

商店街商業者の意識に基づく商店街の活性化に資する街路樹のマネジメントに関する研究

A Study on the Management of the Street Trees to Activate Shopping Districts based on the Consciousness of Shopping Districts Merchants

渡邊 望未* 市村 恒士**

Nozomi WATANABE Koji ICHIMURA

Abstract: The purpose of this study is to clarify factors of efforts concerning street trees contribute to the activation of the shopping districts and to consider the direction of the future management of street trees. In this study, first, we carried out a questionnaire survey. The subjects of investigation were shopping districts with street trees in Hokkaido. The contents of the questionnaire survey were “Current Status of efforts for the activation of the shopping districts”, “Effect of shopping districts expect to street trees” and “Satisfaction for the efforts concerning street trees of shopping districts”. Then, we conducted the aggregate and analysis of data obtained as a result of the questionnaire survey. The results are as follows: 1) There is a difference in the efforts for the activation of the shopping districts. 2) There is a recognition for shopping districts merchants that Street trees is a regional resources. 3) Satisfaction with the efforts concerning street trees is 3.5 point (5-point scale). 4) Shopping districts merchants have the expectation and satisfaction with changing properties of people who come to the shopping districts by management of street trees. 5) Shopping districts merchants have begun to expect for the economic effects of their shop.

Keywords: *street trees, management, shopping districts, revitalization, satisfaction analysis*

キーワード: 街路樹, マネジメント, 商店街, 活性化, 満足度分析

1. 背景及び目的

ランドスケープ分野が関連する代表的な施設の一つである街路樹は、従来から、その自然環境保全機能や、景観向上機能といった「基本的な機能¹⁾」を根拠に道路空間に整備され、その機能性を維持することを目標とした維持「管理」が行われてきた。他方で、街路樹とも関わり深いランドスケープ分野における近年のパークマネジメントに関する議論^{2) 3)}を整理すると、従来の樹木や構成施設等の、いわゆる「ハード」の機能性の維持を目標とした「管理」から、ハードの機能性の維持が実施されており、さらに、新たな価値の創出に資する「コミュニティの形成」や、「地域活性化」等の地域課題解決に資する幅広い目標を設定し、ハードだけでなくその他の資源も活用する、いわゆるソフトにも着目した各種のサービス提供を実施する「経営」も求められている。このような中、街路樹についても、今後の都市公園等と同様に、特に「経営」の観点から、街路樹やその周辺の資源を活用しながら、従来の目標のみならず、地域課題解決に資する街路樹の新しい価値の創出に繋がるような目標を設定し、各種サービス提供等を行うことも今後の課題になると考えられる。

他方で、近年、商店街では、大型商業施設の進出、インターネット販売等による購買動機が多様化や、中心市街地の人口減少等の構造的な要因によりその衰退が問題視⁴⁾されている。こうした状況を受け、一部の商店街では、その活性化を目標にした、空き家を活用したレンタルショップ事業⁵⁾や、街路空間の特徴を活かしたオープンカフェ事業の展開のようなイベント開催⁶⁾等、商店街のハードとソフトを包括的に捉えたサービス提供も実施され始めている。すなわち、このような「商店街のマネジメント」においては、商店街の立地する街路空間における施設や人的ネットワーク等のハードやソフトといった商店街の活性化に資する前提条件を整備しつつ、実際の活性化の直接的な効果として位置づけられる「来街者特性の変化」や、「各店舗や商店街の経済的效果」等を意識しながらマネジメントを実施することが必要となる。

こうした「商店街のマネジメント」が実施される中、街路樹を有する商店街において、本研究の調査対象地にみられるような「街路樹」を商店街の一資源として活用した「商店街のマネジメント」事例もみられる。これは、ランドスケープ分野の立場から捉え直すと、「街路樹のマネジメント⁷⁾」において「商店街の活性化」を目標とすることは実効性が高いことを示唆している。

したがって、ランドスケープ分野においては、街路樹のマネジメントのあり方を検討する中で、このような、街路樹を商店街の一資源として捉えた商店街のマネジメント事例を、「街路樹のマネジメント」事例として捉え直すことは、街路樹の新しい価値の創出にとって有意義なことと考えられる。

