

# 住民参加のまちづくり社会実験の実施による 地域への効果の検証

籠瀬 美穂<sup>1</sup>・小嶋 文<sup>2</sup>・福本大輔<sup>3</sup>・石神孝裕<sup>4</sup>・久保田 尚<sup>5</sup>

<sup>1</sup>非会員 埼玉大学大学院理工学研究科 (〒338-8570 埼玉県さいたま市桜区下大久保255)

E-mail: kagose@dp.civil.saitama-uac.jp

<sup>2</sup>正会員 埼玉大学大学院 理工学研究科 助教 (〒338-8570 埼玉県さいたま市桜区下大久保255)

E-mail: kojima@dp.civil.saitama-u.ac.jp

<sup>3</sup>正会員 一般財団法人 計量計画研究所 交通まちづくり研究室 (〒162-0845 新宿区市谷本村町2-9)

E-mail: tishigami@ibs.or.jp

<sup>4</sup>正会員 一般財団法人 計量計画研究所 交通まちづくり研究室 (〒162-0845 新宿区市谷本村町2-9)

E-mail: dfukumoto@ibs.or.jp

<sup>5</sup>正会員 工博 埼玉大学大学院理工学研究科 (〒338-8570 埼玉県さいたま市桜区下大久保255)

E-mail: hisashi@dp.civil.saitama-u.ac.jp

公共空間を賑わいの場として利用する取り組みは増えているものの、全国で実施される社会実験の数に比べ、その後の本格実施に至る例はまだ少ない。本研究では、市民が中心となり発足したオープンカフェを事例として、今後の開催に向けた課題を整理するにあたり、オープンカフェ利用者の意識に着目し、オープンカフェ実施が利用者にも与える影響やオープンカフェ参加店舗への効果について検証を行った。アンケート調査の結果から、オープンカフェ利用者のオープンカフェへの評価は高く、今後の開催も望まれていることが判明した。また、オープンカフェ実施により、沿道店舗の認知度の向上、周辺店舗への経済波及効果が期待できることが判明した。定期開催に向けては、事前の周知、オープンカフェ設置空間の拡大などの課題が挙げられた。

**Key Words :** *social experiment, open café, pedestrian, participation of local citizen, community*

## 1. はじめに

### (1) 背景と目的

近年、公共空間を賑わいの場として利活用するなど、豊かな道路空間づくりに向けた取り組みが活発化している。特にオープンカフェを利用したまちの活性化は、全国的に広がりを見せており、多くの社会実験が実施されるようになってきている<sup>1)</sup>。しかし、市民のニーズとの相違や道路使用許可取得の難しさ、地元住民の反対等の理由から、社会実験の枠を超え、本格実施に至り、定期開催を行っている事例は多いとは言えない状況がある。

本格実施に至るためには、多くの市民のニーズへの対応と法律や反対住民への対応としての地元市民の主体的な参加が必要不可欠と言える<sup>2)</sup>。また、定期開催に向けては、周辺店舗や地域住民の営業等に配慮しつつ、利用者にとってより魅力的な空間の創出が必要となる。

本研究では、地元店舗主体で実施された大宮西口オープンカフェを事例として、利用者の意識に着目し、オー

ブンカフェ実施が利用者にも与える影響やオープンカフェ参加店舗への効果について検証を行い、今後の開催に向けた課題を見出すことを目的とする。

### (2) 大宮西口におけるオープンカフェの概要

大宮駅の西口地区は、人通りが多いにも関わらず、多くが駅と大規模店舗、大型複合施設等をつなぐペDESTリアンデッキを歩行しており、地元店舗が並ぶ地上の通りに人が集まりにくい状況である。そこで、周辺店舗からの有志で結成された大宮西口おもてなし実行委員会が主催となり、大宮西口活性化を目的とする大宮西口おもてなしオープンカフェを開催した。大宮西口おもてなし実行委員会には、地元住民のほか、事務局として大学、オブザーバーとして市役所及び市役所から委託を受けたコンサルタントが参加している

大宮西口おもてなしオープンカフェは、大宮駅前の通称レンガ通り (図1) で2012年5月26日(土)の11:00~18:00に実施された。実施中は対象の通りを車両



図-1 オープンカフェの実施対象地区



図-2 大宮西口おもてなしオープンカフェの様子

表-1 オープンカフェの実施内容

名称	実施主体	内容	テーブル等の利用
大宮西口おもてなしオープンカフェ	大宮西口おもてなしオープンカフェ実行委員会	・道路空間上に出店を配置 ・テーブル、椅子の設置 ・演奏などのイベント実施	オープンカフェ内の出店利用の有無に関わらず、自由に利用できる。

