

「UDCO REPORT——まちを紡ぐ」#004

2020年度活動報告

特集：ストリートデザインまちづくり

—

2021年3月30日発行

—

編集・発行：

UDCO[アーバンデザインセンター大宮]

—

協力：

さいたま市

—

編集協力：

水野雄太

—

デザイン：

刈谷悠三・角田奈央/neucitora

—

写真撮影協力：

工藤裕之/株式会社PHOTO MIO JAPAN

—

印刷：

高速印刷株式会社

問合せ先：

アーバンデザインセンター大宮

URBAN DESIGN CENTER OMIYA

330-0802 埼玉県さいたま市大宮区宮町1丁目60番地

大宮ラクーン8階まちラボおおみや内

TEL: 048-782-9679

FAX: 048-782-9680

E-MAIL: info@udco.jp

WEBSITE: www.udco.jp

Facebook: www.facebook.com/UrbanDesignCenterOmiya/

Twitter: twitter.com/udco_info

Instagram: www.instagram.com/udco_info/



©2021 UDCO All Rights Reserved

大宮ラクーン 8F | まちラボおおみや内



まちラボおおみやは株式会社浜友商事の

ご協力により提供いただいているスペースです。

UDCO

REPORT

#004 2020

まちを紡ぐ

2020年度活動報告

[特集] ストリートデザインまちづくり

REPORT

#004

○大宮のストリートをデザインする | DESIGN RESEARCH ACTION



○ストリートからまちづくりへ | PUBLIC ACTION



○大宮のまちづくりをつなげる | PLATFORM ACTION
アーバン・ビヘイビアは
どう変わらるか 06.06 19:30~21:00



URBAN
DESIGN
CENTER
OMIYA

UD
CO
URBAN
DESIGN
CENTER
OMIYA

アーバンデザインセンター大宮

↓04

1

↓21

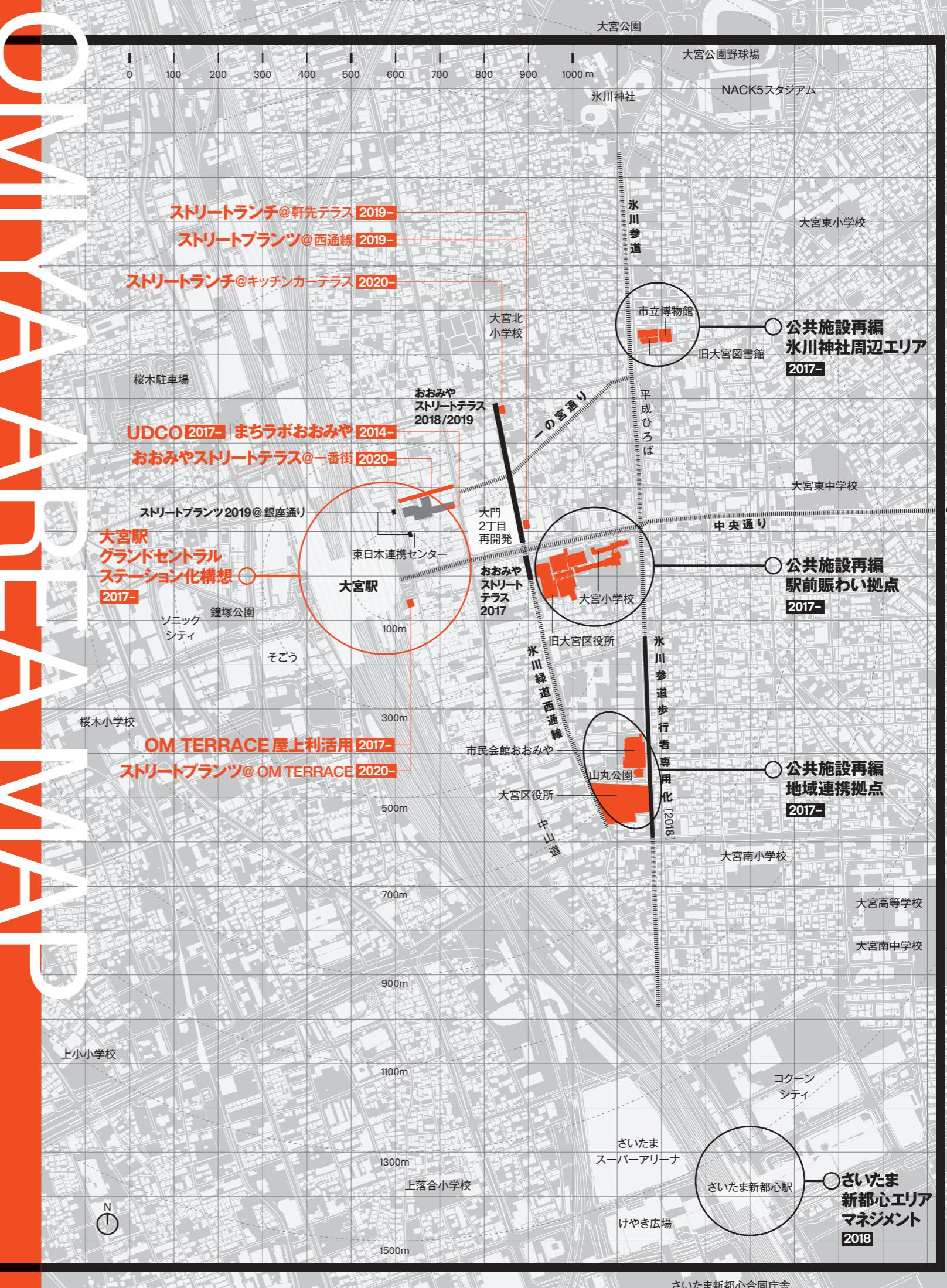
2

↓43

3

↓53

大宮エリアマップ



タイトルの「まちを紡ぐ」には
3つの意味が込められています。

- 1 大宮の過去・現在・未来を紡いでいく
- 2 大宮のまちの担い手・使い手を紡いでいく
- 3 大宮の残すべき価値・創るべき価値を紡いでいく

アーバンデザインセンター大宮[UDCO]は、

上記1-3のように、大宮という街を紡ぎながら、
街の価値をさらに高めていこうという思いで
