

検証項目1 居心地の良い環境へと 変えることによる効果

検証1 目次

- 使用するデータ…………… 3
- マッピング調査…………… 4
- ビッグデータによる分析……25
- アンケートによる意識調査…44

■検証に使用するデータ

『居心地の良い環境へと変えることによる効果』は主に以下3つの調査・分析結果より評価

① マッピング調査(活動実態調査)

- ・目的: 滞留人数の傾向や滞留する場所の傾向を把握
- ・調査手法: 現地目視調査を実施し、滞留する人を図面上に記録するマッピング調査、その人の属性や過ごし方等を把握するための行動調査を実施 ※詳細は5頁参照
- ・評価項目: 滞留する人の量の変化、時間行動や場所の変化、時間帯別の滞留状況

② ビッグデータによる分析

- ・目的: 属性別の滞留傾向を把握
- ・調査手法: スマートフォンの移動データや所有者の属性データから、青葉シンボルロードの来訪者の属性やどのエリア(居住地)からどの程度訪問されているのかを可視化
- ・評価項目: 滞留する人の性別、年代、滞留長さ別の人数

③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査

- ・目的: 利用者がアオバリビングをどのように感じたかを把握
- ・調査手法: webアンケートサイトを設け、サイトのQRコードをテーブル上に設置し、利用した方からの意見を収集
- ・評価項目: 利用者の意識調査

検証1

(1) マッピング調査(活動実態調査)

■検証に使用するデータ ①滞留者のマッピング調査、目視による属性調査

アオバリビング実証実験期間中(10月4日(金)～10月14日(月・祝))において、マッピング調査(活動実態調査)としてA1～B5に滞留する人を図面上にプロットし、滞留する場所の特徴をつかむとともに、プロット数をカウントすることにより滞留数の傾向を把握。また、その人の特徴を把握するために性別、年代、属性、姿勢、行動等を記録。

データ諸元

○調査条件

- ・職員による現地目視調査
- ・雨天時以外に調査を実施(全期間ではない)
- ・10時～17時までのうち30分に1度、10分間観測を行い、滞留した人を図面上にマッピング、また、その人の特徴を記録(該当箇所を通過している人、移動中の人は対象外とする)
- ・マッピングの合計数をマッピング母数として取扱い

○調査日

<実験中データ>

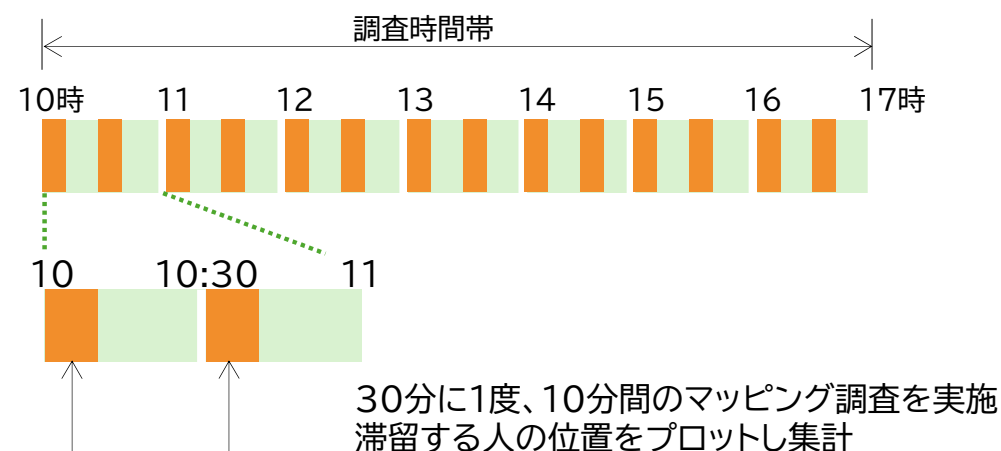
- ・平日:10/7(月),10/10(木),10/11(金)
- ・休日:10/5(土),10/6(日),10/12(土),10/13(日)

<比較用データ>(実験期間外)

- ・平日:10/ 1(火)
- ・休日:10/19(土)

○調査範囲

- ・A1,B1,B2,B3,B4,B5
- ・歩道、車道、中央の緑地部分



滞留人数:日毎の滞留人数の傾向、変化
滞留場所:どのあたりに滞留する傾向があるか
どんな設えが好んで利用されるか

検証結果 1 居心地の良い環境へと変えることによる効果

例

○アクティビティ調査
日付:(10/00)

調査時刻:(00:00)

担当者:(00000)

天気:(晴・曇り)

【調査項目】

性別	年代	属性	姿勢	行動		
M 男性	0 0~10	B 会社員	S 立つ	E 飲食	R 読書	F たばこ
F 女性	1 11~20	S 学生(制服)	X 座る	M スマホ	W 作業	A 遊ぶ
U 不明	2 21~30	P プライベート	Y しやがむ	C 会話・通話	B 勉強	H 休憩する
	3 31~40	C 子供連れ	Z 寝転ぶ	K 購入待ち	S 睡眠	T 店舗を覗く
	4 41~50	K 子供				O その他
	5 51~60	U 配送・配達				
	6 60~	F 外国人				
		O その他				

【調査対象者】

番号	性別	年代	属性	姿勢	行動
1	M	4	P	X	FM
2	M	6	P	X	H
3	M	6	P	X	C
4	F	5	P	X	C
5	M	4	B	S	O(00)
6	M	3	B	S	C
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					

○調査方法

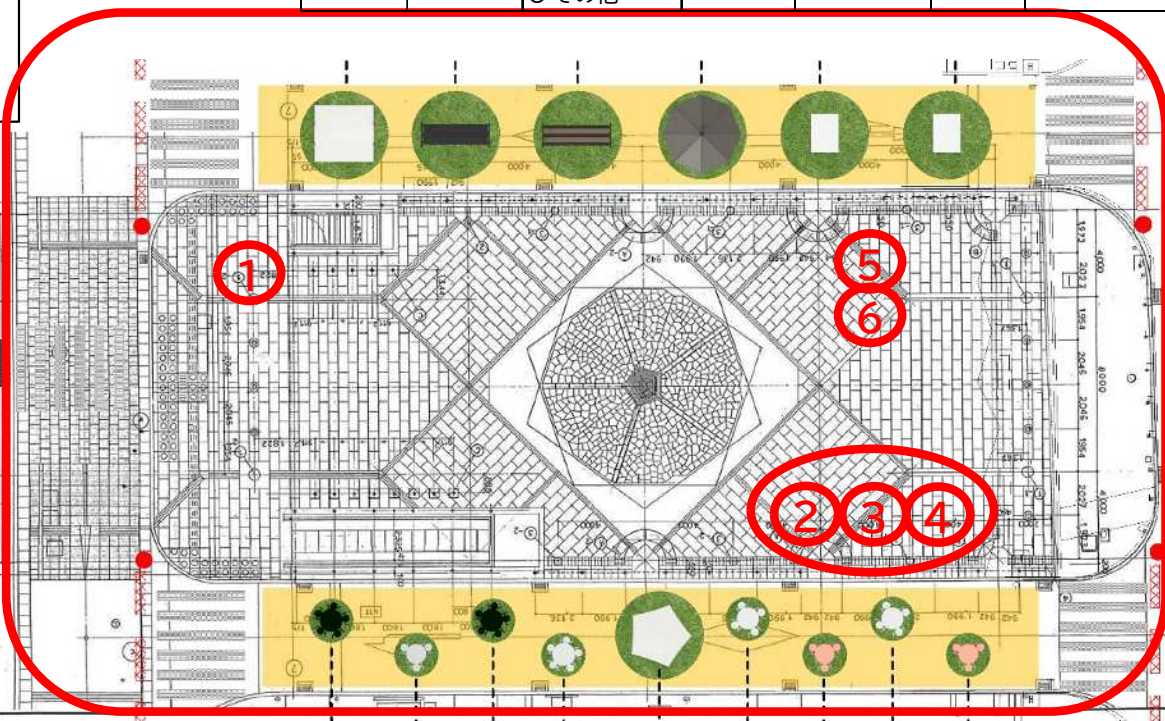
- 1.日付、調査時刻、担当者、天気を記載する
- 2.調査対象者を図面に番号で記載して落とし込む
- 3.調査対象者の表に、調査項目のアルファベットを記載する。
- 4.2~3の作業を10分程度繰り返す。

【注意事項】

- ・複数の行動を行っている場合は複数記入(調査対象者:番号①より)
- ・グループでいる場合は○で囲む(調査対象者番号②③④より)
- ・違う人が同じ場所にきた場合は少しずらしてプロットする(調査対象者⑤⑥より)
- ・その他の場合はO(00)で記入

A
1

市役所



※調査範囲は緑地帯と車道・歩道

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(A1,平日)

- ・比較用データ、実験用データのマッピング数の比較により、滞留傾向が平均で2.6倍増加。
- ・呉服町通りに近い方が滞留傾向が多い。
- ・日が経つにつれて滞留が増加傾向である。



図:全時間帯のマッピング調査結果を重ねて表示



図:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

表:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

		20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
A1	10/1	13	21	6	8	8	56	3日間平均との比較	2.61
	10/7	37	24	18	10	38	127	最大値との比較	3.02
	10/10	42	24	30	22	24	142	最小値との比較	2.27
	10/11	46	37	24	12	50	169		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(A1,休日)

- ・比較用データ、実験用データのマッピング数の比較により、実証実験中は滞留傾向が平均で約2倍に増加。
- ・通りとの位置関係に関わらず、全体的に滞留する傾向がみられた。
- ・日が経つにつれて滞留が増加傾向である。

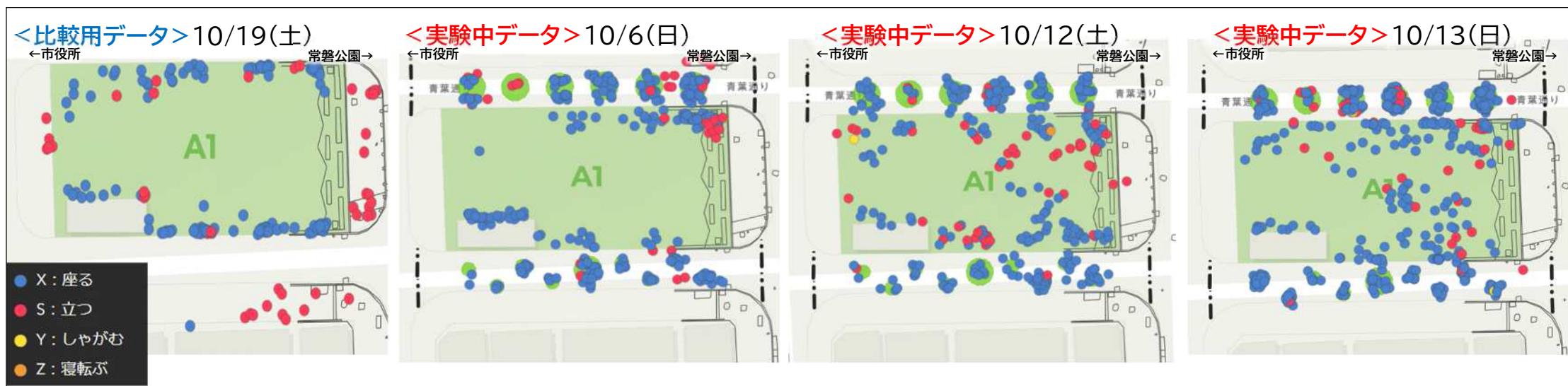


図:全時間帯のマッピング調査結果を重ねて表示

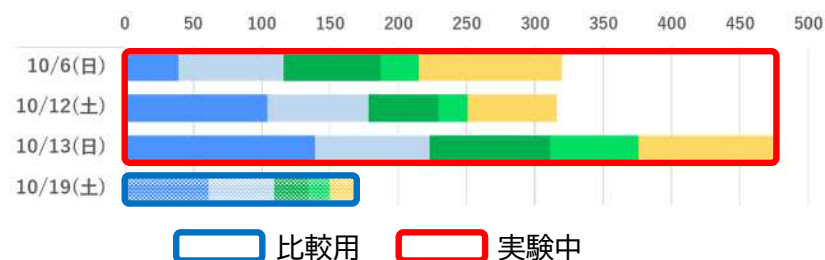


図:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

表:比較用データと実験中データのマッピング数の比較

エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
A1	10/6	39	77	71	28	10	225	3日間平均との比較	1.99
	10/12	104	74	51	22	65	316	最大値との比較	2.8
	10/13	139	84	88	65	100	476	最小値との比較	1.32
	10/19	61	48	25	16	20	170		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(B1,平日)

- ・実験中の平日3日間は車道上にタープを設置。タープの下に可搬式のアウトドアチェア、テーブルを設置。タープの日陰に置いたアウトドアチェアがよくつかわれている。可搬式の椅子やテーブルを自由にレイアウトしている。
- ・中央の緑地帯にある既存のベンチも良く利用されている。
- ・日経つにつれて滞留が増加傾向である。



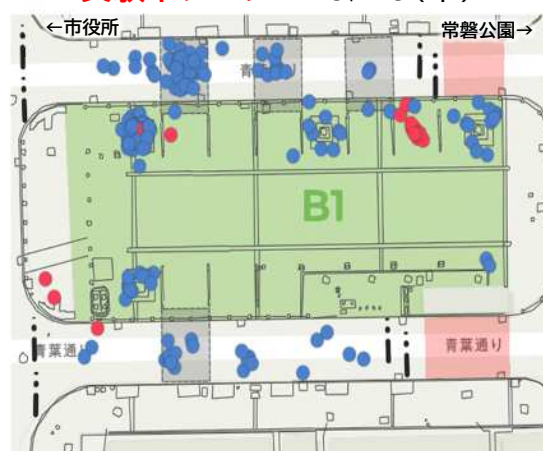
<比較用データ> 10/1(火)



<実験中データ> 10/7(月)



<実験中データ> 10/10(木)



<実験中データ> 10/11(金)

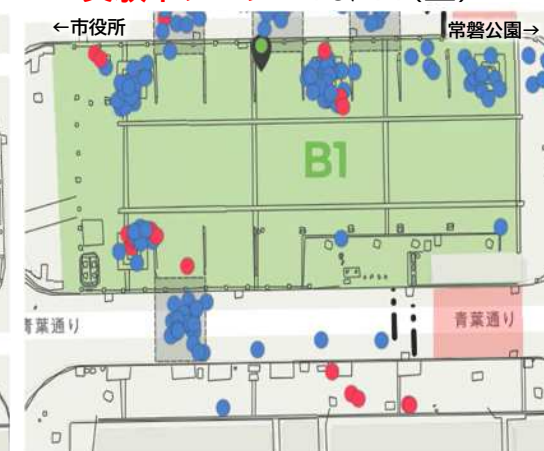


図:全時間帯のマッピング調査結果を重ねて表示

:交通規制なし

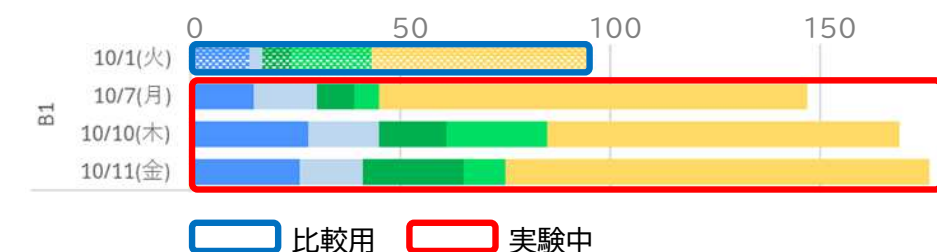


図:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

表:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

		20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
B1	10/1	14	3	7	19	52	95	3日間平均との比較	1.73
	10/7	15	15	9	6	102	147	最大値との比較	1.85
	10/10	28	17	16	24	84	169	最小値との比較	1.55
	10/11	26	15	24	10	101	176		

・10/6はイベントによる出店,10/13はイタリア車の車両展示が行われており、立った状態での滞留が多い。
・10/12はイベントが実施されておらず、アウトドアチェアを設置していない比較用データより滞留が少ない。
※休日は風が強かったため滞留空間への日よけタープの設営を行っていない。

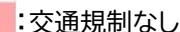
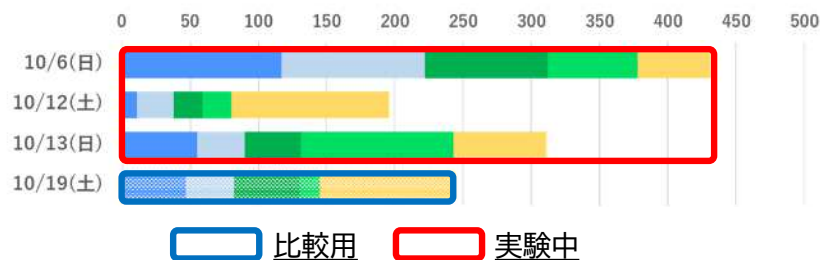


表:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
B1	10/6	117	105	90	66	53	431	3日間平均との比較	1.28
	10/12	11	27	21	21	116	196	最大値との比較	1.76
	10/13	55	35	41	112	68	311	最小値との比較	0.8
	10/19	47	35	48	15	100	245		

図:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較



■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(B2,平日)

- ・実証実験中、中央には折り畳みテーブル+椅子を設置、車道にはスタンドパラソル、折り畳みテーブル+椅子を設置。
- ・B2は普段ベンチ等の休憩施設が設置されていないため、人が滞留していない。
- ・実証実験に伴いB3に設置されていた灰皿を撤去した結果、これまでB3灰皿を使用していた喫煙者の一部がB2歩道上(右上)へと移動した。

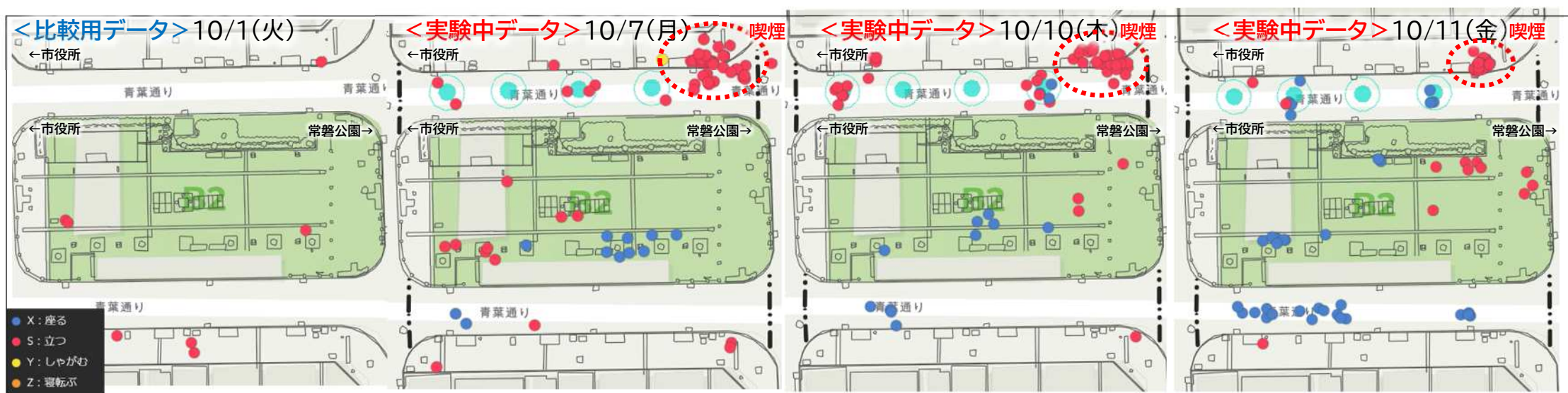


図:全時間帯のマッピング調査結果を重ねて表示



図:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

表:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
B2	10/1	0	2	3	1	2	8	3日間平均との比較	8.75
	10/7	17	12	15	18	10	72	最大値との比較	9.5
	10/10	12	15	9	12	14	62	最小値との比較	7.75
	10/11	7	23	12	14	20	76		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(B2,休日)

- ・10/6はイベント、10/12はイタリア車の展示が行われており、立った状態での滞留が多い。
- ・10/13は利用者がB1エリアのアウトドアチェアをB2エリアへ運び、自由にレイアウトして飲食を楽しむ光景が確認された。
- ・10/13は喫煙者が少ない。

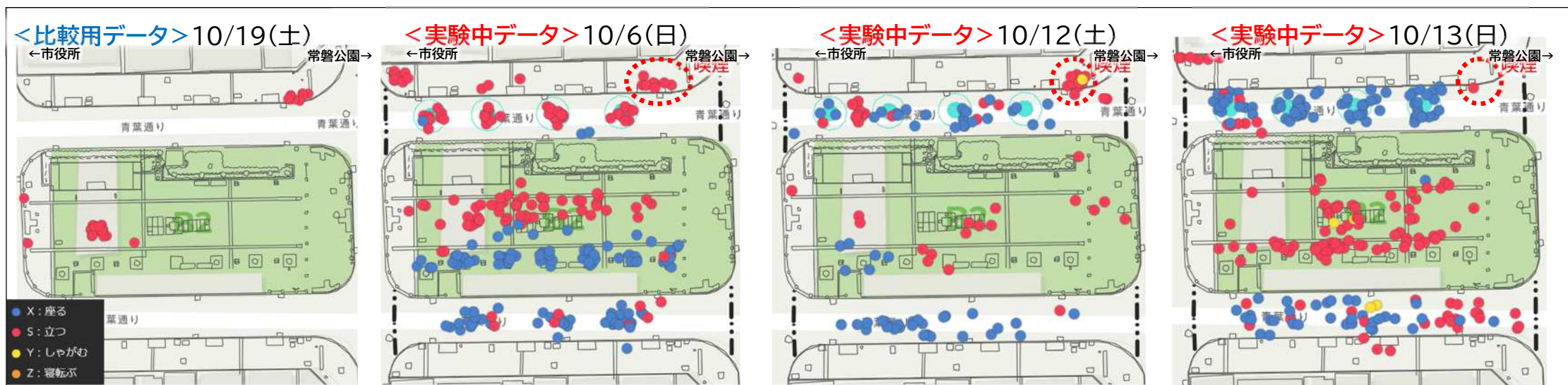


図:全時間帯のマッピング調査結果を重ねて表示

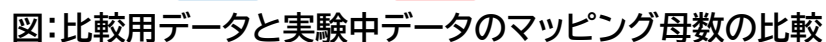
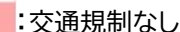


図:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

表:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
B2	10/6	64	73	70	25	6	238	3日間平均との比較	6.13
	10/12	52	19	9	17	9	106	最大値との比較	7.68
	10/13	70	60	37	17	42	226	最小値との比較	3.42
	10/19	2	0	3	4	22	31		

- ・実証実験前(10/1)はB3に灰皿が設置されており、左上に多く見られる滞留者の多くは喫煙者である。また、灰皿周辺以外の場所でも立った状態で喫煙する人が多い。
- ・実証実験中、中央に大型パラソルを設置した。そこには常に人が滞留することを確認。
- ・実証実験前の喫煙利用が多く、実証実験中の方が滞留数が少ない結果となった。



エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
B3	10/1	18	26	31	31	11	117	3日間平均との比較	0.6
	10/7	15	17	12	13	14	71	最大値との比較	0.62
	10/10	12	28	11	12	9	72	最小値との比較	0.59
	10/11	18	13	13	6	19	69		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(B3,休日)

- ・10/13はマルシェ会場となり、イベント用に椅子やテーブルが増設されたため滞留数が著しく増加した。
- ・10/12はイベントの会場設営作業がおこなわれていたため、比較用データより滞留が少ない

