

長者町における低炭素まちづくり

経済学部 産業社会学科 150322103 村手望美

目次

1. はじめに 1

2. クロス集計結果の分析 1

3. クロス集計のまとめ 5

4. 新しい提案 5

5. 日常の長者町の様子 6

6. おわりに 9

1. はじめに

私達は、【長者町における低炭素まちづくり】をテーマに考えてきた。これをテーマに選んだ背景は、長者町は 2030 年までに CO2 排出 25%削減を目指す低炭素モデル地区事業に認定されており、街が低炭素化に向けて動いている一方で、多岐祭りの来場者は、自動車を利用する人が多いことが集計結果から分かったからである。自動車を使わない街づくりを行うことは、長者町のさらなる発展と低炭素街づくりに繋がると思う。これから自動車利用を抑制しつつ二酸化炭素を削減する方法を考えていこうと思う。

2. クロス集計結果の分析

1 年齢×交通手段

2. 年齢 × 7. 交通手段

上段:度数 下段:%		2. 年齢									
		合計	10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
7. 交通手段	全体	3509 100.0	55 1.6	238 6.8	484 13.8	597 17.0	727 20.7	584 16.6	504 14.4	253 7.2	67 1.9
	徒歩	572 100.0	17 3.0	45 7.9	75 13.1	107 18.7	105 18.4	87 15.2	70 12.2	40 7.0	26 4.5
	自転車	274 100.0	5 1.8	29 10.6	42 15.3	41 15.0	48 17.5	47 17.2	37 13.5	22 8.0	3 1.1
	自動車	951 100.0	14 1.5	40 4.2	84 8.8	201 21.1	261 26.4	180 18.9	125 13.1	47 4.9	9 0.9
	タクシー	68 100.0	1 1.5	3 4.4	2 2.9	6 8.8	15 22.1	16 14.7	18 26.5	6 8.8	7 10.3
	地下鉄・電車	1472 100.0	16 1.1	113 7.7	270 18.3	216 14.7	279 19.0	236 16.0	215 14.6	109 7.4	18 1.2
	バス	154 100.0	2 1.3	8 5.2	10 6.5	19 12.3	27 17.5	22 14.3	36 23.4	26 16.9	4 2.6
	ペロタクシー	5 100.0	-	-	-	-	1 20.0	1 20.0	2 40.0	1 20.0	-
	その他	13 100.0	-	-	1 7.7	7 53.8	1 7.7	1 7.7	1 7.7	2 15.4	-

はじめに、2017 年度の年齢と交通手段のクロス集計から、自動車を利用する人は 26,4%の 40 代、次に 21,1%の 30 代、その次に 18,9%の 50 代の順で高いことが分かる。

2 誰と来たか×交通手段

4. 誰と来たか? × 7. 交通手段

上段:度数 下段:%		4. 誰と来たか?								
		合計	夫婦	家族	友達	カップル	単身	同僚	団体	その他
7. 交通手段	全体	3514	709	1029	920	153	477	153	30	43
		100.0	20.2	29.3	26.2	4.4	13.6	4.4	0.9	1.2
	徒歩	575	116	130	157	27	114	23	2	6
		100.0	20.2	22.6	27.3	4.7	19.8	4.0	0.3	1.0
	自転車	273	50	84	78	9	45	3	3	1
		100.0	18.3	30.8	28.6	3.3	16.5	1.1	1.1	0.4
	自動車	955	230	409	159	33	54	37	5	8
		100.0	26.8	42.2	16.6	3.5	5.7	3.9	0.5	0.8
	タクシー	68	10	15	21	1	12	6	-	3
		100.0	14.7	22.1	30.9	1.5	17.6	8.8	-	4.4
7. 交通手段	地下鉄・電車	1471	245	351	461	80	214	81	19	20
		100.0	16.7	23.8	31.3	5.4	14.5	5.5	1.3	1.4
	バス	154	31	43	42	3	29	3	-	3
		100.0	20.1	27.9	27.3	1.9	18.8	1.9	-	1.9
	ベロタクシー	5	1	2	-	-	1	-	-	1
		100.0	20.0	40.0	-	-	20.0	-	-	20.0
	その他	13	-	1	2	-	8	-	1	1
		100.0	-	7.7	15.4	-	61.5	-	7.7	7.7

