

歩行者中心のまちづくり

～市民の意向と商業者の立場から～



地球環境問題や交通問題、高齢化社会などの問題への関心が高まる中、全国的に地方都市を中心に中心市街地の停滞が深刻化しています。世界各地の中心市街地、特にヨーロッパの諸都市でも、1970年代のオイルショックの時代には、中心市街地が疲弊し現在の日本と同じような状況にありました。

しかし、今では、どの街の中心部でも驚くほど多くの人々がいて、街は賑わっています。最も効果があったこととして、中心市街地のすべてあるいは一部において自動車交通をコントロールし、公共交通や自転車等自動車にかわる交通を強化して歩行者にとって歩きやすい街にするという取組がありました。

社会状況の変化に対応して、高齢社会や地球環境の面からも望ましい取組として展開されています。

日本においても、このような歩行者主体の考え方、「人」中心の賑わいづくりや「歩くこと」を大切に考えたくらしへ転換するという視点から街づくりを始めることが重要であり、それがなにより街に賑わいを取り戻すことになると期待されます。

しかしながら、こうした施策を展開するためには、一般市民、商業者、警察等との連携をいかに図り、実施に結びつけることができるのか、といことが課題の一つとなっています。実現するためには、自動車交通量をコントロールし、歩行者中心の街づくりが中心市街地のにぎわい回復に与える効果を、より多くの人が理解することが基本となると考えます。

そうした社会環境を生み出していくために、当調査において、情報の整理、市民・商業者の意向調査、情報提供、実施のための諸方策の提案を行いました。

視点：多くの人が集まる中心市街地での歩行者を中心に考えた都市空間の
利用の再配分への取組は、中心市街地活性化への重要な要素である

中心市街地活性化への取組と実態整理

・海外における成功の背景、日本における実態の整理

日本の状況 1： 交通手段別の交通行動と、歩行者中心のまちづくりへの諸事例からの意向整理

歩行者を中心としたまちづくりに関しては、様々な調査が実施され、評価されています。自動車利用者と、公共交通利用者、歩行者、それぞれのまちなかにおける交通行動、買い物行動には特徴が見られます。また、トランジットモール化を狙った実験の事例として、福井市と金沢市の来街者や商業者の意向にもそれぞれの立場で特徴があることがわかりました。

● 交通手段別の行動特性

自動車利用者はその他の交通手段利用者に比べて、街にいる時間も、街を歩く距離も、また買い物に立ち寄る回数も少なくなっている。自動車中心のまちづくりは、商業活動、賑わいの停滞を招く要因となっている。

参考：H11年中心市街地活性化と歩行特性（旧建設省都市局）/ H14年都心部における歩行者回遊実態調査（札幌市）

● 事例（福井市、金沢市でのトランジットモール等の実験）からの来街者・商業者の意向・実態整理

- ・一般市民と商業者の意識は、中心市街地での歩行者中心の都市空間への考え方の点で異なっている。
- ・実験中の歩行者の滞在時間が伸び、回遊距離も広がり、来街者数も増加している。
- ・商業者や影響のある人々に十分留意しなければ本当の効果は見えてこない。

参考：金沢市交通実験（H12年）/ 福井市社会実験（H14年）

日本の状況 2： 警察の状況整理

歩行者中心のまちづくり・都市空間づくりは、一方で自動車交通のコントロールにより、道路の渋滞や交通事故の危険性等の懸念もあり、特に交通安全や交通の円滑化、道路での危険性の回避に重点を置く警察の合意を得ることは、現状では容易ではありません。

● 警察の対応状況

- ・現場での事故や苦情への対処といった責任が大きく、その対応は慎重である。基本は交通の円滑化と安全確保。
- ・福井市のトランジットモール等の実験では、事業内容や目的等の十分な理解が得られず、また協議期間も短いなどの反省もあった。

参考：久保田尚氏ヒアリング内容による

海外の状況： フランス「商業都市計画」、歩行者中心のまちづくりの効果と商業との関係

日本と同様の問題を抱えていたフランスは、「中心市街地の小売り商業の商店街は、都市居住者の生活インフラである」という視点と郊外部の景観問題から、『商業都市計画』という概念で郊外部の大規模店舗の進出調整を進めてきました。

