

幕張ベイタウンにおける商店街の持続性について

- 居住者利用実態と商店街振興組合との関わり -

日大生産工 (院) ○下田ことみ 同 堤 昂太

日大生産工 北野 幸樹

1. はじめに

沿道囲み型住宅とは街区の内側に一体の中庭を内包する集合住宅であり、道路沿いに街区形状に倣って一定高さの建築空間を連続配置し、閉鎖型街区を形成する街区型建築である。我が国では沿道囲み型住宅の群を市街地規模で実現した例として幕張ベイタウンの群を数少ない実例だ。本研究の調査対象地域である幕張ベイタウンの1階は、住居ではなく「幕張ベイタウン商店街振興組合」による商店が並んでいる。幕張ベイタウン商店街振興組合による取り組みと、居住者による認知との関係性を明らかにし、周辺環境と一体としてとらえた都市・建築計画手法の構築を目的としている。

2. 調査・分析概要

2-1. 調査対象地域

日本における集住体としての先進的モデルである幕張ベイタウンを調査対象地域とした。幕張ベイタウンは、東京と千葉の間の東京湾岸埋立地に(旧)千葉県企業庁が建設した幕張新都心の住宅地区である。1989年幕張新都心住宅地基本計画で住棟を街路沿いに配列した沿道囲み型住宅を提案され、その後都市デザインガイドラインで設計指針が定められた。地域内外における商業地、緑地、水辺、公益施設など多くの要素によって一つの都市として形成されている。

また、街の賑わいを創出するために建物低層部に商業・業務系施設を配置している。



図1 調査対象敷地 幕張ベイタウン

2-2. 調査概要

(1) 調査期間

2021年7~8月 (幕張ベイタウン居住者)

2021年8月 (幕張ベイタウン商店街振興組合)

(2) 調査

幕張ベイタウンの居住者には、紙にて作成したアンケートを住棟に設置したポストに投函して頂き、回答を求めた。アンケートから幕張ベイタウンの居住者が、地域全体で行われている街づくりの動向や特性の調査を行った。次に、幕張ベイタウン商店街振興組合には、Google formにて作成したアンケートを送付し、回答を求めた。アンケートから幕張ベイタウン商店街振興組合が、街づくり活動に取り組む担い手としての意識の調査を行った。主なアンケート調査内容項目については表1、表2に示す。

表1 居住者アンケート調査項目

調査対象：幕張ベイタウン居住者	
1	幕張ベイタウン商店街の利用頻度・目的
2	幕張ベイタウン商店街に対する評価
3	幕張ベイタウン商店街求めていること
4	幕張ベイタウン商店街とまちづくりの関係性

表2 商店街振興組合アンケート調査項目

調査対象：幕張ベイタウン商店街振興組合	
1	幕張ベイタウン商店街の現状について
2	幕張ベイタウン商店街に対する評価
3	幕張ベイタウン商店街の未来像
4	幕張ベイタウン商店街とまちづくりの関係性

(3) 分析方法

これらのアンケート調査から「関心、意識、問題点」「どのような理念、仕組みが求められているのか」等を整理し、幕張ベイタウン商店街の居住者の利用状況と商店街振興組合の運営意識を比較し考察の素材とする。

またその考察を元に、今後の幕張ベイタウン商店街における良好な空間・機能分布等の方法を分析する。表1の居住者アンケート調査項目から、居住者の基本情報や幕張ベイタウン商店街振興組合が運営している商店街に対する居住者の意識や利用状況に着目し、その調査結果を考察の素材とする。

The Characteristics of Trial Production Equipment

- Comparison of the Character The Characteristics of Trial Production Equipment

Kotomi SHIMODA, Kota TSUTSUMI and Koki KITANO

3 居住者の幕張ベイタウン商店街の利用実態

3-1. 居住者アンケート調査の結果

商店街を利用している幕張ベイタウン居住者へのアンケート調査の結果を図2に整理する。

3-1. 居住者アンケート調査の分析

この住民アンケートには、計 121 名の方に答えていただいた。回答者の 87.6%の居住者が、幕張ベイタウン商店街振興組合が運営する幕張ベイタウン内にある商店街利用しており、24%の方は1ヶ月に10回以上は利用されている。その利用目的としては、近

