

歩いてみなくちゃわからない

～ いわきまちなか新発見 ～

歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験報告書



平成 20 年 3 月

歩いて暮らせるまちづくり

いわき地区社会実験実行委員会

【目 次】

序．社会実験の背景	1
0.1 中心市街地活性化に向けた全国的な動き	1
(1)中心市街地活性化施策が求められるようになった全国的経緯	1
(2)中心市街地活性化の必要性	2
0.2 福島県における中心市街地活性化に向けた動き	4
(1)福島県商業まちづくり条例	4
(2)持続可能な歩いて暮らせる新しいまちづくり検討委員会	4
0.3 いわき市における背景	5
(1)市街地形成の経緯	5
(2)中心市街地再生への動き	5
(3)「ラトブ」開業、そして・・・	6
1．いわき地区社会実験の概要	7
1.1 社会実験の目的・コンセプト	7
(1)社会実験の目的	7
(2)実験全体を通じたコンセプト・目標	7
(3)社会実験の実施期間	9
(4)社会実験の実施区域	
1.2 効果検証調査の実施概要	13
(1)調査の目的・方法	13
1.3 運営体制及び実行委員会実施記録	16
(1)社会実験の運営実施体制	16
(2)歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験実行委員会の状況	17
(3)歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験実行委員会作業部会の状況	18
1.4 社会実験のスケジュール	21
2．社会実験の事業計画	23
2.1 各実験事業の実施計画	23
2.2 各種手続き	52
(1)許可申請及び届出等	52
(2)通行止めに関する告知等	53
2.3 広報活動	53
(1)広報計画	53
(2)パブリシティの掲載状況	54

3 . 社会実験に関する実施結果	5 9
3.1 「来街者の増加」に関する事業実施結果	5 9
(1)歩行者通行量	5 9
(2)いわき総合図書館開館記念イベント	6 1
(3)いわき産業創造館オープニングイベント	6 2
(4)いわきまちなか屋台実験	6 3
(5)いわき街なかコンサート in TAIRA 2007	6 7
(6)第 58 回いわき産業祭	6 9
(7)まちなか青空市	7 3
(8)まちなかウォーキング、まちなかウォークラリー	7 3
(9)レッツ体験リサイクル リメイクファッションショー	7 4
3.2 「中心市街地への収益性の向上」に関する事業実施結果	7 5
(1)一店逸品フェア	7 5
(2)まちなかウェルカムチケット	7 7
(3)いわきまちぴた！ツアー	7 8
(4)レシートラリー（金券プレゼントセール）	8 0
(5)商店街ワゴンセール	8 0
3.3 「満足度の向上」に関する事業実施結果	8 1
3.3.1 「都市機能の向上」に関する事業実施結果	8 1
(1)まちなか総合案内所	8 1
(2)つどいのひろば	8 3
(3)まちなかの景観向上	8 5
(4)まちなか休憩所、まちなか親子劇場	8 6
3.3.2 「交通機能の向上」に関する事業実施結果	8 7
(1)自動車交通量	8 7
(2)まちなか巡回バス	8 8
(3)歩行者天国	9 1
(4)公共駐車場時間限定無料開放	9 2
(5)まちなか駐輪場への誘導	9 2
3.4 全体に関する調査結果	9 3
(1)アンケート回収結果概要	9 3
(2)来街者の基本情報集計	9 4
(3)社会実験自体の認知	9 8
(4)各実験事業の評価比較	9 9
(5)商業者の取り組み	1 0 1
(6)社会実験実施の効果認識	1 0 3
(7)今後必要な取り組み	1 0 4
(8)まちなか居留意向	1 0 5
(9)来街増加予想	1 0 6

4 . 社会実験の包括評価	107
4.1 「来街者の増加（集客性）」の観点からの評価	107
4.2 「収益性の向上（回遊性・波及性）」の観点からの評価	108
4.3 「満足度の向上」の観点からの評価	109
(1) 「都市機能の向上」の観点からの評価	109
(2) 「交通機能の向上」の観点からの評価	110
4.4 今後の取り組みに向けて	112
(1)生活者の視点に立った都市サービス等の充実	112
(2)多様な主体の連携と運営体制の整備	112
(3)持続可能な事業展開	113
(4)多様な広報手段の効果的な活用	113

序．社会実験の背景

0.1 中心市街地活性化に向けた全国的な動き

中心市街地活性化施策が求められるようになった全国的経緯

経済成長に伴う都市・市街地の拡大

戦前から戦後にかけてのわが国は、人口の多くが農村に住み、都市は限られた特殊な空間であったが、戦後復興、そして昭和 30 年代以降の高度経済成長の時代を通じて、産業や人口を都市に集中させる政策がとられ、都市・市街地の空間は急速に拡大した。各種の都市基盤、都市機能が強化されていったが、都市集中の勢いは激しく、各地で過密による弊害の現象を顕在化させた。

都市基盤の中でも、道路、鉄道といった交通基盤の整備は急ピッチで進められ、駅前商店街をはじめとする繁華街が形成されたが、一方で道路網の拡大に合わせモータリゼーションが急速に進展し、住宅をはじめ都市機能の郊外化も進んだ。

こうした市街地の面的な拡散化傾向の中で、昭和 43 年に新都市計画法が制定され、都市の土地利用に一定の網をかぶせることとなった。市街化区域と市街化調整区域を分ける「線引き」や、用途地域指定による建築物の用途制限等が行われたが、その後の面的拡大圧力に押されるように市街化区域の拡大などの措置がとられ、もともと市街化区域面積がかなり広めに指定される傾向も強かったため、同法により市街地拡大の方向づけがこの段階で保障されたとも言える。

商業・住宅等の郊外立地加速と中心市街地の衰退

このような都市集中の加速は市場としての都市の魅力を高め、商業分野では大型店の相次ぐ立地が混乱を招き、昭和 49 年施行の大規模小売店舗法（大店法）により商業調整が行われることとなった。大店法による商業調整は、実質的に中小小売店舗の保護を目的としており、その調整の難航やモータリゼーションの一層の進展等から、大型店の郊外立地が勢いを増すことになった。

人々の居住の場も、自動車利用を前提に郊外に分散化し、農地や山林が切り拓かれて多くの住宅団地が出現した。政策面においても、大都市近郊のみならず地方都市でも郊外ニュータウンが造成されるなど、市街地の郊外拡大を助長する展開がなされた。

その結果、多くの中心市街地は相対的に取り残された形となり、集客魅力を失い、官公庁を含む都市の中心機能も郊外移転が目立つようになるに及んで、衰退の現象が顕著となってきた。

これに日米構造協議を受けた規制緩和圧力による大店法の緩和、そして廃止への流れが追い打ちをかけることとなり、かつての中小店対大型店という商業の対立の構図は、中心部の商業者対郊外の大型店という構図に完全に塗り替えられた。この過程で、全国の多くの駅前商店街はシャッター通り化していくことになる。

まちづくり三法の制定と運用

こうした状況の中で、産業構造審議会からの相次ぐ答申も受けて、国は平成 10 年にいわゆる「まちづくり三法」を制定した。中心市街地活性化法、大規模小売店舗立地法、改正都市計画法によりまちづくりの観点から商業等の立地を誘導していこうとするもので、中心市街地活性化法では、タウンマネジメントの視点からの取り組みが求められた。

これを受けて、全国の市町村では中心市街地活性化基本計画の策定、TMO（タウンマネジメント組織）の認定が数多くなされ、平成 17 年 5 月までに全国で 375 の TMO が認定された。

しかし、タウンマネジメントがうまく機能しない市町村が多く、その間にも郊外大型店の立地等はさらに加速され、土地利用の混乱やそれから派生する様々な歪みの弊害が指摘されるようになった。

まちづくり三法の改正と運用開始

こうした状況の中で、新しい規制・誘導の方向を探る動きが各方面で活発化し、平成 17 年 12 月には産業構造審議会流通部会が「コンパクトでにぎわいあふれるまちづくりを目指して」と題する中間報告を発表するなど、まちづくり三法の改正に向けた議論が展開された。

このような経過を経て、平成 18 年にまちづくり三法の改正がなされ、順次施行されている。新たな中心市街地活性化法は、「選択と集中」の方針により国が市町村の基本計画を認定することにより大幅に拡充された支援措置が講じられるという枠組みに改められ、ハード、ソフトにわたる施策展開が求められることとなった。都市計画法の改正では、大規模集客施設の立地が可能な部分を、商業系用途地域と準工業地域（特別用途地区指定が条件）に限定し、開発許可制度も見直して、大型店等の郊外立地展開を抑制する方向転換を行った。

今回の法改正は、中心市街地の再生を明確に目指したものであり、人口減少時代を見通した都市機能の集約化と同時に、サステナブル（持続可能）化を標榜している。

現在（平成 20 年 3 月）のところ、新中心市街地活性化法による基本計画の認定を受けたのは全国で 18 市であり、先駆けとなった富山市、青森市等の取り組みが全国から注目されている。

中心市街地活性化の必要性

中心市街地活性化の必要性に関しては、次のように説明される。

拡散型市街地の環境上の問題

都市人口の増加、モータリゼーションを背景として市街地が急速に拡大してきたが、全国の人口は頭打ちとなり減少へのターニングポイントを迎えている。また、少子高齢化が世界に例を見ない速さで進展し、地域社会の構造を大きく変えるに至っている。

郊外に開発された住宅団地では、高齢化が顕著となり、コミュニティの維持にも困難な場面が生ずるほか、郊外幹線道路沿いの店舗の林立は、景観破壊や新たな交通混雑、そして治安の悪化等ももたらすと言われている。

このように、このまま拡散が続くことを許容すると、人々の生活環境や社会環境に様々な問題が生ずることが予想され、それを防ぐためにも、中心市街地の機能を見直し、機能集約化を図ることが求められる。

社会インフラの整備管理上の不効率

国・地方ともに財政上の制約が強まり、各種都市基盤整備等への投資余力が乏しくなっている。道路や下水道をはじめとする市街地の基盤施設は、その新設の困難性が増すとともに、過去に整備したストックの維持管理コストが増大し、効率が低下してくる。

市街地の拡散は、人口密度の低下を伴ってこれら都市基盤施設のさらなる整備拡大を求めるものであり、その不効率性を助長することになる。

従って、中心市街地の再生による都市機能の再集約化により、これら都市基盤整備の整備及び維持管理の効率を確保することが求められる。

自動車依存社会における環境負荷増大

拡散型市街地ではバス等の公共交通機関の効率的経営が困難であり、ますます自動車依存度を増すことになる。自動車による温室効果ガスの排出削減は世界的緊急課題であり、都市活動や人々の生活の各場面での自動車への依存を抑制し、公共交通への転換、歩いて暮らせる環境づくり等を進めることで、持続可能な都市社会としていくことが求められている。

都市の顔空間としての環境づくりの必要性

郊外への商業立地や住宅地開発は、各都市が持つ歴史的背景と隔絶され、無個性な景観・環境を生み出し、都市の持つべき個性や文化等の維持・創造がしにくい状況となっている。

都市を象徴する中心機能が集積した都市の顔空間を明確に持つため、中心市街地の再生が必要となっている。

この中心市街地は、当該都市の顔であるばかりでなく、より広域的な生活圏、農山漁村部を含む広域的なエリアの共通の拠り所となるべき部分であり、都市、地域が全体として発展するために、農山漁村部も含めた各地区の機能分担の明確化、地域内の経済循環の形成が重要な課題となり、そのために全体で共有する拠点が必要で、その拠点づくりとして中心市街地の活性化が求められる。

0.2 福島県における中心市街地活性化に向けた動き

福島県商業まちづくり条例

福島県は7つの生活圏に分かれた多核分散型の県土構造を持ち、中小規模の地方都市が点在しその周囲に農山漁村部が広がる形態で、商業機能の郊外立地展開、市街地の拡大による環境面の問題など、全国的な課題が象徴的に現れている県であると言える。

福島県では、国の中心市街地活性化法の施行よりも早く、副知事を本部長とする中心市街地活性化対策本部を設置し、中心市街地問題への検討を進めていた。

平成10年に、福島市に隣接する伊達町への大型店出店計画に対する反対運動から大型店の出店規制を求める声が強まり、中心市街地活性化対策本部は平成12年に「タウンマネジメント機関連絡協議会」を設置、翌年には「まちづくり懇談会」を設置して活発な議論を交わした。

そして平成15年に「福島県広域まちづくり検討会」が設置され、そこでの議論から翌年の提言（広域的なまちづくりのあり方に関する提言 地域との共生による大型店の立地に向けて）を経て、条例制定への動きを速めた。

平成18年10月に、「福島県商業まちづくりの推進に関する条例」が制定され、全国の注目を集めている。この条例は、規模の大きな商業施設の立地について広域的な観点から調整を行うことを趣旨としたもので、店舗面積6,000㎡以上のものを特定小売商業施設として規制の対象としている。

同条例のもとで定められた基本方針で、広域調整、特定小売商業施設の設置者への地域貢献活動の義務づけ、商業まちづくり審議会の設置等が示され、県内で10の市と町を特定小売商業施設の立地を誘導する市町村とし、それ以外は立地を抑制することとした。いわき市はこの誘導地域を持つ市のひとつとされた。

また同条例では、各市町村が商業まちづくり基本構想を策定することとしている。

持続可能な歩いて暮らせる新しいまちづくり検討委員会

一方、県では、持続可能な歩いて暮らせる新しいまちづくりのあり方について調査・検討するため、有識者による委員会として、「持続可能な歩いて暮らせる新しいまちづくり検討委員会」を平成18年3月に設置し、現在までに7回の委員会を開催して、新しいまちづくりビジョンの策定等について議論が交わされている。

このビジョンは、「持続可能な歩いて暮らせる新しい街づくりビジョン」と題し、市町村やまちづくり関係団体が広くまちづくりの手引き書（指針）として活用することを目指したもので、新しいまちづくりの基本的考え方、及び新しいまちづくりの具体的ガイドラインを示すものとされている。

平成20年3月現在、その骨子案が示されている。

0.3 いわき市における背景

市街地形成の経緯

いわき市は昭和 41 年に 14 市町村の対等合併により誕生した面積 1,231 k m²の広大な都市である。合併前の 5 市の中心地区をはじめ、市内に複数の市街地核が存在し、多核分散型県土の福島県の中にあって、さらに多核分散型の特殊な市域構造を呈している。

昭和 40 年前後までは産炭地域として市内各地にあった炭鉱を中心に活況を呈したが、炭鉱閉山に伴い、「常磐郡山地区」新産業都市の指定を受け、産業構造の転換を進めた。常磐鹿島、小名浜臨海、いわき好間中核などの大規模工業団地の造成と企業誘致により、重化学から加工組立まで広範にわたる業種の企業が立地し、製造品出荷額は東北一位の地位を獲得している。

こうした産業振興と合わせて都市基盤整備も進められ、国道 6 号常磐バイパスをはじめとした市内幹線道路網の拡充が続いた。モータリゼーションの急速な進展は、こうした道路を利用した市街地の拡大をもたらし、人口に対して広い面積の市街化区域指定という都市計画がその流れを許容してきた。

行政の中心機能は、一貫してかつての磐城平藩の城下町であった平地区に置かれてきたが、このこと、重要港湾小名浜港を有する小名浜地区市街地の中間に、地域振興整備公団（当時）によるいわきニュータウンが造成されるなど、郊外部に多くの住宅団地が形成され、市街地の面的拡散は加速した。

平と小名浜を結ぶ幹線道路である通称鹿島街道（県道小名浜平線）沿道をはじめとして郊外部に広い駐車場を備えた大小の商業施設の立地が急速に進み、ほぼ一市で閉じた商圈構造から、購買力を奪われた平・小名浜等の中心市街地は衰退が進んだ。かつては買い物客であふれた中心部の商店街は閑散とし、廃業した店舗の跡地が駐車場となるなど櫛の歯が抜けたような様相となり、集客魅力をさらに減退させていった。市内唯一の百貨店「大黒屋」や老舗店舗の閉店はそれを象徴する出来事となった。

自動車による移動が当たり前となり、バスは経営困難となって路線や運行本数の削減が進み、ますます自動車依存を強めている。

中心市街地再生への動き

こうした状況のもとで、合併以来各地区のバランスを重視してきた市行政は、国によるまちづくり三法の制定に合わせ、平中心部をいわきの中心市街地と位置づける政策転換を行い、いわき商工会議所による平成 10 年の「いわき地域振興ビジョン」も受けて、平中心部を対象とする「いわき市中心市街地まちづくり基本計画」を平成 11 年 7 月に策定した。

同計画に基づき、いわき商工会議所を TMO に認定し、活性化にかかる各種の事業展開が進められた。市では平成 15 年 3 月に「いわき市商業まちづくりプラン」も策定している。

この間にも、少子高齢化は着実に進展し、市人口も減少に転じる中で、いわきニュータウンの整備等はなお続いているが、一方で、まちなか居住が見直される動きが現れ、平の市街地内にマンション建設等の動きが盛んになっている。

このような流れの中で、平市街地の再生に向けたハード面の集中投資がなされた。平一町目地区第一種市街地再開発事業（T-1ビル）の完成に続き、いわき駅前地区第一種市街地再開発事業、いわき駅周辺再生拠点整備事業（いわき駅及び駅前広場整備等）、いわき芸術文化交流館「ア

リオス」の整備等の事業が進められている。

「ラトブ」開業、そして・・・

平成 19 年 10 月 25 日、いわき駅前市街地再開発事業による再開発ビル「ラトブ」が開業した。JRいわき駅の橋上化も同時に完成し、駅前の様相が一変した。

「ラトブ」には、商業施設のほか、いわき総合図書館、いわき産業創造館が入居し、いわき商工会議所も産業創造館内に拠点を移している。

中心市街地に関わる各主体は、これを契機として活性化への機運を高めており、商業者も積極的な取り組みを始動させている。

平成 18 年 4 月には「いわき駅前賑わい創出協議会」が発足した。同協議会は、平商店会連合会、いわき商工会議所、いわき駅前地区市街地再開発組合、いわき駅前再開発株式会社、いわき市で構成され、「街の再生」という共通の目標を持ち、様々な市民の関わりや参加協力によるイベント等の企画・開催を通じ、地域コミュニティによる「ネットワークの形成」、「協力体制の醸成」の推進とともに、いわき駅前の持続的な賑わいを創出することを目的とし、まちなか写真館、まちなか青空市、まちなかウォールアートなど様々な活動を行ってきている。

また、この中に商業者を中心とした「コンパクトシティ推進プロジェクトチーム」が発足しており、一店逸品、空き地・空き店舗有効利用、共通駐車券、情報発信などに関する検討や事業を推進している。

1. いわき地区社会実験の概要

1.1 社会実験の目的・コンセプト

(1) 社会実験の目的

平成 19 年 10 月のいわき駅前再開発ビル（Latov ラトブ）のオープンに合わせ、中心市街地の「持続可能な賑わい創出」を図るため、『来街者の増加』『地域全体の収益性の増加』『来街者満足度の向上』を目標として、まちなかの交通や賑わいに係る社会実験を実施し、その効果を検証した。

以下に、この実験のコンセプト・目標、期間、区域を示す。

(2) 実験全体を通じたコンセプト・目標

[全体コンセプト]

歩いてみなくちゃわからない
～いわきまちなか新発見～

[ロゴマーク]



作成経過

作業部会に所属している学生委員の東日本国際大学3年の川島 志津さんのアイデアを基に、いわきコンピュータカレッジ Web デザインコース2年の戸板 祐一さんが図案化した。

マークの由来

いわき市内から出土された海亀「フタバズキリュウ」をモチーフにしたものである。「本来は歩けない海亀が歩くようになった」「車社会に慣れてしまった本市民にも歩く楽しさを感じてもらいたい」との願いを込めて採用したものの。

[目標]

以下の3つの方向からのアプローチを相互に連携させた展開により、コンセプトの追求を図る。

- 来街者の増加（イベント等を実施し、中心市街地に集客を図るための取り組みを行う）（集客性）
- 中心市街地への収益性の向上（中心市街地における大型店と小売店舗、飲食店など街全体に集客の効果が波及するように、来街者が回遊できるような取り組みを行う）（回遊性、波及性）
- 満足度の向上（来街者や居住者等にとって、まちなかの空間が楽しく、心地よく感じられたり、便利だったりという都市機能を集積することで、街なかで過ごすことの満足度を高める取り組みを行う。（都市機能の向上・交通機能の向上）

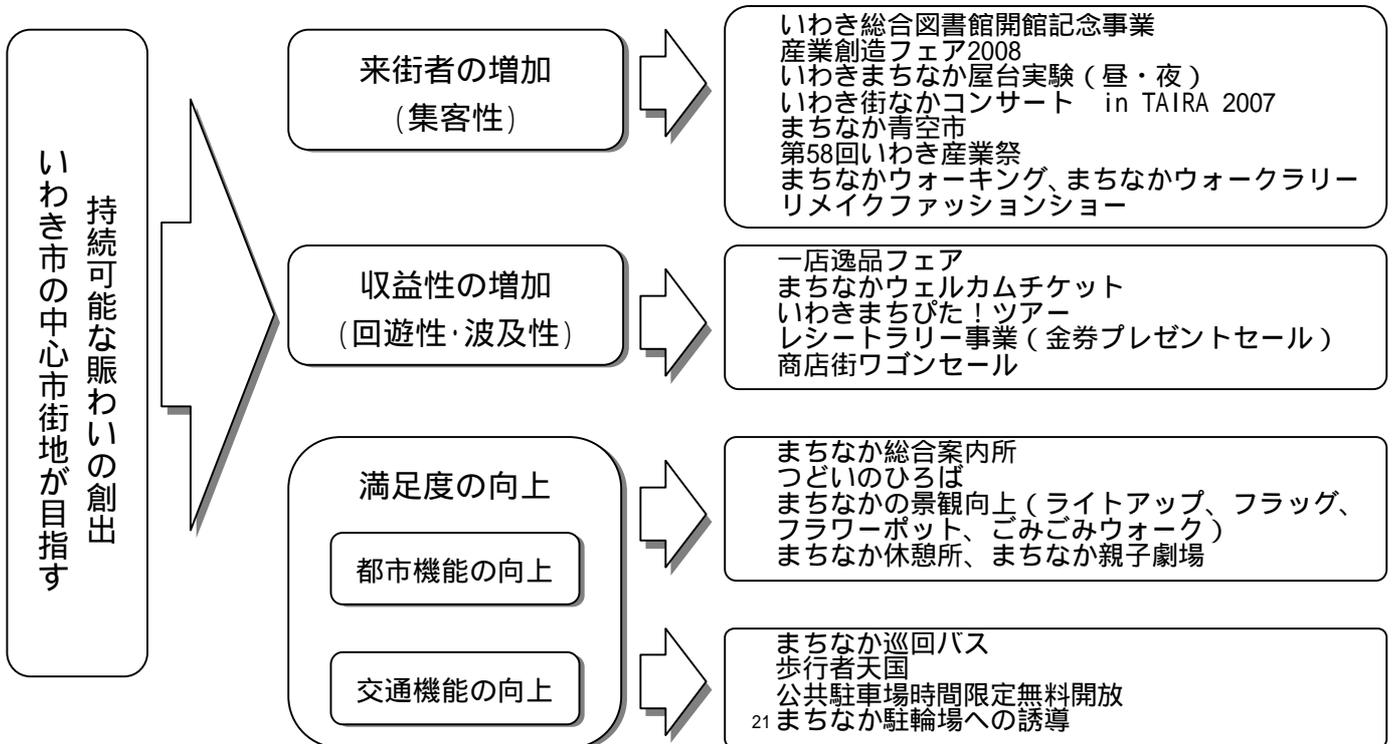


いわき市の中心市街地が目指す持続可能な賑わいの創出

（目的）

（施策目標）

（実施事業）



(3) 社会実験の実施期間

本社会実験は、平成 19 年 10 月 25 日（木）～ 11 月 4 日（日）の 11 日間にわたり実施した。これは、駅前再開発ビル「ラトブ」のオープンに合わせたものである。（屋台実験は 10 月 20 日（土）より）

10月											11月				
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
(屋台実験のみ)					本実施期間										
					ラトブ オープン										文化の日

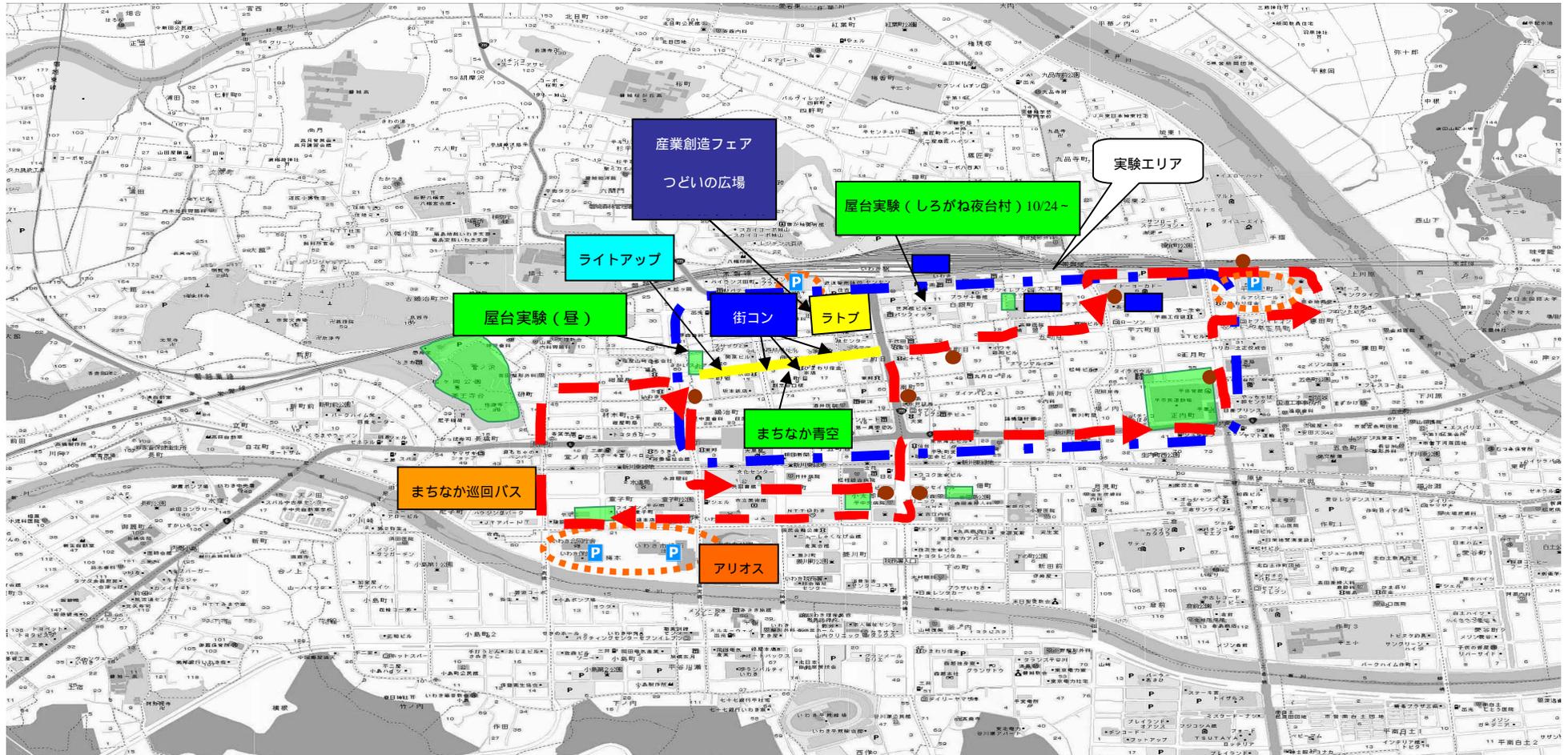
(4) 社会実験の実施区域

本社会実験の実施区域は、JRいわき駅周辺(中心市街地まちづくり基本計画エリアのうち、国道6号以北～JR常磐線以南)とした。

[実施区域エリア図]

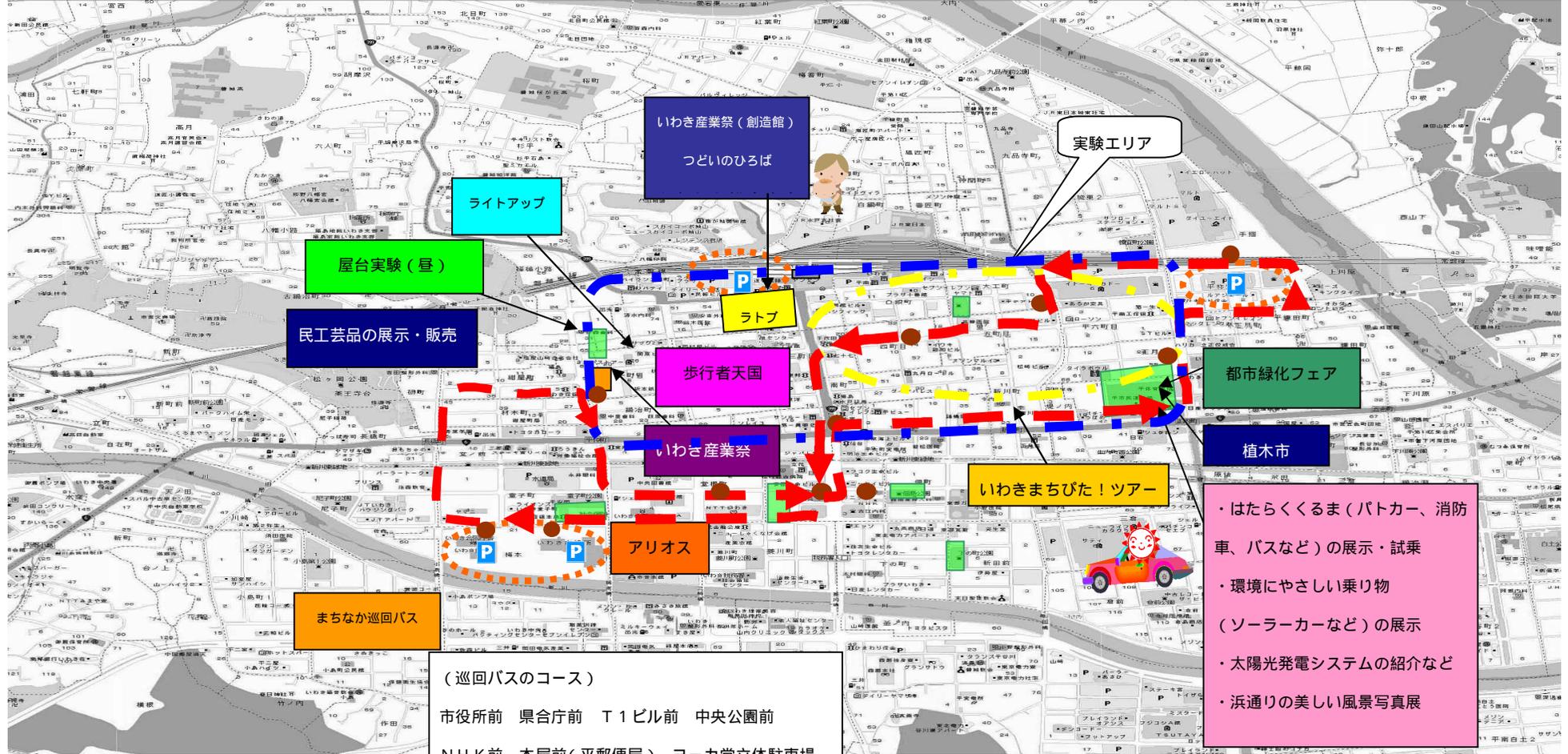


実験配置図 (10月27日(土)、28日(日))



10

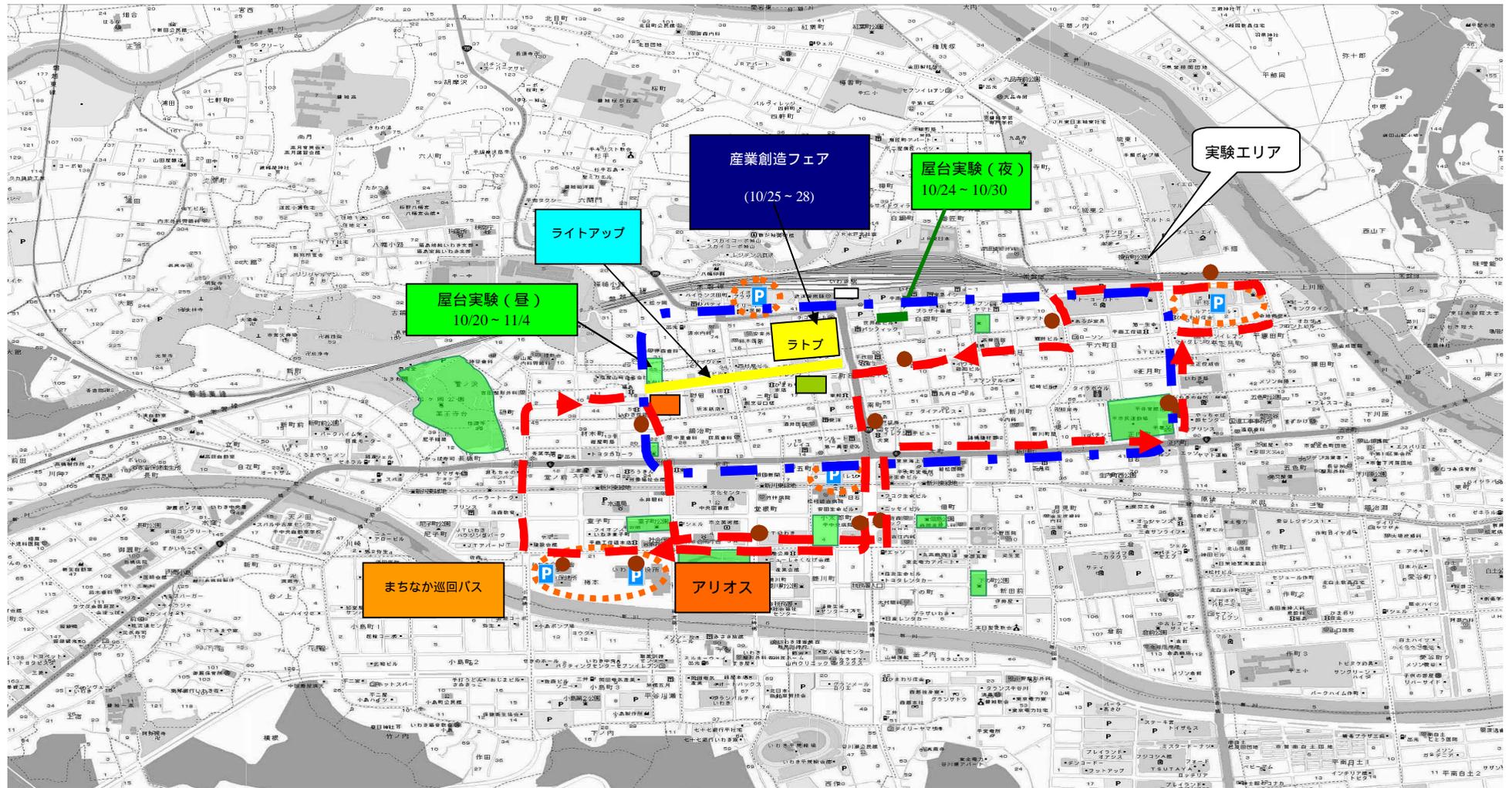
実験配置図(11月3日(土) 4日(日))



(巡回バスのコース)
 市役所前 県庁前 T1ビル前 中央公園前
 NHK前 本局前(平郵便局) ヨーカ堂立体駐車場
 ヨーカ堂前 平四丁目 平南町 NHK前 市役所前

- ・はたらくくるま(パトカー、消防車、バスなど)の展示・試乗
- ・環境にやさしい乗り物(ソーラーカーなど)の展示
- ・太陽光発電システムの紹介など
- ・浜通りの美しい風景写真展

実験配置図(10月26日(金)、11月2日(金))



1.2 効果検証調査の実施概要

(1) 調査の目的・方法

「中心市街地が目指す持続可能な賑わいの創出」という社会実験の目的が達成されたかどうかを検証するため、来街者、まちなか居住者、商業者などへのアンケート及び通行量調査等を行った。

また、調査の基本方針として、以下の点に留意することとした。

- ・ 個々の事業ではなく、全体を総合的に捉えた評価を基本とする。
- ・ 可能な限り定量的な評価とする。
- ・ 事前事後の比較計測を採り入れる。
- ・ 実験の目的に即した調査内容とする。
- ・ 無理なく実行可能な調査とする。

調査の日程

調査項目	1) 歩行者・自動車等通行量調査	2) 各事業の参加者数・利用者数調査	3) 来街者ほかのアンケート調査
実施日	[事前調査] 3/18(日),19(月) [事中調査] 10/26(金),27(土),28(日) 11/2(金),3(土),4(日) [事後調査] 11/16(金),17(土),18(日)	各事業メニューの実施日に合わせて実施 [例] まちなか青空市 : 10/27, 28 いわき産業祭: 11/3,4 まちなか巡回バス : 10/26~28,11/2~4	一般来街者は 10/27~28, 11/3~4の週末を中心に実験期間中に実施 各事業来場者はそれぞれの実施日に実施 まちなか居住者、通勤通学者、商業者は事前配布、事後回収

