

歩行者空間整備の促進に向けて



都市政策の重要な柱に歩行者優先のまちづくりを掲げている都市は多い。名古屋市においても、歩いて楽しいまちづくりの方向性が打ち出されており、このため、良好な都市景観、沿道の賑わい、回遊拠点などの形成促進、そして、道路空間を歩行者にあわせた整備が不可欠の施策といえよう。

本報告書では、何故、歩行者空間整備が必要なのか、都市政策上の意義も含め、できるだけ具体的な効用にも言及しつつ、あらためて歩行者空間整備の意義を再整理した。名古屋の豊かな道路ストックの利活用に向け、カンフル剤となれば幸いである。

歩行者空間整備の促進に向けて

名古屋都市センター 調査研究アドバイザー 羽根田英樹

はじめに

久しぶりに欧州都市を訪れると、かつて自動車が行き交っていた街の中心的な広場や主要な観光施設の周辺、そして商店が立ち並び集積した地区が、自動車との折り合いにも工夫が施され、一層、歩行者を優先した空間へと再整備され、歩きやすい地区に変貌していることに気づかされる。さらに、近年、ニューヨーク市、姫路市、京都市においては、主要な幹線道路さえも自動車交通を抑制し、歩行者系に道路を再整備する状況が生まれてきている^{※1}。

一方、名古屋は大須や円頓寺など伝統的アーケードを備えた商店街を除けば、恒久的な歩行者交通優先の道路はなく、広小路の車線減・歩道拡幅や南大津通で復活した歩行者天国などの歩行者空間が出現するにとどまっている。

そこで本レポートでは、少しでも歩行者系道路を主体にした歩行者空間整備の動きにつながるよう、今一度、その整備の意義・必要性を、具体的な事柄を示しながら整理してみたい。

※1

- ニューヨーク市では「世界水準の街路」政策に基づき、タイムズスクエアを含むブロードウェイの恒久的な広場化を 2010 年 2 月に位置付け、2016 年 12 月に工事が竣工した。
- 姫路市では 2015 年 3 月、姫路駅と姫路城を結ぶシンボルロードの大手前通りが全面改修され、トランジットモール化が完成した。
- 京都市では 2015 年 12 月、歩いて楽しいまちの実現を目指して、京都のメインストリート四条通の歩道拡幅が完成した。

2. なぜ、歩行者空間に着目するのか

(1) これまでの着眼点

OECD が 1974 年にまとめた報告書「STREET FOR PEOPLE」によれば 都市の交通手段が自動車利用、さらには鉄道など公共交通機関から自転車利用や歩行にシフトすることは CO₂ 削減につながり、都市の環境保全、地球温暖化防止を図る上で好ましいこととされ、このような観点から歩行者空間の整備は意義あることとして、様々な都市において政策に反映されてきたと指摘している^{※2}。

また R・ブランビラ/G・ロンゴが 1977 年にまとめた「FOR PEDESTRIAN ONLY」の中では、都心部における歩行者空間整備の目標は、①自動車交通抑制を軸にした中心業務地の交通事情の改善、②都心部の小売業を改善し新たな投資を惹きつける、③大気汚染の減少、景観の向上など都心環境の改善、④歩行活動の空間確保、都市の社会的イメージの高揚、歩行者の安全性改善という社会便益があるとまとめられている^{※3}。

※2 「楽しく歩ける街」OECD 編集、岡並木監修、1975 年 10 月 10 日 パルコ出版局

※3 「歩行者空間の計画と運営」R・ブランビラ/G・ロンゴ共著。月尾嘉男訳
1979 年 7 月 鹿島出版会

このように歩行者空間整備は歩行者の安全性や大気汚染軽減は無論のこと、小売業の活性化、都市景観、都市の社会的イメージ向上の観点からも便益があると指摘され、さらに、近年においては次のような観点から歩行者空間整備の意義・必要性が指摘されている。

(2) クリエイティブ・クラスと都市空間

3 つの T、技術(Technology)、才能(Talent)、寛容性(Tolerance)が備わっている都市ほどクリエイティブ・クラス^{※4}に注目され、このような都市(クリエイティブ都市)は、これからの成長都市になるといわれ、米国ではオースチン、サンフランシスコ、シアトル、ボストンなどがクリエイティビティの高い都市として上位にランク付(2004 年)されている^{※5}。

リチャード・フロリダは全米 8,000 の市・町を対象にした「居住地と幸福に関する調査」から、居住地に対する満足度は人間の幸福感に大きく影響することを導き出し、幸福感や満足感がクリエイティビティと自己実現につながると指摘した。そして彼は、さらに幸福感をもたらしてくれる、つまりクリエイティビティを触発する都市・地域・場所の要件を以下の様にまとめている^{※6}。

