

高蔵寺ニュータウンの廃校利用施設の実態と課題

EC18008 伊藤 遼

1. 研究の目的

少子高齢化に伴い、全国的に廃校が増加している。様々な廃校舎の利活用がある中で高蔵寺ニュータウンでの廃校舎の利活用に注目した。高蔵寺ニュータウンの活性化を目的として作られた施設がどんな活動をして人を呼んでいるのか、今後の課題を調べる。

2. 研究の方法

全国のニュータウンでの廃校施設の利活用について情報を整理する。その中でも高蔵寺ニュータウンの遊休施設（グルッポふじとう）の利活用について調べる。グルッポふじとう内の各施設の利用者数を調査する。各データの整理・分析をし、問題点を考える。

3. ニュータウンにおける遊休施設の利活用の動向

日本では少子高齢化が進んでいる。同じく全国のニュータウンでも少子高齢化が進んでいる。それに伴い、廃校が増加している。廃校施設を利活用することでニュータウンを活性化させようと様々な活用の方法が取られている。鳩山ニュータウンでは、「鳩山町コミュニティ・マルシェ」という複合施設、多摩ニュータウンでは「デジタルハリウッド」という学校撮影スタジオ、泉北ニュータウンでは「シェアタウン泉ヶ丘ネクスト」という短大を中心に若者と高齢者が共生する教育、福祉のまちを作ったりしている。また千里ニュータウンでも子育て・学びの拠点づくりとして再整備されている。高蔵寺ニュータウンでは「グルッポふじとう」という多世代交流施設が整備された。



図1 グルッポふじとう

4. 廃校施設の利活用の動向

平成14年度から平成29年度に発生した廃校の施設は6580校ある。その廃校になった中で74.5%が何らかの形で活用されている。また活用されていないのは25.5%であり、そのうちの19.7%は活用の用途が決まっていないものである。残りの2.7%は取り壊しの予定である。

表1 廃校の活用状況

施設が現存している廃校の数	6580校	
活用されているもの	4905校	74.5%
活用されていないもの	1675校	25.5%
活用の用途が決まっている	204校	3.1%
活用の用途が決まっていない	1295校	19.7%
取り壊しを予定	176校	2.7%

出典 参考文献1)より作成

利活用には様々な廃校の活用用途がある。主な活用用途は社会体育施設 45.5%、社会教育施設・文化施設 34.3%、企業等の施設・創業支援施設 22.5%、福祉施設・医療施設等 20.2%、体験交流施設等 13.7%、庁舎等 12.0%、備蓄倉庫 5.0%、大学 2.1%、住宅 0.6%である。

表2 主な活用用途

	平成14年度～平成29年度		
	校舎	屋内運動場	合計
学校（大学を除く）	1756校	1717校	3473校
社会体育施設	164校	1417校	1581校(45.5%)
社会教育施設・文化施設	744校	450校	1194校(34.3%)
福祉施設・医療施設等	511校	194校	705校(20.2%)
企業等の施設・創業支援施設	526校	257校	783校(22.5%)
庁舎等	306校	111校	417校(12.0%)
体験交流施設等	302校	175校	477校(13.7%)
備蓄倉庫	113校	64校	177校(5.0%)
大学	41校	35校	76校(2.1%)
住宅	15校	7校	22校(0.6%)

出典 参考文献2)より作成

5. グルッポふじとうの概要

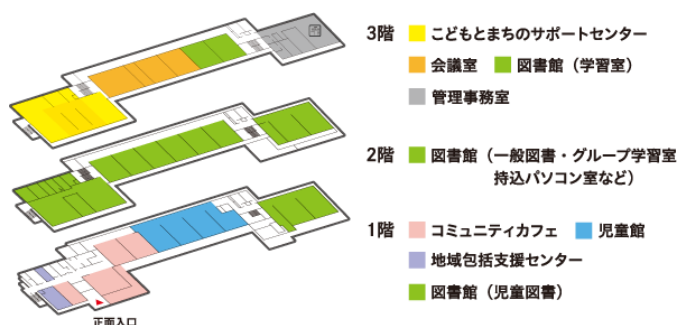


図2 グルッポふじとう施設図



図3 グルッポふじとう全体図

グルッポふじとうは愛知県にある高蔵寺ニュータウンのほぼ中心に位置する春日井藤山台 1-1 にあり、藤山台にあった旧藤山台東小学校を再利用した施設である。高蔵寺リ・ニュータウン計画の1つとして人々を呼びもどすためとして作られました。この施設は、「まなび」「交流」「居場所」をコンセプトとした多世代交流拠点施設で、図書館、児童館、コミュニティーカフェ、地域包括支援センター、こどもとまちのサポートセンター、貸会議室、体育館、運動場、駐車場などで構成される。

6. グルッポふじとうに関する調査

6-1. 利用者のデータの整理・分析

図2のグラフは平成30年度の「図書館」「児童館」「コミュニティーカフェ」「こどものまちのサポートセンター」の各利用者数である。基本的に安定していて3、4月が多くなっている。コミュニティーカフェは2

月、3月、4月の春に利用者が多くなっている。児童館は2月、3月、4月の春と8月が多くなっている。8月は夏休みでイベントが多くできるので利用者数が全体的に多いと考えられる。図書館は一年通してあまり利用者数は変わらなかった。

図3のグラフは令和元年度～令和2年度の「図書館」「学習室」「児童館」「コミュニティーカフェ」「こどものまちサポートセンター」のグラフである。

愛知県では2020年4/7～5/6と2021年1/8～2/7に緊急事態宣言が出された。その期間は大きく下がっている。緊急事態宣言が終わるとそれぞれ回復に向かっているがコミュニティーカフェは従来の半分以下になっている。

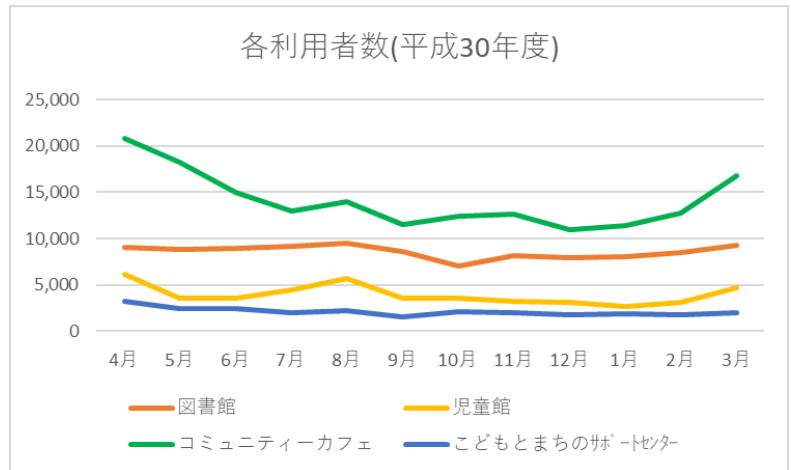


図4 各利用者数

出典 高蔵寺まちづくり会社資料より作成

6-2. 実施イベントの整理・分析

図4のグラフは主催者別のイベント回数である。グルッポふじとうでは様々なイベントが行われている。主催者は主に「高蔵寺まちづくり会社」「NPO法人まちのエキスパネット」「児童館」「図書館」「地域包括支援センター」に分けられる。左のグラフは主催者別のイベント開催回数である。ここから児童館で行われるイベントが非常に多いことが分かる。高蔵寺を活性化するためには若い世代に引っ越してもらう必要がある。子どもが小さい親に来てもらえるように児童館のイベントを多くしていると考えられる。

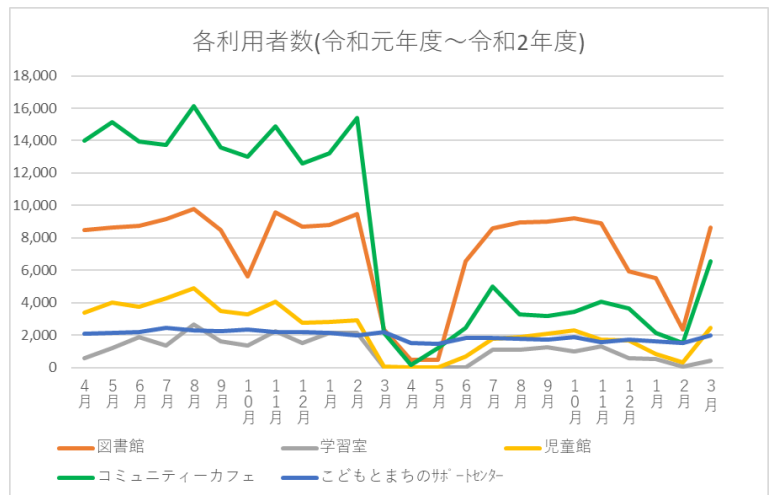


図5 各利用者数

出典 高蔵寺まちづくり会社資料より作成

6-3. コロナの影響と今後に関するヒアリング

なぜ児童館のイベントが多いのかという質問に石川勇三営業企画部長に答えてもらった。まず始めに小学校が地域のシンボルである。親はどこの小学校に入れるかで住む地域を決めることもある。また小学校が無くなると高齢化も進む。これらより小学校は大事な役割を果たしている。そしてグルッポふじとうにはニーズと政策がある。ニーズは高所得者に対して

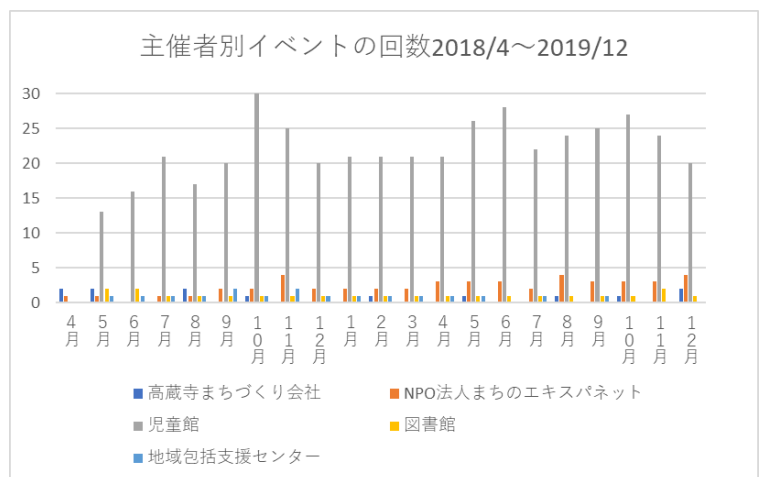


図6 主催者別イベント回数

出典 高蔵寺まちづくり会社資料より作成

図書館をすることである。政策は 0～3 歳の親に施設に来てもらうために児童館のイベントを増やすことである。

表 3 はイベント後に移動した組を観察したものである。

表 3 調査結果

	全体	えんがわルーム	カフェ	大屋根スペース	全体で移動した人
11/4 晴れ 19°	21 組	6 組 28%	1 組 4%	4 組 19%	11 組 52%
11/11 晴れ 16°	18 組	1 組 5%	2 組 11%	5 組 27%	8 組 44%
11/18 晴れ 16°	25 組	2 組 8%	0 組 0%	5 組 20%	7 組 28%
11/25 晴れ 13°	16 組	3 組 18%	4 組 25%	5 組 31%	12 組 75%
12/2 晴れ 9°	22 組	2 組 9%	0 組 0%	7 組 31%	9 組 40%
平均	20.4 組	2.8 組 13.6%	1.4 組 8%	5.2 組 25.6%	9.4 組 47.8%

出典 調査より作成

イベント後に移動するのは大屋根スペースの人数が一番多いことが分かる。これは屋外で子どもが遊ぶスペースがあるためである。また室内より屋外の方がコロナウイルスの危険が少ない点もある。カフェが一番少なかった。室内で小さい子どもを連れて行くのは大変なので少なくなっている。またお金もかかる点もある。えんがわルームは座敷があるのでそこでお弁当を食べることが多い。また全体で見ると平均で 47.8%の人が3つのうちどこかに移動して時間を過ごしている。よって子育て中の親の仲間作りに繋がっている。

7. まとめ

全国で少子高齢化が進みそれに伴い廃校も増加している。廃校舎の利活用の中で高蔵寺ニュータウンでの利活用に注目した。グルッポふじとうの利用者数を調べると、緊急事態宣言の影響で大きく下がっている。コロナの影響は今後も続くと思われる。グルッポふじとうでは人を呼ぶためのイベントが開催される。その中でも児童館のイベントが多くなっている。イベントを見に訪問したときにイベント後に親同士で交流があることがわかった。そこでイベント後に移動した組を観察した。結果は表 3 の通りで半分に近い人が移動していた。これは子育ての仲間作りに繋がっている。イベントに来ない人には人たちには情報は届きにくいのでその動きも取り入れる必要がある。

石川部長に話を伺った時に 0～3 歳の親は SNS を使っている世代とおっしゃっていたので LINE での情報発信だけでなく、Instagram でも発信をして普段施設に来ないひとでも目につくようにする必要がある。

参考文献

- 1) “「みんなの廃校プロジェクト」廃校活用の現状と可能性”, 文部科学省, <https://www.mlit.go.jp> (参照 2021-06-13).
- 2) “平成 30 年度廃校施設等活用状況実態調査の結果について”, 文部科学省, <https://www.mext.go.jp> (参照 2021-06-13).
- 3) “春日井市公式ホームページ”, 春日井市. 2021~. <https://www.city.kasugai.lg.jp>, (参照 2021-7-20)
- 4) “グルッポふじとう Web|-高蔵寺ニュータウン”高蔵寺ニュータウン. <https://kozoji-nt.com> (参照 2021-10-3)

柳ヶ瀬商店街における空きビルのリノベーションについて

EC18011 岡田 樹晏

1. 目的

岐阜県岐阜市にある柳瀬商店街は約130年の歴史を持つ商店街でかつては多くの方が賑わいを見せる場所となっていた。しかし、現在の柳ヶ瀬商店街では使われなくなった古いビルやシャッターが下りたままの状態の店などが多く並びシャッター街として認識されつつある。そんな中でも柳ヶ瀬商店街がかつての賑わいを見せるために取り組みを行っていることを知り、その活動が空きビルのリノベーションだということも知った。古くからの商店街の雰囲気を生かしながら現代の柳ヶ瀬として再生させる活動に興味を持ち、研究することで活動の全貌を明らかにすることにした。

2. 研究概要

(1) 柳ヶ瀬商店街

柳ヶ瀬商店街とは岐阜県岐阜市にある繁華街・歓楽街である。中部地方有数の繁華街とされている。



図1.柳ヶ瀬商店街位置

(2) 柳ヶ瀬商店街内のリノベーションされた施設一覧

表1.柳ヶ瀬商店街内のリノベーションされた施設

施設名	完成年	元施設	住所	
やながせ倉庫	2004年	築50年空きビル	岐阜市弥生町10丁目	アトリエ&ギャラリーショップ
やながせ倉庫南館	2017年	みそしげビル1階	岐阜市柳ヶ瀬通2-24	古道具mokkumokku
まちでつくるビル	2012年	家具展示場の5階建てのビル	岐阜市美殿町17	シェアオフィス
カンダマチノート	2015年	築50年の雑居ビル	岐阜市神田町3-3	シェアアトリエ
ロイヤル40	2017年	ロイヤル劇場ビルの空き区画	岐阜市日ノ出町1丁目20	アパレル・シェアショップ
矢沢ビル	2015年	築50年のテナントビル	岐阜市美殿町40	古本屋・岐阜大学研究室・デザイン事務所等
サロン・ドマルイチ	2019年	喫茶店マルイチ	岐阜市日ノ出町2丁目5-6	喫茶店・ギャラリー/イベントスペース・オフィス・シェアハウス



写真 1-1 やながせ倉庫



写真 1-2 やながせ倉庫南館



写真 1-3 サロン・ド マルイチ



写真 1-4 ロイヤル 40



写真 1-5 カンダマチノート



写真 1-6 まちでつくるビル

(3) リノベーションとは

リフォームと比べて大規模な建物の改修で、機能・価値の再生を目的とする。柳ヶ瀬商店街の空きビルリノベーションをすることによって生まれるメリットは 1. 新設や建て替えに比べて費用を削減できる 2. 使われていなかったビルが再び使われて活気づくことによって柳ヶ瀬商店街の雰囲気・イメージアップ 3. 古い建物の魅力を引き出し、現代の柳ヶ瀬に落とし込むことができる。などが挙げられる。



写真 1-7 矢沢ビル

3. 柳ヶ瀬内での活動

(1) リノベーションスクール

遊休化している不動産や周辺に存在するさまざまな資源を見出し、どうすればそのエリアの価値を上げ地域を生まれ変わらせることができるかを、チームメイトとともに真摯に向き合いビジネスプランを創り出す実践型スクールである。2019年8月と2020年11月の計2回開催された。

(2) やながせ R テラス

リノベーションに関する情報発信や遊休不動産の活用や出店、イベントの相談等の相談を対応する窓口。公益的スペース（休憩スペース）や多目的スペース（セミナーやワークショップの開催）などもある。管理運営は一般財団法人岐阜市にぎわいまち公社によって行われている。

(3) SUNDAY BUILDING MARKET

2014年9月にスタートしたハンドメイドのアクセサリや革製品、お菓子やパンが並ぶイベント。半年の間に出品者は100店舗を超え、人気飲食店では売り切れが出るほどの反響が出ている。



写真2 SUNDAY BUILDING MARKETの様子

4. ヒヤリング調査

柳ヶ瀬内にある岐阜市にぎわいまち公社に訪れ実際に柳ヶ瀬のまちづくりに関わってらっしゃる白橋様にヒヤリング調査を行った。

質問内容は(1)やながせRテラスについて(2)遊休不動産・リノベーションに関して(3)リノベーションスクールに関して(4)今後の課題と展望についての大きく分けて4つを質問した。

表2.ヒヤリング調査結果

質問内容	回答
(1) 合計何人体制で運営しているのか	公社職員が交代で行っている。職員4名・バイト2名の体制で行っている。
(1) どんな人が運営にかかわっているのか	基本的には公社職員が対応している。必要に応じて、行政や街づくり会社など連携を取っている。資格等を持つ専門家は少ない
(2) 遊休不動産の活用や出店、イベントの相談件数	イベント等に関する相談23件 不動産活用・出店に関する相談21件。
(2) 柳ヶ瀬内の遊休不動産数	総店舗数261 空き店舗数18
(2) 現在計画中・進行中のリノベーション	2・3件の計画が現在進行中。
(2) リノベ街づくりによって生まれた人流、集客への効果	リノベによって効果をもたらしているというよりは、サンビルなどのイベントを通して柳ヶ瀬に触れてもらうことでまち全体として集客効果をもたらしている。このことからビルをリノベーションしたから柳ヶ瀬が活気づいたわけではない。
(3) 計2回のリノベスクールを通して生まれた成果	1回目 4件の案。2回目 2件の案が出た。しかしコロナの影響で実行する段階までは進まなかった。
(3) リノベスクールに参加している人の年齢層	19歳～58歳くらいまでの幅広い年代が参加。
(4) リノベ街づくりを進めるうえでの課題	不動産オーナーの方の理解を深めること。また、行政と民間の連携が重要である、行政が民間を応援する姿勢も必要。
(4) 今後さらにどのような取り組みを展開する必要があるか	事業を積極的に取り組む人やそれを支援する人をどんどん集めていく必要がある。街づくりを自分たちで行うという意識改革。自費中などに気分転換での近場の散歩などを通して、公園が少ないなど自分たちのまちに何も無いということに気付いた人も多いと思う。その気づきと街の課題を自分たちで変化させていくという気持ちが人々に芽生えたらいいと思っている。

