

## 道路愛称事業の実施状況と実務的留意点

渡辺千賀恵\*

小川英明\*\* 松村みち子\*\*\*

この研究の目的は、実施事例の分析をととして道路愛称事業の現況と意義を明らかにし、今後の展開に向けて実務的な留意点を指摘することである。まず自治体アンケートに基づき、この事業が住民に受け入れられていることを述べた。ついで岐阜市での事例分析に基づき、事業化の前段階で基本方針を十分に議論しておくことが大切であることを指摘した。

### A Study on Enforcement Situation and Practicing Attentions of Road Nicknaming Policy

Chikae WATANABE\*

Hideaki OGAWA\*\* Michiko MATSUMURA\*\*\*

This study aims to clarify significance in road nicknaming policy and to propose its practicing attentions. Firstly, by the questionnaire survey to the local governments in the Tokai region, we discussed this policy has received a good evaluation. Secondly, by the analysis of the experience in Gifu city, it is proposed that a fundamental scheme should be discussed prior to the enforcement of this policy.

#### 1. はじめに

##### 1-1 研究の目的

道路行政においては最近、いかに造るかといった

造り手の視点（ハード面）に加え、いかに活用するかといった利用者側の視点（ソフト面）も重視されるようになってきている。たとえば、道路審議会は第12次道路整備五箇年計画に向けて「道路は社会空間」<sup>1)</sup>との視座を示し、使う側からの意見・提言を集約する一手法として『キックオフ・レポート』を公表している。

ソフト面の具体例としては、これまですでに「道路愛称事業」が実施されてきている。道路にニックネームをつけることで「地域と結び付いた親しまれる道路」<sup>2)</sup>をめざすのが、道路愛称事業(以下「愛称事業」と略す)である。1982年度に建設省道路局が提唱して全国の自治体に普及している。

\*九州東海大学工学部教授  
Professor, School of Engineering,  
The Kyushu Tokai University

\*\*愛知産業大学造形学部教授  
Professor, Faculty of Design and Architecture,  
The Aichi Sangyo University

\*\*\*愛知県立芸術大学非常勤講師  
Part-time Lecturer,  
The Aichi Prefectural University of Fine Arts  
and Music  
原稿受理 1997年5月6日

広義のアメニティ概念には、快適性・安全性・保健性・個性の他に接近性(アクセシビリティ)も含まれる<sup>3)</sup>。この視点から道路愛称は都市アメニティの構成要素の一つになりうる。その意味で愛称事業は、道路の使い方を模索する先駆的な試みとして注目に値するであろう。

ただし一面、この事業に対しては、少額予算で取り組める「易しい企画」といった誤解があるように思われる。しかし実際には、愛称事業は必ずしも易しい事業ではない。かつて全国各地で町名変更が進められた際、新旧の町名をめぐってトラブルが起きた<sup>4-5)</sup>。それと同様の混乱が愛称事業にも潜在している。愛称事業は発展性をもった動きであるだけに、そうした混乱は避けておきたい。

ソフト面はまだ自治体行政の定型業務になっていないが、しかし愛称事業についてはすでに少なくない自治体実践している。ソフト面のノウハウを蓄積するためには、その経験を総括して今後への指針として活かすことが大切であろう。

この研究ではこうした認識のもとに、東海4県における実践例を対象として、愛称事業の実態・意義・問題点・指針などを実証的に考察する。まず前半で22事例の全体像を述べたあと、後半では岐阜市の場合について具体的に検討する。

## 1-2 研究の方法と用語

愛称事業については、行政報告書<sup>6)</sup>を除き論文の形になった先行文献は見当たらず、まだ実態が把握されていないと思われる。そのため、本研究ではまず愛称事業の全体像を知るため、東海4県(愛知・岐阜・三重・静岡)における実施事例を対象として、①自治体へのアンケート調査と②市民からの聞き取り調査を実施した。ついで、愛称事業の細部を検討するため、岐阜市愛称事業を事例分析するなかで反省点や今後への指針を考察した<sup>7-8)</sup>。

