

～来てみて歩いてみっせ～まちなか探検・こおりやま！

歩いて暮らせるまちづくり
郡山地区社会実験結果報告書

平成19年 2月

福 島 県

目 次

I. 社会実験の概要	1
1. 目的	1
2. 実験区域	1
3. 実施期間	1
4. 実験内容	1
II. 効果検証調査の実施概要	2
1. 調査の目的	2
2. 調査の日程	2
3. 調査の方法	2
III. 来街者通行量・バス利用者・自動車交通量の調査結果概要	5
1. 来街者通行量	5
2. バス利用者	8
3. 自動車交通量	11
IV. 交通社会実験に関する調査結果の概要	12
1. 交通社会実験の実績及び効果	12
2. 無料直行バス（パーク・アンド・バスライド）	12
3. まちなか循環バス	15
4. バス情報サービス	17
5. タクシー誘導配車システム	18
V. 賑わい社会実験に関する調査結果の概要	20
1. 賑わい社会実験の実績及び効果	20
2. 「集う」に関する社会実験の結果	21
3. 「商う」に関する社会実験の結果	27
4. 「歩く」に関する社会実験の結果	35
5. 社会実験全体・環境負荷の低減に関する社会実験の結果	44
VI. 社会実験の評価	51
1. 交通社会実験の評価	51
2. 賑わい社会実験の評価	52
3. 今後の取り組みに向けて	54

1. 社会実験の概要

1. 目的

商業まちづくり推進条例の理念である「持続可能な歩いて暮らせるまちづくり」の実現に向けて、人と車が共生し、人と人がふれあう、賑わいのある、新しい時代にふさわしい「人」中心のまちづくりの在り方等について検討するため、地域の実情に即した交通システムや賑わい創出等の社会実験を実施し、その効果を検証した。

2. 実験区域

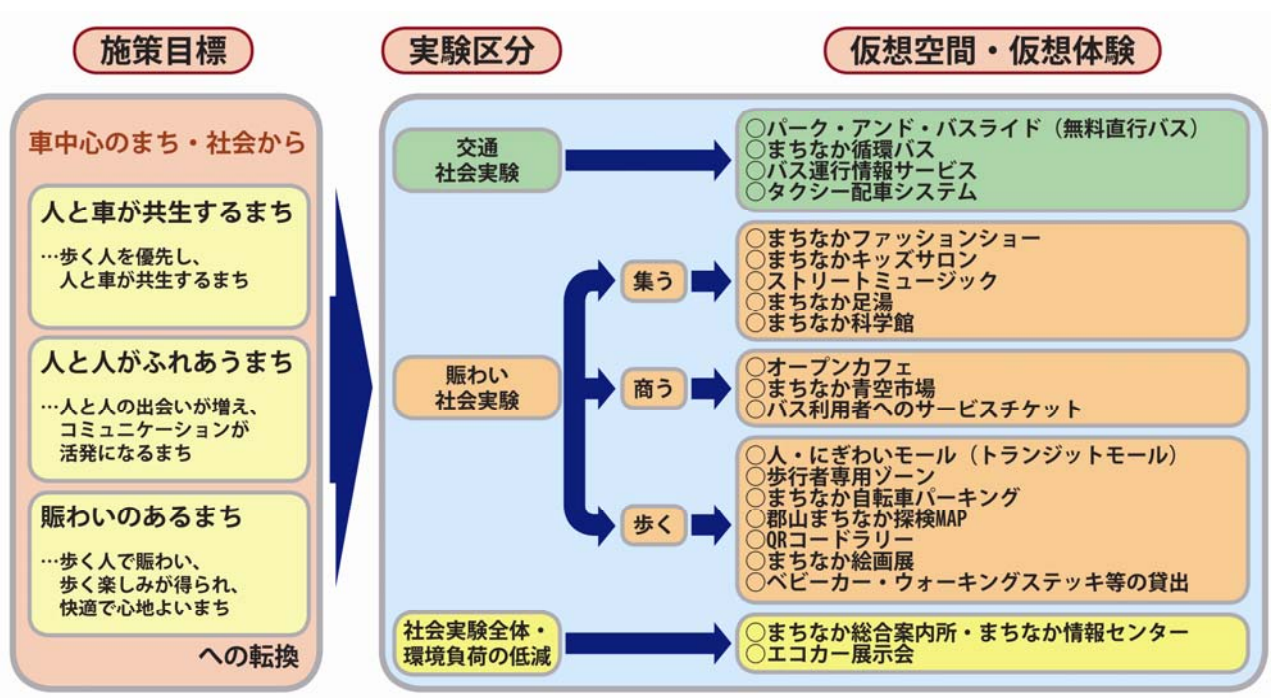
郡山市の駅前大通り、大町通り、なかまち夢通りを中心とする区域

3. 実施期間

第1クール 平成18年9月23日(土)～10月15日(日)

第2クール 平成18年10月28日(土)～11月5日(日) 計32日間

4. 実験内容



II. 効果検証調査の実施概要

1. 調査の目的

本調査は、地域が一体となって創出した「歩いて暮らせるまち」の賑わいや印象・イメージの向上に対する評価を行うために実施した。

主な評価手法としては、来街者や、実験前に行った「郡山のまちなかへ欲しいものリクエスト調査」の協力者、個店、駐車場事業者、バス・タクシー事業者等に対し、まちの賑わいや印象・イメージ向上等に関するアンケート調査を実施し、実験前との比較分析を行うとともに、来街者数や各実験メニューの参加者数、環境関連指標のデータ分析を行い、その効果を総合的に検証した。

2. 調査の日程

表 1 調査日程

調査項目	(1) 来街者 通行量調査	(2) 各実験メニューの参加 者数・利用者数調査	(3) アンケート 調査	(4) 環境関係 調査
事前調査	10/20、10/22	—	(リクエスト調査)	10/22
事中調査	第1クール	10/13～15	各メニュー実施日	10/15
	第2クール	11/3～11/5	各メニュー実施日	11/5
				10/14、15
				11/4、5

3. 調査の方法

(1) 来街者通行量調査

人・にぎわいモールや歩行者専用ゾーンを始めとする各実験メニュー実施による来街者数や来街者層を検証するため、第1クールは(歩・1～歩・9)、第2クールにおいては(歩・1～歩・10)の各地点で調査を行った。

なお、代官小路東(歩2)の来街者動向を把握するため、第2クールでは、代官小路西(歩3)のほか、ホテルプリシード東(歩10)を追加して調査を行った。

歩道内及び周辺歩道の歩行者及び自転車の通行量を測定することにより、人・にぎわいモールへの来街者数の把握及び通行量の変化を把握した。

調査は、歩行者数及び自転車台数を、時間帯別に数取器を用いて人手により観測した。



図 1 歩行者交通量調査地点図



(2) 各実験メニューの参加者数・利用者数調査

実験メニューごとに参加者数や利用者数を記録し、集計・分析した。本調査は、各実験メニューの実施主体が行った。

(3) アンケート調査

街の賑わいや印象・イメージ・滞在時間等を検証するため、来街者や、「郡山のまちなかへ欲しいものリクエスト調査」の協力者、個店、駐車場事業者、バス・タクシー事業者等に対してアンケート調査を行った。

【主なアンケート項目】

- 来街者（見学者）特性（年代・性別・職業・住所）
- 来街手段（公共交通、車）
- 駐車場の利用状況（台数）
- 来街状況（実験参加状況）（来街・参加日・参加メニュー等）
- 来街時間（滞在時間）
- 来街（実験参加）の契機（理由）・参加メニューと評価
- 実験に対する評価
- まちの印象・イメージに対する評価
- 今後の来街（参加）意識・継続のための条件
- 自由意見

(4) 交通量調査

以下の地点で5日間にわたり自動車交通量調査を行った。

【調査日】

- ・ 9月22日（水）：比較日
- ・ 10月13日（金）：人・にぎわいモール実施日
- ・ 10月15日（日）：人・にぎわいモール実施日
- ・ 10月22日（日）：比較日
- ・ 11月5日（日）：人・にぎわいモール実施日

【調査時間】

10：30～16：30（6時間）



図 2 自動車交通量調査地点図

凡例

— 交通量調査断面

(5) 環境関係調査（騒音・CO₂関係）

人・にぎわいモールによる環境負荷への影響を検証するため、実験期間中の騒音等の環境負荷量を測定・計算した。

【騒音調査】

騒音調査は、まちなか総合案内所前、郡山駅前大通り郵便局前、はなの舞前の3地点で行い、第1クール2日（10/14, 15）、比較日1日（10/22）、第2クール2日（11/4, 5）、計5日間の時間帯別騒音データを収集した。

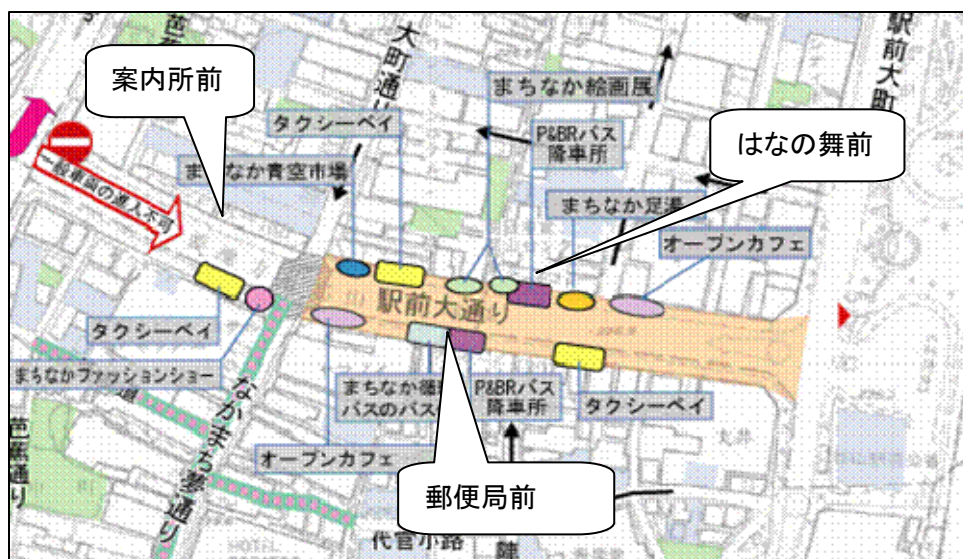


図 3 騒音調査地点図

<参考 CO₂排出量>

参考として、実験期間中の人・にぎわいモール内の車種別（バス・乗用車別）の交通量に1台当たりのCO₂排出量（原単位）を乗じて、実験期間中のトランジットモール内のCO₂排出量の換算値を求めた。

III. 来街者通行量・バス利用者・自動車交通量の調査結果概要

1. 来街者通行量

来街者通行量（調査地点の歩行者＋自転車通行量の合計）は、第1クールは4万4千人～6万人、第2クールは6万4千人～8万6千人となっており、平日、休日ともに、通常時（※平日：10/20(金)、休日：10/22(日)）と比較して増加しており、第1クールでは約20%程度の増加であったが、第2クールでは約70%も増加している。

第2クール最終日の11月5日（日）については3つの商店街（駅前大通、大町、中央）による合同イベントがあったため、各通りとも大幅に増加しており、合計85,971人で、社会実験を実施していない通常の休日（10/22(日)：51,898人）と比較し、約3万4千人も増加した。

第2クールで来街者数が増えた理由として、この3つの商店街による合同イベントが大きな集客効果になったこと、第1クールでは人・にぎわいモール内で乗降させずに迂回させていた路線バスを第2クールでは通常どおり運行させ、同モール内で乗降させたことも来街者数の増加など集客効果につながったものと考えられる。

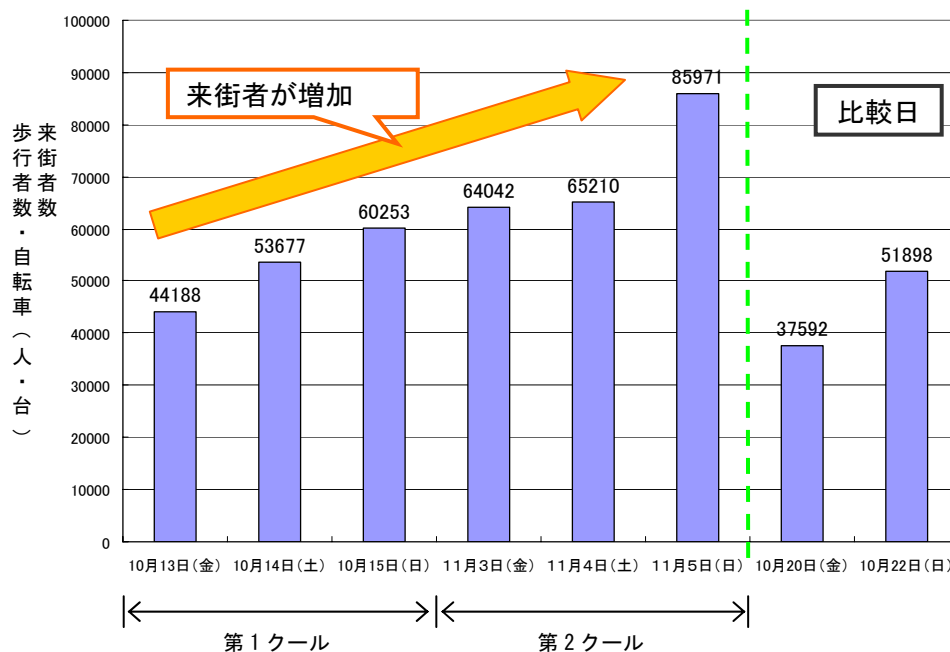


図4 来街者通行量の比較

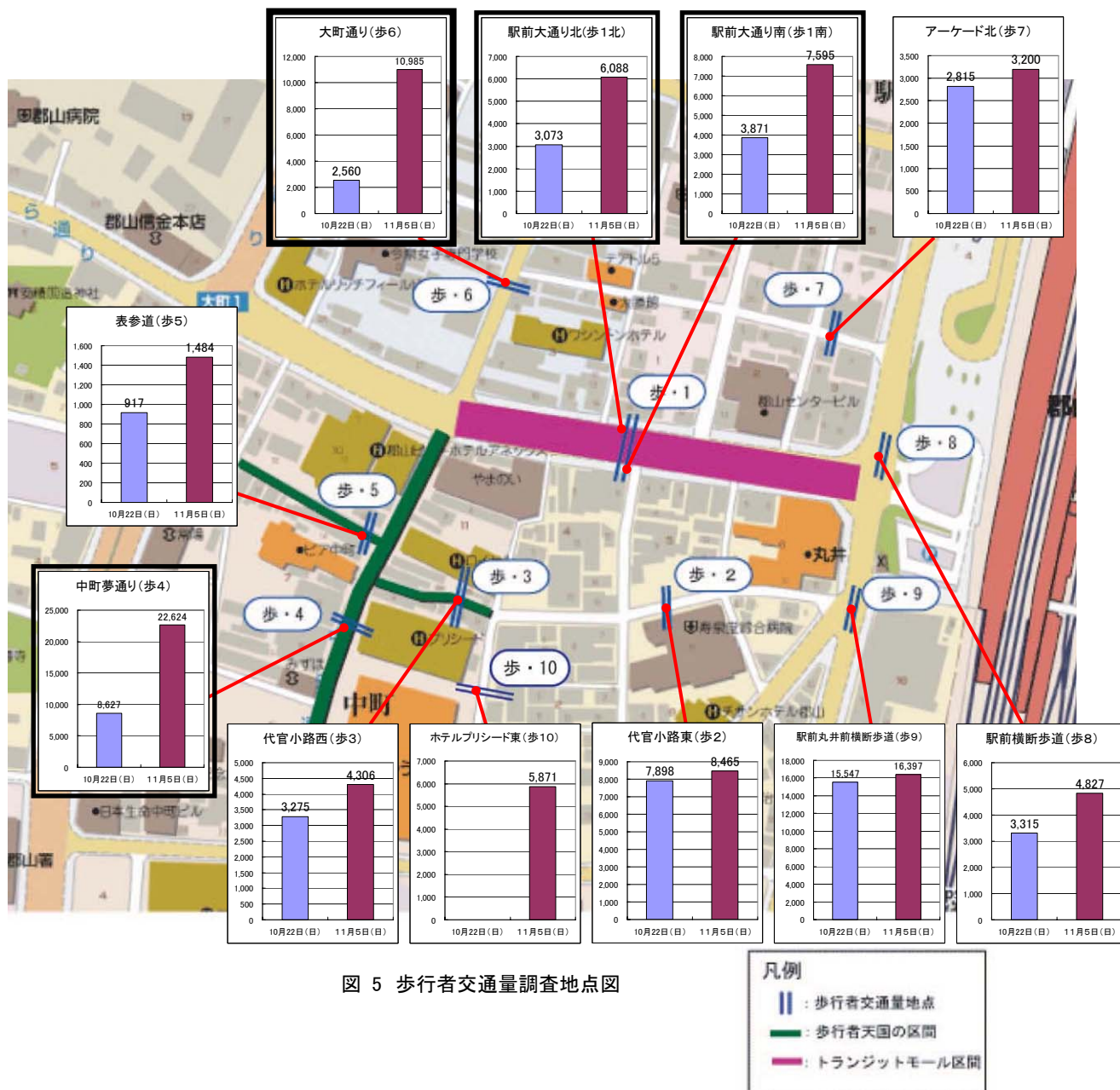


表 2 来街者通行量（歩行者+自転車）の増加が著しいポイント
 11月5日（日）／10月22日（日）の比較

地点番号	調査地点	増加率	11月5日/10月22日
歩1北	駅前大通り北	1.98倍	(6,088人/3,072人)
歩1南	駅前大通り南	1.96倍	(7,595人/3,871人)
歩4	なかまち夢通り	2.62倍	(22,624人/8,627人)
歩6	大町通り	4.29倍	(10,985人/2,560人)

代官小路東（歩2）の来街者動向を把握するため、第2クールでは、代官小路西（歩3）のほか、ホテルプリシード東（歩10）を追加して調査を行った。

その結果、11月5日の来街者通行量を見ると、代官小路東（歩2）で8,465人の来街者に対して代官小路西（歩3）で4,306人、ホテルプリシード東（歩10）で5,871人の来街者となっており、代官小路東（歩2）での来街者の60～70%がホテルプリシード東（歩10）へ移動する傾向が確認された。

また、賑わいのイベントを行っていない代官小路東（歩 2）やアーケード北（歩 7）は他の地点と比べ、来街者の増加の割合が小さいことが確認された。

以上のことから、中心市街地に魅力のある集客施設やイベントがあれば、来街者がゆっくり歩き、まちなかに回遊性や賑わいをもたらす効果があると考えられる。

なお、来街者の増加の割合の小さかった代官小路東（歩 2）やアーケード北（歩 7）等については、他の地点と比べ来街者数や回遊性が少なかった原因等についての調査・検討が望まれる。

また、賑わい創出のためのイベント等を実施する場合には、来街者の回遊性を増すために、これらの区域も含めた、より広域的かつ横断的な取組みが重要と考えられる。

なお、日別の来街者通行量は以下のとおり。

表 3-1 歩行者通行量

区 分	第1クール			第2クール		
	10/13(金)	10/14(土)	10/15(日)	11/3(金)	11/4(土)	11/5(日)
通行量(人)	39,114	48,702	55,588	59,005	60,271	82,228
比較日	10/20(金)			33,314		
通行量(人)	10/22(日)		47,637			47,637
増減(対比較日)(人)	5,800	—	7,951	25,691	—	34,591
増減率(%)	17.4	—	16.7	77.1	—	72.6
クール別通行量(人)	143,404			201,504		
総通行量(人)	344,908					

