

上諏訪エリアチャレンジ VOL.1 @ 末広通り

上諏訪駅周辺“歩きたくなるまちなかづくり”社会実験

【効果測定報告書】

令和5年10月
諏訪市

上諏訪エリアチャレンジ VOL.1 @ 末広通り

上諏訪駅周辺“歩きたくなるまちなかづくり”社会実験

【効果測定報告書】

Contents

1. 実施概要

2. 社会実験の様子

3. 実施効果

効果検証の概要
調査結果の概要

4. 今後の社会実験に向けて

1

実施概要



実施概要

目的

- ① **ビジョンに示す「歩いて楽しめる」まちの将来像を体感できる場・機会を創出することで、人々の行動・満足度・駅周辺に与える影響等**について検証するとともに、今後のまちなか整備等に向けた住民の理解・意識向上につなげる。
- ② イベントに合わせて、**ビジョンやエキまちカイギ、その他地域情報をPR**する。



効果検証

- ・「まちなかの居心地の良さを測る指標」を用いた調査
- ・来場者への聞き取りアンケート
- ・パネルアンケート
- ・出店者、沿道店舗・住民アンケート（終了後）
- ・SNSによる計測

実施内容

① 市主体のにぎわい・滞留空間の創出

- ・人工芝、プラレール等の子供向けおもちゃによる子供の遊び場設置
- ・人工芝やソファ、本の設置によるくつろぎの場の提供
- ・JCによるキッチンカー、沿道店舗の出店と連携した座り場の提供
- ・市民参加者が企画を行えるブース設置

② 自動車通行規制等による安心・安全な歩行空間創出

- 事務局ブース付近でのパネル・各種チラシの設置及び
- 柳並公園でのステージ発表によるビジョン等の周知

日時

令和5年9月18日（月・祝）10時～16時（諏訪圏フォーラムと同時開催）

実施主体

主催：諏訪市 都市計画課 街路区画整理係 協力：UR都市機構、UDC信州



実施場所

会場レイアウトとコンテンツ



北側入口

上諏訪駅

食べ物・アートゾーン (岩谷画廊周辺)



キッチンカー、沿道店舗と連携した座り場等

沿道店舗からの
出店や市民の
皆さんによる企画も
盛りだくさん!

くつろぎゾーン (マインド中京駐車場周辺)



人工芝やソファ、本棚の設置等

子供の遊び場ゾーン (末広駐車場周辺)



シャボン玉やチョーク遊び、ワークショップ等

本部



南側入口

多様な座り場を創出



沿道店舗からの出店



エキまちカイギからの企画・出店



映画に関するアンケート調査
映画パンフレット販売



クルマと暮らしに関する
投票ボードの設置



空き店舗を活用した
子ども向け企画



温泉グッズづくり
ワークショップ

「繋げていこう」をテーマにまちなかの複数会場で、コンテンツを提供



ステージでのビジョン発表



水谷氏による講演会@すわっチャオ



キッチンカーの誘致



まちなかスタンプラリー



子ども企画による射的やゲーム



ユニバーサルモビリティ体験

2

社会実験の様子



末広通りの様子

平時

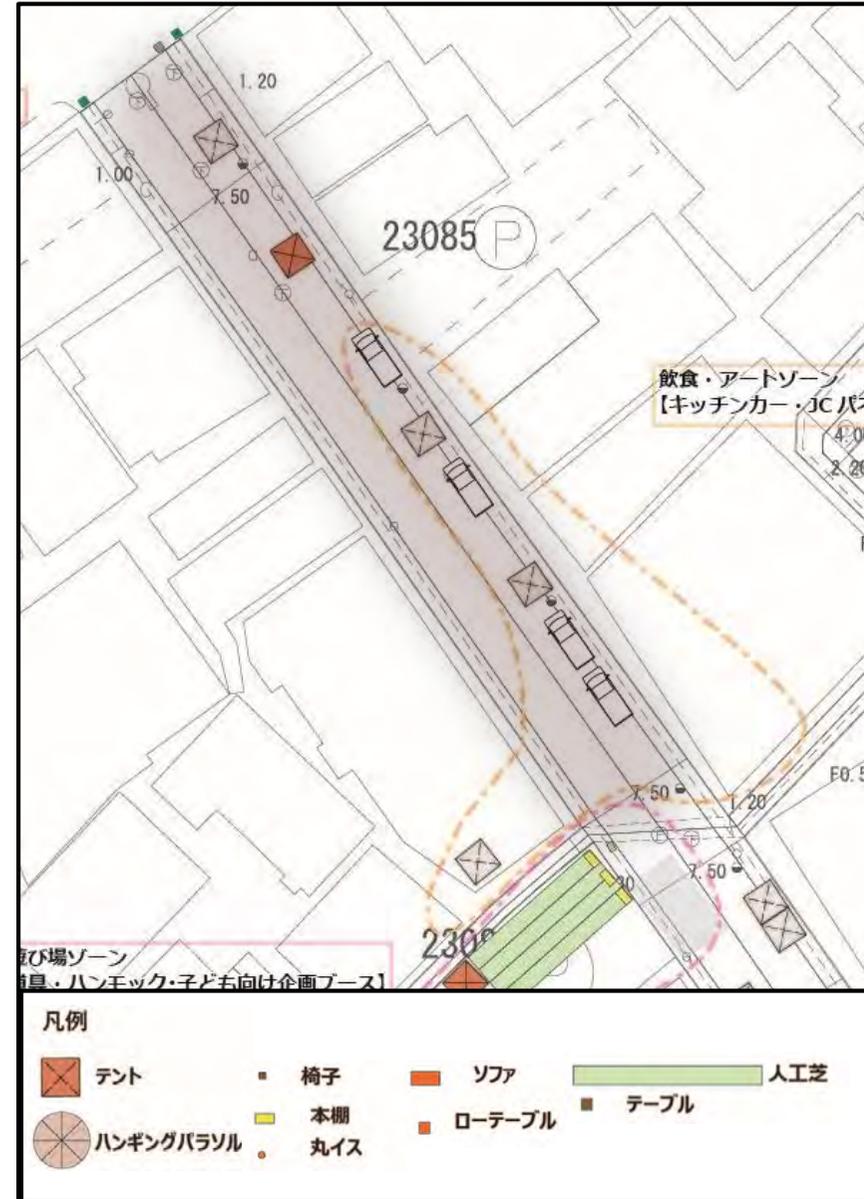
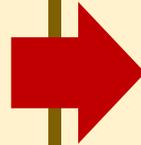