更に、中心市街地の商業活動が維持されるためには、郊外の商業施設にはない、様々な都市活動が行われる場としての都市環境の実現が重要です。それが、歩行者を大事にした中心市街地のまちづくりであり、自動車に頼らなくても生活できる都市交通の利便性の提供、すなわち自転車利用や公共交通サービス等の充実なのです。

● 商業都市計画の概念・郊外大規模店舗の立地調整の手法として

- ・「商業」とは、人々の消費需要にこたえる経済活動という機能であり、全ての街や地域にとってにぎわいの創出のため最も重要な要素であり、都市生活を支える重要な機能を有している。
- ・中心市街地の路線商業は都市活動の一部であるとともに、都市生活を営む上で、都心居住を支える都市のインフラであり、その重要性から、都市全体で商業活動の適切な配置、配分を図る必要がある。

● 中心市街地の整備と商業の活性化

- ・フランスでは中心市街地の歩行者に配慮した都市空間の創出は、路面電車の導入と共に進められているが、商業活性化を直接目指しているものではなく、都市機能やあるべき都市活動の充実を目指している。

● ストラスブールでのトラム導入による中心市街地の再構成、商業の変化

- ・「必要な買い物」から「買い物の楽しさ」を切り札として、郊外店に対抗
- ・消費者のニーズに適合した店舗に変化
- ・1995年から2002年まで同じ店舗は45%しかなく、半分以上が入れ替わっている

出典：「商業都市計画 - その内容、最初の資料」 / 「Déplacements et Commerces ストラスブール都市圏のトラムの商業への影響 2004.5」

市民の声・・・来街者意向調査の結果

目的

歩行者を中心に考えた施策展開に向けて、日本において市民意識としての環境は整っているのかを把握する。それらの取り組みを既に政策として積極的に行っているヨーロッパでの市民意識と比較し、日本における施策展開の可能性を探る。

● 都市環境への市民意識・・・約80%が自動車交通は問題と感じています！

これは、ヨーロッパ市民意識と大きな差はありません。自動車利用者も同じ傾向で、やむなく自動車を利用している可能性が高いのです。日本でも歩行者を中心とした施策展開に向けて、市民レベルでは環境が整っていると考えられます。

● 交通手段別の交通行動・・・自動車利用者よりもそれ以外の利用者の方が頻繁に来街しています！

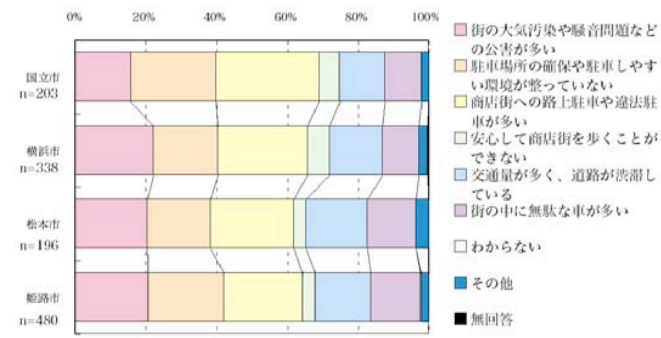
公共交通や自転車等の利用者の方が「毎日来街」する割合が多く、中心市街地での滞在時間は、公共駐車場の提供等のサービスがあれば、自動車利用者でも長く滞在することがわかりました。

● 今後の交通手段の選択性・・・自動車利用者の70%以上が交通手段の転換を示唆しています！

市民は自動車交通よりも公共交通や自転車が便利な環境を望んでいることがわかりました。自動車以外の便利な交通手段が不足しており、このような市民意識に対応した行政の動きが求められます。

