

子育て世代の利用実態調査に基づく 商店街活性化方策の提案 ～三重県松阪市を対象として～

名古屋大学大学院環境学研究科 三室 碧人

名古屋大学大学院環境学研究科 伊藤 圭

名古屋大学大学院環境学研究科 川口 暢子

Proposal of Shopping Street Revitalization Plan
Based on the Use of Shopping Street by Child-Rearing Generation
-Case Study of Matsusaka City -

Aoto MIMURO

School of Environmental Studies, Nagoya University

Kei ITO

School of Environmental Studies, Nagoya University

Nobuko KAWAGUCHI

School of Environmental Studies, Nagoya University

Abstract:

Revitalization of shopping street is one of the inner city problem discussed in Japan long period. Many measures are proposed mainly focused on old people or visitors, but the measures focusing a settled layer of next-generation "child-rearing generation" has not been proposed. This study presents the shopping street revitalization plan focusing on the needs and awareness of child-rearing generation. For the purpose, hearing survey was conducted in case study area and the needs for shopping street about the services and facilities are identified. We design a revitalization measures based on the need of residents.

Keywords: *Shopping Street Revitalization, Child-Rearing Generation, hiring survey*

著者連絡先 三室 碧人
〒464-8603 名古屋市千種区不老町
C1-2(651) 名古屋大学工学研究科
E-mail: amimu@urban.env.nagoya-u.ac.jp

1. はじめに

1-1 商店街衰退の全国的課題

商店街を取り巻く環境は、1960年代から加速し始めた急激な経済成長に伴う自動車利用の進展（モータリゼーション）や、大規模小売店舗立地法の改正に伴う大型ショッピングセンターの郊外立地の加速などにより、大変厳しい経済環境に置かれている。また近年は、インターネット利用の急速な発展に伴い、購買方法の多様化が進み、商店街へ足を運ぶ機会も減少傾向にあるとされる。これらの要因により、地方都市では中心市街地の消費場所としての魅力が低下し、居住地の郊外化も相まって中心市街地の人口が減少するメカニズムの発生が考えられる。これらの状況を改善するために、長年に渡り全国の商店街において活性化事業が取り組まれてきている。

中小企業庁では、「商店街活性化に係わる事例報告書(H18年)」や「がんばる商店街 77 選(H18年)」の紹介を行うなど、事例紹介を通じた商店街活性化ノウハウの共有を行っている。また、国土交通省によれば、「商店街の来訪者増加方策として、「イベント・共同宣伝事業」や「アーケード、街路灯、トイレ等の設置・管理」が7割を占めるとされる。これらの事業を通じて、消費者ニーズの確保も行われており、実施している地域では、実施していない地域に比べて来訪者増加の割合が大きいとされる」。他方で、これらの活性化事業に共通する課題として、ターゲットが不明確である点があげられる。特に、単発のイベント事業などは長期的な定住可能性を向上させることは容易ではなく、まちの人口減少という構造的要因への対応には不十分である。そのため、ターゲットとする世代別に提供すべきサービスを詳細に検討することが求められる。

1-2 商店街・市町村の持続可能性から考える「パパ・ママ世代の重要性」

今後の商店街のサービスとしてテーマになるのが、「高齢者世代に焦点を当てた消費場所の提供」である。高齢者に焦点を当てるメリットは、これから世代人口が増加すること、貯蓄額が多く、他世代と比較しても消費可能性が高いことが上げられる。しかし、10年

すれば消費世代が急減し、10年後にも同じ議論をする必要性が生まれることが懸念される。本研究では「10年後も、20年後もにぎやかであり続ける商店街」であるためには、「子供・孫たちが商店街を歩く雰囲気こそ大切である」と考える。高齢者世代という限定的な購買層をターゲットにするのではなく、常に新たな世代が商店街へ流入する仕組みを検討することが求められる。この視点は、市町村の持続可能性という観点からも整理できる。例えば、若い世代の継続的な流入は新たな購買層を市町村内に取り込むことになり、住民税などの租税収入増加をもたらす。また消費が活性化すれば、不動産価格が上昇し、それらが面的に拡大をすれば地価の上昇をも期待され、市町村としては固定資産税収入などの増加をもたらす。

