

中心市街地における多様な「賑わい」の評価法について

鈴木英之

Studies on Assessment of Pedestrian Traffic and Central City Area Activation

Hideyuki SUZUKI

Abstract: The main purpose of these studies is the examination of the assessment of pedestrian traffic in city center. We investigated new three ways, a method of using a person trip survey, a method of using a mobile data, and the method by field survey. And we applied to Amagasaki city center them. As a result, we have obtained useful knowledge which has not been known previous methods.

Keywords: パーソントリップ調査 (person trip survey), 中心市街地活性化 (city center activation), 通行量調査 (survey of pedestrian traffic), 移動体データ (mobile data)

1. はじめに

1.1 背景

改正中心市街地活性化法が施行されて8年,すでに計画期間を終えた自治体は69に上る.それらの自治体が自ら設定した目標指標は合計で227存在する.そのうち,計画当初よりむしろ悪化した項目は110(49%)に及ぶ.目標の数値達成度に見る限り,施策の成果は充分ではない.

1.2 問題意識

改正中活法では活性化基本計画中に数値目標を盛り込むことになっている.評価指標は地域の実情に合わせて自治体が任意に設定することになっているものの,いくつかの問題点が指摘される.主要なものを挙げる.

まず,自治体間の比較可能性に対する指摘だ.中心市街地活性化推進委員会(2013)は,他国との比較において,評価測定法の標準化の遅れやデータの公表体制の面での不備について言及している.また,目標値の設定レベルが適切ではない,

との指摘がある.近藤ら(2013)は,官主導で計画された一部自治体の目標数値の設定レベルが現場の取組状況とかけ離れている可能性があるという.施策と指標との不整合に対する指摘も見過ごせない.経産省(2014)は,施策取組と目標指標との関係性の希薄化を指摘する.社会構造の変化に応じて,施策は年々変化しているにもかかわらず,旧来通りの目標指標では,施策効果を正しく測定することは難しい.「賑わい」にかかる施策取組の範疇は多岐に渡る.商業再生や観光振興といった経済活動にかかるものばかりではなく,街なか居住や交流促進,高齢者の社会参画といった社会的・文化的な側面にウェイトを置く事業も含まれる.これらの施策効果を一律に歩行者通行量合計値という旧来の指標で測定することが,様々な「賑わい」概念の混同や曖昧化,ひいては取組自体の停滞を招いた可能性は大いに考えられる.

2. 目的と方法

2.1 目的

本報告は,中心市街地における賑わいの測定・評価法の検討を目的とする.前述したとおり,賑わいは,多義的な概念であることから,まず賑わ

い概念を幾つかに分類・整理したうえで、それぞれにふさわしい評価方法を検討することになる。

2.2 方法の概略

まず、先行研究において「賑わい（のための施策取組）」を類型化しているものを確認し、概念を整理する。本報告では観光・商業分野に限定して検討することにした。次に、賑わいの測定・評価法に関して、従来の歩行者通行量指標を補完、詳細化、若しくは代替する先進事例を研究する。具体的には、後述する3種類のアプローチを検討した。最後に、それらの方法を尼崎市中心市街地に適用し、評価法としての可能性を検討する。

3. 賑わいの類型

中心市街地活性化にかかる計画や都市を対象とした類型論は数多い。小森ら(2011)は基本計画に含まれる施策目標と評価指標とを6分類(賑わい、まちなか居住、商業、観光、交通整備、市民活動)にした。また是川(2005)は、活性化を規定する地域資源をやはり6分類(商業、観光、福祉、コミュニティビジネス、住みやすさ、文化)にした。経産省(2014)は、目標指標を7分類(通行量、居住人口、販売額、空き店舗、施設入込数、公共交通利用、その他)とした上で、都市の規模に応じた傾向を明らかにした。

本研究は、比較的規模の大きな自治体で採用されることが多いとされる観光、商業系の賑わいを念頭に置いて進めることにした。

4. 検討した賑わいの測定・評価事例

下記3種類のアプローチを検討する。

4.1 パーソントリップ調査を活用する方法

パーソントリップ調査(以下PT)は、大規模な交通実態調査であるが、属性別・目的別の来街者人数等の把握に役立てることも可能である。PTを活用した分析事例として、森記念財団(2013)が挙げられる。東京都市圏PTを用いて、東京40km圏内の各小地域における、街の賑わいを様々な角度から分析している。中でも、到着数原単位(以下原単位:施設種類別の到着数のそれぞれの施設