ヒヤリング調査を行ったことでリノベーションによる効果のみにより柳ヶ瀬商店街の活性化を狙っているわけではない。SUNDAY BUILDING MARKETを通して柳ヶ瀬商店街という場所で買い物をする文化を形成。その後イベント日以外に柳ヶ瀬を訪れる人が増え、整備したりリノベーションしたビル等が賑わいを見せるというまち全体を通しての活動が結果的に活性化につながることを知った。

柳ヶ瀬で買い物をする文化を形成する
(サンデービルジングマーケット)

柳ヶ瀬商店街内のコンテンツ整備
(リノベーション等)

リノベーションをして施設を増やしたから、柳ヶ瀬が活性化するわけではない。

図2.ヒヤリング調査結果後感じた事

6. インタビュー調査

ヒヤリング調査後、柳ヶ瀬商店街の活性化に向けた活動には商店街全体としての取り組みや SUNDAY BUILDING MARKET の存在が大きいことを知り、過去に2度 SUNDAY BUILDING MARKET に出店したことがある友人を見つけ出したためインタビュー調査を行うことにした。

インタビューを行った友人は名古屋製菓専門学校を卒業し、現在パティシエとして活躍している。

インタビュー内容は、SUNDAY BUILDING MARKETに出店した経緯やイベントの雰囲気、どんなものを出店してどれくらい売れたのかなどを質問し出展者目線で答えてもらった。



写真 3.4 実際に出店した焼き菓子

7. インタビュー調査結果

表 3.インタビュー調査結果

買い物をしてくれたお客さんに関して	2回とも完売で、年齢層(見た目)は20代~60代まで幅広くて、若い人とか年配の人は焼き菓子1袋とかをよく買っていて、40代くらいの方に女性が焼き菓子缶をよく買ってくれた。人は午前中から昼にかけて特に多くて、夕方の終了間際はまばら。
サンプル全体の雰囲気に関して	お客さんも他の出店者さんも穏やかな人が多かったり、店とお客さんで仲良さそうだったり、店同士で仲良さそうだった。イベント全体の雰囲気はとても良くて活気づいていた。自分たちもお客さんとして来てみたくなった。
出店した経緯に関して	出店する経緯は、「自分たちの作りたい菓子は一般の方々に受け入れてもらえるのだろうか?」という疑問と、将来自分の店を持つためにお店としてやっていくにはまず何がどれだけ必要か、初期投資はこの規模でどれくらいかかるのか、どんな事をやらせたら買物をしてくれるのか(展示の仕方、インスタ等での宣伝、ショップカードやロゴ・看板等々)という事を実際にやることで本当の事を自分の肌で感じておきたくて、今のうちにできるサンプルで挑戦してみようと思って出店することにした。

8. 研究結果・考察

リノベ街づくりというものはハード面の整備という点が目立ちがちだが、ハード面の整備のみによって町全体が活性化するわけではない。むしろ、整備した施設に訪れる人をどのように獲得するかという点が最も重要な点であり難しい点でもある。柳ヶ瀬商店街は SUNDAY BUILDING MARKET や商店街内での数多くのイベントを通して柳ヶ瀬商店街に訪れる人を増やすという戦略を取り、その成果として柳ヶ瀬商店街内に買い物に訪れる人を獲得していった。このように順序立てた計画が必要であり、それがあって初めてリノベーションによって整備された店が街の活性化に生きる。

土地の魅力を活かしながら町おこしをするためにはその土地にあった戦略が必要であり、柳ヶ瀬商店街の場合はリノベーションという形で店舗整備を行うことで柳ヶ瀬商店街の雰囲気を活かしながら比較的安価に整備ができるという点で最適な方法の一つであったといえるだろう。

また、SUNDAY BUILDING MARKET というイベントは若者の挑戦の場としても生かされており単にまちづくりのみに収まっていない魅力的な活動だった。

イベントに出店した方やお客さんとして訪れた方が柳ヶ瀬商店街の魅力を感じ取って将来的に柳ヶ瀬商店街へなにかしらの形で関わる人が生まれることがあるならば更に魅力的な商店街になるだろう。

参考文献

1) リノベのススメ (参照 vol.192 vol.194 vol.196)

https://colocal.jp/topics/lifestyle/renovation/20200310_132674.html

2) まちづくり事例

<https://machi.smrj.go.jp/machi/public/example/180815gifu03.html>

空間シミュレーションゲームを用いたまちづくりワークショップについて

EC18012 小黒 大輝

1. 研究の背景と目的

まちづくりワークショップにおいてコロナ禍では、大人数での開催は厳しくなっている。さらに、少子高齢化社会であるため、若者の意見が少なくなっている点がある。そのワークショップでは、想定される成果物の表現が様々ある。CGや模型、レゴブロック¹⁾などが上げられるだろう。そんな中、オンラインで開催可能な若者に人気の **Minecraft** というゲームに注目し、利点や問題点を整理した上で新たなまちづくりワークショップを提案する。



写真1 レゴブロックで街を再現

2. 研究の方法

Minecraft を用いたまちづくりワークショップを行っている団体を対象に、実施スケジュールや開催場所、人数や製作物など調べ、それらを1つの表でまとめ比較する。また、実際に存在する街を製作物とした団体にヒアリング調査を実施した。

3. Minecraft の概要

そもそも **Minecraft** と言うのは世界中で最も親しまれているゲームであり、主に PC やスマートフォンでプレイされている。**Minecraft** の世界では、ほぼすべての物体が、約1メートルの立方体で表されている。その中でユーザーの目的に合わせて建築がやりやすいもので遊べたり、1から資材を集めて、サバイバル生活をしながらプレイするモードなど、様々な楽しみ方があるサンドボックス型ゲームだ。さらに **MOD** と呼ばれるものでゲーム内を改造することも許されている。

4. Minecraft を用いたまちづくりワークショップの把握

SNS やオンライン、情報発信技術の向上により、全国各地で多くの団体が、**Minecraft** を活用したワークショップを開催している。

そもそも **Minecraft** には4種類ある。それは、Java版、統合版、教育版、その他である。多くの主催者は、この中でも教育版を活用している。教育版は、プログラミング教育・情報教育・協同学習などの教材として使えるようにした教育向けエディションである。監視や行動制限をかけることができる。

参加者の多くは小学生から中学生が多いが、1部高校生に向けた **Minecraft** ワークショップも存在する。しかし、20歳以上を対象としたワークショップは現時点では存在しない。そこで、実際に **Minecraft** をプレイしている年齢層を把握するため、10歳ごとに分けられている調査結果を参照すると全体の48%が10代で30%ほどが20代であった。決して20代が少ないという訳でもないことが分かる。²⁾



写真2 ワークショップの様子

5. Minecraft まちづくりワークショップに関する調査

5-1. 実施方法の比較

今回、ワークショップにおいて Minecraft を用いて実施した団体は 14 団体である。これらの実施方法を比較するため、表でまとめると次のとおりである。

表1 Minecraft を用いたワークショップの実施方法の比較

主催者	テーマ	期間	対象	人数
リバイブ熊本	マイクラフトまちづくりワークショップ	H29.3.20	小学校4年生～6年生	8人
佐賀県 こども未来課	未来の街づくりプロジェクト	H30.7.30～8.5	北海道と佐賀県の小学校5年生～6年生	29人
Innovation Power	マイクラで遊んで考える！世界の課題解決体験 (SDGs)	R2.1.19	小学校4～6年生	16人
アルスクール	家をつくろう	R2.11.13～11.31	アルスクールに通う子供	6人
日本マイクロソフト	スポーツ施設のある街をデザインしよう	R1.9.23	15歳以下の男女	30名以内のチーム×133
コーダー道場名護	教育版マイクラフトワークショップ	R1.6.29	小学生～中学生	20人
ソニー企業株式会社	みんなでチャレンジ！ご当地クラフト	H.27.3.22～4.5	親子	9人
株式会社ビヨンド	新卒採用活動にマイクラフト	R.3.26とR.3.3.11	高校生	各20人
CA Tech kids	立命館小学校の地元、京都の観光名所を案内しよう	H29.9.1～H30.3.28	立命館小学校の6年生	小学6年生全員
株式会社みらいスクール	マイクラフトで楽しむ！キッズプログラミング教室	R3.6.20	小学校1年生～6年生	16人
MCEdu2016実行委員会	宮沢賢治の「やまなし」の世界をマイクラフトで再現しよう	H28.8.21	小学校4年生～6年生	9人
角川ドワンゴ学園	バーチャルなまちづくり	R3.3.1と3.3と3.5	中学生～高校生	100人
専修大学	仮想空間の中に楽しいコミュニケーションを生み出す仕掛けをつくろう	R2.8.9	入学希望者	12人
たらぎ財団	理想の多良木町をマイクラでつくろう	R3.3.19～3.21	小学校4年生～6年生	23人

Minecraft を用いたワークショップを行っている事例をまとめてみると、複数日開催されているのは 14 団体中 7 団体であり、対象者がほとんど小中学生の中、高校生を対象にしているのは 3 団体存在した。

5-2. ヒアリング調査

今回、ワークショップで実際の街を Minecraft で再現している団体 3 つに絞り、ヒアリング調査を行った。対象団体はリバイブくまもと、佐賀県こども未来課、たらぎ財団である。主な質問項目は以下の通りである。

表2 共通質問

①具体的なタイムスケジュール ②協力してくれた人、団体 ③Minecraft を活用したきっかけ ④開催の目的 ⑤参加費 ⑥操作に慣れない子が居たか ⑦今後も Minecraft を活用していきたいか ⑧コロナ禍での開催ではどうか(オンライン等)
--

表3 個別質問

①熊本県 リバイブ熊本主催 ・共同制作物か個別制作物か ②佐賀、北海道 佐賀県子供未来課主催 ・合同でやった際の苦勞した点、良かった点 ③熊本県 たらぎ財団主催 ・大人数で行う大変さ、利点

今回、多くの質問がある中で、共通質問③Minecraftを活用したきっかけ④開催の目的、個別質問に限定してヒアリング調査結果を以下の表に紹介する。

表4 各団体へのアンケート調査結果

主催者	部署・役職・氏名	日時	場所	Minecraftを活用したきっかけ	開催の目的	個別質問
リバイブくまもと	(部署)企画・検討部門 (役職)運営委員会 (氏名)内山彰	2021年 7月12日 15時	zoom	身近にパソコンがある中で学校では学べないツールを活用し、ゲームであるMinecraftを活用することで、一つのきっかけにしてほしかった。	熊本地震を経験した被災地域の子どもの対象に、心のケアと居場所づくり、そして論理的思考や情報活用能力、社会性の向上を目的とした学びの場を提供する。	●共同制作物か個別制作物か 自分の家を作る時は個別質で作ったが、最終的な制作物は共同制作物。
佐賀県こども未来課	(部署)佐賀県こども未来課 (役職)子育てし大県推進担当係長 (氏名)野口 亜紀子	2021年 10月6日 14時	メール	平成30年は、明治維新150年、北海道命名150年の節目であるため、札幌で都市計画を行った佐賀藩主の島義勇に縁のある佐賀県と北海道で交流事業を行った。	まちづくりを体験することで、島義勇などの先人たちのまちづくりへの想いを体感してもらうため。	●合同で開催した苦労した点 良かった点 マインクラフトの習熟度や、性格等を考慮し4人から5人程度のグループでの開催したことがよかった。
たらぎ財団	(部署)企画観光課 (役職)地方創生推進課 (氏名)栃原誠・才津宜大	2021年 9月18日 11時	Google meet	Minecraft事務局長の土井さんにMinecraftを活用して地域活性化したらといわれ、実行することになった。	多良木町はIT化に遅れているため、Minecraftを活用しパソコンに触れさせ、地域活性化を図る。	●大人数で行う苦労、利点 子供たちの情緒が高ぶるのでそのコントロールが大変。 保護者にも好評を貰った。

5-3. 調査結果のまとめ

今回ヒアリング調査を行ったことで浮かび上がった共通点やポイントを以下にまとめた。

- ①市役所が主催している②複数日で開催している③基本参加費は無料④子供たちは情緒が不安定であるため予定通りに進行するのが大変である⑤オンラインで開催可能だが、基本対面でワークショップを開催したい⑥YouTubeなどで、全体公開しているワークショップは少ない、の計6点である。

6. 新しいまちづくりワークショップの提案

以上の調査結果をもとに新しい形のワークショップを提案する。表3ではその参加にあたっての詳細とスケジュールをまとめた。

表5 提案するワークショップの詳細

参加詳細		スケジュール
テーマ	未来を描こうMinecraftワークショップ	1日目 9:30~10:30 まちづくり講座・班決め
主催者	清須市役所	11:00~12:00 現地見学 13:00~15:00 マインクラフトの基本操作講習
開催期間	3日間	2日目 9:30~10:30 グループで開発地の構成を話し合う
場所	清須市役所	11:45~12:00 実際にマインクラフトでの制作する① 13:00~17:00 実際にマインクラフトで制作する②
参加対象	高校生1年~大学4年 定員16人	3日目 9:30~12:00 実際にマインクラフトで制作する③ 13:00~14:00 発表会
費用	無料	

今回、清須市役所内でまちづくり講座や班決めを行った後、現地調査を行うため、清須市役所から歩いて 10 分以内の場所対象地域として今回ワークショップを進める。右の図 1 に赤い枠で示されている地域である。



図 1 対象地域 (航空写真)

今回の細かいテーマとしては若者が集まりやすい街をテーマに設定し、**Minecraft** で制作を進めていく。そういった観点から今回の対象者を高校生から大学生と決めた。今まで調査を進めてきた団体は主に対象者は小学生である。ですが小学生を対象とする理由は明確にあった。それは子供たちのプログラミング教育や柔軟な考え方を持たせることも目的としている団体が多かった。今回提案するワークショップはそういった目的ではなく活動的に動いている高校生や大学生を対象とし、その学生らにリアルな経験や考えをもとに今回のワークショップを開催する。

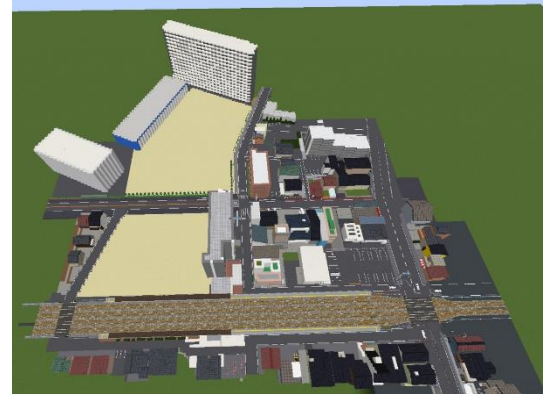


図 2 対象地域 (Minecraft)

図 2 は、学生に配布し制作を進める **Minecraft** のワールドだが図 1 と比較すると開発地点だけが薄い黄色でまっさらな土地になっていることがわかる。これを事前に市役所側が制作し準備しておくことになる。このワールドでは今回使用したパソコンのスペックも考え、3 種類の **MOD** を使い現実に近いものを制作した。そして図 3 では、そのワークショップで予想されるまちづくりの一例である。今回作ったものは上半分に噴水広場と 3 つの建物からなるエリア。この 3 つの建物ではカフェやレストランを想定している。そして上のエリアの下半分では、ドライブスルーも行える有名チェーン店を制作した。そして一番下のエリアだが、中規模の商業施設を設置した。その屋上では野球やサッカーなど体を動かせる施設をつけることで学生の集まりやすい街を完成させた。



図 3 完成予想図 (Minecraft)

7. まとめ

今回、提案するワークショップを考案した中で、気づいた点がある。それは 1 人で配布ワールドを作成するには時間がかかること。もちろん複数人いればそれも倍速に進んでいくので解決策はある。またパソコンのスペックの限界まで **MOD** の数を入れてしまうとパソコンが重くなり壊れることだ。直接的な原因かははっきりしないが、今回使用したパソコンも負荷をかけすぎ、毎回起動時にエラーが出てしまうようになった。しかし、これも高スペックのパソコンを用意することで解決出来る。

これらのことと言えるのは比較的前準備が必要になるが、若者にワークショップに参加してもらい活気のあるまちづくりをする手段として **Minecraft** を活用することは、非常に便利なツールの一つであるということが言えるのではないだろうか。

参考文献

- 1) 渋谷文化：子ども達とレゴで作る <https://www.shibuyabunka.com/phone/blog.php?id=937>(参照 2021.4.14)
- 2) App App：10 代に人気の「マインクラフト」アプリのユーザー獲得方法【有料ゲーム特集】
<https://lab.appa.pe/2016-03/minecraft-app-html.html>(参照 2021.6.21)

犬山市の観光まちづくりの実態と経緯の分析

EC18022 河橋史弥

1. 研究の目的

近年観光客増加により引き起こされている観光地の問題を把握し、対策案を提示し実行することで観光地の利便性や安全性が確保される。そんな中今年にはコロナの影響で外国人観光客が少なく、国内でも外出する機会が減ったことで全国の観光地で比較的観光客が減少した年である。コロナが終息し観光客が元に戻った際、観光地での問題が多発しない為に現状で改善策を講じておくことが必要である。

2. 研究の方法

調査する観光地として犬山城下町を取り上げる。まず犬山城下町の観光客の現状を知るために定点調査として主要な通りで断面交通量調査を行う。また犬山市の主要な通りにおける店舗の変遷を調査し、過去の店舗からの変化を見て現在の通りに必要な店舗があるか考察する。

3. 犬山市における観光まちづくりの概況

犬山市は愛知県の最北部に位置する都市であり、犬山城と有楽苑の2つの国宝がある。またすぐ近くに木曾川が流れており、愛知県内で鶺鴒など、川を起用した観光をできるのは犬山だけである。犬山城に着目すると入込客数は犬山市観光戦略から常に増加傾向にあり2018年では約62万人を記録している。また2004年から見ると約41万人増加しており、犬山城下町も大きな賑わいが出ている。城下町目的の観光客も多い。宿泊者の動向として減少傾向にある。犬山の宿泊者率は2018年で2.4%と日帰り旅行者が圧倒的に多い現状である。また2019年度に1番の宿泊数を誇っていた名鉄犬山ホテルが営業を終えたことで宿泊者が減少した。同じ場所にホテルインディゴ犬山有楽苑が開業予定であり宿泊者増加が期待されている。コロナ禍での観光客の動向として外国人観光客や中年層の観光客の減少から全体としては赤字の店舗が多い。一方で本町通りでは若い女性が多く、若い女性の来訪という点では新型コロナウイルスの影響も見られない。逆にコロナ禍でも客が増え、売上も伸びている場所もあるなど店舗によって好不調の差が出ている現状である。新型コロナウイルスの影響で観光はどこも落ち込んでいるというイメージを持たれているが犬山では逆の現象も起きていて女性受けする店舗では行列が出来るほど混雑している。