上記の循環を生み出すためには、「消費の活性化」が不可欠である。そのためには、若い世代の中でも、特に消費が旺盛であり定住可能性があるという観点から、「子育てをする世代（本研究では、パパ・ママ世代と呼ぶ）」の興味関心を商店街に引き付けることが重要となる。パパ・ママ世代が子供を連れて商店街へ来ることで、叔父・叔母が子供・孫のためへの消費を増加させることも期待され、高齢者層の貯蓄を子供・孫へ消費という形で移行する可能性も考えられる。

1-3 本研究の目的

本研究では「パパ・ママ世代」に焦点を当て、パパ・ママ世代が商店街に望むモノ・コトをアンケート及びヒアリングから抽出することで、商店街の提供サービスを検討し、商店街のあり方を模索することを目的とする。2章では、松阪市商店街の概要とこれまでの取り組みについて述べる。3章では、2009年、2011年に松阪市が行ったアンケート調査を用いて松阪市民の市街地・商店街に対するニーズ把握を行う。4章では、三重県松阪市において希望する業種・サービス・施設を保護者、商店主、住民、高校生へのヒアリングによって把握する。5章では、4章で得られた結果に基づく商店街活性化方策の提案を行う。

2. 松阪市商店街の概要とこれまでの取り組み

2-1 商店街の概要

本研究では、JR 松阪駅・近鉄松阪駅の西側駅前にある松阪市商店街を対象に活性化方法を検討する。松阪市商店街は 6 つの振興組合から形成され、駅前から東西に延びる 1) 松阪駅前ベルタウン、2) しんまち商店街、南北に延びる 3) よいほモール、4) パティオひの街、5) みなとまち通り、6) ゆめの樹通りである（図-1）。



図-1 松阪市商店街と 6 つの振興組合

2-2 松阪市商店街における近代化事業の変遷

商店街に關係する道路やまちの近代化事業、及び大規模商店の開店・閉店の変化は次のようになる。

平成 2 年に高速道路の松阪インターチェンジが開通し、県北部からの自動車交通の利便性が向上した。平成 4 年に食料品を中心としたスーパーマーケット・オークワが閉店したが、翌平成 5 年にはカリヨンビルが開店し、平成 6 年には日野町から湊町までの道路整備に代表される近代化事業が完成し、自動車の対面通行が可能となった。その後、平成 9 年には平生町も近代化事業が行われた。その後、モータリゼーションの加速も進展する状況下で、平成 13 年に郊外の大型ショッピングセンター・イオンモール明和が開店するなど、平成 18 年に松阪駅近接の三交百貨店が閉店し、駅周辺および商店街において消費する場所が激減した。その結果、図-2 に示すように空き店舗は増加し、さらに図-3 が示すように商店街内における自動車交通量が増加し、歩行者が減少するため、各商店への利用者は一層減少する悪循環に陥っていると考えられる。

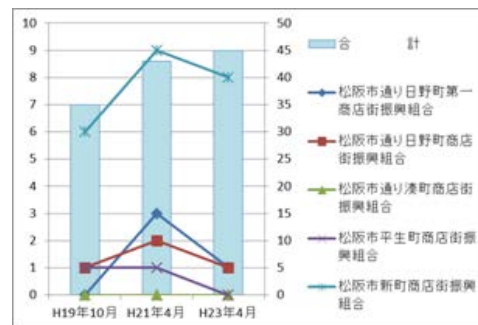


図-2 組合別・空き店舗数の変化



図-3 商店街の経年交通量調査結果

2-3 商店街活性化事業の取り組み

松阪市では長年に渡り独自の商店街活性化事業を継続して取り組んできている。近年の活動内容例として、「松阪まちなか再生プラン」、平成 17 年度商店街競争力強化推進事業の一環で三重中京大学地域社会研究所によって実施された各種調査「第二創業元年事業」、平成 20 年度中心市街地活性化コンセンサス形成事業の一環で実施された「中心市街地に対する若い世代の意識調査」などがあげられる。