普段は人通りが少なく、寂しい印象を受ける通り

社会実験時



キッチンカーや多様な座り場、子どもの遊び場等、多様なコンテンツを配置
→多くの人が行き交い、飲食等で滞留している人の姿がみられた



社会実験配置図

末広駐車場

平時

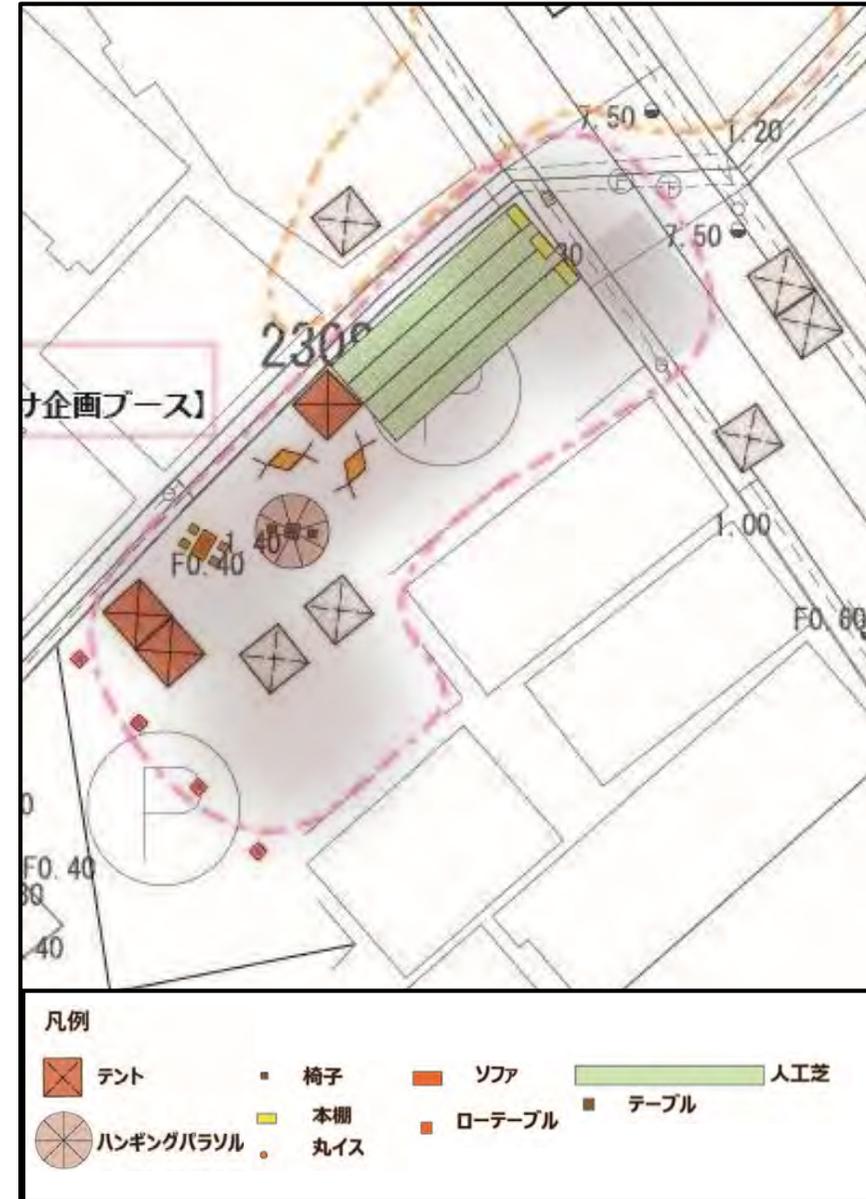


平時は沿道駐車場として利用

社会実験時



道路側では人工芝やおもちゃによる子供の遊び場,奥では市民による企画ブース等を設置
→大勢の子供たちでにぎわいが創出された



社会実験配置図

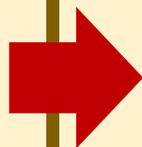
沿道駐車場

平時

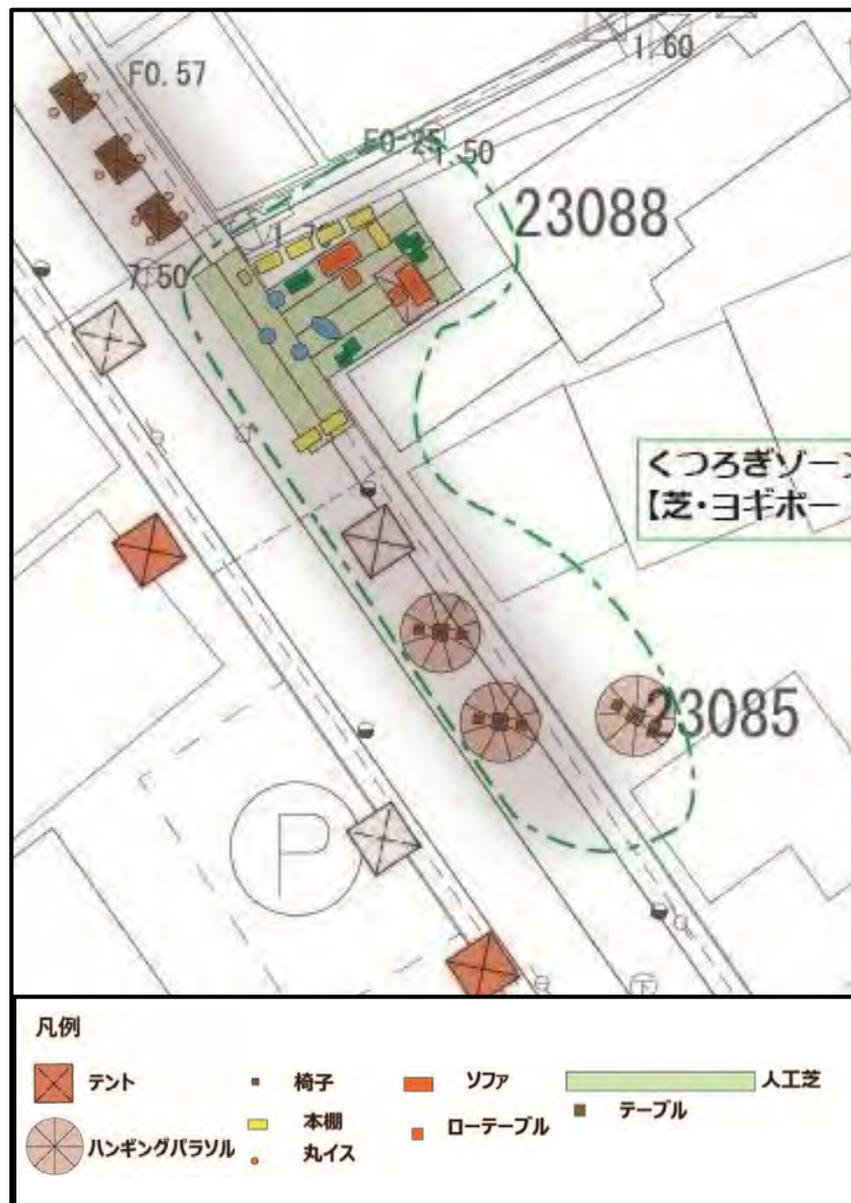


平時は駐車場として利用

社会実験時



ソファや本等を設置し、くつろぎの空間を創出
→子供から大人までソファ等でくつろぐ姿がみられた



社会実験配置図

3

実施効果



効果検証の概要・調査方法の概要

目的

A：ビジョンに示す「歩いて楽しめる」まちの将来像を体感できる場・機会を創出することで、**人々の行動・満足度・駅周辺へ与える影響等について検証**するとともに、**今後のまちなか整備等に向けた住民の理解・意識向上**につなげる

B：イベントと合わせて、ビジョンやエキまちカイギ、その他地域情報をPRする

効果検証の概要

対応目的	効果検証	手法	効果検証実施日	
			平時 (平日・休日)	社会実験時 (休日)
A	(1) 来場者の動向調査	「まちなかの居心地の良さを測る指標／国交省」による調査	7/13 (木) 7/16 (日)	9/18 (月・祝)
A、B	(2) 来場アンケート回答者のまちなか空間活用等への評価	聞き取りアンケート (来場者)	—	9/18 (月・祝)
A、B	(3) 来場アンケート回答者の求めるまちの将来イメージの確認	パネルアンケート	—	9/18 (月・祝)
A、B	(4) 出店者のまちなか空間活用への評価	出店者アンケート	—	社会実験実施後
