

交通まちづくり社会実験が中心市街地活性化に及ぼす影響に関する研究*

Influences of Transit Mall Experimental Scheme on Revitalizing Central City*

竹田理恵**・森本章倫***・松村明子****

By Rie TAKEDA** , Akinori MORIMOTO***and Meiko MATSUMURA****

1. はじめに

(1) 背景・目的

近年、地方都市においてモータリゼーションの進展に伴いマイカー依存度が増加している。そのため自動車でのアクセス条件のよい郊外へと人の流れが移り、中心市街地の衰退や公共交通利用者の減少が引き起こっている。

中心市街地における諸問題の解決策の一つとして、欧米諸国ではトランジットモールが導入されている。トランジットモール導入により中心市街地への人々の回帰が見られる等、数多くの成功事例が報告されている。わが国においても、自動車中心の交通体系を見直し、都心の歩行環境や公共交通の利便性の改善を図るため各地でトランジットモールの社会実験が行われている。これまでわが国の諸都市で実施されてきた交通社会実験は、交通への影響把握という側面が強かったように思われる。しかし、地方都市においては自動車利用が多く、それに伴う郊外嗜好性が高いため、都心部における自動車利用の抑制は、更なる都心離れを引き起こすことが考えられる。これらを考慮し、近年は、トランジットモール実施にあわせ、様々なイベントを同時に開催し、にぎわいを創出するまちづくりの側面を合わせたトランジットモール社会実験が行われている。このようなイベントによるにぎわい創出を考える際には、地元商店街との連携それに伴う合意形成が欠かせないものになっている。そこで本研究では、中心市街地のにぎわい創出策というまちづくりの性格を色濃く持った宇都宮市におけるトランジットモール社会実験をケーススタディとし、実験の評価を行う。その結果を踏まえ、トランジットモール社会実験が中心市街地に及ぼす影響の把握や実験継続のための合意形成の要素を検討することを目的とする。

*キーワード：市民参加 交通まちづくり、社会実験、トランジットモール

**正会員 株式会社栃木都市計画センター

(〒320-0055 栃木県宇都宮市下戸祭2-16-5

TEL 028-621-3023 FAX 028-621-6908)

***正会員、工博、宇都宮大学工学部

(〒321-8585 栃木県宇都宮市陽東7-2-1

TEL 028-689-6224 FAX 028-689-6224)

****正会員、東電設計株式会社

(2) 研究の位置づけ

トランジットモール導入に関しては、これまでに大きく分類して導入可能性に関して¹⁾²⁾、社会実験の評価に関して^{3)~5)}、交通影響評価に関して⁶⁾⁷⁾の研究がなされている。これら既存研究において、トランジットモール導入に際する問題点、今後の課題や改善策が検討されている。しかしながら、地元商店街が中心となり道路空間を活用した事例およびそれに伴う商店街への影響を把握した研究がまだ少ない。そこで本研究は宇都宮市トランジットモール社会実験をケーススタディとし、社会実験の評価と中心市街地活性化への影響を把握することを特色とする。また社会実験継続、中心市街地活性化に向けた合意形成の要素や課題の検討を行う。

2. トランジットモール社会実験の位置づけ

(1) トランジットモール社会実験の事例整理

全国各地で行われているトランジットモール社会実験の先進事例の整理を行い、得られた知見より宇都宮市の実験時に想定される課題を提示していく。

ここでは中心市街地の活性化と合わせトランジットモールの導入を行っている事例に着目した。

表-1 トランジットモール(TM)社会実験の事例

事例都市	内容	同時開催イベント	結果
浜松市	TM:2週間	オープンカフェ等	・悪天候が重なり渋滞、歩行者量の減少 ・地元商標者からの反発 ・来街者の4割は肯定的 ・商業者の半数は必要ない
福井市	TM: 17日間 セミTM: 1週間	よさこいまつり: 1日間	・2千人程度歩行者量が増加 ・来街者の6割が肯定的 ・4割の商店が売上げ減少、6割にマイナスの影響 ・公共交通利用は増加
八戸市	フルTM: 1日間 セミTM: 1日間 TM:4日間	オープン大道芸: フルTM時のみ	・フルモール時は2倍の歩行者量 ・来街者の4割が肯定的 ・商業者にはマイナスの影響 ・取り組み自体は有意義と評価 ・セミTM、TM時に渋滞