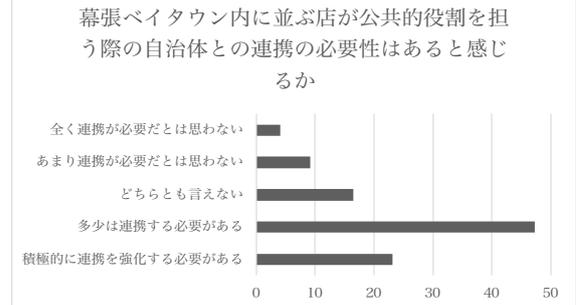
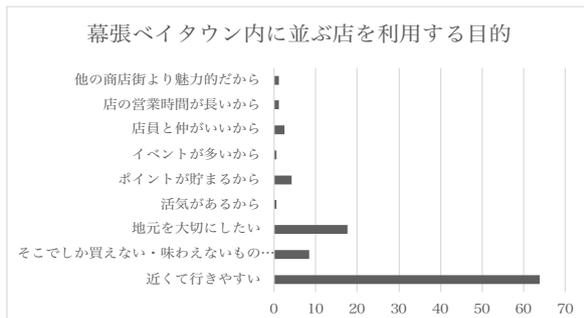
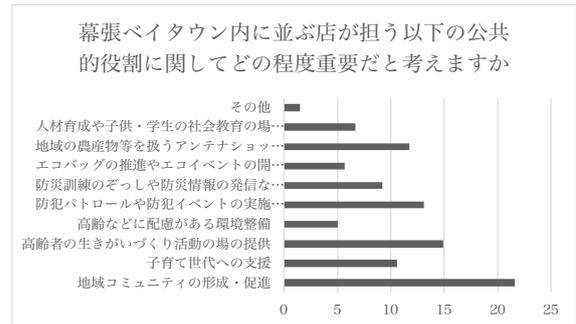
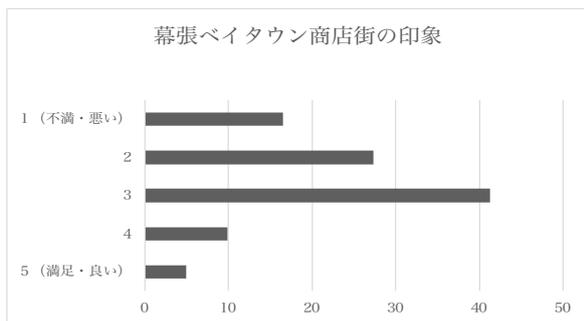
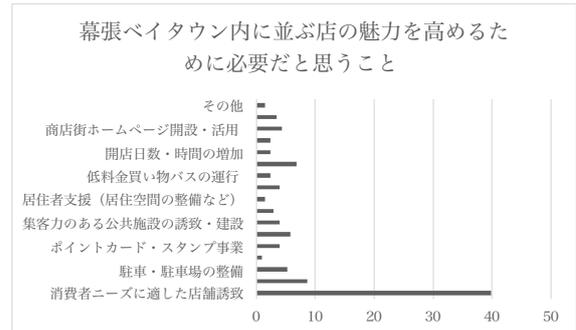
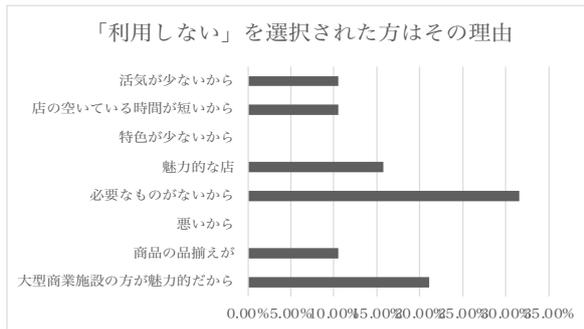
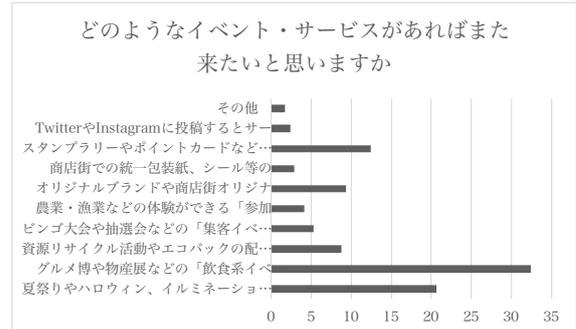
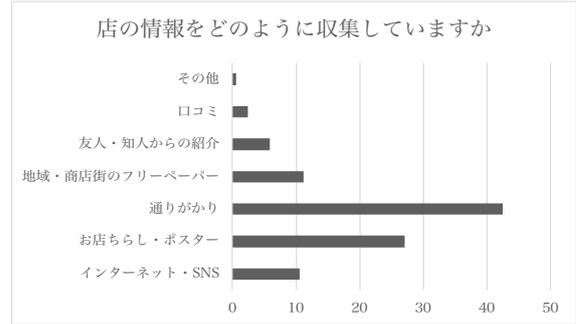
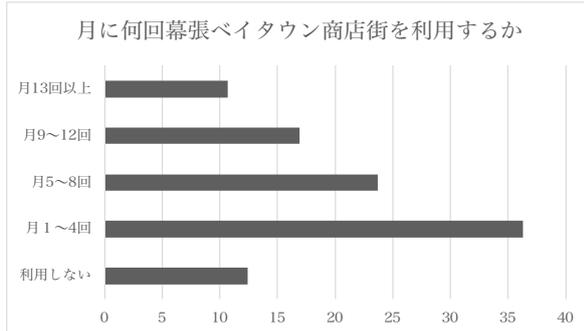