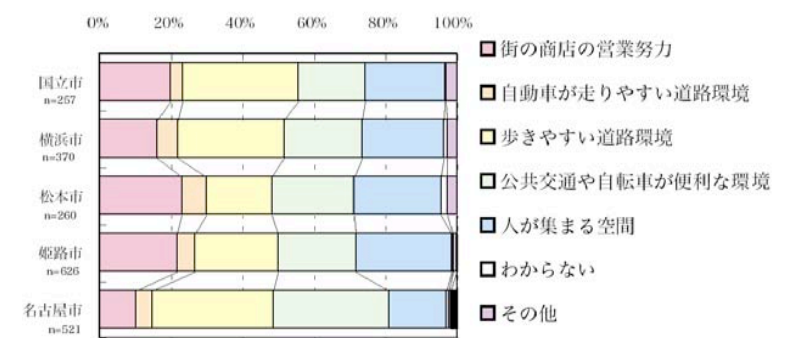
《自動車交通はどんな点で問題？

・・・「路上駐車や違法駐車」が最も多い



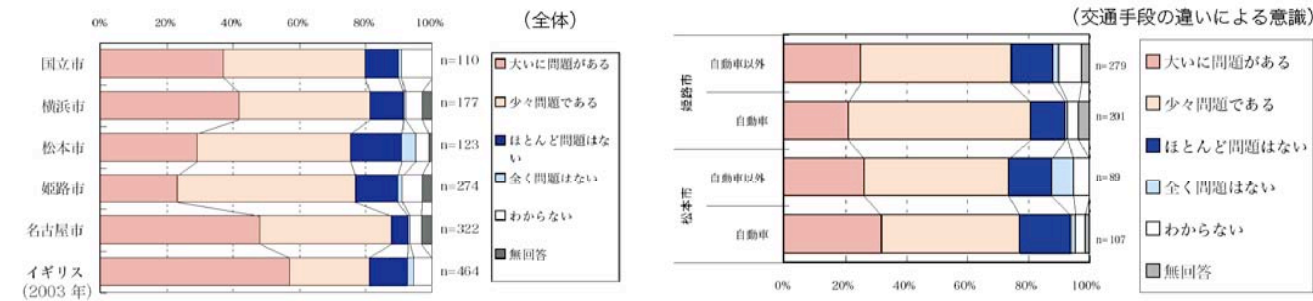
《中心市街地の賑わいに必要なことは？

・・・「歩きやすい道路環境」「公共交通や自転車が便利な環境」



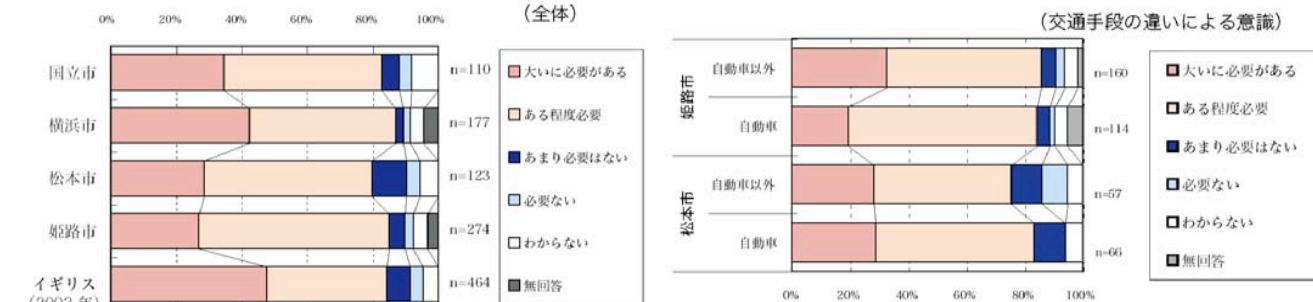
都市環境への市民の意識

《自動車交通への問題意識は？・・・「自動車交通は問題」約80%》



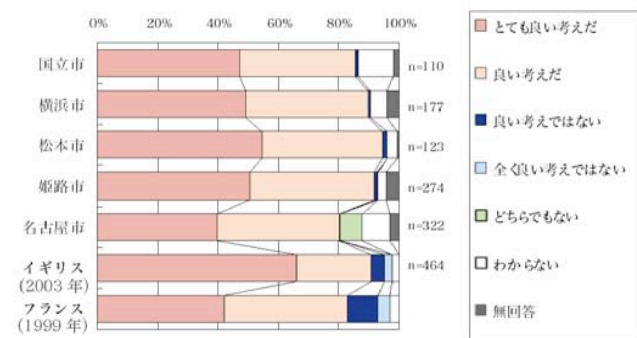
※よく使う交通手段として「自動車」が全体の半分の割合となっていた姫路市と松本市で集計
※「自動車以外」は鉄道、バス、タクシー、自転車、徒歩を表します