事例整理により得られた知見をまとめる。

来街者はトランジットモール導入に肯定的である

トランジットモール歩行空間の拡幅による安全な歩行の確保が、来街者の賛成意見を引き出していると考えられる。また同時に開催するイベントなどにより歩行者量が変化する。

商店主からの反対意見が多い

来街者が増加による賑わいが向上と、商店の売上げが比例しない場合がある。マイナスの影響が出てしまった商店主からは反対意見が多く出ている。中心市街地活性化のための取り組みであることを十分に理解してもらう必要がある。

交通渋滞や公共交通の利用率に関しては事前の PR や情報の周知が大きく関係している

どの実験においても少なからず自動車交通への影響が出ている。しかしながら八戸市においては歩行者天国によるイベント開催が市民に定着してきており、ドライバーが事前に混雑を回避する行動が見られている。福井市においては公共交通利用が増加している。交通規制時の混乱、渋滞の抑制のために、交通規制情報や交通施策情報の事前の周知が必要である。

(2) 交通社会実験の分類

交通計画における社会実験の中にも様々なものがある。これらを住民の関わり方によって区別した分類⁸⁾がなされている。これまでの交通社会実験は主に交通影響を把握するものが多かったが、近年、イベントなどを同時開催しまちづくりへの影響を検証する実験が増えてきている。ここでは、交通計画における社会実験の分類に、まちづくりの要素を加え従来のトランジットモール社会実験及び交通まちづくり社会実験の位置づけを行った。

表 - 2 交通まちづくり社会実験の位置づけ

分類	交通計画における社会実験			まちづくり	
	シミュレーション型社会実験	住民参加型社会実験			
定義目的	実社会での仮説の検証	行政主導型	地元主導型	街の魅力・賑わい創出	
		実社会での仮説の検証 (一般的に即地的)			住民・関係者の理解促進
		住民からの意見を収集し、計画案に反映	住民自身が問題点を発見し、計画案に反映		住民自身が問題点を発見および意見を収集し、計画に反映
例	・路車間通信実験 ・リニア実験線	・自治体によるシャトルバスの運行 ・モールの実験的導入	・少なくとも一部の住民等が積極的に実験に関わるもの	・商店街でのイベントの開催など	
実験への市民の関わり方	原則としてなし	受動的: 知らず知らずのうちに参加する可能性がある	主導的: 実験実施に積極的な取り組み	主導的: まちづくりに積極的な取り組み	
従来型実験	×				
まちづくり型実験	×				

3 . 宇都宮市における交通まちづくり社会実験

(1) 交通まちづくり社会実験の概要

宇都宮市では「中心市街地活性化基本計画」に基づき、様々な施策を講じているものの、中心市街地の空洞化が依然として深刻な状態にある。また新交通システム (LRT) 導入検討課題から公共交通を中心とした中心市街地のまちづくりや交通のあり方についての検証の必要性が高まっている。これらを背景に宇都宮市においても、公共交通を中心とした交通体系を形成すること、中心市街地の求心力を取り戻すことを目的に、にぎわいイベントを付加したトランジットモール社会実験が行われた。実施期間は平成 18 年 11 月 4 日・5 日の 2 日間、「大通りにぎわいまつり」と称し実施された。トランジットモール実施区間は大通りの約 500 m 区間である。