以下、「公称」「愛称」「通称」という三つの言葉

を使い分ける。公称とは法律によって決められる公式名称(路線名)のことであり、愛称とは愛称事業によって命名されたニックネームである。また、通称とは愛称がつけられる以前に使われていた名称である。たとえば、「高富街道」と呼ばれている路線に「長良橋通り」というニックネームがつけられた場合、前者が通称に、後者が愛称に当たる。

## 2. 道路愛称事業が提唱された背景

### 2-1 全国道路標識週間

道路審議会は1982年3月、「道路整備の目標をわかりやすい形で国民の前に示し」、道路への関心を高める必要があると指摘した。また全国道路利用者会議は1986年1月、「道の日」の新設を提言した。そして1975年頃からは毎年、建設省道路局が中心になって「全国道路標識週間」が実施されてきている。その標識週間のなかで1982年度に愛称事業が提唱された。

道路にニックネームをつける活動は、以前からも個々の自治体や商店街などが散発的に進めてきたが、それがこの提唱によって行政による全国的な事業へと展開されることになった。建設省道路局企画課が都道府県に通達した文書「全国道路標識週間の実施について」によれば、愛称事業の目的は次のとおり「普及」と「募集」とに分けられている。

- ①通称がある場合は、それを「普及」させる。
- ②通称がない場合は、愛称を「募集」する。

しかし、実際には事業が具体化されるにつれて、こうした単純な2分類では対応できないことが明らかになりつつある。

### 2-2 公称の難しさ

道路は公称をもっている。法律では「路線名」と呼ばれている。公称は①計画中の路線、②事業中の路線、③共用後の路線それぞれにつけられる。事業の展開につれて、一つの路線は三つの名前を持つわけである。また、公称は準拠する法律によっても異なる。道路法は「国道3号線」「主要地方道〇〇線」といった表現を採っており、都市計画法は「3・2・2岐阜羽島線」\*1といった表現を使っている。

このように公称の種類と決め方はかなり複雑であるため、公称に精通するのは易しいことではない。道路づくりを担当する行政マンですら、普段は通称を用いることが少なくない。まして一般市民には使いにくい名称であろう。通称が自然的に発生したり、愛称が募集されたりする理由が、ここにある。

\*1 「3・2・2 岐阜羽島線」の数字部分のうち、一つめの数字は「区分」を、二つめは「規模」を、三つめは一連番号(通し番号)を表している。

区 分	規模(幅員)
1 自動車専用道路	1 40m以上
3 幹線街路	2 30~40m
7 区画街路	3 22~30m
8 特殊街路	4 16~22m
9 都市モノレール道	5 12~16m
6 その他	

Table 1 アンケート票の配布・回収状況

県名	静岡	岐阜	愛知	三重	合計
配布数	20	6	6	8	40団体
回収数	14	2	4	2	22団体

### 3. 東海4県における実践例の分析

#### 3-1 自治体アンケートの概要

愛称事業の実施と具体化は各自治体に任ざれている。そのため、事業内容は自治体によってかなり異なっている。そうした実態の全体像を知るため、自治体に向けてアンケート調査を実施した。愛知・岐阜・三重・静岡の東海4県内では、1990年現在で40団体(25市15町)が愛称事業を実施済みである。それら40団体にアンケート票を郵送で配布し、郵送で回収した。回収数は22団体、回収率は55.0%であった(Table 1)。主な質問項目は、実施年度、目的、選考組織、公募路線数、区間長、通称名、愛称名などである。なお、県ごとの回収数が少なく県間比較に適さないため、22団体を一括してマクロな特性を見ることにする。

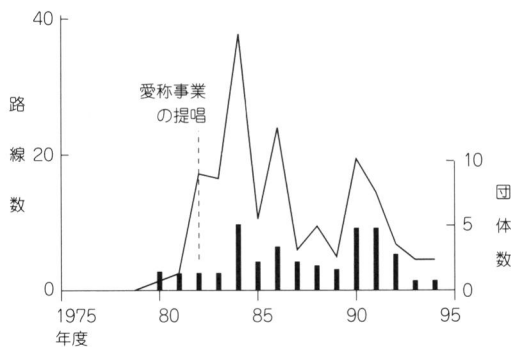
#### 3-2 愛称事業の経年推移

アンケート結果によると事業主体は18団体が行政主導であり、1団体のみが民間主導であった(無記入: 3団体)。18団体の内訳は市町村主導が10例、県主導が2例、国主導が6例になっている。

