

繁華街の機能・空間集積と持続的コミュニティに関する研究 その2

日大生産工(院) ○荻野汐香 日大生産工(院) 木下惇
日大生産工 北野幸樹

1. はじめに

本稿は前稿(その1)に引き続く一連の研究である。前項では、自治体が把握する繁華街の現状とその役割について視座を置き、周辺地域との関係性について整理を行なった。本稿では、地域コミュニティの中核的な役割を果たすとされる繁華街を対象とし、地域居住者による繁華街の使い方や認識の実態を調査し、その問題点と都市的視座・建築的視座で解決する必要性について検討し、繁華街の機能・空間集積と持続的コミュニティ関係に関する基礎的知見を得ることを目的としている。

2. 調査概要

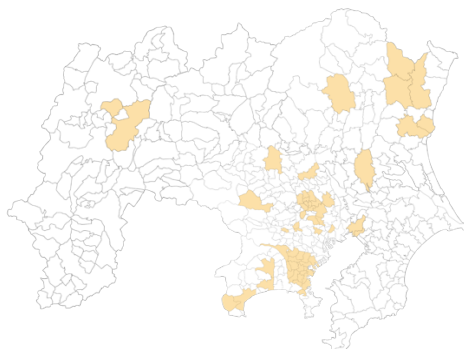


図. 1 調査対象範囲

表. 1 アンケート調査概要

アンケート調査概要						
調査機関2021年 7~9月 (無回答3名)	調査地域	回答数(人)	調査地域	回答数(人)		
	東京都	板橋区	3	市川市	1	
北区		24	習志野市	1		
新宿区		2	船橋市	13		
墨田区		7	合計	15		
西東京市		2	ふじみ野市	1		
武蔵野市		1	朝霞市	1		
国分寺市		1	川口市	3		
町田市		1	川越市	7		
合計		41	久喜市	1		
神奈川県		厚木市	8	熊谷市	2	
		小田原市	4	さいたま市	2	
		逗子市	4	飯能市	19	
		箱根町	7	合計	36	
		平塚市	13	大子町	1	
		横浜市	1	常陸太田市	12	
合計		37	常陸大宮市	1		
栃木県		宇都宮市	9	茨城県18	合計	18
		合計	9	ひたちなか	1	
長野県	上田市	7	水戸市	2		
	千曲市	2	つくば市	1		
	合計	9	合計	18		
合計			合計	168		

調査対象は、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県、長野県の各市区

町村の繁華街周辺の地域居住者としている。調査方法は、各市区町村の自治会にメールにて依頼(2021年7~9月)を行い、アンケート用紙の送付、繁華街での直接アンケート依頼とGoogle Formsにて回答を得る方法にてアンケート調査を実施した。

3. 繁華街と地域住民の関係性

地域住民が現在どのような目的で繁華街を利用するか(複数回答可)を行った。「生活必需品の買い物」が71.9%となっており全体の半数を占めた。また、「ランチやディナーなどの外食」が22.5%、「夏祭りやイルミネーションなどのイベント」が21.9%となった。しかし、「地域住民との交流、習い事や講習会など」は5.6%となった。これらの結果より、地域住民にとって繁華街とは必要なものを購入でき、商業メインの店舗や飲食店が多いことがわかる。しかし、地域コミュニティの中核的な役割を果たすとは言い難い現状であることがわかる。

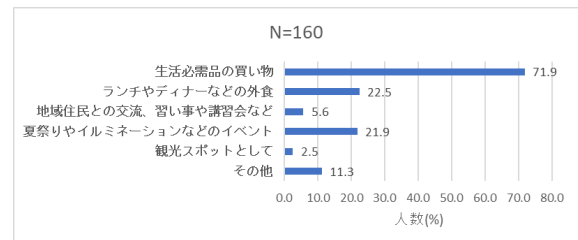


図 2 繁華街の利用状況

表 2 繁華街の利用頻度

頻度	人数	頻度	人数	頻度	人数	頻度	人数
毎日	41	月5回	1	年10回	1	不定期	1
週7回	2	月4回	3	年8回	2	ほとんど使わない	3
週6回	4	月3回	4	年5回	1	無回答	10
週5回	13	月2~3回	1	年4回	1		
週4回	8	月2回	7	年3回	2		
週3回	21	月1~2回	1	年2回	3		
週2回	16	月1回	5	年1回	2		
週1回	13	2ヶ月に1回	1	10回	1		

