



令和6年度 ちよチャレ



~CHIYODA **WALKABLE** CHALLENGE~

知ると楽しいまちの歴史・文化～本の世界・活字文化～

実施概要・報告

1. 実証実験の概要

実証実験の目的

- 現在、神田神保町靖国通り沿道では、まちの将来像・具体的な方策を検討しており、その中の一つとして、歩道空間の継続的な活用による通りの魅力向上を目指している。
- 歩道が通行するだけの空間となっていることやまちの案内が少ないことが地域の課題となっており、その課題解決を目的として本実験を実施する。

実証実験の実施場所

- 靖国通り(専大前交差点・駿河台下交差点間)



出典: Open Street Mapを基に作成

実証実験の実施日時

- 11月25日(月)~12月1日(日) 11時~16時

1. 実証実験の概要

実証実験の実施内容

- 歩道の継続的な活用により、目指す姿(案)を踏まえて、実証実験の実施内容を設定。

【実施内容①(ポイント1-2をコンセプト)】

ストリートファニチャーの設置による滞留空間の創出【11月25日(月)～12月1日(日)】

【実施内容②(ポイント2-2をコンセプト)】

滞留空間上での活字文化を味わうことができるイベントの実施【11月30日(土)】

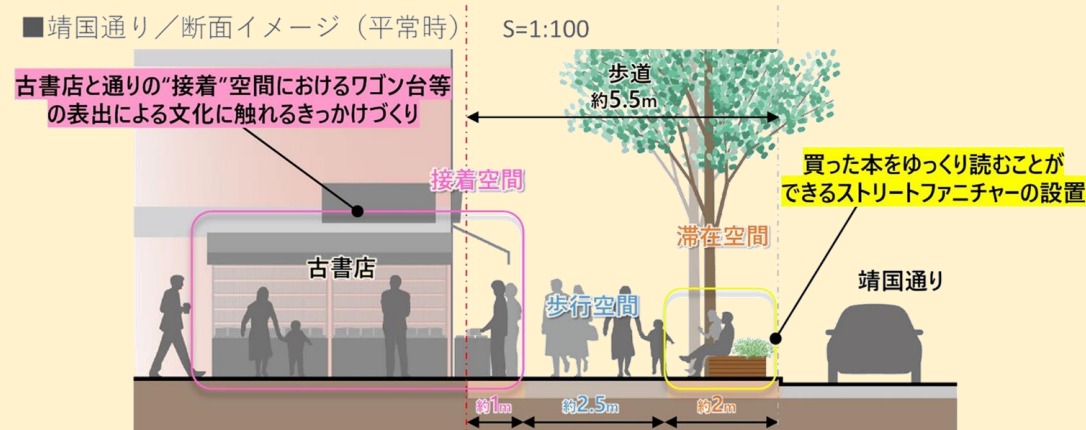
平常時の目指す姿(案)

ポイント1-1

古書店と通りの“接着”空間におけるワゴン台等の表出による文化に触れるきっかけづくり

ポイント1-2

買った本をゆっくり読むことができるストリートファニチャーの設置



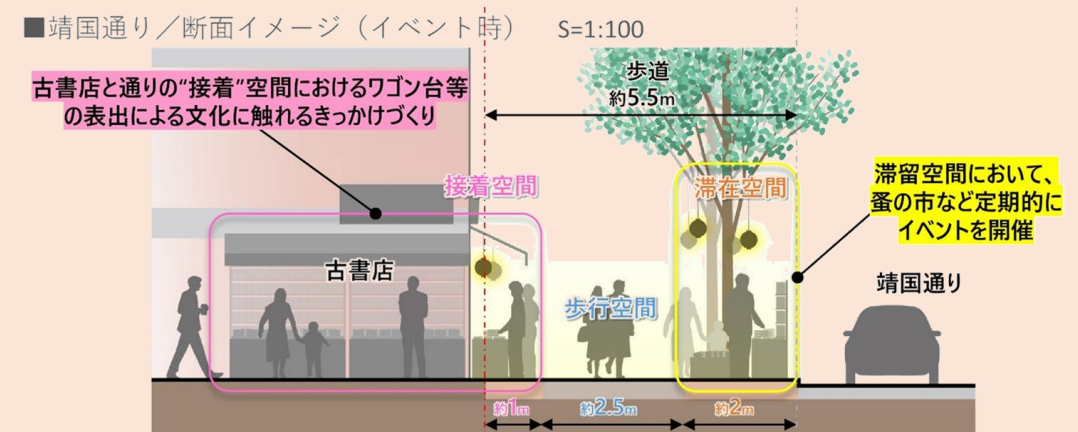
イベント時の目指す姿(案)

ポイント2-1

古書店と通りの“接着”空間におけるワゴン台等の表出による文化に触れるきっかけづくり

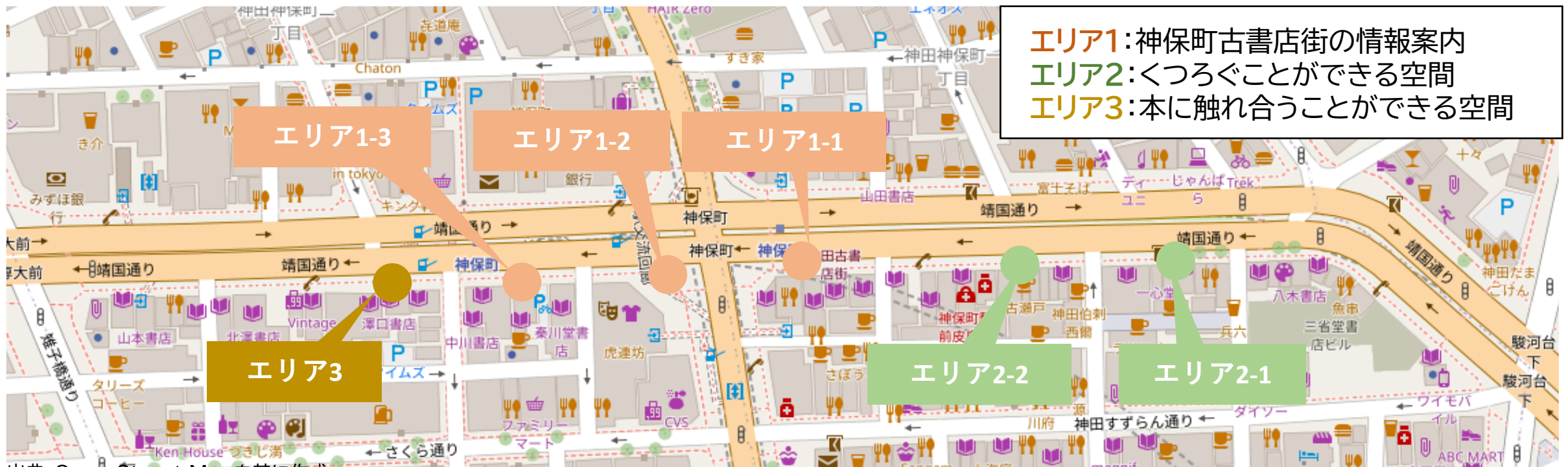
ポイント2-2

滞留空間において、蚤の市(のみのいち)など定期的にイベントを開催



1. 実証実験の概要

実証実験の実施内容①【ストリートファニチャーの設置による滞留空間の創出】の概要



出典: Open Street Mapを基に作成



神保町古書店マップを配布
(期間中に350枚配布)