応募名称のなかから愛称を選ぶ選考組織については、13団体が委員会形式(例: 道路愛称選考委員会)を採っている。そのメンバーは一般に住民代表・学識経験者・自治体職員で構成されており、市議会代表を加えているケースも見られる。また、3団体は民間組織のみで選考しているが、これらは商店街事業(浜松市)や観光施設事業(西伊豆町)などの一環として実施されたものである。この他にも自治体の内部組織のみで選考した例が3団体見られる。

1団体あたりの募集路線数には大きなばらつきが見られる。最も多いのは静岡市の50路線、最も少ないのは下田市の1路線であった。平均すると1団体あたり約10路線である。

経年推移をみると、愛称事業の実施数はこの事業が提唱された1982年度から明らかに増加した。団体数でみると毎年1~5団体のペースであるが、募集路線の年間本数でみると1981年度の2路線から1984年度の39路線へと増加している(Fig.1)。1984年度の路線数が突出しているのは、名古屋市が一举に24本を実施したことによる。事業提唱から10年余を経た



注) 折れ線グラフ: 路線数(左目盛)。棒グラフ: 団体数(右目盛)。

Fig.1 愛称事業の経年推移

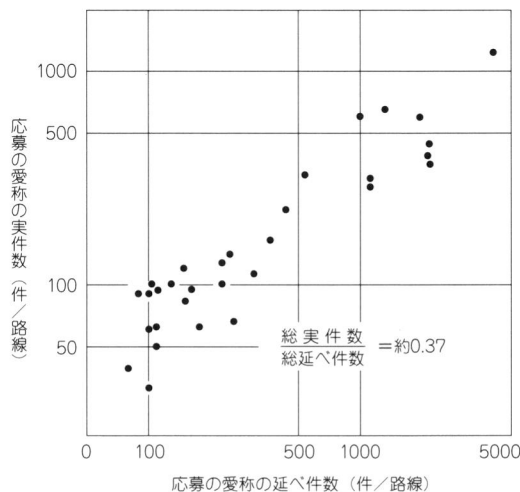


Fig.2 延べ件数と実件数の関係

最近では、毎年5路線あたりに安定している。

#### 3-3 愛称の応募状況

1路線あたりの愛称応募件数は、都市の人口に応じて大きなばらつきを見せている。最も多かったのは3,993件、最も少なかったのは79件である。ただし、この件数は同じ応募名称をダブルカウントした場合の数値(延べ件数)である。同一名称を1件と数えた場合(実件数)には件数はかなり減る。延べ件数と実件数との関係を見ると、100件の応募があっても異なった名称は37件程度に減ることが分かる(Fig.2)。

愛称の使われ方については、いくつかの具体例が寄せられた。回答のあった22団体のうち、20団体において愛称標識が設置されている。標識の本数は区間長によって異なるが、1区間あたり1~3本の例が多い。また①愛称マップを作成する、②公用地図などに愛称を掲載する、③市販地図への記載を働き

