

ハイウェイオアシスの比較研究

EC20012 太田 賢伸

1. 研究目的

全国には多数のハイウェイオアシスが存在する。それぞれ公園や道の駅など様々な複合施設がある。それぞれが大きさや利用者数など特徴がある中で、愛知県と岐阜県にある3か所のハイウェイオアシスを研究対象とし、現状からさらに充実し、人々にとって利用しやすく、より良いものにするために課題や改善を研究する。

2. 研究方法

- 1) ハイウェイオアシスについての知識や情報をおもにインターネットを用いて収集する。
- 2) 研究対象となる3か所の現地調査を行い、施設の特徴や雰囲気、利用状況を把握する。
- 3) 現地で、利用者を対象にアンケート調査を実施する。
- 4) 収集した情報とデータを表や図に表し、統計する。

3. 研究対象となるハイウェイオアシス

今回の研究で調査対象としたのは、鞍ヶ池ハイウェイオアシス（愛知県豊田市）、刈谷ハイウェイオアシス（愛知県刈谷市）、川島ハイウェイオアシス（岐阜県各務原市）である。

それぞれ航空写真より、パーキングエリアや公園など施設ごとに色で分けて枠で囲った。

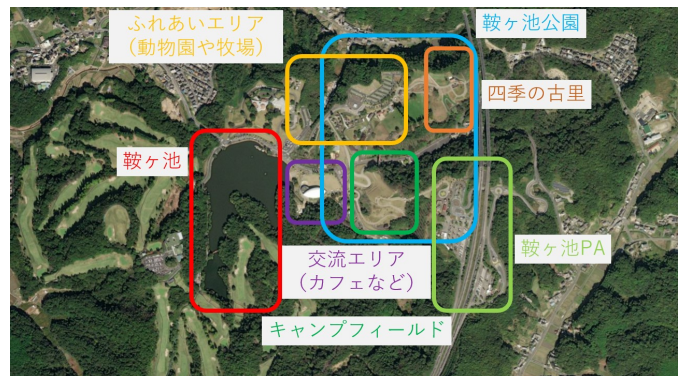


図1 鞍ヶ池ハイウェイオアシス
出典：筆者作成（以下すべての図表に同じ）



図2 刈谷ハイウェイオアシス

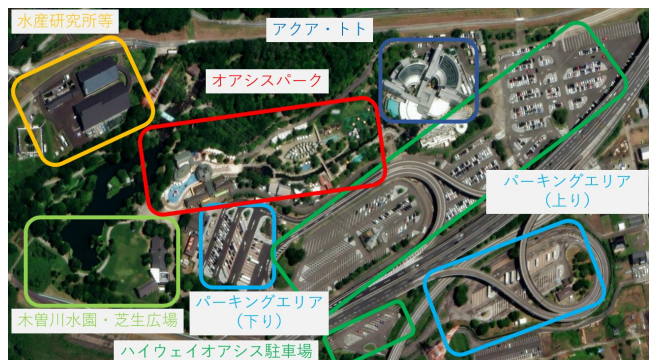


図3 川島ハイウェイオアシス

4. ハイウェイオアシスの概要

ハイウェイオアシスとは、高速道路のパーキングエリアまたはサービスエリアと公園や商業施設等を複合して一体化させたもので、高速道路および一般道のどちらからでも利用が可能なものである。ハイウェイオアシスの良さは、高速道路を出ることなく食事から遊びまで様々な目的で利用できることや、地域の特徴を演出したり気軽に利用ができるため、全国各地から利用者を集められることである。

5. 調査対象となるハイウェイオアシスの比較

今回の調査対象となる3か所のハイウェイオアシスはそれぞれ、鞍ヶ池パーキングエリアは鞍ヶ池公園、刈谷パーキングエリアは岩ヶ池公園、川島パーキングエリアはオアシスパークと主に公園施設が併設されている。いずれも大型遊具や芝生広場など小さな子どもが楽しめる設備が充実しているため、子連れの家族が利用しやすい共通点がある。駐車場は、高速側と一般側で分かれており、高速側は最大で刈谷下りの280台、一般側はいずれも約1000台前後である。川島ハイウェイオアシスは3か所の中で唯一スマートICがないというのが他2か所と異なる点である。鞍ヶ池ハイウェイオアシスは施設からみてもアウトドア向きであり、刈谷ハイウェイオアシスと川島ハイウェイオアシスに関しては、多種多様な施設が多いため、食事から遊びなど多目的に利用されることが多いというのが違いである。

表1 ハイウェイオアシスの施設の比較表

	鞍ヶ池	刈谷	川島
複合施設	鞍ヶ池公園	岩ヶ池公園	オアシスパーク
施設情報	<ul style="list-style-type: none"> ・ボート乗り場 ・牧場 ・水辺テラス ・動物園 ・カフェ(スタバ) ・動物愛護センター ・芝生広場 ・桜園 ・子供プレイコーナー(大型遊具) ・英国庭園(四季の古里) ・植物園 ・アパレルショップ(スノーピーク) ・動物ふれあい広場 ・レストラン(スノーピーク) ・キャンプデッキ(スノーピーク)・展望台 ・ホースパーク(エルミオーレ) ・フォレストアドベンチャー(アスレチック施設) ・サービスセンター 	<ul style="list-style-type: none"> ・大型複合遊具 ・幼児用複合遊具 ・かもポッポー(汽車のアトラクション) ・テント広場(休憩や食事可) ・親水広場 ・授乳室/おむつ替え室 ・林間遊具 ・ちびっこ広場(人工芝) ・わんぱくパイロット(飛行機のアトラクション) ・ミスト噴水 ・メリーゴーランド ・オアシスステージ(イベント随時開催) ・ゴーカート ・オアシス館刈谷(記念ブースや文化紹介) ・バッテリーカー ・天然温泉かきつばた(温浴施設) ・固定式児童遊具 ・セントラルプラザ(フードコートや市場有) ・レール式乗り物 	<ul style="list-style-type: none"> ・アクアトぎふ ・木曽川水園 ・大鷲賢車 ・自然発見館 ・BBQキャンパス ・キッチンカーエリア ・大型遊具 ・お土産処 ・遊び場 ・コンビニ ・芝生広場 ・水園広場 ・噴水 ・屋台村 ・多々飲食施設 ・多々アトラクション施設
スマートIC	○	○	×
駐車場	一般(公園)：900台 パーキングエリア(上り)：85台 パーキングエリア(下り)：152台	一般：1000台 パーキングエリア(上り)：262台 パーキングエリア(下り)：280台	一般：1386台 パーキングエリア(上り)：26台 パーキングエリア(下り)：241台

6. 現地調査

6.1 利用人数

現地調査は、1つのハイウェイオアシスにつき平日と休日で1回ずつ計2回調査を行った。利用人数は、各パーキングエリア、公園内と分けて集計した。右の図4は各ハイウェイオアシスの施設内全体の利用者を示す。結果は、全体の人数は休日の方が平日の倍近く多かった。やはり休日は学校や仕事が休みの人が多いため、平日に比べて利用人数が多い。また、天候が雨の日は利用人数が少し少なくなる印象である。

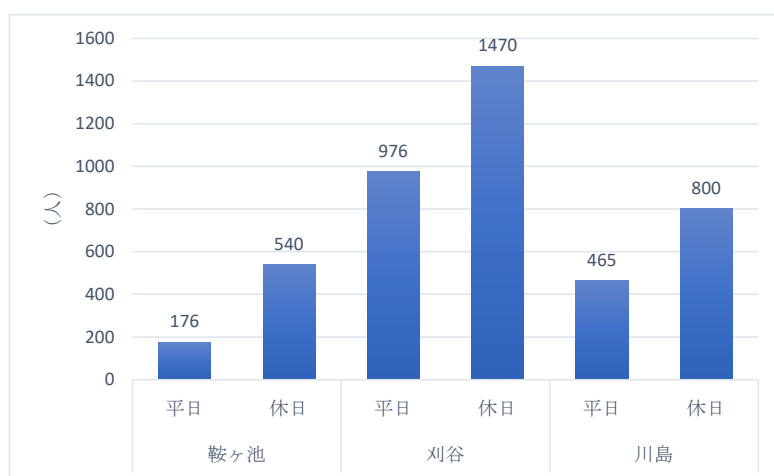


図4 施設利用者人数

6.2 駐車台数

駐車台数は、上りパーキングエリア、下りパーキングエリア、一般の3つに分けて集計を行った。右の図5は各ハイウェイオアシスの全体の駐車台数を示す。基本的に駐車台数に関しても、利用者数と同じで平日

より休日の方が倍近く多かった。刈谷は常に利用者が多いため平日も休日もそれほど利用者に変わりはない結果となった。ナンバーでいうと、トラックは全国広範囲からの利用が多いが、普通の自動車はやはり東海地方や県内からの利用者が大半を占める結果となった。

6.3 店舗数（飲食店舗など）

鞍ヶ池ハイウェイオアシスは全体で店舗数が3店舗（飲食店舗2店舗）とかなり少ない。刈谷ハイウェイオアシスは全体で35店舗（飲食店舗27店舗）とかなり多い。パーキングエリアからセントラルプラザまで充実しているため満足できる。川島ハイウェイオアシスは全体で18店舗（飲食店舗16店舗）と刈谷と比べると多くはないが、図6のようにキッチンカーがあるなど多種多様であるため、非常に充実感がある。

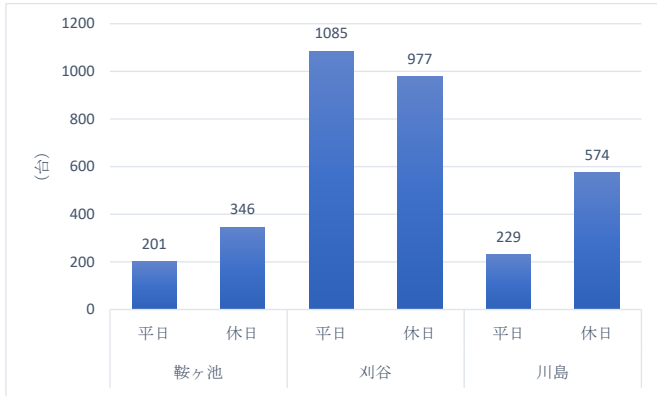


図5 駐車台数



図6 川島ハイウェイオアシス内の様子

7. アンケート調査

現地調査の際に利用者を対象にアンケート調査を行った。今回のアンケート調査より、利用者の利用目的として休憩・食事、公園で遊ぶという人が圧倒的に多かった。利用目的に合わせて、利用施設もパーキングエリアやセントラルプラザ、交流エリアなど飲食ができる場所の利用が多かった。また、利用者のコメントは表2のようになった。大人から子どもまで楽しめるや施設が充実しているなど良いコメントが多かった。

表2 ハイウェイオアシス利用者からのコメント

	鞍ヶ池	刈谷	川島
質問	ハイウェイオアシスを利用して、通常のPA/SAと比べてどうでしたか？		
コメント	<ul style="list-style-type: none"> おしゃれだなと感じた 満足感がある 施設の種類が多く、充実していると思った 子供でも楽しいと思える場であり、スタバなどの最近のカフェも入っていることから大人でも楽しむことができ、家族でよく使うことも多いSAとしてとても良いと思った 居心地がいい 家族で楽しめる施設が多々あって良かった 分からない 行きやすいのでまた来たいと思いました 	<ul style="list-style-type: none"> 楽しい 通常と違い施設も沢山あり、利用しやすい 子供が遊べる場所が多くあって家族連れにはとても良い場所だと思った 色々な施設があり、とても人が多かった 子供が遊べる場所があり楽しめるし、子連れも多いので行きやすいと思った かなり大きくてお店も色々あって良かった 	<ul style="list-style-type: none"> 親として子供が楽しめるので良いと思っています 通常よりも施設が充実されている 良かった 他のサービスエリアよりも充実していて、ただの休憩じゃないのが良かった 子供達が楽しく遊具で遊べるから良かったと思いました 色々なお店があるし、遊具で子供達が遊べるので満喫できると思います

8. 課題

- ① 鞍ヶ池ハイウェイオアシスは刈谷や川島と比べて、パーキングエリアと公園までの距離が遠い。
- ② ハイウェイオアシスは休憩や食事を目的とする人が多い中で、鞍ヶ池ハイウェイオアシスは刈谷や川島と比べて飲食施設等が少なく利用がしにくい。
- ③ 川島ハイウェイオアシスにはスマート IC が設置されていない。
- ④ 刈谷ハイウェイオアシスは利用者が非常に多く、セントラルプラザ内に人が集中するため、食事や休憩の際に長居がしにくい。

9. まとめ

9.1 調査して分かったハイウェイオアシスの良さ

ハイウェイオアシスは、飲食店舗や公園など様々な施設が併設されているため、多目的で多くの人々が利用でき、非常に賑わう。また、スマート IC が設置されている所も多いため、高速道路や一般道から車で利用がしやすい。

9.2 課題の改善

- ① 鞍ヶ池は PA と公園中心部までの距離を変えることは難しいので、その間に飲食店舗を増やしたり、キャンプ施設があるのでその利用者をさらに上げていくのが良い。右の図7のようにパーキングエリアから公園中心部まで距離があるため、その間の青枠の辺りなどに店舗を設置する。緑枠のキャンプ施設は時期にもよるが、さらに知名度を上げ、利用者を増やす。
- ② 川島はスマート IC がない状況だが、周辺は住宅街や国営公園、国道も通っているため、スマート IC で出入りができればより便利になる。
- ③ 刈谷はセントラルプラザ内に飲食店舗が集まるため、公園内などにもカフェなどを作ればうまく利用者を分散できる。図8のように黄色の枠で囲った辺りはトイレやベンチくらいしかないので、この辺の場所にカフェやキッチンカーがあると良い。



図7 鞍ヶ池ハイウェイオアシス改善案図



図8 刈谷ハイウェイオアシスの改善案図

参考文献

- 1) 鞍ヶ池公園 公式サイト：<https://kuragaikepark.com/> (参照 2023-12-1)
- 2) 刈谷ハイウェイオアシス：<https://kariya-oasis.com/> (参照 2023-12-1)
- 3) 複合型レジャー公園 オアシスパーク各務原：<https://www.oasispark.co.jp/> (参照 2023-12-1)

岐阜市中心市街地の店舗の変遷

EC20023 河田 拓巳

1. 研究目的

岐阜市には岐阜城の城下町として栄えた岐阜城付近、過去には岐阜の中心として栄えた柳瀬通り周辺、現代で岐阜の中心となっている岐阜駅周辺とエリアごとにそれぞれの特徴や問題点がある。それらをどのような店舗が残り、どのような店舗が減少していったのかなどまちの変遷を調査することで、それぞれのエリアでのまちの在り方について理解することができる。また、まちの特性を生かしどのような工夫がなされているのかなどを調査することで岐阜のまちの活気に繋がる。

2. 研究方法

- 1) 図書館で1984年と2023年の岐阜市のゼンリンの住宅地図を取得。
- 2) 取得したゼンリンの住宅地図を利用し、1984年と2023年の店舗の種類、店舗数を調査。
- 3) 収集したデータを表やグラフで表し、統計データをとる。
- 4) 統計データをもとに現地調査をし、それぞれのエリアでの特徴や問題点、取り組みなどを把握する。