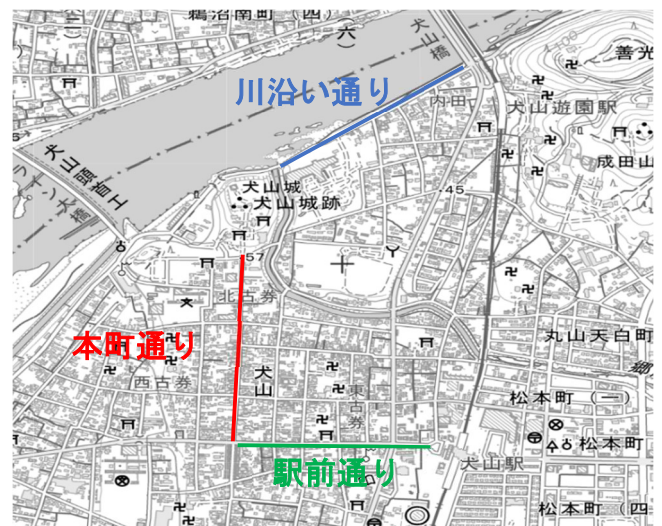


写真1 犬山市地図

参照 国土地理院より

4. 観光の実態に関する定点調査

定点調査として川端通り、本町通り、駅前通りの3地点で断面交通量調査を行った。同時に観光客層を知るためカップル、親子ずれ、若者男女、中年層男女の分け方で分けて調査を行った。本町通りを代表例として記載し、他の地点でも同じようにグラフで示した。

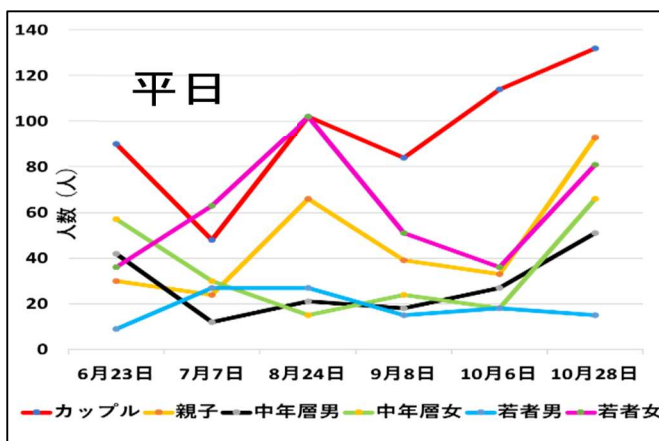


図1 平日での本町通りの調査結果

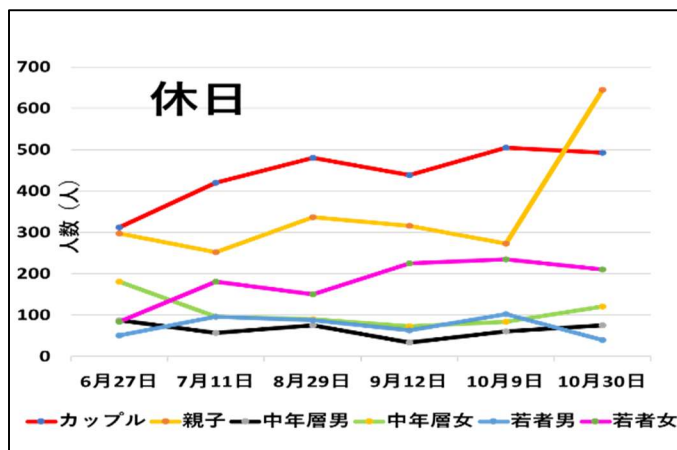


図2 休日での本町通りの調査結果

本町通りの特徴として平日はカップルと若者女性の割合が大きい。また男性が少なく女性の割合が多いことが分かる。コロナ関連として9月8日は緊急事態宣言であり、それ以前は蔓延防止措置が取られていたが図を見ても大きい変化はない。10月に入ってから若者男性以外の属性が急激に増えており、犬山でコロナの影響を最も受けた中年層女性も大きく増えていることから少しずつ観光客が戻ってきている。休日を見るとカップルは安定して数が多く、平日に比べ親子連れの割合が多い結果だった。親子連れが10月に入って急増している。親子連れは一番外出を控える層だというイメージがあり、このことからコロナの影響が少なくなっていることが分かる。

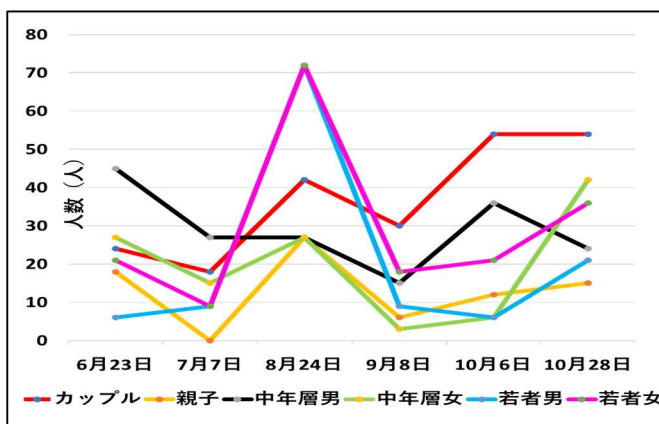


図3 平日での駅前通りの調査結果

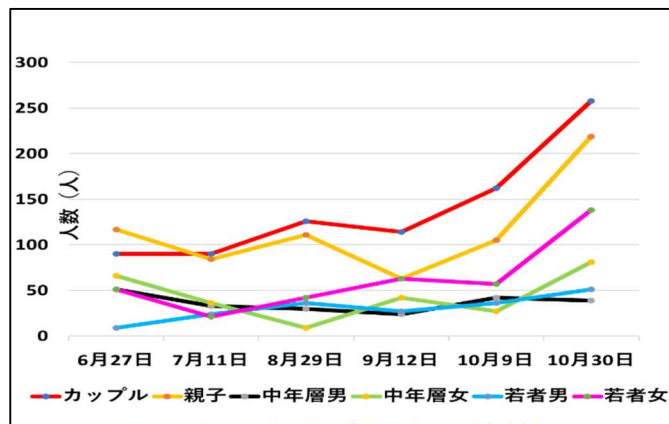


図4 休日での駅前通りの調査結果

駅前通りの調査結果から分かることとして平日は本町通り同様カップルが比較的多いが、中年層の割合は本町通りより多い結果である。駅前通りと言うことで夏休み時の調査日は犬山高校の学生の通行が圧倒的だった。また10月後半の調査結果は中年層女性が増加しており、コロナ前の主要な観光客層であった中年層の人が戻ってきていることが分かる。休日は10月後半を見ると男性は増加していないがその他は大きく増加している。本町通りに比べ全体の数が半分となっているため、単純に電車で来る観光客より車で来る観光客が多いことが分かる。

川沿い通りは図を省略したが調査結果から平日休日どちらも観光客層は集中しておらず特徴はない。どちらも地元の人が散歩やサイクリングを楽しんでいる人が多く、観光客の通行はほとんど見られない。

5. 主要な通りにおける店舗の変遷

店舗変遷調査は年が進むごとにどのような店舗が増えたり減ったりしているか住宅地図を基に調べることで現在に必要な店舗を知るために行う。調査場所として変化が大きかった川沿いと本町通りで調査を行い、1971年を最も古いデータとして10年ごとの住宅地図を用いた。例として本町通りの1区間を例として示し

た。図3の様にそれぞれ地区と道の東西で分けて行った。店舗の種類は宿泊施設、飲食施設、物販施設、歴史関連の施設、体験施設に分類し、施設以外の場所をまとめて空き地住宅で表した。

本町通りの店舗の変遷調査結果は表1の通りである。

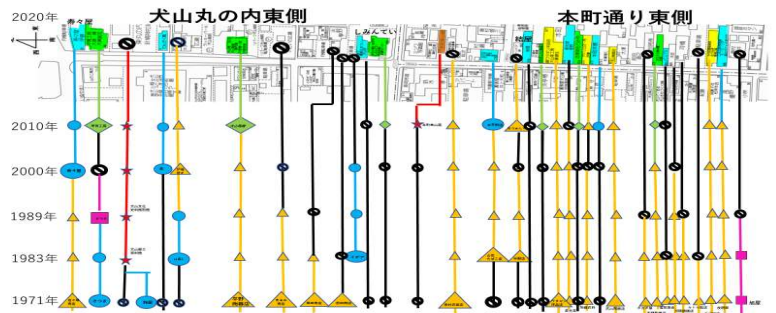


図5 本町通り店舗変遷調査結果

表1 本町通りの変遷調査結果 (軒)

	1971	1983	1989	2000	2010	2020
宿泊施設	1	1	1	0	0	0
飲食施設	10	11	9	9	15	29
物販施設	84	74	65	47	38	26
歴史関連	1	2	3	5	7	7
体験施設	3	2	2	2	8	9

本町通りの調査結果から分かることとして物販施設の減少が大きい。1971年と2020年を比べると約3分の1まで減少している。歴史的背景から1988年にイトーヨーカドー犬山店が出来たことで移転する店舗があったことが減少の要因の一つと言える。昔は地元の人を使う商店街だった為施設のほとんどが物販施設だったが現在は観光客に合わせて飲食施設などが多くなっている。また2000年から飲食施設と体験施設が多くなっていることも分かった。特に飲食施設は2010年から2020年の間に約2倍の店舗数に増加している。歴史的背景から2009年に電線地中化を完了したことで観光地として賑わい始めたことが要因の一つと言える。全体として地元の人が利用する店舗から観光者向けの店舗に変化していることが分かる。

次に川沿い通りの結果は表2の通りである。

表2 川沿い通りの変遷調査結果 (軒)

	1971	1983	1989	2000	2010	2020
宿泊施設	10	10	9	7	5	3
飲食施設	7	7	7	3	3	3
物販施設	5	5	3	1	1	0
歴史関連	0	0	0	0	0	0
体験施設	0	0	0	0	0	0

川沿い通りの結果から分かることとして一番言えることは宿泊施設が徐々に減少している。城下町の宿泊施設のほとんどが川沿い通りにあるため宿泊施設の減少に伴って宿泊者減少につながっている。昔は物販施設が5か所あったが、現在は無くなっている。歴史関連の施設や体験施設が昔から存在したことがない。現在の観光地化した城下町を踏まえると観光客が惹かれる店舗がほとんど無いことが分かる。

6. 犬山市役所での意見交換

11月24日犬山市役所職員の方々と意見交換を行った。経営部企画広報課から2名と経済環境部観光課から3名、国際開発コンサルタントから1名の方々の前で発表して意見を頂いた。頂いた意見として施設名の読み方の指摘からスライドを見やすくするための指摘を頂いてその後修正した。また犬山市の現状の一致や観光課の方々のまちづくりの方向性も理解でき良い意見交換ができた。



写真2 市役所での意見交換の様子

7. 調査を踏まえた今後のまちづくり案

最初に本町通りのまちづくり案として丸の内地区と本町、中本町地区と下本町地区の3地区に分けた。

丸の内地区のまちづくり案としては丸の内地区における店舗の割合が多い施設の質の向上や増設するべきである。断面交通量調査から犬山城が休業していた時期でも城下町の観光客数は多かったことから、城下町目的の観光客が多いことが分かる。犬山城までの道のりであるので観光客の通行は多いため興味を引く様な施設があるべきである。店舗変遷調査から丸の内地区は体験施設と歴史関連の施設が多い地区である為、今ある施設の質を向上させたり増設したりするべきである。観光客の内若者が多いことから若者が興味を持つような体験施設を作るべきである。城下町内を着物で歩く人が増えてきていることから着付けの施設などがあると観光地として活性化できるし本町通りに集中している観光客の分散にも繋がり観光地として発展する。



写真3 城下町での着物観光
参照 犬山観光情報より

本町、中本町地区のまちづくり案としてゆっくり飲食できる施設と地元の人が通いやすい物販施設が必要である。断面交通量調査から観光客の大半がカップルと家族連れであり徐々に家族連れが増加している。また本町通りは食べ歩き飲食店が多いためゆっくり飲食する場所が必要である。店舗変遷調査から以前は住民中心の商店街だった。観光客が多くなり飲食施設が多くなっている為、住民の人が行きやすい物販施設などあることで観光客と地元の人どちらにも優しいまちとなる。



写真4・5 食べ歩きスイーツ例
参照 芳川屋・ホンマチコーヒーサイト

下本町地区のまちづくり案として整備や開発して過去の様な商店街の活気を取り戻すとともに観光客層に合わせた施設を建てるべきである。断面交通量調査より観光客の通行はほとんどない。店舗変遷調査より過去は商店街として栄えていたが現在は店舗が少なく暗いイメージがある。そのため若者や家族連れが興味を持つような施設があることで観光客の分散に繋がる。また過去の商店街の様な活気が出れば、地元の人も通うようになり、観光地としても地元の人が通う商店街としても活性化する。

川端通りのまちづくり案としてホテルインディゴ犬山有楽苑の周りに施設を増やし、川沿い通りを発展させるべきである。また宿泊者を増やすために宿泊施設を増やすことが必要である。断面交通量調査より観光客の通行はほとんどない。観光客が行く目的がない為、通行が無いことが分かる。店舗変遷調査から全ての施設が減少しているが宿泊施設の減少が最も注目される。宿泊者が少なく日帰り客がほとんどの現状で宿泊者を増やす取り組みは観光地として必要である。そんな中ホテルインディゴ犬山有楽苑の開業が大きく影響を与えることになる。ホテル周辺に店舗を建て、川沿い通りを発展させることが必要である。

参考文献

1)犬山市：犬山市観光戦略会議, 2021-04-10,

<https://www.city.inuyama.aichi.jp/shisei/shiyakusho/1004219/1006132.html>,(参照 2021-04-15)

2)国土地理院：地理院地図, (参照 2021-12-22)

<https://88sekaiisan.org/map/#5/35.362222/138.731389/&base=std&ls=std&disp=1&vs=c1j0h0k0l0u0t0z0r0s0m0f1>

高蔵寺駅南口商店街の変遷と課題解決について

EC18042 鈴木大河

1. 目的・背景

商店街は、戦後復興期から高度経済成長にかけて数を増やしていき、駅前や中心市街地で商売するなど、街の顔として存在しており、地域の活性化や地域コミュニティを形成する場として地域に貢献してきた。その後、百貨店が台頭してきたことにより、商店街が百貨店と競合することとなったが1974年に施行された大規模商売店規制法により大型店舗の出店が規制されていた。しかし2000年代になると大規模商売店規制法が廃止され大規模商売店立地法に代わったことにより大型店舗への規制緩和が行われた。それに伴い、郊外の大規模商業施設が増加し、商店街を中心とする中心市街地は空洞化していった。近年、商店街が抱える課題は多岐にわたり、空き店舗の増加、後継者不足、大型店との競合など問題が山積みになっている。



写真-1 高蔵寺駅商店街

高蔵寺駅南口商店街も同様の問題を抱えており、空き店舗の増加や後継者不足など、当時の栄えていたころの面影はなくなっている。この調査を通じ、高蔵寺駅南口商店街の現状や今までの年代ごとの店舗の移り変わりをすることで商店街の抱える問題や課題解決に向けた解決策を検討することを目的とする。

2. 研究方法

まず、春日井市のゼンリン住宅地図のより、高蔵寺駅南口の調査対象範囲から住宅用途以外の建物を抽出し、抽出した建物から小売業、飲食業、サービス業の3つに分類し、さらに小売業から8つ、飲食業から3つ、サービス業から9つの業種に分類した1970年から現在までの10年間隔の図に分け、商業施設の変遷を把握し比較と考察を行う。その結果を踏まえてヒアリングを行い、高蔵寺南口商店街における課題解決を考える。



図-1 調査の対象範囲

3. 高蔵寺駅南口商店街の概況

高蔵寺駅商店街は、高蔵寺駅をはさんだ南側北側にあり、北側は高蔵寺町北3丁目から北5丁目を地域であり、南側は高蔵寺町1丁目から8丁目という、東西の広い範囲を占めている。中でも高蔵寺駅南側では駅前商店街、新町通り商店街、本町通り商店街が古くからあり、多くの商店・金融機関が集積している。



図-2 1970年の高蔵寺駅南口商店街の概況

近年、高蔵寺リ・ニュータウン計画に基づき、高蔵寺駅

周辺では高蔵寺ニュータウン及び周辺地区の玄関口として魅力ある街づくりのため JR 高蔵寺駅周辺の再整備が行われている。高蔵寺駅は JR 中央本線と愛知環状鉄道線との接続駅となっており多くの人が乗り降りする駅となっている。また高蔵寺駅から北の方向にある高蔵寺ニュータウンは、日本の高度経済成長期を支えた大規模住宅地であり、千里ニュータウン、多摩ニュータウンとともに日本三大ニュータウンである。昭和 43 年から入居が始まり、平成 27 年 4 月 1 日時点で 45,217 人(市全体の 14.6%)が入居している。

高蔵寺駅南口商店街は 1990 年代までは多くの商店が営業しており、商店街として賑わいを見せていたが、2000 年代になってくると駅中心から外側の店舗が徐々に減少し始め、2020 年になると殆どの商店が消失してしまった。

4. 高蔵寺駅南口商店街の変遷の把握

普通の商店街は、八百屋、魚屋、肉屋など食料品を扱う商店がワンセットとなって商店街に入っていることが多いが高蔵寺駅南口商店街は、1970 年の時点で農協協同組合の組合マーケットが隣接していたこともあり、商店街に食料品を扱う商店が少なく、食料品を扱う商店は酒屋や洋菓子店など特出した物を扱う商店しかなかった。1970 年は飲食やサービス業の商店が少なく小売業などの商店が多く、日用品や家電、家具、衣服などの商店が揃っており、日常生活に必要なものが何でも揃うような商店街であった。1980 年代になると区画整理が行われ店舗が若干減少したが、おもちゃ屋や薬局などが増加し、商店の数が 1970 年代とあまり変わらない年代となった。

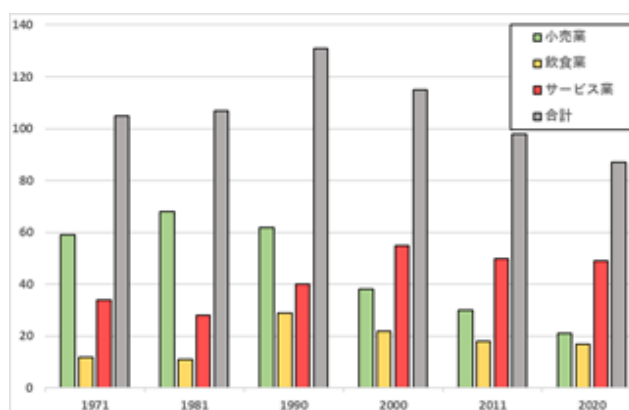


図-3 10年ごとの商店の変遷

1990 年代になると小売業の商店が減少し始めたが飲食業やサービス業の商店が多く増加し、今回の研究の中で一番商店が多い年代となった。駅前の通りを中心に商業ビルが多く建設され、その多くのビルに料理屋や、居酒屋、塾やカルチャースクールなど今まで商店街になかった業種の店舗が多く開業した。しかし駅前の通りで商店が多く開業した一方で駅周辺から外側の商店が多く閉業した。2000 年代から 2010 年代にかけては、さらに駅周辺から外側の商店が閉業したが駅周辺の商業ビルでは法律事務所や弁護士法人などのサービス業が増加した。殆どの業種の商店が減少している一方で理容室、美容室だけが増加を続けており 2010 年では 21 店舗もあった。2020 年では駅周辺から外側の一部の場所では理容室、美容室以外が殆ど閉業してしまい、小売業が減少した。