①見た目の良い都市

コミュニティに対する満足度との関係で、「全体的な美観」、「野外の公園、子どもの遊び場、遊歩道」、「気候」、「大気汚染」の中で、最も重要だとされたのは「美観」であ

る。

②人に出会える場所

地域での人とのつながりが1985年以降大幅に減少してきているが、しかしそこで誰かと出会って友達になれることは、その場面での幸福度を決定する最も重要な要因である。

③文化に出会える場所

都市の評判を高めたり経済成長を促す手段として、文化に投資する動きが各都市で活発になっている。文化やナイトライフも居住地の満足度と密接に関わっている。

④基本的サービス水準の高い都市

教育、医療、雇用機会、交通、住宅供給、宗教に関わるインフラのサービス水準は、都市の美的感覚と同様に重要なもので、コミュニティに対する満足度に大きく影響する。

⑤開放的な場所

寛容性や多様性を容認する開放的なコミュニティは、重要な地域要件である。

⑥安心感のある場所

治安と経済的安定性も重要な地域要件で、後者の方が居住地の満足度に関して、より重要な位置を占める。

⑦リーダーの資質

政策推進のリーダーが積極的かつ前向きで、倫理的に誠実な施策をとっている都市の住民は、高い満足度を示し、逆に、圧政的なリーダーの元ではコミュニティの活力や、住民の自発性、エネルギーを枯渇させてしまう。

こうしてみると質の高い歩行者空間の存在は、クリエイティビティ触発にかなり関わっていることが推察できる。さらにフロリダは、クリエイティブ・クラスは、次のようにその土地に根を張ったストリート文化に魅せられるとも言っている^{*5}。

・・・「ストリート」の文化という意味は、ある通りに沿って、無数の開放的な小さな文化の場が広がっているということである。飲食と共に音楽演奏や絵画展示を提供するコーヒーショップ、レストラン、バー、画廊、書店など、こうした状況は歩道にも広がっていくだろう。ぶらぶらしながらおしゃべりしたり、あるいは目の前の人間ドラマをのんびり見たりするストリート文化は、舞台芸術を見に行ったり絵画を見たりすることでは得られない経験に触れることができる。この種の経験がクリエイティブな過程に必要不可欠である。・・・

また、日本でもクリエイティブ・クラスが活躍する創造都市の重要性が認識されてきており、佐々木によれば、創造都市は、生産と消費が展開される空間を規定する都市環境が保全され、都市住民の創造力と歓声を高める都市景観の美しさを備えた都市と、まとめている^{*7}。

- ※4 クリエイティブ・クラス：「意義のある新しい形態をつくり出す」仕事に従事している人達で、中核となるのは、科学者、技術者、大学教授、詩人、小説家、芸術家、エンタテイナー、俳優、デザイナー、建築家、ノンフィクション作家、編集者、文化人、シンクタンク研究員、アナリストなど
- ※5 「クリエイティブ資本論」リチャード・フロリダ著 井口典夫訳 2008年 ダイヤモンド社
- ※6 「クリエイティブ都市論」リチャード・フロリダ著 井口典夫訳 2009年 ダイヤモンド社
- ※7 「科学や芸術における創造性に富み、同時に技術革新に富んだ産業を備えた都市である」と佐々木雅幸氏は定義 「創造都市の経済学」勁草書房 1997年

(3) 健康増進とまちづくり

歩行など適度な運動は健康を維持する上でも有効で、健康な人が増大すれば結果的に医療費の軽減につながるとして、健康とまちづくり、さらには歩行環境との関わりが注目されてきている。2014年8月には「健康・医療・福祉のまちづくりの推進ガイドライン」が国土交通省によりまとめられ、その中で、必要な5つの取り組みの一つに街歩きを促す歩行空間の形成が明記されている。そこで、同ガイドライン策定にあたりまとめられた参考資料^{※8}から、特に健康増進に及ぼす歩行環境整備の効果についての記述を以下に取り上げてみる。

- ① 2003年に愛知県在住の高齢者9,414人を対象にした調査では、自宅周辺に公園がある人は、無い人に比べて、1.15～1.26倍運動する頻度が高いという結果が得られ（図1）、さらに、商店・施設の多い地域でも運動する頻度の高い結果が得られている。

