

2005年度 都市計画実習 都市経済班レポート

テーマ：回遊型のペDESTリアン作り

都市経済班

担当教官：河端瑞貴

TA：長沢大介

班長：大浜道德

副班長：樺嶋直紀

データベース：谷口史門・薄井宏行

印刷：山本純

ウェブ：沖原敦司・林利充

連絡係：菊田譲

写真：安英伸

目次

第1章 背景と目的	
1.1 背景	・・・4
1.2 目的	・・・5
第2章 現状調査	
2.1 ペDESTロリアン調査	・・・6
2.2 ペDESTロリアン周辺施設調査	・・・6
2.3 つくば市経済状況調査	・・・6
2.4 センター地区経済状況調査	・・・7
第3章 ペデ利用状況	
3.1 交通量調査	・・・8
3.1.1 交通量計測法についての文献調査	・・・8
3.1.2 ペデ歩行者数調査	・・・9
3.2 アンケート調査	・・・10
第4章 具体案の提案	
4.1 具体案の方向性	・・・14
4.2 ペデの心理距離に関する考察	・・・15
4.2.1 街のシンボルとなるランドマークの設置	・・・16
4.2.2 花回廊の整備	・・・17
4.2.3 ワゴンショッヅ・ギャラリーの設置	・・・18
4.2.4 各具体案の配置	・・・19
4.3 広報	・・・20
4.4 タウンメンバーズシッヅカード「ツクツクカード」	・・・21
4.5 まちづくり推進団体「ツクツクグループ」の設立	・・・22
第5章 具体案の評価	
5.1 評価の方法	・・・23
5.2 評価結果 ―第3回アンケートより―	・・・24
5.2.1 ペデ・ハード面の改善に関する評価	・・・23
5.2.2 地域マップに関する評価	・・・26
5.2.3 タウンメンバーズシッヅカード「ツクツクカード」の評価	・・・27
5.2.4 まちづくり推進団体「ツクツクグループ」の設立に関する評価	・・・28

第6章 経済活性化に対する総合的評価	
6.1 経済活性化の指標	…29
6.2 「回遊」という視点からの考察	…29
6.3 来街者数増加可能性の考察	…30
6.3.1 センター地区来街者数変化予測とその方法	…30
6.3.2 結果に対する考察	…32
第7章 結論	…33
第8章 今後の課題	…33
謝辞	…33
付録	
付録1 ヒアリング報告	
つくば市道路課	…35
つくば市都市整備課	…36
つくば市公園緑地課	…37
つくば市産業振興課	…37
つくばアーバンガーデニング (TUG)	…38
独立行政法人情報ネットワークセンター	…38
つくば市立中央図書館	…39
茨城県立つくば美術館	…39
つくば市立ノバホール	…40
エキスポセンター	…40
市民活動センター	…41
クレオスクエア	…41
つくば国際会議場	…41
つくばカピオ	…42
つくば市商工会	…42
筑波都市整備 (Q't 運営室)	…43
付録2 アンケート結果	
第1回アンケート 全集計結果	…44
第2回アンケート 全集計結果	…52
第3回アンケート 全集計結果 (センター地区におけるアンケート結果)	…58

第1章 背景と目的

1.1 背景

研究学園都市の中心には、南北に縦貫している遊歩道、ペDESTリアンデッキ(以下ペデと略記)が存在する。赤塚公園から筑波大学までのつくば公園通り(約 5km)を中心に、その全長は約 48km(筑波大学部分は除く)にも及ぶ。ペデは、多くの場所で車道と立体交差し、自然が溢れ、歩行者が安全で快適に歩行できるように設計されている。また、ペデ沿いには商業施設や文化施設など、大、中、小規模の様々な施設が多く立地している。

しかし、ペデ上には商業施設が非常に少なく、人の賑わいは見られない。そして、ペデ沿いに立地している施設は不連続に配置されている。また、距離も近くはない。つまり、目的以外の施設に訪れる可能性は低いと考えられる。

一方、2005 年 8 月 24 日には TX(つくばエクスプレス)が開通し、つくばセンター地区(以下センター地区と略記)には終着駅のつくば駅が開業する。これによって、つくば市に今まで以上の集客が期待できる。

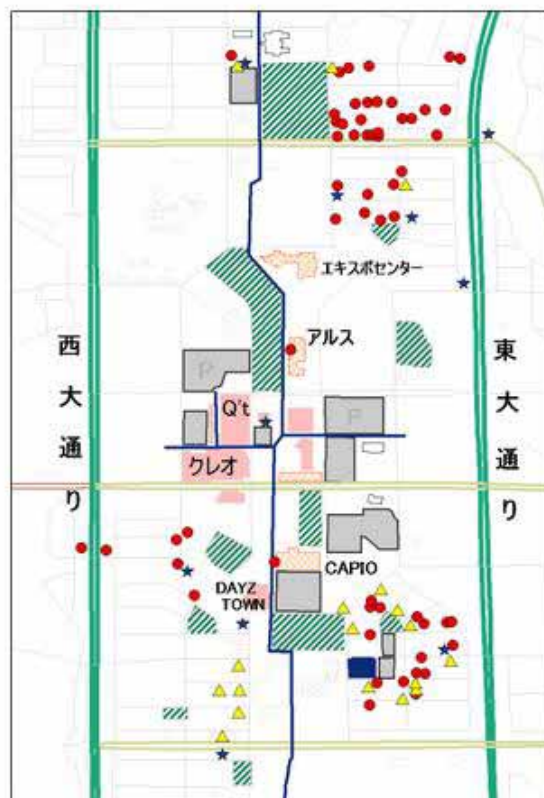


図 1.1: センター地区周辺の施設配置図

1.2. 目的

本研究の目的は、ある地区に対して適切な具体案を実施することで、地域経済活性化の可能性を探ることである。具体的な場所として、センター地区を縦貫するペデ沿いを対象地域に選んだ。

ペデが筑波研究学園都市の特徴であることと、ペDESTリアンデッキ周辺には各種施設が存在することの二点が理由である。

さらに、今夏の TX 開業により、センター地区の拠点性はますます高まることが予想される。我々は、既存の施設が点在している現状に注目し、各施設間において連続的な空間を創出する必要性を認識した。連続的な空間を創造するための手段として、回遊性の向上を目指した具体案を考案した。

従って、本研究の目的は次のように換言できる。

「つくばセンター周辺におけるペDESTリアンデッキ沿いにおいて、連続的な空間を創造することによって、来街数増加の可能性を示すこと。それによって経済活性化を示す」

である。



図 1.2: 本研究の対象範囲

第2章 現状調査

2.1 ペDESTリアン調査

対象：つくば市道路課、都市整備課、公園緑地課、つくばアーバン・ガーデニング

方法：筑波庁舎に出向き、ヒアリング調査を実施

○結果

(i) ペデの位置付け

- ・都市計画図上、道路として位置付けられている
- ・ペデのPRやペデを利用した活性化の計画はない

(ii) 商業活動の規制

- ・露店は市の条例で禁止されている
- ・ペデ上で認められている活動は、金銭の収受がないものに限られている

(iii) つくばアーバン・ガーデニングの活動

- ・花壇のデザイン、手入れを行っている
- ・中央公園のリニューアル案がある

2.2 ペDESTリアン周辺施設調査

対象：情報ネットワークセンター、市立中央図書館、県立美術館、ノバホール、エキスポセンター、市民活動センター、国際会議場、カピオ、クレオスクエア

方法：各施設に出向き、ヒアリング調査を実施

○結果

- ・各施設間での連携は取られていない
→ 広報活動やイベント等は個別で行われている
- ・文化施設の稼働率は高くない

2.3 つくば市経済状況調査

対象：つくば市商工会、産業振興課

方法：各機関に出向き、ヒアリング調査を実施

○結果

- ・ソフト面を中心とした計画に必要である
- ・センター地区には統括団体がいない
- ・市や商工会としては旧市街地商店街の衰退化を懸念している

2.4 センター地区経済状況調査

対象：株式会社筑波都市整備(Q't 運営室)

方法：事務所に出向き、ヒアリング調査を実施

○結果

- ・都心は駐車場からの徒歩回遊性を基本として計画されている
- ・人口が増加しないとこれ以上の施設拡大は供給過多である
- ・都心の活性化によって住区ショッピングセンターが衰退することはない
→日用品と非日用品で住み分けされている
- ・クレオスクエアの現状
 - 年間売上目標 430 億円
 - 商圏 50～60km(平均は 20～30km)
 - 休日の来場者数 延べ 6 万人

第3章 ペデ利用状況

3.1 交通量調査

3.1.1 交通量計測法についての文献調査

文献:「歩行者の空間:理論とデザイン」

ジョン・J・フルーイン 長島正充訳. 鹿島出版会, 1974.

内容: パーソントリップ調査法やコードン調査法など、さまざまな調査法があるとの記述があった。今回の調査においては、それらの方法をそのまま活用することは出来なかったため、独自の計測方法を採用した。上記文献を参考に留意した点は以下の通りである。

- ・調査時間の違いによるサンプリング誤差を防ぐために、曜日、天候に注意する。
- ・1時間単位で集計する。ただし、測り始める時間、実測時間は統一させる。
- ・調査時間帯は、対象施設や店舗の開始時間を考慮して決める。

3.1.2 ペデ歩行者数調査

実施日:6月5日(日)

天候:晴れ

時間:午前10時から午後8時 計10時間

場所:つくばセンター広場のペデ上

方法:つくばセンター広場の出入り口となるペデ上で観測。各時間帯において20分間観測し、それぞれを3倍して1時間あたりの交通量とし、それら10時間分を足し合わせた。

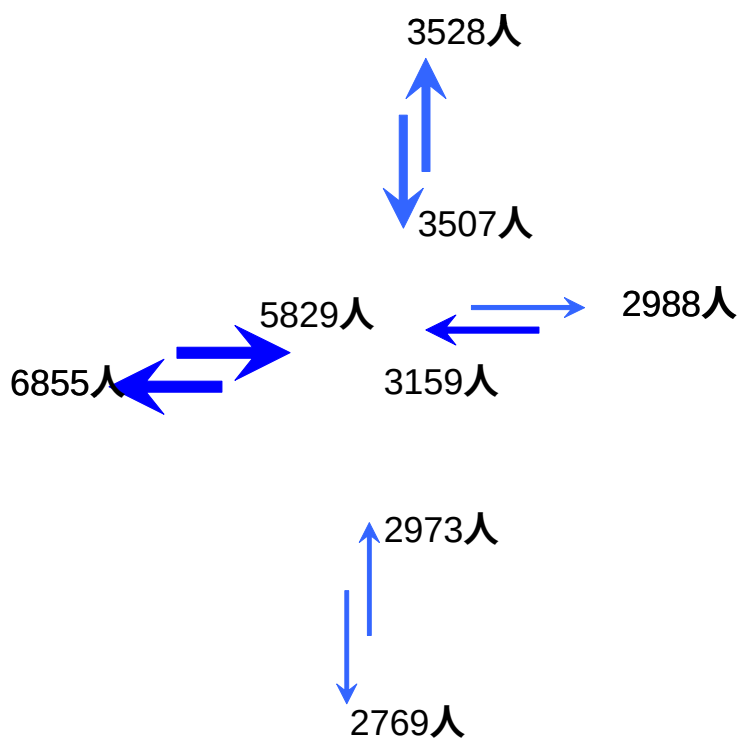


図 3.1.2:各方向の歩行者数

○考察

- ・地点①は、郵便局方向に目立った施設は無いにも関わらず、収容力のある駐車場の隣接のためか、歩行者数は地点①と②、④ではあまり変わらなかった。
- ・地点③の歩行者数が多い。(クレオスクエア方向:約 7,000 人 つくばセンター広場方向:約 6,000 人)
- ・地点③の結果より、クレオスクエアの休日の来場者数(約 6 万人)のうち、ペデを利用する歩行者数(つくばセンター広場に向かう人)は、約 10%であった。
つまり、クレオスクエアのみを目的とする人が多い。
- ・地点②④の南北ペデに関しては、文化施設や限られた目的の施設の立地のためか、交通量は地点③の約半分であった。

3.2 アンケート調査

<第1回> 標本数 n=128

実施日:5月6日(金)、7日(土)

天候:曇り

場所:中央公園付近、つくばセンター広場、クレオスクエア付近、DayzTown 付近、竹園ショッピングセンター、松代ショッピングセンター

<第2回> 標本数 n=167

実施日:6月4日(土)、5日(日)

天候:曇り

場所:中央公園付近、つくばセンター広場、クレオスクエア付近、DayzTown 付近

<第3回> 標本数 n=108

実施日:6月11日(土)、12日(日)