1. 実証実験の概要

実証実験の実施内容②【活字文化を味わうことのできるイベント】の概要



エリア4（しおり作成ワークショップ）

当日は
21人が参加



1. 実証実験の概要

実証実験の運営管理

- ・ 実証実験の運営管理にあたって、主に設営、巡回、イベント案内、撤収を実施。
- ・ 設営・撤収時には平均で10人、巡回時は2人の人員を配置。

運営管理の内容		実施時間帯	配置人数							
			11/25 (月)	11/26 (火)	11/27 (水)	11/28 (木)	11/29 (金)	11/30 (土)	12/1 (日)	平均
設営	ストリートファニチャー の設置	10時～11時	12人	12人	10人	11人	9人	9人	7人	10人
巡回	実証実験の実施箇所 において、安全上支障が ないかを現場で確認 (30分間隔で実施)	11時～16時	2人	2人	2人	2人	2人	2人	2人	2人
イベント案内	開催したイベントの受付 やレクチャー							3人		3人
撤収	ストリートファニチャー の撤収	16時～17時	11人	11人	11人	10人	9人	8人	7人	10人

1. 実証実験の概要

実証実験の効果計測

- 実証実験の効果計測について、以下の視点から実施した。

【視点①】歩道空間の活用による道路交通への影響

- 歩道上の歩行者数の計測を行い、歩道空間活用時においても、歩道のサービス水準のA水準を満たすことができるかを検証。

【視点②】歩道空間の活用による通りの魅力向上

- 歩道上の滞留空間の利用者数の計測や利用者の意向を把握することで、歩道空間の活用による通りの魅力向上の効果を検証。

歩道のサービス水準

A	問題なく歩行可能	～27人／m・分
B	やや制約	27～51
C	やや困難	51～71
D	困難	71～87
E	ほとんど不可能	87～100

- 具体的には、以下の3種類の調査を実施した。

効果検証の視点	調査種別	調査の概要
【視点①】 歩道空間の活用による 道路交通への影響	A:歩行者数調査	- 各調査地点で5分間にそこを通過する人数をカウントし、1時間あたりの人数に換算(ゲートカウント調査方式)。 - 実験実施日(11月25日～12月1日)、実験非実施日(12月3日(火)、12月7日(土))における11:00～15:00の各時間帯で計測を実施(1日5回計測を実施)。
【視点②】 歩道空間の活用による 通りの魅力向上	B:アクティビティ 調査	- 各調査地点で滞留者の分布及び行動を記録(スナップショット調査方式)。 - 実験実施日(11月25日～12月1日)、実験非実施日(12月3日(火)、12月7日(土))における11:00～15:00の各時間帯で計測を実施(1日5回計測を実施)。
	C:アンケート調査	- 実証実験に対する満足度・ニーズ等を把握するために、WEBアンケート調査、及び調査員の聞き取り調査を実施。 - WEBアンケート調査は調査実施日(11月25日～12月1日)にWEBアンケート用のQRコードを設置。 - 調査員の聞き取り調査は11月30日(土)に実施。

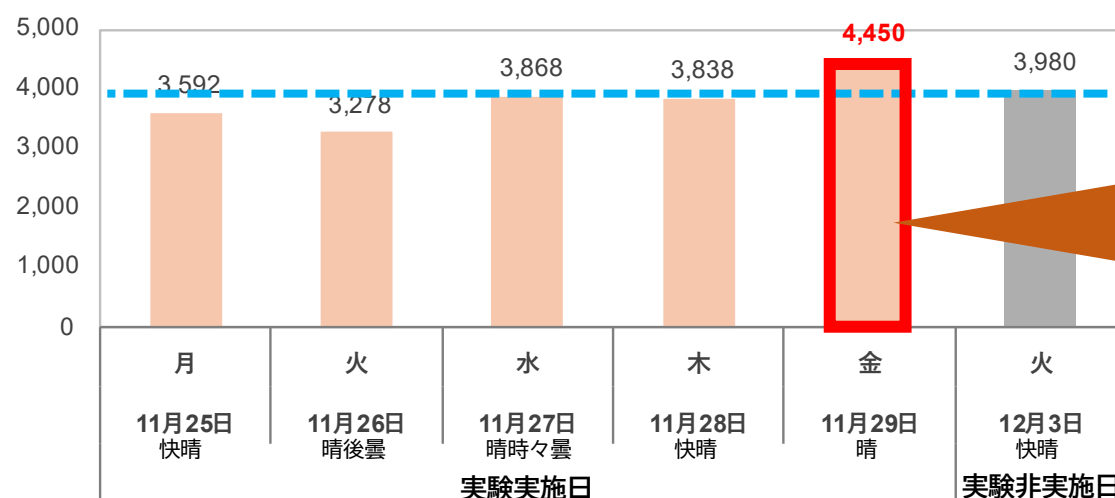
2. 実証実験の結果

【視点①】歩道空間の活用による道路交通への影響(平日)

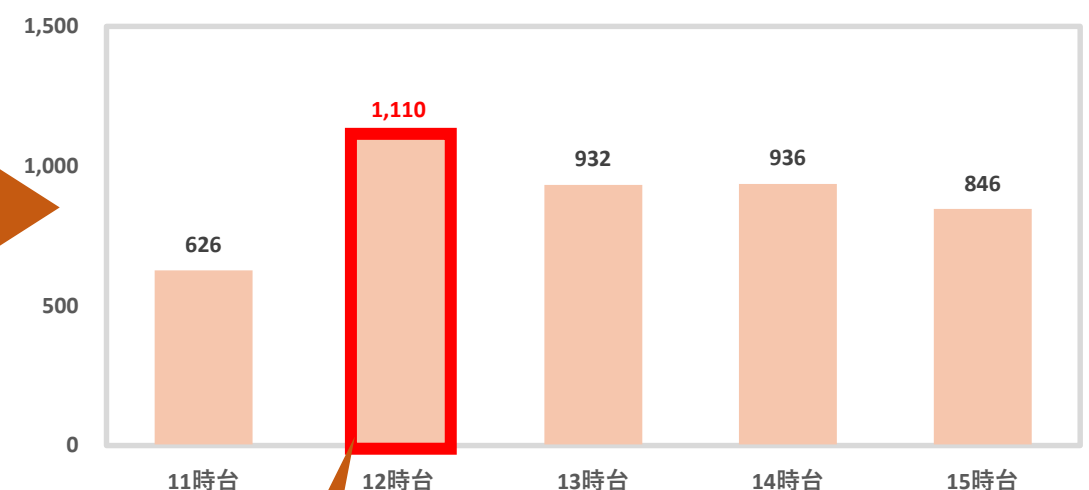
■平日における道路交通の影響(A:歩行者数調査より)

- ・ 実証実験の実施日・非実施日において、歩行者数に大きな違いがないことが確認できた。
- ・ 実証実験実施時の歩行者数がピークになる日付・時間帯に着目し、歩道のサービス水準を確認すると、**A水準を満たす(歩行に影響はないレベル)こと**が確認できた。