図1：3つの地区のエリア分け
出典：グーグルマップから筆者が作成

3. 3つの地区の設定

上から順に、岐阜城付近、柳瀬通り周辺、岐阜駅周辺の3つにエリア分け(図1)をし、それぞれのエリアでの特徴や問題点などを分析していく。

4. 1984年と2023年における全体での店舗の状況

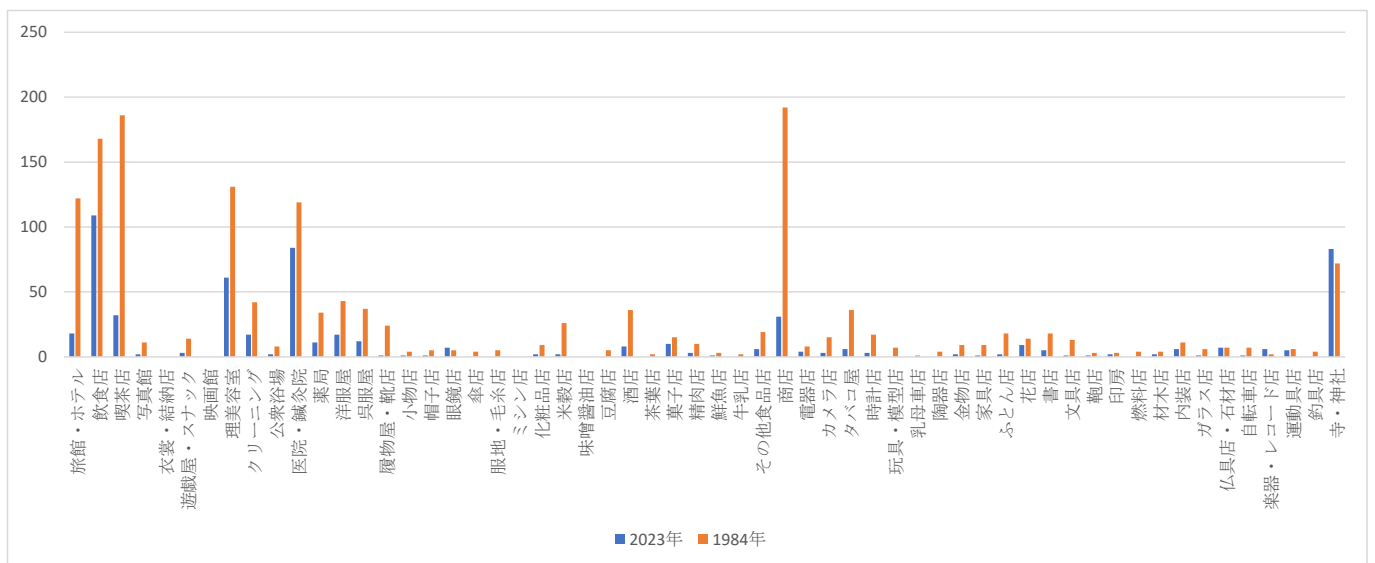


図2：2023年と1984年での全体の店舗数比較 出典：筆者作成

1984年と2023年の地図をもとにそれぞれの店舗の状況を調査すると(図2)、ほとんどの店舗で店舗数が

減少していることが分かる。全体として1984年には1600あった店舗が2023年には687と半分以上減少している。商店や喫茶店などの店舗が減少しており、時代とともに生活に必要なものが変化をしていることが読みとれる。

5. 1984年と2023年における岐阜城付近での店舗の状況

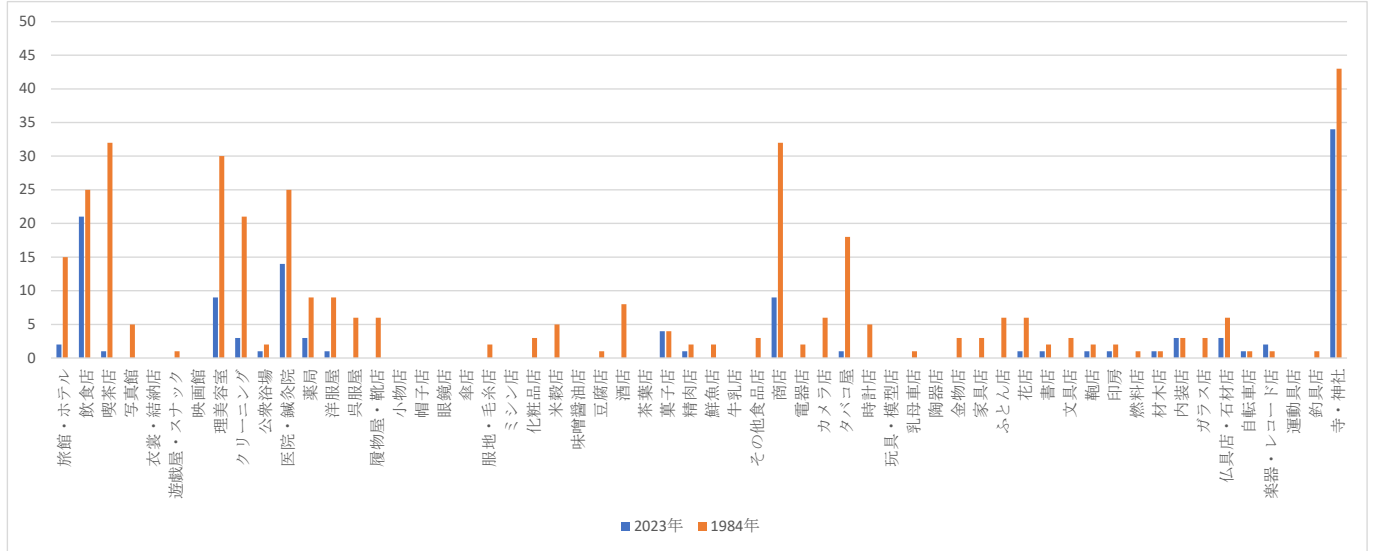


図3：2023年と1984年での岐阜城付近の店舗数比較 出典：筆者作成

全体を岐阜城付近、柳瀬通り周辺、岐阜駅周辺の3つに分け比較をする。はじめに岐阜城付近の店舗の状況を調査すると図3のようになる。図3のグラフから岐阜城付近の特徴として3つのエリアの中では最も店舗数が少ないことから利便性が低いということがデメリットではあるが寺や神社が多く残っていることから観光としての強みがあるということが読みとれた。

6. 1984年と2023年における柳瀬通り周辺での店舗の状況

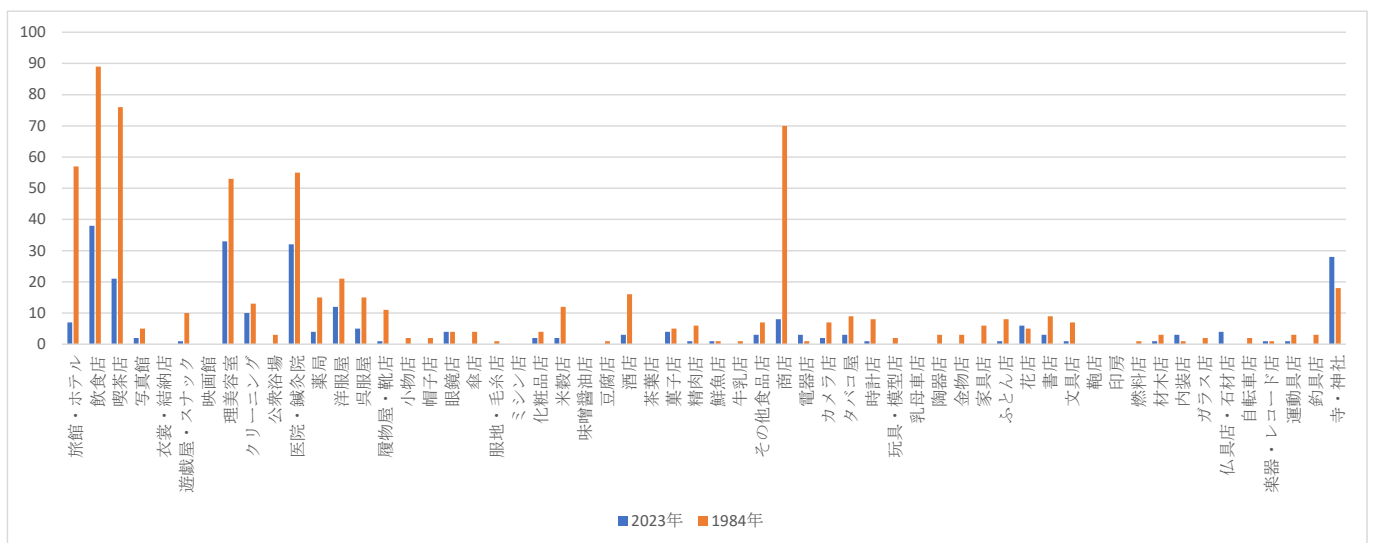


図4：2023年と1984年での柳瀬通り周辺の店舗数比較 出典：筆者作成

柳瀬通り周辺での店舗の状況を調査すると図4のようになる。図4のグラフから柳瀬通り周辺の特徴とし

て 1984 年の柳瀬通り周辺では幅広く多くの店舗(商店だけでなくカメラ店やタバコ屋など)があった。しかし時代の変化により多くの店が減少していることから活気がなくなっている。店舗数は減少しているが3つのエリアの中で最も多く利便性は高い、また喫茶店などの現在では減少傾向にある店舗もある程度残っており、楽しむことができる。

7. 1984年と2023年における岐阜駅周辺での店舗の状況

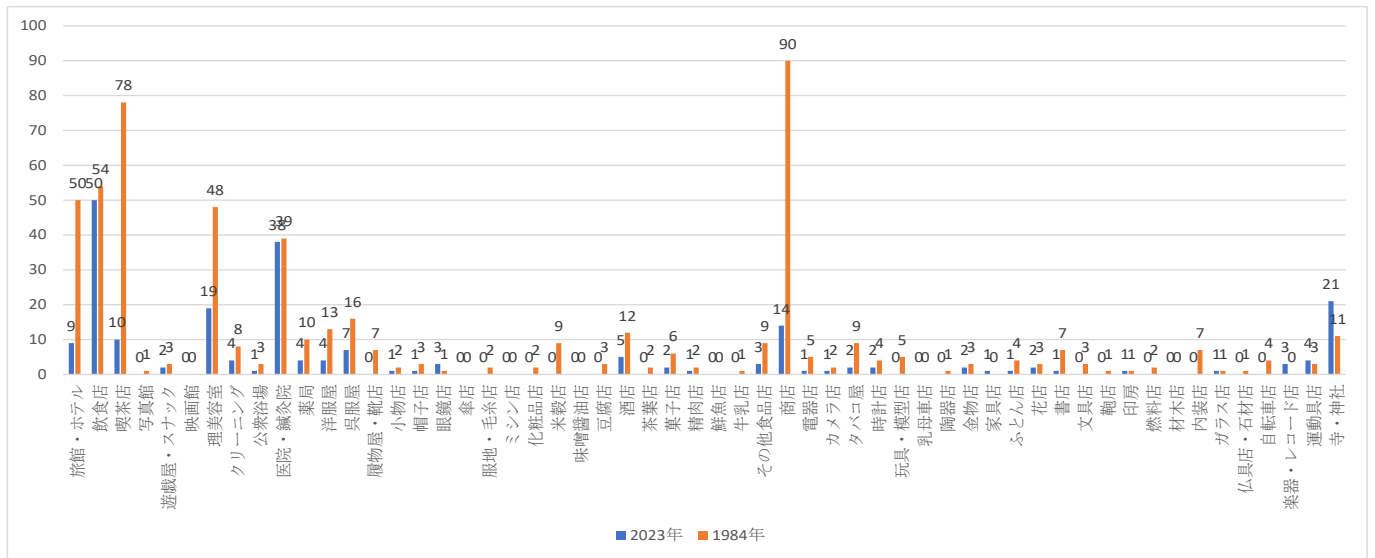


図5：2023年と1984年での岐阜駅周辺の店舗数比較 出典：筆者作成

岐阜駅周辺での店舗の状況を調査すると図5のようになる。岐阜駅周辺では商店や喫茶店などが多く減少しており店舗数が1984年と比べ少なくなっているが、飲食店や医院・鍼灸院の数にはほとんど変化がなく、利便性が良いということが読みとれる。

8. 分野別での比較

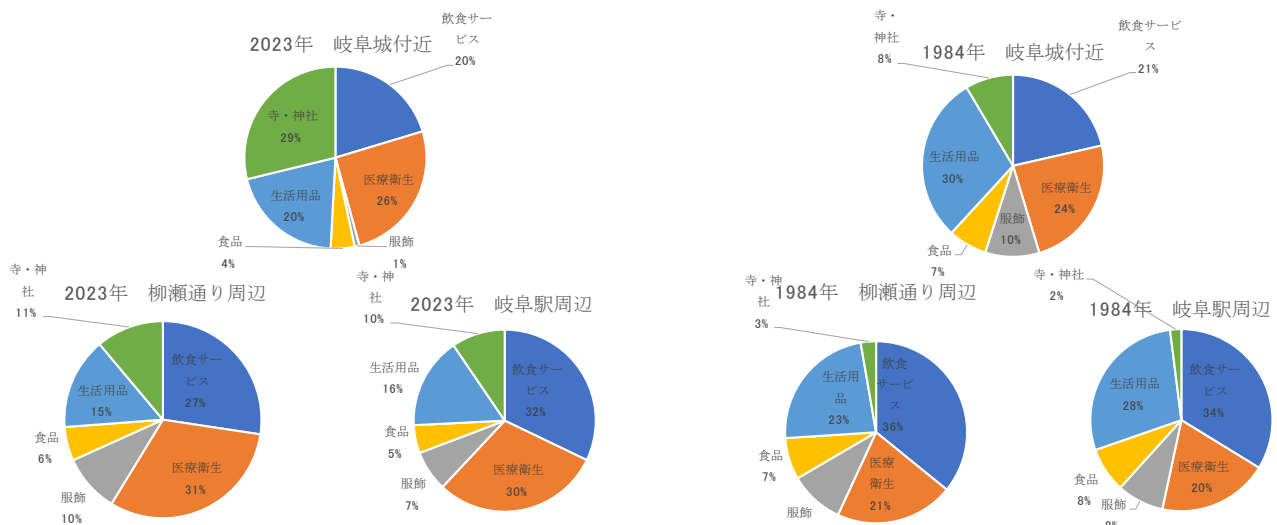


図6：分野別での比較 出典：筆者作成

ゼンリンの住宅地図から調査した1984年と2023年のそれぞれの店舗を、飲食サービス、医療衛生、服飾、食品、生活用品、寺・神社にグループ分けをしてより細かく分析をしていく。それぞれを分類し割合で

グラフ化したものが図6のようになる。図6から割合的には全体として生活用品が減少し医療衛生が増加していることが分かる。多くの店舗が減少し、寺・神社が残っているため 2023 年では寺・神社の割合が増加している。ということが読み取れた。