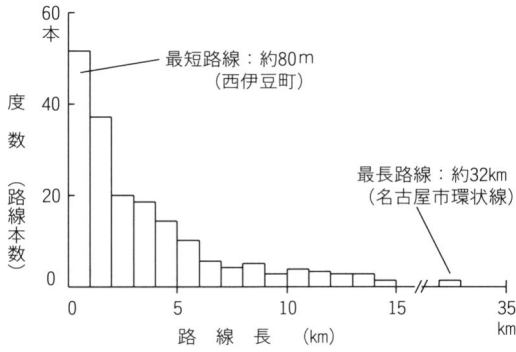


Fig.3 路線長の分布

かける、なども見受けられた。事業後にイベントを行った例もある。

### 3-4 区間長の分布

対象路線の区間長分布をFig.3に示した。区間長は「0～1km」が卓越しており、ついで「1～2km」が多い。最短区間は西伊豆町「遊遊通り」の約80mであった。愛称事業で対象とされる路線は、まずは短区間である。ただし、区間長が長いものも決して少なくない。10～15kmという路線に一つの愛称をつけている例も見受けられる。最長路線は名古屋市環状線の約32kmであった。区間長の算術平均は約4kmである。なお、後述する追認型・改名型・新規型のタイプ別にも描いてみたが、明確な差異は見られなかった。

区間長にこうした較差が見られるのは、愛称事業に対する各自治体のスタンス(目標)が違うからである。自治体のスタンスは、次のように「自動車向け」と「歩行者向け」の二つに分けられる。

- ①自動車の運転者を重視する立場から“長い”区間を設定するもの
- ②歩行者を重視する立場から“短い”区間を設定するもの

前者における愛称の役割は自動車の道案内役を果たすことであるから、区間長を長くとりないと意味がない。ただし、それによって通称と愛称の重複問題(後述)が生じやすい。後者での役割は、商店街や歴史的遺産など沿道属性をイメージさせることであるから、区間長は短くてもよい。どちらのスタンスを採るかによって、路線の数や愛称の選び方が違ってくる。

### 3-5 公募路線のタイプ分類

前項ではクルマ向けかどうかに着目したが、これとは別に通称の有無に着目すると、公募路線は三つ

のタイプに分類できる(Table 2)。「追認型」は、すでに定着している通称をそのまま愛称とする場合である。「改名型」は、通称を別の愛称に変える場合である。「新規型」は、通称名のない路線に愛称をつける場合である。

今回の調査路線(206例)を仕分けすると、最も多いのは新規型(91例)、ついで追認型(78例)、改名型(37例)の順である。愛称事業を始めるに際して、このタイプ分類をはっきり区別しておかないと、さまざまな混乱が派生しやすい。

## 4. 沿道住民からの聞き取り調査

### 4-1 聞き取り調査の概要

愛称は住民や市民などに活用されてこそ意義もつが、少なくとも今回の回答自治体の場合、愛称が使われているかどうかを事後調査した例は見られなかった。そこで愛称の定着状況を知るため、愛称の決まった路線の沿道住民に対して聞き取り調査を実施した。

対象に選んだ都市は一宮市・岐阜市・豊橋市の三つである。これら3都市は第一にいずれも国主導型であり、第二に人口規模や募集路線数が似ている一方で、第三にそれぞれタイプが異なるため比較に適している。ここで国主導型を選んだ理由は、愛称事業の二つの目的——①通称の「普及」と②愛称の「募集」——がともに含まれているためである。

各都市とも募集路線には三つのタイプが混じっているが、今回は一宮市では追認型の路線のみを、岐阜市では改名型のみを、また豊橋市では新規型のみをそれぞれ選んで聞き取り調査を実施した(Table 3)。主な質問項目は、愛称を知っているかどうか、愛称事業への評価などである。

Table 2 公募路線のタイプ分類

通称の有無		タイプ	本数
通称あり	通称=愛称	追認型	78本
	通称≠愛称	改名型	37本
通称なし		新規型	91本

Table 3 聞き取り調査の対象者数など

タイプ	都市	対象人数	募集路線の本数		
			追認型	改名型	新規型
追認型	一宮	155	21本	0本	1本
改名型	岐阜	80	0	9	1
新規型	豊橋	125	1	2	8
合計	—	360	22本	11本	10本

4-2 愛称の定着状況

愛称を知っているかどうかを調べるため、沿道住民に「自宅前の道路の名称は？」と質問して、普段使っている名称を自由に答えてもらった。その結果をTable 4に示した。

愛称を答えた割合は、追認型→改名型→新規型の順に低くなり、それぞれ9ポイントほどの違いがある。追認型の場合は通称をそのまま愛称にしたわけであるから、愛称(=通称)がよく知られているのは頷ける。改名型の場合には、愛称の回答割合が約39%であるのに対して、通称の割合は40%であり、沿道住民が現在も両者を併用していることが分かる。ここから愛称と通称の重複問題が生じる。

