

地域資源に対する意識の向上と情報共有による商店街の活性化 ～「川越 昭和の街」地区を事例として～

実施担当研究員：小瀬博之（総合情報学部総合情報学科 教授）
尾崎晴男（総合情報学部総合情報学科 教授）
齋藤伊久太郎（客員研究員）

1. 緒論

本研究は、2014年度から地域活性化研究所研究計画（旧事業計画）により進められてきた一連の研究の最終年度の報告である。

1.1 対象地域におけるまちづくりの経緯

本研究の対象地である、川越市の中心市街地における蓮馨寺の門前にある川越名店街、中央通り二丁目商店会、立門前商栄会の3つの商店会で構成される「川越 昭和の街」（以下「昭和の街」）は、元々は大半が蓮馨寺の境内であった。その後、1893年の川越大火により、蓮馨寺境内の大半の建造物をはじめ、周辺の多くの建物が消失したが、翌年の1894年には「鶴川座」の開場（開場当初は川越座）、1895年の川越鉄道（現在の西武新宿線）の開通、1910年の川越織物市場の開場などにより復興が進み、1933年には、本川越駅と蔵造りの町並みが残る「川越一番街商店街」（以下「一番街」）を結ぶ「中央通り」が開通した。その後、1960年代中ごろまで、この地区は川越中心市街地として栄えたが、これ以降に市街地の南下が進み、1990年代からの一番街の再興と川越駅・本川越駅前の再開発により、この地区が繁栄から取り残された。

そこで、「昭和の雰囲気を受け継ぐ賑わいのある町並みづくり」「現道を活かした歩きやすい道づくり」「本物志向の商売が息づく商店街の活性化」をまちづくりの3つのコンセプトに掲げた『中央通り 私たちのまちづくり計画の案』¹⁾が2014年3月に発行された。同年4月には、この計画案を推進する『中央通り「昭和の街」を楽しく賑やかなまちにする会』²⁾（以下、「昭和の街の会」）が設立され、さらに2015年3月には、地区街づくり協議会として同団体が川越市により登録³⁾され、現在に至っている。

「昭和の街」では、毎月8日に蓮馨寺境内で行われている縁日「吞龍デー」に合わせて手づくり市「呑マルシェ」が2014年6月に始まった（現在は、毎月18日に「ごえんの日」として開催）。また、毎年9月中旬に昭和の街の会が実施している「昭和の街の感謝祭」をはじめ、さまざまなイベントが蓮馨寺境内や旧川越織物市場（現在は解体修理中）で行われるようになり、さらに飲食店を中心に新たな店舗が多数開店して活気が出てきている状況にある⁴⁾。

1.2 対象地域における筆者らの研究の経緯

「昭和の街」における筆者らの取組としては、2008年10月12日に「川越アメニティマップワークショップ」、同年11月9日にアースデイ・イン・川越における市民調査を行い、これらの研究成果を論文⁵⁾にまとめた。また、2014年度から地域活性化研究所事業計画（現在の研究計画）において、「昭和の街」の地域資源の把握と情報共有を目的とした調査・研究を行ってきた^{6),7),8)}。

今年度を含めた4年間の研究においては、現地においてワークショップやツアー、アンケートを実施して、来街者が抱く街の印象や特徴をとらえ、「昭和の街」の地域資源の把握とそれを地域

活性化に結びつけるための要素の発見に努めた。

2014年度は、ワークショップを実施して「昭和を感じる場所、建物、要素など」、「アメニティ（快適な環境）を感じた場所」、「ディスアメニティ（不快な環境）を感じた場所」の3つの要素を各自が地図に記入し、各自の情報を共有する1枚の「アメニティマップ」を作成して、3つの要素の関係性を考察した。

2015年度は、その後の研究でも継続して実施している、同地区で開催されている9月の「昭和の街の感謝祭」と10月の「アースデイ・イン・川越 立門前」（2017年から「アースデイ・イン・川越 昭和の街」に改称）においてウォークラリーを開催して、来街者が「いいね！」とを感じる要素とその評価を定量的に把握した。