ここで、「街路樹を活用した商店街のマネジメント」と「商店街の活性化に向けた街路樹のマネジメント」の各々の意味を改めて整理すると、前者は、街路樹を商店街の一資源として活用したサービス提供を検討することであり、後者は、サービス提供において街路樹の活用を中心に位置づけ、街路樹と関わり強いハード、ソフトを包括的に捉えながら、街路樹の新たな価値の創出に結びつくサービス提供を検討することである。

このような商店街の活性化に向けた街路樹のマネジメントを展開する上で、利用者や商店街商業者の双方の立場から、「商店街の活性化に街路樹に関わるサービス提供が影響を与えるのか」、「そのような街路樹に関わるサービス提供にはどのようなものがあり、また、どのような街路樹に関わるサービス提供が商店街の活性化に寄与するのか」等の議論が必要であると考えられる。

一方で、商店街の活性化に向けた街路樹のマネジメントに関わる既往研究を整理すると、商店街の利用者となる街路空間の歩行者にとって快適な空間の創出を目指した研究⁸⁾や、中心的な商店街利用者となる周辺住民の街路樹の活用による「交流」に着目した研究⁹⁾等がみられるが、「商店街の活性化に向けた街路樹のマネジメント」を明確に位置づけ、それを展開する上で必要となる上述したような議論は行われていない。

*室蘭工業大学大学院工学研究科環境創生工学系専攻 **室蘭工業大学大学院工学研究科くらし環境系領域

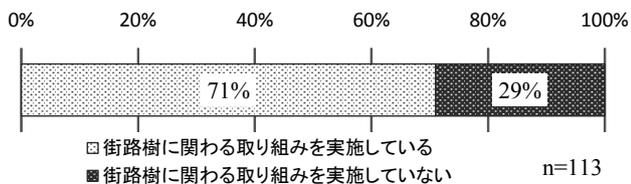


図-1 回答が得られた調査対象店舗の街路樹に関わる取り組みの有無

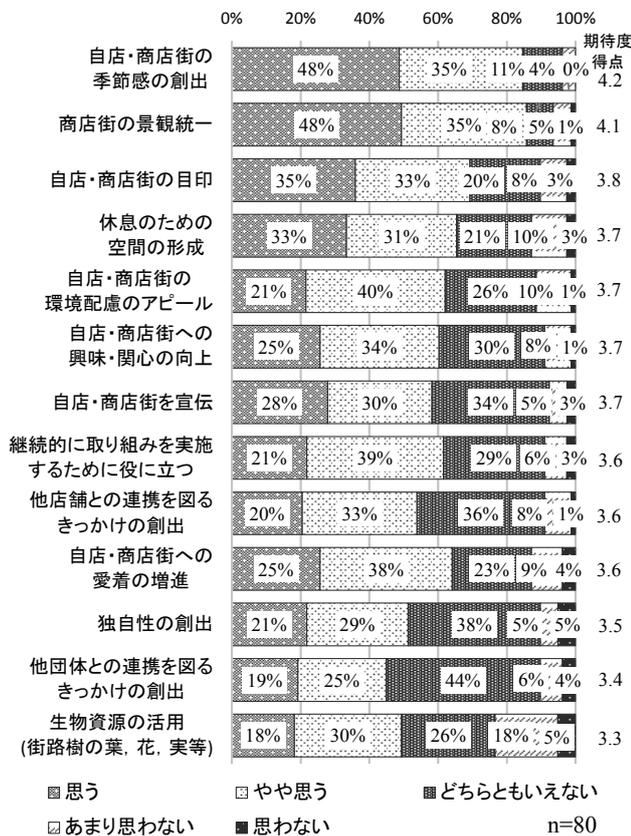


図-2 取り組み実施店舗の商店街の街路樹に期待する効果

への植栽を実施している「札幌三番街商店街振興組合」や、「平岸商店街振興組合」が挙げられる。

2つ目のタイプは、「街路樹を中心とした街路整備事業」を実施している商店街組織であり、例えば、街路樹の下にベンチ等による憩いの場を設置している「石山商店街振興組合」が挙げられる。

3つ目のタイプは、「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」を実施している商店街組織であり、例えば、さくら類を植樹し、さくら祭り等のイベントや、さくらをモチーフにした地域商品券の発行等の取り組みを実施している「本郷商店街振興組合」、ヤマボウシを植樹し、秋に収穫祭を実施している「鹿島大町商店会」が挙げられる。