天候:6月11日(土)は曇り、12日(日)は晴れ

場所:つくばセンター広場、守谷市街

・訪問施設に関する質問

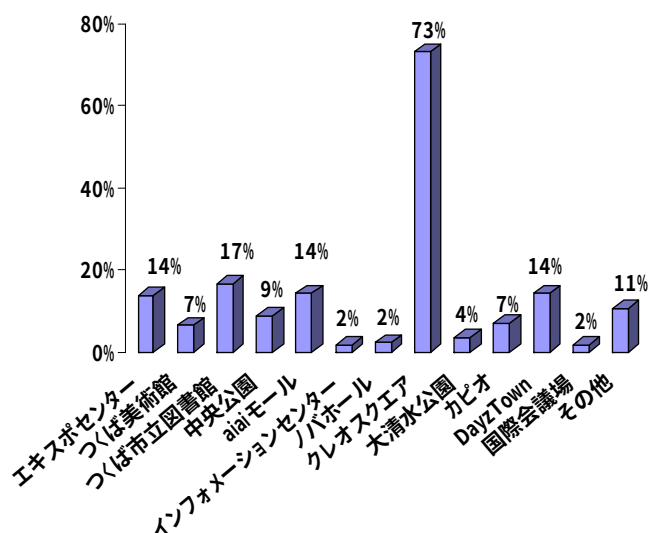


図 3.2-1; 訪れた施設について (複数回答 n=167)

○考察

全体の 73% (122 人) もの人がクレオスクエアを訪れている。図 3.2 から、ベデ歩行者数と自転車数調査同様、クレオスクエアの一極集中が見てとれる。

つまり、センター地区では回遊行動が見られないと考えられる。

・イベントに関する質問

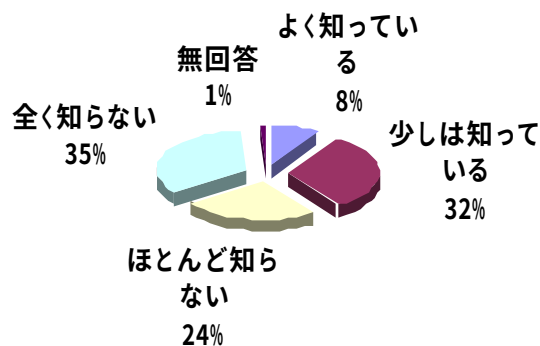


図 3.2-2: イベント認知度 (全体) n=167

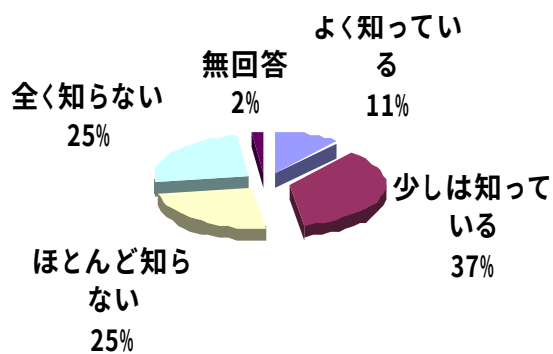


図 3.2-3: イベント認知度 (つくば市民) n=99

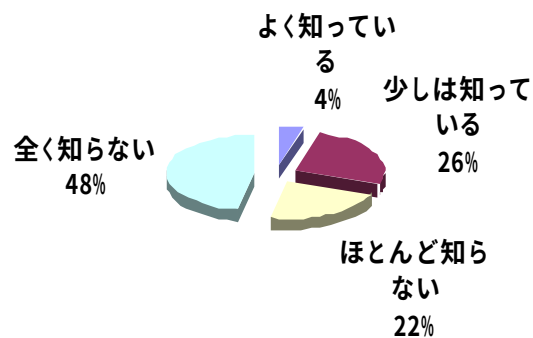


図 3.2-4: イベント認知度 (つくば市外) n=68

○考察

ペデを知らないことに加えて、ペデ周辺のイベント認知度も低い。また、つくば市民、つくば市外者問わず、イベント認知度が低く、その割合は、いずれも過半数を超える。

・イベント情報知りたいかという質問

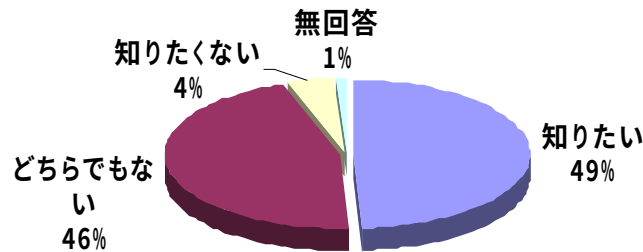


図 3.2-5: イベント情報 n=167

○考察

約半数が知りたいと答えた。また、知りたくないと答えた人は4%と少ない結果となった。つまり、イベント情報に対する需要は高く、どちらでもないと答えた人もペデ周辺の情報は必要に応じて使用すると考えられる。

・ペデ上での商業 (オープンカフェ、ワゴンショップ等) に関する質問

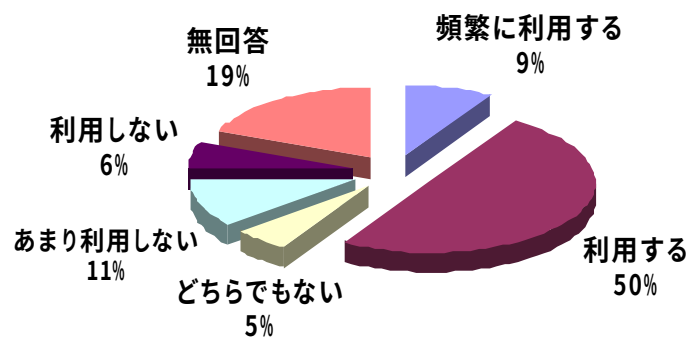


図 3.2-6: 利用について n=128

○考察

利用すると答えた人は全体の 59% (75 人) であった。ペデ上での商業実施の期待度が高いと考えられる。

・ポイントカードの関心度に関する質問

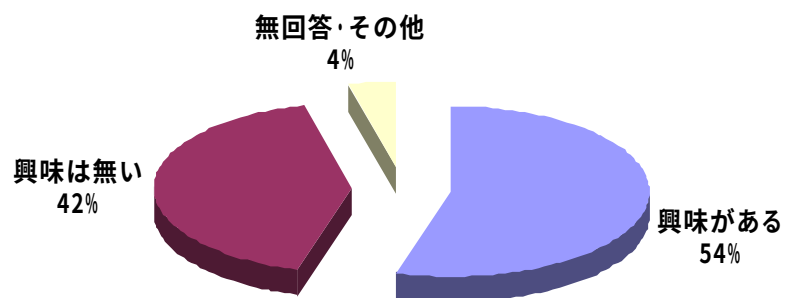


図 3.2-7: ポイントカード関心度 n=108

○考察

興味があると答えた人は 55% (59 人) であった。多くの人が、ポイントカードに何らかの魅力を感じていると考えられる。

第4章 具体案の提案

4.1 具体案の方向性

本章ではセンター地区への来街者数増加のための具体案を提案する。具体案の提案にあたっては、前章までの現状把握から得た消費者の傾向や地域特性を元に、具体案には以下の4つの方向性を重視することとした。

① 各施設を結ぶペデの滞在環境向上

センター地区の各施設を結ぶペデは、センター地区を連携させる上で、重要な役割を果たしている。ペデの滞在環境向上を行うことで、来街者がセンター地区の各施設を回ることを促進し、センター地区全体の魅力を向上させ、来街者増加を図ることができると考えられる。

② センター地区全体としての広報強化

センター地区として総合的な広報を行うことで、消費者に効率的かつ効果的にセンター地区を認識させることができる。

③ 施設間での連携強化

各施設が連携することで、施設間の集客に対する相乗効果を狙うことができる。

④ センター地区全体の街づくりを推進する仕組みの確立

①、②、③をはじめとして、継続的にセンター地区の活性化を進めていくために、街づくりを推進していく仕組みが重要と考えられる。

4.2 ペデ上の心理的距離に関する考察

現在のペデは、施設間距離が長く、歩行者を楽しませる刺激が無い場所が存在する。そのような場所が「心理的距離」を長く感じさせ、回遊性の妨げる一因となっている。ここでいう心理的距離とは、実際の距離に対する人々の意識的な感覚的な距離である。

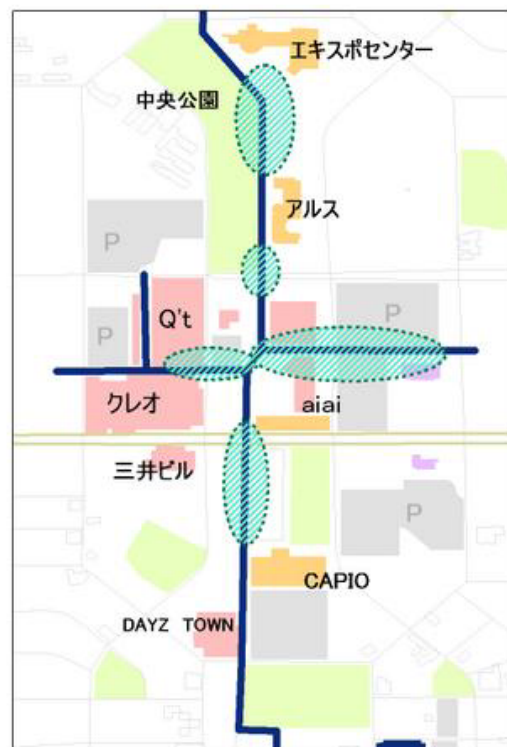


図4.2-1: 歩行者を楽しませる刺激の無い場所

米谷他(2002) 意識距離の短縮効果を有する歩行空間の創出に関する基礎的研究

本研究では意識距離の短縮効果を有する歩行空間の創出のための基礎段階として、地下通路環境と意識距離との関係について考究してきた。

以下に、本研究で得られた主要な成果を示す。

- ①歩行環境の違いにより、意識距離が変化することを証明した。
- ②「意識距離の法則」の構築により、実時間距離と意識距離との関係を明確化した。
- ③地下通路環境の構成要素である「にぎやかさ」、「見るものの多さ」、「明るさ」、「多様性」の4項目が意識距離に大きく影響していることがわかった。

これらのことから、歩行者をセンター地区周辺から南北ペデへ促すには、歩行者がその道を歩きたくなるような刺激を与え、心理的距離を短縮すれば良い。そこで我々は、その刺激を与える方法として、ランドマーク、花壇の整備、ワゴンショップ・ギャラリーを提案する。

4.2.1 街のシンボルとなるランドマークの設置



図 4.2.1-1: ランドマーク設置前

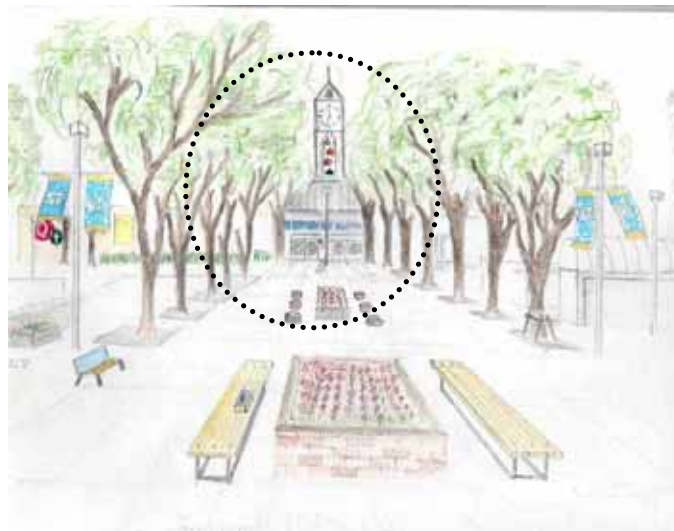


図 4.2.1-2: ランドマーク設置後

○概要

ランドマークとして時計・ガリレオ温度計などを設置。デザインは Tsukuba Science City という街を意識し、科学にちなんだものとする。センター広場に設置する。