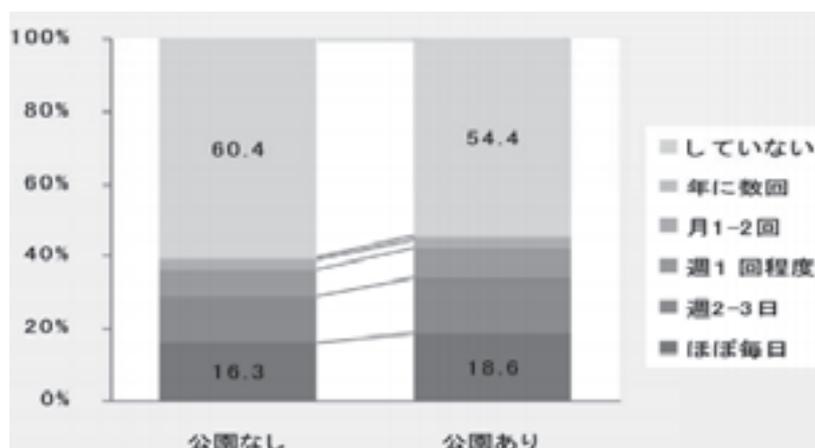


図1 家から1km以内における公園の有無と運動頻度の割合

- ②WHO 欧州地域事務局は、2006年に都市環境や都市計画が運動と健康維持に重要な関わりのあることを指摘し、2010年、同事務局のレポートにおいて、運動と都市デザインの効果を以下の様にまとめている。

- ・「伝統的な「グリッドシステムでレイアウト」された地域に住んでいる人は、車利用を前提としたレイアウトで社会経済的に類似している住民と比較して、25%以上も定期的に仕事で歩くことが多い。(ロスアンゼルス住民の研究)
 - ・公共の集合場所が少ない都市環境は、屋内に留まる生活習慣を助長する傾向がある。
 - ・「楽しい風景」はコミュニティ内での身体活動レベルに対して積極的な影響を及ぼし、美的で気持ちの良い環境は徒歩または自転車利用を促す。
- ② 日本の既往の研究・調査結果の概要^{※8}から、特に都市環境と歩行に関わる内容を以下に列挙してみる。
- ・中心部に居住する人は徒歩生活圏内で買物等がしやすく、歩行量（万歩計で計測）が増加しやすい。
 - ・買物や娯楽目的の行動は、自動車利用より公共交通利用の方が単位時間当たりの歩行量が多い。
 - ・車に依存しないで日常生活を送る人の方が歩行量は多くなる。
- ④カリフォルニア大学サンディエゴ校の都市の交通環境による活動状況の変化に関する研究（2012年7月）では、以下の結果が得られている。
- ・近隣のほとんどの道路に歩道がある場合、居住者は1日に30分間以上の活動時間が長くなる可能性が47%ある。
 - ・ハンプ等による車の速度抑制により、歩行者と車の事故を15%減少させる。
 - ・車を利用する人より、公共交通機関を利用する人の方が1日の歩数が30%多い。

※8 健康・医療・福祉のまちづくりの推進ガイドライン（技術的助言）参考資料

3. 歩行者空間の具体的な効用

(1) 歩行者天国開催で歩行者増大

1970年、名古屋では栄の南大津通約700m区間を「日曜遊歩道」として、社会実験が開始され、1972年からは同区間が歩行者天国として位置づけられ1984年までこの試みが継続した。中断後2011年9月に歩行者天国が再開され、毎年春と秋の日曜の午後に開催されるようになった。

そこで歩行者天国開催による効用を明らかにするため、歩行者天国開催に強く影響を受ける区域（図2）における歩行者誘因効果が、携帯電話利用者の位置情報を用いた重回帰式により分析されている^{※9}。これによれば、歩行者は、歩行者天国の非開催時に比べ、約40,000人/開催時間増加するという結果が得られている。歩行者が増大すれば、当然、それに呼応して歩行者天国開催周辺地区における商店販売額の増大も予想される。

$R^2 = 0.87$	
重回帰分析で得られたモデル式における代表的な係数	
休日	199,434
降水量の合計 (mm)	-1,079
歩行者天国の有無	41,648
休日イベントの有無	29,156