A、B	(5) 沿道店舗等へのまちなか空間活用への評価	近隣アンケート	—	社会実験実施後
B	(6) 市民関心度の把握	SNSによる計測	—	9/15 (金)～ 9/22 (金)

社会実験の目的

A : ビジョンに示す「歩いて楽しめる」まちの将来像を体感できる場・機会を創出することで、**人々の行動・満足度・駅周辺へ与える影響等**について検証するとともに、今後のまちなか整備等に向けた住民の理解・意識向上につなげる

B : イベントと合わせて、ビジョンやエキまちカイギ、その他地域情報をPRする

調査結果の概要

【行動の変化】

- ・普段の末広通りは人通りが少ないが、多様な企画コンテンツや滞在空間を提供したことにより、**通行者、滞在者共に、約28倍まで増加した。**
- ・特に、平時にはあまりみられない**家族での来訪との回答が全体の69%**と最も多かった。

【満足度】

- ・社会実験に対する**満足度は「とっても良い」が94%、「良い」が6%**であった。
- ・特に良かったものとしては、**子どもの遊んでいる様子が95件、交通規制が89件、飲食機能が72件**と多くみられた。
- ・来場者からの自由意見では、今後も定期的実施して欲しい等、**継続開催を求める意見が最も多かった（20件）。**

【周辺への影響・住民の理解・意識向上】

- ・出店者や場所の提供で協力をいただいた方のうち、**75%が今後も企画・出店等で協力したい**といった前向きな回答が得られた。
- ・特に諏訪実業高校からは「自分たちも街に人を呼び込みたい」等、**高校生の前向きな意見がみられた。**

【ビジョン・地域情報等のPR】

- ・今回の社会実験を通じてビジョンを知ったという回答者が15%おり、**一定のPR効果があった。**
- ・一方、ビジョンの存在自体も知らないという回答者が半数程度であったため、今後市民と協働してまちづくりを進めていくためにも、引き続き市の施策に対する認知向上に努める必要がある。
- ・SNS発信数において、確認できたのは**関係者による発信のみ**であった。