表-2 アンケート配布・回収・回答率

配布数(部)	回収数(部)	有効回収数(部)	回収率(%)
76	76	76	100

通行止めにし、道路上に出店、テーブル、椅子を設置した(図2)。出店者はレンガ通り及び周辺の通りの沿道店舗、及び地元住民である。また、道路空間で大学生による弦楽演奏、アカペラ演奏のイベントを実施した。これらオープンカフェの実施概要を表1に示す。

## 2. 研究方法

### (1) オープンカフェ利用者へのアンケート調査

本研究では、上述の大宮西口おもてなしオープンカフェを対象として、実施当日に利用者へのアンケート調査を行い、歩行者天国空間で行うオープンカフェについて、利用者の意識の検証を行った。

### (2) 調査概要

アンケート調査の実施概要は以下の通りである。

調査日時：平成24年5月26日(土) 11:00~18:00

配布回収方法：大宮西口オープンカフェ利用者・歩行者に対し、直接配布・直接回収を行った。

質問内容：オープンカフェ空間利用者・歩行者のオープンカフェや出店への印象について質問した。

アンケート回答率を上げるため、地元店舗で使用できるクーポンと一緒に配布した。

## 3. オープンカフェに関するアンケート調査結果

### (1) 賑わい空間としての効果

オープンカフェ利用者・歩行者に対して行ったアンケート調査より、7割以上のオープンカフェ利用者・歩行者はオープンカフェに対して心地よさを抱いていることが分かり(図3)、現地での観察からは、長時間利用する利用者も多く見られた。また、オープンカフェの実施により周辺地域に賑わいが増していると感じた回答者が6割以上となっており(図4)、オープンカフェがその目的通り地域の賑わいに貢献している可能性がみられた。アンケート回答者のうち3割以上がオープンカフェを目的として大宮周辺に来ていた(図5)。今後もオープンカフェを実地することに対して良い印象を抱いている人は9割以上いることが分かった(図6)。これらの結果から、今後オープンカフェを定期開催をしていくことで、大宮西口周辺地区活性化につながると思われる。

### (2) 出店した店舗・周辺店舗への効果

アンケート回答者のうち、オープンカフェ開催道路を普段からよく訪れる人は25%程度であり、オープンカフェを開催していたことにより訪れた人が半数以上いた(図7)。この結果から、オープンカフェが賑わいを創出することに役立っていることが分かる。また、オープンカフェを訪れたことによって、大宮西口周辺の別の場所へ足を伸ばそうと考えている人が4割以上いることが

