

# 令和4年度 武蔵野公会堂社会実験 報告書

令和5年3月

武蔵野市

総合政策部 企画調整課

# 令和4年度 武蔵野公会堂社会実験 報告書

## 目 次

1. イベント概要.....	1-14
2. 来場者へのパネル調査.....	15-35
3. 周辺事業者アンケート調査.....	36-43
4. 交通量調査.....	44-47
5. 社会実験の効果について.....	48-50

## 社会実験の概要について

### 社会実験の目的

吉祥寺駅南口から井の頭公園へのメインアプローチでもあるパークエリアには、長年にわたり市民の発表の場、芸術文化事業の提供の場として、親しまれてきた武蔵野公会堂が立地しており、文化施設の在り方検討委員会報告書では、引き続きこのエリアにおいて、市民文化の交流・発信拠点としての機能を有していくことが期待されている。

今回は社会実験として、武蔵野公会堂を普段とは異なる形で利用することで、より気軽に立ち寄れるよう武蔵野公会堂をまちに開き、にぎわいを創出し、芸術文化の創造、多様な人の交流や発信の場として、周辺に与える影響やパークエリアの可能性を模索する。



### 実施場所

武蔵野公会堂 〒180-0003 東京都武蔵野市吉祥寺南町 1 丁目 6 番 22 号

### 事業実施者の募集にあたって

社会実験を行うにあたり、武蔵野公会堂を普段とは異なる形での利用を認め、まちに開くことでにぎわいを創出し、芸術文化の創造、多様な人の交流や発信の場として、周辺に与える影響やパークエリアの可能性を探るための事業実施者を募集した。利用にあたり、事業者には有料による施設貸出を行った。

普段とは異なる形での利用とは…

- ・普段は貸し出しをしていないピロティ・駐車場の使用
- ・会議室・和室・ピロティ・駐車場での物品販売（飲食物については施設の一部での販売に限る）

※物品や飲食物の販売については、芸術文化的な側面を感じることができ、本社会実験の目的・主旨に沿ったものであることを条件としている。

### 実施スケジュール

事業募集期間 令和4年9月9日～10月11日

結果送付 10月中旬

社会実験実施日 12月16・17・18日

※実施日のうち12月16日については、希望者なしのため実施せず。

## 1. イベント概要

(1) 12月17日(土) 本屋の文化祭

イベントの概要は下記の通り。

日時：2022年12月17日(土) 11:00~17:30
場所：武蔵野公会堂
内容：個人が作る小冊子「ZINE」の販売イベント及び映画の上映会の実施
来場者数：957名(来客者845名、出店関係者は112名)
主催：BOOK CULTURE CLUB
協力：武蔵野市

### ① イベント企画

12月17日(土)のイベント主催者は、以前も公会堂ホールを利用してチェコアニメ上映会を行った実績があるとともに、今回の「本屋の文化祭」企画の中の「吉祥寺 ZINE フェスティバル」は、他の場所での開催も含めて今回が第5回目であることからすでに認知度が高く、出店者との連携構築や固定ファンを獲得していた。

主催団体により下記の通りコンテンツが展開された。イベントは公会堂のピロティに設けた受付で入場料として100円もしくは150円(入退場自由券)を収集していた。

#### <駐車場・公会堂前屋外スペース>

出店者	コンテンツ
移動式本屋 BOOK TRUCK	移動式本屋
BOOK CULTURE CLUB	短歌展
BOOK CULTURE CLUB	それ、書初めて書いてちゃダメでしょ展

#### <1階ホール>

出店者	コンテンツ
BOOK CULTURE CLUB	チェコアニメ上映会

#### <2階・3階会議室>

出店者	コンテンツ
BOOK CULTURE CLUB	第5回吉祥寺 ZINE フェスティバル
冷蔵文庫	本の交換会 #3 番目に好きな本
1neko	カフカの変身の変身展
よもぎ@book pool	合成文庫
ハタハタショボウ	超・積読博
本屋さんか	世界の本屋のトートバック展
鈴木完吾	からくりすと鈴木さんによる作品展示

## ②イベント PR

イベントの事前 PR は武蔵野市 HP・SNS での掲載や市関係窓口でのチラシ配布、イベント主催者発信の HP、Twitter、Instagram による、イベント概要の紹介を行った。  
当日は事業者が作成したチラシが公会堂周辺に掲示されていた。

### 武蔵野市 HP 掲載チラシ

**本屋の文化祭**

2022.12.17  
AM11-PM17:30  
@武蔵野公会堂

入場料 100円

開催内容

- ・ チェコアニメ上映会
- ・ 本の楽しみ方博
- ・ ZINEフェスティバル

主催：BOOK CULTURE CLUB

出典：

[https://www.city.musashino.lg.jp/shiseijoho/shisaku\\_keikaku/sogoseisakubu\\_shisaku\\_keikaku/parkarea/1039773.html](https://www.city.musashino.lg.jp/shiseijoho/shisaku_keikaku/sogoseisakubu_shisaku_keikaku/parkarea/1039773.html)

### 当日掲示チラシ



### 屋内掲示チラシ





### ③当日の様子

公会堂のピロティ、駐車場、ホール、会議室を利用し、公会堂全体を活用してイベントが開催された。ホールで実施したチェコアニメ上映会は予約した来場者が列を作り、集客を得ていた。

会議室で行われた個人が作る小冊子「ZINE」の販売イベントも多くの来場が見られた。

チェコアニメ上映会の予約済来場者



移動式本屋ブックトラック



吉祥寺 ZINE フェスティバル



④イベント主催者による事業報告概要

12月17日（土）のイベント主催者は以前も公会堂でイベントを行ったことがある事業者であり、今後も施設を利用したイベントを継続することについて「行いたい」と前向きな意見が見られた。

施設に対する感想は「立地良し（吉祥寺駅からの近さ）、設備良し（ホール・会議室棟・駐車場が利用可）、施設規模感良しで施設としては最高」「利用料が安い」などが挙げられていた。また、「来場者の方から「レトロでいい」「映画観賞をしてイベントも楽しめて良かった」「駅から近いし立ち寄りやすかった」という意見多数」と、来場者からも前向きな意見が寄せられた。

課題としては「エレベーターが無い」「若者をターゲットにするなら全館 Wi-Fi が必要」など多様な人が使いやすいような設備に関する意見が挙げられていた。

来場者の傾向や特徴としては「ほとんどが Instagram か Twitter など SNS で知り来場」「上映会と展示でそれぞれ誘導を図ったことで他のコンテンツへの来場も促すことができた」などが挙げられていた。

イベント終了後、電話によるヒアリングと、事業報告書の収集を行った。以下の通り整理する。

○：良かった点 △：課題と感じた点 —：その他

項目	評価	内容
武蔵野公会堂利用の動機 (ヒアリングより)	—	過去に使用したことがあり、次も使いたいと思ったため
武蔵野公会堂を利用した感想等 (ヒアリングより)	△	使い勝手：ふつう エレベーターが無いなど課題はある。吉祥寺駅近の好立地で、駐車場があり、来場者からも好評。
	○	利用料：安い
	○	事業収支：黒字
	△	公会堂を利用したイベントの継続について：行いたい 規模感が半端で、同じ労力をかけるならもう少し大きい会場で、さらに収益を期待できるイベントが行えると思う。 若者をターゲットにするなら全館 Wi-Fi は必要。
来場者数とその傾向や特徴 (事業報告書より)	○	来場者数 957 人（来場者・出展者・運営スタッフ） チェコアニメの上映会と ZINE フェスと本関係の展示でそれぞれ誘導を図ったので、コンテンツごとにお客さんが来場し、他のコンテンツへの来場も促すことができた
	○	ほとんどが Instagram か Twitter など SNS で知り来場
	○	20 代・30 代の方が中心でチェコアニメを見に来た方は +10 歳ほど上の層が多数
事業実施の総評 (事業報告書より)	○	立地良し（吉祥寺駅からの近さ）、設備良し（ホール・会議室棟・駐車場が利用可）、施設規模感良しで施設としては最高
	○	来場者の方から「レトロでいい」「映画観賞をしてイベントも楽しめて良かった」「駅から近く立ち寄りやすかった」という意見多数
	△	イベントの立て方や告知の仕方等工夫の余地は多分に有

(2) 12月18日(日) 吉祥寺パール百貨店

イベントの概要は下記の通り。

日時：2022年12月18日(日) 10:00~19:00
場所：武蔵野公会堂
内容：「老若男女・ローカルもビジターも、誰もが井の頭公園を感じながら、文化・芸術・スポーツで交流できる、温故知新の空間」をテーマに、冬の暖「ペレットストーブ」体験、三世代で楽しむ「プログラミング」、「クリスマスリース作り」など多彩なお店が出店する「百貨店」のような催しの実施
来場者数：約500名(内、購入した来場者数：約450名)
主催：ユニバーサル・リアルティ株式会社
協力：武蔵野市
協賛：株式会社マネジメントブレン

①イベント企画

主催団体により下記のコンテンツが集められ、「百貨店」のようなイベントが展開された。イベントは入場無料。

<公会堂前屋外スペース>

出店者	コンテンツ
ニッポー設備株式会社	ペレットストーブの展示
株式会社 Office Breath	地域マルシェ・飲食物販・ゲーム
ユニバーサル・リアルティ株式会社	洋服の完全循環型リサイクル回収
フラワーショップはやし	クリスマスリースのワークショップ ※会議室から移動

<1階ホール>

出店者	コンテンツ
吉祥寺テレビジョン	サムライショーの寸劇、吉テレニュース公開収録、吉祥寺テレビジョンの公開シンポジウム
キャラバンキョウコ	ドキュメンタリー映画「Yokosuka 1953」上映、キャラバンキョウコ(主題歌)ミニライブ
株式会社 PIG-D'S	武蔵野映画研究会制作のショートムービー3本上映

<2階・3階会議室>

出店者	コンテンツ
株式会社兩國百香堂	ハーブティーのブレンド講座、販売
コイプレス	オリジナル絵本・ポストカード・カレンダー販売、手製本ワークショップ
アトリエ翠花	日本産翡翠のかけらでつくるオリジナルアクセサリーの販売(ピアス、イヤリングほか)
株式会社 JR 中央線コミュニティデザイン	ロボットプログラミング教室「プログラボ」体験会
小西昭生	「はじめなき・おわりなき、あいの話」出版記念セミナー
上杉恵理子	「教養としての着物」出版記念セミナー
ラバーバンドランド	いろいろな紙の展示・紙製品販売「ペーパー・バザール」

出店者	コンテンツ
税理士法人かけはし	セミナー「町の税理士がよく質問される相続税のあれこれ」

参考：パープル百貨店 HP <https://www.u-reamty.jp/purple>

## ②イベント PR

イベントの事前 PR は武蔵野市 HP・SNS への掲載や市関係窓口でのチラシの配布、イベント主催者の HP、Twitter、Instagram、Facebook、youtube によるイベント概要の紹介を行った。

当日は事業者が作成したチラシを公会堂ピロティ部分に掲示した。

## 武蔵野市 HP 掲載チラシ



出典：

[https://www.city.musashino.lg.jp/shiseijoho/shisaku\\_keikaku/sogoseisakubu\\_shisaku\\_keikaku/parkarea/1039773.html](https://www.city.musashino.lg.jp/shiseijoho/shisaku_keikaku/sogoseisakubu_shisaku_keikaku/parkarea/1039773.html)

## 当日掲示チラシ



## イベント主催者発信 SNS



吉祥寺パープル百貨店開業動画



**武蔵野公会堂**  
 多世代・コンテンツが交差する  
**吉祥寺パープル百貨店**  
 1日限定イベント開催！！

吉祥寺パープル百貨店とは

『若者男女・ローカルもビシターも誰もが井の頭公園を巡りながら、文化・芸術・スポーツで交流できる、異世代の空間』をテーマに、2022年12月18日(日) 10:00~19:00の1日限定！吉祥寺パープル百貨店を開催します。開催場所は、1964年1月築(築後58年)の武蔵野公会堂、通称パープルホール。吉祥寺パープル百貨店は、異世代の交流が禁止されているパープルホールを自由に使って、古き良き昭和の匂いを現代へアップデートさせた社会実験イベントです。お節ちゃん、おばあちゃん、お父さん、お母さん、お子さん、お孫さんが、みんな一緒に楽しめるイベントです。ぜひ家族や友人お誘い合わせの上、ご参加ください！



出典：<https://www.u-realty.jp/purple>

## イベントブース出展者発信 SNS

### ■株式会社 Office Breath HP



出典：

<https://office-breath.com/cw/event/7230/>

### ■吉祥寺テレビジョン Twitter



出典：

<https://twitter.com/KichijojiTV1>

### ■コイプレス Twitter



出典：

<https://twitter.com/koipress>

### ■吉祥寺パール百貨店 Instagram



出典：

<https://z-p15.www.instagram.com/p/ClqjShnDWaI/>

### ③当日の様子

ピロティ、駐車場、ホール、会議室を利用し、公会堂全体を活用してイベントが開催された。午後になるとさらに集客を伸ばすために、駐車場や会議室で行っていた一部のブースをピロティに移動し、視認性を高める工夫がなされた。

ペレットストーブ展示



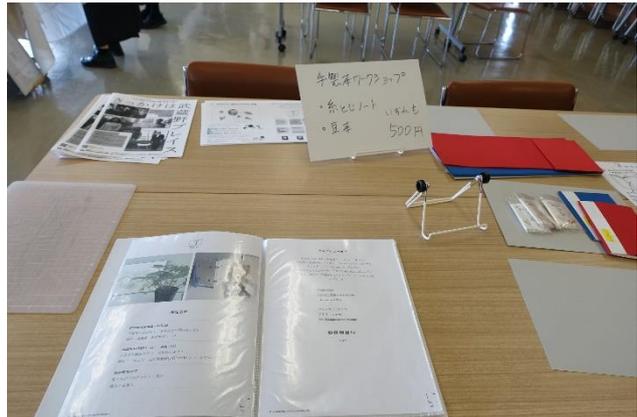
マルシェ・物産展、飲食販売



吉テレニュース公開収録



手製本ワークショップ



2階会議室販売ブース



セミナー



#### ④イベント主催者による事業報告概要

イベント主催者は公会堂の利用は初めてだったが、次回開催する機会があれば「さらにブラッシュアップした企画を実施したい」と、イベントの継続について前向きな意見が見られた。

企画への出店者からも「次回も参加したい」という意見を3件、「チームを組んで準備することで事業者間のネットワークの広がりによる新たな出店者の獲得ができると思う」「立ち寄りやすい相談会形式など検討したい」「今回の経験を活かしたい」等次回の開催に向けての意見を3件収集するなど、イベントの継続について前向きな意見が見られた。

施設への感想は「利用料は場所等を考えるとかなり安い印象」「SNS で公会堂のレトロさを発信したところ、関心を持ち来てくれた人がいた」等が挙げられていた。

課題としては「エレベーター、エスカレーターがない」という設備に関する意見が挙げられていた他、準備期間が短かったため「出店料の徴収」や「人気の出店者の誘致」「事前の告知」「チームを組んでの準備」が十分にできず、「目玉となるコンテンツの用意」「広告や会場装飾の費用捻出」など集客に影響したことが述べられており、「準備期間の短さ」が大きな課題であったと推察される。

その他の意見として「通りすがりの方に来場してもらうため、パープル通りに面してキッチンカーを配置し、駐車場にもブースを出店することでにぎわいをつくる。会場内で座って飲食できる場所を確保する」「会場内を回遊させ、滞在時間を増やすため、会場全体を使用した宝探しや、買い物をした来場者は3階でくじ引きができるなどの企画の実施」などが挙げられていた。

イベント終了後、電話によるヒアリングと、事業報告書の収集を行った。以下の通り整理する。

○：良かった点 △：課題と感じた点 —：その他

項目	評価	内容
武蔵野公会堂利用の動機 (ヒアリングより)	—	市内コワーキングスペース i-Office 吉祥寺からのつながりで、今回の社会実験の存在を知り、地元縁も深かった為
武蔵野公会堂を利用した感想等 (ヒアリングより)	△	使い勝手：ふつう エレベーター、エスカレーターがないのはマイナス
	○	利用料：安い 場所等を考えるとかなり安い印象
	△	事業収支：赤字
	△	公会堂を利用したイベントの継続について：行いたい 十分な準備期間を取り、さらにブラッシュアップした企画を実施したい
来場者数とその傾向や特徴 (事業報告書より)	○	来場者数 500 人（うち、購入した来場者約 450 名）
	△	出店者の関係者が約 80%、その一般が 20%
事業実施の総評 (事業報告書より)	△	準備期間が短かく、出展者を募るために出店料を無料とした。、また人気のある出店者をさらに誘致することが難しく、集客力を欠いた 解決策→6ヶ月前から準備できるとよい
	△	集客のための広告や会場装飾の費用をかけられなかった 解決策→出店料を徴収し、広告や会場装飾へ費用をかける。主催者も利益を得られるようチームを組み、多くの出店者を誘致し、にぎわいと集客をかける
	△	パープル通りの通行人がふらっと入れる施策ができなかった 解決策→通りすがりの通行人を集客する鍵は「飲食」だと考える。パープル通りに面してキッチンカーを配置し、駐車場への出店でもにぎわ

項目	評価	内容
		いをつくり、会場内で座って飲食できる場所を確保することができると望ましい
	△	ホール上映中のロビー閑散を楽しみへ変えられなかった 解決策→宝探し等の企画や、購入者へのインセンティブなど、若い世代を取り込みやすい企画で、会場内を回遊させ、滞在時間を増やす
	△	集客の目玉となるコンテンツを用意できなかった 解決策→企業協賛やクラウドファンディングで資金を募り、目玉コンテンツを作り、集客のブースをかける