表 3-2 自転車通行量

区 分	第1クール			第2クール		
	10/13(金)	10/14(土)	10/15(日)	11/3(金)	11/4(土)	11/5(日)
通行量(人)	5,074	4,975	4,665	5,037	4,939	3,743
比較日	10/20(金)			4,278		
通行量(人)	10/22(日)		4,261			4,261
増減(対比較日)(人)	796	—	404	759	—	△518
増減率(%)	18.7	—	9.5	17.7	—	△12.2
クール別通行量(人)	14,714			13,719		
総通行量(人)	28,433					

表 3-3 来街者通行量(歩行者+自転車通行者)

区 分	第1クール			第2クール		
	10/13(金)	10/14(土)	10/15(日)	11/3(金)	11/4(土)	11/5(日)
通行量(人)	44,188	53,677	60,253	64,042	65,210	85,971
比較日	10/20(金)			37,592		
通行量(人)	10/22(日)		51,898			51,898
増減(対比較日)(人)	6,596	—	8,355	26,450	—	34,073
増減率(%)	17.5	—	16.1	70.4	—	65.7
クール別通行量(人)	158,118			215,223		
総通行量(人)	374,341					

2. バス利用者

まちなか循環バス、無料直行バスともに非常によく利用された結果となっている。

(1) まちなか循環バス

表 4 まちなか循環バス利用者実績

(人)

区 分		第 1クール			第 2クール		
		10/13(金)	10/14(土)	10/15(日)	11/3(金)	11/4(土)	11/5(日)
日 別	人 数	68	168	197	148	139	178
	1 便平均	6.8	16.8	19.7	14.8	13.9	17.8
クール別	人 数	433			465		
	1 便平均	14.4			15.5		
	1 日平均	144.3			155.0		
合 計	人 数	898					
	1 便平均	15.0					
	1 日平均	149.7					

※まちなか循環バス：乗車定員 26 名（座席 12 名+立席 14 名+乗務員 1 名）

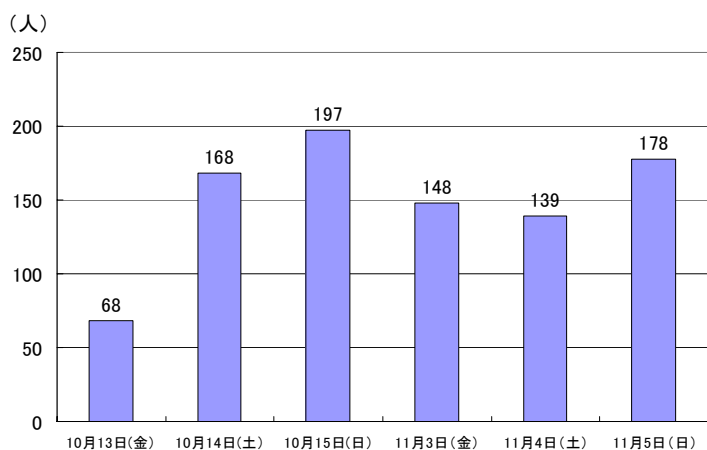


図 6 まちなか循環バス日別利用人員

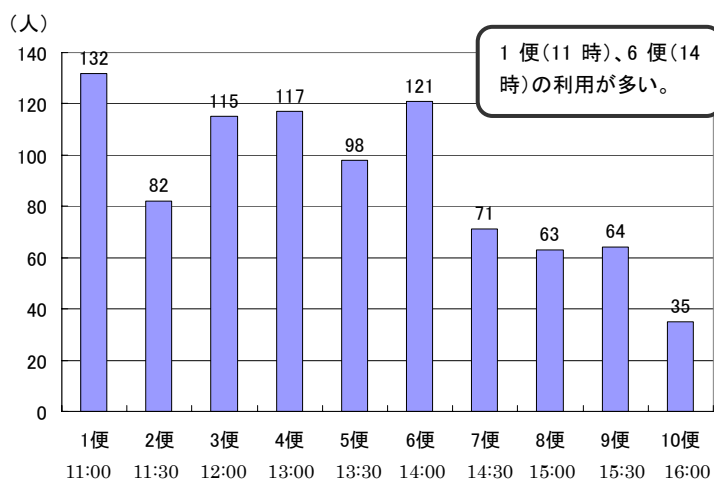


図 7 まちなか循環バス便別利用人員

- ・ まちなか循環バスの総利用者数は 898 人で、1 便平均で 15.0 人/便、1 日平均で 149.7 人/日であった。
- ・ 第 1 クール、第 2 クールともに、最終日（10/15,11/5）の利用者数が多かった。特に第 1 クール最終日の 10 月 15 日（日）は、期間中最多の 197 人（1 便平均 19.7 人）の利用があった。
- ・ 利用時間帯では 1 便（11 時）、6 便（14 時）の利用が多かった。

(2) 無料直行バス (パーク・アンド・バスライド)

表 5 無料直行バス(パーク・アンド・バスライド)利用者実績

(人)

区 分			第 1 クール			第 2 クール		
			10/13(金)	10/14(土)	10/15(日)	11/3(金)	11/4(土)	11/5(日)
往 路	日 別	人 数	81	188	274	303	322	390
		1 便平均	4.1	9.4	13.7	15.2	16.1	19.5
	クール別	人 数	543			1,015		
		1 便平均	9.1			16.9		
		1 日平均	181.0			338.3		
	合 計	人 数	1,558					
		1 便平均	13.0					
		1 日平均	259.7					
	復 路	日 別	人 数	77	172	251	271	249
1 便平均			3.9	8.6	12.6	13.6	12.5	17.2
クール別		人 数	500			864		
		1 便平均	8.3			14.4		
		1 日平均	166.7			288.0		
合 計		人 数	1,364					
		1 便平均	11.4					
		1 日平均	227.3					
往 復		日 別	人 数	158	360	525	574	571
	1 便平均		4.0	9.0	13.1	14.4	14.3	18.4
	クール別	人 数	1,043			1,879		
		1 便平均	8.7			15.7		
		1 日平均	347.7			626.3		
	合 計	人 数	2,922					
		1 便平均	12.2					
		1 日平均	487.0					

- ・ 無料直行バスの総利用者数は**2,922**人で、**1便平均で12.2人/便**、**1日平均で487.0人/日**であった。
- ・ 第1クール、第2クールともに、最終日(10/15及び11/5)の利用者数が多かった。特に第2クール最終日の11月5日(日)は期間中最多の390人(1便平均19.5人)の利用があった。
- ・ 無料直行バスは、どの路線も第2クールで利用者が増加した。
- ・ 往路は第1便(各駐車場10時半~11時発)の利用者が多く、復路は最終便(人・にぎわいモール16時~16時半発)の利用者が多かった。

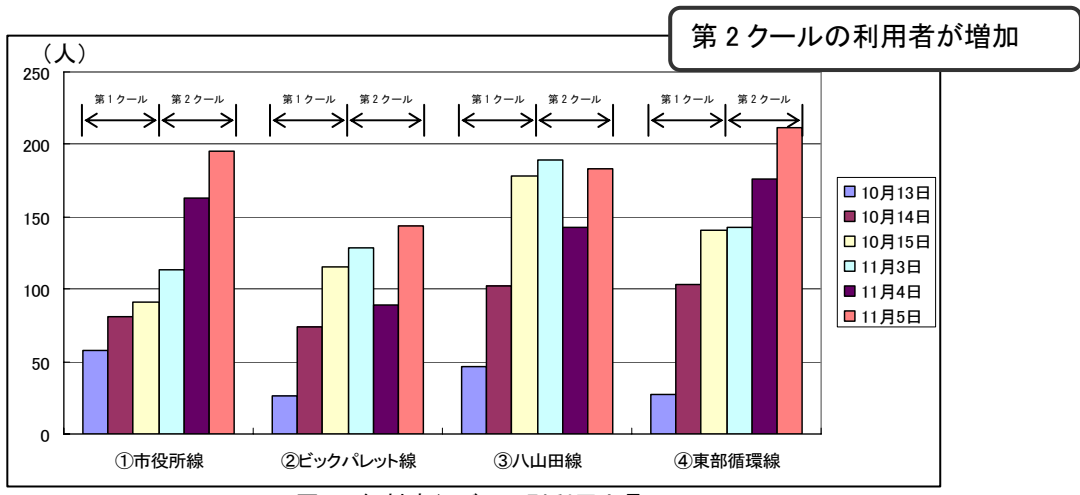


図 8 無料直行バス日別利用人員

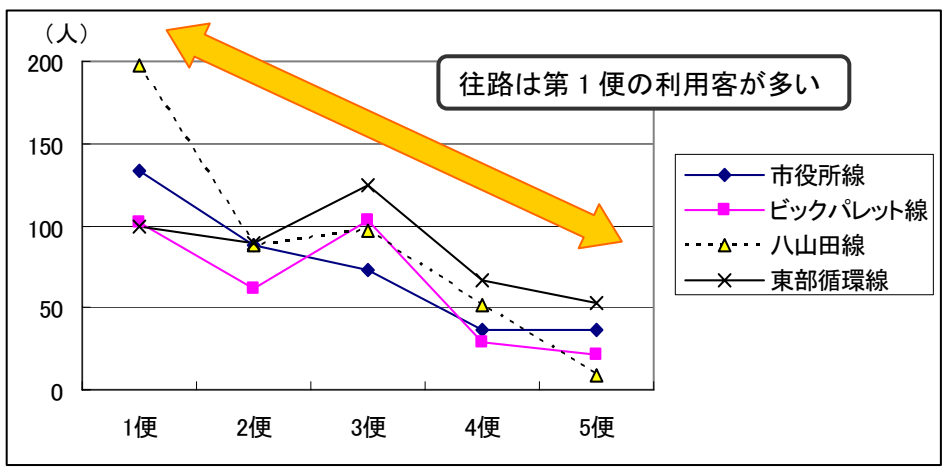


図 9 無料直行バス便別利用者数(往路)

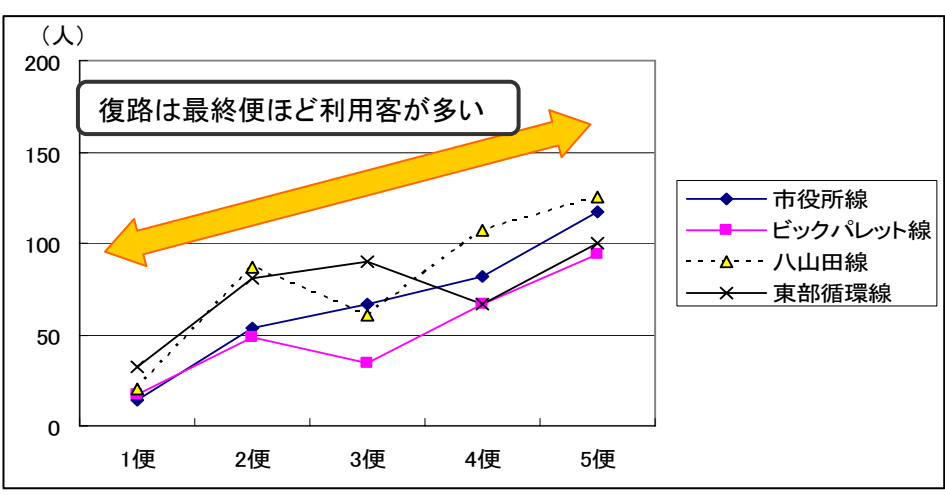


図 10 無料直行バス便別利用者数(復路)

3. 自動車交通量

以下の地点で6日間にわたり自動車交通量調査を行った。

【調査日】

- ・ 9月22日(水)：比較日
- ・ 10月13日(金)：人・にぎわいモール実施日
- ・ 10月15日(日)：人・にぎわいモール実施日
- ・ 10月22日(日)：比較日
- ・ 11月5日(日)：人・にぎわいモール実施日

【調査時間】10：30～16：30(6時間)

【調査結果】

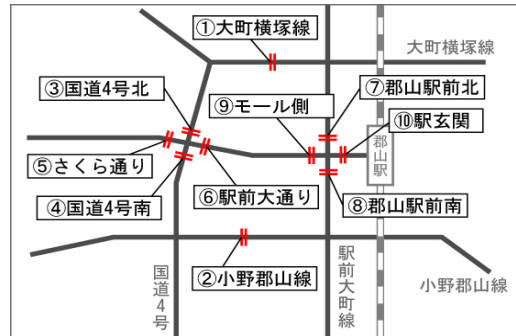


図 11 自動車交通量調査地点図

(1) 平日

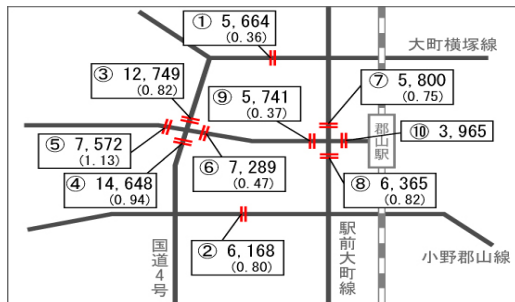


図 12 9月20日(水)(トランジットモール無し)

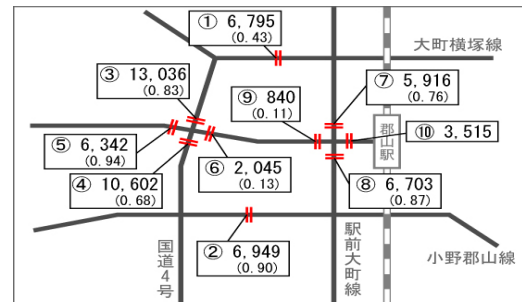


図 13 10月13日(金)(トランジットモール実施)

(2) 休日

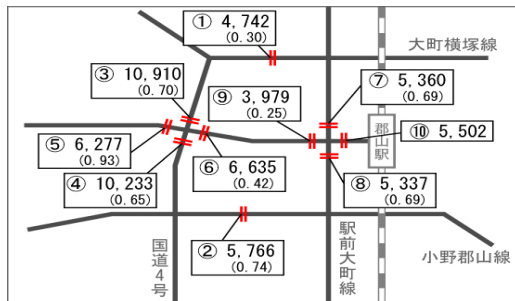


図 14 10月22日(日)(トランジットモール無し)

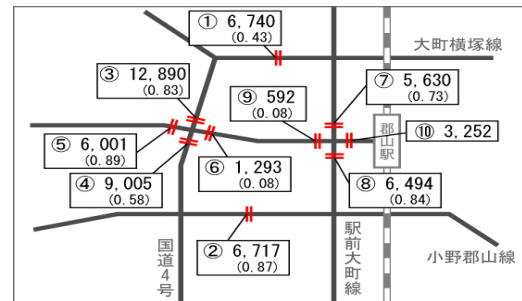


図 15 10月15日(日)(トランジットモール実施)

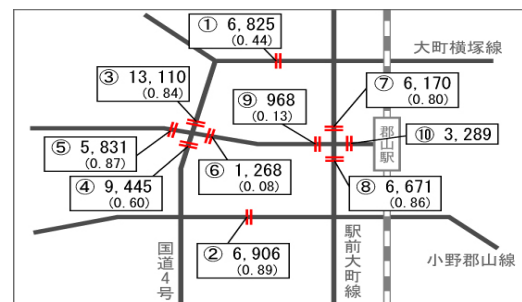


図 16 11月5日(日)(トランジットモール実施)

- ・ 駅前大通りの交通規制に伴い、駅前大通りに平行する①大町横塚線、②小野郡山線の交通量が増加した。また、駅前大通り交差点の③国道4号北、⑦郡山駅前北、⑧郡山駅前南の交通量が増加した。
- ・ 一方、駅前大通りに直進が規制された⑤さくら通り、及び右折が規制された④国道4号南の交通量は減少する結果となった。
- ・ トランジットモールの実現に向けては、周辺道路の混雑緩和のため、パーク・アンド・バスライドのようなソフト施策により、マイカーから公共交通利用への転換を推進することが重要である。

IV. 交通社会実験に関する調査結果の概要

1. 交通社会実験の実績及び効果

交通社会実験は、「歩いて暮らせるまちづくり」を実現するために必要なまちなかの交通サービスとして、4つのメニューからなる社会実験を行った。

まず、郊外の駐車場から人・にぎわいモールまで結んだ直行バスは、30代を中心に多くの世代に利用・支持され、今後の継続希望も多数に上った。また、過半数がマイカーからの転換であったことも特筆される。

また、まちなかを快適に移動できる無料バスとして、フレンドリーなデザインの小型バスを用いて運行した「まちなか循環バス」も多くの世代に利用・支持され、今後の継続希望も多数に上った。

次に、主要なバス停で実施したバス情報サービスは過半数が利用し、役に立ったと答えている。

さらに、駅前大通りのタクシー乗り場へ円滑に誘導するタクシー配車システムは、タクシーベイの接車効率を高めた結果となった。

以上、交通社会実験では、改めてバス等公共交通利用の潜在的なニーズが多いことが明らかになり、公共交通サービス提供の方法に工夫が必要なことが認識させられる結果となった。

2. 無料直行バス（パーク・アンド・バスライド）

(1) 実験の概要

歩いて暮らせるコンパクトまち、環境にやさしいまちを体験できるよう、郊外の公共施設や商業施設の駐車場（概ね3km圏内）とまちなかを結ぶ無料直行バスを運行した。

運行路線は市役所線、ビッグパレット線、八山田線、東部循環線の4路線とし、10月13日～15日（第1クール）、11月3日～5日（第2クール）の計6日間運行した。

(2) アンケート調査結果 (サンプル件数 1,061 件)

30代を中心に多くの年代が乗車し (図 17)、マイカーからの転換も 58%に上った (図 18)。また、89%が直行バスの必要性を示している (図 19)。

有料での乗車希望も 51%あり (図 20)、払っても良いとする金額は 100 円が 80%で (図 21)、今後の利用意向も 75%あった (図 22)。

利用者の感想としては「路線数を多くしてほしい」「もっと本数を増やしてほしい」などの声があった。

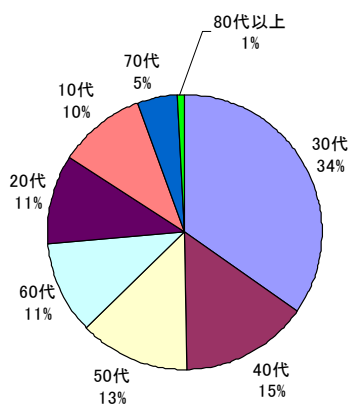


図 17 年代図

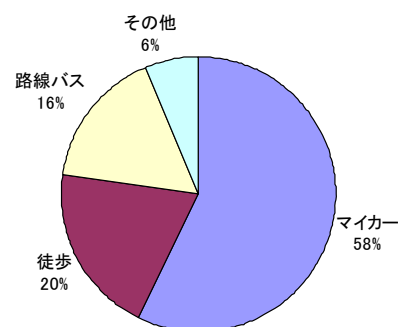


図 18 無料直行バスに乗る前の交通手段

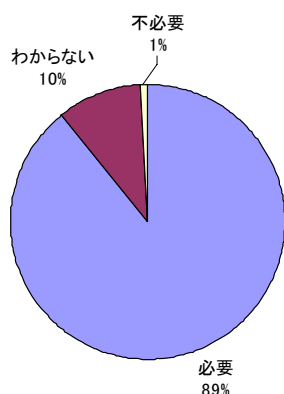


図 19 無料直行バスの必要性

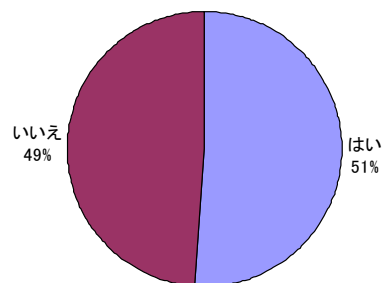


図 20 有料での乗車希望

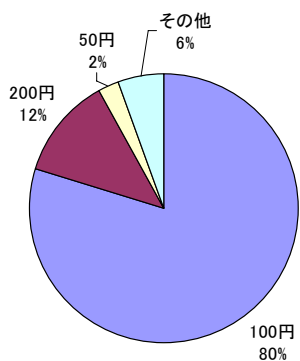


図 21 バスに払っても良い金額

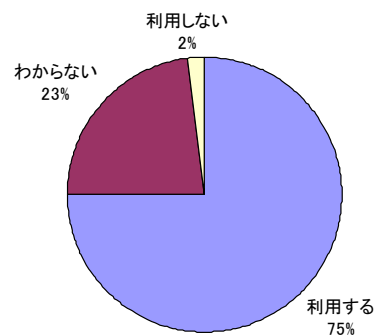


図 22 今後の利用意向

(3) 調査結果に基づく考察

アンケート調査結果によれば、30代を中心に10代から80代以上にわたり幅広い年齢層に利用された。これは、パーク・アンド・バスライドの駐車場として、普段から市民に利用されている公共機関の駐車場を活用したことに加え、郊外大型店と連携を図り、週末に集客力のある大型店とまちなかを結んだ結果と考えられる。

