

名古屋の賑わいスポットと旬なスポット

名古屋都市センター 研究主査 井村 美里

1. 調査目的

地域の持つ魅力に惹かれ、人はまちを訪れる。

テレビやインターネット、情報誌などで新しい施設や店舗、イベント等の情報が発信され、それが地域やまちの魅力として捉えられることが多い。しかし、そうした魅力ある場所は、インフラ整備や再開発などの影響を受け、また人々の価値観の変化により、時代と共に移り変わっている。

今回の調査では、このまちの魅力を、賑わいの場所、旬なスポットという切り口でとらえ、アンケートとグループインタビューという2種類の手法により、できるだけ客観的に把握しようとするものである。賑わいの場所や旬なスポットの動向を探ることで、人々が何に惹きつけられ、まちを訪れるのかを知ることができ、これからの都市の魅力づくりに役立つものと考えている。また、継続的に都市の魅力【賑わいの場所・旬なスポット】を調査し、その変遷を知り、背景を探ることも今後の街の魅力に役立つ情報となるものと確信している。

そこで、名古屋の賑わっている場所及び旬なスポットを明らかにするため、次の2種類の調査を実施した。

調査1 「名チャリ社会実験2010」参加登録者へのウェブアンケート（名チャリ社会実験実行委員会の協力による）

調査2 建築系女子学生へのグループインタビュー（電通株式会社中部支社との共同調査による）

名チャリ社会実験2010ウェブアンケート調査によって量的に各スポットを明らかにし、学生へのグループインタビューによって質的に各スポットとその理由を明らかにしようとした。

2. 名チャリ社会実験2010によるウェブアンケート結果

平成22年10月1日から11月30日まで実施した「名チャリ社会実験2010」の登録者1,905名に対し、メールで呼びかけ、次のような質問を行った。（有効回答数131）

問1 名古屋の街なかで、最も多くの人で賑わっている場所はどこだと思いますか？

1カ所、挙げて下さい。

問2 今あなたの感じている、流行の最先端で旬な名古屋のスポットはどこですか？

1カ所、挙げて下さい。

(1)賑わっている場所は名古屋駅、旬なスポットは栄

問1の賑わっている場所として挙げられた地区は、図1グラフのとおり、名古屋駅、栄、大須地区に回答が集中した。このうち名古屋駅と栄はより詳細な施設や場所を挙げている回答が多く、その内容は、名古屋駅で高島屋（7件¹）、JR駅・駅前（7）、ミッドランドスクエア（3）、セントラルタワーズ、金時計（各2）。栄では地下街（5）、栄周辺（5）、大津通（3）、オアシス21（2）と続く。大須と回答した人はそれ以上詳細な場所を挙げる人はほとんどおらず、商店街（2）、日曜日の大須（1）となっている。