特に、「松阪まちなか再生プラン」の策定においては、

平成 19 年 5 月には中心市街地活性化に関する市民アンケートを実施、同年 8 月には「松阪市中心市街地活性化検討会」が設置、平成 20 年 2 月には「松阪市中心市街地活性化骨子案」が作成されるなど、住民を巻き込んだ取り組みが進展してきている。その後も、中心市街地活性化法に基づく認定基本計画の策定を目指し、「松阪市中心市街地活性化基本計画策定委員会」を設置し、松阪商工会議所が中心となって組織される「松阪市中心市街地活性化実行委員会」との意見交換も行

いながら進めたが、結果的に国への認定申請は見送られた。そして、平成 21 年に「松阪まちなか再生プラン」が作成され、市民、商業者、各種団体、行政等が、“みんなで考え、みんなでつくる”をまちづくり指針として、3 年間を目処に実施するアクションプランとしてまとめられた¹⁾。

3. 松阪市住民の商店街に対する意識

3-1 市民アンケート概要

松阪市まちなか再生プラン（以下、再生プラン）の策定に当たっては、事前に 3 回のヒアリング（「中心市街地市民意見聴取会」）が実施されプランニングに意見が反映されている。各ヒアリングでは、以下の意見収集項目に対してアンケート調査がされた^{2)~4)}。

- 1・松阪駅を中心とした中心市街地のあり方
- 2・居住環境の向上と歴史文化を活かしたまちなみ整備、松阪駅周辺の整備
- 3・中心市街地整備イメージ

第 1 回の聴取会では、市街地再生に関する大まかな意見が徴収され、具体的な活性化方策の検討、再生プランの検討につながられている。また、再生プランによる取り組みが進んだ平成 20 年には、その評価と今後の中心市街地の街づくりについて、再度アンケート調査が実施されている⁵⁾。

3-2 アンケート結果と活性化のヒント

（1）松阪駅周辺・商店街の現状に対する意識

意見聴取会では中心市街地、商店街の現状に対する意見が徴収されている。また、再生プランの評価アンケートにおいても、市街地に対するイメージが調査されている。表-1 に意見聴取会での主な意見を示す。

現状把握に関しては、事前のアンケートでは、郊外店舗が発達した結果として中心市街地の商業機能が低下してしまったという点を市民が実感していることがわかる。その結果、中心市街地は楽しくない、車で行くのに便利でない、魅力、活気が感じられない場所であると認識されている。また、活性化の活動については、商店主が知恵を出し合うべき、といったように、商店街が自主的に行動を起こすべきだと考える市民が

表-1 松阪駅周辺・商店街の現状に対する意見²⁾

現状認識について
・郊外の大型店舗に出かける人が多く中心市街地は廃れていると感じる。 ・郊外に大型スーパーが出来ており、中心市街地に客は戻ってこないのではないか。

商店街の取り組みに対する意見

- ・商業（商店街）の活性化（発展）には、経営者自体が根本から考え直していただきたい。
- ・商売をしていくのに、環境が悪ければ駅前に固守せずに郊外へ出て行って商売すればよい。

表-2 松阪中心市街地の在り方に関する意見^{2), 3)}

中心市街地の位置づけに関する意見
・松阪の中心がなぜ松阪駅なのか？ ・市街地整備や活性化を考える前に、市街地の活性化の目的は何であるかを考えるべき ・観光都市にしたいのか、商業都市にしたいのか？ ・中心市街地の二極化、松阪駅前に加えて近鉄伊勢中川駅前も副都心として考えていくべき

市街地活性化方法の提案

- ・松阪に訪れた人が楽しいまち
- ・来訪者におもてなしができる人・まち
- ・回遊性が高く、人が集まる仕掛け
- ・祇園祭等のイベントを利用し相乗効果が出るまちづくり
- ・寺社等の歴史建物を観光資源とした開発、
- ・コンパクトシティ化
- ・歩いて買い物ができる町

多いことがわかる。

（2）松阪中心市街地の在り方に関する意見

中心市街地市民意見聴取会の各回のアンケート調査では、市街地のまちづくり全般に対する意見が調査されている¹⁾。その回答内容は、大まかに①中心市街地の位置づけに関する意見、②市街地活性化方法の提案、に大別できる。主な意見を表-2 にまとめる。