9. 現地調査

店舗数の調査から読み取れたことを踏まえ、それぞれの3つのエリア岐阜城付近、柳瀬通り周辺、岐阜駅周辺で現地調査をし実際に見てそれぞれのまちの特性を理解した。現地調査の結果、はじめに岐阜城付近ではのように観光客に向けての食べ歩きなどの店がいくつかあった。(図7)付近にはお菓子店が多くある印象で観光客に向けてまちが展開されている。次に柳瀬通り周辺ではいくつか店舗にシャッターが下りており全体的に商店街としての機能は低下しているが古着屋や食べ歩きの店など若者に向けた比較的新しい店があった。(図8)最後に岐阜駅周辺では居酒屋などの飲食店が多くあり、夜には多くの人が集まり賑わっていた(図9)。



図7：岐阜城付近店舗の写真



図8：柳瀬通り周辺店舗の写真



図9：岐阜駅周辺店舗の写真

10. まとめ

全体として1984年から2023年にかけて多く在った店舗が減少している。特に商店や喫茶店などの店舗が減少していることから現代にかけて店の需要が変化している。また、ホテルや旅館が多く減少していることから他県からの人々が減っており岐阜という町全体の需要が低下している。時代の流れによりこのように需要が低下してきたということがいえるが、それぞれのエリアでの分析と現地調査によって、岐阜市全体としてそれぞれのまちにある強みを生かしまちづくりをしており岐阜のまちに活気を出している。

参考文献

ゼンリン住宅地図 1984年

ゼンリン住宅地図 2023年

Googlemap

名古屋市都心及び近郊のファッションビルの立地及びその特性

EC20030 小林颯太

1. 研究の目的

リニア新幹線の東京・名古屋間の開通に向けて名古屋駅前地区の再整備が進む一方で、栄地区の再編も進められている。その中でも両地区の商業機能の重要な要素としてアパレル店舗の集積があり、人の流れを形成するまちづくりには欠かせない要素である。今回はそんなアパレル販売を軸に運営を行う商業施設(以下ファッションビルという。)に着目し、各地区ごとの客層やファッションビルのフロアごとのブランド配置などから両地区の特性を把握し、郊外の施設との比較も行うことで、今後ファッションビルがまちづくりに与えていく影響や今後改善していくべき課題などの都心整備のあり方を検討する。

2. 研究の方法

名古屋市内の大型商業施設を複数ピックアップし、その各フロアごとに配置されているブランドをそれぞれ EXCEL にまとめていき、そこから特徴や共通点・土地性など様々な要素を見つけ、そのエリアの客層・店員の服装などもまとめていく。

また今回は名駅・栄駅周辺の主要な4つのファッションビルを取り上げ、また比較対象としてデータを取るために市内のそれぞれ主要エリアから大型商業施設の3つをピックアップし調査する。

以上の方法を通じて名古屋市内各エリアの理解を深めていく。

3. 研究対象

今回取り上げる研究対象地区は

- ① 名古屋駅前エリア：JR ナゴヤタカシマヤ、名鉄百貨店、タカシマヤゲートタワーモール、ミッドランドスクエアの4店舗
- ② 栄エリア：松坂屋ナゴヤ、名古屋栄三越、ラシック、名古屋パルコの4店舗
- ③ 近郊エリア：市内でターミナル駅の一つでもある金山駅近くのアスナル金山、大学や駅に近く様々な層に支持されている千種区星ヶ丘駅近くの星が丘テラス、市内イオングループの最大旗艦店である上小田井駅近くのモゾワンダーシティの3店舗

4. アパレル店舗の立地状況

1) エリア別比較

図1は各ファッションビル内にあるアパレルの店舗数をグラフ化したものである。

JR ナゴヤタカシマヤが一つ抜けて多く店舗数を持っており、2番目に多くアパレル店舗を持つ名古屋栄三越の約1.47倍もの数値となっている。名駅エリアでは周囲に独立した店舗を持つブランドは主に海外ラグジュアリーブランドのみであることから、名駅エリアでは百貨店がショッピングを楽しむ人たちを独占して手に入れていることが分かる。実際に JR ナゴヤタカシマヤでは22年度過去最高額の売上高を記録していると発表されている。

2) ブランド別比較

表1は各ファッションビル内の著名なブランドを一部抜粋してまとめたものである。

図 2 は各ファッションビル内の店舗をタイプごとに仕分けたものである。これらの表を見てみると名駅エリアは日本国内の価格帯が低～中のブランドが強く、対して栄エリアは全体的にインポート系ブランドがやや強いことが分かる。

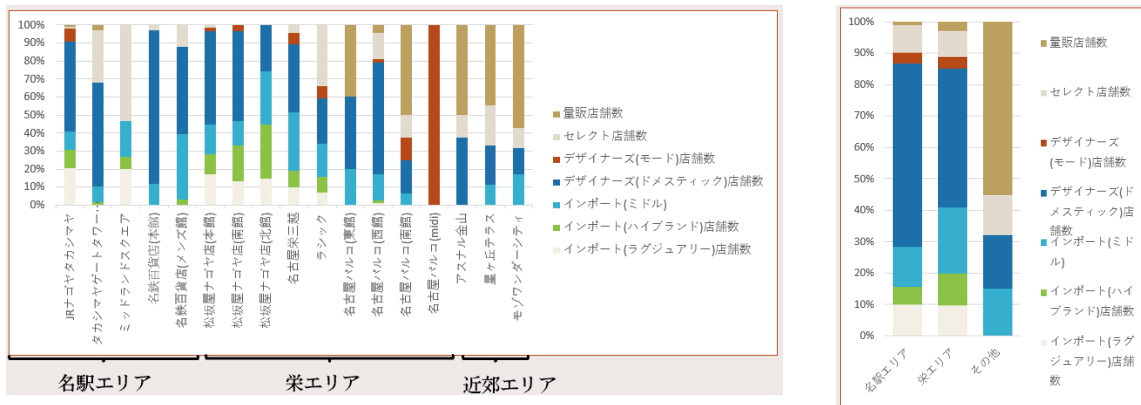


図 2 エリア特性グラフ

出典：筆者作成

2) グループング

図 3 は先ほどの表をそれぞれ主流としている販売ラインごとに仕分けまとめたものである。面白いことにブランド型に仕分けられたファッションビル全てが百貨店であった。逆に若年層に刺さりやすい低～中価格帯のセレクト・ドメスティック型に百貨店は少ない結果となった。

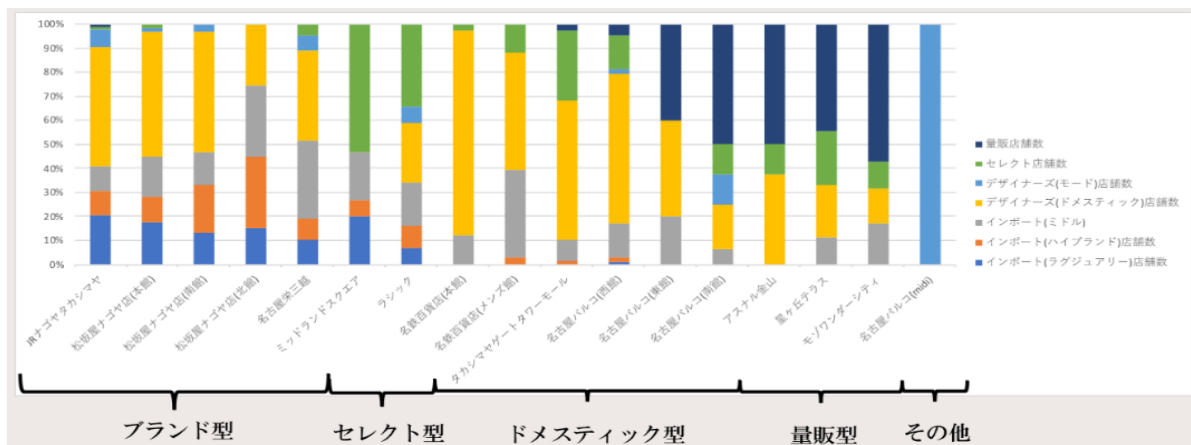


図 3 ライン別グラフ

出典：筆者作成

7. メンズフロアの現地比較

表 3 は実際に名駅エリア・栄エリアのファッションビルに現地調査に行き、実際の年齢層や店員の服装などを独自にまとめたものである。

百貨店のようなターゲットとしている年齢層が高いところでは自身より年上のお客様を接客するために店員の服装もスーツをはじめとしたジャケットスタイルが多く硬派で誠実な印象を与えていた。

それに対してゲートタワーモールやラシック、パルコのようなファッションビルではセレクトショップや比較的価格帯の低めのブランドが多くあるためか若い人たちがかなり多く、それに伴って店員の服装も親近感を持たせる・コーディネートのお手本となる・そのブランドの魅力を表現できるようなカジュアルな服装がほとんどであった。

これらのように各ファッションビルによってかなりターゲットとしている年齢層にメリハリがあるが、タカシマヤとゲートタワーモール、名古屋三越栄とラシックのようにそれぞれのターゲット層の異なるファッションビルを隣接し、互いに足りない層を補完し合っているのがとても印象的であった。

	1			2			3			4			5			6			7		
ファッションビル名	JRナゴヤタカシマヤ			タカシマヤゲートタワーモール			ミッドランドスクエア			名鉄百貨店			ラシック			名古屋パルコ			名古屋三越栄		
年齢層	10代~20代	30代~40代	50代~	10代~20代	30代~40代	50代~	10代~20代	30代~40代	50代~	10代~20代	30代~40代	50代~	10代~20代	30代~40代	50代~	10代~20代	30代~40代	50代~	10代~20代	30代~40代	50代~
客層の定数	△	◎	○	◎	○	△	△	○	○	△	○	○	◎	○	△	◎	○	△	△	○	○
客層の傾向	スーツ			カジュアル			スーツカジュアル			スーツ			カジュアル			カジュアル			スーツ		

表3 現地比較グラフ

出典：筆者作成

8.まとめ

今回各地区から様々なファッションビルをピックアップし調査を行ったが、これらの結果から言える大事なポイントが「移り変わり」である。全体的な物価の上昇や消費税の増加、また直近のコロナ禍による影響など経済面での様々な要因からラグジュアリー・ハイブランドを多く取り扱う百貨店をはじめとしたファッションビルはなかなか新規層を取り入れにくく、これから長期的な先を見据えた際に今後運営が難しくなってくると予測される。また二次流通市場の加速による若年層のブランド離れやEC販売の充実による実店舗の存在意義など様々な課題から集積要素としてのアパレル店舗の存在は今一度見直される必要がある。

そこで注目したいのはJRナゴヤタカシマヤや三越栄の存在である。これらはゲートタワーモールやラシックといったそれぞれのターゲット層の異なるファッションビルを隣接させることで様々な年齢層の集客に成功している。このようにラグジュアリーブランドのような高級品を好む層と価格帯が低めのブランドを好む層の二極化されている名古屋市内ではこのやり方は非常に有用であることがいえる。

またJRナゴヤタカシマヤが需要の多いラグジュアリーブランドを高層階にも配置することで客層を分散させたり、パルコやラシックが古着を取り扱う店舗を増やしたりなど時代の移り変わりに沿った面白い取り組みを行っているファッションビルも増えてきており、そういった移り変わりに対応した運営を行うファッションビルは多くの人の集積し、まち全体に大きな影響を与えていた。

参考文献

各ホームページ

- 1) JRナゴヤタカシマヤ [ジェイアール名古屋タカシマヤ \(jr-takashimaya.co.jp\)](http://jr-takashimaya.co.jp)
- 2) JRナゴヤタカシマヤゲートタワーモール [タカシマヤ ゲートタワーモール | ホーム \(jr-tgm.com\)](http://jr-tgm.com)
- 3) ミッドランドスクエア [ミッドランドスクエア \(midland-square.com\)](http://midland-square.com)
- 4) 名鉄百貨店 [名鉄百貨店 本店 \(e-meitetsu.com\)](http://e-meitetsu.com)
- 5) 松坂屋ナゴヤ店 [松坂屋名古屋店 \(matsuzakaya.co.jp\)](http://matsuzakaya.co.jp)
- 6) 名古屋三越栄 [名古屋栄三越 | 三越 店舗情報 \(mistore.jp\)](http://mistore.jp)
- 7) ラシック [ラシック：LACHIC](http://lachic.com)
- 8) 名古屋パルコ [名古屋 PARCO-パルコ-](http://parco.com)
- 9) アスナル金山 [アスナル金山 \(asunal.jp\)](http://asunal.jp)
- 10) 星が丘テラス [星が丘テラス \(hoshigaoka-terrace.com\)](http://hoshigaoka-terrace.com)
- 11) モゾワンダーシティ [mozo WONDER CITY \(mozo-wondercity.com\)](http://mozo-wondercity.com)

まちなかに滞在空間をつくるイベントの研究

EC20031 後藤 慎之介

1. 目的

近年のコロナウイルスの影響により人との関わり方や屋内でのコミュニケーションの仕方が大きく変化した。人と関わる機会が減少し、自分も大学生の前半のほとんどを人と関わることなく自宅で過ごした。そのため、ふれあいの機会や場の必要性について考えを広げるようになった。コロナ禍においては、今までと同じようにコミュニケーションをとることが難しく、今までとは違ったコミュニケーション方法が必要であった。従来の屋内でのコミュニケーションではなく、屋外でのコミュニケーションから新たなコミュニティが創出できると考察した。同時に、コロナ禍で低迷した賑わいをまちなかに造り出すことが、新たなコミュニティの創出につながると考察した。

そこで、本研究では、今後このようなコミュニティ形成に資するイベントを効果的に実施するための知見を得ることを目的とし、まちなかのスペースを活用した賑わい創出や、それにともなった新たなコミュニティの創出の可能性について研究を行う。

2. 研究方法

- 1) 公共空間などを利用したアウトドアイベントについて、インターネット等を用いて調査する。
- 2) 焚き火を用いたアウトドアイベントについて、表などを用いて比較し、イベントの傾向を分析する。
- 3) コミュニティ形成に資するイベントについて、インターネットやヒアリングでの調査を行い、理解を深める。

3. まちなかで滞在空間を作るイベントの広がり

まちなかに滞在空間をつくるイベントの調査を行った。屋外で滞在空間を作るイベントには、基本的に野外活動でのキャンプなどをメインとしたイベントを行うアウトドアイベント（図1）、持ち運び椅子を用いて各々が好きなロケーションで行うチェアリング（図2）、商店街などで食料品や雑貨を販売するマルシェ（図3）などが挙げられた。そのなかでも、焚き火を用いるアウトドアイベントでは、焚き火を囲むことでコミュニケーションが発生し、コミュニティ形成につながるのではないかと推測した。



図1 アウトドアイベント
出典：主催者より入手



図2 チェアリングイベント
出典：参考文献7



図3 マルシェ
出典：参考文献8

4. 焚き火を用いたイベントの比較

焚き火を用いたアウトドアイベントに注目し、イベントごとに、イベント概要、規模、料金、目的の4点を比較した（表1）。今回取り上げたイベントは、「焚き火ノ音」、「とこなめ焚き火ナイト」、「URBAN