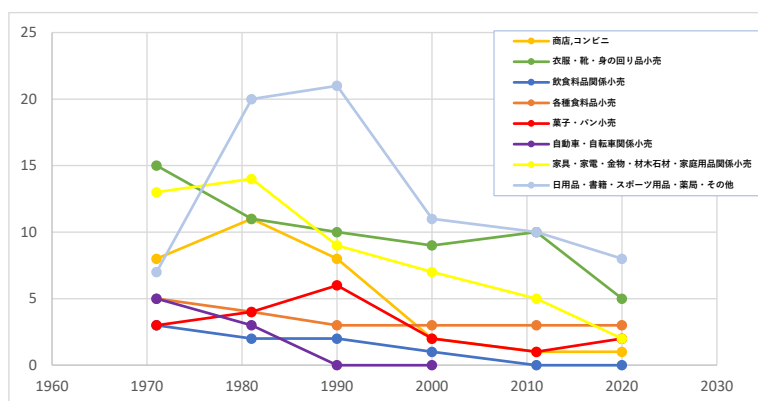


図-4 10年ごとの小売業の変遷

5. 高蔵寺駅南口商店街の変遷の分析

5.1 調査方法

1970 年から 2020 年までの 10 年間隔に分けて作った図から、最盛期であった 1990 年にあった店舗が

2020年までに残った商店、なくなった商店はいつ頃閉業したかを調査し、また、現在ある店舗がいつ開業したかを知ることで現在の高蔵寺駅南口商店街の移り変わりを知る。その結果を踏まえて現在高蔵寺駅南口商店街が抱えている課題を考察する。

5.2 最盛期と比較した店舗の滅失・存続

図-5は最盛期の商店が現在まで続いているか、いつ頃閉業したかを色分けした図である。青は現在でも続いている商店で赤くなるほど古くに閉業した商店である。図-5では駅前の通りから外側の店舗が1990年以降に多く閉業している。閉業した商店はほとんど1990年から2010年の間に閉業しており2010年から2020年の間に閉業した商店は少ない。閉業した商店の殆どが小売業と飲食業でサービス業は比較的少なく現在まで続いていることがわかる。現在まで続いているサービス業の殆どの商店が塾や理容室、美容室である。



図-5 最盛期と比較した店舗の滅失・存続

塾や理容、美容室などのサービス業は初期費用が少なく、小売業や飲食業のように仕入れなどがないため、時代ごとの流行などに合わせる必要がないので商店が減少することはなく商店街の商店の減少と比較的関係がない。しかし駅周辺から外側の小売業、飲食業の商店が閉業している一方で一部の場所では現在まで続いている小売業の商店がある。そのような商店は専門的なものを扱っている商店が多く、駅周辺から外側でも専門的なものを扱う商店なら現在でも需要がある。

5.3 現在から見た店舗の変遷

図-6は現在ある店舗の変遷を表した図である。青いほど最近できた商店で赤くなるほど古くにできた焦点である。現在ある商店の半数以上は比較的最近にできた商店が多い。近年にできた商店の殆どが飲食業かサービス業であり、その殆どの商店が駅前の商業ビルに入った商店である。1970年代に多くの商店が並んでいた駅前の本町通り、新町通りの商店街側では新たに商店が入ってくるのがかなり少ない。一部に場所では空き店舗を賃貸として貸し出している店舗があり、アイス屋や韓国料理やなどが近年新しく入っているが、殆どの店舗が空き店舗のままなので商店が孤立した状態になっている。また、近年では駅前の通りからさらに外側の場所では駐車場や、新たに住宅地が増えている。

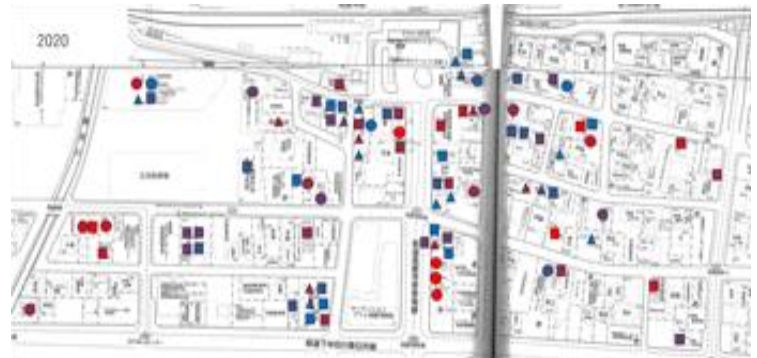


図-6 現在から見た店舗の変遷

現在の高蔵寺駅南口商店街は出店する商店はあるが、駅前で出店する場所が商業ビルしかなく、駅前の本町通り、新町通り商店街で商店として営業していた所有者が空き店舗を貸すまたは売却するなどの行動がないので空き店舗のまま商店街に新たに商店が入ってこない。

6. 店主へのヒアリング

表-5 は実際に高蔵寺駅南口商店街で現在も営業している商店へヒアリングに行った際の質問と回答ある。みのりやでは主に玄米を専門として扱っている米販売の商店である。伯山堂はハンドメイドの印鑑を専門として扱っている商店であり、店主は二年まで高蔵寺組合の副会長であった。二つの商店共に 1970 年代以前から営業しており、高蔵寺駅南口商店街についてヒアリングするには適正である。

高蔵寺駅商店街で営業していて、大きく変化したことはあるかという質問に対して、伯山堂が、バブルがはじけたことにより何を売っても売れなくなったというのがとても印象に残った。実際に 1970 年代から 1980 年代の間は玩具屋やペットショップなどの生活必需品以外の商店が増加しており、1990 年代になると減少していることからバブルが終わったことが商店街にも影響したと考えられる。現状感じている課題などという質問に対しては両店舗ともに後継者がいない、経営者の高齢化、客が街や大型商業施設に行ってしまうので商店として難しいなどがあつた。実際に 1990 年代にあつた商店などは大型商業施設などで買えるものと同じようなものを扱っている商店が多く、今回ヒアリングを行った商店のような大型商業施設にない専門的なものを扱う商店しか現在の高蔵寺商店街で営業していくことが出来ていない。しかし、現在の高蔵寺南口商店街はそのような商店も少なく商店ごとがまばらなので全体として利用者が少ない。商店街として取り組みたいことはという質問に対しては両店舗ともに、取り組めるほど商店が残っていないと答えた。また伯山堂の店主は、現在高蔵寺商店街組合に参加している商店が 20 店舗ほどしかないと言っていたことから、高蔵寺商店街の商店が連携を取って商店街のため協力していないと考えられる。行政に望むことはという質問に対しては行政がやることは説明がなく、現在の高蔵寺駅の改修に関しても組合に説明がなかったと回答しており、高蔵寺商店街組合と行政とが連携が取れていないと考える。

7. まとめ

現在の高蔵寺駅南口商店街は新たに入ってくる商店はあるが商業ビルなどの 1 部の場所にしか入ってくる場がなく、駅前からすぐ近くの本町通り、新町通りでは空き店舗があるものの所有者に売却または貸すなどの意思がないので空き店舗のままで商店街に新たに商店が入ってこない。そのためには行政と高蔵寺商店街組合とが協力し合い所有者へ空き店舗を空き店舗を活用するよう提案または、有効利用策を所有者に提案する必要がある。そのうえで空き店舗の情報を発信し出店希望者等への誘致活動をする必要がある。

参考文献

- 1) 春日井市ゼンリン住宅地図 (1971 年 1981 年 1990 年 2000 年 2010 年 2020 年)

表-1 店主へのヒアリング

みのりや(米販売店)		伯山堂(封蝋、ゴム印販売店)	
質問	高蔵寺駅周辺で商店をしていて、大きく変化したことは何だったか?		
回答	1970~1980の区画整理、商店街の客足が伸びると期待し区画整理を了承し、土地の3分の1を売ったが、何も変わらなかった	回答	バブルがはじけたこと。当時は何を売っても売れていたが売れなくなった
質問	現在感じている課題などは?		
回答	経営者の高齢化や後継者不足、また物を買うときに街へ出て行ってしまう 私の店は玄米専門で売っているので固定客で何とかなっている。特出した店でないと感じる	回答	後継者がいない、大型商業施設で大体の物は買えるので尖ったものでないと商店として売っていくのは難しい
質問	商店街として取り組みたいことは?		
回答	現状、取り組めるほど商店が残っていない	回答	現状、取り組めるほど商店が残っていない
質問	行政に望むことは?		
回答	特になし	回答	行政がやることは行政だけで組合に説明がない。 現在高蔵寺駅を改修しているが、それについても組合に説明がなかった。地域と連携をとってほしい
質問	近年高蔵寺駅周辺にマンションが何棟か立っているそれにより客足が伸びたか?		
回答	何も変わらなかった	回答	最初はマンションが建てられたことで期待する人もいたが何も変わらなかった

人流データを活用したスマートシティの実態と課題

1. 研究の目的

まちづくりを進める上で、人口減少、高齢化、地球温暖化などの様々な社会問題に直面する。その中で、AI、IoTをはじめとする各種技術開発が急速に進展する中、これらの新技術を取り入れたまちづくりをスマートシティと呼び、政府において推進されている。取り組みの中で人の流れを定量的なデータとして表す、人流データに着目をした。そこで、スマートシティの取り組みの中で、それぞれの特徴、課題を調べる事で、これからのスマートシティでどの方法が適正なのか考察出来る事を目的としている。

2. 研究の方法

スマートシティ官民連携プラットフォームに登録された計画を細かく分析を行い、数個に絞り、それらの計画を比較する。また、計画を担当しているグループ、会社にヒアリング調査や、開催されているツアーで現地調査を実施した。

3. スマートシティ及びプラットフォームの概要

スマートシティのコンセプトとして、市民(利用者)中心主義、ビジョン・課題フォーカス、分野 間・都市間連携の重視の3つの基本理念がある。その上で、公正性・包摂性の確保、プライバシーの確保、運営面・資金面での持続可能の確保、セキュリティ・レジリエンスの確保、相互運用性・オープン生・透明感の確保の5つの基本原則を守ってスマートシティに取り組む。スマートシティの取り組みとして、エネルギー、金融、防災、健康・医療、見守り・安全、教育、などが挙げられる。新技術や官民各種データを活用して市民一人一人に寄り添ったサービスや各種分野におけるマネジメントの高度化等により、市民の幸福度向上につながる意義がある。また、Society5.0、ひいてはSDGsの達成の切り札としても注目を浴び、強く推進されている。都市だけでなく、豊かな自然と共生した地域作りもスマートシティの取り組みに含まれる。

スマートシティ官民連携プラットフォームとは企業、大学・研究機関、地方公共団体、関係府省等から構成される、スマートシティ官民連携プラットフォームを軸に、官民が一体となって全国各地のスマートシティの取組を強力に推進された187個(2021/5/20)の計画がある。スマートシティに関するニーズ・シーズ提案する会社、GoogleJapan 合同会社、JR 日本コンサルタンツ、NTTのグループ会社などの様々な会社が会員になっている。

4. スマートシティの全国取組の分析

1) 分野別の傾向

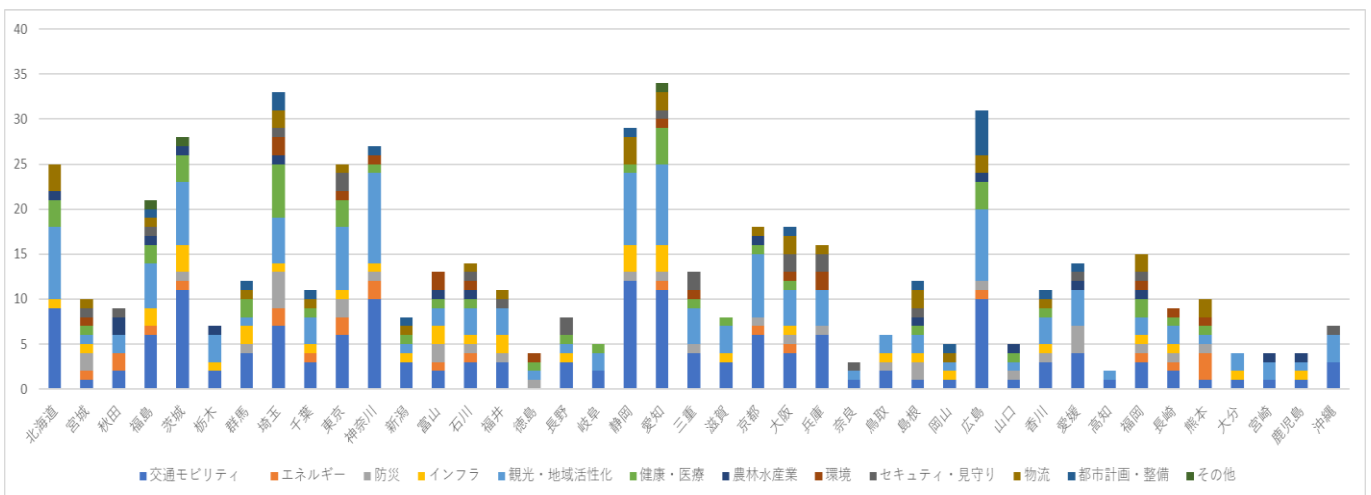


図 1； 県別スマートシティ

スマートシティ官民連携プラットフォームに登録された187個(2021/5/20)を、交通モビリティ、エネルギー、防災インフラ、観光・地域活性化、健康・医療、農林水産業、環境、セキュリティ・見守り、物流、都

市計画・整備、その他の11個と県ごとに細かくグループ分けをした。結果、図1のようになった。全分野合わせると、愛知県が最大の34件の計画が実施されており、次に埼玉県33件、広島県31件となった。都会よりの県が比較的多くなっている傾向が見られた。ちなみに、最小は高知県の2件である。それぞれの分野で見ていくと、交通モビリティが最大の159件となり、次に観光・地域活性化140件、健康・医療47件となった。話題になっている自動運転車、高齢者の交通手段などといった背景から、交通モビリティ分野が他の分野より突き抜けている。

2) 詳細調査対象の抽出

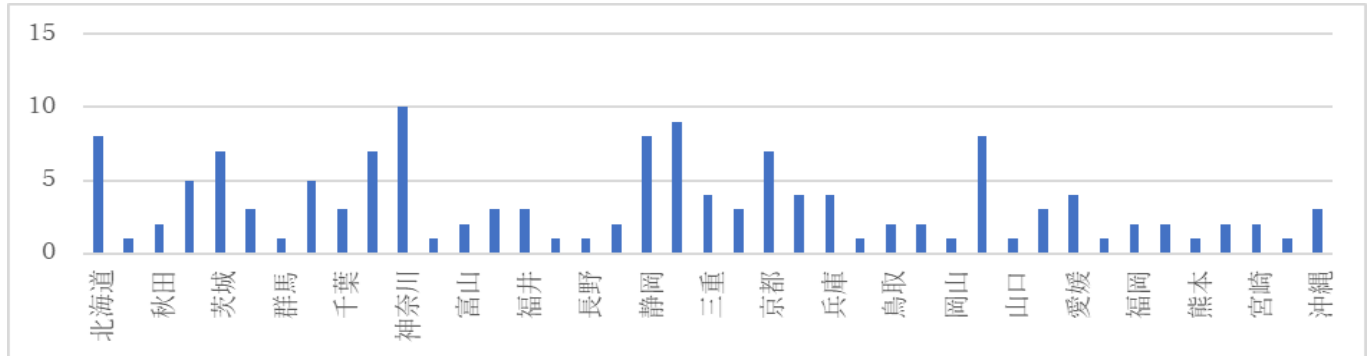


図 2 ; 観光・地域活性化

全分野で、全県が取り組んでいる他の分野と比べて取り組んでいる平均が高い、観光・地域活性化をピックアップ。神奈川県が最大10個の計画を実施。AI旅行計画、交通手段と連携サービスなどがある。色々な事例がある中で、AIカメラ、センサーを用いる人流データに着目をした。着目した結果、豊洲スマートシティ、柏の葉スマートシティ、羽田第1ゾーンスマートシティの3つをピックアップし、今回の研究対象とする。

5. 抽出事例に関する調査

1) 3つの事例の概要

3つの人流データを比べると使用方法が異なっている。豊洲スマートシティでは、来訪者データ分析(空き状態)、施設の混雑やビジネスユースの課題等の混雑緩和策や課題解決策のためにパーソンプローブデータを使用する。柏の葉スマートシティでは、まちの回遊・滞在率の向上、利益率向上等の魅力向上策、情報発信、誘客・再訪の促進のためにAIカメラとWi-Fiセンサーを活用されている。羽田第1ゾーンスマートシティでは、取得した人流情報を、3DK-Fieldというソフトに格納されている空間情報上に統合する事での見える化、エリアマネジメント施策の効果把握と最適な施策立案に活用する事でオープンスペースでのイベントの効果測定、混雑状況の緩和施策に繋がる等のためにビーコンやレーザーカウンターを使用されている。

2) ヒアリング調査

表 1 ; 柏の葉スマートシティのヒアリング調査

質問	回答
・2021年度はサービス開始・運用、柏駅エリアでの小型機利用実証と記載されていました。その進み具合について教えてくださいませんか。	<ul style="list-style-type: none"> ・小型探査機は、現在開発中にあり、小型探査機によるセンシングはまだ行われていない。 ・現行の探査機を普通自動車に取り付けし、実証を進めている ・取得したデータの解析をするAIの強化も進めています
・AIカメラ、Wi-FiAPの設置具合について。	<ul style="list-style-type: none"> ・AIカメラは柏の葉の現地数ヶ所に設置済み。 ・Wi-FiAPは未設置。
・AIカメラ、のメリットデメリットについて。	<ul style="list-style-type: none"> ・メリット；パブリックスペースに設置したカメラとデジタル技術（AI）を組み合わせ、様々なサービスに活用する事で、安心・安全な街であるための防犯インフラの整備に繋がる。 ・デメリット；プライバシーについて→一般社団法人UDCKタウンマネジメントが適切な管理・運用を行う。
・利用実証している現場を拝見することは可能か。	<ul style="list-style-type: none"> ・ツアーが開催されている。現地にいった確認。

ネットを使って調べるだけでは、分からない部分があり、担当者に質問をするヒアリング調査を実施した。今回、柏の葉スマートシティと羽田第1ゾーンスマートシティの担当者に対応して頂いた。

柏の葉スマートシティの担当者、柏市役所 企画部経営戦略課の高橋佳久様に対して、2021年10月上旬にメールを通してヒアリング調査を実施した。内容は表1の通りである。AIカメラは人流データを収集するだけでなく見守り・異常行動検知、危険時の立ち入り検知、人流データを街づくりに活用の3つのサービスがある。防犯対策にも使用されており、色々な分野でも使えるのではないだろうか。

表 2 ; 羽田第1ゾーンスマートシティのヒアリング調査

質問	回答
・ビーコンの役割について	・アプリが登録された機械から位置情報を収集、その機械に情報を発信する役割がある。
・ビーコンのメリットデメリットについて、また、デメリットを補う対策はあるのでしょうか	・多数設置しないと正確性が低い。それに伴い、設置する数が多くなる。
・イベントの開催について	・コロナの状況で、あまり開催できておらず情報収集が出来ていない状態。
・利用実証している現場を拝見することは可能か。	・ツアーが開催されている。現地について確認。

羽田第1ゾーンスマートシティの担当者、鹿島建設株式会社 開発事業本部 事業部の徳光勇人様と2021年10月26日9時から30分間ほど、オンライン会議アプリを使用してヒアリング調査を実施した。内容は、表2の通りである。ビーコンのデメリットである正確性において多数設置しなければいけない分、費用が多くかかる。