繁華街を利用する頻度として、「毎日」が24.4%と最も多くなる。次に「週3回」12.5%、「週2回」9.5%となった。繁華街が駅と近接している場合や日常的な買い物において自然と繁華街を利用する人々が多いことがうかがえる。

4. 繁華街とまちの関係性と現状

繁華街の全体の評価として図.3より「交通アクセスについて」の満足度が66.1%となっており、駅前周辺などの人通りが多い地域、商店街などに繁華街が形成されていることが分かる。全体の評価の「賑わいについて」の満足度が28.0%、「安心・安全について」の不満足度10.7%となっており、コロナ・ウイルスによる規模縮小などから繁華街を利用する頻度が低くなっていると考えられる。

各都県の繁華街における地域住民からの評価と比較では東京都は「交通アクセスについて」の満足度が71.8%となっており、交通網の多さや徒歩圏内に商店街や繁華街が連続していることがわかる。「買い物・利用について」が61.6%となっており、商業機能中心で形成されていることがわかる。埼玉県は「交通アクセスについて」の満足度が67.8%となっており、交通網が整っていることがわかる。しかし、「買い物・利用について」の不満足度が35.5%、「賑わいについて」の不満足度が54.8%となっており、地域住民のニーズに合った店舗がないことや、店舗運営者の高齢化や若手、継承者の不足

と関係があると考えられる。千葉県は「繁華街・商店街に対する総評」の満足度が70.0%となっており、アクセスがしやすく、生活に必要なものが買える商業機能を中心に形成していることがわかる。神奈川県は「安全・安心について」の満足度が63.8%になることから、地域住民同士のコミュニティから形成される親しみやすい空間であることがわかる。栃木県は「賑わいについて」の歩満足度が33.3%になることから、店舗運営者の高齢化や若手、継承者の不足により衰退してしまっていることがわかる。次に茨城県は「交通アクセスについて」の不満足度が57.1%、「買い物について」の不満足度が57.1%、「賑わいについて」の不満足度が71.4%となっていることから、近くにアクセスしやすい大型ショッピングモールなどが建てられ、顧客を得難い状況であることがわかる。長野県は「賑わいについて」の不満足度が62.5%、「繁華街・商店街に対する総評」の不満足度が50.0%となっていることから、温泉など観光地として形成されている繁華街に対し、コロナ・ウイルスの影響があったと考えられる。