TAKIBI TALK]、「NIIGATA 焚き火ガーデン」、「GIFU TAKIBI TALK」、「焚き火ナイト～響～」の合計6イベントである(図4)。

同じように焚き火を利用しているイベントでも、イベントごとに目的や内容にそれぞれ違いがあることから、各イベントを規模、料金、目的で分類した。図5では、縦軸を規模、横軸を料金として分類した。図6では、開催目的を、商業、振興・認知、空間提供の3つに分類した。図5からは、イベント規模が大きくなるにつれて、料金が高くなる傾向があることが分かる。料金についてであるが、イベント会場への入場自体を料金として捉えているため、入場無料のイベントについては、会場内でのワークショップや飲食出店などで料金が発生している場合が多い。図6からは、イベント開催目的は、振興や認知、企業と提携して行う商業目的のものが多いことが分かる。

表1 アウトドアイベントの比較

イベント名	焚き火ノ音	とこなめ焚き火ナイト	URBAN TAKIBI TALK	NIIGATA 焚き火ガーデン	GIFU TAKIBI TALK	焚き火ナイト～響～
イベント概要	焚き火とランタンに囲まれた音楽とアウトドアの屋外フェス	常滑りんくうビーチにて焚き火を囲みゆったりと過ごす常滑の夜を楽しむイベント	「snow peak」が主催店頭での焚き火イベントユーザーとスタッフのつながれる場所	新潟都心軸周辺エリア「にいがた2km」のまちづくりと賑わい創出に向けた交流イベント	焚き火を囲んだコミュニティづくりをコンセプトとしたトークセッション型イベント。	「森とつながる焚き火」をコンセプトに各回にテーマがありテーマに沿ったワークショップが開催。
料金	1day 6500円	3500円	1500円	入場無料	500円	入場無料
規模	大規模	中規模	中規模	中規模	中・小規模	小規模
目的	アウトドアの普及アウトドアブランドの商品販売	常滑市の振興くつろぎ空間の提供	ユーザーへの還元ユーザーとスタッフの交流の場を創出	都心中心エリアの活性化賑わい創出	コミュニティ形成につながる空間の提供	山・林業・アウトドアについての振興

出典：参考文献1,2,3,4,5,6をもとに筆者作成

- ① 焚き火ノ音
- ② とこなめ焚き火ナイト
- ③ URBAN TAKIBI TALK
- ④ NIIGATA焚き火ガーデン
- ⑤ GIFU TAKIBI TALK
- ⑥ 焚き火ナイト～響～

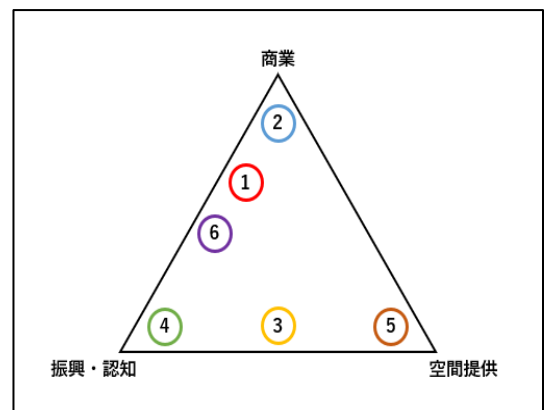
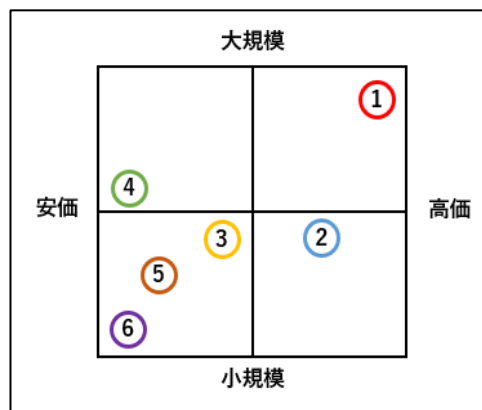


図4 イベント一覧
出典：筆者作成

図5 各イベントの規模と値段の関係
出典：筆者作成

図6 各イベントにおける開催目的
出典：筆者作成

5. コミュニティ形成に資する焚き火イベントの調査

比較した6イベントの中で、開催目的が空間提供を目的としているGIFU TAKIBI TALKに着目し、コミュニティ形成についての調査を行った。

1) イベント概要

GIFU TAKIBI TALK は、岐阜市街を中心に開催されているトークセッション型の焚き火イベントである。

焚き火を囲んだコミュニティづくりをコンセプトとしており、参加費は500円となっていて、飲食ブースでの出店がある。

当イベントは2022年5月から2023年11月までに計16回の開催がある。開催場所に公共空間が利用されており、開催ごとに場所が変遷している。2023年11月までの開催で9カ所の会場で開催された(表2)。今までの開催では、JR岐阜駅前信長ゆめ広場や長良川うかいミュージアムなどの空間が利用されている。

会場配置については、第10回の長良川うかいミュージアムでの開催では、焚き火台が3台設置されており、飲食ブースは5店舗の出店があった(図7)。開催当時は焚き火台の数も少なく、出店もなかったが、現在では会場配置が、図7のような配置になることが多い。

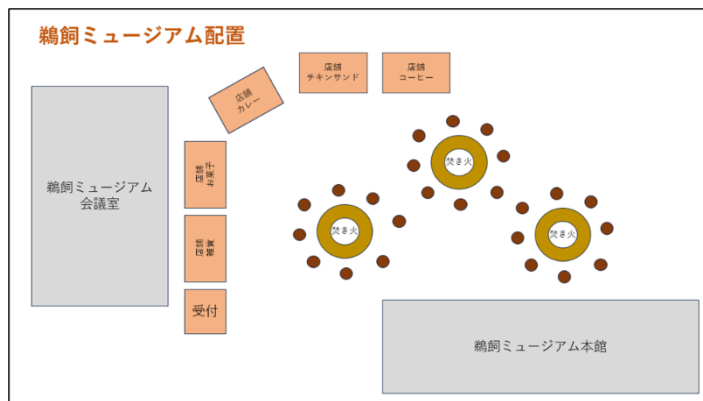


図7 イベント会場配置図
出典：筆者作成

2) 参加者へのヒアリング調査

GIFU TAKIBI TALKへ参加し、参加者へのヒアリング調査を行った。第10回(2023/4/28)第12回(2023/6/24)、第13回(2023/7/15)のイベントに参加した(図8)。

参加者からは、落ち着いて過ごすことができる、手軽という意見が多く、空間提供としての満足度が高いことが分かる。自然と会話が始まるため、参加した人との交流もかなりしやすく、新たなコミュニティ形成の可能性が十分に期待できる。

3) 主催者へのヒアリング調査

GIFU TAKIBI TALKの主催者である鹿島元気さんへヒアリング調査を行った。2023/10/16の13:00~14:00に実施した。質問項目とその回答を表3に記載した。

開催場所を固定せず、かつ公共空間を利用することで、さまざまな属性の人が利用する機会が生まれる。

表2 開催場所一覧

第1回	& n	第9回	JR岐阜駅前 信長ゆめ広場
第2回	円徳寺	第10回	長良川うかい ミュージアム
第3回	Gigu Bldg	第11回	長良川うかい ミュージアム
第4回	長良川うかい ミュージアム	第12回	HIMARAYA OUTDOOR GIFU
第5回	みんなの森 メディアコスモス	第13回	HIMARAYA OUTDOOR GIFU
第6回	長良川うかい ミュージアム	第14回	郡上 平野商店前
第7回	HIMARAYA OUTDOOR GIFU	第15回	みんなの森 メディアコスモス
第8回	Gigu Bldg	第16回	美殿町商店街

出典：筆者作成



図8 イベント参加時の会場の様子
出典：筆者作成

利用者と普段からその空間を利用する開催地域の人との関わりを生むという狙いがある。そのなかで、焚き火を利用した空間による緩いコミュニティの創出を目的としている。

さらに開催料金や空間形成において、心理的に立ち寄りやすく居心地の良い空間形成に力を入れている。以上のことが調査結果から得られた。

表3 ヒアリング調査結果

Q. 質問	A. 回答	Q. 質問	A. 回答
開催場所の選定基準	公共空間であること。 誰もが日常的に利用する場所。	会場の焚き火の利用に関する調整は難しいのか	実績がないイベント開催初期は難しかった。 現在では開催実績があるため、許可を取りやすくなった。
料金設定が500円な理由	一番人がすぐ払いやすい値段だと思うから。 無料だと持続性が無く、高いと立ち寄りづらい。	GIFU TAKIBI TALKの強み	話しやすい空間や場づくりを重点的に研究しており、 会場の配置の設計にもこだわっている。 主催者自身のキャラクターや存在。
当イベントの目的	地域コミュニティの創出	今後新しく展開していきたい事業	さまざまなかたちのコミュニティづくりを考えている。 大人の宿泊研修・それぞれの時間を楽しむのではなく、 皆で同じ時間を共有する。
狙う利用者層	この地域に転勤をしてきたり、大学生や新卒でひとり暮らしを始めた方や友達がほしい人。その地域に住んでいる人たち	焚き火の魅力	火は人間の原点であり、本能的に安心感がある。 火があることで様々なことができるようになり、 火を囲むというコミュニケーションも生まれた。
今後開催したい場所	まちななかでの開催。 まちなかのコミュニティをより濃くしたい。	コミュニティ創出をしようと思ったきっかけ	大きなコミュニティをつくることよりも 小さなコミュニティがたくさんあることのほうが 地方の地域では大切だという持論を検証してみたい。

出典：筆者作成

6. まとめ

参加者への調査からは、焚き火を利用した空間は居心地の良い空間であり自然と会話が始まるため、新たなコミュニティの形成や活性化につながるという結果が得られた。主催者への調査からは、当イベントが焚き火を利用した居心地の良い空間提供から生まれる緩いコミュニティ形成が目的であり、開催場所が固定ではないため、地域ごとのコミュニティ形成や活性化が期待できるという結果が得られた。以上のことからGIFU TAKIBI TALK では、公共空間に焚き火を利用した空間をつくり出すことで、その地域の特性を活かした空間やコミュニティの形成をしている。

一方で、このようなイベントを開催する上での課題として、規模が大きくなりすぎてしまうことで、話しやすく落ち着いた空間ではなくなることや、公共空間利用者の迷惑になってしまうことがイベントを開催する上での課題として挙げられる。

こういった問題の解決策として、焚き火台や椅子の数によって最大入場者数の制限や、会場内の導線を確保することで空間のバランスを保ち、利用者にとって居心地の良い空間を創出することが重要である。

参考文献

- 1) 焚き火 | Takibi Talk | 岐阜 | 岐阜市 <https://www.takibi-talk.com/> (参照 2023/12/12)
- 2) URBAN TAKIBI TALK <https://www.snowpeak.co.jp/event/urbantakibitalk/> (参照 2023/12/12)
- 3) 焚き火ノ音-TAKIBI MUSIC FESTIVAL <https://takibi-oto.jp/> (参照 2023/12/12)
- 4) NIIGATA 焚き火ガーデンを開催します！, JR 東日本, 2023/5/15
https://www.jreast.co.jp/press/2023/niigata/20230515_ni01.pdf/ (参照 2023/12/12)
- 5) とこなめ焚き火ナイト, Aichi Now, <https://www.aichi-now.jp/spots/detail/3460/>
(参照 2023/12/12)
- 6) 産地の見える焚火焚火ナイト by 響 hibi-ki, 2022/4/29, <https://hibi-ki.co.jp/hibikitours026/>
(参照 2023/12/12)
- 7) 前橋「チェアリング」いすを持って集まって 前は 1200 人が参加, 高崎前橋経済新聞, 2023/5/1
<https://takasaki.keizai.biz/headline/4474/> (参照 2023/12/12)
- 8) 新型コロナ 4 カ月ぶりの「サンビル」店舗普段の半数で 岐阜・柳ヶ瀬 / 岐阜, 毎日新聞, 2020/6/22, <https://mainichi.jp/articles/20200622/ddl/k21/040/089000c> (参照 2023/12/12)

都市空間における公衆浴場の利活用に関する研究

EC20036 島 謙吾

1. 研究の背景・目的

これまでの公衆浴場は住民の保健衛生管理のため、また地域住民のコミュニケーションの場として存在してきた。しかし近年、古くから日本の入浴文化を支えてきた公衆浴場は減少しており、街で見えることも少なくなっている。そこで今回は私が今まで暮らしてきた名古屋市の公衆浴場に注目していく。その中で公衆浴場が減ってしまった原因、また今でも廃業せず続いている公衆浴場はどのように生き残ってきたのかを調査するとともに、公衆浴場を利用して都市の活性化ができないか調査する。

2. 研究の方法

- 1) 公衆浴場数の推移の比較や公衆浴場が減少した原因をインターネットや資料を用いて調べる。
- 2) 名古屋市の公衆浴場を対象として現地調査を行い、施設形態を始めとしたデータを集め、公衆浴場が個別で行っている活動や取り組みを調べる。
- 3) 実態調査やインタビュー調査で集まったデータや結果を参考に、公衆浴場が抱えている問題の解決案を出す。

3. 公衆浴場の概要

3.1 銭湯と温泉

銭湯と温泉はともに公衆浴場に含まれていますが、管轄と定義によって分類されている。銭湯は都道府県が管轄しており、物価統制令によって都道府県ごとに入浴料金が設定されている。一方で温泉は環境省が管轄しており、温泉法によって定義がされている。温泉法とは湯の温度が摂氏25℃以上であり、表1にある物質のうちいずれか1つ以上が入っている湯とされている。公衆浴場の中には銭湯、温泉のどちらにも該当する施設も存在している。

表1 温泉に含まれる物質

物質名	含有量 (1kg中)
溶岩物質 (ガス性のものを除く)	総量1,000mg以上
遊離炭酸 (CO ₂)	250mg以上
リチウムイオン (Li ⁺)	1mg以上
ストロンチウムイオン (Sr ²⁺)	10mg以上
バリウムイオン (Ba ²⁺)	5mg以上
フェロ又はフェリイオン (Fe ²⁺ , Fe ³⁺)	10mg以上
第一マンガンイオン (Mn ²⁺)	10mg以上
水素イオン (H ⁺)	1mg以上
臭素イオン (Br ⁻)	5mg以上
溴素イオン (Br ⁻)	1mg以上
フッ素イオン (F ⁻)	2mg以上
ヒドロヒ酸イオン (HAsO ₄ ²⁻)	1.3mg以上
メタ亜ヒ酸 (HAsO ₂)	1mg以上
亜硫酸 (S)	1mg以上
メタホウ酸 (HBO ₂)	5mg以上
メタケイ酸 (H ₂ SiO ₃)	50mg以上
重炭酸ソーダ (NaHCO ₃)	340mg以上
ラドン (Rn)	20 (百億分の1キュリー単位) 以上
ラジウム塩 (Ra)	1億分の1mg以上

出典：筆者作成

3.2 公衆浴場の分類

公衆浴場は「一般公衆浴場」と「その他の公衆浴場」の二つに分けることができる。「一般公衆浴場」は地域住民の日常生活において保健衛生上必要なものとして利用される施設とされており、物価統制令により愛知県では表2のように入浴料金を設定している。「その他の公衆浴場」は入浴料金について制限はなく施設ごとによって設定されている。こちらは入浴施設だけでなく多くの娯楽設備がある施設であり、スーパー銭湯や健康ランドなどが例に挙げられる。