3) 現地調査

ヒアリング調査だけでなく、実際に自身の目で確認、体験をするべく現地調査を実施した。今回は、実際に建てられた柏の葉スマートシティと羽田第1ゾーンスマートシティの二つへ足を運んだ。



図 3 ; AR アプリ

羽田第1ゾーンスマートシティの計画地である、羽田イノベーションシティにて2020年1月4日の9:30から11:00までの1時間半現地調査を行った。現地に着後、左の図3のHICityと言うARアプリケーションをインストールした。これは、ビーコンでスマートフォンから位置情報を収集し、現地で使える様々なサービスを提供している。現時点(2020年1月4日)で使えるサービスは、2022年に完成予定の建物の完成イメージをARで閲覧できる二期完成予想ARと、HICity内の施設をARで案内するARナビゲーションの2つである。今回、二期完成予想ARで図4のように6カ所で閲覧が出来た。目的地にある目印となる物にスマートフォンで合わせる



図 4 ; AR 位置



図 5 ; 3階テラススペースから見たAR

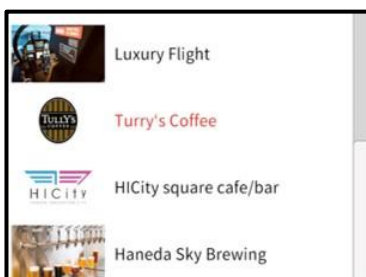


図 6 ; 行き先欄

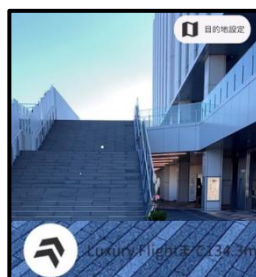


図 7 ; 案内図

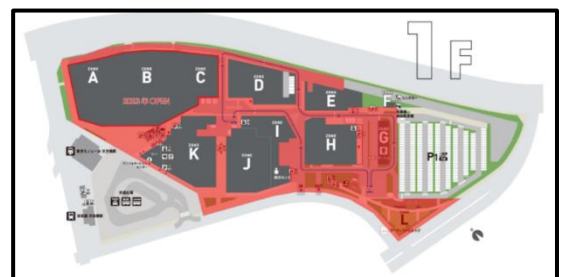


図 8 ; ビーコン位置測位可能範囲

と、図5のように実際に建てられる場所に仮想建物が現れる。360度見渡せ、構造も細かく場所によっては内装が施されており、HICityの未来像が想像しやすい。ARナビゲーションは、図6のようにHICity内にある施設欄があり、行きたい場所を選択すると図7のように行き先まで矢印で案内するサービスである。今回の現地調査でビーコンの実物を見る事は出来なかったが、図8のようにビーコンを多数設置する事で位置測位の範囲が広くなり、正確性の高いARサービスが提供出来る。実際に体験する事でその正確性がわかる。



図9 ; AIカメラ 図10 ; AIカメラ設置図

多数設置されており、アクアテラスには子供が多く何かトラブルが起きた時に警備員が駆けつけてくれる、そういった防犯・安全面の効果が見込めた。

つくばエクスプレスの柏の葉キャンパス駅周辺にて、まちづくりプロジェクトの説明がある、柏の葉スマートシティツアー・ゲートスクエアコースに1月5日10:00から11:30までの1時間半のツアーに参加をした。内容は、最初に施設内で柏の葉の歴史、今後の柏の葉についての説明があり、次に外に出てスマートシティに関する施設に訪ねた。また、ツアー後にAIカメラが設置されているアクアテラスへ15分ほど調査を行った。図10のように、アクアテラスと駅周辺にいくつかAIカメラが

6. まとめ

現在、全国各地で地域の課題や地域活性化に取り組むスマートシティが増えている。各地によって様々な取り組み方法があり、中には、農業を活かして活性化につなげる、デジタルを活用した林業など、地域特性を活かしたスマートシティがあった。発展を遂げていく中で地域それぞれの特徴が濃くなり、観光地として大きな効果が得られるのではないだろうか。

今回、豊洲スマートシティ、柏の葉スマートシティ、羽田第1ゾーンスマートシティの3つを対象に研究してみると、住民、来訪者に対して情報の見える化のサービス提供が共通していた。身近にある物、スマートフォン、パソコン、インフォメーションにある電光掲示板などで、お店、各エリアなどの混雑状況やお店までの道なりが確認できる。現地調査の時に宿泊したホテルでは、温泉の混雑状況が目視できるといった情報の見える化があり、身近に増える。これは、コロナの状況で、密にならないようにといった事も関係しているだろう。人流データを用いる事でショッピングモールや街での混雑緩和策や、より楽しめる情報発信の提供、安心・安全にも繋がるなど問題解決への効果が見込めた。羽田第1ゾーンスマートシティのビーコンは、正確性と高めるために多大な費用がかかるが、位置測位の範囲が広くなり、正確性の高いARサービスが提供出来る。柏の葉スマートシティのAIカメラは、住民の安心・安全が得られるが、AIカメラによる個人情報収集のデータの扱い・管理をしっかりと行わなければならない。今回は、ビーコン、AIカメラの二つのメリットデメリットが分かったが二つだけではあまり比較する情報がなく他の人流データに関する情報収集の仕方についてもっと調べるべきである。

今回の課題点は、ネット、ヒアリング調査、現地調査と様々な方法で調査を行ったが、計画自体が新しいという事もあり、人流データに関する情報があまり得られなかった事である。また、コロナの時期という事もあり人が少なく、人流データの情報収集が少なくなってしまう事があった。それゆえに、それぞれのスマートシティの取り組みのメリットデメリットに関してあまり分からない部分が多い。ただ、後に調べてみると新しい情報が増えていたので、定期的に調べる事を心がけるべきである。

参考文献

- HANEDA INNOVATION CITY HP
<https://haneda-innovation-city.com> (参照 2022-1-14)
- 内閣府 HP スマートシティ
https://www8.cao.go.jp/cstp/society5_0/smartcity/index.html (参照 2021-12-6)
- スマートシティ官民連携プラットフォーム HP
<https://www.mlit.go.jp/scpf/index.html> (参照 2021-12-6)
- UDCKTM HP
<https://www.udcktm.or.jp/ai/index.html> (参照 2021-10-19)
- TOYOSU SMART CITY HP
<https://toyosu-smartcity.com/index.html> (参照 2022-1-5)

令和3年度卒業研究論文概要

千代保稲荷門前商店街の形成過程について

EC18049 豊田新太郎

1. 研究の目的

岐阜県海津市内に千代保稲荷神社がある。千代保稲荷神社は日本の稲荷神社のひとつで、その門前町は食べ歩きで有名である。しかしなぜ食べ歩きで有名になったのかはあまり明らかになっていない。そこで、千代保稲荷門前町の形成過程を調べ、どのようにして千代保稲荷門前町が発展していったのかを明らかにする。

2. 研究の方法

千代保稲荷門前町の店舗がどのようにして発展していったのか調べるために住宅地図を使用する。できるだけ古い住宅地図を使い、発展の様子を明らかにするために飲食店や物販など店舗によって色分けを行い、一番古い住宅地図から約10年ごとに住宅地図を比較する。また、現地の方にヒアリング調査を行い、千代保稲荷門前町の発展の様子を明らかにする。

3. 千代保稲荷門前町の概要

千代保稲荷神社は、岐阜県海津市にある稲荷神社であり、通称「おちょぼさん」として親しまれている。地元では京都の伏見稲荷、愛知の豊川稲荷とともに、日本三大稲荷の一つともいわれることもあり年間200万人以上の参拝者が訪れている。多くの参拝客でにぎわう千代保稲荷神社だが、参拝する楽しみの一つに、参道にずらりと軒を連ねる店でのショッピング、串カツや川魚料理、草餅などの地元名物を楽しむことができる。門前町の参道は、東口から南口まで約700mあり、両側に120件ほどの店が立ち並ぶ。

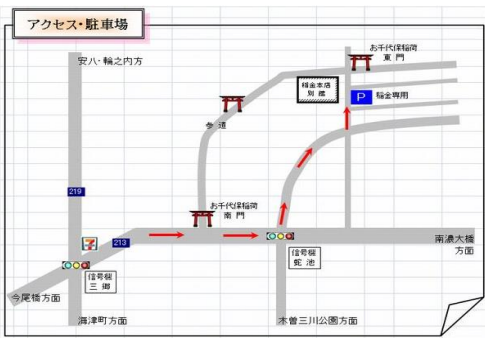


図-1 千代保稲荷神社の交通アクセス



図-2 千代保稲荷門前町の様子

4. 住宅地図の比較による商店街の形成過程



図-3 1969年の千代保稲荷門前町周辺地図



図-4 1982年の千代保稲荷門前町周辺地図



図-5 1990年の千代保稲荷門前町周辺地図



図-6 2002年の千代保稲荷門前町周辺地図



図-7 2010年の千代保稲荷門前町周辺地図

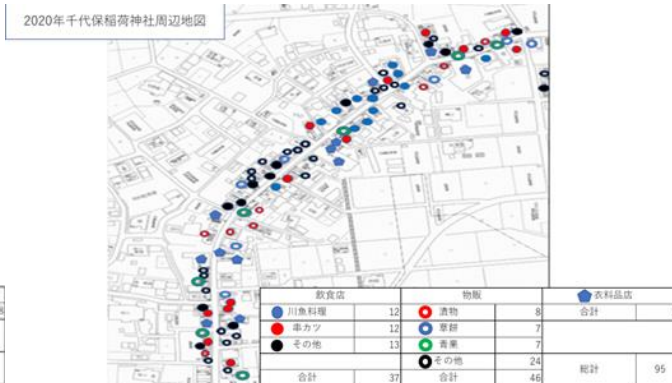


図-8 2020年の千代保稲荷門前町周辺地図

これら各年代の千代保稲荷門前町周辺地図を使って大きく変化のあった年代をピックアップした。まず、1969年と1982年を比較すると、全体的に大きく店舗が拡大していることが分かる。1969年の時点では川魚料理を経営する店舗がほとんどだったが、1982年までに物販の店舗が急増していることが分かる。また川魚料理だけでなく串カツ店も増加している。次に2002年と2010年を比較すると、2002年から2010年の間に約20店舗もの増加が確認できる。この20店舗の中で特に串カツ店と物販の増加が目立ち、この約10年で食べ歩き文化が大きく発展していったことが確認できる。また千代保稲荷名物を扱う老舗では、川魚料理店と草餅を扱う店舗の増加は完全に止まってしまっているが、漬物店と衣料品店が姉妹店を展開し大きく拡大していることも確認できた。最後に2010年と2020年の比較の比較だが、この10年でさらに20店舗ほど増加し、門前町全体に店舗が大きく拡大していることが分かる。また串カツ店の増加も確認できるが、千代保稲荷名物以外の飲食店や物販（カレー専門店や居酒屋、アイスクリーム専門店など）の増加も確認できた。このことから千代保稲荷門前町の名物だけでなく、門前町に訪れる人々のあらゆるニーズに応えられるように発展していることが分かる。

右の図-9は2020年時点で千代保稲荷門前町内で営業が確認できている店舗を年代別に色分けしたものである。この図を見て分かったことがいくつかある。1969年と1982年に経営を始めた店舗は青枠内に集中しており、それ以降に経営を始めた店舗は赤枠内に集中していることが分かる。このことから、昔からある千代保稲荷名物店舗は基本的に青枠内に集中しており、現代の人々のニーズに応えた店舗は赤枠内に集中していることが分かる。

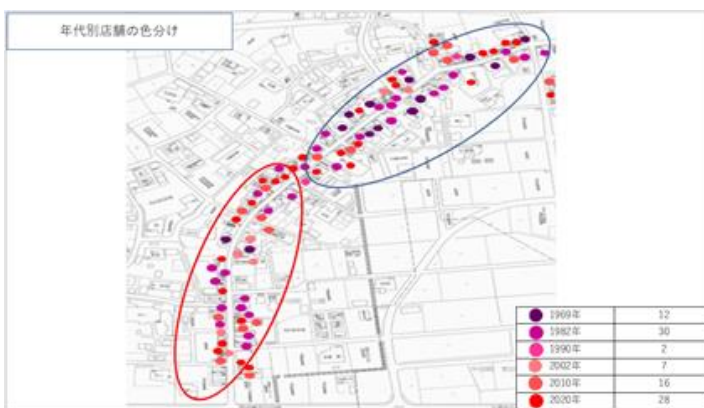


図-9 年代別店舗色分け

5. 商店街店主へのヒアリング

千代保稲荷神社の門前町の歴史について、より詳しく知るために海津市の商工観光課に連絡をし、現地の歴史について詳しい方を紹介していただき、その方にヒアリング調査を行った。ヒアリング調査に協力してくださった方は「ほていや」の三代目の店主の吉田二一さんである。

「ほていや」は千代保稲荷神社の門前町にある川魚料理屋であり、その歴史は長く、100年ほど続いている。内容については以下のとおりである。



図-10 ほていや店舗写真

表-1 ヒアリング調査内容


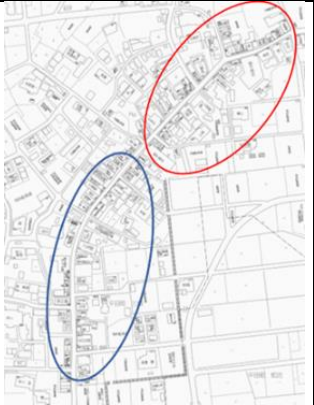
	質問内容	回答
1	千代保稲荷門前町はいつごろ形成されたのか？その背景でご存知のことはあるか。	千代保稲荷門前町は100年ほど前に形成され、門前町の中で一番古い店舗は八穂長という川魚料理屋である。八穂長を中心に川魚料理屋が広がっていった。
2	最初に川魚料理が始まったのはなぜか？	千代保稲荷神社は水郷地帯で、木曾川、揖斐川、長良川に囲まれており、それらの川でコイやナマズ、フナなどの川魚が獲れた。それを商品化し売り出したため川魚料理屋が始まった。現在では川魚料理屋は、川魚料理以外にも扱っており時代に適応している。 
3	その後、千代保稲荷門前町はどのように発展してきたのか？串カツ屋などの名物が集まってきた背景でご存知のことはあるか。	串カツは露店から始まり、それまでに個人で串カツ店を営んでいる店舗は門前町にはなかった。門前町に串カツの露店を出したところヒットし、それを真似する店舗が増え、串カツ文化ができた。 漬物店は、百姓が大根などの野菜を栽培し、栽培した野菜を自分たちで漬け、家庭で食べられていたものを門前町に売りに出したため始まった。 草餅は、千代保稲荷神社周辺に群生していたヨモギを採取し、おやつとしてヨモギ餅を作って食べられていたものを門前町に売りに出したため始まった。
4	門前町に来る客層の変化を感じますか？（年代、性別など）	門前町に訪れる客層は大きく変化した。千代保稲荷神社は商売繁盛にご利益があるとされていたため昔は、神社に祈願する目的で訪れた商売人がほとんどだった。しかし、現在では観光地として門前町に遊びに来る人、千代保稲荷神社の名物を求めてやってくる人がほとんどであり、客層も幅広い年代が訪れるようになった。

図-11 木曾三川との位置関係

5	<p>門前町の店舗の経営者に変化を感じますか？（世代交代、新規参入など）</p>	<p>門前町で店舗を経営する人々も大きく変化した。 年齢的に経営が厳しい店舗は世代交代をし、店舗を継承している。 ※図-12 赤枠内の店舗 大家さんから借りているテナントで経営し、流行りのものを売り出す店舗。こちらに世代交代は無い。 ※図-12 青枠内の店舗</p>	 <p>図-12 門前町地図</p>
6	<p>門前町の変化の中で良くなった点と悪くなった点を教えてください。</p>	<p>良くなった点は観光地化したため、門前町に幅広い世代が訪れるようになったこと。悪くなった点は若者が増え治安が悪くなったこと。（座り込み通行の妨げ）</p>	
7	<p>良くなった点がある場合、さらに発展するためにすべきことはあるか？</p>	<p>さらに良くするには若者があまりお金を使いたがらないため、お金を使ってもらえるように若者受けの良いものを増やす。</p>	
8	<p>悪くなった点がある場合、さらに発展するためにすべきことは何か？</p>	<p>悪い点の改善策は、人々の通行の妨げにならないように座れる場所を増やし、若者に座り込みをさせない環境づくりをする。</p>	
9	<p>門前町全体で活性化のために力を入れていることはありますか？</p>	<p>特になし。常連さんがリピートし、口コミもあり自然と門前町が栄えた。</p>	
10	<p>自らの店舗の活性化のために力を入れていることは何ですか？</p>	<p>特になし。門前町が栄えるとともに栄えた。</p>	
11	<p>その他、千代保稲荷門前町についてお考え事がありますか？</p>	<p>若い人のアイデアがもっと必要である。</p>	

6. まとめ

ヒアリング調査を行って調査結果から次のようなことが分かった。

門前町の発展の背景には千代保稲荷門前町に訪れる人々の根強い支持と名物を作り上げた店舗の経営者の工夫があった。千代保稲荷神社周辺の豊かな自然で育った川魚、農業によって得た豊富な野菜、大量に群生していたヨモギを余すことなく使い商品化しようと試み店舗の経営者は工夫をしてきた。また、昔から門前町に訪れている人々はこれらの商品をリピートし、その歴史が廃れないように取り組んできたのだ。さらなる発展を望むには世代交代によって長年経営を続けている店舗は、そこに訪れる人々がリピートし歴史が廃れないように取り組み、移り変わりに激しい店舗はより多くのアイデアを落とし、現代では何が人々から求められているかを見極めることが必要である。

参考文献

- 1) 岐阜県海津市[ゼンリン住宅地図] (1969年 1982年 1990年 2002年 2010年 2020年)
- 2) 千代保稲荷神社について <https://www.city.kaizu.lg.jp/kanko/0000000326.html> (2021-6-16 参照)

画像投稿 SNS を用いた地方自治体の観光情報発信について

EC18050 内木彩有里

1. 研究の目的

昨今では SNS が普及し、そこから得られる情報をソースに動く人が増えており、各自治体も各種 SNS を利用している。だが、実際は各自治体本人たちが発信する情報よりもまとめサイトや第三者が発信する情報の方が人気の高いことがあり(図 1)、自治体が発信したい情報が十分に利用者に届いていないと感じたため、正確な情報を持つ自治体の情報が確実に届くために人目を引く情報発信の仕方の傾向を検証する。



図 1 まとめサイトと行政公式アカウントのフォロワー数の差の例

2. 研究の方法

投稿に対する「いいね」の数ではその投稿の人気度合いの指標になるので、今回は情報閲覧者の数を調べるためフォロワー数に基準の焦点を当てて比較する。

選定した都市が運用するインスタグラムアカウントを、フォロワー数を増やすために良いとされている項目について比較し、フォロワー数が多いアカウントと少ないアカウントでどのような違いがでるかを検証し、かつどのような運用の仕方がフォロワー数を多くする要因になっているのかを考察する。

3. 比較対象都市の選定

都市の知名度とフォロワー数の関係性を見る為に、魅力度が高い市町村ランキングのトップ 10 にランクインした市町村を選定した¹⁾。また、それら全国の市町村と東海三県の市町村とのアカウントの運用を比べるために各県から 5 つずつの市町村を選定した。東海三県に関しては魅力度のランキングがなかったため、各県での人気スポットランキングに入るものの順位が高いものから順にその所在地の市町村にポイントをつけてそれぞれ 5 市町村を選定した²⁾。