《自動車利用抑制の必要性は？・・・「必要」約80%以上》

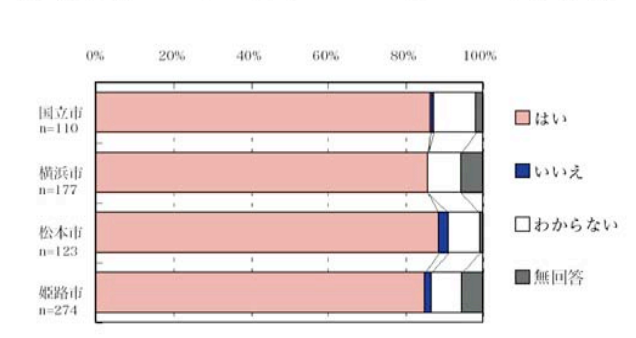


※「自動車以外」は鉄道、バス、タクシー、自転車、徒歩を表します

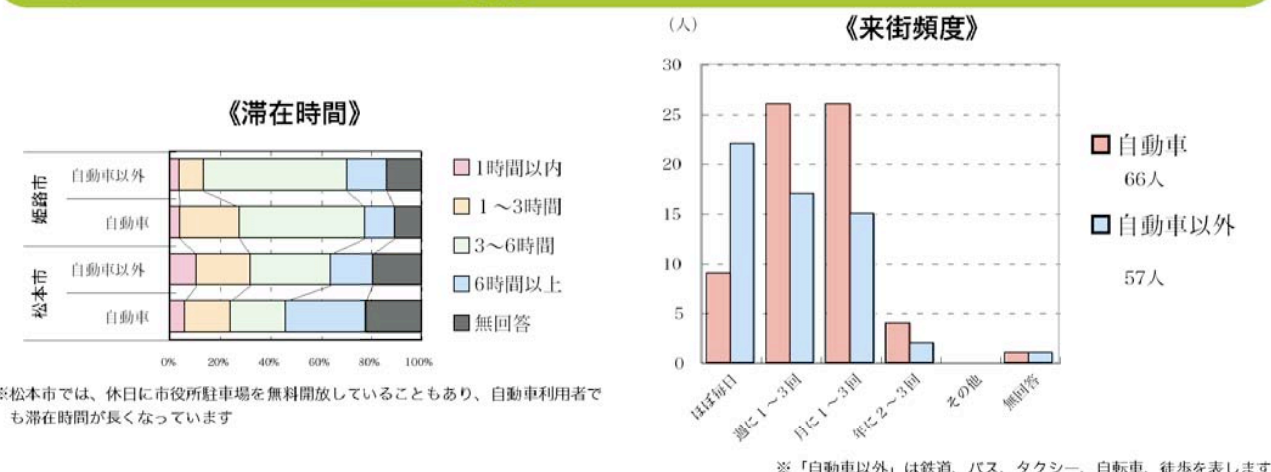
《カーフリーデーについて・・・「良い」約85%以上》



《歩行者中心の中心市街地のあり方・・・「賛成」約90%》



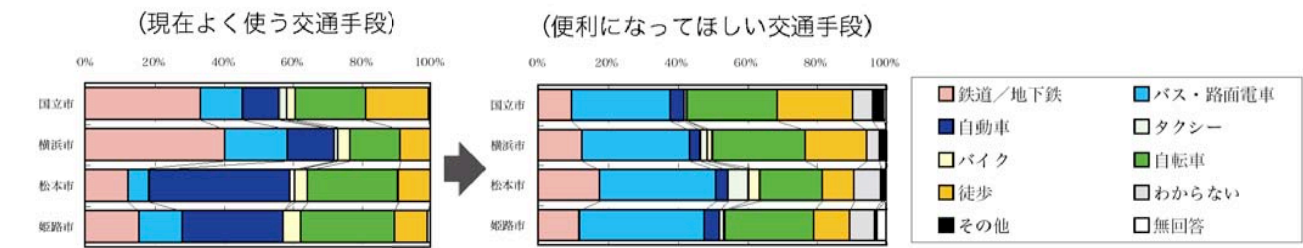
交通手段別の交通行動



※松本市では、休日に市役所駐車場を無料開放していることもあり、自動車利用者でも滞在時間が長くなっています

今後の交通手段の選択性

《便利になってほしい交通手段は？》・・・現在利用している交通手段が便利になってほしい交通手段とは限りません。市民は「バス・路面電車」「自転車」の利便性向上を望んでいます



