

中心市街地における道路空間の有効利用に関する研究
- モール化に伴う経営者・来街者の実態把握 -

正会員

野田 絢子^{*1}佐藤 誠治^{*2} 姫野 由香^{*3}小林 祐司^{*4} 菊池 甫^{*5}山下 博廉^{*6}

中心市街地 交通 フルモール
社会実験

1. 研究の背景と目的

かつて、日本における「道」は交通インフラがあると同時にその地域の交流の場であり広場の空間であった。しかし、急速なモータリゼーションの進展等から、その複合的な機能は失われてきたといっても過言でない。一方、中心市街地の衰退要因の1つに、店と店、商店街と商店街を結ぶ公共空間の魅力の不足があげられることもある。そんななか、国土交通省からは平成17年3月17日付で、地域活性化促進等に資する路上イベントに伴う道路占用の取り扱いについて通達を出す等、社会的な関心も高まっている。そこで、中心市街地における「道」の魅力創造の手段として、大分県大分市県道大分港線（中央通り）では、モール化により、公共交通の利用促進に基づく交通量の低減や豊かな空間づくりによる来街者の増加等の各種効果の検証のため、社会実験が実施された。本調査研究では、この社会実験に合わせて来街者や関係各所（商店経営者、大型店舗）への意識調査を通して、中央通りのモール化（歩行者天国）の効果と問題点を明らかにすることを目的とする。

2. 社会実験の概要

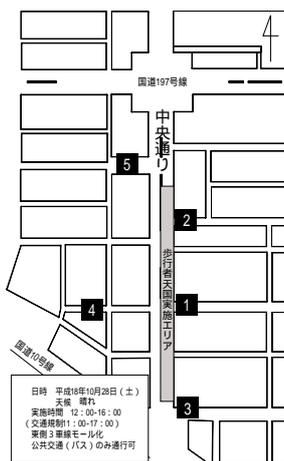


図1 実施図

表1 調査概要

調査日時	平成18年10月28日
調査地点	地点(5か所) 調査員25名
調査内容	1.性別と年齢、2.職業、3.誰と来たか、4.住んでいる場所、5.普段と比較した中心市街地の評価、6.今後のモール化に希望するにぎわい空間、7.モール化した空間の広さ...etc.

表2 性別と年齢

	男性	女性 [人]
20歳未満	26	53
20代	42	56
30代	12	20
40代	9	16
50代	9	22
60代	15	26
70代	5	20
80歳以上	3	3
合計	121	216
		337

3. 来街者の実態把握

3-1 調査概要

中央通りモール化の社会実験にあわせて、中心市街地への来街者に対しアンケート調査（インタビュー形式）を行

った。本報では、紙面の都合上、表1の調査内容1,2,5,6,7についてまとめる。

3-2 回答者の属性

アンケート回答者は、男性121人、女性216人であり、女性の割合が多い。年代別に見ると、10代、20代の回答者がそれぞれ24%と30%で5割以上を占める。

3-3 来街者の空間評価

全体では「落ち着き」「自然を感じるか」「広さ」を除く項目は3以上の評価である。最も高い評価が「にぎやかさ」で4.38、次いで「雰囲気」が4.28である。3以下の評価は「自然を感じるか」「広さ」で、「自然を感じるか」については2.86と最も評価が低い。項目によって世代の評価に差がでているが、最も差が大きかったのは「雰囲気」で最大値の4.51（20歳未満）最小値2.61（30～50代）の差は1.90もあることがわかる。

