

地方都市における中心市街地活性化に寄与するまちなか駐車場のあり方 —北見市中心市街地を事例として—

小林 美希

1. 研究の背景と目的

地方都市の中心市街地では郊外への市街地拡大に伴い人口が減少し、生活関連施設が減少し、都市の中心部でありながら、安心して暮らすための生活基盤そのものが崩壊しつつある。一方、郊外部においては、自家用車利用を前提とした、新しいライフスタイルが定着している。車利用が前提となっている地方都市では、その中心市街地も新たなまちなか駐車場のあり方を考えていく必要がある。

したがって、本研究では、北海道のオホーツク圏の中核都市として位置づけられていながらも、中心市街地が車社会に対応できずに衰退を余儀なくされている、北海道北見市において、地方都市の中心市街地活性化に寄与するまちなか駐車場のあり方について考察することを目的とする。

2. 研究の方法

本研究の方法として、①文献¹⁾より、北見市中心市街地の概要について明らかにする。②北見市中心市街地の駐車場に関する既往調査²⁾と、現在進められている都市再生基本構想³⁾より、まちなか駐車場整備において基本となる項目を整理する。③ターゲット別の住民へのグループヒアリング⁴⁾を行い、住民の意向を把握する。④アンケート調査⁵⁾により、実際に中心市街地内の駐車場利用者による波及効果分析を行う。⑤②～④より、今後の北見市中心市街地活性化に寄与するまちなか駐車場のあり方について考察する。

3. 北見市中心市街地の概要（図1）

現在の中心市街地では市街地内の大型商業施設の閉店や郊外に大型商業施設、ロードサイド店が集積されてきたことにより、小売販売額、歩行者通行量など衰退を示す指標が表れてきている。また、中心市街地の居住者についても、人口・世帯数ともに減少が進んでいるとともに、高齢者人口が増加していることから、高齢化が進んでいることが示されている。

以上から、中心市街地駐車場分布図（図1）を見ると、中心市街地には虫食い状に空き地ができ、それぞれ種類の違う多数の小規模な駐車場が散在している。また、中心市街地内には空き店舗も多く存在している。

4. ターゲット別マーケティング分析（表1）

北見市内の子育て世代、シニア世代、中心市街地の商店主を対象に、それぞれ5～8名ずつでグループヒアリングを行い、ターゲット別に中心市街地と駐車場に関する意見を把握した。

その結果、子育て世代には子供を連れていても買い物のしやすい環境整備や、シニア世代にはより使いやすい無料バス運営、商店主にはイベント企画などの運営の補助、来街者にとって親しみやすい店作りなどが、それぞれ求められていることがわかった。そして、共通して、満車の心配のない大型の無料平面駐車場の整備やそれによる多世代の「来街のしやすさ」の向上と、カフェやサークル活動の場の提供により、中心市街地が「時間を過ごす場」となることが求められている。



図1 北見市中心市街地駐車場分布図

表1 ターゲット別グループヒアリング

①子育て世代対象ヒアリング結果	
店舗・施設への意見	<ul style="list-style-type: none"> □ 中心市街地の店舗は高くして高齢者向けのイメージがある □ 現在の中心市街地の店舗は入りづらい雰囲気がある □ 郊外の店舗の方が物が安い □ 中心市街地には子供を遊ばせる施設や行きたいと思う店舗がない □ 学生など若い人向けの店舗がない □ 気軽に時間をつぶすことができる店舗や場所がない □ 子育てサークルをやっているが、サークルの活動場所を探すのが大変 □ 親が買い物しやすいように、子供を預かるシステムがあればいいのではないか □ 街の情報発信はやはりウェブサイト活用が有効だと思う
駐車場など交通手段	<ul style="list-style-type: none"> □ 中心市街地部のバス路線が複雑で理解できない □ 坂が多いので自転車はあまり利用しない □ 中心市街地で駐車場を利用するときは、市役所かNUPSなどの大型の立体駐車場を利用する □ 路上駐車上は利用しない □ 女性専用の駐車スペースがあり、利用している □ 広くて駐車がしやすい、平面屋根付きで無料の駐車場がほしい
②シニア世代対象ヒアリング結果	
店舗・施設への意見	<ul style="list-style-type: none"> □ シャッター街になればなるほど足が遠ざかる □ 週に2〜3回来街 □ 病院へはバスや車で来て、買い物して帰る □ 買い物をしないと、商店街の駐車場の無料チケットをもらいつらい □ 観光で紹介するところがない □ 宅配サービス付きの店をよく利用する □ 比較するほど店舗数がないし、時間がつぶせるような店や場所がないので商店街でウインドウショッピングするという感覚がない □ 公共施設が分散して使いづらい □ ネットで買い物してしまう □ まちなかにサロンのようなコミュニティスペースが必要だと思う □ 子供や中高生が行く店や時間をつぶせる場所がない □ パソコンサークルなど市民活動を市が支援してくれない □ 活動場所の提供などをしてほしい □ 大丸（北見の和菓子店）のようなご当地ブランドをもっと発掘すべき □ まちなかに人々が気楽に集まれる場所やスポーツトレーニングができる場所があるといい □ 一人暮らし高齢者が帰りに寄って、必要な分だけ購入できる量り売りのお惣菜屋さんがあるといいと思う □ 北見市民のおすすめ情報誌やウェブサイトを作るといいと思う
駐車場など交通手段	<ul style="list-style-type: none"> □ 満車の心配のない大型の駐車場の良いと思う □ 駐車場は無料にして、気軽に来街して店でお金を使うようにしてほしいと思う □ 平面の大型駐車場とその近くにカフェのような気軽に休憩できる居場所が必要 □ 歳をとって自分が運転できなくなったり、家族が送迎できなくなった場合の生活への不安がある □ 高齢者用の無料バスははかり利用している □ 小型の無料バスを頻度を上げて循環させてほしい □ バスで来街したときは、待ち時間に街を回遊する
③中心市街地商店主対象ヒアリング結果	
店舗・施設への意見	<ul style="list-style-type: none"> □ お客さんが商品を選んでいる間に子供を遊ばせる場所がないのが悩み □ 働いてくれる人が不足しているのが悩み □ 商店街組合には「人手」と「資金」が不足している □ 実際にイベントを企画してはいるがマンネリ化している □ お祭りにはたくさんの中高生を見かけるので、子供も大人も参加できる魅力的なイベントが毎月1つぐらいあればにぎわうのではないかと □ 空き店舗情報をまとめて、若いやる気のある人がお店を始められるシステム作りをすべき（お店づくりについて相談にのるサービスなど） □ 若者や高齢者がスポーツやバンドなどができる場所をまちなかで提供することが活性化につながると思う □ 商店主同士のコミュニケーションや協力が重要だと思う
駐車場など交通手段	<ul style="list-style-type: none"> □ お客さんに商品をゆっくり選んでもらえるように無料の駐車場がほしい □ 車で来て、目的の品だけ買ってすぐ帰るような人が多い □ 商店街の中に平面駐車場があったほうが良い □ 冬の除雪の妨げになるので路駐は困る □ 無料バスがあるから買い物に来てはいるお客さんがいる □ まちなかに車を停めて、街でお店を利用できるような一体的な駐車場整備をしてほしい

