

道路空間活用実験「ふらっと大門・丸之内」

検証結果報告【概要版・大門エリア編】

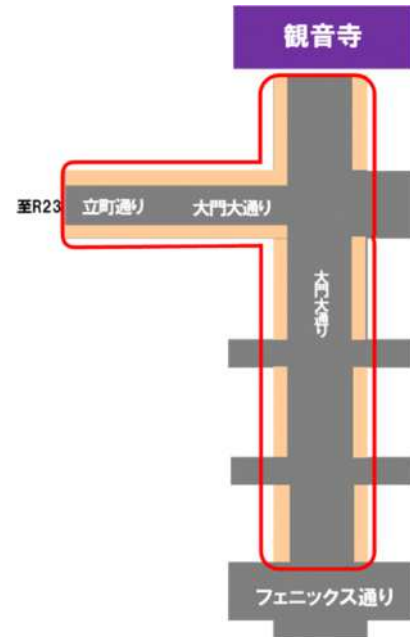
令和6年2月22日 エリアプラットフォーム「大門・丸之内 未来のまちづくり」

【目次】

- I. 実験実施の概要 1
- II. 各種調査結果 3
- III. 結果総括 8

I. 実験実施の概要

1. 実施日時 令和5年11月7日（火）～13日（月）午前10時～午後2時（金・土は午後5時～9時も実施）
2. 実施場所 立町・大門大通り商店街道路
3. 検証内容
 - (1) 恒常的な賑わい創出の可能性の検証
 - (2) 道路空間の将来的なあり方の検証
4. 実験目的



(1) 恒常的な賑わい創出の可能性の検証
 イベント時等の一過性の賑わいは十分あるが、課題は、**平日の恒常的な人の流れの不足**

大門・丸之内地区の**勤労者**など、地区で活動する多くの人のまちなかへの**回遊・滞留を促す取組**を実験的に実施

地区で活動する多くの**人による恒常的な人の流れや賑わいの創出の可能性、事業ポテンシャルの有無**を検証

(2) 道路空間の将来的なあり方の検証
通りの魅力を損なわない将来的な道路空間のあり方を検討

5. 期間中の気象状況

日付	11月7日	11月8日	11月9日	11月10日	11月11日	11月12日	11月13日
曜日	火	水	木	金	土	日	月
昼夜	昼	昼	昼	昼 夜	昼 夜	昼	昼
天気	曇り	晴れ	曇り	雨 雨	曇り 曇り	曇り	晴れ
気温	20.5℃	19.3℃	19.0℃	17.7℃ 17.8℃	16.6℃ 13.5℃	14.5℃	13.0℃
風速	3.5m	3.5m	1.5m	2.7m 1.9m	6.8m 5.0m	0.7m	8.6m

※気象庁のデータによる。昼は正午、夜は午後6時の状況。
 前半は過ごしやすい気候であったが、金曜日に雨となったほか、後半は気温が下がり、風が強く、外出・滞留するには厳しい天候が続いた。

6. 実施概要

仮想的に、

○日常的な賑わい空間を創出

○将来的な道路空間の姿を創出

1週間連続して実施し、平日の状況を中心に検証

- (1) 道路上にキッチンカー・出店ブースを設置
- (2) 沿道店舗による店先空間の活用
- (3) 道路上にテーブル・イス・芝生等を設置し、滞留空間を創出
 - ・テーブル・イス・パラソル等は、木目を基調とし、高質な雰囲気 연출
 - ・ブース等を設置しつつも、区分された広い歩行空間に留意
- (4) 車道空間を仮想的に創出（車道空間体験ゾーン）
 - (ア) 白線を引き、道路中央に実車両を配置
 - (イ) スラローム化した車道を演出
 - (ウ) 新モビリティである電動キックボードの体験試乗

魅力的な商業施設を仮想的に創出

(5) 学生企画等のイベント

- ①学生による企画「津観音 市」（土・日曜日）
 観音寺内において、古着フリーマーケットやセレクトショップを出店
- ②津レトロキーホルダーのプレゼント（土・日曜日）