2016年度は、上記2つのイベントにおけるワークショップにおいて、SNSを活用して魅力的な要素を撮影、投稿してもらうことで、地域の魅力を共有する方法について検討するとともに、その要素の場所や特徴について分析した。また、地域の人々や筆者が撮影した古い写真と現在の写真を定点比較する「昭和の街なつかし写真館」を展示して、その感想から「昭和の街」の思い出や雰囲気由来がどのように感じているかを把握した。

今年度の研究においては、「昭和らしさ」と「魅力」との関係性の把握と、その地域資源の把握を目的としたツアーとアンケートを実施した。また、これまでの研究成果の総括を目的として、2018年2月21日（水）に、蓮馨寺講堂において、地域活性化研究所シンポジウム（川越）『川越「昭和の街」の地域活性化の取組とこれから』を開催した。

2. 研究の方法

2.1 概要

「昭和の街」のコンセプトにつながる昭和らしさを感じる要素と商店街の魅力の把握を目的として3つの調査を行った。取組の概要を表-1に示す。2017年9月9日（土）に開催された「昭和の街の感謝祭」と2017年10月1日（日）に開催された「アースデイ・イン・川越 昭和の街」における来場者に参加を呼びかけてツアーとアンケートを実施した。参加者には、調査の謝礼として、イベント会場や対象の商店で使用できる期間限定の商品券を、ツアーについては800円分、アンケートについては200円分進呈した。当日は、天気に恵まれたことや周知の効果により、十分な被験者を得ることができた。以下に、各調査の詳細を補足する。

2.2 A. 「昭和の街」お店巡りツアー

9月9日のツアーでは、商店街において発行している「昭和の街スタァ店主図鑑」⁹⁾に掲載されている73店舗を商店会ごとに4つに分け、異なる時間帯において、筆者が各店舗の案内をしながら、店舗の外から建物の外観や店内の様子を観察し、各店舗の「利用頻度」「昭和らしさ」「魅力」を4段階で評価してもらった。店休日でシャッターが閉まって外観が把握できない店舗は、調査対象から除外して、最終的に68店舗を調査した。1948年生まれから2009年生まれまでの幅広い年代の男女が被験者となった。

10月1日のツアーでは、来街者が利用する可能性の高い飲食店、食品取扱店31店舗を対象を絞って同様の調査を行った。筆者が被験者を案内しながら、各店舗の「昭和らしさ」「魅力」「利用したい」の評価を4段階でしてもらった。1963年生まれから2011年生まれの主に若い世代の

表-1 ツアーとアンケートの実施概要

調査名	A.「昭和の街」お店巡りツアー	B.「昭和の街」の景観に関するアンケート	C.「昭和の街なつかし写真館」アンケート
9月9日(土) 昭和の街の感謝祭	①立門前通り 19 店舗, 12 人、 ②中央通り二丁目商店会 15 店舗, 12 人、③川越名店街(南) 16 店舗, 9 人、④川越名店街(北) 18 店舗, 15 人、計 68 店舗, 48 人	56 人	(未実施)
10月1日(日) アースデイ・イン・川越 昭和の街	①飲食店・食料品店(南) 17 店舗, 9 人、②飲食店・食料品店(北) 14 店舗, 17 人、計 31 店舗, 26 人	54 人	56 人
参加者計	74 人	110 人	56 人
ツアー・アンケート内容	ツアーで現地を回りながら ・9月9日:各店舗の「利用頻度」「昭和らしさ」「魅力」を4段階で評価 ・10月1日:飲食店・食料品店の「昭和らしさ」「魅力」「利用したいか」を4段階評価	①2015年9月12日の実験で抽出した昭和の街の主要な要素を撮影した12枚の写真について「利用頻度」「昭和らしさ」「魅力」を4段階で評価、②よいと思った写真3枚を選び、理由を記入、③「昭和の街」へ期待することなどメッセージ	①2016年9月・10月に作成・展示した「昭和の街なつかし写真館」の定対比写真から30組60枚を展示、よいと思った写真を選択、②写真の選択理由を記入
個人属性	①性別, ②生年, ③自宅からの所要時間, ④来訪回数		
実施風景	図-1 (9月9日)	図-2 (9月9日)	図-3 (10月1日)
ポスター	図-4 (9月9日)	図-5 (10月1日) 図-6 (撮影地点の地図)	図-5 (10月1日)
アンケート用紙	図-7 (10月1日。9月9日も同様)	図-8 (9月9日。10月1日も同様)	図-9



