

松山市ロープウェイ通り

(愛媛県松山市)

松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）

道路空間の再編により、歩行者が約 3.5 倍に増加

道路特性：商業・生活系街路

事業特性：道路線形・構造改良、道路空間再編、歩行空間整備、道路修景、無電柱化、沿道修景



◆事業の内容

- 車道を2車線から1車線化し、歩道幅員を拡大する道路空間の再配分を実施
- 無電柱化と共に、沿道の店舗看板の統一化や道路附属物の修景、舗装の美装化等を実施

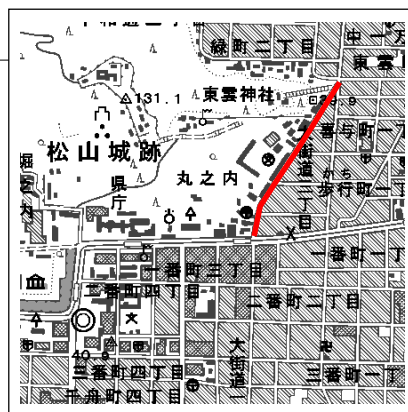
◆事業の成功要因（実践のポイント）

- 地元と行政（市）の熱意ある協議
 - ・商店街の沈滞をきっかけとした、地元と行政（市）の長年にわたる協議（約6年間）により、地元関係者の事業に対する責任感が生まれた。
- 専門家に対する信頼感を背景にした道路デザイン
 - ・地元の想いを汲み上げ、形にすることが出来る専門家を活用することで、地元関係者との信頼感の醸成につなげ、地域の特性に応じた個性的なデザインを実現。

◆事業の成果

- 歩行者に配慮した道路の再整備の結果、整備前に比べ歩行者交通量が約3.5倍に増加
- 事業供用後、全国でもトップクラスの地価上昇率（12.6%）を示した（全国平均2.3%、地方都市平均-2.8%）

◆事業箇所



◆事業データ

- ・事業主体：松山市
- ・路線名称：市道一番町東雲線
- ・道路延長：約500m
- ・道路幅員：車道5.0m（1車線）
歩道2.5~4.5m
- ・事業期間：平成14年~平成18年

松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）

◆事業概要

- ・ロープウェイ通りは、松山市の中心商店街（大街道商店街）の北に位置し、沿道には松山城ロープウェイ・リフト駅を擁する、松山城へのメインエントランスの役割を担う通りである。
- ・地元商店街では、通り南側の中心商店街（大街道商店街）や北側の文教地区、住宅地に挟まれ、自動車や自転車交通の通過点になっていることに大きな危機感を持っていた。
- ・商店街の活性化等を図るため、2車線の車道を1車線に縮小する歩行者優先の道路空間の再配分を実施し、併せて、アーケードの撤去と無電柱化や沿道建物外壁面の改善等の景観整備を行った。



整備前



整備後

◆整備概要

- 車道の1車線化に伴う道路線形改良
- 電線類の地中化
- アーケードの撤去
- デザインガイドラインによる沿道建物外壁面の整備（店舗看板の統一化等）
- 歩道的美装化
- 道路附属物（照明等）の修景