【参考】出店者から寄せられた感想（一部抜粋）

評価	内容
○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域事業者の一員として参加できて良かった。</li> <li>・SNSで公会堂のレトロさを発信したところ、関心を持ち来場してくれた方がいた。</li> <li>・途中からピロティにブースを移動した結果、集客が向上した。</li> <li>・制作物を大画面で上映でき、感想をもらえたことは励みとなり、良い経験となった。</li> </ul>
×	<ul style="list-style-type: none"> <li>・途中で出店場所をピロティに移動したが、ランチタイムを逃してしまい飲食商品が売れ残った。</li> <li>・準備期間が短く十分な集客ではなかった。</li> <li>・3Fまで上がってくる来場者が少なく、集客が難しかった。</li> <li>・イベントの準備・運営を主催者個人だけではなくチームとして行うことで、主催者の負担の軽減と事業者間のネットワークの広がりによる新たな出店者の獲得ができると思う。</li> </ul>
その他	<p>上記の感想の他、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・定期的なイベントとして開催することによって、より集客ができると思う。</li> <li>・次回もぜひ参加したい。今回の経験を活かしたい。</li> </ul> <p>などの声が寄せられた。</p>

### (3) まとめ

#### ■ 公会堂の施設としてのポテンシャル

- ・飲食や物販など、公会堂を普段とは異なる使い方を可能としてイベントを実施した結果、イベント主催者・参加した出店者からイベントの継続に前向きな意見を収集した。
- ・出店者・来場者から「雰囲気（レトロでよい）」「立地（駅からの近さ）」「ホール・会議室・駐車場が利用可能で映画観賞とイベントの両方を楽しめる」「施設の規模感に対して施設利用料は安価」など利用した際に良かったと感じた意見を多く収集したことから、公会堂は様々な用途で活用できるポテンシャルがあると考えられる。エレベーター、エスカレーターの設置によるバリアフリー化や Wi-Fi 設置等により、さらに多様な人の利用が期待できる。

#### ■ 集客に及ぼす影響

- ・テーマやコンテンツの異なるイベントを2日間にわたり実施したが、12月17日（土）は入場料を設けていながらも来場者数は1000名程度だったのに対し、12月18日（日）は入場料が無料でもが来場者数は500名程度だった。
- ・12月17日（土）のイベント主催者は過去に公会堂を利用したチェコアニメのイベントや他の会場で ZINE フェスティバルを行った実績があり、すでに認知度や企画内容が確立されていて、集客面などで既存のコンテンツとしての強みが活かされていた。一方、12月18日（日）のイベント主催者は公会堂の利用は初めてで、今回のイベントも社会実験を機に初めて開催されたものだった。このことも集客数にも影響したと考えられる。
- ・来場者の傾向や特徴として12月17日（土）の出店者から「SNS を通じてイベントを知った来場者が多かった」「上映会と展示でそれぞれ誘導を図ったことで他のコンテンツにも来場を促すことができた」などが挙げられていた。
- ・12月18日（日）の出店者から「出店料の徴収」や「多くの人気の出店者の誘致」「事前の告知」「チームを組んでの準備」「目玉となるコンテンツの用意」「広告や会場装飾の費用捻出」といった「準備期間の短さ」に起因する課題が多く挙げられていた。
- ・以上のことを踏まえると、「テーマやコンテンツの違い」や「イベントの開催実績」「SNS を活用した情報発信」「各出店者間の連携」「準備期間の確保」が集客数に影響を及ぼしたと推察される。
- ・また、12月18日（日）の出店者から「パープル通りに面してキッチンカーを配置」「駐車場にもブースを出店する」「会場の回遊性や滞在時間を延ばすための飲食スペースの確保やコンテンツの配置」などが集客に対し良い影響を与えるのではないかと意見があった。

## 2. 来場者へのパネル調査

武蔵野公会堂イベント参加者の属性調査と吉祥寺駅南口のパークエリアに関する意向把握のためアンケートパネルによる調査を行った。また、まちの将来を話す場への参加に興味を示した来場者 32 名から、本人に同意を得たうえ氏名や連絡先を収集した。

### (1) パネル調査の概要

- ①調査方法：武蔵野公会堂前でアンケートパネルを設置、自身が当てはまる属性にシールを貼る。
- ②調査日時： 2022 年 12 月 17 日（土） 10：00～17：00  
2022 年 12 月 18 日（日） 10：00～17：00
- ③回収件数： 2022 年 12 月 17 日（土）： 286 件  
2022 年 12 月 18 日（日）： 156 件
- ④アンケートパネル

2022 年 12 月 17 日（土）



2022 年 12 月 18 日（日）



⑤アンケートの様子

2022年12月17日(土)



2022年12月18日(日)



(2) パネル調査の結果

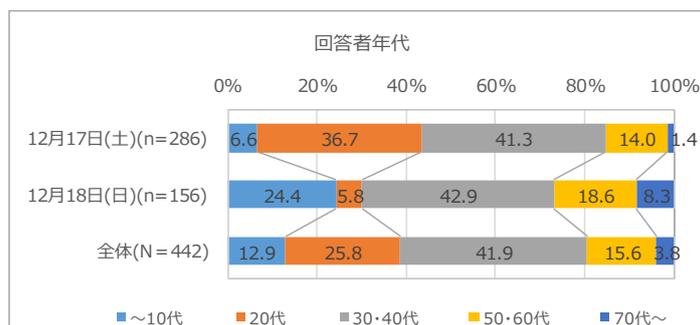
1) 回答者年代

全体では回答者が最も多い年代は30・40代の41.9%、次いで20代が25.8%と40代以下の若い世代が多かった。

曜日別に見ると30代以上の年代では割合に大きな差は見られないが、12月17日(土)の10代以下は6.6%、20代は36.7%であるのに対し12月18日(日)の10代以下は24.4%、20代は5.8%と割合に大きな差が見られた。12月18日(日)のイベントは10代以下と30・40代の割合が高いことから子ども連れの家族の来場が多かったと考えられる。

回答者年代

	～10代	20代	30・40代	50・60代	70代～	合計
12月17日(土)	19	105	118	40	4	286
12月18日(日)	38	9	67	29	13	156
合計	57	114	185	69	17	442

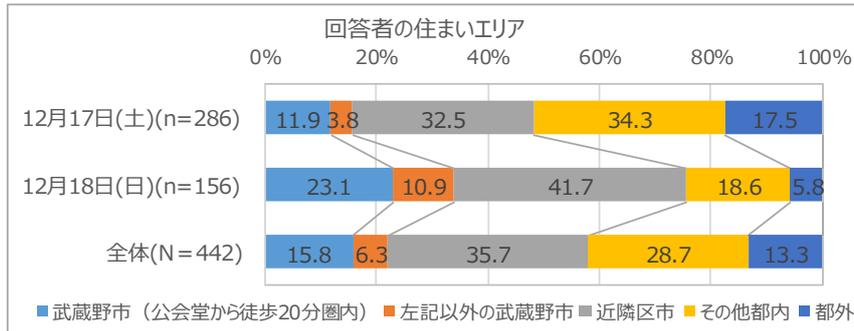


## 2) 回答者の住まいエリア

全体で最も多いのは「近隣区市」在住の35.7%で「その他都内」「都外」を含めると77.7%となり、来場の大半が「武蔵野市外」在住だった。また、「武蔵野市」在住は22.1%で、その内「公会堂から徒歩20分圏内」が15.8%と、公会堂近隣住民の割合が高かった。

回答者の住まいエリア

	武蔵野市(公会堂から徒歩20分圏内)	左記以外の武蔵野市	近隣区市	その他都内	都外	合計
12月17日(土)	34	11	93	98	50	286
12月18日(日)	36	17	65	29	9	156
合計	70	28	158	127	59	442

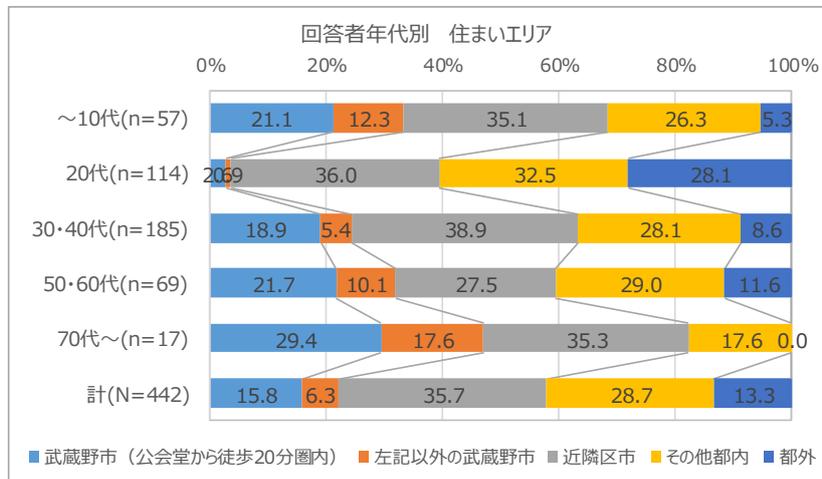


### ●回答者年代別の住まいエリア

10代以下、30代以上は「武蔵野市」在住が24.3%~47.0%であるのに対し20代は「武蔵野市」在住が3.5%と低く、20代は特に「武蔵野市外」からの来場が多かった。

回答者年代別の住まいエリア

	武蔵野市(公会堂から徒歩20分圏内)	左記以外の武蔵野市	近隣区市	その他都内	都外	合計
~10代	12	7	20	15	3	57
20代	3	1	41	37	32	114
30・40代	35	10	72	52	16	185
50・60代	15	7	19	20	8	69
70代~	5	3	6	3	0	17
合計	70	28	158	127	59	442



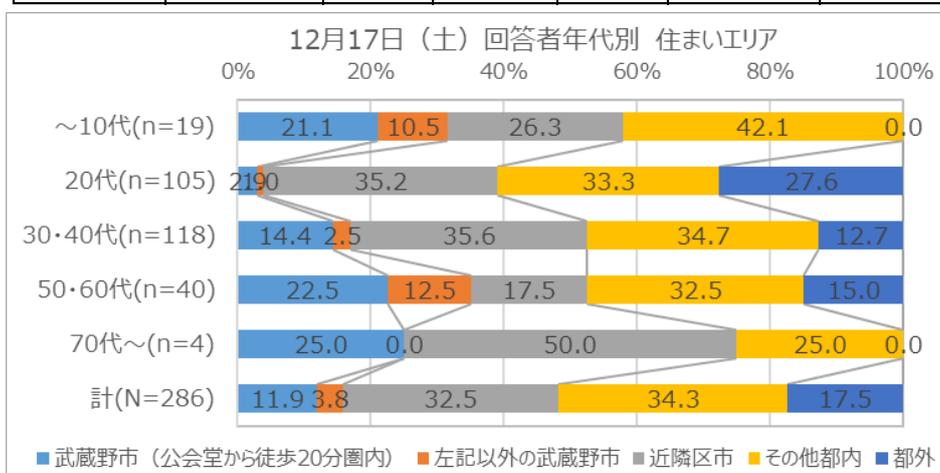
●曜日別・年代別の回答者の住まいエリア

12月17日(土)の20代の「武蔵野市」在住は3.8%であるのに対し12月18日(日)の20代の「武蔵野市」在住は0%だった。

12月17日(土)の30・40代の「武蔵野市」在住は16.9%であるのに対し、12月18日(日)の30・40代の「武蔵野市」在住は37.3%となっていた。

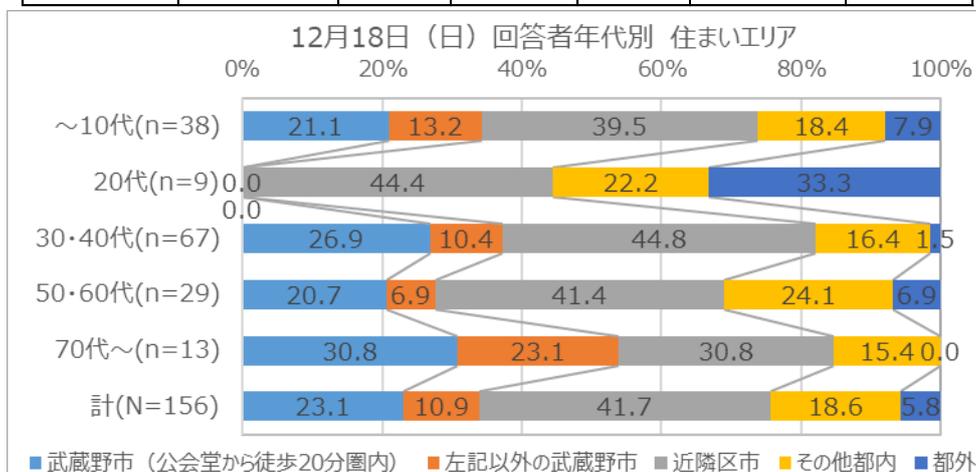
12月17日(土)の回答者年代別の住まいエリア

	武蔵野市(公会堂から徒歩20分圏内)	左記以外の武蔵野市	近隣区市	その他都内	都外	合計
～10代	4	2	5	8	0	19
20代	3	1	37	35	29	105
30・40代	17	3	42	41	15	118
50・60代	9	5	7	13	6	40
70代～	1	0	2	1	0	4
合計	34	11	93	98	50	286



12月18日(日)の回答者年代別の住まいエリア

	武蔵野市(公会堂から徒歩20分圏内)	左記以外の武蔵野市	近隣区市	その他都内	都外	合計
～10代	8	5	15	7	3	38
20代	0	0	4	2	3	9
30・40代	18	7	30	11	1	67
50・60代	6	2	12	7	2	29
70代～	4	3	4	2	0	13
合計	36	17	65	29	9	156



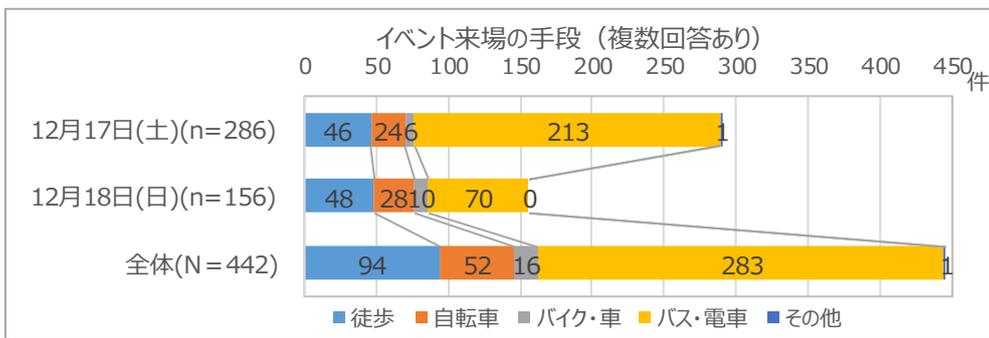
### 3) イベント来場の手段

全体では、「バス・電車」が 283 件と最も多く、次いで「徒歩」94 件、「自転車」52 件だった。

曜日別に見ると、12 月 17 日(土)は「バス・電車」が 213 件、「徒歩」46 件、「自転車」24 件と「バス・電車」の利用が必要な距離からの来場が多かった。12 月 18 日(日)は「バス・電車」が 70 件、「徒歩」が 48 件、「自転車」28 件と、「バス・電車」と「徒歩」+「自転車」の件数の差が大きくないことから、「徒歩」「自転車」圏内の近隣からの参加の割合が 12 月 17 日(土)と比較して高いことが分かった。

イベント来場の手段（複数回答あり）

	徒歩	自転車	バイク・車	バス・電車	その他	合計
12月17日(土) n=286	46	24	6	213	1	290
12月18日(日) n=156	48	28	10	70	0	156
合計 N=442	94	52	16	283	1	446

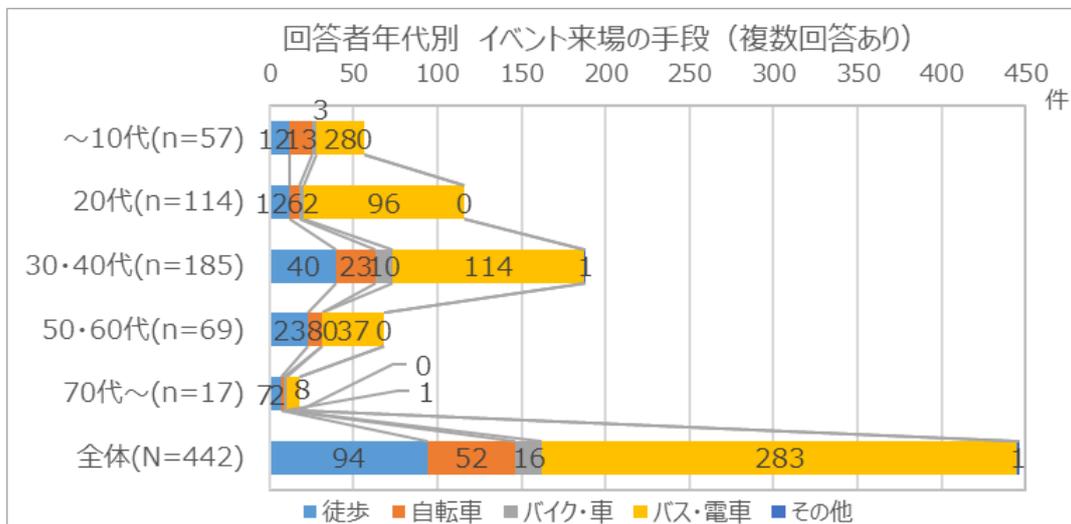


### ●年代別イベント来場の手段

2 日間を通し、各年代とも「バス・電車」での来場が最も多いが、20 代以下、70 代以上は「徒歩」が 10 件程度であるのに対し、30～60 代は「徒歩」が 23 件～40 件と多かった。