2017年3月に設立され、活動しております。

UDCOの展開期3年間のはじめの年となる

2020年度は、世界中が困難に立ち向かった年になりました。

UDCO REPORT #004では、

2020年度の取り組みをまとめ、ご支援・ご協力いただいた皆様へ報告するとともに、

これからの展開をより充実させるための

UDCOの活動指針を示すことで、UDCOの役割を見直し、

皆様との共有を図りたいと考えています。

ぜひ UDCO REPORT #004に

最後までお付き合いください。

みなさんの大切な大宮という街をよりよく紡いでいくために、

今後もUDCOでは対話と発信を行っていきます。

目次



[特集]ストリートデザインまちづくり

04

#1 特集趣旨

04

#2 | 座談会 | ストリートからまちを再設計する

06

#3 | 図解 | 先行事例から学ぶ

12

- わたしたちのストリートデザインまちづくり——UDCOの3つのアクション

20



大宮のストリートをデザインする

21

DESIGN RESEARCH ACTION

#1 大宮らしい“新たな生活”を創る[1]

22

軒先利活用による事業者／商店街支援 | おおみやストリートテラス@一番街

| INTERVIEW #1 | おおみやストリートテラス@一番街 | 実行委員会／参加店舗に聞く

#2 大宮らしい“新たな生活”を創る[2]

33

コンテンツ開発による日常化 | ストリートランチ／ストリートランチ／ストリートテーブル

| COLUMN #1 | 大宮の「パブリックスペース」を積極的に利活用するには？

| COLUMN #2 | おおみやインフィニティ[∞]プロジェクト



ストリートからまちづくりへ

43

PUBLIC ACTION

#1 デザインマネジメントを学ぶ

44

渋谷／横浜／神戸／大宮における大規模再開発のプロセス分析

#2 デザインマネジメントの実践

51

大宮駅グランドセントラルステーション化構想



大宮のまちづくりをつなげる

53

PLATFORM ACTION

#1 市民がまちづくりに関わる機会を創る

54

#2 地元まちづくり団体等の活動を支援する

56

#3 地域との関係性を創る

56

#4 大宮のひと・まちを発信・共有する

57

- UDCO年表2020 | ビジョン推進と日常化に向けた仕組みづくり

58

- アクションプラン#003 | 大宮駅周辺地域戦略ビジョンの推進に向けた仕組みづくりへ

60

- 2020年度のふりかえり／2021年度に向けたUDCOの想い

62

- ABOUT UDCO

64

SPECIAL FEATURE

[特集]