調査対象（設問項目は別紙）

区分	調査対象者	主な調査内容
利用者・市民等	来街者（一般）	普段のまちとの関わり、事業の参加度合い、実験の感想など
	まちなか居住者	まちとの関わり まちに必要な機能など
	まちなか勤労者	
	学生	
	（特定イベント）産業祭来場者	会場を分散した取組みへの感想
	〃 屋台実験来店者	メニュー、雰囲気づくりなど
	〃 巡回バス利用者	公共交通の利用
	〃 つどいのひろば利用者	子ども連れや高齢者に必要なまちなかの機能について
〃 まちびた！ツアー参加者	個店の取組みへの評価 商店街全体としての取組みへの評価	

主催者・出展者	商業者	取組みの成果、まちづくりへの参加意欲、歩行者天国による影響など
	産業祭出展者	売上の状況、会場分散に対する感想
	屋台実験出店者	売上の状況、今後への展望など
	交通事業者	利用状況の変化、まち（商店街）との今後の連携について
	まちなかコンサート出演者	まちの雰囲気 今回の賑わいづくりに対する感想など
定量調査	歩行者、車両交通量、イベント会場の滞留状況、巡回バス利用者数（停留所ごとの乗降者数）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歩行者通行量（平一、二、三丁目、いわき駅前） ・ 自動車通行量（並木通り、駅前大通り、平一丁目、平二丁目、） ・ まちなか巡回バスの利用状況（各停留所ごとの乗降客数）

調査の方法

対象	調査方法	実施日	備考
商業者 産業祭出展者 屋台出店者 交通事業者	出展者説明会時にアンケートを配布、説明する。 交通事業者は直接持参の上、説明する。 商業者は、商店会ごとに配布してもらう。	アンケート用紙を事前に配布し、実験終了後に回収	必要に応じて直接ヒアリングを実施
まちなか居住者	実験区域にある3つのマンションの住民を対象とし、管理組合等を経由して配布する。	管理人の指示により、直接回収又は管理人室に回収ボックスを置かせてもらう。	世帯ごとの回答ではなく、中学生以上の住人にそれぞれ回答してもらう。
学生	市内各大学（東日本国際、いわき明星）いわき短大及び福島高専の学生を対象とし、学校経由で配布してもらう。	学生課等に回収ボックスを設置又は、事業等の中で直接回収する	
まちなか勤労者	いわき駅周辺の9つの金融機関を対象とし、本店又は母店に依頼する。	金融機関ごとにとりまとめていただき、後日回収する。	年齢、性別などを考慮してモニターを選定してもらうよう依頼する。

まちなか巡回バス利用者	臨時駐車場（市役所、ヨ一カ堂立体）において聞き取りを行う。	その場で記入・回収する。	まちなか巡回バスの運行日に実施。
一般来街者	総合案内所 (ラトブ、平サロン) 屋台実験会場 平市民運動場 市役所、ヨ一カ堂駐車場	その場で記入・回収する。	指定箇所（3箇所）を訪れ、アンケートに答えた方を対象に抽選でプレゼントを交付する。
特定イベントの来場者	各会場において聞き取りを行う。	その場で記入・回収してもらう。	当該イベントの開催日
数量的調査 (歩行者、自動車等通行量調査)	数取器を使用して時間帯別に数量をカウントする。	あらかじめ定めた様式に記入してもらう。	調査日は、金～日曜日までの計9日間とする。 ただし、イベントごとの来場者数は、それぞれの主催者側で把握するものとする。

【主なアンケート項目】

来街者等の特性（性別・年齢・職業・住所）

来街手段（公共交通、車）

来街目的

来街時間（滞在時間）

参加事業の満足度・継続意向

商店街の印象等の評価

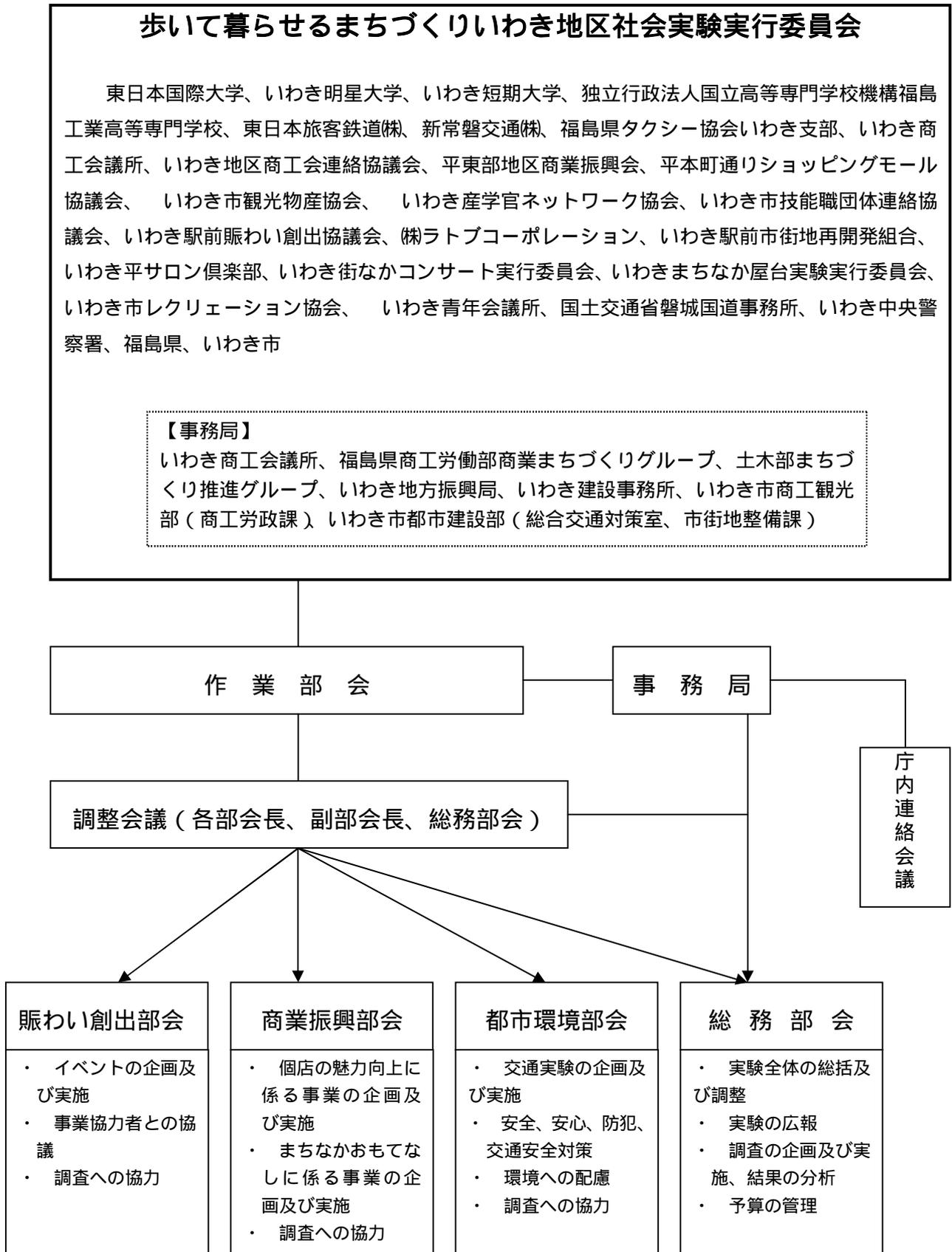
まちなか居住意向

自由意見

1.3 運営体制及び実行委員会実施記録

(1) 社会実験の運営実施体制

本社会実験の実施体制を下図に示す。



(2) 歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験実行委員会の状況

実行委員会は5回開催し、社会実験の実施内容等を決定するとともに、効果検証を行った。実行委員会の開催状況及び構成員は以下のとおりである。

開催状況

回	年 月 日	検討内容
第1回	平成19年5月22日	<ul style="list-style-type: none"> ・社会実験の組織・運営について ・委員長及び副委員長の選出 ・社会実験の基本的な考え方について ・今後の進め方について
第2回	平成19年7月23日	<ul style="list-style-type: none"> ・事業の概要と日程について ・実験の予算について ・実験のキャッチフレーズについて
第3回	平成19年10月18日	<ul style="list-style-type: none"> ・実施事業（主要イベントスケジュール）について ・まちなか巡回バスについて ・まちなか総合案内所について ・ロゴマークについて ・オープニングセレモニーについて ・調査について
第4回	平成19年11月13日	<p>中間報告会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社会実験の結果について（速報値）
第5回	平成20年3月13日	<ul style="list-style-type: none"> ・社会実験の結果について ・実験の決算について

実行委員会の構成員

区 分	所 属 ・ 職 名 等	氏 名	備 考
知識経験を有する者	東日本国際大学経済学部教授	福迫 昌之	委員長
	いわき明星大学人文学部准教授	鎌田 真理子	
	いわき短期大学学長補佐	小坂 徹	
	独立行政法人国立高等専門学校機構福島工業高等専門学校コミュニケーション情報学科助教授	芥川 一則	
交通事業者	東日本旅客鉄道株式会社水戸支社総務部企画室長	高畑 治	
	新常磐交通株式会社乗合部長	門馬 誠	
	福島県タクシー協会いわき支部長	矢内 忠	
まちづくり団体等	いわき商工会議所会頭	有賀 敬四郎	
	いわき地区商工会連絡協議会長	猪狩 正明	
	いわき市平商店会連合会長	北林 紘一	監事
	いわき駅前賑わい創出協議会長	小野 栄重	副委員長

	株式会社ラトブコーポレーション	太田 哲夫	
	社団法人いわき青年会議所理事長	根本 裕司	監事
	いわき平サロン倶楽部事務局長	松崎 康弘	
関係行政機関	国土交通省東北地方整備局磐城国道事務所長	伊藤 友良	
	福島県土木部参事	北住 博	
	福島県いわき地方振興局長	三瓶 博文	
	福島県いわき建設事務所長	阿部 悦雄	
	いわき中央警察署長	熊田 真市	
	いわき市商工観光部長	若松 勇四郎	
	いわき市都市建設部長	高島 信夫	

(敬称略 順不同)

(3) 歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験実行委員会作業部会の状況

作業部会は、全体での会議のほか、4つの部会（総務部会、賑わい創出部会、商業振興部会、都市環境部会）に分かれて会議を開催し、それぞれが担当する事業の内容等について検討を行った。さらに、部会間の調整事項等を協議するため、各部会長、副部会長及び総務部会からなる調整会議を設置した。

開催状況

回	年 月 日	検 討 内 容
第1回	平成19年5月22日 第1回実行委員会 と合同開催	<ul style="list-style-type: none"> ・社会実験の組織・運営について ・委員長及び副委員長の選出 ・社会実験の基本的な考え方について ・今後の進め方について
第2回	平成19年6月21日	<ul style="list-style-type: none"> ・実験の内容（想定されるメニューと日程、事業の概要、実験の区域） ・実験の役割分担（部会の設置） ・実験のキャッチフレーズについて
第3回	平成19年7月2日 （都市環境部会）	<ul style="list-style-type: none"> ・部会の役割と事業の方向性 ・実験のメニューについて ・意見交換
第4回	平成19年7月3日 （総務部会）	<ul style="list-style-type: none"> ・広報について ・調査について ・総務部会が所掌する事業（総合案内所、まちなかガイドなど）
第5回	平成19年7月6日 （第1回調整会議）	<ul style="list-style-type: none"> ・各部会における検討状況について

第6回	平成19年7月12日 (賑わい創出部会)	・所掌事業の検討(まちなか屋台実験、街なかコンサート、産業祭、青空市など)
第7回	平成19年7月18日 (商業振興部会)	・所掌事業の検討(まちぴた! ツアー、一店逸品フェアなど)
第8回	平成19年7月19日 (第2回調整会議)	・第2回実行委員会に向けて (実施事業の概要・日程、予算など)
第9回	平成19年9月27日 (第3回調整会議)	・主要会場のイベントスケジュール ・オープニングセレモニーについて ・まちなか総合案内所について ・広報について ・調査について
第10回	平成19年10月18日 第3回実行委員会 と合同開催	・実施事業(主要イベントスケジュール)について ・まちなか巡回バスについて ・まちなか総合案内所について ・ロゴマークについて ・オープニングセレモニーについて ・調査について
第11回	平成19年11月29日 (第4回調整会議)	・実施事業に関する評価について ・今後のスケジュールについて
第12回	平成20年3月13日 第5回実行委員会と 合同開催	・社会実験の結果について ・実験の決算について

作業部会の構成員

	所属・職名等	氏名	備考
賑	いわき地区商工会連絡協議会(経営指導員)	石井 和智	

わ い 創 出 部 会	社団法人いわき市観光物産協会事務局長	下山田 作實	
	社団法人いわき市産学官ネットワーク協会事務局長	高橋 伸利	
	いわき市技能職団体連絡協議会長	水野 汎幸	副部長
	いわき平サロン倶楽部事務局長	松崎 康弘	部長
	いわき街なかコンサート実行委員会委員長	三浦 光博	
	いわきまちなか屋台実験実行委員会副委員長	草野 達雄	
	いわき市レクリエーション協会事務局長	瀬川 寛	
	社団法人いわき青年会議所まちづくり委員会委員長	佐藤フロンズ	
商 業 振 興 部 会	いわき商工会議所事務局長	小林 裕明	
	平東部地区商業振興会副会長	鈴木 修典	副部長
	平本町通りショッピングモール協議会事務局長	大鐘 栄一	部長
	いわき駅前賑わい創出協議会長	小野 栄重	
	株式会社ラトブコーポレーション	関 博多郎	
	いわき駅前市街地再開発組合事務局長	横山 隆作	
都 市 環 境 部 会	いわき明星大学人文学部准教授	鎌田 真理子	
	いわき短期大学学長補佐	小坂 徹	副部長
	東日本旅客鉄道(株)水戸支社総務部企画室開発計画課長	東 幸嗣	
	新常磐交通株式会社乗合部営業課長	鈴木 敏	
	福島県タクシー協会いわき支部理事	渡邊 邦雄	
	いわき明星大学生	後藤 絵里	
	いわき短期大学生	伊藤 智子	
	国土交通省東北地方整備局磐城国道事務所調査課長	石井 重好	
	福島県土木部主幹	西坂 昭	
	福島県いわき建設事務所企画管理部長	菅野 眞一	
	いわき中央警察署交通第一課長	伊藤 優	
いわき市都市建設部総合交通対策室長	西原 衡作	副部長	
いわき市都市建設部市街地整備課長	阿部 健一	部長	
総 務 部 会	東日本国際大学経済学部教授	福迫 昌之	
	福島工業高等専門学校コミュニケーション情報学科助教授	芥川 一則	
	東日本国際大学生	川島 志津	
	福島工業高等専門学校専攻科学生	佐藤 瑠美	
	福島工業高等専門学校専攻科学生	折笠 圭	
	福島県商工労働部商業まちづくりグループ主幹	柳沼 政明	
	福島県いわき地方振興局企画商工部長	滝口 守弘	副部長
いわき市商工観光部商工労政課長	新妻 英正	部長	

(敬称略 順不同)

1.4 社会実験のスケジュール
主な実施実験スケジュールを示す。

歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験スケジュール

月	歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験		広報・P R	社会実験	関連事業等
	実行委員会	事務同会議			
5月	<ul style="list-style-type: none"> ・5/22 第1回実行委員会の設立 ・実行委員会の実施状況 ・郡山市の実施状況 ・役員の出 ・事業の進め方 	<ul style="list-style-type: none"> 5/22 第1回作業部会 	<ul style="list-style-type: none"> ・5/11 第1回会議 ・社会実験の概要 ・今後の進め方 		
6月		<ul style="list-style-type: none"> ・6/21 第2回作業部会 ・7/2 第3回(都市環境部会) ・7/3 第4回(総務部会) ・7/6 第5回(第1回調整会議) ・7/12 第6回(賑わい創出部会) ・7/18 第7回(商業振興部会) ・7/19 第8回(第2回調整会議) 	<ul style="list-style-type: none"> ・6/28 第2回会議 ・会議の進捗状況 		
7月	<ul style="list-style-type: none"> ・7/23 第2回実行委員会 ・社会実験の時期決定 ・実験の項目、区域の設定 		<ul style="list-style-type: none"> ・事業案の検討 ・庁内各課の調整 		
8月			<ul style="list-style-type: none"> 8/6 実験HP開設 		
9月		<ul style="list-style-type: none"> ・9/27 第9回調整会議(第3回調整会議) 	<ul style="list-style-type: none"> ・9/28 第3回会議 ・実施事業について ・役割分担等 		
10月	<ul style="list-style-type: none"> ・10/18 第3回実行委員会 ・役割分担の決定 ・調査項目、方法の決定 ・カーブバックモニターについて ・巡回バスについて 	<ul style="list-style-type: none"> ・10/18 第10回作業部会(実行委員会と合同) 	<ul style="list-style-type: none"> ・9/30 ポスター完成 ・10/1 市広報掲載 ・10/10 県広報掲載 ・10/18 新聞折込チラシ 	<ul style="list-style-type: none"> F M 等でのスポット 	<ul style="list-style-type: none"> まちづくりセミナー(10/12 市文化センター)
11月	<ul style="list-style-type: none"> ・11/13 第4回実行委員会(中間報告会)開催 ・実績結果(速報値)について 	<ul style="list-style-type: none"> ・11/29 第11回調整会議(第4回調整会議) 		<ul style="list-style-type: none"> 実験の実施(10/25~11/4) 	
12月					
1~3月	<ul style="list-style-type: none"> ・3/13 第5回実行委員会 ・実験の実施結果について ・実験の評価について ・収支決算について 				

2. 社会実験の事業計画

2.1 各実験事業の実施計画

目的	目標	実施事業	10月							11月			
			25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
			木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
いわき市の中心市街地がめざす持続可能な賑わいの創出	来街者の増加	いわき総合図書館開館記念イベント											
		いわき産業創造館オープニングイベント											
		いわきまちなか屋台実験 (昼の部「ベアテリア」)											
		いわきまちなか屋台実験 (夜の部「しろがね夜台村」)											
		いわき街なかコンサート in TAIRA 2007 (平一町目フェスタ)											
		第58回いわき産業祭											
		まちなか青空市											
		まちなかウォーキング											
		まちなかウォークラリー											
		リメイクファッションショー											
向収上益の	向収上益の	一店逸品フェア											
		まちなかウェルカムチケット											
		いわきまちぴた! ツアー											
		金券プレゼントセール											
		商店街ワゴンセール											
満足度の向上	都市機能	まちなか総合案内所の開設											
		つどいのひろば											
		まちなかの景観向上 (ライトアップ、フラッグ、フラワーポット)											
		(ごみごみウォーク)											
		まちなか休憩所											
	まちなか親子劇場												
	交通機能	交通機能	まちなか巡回バスの運行										
			歩行者天国										
			公共駐車場時間限定無料開放										
			まちなか駐輪場への誘導										

実験の名称	いわき総合図書館開館記念イベント
実験のねらい	・ラトプ内にオープンした総合図書館の魅力や多様性を体感し、図書館で交流する楽しみを味わってもらうことで、利用者の増加とその集客力によるまちの活性化に資するもの。
実施時期	平成 19 年 10 月 25 日（木）～（実験期間中は毎日実施） 計 11 日間
実施主体	・いわき市総合図書館
実験の内容	<p>「関屋敏隆」絵本原画展（10/25～）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 絵本原画 68 点を展示 <p>地域資料企画展（10/25～）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ いわきを代表する収集資料である「三猿文庫」「愚庵文庫」の一部を展示、公開し、地域文化の奥深さを伝えるとともに地域を知る楽しみを醸成する。 <p>映像企画展 『映像に刻まれた「いわき」』（10/25～）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ いわきを舞台とした映画や市民から寄せられた映像を広く紹介するもの。 <p>手づくり絵本展（10/25～）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 年齢を問わず、広く市民から募集した手作り絵本（約 470 点）を展示するもの。
機材	パネル、16 ミリフィルム
スタッフ	いわき市総合図書館職員

実験の名称	いわき産業創造館オープニングイベント
実験のねらい	地域産業の活性化を図る拠点としての「産業創造館」を広くPRする。 市内産業や産学官の連携による取り組みを広く紹介する。
実施時期	平成19年10月25日（木）～10月28日（日） 計4日間
実施主体	いわき市
関連主体 支援組織	いわき商工会議所、社団法人いわき産学官ネットワーク協会、いわき市観光物産協会、 いわき製菓製パン同業組合連合会
実験の内容	<p>いわき産業創造フェア2007（10/25～27）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内の活力ある企業をはじめ、特色ある製品や独自の取り組み等を紹介 ・ 28の企業、団体等が出展 <p>いわきサンシャイン大使 石井 ふく子氏講演会（10/28）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 講演 「いわきへの想いと期待」 ・ 座談会 演劇を通じたいわきの活性化手法について <p>「観光による地域再生のカリスマ」 斎藤 一彦氏講演会（10/28）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 講演 「炭鉱から観光へ」 ・ 観光資源であるフラダンスショーの紹介 <p>いわきスイーツフェア2007（10/27～28）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内の特色ある和菓子や洋菓子の展示・販売 ・ 12店が出展 <p>産学官連携フェスティバル（10/27～28）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内大学発ベンチャー企業の取り組みや「学」を中心とした産学官の取り組みを広く紹介 <p>企業交流会（10/26）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 近年本市に立地した企業と市内既存企業を対象としたシンポジウム及び交流会の開催
機材	産業創造館の企画展示ホール、セミナー室、会議室1、IT研修室を使用
スタッフ	各出展企業等関係者、いわき商工会議所、いわき市商工観光部産業・港湾振興課、社団法人いわき産学官ネットワーク協会
特記事項	IT研修室において、いわきコンピュータ・カレッジによる「パソコン教室」を開催（10/25～28）

実験の名称	いわきまちなか屋台実験
実験のねらい	中心市街地の賑わい創出や回遊性の向上、駐車場など既存ストックを活用したまちの魅力向上などの課題を解決する手段として、「屋台形式」の取組みの有効性について調査・研究を行う。
実施時期	(昼の部) 平成19年10月20日(土)～11月4日(日) 水曜定休 計14日間 (夜の部) 平成19年10月24日(水)～10月30日(火) 10/27は台風のため中止 計6日間
実施主体	いわきまちなか屋台実験実行委員会 参加店舗 (昼の部) <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 中国料理 鳳翔、キッチン蕃、広越肉店、一膳、お食事どころ天政、カレー工房、御食事処 むなかた、中華料理 華正樓、彩鳳、ラーメン大喜、中国料理 獅子林、中国料理 翠月園、やきかつ太郎、エステイジー大阪虎屋、九龍、くさの根、三和こだま生活改善グループ、そば八、ラ・パリージャ、いわきワシントンホテル椿山荘、ふくふく、いわき四川、東日本国際大学国際センター、マルベリィ、菓司泉屋、菓匠庵、オールウェイズ菓子店、とうふ屋大楽、しんごさん饅頭本舗、フォンテーヌ、木村ミルクプラント、高月堂、Père Noël (パールノエル)、アムール三好堂、リカちゃんキャッスル、チャンド・メラ、街なか情報館 平サロン、いわき新舞子ハイツ 計38店 </div> (夜の部) <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> パプデリカ ニューバージョン、福住、いわき東急イン DEPOT SECOND、網元 計6店 </div>
関連主体 支援組織	平飲食業会、平東部地区商業振興会、平本町通りショッピングモール協議会、平サロン倶楽部、東部地区商業振興会、いわき商工会議所、いわき地区商工会広域連携協議会、いわき市平商店会連合会、いわき市観光物産協会
実験の内容	プレオープンイベント(10/12 いわきワシントンホテル椿山荘) (開催趣旨) <ul style="list-style-type: none"> ・ 屋台実験の実施を事前に広くPRするとともに、提供するメニュー等の批評を受け、メニュー等の改善を図るため。 (参集者) <ul style="list-style-type: none"> ・ いわきまちなか屋台実験実行委員会等構成員 ・ 平飲食業会関係者 ・ 菓子組合関係者 ・ 地元商店会関係者 ・ 商工会議所・商工会関係者 ・ 国、県、市の関係者 ・ 屋台出店者 ・ 報道機関 ・ その他

(内容)

屋台実験の概要及び参加店の説明

試食会

- ・ 主な出店者のPR (プレゼンテーション)
- ・ 講評・意見交換

歓談

(その他)

- ・ 試食会メニューは、各出店者が屋台実験で提供するメニューを20個程度持ち込むものとする。
- ・ 会場の演出として、特製屋台ワゴンを持ち込むものとする。

昼の部「ベアテリア」(平一町目公園)

【名称の由来】

- ・ 平一町目公園の愛称として親しまれている「くま公園」の“くま”の英語である『ベア』と好みの料理を選んで自分でテーブルに運んで食べる形式である『カフェテリア』を組み合わせ、女性がゆったりくつろげるような名称としたもの。

【コンセプト】 “まちの憩いの場”

- ・ ヨーロッパの屋台形式(ストール)風のワゴンとテーブル、いすを複数配置し、オープンカフェのようなくつろいだ雰囲気の中、いわきの食材を使ったランチやスイーツ等の販売を行う。
- ・ 週末には、食にちなんだイベント(カレーフェア、スイーツ特集など)を開催する。

【実施方法】

- ・ 実施時間：11時から15時まで(10月27日(土)、28日(日)は16時まで)
- ・ ワゴンで販売したものをその場で食べられるよう、テーブル、イスを配置するとともに、緩やかな音楽をBGMとして流す。
- ・ 料金設定は、500円程度とする。
- ・ 支払いは、ウェルカムチケットで行う(差額の現金支払い可能)

夜の部「しろがね夜台村」(平字白銀町2番地付近の市道)

【名称の由来】

- ・ いわき市平「白銀」をひらがなでやわらかく、そして夜の実施を前面に打ち出すために「屋台」を『夜台』と表記し、さらに『村』をつけることで訪れた人同士がコミュニティの輪を広げていけるような名称としたもの。

【コンセプト】 “まちごと交流空間”

- ・ 道路の車両通行を規制し、お客同士の交流が深められるよう、テントやテーブル、いすを配置して、まちの一角に屋台が出現したような演出の中、お酒やおつまみを中心にオリジナルメニューの販売を行う。
- ・ 日本酒やカクテルにちなんだイベントを開催する。

【実施方法】

- ・ 実施時間：17時～21時
- ・ 沿道の軒先で、いわきの食材を使った持ち帰り用料理を販売する。
- ・ 買ったものをその場で食べながらお客同士の交流を深められるよう、テーブル・イスを配置する。
- ・ スタンドカウンターを設置し、スタンドバーのように演出する。
- ・ 料金設定は、1,000円以下。

<p>機材</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・屋台ワゴン（カウンター可動式 3 台、台可動式 2 台） ・テント（19 張） ・木製テーブル 14 台、木製イス 28 脚 ・給排水設備（夜の部はポリタンク等による軽易な設備） ・ガス設備 ・冷蔵ガラス対面ショーケース（3 台） ・小型冷蔵庫 ・簡易ステージ ・音響施設 ・発電機 ・照明器具 ・案内看板 ・その他衛生用消耗品（掃除用具、布巾、手洗い用薬用石鹼など）
<p>スタッフ</p>	<p>いわきまちなか屋台実験実行委員会、平東部地区商業振興会、平本町通りショッピングモール協議会、いわき商工会議所、いわき地区商工会広域連携協議会、平飲食業会、平サロン倶楽部、福島県いわき地方振興局、いわき市商工労政課（設営、撤去支援、会場案内、チケットの販売等）</p>
<p>協議機関</p>	<p>いわき中央警察署 いわき市保健所 いわき市消防本部 いわき市都市建設部公園緑地課</p>
<p>関係法令</p>	<p>道路交通法第 4 条、第 5 条、第 77 条、食品衛生法第 52 条、都市公園法第 6 条 いわき市火災予防条例第 50 条</p>
<p>その他特記事項</p>	<p>屋台ワゴンは、いわき市技能職団体連絡協議会が製作した。</p>

実験の名称	いわき街なかコンサート in TAIRA 2007
実験のねらい	<p>いわき市において、文化・教育・歴史の中心地である平地区の特性を生かし『文化の香る魅力あふれる街』をテーマに、文化に対する意識の向上と中心市街地の活性化・イメージアップを図ることを目的に、新しい街づくりの一環として市民参加型の音楽を中心とした事業を展開し、ライブ感覚で身近に音楽が楽しめる環境づくりと若いミュージシャンの育成を目指しながら、新しい文化交流の促進と街なかに賑わいを創出する。</p> <p>また、まちなかの賑わい創出を図る観点から、県内の特産品の販売やクイズ大会など「平一丁目フェスタ」や、市内幼稚園や保育所の園児が参加しての「おゆうぎフラダンス」発表会も併せて開催する。</p>
実施時期	平成 19 年 10 月 27 日（土） 28 日（日）
実施主体	いわき街なかコンサート実行委員会
関連主体 支援組織	<p>福島民報社いわき支社（平一丁目フェスタ主催） いわき陶芸協会 いわきアート集団 太鼓交流事業実行委員会 いわき芸能倶楽部 フラガールを応援する会</p>
実験の内容	<p>実施場所</p> <ul style="list-style-type: none"> いわき市平のまちなか 10 箇所 いわきティーンビル前 尼子タクシー駐車場 ひまわり信用金庫本部前 東邦銀行平支店駐車場 イトーヨーカドー平店前 パークイーン 大工町公園 いわき駅前 いわきソニック 新川東緑地帯 <p>実施時間</p> <ul style="list-style-type: none"> 10 時～17 時 <p>実施内容</p> <ul style="list-style-type: none"> 市民バンドとプロ・アマ問わず全国から募ったミュージシャンが平の街なかに集結し、あらゆるジャンルの音楽をライブ演奏する。それにストリートパフォーマンスとダンス・太鼓も交え、さらに陶芸展や絵画展などアートも加わり文化の祭典として開催する。 街なかの回遊性を促進するため、商店会等の協力を得ながら、スタンプラリーを実施する。 <p>出演者数</p> <ul style="list-style-type: none"> 2 日間で 157 団体 849 人

	<p>【同時開催事業】</p> <p>平一町目フェスタ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東日本国際大学による「アコースティックライブ」の開催 ・ 福島民報「記念日新聞」のプレゼント ・ 東京電力女子サッカー部「マリーゼ」関連グッズの販売 ・ 体力や健康度のチェックコーナー（ルネサンスいわき・小名浜） ・ 昔なつかしい駄菓子やプレミアム豆腐の販売 ・ 街なか足湯（いわき湯本温泉旅館協同組合） ・ 手作りスイーツやホットフーズ、ファーストフードの販売等 ・ 親子で楽しめるイベント（餅つき、クイズ、じゃんけん大会など） ・ 「おゆうぎフラダンス」発表会・・・荒天のため中止（10/27） <p>いわきアート&クラフト（新川東緑地公園）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 長さ 100m の紙に思いのままに絵を描くコーナー ・ いわき陶芸協会によるクラフトイベント （陶芸作品、和洋小物、ガラスなどのクラフト製品を展示、陶芸づくり体験も開催）
<p>機材</p>	<p>音響施設、テント、放送設備、パイプいす 同時開催イベントは、各主催者がそれぞれ準備</p>
<p>スタッフ</p>	<p>実行委員会、関連団体、警備員（会場・交通整理）、会場設営ボランティア</p>
<p>その他特記事項</p>	<p>参加バンドについては、事前に募集を行う。 参加費は、1人当たり2,000円。6人を超えるバンドは一律12,000円。</p>

実験の名称	第 58 回いわき産業祭
実験のねらい	<p>テーマ：「チェンジ！ チャレンジ！ まちなか産業祭」</p> <p>いわき産業創造館（いわき駅前再開発ビル内）や街なかの既存ストックを活用し、本市の戦略産業の紹介や市内外の伝統産業、特産品等の展示・販売等を行い、街の賑わい創出や産業の振興に資する。</p>
実施時期	平成 19 年 11 月 3 日（土）、4 日（日）
実施主体	第 58 回いわき産業祭実行委員会
関連主体 支援組織	<p>各出店団体、企業等</p> <p>いわき市保健所</p> <p>いわき市農林水産部、商工観光部、都市建設部</p> <p>いわき商工会議所</p> <p>いわき地区商工会広域連携協議会</p>
実験の内容	<p>従来の平市民運動場、平体育館に加え、いわき産業創造館（いわき駅前再開発ビル内）、T1ビル、平本町通り沿いの駐車場等を活用し、4つのゾーンに分けて実施した。</p> <p>匠と新産業のゾーン（主な実施場所：産業創造館）</p> <p>いわき市技能職団体連絡協議会による、伝統に培われた産業の紹介、実演等環境にやさしい廃油、古着リサイクルや木質燃料など本市が進める戦略産業の紹介</p> <p>食と交流のゾーン（主な実施場所：平本町通り）</p> <p>農林水産館</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内の農産品、水産加工品等の販売 ・ 磐城農業高校加工食品等の展示、販売 ・ 福島県畜産を使用した食品・牛串焼きの販売 ・ おからドーナツの実演販売など <p>都市交流コーナー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 宮崎県延岡市の地鶏、地ビールや双葉郡浪江町の伝統工芸品（大堀相馬焼）等の販売 <p>いわき地区9商工会コーナー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内各地域の特産品等の販売 （岩魚の塩焼き、山菜くりおふかし、自然薯、薬膳料理、焙煎コーヒー、木工品、履物、アクセサリなど） <p>“遊び”のコーナー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ストラックアウト、ペットボトルボーリングなどレクリエーション <p>フリーマーケット</p> <p>まちなか休憩所の設置</p> <p>観光と物産のゾーン（主な実施場所：平本町通り、T1ビル）</p> <p>いわきの観光名産品とまちなか足湯</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ いわき湯本温泉の源泉を使った「足湯」 ・ ハワイアンズグッズの販売等 ・ 牛乳、ヨーグルト、味噌、しょうゆ、漬物等の販売 <p>いわきの民芸「匠の技」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 民芸品の実演販売 （ミニいわき絵のぼりづくり体験、いわき染額づくり、フラワーボトルづくり体験、こけしづくり、こまつくり体験など）

	<p>環境と緑のゾーン（主な実施場所：平市民運動場、平体育館） 農林水産館（木工クラフトの展示、木工品、林産物の展示、販売等）</p> <p>植木市</p> <p>はたらくるくるま大集合（パトカー、消防車、救急車、国土交通省磐城国道事務所、NEXCO 東日本工事車両等の展示、試乗）</p> <p>映画「フラガール」のPR（ボンネットバス「一山一家号」の展示）</p> <p>ソーラーカーの展示、試乗</p> <p>太陽光発電システムの紹介</p> <p>第28回いわき市健康まつり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 栄養相談 ・ 授産商品の販売 ・ 「健康」をテーマとしたパネル等の展示 <p>第21回都市緑化フェア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 落ち葉のプール体験 ・ 洋風、和風ガーデニングの展示など <p>「匠の技デモンストレーション」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日産自動車の技術者による文鎮設計製作体験 ・ サイコロやすりと仕上げ体験 ・ ペーパークラフト体験（紙を使ったミニカー作成） <p>浜通りの美しい風景写真コンテスト入賞作品の展示</p> <p>小名浜港津波模型等の展示</p> <p>福島県警察音楽隊による演奏会</p> <p>飲食・物販コーナー</p> <p>ステージイベント</p> <p>平本町通り・ひまわり信用金庫本部前ステージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 紙芝居と絵本の読み聞かせ ・ 女性消防クラブによる寸劇 ・ 音楽やコントの披露 ・ 第3回コロケコンテスト表彰式 ・ チアリーディング、フラダンスの披露など <p>いわき産業創造館展示ホール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 木質バイオマスフォーラム （基調講演、パネルディスカッション） ・ 匠の技デモンストレーション 「美の匠・ビューティショー」 ・ リメイク作品の発表、ファッションショー
機材	テント、テーブル、いす、給排水設備、電気設備、会場案内看板、カラーコーン（違法駐車防止のため）、ゴミ分別用回収箱
スタッフ	産業祭実行委員会、いわき市商工観光部職員、青少年ボランティア、各出店団体等、警備員（交通安全、場内整理）
協議機関	いわき市保健所（出店に係る許可申請等は、各出店者が対応）
関係法令	食品衛生法第52条