未来ビジョンに描く道路のイメージを創出

7. 実験の状況

- (1) 道路上にキッチンカー・出店ブースを設置
 - ・魅力的な店舗が並ぶ空間を仮想的に創出
 - ・日常的に道路空間を活用する姿の演出

キッチンカー21 店舗
 出店ブース 26 店舗

計47店舗 延べ95店舗出店



(2) 店先空間の活用

沿道店舗が店先に販売ブース・ベンチ等を設置し、道路空間を活用

14 店舗が実施



(3) 滞留空間の創出

道路上にテーブル・イス等を設置し、日常的な滞留空間を創出

- ・テーブル・イス・パラソル等は、木目を基調とし、高質な雰囲気を演出
- ・ブース等を設置しつつも、広い歩行空間を確保



▲広い歩行空間と滞留空間

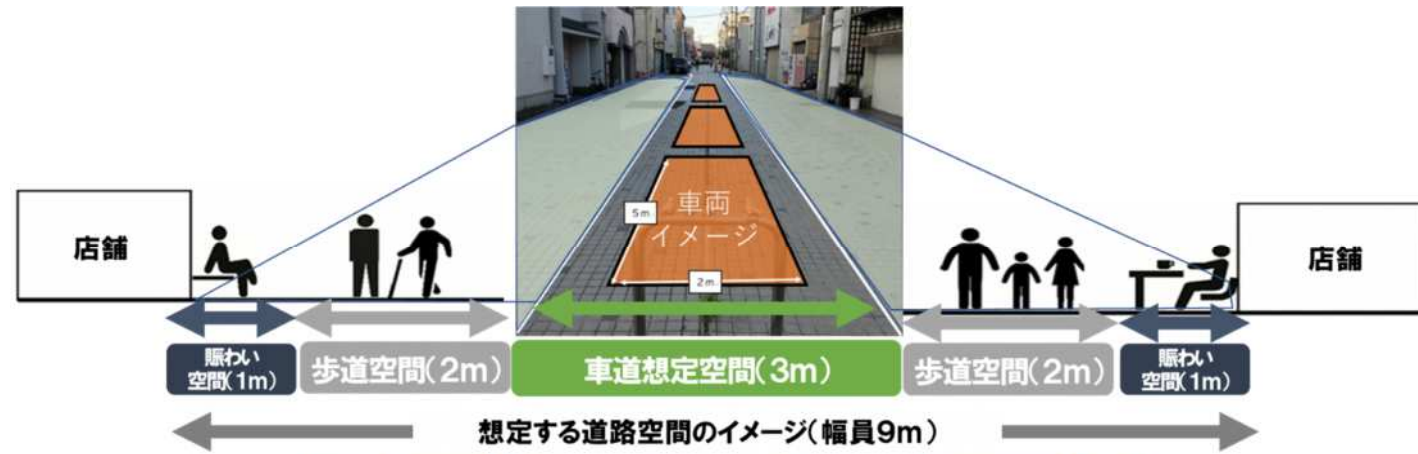
▲道路上で飲食を楽しむ来場者



▲土日は、道路中央に芝生やキャンプチェアを設置

(4) 車両通行イメージの創出 (車道空間体験ゾーン)

①白線を引き、道路中央に実車両を配置



協力: 三重トヨペット株式会社、三重トヨタ自動車株式会社

②スラローム化した車道を演出

道路中央に3m幅でポールを設置し、その両側に店舗が並ぶ空間を創出



▲3m幅でスラローム上の道路を演出



▲左右にキッチンカーを配置

③新モビリティである電動キックボードの体験試乗 (日曜日)

車道を想定した空間に、新モビリティである電動キックボードが走行



▲仮想の車道空間で走行体験



実施主体: 三重県警察、株式会社シティツアーズ

(5) 学生企画等のイベント

①学生による企画「津観音 市」(土・日曜日)

観音寺内において、古着フリーマーケットやセレクトショップを出店し、観音寺と道路の連携を実施



▲観音寺境内で実施



▲夜間は、観音寺のライトアップ



協力: 恵日山観音寺大宝院

②津レトロキーホルダーのプレゼント (LINE登録の促進: 目標600件のLINE登録を達成) (土・日曜日)



II. 各種調査結果

1. AIによる画像解析
2. スナップショット調査結果
3. 来場者へのアンケート調査
4. 来場者へのヒアリング調査
5. 出店者へのアンケート調査
6. 沿道店舗へのアンケート調査
7. 周辺企業へのアンケート調査
8. GPSデータ分析

1. AIによる画像解析（協力：中部電力株式会社、中電クラブ株式会社）

(1) 調査概要

歩道の通行量の変化、来場者数をAIによる画像分析により調査した。

(2) 調査目的

実験期間内外で歩行者（自転車、人等）量の変化を調査し、実験により歩行者量は変化するのかを調査した。

(3) 調査項目

歩道の通行量の変化

(4) 調査日時

①甲子堂前

通常時 11月14日（火）から20日（月）10:00~14:00、17:00~21:00

実験時 11月7日（火）から13日（月）10:00~14:00、17:00~21:00

②津観音南・フェニックス通り側 ※

通常時 11月10日（金）11日（土）10:00~14:00、17:00~21:00

12日（日）10:00~14:00

実験時 11月17日（金）18日（土）10:00~14:00、17:00~21:00

19日（日）10:00~14:00

※津観音南・フェニックス通り側については、参考値としてデータのみ取得し、本紙には記載していない。

(5) 調査地点

調査地点は右図の通り



(6) 調査結果

①甲子堂前：甲子堂前の交差点より北側への通行者数を計測

(ア) 平日合計の[実験時] 及び[通常時]の比較

	実験時	通常時	増加率
10時台	556	217	256.2%
11時台	1,008	224	450.0%
12時台	1,484	222	668.5%
13時台	714	179	398.9%
計	3,762	842	446.8%