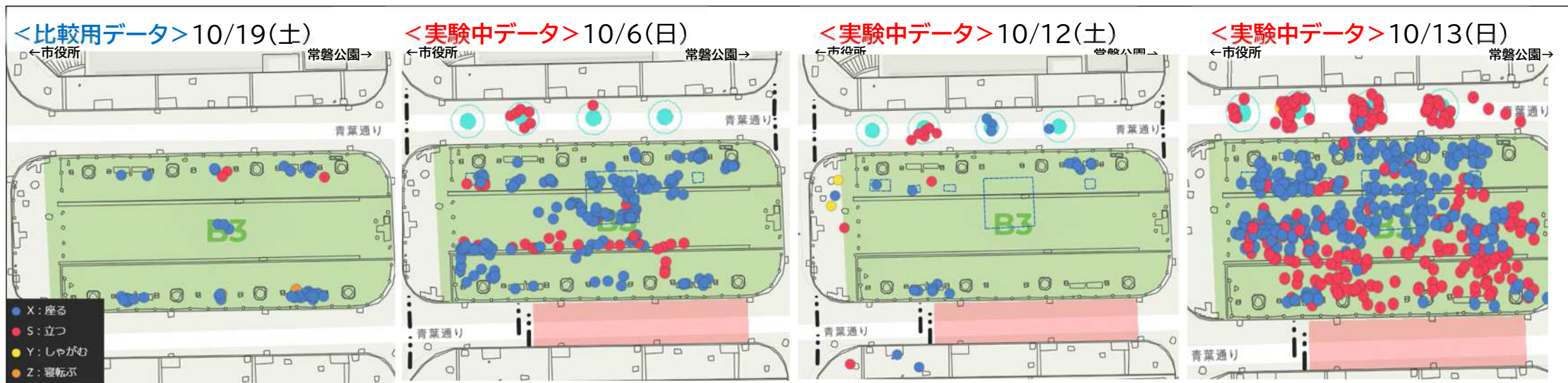


図:全時間帯のマッピング調査結果を重ねて表示

:交通規制なし



図:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

表:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
B3	10/6	56	65	41	24	10	196	3日間平均との比較	4.75
	10/12	18	10	1	3	5	37	最大値との比較	9.67
	10/13	125	147	102	68	51	493	最小値との比較	0.73
	10/19	17	13	9	7	5	51		

- ・実証実験中はB3に設置された灰皿を撤去したため、B4にある喫煙所の利用者が著しく増加。
- ・緑地帯に設置したパーゴラが良く利用された。

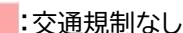


図:全時間帯のマッピング調査結果を重ねて表示

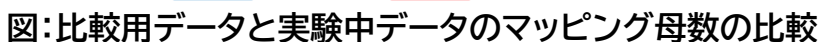


表:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
B4	10/1	12	8	13	9	10	52	3日間平均との比較	2.61
	10/7	34	28	62	37	18	179	最大値との比較	3.44
	10/10	25	33	25	22	19	124	最小値との比較	2
	10/11	11	27	40	14	12	104		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(B4,休日)

- ・10/13はイベントのマルシェ会場となり、イベント用に椅子やテーブルが増設されたため滞留数が著しく増加した。
- ・10/12はイベントの会場設営作業がおこなわれていたため、比較用データより滞留が少ない

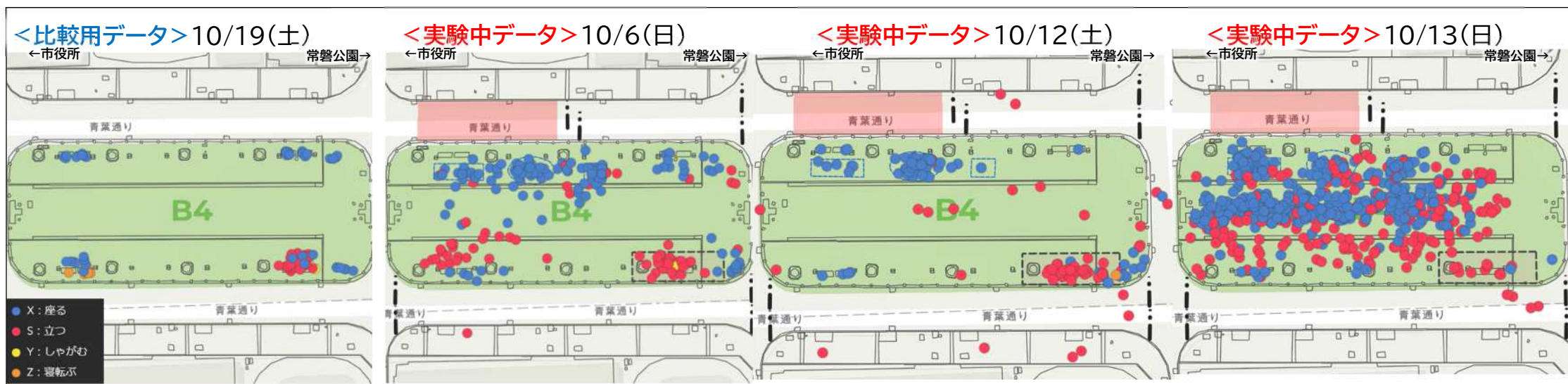


図:全時間帯のマッピング調査結果を重ねて表示

:交通規制なし



図:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

表:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
B4	10/6	63	49	44	10	26	192	3日間平均との比較	3.88
	10/12	39	28	44	9	5	125	最大値との比較	7.73
	10/13	208	144	122	80	72	626	最小値との比較	1.54
	10/19	19	10	37	10	5	81		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(B5,平日)

- ・B5エリアは実証実験に伴う椅子・テーブルの設置を行っていない。
- ・実証実験でファニチャを設置したB3,B4ブロックのバイク駐車がB5ブロックへと移動した。
- ・日にちの経過に伴い、利用者が減少傾向にある。



: 交通規制なし



表: 比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと実験中データの比較	
B5	10/1	14	18	14	15	17	78	3日間平均との比較	0.63
	10/7	15	13	5	6	20	59	最大値との比較	0.76
	10/10	9	9	13	10	7	48	最小値との比較	0.53
	10/11	6	8	3	5	19	41		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(B5,休日)

- ・B5エリアは実証実験に伴う椅子・テーブルの設置を行っていない。
- ・実証実験でファニチャを設置したB3,B4ブロックのバイク無断駐車がB5ブロックへと移動した。

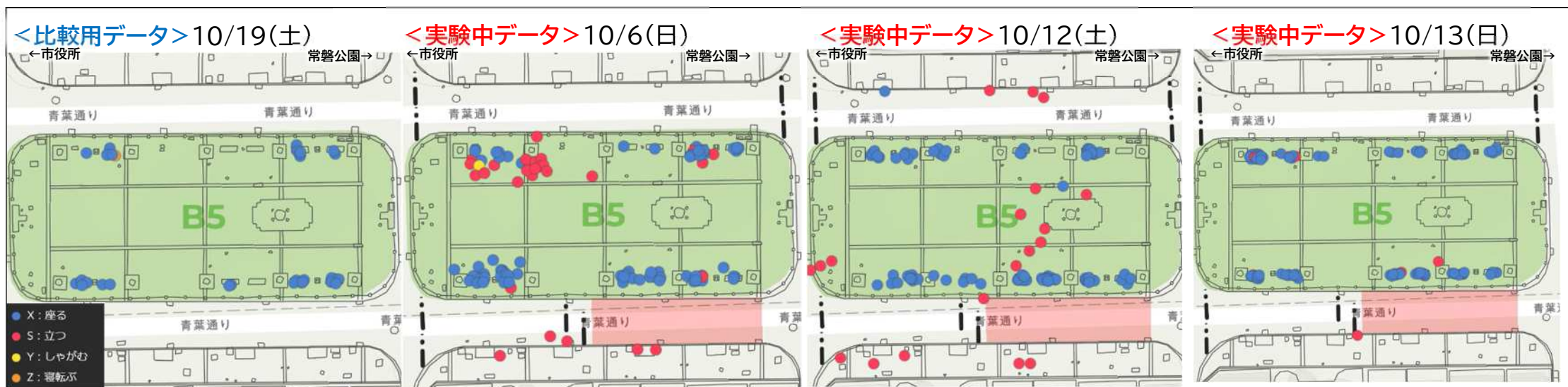


図:全時間帯のマッピング調査結果を重ねて表示

:交通規制なし

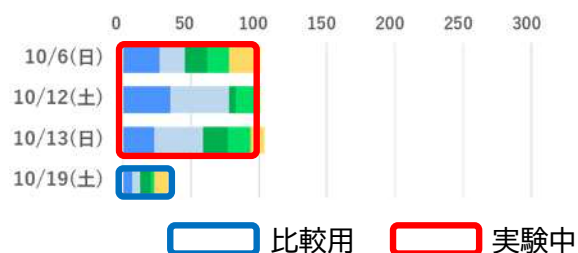


図:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

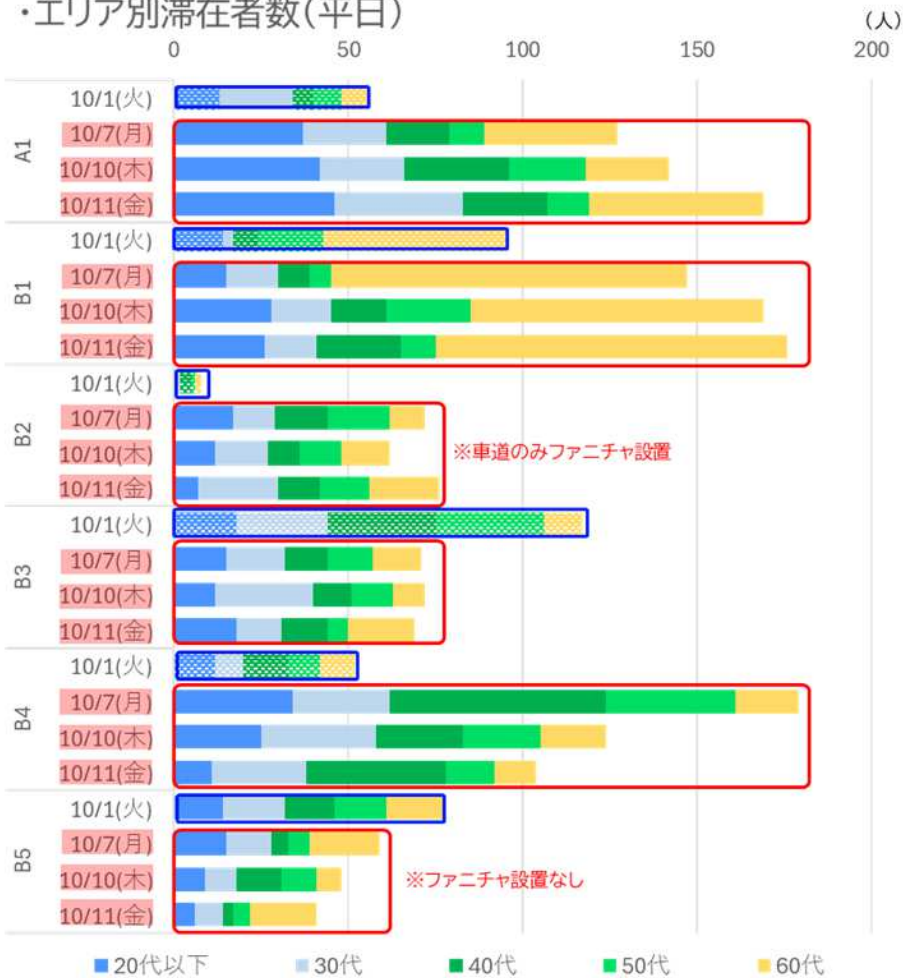
表:比較用データと実験中データのマッピング母数の比較

エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
B5	10/6	27	19	16	16	23	101	比較用データと 実験中データの 比較	3
	10/12	35	43	5	17	1	101	最大値との比較	3.06
	10/13	23	36	18	17	10	104	最小値との比較	2.97
	10/19	7	6	8	2	11	34		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(全ブロック,平日)

- ・比較期間に比べ、実証実験期間中では、灰皿の撤去が影響したB3、ファニチャの設置を行わなかったB5以外はすべてのブロックで滞留が増加した。
- ・期間が経過するにつれて、比較期間と比べて利用者の割合が増えていく傾向がある

・エリア別滞在者数(平日)

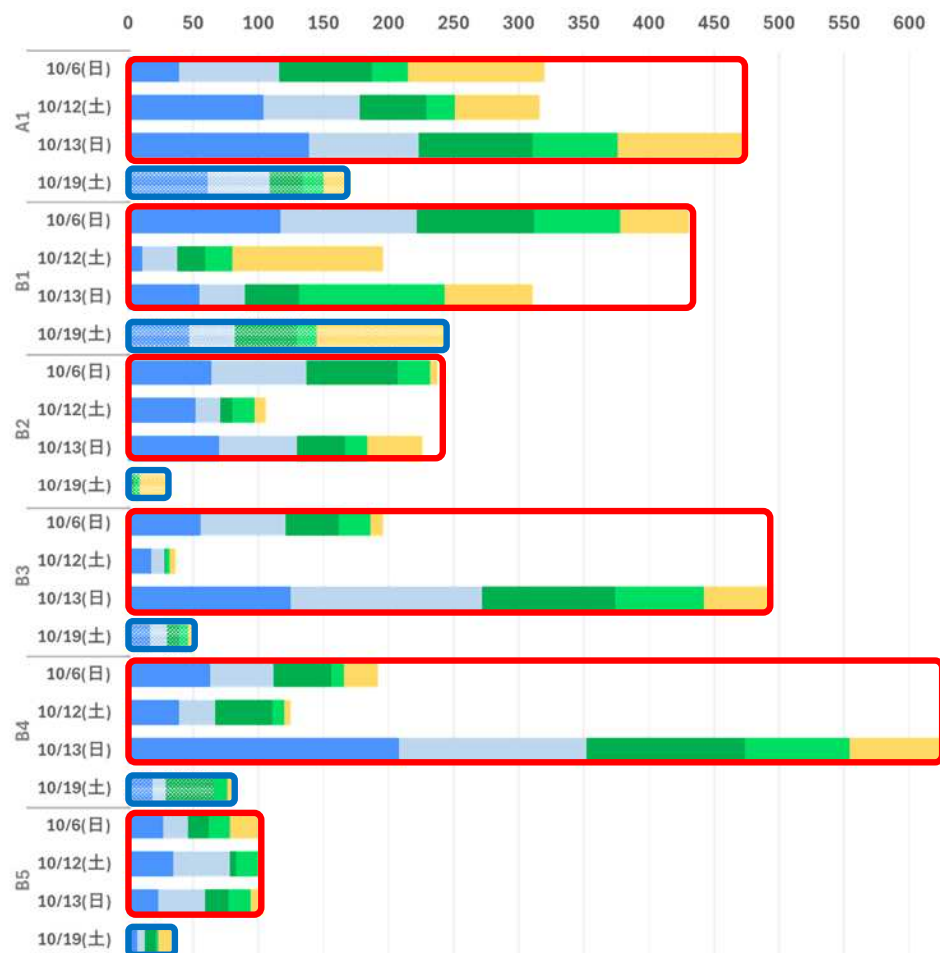


エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
A1	10/1	13	21	6	8	8	56	3日間平均との比較	2.61
	10/7	37	24	18	10	38	127	最大値との比較	3.02
	10/10	42	24	30	22	24	142	最小値との比較	2.27
	10/11	46	37	24	12	50	169		
B1	10/1	14	3	7	19	52	95	3日間平均との比較	1.73
	10/7	15	15	9	6	102	147	最大値との比較	1.85
	10/10	28	17	16	24	84	169	最小値との比較	1.55
	10/11	26	15	24	10	101	176		
B2	10/1	0	2	3	1	2	8	3日間平均との比較	8.75
	10/7	17	12	15	18	10	72	最大値との比較	9.5
	10/10	12	15	9	12	14	62	最小値との比較	7.75
	10/11	7	23	12	14	20	76		
B3	10/1	18	26	31	31	11	117	3日間平均との比較	0.6
	10/7	15	17	12	13	14	71	最大値との比較	0.62
	10/10	12	28	11	12	9	72	最小値との比較	0.59
	10/11	18	13	13	6	19	69		
B4	10/1	12	8	13	9	10	52	3日間平均との比較	2.61
	10/7	34	28	62	37	18	179	最大値との比較	3.44
	10/10	25	33	25	22	19	124	最小値との比較	2
	10/11	11	27	40	14	12	104		
B5	10/1	14	18	14	15	17	78	3日間平均との比較	0.63
	10/7	15	13	5	6	20	59	最大値との比較	0.76
	10/10	9	9	13	10	7	48	最小値との比較	0.53
	10/11	6	8	3	5	19	41		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(全ブロック,休日)

- ・比較期間に比べ、実証実験期間中では、すべてのブロックで滞留が増加した。
- ・期間が経過するにつれて、比較期間と比べて利用者の割合が増えていく傾向がある
- ・比較・実証実験期間ともに平日と比較して、休日の滞留人数が全エリアにて増加傾向にある

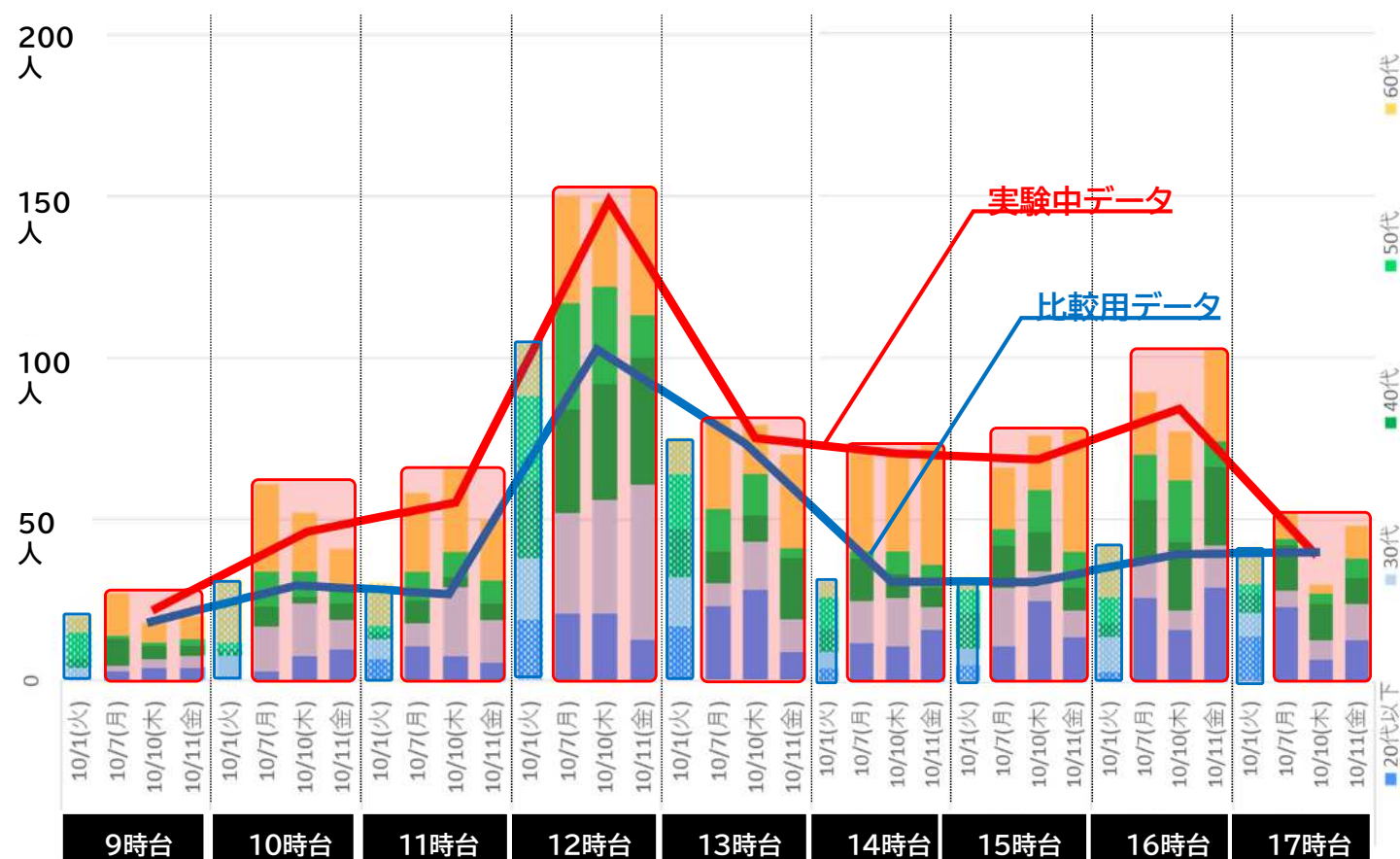
・エリア別滞留者数(休日)



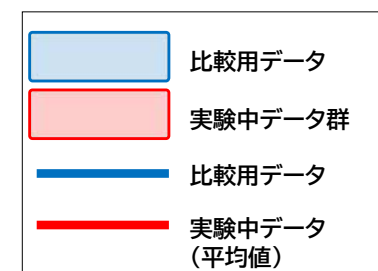
エリア	日付	20代	30代	40代	50代	60代	計	比較用データと 実験中データの 比較	
A1	10/6	39	77	71	28	10	225	3日間平均との比較	1.9%
	10/12	104	74	51	22	65	316	最大値との比較	2.8%
	10/13	139	84	88	65	100	476	最小値との比較	1.3%
	10/19	61	48	25	16	20	170		
B1	10/6	117	105	90	66	53	431	3日間平均との比較	1.2%
	10/12	11	27	21	21	116	196	最大値との比較	1.7%
	10/13	55	35	41	112	68	311	最小値との比較	0.8%
	10/19	47	35	48	15	100	245		
B2	10/6	64	73	70	25	6	238	3日間平均との比較	6.1%
	10/12	52	19	9	17	9	106	最大値との比較	7.6%
	10/13	70	60	37	17	42	226	最小値との比較	3.4%
	10/19	2	0	3	4	22	31		
B3	10/6	56	65	41	24	10	196	3日間平均との比較	4.7%
	10/12	18	10	1	3	5	37	最大値との比較	9.6%
	10/13	125	147	102	68	51	493	最小値との比較	0.7%
	10/19	17	13	9	7	5	51		
B4	10/6	63	49	44	10	26	192	3日間平均との比較	3.8%
	10/12	39	28	44	9	5	125	最大値との比較	7.7%
	10/13	208	144	122	80	72	626	最小値との比較	1.5%
	10/19	19	10	37	10	5	81		
B5	10/6	27	19	16	16	23	101	3日間平均との比較	3.0%
	10/12	35	43	5	17	1	101	最大値との比較	3.0%
	10/13	23	36	18	17	10	104	最小値との比較	2.9%
	10/19	7	6	8	2	11	34		

■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(時間帯ごとの滞留傾向の比較、平日)

- ・比較用、実験中データの両方とも、滞留のピークは12時台である。
- ・平日においては、比較、実験中ともにピーク時間帯以外の滞留人数はピーク時の50%を割っている