《公共交通や自転車の利便性が向上した場合、移動手段を変えようと思いませんか？(対象：自動車利用者)》

・・・より使いやすい利用環境が整えば、自動車利用者の約70%が公共交通や自転車に転換すると答えています
自動車に替わる便利な交通手段の不足により、やむなく自動車を選択している可能性が高いのです



商業者の声・商業者意向調査の結果

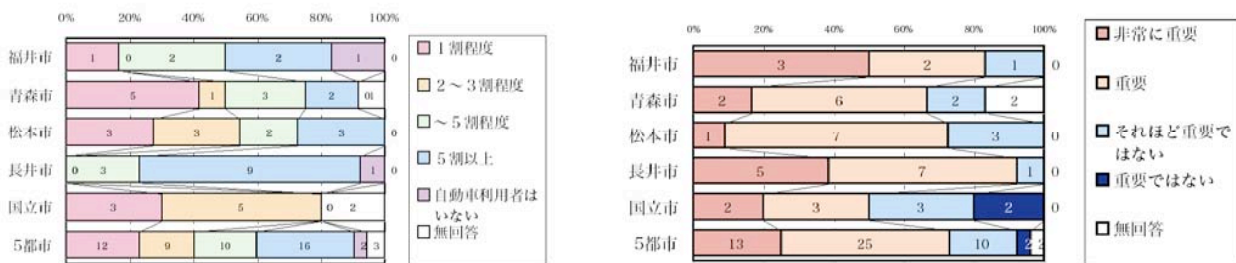
目的

歩行者を中心としたまちづくりの実現に向けて、商業者と連携を図り進めていくため、商業者の現状での意識を確認し、自動車利用客を重要視する背景や、歩行者を中心としたまちづくりへの意向等を把握する。

- **商業活動に関して**・自動車利用者は商業活動に効果的。公共交通の効果も認識しています。
自動車利用者は、商業活動を支える来店客と商業者は認識していると考えられます。
- **都市環境への意識**・商業者も約90%が自動車交通は問題と感じ、90%以上が「歩行者中心のまちづくり」に賛同しています。
市民と同じように歩行者中心の考え方に良好ですが、「現状では難しい」という意見も多く出されました。
- **都市環境による意向への影響**・都市環境の違いは、商業者意識に大きく反映されています。
都市規模や展開されている都市政策の内容等で、商業者の意識は大きく異なることがわかりました。
- **市民意向との違い**・歩行の視点で意識の差があり、また間違った認識も見られました。
自動車利用客の経済効果が大きいとする商業者と、歩きやすい道路環境や公共交通や自転車の充実による活性化を望む市民とでは意向の違いが見られ、実態とは異なった認識をしていることもわかりました。