○効果

歩行者が見るものが増加する。

歩行者の印象に残り、認知度が上がる。

4.2.2 花回廊の整備



図 4.2.2-1:花回廊設置前

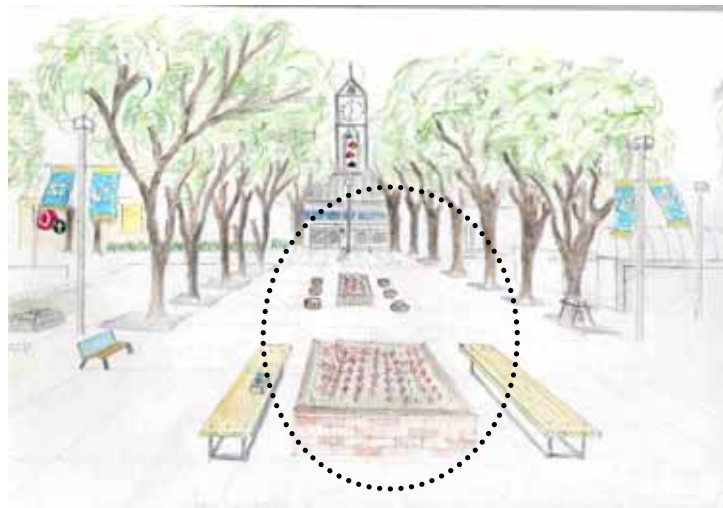


図 4.2.2-2:花回廊設置後

○概要

花壇を整備し、花回廊を作る。

整備はセンター地区の統括団体や NPO などが行う。

○効果

季節により花を変え、市民は常に移りかわる街並みを楽しむことが出来る。

4.2.3 ワゴンショップ・ギャラリーの設置



図 4.2.3-1: ワゴンショップ・ギャラリー設置前



図 4.2.3-2: ワゴンショップ・ギャラリー設置後

○概要

出店者は一般市民で、センター地区統括団体が市民に場所とワゴンを提供し、気軽に出店できるようにする。

○効果

センター地区の各施設間に配置し、にぎやかさ、多様性を高めることで心理的距離短縮を図る。

4.2.4 各具体案の配置

4.2.1 における心理的距離の概念をもとに、心理的距離の短縮による効果を考慮した上でランドマーク、花回廊、ワゴンショップ・ギャラリーの配置を考えた。各具体案の配置は以下のようにする。

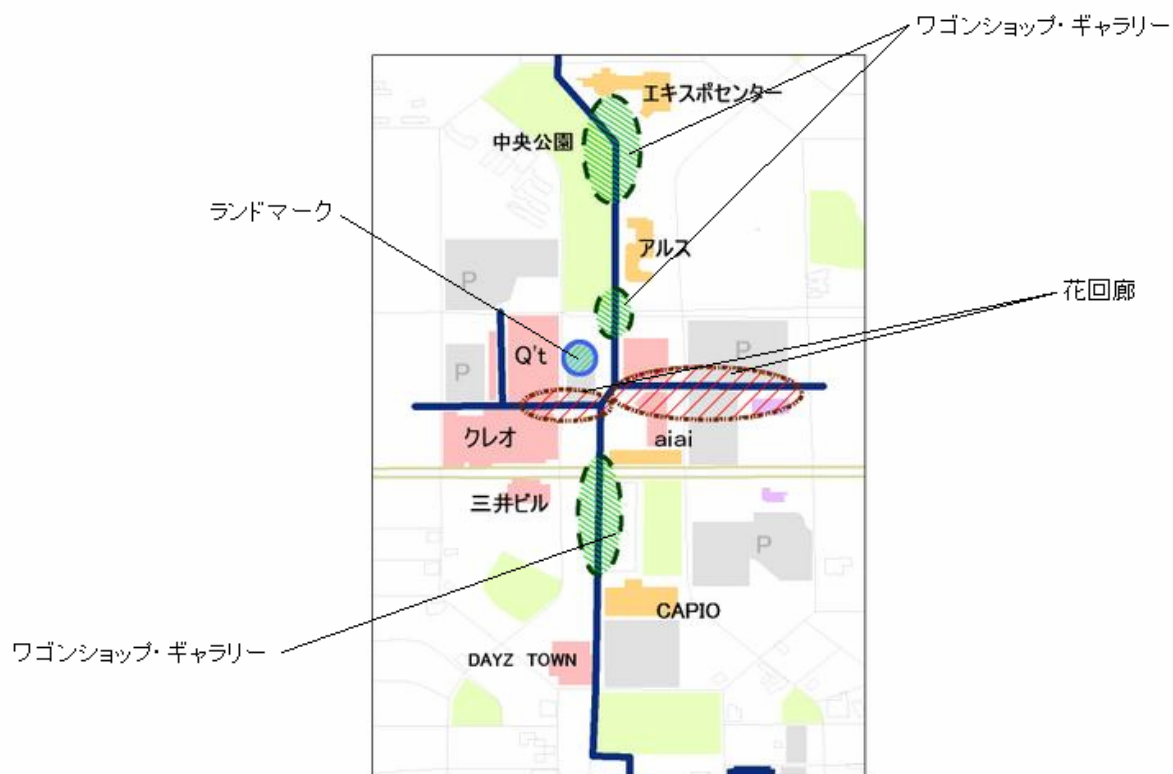


図 4.2.4: 各具体案の配置

4.3 広報

○現状

第2回アンケートより、センター地区には集客力を持つクレオスクエア以外にも、様々な施設が立地しているがその利用率は決して高くないことがわかった。またイベントの認知度が低い反面、イベント情報を欲していることも分かった。

そこで、来街者にこれらの施設の情報を与え、街の回遊性を向上させることを目的として、以下のような形式の地域マップを提案する。

○概要

- ・サイズ:持ち歩きやすいサイズ (A4 版程度)
- ・更新頻度:毎月更新
- ・配布方法:駅やクレオスクエアなど、センター地区の各施設で配布
- ・掲載内容:ペデを中心としたマップ
センター地区の商業・文化・公園などの情報や配置図、イベント情報
アクセス情報



図 4.3: 地域マップ (表紙)

○効果

この地域マップによって来街者にペデ周辺の施設の情報を与えることによって、ペデの回遊性を向上させる効果が期待できる。また、ペデや各施設の認知度が向上される。

4.4 タウンメンバーズシップカード「ツクツクカード」

○現状

- ・ センター地区の各施設間で、販売促進に関する連携した取り組みが行われていない。
- ・ アンケート結果 (p 参照) より、市民の「ポイントカード」への関心が高い。
- ・ 現在ある「クレオスクエアカード」はクレオスクエアのみでしか利用できない。

来街者の回遊性を更に向上させるため、センター地区全体で利用できる「ツクツクカード」を提案する。

ツクツクカードの概要

- ・ 入会費、年会費無料
- ・ 現在センター地区で発行されている様々なポイントカードを一本化できる。
- ・ センター地区の複数の施設で割引などのサービスが受けられる。
- ・ 買い物額に応じて「ツクツクポイント」を加算。「ツクツクポイント」が貯まるとプレゼントやイベント参加などの特典が得られる。



図 4.4-1: 「ツクツクカード」

○ツクツクカードの運営

現存の「クレオスクエアカード」の運営を行っている筑波都市整備㈱が引き続き行う。

○期待される効果

- ・ ポイントという楽しみが付与されることでセンター地区での購買、回遊行動の魅力が増す。
- ・ リピーター増加を促進させる。
- ・ センター地区で一体となった販売促進活動ができる。

4.5 まちづくり推進団体「ツクツクグループ」の設立

○現状

現在センター地区のまちづくりを統括する組織はなく、地区での連携した活性化が図られていない。また前述の 3 つの具体案を維持・管理するためにはセンター地区の更なる活性化を主導的に推進する組織が必要と考えた。

センター地区の活性化を一体的に進めるために、まちづくり推進団体「ツクツクグループ」の設立を提案する。

○ツクツクグループの概要

- ・ センター地区の各施設と連携を図りながら、センター地区活性化の活動を行うことを目的とする。
- ・ 花壇整備や、地域マップの発行など前述の具体案の実施、運営、管理を行う。

○ツクツクグループの運営

- ・ 「市民参加」をキーワードとし、学生、市民、NPO 等が積極的に参加する。
- ・ 各施設やつくば市などからは、活動のための資金協力関係を作る。

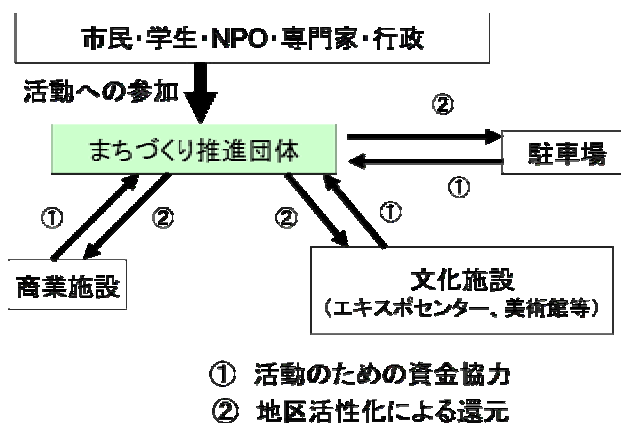


図 4.5：ツクツクグループの運営

○期待される効果

- ・ 市民がまちづくりに関与することで、街への愛着、興味が増す。また、ボランティアという形をとるため、経費が削減できる。
- ・ 連携した販売促進活動をすることで、経費が削減され、各施設間の相乗効果が期待できる。

第5章 具体案の評価

5.1 評価の方法

歩行者や実施に際して利害関係が生まれる施設へ具体案を提示し、それによる支持度によって以上で示した具体案の効果、実現可能性を評価した。

5.2 評価結果 ―第3回アンケートより―

5.2.1 ペデ・ハード面の改善に関する評価

5.2.1-a ランドマークの設置

○アンケート結果

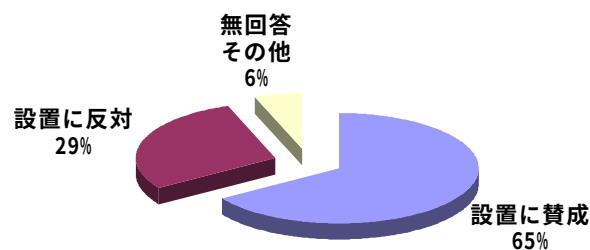


図 5.2.1-a: ランドマーク設置について (n=108)

○考察

設置には 65%の人が賛成とした。主な反対理由としては、

- ・無いほうがすっきりしていて良い
- ・美観効果が期待できない

などが挙げられた。

5.2.1-b 花回廊の設置に関する評価

○アンケート結果

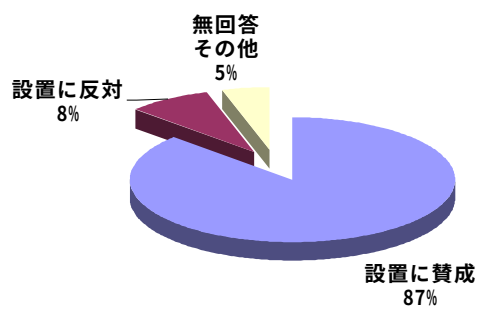


図 5.2.1-b：花回廊の設置について (n=108)

○考察

設置には 87%の人が賛成とした。主な反対理由としては、

- ・緑が多いので今のままで十分
- ・整備にコストがかかる

などが挙げられた。

5.2.1-c. ワゴンショップ・ギャラリーの設置に関する評価

○アンケート結果

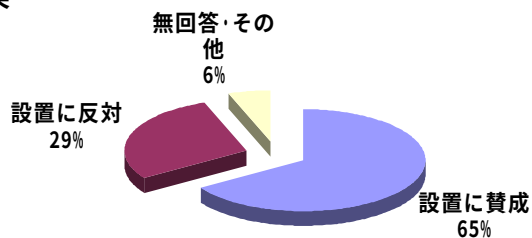


図 5.2.1-c: ワゴンショップ・ギャラリー設置について (n=108)

○考察

設置には 65%の人が賛成とした。主な反対理由としては、

- ・汚れる・ゴミが増える
- ・Q't やコンビニ等既存施設で十分
- ・ごみごみする

などが挙げられた。

○結論

アンケートよりいずれの案も賛成が 60%を超える。反対意見を考慮しつつ、実行することで、歩行者の心理的距離短縮、街の魅力の向上に正の影響を与えることが期待できる。

5.2.2 地域マップの評価

○アンケート結果

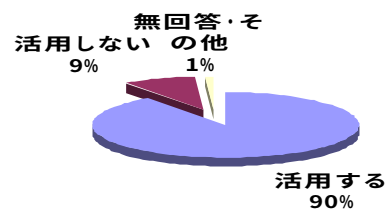


図 5.2.2:地域マップ活用について (n=70)

○結論

センター地区でのアンケートの結果、90%の人たちが活用すると答えた。
これにより、大多数の人が、センター地区の地図や情報に関心があり、クレオスクエア以外の回遊性を促すことが出来ると期待できる。