さらに、これらの街路樹に関わる取り組みを始めた経緯を整理すると、「行政による街路樹の植樹・植え替えの際に、商店街組織が自ら樹種の提案を行った」、「過去にその樹種が植えられていた等、歴史的背景を復興させるため、商店街組織が街路樹の植樹・植え替えを提案した」等であることが明らかとなった。

これらより、街路樹を有する商店街において、街路樹に関わる取り組みが比較的多く実施されていること、一方、その取り組みの内容には差異があり、大きく3つのタイプに分類されること、街路樹に関わる取り組みを始めた経緯も商店街によって異なること等が把握された。

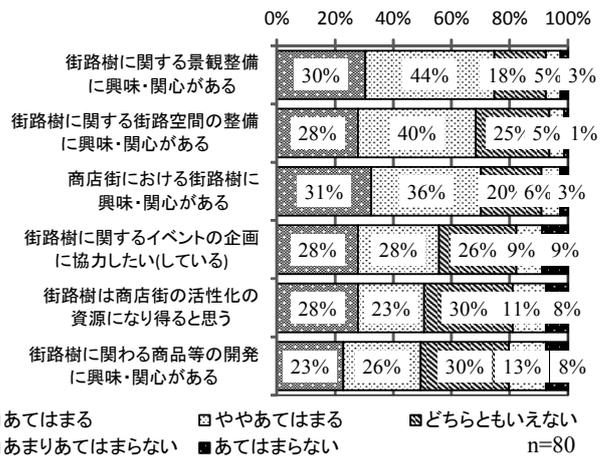


図-3 取り組み実施店舗の商店街の街路樹に対する興味・関心

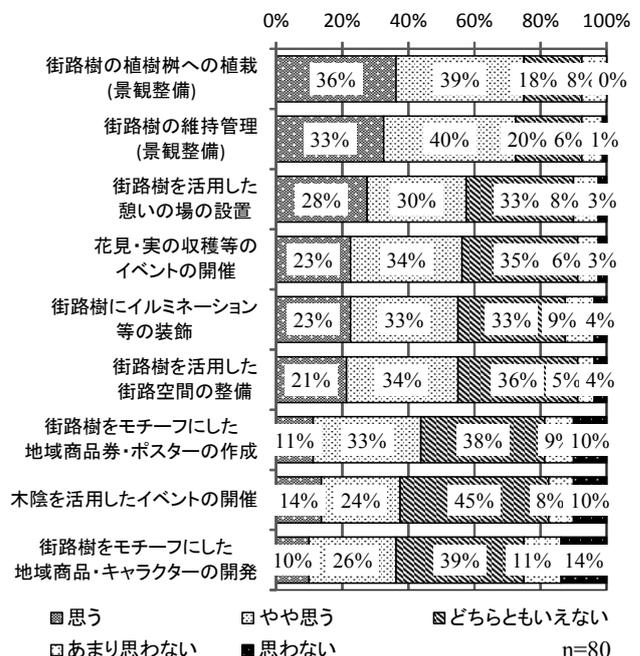


図-4 取り組み実施店舗が考える商店街の活性化に有効な街路樹に関わる取り組み

2) 取り組み実施店舗が商店街の街路樹に期待する効果

取り組み実施店舗の「商店街の街路樹に期待する効果」について整理すると、期待度得点¹⁰⁾は「自店・商店街の季節感を創出するのに役立つ(4.2点)」、「商店街の景観統一に役立つ(4.1点)」等の項目が高いこと、「他団体との連携を図るきっかけの創出(3.4点)」、「生物資源(街路樹の葉・花・実等)の活用(3.3点)」等の項目が相対的に低いことが把握された(図-2)。

これより、取り組み実施店舗が街路樹に期待する効果は、特に商店街の活性化の前提条件となる街路空間や景観の整備に寄与する「街路樹の基本的な機能」に対する効果への期待が高いこと、また、「自店・商店街の宣伝」等の効果も期待されていることから、街路樹に関わる取り組みによって、商店街の活性化に直接的に寄与する「来街者特性の変化」等も期待していることも把握された。

3) 取り組み実施店舗の商店街の街路樹に対する興味・関心

取り組み実施店舗の「商店街の街路樹に対する興味・関心」の「あてはまる」+「ややあてはまる」の割合について整理すると、まず、「街路樹に関する景観整備に興味・関心がある(74%)」が高く、次いで「街路樹に関する街路空間の整備に興味・関心があ