図-1 9月9日の「お店巡りツアー」



図-2 9月9日のアンケート



図-3 10月1日のアンケート

当日会場やお店で使える
800円チケット進呈
+コップパン

昭和の街ツアー & ワークショップ① 「お店巡りツアー」

ガイドと一緒に昭和の街へ。街をめぐりながらアンケートに答えていただきます。
所要時間: 1時間弱

日時: 2017.9.9 (土) 11:00-
受付・集合: 蓮華寺境内 (川越市蓮華町7-1)

①11:30 出発 (11:20集合、12:30終了予定)
立門前商店会 (17店舗)

②13:00 出発 (12:50集合、14:00終了予定)
中央通り二丁目商店会 (16店舗)

③14:30 出発 (14:20集合、15:30終了予定)
川越名店街(南、19店舗)

④16:00 出発 (15:50集合、17:00終了予定)
川越名店街(北、20店舗)

人数: 各回10名 (11:00から先着予約受付)
1人で各回参加可能、開始10分前集合

実施主体: 東洋大学地域活性化研究所 (総合情報学部 小瀬博之)
行事主催: 中央通り「昭和の街」を美しく保ちたい委員会



会場や近隣店舗で使える
エコマネー 200円分進呈

アースデイ・イン・川越
19th EarthDay in KAWAGOE おかひえしよわのまち 昭和の街

昭和の街ツアー & アンケート② 「アンケート」

昭和の街の町並み・建物・店舗の写真を見ながらアンケートに回答してもらいます
所要時間: 2種類のアンケート各10分程度

日時: 2017.10.1 (日) 10:00-15:00
場所: 蓮華寺講堂 (川越市蓮華町7-1)

①「昭和の街」の景観に関するアンケート
②「昭和の街なつかし写真館」アンケート

人数: 各アンケート50名
1人で2つのアンケートに回答可能
(お申し込みも回答いただけます)

実施主体: 東洋大学地域活性化研究所 (総合情報学部 小瀬博之)
行事主催: 第19回アースデイ・イン・川越実行委員会

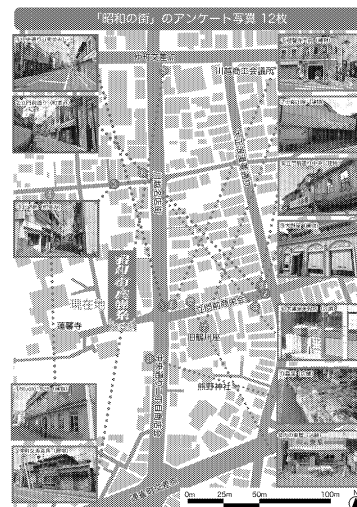


図-6 景観アンケートの写真撮影地点

図-4 9月9日のツアーポスター

図-5 10月1日のアンケートポスター

アンケート「昭和の街」お出かけツアー 2017/10/1 13:00-14:00

No.	お出かけしたい?	魅力的?	利用したい?	理由などコメント
16	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
20	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
21	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
24	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
25	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
17	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
15	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
29	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
30	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
33	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
35	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
38	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
39	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
40	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
41	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
73	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
42	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
43	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	
44	◎◎◎◎	◎◎◎◎	◎◎◎◎	

このツアーに参加して「昭和の街」の印象が、結構、良かったと思います。

あなたのことについてから選択()に記入をお願いします。

a. 性別 男・女
b. 生まれた年 昭和・平成()年
c. 交通手段と自宅までの時間 徒歩・自転車・自動車・列車・バス・バイクで()分
d. この界隈への来訪回数 これまで()回 または連・月に()回(おおよそ)

図-7 10月1日のツアー評価用紙例

「昭和の街」の景観に関するアンケート (9月9日のアンケート用紙)

本アンケートは、「中野区」の景観を、楽しく撮影しながら学ぶ会「昭和の街」の協力のもと「昭和の街」が、より魅力的な街となるを目的として、観光客や学生団体訪問者等に実施いたします。以下の質問の答えが必ずしも正解ではありません。()に記入をお願いします。

