

# 柏原宿の活性化を考えるアンケート調査報告（要点整理）

## 1. 調査概要

### （調査の目的）

○柏原宿活性化実行委員会の今後の活動に区民の皆様のお考えを反映させるため、中山道柏原宿の活性化と移住定住をテーマとした調査を実施しました。

### （調査の概要）

○調査概要は次の通りです。

調査対象	・ 柏原区在住の高校生以上の住民を対象としました。 ・ 調査票を各戸に2枚配布し、男性と女性、年配の方と若い方のよう に、なるべく偏りが出ないように配慮して、各戸で2名に回答いた だく方式としました。なお、単身世帯の方は1名の回答としました。
調査方法	・ 区の役員（評議員・班長）を通じて直接配布、直接回収しました。
調査期間	・ 令和2年11月20日（金）から配布を開始し、12月20日（日）を 返信期限として回収を依頼しました。
回収状況	・ 配布数 600戸 有効回収数 650票

### （回答者のプロフィール）

性別	回答数	%
男	307	47.2%
女	329	50.6%
不明	14	2.2%
年齢	回答数	%
10歳代	10	1.5%
20歳代	21	3.2%
30歳代	40	6.2%
40歳代	78	12.0%
50歳代	109	16.8%
60歳代	146	22.5%
70歳代	145	22.3%
80歳代	70	10.8%
90歳代	10	1.5%
不明	21	3.2%
合計	650	100.0%

職業	票数	%
農林業	8	1.2%
自営業	34	5.2%
会社員	143	22.0%
公務員・教員	31	4.8%
団体職員	9	1.4%
アルバイト・パート	104	16.0%
学生・生徒	17	2.6%
家事専従	77	11.8%
無職	198	30.5%
その他	14	2.2%
不明	15	2.3%
合計	650	100.0%

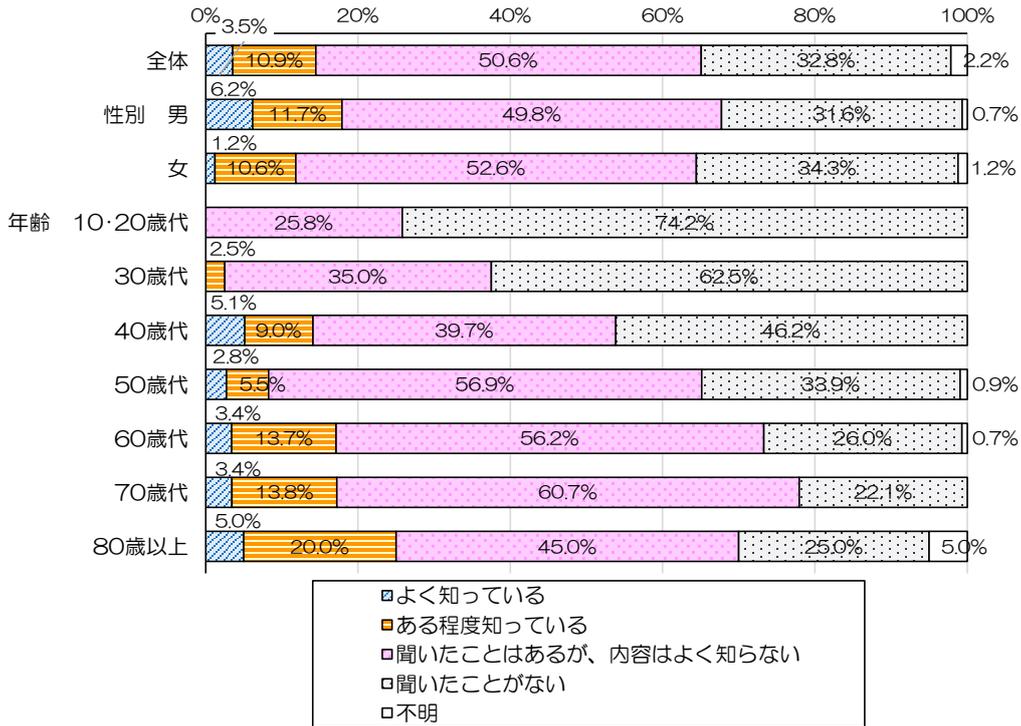
## 2. 「柏原宿活性化プラン」について

### （「柏原宿活性化プラン」の認知度）

○「柏原宿活性化プラン」の認知度は14.4%（「よく知っている（3.5%）」+「ある程度知っている（10.9%）」）に過ぎません。また、約3割（32.8%）は「プラン」の存在自体を知らない状況にあります。とりわけ10歳代～30歳代の若い年齢層では「聞いたことがない」が半数を大きく上回っています。