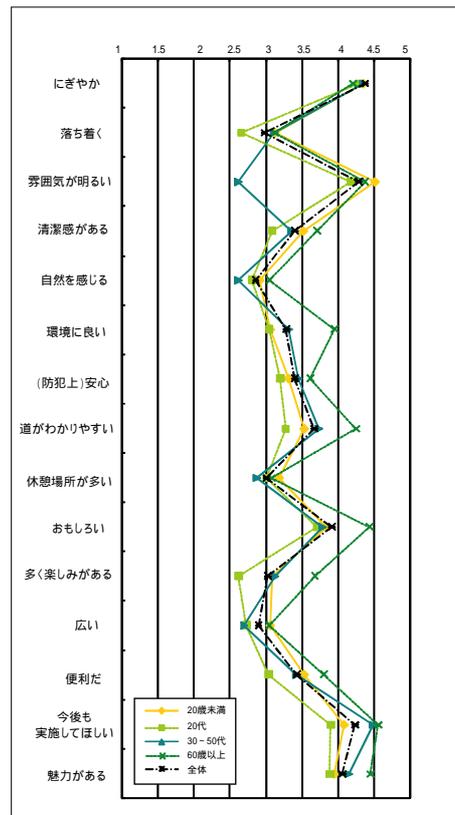


図2 普段と比較した中心市街地の評価

また、「今後の実施」に関しては全体で平均4.23であり、今後も実施されることが望まれていることがわかる。「総合的に魅力があるか」についても全体で4.05という高い評価であり、モール化への関心があることがわかる。今後のモール化内に希望する空間としては（表4）、

The effective of road space in the downtown area
-The evaluations of the full-mall experimentation by managers
and downtown visitors-

Ayako NODA, Seiji SATO
Yuka HIMENO, Yuji KOBAYASHI
Hajime Kikuchi, Hiroyuki Yamashita

最も多かったのは「休憩できる空間」で 210 人であった。次いで、イベント開催 165 人、仮設店舗 132 人等、賑やかな空間を希望する意見が多いことがわかる。歩行空間の広さについては、「狭い」と感じた人、「とても狭い」13% (45 人)、「やや狭い」32% (108 人) が全体の 45% (153 人) であった。また、「広い」と感じた人(「十分である」28% (93 人)、「広すぎる」1% (2 人) が 29% (95 人) であり、歩行者空間は今回の広さ(片側 3 車線分)では狭いという評価の方が多く(表 5)。今後、モール化した空間をさらに魅力あるものとするためには、歩行空間の広さ賑わい空間の創出や歩行空間の広さの充実が課題と言える。

表 4 モールに希望する空間

モール化に希望する空間	全体
休憩できる	210(23%)
イベントの開催	165(18%)
仮設店舗	132(15%)
日陰	86(10%)
横断できる場所	108(12%)
広く歩きやすい空間	116(13%)
移動できる乗り物	22(2%)
駐輪場や自転車専用レーン	34(4%)
その他	22(2%)

表 5 モール化した空間の広さ

評価	全体
とても狭い	45(13%)
やや狭い	108(32%)
どちらとも言えない	87(26%)
十分である	93(28%)
広すぎる	2(1%)

4. 店舗経営者の意識調査

4-1 回答者属性

経営者への調査は社会実験の実施後、各商店街振興組合に協力して頂き配布回収を行った。回収率は商店主が 101/360 件で 28.1%、大型店舗が 3/8 件で 37.5% だった。

中心市街地には 11 商店街があり、サンサン通り商店街への所属が最も多く 35 店舗である。商店街は店舗の業種は「小売業」が最も多く、商店、大型店舗合わせて 49 店舗(50%)であった。

表 6 所属商店街

所属商店街	商店主	大型店舗
竹町通商店街	16	0
セントポルタ中央町商店街	13	2
府内 5 番街商店街	4	0
サンサン通商店街	34	1
ポルトソール商店街	8	0
中央通商店街	5	0
赤レンガ通商店街	0	0
西新町商店街	0	0
大分駅前商店街	2	0
大分マート	0	0
若草通り商店街	2	1
その他	3	0

表 7 店舗の業種

店舗の業種	商店主	大型店舗
事務所	10	0
卸売業	2	0
小売業	46	3
作業所・工場	2	0
飲食業	6	0
料飲業	1	0
サービス業	11	0
医院・診療所	9	0
教室	1	0
遊興	2	0
その他	2	0

4-2 店舗経営者の評価

表 8 モール化による店舗への影響

	商店主	大型店舗
客数	3.04	4.33
売り上げ	3.07	3.33
ピーク時間の長さ	2.97	4
客層の広がり	3.09	4.67

表 8 より、商店主を見ても全ての項目で評価が 3 近くであり、「どちらとも言えない」という回答者が圧倒的に多かった。全ての項目で大型店の評価が高く、客層の項目では 1.5 の値の差があり顕著である。大型店では「家族連れが増えた」等の自由記述もあり、客層の広がりが顕著にみられた。モール化に合わせて工夫したこととして、商店主では「特になにもしない」という意見が 71 店舗(73%)と最多で、次いで「事前