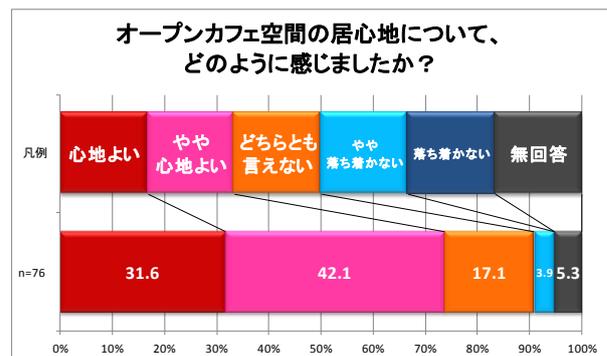


図-3 オープンカフェへの評価

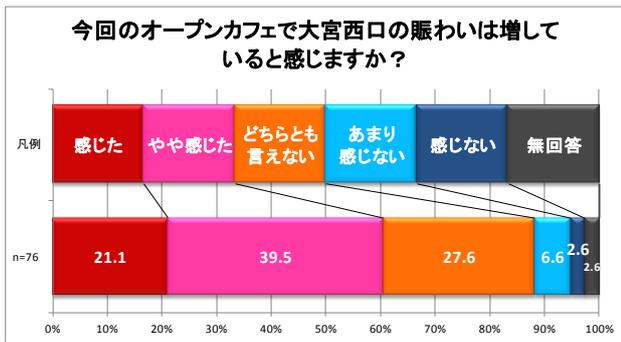


図4 オープンカフェ実施による賑わい増加の印象

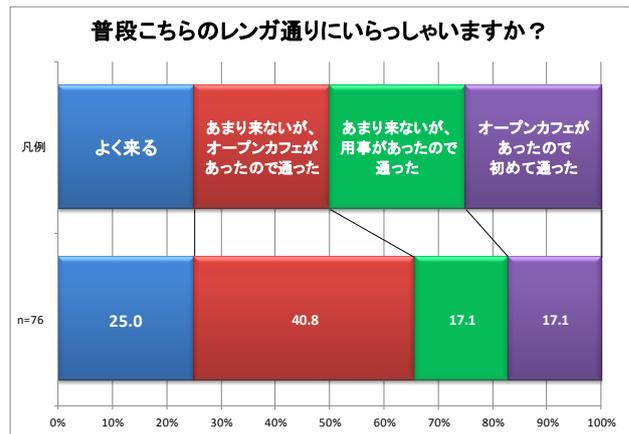


図7 レンガ通りの普段の利用状況

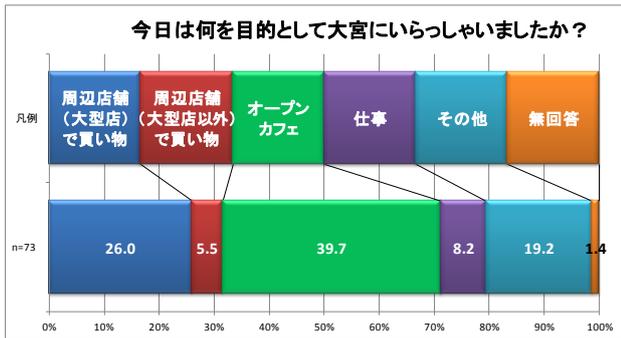


図5 大宮に立ち寄った目的

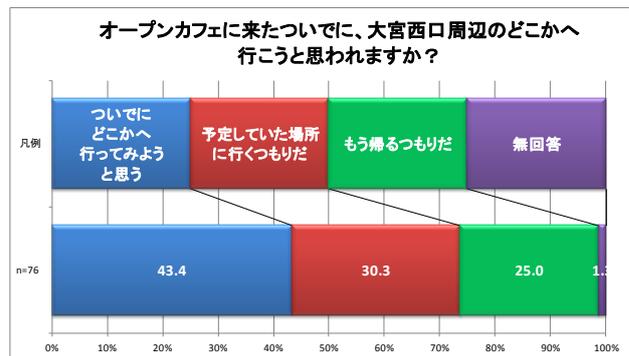


図8 周辺施設への回遊性

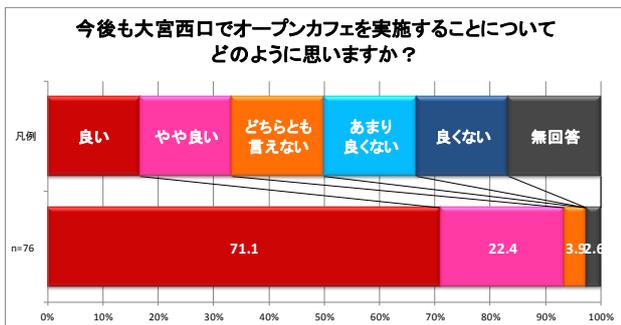


図6 今後の開催についての考え

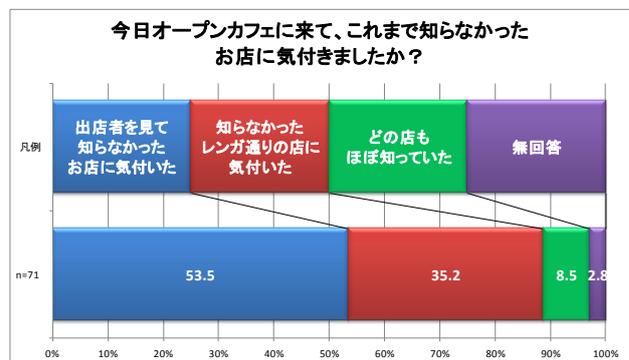


図9 オープンカフェ来場による周辺店舗の認知度への影響

分かった(図8)。このことから、オープンカフェの実施により、実施場所以外の周辺地域への賑わいの波及効果が生まれている可能性が見られる。

また、オープンカフェへ訪れたことにより、今まで知らなかったお店(オープンカフェ出店店舗、オープンカフェ開催道路上の店舗)を知ることができたという回答者が約9割いた(図9)。この結果からは、店舗の周知にもオープンカフェが役だっていることが分かる。オープンカフェ実施後、参加した店舗からは、当日のピラ配りなどにより、オープンカフェ開催後に店舗を訪れる客も多数見られたという話が聞かれた。

### (3) 改善すべき点

アンケート調査で挙げられたオープンカフェへの良い点と改善すべき点について検討を行う。

オープンカフェへの肯定的な評価として、「車が通らず快適」であること、「町中に座れる場所がある」ことが上位の理由として挙げられた(図10)。普段は車が通る道路空間が、歩行者天国空間になったこと、休憩できる場所ができたことといった、歩行者に優しい空間になったことに対する評価が大きいと言える。