○「プラン」は周知されているとはいいがたい状況です。様々な機会をとらえて、「プラン」の内容を周知し、地域の「プラン」として浸透させていくことが必要です。

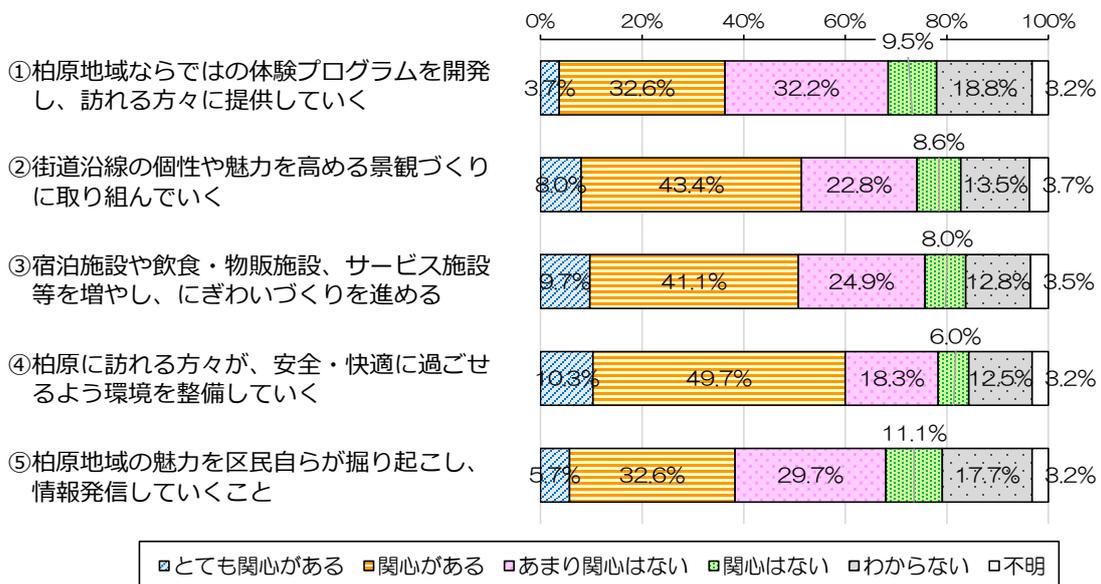
図1 「柏原宿活性化プラン」の認知度



（「柏原宿活性化プラン」の取組に関する関心度）

- 「柏原宿活性化プラン」に掲げている5つの取組のうち、「安全・快適な環境整備（60.0%）」「個性・魅力を高める景観づくり（51.4%）」「飲食・物販・サービス施設等によるにぎわいづくり（50.8%）」、これら3つの取組に対しては、5割以上の方が関心を示しています。
- これら3つの取組に関しては、とりわけ10歳代～30歳代の若い世代が相対的に強い関心を寄せています。
- 「プラン」の周知とあわせて、「プラン」に掲げる取組への関心をさらに喚起していくことが望まれます。