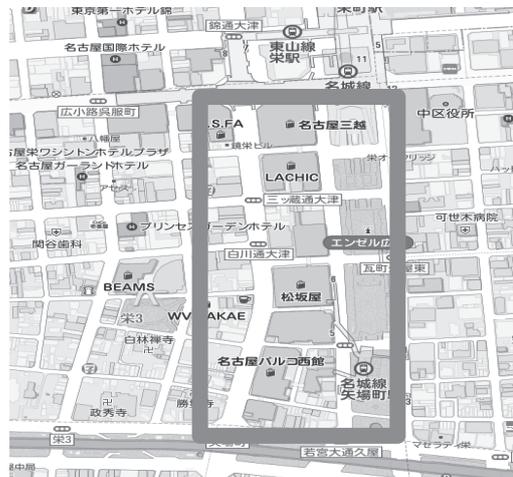


図2 重回帰分析結果と歩行者天国関連区域

※9 「都心の歩行者回遊分析～ビックデータの活用～」名古屋都市センター研究報告書 No109 2014. 3

(2) 歩行者空間整備で売上高増大

京都市内在住者の18歳以上を対象に、河原町通（四条河原町～河原町三条間約500m）の歩行者空間が整備された場合※10 についてのアンケート調査が2001年12月に実施された。その中で、歩行者空間整備後（方策①、方策②）（図3）の来街意向も調査され、これに基づき全市の河原町通への来街者増加数が算出され、方策①については23%増、方策②については29%増と算出されている。さらに、一人あたりの売上高を用いた原単位法で河原町通における商店売上額について、方策①は約12.66億円、方策②は22.33億円と算定された※10。

※10 「中心市街地における歩行者空間整備後の便益計測」土木計画学研究・論文集
Vol.20 no.1 2003年9月

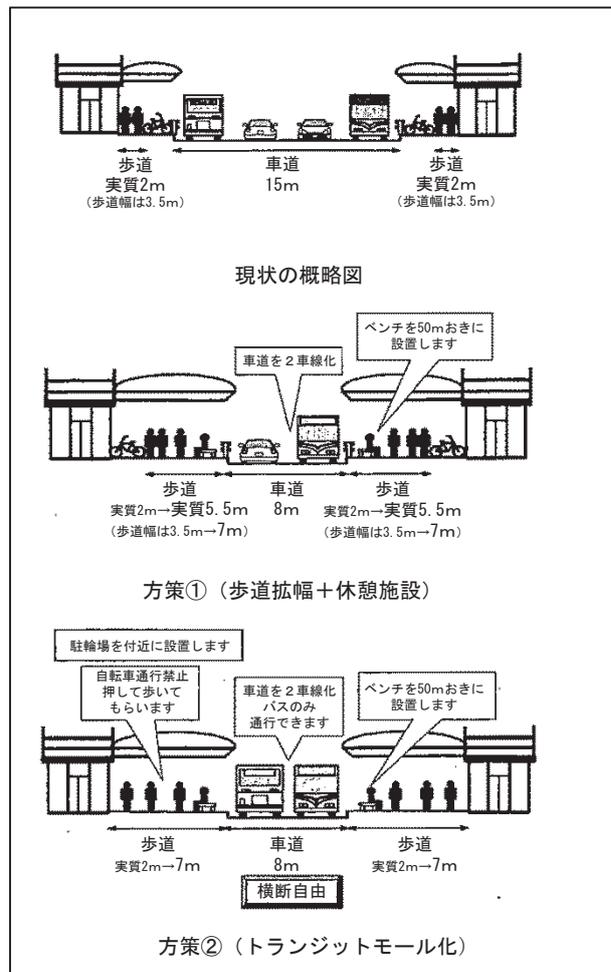


図3 歩行者空間整備の概念図

(3) 歩きやすい都市ほど GDP、教育水準、社会的公正さが高い

アメリカにおける大都市 30 に関する研究^{※11}において、事務所や小売店の集積度、歩行可能な範囲内での日常生活の利便性、平均交差点密度から、値の高い所を歩きやすい場所 (Walkable Urban Places (WalkUPs)) として探し出し、それぞれの WalkUPs における賃貸事務所、賃貸小売り店舗および賃貸集合住宅の面積比から、歩行者優先度が最高位の都市、上位の都市、中位の都市、下位の都市と類型化し、最も歩行者優先の都市づくり (Walkable Urbanism) をしている都市は 6 都市で、順にニューヨーク、ワシントン D.C.、ボストン、シカゴ、サンフランシスコ、シアトルとなっている。

さらに同研究では、ランク付けした 30 都市について、事務所と小売店舗の集積している場所の多い都市ほど、市民一人あたりの GDP や高等教育水準と正の相関があることが示されており (図 4)、金銭的に豊かで教育水準の高い居住者のいる大都市ほど、歩行者優先の都市づくりをしている都市になる傾向があると指摘している。そして、歩行者優先の都市づくりをしている都市ほど、中間所得階層に関して、居住費用、交通費用、居住地に近い雇用機会を指標とする社会的公正さも高い傾向があると指摘している。

