

公営駐車場の料金値下げとイベント開催による中心市街地活性化の検討

前橋工科大学 学生会員 赤松 真以
前橋工科大学 正会員 湯沢 昭

1. はじめに

近年、モータリゼーションの進展と共に公共交通機関の衰退や郊外の大型商業施設の増加が進み、地方都市の中心市街地の衰退・空洞化が深刻な問題となっている。このような背景の中で群馬県前橋市は、中心市街地へ自動車を訪れる人の利便性の向上と中心市街地活性化のために、1時間あたり300円であった市営駐車場の利用料金を平成16年7月から100円に値下げした。これにより市営駐車場の利用頻度・利用時間の増加と、それに伴う市街地での滞在時間の増加が考えられ、中心市街地活性化への期待がかかる。また、中心市街地商店街では、かつてのにぎわいを取り戻そうと数々のイベントが開催されている。

本研究では群馬県前橋市を事例として、市営駐車場の利用料金が値下げされたことによる駐車場利用状況の変化と、中心市街地活性化のために地域密着型で開催されているイベントによる集客力が市街地での回遊行動の変化につながるかを明らかにし、前橋中心市街地活性化の可能性を検討する。

2. 調査概要

(1) 利用動向調査

駐車場利用や中心市街地での回遊行動の実態を把握するため、平成17年9月3日(土)にアンケート調査を実施した。駐車場A・B・C(図-1参照)と中心市街地において直接配布、郵送回収とした(配布:1380枚、回収:342枚、回収率:24.8%)。アンケートの質問項目は、個人属性、市街地までの交通手段、買い物などの市街地での支払い金額、駐車場選択理由、駐車場利用時間と支払い金額、利用したい駐車場の特性、中心市街地で立ち寄った店舗とイベント、中心市街地と郊外の大型商業施設を比較しての評価などとした。

(2) 通行量調査

イベントの開催による集客効果で市街地を訪れる人数に変化があるかを明らかにするために、毎月3日に開催される地域密着型イベントに着目し、開催日の平成17年7月3日(日)にイベント開催商店街において通行量

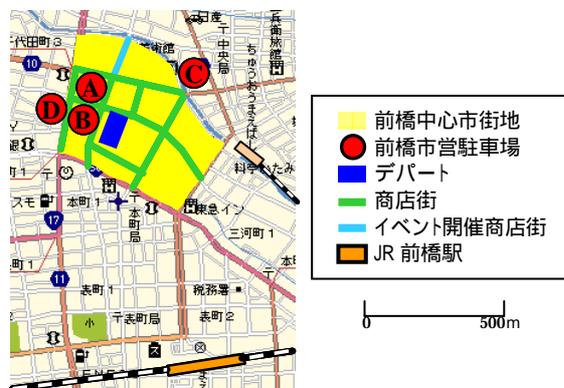


図-1 前橋中心市街地地図

調査を実施した。この結果と、イベントの開催されていない平成16年5月16日(日)の同地点の通行量データを比較する(10:00~18:00)。

3. 商業施設としての評価

表-1はアンケート調査質問の項目であり、これらの各項目について、前橋中心市街地と郊外の大型商業施設を比較した場合、どちらがどれだけ魅力的であると感じるかを5段階評価で答えてもらい、その評価に因子分析を適用した。因子負荷量より4つの因子を抽出し(表-2)因子1を「商店街の雰囲気」、因子2を「交通環境」、因子3を「店舗・品揃えの豊富さ」、因子4を「にぎやかさ」とした。また、前橋中心市街地と郊外の大型商業施設を比較し、商業施設全体としての総合評価に影響を与える因子を把握するために、因子分析より得られた因子得点を説明変数、「商業施設全体としての評価」を目的変数に重回帰分析を行った(表-3)。標準偏回帰係数の値より、因子1「商店街の雰囲気」、因子2「交通環境」、因子3「店舗・品揃えの豊富さ」、因子4「にぎやかさ」のそれぞれが「商業施設全体としての評価」に影響を与えていることが分かる。

図-2は各因子に含まれる項目に対する5段階評価の割合をまとめて示したものである。「商店街の雰囲気」「にぎやかさ」は中心市街地の方が、「交通環境」「店舗・品揃えの豊富さ」は郊外の商業施設の方が魅力的だと捉えられていることが分かる。このことから、中心市街地活性化を図るためには「商店街の雰囲気」・「にぎやかさ」

表-1 商業施設としての評価項目

1 通路や歩道の歩きやすさ	8 駐車場での車の停めやすさ
2 休憩場所やトイレの整備	9 自宅からの距離
3 商店の従業員の親切さ	10 自動車での行きやすさ
4 街並みとしての景観	11 品物全般の品揃えの豊富さ
5 取り扱っている品物の高級感	12 店舗の種類が多さ
6 各種イベントなどの開催状況	13 商店街全体の活気
7 行くまでの道路の混雑状況	14 子供向けの娯楽や遊戯施設

表-2 因子負荷量および因子名(パルマックス回転後)

変数名	因子1	因子2	因子3	因子4	因子名
1	0.709	0.169	0.033	0.127	商店街の雰囲気
2	0.599	0.181	0.195	0.131	
3	0.576	0.185	0.116	0.067	
4	0.542	0.057	0.027	0.359	
5	0.536	-0.043	0.331	-0.156	
6	0.488	0.031	0.062	0.212	交通環境
7	0.208	0.755	0.081	0.010	
8	0.086	0.747	0.064	0.183	
9	0.133	0.592	-0.006	0.016	
10	0.004	0.560	0.063	0.225	
11	0.195	0.085	0.743	0.142	店舗・品揃えの豊富さ
12	0.134	0.060	0.727	0.289	
13	0.184	0.186	0.251	0.593	にぎやかさ
14	0.206	0.181	0.195	0.476	
二乗和	2.213	1.972	1.362	1.002	
寄与率	15.81%	14.08%	9.73%	7.16%	
累積寄与率	15.81%	29.89%	39.62%	46.78%	