4. 特徴

a. 写真 風、空 ()年
b. 写真 昭和 建築 ()年
c. 交通手段と自宅までの時間 徒歩・自転車・自動車・列車・バス・バイクで()分
d. この界隈への来訪回数 これまで()回 または連・月に()回(おおよそ)

e. 以下の12枚の写真を見て、4つの質問についてどう思うか、各質問の答えを記入してください。

写真1 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真2 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真3 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真4 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真5 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真6 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真7 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真8 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真9 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真10 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真11 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

写真12 中野区庁 昭和50年
- 来訪回数 ほとんど来訪 来訪回数が多い 来訪回数が多い
- 昭和らしさ とてもある ある あまりない 全くない
- 魅力が? とても魅力的 魅力的 あまり魅力的でない 全く魅力的でない
- 理由の理由? ()

図-8 9月9日の景観アンケート用紙(表)

「昭和の街なつかし写真館」アンケート 2017/10/1実施

「今日の30枚60枚の写真で「いいね!」と思ったもの全てに◎をつけてください」

1番	2番	3番	16番	17番	18番
1今	2今	3今	16今	17今	18今
4今	5今	6今	19今	20今	21今
4今	5今	6今	19今	20今	21今
7今	8今	9今	22今	23今	24今
7今	8今	9今	22今	23今	24今
10今	11今	12今	25今	26今	27今
10今	11今	12今	25今	26今	27今
13今	14今	15今	28今	29今	30今
13今	14今	15今	28今	29今	30今

「上記を選んだ理由を詳しく書いてください」

あなたのことについてから選択()に記入をお願いします。

a. 性別 男・女
b. 生まれた年 昭和・平成()年
c. 交通手段と自宅までの時間 徒歩・自転車・自動車・列車・バス・バイクで()分
d. この界隈への来訪回数 これまで()回 または連・月に()回(おおよそ)

図-9 なつかし写真館アンケート

男女が被験者となった。これは、すべての小学校にイベントのちらしを配布して、子どもが多く来場したことによる。よって、これらの調査には、昭和時代を知らない人も多数参加した。

2.3 B. 「昭和の街」の景観に関するアンケート

9月9日と10月1日の調査は、ほぼ同じ内容である。2015年度の研究⁷⁾で実施したウォークラリーにおいて、多くの被験者が撮影した要素のうち、「昭和の街」を対象とした主要な12枚の写真抽出して、各写真における「来訪頻度」「昭和らしさ」「魅力」と評価の理由(10月1日は「昭和らしさや魅力に関するコメント」)をアンケート用紙に記入してもらった。

2.4 C. 「昭和の街なつかし写真館」アンケート

このアンケートは10月1日のみ実施した。2016年度の研究⁸⁾で展示した「昭和の街なつかし写真館」の新旧の写真47対94枚のうち、「昭和の街」の定点比較写真を30対60枚抽出し、蓮馨寺講堂に設置したボードに張り付け、来場者に写真を見てもらいながら、「いいね!」と思った写真の番号に丸をつけてもらい、これらを選んだ理由を記入してもらった。若年層を中心に、1945年から2011年生まれまでの幅広い年代の男女が被験者となった。

3. 結果

3.1 A. 「昭和の街」お出かけツアー

顔文字で示した4段階の評価を、最も高い評価を4、最も低い評価を1に換算して数値化し、各店舗の平均を求めた。図-10は、9月9日については「利用頻度」「昭和らしさ」「魅力」の関係、10月1日については「昭和らしさ」「魅力」「利用したい」の関係を散布図に示したものである。これを見ると、「利用頻度」「昭和らしさ」「魅力」には相関関係が見られない。つまり、昭和らしくて魅力のある店舗、昭和らしいけれど魅力のない店舗、昭和らしくないけれど魅力のある店舗、昭和らしくなくて魅力もない店舗といういずれのパターンもある。10月1日の結果では、「魅力」と「利用したい」に高い相関が見られる。利用頻度によらず、魅力を感じれば利用したいと考えると解釈でき、魅力の要素を把握することができれば、店舗利用者の増加が期待できる。

上述の3項目の評価及び「昭和らしさ+魅力」及び「昭和らしさ-魅力」を各店舗において算出し、それぞれ上位5位の店舗を表-2に示す。「昭和らしさ+魅力」の合計が大きければ、昭和らしくて魅力的な、また、「昭和らしさ-魅力」の合計が小さければ、昭和らしくないけれど魅力的な