実験の名称	まちなか青空市			
実験のねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・街なかで不足している生鮮品取扱店を青空市の形で提供 ・街なかでの対面販売によるふれあいの促進 ・地産地消による郊外と街なかとの連携の促進 			
実施時期	平成 19 年 10 月 27 日（土）～10 月 28 日（日）			
実施主体	いわき駅前販わい創出協議会			
関連主体 支援組織	いわき市農業生産振興協議会、いわき市障がい者施設連絡協議会			
実験の内容	<p>平本町通り沿いの有料駐車場（Jパーク第一駐車場）を利用し、市内の新鮮な野菜や加工品、福祉施設で作った製品等を販売したほか、フリーマーケットを実施</p> <p>出店者一覧（10月27日は、荒天のため一部出店取りやめ）</p> <p>10月27日（土）</p>			
		出店日		販売物
	出店団体	10/27 （土）	10/28 （日）	
	永井野菜市			野菜、加工品等
	いわき地区生活研究グループ連絡協議会 （日の出会）			野菜、加工品等
	虹のかけはし			シュークリーム、パン、うどん
	いわき学園			煎餅、パン、乾燥しいたけ
	はまゆう通勤寮			シクラメン、ポット苗、鉢植え
個人（フリーマーケット）	4	7	衣類、食器、おもちゃ、木工細工等	
機材	テント（出店者の持ち込み） テーブル、いす 案内看板 音響機材			
スタッフ	いわき市市街地整備課、各出店者			

実験の名称	まちなかウォーキング、まちなかウォークラリー
実験のねらい	まちなかの由緒ある建物等をめぐりながら、「歩く」ことの楽しさを実感してもらい、回遊性の向上に資する。
実施時期	平成 19 年 10 月 25 日（木） 11 月 4 日（日）
実施主体	いわき市健康歩く会、いわき市レクリエーション協会
実験の内容	<p>まちなかウォーキング（10/25）</p> <ul style="list-style-type: none"> まちなかをスタート、ゴールとし、中心市街地及びその周辺の名所・旧跡をめぐりながら長距離のウォーキングを行い、健康づくりに資するもの。 <p>（コース） 小太郎町公園 子鋤倉神社 ねずみ坂 松ヶ丘公園 尼子橋 新川右岸 古川橋 夏井川堤防 新川東緑地公園 平大通り いわき駅前（約 10km）</p> <p>（参加者） いわき市健康歩く会の会員 80 名</p> <p>まちなかウォークラリー（11/4）</p> <ul style="list-style-type: none"> いわき産業祭や平本町通りの歩行者天国の実施に合わせて、あらかじめ作成したコマ図を頼りに、コース上に設けられたゲームなどを楽しみながらウォークラリーを行い、まちの賑わいや回遊性の向上に資する。 <p>（コース） 市役所をスタート、いわき駅前をゴールとする</p> <p>（参加者） 25 組 50 名</p>
機材	参加者用ゼッケン、バインダー、筆記用具、誘導用旗 レクリエーション用具（ペタンクなど）
スタッフ	いわき市健康歩く会 10 名、いわき市レクリエーション協会 15 名

実験の名称	レッツ体験リサイクル リメイクファッションショー
実験のねらい	古着を素材としたファッションショーを通じて、循環型社会の創生に向けた市民の意識醸成と若者によるまちの賑わい創出を図る。
実施時期	平成 19 年 11 月 4 日（日）
実施主体	特定非営利活動法人ザ・ピープル
関連主体 支援組織	環境ネットワークシティ・いわき 推進協議会
実験の内容	<p>内 容</p> <p>古着を生まれ変わらせた洋服や思い思いに加工したジーンズアートなどの「リメイクファッション」と古着を素材とした生活雑貨を作る「リメイク小物」おの二部門で作品を公募するとともに、「リメイクファッション」の入賞作品を披露するもの。</p> <p>実施に当たっては、市内の学生ボランティアグループ（UGM）と協力しながら運営に当たる。</p> <p>実施場所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 産業創造館展示ホール
機材	いわき産業創造館展示ホール（音響・照明機材一式）
スタッフ	特定非営利活動法人ザ・ピープル、学生ボランティアグループ（UGM）

実験の名称	一店逸品フェア																																																																																																													
実験のねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・個店力を磨き、おもてなしの心を発揮して、個店の魅力向上を図り、来客数や売上向上を図る。 ・一店逸品運動を通して、継続した個店の魅力向上を図る。 																																																																																																													
実施時期	平成 19 年 10 月 25 日（木）～11 月 4 日（日） 計 11 日間																																																																																																													
実施主体	<ul style="list-style-type: none"> ・いわき駅前賑わい創出協議会（コンパクトシティ推進プロジェクトチーム） ・参加個店 <p>（参加個店及び一店逸品リスト一覧）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>参加店名</th> <th>逸品の内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>いわきワシントンホテル カフェレストラン ボンジュール</td> <td>カフェレストランボンジュールの オーダーランチバイキング</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>お肌の専門店ピックベル</td> <td>ピックベルのこころとカラダの癒しのエステ</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>磐城館</td> <td>特選トルマリン スペシャル・コーヒー</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>坂本紙店</td> <td>和紙のイシカワの和紙タオル</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>酒蔵のんべえ</td> <td>いわしの刺身</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>割烹大貞</td> <td>南ばん焼定食</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>くすりのぷりむら</td> <td>フタアミン hi クリーム</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>リビングギャラリーせきはら</td> <td>かまどさん 3 号炊き</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>ティオキア</td> <td>甲州印伝の印鑑ケース・サイフなど</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>おしゃれ</td> <td>ディシラのスーパーリアシャンプー EX</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>シューズカルダン</td> <td>銀座ヨシノヤの婦人靴</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>吉田屋呉服店</td> <td>江戸組紐の無形文化財五嶋紐</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>寝具の専門店ふくたや</td> <td>エラビーナ敷ふとん</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>ヤマニ書房本店</td> <td>大日本絵画発行口バート・サブダのしかけ 絵本『恐竜時代』他</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>洋品のナカノ</td> <td>ビケットのベビー・子供服</td> </tr> <tr> <td>16</td> <td>堀薬局</td> <td>薬草茶</td> </tr> <tr> <td>17</td> <td>メガネの松本</td> <td>メーカーキャップミラー</td> </tr> <tr> <td>18</td> <td>寿司と海鮮料理銀しゃり</td> <td>おまかせにぎり寿司</td> </tr> <tr> <td>19</td> <td>ワタナベ時計店</td> <td>ワタナベ時計店のロイヤルアッシャーダイ ヤモンド</td> </tr> <tr> <td>20</td> <td>呉服のかみや</td> <td>呉服のかみやのオリジナル色無地きもの 28 色</td> </tr> <tr> <td>21</td> <td>クリーブ</td> <td>ホワイトハウスコックスのさいふ</td> </tr> <tr> <td>22</td> <td>街なか情報館・平サロン</td> <td>すずきのぶえの心（絵はがき）</td> </tr> <tr> <td>23</td> <td>カノオダ</td> <td>ドイツ WMF 社製の圧力鍋パーフェクトプラス 4.5</td> </tr> <tr> <td>24</td> <td>(株)白土陶苑</td> <td>信楽焼のつくばい</td> </tr> <tr> <td>25</td> <td>(株)キクヤ楽器店 平店</td> <td>A L A M O A N A のウクレレセット</td> </tr> <tr> <td>26</td> <td>うれしの化粧品 平店</td> <td>素肌力アップ・エステ</td> </tr> <tr> <td>27</td> <td>B L E N D</td> <td>イージーオーダースーツ</td> </tr> <tr> <td>28</td> <td>テーラーサガワ</td> <td>ご婦人用テーラード スーツ</td> </tr> <tr> <td>29</td> <td>H U M M I N G B I R D</td> <td>H U M M I N G B I R D のインディアン ジュエリー</td> </tr> <tr> <td>30</td> <td>アクセラリーワタナベ</td> <td>彫刻家・二科会員 島田鉦一呂の彫金アクセサリー</td> </tr> <tr> <td>31</td> <td>イタリアンカフェダイニング La Stanza</td> <td>La Stanza のカプチーノ</td> </tr> <tr> <td>32</td> <td>ファッションパークヤマト</td> <td>ファッションパークヤマトのフラワーアレンジ</td> </tr> <tr> <td>33</td> <td>Jewelry & Hand bag 探山堂</td> <td>カラーストーン ジュエリーコレクション</td> </tr> <tr> <td>34</td> <td>お茶の山本園</td> <td>山霧で育った秘園の銘茶</td> </tr> <tr> <td>35</td> <td>メガネの和光 平店</td> <td>CAZAL のサングラス</td> </tr> </tbody> </table>			参加店名	逸品の内容	1	いわきワシントンホテル カフェレストラン ボンジュール	カフェレストランボンジュールの オーダーランチバイキング	2	お肌の専門店ピックベル	ピックベルのこころとカラダの癒しのエステ	3	磐城館	特選トルマリン スペシャル・コーヒー	4	坂本紙店	和紙のイシカワの和紙タオル	5	酒蔵のんべえ	いわしの刺身	6	割烹大貞	南ばん焼定食	7	くすりのぷりむら	フタアミン hi クリーム	8	リビングギャラリーせきはら	かまどさん 3 号炊き	9	ティオキア	甲州印伝の印鑑ケース・サイフなど	10	おしゃれ	ディシラのスーパーリアシャンプー EX	11	シューズカルダン	銀座ヨシノヤの婦人靴	12	吉田屋呉服店	江戸組紐の無形文化財五嶋紐	13	寝具の専門店ふくたや	エラビーナ敷ふとん	14	ヤマニ書房本店	大日本絵画発行口バート・サブダのしかけ 絵本『恐竜時代』他	15	洋品のナカノ	ビケットのベビー・子供服	16	堀薬局	薬草茶	17	メガネの松本	メーカーキャップミラー	18	寿司と海鮮料理銀しゃり	おまかせにぎり寿司	19	ワタナベ時計店	ワタナベ時計店のロイヤルアッシャーダイ ヤモンド	20	呉服のかみや	呉服のかみやのオリジナル色無地きもの 28 色	21	クリーブ	ホワイトハウスコックスのさいふ	22	街なか情報館・平サロン	すずきのぶえの心（絵はがき）	23	カノオダ	ドイツ WMF 社製の圧力鍋パーフェクトプラス 4.5	24	(株)白土陶苑	信楽焼のつくばい	25	(株)キクヤ楽器店 平店	A L A M O A N A のウクレレセット	26	うれしの化粧品 平店	素肌力アップ・エステ	27	B L E N D	イージーオーダースーツ	28	テーラーサガワ	ご婦人用テーラード スーツ	29	H U M M I N G B I R D	H U M M I N G B I R D のインディアン ジュエリー	30	アクセラリーワタナベ	彫刻家・二科会員 島田鉦一呂の彫金アクセサリー	31	イタリアンカフェダイニング La Stanza	La Stanza のカプチーノ	32	ファッションパークヤマト	ファッションパークヤマトのフラワーアレンジ	33	Jewelry & Hand bag 探山堂	カラーストーン ジュエリーコレクション	34	お茶の山本園	山霧で育った秘園の銘茶	35	メガネの和光 平店	CAZAL のサングラス
		参加店名	逸品の内容																																																																																																											
	1	いわきワシントンホテル カフェレストラン ボンジュール	カフェレストランボンジュールの オーダーランチバイキング																																																																																																											
	2	お肌の専門店ピックベル	ピックベルのこころとカラダの癒しのエステ																																																																																																											
	3	磐城館	特選トルマリン スペシャル・コーヒー																																																																																																											
	4	坂本紙店	和紙のイシカワの和紙タオル																																																																																																											
	5	酒蔵のんべえ	いわしの刺身																																																																																																											
	6	割烹大貞	南ばん焼定食																																																																																																											
	7	くすりのぷりむら	フタアミン hi クリーム																																																																																																											
	8	リビングギャラリーせきはら	かまどさん 3 号炊き																																																																																																											
	9	ティオキア	甲州印伝の印鑑ケース・サイフなど																																																																																																											
	10	おしゃれ	ディシラのスーパーリアシャンプー EX																																																																																																											
	11	シューズカルダン	銀座ヨシノヤの婦人靴																																																																																																											
	12	吉田屋呉服店	江戸組紐の無形文化財五嶋紐																																																																																																											
	13	寝具の専門店ふくたや	エラビーナ敷ふとん																																																																																																											
	14	ヤマニ書房本店	大日本絵画発行口バート・サブダのしかけ 絵本『恐竜時代』他																																																																																																											
	15	洋品のナカノ	ビケットのベビー・子供服																																																																																																											
	16	堀薬局	薬草茶																																																																																																											
	17	メガネの松本	メーカーキャップミラー																																																																																																											
	18	寿司と海鮮料理銀しゃり	おまかせにぎり寿司																																																																																																											
	19	ワタナベ時計店	ワタナベ時計店のロイヤルアッシャーダイ ヤモンド																																																																																																											
	20	呉服のかみや	呉服のかみやのオリジナル色無地きもの 28 色																																																																																																											
	21	クリーブ	ホワイトハウスコックスのさいふ																																																																																																											
	22	街なか情報館・平サロン	すずきのぶえの心（絵はがき）																																																																																																											
	23	カノオダ	ドイツ WMF 社製の圧力鍋パーフェクトプラス 4.5																																																																																																											
	24	(株)白土陶苑	信楽焼のつくばい																																																																																																											
	25	(株)キクヤ楽器店 平店	A L A M O A N A のウクレレセット																																																																																																											
	26	うれしの化粧品 平店	素肌力アップ・エステ																																																																																																											
	27	B L E N D	イージーオーダースーツ																																																																																																											
	28	テーラーサガワ	ご婦人用テーラード スーツ																																																																																																											
	29	H U M M I N G B I R D	H U M M I N G B I R D のインディアン ジュエリー																																																																																																											
	30	アクセラリーワタナベ	彫刻家・二科会員 島田鉦一呂の彫金アクセサリー																																																																																																											
	31	イタリアンカフェダイニング La Stanza	La Stanza のカプチーノ																																																																																																											
	32	ファッションパークヤマト	ファッションパークヤマトのフラワーアレンジ																																																																																																											
	33	Jewelry & Hand bag 探山堂	カラーストーン ジュエリーコレクション																																																																																																											
	34	お茶の山本園	山霧で育った秘園の銘茶																																																																																																											
35	メガネの和光 平店	CAZAL のサングラス																																																																																																												

	36	高根澤印舗	趣味の印
	37	佐々木刃物店	KIYAの爪切
	38	佐野屋陶器店	七福神
	39	ラ・パレット	献上 粕てい羅
	40	イタリアンコート	モッツアレラチーズとバジリコのトマトソーススパゲッティ
	41	中国料理 鳳翔	ふかひれの姿煮
	42	網元	石焼きメ鯖
	43	中国料理 桃園	油淋鶏(若鶏の素揚げ甘酢薬味ソースかけ)
	44	丸伊酒店	地酒あぶくま
	45	(有)スズキ水産	近海目光開き干し
	46	じゃがいも5階	コロケごはん
	47	パティスリー アンジェリーク	白銀シュー
	48	根本園	根本園の牧の原のお茶
	49	オノエー	オノエーのいわきオリジナルいわきのお土産
	50	(株)日進ゴム商会	ミシュランのエナジー-MXV8
	51	(有)あわのや酒店	吉久保酒造の一品・粟野屋
関連主体 支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ・いわき市平商店会連合会 ・いわき商工会議所 		
実験の内容	<p>実施場所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加 51 店舗 <p>実施時間</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各個店の営業時間内 <p>実施内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店さきに一店逸品参加のぼりと一店逸品のパネルを掲示。 ・店内に自慢の逸品の紹介コーナーを設置。 ・来客者に逸品をはじめとした商品の紹介。 ・おもてなしの心得(7箇条)の実践 <p>おもてなしの心得</p> <ul style="list-style-type: none"> ・私たちはお客様を”笑顔”でお迎えします。 ・私たちはお客様一人ひとりに”まごころ”で接します。 ・私たちはお客様の声に快く”耳”をかたむけます。 ・私たちはお客様に”信頼と安心と誠実”をおとどけます。 ・私たちはお客様が満足する”逸なる品”を提供いたします。 ・私たちはお客様が満足する”逸なるサービス”を提供いたします。 ・私たちはお客様を”感謝の心を添えて”お見送りいたします。 <p>一店逸品運動の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・タウン誌「IWAKI」を活用した市民へのPR(特集記事掲載) ・商店街のポータルサイト「いわきまちピタ!」への掲載 ・専門家を招いての研究会開催(店舗演出、商品政策等) ・一店逸品審査会の開催 ・「一店逸品カタログ」の作成 		
機材	<ul style="list-style-type: none"> ・一店逸品ガイド 10,000部 (商店街、観光案内所、ラトブ、金融機関等に配布) ・のぼり 51本 ・展示用パネル 51台 		

スタッフ	・いわき駅前賑わい創出協議会(コンパクトシティープロジェクトチーム一店逸品運動推進部会委員)
その他特記事項	一店逸品フェアは、11月11日まで。第二部は、12月1日～1月10日開催。

実験の名称	まちなかウェルカムチケット（共通チケット）
実験のねらい	まちなか屋台会場や既存の飲食店、物販店で使用可能な共通チケットを発行し、普段利用しない個店でも安心して利用できるなど、まちなかの回遊性の創出や新規顧客の開拓など収益性の向上に資する。
実施時期	平成 19 年 10 月 20 日（土）～11 月 4 日（日）
実施主体	いわきまちなか屋台実験実行委員会
関連主体 支援組織	平飲食業会、いわき商工会議所、いわき地区商工会広域連携協議会、いわき市平商店会連合会、平東部地区商業振興会、平本町通りショッピングモール協議会、平サロン倶楽部、いわき市観光物産協会
実験の内容	<p>まちなか屋台会場（昼・夜） 既存の飲食店及び物販店、まちなか巡回バスで使用可能な共通チケットを販売する。</p> <p>飲食店や物販店では、チケット使用ウェルカムメニューを準備して対応する。</p> <p>チケットの清算は、実験終了後屋台実験実行委員会事務局（市商工労政課）で行い、額面額の 80%を参加店に支払い、残りの 20%は、共通経費（チケットやチラシの作成費ほか）として徴収する。</p> <p>チケットの販売額</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 1セット 2,000 円（100 円券×21 枚綴り） <p>利用できる範囲</p> <p>屋台実験 昼の部「ベアテリア」会場（平一町目公園） 10 月 20 日（土）～11 月 4 日（日） 11 時～15 時 （10 月 27、28 日は、16 時まで）</p> <p>屋台実験 夜の部「しろがね夜台村」会場（平字白銀町） 10 月 24 日（水）～10 月 30 日（火） 17 時～21 時</p> <p>事業に参加する飲食店・物販店等が提供するウェルカムメニュー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ チケット利用者限定の商品・サービス（参加店 90 店舗） <p>まちなか巡回バス（1 日 100 円で乗り放題） 10 月 26 日（金）～28 日（日）、11 月 2 日（金）～4 日（日） 10 時～16 時</p> <p>利用方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 屋台実験の昼の部、夜の部会場では使用制限なし ・ 既存飲食店での利用は、1 日につき 1 回限り ・ チケット利用の場合、おつりの支払いはしない（100 円未満については、現金払い可） <p>チケットの販売箇所 屋台実験会場（昼・夜）、平サロン、オノエー(株)、いわき商工会議所、いわき市商工労政課、まちなか総合案内所</p>
機材	ウェルカムチケット（4,500 セット） 利用ガイド（10,000 部）
スタッフ	まちなか屋台実験実行委員会スタッフほか

実験の名称	いわきまちびた！ツアー
実験のねらい	街なかの個店をめぐる買い物ツアーを実施し、楽しみながら街歩き、買い物を楽しんでもらうことで、個店の隠れた逸品を再発見するきっかけとし、新たな顧客獲得や売上の向上につなげていく。
実施時期	平成 19 年 11 月 4 日（日）
実施主体	平東部地区商業振興会
関連主体 支援組織	いわき商工会議所、いわき市平商店会連合会
実験の内容	<p>いわき駅前のお店情報を提供するポータルサイト「いわきまちびた！」に掲載されている個店の中から 7 店をめぐる買い物ツアーの開催し、個店や自慢の逸品の紹介を行う。</p> <p>コース（各コースとも所要時間は約 3 時間）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Aコース 「ラトブ」～「じゃがいも 5 階」(試食)～「OFF・ON」～「パティスリーアンジェリーク」(試食)～「中国料理鳳翔」～「あわのや酒店」～「佐々木刃物店」～「メガネの和光」～「ラトブ」 ・ Bコース 「ラトブ」～「メガネの和光」～「佐々木刃物店」～「あわのや酒店」～「中国料理鳳翔」～「OFF・ON」～「パティスリーアンジェリーク」(試食)～「じゃがいも 5 階」(試食)～「ラトブ」 <p>参加費 1 人当たり 1,000 円（昼食代を含む）</p> <p>参加者数 19 名（一般公募による）</p>
機 材	エコバック（参加者へのプレゼント）
スタッフ	平東部地区商業振興会（4 名）いわき商工会議所（1 名）
備 考	いわき駅前商店街 HP「いわきまちびた！」のアドレス http://www.iwaki-machipita.net/

実験の名称	レシートラリー（金券プレゼントセール）
実験のねらい	商店街のコンセプトを地域の顧客に理解してもらい、イベントを通じて出会いの楽しさ、選ぶ楽しさ、お買い得の楽しさを提供する。
実施時期	平成 19 年 10 月 27 日（日）～ 11 月 4 日（日）
実施主体	平本町通りショッピングモール協議会
関連主体 支援組織	平一町目商店会、平二町目商店街振興組合、平三町目商店会
実験の内容	平本町通りの各店舗における買い物客に補助券を交付。抽選で各店の商品券などが当たる福引を行う。
機材	抽選補助券、抽選器、景品（金券、鉢植、生卵など）、ポスター
スタッフ	平本町通りショッピングモール協議会の役員（常時 1 ～ 2 名）
その他特記事項	各参加店から負担金を徴収して実施

実験の名称	商店街ワゴンセール
実験のねらい	一店逸品フェアに参加していない個店を対象にワゴンセールを開催し、まちの賑わい創出、回遊性の向上に資する。
実施時期	平成 19 年 10 月 25 日（木）～ 11 月 4 日（日）
実施主体	平本町通りショッピングモール協議会
関連主体 支援組織	いわき商工会議所、いわき市平商店会連合会
実験の内容	<p>一店逸品フェアに参加していないまちなかの個店において、統一の看板を付したワゴンを店頭に置き、セールを行うもの。</p> <p>ワゴンは、「まちなか青空市」で使用しているものを借用する。</p> <p>参加店 平本町通りの 25 店舗</p>
機材	販売用ワゴン、共通プレート
スタッフ	各商店

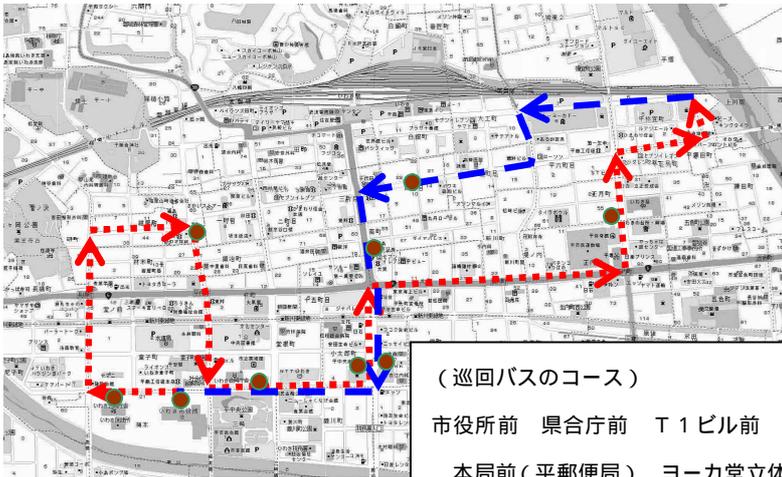
実験の名称	まちなか総合案内所（まちなかガイドの配置）
実験のねらい	・ 来街者に対する社会実験等に関する情報提供
実施時期	平成 19 年 10 月 25 日（木）～ 11 月 4 日（日） 計 11 日間
実施主体	・ 実行委員会事務局（総務部会）
関連主体 支援組織	・ 平サロン ・ 株式会社ラトブコーポレーション
実験の内容	<p>社会実験の内容や街なか情報について市民に紹介・案内する。</p> <p>実施場所 ・ 平サロン 1 階及びラトブ 1 階の 2 箇所を実施。</p> <p>開設時間 10 時～4 時まで（スタッフは 9 時 30 分～4 時 30 分まで駐在）</p> <p>実施内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 社会実験の案内関係 <ul style="list-style-type: none"> まちなかマップの配布 <ul style="list-style-type: none"> ・ 朝刊折込と同様のチラシ（約 20,000 部）用意 イベント会場の案内 <ul style="list-style-type: none"> ・ まちなかガイド各日 2 名以上配置し、イベント会場の案内等を行う。 ・ まちなかガイドは事務局が担当するほか、NPO ザ・ピープル、いわきサンシャインガイド経験者及び公募により対応。 まちなかの催しの案内 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商店街、公共施設などで行われているイベントについて案内。 まちなか情報誌の紹介 休憩スペースとして活用 <ul style="list-style-type: none"> ・ 気分が悪くなった方の休憩スペースを確保する。 アンケートの記入依頼 ベビーカーや車いすの貸出し <ul style="list-style-type: none"> ・ 案内所に 2～3 台準備し、利用者には台帳への記入及びアンケートへの記入をお願いする。 手荷物の一時預かり <ul style="list-style-type: none"> ・ 来街者の買い物等の利便性を高めるため、案内所で手荷物の一時預かりを行う。（2 時間まで） 保健士の配置 <ul style="list-style-type: none"> ・ 具合が悪くなった方の対応等に当たるため、実験期間中の土曜日及び日曜日（計 4 日間）市保健士等を案内所に配置した。 期間中の本部としての機能 <ul style="list-style-type: none"> ・ 本部連絡用、市民問合せ用として、臨時電話を設置する。

<p>機材</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ラトブ1階(借用) ・電話(プリペイド携帯) ・事務用テーブル5台、パイプ椅子20脚 ・ベビーカー、ウォーキングステッキ各5台 ・くるま椅子3台 ・ホワイトボード ・荷物預かり用ラック ・雑誌用ラック ・長いす ・アンケート回収箱、お楽しみ抽選受付箱 ・スタッフジャンパー ・事務用品
<p>スタッフ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・まちなかガイド 4～6人/日×11日間 ・市保健士 1人/日×4日(土曜、日曜日のみ) ・スタッフ 1～2人/日×11日間(事務局)

実験の名称	つどいのひろば
実験のねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・子供連れの来街者、高齢者、障がい者等の利便性の向上 ・様々な世代の交流の促進
実施時期	平成 19 年 11 月 3 日（土）～ 4 日（日） 計 2 日間
実施主体	<ul style="list-style-type: none"> ・いわき短期大学 ・実行委員会（障がい福祉課、長寿介護課、児童家庭課、保健所）
実験の内容	<p>来街者の利便性と交流を図るため、ラトブ内に学生・教員等を配置し、子供（概ね 3 歳以上、障がい児を含む）の短時間預かり保育を実施した。</p> <p>実施場所 産業創造館内第 2 会議室（ラトブ 6 階）</p> <p>実施内容 3 歳以上の就学前の子供に対する絵本の読み聞かせ、手遊び、指遊び 高齢者や障がい者を対象とした買い物等のガイドヘルプ 子育てや発達に係る相談、高齢者の介護等に係る相談</p> <p>実施時間 10 時～ 12 時 30 分、12 時 30 分～ 15 時</p>
機材	<ul style="list-style-type: none"> ・カーペット 6 枚 ・数字パネル 100 枚 ・大型紙芝居 ・遊具等（折り紙、積み木など） ・お菓子、ジュース ・名札ケース ・車椅子
スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ・いわき短期大学学生 30 人/日× 2 日 ・いわき短期大学教員 4 人/日× 2 日 ・有資格アルバイト 1 人/日× 2 日 ・いわき市保健福祉部職員 1 人/日× 2 日
その他特記事項	社会実験終了後も平成 20 年 3 月まで、土曜日、日曜日に事業を継続する。

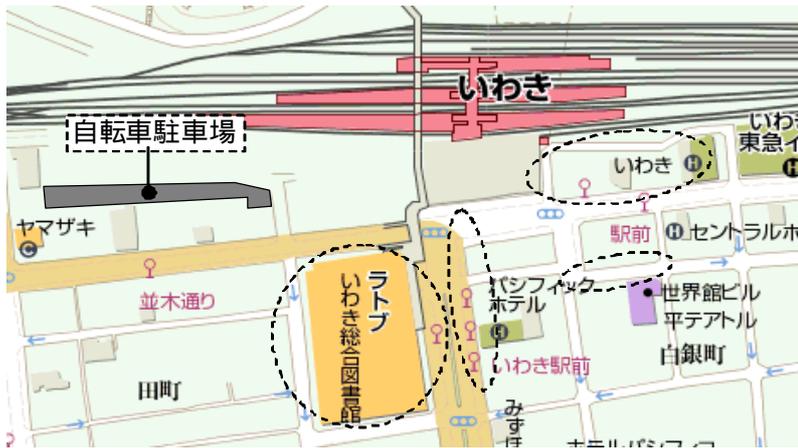
実験の名称	まちなかの景観向上（ライトアップ、フラッグ、フラワーポット、ごみごみウォーク）
実験のねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・まちの景観向上や統一感の醸成 ・歩いて楽しい歩行空間の確保
実施時期	平成 19 年 10 月 20 日（土）～平成 20 年 1 月（成人式） ごみごみウォークは、10 月 27 日（土）
実施主体	<ul style="list-style-type: none"> ・平本町通りショッピングモール協議会 ・特定非営利活動法人 ザ・ピープル
関連主体 支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ・平一丁目商店会 ・平弐丁目商店街振興組合 ・平三丁目商店会 ・学生ボランティア U G M
実験の内容	<p>実施場所 平本町通り（一丁目～三丁目）</p> <p>実施内容</p> <p>ライトアップ事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・歩道のボラード（車止め）を利用してイルミネーションを設置し、来街者の心地良さ、快適性を演出し、集客力の向上、人の集うまちづくりを目指す。 <p>統一フラッグ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街の街路灯に統一のフラッグの設置する。 <p>フラワーポットの設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・木製フラワーポットを設置し、市街地の美化、来街者の心地よさを演出し、集客力の向上を図った。 ・草花の管理は、市内の福祉団体に依頼し、活動を P R するため、プレートを作成して設置する。 <p>ごみごみウォーク</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベント開催中の街なかの散乱したゴミを若者が拾い集め、積極的にまちの環境美化に関与した。 <p>実施箇所数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ライトアップ・・・歩道のボラード 36 基 ・フラワーポット・・・50 基 ・統一フラッグ・・・19 基（38 枚）
機材	<ul style="list-style-type: none"> ・イルミネーション ・電灯配線 ・フラワーポット及びプレート ・フラッグ
スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ・平本町通りショッピングモール協議会の会員 ・市内中学生、高校生ほか

実験の名称	まちなか休憩所、まちなか親子劇場
実験のねらい	・来街者（特に高齢者や家族連れ）がゆったりと街歩きを楽しむ空間づくり
実施時期	平成 19 年 11 月 3 日（土）～ 4 日（日） 計 2 日間 （まちなか親子劇場は 10 月 29 日（火）夜も実施）
実施主体	・いわき絵本と朗読の会 ・産業祭実行委員会
実験の内容	実施場所 ・二町日本町駐車場、ひまわり信金前ステージ ・いわき産業創造館展示ホール（10/29 読み聞かせ） 実験内容 ・駐車場等を活用して休んだり会話を楽しめるスペースの確保。 ・紙芝居や本の読み聞かせを行う。 ・10 月 29 日（月）には、街なかの勤労者等を対象として、夜間に読み聞かせを開催する。
機材	・紙芝居（いわき絵本と朗読の会所有のもの） ・パイプ椅子 30 脚 ・テーブル 8 台、いす 30 脚 ・放送設備
スタッフ	・いわき絵本と朗読の会 2 名

実験の名称	まちなか巡回バス
実験のねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中心市街地の周辺部で自動車から公共交通に乗り換え、まちなかの渋滞を緩和 ・ 環境にやさしいまちづくり
実施時期	平成 19 年 10 月 26 日（金）～10 月 28 日（日） 平成 19 年 11 月 2 日（金）～11 月 4 日（日） 計 6 日間
実施主体	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新常磐交通（株）（運行） ・ 実行委員会事務局（市総合交通対策室）
関連主体 支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ・ イトーヨーカ堂平店（立体駐車場、東北電力隣駐車場） ・ いわき市（市役所公共駐車場、平十五丁目駐車場、いわき駅西駐車場）
実験の内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 街なかの大型商業施設や商店街、駅、公共施設等を結ぶ巡回バスを運行した。 ・ 市役所発午前 10 時から午後 4 時まで 20 分間隔で運行（1 日 19 便） ・ 料金は 1 日当たり 100 円とし、チケットを発行した。 ・ 市営駐車場を駐車後 2 時間まで無料開放し、パークアンドバスライド的な役割を担った。 <p>運行区間と所要時間</p>  <p>（巡回バスのコース） 市役所前 県合庁前 T1ビル前 中央公園前 NHK前 本局前（平郵便局） ヨーカ堂立体駐車場 ヨーカ堂前 平四町目 平南町 NHK前 市役所前（1周25～30分）</p>
機材	<ul style="list-style-type: none"> ・ 貸切バス 2 台 ・ バスマスク 2 枚 ・ バス停留所設置 1 1 箇所（うち 7 箇所は既存の停留所をしよう） ・ バス乗場誘導板 4 枚 ・ 駐車場 5 箇所
スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 乗務員 2 人（運行委託） ・ 停留所案内誘導員 2 人/日 × 6 日間（市役所前のみ）
協議機関	<ul style="list-style-type: none"> ・ 東北運輸局福島陸運支局
関係法令	<ul style="list-style-type: none"> ・ 道路運送法 21 条
その他特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・ 車道の路側や歩道脇への仮停留所の設置

実験の名称	歩行者天国
実験のねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・来街者が安心して楽しく歩ける空間の形成 ・開放された道路空間を利用した賑わい創出、交流の拡大
実施時期	平成 19 年 11 月 3 日（土）～11 月 4 日（日） 計 2 日間
実施主体	<ul style="list-style-type: none"> ・実行委員会事務局（市商工労政課）
関連主体 支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ・平本町通りショッピングモール協議会 ・いわき産業祭実行委員会
実験の内容	<p>実施場所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平本町通り（平 2 丁目～3 丁目間） <p>実験内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般車両の通行を制限し、歩行者専用の道路空間を創出 <p>実験方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施時間：午前 9 時 30 分～午後 4 時 （イベント開催時間は、午前 10 時 30 分～午後 3 時まで） ・道路上や駐車場で、以下のイベント等を組み合わせて実施し、集客力の向上を図った。 いわき産業祭（物販、飲食、ものづくり実演） 家族連れ向けイベント（紙芝居、工作教室） 一店逸品フェア、ワゴンセール（各店舗） まちなか休憩所 ・交通誘導員、看板による通行規制
機材	<ul style="list-style-type: none"> ・通行止め予告看板 6 枚 ・通行止め用交通標識 4 枚 ・オープンカフェ用テーブルセット（8 セット） ・アンケート用紙、筆記用具
スタッフ	<ul style="list-style-type: none"> ・交通整理員（警備会社：有資格者） 11 人/日×2 日
協議機関	<ul style="list-style-type: none"> ・いわき中央警察署
関係法令	<ul style="list-style-type: none"> ・道路交通法第 4 条、第 5 条
その他特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・規制・告知看板の設置に関してはいわき中央警察署と事前に十分な調整を行った。 ・備品類については、イベントごとに必要なものを準備した。

実験の名称	公共駐車場時間限定無料開放
実験のねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・いわき駅周辺の渋滞緩和と来街者の利便性向上
実施時期	いわき駅西駐車場 平成 19 年 10 月 25 日（木）～11 月 4 日（日） 計 11 日間 平十五町目駐車場 平成 19 年 10 月 27 日（土）、28 日（日）、11 月 3 日（土）、4 日（日） 計 4 日間
実施主体	<ul style="list-style-type: none"> ・市市街地整備課 ・市商工労政課
実験の内容	<ul style="list-style-type: none"> ・市営駐車場（いわき駅西、平十五町目）を 2 時間まで無料にするもの（入庫方法は通常と同じ。精算の際、2 時間分の駐車料金が割り引かれる。）
機材	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者への案内掲示（各駐車場）
協議機関	<ul style="list-style-type: none"> ・アマノ株式会社（入出庫システムの変更等） ・株式会社リアルタイム（当該駐車場の指定管理者）
関係法令	<ul style="list-style-type: none"> ・いわき市駐車場条例第 7 条

実験の名称	まちなか駐輪場への誘導
実験のねらい	・いわき駅周辺の既存の自転車駐輪場を整理整頓し、自転車による来街者を誘導
実施時期	平成 19 年 10 月 27 日（土） 10 月 28 日（日） 平成 19 年 11 月 3 日（土） 11 月 4 日（日） 計 4 日間
実施主体	・市市民生活課
関連主体 支援組織	・いわき市シルバー人材センター（業務委託）
実験の内容	<ul style="list-style-type: none"> ・駐輪場内の整理及び誘導 ・いわき駅周辺における誘導（ラトフ、世界館ビル、常磐交通、ミスタードーナツ周辺） <p><<実施場所>></p>  <p>The map shows the area around Iwaki Station. A dashed box labeled '自転車駐車場' (Bicycle Parking Area) is located near Yamazaki. Other landmarks include Ratofo (ラトフ), Iwaki General Library (いわき総合図書館), World Museum (世界館ビル), and Mister Donut (ミスタードーナツ). The station itself is labeled 'いわき' and 'いわき駅前'.</p>
スタッフ	・案内スタッフ 2人/日×4日間