ストリートデザイン まちづくり

ストリートは人や自動車、ものが往来する「交通」の空間であると同時に、都市にとっては建築物と建築物に挟まれた「空地」であり、近年は人々のアクティビティを支える「場」としての価値が見直されている。2010年代の半ばから経済活性化策の一環として、都市空間の一定の割合を占める公有地の活用によるエリア価値の向上が模索されるようになり、また欧米、特にデンマークやアメリカで2000年代に実践された公共空間の活用による経済活性化の成功事例が伝わってくるにつれ、国内のまちづくり政策は「ウォーカブル」が大きなキーワードとなってきた。大宮においても「大宮駅グランドセントラルステーション化構想」や連鎖型の「公共施設再編」など、約40年ぶりに大型の公共投資に向けて2010年に策定された「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」においても「おもてなし歩行エリア」が位置付けられている。しかし、多くの人が街を歩いているだけでよいのだろうか? ただ歩道をつくるだけで、そこがいきいきと使われるのだろうか? コミュニティの境界であるストリートを公共空間として設計するには、丁寧なプロセスのデザインが必要となる。継続的な社会実験により実証を積み重ねていく手続きや、街に関わる人を可視化し、場所に持続的に関わっていく主体の形成など、非常に複雑なプロセスが必要となる。「ストリートデザイン」は、人と街の関係をつなぎなおす「まちづくり」の契機なのである。本特集では、道路や都市の整備と、利活用などの社会実験や拠点整備が複雑に組み合わさり、街の担い手や文化が育まれる都市再生を「ストリートデザインまちづくり」と定義する。全国の先行事例の分析や、コーディネーションに関わるキーバー・ソーンとの座談会を通じて、各地のストリートデザインまちづくりで起きていることから大宮の現在地を眺め、これからの「大宮らしさ」を育てていくまちづくりを実践するための学びを得る。

座談会 | デザインコーディネーターが語る現在地

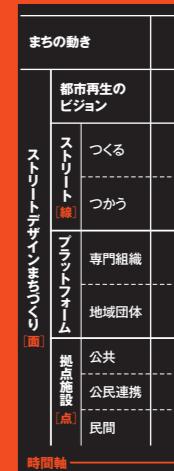
pp.06-11

全国各地の先進的都市でストリートデザインまちづくりを実践する飯石藍氏、園田聰氏、八木弘毅氏をお招きした座談会では、デザイナー・コーディネーターとしてのそれぞれの視点から、ストリートデザインによる「空間の再編」と「コミュニティの再編」はどのようにシンクロできるのかをうかがう。

図解 | 先行事例から学ぶ | 「点」「線」「面」による時間・空間分析

pp.12-19

続いて8つの先行事例都市の分析を通してストリートデザインまちづくりのパターンを、時間的・空間的に把握する。都市状況やプロセスのあり方から、①地方都市・道路先行型[松山・姫路]、②地方都市・都市整備型[豊田・岡崎]、③都心国家戦略特区・利活用型[新虎・池袋]、④大都市近郊政令市・総合型[横浜・神戸]に大別する。時間分析ではまずストリート[線]と拠点施設[点]に着目する。歩道の整備(つくる)から利活用(つかう)までの流れや、公民連携等による公共施設再編の動き、また民間投資への波及の流れを捉える。整備や利活用を計画する専門組織や、持続的な運営の担い手となる地域団体を「プラットフォーム」として位置付け、その役割や参画の過程を把握する。それらが上位計画となる「都市再生のビジョン」にどのように位置付けられ、あるいはボトムアップ的に影響を与えているのか、全体の動きをストリートデザインまちづくり[面]として整理している。空間分析では、それらをマッピングすることで、点・線・面の関係を空間的に把握する。



地方都市・道路先行型 —— 松山・姫路

中心市街地の空洞化という地方都市の問題に対して、街なかの主要動線の歩道空間整備と、外側の広域交通の整備が中心となり進む都市再生。歩道整備の計画の過程で、沿道事業者や市民が参加する協議/ワークショップが実施される。松山の場合、行政や市民のあいだをつなぐプラットフォームの必要性から、松山アーバンデザインセンター(UDCM)が生まれ、点と線の両輪への係わりや、大きな都市変容のプロジェクトのサポートまで行い、面向的な波及を試みている。