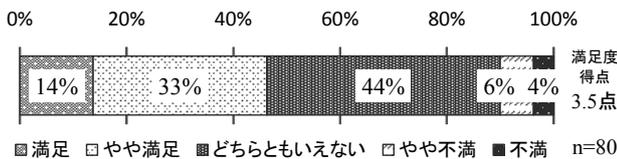


図-5 街路樹に関わる取り組みに対する総合満足度

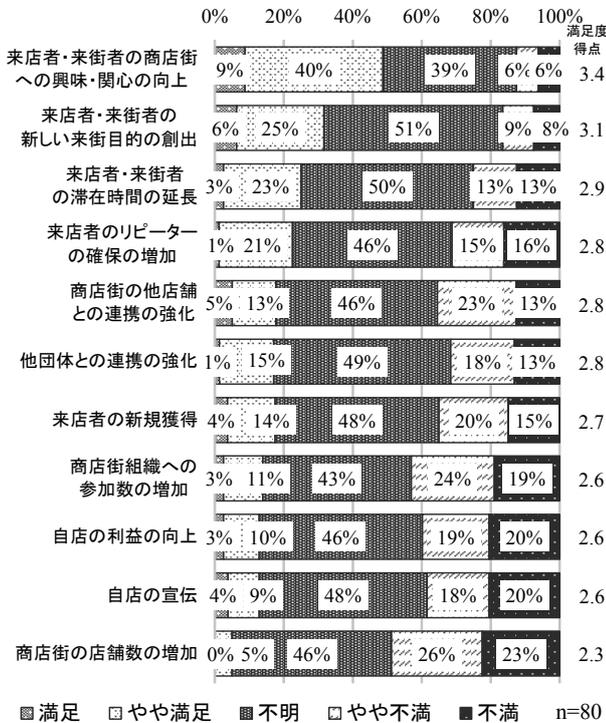


図-6 街路樹に関わる取り組みに対する要因別満足度

る (68%)、「商店街における街路樹に興味・関心がある (67%)」、「街路樹に関するイベントの企画に協力したい (56%)」が高いことが把握された (図-3)。

これより、取り組み実施店舗の商店街の街路樹に対する興味・関心は、「街路樹 (植樹樹を含む) のみを活用した事業」、街路樹に関する景観や街路空間の整備等の「街路樹を中心とした街路整備事業」への興味・関心が高く、次いで街路樹に関するイベントの企画への協力等の「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」の順に高いことが把握された。

4) 取り組み実施店舗が考える商店街の活性化に有効な街路樹に関わる取り組み

取り組み実施店舗が考える「商店街の活性化に有効な街路樹に関わる取り組み」の「思う」+「やや思う」の割合について整理すると、まず、「街路樹の植樹樹への植栽 (75%)」、「街路樹の維持管理 (73%)」が高く、次いで「街路樹を活用した憩いの場の設置 (58%)」、「花見・実の収穫等のイベントの開催 (57%)」、「街路樹にイルミネーション等の装飾 (56%)」が高いことが把握された (図-4)。

これより、取り組み実施店舗は、商店街の活性化に、まず、「街路樹 (植樹樹を含む) のみを活用した事業」、次いで、「街路樹を中心とした街路整備事業」や「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」が特に有効だと考えていることが把握された。

(2) 商店街における街路樹に関わる取り組みに対する満足度等の分析

1) 取り組み実施店舗の商店街における街路樹に関わる取り組みに対する満足度¹¹⁾

まず、取り組み実施店舗の「商店街の活性化のための街路樹に関わる取り組みに対する総合満足度」について整理すると、その満足度得点は、「3.5 点」であることが把握された。また、総合満足度が「満足 (14%)」、「やや満足 (33%)」、「どちらともいえない (40%)」、「やや不満 (6%)」、「不満 (4%)」であることから、約 5 割の商店街店舗が取り組みに対して満足していることも把握された (図-5)。

次に、「商店街の活性化のための街路樹に関わる取り組みに対する要因別満足度」について整理すると、その満足度得点は、「来店者・来街者の商店街への興味・関心の向上 (3.4 点)」、「来店者・来街者の新しい来街目的の創出 (3.1 点)」の項目で比較的高く、「商店街組織への参加数の増加 (2.6 点)」、「自店の利益の向上 (2.6 点)」の項目で低いことが把握された (図-6)。

これより、来店者・来街者の興味・関心の向上や来街目的の創出といった、「来街者特性の変化」に関する満足度は比較的高く、利益の向上や、組織への参加数の増加といった、「商店街の繁栄」に関する項目の満足度は低いことが把握された。