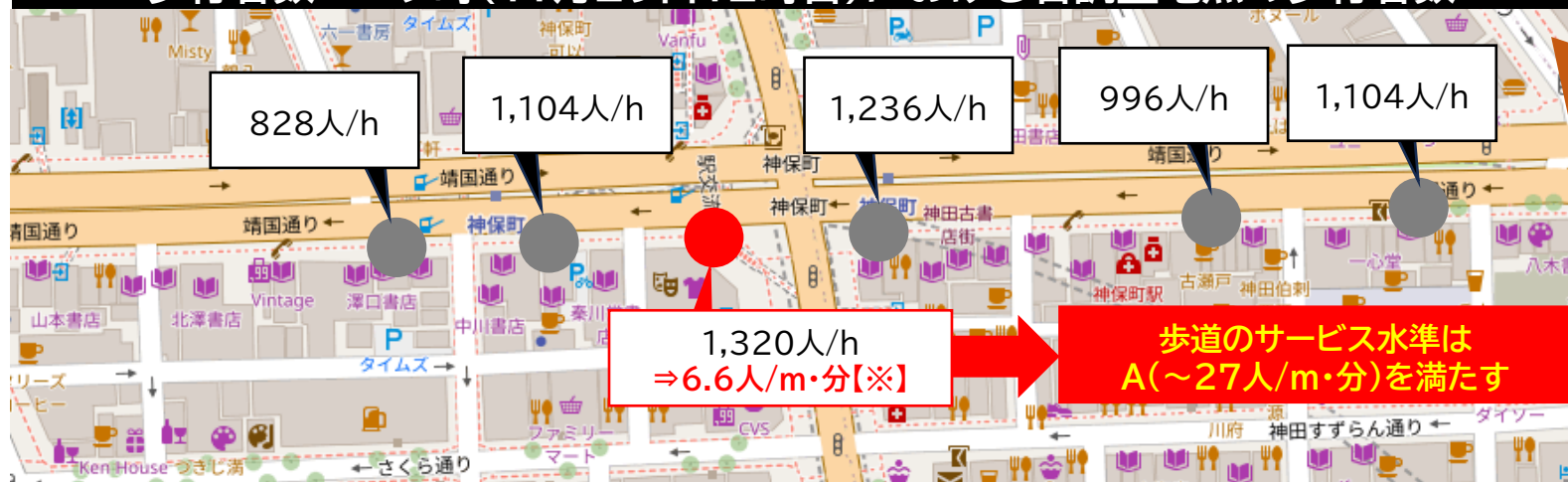
平日における調査地点平均の歩行者数(11時～15時)



11月29日における時間別歩行者数



歩行者数ピーク時(11月29日12時台)における各調査地点の歩行者数



参考:歩道のサービス水準

A	問題なく歩行可能	～27人／m・分
B	やや制約	27～51
C	やや困難	51～71
D	困難	71～87
E	ほとんど不可能	87～100

出典:Open Street Mapを基に作成

※歩道のサービス水準の基準値＝1時間あたりの歩行者数÷60÷有効幅員。なお、実証実験時の歩道の有効幅員は3.5m確保。

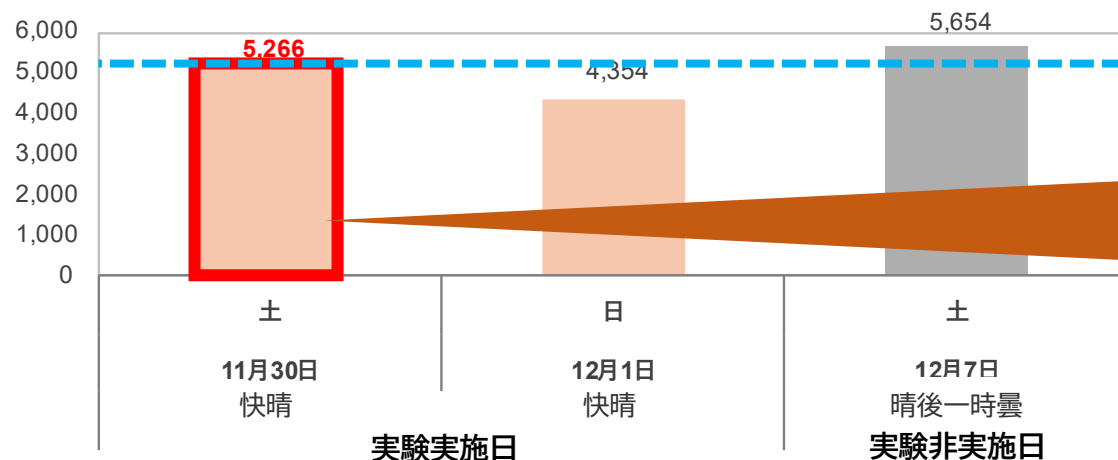
2. 実証実験の結果

【視点①】歩道空間の活用による道路交通への影響(休日)

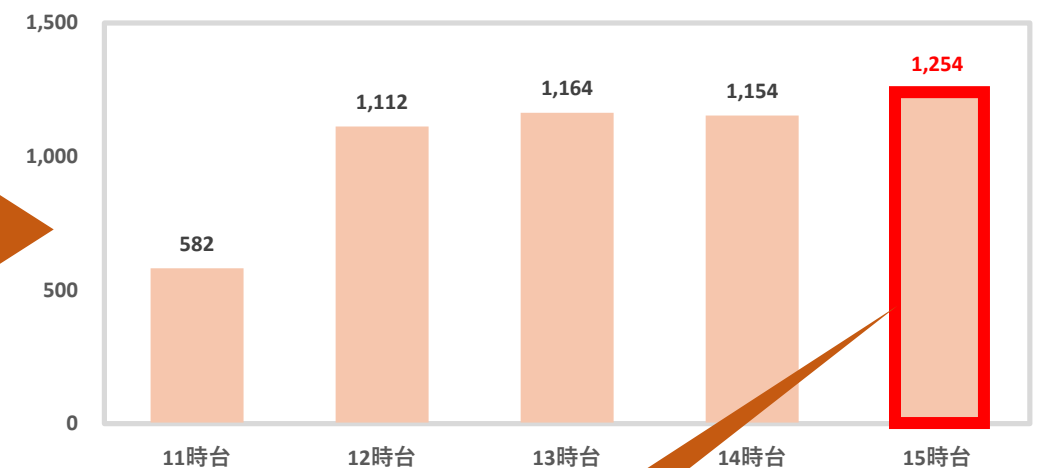
■休日における道路交通の影響(A:歩行者数調査より)

- ・ 実証実験の実施日・非実施日において、歩行者数に大きな違いがないことが確認できた。
- ・ 実証実験実施時の歩行者数がピークになる日付・時間帯に着目し、歩道のサービス水準を確認した結果、**A水準を満たす(歩行に影響はないレベル)こと**が確認できた。

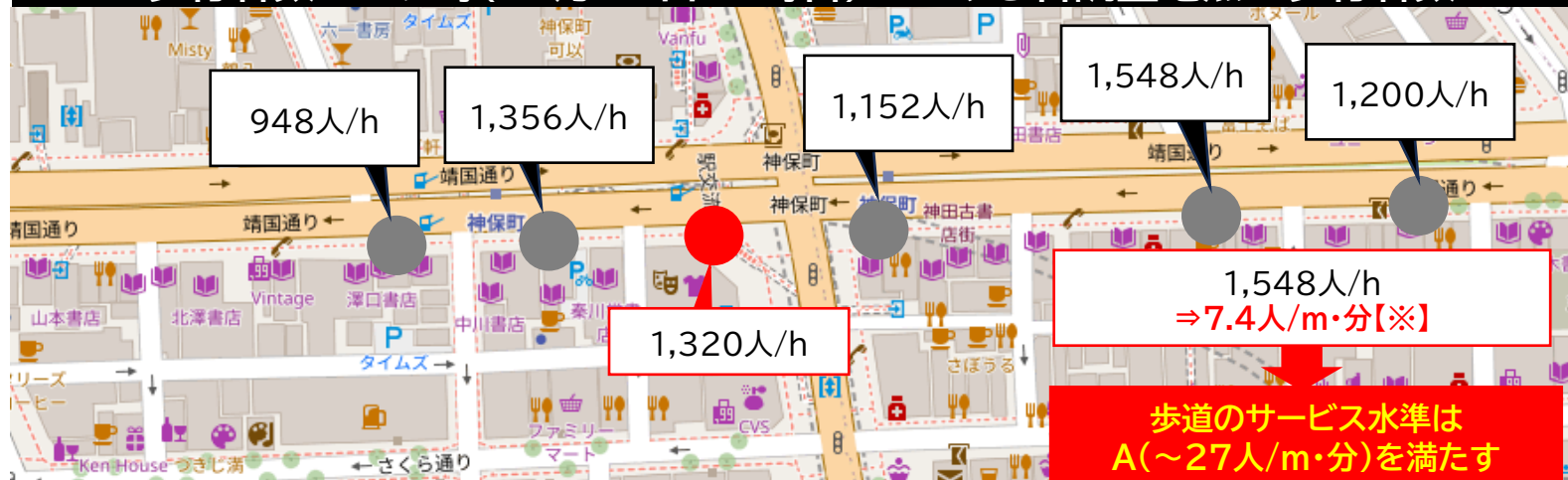
平日における調査地点平均の歩行者数(11時～15時)



