

(3) 1-1 歩行者の滞在時間のデータの整理・検討

① 目標の達成度合いを示すことができる「滞在時間」のデータイメージ

・「歩行者の滞在時間」から目標の達成度合いを評価する際の項目とデータイメージは以下のとおりと想定される。したがって、「歩行者の滞在時間」の KPI の設定にあたっては、以下のようなデータが把握できるデータソースを用いる必要がある。

表 「歩行者の滞在時間」の KPI 設定のデータイメージ

項目	データイメージ
滞在する範囲	少なくとも、池袋副都心整備区域が含まれる範囲
来訪者のターゲット	滞在範囲に、居住地、勤務先、通学先がない来訪者
	豊島区民のほか、首都圏内外からの来訪者 訪日外国人 主に、買物・娯楽・観光等の目的での来訪
	滞在範囲を、主に徒歩で回遊
	平日、休日
滞在時間の集計	滞在範囲内の、ターゲットとする来訪者の滞在時間の平均値
	望ましくは、駅前百貨店等だけに滞在する来訪者と、まちなかを回遊する来訪者との違い
3副都心との比較	望ましくは、池袋・新宿・渋谷の3副都心を対象にした、回遊分布・回遊範囲、それによる滞在時間の違い

② 滞在時間を把握するためのデータの種類の

・滞在時間を把握することができるデータとして、以下の3つのデータが挙げられる。

- Web アンケート調査の実施
- パーソントリップ調査結果の活用
- キャリアデータ、スマホアプリデータの活用

③ 滞在時間の分析方法及び各データの比較

○：相対的に優れていると考えられる項目 ▲：使用上の制約が大きいと考えられる項目

項目	方法1 Web アンケート調査	方法2 パーソントリップ調査	方法3 キャリアデータ スマホアプリデータ
被験者	・Web 調査会社が保有するモニターの一のサンプリング ○全国に居住するモニターに居住する5歳以上のサンプリング	・東京都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県南部）に居住する5歳以上のサンプリング	＜キャリアデータ＞ ○特定キャリアの利用者 ＜スマホアプリデータ＞ ○アプリ利用者
集計対象	池袋来訪者の抽出方法（範囲） ・概ねの範囲指定は可能 ・特定範囲に指定範囲に訪れた経路のあるモニターをサンプリング抽出	・ゾーン単位での範囲 小ゾーン：15,000人/ゾーン 地区ゾーン：町丁字程度	＜キャリアデータ＞ ・数100mメッシュ単位 ＜スマホアプリデータ＞ ○任意の指定範囲で抽出可
サンプリング	・上記モニター×回答率、目標回答数の設定可	▲サンプリングを拡大するため、地区ゾーンレベルになると精度が低下する。	＜キャリアデータ＞（一例） ○休日：4,000人日（延べ人数） ・休日：のべ230人日（実人数） （3,500人月（実人数））
年次	・過去に訪問した時期（直近半年以内、1年以内など）を任意指定可 ▲特定日の設定は難しい	▲平成20年（利用可能）と時間が経過 ※平成30年（R元年秋頃、基本集計データが公表予定）	＜スマホアプリデータ＞ ○アプリの配信を開始した2016年からデータ提供が可能
データ取得日	○平日、休日別に取得可	▲平日のみ、休日は分らない。 ・平成20年：調査期間の平日1日の行動ベース ・平成30年：H30.9～12月の平日1日の行動ベース	○平日、休日別に取得可
滞在時間の集計	▲対象範囲に到着した時刻と出発した時刻を回答してもらいその差分を集計、回答者の回答に依る。	・ゾーンの到着した時刻と出発した時刻の差分を集計 ▲回答者の回答に依るほか、サンプリング拡大のため精度は低い。	○データに基づくため、精度が高い
性別・年齢	・調査にて把握可能	○分類可	＜スマホアプリデータ＞ ・ユーザーの任意申告により分類可。不明なサンプリングは推定
来訪目的	○調査にて、来訪目的（買物・娯楽など）の指定ができる。	○分類可	＜キャリアデータ＞ ・行動記録から目的を推定 ＜スマホアプリデータ＞ ○範囲内に居住地や勤務地がないサンプリングを抽出可能
来訪手段	・調査にて把握可能	○分類可	＜スマホアプリデータ＞ ○行動記録から推定可能
滞在範囲の移動手段	▲詳細な行動把握は回答負荷が大きくなり、精度が低下。回答者の回答に依る。	▲ゾーン内の詳細な動きの把握が困難（H30PT はビッグデータにより推計）	○滞在場所・回遊範囲を把握可能。
滞在場所	▲同じ調査を複数回実施する必要がある。	○同じデータで比較できるため、相対的な比較や傾向分析に適している。 ・調査を実施している年度でしか比較できない。	○同じデータで比較できるため、相対的な比較や傾向分析に適している。 ○過去のデータも任意の年月日で取得可能。
他の副都心との比較の容易性	▲同じ調査を複数回実施する必要がある。	○	▲
費用	▲	○	▲
総合評価	▲	▲	○