5.2.3 タウンメンバーシップカード「ツクツクカード」の評価

○アンケート結果

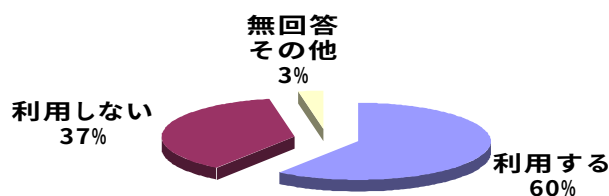


図 5.2.3: メンバーシップカード利用について (n=125)

○考察

アンケートの結果、60%の人がツクツクカードを利用すると答え、実施に関して支持された。

○ヒアリング結果

またこの提案で、カードを運営することになる筑波都市整備(株)からは「案のように運営する際に、実現可否に関わるような大きな問題はない」という意見を頂いた。

○結論

市民側、運営側それぞれから、この提案の実現可能性が支持された。

提案における課題としては

- ・カード自体の魅力を維持するために、センター地区の多くの施設の協力を得る。
- ・カードのメリットを市民に認知させ、多くのメンバーを集めること。

が挙げられる。

5.2.4 街づくり推進団体「ツクツクグループ」の設立に関する評価

○アンケート結果

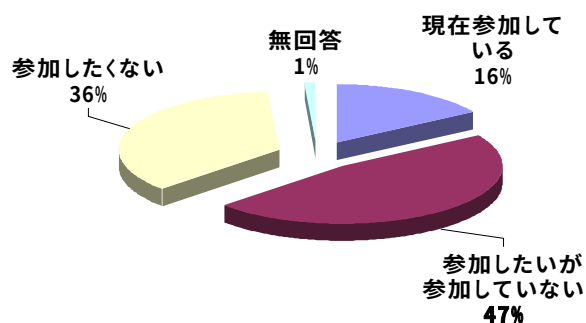


図 5.2.4: ボランティア参加への関心について (n=167)

○考察

「現在参加している」「参加したいが参加していない」を足すと、約60%となった。この結果より、「ツクツクグループ」の「市民参加」という部分の実現可能性が支持された。

○施設へのヒアリング結果

・筑波都市整備

「街が活性化することは、自社にとってもよいことであるので、活動に対する協力はすること ができる」

・つくば都市交通センター

「街にとって必要な活動であるので参加できる」

上記より、施設側の協力が得られる可能性が高いことが確認できた。

○結論

市民側、施設側それぞれから、「ツクツクグループ」の実現可能性が支持された。

○提案における課題

- ・忙しくて活動に参加できないような人でも、気軽に活動できるように工夫することによって、多くの人が活動に参加できるようにする必要がある。
- ・センター地区の街の魅力向上のために、継続的に運営できるようにする必要がある。

第6章 経済活性化に対する総合的評価

5章では、各具体案についての評価を行った。本章では、それらの具体案を実施した場合に経済活性化に対してどれくらい効果があるのかを評価する。

6.1 経済活性化の指標

地区への来街者が増加することは、その地区で消費をする主体が増加することになる。つまり、来街者が増加することは、その地区での消費が増加することにつながり、経済活性化につながる可能性が高くなる。以上から、本研究では、センター地区の来街者数を、経済活性化に対する指標とし、以降センター地区の来街者数増加を観点に評価を行う。

6.2 「回遊」という視点からの考察

4章における具体案では、現在のセンター地区の現状を有効活用して、経済活性化を実現していくために、「回遊」をテーマに具体案を策定した。それぞれの提案において、センター地区を訪れた人がそこで回遊できるような街づくりを目指している。これにより、現在のセンター地区にある魅力を更に高めることができ、来街者数を増やすことができる。

3-1(8頁参照)のとおり、現在、センター地区を訪れても、クレオスクエアのみしか行かない人が大多数であることが見られる。これらの提案を実施することにより、来街者がクレオスクエアにとどまらず、様々な施設を訪れる可能性が高くなると考えられる。

6.3 来街者数増加可能性の考察

本研究では、具体案を行うことにより、来街者数を増加させることで、経済活性化を図っている。そのためここでは、来街者数増加の可能性を考察することで、経済活性化の可能性を見出すこととする。

6.3.1 センター地区来街者数変化予測とその方法

現在、TX 開業後、具体案を実施した場合の、3つのケースに関して、センター地区への来街頻度の変化をアンケート調査したところ、表 6.3.1-1 のようになった。アンケートは、つくばセンター、TX 開業によりつくばと直結することになる守谷市内で行った。(第3回アンケート、9頁参照)

表 6.3.1-2 は、頻度を数値化したもので、その頻度の年間日数を元になっている。この数を頻度変換指数と呼ぶ。まず、表 6.3.1-1 の数に、それぞれの頻度の頻度変換指数をかけると、表 6.3.1-3 のような結果になる。ここではこの結果を来街度点数と呼ぶ。来街度点数を、現在、具体案実施後それぞれで足し合わせたものが表 6.3.1-3 の「合計」である。

ここで来街者点数は、頻度の年間日数を掛け合わせている。そのため、来街度点数の総和の変化割合は、年間延べ来街者数の変化割合と言い換えることができる。これを用いて、来街者数変化を予測する。次頁がその結果である。

表 6.3.1-1: センター地区来街頻度の割合の変化

アンケート実施場所	つくばセンター						守谷市内					
	現在		TX開業後		具体案実施後		現在		TX開業後		具体案実施後	
状況												
ほぼ毎日	14	18%	11	14%	12	16%	3	6%	3	6%	3	6%
週2～3	9	12%	12	16%	14	18%	1	2%	1	2%	1	2%
週1	10	13%	10	13%	13	17%	3	6%	3	6%	3	6%
月2～3	21	28%	22	29%	18	24%	0	0%	4	8%	7	15%
月1	12	16%	12	16%	13	17%	8	17%	10	21%	12	25%
3ヶ月に1回	7	9%	6	8%	4	5%	7	15%	10	21%	5	10%
半年に1回	1	1%	1	1%	0	0%	7	15%	4	8%	5	10%
年1回	2	3%	2	3%	2	3%	11	23%	7	15%	7	15%
行かない	0	0%	0	0%	0	0%	8	17%	6	13%	5	10%
合計	76	100%	76	100%	76	100%	48	100%	48	100%	48	100%

表 6.3.1-2: 頻度変換指数

	年間日数
ほぼ毎日	365
週2～3	130
週1	52
月2～3	30
月1	12
3ヶ月に1回	4
半年に1回	2
年1回	1
行かない	0

表 6.3.1-3: 来街度点数と年間延べ来街者数変化率予測

アンケート実施場所	つくばセンター			守谷		
	現在	TX開業後	具体案実施後	現在	TX開業後	具体案実施後
状況						
ほぼ毎日	67.2368421	52.82894737	57.63157895	22.8125	22.8125	22.8125
週2～3	15.3947368	20.52631579	23.94736842	2.70833333	2.70833333	2.70833333
週1	6.84210526	6.84210526	8.894736842	3.25	3.25	3.25
月2～3	8.28947368	8.684210526	7.105263158	0	2.5	4.375
月1	1.89473684	1.894736842	2.052631579	2	2.5	3
3ヶ月に1回	0.36842105	0.315789474	0.210526316	0.58333333	0.83333333	0.416666667
半年に1回	0.02631579	0.026315789	0	0.2916667	0.16666667	0.208333333
年1回	0.02631579	0.026315789	0.026315789	0.2291667	0.14583333	0.145833333
行かない	0	0	0	0	0	0
合計	100.078947	91.14473684	99.86842105	31.875	34.9166667	36.91666667
年間延べ来街者数変化率	100%	91%	100%	100%	110%	116%

注: 年間延べ来街者数変化率は、現在を基準に算出している

6.3.2 結果に対する考察

○つくばセンターにおける結果に関する考察

表 6.3.1-1 より、現在センター地区に来ている人にアンケートを行ったところ、TX 開業後には年間来街者数は減少することが予想される。特に「ほぼ毎日」来街する人の割合が減少し、「週に2～3回」という人が増加している。その他の頻度では、ほとんど変化がない。これは、現在通勤通学などでほぼ毎日センター地区を訪れる人が、TX 開業によって、通勤方法や通勤場所が変化することによって、来街頻度が減少するためと考えられる。

以下表 6.3.2-1 と表 6.3.2-2 は、つくばセンターでの調査における、具体案実施前後の来街頻度の変化を集計したものである。ここで「高頻度」としたのは「週 1 回」以上、「低頻度」は「月 2～3 回」以下である。現在「低頻度」の人のうち 21%が具体案実施後に「高頻度」となっている。逆に、現在「高頻度」の人のうち「低頻度」になるのは 9%となっている。この結果より、この具体案は、来街頻度の改善、ひいては来街者数の増加に効果があるといえる。

表 6.3.2-1: 具体案実施による、来街頻度改善率

(つくばセンターでの調査)

実施前「低頻度」	43
そのうち実施後は「高頻度」	9
頻度改善率	21%

表 6.3.2-2: 具体案実施による、来街頻度改悪率

(つくばセンターでの調査)

実施前「高頻度」	33
そのうち実施後は「低頻度」	3
頻度改悪率	9%

○守谷における結果に関する考察

表 6.2.1-1 より、TX 開業後に、つくばへの来街者数が現在よりも増加することが予想された。このことは、守谷では TX 開業によって、現在よりもセンター地区へのアクセスが向上し、つくばに対する関心が現在よりも高まることが原因と考えられる。TX 開業が、センター地区の商圈拡大へ影響を与えることが予想される。

それに加えて、具体案実施後には、更に来街者数を増加することが予想される。具体案を実施することで、守谷を始めとする TX 沿線地域からの来街者数を更に増加させることができ、TX 開業の影響をセンター地区の経済活性化へより強くつなげることができると考えられる。

第7章 結論

以上から、「回遊型」を目指した具体案実施により、センター地区の来街者が増加することが期待できる。来街者数の増加により、センター地区での消費活動が活発になり、経済活性化を図ることが期待できる。

また、既存施設からの賛成意見が多いことにより、本提案の実現可能性は十分にあると考えられる。

第8章 今後の課題

本研究の課題として、これらの具体案を継続、維持できるかどうかが挙げられる。常に創意工夫を行い、新鮮味のある活動を継続して行わないと、具体案の効果が減少してしまう。

このために、多くの市民にこの活動への関心を高めてもらい、参加してもらうことが必要である。いかに市民の力を利用できるかが、この提案の成否に大きく関わってくると考えられる。

謝辞

この実習にあたりまして、多くの方々のご協力により、私達は満足のいく調査・提案を行なうことが出来ました。

ご指導下さった、河端瑞貴先生、TA の長沢大介さん、諸先生方、技官、TA の方々、ヒアリングさせていただいた各施設の担当者の方々、そしてアンケートに協力して下さいました全ての方々に感謝致します。

ありがとうございました。

付録

付録1 ヒアリング報告

つくば市道路課

(1) イベント開催の規制

- ・露店は市の条例で禁止されている
- ・まつりつくばは観光物産課で一括して行っている特例である
- ・フリーマーケットは観光物産課が管理している
- ・ペデ上で認められている活動はキャンペーン、演奏等原則として金銭の収受がないものに限られている

(2) ペデに関する PR

- ・道路課では行っていない

(3) スロープ・アプローチについて

- ・増設、改善の予定はない

つくば市都市整備課

(1)都市計画におけるペデの位置付け

- ・ペデは旧公団（現都市機構）が造り、つくば市が継承した施設であるため、設計段階においてつくば市（旧桜村・谷田部町）の意思関与はなかった
- ・一部（妻木赤塚線・吾妻公園線）は都市計画道路として位置付けられている
- ・既に完成済みの施設のため、今後大規模に改廃する予定はない
- ・ペデを用いて都市の経済活性化という計画はない

(2)ペデ周辺の土地利用規制

- ・通常の都市計画区域である

(3)サイン・案内板について

- ・平成 16 年に筑波大学芸術学系西川教授と共につくば市全域のサインガイドラインを作成、今年度より整備開始予定
- ・原則として古くなったサインの更新が目的で、ペデのアプローチ周辺のサインを重点的に整備する予定はない
- ・サイン、案内板によりペデから一般道に出て行くことは危険性が増す
- ・サインを増やすことは景観を損なう

(4)スロープ・アプローチについて

- ・現状で十分であり、増設する計画はない
- ・スロープを広くすると一般道に出て行く人が増え、危険性が増す

(5)駐輪場

- ・現在 970 台分の駐輪場（有人・有料・6 時～22 時まで）がつくばセンターにある
- ・今年度 200 台分（無人・有料・24 時間）を新設する予定
- ・違法駐輪は問題だが、景観上良くない、動線上危ない、スペースがないという理由からデッキ上に駐輪場を作る計画はない