【今後の課題】

- ・社会実験の**周知をもっと早くして欲しい、分かりやすい案内が欲しい等**の意見が多くみられ、周知においては多くの課題が残る結果となった。

1. 来場者の動向調査

1) 結果概要

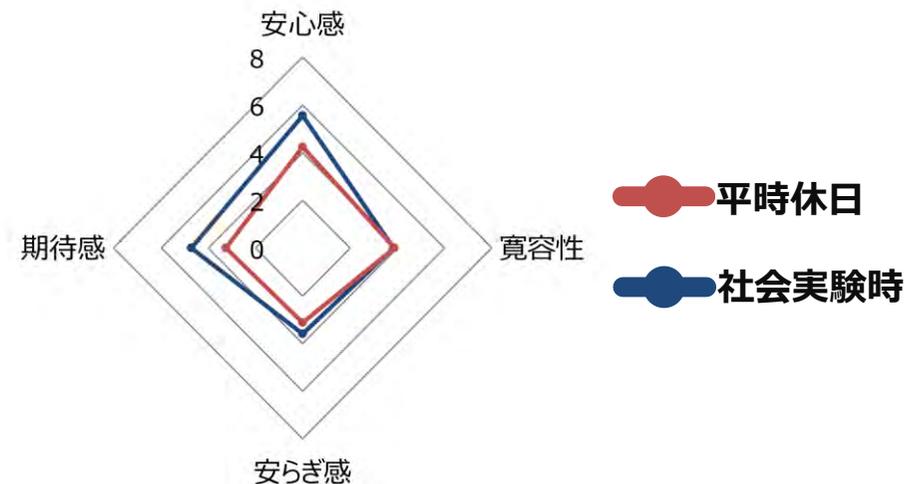
- ・平時休日は滞在者が見られなかったが、社会実験時には300人以上が路線内に滞在、通行者数も10倍、**合わせて約28倍まで増加した。**
- ・居心地の良さについては、安心感及び期待感のポイントが1点以上増加した。

	平時休日	社会実験時
調査年月日	2023/7/16 (日)	2023/9/18 (月・祝)
滞在者数	0人	314人
通行者数	16人	138人
安心感	4.3	5.6
寛容性	3.9	3.8
安らぎ感	3.1	3.6
期待感	3.3	4.7

滞在者・通行者割合

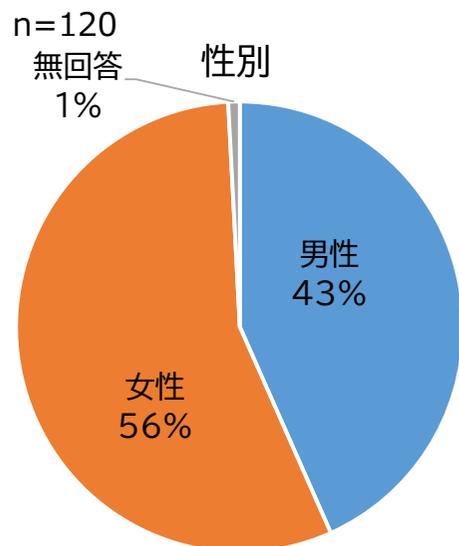


安心感・寛容性・安らぎ感・期待感 (活動+主観)



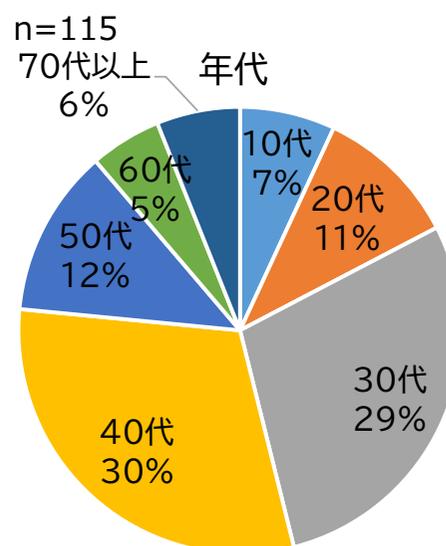
2. アンケート：回答者のまちなか空間活用等への評価

- ・回答者（120名）の属性として、**30～40代が約6割で、市内在住、家族との回答**が多くみられた。



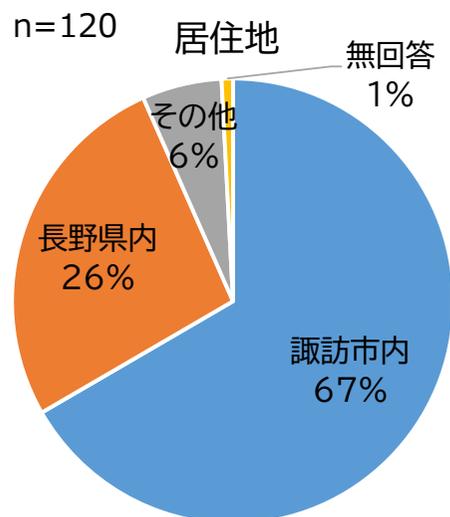
○性別

- ・女性が56%と男性より多い。



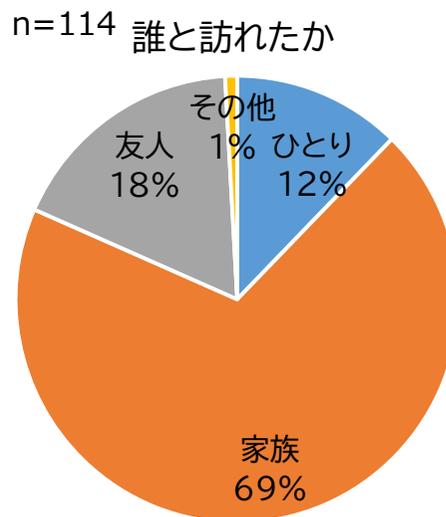
○年代

- ・30代、40代がそれぞれ3割で、合わせて全体の6割程度を占めている。
- ・20代、50代がどちらも10%程度の値を示しており、10代以下、60代以上の回答者はあまりみられない。