●各データを比較した結果、左表の「目標の達成度合いを評価する際の項目」が最も的確に把握できると考えられる「スマホアプリデータ」を用いることとする。

(3) - 2 歩行者の滞在時間の算定

① 歩行者の滞在時間の考え方

- 池袋での歩行者の行動はGPSデータ上、大きく分けて移動している状況 (MOVE) とその場に留まっている状況 (STAY) の2種類に分けられる。
- ここで、本交通戦略で把握すべき滞在とは何かを考えると、一般的にはある場所に留まっている状況 (STAY) を滞在と考えるが、池袋においては徒歩で移動している時間 (WALK) もウィンドウショッピングやまち歩き、散策などを楽しんでいる時間と捉えることができる。本交通戦略では、『駅からまちなかへへの人の流れを生み出し、住む人、訪れる人にとって楽しいまちの実現』を目標に掲げており、そのためのインフラ整備やソフト施策などの実現に向けた取り組みを進めている。つまり、まちを歩く時間を含めたまちへの滞在時間の増加が交通戦略で評価すべき指標と考える。
- そこで、本交通戦略では、歩行者の滞在時間を以下のとおり定義する。

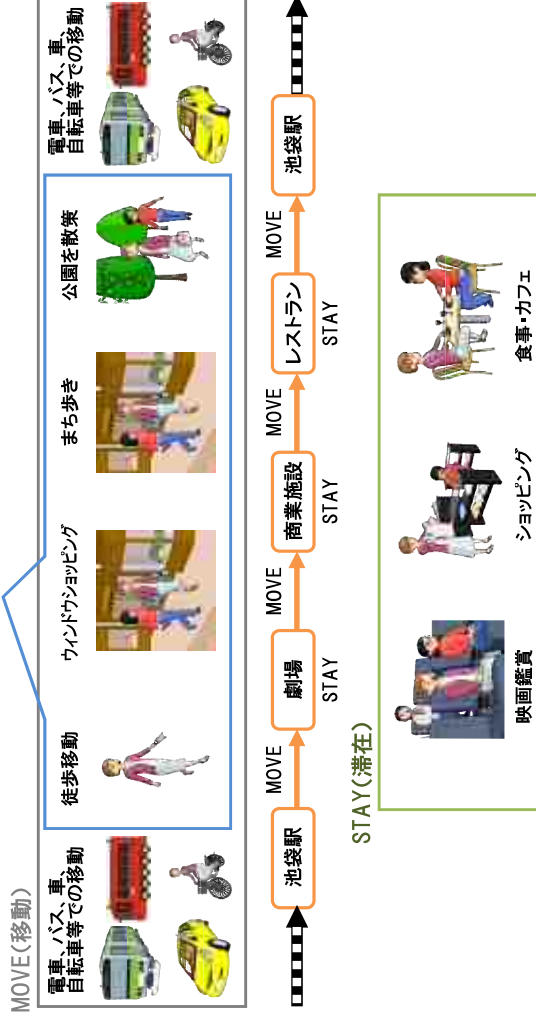
<池袋副都心交通戦略における歩行者の滞在時間の定義>

- > 施設への滞在時間 (STAY) と徒歩での移動時間 (WALK) の合計を滞在時間とする
- > 滞在時間の集計対象として、池袋副都心交通戦略の対象範囲 (池袋副都心整備区域) 内の居住者、勤務者、通学者は除く

