

# 個別事業者への情報共有の解像度に応じた商店街全体の意識変容に関する研究

ガルシア・サンティアゴ, 澁谷遊野, 関本義秀

## 研究の背景

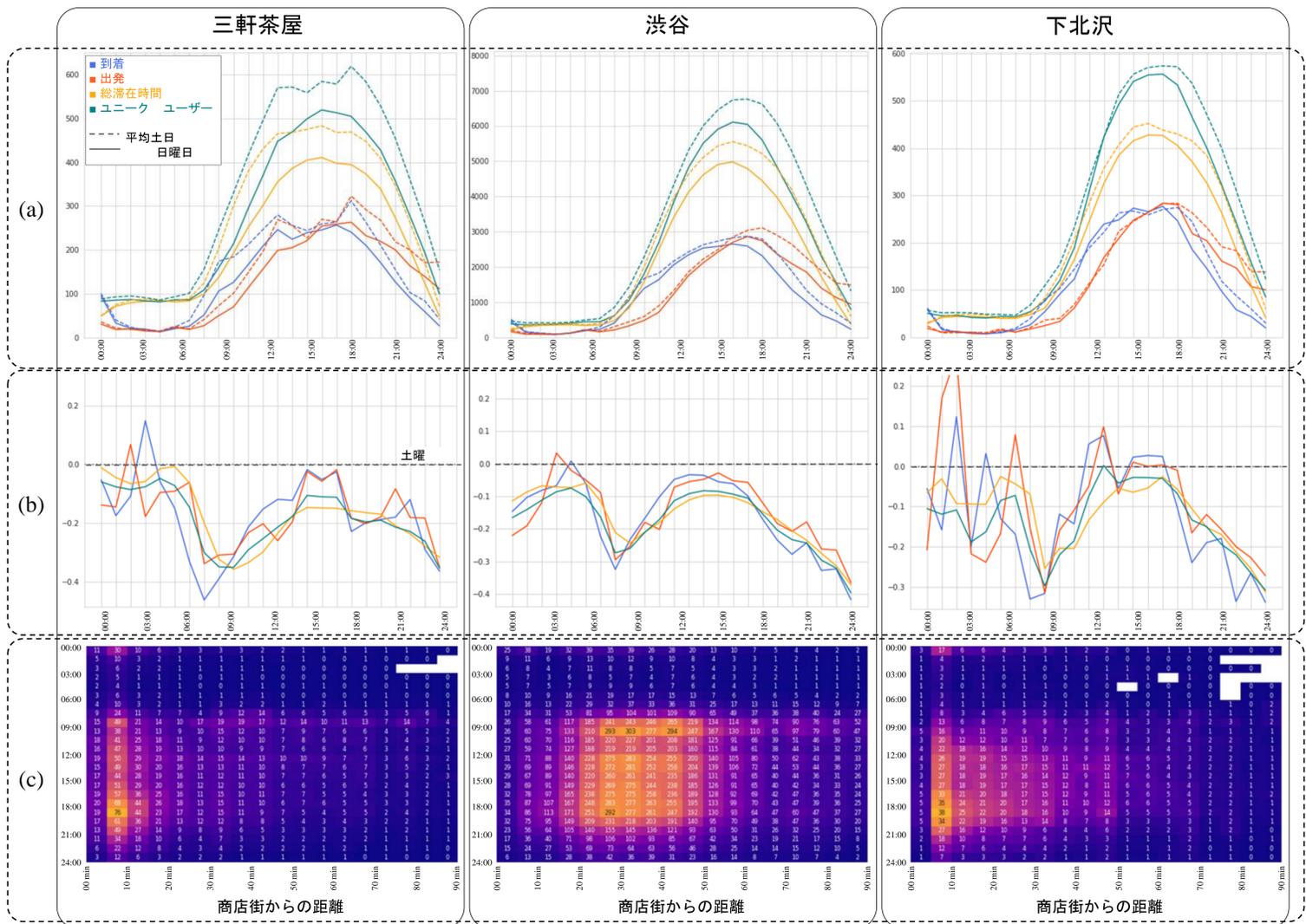
商店街は地域社会において重要な経済的および社会的役割を果たすため、それらが徐々に衰退することによって、地域をより脆弱にしている。この商店街の衰退を食い止めるためには、まず顧客の行動を理解し、商店街の再活性化を目指した、より効果的な政策を提案する必要がある。

## 方法論

この研究では、まず商店街を訪れる客がどこから来るのかを特定する必要がある。そのために、ネットワーク分析を使用して商店街と客の住居間の距離を推定する。最終的に、訪問の時間帯と自宅から商店街への推定距離に基づいて訪問を分類する。これらのデータを使用して、空間相互作用モデルを用いて顧客の訪問を予測する。

## 商店街による行動の違い

商店街の客の数は地域ごとに大きく異なるが、平日と週末の全体的な訪問傾向は絶対値 (a) および土曜日を基準とした相対値 (b) の両方で非常に似ている。その一方で、客の住居を特定することで商業街を分析すると (c)、時間帯によって客の居住地に大きな変動があることがわかる。この情報を使用して、異なる商店街が周囲の地域にどれだけの魅力を持つかをシミュレーションし、多様な再活性化政策がどのようにこれらのパターンを時間的および空間的スケールで変化させるかを調査します。



## ケーススタディ

私たちの研究は、商店街再活性化戦略として頻繁に実施される複数のケーススタディを分析し、より多くの顧客を引き付けるための効果や、店舗間の利益分配の公平性、または現在の戦略が商店街の質の向上につながるかどうかを検討することを目的としている。

## ステークホルダーとの対話

結果はウェブページに公開され、店舗オーナーや商業組合に多様な政策の影響についての情報を提供する。さらに、このウェブページはモデルの精度を向上させるためのデータを取得するために使用される。

イベント・歩行者天国シミュレーション



交通路線の抑制または実施



コンパクトシティ政策 都市デザイン