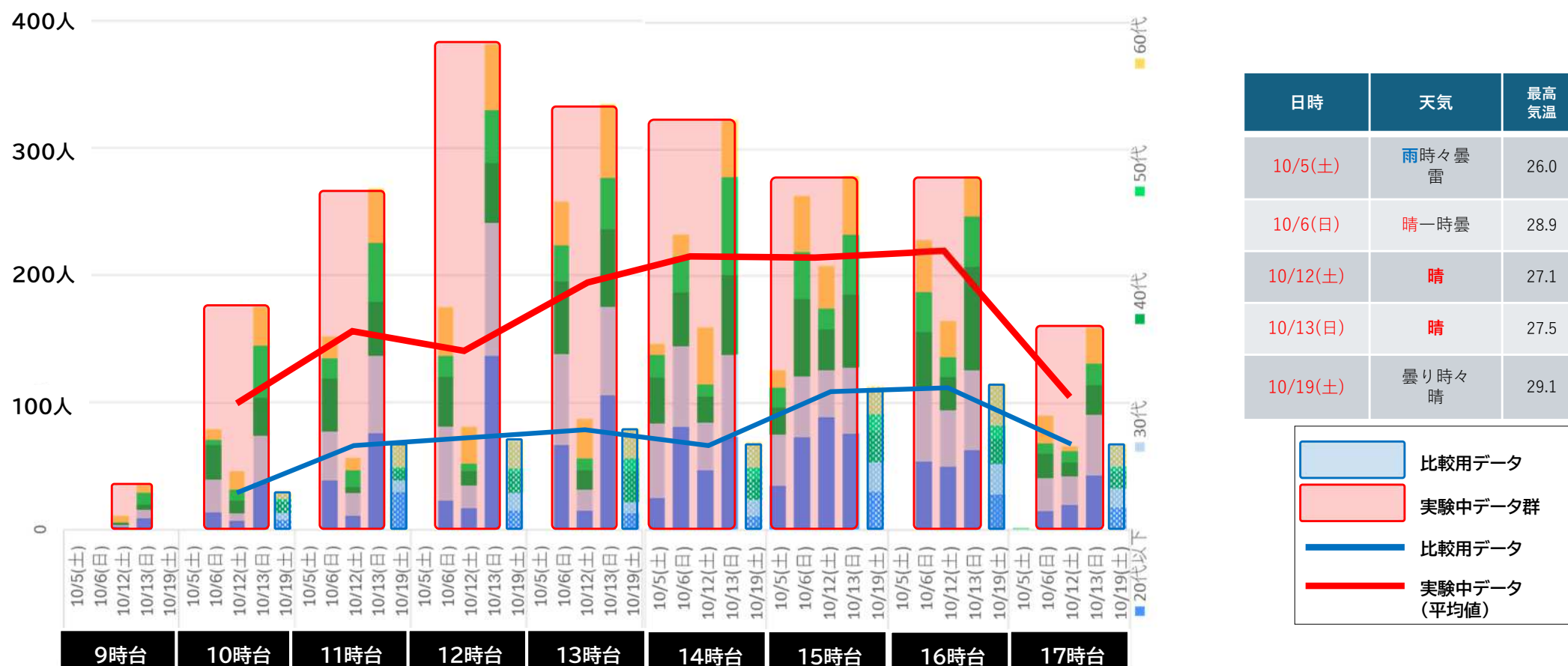


日時	天気	最高気温
10/1(火)	雨のち曇	27.3
10/7(月)	曇時々雨	30.4
10/10(木)	晴時々曇	26.3
10/11(金)	曇時々晴	25.0



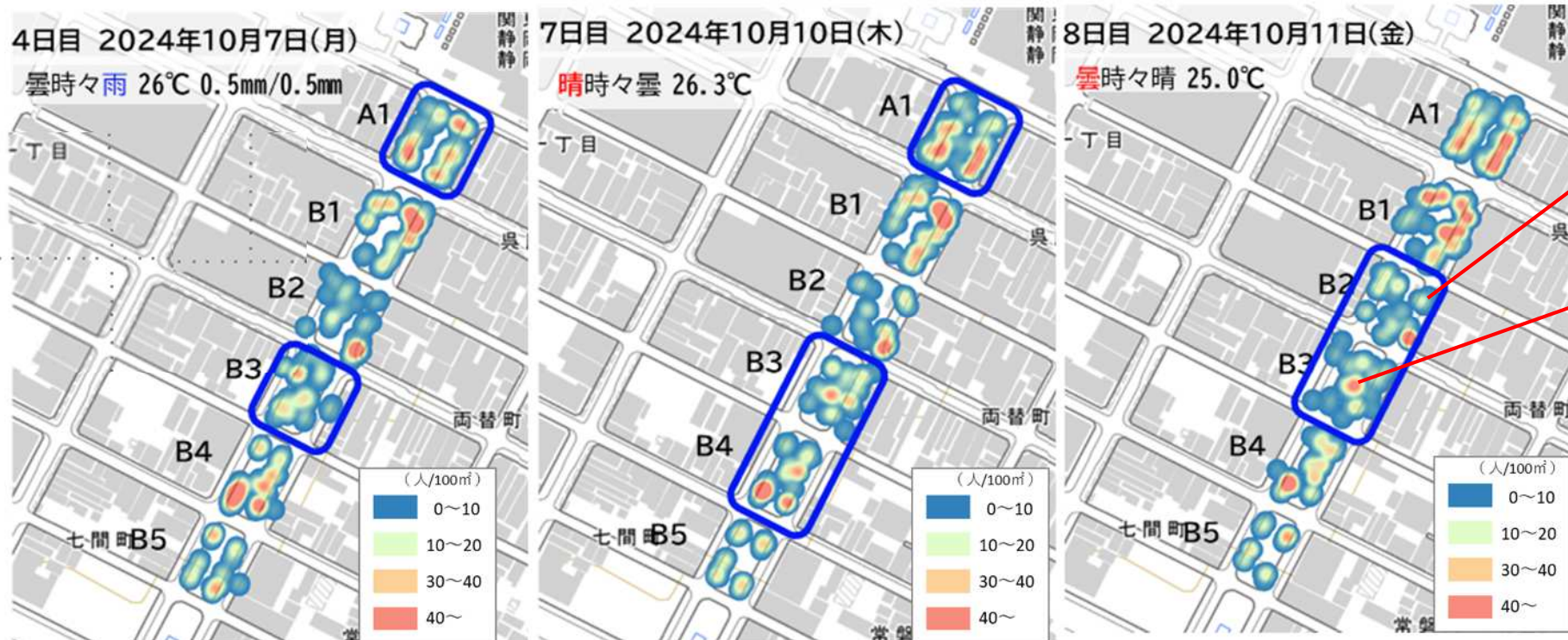
■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(時間帯ごとの滞留傾向の比較、休日)

- ・比較用、実験中データとも、滞留のピークは16時台である。
- ・休日においては、ピーク時間帯と同等(90%以上)の滞留人数が持続する傾向がある(比較:2時間程度、実験中:4時間程度)



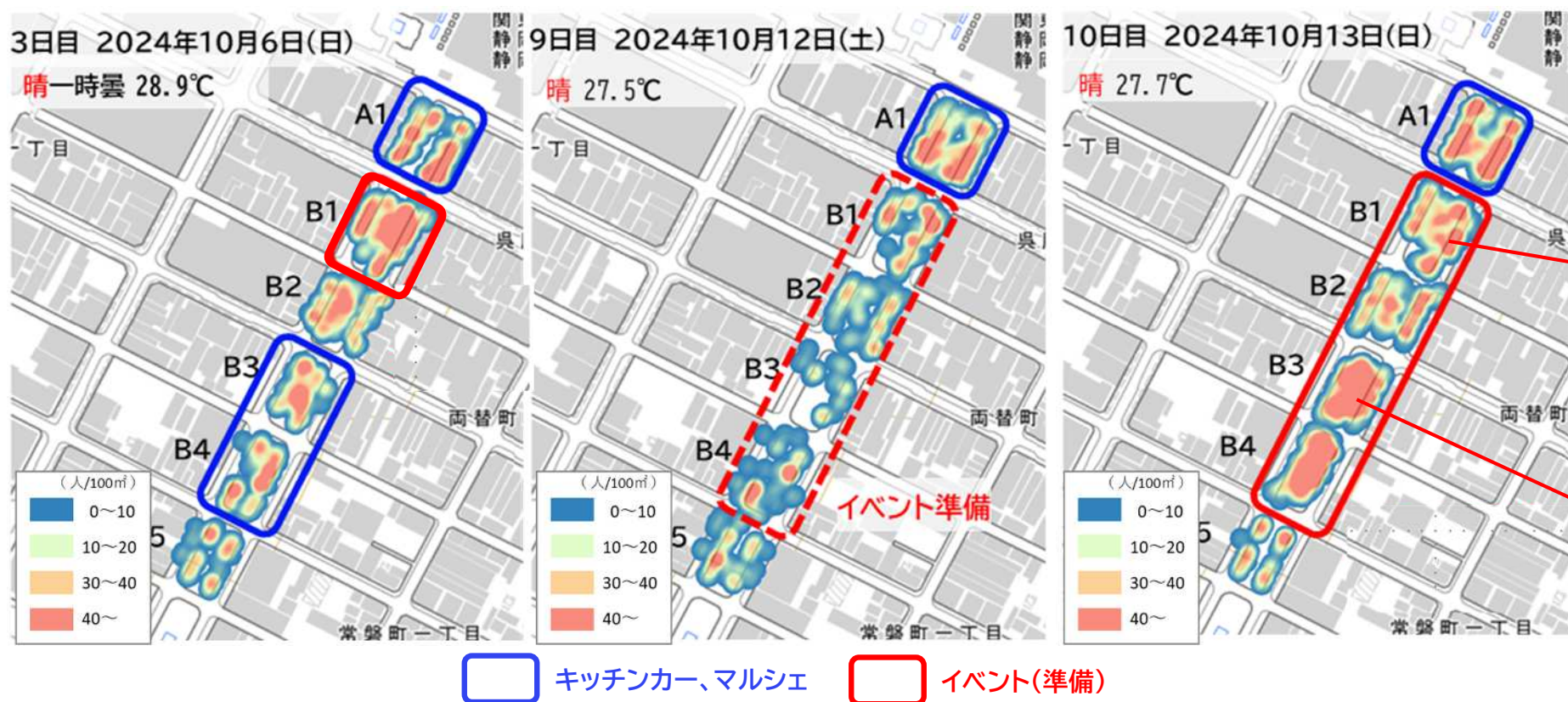
■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(各日の滞留傾向をヒートマップ化し比較、平日)

- ・呉服町通りに接するA1ブロック、B1ブロックでは休憩施設を設置した車道上への滞留が顕著に多い傾向がある。B3ブロックでは大型パラソルを設置した部分への滞留が顕著である。
- ・キッチンカーの配置と滞留に相関性はあまり見られなかった。



■調査結果 ①-1 マッピング調査結果(各日の滞留傾向をヒートマップ化し比較、休日)

- ・休日はイベントを実施したブロックでブロック内、休憩施設を設置した道路空間ともに多くの滞留が確認された
- ・A1ブロックはイベントを実施していないが、休憩施設を設置した道路空間およびAブロック内の既設ベンチが利用され、常に滞留が多い状態が続いた。



検証1

(2)ビッグデータによる分析

■検証に使用するデータ ②ビッグデータによる来訪者の分析

アオバリビング実証実験期間中(10月4日(金)～10月14日(月・祝))と1年前の同時期との日別来訪者数、平日・休日別の来訪者数、滞留時間帯別来訪者数、属性について、ビッグデータを活用し比較を行った。

データ諸元

○調査条件

- ・位置情報ビッグデータを扱うAgoop社
(SoftBank100%出資企業)が提供する「マチレポ」サービスを利用
- ・ソフトバンク以外も含めた数千万台の国内スマートフォンアプリから取得された位置情報を提供。

○調査日

- <実験中データ> R6/10/4～R6/10/14
- <比較用データ> R5/9/29～R5/10/9

※季節性や休日の連続性を考慮し1年前の同時期と比較

○対象範囲

- ・実証実験エリア全体、各ブロックA1,B1,B2,B3,B4,B5
- ・歩道、車道、中央の緑地帯

○対象とする滞留時間の範囲

- ・対象範囲に10分以上2時間未満滞留した人

特定のキャリアに限定されない、
マルチキャリアの大規模な位置情報データです。



■検証に使用するデータ ②ビッグデータによる来訪者の分析

アオバリビング実証実験期間中(10月4日(金)～10月14日(月・祝))と1年前の同時期との日別来訪者数、平日・休日別の来訪者数、滞留時間別来訪者数、属性について、ビッグデータを活用し比較を行った。

分析項目

- 1.日別来訪者数の比較
- 2.平日・休日別の来訪者数の比較
- 3.滞留時間別来訪者数の比較
- 4.来訪者属性(性別×年代)の比較

前提条件／制約条件

- ✓ 本レポートで提示する人数情報(1日平均の施設訪問者数・施設訪問者の推定居住住所など)は、Agoop社が取得しているスマートフォンの移動データをベースに、日本総人口規模に換算した**推計値**であり、実際の訪問者数とは異なる。
- ✓ 分析対象とする施設等によっては、十分な数の訪問者データが取得できず分析できない場合あり
[分析が難しい施設の例]
スマートフォンを持たない高齢者の方の利用が中心で、捕捉できる訪問者※の数が極めて少ない施設。※訪問者:Agoop社が提携しているスマホアプリがインストールされたスマートフォンの保有者

プライバシーを考慮し、
厳密なデータの取り扱いをおこなっています。

個別同意(オプトイン)の取得

同意を得たユーザーのデータのみ取得

【例：当社アプリ WalkCoin の同意画面】



- ・ 位置情報取得目的についての承諾
- ・ 第三者に対する情報提供について
- ・ 提供先の第三者での個人情報への紐付けの禁止について
- ・ オプトアウト（追加取得されない仕組み）について

※当社のプライバシーポリシーは別途ページに掲載しています。

統計加工・秘匿化処理

プライバシー保護対策済み

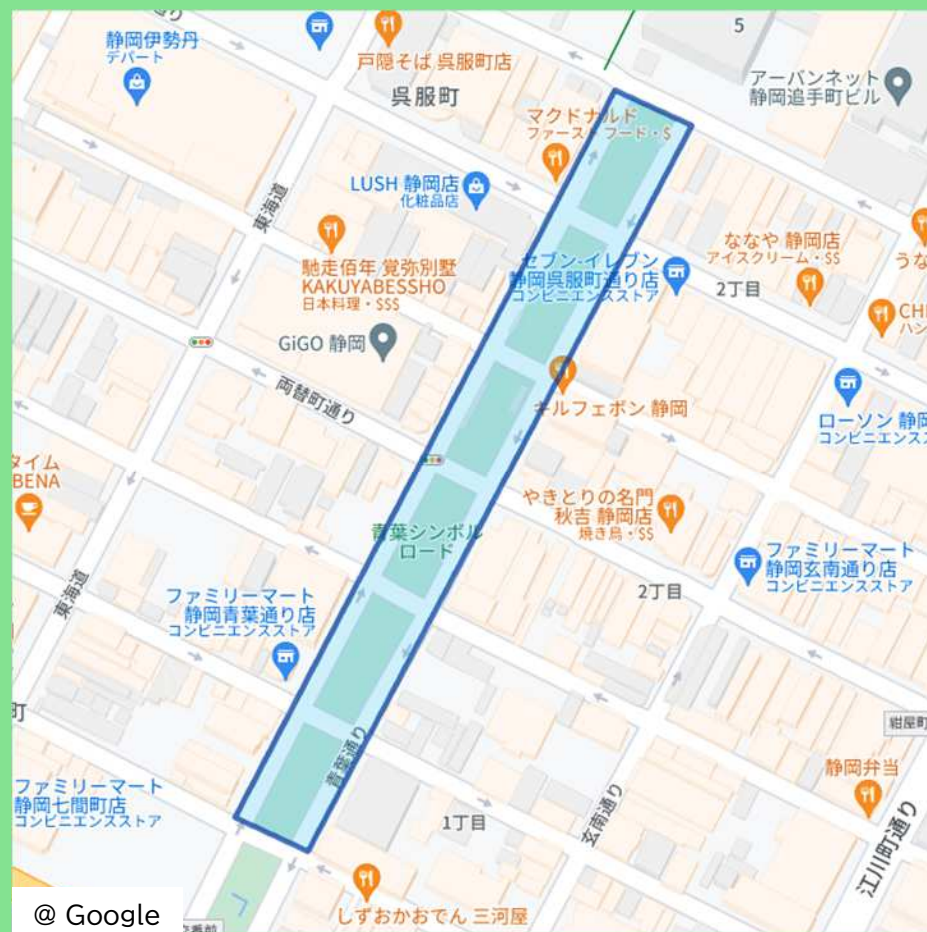
位置情報データ（緯度経度・時刻・その他情報）は、単体では特定の個人を識別できない個人関連情報（個人情報保護法における分類）に該当しますが、日をまたいで連続する情報の積み上げによって、個人を特定できる可能性が高まるリスクが存在します。

そのようなリスクを避けるため、統計データ加工や、位置情報が居住地周辺と推定される場合は、該当する位置情報データを削除するなどの秘匿化処理を行い、プライバシー保護対策を実施しております。



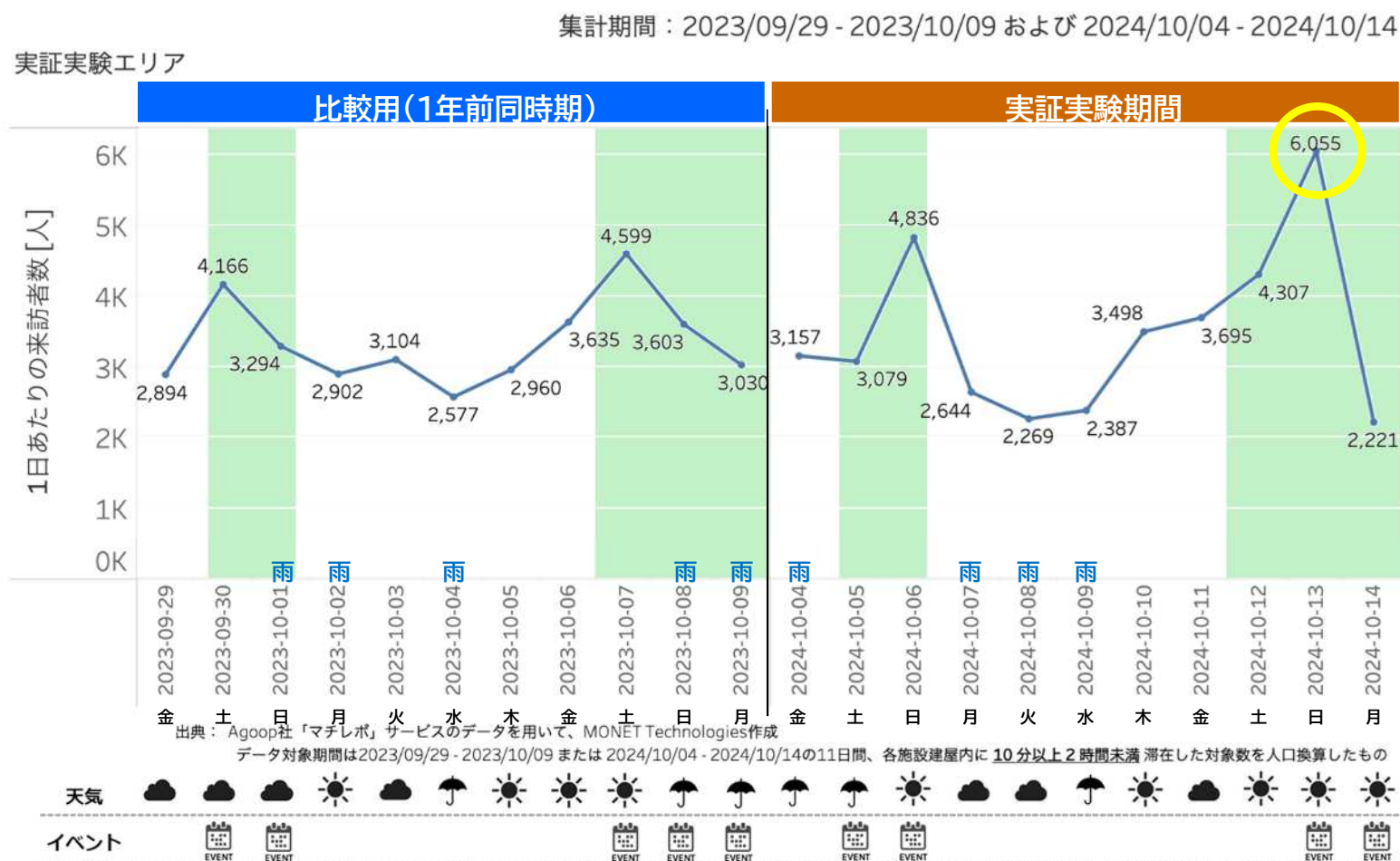
※同意を得ていないユーザーの位置情報データは一切収集しておりません。
また、氏名・住所などの個人特定できる情報は含まれておりません。

データ抽出範囲:A1~B5



■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(日別来訪者数の比較)

日曜日の来訪者が非常に多く、10/13には6,000人ほど来訪している。
 昨年は土曜日の来訪者が期間中最多であった、今回の実験期間中の日曜日はいずれも昨年の期間中で最多であった土曜日の来訪者を上回っている。

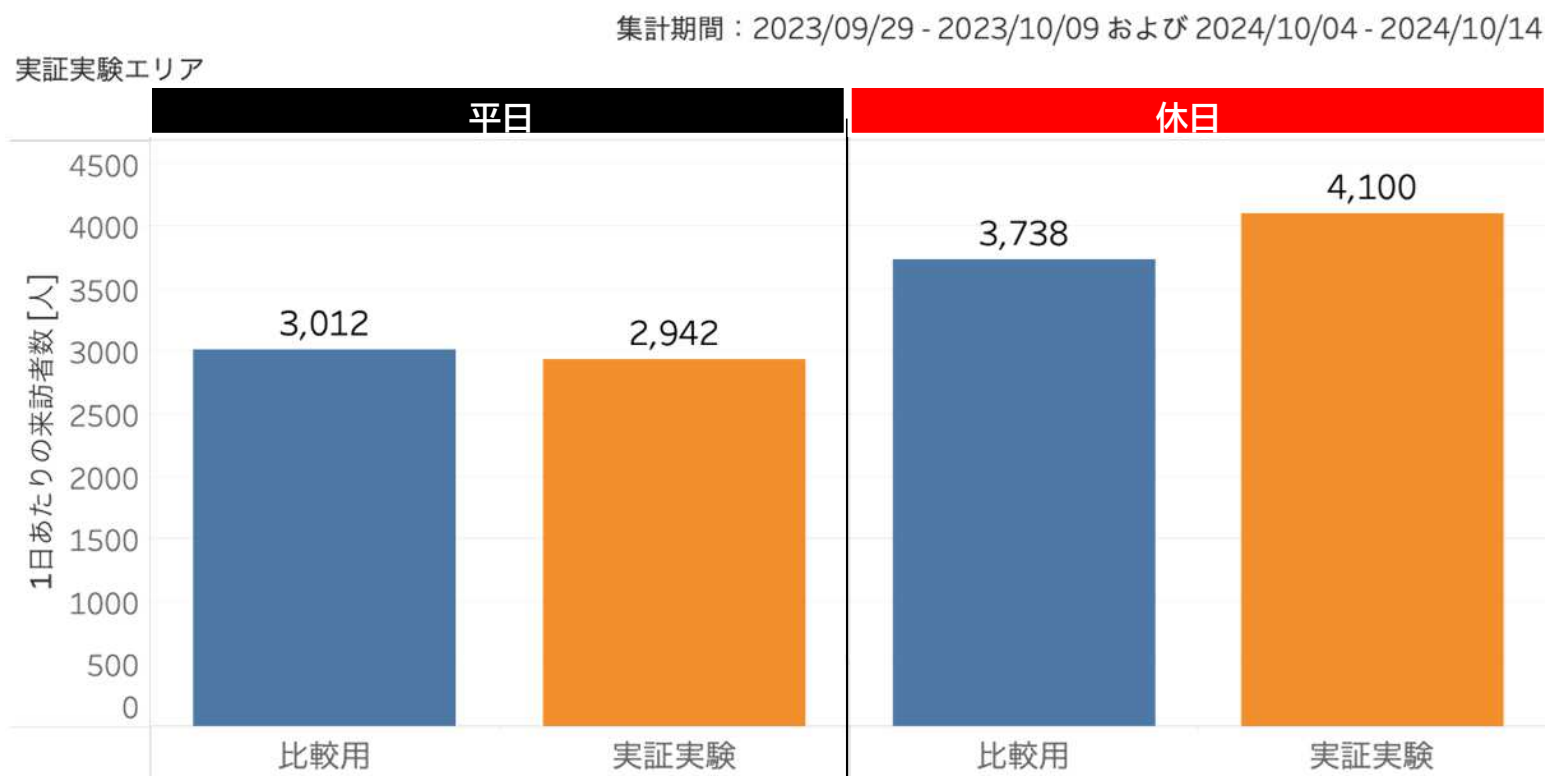


■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(平日と休日の来訪者数の比較)