直行バスの必要性については、「必要である」の回答が8割以上あり、8割近くが「今後も利用する」と回答している。また、有料での乗車希望も「はい」との回答が過半数を占め、直行バスが郊外とまちなかをつなぐ移動手段として必要な機能であることが伺える。

払っても良いと思う金額は、約8割が「100円」との回答であることから、ワンコイン有料化に対しては比較的、抵抗感が少ないものと考えられる。

特に、約6割の人が、マイカーからバスに乗り換えたと答え、利用者から運行路線、運行本数を多くしてほしいとの声もあることから、今回の社会実験のように無料のパーク・アンド・バスライド駐車場を設置するなど、利用者に対するインセンティブを用意することにより、今後、マイカーから公共交通機関への転換が期待できるものと考えられる。

また、直行バスに乗る前の交通手段を「徒歩」あるいは「路線バス」と答えた人がそれぞれ約2割いることから、パーク・アンド・バスライドの運行ルートや駐車場の設定に当たっては、住宅地や既存路線バスからの乗り換え易さに配慮して検討することが重要である。

さらに、直行バスの定時制・優位性を確保・提供するために、例えば、バス優先レーンなどバスの走行環境の改善に向けた施策の検討が必要と考えられる。

便別利用者数を見ると、4路線のいずれも復路（まちなか→郊外駐車場行き）では最終便ほど利用客が多い。その中で、八山田線や東部循環線は、午前の復路便についても比較的用户が多い結果となっている。八山田線や東部循環線のいずれもまちなかと郊外の商業施設を結ぶ路線であることから、まちなかから郊外の大型店に向かう利用客にも、ある程度、直行バスが利用されたものと考えられる。

また、直行バスに作ってほしいバス停留所として、商業施設付近への設置の希望も多かったことから、これからのまちづくりを検討する上で、まちなかと郊外の商業施設との連携の可能性等も視点の一つとなるものと考えられる。

3. まちなか循環バス

(1) 実験の概要

高齢者や子供連れ、障がい者を含めて快適にまちなかを移動できるように、スリッパ代わりの移動手段としてコミュニティバス（座席 12、立席 14）を運行した。

1 周約 25 分での循環ルートを設定し、10 月 13 日～15 日（第 1 クール）、11 月 3 日～5 日（第 2 クール）の計 6 日間運行した。

(2) アンケート調査結果（サンプル件数 271 件）

30 代を中心に、多くの年代に利用され（図 23）、循環バスについて必要との意見が 84%あった（図 24）。

今後の利用意向も 75%あった（図 25）。

有料での乗車希望も 59%あり（図 26）、払っても良いとする金額は 100 円が 78%であった（図 27）。

利用者の感想としては、「もう少し広い範囲を運行してほしい」「子供が乗りたがる」との声があった。

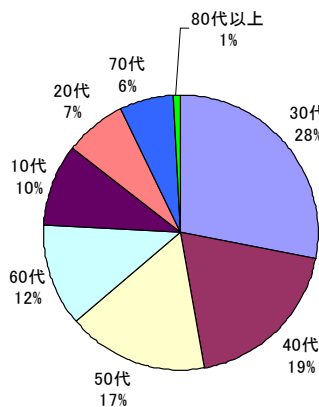


図 23 年代

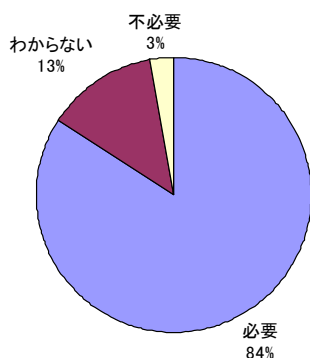


図 24 循環バスの必要性

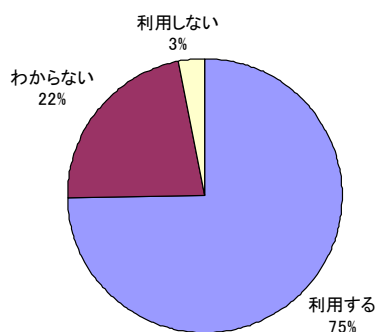


図 25 今後の利用意向

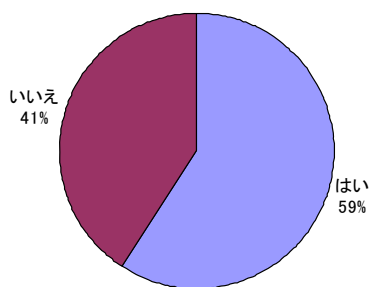


図 26 有料での乗車希望

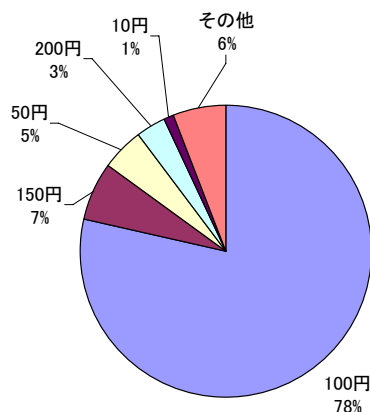


図 27 バスに払っても良い金額

(3) 調査結果に基づく考察

アンケート調査結果によれば、循環バスの必要性については、「必要である」の回答が 8 割以上あり、8 割近くが「今後も利用する」と回答している。また、有料での乗車希望も「はい」との回答が過半数を占め、循環バスが、まちなかの移動手段として必要な機能であることが伺える。

払っても良いと思う金額は、約 8 割が「100 円」との回答であることから、直行バスと同様に、ワンコイン有料化に対しては比較的、抵抗感が少ないものと考えられる。

利用客の印象では、「循環バスの車両がかわいい」「子どもが喜ぶ」などの声もあり、ユニークな車両デザインや、子どもを含めた家族連れの利用客に対するサービス提供等も循環バスの利用促進に寄与するものと考えられる。

また「もう少し広い範囲を運行してほしい」「右回りと左回りがあると良い」との声もあることから、多様な利用者ニーズを十分に踏まえ、運行時間帯、運行本数、運行ルート等を検討していくことが重要と考えられるとともに、具体の検討を行う場合には、既存路線の料金体系等との整合性を図ることが必要である。

今回の社会実験で使用したコミュニティバスは、子どもや家族連れの利用客から好評を得ており、まちなかの賑わいを支える交通手段、歩いて暮らせるまちの移動手段として必要な機能と言える。

また、車椅子利用者にも対応した仕様であり、これからの少子高齢社会において、高齢者や子ども、身体障がい者をはじめ、すべての人にとって利用しやすいまちなかの交通手段として期待できるものである。

循環バスを導入する場合には、バス専用レーンの導入や、バスマールによる運行状況の情報提供、まちなかの主要箇所における時刻表の掲示など、利用者の利便性を向上させることにより、マイカーから公共交通への転換が促進されるものと期待される。

4. バス運行情報サービス

(1) 実験の概要

バスの運行情報を提供することにより、バス待ちのイライラ感を解消し、また、バス待ち時間の短縮などにより利用者の利便性の向上を図り、バス利用を促進する。

まちなか循環バス及び直行バスに GPS システムを登載し、各バスの位置情報を、パソコン画面を通じて、人・にぎわいモール内及び市役所駐車場の乗客に提供した。

(2) アンケート調査結果（サンプル件数 循環バス 213 件 無料直行バス 1,016 件）

まちなか循環バスでは 58%（図 28）、直行バスでは 56%（図 29）が情報サービスを見ており、役に立ったとの意見が循環バスでは 63%（図 30）、直行バスでは 62%であった（図 31）。

利用者の感想としては「バス運行情報がわかると安心する」「予定・計画が立てられる」などの声があった。

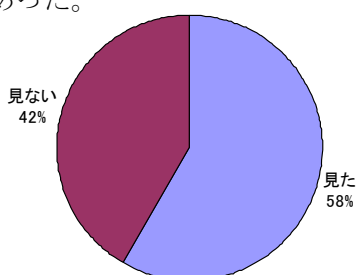


図 28 バス情報サービスの利用（循環バス）

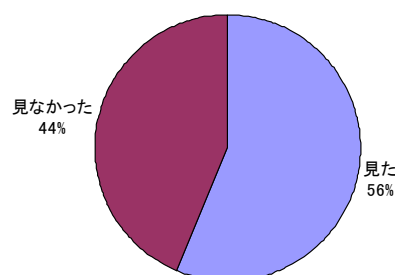


図 29 バス情報サービスの利用（無料直行バス）

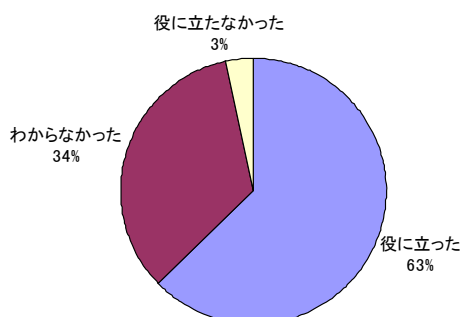


図 30 バス情報サービスの感想（循環バス）

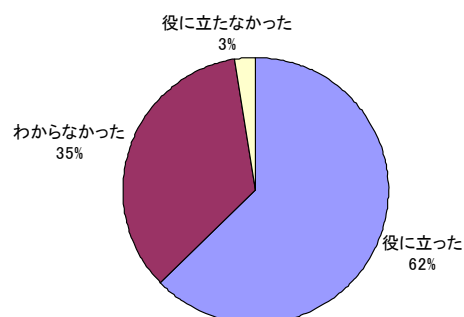


図 31 バス情報サービスの感想（無料直行バス）

(3) 調査結果に基づく考察

アンケート調査結果では、まちなか循環バス、直行バスのいずれも約 6 割の利用者がバス情報を見ており、その 6 割を超える人がバス情報サービスは「役にたった」と回答している。

また、利用者の感想も「バス運行情報がわかると安心する」「予定・計画が立てられる」などの声があることから、バス情報サービスは利用者のニーズが高く、バス利用の促進にもつながることが期待できる。

その一方で、まちなか循環バス、直行バスのいずれも約 4 割がバス情報を「見なかった」と回答しており、その 4 割近い利用者が「わからなかった」と回答している。その要因として、バス情報サービスのモニターが駅前大通り及び市役所の 2 カ所しかなく、バス利用者に対する PR が不足していたこと等が考えられる。

今後、バスの遅延等の運行状況や車両の走行位置等を含めたバス情報を携帯電話等で利用者へ提供し、そのシステムを広く利用者に PR することにより、歩行者への移動支援、バス利便の促進が図られるものと期待される。

5. タクシー配車システム

(1) 実験の概要

駅前大通りのタクシー乗り場へ円滑にタクシーを誘導し、まちなかの交通環境の改善を図るため、駅前大通りのタクシー乗り場の状況をビデオカメラで撮影し、本町緑地に隣接したタクシー待機所に設置されたモニター映像でリアルタイムで流し、タクシーはモニターで状況を確認し、空いていれば、順次、タクシー乗り場から待機所へ移動した。

(2) アンケート調査結果（サンプル件数 180件）

タクシー配車システム社会実験について、タクシー乗務員に対して、接客効率、社会実験の評価・印象、今後の継続意向等に関するアンケート調査を行った。

アンケート調査の結果では、タクシー配車システムの導入により、タクシー接客時の平均空振り回数（※タクシーベイに入車できなかった回数）が2.6回/日（表6）から1.9回/日に減った（表7）。

配車実験の評価は、どちらともいえないが69%であった（図32）。また、今後の継続実施に対しては、どちらともいえないが67%であった（図33）。

タクシー乗務員の感想としては「駅前大通りがスッキリしている」「安心してお客待ちができる」「効率が良くなった」などの声のほか、「1回だけ（の実験）ではわからない」「道路が混雑する」などの声もあった。

表6 接客効率（誘導前）

接客効率(誘導前)	人数	シェア
	(人)	(%)
0回/日	11	29%
1回/日	5	13%
2回/日	4	11%
3回/日	6	16%
4回/日	5	13%
5回/日	2	5%
6回/日	1	3%
7回/日	2	5%
8回/日	1	3%
10回中5~6回	1	3%
総計	38	100%

平均 2.6 回/日

表7 接客効率（誘導配車時）

接客効率(誘導配車時)	人数	シェア
	(人)	(%)
0回/日	9	26%
1回/日	7	21%
2回/日	8	24%
3回/日	3	9%
4回/日	3	9%
6回/日	2	6%
10回/日	1	3%
10回中8~9回	1	3%
総計	34	100%

平均 1.9 回/日

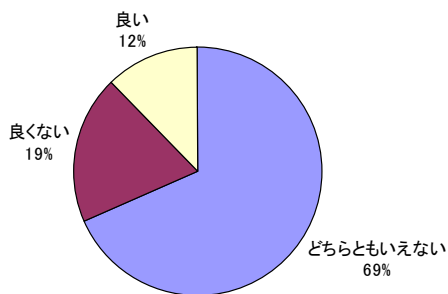


図32 駅前大通りタクシー配車実験の評価・印象

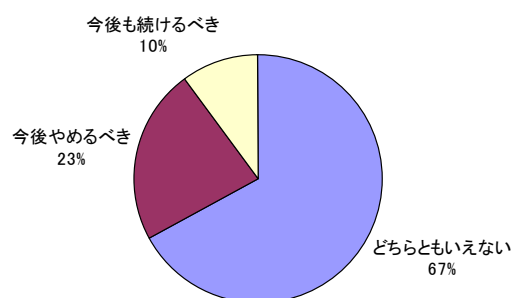


図33 今後の継続意向

(3) 調査結果に基づく考察

アンケート調査結果では、タクシー配車システムの導入により、タクシー接車時の平均空振り回数が、2.6回/日から1.9回/日に減っており、システム導入の効果が現れている。

また、タクシー乗務員からも「駅前大通りがスッキリしている」「効率が良くなった」などの声があることから、駅周辺道路の混雑緩和をはじめ、道路利用者やタクシー利用者の満足度の向上にも寄与しているものと考えられる。

その一方で、タクシー乗務員に対するアンケート結果として、タクシー配車システム実験の印象、今後の継続意向のいずれも、約7割が「どちらともいえない」と答えている。

タクシー乗務員からは「1回だけ（の実験）ではわからない」「道路が混雑する」などの声もあったことから、引き続き、タクシー配車システムを継続しながら、各タクシー乗務員への理解・浸透を図ることが必要であり、さらなる接車効率の改善等につなげていくことが重要と考えられる。

V. 賑わい社会実験に関する調査結果の概要

1. 賑わい社会実験の実績及び効果

賑わい社会実験では、まちなか総合案内所やまちなか情報センターを設置するとともに、「集う」、「商う」、「歩く」のテーマで社会実験を行った。

まず、「集う」として取り組んだ社会実験では、いずれも来場者から「また来たい」「楽しかった」という評価が高い割合で得られ、今後の継続についても要望が高かった。

次に、「商う」として取り組んだ社会実験のうち、「オープンカフェ」、「まちなか青空市場」では、利用者からは高い評価を得られ、今後の継続も要望が高かった。一方、出店者側からは、継続して参加する意向は高いものの、運営上の改善点も上げられている。「バス利用者へのサービスチケット」については、売り上げ向上につながらないとする意見が過半数を占め、継続についても難しいとする意見が過半数となっている。

「歩く」として取り組んだ社会実験のうち、交通規制に関わる実験では、来街者や事業者などそれぞれの立場で評価や継続意向に対する意見が異なる傾向となった。

社会実験全体に関わる取組みのうち、「まちなか総合案内所」については、利用者側から今後も必要との評価が高かった。

以上、「歩いて暮らせるまち」に向けた社会実験について、その取組みごとの評価と課題を得ることが出来た。また、来街者や事業者においても、それぞれの立場から歩いて暮らせるまちづくりにおける課題を認識する機会となった。

2. 「集う」に関する社会実験の結果

(1) まちなかファッションショー

ア. 実験の概要

若者の表現の場を提供するとともに、まちなかの賑わいを作るため、今泉女子専門学校の学生による自作品のファッションショーを駅前（9/30）及び郡山ビューホテルアネックス前（10/14）で実施した。

イ. アンケート調査結果(サンプル件数 49 件)

来場者の 30%が 10 代となっており、次いで 50 代 (27%) となっている (図 34)。

感想では、「とても楽しかった」(58%)、「楽しかった」(36%) となっており (図 35)、今後実施した場合の来場意向も 81%が「また来たい」と回答している (図 36)。

来場者からは、「かっこよかった」、「楽しかった」という声が多く寄せられた。

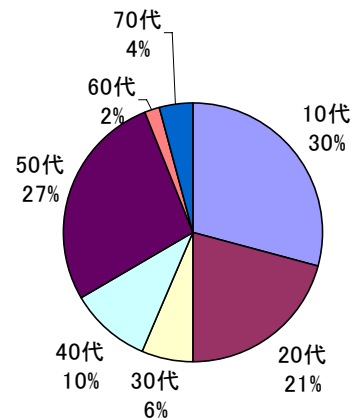


図 34 来場者の年齢

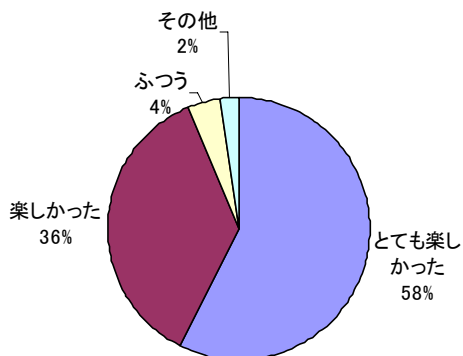


図 35 まちなかファッションショーの感想

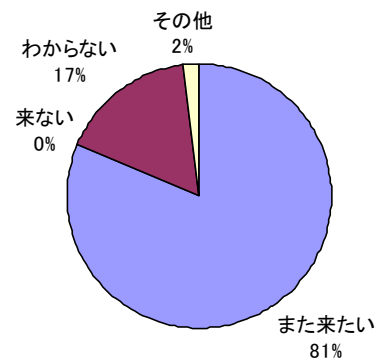


図 36 今後の参加意向

ウ. 調査結果に基づく考察

まちなかファッションショーの来場者は、出演者と同年代の10代が30%と最も多かったが、大きな世代の偏りが無かったことから、若い人だけでなく、様々な世代を引きつけるには効果的な取組みであることが分かった。