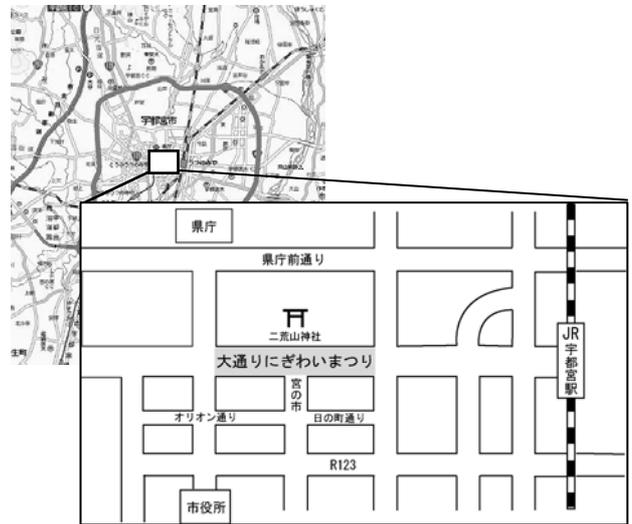


図 - 1 大通りにぎわいまつり実施区間

(2) トランジットモール社会実験の位置づけ

今回宇都宮市で行われた交通社会実験はトランジットモール実施による交通への影響把握と、中心市街地への魅力の付加、賑わい創出の二つの大きな目的を持っている。そのため、トランジットモール時の開放された道路空間の活用内容は、商工会議所、商店街、中心市街地活性化委員会などが中心となり協議を行い、イベント内容等を決定した。さらに、懸念される商店街の売上げ減少の対策として、「宮の市」、「餃子祭り」、「ジャズフェスタ」との同時開催とし、中心市街地全体の活性化を図った。交通面に関しては、行政や交通事業者が中心となり、実験時の渋滞を最小限にするための対策が考えられた。以上のことを踏まえると宇都宮市における社会実験は、中心市街地のまちづくりの側面を色濃く持ち、行政、商店街、交通事業者が連携した「交通とまちづくりの社会実験」といえる。

4. 交通まちづくり社会実験の評価

(1) アンケート調査の概要

交通まちづくり社会実験に対する評価や今後の継続に向けた課題を探るため、来街者、地元商店主、交通事業者にアンケート調査を行った。このアンケート調査結果を中心にトランジットモール社会実験の評価をしていく。アンケート調査概要を表3に示す。

表-3 アンケートの調査概要

調査名	調査対象	回収状況	
		回収数	回収率
来街者アンケート	11/4,5 の来街者	1591 票	39.7%
来街者ヒアリング	11/4,5 の来街者	354 票	-
P&BRC&BR 利用者アンケート	11/4,5 のP&BRC&BR 利用者	369 票	-
店主アンケート	地元商店街の店主	50 店舗	64.1%
交通事業者アンケート	宇都宮市の交通事業者	5 社	100%

(2) 交通まちづくり社会実験の周知と印象

今回の社会実験に関して、来街者の 85%の人が事前に知っていたと答えている。情報源としては新聞が 33%と一番多かった。社会実験に対する印象としては、来街者の 78%、商店主の 70%が「良い試みである」と回答している。定期的・継続的開催を望む意見も多数あり、来街者、商店主からは高い評価を得た。交通事業者からも良い試みではないとの評価はなかった。

表-4 交通まちづくり社会実験の印象

	来街者	商店主	交通事業者
良い試みである	78%	70%	3 社
どちらともいえない	11%	22%	2 社
良い試みではない	2%	8%	0 社
無回答	9%	-	-

(3) トランジットモール実施による交通への影響

図2に普段の中心市街地への交通手段とトランジットモール実験当日の来街者の交通手段の変化を示す。ただしこの集計においては複数回答者のサンプルは除いている。図2より自動車の利用率が13%減少し、徒歩・バス・鉄道の利用率が増加したことが分かる。この結果からトランジットモール実施により、自動車から公共交通への転換の可能性があることが分かった。

