

- ① 居心地 : 5 ・ 13 ・ 28
- ② 独自性 : 4 ・ 21 ・ 25
- ③ 利便性 : 1 ・ 14 ・ 17 ・ 20
- ④ 好感度 : 6 ・ 15 ・ 18 ・ 30
- ⑤ 認知度 : 8 ・ 10 ・ 24

カ 多重応答分析

双対尺度法（多重応答分析）について、以下の要領を行った。分析→次元分解→最適尺度法→多重応答分析→変数（作図結合カテゴリプロット）の順で実施した。

(ア) カテゴリポイントの結合プロット（認知度）



上記表は認知度の結合プロット表である。この表自体では、関係性を読み解くことはやや困難である。

(イ) 判別測定

判別測定によって得られた図は以下のものである。

判別測定			
	次元		平均値
	1	2	
3 - 6、『時空の広場』に良いイメージを持っている。	.566	.350	.458
3 - 15、『時空の広場』は、家族と一緒にいきたい。	.682	.407	.545
3 - 18、『時空の広場』に行きたい。	.759	.504	.632
3 - 22、『時空の広場』を利用する際は、SNSにアップしたい。	.459	.351	.405
3 - 30、『時空の広場』を他の人に教えたい。	.731	.550	.641
合計	3.198	2.162	2.680

キ オブジェクトの相関

S P S Sにおいて各項目を変数化し、1つずつのオブジェクトとして、5つの相関を分析した。

各項目の質問については、先ほどの整理した通りである。

- ① 居心地 : 5 ・ 1 3 ・ 2 8
- ② 独自性 : 4 ・ 2 1 ・ 2 5
- ③ 利便性 : 1 ・ 1 4 ・ 1 7 ・ 2 0
- ④ 好感度 : 6 ・ 1 5 ・ 1 8 ・ 3 0
- ⑤ 認知度 : 8 ・ 1 0 ・ 2 4

		利便性_オブジェクト	居心地_オブジェクト	独自性_オブジェクト	好感度_オブジェクト	認知度_オブジェクト
利便性_オブジェクト	Pearson の相関係数	1	0.006	-.595**	.716**	.279**
	有意確率 (両側)		0.940	0.000	0.000	0.001
	度数	138	138	138	138	138
居心地_オブジェクト	Pearson の相関係数	0.006	1	0.156	.177*	.336**
	有意確率 (両側)	0.940		0.068	0.038	0.000
	度数	138	138	138	138	138
独自性_オブジェクト	Pearson の相関係数	-.595**	0.156	1	-.468**	0.010
	有意確率 (両側)	0.000	0.068		0.000	0.906
	度数	138	138	138	138	138
好感度_オブジェクト	Pearson の相関係数	.716**	.177*	-.468**	1	.423**
	有意確率 (両側)	0.000	0.038	0.000		0.000
	度数	138	138	138	138	138
認知度_オブジェクト	Pearson の相関係数	.279**	.336**	0.010	.423**	1
	有意確率 (両側)	0.001	0.000	0.906	0.000	
	度数	138	138	138	138	138

- ① 利便性については好感度との相関係数が高い。
- ② 居心地については認知度とやや関連性がある。
- ③ 独自性は他との相関係数が低い。
- ④ 認知度については他と比較的どれも相関がある。