※交通戦略の施策により「歩行者が行きたくなる、歩きたくなるまち」がどれだけ実現できたかを評価することが目的であるため、居住者や就業者の滞在は除くこととする

<池袋での来街者の行動のイメージ>

これらのWALK(徒歩)での移動時間もまちへの滞在と捉え、滞在時間に含める



② 歩行者の滞在時間の集計

<集計範囲>

- 歩行者の滞在時間の集計範囲は、池袋副都心交通戦略の対象範囲 (池袋副都心整備区域) とする。(右図参照)

<集計期間>

- ・2019年5月18日～31日 (14日間)
- ・2019年9月1日～14日 (14日間)
- 合計28日間 (4週間)
- ※滞在時間は、イベント開催日や長期休暇等に影響を受けることから、大きなイベントや長期休暇と重ならない期間を選定。

<使用するデータ>

- ・スマホアプリ『SilentLog』の位置情報データ

<集計に用いるデータの数>

データ範囲	ユーザー数	延べ人数 (ユーザーの乗街日数)	GPSポイント データ数
全データ(集計対象範囲内)	7,911	38,228	2,110,487
居住者、勤務者、通学者を除いたデータ	7,507	32,069	1,434,144

図 歩行者の滞在時間の集計範囲



集計範囲＝池袋副都心交通戦略の対象範囲 (池袋副都心整備区域)

<滞在時間の集計結果>

滞在時間 (分/人・日)	116分
平均滞在時間 (1時間56分)	

<参考：滞在時間の内訳>

	総時間 (分)	延べ対象者数 (人・日)	平均時間 (分/人・日)
STAY (滞在) 平均施設滞在時間	1,081,523	9,756	111分 (1時間51分)
WALK (徒歩) 平均歩行時間	722,440	15,566	46分 (0時間46分)
滞在時間 平均滞在時間 (STAY と WALK の合計)	1,803,963	15,566	116分 (1時間56分)

※徒歩 (WALK) のみの乗街者があるため、「平均滞在時間」は「平均施設滞在時間+平均歩行時間」とはならない

4. 数値目標 (KPI) の設定

(1) 歩行者数

- 現状の歩行者流動は、池袋駅東口からサンシャインシティ方面へ向かうサンシャイン 60 通りに集中し、周辺街区への賑わいの面的な広がり不足している。
- そこで、歩行者の回遊性を向上させ、東西の動線としてサンシャイン通りとグリーン大通り、南北の動線として南北区道の歩行者交通量を増加させることを指標として掲げる。
- なお、今回追加する 3 つの指標のうち、一つは目標値が趨勢値より 10% 以上増加するよう設定することが求められているが、歩行者数の指標をその対象とすることとする。

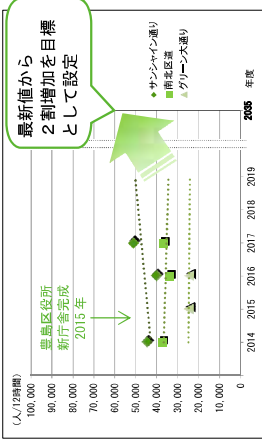


図 サンシャイン通り・グリーン大通り・南北区道の休日の歩行者交通量の推移*

* 豊島区実施の交通量調査データより集計。(2014年7/6、2015年10/25、2016年12/4、2017年11/25)
サンシャイン 60 通りの歩行者交通量：158,000 人/12h (2017年度調査)。