○居住地

- ・市内居住者が67%と最も多く、次いで長野県内からの回答者が26%であった。

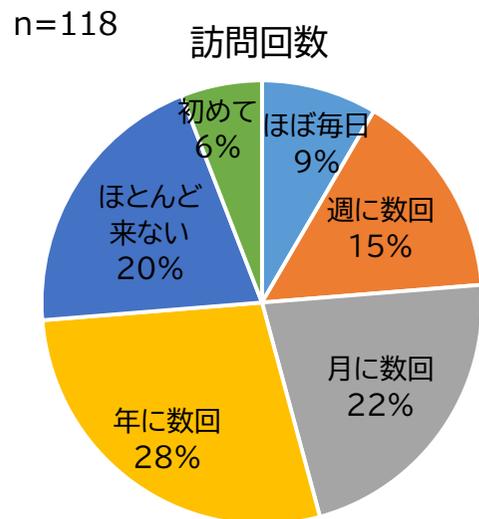


○誰と訪れたか

- ・家族での回答者が69%と最も多くの割合を占めている。
- ・友人とひとりでの回答者はどちらも概ね同程度である。

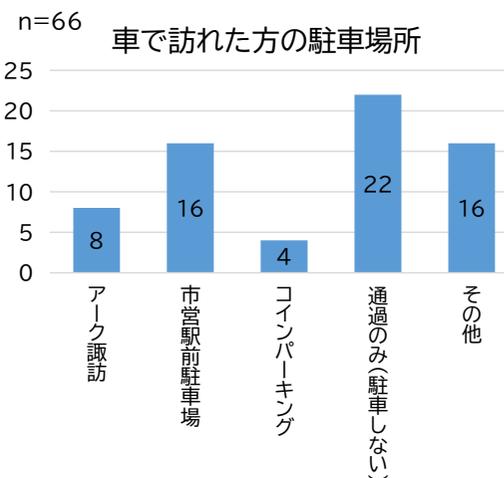
2. アンケート：回答者のまちなか空間活用等への評価

- ・ 普段から末広通りに訪れている回答者は約24%で、**半数以上が年に数回以下しか訪れていない状況。**
- ・ 普段の末広通りへ訪れる際の交通手段は車や徒歩が大半で、**飲食目的もしくは通過するだけの回答者が多い。**



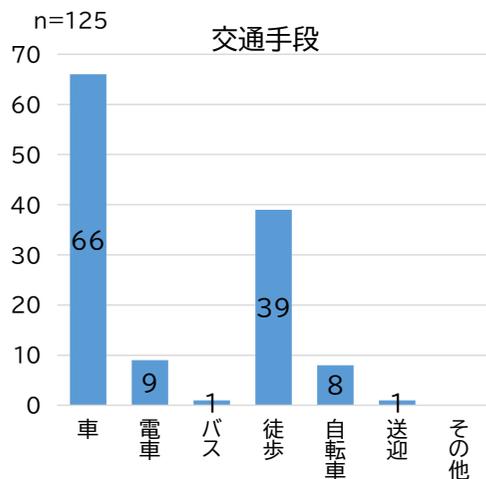
○末広通りへの訪問回数

- ・ 年に数回以下の意見が54%と半数以上であった。
- ・ 週に数回以上の意見は24%で、ほぼ毎日との回答は9%程度。



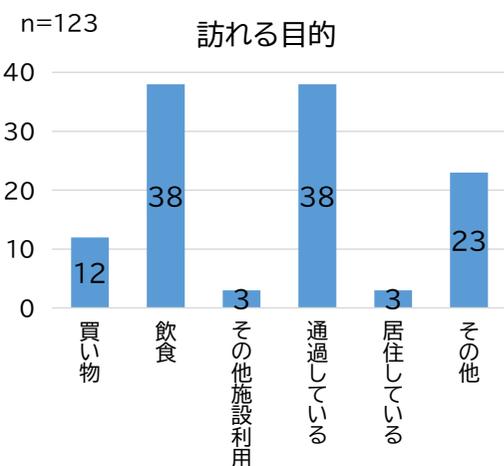
○車で訪れた際の駐車場所

- ・ 車で訪れた方は駐車せず、通過という意見が22件と最も多く、駐車する場合は市営駐車場の利用が最も多い。
- ・ その他では自宅や職場、耳鼻科等の目的地の駐車場の意見がみられた。