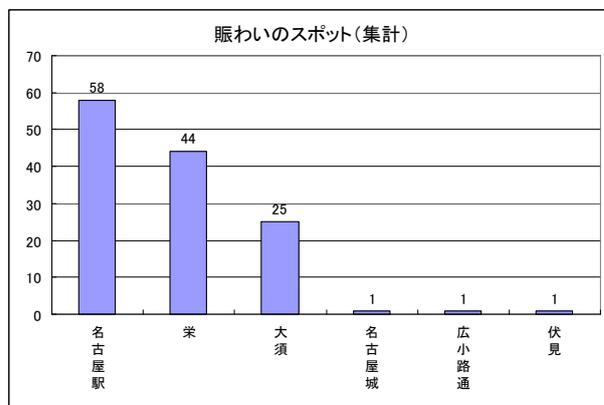


図1 賑わっている場所集計

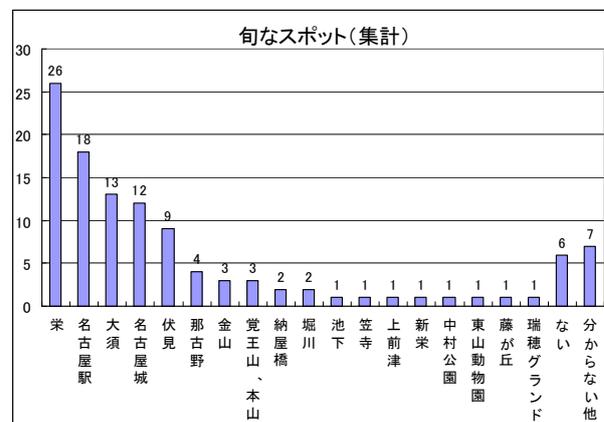


図2 旬なスポット集計

問2の旬なスポットとして挙げられた地区は、図2グラフのとおりである。問1の賑わっている場所と比べ、旬なスポットの回答には地区名だけでなくより詳細な場所を挙げている場合が多く、その内容は、栄でラシック(6)、矢場町(5)、オアシス21(4)、名古屋駅では名古屋駅周辺(5)、ミッドランドスクエア(2)と続く。大須、名古屋城と回答した人はそれ以上詳細な場所を挙げる人はほとんどいなかった。伏見地区では長者町(5)を挙げた人が多かった。長者町や愛知芸術文化センター、納屋橋を含め、あいちトリエンナーレというキーワードに関する回答(5)、武将に関連する回答(2)もあった。

賑わっている場所は、名古屋駅、栄、大須という順であったが、旬なスポットでは、栄と名古屋駅の順位が逆転し、大須、名古屋城、伏見、那古野と続き、賑わいの場所と比べ、多くの場所が挙げられた。

旬なスポットの方が詳細かつ多くの場所が挙げられたのは、「旬」という言葉に対する個人の価値観が付加された結果とも考えられる。また、賑わいの場所に比べ、旬なスポットでは名古屋城と伏見の回答が増えており、これらは名古屋開府400年祭²や名古屋おもてなし武将隊³、あいちトリエンナーレ⁴の影響によるものと考えられる。

(2)男子の大須好き？

男女別集計を図3、図4に示した。賑わっている場所については男女とも名古屋駅、栄、大須の順で回答数が多く、その傾向にあまり差異は見られないものの、その回答比率を見比べると、女性は名古屋駅、男性は大須と回答した割合が高くなっている。

旬なスポットについては、男女とも栄、名古屋駅と答える人が多い一方、回答比率では、男性は大須、名古屋城が同率なのに対し、女性は名古屋城と回答した割合が高くなっている。

男女差が顕著なのは、男性は賑わいも旬も大須を挙げているのに対し、女性は賑わいに名古屋駅・旬スポットに名古屋城を挙げる人が多いという点である。

(3)広がりのある栄、広がり少ない名古屋駅

調査1のアンケートで挙げられた賑わいの場所や旬なスポットのまとめり状況を図5、6に示す。栄地区がラシック、矢場町、ナディアパーク、ロフトなど栄南エリアや、オアシス21、栄地下街等、広範囲に広が

