

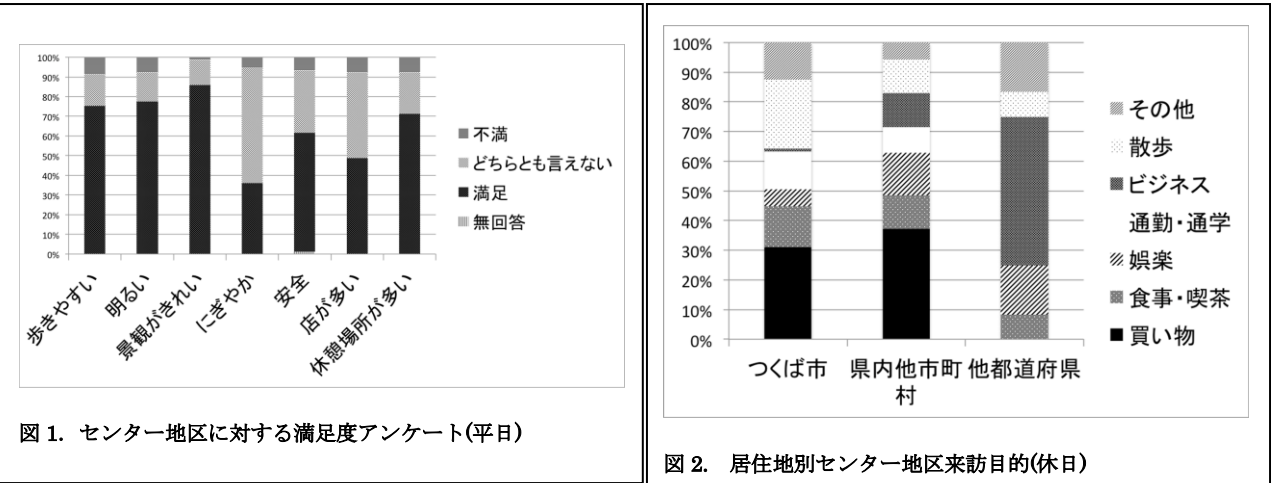
## 毎日がフェスティバル ～センター地区活性化への道しるべ～

まじわり班 担当教員：谷口守 TA：肥後洋平 班員：伊藤彰良(班長)，向縄卓哉(副班長)，黄ジュン儀(印刷)，宮尾采佳 (DB)

### 1. 背景／目的

つくば市は独自のペDESTリアンデッキを保有しており、センター地区では重要な交通結節点となっている。これはつくば市の財産でもある。しかしペDESTリアンデッキの中心であるセンター地区は日常では賑わいが感じられる状態ではなく、ただの通り道として使われてしまっている。これは来街者も感じていることで、つくば市が行った調査によると、センター地区に賑わいがあると答えた人は平日で 36.2%、休日で 18.9%と他の項目に比べて低くなっており、改善すべき点ではないかと考えた。

つくば市の調査で最も交通量が多かった、センター広場とキュートなどの商業施設を結ぶアーチでは、平日で約 10,877 人、休日で 6,305 人が行き来していることが分かっている。それらの来街者は主に買い物を(図 2)目的としている。つまりセンター地区の人通りが少ないわけではなく、賑わうポテンシャルを十分に持っているということである。まじわり班はこのポテンシャルに注目し、日常的に訪れる人たちを生かして、賑わい・活気のあるセンター地区の創出を目指していく。



### 2. 問題提起

「日常的に賑わうポテンシャルを持っている」にも関わらず「賑わいが感じられない」ことには何か要因があるのではないかと考え、日常と非日常（イベント開催時）の比較を行ったところ、イベント開催時（非日常）には賑わいがあるという印象を受けた。写真から人だかりが賑わいの最大の要素で、その人だかりは人が立ち止まって集まることから生まれると考えた。そこでまじわり班は賑わいを「人がいる＝留まる×集まる」とおき、後半の二項目を満たすには何かを探っていく。

現在のセンター地区の構造は以下の 2 つの問題を有している。

- (i) 視認性…つくば市のペDESTリアンは階層構造になっており、センター地区でのペDESTリアンは 2 階部分にあたる。この階層構造によって人々はペDESTリアンへ上りにくくなってしまっている。同時にこれは 1 階部分からの視認性を減衰させており、賑わいをもたらすにあたって障害となり得る。
- (ii) 回遊性…センター地区にある既存施設には連続性がなく、ペDESTリアンで繋がっているにもか