○普段、末広通りに訪れる際の交通手段

- ・ 車が66件と最も多く、次いで徒歩が39件であった。

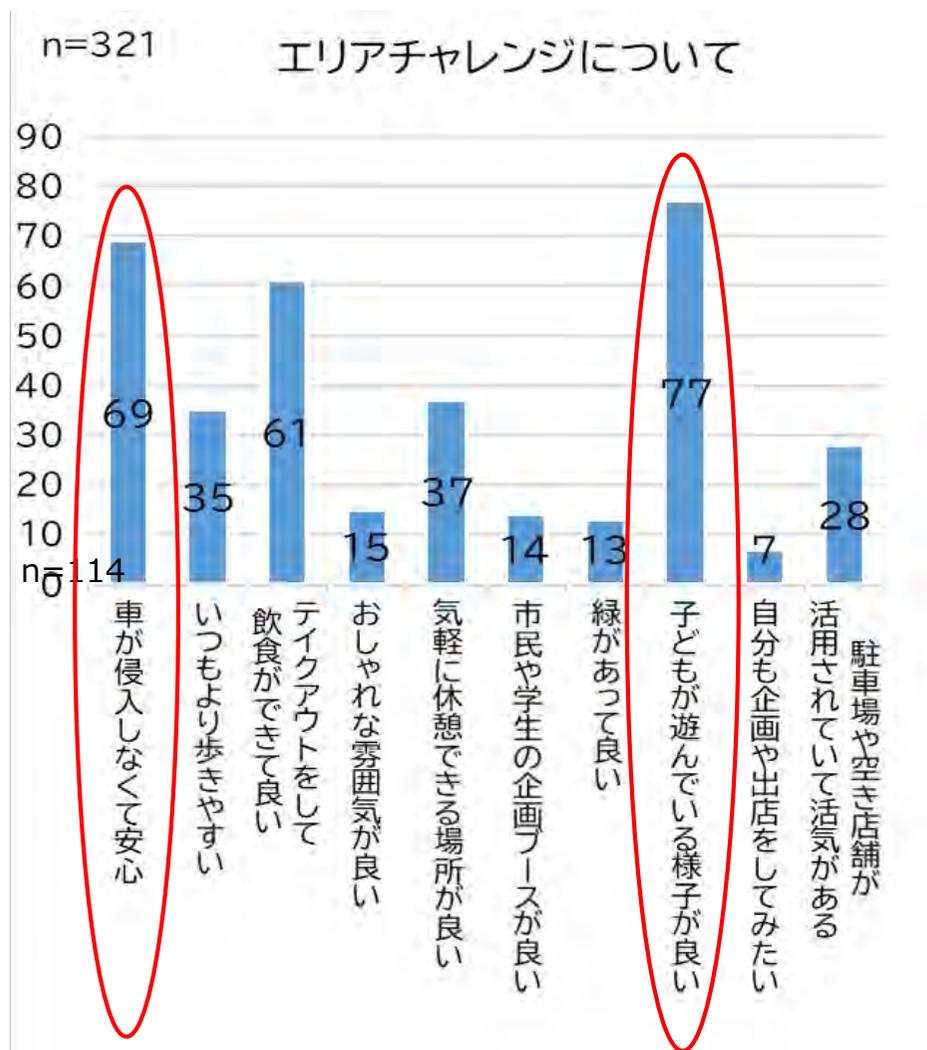


○普段、末広通りに訪れる目的

- ・ 目的として、通過すると飲食がそれぞれ38件と最も多い。
- ・ その他の回答内容においては祭り等のイベントや仕事が多く、画廊やライブハウスの意見が数件みられた。

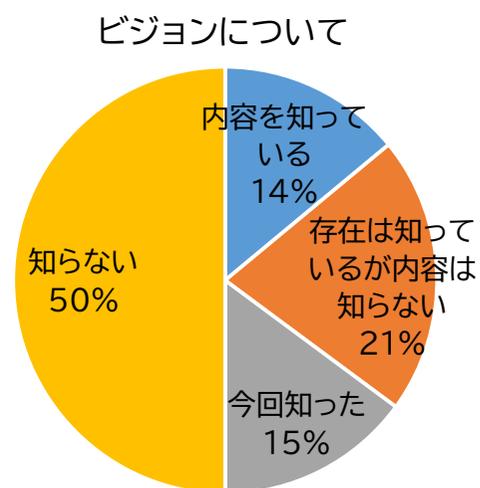
2. アンケート：回答者のまちなか空間活用等への評価

- ・上諏訪エリアチャレンジの評価は高く、特に**普段の末広通りではみられない子どもが安心して遊ぶ姿が多くみられたことへの評価が高かった。**
- ・ビジョンは半数が知らないと回答したが、15%が今回知ったと回答しており、ビジョンの認知度を向上することができた。



○上諏訪エリアチャレンジについて

- ・主に「子どもが遊んでいる様子が良い」「車が侵入しなくて安心」「テイクアウト飲食ができて良い」という意見が多い。
- ・企画や出店意欲に関する回答が7件。



○ビジョンについて

- ・「知らない」という意見が全体の半数であり、知っているという意見が35%。
- ・「内容まで知っている」という意見は14%。

2. アンケート：回答者のまちなか空間活用等への評価

- ・ 普段の末広通の印象として、ポジティブな意見としては、**リノベーションされたお洒落なお店がある等**の意見が多い。
- ・ ネガティブな意見としては、**寂しい、静か、人通りが少ない**といった意見がみられた。

○ 普段の末広通りの印象

分類	代表的な意見
ポジティブ（35件）	<ul style="list-style-type: none">・ 七夕祭りでにぎわっている。・ リノベーションの建物が良い。・ 穴場的な場所、おしゃれなカフェがある。
ネガティブ（79件）	<ul style="list-style-type: none">・ 閑散としている。シャッター街。・ 人通りが少なく、沿道店舗がいつ営業しているのか分からない。・ 昔と比べて人が少なく寂しい。

2. アンケート：回答者のまちなか空間活用等への評価

○社会実験の取り組みで良かったこと等の感想

- ・楽しかった等、社会実験全体に対して高評価な意見が15件と最も多く、次いで賑わい・活気がでて良いという意見と子どもに関する意見がそれぞれ10件。特に子どもに関する意見では、子どもがいて楽しい雰囲気であることや子どもの遊び場が良いという意見がみられた。