回答者年代別イベント来場の手段（複数回答あり）

	徒歩	自転車	バイク・車	バス・電車	その他	合計
～10代 n=57	12	13	3	28	0	56
20代 n=114	12	6	2	96	0	116
30・40代 n=185	40	23	10	114	1	188
50・60代 n=69	23	8	0	37	0	68
70代～ n=17	7	2	1	8	0	18
合計 N=442	94	52	16	283	1	446

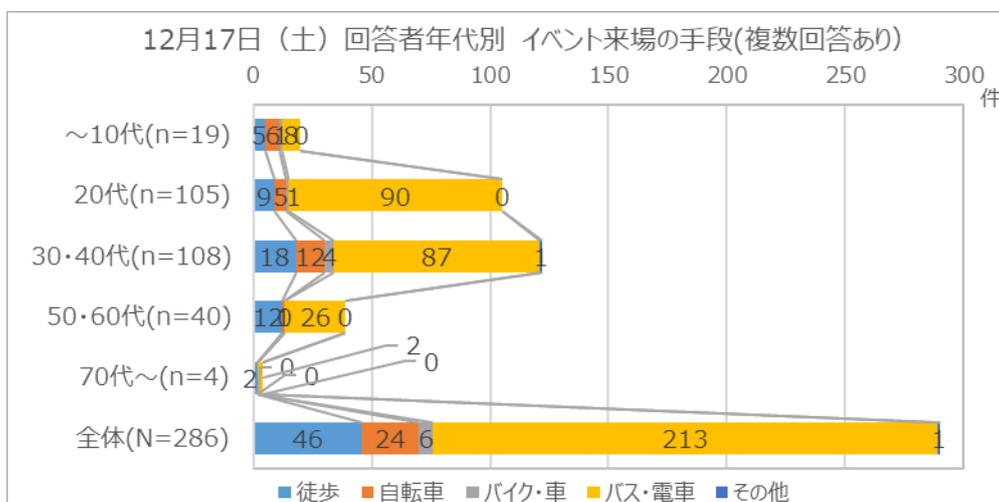


●曜日別・回答者年代別のイベント来場的手段

12月17日（土）の20～40代の「バス・電車」による来場はそれぞれ90件程度なのに対し12月18日（日）はどの年代でも「バス・電車」による来場はそれぞれ30件以下だった。

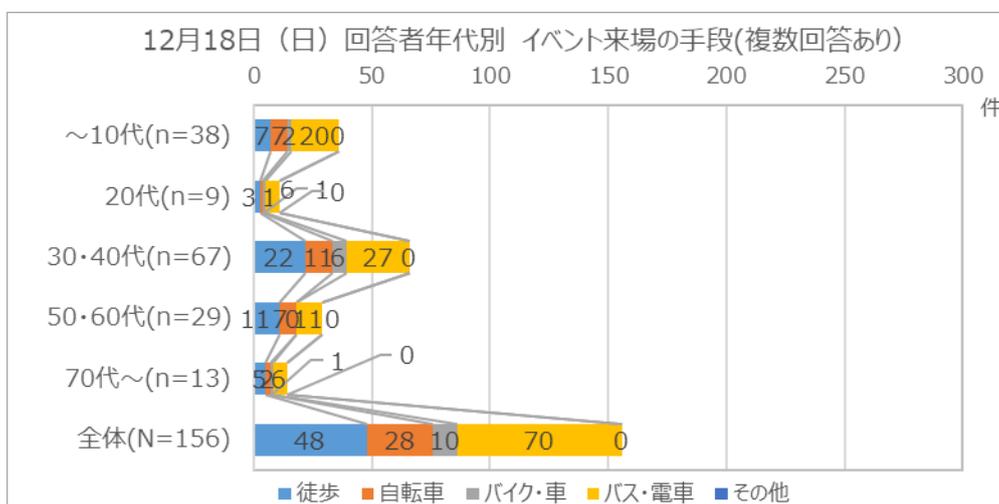
12月17日（土）の回答者年代別イベント来場的手段（複数回答あり）

		徒歩	自転車	バイク・車	バス・電車	その他	合計
～10代	n=19	5	6	1	8	0	20
20代	n=105	9	5	1	90	0	105
30・40代	n=118	18	12	4	87	1	122
50・60代	n=40	12	1	0	26	0	39
70代～	n=4	2	0	0	2	0	4
合計	N=286	46	24	6	213	1	290



12月18日（日）の回答者年代別イベント来場的手段（複数回答あり）

		徒歩	自転車	バイク・車	バス・電車	その他	合計
～10代	n=38	7	7	2	20	0	36
20代	n=9	3	1	1	6	0	11
30・40代	n=67	22	11	6	27	0	66
50・60代	n=29	11	7	0	11	0	29
70代～	n=13	5	2	1	6	0	14
合計	N=156	48	28	10	70	0	156



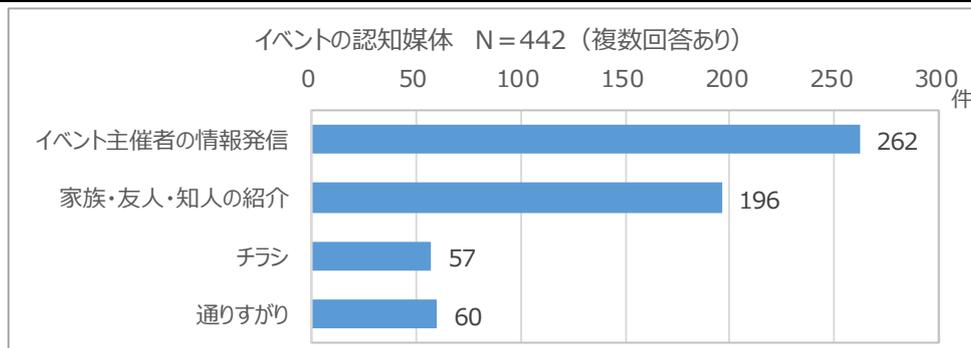
4) イベントの認知媒体と来場理由

4) - 1 イベントの認知媒体

イベントの認知媒体は、「イベント主催者の情報発信」が 262 件と最も多かった。次いで、「家族・友人・知人の紹介」が 196 件となっていて、「通りすがり」は 60 件だった。

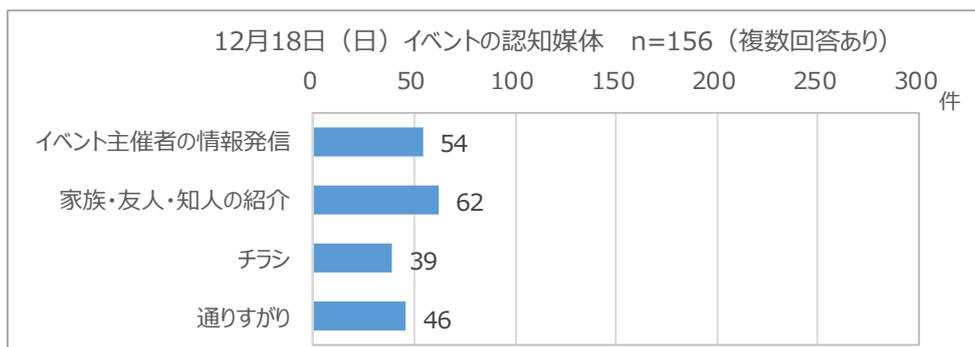
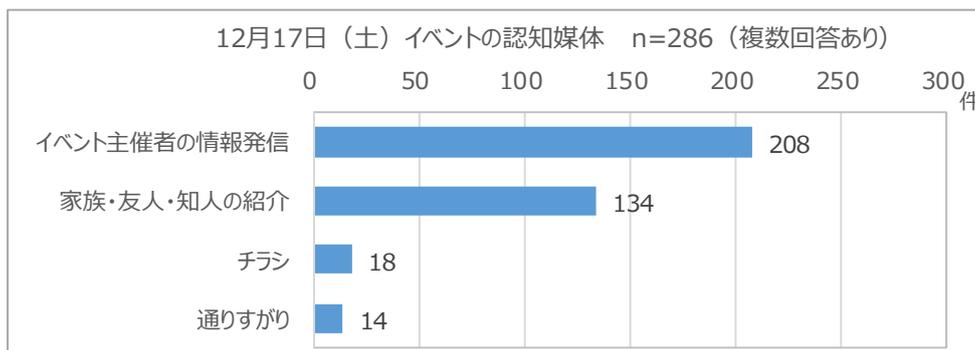
イベントの認知媒体（複数回答あり）

	イベント主催者の情報発信	家族・友人・知人の紹介	チラシ	通りすがり	合計
12月17日(土) n=286	208	134	18	14	374
12月18日(日) n=156	54	62	39	46	201
合計 N=442	262	196	57	60	575



曜日別に見ると、12月17日(土)の「イベント主催者の情報発信」「家族・友人・知人の紹介」と「通りすがり」の差は100件以上と差があるのに対し、12月18日(日)の「イベント主催者の情報発信」「家族・友人・知人の紹介」と「通りすがり」の差は20件程度だった。

「通りすがり」で見ると、12月17日(土)は14件なのに対し、12月18日(日)は46件となっていて、12月18日(日)は比較的「通りすがり」による集客が得られたことがうかがえる。12月17日(土)のイベントは、入場料が設定されており、「通りすがり」での来場者数にも影響したと思われる。

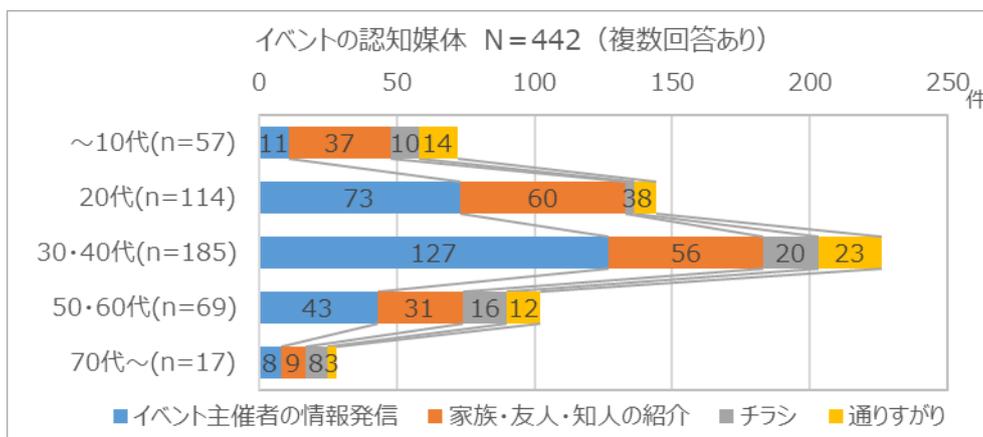


●年代別イベントの認知媒体

年代別にみると、20～40代では「イベント主催者の情報発信」が70件以上となっている。10代以下は「家族・友人・知人の紹介」が多く、70代以上は、「イベント主催者の情報発信」とその他の媒体であり大きな差はない。

回答者年代別イベントの認知媒体（複数回答あり）

	イベント主催者の情報発信	家族・友人・知人の紹介	チラシ	通りすがり	合計
～10代 n=57	11	37	10	14	72
20代 n=114	73	60	3	8	144
30・40代 n=185	127	56	20	23	226
50・60代 n=69	43	31	16	12	102
70代～ n=17	8	9	8	3	28
合計 N=442	262	193	57	60	572

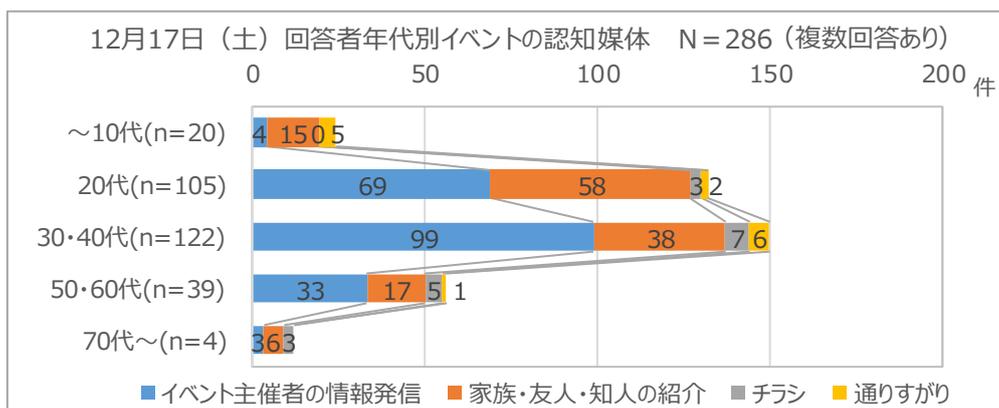


●曜日別・年代別のイベントの認知媒体

12月17日（土）の20代～60代及び12月18日（日）の30・40代では「イベント主催者の情報発信」が最も多くなっており、「イベント主催者の情報発信」がイベントの認知度向上につながりやすいことが分かる。

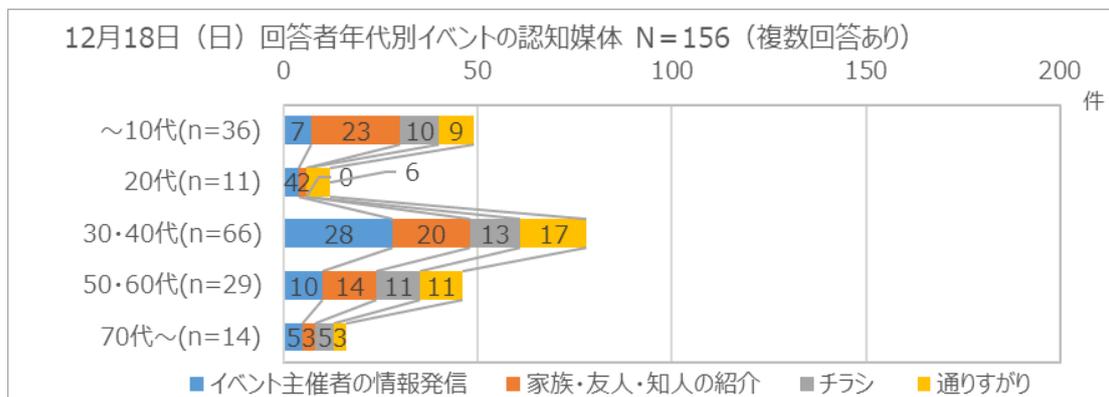
12月17日（土）の回答者年代別イベントの認知媒体（複数回答あり）

	イベント主催者の情報発信	家族・友人・知人の紹介	チラシ	通りすがり	合計
～10代 n=20	4	15	0	5	24
20代 n=105	69	58	3	2	132
30・40代 n=122	99	38	7	6	150
50・60代 n=39	33	17	5	1	56
70代～ n=4	3	6	3	0	12
合計 N = 286	208	134	18	14	374



12月18日（日）の回答者年代別イベントの認知媒体（複数回答あり）

	イベント主催者の情報発信	家族・友人・知人の紹介	チラシ	通りすがり	合計
～10代 n=36	7	23	10	9	49
20代 n=11	4	2	0	6	12
30・40代 n=66	28	20	13	17	78
50・60代 n=29	10	14	11	11	46
70代～ n=14	5	3	5	3	16
合計 N = 156	54	62	39	46	201



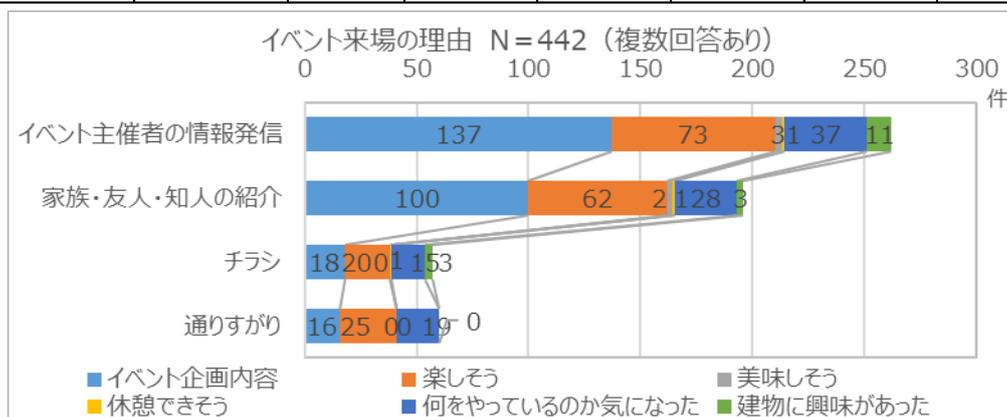
4) -2 イベント来場の理由

「イベント主催者の情報発信」で来場した参加者の来場理由では、「イベントの企画内容」が 137 件と最も多く、次いで「楽しそう」が 73 件で、「家族・友人・知人の紹介」で来場した参加者の来場理由は、「イベント企画内容」が 100 件と最も多く、次いで「楽しそう」が 62 件で、「通りすがり」で来場した参加者の来場理由は「楽しそう」が 25 件と最も多く、次いで「何をやっているのか気になった」が 19 件だった。

企画に魅力を感じ、イベントを目的として来場した人が多く、外から垣間見えたイベント企画が通りすがりに対しても良い印象を与えていたことがうかがえる。

イベント来場の理由(N=442)（複数回答あり）

	イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった	合計
イベント主催者の情報発信	137	73	3	1	37	11	262
家族・友人・知人の紹介	100	62	2	1	28	3	196
チラシ	18	20	0	1	15	3	57
通りすがり	16	25	0	0	19	0	60
合計	271	180	5	3	99	17	575