また、ファッションショーが行われている時は、会場周辺は観客で溢れており、まちの賑わい創出に非常に貢献していた。

さらに、来場者の9割以上が「とても楽しかった」「楽しかった」と回答しているとともに、8割以上が「また来たい」と回答していることや、「とても素敵でした」「毎年続けて欲しい」と評価する声もあり、まちに人を呼び込む仕掛けとして非常に効果のある取組みであることが分かった。

一方、ファッションショーの運営者側からの意見として、今泉女子専門学校から「普段得られない貴重な経験をさせてもらった」「学生にとって自信と経験につながった」という感想が寄せられるなど、単なる賑わい創出に留まらない効果があった。

今後については、運営者側から「継続することが大事」という意見が出ており、来場者からも継続された場合は「また来たい」という回答が8割以上となっていることから、若者たちの創造的なステージとしても、今後も継続させていく必要があると考えられる。

なお、来場者から、モデルの表情や歩く姿勢、ファッションショーの舞台の設置等、これからの期待も含めて、より質の高い取組みを要望する声もあった。経費の問題はあるものの、継続していく上で、まちなかファッションショーの質を上げていくことが求められており、そのことが新たな流行や文化の創造につながると考えられる。

(2) まちなかキッズサロン

ア. 実験の概要

子供連れでも安心して楽しく買い物ができるように、まちなか総合案内所の2階に幼児の休憩スペースや、遊具を備えたキッズコーナーを設置した。

運営は特定非営利活動法人ココネット・ママが行い、9月23日～24日、10月13日～15日、11月1日～5日の10日間は同法人のスタッフが常駐し、利用者をサポートしたが、預かり保育は行わなかった。

イ. アンケート調査結果(サンプル件数 119 件)

30代の子育て中の女性を中心に(図37)、休憩やおむつ替え、授乳等のために利用されている。

また、利用者の76%が「今後も必要である」と回答しており(図39)、継続した場合の利用意向については、利用者の94%が「今後も利用したい」と回答している(図40)。

利用者の感想としては、「買い物に来るとこのような場所がないので困る」「子供を遊ばせる場所が少なく、なかなか来ることが出来ないが、こういう場所があればまた来たい」などの声があった。

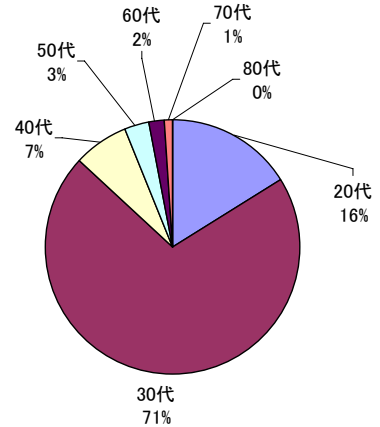


図 37 利用者の年齢

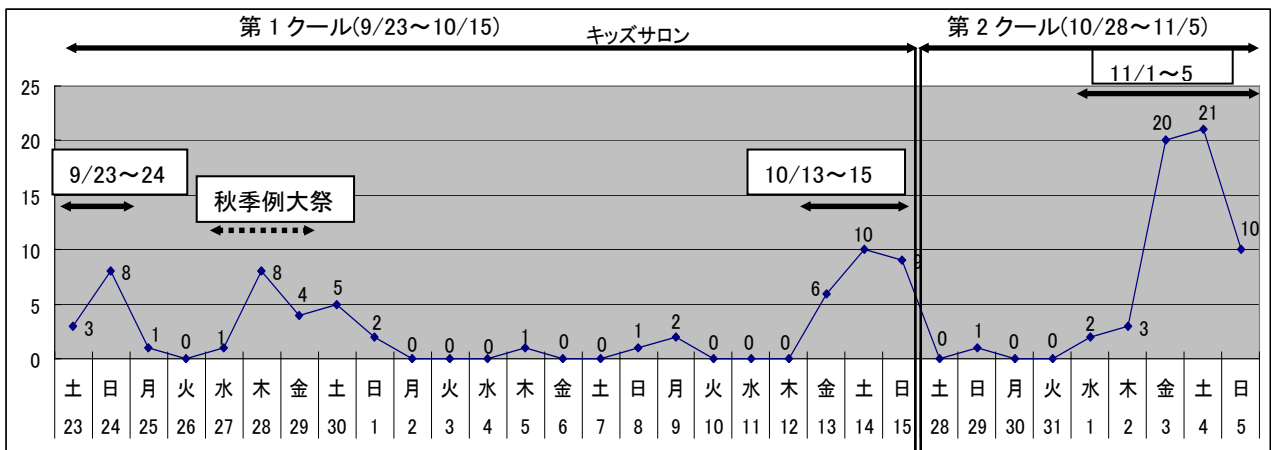


図 38 キッズサロン利用者数(組)

※ ◀▶ は特定非営利活動法人ココネット・ママが常駐した日

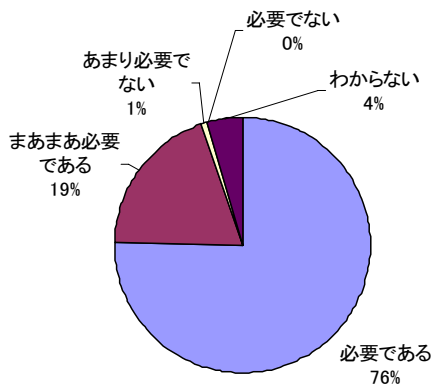


図 39 キッズサロンの必要性

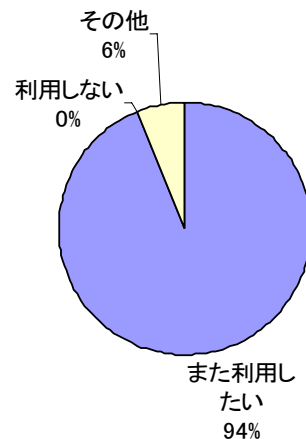


図 40 今後の利用意向

ウ. 調査結果に基づく考察

アンケート調査結果では、利用者の約8割が「今後も必要である」と回答し、利用者の約9割が「また利用したい」と回答している。また、感想でもキッズサロンを望む声が数多く寄せられ、ベビーカーのレンタルも好評を得ていることから、まちなかに望まれる機能と言える。

利用者数を見ると、特定非営利活動法人ココネット・ママが常駐し、利用者をサポートした日の休日は特に利用者が多かった。利用者からは「子供は楽しめ、親は一休みできて良かった」「バスの時間まで遊べる」という声もあった。また、休日買い物に来る親子にとっては、子供を預かってもらわなくても、休憩場所として利用でき、スタッフがいることで十分に満足していることが利用者数に表れている。一方、ココネット・ママが常駐していても平日については利用者数が伸びなかった。

利用者数の推移を見ると、キッズサロンの実施期間が短かったにもかかわらず、後半には利用者が伸びている。長期間に渡ってキッズサロンを運営することにより、その存在が市民から認知されれば、リピーターや口コミなどによってさらに利用者数が増加することが期待される。

また、利用者から「駅前には子供を遊ばせる場所が少なく、なかなか来ることができないが、キッズサロンがあればまた来たい」「休憩、おむつ交換、授乳などができ、助かった」という感想などもあった。このことから、子育て世代をまちなかに呼び込む仕組みとして、キッズサロンが有効であると考えられる。なお、今回のキッズサロンでは、子供1人に対して大人が1.4人付いてきており、まちなかの賑わい創出にも寄与するものと考えられる。

一方、運営者側から、日中、母子のみの生活で子育てに向き合っている親にとって、リフレッシュの場として、また、子育て中の不特定多数の親子が外との交流を持ち、子育てに関する情報交換をできる場として、キッズサロンは今後も必要だという意見があった。

また、運営者側からは、「利用料金については無料であることが望ましく、公的運営は必要不可欠である」との意見もあった。運営主体、利用料金等の運営のあり方について検討が必要である。

以上のことから、子育て世代のリフレッシュの場、情報交換の場として、さらに、まちなかの賑わい創出のための仕組みとして、キッズサロンは今後もまちなかに必要な機能であると考えられるが、今後の運営方法については検討が必要である。

(3) ストリートミュージック

ア. 実験の概要

「音楽都市郡山」のイメージを創出するため、まちなかで音楽を楽しむ場と機会を提供した。

イ. アンケート調査結果(サンプル件数 49 件)

(7) 来場者

来場者の 66%は 10 代となっており、20 代 (5%) と 30 代 (10%) と合わせると、30 代までの若い世代で 81%を占めている (図 41)。

また、感想では、「とても楽しかった」「楽しかった」という回答が合わせて 95%となっており (図 42)、今後実施した場合の来場意向も 73%が「また来たい」と回答している (図 43)。

来場者の感想は、「気持ち良かった」「楽しかった」という声が多かった。

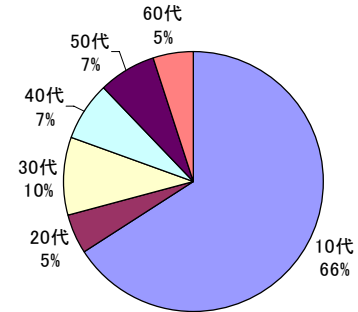


図 41 来場者の年齢

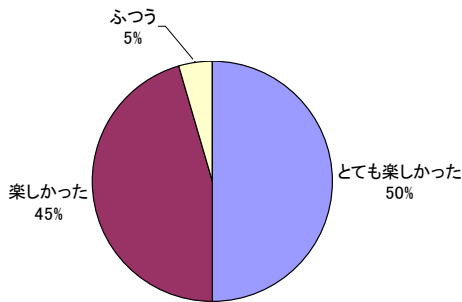


図 42 ストリートミュージックの感想

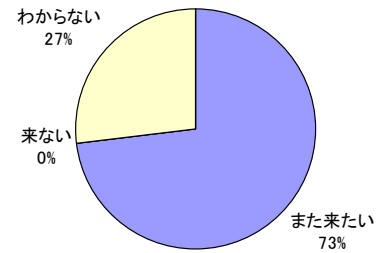


図 43 今後の参加意向 (来場者)

(イ) 演奏者

演奏者の 90%は「また参加したい」と回答しており、「参加しない」という回答はなかった (図 44)。

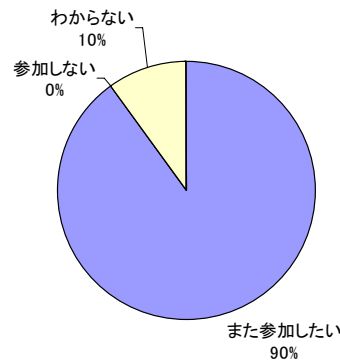


図 44 今後の参加意向 (主演者)

ウ. 調査結果に基づく考察

ストリートミュージックの来場者は 30 代までの若い世代で約 8 割を占めており、同じく、来場者の約 8 割を女性が占めていた。

来場者の感想では、「気持ち良かった」「楽しかった」という声が多くみられることから、生演奏による音楽は、人の心を癒し、まちなかを楽しみやすい空間とする演出には効果があることが分かった。また、演奏者によって差はあるものの、演奏者の周りには観客が溢れており、賑わいの創出という面で大きく貢献していた。

一方、演奏者においても、9 割が今後の参加意向を持っており、「楽しかった」という感想も数多く寄せられており、自分の音楽を発表する機会と場所を求めていることが分かった。来場者からも約 7 割が継続された場合に「また来たい」と回答しており、若者たちの創造的なステージとして、今後も継続させていく必要があると考えられる。

また、演奏者から「勉強が必要だと痛感した」「集客の難しさを感じた」「実力を試すことができ、良かった」という意見もあり、今回の取組みが演奏者の大きな経験になっていることから、今後も継続していくことで、演奏者のレベルアップが図られ、さらに来場者が増えるという好循環も期待される。

また、ストリートミュージックの開催によって、まちなかに音楽が溢れた楽しい空間が創造されたことにより、今回調査はしていないものの、来場者の滞在時間の増大や回遊性の向上という効果も期待される。今後、来場者や演奏者などの交流により、まちなかが流行や新しい文化の発信基地になる可能性も持っている。

3. 「商う」に関する社会実験の結果

(1) オープンカフェ

ア. 実験の概要

まちなかへの来訪者に憩いの場を提供するとともに、個店の活性化を図るため、オープンカフェを実施した。継続性を期待し、商店街のなかの飲食店9店舗の参加により、自店のメニューを店の前で提供した。

イ. アンケート調査結果

(7) 利用者（サンプル数 53 件）

利用者は30代から50代までで全体の71%を占めている（図45）。内訳は30代が29%、40代が30%、50代が12%となっている。

また、今後実施した場合の来場意向については94%が「また来たい」と回答している（図46）。

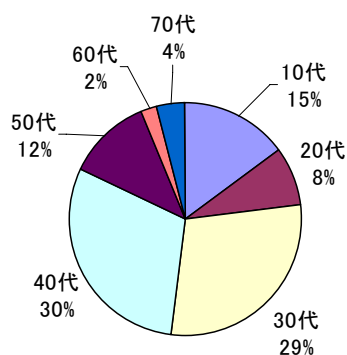


図 45 利用者の年齢

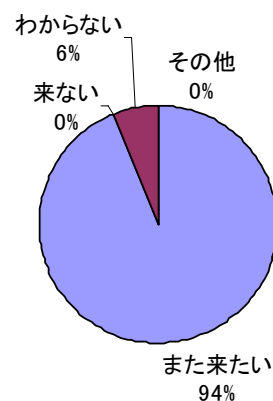


図 46 今後の参加意向

(イ) 出店者（サンプル数 7 件）

出店者に、個店のPR・イメージアップ向上につながると思うか伺ったところ、「思う」という意見が57%となっている（図47）。

また、オープンカフェの継続の場合の参加意向については、83%が「参加する」と回答している（図48）。

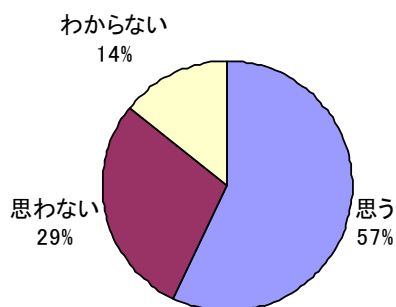


図 47 個店のPR・イメージ向上

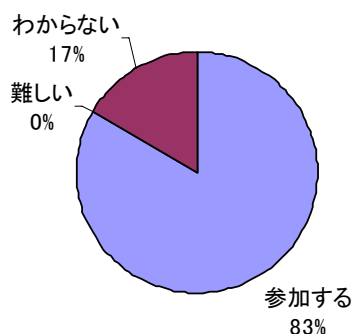


図 48 今後の参加意向

(ウ) 調査結果に基づく考察

利用者のアンケート調査結果では、今後実施した場合に「また来たい」という回答が9割を超え、感想の中でも「子供を連れてのまち歩きの一休みにとてもありがたい」「買い物来た時、ちょっと休めるのがうれしい」という声もあり、まちなかに望まれる機能と考えられる。

一方、出店者の約6割がまちなかの賑わいや個店のPRやイメージ向上につながり、同じく約6割が個店の売り上げにつながると回答しており、オープンカフェが中心市街地の賑わい創出と個店の経営向上に寄与することに期待が寄せられた。これらを踏まえ、今後の継続意向についても回答した6店のうち5店が今後継続した場合「参加したい」と高い継続意向を示している。

なお、継続にあたっては、利用者・出店者双方から個店のPRの必要性が求められるとともに、利用者からは「防寒対策」、出店者からは「喫煙対策」などの課題が示されたことから、これらに留意する必要がある。

(2) まちなか青空市場

ア. 実験の概要

中心市街地内では生鮮品が入手しにくい状況を踏まえ、来街者の拡大や地産地消の促進を図るため、トランジットモールや歩行者天国において、市内の農業者などによる生鮮品（野菜、果物、肉類・魚類加工品）等の販売を実施した。

イ. アンケート調査結果

(ア) 来場者（サンプル数 200 件）

来場者の 74%が女性で、年代的には 30 代から 60 代までで全体の 79%を占めている（図 49）。

内訳は 30 代が 16%、40 代が 14%、50 代が 26%、60 代が 23%となっている。

今後続した場合の来場意向については、93%が「また来たい」と回答し（図 50）、89%がまちなかの賑わいにつながっていると回答している（図 51）。

来場者の感想は、買った理由としては「安い」「新鮮」「美味しそう」という理由が上位を占め、今後については「もっと続けて欲しい」という声が多かった。また、開催日程の希望では、「週末」という回答が 90%となっている（図 52）。

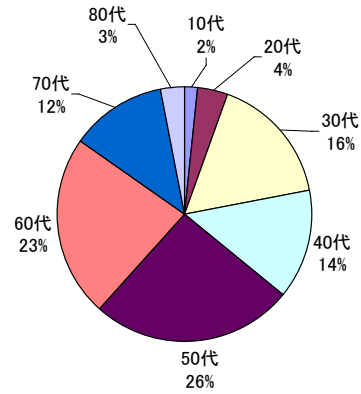


図 49 来場者の年齢

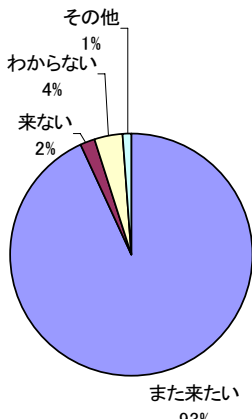


図 50 今後の参加意向

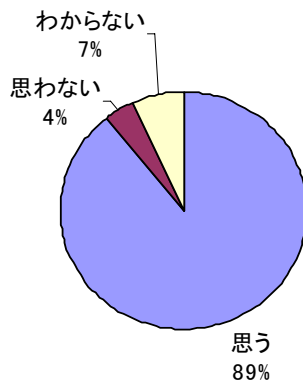


図 51 まちなかの賑わい創出の効果

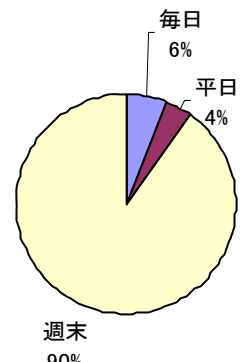


図 52 開催希望日程

(イ) 出店者（サンプル数 17 件）

出店者の 47%が「また参加したい」と回答しており、次いで「わからない」という回答が 35%だった（図 53）。

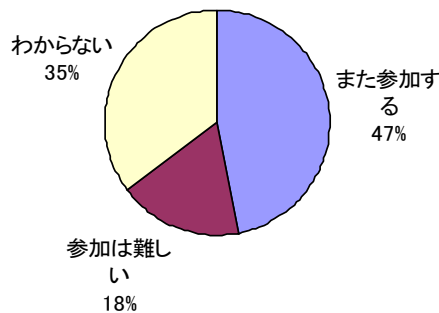


図 53 今後の参加意向

ウ. 調査結果に基づく考察

青空市場を継続した場合、来場者のうち9割以上が「また来たい」という回答であり、感想の中でも、継続し定着させて欲しいという声が多かった。まちなかで生鮮品が購入しにくい現状に対し、安くて新鮮な野菜等を提供するまちなか青空市場は来場者の強い支持が示すとおりまちなかに望まれる機能だと考えられる。

また、来場者の9割がまちなかの賑わいにつながると感じているとともに、受け入れた商店街からも歓迎する意見が寄せられており、賑わい創出の面からも継続が望まれている。

さらに、青空市場が継続し定着すれば、買い物目的のリピーターが商店街を訪れることになり、生鮮品以外の商品については商店街の個店からの購入も想定でき、商店街活性化につながる可能性が期待される。