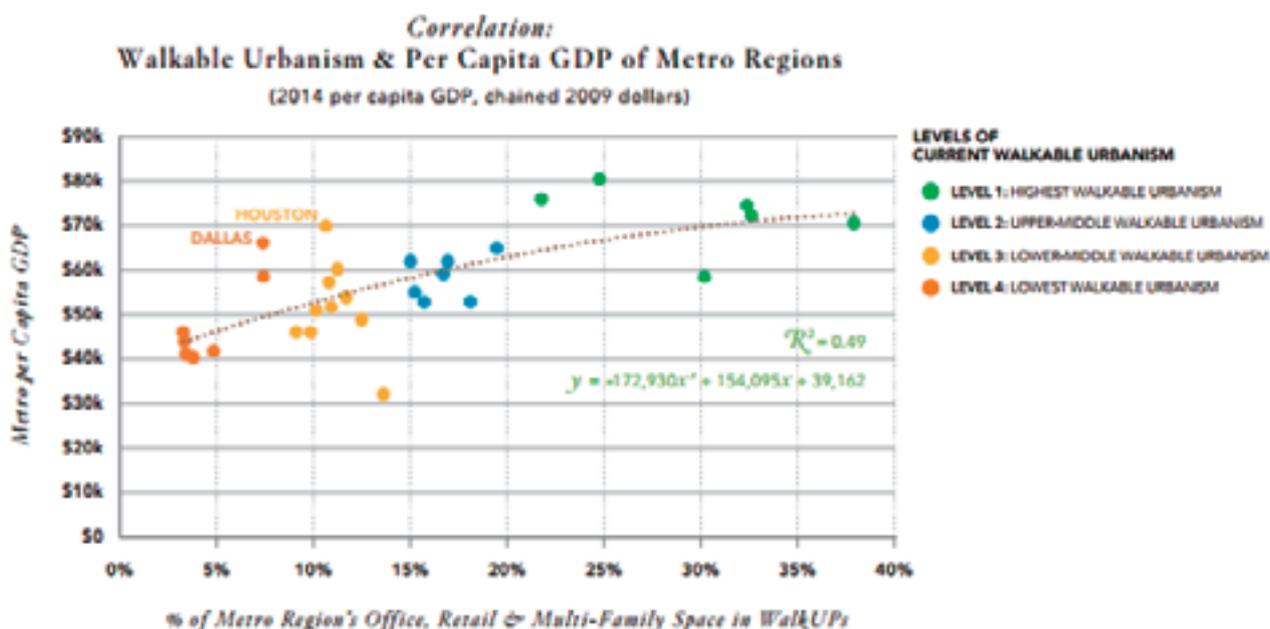


図 4 歩行者優先の都市づくりと一人当たり GDP

※11 「Foot Traffic Ahead~Ranking Walkable Urbanism in America's Largest Metros/2016~
ジョージ・ワシントン大学ビジネス学部の不動産・都市分析センターと「スマート・グロウス・
アメリカ」が共同作成

(4) オーンカフェは地区を活性化

東京都世田谷区の飲食店で道先に設けられたオープンテラスに対する注視度に関する研

究が実施された^{※12}。

一般歩行者からの注視度が観察され、オープンテラスに利用者がいるほど、また利用者の多いほど飲食店に対する注視度は高いという結果が得られている。さらに大学生を対象にしたアンケート調査により、一般歩行者はオープンテラスの利用者だけを見ようとするのではなく、利用者に合わせて飲食店の雰囲気などに関心を持つことが確認され、オープンテラスの利用者を通じて店舗への興味が高められることが推察できる。

※12 「オープンカフェの利用状況による歩行者の注視行動の変化」 日本建築学会計画系論文集
第73巻 第623号 87-92 2008年1月

さらにドイツ3都市（レーゲンスブルク、リュエネブルク、カストロプ＝ラウクセル）の中心市街地におけるオープンカフェ利用者のアンケート調査結果^{※13}によれば、利用者の平均滞在時間は、来街のももとの主目的である中心市街地でのぶらぶら歩きや買い物より、オープンカフェで過ごす時間の方がかなり長く（図5）、結果的にオープンカフェで過ごすこと自体が、重要な目的になっている（図6）ことが示された。さらに、オープンカフェは中心市街地の活性化にも貢献していると8割以上の利用者が回答している。