次に誰と来たかのクロス集計から、自動車を利用する人は、家族で来ている人の割合が1番高く、次に夫婦の割合が高いことが分かる。家族と夫婦の割合は約70%にも及んでいる。お祭りが休日開催で仕事が休みのところが多いと思われるため、家族あるいは夫婦の割合が高いことが推測される。

3 良かったと思うジャンル×交通手段

13. 良かったと思うジャンル
× 7. 交通手段

上段:度数 下段:%		13. 良かったと思うジャンル												
		合計	衣類・衣料	雑貨・おもちゃ	日用品	飲食店	食品・飲料	アクセサリ・装飾品	カバン	贈物	帽子	体験・サービス	アート作品	その他
7. 交通手段	全体	3435	1552	792	339	1166	589	339	101	31	69	101	118	79
		100.0	45.2	20.4	11.6	33.9	17.1	9.9	2.9	2.6	2.0	2.9	3.4	2.2
	徒歩	561	236	91	72	197	94	45	14	18	8	24	17	9
		100.0	42.1	16.2	12.8	33.3	16.8	8.0	2.5	3.2	1.4	4.3	3.0	1.4
	自転車	265	122	49	31	95	50	20	8	6	6	6	15	8
		100.0	46.0	18.5	11.7	32.1	18.9	7.5	3.0	2.3	2.3	2.3	5.7	2.3
	自動車	935	441	234	99	320	142	89	34	23	19	37	33	22
		100.0	47.2	25.0	10.6	34.2	15.2	9.4	3.6	2.5	2.0	4.0	3.5	2.4
	タクシー	69	27	8	6	25	13	9	4	4	3	2	4	1
		100.0	39.7	11.8	11.8	36.8	19.1	13.2	5.9	5.9	4.4	2.9	5.9	1.5
7. 交通手段	地下鉄・電車	1439	639	286	172	506	265	163	35	33	30	29	38	31
		100.0	44.3	19.9	12.0	35.2	18.4	11.3	2.4	2.3	2.1	2.0	2.6	2.2
	バス	149	79	27	15	39	24	12	5	7	3	3	10	8
		100.0	52.3	18.1	10.1	26.2	16.1	8.1	3.4	4.7	2.0	2.0	6.7	4.0
	ベロタクシー	5	1	3	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-
		100.0	20.0	60.0	40.0	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	その他	13	3	4	-	3	1	1	1	-	-	-	1	2
		100.0	69.2	30.8	-	23.1	7.7	7.7	7.7	-	-	-	7.7	15.4

次によかったと思うジャンルのクロス集計から、衣類・衣料の割合が1番高く、次に飲食店の割合が高いことが分かる。これらの割合が高いことは他の交通機関でも言えることだが、自動車利用者は雑貨・おもちゃの割合が他の交通機関に比べて高いという特徴がある。自動車で来る人は家族連れが多いため、親は衣類・衣料を買い、子供にはおもちゃを買ってあげる傾向があるのではないだろうか。

4 予算あるいは使った金額×交通手段

14. 予算あるいは使った金額
× 7. 交通手段

上段:度数 下段:%		14. 予算あるいは使った金額								
		合計	1000円未満	1000円以上 ～3000円未満	3000円以上 ～5000円未満	5000円以上 ～10000円未満	10000円以上 ～20000円未満	20000円以上 ～50000円未満	50000円以上	その他
7. 交通手段	全体	3458 100.0	717 20.7	1083 31.3	785 22.7	499 14.4	248 7.2	47 1.4	7 0.2	72 2.1
	徒歩	562 100.0	133 23.7	181 32.2	115 20.5	77 13.7	34 6.0	2 0.4	-	20 3.6
	自転車	272 100.0	62 22.8	84 30.9	60 22.1	38 14.0	21 7.7	3 1.1	-	4 1.5
	自動車	941 100.0	150 15.9	279 29.6	220 23.4	156 16.6	84 10.0	27 2.2	0 0.3	18 1.9
	タクシー	68 100.0	9 13.2	19 27.9	18 26.5	1 16.2	5 7.4	5 7.4	-	1 1.5
	地下鉄・電車	1446 100.0	329 22.8	473 32.7	324 22.4	197 13.6	83 5.7	14 1.0	3 0.2	23 1.6
	バス	151 100.0	30 19.9	43 28.5	43 28.5	16 10.6	11 7.3	2 1.3	1 0.7	5 3.3
	ペロタクシー	5 100.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	2 40.0	-	-	-	-
	その他	13 100.0	3 23.1	3 23.1	4 30.8	2 15.4	-	-	-	1 7.7