ウ 因子分析

因子分析は幾つかの変数の背後にある共通因子を探し出す、もしくは
 確認するための手法である。

回転させ、以下の表が列挙された。

回転後の成分行列 ^a								
	成分							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Q3-14_利便性	0.750	0.143	-0.033	0.200	0.029	-0.203	0.204	-0.037
Q3-20_利便性	0.728	0.137	-0.091	0.156	0.093	0.143	-0.087	-0.175
Q3-13_居心地_逆転	-0.714	-0.185	-0.323	-0.155	-0.082	-0.277	-0.112	-0.064
Q3-6_好感度	0.708	0.310	0.162	0.041	-0.066	0.264	0.059	-0.028
Q3-17_利便性	0.696	0.067	-0.038	0.390	0.046	-0.120	-0.059	-0.252
Q3-21_独自性	0.643	0.277	-0.031	-0.063	0.084	0.130	-0.035	-0.010
Q3-4_独自性	0.624	0.108	0.015	-0.241	0.174	0.214	-0.075	0.333
Q3-7_回遊性	0.603	0.439	0.193	0.058	0.068	0.077	-0.013	-0.037
Q3-1_利便性	0.566	0.277	0.291	0.123	-0.147	0.070	-0.013	0.089
Q3-29_回遊性	0.493	0.476	0.060	-0.149	-0.322	0.017	0.174	0.158
Q3-15_好感度	0.264	0.755	0.102	0.034	-0.072	0.018	0.140	-0.048
Q3-11_回遊性	0.379	0.709	0.042	-0.140	-0.031	-0.127	0.082	0.086
Q3-18_好感度	0.462	0.665	0.067	0.250	0.026	0.155	-0.076	0.039
Q3-22_好感度	0.023	0.621	-0.224	0.161	0.220	0.162	0.030	0.270
Q3-30_好感度	0.362	0.567	0.093	0.381	-0.130	0.199	-0.115	0.021
Q3-16_回遊性	0.047	0.525	-0.198	0.389	0.052	0.137	-0.093	-0.111
Q3-27_回遊性	0.388	0.505	-0.002	0.261	0.085	0.111	0.014	0.083
Q3-28_居心地	0.434	0.449	0.312	0.082	-0.070	0.390	0.068	0.082
Q3-5_居心地_逆転	0.096	0.072	0.818	-0.034	0.128	0.228	-0.097	-0.056
Q3-9_居心地_逆転	0.011	-0.155	0.758	-0.020	0.097	-0.065	0.172	0.091
Q3-19_居心地_逆転	0.149	0.227	0.594	0.093	0.354	-0.213	-0.334	-0.002
Q3-8_認知度	0.222	0.161	0.071	0.728	-0.023	0.189	0.008	0.224
Q3-24_認知度	0.130	0.403	-0.115	0.509	0.036	-0.157	0.477	0.097
Q3-2_独自性_逆転	0.025	0.014	0.102	0.123	0.836	-0.065	-0.075	0.024
Q3-12_独自性_逆転	0.124	-0.016	0.218	-0.186	0.760	0.060	0.117	-0.126
Q3-25_独自性_逆転	-0.248	-0.134	-0.025	-0.129	0.022	-0.814	0.043	0.058
Q3-23_利便性	0.460	0.182	-0.174	0.068	0.093	0.096	0.653	0.034
Q3-3_認知度	0.395	0.113	-0.227	0.117	0.080	0.133	-0.598	0.099
Q3-26_認知度	-0.115	0.042	0.040	0.102	-0.085	-0.106	-0.052	0.838
Q3-10_認知度	0.075	0.316	0.011	0.258	-0.044	0.267	0.320	0.429

- ① 利便性と独自性、好感度と回遊性が同グループで示されている。
- ② 認知度や独自性（逆転の捉え方）については、個々のグループが多い。

(4) まとめ

- ア アンケートより、認知度が低い。
- イ 利便性と好感度の相関関係が強い。
- ウ 利便性と独自性、好感度と回遊性が同グループで示されている。それぞれの特徴が、好意的に捉えられている。
- エ 利便性と独自性、好感度と回遊性の関連性が高い。

5 結 論

時空の広場の分析についてまとめ結果は以下のものである。

(1) シティ側の狙い

通路区域を活用したイベント開催や休憩所としての多用途広場であり、大阪ステーションシティ内での顧客の取り込みを図るためのものである。

(2) 利用者の状況（分析のまとめ）

ア 分析手法①

- ① 若者の利用が多く、かつ、この地点を目的に来ている人が多い。
- ② この広場を利用している人は、シティ内での利便性が良いと認識している。
- ③ 快適性に（気候や使いやすさ）に滞在者は左右される。

イ 分析手法②

- ① 認知度が低い。（アンケート結果より）
- ② 休憩場所としての利便性が高い。（アンケート結果より）
- ③ 他施設への行き来の便利さは理解されている。（アンケート結果より）
- ④ 利便性と好感度の相関が強い。（オブジェクトの相関より）
- ⑤ 利便性が良いと感じる人は、好感度も良い。（因子分析より）

(3) 問題点・課題（分析を受けて。）

ア 世代が限定され、利用者に限りがある。幅広い世代の利用者を増やす必要がある。

イ もっと認知度を上げる必要がある。

ウ 気候に左右される。特に、冬は寒いことが問題である。好感度が下がれば、利便性も下がる。

(4) 提 言

この広場の利用者を増やすことは、シティ内他施設への利用率向上につながる。

ア 快適性の向上（高齢者にもやさしい休息所）

休憩場所として、お年寄りも快適に休める空間を創造する。これによって利用者全体の増加を図り、かつ好感度を向上させる。好感度を向上させることにより利便性につなげ、他施設への利用を向上させる。

イ 認知度の向上

シティ内の休憩場所としてのより一層の宣伝を行う。認知度の向上は好感度の向上、そして利便性の向上につながる。

観察結果（個人）

- 1 下記、表は時空の広場の観察結果（抜粋）である。
- 2 グループ内において、観察内容を統一するために、項目については話し合いをして決めたものである。留意事項については、推測の項目で幸せ度として数値化することによって、観察後の分析を容易になるように考慮した。