アーケード撤去前



アーケード撤去後



道路照明



道路線形改良（スラローム化）



デザインガイドラインに基づく店舗看板

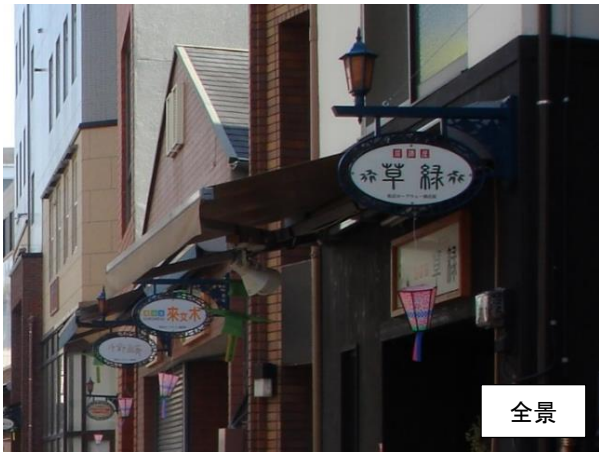
実践上のポイント（構想・計画段階）

～地元と行政（市）の熱意ある協議と取り組み～

- ・ロープウェイ通りの整備は、事業供用（平成 18 年）に先立つ約 7 年前の電線共同溝整備道路の指定という、行政主導の整備計画が出発点にあった。
- ・この指定を契機に、行政側から地元へ働きかけを行い、地元協議を実施。
- ・地元商店街ではロープウェイ通りが交通の通過点となっていることに危機感を持ち、当初は交通に関する議論を始めたが、電線共同溝整備の議論を進める中、「道路空間、特に歩行者空間整備をどうするか」という議論に発展。
- ・地元協議は、沿道の 3 商店街（約 120 店舗）が参加する中、およそ 6 年間にわたり実施。
- ・この協議を受け、商店街側はアーケードを撤去することとし、沿道の自主的なまちづくりに関する協定とデザインガイドライン（ロープウェイ街まちづくり協定書及びロープウェイ街まちづくりガイドライン/平成 15 年 8 月）を締結し、看板等のデザインの統一化や壁面カラーの修景等を実施。

【事業供用までの主な検討経緯】

- ・ H11. 電線共同溝整備道路の指定
- ・ H12. 10～H15. 07 地元協議（16 回開催）
- ・ H15. 08 ロープウェイ街まちづくり協定書（デザインガイドライン）の締結
- ・ H15. 10～H15. 11 社会実験の実施
- ・ H16. 05～H17. 01 道路景観整備協議会（7 回開催）
- ・ H17. 04～ 工事着手
- ・ H18. 04 ロープウェイ通り供用