自動車を運転する人と運転しない人に分けて集計した結果を、Table 5に示した。道路名称を「知らない」割合には3都市の広報度合いの違いが反映すると思われるので、「知らない」者を除いて集計した。これによると、愛称の回答割合は「運転する」者で約54%、「運転しない者」で約43%である。一方、通称を答えた割合は前者で約27%、後者で約38%である。相対的にいえば、愛称は車を運転する者によく知られており、通称のほうは運転しない者によく知られている。

4-3 愛称事業の長所と短所

愛称事業への賛否を、賛成・普通・反対の3段階で集計した(Table 6)。「全体」欄をみると賛成が約78%、反対が約4%であり、大勢として愛称事業は沿道住民に受け入れられていると言ってよいであろう。性別では女性のほうが、また車の運転でみれば運転する者のほうが、それぞれ賛成の割合が少し高い。

愛称事業の長所・短所についての聞き取り結果を見てみよう(Table 7)。自治体アンケートに記載さ

れていた意見(自由記入)もあわせ示しておいた。長所については、行政・住民ともに、公称よりも分かりやすい点で一致している。そしてある自治体は、「道路整備に対する考えを一新する効果」があったと回答している。これは大事な意見であろう。

一方、短所については、通称を持つ路線の扱いが難しかったとの反省が、行政から寄せられた。沿道住民からは、通称と違う愛称をつけるとかえって分かりにくいとの意見が出されている。これらはともに、改名型への意見である。

5. 愛称選考過程で生じた問題点

5-1 岐阜市愛称事業の概要

東海4県における調査結果によれば、この事業は全体として住民や市民の賛同を得ていると思われる。しかし、細部については問題点も指摘されている。そこで、岐阜市の場合を例題として愛称選考過程で生じた問題点を事例分析し、今後への教訓と指針を整理しておきたい。

岐阜市の愛称事業は、1989~1991年度の3ヶ年度にわたって実施された。募集路線は10区間であり、環状線から都心に向かう車に対しての道案内となるように設定されている(Fig.4)。区間①~③が初年度の、④~⑥が第2年度の、そして⑦~⑩が第3年度の募集区間である。

Table 6 愛称事業への賛否

		賛成	普通	反対	合計
性別	男性	75.0	20.1	4.9	100% 144人
	女性	80.1	15.9	4.0	100% 176人
運転	する	81.3	15.4	3.3	100% 240人
	しない	67.5	25.0	7.5	100% 80人
全体		77.8	17.8	4.4	100% 320人

Table 7 愛称事業への主な意見

(1)長所	
行政	①公称よりも分かりやすい。 ②道路整備の考え方を一新する効果があった。
住民	①公称より分かりやすい。 ②地名や旧町名を愛称として残すのは良いことだ。 ③愛称から道路の位置がイメージできる。 ④使い慣れた名称なので分かりやすい(追認型)。
(2)短所	
行政	①通称をもつ路線の扱いが難しかった。 ②区間長を長く設定しすぎた。
住民	①通称と異なる愛称をつけるとかえって分かりにくい(改名型)。 ②住民は今でも通称を使っている(追認型・改名型)。

Table 4 愛称・通称・公称の回答割合

回答名称	一宮市	岐阜市	豊橋市
	追認型	改名型	新規型
愛称	47.8%	38.8%	29.6%
通称	14.8	40.0	23.2
公称	18.7	6.2	15.2
知らない	18.7	15.0	32.0
合計	100%	100%	100%

Table 5 「運転」との関係

運転	愛称	通称	公称	合計(人数)
する	53.9	27.2	18.9	100% (206人)
しない	42.5	38.3	19.2	100% (73人)