表2 愛知県の入浴料金

大人 (12歳以上)	500円
中人 (6歳以上12歳未満)	180円
小人 (6歳未満)	100円

出典：筆者作成

3.3 公衆浴場数の推移

次に表3で公衆浴場数の推移を全国、愛知県、名古屋市で比較していく。全国的に一般公衆浴場は最盛期より大幅に減少しており、愛知県では1976年の691軒から2023年10月には62軒まで減少している。表4では名古屋市の一般公衆浴場、その他の公衆浴

表3 推移の比較 (全国)

	全国	愛知県	名古屋市
1976年	19161	691	
2020年	3231	81	60
2023年10月時点		62	46

出典：筆者作成

場の推移に注目していく。2002年から2023年10月までに一般公衆浴場は約1/4まで減少している一方、その他の公衆浴場は167軒から156軒と一般公衆浴場と比べて全く減少していない。その他の公衆浴場が減少しない理由としては、入浴施設以外に多様な娯楽施設が併設されており、幅広い年齢層の利用者がいるためである。

表4 推移の比較（名古屋市）

	総数	一般公衆浴場	その他の公衆浴場
2002年	348	181	167
2023年10月現在	202	46	156

出典：筆者作成

3.4 一般公衆浴場が減少した理由

一般公衆浴場が減少した理由は大きく3つに分けられる。1つ目は浴室のある住宅が増加したためである。1963年には家庭の浴室保有率は59.1%と半分ほどの普及率だったが、2003年以降は95%以上の高普及率を維持している。その結果家でも入浴ができるようになり、公衆浴場に行く必要がなくなりました。2つ目は営業を続けるには多額の費用がかかり続けるためである。水道代は国や自治体から補助も多いが、燃料代や電気代、人件費など毎月多額の固定費用がかかっている。こちらは一般公衆浴場の新規参入が非常に少ない原因の一つでもあります。3つ目は後継者の問題である。一般公衆浴場では経営者の高齢化や長期経営の不安定化が起っており、後継者が不足して自主的に店を閉じてしまう公衆浴場も出てきている。

4. 名古屋市の公衆浴場

4.1 一般公衆浴場とその他の公衆浴場の分布

名古屋市では区ごとに一般公衆浴場、その他の公衆浴場の数にばらつきがあることが分かる。そこで今回は QGIS のバッファという機能を使用し、生活行動範囲を歩行距離の半径 1 km と設定して分布図を作成し、そのばらつきに利用者の被りなどが関係していないか調査する。橙色の円が一般公衆浴場であり、青色の円がその他の公衆浴場である。中村区では一般公衆浴場が名古屋市最多の9カ所あり、一般公衆浴場同士の範囲が被っているところも多いが、どこも未だ生き残っている。しかしその他の公衆浴場は一つも無く、これは一般公衆浴場が多くある中村区では集客が難しいからであることが分かる。中区には一般公衆浴場もその他の公衆浴場も三つあるが、お互いに範囲は被っている。他の区でもお互いに範囲が被っているところはあるため、生活行動範囲の被りと利用者の被りは関係ないことが分かる。しかし、守山区や名東区、緑区では周囲に一般公衆浴場がないことで、利用者が他に流れることもなく運営できている。

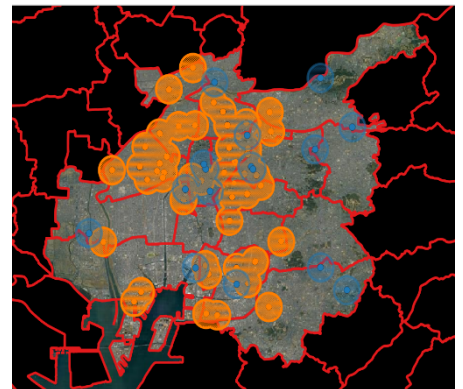


図1 公衆浴場分布図

出典：筆者作成

4.2 実態調査

名古屋市の一般公衆浴場全46カ所の詳細な実態を知り、施設の利活用ができないかを考察するため、実態調査を行っていく。

1) 施設形態

施設形態には単独店舗と下駄履き店舗の2種類がある。46カ所中40カ所が単独店舗であり、下駄履き店舗は非常に数が少ない。下駄履き店舗の一つである「富美の湯(昭和区)」ではアパートの下に店舗がある。店横には店主の息子が営業している居酒屋があるという、他の一般公衆浴場では行っていない特徴があり、地域の方の交流の場として利用されていた。

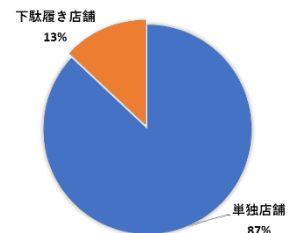


図2 施設形態

出典：筆者作成

2) 受付形式

現在は昔のような番台形式は少なく、フロント形式が主流となっている。番台形式は古くは盗難行為の防止のためや、利用者の安全面の監視という役割を持っていた。しかし現在では番頭から脱衣所が見えてしまいプライバシーの問題があることや、セキュリティー技術の向上で監視する必要がなくなったことで減少している。

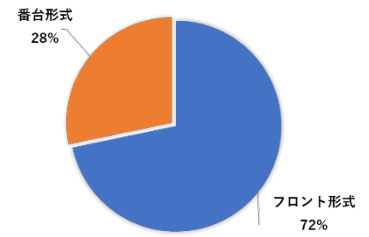


図3 受付形式

出典：筆者作成

3) 併設施設

併設施設は現在18カ所で設置されています。18カ所のうち15カ所でコインランドリーが併設されているが、これは洗濯をしている間に入浴ができるからという理由もある。併設施設は設置をすれば公衆浴場以外での利用者を集客できることから、場所と費用に余裕があるのであれば設置すべきである。

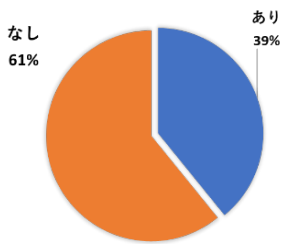


図4 併設施設の有無

出典：筆者作成

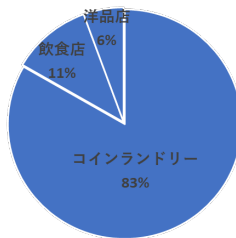


図5 併設施設の内訳

出典：筆者作成



図6 コインランドリー併設施設

出典：筆者作成

5. 公衆浴場の活動

5.1 廃業後施設の利活用

過去から現在までの公衆浴場数の推移から、公衆浴場はこれからも減少していくと考えられるので、廃業してしまう銭湯施設をまちづくりに活用できないか調査していく。名古屋市を含む愛知県では補助金の少なさなどが影響し、廃業後施設の利活用はあまり進んでいない。愛知県ではどれほどの規模でも上限20万と決まっているが、東京都では規模に応じて補助金の上限が費用の4分の1と決まっている。このような現状の中でも名古屋市緑区の「東湯」では2014年に廃業した後2018年まで銭湯の内装などはそのまま、緑区の名産物である有松鳴海絞りの体験工房として活用された。全国で見ると福岡県の「大學湯」では経営者の死去に伴い2012年に廃業したが、経営者の孫がクラウドファンディングで約600万、自己資産や融資で約1000万の合計約1600万を集め改修工事を行った。こちらでは地域から長く愛されていた銭湯施設を活かし、作品展などを行った。



図7 大學湯の利活用

出典：筆者作成

5.2 生き残り戦略

次に現在まで廃業していない公衆浴場がどのように長年残ってきたのかを調査する。愛知県公衆浴場業生活衛生同業組合ではランナーズ銭湯のようにランニングする際の荷物置き場や更衣室として公衆浴場を利用してもらえらるような活動や、愛知県浴場組合加盟の公衆浴場を巡るスタンプラリーを開催し、賞品をプレゼントするような活動を行っている。

また個人の取り組みでは、名古屋市東区の平田温泉では脱衣所を活用したマルシェや浴室での音楽イベントなど地域の方から公衆浴場をより身近なものにできるよう多種多様な活動を行っている。他にも名古屋市北区の萩の湯では地域の小学生に施設の見学会、質問会を行い、若い世代にも公衆浴場の魅力を知ってもらえるような活動を行って

ます。

5.3 インタビュー調査

以上の調査から、今回は夏まつりを始めとした多くのイベントを開催している名古屋市西区の白山温泉を経営しており、名古屋市浴場商業協同組合の理事、活性化委員会委員長でもある飯田宗一郎さんに2023年10月19日インタビューを行った。表9はインタビューを簡単にまとめたものである。祭りは金城学院大学の授業の一環として白山温泉が協力する形で始まった。入場制限をするほど多くの方が参加しこれからも開催する予定である。コロナウイルスの影響で高齢者の利用は減ってしまったものの、若年層は飲食店などが営業時間短縮をしていたため夜遅くからの利用が増加するという結果になった。スーパー銭湯を含むその他の公衆浴場が近くにあると利用者が減ってしまうのではないかと考えたが、公衆浴場の入り口のような存在となり、一般公衆浴場にも良い影響があることが分かる。

表9 白山温泉インタビュー調査

Q&A	質問	回答
1	金城学院大学などと連携して行っている「白山まつり」を始めたきっかけ	2022年に金城学院大学の「銭湯の活性化」の授業の活動の一環として白山温泉と協力して開始した。第1回から多くの方に参加していただき、今回の祭りでは参加者数を絞って開催した。
2	コロナ禍の影響	高齢者（65歳以上）の利用者は減少したが、飲食店が閉まっている中、銭湯は夜遅くまでやっているという事もあり、若者の利用者は増加した。以前まで落語会や音楽ライブなどのイベントを開催していたが、近年は行えていない。
3	近年のサウナブームの影響	白山温泉では平成元年に建て替えを行ったタイミングで1つ目のサウナ、その5年後に2つ目のサウナを導入した。サウナブームの影響もあり、近年は若者の利用者が激増した（若者の利用者の大半がサウナも利用）。
4	スーパー銭湯誕生の影響	近隣地域にスーパー銭湯ができてから約1年間は利用者が半減したが、翌年には利用者数は戻った。スーパー銭湯は銭湯の入り口的な位置として、生活に身近な存在となり一般公衆浴場にも良い影響がある。
5	現在抱えている問題点	設備や配管などの老朽化があるが、後継者がいないこともあり立て替えやリニューアルを行うことが難しい。
6	昔と今の公衆浴場に求められるものの変化	昔は浴室のある家庭も少なかったため、公衆浴場は利用されていた。今は精神的な癒れをとったり、コミュニケーションの場として利用されている。
7	一般公衆浴場の番台について	元々は防犯のためにあったが、今では鍵付きのロッカーの存在やプライバシーの問題もあるので番台である必要がない。そのため番台はこまま減少していく一方であろう。
8	銭湯の魅力	昔ながらの日本の文化を感じられる場であり、リラックスすることができる。

出典：筆者作成



図8 白山温泉ポスター

出典：筆者作成

6. まとめ

調査した結果から名古屋市のいくつかの公衆浴場では銭湯施設を利用し地域活性化にも繋がっているが、廃業後施設の利活用は他県と比べると出来ていないことが分かる。その中で提案したい案が二つある。一つ目は愛知県の補助金の見直しである。補助金が現状少ないため改修や改築のハードルが上がっているためである。二つ目にクラウドファンディングのような募金の実施である。こちらはある程度元からの知名度や人気があれば難しいだろうが、魅力的な活用案を具体的に説明できれば費用も集まるだろう。これらを行えば今よりも利活用は進み、昔から日本の入浴文化を支えてきた公衆浴場を利用した地域の活性化に繋がる。

参考文献

- 1) 生活衛生関係営業の生産性向上にむけて:生活衛生関係営業の生産性向上にむけて <https://www.jmar-llg.jp/seiei/data/consreport2021bath.pdf> (参照 2023-09-15)
- 2) 中小機構:市場調査データ スーパー銭湯(2021年版) 2021年11月, <https://j-net21.smrj.go.jp/startup/research/service/cons-supersento2.html> (参照 2023-9-15)
- 3) GraphToChart:グラフで見る愛知県の公衆浴場数は多い?少ない?(推移グラフと比較) <https://graphtochart.com/japan/aichi-no-of-public-bathhouses.php> (参照 2023-9-15)
- 4) 厚生労働省:統計表一覧 2021年12月, https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei_houkoku/21/dl/toukei.pdf (参照 2023-10-10)

地域スポーツとしての少年野球の持続性に関する研究

EC20082 八城 蓮

1. 研究背景、目的

現在、全国各地で部活動の地域移行が段階的に進んでおり、一部の地域では小学校の部活動の廃止も進んでいる。その結果、子供たちが気軽にスポーツに触れる機会が減っている。そこで部活動以外でスポーツに触れる場としてスポーツ少年団に注目し、名古屋市スポーツ少年団で令和 4 年度最も登録の多い軟式野球チームについて調査を行い、その持続性に関して検討し、改善案を提案することを目的とする。

2. 研究方法

- 1) スポーツ少年団や部活動の地域移行などの情報をインターネットで調べる。
- 2) 軟式野球チームの各ホームページにて、チームの情報を得る。
- 3) 収集したデータを表や図、QGIS を用い表し、統計データを取る。
- 4) 軟式野球チームの監督の方にヒアリング調査を行う。

3. 研究対象

令和 4 年度名古屋市スポーツ少年団に登録されている単位団は 68 団である。その中で最も登録の多い種目である軟式野球チーム 31 団を対象とする。

3.1 スポーツ少年団

スポーツ少年団は、「日本最大の青少年スポーツ団体であり、スポーツ少年団では、子どもたちはスポーツを楽しむだけでなく、学習活動、野外活動、レクリエーション活動、社会活動、文化活動などを通じて協調性や創造性を養い、社会のルールや思いやりのこころを学ぶ。」¹⁾とされている。

また、表 1 に愛知県の主なスポーツの令和 4 年度スポーツ少年団登録状況、表 2 に愛知県の地区ごとの令和 4 年度スポーツ少年団登録状況を示す。

表 1 愛知県の主なスポーツの
令和 4 年度スポーツ少年団登録状況

全体		軟式野球		サッカー		バレーボール	
団数	%	団数	%	団数	%	団数	%
712	100%	276	38.8%	92	12.9%	64	9.0%

出典：参考文献 2) を基に作成

表 2 愛知県の地区ごとの
令和 4 年度スポーツ少年団登録状況

地区	名古屋地区	西尾張地区	東尾張地区	西三河地区	東三河地区	合計
団数	68	162	138	126	218	712

出典：参考文献 3) を基に作成

3.2 部活動の地域移行

帝京大学の佐藤晴雄教授によると部活動の地域移行とは、「これまで学校教員が担ってきた部活動の指導を、地域団体や関係事業に担ってもらうことで地域の活動に位置づけることを指す。」⁴⁾とされており、そのメリットとして、教員の負担軽減や専門的な指導などが挙げられる。その一方でデメリットとしては、適切な指導者や団体の確保が難しいことや生徒の安全上の不安などが挙げられる。

4. 調査結果

4.1 基本情報

今回対象とした軟式野球チーム 31 団の所在自治体、団員数、監督・コーチ数、練習場所を集計したものをそれぞれ図 1、図 2、図 3、図 4 に示す。なお、この基本情報に関しては、2023 年 5 月時点で各チームのホームページに記載されている範囲内のみの集計となっている。そのため、ホームページに記載されていなかったチームもあり、団員数と監督・コーチ数に関しては今回対象としている 31 団に満たない結果となっている。また所在自治体に関しては、明確に定義されていないチームは複数の自治体に属しているものとして集計した。