と関連深い業種別就業者数に対する比率)を用いた来街魅力度にかかる指標は、「賑わい」評価尺度の有力候補と考えられる。ただし、同様の分析が、東京都市圏以外の近隣型の商業集積において成立するかどうかは定かではない。

尼崎市への適用にあたって、近畿圏PT(2010)を利用し、原単位を小ゾーン(市町村、若しくはそれより小さい領域。尼崎市の場合は、4つの小ゾーンに分割される)別に推定する。対象とする到着施設は、飲食業、宿泊業、及び小売業とする。

4.2 移動体データを用いる方法

「移動体データ」とは、ヒトや車両の移動に伴って収集される時空間データであり、携帯電話の基地局情報や自動車メーカーや運輸事業者による交通データ等を含む。

移動体データを用いた分析調査事例として、名古屋まちづくり公社(2014)が挙げられる。携帯電話の位置情報由来のデータを用いた分析により、歩行者回遊行動の実態を把握した。

尼崎市への適用にあたり、Z社がホームページ上にて試験的に公開している携帯電話位置情報由来の推定滞留人口データを用いた。これを一定期間観測し、得られた期待値や信頼区間の値を用いた分析を試す。

4.3 現地調査による方法

濱名ら(2009)は、賑わいの要因分析を行うに際して、複数の商店街に対する現地調査を実施した。その際、調査データの比較可能性を重視し、通行量調査ではなく、写真撮影によって、道路空間内の歩行者数を記録する方法を採った。同種の方法は、国土交通省国土技術政策総合研究所(2013)が提案している。ビデオカメラを取り付けた自転車で、調査対象街路を走行することで、歩行者数を測定するという方法だ。これらの方法は、記録は容易だが、地図空間への転記集計作業に多大な労力を要するという欠点がある。そこでGPSロガーとデジタルカメラとを併用した改良法を用いた。歩行者との遭遇時刻と位置座標を同時に記録

することで集計作業を省略するものだ。歩行者の位置座標は、街路毎に道路長あたりの人数として集計し、分析に用いる。

5. 適用結果と考察

5.1 PT を活用する方法

飲食業、宿泊業、及び小売業にかかる原単位は、表-1 のとおりである。尼崎中心市街地が含まれる尼崎市臨海西部は、市内の他地区と比べて、すべての業種で低い値（集客力の弱さ）を示す。小売業について見れば、高い値を示す地区は、ターミナル型の商業集積、若しくは郊外型のリージョナル・ショッピングセンター（以下 SC）の所在地に限られる。尼崎市臨海西部においては、集客力に乏しい小規模事業者の構成比率の大きさが、数値を押し下げているものと考えられる。また、原単位の休日・平日比も注目すべき指標である。商業

表-1 小ゾーン別原単位

PT小ゾーン	飲食			宿泊			小売		
	平日	休日	休/平	平日	休日	休/平	平日	休日	休/平
尼崎市臨海西部	0.48	0.89	1.85	0.16	0.03	0.21	2.35	2.38	1.01
尼崎市臨海東部	0.51	1.93	1.85	1.79	1.93	1.08	2.30	2.93	1.28
尼崎市内陸西部	1.01	1.48	3.78	1.44	0.76	0.52	3.09	3.54	1.15
尼崎市内陸東部	0.95	1.47	1.46	4.62	1.90	0.41	4.83	8.60	1.78
西宮市南部	1.05	1.66	1.55	0.68	1.28	1.88	3.35	5.56	1.66
西宮市中部	0.77	1.43	1.58	0.41	0.36	0.89	3.07	5.34	1.74
西宮市北部	0.71	2.04	1.85	0.16	0.16	1.00	2.04	2.28	1.12
芦屋市	0.89	2.00	2.87	0.18	0.60	3.38	3.19	4.56	1.43
伊丹市	0.85	1.74	2.26	0.96	1.64	1.71	3.38	5.52	1.63
宝塚市	1.13	2.74	2.04	0.66	1.21	1.83	3.77	5.57	1.48
川西市	0.83	1.57	2.43	3.14	1.89	0.60	3.53	5.10	1.45
東大阪市中部	0.64	1.52	1.88	0.18	0.33	1.86	2.75	4.43	1.61
八尾市	0.54	1.99	2.37	0.57	0.00	0.00	3.13	5.49	1.76
北区(旧北区西部)	1.09	1.16	3.70	1.15	2.01	1.75	3.01	5.24	1.74

