

春吉橋賑わい空間試行イベント

「令春橋宴祭×千年夜市」

国道 202 号春吉橋架替事業における取組について

国土交通省 九州地方整備局 福岡国道事務所 計画課

はじめに

国道 202 号は福岡県福岡市を起点とし、長崎県長崎市に至る延長約 250km の主要幹線道路である。その中でも、福岡市博多区祇園町から中央区大濠公園までの約 4.5km 区間については、昭和 23 年に福岡市で開催された第 3 回国民体育大会に併せて整備されたことにより、「国体道路」と市民の間で呼ばれ、親しまれている。

国道 202 号国体道路は、人口 150 万人都市である福岡市におけるビジネスやショッピング等の 2 大集積地である「天神」と「博多」を結んだ 4 車線道路であり、春吉橋是那珂川にかかる橋で、福岡市都心部のほぼ中心に位置している。天神南駅と博多駅を繋ぐ地下鉄七隈線の新駅が建設中である等、いっそうの都市化が進む地域でもある。(図-1)



図-1 春吉橋とその周辺図

春吉橋架替事業

春吉橋は、昭和 36 年に架設されて以来 60 年余りが経過しており、下部工の損傷が著しく、干潮区域（河口から約 1.5 km）にあるため、塩害も進行している。更に基礎が木杭であるため、地震に対する十分な耐力が期待できないという問題もある。また、春吉橋が架かる那珂川は、平成 21 年 7 月の中国・九州北部豪雨では流域に甚大な浸水被害が発生したところであり、福岡県で河川改修事業が進められてきた。春吉橋は、橋脚の間隔が短く、川幅も狭くなっているため、治水上のネックとなっている。

これらの課題を解消するため、平成 25 年度より春吉橋の架替事業に着手した。(図-2)



図-2 春吉橋と迂回路橋

春吉橋架替における迂回路橋の活用

春吉橋周辺は、観光資源が多く点在しており、また福岡の都心中枢である「天神」と「博多」2つの都心を結ぶ中間に位置している。

この「天神」と「博多」が「競争と協調」によって共に発展していくためには、「回遊性」を高めることが重要である。

そこで、一般的な橋の架替の場合は、仮設の迂回路橋を設置し、本橋の架替後にその迂回路橋を撤去するが、今回の春吉橋架替事業では、迂回路橋を永久橋として建設し、架替後も撤去せずに存置して「福岡の顔」となる賑わい空間として利用する（図-3）

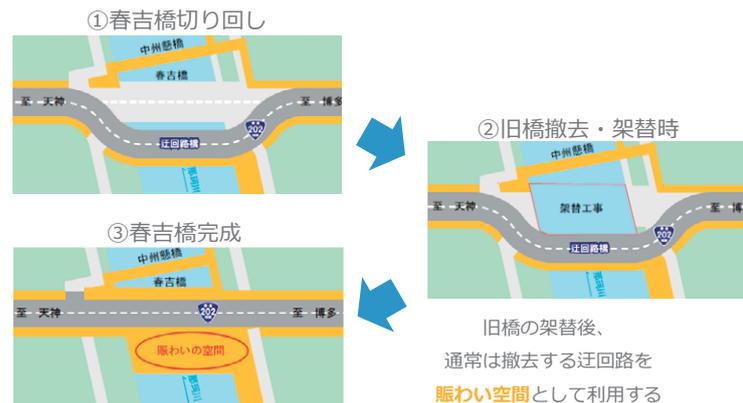


図-3 春吉橋架替事業の流れ

博多と福岡を結ぶ国体道路の空間利活用検討会

回遊のクロスポイントとなる『春吉橋』を核とした空間利活用の将来ビジョンを技術的見地から検討するための「春吉橋を核とした空間利活用に関する技術研究会」が平成25年11月25日に設置された。九州大学教授（当時）の坂口委員長を始め12人の委員により構成され、平成27年6月19日に提言が提示されている。（図-4）



図-4 「春吉橋を核とした空間利活用に関する技術研究会提言」資料

本提言を深化させる形で、平成31年に「博多と福岡を結ぶ国体道路の空間利活用検討会」が設置され、検討会開催時点で迂回路橋が架橋されていたこともあり、ゴールデンウィーク期間に試行的にイベントを実施し、今後の参考とすることが提案された。

令春橋宴祭×千年夜市

試行イベントについては、「令春橋宴祭×千年夜市」というイベント名で、平成31年4月26日から令和元年5月6日まで開催した。橋上に飲食テントを設置した「橋の上にぎわひ横丁」と、事業の紹介をするパネル展「令和に架ける橋」を実施した。(図-5)



図-5 賑わい空間の様子

長期休暇であることもあり、当初の想定を上回り、のべ来場者数は約14万人にのぼるほどの大盛況となった。

開催期間を通じて、12時～18時の来場者数より18時～23時の来場者数が上回る傾向があり、繁華街である中洲地区の場所性があらわれているといえる。

イベント実施に当たっては、「春吉橋を核とした空間利活用に関する技術研究会」において「本空間については民間の視点が重要である」と提言があったところ、本イベントについても「春吉橋賑わい空間試行イベント実行委員会」を組織し、そこに民間団体である「千年夜市」(周辺公園でイベント開催実績を有する)を含めて検討した。民間団体のノウハウを活かし、かつ当該地区における事業性等の今後の参考とするものである。

なお、来場者に対して対面でのアンケートを実施しており、一部結果を示す。

まず、「イベントの満足度」に関しては「非常に高い」「やや高い」が8割を超える結果であり、来場者にとって満足度が高いイベントであったといえる。(図-6)

