

## 7

## 地方都市繁華街の活性化プロジェクト

宇都宮大学教授  
大森 宣暁

本研究は、人口減少・少子高齢社会において、全ての人々が安全・安心・快適に夜間の自宅内外の生活活動に参加でき、生活の質を向上させる環境整備に向けて、我が国の社会的文化的特性を反映した都市と交通のあり方について、幅広い視点から検討を行うことを目的とした。地方都市の繁華街活性化を目的とした一連の実験・調査の結果、光演出による繁華街および街路の景観改善、来街者参加型プロジェクションマッピングを用いた屋外飲食空間の創出、スマートフォンアプリによるスタンプラリー等を活用した繁華街への誘導実験によって、繁華街の認知度や印象が向上することがわかった。また、夜の繁華街の街路景観の印象評価に、照度、色温度、植栽の有無が影響を与えること等が明らかとなった。

自主研究「夜の生活活動と健康を支える都市と交通のあり方に関する研究」(日交研シリーズ A-830)

## 1. はじめに

外出活動は人々の生活の質向上において重要な要因であり、飲酒を伴う外出活動の量や質も、日常生活における満足度や幸福感に影響を与えている。一方、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、人々の外出自粛と飲食店の営業自粛が求められ、飲酒を伴う外出頻度が減少している。本稿では、地方都市の繁華街活性化を目的とした一連の取り組み、すなわち地元自治会や飲食店関係者らとの意見交換、光演出による繁華街および街路景観改善、参加型プロジェクションマッピングを用いた屋外飲食空間創出、スマートフォンアプリによるスタンプラリー等を活用した繁華街への誘導実験、情報提供 Web サイトの充実、そしてコロナ禍での飲食店営業実態調査、来街者へのインタビュー調査、歩行者交通量観測調査等を実施するとともに、夜の街路景観の印象に光環境が与える影響を検討する調査を実施した結果を報告する。

## 2. 地方都市繁華街活性化の取り組み

### 1) 光演出による景観改善および繁華街活性化実験

対象地は、栃木県宇都宮市の中心市街地北西部に位置する泉町・本町である。2018年度から、NPO法人宇都宮まちづくり推進機構と宇都宮大学が共同で「泉町活性化プロジェクト」を実施している<sup>[1]</sup>。来街者へのインタビュー調査の結果、街路が暗いというイメージがあることから、2019年10月末から一週間、21時以降車両通行止めとなる街路(泉町通り)上に虹色LED照明8基を照射する実験を行った。さらに、2020年10月~2021年1月にかけて、泉町通り路面への2種類の異なる虹色LED照明2基の照射に加え、沿道テナントビル壁面へ虹色LED照明を照射する実験を行った(図1)。また、2020年12月中旬の金曜と土曜の4日間、泉町通り沿道テナントビル敷地内のオープンスペースを活用して、ホットワインとおつまみの販売を行う屋外飲食空間を設置し、同時に来街者参加型のプロジェクションマッピングを実

施した(図2)。さらに、中心市街地の中心部に位置するアーケード商店街オリオン通りの通行者に対して、泉町・本町の認知度とイメージ向上を目的に、スマートフォンアプリによるスタンプラリー等を活用した泉町・本町への誘導実験を行い、ゴール地点を屋外飲食空間とした。

### 2) 来街者に対する意識調査による印象の変化

虹色LED照明照射実験前(2020年10月)および実験中(2020年10月、12月)に、来街者に対して、泉町通りの景観の印象(明るさ、暖かさ、親近感、賑やかさ、落ち着き、静かさ)を評価してもらうインタビュー調査を実施した(回答者数は実験前82人、実験中89人)。分析の結果、街路景観の印象は、明るさ( $p<0.01$ )、暖かさ( $p<0.1$ )、賑わい( $p<0.01$ )の項目で有意に向上したことがわかった。