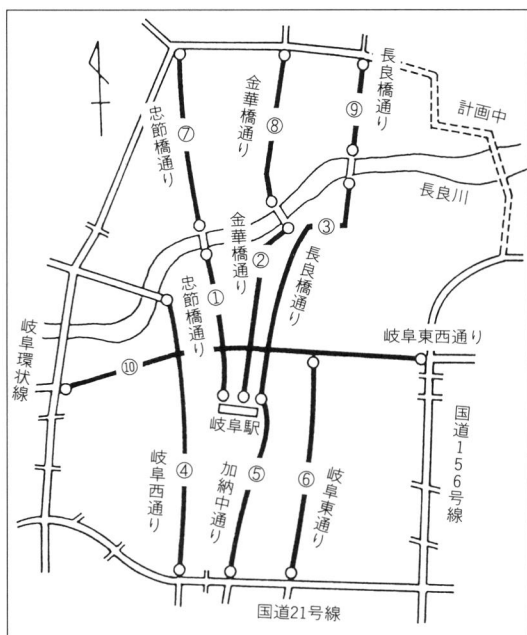


Fig.4 募集区間と決定愛称（岐阜市）

10区間の応募総件数は14,730件であった。特に初年度の応募は予想1,000件に対して約3.5倍の3,543件にも達した。応募者を年齢別に集計してみると、20歳以下の若年層が40%を占め、「21～40歳」「41～60歳」「61歳以上」はそれぞれ約20%であった。若年層のうちでは小学校4～6年生からの応募者数（475人）が突出している。これは社会科の授業のなかで取り組んだ小学校があったことによる。

愛称は愛称選考委員会にて選考された。委員21名は、行政からの8名と、商店街連合会・観光協会・新聞社・学識経験者などからの13名とで構成された。選考委員会は、公募方法の検討から愛称の選考までを担当した。その議論のなかで、主として次の三つの問題点が浮上した。これらはいずれも道路愛称という概念の根幹に係わるものである。

- ①道路沿道の整備問題
- ②愛称の不連続問題
- ③通称と愛称の重複問題

### 5-2 道路沿道の整備問題

他都市の実践例をみると、「さくら通り」「やなぎ通り」といった樹木名を冠した愛称が少なくない。しかし、樹木名を選ぶ場合には、その樹木を長期にわたり沿道に整備するという前提が不可欠である。その前提が明確でない場合には愛称選考時に支障が生じやすい。これが道路沿道の整備問題である。

岐阜市の選考委員会は初年度にこの問題に直面し

た。しかし、実際に事業がスタートした後であったため、委員会だけの判断では対応策を決めず、応募結果を待って検討することになった。応募結果を仕分けしてみると、数のうえでの第1位は「町名・地名」を冠したもの、第2位は「施設名」、第3位は「観光・イベント」であった。結果的には樹木名を冠した名称は応募が少なく、幸いにしてこの問題は杞憂に終わった。しかし一般的にいえば、この問題はどこの都市でも生じうるものであろう。

愛称事業は多くの場合、企画部門が担当している。しかし、沿道の整備問題は、企画部門だけの判断では処理できない。この問題を避けるには、道路建設部門などと事前に十分に打ち合わせしておく必要がある。愛称事業は決して易しい事業ではなく、関係部署や関係機関との連携プレーを要する高度な事業であると思われる。

### 5-3 愛称の不連続問題

愛称の不連続問題とは、連続する1本の道路として住民から認識されている区間に、複数の異なる愛称が隣接してつけられる問題である。岐阜市では初年度に区間①～③が募集され、「忠節橋通り」「金華橋通り」「長良橋通り」という愛称が選ばれた。いずれも、岐阜市民のシンボルになっている長良川の橋を名称に用いている。愛称標識を見ればクルマの位置がほぼ分かるネーミングである。

そして、第3年度に区間⑦～⑨が募集された。これらはそれぞれ区間①～③の延長部分であるから、クルマ交通の便宜からいえば、初年度に決まった愛称をそのまま使うのが望ましい。しかし、公募した以上は、応募名称のなかから選ばざるをえない。

こうした問題が生じたのは、1本の路線を2区間（2期）に分けたことによる。選考委員会はこの問題に対処するため、路線①～③の愛称を路線⑦～⑨に応募しても構わない旨を、第3年度の募集ピラに書き添えた。そして、委員会は協議の結果、初年度の愛称を第3年度の愛称として選考した。