2) 取り組み実施店舗の商店街の街路樹に関わる取り組みに対する満足度と総合満足度との関係性

取り組み実施店舗の街路樹に関わる取り組みへの潜在的な期待を把握するため、まず、各項目の要因別満足度に対する因子分析を行うと、3 つの因子が得られ、各因子は、「因子 1: 来街者特性の変化」、「因子 2: 商店街全体の繁栄」、「因子 3: 自店への直接的・間接的な経済効果」と解釈された (表-3)。また、得られた 3 つの因子の因子負荷量と総合満足度との単相関分析、及び無相関の検定を行うと、「因子 1: 来街者特性の変化 (相関係数 0.551, 有意水準 1%以下)」、「因子 3: 自店への直接的・間接的な経済効果 (同 0.498, 同 1%以下)」、「因子 2: 商店街全体の繁栄 (同 0.264, 同 5%以下)」となり、これら 3 つの因子が、総合満足度に影響する期待因子であることが把握された (表-4)。

さらに、得られた期待因子 (因子 1, 因子 2, 因子 3) を構成する要因別満足度の満足度得点の平均をみると、「因子 1: 来街者特性の変化 (3.0 点)」、「因子 3: 自店への直接的・間接的な経済効果 (2.6 点)」、「因子 2: 商店街全体の繁栄 (2.5 点)」の順に高いことが把握された (表-3)。

これらより、取り組み実施店舗は、街路樹に関わる取り組みにおける総合満足度向上に寄与する期待因子として 3 つの因子を潜在的に意識していること、「因子 1: 来街者特性の変化」、「因子 3: 自店への直接的・間接的な経済効果」に対する期待度は比較的高いものの、「因子 2: 商店街全体の繁栄」に対する期待度はあまり高くないこと、「因子 1: 来街者特性の変化」の満足度は比較的高いものの、「因子 3: 自店への直接的・間接的な経済効果」、「因子 2: 商店街全体の繁栄」の満足度は相対的にみてあまり高くないことが把握された。

3) 商店街の活性化に有効な街路樹に関わる取り組みに対する期待度と各因子との関連性

3 つの期待因子に寄与する商店街の活性化に有効な街路樹に関わる取り組みを把握するため、取り組み実施店舗が考える「商店街の活性化に有効な街路樹に関わる取り組み」に対する期待度と、3 つの期待因子の因子負荷量との単相関分析、及び無相関の検定を行うと、「因子 1: 来街者特性の変化」には、「街路樹の維持管理」や「街路樹を活用した街路空間の整備」等の取り組みが、「因子 3: 自店への直接的・間接的な経済効果」には、「木陰を活用したイベントの開催」が「寄与が比較的強い (有意水準 1%以下, かつ相関係数 0.400 以上。以下, 同様)」こと、また、「因子 2: 商店街全体の繁栄」には、「街路樹を活用した街路空間の整備」や「木陰を活用したイベントの開催」等の取り組みが寄与している (有意水準 1%以下) もの、寄与が比較的弱いことが把握さ

表-3 要因別満足度の因子分析

変数	因子1	因子2	因子3	満足度 得点	満足度 得点 (平均)	
来店者・来街者の 商店街への興味・関心の向上	0.947	-0.164	0.021	3.4	3.0	因子1 来街者特性 の変化
来店者・来街者の 新しい来街目的の創出	0.774	0.011	0.081	3.1		
滞在時間の延長	0.740	0.228	-0.109	2.9		
来店者の新規獲得	0.663	0.214	0.138	2.7		
来店者リピーターの 確保の増加	0.555	0.225	0.230	2.8		
商店街の店舗数の増加	0.041	0.894	0.012	2.3	2.5	因子2 商店街全体の 繁栄
商店街の組織への 参加数の増加	-0.012	0.863	0.065	2.6		
自店の利益の向上	-0.049	0.077	0.959	2.6	2.6	因子3 自店への 直接的・間接的 な経済効果
自店の宣伝	0.133	-0.014	0.841	2.6		