(イ) 休日合計の[実験時] 及び[通常時]の比較

	実験時	通常時	増加率
10時台	331	60	551.7%
11時台	532	71	749.3%
12時台	530	99	535.4%
13時台	467	98	476.5%
計	1,860	328	567.1%



実験時と通常時を比較すると、平日の通行者数は約4.5倍、休日の通行者数は約5.7倍となった。

平日は、12時台の増加が顕著（6.7倍）であり、昼食時の回遊性向上が見られた。

(ウ) 夜間合計の[実験時] 及び[通常時]の比較

	実験時	通常時	増加率
17時台	253	47	538.3%
18時台	176	41	429.3%
19時台	284	45	631.1%
20時台	214	38	563.2%
計	927	171	542.1%



(エ) 日別の[実験時] 及び[通常時]の比較

	実験時	通常時	増加率
1日目	774	153	505.9%
2日目	997	173	576.3%
3日目	858	192	446.9%
4日目	883	243	363.4%
5日目	1,538	215	715.3%
6日目	843	181	465.7%
7日目	656	184	356.5%
計	6,549	1,341	488.4%



夜間の通行者数も全時間帯で増加し、約5.4倍となった。

実験期間中の合計では、通行者数は約4.9倍となった。

2. スナップショット調査結果

(1) 調査概要

利用者がどのような滞留行動を行っているか目視（外観）により調査した。

(2) 調査目的

年代、性別、仕事か否か、滞在行动、滞在場所などから、滞留者の行動パターンを把握すること。

(3) 調査日時

実験時： 11月13日（月）11日（土）

通常時： 11月18日（土）20日（月）

調査時間帯：平日 10時台～13時台

上記時間帯のうち、毎時1回（およそ10分間）の計4回

土曜日 10時台～13時台、17時台～20時台

上記時間帯のうち、毎時1回（およそ10分間）の計8回

(4) 調査地点

調査地点は右図の通り6区間



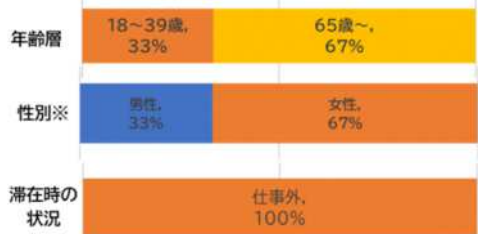
(5) 調査結果：A、B、C、D、E、Fの各区間において調査時間（平日計40分間、休日計80分間）に滞在した人の総数より算出

通常時

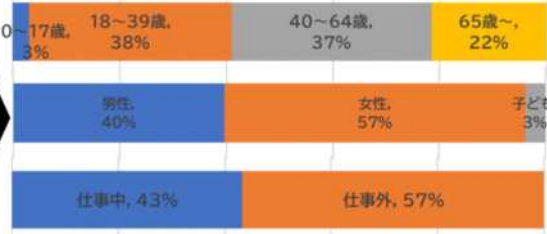
調査時

① 平日の滞行者属性の推移

11/20(月) 滞行者計3人



11/13(月) 滞行者計134人



・調査時間（計40分間）に滞在した人の総数は、通常時が計3人、実験時が計134人

・実験時は、18～64歳が75%を占め、通常時と比較して就労世代が多く来場したことがうかがえる

・実験時は43%が仕事中の滞行者

② 休日の滞行者属性の推移

11/18(土) 滞行者計19人



11/11(土) 滞行者計189人



・調査時間（計80分間）に滞在した人の総数は、通常時が計19人、実験時が計189人

・実験時は、多様な世代が来場し、子どもの滞りも15%であった

※「子ども」は幼児や小学生など明確に判断できたもの

③ 滞行者行動の分析

(ア) 11/13(月)-実験時平日

- ・最も多い滞在行动は「談笑している」で51人、次いで「行列に並んでいる」が38人であった
- ・滞在場所については、「キッチンカー付近」が53%と最も多く半数以上を占める。次いで「その他歩道上」が19%、「テーブル・イス」が15%であった
- この日は風速8.6mで、大門エリアの実験期間で最も強風の日であったが、テーブル・イスで飲食している人は一定数いた