11月30日における調査地点平均の歩行者数



歩行者数ピーク時(11月30日15時台)における各調査地点の歩行者数



参考:歩道のサービス水準

A	問題なく歩行可能	～27人/m・分
B	やや制約	27～51
C	やや困難	51～71
D	困難	71～87
E	ほとんど不可能	87～100

出典:Open Street Mapを基に作成

※歩道のサービス水準の基準値＝1時間あたりの歩行者数÷60÷有効幅員。なお、実証実験時の歩道の有効幅員は3.5m確保。

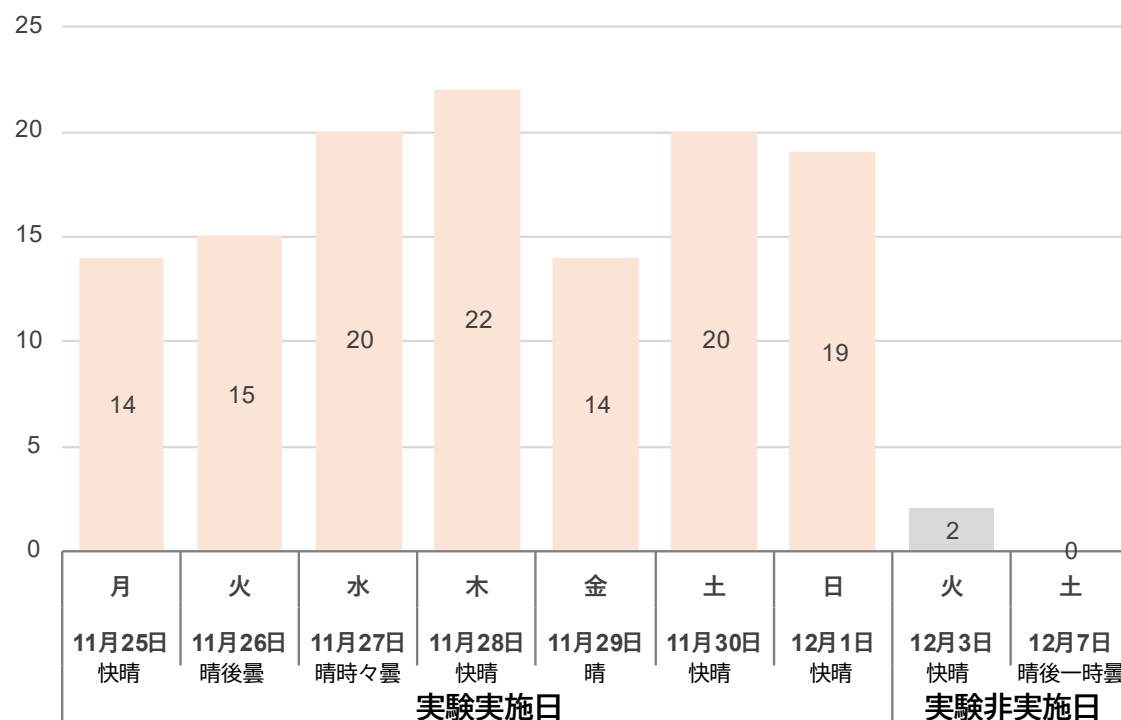
2. 実証実験の結果

【視点②】歩道空間の活用による通りの魅力向上

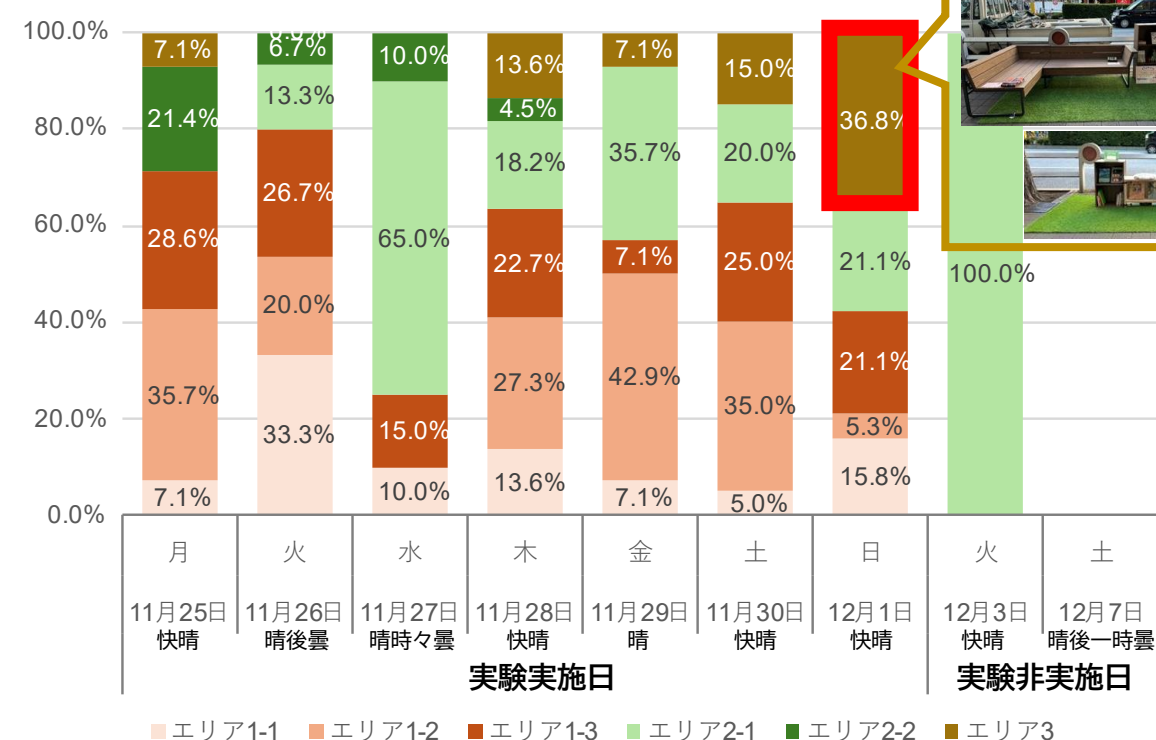
■実証実験の実施箇所における滞在者(B:アクティビティ調査より)

- ・ 実証実験の実施日において、**滞在者数の増加**が確認できた。
- ・ 平日・土曜日は古書店街の情報案内(エリア1)に人が多く滞在し、日曜日は本に触れ合うことができる空間(エリア3)に人が多く滞在することが確認できた。

実証実験の実施箇所の滞在者数(※)