表-4 総合満足度と各因子の関係性

総合満足度との関連性	因子1	因子2	因子3
全体	**	*	**
	0.551	0.264	0.498

無相関の検定 **1% *5%有意

表-5 各因子と街路樹に関わる取り組みの関係性

因子	因子1 来街者特性 の変化	因子2 商店街全体の 繁栄	因子3 自店への 直接的・間接的 な経済効果
街路樹に関わる取り組み			
街路樹の維持管理	0.432 **	0.321 **	0.274 *
植樹樹への植栽	0.468 **	0.382 **	0.319 **
憩いの場の設置	0.481 **	0.392 **	0.343 **
街路空間の整備	0.419 **	0.292 **	0.148
地域商品券・ポスターの作成	0.382 **	0.352 **	0.363 **
地域商品・キャラクターの開発	0.318 **	0.226 *	0.176
木陰を活用したイベントの開催	0.350 **	0.297 **	0.443 **
イルミネーション等の装飾	0.216	0.231 *	0.216
花見・実の収穫等の イベントの開催	0.396 **	0.270 *	0.236 *

無相関の検定 **1% *5%有意、太字は相関係数0.400以上

れた(表-5)。

これらより、街路樹の維持管理に関する取り組みが3つの期待因子に寄与していることが把握された。また、各期待因子への寄与の度合いに差があり、「因子1:来街者特性の変化」には、特に「街路樹(植樹樹を含む)のみを活用した事業」や、「街路樹を中心とした街路整備事業」の寄与が比較的強く、「因子3:自店への直接的・間接的な経済効果」には、「街路樹やそれを中心とした街路整備を活用したソフト事業」の寄与が比較的強いことが明らかとなった。

(3) 商店街の活性化に資する街路樹のマネジメントの方向性

これまで得られた結果を踏まえ、以下では、特に商店街商業者の立場から、街路樹のマネジメントの商店街の活性化への寄与の可能性、今後の商店街の活性化に向けた街路樹のマネジメントの方向性等について検討する。

まず、「(1) 商店街における街路樹の現状と商店街商業者の意識」より得られた結果を整理すると、1)より、街路樹に関わる取り組みが比較的多く実施されており、「街路樹(植樹樹を含む)

のみを活用した事業」、街路樹に関する景観や街路空間の整備等の「街路樹を中心とした街路整備事業」、街路樹に関するイベントの企画等の「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」の大きく3つのタイプがあること、2)より、街路樹に関わる取り組みは、商店街の活性化の前提条件に寄与する「街路樹の基本的な機能」に加え、商店街の活性化に直接的に寄与する「来街者特性の変化」も期待されていること、3)、4)より、街路樹に関わる取り組みに対し、「街路樹(植樹樹を含む)のみを活用した事業」、「街路樹を中心とした街路整備事業」、「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」の順に興味・関心が高く、また同様の順で商店街の活性化に有効であるという認識も高いことが把握され、取り組みに対する意識等に「段階」があること等が把握された。

これらより、現状においても、街路樹を有する商店街では、商店街の活性化を目標とした街路樹を活用した商店街のマネジメントが一部の商店街で実施されていることから街路樹の活用を中心に位置づけ、街路樹と関わりが強いハード、ソフトを包括的に捉えながら、街路樹の価値の創出に結びつくサービス提供を検討する「商店街の活性化に向けた街路樹のマネジメント」の実効性が確認された。

また、街路樹に関わる取り組みが3つのタイプに分かれたことや、それらの興味・関心等の程度が各々異なることから、街路樹のマネジメントにおいては、街路樹に期待する効果を意識しながら、街路樹に関わる取り組みの「段階」等を意識することの必要性が示唆された。

次に、「(2) 商店街における街路樹に関わる取り組みに対する満足度等の分析」より得られた結果を整理すると、2)より、取り組み実施店舗は、街路樹に関わる取り組みにおいて総合満足度の向上に寄与する期待因子として3つの因子を潜在的に意識し、期待度は「因子1:来街者特性の変化」、「因子3:自店への直接的・間接的な経済効果」、「因子2:商店街全体の繁栄」の順に高いこと、満足度に関しては「因子1:来街者特性の変化」が高いこと等が把握された。また、3)より、各期待因子に寄与する街路樹に関わる取り組みに相違があり、「因子1:来街者特性の変化」には、「街路樹の維持管理」、「街路樹の植樹樹への植栽」等の「街路樹(植樹樹を含む)のみを活用した事業」や、「街路樹を活用した憩いの場の設置」、「街路樹を活用した街路空間の整備」等の「街路樹を中心とした街路整備事業」の寄与が比較的強く、「因子3:自店への直接的・間接的な経済効果」には、「木陰を活用したイベントの開催」等の「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」の寄与が比較的強いことが把握された。