不連続問題を避けるためには、公募区間を設定する前の段階で、大方針を議論しておく必要がある。少なくとも交通量データなどを詳しく分析したり、あるいは各路線の性格を明確にするなどの事前作業が不可欠であると思われる。

### 5-4 通称と愛称の重複問題

募集区間の一部分がすでに通称を持つ場合、その通称を愛称と共存させるかどうかを決めておかねばならない。上述の整備問題と不連続問題は追認型・

Table 8 応募路線の通称（岐阜市）

路線	通称	路線	通称
①	真砂町通り	⑥	竜田町通り
②	平和通り	⑦	早田大通り
③	神田町通り	⑧	なし
④	真砂町通り	⑨	高富街道
⑤	桜道	⑩	徹明通り

改名型・新規型のすべてに共通するが、重複問題は特に改名型において生じやすい。

岐阜市では10区間のうち9区間に通称があり、愛称との重複が生じた(Table 8)。たとえば、通称「神田町通り」の改名に対して、沿道商店街を代表する選考委員から強い疑義が出された。神田町商店街は岐阜市の代表的な都心繁華街であり、「神田町通り」は商店街の代名詞として市民に周知・定着している。そのため改名は商店街の活性化にとって大きなマイナス要因になろう、との意見である。

通称は商店街などの視点から短区間に対して、また愛称はクルマむけの視点から長区間に対して、それぞれつけられる。その点で両者の意義・目的は異なるから、必ずしも相反するものではない。しかし、愛称標識を設置したり、公用地図のなかに愛称を記載したりする段階では、矛盾が表面化する。

この問題に対して選考委員会は、商店街が通称を使うのを禁止するものではないとの姿勢を確認した上で、公募作業に移った。愛称事業は市民公募であるとはいえ、沿道住民の意に添わない愛称は、かえって混乱を生じさせやすい点を考慮したものである。その結果、通称「神田町通り」は愛称「長良橋通り」の一部として残ることになった。

## 6. 道路愛称事業の実務的留意点

### 6-1 現行の選考手順の課題

愛称事業は、国レベルで発意され自治体に提唱された事業である。生活面から道路活用を考えようとの潮流を定着させるには、特に初動期においてこうした国レベルでの提唱型のやり方も有効であろう。実際、調査のなかである自治体から、「道路整備に対する考えを一新する効果があった」と回答されている。しかし半面、事業の実施形態や内容は自治体によってさまざまであり、まだ試行錯誤の段階にある。

愛称事業では一般にまず先に予算要求が行われ、予算が付いた段階で事務局（所管部署）が下準備を

進め、そして選考委員会が設置される。公募区間などの原案は、事務局が委員会に提案するのが普通である。しかし、この手順の場合、基本的な問題が生じた時には即応できないという難点を抱えている。なぜならば、第一に選考委員会から準備段階へのフィードバックが用意されておらず、第二にすでに予算化されている事業は中斷しにくいからである。

こうした難点が生じる理由は、優良建築賞などで経験済みの選考手順が愛称事業にそのまま流用されるからであろうと思われる。しかし、建築賞と愛称とは性質が異なる。建築賞の場合は私有の建物が対象であるため、採択数を増減したり「該当なし」と発表することができる。一方、愛称の場合には1路線1愛称に限られるため、そうした臨機応変の措置は採りにくく、公募した以上は愛称を決めねばならない。

### 6-2 公募以前に議論すべき事項

愛称事業の目的は、愛称という身近な素材をキッカケとして、都市空間における道路の意味を議論することであろう。いったん決められた愛称は永きにわたって道路イメージを規定するから、公募を公表する前の段階で、永い視野から基本方針を論じておくなどの事前準備が必要であろう。

上述した知見をまとめると、「基本方針」の具体的論点として次の5項目を挙げることができよう。これらを十分に議論しないまま公募に踏み切ると、選考時において紛糾しやすいためであろうと思われる。

