

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5

日大生産工(院) ○川原 隆平 日大生産工(院) 荻野 汐香
日大生産工(院) 宮尾 直希 日大生産工 北野 幸樹

1. はじめに

本稿は前項(その4)に引き続く一連の研究である。前項では居住地域の繁華街・よく利用する繁華街の利用目的、現状について整理した。

本稿では繁華街に対する活動意識を整理するとともに、現在活動が出来ていない原因や活動内容への対策を整理する。

2. 調査概要

調査概要は前項と同様である。調査は、新宿ゴールデン街、医大通り商店街の利用者、SNS利用者に対してアンケートによる調査を行った。

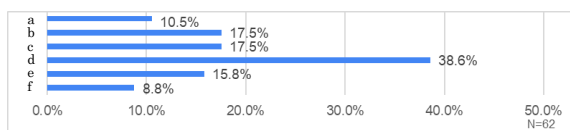
調査方法は、繁華街やSNSでアンケートを配布し、記載されているQRコードを読み取り、Google Formに回答してもらうことでデータを集計した。

3. 居住地域周辺における繁華街

3-1 活動の認知度

繁華街に対する地域居住者のまちづくり活動についての認知度や意識に関するアンケート調査を行った。

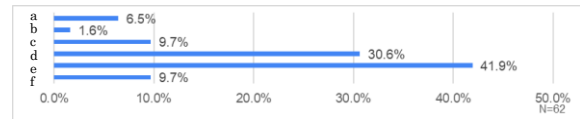
地域居住者がまちづくり活動の認知について一番回答の多かったものは、「取り組んでいることを知らない・知らなかった」で38.6%が回答した。居住地域周辺での活動について、居住地でも活動について認知されている割合が低いということがわかる。



【凡例】

- a: 取り組んでいることも、具体的にどのような取り組みをしているのかも知っている
- b: 取り組んでいることは知っているが、具体的にどのような取り組みをしているかは知らない
- c: 取り組んでいることは知らないが、関心はある
- d: 取り組んでいる事を知らない・知らなかった
- e: 関心がない
- f: 無回答

図1 まちづくり活動の認知度



【凡例】

- a: 積極的に取り組んでいる
- b: 義務的に取り組んでいる
- c: 取り組もうと思っているが、具体的には取り組んでいない
- d: 取り組みの方法がわからないが、興味・関心がある
- e: 取り組んでいない・取り組もうと思っていない
- f: 無回答

図2 まちづくり活動の意欲

繁華街活性化へのまちづくり活動について、取り組みの意欲について調査した。一番回答の多かったものは「取り組んでいない・取り組もうと思っていない」の41.9%であった。積極的に活動している、義務的に活動していると回答した。

実際に活動していると回答した62名中3名であった。3名の活動について表1に示す。

30代女性の活動内容の園芸部は、月数回活動を行っており、積極的に活動を行っている。積極的に活動を行っているとして回答した3名の活動規模は100人以上で20代男性の活動人数は1000人が所属しており、活動に参加している人数は多いことがわかる。

活動場所については、繁華街以外はなく、繁華街、もしくはその周辺で行われている。広報媒体について「SNS(Twitter、Instagram、Facebook等)の利用」が42.9%と数件あり、地域新聞や広告が28.6%と利用している。SNSの利便性や、SNSの普及からも、活動の広報のためにSNSの利用が多いことがわかる。

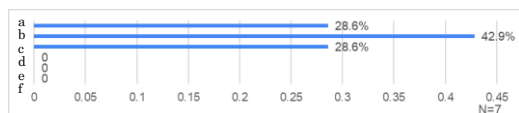
居住地での活動について認知度が低かったことから、実際に見える活動とともにSNSなどを利用して不特定多数の人への認知が必要と考えられる。

表1 活動内容

	20代 男性	30代 女性	20代 男性
活動内容	ダンス	園芸部	区画整理などの営業
活動頻度	年に一度	月数回	平日
活動人数	1000人が所属	100人以上の規模があり、普段は10数人	150人程の企業
活動場所	町役場	下北沢線路跡地域	千葉県の繁華街を含む全域

Study on Relationship between Downtown Function, Spatial Concentration and Sustainable Community Part5