A1からB5までの全域での傾向比較について、休日の来訪者数は、昨年と比較して、1日あたり400人ほど増えていた。一方、平日の来訪者数は、昨年と同等であった。

項目別の分析は次ページ以降。

※マッピング調査は晴天時に調査を実施したのに対し、ビッグデータによる分析は期間中全日数の合計値である。



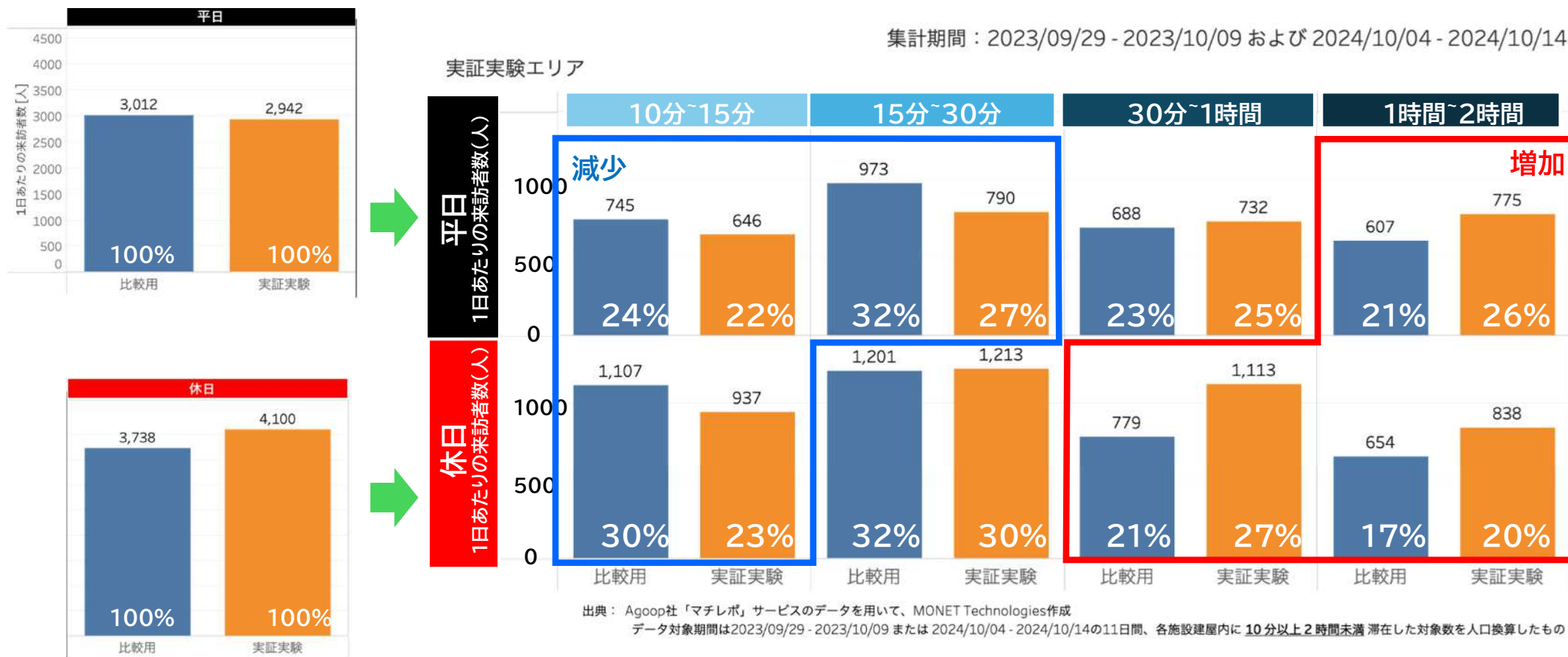
出典：Agoop社「マチレポ」サービスのデータを用いて、MONET Technologies作成

データ対象期間は2023/09/29 - 2023/10/09 または 2024/10/04 - 2024/10/14の11日間、各施設建屋内に10分以上2時間未満滞在した対象数を人口換算したもの

■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(平日と休日の滞留時間別来訪者数の比較)

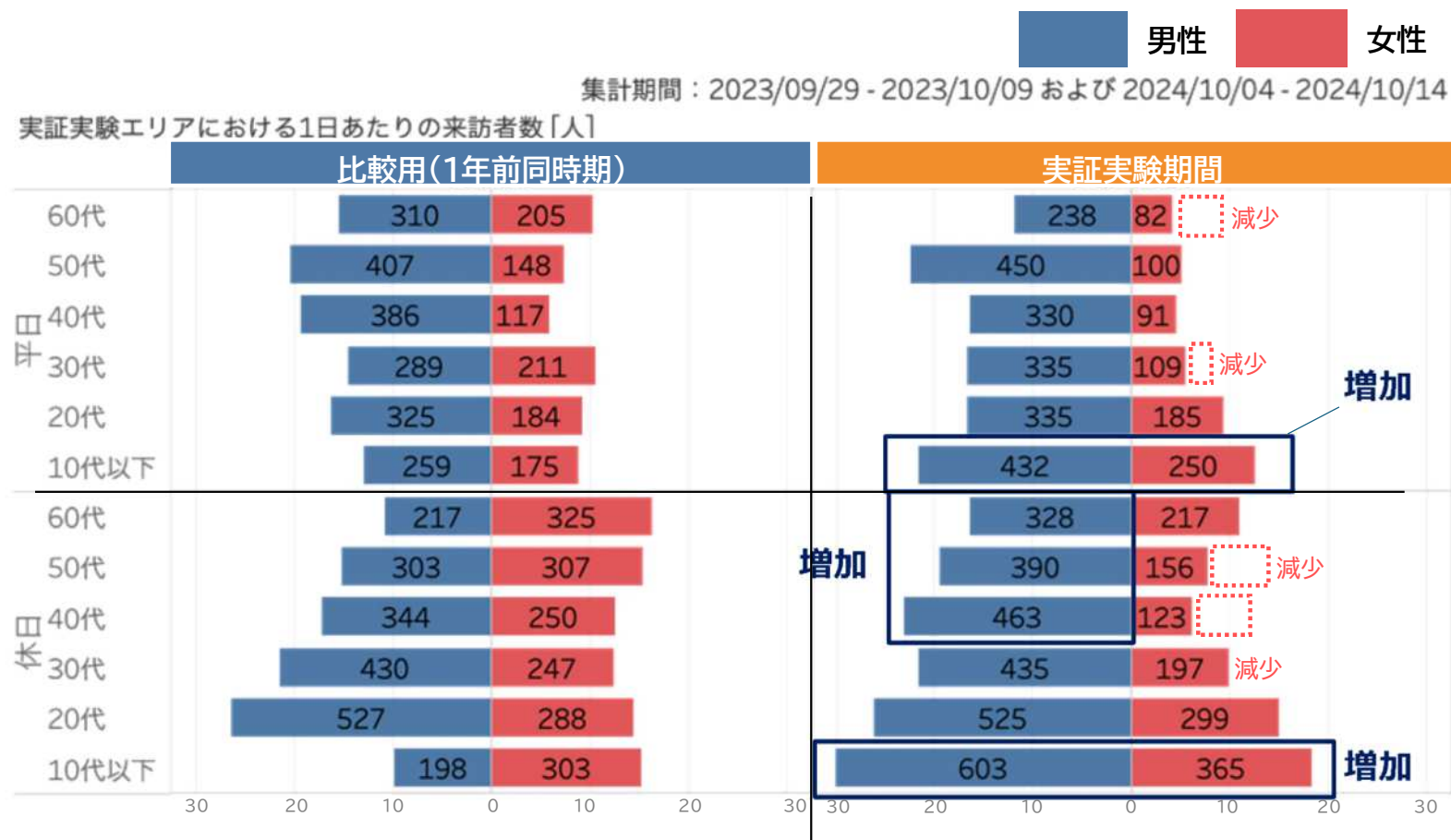
長時間滞留(30分以上)の来訪者は増えている。一方で、短時間滞留(10~30分未満)の来訪者は減っている。
長く滞留する人が増加した。平日の短時間滞留は喫煙者だと推測される。

(P30図表再掲) 全体を100%とした場合の各時間帯の割合



■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(平日と休日の来訪者数の比較)

平日・休日ともに昨年と比較して、10代以下の来訪が増加している。また、休日は40代～60代の男性の来訪が増加している。
平日、休日とも30代以上の女性の滞在人数が減少している。特に平日の30代と60代、休日の40代と50代が昨年から約半分となっている。



増減率
(実証実験期間/1年前)

平日	男	女
60代	0.77	0.40
50代	1.11	0.68
40代	0.85	0.78
30代	1.16	0.52
20代	1.03	1.01
10代	1.67	1.43
休日	男	女
60代	1.51	0.67
50代	1.29	0.51
40代	1.35	0.49
30代	1.01	0.80
20代	1.00	1.04
10代	3.05	1.20

出典：Agoop社「マチレポ」サービスデータを用いてMonetTechnorologies社作成

データ対象期間は比較用：2023/9/29-10/9 実験期間：2024/10/4-10/14の各11日間、青葉通り実証実験エリアに5分以上2時間未満滞留した対象数を人口換算したもの

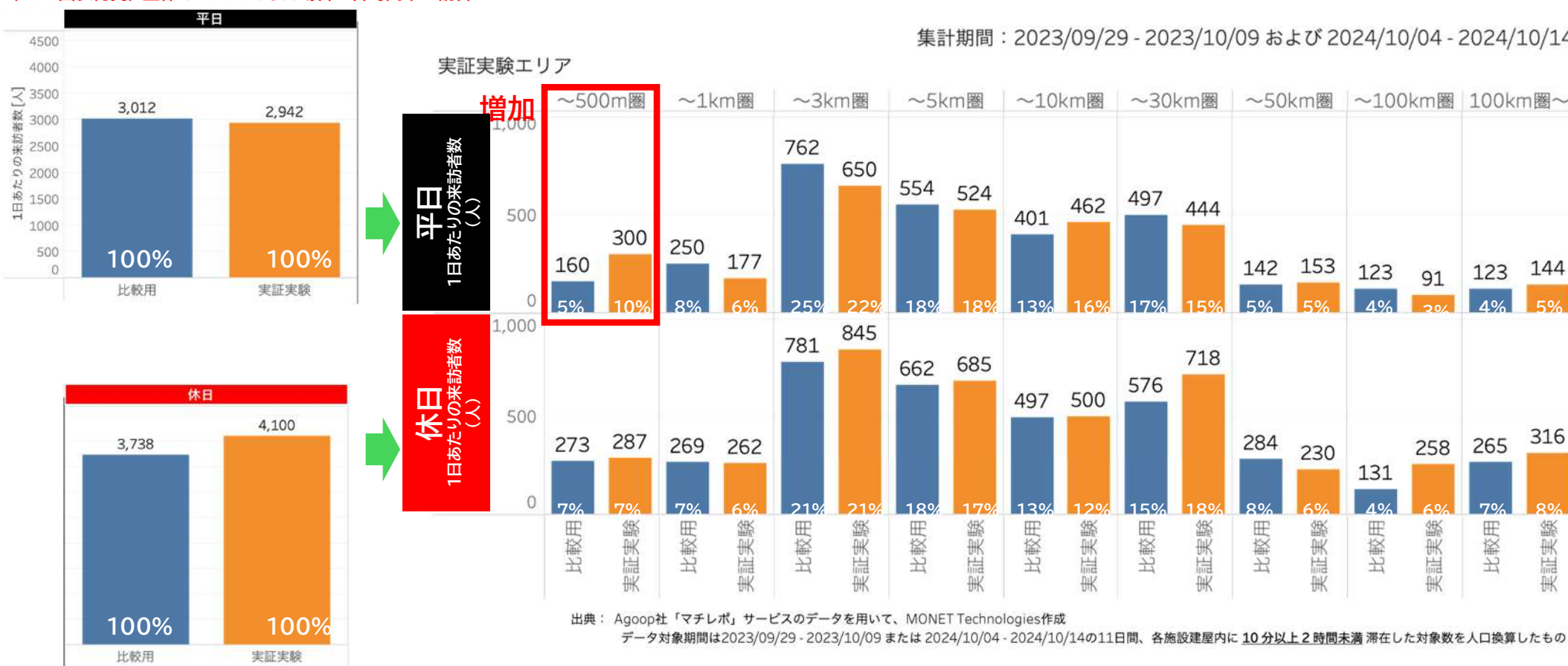
期間中の主なイベント

1年前：しずおか特産品まつり～秋の市～、山梨県物産市「バイ・ふじのくに」、しずおかおいしいものマルシェ 等
期間中：ピースマルシェ、しずおか大好き祭り、LA TONDA FESTA Shizuoka 等

■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(平日と休日の来訪者数の比較)

休日は、～1km圏と～50km圏を除くと、居住距離を問わず、来訪者が増えている。
一方、平日は近隣(500m圏内)の来訪者が増えている。

(P30図表再掲) 全体を100%とした場合の各時間帯の割合



データ抽出範囲:各ブロックごと



■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(日別来訪者数の比較、A1)

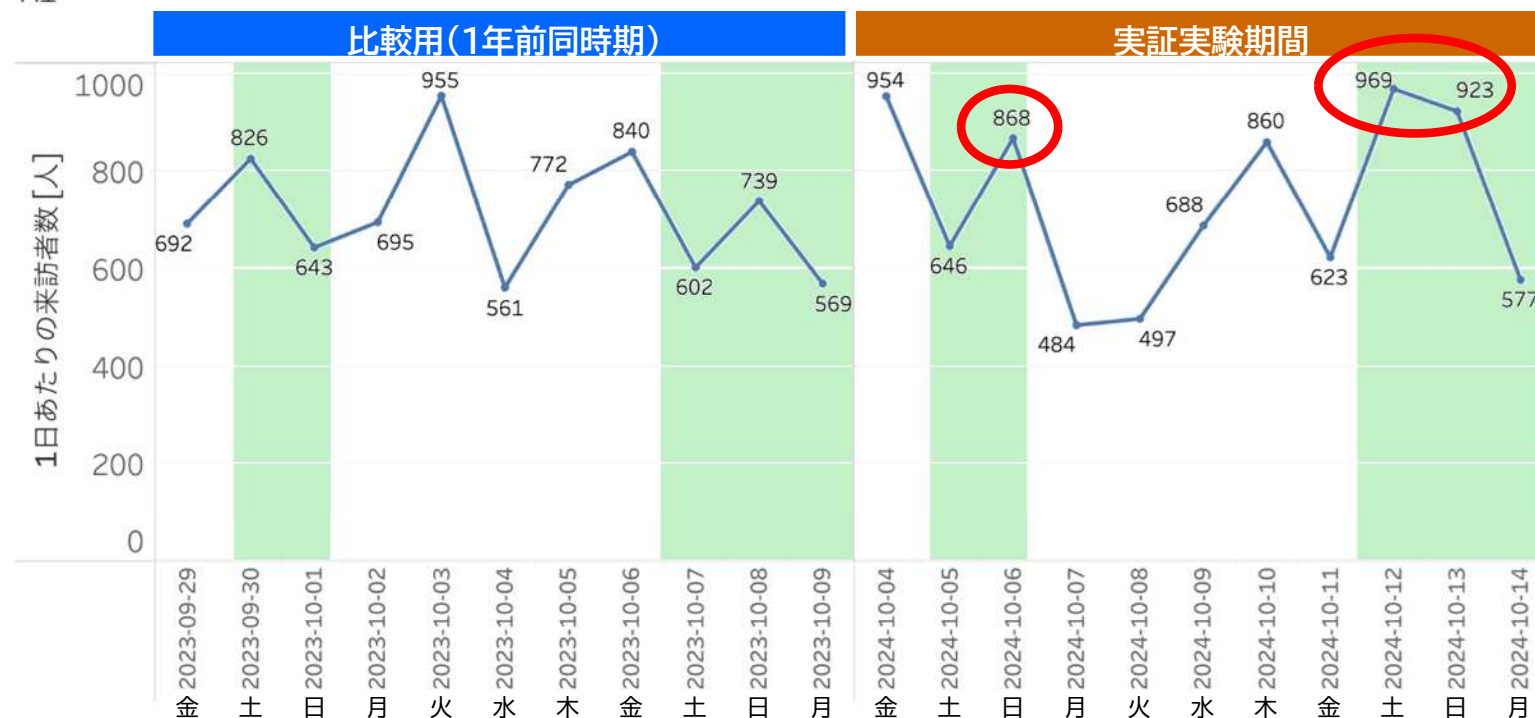
実証実験中の最初の日曜日、次の土曜日・日曜日は来訪者が多い。
平日に関して、曜日による傾向はなく、日によっては来訪者が多い。



@ Google

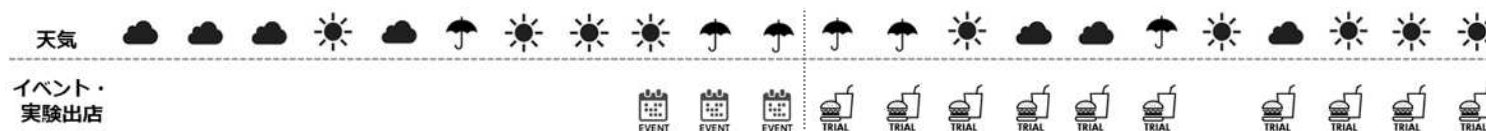
集計期間：2023/09/29 - 2023/10/09 および 2024/10/04 - 2024/10/14

A1



出典：Agoop社「マチレボ」サービスのデータを用いて、MONET Technologies作成

データ対象期間は2023/09/29 - 2023/10/09 または 2024/10/04 - 2024/10/14の11日間、各施設建屋内に10分以上2時間未満滞在した対象数を人口換算したもの

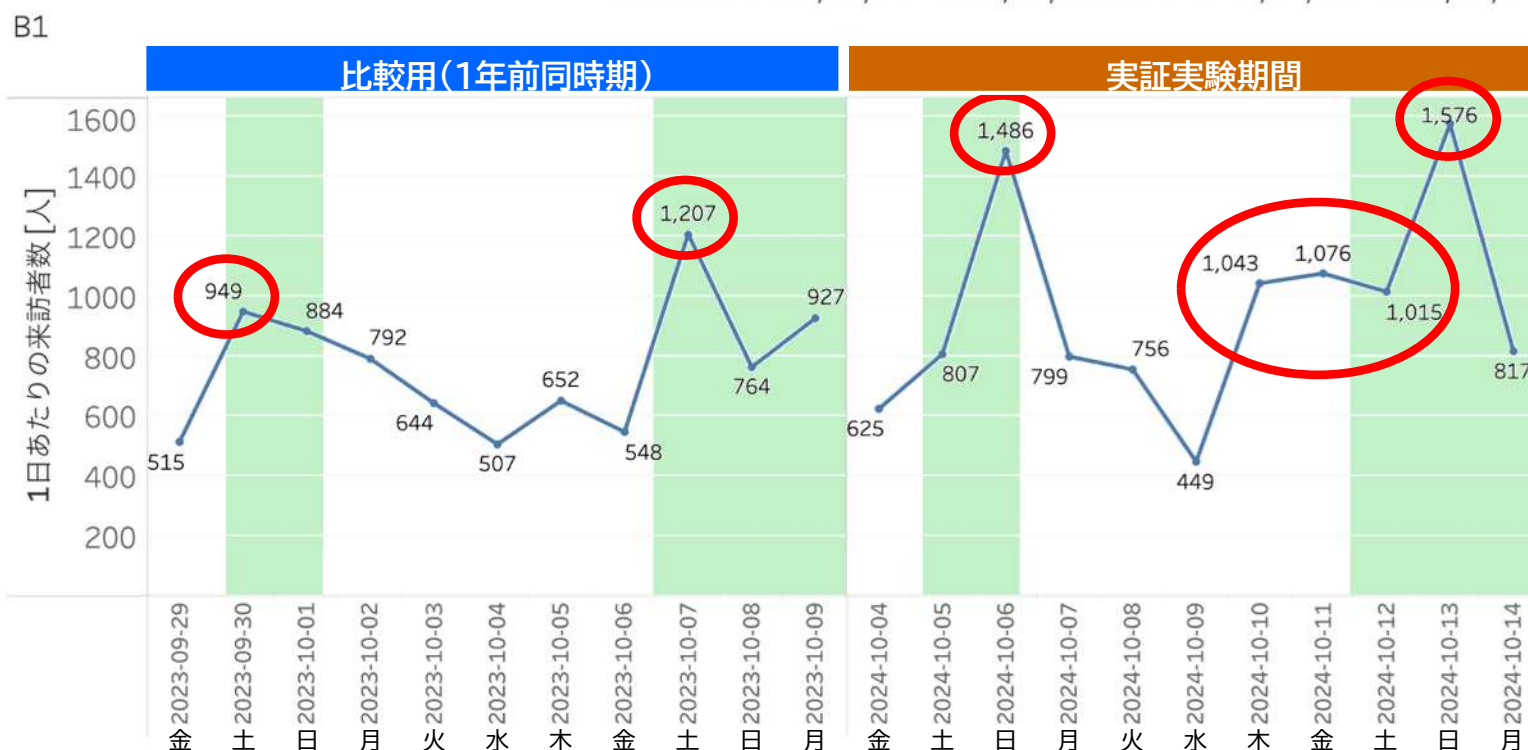


■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(日別来訪者数の比較、B1)

日曜日の来訪が非常に多く、昨年は土曜日の来訪が多いといった実証実験エリアと同じ傾向が見られる。
また、10/10-10/12も1,000人以上来訪している。

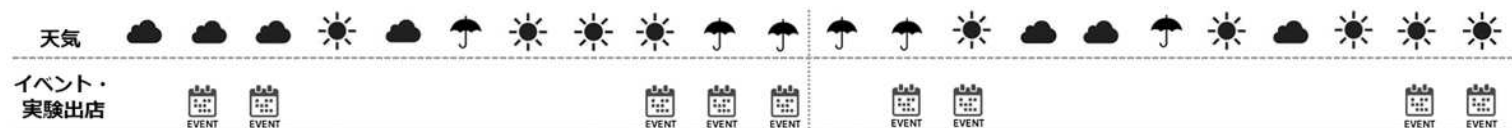


集計期間：2023/09/29 - 2023/10/09 および 2024/10/04 - 2024/10/14



出典：Agoop社「マチレポ」サービスのデータを用いて、MONET Technologies作成

データ対象期間は2023/09/29 - 2023/10/09 または 2024/10/04 - 2024/10/14の11日間、各施設建屋内に10分以上2時間未満滞在した対象数を人口換算したもの