実証実験の実施箇所の滞在者の滞在エリア割合



※11:00～15:00の各時間帯で計測(1時間毎計5回)した滞在者数の合算値。

エリア1: 古書店街の情報案内
エリア2: くつろぐことができる空間
エリア3: 本に触れ合うことができる空間

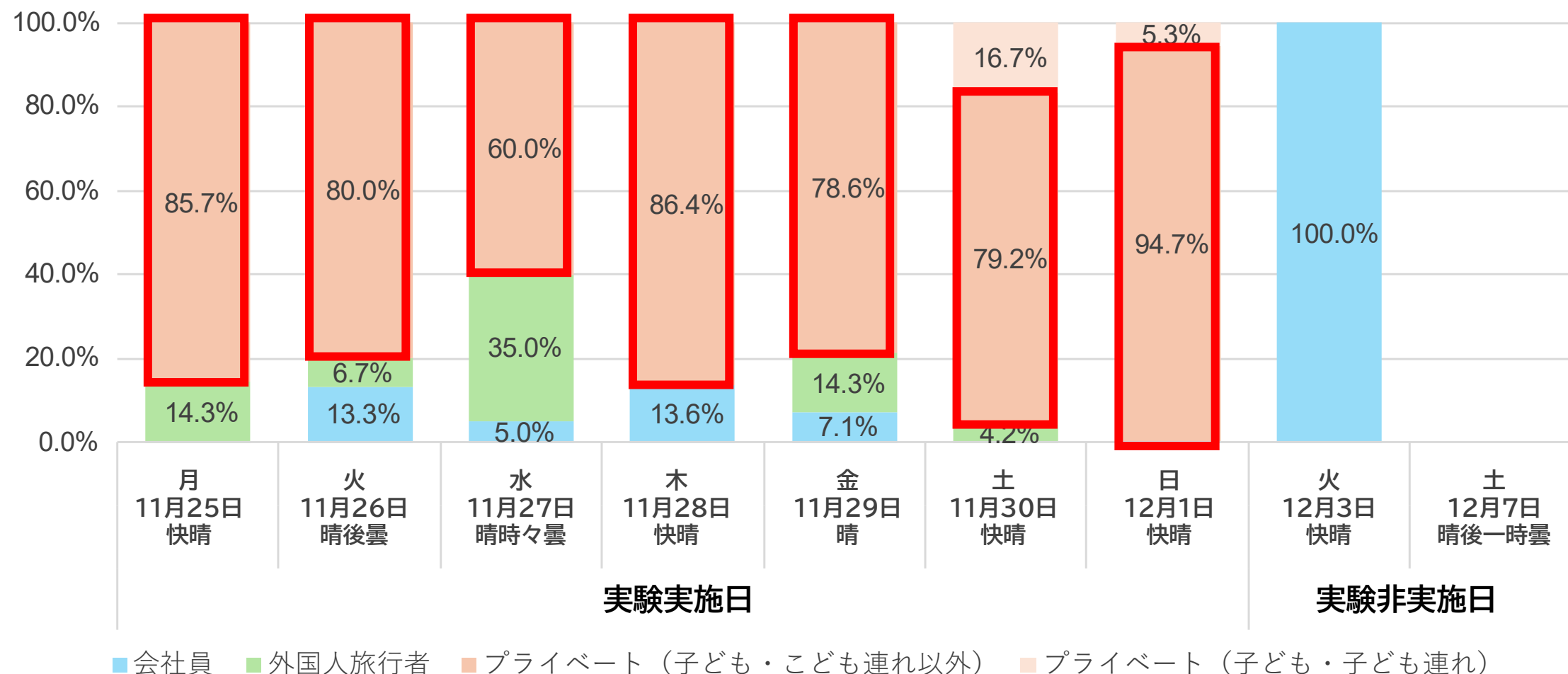
2. 実証実験の結果

【視点②】歩道空間の活用による通りの魅力向上

■実証実験の実施箇所における滞在者(B:アクティビティ調査より)

- ・ 平日・休日にかかわらず、滞在者の属性はプライベートが大部分を占めていることが確認できた。
- ・ 実施日によっては、外国人旅行者の利用が確認できた。
- ・ 平日は会社員の利用、休日は親子の利用が一定程度確認できた。

実験実施箇所における滞在者の属性



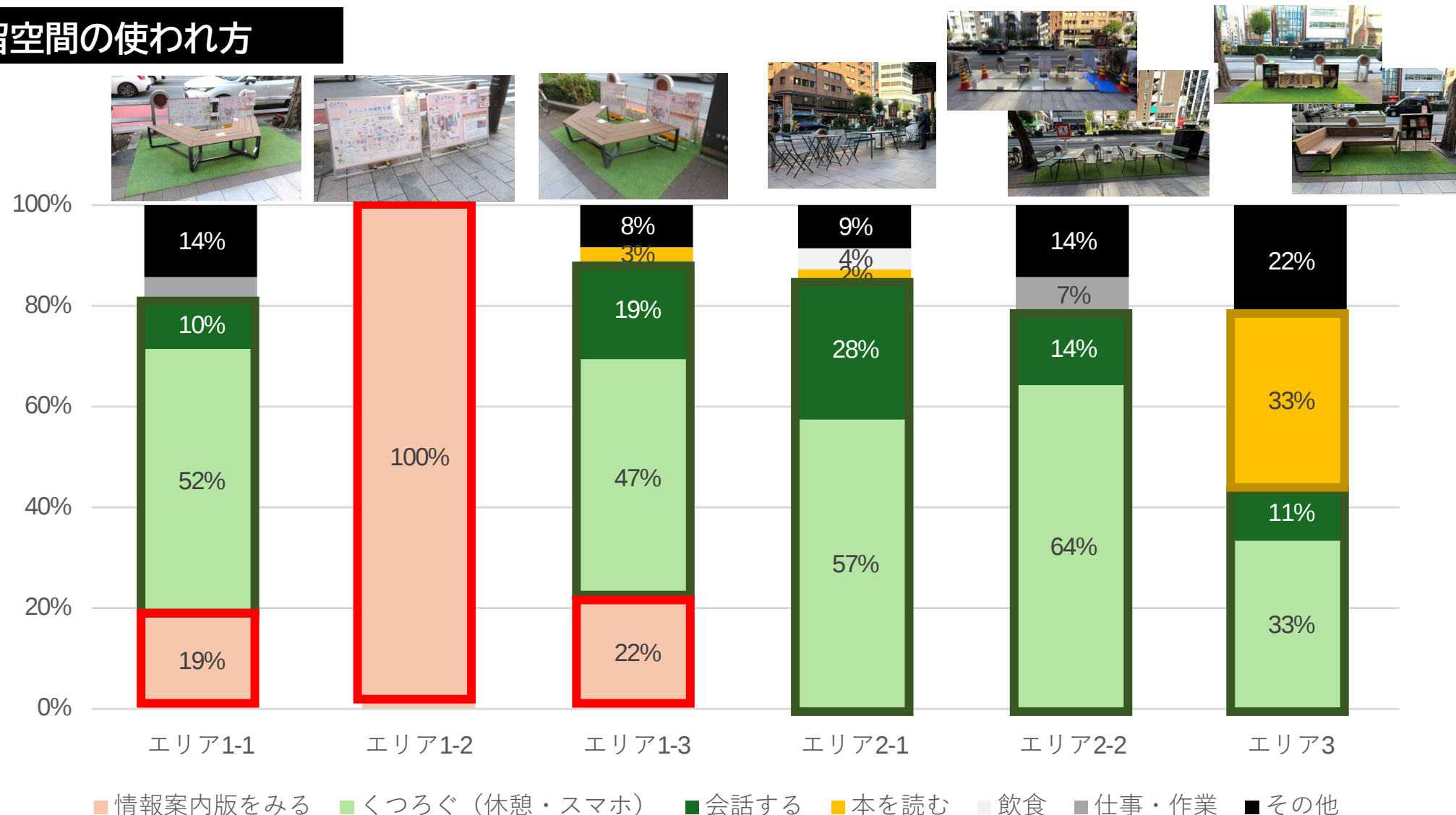
2. 実証実験の結果

【視点②】歩道空間の活用による通りの魅力向上

■滞留空間の使われ方(B:アクティビティ調査より)