次に予算あるいは使った金額のクロス集計から、1万円以上2万円未満、2万円以上5万円未満、5万円以上はすべて自動車を利用する人が1位を占めている。自動車を利用する人は他の交通機関に比べ、比較のお金に余裕がある人が多いということが言える。また、購入した商品を持ち帰りやすいという点で、多くの商品を買っていく傾向があるのではないだろうか。

5 充実させるべきジャンル・イベント・サービス×交通手段

16. 充実させるべきジャンル・イベント・サービス
× 7. 交通手段

上段:度数 下段:%		16. 充実させるべきジャンル・イベント・サービス														
		合計	衣類・衣料(総称)	マルシェ・朝市・野菜・食品	アート・クラフト作品・商品	飲食・グルメ・カフェ	音楽・ステージ・公演	山・川・湖・海・自然・行事	子供が主役のイベント	前夜祭・フィナーレ	参加型・体験型イベント	わが家・家族・友人・知人・展示	体験場所・トイレ	自転車駐輪場	仮装・ハロウィン	その他
7. 交通手段	全体	3409 100.0	1170 34.3	778 22.8	263 7.7	667 25.4	418 12.3	104 3.1	384 11.3	98 2.9	225 6.6	372 10.9	626 24.2	82 2.4	113 3.3	168 3.2
	徒歩	560 100.0	160 28.9	95 17.0	37 6.6	139 24.9	66 11.8	13 2.3	75 13.4	9 1.6	30 5.4	68 12.1	129 22.9	15 2.7	16 2.9	19 2.9
	自転車	265 100.0	90 34.0	69 26.0	23 8.7	44 16.6	36 13.6	7 2.6	33 12.5	11 4.2	15 5.7	21 7.9	68 25.7	22 8.3	5 1.9	8 1.1
	自動車	925 100.0	321 34.7	182 20.8	76 8.2	218 23.6	127 13.7	31 3.4	186 14.7	31 3.4	76 8.2	186 11.5	233 25.2	26 2.8	30 3.2	38 4.2
	タクシー	68 100.0	22 32.4	14 20.6	5 7.4	22 32.4	9 13.2	4 5.9	6 8.8	4 5.9	5 7.4	3 4.4	19 27.9	-	2 2.9	4 5.9
	地下鉄・電車	1422 100.0	507 35.7	347 24.4	107 7.5	394 27.7	147 10.3	42 3.0	123 8.6	36 2.5	88 6.2	158 11.1	348 24.5	17 1.2	58 3.9	44 3.1
	バス	152 100.0	63 41.4	53 34.9	15 9.9	46 30.3	32 21.1	7 4.6	10 6.6	5 3.3	10 6.6	14 9.2	26 17.1	1 0.7	4 2.6	4 2.6
	ペロタクシー	4 100.0	1 25.0	2 50.0	-	3 75.0	-	-	-	-	-	1 25.0	-	-	-	-
	その他	13 100.0	8 46.2	6 46.2	-	1 7.7	1 7.7	-	1 7.7	-	1 7.7	1 7.7	4 30.8	1 7.7	-	1 7.7

次に充実させるべきジャンルのクロス集計から、どの交通機関にも衣類・衣料、飲食・グルメが上位に入っているが、中でも自動車利用者は、他の交通機関に比べて音楽・ステージ・公演、子供が主役のイベント、参加型・体験型イベントの割合が高いことが言える。

3. クロス集計まとめ

自動車利用を抑制したい所だが、来場者の利便性などを考えるとなかなか難しいことが言える。なぜなら、自動車での来場をなくしてしまうと、家族での来場が減少し、またお店側としても売上高の減少に大きく関わってくるからである。しかし、公共機関を使うメリットが大きければ、自動車から公共機関への利用がスムーズに移行していくと思われる。

る。そこで、私たちはその対策として3つの提案を考えきた。

4. 新しい提案

提案1：お酒試飲イベントを行う

車を使わせない理由として、お酒が効果的ではないだろうか。お酒を飲んでしまう以上、車で来場することができないので、自動車から他の公共機関へのシフトが狙えると考えた。