一方、改善すべき点として、「他の場所から分りにくい」「事前周知の不足」が多く挙げられた(図11)。本オープンカフェの開催道路は普段から人通りの少ない通りであるという問題点があり、今後の開催に向けては、オープンカフェ開催道路空間を広げることなども検討する必要があると言える。また、事前周知を参加店舗等の協力により増やしていく必要性も感じられる。

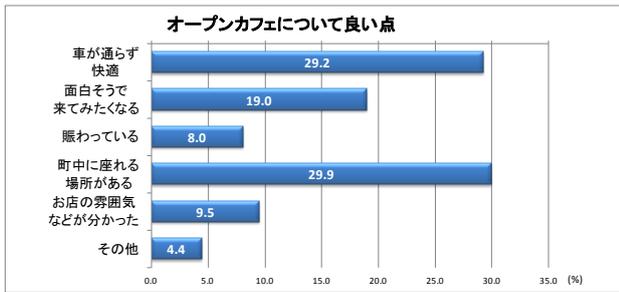


図-10 オープンカフェの良い点

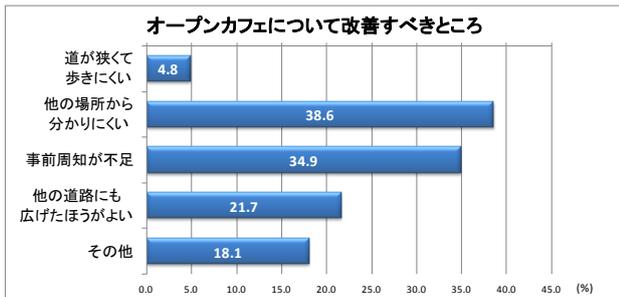


図-11 オープンカフェの改善すべき点

#### 4. まとめと今後に向けて

本研究では、大宮駅西口おもてなしオープンカフェを事例とし、利用者へのアンケート調査からオープンカフェに対する意識とオープンカフェ実施の効果について検証した。

オープンカフェは利用者にとって心地いい空間として受け止められており、賑わい創出にも貢献していることが示唆された。さらに、オープンカフェ開催道路上の店舗だけでなく、周辺店舗への波及効果も生まれている可

能性がみられた。このような結果は、沿道店舗だけでなく周辺店舗にも協力を求め、全体での賑わいづくりを進めていくための重要な知見になると考えられる。

利用者の評価は高いものの、事前周知の不足や開催箇所について課題もみられ、賑わい創出への効果的な実施に向けては今後、これらの課題について検討していく必要がある。

今回対象とした事例では、地元商店の参加によりオープンカフェの定期開催に向けた動きが活発になってきているものの、周辺店舗には反対意見を持つものや、反対ではないものの参加意識は低い店舗なども見られる。今後の開催に向けては、このような店舗との協議により、双方が納得できる形での開催が求められる。今回得られた知見も利用しながら、地域が一体となって賑わい創出に向けた活動を実施するための手続きを見出すことを、今後の課題としたい。

#### 参考文献

- 1) (財)都市づくりパブリックデザインセンター：公共空間の活用と賑わいまちづくり，2007.5.30
- 2) 岡田直也，久保田尚：歩行空間における賑わい創出のためのオープンカフェの実現可能性に関する研究，土木計画学研究・論文集 Vol.27, pp.507-513
- 3) 相澤裕美，久保田尚：産官学の連携による鉄道駅周辺の交通まちづくりの実現手法に関する研究，土木計画学研究・講演集 Vol.38, CD-ROM, 2008.

(?????.?.? 受付)

## THE VERIFICATION OF THE EFFECT TO THE COMMUNITY BY THE SOCIAL EXPERIMENT OF CITY PLANNING IN WHICH RESIDENTS PARTICIPATED

Miho KAGOSE, Daisuke FUKUMOTO, Takahiro ISHIGAMI, Aya KOJIMA, Hisashi KUBOTA

In late years a lot of social experiments conduct in many parts of the Japan, but afterwards there are not many case examples conducted officially because of disagreement with citizen needs or local public. Therefore, the author formed a hypothesis that it is possible to compare and verify the effect that the annual experiment content has to citizen and to promote the sense of participation of local citizen for the next year by conducting the social experiment repeatedly. The social experiment of open café conducted once a year from 2007 to 2010 was chosen as a case study and the verification experiment was conducted.

The evaluation to an open cafe user's open cafe is high, and It became clear that future holding was also desired. Open cafe enforcement proved that improvement in the name recognition of the open cafe stores and the ripple effect to the stores near by open cafe are expectable. Prior advertisement and Open cafe installation space needs to be expanded.