全景



詳細

ガイドラインに基づく店舗看板の統一化



修景前



修景後

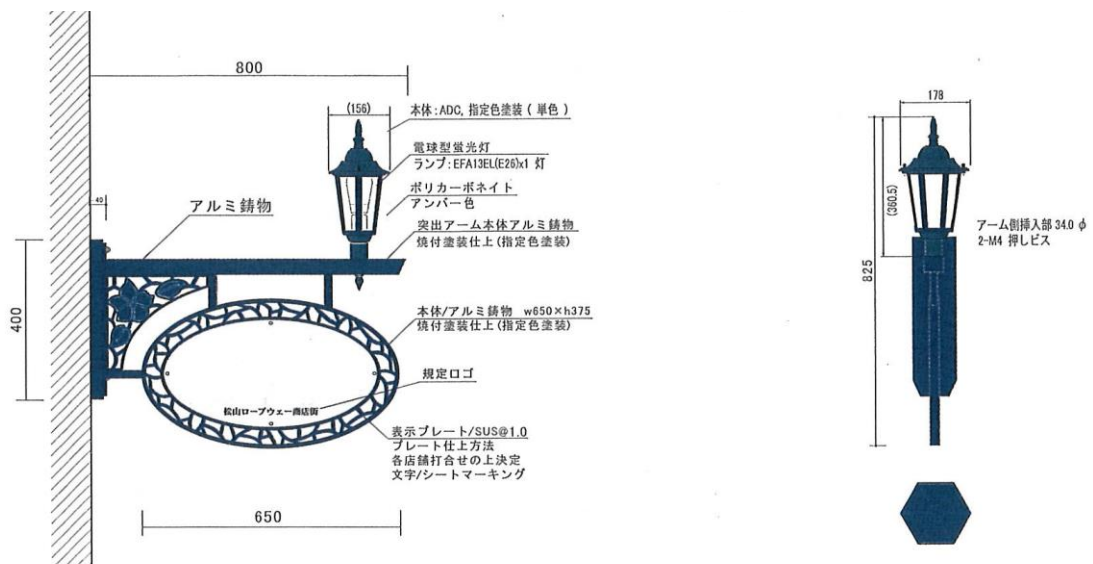
建物外壁色の修景

松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）

■外壁仕上げ例



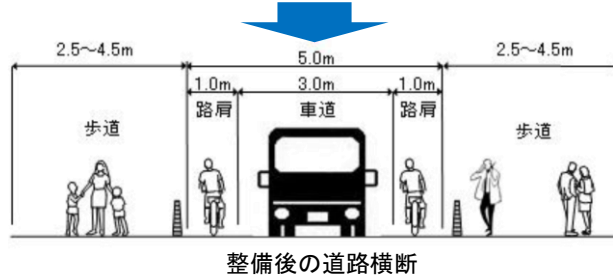
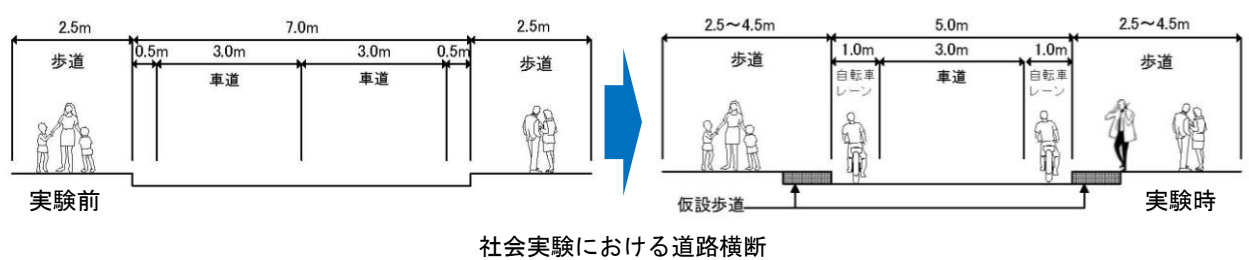
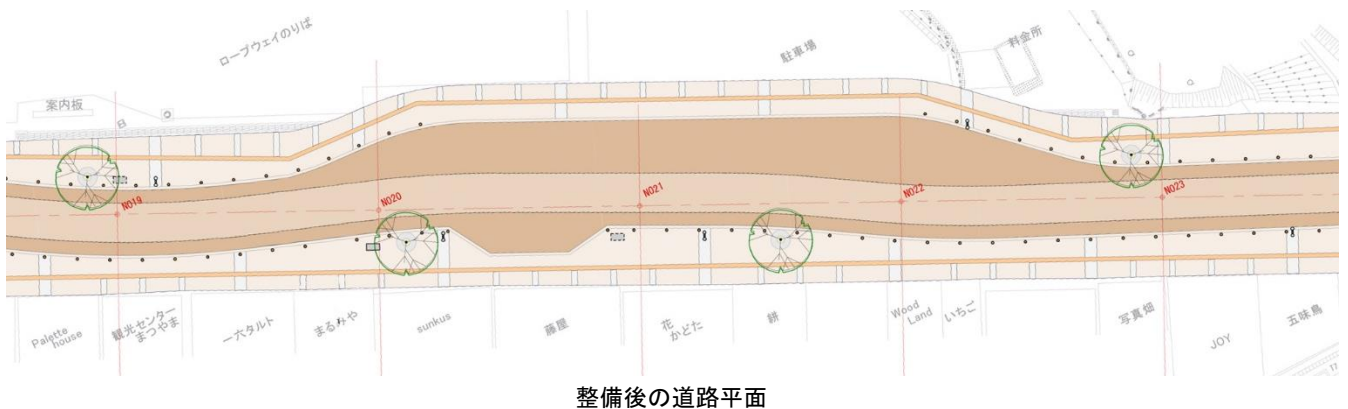
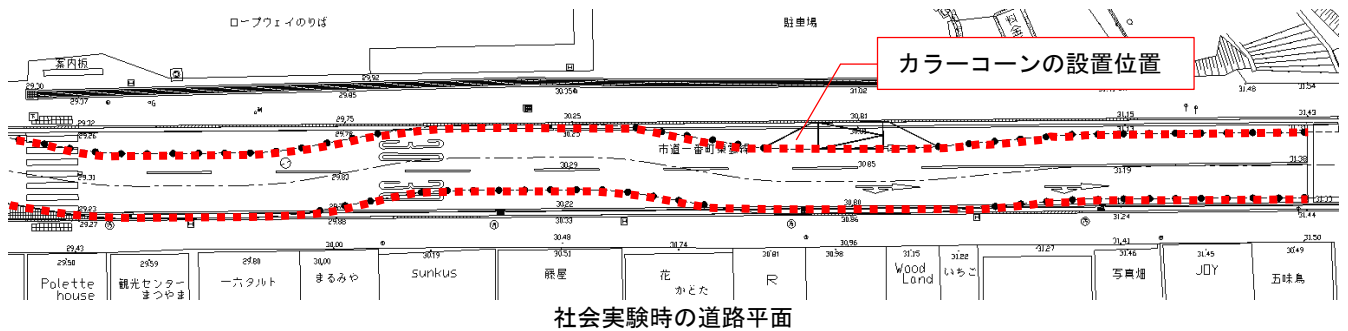
■看板デザイン例（突出し看板）



松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）

～地元の熱意を踏まえた行政（市）の取り組み～

- ・ 地元協議における熱意や自主的な取組み等、地元の主体性の発揮を受け、市では車道の1車線化等の道路整備における交通への影響等を検証するため社会実験を実施。
- ・ ロープウェイ通りの賑わい等の創出を図るため、カラーコーンの仮設置で車線縮小と歩道の拡幅を確保し、通りをトランジットモール化。