愛知県酒蔵組合さんにオファーして体験イベントやステージ企画として取り組んでいただければいいのではないだろうか。また、グルメ屋台のチケット1枚(500円)で3種類の試飲が楽しめるような企画にすると、費用的にもリーズナブルであり、楽しんでもらえると思う。中高年をターゲットに、事前に日本酒試飲イベントを行うことをアナウンスしておけば、車を置いてきてくれる可能性が少し高まるといったことも推測される。

下の写真は愛知県岡崎市の長嘗祭りで実際にお酒の試飲と販売をしている様子である。イベント会場の入り口で3種類のお酒の試飲と販売をしたところ、多くの人が試飲し、お酒を買い求めたそうである。試飲することでお酒を買ってもらうことに繋がる販売促進効果があり、長者町にも企業にとっても大変効果的であることが言える。また試飲する際に、長者町の端材を利用した枡で飲んでもらえば、木質化の一環としてアピールポイントになるのではないだろうか。

長嘗「秋」まつり（岡崎）



（長嘗秋まつり 試飲コーナー）



（ふるまい酒）

<http://blog.livedoor.jp/youan164/archives/50935501.html>

提案2：ステージ企画で昭和歌謡・アニメソングイベントを行う

日本酒試飲で気持ち良くなっていて、その流れで、昭和歌謡・アニメソングを楽しんでもらおうというコンセプトである。名古屋市中区にある昭和歌謡 Bar おかちめんこさんや、スイートメモリーズさんにオファーして共同で企画する。歌いたい人にステージに上がってもらうタイプと、みんなで一緒になって歌うタイプの2種類を用意して行う。

現在、NHK で放映される「のど自慢」では、昭和歌謡を歌う中高生の姿が目立つようになっていたり、山口百恵さんのカバー曲をライブで披露する若手女性シンガーや、カラオケルームで昭和歌謡を歌う女子大生など、今若者の昭和歌謡ブームが起きている。昭和歌謡ということで、中高年の方にも人気があることが言える。またアニメソングは、小さい子供からご年配の方まで楽しんでもらえ、さまざまな層のお客さんを狙えると思う。ステージに出てくれた人限定で地下鉄・電車での来場者には、プレゼントを渡したり、カメラマンによる記念写真を贈呈するといったことを行い、自動車利用抑制も図れるのではないだろうか。

提案3：木材を利用しておもちゃ作りやまきわり体験スペースを設置

昨年のまきわり体験が好評だったため、今年も取り入れることや、積み木など簡単におもちゃを作れるスペースを設けることも効果的だと思う。その際作ったおもちゃを施設や保育所などに寄付を行えば、あびす祭りの宣伝効果にも繋がるのではないだろうか。また大澤先輩が去年実行していた商品の宅配サービスが効果的であったと伺ったので、今年も引き続き力を入れ取り組んでいくことも有効的だと思う。

5. 日常の長者町の様子

◇ 日よけ・のれん等の見直し

ここからは、長者町あびす祭りとは直接関係ないが、日常の長者町を考えていきたいと思う。日常からも長者町を活性化していきたいということで、日よけやのれん、カーテンなどを統一感のあるものに取りかえてみてはいいのではないだろうか。日よけは夏は暑さをしのぐことができ、低炭素運動にも繋がるし、布をアピールすることにより、繊維の街ということをより認識してもらえと思う。図1は2つの日よけだが、左の写真は江戸時代末期から明治時代初期にかけて刊行された地誌、尾張名所図会の一部で、お店の入口には日よけ、中央にはのれんがつけられている。右の写真は実際に今繊維街でそれぞれのお店でつけられている日よけだが古いうえに、色の統一感がなく、丈の長さも異なる。左の写真のように、藍色地（あいいろじ）にロゴマークをあしらったり、もう少し統一感のあるものに変えてみてはいいのではないだろうか。



図1 左：『尾張名所図会』より 右：google ストリートビューより

次に図2はお店自体に貼り付けるタイプのもので、大きい垂れ幕をつけることも効果的ではないだろうか。垂れ幕は、日よけと同様、藍色地（あいいろじ）にロゴマークをあしらったり、統一感のあるものに変えてみてはいいのではないだろうか。