図2 居住者アンケート結果

くで行きやすいという利便性と、地元を大切にしたいという愛着心が見受けられる。しかし、12.4%の居住者は幕張ベータウン内にある商店街を利用していない。その理由としては、幕張ベータウン内の商店街には必要なものが無く、イオンモール幕張新都心のような大型商業施設が魅力的だという声が上がっている。さらに、幕張ベータウン内の商店街の印象についての回答は14.9%が満足であり、43.8%が不満である。つまり、幕張ベータウン内の商店街を利用している居住者もその商店街を不満に感じていると言える。実際に、『幕張ベータウン内に並ぶ店はどのような存在か』『今後の幕張ベータウン内の並ぶ店について、改善点・ご意見』の自由記入欄には、「生活する上でなくてはならない存在」「身近な存在であり、街としての付加価値を高めるもの」と、感謝や利点を述べるものもあれば、「美容院と塾ばかりで魅力がない。飲食店増やしたい」「各年代に見合った店舗が欲しい」「その店の存在自体を知らない店が結構ある」と不満を抱えている意見も多い。もっとも意見が多かったのが塾や美容室の量が多いことと、飲食店が少ないという点だ。今後の幕張ベータウンの商店街について「街全体で店舗の在り方を考えてみるのも必要」「魅力的なレストランを期待したい」など、期待を膨らませる居住者も多い。

幕張ベータウン内の居住者は「住み続けたい」と述べるほどにその生活に満足をしているが、その反面、商店街における不満は少なからず存在し、商店街に対して大きな期待をしていると言える。

3 幕張ベータウン商店街振興組合の取り組み

幕張ベータウン商店街振興組合の方へのアンケート調査から、各商店及び居住者と関わりを持ち支援を行っているのか、現状と持続性またその未来像についてどのような意見をお持ちなのかを調査した。

4-1. 居住者アンケート調査の結果

居住者が幕張ベータウン商店街を利用する目的

- 近くて行きやすい
- イベントが多いから

幕張ベータウン商店街の印象

評価：4（満足・良い）

幕張ベータウン商店街の印象

- インターネット・SNS
- お店チラシ・ポスター
- 地域・商店街のフリーペーパー

4-2. 居住者アンケート調査の分析

組合が考える、居住者の利用目的は「近くて行きやすい」「イベントが多いから」などが挙げられた。現状の商店街の印象については「満足・良い」とされるが、その商店街をさらにより良いものにするために「消

どのようなイベントがあれば魅力的だと思うか

- 夏祭りやハロウィンなどの「季節イベント」
- グルメ博や物産展などの「飲食系イベント」
- 農業などの体験ができる「参加型イベント」
- オリジナルブランドなどの「オリジナル商品」

幕張ベータウン商店街の魅力を高めるために必要だと思うこと

- 消費者ニーズに適した店舗誘致
- ポイントカード・スタンプ事業
- 居住者支援
- 商店街HP開設・活用
- 商店街や店舗ごとのSNS開設・活用

幕張ベータウン商店街の魅力の目標や未来像

住居が一体化となった、遠くからでも行きたい魅力的な街づくり

幕張ベータウン商店街はどのような公共的役割を果たしているか

- 子育て相談所などの「子育て世代への支援」
- 高齢者が活動できる場の提供などの「高齢者の生きがい活動の場の提供」
- バリアフリー化への対応などの「高齢者などの配慮がある環境整備」
- アンテナショップの運営などの「農工商連携など地域産業との連携」
- 人材育成の場の提供などの「地域人材の育成や社会教育の場」