図2 「柏原宿活性化プラン」の取組に対する関心度 - 全体 -



**(柏原にふさわしい体験プログラムと特産品の開発)**

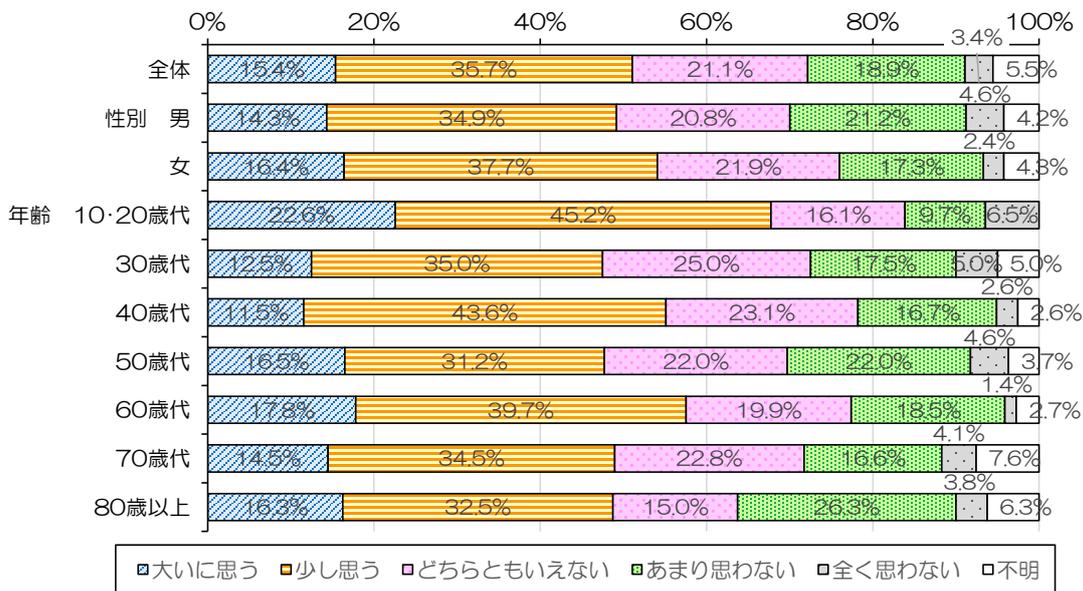
- 柏原にふさわしい体験プログラムのアイデアについては 122 件、特産品開発にあたってのアイデアについては 79 件のアイデアが寄せられました。
- これらの意見を参考としつつ、区民の参加の下で、実現可能な体験プログラム・特産品の企画開発・実践活動へつなげていくことが望めます。

**3. 柏原宿の町並みや景観について**

**(景観の魅力度と町並みへの愛着)**

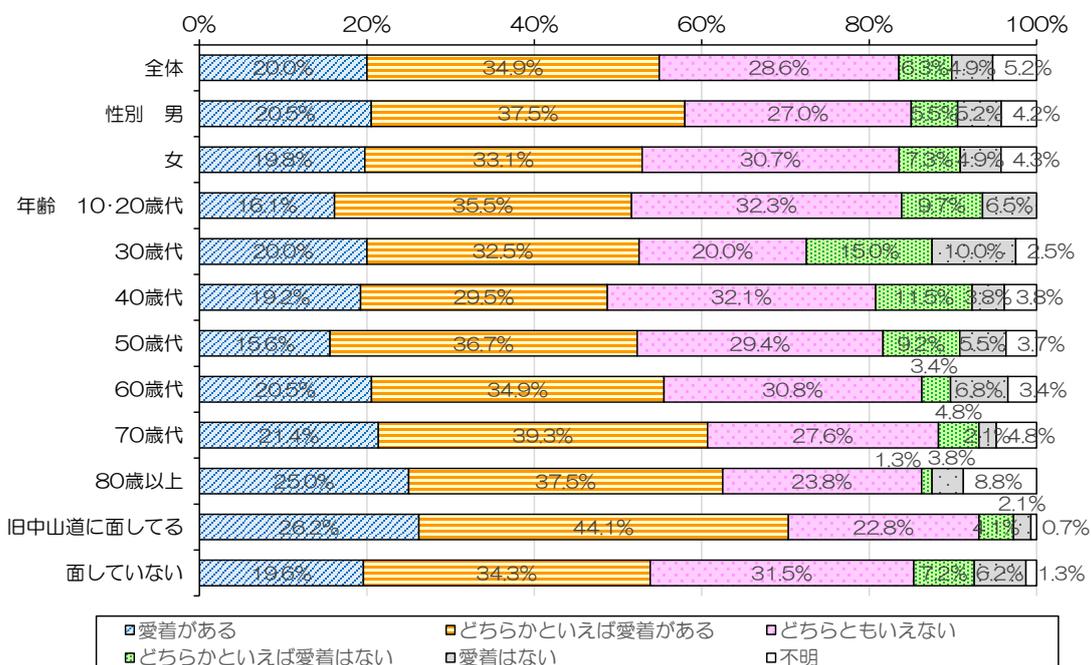
○住まい周辺の景観の魅力度は 51.1% (「大いに思う (15.4%)」+「少し思う (35.7%)」) で、半数を超える区民が住まい周囲の景観を魅力的だと評価しています。