商業活動に関して

《自動車利用客の割合は？》平均して約5割と認識 《来店客用の駐車場は重要？》「重要」が約80%

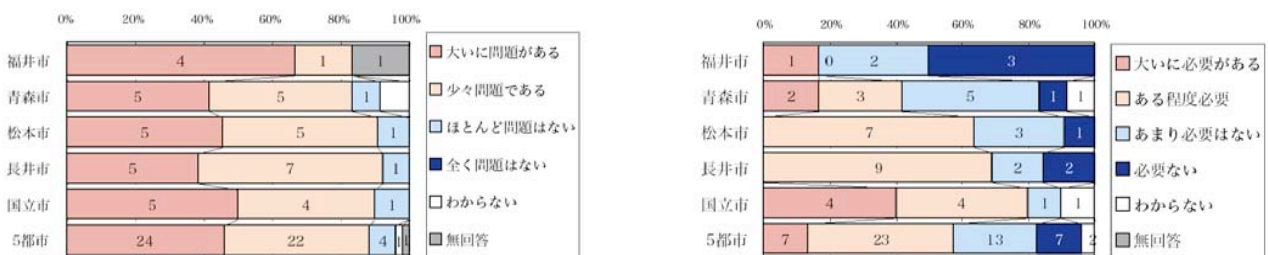


《どんな要素にどの交通手段が効果的？》顧客対象「自動車」約40%と多いが、公共交通の効果も認識

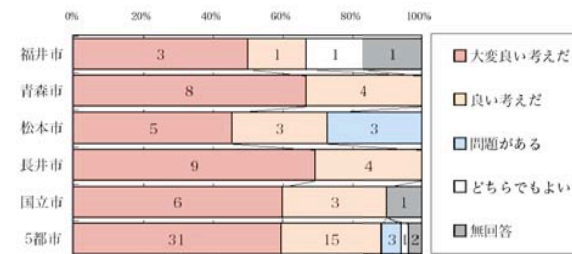


都市環境への商業者の意識

《自動車交通への問題意識は？》「問題」約90% 《自動車利用抑制の必要は？》都市環境によって異なる



《歩行者中心のまちづくりはどのように思いますか》
福井市、松本市は「良い」約70%、
青森市、長井市、国立市は「良い」90%以上



《中心市街地の賑わいに必要なことは？》
「街の商店の営業努力」約40%

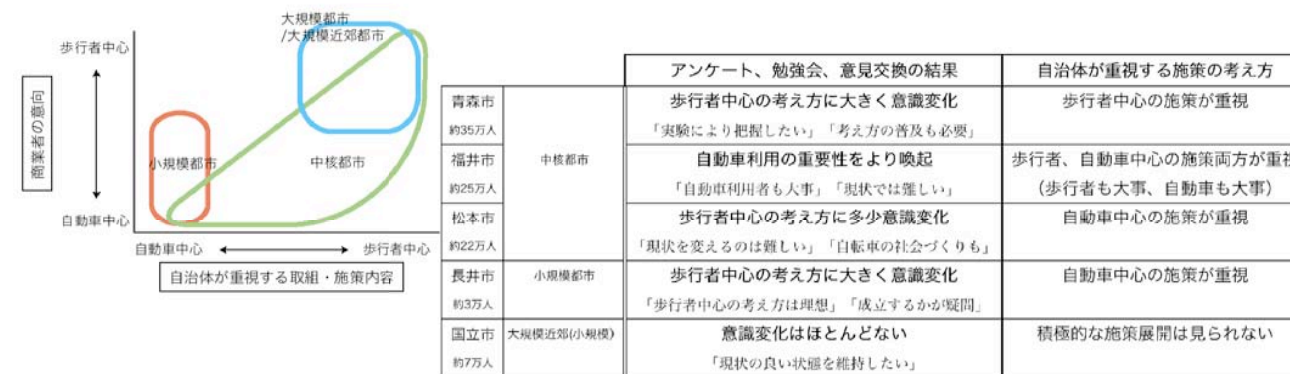


都市環境による商業者意向への影響

自治体がまちづくりの取組で重視していることに、商業者意向が大きく影響されることがわかりました！

自治体が自動車中心の施策を重視している都市の商業者は、より自動車中心のまちづくりに関する意向が強い。歩行者中心の施策を重視している都市では、その逆の結果となりました。また、これは商業者の施策への関わり方、自治体との協力関係によっても意向の違いが出てくると思われます。

《自治体が重視する施策と商業者意向の関係性》



商業者と市民の意向の違い(松本市を例に)

自動車利用客の経済効果が大きいとする商業者と、歩行者中心の活性化を望む市民とでは、意識に差異が見られ、商業者は市民の交通行動とは違った認識をしていることもわかりました！

意向の差異を調査した項目	商業者	一般市民
中心街での自動車交通の問題意識	「問題」約90%	「問題」約80%
中心街での自動車交通の問題点	駐車場や駐車しやすい環境、走りやすい道路環境の点が問題点として大きい	路上駐車や違法駐車など空間的なことが問題点として大きい
自動車利用の抑制の必要性	都市によって異なるが、平均「必要」約60%、「必要ない」約40%	「必要」約80%
活性化への必要要素	商店の営業努力、自動車が走りやすい道路環境や止めやすい駐車場	歩きやすい道路環境、公共交通や自転車が便利な環境
歩行者を重視した都市空間の創出への賛否	「賛同」約60%、「反対」約40%	「賛同」約90%以上 ※
自動車での利用(買い物)客の割合	自動車利用の買い物客が約5割と認識	自動車利用の来街者が約4割
消費金額に効果的な交通手段	自動車利用者の消費金額が効果的と認識	交通手段による金額の差は見られない ※
顧客対象	自動車利用者が最も効果的	自動車以外の交通手段の方が頻繁に来街