- 情報案内板のみでストリートファニチャーを設置しなかったエリア1-2を除いた全てのエリアで「くつろぐ」「会話する」といった活動が多く実施されていることが確認できた。
- エリア1(古書店街の情報案内)では、「情報案内板をみる」といった活動が一定程度確認できた。
- エリア3(本に触れ合うことができる空間)では「本を読む」といった活動が一定程度確認できた。

滞留空間の使われ方



■ エリア1: 古書店街の情報案内
 ■ エリア2: くつろぐことができる空間
 ■ エリア3: 本に触れ合うことができる空間

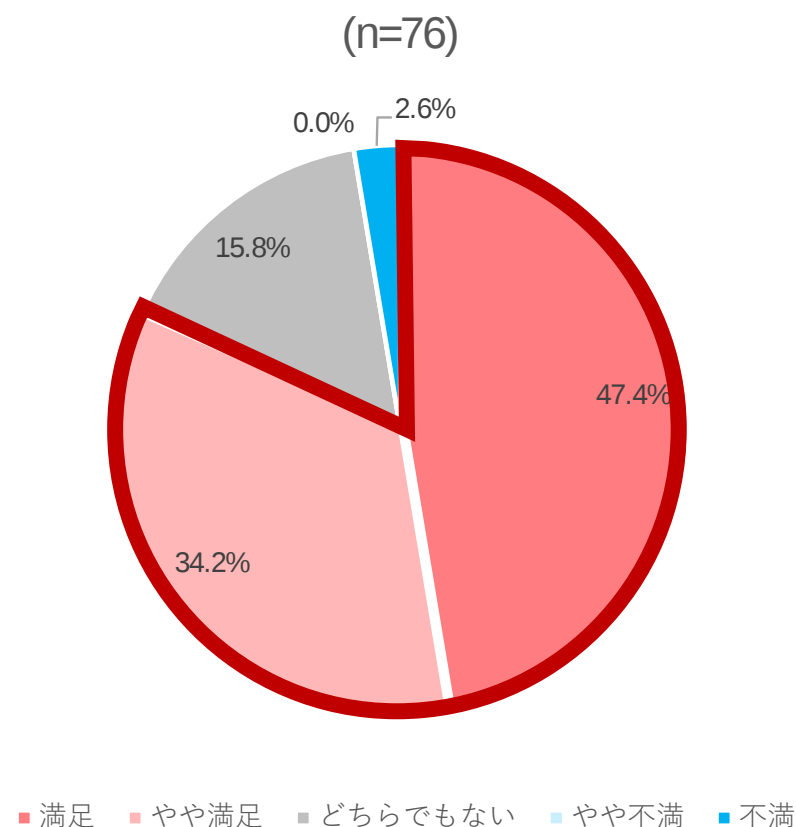
2. 実証実験の結果

【視点②】歩道空間の活用による通りの魅力向上

■利用者の満足度(C:アンケート調査より)

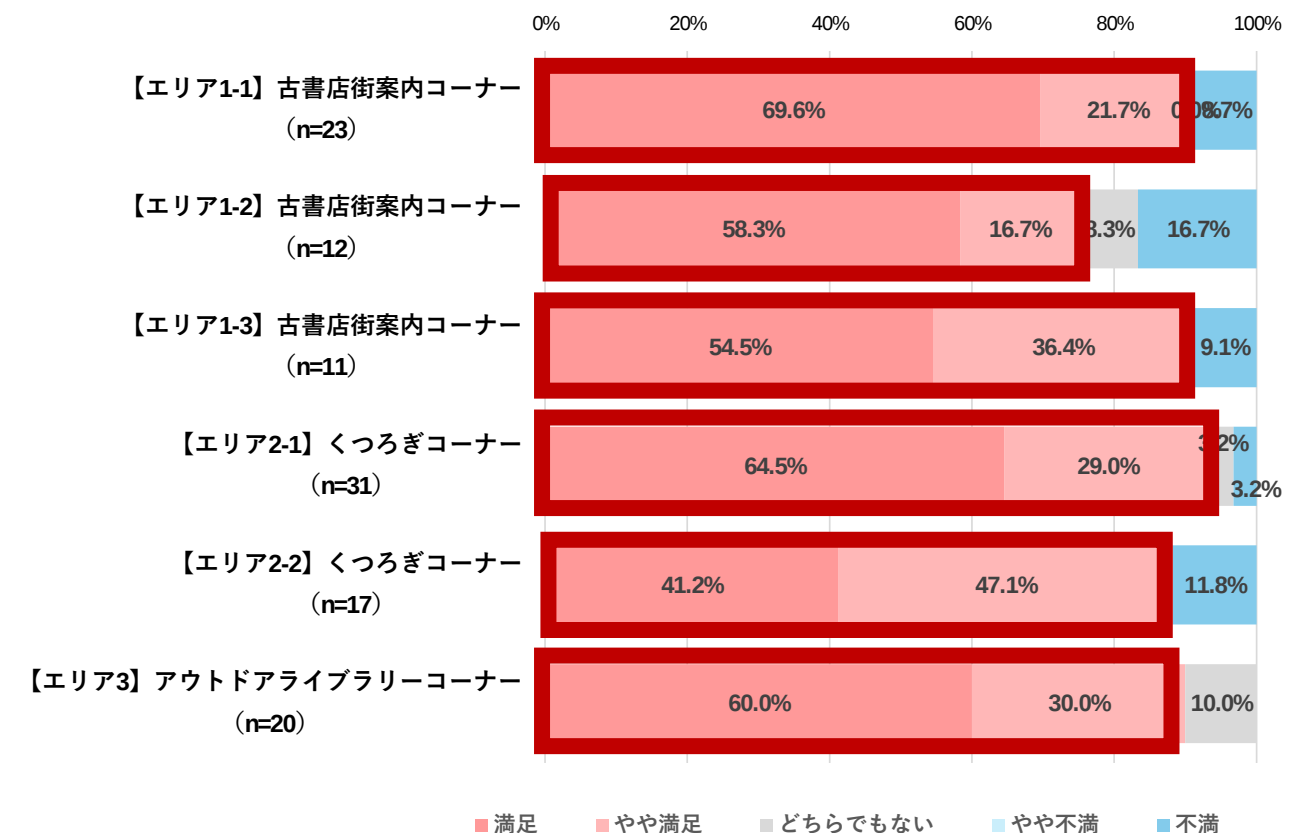
- ・ ちよチャレの取組み全体の満足度について、**8割程度が満足**と回答。
- ・ 各コーナーの満足度についても、【エリア1-2】古書店街案内コーナーでは**7割以上**、その他のコーナーでは**8割以上満足**と回答。

ちよチャレの取組みの満足度



ちよチャレの各コーナーの満足度

※コーナー利用者のみ回答



各コーナーに対する改善点に関する主な意見(最も多い意見を抜粋)

- 【エリア1:古書店街案内コーナー】掲示物が目立たない・気づかない(4件)
- 【エリア2:くつろぎコーナー】屋根を設置してほしい(2件)、材質が冷たい(2件)
車道に近いためくつろげない(2件)
- 【エリア3:アウトドアライブラリーコーナー】特になし
- 【全般】トイレの場所の周知(1件)、実証実験の周知(1件)

