

石橋まちなかりノベーションⅢ

地域名 下野市
地域パートナー名 下野市 総合政策部 総合政策課

24班
コミュニティデザイン学科 武田 剛士
建築都市デザイン学科 奥田 千聖 滝沢 菜智
社会基盤デザイン学科 浅田 裕亮 五月女 隼輔



1. 背景

・株式会社東洋経済新報社による全国の市区を対象とした「住みよさランキング」で下野市は県内・北関東で1位、関東で9位と評価されている
・町には個人経営の店、スーパーも多く、大きな公園、遊歩道もあり生活に適している
しかし見学後、
→石橋駅周辺は若者が少なく、活気が感じられない。



若者を巻き込んだ地域内経済の活性化を目指す。
(特に20~30代、子育て世代)

2. 目的

特に子育て世代にターゲットを絞り、子育て世代が石橋地区にてより生活しやすい環境づくりを行う
→子育て世代が生活する上で必要になる情報(親子で参加できるイベント、子ども入りやすい店舗)をさらに石橋地区外の人々に伝える
・子育て世代を石橋地区内に取り込む

5. 結果 I

〈結果〉
・多くの方が石橋地区外から来ている
・大手のスーパーマーケットや大型商業施設を利用する傾向がある
・一方で、地元の店舗は認知度が低い

〈今後の方向性〉
・石橋地区外の店舗の共通点をピックアップし、地区内の店舗にて代用する
・石橋地区内の子育てにやさしい施設を現在利用することができるか、どのように利用されているのかを調査・発見し、それらをマップに落とし込む
・石橋地区内に住んでいる人々を対象としたマップ作りを進め、石橋地区を子育てにやさしい地区としてアピールし、さらに地区外からの利用促進につなげる

4. 調査の結果

石橋地区外: インターパーク、総合グラウンド、おまちや動物園、真澄公園の中の家(猫) (猫山) 遊歩道あり、猫草なし、子供も入り、安眠できるから
ママ友と情報共有できる、ママ友を作る場所
公民会主催のイベント、コマダ製菓、公園、ネット、幼稚園、保育園、支援センター
日常的に利用するスーパー、ドラッグストア
カネミ、からし、コックにマル
どのところも施設もよめるか
小学生と分けられている、安心して遊べる、車が入らない、民間が運営している、こじんまりしている、空気が綺麗



写真2 調査の結果一覧

3. これまでの流れ

【1st】若者が主催するウォークラリーの開催
昔の魅力を若者主体で企画・運営し、多世代が参加することで、地域の魅力を多世代に感じてもらうため
→〈問題点〉
・対象者の幅が広がりすぎると企画の実行に無理が生じる
・明確な効果も出にくい
【2nd】子育て世代にやさしいまちづくりマップ作り
石橋地区内の子育て世代を対象に、石橋地区の子育て世代にやさしい場所を調査・整理した石橋地区の子育て世代向けのマップ作り
→〈改善点〉
対象者を子育て世代のみに限定することで、より実用的な情報になる
→〈調査〉
大松山公園で遊ぶ未就学児の保護者に聞き込み調査
【3rd】マップ作りに向けた情報の整理
→〈調査〉
子育て世代が利用できる個人経営の店舗・地元のスーパー(チェーン店の飲食店・スーパー除く)に現地調査
→成果物の作成(マップ作り)

4. 調査 I (聞き取り調査)

〈目的〉
・石橋地区内の子育て世代が地域のどの店舗・施設を利用しているかを探る
・子育て世代が生活する上で、店舗・施設に求める条件を探る

〈日時〉
2021年10月26日(火) 13:00~16:00
〈場所〉
大松山公園(下野市大松山1-7-1)
〈対象者〉
大松山公園を訪れていた、未就学児を子に持つ保護者10組程度



写真1 聞き取り調査の様子

〈インタビュー内容〉
・出身地(地区内在住か否か)
・子どもを連れてよく行く場所とその理由
・他の保護者と情報共有できる、繋がることのできる場所
・日常的に利用するスーパーマーケットやドラッグストア
・どのような施設を石橋地区に求めるか

6. 調査 II (インタビュー調査)

〈目的〉
・石橋地区の店舗・公園等の実態を調査する
・子育てに役立つポイントがあるか探す

〈日時〉
2021年12月21日(火) 14:00~19:00
〈場所〉
石橋地区の店舗

〈インタビュー内容〉
・家族連れで訪れる時間帯や時期
・一番売れている商品、おすすめの商品、子どもの好きな商品
・アクセスのしやすさ
・感染症対策
・子育て世代に向けた魅力



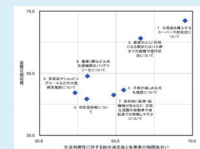
写真3 石橋駅

7. 結果 II

〈結果、考察〉
・地元の店舗にも子育てに魅力的な点が多く見られた(例: たかはし肉店 時短料理おすすめのメニューあり)
・店舗の魅力を発信する手段が少ないと考えた

8. 参考データ

「子育てに適した居住環境に関する研究」によると、生活利便性は地域の安心、安全性とほぼ同様、地域全体の満足度に与える影響が大きい
・日用品を購入する店舗(スーパーマーケット、飲食店など)、公共交通機関へのアクセスなどへの満足度が地域全体の満足度に影響を与えやすいことがわかる
・地域オリジナルの店舗がこれを担うことが出来れば、住民と繋がる安心感や地域文化の振興など複数の効果をもたらしやすいと考えられる



〈参考文献〉
<http://www.mlit.go.jp/pri/kouenkai/syousai/pdf/kenkyuhappyou-11.03.15/siryou2.pdf>
「子育てに適した居住環境に関する研究」
(国土交通制作研究所酒井達彦)
閲覧日 2022/1/14

9. 提案

○石橋地区のマップ作り
・石橋地区内の人々に石橋の魅力を再認識してもらい、若者の人口を増やす
・石橋地区外の人々にも魅力をアピールすることで興味を持ってもらう

〈マップ記載内容〉
マップには、見た人が訪れる場所の情報を分かりやすく得るために、マップ下部には店舗の基本情報、マップ内には子育て世代にぜひおすすめしたいポイントを明記した。

■基本情報

・営業時間 (例)
・駐車場
・電話番号
・SNS
・ピーク時間
・感染症対策
・店舗特徴



■おすすめポイント

聞き込み調査して分かった子育て世代へのおすすめ

〈マップのこだわり〉
・訪れた場所を需要に応じてそれぞれ、ジャンルで分類(shop-買い物できる、café-話せるところ、play-子どもと遊べる)し、一目でわかるようにした
・1stサイクル2ndサイクルで得た基本情報と聞き込み調査で子育て世代に役立つ情報を調査した、結果I、IIを下に班で簡潔にまとめ、厳選したおすすめポイントを反映したマップである

〈マップの広報〉
作成したマップは、紙媒体とデータの2種で広報する。
■紙媒体
A1版に印刷して、インタビューに協力して下さった店舗さんや市役所、大松山運動公園の図書館等の公共施設に掲示させていただく。
■データ
インターネット社会で、情報をSNSによって入手する親世代が増えている。そこで昨年度制作したインスタグラムを活用し、投稿して拡散する。

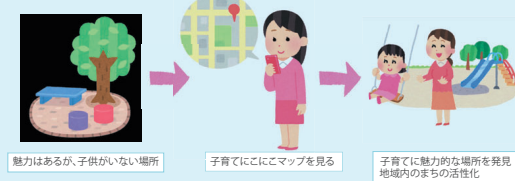


図1 マップがもたらす効果