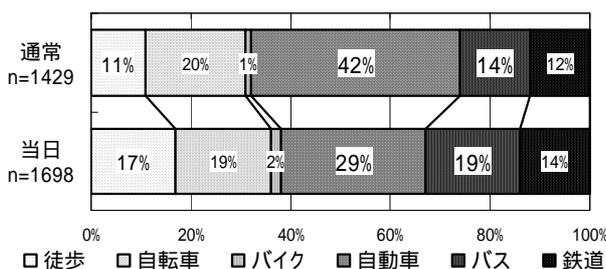


図-2 通常時と TM 実験時の交通手段変化

バスの利便性に対しては、52.6%の人がバスの利便性が良くなったと評価している。自動車の利便性に対しては、交通規制により渋滞が発生したものの、自動車の利便性が悪くなったとの評価は約 35%にとどまった。バス事業者からは、トランジットモール区間外でのバスの遅延について、タクシー業者からは規制区間迂回による所要時間の延長や運賃の増加があり、運行に支障が出たとの意見があった。

(3) 中心市街地活性化への影響

交通まちづくり社会実験の来場者数は一体的に開催した餃子まつりの会場を含め、11/4 が 4 万人、11/5 が 5 万人と予想をはるかに上回る賑わいとなった。

中心市街地の魅力、賑わい、歩行環境に対する評価においては、どの項目においても「良くなった」、「少し良くなった」と感じた来街者が 6 割以上いたことから、交通まちづくり社会実験が中心市街地の活力の向上や都市空間の改善に効果があったと言える。また、平均滞在時間が通常より約 30 分伸びたことから、各イベントを同時開催し、トランジットモールにより都市空間を一体化させたことで、中心市街地全体の回遊性が向上したといえる。しかし、増加した歩行者量に対する歩行スペースの狭さや、休憩スペースの少なさを指摘する意見も見られた。

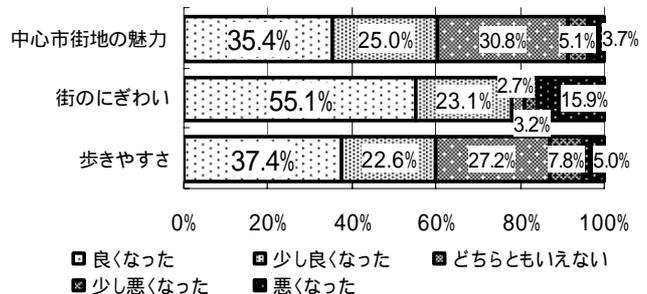


図-3 都市空間に対する評価

商店街への影響としては、通常より来客数が多かったとする店舗が 53%、売上げが増加したとする店舗が 45%となっている。来客数の増加と売上げの増加が必ずしも一致していないが、両者には比例関係が見られ、社会実験による賑わい創出が商店街の売上げに寄与したと考えられる。一方、売上げが減少してしまった店舗が 19%あった。飲食店、食品販売店が売上げを伸ばしたのに対し、非食品販売店では売上げ減少の傾向が見られ、業種やトランジットモール実施区間内外で差が出ていることが分かった。また、今回の取り組みが売上げに寄与した店主は社会実験に対する評価が高く、売上げに結びつかなかった店主からは評価が低くなる傾向が明らかとなった。

5. 社会実験の継続および中心市街地活性化に向けて

(1) 社会実験継続に向けての合意形成の要素

今回の交通まちづくり社会実験の評価から、今後の社会実験の継続に向けた合意形成の要素を抽出していく。合意形成の要素は、市民、商業者、交通事業者といった立場の違いによって異なっていると考える。そこで本研究は、それぞれが着目する評価の視点を合意形成の要素として抽出した(表-5)。

表-5 社会実験継続に向けた合意形成の要素

対象	合意形成の要素
市民	イベントの有無 事前のPR、情報の周知 自動車のアクセス性の確保、渋滞の解消 快適、安全な歩行空間の確保
商業主	売上げの増加 イベント内容の工夫 渋滞解消
交通事業者	渋滞解消 交通規制内容

市民が重視する項目はイベントの有無すなわち中心市街地の魅力となるもの及びその情報周知である。一方、商店主は何をやるかが重要であり、売上げの増加やイベントの内容といった商売にかかわる項目を重視している。3者に共通するのが渋滞の解消である。特に交通事業者は交通の流れや規制内容を重視している。