4月22日(日)16:00～17:00 時空の広場									
連番	時間	性別	年代	職業	行 動	様 子	推 測		その 後
							目的	幸せ度	
1	16:00	男	学生	学生	椅子に座り話をしている。	楽しそう	デート	3	16:15移動
2	16:00	女	学生	学生					16:15移動
3	16:05	女	高齢	不明	家族で地べたに座り、話をしている。子供は遊んでいる。	楽しそう	買い物ついでの休憩	3	？
4	16:05	女	30～40	不明					
5	16:05	女	小学生	不明					
6	16:05	女	小学生	不明					
7	16:06	女	中高生	学生	集団で撮影、自撮り、会話したりとグループで楽しんでいる。1／3は制服を着ている。	楽しそう	グループでの憩い	3	16:30頃移動
8	16:06	女	中高生	学生					
9	16:06	女	中高生	学生					
10	16:06	女	中高生	学生					
11	16:06	女	中高生	学生					
12	16:06	女	中高生	学生					
13	16:06	女	中高生	学生					
14	16:06	女	中高生	学生					
15	16:06	女	中高生	学生					
16	16:06	女	中高生	学生					
17	16:06	女	中高生	学生					
18	16:06	女	中高生	学生					
19	16:07	男	高齢	不明	椅子に座り、会話、一休みして立ち去り	普 通	移動途中の休憩	2	16:12移動
20	16:07	女	高齢	不明					
21	16:09	男	30～40	不明	椅子に座り会話	楽しそう	デート	3	16:23移動
22	16:09	女	30～40	不明					
23	16:10	男	学生	学生	地べたに座り、会話し、携帯いじっている。	楽しそう	デート	3	？
24	16:10	女	学生	学生					
25	16:11	女	中高生	学生	地べたに座り、会話し、携帯いじっている。	楽しそう	憩い	3	17:00以降もいる。
26	16:11	女	中高生	学生					
27	16:13	女	20～30	不明	通り抜け	楽しそう	移動	3	
28	16:15	男	学生	学生	椅子に座り会話している。	楽しそう	デート	3	？
29	16:15	女	学生	学生					
30	16:16	女	30～40	不明	パンを食べながら団欒	楽しそう	憩い	3	16:24移動
31	16:16	女	小学生	不明					
32	16:16	女	幼児	不明					
33	16:20	女	中高生	学生	椅子に座り、コーヒーを飲んで会話	楽しそう	憩い	3	？
34	16:20	女	中高生	学生					
35	16:21	女	中高生	学生	ジュースを飲みながら自撮り	楽しそう	憩い	3	17:00以降もいる。
36	16:21	女	中高生	学生					
37	16:22	男	中高生	学生	DSしている。	楽しそう	憩い	3	17:00以降もいる。
38	16:22	男	中高生	学生					
39	16:23	女	中高生	学生	地べたに座り、会話し、携帯いじっている。	楽しそう	憩い	3	16:51移動
40	16:23	女	中高生	学生					
41	16:24	男	20～30	スーツ姿	椅子に座り、コーヒーを飲んで会話	楽しそう	デート	3	16:47移動
42	16:24	女	20～30	不明					

インタビュー議事録（抜粋）

- 1 下記、枠内についてはインタビューの議事録の抜粋である。
- 2 インタビューにおいては、ボイスレコーダーをセットし、インタビュー間のメモとともに、データ保存して、議事録作成に活用した。
- 3 ※は、発言前に名前を言うことにより、録音を再生して聞く際に、誰が発言したのかを明確するものである。
- 4 聞く内容については、観察の項目を基準に、漏れないよう留意

Aさん:1 班のAさんです。宜しくお願いします。
Bさん:1 班のBさんです。宜しくお願いします。
Cさん:2 班のCさんです。宜しくお願いします。
Dさん:2 班のDさんです。宜しくお願いします。
Eさん:2 班のEさんです。宜しくお願いします。
Fさん:2 班のFさんです。宜しくお願いします。
Gさん:同じく、Gさんです。宜しくお願いします。
Aさん: Aさんです※。どういう時に行かれたのかお聞きしたいのですが、平日の夜に行かれた方はおられますか。お2人。あとの方は休日ですかね。
Fさん:日曜日の午後と平日の夕方に行きました。
Gさん:土曜日の午前中です。
Dさん:平日の昼間 12 時から 13 時です。
Bさん:ちなみに何曜日の平日ですか。
Dさん:25 日、水曜日、12 時過ぎから 13 時過ぎです。昼間です。
Aさん:土曜日ののはたなかさんは混んでいましたか。
Gさん:はい。芝生の広場は、200 人くらい。老若男女いっぱいいました。コナンカフェはほぼ女性 100 人くらい並んでいました。座っていた人は 30 人くらい、並んでいた人は 70 人くらい。コナンカフェは大盛況でした。
Cさん:入場制限ある感じですね。
Aさん:芝生にいた 200 人はどういう方がいましたか。
Gさん:本当にもうバラバラです。バラバラで、総計で言うと、まあ子供からお年寄り 70 歳くらいの方が、ぱっと見て 100 人から 200 人いました。
Aさん:ほかの時間に行かれた方で、そういう状況とは全然違ったという人はいますか。皆さんそういう傾向ですか。
以下（略）

- I. あなたの日頃の買い物行動についてお聞きます。次の場所に買い物にお出かけになる頻度はどれくらいですか。適当と思われるところに○を付けて下さい。

Ⅲ. 大阪ステーションシティにある時空の広場についてどの様に思われましたか。自分の気持ちに近いところに○を付けてください。

(略)

(略)

21 / 21