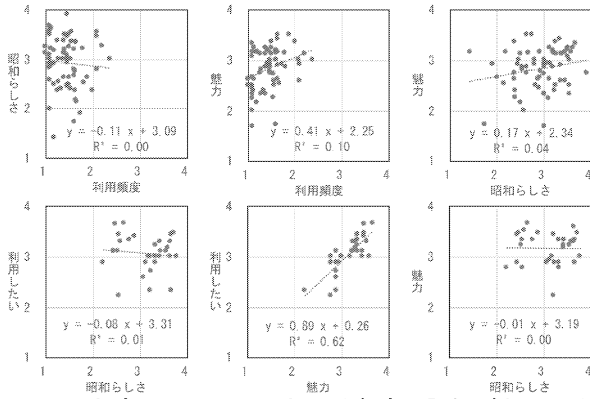


図-10 お店巡りツアーにおける各店の評価ごとの平均点散布図 (上:9月9日, 下:10月1日)

表-2 お店巡りツアーにおける各評価の平均値上位5位

9月9日 (全店舗)				10月1日 (飲食店・食料品店)			
利用頻度				利用したい			
No.	店名	回	平均	No.	店名	回	平均
58外	まことや (本店)	1	2.36	46	彩乃菓	1	3.67
18	松山商店	4	2.20	42	福々スタンド	2	3.65
58内	まことや (蓮馨寺)	1	2.09	18	松山商店	2	3.47
9	おもちゃのおびつ	1	2.09	8	轟屋	1	3.44
53	芋十	1	2.08	56	小江戸っ子うどん	1	3.44

昭和らしさ				昭和らしさ			
No.	店名	回	平均	No.	店名	回	平均
47	肉の東屋	1	3.91	47	肉の東屋	1	3.78
7	山瀬屋履物店	2	3.67	18	松山商店	2	3.71
14	麻彦商店	3	3.63	4	蛇の目寿司	1	3.67
4	蛇の目寿司	2	3.58	8	轟屋	1	3.67
53	芋十	1	3.55	21	CAFFE 1925	2	3.65
				39	肉の十一屋	2	3.65

魅力				魅力			
No.	店名	回	平均	No.	店名	回	平均
41	トシノコーヒー	3	3.50	46	彩乃菓	1	3.67
73	La Foire	3	3.50	21	CAFFE 1925	2	3.59
8	轟屋	2	3.42	73	La Foire	2	3.53
42	福々スタンド	3	3.38	18	松山商店	2	3.47
39	肉の十一屋	3	3.38	33	ワインスタンドPON!	2	3.47
				42	福々スタンド	2	3.47

昭和らしさ+魅力				昭和らしさ+魅力			
No.	順位	回	平均	No.	店名	回	平均
7		2	7.00	21	CAFFE 1925	2	7.24
14		3	6.88	18	松山商店	2	7.18
8		2	6.75	8	轟屋	1	7.00
15		3	6.75	39	肉の十一屋	2	6.94
4		2	6.75	40	松津園茶舗	2	6.88

昭和らしさ-魅力				昭和らしさ-魅力			
No.	順位	回	平均	No.	店名	回	平均
65		2	-1.75	46	彩乃菓	1	-1.00
46		1	-1.01	42	福々スタンド	2	-1.00
42		3	-1.00	45	Cafe 1g	1	-1.00
45		1	-0.98	73	La Foire	2	-0.94
41		3	-0.88	56	小江戸っ子うどん	1	-0.78