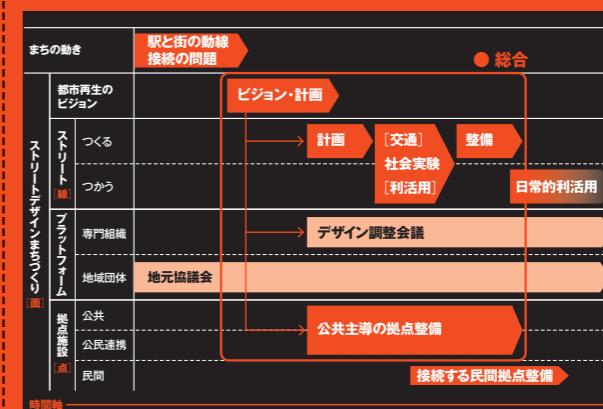
地方都市・都市整備型 —— 豊田・岡崎

経済縮小や人口減少、市街地の空洞化といった地方都市の問題に対して、岡崎では街の拠点を結ぶ主要回遊動線を設定し、河川緑地や公園、橋等の公的資産への公共投資(つくる)と公共空間利活用(つかう)を一体化的に進める。外部専門家等によるデザイン会議と、地域センターの指定管理等を複数行うNPO法人が両輪となり進行された。リノベーションスクールも並行して実施され、整備されたエリア周辺に小さな民間投資が生まれ、面的な展開が起きている。



都心国家戦略特区・利活用型 —— 新虎・池袋

東京オリンピックにむけた都心戦略特区に位置付けられるエリア。池袋の場合、2015年に3つのビジョンが設定され、先行して小さな公園(南池袋公園)が整備される。その成功から波及し、他3つの公園整備が進み、またメンバーストリートの利活用社会実験も並行して実施されるなかで、担い手となる地域団体や専門組織が形成されていく。継続的な活動と賑わいのある風景が機運を生み、ストリートのリノベーションへつながる動きは、点→線→面へのボトムアップな展開である。



大都市近郊政令市・総合型 —— 横浜・神戸

大都市近郊政令市は、神戸や大宮のように大きな後背地を抱えている場合があり、広域交通の要と位置付けられる。神戸の三宮では複数の鉄道路線や高速バス等の交通施設の動線整理が課題であり、「えき=まち空間」のビジョンのもと道路整備と利活用、公共施設の再編や公民連携型の拠点整備が総合的に進行している。景観や環境の形成に向けて地域のまちづくり協議会等が積極的に活動してきた地域であり、ストリートデザインまちづくりのベースとなっている。

座談会

ストリートからまちを再設計する

06 話者
デザインコーディネーターが語る現在地

話者

飯石藍 | 公共R不動産コーディネーター
株式会社nest取締役

園田聰 | 有限会社ハートビートプラン取締役

八木弘毅 | 株式会社日建設計シビル景観・環境部
公共空間デザイングループリーダー

藤村龍至 | UDCO副センター長

内田奈芳美 | UDCO副センター長

石黒卓 | UDCOサブディレクター/デザインコーディネーター

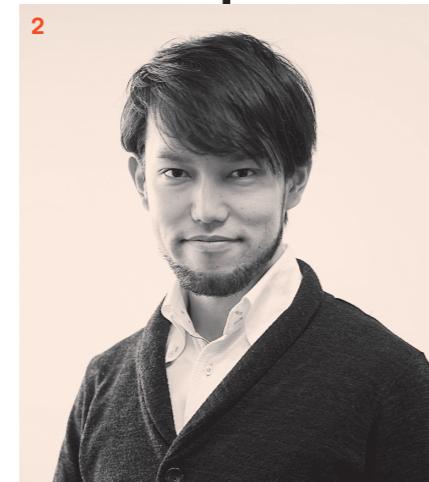
新津瞬 | UDCOデザインコーディネーター

伊藤孝仁 | UDCOデザインコーディネーター

飯石藍 | いいしあい | 1 | 上智大学文学部卒業、コンサルティング会社にて自治体向けの業務改善支援業務等に従事。全国各地で公民連携・リノベーションまちづくりのプロジェクトに関わる。「としま会議」や、公設民営の公園「南池袋公園」及び「グリーン大通り」での事業推進やさいたま市の旧大宮図書館施設活用事業に携わる。著書に『公共R不動産のプロジェクトスタディ』(共著、学芸出版社、2018)。

園田聰 | そのだとし | 2 | 工学院大学大学院工学研究科建築学専攻修了、(有)ハートビートプラン取締役。NPO法人日本都市計画家協会理事、(一社)国土政策研究会公共空間の「質」研究部会ディレクター。おもなプロジェクトに姫路市「姫路大手前通り魅力向上事業」「ウォーカブル推進計画策定」、大阪市「西梅田地区におけるエリアマネジメント事業推進業務」など。著書に『プレイスメイキング』(学芸出版社、2019)。