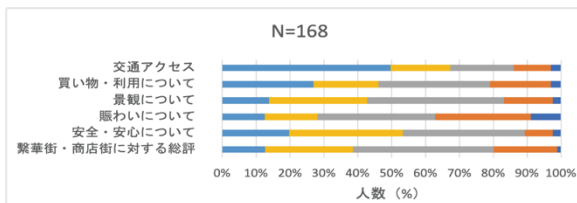


図3 繁華街全体の評価

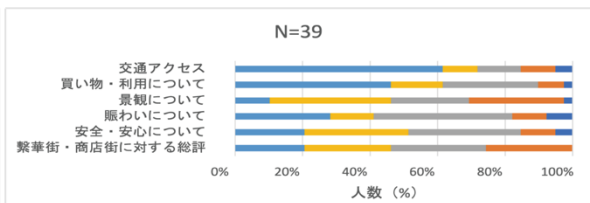


図4 東京都の繁華街の評価

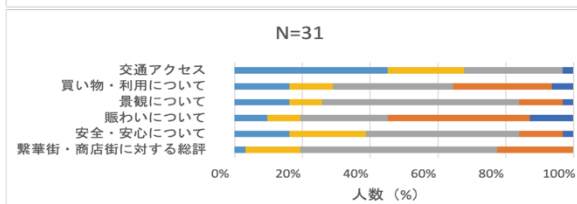


図5 埼玉県の繁華街の評価

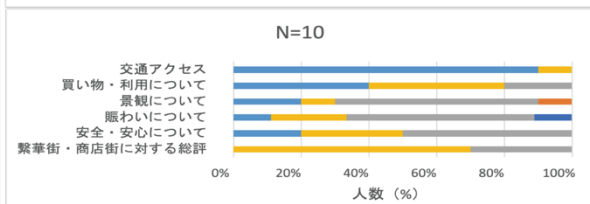


図6 千葉県の繁華街の評価

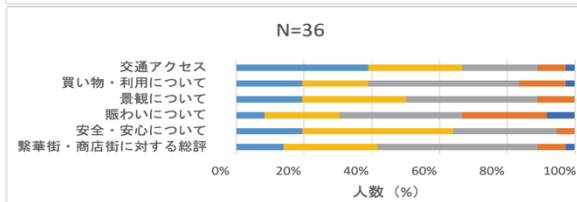


図7 神奈川県の繁華街の評価

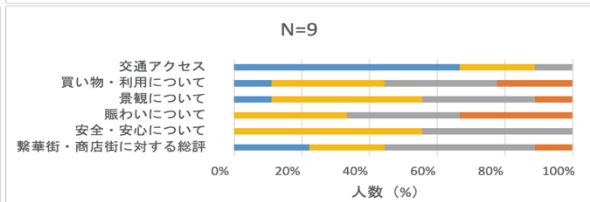


図8 栃木県の繁華街の評価

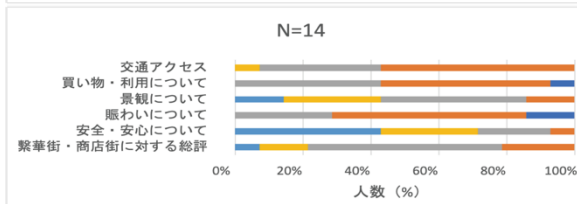


図9 茨城県の繁華街の評価

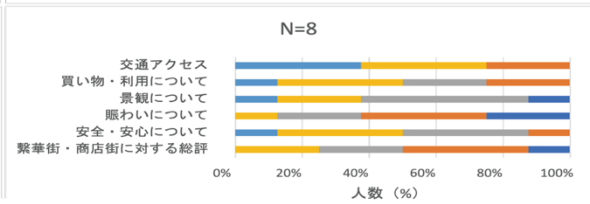


図10 長野県の繁華街の評価

5. 繁華街の現状

得られた回答の中から、東京都と埼玉県それぞれ2つの繁華街・商店街の比較を行う。それぞれの違いを地域の特徴、対象者・利用者の客層の観点から読み解く。

まず、東京都 北区の十条商店街と、墨田区の向島橋商店街の比較を行う。

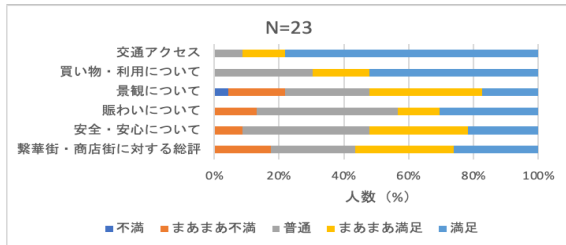


図.11 十条商店街の評価 (北区)

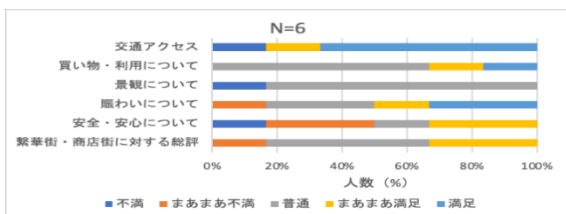


図.12 向島橋商店街の評価 (墨田区)

まず、十条商店街の評価は「交通アクセスについて」の満足度が91.3%、「買い物について」の満足度69.6%、「賑わいについて」の満足度が43.4%であった。

次に向島橋商店街の評価は「交通アクセスについて」の不満足度が57.2%、「買い物について」の満足度が69.6%、「賑わいについて」の満足度が43.4%であった。十条商店街は駅からのアクセスが良く、来訪者が多い。また一週間単位で一定の期間において店舗を貸し出し、いつ訪れても新鮮味のある商店街となっている。一方、向島橋商店街は駅から遠く、地域住民に根付いた商店街である。しかし、居住者や店舗運営者の高齢化に伴い、限られた時間のみの営業やシャッター商店街となりつつある。また、店舗運営者は高齢者が多いため、商店街復興の思いはあるものの、体力的、意識的に難しいと答える人々が多く、自治会や組合が主体となり実施するまちおこしは継続できない状態である。