また、2020年12月の泉町・本町への誘導実験参加者に対して、泉町・本町の印象に関するアンケート調査を実施した(回答者数83人)。泉町への来訪頻度が年に1~2日以下である53人について、実験前後で「治安が悪い」は男性( $p<0.1$ )と若者(40歳未満)( $p<0.1$ )、「サービスやメニューの良いお店が少ない」は女性( $p<0.01$ )と若者( $p<0.1$ )、「どんな店があるのか知らない」は女性( $p<0.1$ )と若者( $p<0.05$ )で、それぞれ「そう思わない」または「全くそう思わない」と回答した人の割合が有意に増加し、印象が改善されたことがわかった。また、回答者の約半数が、「今後も泉町・本町に飲酒目的で訪れたい」との意向を示した。

### 3) 飲食店営業実態調査と歩行者交通量観測調査

2020年4月~2021年1月にかけて、泉町・本町の飲食店計346店舗について、計4回の営業実態調査を行った。2020年4月と2021年1月の二度の緊急事態宣言による飲食店の営業状況の変化を捉えることができた。

また、2020年10月~12月にかけて、虹色LED照明照射実験前に計3回、実験中に計3回(うち誘導実験中に計2回)、21時~24時に歩行者交通量観測調査を実施した。屋外飲食空間設置実験を行ったテナントビル付近

の駐車場から泉町通りをビデオカメラで撮影し、客引きを除く通行者の性別、年代を判別して記録した。通行者の8割は男性、年代は青年（35才未満）48%、壮年（35～64才）48%、高齢者（65才以上）4%、平日、金曜、土曜の順に通行者数が増加するなど、これまで定量的に把握されていなかった来街者特性を明らかにした。

### 3. 光環境と街路景観の印象評価

#### 1) 調査概要

夜の泉町通りで、分光色彩照度計を用いて、JIS規格に従い街路中心線上で路面から1.5mを基準の高さとして、水平照度と色温度を5m間隔で往復測定した結果、平均値は、照度21.03lx、色温度4,320.6Kであった。繁華街の照度基準は30～100lxとされており、泉町通りは照度が低いことが検証された。夜の泉町通りの写真を基準として、画像編集ソフトPhotoshopを用いて、露光量を±1.0、色温度を±1,000K変化させ、照度（高、中、低）、色温度（高、中、低）、さらに植栽（有、無）の組み合わせによる18種類の画像を作成し、各画像に対する印象評価（計10項目）を7段階で質問するWebアンケート調査を実施した（実際の泉町通りは、照度：中、色温度：中、植栽：無である）。調査は、2021年1月に、宇都宮大学の学生計194人を対象として実施した。回答負担を低減するため、18種類の画像を2グループに分け、一人9種類の画像に対する印象評価を求めた。回答者をWebアンケート回答時に交互にグループ1と2に割り当てることにより、グループ間で個人属性（性別、年齢等）に偏りはなかった。

#### 2) 分析結果

泉町通りの実際の画像に対する印象は、全10項目共に18画像の平均値に近かった。「1：好きな～7：嫌いな」では、18画像の平均値が4.11、実際の画像が4.23、最高評価は、照度：高、色温度：低、植栽：無で平均値が3.25、最低評価は、照度：低、色温度：高、植栽：無で平均値が5.13であった（図3）。

「1：好きな～7：嫌いな」について、照度、色温度、植栽の3変数による、3元配置分散分析を行った結果、照度、色温度、照度×色温度×植栽の相互作用が5%有意となった。すなわち明るく、青色系よりも赤色系の街路画像の印象が良かった。また、男性と女性、大都市（三大都市圏と地方中枢都市）出身者と地方都市出身者別に同様の分散分析を行った結果、「1：また来たい～7：もう来ない」で女性のみ植栽が有意、「1：好きな～7：嫌いな」で地方出身者のみ植栽が有意となり、女性や地方都市出身者は、植栽がある方が印象が良いことがわかった。



図1 虹色LED照明による景観改善



図2 プロジェクションマッピングを活用した屋外飲食空間の創出



最高評価の画像（平均値3.25）  
照度：高、色温度：低、植栽：無

最低評価の画像（平均値5.13）  
照度：低、色温度：高、植栽：無

図3 街路画像と「1：好きな～7：嫌いな」の評価

#### 参考文献

- [1] 「泉町活性化プロジェクトホームページ」  
<https://izumipj.jp/izumichopj/>