図-11 「昭和らしさ+魅力」の上位店舗の例



図-12 「昭和らしさ-魅力」の上位店舗の例

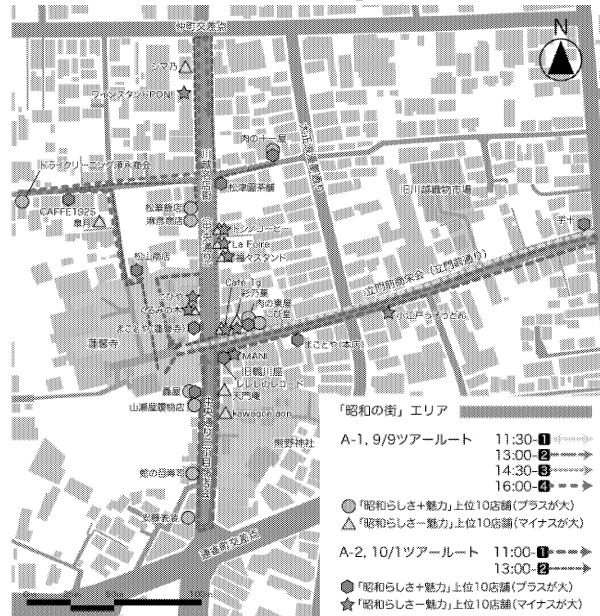


図-13 お店巡りツアーのルートと「昭和らしさ+魅力」「昭和らしさ-魅力」の平均点上位10店舗

店舗の特徴を把握することができる。図-11に「昭和らしさ+魅力」の平均値が大きい店舗の例を、図-12に「昭和らしさ-魅力」の平均値が小さい店舗の例を示す。ここではいずれも飲食店または食料品物販店を事例にあげた。図-11の店舗は、建物が古いか老舗である。被験者のコメントを見ると、外観が古いけれど雰囲気がよいとか、看板の文字の古さがよいとか、おいしそうとか、表に出た陳列方法やよいにおいなどが評価理由としてある。視覚だけでなく嗅覚、味覚にも反応していることがわかる。図-12の店舗は、いずれも開店から10年以内で、ここ数年で開店した店舗も多いが、外観が新しくて昭和らしさがないけれど、おいしそうとかよいにおいとか、藤棚の存

在とか、今風でおしゃれとか、入りやすいオープンな感じとかメニューの書き方がよいなどの評価が見られる。どちらにしても、入りやすい雰囲気や五感で感じられる店舗が高く評価されている。

図-13は、ツアーのルートとともに、「昭和らしさ+魅力」と「昭和らしさ-魅力」の平均値の合計の高評価10店舗の位置を、日ごと、評価ごとにマークを変えて地図上に表したものである。エリアとしての魅力は、蓮馨寺の山門前、中央通り東側のオープンカフェ3店舗に固まっているが、全体としては分散している。また、店舗が営業していない建物や、駐車場などがあるところは大きく抜けてしまっており、エリアとしての印象は薄いと考えられる。

3.2 B. 「昭和の街」の景観に関するアンケート

9月9日と10月1日の調査を統合して、「来訪頻度」「昭和らしさ」「魅力」の各評価について、高い評価を4、低い評価を1として4段階の数値に置き換えて各写真の平均を求めた。図-14は、景観に関するアンケートで提示した写真を、「魅力」の平均が高い順に並べ替えたものである。「魅力」では、「お店巡りツアー」でも高評価であった⑪轟屋（店舗）、⑥蓮馨寺門前（建物）の評価が高く、次いで隣接する大正浪漫夢通りにも接しており、早い時期にレトロ風に改修された⑨大野屋（建物）、店先に古いブリキ看板がある⑩大黒屋米穀店（店舗）、お店巡りツアーで高評価であった④Studio1925（建物）が次ぐ。また、図-15に「昭和らしさ」の評価分布、図-16に「魅力」の評価分布を、評価の高い順に並び替えて示す。写真にもそれぞれの評価順位を示しているが、「町並み」の3枚の評価は、すべて「昭和らしさ」より「魅力」が下がっている。シャッターが閉まっていたり、傷んだ建物があったりしてさびしく見えたりするなどの理由が書かれていることから、景観的な観点で評価を下げている要因であると考えられる。

期待することなどのメッセージでは、古い雰囲気を残してほしいという意見が多く見られる一方、シャッターが閉まっていて店舗が営業していない点や整備されずに汚いままの状態を改善してほしいという意見も多く見られる。