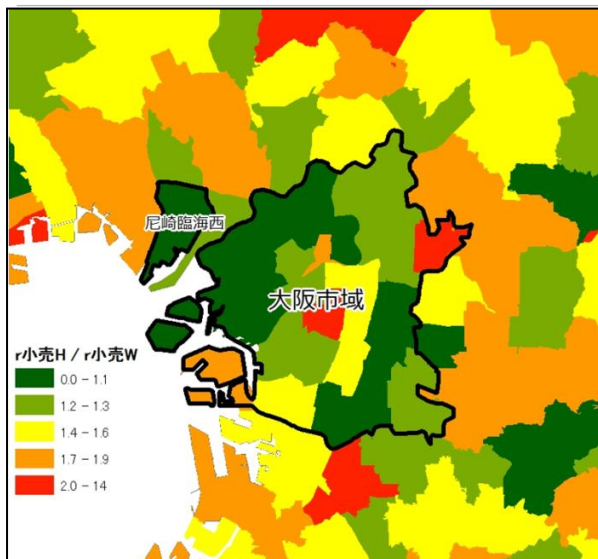


図-1 小売業原単位の休日・平日比

集積にとって重要な意味を持つ休日集客力を示すものと考えられるからだ。図-1 は小売業に関する原単位の休日・平日比である。大阪市中心部のターミナル型集積は、尼崎市域を含む周辺のエリアに対して、強力な集客力を発揮している様子が窺える。尼崎市が休日集客力の強化を活性化の目標にするのであれば、より広域での集積間競争を意識した取組の検討が必要であろう。

5.2 移動体データを用いる方法

4分の1地域メッシュ（縦横約250mの矩形領域）を単位に中心市街地内の商業集積領域（6メッシュ）について、平成26年の7,8月の平日30日、休日13日の滞留人口について、時刻別の期待値と95%信頼区間を求めた。結果は図-2のとおりである。比較として、SC所在地の滞留人口を掲げる。イベントの効果測定等の分析で使用するには精度不足であるが、時間帯別の集客動向の把握や他SCとの比較が可能のため、購買オケージョン分析等が可能である。

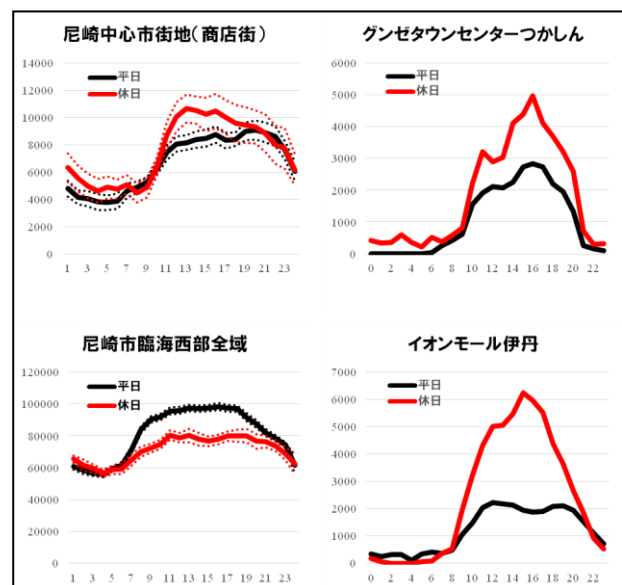


図-2 尼崎商店街及び周辺SCの滞留人口

5.3 現地調査による方法

平日（6月3日午後2時～くもり28度）と休日（6月1日午後2時～はれ32度）の計2回にわたって測定を実施した。調査員1名×2.5時間程度でほぼ全ての街路を巡回し終えた。走行距離はそ

れぞれ約 17km 程度で、平日は 853 人、休日は 1401 人の位置座標を記録した。(図-4)