つくば市公園緑地課

(1)公園での営利活動について

- ・原則として禁止
- ・フリーマーケットは場合により条件付きで許可することもある

(2)公園内のごみ箱について

- ・人件費削減のため撤去する方針である

(3)ベンチの設置基準について

- ・特にない

(4)公園利用者のための駐車場の有無

- ・センター地区の公園には駐車場はない
- ・有料施設がある公園や周辺部の公園にはある

(5)公園の改修、新設について

- ・中央公園の改修予定がある
- ・研究学園地区は十分な整備がされているため新規造成はない
- ・葛城地区では地区公園 1 ヲ所、近隣公園 4 ヲ所の新規造成が都市計画決定されている

つくば市産業振興課

(1)センター地区の施設同士の取り組み、連携

- ・センター地区には商店街がないので統括者がいない
- ・施設同士の連携はまつりつくば、つくばフェスティバル等の時だけ
- ・センター地区で連絡会が月 1 回行われているが内容は薄い
- ・クレオスクエアで出店者協議会

(2)現在のつくば経済の問題点

- ・農村地域の商店街への対策が中心
- ・伝統産業や農産物のブランドが弱い

(3)ハード面、ソフト面の取り組み

- ・今まではハード面を国、県が分担して行ってきた
- ・ソフト面の取り組みは行っていない

つくばアーバンガーデニング(TUG)

(1)活動内容

- ・「100本のクリスマスツリー」
- ・センターの1階部分や郵便局前、ペデ上の花壇の製作、管理
→専門家やボランティアの方々の協力によるデザイン
- ・水戸南町2丁目商店街の景観向上等

(2)ペデでの施策案

- ・ペデという空間を「座る空間」に
- ・ベンチの設置
- ・中央公園リニューアル
- ・緑、自然を増やしての安全化

(3)ソフト面の活動と経済活性化

- ・花壇や自然景観等のソフト面の活動も街の活性化にとって必要
- ・地域の個性を出し歩きたくなる道の演出
- ・人を集める魅力として個性ある景観は大きな効果がある

情報ネットワークセンター

(1)施設同士の連携、取り組み

- ・つくば市の各施設の情報システム部門を手がけている（各施設へのパソコン貸し出し、つくば市役所等のウェブサイトの製作）
- ・スポーツ施設、文化施設等の施設予約システム
- ・隣にある情報関連の研究所と連携を取っている

(2)広報活動

- ・パンフレット、ウェブサイト、広報誌等で行っている

(3)イベント

- ・パソコン講座を開設している

(4)利用状況

- ・利用時間は月曜、祝日以外の9時～17時
- ・施設内でパソコン、研修室を利用できる
- ・利用者の年齢、性別は様々である
- ・年間利用者数
利用：4666人、見学（システム等）：169人、合計：4835人（平成16年度）
- ・研修室年間利用団体数：41団体（平成16年度）
利用期間は1時間くらい～1週間くらいとまちまちである
- ・インターネットの普及により利用者数は減少している

つくば市立中央図書館

(1)施設同士の連携、取り組み

- ・現在他の施設との連携は行っていない。

(2)広報活動

- ・地元情報誌、ウェブサイト、図書館前の掲示板、中央公園前の掲示板で行っている

(3)イベント

- ・毎週土曜日に「おはなし会」を開催している
- ・夏休みに子供向けのアニメの映画会などを開催している

(4)利用状況

- ・主な利用者は母子連れ、学生である

茨城県立つくば美術館

(1)施設同士の取り組み、連携

- ・つくば市立中央図書館と企画展を行ったが、他の施設とはない

(2)広報活動

- ・ポスター、チラシを学校、公共施設、駅等に配布
- ・NHK 県域デジタル放送の文字放送
- ・ラジオ（茨城放送のスポット CM, みんなの教育での紹介）
- ・新聞、雑誌の広告や記事掲載
- ・横断幕の設置
- ・ウェブサイト

(3)イベント

- ・企画展を年に3回行っている

(4)利用状況

- ・年間約6万5000人
- ・利用者は平日に中高年が多く、休日は家族連れも多い

つくば市立ノバホール

(1)施設同士の取り組み、連携

- ・現在行っておらず、今後も予定はない
- ・駐車料金割引 5 時間分まで

(2)広報活動

- ・広報つくば、タウン誌
- ・児童館、学校、近隣市町村等に配布する催し物案内
- ・都市振興財団のウェブサイト
- ・メーリングリスト

(3)イベント

- ・土日に集中している

(4)利用状況

- ・使用可能日数 297 日のうち、稼働日数 186 日、稼働率 62.93%
- ・平日利用日数は 87 日で全体の 46.78%
- ・使用団体のべ 204 団体
- ・入場者数のべ 7 万 1042 人
- ・利用者はほとんどが一般利用者

エキスポセンター

(1)施設同士の取り組み、連携

- ・小中学校との連携

(2)広報手段

- ・生活情報誌、雑誌
- ・市役所パンフレット
- ・ウェブサイト

(3)イベント

- ・月替わりで行っている

(4)利用状況

- ・年間 300 日営業で利用者は 15 万人
- ・利用者は家族連れ、学校団体がほとんど

市民活動センター

(1)施設同士の取り組み、連携

- ・ NPO 団体との話し合い

(2)広報手段

- ・ 広告
- ・ ウェブサイト

(3)イベント

- ・ 特に行っていない

(4)利用状況

- ・ 年間 1 万人から 1 万 5000 人
- ・ 利用者は個人、ボランティアや NPO 等の団体

クレオスクエア

(1)施設同士の取り組み、連携

- ・ クレオスクエア全体で広報活動やイベントを行っている

(2)広報活動

- ・ クレオスクエアのウェブサイトで個々の店を紹介
- ・ 無料の広報誌を配布

(3)イベント

- ・ 物産展、販売促進のためのイベント

利用状況

- ・ 空きテナントはない
- ・ 利用者は全年齢層、自動車で来る客

つくば国際会議場

(1)施設同士の取り組み、連携

- ・ カピオや文部科学技術センターと月 1 回会議を行っている

(2)広報活動

- ・ 学会誌、ウェブサイト、利用案内冊子

(3)利用状況

- ・ 稼働率 50%
- ・ 企業研修や会議が大半

つくばカピオ

- (1)施設同士の取り組み、連携
 - ・特になし
- (2)広報活動
 - ・市報
- (3)利用状況
 - ・稼働率 83%、利用者約 15 万人

つくば市商工会

- (1)センター地区の施設同士の取り組み、連携
 - ・現存の施設と連携しているという組織や取り組みはない
 - ・市民活動は活発に行われている
- (2)センター地区の広報
 - ・センター地区の広報は現在ない
- (3)TX 開業と観光対策
 - ・市内名所日帰り観光ツアーコースを策定中
 - ・つくばの魅力を PR しリピーターを増やすことが重要
- (4)現在のつくば経済の問題点
 - ・旧市街地商店街の衰退化
 - 商店街への助成金制度を策定中
- (5)センター地区活性化による周辺部衰退の問題
 - ・センター地区の集客をいかに周辺部へ導くか

筑波都市整備(Q't 運営室)

(1)センター地区の街並みについて

- ・ペデストリアンは都心と周辺住区をネットワークするもの
 - 車を使わないで移動、子どもや老人に配慮
 - 徒歩 1km 圏を目安に造られている（東西大通りの間が 1km）
- ・都心には文化施設、商業施設、駐車場がうまく配置されている
 - 駐車場からの徒歩回遊性が基本
 - 現在は全ての駐車場が暫定的なもので将来は立体にする予定
- ・人口が増加しないとこれ以上の施設拡大は供給過多

(2)センター地区活性化による周辺部衰退の問題

- ・都心の活性化による住区ショッピングセンターへの影響はない
 - 日用品と非日用品で住み分けされている
- ・新旧住民の交流が深まってきておりつくば特有の文化が育つ環境が整いつつある

(3)クレオスクエアの集客力

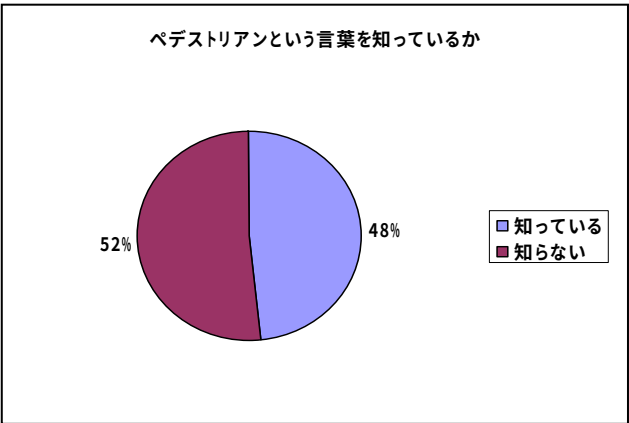
- ・クレオスクエアの売り上げ目標 430 億円
- ・来場者数 現在 休日 延べ 6 万人
 以前 平日 延べ 1 万人
 休日 延べ 2 万人
- ・現在つくばの商圈は 50～60km（平均は 20～30km）

付録2 アンケート結果

第1回アンケート実施結果

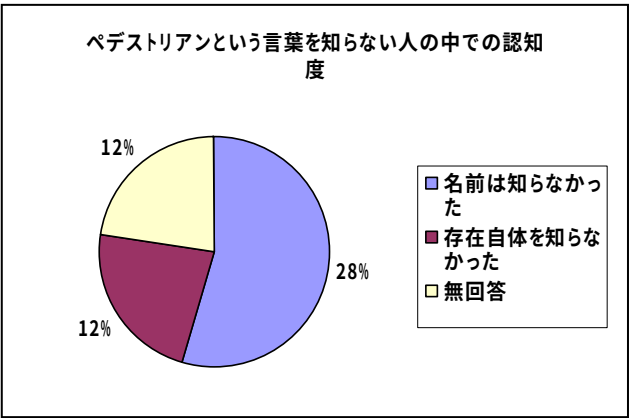
1 「ペDESTリアン」という言葉の認知度

知っている	48%	62
知らない	52%	66



1-b 「ペDESTリアン」という言葉を知らない人の中での、ペDESTリアンの認知度

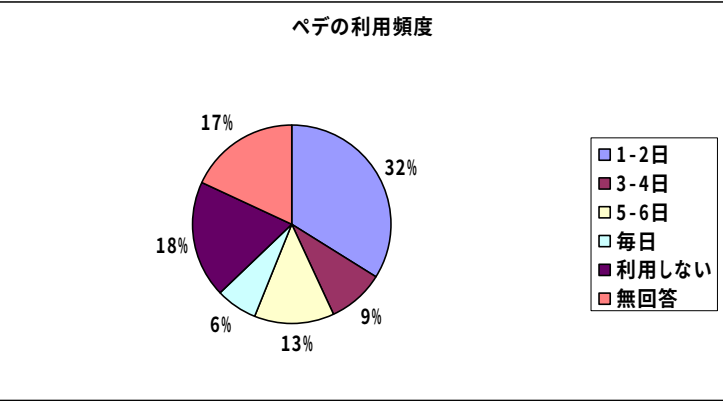
名前は知らなかった	28%	36
存在自体を知らなかった	12%	15
無回答	12%	15



2 行き先・交通手段 (省略・第2回アンケート結果を参照)