かわらず回遊性が乏しい。充実した回遊性は活気を生み出すものと考えられ、センター地区にも回遊性の創出をしたい。

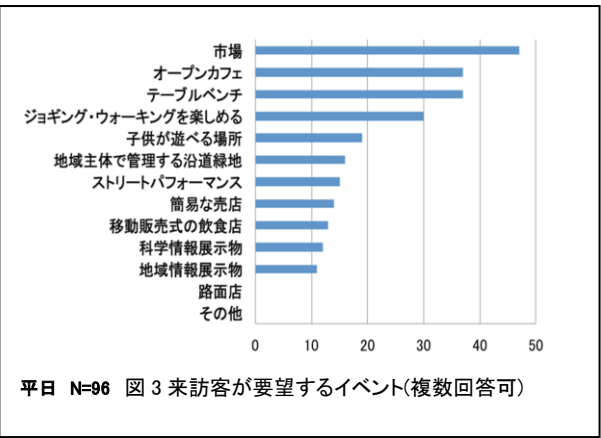
この 2 要素は活気あるセンター地区の実現にあたって解消すべき点であると考えた。つくば市公共空間活用検討委員会資料によると、つくば市もペDESTリアンについて視認性と回遊性の 2 点を問題として挙げている。

賑わいをもたらす要素として「音」、「装飾」、「店」、「人だかり」、「匂い」が挙げられ、その中でも「音」は視認性を、「店」は回遊性の問題解消のきっかけになり得ると考えた。音はイベント自体が可視・不可視に関わらず人々にイベントの存在を知らせることが可能な媒体であり、視認性がない場合も人を呼び集めることが可能である。店は断続的であるセンター地区の既存施設に連続性を生み、回遊の楽しさを発生させる。

このような問題意識と解決の方向性をもって、まじわり班は日常の非日常化、すなわち「毎日がフェスティバル」を実現する。

### 3. つくば市の取り組み

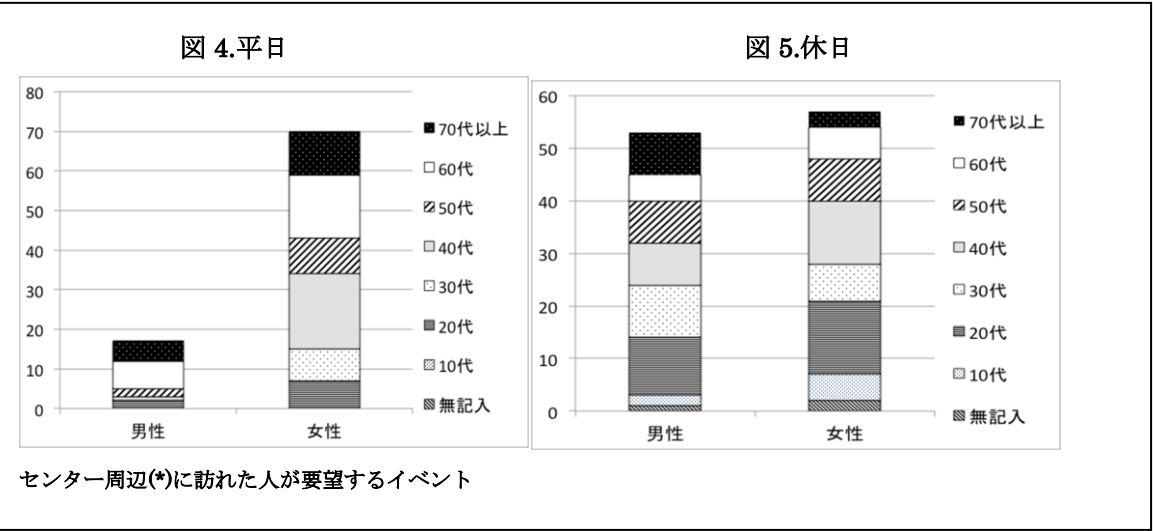
賑わいがないという問題意識はつくば市も同様に持っており、センター地区来訪者へのアンケートで要望が多かった(図 3)オープンカフェ実証実験を提案し実行している。実証実験は以下の表の通りである。つくば市の取り組みには様々な問題が付帯してくる。制度上の問題は道路占有許可を取らなければならず、柔軟な条例整備が求められる。またイベント参加者によって円滑な通行が困難になること、季節による参加者の変動など、毎日がフェスティバルの実現にあたって検討しなければいけない点である。



	カフェテラスカメラリア	ファーマーズヴィレッジ	移動マルシェ
実施期間	H23_11/19～	H23_11/27,12/25,H24-2/26	H23_12/23(金)～H24_1/9(月)
内容	オープンカフェ	テント型	移動ワゴン型
結果	1 ヶ月利用者 18 人 (12 月～1 月)	450 人 11 時～14 時がピーク	250 人 17 時～18 時がピーク