幕張ベータウン商店街はどのような公共的役割を果たしているか

数年前に住民アンケートを実施したが、そこにあったように物販の店舗を増加させる必要があると感じた。

消費者ニーズに適した店舗誘致「居住者支援」などが重要であると認識しており、商店街の顧客力づくりや景観づくりが活性化に繋がるという意見を持つ。居住者との関わりを持続性あるものしつつ、「住居が一体化となった、遠くから行きたい魅力的な街づくりを目指したい」などの目標を持つ。現状にも満足をしているが、さらなる高みを目指している組合であると考えられる。

5 居住者意識と運営者意識の関係性

居住者意識と運営者意識の関係性を表3により明確にし、それをもとに分析・考察する。商店街における居住者意識と、幕張ベータウン商店

表3 幕張ベイタウン商店街に対する居住者意識

アンケート項目	価格	品質	品揃え	接客・サービス	清潔さ	駐車場・駐輪場	交通の便
満足度合い							
満足層	27.2%	41.2%	23.0%	50.8%	65.0%	30.7%	46.0%
アンケート項目	活気・賑やか	治安	繋がり	落ち着き・安らぎ	街並み	バリアフリー	
満足度合い							<ul style="list-style-type: none"> ■とても満足 ■満足 ■どちらでもない ■不満 ■とても不満
満足層	26.8%	82.6%	41.4%	50.8%	63.7%	46.8%	

街振興組合の運営者意識の関係性について調査結果とその比較から述べる。居住者への商店街利用実態調査で述べた通り、幕張ベイタウンに住み続けたい居住者も商店街に関しては不満を感じている。組合が居住者を意識して運営していることと、それに対して居住者が商店街に感じていることに差があることが居住者の不満に直結すると考えている。まず、「バリアフリー」や「駐車場・駐輪場」についてである。組合はバリアフリーを意識し評価をしているが、住民アンケート回答者の53.2%の人がバリアフリーに満足していない。沿道型住宅の幕張ベイタウンでは、居住者専用の駐車場は地下や中庭にあるが、居住者ではない方は路上駐車であるが、路上駐車にも限度がある。実際に、組合は駐車場・駐輪場については満足・評価しているが、居住者は69.3%の方が満足していない。居住者は路上駐車が多い幕張ベイタウンに対し、目的の店舗への行きづらさの他に、安全面や景観のことを考慮したうえで不満に感じていると考えられる。

6 まとめ

商店街とは、徒歩圏内で生活必需品を買い揃える事ができる所であるが、役割はそれだけではない。そのため、幕張ベイタウン商店街振興組合は商店街を利用する人、店舗を経営する人により近い目線で、施策する必要があるものと言える。

商店街の個性を発揮するために、作り上げる主体は居住者であり、地域コミュニティが重要になる。居住者のニーズを組合が住民アンケートを通じて直接聞くことで運営の仕方を変えたり、店舗誘致をしたりすることができる。それが商店街と幕張ベイタウンの居住者を互いに支え、商店街の活性化に繋がると考えられる。

7 今後の展開

今後は、関東を主とした1階部分が商店、2階以上が住居で構成された商店街の関係性を探ると共に、本稿での成果との関係性についても分析・考察を行う予定である。

[参考文献]

・幕張ベイタウン商店街振興組合
<https://baytownmall.jp>

・幕張ベイタウン/千葉県

<https://www.pref.chiba.lg.jp/kigyou/kensetsu/youkoso/chiku/baytown.html>

・千葉市：幕張新都心概要

<https://www.city.chiba.jp/sogoseisaku/miraitoshi/makuhari/makuharishintoshingaiyo.html>

・前田英寿：「都市建築の実現に向けた設計調整の実現-幕張ベイタウンの事例-」日本建築学会計画系論文集, 2006. 8

・前田英寿：「沿道囲み型住宅の面的展開による都市空間形成-住宅地開発事業における設計指針の策定と運用-」日本建築学会計画系論文集, 2006. 8

・志村 誠, 池田謙一：「地域オンラインコミュニティが地域社会への参加に及ぼす因果的影響の検討」, 日本建築学会大会計画系論文集, 2009. 4

・志村 誠, 池田謙一：「地域オンラインコミュニティと地域参加に対して地域の構造要因が及ぼす影響の検討」, 日本建築学会大会計画系論文集, 2008. 8

・北野幸樹, 川岸梅和：「異なる地域居住者の活動実態からみた近隣空間における余暇活動の発生特性と時間的・空間的相補関係」都市住宅学 2015 巻91号

・千葉県企業局：「幕張新都心住宅地都市デザインガイドライン」

・千葉県企業局：「幕張新都心住宅地事業計画」