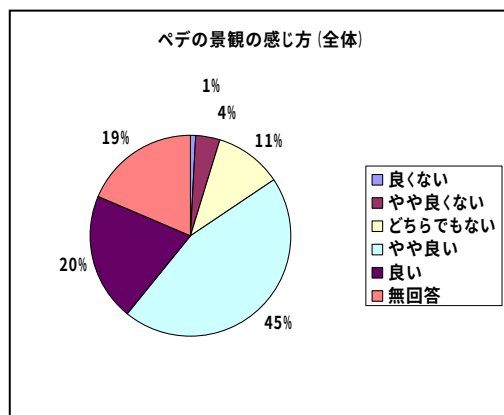
3 ペDESTリアンの利用頻度

1-2日	32%	41
3-4日	9%	11
5-6日	13%	16
毎日	6%	8
利用しない	18%	23
無回答	17%	22



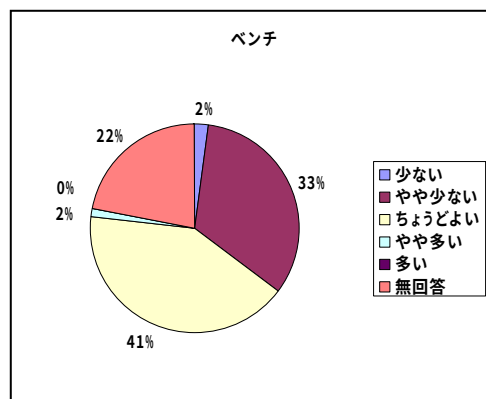
4-a ペDESTリアンの景観について

良くない	4%	5
やや良くない	11%	14
どちらでもない	45%	58
やや良い	20%	26
良い	19%	24
無回答	1%	1



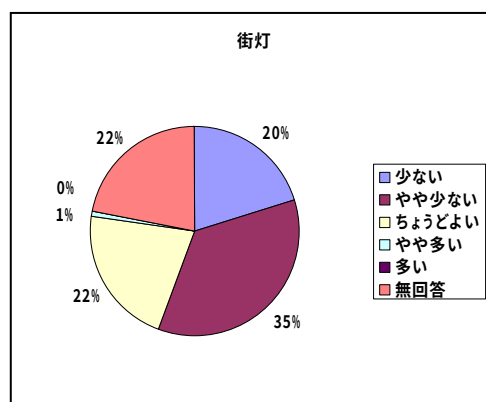
4-b ペDESTリアンの休憩場所について

少ない	2%	3
やや少ない	33%	42
ちょうどよい	41%	52
やや多い	2%	3
多い	0%	0
無回答	22%	28



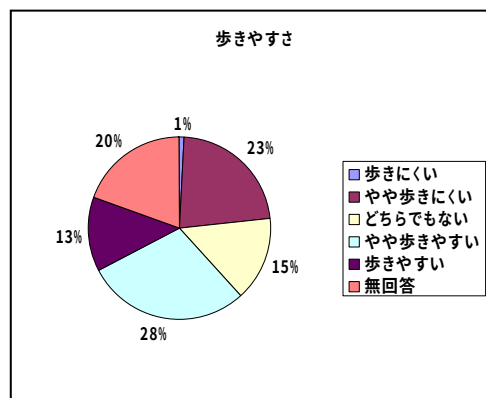
4-c ペDESTリアンの街灯について

少ない	20%	25
やや少ない	35%	45
ちょうどよい	22%	29
やや多い	1%	1
多い	0%	0
無回答	22%	28



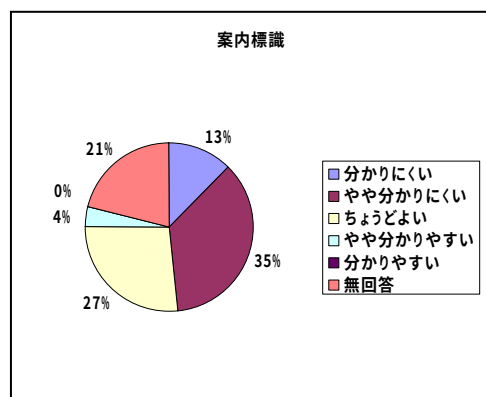
4-d ペDESTリアンの歩きやすさについて

歩きにくい	23%	29.4
やや歩きにくい	15%	19.2
どちらでもない	28%	35.8
やや歩きやすい	13%	16.6
歩きやすい	20%	25.6
無回答	1%	1



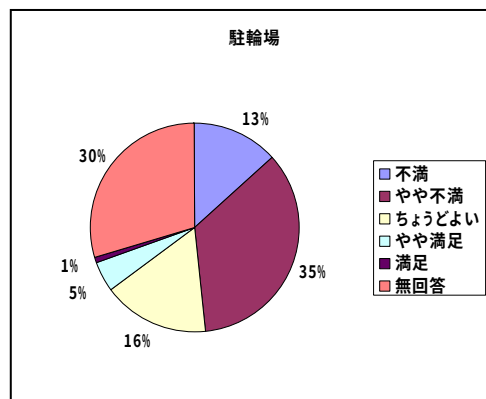
4-e ペDESTリアンの案内標識について

分かりにくい	13%	16.6
やや分かりにくい	35%	44.8
ちょうど良い	27%	34.6
やや分かりやすい	4%	5
分かりやすい	0%	0
無回答	21%	26.9



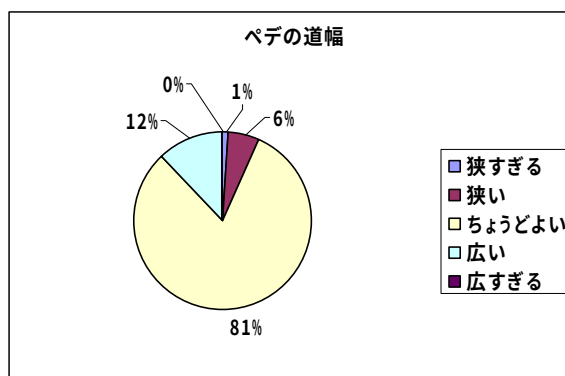
4-f ペDESTリアン上にある駐輪場について (数、場所について)

不満	13%	17
やや不満	35%	45
ちょうどよい	16%	21
やや満足	5%	5
満足	1%	1
無回答	30%	39



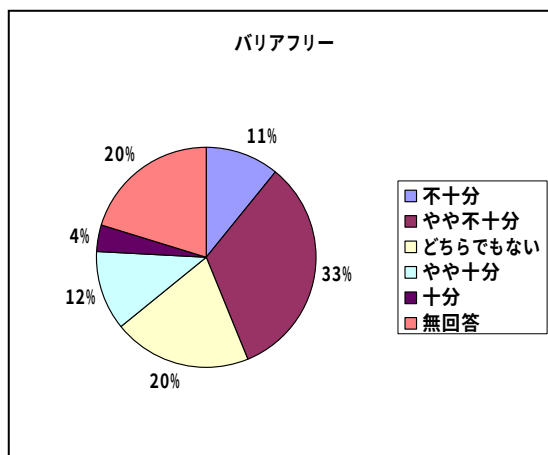
4-g ペDESTリアンの道幅について

狭すぎる	1%	1
狭い	6%	6
ちょうどよい	81%	82
広い	12%	12
広すぎる	0%	0



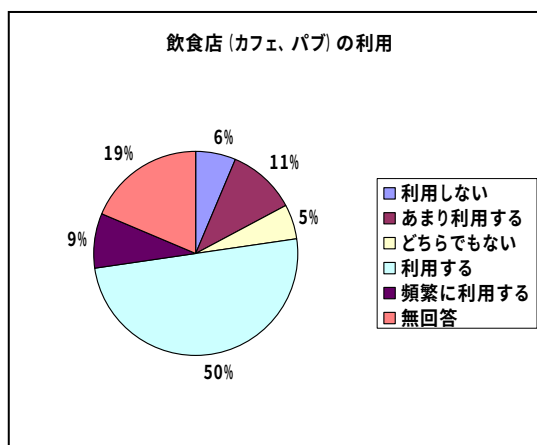
4-h ペDESTリアンのバリアフリー対策について

不十分	11%	14.1
やや不十分	33%	42.2
どちらでもない	20%	25.6
やや十分	12%	15.4
十分	4%	5
無回答	20%	25.6



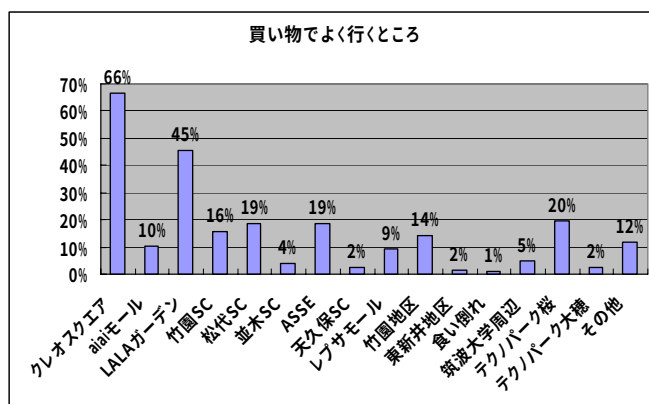
4-i ペDESTリアン上にカフェなどがあったら利用するか

利用しない	6%	8
あまり利用しない	11%	15
どちらでもない	5%	8
利用する	50%	66
頻繁に利用する	9%	6
無回答	19%	25



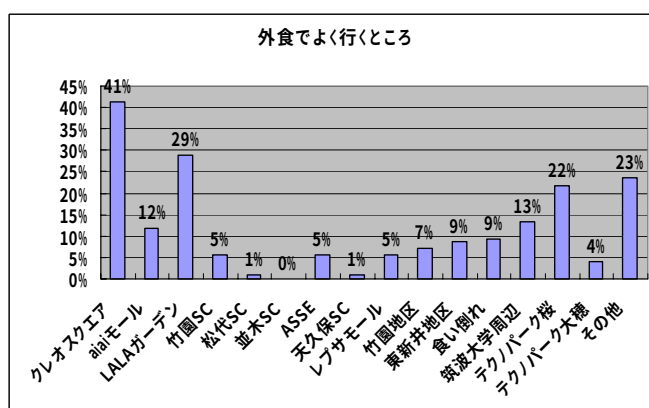
5 買い物へよく行く場所（複数回答あり）

クレオスクエア	66%	85
aiaiモール	10%	13
LALAガーデン	45%	58
竹園SC	16%	20
松代SC	19%	24
並木SC	4%	5
ASSE	19%	24
天久保SC	2%	3
レブサモール	9%	12
竹園地区	14%	18
東新井地区	2%	2
食い倒れ	1%	1
筑波大学周辺	5%	6
テクノパーク桜	20%	25
テクノパーク大穂	2%	3
その他	12%	15
回答者合計		128



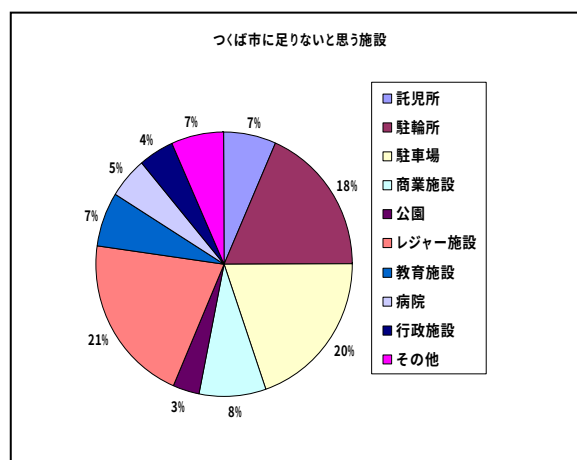
5 外食へよく行く場所（複数回答あり）

クレオスクエア	41%	53
aiaiモール	12%	15
LALAガーデン	29%	37
竹園SC	5%	7
松代SC	1%	1
並木SC	0%	0
ASSE	5%	7
天久保SC	1%	1
レブサモール	5%	7
竹園地区	7%	9
東新井地区	9%	11
食い倒れ	9%	12
筑波大学周辺	13%	17
テクノパーク桜	22%	28
テクノパーク大穂	4%	5
その他	23%	30
回答者合計		128



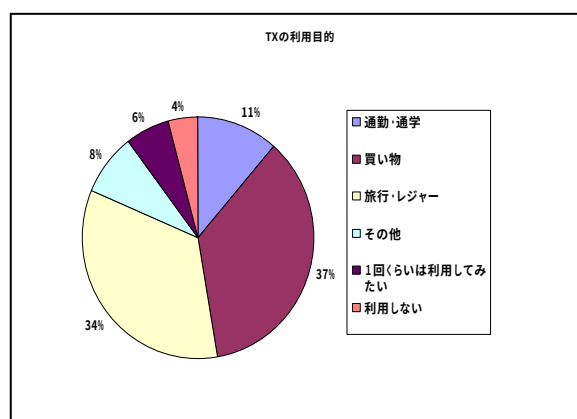
6 つくば市に足りない施設

託児所	7%	9
駐輪所	18%	23
駐車場	20%	26
商業施設	8%	10
公園	3%	4
レジャー施設	21%	27
教育施設	7%	9
病院	5%	6
行政施設	4%	5
その他	7%	9