2.2 各種手続き

(1) 許可申請及び届出等

警察署長規制に係る事前協議

社会実験のように通常の規制と異なる規制を一時的に実施する場合は、道路交通法第5条の規定による警察署長への委任の規定を適用し、警察署長の判断と責任で実施することとなる。

そのため、事前にいわき中央警察署と十分な協議を行い、車両の通行規制等を実施しても交通の安全と周辺道路の円滑な通行を確保できる計画書の策定、地元関係者との合意形成及び一般運転者等への周知計画の確立等により、警察署長が当該交通規制の実施について責任をもって決定できる条件を整備した。

申請日	申請期間	申請内容
平成19年9月6日	平成19年10月24日 ～10月30日 平成19年11月3日 ～11月4日	交通規制、誘導・案内、まちなか屋台実験の内容、歩行者天国実施の手順など

道路使用許可申請

まちなか屋台実験（夜の部）において、平字白銀町の道路を使用するため、道路交通法第77条第1項に基づき、まちなか屋台実行委員会委員長名でいわき中央警察署長に道路使用許可申請を行った。

道路占用許可申請

道路法第32条及び第35条の規定に基づき、平本町通り（市道塩・紺屋町線）及び平字白銀町（市道大工町・田町線）の通行規制を告知する看板の設置、まちなか巡回バス停留所の設置について、いわき市長に対し、道路占有許可申請を行った。

食品安全衛生法等許可申請

まちなか屋台実験において、食品安全衛生法第52条の規程により、臨時飲食店の営業許可申請を実行委員会委員長名でいわき市保健所に行った。

また、いわき産業祭の出店者については、各出店者が個別に臨時営業許可申請を行った。

露店等開設届出

いわき市火災予防条例第50条及びいわき市火災予防規則第7条第5号の規程により、まちなか屋台実験実施に係る露店等開設届出をいわき市消防長に対して行った。

(2) 通行止めに関する告知等

平本町通りにおける歩行者天国の実施及び平字白銀町におけるまちなか屋台実験の実施に伴い、当該市道が車両通行止めとなることについて、いわき市長より以下の機関に通知を行った。

通 知 日	通 知 先	通 知 内 容
平成 19 年 10 月 23 日	いわき中央警察署長、 いわき市消防長、 東北運輸局福島陸運支局長、 新常磐交通株式会社	市道塩・紺屋町線の車両通行止め (歩行者天国・産業祭) ・11月3日(土)、4日(日)の 午前9時30分から午後4時まで ----- 市道大工町・田町線の車両通行止め (まちなか屋台実験・夜の部) ・10月24日(水)~30日(火)の 午後4時から午後10時まで

2.3 広報活動

(1) 広報計画

種 別	内 容	実 施 実 績	実 施 対 象
ホームページ	市ホームページへアップ、 関係機関ホームページへリ ンク	・8月6日より掲 載	全市
チラシ	いわき産業祭、いわきまちな か屋台実験を中心に、各イベ ント会場、まちなか巡回バス など実験全般に係るチラシ (160,000部) 街歩きマップを兼ねる	10月18日	主要朝刊7紙に折込み (132,000部) まちなか総合案内所(2箇 所) 街なか屋台実験会場、 産業祭会場などで配布 (28,000部)
ポスター	実験をアピールするための ポスター (1,500枚)	9月30日	市内大型店、街なかの商店、 JRの市内各駅、飲食店、産 業祭出展者、市内公共施設、 観光施設、郵便局、金融機 関、ホテル、学校、病院等 に配布
新聞・雑誌	福島県からのお知らせ (いわき民報)	9月8日	市内

	「IWAKIST 10月号」 (有エヌ・エス・ピー発行)	10月1日	市内事業所、公共施設
広報誌	うつくしま夢だより (福島県)	10月1日 (10月号)	全県
	広報いわき(いわき市)	10月1日 (10月号)	市内
記者会見	社会実験の目的・事業概要、 ロゴについて	10月2日	市記者クラブ

このほか、福島県の広報スポットを活用

<p>県広報スポット</p> <p>(テレビ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「うつくしま情報局」(FTV) 日曜日 9:45～10:00 ・「おしえて!うつくしま」(FCT) 日曜日 11:00～11:15 ・「トピックスうつくしま」(KFB) 土曜日 12:55～13:00 ・「ウィークリーうつくしま」(TUF) 日曜日 11:40～11:45 <p>(ラジオ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「知事室からこんにちは」(rfc) 毎月最終火曜日 12:30～12:45 ・「ふくしま EVENING BREAK」(ふくしまFM) 月～金曜日 17:30～17:45

(2)パブリシティの掲載状況

パブリシティのうち、新聞に掲載されたものを以下に示す。

掲載日	見出し	新聞名
平成 19 年 3 月 23 日	「歩いて暮らせるまちづくり」福島、若松、いわきで 実験	福島民報
平成 19 年 5 月 7 日	まちづくりに関するアンケート 空き地、空き店舗 積極的活用が必要	福島民友
平成 19 年 5 月 17 日	一店逸品運動参加店を募集	福島民報
平成 19 年 5 月 20 日	歩いて暮らせるまちづくり 22日から3市で実行委 トップいわき 社会実験の内容協議	福島民報
平成 19 年 5 月 22 日	「歩いて暮らせるまち」に 市、社会実験実行委を設 置	いわき民報
平成 19 年 5 月 23 日	いわきで10月下旬から実施	福島民報
平成 19 年 5 月 23 日	「歩いて暮らせるまちづくり」社会実験実行委が発 足 いわき	福島民友
平成 19 年 5 月 24 日	社会実験成功へ連携確認 歩いて暮らせるまちづく り実行委・作業部会の初会合	福島民報
平成 19 年 5 月 30 日	論説 いわき 歩いて暮らせるまちへ	福島民報
平成 19 年 5 月 30 日	屋台で街ににぎわいを 「歩いて暮らせるまち」と連 携	いわき民報
平成 19 年 5 月 31 日	秋に屋台でにぎわい創出 いわきまちなか実行委初 会合	福島民報

掲載日	見出し	新聞名
平成 19 年 5 月 31 日	いわきまちなか屋台実験 8 月に出店者募集	福島民友
平成 19 年 6 月 5 日	10 月 27、28 日実施 いわき街なかコンサート 来月 20 日までバンド募集	福島民報
平成 19 年 6 月 7 日	論説 市街地活性化 取り組みは多様に	福島民報
平成 19 年 6 月 13 日	一店逸品運動へのエントリー60 店 24 日から個店指 導へ	福島民報
平成 19 年 6 月 15 日	商店街と連携カギ 歩いて暮らせるまちづくり社会 実験 3 市、内容出そう	福島民友
平成 19 年 6 月 23 日	11 月 3、4 日に産業祭創造館も会場に まちなか舞台に賑わい創出	いわき民報
平成 19 年 6 月 24 日	11 月 3、4 日いわき産業祭 「ラトブ」を活用	福島民報
平成 19 年 6 月 25 日	「一店逸品」極意学ぶ	福島民報
平成 19 年 6 月 26 日	「1 店逸品運動」スタート	いわき民報
平成 19 年 6 月 26 日	産業祭を 11 月に開催 第 1 回実行委 テーマも決める	福島民友
平成 19 年 6 月 28 日	いわき駅前賑わい創出協議会 各商店で逸品作り 中心市街地活性化の核に	福島民友
平成 19 年 7 月 15 日	歩いて暮らせる街へ 変わるいわき平地区	福島民友
平成 19 年 7 月 18 日	“1 店逸品” 検証へ研究会	福島民報
平成 19 年 7 月 19 日	10 月の「街なかコンサート」いわき あすまで参加バ ンドを募集	福島民報
平成 19 年 7 月 24 日	歩いて暮らせるまち社会実験 内容や事業日程など 協議	いわき民報
平成 19 年 7 月 26 日	10 月 25 日から社会実験 駅前などで 11 日間	福島民報
平成 19 年 7 月 27 日	昼（女性向け） 夜（ビジネスマン向け）2 部制 今秋実施の「まちなか屋台実験」内容固まる	福島民報
平成 19 年 7 月 27 日	4 ゾーンで事業展開 回遊性向上を目指す 産業祭 実行委が第 2 回会合	福島民報
平成 19 年 8 月 4 日	出演者を選考 いわき街なかコンサート	福島民報
平成 19 年 8 月 13 日	いわき産業祭 出展者を募集	いわき民報
平成 19 年 8 月 16 日	いわき産業祭出店者を募集 31 日まで	福島民報
平成 19 年 8 月 25 日	一店逸品運動グループ研究会が初会合 参加店の磨 き上げ図る	福島民友
平成 19 年 8 月 25 日	消費者の目線で点検 一店逸品運動グループ研究会 各店を巡回	福島民報
平成 19 年 9 月 8 日	青森の一店逸品取組みを学ぶ 駅前賑わい創出協	いわき民報
平成 19 年 9 月 8 日	いわきまちなか新発見！ JRいわき駅前周辺で実 施 街コン、産業祭、屋台など 歩いて暮らせるまちの実現へ	いわき民報
平成 19 年 9 月 19 日	いわき「ラトブ」への期待	福島民報
平成 19 年 9 月 22 日	商業活性化へ大詰め 4 部会が活動報告 「一店逸品」最後の研究会	福島民報
平成 19 年 9 月 26 日	参加店へ提言書 平で一店逸品運動研究会	福島民報
平成 19 年 9 月 26 日	「ラトブ」オープンに合わせ 来月 28 日「街なかウ ォーク」	いわき民報
平成 19 年 9 月 29 日	歩いて暮らせるまちづくり まちなかガイド募集	福島民友
平成 19 年 9 月 29 日	まちなかガイド 5 日まで募集 いわきの実行委	福島民報
平成 19 年 9 月 30 日	歩いて健康増進しよう 25 日、平で街なかウォーク	福島民報
平成 19 年 10 月 1 日	歩いて暮らせるまちづくり まちなかガイド募集	いわき民報
平成 19 年 10 月 1 日	青森の「一店逸品」運動学ぶ コンパクトシティ部会の研究会が終了	いわき民報
平成 19 年 10 月 2 日	歩いて暮らせるまちセミナー 12 日パネル討論も	いわき民報
平成 19 年 10 月 3 日	「ラトブ」に合わせ「にぎわい創出」展開 歩いて暮らせるまちづくり社会事件 コンサートや 屋台	福島民友
平成 19 年 10 月 3 日	講演会や多彩な企画 総合図書館の開館記念	福島民友
平成 19 年 10 月 3 日	いわきの歩いて暮らせるまちづくり 社会実験の事業決定	福島民報

掲載日	見出し	新聞名
平成 19 年 10 月 4 日	25 日から歩いて暮らせるまちづくり 屋台実験の支払い 共通利用券でどうぞ	福島民報
平成 19 年 10 月 5 日	レシピを募集 コロケプロジェクト	いわき民報
平成 19 年 10 月 12 日	4 ゾーンに 111 団体出展 来月 3、4 日に平で産業祭	福島民報
平成 19 年 10 月 12 日	歩いて暮らせるまちづくり 25 日から社会実験 「ラトブ」オープンに合わせ いわき駅周辺で来月 4 日まで	いわき民報
平成 19 年 10 月 13 日	“まちなか屋台”披露 プレイメント開く 昼は 20 日から、夜は 24 日から	いわき民報
平成 19 年 10 月 13 日	「ラトブ」入居いわき産業創造館 記念イベント多彩に	福島民報
平成 19 年 10 月 14 日	まちなか屋台実験プレイメント 地元食材の料理試 食	福島民報
平成 19 年 10 月 14 日	人と車共生可能な社会へ 県のまちづくりセミナー	福島民報
平成 19 年 10 月 14 日	まちづくりに意見 セミナーで講演や討論	福島民友
平成 19 年 10 月 15 日	25 日からオープニングイベント 産業創造館フェ ア・講演など多彩	いわき民報
平成 19 年 10 月 16 日	屋台の料理を試食 まちなか実験プレイメント	福島民友
平成 19 年 10 月 16 日	27～28 日に街なかコン いわき駅周辺 10 カ所会場に	いわき民報
平成 19 年 10 月 16 日	会場や出演者を紹介 いわき街なかコンサート プログラムが完成	福島民報
平成 19 年 10 月 17 日	138 のバンドが出演 27、28 日 街なかコンサート	福島民友
平成 19 年 10 月 17 日	駅前の賑わい創出協議 コンパクトシティ推進チ ーム	福島民報
平成 19 年 10 月 18 日	「一店逸品」でにぎわいを いわき駅前商店街がガイ ド本	日本経済新聞
平成 19 年 10 月 18 日	ラトブ開店まで 1 週間 「活性化」へ準備着々	福島民報
平成 19 年 10 月 18 日	来月 3 日、いわきで「フォーラム」 木質ペレット知 って	福島民友
平成 19 年 10 月 18 日	森林との共生 学んで 来月 3 日にフォーラム 4 日にバスツアー	福島民報
平成 19 年 10 月 18 日	ユニバーサルデザインに理解を 30 日にセミナー	福島民報
平成 19 年 10 月 18 日	各部会が状況報告 駅前賑わい創出協議会	福島民友
平成 19 年 10 月 19 日	木質バイオマスに理解を 来月 3 日にフォーラム	いわき民報
平成 19 年 10 月 19 日	歩いて暮らせるまちをつくろう パネル討論も 佐世保の取組みを学ぶ	いわき民報
平成 19 年 10 月 20 日	まちなか屋台オープン 平一町目公園で昼の部	いわき民報
平成 19 年 10 月 21 日	飲食など 20 店が集合 いわきまちなか屋台実験	福島民報
平成 19 年 10 月 21 日	地元の店に親しんで いわきまちなか屋台実験	福島民友
平成 19 年 10 月 21 日	いわきでは屋台実験・昼の部 飲食店が軒連ねる	福島民友
平成 19 年 10 月 21 日	県内 4 市で社会実験 いわき まちなか屋台実験	福島民報
平成 19 年 10 月 21 日	歩いて暮らせるまち社会実験 25 日からいわき	福島民報
平成 19 年 10 月 22 日	週末の昼は味巡り いわきの屋台実験スタート	福島民報
平成 19 年 10 月 22 日	市街地できれいにしよう 平で U G M 27 日清掃ウ ォーク	福島民報
平成 19 年 10 月 22 日	「一緒にごみ拾って」 27 日、中、高生が市街地清掃	福島民友
平成 19 年 10 月 21～23 日	「いわき街なかコンサート in TAIRA 2007」 出演者・グループ紹介(上・中・下)	福島民報
平成 19 年 10 月 24 日	多彩な音楽 心弾む秋 27、28 日街なかコンサート	福島民報
平成 19 年 10 月 24 日	あすから一店逸品運動 参加店舗出席し認証式	いわき民報
平成 19 年 10 月 25 日	「1 店逸品」を認証 推進運動で 51 店舗	福島民友
平成 19 年 10 月 25 日	「まちなか屋台」夜の部スタート	福島民友
平成 19 年 10 月 25 日	いわきの新ランドマーク 「ラトブ」誕生	福島民友
平成 19 年 10 月 25 日	中高生ボランティアを募集 27 日に「ごみごみウォー	いわき民報

掲載日	見出し	新聞名
	ク」	
平成 19 年 10 月 25 日	「ラトブ」総合図書館・産業創造館 開館記念事業始まる	いわき民報
平成 19 年 10 月 25 日	まちなか夜台がオープン 平・白銀	いわき民報
平成 19 年 10 月 25 日	歩いて暮らせるまちづくり実験スタート	いわき民報
平成 19 年 10 月 25 日	「ラトブ」オープン 開館前から長蛇の列	いわき民報
平成 19 年 10 月 25 日	待望！ 胸躍らせ鏡開き	福島民報
平成 19 年 10 月 25 日	28 日の街なかコンサート ロックやラテン次々	福島民報
平成 19 年 10 月 25 日	ラトブオープンに合わせ展開 「一店逸品」PR 万全 パンフやのぼり完成	福島民報
平成 19 年 10 月 25 日	いわき駅前再開発ビル LATOV きょうおーぶん	福島民報
平成 19 年 10 月 25 日	歩いてみなくちゃわからない！ いわきまちなか新 発見！ 生まれ変わるいわき駅前	福島民報
平成 19 年 10 月 26 日	市街地活性化願い いわき駅前再開発ビル 「ラト ブ」オープン	福島民報
平成 19 年 10 月 26 日	夜の屋台を満喫 30 日までしるがね夜台村 つまみ、日本酒多彩	福島民報
平成 19 年 10 月 26 日	いわきの「玄関口」変身 駅前再開発ビル「ラトブ」 念願オープン	福島民友
平成 19 年 10 月 26 日	ラトブ開店、橋上駅舎 社会実験 いわき駅前 活性化に期待	福島民友
平成 19 年 10 月 26 日	まちがオープンカフェに	福島民友
平成 19 年 10 月 27 日	きょうから街なかコンサート	福島民報
平成 19 年 10 月 27 日	歩いて暮らせる街へ 社会実験も開幕セレモニー 総合図書館で絵本原画展 オープン記念街なかウォーク 51 店自慢の商品披露 一店逸品フェア 佐藤知事が 視察 社会実験開始前に会場清掃 平の福祉事業所利用者	福島民報
平成 19 年 10 月 27 日	街なかコンサート始まる おゆうぎフラは雨で発表中止 スイーツフェア あすまで産業創造館	いわき民報
平成 19 年 10 月 28 日	地元の銘菓食べて ラトブでスイーツフェア開幕	福島民友
平成 19 年 10 月 28 日	熱い調べ秋風に乗って いわき街なかコンサート in TAIRA もちつきに歓声 平一丁目フェスタ 魅力のスポット連結 平で「まちなか巡回バス」運行 開始 100 円で 1 日乗り放題	福島民報
平成 19 年 10 月 29 日	にぎわい街をさわやか歩歩 2 団体がウォーク	福島民友
平成 19 年 10 月 29 日	市民を誘ういくつもの調べ いわき街なかコンサ ート in TAIRA 閉幕 古着、おしゃれに変身 4 日、再生ファッションショー 雨弾く熱いステージ 開幕の街なかコンサート ギター、歌声来場者魅了 平一丁目フェスで東日本国 際大	福島民報
平成 19 年 10 月 30 日	片隅抄（社会実験について） 石井、斎藤さんが講演 いわきの活性化策を語る	いわき民報
平成 19 年 10 月 30 日	いわきを語る 石井ふく子さんが講演会 秋晴れの下 心躍る演奏 街なかコンサート 活気 付く市街地 陶器や和洋小物並ぶ アート、クラフトフェア	福島民報
平成 19 年 10 月 30 日	138 バンド生演奏 いわきでコンサート	福島民友
平成 19 年 11 月 1 日	いわきの魅力語る サンシャイン大使講演	福島民報
平成 19 年 11 月 1 日	ソーラーカー試作車が完成 3～4 日、産業祭で一般 公開 いわきの特性生かす	いわき民報
平成 19 年 11 月 2 日	4 日と 10 日にお店回りツアー 参加者を募集	福島民報
平成 19 年 11 月 3 日	ソーラーカー公道へ いわきの研究会に東北初のナ ンバー	福島民友

掲載日	見出し	新聞名
平成 19 年 11 月 4 日	産業祭で締めくくり いわきはきょう最終日	福島民報
平成 19 年 11 月 4 日	にぎわい中心市街地 きょうまで「いわき産業祭」	福島民友
平成 19 年 11 月 5 日	「一店逸品」が本格始動 11 日までフェア第一部 平の 51 店舗 カタログ完成 特産品や匠の技 平の産業祭 魅力 P R 深まる秋文学に親しむ 平で朗読会	福島民報
平成 19 年 11 月 5 日	木質ペレット活用を フォーラムで意見交わす	福島民友
平成 19 年 11 月 5 日	街なかでいわきの良さ発見 産業祭に大勢の市民	いわき民報
平成 19 年 11 月 5 日	郷土ならではの再発見 日産社員から金属加工学ぶ いわき産業祭	朝日新聞
平成 19 年 11 月 6 日	ラトブ周辺の店巡る 平東部商業振興会がツアー	福島民報
平成 19 年 11 月 7 日	コンパクトシティで活性化 中心市街地で意見交換	福島民友
平成 19 年 11 月 8 日	コンパクトシティ推進チーム 柳田市長と懇談	福島民報
平成 19 年 11 月 8 日	目覚めた商店会活動 コンパクトシティ 官民一体 で発展飛躍	いわき民報
平成 19 年 11 月 8 日	古着の良さ見直して リサイクルコンテスト発表兼 ねてショー	福島民報
平成 19 年 11 月 8 日	ウォーキングフェスに 90 人 平地区「ラトブ」もコ ースに	いわき民報
平成 19 年 11 月 9 日	街なか活性化に期待	福島民報
平成 19 年 11 月 11 日	歩いて暮らせるまちづくり社会実験 政策考案など に活用	福島民報
平成 19 年 11 月 13 日	木質ペレット利活用促進図る 沼田さん森の暮ら話 す	いわき民報
平成 19 年 11 月 14 日	歩いて暮らせるまちづくり実験 中間報告まとまる	福島民報
平成 19 年 11 月 14 日	歩いて暮らせるまちづくり社会実験 中間報告、一定の効果 分析し市街地活性化に反映	福島民友
平成 19 年 11 月 15 日	一層のにぎわい創出へ 社会実験中間報告 関係者 が連携誓う	福島民友
平成 19 年 11 月 16 日	街中活性化の状況報告 推進チームが定例会	福島民報
平成 19 年 11 月 17 日	ラトブオープン後が正念場 加藤さん青森の経験話 す	いわき民報
平成 19 年 11 月 18 日	いわき J C 例会 駅前さらなる活性化を	福島民報
平成 19 年 11 月 28 日	にぎわい持続に市民が注目	福島民友
平成 19 年 12 月 6 日	ラトブ 1 カ月で 56 万人 市長が行政報告 にぎわい 再生を推進	いわき民報
平成 19 年 12 月 7 日	「ラトブ」好調を評価 周辺への波及効果期待 市長 「駅前 立地特性生きる」	福島民友

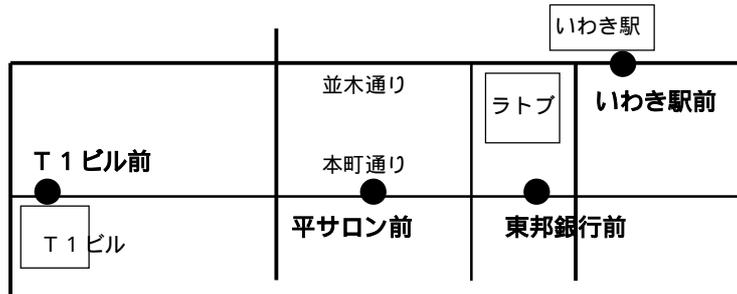
3. 社会実験に関する実施結果

3.1 「来街者の増加」に関する事業実施結果

(1) 歩行者通行量

歩行者交通量は、本町通り 3 箇所といわき駅前 1 箇所の計 4 箇所で、9 時から 17 時まで計測した。実験期間中の平日の金曜日と土曜、日曜に計測し、実験終了後のデータとして、11 月 16 日(金)～18 日(日)の計測も行った。また、実験前のデータとして、平成 19 年 3 月 18 日(日)と 19 日(月)にいわき市商工労政課が行った計測値と比較した。

[観測地点]



本町通りでは、実験前の 3 月の計測では平日、休日とも 9～17 時の 8 時間の歩行者交通量が 2,000 人に満たなかったが、実験期間中は急増し、特に 10 月 28 日(日)の平サロ前では 10,000 人近くにまで達した。いわき駅前でも、ラトブオープン後最初の日曜となった 10 月 28 日には同じ 8 時間に実験前の日曜日の倍以上に相当する 12,000 人を超える歩行者交通量を記録した。

歩行者の合計は、10 月 28 日(日)が 30,512 人となり、催しのない 11 月 18 日(日)に比べて約 2.7 倍となるなど、コンサートや産業祭などの催しにより来街者が増加することが実証できた。

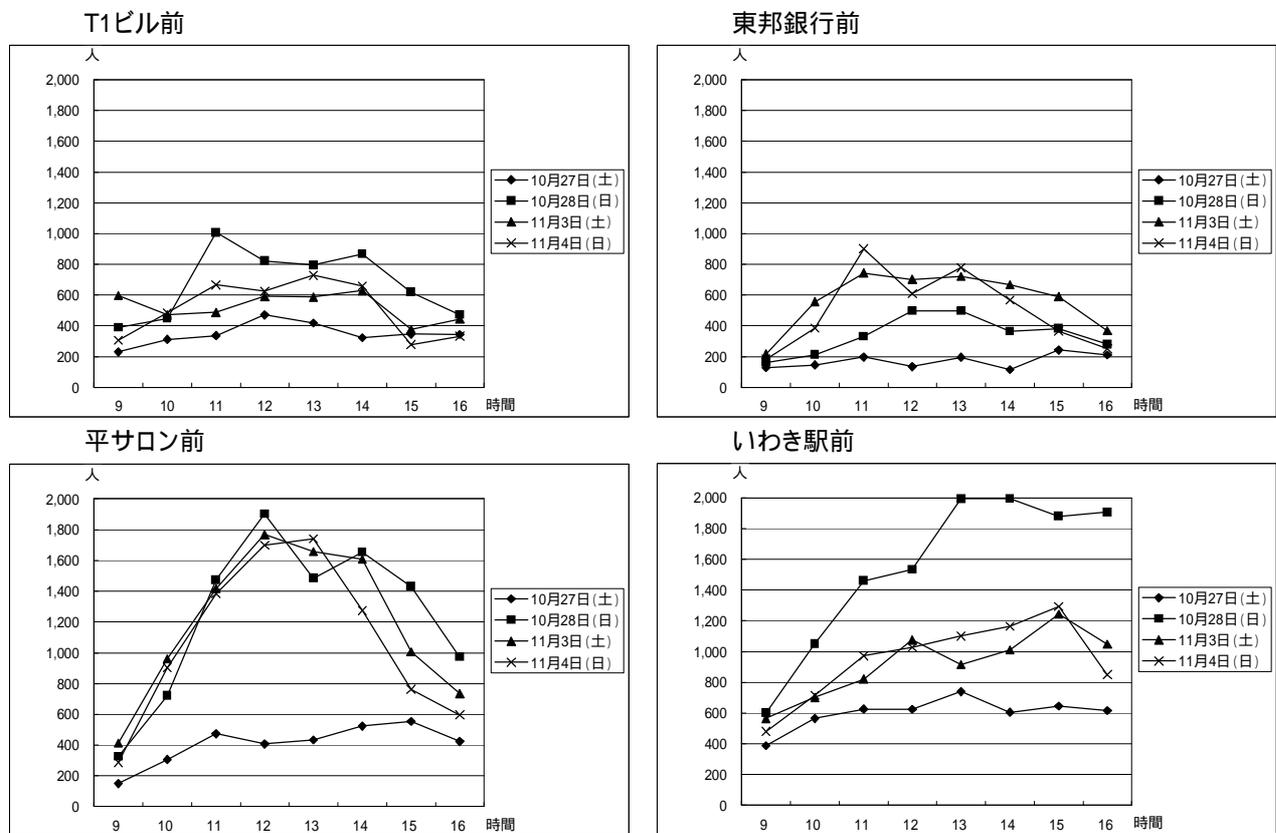
実験期間中の土曜と日曜日の時間帯別の交通量をみると、本町通りでは昼前後の時間がピークとなったが、いわき駅前では昼から午後まで交通量の多い状態が続いた。調査は午後 5 時までだったため正確なデータは存在しないが、5 時以降も多くの来街者がまち歩きを楽しむ姿が見られるなど、ラトブやイベントの集客が夕方以降の賑わいにも波及していたものと考えられる。

歩行者通行量



	日付	曜日	T1ビル前	平サロン前	東邦銀行前	いわき駅前	合計
実験前	3月18日	日	1,799	1,835	-	5,741	9,375
	3月19日	月	1,754	1,984	-	3,525	7,263
実験期間中	10月26日	金	1,554	2,152	1,236	3,385	8,327
	10月27日	土	2,779	3,267	1,368	4,807	12,221
	10月28日	日	5,412	9,960	2,722	12,418	30,512
	11月2日	金	1,976	2,434	983	3,405	8,798
	11月3日	土	4,180	9,561	4,562	7,380	25,683
	11月4日	日	4,075	8,644	4,038	7,603	24,360
実験後	11月16日	金	1,189	2,512	1,556	3,068	8,325
	11月17日	土	2,892	3,246	1,670	4,320	12,128
	11月18日	日	2,559	2,575	1,420	4,669	11,223

時間別通行量(土・日)



(2) いわき総合図書館 開館記念イベント

【結果概要】

ラトブ内に新たにオープンし、面積、蔵書数でも東北有数の規模である「いわき総合図書館」の魅力や多様性を体感してもらうため、「関谷敏隆」の絵本原画 68 点の展示をはじめ、いわきを舞台とした映画、映像を紹介、市民から募集した手作り絵本約 470 点の展示などを行った。

このほか、職員やいわき短期大学幼児教育科の学生等による本の読み聞かせや紙芝居の実演なども行われ、家族連れなどで大いに賑わいを見せた。

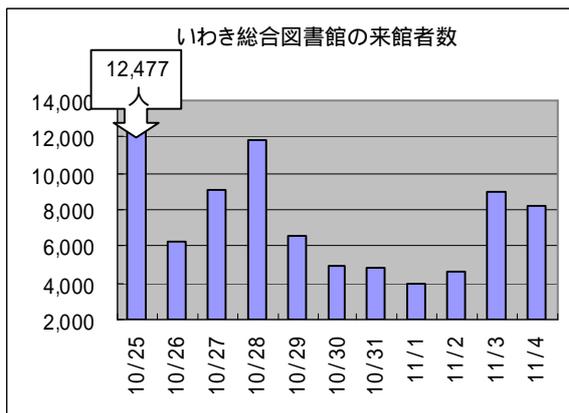
(開館記念イベントの様子)



【考 察】

社会実験期間中の来館者数は、開館初日の 10 月 25 日の 12,477 人を最高に 11 日間で 81,795 人に達し、実験期間後も多くの来館者があることから、ラトブの集客性を高める役割は十分果たされたものと考えられる。

いわき総合図書館来館者数



期 日	来館者数 (人)	期 日	来館者数 (人)
10月25日(木)	12,477	10月31日(水)	4,813
10月26日(金)	6,228	11月1日(木)	3,954
10月27日(土)	9,076	11月2日(金)	4,568
10月28日(日)	11,818	11月3日(土)	8,993
10月29日(月)	6,630	11月4日(日)	8,261
10月30日(火)	4,977	合 計	81,795

いわき産業創造館オープニングイベント

【結果概要】

展示ホールやインキュベートルーム、交流スペースなどを備え、「産学官地」の連携によるいわき地域の産業活性化を図る拠点として整備された「いわき産業創造館」において、市内企業 29 社が参加し、特色ある製品の展示を行う「産業創造フェア 2007」をはじめ、市内企業同士の交流会、いわきサンシャイン大使や観光カリスマによる講演会が行われた。また、実験期間中最初の週末となった 10 月 27、28 日には、集客イベントとして、市内の菓子店 12 店が参加し、特色ある和菓子や洋菓子の展示・販売を行う「いわきスイーツフェア」を開催した。

さらに、いわきコンピュータ・カレッジによる「パソコン教室」を開催し、写真入りカレンダーの作成を楽しみながら学ぶ姿も見られた。

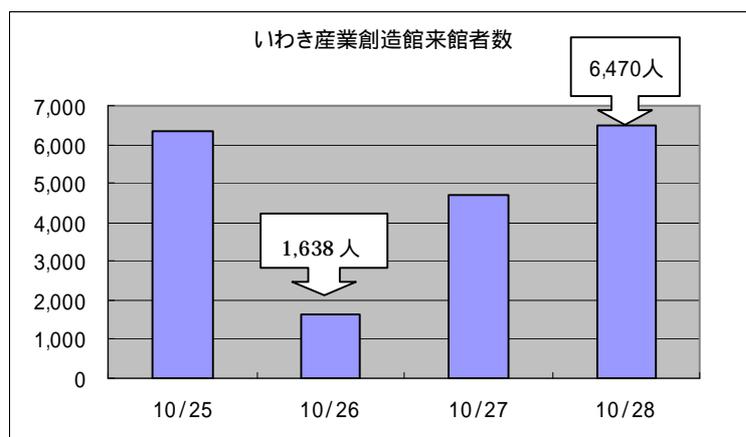
(産業創造館オープニングイベントの様子)



【考 察】

オープニングイベントが開催された 10 月 25 日から 28 日までの来館者数は、4 日間で 19,107 人となり、スイーツフェアや講演会など多くの事業を実施した 28 日は 6,470 人となるなど、本市産業情報の発信など特色のある催しを開催することで、多くの集客を図れることが実証できたと考える。

産業創造館オープニングイベントの来館者数



期 日	来館者数 (人)
10月25日(木)	6,321
10月26日(金)	1,638
10月27日(土)	4,678
10月28日(日)	6,470
合 計	19,107

いわきまちなか屋台実験

【結果概要】

本事業は、まちなかの商業者、飲食業者、まちづくり団体、商工団体、そして行政がこれまでになく緊密に連携しながら、まちなかの公園や道路を活用しながら新たな賑わいスポットづくりを目指して実施したものである。

今回の社会実験のメニューの中で、最も長期間となる2週間にわたって実施するなど、集客性やイベント性を重視しながらも、「事業の継続」が図られることにも配慮し、期間中の出店者数は、昼の部38店、夜の部6店、合計44店にものぼった。

また、本実験の1週間前にプレオープンイベントを開催するなど報道機関や口コミを活用した広報、来場者の声を踏まえながら日々会場レイアウトやメニュー、価格など細部にわたる改良を加えるなどの努力を重ねてきた。

(プレオープニングイベントの様子)



さらに、昼の部は「まちの憩いの場」、夜の部は「まちごと交流空間」とコンセプトを明確にし、地元の人々と語らいながら飲食を楽しむ空間を作り上げるとともに、市内各地の豊かな食材、メニューを提供するなど「地産地消」にも配慮した。

回遊性をより高めるために、昼・夜の屋台、まちなかの飲食店及び物販店で使用できる「まちなかウェルカムチケット」を作成し、屋台実験だけではなく、同時に開催されていた「一店逸品フェア」など他の事業とも連携できるような仕掛け作りに取り組んだ。

(昼の部 「ベアテリア」の様子)



(夜の部 「しろがね夜台村」の様子)

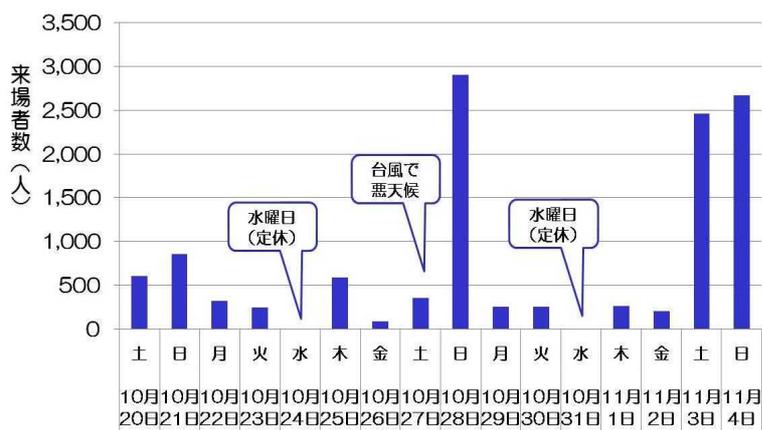


【考 察】

当初、販売食数を、昼の部平日 100 食、昼の部土日 200 食、夜の部 100 食と仮定していたが、昼の部は 14 日間で約 12,000 人ももの来場者があり、特に土日では、6 日間の平均で 1,642 人と予想の 8 倍以上に達し、平日 8 日間平均でも 273 人と約 2.7 倍となった。また、夜の部では、6 日間で約 5,500 人ももの来場者が訪れ、1 日平均で 919 人と当初予想の 9 倍以上になるなど、回遊性と賑わい創出に大きく貢献した。

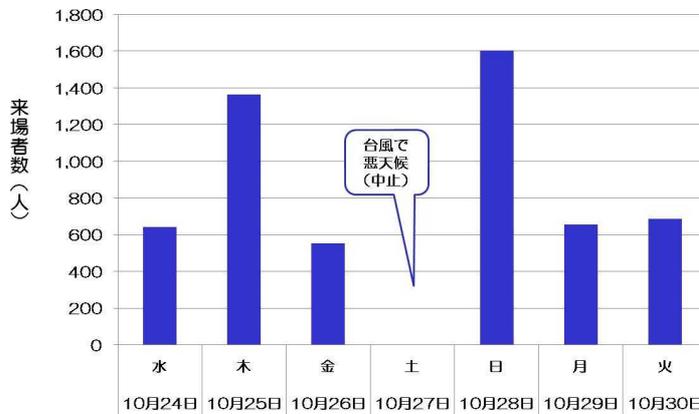
屋台実験入場者数（昼）

月	日	曜	来場者数	男	女
10	20	土	604	247	357
	21	日	861	366	495
	22	月	314	121	193
	23	火	241	82	159
	25	木	559	232	327
	26	金	87	38	49
	27	土	359	140	219
	28	日	2,905	1,331	1,574
	29	月	252	102	150
	30	火	251	98	153
11	1	木	256	96	160
	2	金	200	74	126
	3	土	2,465	1,099	1,366
	4	日	2,673	1,078	1,595
計			12,027	5,104	6,923
構成比(%)			100.0	42.4	57.6



