

IV-146

街づくりの事後評価に関する研究

～栃木市のシンボルロード事業をケーススタディとして～

宇都宮大学工学部 学生員 ○畑中 克好

宇都宮大学工学部 正会員 永井 護

1. はじめに

地方色豊かな、個性ある街づくりを行うためには、街並み全体の景観形成を図ることが必要であり、街路と沿道の街並みが調和した街路景観整備が有効である。現在街路景観整備において、都市の重要な街路の沿道全体のアメニティや街路景観の向上を図り、都市全体のイメージアップを目的としたシンボルロード整備事業が行われている。これまで整備事業の効果は、各整備事業単独で把握されてきており、各整備事業が複数まとまったプロジェクト的な事業の効果は明確にされてきていない。また整備事業の効果を整備地域全体の活性化、都市基盤整備等の街づくりという概念から捉えられていなかった。

そこで本研究では、栃木市における道路と街並みの一体的整備であるシンボルロード事業をケーススタディとして、街づくりの概念から事業の効果を把握することを目的とする。

2. 栃木市大通りシンボルロード事業の概要

大通りシンボルロード事業は、栃木市を代表する目抜き通りとして蔵づくり店舗の再生とこれに調和した道路の整備を一体的に行う。道路は円滑な車道通行を確保しながら従来の車道幅員を狭め、その分歩道幅員を広げ快適な歩行空間を整備する。ポラード、植栽、街路灯のストリートファニチャーは街路空間の質と品位を保ち、蔵並を妨げないような配置、伝統的意匠をもって街並み景観に調和するものとした。沿道店舗の街並み整備は、景観形成を促進し個々の建造物の修景を支援する「栃木市歴史的街並み景観形成要綱」を定め、修景ガイドラインはこれに定められる。

3. 街づくり概念での整備事業の効果

街づくりの概念から整備事業の効果を把握するフローを図1に示す。各整備事業単独による効果を1次効果とする。プロジェクト的な道路と街並みの一体的整備による、街並みの景観形成に対して道路利用者の認識の変化に与えた効果を2次効果とする。街並み景観に対する認識の変化によって地域住民・行政等による都市活動の活性化という街づくりに与

えた効果を3次効果とする。

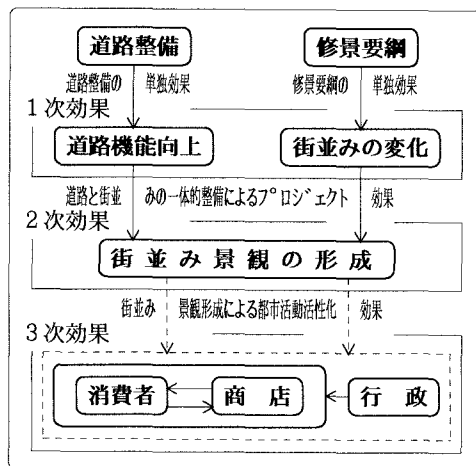


図1 街づくりからみた整備事業の効果

4. 効果を把握する項目と方法

効果を把握するフロー（図1）に従い、調査項目と各項目を把握するデータの調査方法・調査先を調査項目別に表1に示す。

表1 調査項目と調査方法

調査項目	調査方法
1 次効果とする事業単独の効果	
道路整備	
交通手続の簡便化のサービス	新規アンケート調査
交通手続の簡便化	栃木市商工会議所設計より資料提供
交通手続の簡便化と歩道整備	栃木市商工会議所設計より資料提供
イベント場での大通りの整備方法	栃木市役所でのヒヤリング調査
景観整備の整備	新規アンケート調査
街並み整備	
景観整備の整備による効果	新規アンケート調査による資料提供
景観整備の整備による効果	新規アンケート調査による資料提供
景観の修正	栃木市役所でのヒヤリング調査
景観・景観整備の手続きの整備	栃木市役所でのヒヤリング調査
2 次効果とする一体的事業の効果	
大通りの整備形成に資する効果	新規・新規アンケート調査
3 次効果とする街づくりに与える効果	
住民の街づくりへの関心	栃木市役所の関係者による調査
住民主体のイベントの開催	栃木市役所より資料提供
景観整備の整備による効果	栃木市商工会議所設計より資料提供
景観による景観への影響	新規アンケート調査
行政における街づくり推進事業	栃木市役所より資料提供
街づくりに関する調査	栃木市役所より資料提供
景観整備の整備	栃木市役所より資料提供
マスメディアでの効果	栃木市役所より資料提供