(イ) 11/11(土)-実験時休日

- ・最も多い滞在行动は「談笑している」で62人、次いで「飲食している」が44人であった
- ・滞在場所については、「車道空間体験ゾーン・芝生ゾーン」で22%、「テーブル・イス」で18%、合わせて40%の人が滞留可能場所にいた
- テーブル・イスや芝生ゾーンに滞留し、飲食していた人が多いことが読み取れる。気象条件が良かったこと、さらに人工芝を配置したことによる高質な道路空間を演出したことがこの原因となったことが推測できる

④ 年代別滞在場所の推移

(ア) 11/13(月)-実験時平日

- ・購入場所付近(キッチンカー付近及び出店ブース付近)に並ぶ人が全世代半数以上だった
- ・滞留場所(テーブル・イス付近、ガイトウスタンド)については年代関係なく利用された
- ・0～17歳は「テーブル・イス」で滞在する人が半数以上を占めた

(イ) 11/11(土)-実験時休日

- ・キッチンカーや出店ブース付近だけでなく、車道空間体験ゾーン・芝生ゾーンに滞留する人も多く見られ、展示や芝生等の設えへの関心の高さがうかがえる

3. 来場者へのアンケート調査

(1) 調査概要

現地の来場者へアンケートをお願いし、利用に関する意見収集を行った。

(2) 調査目的

恒常的なにぎわい創出や将来的な道路空間のあり方について来場者の意見を収集するため。

(3) 調査日時

実験実施期間中

(4) 調査方法

調査員が随時、巡回及び声掛けを行い、紙面で回答またはウェブ上で回答を受けた。

本部ブース、各キッチンカー、各出店ブースにもアンケート用紙及びウェブのリンク先を設置し、回答を受けた。

(5) 分析内容

来場者の属性を分析し、今回設置した各コンテンツや空間についての意見を収集した。

また、実験的に創出した車道空間のイメージを体験した上での歩車共存の空間についての感想など、将来的な道路空間のあり方について意見を収集し、道路空間の再編や恒常的な賑わい創出に活かす情報としてまとめた。

(6) 調査結果

① 平日・土日を通じた全体的な傾向 (N=254)

- ・来場者は大門・丸之内地区に勤務している方が36%
- ・交通手段は、徒歩・自転車が45%と、近隣から多くの方が来場
- ・滞在時間は1時間未満が約8割
- ・実験を目的に来場した方が約6割

②平日の傾向 (N=152)

- ・平日の来場者は、大門・丸之内地区に勤務している方が約4割
- ・交通手段は、徒歩・自転車が約6割と、近隣から多くの方が来場
- ・実験を目的に来場した方が約6割
- ・滞在時間は1時間未満が約8割
- ・チラシや勤務先での情報など、地区内への周知が効果的であった

③休日の傾向 (N=102)

- ・休日の来場者は、大門・丸之内地区以外で勤務している方が約7割
- ・交通手段は、自家用車が約6割
- ・住まい・勤務地共に、丸之内と比較して市外からの来訪者が多かった
- ・滞在時間は1時間未満が約8割
- ・周知については、平日と比較すると、クチコミによる来場者が多い

④道路空間の活用について (以降 N=254)

- ・今回の空間づくりについて、8割以上の方が良かったと回答
- ・今回のような取組の継続について、9割以上の方が賛成と回答
- ・賑わい空間としての道路空間の活用について、9割以上の方が賛成と回答
- ・現在の道路の印象は、人や店舗が少なく寂しいと感じている人が多い一方、開放的な雰囲気を良く感じている人も多い

⑤自動車と歩行者の共存可能な道路についての賛否

- ・「賛成」「どちらかといえば賛成」を併せると62%

⑥立町・大門大通り商店街道路の活用意向

- ・「観音寺の参道らしい景観の良い道路」「歩行者が安全に歩ける道路」が回答者の半数を超える
- ・次に、「平日は自動車で通行でき、休日はイベントで活用される道路」の回答が多かった

⑦未来ビジョンの将来像への感想

- ・将来像については、約8割の方が良いと回答

4. 来場者へのヒアリング調査

(1) 調査概要

現地で居住地・勤務地に関する聞き取り調査及び道路空間についての意識調査を行った。

(2) 調査目的

周辺からの来場者かどうかを調査し、恒常的にぎわい創出の可能性を検証するため。また、車道空間を創出した際の生の意見を聞くため。

(3) 調査項目

- ①居住地
- ②勤務地
- ③車道空間に関する意識調査

(4) 調査日時

- ①・②：実験実施期間中
- ③：11月9日(木)、11日(土)、12日(日)(3日間)

(5) 調査方法

- ①・②：本部ブースに回答ボードを設置し、居住地・勤務地について該当する箇所にシールを貼付いただいた。
- ③：車道空間体験ゾーン付近において、来場者の意見を収集した。

(6) 調査結果

①②：来場者に対し、居住地・勤務先を直接尋ねた。

(単位:人)