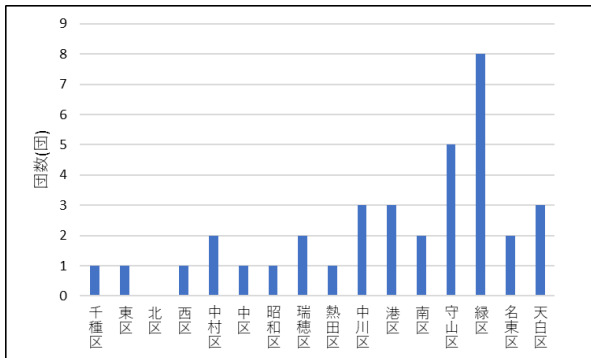


図 1 所在自治体

出典：筆者作成

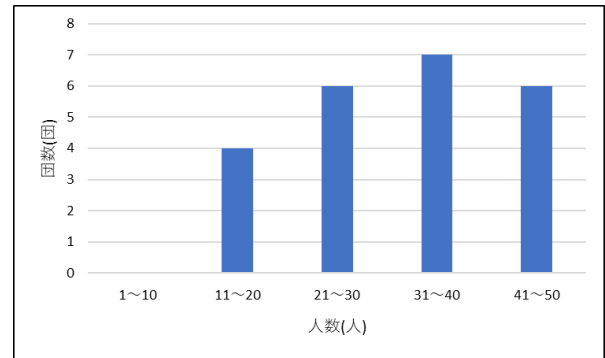


図 2 団員数

出典：筆者作成

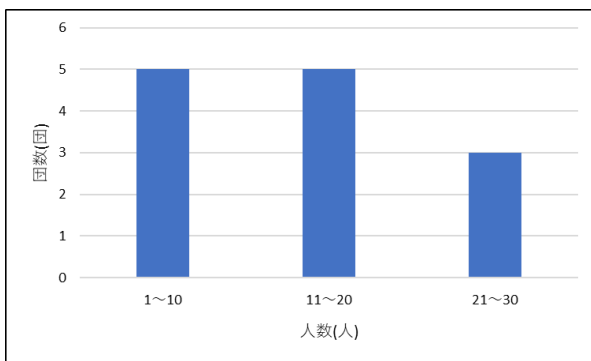


図 3 監督・コーチ数

出典：筆者作成

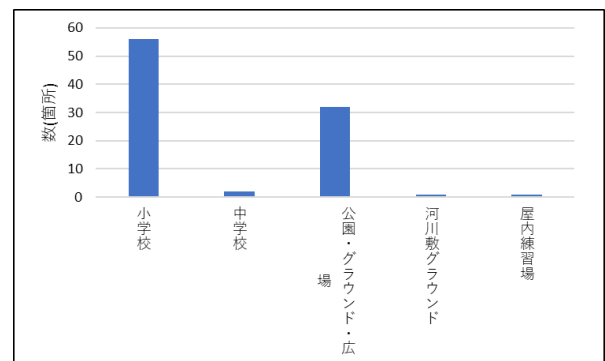


図 4 練習場所

出典：筆者作成

図 1 より、所在自治体は緑区が 1 番多いという結果になった。上位の所在自治体である緑区や守山区は、人口や小学校の数が名古屋市の中で上位であることも関係している。

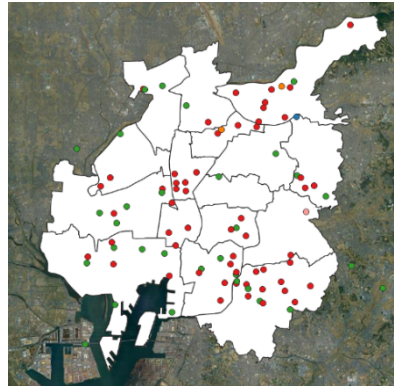
図 2 より、団員数は 31~40 人が最も多くなっている。その一方で、チームによっては 1 学年で 1 チーム作れないところもあり、団員数に関しては多いチームは多い、少ないチームは少ないといった 2 極化の状態であることが分かる。

図 3 より、監督・コーチ数は 1~10 人、11~20 人が同数であることが分かる。こちらも団員数と同様に 2 極化の状態であることが分かる。

図 4 より、練習場所は小学校が 1 番多いという結果になった。また、小学校と公園・グラウンド・広場の 2 つが練習場所の 9 割以上を占めており、中学校や河川敷グラウンド、屋内練習場は練習場所としてはほとんど使われていないことが分かる。

4.2 QGIS を用いた練習場所の分析

QGIS を用い、4.1 に示した練習場所の分布を地図上に表した。図 5 より、練習場所は名古屋市の中心部に少なく、郊外に多い傾向が見られる。つまり、郊外に小学校や公園などのスポーツ環境が整っている。また、今回対象とした軟式野球チーム 31 団の練習場所は区ごとで数に偏りがあることが分かる。



注

(桃：屋内練習場、
青：河川敷グラウンド、
緑：公園・グラウンド・
広場、
赤：小学校、
橙：中学校)

図 5 練習場所の分布

出典：筆者作成

4.3 ヒアリング調査

2023 年 9 月に軟式野球チームの東築ライオンズ、大須パンサーズ、みどりベースボールクラブの各監督にヒアリング調査を行った。(今回の研究では、みどりベースボールクラブは対象外)

表 3 ヒアリング調査(1)

質問内容	回答
近年、選手の人数は増加傾向にあるか、減少傾向にあるか	東築ライオンズ：横ばい、2極化(多いチームは多い、少ないチームは少ない)、チーム数は減少傾向 みどりベースボールクラブ：減少傾向、以前は1学年で1チーム作れたが今は同学年では難しい 大須パンサーズ：減少傾向、チーム数も減少傾向
人数確保のため、工夫していることはあるか	東築ライオンズ：試合になるべく使ってあげる(出て貰えることもある) みどりベースボールクラブ：不定期に体験会を開いている(在籍している子供の道具や使わなくなった道具を貸している) 大須パンサーズ：年に数回体験会、随時入団受付、ホームページやInstagramの活用、キッズ野球教室の開催、地元の友人や母親同士の口コミの影響もある
練習場所や試合会場の確保についてどういったところに難しさがあるか	東築ライオンズ：少年野球場は名古屋市長管轄ではないこと、大人のグラウンドを取りに行くこと、愛知県管轄はある(大高、志段味など)、名古屋市内も作ってほしい みどりベースボールクラブ：練習はできるが試合ができる広いグラウンドがないこと、抽選会や小学校との打ち合わせ(お母さん方がグラウンドを確保) 大須パンサーズ：地区的に広い小学校やグラウンドがないこと、小学校も貸し出ししている学校もあればしていない学校もあること
練習用具(個人の物以外(ラインカー、ネットなど))については、どうしているのか(保管方法、どこものを使用)	東築ライオンズ：練習場所の東築地小学校と倉庫の両方で保管、練習用具はチームのもの、東築地小学校とは関係なし みどりベースボールクラブ：倉庫で保管、道具はチーム持ち 大須パンサーズ：基本的にはチームのもの、トンボやティーンネットは小学校の物があれば借りる、保管方法についてはそれぞれの学年で保管(コーチの家や車、父兄で分配など)
保護者の負担についてはどう考えているか(送迎、お茶当番、保護者の役割、練習・試合のサポートなど)	東築ライオンズ：昔に比べて少なくなった、お茶当番は実質廃止、送迎は親、駐車場が少ないところは、乗合してから乗車(昔はそれが嫌で入らない人もいた) みどりベースボールクラブ：お茶当番は世間的にネック(それが子供の入団にも関わる)、お茶当番はやっていない、親が1日いる人もいる(それが外から見るとどうなのか、何かあった時には助かる) 大須パンサーズ：必要、お父さんコーチに委ねることが多い、来れる人は極力来てほしいという形、強制はできない、お茶当番は廃止、順番性は負担になる、見守り役は誰か一人ほしいというスタンス(女手がほしい)、送迎がないとやっつけにくい
保護者の協力を得るための工夫はあるか	東築ライオンズ：特にしていない(そこまでは意識していない)、やれる人がやる、個人の考えは分からないので難しい みどりベースボールクラブ：送迎はあらかじめ乗車を決め、まとめて3、4人で5、6台にする 大須パンサーズ：チームLINEを作っている、子供がけがをしたときなど場合に依って個別LINEを送ったりする(コロナの影響で父母会などの接する機会が減ったため、父母とのコミュニケーションが限られる)

出典：筆者作成

表 4 ヒアリング調査(2)

質問内容	回答
コロナ禍を経て、少年野球が変化した部分はあるか(人数が減った、親睦会の回数が減った、祖父母が来にくくなったなど)	東築ライオンズ：人が来なくなったことはあまりない、練習時間は変わらない、コロナの時は小学校などのグラウンドは貸してもらえなかった、コロナ中に市長に直談判に行った(2週間後に使えるようになった) みどりベースボールクラブ：父兄とコーチの親睦会がなくなった、コロナ禍と現在では時間の変化はなし、コロナ禍では各学年に分かれて別のグラウンドで活動していた 大須パンサーズ：コロナの影響は大きいものはない、コロナ禍と現在では時間の変化はなし、コロナの時は小学校などのグラウンドは貸してもらえなかった、活動は例年に戻った
小学校の部活動減少、外部化の影響はあるか	東築ライオンズ：チームに対しての影響はなし、部活でうまくいこうとは思わない、チームに入りたいと思うことはない、やる気がある人はすでにチームに入っている みどりベースボールクラブ：特になし 大須パンサーズ：部活動から直接チームに来ることがない、野球に触れる機会が少なくなった
年間行事は何を行っているか	東築ライオンズ：卒団式、キャンプ、納会・総会 みどりベースボールクラブ：キャンプ、総会、卒団式 大須パンサーズ：納会、卒団式、体験会、父母会、夏合宿、ソフトボール大会
試合運営について(試合の組みやすさなど)	東築ライオンズ：FAXやメールで連絡している みどりベースボールクラブ：各学年の子どものやりくりや日程調整が難しい(6年生のチームに5年生を持っていくと、5年生の試合ができない) 大須パンサーズ：色々な大会があるため日程調整が難しい
他のスポーツに持っているか	東築ライオンズ：特になし、部活動見るとバスケットボールが多い みどりベースボールクラブ：他のスポーツとはグラウンドも違い開けられないため、他のスポーツの状況は分からない 大須パンサーズ：直接的な影響は感じない、小学校をサッカーのチームが取っていることもある、野球の方がお父さんや親の負担が大きい
最後に、これまでの質問を踏まえて、言い忘れたこと、今後について何かあるか(少年野球の現状、今後の課題、維持のために必要なことなど)	東築ライオンズ：昭和の野球をやる人もいる、親が口出してトラブルになり辞めていく(子供をダメにする)、球数制限70球で子供の体を守り壊さないようにする、指導者が楽しく、試合で勝たないと楽しくない みどりベースボールクラブ：子供の人数が少なくなって試合を組むのが難しい、人数確保、広いグラウンドがないため試合場所を取るのが難しい 大須パンサーズ：親、子供の考えも変化しているので、理解したうえでチームのやり方も考える、その一方、父兄のある程度の協力がないと運営が成り立たない、コーチに求めるのは球拾いやバッチャーなどお手伝いの範疇、それを考えると成り手がいない、コーチなどの後継者がいないことも考えないといけない

出典：筆者作成

質問内容と回答をまとめたものが表3、表4であり、回答で特に重要な部分を赤字で示した。表3、表4より、少年野球の現状や工夫点、抱える問題点などが分かる。具体的な現状や課題に関しては、団員数はチームによって差はあるが減少傾向であることが多いこと、小学校の部活動減少や外部化の影響があるチームもあればないチームもあること、お茶当番は廃止となっているチームが多いことなどが挙げられる。

5. まとめ

1) 課題の整理

これまでの調査結果より、大きく分けて少年野球の3つの課題が明らかになった。まず1つ目は団員数・チーム数・指導者数が減少していること、2つ目は保護者の負担が大きいこと、3つ目はチーム側と保護者の関係性である。

2) 改善案の提案

まず団員数・チーム数・指導者数の減少に関しては、少子化が進んでおり競技人口も比例して減少するため難しい問題ではある。そういった状況の中での改善案として、地域コミュニティの活性化、小学校との連携強化を提案する。ヒアリング調査を行ったことで、チームへの入団は友人同士や保護者間での口コミの影響もあることが分かった。そこで、地域全体で少年野球を知ってもらうために、自治会や町内会で活動を広めることや小学校でスポーツ少年団についての説明会の開催やポスターを掲示するなどの取り組みが必要である。そのほかにも SNS やホームページの活用によるアピールや指導者確保のため、OB への声掛けなども提案する。

次に保護者の負担に関することとして、ヒアリング調査によってお茶当番を廃止したというチームもあることが分かった。このように保護者の負担になることはできる限り避けるべきではあるが、その一方で保護者のある程度の協力がなければいけないという監督の方からの意見もヒアリング調査であった。そのため保護者の負担を減らすための改善案としてチーム側は、保護者に関しては協力を強制せず順番性のものを作らないことを基本としたうえで、極力参加していただける運営体制を取ることとチーム側と保護者の話し合いを頻繁に行い運営していくことを提案する。

最後にチーム側と保護者の関係性に関することとして、ヒアリング調査によって両者間でのトラブルが起きていることも明らかになった。そこで改善案としてチーム側と保護者側のお互いの理解とコミュニケーションが必要であるため、保護者の負担を減らすための改善案と同様に定期的な両者の話し合いの場を設けることを提案する。

参考文献

- 1) スポーツ少年団とは - スポーツ少年団 - JSPO (japan-sports.or.jp)
<https://www.japan-sports.or.jp/club/tabid265.html> (参照 2023-12-04)
- 2) 令和4年度スポーツ少年団登録状況(都道府県別 競技別 団数)
https://www.japan-sports.or.jp/Portals/0/HPrenewal_syonendan_2020/toroku_system/R4_todoufukennbetu_dannsuu.pdf
(参照 2023-12-04)
- 3) 愛知県スポーツ協会 - スポーツ少年団 (aichi-sports.or.jp)
<https://www.aichi-sports.or.jp/sposho/index.html> (参照 2023-12-04)
- 4) 部活動の地域移行とは？ 進む背景や、メリットとデメリットを紹介 | 寺子屋朝日 for Teachers (asahi.com)
<https://terakoya.asahi.com/article/14920528> (参照 2023-12-12)

国内のプロ野球球団の野球場に関する比較研究

EC20083 安江大和

1. 研究の目的

今回研究テーマを「国内のプロ野球球団の野球場に関する比較研究」にした目的は、日本には 12 球団のプロ野球チームとともに、本拠地である球場が 12 か所あり、プロ野球に興味があることから、日本はもちろん他スポーツのスタジアムと比較をする中で、プロ野球の更なる発展、向上や、野球そのものを盛り上げていくことで本拠地である都市の活性化につながられるか、名古屋市のバンテリンドームを中心に調査し実行し今後のまちづくりにつなげていく。