以上の意見からは、以下の 2 点が読み取れる。一点目は、市街地活性化事業に対して市民から少なからず疑問視されている点であり、単に集客を行うのではな

く中心地としてのコンセプトを設定する必要があると考えられる。2 点目として、市民が考える活性化方策であるが、方向性としては、「歴史的な街並みを生かし、歩いて周遊できるまちづくり」が見いだされる。

本研究では、対象とする「パパ・ママ世代」が市街地に居住する際、必要と考える要素を聞き取り調査することで、今後の市街地活性化方策を検討する。

4. 聞き取り調査

4-1 調査概要

本調査では、「パパ・ママ世代」を「就学前の子どもを持つ保護者」と定義した。買い物に対する利用者ニーズの情報収集を目的に、聞き取り形式による調査を行った。主な質問事項は、「買い物に行く際にあると嬉しい施設・サービスについて」、「商店街の利用状況」である。調査フローを図-4 に示す。

まず、第1回聞き取り調査では、中心市街地を利用する3世代の比較を行った。利用者のニーズを広く把握するため、高校生、就学前の子どもを持つ保護者、高齢者へ、商店街へ求められる項目について

聞き取りを行うことで、3世代幅広い意見を整理した。調査概要を表-3 に、調査時の様子を図-5 に示す。次に、第2回聞き取り調査では、3世代の幅広い意見をもとに、更に詳細なニーズを把握するため、就学前の子どもを持つ保護者に対し聞き取りを行った。調査地は松阪市子育て支援センターとし、移動手段や買い物認識の違いを把握するため、調査地を商店街近隣に立地する子育て支援センター「ふれんず」（松阪市西之庄町、松阪市中心市街地まで徒歩約10分の場所に立地）と、商店街から離れた位置に立地する子育て支援センター「げんきっこ」（松阪市小津町、松阪市中心市街地まで自動車利用で約20分の場所に立地）の2か所を選定した。手法は対面方式で、商店街についてはその利用状況を、「商店（飲食店）」「駐車場から商店までのアクセス」「駐車場」については、子どもと買い物に行く際に、あると嬉しい施設・サービスについて、計10名に聞き取りを行った。調査概要を表-4 に、調査時の様子を図-6 に示す。

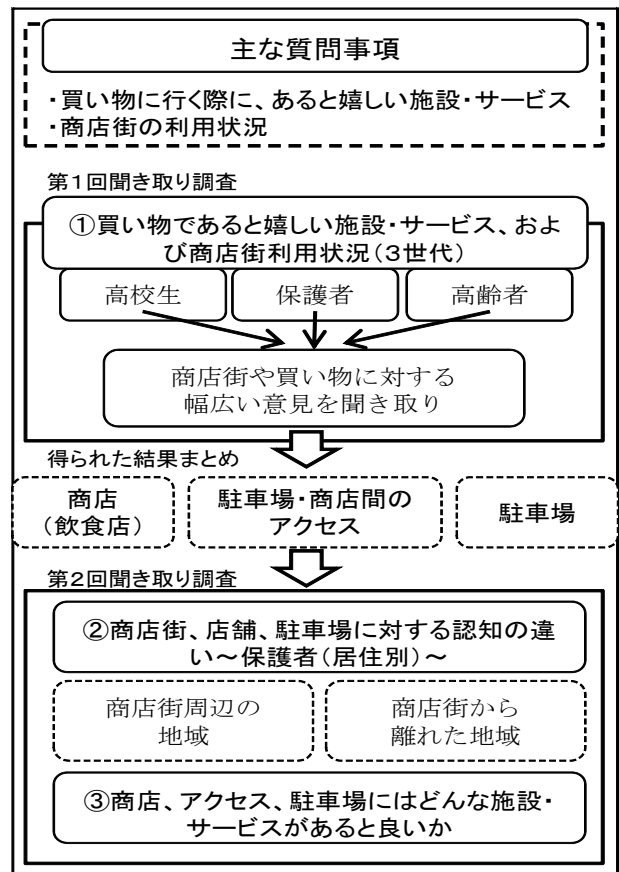


図-4 聞き取り調査フロー

4-2 買い物である嬉しい施設・サービス、および商店街利用状況（3世代）

中心市街地を利用する3世代の聞き取り調査（第1回聞き取り）から得られたコメント（抜粋）は下記の通りである。

◆保護者：勤務先からスーパー、保育園という行動スタイルが多い。子どもを連れて歩くのは大変なので駐車場から店までの間（アクセス）が移動しやすく、安全で、楽しい歩行空間だと良い。