■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(日別来訪者数の比較、B2)

日曜日の来訪が多く、特に10/13は来訪者が1,000人を超えている。
10/13を除くと、来訪者数は昨年と大幅に変わっていない。



集計期間：2023/09/29 - 2023/10/09 および 2024/10/04 - 2024/10/14



■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(日別来訪者数の比較、B3)

日曜日は1,000人以上来訪している。
一方、日曜日以外は昨年と同等、あるいは昨年よりも来訪者が少なくなっている。

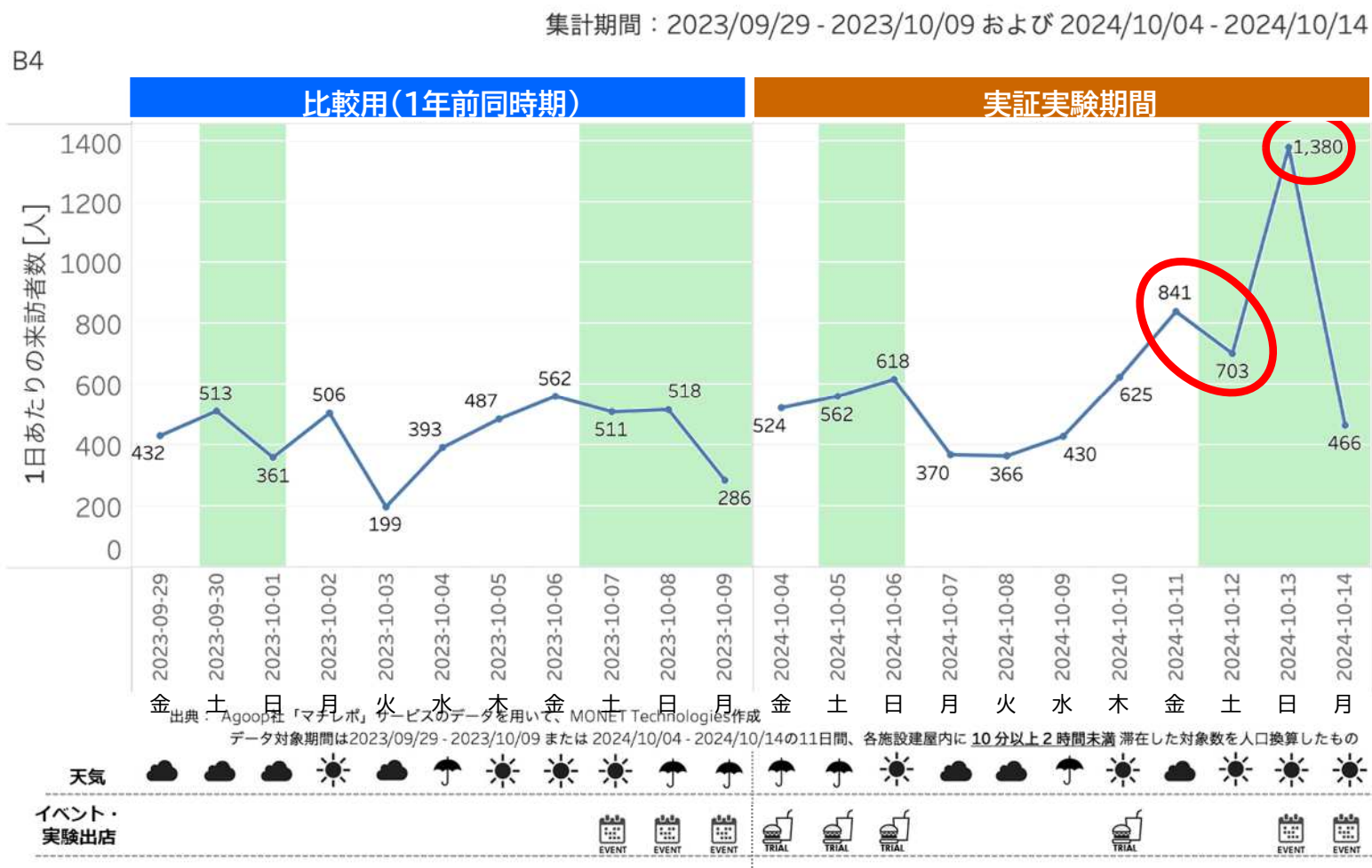


集計期間：2023/09/29 - 2023/10/09 および 2024/10/04 - 2024/10/14



■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(日別来訪者数の比較、B4)

期間中の10/13は1,300人ほど来訪しており、その前の10/11, 12も来訪者が多い。
 昨年は来訪者がほぼ一定であるため、今年は実証実験やイベントの影響、または喫煙場所をB4の分煙型喫煙所へ集約した影響が出ていると考えられる。

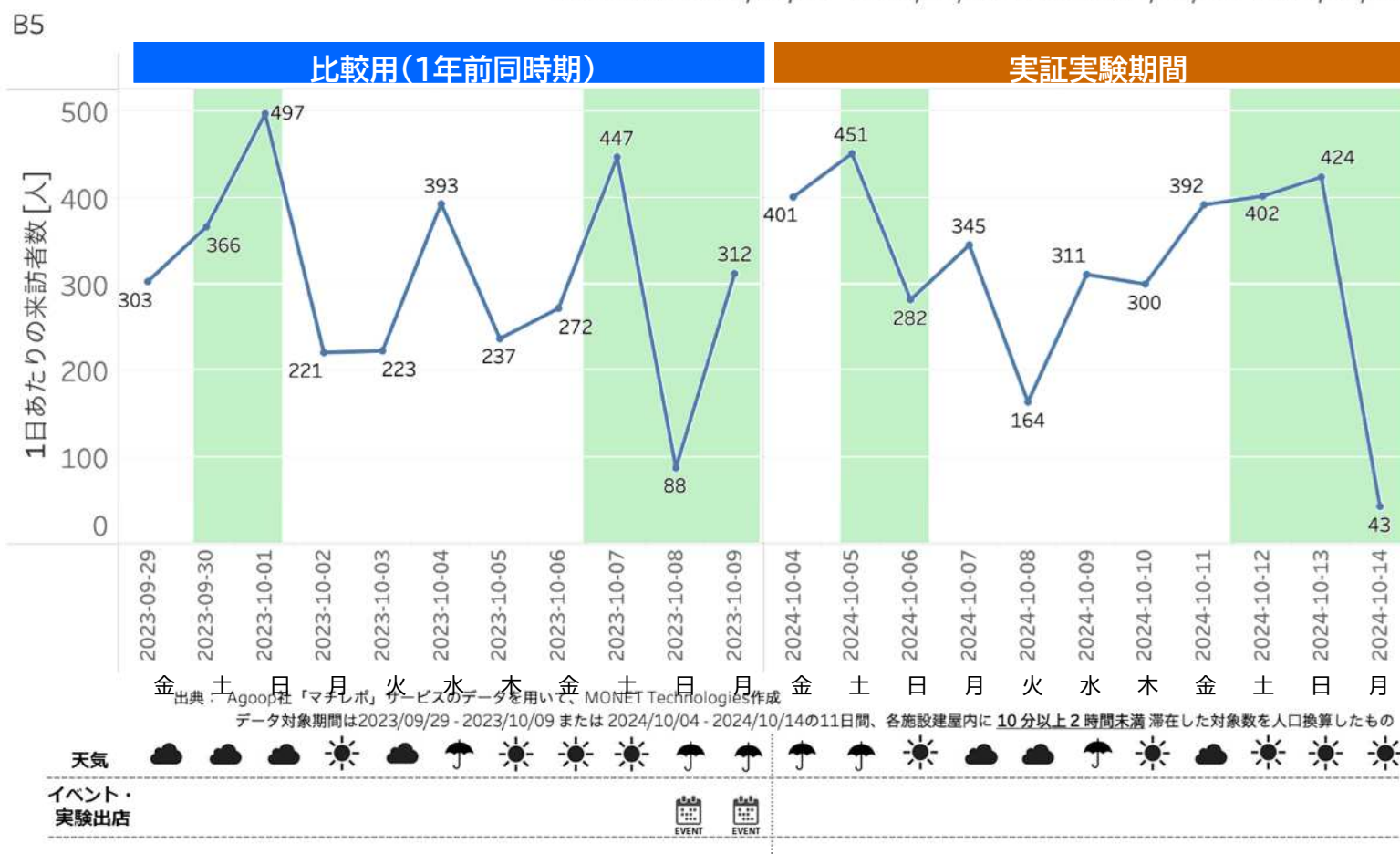


■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(日別来訪者数の比較、B5)

来訪者が500人を下回っており、6ブロックの中で来訪者が最も少ない。
曜日による傾向も、明確には見られない。



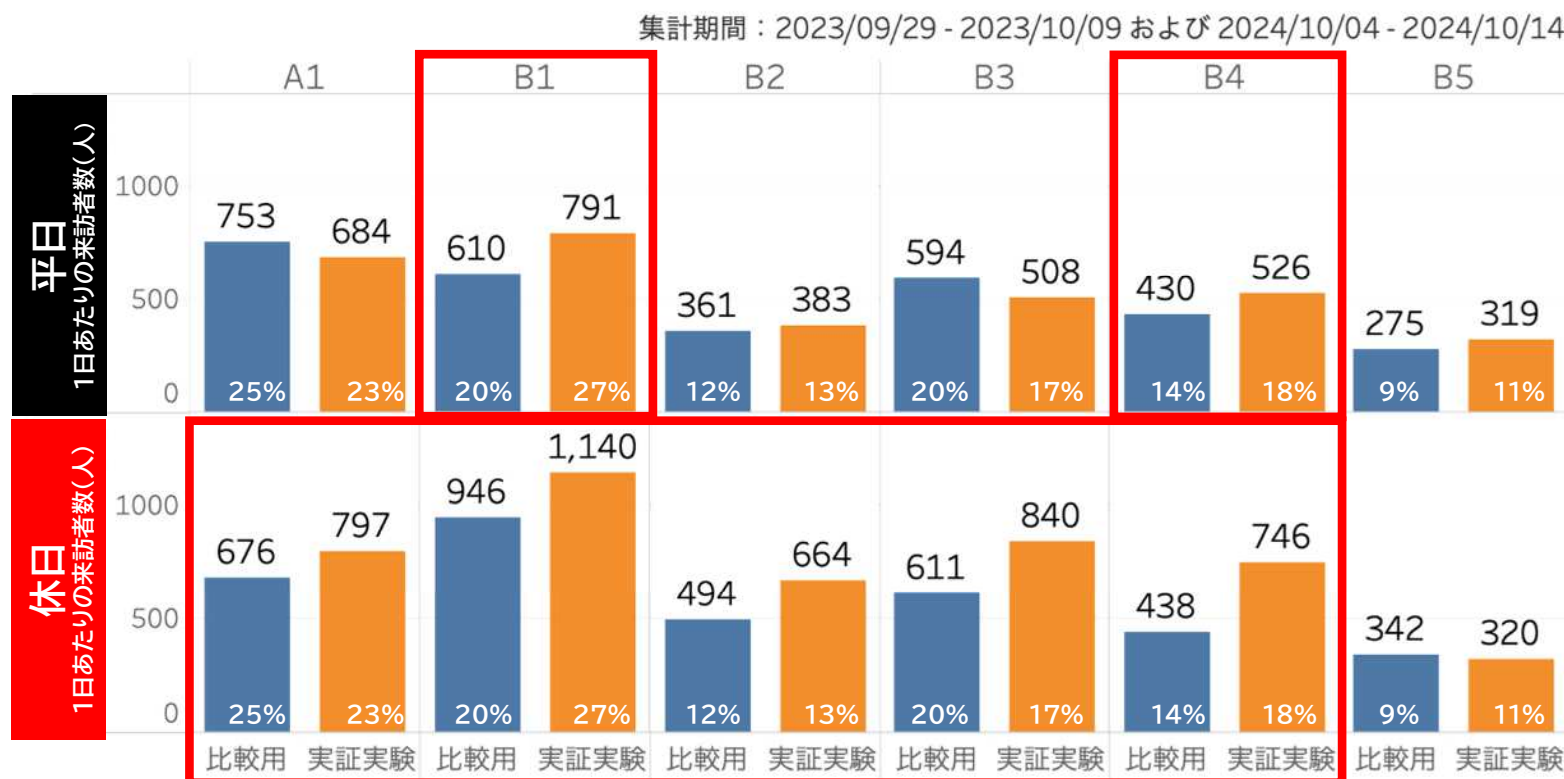
集計期間：2023/09/29 - 2023/10/09 および 2024/10/04 - 2024/10/14



休日に関して、B5以外は来訪者が増えていた。
平日は、B1・B4で来訪者が特に増えていた。

平日

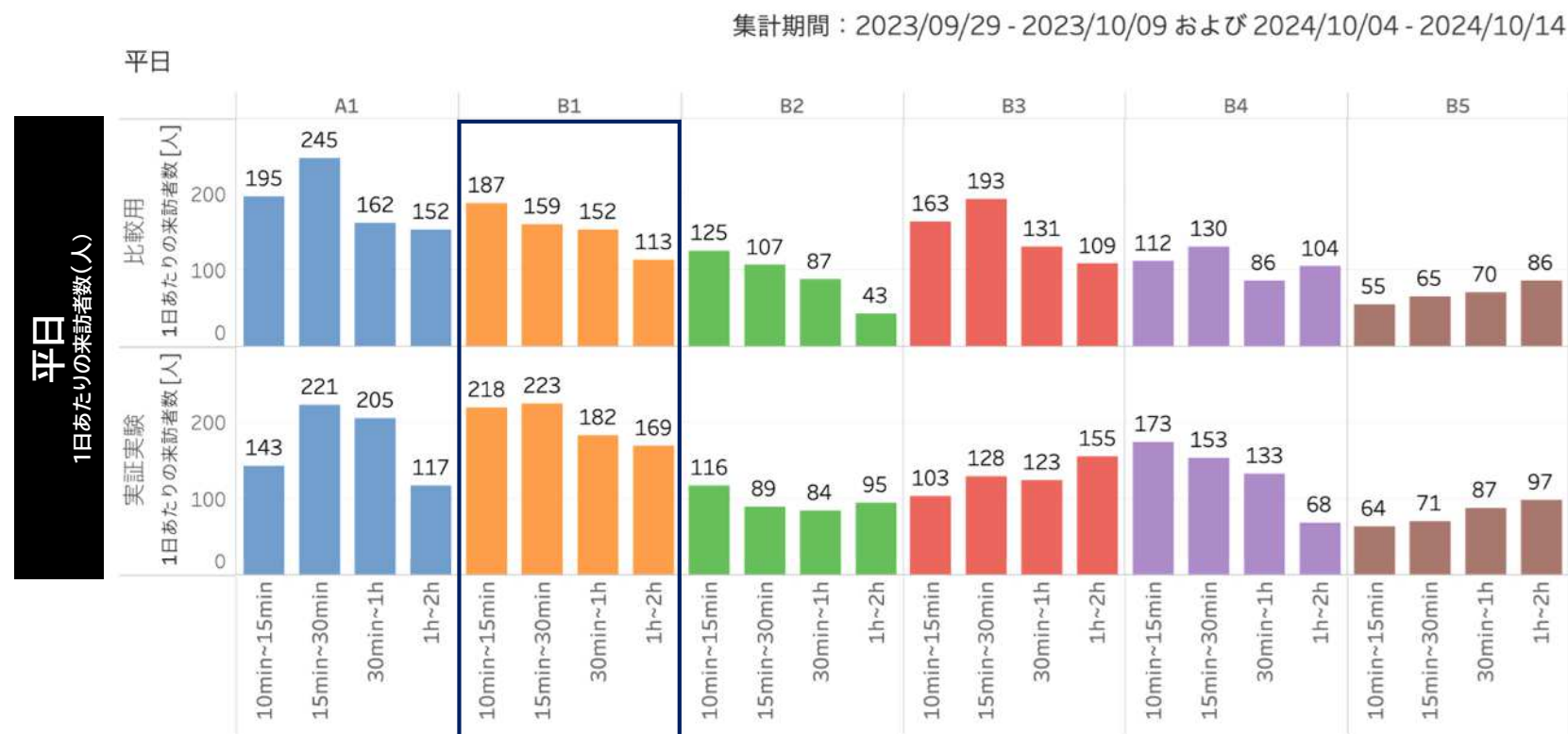
Category	Number of visitors per day	Percentage
比較用	3,012	100%
実証実験	2,942	100%



データ対象期間は2023/09/29-2023/10/09 または 2024/10/04 - 2024/10/14の11日間、各施設建屋内に 10分以上2時間未満 滞在した対象数を人口換算したもの

■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(滞留時間別来訪者数の比較(平日)、各ブロック)

B1のエリアでは、いずれの滞留時間においても、来訪者数が増えている。
また、B2・B3のエリアでは分布形状が変わり、緑地内での喫煙者と思われる短時間利用が減り、長時間滞留者が増えた。一方B4ブロックでは分煙対策の喫煙所利用者と思われる短時間滞留者が増加している。

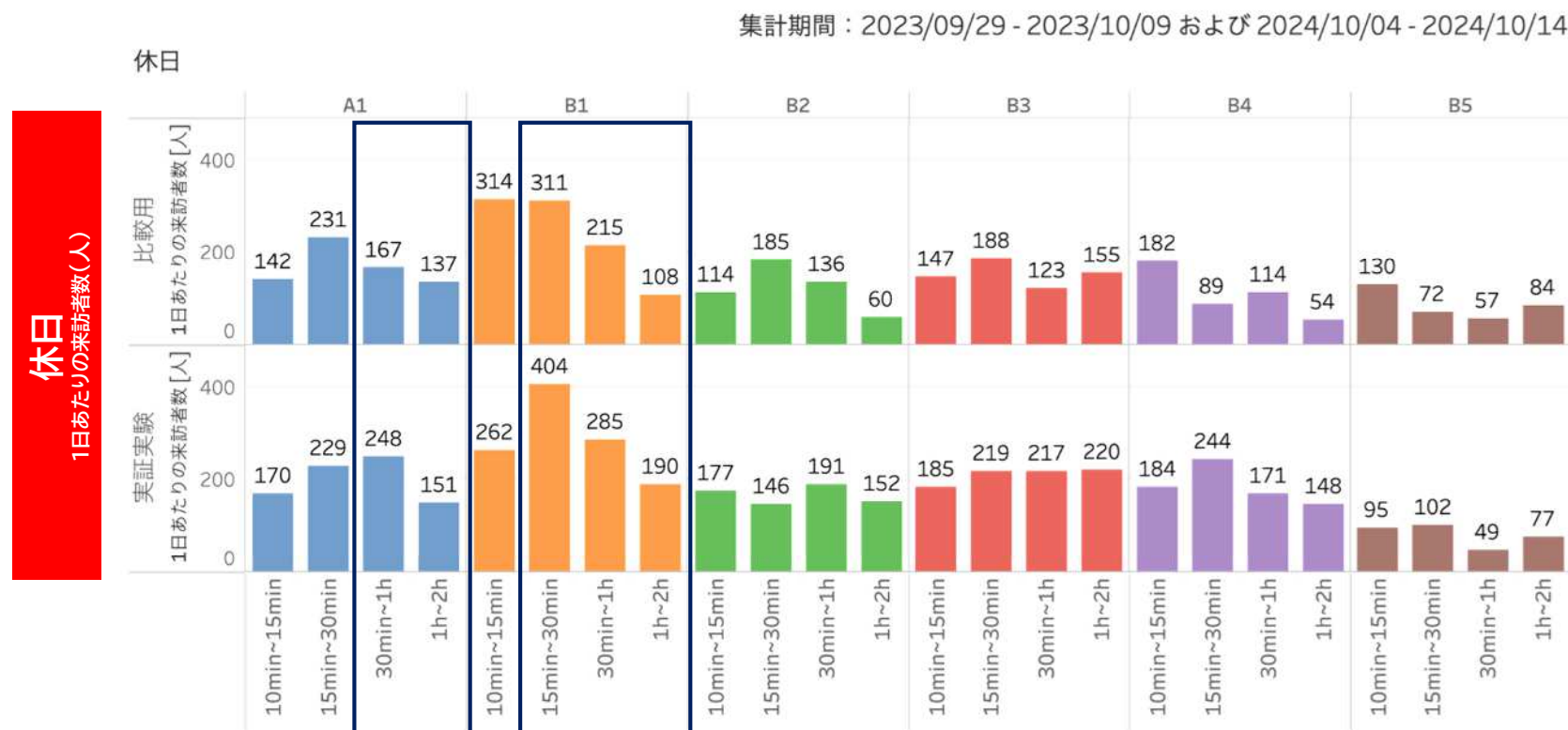


出典：Agoop社「マチレポ」サービスのデータを用いて、MONET Technologies作成

データ対象期間は2023/09/29 - 2023/10/09 または 2024/10/04 - 2024/10/14の11日間、各施設建屋内に10分以上2時間未満滞在した対象数を人口換算したもの

■調査結果 ② ビッグデータによる来訪者の分析(滞留時間別来訪者数の比較(休日)、各ブロック)

A1では15~30分のピークが30分~1時間に移っているなど、昨年とピークが異なっている。
B5以外のエリアでは、15分/30分以上の来訪者が増加している。



出典：Agoop社「マチレポ」サービスのデータを用いて、MONET Technologies作成

データ対象期間は2023/09/29 - 2023/10/09 または 2024/10/04 - 2024/10/14の11日間、各施設建屋内に10分以上2時間未満滞在した対象数を人口換算したもの

検証1

(3)アオバリビング利用者へのアンケートによる 意識調査

■検証に使用するデータ ③アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査

webアンケートサイトを設け、サイトのQRコードをテーブル上に設置し、利用した方からの意見を収集



データ諸元

○調査条件:スマートフォン等でQRコードを読み込み、アンケートサイトへとアクセス。
あらかじめ設定された設問項目へ回答するとともに、自由記載欄を設け自由意見を収集

○実施期間:R6/10/4～R6/10/14(全期間)

○QRコード設置場所

・A1,B1,B2,B3,B4に設置されたテーブル等の上
(約40箇所)

○回答数:258件

調査項目

○設問内容

- 1.属性(年代、性別、From(市内3区、市外、県外))
- 2.どのように過ごしましたか?(選択肢)
- 3.体験してどのように感じましたか?(選択肢)
- 4.アオバリビングで良いと思った取り組みについて
(全体／コンテンツ／自転車／喫煙／みどりに関すること／それ以外)
- 5.日常的にこんなことが出来たら良いと思うこと(選択肢、記述)
- 6.道路を含めた一体的な広場空間とすることについて(選択肢、記述)
- 7.青葉シンボルロードのリニューアルに対する意見(記述)

☒ 入力フォーム

1 入力
2 確認
3 完了

下記のフォームにご入力をお願いします。

「アオバリビング」利用者アンケート

静岡市では、青葉シンボルロードのリニューアルに向けて、10月4日（金）から10月14日（祝）まで、実証実験「アオバリビング」を実施しています。期間中に利用されたみなさんのご意見を集めています。以下のアンケートでご意見を教えてください。

あなたについて教えてください
 どちらから来ましたか **必須**

☐ 葵区 ☐ 駿河区 ☐ 清水区 ☐ 浜内市町村 ☐ 県外

性別について **必須**

☐ 男性 ☐ 女性 ☐ その他 ☐ 回答しない

ご年齢（ご年代）について **必須**

☐ 10代以下
☐ 20代
☐ 30代
☐ 40代
☐ 50代
☐ 60代
☐ 70代
☐ 80代以上

Q1. アオバリビングでは、どのように過ごしましたか（複数回答可） **必須**

☐ 飲食（美辺からのテイクアウト）
☐ 飲食（キッチンカー・露店）
☐ 飲食（特設）
☐ 買い物・サービス
☐ イベントへの参加
☐ 休憩
☐ おしゃべり
☐ 仕事・勉強
☐ 読書
☐ 子どもを遊ぶ・遊ばせる
☐ お散歩
☐ その他