道路デザイン指針（案）との関係：（実践編） 4-4-2 都市活動に対応した横断構成
7-1-2 検討体制の整備

松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）



実験前



実験時

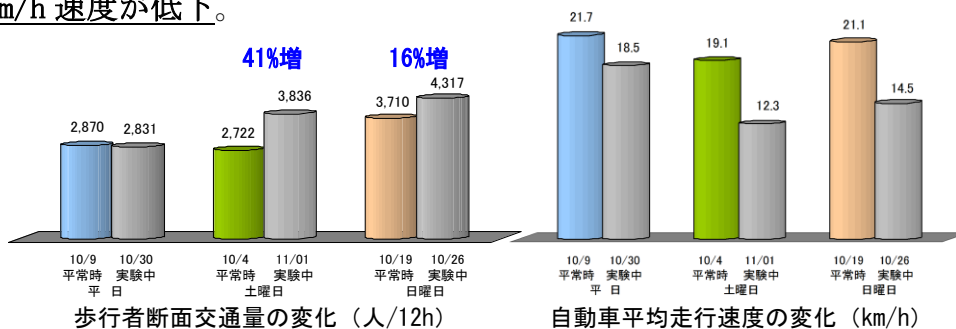
社会実験の実施状況



整備後

整備後の状況

- この社会実験の結果、ロープウェイ通りの歩行者交通量は、実験前の平常時に比べ最大 41% 増加し、自動車の走行速度は、平常時と比較し、土・日曜日は平均約 7km/h、平日においても平均約 3km/h 速度が低下。



松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）

～協議会での集中的な検討～

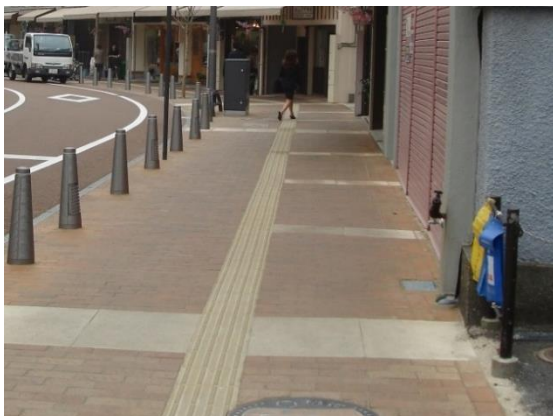
- 社会実験の結果を踏まえ、市は地元関係者等からなる「ロープウェイ街道路景観整備協議会」を平成16年5月に立ち上げ、7回にわたる協議を集中的に実施。
- 社会実験で得られた良好な検証結果とその体験（いわば成功体験）を通じ、地元と市は、道路線形や歩道舗装、道路照明、ストリートファニチャ等の道路デザインについて、具体的かつ詳細に検討。
- 平成17年度に電線類の地中化、車線縮小、道路線形改良、自転車・歩行者空間の確保、舗装の美装化、道路付属物の修景等に着手し、平成18年4月に供用。



整備状況



道路線形



歩道舗装



エントランスゲート

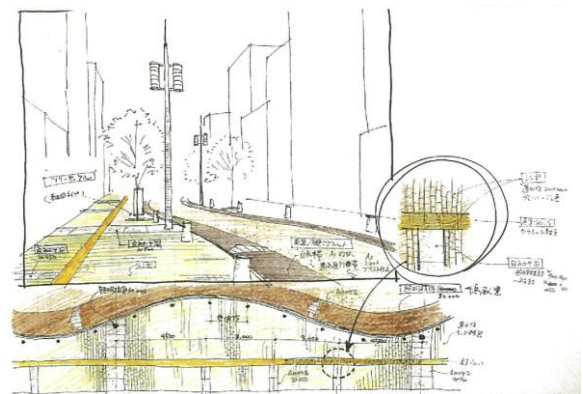
実践上のポイント（設計段階）

～専門家に対する信頼感を背景にした道路デザイン～

- ・ロープウェイ通りの当初の設計案は、既製品を組み合わせた道路照明や、インターロッキング等の一般的な設計内容にとどまり、地元からは低い評価。
- ・そこで、学識経験者の助言を踏まえ、専門家（デザイナー）を活用した検討体制を整備し、検討を推進。
- ・この専門家による設計案は、地元の整備に対する強い思いに応えたものとして、地元から高い評価を受け、これを契機に専門家に対する信頼感が醸成され、当該案を採用。