そのうち、全国での魅力度ランキング 10 位の仙台市はインスタグラムアカウントの運用が無かったため除外し、北海道函館市と三重県志摩市は市と観光協会が運営するアカウント両方を比較対象とし、計 26 個のアカウント³⁾を比較した。

4. 観光情報 SNS の自治体間比較評価

フォロワー数を増やすとされている項目をいくつか選び比較する⁴⁾⁵⁾⁶⁾。

まず外国人観光客を意識したローマ字や英単語のタグがどれだけついているかを比較した(図 2)。4 はローマ字だけでなく英単語のタグもつけている、3 はローマ字などのタグをよくつけている、2 はローマ字のタグが少ない、または投稿によってあったりなかつ

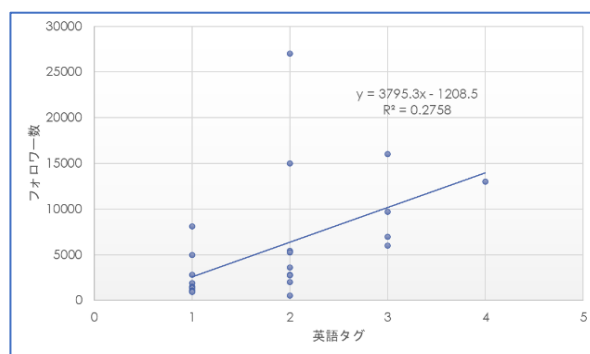


図 2 英語のタグとフォロワー数の関係

たりする、1はローマ字のタグが無い、というふうに区分した。相関係数は約0.28とでた。

2つ目に各自治体で独自のタグを作っているかどうかを比較した(図3)。3は独自のタグの利用がありさらにキャプションやプロフィールにて利用誘導がある、2は利用のみ、1は独自のタグは無い、で区分し、また都市名などのみのタグなどは1にカウントした。神戸は独自のタグ自体はなかったもののタグ付けの誘導があったため3にカウントし、志摩市観光協会がタグの利用誘導自体はあるものの独自のタグではないので1にカウントしている。相関係数は約0.35とでた。

3つ目にひとつの投稿にどれだけの量のタグをつけているかを比較した(図4)。2は基本的に10個以上のタグをつけている、1は基本的に10個以下しかつけていない、に区分した。相関係数は約0.21とでた。

4つ目に位置情報の添付があるかどうかを比較した(図5)。今回はアクセス情報などの紹介方法の一つとして直接地図アプリに繋がるリンクの添付があるかないかをみており、キャプション内に記載があるかどうかは調査外としている。3はほぼ全ての投稿に位置情報があり、2は一部の投稿にあり、1は位置情報の添付無しで区分した。相関係数は0.03とでた。

5つ目にリポストの量を比較した(図6)。4は投稿のほぼ全てがリポスト、3はリポストが多め、2はたまにリポストされる、1はリポストの投稿はほぼ無い、で区分した。相関係数は-0.0001とでた。

最後に写真のクオリティを比較した(図7)。色味5点、構図5点の計10点満点で写真のクオリティを評価した。色味は色の鮮やかさがあるか、またそういった写真がどれだけあるかどうかで点数をつけ、構図は被写体を様々な構図で撮れているか、また構図を意識した写真であるかどうかで点数をつけた。相関係数は0.27とでた。

これらの比較では大きな相関はでなかったが、その中で正の相関が僅かに出たものが“英語タグ”、“独自のタグ”、“写真クオリティ”の3つである。英語タグを付けるアカウントは外国人利用者が閲覧している可能性が高く、より多くの人たちに投稿を見てもらえているようである。独自のタグは、ありきたりなタグでは他の投稿に埋もれ目立つことができないため特徴のあるタグをつけることが良いとされており、その役割を果たしている。

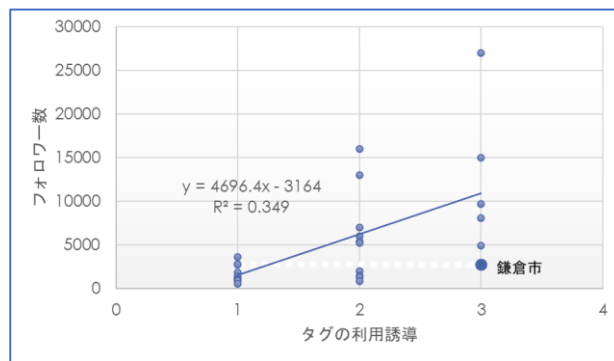


図3 独自のタグの利用状況とフォロワー数の関係

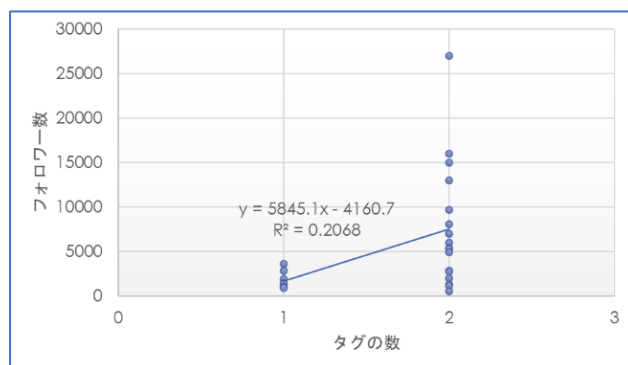


図4 タグの量とフォロワー数の関係

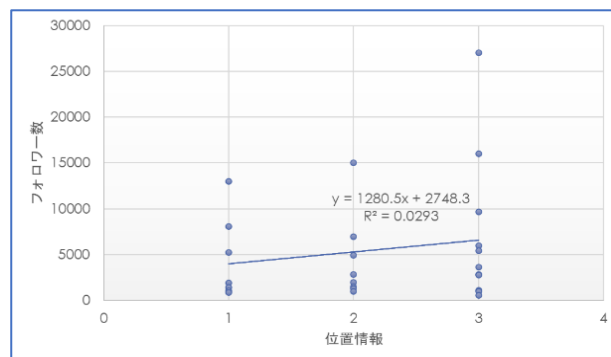


図5 位置情報の有無とフォロワー数の関係

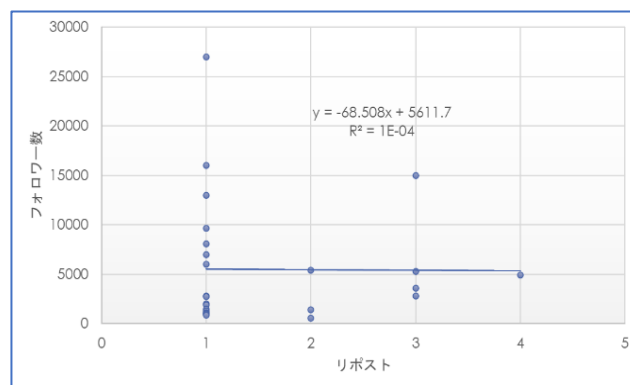


図6 リポストの量とフォロワー数の関係

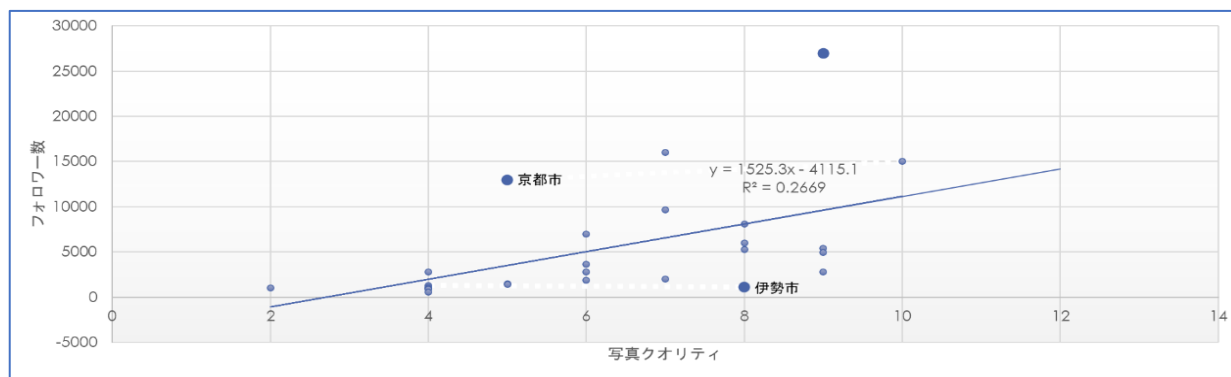


図7 写真クオリティとフォロワー数の関係

しかしただ独自のタグをつければ良いというわけではないというのが図3中の鎌倉市から見てとれる。写真クオリティの高さがフォロワー数との関連があるのは予想通りではあったが、ただただクオリティが高ければ良いという訳ではないというのが、図7中の伊勢市や京都市から見てとれる。

その他運営団体や公式サイトとの連携なども比較したがこれらはフォロワー数との関係が見られなかった。

今回の調査ではデータにばらつきが見られたため、その他の影響がないか個々のアカウントの特徴も比較した。下記のアカウントの特徴から見えるように、写真のクオリティが高くても現地に行って自分の目で見られるような写真でないもの、真似し辛い写真が多いアカウントはフォロワー数が伸びていない傾向がある。またフォロワー数が多いアカウントは人が写りこむ写真が少なく、写っていてもスナップショット的なものであった。くわえてイベント情報などを載せる際にチラシなどの画像をそのまま載せる投稿が少なく、Instagram用に別画像を準備しているなどの手間をかけていた。

5. フォロワー数の多い自治体のアカウントの特徴

フォロワー数1位の神戸市は、サムネイルが正方形になってしまうことを考慮した構図で画像が作られており、こういった場所の紹介なのかが一目でわかるように工夫されている(図8)。また投稿の中身は画像内に文字を入れ込むことでキャプションを深読みせず魅力を知れるようになっている。

また写真クオリティは10点満点中5点と今一步ではあるがフォロワー数4位の京都市は、紅葉や桜の時期に投稿が集中して動きは少ないが特殊な機械(ドローン)を使ったような写真が無いので真似して撮れるような写真が多く、キャプション内で撮影地や撮影日などの情報を紹介している。



図8 神戸市の投稿一覧

6. フォロワー数の少ない自治体のアカウントの特徴

独自のタグを付けているのにフォロワー数は3000以下の鎌倉市は、市の紹介と言うよりはミス鎌倉の紹介になっている部分があり、彼女らが何をしたかなど旅行を想起させる情報の発信が少なく、また真似したいと思える写真も少ない(図9)。

また写真クオリティは8点と高いがフォロワー数は1500以下の伊勢市は、お菓子などのお土産の紹介がメインで投稿されているが、セット的な背景で真似し辛い写真が多い。そして建物などの写真では曇り空の時のもので色味が欠けた写真が多く、かつ撮影場所の情報が少ない。

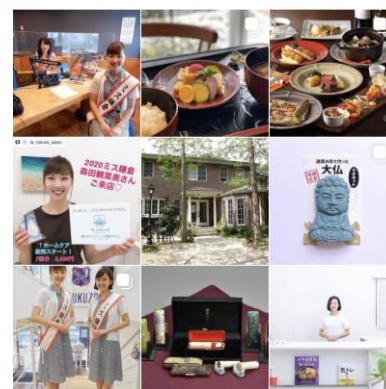


図9 鎌倉市の投稿一覧

7. 犬山市役所との意見交流

犬山市役所の企画広報課と観光課と犬山市のインスタグラム運用について意見交流を行った(図 10)。

企画課の担当者からは、真似し辛い写真が多いアカウントはフォロワー数が少ないという結果に関し、真似したいと思われる写真はこういった写真なのかを分析できると良いのではという意見と、イベントや桜、紅葉などの旬な情報に関する調査もあるといいのではという意見をもらった。観光課の担当者からは被写体のジャンル(風景なのか食べ物なのか)とフォロワー数の関係を調べられたら良いのではという意見も得た。

企画課の担当者からその市のことを知っているからその市に旅行に行こうとするのではないかと意見をももらったが、施設やスポットに行きたいとなってからその所在地について調べることも少なくない。最初に「旅行に行きたい」と思う観光の動機の部分が情報を提供する側と情報を探す側で差があることがわかった。そのためにインスタグラム利用者が興味を持つ情報を上手く発信できていないようである。

6. まとめ

インスタグラムでは、投稿をクリックしてもらわないとキャプションなど詳しい情報を伝えることができないので一枚目の写真でいかに興味を引けるかが大きな課題であるが、今回フォロワー数を増やすためにすると良いと言われている項目とフォロワー数との関連を実際に調べ、フォロワー数を多くするにはそれらの項目が必ずしも効果を発揮するわけではなく、様々な要因が組み合わさっていることがわかった。また、自治体が発信したい情報と利用者が求めている情報には少しズレがあり、いかに利用者が求めるものに変換できるかが重要である。

今回はタグの数やリンクがあるかないかなど付加されたものを中心に比較したため、今後の課題としてキャプションなど中身の深い分析ができると良い。またイベント事などの一時的な情報の発信のようなアカウントの動きを見る研究も今後実施していきたい。

参考文献

- 1)【データ】「地域ブランド調査 2020」| (kankokeizai.com) 2020-10-19. <https://www.kankokeizai.com/> (参照 2021-5-13).
- 2) 【2021 最新】 愛知・岐阜・三重の人気観光スポットランキング TOP30 | RETRIP[リトリップ] (rtrp.jp) <https://retrip.jp/> (参照 2021-5-13).
- 3)各自治体インスタグラムアカウント URL・参照日省略
- 4) インスタアンテナ (insta-antenna.com) 2017-11-17. <https://insta-antenna.com/instagram-city-promotion> (参照 2021-12-14).
- 5) マネタイズ HACK (monetizehack.com) 2019-9-3. <https://monetizehack.com/monetize/how-to-chihou-instagram/> (参照 2021-12-14).
- 6) インフルエンサーマーケティング研究所 (collatech.co.jp) 2020-4-9. https://collatech.co.jp/ifm-lab/instagram/instagram_business/3926 (参照 2021-12-14).
- 7) ぐらしのマーケットマガジン (curama.jp) <https://curama.jp/magazine/717/> (参照 2021-12-14).



図 10 犬山市役所の職員の方との意見交流会の様子

東海三県におけるインフラツーリズムの推進状況と課題

EC18056 野口 恭平

1. 研究の目的

インフラツーリズムの取り組みとして国土交通省によるポータルサイトの開設や、民間が主催するようなインフラツアーの増加が見られる。しかしインフラツーリズムの認知度は低く、集客が多い施設も少ない。そこで東海三県のインフラツーリズムの現状を調査することで課題を探ることが目的である。

2. 研究の方法

インターネットでインフラツーリズムの概要を調査し、中でも資料室のあるインフラ施設、4カ所について現地で調査を行い、結果の比較、現地の状況からインフラツーリズムの課題を探る。

3. インフラツーリズムの概要

インフラツーリズムとはインフラストラクチャーや土木景観、土木工事を楽しむ観光旅行のことを指し、その魅力は、巨大な構造物のダイナミックな景観を楽しむ、非日常体験を味わう、インフラ施設の役割や背景を学ぶ、周辺の観光資源を楽しめるところにある。

インフラツーリズムは、長年伝わる祭りや行事は地域の歴史や文化の表れ、風物詩に彩りを添えるもの、歴史的、文化的な価値が認められているもので、日本や地域の歴史や文化を学べるもの、年に一度しかない祭りやイベントを支えているもの、観光名所になっているもの、大胆なアイデアを取り入れたもの、タイミングを

逃すと二度と見ることができない建設現場、身近にあるインフラを地域の工夫で財産にしているもの、なかなか来訪できない、意外なところにあるもの、インフラを学習するもの、以上の9つのテーマに分けることが出来る。今回の研究ではインフラを学習するものである資料室のあるインフラ施設を調査した。

平成28年に国土交通省の取り組みとしてインフラツーリズムのポータルサイトを開設、四半期毎に施設を取り上げており、旅行会社等と施設管理者が調整し、民間が主催するインフラツアーが年々増加している。しかし国土交通省が平成30年に行った調査では対象にした1,000人の一般市民の内インフラツーリズムという言葉を知っている人はわずか16%という結果になった。だがインフラ施設を見学したいと思うかの調査ではインフラツーリズムを知っていると答えた人の内94%、知らないと答えた人の中でも68%の人が見学をしたいと答えている。さらに訪日外国人に対するインフラツーリズムに興味があるかの調査では87%の人が興味があると回答している。これらのことからインフラツーリズム拡大の取り組みは行っており、一般市民、