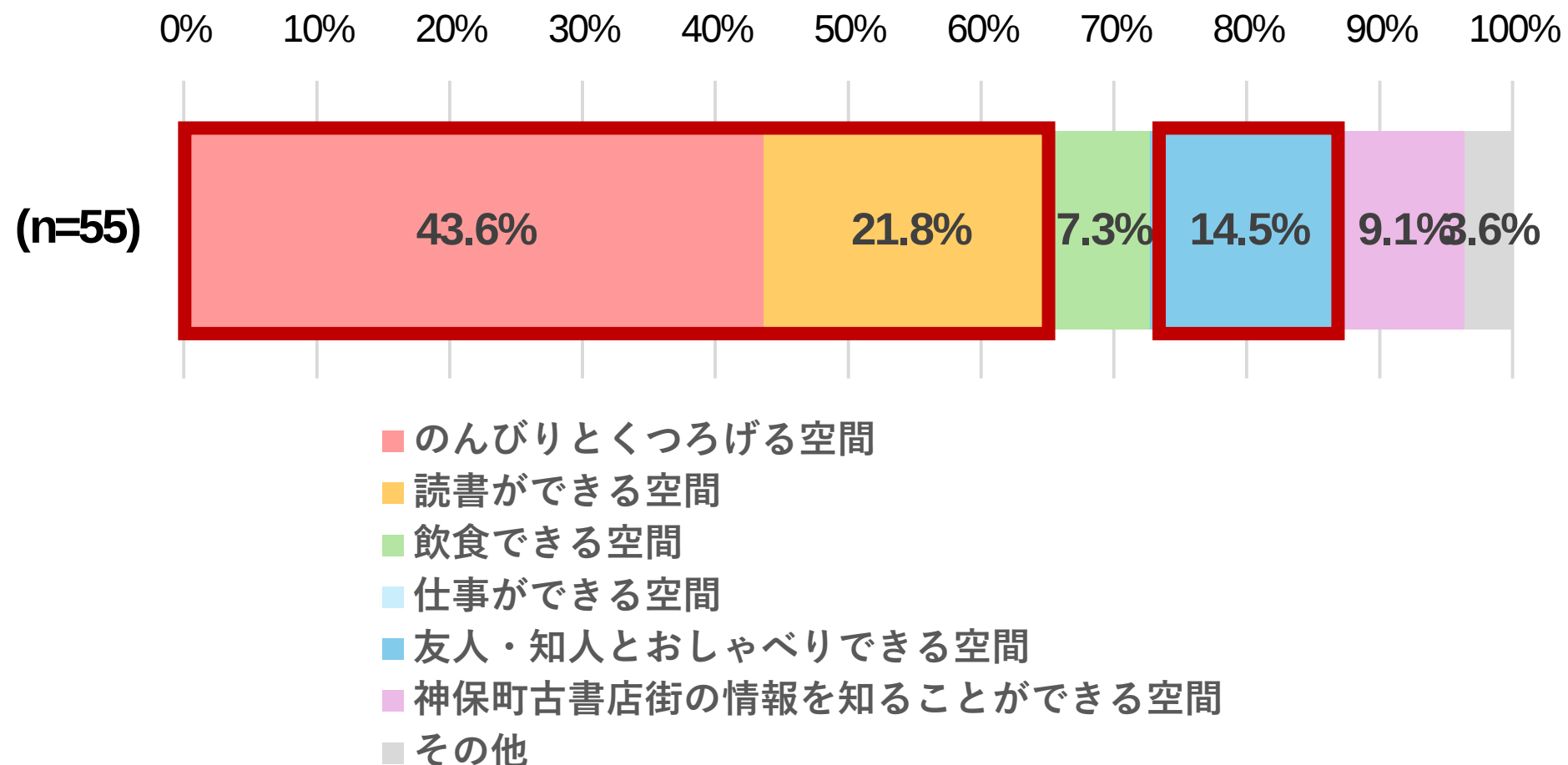
2. 実証実験の結果

【視点②】歩道空間の活用による通りの魅力向上

■空間に対するニーズ(C:アンケート調査より)

- ちよチャレで創出してほしい空間の意向として、のんびりとくつろげる空間、読書ができる空間、友人・知人でおしゃべりできる空間の順で高くなっており、今回の実証実験で創出した空間とニーズがある程度合致していることが確認できた。

ちよチャレで創出する空間へのニーズ



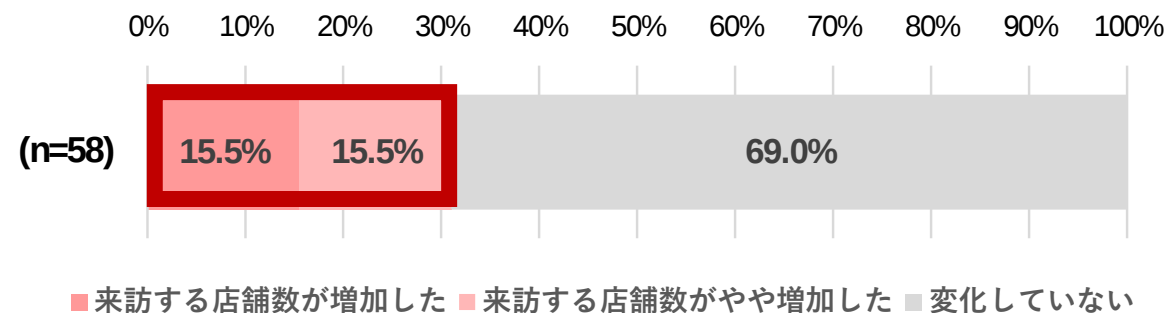
2. 実証実験の結果

【視点②】歩道空間の活用による通りの魅力向上

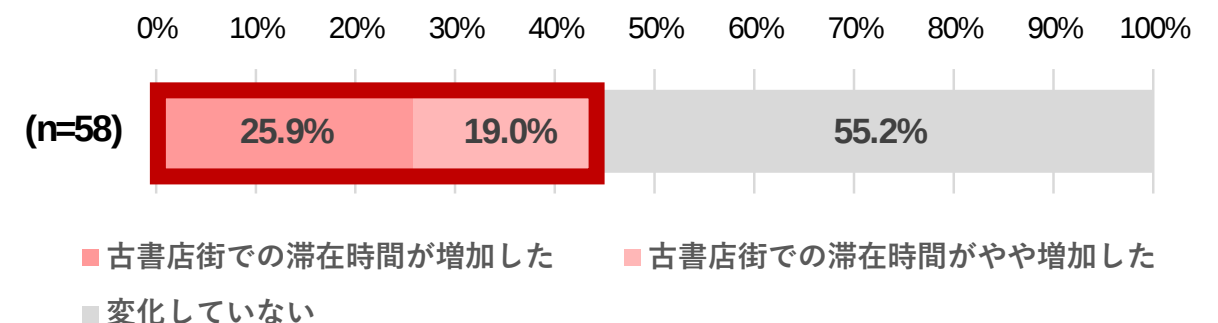
■取組みがまちに及ぼす効果(C:アンケート調査より)

- ・ ちよチャレの実施の効果としては以下の通り。
 - － 来訪する古書店が増加したと回答した方が3割程度
 - － 古書店街での滞在時間が増加したと回答した方が4割程度
 - － 行ってみたい・興味のある古書店が見つかったと回答した5割程度