(2) 中心市街地活性化に向けての課題

今回の社会実験から、トランジットモール実施とともに道路空間を活用したイベントなどによる魅力を付加することで、歩行者量の増加やにぎわい創出に効果が得られることが分かった。しかし、今回のような大規模な社会実験による賑わいは一時的なものである。そこで、中心市街地に何が求められているかを把握するため、社会実験に対するアンケート調査の中で、今後の中心市街地に必要だと思う施設(来街者のみ)および取り組みを聞いた。その結果来街者が中心市街地に求める施設はデパートが42%と一番多く、小売店、飲食店と合わせると、商業系施設を求める意見は54%となった。来街者は商業での魅力アップを望んでいることが分かった。必要だと思う取り組みについて優先性の高い順に表6に示す。来街者は、駐車場の整備も必要としているながらも、トランジットモールの実施(28%)、公共交通の充実(23%)といった歩行者・公共交通を優先する傾向が見られた。一方、商業主は駐車場の整備を求める声が36%と多く、交通事業者においても自動車利用を重視する傾向があることが分かった。今回の調査結果から来街者が中心市街地に求めている取り組みと、地元商店主、交通事業者が求めている取り組みには差があることが明らかとなった。

表-6 中心市街地に必要だと思う取り組み

	来街者	商店主	交通事業者
1位	トランジットモール実施 28%	駐車場の整備 36%	駐車場の整備 27%
2位	公共交通の充実 23%	トランジットモールの実施 18%	車線の増設 20%
3位	駐車場の整備 20%	イベントの開催 13%	公共交通の充実 イベントの開催 13%

中心市街地の活性化に向けて、人と公共交通を中心とした交通体系にしていくためには、来街者と商店主、交通事業者間で都心交通に対する意識を同じ方向にまとめていく必要があることがわかった。またそれぞれが連携し、市民の来街の目的となる魅力づくりが必要である。

6. おわりに

本研究では、全国各地で行われたトランジットモール社会実験の知見を踏まえ、宇都宮市における交通まちづくり社会実験の評価および中心市街地活性化に向けての課題を検討した。今回の実験では、歩行者量の増加やにぎわい創出の効果を得るとともに、自動車から公共交通への転換の可能性が示された。社会実験の継続・中心市街地活性化の課題として、市民、商店主、交通事業者の間で中心市街地における交通のあり方の意識に差が生じていることが明らかとなった。中心市街地活性化に向けて、交通のあり方に対する意識をまとめていくことが必要である。

【参考文献】

- 1) 松田健志、中村文彦、太田勝敏：「トランジットモールの日本への導入の可能性に関する研究」、土木学会年次学術講演会講演概要集、Vol.47、1992
- 2) 荒川欣也、塚口博司、香川裕一、小西秀治：「トランジットモールの計画に関する基礎的研究」、土木学会年次学術講演会講演概要集、Vol.51、1996
- 3) 久保田尚、野中忠夫、鈴木弘之、高橋勝美、島田敦子：「浜松市におけるトランジットモールの社会実験」、土木計画学研究・講演集、Vol.22(1)、pp.527-530、1999
- 4) 阿部宏史、牧野浩志、粟井睦夫、波多野吉紀：「岡山市都市部におけるトランジットモール社会実験と住民の評価」、土木計画学研究・講演集、Vol.23(2)、pp.331-334、2000
- 5) 川上洋司、堀井茂毅、川本義海：「来街者の行動・意識からみた都心部街路空間の評価に関する研究」、土木計画学研究・講演集、Vol.25、CD-ROM、2002
- 6) 内田賢悦、菅原敏弘、萩原亨、加賀屋誠一：「札幌市におけるトランジットモール導入が交通量に与える影響に関する研究」、土木学会第56回年次学術講演会講演概要集、2001
- 7) 川本義海、松井達也、本多義明：「中心市街地のトランジットモール化が都心アクセス交通に及ぼす影響に関する研究」、土木計画学研究・講演集、Vol.25、CD-ROM、2002
- 8) 太田勝敏編著：新しい交通まちづくりの思想、鹿島出版、1998