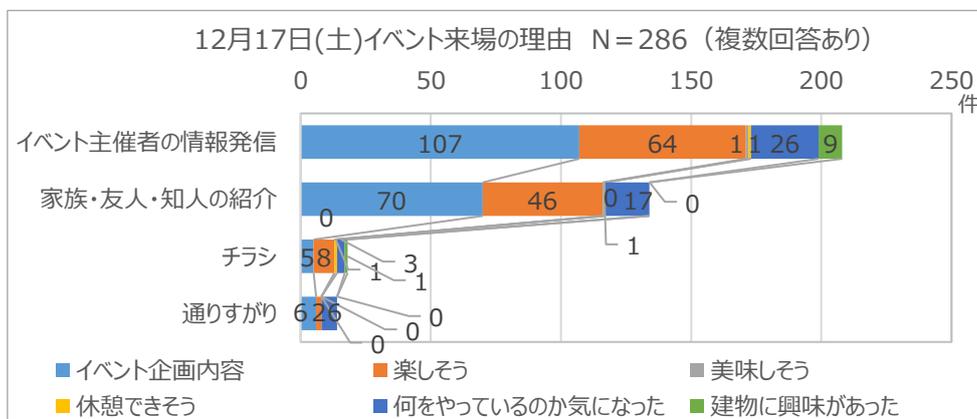


●曜日別イベント来場の理由

両日ともに「イベント主催者の情報発信」による「イベント企画内容」が最も多いが、12月17日（土）の「通りすがり」14件に対し、12月18日（日）の「通りすがり」は46件と差があり、12月18日（日）の「通りすがり」と回答した46件においては、「楽しそう」と回答した人が23件と最も多い。

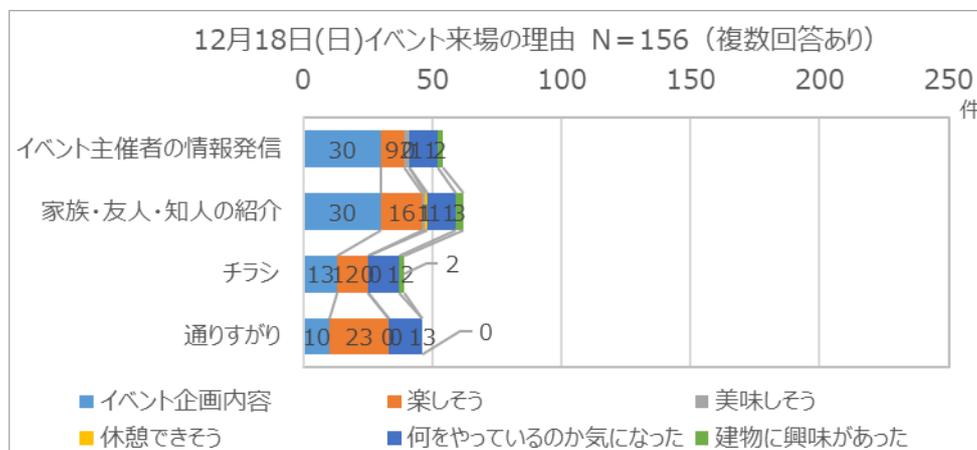
12月17日（土）のイベント来場の理由(N=286)（複数回答あり）

	イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった	合計
イベント主催者の情報発信	107	64	1	1	26	9	208
家族・友人・知人の紹介	70	46	1	0	17	0	134
チラシ	5	8	0	1	3	1	18
通りすがり	6	2	0	0	6	0	14
合計	188	120	2	2	52	10	374



12月18日（日）のイベント来場の理由(N=156)（複数回答あり）

	イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった	合計
イベント主催者の情報発信	30	9	2	0	11	2	54
家族・友人・知人の紹介	30	16	1	1	11	3	62
チラシ	13	12	0	0	12	2	39
通りすがり	10	23	0	0	13	0	46
合計	83	60	3	1	47	7	201



●年代別イベント来場の理由

年代別にみると、30代～60代では「イベント主催者の情報発信」による「イベント企画内容」が最も多かった。20代以下では「家族・友人・知人による紹介」による「イベント企画内容」が最も多かった。

年代別イベント来場の理由 (N=442) (複数回答あり)

		イベント主催者の情報発信						家族・友人・知人の紹介					
		イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった	イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった
～10代	n=57	5	2	0	1	3	0	17	14	2	1	3	1
20代	n=114	30	29	1	0	11	2	33	20	0	0	7	0
30・40代	n=185	76	31	2	0	13	5	29	17	0	0	10	2
50・60代	n=69	22	11	0	0	7	3	17	9	0	0	5	0
70代～	n=17	4	0	0	0	3	1	4	2	0	0	3	0
		チラシ						通りすがり					
		イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった	イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった
～10代	n=57	2	8	0	0	0	0	5	6	0	0	3	0
20代	n=114	1	2	0	0	0	0	1	5	0	0	2	0
30・40代	n=185	8	6	0	1	5	0	7	7	0	0	9	0
50・60代	n=69	4	3	0	0	6	3	3	5	0	0	4	0
70代～	n=17	3	1	0	0	4	0	0	2	0	0	1	0

●曜日別年代別イベント来場の理由

12月17日(土)の30代～60代では「イベント主催者の情報発信」による「イベント企画内容」が最も多く、12月18日(日)の20代～40代、70代以上においても「イベント主催者の情報発信」による「イベント企画内容」が最も多かった。

12月17日(土)のイベント来場の理由(N=286) (複数回答あり)

		イベント主催者の情報発信						家族・友人・知人の紹介					
		イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった	イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった
～10代	n=19	1	0	0	1	2	0	5	7	1	0	2	0
20代	n=105	28	28	1	0	10	2	33	19	0	0	6	0
30・40代	n=118	60	27	0	0	8	4	20	13	0	0	5	0
50・60代	n=40	17	9	0	0	5	2	10	5	0	0	2	0
70代～	n=4	1	0	0	0	1	1	2	2	0	0	2	0
		チラシ						通りすがり					
		イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった	イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった
～10代	n=19	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	2	0
20代	n=105	1	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
30・40代	n=118	2	3	0	1	1	0	2	0	0	0	4	0
50・60代	n=40	1	2	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
70代～	n=4	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

12月18日(日)のイベント来場の理由(N=156) (複数回答あり)

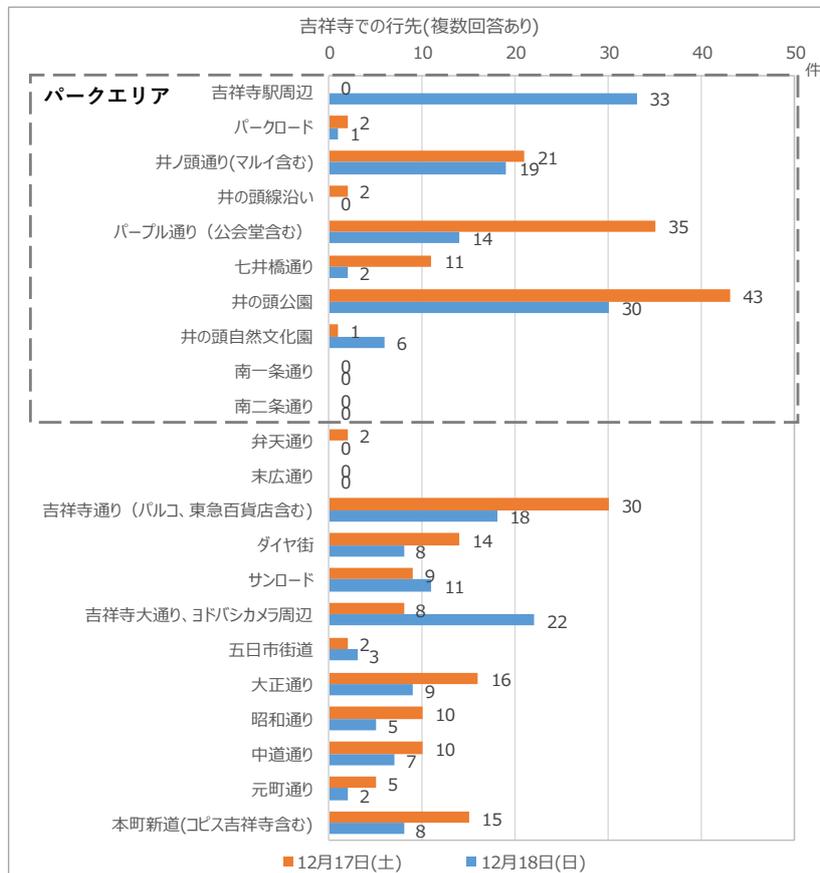
		イベント主催者の情報発信						家族・友人・知人の紹介					
		イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった	イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった
～10代	n=38	4	2	0	0	1	0	12	7	1	1	1	1
20代	n=9	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
30・40代	n=67	16	4	2	0	5	1	9	4	0	0	5	2
50・60代	n=29	5	2	0	0	2	1	7	4	0	0	3	0
70代～	n=13	3	0	0	0	2	0	2	0	0	0	1	0
		チラシ						通りすがり					
		イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった	イベント企画内容	楽しそう	美味しそう	休憩できそう	何をやっているのか気になった	建物に興味があった
～10代	n=38	2	8	0	0	0	0	3	5	0	0	1	0
20代	n=9	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	2	0
30・40代	n=67	6	3	0	0	4	0	5	7	0	0	5	0
50・60代	n=29	3	1	0	0	5	2	2	5	0	0	4	0
70代～	n=13	2	0	0	0	3	0	0	2	0	0	1	0

## 5) 吉祥寺での行先

12月17日(土)の行先は、「井の頭公園」が43件と最も多く、次いで「パープル通り（公会堂含む）」が35件であるのに対し、12月18日(日)は「吉祥寺駅周辺」が33件と最も多く、次いで「井の頭公園」が30件だった。

吉祥寺での行先（複数回答あり）

	12月17日(土) n=286	12月18日(日) n=156	合計 N=442
太枠はパークエリア			
吉祥寺駅周辺	0	33	33
パークロード	2	1	3
井ノ頭通り(マルイ含む)	21	19	40
井の頭線沿い	2	0	2
パープル通り（公会堂含む）	35	14	49
七井橋通り	11	2	13
井の頭公園	43	30	73
井の頭自然文化園	1	6	7
南一条通り	0	0	0
南二条通り	0	0	0
弁天通り	2	0	2
末広通り	0	0	0
吉祥寺通り（パルコ、東急百貨店含む）	30	18	48
ダイヤ街	14	8	22
サンロード	9	11	20
吉祥寺大通り、ヨドバシカメラ周辺	8	22	30
五日市街道	2	3	5
大正通り	16	9	25
昭和通り	10	5	15
中道通り	10	7	17
元町通り	5	2	7
本町新道(コピス吉祥寺含む)	15	8	23
合計	236	198	434

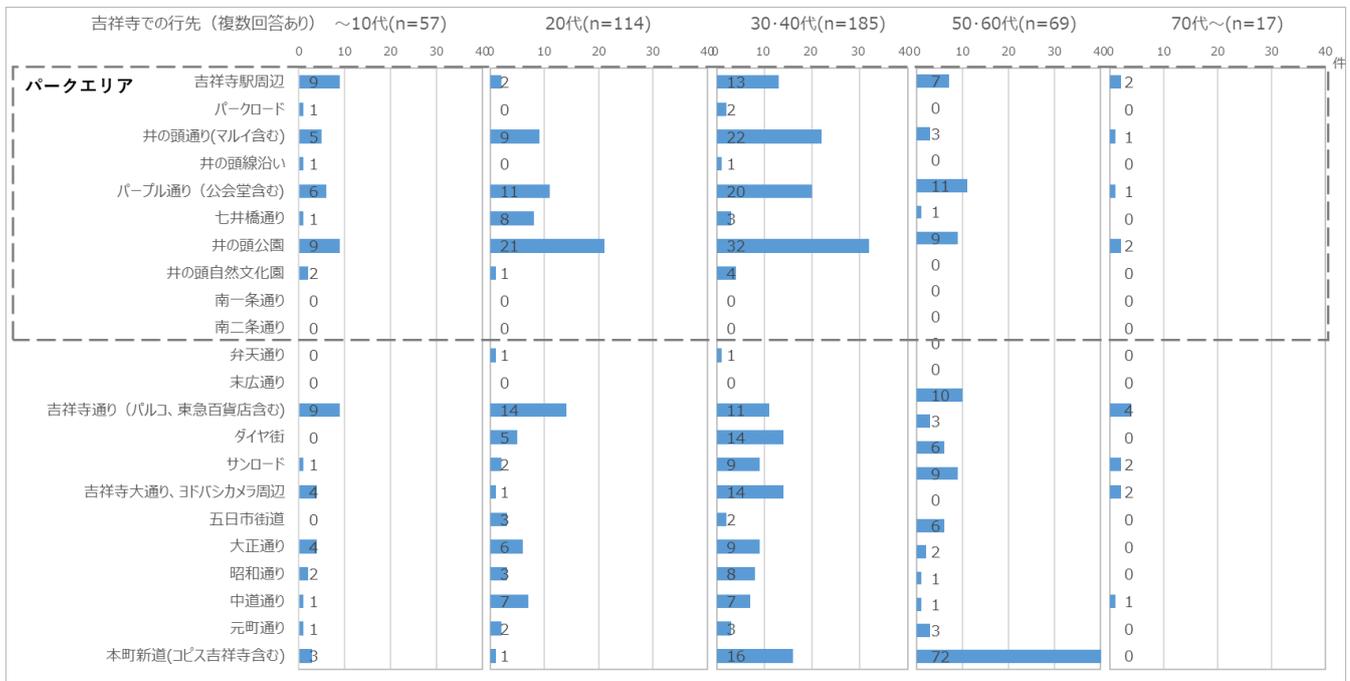


●年代別吉祥寺での行先

全体では「井の頭公園」が73件と最も多く、次いで「パール通り（公会堂含む）」が49件だった。年代別にみると、30・40代からの回答が191件と最も多かった。

年代別吉祥寺での行先（複数回答あり）

	～10代 n=57	20代 n=114	30・40代 n=185	50・60代 n=69	70代～ n=17	合計 N=442
太枠はパークエリア						
吉祥寺駅周辺	9	2	13	7	2	33
パークロード	1	0	2	0	0	3
井ノ頭通り(マルイ含む)	5	9	22	3	1	40
井の頭線沿い	1	0	1	0	0	2
パール通り（公会堂含む）	6	11	20	11	1	49
七井橋通り	1	8	3	1	0	13
井の頭公園	9	21	32	9	2	73
井の頭自然文化園	2	1	4	0	0	7
南一条通り	0	0	0	0	0	0
南二条通り	0	0	0	0	0	0
弁天通り	0	1	1	0	0	2
末広通り	0	0	0	0	0	0
吉祥寺通り（バルコ、東急百貨店含む）	9	14	11	10	4	48
ダイヤ街	0	5	14	3	0	22
サンロード	1	2	9	6	2	20
吉祥寺大通り、ヨドバシカメラ周辺	4	1	14	9	2	30
五日市街道	0	3	2	0	0	5
大正通り	4	6	9	6	0	25
昭和通り	2	3	8	2	0	15
中道通り	1	7	7	1	1	17
元町通り	1	2	3	1	0	7
本町新道(コピス吉祥寺含む)	3	1	16	3	0	23
合計	59	97	191	72	15	434

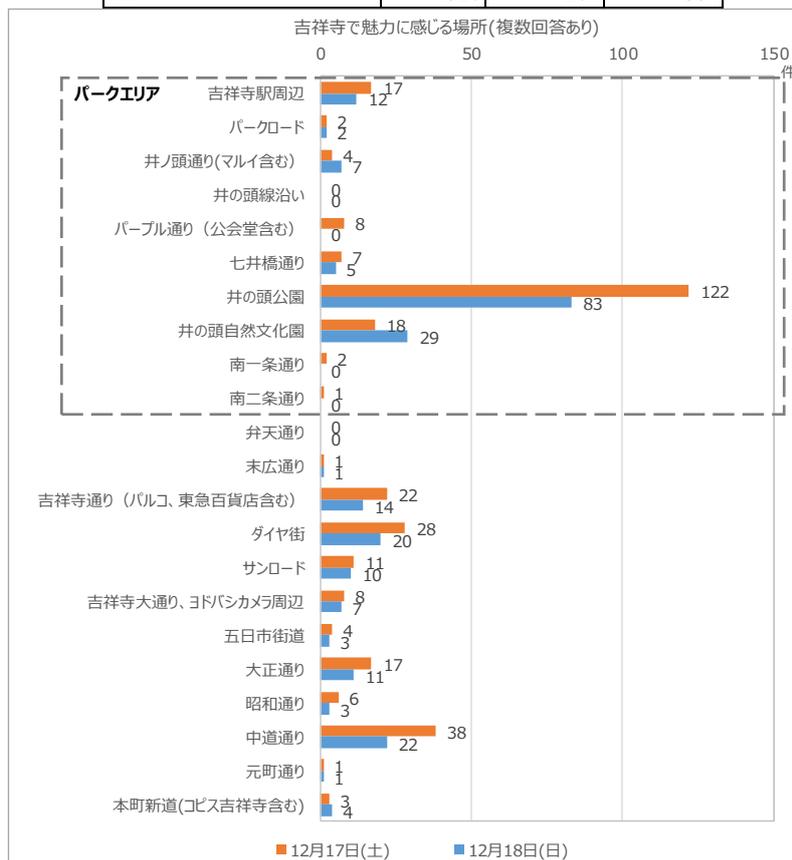


## 6) 吉祥寺で魅力的な場所

「井の頭公園」が 205 件と最も多かった。パークエリア内に限ると、「井の頭公園」の次に「井の頭自然文化園」が 47 件となっている。パークエリア外では、「中道通り」が 60 件、「ダイヤ街」が 48 件となっている。公園や個性的な店舗の並ぶ商店街がある地域の人気が高いたうかがえる。