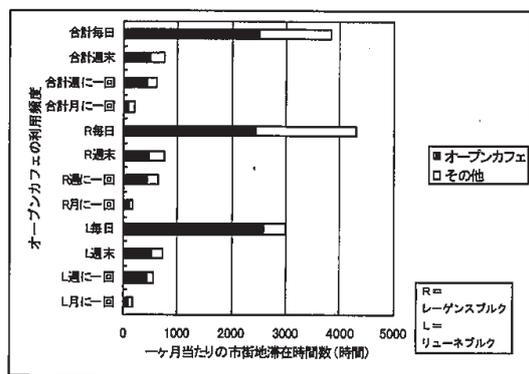


図5 滞在時間とオープンカフェ利用頻度

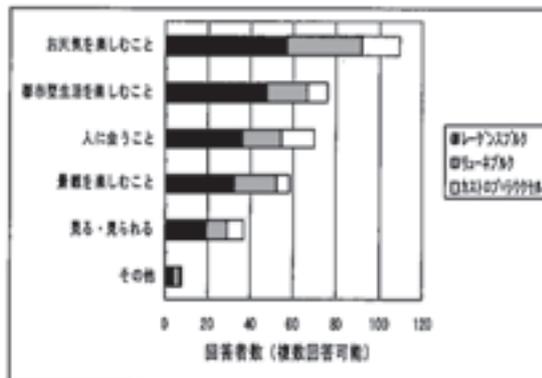


図6 屋外を利用する理由

※13 「オープンカフェ利用者の実態と特性から見たドイツの中心市街地活性化に関する研究」
2002年

4. 拡大する歩行者空間

前章の(3)でも触れたように、米国では歩行者優先の都市づくり (Walkable Urbanism) ということから、車の走行性確保ということから歩行者に焦点をあてた都市開発への動きが徐々に主流となってきているようだ。一方、欧州の都市では魅力向上に向けて、賑わいづくり、観光の振興、そして無論、環境保全という視点から、歩行者空間の整備が着実に進められているように思われる。

そこで、1974年にOECDの環境委員会が編集し発刊した「STREET FOR PEOPLE」^{※2}に記載されている都市の中で、ウィーン、ルーアン、ノーリッジ、リーズ、コペンハーゲンの都心における歩行者系道路（Pedestrianized Streets）に着目して、1974年以前から現在までにどの程度拡大してきたのか確認してみよう。なお現在の状況については、各都市が発刊している歩行者系道路が記載された都心図を参考にした（図7）。