表 歩行者数の数値目標

指標	策定当初 (2011年11月)	最新値	目標値
(3) 池袋駅周辺の歩行者数 ※3	—	[2017年度値] サンシャイン通り： 51,100 人/12h 南北区道： 36,700 人/12h [2016年度値] グリーン大通り： 24,600 人/12h	平均値で 2割増加

※3 サンシャイン通り、南北区道、グリーン大通り大通りの休日の歩行者数 (12時間 (8~20時))。3路線の平均値 (合計値) で 2割増加を目標とする。

(2) 歩行者の滞在時間

- 池袋が今後にもぎわいのある拠点として発展していくためには、商業資源、文化資源などを生かした、時間消費型のまちを形成することが課題である。豊島区では、2015年3月に「アート・カルチャー都市構想」を策定し、歩行者に優しい回遊ネットワークを整備することによって、『出会いが生まれる劇場空間の創出』を目指している。
- そこで、歩行者の滞在時間の増加を指標として掲げる。

* 歩行者の滞在時間は、今回指標を設定するにあたってスマホアプリ (SilentLog) の位置情報データを取得し集計を行った。したがって、過去のデータとの比較は行っていない。
集計期間は大きなイベントや長期休暇等がない、2019年5月18日~31日の2週間と9月1日~14日の2週間の合計4週間とした。



図 歩行者の滞在時間の集計対象範囲

表 歩行者の滞在時間の数値目標

指標	策定当初 (2011年11月)	最新値	目標値
(4) 池袋副都心整備区域内の歩行者の滞在時間 ※4	—	[2019年度値] 116分/人・日	滞在時間の増加

※4 商店、塾、通学を除く、池袋副都心整備区域内の歩行者の滞在時間の平均値。スマホアプリ (SilentLog) の位置情報データより集計。

(3) 小売業年間商品販売額

- 駅に隣接した百貨店等の大型店舗の集積をはじめとして、池袋駅周辺は小売店舗や飲食等の商業集積が高いエリアとなっている。しかし、商業集積が高いものの販売効率は高くない。
- そこで、快適な歩行空間を創出するとともに既存の商業集積を生かしてにぎわいを強化することにより、売り場面積あたりの年間商品販売額を増加させることを指標として掲げる。

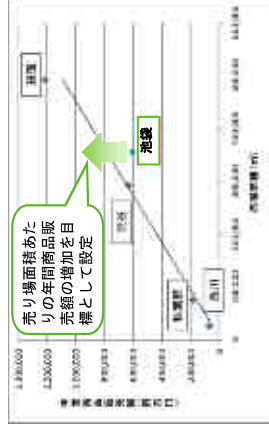


図 小売業年間商品販売額と売り場面積比較*
* 「平成19年度商業統計 (経済産業省)」データより集計

表 小売業年間商品販売額の数値目標

指標	策定当初 (2011年11月)	最新値	目標値
(5) 小売業の年間商品販売額 ※5	—	[2014年度値] 1.96 百万円/㎡	販売額の増加

※5 「商業統計 (経済産業省)」より集計。

④ 池袋駅周辺の歩行者数

- 現状の歩行者流動は、池袋駅東口からサンシャインシティ方面への向かうサンシャイン60の通りに集中している。同駅西口の賑わいの動的な広がりが不足しています。
- そこで、歩行者の動線は南向きは、東西の動線としてサンシャイン通りとグリーン大通り、南北の動線として南北大通りの歩行者交通量を確保させることを新たな目標として掲げます。

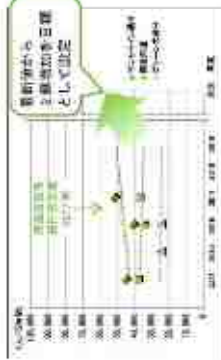


図2-5 サンシャイン通り・グリーン大通りの歩行者交通量の推移(千)