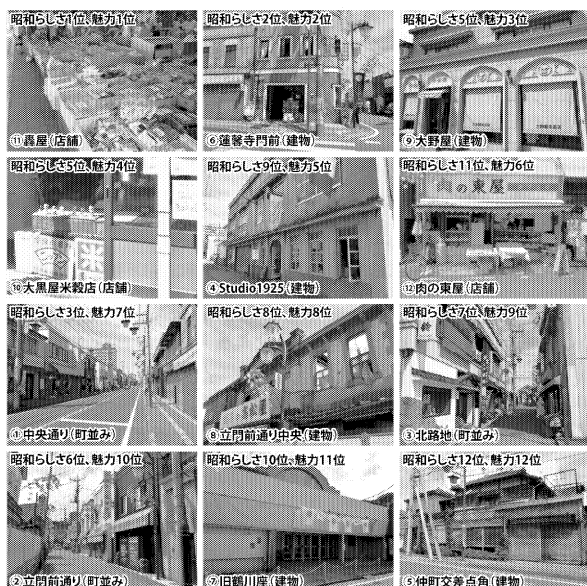


図-14 景観に関するアンケートの写真と順位

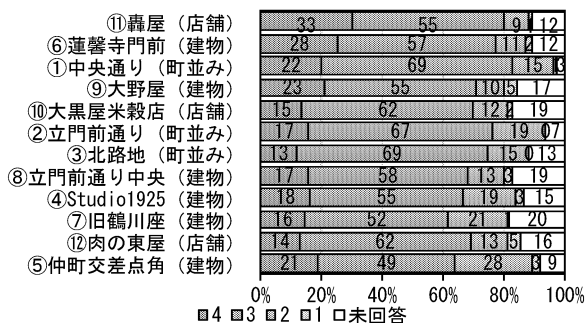


図-15 景観アンケートにおける「昭和らしさ」評価

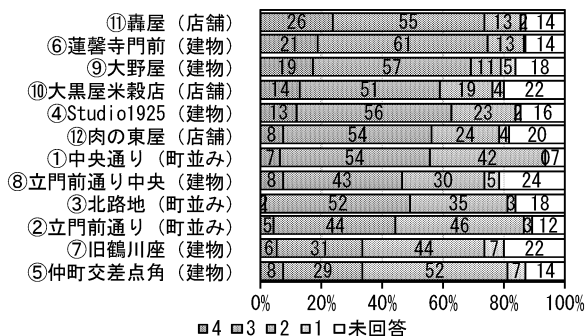


図-16 景観アンケートにおける「魅力」評価

3.3 C. 「昭和の街なつかし写真館」アンケート

30対60枚の今昔の定点比較写真において、「いいね！」を選択した人数を集計し、対となる今昔の写真の人数の差を求めた。総じて昔の写真の方が評価を得ているが、この差が大きいものについて、図-17に昔の方がよい写真対の例を、図-18に今の方がよい写真対の例を示す。昔のほうがよい写真は、今では行われていない相撲巡業やまんがキャラクターの祭り、今でも行われている川越まつりの写真などが抽出された。昔の写真には人が多く写っていることから、なつかしさと同時に活気を感じているようである。一方、今のほうがよい写真は、理由がはっきりと書かれているわけではないが、昔もあまり年月の経っていない写真であり、街灯の変更やアーケードの撤去、建物の改修などの整備が、若干評価が高くなった理由として考えられる。

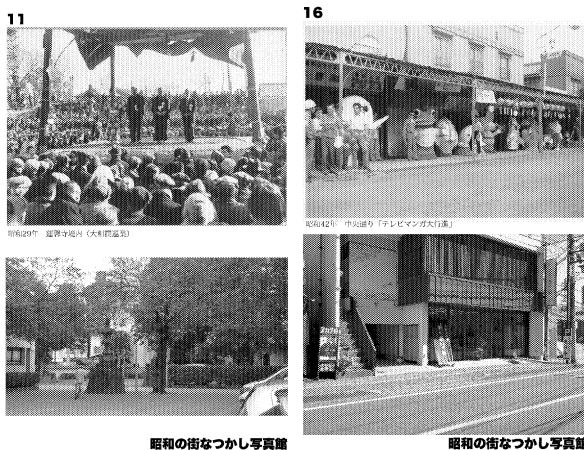


図-17 昔の方がよい写真対の例



図-18 今の方がよい写真対の例

4. 考察

3つの調査を総合すると、昭和時代の雰囲気を残す町並みになつかしさや魅力を感じる一方で、汚かったり、傷んだままでシャッターが閉まっていたりする状態が魅力を下げている、町並みとしての活気に欠け、さびしい雰囲気を感じる一因となっていることがわかる。各店舗の評価では、昭和らしさと魅力との関係はなく、入りやすい雰囲気や表に出た陳列、においやおしゃれな看板など五感で感じる雰囲気が魅力を高めていることがわかる。魅力を感じる店舗は、老舗も新しい店舗もあり、魅力があって利用したい店舗が増えているものの、「昭和の街」としての連続性に欠ける状況となっていることもわかる。