表2 駐車場利用者による波及効果

【質問1】性別					
男	女	合計			
56	40	96			
【質問2】年齢					
20歳未満	20〜39歳	40〜59歳	60歳以上	無回答	
0	31	50	11	4	
【質問3】来街の目的					
買い物	飲食	仕事	イベント	レジャー	
21	9	12	18	0	
趣味	行政機関	金融機関	病院	その他	
6	26	1	3	7	
【質問4】来街頻度					
毎日	週に数回	月に数回	年に数回		
10	33	28	25		
【質問5】1台当たりの乗車人数					
1人	2人	3人	4人	5人以上	
63	17	10	5	1	
【質問6】駐車時間					
30分以内	30分〜1時間	1〜2時間	2〜3時間	3時間以上	無回答
19	26	28	6	15	2
【質問7】駐車料金					
高い	ちょうどいい	安い	無回答		
5	63	10	18		
【質問8】訪問先（2名以上から挙がったものを多い順に示す）					
□市役所	□お祭り	□バラボ	□仕事先	□ナップス	
□ラーメンささき	□北見赤十字病院	□小林病院	□大丸菓子店	□パチンコ	
□和助 食堂	□市民サービスセンター	□自宅	□サウナ	□サウナ	
□保健センター				（その他多数）	
【質問9】中心市街地に関する要望等の意見					
□商店街の店の休みが多く、閉店時間も早い					
□飲食街の充実をしてほしい					
□住みやすいように年配の人に対する配慮をほしい					
□目的地に近い駐車場がない（とくに北見赤十字病院近く）					
□駐車場が少なく、停めにくい					
□中心地に利便性の高い大型駐車場がほしい					
□人が少なくなって寂しいので、にぎわってほしい					
□道幅が狭いので、路駐には限界があると思う					
□空きスペースを若者に貸して活性化してほしい					
□駐車場の管理をわかりやすく一体的に統一してほしい					

5. 駐車場利用者による波及効果分析（表2）

北見市中心市街地の主な5箇所的一般有料駐車場で、駐車場の利用者へアンケート調査を行った。

買い物や行政機関への用事を目的として来街する人は、駐車時間も1時間以内と短く、中心市街地を回遊していない。また、来街頻度としては、普段はお祭りのようなイベントがない限り来街しないため、年に数回程度という人が多かった。1台あたりの乗車人数は、家族や友人というよりは一人で来街する人が多いため、少なくなる傾向にあった。仕事を目的として来街する人は、月極契約をしており、ほぼ毎日来街していた。

以上のことから、来街しやすくなり、回遊したくなるような駐車場整備とともに魅力的な店舗づくりやイベントが中心市街地に必要であることがわかった。

6. 北見市中心市街地活性化のための駐車場のあり方

北見市中心市街地活性化のために以下の重要な点が明らかになった。一般有料、月極、専用といった駐車場の種類の区別がわかりやすいように、①駐車場の一体的な運営、②見やすい表示の工夫、が必要である。来街者増加のため、③満車の心配のない大型の停めやすい平面駐車場の整備、④中心市街地を回遊できる程度の駐車場の無料の時間設定、⑤歩きやすい歩行空間づくり、⑥店自体の魅力と商店主同士のネットワーク、⑦カフェやサークル活動の場の提供により中心市街地が「時間を過ごす場」となること、⑧駐車場スペースのイベント時での利用、が考えられる。

以上より、まちなか駐車場の整備や計画は、歩行者の回遊性を生み出すことにつながり、中心市街地活性化に寄与する。

【補注】1) 北海道北見市、「北見市中心市街地活性化基本計画」、2011年3月 2) 北海道北見市、「北見市中心市街地交通総合基本計画」 3) 北海道北見市、「北見市都市再生基本構想」、2010年6月 4) 日程：10月27日、11月15日／対象：子育て世代(8名)、シニア世代(8名)、商店主(5名) 5) 日程：7月20〜22日／対象：全5箇所(まちなか大通ビルParabo駐車場、有料パーキング小西、大幸三条パーキング、NUPS駐車場、マルハンパーキング3条) 駐車場利用者96名