

プロジェクト名：商業地の都市再開発が住民意識とその後のまちづくりプロセスに与える影響に関する研究

代表者：小嶋 文（理工学研究科・助教）

## 1 はじめに

### 1) 研究の背景と目的

都市再開発が行われた地区では、それまでの地域コミュニティが崩れまた新たなコミュニティが形成されず、まちづくりを担う主体として機能しない事態が起こっている。本研究では、申請者が関わる大宮西口地区をケーススタディとして取り上げて、見出された問題への解決方策を探ることとした。

大宮西口地区では現在、再開発後に転入してきた商店主の方々が、まちの賑わいを増すため活動を始めているが、再開発時の地権者で現在は多くが再開発後のビルオーナーとなっている人々と連携が取れない状況になっている。本研究では、地元の商店が中心となった賑わいあるまちづくりの手法として、公共空間である街路の利用に着目し、検討することとした。

### 2) 道路空間の利活用について

近年、既存の公共空間の有効活用が全国的に広まってきており、全国各地で社会実験が実施されるようになってきている。しかし、社会実験の枠を超えての本格実施への移行が柔軟化したことにより、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。反対住民への対応としての地元市民の主体的な参加と、より多くの市民のニーズへの対応というものが必要不可欠である。しかし、地元住民の反対、市民のニーズとの相違などが大きな問題となり本格実施に至らない例も多い。これは、道路空間利用の実態と効果について説明の不足が原因と考えられる。本研究では、道路空間の利活用効果を明らかにし、提示することにより地元住民の主体的な参加が増加すると考え、検証を行った。

## 2 研究方法

### 1) 公道を利用したオープンカフェ

本研究では、大宮駅西口周辺地区を実験対象地区として選定し、地元商店主らが組織する「大宮西口おもてなし実行委員会」が主催する大宮西口おもてなしオープンカフェをケーススタディとして扱った。大宮西口おもてなしオープンカフェは、大宮駅西口にほど近い「レンガ通り」で実施されており、沿道店舗が出店を出すとともに、路上に飲食ができるテーブルとイスを設置している。

オープンカフェ利用者に対する実験の効果に関しては、オープンカフェへの来場者、及びオープンカフェ未実施時の対象道路通行者へのアンケート調査結果を比較考察し検証を行った。さらに、オープンカフェ実施とオープンカフェ未実施について、対象道路で歩行者の交通量の調査を実施し、比較した。地元商店の意識変化に関しては、毎回の各店舗の実験への参加・協力状況の比較と2012年12月の実験実施後の各店舗に対するヒアリング調査によりその意識変化を検証した。

## 3 調査結果

### 1) 来街者の意識

2012年に二度行われた大宮西口おもてなしオープンカフェへの来場者アンケート結果から、道路空間を活用したオープンカフェの効果には大きく分けて、周辺道路空間の賑わいづくり、周辺店舗の認知度向上、周辺地域への回遊性効果、道路空間のイメージ向上が期待されることが分かった。オープンカフ

エ実施時には、半数近くの回答者が、路上の出店者や沿道を見てこれまで知らなかった店舗に気付いたとし、7割以上が「オープンカフェに来たついでにどこかに行ってみようと思う」と回答した。対象道路の「レンガ通り」の感じ方についても、「安全さ」、「居心地の良さ」、「楽しさ」について、オープンカフェ開催時において肯定的意見の割合が有意に大きくなった。オープンカフェ時は出店や飲食用のテーブルが路上に設置されているが、通りの「歩きやすさ」についても否定的な意見は増加しなかった。

歩行者交通量調査からは、オープンカフェを実施していない通常時に比べ、大宮駅に向かう歩行者のオープンカフェ開催通りへの流入率が、どの時間帯においても増加しており、オープンカフェ開催が賑わいづくりに役立っていることが考えられる。

## 2) 周辺店舗の意識

2012年度最後の大宮西口おもてなしオープンカフェ（12月開催）開催後にオープンカフェの効果についてまとめた資料を提示し、オープンカフェの目的や効果について説明することでどのような意識変化があるのかを分析した。歩行者数について興味を抱く店舗が多く、数値でのデータの示し方がオープンカフェの効果を理解しやすいと考えられる。店舗周知効果に興味を持つ店舗も多く、オープンカフェへの参加・協力にはオープンカフェ参加による店舗への集客効果や周知効果を提示することが有効であると考えられる。オープンカフェ効果の提示により、オープンカフェへの参加・協力の意思は高まると感じている店舗が多く、今後も効果の提示やオープンカフェに関して説明を続けていくことで、より協力的な店舗が増えると考えられる。

これらのことから、今後も効果の提示やオープンカフェに関して説明を続けていくことで、より協力的な店舗が増えると考えられる。また、今後の取り組みについても説明し、同意を得ていくことで、今後の開催が円滑になると考えられる。

## 4 結論と今後の課題

本研究では、地元主体による公道でのオープンカフェの事例を通して、再開発された地区におけるまちづくりに対する地元の意識について検討した。その中で、オープンカフェによる効果の提示により、オープンカフェへの参加・協力の意思は高まると感じている店舗が多いことが分かり、今後も効果の提示やオープンカフェに関して説明を続けていくことで、より協力的な店舗が増えると考えられる。

今後も効果の提示やオープンカフェに関して説明を続けていくことにより、オープンカフェ実施に関する理解を深めてもらい、より協力的な意見を持つ店舗が増えると考えられる。また、今後の取り組みについても説明することで、今後の開催が円滑になると考えられる。

本研究のまとめをふまえ、売上や集客効果を具体的な数値で提示することによる、周辺店舗の協力の意思の変化の検証。オープンカフェの効果だけでなく、今後の取り組み方針・目的についても店舗に説明していくことによる、周辺店舗の協力の意思の変化の検証。店舗協力を得やすい店舗周知効果の得やすい開催規模の検証などが必要と考えられる。以上の取り組みを継続して実施することで、コミュニティの形成とまちづくり活動の活発化が期待されると考えられる。