吉祥寺で魅力を感じる場所（複数回答あり）

	12月17日(土) n=286	12月18日(日) n=156	合計 N=442
太枠はパークエリア			
吉祥寺駅周辺	17	12	29
パークロード	2	2	4
井ノ頭通り(マルイ含む)	4	7	11
井の頭線沿い	0	0	0
パール通り(公会堂含む)	8	0	8
七井橋通り	7	5	12
井の頭公園	122	83	205
井の頭自然文化園	18	29	47
南一条通り	2	0	2
南二条通り	1	0	1
弁天通り	0	0	0
未広通り	1	1	2
吉祥寺通り(バルコ、東急百貨店含む)	22	14	36
ダイヤ街	28	20	48
サンロード	11	10	21
吉祥寺大通り、ヨドバシカメラ周辺	8	7	15
五日市街道	4	3	7
大正通り	17	11	28
昭和通り	6	3	9
中道通り	38	22	60
元町通り	1	1	2
本町新道(コピス吉祥寺含む)	3	4	7
合計	320	234	554

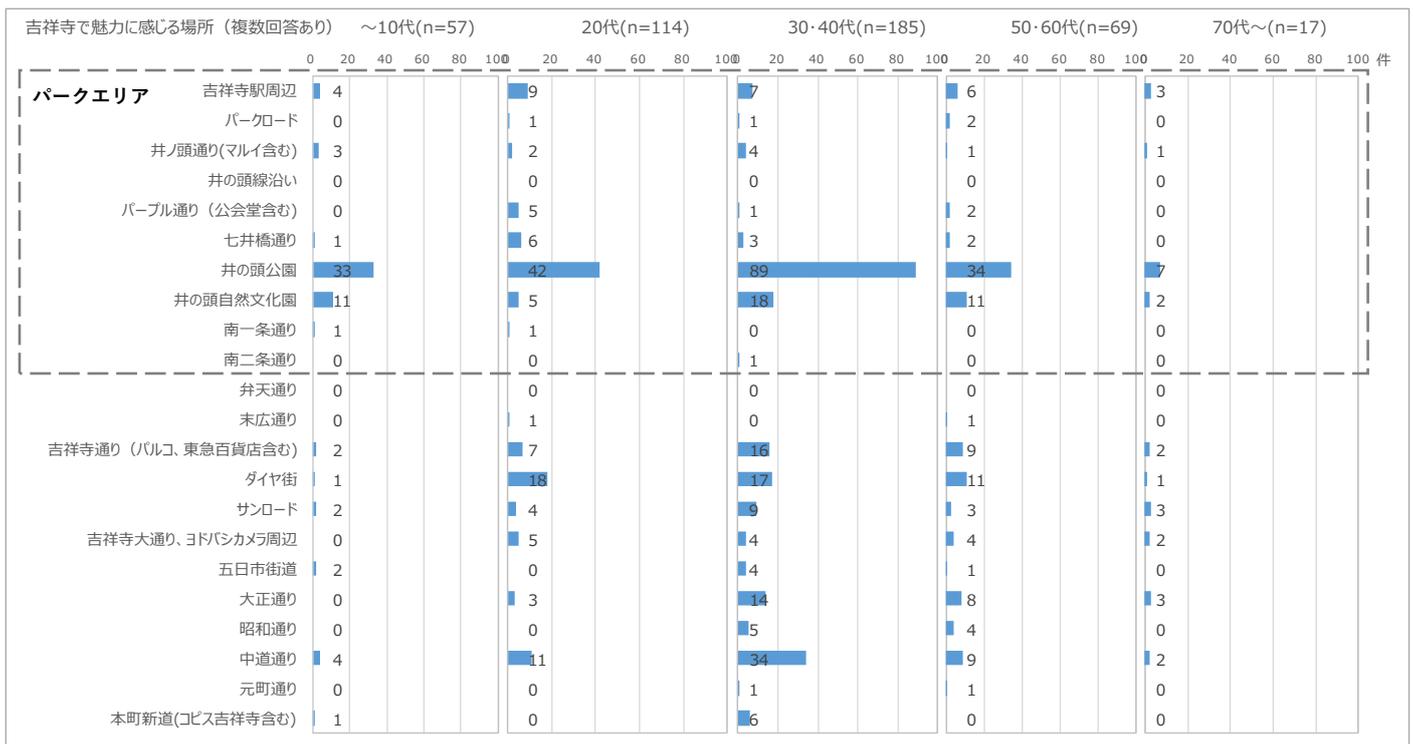


●年代別吉祥寺で魅力を感じる場所

年代に関わらず「井の頭公園」が最も多い。パークエリア内では、「井の頭公園」に次いで、「10代以下及び30～60代で「井の頭自然文化園」が魅力を感じる場所として多く選択されていた。

年代別吉祥寺で魅力を感じる場所（複数回答あり）

	～10代 n=57	20代 n=114	30・40代 n=185	50・60代 n=69	70代～ n=17	合計 N=442
太枠はパークエリア						
吉祥寺駅周辺	4	9	7	6	3	29
パークロード	0	1	1	2	0	4
井ノ頭通り(マルイ含む)	3	2	4	1	1	11
井の頭線沿い	0	0	0	0	0	0
パープル通り(公会堂含む)	0	5	1	2	0	8
七井橋通り	1	6	3	2	0	12
井の頭公園	33	42	89	34	7	205
井の頭自然文化園	11	5	18	11	2	47
南一条通り	1	1	0	0	0	2
南二条通り	0	0	1	0	0	1
弁天通り	0	0	0	0	0	0
末広通り	0	1	0	1	0	2
吉祥寺通り(バルコ、東急百貨店含む)	2	7	16	9	2	36
ダイヤ街	1	18	17	11	1	48
サンロード	2	4	9	3	3	21
吉祥寺大通り、ヨドバシカメラ周辺	0	5	4	4	2	15
五日市街道	2	0	4	1	0	7
大正通り	0	3	14	8	3	28
昭和通り	0	0	5	4	0	9
中道通り	4	11	34	9	2	60
元町通り	0	0	1	1	0	2
本町新道(コピス吉祥寺含む)	1	0	6	0	0	7
合計	65	120	234	109	26	554



7) 吉祥寺駅南口のパークエリアの魅力ある場所、魅力を感じる点など

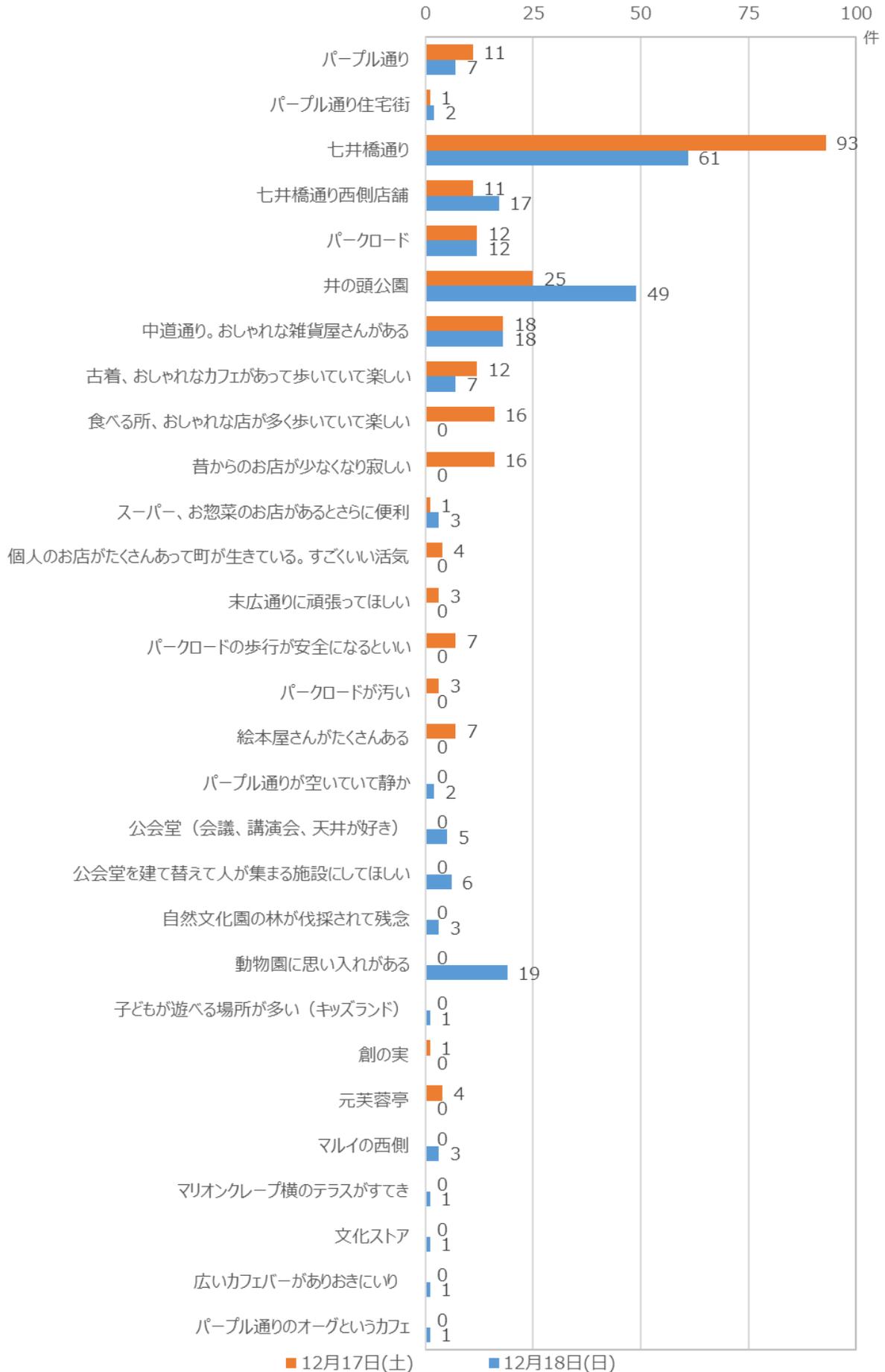
パークエリアの魅力などについての自由意見では、「七井橋通り」に魅力を感じるという意見が 154 件と最も多く、「井の頭公園」74 件を上回っていた。また、おしゃれなお店（古着屋・雑貨屋など）やカフェ等の飲食店が豊富であること、公会堂に魅力を感じるという意見も多かった。一方で、「パークロード」の歩行の安全性や「公会堂が人の集まる施設にしてほしい」という意見も見られた。

「中道通り」「子どもが遊べる場所が多い（キッズランド）」は吉祥寺駅南口のパークエリアに該当しないが、魅力ある場所として意見を収集した。

吉祥寺駅南口のパークエリアの魅力のある場所など（複数回答あり）

	12月17日(土) n=286	12月18日(日) n=156	合計 N=442
パープル通り	11	7	18
パープル通り住宅街	1	2	3
七井橋通り	93	61	154
七井橋通り西側店舗	11	17	28
パークロード	12	12	24
井の頭公園	25	49	74
中道通り。おしゃれな雑貨屋さんがある	18	18	36
古着、おしゃれなカフェがあって歩いていて楽しい	12	7	19
食べる所、おしゃれな店が多く歩いていて楽しい	16	0	16
昔からのお店が少なくなり寂しい	16	0	16
スーパー、お惣菜のお店があるとさらに便利	1	3	4
個人のお店がたくさんあって町が生きている。すごくいい活気	4	0	4
末広通りに頑張してほしい	3	0	3
パークロードの歩行が安全になるといい	7	0	7
パークロードが汚い	3	0	3
絵本屋さんがたくさんある	7	0	7
パープル通りが空いていて静か	0	2	2
公会堂（会議、講演会、天井が好き）	0	5	5
公会堂を建て替えて人が集まる施設にしてほしい	0	6	6
自然文化園の林が伐採されて残念	0	3	3
動物園に思い入れがある	0	19	19
子どもが遊べる場所が多い（キッズランド）	0	1	1
創の実	1	0	1
元芙蓉亭	4	0	4
マルイの西側	0	3	3
マリオンクレープ横のテラスがすてき	0	1	1
文化ストア	0	1	1
広いカフェバーがありおきにいい	0	1	1
パープル通りのオーグというカフェ	0	1	1
合計	245	219	464

吉祥寺駅南口のパークエリアの魅力ある場所、魅力を感じる点など(複数回答あり)

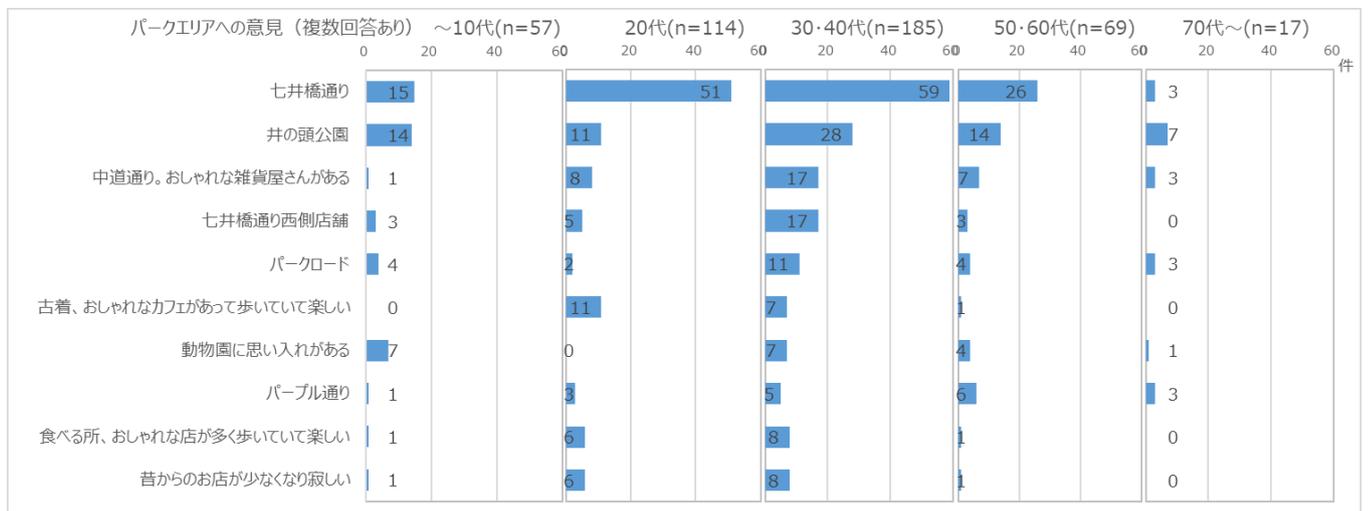


●年代別吉祥寺駅南口のパークエリアの魅力のある場所、魅力を感じる点など

全体では、「井の頭公園」が74件に対し「七井橋通り」は154件と多く、「七井橋通り」の人気の高い。  
年代別では、「七井橋通り」が10代以下～60代の幅広い年代から魅力ある場所との回答を得ている。

年代別吉祥寺駅南口の魅力ある場所など（上位抜粋）

	～10代 n=57	20代 n=114	30・40代 n=185	50・60代 n=69	70代～ n=17	合計 N=442
七井橋通り	15	51	59	26	3	154
井の頭公園	14	11	28	14	7	74
中道通り。おしゃれな雑貨屋さんがある	1	8	17	7	3	36
七井橋通り西側店舗	3	5	17	3	0	28
パークロード	4	2	11	4	3	24
古着、おしゃれなカフェがあって歩いて楽しい	0	11	7	1	0	19
動物園に思い入れがある	7	0	7	4	1	19
パール通り	1	3	5	6	3	18
食べる所、おしゃれな店が多く歩いて楽しい	1	6	8	1	0	16
昔からのお店が少なくなり寂しい	1	6	8	1	0	16
合計	47	103	167	67	20	404



合計件数が10件以下のもの（複数回答あり）

	～10代 n=57	20代 n=114	30・40代 n=185	50・60代 n=69	70代～ n=17	合計 N=442
パークロードの歩行が安全になるといい	0	1	6	0	0	7
絵本屋さんがたくさんある	0	3	3	1	0	7
公会堂を建て替えて人が集まる施設にしてほしい	1	0	2	2	1	6
公会堂（会議、講演会、天井が好き）	0	1	2	2	0	5
スーパー、お惣菜のお店があるとさらに便利	1	0	3	0	0	4
個人のお店がたくさんあって町が生きている。すごくいい活気	0	1	2	1	0	4
元芙蓉亭	0	1	3	0	0	4
末広通りに頑張ってほしい	0	0	2	1	0	3
パークロードが汚い	0	0	3	0	0	3
自然文化園の林が伐採されて残念	0	0	1	1	1	3
マルイの西側	0	0	1	1	1	3
パール通り住宅街	0	0	0	1	1	2
パール通りが空いていて静か	0	0	2	0	0	2
子どもが遊べる場所が多い（キッズランド）	0	0	1	0	0	1
創の実	0	1	0	0	0	1
マリオンクレープ横のテラスがすてき	0	1	0	0	0	1
文化ストア	0	0	0	1	0	1
広いカフェバーがありおきにり	0	0	1	0	0	1
パール通りのオーグというカフェ	0	0	0	0	1	1
合計	2	9	32	11	5	59