一方、出店者の感想として、継続した場合の参加について、「また参加したい」という意向が47%、次いで、「わからない」が35%だった。今後、出店場所や搬入車両の駐車場の確保、費用負担などの出店条件について出店者の意向を調整して出店しやすい条件を整備することが必要であると考えられる。

以上、青空市場については来場者、受入商店街のいずれからも好評であり、出店者との出店条件を調整のうえ継続して実施することが大いに期待される。

(3) バス利用者へのサービスチケット

ア. 実験の概要

バスを利用して来店するお客様へのサービスを向上させるとともに、バス利用を促進し、過度の自動車利用の抑制による環境負荷の低減と商店街の参加による中心市街地の活性化を図るため、各個店ごとに売上額に応じて、バス回数券を配布した。

イ. アンケート調査結果（サンプル数 21 件）

サービスチケットが来店者にとってサービス向上につながったという回答が 62%（図 54）となったが、一方では、再来店の向上につながらないが 57%（図 55）、売り上げ向上につながらないも 57%（図 56）という結果になった。

今後の継続意向について、バス利用者の来店の少なさや経費負担の問題などから「継続は難しい」が過半数の 52%となった（図 57）。

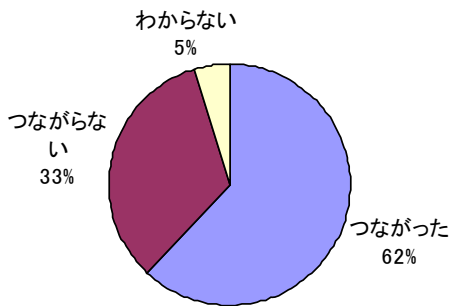


図 54 サービスの向上

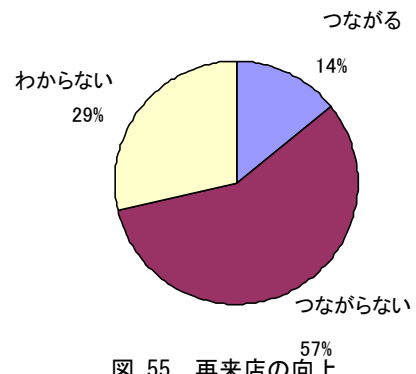


図 55 再来店の向上

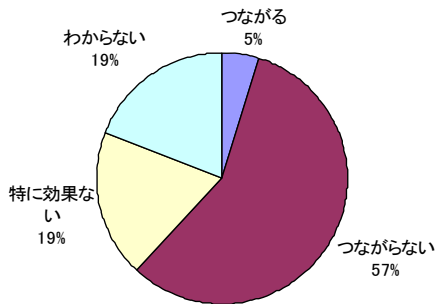


図 56 売り上げの向上

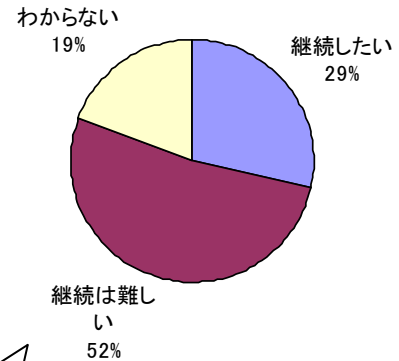


図 57 今後の継続意向

継続が難しい理由

- バスの来場者が少ない
- バス利用者が来店しない
- 金銭面(2件)
- 金銭的に厳しい。継続するなら何曜日に実施、など
- 独自のサービスをしている

ウ. 調査結果に基づく考察

アンケート調査結果では、6割を超える参加店がお客様へのサービス向上に「つながった」と評価しており、駐車場を利用し来店するお客様に対しては駐車場利用券を配付しているのに比べ、公共交通であるバス等を利用して来店するお客様へのサービスがなかった状況を改善するというバスサービスチケット実施の当初の目的は達成されたものと考えられる。

しかしながら、お客様の再来店や売り上げ向上には「つながらない」とする意見が過半数を占め、今後の継続意向についても同じく過半数が「継続は難しい」と回答しており課題を残した。これは、社会実験の期間が比較的短かったため、取扱商品によっては再来店する必要性に乏しかったこと、また、アンケートの「継続が難しい理由」にあるとおり「バスの来場者が少ない」「バス利用者が来店しない」ことなどが原因と考えられる。

なお、今回はバスサービスチケットを配布した参加店へのアンケート調査であったが、この取組みを継続する場合は、バスサービスチケットを受け取った利用者に対するアンケート調査も実施し、ニーズを把握することも必要であると思われる。

今後は、車を利用した来店者への駐車券サービスと同様に、バス等の公共交通を利用した来店者に対しても、バスサービスチケット等のような何らかの特典を設け、サービス向上を図ることが重要であると考えられ、これがバス等の公共交通利用を促進し、少子高齢社会に対応した過度に車に依存しない「歩いて暮らせるまちづくり」の実現につながっていくものと考えられる。

(4) 「人・にぎわいモール」に関する個店アンケート

ア. アンケート調査結果（サンプル数 139 件）

人・にぎわいモールに対する個店の評価・印象は「良くない」が33%で、「良い」は20%、「どちらともいえない」が約半数の47%であった（図58）。

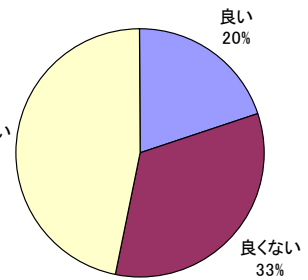


図 58 人・にぎわいモールの評価・印象

実験の内容については、一般車両の進入制限は「良い」が15%で、「良くない」が58%と反対意見が多かった一方で、循環バス運行は「良い」は55%と過半数を超えている。タクシー運行は「良い」が32%で、「どちらともいえない」が51%となっている（図59）。

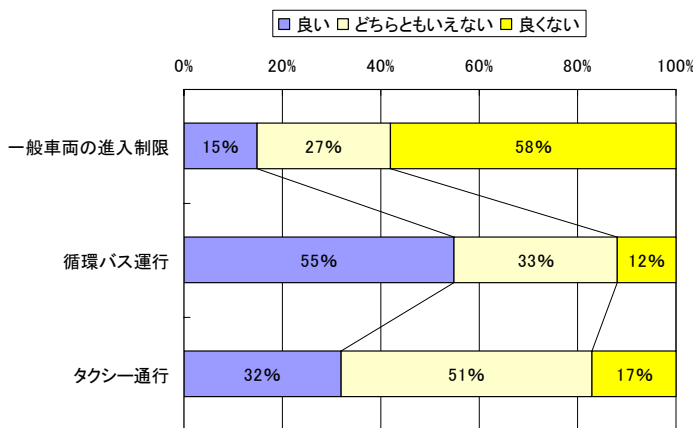


図 59 実験の評価

また、今後の継続意向は、「今後続けるべき」が37%と多く、次いで「どちらともいえない」が36%、「今後やめるべき」が27%であった（図60）。

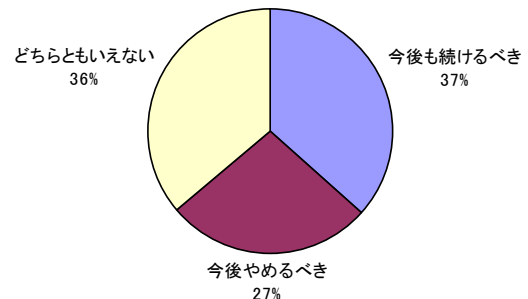


図 60 今後の継続意向

実験期間中の来店者数や売上げについては、「通常と変わらない」が70%前後であったが（図61、図62）、4分の1の個店は「減少した」と回答しており、売上げが「増加した」という回答は3%であった。

全般的な評価も「大変良かった」と「良かった」は併せて34%であったが、「良くなかった」と「あまり良くなかった」は併せて36%となっている（図63）。

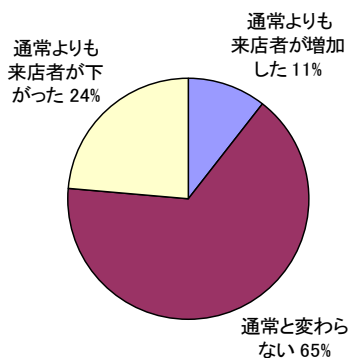


図 61 期間中の来店者数

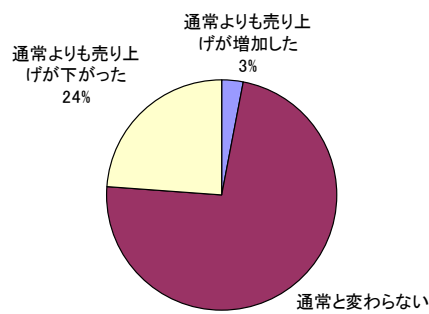


図 62 期間中の売上

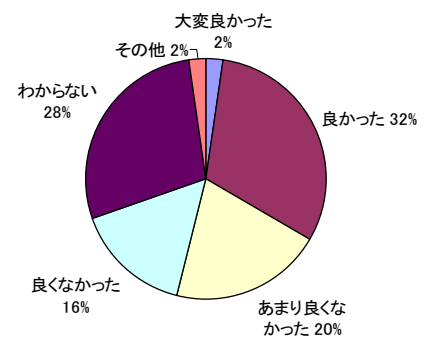


図 63 全般的な評価

<参考>各商店街単位の個店の「今後の継続意向」

人・にぎわいモールに対する商店街別の今後の継続意向は、駅前大通りとなかまち夢通りでは、「今後も続けるべき」が最も多く、大町通りでは「今後も続けるべき」「今後やめるべき」が同率で、その他の商店街（日の出通り、駅前南通り、駅前アーケード、駅前陣屋通りの個店の合計）では「今後続けるべき」よりも「今後やめるべき」が多くなっている。

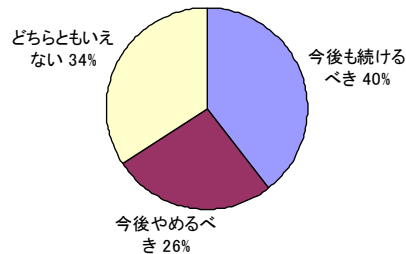


図 64 駅前大通り

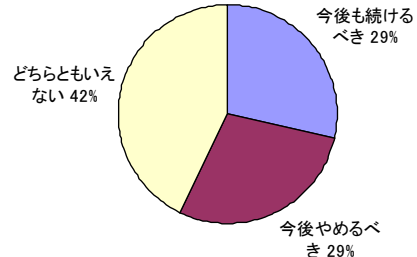


図 65 大町通り

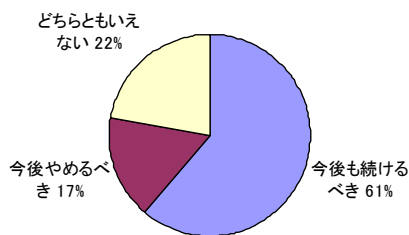


図 66 なかまち夢通り

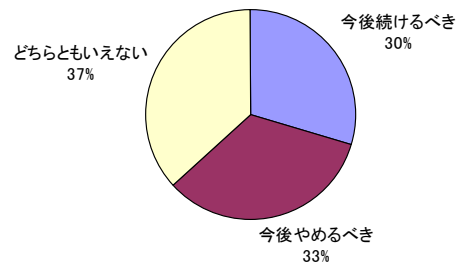


図 67 その他の商店街

イ. 調査結果に基づく考察

(7) 人・にぎわいモールの評価・印象

人・にぎわいモールに対する個店の評価・印象は、「良くない」が「良い」より多くなっており、「どちらともいえない」という回答も50%近く占める結果となっている。これは、日本ではまだ一般的でないトランジットモール（一般車両を規制し、公共交通は通行可とする歩行者専用道路）を県内で初めて取り組んだ社会実験であり、これまでに経験のなかったことで、戸惑いがあったものと考えられる。

また、個店の4分の1で売上げが「下がった」と回答しており、「向上した」は3%と低く、来街者の回遊性が高まり人通りが増えたものの個店への入店に結びつかなかった。

(イ) 一般車両の進入制限

一般車両の進入制限は「良い」よりも「良くない」が多くなっており、これは、歩行者を優先するトランジットモールが日本ではまだ一般的でなく、理解が不足していたほか、人通りが増えたものの個店への入店に結びつかなかったことも関係しているものと考えられる。

(ロ) 循環バス・タクシー運行

循環バス運行は、「良い」が50%を超えており、評価が高かったが、タクシー運行については、「良い」が30%程度となっている一方で、「どちらともいえない」が50%を超えており、トランジットモールという初めての試みによる戸惑いが左右しているものと考えられる。

(ハ) 今後の継続意向

今後の継続意向は「今後も続けるべき」が37%、次いで、「どちらともいえない」が36%、「やめるべき」が27%となっており、トランジットモールという初めての試みに対して戸惑いも伺えるものの期待感もあり、今後の継続意向にも影響しているものと考えられる。

人通りが増えることは、店の存在を多くの人にアピールすることにもなり、これを個店の売上げの増加につなげるためにも、今後は、来街者が個店に入店するための仕掛けづくりや取組みを積極的に展開していくことが重要である。

4. 「歩く」に関する社会実験の結果

(1) 人・にぎわいモール

ア. 実験の概要

来街者が安心して楽しく歩ける環境を確保し、道路空間を利用した賑わい・交流空間の拡大を図るため、郡山駅前大通り（駅前～スクランブル交差点）で車線を片側1車線に制限し、制限した車線を活用して賑わい創出の各種イベントを実施するとともに、歩行空間として解放した。

実験は、10月13日～15日（第1クール）、11月3日～5日（第2クール）の計6日間（10時30分～16時30分）にわたり実施した。

第1クールでは、原則として、無料直行バス（パーク・アンド・バスライド）、まちなか循環バス、タクシーのみ通行させ、第2クールでは、これに加えて路線バスも通行させ、実験を行った。

イ. アンケート調査結果

(7) 来街者 (サンプル数 204 件)

来街者の評価・印象は「良い」が 63%で、「良くない」は 10%であった (図 68)。

実験の内容については、一般車両の進入制限や循環バス運行は「良い」がそれぞれ 77%、80%と評価が高く、タクシー運行も 55%が「良い」と回答している (図 69)。

「良い」理由としては、「街が活気づく」「賑わっていて楽しい」「車が少なく歩きやすい」「イベントがあって楽しい」などの声が多かった。

また、今後の継続意向は 80%が「今後も続けるべき」と回答している (図 70)。

滞在時間は 2~4 時間が最も多く、56%となっている (表 8)。

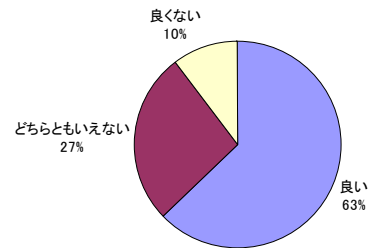


図 68 人・にぎわいモールの評価・印象

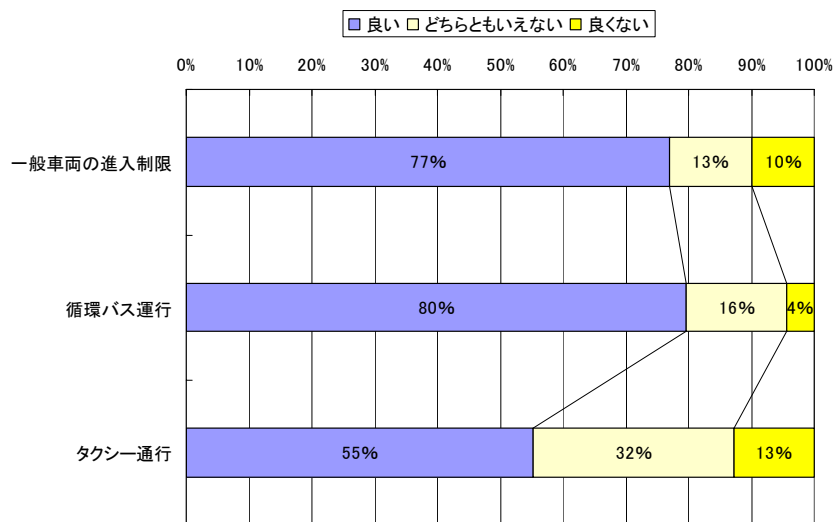


図 69 今後の継続意向

表 8 滞在予定時間

滞在時間	人数 (人)	シェア (%)
0時間	1	1%
1時間	43	23%
1.5時間	5	3%
2時間	37	20%
3時間	46	25%
4時間	21	11%
5時間	11	6%
6時間	12	6%
7時間	4	2%
8時間	2	1%
2~3時間	1	1%
3~4時間	1	1%
4~5時間	1	1%
5~6時間	1	1%
合計	186	100%

2~4 時間が全体の 56%

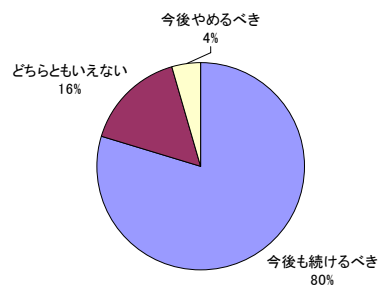


図 70 今後の継続意向

(イ) 自家用車利用者（サンプル数 59 件）

自家用車利用者の評価・印象は「どちらともいえない」が54%と最も多く、「良い」は43%であった（図71）。

実験の内容については、循環バス運行は「良い」が59%と過半数を占めていたが、一般車両の進入制限やタクシー通行は50%以下で、タクシー通行では「どちらでもない」の割合が高かった（図72）。

また、今後の継続意向は「今後も続けるべき」が53%と過半数を占めているが、45%は「どちらともいえない」と回答している（図73）。

滞在時間は2時間以内が最も多く、55%となっている（表9）。

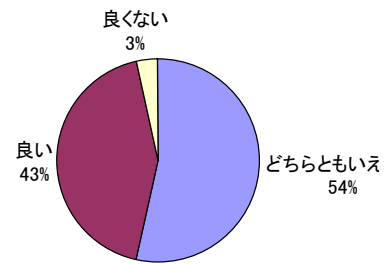


図71 人・にぎわいモールの評価・印象

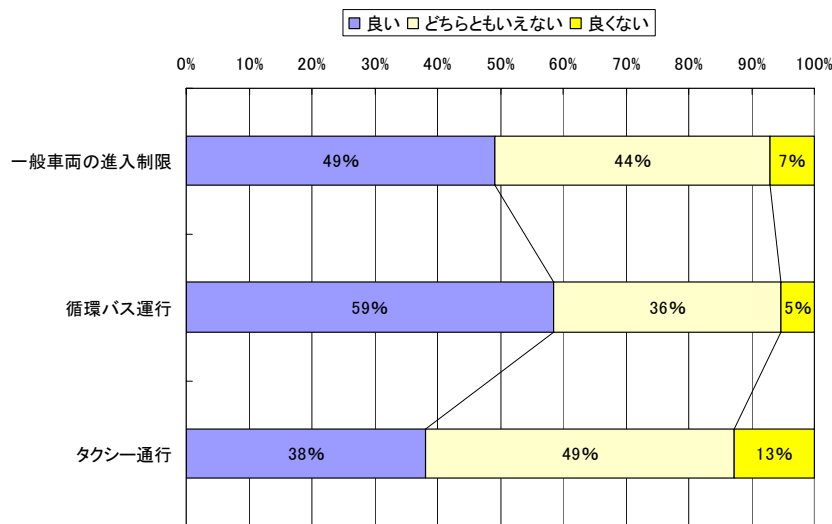


図72 実験の評価

表9 滞在予定時間

滞在予定時間	人数 (人)	シェア (%)
1時間	10	18%
1.5時間	1	2%
2時間	19	35%
2.5時間	2	4%
3時間	8	15%
3.5時間	1	2%
4時間	9	16%
5時間	1	2%
6時間	3	5%
2~3時間	1	2%
総計	55	100%