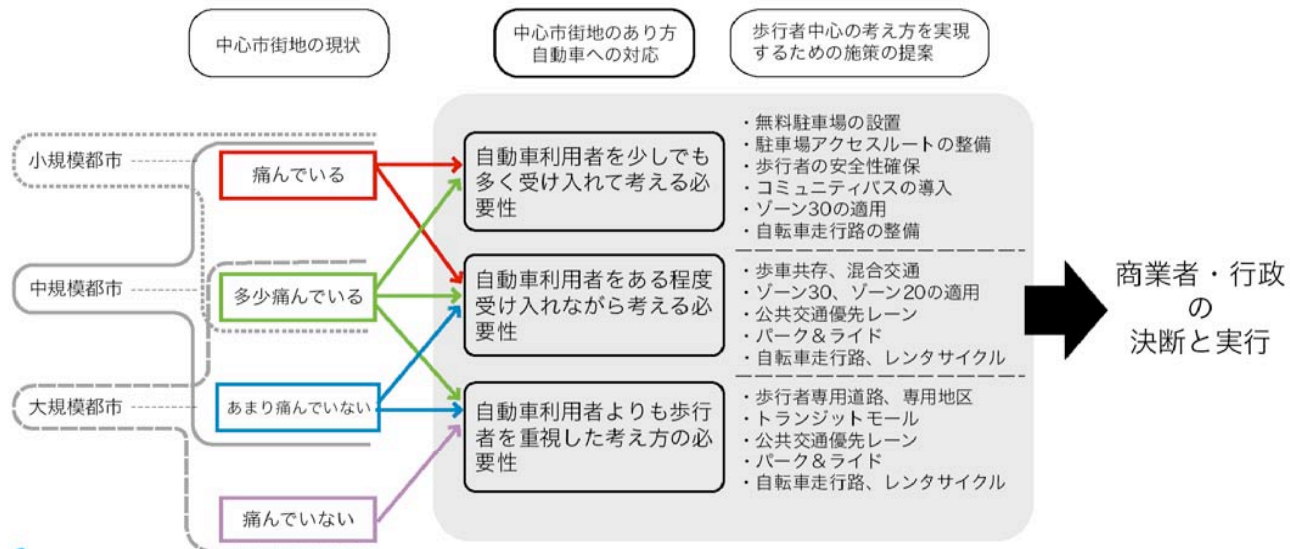
※概要版には記載しないデータも含まれます

実現にむけて・・・商業者と警察の合意に向けた提案

都市環境の条件を考慮した交通施策

・・・自動車利用の調整をどのレベルに設定するかが重要ポイントです。

1. 自動車利用者を少しでも多く受け入れる ・・自動車は生活になくてはならない小規模都市における対応。自動車利用者も含めて現在よりも来街者を増やす。
2. 自動車利用者をある程度受け入れる ・・不要な交通を排除して中心市街地の自動車交通を抑制。
3. 自動車利用者よりも歩行者を重視 ・・都市空間の高度利用。歩行者、自転車、公共交通へ都市空間を配分。自動車に替わる交通手段の充実が必要不可欠。



商業者への効果的な情報提供

・・・中心市街地の賑わいづくりは、商業の売り上げだけではないということを商業者が理解することが大切です。より多くの人々が来街し、そのための環境を整えることが必要なのです。

効果的な情報提供の内容

- 自動車優先社会の価値観の転換の必要性
- 中心市街地の活性化の効果・内容
- 自動車もたらず問題点（メリットとのバランス）
- 自動車と歩行者の折り合いの方法
- 公共交通や自転車、歩行者中心政策による賑わいの状況と経済的效果
- 一般市民・商業者の意向と実態

※これらは、それぞれの都市が重視している施策内容や都市規模等も考慮する必要があります

警察の合意に向けて

・・・現状の変化に伴う事故や苦情にはじめに対応する警察は、対応がより慎重になります。警察の立場を十分理解した警察協議が必要となります。基本は「交通の円滑化と安全」。