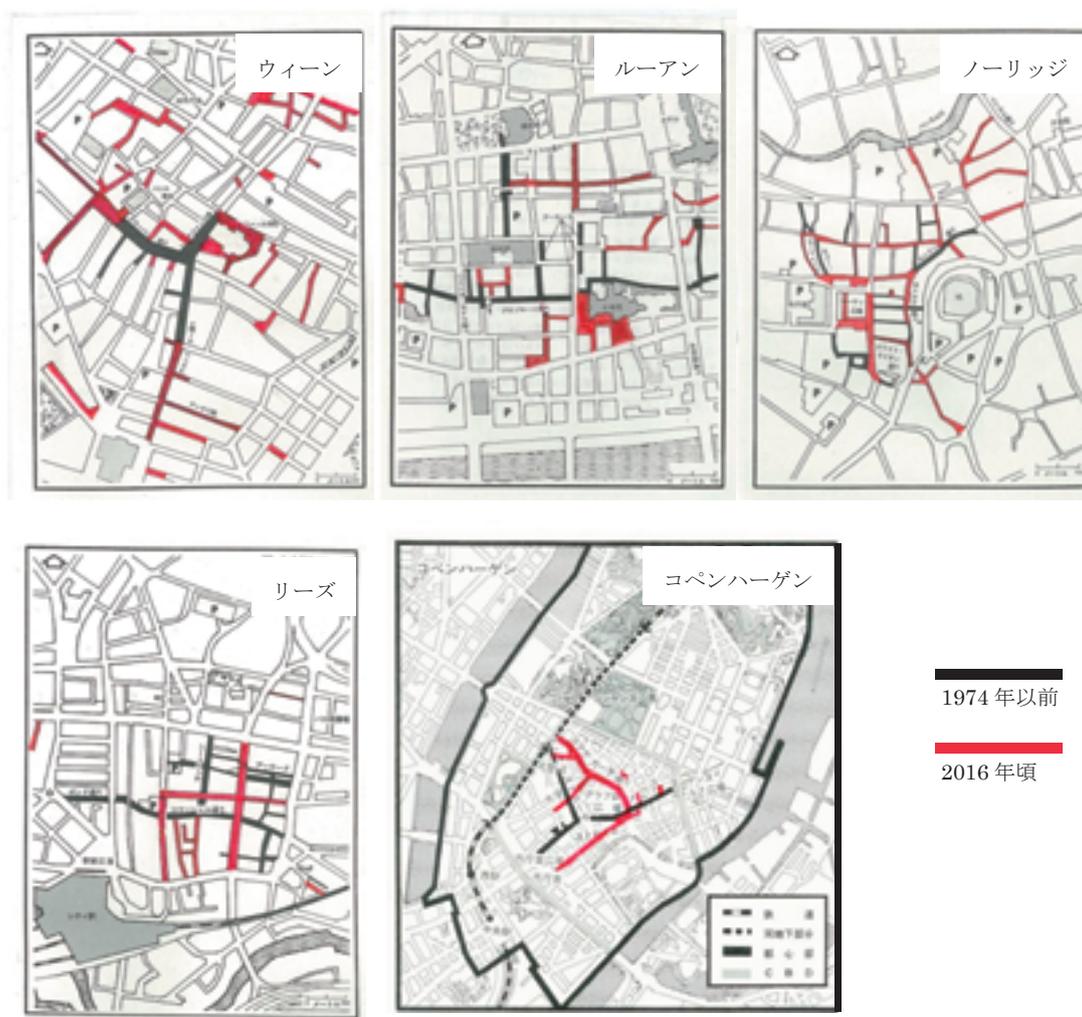


図7 歩行者系道路の拡大状況

いずれの都市も、多くの小売店舗の立ち並ぶエリアや中核的な文化・宗教施設のあるエリアを中心に、歩行者系道路が面的に拡張されている。勿論、図7に示した都市以外の都心部でも、自動車の流入を抑制し、歩行者が横断しやすいフラットな構造の歩行者系道路整備が精力的に進められ、特定の自動車のみが通行できるような車止めや舗装のデザインにも工夫が施されている（写真1、2）。



写真1 ブリュッセル（2014年5月）



写真2 トリノ（2014年11月）



写真3 旧港湾の歩行者空間（マルセイユ ノーマン・フォスター設計）（2013年11月）

特にマルセイユ（仏）は、2013年の欧州文化首都^{※15}に選定されたことを契機に、各種の文化イベントが開催され、また欧州地中海文明博物館などの文化施設の建設や旧港周囲の道路が歩行者空間へと大々的に再整備されたことにより（写真3）旧港のイメージは一新された。

※15 欧州文化首都：EUが毎年指定する都市において、1年間にわたり集中的に各種の文化行事が展開される事業。1983年にギリシャの文化大臣メリナ・メルクーリが提唱し、当初は「欧州文化都市」と呼ばれていたもので、当初は欧州を文化面で代表する都市が選定されていた。しかし、最近は観光など経済効果が着目され、都市活性化を意図した都市が選定されることが多い。

5. 名古屋都心の歩行者空間整備について

（1）道路の機能分類

名古屋市の長期的ビジョン^{※16}においては、「人の流れ、溜りを生み出す空間整備」、「回遊性の高い歩行者空間の創出」などが位置づけられている。さらにリニア中央新幹線の2027

年開業予定を視野に入れた名古屋駅周辺の街づくり構想^{※17}では、都心を対象に「人が主役の歩いて楽しい空間を形成し、回遊性を高める」という方向が打ち出されている。

そこで、「なごや交通まちづくりプラン（2014年9月）」で提示されている道路の機能分類（図8）を基本的に踏まえ、自動車交通ネットワーク上必要な幹線道路を除き、歩行者交通に配慮した道路への転換を図っていくことが、長期的ビジョンおよび街づくり構想を具体化する上で重要となる。



図8 幹線道路の機能分類

※16 名古屋市都心部将来構想 名古屋市 2010年3月

※17 名古屋駅周辺まちづくり構想 名古屋市 2014年9月

(2) 歩行者の多い場所

年間を通じて休日における14時～15時の時間帯は都心に歩行者が最も集中するので、その時間帯の分布状況を図9に示した。赤色が濃いメッシュほど多くの歩行者が集中しているところで、商業施設の集積している名古屋駅周辺と栄から大須に至るエリアに、歩行者の多く集まっていることが判る。こうしたエリアにおいては、道路は無論のこと民地も含めて歩行者にとって歩き



図9 休日（14～15時）の歩行者回遊状況（「都心の歩行者回遊分析」名古屋都市センター研究報告書 No.109 2014.3）

やすい、溜まりやすいそして休憩しやすい歩行者空間の整備がより一層望まれる。

(3) メディアの注目する場所

特定の場所が、TVや新聞、雑誌などのメディアで紹介されることにより人々の関心を集め、大勢の歩行者が集まり人気を博することがある。そしてこうしたことの積み重なりが、魅力的な場所さらには観光スポットへと変貌させることもある。

そこで、1987年から2012年の25年間で月刊誌「K」で紹介された場所と、2012年時点において名古屋の観光スポットとして各情報サイトに紹介されている場所・店舗を大まかではあるが、図9に重ねてみた(図10)。多くの歩行者が集積している場所とよく一致していることが判る。