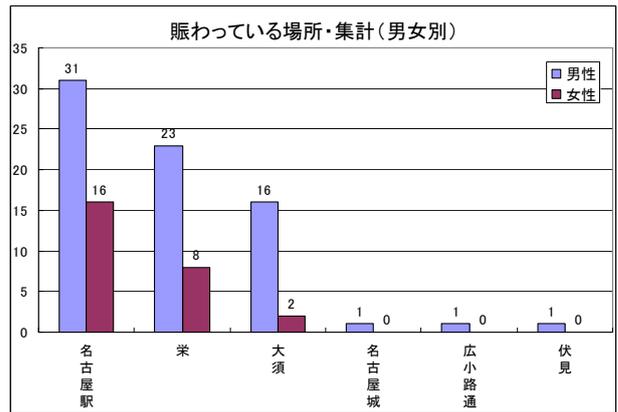


図3 賑わっている場所・男女別集計

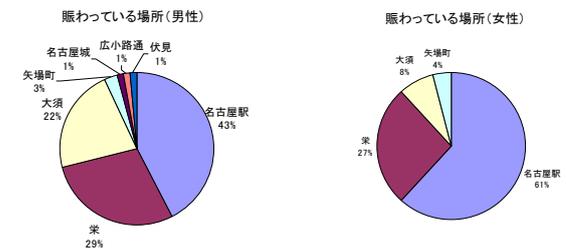


図3-2 賑わっている場所・男女の回答割合

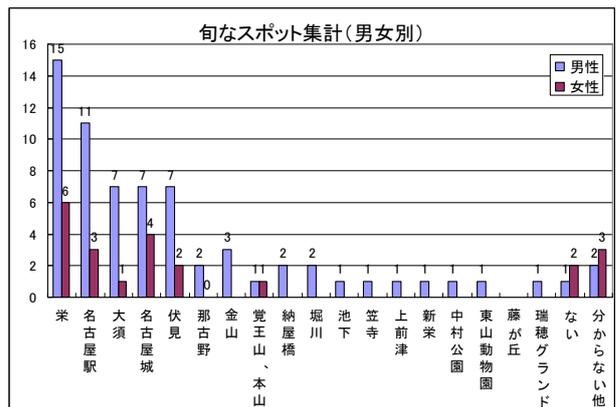


図4 旬何スポット・男女別集計

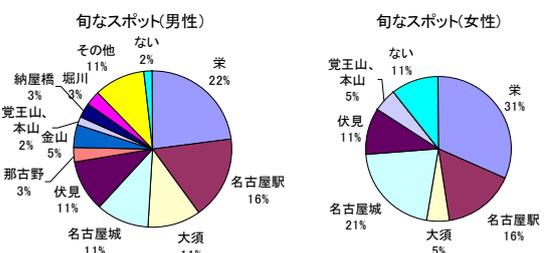


図4-2 旬なスポット・男女の回答割合

っているのに対して、名古屋駅地区はJR駅、高島屋、セントラルタワーズ、ミッドランドスクエアと、駅周辺に集中し広がり少ないことが判る。特に旬なスポットについて両地区の差異が大きくなっている。大須はそれ以上詳細な場所が挙げられることなく、大須という大きなまとめりとして認識されているようだ。

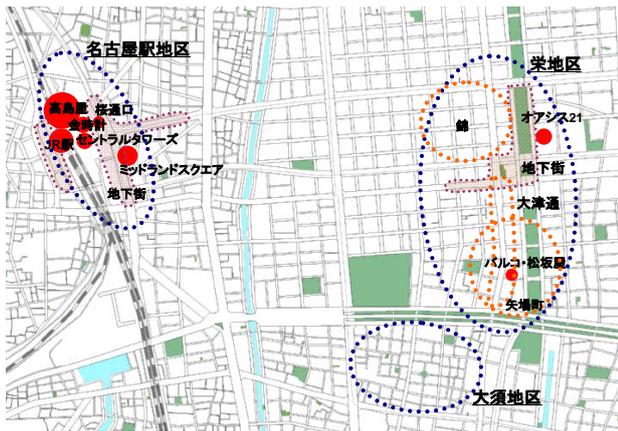


図5 賑わっている場所(調査1)



図6 旬なスポット(調査1)

○ 図5、6とも、回答のあった場所を概ねのまとまりとして地区別に囲ったもの

(4)何が賑わい？何が旬？

調査1のアンケートでは、名古屋駅のJR駅や高島屋は旬というより賑わっている場所、栄の地下街も旬というより賑わっている場所。一方、名古屋城や長者町は賑わっているというより旬なスポット、という結果が出た。また、賑わっている場所と旬なスポットの順位が逆転しており、賑わいイコール旬ではない、という興味深い結果となった。

賑わっていると挙げられ場所は、交通結節点や目的地が集中し、多くの歩行者が移動しているコンコースや施設内、地下街、アーケード内といった囲まれた空間が挙げられている。

旬に関してはどうだろう。アンケート期間中は丁度、名古屋開府400年祭関連イベントと名古屋城をベースに名古屋おもてなし武将隊が脚光を浴びた時期であり、愛知芸術文化センター、市美術館、長者町、納屋橋の各会場を舞台にあいちトリエンナーレ2010国際美術展が開催された時期でもあった。これらの事業がPRさ

れる度にそれぞれの場所が注目され、多くの情報が発信された。発信情報量が多い場所ほど旬スポットとして挙げられる傾向があるといえる。

3. 建築系女子学生へのグループインタビュー結果

平成22年12月13日(月)、建築系女子学生10名を対象に5名ずつ2つのグループに分け、グループインタビュー⁵という手法を用い、名古屋の賑わっている場所、旬な場所に関する調査を行った。学生らには事前にあなた自身の感じる「賑わっている場所」「面白い、興味がある場所」を考えてきてもらい、座談会形式でそれぞれの場所とそこを挙げた理由について話をしてもらったこととした。

なお、この調査は、建物の変化や街の雰囲気の違いに敏感に反応し、まちに興味を持って歩くことが多いだろうと考えた建築系女子学生の視点という偏りがあると想定されるため、初めに、彼女たちの発言傾向から、次のような特徴があることを整理しておく。

①シンプルライフ志向

20代の女性に特によくみられる特徴「エコ志向」「ナチュラル志向」「レトロ志向」「和風好き」「コミュニティ志向」といった、シンプルで等身大の生活をよしとする「シンプルライフ志向」が今回調査の対象者にもみられた。