5. 整備事業の1次効果

図2に道路整備による道路空間の快適性向上について街頭アンケート調査の結果を示す。歩行者空間では約80%が、車道空間においても約60%が快適に

なつたと答えており、快適な歩行者空間の整備、適切な自動車交通の誘導は十分達成され道路整備の効果が図られた。図3に街並み整備要綱の補助による修景棟数の推移を示す。平成2年度に要綱が事業化され、平成7年度までに累計38棟が修景され、うち27棟（歴史的建物19棟）は大通りに面している。要綱適用地区内の大通り沿道店舗数約150棟（歴史的建物48棟）から見ると整備区間内の約20%（歴史的建物では約40%）が修景された。歴史的建物とは栃木市に代表される「蔵」等の大正期以前の建物を、一般建物はそれ以外の建物を指す。

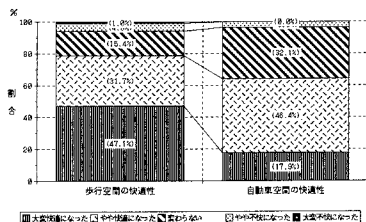


図2 道路のサービス水準

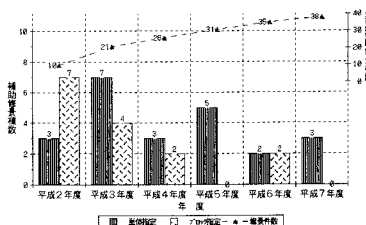


図3 街並みの変化

6. 一体的整備による景観形成の2次効果

図4に道路と街並みの一体的整備による住民、来訪者の大通り街並み景観に対する認識の変化を街頭・訪問アンケート調査の結果より示す。大通りのシンボル性（栃木市の顔）・個性的魅力については、約60%強の住民、来訪者が大通り街並み景観を高く評価しておりシンボルロードと蔵の街並み修景のプロジェクト事業の効果が得られた。しかし商業の中心性（商業の活性）については、良くなったと評価しているのは約40%弱と景観形成に比べ評価は低い。

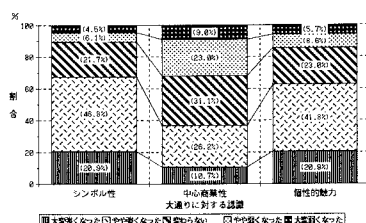


図4 大通りに対する認識

7. 都市活動活性化の3次効果

図5に街並み景観形成による蔵の街への誘客効果を、整備区間全体の歩行者と歴史的建物の集積する定点での歩行者の一日の通行量の推移より示す。定点での通行量（日曜）は減少傾向にあったが、平成2年に整備が事業化してからは大幅な増加を示し、蔵の街並み景観の形成による観光客、買物客の誘客効果を表している。しかし、通行量全体では減少してきている。図6に整備事業による店舗への影響の有無を沿道店舗への訪問アンケート調査の結果より示す。沿道店舗全体の約30%が客の増加を答え、歴史的建物・ブロックでは約50%弱の店舗が客の増加を答えている。一般建物・商業ブロックでは約20%弱の店舗しか客は増加しておらず、景観形成の「蔵」の影響だと考えられる。又歴史的ブロックとは歴史的建物が集積しているブロックを、商業ブロックとはそれ以外のブロックを指す。

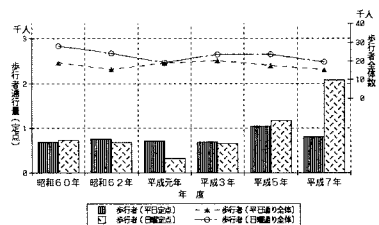


図5 景観形成の誘客効果

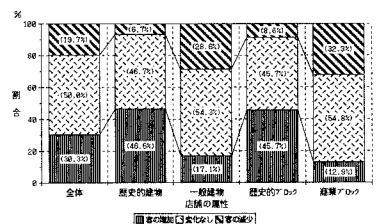


図6 整備事業による店舗の影響

8. まとめ

一体的整備事業による街並み景観形成の評価は高く、蔵の街並みが再生された区間において歩行者・観光客は増加してきている。しかし商業性の認識は低く、シンボルロード全体での歩行者は減少してきている。街づくりにおいて、一体的整備事業が街並み景観の形成に効果を与えたが、街をつくっていく住民の地域の活性化への取り組みまでは効果が及んでいないといえる。これは地域住民に対して事業内容がうまく浸透されていないことに裏付けられ、行政と住民との相互協力、理解が必要である。