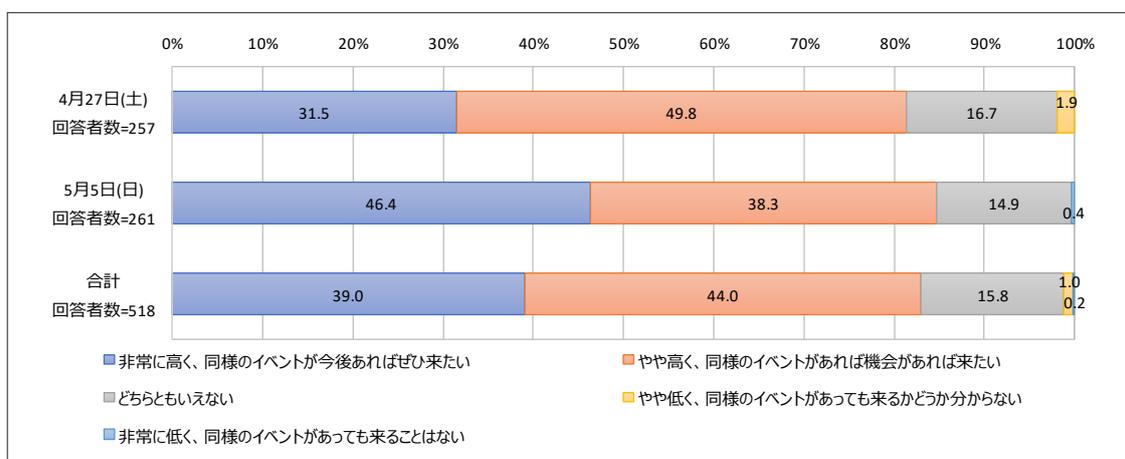


図-6 「イベントの満足度」の回答結果

また、「賑わい空間がどのような空間になればよいか」については「多様なイベントが開催され多くの人で賑わう空間」を望む回答が5割を超える結果となった。(図-7)

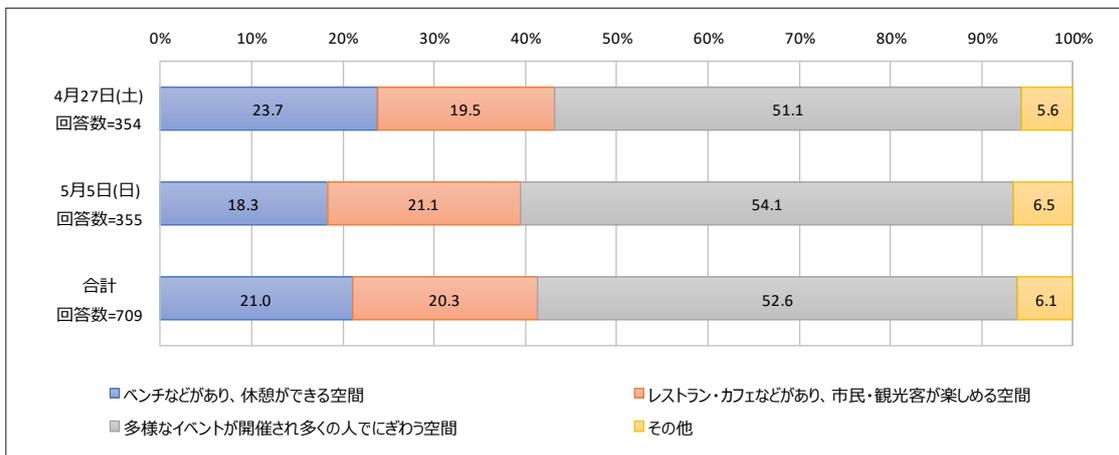


図-7 「賑わい空間がどのような空間になればよいか」の回答結果

また広報活動として、会場の入り口に、事業の紹介と、事業にかかわった技術者の等身大パネルを設置し、事業のPRを行った。事業の紹介については一目でわかるような工夫を凝らし、来場者の目に留まりやすいものとした。技術者パネルについては同じポーズでパネルの横で写真を撮るといった来場者が多数見られ、事業のPRに留まらず、土木業界のイメージアップにも寄与するものであったと考えられる。

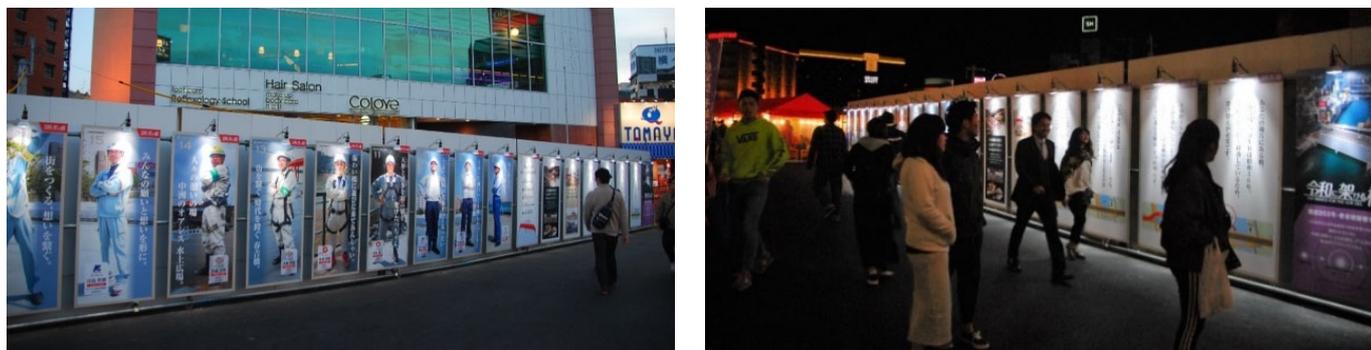


図-8 パネル展「令和に架ける橋」の様子