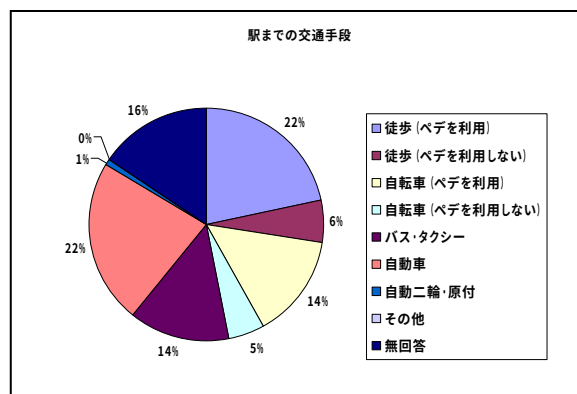
7 TX 開通後の、TX の利用目的

通勤・通学	11%	14
買い物	37%	47
旅行・レジャー	34%	44
その他	8%	10
1回くらいは利用してみたい	6%	8
利用しない	4%	5



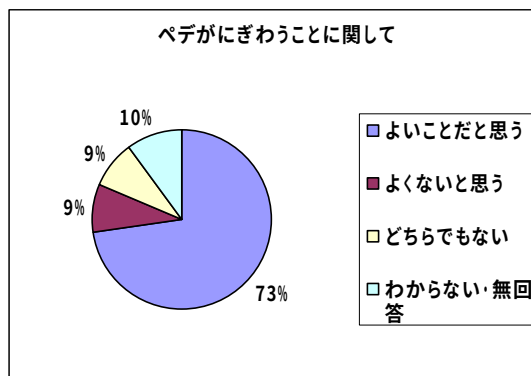
8 TX つくば駅までの利用交通手段

徒歩 (ペデを利用)	22%	28
徒歩 (ペデを利用しない)	6%	8
自転車 (ペデを利用)	14%	18
自転車 (ペデを利用しない)	5%	6
バス・タクシー	14%	18
自動車	22%	28
自動二輪・原付	1%	1
その他	0%	0
無回答	16%	21



9 ペDESTリアンに人が集まることに関して

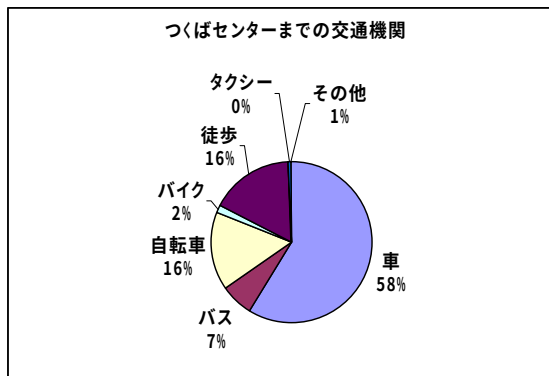
よいことだと思う	73%	94
よくないと思う	9%	11
どちらでもない	9%	11
わからない・無回答	10%	13



第2回アンケート実施結果

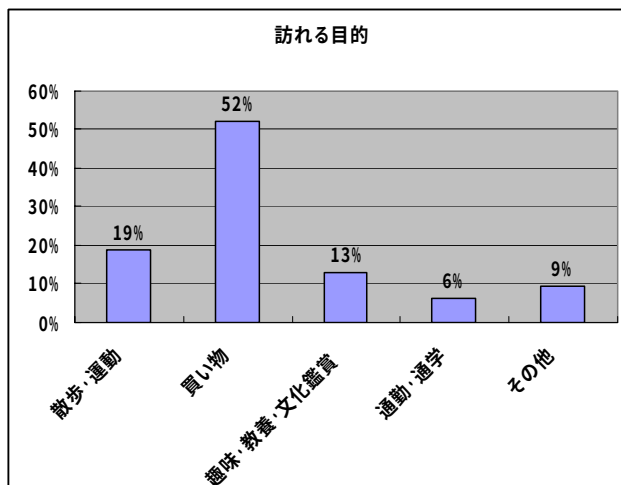
1-1 センター地区までの交通機関について

車	59%	98
バス	7%	11
自転車	16%	26
バイク	2%	3
徒歩	17%	28
タクシー	0%	0
その他	1%	1



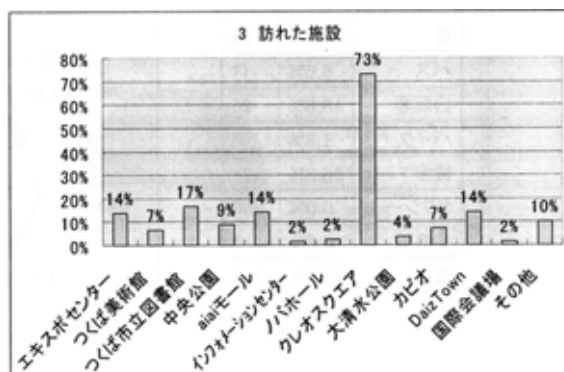
1-2 センター地区へ訪れた目的について

散歩・運動	19%	32
買い物	52%	89
趣味・教養・	13%	22
通勤・通学	6%	11
その他	9%	16



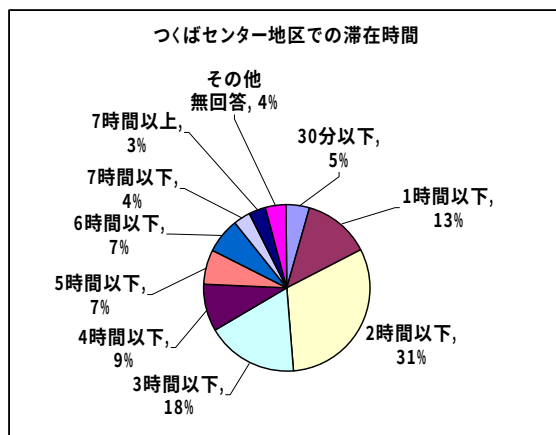
3 センター地区で訪れた場所

エキスポセンター	14%	23
つくば美術館	7%	11
つくば市立図書館	17%	28
中央公園	9%	15
aiaiモール	14%	24
インフォメーションセンター	2%	3
ノバホール	2%	4
クレオスクエア	73%	122
大清水公園	4%	6
カピオ	7%	12
Daiz Town	14%	24
国際会議場	2%	3
その他	10%	17



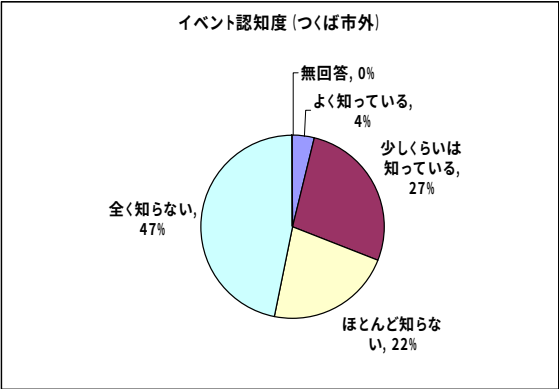
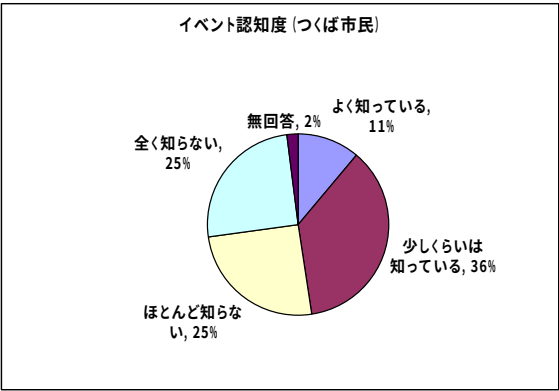
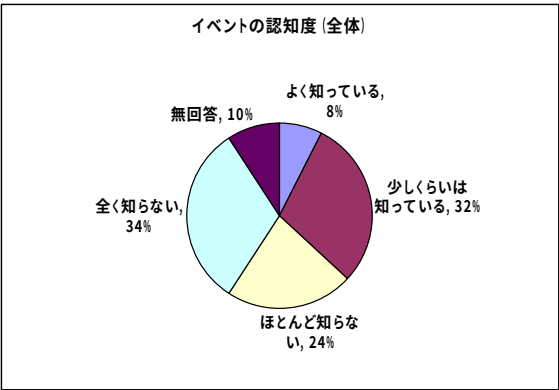
4 センター地区での滞在時間

30分以下	5%	8
1時間以下	13%	21
2時間以下	31%	52
3時間以下	18%	30
4時間以下	9%	15
5時間以下	7%	12
6時間以下	7%	11
7時間以下	4%	6
7時間以上	3%	5
その他・無回答	4%	7



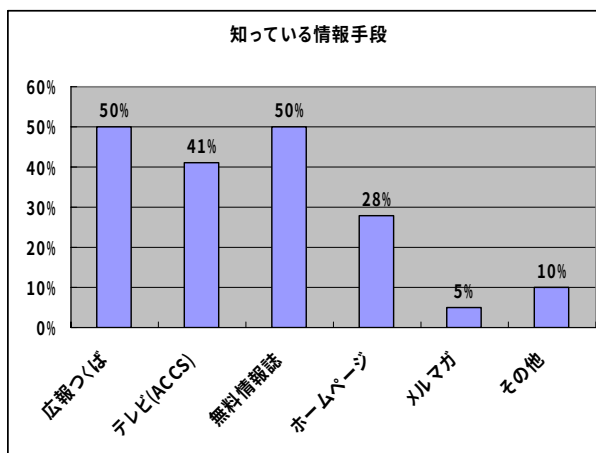
5 センター地区で行われるイベントの認知度

	全体		つくば市内在住者		つくば市外在住者	
よく知っている	8%	14	11%	11	4%	3
少しくらいは知っている	32%	54	36%	36	27%	18
ほとんど知らない	24%	40	25%	25	22%	15
全く知らない	34%	57	25%	25	47%	32
無回答	10%	2	2%	2	0%	0



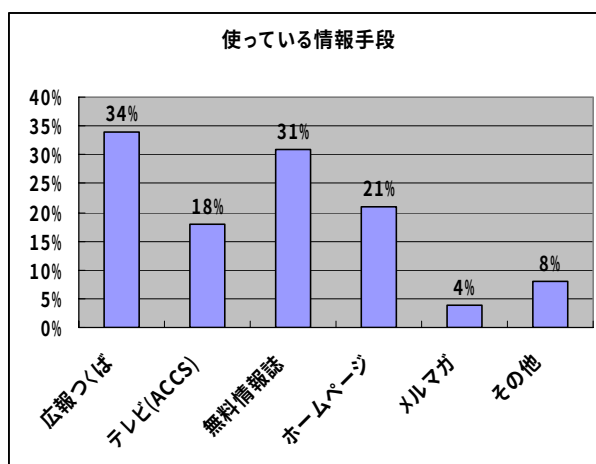
6-1 つくばの情報手段で知っているもの

広報つくば	50%	85
テレビ(ACCS)	41%	69
無料情報誌	50%	75
ホームページ	28%	46
メルマガ	5%	8
その他	10%	16



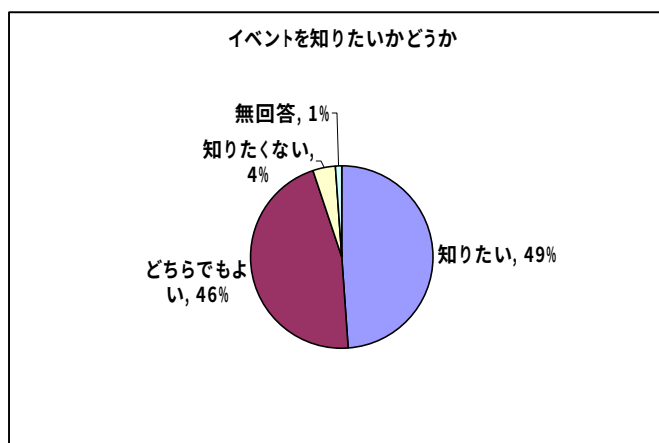
6-2 つくばについての情報手段で現在使っているもの

広報つくば	34%	56
テレビ(ACCS)	18%	30
無料情報誌	31%	52
ホームページ	21%	35
メルマガ	4%	6
その他	8%	14



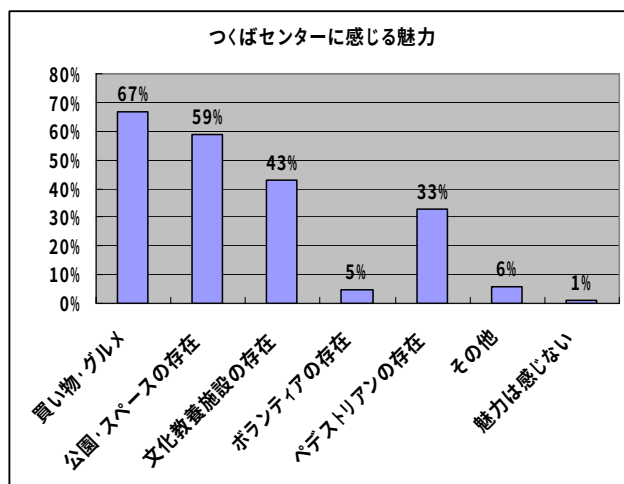
7 センター地区で行われているイベントを知りたいか

知りたい	49%	82
どちらでもよい	46%	76
知りたくない	4%	7
無回答	1%	2



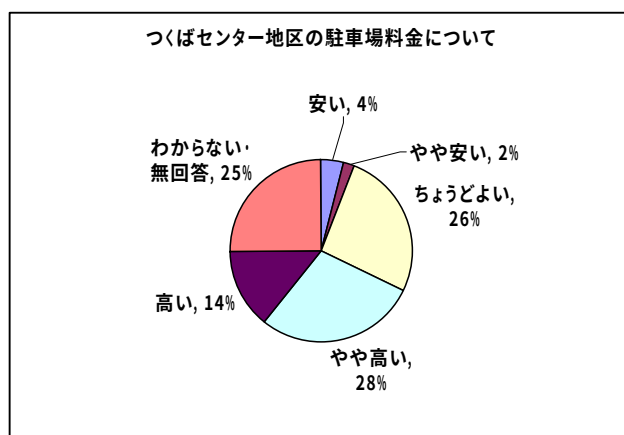
8 センター地区には、どのような魅力を感じるかについて

買い物・グルメ	67%	112
公園・スペースの存在	59%	99
文化教養施設の存在	43%	73
ボランティアの存在	5%	8
ペDESTリアンの存在	33%	55
その他	6%	10
魅力は感じない	1%	2