### 4. 仮説

イベントを開催するにあたってターゲットを絞る必要があると考えた。つくば市の事前調査によって平日と休日の来街者の割合がわかっている。(図 4,図 5)



平日のセンター地区に来訪している人の 8 割は 40 代主婦である。また、平日のセンター地区の来訪者が要望するイベントで一番人気であったのは市場であったため、今回は市場に注目した。そこで平日には、主婦向けの生鮮市場をセンター地区で開催すると回遊性が高まり、センター地区に賑わいをもたらすのではないかという仮説を立てた。

休日に関しては、センター地区に来訪している人々の年齢層・性別に偏りはない。よって、視認性の問題を解決するためにあげた音を使った催しものを提案すればセンター地区に賑わいをもたらすのではないかという仮説を立てた。

## 5. 調査

仮説を検証するため、まじわり班はセンター地区、中央公園で開催されるつくばフェスティバルに行ってきた。つくばフェスティバルとは つくばの特色である「科学」をはじめとする各種の参加型イベントを行い、春の風物詩として親子で楽しめるフェスティバルである。なぜつくばフェスティバルで調査を行うかというと、つくばフェスティバルは人が集まるイベントとして、例年つくばセンター地区に賑わいをもたらしたからである。昨年度までの来場者数は 8 万人（平成 22 年）、12 万（平成 21 年）6 万人（平成 20 年）であった。

### 5-1.調査目的

まず、実際に人気のある企画とまじわり班の提案のマッチングを検証する。次に、市場に関するお客のニーズを発掘する。イベントに参加した来場者にアンケートをすることによって、具体的に開催してほしい市場の種類と時間帯を把握する。また、来場者だけでなく、出店者を対象にヒアリング調査を行い、出店への意欲を調査し、その他のイベント時に出店してもらう可能性を探る。

### 5-2.調査日程

5 月 12 日（土）（金、晴れ）12 時～18 時の間に来場者に対するアンケート調査と出店者に対するヒアリング調査を行った。

### 5-3.調査エリア



つくばフェスティバルのチラシより

つくばセンター広場、つくばサイエンスインフォメーションセンター、中央公園の 3 カ所。

### 5-4.調査内容

つくばフェスティバルについて、来場目的、注目するイベント、行ってみたいイベント、つくばフェスティバルに対する満足度を調べた。市場について開催してほしい市場の種類、頻度、時間帯を調べた。個人属性について性別、年齢、職業、来場手段を調べた。

### 5-5.調査方法

つくばフェス来場者 113 人をランダムでアンケート調査を行った。ヒアリング調査に関して、国際交流フェア、つくば商工会物産会、体験系、科学系といった種類別でヒアリング調査を行った。

### 5-6.調査結果

速報として暫定的な抽出例を 2 つ挙げる。

抽出例 1	抽出例 2
<u>催し物よりイベントを重視する例</u>	<u>子どもが来場目的に影響を与えている例</u>
20 代男性会社員（恋人と）	40 代女性主婦（家族連れ）
来場手段：徒歩	来場手段：自家用車
来場目的：お店	来場目的：イベント，子どもを遊ばせる
注目イベント：世界各国のグルメ街	注目イベント：子ども向けステージ，工作教室
行ってみたいイベント：B 級グルメ	行ってみたいイベント：科学博物館，B 級グルメ

上記の例以外にも様々な特徴を持った回答サンプルがあることが予想されるため、今後早急な集計を行い、実態の把握をしていく必要がある。

## 6. 今後の予定

○つくばフェスティバルで実施したアンケート分析…個人属性と注目度の高い要素を把握することで、より集客力があると思われるイベント実現のヒントを得る。また今回取り上げた市場に関して、より具体的なニーズの発掘を行う。

○出店候補店へのヒアリング…今回のアンケートで注目度が高かったイベントを開催するにあたって候補店へ出店意欲などのヒアリングを行い、具体的なイベント実現を目指す。

○イベント開催と制度上の問題の兼ね合い…イベント開催時に出てくる制度上の問題と、実際にイベントを開催した時に生まれる問題を踏まえた提案を行う。

○客のニーズの追求…つくばフェスティバルは 1 種類のイベントでしかなく、そこでのアンケート調査で分かることは限られている。今回行った調査では知り得ない客のニーズを明らかにする必要がある。

最終的に出店可能性と客のニーズのマッチングをし、客・店・つくば市の架け橋としてセンター地区に賑わいをもたらす。

## 7. 参考文献

○図 1. 図 2. 図 3. 図 4. 第二回つくば市公共空間活用検討委員会平成 23 年 1 月 18 日（水）会議資料

○つくば市ホームページ <http://www.city.tsukuba.ibaraki.jp/>