◆高齢者：家族数が少ないため、外食が増えた。食事ができる店や、調理された品を持ち帰ることのできる店がもっと増えると嬉しい。

◆高校生：親や友達と出かける場所は主にスーパーやショッピングセンターで、商店街にどのような店があるかを知らない。入ったことのある店は楽しかったが、外からはどんな店なのかわかりにくい。

表-3 第1回聞き取り調査概要

調査対象	高校生	保護者	高齢者
日 時	2012/11/15	2012/11/14	2012/11/15
場 所	松阪工業高校	松阪第一保育	カリヨンビル

方法：対面方式ヒアリング 人数：計21名



図-5 第1回聞き取り調査の様子

3 世代の回答をまとめると、「商店（飲食店がほしい）」、「駐車場から商店までのアクセス（安全・快適・楽しく）」、「駐車場（最寄店までの近接性・駐車場の有無）」として整理できる。第1回聞き取り調査の結果に基づき、第2回聞き取り調査では、「商店」「アクセス」「駐車場」というキーワードを用いて、保護者にターゲットを絞った詳細調査を行った。

4-3 商店街、店舗、駐車場に対する認知の違い～保護者（居住別）～

3 世代への聞き取り調査で得られた結果を踏まえて、就学前の子どもを持つ保護者に対象を絞り調査を行った。聞き取り調査シートの例を表5に示す。聞き取り調査の結果、施設の位置によって商店街に対する認知、利用する店、駐車場利用の特徴に違いがあることが明らかとなった。「ふれんず」は、中心市街地近隣に位置し、商店街に対する認知がある。主な商店街利用の利用状況は、菓子店の利用が多く、「友人・知人宅へ訪問

表-4 第2回聞き取り調査概要

調査対象	保護者（子育て支援センター）
日 時	2012/11/30 2012/12/1
場 所	ふれんず げんきっこ （松阪市西之庄町）（松阪市小津町）

方法：対面方式ヒアリング 人数：計10名



図-6 第2回聞き取り調査の様子

する際に和菓子を購入するため」という回答が最も多く得られた。駐車場への認知度は低く、路面駐車場は危険な印象があるが、敷地内駐車場は常に空いている状況ではないため、駐車場の広いスーパー等に行くことが多いとの回答が得られた。このことから、商店街近隣の地域では商店街への認知があり、主な店舗利用は菓子店であるが、子どもを連れて行きやすい駐車場が不足しており、また既存駐車場への認知度も低いと言える。

一方、「げんきっこ」は、中心市街地から離れており、利用者は転入者が多い事が特徴である。商店街への認知が少なく、商店街利用についてはどんな商店があるか全く知らないという回答が多く得られた。商店街近隣の駐車場に対する認知はなく、頻繁に利用する店はロードサイド店という回答が多かった。このことから、転入者が多く商店街から離れた地域では、商店街への認知度が低く、よって店舗利用及び駐車場利用は無いという結果であった。ショッピングセンターやロード

サイド店を主に利用するという意見が特徴的であった。

4-4 商店、アクセス、駐車場にはどんな施設・サービスがあると良いか

表-6 は、「商店」「アクセス」「駐車場」というキーワードに対し、就学前の子どもを持つ保護者の立場から見た商店街に求められるものをサービス・設備の別にまとめた結果である。

◆商店（飲食店）：サービスでは、「禁煙」「騒いでも良い」「ベビーカー貸出」が挙げられる。

設備では、「座敷席」「ベビーチェア、授乳室、子どもトイレ」「ベビーカーが置けるスペース」が挙げられる。昨今では「ベビーチェア、授乳室、子どもトイレ」が設置されている店舗が増えているが、「座敷席」がある店舗は少ないという意見が多く得られた。また、ベビーカーが置けるスペースが確保されていない場合が多いという意見もあった。