八木弘毅 | やぎひろき | 3 | 京都大学大学院工学研究科都市環境工学専攻修了、(株)日建設計シビル景観・環境部 公共空間デザイングループリーダー。専門は公共空間デザイン、土木計画、土木意匠設計。おもなプロジェクトに姫路市「駅前広場および大手前通り」、大阪市「御堂筋空間再編」、熊本市「桜町・花畠地区オープンスペース」、四日市市「近鉄四日市駅前、中央通り、JR四日市駅前広場」、横浜市「みなと大通り」など。著書に『まちを再生する公共デザイン』(共著、学芸出版社、2019)など。



この座談会では、全国の現場で活躍されているデザインコーディネーターのお三方をお招きし、各地の実践や課題からストリートデザインのあり方を議論します。

◎ **藤村** | 現在、日本各地で「ストリートデザイン」と呼ばれる街路空間を再整備するプロジェクトが動いています。ところが「ストリートデザイン」とひと口に言っても、実際には地域ごとにアプローチも違えば、抱えている課題も違います。

ストリートデザインには、街路整備を行う「交通系」と、ストリートを“場”と捉えてコミュニティを再編する「まちづくり系」の両面があると言えます。後者は長期的な計画を見据えていることが多いのですが、前者は5年間くらいの比較的短期間で行うことが多い。では、街路整備のインパクトを長期的なまちづくりの視野に位置づけるにはどうすればよいか。それが本特集の問題意識です。

そこで、各地のストリートデザインの事例を整理して、そのパターンを提示しています(pp.12-19参照)。いくつか各地の事例を分析してみると、ストリートデザインには、街路の整備が先行する「道路先行型」、公共施設の再編やインフラ整備がメインとなる「都市整備型」、拠点を利活用する「利活用型」、そしてこれらを同時に走らせる「総合型」などがあることがわかります。

かつては、商店街といった地縁のコミュニティに入り込むまちづくりの方法がありました。ところが、2015年頃から規制緩和が進み、責任ある民間事業者を積極的にピックアップする、いわば公民連携型のストリートデザインの方向に向かっています。こうした背景を踏まえ、各地の事例を比較しながら、大宮におけるストリートデザインまちづくりの現在地を検証したいと考えています。まずは、みなさんの取り組みについて教えてください。

● **八木** | 私は日建設計シビルの景観・環境部の公共空間デザイングループのリーダーを務めています。もともと土木の景観分野出身ですが、Burckhardt+PartnerAGというイスの組織設計の意匠チームや国内のアトリエ事務所にインターンしていたこともあります。帰国後も設計やデザインの立場から公共空間に関わっています。



現在取り組んでいるプロジェクトをいくつかご紹介します。四日市の「近鉄四日市駅前、中央通り、JR四日市駅前広場」では、デザインアーキテクトという立場で計画全体のデザインを統括しつつプロジェクトマネジメントを行っています。横浜の「みなと大通り」では、プロジェクトマネジメントを行なながら、景観デザイナーとして将来的に空間を利活用するプレナーに応じた可変仕様の提案なども行っています【図1】。

先ほどの藤村さんの整理によれば、私は「道路先行型」のストリートデザインに携わることが多いのですが、さらに詳しく分ければ、ビジョンのある道路先行型と、ビジョンのない道路先行型があるのかなと思います。姫路の「駅前広場から大手前通り」では、駅前と姫路城をつなぐという大きなビジョンがありましたし、四日市もアーバンデザインの視点から個別の設計に落とし込んでいくやり方で進めています。御堂筋の空間再編にも携わっていましたが、これも全面歩行者空間化するビジョンを検討したうえで、それを前提としたストリートデザインだと言えると思います。

● **園田** | 私は公共空間のリノベーションや公民連携によるまちづくりを支援するハートビートプランに所属しています。僕が担当している例をいくつかあげますと、豊田の公共空間を軸とした都心地区の再編や、大阪の民間エリマネ団体による地下道の利活用、そして先ほどの八木さんと同じ姫路では、大手前通りの魅力向上事業やウォーカブル推進計画の策定といったプロジェクトに携わっています。

姫路では駅前の再整備が全国的に有名になりましたが、その効果を沿道にも波及させるねらいがあります。大手前通りの取り組みは姫路市産業局による事業ですが、都市局のウォーカブル推進計画をもって、その効果を周辺街路にも展開させ



図1 みなと大通り及び横浜文化体育館周辺道路における社会実験の様子

ていこうと考えています【図2】。

そのための第一歩は、周辺のエリアに魅力的な目的地をつくることです。姫路は駅のまわりに大型商業施設、お城のまわりに公共施設などの目的地が集中しているので、家賃断層帯(家賃が下がるエリア)に小さくても魅力的な目的地をつくりながら、同時にそのあいだをつなぐ快適な歩行環境をつくる計画です。姫路には骨格となる大きな道路の内側に歩車共存道路が多くありますが、今後は再整備の予定はほぼありません。なので、その道をソフトの面で歩行者フレンドリーにしながら、お店や人との偶然の出会いが生まれるストリートにしていこうと仕掛けているところです。