にお客様に歩行者天国の案内をした」という回答が 12 店舗(12%)であった(表 9)。一方、大型店舗では、3 店舗中 2 店舗が「歩行者天国に仮設店舗を出店した」「歩行者天国でのイベントを企画・開催又は、何らかの補助を行った」等があげられた。商店主よりも大型店舗がモール化に対し積極的であったことわかる。次回の実施時に工夫したいこととして「特になにもしない」という回答が、今回実施時 71 店舗から減少し、48 店舗になった(表 9)。具体的には、「事前にお客様に歩行者天国の案内をする」や「セールを行なう」等、今後工夫をしたいという商店主が増加し、実験実施による商店主のモチベーションの向上効果があったことがわかる。

表 9 今回工夫したこと、次回工夫したいこと [件]

工夫したこと	今回		次回	
	商店主	大型店舗	商店主	大型店舗
お客様に歩行者天国の案内	12	1	20	1
セールを行う	6	0	18	1
歩行者天国に仮設店舗を出店する	2	2	9	2
イベントを企画・開催又は、何らかの補助を行う	3	2	7	2
店内・店頭休憩所を設ける	1	2	3	2
特になにもしない	71	1	48	0
その他	3	0	0	0

4-3 今後の課題

中心市街地に対する問題意識として「来街者・利用者の減少、郊外への客の流出」が 70 人と最も多く、次いで「中心市街地の衰退」57 人や「空き店舗の増加」47 人があげられた。商店主も中心市街地に対する問題意識が高いことがわかる。今後は、関係事業者同士の連携を深め、賑わいを取り戻すための工夫が必要である(表 10)。

表 10 中心市街地に対する問題意識

中心市街地に対する問題意識	商店主	大型店舗
特にない	4	0
渋滞や交通量の多さ	16	1
中心市街地の衰退	57	2
来街者・利用者の減少、郊外大型店舗への客の流出	70	3
各種機能(病院・行政等)の郊外移転	11	1
商店街の空き店舗の増加	47	2
既存大型店の撤退	16	0
その他	6	0

5. 総括

中央通りのモール化に伴う経営者・歩行者の実態を明らかにしてきた。歩行者、経営者のそれぞれの立場によりモール化の評価が異なることがわかった。来街者は「にぎやか」4.38、「雰囲気が良い」4.28、「今後も実施してほしい」4.23 と評価が高い。また、経営者は今回モール化を実施したことにより、次回のモール化への期待が高まっていると考えられる。今後はより歩行者にとって魅力ある空間を創出していくこと、また、経営者にとって中心市街地再生の糸口となるよう、次回は、再度内容を検討し、関係事業者同士の連携をさらに深める必要があるといえる。

参考文献

- 1) 交通計画集成 2 中心市街地の再生と交通計画 太田勝俊,岡並木,高田邦道,山本雄二郎著
- 2) 交通計画集成 8 「交通」の社会実験と市民参加 太田勝俊,岡並木,高田邦道,山本雄二郎著

*1 大分大学大学院工学研究科博士前期課程
 *2 大分大学工学部福祉環境工学科建築コース 教授・工博
 *3 大分大学工学部福祉環境工学科建築コース 助教・工博
 *4 大分大学工学部福祉環境工学科建築コース 准教授・工博
 *5 大分大学大学院工学研究科博士前期課程
 *6 大分大学大学院工学研究科博士前期課程

*1 Graduate Student Master's Course, Graduate School of Eng., Univ.
 *2 Vice President, Oita Univ., Dr. Eng.
 *3 Research Associate, Dept. of Architecture Course, Faculty of Eng., Dr. Eng.
 *4 Research professor, Dept. of Architecture, Faculty of Eng., Oita Univ., Dr. Eng.
 *5 Graduate Student Master's Course, Graduate School of Eng., Univ.
 *6 Graduate Student Master's Course, Graduate School of Eng., Univ.