- ⑤ 池袋副都心副都心圏内の歩行者の滞在時間
- 池袋が今後目指す歩行者の滞在時間として発展していくためには、商業施設、文化施設などを生かした、滞在型型のまちを形成することが重要です。副都心では、2015年3月に「アート・カルチャー都市構想」を確定し、歩行者に優しい回遊ネットワークを構築することによって、「出会いが生まれる滞在空間の創出」を目指しています。
- そこで、歩行者の滞在時間の増加を新たな目標として掲げます。



図2-6 歩行者の滞在時間の増加目標を設定

⑥ 小売業の年間売上高増加

- 既に開業した百貨店等の大型店舗の集積をはじめとして、池袋駅周辺は小売店舗や飲食等の商業集積が高いエリアとなっています。しかし、商業集積は高いものの流通効率は高くありません。
- そこで、快適な歩行者環境を創出するとともに、既存の商業集積を生かして賑わいを活性化することにより、売り場確保のための時間的・空間的確保を確保させることを新たな目標として掲げます。



図2-7 小売業年間売上高増加と売り場確保目標を設定

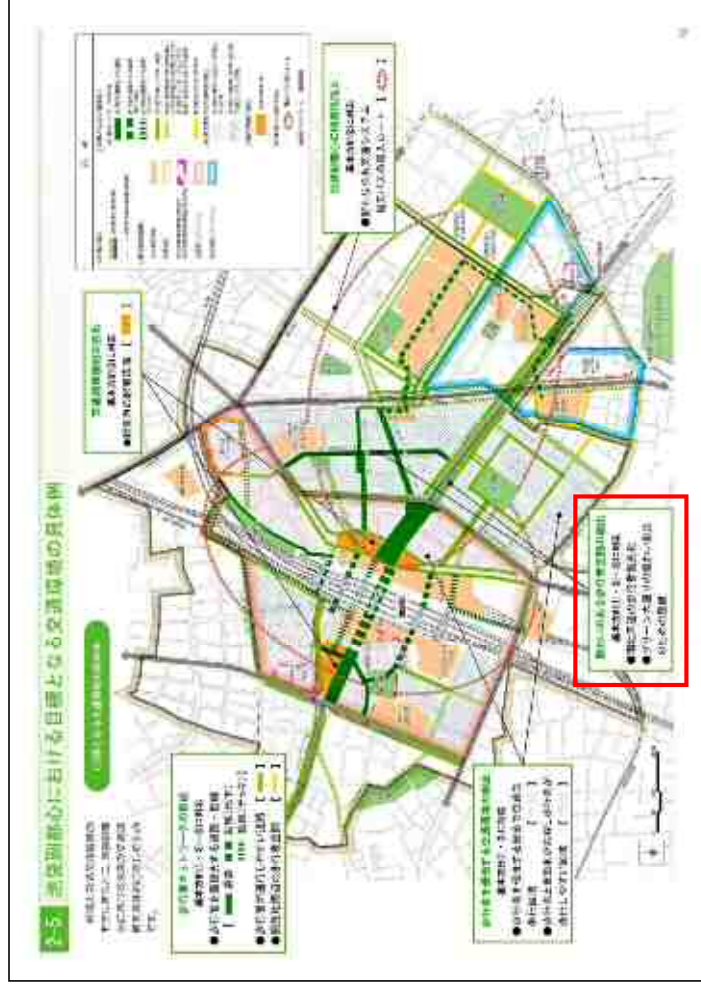
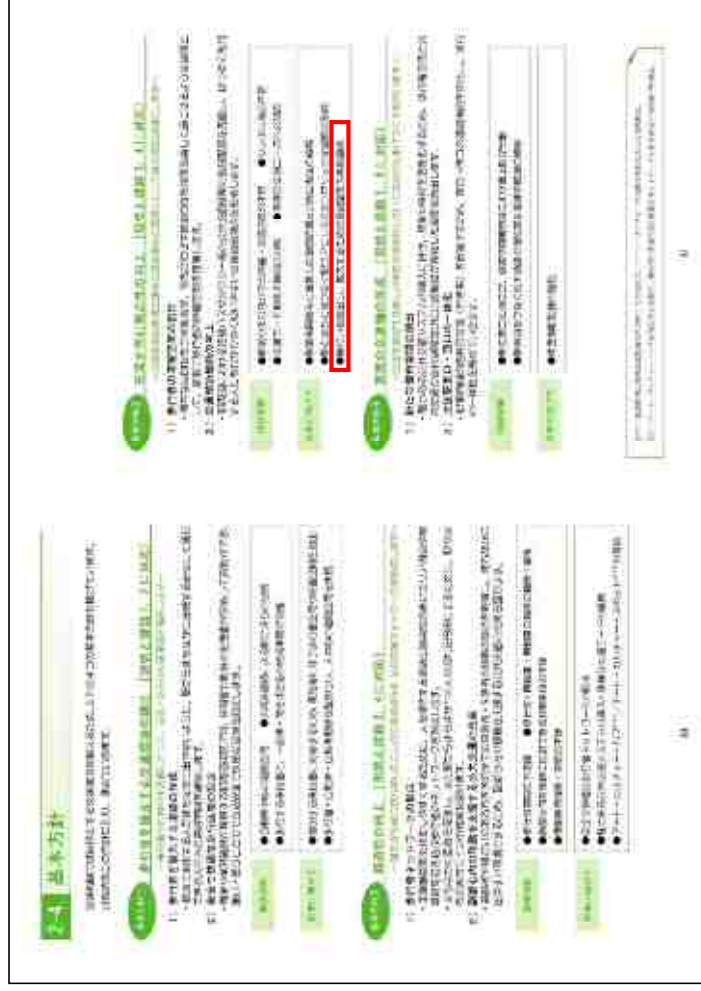
④ サンシャイン60の歩行者数(単位:千人/日) (2010年調査)