◆駐車場から商店までのアクセス：サービスでは、「食べ歩き」が挙げられる。商店街では店先で買って食べ

ながら歩くことができる店舗が少ないという印象が強い。イベント時だけでなく日頃から松阪牛などの名産品を食べ歩きで気軽に楽しむことが出来れば、家族連れで訪れて歩いて楽しむことができるという意見があった。また、店の魅力が道路上からはわかりにくく、入りにくい印象を持つという意見も得られた。

設備では、「屋根つき通路」「バリアフリー」「花壇・遊具などの子どもが楽しめる施設」「駐車場と商店の近接性」が挙げられる。特に、駐車場から商店までの近接性は近いほど良いが、ベビーカーを利用せずに抱っこした状態で歩く際は約 3～5 分が限界であるという意見が多く得られた。子どもが歩ける場合、花壇や遊具など、子どもが楽しめる施設があると、子どもが嫌がらずに店舗まで歩いて行けるという意見が得られた。また、子どもの車道への飛び出しに対する不安があるという意見が得られた。

◆駐車場：サービスでは、「ショッピングカート貸出」が挙げられる。独立した店舗が並ぶ商店では子どもを連れて、荷物を持ち運ぶことが難しく、駐車場又は店

表-5 第2回聞き取り調査結果の例

子育て支援センター ふれんず（11/30）								
質問	解答者1		解答者2		解答者3		解答者4	
	平日	休日	平日	休日	平日	休日	平日	休日
店の名前	徒歩で行けるスーパー	ショッピングモール	マックスバリュ	マックスバリュ	ぎょうとら(スーパー)	ぎょうとら(スーパー)	ぎょうとら(スーパー)	
どうやっていくか	ベビーカーor自転車	夫が運転する車	車利用、5分程度	車利用、5分程度	車利用、5分程度	車利用、5分程度	自転車	
飲食店	口コミで人気の店(東店 格好工場に併設している お店のランチとか)			チェーン店、回転ずし(幹線 道路沿い)	子どもが小さいので外食 はしない	子どもが小さいので外食 はしない		こうなく ※たばこがある店はいか ない。
誰と・ 頻度	友達の手で行く							
何が良 いか	お座敷、ベビーチェア、ベ ビーカーの置けるスパー スがある			駐車場が便利			お座敷がある。子どもが いることに店主が気をき かせてくれる	
物販店	平日は行かない(荷物が多 く子ども2人ほふり)	ショッピングモール	平日は買わない	ユニクロ、アビタ、マーム 遠くへ外出した時に買い物 をする			むらさき(化粧品)	
子どもと出かける 際に必要と思う設 備・サービス	屋外 段差がない歩行空間 公園では手洗いでできる場所が欲しい				駐車場に屋根がついている		駐車場の近さ、広さ。	
屋内			イオンにあるような、子どものための広場(木でつく った植栽車、子どもが乗れるサイズが人気)		おむつ替え、授乳室、ベビーカー貸出		レジの店員さんのサービス(カゴを運ぶのを手振って くれるか?など)	
駐車場の利用しや すさ	駐車場と店の距離、所要時間 (限界)	ベビーカーがあればそんなに苦でない。抱っこでは5分		途中が公園などで、遊びながら店までいく事が出来たら 多少は長くても良い。抱っこでは5分	ベビーカーがあれば歩ける。抱っこでは3分もきつい		近い方が良い。徒歩3分。(1-2歳の子供だと、10 分くらいかかる)	
どのような駐車 場が良いか	駐車スペースは広い方がいい(荷物やベビーカーの 出し入れ)、ベビーカーの貸し出しサービスがあると いい				子どもを連れていけると道路での駐車が危なく思える		乗り降りが楽、広いスペース、明るい。	
駐車場から店まで の空間	子どもが小さいので公園はまだいい。近所 に遊ぶ公園がない。段差がない歩行空間が良い						自転車と自動車があると、子供と一緒に歩くのは大変	