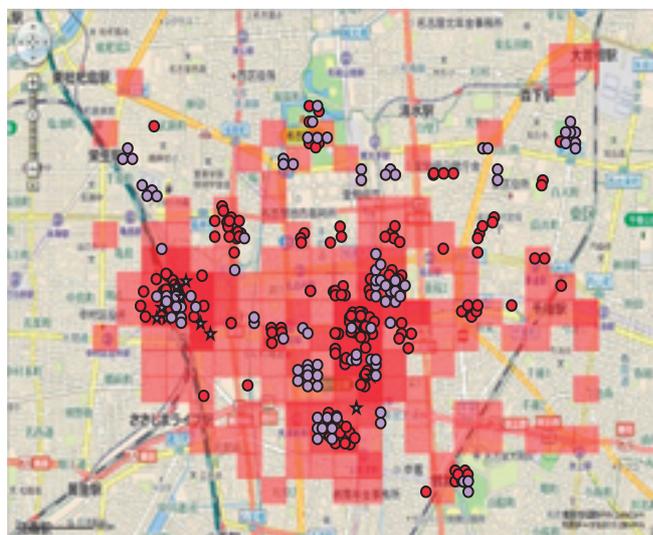


図10 メディアで紹介された場所

- 月刊誌 **K** 紹介スポット (1987~2012)
 - エリア
 - ★ 商店
- } お勧め観光スポット (各種のサイト)

(4) 整備対象エリア

「なごや交通まちづくりプラン」に位置付けられている道路機能分類、従業者密度の高いエリア、沿道の賑わい施設割合 40%以上の路線、自動車交通の少ないエリアに加えて、メディアが紹介した場所を重ね合わせたのが図11である。

従業員密度が高く自動車交通の少ないエリアに、メディアの注目した場所の多くが集中していることが判る。

こうしたエリアは歩行者も多くしかも消費行動も活発であることが容易に推察でき、都心の魅力向上に向けて、道路と沿道の一体的な歩行者空間整備がより重要になると思われる。



図11 道路機能分類等とメディアが注目する場所

おわりに

これまで述べてきたことを踏まえ歩行者空間整備の意義を簡潔に再整理すると、以下のようになるだろう。

- 歩行者空間整備は自動車利用から歩行への転換を促し、CO₂を削減し地球環境の保全に貢献する。
- 歩きやすい環境や美的で気持ちの良い環境の存在は、歩行を促し健康増進に貢献する。
- 歩行者空間の拡大は歩行者を増大させ、商業活性化・小売店販売額の増大に貢献する。
- 歩行者優先の都市づくりをしている都市ほど GDP は高い。
- 都市景観の向上に寄与する歩行者空間は居住者の満足度を高め、経済活性化に不可欠なクリエイティブ・クラスを都市に引き付ける。
- オープンカフェなどの豊かなストリート文化が繰り広げられる空間は、クリエイティブ・クラスを魅了するとともに、都市の主要な訪問目的地ともなり地域を活性化させる。
- 多くの欧州都市の都心では、歩行者系道路が整備・拡張されている。

したがって、都心における歩行者空間整備は、都市環境の向上、健康増進、都市の活性化、クリエイティブ都市の形成をめざす上で不可欠な都市政策といってよいだろう。

名古屋都心の歩行者空間整備を進めるに際しては、都心の道路機能を踏まえ、歩行者の多い区間、情報発信する商業施設の集積エリアを優先的に整備することが重要となる。候補地としては、名古屋駅周辺、那古野周辺、オアシス 21 から栄ミナミー帯、白川公園周辺、大須周辺を挙げることができる。

そしてこの場合、道路空間だけの整備にとどまらず、都市景観の向上に貢献し来訪者が留まり多彩な時間消費が楽しめるよう沿道土地利用との一体的な空間整備に心がけることが重要で、地域の人たちと協働で取り組むことが不可欠であることは言うまでもない。

NUI レポートとは

調査研究の過程で資料収集したことやアンケート調査等でまとめたもの、あるいは、名古屋市職員と共同で調査したものなどを、短期間で整理し、レポートをまとめたものです。

No.023 2017.3 | 平成28年度 NUI レポート
歩行者空間整備の促進に向けて

平成 29 年 3 月

発 行 公益財団法人 名古屋まちづくり公社
名古屋都市センター

〒460-0023
名古屋市中区金山町一丁目 1 番 1 号
TEL/FAX 052-678-2200 / 2211
<http://www.nup.or.jp/nui/>

この印刷物は再生紙を使用しています。