ここで、各因子に対する期待度の高低を踏まえ、商店街の活性化のプロセスを考慮しながら、「各因子の因果」等について整理すると、取り組み実施店舗は、街路樹に関わる取り組みにおいて、まず、活性化の初期段階として位置づけられる来街者の新規獲得やリピーターの確保等の「来街者特性の変化(:因子1)」を直接的な効果として期待し、また、「因子1」の達成による波及効果として、自店の利益向上等の「自店への直接的・間接的な経済効果(:因子3)」を位置づけていると推察される。さらに、これら「因子1」や「因子3」の達成による波及効果として「商店街全体の繁栄(:因子2)」も意識はされているが、街路樹に関わる取り組みによる直接的な効果としては、現時点では位置づけられていないと推察される。

以上より、商店街商業者の視点から、商店街の活性化に向けた街路樹のマネジメントを考えると、商店街商業者は、「因子1」を直接的な効果として位置づけその達成による波及効果として「因子3」を位置づけていることが推察されたことから、「因子1」、「因子3」に着目した取り組みを実施することが特に現段階における

マネジメント上の課題と考えられ、期待度と満足度が共に比較的高い「因子1：来街者特性の変化」の満足度を高めつつ、満足度が低い「因子3：自店への直接的・間接的な経済効果」の満足度を高める取り組みの実施が重要と考えられる。

このような各因子の満足度の向上においては、取り組み実施店舗が有効と考える各因子に寄与が比較的強い取り組みが期待できる。例えば、「因子1：来街者特性の変化」の満足度の向上においては、「街路樹（植樹樹を含む）のみを活用した事業」や、「街路樹を中心とした街路整備事業」等の取り組みが特に期待できると考えられる。同様に、「因子3：自店への直接的・間接的な経済効果」の満足度の向上においては、比較的寄与が強い「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」等の取り組みが特に期待できると考えられる。

さらに、これらの取り組みを実施する際には、「(1)3, 4)より、街路樹に関わる取り組みに対する興味・関心やその有効性の認識の程度が異なり、取り組みに対する意識等に「段階」があることが把握されたことから、この点に留意する必要がある。具体的には、「街路樹（植樹樹を含む）のみを活用した事業」に次いで「街路樹を中心とした街路整備事業」を実施することで、「因子1：来街者特性の変化」が満たされると同時に、「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」を実施するための基盤が整備され、「因子3：自店への直接的・間接的な経済効果」への寄与が期待されることから、「街路樹（植樹樹を含む）のみを活用した事業」から「街路樹を中心とした街路整備事業」、さらに「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」へと移行させることが円滑な事業展開を行う上で重要である。

なお、商店街事業者が街路樹を活用した商店街のマネジメントを行うようになった経緯としては、「行政による街路樹の植樹・植え替えの際に、商店街組織が自ら樹種の提案を行った」、「過去にその樹種が植えられていた等、歴史的背景を復興させるため、商店街組織が街路樹の植樹・植え替えを提案した」等がきっかけであったことから、商店街事業者が街路樹のマネジメントの一端を担っていくことはもちろん、行政等が従来の維持管理に留まらないこのようなより積極的な街路樹のマネジメントに携わる際には、街路樹の植樹や更新等をきっかけに商店街と連携を図っていくことや、街路樹の植樹や更新の際に地元で縁の深い樹種の選定を行う等の、樹種選定における商店街事業者へのノウハウの提供等について考えていくことも重要であると考えられる。

4. まとめ

本研究では、商店街の活性化において、「因子1：来街者特性の変化」には「街路樹（植樹樹を含む）のみを活用した事業」や「街路樹を中心とした街路整備事業」等の取り組みが、「因子3：自店への直接的・間接的な経済効果」には「街路樹を中心とした街路整備を活用したソフト事業」等の取り組みが特に寄与していることが把握され、また、今後の商店街の活性化に向けた街路樹のマネジメントとして、商店街の活性化の要因のうち、まず活性化の初期段階である「因子1」の満足度の向上に寄与する取り組みを実施し、次いで「因子1」を達成することによる波及効果として位置づけられている「因子3」の期待度と満足度の向上に寄与する取り組みを実施することが有用であることが明らかとなった。