舗に共通のショッピングカートを貸し出せるサービスがあれば利用しやすくなるのでは、という意見が得られた。

設備では、既存の平面及び立体駐車場の位置に対して認知度が低く、路面駐車場への認知度が高かった。路面駐車場では、店舗へのアクセス性が高いことが評価される一方で、子どもを連れた乗降時の安全性が懸念される意見も多く、道路上ではなく敷地内に駐車場があり、ベビーカーの出し入れが安全に行えるよう広い駐車スペースが確保されると良いという意見が得られた。

5. 調査を踏まえた提案

「子育てタウン～子ども・孫に優しい商店街を目指して～」

聞き取り調査から得られた意見から、パパ・ママ世代が快適に市街地を利用するために重要と考えられる買い物環境について、駐車場・アクセス・商店（飲食店）をキーワードに提案を行う。全体のイメージを図-7に、「駐車場」「アクセス」「商店」に関するシーンを図-8に示す。

5-1 シーン1：駐車場（車から降りる）

提案：子どもの安全な乗降に配慮し、敷地内に駐車場を設置する。ベビーカーの出し入れがし易いよう、駐車スペースは広く確保する。

実現に向けて：パパ・ママ世代が店舗まで移動しやすい距離に立地しているかどうか、広々とした駐車スペースの確保が可能かどうか検討する必要がある。

5-2 シーン2：アクセス（店まで歩く）

提案：駐車場から店舗までの歩行空間には、花壇・植栽や遊具などを設置し、子どもが楽しみながら歩いて店舗へ行くことができ、かつバリアフリーな歩行環境を提供する。

実現に向けて：各店舗の特徴を歩行空間に表出し、店舗内との連続性を出すことで、歩いていて楽しい歩行環境が得られる。現状では空き店舗や空き地、駐車場、業態の違う店舗が集積していること理由から、

各店舗が接する歩道部分だけに対応するだけでは連続性は保ちにくい。商店街全体で連続的な演出の工夫を検討していく必要がある。

5-3 シーン3：商店（飲食店の場合）

提案：ベビーチェア、子ども用トイレ、授乳室、座敷席、絵本や遊具を設置し、ベビーカー設置スペースを確保することで、パパ・ママと子どもが安心して集う事ができる環境を提供する。

実現に向けて：改装が必要となる設備の設置実現はすぐには難しい面も多いかもしれないが、現在の商店街の特徴を捨てず、活かすと考えれば、より機能的で個性ある店舗となる。例えば、1階が店舗、2階が住居であった例が多い点や、古くからの飲食店では、靴を脱いで上がる形式の店も少なくない。そのような、靴を脱ぐという特徴はパパ・ママ・子どもにとっては居心地の良い空間と考えられ、活用が可能である。

5-4 シーン4：グルメ・歩道空間の活用

提案：聞き取り調査から得られた意見では、高齢者からは、食事ができる店や、調理された品を持ち帰ることのできる店が便利であるという意見が出された。高校生からは、通学路であっても、商店街にどのような店があるかを知らず、外から店の魅力が分かるような工夫が欲しいという意見が出された。保護者からは、イベント時だけでなく日頃から松阪牛などの名産品を食べ歩きで気軽に楽しむことが出来れば、家族連れで訪れて歩いて楽しむことができるという意見が出された。そこで、歩道空間へ連続的に持ち帰り用の小型食品店を設置したり、カフェテラスを設置するなど、歩道空間を商店街全体で活用可能な空間とすることが出来れば、商店街の賑わいや連続性の創出が可能となるのではないだろうか。

実現に向けて：歩いて楽しい歩行空間の創出には、連続性が必要と考えられる。各店舗の正面のみならず、歩行空間を商店街全体で共有しながら活用することが必要ではないだろうか。また、商店街内に留まらず、積極的に歩行空間を活用したい団体を誘致する事も考えられる。一方で、商店街全体で歩行空間を活用する際には、治安維持や団体を取りまとめる組織（行政や