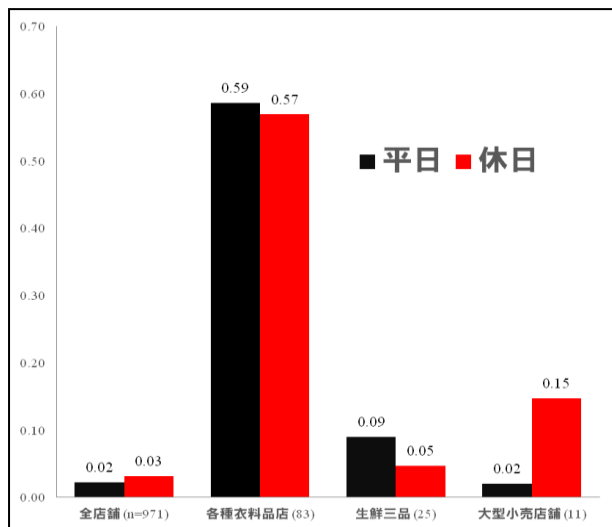


図-3 業種別店前歩行者密度

結果として、特定の観光地点周囲の来街者の滞留状況等、他の方法では取得できない微視的な情報を捉え得ることが確認できた。また平日と休日の歩行者分布の違いには、多くの分析余地が残されているものと思われる。例えば、図-3 は商店街区域内の業種別店舗の店前歩行者密度を平日と祝日とで比較したものである。業種によって立地条件（歩行者密度）は大きく異なる。また、生鮮三品店舗の集中地区は休日の集客が少ない。これをどのように解釈し、施策取組に活かすべきか、議論の余地がある。

6. まとめ

今回の試行で、賑わいに関する多くの知見が得

られた。中心市街地に対する新しい手法の有用性は確認された。今後の課題として、商業・観光分野以外の賑わい評価、より小規模の中心市街地への適用、及び中心市街地間比較が残された。

参考文献

- 経済産業省 商務流通保安グループ中心市街地活性化室 (2014) : 「平成 25 年度中心市街地商業等活性化支援業務報告書」
- 中心市街地活性化推進委員会 (2013) : 第 4 回委員会議事要旨
- 近藤早映・瀬田史彦 (2013) : 中心市街地活性化施策の評価のまとめ, 地域開発, 580, 40-49
- 森記念財団 都市整備研究所 (2013) : 「東京を訪れる人達」
- 名古屋まちづくり公社 名古屋都市センター (2014) : 「都心の歩行者回遊分析 ～ビッグデータの活用～」
- 小森荘太郎・工藤裕介・天野正昭・天野克也 (2011) : 中心市街地活性化計画における目標とその評価指標, 日本建築学会大会学術講演梗概集, F-1, 149-150
- 国土交通省国土技術政策総合研究所 (2013) : 「賑わいづくり施策『発見』マニュアル」
- 是川晴彦 (2005) : 中心市街地の機能と活性化, 山形大学大学院社会文化システム研究科紀要 1, 95-110
- 内閣府 (2014) 「中心市街地活性化基本計画平成 25 年度最終フォローアップ報告」
- 濱名智・中川大・松中亮治・大庭哲治 (2009) : 歩行者に対する道路空間配分状況が商店街の賑わいに及ぼす影響に関する研究, 日本都市計画学会都市計画論文集, 44 (3), 85-90

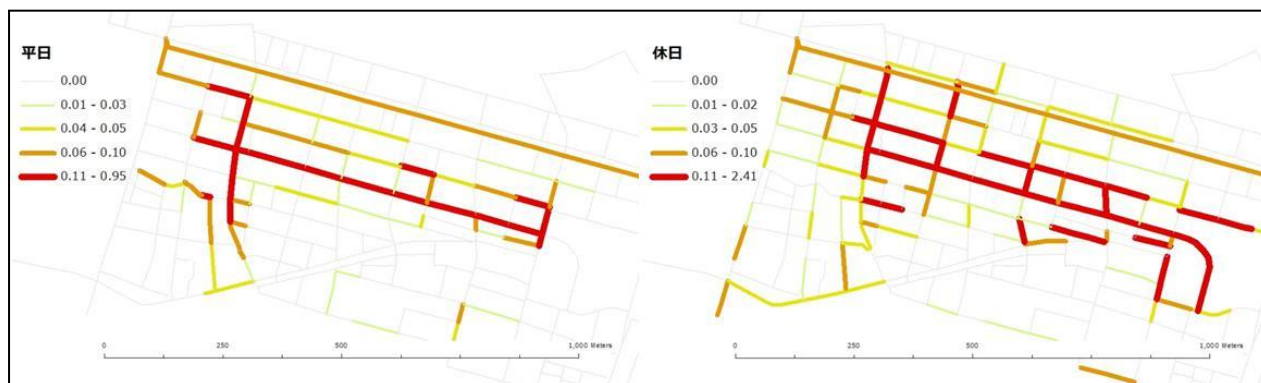


図-4 道路長あたり歩行者密度 (左 : 平日, 右 : 休日)