2. 日本のプロ野球の概要

日本のプロ野球(NPB)には、セ・リーグ 6 球団(阪神タイガース、広島東洋カープ、横浜 DeNA ベイスターズ、読売ジャイアンツ、東京ヤクルトスワローズ、中日ドラゴンズ)と、パ・リーグ 6 球団(オリックスバファローズ、千葉ロッテマリーンズ、福岡ソフトバンクホークス、東北楽天ゴールデンイーグルス、埼玉西武ライオンズ、北海道日本ハムファイターズ)の合計 12 球団があり、合わせて 12 か所の本拠地であるスタジアムが存在する。

3. 調査の方法

今回の調査方法として、3つ行った。1つ目、インターネットを利用してメジャーリーグ(MLB)やサッカースタジアム、テニススタジアムとの比較、2つ目、テキストマイニングを行って、読売ジャイアンツの本拠地である東京ドーム、中日ドラゴンズの本拠地であるバンテリンドーム、北海道日本ハムファイターズの本拠地であるエスコンフィールドの 3 球場の口コミ調査、3つ目、実際に 3 球場に行く現地調査を行った。

4. スタジアムの諸元比較

表1 メジャー(MLB)の調査内容

4-1 プロ野球スタジアムとメジャーリーグ

スタジアムの比較

日本の球場は、形は変わらないことに対して、アメリカは形も大きさも様々であること。また、アメリカのスタジアムは、ボールパークの中に球場があるが、日本は球場の中に売店などが入っているという違いがある。大きな特徴として、アメリカは、日本と違い、野球はもちろんのこと演出や施設環境などの野球スタジアム以外の観点で、観客を楽しませている。

球場	ロサンデスパーク	アナハイムスタジアム	フェニックスパーク	ヤンキースタジアム	トモハイル・パークスタジアム	ドジャースタジアム
球団	マリナーズ	エンゼルス	レッドソックス	ヤンキース	マリナーズ	ドジャース
所在地	マイアミ	アナハイム	ボストン	ニューヨーク	シアトル	ロサンゼルス
建設費	5億,500万ドル	2400万ドル+1億,800万ドル	65万ドル	15億ドル	5億1760万ドル	2300万ドル
開設時期	2012年3月5日	1966年4月19日	1912年4月9日	2009年4月16日	1999年7月15日	1962年4月10日
周辺の建物	ビーチ、空港	ディズニeland	ボストン美術館	なし	なし	なし
特徴	WBC決勝が行われた場所。メジャーの球場で3番目の広さ。	大谷翔平の本拠地。ホームランが出やすい球場である。	グリーンモンスタースという高宇フェンスが有名。老朽化が進んでいる。	1試合当たりのホームラン数が多い。左打者に有利。	ヒットが出にくい球場である。ファウルアウトの多い球場。	エンゼルの元本拠地。雨が少なく清掃がしっかりしている。
グラウンド面積	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし
フェンスまで(両翼)	(左)104.8m(右)102.1m	(左)110.6m(右)100.6m	(左)94.5m(右)92m	(左)96.9m(右)95.7m	(左)100.9m(右)99.7m	(左)100.6m(右)100.6m
フェンスまで(中)	121.9m	121.9m	118.9m	124.4m	122.2m	120.4m
フェンスまで(右左中間)	(左)117.6m(右)117.9m	(左)118m(右)112.8m	(左)115.5m(右)115.8m	(左)122m(右)117.3m	(左)115.2m(右)116.1m	(左)117.3m(右)117.3m
座席数	37000人	記載なし	(D)37065(N)37493	50287人	47116人	56000人
店舗	カフェ、クリーブランド	野球に関するショップ	とくになし	野球に関するショップ	野球に関するショップ	フードショップ、BBQ、レストラン
伊設施設	水族館	人口岩、滝	バックミンスターホテル	ヤンキースミュージアム	WAMU Theater, Lumen Field	ゲデルワッククラブ
最寄り駅	空港あり	リムジン(送迎サービス)	ケモワ駅	161st Yankee Stadium	記載なし	ユニオン駅
駅からの距離	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし
その他の活用方法	NFL, ROC	NFL(ロサンゼルスラムス)	NFL, NASL	MLS	WWE, NHL	ボクシング

出典:筆者が作成

4-2 プロ野球スタジアムとサッカースタジアムの比較

サッカースタジアムのほうがたくさんの観客が収容することができることや、たくさんの国のファンがいることより、電車や車だけではなく、空港も交通手段となっている。サッカースタジアムとしてだけではなく、たくさんのスポーツを行うことができることから、さまざまな観点での収入が得ることができる。野球スタジアムとは違い、収容数は多くないが、他のスポーツのスタジアムと共存している。

表2 サッカースタジアムの調査内容

球場名	カンピ・ノウ	クレストフスキー・スタジアム	エヌ・モヌメンタル	エスタディオ・ムニシパル・デ・ブラガ	メルセデスベンツ・スタジアム
球団	FCバルセロナ	FCゼニト・サントペテルブルク	CAリベール・プレート&代表	SCブラガ	MLS・アトランタ(NFL,NCAA)
所在地	スペイン・バルセロナ	ロシア・サントペテルブルク	アルゼンチン・ブエノスアイレス	ポルトガル・ブラガ	アメリカ合衆国・アトランタ
建設費	288000000ドル	5億9700万	100万ドル	1億6100万ユーロ	14億米ドル
開設時期	1957年9月24日	2016年12月25日	1938年5月26日	2003年12月30日	2017年8月26日
周辺の建物	ラ・マシア(サッカースクール)	シヴォ・オストロフ	記載なし	記載なし	記載なし
特徴	ヨーロッパ最大のスタジアム。	豊田スタジアムにしている。設計者は黒川という日本人。	フットボール大聖堂と呼ばれる。	花こう岩が両端にあり、座席は二面しかない。シカゴ・アテネウム国際建築賞の最優秀グローバルデザイン賞を受賞。	安価でフードやドリンクを提供している。MLSカップ、スーパーボウルの開催地。
ピッチサイズ	105×68m	105×68m	105×70m	106×68m	記載なし
収容人数	99354人(昔は120000人)	64668人	86049人	30286人	71000人
店舗	グッズショップ、バー、スナック菓子自動販売機	ジェットコースター	24時間のレストラン	記載なし	アトランタ国際空港
併設施設	バルセロナミュージアム	ホテル	劇場、博物館、テニスやバスケットのスタジアム	磐に囲まれていて、大きな店舗はない。	ラウンジ、さまざまなフードショップ
最寄り駅	パラウ・レアル、ラス・コルツ	Krestovskiy ostrov駅	不明	不明	タクシーor地下鉄

出典:筆者が作成

4-3 プロ野球スタジアムとテニススタジアムの比較

テニスは個人同士の戦いであることもあるためか、観客は少ないことや、メジャーリーグと同様に、公園のような大きな空間の中にスタジアムがあるために、同じ場所でたくさんのスポーツが行われている。テニススタジアムと野球スタジアムでは規模感が多少異なりますが、複合施設という点で日本に取り入れるべきだ。日本と違う点として、やはり、テニスに限らず、スポーツに執着せずに様々なカテゴリーの施設やお店が多いことがあげられる。

表3 テニススタジアムの調査内容

スタジアム名	メルボルン・パーク(ロッドレーバー・アリーナ)	ローラン・ギャロス(コートフィリップ)	アンド・クロケー・クラブ	アーサー・アッシュ・スタジアム
大会名	全豪オープン	全仏オープン	全英オープン	全米オープン
所在地	オーストラリア	フランス	イギリス	アメリカ
建設費	9400万豪ドル	記載なし	記載なし	2億5400万ドル
開設時期	1988年	記載なし	1977年	1997年4月13日
周辺の建物	テニスコートが3つ	庭園	複数のテニスコート	シティフィールド
特徴	一番狂わせが起こる大会。	赤土を利用したクレイコートでラリーが続きやすい。	白色のウェアの着用義務あり。もともと、ドッグレース場?	世界最大のテニスコート。
収容人数	14820人	15000人	記載なし	22547人
店舗	国立スポーツ博物館	記載なし	病院、寺院	政府機関
併設施設	ホテル、クリケットグラウンド	バスケコート、競馬場(多くの講演、庭園のなかにある)	湖、公園、映画館、役場、ショッピングセンター	衣料店、テニス用品店、野球場、サッカースタジアム、動物園
最寄り駅	ジョリモント駅	Porte d Auteuil駅	不明	地下鉄
その他の活用	記載なし	ボクシング	記載なし	WNBA、プロレス

出典:筆者が作成

5. 口コミ評価のテキストマイニング分析

5-1 バンテリンドーム

地下鉄や駅が、スタジアムの近くにあるという点で、良いという声が多い。それに対して、開始終了間際の混雑に関しては良くないという声がある。どこのスタジアムでも試合の前後に混雑するが、特に交通に関しての口コミが多くあった。トイレに関して、特に女性用トイレが混雑するため、トイレの増加を希望する女性の声が多くある。他のスタジアムと比べても、ペットボトルの持ち込みが、禁止なことも不満という人が多い。球場、施設が綺麗な点については称賛の声が多くあるので、継続していけたらいい。

5-2 東京ドーム

トイレが少ないという点は、バンテリンドーム同様に課題として挙げられる。バンテリンドームと同じように特に女性からの声が多くある。食べ物に関しては、おいしいなど良い声が多くあることから、食に関して充実している。ただ、座席に関して狭いという意見もあり、試合時間が長くなってしまった場合を考えると快適にお客様に楽しんでいただくためにも、改善が必要になってくるのではないのか。

他にも、野球観戦を目的として来場する方以外からも、ジェットコースターなどの遊園地に関して、野球観戦を目的として来場している人だけではなく、その他の目的とした来場者でも、楽しむことができるのではないのか。

5-3 エスコンフィールド

今年できた球場のため、16件しか口コミがなく情報が少ないため、他の2スタジアムは100件に対して、エスコンフィールドは16件でテキストマイニングを行ったので情報として不足する部分が多い。そのわずかな情報の中で、メジャーリーグの球場に似ていると多くの声があった。口コミをしてくださっている方が書き込みをしている際に、ボールパークが完全体ではない中で多くの称賛の声が多くある。球場内の環境が素晴らしい反面、交通の観点での不満が多いこともこれからのボールパーク形成していく中での課題であり、改善点である。

6. 現地調査

6-1 バンテリンドーム

最寄り駅は、JR線と名古屋鉄道の2つの手段があるが、開始終了間際には混雑があった。また、他の2つのスタジアムと比べて、広告に関して少し弱く感じた。紙ベースのすべて同じの広告は、お客様に対して1つの情報しか与えることができないので、改善が必要。液晶の広告とすることによって、来場者に対して複数の情報を与えることができるのではないのか。座席に関して、ほぼすべての席に背もたれがあるために、観戦が長くなったとしても疲れにくい。

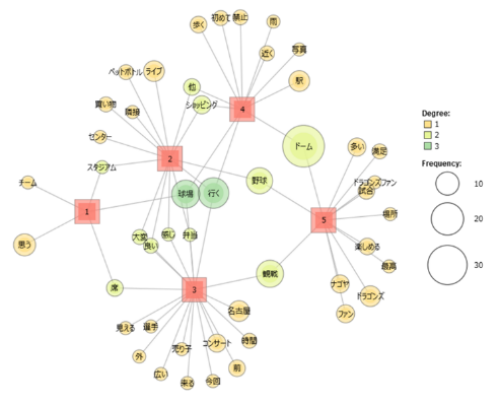


図1 バンテリンドームのテキストマイニングの結果

出典：KHCoderを用いて筆者が作成

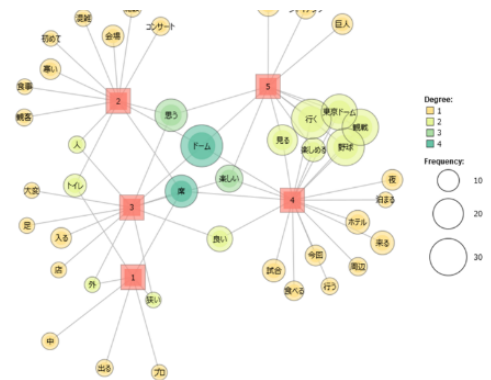


図2 バンテリンドームのテキストマイニングの結果

出典：KHCoderを用いて筆者が作成

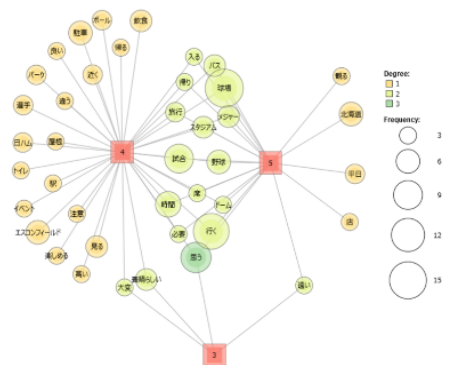


図3 エスコンのテキストマイニングの結果

出典：KHCoderを用いて筆者が作成




6-2 東京ドーム

近くには、ジェットコースターなどの遊園地のような施設や、野球に関連した目で楽しめるもの(博物館のようなもの)が併設されている、ボールパークに近いような施設があり、野球とともに楽しむことができる。実際に行くことはできなかったものの、ジェットコースターなど小さな遊園地のようなものがあり、野球だけではなく、他にも楽しむことができる。座席に関して、外野席に背もたれはなく、疲れやすいという難点。広告などがすべてポスターではなくスクリーンとなっている。

6-3 エスコンフィールド

アメリカのメジャーリーグの球場に近く、他のスタジアムと比較しても違うものだ。食事をしながら観戦することのできるカフェのようなものや、その他レジャー施設も併設されているので、野球以外にも楽しむことができる。日本では感じる内容な雰囲気だ。座席に関して、観戦中に疲れを軽減するためにもふかふかのシートになっている。長時間野球観戦をすることを考えると、とてもいいものだ。バンテリンドームとは違い、広告などがすべてポスターではなくスクリーンとなっていた。

表4 現地調査の比較結果

スタジアムの比較	バンテリンドーム	東京ドーム	エスコンフィールド
スタジアムの様子(写真)			
駅からスタジアムまで	大曽根駅からバンテリンドームのロータリーにはドラゴンズ感がなく、寂しい印象	ボールパーク(アミューズメント施設)含めて、マスケットの自販機など道中なども楽しむことができる。	かなり距離があり、駐車場が周りにあるために当方からくるファンのことが考えられていないようにも
掲示物・ポスター	外の掲示物はすべて紙	外も中も掲示物は電光掲示板	外は紙の掲示物、中には掲示物のほかにもモニターが多数
スタジアム内のショップ	ドラゴンズ関連のフードショップまたは、外と近くのイオンにグッズショップがある。	ドーム内にチェーン店含め様々なフード施設、バー、グッズショップがすべてある。	グッズショップ、フードショップ、すべてスタジアム内にある。外にもボールパークがある。
座席	外野席にも背もたれあり	外野席に背もたれはない	外野席に背もたれがあり、座面はふかふかのクッションがある