図7 全体イメージ

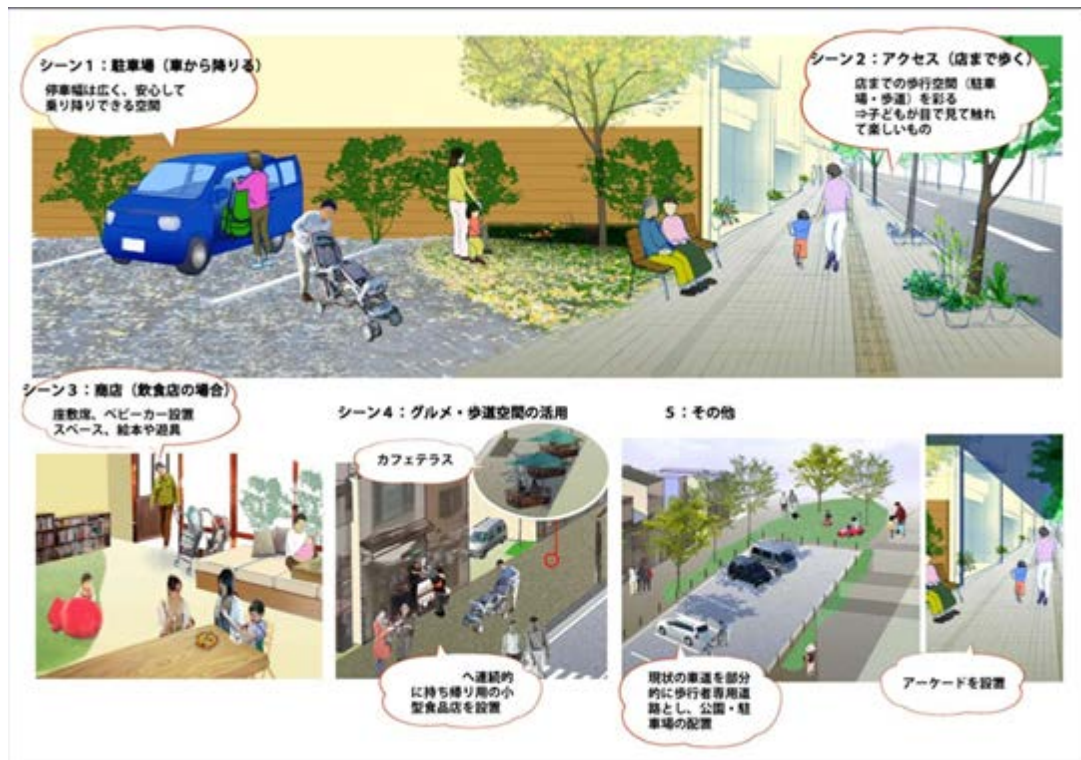


図8 「駐車場」「アクセス」「商店」に関するシーン図

専門の団体など)が必要である。また、歩道空間は本来通行を目的としているため、基本的には、通行以外の歩道空間の使用には道路交通法により許可が必要である。実際は、通行上の安全性が最優先であるため、歩道空間の活発な活用を促進するためには課題も多い。

5-5 シーン5：その他

提案：聞き取り調査から得られた意見では、ショッピングモールやスーパーの利便性について評価する内容も多く見られた。例えば、就学前の子どもを連れての外出は、車道への飛び出しの心配があるほか、寒暖の厳しい季節や悪天候時の買い回りは大変であることが挙げられる。現状の車道を部分的に歩行者専用道路・公園化したり、駐車場を適切な位置・規模で配置することが望ましい。また、駐車場から店舗までの間にアーケードを設置することすることも考えられる。

実現に向けて：こうしたインフラ整備には、課題が多く存在している。例えば、現状の車道を歩行者専用道路とするためには適切な交通計画の検証が必要である。敷地内駐車場の位置・規模の再編には、現行の駐車場に加え、既存建物の建て替えに応じた空地の中長期的な利活用計画が求められる。また、アーケード設置については、長期的な管理運営の仕組みづくりが求められる。

引用文献

- 1) 松阪市(2010)：松阪まちなか再生プラン
- 2) 松阪市(2009)：第一回中心市街地市民意見聴取会報告書
- 3) 松阪市(2009)：第二回中心市街地市民意見聴取会報告書
- 4) 松阪市(2009)：第三回中心市街地市民意見聴取会報告書
- 5) 松阪市(2012)：松阪まちなかまちづくり市民アンケート
- 6) 道路交通法（昭和三十五年六月二十五日法律第百五号）