図3 住まい周辺の景観の魅力度



○柏原宿の町並みに対しては、区民の半数を超える 54.9% (「愛着がある (20.0%)」+「どちらかといえば愛着がある (34.9%)」) が愛着を持っていると回答しています。

図4 柏原宿の町並みへの愛着

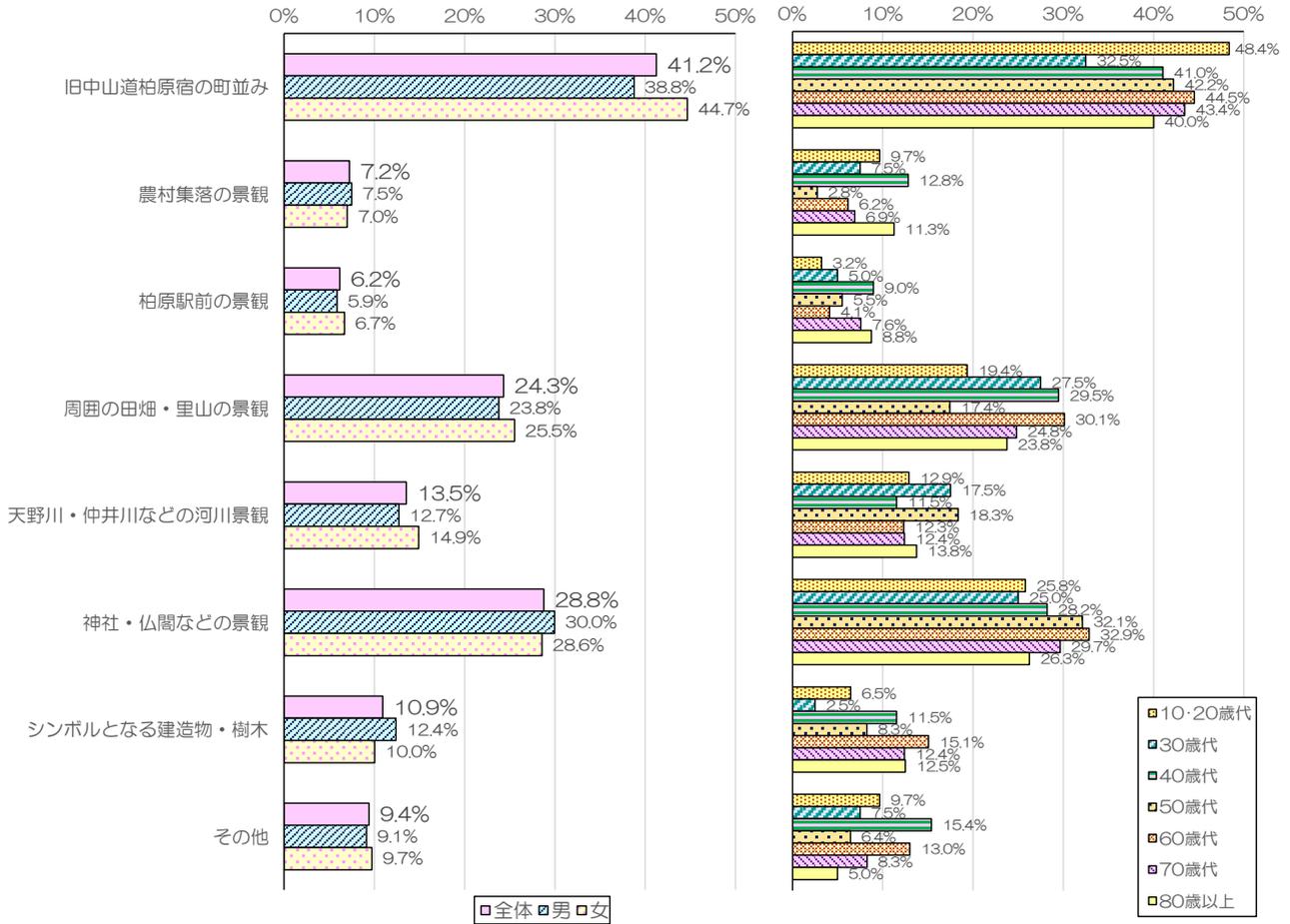


- 景観の魅力度、町並みへの愛着に対する区民の評価はともに高いレベルにあるとみることができます。
- 自慢できる景観・好きな景観をみると、「旧中山道柏原宿の町並み（41.2%）」、「神社・仏閣などの景観（28.8%）」、「周囲の田畑・里山の景観（24.3%）」が上位に上がっています。