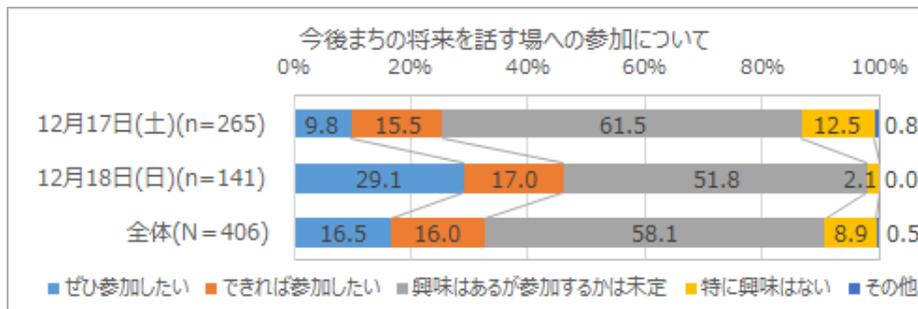
8) 今後まちの将来を話す場への参加について

全体では、まちの将来を話す場に、「ぜひ参加したい」が 16.5%、「できれば参加したい」が 16.0%と、合わせて 30%程度が参加したいと回答していた。「興味はあるが参加するかは未定」が 58.1%で、多くの方がまちの将来に関心があることが分かった。曜日別に見ると、12月17日(土)の「ぜひ参加したい」は 9.8%、12月18日(日)の「ぜひ参加したい」は 29.1%だった。

12月17日(土)は「武蔵野市」在住の割合が 15.7%で 12月18日(日)は「武蔵野市」在住の割合が 34.0%であることから、12月18日(日)は「武蔵野市」在住でまちの将来を話す場に「ぜひ参加したい」と答えた人の割合が比較的高いと思われる。

まちの将来を話す場への参加について

	ぜひ参加したい	できれば参加したい	興味はあるが参加するかは未定	特に興味はない	その他	合計
12月17日(土)	26	41	163	33	2	265
12月18日(日)	41	24	73	3	0	141
合計	67	65	236	36	2	406

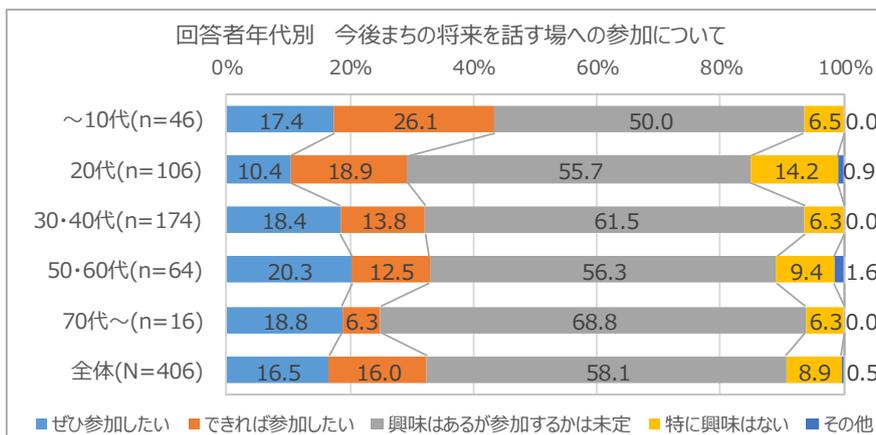


● 年代別今後まちの将来を話す場への参加について

どの年代も、「興味はあるが参加するかは未定」が半数以上を占めている。「ぜひ参加したい」は 20代が 10.4%であるが、それ以外の年代では概ね 20%程度だった。

年代別今後まちの将来を話す場への参加について

	ぜひ参加したい	できれば参加したい	興味はあるが参加するかは未定	特に興味はない	その他	合計
～10代	8	12	23	3	0	46
20代	11	20	59	15	1	106
30・40代	32	24	107	11	0	174
50・60代	13	8	36	6	1	64
70代～	3	1	11	1	0	16
合計	67	65	236	36	2	406

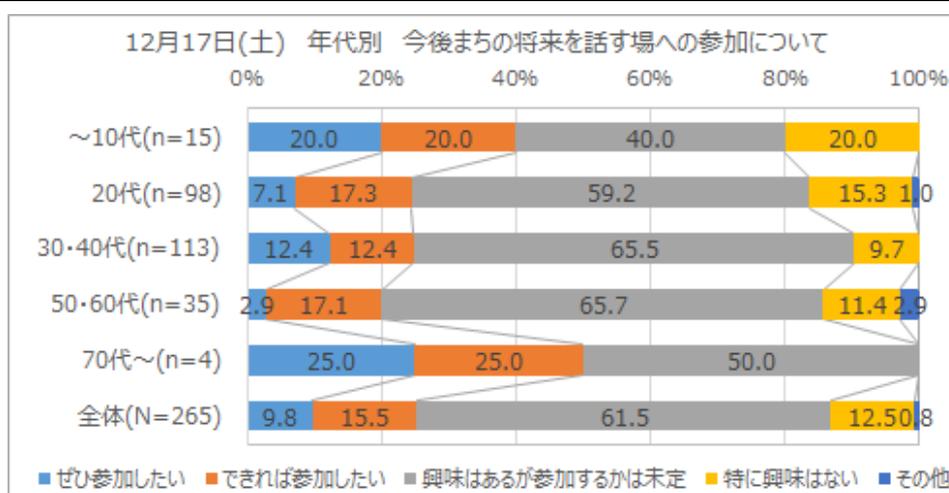


● 曜日別・年代別今後まちの将来を話す場への参加について

12月17日（土）の20代～60代の「ぜひ参加したい」「できれば参加したい」の割合は20%程度であるのに対し、12月18日（日）の20代～60代の「ぜひ参加したい」「できれば参加したい」の割合は45.9%～87.5%となっていて、12月18日（日）は幅広い世代がまちの将来を話す場への参加に関心があることが分かった。

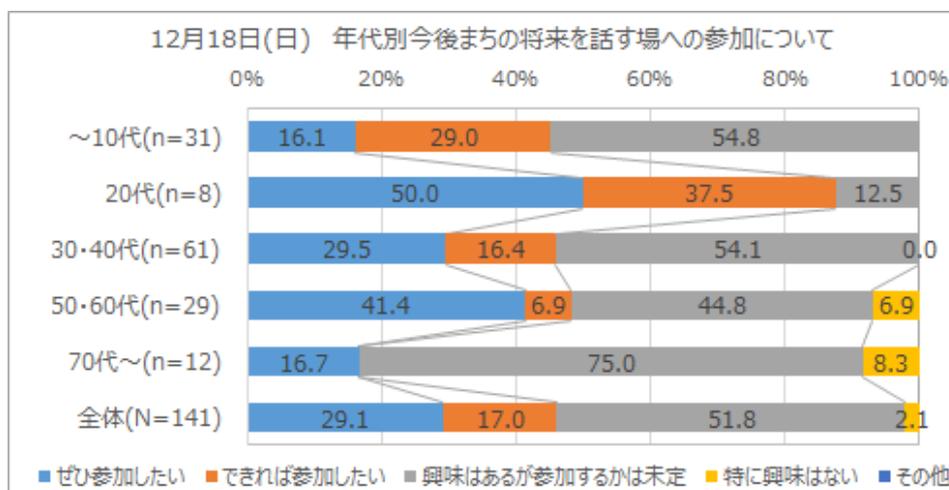
12月17日（土）の回答者年代別今後まちの将来を話す場への参加について

	ぜひ参加したい	できれば参加したい	興味はあるが参加するかは未定	特に興味はない	その他	合計
～10代	3	3	6	3	0	15
20代	7	17	58	15	1	98
30・40代	14	14	74	11	0	113
50・60代	1	6	23	4	1	35
70代～	1	1	2	0	0	4
合計	26	41	163	33	2	265



12月18日（日）の回答者年代別今後まちの将来を話す場への参加について

	ぜひ参加したい	できれば参加したい	興味はあるが参加するかは未定	特に興味はない	その他	合計
～10代	5	9	17	0	0	31
20代	4	3	1	0	0	8
30・40代	18	10	33	0	0	61
50・60代	12	2	13	2	0	29
70代～	2	0	9	1	0	12
合計	41	24	73	3	0	141



### (3) まとめ

#### ■ 公会堂やパークエリアのポテンシャル

- ・両日ともに、「イベント主催者の情報発信」を受けて「イベント企画」に魅力を感じ来場した 40 代以下の若い世代が多かった。回答者の半数以上が「バス・電車」を利用し、武蔵野市近隣を中心に都外からも訪れていた。
- ・12 月 17 日（土）は「バス・電車」の利用が必要な距離の「近隣区市」「その他都内」在住者や「イベント主催者の情報発信」を受けて「イベント企画」に魅力を感じ来場した 20 代の来場が比較的多かったことから、若い世代に訴求した目的性の高いイベントであったと思われる。
- ・12 月 18 日（日）は「徒歩」で来場可能な距離の「武蔵野市」在住や 10 代以下、30・40 代の来場、通りすがりが比較的多かったことから、思いがけずイベントを知り、別の目的地への移動の合間に立ち寄った親子連れを誘導できたと思われる。
- ・以上のことから、公会堂やパークエリアには、居住地に関わらず、魅力的なイベント企画があれば多様な属性を持つ幅広い世代を呼び込めるポテンシャルがあると考えられる。

#### ■ 吉祥寺の魅力に感じる場所

- ・当日既に行った場所、これから向かう場所として「井の頭公園」は両日合わせて 73 件と多く挙げられていた他、世代や居住地に関わらず、吉祥寺で魅力を感じる場所としても多く挙げられていたことから、吉祥寺の魅力として印象が強いことがうかがえた。
- ・一方でパークエリア内に限定すると、魅力ある場所として 60 代以下の幅広い年代から「七井橋通り」との回答を多く収集しており、「井の頭公園」との回答を上回っていた。理由としておしゃれな古着屋や雑貨屋、飲食店が多い事が挙げられており、パークエリアの個性的なまちが魅力として捉えられていることがうかがえた。また、パークロードの歩行の安全性や公会堂活用への期待も見られ、まちがより良くなることを望む意見も収集した。
- ・以上のことから、吉祥寺のまちの魅力の中心として「井の頭公園」の印象が強いが、井の頭公園へつながるパークエリアも様々な個性がある特徴的なまちであることが、魅力として幅広い層に根付いていることが分かった。

#### ■ まちの将来を話す場への参加について

- ・12 月 18 日（日）は「武蔵野市」在住でまちの将来を話す場に「ぜひ参加したい」と答えた人の割合が比較的高く、公会堂近隣の地域住民はまちの将来を話す場に対し関心が高いことがうかがえた。
- ・まちの将来を話す場への参加に興味を示した来場者に対し本人に同意を得た上で連絡先の収集を行い、32 名の方の連絡先を収集することができた。まちの将来を話す場に積極的に参加したいと考える方々と繋がることのできたため、今後の取組についての案内を継続的に行い、パークエリアの将来像立案に向けてまちの機運を高めることが望ましい。

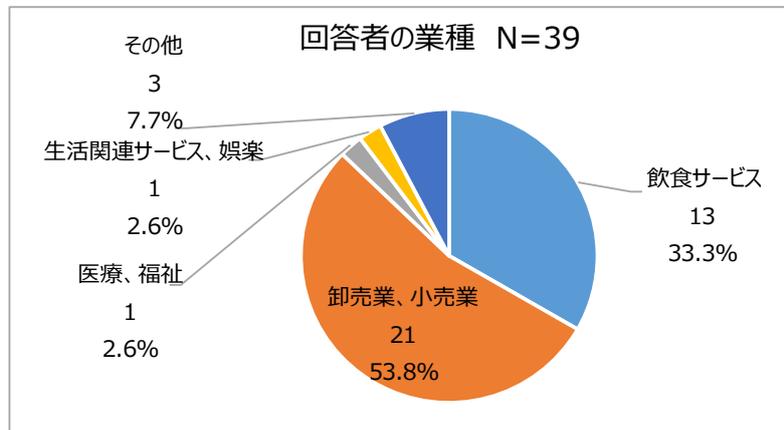


## (2) アンケート調査結果

### 1) 回答者属性

#### <業種>

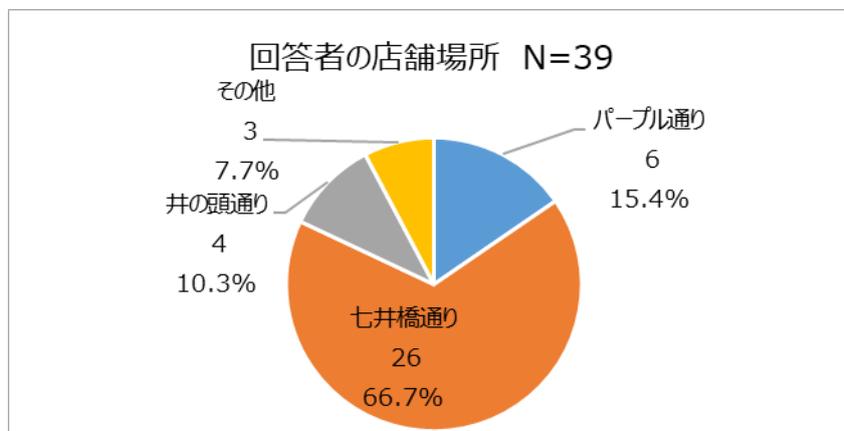
業種は「卸売業、小売業」が 21 件（53.8%）と最も多く、次いで「飲食サービス」が 13 件（33.3%）だった。その他は、「通信」「ホテル業」「不動産業」が各 1 件（2.6%）だった。



#### <店舗場所>

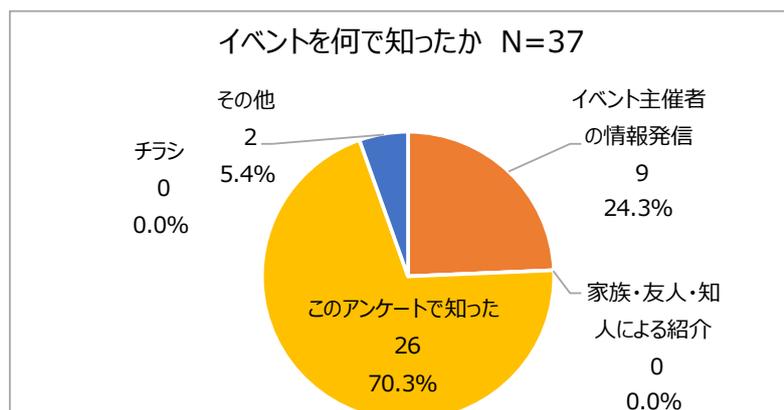
店舗場所は「七井橋通り」が 26 件（66.7%）と最も多く、次いで「パープル通り」が 6 件（15.4%）と多かった。その他「吉祥寺通り」「パープル通り、七井橋通り間の通りに面する店舗」が 2 件だった。

※丸井吉祥寺店は「パープル通り」「井ノ頭通り」「七井橋通り」に面するため「パープル通り」にカウントした。



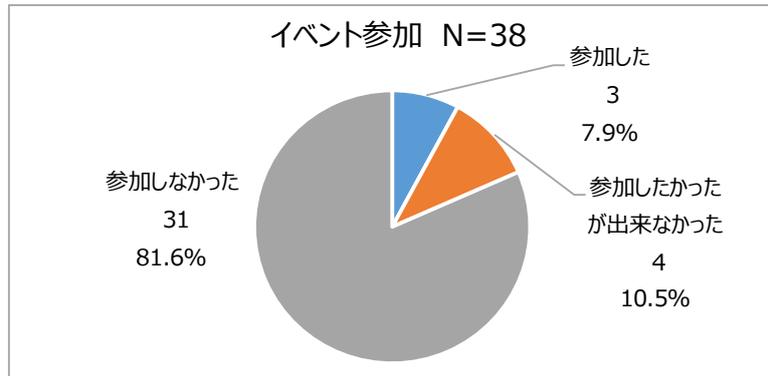
#### <イベントを何で知ったか>

イベント周知方法は「このアンケートで知った」が 26 件（70.3%）と最も多く、次いで「イベント主催者の情報発信」が 9 件（24.3%）だった。訪問回収の際には、店舗従業員による対応がほとんどだったためか、イベントが実施されていたことを初めて知ったとの回答が多く、イベントの認知度は低かったものと思われる。



<イベント参加有無>

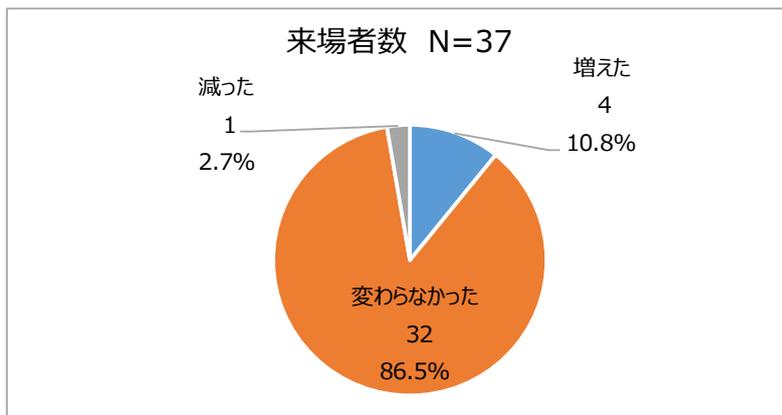
「参加した」3件（7.9%）、「参加したかったができなかった」4件（10.5%）、「参加しなかった」が31件（81.6%）と最も多かった。訪問回収の際、土日は営業中のため参加できなかったと述べる事業者が複数あった。



2) 今回のイベントについて

<来場者数>

来場者数は「変わらなかった」が32件（82.1%）と回答が最も多かったが、一方で「増えた」が4件（10.8%）あり、パープル通りや七井橋通りの「飲食サービス」「ホテル業」、七井橋通りの「卸売業・小売業」に良い影響があった。