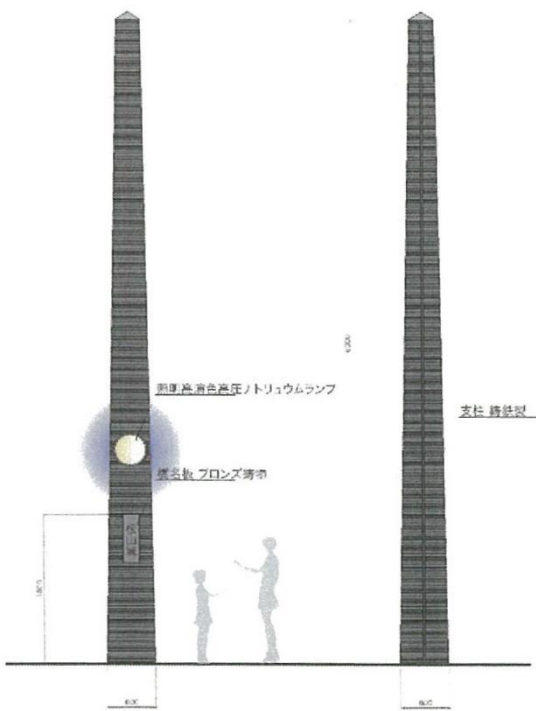
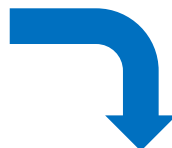
当初案イメージ



代替案イメージスケッチ



最終案イメージ



エントランスゲート設計図



地元の要望に応じて整備されたエントランスゲート

実践上のポイント（施工段階）

～試験施工によるデザインの一貫性の確保～

- ・ 設計意図の一貫性を確保するため、歩道や車道舗装の施工にあたっては、煉瓦や自然石、脱色アスファルトのサンプルを確認し、試し張りを実施。
- ・ その上で、通行の安全性や快適性、美観等をチェックし施工。



歩道舗装材のサンプル確認



車道舗装材のサンプル確認

実践上のポイント（管理段階）

～設計理念の共有による地域主体の維持管理の取り組み～

- ・ 舗装の試験施工等を通じて、地元住民等は、専門家の整備に対する想いやこだわりに強く共感し、その設計理念等を理解、共有。
- ・ 事業供用後、専門家の想いに応えるためにも、地元商店街では、歩道舗装の修復に備え、自主的に修復用ストックを確保。
- ・ 歩道を修復する場合は、地元負担により煉瓦の張替えを実施。

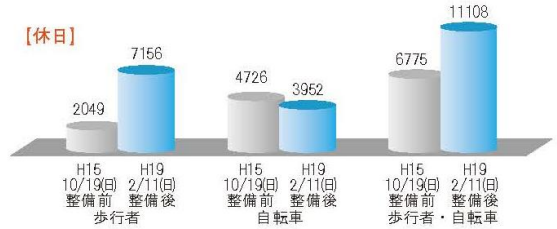


歩道舗装の破損状況の確認

整備効果

～歩行者交通量が 3.5 倍に増加～

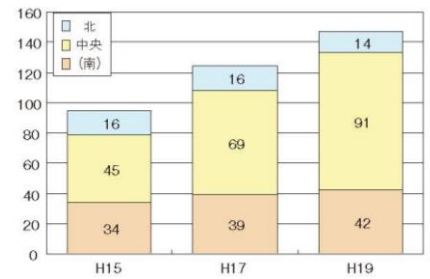
- ・事業供用後の歩行者交通量（休日）が、整備前に比べ凡そ 3.5 倍（約 2,000 人から約 7,100 人）に増加。
- ・他方、自転車交通量（休日）は約 4,700 台から約 3,900 台に減少し、歩行者による道路利用の増加が明らかであり、歩行者優先とした整備目的の達成が伺える。



休日の歩行者・自転車交通量の変化

～沿道の営業店舗数が 1.5 倍に増加～

- ・事業供用後の営業店舗数が、整備前に比べ凡そ 1.5 倍（97 店舗から 147 店舗）に増加。
- ・特に、事業区間の中央に位置する商店街では、店舗数が倍増（45 店舗から 91 店舗）。



営業店舗数の推移

～全国でもトップクラスの地価上昇率～

- ・事業供用後、地方都市の地価が下降する中、ロープウェイ通りの路線価は、整備前に比べ 12.6% 上昇し、全国でもトップクラスの地価上昇率を示す（全国平均 2.3%、地方都市平均 -2.8%）。