● **飯石** | 私は園田さんと同様に、整備されたあとの拠点の利活用を主に取り組んでいます。もともと建築や土木を専攻していましたわけではなく、文系の出身ですが、いろんな経緯を経て、プロデューサーのような立場から街のコンテンツづくりなどに関わっています。

この特集で「都心国家戦略特区・利活用型」のストリートデザインとして分類されている、池袋の「グリーン大通り」の事例を紹介しましょう。2016年に南池袋公園がリニューアルされ、大きな注目を集めました。そこから40m離れたところに位置するのがグリーン大通りです。ここは2015年に国家戦略特別区に指定され、その後エリマネ協議会が立ち上がったものの、具体的な事業に結びついていないのが現状でした。ハード面はある程度整備されましたが、使い方が見えてこなかつたり、沿道は金融関係などが中心で、ビル1階部分から賑わいが滲み出すような動きをつくるのが難しいという課題を抱えていたのです。

2017年にnestという会社を立ち上げ、豊島区の「グリーン大通りにおける賑わい創出プロジェクト」という事業を実施することになりました。この事業では、まずは通りを活用して「街の期待値」を上げる取り組みからスタートさせました。南池袋公園やグリーン大通りを含むエリア全体の価値を上げるために、それぞれの協議会や区民、企業のあいだに立ってコーディネートを担うのが私たちの役割です。

南池袋公園の「日常感」がグリーン大通りにつながっているような風景を描くために、グリーン大通りの将来像をイメージしながら、イベントという名目でさまざまな実験を行いました【図3】。例えば、マルシェを開催したり、屋台を置いてみたり、ストリートファニチャーを設置して滞在できる仕掛けづくりを行ったり。将来的に巻き込みたい地元企業も沿道に出店してもらいながら、実験を行いました。警察と協議して、キッチン



カーが公道で営業できる状況をつくることで、商業的なニーズの検証もしています。3年にわたるこうした取り組みの成果から、場所の認知が高まり、現在、グリーン大通り再生ビジョン・実現戦略を策定するに至ります。

コミュニティの境界で 公共空間を設計するには

◎ 藤村 | みなさんの各地での取り組みと、プロジェクトにおける役割や立場についてお話しいただきました。八木さんは空間のデザイナー・設計者ですし、飯石さんは活用の専門家としての側面が強く、建築出身の園田さんが両者をつなぐ位置にいらっしゃり、UDCOに近いのかなと思います。

姫路の事例では、利活用を前提とした八木さんのデザインのフェーズがあり、整備後に園田さんが活用を担っている。いわば八木さんと園田さんがペアになって取り組まれています。一方、飯石さんの取り組みでは活用が先行し、認知や期待値が高まってから投資が起こる。これは私たちUDCOが大宮で取り組んでいることと近いと言えるでしょう。ただ、大宮ではストリートの利活用や沿道のネットワークづくりを行なっている一方で、土木や交通系といった上位計画にその効果をつなげられないことがジレンマです。

大宮のストリートデザインは、その先にGCS化構想という大きな目標を見据えていますが、長期にわたるために事業のデザインが難しい。ストリートデザインまちづくりの意義がなかなか伝わりづらいのです。そこで「おおみやインフィニティブプロジェクト」を立ち上げ、点(拠点)から線(ストリート)、そして奥行きのある面(街全体)へと賑わいをつなげていく構想を描きました(p.42参照)。主要となる回遊動線を定めて、その沿道のコミュニティをターゲットにしています。

そこで、まず設計者の視点から八木さんにお聞きします。空間設計において、ターゲットとなるユーザー・プレイヤー(民間事業者)を想定することでデザインできることがあると思います。こうしたユーザーとの関わりは、どのように設定されていますか。

● 八木 | 私は空間の設計者として事業に関わいますが、まず自分たちの立場をどう位置付けるかが大事だと思っています。姫路の大手前通り再整備を例にお話しします【図4】。私たち日建設計シビルへの発注部署は姫路市街路建設課です。

実施設計はワークショップと社会実験がセットになった業務として受託しました。

この体制のなかで、私たちのデザインにおけるユーザーとの関わりは、有識者と地元の商店街や自治会が参加し、実質的な整備方針決定の場である「大手前通り再整備検討懇話会」。そして、街路建設課と私たちが事務局になって設計時に実施した「大手前通り利活用ワークショップ」です。ワークショップでは、ユーザーからハードへの要望——例えば、電源やウッドデッキがほしい、姫路らしさを感じたい——を取り入れる機能を果たしました。