屋台実験入場者数（夜）

月	日	曜	来場者数	男	女
10	24	水	644	475	169
	25	木	1,366	786	580
	26	金	554	363	191
	28	日	1,605	875	730
	29	月	658	376	282
	30	火	689	443	246
計			5,516	3,318	2,198
構成比(%)			100.0	60.2	39.8



会場別の来場者アンケートによれば、昼の部は女性が多く、年代的にも 30 代から 60 代までほぼまんべんなく訪れる一方、夜の部は、30 代から 50 代の男性かつ有職者が多くを占めることとなり、当初のコンセプトどおりの集客が図られたものといえる。

また、ほぼ 9 割近くが事前に認知していたことがうかがえ、その媒体は、「行政の広報誌」「知人・友人」が多く、男女 10～20 代で知人・友人による口コミ、男性 30～40 代が行政の広報誌によって知ったようである。

利用理由では、「雰囲気楽しそう」が 4 割で最も多く、男性 50 代以上の半数以上であった。「おいしそうだから」が 3 割、更に「ただ何となく」といったイメージ的な理由での利用が多いのは男女 10～20 代であった。

満足した項目は、「味・品質」「接客」が 4 割以上で多く、一方で「メニュー・品揃え」が 1 割と多様さでの課題が残った。性・年代別で評価が異なり、男性 10～20 代が特に支持するのは「味・品

質」、男性 50 代以上では「価格」、女性 10～20 代では「接客」であった。

メニューや品揃えに対する不満はややあるものの、全体としては好意的に捉えられており、昼の部では約 7 割、夜の部では約 8 割が「再度利用したい」と回答しており、その人気の高さが伺われる結果となった。

出店者の売上状況は、回答件数は少ないながら、1 店当たりで平日でも 1 万円を超え、週末、特に天気の良かった日曜日は平日の 3.7 倍に達するなど、収益面でもほぼ良好な結果となった。

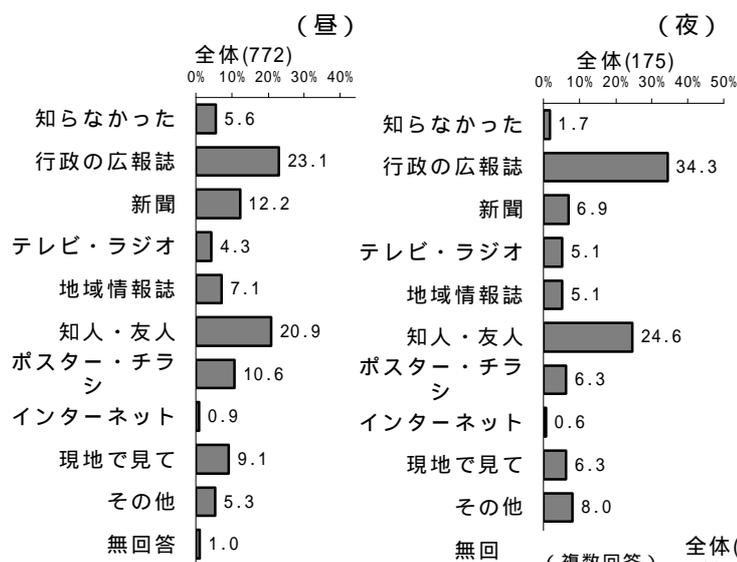
一方で、準備期間が短かったこと等から、出店者やメニューの調整が思うようにならなかったこと、提供できるメニューが限定されてしまい、やや雰囲気づくりの部分で十分ではなかったこと、ウェルカムチケットの利用店や利用方法についての周知が不足してしまったこと等が反省材料として挙げられた。

また、運営スタッフの負担が非常に大きくなってしまったことから、事業の継続性を確保する観点からも、運営方法の検討をする必要がある。

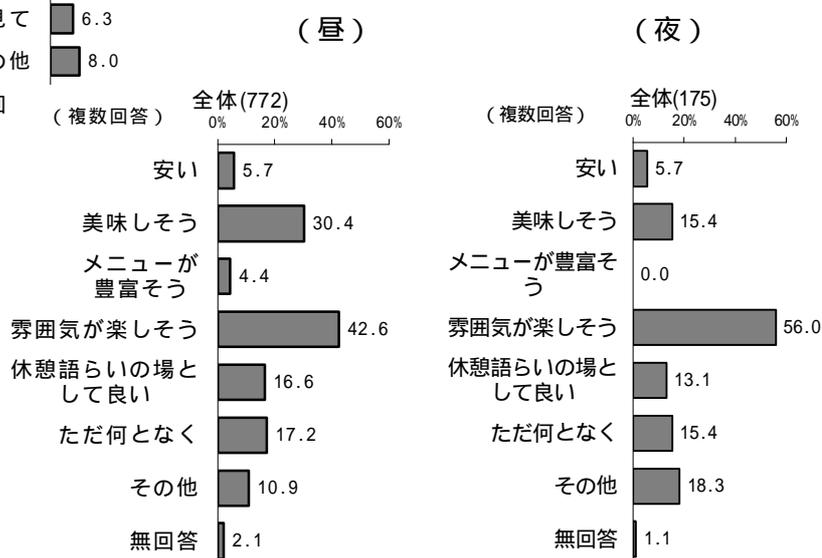
屋台実験 1 日 1 店当たり平均売上高

曜日別	売上高(円)	データ件数(延べ)
平日平均	11,534	35
ラトブ開店日	28,880	5
その他の平日	8,643	30
土曜	24,111	27
日曜	37,771	26
全平均	23,145	88
1 店期間平均 (参考値)	127,297	16

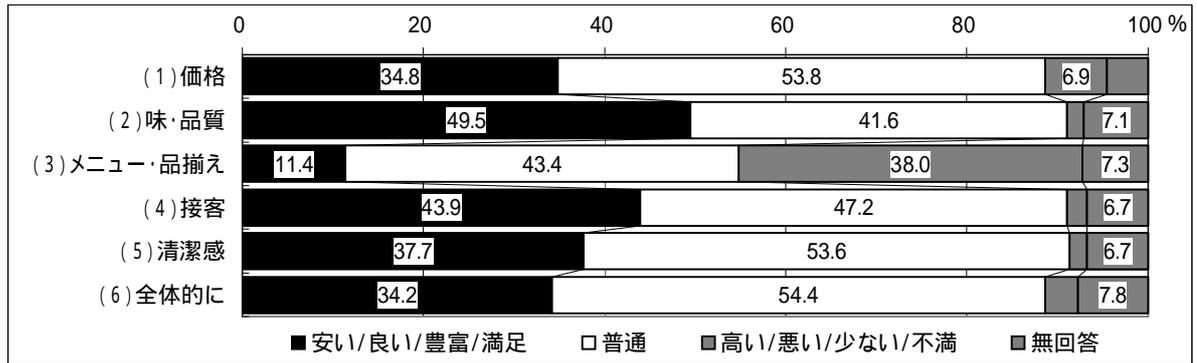
屋台実験認知方法 (屋台利用者)



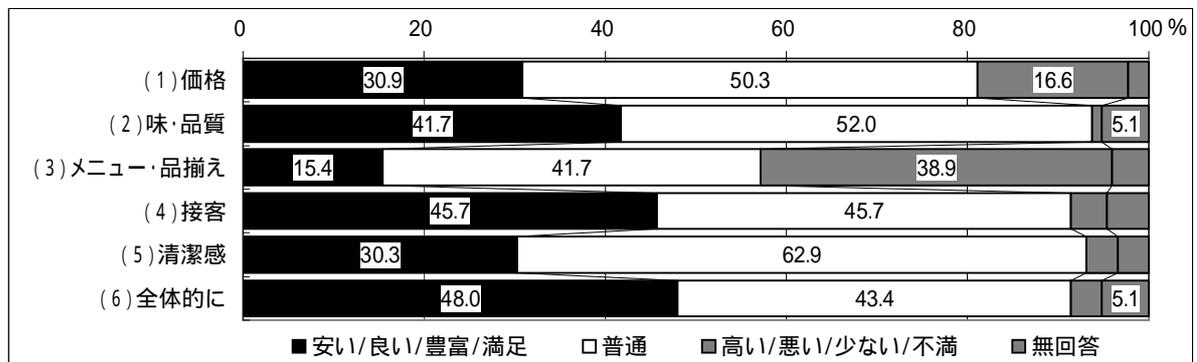
屋台利用の理由・目的 (屋台利用者)



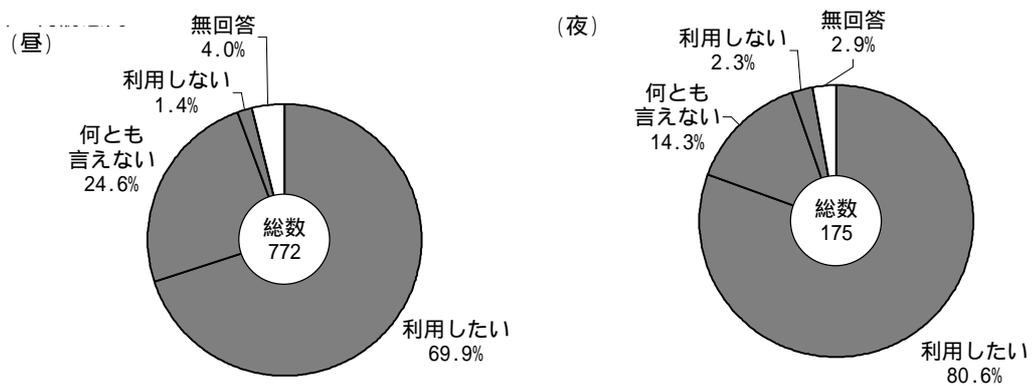
屋台実験の評価（昼）（屋台利用者）



屋台実験の評価（夜）（屋台利用者）



屋台の再訪意向（屋台利用者）



いわき街なかコンサート in TAIRA 2007

【結果概要】

いわき街なかコンサートは、今回で4回目を迎え、秋の街なかイベントとして定着しつつある事業である。例年9月開催となっているが、今回は社会実験に合せて実施し、ラトプのオープンなどとの相乗効果により、さらなる集客を図ろうとした。

10月27日(土)と28日(日)の2日間で、延べ157団体、849人が出演し、T-1ビル前をはじめ10会場においてライブ演奏を行った。

また、コンサートに合わせ、新川東緑地公園では、気ままに絵を描いたり、クラフト製作体験など文化を楽しむ「いわきアート&クラフト」が開催されたほか、県内特産品の販売、街なか足湯、クイズ大会や餅つきなど、飲食やゲームを楽しむ「平一丁目フェスタ」を開催し、来街者の滞留時間を延ばすための取り組みを行った。

(演奏の様子)



(平一丁目フェスタ)



【考察】

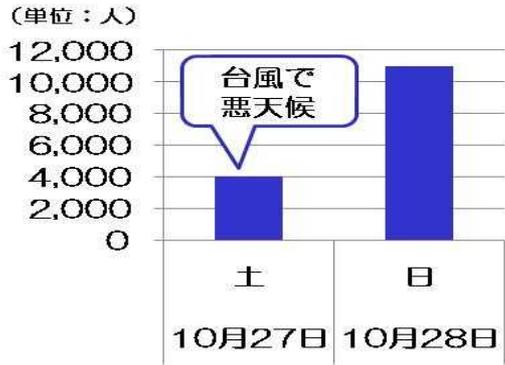
残念ながら初日となった土曜日(10/27)は荒天にたたられ、来場者は約4,000人と少なかったものの、翌日曜日は好天となり、1万人を超える多くの来街者が訪れ、ライブ演奏に聞き入っていた。

会場別の出演者アンケートによれば、回答者の9割以上が参加して「良かった」「まあ良かった」と肯定的に捉えており、そのほとんどが「今後も参加したい」と回答するなど、文化・芸術活動の発表の場に対するニーズの高さが伺える結果となった。

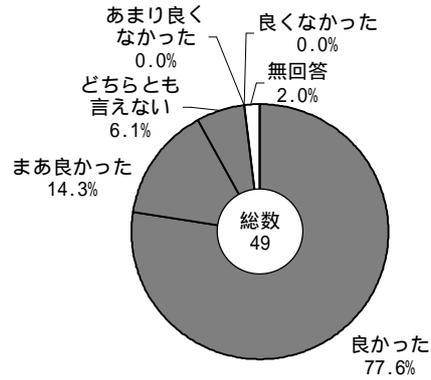
催し自体の集客性の高さに加え、参加(出演)者の約5割が市外であり、うち約1割が市内で宿泊するなど経済効果もあった。

一方で、演奏会場がマンション等に近かったこともあり、一部の居住者から苦情が寄せられたこと、また来街者の休憩スペースが少なく、滞留時間の拡大に十分つなげられなかったこと、実験関係者間の情報の共有化が十分ではなく、天候により演奏をとりやめた団体がいたことをまちなか総合案内所で把握できていなかったことなど、運営方法に課題も残った。

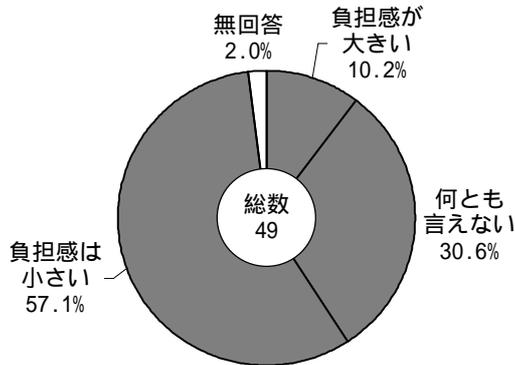
まちなかコンサート来場者数



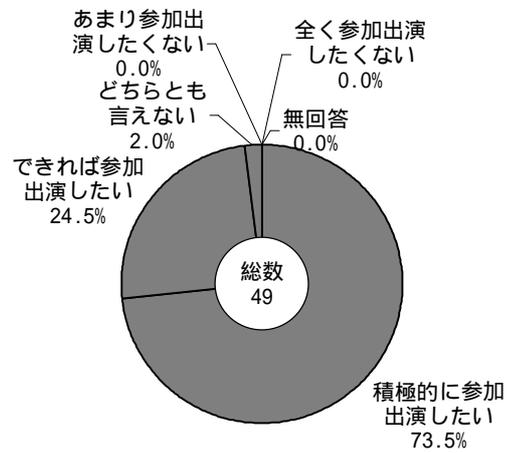
今回の参加・出演の感想
(まちなかコンサート出演者)



負担金 (まちなかコンサート出演者)



今後の参加・出演希望
(まちなかコンサート出演者)



日別参加 (出演) 者数アンケート結果

区分	参加者数	構成比 (%)
10月27日合計	102	40.2
市内から	55	21.7
市外から	47	18.5
うち宿泊	24	9.4
10月28日合計	152	59.8
市内から	73	28.7
市外から	79	31.1
うち宿泊	7	2.8
27日・28日合計	254	100.0

第 58 回いわき産業祭

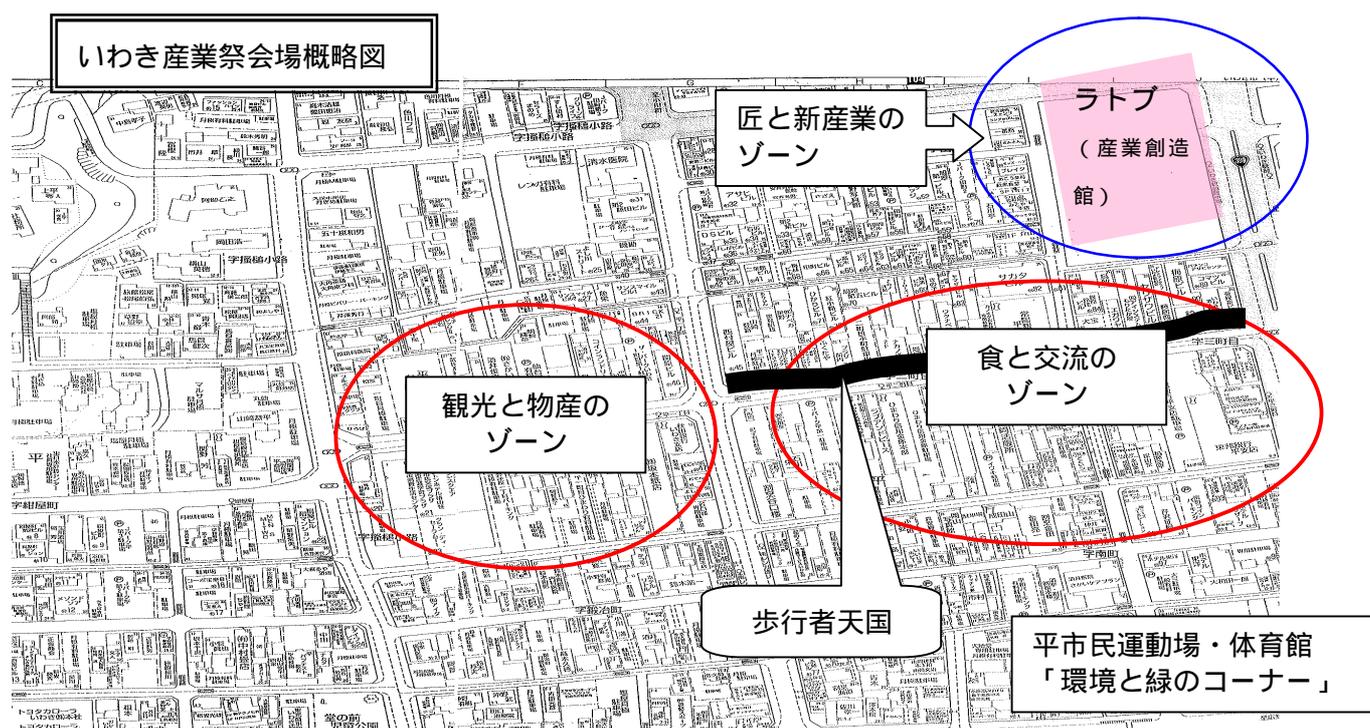
【結果概要】

「チェンジ！チャレンジ！まちなか産業祭」をテーマに、会場を例年の平市民運動場・平体育館に加え、ラトブ内に産業創造館や平本町通りにまで拡大し、いわき市の多彩な産業を広く紹介し、市民に理解を得る機会とするという産業祭本来の目的を追求しながら、街なかの賑わい創出にも挑戦したものである。

平本町通りについては歩行者天国とし、まちなかの駐車場を活用した休憩スペースやレクリエーションコーナーを設けるなど、高齢者や家族連れの手歩きにも配慮したほか、国内の兄弟都市等の物産を展示・販売したり、「都市緑化フェア」や「健康まつり」など従来「わくわくいわき」で実施していた事業も取り込みながら、会場ごとにテーマ性を設けた構成とした。

なお、会場の拡大に伴い、来街者の分散化が懸念されたことから、例年以上の出展者数の確保に努めるとともに、特産品等の物販コーナーは、通りからできるだけ目立つ比較的大きな駐車場で開催できるよう配慮するとともに、回遊性を持たせる観点から、お楽しみ抽選会の応募資格にスタンプラリーを導入するなどの工夫を凝らした。

2日間、6会場合計の出店参加数は、51団体、107店舗であった。



(オープニングセレモニーの様子)



(ステージイベントの様子)



(「環境と緑のゾーン」)



(匠と新産業のゾーン)



(食と交流のゾーン)



(観光と物産のゾーン)



【考 察】

会場は広範囲に分散したものの、産業祭が持つ知名度に加え、ラトブのオープンやまちなか屋台など他のイベントとの相乗効果により、開催2日間、6会場における来場者は、11月3日(土)が33,231人、4日(日)が30,859人で、合計64,090人と過去最高を記録する結果となった。

会場別の来場者アンケートによると、産業祭の認知は高く、ほぼ2割が事前に知っており、認知媒体では「行政の広報誌」「新聞」「ポスター・チラシ」が主で、男性30～40代と女性50代以上が行政の広報誌、男女50代以上が新聞、そして男女10～20代が友人・知人という口コミであった。

参加者の来訪ゾーンは、「匠と新産業」「環境と緑」が4割を超え、特に男性30～40代での書くゾーンの訪問が多い。また、最も評価されたゾーンは「環境と緑」で、男性の特に50代による評価が高かった。

内容では、「出展・出品内容」「位置や広さ」「演出・雰囲気」いずれも4割以上から評価を得ており、男性30～40代と女性10～20代が各項目に満足している。昨年よりも今回の方を評価しているのは男性50代以上であり、昨年を評価していたのが女性50代以上であった。

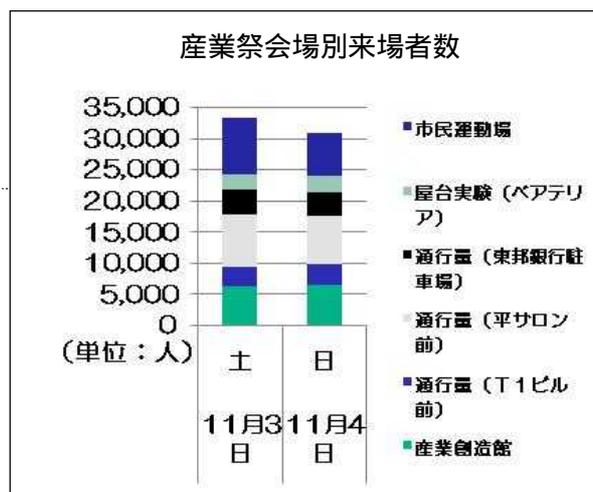
昨年と比較した産業祭の評価は、今回の方が良いが約35%、昨年の方が良いが約20%あった。

また来たいという意向は、約85%と、ほとんどの方が再訪の意向をもっており、人気の高さが伺えた。

しかしながら、街なかに多くの人々が訪れ回遊した一方で、「各会場の出展内容が薄くなってしまった」「歩くのが大変だった」との来場者の声もあった。

また、産業祭出店者の売上は、アンケート結果にもあったように、会場分散による影響もあり、開催2日間で約7万円であったが、昨年ほど売上げを伸ばせなかったという意見が多かった。

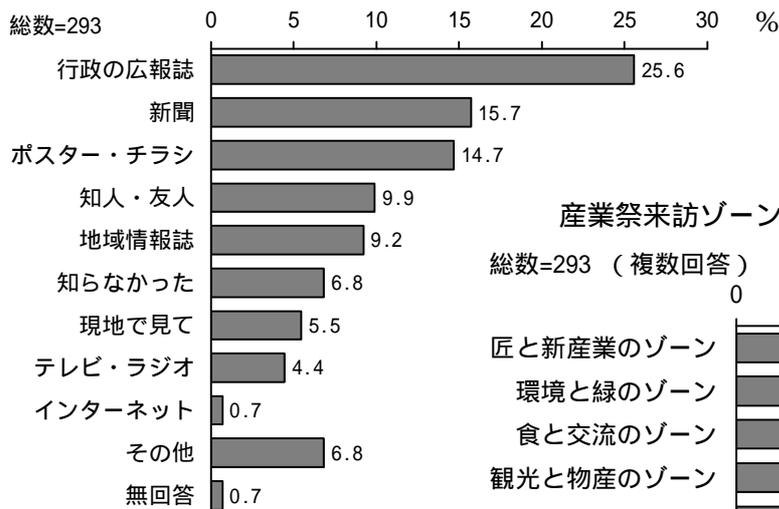
そのため、今後に向けては、開催会場や駐車場、巡回バスとの関係などの見直しが必要である。特に、「食と交流のゾーン」や「観光と物産のゾーン」など、まちなかの駐車場等を利用した会場では、いずれも面積的に小規模で出展者も限られ、盛り上がりには欠ける部分もあったことから、来場者アンケートにおいても、「環境と緑のゾーン」(平市民運動場・平体育館)、「匠と新産業のゾーン」(産業創造館)と比較して低い評価となるなど、分散開催ゆえの課題が残った。



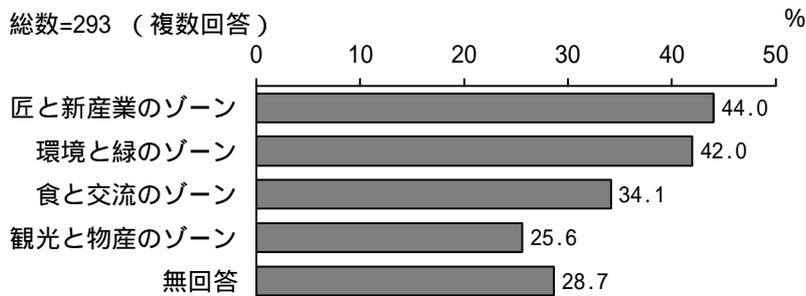
産業祭出店者1店当たり平均売上げ等

区分	2日間計	11/3(土)	11/4(日)
売上高 (円)	69,160	39,177	43,283
データ件数 (件)	62	52	52
来店購買客数 (人)	199	181	120
データ件数 (件)	62	41	41
対策年度売上指数(%)	66		
データ件数 (件)	42		

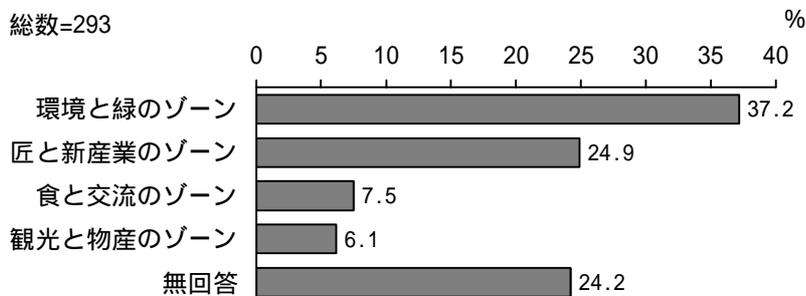
産業祭認知方法（産業祭来場者）



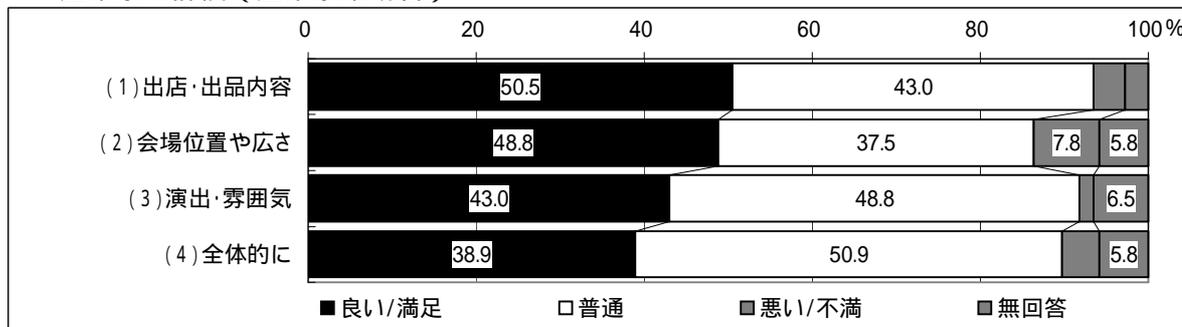
産業祭来訪ゾーン（産業祭来場者）



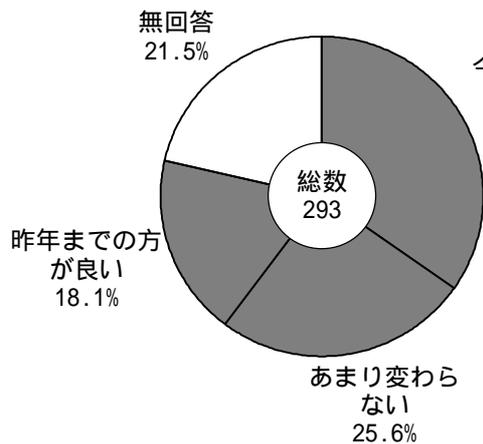
一番良かったゾーン（産業祭来場者）



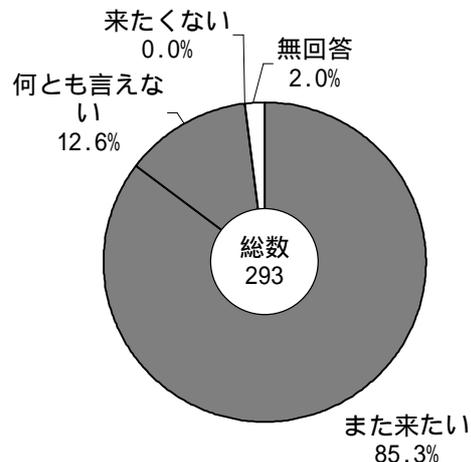
産業祭の評価（産業祭来場者）



昨年に比べた産業祭の評価（産業祭来場者）



産業祭の再訪意向（産業祭来場者）



まちなか青空市

【結果概要】

平成 18 年度から中心市街地の賑わい創出を目指し、毎月第 1 日曜日に実施してきた「まちなか青空市」を今回は、社会実験の日程に合わせて 10 月 27 日（土）、28 日（日）に平本町通りの駐車場を利用し、市内の生鮮品や加工品、福祉施設の製品販売、フリーマーケットなどを実施した。

（まちなか青空市の様子）



【考 察】

あいにく土曜日（27 日）は荒天により人通りも少なく、出店者もほとんどなかった。

日曜日（28 日）は好天に恵まれたものの、街なかコンサートの来場者を呼び込むまでは至らなかったことから、物販だけではなく会場ごとに音や動きのあるイベントと組み合わせて実施することが賑わい作りには重要であることがわかった。

まちなかウォーキング、まちなかウォークラリー

【結果概要】

いずれもラトプのオープンなど変わり行く中心市街地の各所をめぐりながら「歩く」楽しさを実感してもらうことを目的として開催したものである。

事業名	内 容	参加者数
まちなかウォーキング （10 月 25 日）	中心市街地及びその周辺の名所・旧跡等を巡り、いわき駅前をゴールとする約 10km のウォーキングを行うもの。	いわき市健康歩く会の会員 80 名
まちなかウォークラリー （11 月 4 日）	あらかじめ作成したコマ図を頼りに、楽しみながら課題やゲームをこなしつつ街なかを歩くもの。	25 組 50 名

【考 察】

いずれの事業もゴールをいわき駅前とし、終了後に屋台実験や産業祭会場を訪れるなど、他の催しとの関連を持つことで、賑わいの創出にも一定の役割を果たしたと考えられる。

レッツ体験リサイクル リメイクファッションショー

【結果概要】

古着のリサイクルを手がけてきた特定非営利活動法人ザ・ピープルを中心に、市内の学生ボランティアグループ（UGM）が運営補助を行い、市民から寄せられた出展作品の展示及び入賞作品を用いたファッションショーを開催した。

（リメイクファッションショーの様子）



【考 察】

洋服やジーンズを加工した「リメイクファッション」と古着を素材とした生活雑貨を作る「リメイク小物」の二部門が実施され、市民から 133 点の応募があり、このうち 12 点がモデルにより披露され、約 150 人の集客を図ることができた。

3.2 「中心市街地への収益性の向上」に関する事業実施結果

(1) 一店逸品フェア

【結果概要】

「いわき駅前賑わい創出協議会」内に設置した「コンパクトシティ推進プロジェクトチーム」のメンバーを中心に、先進地である青森市の事例を学びながら、個店の魅力向上、商店街全体への波及を目的として、「逸品」の磨き上げ、おもてなしの心の醸成に取り組んできた。

最終的に 51 店舗が認証を受け、店頭で共通ののぼりと逸品のプレート、「まちなかおもてなし宣言」の掲示を行うとともに、「一店逸品ガイド」(カタログ) 1 万部の作成、更には、店内に「逸品」のコーナーを設け、来街者に店の PR を行った。

(一店逸品フェアの様子)



【考察】

この事業を通じて、商業者がまちなかの賑わい創出に向け、自主的かつ組織的に行動したことで、今後の賑わい創出に向けた基盤作りができたのではないかと考えられる。

また、平本町通りの各所にのぼりがはためき、フラッグやイルミネーション(後述)などとともにまちに統一感を醸し出すことができた。

「一店逸品ガイド」はまちなか総合案内所でも配布したが、来街者が興味を持って手にする事例が多く見受けられ、来街者の回遊性や波及性に効果があったと考えられる。

まちなか商業者の来客数や売上の状況を見ると、回答件数は少ないながら、社会実験実施前を 100 として、実験実施期間中は平日、週末とも全体的に実施前よりも伸びており、特に平日平均では 10% 以上とい

う高い伸びを示した。これは、ラトブのオープン効果に加え、商店街に

まちなか商業者(売上)指数の変化(1店当たり平均)

曜日別	売上指数			データ件数(延べ)	
	事前平均	実験期間中平均	事後平均	実験期間中平均	事後平均
平日平均	100.0	114.8	92.9	188	19
ラトブ開店日(10/25)		112.1		28	
その他平日		115.3		160	
土曜	100.0	107.1	96.1	50	18
日曜	100.0	109.5	86.3	34	13

おける一店逸品フェアや金券プレゼントセール等に主体的に取り組んだ成果と考えられる。

その一方で、実験終了後は実験前よりも客数、売上とも下がっているが、これは年末商戦前の時期であり、ラトブオープンの盛り上がりが一段落した結果によるものと考えられ、今後も引き続き個店のPRに努めるとともに、定期的のにぎわい創出に向けたイベントを開催することが必要である。

まちなか商業者（来店客数）指数の変化（1店当たり平均）

曜日別	来店客数指数			データ件数（延べ）	
	事前平均	実験期間 中平均	事後平均	実験期間 中平均	事後平均
平日平均	100.0	113.8	92.6	135	13
ラトブ開店日（10/25）		107.6		20	
その他平日		114.8		115	
土曜	100.0	108.6	94.9	39	17
日曜	100.0	125.0	88.4	28	13

まちなかウェルカムチケット

【結果概要】

賑わい創出に向けた集客装置としての「屋台」の効果を街なかにも波及させるとともに、既存飲食店や物販店を気兼ねなく利用してもらうことを目的として、本チケットを導入した。

また、交通事業者と商店街の連携のあり方を模索するため、まちなか巡回バスに限ってはありますが、本チケットの利用を可能とした。

当初は、セット単位（100円券×21枚を2,000円）での販売としたが、実験期間の後半では、利便性の観点から、1枚単位での販売も行った。

販売箇所 屋台実験会場（昼）（夜） オノエ（株）、平サロン、いわき商工会議所、市商工労政課、社会実験まちなか総合案内所（ラトブ銀座通り側）

参加店 飲食店 61 店舗 物販店 29 店舗 計 90 店舗

販売実績 セット換算で 3,981 セット （当初見込みの約 2 倍）
（100円券 21 枚綴 3,713 セット、100円券バラ 5,664 枚）

換金率 89.0%

まちなか商業者ウェルカムチケット利用枚数（1店当たり）

まちなか巡回バスでの利用枚数 166 枚

まちなか商業者での利用件数

（右表の商業者アンケート結果）

曜日別	利用枚数 (枚)	データ件数 (延べ)
平日平均	34.2	183
ラトブ開店日(10/25)	81.8	27
その他平日	26.0	156
土曜	38.3	49
日曜	81.0	32
合計(参考値)	456.5	37

チケットは1枚100円

【考察】

屋台そのものの人気もさることながら、

まちなかの飲食店や物販店が 90 店舗も参加したことからチケットの売上も伸び、当初の見込みの約 2 倍に当たる 3,981 セット（約 800 万円）が販売され、チケットの換金率も 90% 近くになるなど、実験期間中の賑わいや回遊性の向上に大きな役割を果たしたものとなった。

まちなか商業者の売上が伸びたのも、一店逸品フェアと合わせてウェルカムチケットを導入したこと、またチケット専用のメニューを開発するなどの努力の結果、新たな顧客が獲得できたためではないかと考えられる。

なお、まちなかの商業者と交通事業者の連携の取組みとして、まちなか巡回バスに乗車する場合にも本チケットの使用を可能としたところ、166 枚（人）の利用が（協賛店の参加証）

あるなど、巡回バスの利用促進にも繋がったほか、今後のさらなる発展が期待される場所である。

一方で、利用者からは、チケットの販売箇所が屋台会場や行政、街なかのごく一部の店舗に限られたこと、既存店では利用できるメニューが限定されてしまったことなど、また、参加店側からは、共通経費として徴収される割合が 2 割と高いことなど、改善を求める声が寄せられた。

参加店を増やし、まちなかの共通商品券のような性格に少しでも近づけると、もっと利用が増えるのではないかと考えられる。

チケット専用のメニューを充実させたり、チケットと連携して他のメニューの売上につながるようなサービスの開発や、チケットの販売箇所を増やすなど、より市民に近いところで扱えるようにする等の改善点もあるが、回遊性や新規顧客の獲得の手段として有効であることが実証できた。