分類・意見数	代表的な意見
社会実験全体 (15件)	<ul style="list-style-type: none">・ こういう風になって欲しいと思っていたので良い。・ 歩いて楽しい感じが良い。・ 多種多様なお店があり、回るのがとても楽しかった。
賑わい・活気 (10件)	<ul style="list-style-type: none">・ いつもと違う雰囲気活気があり、居心地が良かった。・ 若い人が多く、活気が出た。・ 未広がにぎやかで諏訪に沢山子どもがいることを知った。
子ども (10件)	<ul style="list-style-type: none">・ 子どもが自由に靴を脱いで遊べる空間が良い。・ 子どもが集まって楽しい。・ 芝生やお絵描きは良い。
交通規制 (4件)	<ul style="list-style-type: none">・ 子どもが来るので、安全のために歩行者天国は大事。・ 車が来なくて子どもが安全
くつろぎの場 (2件)	<ul style="list-style-type: none">・ 気軽に休める場所があるのが良い。・ ゆったりとした雰囲気の中、くつろげる空間があり、良かった。
その他 (2件)	<ul style="list-style-type: none">・ 柳並公園からの繋がりが良い。・ 空き家を使っているのが良い。

2. アンケート：回答者のまちなか空間活用等への評価

○社会実験の取り組みに対する改善点等

- ・今回の社会実験のような取り組みが**継続的なものになれば良い**という意見が20件と最も多い。
- ・開催時期の検討や、子どもの遊び場への日陰づくり等、社会実験当日の**暑さ対策**に関する意見が8件。
- ・情報周知の意見が11件あり、なかでも**周知が遅いという意見**が多く、その他には周知内容の充実、周知範囲の拡大の意見がみられた。

分類・意見数	代表的な意見
継続開催 (20件)	<ul style="list-style-type: none">・ またやって欲しい。・ 定期的に実施して、にぎわって欲しい。・ このような場が頻繁にあると良い。・ また来たいと思ってもらって期待を持ってもらうこと、継続することが大事。・ イベントが日常的になれば良い。・ イベントだから人がいるのであって、継続的に人をいる状態にするには別のことをしなければならない。
開催時期・気温 (8件)	<ul style="list-style-type: none">・ 涼しい時期での開催が良い。・ 暑くて大変なのでもっと日陰が欲しい。
情報周知 (11件)	<ul style="list-style-type: none">・ 何処で何をやっているかよく分からない。イベントとしての統一感がない。・ SNSや張り紙（TSURUYA等）でこのようなイベントを知る機会が増えると良い。・ 周知が行き届いていない。・ 告知をもっと早く。・ 湖南の方に住んでいるが、情報がなくて知らなかった。

2. アンケート：回答者のまちなか空間活用等への評価

○社会実験の取り組みに対する改善点等

- ・多様な座り場に関する意見は5件であり、**飲食スペースの近くに座る場が欲しい**との意見が多数。
- ・幅広い世代を対象とした出店の工夫があるといい、という意見の一方で、**企画から手伝えることがあればしたい**、などの前向きな意見も得られた。

分類・意見数	代表的な意見
多様な座り場 (5件)	<ul style="list-style-type: none">・飲食と休憩スペースがはっきり分かれすぎている。・飲食の近くに座れる場所が欲しい。・座る場所がもう少し欲しい。
出店の工夫 (5件)	<ul style="list-style-type: none">・同じような店が多く、色んな世代向けの店舗が欲しい。・キッチンカーではなくて空き店舗でやると良い。・エリアを狭めてコンテンツを集めた方が良い。
その他 (24件)	<ul style="list-style-type: none">・活性化につながるだろうが、もう少しお店があっても良い。・物販から成り立つような構成にすると、出店してくれる人も増えて、全体の賑わいも増えそう。企画から手伝えることがあればしたい。・アンケートは2～3分で取れるものを。・駐車場が欲しい。

2. アンケート：回答者のまちなか空間活用等への評価

○上諏訪駅周辺で、今後こんな使い方をしたい、こんな場所だったら良い等のアイデア

- ・子ども向け機能に関する意見が22件と最も多く、その他に多くのイベント開催や多様なニーズに応じた飲食機能、世代に応じた滞留空間に関する意見がみられた。
- ・子ども向け機能では特に遊び場に関する意見が多数であった。

分類・意見数	代表的な意見
子ども向け機能 (22件)	<ul style="list-style-type: none">・子どもが遊べる空間、子連れで行けるカフェ。・小さい公園など、子どもがのびのびできる遊び場。・子どもを連れた家族連れでも立ち寄れる場所。
イベント (19件)	<ul style="list-style-type: none">・定期的に地元で楽しめるイベントがあると良い。・道路を使った賑わいが良い。個々の店の繋がりを持たせて欲しい。・社会実験みたいなイベントの回数を増やした方が良い。・「飲み歩き」などテーマに統一感があると良い。
飲食機能 (17件)	<ul style="list-style-type: none">・児童センターから近いので、子どもを連れてお茶、ランチが食べられる場所。・まちあるきしながら温泉に入った後、お酒を飲むとかできると良い。・勉強できるカフェなどの若者向けのお店が増えて欲しい。
滞留空間 (16件)	<ul style="list-style-type: none">・色々な年齢層が集まり、少し休憩できる場所。・サッカーなど、運動ができるような若い人が集まりやすい場所。・自由なくつろぎの場。・高齢者が集まれる空間、またそれに関する情報が欲しい。

2. アンケート：回答者のまちなか空間活用等への評価

○上諏訪駅周辺で、今後こんな使い方をしたい、こんな場所だったら良い等のアイデア

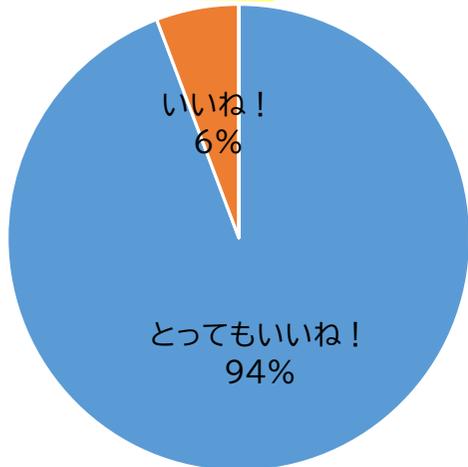
- ・商業への期待も大きく、空き家活用の推進を求める声も8件見られた。
- ・併せて無料駐車場の要望、魅力のPRにもっと力を入れるべき、という意見もあった。