Q2. アオバリビングを体験してどのように感じましたか（複数回答可） **必須**

- ☐ 休憩・気分転換できた
☐ 美辺に活気が出た
☐ 車両の制限によって安全・安心に利用できた
☐ お通が近く安心。お通に立ち寄ってみたくなった
☐ 歩くのが楽しく感じた
☐ 歩きやすくなった
☐ シンボルロードに楽しくなった
☐ シンボルロードを通り抜けにくくなった
☐ 落ち着かなかった
☐ その他

アオバリビングでいいと思った取り組みについて教えてください（複数回答可）

全体に関すること

- ☐ 車道の歩行者天国化
☐ 緑地と車道の壁のフェーンの設置
☐ ベンチ・テーブルなどの設置
☐ タープ等の日よけの確保

コンテンツに関すること

- ☐ テイクアウト情報の発信
☐ キッチンカー・露店の誘致
☐ 無料Wi-Fiの提供

自転車などに関すること

- ☐ 青葉通り地下駐輪場の無料化
☐ 青葉通り地下駐輪場の24時間開放
☐ 違法駐輪対策

環境に関すること

- ☐ 分煙喫煙の確保（喫煙場所の確保）

みどりに関すること

- ☐ プランター（花壇）の設置
☐ 大きな木（樹木）の設置

それ以外

- ☐ 特になし
☐ その他

Q3. 青葉シンボルロードで日常的にこんなことができれば良い、と思うことについてご回答ください。（複数回答可） **必須**

- ☐ 飲食
☐ 買い物・サービス
☐ 休憩
☐ おしゃべり
☐ 仕事・勉強
☐ 読書
☐ 子どもを遊ぶ・遊ばせる
☐ お散歩
☐ オープンカフェ
☐ 大連芸・まちがどコンサートの後援
☐ パフォーマンス、アートなどの芸術活動
☐ ヨガ・ジョギングなどの軽い運動
☐ その他

Q4. 静岡市では青葉シンボルロードのリニューアルに向けて検討を進めており、「居心地が良く、人々が集い多くの活動が生まれる空間」を目指しています。

今回の実験のように、道路を含めた一体的な広場空間とすることについて、あなたの考えを教えてください。

また、その理由もあわせて教えてください。 **必須**

- ☐ はいと思う
☐ どちらかと言えばいいと思う
☐ どちらかと言えばよくないと思う
☐ よくないと思う

理由を教えてください

Q5. その他、青葉シンボルロードのリニューアルに対するご意見等ございましたら、ご記入ください。（自由記述）

アンケート

全6問(自由記述含)

※「あなたについて(回答者属性)」の部分を除く

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 回答者の属性

アンケートの回答の性別について男女比率は約50%であり、年齢については概ね全世代が均等に回答を得られた。回答者の居住地は約50%が葵区であった。

あなたについて教えてください

どちらから来ましたか 必須

☐ 葵区 ☐ 駿河区 ☐ 清水区 ☐ 県内市町村 ☐ 県外

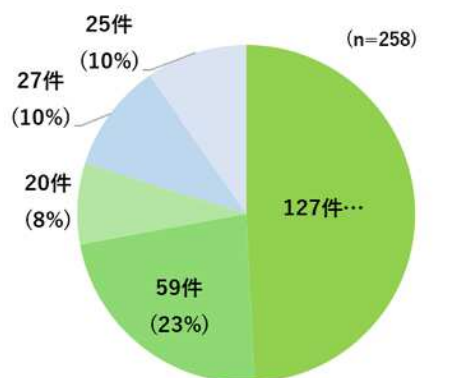
性別について 必須

☐ 男性 ☐ 女性 ☐ その他 ☐ 回答しない

ご年齢（ご年代）について 必須

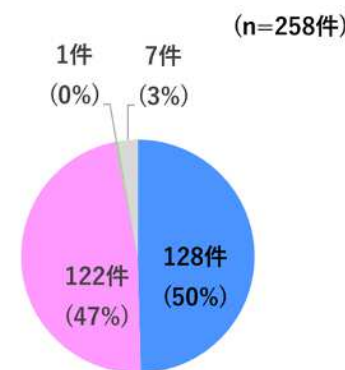
☐ 10代以下
☐ 20代
☐ 30代
☐ 40代
☐ 50代
☐ 60代
☐ 70代
☐ 80代以上

■どこから来たか



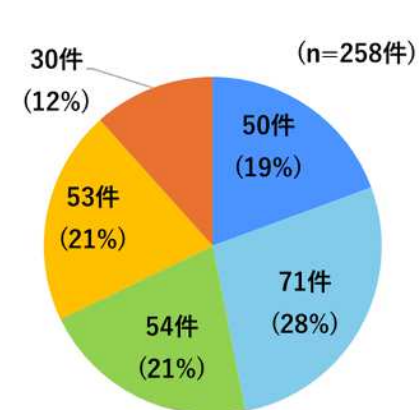
■ 葵区 ■ 駿河区 ■ 清水区 ■ 県内市町村 ■ 県外

■性別



■ 男性 ■ 女性 ■ その他 ■ 回答しない

■年齢



■ 20代以下 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代以上

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査

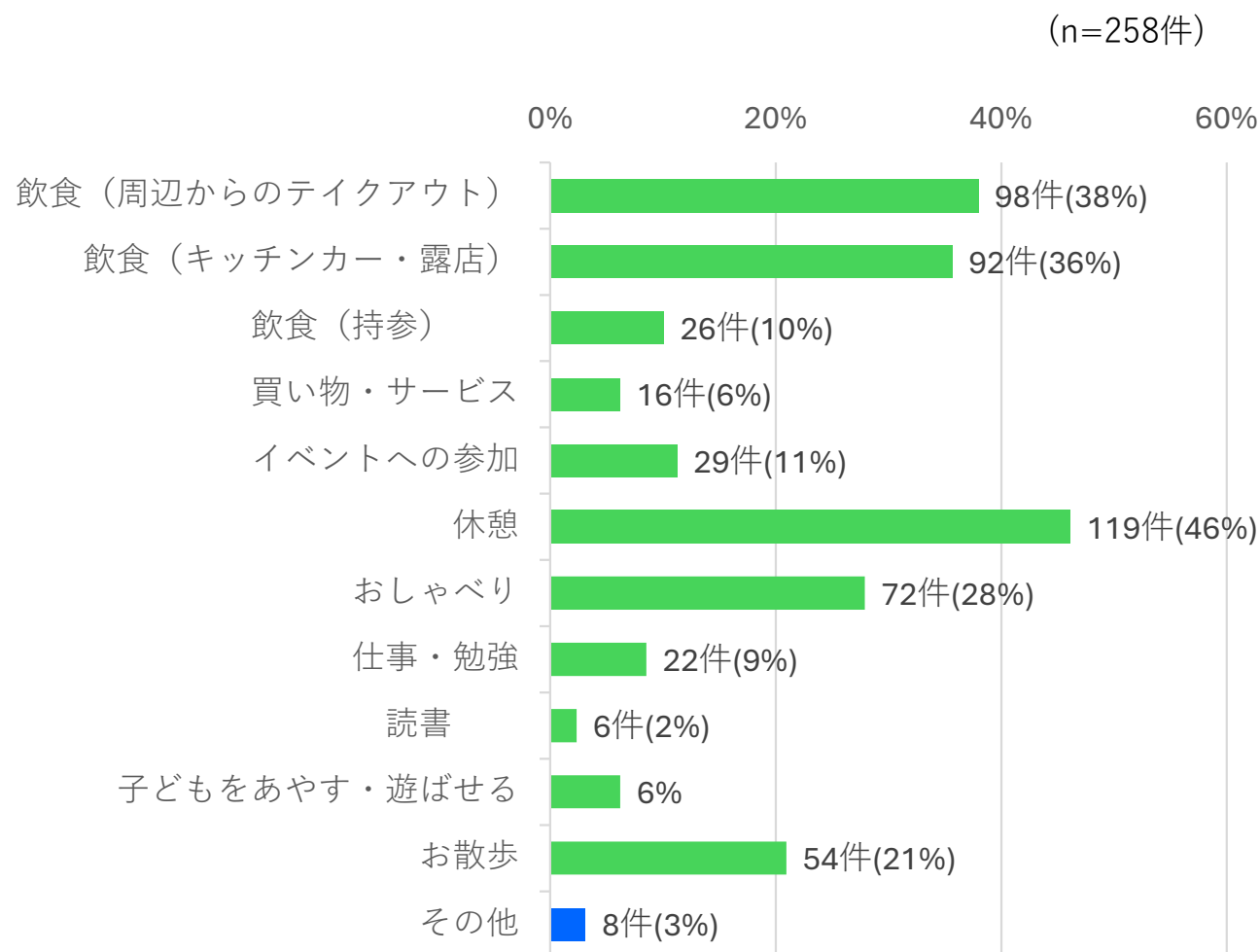
実証実験「アオバリビング」での 過ごし方について

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 実験での過ごし方（1/2）

アオバリビングでは「飲食」、「休憩」をする人が多く、飲食に関しては、周辺店舗からのテイクアウトやイベントのキッチンカーでの購入が多くみられた

Q1.アオバリビングではどのように過ごしましたか (複数回答可) 必須

- ☐ 飲食（周辺からのテイクアウト）
- ☐ 飲食（キッチンカー・露店）
- ☐ 飲食（持参）
- ☐ 買い物・サービス
- ☐ イベントへの参加
- ☐ 休憩
- ☐ おしゃべり
- ☐ 仕事・勉強
- ☐ 読書
- ☐ 子どもをあやす・遊ばせる
- ☐ お散歩
- ☐ その他



※複数回答可としているためアンケート母数と回答数が不一致となっている
 ※その他の内容については実験での過ごし方(3/3)に記載

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 実験での過ごし方（2/2）

アオバリビングでは「飲食」、「休憩」をする人が多く、飲食に関しては、周辺店舗からのテイクアウトやイベントのキッチンカーでの購入が多くみられた年代別ではおしゃべりや休憩は10代以下と60代以上の割合が高く、飲食は20代から50代で割合が高かった。

Q1.アオバリビングではどのように過ごしましたか
(複数回答可) 必須

各属性の回答者数→

	30	53	54	71	50	258
	60代以上	50代	40代	30代	20代以下	全体
飲食（周辺からのテイクアウト）	4	23	25	22	24	98
飲食（キッチンカー・露店）	5	21	27	26	13	92
飲食（持参）	3	4	9	4	6	26
買い物・サービス	1	2	5	5	3	16
イベントへの参加	1	7	9	8	4	29
休憩	17	20	29	29	24	119
おしゃべり	10	15	15	13	19	72
仕事・勉強	3	2	6	8	3	22
読書	0	1	4	1	0	6
子どもをあやす・遊ばせる	1	2	3	8	2	16
お散歩	5	12	12	15	10	54
その他	5	1	0	2	0	8
飲食（周辺からのテイクアウト）	13%	43%	46%	31%	48%	38%
飲食（キッチンカー・露店）	17%	40%	50%	37%	26%	36%
飲食（持参）	10%	8%	17%	6%	12%	10%
買い物・サービス	3%	4%	9%	7%	6%	6%
イベントへの参加	3%	13%	17%	11%	8%	11%
休憩	57%	38%	54%	41%	48%	46%
おしゃべり	33%	28%	28%	18%	38%	28%
仕事・勉強	10%	4%	11%	11%	6%	9%
読書	0%	2%	7%	1%	0%	2%
子どもをあやす・遊ばせる	3%	4%	6%	11%	4%	6%
お散歩	17%	23%	22%	21%	20%	21%
その他		2%	0%	3%		3%

回答総数
(各属性の回答者のうち、何人が回答したか)

(複数選択のため、回答数の合計は回答者数と一致しない)

回答割合
(各属性の回答者のうち、何%が選択したか)

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査

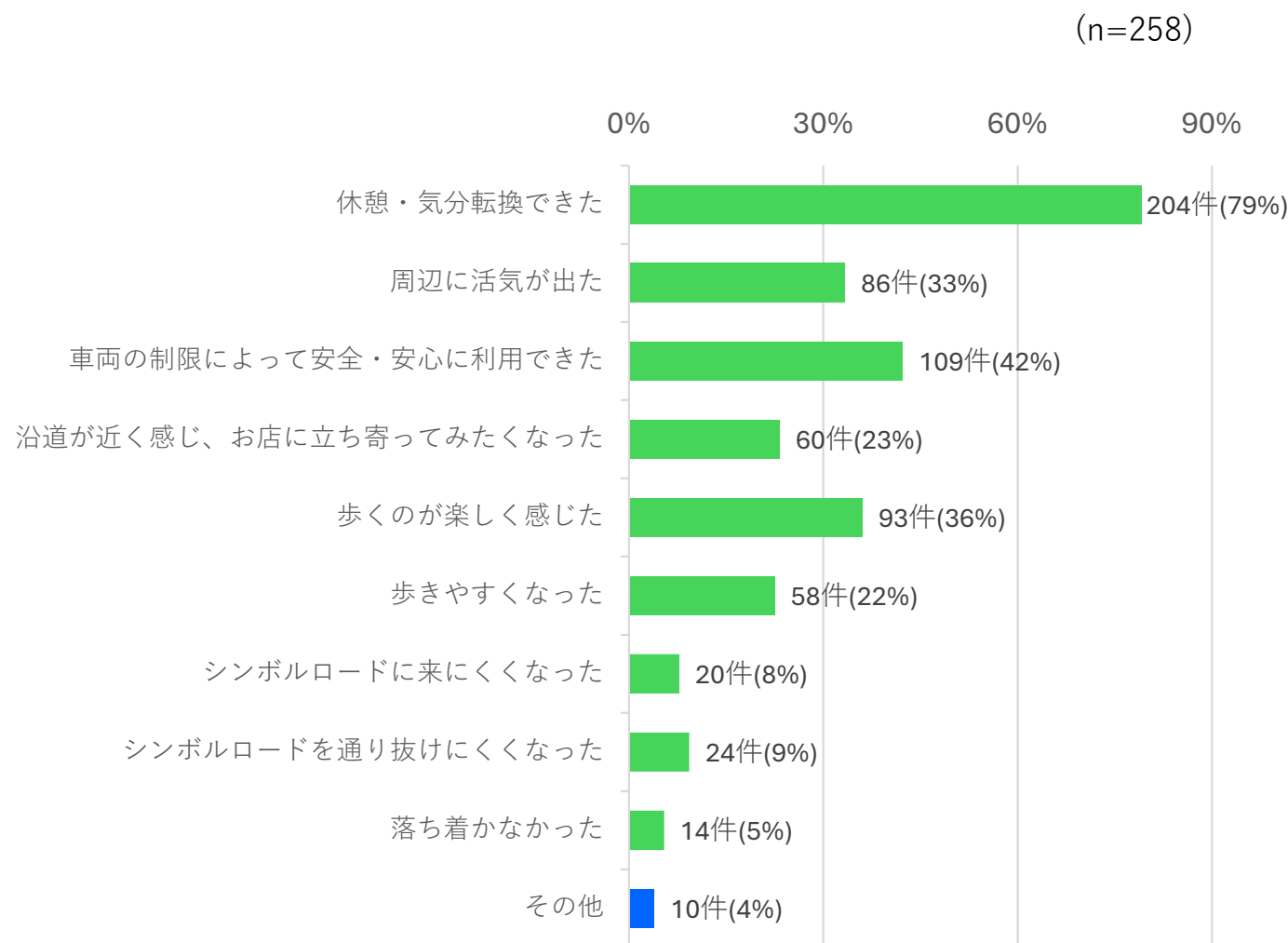
**実証実験「アオバリビング」を体験
して感じたことについて**

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 実験で感じたこと（1/3）

利用者がアオバリビングを体験して感じたこととしては、80%近くが「休憩・気分転換できた」と感じていた。また、「車両の制限によって、安心・安全に利用できた」「歩くのが楽しく感じた」などの回答も40%程度みられた。一方で、「シンボルロードに来にくくなった、通り抜けにくくなった」ことについても10%程度回答があった。

Q2.アオバリビングを体験してどのように感じましたか(複数回答可)

- ☐ 休憩・気分転換できた
- ☐ 周辺に活気が出た
- ☐ 車両の制限によって安全・安心に利用できた
- ☐ 沿道が近く感じ、お店に立ち寄ってみたくなった
- ☐ 歩くのが楽しく感じた
- ☐ 歩きやすくなった
- ☐ シンボルロードに来にくくなった
- ☐ シンボルロードを通り抜けにくくなった
- ☐ 落ち着かなかった
- ☐ その他



※複数回答可としているためアンケート母数と回答数が不一致となっている
 ※その他の内容については次ページ

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 実験で感じたこと（2/3）

利用者がアオバリビングを体験して感じたこととしては、80%近くが「休憩・気分転換できた」と感じていた。また、「車両の制限によって、安心・安全に利用できた」「歩くのが楽しく感じた」などの回答も40%程度みられた。一方で、「シンボルロードに来にくくなった、通り抜けにくくなった」ことについても10%程度回答があった。

年代別では歩くのが楽しく感じたとしているのは30代および50代以上で40%程度の回答がみられた。また、シンボルロードに来にくくなったと主に回答したのは30代(11%)と60代以上(20%)だった

Q2.アオバリビングを体験して どのように感じましたか(複数回答可)

各属性の回答者数→

30	53	54	71	50	258
60代以上	50代	40代	30代	20代以下	全体

回答総数
(各属性の回答者のうち、何人が回答したか)

(複数選択のため、
回答数の合計は
回答者数と一致しない)

休憩・気分転換できた	22	37	46	54	45	204
周辺に活気が出た	6	20	21	17	22	86
車両の制限によって安全・安心に利用できた	12	29	27	23	18	109
沿道が近く感じ、お店に立ち寄ってみたくなった	5	14	11	15	15	60
歩くのが楽しく感じた	11	20	19	28	15	93
歩きやすくなった	5	13	12	12	16	58
シンボルロードに来にくくなった	6	3	2	8	1	20
シンボルロードを通り抜けにくくなった	3	4	6	10	1	24
落ち着かなかった	2	4	1	5	2	14
その他	4	1	1	3	1	10

回答割合
(各属性の回答者のうち、
何%が選択したか)

休憩・気分転換できた	73%	70%	85%	76%	90%	79%
周辺に活気が出た	20%	38%	39%	24%	44%	33%
車両の制限によって安全・安心に利用できた	40%	55%	50%	32%	36%	42%
沿道が近く感じ、お店に立ち寄ってみたくなった	17%	26%	20%	21%	30%	23%
歩くのが楽しく感じた	37%	38%	35%	39%	30%	36%
歩きやすくなった	17%	25%	22%	17%	32%	22%
シンボルロードに来にくくなった	20%	6%	4%	11%	2%	8%
シンボルロードを通り抜けにくくなった	10%	8%	11%	14%	2%	9%
落ち着かなかった	7%	8%	2%	7%	4%	5%
その他	13%	2%	2%	4%	2%	4%

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 実験で感じたこと（3/3）

実験で感じたことのその他の意見としては、以下のようなものが挙げられた。

Q2.アオバリビングを体験してどのように感じましたか
 （複数回答可）のうち、『その他』を選択した方の理由（記述欄）※ 10件を整理（類似内容は合算）

分類	具体意見
1. 取組・趣旨の周知不足	・設置された椅子に座りQRコードを読み取って、初めて「アオバリビング」という言葉や取り組みについて理解をした。（利用するまでは、座っても良いものなのか、どこか特定の店舗で商品を買わなければいけないのではないかと、などとも思ったりした。） 利用者や通行人にも目的や利用方法がわかる掲示があるとなお良いと感じる ・なにをやっているか分からなかったです。 ・施策の意味が不明で、平日は悲惨な印象すらあり、町中の空洞化を加速させる愚策と、早く現実を見てほしいです。（今回の施策期間のほとんどが平日のため。）
2. 歩行環境への影響	・車の制限は関係ないかな、と思いました ・歩行者天国だから歩きやすいという感じにはならなかった。 ・歩き難かった
3. 滞留環境への影響	・副流煙が気になった（20代・女性） ・ひとりで来たので人目が少し気になった。通路側に緑とかがあると嬉しいなと思いました。

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査

**実証実験「アオバリビング」で
いいと思った取り組みについて**

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 良いと思った取り組み〈全体に関すること〉(1/2)

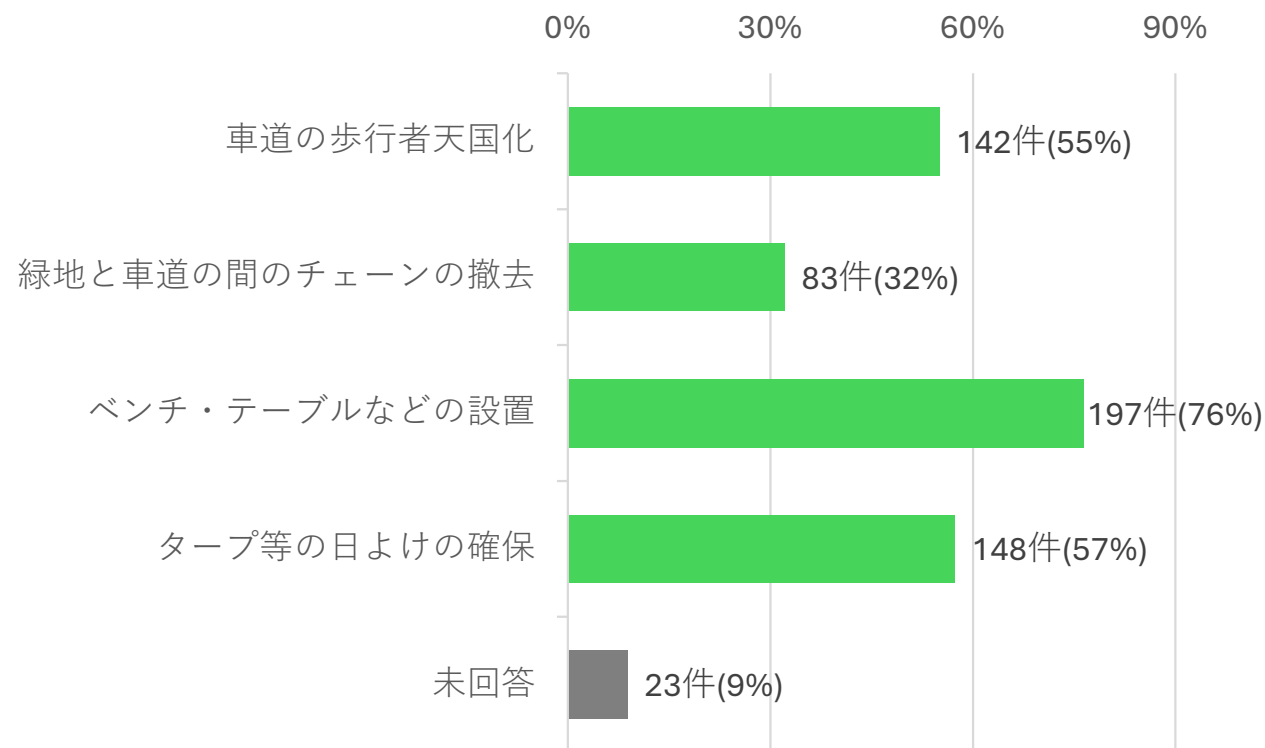
全体に関することで、評価が高かった取組として、「ベンチ・テーブルなどの設置(76%)」「タープ等の日よけの確保(57%)」「車道の歩行者天国化(55%)」の割合が高かった