図5 自慢できる景観・好きな景観 [複数回答]

《全体・男女別》

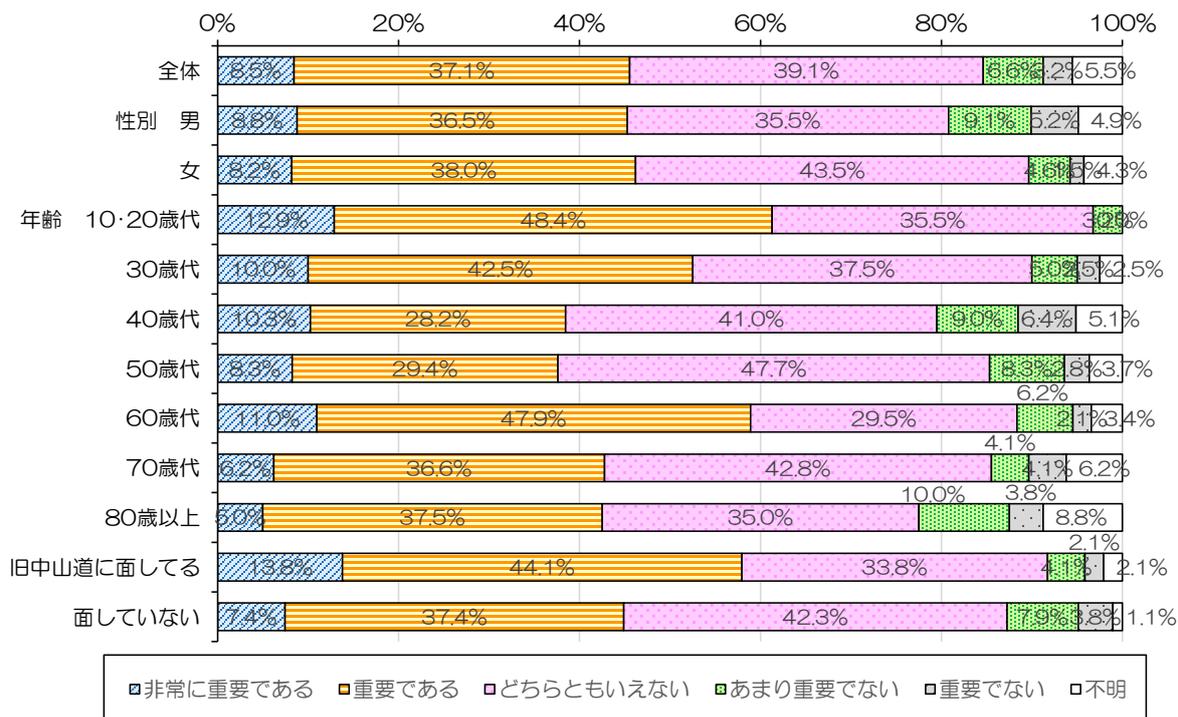
《年齢別》



## (景観づくりへの取組)

- 半数を超える区民が景観を魅力的だと回答している一方で、区民みんなで「景観づくり」に取り組むことについて、『重要である』ととらえているのは45.5%（「非常に重要である(8.5%)」+「重要である(37.1%)」)で、わずかながら半数には届いていません。
- その一方で、おおむね4割の区民が「どちらとも言えない(39.1%)」と判断しかねている状況が見受けられます。区民みんなで「景観づくり」に取り組むことについては、慎重になっている区民が一定数存在しています。