Ryuhei KAWAHARA, Shioka OGINO, Naoki MIYAO and Koki KITANO



【凡例】

- a: 地域新聞のような定期的な連載 HP に掲載
- b: SNS (Twitter, Instagram, Facebook 等) の利用
- c: 広告の利用
- d: 回覧板
- e: メルマガ・DM の配信
- f: 特になし

図3 活動の広報媒体

3-2 活動に参加できない理由

居住地域での繁華街の活動を行っているか取り組みの違いから、活動に参加できない理由について調査を行った。「積極的に活動している」「義務的に活動している」と回答している方が考えている、参加していない人の理由として、「メリットが少ない・ない」という回答が得られた。活動している人から見ると、活動するメリットがないことや、やろうと思っていても成功イメージがわからないことが参加できない理由だと考えられる。

反対に現在、「取り組んでいない・取り組もうと思っていない」と回答した方がまちづくり活動に参加しない原因として挙げたのは、「成功イメージがわからない(21.3%)」・「人手が足りない(13.1%)」「前例が少ない・ない(9.8%)」という回答であった。成功イメージがわからないという意見からも、活動の成功事例を地域居住者に認知してもらう必要があると考えられる。

3-3 参加したい活動

具体的にどのような活動があれば、まちづくり活動に参加したいかを調査した。

「取り組みの方法がわからないが、興味・関心がある」と回答した方は、「グルメ博や物産展などの飲食系イベント(19.0%)」・「花や樹木を使った景観づくり(11.1%)」・「空き店舗でのイベントや一時的な利用などの空き店舗活用(12.7%)」・「夏祭りやハロウィン、イルミネーションなどの季節のイベント(11.1%)」を求めている。

「取り組んでいない・取り組もうと思っていない」と回答した方は、「グルメ博や物産展などの飲食系イベント(32.6%)」・「夏祭りやハロウィン、イルミネーションなどの季節のイベント(21.7%)」・「ビンゴ大会や抽選会などの集客イベント(10.9%)」を求めている。