②建築系学生

建築を学ぶ学生が対象であったことから、建物や空間に関する話題、まちづくり活動に対する関心が一般学生より高いことが想定され、これらの話題が多く出た。また、同年代との交流が活動の中心であることが想定され、行動範囲が定期券の範囲内が中心となったり、社会人に比較して盛り場に出かける機会が少なかったりと、行動・消費パターンがある程度限定される状況がみられた。

これらの点を考慮して以下の調査結果を受け止めていただきたい。

(1)賑わっている場所、面白い・興味深い・注目している場所

人が集まることによって活気を感じる場所が「賑わい」を形成すると考えており、複数の学生が挙げた賑わいの場所とその理由をキーワードで挙げると次のとおりである。

- ・「栄」大津通、地下鉄駅周辺：とにかく歩く人が多い。話題性がある、イベントが多い

最近は違うと感じている」「リクルートスーツを買いに行ったが心に響くものがなかった」と、自分たち学生をターゲットとした集客施設ではないと感じ、「必要最低限のものを買いに行く感じ」「行った感がない」とわざわざそこを目的として出かけるのではなく、日常買い回りのための「コンビニ」のような存在といっている。

②商店街は面白く、居心地がよい場所

一方、商店街に対しては「昔の街並みにちょっと新しいものがお邪魔しますという感じ」と好印象に受け止め、「おばあちゃんや古い建物がある特別な空間を過ごす場所」「古臭いけどリラックスして行ける、落ち着いた場所、でも面白い」と、彼女たちはそこに新たな価値観を見出しているようだ。

③世界に発信できるのは名古屋城

名古屋らしく、人を集める集客施設は何かといえば、「おもてなし武将隊を東京のメディアが取材していた」「栄は海外に通用しないが名古屋城は名古屋の魅力を海外に発信できる場所だと思う」のコメントにあるように名古屋城の評価が高かった。

(4) 喫茶店でなくて、カフェなんです

①お気に入りのカフェは歩いて探す

彼女たちのほとんどはカフェめぐりが好きと言い、カフェに対する関心はとても高い。「今、カフェがブーム」「女の子はカフェが好き」「女の子は本能的に可愛い物が好きで、インテリアの可愛さは皆が共有して好きな部分」だから、「内外装がそれぞれ違うから新しいカフェ」を探したり、「狭目で隠れ家っぽい所、デザインのかっこいい所、良さそうなカフェ」を見つけて友達と遠出するのが楽しいという。他とは違う、オシャレで、可愛くてこだわりのあるカフェを探すことを目的に出かけたり、「買い物で何時間も歩き、カフェで休憩、また買い物」とカフェで過ごすこと自体も目的として捉えている。

②何時間でもカフェで過ごす

喫茶店と異なり、カフェではお酒が飲める。しかし、「お酒を飲むことがメインではない」。大学生は「友達同士でいくなら居酒屋で、恋人と行くならカフェ」を選ぶのである。カフェは、「長居できる場所」「何時間いても飽きない場所」、「女の子同士なら3、4時間過ごす」ほど、居心地の良い、ゆっくりとおしゃべりができる、自宅のような、くつろぎの場所になっている。



【JR中央線高架下にあるカフェ・Golden Child Cafe】



【Golden Child Cafeの中の様子】

(5) 旬なスポットは「お店発見が楽しい」ところ

彼女たちが面白い、興味があると答えたスポットは、「いつ行っても新しい店や発見がある」「小さいがオーナーのこだわりの店」「メインストリートよりも一皮裏側の、表とは違う雰囲気のある場所」といった共通点があった。小さな店があちこちに新しくできている地区を面白いと感じ、自分にあつたお店を探し、私の発見を他人に紹介する楽しみが、次なる興味につながっている。

調査2のグループインタビューで挙げられた旬なスポットを整理すると、その主な機能は、賑わい・流行発信・おしゃれの中心となる繁華街（大通り）の定番的要素と、発見・こだわり・多様性の役割を担う下町（商店街）の穴場的要素の両面をもっていた。来街時に目的地での用事を済ますだけで終わるのではなく、回遊を楽しむことができる街となるためには、この定番的要素、穴場的要素の両面が必要である。

①まだまだ、名古屋駅よりも栄

栄地区は、比較的広範囲のエリアに繁華街的要素と下町的要素が共存している。一方、名古屋駅地区は人

により範囲の認識にも差があり、主に繁華街的要素しか認識されていない。そのため、「買物に行くなら名駅よりも栄」「栄をブラブラと歩くこと（ウィンドウショッピング）も楽しみ」と、多くの対象者は普段から栄地区によく出かけ回遊を楽しんでいる。一方、名古屋駅地区に出かける時は、目的地での用事を済ますことのみで回遊まではしていない。繁華街の要素だけでは疲れてしまい回遊しないが、下町的要素の居心地の良さを適度に混在させることで回遊が助長され、長時間滞在しても楽しめる街ができあがるようだ。