（ウェルカムチケットの見本）



いわきまちびた！ツアー

【事業概要】

平東部地区の個店で、商店街のポータルサイト「いわきまちびた！」の加盟店を巡るツアーを、11月4日に初めて開催したものである。参加者は19人であった。

(いわきまちびた！ツアーの様子)



【考 察】

期間中1日の実施となったが、参加者からは、品質や接客面で非常に高い評価をしており、まちなかの良店を発見できて良かったとの声が寄せられた。

また個店の側からも店の特徴や良さを顧客に直接アピールする機会となったこと、参加者から店づくりについて直接意見を聞くことができるなど、広告やインターネットでは宣伝できない臨場感などを伝えることができたほか、今後口コミなどによる新規顧客の開拓にもつながっていくことが期待される。

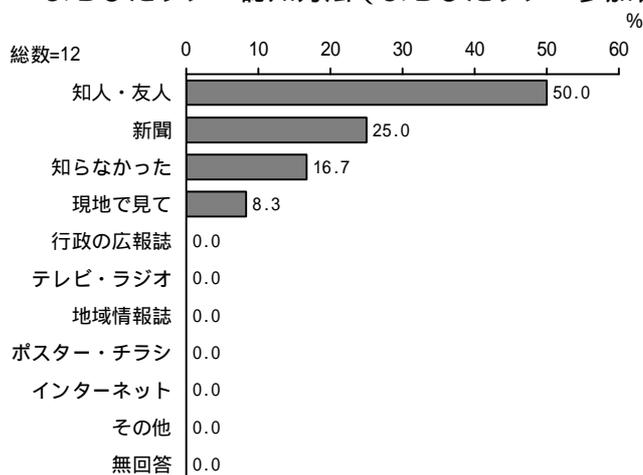
今後もイベント等に合わせて定期的にツアーを開催することで、安定した集客力を得ることが期待される。

参加者アンケートによれば、参加者の本ツアー認知方法は、知人・友人が半数を占め、口コミの効果が認められる反面、不特定多数を対象とした広報媒体による周知が不十分だったとも考えられる。

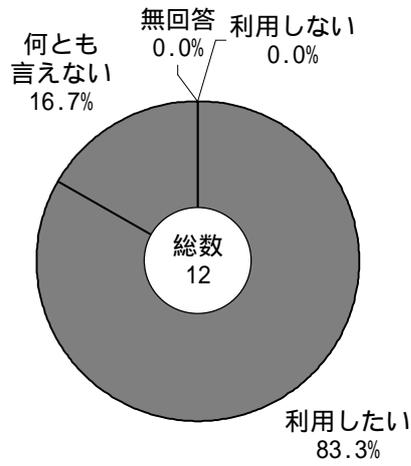
少ない参加者による評価ではあるが、ツアーで訪れた商店の評価は、品質・鮮度や接客・サービスでは満足の度合いが高かった反面、営業時間・休日や品揃えでは満足の割合が低かったことから、期待に応える商店の経営努力が一層求められる。

また、ツアーの運営に関しては、案内人（コンシェルジェ）の育成が大切であろう。店のことだけでなく、まちなかの歴史やコース上の由緒ある建物の紹介など、まち全体を楽しめるような演出も必要と考えられる。

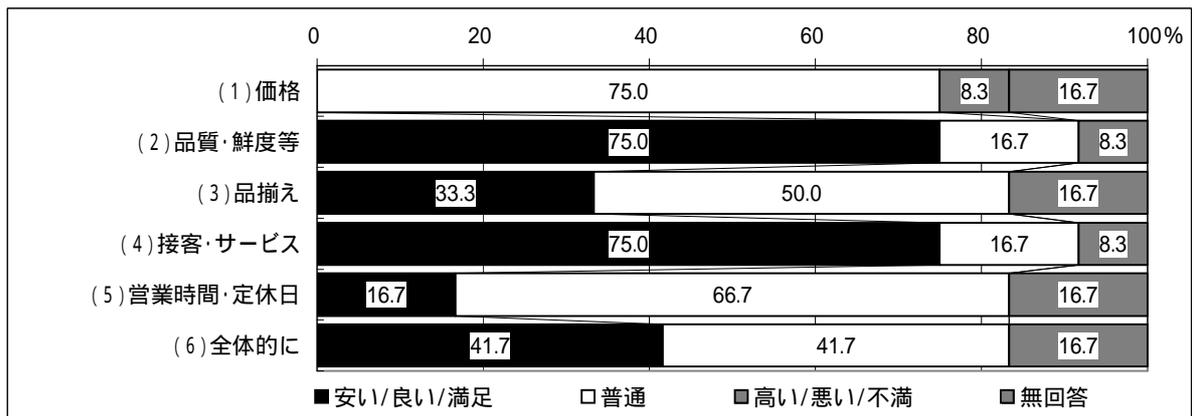
まちびたツアー認知方法（まちびたツアー参加者）



まちなか商店・商店街の今後の利用意向
(まちぴたツアー参加者)



まちぴたツアーの評価 (まちぴたツアー参加者)



レシートラリー（金券プレゼントセール）

【結果概要】

平本町通りショッピングモール協議会加盟 40 店が参加し、買い物客に補助券を交付し、当選者には各店の 1,000 円から 10,000 円までの商品券のほか、花の鉢植えなどがプレゼントされた。抽選会場は、本町通沿いの空き店舗を使用した。

（レシートラリー会場等の様子）



【考 察】

10月27日から11月4日までを予定していたが、期間の途中で抽選補助券がなくなってしまう店もあるなど好評で、回遊性の向上や収益の増加にもつながったものと考えられる。

商店街ワゴンセール

【結果概要】

平本町通り沿いの25店舗が参加し、店頭で共通のプレート付いたワゴンを置き、一店逸品フェアや金券プレゼントセールなどと併せて商品のPR、販売を行ったものである。

（ワゴンセールの様子）

【考 察】

「一店逸品フェア」ののぼりやプレート、フラッグやフラワーポット、イルミネーションなどとともに、商店街の統一感の醸成にも効果があり、回遊性の向上などにつながったものと考えられる。



3.3 「満足度の向上」に関する事業実施結果

3.3.1 「都市機能の向上」に関する事業実施結果

まちなか総合案内所

【結果概要】

社会実験の総合窓口としての役割とともに、家族連れや高齢者の利便性向上を目的として、平本町通り（平サロン・平二町目）とラトブ（銀座通り側）に、実験期間を通じて開設した。

案内所では、できるだけ来街者から目立つよう、のぼりの設置、蛍光色のスタッフジャンパーの着用、テーブルやホワイトボードを案内所の外に配置して情報提供を行うなどの配慮に努めた。

来街者の対応を行う「まちなかガイド」は、いわき市のPRを行う「いわきサンシャインガイド」経験者をはじめ、大学生、高専生及び公募による市民がそれぞれの交代で従事した。また、事前の研修会を開催し、実験の意義や実施イベントの概要、接遇などについて学ぶ機会を設けた。

さらに、社会実験の内容だけではなく、できる限り街のさまざまな情報を来街者に提供できるように、観光、文化に関するパンフレットやフリーペーパーなども用意した。

まちなか案内所で実施したベビーカー・車イスの貸出し、荷物の一時預かりと合わせた実績は次のとおりである。

まちなか総合案内所の実績

区分	10/25	10/26	10/27	10/28	10/29	10/30	10/31	11/1	11/2	11/3	11/4
まちなかガイド従事者数	7	4	8	8	3	3	4	6	3	8	8
ベビーカーの貸出し	3	2	4	2	3		1	1	3	4	4
車椅子の貸出し				1						1	
荷物の一時預かり			2	1					2	2	4

（案内所（ラトブ側）の様子）



（案内所（平サロン）の様子）



【考 察】

実験期間の前半では、ラトブ側の案内所を中心に利用者があり、ラトブに関する問合せやベビーカーの貸出しなどが多かった。また、後半は産業祭のスタンプラリー会場となったこともあり、大勢の来場者で対応が間に合わないほどであり、案内所の有効性は実証できたと考える。

案内所では、できる限りタイムリーなまちなか情報の提供に努めたが、細部の情報まで入ってくるシステムまでは確立できず、来場者に満足のいく案内ができないケースもあった。

また、掲示板の活用についてもスペースが狭く、個店の情報の掲載もできなかった。

今後の取組みとしては、来場者が案内所の中でくつろいだり交流できるスペースの確保すること、また、インターネットの掲示板等を活用し、地域の人ならではの耳寄り情報を提供するなど、まちなかの情報発信の拠点としての役割を充実させていくことが重要である。

次に、利便性向上に向けた取組みとしては、今回無料貸し出し用に準備したウォーキングステッキは、全く使われなかったが、日常生活に欠かせない歩行等補助用具であり、個人所有しているため、ニーズが低かったのではないかと考えられる。逆に、大型スーパー等にあるような幼児を乗せることが可能なカートの需要が高いように感じられた。

なお、ベビーカーや車椅子の無料貸し出しは非常に好評であったが、車椅子については、使用中に故障し、返却されないケースがあったことから、貸出しに際しての点検、また利用者へのマナー遵守をお願いすることも必要であることがわかった。

荷物預かりについては、利用が少なく、また十分な体制も整わなかったが、産業祭のアンケートなどにおいて、イベント会場から駐車場やバス停までの距離があるため、品物を買ったとの声もあり、高齢者やまちなか居住者への利便性向上のためにも検討していく必要があると考えられる。

(まちなかガイド研修の様子)



つどいのひろば

【結果概要】

いわき短期大学幼児教育科の協力のもと、ラトブ内の産業創造館の会議室を利用し、紙芝居や本の読み聞かせ、幼児の短時間保育、育児や発達に関する相談などを実施した。

実施に当たっては、会場がややわかりづらいため、1階の入り口やエレベータ付近、まちなか総合案内所などに案内役の学生を配置し、ビラを配るなどのPR活動も行った。

つどいの広場の利用者数実績は次のとおりである。

期 日	参 加 者	合 計
11月3日(土)	親子連れ 230人	430人
11月4日(日)	親子連れ 200人	

なお、本事業では、高齢者の利便性向上のため、車椅子等の介助、買い物などのガイドヘルプ、介護相談なども行う予定としていたが、実施日が週末のみであり、高齢者が混雑を敬遠したためか、利用はなかった。

(つどいのひろばの様子)



【考 察】

ラトブ内における幼児を対象とした施設は、総合図書館の一部にスペースがあるだけで、親子がふれあう場所がほとんどなかったことから、予想以上の利用があり、アンケートの結果をみても内容、対応とも全体の6割以上が満足するなど好評だった。機能としてもさることながら、日ごろから紙芝居の練習に取り組むなど、学生による心のこもった手作り感あふれる対応が、利用者の心をつかんだものと考えている。

来場者アンケートによれば、つどいの広場利用者の認知は4割と低く、アンケート回答者の約半数以上が「知らなかった」「現地で見て初めて知った」であった。

広場の利用理由では、「保育依頼」が3割近くあった。

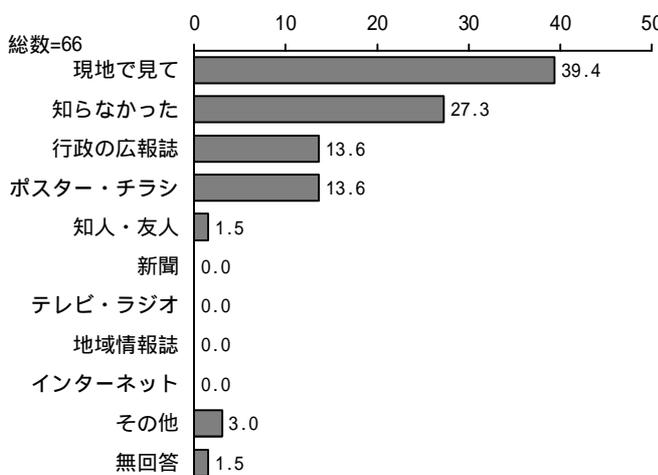
利用者による評価は「全体的に満足」が6割で、項目別には、「対応」「サービス内容」で7割が、「場所やスペース」「わかりやすさ」で5割が満足と答えた。また、利用者の9割が今後も利用したいと答えており、ニーズの高さが伺われる。

今後も少子化が進行する中で、地域全体で子育て支援を推進することが求められており、今回の取組みはそれまで中心市街地になかった、親子がふれあう場の提供を果たせたという点で、非常に効果のある取組みであったと考えられる。

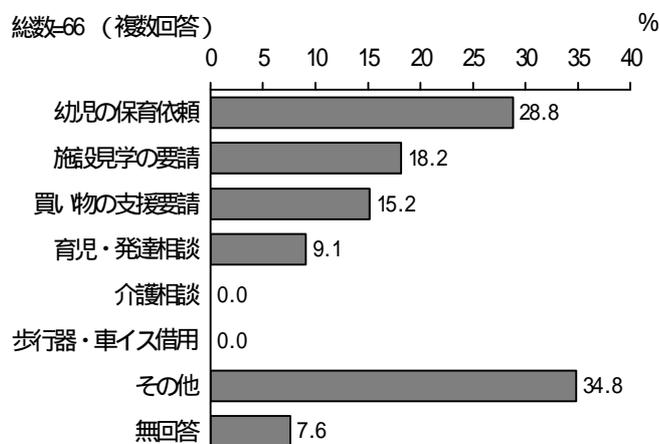
なお、いわき短大による取組みは、社会実験期間以降も週末に継続して取組まれており、ラトブの来街者の利便性向上に寄与している。

今後は、可能であれば、図書館などより集客力の高い会場や、まちなかの空き店舗等を活用し、地域の人々のコミュニティスペースと併せて取組むなどの取組みもよいのではないかと考える。

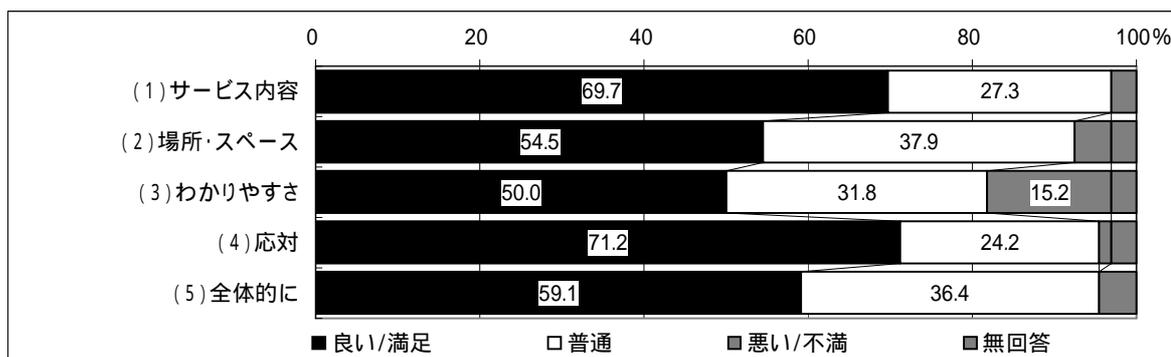
つどいのひろば認知方法（利用者）



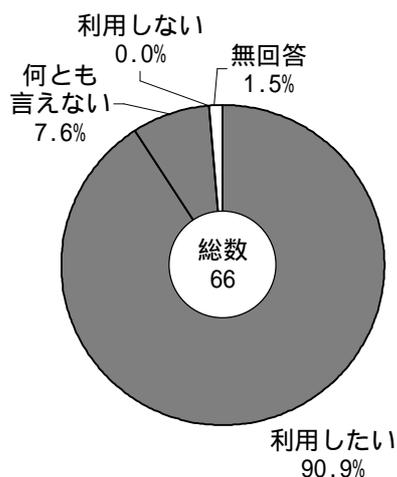
つどいのひろば利用の理由・目的（利用者）



つどいのひろば利用の評価（利用者）



つどいのひろば今後の利用意向（つどいのひろば利用者）



まちなかの景観向上

【結果概要】

商店街の統一感や歩いて楽しい歩行空間の整備に向け、平本町通りにおいて、次の取組みを行った。

事業名	事業内容	主体
ライトアップ事業	歩道のポラード(車止め)を利用してイルミネーション 36 基を設置	平本町通りショッピングモール協議会
統一フラッグ設置	街路灯 19 基にフラッグ 38 枚を設置	
フラワーポットの設置	歩道に木製のフラワーポット 50 基を設置。草花の管理は、市内の福祉団体に依頼。また、活動をPRするため、フラワーポットにプレートを設置	
ごみごみウォーク	イベント開催期間中で増えたゴミを学生ボランティアUGMのメンバーが中心に拾い集め、環境美化に寄与するもの	特定非営利活動法人ザ・ピープル

(まちなかの景観の様子)



【考察】

それぞれの事業により、街の景観に統一感が出るなど、他の催しと相まって「歩いて楽しい」空間づくりに貢献したものとする。今後も商店のショーウィンドウなどの整備と合わせて、季節感なども醸成することも重要ではないかと考える。

まちなか休憩所、まちなか親子劇場

【結果概要】

11月3日（土）、4日（日）にいわき産業祭の一部として実施した。

休憩所は、街なかに小休止するところが少ないことから、平本町通りの駐車場を利用し、テーブルとイスを配置して来街者に自由に利用してもらった。

まちなか親子劇場は、「いわき絵本と朗読の会」の協力をいただき、産業祭のステージイベントとして、両日とも約1時間程度紙芝居や本の読み聞かせを行った。

（まちなか休憩所と親子劇場の様子）



【考 察】

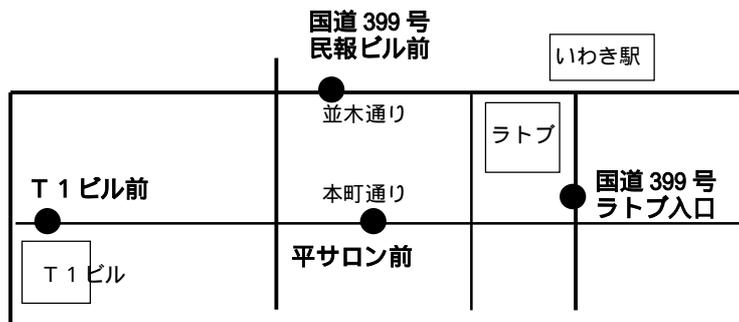
産業祭実施期間中は天気が良かったこと、また平本町通りを歩行者天国としていたことから、大勢の人で賑わったが、その中で「まちなか休憩所」は、小休止する高齢者や飲食を楽しむ家族連れの姿が見られるなど、歩きやすい環境づくりに効果があったものと考えられる。また、「まちなか親子劇場」は、大型の紙芝居や独特の声色で子どもたちの興味・関心をひきつけ、休日の一時を親子で楽しめるイベントという目的は達成できたのではないかと考える。

3.3.2 「交通機能の向上」に関する事業実施結果

(1) 自動車交通量

自動車交通量は、本町通り2箇所とラトブ周辺の国道399号2箇所の計4箇所で、9時から17時まで計測した。歩行者と同じく、実験期間中の平日の金曜日と土曜、日曜に計測し、実験終了後のデータとして、11月16日(金)～18日(日)の計測も行った。また、実験前のデータとして、平成19年3月18日(日)と19日(月)にいわき市商工労政課が行った計測値と比較した。

[観測地点]

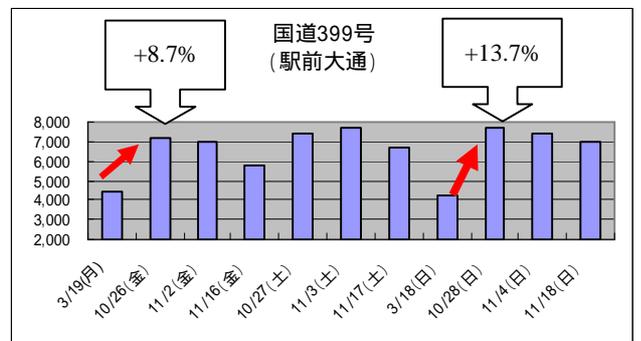
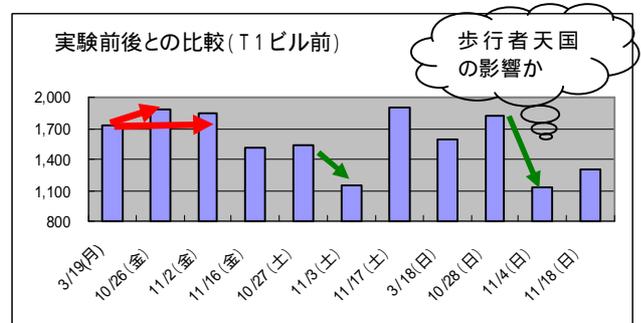


自動車交通量は、ラトブ周辺の国道399号で特に実験期間中の休日に、実験前と比べて大幅に増えている。特にラトブ入口の駅前通りでは、ラトブ駐車場に入る車の渋滞が発生した。

本町通りでは、社会実験の主会場となり歩行者優先の措置がとられたこともあり、それほどの交通量の変動は見られなかったが、二丁目～三丁目間で歩行者天国を実施した11月3、4日は、T1ビル(平一丁目)の通行量も減少していた。

自動車交通量計測結果

区分	T1ビル前	平サロン前	国道399号 (駅前大通)	国道399号 (民報ビル前)
3月18(日)	1,600	2,200	4,275	3,966
3月19(月)	1,729	2,794	4,452	4,326
10/26(金)	1,879	2,654	7,193	5,171
10/27(土)	1,526	2,041	7,423	5,563
10/28(日)	1,819	2,312	7,688	4,648
11/2(金)	1,852	2,636	7,031	4,853
11/3(土)	1,157	0	7,696	5,047
11/4(日)	1,121	0	7,428	5,226
11/16(金)	1,511	2,622	5,779	4,252
11/17(土)	1,900	2,384	6,693	4,639
11/18(日)	1,310	1,931	7,031	4,035



11月3、4日は、歩行者天国実施のため、平サロン前の調査はなし

3月18、19日の「平サロン前」の調査は、東邦銀行駐車場前で実施した数値

(2) まちなか巡回バス

【結果概要】

例年、産業祭開催に際して、会場である平市民運動場・平体育館とJRいわき駅前、イトーヨーカ堂平店（主な来場者駐車場）を巡回するシャトルバスを無料で運行してきたことを参考とし、10月26日（金）～28日（日）、11月2日（金）～4日（日）の6日間、実行委員会が指定した駐車場とまちなかのイベント会場を結ぶルートで運行した。

ただし、今回はラトプのオープンと重なり、JRいわき駅を中心に周辺道路の大渋滞が予想されることから、渋滞緩和を最優先に考え、いわき駅を通らないコース設定とした。

また、新路線開設につながるかなど採算性も視野に入れ、初めて有料（1日100円で乗り放題）での運行とした。

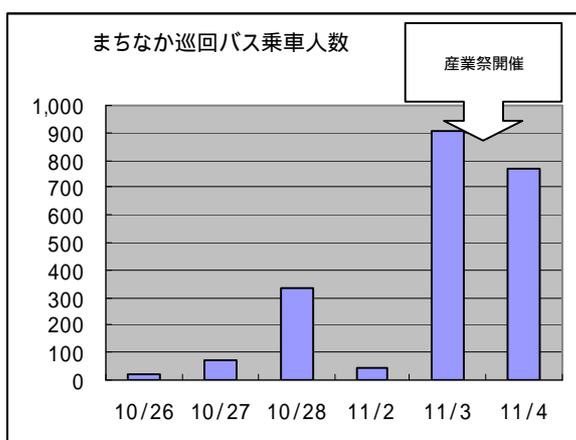
（まちなか巡回バス運行の様子）



【考 察】

結果としては、6日間で2,148人の利用があり、うち有料（現金又はウェルカムチケット）での人数は、全体の約4割にあたる822人と、予想以上の利用があり、有料という負担感は感じられなかったものと考えられる。

巡回バスの乗車人数



期日	曜日	乗車人数
10/26	金	20
10/27	土	75
10/28	日	335
11/2	金	41
11/3	土	906
11/4	日	771

乗車場所では、産業祭会場やまちなか屋台実験、街なかコンサートの会場に近い「本局前」、「T-1ビル前」及びメインの駐車場として想定した「本庁舎前」からの利用が多く、降車場所では、「本庁舎前」、「T1ビル前」、「平四町目」の順に多かった。一方で、路線バスとの結節点として想定し、双方向に停留所を設けた「NHK前」の利用は伸びなかった。

市役所（「本庁舎前」）とまちなか屋台実験会場（「T1ビル前」）間での乗降客も多く、近距離でも需要がある、言い換えれば「歩く」ことに慣れていない本市の車社会の実態を実感する機会ともなった。

利用者アンケートによると、巡回バスの利用は、年齢別では、10～30代が最も多く、ついで10代未満となっており、この両方で全体の6割を超えている。また、40代以上の利用も全体の約3割を占めた。利用者の多くは「休日の親子連れ」とみることができる。

巡回バスの認知は、「知らなかった」が1割おり、知っている人の認知経路では「行政の広報誌」が最多で、特に男性が多い。

利用者の巡回バスの評価は、6割弱が満足しており、特に男女30～40代での評価が高かった。満足の内容としては、有料にもかかわらず利用者の約8割が「料金」に満足しており、次に「接客」約半数の方が評価している。男性よりも女性の方が満足の割合が高い。

今後の利用意向は、「また利用したい」が約75%と高く、「利用しない」はほとんどなかった。

一方で、いわき駅や平本町通りを通らないルートになったためか、「停留所の場所がわかりにくかった」「巡回バスがどこを走っているかわからなかった」等の意見も寄せられたほか、「NHK前」の利用が少なかったことから、結節点（乗換）としてはいわき駅前がふさわしいと思われる。また、金曜日の利用も極端に少ないことから、病院や大型商業施設、文化施設をコースに含めたり、イベントと組み合わせながら運行方法を検討していくこととなるものとする。

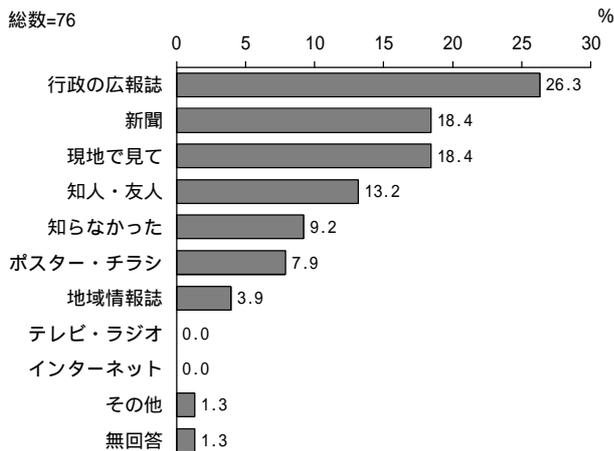
なお、より高齢者等に配慮する観点から、低床バスによる運行についても意見が寄せられており、次回以降の検討材料としたい。また、バスの中でもっとまちなかの情報提供をしたり、バスの運転手が停留所付近の名所・由緒ある建物の紹介などができればもっと良かったと考えている。

まちなか巡回バス利用者数

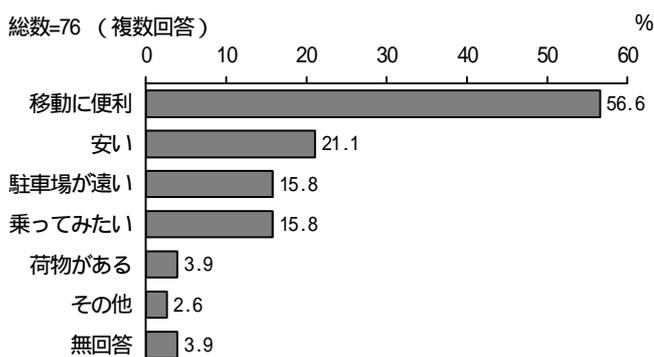
区分		人数	構成比
利用者数合計		2,148人	100%
性別	男	941人	43.8%
	女	1,207人	56.2%
年代別	10代未満	643人	29.9%
	10～30代	722人	33.6%
	40～50代	439人	20.4%
	60代以上	344人	16.0%
曜日別	金曜日	61人	2.8%
	土曜日	981人	45.7%
	日曜日	1,106人	51.5%

区分	人数	構成比	収入額
1日当たり平均利用者数	358人		
1便当たり平均利用者数	19人		
現金利用者	656人	30.5%	65,600円
ウェルカムチケット利用	166人	7.7%	16,600円
有料利用者計	822人	38.3%	82,200円
1日乗車券利用者数推計	約683人	31.8%	
無料利用者（小学生以下）	643人	29.9%	

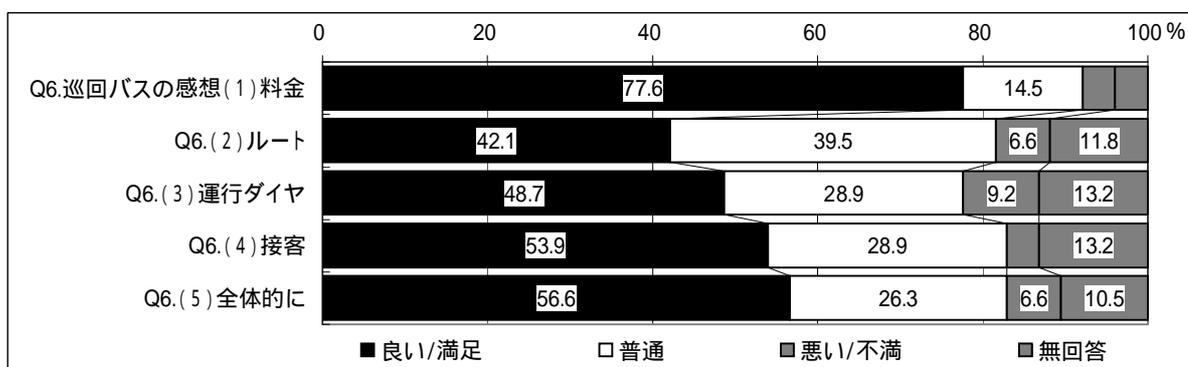
まちなか巡回バスの認知方法



まちなか巡回バスの認知方法

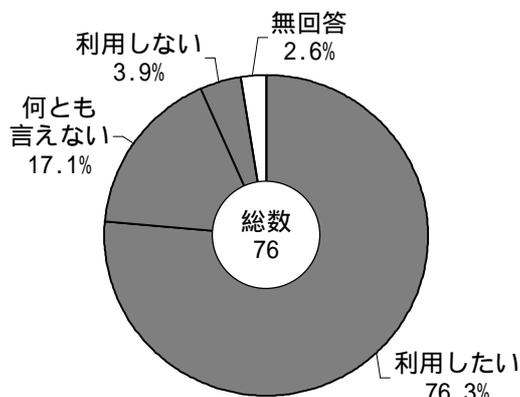


まちなか巡回バスの評価 (巡回バス利用者)



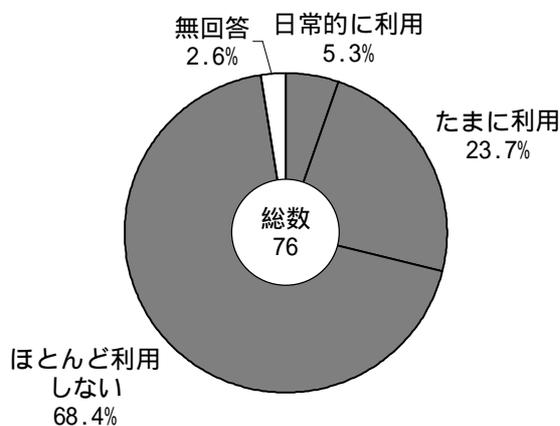
まちなか巡回バスの今後の利用意向

(巡回バス利用者)



ふだんのバス利用

(巡回バス利用者)



歩行者天国

【結果概要】

いわき産業祭が行われた11月3、4日に平本町通りのうち、二丁目と三丁目（国道399号とレンガ通り）間を日中車両通行止めとし、産業祭のステージイベント（ひまわり信金前）や市内外の特産品等の展示・販売、駐車場を活用した親子で楽しめるレクリエーションコーナーや休憩所などの設置、統一の音楽放送などにより、「歩いて楽しい空間」づくりを行った。



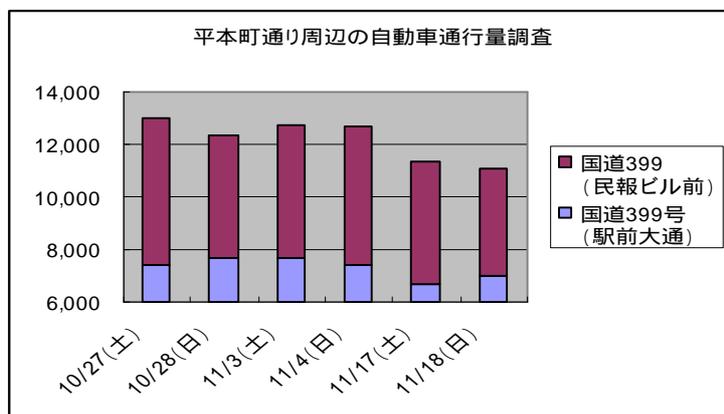
【考 察】

産業祭のコーナーでも触れたが、イベントの効果に加え、ゆったりと歩く楽しみを実感できたことで、多くの来街者賑わう原因となってもものと考えられる。

また、本町通りを歩行者天国にしたことで、周辺道路の通行量が極端に増えることもなく、事前の広報等から、付近を回避して通行したり、周辺の駐車場から巡回バスや徒歩で会場を訪れていたものと推測される。

一方で、路上でのイベント開催や看板等の設置などは行わず、道路を歩く人からは駐車場でのイベント内容がわかりづらいとの意見や駐車場が利用できないことによる来客数の減少を指摘する商店もあるなどの課題があった。

（平本町通り周辺の自動車交通量）



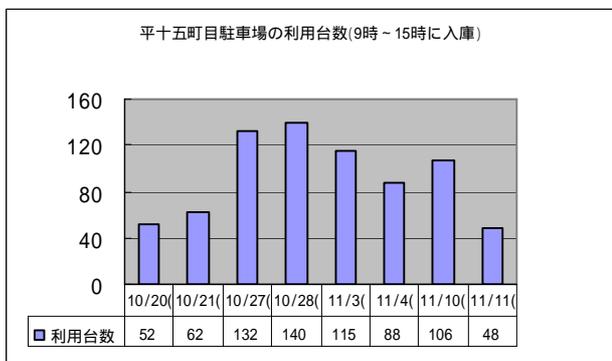
区分	国道399号 (駅前大通)	国道399号 (民報ビル前)
10月27日(土)	7,423台	5,563台
10月28日(日)	7,688台	4,648台
11月3日(土)	7,696台	5,047台
11月4日(日)	7,428台	5,226台
11月17日(土)	6,693台	4,639台
11月18日(日)	7,031台	4,035台

公共駐車場時間限定無料開放

【結果概要】

ラトブオープンや街なかでの集客イベントの影響により、周辺道路の混雑が予想されたことから、渋滞の緩和と来街者の利便性向上を図るため、中心市街地にある2つの市営駐車場（いわき駅西、平十五丁目）の時間限定無料開放を行ったものである。

公共駐車場時間限定無料開放の利用台数は以下のとおりである。



駐車場	台数
平十五丁目駐車場 (10/27, 28, 11/3, 4 計4日間)	763台 (9～15時まで に入庫した台 数は、475台) 1日平均 191台
いわき駅西駐車場 (10/25～11/4 計11日間)	3,801台 1日平均 346台

【考察】

実験期間中は、前半（10/25～28）と後半の週末（11/3～4）にラトブ周辺を中心に渋滞したが、その影響もあって、いわき駅西では利用台数が増えた。

中心市街地からやや離れた平十五丁目においても、無料開放を行った4日間では、実験前の週の実績と比較して平均で2倍利用が増えるなど、渋滞緩和という目標に一定の効果を果たすことができたものと考えられる。

来街者の6割以上が自家用車で訪れており、現在進められているまちなか駐車場の共通駐車券システムの導入が進めば、指定駐車場を探す手間が省け、来街者が気軽に安心して駐車でき、利便性の向上や渋滞の緩和などにつながることから、来街者増加への貢献が期待される。

まちなか駐輪場への誘導

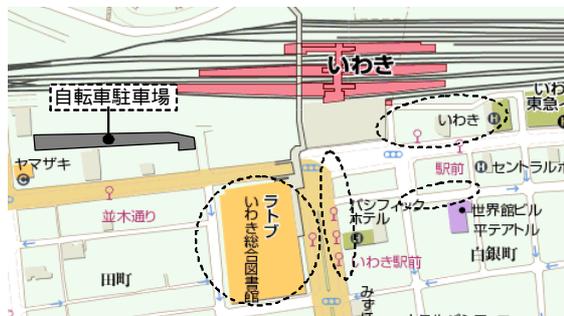
【結果概要】

自転車による来街促進と、歩行者の安全確保のため、駐輪場内の整理整頓といわき駅周辺における誘導を行ったものである。

市から委託を受けた社団法人シルバー人材センターにより、土曜日及び日曜日に実施された。

駐輪場の利用台数

期日	駐輪場 利用台数	いわき駅周辺 での誘導台数
10月27日(土)	390	68
10月28日(日)	420	83
11月3日(土)	443	68
11月4日(日)	426	81