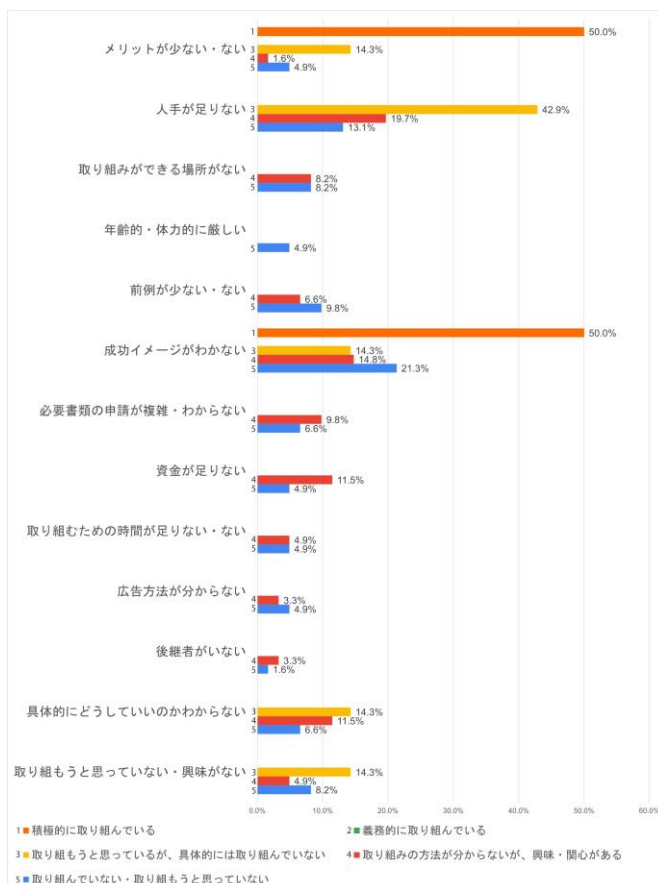


図3 居住地域周辺の活動に参加できない原因

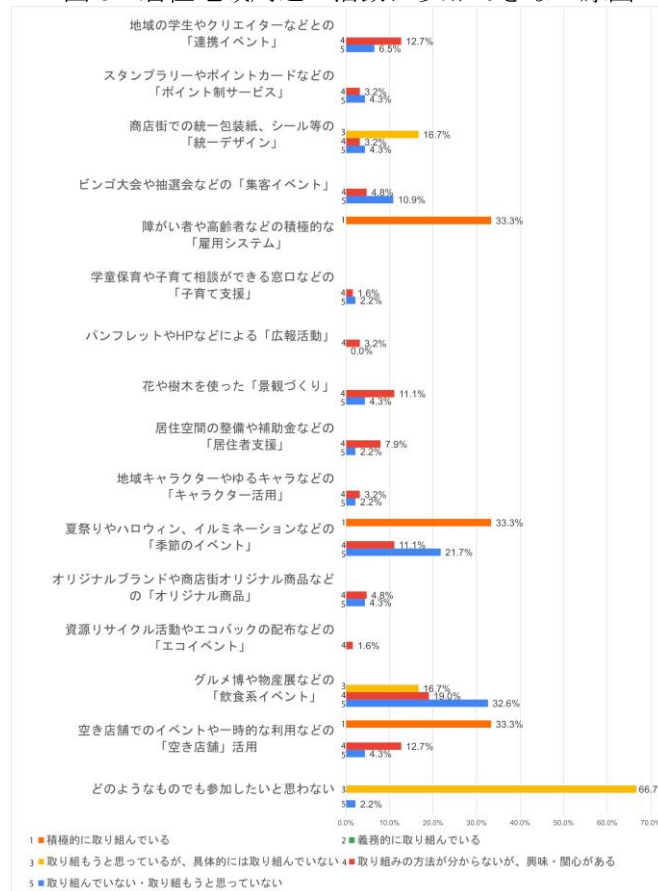


図4 居住地域周辺の参加したい活動

4. 居住地以外をよく利用する繁華街

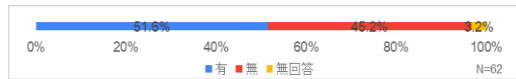
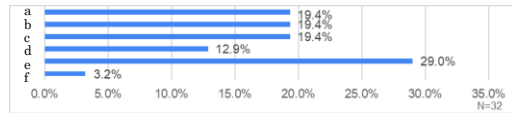


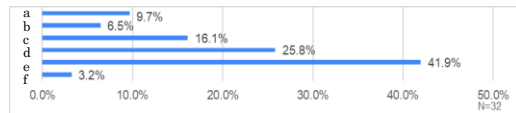
図5 居住地以外によく利用する繁華街の有無



【凡例】

- a: 取り組んでいることも、具体的にどのような取り組みをしているのかも知っている
- b: 取り組んでいることは知っているが、具体的にどのような取り組みをしているかは知らない
- c: 取り組んでいることは知らないが、関心はある
- d: 取り組んでいる事を知らない・知らなかった
- e: 関心がない
- f: 無回答

図6 まちづくり活動の認知度



【凡例】

- a: 積極的に取り組んでいる
- b: 義務的に取り組んでいる
- c: 取り組もうと思っているが、具体的には取り組んでいない
- d: 取り組みの方法がわからないが、興味・関心がある
- e: 取り組んでいない・取り組もうと思っていない
- f: 無回答

図7 まちづくり活動の意欲

4-1 活動の認知度

居住地以外で利用する繁華街の有無についてアンケート調査を行った。居住地周辺以外の繁華街を利用すると回答したのは、62名中32名の51.6%であった。居住地周辺のようなすぐいける繁華街とは別に、よく利用する繁華街のために、居住地より離れていても移動して利用する人が多いということがわかる。

よく利用する繁華街にて、まちづくり活動が行われていることについて、「関心がない」が29%となった。居住地域の繁華街と比較して、居住地域以外をよく利用する繁華街では、居住地ではないということもあり、活動に関して関心が薄いということがわかる。

繁華街活性化へのまちづくり活動を居住地以外に繁華街で行っているかの調査を行った。「取り組んでいない・取り組もうと思っていない」の回答が13件で41.9%と一番多い回答となった。「積極的に取り組んでいる・義務的に取り組んでいる」が合計