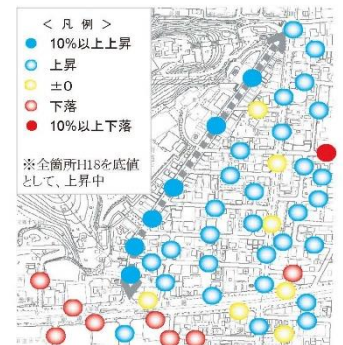


図5 路線価の変動 [H20/H16 比]

路線価の変動

～地元の主体的な地域活動～

- ・事業供用後、年に一回、地元主導の「門前まつり」を開催。
- ・期間中の通行止めの協議は、地元が主体的に警察と協議。
- ・その他、夜間イルミネーションや店先での風鈴飾り等のイベントを実施。



イベント（門前まつり）



夜間イルミネーション

具体の整備内容

【デザインコンセプト】

松山の象徴である「松山城」へのメイン・アプローチ、かつ賑わいの商業モール
煉瓦と石と鉄—質感と趣き溢れる “ 参道遊路 ”

■松山城へのメイン・アプローチ、商店街としての賑わい

- ・ロープウェイ通りは、市内の目抜き通りである大街道に直結しつつ、松山城へのエントランス軸として重要な路線である。浅薄ではない、本格的な景観整備が迫及されている場所であり、質感豊かで品格のある街路デザインが求められている。
- ・一方、ショッピングモールとしての位置づけも重要である。歴史的な重厚さや落ち着いた雰囲気の中にも、商店街としての楽しさ、賑わいが演出されるようなデザインが必要である。

■スラロームと電線類地中化

- ・うねり、屈折する線形は、そのままでは景観的にうるさいものになりかねない。むしろ、街路軸の直線性をデザインの基調とし、整然とした印象を与えるのが適当と考えられる。
- ・照明や樹木等、立ち上がる景観要素を直線的に配置すると、スラロームする車道に対峙して、街路景観全体にバランスが良く、空間構成に落ち着いた秩序を与えられる。
- ・可能な限り照明柱や植栽の並びを揃える。植栽はスラロームによって歩道が広がった箇所に配置することが基本である。



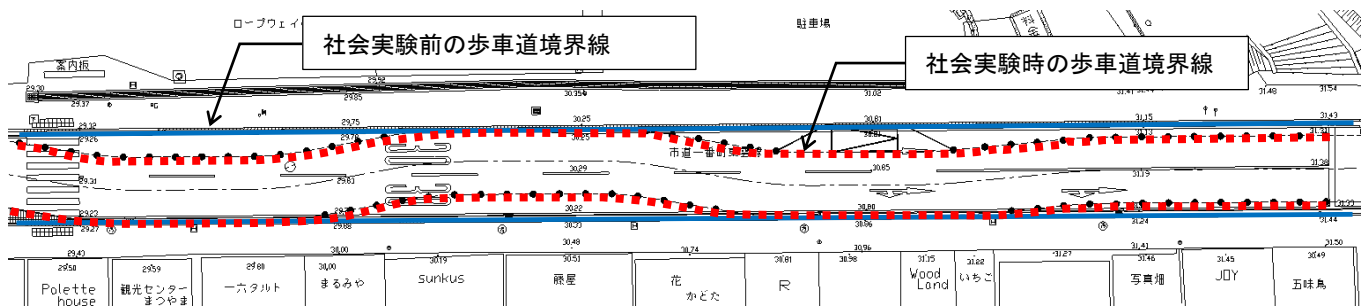
【道路線形・道路構造の改良】

- ・道路線形の改良は、既存の道路機能の見直しとして、車線を2車線から1車線へ縮小。
- ・車線の縮小により、既存幅員（12m）の中で、設計速度 30km、幅員 5m とする 1車線の車道（両側路肩 1.0m を自転車通行帯）をスラローム形状とすることで、車道両側に幅員 2.5m～4.5m の歩道空間を再配分。