【考察】

ラトブ周辺を中心に駐輪場を探す姿がかなり見られたことから、来街者の利便性向上や歩行者の安全確保のため、一定の効果があったものと考えられる。

3.4 全体に関する調査結果

(1) アンケート回収結果概要

本社会実験の効果検証のために行った調査のうち、一連のアンケート調査の回収状況は以下のとおりであった。

一般来街者と屋台実験来店者（昼）及び産業祭来場者への聴き取りアンケートは、当初の目標と同等またはそれ以上の有効回収を得ることができたが、そのほかは、目標数の確保が及ばなかった。この中には、事業への参加者など対象者数自体が少なかったものもあるが、調査方法や人的体制などの想定が実態に合っていなかった部分もあると考えられ、今後のこの種の調査に向けた反省材料となった。

アンケート調査回収結果一覧

区分	種別	当初目標数	有効回収数		目標に対する到達率(%)		備考	
全体	一般来街者	1,000	1,164		116.4		5か所で聞き取り	
	まちなか居住者	300	76		25.3		実験区域周辺マンション住民に事前配布・事後回収	
	まちなか通勤・通学者	勤務者	300	153	318	51.0	63.6	まちなか金融機関9行社員に事前配布・事後回収
		学生	200	165		82.5		2大学、1短大、1高専の学生に事前配布・事後回収
会場別	屋台実験来店者	昼の部	500	772	947	154.4	118.4	現地聞き取り
		夜の部	300	175		58.3		現地聞き取り
	産業祭来場者	300	293		97.7		現地聞き取り	
	巡回バス利用者	300	76		25.3		主要停留で聞き取り	
	つどいのひろば利用者	150	66		44.0		現地聞き取り	
	まちびたツア・まちなかウォークリ参加者	100	12		12.0		終了後に配布回収	
関係者	まちなか商業者	200	76	136	38.0	36.8	事前配布・事後回収	
	屋台実験出店者	50					事前配布・事後回収	
	産業祭出店者	120	60		50.0		事前配布・事後回収	
	まちなかコンサート出演者(団体)	150	49		32.7		事前配布・事後回収	

(アンケート調査実施風景)



(2) 来街者の基本情報集計

来街者の属性分布

来街者の基本属性の分布状況が、一般来街者のアンケート集計結果から次のように把握された。
 (なお、まちなか居住者とまちなかへの通勤・通学者の値も参考として同時に示しているが、これらには実験当日に来街しなかった者も含まれている。)

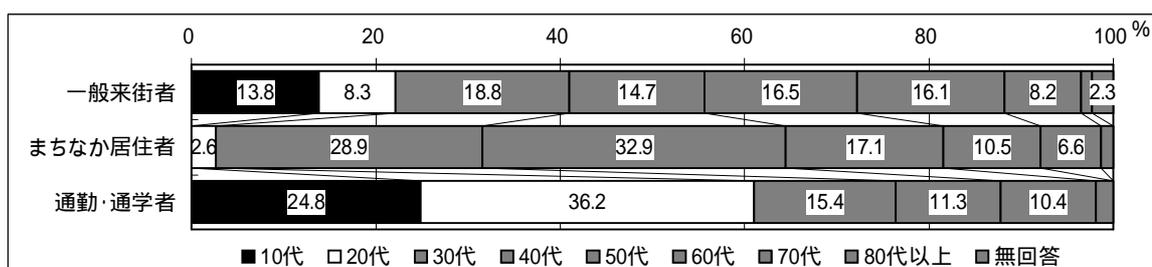
来街者の年齢構成は、30代が最も多く、次いで50代、60代、40代の順となった。一方、20代以下の若者の割合が低かったことから、今後は若者受けするようなイベントの組み立てが必要ではないかと考えられる。

性別では、女性の占める割合が約6割に達するなど、概ね女性に受け入れられる結果となった。

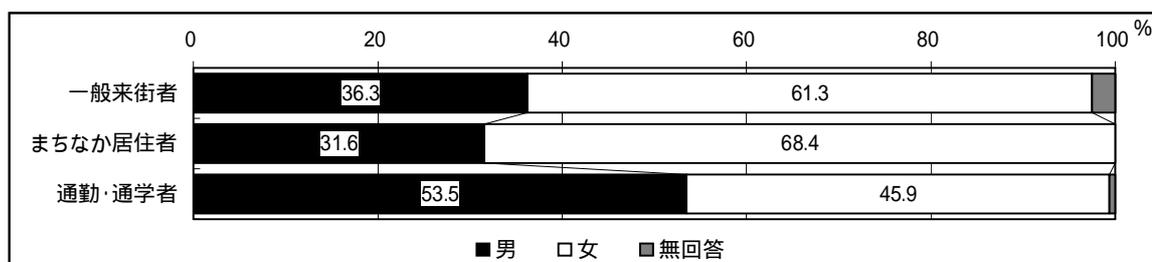
来街者を居住地別で見ると、市内の他地区からが全体の4割を占め、ラトプのオープンや今回のイベントなど他地区では体感できない今回の取組み等に興味を引かれて参加したのではないかと考えられる。

なお、まちなか居住者(回答者)の半数近くが、平のまちなか以外を通勤通学先としており、まちなかに居住しかつ仕事や就学の場としているのは回答者の1/4程度である。

年齢構成



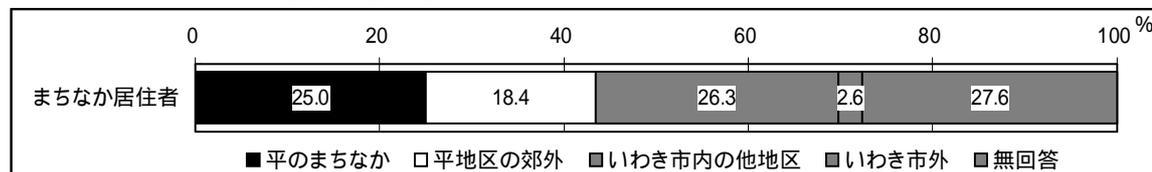
性別構成



居住地構成



まちなか居住者の通勤・通学先



日常の中心市街地との関わり

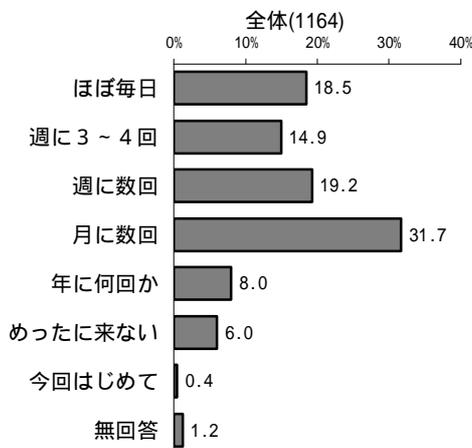
来街者と中心市街地の関わりを、日常の来街頻度についてのアンケート結果から見ると、「月に数回」が全体の約3割を占め、次いで「週に数回」「ほぼ毎日」が2割弱となっている。

来街理由は「買い物」が最も多く、次いで「飲食」「図書館・美術館等」「イベント参加」の順となった。

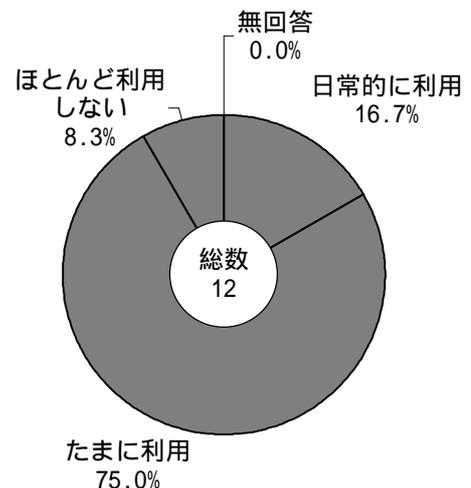
一方、まちびたツアー参加者のアンケート結果から、日常的にまちなかの商店・商店街で買い物をする割合をみると全体の6分の1ほどでしかない。まちなかの商店・商店街を利用する目的は、「品質が確か」「ふれあいや会話が楽しい」の順で多かった。

このことから、まちなかの商店で買い物をする常連が数は少ないものの存在し、常連にとっては居心地のよい空間として捉えられているといえる。逆に言えば、逆に言えば、通常は、周辺の大店等が利用されているものと考えられる。

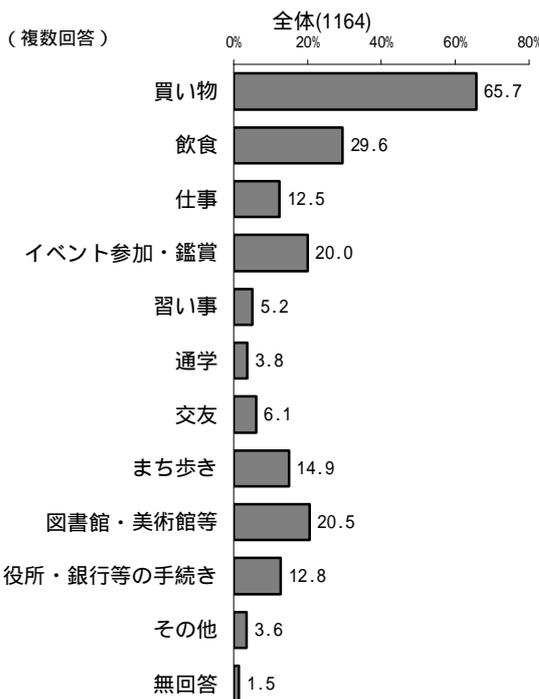
ふだんの来街頻度（一般来街者）



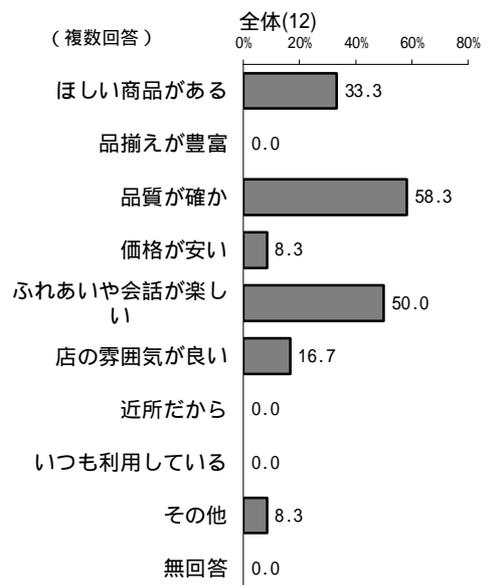
ふだんのまちなか商店・商店街の利用（まちびたツアー参加者）



ふだんの来街理由（一般来街者）



まちなか商店・商店街利用の理由・目的（まちびたツアー参加者）



今回の来街

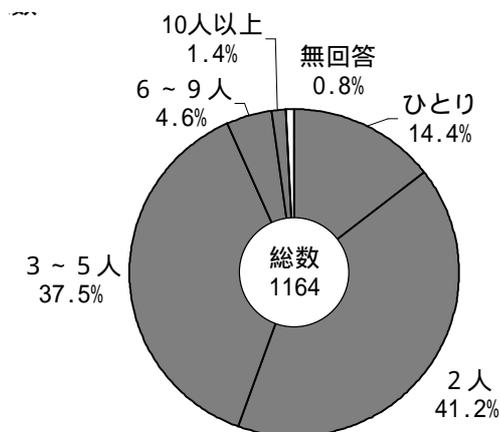
来街者アンケートの結果によると、今回の来街同行人数は、「2人」が全体の約4割を占めて最も多く、次いで「3～5人」、「1人」となっており、来街する場合は、ほとんどが複数である。また、他の設問と関連させると、家族（夫婦）での来街が多かったのではないかと考えられる。

来街の交通手段は、全体の約6割が自家用車と回答しており、路線バスや鉄道などの公共交通利用者は1割弱にとどまった。やはり複数の市街地を有する本市特有の都市構造であること、近年のバス路線の縮小などにより、市民にとっては、自動車が主力の移動手段となっていることが伺える。

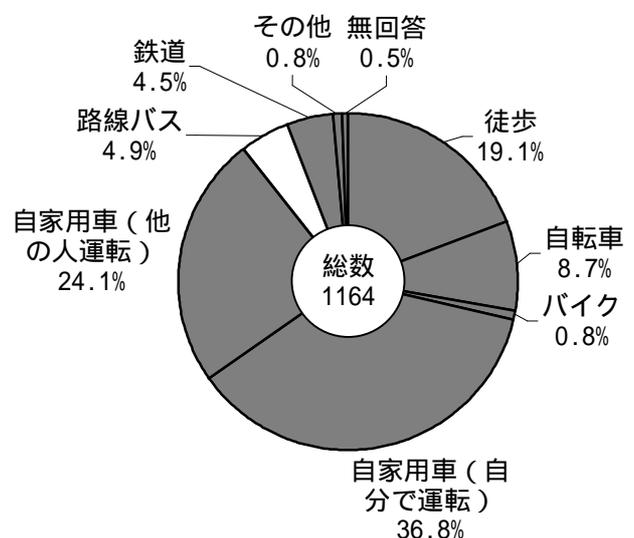
このような状況の中で来街者を増やすためには、自動車がスムーズに駐車できる環境整備が必要であり、まちなか駐車場における共通駐車券の発行など、環境改善を含めた取り組みが求められるとともに、今後、環境負荷の低減と同時に、車を運転できない高齢者の増加も予想される中では、利用しやすいバス等公共交通システムの活用も必要となろう。

この来街交通手段の構成を、まちなか巡回バスを利用した人に限ってみると、来街者全体の構成とほとんど変わらない。これは、自家用車で来街した人も抵抗なく巡回バスを利用したことを示しており、自動車と公共交通の共存の形のひとつであるパークアンドライドが、今回の巡回バスによって機能したと言ってよいであろう。

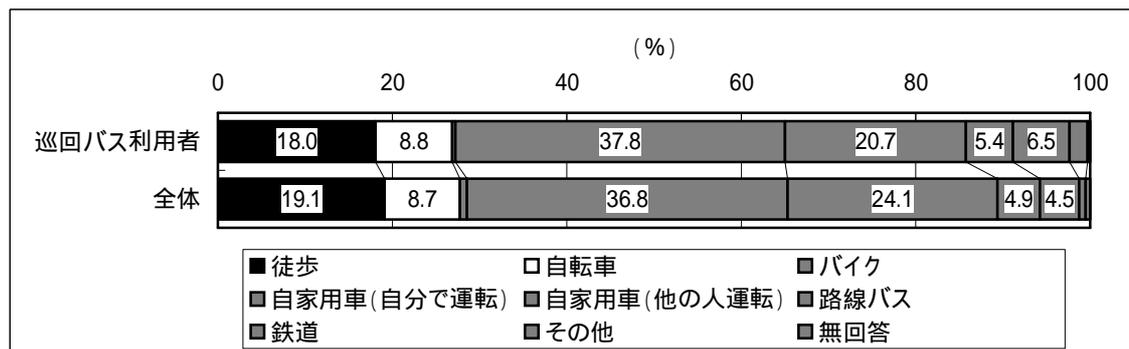
来街同行人数（一般来街者）



来街交通手段（一般来街者）



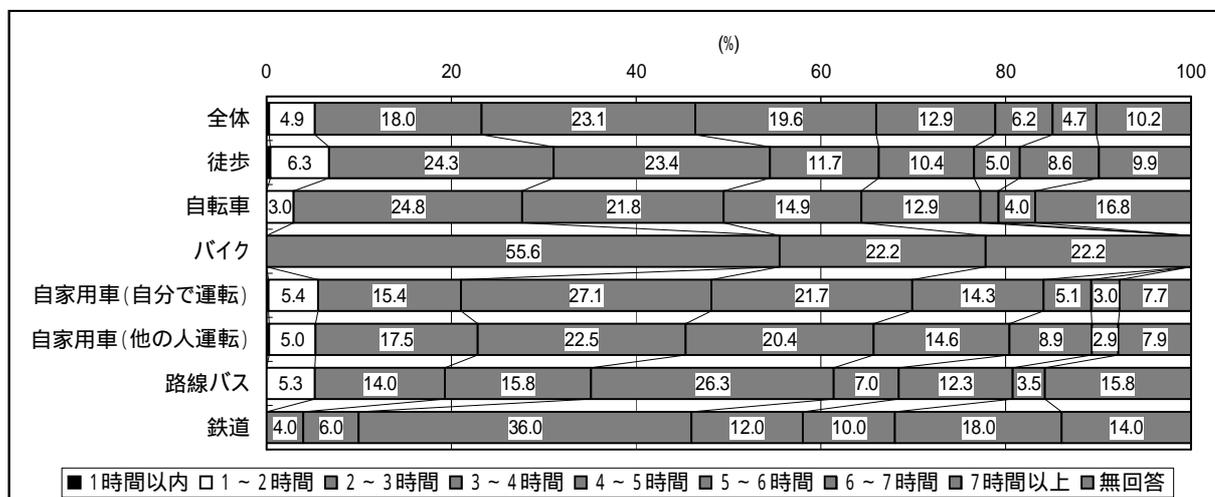
巡回バス利用者の来街交通手段（一般来街者）



また、まちなかでの滞在時間では、「3～4時間」より長いものが7割近くを占めることから、買い物や飲食をしながらイベント会場を回遊したと考えられ、今回のイベントによるまちなかの回遊性向上に効果があったと考察される。

このまちなか滞在時間は、鉄道や路線バスなど公共交通機関で来街した人の方が、自家用車や徒歩・自転車由来街した人よりも長い割合が多いことが注目される。これは、公共交通機関利用の場合は駐車場利用料金の心配が不要なことや、時間にゆとりを持って来街していること等が理由として考えられ、まちなかでの滞在、回遊を増やす上でも公共交通機関の利用促進が効果的であることを示唆している。

まちなか滞在時間（一般来街者・来街交通手段別）



(3) 社会実験自体の認知

【広報実施概要】

歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験自体の実施に関する周知広報活動については、事前から、新聞、ラジオ、市の広報、フリーペーパー、ホームページ、ポスター、新聞折込チラシなどあらゆる機会を捉えて情報発信を行ってきた。

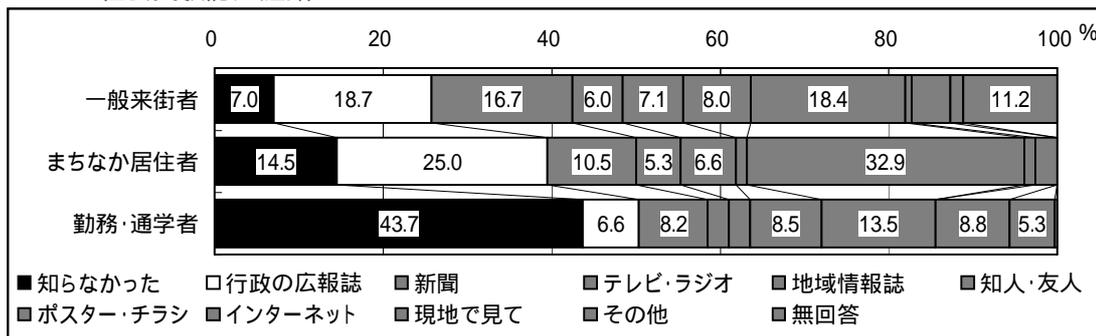
この広報活動では、キャッチフレーズやロゴマークの作成に学生委員が携わるなど、若い世代の感覚を取り入れたものにすることができた。特にロゴマークは、各種広報物、スタッフの名札、チケットなどにも取り入れたことで、事業としての一体感を生み出すことに効果があった。

【考察】

これらの広報の結果としての認知状況を、一般来街者、まちなか居住者及びまちなかの勤務・通学者へのアンケート結果からみると、実際に来街した人は大半が何らかの媒体を通じて認知しており、その意味では広報効果はあったと言える。ただし、「知らなかった」と「現地で見て初めて知った」を合わせた割合が、まちなか居住者で約2割、勤務・通学者で約5割となっており、日常的にまちなかに居ても認知されにくい実態も明らかになった。

認知媒体としては、「行政の広報誌」、「ポスター・チラシ」、「新聞」が多く、「知人・友人」からの口コミや「地域情報誌」からの情報入手も一定割合を占めている。

社会実験認知経路



このように、あらゆる機会を捉えて広報を行ったつもりでも、市民に十分に伝わらなかった面もある。

特にイベントが2週間にわたったことと、織り込みチラシをまちなか屋台実験（10月20日から）に合わせて10月18日に配布したため、産業祭まで2週間以上空いてしまったこと、さらには、折込チラシの配布日は今回木曜日としたが、市内大型店の広告が同日に多数入り、インパクトに欠けてしまったことなど、広報のタイミングの重要性が認識された。

また、ホームページを活用したタイムリーな情報提供を考えていたが、会場の設置作業等の関係などからまったく実施できなかった。その意味で役割分担をさらに細かく設定する必要があった。

(4) 各実験事業の評価比較

【調査結果】

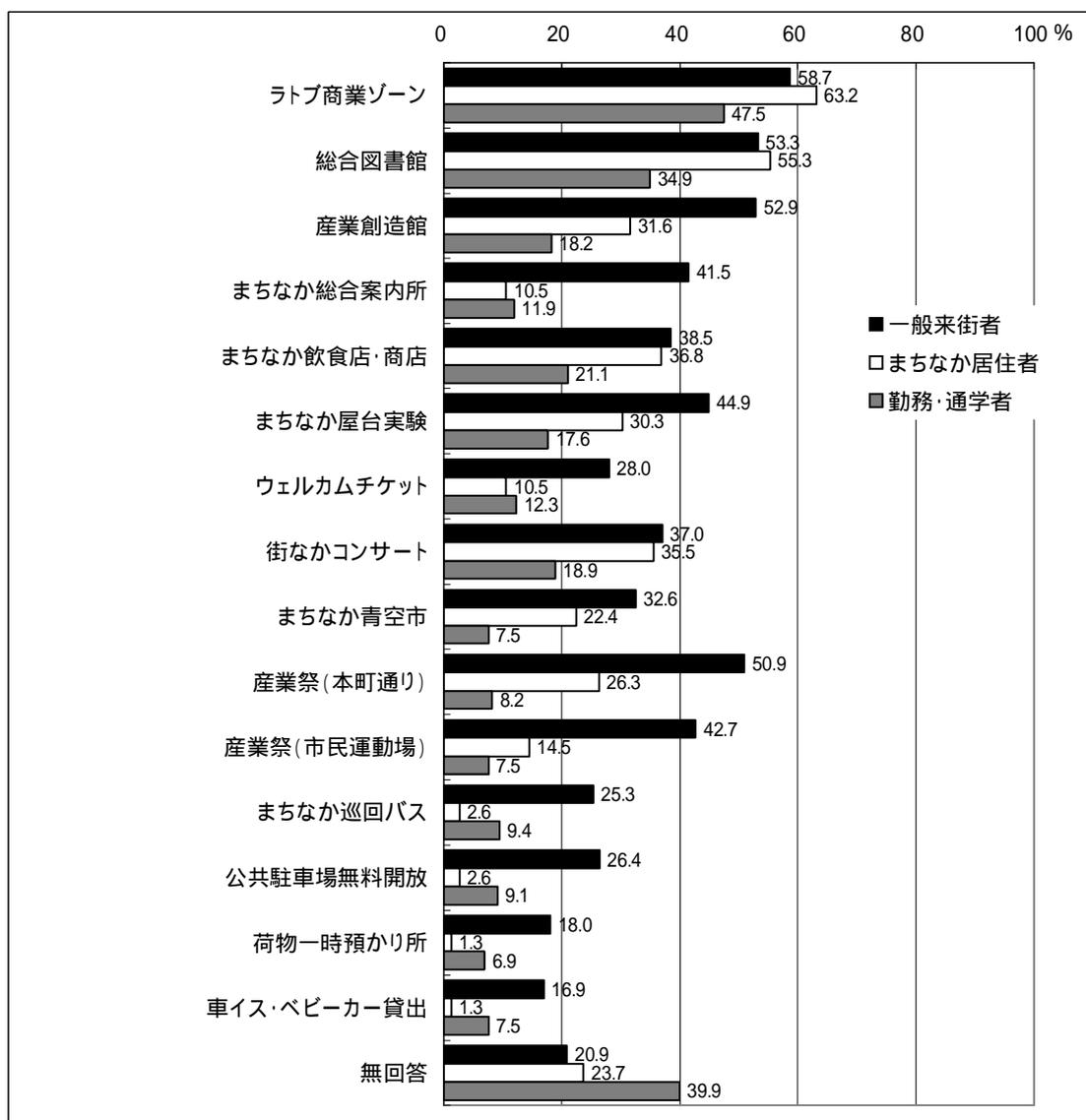
各事業の利用度、満足度、継続希望について、ここで再度総括して相対的な比較を行う。

施設・イベント等で利用度が高いのは、「ラトブ商業ゾーン」「総合図書館」「産業創造館」であるが、産業祭や屋台実験の利用度も高いことから、ラトブとの相乗効果が現れたと見ることができる。

まちなか居住者は、ラトブ商業ゾーン、総合図書館の利用度が特に高く、一般来街者は、産業創造館や産業祭、屋台の利用度も合わせて高い。まちなかコンサートは居住者も多く足を運んだ。

まちなか勤務者、通学者は概してイベント参加率が低い。実験認知度の低さが来街率の低さ、利用度の低さにつながっていると見られる。

施設・サービス別「利用度」



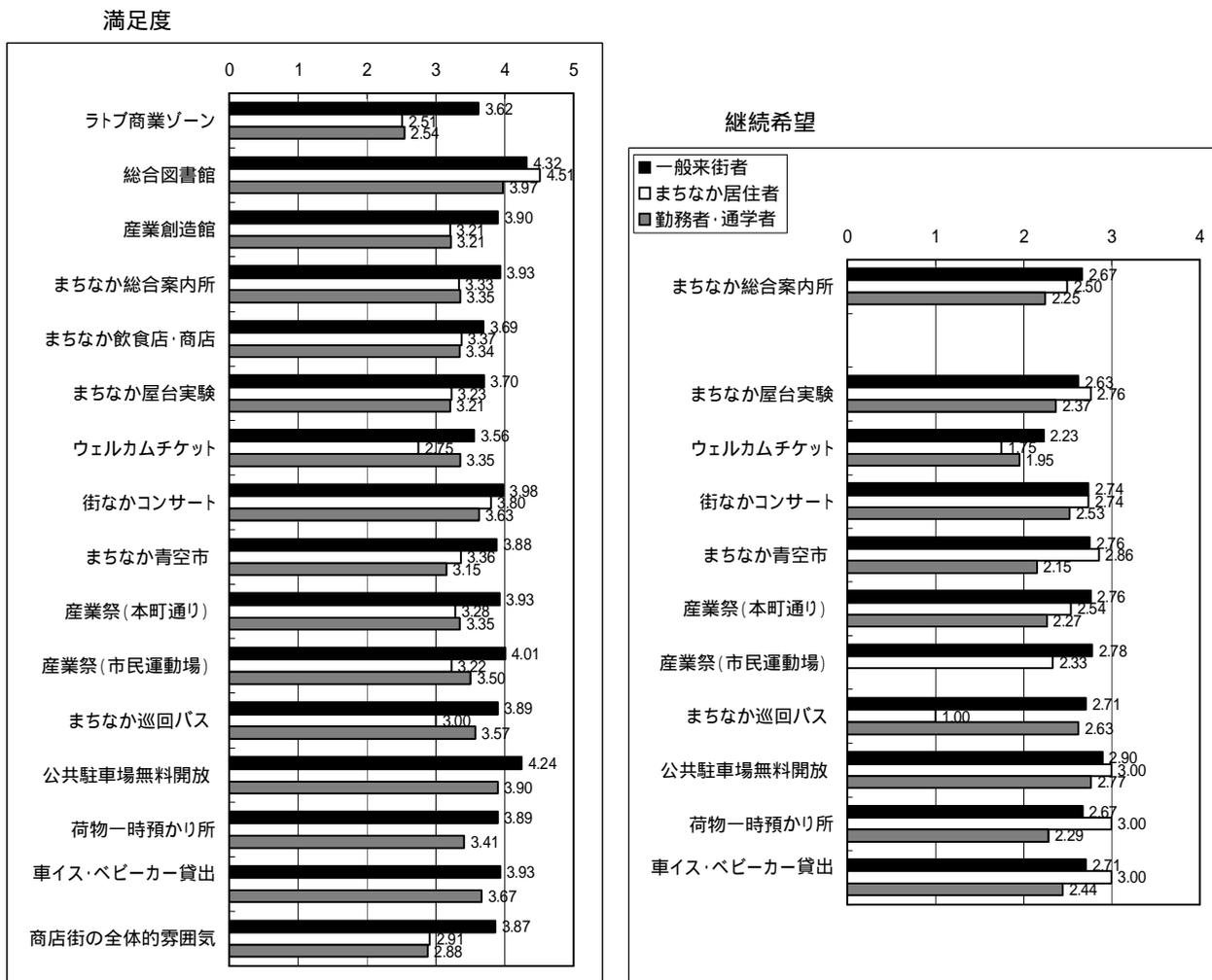
各事業を利用した人の満足度は総じて高い。実際に来て体験してわかる良さが評価に現れるとみることができ、当初目標のひとつである「来街者満足度」は、この意味では達成されたとと言える。

今後の継続希望も総じて高い。事業によりやや差があるが大きな差ではない。

事業別満足度と継続希望

(満足度：満足 = 5点 ~ 不満 = 1点とした加重平均値)

(継続希望：継続してほしい = 3点 ~ 継続の必要なし = 1点とした加重平均値)



【考察】

事業別の満足度平均値と継続希望平均値の相関をとってみても、すべての事業が(満足度、継続希望ともに平均よりも上の象限の)狭い数値範囲に集中し、事業・サービスごとの評価の相違は目立ったものとしては現れていない。

各施設・サービスで、満足している人のうちどれだけが継続意向を持っているかの歩留まりでも、各事業による値の差はあまりなく、また、継続希望の相違を、調査対象者全体を100とした時の継続希望者の規模で見ると、最も大きいのは「産業祭(本町通り)」、次いで「まちなかコンサート」、「産業祭(市民運動場)」と続き、全てイベント系の事業である。

今後の展開との対応としては、相対的に満足度、継続意向ともに高い公共駐車場無料開放や市民運動場における産業祭は、今後も引き続きの展開が求められていると言えるが、いずれの事業も、個別の内容評価に基づく検討が必要と言える。今回の各事業の反省点を踏まえ、施設・サービス内容の何らかの改善、様々な工夫努力を続けるべきであり、場合によっては基本的な仕組みから見直しつつ継続の是非も含め考えることが必要と言える。

(5) 商業者の取り組み

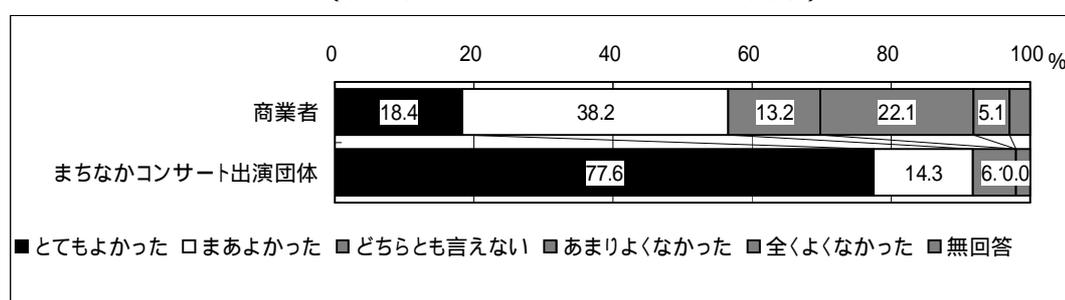
【調査結果】

ここでは、商業者側からの評価をとりあげ、来街者・利用者側からの評価と対比させてみる。

商業者(屋台実験及び産業祭への参加事業者も含む)の今回の社会実験への参加の印象では、「参加してとても良かった」または「まあ良かった」との回答が約 56%であり、特に飲食関連の事業者で積極的な評価の回答が多かった。

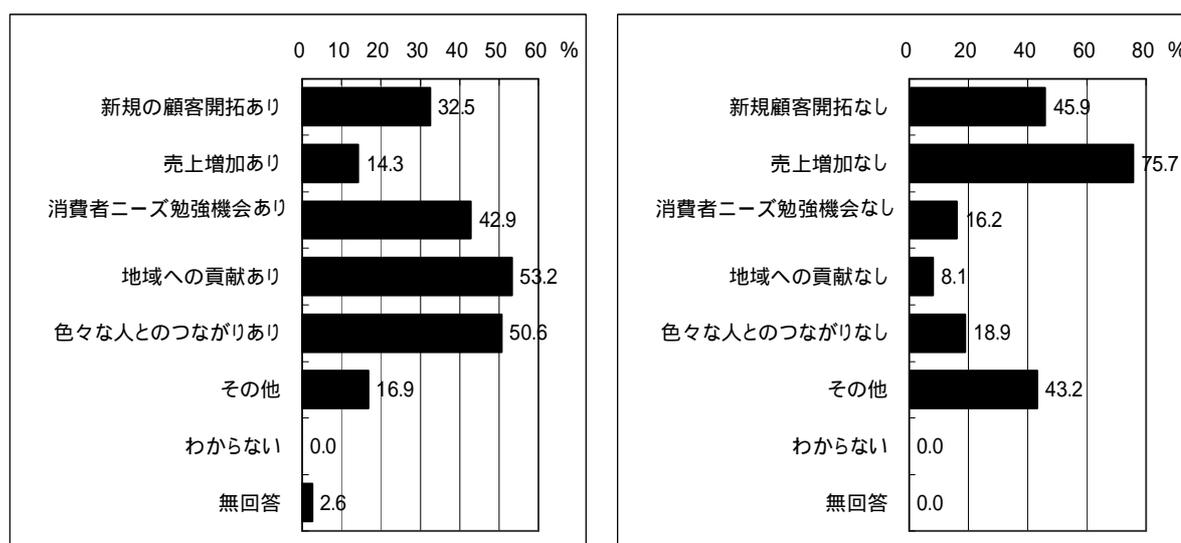
逆に、「あまり良くなかった」と「全くよくなかった」も合計で 26%あり、1 / 4 が否定的見解を持っている点が注目される。一方、まちなかコンサート出演団体は自らが参加した社会実験自体に対して圧倒的に積極評価をしている。

社会実験参加の感想(商業者・まちなかコンサート出演団体)



商業者が「参加して良かった」理由としては、地域への貢献ができたことや人とのつながりが持てたこと、あるいは消費者ニーズの勉強機会になったこと等の回答が多く、売上の増加があったとの回答はかなり少ない。逆に、良くなかった理由としては、売上の増加がなかったことが最大である。

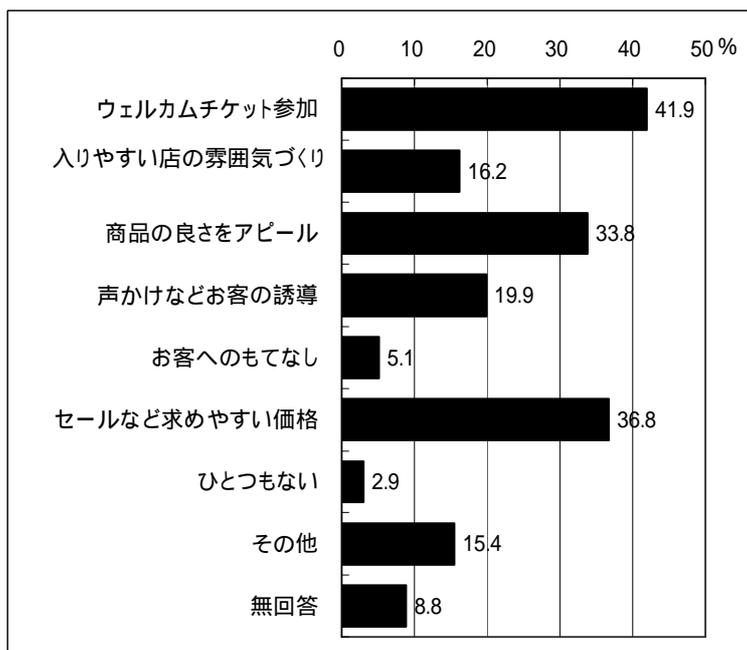
実験参加の良かった理由/良くなかった理由(商業者)



商業者が実験期間中に行った取り組みは、ウェルカムチケット参加、セールなど求めやすい価格設定が、飲食業を中心にそれぞれ4割前後あるが、それ以外の取り組みは総じて少ない。飲食以外で多かったのは、商品の良さを理解させることやお客の誘導等であった。