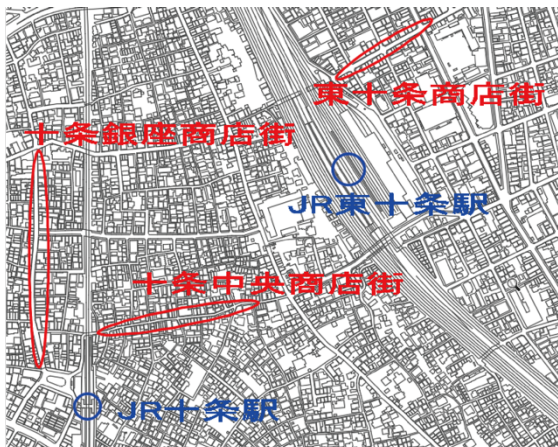


図 13 十条商店街と周辺環境

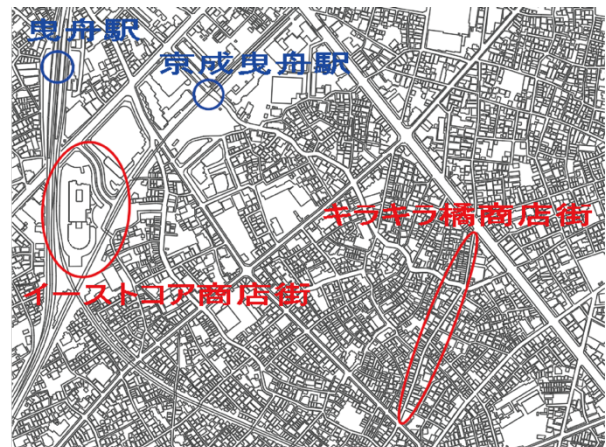


図 14 向島橋商店街と周辺環境

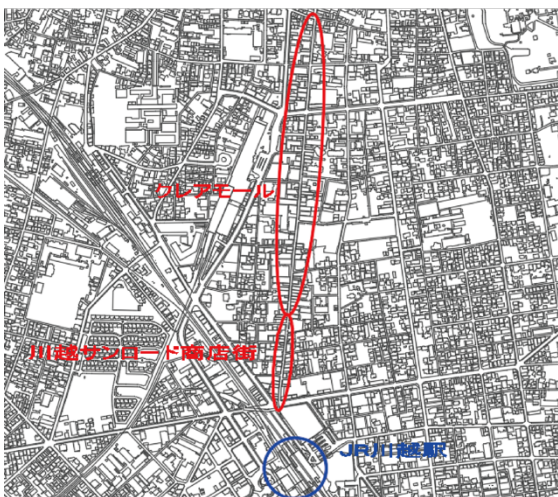


図 15 クレアモールと周辺環境

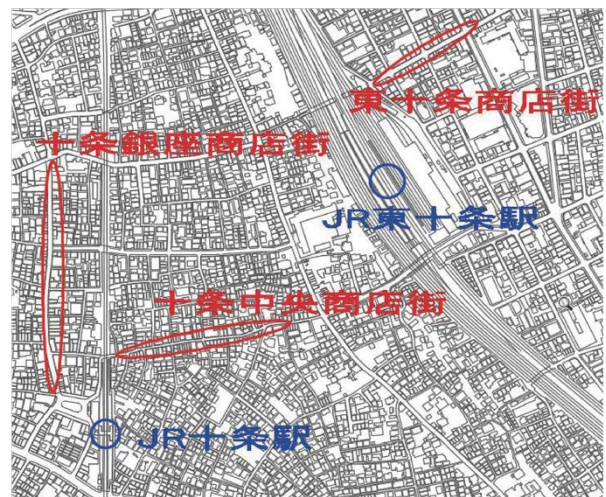


図 16 飯能銀座商店街と周辺地域

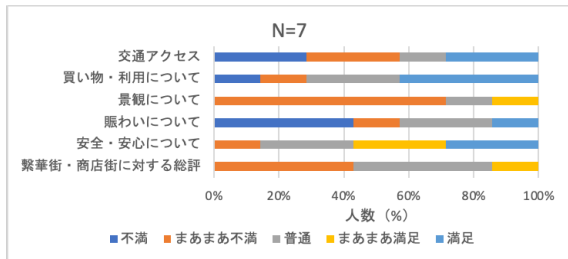


図.17 クレアモールの評価 (川越市)