	平日		土日	
	エリア内	エリア外	エリア内	エリア外
居住地	22 (17%)	111 (83%)	8 (9%)	77 (91%)
勤務地	45 (42%)	61 (58%)	13 (15%)	73 (85%)

・居住地は、平日は17%がエリア内から来場しており、丸之内と比較すると、エリア内にお住まいの方が来場された割合が7%高かった

・勤務地は、平日はエリア内から42%と、周辺に勤務する方が多く来場したが、丸之内と比較すると11%低い結果となった

③：車道空間体験ゾーン付近において、来場者の意見をヒアリングした。

当商店街道路の将来的な車両通行の是非について、実際の空間を見ながら通行人100人に聞き取りを実施

	車両通行に肯定的	車両通行に否定的
将来的な道路のあり方はどちらが好ましいと思うか？	<p>車道の新設し、歩道空間と分離したうえで、歩道の一部が賑わい空間に活用される道路</p> 	<p>歩行者専用の道路全体が賑わい空間として活用される道路</p> 
得票	70	30
主な意見	<ul style="list-style-type: none"> ・車を通すことでまちに来やすくなる。 ・安全に通れるのであれば良いと思う。 ・そもそも人通りが少ないので車が通っても問題ない。 ・車を通すことでまちが活性化するのであれば賛成である。 ・幅員が広いので、十分車道を取れると思う。 ・平日は車両が通行しても良いが、休日(又は祭りの日)は歩行者天国が良い。 ・車を通したうえで、駐車場の無料サービスを充実させれば人が来ると思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・歩行者を増やしたいのであれば、車を通さない方がよい。 ・せっかくの歩行者天国なのにもったいない。良いお店を集めればよい。 ・人が通る所というイメージが強い。門前の賑わいを出してほしい。 ・通り抜けされる心配がある。 ・車が通るのは危なそうで事故が起きそう。 ・子どもを自由に歩かせることができる。 ・周辺に停めやすい駐車場があれば歩行者天国の方がよい。

・車道空間を創設することについては、肯定的な意見が7割を占めた

・否定的な意見においては、危険性を指摘する声が多かった

5. 出店者へのアンケート調査

(1) 調査概要

各出店者の売上、購入者数の把握及び、今回の実験ならびに今後の実験実施エリアの利活用に関する意見収集を行った。

(2) 調査目的

各出店者から意見収集し、今回の空間活用の感想や、大門・丸之内地区に出店する魅力はあるのか等を把握し、将来的な道路利用や空き店舗の在り方の検討に活かすことを目的とした。

(3) 調査項目

- ①売上、購入者数
- ②購入者属性
- ③アンケート

(4) 調査日時

- ①・②：実験実施期間中
- ③：最終出店日

(5) 調査方法

- ①・②：実験期間中毎日、各出店者の撤退前に紙面にて回答を受けた。
- ③：各出店者の出店最終日に回答を依頼、ウェブ上で回答を受けた。

(6) 調査結果

①売上、購入者数

日別データ

	11月7日	11月8日	11月9日	11月10日		11月11日		11月12日	11月13日	期間計 (気温・風速は昼間平均)
	火 曜	水 曜	木 曜	金 曜	土 曜	日 曜	月 曜	火 曜		
天気	曇り	晴れ	曇り	雨	雨	曇り	曇り	曇り	晴れ	
気温	20.5℃	19.3℃	19℃	17.7℃	17.8℃	16.6℃	13.5℃	14.5℃	13℃	17.2℃
風速	3.5m	3.5m	1.5m	2.7m	1.9m	6.8m	5m	0.7m	8.6m	3.9m
通行者数	774人	997人	858人	477人	406人	1,017人	521人	843人	656人	6,549人
購入者数	365人	366人	390人	206人	167人	268人	74人	184人	258人	2,278人
購入率	47.2%	36.7%	45.5%	43.2%	41.1%	26.4%	14.2%	21.8%	39.3%	34.8%
出店舗	15	14	12	10	10	11	2	8	13	95
売上額	306,440円	256,614円	283,970円	195,470円	199,368円	106,610円	105,000円	159,830円	221,150円	1,834,452円
客単価	840円	701円	728円	949円	1,194円	398円	1,419円	869円	857円	805円

平日・土日別平均

	平日平均	土日平均	期間計 (気温・風速は昼間平均)
天気			
気温	17.9℃	15.6℃	17.2℃
風速	4.0m	3.8m	3.9m
通行者数	752人	930人	6,549人
購入者数	350人	263人	2,278人
購入率	46.6%	28.3%	34.8%
出店舗	15	11	95
売上額	292,602円	185,720円	1,834,452円
客単価	835円	706円	805円