5. 結論

5.1 本研究のまとめ

本研究では、イベントの来場者に参加を募ってツアーとアンケートを実施して、「昭和の街」の昭和らしさと魅力について評価してもらい、各店舗と町並みとしての評価を多角的に分析して、「昭和の街」の現状と今後の方向性についての知見を得ることができた。

5.2 これまでの研究の総括と今後の課題

4年間の一連の研究においては、景観など地域資源の抽出とその評価、位置関係、古い時代の記憶や雰囲気に基づく昭和らしさの要因を明らかにすることができた。総じて、対象とした「昭和の街」及び周辺の地区は、今後の発展の可能性を十分に持つ地区であることがわかった。

そして、「昭和の街」のまちづくりが始まる前から取組を続けてきて、魅力的と感じる店舗が次々と開店し、さらにさまざまなイベントが蓮馨寺を中心に行われることによって、この限界がにわかには活気づいてきた。本研究計画と並行して、筆者の所属する総合情報学部総合情報学科では、この地域を対象とした3年生を対象とする地域プロジェクト演習を、2013年度から2017年度の5年間続けてきた。一連の活動を通して、筆者は「昭和の街」に深く関わることでかなり詳しい情報を得たが、周辺住民を含む来街者は、この街が「昭和の街」であることを十分に認識していないように感じる。町並みとしての統一感は、来街者はそれほど重要視していなが、商店街としてのイメージアップや連続性の確保のために、建物の補修や閉店している建物への店舗等の誘致とともに、一体感を形成するためにサインや街路整備などを進めることが必要であると考えられる。そして、観光客だけでなく地元の人にも愛され続ける商店街であってほしい。

6. 謝辞

ツアーとアンケートの実施にご協力いただいた川越中央通り「昭和の街」を楽しく賑やかなまちにする会及び各店舗、2017アースデイ・イン・川越実行委員会、調査に参加された方々に謝意を表す。また、本研究の調査・分析等において、濱砂竜平君（総合情報学部4年）の多大な協力を得た。

参考文献

- 1) 中央通り周辺地区活性化検討会, “中央通り 私たちのまちづくり計画の案”(2014.3)
- 2) 中央通り「昭和の街」を楽しく賑やかなまちにする会設立趣意書(2014.4)
- 3) 川越市, “地区街づくり協議会登録団体”(2018.2.15 閲覧)
http://www.city.kawagoe.saitama.jp/shisei/toshi_machizukuri/machizukuri/toshikeikaku/toshikeikaku.html
- 4) 川越 中央通り「昭和の街」ブログ (2018.2.15 閲覧)
<http://blog.livedoor.jp/shouwanomachi/>
- 5) 中川邦昭, 小瀬博之, 齋藤伊久太郎, “川越中心市街地におけるアメニティ評価の傾向ーアメニティマップ作成手法の確立に関する研究(その1)ー”, 土木学会環境システム研究論文発表会講演集, 37, pp.207-213(2009)
- 6) 小瀬博之, 尾崎晴男, 齋藤伊久太郎, “川越市連雀町周辺地域を対象とした地域活性化ワークショップ”, 東洋大学地域活性化研究所報, No.12, pp.25-29(2015.2)
https://toyo.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=7649&file_id=22&file_no=1
- 7) 小瀬博之, 尾崎晴男, 齋藤伊久太郎, “川越市中央通り『昭和の街』周辺地域における「ときめくまち」ウォークラリー 高齢者の住みよい地域づくりに向けて”, 東洋大学地域活性化研究所報, No.13, pp.7-14(2016.2)
https://toyo.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=7949&file_id=22&file_no=1
- 8) 小瀬博之, 尾崎晴男, 齋藤伊久太郎, “「川越昭和の街」の地域資源の活用による観光振興に関する研究”, 東洋大学地域活性化研究所報, No.14, pp.7-12(2017.3)
https://toyo.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=9627&file_id=22&file_no=1
- 9) 公益社団法人川越青年会議所 ところおどる KAWAGOE フェスタ 2016, “昭和の街ストア店主図鑑” (2017.9 改訂)