以下に、今後「街路樹のマネジメント」に関わる研究を展開する上で留意すべき点を整理する。

まず、本研究において着目した「商店街の活性化に向けた」街路樹のマネジメント研究の展開について考えると、本研究では、商店街事業者の立場から「街路樹のマネジメント」の可能性を整理したが、「1. 背景及び目的」でも述べたとおり、来街者の立場から、実際のマネジメントによる、来街意向の変化や、その意向

に影響するマネジメントに関わるハード、あるいはソフト要因について解明することが必要となる。また、本研究では、樹種等の街路樹そのものの検討は疎かとなったことから、これらの議論も必要と考えられる。

次に、商店街の活性化のみならず幅広い「街路樹のマネジメント」研究の展開について考えると、近年、維持管理コスト削減等による維持管理の不適切化や、樹木の高齢化等を原因とした、病虫害の発生や日陰の形成、幹芯の空洞化による倒木の恐れ等が発生する等の課題¹³⁾も浮上しており、これらの問題も「街路樹のマネジメント」の観点から解決すべき課題と考えられる。すなわち、本研究の「街路樹のマネジメント」は、新たな価値創造という「プラスの価値」の向上を念頭にいたものといえるが、これらの街路樹の課題、すなわち「マイナスの価値」についても、「街路樹の価値評価」、「サービス提供施設としての街路樹」という観点から改めて整理しながら、コスト配分等の解決策を検討すべき課題であると考えられる。

謝辞：本研究における質問紙調査の実施にあたっては、各商店街組織及び商店街店舗の方々、特に本郷商店街振興組合理事長である高山氏に多岐にわたる御協力を頂いた。ここに研究協力の感謝を申し上げる。

補注及び引用文献

- 1) 中島宏 (1999) : 道路緑化ハンドブック : 山海堂, 49-53
- 2) 増田昇 (2006) : 特集「総合化・複雑化する公園管理と造園技術」にあたって : ランドスケープ研究 69(4), 265
- 3) 金子忠一 (2006) : 総合化・複雑化する公園管理とランドスケープ・マネージメント技術 : ランドスケープ研究 69(4), 266-269
- 4) 経済産業省 (2012) : 平成 24 年度中小企業庁委託事業商店街実態調査報告書 : 概要版, 18-19
- 5) 田中珠里, 森永良丙 (2006) : 新たな担い手を活かした地域の賑わい創出の可能性に関する研究—東京都北区十条地区空き店舗活用事例まちなか工房の考察— : 2006 年度日本建築学会大会学術講演梗概集 (F-1 都市計画), 49-50
- 6) 中野恒明 (2014) : 特集「人間中心のみち空間へ—デザインとマネジメントの新展開—」にあたって : 都市計画 63(6), 46-49
- 7) 本研究における「街路樹のマネジメント」とは、「街路樹のみならず、その周辺の資源を活用しながら、街路樹の新しい価値の創出につながるような目標を設定し、いわゆるソフトにも着目した各種サービス提供等を実施する経営を行うこと」を意味する。
- 8) 藤田佳宏, 吉田聡, 佐土原聡 (2012) : 街路空間の緑化が歩行者の景観印象評価に及ぼす影響に関する研究 : 2012 年度日本建築学会大会学術講演梗概集 (環境工学 I), 899-900
- 9) 星野誠, 斎藤彰男, 小嶋勝衛, 根上彰生, 宇於崎勝也 (2001) : 街路樹の計画・維持管理に関わる市民参加に関する研究—広島市佐伯区コイン通りをケーススタディとして— : 2001 年度日本建築学会大会学術講演梗概集 (F-2 都市計画), 47-48
- 10) 期待度得点とは、「思う」5点、「やや思う」4点、「どちらでもない」3点、「あまり思わない」2点、「思わない」1点として得点化し、平均得点を求めたものである。
- 11) 「取り組み実施店舗の商店街における街路樹に関わる取り組みに対する満足度」とは、「街路樹を有する商店街において、商店街組織が街路樹に関わる取り組みを実施しており、かつ、自店でもその取り組みに参加している場合の、街路樹に関わる取り組みに対する満足度」を意味する。
- 12) 満足度得点とは、「満足」5点、「やや満足」4点、「どちらでもない」3点、「やや不満」2点、「不満」1点として得点化し、平均得点を求めたものである。
- 13) 緑化生態研究室 (2009) : 国土技術政策総合研究所資料—わが国の街路樹VI—(506), 82