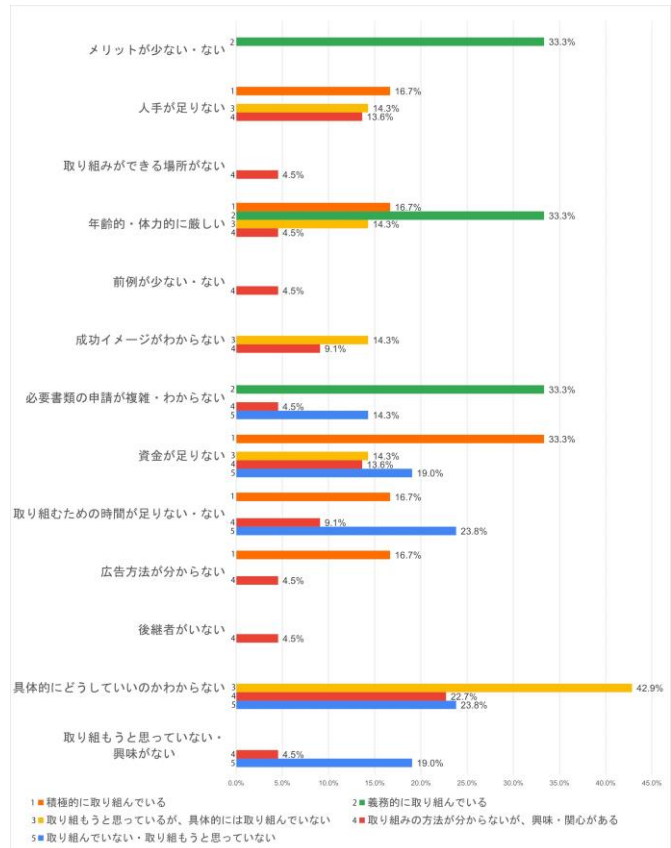


図8 居住地周辺以外によく利用する繁華街で活動に参加できない理由

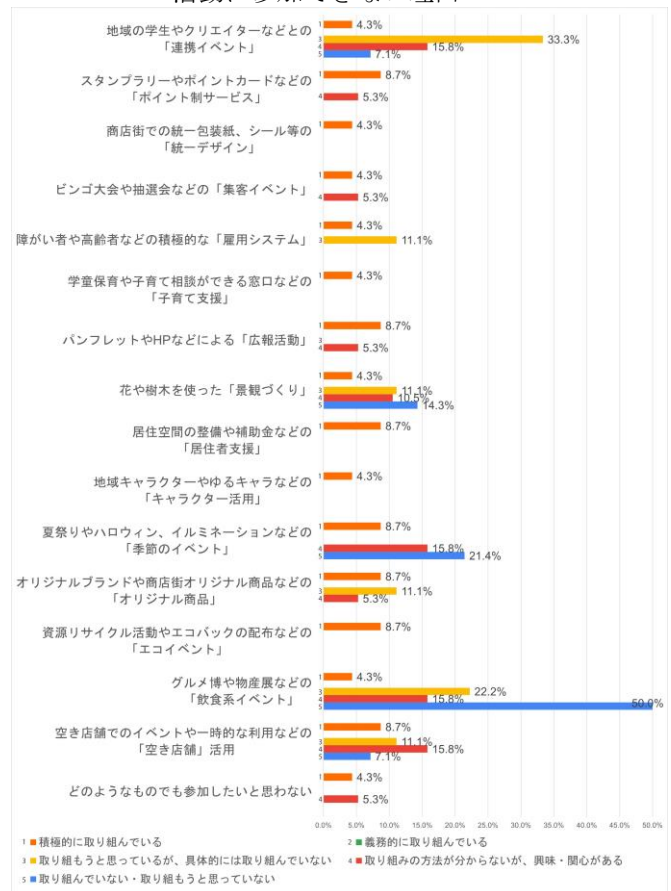


図9 居住地周辺以外によく利用する繁華街で参加したい活動

16.2%と少ないが、よく利用する繁華街のために活動している人がいることがわかる。活動しようとしている割合は41.9%もいることから、意欲のある人への活動への参加が増えることで、活動している割合が高くなることが期待できる。

4-2 活動に参加できない理由

居住地域以外での繁華街の活動を行っているかの取り組みの違いから、まちづくり活動に参加できない理由について調査を行った。「積極的に活動している」・「義務的に活動している」と回答している方が考える「参加しない人の理由」として考えられているのは、「資金が足りない」・「人手が足りない」という回答が得られた。

反対に現在、「取り組んでいない・取り組もうと思っていない」と回答した方がまちづくり活動に参加しない原因として挙げたのは、「具体的にどうしたらいいかわからない(23.8%)」「取り組むための時間が足りない・ない(23.8%)」「資金が足りない(19.0%)」「取り組もうと思っていない・興味がない(19%)」という回答であった。居住地域では無い場所であることから、活動していることは認知していてもどのように活動に参加すれば良いかわからない人が多いことが考えられる。