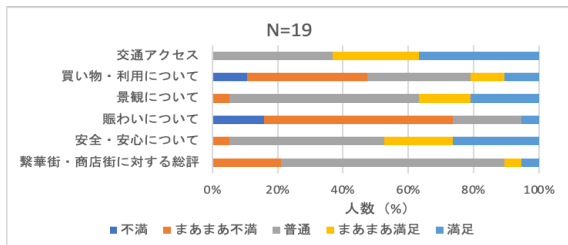


図.18 飯能銀座商店街の評価 (飯能市)

次に、埼玉県川越市のクリアモールと飯能市の能銀座商店街の比較を行う。まず、クリアモールの評価は「交通アクセスについて」の満足度が83.4%、「買い物について」の満足度33.4%、「安全・安心について」の不満足度が50.0%であった。次に飯能銀座商店街の評価は「交通アクセスについて」の満足度が63.1%であった。「買い物について」の不満足度が47.3%、「賑わいについて」の不満足度72.7%となった。

川越市は学生が多く、観光名所であることから、老若男女が訪れ、クリアモールは駅と観光地を繋ぐ役割を果たしているため、賑わいが生まれている。クリアモールは観光客に向けた商業機能が中心で形成されている商店街のため、地域住民のための空間が減少している。一方、飯能市は、都心から1時間でアクセスでき、自然が多い地域である。新たな観光地を目指し、観光客が多く訪れるようになったが、昔から存在する商店街は衰退し、若者や観光客のニーズにあった店舗が少ない。

6. 求められる繁華街の在り方

比較を行った繁華街・商店街において、地域居住者の視座から考える繁華街・商店街の魅力を高めるための方策について整理する。各繁華街・商店街を①「店舗の入れ替わりが激しい地域」、②「店舗運営者と自治会・組合の意識に差がある地域」、③「伝統的な観光名所がある地域」、④「高齢化に伴い商店街が衰退してしまった地域」の4つのパターンに分類する。①では、イベント・催事などの実施、時代の流れにあった店舗の誘致が必要とされている。②では商店街の改修・環境整備が必要とされている。③では観光名所に頼らない、新たな顧客の獲得や、緑化活動や地域貢献活動が必要とされている。④では、子育て支援や、若手の育成、宅配・交流施設など高齢者対策が必要とされている。

7. まとめ

本研究で得られた繁華街とまちの持続性に関する基礎的知見を以下に整理する。

- 1) 地域住民が繁華街を利用する目的は、生活に必要なものを購入するためであり、毎日から一週間に2回訪れる人々が多い。
- 2) 繁華街は商業機能で形成されている地域や商業機能中心に形成されている地域と様々であり、地域住民からの評価にも違いが現れ、各都県に合った対策の方法を考えていく必要がある。
- 3) 繁華街の魅力を高めるために、地域居住者のニーズに応える空間を提供していくべきである。高齢者の交流施設や若手の育成や子育て支援を受けられる施設を儲けることも考えられる。

参考文献

- 1) 木下惇,北野幸樹:繁華街の機能・空間集積と持続的コミュニティ関係と生活に関する研究,日本大学生産工学部第53回学術講演会概要,pp.389-392,2020.12

表 3 今後求められる繁華街の在り方

①十条商店街(店舗の入れ替わりが激しい地域)	②向島橋商店街(運営者と組合の意識の差がある地域)
商店街施設の改善・環境整備 イベント・催事などの実施・増加 消費者ニーズに適した店舗誘致	商店街施設の改善・環境整備 消費者ニーズに適した店舗誘致 集客力のある公共施設の誘致・建設
③クリアモール(伝統的な観光名所がある地域)	④飯能銀座商店街(高齢化で衰退している地域)
新たな顧客の獲得 緑化活動などの地域貢献活動 駐車・駐輪場の整備	消費者ニーズに適した店舗誘致 子育て支援 若手の育成 宅配・交流施設など的高齢者対策