⑤ 池袋副都心圏内の歩行者の滞在時間(単位:分/人/日) (2015年調査)

⑥ 小売業の年間売上高増加(単位:億円/年) (2015年調査)

5. 賑わいのある歩行者空間に関する記述の追加について

- 豊島区では、『アート・カルチャーの魅力で、人や産業を惹きつけ、持続発展する都市の実現』を目指し、平成27年(2015年)3月に「アート・カルチャー都市構想」、平成28年(2016年)8月には、「アート・カルチャー都市構想実現戦略」を定め、「文化戦略」「空間戦略」「空間戦略」の3つの柱により『まち全体が舞台の誰もが主役になれる劇場都市』の実現を目指している。その一つ「空間戦略」では、公民の連携によりまちなかの多様な機能と空間を最大限に活用するとともに、歩行者に優しい回遊ネットワークを整備することによって、『出会いが生まれる劇場空間の創出』を目標としている。
- 「池袋副都心交通戦略」においても、かねてから歩行者の回遊性の向上や安全快適な歩行者空間の創出を基本方針に掲げているが、このような状況や動向を踏まえ、特に南北区道とグリーン犬通りに関しては、「賑わいの創出」を基本方針及び目標となる交通環境の具体例等に加えることとする。



で囲っている部分が追記した箇所

4 賑わいのある歩行者空間の創出

安全な歩行者空間が確保された道路では、本来の通行機能に加え、場の機能（賑わい空間や憩い空間の良いい空間など多様な機能）を創出します。賑わい空間など多様な空間の創出にあたっては、必要な通行機能を確保し、通行機能と場の機能のバランスの取れた歩行者空間とします。

【南北区道の歩行者優先化】

- ・南北区道は、交差するアンジャインGO 通りやワンジャイン通りと回遊ネットワークを形成し、歩きやすい賑わい空間を創出します。

【グリーン大通りの賑わい創出】

- ・グリーン大通りの栗口五差路交差点は、オープンカフェ等の取り組みを推進し、沿道と一体的に賑わいを創出します。

【グリーン大通りのマルシェとオープンカフェ社会実験】



III. 池袋副都心交通戦略のスケジュール