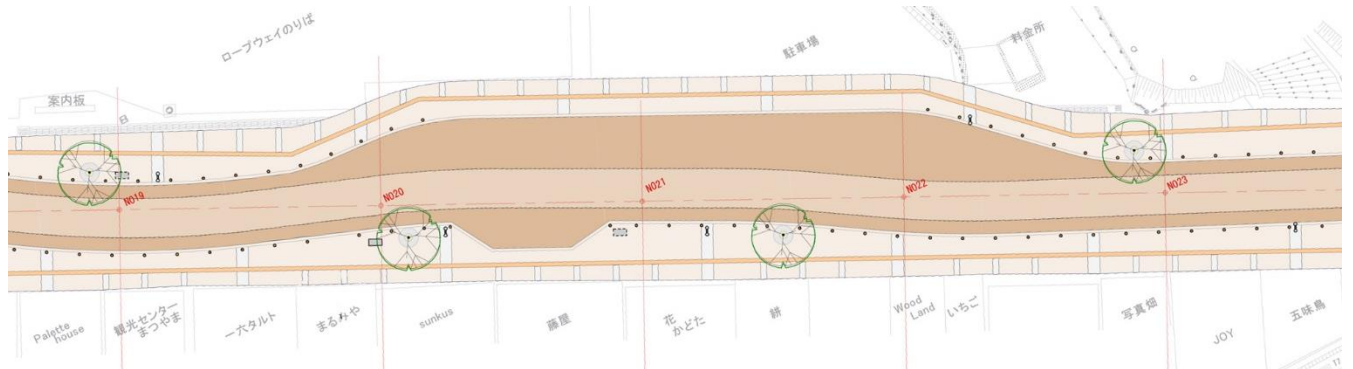


整備の前後比較

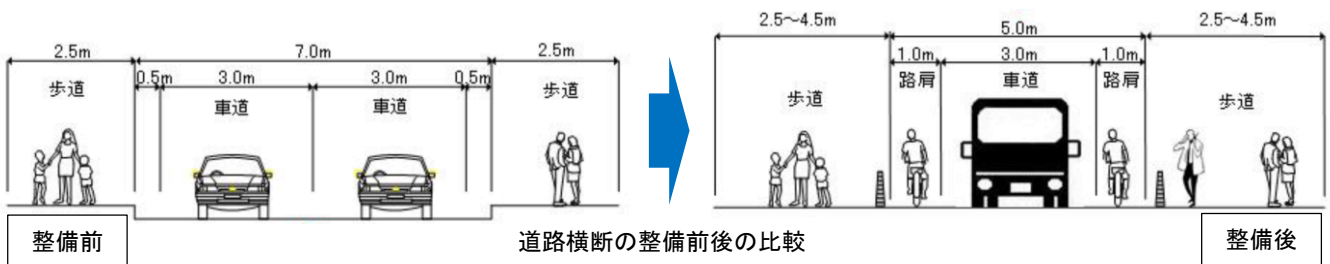
松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）



社会実験前後の道路線形の比較



整備後の道路平面図



道路横断の整備前後の比較

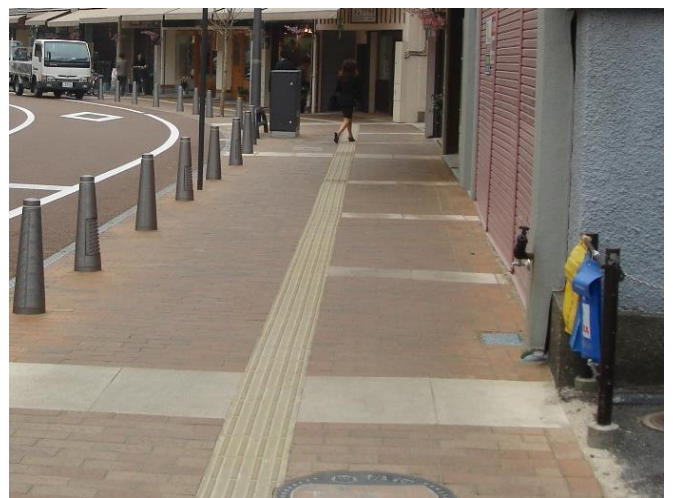
【道路舗装】

■歩道舗装

- 歩道の舗装材は、松山城のアプローチと、商店街としての楽しさや親しみやすさ、賑わい等に配慮し、それにふさわしい質感の豊かさを保ち、滑りにくく、歩きやすい素材として、煉瓦材を選定。



歩道舗装（詳細）



歩道舗装

松山市ローブウェイ通り（愛媛県松山市）

■車道舗装

- ・車道舗装も歩道舗装と同様に、質感の豊かさを確保するため、脱色アスファルト舗装のショットブラスト仕上げにより、質感の向上を確保している。



車道舗装（詳細）



車道舗装の様子

【道路照明】

- ・道路照明は、松山城のアプローチとしての風格、品格を持たせるため、長期間、風合いを保つことのできる鋳鉄を採用。
- ・支柱の表面には細かな波状のテクスチャーをつけ、手で触れたときの素材の感触が確認できる仕上げ。
- ・提灯のような優しく懐かしい灯りとするため、照明方式は全方位拡散方式を採用し、2灯型とすることで空間全体の明るさ感を確保。