※天気・気温・風速は、気象庁のデータによる。昼は正午、夜は午後6時の状況。
※通行者数は、AI画像分析による北側会場への進入者数のデータを使用。

- ・平日は1日当たり平均350人の利用（購入・サービス享受）があった
- ・1週間で計2,278人の利用があった
- ・通行者数から推定する購入率は約35%と、丸之内と比較すると1割以上低い。大門エリアは、実験に合わせた店先活用として道路上で弁当等を販売する店舗が多数あり、売上が増えたと報告された店舗も多かったことから、キッチンカー等ではなく既存店舗で購入した来場者も多かったと推測できる
- ・夜間は客単価が高くなる傾向があった
- ・雨や風が強い日は、購入者数が減少した
- ②購入者属性
 - ・平日は、女性の割合が高かった
 - ・平日は20代～50代の利用者が多く、土日は10代以下・60代以上の利用者の割合が増えた

③アンケート (N=43)

(ア) 道路空間の活用について/今回のような取組について

- ・今回の空間づくりについて、9割以上の出店者が良かったと回答
- ・今回のような取組の継続について、9割以上の出店者が賛成と回答
- ・賑わい空間としての道路空間の活用について、9割以上の出店者が賛成と回答
- ・現在の道路の印象は、人や店舗が少なく寂しいと感じている出店者が多い一方、開放的な雰囲気を良く感じている出店者も多い
- ・自動車と歩行者の共存可能な道路についての賛否については、「賛成」「どちらかといえば賛成」合せ51%

(イ) 立町・大門大通り商店街の活用意向

- ・「観音寺の参道らしい景観がよい道路」が最も多く、次いで「歩行者が安全に歩ける道路」との回答が多かった

(ウ) 未来ビジョンの将来像への感想

- ・将来像については、約8割の出店者が良いと回答

(エ) 大門・丸之内地区での商売について

- ・約8割の出店者が、大門・丸之内地区に商売面の魅力を感じている
- ・観音寺への来訪者や企業の勤務者をターゲットに商売できるとの期待が大きい
- ・車道や歩道への出店については、9割以上が希望
- ・これら結果については、丸之内と大差はなく、大門・丸之内ともに商売面の魅力はあると言える
- ・出店料は、5%～10%が妥当と回答
- ・実店舗を出店したいと思う出店者は約半数
- ・空き店舗のリノベーションへの補助や手頃な賃料の物件など、金銭面の敷居を下げることを求める声が多い

6. 沿道店舗へのアンケート調査

(1) 調査概要

道路空間の将来的な利用に関する意見収集を行った。

(2) 調査目的

車道及び歩道の活用に関するニーズの評価を行い、道路空間の新たな活用の可能性を検証するため。

(3) 調査日時

実験実施後

(4) 調査方法

実験実施後に沿道店舗を往訪し、アンケートを行った。

(5) 調査結果

- ・実験中、来客数が増えた店舗が2割ある一方で、減った店舗もあった
- ・売上・営業成績は、増えた店舗が2割で、減った店舗を上回った
- ・車両の通行の是非については、半数が肯定的。否定的な意見は2割で、3割はどちらが良いか分からないとの回答
- ・将来的な整備に関して、「観音寺の参道らしい景観」や「車道空間と分離された幅の広い歩道スペース」「店先活用できるスペース」との回答が多かった

7. 周辺企業へのアンケート調査

(1) 調査概要

実験実施前に案内チラシを配布した、実験実施エリアの周辺企業へお礼を兼ねた従業員対象のアンケート調査を実施した。(丸之内エリア・大門エリアの実験を合わせて回答を得た。)

(2) 調査目的

実験実施エリアの周辺企業の方がどれだけ参加したか把握するため。また、恒常的なにぎわい創出や将来的な道路空間のあり方について来場者の意見を収集するため。

(3) 調査日時

実験実施後

(4) 調査方法

実験実施後周辺企業を訪問し、従業員に対してウェブ上でアンケートへの回答を依頼。

(5) 調査結果

①何で知ったかについて (以降 N=189)

- ・職場・学校での情報が半数以上を占め、次いでチラシ・ポスターが多く、クチコミや紙媒体での認知割合が高かった

②実験時の行動について

- ・周辺企業の従業員は、丸之内エリアに行った割合が高い一方、大門エリアは低かった
- ・行かなかった理由として、大門エリアは「距離が遠かった」「時間が合わなかった」という回答が多く、企業の集積エリアからやや遠いことが原因と推測できる
- ・滞在時間も、大門エリアの方が30分未満の割合が多かった

③今回の実験の取組みについて

- ・取組の継続について、9割の方が賛成と回答
- ・実験中の道路空間の活用方法について、特ににぎわい空間・居心地のよい空間としての評価が高かった

④立町・大門大通りの車道の使い方について

- ・車両通行の是非については、半数が肯定的。否定的な意見は安全面を指摘する声が多い
- ・将来的な整備に関し、今回の実験のような店舗・テーブル・イス等が配置できるスペースや車道と分離された広い歩道、店先活用できるスペースを求める声が多い