警察協議における留意点

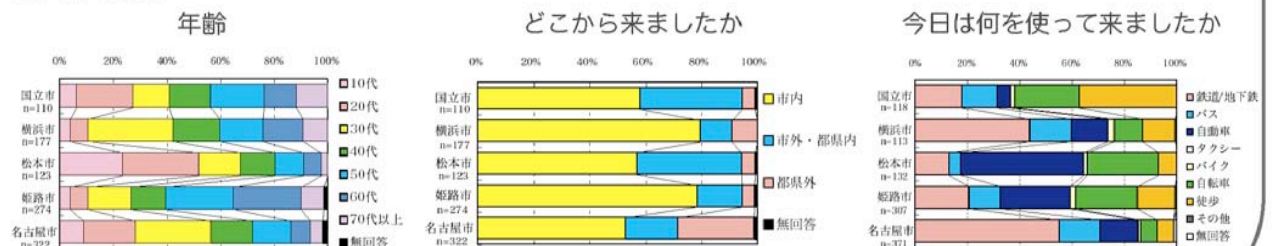
- 市民の支持・市民からの事業・施策内容への理解、支援された状況が大切
- 施策実施の明確な目的 ・・目的の理解があった上で、内容理解を求める
- 継続した協議、関係づくり ・・時間をかけて妥協点を探ることが必要
- 自治体・警察の関係 ・・早い段階からの協力体制と基礎的情報の共有

来街者意向調査・商業者意向調査の概要

● 来街者意向調査の概要

- 実施内容：来街者アンケート調査
- 実施主体：(株)アトリエUDI（アンケート調査都市に調査員を派遣）
- 実施協力：カーフリーデーへの参加都市のイベント主催団体
- 実施日：2005年9月23日（金・祝日）カーフリーデーイベント実施日 天候：晴れ
- 実施都市：カーフリーデー参加都市5都市（国立市、横浜市、松本市、名古屋市、姫路市）
- 実施時間・場所：イベント開催時間内、イベント開催地内
- アンケート対象者：カーフリーデーイベント参加者もしくは、会場内の来街者
- アンケート実施方法：各都市3～5名の調査員による来街者への街頭インタビュー。回答者には景品を贈呈。
- 回収数：1006票（国立市110票、横浜市177票、松本市123票、名古屋市322票、姫路市274票）

回答者の属性



● 商業者意向調査の概要

- 実施内容：商業者へのアンケート調査及び勉強会
- 実施都市：青森市、福井市、松本市、長井市、国立市
- 調査対象者：中心市街地の商店会、商店経営者 ～20名程度
- 調査実施方法：アンケート調査（勉強会の前後に2回実施する）、勉強会の実施。正味約1時間30分。

	福井市（人口25万人）	青森市（人口30万人）	松本市（人口22万人）	長井市（人口3万人）	国立市（人口7万人）
□実施日	2005年10月21日	2005年11月20日	2005年12月9日	2005年12月13日	2006年1月20日
□実施協力者	ROBAの会	青森市商工業課	松本市商工課	長井市商工会議所 長井市企画調整課	くにたち まちづくり∞自転車倶楽部
□回収数	6	12	11	13	10

□回答者の特徴：

- ・福井市
 - ・商業者のリーダー的存在として、まちづくりに関する議論を重ねている
 - ・中心市街地内の商業者で経営者が多数
- ・青森市
 - ・商業者のリーダー的存在として、まちづくりへも大きく関わっている
 - ・中心市街地内の商業者で経営者が多数
- ・松本市
 - ・松本市が開催する商業者による「商業大学」の学生
 - ・中心市街地の商業者で20代～30代の若手が主（経営者も在）
- ・長井市
 - ・商店街の中心的なメンバー
 - ・本町大通り商店街、中央商店街、本町中央まちづくり協議会の商業者
- ・国立市
 - ・旭通り商店街の中心的なメンバー

※「カーフリーデー」とは、ヨーロッパ委員会が毎年9月22日に実施する社会啓発イベントです。環境問題を都市交通面から対処していくため、また街の中に人中心の賑わいを創り出していくため、「車のあり方」を見直そうというものです。中心市街地において1日マイカーの利用を制限し、都市環境の変化を市民の皆さん一人一人が体験します。新しい交通政策のスタートともなるプロジェクトです。（詳しくは、カーフリーデージャパン HPをご覧ください。http://www.cfdjapan.org）

この概要版は、経済産業省中心市街地活性化室より当社が委託を受けた、平成17年度中心市街地商業等活性化業務「自動車交通量と商業者意識に関する調査」報告書を要約したものです。ご質問やご意見等は、下記に問い合わせください。

お問い合わせ先：(株)アトリエUDI 都市設計研究所
（カーフリーデージャパン）
〒102-0085 東京都千代田区六番町6-20-304 グランドメゾン六番町304
Tel.03-3234-1765 / Fax.03-3234-1748 / eMail. ateliendi@ateliendi.com
HP. http://www.ateliendi.com