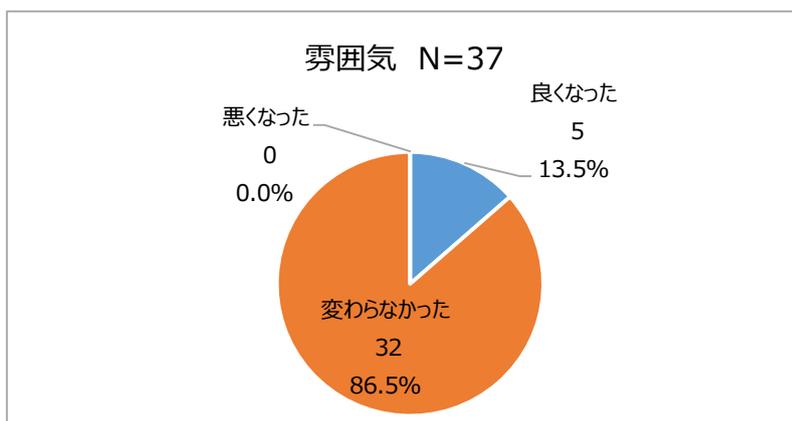


「増えた」と回答した事業者 N=4

店舗場所	業種	件数
パープル通り	飲食サービス	1
井ノ頭通り	飲食サービス	1
	ホテル業	1
七井橋通り	卸売業・小売業	1

<雰囲気>

雰囲気は「変わらなかった」が32件（86.5%）と回答が最も多かった。「良くなった」が5件（13.5%）あり、パープル通りや七井橋通りの「飲食サービス」「卸売業・小売業」井ノ頭通りの「ホテル業」に良い影響があった。

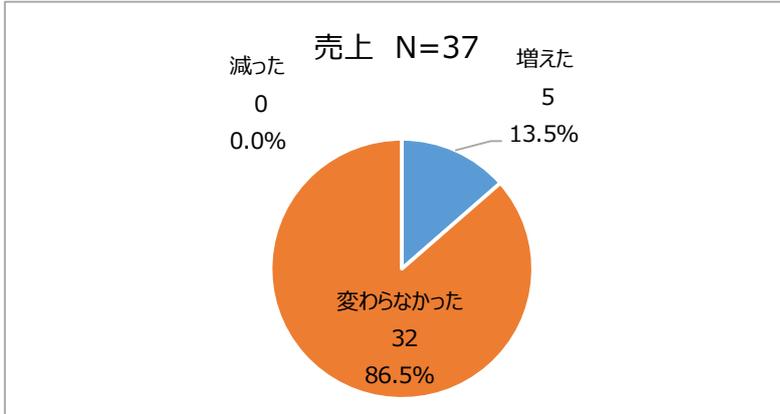


「良くなった」と回答した事業者 N=5

店舗場所	業種	件数
パープル通り	飲食サービス	1
	卸売業、小売業	1
七井橋通り	卸売業、小売業	2
井ノ頭通り	ホテル業	1

<売上>

売上は、「変わらなかった」が32件（86.5%）と回答が最も多かったが、「増えた」が5件（13.5%）あり、パープル通りや井ノ頭通りの「飲食サービス」や七井橋通りの「卸売業・小売業」に良い影響があった。

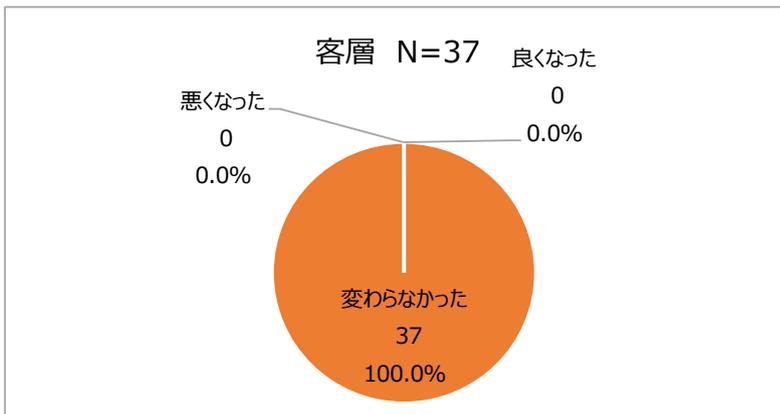


「増えた」と回答した事業者 N=5

店舗場所	業種	件数
パープル通り	飲食サービス	1
七井橋通り	卸売業、小売業	2
井ノ頭通り	飲食サービス	1
	ホテル業	1

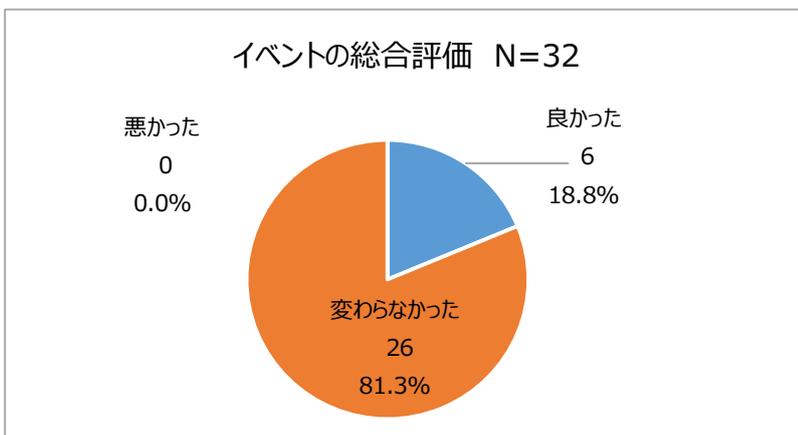
<客層>

客層は「変わらなかった」が37件（100%）と変化が見られなかった。



<イベントの総合評価>

イベントの総合評価は「変わらなかった」が26件（81.3%）と回答が最も多かったが、「良かった」が6件（18.8%）あり、パープル通りや七井橋通りの「卸売業・小売業」、パープル通りと井ノ頭通りの「飲食サービス」から良い評価を受けた。

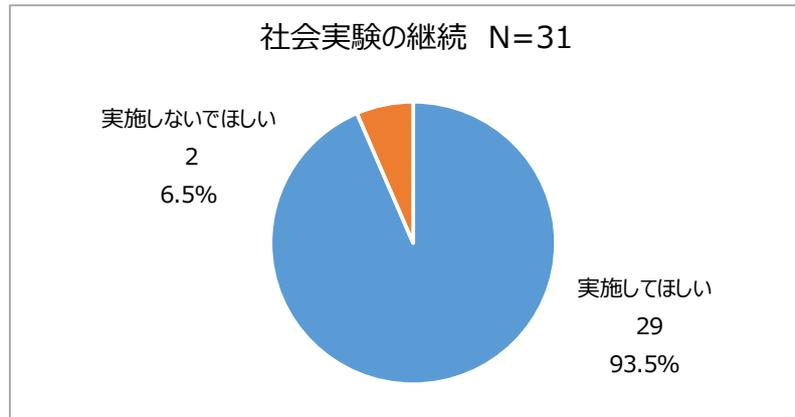


「良かった」と回答した事業者 N=6

店舗場所	業種	件数
パープル通り	卸売業、小売業	2
	飲食サービス	1
七井橋通り	卸売業、小売業	2
井ノ頭通り	飲食サービス	1

### 3) 社会実験継続の希望有無

社会実験の継続は「実施してほしい」が 29 件（93.5%）と最も多かった。



#### ● 社会実験の継続についての自由意見（34 件）

全体ではイベントによる活性化を期待し、今後も社会実験の実施を希望する自由意見は 27 件と多かった。

実施を希望する旨の自由意見として、「街に活気が出て楽しいから」という意見や、イベントの効果を体感した意見として、「街が賑わっていた。集客も増加した。」、「当日は公会堂前でのテント設営でイベントを行っている感じ、雰囲気は伝わり普段より通りがにぎやかだったので、今後も実施希望。」、「お店の近くまで足を運ぶ方は増えた印象でした。」といったイベントによるまちのにぎわいや活性化を期待する意見、実感した意見を収集した。

「実施してほしくない」の回答理由として、「影響がない」といった意見や、「無回答」の回答理由として、「どちらでもよい」「どちらとも言えない」といった意見を収集した。

#### 自由意見一覧

	内容	店舗場所	業種
○	当日は公会堂前でのテント設営でイベントを行っている感じ、雰囲気は伝わり普段より通りがにぎやかだったので、今後も実施希望。	パープル通り	卸売業、小売業
○	お店の近くまで足を運ぶ方は増えた印象でした。	パープル通り	卸売業、小売業
○	街がにぎわっていた。集客も増加した。	井ノ頭通り	飲食サービス
○	吉祥寺南口が盛り上がるなら！	パープル通り	卸売業、小売業
○	実施しても特に問題ないという回答（意図）だった。	パープル通り	卸売業、小売業
○	隣にある商業施設として、一緒に何かできることがあると思います。	パープル通り	卸売業、小売業
○	パープル通りは通行人がほとんどで盛り上がりにかけているのでぜひ実施して頂きたいと思います。	パープル通り	飲食サービス
○	街に活気が出て楽しいから	七井橋通り	卸売業、小売業
○	街自体の活性化と住民意識の向上・価値のUP	七井橋通り	卸売業、小売業
○	地域発展のため	七井橋通り	卸売業、小売業
○	何かの役に立つならやったらいいと思う	七井橋通り	卸売業、小売業
○	いろんなイベントで街が活気づくのであれば実施してほしい	七井橋通り	卸売業、小売業
○	冬は人通りがなくなるので、集客につながるのであれば。	七井橋通り	卸売業、小売業

【凡例】 ○：実施してほしい ×：実施してほしくない -：無回答 太字：重複しているキーワード

■：イベントの効果を体感した意見

#### 自由意見一覧

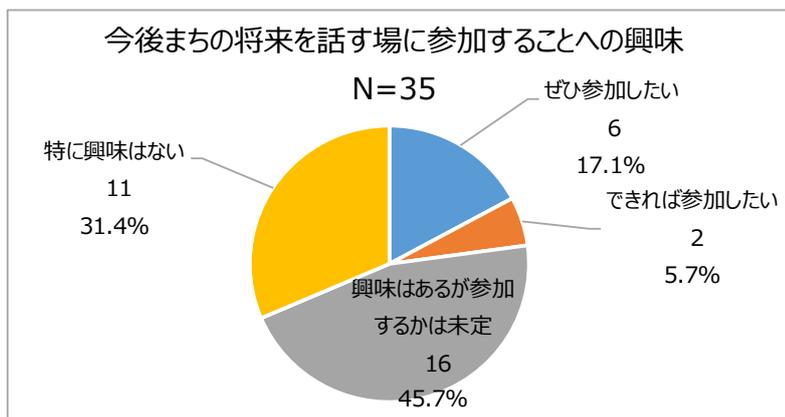
	内容	店舗場所	業種
○	イベントがあることは良い事です。	七井橋通り	卸売業、小売業
○	官民融合のイベントが面白いので	七井橋通り	卸売業、小売業
○	武蔵野市の <b>活気</b> を感じられるから	七井橋通り	飲食サービス
○	業種的に影響がない。イベントの目的もよく分からなかった。 <b>地域活性化</b> になるのであれば。	七井橋通り	医療、福祉
○	<b>活性化</b> するのであればぜひやってほしい	七井橋通り	飲食サービス
○	継続的に実施していただくことで <b>認知</b> していただけそうだと感じた為。	七井橋通り	卸売業、小売業
○	イベントがあれば、集客向上の可能性があるので。	七井橋通り	卸売業、小売業
○	相乗効果、 <b>街の盛り上がり</b>	七井橋通り	卸売業、小売業
○	<b>街が活性化</b> することはとても良い。	七井橋通り	飲食サービス
○	街が <b>にぎわう</b> のであれば。	井ノ頭通り	飲食サービス
○	みんながおもしろくなれば。	井ノ頭通り	飲食サービス
○	公会堂は駅近でかつ市民の <b>認知度</b> も高い。このような場所でイベントを開催して下さると南側の <b>人流も増える</b> と思うから。	井ノ頭通り	ホテル業
○	今後のよりよいまちづくりにつながるといふことでしたら、実施してよと思います。	井ノ頭通り	不動産
○	吉祥寺が <b>にぎやか</b> で年齢問わず楽しめる街になると思うので	七井橋通り	卸売業、小売業
-	<b>影響がない</b> のでどちらでもよい。	七井橋通り	卸売業、小売業
-	どちらでもよい。公会堂の場所が分かりにくく、よく場所を聞かれる。社会実験をするなら、マルイ正面の方が良いのでは。	七井橋通り	卸売業、小売業
-	どちらとも言えない	七井橋通り	生活関連サービス、 娯楽
-	どちらでもない	パール通り	飲食サービス
-	<b>活気</b> づけければ	七井橋通り	飲食サービス
×	関係ないのでどうでもよい。	七井橋通り	飲食サービス
×	<b>影響がない</b> ので	吉祥寺通り	通信

【凡例】 ○：実施してほしい ×：実施してほしくない -：無回答 太字：重複しているキーワード

■：イベントの効果を体感した意見

#### 4) 今後まちの将来を話す場に参加することへの興味

全体では、まちの将来を話す場に、「ぜひ参加したい」が 17.1%、「できれば参加したい」が 5.7%と、合わせて 20%程度が参加したいと回答していた。「興味はあるが参加するかは未定」が 45.7%で、多くの事業者がまちの将来に関心があった。「ぜひ参加したい」の内、特に七井橋通りの「卸売業・小売業」「飲食サービス」の回答が多かった。事業者から 17 件の連絡先を集めることができ、その内訳は、「ぜひ参加したい」5 件「できれば参加したい」1 件「興味はあるが



参加するかは未定」9 件「特に興味はない」2 件だった。

「ぜひ参加したい」と回答した事業者 N=6

店舗場所	業種	件数
パール通り	飲食サービス	1
七井橋通り	卸売業、小売業	3
七井橋通り	飲食サービス	2

#### 5) その他、感想、気づいた点、普段の営業と変わった点の自由意見 (14 件)

普段の営業と変わった点として、「特に日曜日、南口に人が増えたので今後も続けてほしい」、「特に日曜日の集客は48%アップしました。南側でのイベント実施は期待できるところがあると思います。」といった集客が向上したという意見を収集した。

前向きな意見として、「人の流れが変わるようなイベント企画をよろしく願います。（公会堂側にも人がもっと歩いて来るような…）」、「公会堂はエリアの中でも良い立地なので、帰宅困難者の受け入れ等防災の拠点になればよい。建物は古いので建直した方がよい。」といった、イベントによる周囲への影響、公会堂の防災拠点としての役割について期待する意見を収集した。

また、「イベントがあった事も知らなかった。」といったイベント実施について情報発信不足を指摘する意見を収集し、事前告知方法や周囲の集客に良い影響を及ぼすようなイベントの仕掛けが課題であることが分かった。

### 自由意見一覧

	内容	店舗場所	業種
◆	特に日曜日、南口に人が増えたので今後も続けてほしい。	井ノ頭通り	飲食サービス
◆	この度はレストランのチラシを置かせていただき、誠にありがとうございました。残念ながら「チラシを見ってきました！」はゼロでしたが、1週間前の12/10、12/11の（土）（日）と比べ、特に日曜日（12/18）の集客は48%アップしました。南側でのイベント実施は期待できるところがあると思います。	井ノ頭通り	ホテル業
◆	12/17（土）はZINE関係の方がいらっしゃいました。目の前の公会堂のにぎわいで当店にも活気が出ました。私も来場致しましたがとても楽しく回らせて頂きました。武蔵野市の活性化の為にこれから協力させて頂ける事が有れば参加したいと思っておりますので宜しくお願い致します。	パープル通り	飲食サービス
○	準備や撤収などありがとうございました。	七井橋通り	卸売業、小売業
○	パープル百貨店など楽しそうなイベントだと思いました。芸術や文化は大切にしていきたいですし、他の方にも特に子どもたちにも浸透させたいですね。	七井橋通り	卸売業、小売業
○	人の流れが変わるようなイベント企画をよろしく願います。（公会堂側にも人がもっと歩いて来るような…）	七井橋通り	卸売業、小売業
○	土日に開催されると参加できないが、日程が合えば参加したい。	七井橋通り	卸売業、小売業
○	公会堂はエリアの中でも良い立地なので、帰宅困難者の受け入れ等防災の拠点になればよい。建物は古いので建直した方がよい。	七井橋通り	医療、福祉
○	17日の参加者から、入場口横のアンケートが手軽（シールを貼るのみ）で面白かった。流行りの音楽ユニットとコラボしているブックトラックがかわいい。館内が盛況でびっく。「カフカの変身展」が興味深かった。「チエコアニメ上映会」が面白かった。定期開催してほしい。18日の参加者からドア付きの個室なので（心理的に）ちょっと入りやすかった。それぞれのワークショップでやっていることは素敵なので、もう少し上手く販促できるとお客様も増えたと思う。	パープル通り	卸売業、小売業
△	イベントがあった事も知らなかった。	七井橋通り	卸売業、小売業
△	今日のイベントはアート系の店舗が出店しているイベントだったが、このイベントがあることも知らなかった。吉祥寺で何年も活動しているが、なぜ声がかからなかったのかと思っている。	七井橋通り	卸売業、小売業
-	宣伝が足りなかったか、気づいたら終わってました。	七井橋通り	生活関連サービス、娯楽
-	弊社、土日は営業しておりませんので、イベントによる影響等はございません。	井ノ頭通り	不動産
-	特にございません。	七井橋通り	卸売業、小売業