分類・意見数	代表的な意見
商業機能 (14件)	<ul style="list-style-type: none"> ・映画館が復活して欲しい。 ・そこに来れば全てできるというように買い物も役所の分所も1つにまとまっていれば良い。 ・シャッター街が多いので、色々なお店があると良い。 ・魅力的な個人店が展開できるようにしてほしい。 ・上諏訪駅西口をもっとにぎやかに、昼から夜までのお店があると良い。
駐車場 (13件)	<ul style="list-style-type: none"> ・時間貸しの駐車場が欲しい。 ・近くに無料駐車場が欲しい。 ・色んなところを周るには市営駐車場の3時間無料は足りない。岡谷市は5時間無料。
空き家活用 (8件)	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗の利活用が進めばよい。 ・空き家の一時利用のオーナーとチャレンジショップをつなげて欲しい。
公園・広場 (6件)	<ul style="list-style-type: none"> ・大きい公園があって、そこにキッチンカーがあればいい。 ・子どもたちが自然で遊べる公園。 ・木陰のある休める公園。
その他 (16件)	<ul style="list-style-type: none"> ・湖畔での撮影スポットがあると良い。 ・温泉、花火以外にリビセン等の魅力がPRしきれておらずもったいない。 ・魅力的なスポットが一定のエリア内に点在していると歩いて楽しいと思う。

3. パネルアンケート：回答者が求めるまちの将来イメージの確認

Q1 社会実験の感想

n=101

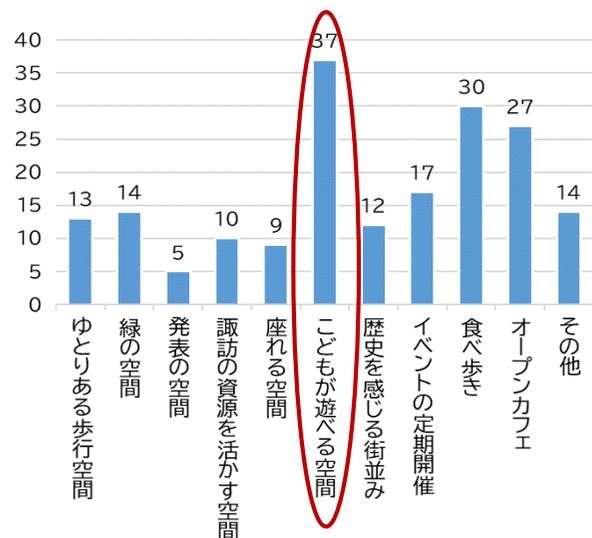


- 社会実験の感想として、全て**肯定的**な意見で占められている。



Q2 ウォーカブルゾーンを目指そうえて、できると良い空間や使い方

n=188



- 「**子どもが遊べる空間**」が最も多く、次いで「**食べ歩き**」や「**オープンカフェ**」等の飲食に関わる意見が多い。



4

「アリアチヤレンジ」実施中

今後の社会実験に向けて



今後の社会実験に向けた留意事項

	今回の社会実験結果	今後の社会実験に向けた留意事項
実施時期	<ul style="list-style-type: none"> ・「涼しい時期での開催が良い」や「暑くて大変なのでもっと日影が欲しい」といった気温に関する意見がみられた。しかし、実施日は平年より気温が高く、平年値であれば過ごしやすい気温であり、実施時期（9月中旬）は適切であったと考えられる。 ・今回のような取組の継続的な開催を求める声も多く確認できた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も、台風や寒さを避けた秋（9月～10月）の開催としたうえで、暑さ・寒さ対策を考慮した設え等が必要である。 ・開催の継続により活動の定着化をめざすためにも、同時期に開催していくことが認知や関心の促進につながると考えられる。
実施期間	<ul style="list-style-type: none"> ・1日限定のイベント的な開催であったが、諏訪圏フォーラムとの同時開催により来場者も多く、ビジョンで示すウォークブル空間のイメージ周知には効果的であった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も、他のイベントとの同時開催を検討しつつ、ウォークブル空間創出の定着に向けては、運営の仕組みや体制を見据えた長期的な試行も検討する必要がある。
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ・子どもの遊び場や飲食コンテンツに対する評価は高く、上諏訪駅周辺に機能導入を求める声も多く確認できた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も、子どもの遊び場や飲食コンテンツ等を取入れ、市民や周辺店舗の行動変化等を確認しながら、将来的なまちなか整備・利活用方策の検討につなげていく。
地元の巻込	<ul style="list-style-type: none"> ・出店者や沿道店舗、アンケート回答者から、今後の企画にも協力したいという前向きな回答が得られた。 ・また、学生や市民の参加を評価する意見も確認できた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・企画、出店や運営協力等、学生や主体的な市民と共働して実施できるよう、学校等との連携やエリアプラットフォーム・エキまちカイギの活用を図ることが望ましい。
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者、出店者、沿道店舗から周知の時期や内容が十分でなかったという意見がみられたほか、諏訪圏フォーラムとの役割分担が不明瞭との指摘もあった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後は、関係各者との事前協議を計画的に行うことで、周知の時期を早める・内容をより具体的に明確に伝えるなど、情報発信の方法を工夫することが望ましい。 ・検討状況に応じた段階的な情報発信により、出店者や協力者等、関わる人の拡大につなげていくことが望ましい。