②商店街に勝機あり！

今回、面白い、興味深い場所として複数の商店街が挙げられた。その理由としては「レトロ感」「リノベーション」「カフェ」「住民の活力」「発見」といったキーワードが繰り返し挙げられた。これらの要素を兼ね備えた商店街で、地域の活動に触れるきっかけなどを設けることで、若い世代をファン層として取り込める可能性は高い。それは都心の真ん中でなくてもよい。彼女たちは、名駅・栄に行く時は「ヒールのある靴」だが、円頓時や大須を歩く時には「わりかし低めの靴でぺたぺた歩くイメージ」を持っている。少し足を伸ばしてまでも行きたいと思わせるようなきっかけがあれば、彼女たちは足を運ぶ。

4. まとめ

(1)旬スポット調査の意義

今回、賑わっている場所と旬なスポットを客観的にみるために、調査1：定量的な調査として名チャリ社会実験【アンケート】、調査2：定性的な調査として建築系女子学生への【グループインタビュー】の2つの手法をとった。

それぞれの調査結果から明らかになったのは、賑わっている場所としていずれの調査からも名古屋駅界隈と栄界隈が浮かび上がり、交通結節点のポテンシャルの大きさを再確認したことである。

今回調査で「旬」というニュアンスのとり方の微妙な問いかけには、流行、最先端、面白い、興味深い、注目している、地域に何か波及している…という様々な言葉を使った。人の行動を促し、行ってみたいと思わせる場所、人を惹きつける魅力ある場所という意味で「旬」を考えたのである。問いかける文字数に制限のある【アンケート】では一般的、定番的な解を求めるとどまり、場所のエリア感を大きく捉えられる傾

向にあり、個人の真意や感性が付加された回答を得られなかった。一方、何度も聞き方を変えて繰り返し問い、多くの言葉を引き出すことのできる【グループインタビュー】では、個々の具体的な施設、活動等に注目し、多角的な観点から議論を深めることができた。

何度も問う中で一定の客観性を引き出すこの方式は、場所の持つそれぞれ特色を浮かび上がらせ、さらに、地区の持つ優位性にまで言及することができ、より場所の特色を鮮明にすることができるように思われた。

「旬」といった定量化しがたい尺度で空間をあぶりだすのに有効であったと考えている。

◇「旬」とまちづくり

次世代を担う学生たちが選んだ「旬」なスポットは、賑わいの場所として多くの人が挙げた栄や名古屋駅のような定番的な場所だけではなく、その周囲に分布する穴場的なブラブラ歩きと私的発見が可能な地区であった。この穴場的地区は都市に多様性をもたらし、都市の奥行きを育む可能性を秘めている。

例えば、旬なスポットとして、今回、栄南が挙げられたが、さらに少数挙げられていた久屋大通北側や栄東などが、新たな旬なスポットとして付加されることで、広域的な栄地区の回遊性をさらに充実させ、栄は常に新しい発見が出来る地区になる。また名古屋駅地区は、大型開発だけでなく、周辺の円頓寺につながる那古野地区や、柳橋市場などの「レトロ感」あるエリアの下町的要素と一体化した回遊イメージの共有化を進め、名古屋駅地区として一体感を持った認識を持たせることでこの地区に対する評価が大きく変化することが想定できる。今後開発が予定されている笹島地区も周辺の下町エリアと一体的なまちづくりの展開が望ましい。

こうした、歩く、私的発見、レトロ感や商店街を求める次世代の感覚は、そこにしかないこだわり地区の展開という、現代都市が抱えるまちづくりの課題を克服してくれる灯りも示唆している。

¹ ()内数字は回答件数を示す

² 2010年1月1日～12月31日の間、名古屋市内各地で展開された事業

³ 名古屋開府400年に合わせて名古屋ゆかりの六武将と四陣笠隊で結成された名古屋の観光PR隊

⁴ 2010年8月21日～10月31日の間、愛知芸術文化センター、名古屋市美術館、長者町会場、納屋橋会場で開催された国際芸術祭

⁵ グループインタビューとは、少人数の対象者に対して司会者が座談会形式で進行するインタビューで、アンケートのような定量調査では捉えにくい、対象者の心理や価値観を引き出す定性的な調査