アオバリビングで良いと思った取り組みについて
教えてください(複数回答可)

全体に関すること

- ☐ 車道の歩行者天国化
- ☐ 緑地と車道の間のチェーンの撤去
- ☐ ベンチ・テーブルなどの設置
- ☐ タープ等の日よけの確保

(n=258)



※複数回答可としているためアンケート母数と回答数が不一致となっている
※上記「全体に関すること」のうち1つも選択していない場合、未回答

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査
 良いと思った取り組み〈全体に関すること〉(2/2)

全体に関することで、評価が高かった取組として、「ベンチ・テーブルなどの設置(76%)」「タープ等の日よけの確保(57%)」「車道の歩行者天国化(55%)」の割合が高かった

アオバリビングで良いと思った取り組みについて
 教えてください(複数回答可):全体に関すること

		各属性の回答者数→					
		30	53	54	71	50	258
		60代以上	50代	40代	30代	20代以下	全体
回答総数	車道の歩行者天国化	13	36	36	34	23	142
	緑地と車道の間のチェーンの撤去	9	19	24	14	17	83
	ベンチ・テーブルなどの設置	18	43	46	48	42	197
	タープ等の日よけの確保	11	34	33	40	30	148
回答割合	車道の歩行者天国化	43%	68%	67%	48%	46%	55%
	緑地と車道の間のチェーンの撤去	30%	36%	44%	20%	34%	32%
	ベンチ・テーブルなどの設置	60%	81%	85%	68%	84%	76%
	タープ等の日よけの確保	37%	64%	61%	56%	60%	57%
選択数	4つ選択	3	12	13	8	7	43
	3つ選択	4	16	13	14	13	60
	2つ選択	10	15	21	23	17	86
	1つ選択	7	6	6	16	11	46
	未回答	6	4	1	10	2	23
選択割合	4つ選択	10%	23%	24%	11%	14%	17%
	3つ選択	13%	28%	39%	32%	26%	23%
	2つ選択	33%	11%	11%	23%	34%	33%
	1つ選択	23%	8%	2%	14%	22%	18%
	未回答	20%	0%	0%	0%	4%	9%

回答総数:(各属性の回答者のうち、何人が回答したか)(複数選択のため、回答数の合計は回答者数と一致しない)
 回答割合:(各属性の回答者のうち、何%が選択したか)
 選択数:(各属性の回答者のうち、選択した数の内訳)
 選択割合:(各属性の回答者のうち、選択数の割合)

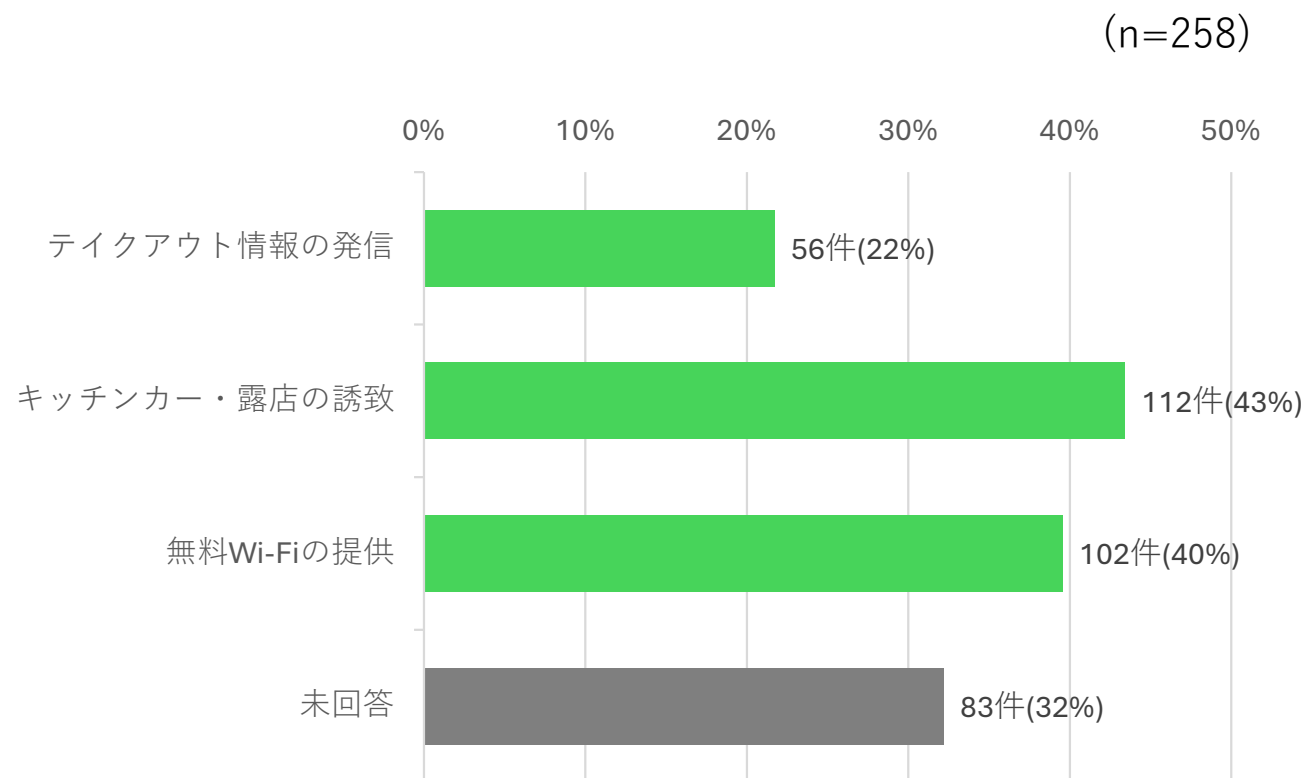
■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 良いと思った取り組み〈コンテンツに関すること〉(1/2)

コンテンツに関することで、評価が高かった取組として、「キッチンカー等店舗の誘致(43%)」「無料Wi-fiの提供(40%)」の割合が高かった

アオバリビングで良いと思った取り組みについて
教えてください(複数回答可)

コンテンツに関すること

- ☐ テイクアウト情報の発信
- ☐ キッチンカー・露店の誘致
- ☐ 無料Wi-Fiの提供



※複数回答可としているためアンケート母数と回答数が不一致となっている
※上記「コンテンツに関すること」のうち1つも選択していない場合、未回答

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 良いと思った取り組み〈コンテンツに関すること〉(2/2)

コンテンツに関することで、評価が高かった取組として、「キッチンカー等店舗の誘致(43%)」「無料Wi-fiの提供(40%)」の割合が高かった

アオバリビングで良いと思った取り組みについて教えてください(複数回答可):コンテンツに関すること

		各属性の回答者数→					
		30	53	54	71	50	258
		60代以上	50代	40代	30代	20代以下	全体
回答総数	テイクアウト情報の発信	5	18	13	10	10	56
	キッチンカー・露店の誘致	11	27	24	28	22	112
	無料Wi-Fiの提供	11	22	21	28	20	102
回答割合	テイクアウト情報の発信	17%	34%	24%	14%	20%	22%
	キッチンカー・露店の誘致	37%	51%	44%	39%	44%	43%
	無料Wi-Fiの提供	37%	42%	39%	39%	40%	40%
選択数	3つ選択	3	8	5	2	4	22
	2つ選択	2	14	11	17	7	51
	1つ選択	14	15	21	26	26	102
	未回答	11	16	17	26	13	83
選択割合	3つ選択	10%	15%	9%	3%	8%	9%
	2つ選択	7%	26%	20%	24%	14%	20%
	1つ選択	47%	28%	39%	37%	52%	40%
	未回答	37%	30%	31%	37%	26%	32%

回答総数:(各属性の回答者のうち、何人が回答したか)(複数選択のため、回答数の合計は回答者数と一致しない)

回答割合:(各属性の回答者のうち、何%が選択したか)

選択数:(各属性の回答者のうち、選択した数の内訳)

選択割合:(各属性の回答者のうち、選択数の割合)

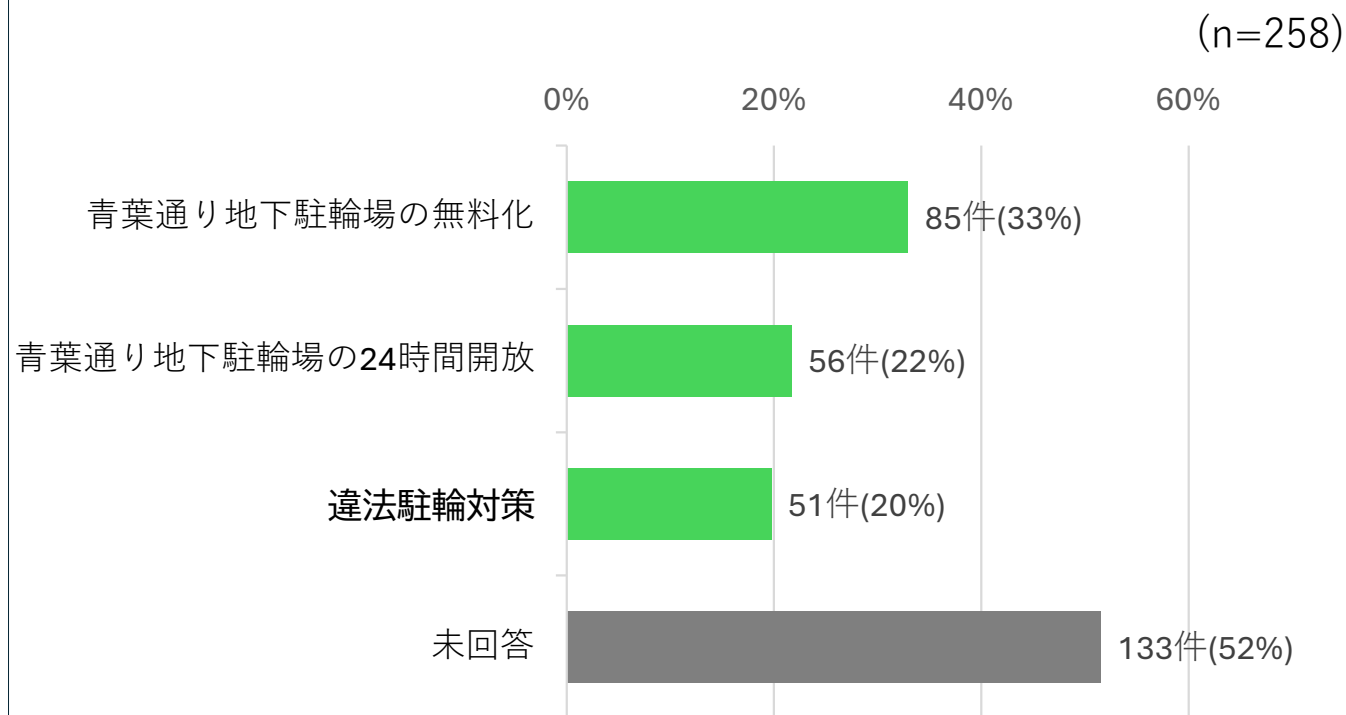
■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査
良いと思った取り組み〈自転車等に関すること〉(1/2)

自転車に関することでは、「未回答」の割合が高く、次点で「地下駐輪場の無料化」となった。

アオバリビングで良いと思った取り組みについて教えてください(複数回答可)

自転車等に関すること

- ☐ 青葉通り地下駐輪場の無料化
- ☐ 青葉通り地下駐輪場の24時間開放
- ☐ 違法駐輪対策



※複数回答可としているためアンケート母数と回答数が不一致となっている
※上記「自転車等に関すること」のうち1つも選択していない場合、未回答

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 良いと思った取り組み〈自転車等に関すること〉（2/2）

自転車に関することでは、「未回答」の割合が高く、次点で「地下駐輪場の無料化」となった。

		各属性の回答者数→					
		30	53	54	71	50	258
		60代以上	50代	40代	30代	20代以下	全体
回答総数	青葉通り地下駐輪場の無料化	14	15	19	20	17	85
	青葉通り地下駐輪場の24時間開放	9	6	14	15	12	56
	違法駐輪対策	9	9	11	10	12	51
回答割合	青葉通り地下駐輪場の無料化	47%	28%	35%	28%	34%	33%
	青葉通り地下駐輪場の24時間開放	30%	11%	26%	21%	24%	22%
	放置駐輪対策	30%	17%	20%	14%	24%	20%
選択数	3つ選択	5	2	4	1	3	15
	2つ選択	4	6	9	9	9	37
	1つ選択	9	12	14	24	14	73
	未回答	12	33	27	37	24	133
選択割合	3つ選択	17%	4%	7%	1%	6%	6%
	2つ選択	13%	11%	17%	13%	18%	14%
	1つ選択	30%	23%	26%	34%	28%	28%
	未回答	40%	62%	50%	52%	48%	52%

回答総数：（各属性の回答者のうち、何人が回答したか）（複数選択のため、回答数の合計は回答者数と一致しない）

回答割合：（各属性の回答者のうち、何%が選択したか）

選択数：（各属性の回答者のうち、選択した数の内訳）

選択割合：（各属性の回答者のうち、選択数の割合）

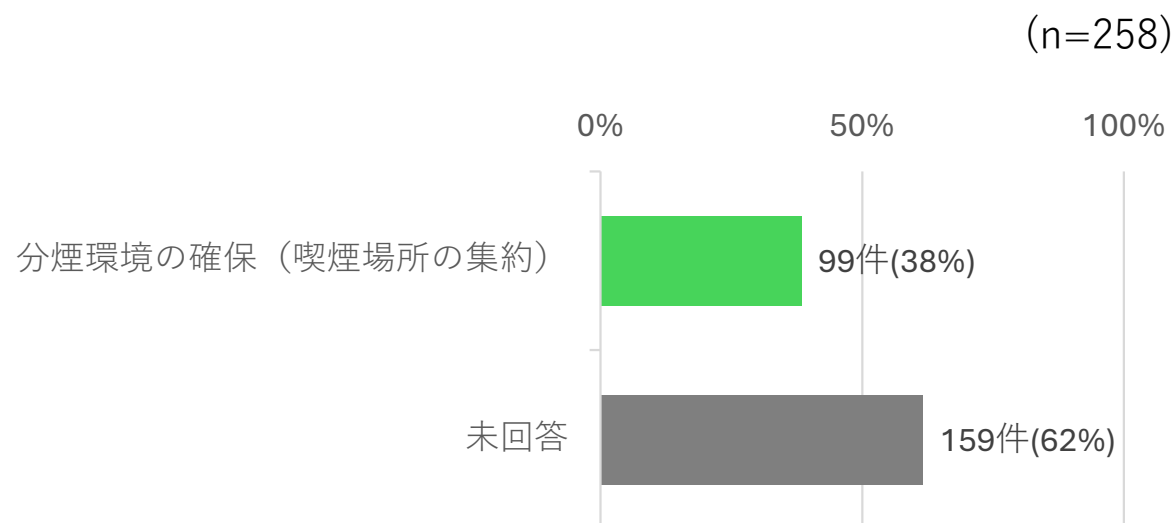
■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査
良いと思った取り組み〈喫煙に関すること〉(1/2)

喫煙に関することでは、「未回答」の割合が高く、次点で「分煙環境の確保」となった。

アオバリビングで良いと思った取り組みについて教えてください(複数回答可)

喫煙に関すること

☐ 分煙環境の確保（喫煙場所の集約）



※複数回答可としているためアンケート母数と回答数が不一致となっている
※上記「喫煙に関すること」のうち1つも選択していない場合、未回答

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査
 良いと思った取り組み〈喫煙に関すること〉（2/2）

喫煙に関することでは、「未回答」の割合が高く、次点で「分煙環境の確保」となった。

		各属性の回答者数→					
		30	53	54	71	50	258
		60代以上	50代	40代	30代	20代以下	全体
回答総数	分煙環境の確保（喫煙場所の集約）	13	24	21	26	15	99
回答割合	分煙環境の確保（喫煙場所の集約）	43%	45%	39%	37%	30%	38%
選択数	1つ選択	13	24	21	26	15	99
	未回答	17	29	33	45	35	159
選択割合	1つ選択	43%	45%	39%	37%	30%	38%
	未回答	57%	55%	61%	63%	70%	62%

回答総数：(各属性の回答者のうち、何人が回答したか)(複数選択のため、回答数の合計は回答者数と一致しない)
 回答割合：(各属性の回答者のうち、何%が選択したか)
 選択数：(各属性の回答者のうち、選択した数の内訳)
 選択割合：(各属性の回答者のうち、選択数の割合)

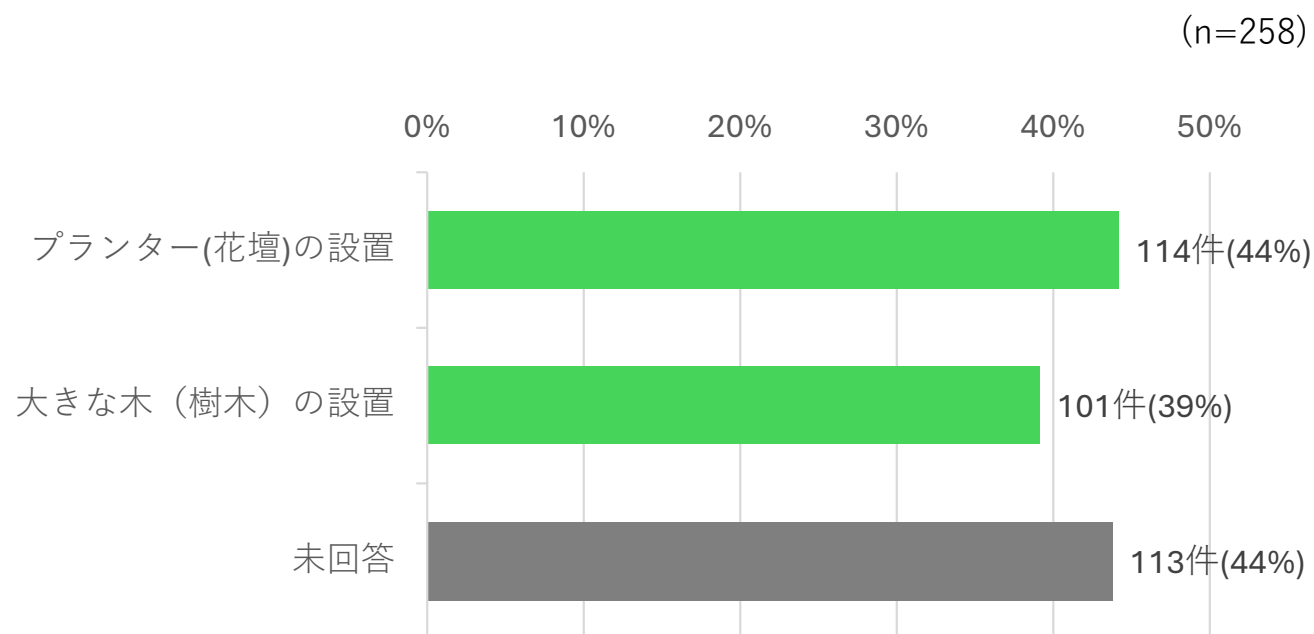
■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 良いと思った取り組み〈みどりに関すること〉(1/2)

みどりの設置に関することでは、「プランターの設置」の割合が高く、次点で「未回答」となった

アオバリビングで良いと思った取り組みについて教えてください(複数回答可)

みどりに関すること

- ☐ プランター(花壇)の設置
- ☐ 大きな木(樹木)の設置



※複数回答可としているためアンケート母数と回答数が不一致となっている
※上記「みどりに関すること」のうち1つも選択していない場合、未回答

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査
 良いと思った取り組み〈みどりに関すること〉（2/2）

みどりの設置に関することでは、「プランターの設置」の割合が高く、次点で「未回答」となった

		各属性の回答者数→					
		30	53	54	71	50	258
		60代以上	50代	40代	30代	20代以下	全体
回答総数	プランター(花壇)の設置	16	25	32	22	19	114
	大きな木（樹木）の設置	7	17	30	25	22	101
回答割合	プランター(花壇)の設置	53%	47%	56%	28%	38%	44%
	大きな木（樹木）の設置	23%	8%	17%	21%	44%	39%
選択数	2つ選択	6	13	23	12	16	70
	1つ選択	11	16	16	23	9	75
	未回答	13	24	15	36	25	113
選択割合	2つ選択	20%	25%	43%	17%	32%	27%
	1つ選択	37%	30%	30%	32%	18%	29%
	未回答	43%	45%	28%	51%	50%	44%

回答総数: (各属性の回答者のうち、何人が回答したか) (複数選択のため、回答数の合計は回答者数と一致しない)
 回答割合: (各属性の回答者のうち、何%が選択したか)
 選択数: (各属性の回答者のうち、選択した数の内訳)
 選択割合: (各属性の回答者のうち、選択数の割合)

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 良いと思った取り組み〈それ以外〉(1/2)

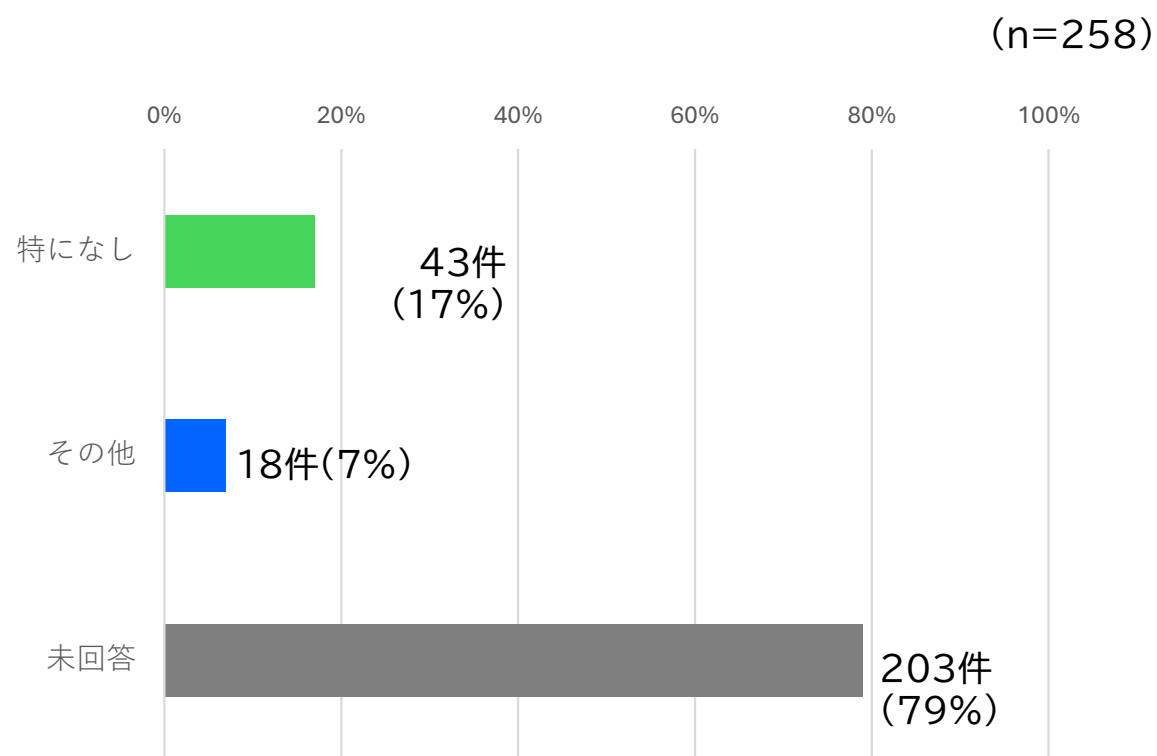
それ以外については、未回答が8割近くなった。
また、選択肢以外の項目に対して「その他」として評価されている事項があった(次ページの記載意見のうち)