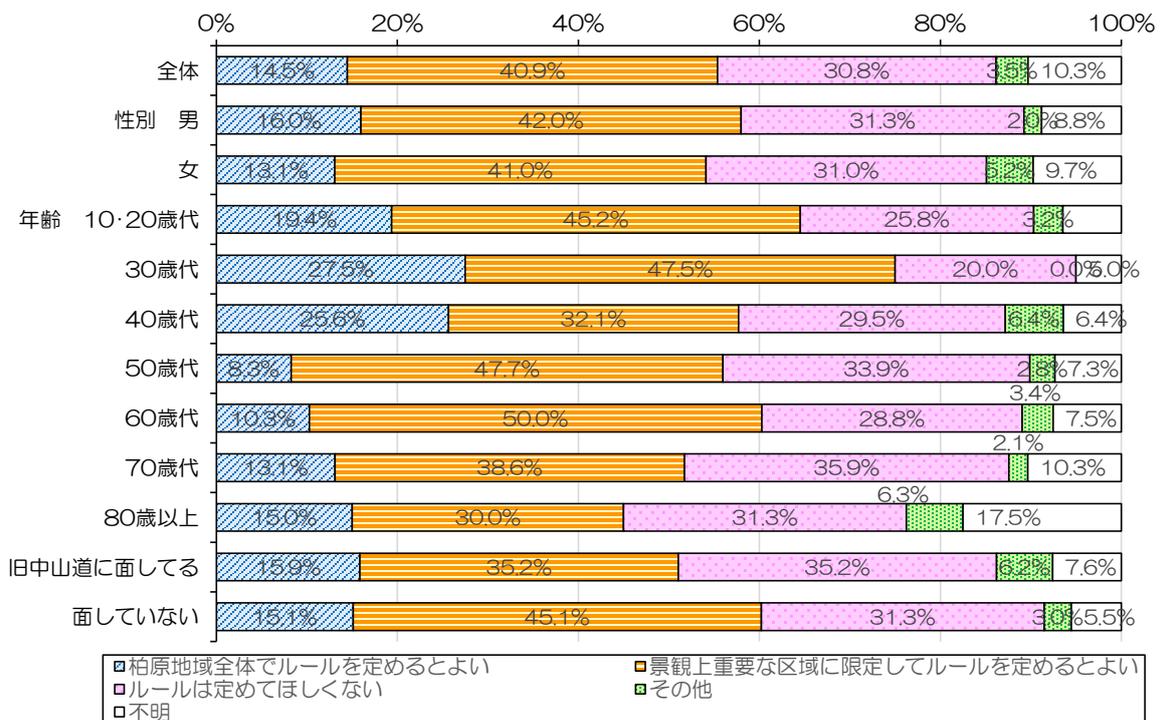
図6 「景観づくり」への取組



## 「景観づくり」に関わるルールを導入

- 景観づくりに向けてルールを導入していくことについては、半数以上の55.4%（「景観上重要な区域に限定してルールを定めるとよい（40.9%）」+「柏原地域全体でルールを定めるとよい（14.5%）」）が前向きな意向を示しています。一方、「ルールは定めてほしくない（30.8%）」も約3割を占めています。
- ルールの導入に関しては、10・20歳代では6割以上、30歳代では7割以上と、若い世代では何らかのルールを導入していくことについてより前向きな意向を示していることが特徴です。
- また、旧中山道に面している家を持つ方は、面していない方と比べ、「景観上重要な区域に限定してルールを定めるとよい」の割合はやや低く、相対的にルールの設定に慎重な姿勢が強くなっています。
- 景観づくりへの取組ならびにルールの導入にあたっては、前向きな意見が多数を占めるものの、慎重な姿勢の区民も一定程度の割合を占めていることがわかります。メリット・デメリットについての情報を提示しつつ協議を重ねていくなど、意見の集約に丁寧に取り組んでいくことが望まれます。