また、ワークショップに参加できる人数はどうしても限られてしまうので、よりオープンに意見を聞く場を設けることが重要だと考えています。公共空間整備では沿道の声の大きい人々、議員さんとつながりのある人の意見が大多数より強かつたりするケースもあります。それでは、本当に「公共」としてユーザーのニーズを、プランに落とし込むことができなくなるリスクがあります。その対応として実施したのが、再整備に関するアンケートです。沿道の全地権者に対する利活用に関するアンケートや、ウェブでアンケートを実施して広く意見を募りました。ユーザーのフィードバックをもらえる仕組みを自分たちなりに設計に組み込んで、通常のプロセスより広く意見を取り入れています。パブリックスペースをつくるうえで、とくに若い世代の意見を拾い上げることはとても重要だと思っています。

◎ 藤村 | パブリックスペースデザインの公共性に関わる指摘ですね。いかに世論形成を行うかが政治に対抗する手段である、というわけです。ストリートは近代化とともにコミュニティの境界や空白地帯になってしまったと言われていますが、それでも依然として沿道の関わりは強く、ストリートはポリティクスの場として濃密で、デザインするには意思決定上の課題が多いということなんでしょうね。

● 八木 | 私たちがパブリックスペースでやろうとしていることは、直接民主制なんですね。既存のガバナンスの方に問い合わせを投げかけるものだと認識しています。こうした合意形成のプロセスのデザインをしっかりと行うことで、プロジェクトの質は格段に向上すると考えています。

スイスのバーゼルに住んでいたとき、コンペで勝ったザハ・ハディドの設計案が住民投票で否決されたのを目の当たりにしたことがあります。スイスは直接民主制なので、一定の財政支出のある公共事業に関しては市民が直接投票する。市民が図面とバースで判断する、そのリテラシーの高さに驚き

ました。まさにスイスならではの決め方ですが、日本の性格に合った公共空間の決め方とはなにか、考えないといけないと思っています。

◎ 藤村 | スイスは国民と国家が厳しい契約関係をむすぶヨーロッパのなかでも、とりわけ自治の論理が強い国なので、そういうことができるんでしょうね。国民と国家の関係が曖昧な日本のなかで、とりわけストリートのような公共空間の設計にユーザーがどのように関わるのが望ましいのか。悩ましい課題です。

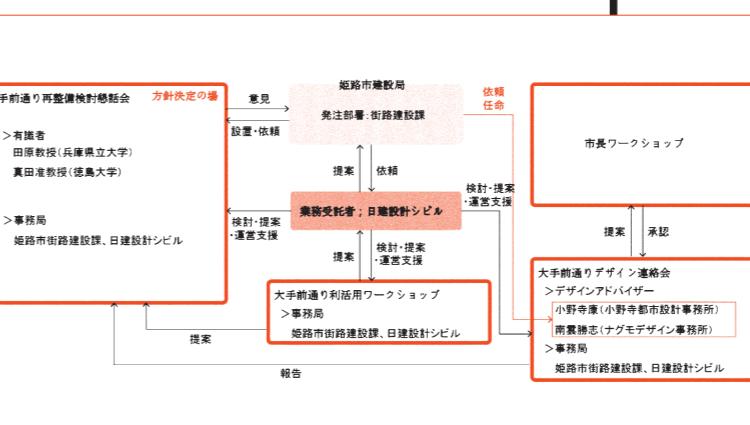
まちに関わる人を可視化する

● 八木 | また私はどのプロジェクトでも着手時に必ず都市分析を行っています。そうすることで、都市の課題やそれに付けるべき事柄が見えてくるし、「ここに投資する必要がある」と行政と価値観を共有できる。

例えば、交通施設・公共施設・公園などのオープンスペースの立地や交通量や交通規制といったベーシックな情報から、土地の歴史、イベント時の使われ方、高齢化率、地価、防災施設の配置といったさまざまな情報を地図上に重ね合わせます。すると、ジェントリィフィケーションが起きそうな所や、どのエリアに手を打つべきかが見えてきます。

特に防災上の観点は重要だと考えています。土木は良くも悪くも分業が進んでいるので、ハザードマップだけでは見えない情報があります。ですから、官民分け隔てなく都市のエレメントをプロットし、重ね合わせていきます。私が所属する公共空間デザイングループが関わっているすべてのプロジェクトで必ずやっていることです。