道路照明



点灯時の道路照明



支柱詳細

松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）

【ボラード】

- ・ボラードは、空間全体のデザイン基調を整えるため、道路照明と同じ鋳鉄を採用。
- ・道路線形のスラローム化によるドライバーの視認性に配慮し、高さは700mm。
- ・ユニバーサルデザインの対象路線として、10ルクス以上の路面照度を確保するため、フットライトを組み込み、照度を確保。



ボラード



ボラード（詳細）



夜間のボラード照明

【エントランスゲート】

- ・松山城へのアプローチとしての風格、品格を持たせるため、市内の目抜き通り（大街道）と交差するエントランス部に、モニュメンタル性の高いゲート柱を設置。
- ・素材は道路照明、ボラードと同様に鋳鉄を採用。
- ・道路照明等に比べ圧倒的に強い存在感を持ち、市内の目抜き通り（大街道）に向かっての正面性、ゲート性が演出され、通りのシンボルとなっている。



エントランスゲート（全景）



エントランスゲート（詳細）

事業を通じた課題と新たな取り組み

【課題】

- ・道路整備等の公共事業では、設計・施工時のデザイン監理の位置づけが難しく、デザインの一貫性等が確保されない恐れがある。
- ・他方、デザイン性の確保に偏ることで、受・発注者の関係に不透明さが生じること等が懸念される。

【新たな取り組み】

- ・松山市では本事業での経験を踏まえ、従来の発注方式（指名競争入札等）に加え、デザイン力のある技術者（会社）の参入を可能にした、設計共同体によるデザインプロポーザル方式を新たに導入した。

事業関係者のコメント

【行政担当者】

＜構想・計画段階＞

- ・協議を重ねていく中で、地元側に「このままでは商店街の疲弊は目に見えている。何かチャレンジしよう」という前向きな意識の変化が生じていったのが、当時見て取れた。
- ・この意識変化が、商店街側のアーケードの撤去や自主的なデザインガイドラインの締結につながったと思う。
- ・長期の地元協議で培われたお互いの信頼感や地元の意識向上等から、社会実験の合意形成は比較的容易であったと思う。
- ・社会実験の実施後、国土交通省から地元商店街の代表へ、この実験に関する講演の依頼があった。この講演の様子は、報道等を通じ、地元の方々にもすぐに伝わり、「自分たちの取り組みが全国発信された」という想いと社会実験での成功体験を契機に、地元全体の関心が深まり、協議会に対する責任感のようなものが、地元で醸成されたと思う。
- ・この事業を通じて感じたことは、地元との合意形成に工夫やコツはなく、お互いの意思疎通を積み上げていくことが何よりも重要で、地元との信頼感の醸成が、事業の成功を導く大きな要因と感じた。

＜設計段階＞

- ・この事業を通じて、地元の要望に応えることや、整備のクオリティを確保するためには、地元の想いを汲み上げることができる専門家を積極的に活用していくことが、大変重要だと感じた。

＜施工段階＞

- ・設計理念の一貫性や良好な施工結果を確保するには、施工時のサンプル確認や、現場で実物を確認することが基本だと思う。

＜管理段階＞

- ・この事業では、設計者の意図やこだわりを、現場でのやり取り等を通じて、地元の方々が共感、納得し、このような理解が、地域による自発的な維持管理につながっている一因だと思う。

【学識・有識者】

＜設計段階＞

- ・この事業は、当初の案を地元の方々が納得せず、市から相談を受けスケッチを描いたところ、地元から「こういうものを望んでいた」ということになり、整備が進んだケース。
- ・地元からは、「立派に見えるゲートを造ってほしい」とも言われ、なかなかインパクトのあるエントランスゲートを整備し、地元の評判も大変いいと伺っている。

＜整備効果＞

- ・この事業で驚いたことは、「通りを整備したら、地価が上がった」ということであった。松山市の担当者に尋ねたところ、「松山市の中で唯一、地価が上昇した地区である」とのことであった。
- ・整備後、通りを再訪した際、店舗が改装され、洒落た通りになっており、これまで余り思わなかったことだが、「街路をちゃんと整備すれば街が変わる」というのを、この整備を通じて実感した。