アオバリビングで良いと思った取り組みについて教えてください(複数回答可)

それ以外

☐ 特になし

☐ その他



※複数回答可としているためアンケート母数と回答数が不一致となっている
※上記「それ以外」のうち1つも選択していない場合、未回答

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 良いと思った取り組み〈それ以外〉(2/2)

良いと思った取り組み のその他の意見としては、以下のようなものが挙げられた。

アオバリビングで良いと思った取り組みについて教えてください
(複数回答可)のうち、[それ以外]『その他』を選択した方の意見(記述欄) ※ 18件を整理(類似内容は合算)

分類	具体意見
1. イベントの実施	・ライブイベントを行った事
2. オープンテラス化	・日差しが暑かったので、日除けのあるテーブル椅子が多いと良いと思いました。あと、もっと匂いで釣られて食べたくなるキッチンカーがあると食べたくなると思いました ・路面店のオープンテラス化 ・雨が降っていましたが、パラソルの立席で快適に飲食できました！ ・ワイヤレス充電、自転車の押し歩き指導 ・テーブルがとてもおしゃれ
3. 分煙環境	・親子などを呼び込みたいなら禁煙区域にすべき。
4. 交通への影響	・周辺の駐車場が使えなくなり、お年寄り、障害者に対して配慮が無い。アンケートも良いことばかりの項目で、出来レース。まずは青葉や呉服町に市民、県民等が訪れる目的は何かを思えば、周辺の店舗の意見を聞くのが常套と思うのですが、それが出来ているか不明。 ・来にくい！(30代・女性) ・通行止めで目的のお店に行きづらかった
5. 日常管理について	ふだんの公園管理ができていない事実はどのようにお考えでしょうか？市役所がふだん町中を全く見ていないのが、とても伝わるようで悲しさを感じます。

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査

青葉シンボルロードで
日常的にこんなことができたらい
いと思うことについて

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 日常的にできたら良いと思う取り組み（1/4）

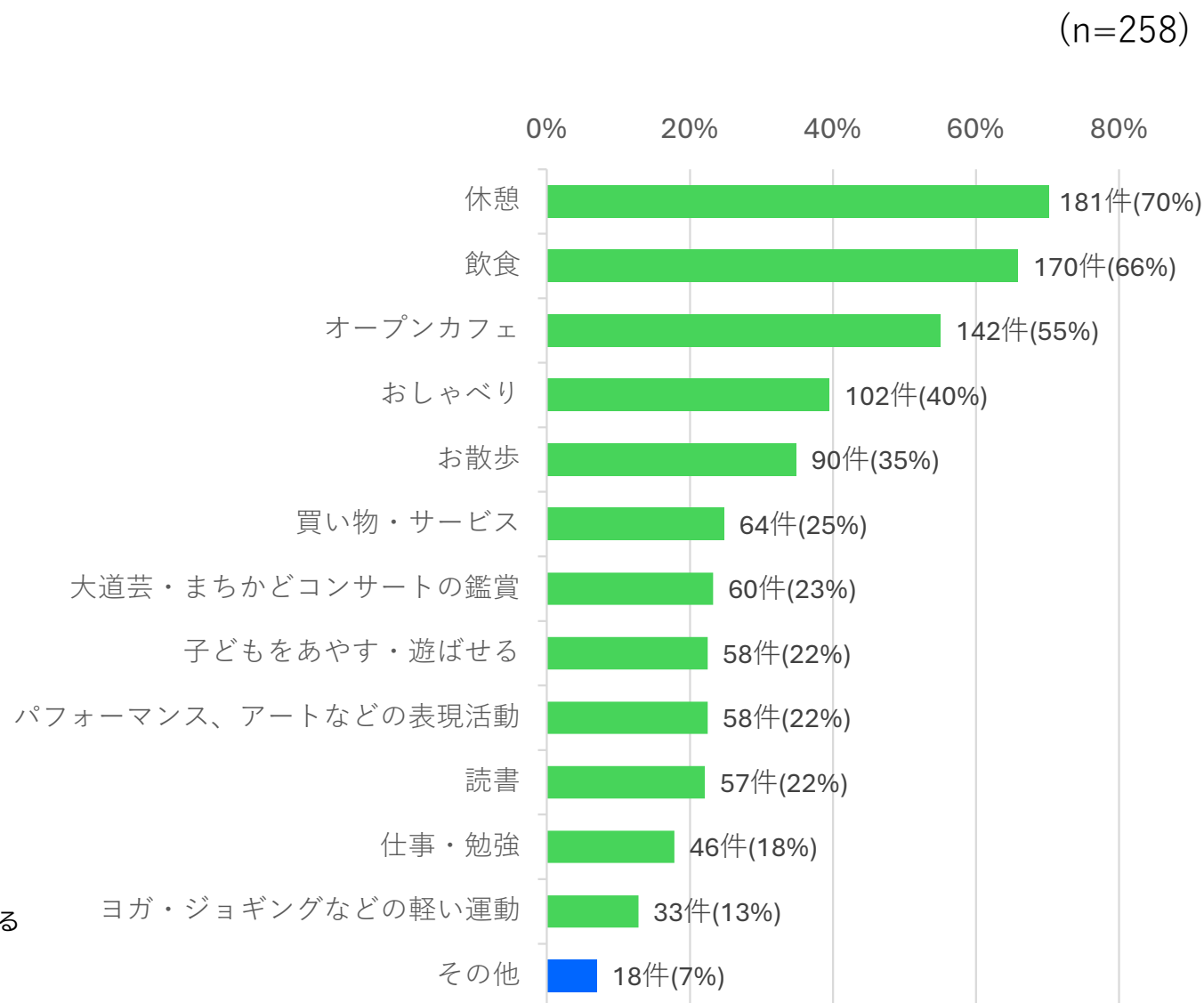
飲食、休憩ができるまたオープンカフェができる空間という意見が多かった（55－70％）

その他、芸術鑑賞、アート、パフォーマンス等の交流機能や読書、仕事・勉強などのノマドワークの希望があった。

Q3.青葉シンボルロードで日常的にこんなことができたら良い、と思うことについてご回答ください。（複数回答可）

- ☐ 飲食
- ☐ 買い物・サービス
- ☐ 休憩
- ☐ おしゃべり
- ☐ 仕事・勉強
- ☐ 読書
- ☐ 子どもをあやす・遊ばせる
- ☐ お散歩
- ☐ オープンカフェ
- ☐ 大道芸・まちかどコンサートの鑑賞
- ☐ パフォーマンス、アートなどの表現活動
- ☐ ヨガ・ジョギングなどの軽い運動
- ☐ その他

※複数回答可としているためアンケート母数と回答数が不一致となっている
※その他の内容については次ページ



■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査
 日常的にできたら良いと思う取り組み（2/4）

飲食、休憩ができるまたオープンカフェができる空間という意見が多かった（55－70％）
 その他、芸術鑑賞、アート、パフォーマンス等の交流機能や読書、仕事・勉強などのノマドワークの希望があった。

Q3.青葉シンボルロードで日常的にこんなことができたら良い、と思うことについてご回答ください。（複数回答可）

各属性の回答者数→	30	53	54	71	50	258
	60代以上	50代	40代	30代	20代以下	全体
飲食	15	35	37	42	41	170
買い物・サービス	3	16	14	17	14	64
休憩	20	36	41	48	36	181
おしゃべり	8	21	27	23	23	102
仕事・勉強	4	9	13	14	6	46
読書	2	17	17	14	7	57
子どもをあやす・遊ばせる	3	14	14	20	7	58
お散歩	12	16	24	22	16	90
オープンカフェ	15	29	36	34	28	142
大道芸・まちかどコンサートの鑑賞	11	14	7	15	13	60
パフォーマンス、アートなどの表現活動	7	15	16	12	8	58
ヨガ・ジョギングなどの軽い運動	5	7	10	5	6	33
その他	2	5	2	8	1	18
飲食	50%	66%	69%	59%	82%	66%
買い物・サービス	10%	30%	26%	24%	28%	25%
休憩	67%	68%	76%	68%	72%	70%
おしゃべり	27%	40%	50%	32%	46%	40%
仕事・勉強	13%	17%	24%	20%	12%	18%
読書	7%	32%	31%	20%	14%	22%
子どもをあやす・遊ばせる	10%	26%	26%	28%	14%	22%
お散歩	40%	30%	44%	31%	32%	35%
オープンカフェ	50%	55%	67%	48%	56%	55%
大道芸・まちかどコンサートの鑑賞	37%	26%	13%	21%	26%	23%
パフォーマンス、アートなどの表現活動	23%	28%	30%	17%	16%	22%
ヨガ・ジョギングなどの軽い運動	17%	13%	19%	7%	12%	13%
その他	7%	9%	4%	11%	2%	7%

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査

日常的にできたら良いと思う取り組み（3/4）

飲食、休憩ができるまたオープンカフェができる空間という意見が多かった（55－70％）

その他、芸術鑑賞、アート、パフォーマンス等の交流機能や読書、仕事・勉強などのノマドワークの希望があった。

Q3.青葉シンボルロードで日常的にこんなことができたら良い、と思うことについてご回答ください。（複数回答可）

各属性の回答者数→	30	53	54	71	50	258
	60代以上	50代	40代	30代	20代以下	全体
12つ選択	1	1	2	1	0	5
11つ選択	0	1	0	0	0	1
10つ選択	0	0	1	2	0	3
9つ選択	0	1	1	1	3	6
8つ選択	0	3	3	0	1	7
7つ選択	2	4	4	9	0	19
6つ選択	4	3	9	4	8	28
5つ選択	2	9	8	9	5	33
4つ選択	3	9	6	3	11	32
3つ選択	7	12	9	18	12	58
2つ選択	3	5	7	11	8	34
1つ選択	8	5	4	13	2	32
未回答	0	0	0	0	0	0
12つ選択	3%	2%	4%	1%	0%	2%
11つ選択	0%	2%	0%	0%	0%	0%
10つ選択	0%	0%	2%	3%	0%	1%
9つ選択	0%	2%	2%	1%	6%	2%
8つ選択	0%	6%	6%	0%	2%	3%
7つ選択	7%	8%	7%	13%	0%	7%
6つ選択	13%	6%	17%	6%	16%	11%
5つ選択	7%	17%	15%	13%	10%	13%
4つ選択	10%	17%	11%	4%	22%	12%
3つ選択	23%	23%	17%	25%	24%	22%
2つ選択	10%	9%	13%	15%	16%	13%
1つ選択	27%	9%	7%	18%	4%	12%
未回答	0%	0%	0%	0%	0%	0%

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査
日常的にできたら良いと思う取り組み（4/4）

日常的にできたら良いと思う取り組み のその他の理由としては、以下のようなものが挙げられた。

Q3.青葉シンボルロードで日常的にこんなことができたら良い、と思うことについてご回答ください。（複数回答可）
のうち、『その他』を選択した方の意見（記述欄） ※ 18件を整理（類似内容は合算）

分類	具体意見
1. アクセス機能	・普段から公園を綺麗にしてくれて、大きな市営駐車場が欲しい！（無料でも、300円とか有料でも！） ・スケートボード、バイクの撤去。街なかにアクセスしやすくなるために利用してください。毎年交通量調査で、人通りが減っているのはご存知でしょうか？
2. 緑地の維持管理	・まずは青葉公園を綺麗にすればいいのでは、、？
3. 禁煙環境	・禁煙
4. その他	・買い物をしに、街中にきましたが、落ち着かなく歩きにくく驚きました。落ち着きのある空間に戻して欲しいです。 ・一人での飲酒喫煙 ・昼寝 ・いつもより犬の散歩をしている人が多いと思ったのでドッグラン ・沿道事業者も連携していると、沿道の方々もさらに自分ごとになれると思います！

■調査結果③ 沿道へのアンケートによる意識調査

「居心地が良く、人々が集い多くの活動が生まれる空間」
を目指し、道路を含めた一体的な広場空間とすること
について

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 リニューアルで目指す空間について(3/3)

20代以下の若年層から50代まで特に肯定的な声が多く、80%程度がよいと思うと回答していた。

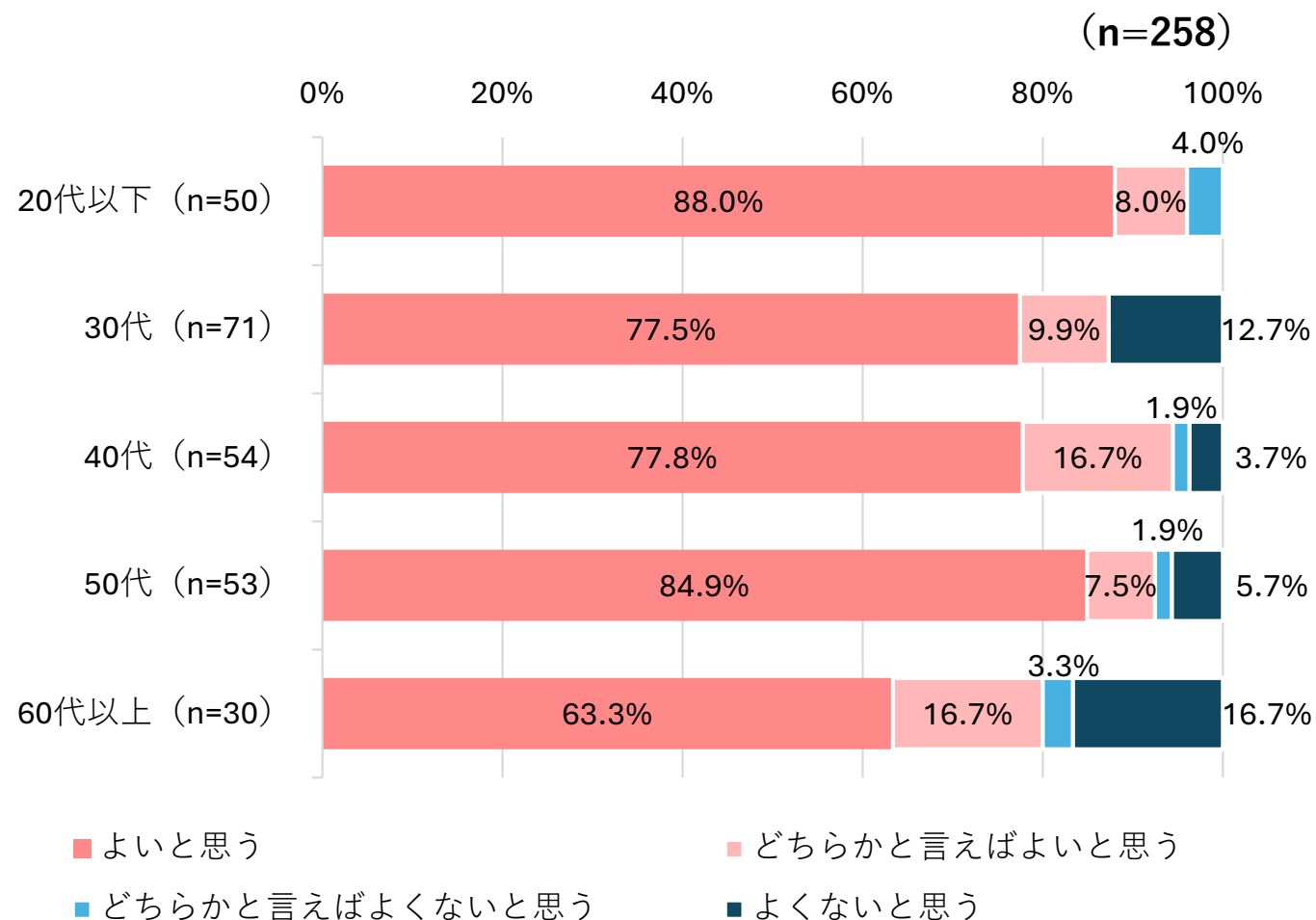
Q3.静岡市では青葉シンボルロードのリニューアル

に向けて検討を進めており、「居心地が良く、人々が集い多くの活動が生まれる空間」を目指しています。

今回の実験のように、道路を含めた一体的な広場空間とすることについて、あなたの考えを教えてください。(選択肢)

またその理由もあわせて教えてください。(自由記述)

- ☐ よいと思う
- ☐ どちらかと言えばよいと思う
- ☐ どちらかと言えばよくないと思う
- ☐ よくないと思う



※理由の回答については次ページ

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査

リニューアルで目指す空間について(自由記載意見の抜粋)(2/3)

選択肢	分類	具体意見
よいと思う	1. 賑わいの創出・活性化への期待	・街の賑わいがさらに良くなると思う ・まちなかに居場所の選択肢が増えることはまちなかの活気の増大につながると思うから。 ・静岡に活気がでるし、住民の皆様の集まる場になり、交流が増えることで近くの地域のお店に立ち寄る人も増え、いいと思ったから。
	2. 快適な滞在空間の創出	・寛げる ・テーブルやイスの設置により、ゆっくり過ごすことが出来るので、キッチンカーを利用したくなる！ ・すごく居心地がよく雰囲気も良いと感じました。
	3. 歩行者の安全性・快適性の向上	・犬の散歩の時に利用したが、車の往来がなく安全でよかった。 ・通行車両を気にせず、安心して寛げる。 ・自動車の交通規制により、子供連れでも安心して出かけることができる空間になる
	4. 飲食・休憩の利便性向上	・椅子とテーブルがあったので、天気も良かったので、店内飲食ではなく、気軽にテイクアウトしようと思えました。 ・静岡市は外で飲食できる場所が少ないと以前から思っていたので、外で気持ち良く過ごせて嬉しいです。 ・街で遊んだ時に座って喋ったり休憩したりするところがなくて困っていたから、このようにベンチが設置されているとずっと街にいたいと思えるから
	5. 既存の問題点の改善	・以前より飲酒や喫煙しながらベンチに座っている人が目につかなかった ・どこからともなく副流煙が漂う陰気な雰囲気なくなる ・普段は汚い印象。喫煙も喫煙所以外でしている人がいて、子供と安心して活用できていなかったところが改善されそうなので
どちらかと言えばよいと思う	1. 賑わい・回遊性向上への期待	・行きたいと思う店舗を増やさないと人の数が増えない ・歩いたり自転車だったりすると、そのまま駿府城公園へ行きたくなったり、街の周辺にも行きたくなるから。 ・呉服町七間町の発展につながる。
	2. 歩行者空間としての評価と要望	・歩行者中心になり、落ち着いて買い物や通行ができるようになると思う。 ・安全は高まっているが交通規制をもう少し大々的に目立たせて欲しい。多分車とのトラブルが起きそうで心配です。 ・青葉通りの休憩場所が少ないので、たくさん座るところがあっていい。日陰がたくさんあると嬉しい。
	3. 利用体験の評価と改善提案	・気持ち良い空間を楽しめました。外でごはん大好きです。 ・車が通らないことで、静かにゆっくり過ごすことができた 緑とまちなみを同時に感じながらゆっくり過ごす環境は静岡市にないから、とても貴重な場所になると思う バリケードがあるとその中に入ってよいのか？と一瞬躊躇するので、そこは改善点

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 リニューアルで目指す空間について(自由記載意見の抜粋)(3/3)

選択肢	分類	具体意見
どちらかと言えばよくないと思う	1. 交通アクセスへの懸念	・車でのアクセスが不便。 ・通行が不便でもある
	2. アメニティへの要望	・ゴミ箱が欲しい
	3. 全体的な印象	・寂れた印象
よくないと思う	1. 交通アクセスの悪化と地元経済への影響	・車が通行出来ないデメリットが大きく黒潮蛇行のように人が離れてしまう。 ・仮に歩きやすい公園になったとして、より車を阻害する方針なので、おそらく市外からの流入は減ります。イベントが盛り上がりしても、地元店舗の客数が落ちて、シャッターだらけの街なかに、誰が来ますでしょうか？ ・車で家族で来てましたが、駐車場代は高く、お店は減る一方。行きにくくなるので、もう頻度も減ると思います。
	2. プロジェクトの優先順位・効果への疑問	・こんなことよりも平日に静岡市内に人を呼び込む行為にお金をかけるべきで、更地に来たい人はいないと思います。 ・まずは人の集まるまちづくりをしてほしい。人が集まり、自動車を減らす必要がでてからではないか？順番が違う気がします。
	3. 駐車場問題と既存インフラへの不満	・その前に街中に来やすいように、駐車場を整備して下さい。 ・普段の公園管理から、しっかりと成されては？
	4. 過去の事例からの懸念	・廃れた商店街を思い出します。相互通行の道を一方通行にしたら、商店街が死滅したことがあります。 ・街なかが無くなるのは生活しにくくなります。

■調査結果③ 沿道へのアンケートによる意識調査

青葉シンボルロードの
リニューアルに対するご意見
(自由意見)

■調査結果 ③ アオバリビング利用者へのアンケートによる意識調査 リニューアルに対する意見

Q5.その他、青葉シンボルロードのリニューアルに対するご意見等ございましたら、ご記入ください。(自由意見)

分類	具体意見
1.空間・設備の充実・改善要望	・ぜひテーブルを常設して欲しい ・ゴミ箱をわかりやすくしてほしい。10月なのに暑い、というのがありますが、場所によってまぶしい。 ・もっと緑を増やし、街中でも自然を感じられる場所になったらいいと思います。
2.イベント・賑わい創出への期待・要望	・定期的にイベントが行われる様にして欲しいです。 ・アイデアはとても良いと思いますが、人の数が少なく寂しいですね。キッチンカーや飲食の店が昭和通り方面までもう少し多く出て選択肢が増えると良いと思います。 ・パフォーミングアーツだけでなく、アートも活躍できるまちになって欲しい。東静岡のアート展示のような催し物や、地元アーティストが集まって展示できる企画があるといい。
3.交通・アクセスに関する意見・要望	・以前よりの呉服町の歩行者天国を含め、歩行者専用道路にも関わらず、自転車の乗車通行の対策が必要。公園内の違法駐輪についても取締があまく、料金を払って駐輪場に入れるのがバカらしくなる。 ・車で来た人のために駐車場の整備や割引など広い場所から集客して欲しい ・青葉通りの通行止めは反対です。
4.治安・環境・マナー改善に関する意見・要望	・公園のトイレが汚くて、困る。露店もショボかったです ・喫煙や飲酒者マナーが気になるので、昼夜問わず安心な空間となると市民として嬉しいし、青葉だけでなく周辺の活気が良くなると思います。 ・街の整備は良いが、アクセスはしっかり考えてほしい。また、無機質な通行止めは、物騒なのでやめてほしい。警備員もガラが悪く、更にホームレスが集合しており、治安がよく無い。アクセスと、治安を考えてほしい。
5.運営・計画全般に関する意見・評価	・とてもよい取り組みだと思うが、中途半端な感じになるなら最初からやらないほうがいいと思います。予算かけて素敵な街にしてください。 ・今のままでも良いと思いますが、新たな試みは必要だと感じます。大人から子供、老人、赤ちゃんまでいろんな世代がそれぞれ楽しめる空間造りができればシンボルロードとして末長く居心地良く楽しめる空間が良いと思います。静岡市大好きです! ・リニューアルに向けて、オープンな場所で意見交換できる機会があるとよいと思いました
6.その他 (景観・デザイン、個別施策提案など)	・海外のような優雅な景観の道にしてほしい ・水を活かしたオブジェは残して欲しい、子どもの頃から青葉シンボルロードで強く印象に残っている物だから。あの水の塔がなくなるとしたら寂しい ・子供を安心して遊ばせられるように全面禁煙にしてほしいです。