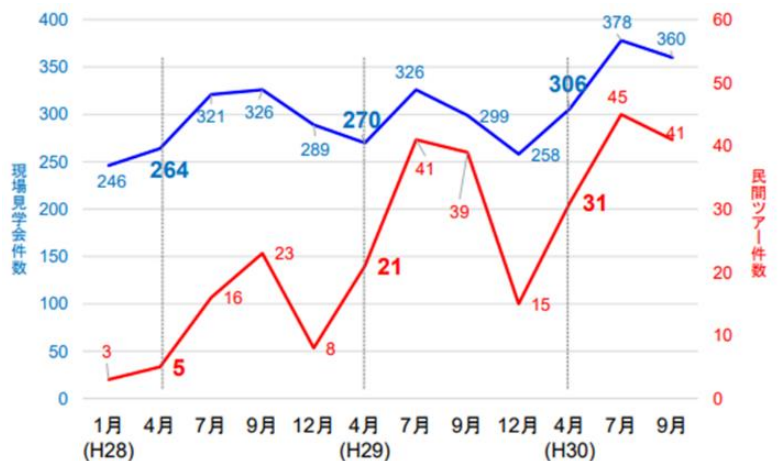


図1 インフラツーリズムポータルサイト掲載件数
出典：インフラツーリズム有識者懇談会資料2

訪日外国人の興味はあるが認知度が追いついていないのが現状である。

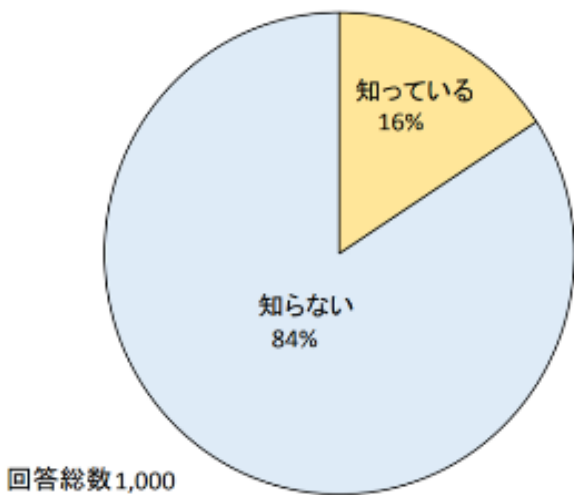


図2 インフラツーリズムという言葉を知っているか

出典：インフラツーリズム有識者懇談会資料2

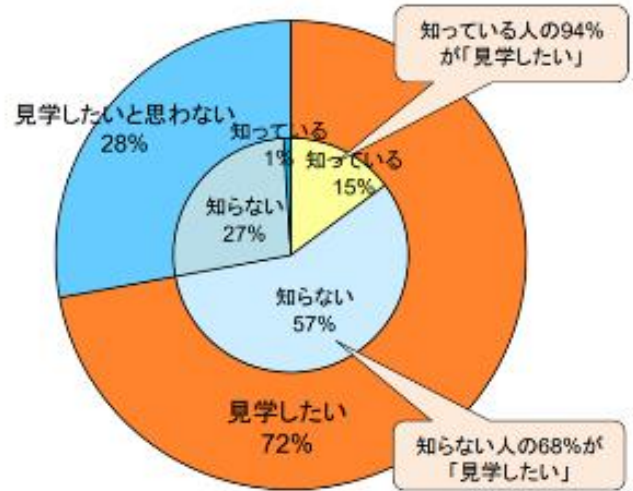


図3 インフラ施設を見学したいと思うか

出典：インフラツーリズム有識者懇談会資料2

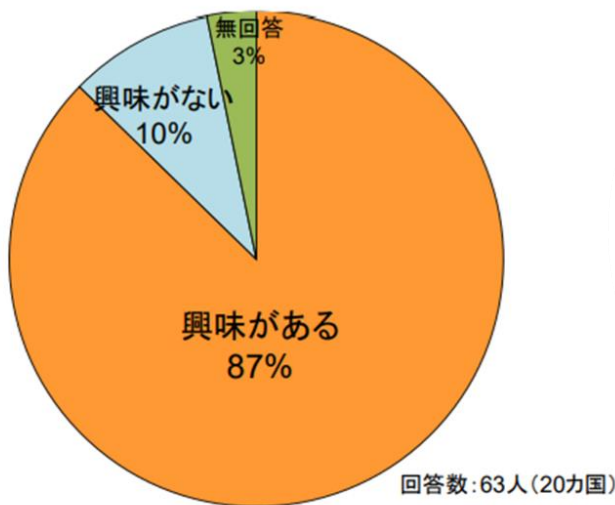


図4 訪日外国人へのアンケート「インフラツーリズムに興味があるか」

出典：インフラツーリズム有識者懇談会資料2

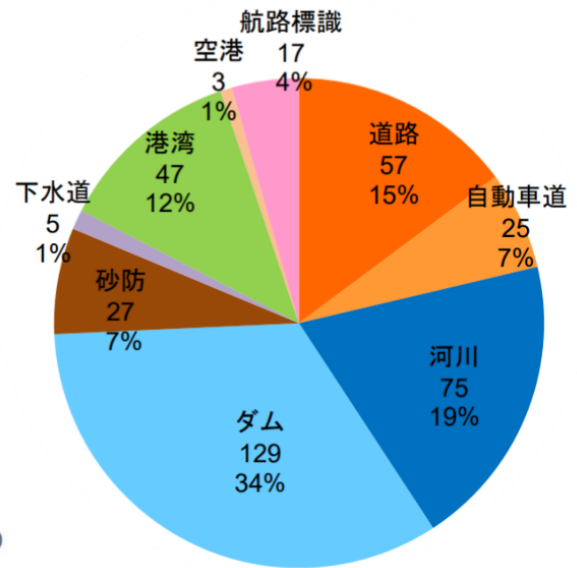


図5 ポータルサイトに取り上げられたインフラ施設の数

出典：インフラツーリズム有識者懇談会資料2

4. 東海3県の取組状況

インフラツーリズムポータルサイトに掲載されているツアーは東海三県で合計30件である。なかでも河川、ダム系のツアーが充実している。

表1 東海三県インフラツーリズム件数

	河川・ダム	道路関係	施設見学	建設工事	防災	総計
愛知県	4	1	1	1	1	8
岐阜県	6	4	1	0	0	11
三重県	3	6	2	0	0	11
総計	13	11	4	1	1	30

5. 拠点施設の現地調査

資料室のあるインフラ施設である長良川河口堰（三重県桑名市長島町十日外面 136）、上野遊水池（三重県伊賀市小田町 242）、小里川ダム（岐阜県恵那市山岡町田代 1565-21）、奥飛騨さぼう塾（岐阜県高山市奥飛騨温泉郷中尾 2-34）の4カ所について現地で調査を行った。調査項目は表1にまとめた16項目である。結果をまとめたものが下の表3である。

表3 調査項目

名称	チラシ、パンフレット、冊子の有無
日時	Wi-Fi
営業時間	外国語案内
来場人数（見学時）	施設の内容
アクセス	工夫
入館料	周辺の食事場所
トイレの有無	周辺の観光施設
休憩スペースの有無	地域との連携

表2 調査結果

名称	長良川河口堰	上野遊水池	小里川ダム	奥飛騨さぼう塾
場所	三重県桑名市長島町十日外面136	三重県伊賀市小田町242	岐阜県恵那市山岡町田代1565-21	10月26日（火）岐阜県高山市奥飛騨温泉郷中尾2-34
日時	11/2(火)	11/22(月)	11/18(木)	10月26日（火）
営業時間	火曜～日曜10時～16時（年末年始除く）	平日10時～16時（12/29～1/3除く）	平日の月曜日以外11:00～16:00 例外あり	5月～11月9:00～16:30
来場人数（見学時）	0人	0人	0人	0人
アクセス	車（長島ICから10分、湾岸長島ICから15分）電車近鉄長島から徒歩29分	車 名阪国道上野IC下りる → R422方面北へ約3km 電車 伊賀鉄道「上野市駅」下車 → 北西に徒歩約12分 JR関西線「伊賀上野駅」下車 → 南に徒歩約15分	中央自動車道瑞浪IC下車	車もしくは濃飛バス中尾高原口で下車
入館料	無料	無料	無料	無料
トイレの有無	あり	職員と共用	あり	あり
休憩スペースの有無	あり	あり	あり	あり
チラシ、パンフレット、冊子の有無	あり	あり	あり	あり
Wi-Fi	なし	なし	なし	あり
外国語案内	なし	なし	なし	あり
施設の内容	木曾川、長良川河口堰に関する展示	伊賀市の洪水の歴史と遊水池、管理センターの仕事についての展示	管理所に資料室、ダム堤体の解放、展望テラス	さぼうの役割と歴史の資料
工夫	映像を使った展示、魚道	コスト削減のため予約時のみ解放	ライトアップ、ワークショップの開催	神通川水系砂防事務所のTwitter、アンケートの実施
周辺の食事場所	あり	あり	あり	あり
周辺の観光施設	なばなの里、ナガシマリゾート	伊賀流忍者博物館、伊賀上野城	道の駅おばあちゃん市山岡日本一の木製水車	温泉、旅館、奥飛騨クマ牧場
地域との連携	施設見学、クイズラリー	いがぶら（上野遊水池の旅）を開催	小里川湖周辺ウォーキング、見にトリップ×戦トリップスタンプラリー	飛騨砂守ツアー

営業日が4カ所の内2カ所で平日のみ、営業時間も16時、16時30分と早い時間に閉館しており観光施設として訪れにくい。基本設備について、外国語案内以外は比較的整備されている。ただし、上野遊水池の資料室は問い合わせがあった時だけの解放でトイレは職員も使うものを使っており、Wi-Fiも整っていない。

展示内容はそれぞれインフラ施設の役割や歴史についてである。周辺に食事場所、観光施設があり、地域との連携でスタンプラリーなどがおこなわれており公共交通機関では不便なところもあるが周遊が出来る。

6. まとめ

以上の調査結果から見てきたインフラツーリズムの課題は、PR の工夫、インバウンドを含めた観光客の受け入れ体制の充実、地域との連携、施設の見せ方の工夫の4点である。まずPR の工夫について、ポータルサイトでのインフラ施設の掲載数が年々増加しており、インフラツーリズムへの興味はあるが認知度が低いのが問題である。またホームページの情報が少なく確認や予約は電話でしなければならない施設がある。

次にインバウンドを含めた観光客の受け入れ体制について、開館しているのが平日であるところ、閉館時間が早い施設が目立つ、来客用のトイレやWi-Fiなどの基本設備が整っていないところがあり観光施設としては訪れにくい。また事前調査では外国人観光客のインフラツーリズムへの関心が強いことがわかったが、今回調査した施設の多くでは外国語案内がない、また施設の方からも対応に困るとの話が聞けた。

次に、地域との連携についてで、交通の便が悪いところでは食事場所に困る、他の観光施設との距離が離れているなど、周遊に難がある。また、いがぶらなどの周辺地域とのイベントでは集客のチャンスであるが、施設ではデータを取っておらず、次に生かすことが難しい。このような機会こそ、広報周知、データの収集が必要である。

最後に施設の見せ方の問題でまず、展示物が古く、映像を使ったものや、ゲームなどは動かないものもある、またデータも古いものが多い、展示物が専門的なものになるので、職員が常に案内できるようになっている方が内容を理解しやすく、楽しめるが、事前予約や声をかけてくれれば案内をすと言った施設が多く、職員の不足や施設も見せ方に課題がある。

参考文献

国土交通省総合政策局：インフラツーリズム ポータルサイト

<https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/infratourism/> (参照 2021-8-2)

国土交通省：インフラツーリズム有識者懇談会

https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/sogoseisaku_region_tk_000068.html (参照 2021-8-27)

図6 現地調査（奥飛騨さぼろ塾）



図7 動かない展示物



図8 スマートフォンでの外国語案内



High mountains, towering at over 3,000 m
A harsh environment where trees cannot grow
Mountains crumbling in heavy winds and rain
Giant rocks rolling downstream



岐阜県における道の駅の相互比較

EC18058 服部 光樹

1. 研究の目的

岐阜県は道の駅の駅数全国第2位である56ヶ所の道の駅があり、道の駅の事業に積極的な県である。各駅にそれぞれ特徴があり、設備やサービスが異なる。そこで、道の駅の道路利用者への設備やサービス、地域住民へのサービスによる地域活性化への寄与を調査し比較を行う。そして、現在の岐阜県の道の駅の現状や課題を踏まえた上で、これからの道の駅の取り組みについて検討し、道の駅の発展に貢献する。

2. 研究の方法

インターネットで岐阜県内の道の駅の特徴や設備を調査し、各道の駅の比較を行う。その中で、設立が一番古い駅・設立が一番新しい駅・特徴的な取り組みを行っている駅の合計10ヶ所をピックアップする。それぞれの駅に、電話で担当者の方へのヒアリング調査と現地調査を行い現状把握し、これからの対策や取り組みを考える。

3. 道の駅制度の概要

1) 道の駅誕生の経緯

旅行などで長距離ドライブを行う人や女性や高齢者の運転者が増えているなかで、高速道路におけるサービスエリアやパーキングエリアのように、一般道路にもすべての人が気軽に立ち寄り、自由に休憩することができる場所が必要とされている。

さらに、このような休憩施設では、周辺地域の文化や特産物などの情報を提供でき、それらを活用した個性的で各駅でそれぞれ特徴を持ったサービスを提供することが可能であり、それにより地域活性化が促進されていく。

こうした背景があり、道路利用者や地域住民に休憩場所やサービスを提供する道の駅は誕生した。

2) 道の駅とは

道の駅は、すべての道路利用者が快適に道路を利用できる環境をつくることや周辺地域の地域活性化を目的とした施設である。

道の駅には、訪れた人が無料で気軽に利用できる駐車場やトイレなどの休憩機能、地域の観光案内や交通状況などの情報を提供する情報提供機能、地域交流を行い地域との連携を強化する地域連携機能の3つの機能がある。また、近年では防災備蓄倉庫やヘリポートといった防災機能を備えた道の駅もある。

3) 岐阜県の道の駅の特徴

岐阜県には、道の駅の駅数1位の北海道の129駅に次ぐ、56駅の道の駅がある。地元の野菜や特産物の販売や、それらを使った料理を提供している道の駅が多く見られる。豊かな自然や自然の中でのレジャー体験を満喫することができる道の駅もある。



図-1 岐阜県の道の駅の分布

出典：岐阜県公式ホームページ

4. 岐阜県内の道の駅の比較

1) 機能の比較

右図は、岐阜県内の道の駅の機能の分布表である。トイレ、駐車場、電話、身障者用トイレはすべての道の駅に設置されている。ATMが設置されている道の駅が岐阜県全体で10ヶ所もなく、併設されているショップやレストランでお金が必要となったときや緊急時にお金が必要なときに非常に不便である。

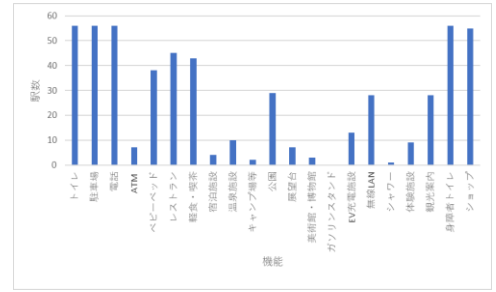


図-2 道の駅の機能の分布

出典：筆者作成

2) 開業年月日の比較

右図は、岐阜県の道の駅の開業年月日の分布である。1996～2005年の10年の間に現在ある道の駅の半分以上が開業している。これは、1990年代後半に全国的に直売所ブームが起きることで道の駅での直売の形態が注目されるようになり全国的に道の駅が増え、岐阜県もその例に漏れず増加したことが要因である。ここ10年で開業した道の駅は僅か4ヶ所であり、近年は増加が比較的緩やかである。最初に開業した道の駅は1989年の明宝であり、最後に開業した道の駅は2018年のパレットピアおおのである。

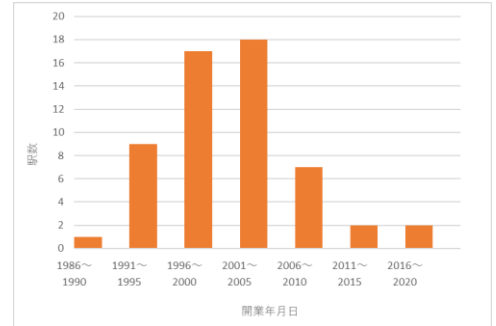


図-3 道の駅の開業年月日の分布

出典：筆者作成

5. 現地調査・ヒアリング調査

1) 調査対象の駅と調査項目

調査を行う駅は、表-1に記載されている10ヶ所の道の駅である。

一番登録が古い道の駅は主に、設備に手を加えているのか、開業時には行っていない新たな取り組みを何か行っているのかを調査する。一番登録の新しい道の駅は、設備や取り組みにおける既存の駅との違いを調査する。特徴的な取り組みを行っている道の駅は、どのような経緯でその取り組みが行われているのかを調査する。また、調査対象のすべての駅において、普通車とトラックの停車台数、トイレの状態、バリアフリーの状況、Wi-Fiがあるか、入店者数、コロナウィルスの影響を調査する。

2) ヒアリング調査の結果

表-2はヒアリング調査をまとめたものである。登録が一番新しい駅は全て大きな改装をしておらず内部の改築や模様替えやトイレの改修のみに留まっている。そのため駅自体が陳腐化してきており、近年に開業された駅に比べ面白みが無い。登録が一番新しいパレットピアおおでは、災害の際に地域の方の避難場所となるような設備があったり、周辺地区に子供が多いため子育て支援施設を建てたりと、地域住民に寄り添った道の駅である。特徴的な取り組みを行っている駅の経緯の多くは、人口が少なく高齢者が多いため高齢者の生きがいづくりや生活のために行ったことが元となって今の取り組みに繋がっていることが多く、地域のニーズに合わせた取り組みを行っているといえる。

また、地域振興に関する取り組みについてヒアリング調査したところ、すべての道の駅で地元の特産物や野菜を売っていたり、レストランがある道の駅ではそれらを使用した料理を提供したりと地域資源の活用を積極的に行っている。道路の清掃や敷地内の広場を用いたイベントを行っていたが現在はコロナウィルスの影響で取り組みを中止している駅もあった。

表-1 調査対象の道の駅

登録が一番古い道の駅	美並
	パスカル清見
	明宝
	花街道付知
登録が一番新しい道の駅	美濃白川
	パレットピアおおの
特徴的な取り組みを行っている道の駅	おばあちゃん市山岡
	飛騨金山ぬく森の里温泉
	桜の郷荘川
	賤母

出典：筆者作成

表-2 ヒアリング調査の結果

登録が一番古い道の駅	名称	開業時からの設備のままなのか	新たな取り組みを行っているか
	美並	・平成24年11月に内部改築	・惣菜コーナーを始めた
	パスカル清見	・大きな改装はしていない ・トイレを洋式にした	・料理のテイクアウトを行っている
	明宝	・基本そのまま使っている ・店内の装飾を変えた ・平成28年までにトイレを新しくした	・敷地内に個人事業主の店があり、その店を随時更新している
	花街道付知	・そのまま使用している	・テイクアウトを始めた
	美濃白川	・トイレなどの改修を行っている ・中の模様替えを行っている	・愛知や東京で行われている道の駅のイベントに、物産を出している
登録が一番新しい道の駅	名称	既存の駅との違い	設立された経緯
	パレットピアおおの	・防災備蓄倉庫等を備えている ・子育て支援施設がある ・災害対策活動を行うための防災拠点となる	・周辺に道の駅がなく、みんなが集まれる場所をつくるため ・子供が多い地区であり、気軽に遊べる場所をつくるため
特徴的な取り組みを行っている道の駅	名称	行っている取り組み	取り組みを初めた経緯
	おばあちゃん市・山岡	・高齢者雇用	・高齢者の生きがいをづくりを目的として、山岡のおばあちゃん市をつくった
	飛騨金山ぬく森の里温泉	・小さな拠点	・元々、諸施設が集約されている地区に、道の駅を整備
	桜の郷荘川	・地域住民の健康増進に資する取組	・地域の高齢者や足の弱い方が温泉に来られるように、サービスとして始めた
賤母	・インバウンド観光に対応した施設整備や活動	・そもそもインバウンド観光への対応をほとんど行っていない	

出典:筆者作成



図-4 飛騨金山ぬく森の里温泉に併設されている病院



図-5 パレットピアおおのの子育て支援施設



図-6 桜の郷荘川の敷地内の屋内運動場

3) 現地調査の結果

表-3 と表-4 は現地調査の結果である。トイレの状態は近年開業された駅であるほどきれいな傾向にある。Wi-Fi は全ての道の駅に整備されている。日平均入店者数は各道の駅で明確に差が出ている。スロープは、10ヶ所中9ヶ所あり、道の駅賤母は階段しか設置されていなかった。開業が比較的最近の道の駅は、駐車場

表-3 現地調査の結果1

名称	停車台数(普通車)	停車台数(トラック)	トイレの状態	Wi-Fi	日平均入店者数
美並	17台	7台	比較的きれい	有	700人
パスカル清見	6台	0台	少し汚い	有	150人
明宝	29台	3台	かなりきれい	有	353人
花街道付知	6台	0台	比較的きれい	有	188人
美濃白川	49台	3台	比較的きれい	有	450人
パレットピアおおの	131台	5台	とてもきれい	有	1150人
おばあちゃん市・山岡	12台	0台	かなりきれい	有	1200人
飛騨金山ぬく森の里温泉	13台	0台	とてもきれい	有	150人
桜の郷荘川	11台	0台	比較的きれい	有	280人
賤母	33台	5台	比較的きれい	有	300人

出典:筆者作成

とトイレや建物との間に段差があまり無いようになっていた。点字ブロックは、10ヶ所中5ヶ所あり、他の設備に比べ設置されていないところが多く、早急な対応が必要である。身障者用駐車場と身障者用トイレは、調査を行ったすべての道の駅に設置されていた。しかし、身障者用駐車場に屋根が設置されていない駅が3ヶ所あったり、身障者用トイレがオストメイト（人工肛門保有者・人工膀胱保有者）対応になっていない駅が7ヶ所あったりと、トイレと駐車場に関してはすべての駅に身障者用のものが備わっているものの未だ完璧な設備が設置されているとは言い難い状況にある。