表-3 因子得点による重回帰分析結果

因子名	標準偏回帰係数	T 値	判定
因子1 商店街の雰囲気	0.354	8.686	**
因子2 交通環境	0.266	6.535	**
因子3 店舗・品揃えの豊富さ	0.379	9.223	**
因子4 にぎやかさ	0.254	6.139	**
F 値	76.853		**
修正済決定係数	0.496		**：1%有意

郊外の商業施設の方が非常に魅力的 郊外の商業施設の方がやや魅力的
 両方とも同じ程度 中心市街地の方がやや魅力的 中心市街地の方が非常に魅力的

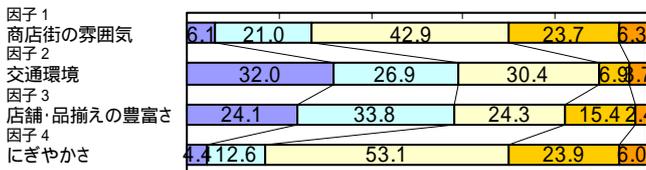


図-2 因子別評価

を維持・向上させ、「交通環境」、「店舗・品揃えの豊富さ」を改善することが必要であるといえる。

4. 駐車場利用実態

図-3 は、平成 15 年 4 月から平成 17 年 5 月までの毎日の利用台数データをもとにした、利用料金値下げ前後の駐車場 A・C の 1 日あたりの利用台数の変化を表したものである。両駐車場とも利用料金の値下げにより利用台数が増加したことが分かる。駐車場 A は、利用料金値下げ以前からほぼ満車であったため増加が少なくなっている。図-4 は、利用料金値下げ前後の駐車場 A・C の平均駐車時間の変化を表している。利用料金の値下げによって駐車時間は増加しており、利用者の中心市街地での滞在時間が増加していることが分かる。

図-5 は、駐車場利用者を対象としたアンケート項目で、利用料金が値下げされたことを「前から知っていた」と回答した人の「中心市街地に行く回数」と「中心市街地内での滞在時間」についての質問結果である。利用料金の値下げを知っていた人の 29.5%が「中心市街地に行く

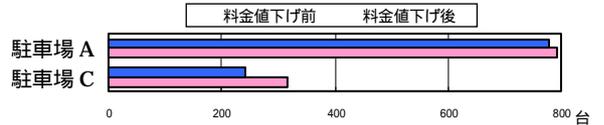


図-3 1日あたりの平均駐車台数

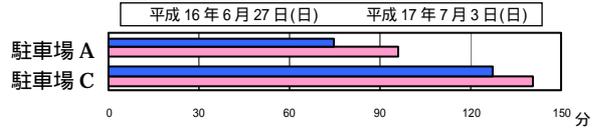


図-4 1台あたりの平均駐車時間

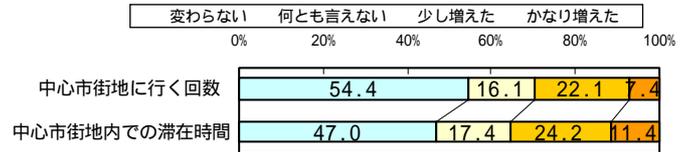


図-5 利用料金値下げによる変化

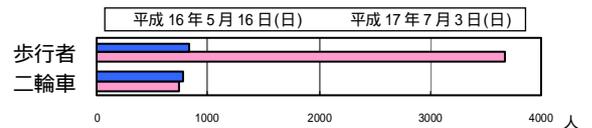


図-6 イベント開催商店街における通行量

回数が増えた」と、35.6%が「中心市街地内での滞在時間が増えた」と回答した。このことから、利用料金値下げによって中心市街地を訪れる人が増加したといえる。

5. イベント開催の効果

図-6 は通行量調査の結果である。イベントが開催されていない日に比べてイベント開催日は歩行者が約 4 倍、自転車がほぼ同数であり、イベント開催の集客効果によって市街地を訪れる人数が増加していることが分かる。

また、アンケートの質問項目で、中心市街地に行った主な目的を、「イベント」以外の「買い物」、「飲食」等と答えた人の 19.6%が、アンケート当日に開催されていたイベントに立ち寄りしており、中心市街地内で開催されているイベントが回遊行動の促進につながっていると考えられる。

6. 考察

市営駐車場の利用料金が値下げされたことを知っている人の約 30%が中心市街地に行く回数と中心市街地内での滞在時間が増えたと回答していることから、利用料金値下げは中心市街地に人を呼び込む効果があったといえる。また、イベント開催によっても市街地を訪れる人は増加することが分かった。しかし、アンケート調査質問の回答によると、平均立ち寄り件数は 2.6 件で、立ち寄り先は特定の店舗に偏っており、複数の店舗・施設を巡る回遊行動はあまりみられない。回遊行動促進のために複数の商店街が連携してイベントを開催することや、郊外の大型商業施設が優位である「交通環境」、「店舗・品揃えの豊富さ」を改善することなどで前橋中心市街地活性化を図ることができると考えられる。