⑤未来ビジョンの将来像への感想 (大門)

- ・将来像については、約8割の方が良いと回答

8. GPSデータ分析 (KDDI Location Analyzer を用いて、UR都市機構が作成)

(1) 調査概要

auスマートフォンユーザーのうち、許諾者(全国:約300万人)からGPS情報を取得。ユーザー(許諾者)数を統計情報(国勢調査)の人口数と居住地ごとに比較し、全人口の場合の通行数等を推計(10代以下及び外国籍のデータは分析対象外)。

実験実施期間と通常時(実験実施1年前の同期間)とで比較検討を行った。

比較は、原則として午前10時から午後2時とした。

(2) 調査項目

①来訪者属性分析

指定した区域内に15分以上滞在した人数と属性

②主要動線分析

指定した道路区間における徒歩の通行量

③拠点間分析

指定した区域を訪れた(15分以上滞在)人数

(3) 定義

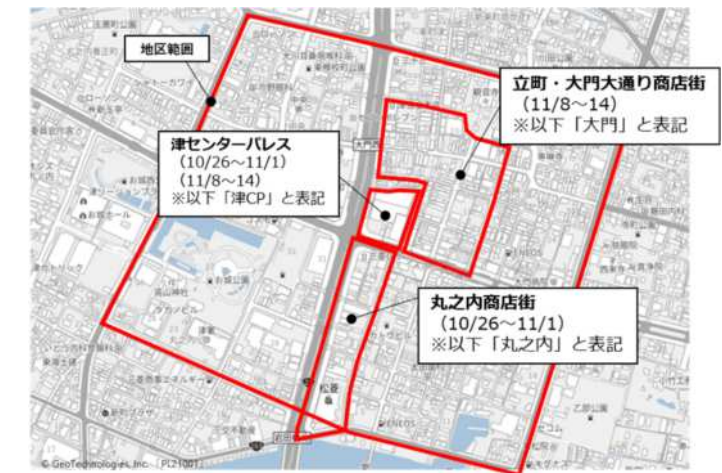
①居住者・・・居住地が地区範囲内

②勤務者・・・勤務地が地区範囲内

③来街者・・・居住地も勤務地も地区範囲外

※地区範囲は、大門・丸之内地区内

分析エリア・地区範囲

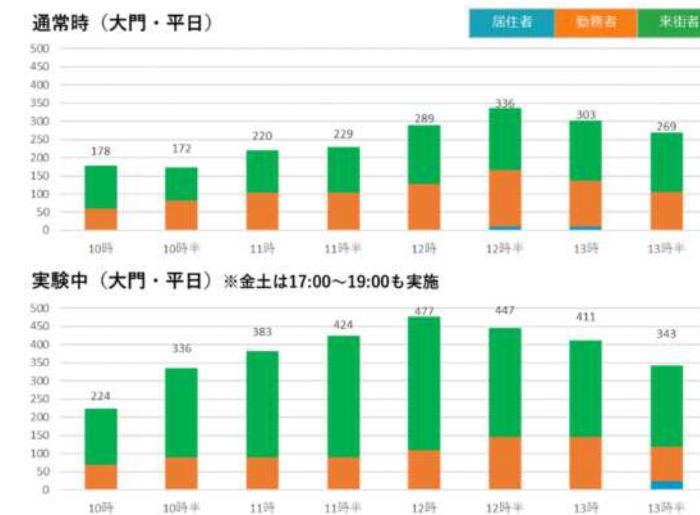


※対象データが全人口の3%程度であることから、推計値の振れ幅が大きい可能性がある。

(4) 分析結果

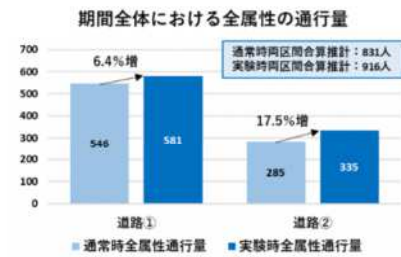
①来訪者属性分析

- ・立町・大門大通り商店街エリアの滞留者数について、期間全体では49.6%増加し、平日に限ると52.5%増加した
- ・時間帯別にみると、平日の全時間帯で滞在者数は増加した