4) コロナウィルスの影響

図-7は、コロナウィルスの影響をまとめた図である。どこの道の駅も、売り上げか客足に影響が出ており、花街道付知では売り上げがコロナ前である令和元年の6割に満たなかったり、美濃白川では客足がコロナ前の6割ほどになっていたりしている。緊急事態宣言が発令されていた期間のみ臨時休業を行った道の駅もあった。

表-4 現地調査の結果 2

名称	バリアフリー			
	スロープ	点字ブロック	身障者用トイレ	身障者用駐車場
美並	有	無	有	有
パスカル清見	有	無	有	有
明宝	有	無	有	有
花街道付知	有	有	有	有
美濃白川	有	無	有	有
パレットピアおおの	有	有	有	有
おばあちゃん市・山岡	有	有	有	有
飛騨金山ぬく森の里温泉	有	有	有	有
桜の郷荘川	有	有	有	有
賤母	無	無	有	有

出典：筆者作成

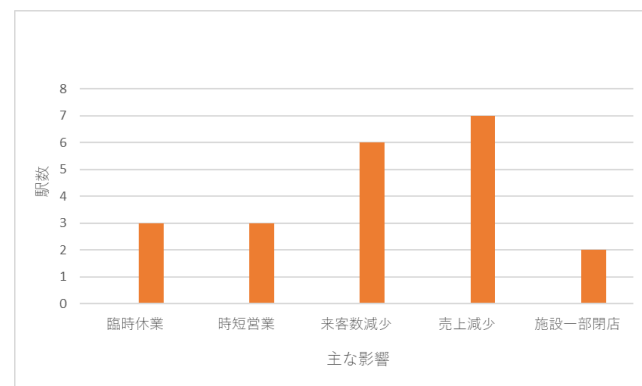


図-7 コロナウィルスの影響

出典：筆者作成

6. まとめ

観光客やドライバーが安心して休憩できる設備があったり、地域住民の要望に応えた取り組みを行っていたりする道の駅があった中で、大きな改装を一度も行っていない、野菜や特産物の販売のみに留まり個性が無い、バリアフリー設備が完璧に整っていない、過疎地域の道の駅の来客数が少ない、コロナウィルスの影響を受けているといった課題が見られた。

地域振興による地域との交流をより一層行い、さらに観光客がその地域に魅力を感じさせるような情報発信やイベントを行う必要がある。設備やサービスが充実していない道の駅は最新の道の駅に習い、バリアフリー設備や駐車場、トイレなどの休憩機能の強化と子育て支援や高齢者支援など周辺地域のニーズに合わせた更新をしていく必要がある、そのためにも地域住民と共に道の駅の運営を考えていくことが必要である。過疎地域や高齢者の多い地域では、飛騨金山ぬく森の里温泉のように小さな拠点の取り組みを行い、道の駅周辺に病院などの日常生活に必要な施設の集約をすることが必要である。新型コロナウイルスにより売り上げや客足に大きな影響が出ているため、料理のテイクアウトや商品の配達サービスなどのコロナ禍で需要の高いサービスを行っていく必要がある。

これらによって、個性があり道路利用者と周辺住民のどちらの支えにもなる道の駅の運営を期待できる。

参考文献

- ・国土交通省 道の駅案内：<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/outline.html> (参照 2021-11-25)
- ・道の駅公式ホームページ 道の駅の取り組み：<https://www.michi-no-eki.jp/about> (参照 2021-4-14)
- ・岐阜県の「道の駅」 - 岐阜県公式ホームページ (道路維持課)
<https://www.pref.gifu.lg.jp/page/1467.html> (参照 2021-4-14)
- ・遠藤一幸 松本行真「道の駅の差別化の特性と今後の課題」
https://researchmap.jp/read0139275/published_papers/1939790/attachment_file.pdf (参照 2021-11-14)

Park-PFI を適用した久屋大通公園の利用の実態と課題

EC18065 松永実和

1. 研究目的

全国の公園の中で Park-PFI という新たな時代の仕様都市公園の在り方がある。そのような公園が全国で増えてきており、公園本来の目的を果たしているのかに興味を持ったため取り組みたいと思った。

2. 研究方法

- 1) Park-PFI の知識をインターネットや本で得る。
- 2) 現状の久屋大通公園の特徴やその地域の特性を知ることと、過去の公園の在り方、その地域周辺の特徴を知る。
- 3) 久屋大通公園を現地調査する。
- 4) 収集したデータを表や図で表し、統計データを取り分析する。



図 1 久屋大通公園

3. Park-PFI 制度の概要¹⁾

Park-PFI 制度とは、2017 年の都市公園法（1956 年法律第 79 号）の改正により新たに設けられた。飲食店や売店などの公園の利便性が向上する施設の設置と、該当する施設の収益を活用してだれもが利用できる園路や広場等の特定の公園施設の整備・改修等を一体的に行う者を、公募により選ぶ「公募設置管理制度」のことである。

4. 名古屋市における Park-PFI の導入状況²⁾

名古屋市に存在する公園は 1460 個である。そのうち、2016 年に創立した名城公園の tonarino は Park-PFI の試行状態である。2020 年に創立した久屋大通公園は Park-PFI を導入した。昭和区に位置する鶴舞公園は Park-PFI を公募している。（2021 年 12 月 21 日現在）

5. 久屋大通公園の現地調査

5.1 調査対象の概要³⁾

テーマごとに 4 つの Zone にわかれており、新しい学びや憩いの場として利用でき、イベントや店舗等によりコミュニケーションを創出する新しい公園である。

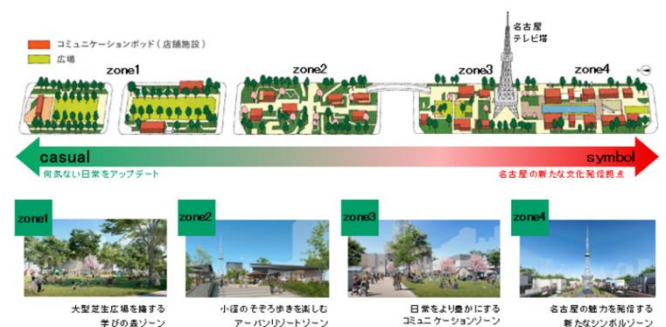


図 2 久屋大通公園のマップ

5.2 調査の実施

- 1) 7.8.9 月では公園を通る人数、男女比、年代別、グループ別について調査を行う。
- 2) 10 月では公園の利用者の「すわる」行為に着目して調査を行う。また、各 Zone の中でどのあたりに人数分布があるのかについて調査を行う。

* Zone1 と 2 は 11:00~12:00、14:00~15:00、17:00~18:00、Zone3 と 4 は 12:00~13:00、15:00~16:00、18:00~19:00 の中から 30 分間観察を行った。

図 3-1 より、全体的に Zone4 の利用者が多くなっている。平日は Zone2 の利用者が少なく、土曜日は Zone1 の利用者が少ない。このことから、久屋大通公園を通過する人は、南側の Zone3 や Zone4 の利用者が多く、北側の Zone1 や Zone2 の利用者が少なくなっている。また、Zone3 の利用者はどの日でもあまり変化がない。よって、常に人が多くいて、コミュニケーションが取れている。

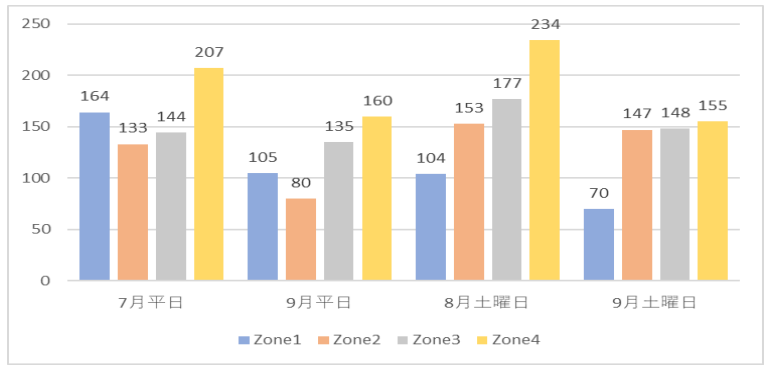


図 3-1 総数

図 3-2 より、全体的に男性の人数よりも女性の人数が多くなっている。また、9月の利用者は男女比の差が激しくなっている。女性の利用客が多いことから、女性には利便性が高くなっている。さらに、平日と土曜日での男女の割合にはあまり変化が見られなく、男女ともに利用しやすくなっている。

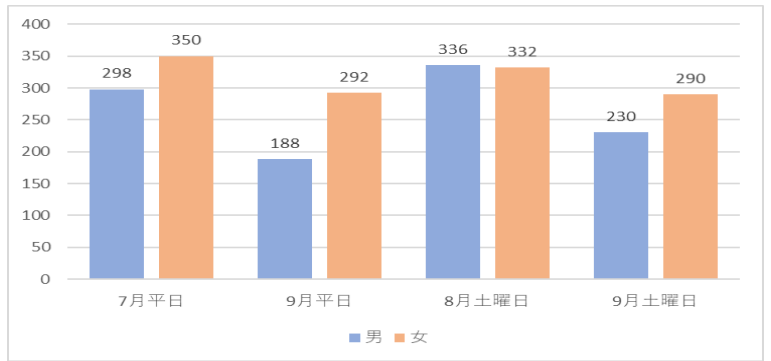


図 3-2 男女比

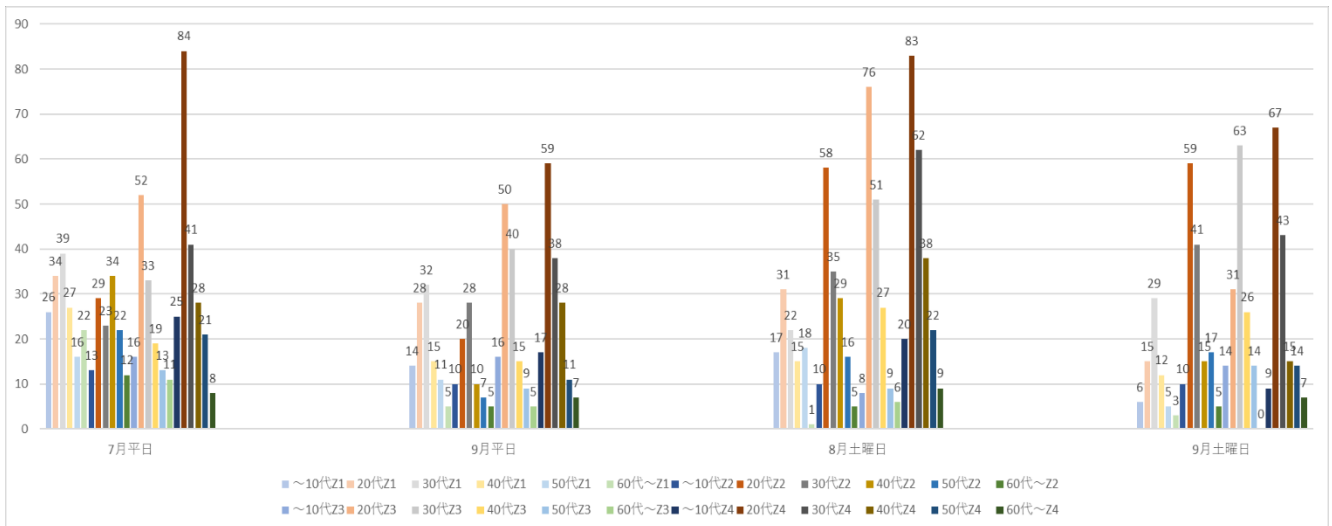


図 3-3 年代別

図 3-3 より、どの日でも年代別の割合の変化は少なくなっている。また、全体的に 20 代と 30 代の割合が多く、60 代の割合が少なくなっている。このことから、20 代や 30 代の若者が利用しやすい環境となっている。

図 3-4 より、全体的に 1 人行動や 2 人行動をしている人が大半を占めている。平日は 1 人行動している人が多く、土曜日は 2 人行動している人が多い。また、3 人行動と 4 人行動を比較すると、3 人行動が多くなっている。このことから、久屋大通公園には少人数で行きやすく、個人でも利用しやすくなっている。

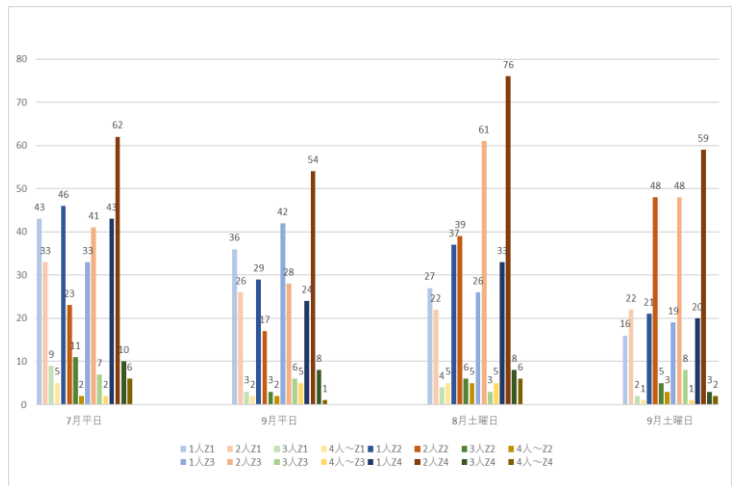


図 3-4 グループ別

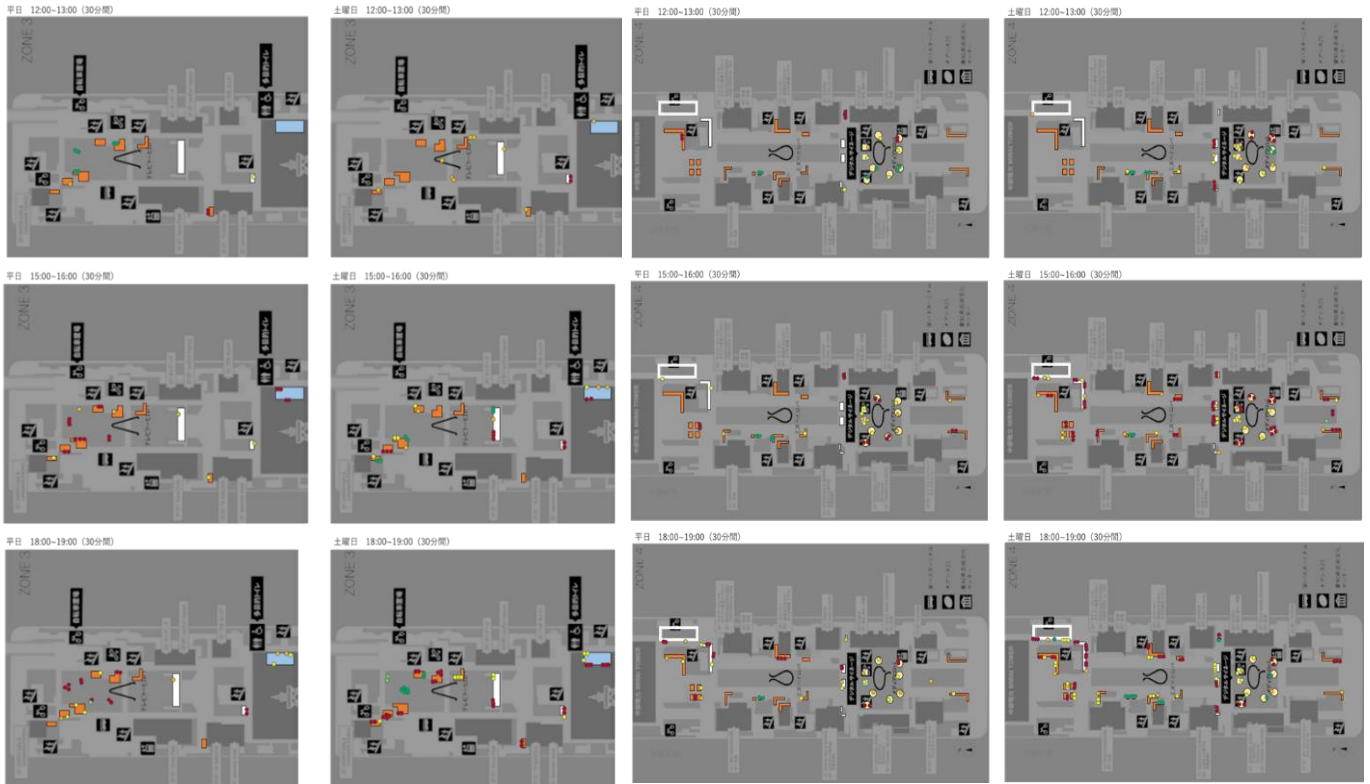


図 5-4 Zone3 人数分布

図 5-5 Zone4 人数分布

図 5-4 より、テレビ塔の足に座る人が多くみられる。よって、目の前にトイレがあることから、トイレ待ちをしている人が多くなっていた。また、土曜日はイベントで芝生が利用できなくなっていたため、芝生の利用者が少なく、ベンチの利用者が多くなっている。

図 5-5 より、階段を下った場所にあるメディアヒロバにはどの時間帯でも机やイスが埋まっており、常に人が多くいた。しかし、電光掲示板を見ている人よりも、スマホを触っている人や食事をしている人、ぼーっとしている人が多かった。また、平日と土曜日ともに夕方になるにつれて、人が多くなっていった。

6. まとめ

各 Zone それぞれ狙いの目的通りの公園の在り方になっている。Zone1 では、芝生を利用して小学生前後の子を対象ににぎわっていた。Zone2 では、そぞろ歩きはあまり感じなかったが、「すわる」行為よりも歩いている人が多かったため、散歩に向いている。Zone3 では、芝生やベンチで長時間滞在している人が多く、話しやすい空間になっている。Zone4 では、飲食店が多くにぎわっており、人が多く行き来してきて栄えている。これからは、さらなる賑わいと魅力が出るように、久屋大通公園の店舗を利用したイトインの利用客を増やし、公園の利用を最大限に活かすことが大切にする必要がある。

参考文献

- 1) [三井不動産 | 日本最大級の Park-PFI 事業「Hisaya-odori Park」2020 年秋誕生 \(mitsuiufudosan.co.jp\)](https://www.mitsuiufudosan.co.jp/corporate/news/2020/0623/)
https://www.mitsuiufudosan.co.jp/corporate/news/2020/0623/ (2021 年 12 月 20 日参照)
- 2) [公園 | ナゴヤ情報分析データシステム【NIADS】 \(nagoya-analytics.com\)](http://nagoya-analytics.com/life02/)
http://nagoya-analytics.com/life02/ (2021 年 12 月 20 日参照)
- 3) [名古屋市:久屋大通公園 \(北エリア・テレビ塔エリア\) の利用について \(暮らしの情報\) \(city.nagoya.jp\)](https://www.city.nagoya.jp/jutakutoshi/page/0000132799.html)
https://www.city.nagoya.jp/jutakutoshi/page/0000132799.html (2021 年 12 月 20 日参照)
- 4) [園内マップ | Hisaya-odori Park \(久屋大通公園\) \(rhp.nagoya\)](https://rhp.nagoya/map.html) https://rhp.nagoya/map.html (2021 年 12 月 20 日参照)