2時間以内が
全体の55%

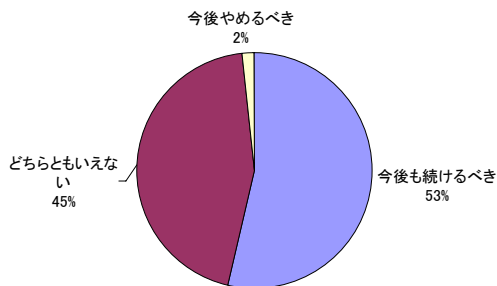


図73 今後の継続意向

(ウ) バス・タクシー事業者（サンプル数 18件）

バス・タクシー事業者の評価・印象は「どちらともいえない」が70%で最も多く、「良くない」が18%で、「良い」は12%であった（図74）。

実験の内容については、一般車両の進入制限、循環バス運行、タクシー通行のいずれについても50%以上が「良い」と回答している（図75）。

また、今後の継続意向は「今後も続けるべき」が44%で、50%が「どちらともいえない」と回答している（図76）。

実験期間中の乗客数については、「通常と変わらない」が69%で最も多く、「通常よりも乗客数が減少した」が26%であったが、「通常よりも乗客数が増加した」は5%であった（図77）。

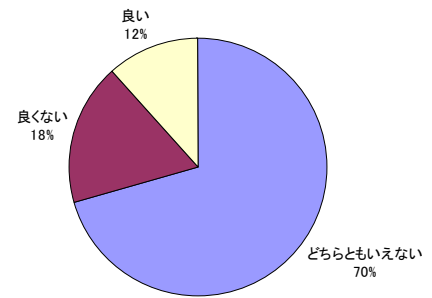


図74 人・にぎわいモールの評価・印象

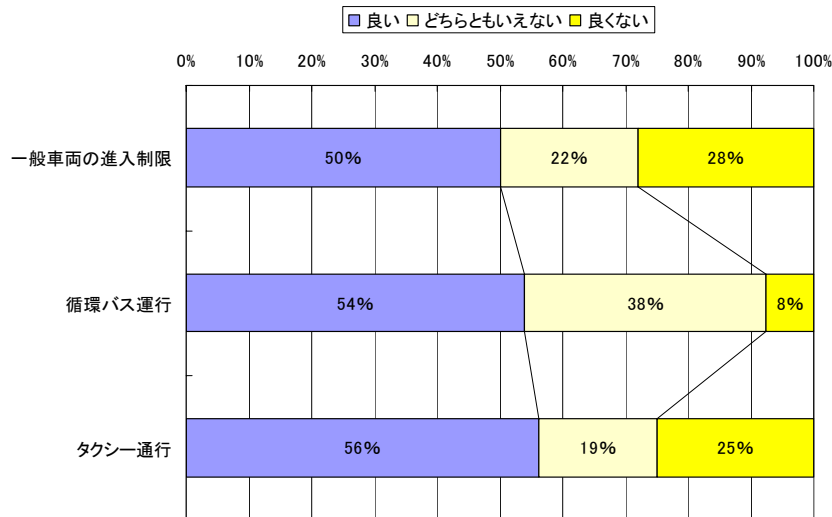


図75 実験の評価

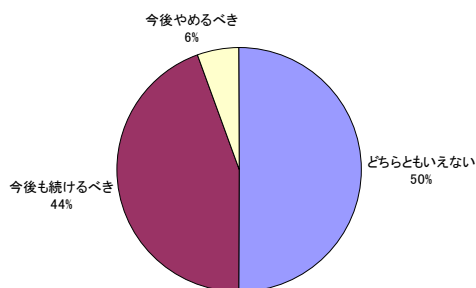


図76 今後の継続意向

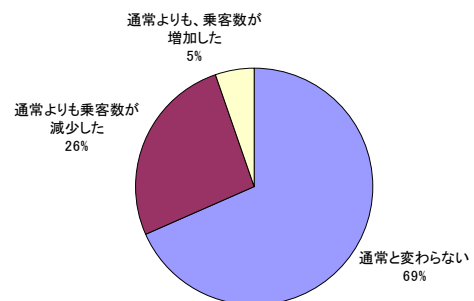


図77 期間中の乗客数

(E) 駐車場事業者（サンプル数 20件）

駐車場事業者の評価・印象は「どちらともいえない」が55%と半数以上を占め、「良くない」が30%で、「良い」は15%に留まっている（図78）。

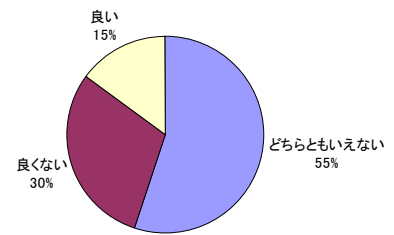


図78 人・にぎわいモールの評価・印象

実験内容については、一般車両の進入制限は、65%が「良くない」と回答している一方で、循環バス運行は「良い」が50%、タクシー運行は「どちらとも言えない」が45%と最も多く、一般車両の進入制限、循環バス運行、タクシー運行それぞれに対する評価が分かれた結果となっている。（図79）。

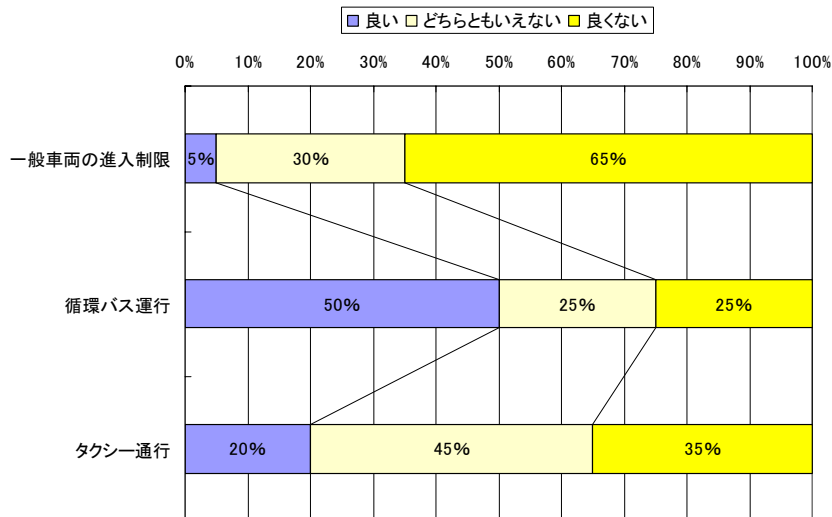


図79 実験の評価

実験期間中の利用者数については、「減少した」が50%と半数を占めており、「普段と変わらない」の声が39%ある一方で、11%が「利用者が増加した」と回答している（図80）。

また、今後の継続意向は「今後も続けるべき」が15%で、「今後やめるべき」が40%、「どちらともいえない」が45%あった（図81）。

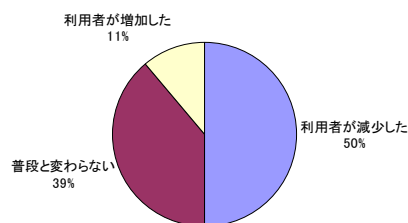


図80 期間中の利用者数

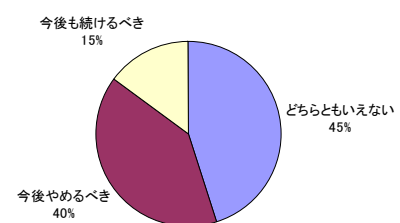


図81 今後の継続意向

(オ) 事業所・病院等（サンプル数 7件）

事業所・病院等の評価・印象は「良い」が17%で、「どちらともいえない」が83%を占めている（図82）。

実験の内容については、一般車両の進入制限は「良くない」「どちらともいえない」がともに43%で、「良い」は14%であったが、循環バス運行は86%が、「タクシー通行は57%が「良い」と回答している（図83）。

また、今後の継続意向は、「今後も続けるべき」、「どちらともいえない」がともに43%で、「今後やめるべき」は14%に留まっている。（図84）。

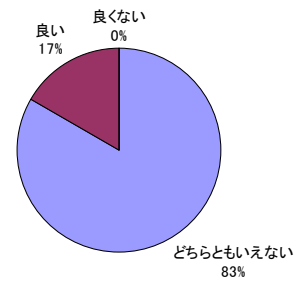


図 82 人・にぎわいモールの評価・印象

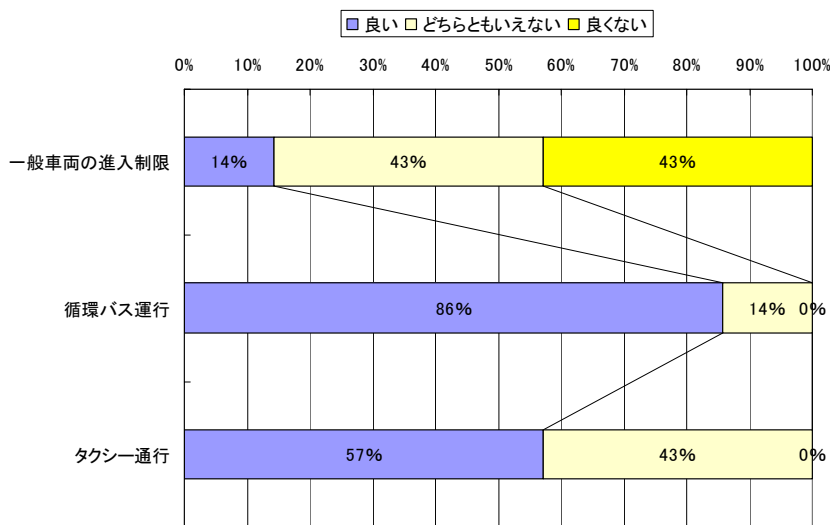


図 83 実験の評価

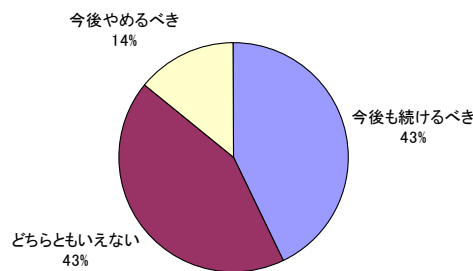


図 84 今後の継続意向

ウ. 調査結果に基づく考察

(7) 人・にぎわいモールの評価・印象

来街者は「良い」という回答が6割を超えており、理由も「楽しい」「活気がある」などの声が多く、歩きやすく賑わいのある道路空間は来街者に好印象を与え、回遊性の向上につながっている。

一方、自家用車利用者やバス・タクシー事業者、駐車場事業者、事業所・病院等は、「どちらともいえない」という回答の割合が最も多く、駅前大通りでは全車両通行規制はこれまで何度も経験があったが、日本ではまだ一般的でないトランジットモール（一般車両を規制し、公共交通は通行可とする歩行者専用道路）を県内で初めて取り組んだ社会実験であり、これまでに経験のなかったことで、保留意見が多くなっているものと考えられる。

なお、駐車場事業者においては、実験メニューにより評価が分かれたことが、保留意見の多さにつながっていると考えられる。

また、駐車場事業者やバス・タクシー事業者は、「良い」よりも「良くない」が多くなっており、これは、駐車場利用者数や乗客数が「増加した」よりも「減少した」という回答が多いことと連動しているものと考えられる。

(8) 一般車両の進入制限

来街者の8割近くが「良い」と回答しており、理由も「静か」「安全」「歩きやすい」などの声が寄せられており、普段とは違う街を楽しみ、開放感や安心感が生まれたことが好印象につながっている。

駐車場事業者は「良い」よりも「良くない」が多くなっており、歩行者を優先するトランジットモールが日本ではまだ一般的でなく、理解が不足していたものと考えられる。

事業所・病院等では、来院者のほとんどが自家用車で来ることから、「駐車場に入るまで時間がかかった」との声も寄せられており、「良くない」の方が多くなっている。

バス・タクシー事業者は乗客数が「増加した」よりも「減少した」が多かったにもかかわらず、「良い」との回答が50%で最も多く、「継続することで市民の意識が変わり、様々なイベントによって人が集まる」などの意見もあり、期待感が伺える。

(9) 循環バス・タクシー運行

循環バス運行は、いずれも「良い」が50%以上であり、特に来街者、事業所・病院等は80%以上と評価が高かった。来街者の自由意見においても、「循環バスがとてもよい」とする声が多く、「歩いて暮らせるまちづくり」の必要な機能として、住民や地域のニーズが大変高いことが理解される。

タクシー通行については、駐車場事業者を除いては「良い」の方が「良くない」よりも多くなっている。駐車場事業者は「どちらともいえない」が45%を占めており、トランジットモールという初めての試みによる戸惑いが左右しているものと考えられる。

(10) 今後の継続意向

来街者や自家用車利用者は「今後も続けるべき」が最も多かったが、バス・タクシー事業者や駐車場事業者は「どちらともいえない」が最も多かった。

事業所・病院等は「今後も続けるべき」と「どちらともいえない」がともに43%であった。

また、駐車場事業者は、「今後やめるべき」の方が「今後続けるべき」よりも多く、「規制を知らなかった」「道路が混雑して、あるいは迂回させられて、お客様が迷惑した」などの声も寄せられていることから、今後の実験等に取り組む場合には、周辺道路の渋滞予測等を十分に踏まえ、交通規制や駐車場への動線を踏まえた迂回ルートについて早期にかつ十分に周知を図ることが重要である。

トランジットモールは、歩行者が安全で快適にまちなかを歩くことができ、広いスペースでの

イベント等の開催が可能となり、バス等の通行がスムーズになるなどのメリットがあり、アンケート調査の結果を見ても、その良さが認識されていることから、歩いて暮らせるまちづくりを実現するための有効な手段の一つとして理解を求めていくことが必要である。

(2) 歩行者専用ゾーン

ア. 実験の概要

道路空間を活用して「たまり空間」「賑わい」を創出するため、既存駐車場の出入口や動線を踏まえ、「表参道」や「代官小路」の一部、「なかまち夢通り」で一般車両乗入れを規制し、来街者が安心して楽しく歩ける空間を形成するとともに、まちなか青空市場、オープンカフェ等の各種イベントの場と機会を提供した。

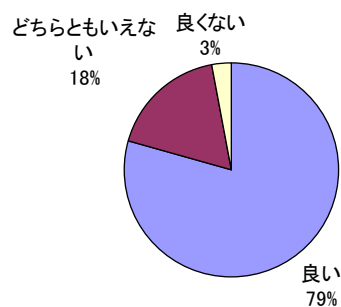


図 85 歩行者専用ゾーンの評価・印象

イ. アンケート調査結果（サンプル数 166 件）

歩行者専用ゾーンの評価・印象が「良い」が 79%と評価が高く（図 85）、今後の継続意向も「今後も続けるべき」が 89%と高くなっている（図 86）。滞在時間は 2～3 時間が最も多く、57%となっている（表 10）。

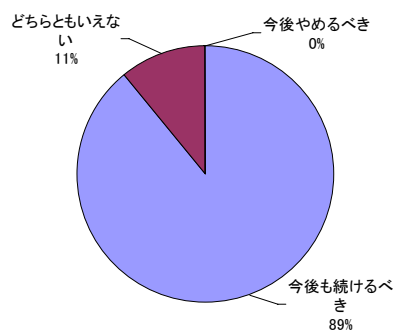


図 86 今後の継続意向

表 10 滞在予定時間

滞在予想時間	人数 (人)	シェア (%)
0.5時間	2	1%
1時間	27	17%
2時間	51	32%
3時間	40	25%
4時間	18	11%
5時間	9	6%
6時間	5	3%
7時間	2	1%
8時間	1	1%
15時間	1	1%
1～2時間	1	1%
2～3時間	1	1%
4～5時間	1	1%
総計	159	100%

2～3 時間
全体の 57%

ウ. 調査結果に基づく考察

歩行者専用ゾーンについては、既に「なかまち夢通り」では土・日に実施されていることもあり、来街者から高い評価を得ている。その理由としては、「賑やかでよい」「安心して歩ける」「イベントが楽しい」などの声が寄せられている。

また、「ゾーンをもっと広げてほしい」との意見もあり、具体的には、「大町通り」「旧トポス前」、「駅前周辺」などの声があった。

以上のことから、歩行者専用ゾーンは、賑わいの創出には効果的であり、今後、区域の拡大も含めて来街者のニーズを把握し、関係者と調整を図りながら、各種のイベントと併せて継続的に実施していくことが効果的であると考えられる。

(3) まちなか自転車パーキング

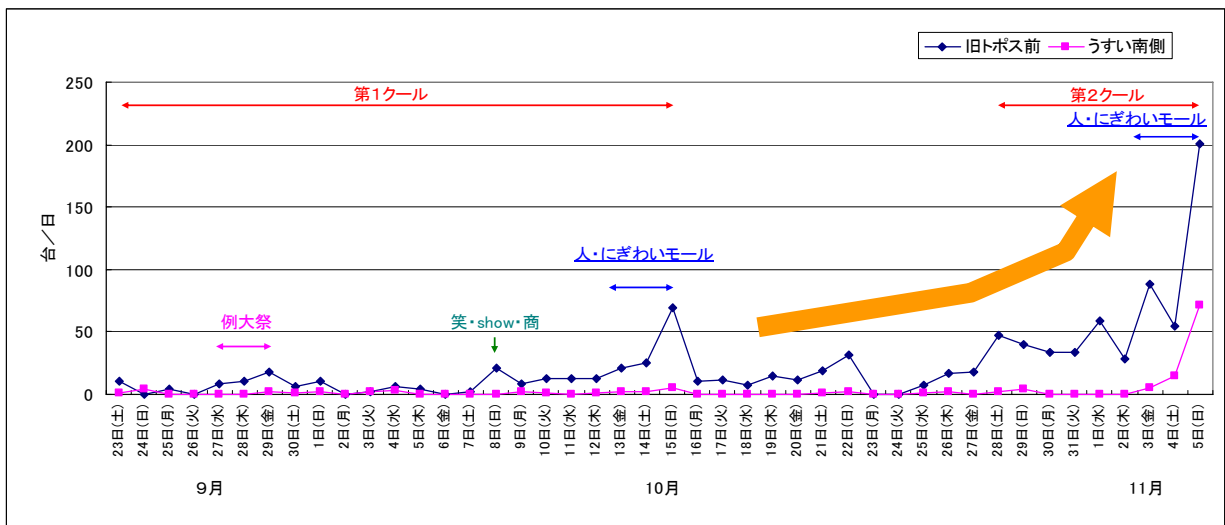
ア. 実験の概要

安心して買い物や散歩などを楽しみながら歩ける歩行者回遊空間を形成するため、旧トポス跡地西側の公開空地や、うすい第1駐車場西側の2箇所に仮設の駐輪場を設置した。

イ. アンケート調査結果（サンプル数 90件）

第1クールでは認知度が低かったため、利用台数は少なかったが、第2クールでは徐々に認知度が向上するに従い、最終日の11月5日（日）をピークに利用台数が急激に増加した（図87）。