出典:筆者が作成

7.まとめ

以上の結果をふまえ、以下のように、バンテリンドームのでよい点を整理した。

- 1) セ・リーグ 3 位、12 球団 5 位の収容数のためチケットがとりやすい(比較調査)
 - 2) 大曽根駅と矢田駅の名鉄線、JR 線の二つがあるのでアクセスが〇との声(口コミ調査)
 - 3) 外野席まで背もたれが完備されているために、長時間(攻撃と守備の切り替え時)座っていても疲れにくい(現地調査)
- 同様に、以下のように悪い点を整理した。

- 1) 球場が広く、フェンスが高いため野球の醍醐味でもあるホームランが出にくい(比較調査)
- 2) WC(特に女子トイレ)が少なく、混雑しやすい(口コミ調査)
- 3) 駅(大曽根駅)からの道中がドラゴンズの雰囲気が少なく寂しい(現地調査)

またこれらから、バンテリンドームの改善策として、以下のように提案をする。

- 1) ドラゴンズロードのようなものを、大曽根駅からのロータリーに設置をする。
- 2) バンテリンドーム内、ドーム外にある広告をモニター化し、複数の情報をお客様に伝える。
- 3) ホームランテラスを設置する。

参考文献

- 1) じゃらん https://www.jalan.net/kankou/spt_23102cc3360049645/ (参照 2023 年 8 月 10 日)
- 2) KHCoder <https://khcoder.net/> (参照 2023 年 8 月 10 日)

1. 研究の背景と目的

近年、日本では、人口減少による少子高齢化やインフラや施設の老朽化、中心市街地の衰退といった問題を抱えている。その中でも、ニュータウンや団地は、この傾向が特に出やすくなっており、これらの問題が年々深刻化している。これらの課題に目を向け、どのように解決すべきかを研究し、より良い団地のデザインをしていくことを目的とする。

2. 研究の方法

初めに三大ニュータウンをはじめとしたニュータウンの情報やデータを参考文献および過去の資料やインターネットによる情報収集を行い、自分なりに精査してまとめる。今回、デザイン対象場所を高蔵寺ニュータウンとし、現地踏査や体験調査を行いデータにまとめ、あらかじめ精査したデータと照らし合わせデータを1つにまとめる。また、公益財団法人都市づくりパブリックデザインセンターにある高蔵寺ニュータウンのセンター地区デザインも自分なりに精査してまとめる。これらを参考にし、課題解決につながるデザイン案を導き出す。

3. ニュータウンに関する課題整理

デザインする為に、全国及び愛知県の主要なニュータウンの概要、課題の情報収集を行い、各共通点をまとめる。共通点を把握し、現在出ていない課題を抱えた際にも対応できるようにし、未来に繋がる最善のデザイン案にする。

3-1 日本三大ニュータウンの概要と課題

表1は、日本三大ニュータウンの概要である。これらわかるように、高蔵寺ニュータウンは、日本三大ニュータウンの中でも人口や面積は少ないが高齢化が進んでいることが分かる。

日本三大ニュータウンの課題共通点を「人口面」と「住宅・土地面」、「交通面」、「周辺施設面」で分けてまとめる。「人口面」では、若い世代の新規入居が少ない為、住み続けている人の年齢が上がるにつれ、高齢化が進んでいる。「住宅・土地面」では、50年近くたっている為、老朽化が進んでいる。また、エレベーターがないなどで不便を感じる為、上層階が空きやすくなっている。「交通面」では、坂や段差等による、高低差が多い為、高齢者や障害者に合った対策がされていないことである。「周辺施設」面では、空き店舗や店舗の老朽化が目立っている。中心となる場の魅力向上が課題として出ていた。

表 1.日本三大ニュータウン概要

	高蔵寺ニュータウン (愛知県)	多摩ニュータウン (東京都)	千里ニュータウン (大阪府)
人口	約40,000人	約220,000人	約103,000人
計画人口	81,000人	280,000人	150,000人
世帯数	約19,000世帯	約103,000世帯	約48,000世帯
高齢化率	37.24%	26.40%	30.10%
面積	約702ha	約2,880ha	約1,160ha
戸数	約11,000戸	約80,000戸	約40,000戸
交通 機関	鉄道	2路線 2駅	3路線 6駅
	バス	3つ	3つ
開発主体	日本住宅公団 (現在のUR都市 機構)	都市再生機構 (UR) 東京都、東京都住宅 供給公社、 稲城市、土地区画整 理組合	大阪府企業局

出典：参考文献 2.3.4 より作成

3-2 愛知県内のニュータウン課題

表 2.愛知県内団地概要

表 2 は、高蔵寺ニュータウンと愛知県内の高蔵寺ニュータウンと住宅方針等が近いニュータウンの概要である。人口や高齢化率に大きな差は出ていない。

	高蔵寺ニュータウン (春日井市)	桃花台ニュータウン (小牧市)	菱野団地 (瀬戸市)
人口	約40,000人	約26,000人	約12,000人※
計画人口	81,000人	40,000人	30,000人
世帯数	約19,000世帯	約9,000世帯	約5,000世帯※
高齢化率	37.24%	29.60%	36.9%※
面積	約702ha	約1,300ha	約170ha
戸数	約11,000戸	約14,500戸	約7,000戸※
交通 機関	鉄道	2路線 2駅	なし
	バス	3つ	5つ
開発主体	日本住宅公団 (現在のUR都市 機構)	愛知県	愛知県住宅供給公社

※2020年データ

出典：参考文献 2.5 より作成

愛知県内団地の共通課題も同様に「人口面」と「住宅・土地面」、「交通面」、「周辺施設面」でまとめる。「人口面」では、高齢化が進んでおり、若い世代の新規入居が少なく、同じ課題を抱えている。「住宅・土地面」では、空き家・空き部屋が増えている課題や老朽化が進んでいることは類似している。ブランドイメージをどのように上げるかが新たに出現。「交通面」と「周辺施設」では、日本三大ニュータウンと同様の課題を抱えている。

日本三大ニュータウンと愛知県内のニュータウンの共通の課題から「魅力的な場所」があるとブランドイメージが向上し、新規入居者が増加を図ることができ、課題解決につながる。今回、高蔵寺ニュータウンのセンター地区を対象場所としてデザインしていく。高蔵寺ニュータウンの中心となるセンター地区を魅力的な場に、ブランドイメージを向上させる。

4. 高蔵寺ニュータウンセンター地区のデザイン提案

今回は、2018年に「都市づくりパブリックデザインセンター」が高蔵寺ニュータウンのセンター地区のデザインを募集しており、これに応募する形でデザインをしていく。都市づくりパブリックデザインセンターの高蔵寺ニュータウンのデザインは過去の入賞作品が載っている為、各デザインの共通点をまとめる。その中で自分なりにデータを精査し、各方針を決める。

4-1 デザイン共通点

表 3.パブリックデザインセンター共

課題では、3.と同じく、空き家や高齢化等の問題が出てきている。デザイン方針や将来像では、多様性が求められる近代社会である為、多様や多世代等の言葉が多く使われている。また、地域資源である緑の活用をしていく考えが多く出てきている。これらを参考に各方針等を決めていく。

課題	デザイン方針	将来像	コンセプト
<ul style="list-style-type: none"> ・空家率が高く高齢化が進んでいる ・車が優先されるインフラ ・豊かな緑の未活用 ・学び、集いの場が不足 	<ul style="list-style-type: none"> ・多世代が交流できるような学びや集いの場をつくる ・地域の資源である緑を積極的に活用 ・交通の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・センター地区を多様な世代が交流できる場に ・地域資源である緑を生かし、豊かな暮らしを実現 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域に合わせたまちづくり

出典：参考文献 1 より作成

4-2 デザインの考え方

今回は、コンセプトを下に将来像を考え、それを実現する為のデザイン方針を立てるものとする。

1) コンセプト「若者世代が多くの交流・学びを得られる。それらを還元し、まちづくりにつながる」

若者世代同士が交流し、多くの経験、学びを得て、若者がまちづくりに参加し、得たものをまちに還元する。これにより、喜びを知った若者がさらに広がり、新規入居者増加を図る。そして、新規入居者がまた新たに交流・学びを得ていく、いい循環を狙う。

2) 将来像

- ① 「若い世代の交流、活動の実現」：コンセプトにあるように若い世代が活躍できる場をつくり多世代でつながる。若い世代が交流・学びで得た多くの学びを地域に還元する未来をつくる。
- ② 「緑を生かし、豊かな暮らしの実現」：緑と積極的にかかわれることのできるセンター地区を実現する。また、広場を使ったイベント等の開催、高蔵寺を知ってもらえる機会を増やす。そして、グリーンインフラのモデル都市にする。
- ③ 「交通環境改善の実現」：公共交通機関の見直しを行い、利用者・入居者増加を狙う。徒歩やスモールモビリティによる移動増加を図り、交流を広げていく。また、バリアフリーを増加し、壁なき交流を実現する。

3) デザイン方針

- ① 「若い世代が交流できるような場をつくる」では、学びや集いの場等をつくり、若い世代が様々な体験や経験をできるようにする。交流する場で、多くの知識、感性を磨くことができる。多世代の関係構築につながり助け合い精神が生まれる。
- ② 「地域の資源である緑を積極的に活用」では、センター地区に緑は多くあるが、人々が憩いの場や触れ合う場ではない為、緑を生かした場にする。目で感じる緑ではなく、身体でも感じられる緑の空間デザインにする。デザインイメージとして裸足になって走り回りたくなるような緑地や森林浴をしているかのような心地よさを感じさせる。また、運動公園を設置し、健康維持できるデザインにする。そして、身体だけではなく心まで健康にするウェルビーイングの実現をする。
- ③ 「交通の整備」では、歩行者にやさしいデザインにする。現在は、幹線道路を中心としたネットワークが形成されている。地区が分断されていることにより、歩行者が移動の不便を感じることが多い。これを解決する為に移動を円滑化させるデザインすることや、バスセンターの設置をし、センター地区の利用者増加を図る。

4-2 ゾーニング

センター地区を図1の様にゾーニングする。センター地区のほとんどが商業施設や駐車場、屋内施設であり住宅スペースはあまりない。将来像やデザイン方針に沿い、「アクティブエリア」や「商業エリア」で交流できる場をつくる。また、緑を積極的に活用する為、各エリアには緑を配置する。交通の整備では、商業エリアにバスセンターを設置し、交通の円滑化や利用者増加を図る。「既存エリア」は現在ある交番や文化センターをそのまま利用する。保育・オフィスエリアは保育施設やオフィス棟を設置し、生活スペースの近くで仕事家族を置けるようにする。「スポーツエリア」では、現在あるスポーツジムや新設の運動公園を設置し、健康向上を図る。「アクティブエリア」では、交流だけではなく体験もできる場を設置する。また、イベントスペースを設置し、高蔵寺を広められるようにする。「商業エリア」では、買い物等を楽しめる場にする。「緑地エリア」では、食事などを通し、緑をより感じられる場をつくる。

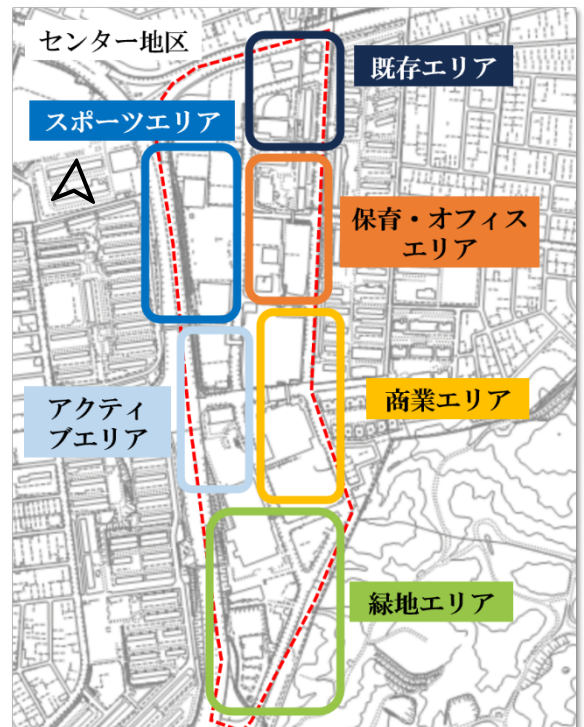


図1 ゾーニング

出典：筆者作成

4-3 地区のデザイン

ゾーニングした場所を図2の様にデザインした。

「既存エリア」は、もともとある場をそのままデザインに落とし込んだ。ペDESTリアンデッキ（歩行者専用道路）も現在あるものを使用している。「保育・オフィスエリア」は、保育施設の入っている住宅団地を設置し、その前にポケットパークがあり、園児等が遊び時間等に利用できる。オフィス棟では、シェアオフィスやサテライトオフィスにする。コロナ禍で需要が高まったサテライトオフィスにすることにより、住居スペースの近くで働くことができ、時間の有効活用ができる。これにより、働きながら近くに子供を預けられ、子育て世代の入居も狙える。「スポーツエリア」では、現在のスポーツジム、コートを利用し、新たに運動公園を設置している。スポーツジムや運動公園で身体健康維持ができる。また、運動公園では、運動により多世代の交流ができる。これらの充実により身体だけではなく心の充実までできるウェルビーイングを感じられる。「アクティブエリア」は、シェアラボや高蔵寺を感じられる展示エリアを設置し、体験交流ができるようにしている。また、野外広場を設置し、イベント等が行え、高蔵寺を広めることができる。



写真 2.地区のデザイン

出典：筆者作成

「商業エリア」は、店舗配置をストリート型にし、歩く楽しさを感じてもらい、各エリアへの周遊を図る。「緑地エリア」は、スーパー銭湯を設置し、その周りを緑で囲むことにより、緑を感じながらゆっくりすることができる。また、近くに緑を感じられるカフェ等を設置し、1日中楽しめる場にする。

各エリアで多くの体験、学びが得られる為、周遊を図ることができ、充実を感じられる。これにより、多くの世代が交流し、経験、学びを得て、若者がまちを好きになる。その若者が還元する為に、まちづくりに参加する。これにより喜びを知った若者がさらに広がり、新規入居者増加を図る。そして、新規入居者が新たに交流・学びを得られるいい循環が実現する。

5. まとめ—気づきと課題—

デザインしたうえで、高蔵寺ニュータウンは、高低差や段差が多い為、これらを配慮した設計ができるかを考える必要がある。費用、予算を考慮せずにデザインしている為、これらも考慮しなければならない、また、費用効果に見合った経済効果が得られるかなどの点を配慮できていない為、実際に計画する際は、これらのことを含めて考えていく必要がある。

参考文献

- 1)公益財団法人都市づくりパブリックデザインセンター：第21回(2018年)受賞作品〈愛知県春日井市〉
<https://www.udc.or.jp/publics/index/39/> (参照 2023-08-15).
- 2)春日井市：高蔵寺ニュータウンの状況 (人口)
https://www.city.kasugai.lg.jp/shisei/machi/new_town/1008950.html (参照 2023-05-18).
- 3)多摩市：多摩ニュータウン <https://www.city.tama.lg.jp/> (参照 2023-05-18).
- 4)伊吹市：千里ニュータウンの資料集 <https://www.city.suita.osaka.jp/> (参照 2023-05-18).
- 5)小牧市住宅別人口分析(桃花台ニュータウン) <https://www.city.komaki.aichi.jp/> (参照 2023-05-18).