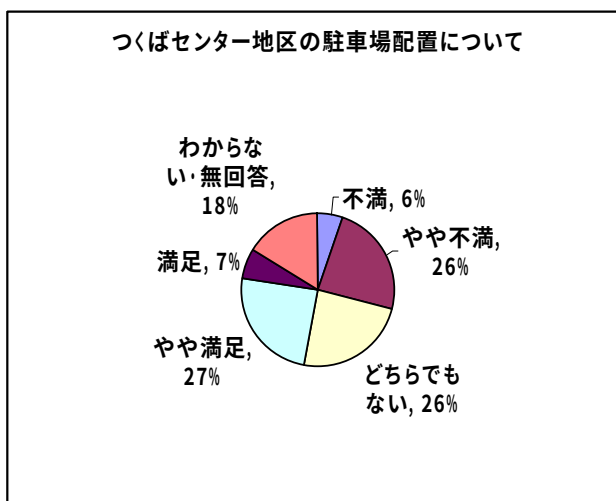
9-a センター地区の駐車場料金について

安い	4%	6
やや安い	2%	4
ちょうどよい	26%	44
やや高い	28%	47
高い	14%	24
わからない・無回答	25%	42



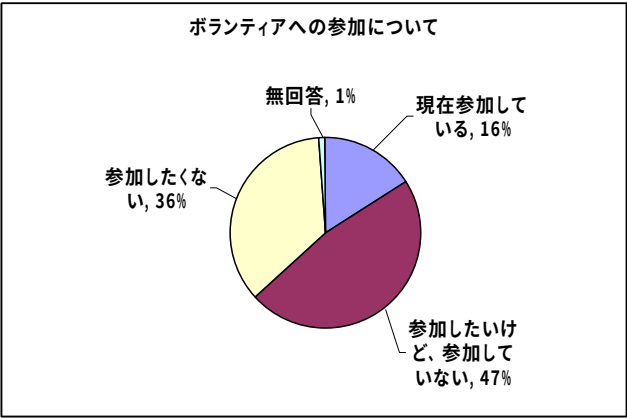
9-b センター地区の駐車場配置について

不満	6%	10
やや不満	26%	43
どちらでもない	26%	44
やや満足	27%	28
満足	7%	12
わからない・無回答	18%	30



10 ボランティアの参加について

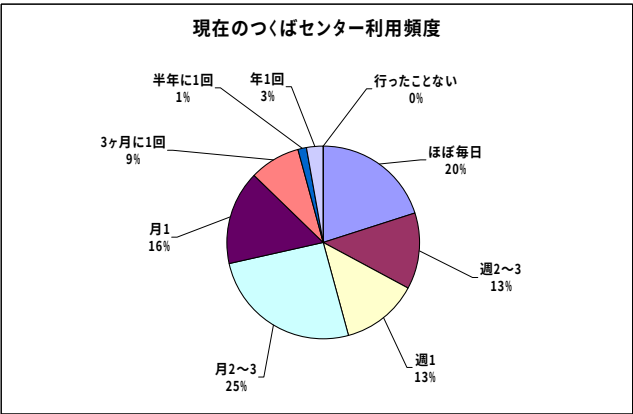
現在参加している	16%	27
参加したいけど、参加していない	47%	78
参加したくない	36%	60
無回答	1%	2



第3回アンケート実施結果

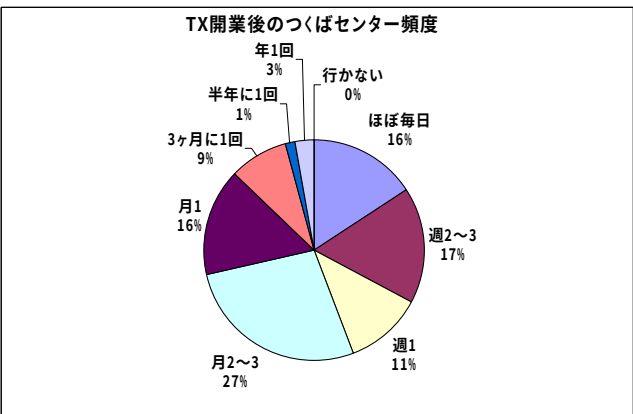
1 現在のセンター地区への来街頻度

ほぼ毎日	14
週2～3	9
週1	10
月2～3	21
月1	12
3ヶ月に1回	7
半年に1回	1
年1回	2
行ったことない	0



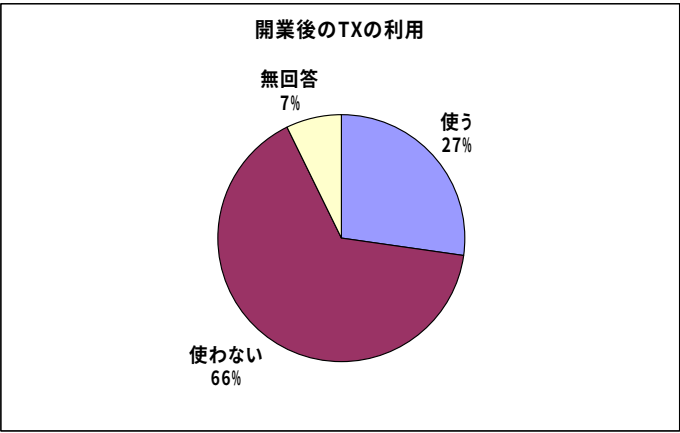
2 TX 開業後のセンター地区への来街頻度

ほぼ毎日	11
週2～3	12
週1	10
月2～3	22
月1	12
3ヶ月に1回	6
半年に1回	1
年1回	2
行かない	0



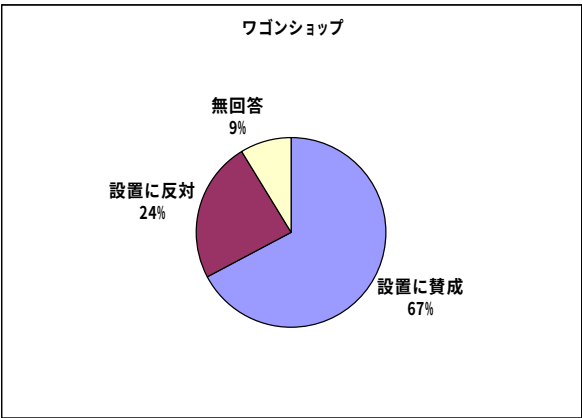
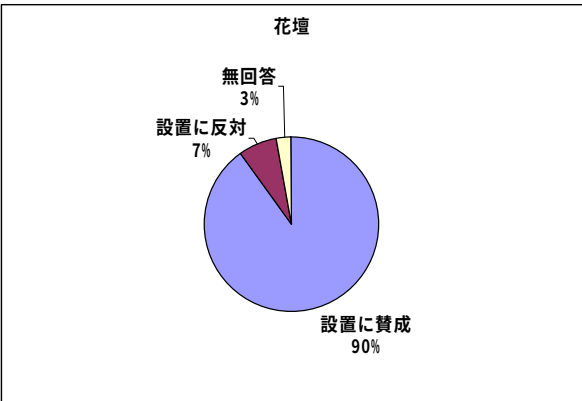
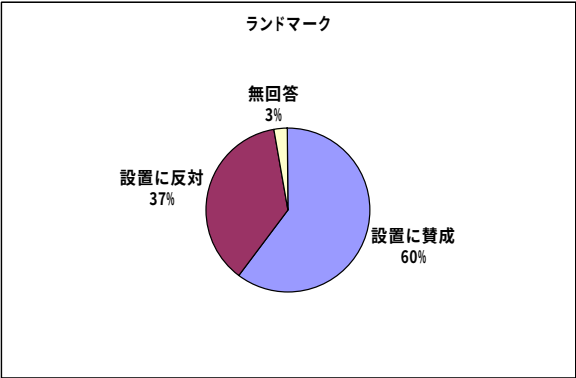
3 TX開通後、つくばセンターに訪れる手段としてTXを利用するか

はい	22
いいえ	49
無回答	5



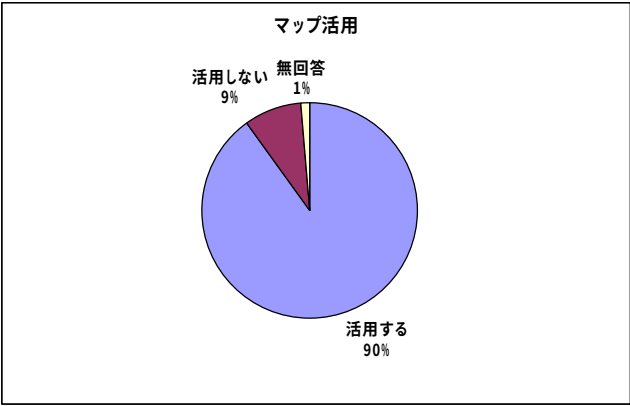
4 センター地区の街並みを写真のように変えたときの支持度

	ランドマーク	花壇	ワゴンショップ
設置した方がいい	42	63	47
設置の必要はない	26	5	17
その他・無回答	2	2	6
総数	70	70	70



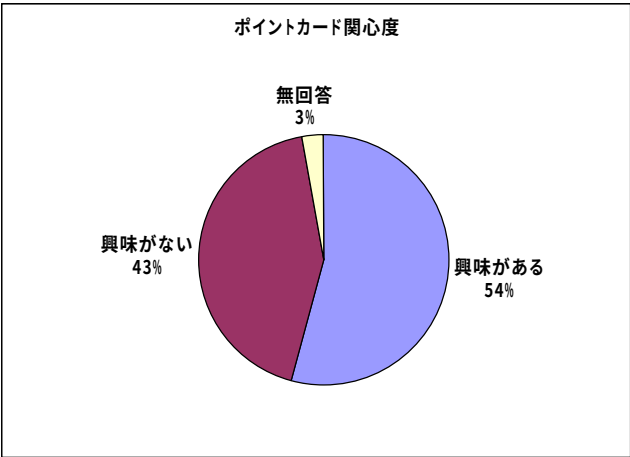
5 センター地区の地域マップに対する支持度

活用する	68
活用しない	7
無回答	1



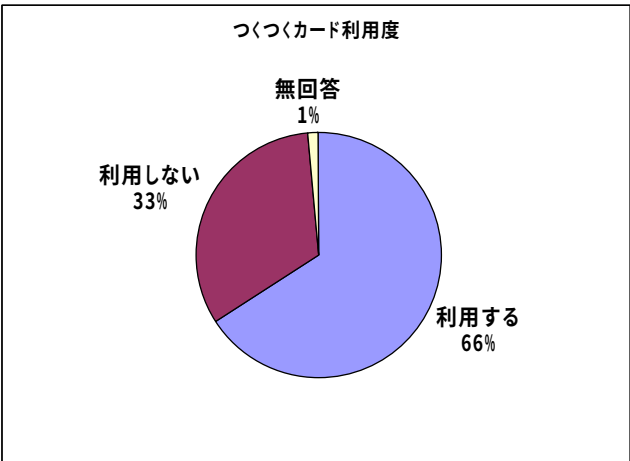
6 「ポイントカード」に対する関心度

興味がある	41
興味がない	33
無回答	2



7 ツクツクカードに対する支持度

利用する	49
利用しない	26
無回答	1



8 具体案を実施した場合のセンター地区への来街頻度

ほぼ毎日	12
週2～3	14
週1	13
月2～3	18
月1	13
3ヶ月に1回	4
半年に1回	0
年1回	2
行かない	0