また、駐輪場設置希望箇所では、「駅の近く、周辺」「丸井前辺り」「アティの近く」と合わせると70%が郡山駅周辺への駐輪場の設置を望んでいる（表11）。



※1日に5回観測。その合計値を図示している。
 ※10月6日、23日、24日は雨のため観測していない。
 ※10月7日の10時台は雨のため観測していない。

図 87 駐輪場利用台数

表 11 駐輪場設置希望箇所

駐輪場設置希望箇所	人数（人）	シェア（%）
・駅の近く、周辺	16名	62%
・駅前大通り	2名	8%
・旧トポス付近	2名	8%
・丸井前辺り	1名	4%
・アティの近く	1名	4%
・中町通り	1名	4%
・アーケード内	1名	4%
・アネックス周辺	1名	4%
・うすいの近く	1名	4%
合計	26名	100%

ウ. 調査結果に基づく考察

まちなか自転車パーキングは、第2クールで利用者が急激に増えており、アンケートでも必要とする声も多く、来街者の交通施設として必要な機能となっている。第1クールの利用客の伸び悩みは、PR不足、来街者が少なかったなどの要因が考えられる。

11月5日（日）の3商店街合同イベント時に多くの利用客があったことから、来街者を増やすためのサービスとして必要な施設と考えられる。

また、駐輪場設置希望箇所では、7割近くの人が郡山駅周辺を希望しており、駐輪場の設置に向けて検討していくことが望まれる。

5. 社会実験全体・環境負荷の低減に関する社会実験の結果

(1) まちなか総合案内所・まちなか情報センター

ア. 実験の概要

まちなかの情報提供や機材の貸し出し（ベビーカー10台、ウォーキングステッキ6台、自転車3台）、社会実験の問い合わせ窓口機能として、駅前大通りの空き店舗を借り上げ、「まちなか総合案内所」を設置した。

また、同様の機能として、駅前大通り、大町通り、なかまち夢通りの個店（10箇所）に「まちなか情報センター」を開設した。

イ. アンケート調査結果（サンプル数 81件）

90%の利用者から今後も必要であると回答があった（図88）。

また、休日を中心に利用者が多く来所し（図89）、主な目的は、キッズサロンの利用、機材のレンタル、マップ・チラシをもらうことなどとなっている（図90）。

利用者からは「駅よりの場所に案内所が必要」「今後も続けてください」「とても便利。常設化してもらいたい」などの声も寄せられた。

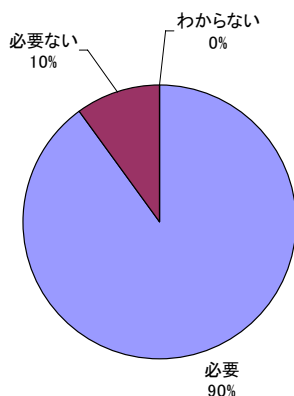


図 88 今後の必要性

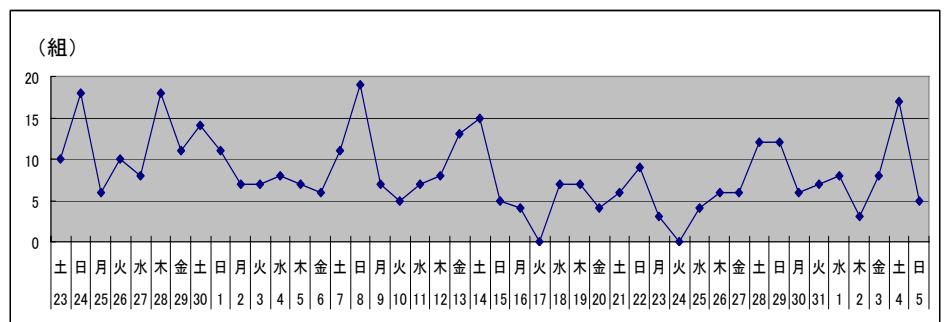


図 89 来場者数(組)

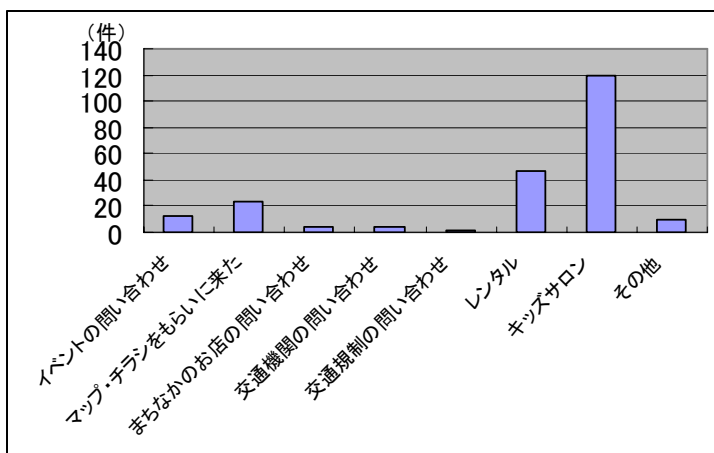


図 90 問い合わせ内容

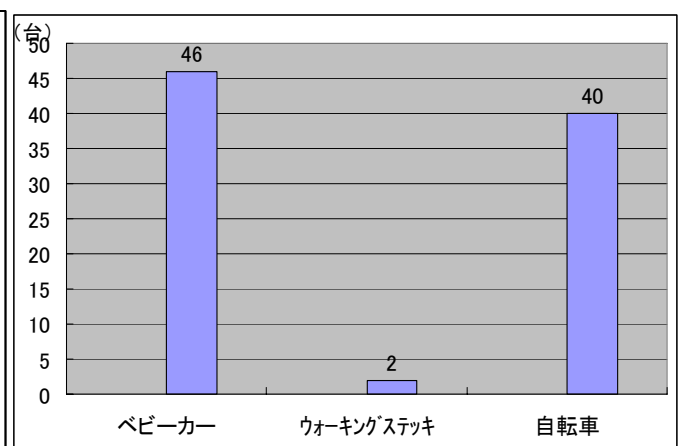


図 91 期間中のレンタル台数

ウ. 調査結果に基づく考察

まちなか総合案内所は休日や週末の利用者が多かった。アンケート結果では9割の利用者が「今後も必要」と回答しており、キッズサロンのほか、ベビーカーや自転車のレンタルなど、まちなかでの子育て支援機能、休憩や移動支援機能のニーズが高いことが分かった。

なお、ウォーキングステッキは期間中のレンタル台数が2台と、ほとんど利用者が無かった。これは利用者がウォーキングステッキを持っているか、居住地周辺で買い物を済ませる傾向にあると考えられる。

利用者からのアンケートでは「駅寄りの場所に案内所が必要」「今後も続けてください」「とても便利。常設化してもらいたい」などの声も寄せられており、今後、設置場所の検討等も含め、空き店舗等を活用した継続的な取組みが期待される。

(2) エコカー展示会

ア. 実験の概要

環境負荷の少ない持続可能なまちづくりに関する意識向上等のため、市営郡山駅西口駐車場で次世代エネルギー車を展示するとともに、教育用電動バイク工作教室及び試乗体験を行った。

イ. アンケート調査結果（サンプル数 242件）

家族連れでの来場（「両親と一緒に」「子供と一緒に」の合計）が59%、友人との来場が23%とグループでの来場が多かった（図92）。

来場者の感想では「CO₂を減らして環境を良くしたい」「環境に対する一人一人の意識の改善が必要」「歩いて行ける所でも車で行ってしまうことを減らしたほうが良い」「地球にやさしいバイクが他にももっとあれば良い」などの声が寄せられた。

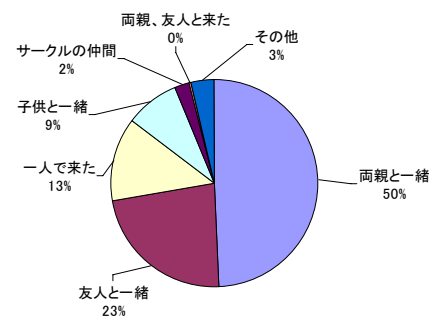


図 92 同行者

ウ. 調査結果に基づく考察

来場者から、環境やCO₂削減に関する感想が寄せられており、今回のエコカー展示会や電動バイクの試乗体験イベントが、車に過度に頼らない環境に配慮したライフスタイルなどの意識啓発に寄与するものであったと考えられる。

また、環境への負荷の小さい持続可能なまちづくりのためにも、低公害車の開発・普及が期待される所であり、今後とも、まちづくりに関わる多様な主体による環境負荷の低減に向けた広報、啓発活動が重要である。

(3) 環境関係調査（騒音、CO₂関係）

ア. 実験の概要

人・にぎわいモール内の交通規制等に伴う環境の変化を調査、検証するため、人・にぎわいモール実施期間中の騒音及びCO₂に関する環境負荷量を測定し、計算した。

イ. 調査結果

【騒音調査】

騒音調査は、まちなか総合案内所前、郡山駅前郵便局前、はなの舞前の3地点で行い、第1クール2日（10/14, 15）、比較日1日（10/22）、第2クール2日（11/4, 5）、計5日間の時間帯別騒音データを収集した。

なお、各調査点付近で騒音計に影響を与えた音源の状況を以下に示す

表 12 騒音調査結果

位置	第1クール		第2クール	
	交通関係	賑わい関係	交通関係	賑わい関係
案内所前		▲12時からアネックス前会場でストリートミュージック有り(15日のみ)	▲福島交通運行有(直前のバス停でバス発着多数有り)	
郵便局前		▲12時から駅前大通り会場でストリートミュージック有り(14、15日)	▲福島交通運行有(近くのバス停で発着多数有り)	
はなの舞前		▲12時から陣屋入口会場でストリートミュージック有り(14、15日)		▲青空市等多数出(11/5 出店多数) (11/4 の出店は少)

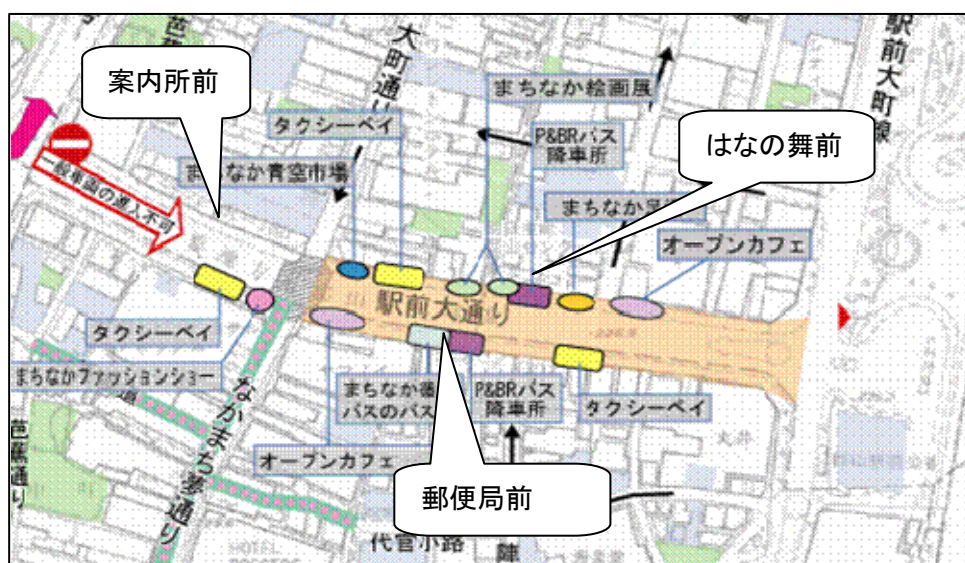


図 93 騒音調査地点図

(7) 概要

モール実施（一般車通行規制）により、通常 65dB 程度の騒音が 60dB 程度まで下がったことが確認された。

一方、モール実施日（交通規制日）でも 70dB 程度にあがる時間帯があったが、これは、ストリートミュージックや青空市場など、イベント開催等に伴うものであり、平常時の車両通行等の騒音が音楽や賑わい等の音に質的に変換された効果と考えられる。

近くにバス停がある案内所ではかなりバス発着の影響があったと考えられる。

(イ) 案内所前の状況

福島交通のバス停に近かったため、バスが運行した 11 月 4 日、5 日の騒音は一貫して高い値となっている。（※10 月 22 日もバスが運行したが、一般車の同時通行により、スクランブル交差点の信号待ち車の渋滞長の最後尾が平均してバス停位置を超えていたため、車両の通過交通速度が遅かった。バス単独運行（11/4、5）の方が、バス走行速度が速く、高いブレーキ音も拾う結果となっている。）

10 月 15 日は、12 時より郡山ビューホテルアネックス前でストリートミュージックの演奏があり、高い値となっている。

ストリートミュージックが近くでなかった 10 月 14 日は一貫して騒音が少ない。車が通らないと 60dB 程度の値となっている。

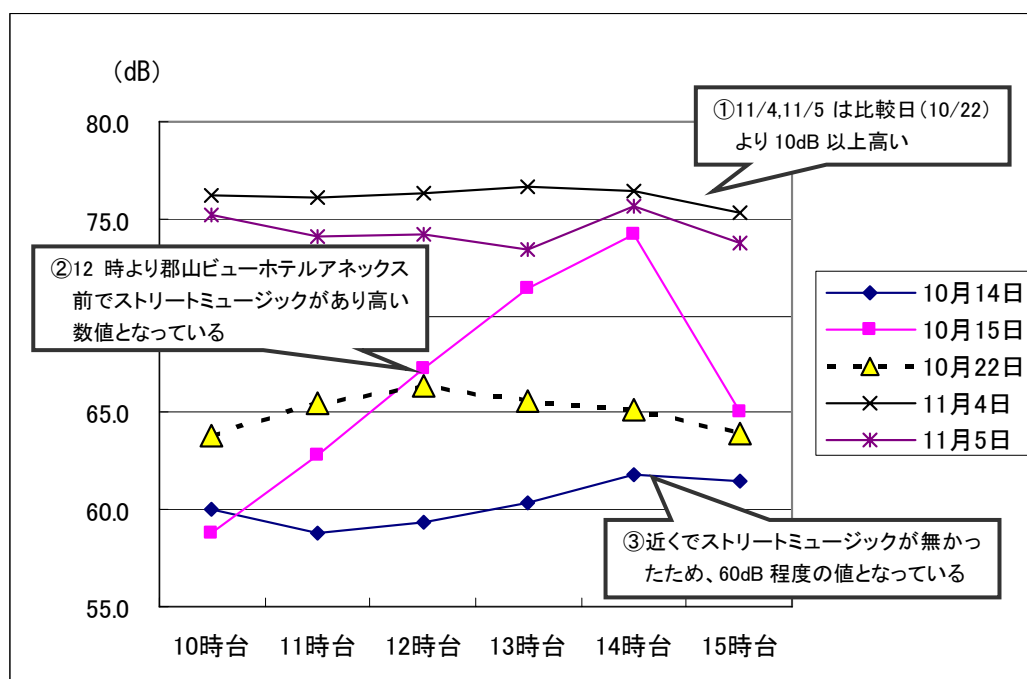


図 94 案内所前騒音状況

(ウ) 郵便局前

イベントが多数あった11月5日は一貫して高い値(70dB)となっている。
 ストリートミュージックが近くであった10月14日、15日は午後からの値が高くなっている。

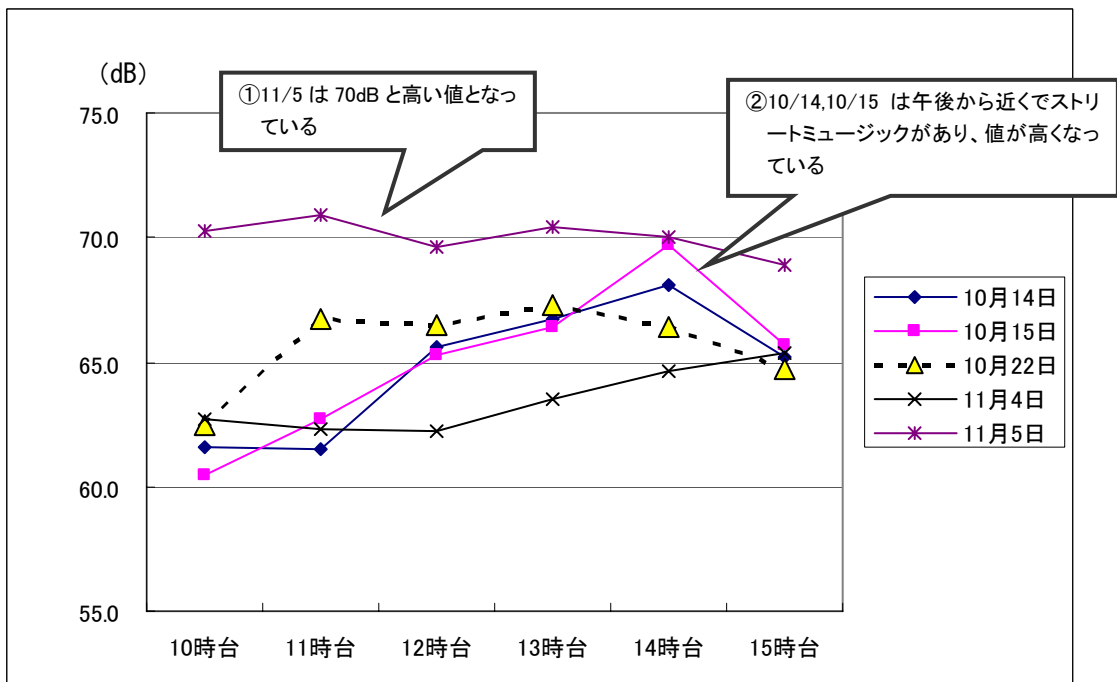


図 95 郵便局前騒音状況

(エ) はなの舞前

イベントが多数あった11月5日は一貫して高い値となっている。一方、出店の少なかった11月4日は概ね60dB以下で静かであった。

ストリートミュージックが近くであった10月14日、15日は午後からの値が高くなっている。

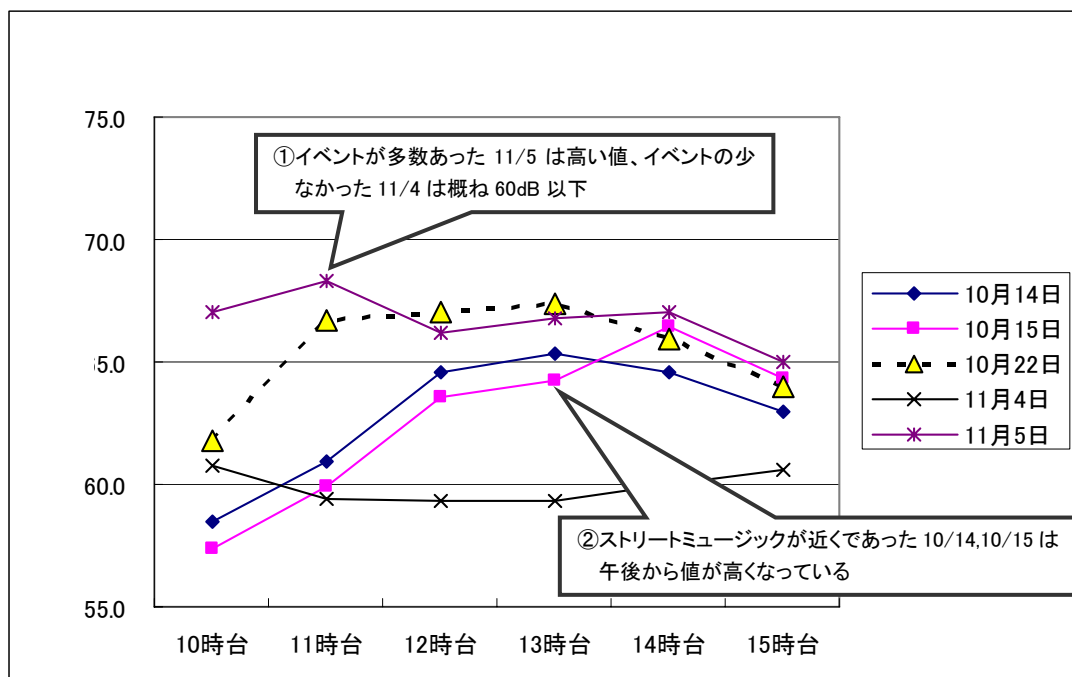


図 96 はなの舞前騒音状況

(オ) 人・にぎわいモール全体

調査地点のうち、人・にぎわいモール内の郡山駅前郵便局前、はなの舞前では、比較日（10月22日）の数値（65.7dB）よりも低い値となっており、普段より平穏な環境となっている。