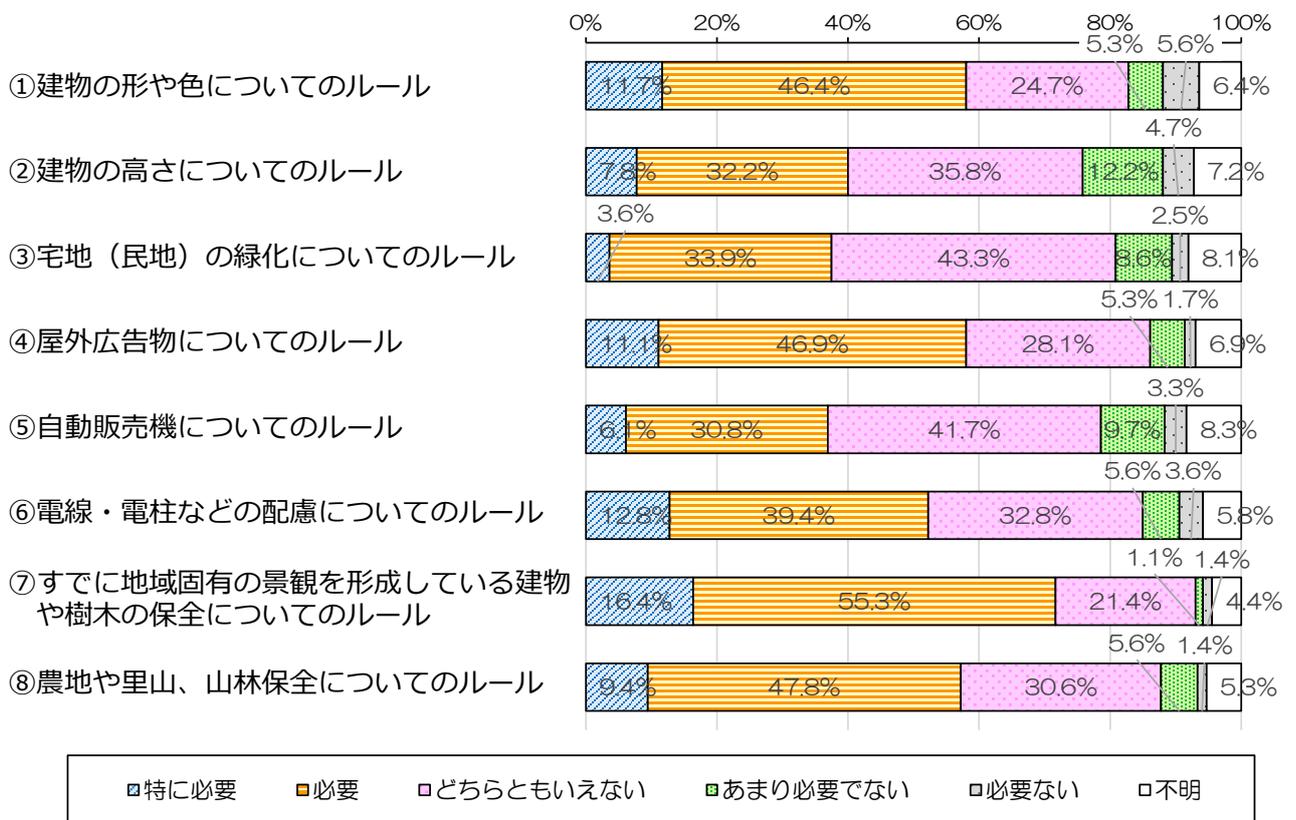
図7 「景観づくり」に関わるルールの導入



（「景観づくり」に関わるルールの内容）

- 「景観づくり」に関わるルールを導入していくことについて、『定めるとよい』と回答した方を対象に、どのようなルールが必要かをたずねたところ、対象者の7割以上（71.7%）が「すでに地域固有の景観を形成している建物や樹木の保全についてのルール」は必要であると回答しています。
- このほか、「建物の形や色についてのルール（58.1%）」、「屋外広告物についてのルール（58.1%）」、「農地や里山、山林保全についてのルール（57.2%）」、「電線・電柱などの配慮についてのルール（52.2%）」については、対象者の5割以上が必要と回答しています。

図8 「景観づくり」に向けたルールの内容



### 3. 空き家について

#### (空き家や空き店舗の活用)

- 空き家や空き店舗を活用して賑わいづくりを進めていくことについて、「活用を考えていくべきである(57.1%)」が過半数を占めています。「活用することにはあまり賛成しない(4.3%)」は少数にとどまっています。
- 特に、若い世代ほど活用を進めていくべきであるという割合が高くなる傾向が顕著です。
- 現在進めている、空き家所有者の意向把握などの調査結果をもとに、空き家・空き店舗の活用を着実に進めていくことが期待されています。
- 区民が望む利用の用途として、全体としては、「住宅(地域住民用・移住者用)(47.7%)」と「地元住民の交流の場(42.0%)」が上位を占めています。一方で、10代・20代では、飲食店(56.0%)や宿泊施設(48.0%)への期待が顕著に高くなっています。

図9 空き家や空き店舗の活用