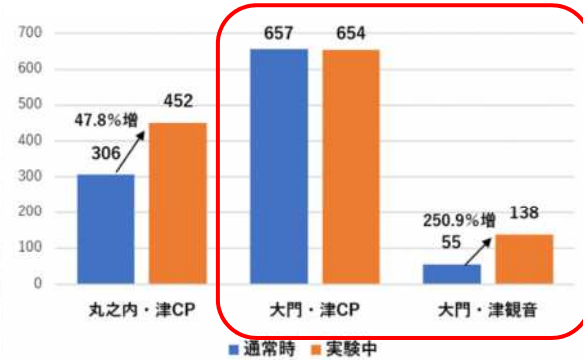
②主要動線分析

- ・フェニックス通りの歩行者通行量（期間全体）について、各区間で増加した



③拠点間分析

- ・同日併用者（指定した2地点を同日に両方訪れた人）をグラフ化
- 指定した施設・エリア間の回遊性を確認
- ・大門と津 CP の同日併用者はほぼ変化がなかった
- ・大門と津観音の同日併用者は、実験中に2.5倍増加しており、実験のコンテンツをきっかけに回遊性が向上したと考えられる



※津CP・大門・津観音の3地点同日併用者も確認したが、推計値は0であった

Ⅲ. 結果総括

1. 恒常的な賑わい創出の可能性の検証

- 今回の取組において、歩行者通行量解析によって、通常時と比較して平日平均4.5倍、平日ピーク時6.7倍の通行量増加が判明した。また、実験中の全時間帯で平日滞留者が増加した。
- 実験中の平日来場者は、エリア内の勤務者が約4割を占め、周辺企業等への周知により周辺企業従業員の来場を促すことが可能であることが分かったが、丸之内と比較すると1割程度低い結果となった。
- 実験中の平日滞在者は、18～39歳が最多、次いで40～64歳となり、就業世代の割合が高かった。
- これらのことから、こうした取組を実施することが恒常的な賑わい創出には効果的と分かった。
- 来場者アンケートの結果によると、実験中の道路空間について、「賑わいのある空間等として」「取組の継続について」9割以上の回答者が賛同している。
- 出店者アンケートの結果によると、
 - ✓ 平日は1日当たり平均350人の利用（購入・サービス享受）があった。
 - ✓ 1週間で計2,278人の利用があった。
 - ✓ 通行者数から推定する購入率は約35%と、丸之内と比較すると1割以上低い。大門エリアは、実験に合わせた店先活用として道路上で弁当等を販売する店舗が多数あり、売上が増えたと報告された店舗も多かったことから、キッチンカー等ではなく既存店舗で購入した来場者も多かったと推測できる。
 - ✓ 夜間は客単価が高くなる傾向があった。また、雨や風が強い日は、購入者数が減少した。
 - ✓ 約8割の出店者が大門・丸之内地区に商売面の魅力を感じており、実店舗の出店にも約半数が興味を示している。
 - ✓ 約9割の出店者が、車道や歩道への出店意思がある。
 - ✓ 歩行者通行量が少なかったことについては、天候に恵まれなかった日があったことが影響しているが、開催曜日、出店者数と購入者数については相関関係がみられる。
- 沿道店舗アンケートによると、
 - ✓ 実験中における来客数は約2割が増加したが、減った店舗も一部あった。
 - ✓ 実験中における売上・営業成績は、増えた店舗が約2割で、減った店舗を上回り、丸之内と比較すると、増えた店舗の割合が高かった。
 - ✓ 多くの沿道店舗が道路上への出店（店先活用）を実施し、弁当等を販売していたことから、既存店舗との連携に効果があった結果となった。

2. 将来的な道路空間のあり方の検証

- 歩車が共存する道路への整備の賛否について、
 - ✓ 来場者ヒアリングでは、7割が肯定的な意見、3割が否定的な意見であった。
 - ✓ 来場者アンケートでは、賛成が6割、反対・どちらでもないとの回答がそれぞれ2割であった。
 - ✓ 沿道店舗アンケートでは、半数が肯定的だが、どちらが良いか分からないとの回答も3割と多い。
 - ✓ 将来的な整備に関し、参道らしい景観や歩行者が安全に歩ける道路を求める声が多く、来場者からは平日と休日で異なる使い方を、沿道店舗からは店先活用できるスペースを求める声が多いことから、大門らしさを生かした道路空間のあり方が求められている。
 - ✓ 安全性を指摘する意見や違法駐車対策を求める意見が多い。
- 各アンケートにおいて、賑わい空間としての道路活用には好意的な結果だった。
- テーブル・イスは一定の利用があり、特に休日に設置した芝生ゾーン等の利用率が高かった。通常置いていないテーブルやイス、芝生ゾーン等を設置することで、幅広い年代が滞留する可能性が判明した。
- 「未来ビジョンの将来像への感想」については約8割の方が良いと回答している。
- 上記の結果を踏まえると、歩車共存については賛成意見が多いものの、引き続き方向性をよく協議する必要があると思われる、その一つの視点として、他市の事例等を参考に、歩車共存の可能性の研究を行うことが考えられる。