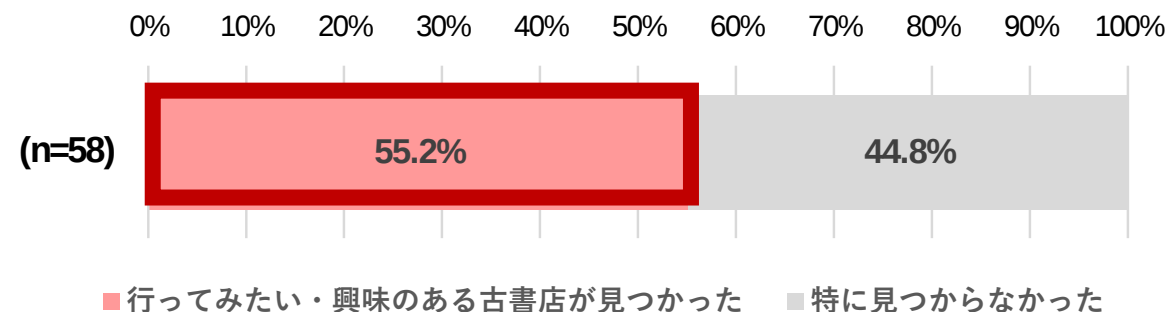
古書店来訪頻度の変化



滞在時間の変化



新しい古書店の発見



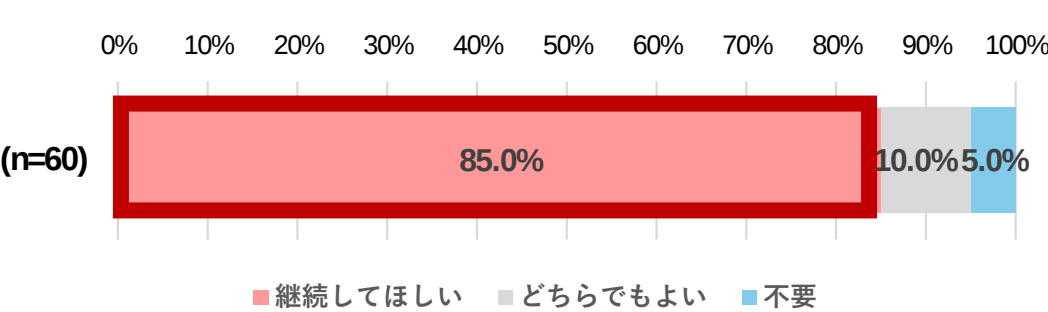
2. 実証実験の結果

【視点②】歩道空間の活用による通りの魅力向上

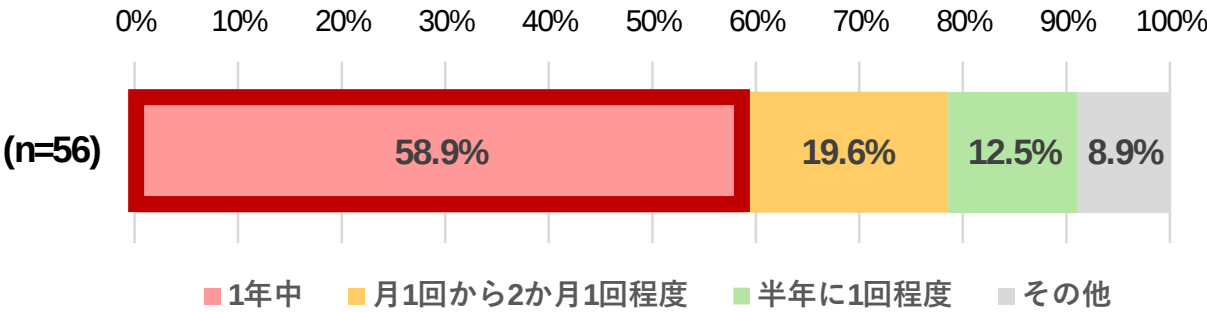
■取組みの継続意向(C:アンケート調査より)

- ちよチャレの継続意向について、**8割以上**が継続してほしいと回答。
- 開催期間については、**6割程度**が**1年中**開催してほしいと回答。
- 開催時期については、**7割程度**が**秋**に開催してほしいと回答。

ちよチャレの取組みの継続意向

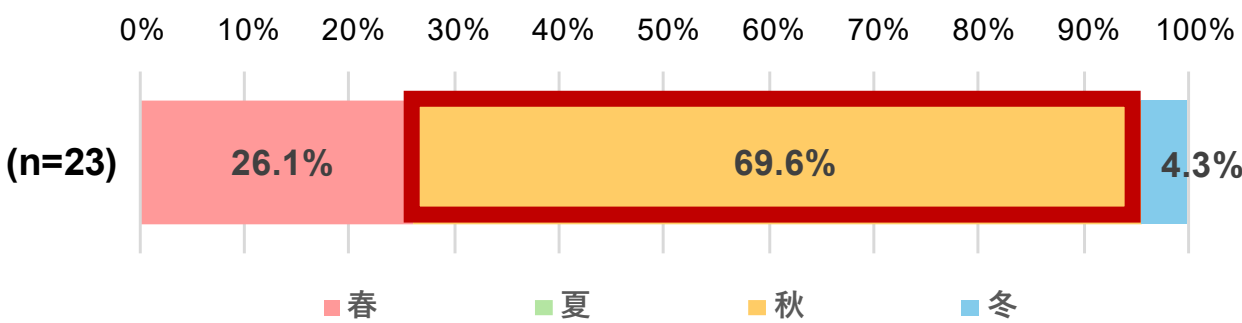


ちよチャレの取組みの開催期間のニーズ



継続してほしいを選択した理由	件数
気軽に座って休憩ができたから	17件
神保町の魅力を紹介していたから	6件
ちよチャレの取組に魅力を感じたから	10件
その他	5件

ちよチャレの取組みの開催時期のニーズ



2. 実証実験の結果

■実証実験の結果のまとめ

検証項目

【視点①】

歩道空間の活用による道路交通への影響

歩道上の歩行者数の計測を行い、歩道空間活用時においても、歩道のサービス水準のA水準を満たすことができるかを把握。

■歩道空間活用時の歩道の水準

- 平日・休日の両日とも、歩道空間活用時においても、歩道のサービス水準のA水準（歩行に影響はないレベル）を満たしていることを確認
- ⇒ベンチ等を設置したことによる道路交通（歩行）への影響はないレベルであることを確認。

【視点②】

歩道空間の活用による通りの魅力向上

歩道上の滞留空間の利用者数の計測や利用者の意向を把握することで、歩道空間の活用による通りの魅力向上の効果を検証。

■取組みを通して創出した空間に対する評価

- 滞留空間の創出により、滞在者の増加を確認。
- 実験参加者の大部分は取組みに満足と回答。
- 取組みで創出してほしい空間のニーズとしては、のんびりとくつろげる空間、読書ができる空間、友人・知人でおしゃべりできる空間の順で高くなっている。また、実際の滞留空間の使われ方をみると、全てのエリアでくつろぐ、会話するといった活動が多く実施され、本に触れ合うことができる空間であるエリア3では本を読むといった活動が一定程度確認。

⇒今回の実証実験で創出した空間とニーズがある程度合致していることを確認。

■取組みがまちに及ぼす効果

- まちの情報案内コーナーを通して、行ってみたい・興味のある古書店が見つかったと回答の方が5割程度存在。
 - まちの情報案内コーナーでは、350枚の神保町古書店マップを配布。
- ⇒古書店街の情報を多くの人の目に触れてもらうことで、まちのファンを増やすことに寄与する可能性があることを確認。

■取組みの継続性

- 実験参加者の大部分は継続意向があると回答。
- また、取組みの開催期間については、1年中の開催を希望する方が6割以上と長期間の開催を希望する声が多かった。
- 一方で、実証実験の運営管理において、設営・撤収では平均10人程度、巡回は2人で実施しており、一定程度の人数を要した。

⇒取組みを継続的に実施するためには沿道店舗との連携体制の検討が必要。

3. 実証実験の総括

実証実験の概要・結果

- ◆ 古書店街を舞台に、ウォーカブルな要素である「道路空間(パブリック空間)」を活用して、滞留空間、及び案内板を設置した結果、多くの人が利用し、満足度も高いことを確認した。



今後の展開や可能性

- ◆ 「取組みの試行的実施」の繰り返し「取組みを通じた担い手の育成・関係者の巻き込み(連携)」
- ◆ 今回の取組みを踏まえた「地域の目標・ビジョンの検討」