4-3 参加したい活動

居住地周辺以外でのよく利用する繁華街で、まちづくり活動をするには、具体的にどのような活動があれば、まちづくり活動に参加したいかを調査した。

「取り組みの方法がわからないが、興味・関心がある」と回答した方は、「空き店舗でのイベントや一時的な利用などの空き店舗活用(15.8%)」・「夏祭りやハロウィン、イルミネーションなどの季節のイベント(15.8%)」「グルメ博や物産展などの飲食系イベント(15.8%)」を求めている。

「取り組んでいない・取り組もうと思っていない」と回答した方は、「グルメ博や物産展などの飲食系イベント(50.0%)」・「ハロウィン、イルミネーションなどの季節のイベント(21.4%)」・「花や樹木を使った景観づくり(14.3%)」と回答した。よく利用する繁華街ということもあり、景観をつくっていく活動や飲食系のイベントがあると参加したいと考える人が多くいると考えられる。

5. 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。

地域活動の認知度において、1) 活動についての認知について、居住地周辺での活動は知らない割合が38.6%、居住地周辺以外の利用する繁華街では12.9%が知らず、29%が関心ない。2) 居住地周辺以外でのよく利用する繁華街での活動は関心がない等の傾向が捉えられる。

地域活動の意識においては、1) 取り組むができない原因として、資金不足が主に原因である。2) 活動に取り組もうと思っていない人が参加できない原因として、居住地周辺の繁華街では成功イメージがわからない、居住地周辺以外でのよく利用する繁華街では、具体的にどうすればいいかわからないことが原因である。3) 取り組もうと思っていない人が参加したい活動は居住地周辺、よく利用する繁華街ともに飲食イベントが多い。4) どのようにしたら参加できるのか、どのような活動をする と活性化につながるのかを認知してもらう必要がある等が明らかとなった。

表 2 取り組みができない理由

	取り組みができない理由					
	居住地周辺の繁華街	回答数	人数	居住地以外をよく利用する繁華街	回答数	人数
積極的に取り組んでいる	メリットが少ない 成功イメージがわからない	2	4	資金不足・人手不足	6	3
義務的に取り組んでいる	回答なし	0	1	申請が複雑・年数的に厳しい	3	2
取り組もうと思っているが、 具体的には取り組んでいない	人手不足・具体的にどうし たらいいかわからない・ 資金不足	7	6	具体的にどうしたらいいかわからない・ 資金不足・人手不足	7	5
取り組みの方法が分からないが、 興味・関心がある	人手不足・具体的にどうし たらいいかわからない・ 資金不足・成功のイメージ がわからない	61	19	具体的にどうしたらいいかわからない・ 資金不足・人手不足・ 成功のイメージがわからない	22	8
取り組んでいない・ 取り組もうと思っていない	成功のイメージが わからない	61	26	具体的にどうしたらいいか わからない・時間が足りない・資金不足・ 参加しようと思わない	21	13
無回答		0	6	無回答	0	1
合計		131	62	合計	59	32

表 3 参加したい取り組み

	具体的にどのような取り組みがあれば参加したいか					
	居住地周辺の繁華街	回答数	人数	居住地以外をよく利用する繁華街	回答数	人数
積極的に取り組んでいる	「空き店舗活用」 「季節のイベント」 「雇用システム」	3	4	「空き店舗活用」 「季節のイベント」 「居住者支援」	23	3
義務的に取り組んでいる	回答なし	0	1	回答なし	0	2
取り組もうと思っているが、 具体的には取り組んでいない	「参加したいと思わない」 「飲食系イベント」	6	6	「連携イベント」 「季節のイベント」 「空き店舗活用」	9	5
取り組みの方法が分からないが、 興味・関心がある	「飲食系イベント」 「空き店舗活用」 「連携イベント」 「景観づくり」 「季節のイベント」	63	19	「連携イベント」 「飲食系イベント」 「空き店舗活用」	19	8
取り組んでいない・ 取り組もうと思っていない	「飲食系イベント」 「季節のイベント」 「集客イベント」	47	26	「飲食系イベント」 「季節のイベント」 「景観づくり」	14	13
無回答		0	6	無回答	0	1
合計		119	62	合計	65	32

参考文献

前項と同様である。