取り組みの回答個数は、平均的には2項目程度であるが、3項目以上の回答も見られる。

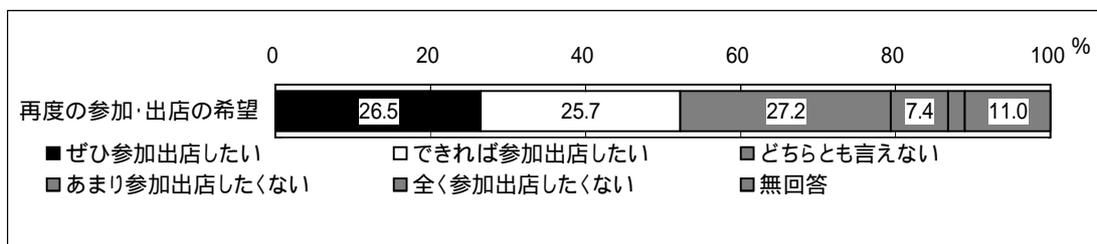
売上増加の取り組み（商業者）



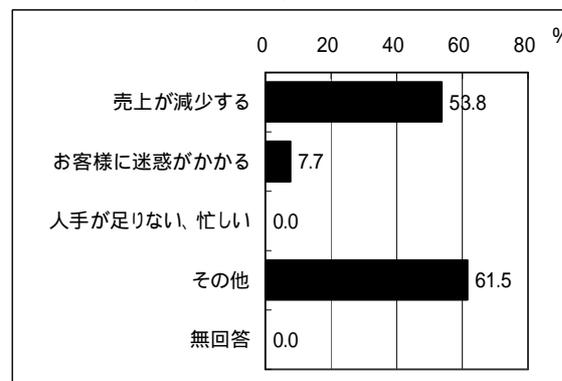
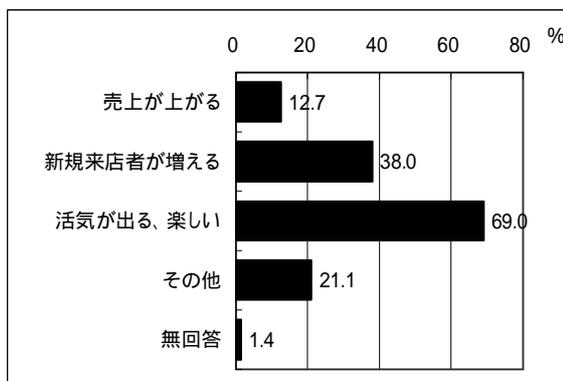
商業者の今後の社会実験への参加意向は、参加意向ありが全体の5割である一方、逆に、「あまり」「全く」参加したくないという回答も1割近くある。

参加・出店したい理由は、売上よりも活気が出ることや新規来店者が増えることへの期待が多いが、参加・出店したくない理由では、売上の減少が圧倒的である。

今後の参加・出店希望（商業者）



参加・出店を希望する理由/希望しない理由（商業者）



【考察】

以上のように、商業者は、社会実験を積極的に評価し、継続参加意欲も高い層と、消極的評価や姿勢にとどまる層の両者に大きく分かれているといえる。

積極評価をする商業者は、短期の売上効果よりも長期的な効果に期待し、逆に消極評価の商業者は短期的な売上動向への関心が高いとみることができる。

また、売上増加のための取り組みの項目数が多いほど社会実験への参加の満足度が高く、参加意向も高い傾向がみられるようである。反対に取り組みの項目数が少ない商業者は満足度が低く、参加意向も低い。このように、積極的に取り組んでいる商業者は自らの満足度や今後の参加意欲につながっていると言える。

社会実験の中で、商業者が関わる事業やサービスに対して、来街者は前節でみたようになりに高い評価をしていることを考えると、商業者の意識との間にはまだギャップがあるということが出来る。

まちなかの活性化は、商業者の強い経営意欲と店の魅力づくりに負うところが大きいことを考えると、この来街者側の評価とのギャップの解消に努める必要がある。来街者、市民は、社会実験のイベントとしての部分は評価しているが、定常的な賑わいづくりにつなげるには、まちなかの主役であるべき商業者が、短期的な売上増減を超えた長期的な目で、経営意欲をさらに盛り上げる必要があると言えよう。積極評価をしている商業者も多いことから、今回の社会実験が商業者への刺激になったことは間違いなく、その流れをさらに広げていくことが重要である。

従って、当初の社会実験の目標のうち、収益性については継続的な努力が必要であるが、来街者が増加し各店舗にも新規顧客が訪れるなど、回遊性・波及性については一定の効果があったものと評価される。

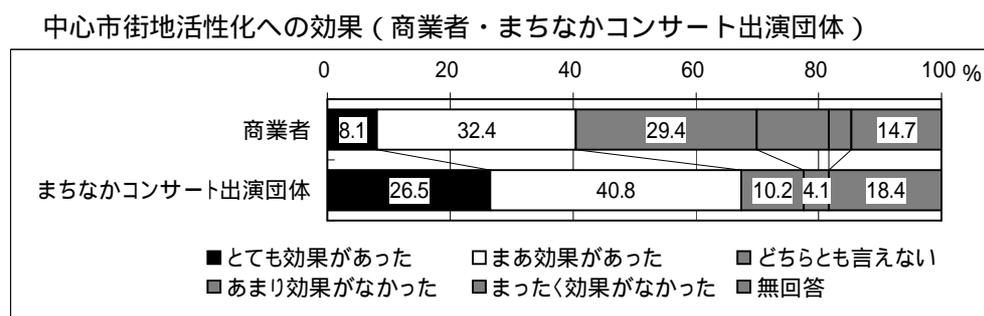
(6) 社会実験実施の効果認識

【調査結果】

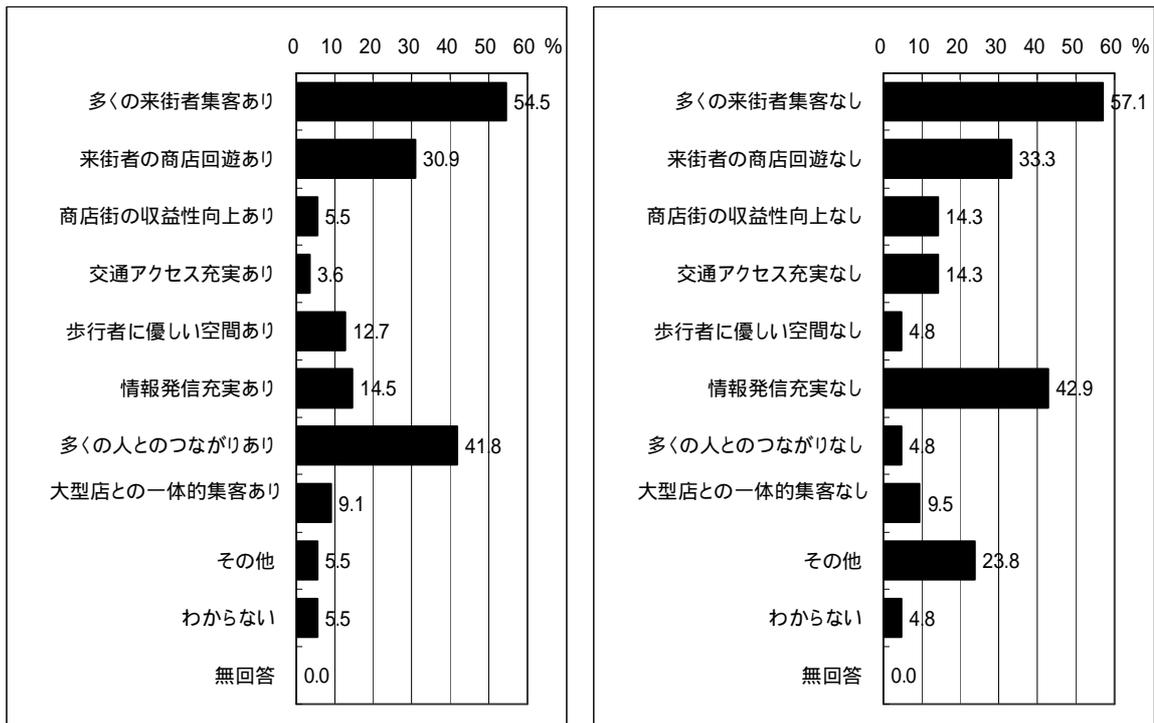
商業者とまちなかコンサート出演団体に対するアンケートにおいて、今回の社会実験が中心市街地活性化に効果があったかについての評価を求めている。

これによると、商業者の認識としては、市街地活性化への効果を認める回答は4割程度であるのに対し、まちなかコンサート出演団体では7割近くが効果を認めている。なお、まちなかコンサート出演団体の効果認識では、積極的な評価は市外よりも市内からの出演者の方が多かった。

商業者が「効果あり」とする理由では、多くの来街者の集客とそれによる回遊効果、また、多くの人とのつながりができたことが主にあげられている。ただ、「効果なし」の理由でも多くの来街者集客がなかったことや情報発信の充実がなかったこと等があげられている。



効果ありの理由 / なしの理由 (商業者)



【考 察】

社会実験の効果認識は、特に商業者で効果を認める層とそれ以外に分かれたが、商業者自らの取り組みの度合いがこの結果認識相違に現れたことが、取り組み項目数との関係にも現れている。

商業者自らの売上増進等への取り組みが積極的なほど、効果の実感も強いことが如実に現れていることから、ここでも、長期的な視点に立った魅力づくりの取り組みを商業者が率先して行う流れをつくることの必要性が指摘される。

なお、商業者が「効果あり」と認める理由の中で、「来街者を商店等へ回遊させることができた」の回答が第3位となったが、実際にどのような回遊効果があったのかを、来街者のアンケートから類推することができる。

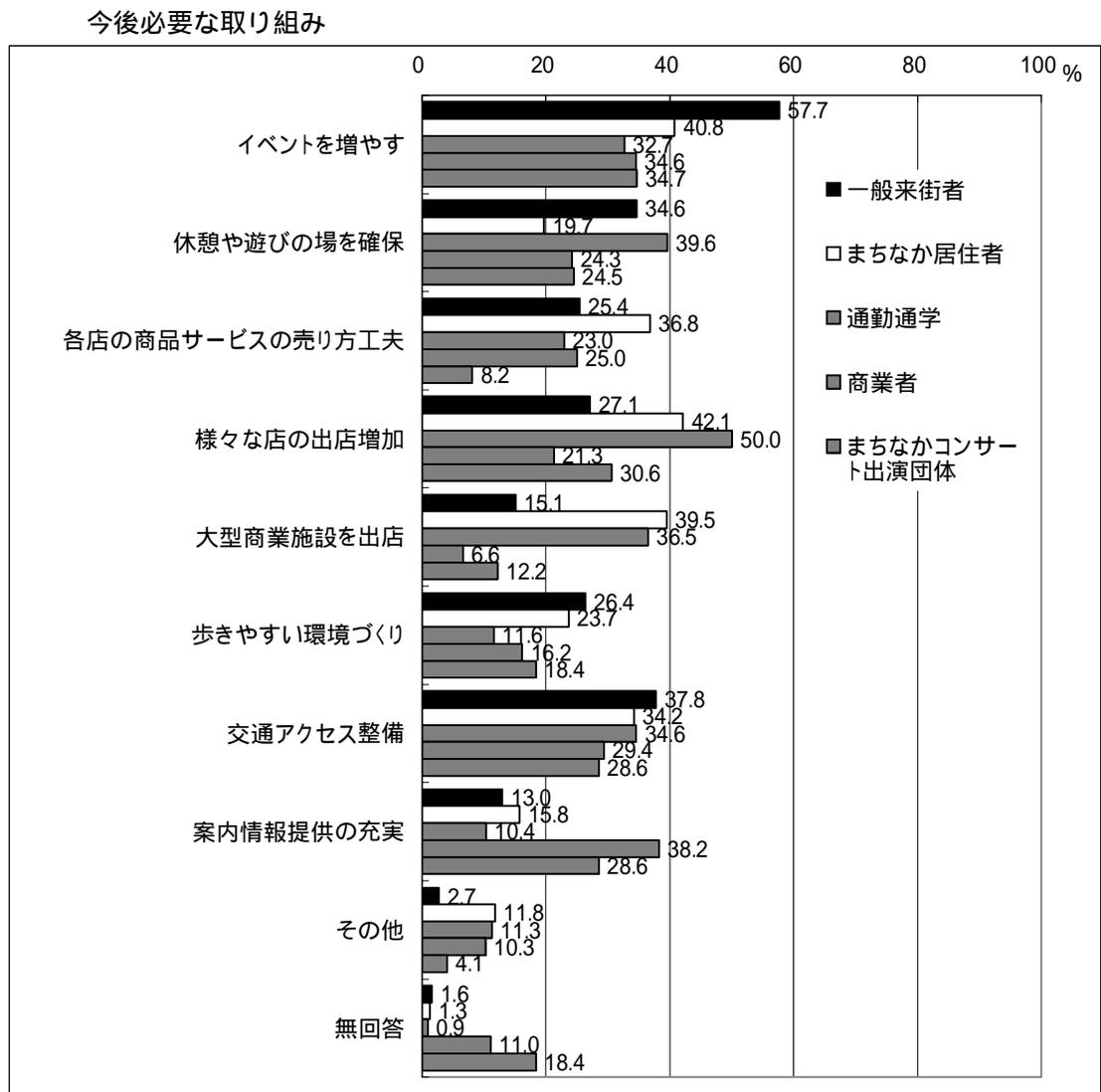
まちなか巡回バスや公共駐車場などを使っている人の6割以上はほとんど全ての施設を使っており、回遊効果が見られる。一方、ラトブ商業ゾーンは、総合図書館や産業創造館利用が多いだけで、ラトブ内の回遊効果はあるものの、波及が施設内にとどまる傾向が強いことが伺われる。また、「荷物預かり所」「ベビーカー貸し出し」「巡回バス」「駐車場」も回遊効果が高く、「ウェルカムチケット」も、利用者の満足度から見た回遊効果が高いことがわかり、これらの来街者が行きやすくなる「入口」部分の充実が回遊性に大きく影響すると考えられる。

(7) 今後必要な取り組み

【調査結果】

今後のまちなかの賑わい増進に必要な取り組みを、各対象別のアンケート結果の比較からみると、来街者、居住者、通勤・通学者は、総じて「イベントを増やす」「様々な店の出展増加」「大型商業施設の出店」「交通アクセスの整備」などを求めている割合が高い。一方、商業者ではイベ

ント以上に「案内など情報提供を充実させる」の方が指摘率が高く、まちなかコンサート出演団体では、多い順に「イベント増加」「多様な出店」「交通アクセス整備」「情報提供充実」であり、来街者は性別年代別でニーズが異なる。



【考 察】

来街者、市民と商業者で、必要な取り組みの認識に相違も見られる、特に市民側からは「イベント」が強く求められるが、イベントを通じてまちなかへの親しみ感が増すことの現れでもあり、今後も効果的なイベントの開催が必要であることは間違いない。

また、商業者が必要性を強く認識している「案内情報提供」は、上記の相違を踏まえると、消費者・市民のニーズをよく把握した上で、それに応じた情報提供とする努力が求められるといえよう。

(8)まちなか居留意向

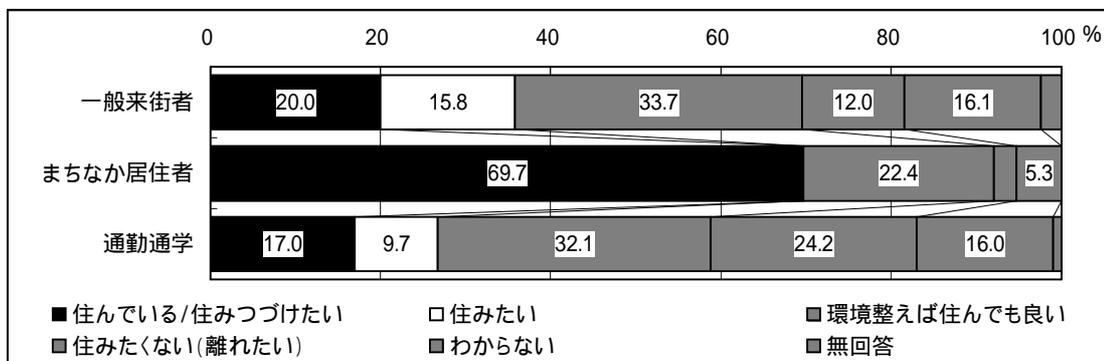
【調査結果】

今後のまちなかへの居留意向は、まちなか居住者への質問では「住んでいる」が7割を占める

のが当然としても、一般来街者でも「住んでいる」を含めた積極的な居留意向を示した回答が約36%で、「環境を整えば住んでも良い」を合わせると7割近くに達しており、いわゆるまちなか居住は、条件付きが多いながらも否定的見解は少ないとみることができる。

ただし、まちなか勤務・通学者、若年層では、住みたくないという否定的見解の比重が高く、住みたいという肯定的見解は少数派となる。

平のまちなかへの居留意向



【考察】

まちなか居住の促進には、中心市街地の日常の状況を良く知るまちなか勤務・通学者等の層への動機付けが、社会実験だけでは不十分であることが伺え、今後は、これらの層への参加機会の拡充とアピールできる魅力づくりが必要であると言えよう。

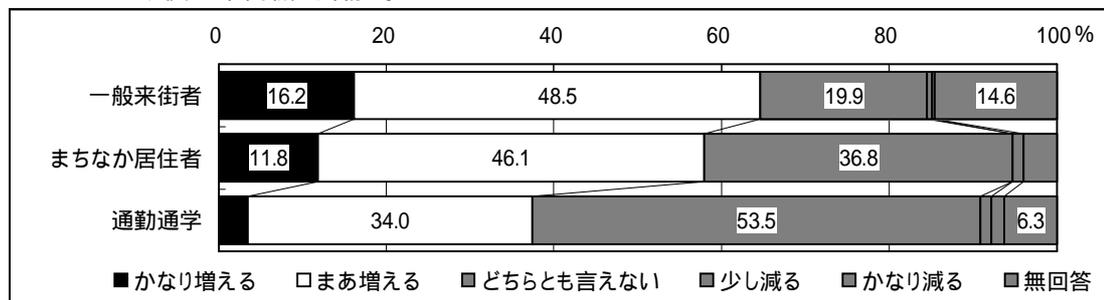
(9) 来街増加予想

【調査結果】

今後の中心市街地への来街機会が増加するという回答は、来街者で6割以上(「かなり増える」と「まあ増える」の合計)あり、「減る」との回答はごくわずかであった。

増えるという回答の割合は、男性よりも女性の方が、また年齢層が高いほど高まる傾向も読み取られる。

今後の来街機会増加予想



【考察】

上記の結果で、特に一般来街者は今回の社会実験とラトプのオープンを自ら体験した上での今後の行動予想であり、集客力の向上にはそうした体験のきっかけづくりが重要と考えられる。

4 . 社会実験の包括評価

歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験は、「歩いてみなくちゃわからない～いわきまちなか新発見～」をコンセプトに、来街者の増加（集客性）収益性の向上（回遊性・波及性）満足度の向上（リピーター・継続性）の3つの目標を据えて各種事業を位置づけた。

3で整理した結果により、この3つの目標がどれだけ満たされたかという観点から、包括的な評価を行い、今後の取組みの方向を検討する。

4.1 「来街者の増加（集客性）」の観点からの評価

ラトブのオープンとイベント開催による相乗効果により、多くの来街者が訪れ、賑わいが創出された。

今回の社会実験は、いわき市の長年の懸案であったいわき駅前再開発ビル「ラトブ」への期待も相まって、事前の広報やパブリシティ等により話題を集める中、10月25日の「ラトブ」オープンと併せて、複数のイベントや事業を同時に開催したこと。

これにより、相互の相乗効果を生み、イベントを実施した週末において、最大で通常の2.7倍の歩行者通行量を記録するなど、ラトブと連携した催しなどにより、多数の来街者が訪れ、街全体としての賑わい創出につながる実証できた。

複数イベントを組み合わせることにより、街全体に賑わいが波及し、多様な市民ニーズに対応できた。

市民の認知度の高い「いわき産業祭」や「街なかコンサート」など、これまで単独で実施してきたイベントと、屋台実験、青空市、一店逸品フェアといった複数の催しなどに関連させて初めて同時に開催した。

その結果、いわき産業祭の来場者数は過去最高を記録し、屋台実験や巡回バス、つどいの広場等の利用者も当初予想を相当上回るなど、大きな相乗効果を生み、これまでにない街なかへの集客につながる可能性を見出すことができた。

特に、屋台や産業祭などの「食」のイベントによる集客効果が高いことが実証されたから、今後、「食」を中心としたイベントと合わせて、音楽などのさまざまな催しを組み合わせることにより更なる集客を図ることが期待できる。

事業者、商工団体、まちづくり団体、教育機関及び行政などが連携して取組みを進めていく中で、今後のまちづくりに向けた関係づくりが推進された。

今回の社会実験では、まちなかの事業者、商工団体、まちづくり団体、教育機関、交通事業者及び行政で構成した実行委員会を中心として、これまでになく連携体制を築くことができた。

特に、まちなかの事業者を中心に組織されていた「いわき駅前賑わい創出協議会コンパクトシティ推進プロジェクトチーム」の一店逸品運動、空き地空き店舗有効活用、情報発信などの複数の部会の取組みと、行政など他の関係機関が初めて有機的に連動して事業を展開するなど、今後のまちづくりに向けた関係づくりをなお一層推進することができた。このことが多くの来街者からの好評を得たことにつながっていると考えられる。

さまざまな機会をとらえて広報を展開したものの、実験が長期間にわたったことなどから市民に十分伝わらなかった部分もあり、情報発信のタイミングや手段選択の重要性が認識された。

社会実験自体の実施に関する周知広報活動については、事前から、新聞、ラジオ、市の広報、フリ

ーペーパー、ホームページ、ポスター、新聞折込などあらゆる機会を捉えて情報発信を行った。

アンケート結果からみると、実際に来街した人は大半が「行政の広報誌」、「ポスター・チラシ」、「新聞」など何らかの媒体を通じて認知しており、その意味では広報効果はあったと言える。

一方で、まちなか居住者の約2割、勤務・通学者の約5割の人々が「知らなかった」「現地で見て初めて知った」など、日常的にまちなかに居ても認知されにくい実態が明らかになるとともに、イベントが2週間にわたったことや、市内大型店の広告と同日に折込がなされる結果になるなど、市民に十分に伝わらなかった面があり、広報のタイミングや手段選択の重要性が認識された。

通行量調査の結果等から、社会実験終了後の来街者数が減少しており、賑わいを持続可能なものとするためには、イベントの開催と合わせた商店街の複合的で継続的な取り組みが必要である。

まちなかの歩行者通行量の結果等から、社会実験終了後における来街者数が、イベント開催時と比較し減少していることが伺われる。しかし、来街者へのアンケート結果では、今後平のまちなかへ来る機会が増加するという回答が約65%あり、「減る」という回答はほとんどなく、今後とも魅力的な催しなどが行われれば、増加を期待することができる。

まちなかの賑わいを持続可能なものとするためには、集客の図られるイベントの開催と合わせて、一店逸品運動をはじめとした商店街の魅力づくりなどの複合的で継続した取り組みを進めることが必要である。

4.2 「収益性の向上（回遊性・波及性）」の観点からの評価

まちなかウェルカムチケットや一店逸品フェアなどの取組みを通じて、来街者が個店の存在やまちの魅力を知るきっかけとなるなど、回遊性の向上に一定の効果があった。

多彩なイベントがまちなかの各所で同時に開催されたことにより、賑わい空間が面的に広がった。特に、集客装置としての「屋台」の効果をまちなかに波及させるとともに、既存の飲食店等を気軽に利用してもらうことをねらった「ウェルカムチケット」については、屋台実験の会場のほか、街なかの飲食店や物販店等でも使えるようしたことから、当初予想の倍以上の購入があり、新規来店者が増えるなど、来街者の回遊性の向上に有効であることが確認できた。

また、まちなかの商業者が賑わい創出に向け、主体的に取り組んだ「一店逸品フェア」においても、フラッグ等により商店街としての統一感の醸成や逸品カタログの配布などにより、商店街や個店の魅力などを発信することができ、来街者がガイドを手に街歩きを楽しむ姿が見られるなど、集まった人々が各店舗を利用しやすくするような能動的な取組みが、来街者の回遊性や波及性を向上させる大きな要因となった。

社会実験の各事業に積極的に関わった個店を中心に客数や売上を伸ばすなど、来街者の増加を個店の収益性の改善に結びつける積極的な動きが見られた。

社会実験の各事業に積極的に関わるとともに、実験期間中に合わせて主体的に売上向上や経営改善に向けた取組みを行った商業者においては、来店者数や売上げの増加が見られるとともに、社会実験への参加に対する意識についても満足度が高く、今後の参加意向も高い傾向が表れており、実験による集客効果を、自らの店の収益性の改善につなげる動きが見られた。

このように来店を待つだけでなく、積極的な取組みを行う商業者がさらに増えることにより、集客効果をさらなる収益性の改善等に結びつける動きが加速され、街全体の魅力の向上と持続的な賑わいづくりが図られるものと期待できる。

ラトブの集客力をまちなかへ波及させるためにも、商店街とラトブが連携した仕掛けづくりの必要性が確認できた。

来街者の回遊性を見ると、社会実験として行ったまちなか総合案内所をはじめとするまちなかでの各種事業に参加した来街者の回遊性は高く、ラトブの商業ゾーンや総合図書館、産業創造館の利用率についても高いことから、ラトブオープンと社会実験との相乗効果により、来街者の回遊性の向上は図られた。

一方で、ラトブ利用者は、ラトブ内の回遊は見られるものの、波及が施設自体にとどまる傾向が強いことから、ラトブの集客力をまちなかへ波及させるため、商店街とラトブが一層連携した仕掛けづくりの必要性が確認できた。

ウェルカムチケットは、利用方法、参加店の範囲や経費率などについて、改善を求める意見があったものの、予想以上の利用があり、今後の発展が期待できる。

ウェルカムチケットについては、利用者からは、利用できる店舗が限られることや使い勝手の面、さらに商業者からは、共通経費の負担率などについて改善を求める意見が多く寄せられた。

一方で、このチケットは、主催者にとっては効果算定の基礎資料となったこと、商業者にとっては事業参加のきっかけとなったこと、利用者にとっては初めての店に気軽に訪れるきっかけとなったことなどに加え、当初目標を上回る購入があるなど、回遊・波及装置として有効に機能したと評価できる。

今後、街なかへの集客をさらなる回遊性や収益性の向上につなげるためには、寄せられた意見や運用方法などについて工夫改善を加えることが必要であり、今後の発展が期待できるものである。

4.3 「満足度の向上」の観点からの評価

(1) 「都市機能の向上」の観点からの評価

「つどいのひろば」における親子のふれあいや「まちなか総合案内所」におけるベビーカーの無料貸出しなど、来街者の利便性向上のためのサービス提供が非常に高い評価を受け、需要の大きさを実感できた。

都市機能の向上を目的とした事業の中では、つどいのひろばが予想以上の利用を集め、「今後も利用したい」とする回答が9割以上に達している。さらに、利用は少なかったものの「まちなか総合案内所」における車イス・ベビーカーの貸出しや荷物一時預かりについてもその評価は良好であった。

これらの取り組みは、少子高齢化の進展などに伴う来街者の多様なニーズに対応した新たなサービスを提供した結果であると考えられ、その需要の大きさとこれからの中心市街地に必要とされるサービス・機能であることがあらためて認識させられた。

今後はこれらの充実とともに、高齢者のサポート等、ライフステージに応じた多様なサービス・機能などソフト面での集積が、都市機能の向上を図るためには重要である。

また、ホスピタリティや情報提供といったソフト面の事業サービスは、継続的に行って、それが当たり前のこととして浸透することで真価を発揮するものと考えられる。

アンケートの結果にもあるように、一般来街者、まちなか居住者、まちなか勤労者（学生）等の立場の違いにより、満足度や求めるニーズに大きな違いがあることから、今後、多様なニーズの調和を図っていくことが都市魅力を向上させるためにも重要である。

アンケート調査において、社会実験の各事業やイベントへの参加に対する満足度は、一般来街者の評価では概して良好であったのに対し、商業者は相対的に低く、まちの活性化への効果に関する評価も消極的なところもあるなど、来街者などとの相違が見られた。

また、まちなかの賑わい創出に必要な今後の取り組みについての結果においても、来街市民はイベントや交通アクセス、休憩や遊びの場、多様な店の増加などを強く求めているのに対し、商業者は案内情報提供を重視する結果となっている。

まちなか居住者や通勤・通学者は、一般来街者がイベントの増加を多く求めているのに対し、多様な出店や大型商業施設を求めている。

性別年代別においても、男女 10 代が遊び場や多様な出店を上げる、男性 50 代などが交通アクセスを求める一方で、女性 50 代以上が歩きやすい環境整備などを求めている。

このように、来街者の立場の違いにより、求めるニーズや満足度に大きな違いがあることから、居住者や来街者の満足度を高め、リピーターを増加させるためには、イベントの継続実施もさることながら、市民の多様なニーズの調和を図っていくことが、都市魅力を向上させるためにも重要である。

(2) 「交通機能の向上」の観点からの評価

車社会が進み、公共交通機関の利用が減少している現状においても、多くの来街者が巡回バスを利用するなど、街なかを歩いて楽しみ、公共交通を利用するというスタイルは否定されていないと評価できる。

歩いて暮らせるまちづくりという実験趣旨から、産業祭の実験期間中、まちなかへの自動車での直接アクセスを制限し、周辺での駐車場利用促進、巡回バスの運行という方策をとった結果、巡回バスは予想を上回る利用があり、駐車場も無料開放時には利用台数が大幅に増加した。

街なかから離れた駐車場に駐車し、そこで巡回バスに乗り換え、さらに街なかを歩くというスタイルは決して否定されていないと評価することができる。

巡回バスの乗り場やルートがわかりにくいという不満も聞かれたが、100 円という料金による利用は抵抗なく受け入れられ、市役所～T1ビルという短距離の利用も多いこと等から、公共交通の利用もニーズに合致したサービスであれば増進できる可能性はあると見ることができる。

また、今回の実験では、100 円の料金と引き換えにウェルカムチケットを渡し実質的な負担をなくしたように、利用によるメリットをアピールする方策の検討や、バス自体の付加価値、乗る楽しみを高める方策等も検討に値すると考えられる。

自動車の利用が当たり前の生活スタイルの中に公共交通の利用を共存させるには、公共交通を、利用することによるサービスや魅力を提供することも重要である。

マイカーだけでなく、鉄道やバス、タクシー、自転車、徒歩といった多様な移動手段の確保と歩いて暮らせるコンパクトなまちづくりの重要性を再認識することとなった。

アンケート結果によると、来街手段として全体の約 6 割が自家用車であり、路線バスや鉄道などの公共交通利用者は 1 割にも満たない結果となっており、自動車が主力の移動手段となっていることが伺える。

このような状況の中で来街者を増やすためには、自動車がスムーズに駐車できる環境整備が必要であり、まちなか駐車場における共通駐車券の発行など、環境改善を含めた取り組みが求められるとともに、今後、環境負荷の低減と同時に、車を運転できない高齢者の増加も予想される中では、利用しやすいバス等公共交通システムの活用を図ることが重要である。

また、社会実験においては、多くの来街者が街なかを歩き、各店舗を訪れるなど、「歩く」ことで、店と店が結びつき、一つの街として賑わいが波及することとなった。

一方で、産業祭における市民運動場と本町通り方面との距離のように、歩くことを楽しむにも限界があり、マイカーだけでなく、鉄道やバス、タクシー、自転車、徒歩といった多様な来街手段を確保することが必要であることや、歩いて楽しめるまちの魅力の連続性の創出を図ることの重要性も確認できた。

このようなことから、利用しやすい公共交通システムと歩いて暮らせるコンパクトなまちづくりが市街地に持続可能な賑わいを創出する上で重要であることを再認識することとなった。

4.4 今後の取り組みに向けて

今回の社会実験では、街なかの商業者に加え、商工団体、まちづくり団体、教育機関及び行政が、これまでにない緊密な連携のもと、多彩な取り組みを実施した結果、街なかに来街者が多く訪れ、これまでにない回遊が見られるとともに、総じて好評価が寄せられるなど、大きな成果を得ることができた。

今後、この成果を一過性のものとすることなく、「中心市街地の持続可能な賑わいの創出」を図っていくためには、各主体が連携と協力を図りながら、次のような観点に立った取り組みが求められる。

生活者の視点に立った都市サービス等の充実

- ・ 「つどいのひろば」や「まちなか総合案内所」のような相談・案内サービスの提供、さらには「屋台」のようなまちなかの交流・憩いの空間の創出などについては、来街者や居住者から高評価が寄せられるなど、中心市街地の利便性や魅力を高める多彩な取り組みを集積していくことが求められている。
「住み、働き、学び、楽しむ」といった生活者の視点に立った都市サービス等の充実に向けて、生活者のニーズを踏まえながら、多様な団体が適切な役割分担と連携を図っていくことが重要である。
- ・ また、中心市街地の活性化には、外からの集客・交流だけではなく、そこに住む人などを増やし、「暮らし」の場としての機能を高めることが重要であり、社会実験を通じて得られた成果等を活かした継続的な事業展開を進めながら、「まちなか居住」の促進に関しても積極的に検討していくことが求められる。

多様な主体の連携と運営体制の整備

- ・ 街なかの賑わい創出を図るためには、単発のイベントではなく、内容や対象の異なる複数のイベントを関連付けて実施するのが効果的であること、また、来街者や居住者の多様なニーズに応えるためには、より多くの主体が関わるということが重要であることが今回の社会実験を通じて確認された。
特に今回は、商業者に加え、商工団体、まちづくり団体、教育機関、交通事業者及び行政などが、これまでにない緊密な連携のもと、「歩いて暮らせるまちづくりいわき地区社会実験実行委員会」を組織し、企画から実施のあらゆる段階で主体的に取り組んだ結果、大きな成果を得ることができたと考えられる。このことから、多様な主体がまちづくりに参画し、連携して取り組むためのしくみづくり、運営体制づくりが今後も重要である。
- ・ また、既に平のまちなかでは、「いわき駅前賑わい創出協議会」に商業者が主体となったコンパクトシティ推進プロジェクトチームが設置され、今回の社会実験との連動した取り組みも含め、一店逸品運動、空き地空き店舗有効活用、情報発信、共通駐車券発行などに関して複数の部会を設けて検討や事業を推進しており、今後は、それら体制をより強化し、仕組みづくり、資金づくり、人づくりへと進めていくことも重要である。
その際、まちなか・まちづくりの当事者として、決して商業者だけでなく、さまざまな事業所やまちなか居住者、学生、さらにはまちを利用する幅広い市民の知恵と力を取り込むなど、まちに関わる様々な主体（行政を含め）間の連携を強めながら、効率的、効果的に各種事業を展開で

きる体制を継続して育てていく必要がある。

- ・ さらに、中心市街地は、商業、交通、サービス、居住及び公共機能等の都市機能が集積し、市内の各地域にとっても「ハレ」の舞台、「いわき市の顔」として大きな役割を担うものであり、各地域が中心市街地を活用して情報発信を更に強めるなど、交流と連携をさらに強め、中心市街地として中心性や求心力を高めていくことも重要である。

持続可能な事業展開

- ・ 本実験では、「まちなか屋台」「街なかコンサート」「いわき産業祭」などイベント性の濃い事業が中心となったが、特に今回初めて試みた「まちなか屋台」では、来街者の高評価の裏側で、運営スタッフの負担が大きなものとなるなど、「持続可能性」という点での課題が残ったことから、今後は、既存ストックをさらに活かすとともに、イベント等の実施時期の調整などを含め運営方法などの検討を行うとともに、一定期間効果が継続できるような事業に重点を移しながら持続可能な事業を実施していくことが求められる。
- ・ 持続可能性を確かなものにしていくという点では、「街なかコンサート」や「一店逸品運動」のような民間主体による自主的な取り組みを、地域全体で積極的に支援することが重要である。
- ・ また、平のまちでは、駅前再開発ビル「ラトブ」のオープンに引き続き、駅前広場や新駅ビルの整備、さらには、いわき芸術文化交流館「アリオス」の開業などが目前に予定され、都市の核としての基盤が強化されることになることから、それらと連動して整備効果を取り込み、ソフト面の集積を図りながら、街全体の回遊性や集客性を高めていくことが必要である。

特に、商店街を中心として、街なかへの回遊を促す仕掛けづくり等を検討することに加え、「アリオス」という一大文化拠点と連携し、定着したまちなかコンサートも生かしながら、まち全体で芸術文化に関するテーマ性を持った集客や交流の方法を工夫していくことが重要である。

多様な広報手段の効果的な活用

- ・ 新聞、ラジオ、広報誌、広告チラシ、インターネットのホームページなどを活用して広報したものの、市民には十分に伝わらないことが多かったことを踏まえ、タイムリーな情報発信のための体制の整備、時宜を得た広報手段の選択などにも工夫が必要である。
- ・ まちなか総合案内所という拠点を置いた意味は大きく、店の魅力、まちの魅力情報を伝えるソフト面のサービスや事業は継続的に行ってそれが当たり前のこととして浸透していくことで進化を發揮するものであることから、今後とも各主体が連携を強めながら継続的に取り組む必要がある。