図2 『尾張名所図会』より

これらを長者町では、図3の左の写真のようにガラス・ウィンドウの一部に繊維を使った垂れ幕を飾る、あるいは右の写真のお店のビニールカーテンをテント生地 of 布に変えるといったことで生かしていけるのではないだろうか。



図3 google ストリートビューより

また、デザイン性のあるのれんを取り入れていくことも効果的だと思う。図4の左の写真は岡山県真庭（まにわ）市勝山(かつやま)ののれんの一部である。長者町も、このような鮮やかなのれんをいろいろな会社やお店に使ってもらい、のれんに様々なデザインを取り入れてもらうことによって、見た目のインパクトを与えることができると思う。

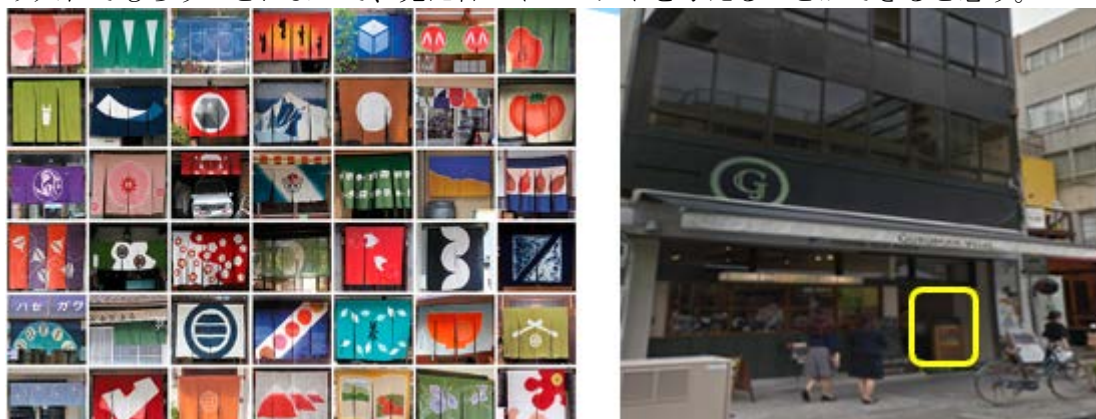


図4 左：<https://kumanaku.jp/nintei2/5.html> 右：google ストリートビューより

図5は京都にあるフレンチレストラン貴匠桜（きしょうざくら）さんの日よけの布の幕である。このような形で長者町にも日よけののれんの幕を導入してみてもいいのではないだろうか。



図5 <https://r.gnavi.co.jp/32t9dcxt0000/>



<http://www.musubi.tv/kishozakura-ja>

◇ 歩道に花を取り入れる

最後に街に彩を添えるということで、歩道に花を取り入れてみてはいいのではないだろうか。図6の左の写真はイタリアのウンブリア州スペッロの街並みである。右の写真は現在の長者町通りの歩道にある植物である。これを少しでも伸ばしていけばもう少し潤いが得られると思う。いつもきれいな花が見られる通りとなれば歩くだけで楽しく、また花は安らぎ効果もある。そしてインスタ映えするようなものは若者が集まるだろう。いつしか写真スポットになり活気に満ちた商店街を創れるのではないだろうか。歩いてまわれる街づくりは、低炭素を目指す街づくりにダイレクトにつながるの、このようなことを普段から取り入れ、長者町ゑびす祭りに繋げていけたらいいのではないかなと思う。

イタリア



長者町



図6 左：<https://jp.depositphotos.com/109744660/stock-photo-floral-streets-of-spello-in.html>

右：google ストリートビュー

6. おわりに

半年間のフィールドワークでは、様々な体験をさせて頂きました。ゑびす祭りで出店する商品を自ら企業にアポを取り、販売するという普段の学校生活では味わえない体験ができました。また、現場視察やアンケート調査を通じ現状を把握・分析することにより、長者町の課題や良い所を知り、それを班のメンバーでまとめ長者町の方々の前で発表したことも自分の中では大きかったです。

2日間ゑびす祭りに参加して、とても地域の方々に愛されているお祭りだという印象を受けました。また様々な方が関わって成り立っている規模の大きいことも実感させられました。

そして、2020年には大型複合ビルが設立し、2027年にはリニア新幹線が開通するということで、今後名古屋は大きな変貌を遂げることになると伺いました。これから長者町がさらなる発展を遂げることを願っています。微力ながらも今後も長者町に携わりたいなと思いました。