一方、最終日の11月5日は3商店街合同イベント等に伴う来街者の賑わい等により、比較日よりも数値が上回っている。これは、3商店街合同イベントや賑わい社会実験等によるものと考えられる。

また、郡山駅前郵便局前は、循環バスや無料直行バスの停留所付近であったこと、まちなか総合案内所前は通常路線バスの停留所付近であったことから、バスの発着音及び利用者、歩行者等の雑踏の影響があったものと考えられる。

総じて、平常時の車両通行等の騒音が、音楽や賑わい等の音に質的に転換されたものと考えられる。

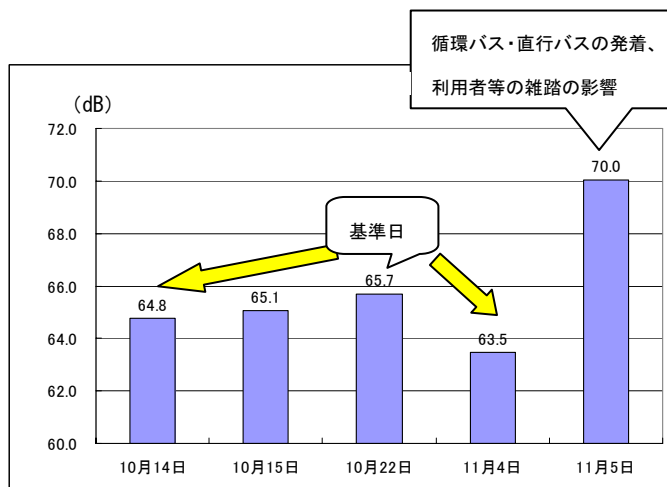


図 97 郡山駅前郵便局前

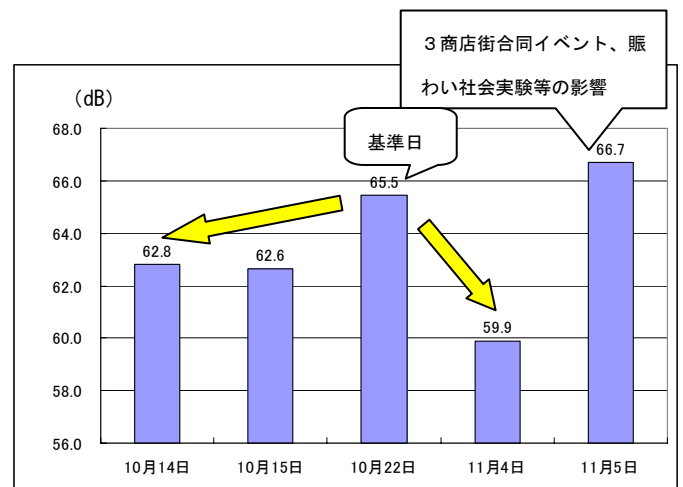


図 98 はなの舞前

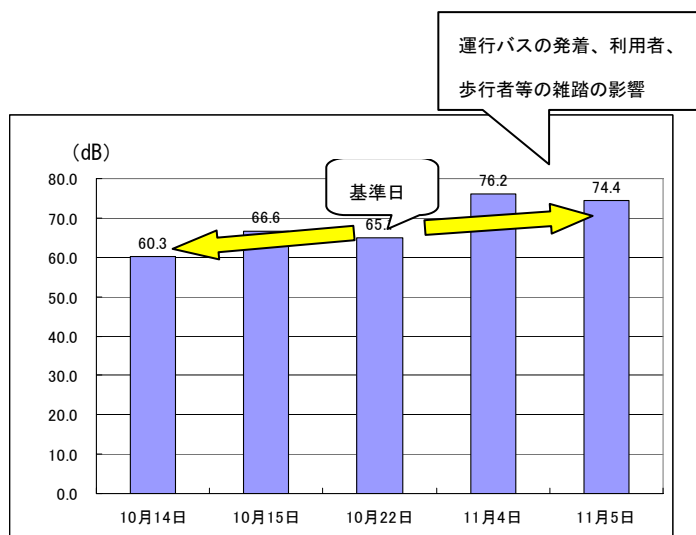


図 99 まちなか総合案内所前

表 13 音の大きさの目安

80dB	・地下鉄の車内 ・電車の車内 ・ピアノ(正面1m、バイエル104)
70dB	・騒々しい街頭 ・ステレオ(正面1m、夜間) ・騒々しい事務所の中
60dB	・静かな乗用車 ・普通の会話
50dB	・静かな事務所 ・クーラー(屋外機、始動時)
40dB	・市内の深夜 ・図書館 ・静かな住宅の屋
30dB	・郊外の深夜 ・ささやき声
20dB	・木の葉のふれあう音 ・置時計の秒針の音(前方1m)

<参考 CO₂排出量>

参考として、車両別の交通量に1台あたりのCO₂排出量を乗じて、実験期間中のトランジットモール内のCO₂排出量を求めた。

- ・ 平日 10/13 (金) の駅前大通り通過車両の CO₂ 排出量は 103.5kg-CO₂ となり、9/20 の 19% に減少した
- ・ 休日 10/15 の駅前大通り通過車両の CO₂ 排出量は 69.7kg-CO₂ となり、10/22 の 17% に減少した
- ・ 路線バスが入った 11/5 の駅前大通り通過車両の CO₂ 排出量は 127.4kg-CO₂ の排出量となり、10/22 の 30% に減少した

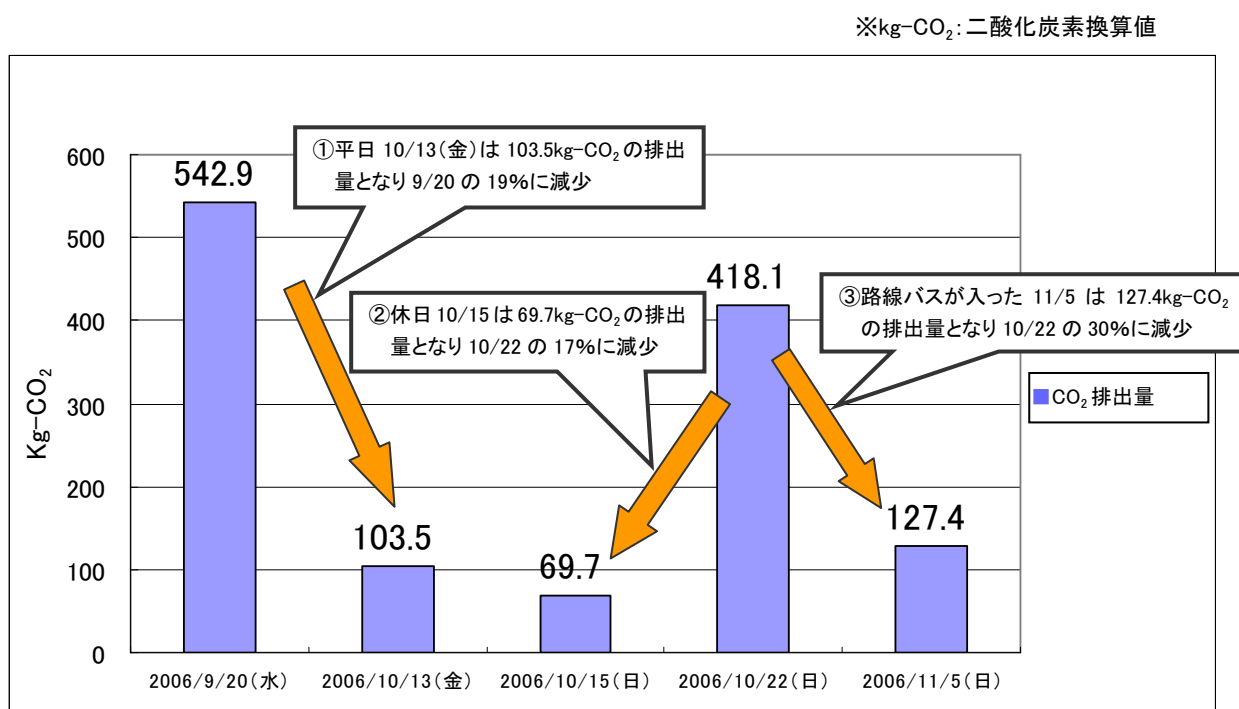


図 100 駅前大通り通過車両 CO₂ 排出量推計値

ウ. 調査結果に基づく考察

騒音については、一般車両が通行しないことにより、通常 65dB 程度の騒音値が、60dB 程度まで下がった (11/4 の「はなの舞前」)。60dB は静かな乗用車や普通の会話ができる目安とされていることから、体感的にも会話を楽しみながら歩ける騒音レベルになったと考えられる。一方、イベントや実験バスの運行が始まれば、賑やかな街頭の騒音値とされている 70dB に達した (11/5 の「郡山駅前郵便局前」)。

まちなかには、賑やかで活動的な場所と静かで休憩できる場所が適切に配置されるよう工夫が必要であると考えられる。

次に CO₂ については、一般車両の通行規制やタクシーの低速走行 (20km/h) に伴い、人・にぎわいモール内の CO₂ が大きく減少し、局所的ではあるが大気環境が改善したものと考えられる。

しかし、駅前大通り周辺では通行量が増えたところもあり、中心市街地全体での CO₂ 減少のためには、自動車交通の分散や適正速度での走行、自家用車から公共交通機関への利用転換を推進することが求められる。

VI. 社会実験の評価

1. 交通社会実験の評価

- 「まちなか循環バス」、「無料直行バス（パーク・アンド・バスライド）」、「バス情報サービス」については、いずれの実験も利用客から好評を得た。

特に「まちなか循環バス」の乗客数は1便平均15人/便であり、座席数（12席）を上回る利用客があった。また「無料直行バス」の利用客数は、1便平均12.2人/便で、第2クールほど利用客が増加した。

まちなか循環バスや無料直行バスは利用者の約8割が「必要である」、「今後運行された場合利用する」と回答しており、住民のニーズがあることから今後の継続に向けた検討や取組みが期待される。

また、まちなか循環バスや無料直行バスのいずれも「有料でも乗る」との回答が過半数を占め、払っても良いと思う金額は、約8割が「100円」との回答であり、100円のワンコイン有料化を導入した場合、利用者の抵抗感は比較的低いものと考えられる。

無料直行バスについては、約6割の回答者が、バスに乗る前の交通手段を「マイカー」と答えており、今後の取組み等により、マイカーからバス交通への転換も期待できる。

今回の交通社会実験については、「まちなか循環バス」など、利用者から好評を得ており、環境負荷の軽減の視点からも、今後、行政の支援等と併せて継続が望まれる。

なお、循環バスや直行バスの導入に向けては、利用促進を図るために、パーク・アンド・バスライド用駐車場の確保、利用者ニーズを踏まえた運行ルートの設定、バス情報サービスを活用した利便性の確保、各種交通施策による定時性の確保や行政支援によるワンコインなどの割引運賃等の調査・検討が望まれる。

なお、パーク・アンド・バスライド用駐車場の位置については、バスへの乗り換えのみならず、マイカーから鉄道への乗り換えも視野に入れた調査・検討も望まれる。
- 鉄道・バス等の複数の交通機関について、例えば、より利用しやすい接続ダイヤの設定や乗り継ぎ情報の提供、共通カード等の導入により、ターミナル駅での乗り継ぎ利便性の向上策を推進することが望まれる。
- 今後の少子高齢社会を考えれば、高齢者、身体障がい者はもとより、誰もが快適にまちなかを移動し、生活できるようユニバーサルデザインの考え方にに基づき、まちなかの交通環境、住居・生活環境、さらには、子育て環境等に関するバリアフリー化について検討・推進していくことが望まれる。
- 環境調査の結果によれば、実験期間中の「人・にぎわいモール」内のCO₂や騒音が平常時に比べ低下していることが確認できた。また、エコカー展示会でも、参加者から環境に対する考え方を再認識する旨の声も寄せられた。

今後、鉄道、バス、タクシー等の公共交通機関による自動車交通の分散や円滑な自動車走行などの施策の導入、環境に関する啓発活動等の展開に加えて、住宅・建築部門に関する「まちなか居住」を推進することにより、「環境への負荷の少ない持続可能なまちづくり」が推進されるものと考えられる。

2. 賑わい社会実験の評価

- 「人・にぎわいモール」は、来街者の約 6 割が「良い」、約 8 割が「今後も続けるべき」との回答結果になり、自由意見においても「街が賑やかになる」「街が楽しくなる」と肯定的な意見が大部分となり、今後の継続に対する高い期待感が伺えた。その一方で、駐車場事業者は「どちらとも言えない」との回答が約 5 割で最も多く、個店では「どちらとも言えない」「今後も続けるべき」が約 4 割、「今後やめるべき」が約 3 割を占めるなどトランジットモールという初めての試みに対して、戸惑いも伺える結果となった。

これは、人・にぎわいモールによる街の賑わいやイベントなどが評価された一方で、交通規制に伴う周辺道路の渋滞や迂回路への交通誘導、それに伴う車利用の来街者の不便さがマイナス面の評価として現れたものと考えられる。

来場者や駐車場利用者から一般車両のみを規制したトランジットモールは、欧米のまちづくりでは一般的な手法として知られているが、福島県では初めてであり、また、国内の他都市でも導入事例が少ないため、一般的にはまだまだ知られていない現状が反映されていると考えられる。

- 「まちなか青空市場」については、来店者の約 9 割が「また来たい」「賑わいにつながっている」と回答しており、賑わい創出に大きな効果があった。「継続的に出店が可能ならまた買いたい」との利用者の声もあり、さらに商店街の受け入れ意向も高いことから、今後、定期的な開催が望まれる。

出店者の継続した場合の参加意向が「また参加する」が約 5 割となっているが、「わからない」も約 4 割となっており、出店しやすい条件の整備により、この方々が参加できれば定期的な開催の可能性が高まるものと考えられる。

継続して開催する場合は、イベントに合わせた店のイメージづくりや、出店品目、出店場所などの情報について出店者同士で共有し、来店者の問い合わせに適切に対応していくことが必要である。

- 「まちなかキッズサロン」については、利用者の約 8 割が「今後も必要である」と回答しており、「継続した場合、また利用する」も約 9 割となっており、まちなかに必要な機能となっていることが伺われる。

このような機能は、各個店での対応が難しいため、運営のあり方について検討しながら、空き店舗等での継続的な取組みが望まれる。

- 「まちなか総合案内所」については、利用者の 9 割は「必要である」と回答しており、「キッズサロン」と同様、まちなかに必要な機能となっていることが伺われる。

特に、ベビーカーや自転車は多く利用され、まちなかの歩行支援や移動手段として有効であり、住民ニーズを踏まえた場所の検討などを含め、継続的な取組みが望まれる。

- 「郡山まちなか探検 MAP」を作成し、郡山の「まちなか」の美味しいお店や横丁・路地の魅力、「まちなか」の歴史・文化を紹介した。特に、店舗情報を QR コード化し、探検 MAP に掲載し、携帯電話を通じて利用者に更新情報を提供し好評を得た。今後の賑わい創出の仕掛けの一つとして、継続的な利活用が期待される。

- 今回の社会実験では“音楽都市郡山”を切り口として、様々なイベントや実験を併用したことにより、多くの方が中心市街地に来ることが立証された。リピーターも多く、継続した取組みを求める声が後半に多くなってきたことも評価できる。

　　今後は、日常的に“音楽”を感じられる、触れあえるような仕掛け、駅前から国道4号までの辻を回遊させるような仕掛けが求められる。

- 社会実験実施期間中、来街者数が4割強の増加を示したものの、個店アンケートでは、来店者数や売上げが通常と変わらないとの回答が7割～8割を占めており、今後の取組みを実施する場合の大きな課題といえる。

　　しかし、人通りが増えることは、来店の可能性が拡大するとともに、店の存在を多くの人にアピールすることにもなり、これを個店の売上げの増加につなげるためには、来街者が個店に入店しやすい店の雰囲気づくりやニーズに合わせた魅力的な商品の品揃えなどの取組みを積極的に展開していくことが重要である。

　　今回の賑わい実験では、客層やターゲットを絞って実施したわけではないので、来街者の回遊性が高まり人通りが増えたものの、必ずしも個店への入店には結びつかなかった。今後の取組みとして、例えば、客層やターゲットを絞り、それに合ったイベントを企画・実施すれば効果があると考えられる。

3. 今後の取組みに向けて

- 交通社会実験、賑わい社会実験ともに来街者から高い評価を得られたことで、公共交通機関の充実、歩行者優先の空間創出、賑わいの各種イベント等を同時に開催し、「人」中心の歩いて暮らせるまちづくりを推進していけば中心市街地の賑わい創出の可能性を見いだせることを示した。
- 今後、具体的に「歩いて暮らせるまちづくり」を推進していくためには公共交通機関の利便性向上が不可欠であり、利用者のニーズに対応したルート設定、道路・路線バス・電車・タクシー等を含めた交通機関相互の連携のあり方について総括的な検討が重要である。
- また「なぜ歩いて暮らせるまちづくりなのか」という理念を広報するため、今回の取組みやイメージ等を含めて、広範囲な広報・啓発を行うとともに、可能な取組みについて継続し、その体験を通じて、理念を共有化していくことが重要である。
そのため、「歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり」「環境への負荷の少ない持続可能なまちづくり」の必要性について理解を深めるためのセミナーの開催や広報媒体を活用した啓発活動を推進することが必要である。
- イベントの企画にあたっては、例えば郡山駅前大通りのコンセプトである「街は劇場」を意識した内容で統一感を持たせるなど、来街者に対するアピール性に配慮することも重要である。
また、歩道を含めた道路空間を有効に利活用して、まちなかでの賑わい空間づくり取り組むことも重要である。
- イベントの実施については、来街者をできるだけ回遊させリピーターを増やすために、複数の商店街で連携・協力し、定期的を開催することが効果的と考えられる。
そのためのマンパワーとして、地元商店街の方々はもちろん、市内の学生・生徒や地元で活動している演奏家、農業者グループ、NPO 団体など、多様な主体の協力・参加により開催することが効果的であり、さらに、社会実験運営委員会の設置によってできた関係機関のネットワークを活用していくことにより、持続可能な取組みに発展するものと期待できる。
- 賑わいイベントの充実を図るため、例えば、まちなか青空市場やまちなか足湯などの出店者へのインセンティブとして、道路使用許可申請、臨時営業許可申請等、各種の届出・申請手続きについて、出店者の負担軽減策等の検討が望まれる。
- このようなことから、地元商店街、交通事業者、土地および建物所有者、地域住民等が主体的・積極的に取り組むとともに、その取組みに対して行政機関が必要な支援を行うことが重要である。そのためは、今日の人口減少社会や急激な高齢化の進行を踏まえ、関係者間の十分な話し合いを通じ、「歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり」「環境への負荷の少ない持続可能なまちづくり」の理念を共有化し、継続的かつ一体的な取組みが求められる。