- ①通称の「普及」と愛称の「募集」のうち、どちらに主眼を置くのか？
- ②クルマ・歩行者・商店街のうち、どれに主眼を置くのか？（＝区間長を長く設定するのか、短く設定するのか？）
- ③今後、愛称をどのように活用するのか？（＝道路整備を愛称と連動させるのか？）
- ④通称と愛称の併存を認めるのか？（＝応募名称に何らかの制限をつけるのか？）
- ⑤愛称事業の効果を事後調査するのか？

ここで項目④～⑤について若干の補足を添えておきたい。まず④については、公募の仕方には三つの形がありうる。第一は全く自由に応募してもらう自由応募、第二は愛称例を添える誘導タイプ、そして第三は選考委員会などが用意した愛称候補に投票してもらう信任投票。どのやり方を探るのかは項目①～③に連動する。

つぎに⑤については、あらかじめ事後調査を予定

しておくことが大切であろうと思われる。愛称事業という試みはまだ始まったばかりであり、その成果を計量できる状況には至っていない。今回の東海4県での調査でも、本格的な事後調査を実施した自治体は見当たらない。道路と市民生活の関わりを明らかにする上でも、また愛称普及活動を継続する上でも、効果測定は欠かせない作業であろう。

## 7. おわりに

愛称事業の実践は、自治体などが道路活用のソフト面に習熟していく上で、貴重な経験を提供したと思われる。しかし同時に、反省材料も少なくないであろう。そうした反省点を公開して集約することが、ソフト面のレベルを高める土台となろう。岐阜市の例を紹介したのも、そうした認識からである。筆者らは3名とも、岐阜市の愛称選考委員会に委員として参加した。その意味で、前述の分析は筆者ら自身の反省でもある。難しい事業に真剣に取り組まれた岐阜市各位に、心から敬意を表したい。

なお、取材のなかで、“交差点愛称”や“交差点標識”への要望をしばしば耳にした。交差点に名前があると便利であろうとの意見である。これは愛称事業の範囲外の話ではあるが、今後の課題の一つに位置づけておきたい視点である。

この研究を進めるに際しては、多くの自治体・住民各位から協力いただいた。また、宮内衛氏からは路線名の公称についてご教示いただいた。藤井晃君には九州東海大学の卒業論文<sup>9)</sup>として、立木小百合さんには愛知産業大学の卒業論文<sup>10)</sup>として、それぞれこのテーマに協力いただいた。ここに記して感謝に代える次第である。

## 参考文献

- 1) 建設省道路局編『「ゆとり社会」のための道づくり』道路審議会建議、pp.54~55、1992年
- 2) 文書「昭和57年度全国道路標識週間の実施について」建設省道路局企画課長から都道府県への通達(1982年8月16日付)、「III. 道路の愛称の普及について」から引用
- 3) 原科幸彦・村山武彦・森下英治「広域都市圏における居住環境評価手法の開発」『都市広域化の環境影響とその管理』シンポジウム講演集、pp.13~14、1993年
- 4) 谷川健一「地名を守る—地名改悪、とり返しのつかない愚行」『人間都市への復権—文化とアメニティの再生』ぎょうせい、pp.506~559、1982年
- 5) 山口健次「地方の時代と住居表示」『日本都市学会年報(1982)』第16巻、pp.223~235、ぎょうせい、1983年
- 6) たとえば一宮市『平成4年度一宮市道路愛称事業調査報告書』松村みち子ほか執筆、1992年
- 7) 渡辺千賀恵・小川英明・松村みち子「道路愛称事業における二重愛称問題」日本都市学会(名古屋市)、口頭発表、1993年
- 8) 渡辺千賀恵・小川英明・松村みち子「道路愛称事業における二重愛称問題」日本都市学会年報『都市とアメニティ』第26号、pp.131~138、1995年
- 9) 藤井晃「道路愛称事業の背景・事例および課題」九州東海大学工学部土木工学科卒業論文、1993年
- 10) 立木小百合「東海地方における道路愛称事業に関する調査研究」愛知産業大学造形学部建築学科卒業論文、1995年