【凡例】 ◆：普段の営業と変わった点 ○：前向きな意見 △：消極的な意見 -：その他

### (3) まとめ

#### ■ 回答者属性とイベント参加状況

- ・回答者は「七井橋通り」に面した位置で「飲食サービス」「卸売業、小売業」を運営する事業者が多かった。
- ・イベントを「このアンケートで知った」との回答は 70.3%と多く、土日は営業日である事業者が多いこともあるが、イベント参加は 7.9%と少なかった。アンケートの回収の際は店舗従業員による対応がほとんどで、その際にもイベントがあったことを知らなかったとの回答が複数得られた。イベントの開催が認知されていれば、店舗従業員の参加もさらに見込まれた可能性がある。・以上を踏まえると、アンケート送付によるイベント周知は従業員全体へは告知が行き渡りにくく、イベント参加に影響を及ぼしたと思われる。イベント開催時期が営業日と重なることを考慮し、事業主のみでなく店舗全体へ周知が行き渡ることが望ましい。

#### ■ 社会実験による影響

- ・イベント開催による影響として「来客者数は変わらなかった」との回答が 82.1%、「売上は変わらなかった」との回答が 86.5%となっていて、事業者に対する大きな影響は見られなかったものの、「まちがにぎわっていた。集客が増加した。」「雰囲気は伝わり通りがにぎやかだったので、今後も実施希望」、「お店の近くまで足を運ぶ方が増えた」のようにイベントの効果を体感したことによる意見を収集した。社会実験の継続を希望する意見は 29 件収集していることから、イベントによるまちのにぎわいや活性化への期待を高めることができたと考えられる。
- ・イベント開催による効果を感じられにくかった要因の一つとして、イベントの認知度の低さも考えられる。イベントへの認知が高まることで周辺事業者にも良い影響を及ぼす可能性がある。

#### ■ まちの将来を話す場への参加について

- ・まちの将来を話す場への参加について「ぜひ参加したい」との回答が 17.1%、「できれば参加したい」との回答が 5.7%と、合わせて 20%程度だった。一方で、まちの将来を話す場への参加に興味を示した事業者に対し本人に同意を得た上で担当者名や連絡先の収集を行ったところ、興味の有無にかかわらず 17 件（「ぜひ参加したい」5 件「できれば参加したい」1 件「興味はあるが参加するかは未定」9 件「特に興味はない」2 件）収集し、パークエリアのまちづくりに対する関心の高さがうかがえた。
- ・今後の社会実験の実施にあたっては、より多くの周辺事業者と連携を重ね、パークエリアの活性化や魅力あるまちづくりにつながるよう進めていくことが望ましい。

#### 4. 交通量調査

武蔵野公会堂における社会実験の際、周辺にどのような影響を与えるのかを検証するため、通常時とイベント実施時、社会実験実施時の歩行者通行量調査を実施し、調査結果の比較を行った。

##### (1) 歩行通行量調査の概要

①調査方法：指定した地点において、歩行者の通行量を方向別に計測し、1時間単位で集計及び記録を行った。

②調査日時：

【イベント実施時】

2022年2月26日（土）晴 最高気温14.7℃、最低気温3℃

※公会堂では、第17回吉祥寺アニメーション映画祭が開催

(13時～19時、来場者440人)

【通常時】

2022年3月5日（土）晴 最高気温17.9℃、最低気温4.3℃

※公会堂では、舞台稽古、俳句会、相談会等の比較的小規模な会合が実施

(午後～夜間、延べ利用人数 約130人)

【社会実験実施時】

2022年12月17日（土）曇 最高気温10.1℃、最低気温5.6℃

2022年12月18日（日）晴 最高気温11.3℃、最低気温4.5℃

【調査時間】（各日とも）11時～19時（8時間調査）

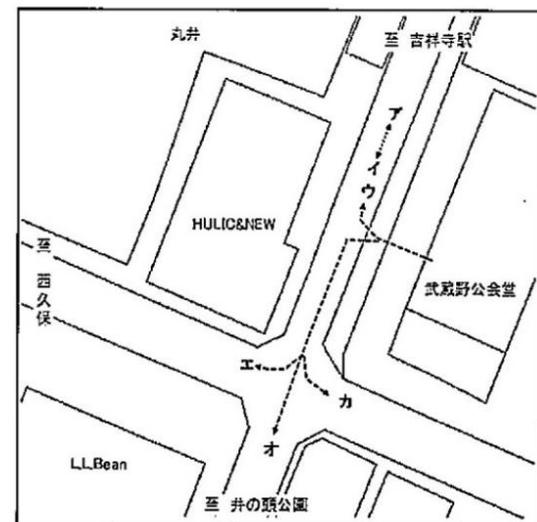
【調査地点】

調査地点①：武蔵野公会堂前（パープル通り）

調査地点②：丸井西側（七井橋通り）



調査位置図



武蔵野公会堂からの移動方向

## (2) 調査結果

### 1) 南北方向歩行者通行量

- ・吉祥寺駅南口から井の頭恩賜公園へとつながる主要な歩行者動線であるパープル通り・七井橋通りの南北方向歩行者通行量の合計は、通常時である3月5日(土)が最も多く32,057人であり、社会実験実施時である12月17日(土)が最も少ない24,346人であった。また、パープル通りと七井橋通りの歩行者通行量の割合はおおよそ3対7となっていて、七井橋通りの通行量が多かった。
- ・社会実験実施期間と比較すると、合計では12月17日(土)が24,346人に対し12月18日(日)が27,566人と、12月18日(日)の通行量が多かったが、調査地点①武蔵野公会堂前(パープル通り)では12月17日(土)の通行量が8,111人に対し12月18日(日)の通行量が7,910人と、12月17日(土)の通行量が上回っていた。
- ・調査地点①武蔵野公会堂前(パープル通り)の通行量の比率は通常時の3月5日(土)が25%に対し、イベント実施時は29%、社会実験実施時の12月17日(土)は33%、12月18日(日)は29%と、数ポイント高くなっていた。

南北方向歩行者通行量

ケース	イベント実施時	通常時	社会実験実施時	
日常	2022年 2月26日(土)	2022年 3月5日(土)	2022年 12月17日 (土)	2022年 12月18日 (日)
公会堂使用状況	吉祥寺 アニメーション 映画祭	通常使用	社会実験 本屋の文化祭	社会実験 吉祥寺 パープル百貨店
調査地点① 武蔵野公会堂前 (パープル通り)	9,177 人 (29%)	7,919 人 (25%)	8,111 人 (33%)	7,910 人 (29%)
調査地点② 丸井西側 (七井橋通り)	22,669 人 (71%)	24,138 人 (75%)	16,235 人 (67%)	19,656 人 (71%)
合計	31,846 人	32,057 人	24,346 人	27,566 人

( )数字は両地点の合計数に対する各地点の割合(%)を示す

## 2) 武蔵野公会堂から周辺市街地への歩行者

### ■通行量の比較

- ・公会堂から周辺市街地への歩行者通行量は吉祥寺駅方向が60%以上と最も割合が高く、次いで七井橋通り方向が12%~19%と割合が高かった。
- ・吉祥寺駅方面への移動の割合は通常時である3月5日(土)が84%と最も高いのに対し、イベントのあった12月17日(土)が73%、2月26日(土)72%、12月18日(日)が64%だった。
- ・七井橋通り方面への移動の割合としてはイベントのあった12月17日(土)、2月26日(土)が19%、12月18日(日)が14%、通常時の3月5日(土)が12%だった。
- ・以上をふまえると、七井橋通りはイベント開催に関わらず通行量が多いが、イベント実施によって公会堂から駅方向以外への移動を生み、周辺エリアへ足を延ばした歩行者が多かったことがうかがえる。

武蔵野公会堂から周辺市街地への歩行者

ケース		イベント実施時	通常時	社会実験実施時	
日常		2022年 2月26日 (土)	2022年 3月5日 (土)	2022年 12月17日 (土)	2022年 12月18日 (日)
公会堂使用状況		吉祥寺 アニメーション 映画祭	通常使用	社会実験 本屋の文化祭	社会実験 吉祥寺 パープル百貨店
調査地点① 武蔵野公会堂前 (パープル通り)	ウ 吉祥寺駅方面	319人 (72%)	97人 (84%)	565人 (73%)	196人 (64%)
	エ 七井橋通り方面	83人 (19%)	14人 (12%)	146人 (19%)	44人 (14%)
	オ 井の頭恩賜公園方面	29人 (7%)	3人 (3%)	45人 (6%)	32人 (10%)
	カ 住宅街方面	14人 (3%)	1人 (1%)	21人 (3%)	35人 (11%)
合計		445人	115人	777人	307人

### (3) まとめ

#### ■歩行量の変化起因

- ・全体の歩行者通行量は、社会実験時（12月17日(土)、18日(日)）を通常時（3月5日(土)）イベント実施時（2月26日(土)）が上回っていた。
- ・2月26日(土)、3月5日(土)両日は、いずれも前週までの冷え込みから一転し、4月並みの気温となっており、天気も晴れとなっていたこと、また2021年12月から2月初旬までの新型コロナウイルス感染症の第六波（まん延防止等重点措置期間1月9日(日)～3月21日(月)）の感染拡大が落ち着きを見せてきた時期でもあり、特に多くの人出であったと考えられる。

#### ■社会実験による影響

- ・イベント開催に関わらず七井橋通りの通行量が多かった。
- ・調査地点①武蔵野公会堂前（パープル通り）の通行量の比率は通常時の3月5日(土)が25%に対し、イベント実施時は29%、社会実験実施時の12月17日(土)は33%、12月18日(日)は29%と、数ポイント高くなっていたことから、イベント開催により通行量の増加が見られた。
- ・公会堂から周辺市街地への通行量では通常時は駅方向の移動が84%であるのに対し、イベント実施時は駅方向への移動が64%～73%に推移し、七井橋通り、井の頭公園、住宅街方面に向かう割合が数ポイント高くなっていることから、イベント開催によってパープル通りから周辺エリアへの移動が増え、パークエリアのにぎわいを面的に広げる効果があったと思われる。
- ・なお、2月26日(土)に関して来場者居住地の記録はないが、子供を対象とした映画祭という目的性の高いイベントである点や、公会堂来場後の移動方向についても社会実験実施時と類似していることから、社会実験実施時と同様に公会堂来場後の周辺エリアでの観光、食事・買い物などにつながっていると思われる。

## 5. 社会実験の効果について

2日間の社会実験の結果を踏まえて全体を総括する。

### ■新たなにぎわいの創出とパークエリアの可能性について

- ・公会堂を普段とは異なる利用を可能とした社会実験を行ったことで、パープル通りの人流を増やし、パークエリアに新たなにぎわいを生み出すことができた。また、公会堂を出た後で井の頭公園や七井橋通り方面といった周辺エリアに向かう交通量が通常時と比べて増えていたことから、新たに生み出したにぎわいをパークエリアに面的に広げることができた。周辺事業者からは「お店の近くまで足を運ぶ方が増えた」、「集客が増えた」等の意見が寄せられていて、社会実験で生み出したにぎわいから、ポジティブな影響を体感した周辺事業者が複数存在した。
- ・テーマやコンテンツの異なるイベントを2日間にわたり行ったが、その内容によって多様な属性、幅広い世代の来場者を呼び込めることが分かった。

### ■持続可能な公共施設、事業者の事業運営について

- ・今回の社会実験では、公会堂の使用料の支払いを必須としたが、主催事業者からは、立地条件などを考慮すると使用料は安いとの感想を得た。このことから、使用料を支払ったとしても今回の社会実験と同程度の条件であれば利用を希望する事業者は多数存在すると考えられる。この先、市の財政状況もますます厳しくなることが予想される中で、新たな施設利用者が獲得できることは市にとってメリットである。
- ・社会実験を行った一部の事業者は収益が黒字だった。このことから、使用料免除など行政からの補助に頼ることのない、事業者の事業継続が可能である場合があると確認できた。今後、まちの将来像立案に向かって機運を高めていくために、事業者のまちへの継続的な関わりを期待するが、行政による適切なサポート・距離感も重要となる。

その他、以下に良かった点と課題を個別の視点で記載する。

### ■良かった点

- ・両日合わせて約1500人来場し、公会堂に人を呼び込むことができた。
- ・17日は若い世代、18日はファミリー層とイベントの来場者属性が異なっており、多世代の回答を収集できた。
- ・公会堂を利用した人に対し、雰囲気や立地の良さなどを感じてもらうことができた。
- ・社会実験イベントに参加した出店者は、収益に関わらず、またぜひ参加したいという意向が強く、地域に根付く事業者として、まちを一緒に盛り上げていきたいという積極的な姿勢が見られた。
- ・限られた期間の中で、SNSを活用した情報発信及び出店者同士の連携構築により相乗効果的に集客が図れた。
- ・吉祥寺のまちの魅力の中心として「井の頭公園」の印象が強いが、パークエリア内に限定すると、魅力ある場所として60代以下の幅広い年代から「七井橋通り」との回答が多く、井の頭公園へつながる七井橋通りを中心とする個性的なまちなみはパークエリアの魅力であることが幅広い層に根付いていることが分かった。
- ・来場者、周辺事業者で吉祥寺パークエリアのまちの将来を話す場への参加に興味のある方がいると知ることができ、今後、武蔵野市からの案内を送付できるような繋がりを構築できた。
- ・周辺事業者からは、イベント実施により吉祥寺パークエリアの認知度や魅力向上、にぎわい創出や活性化への期待は高く、今後も継続したイベント実施が望まれていた。
- ・継続を希望する回答理由として、「まちに活気が出て楽しいから」という意見や、イベントの効果を体感した意見として、「まちがにぎわっていた。集客も増加した。」「当日は公会堂前でのテント設営でイベントを行っている感じ、雰囲気

気は伝わり普段より通りがにぎやかだったので、今後も実施希望。」「お店の近くまで足を運ぶ方は増えた印象でした。」といったイベントによるまちのにぎわいや活性化を期待する意見、実感した意見が寄せられた。

#### ■課題

- ・社会実験主催者・出店者からはエレベーター、エスカレーターの設定によるバリアフリー化や Wi-Fi 設置等多様な人が使いやすいような設備への課題が挙げられた他、「出店料の徴収」や「人気の出店者の誘致」「事前の告知」「チームを組んでの準備」「目玉となるコンテンツの用意」「広告や会場装飾の費用捻出」といった「準備期間の短さ」に起因する課題が多く挙げられていた。
- ・周辺事業者に対して、社会実験でイベントを実施することの事前告知が十分に届かずイベント自体の認知度が低かった。次回実施時は、周辺事業者とも効果的に連携した事前告知が求められる。
- ・12月の開催で、天候も曇りで気温が低かったこともあり、屋外はかなり寒く、集客にも影響した可能性がある。社会実験実施時期を今回と異なるものとする事で、さらに多くの回答を集められる可能性がある。

2 日間の社会実験の結果を踏まえ、今後のパークエリアのまちづくりの将来像立案に向けた活性化方策を検討する際に有効と思われる点を以下に総括する

#### ■パークエリアのポテンシャルを検証するための社会実験の継続

- ・まちの将来像を検討するにあたっては、市民文化の交流・発信拠点である公会堂を中心とするパークエリアでまちに新たなにぎわいを創出し、そのにぎわいがパークエリア全体にどのような影響を与えるのかを検証していくことが重要である。そのためには、引き続き社会実験を実施し、活性化につながる新たな可能性を模索することが望ましい。
- ・社会実験の継続により、徐々にまちの活性化に資する取組の認知度の向上が期待できる。さらに、周辺の魅力ある場所（井の頭公園、七井橋通り等）を訪れた人を引き込めるような魅力あるイベントを、周辺事業者との連携により実施することが望ましい。例えば、通りすがりの歩行者にも立ち寄りてもらえるよう休憩スペースを設ける等、より多くの人がパークエリアの魅力に触れるきっかけとなることも取組の認知度向上に有効である。
- ・また、今後まちの将来像立案に向けて具体的に市民との対話を行っていきにあたり、社会実験の効果測定結果は重要なデータのひとつとなる。参加者（主催者・出店者・来場者）や周辺事業者に対してのアンケートを継続し、属性調査及び地域ニーズの把握を重ねることで情報を整理し、まちの魅力や課題、今後のまちづくりへの方向性に資する意見等を抽出することが望ましい。
- ・社会実験の効果測定には多くの方の意見（居住者、来場者、周辺事業者、等）を収集し、多角的な分析を行えることが重要であり、そのためには集客力の高い多様なイベントを実施する必要がある。集客力の向上には、現地のみでなく会場周辺にポスターやチラシを事前に掲示、従業員を含む周辺事業者への事前説明や案内に加え、店舗にもポスターやチラシを設置してもらうなど、まちや周辺事業者との連携が必要である。
- ・効果的な情報発信ツールとして SNS の活用も考えられる。社会実験イベント参加者同士が SNS でつながり、お互いに周知しあい、相乗効果的に情報を拡散させていくことが効果的である。準備期間を十分に設けて参加者同士が情報交換を含めた交流・連携を図りながら告知を進めていくことが有効であると考えられる。準備期間を十分に設けることで事前告知が充実する他、効果的な集客を図るための施策検討も行うことができる。

#### ■ 地域を巻き込んだまちづくり

・地域住民と密接に関わりあうまちづくりにおいては、実際に住んでいる方やその地域で事業を行っている事業者、来街者や不動産オーナーなど、様々な立場の方の意見収集が重要である。今回の社会実験では、社会実験の来場者や周辺事業者などの「まちの将来を話す場への参加」に高い関心を示した方から、今後まちづくりについて案内を送付するための連絡先を提供いただくことができた。今後はさらに「まちの将来を話す場への参加」に高い関心を持つ方とつながりを築き、まちの活性化に資する取組の情報発信を定期的に行うことで、多様な方々を巻き込んだ対話を行いたい。また、まちの将来について対話を行う場を見える化し、参加のハードルを下げることで、誰もが参加しやすく、多様な人々の意見を取りまとめていくことが可能になると考える。

---

令和4年度 武蔵野公会堂社会実験 報告書

---

発行日 令和5年3月  
担当課 武蔵野市総合政策部企画調整課

---