● 園田 | 八木さんは都市分析のお話をされましたが、僕らは人にまつわる見取り図、いわばステークホルダーマップをつくるようにしています【図5】。プロジェクトに関わるステークホルダーをすべて整理して、誰にどの順番で話をするか、合意形成のプロセスデザインをここから考えています。すると、思わぬところで意思決定されていることが分かったり、役職名簿には載っていないキーパーソンを見つけることができます。



難しいのは、ステークホルダーのあいだの意思疎通です。面白い取り組みをしている人をプレイヤーとして提案するだけでは、当然通らない。彼らの取り組みと行政の政策とを、どう道筋をつけて語るか。それを僕らは「通訳」みたいなものだと表現しています。社会実験の場をセッティングするなどして、彼らと行政の政策に整合性をもたせて橋渡しする感覚です。こうした通訳の仕方は、おそらく八木さんたちのような空間設計の方々とは専門性が異なるでしょう。設計の通訳は都市で起こっている事象を空間に置き換えて表現したり、デザイン的に因数分解して再構築する。ストリートデザインにはどちらの通訳も必要です。

もうひとつ思うことは、道路は空間的な制約が多く、活用目線での解釈の余地が少ないということです。道路そのものを改变する場合と、比較的空間を解釈する余地が多い駅前広場の場合とでは、公共空間における通訳に差があると言えそうです。

● 飯石 | 私たちも関係者のマップと体制図を想定して、どのようなプロセスで合意形成をとればいいのかをイメージしながら動いています。事業が始まると行政と話しているのは、道路活用をエリアマネジメントのかたちで推進するのは非常に難易度が高いということです。持続的ななかたちをつくるには道路以外にも使えるアセットを持ち、そこを複合的に動かすことが重要です。

そういうときにこそ、産業や商業の広域的な観点から、ストリートを資産として捉えるようななかでまちづくりを連動させたり、部署内でちゃんと連携して知恵をシェアする必要があります。難易度が高いからこそ、私たちは「部署内での横断」を積極的に呼びかけています。

◎ 藤村 | 例えば、岡崎では公的な投資が日々的に投入されたことで注目を集め、その波及効果でまちづくりが進むという流れがありました。対して、豊島はあまりそういうかたちではないですよね。そのなかで推進力を生み出すポイントはなんだったのでしょうか。やはり南池袋公園の成功体験は大きかったのではないでしょうか。

● 飯石 | そうですね。渋谷や新宿のような駅前再開発が池袋にはなかったこともあり、別のアプローチで街を変化させていく必要があったんだと思います。そんななかでの南池袋公園リニューアルは大きなインパクトがありました。そこから追

い風が吹き、さらに池袋駅周辺の4つの公園を整備することで、「公園都市」のような構想がつくれられていきました。大きな投資をする他自治体とは少し違ったアプローチになっていたと思います。

◎ 藤村 | 点から面へ攻めていくためには、いかに最初の点に心地よい風景をつくれるのかが重要、ということですね。都心に芝生が一つと広がる風景はインパクトがありましたし、たしかに都市再生の推進力になったのではないかと推察します。

ストリートを公共的にするため

◎ 新津 | 内藤廣さんの『クロノデザイン——空間価値から時間価値へ』(彰国社、2020)のなかで、吉紀世子さんが建築・都市関係制度はリーガライズ(合法化)で機能するが、制度を超えるあり方を実現するオフィシャライズ(公認化)の体系が必要、ということが指摘されており、公共空間をめぐる動きについても同様のことが言えると思います。例えば歩行者利便増進道路制度や公募設置管理制度(Park-PFI=公園の整備を行う民間事業者を公募選定する制度)がリーガライズの流れと言えます。一方で、ストリートの利活用では制度に基づいていればよい、ということではなく、「この道をこのように使っていきますよ」というある種の公認化がステークホルダー間でなされることも重要なと思います。みなさんの実践のなかで、オフィシャライズのポイントはどのようなところにあるとお考えでしょうか。

● 八木 | オフィシャライズのプロセスで必要なのは、プラットフォームのあり方だと考えています。さらに言うと、プラットフォームの「閉じ方」がもっとも課題だと思っています。プラットフォームは、ある協議会などの組織としてまず線が閉じられます。そうすると、既存組織とのコンフリクトが起きたときに、固いもの同士の衝突になってなかなか合意形成やオフィシャライズが進まなかったりする。そのような場合には、閉じた線をいったん点線にして、ほかの人もプラットフォームに入りできるようにするといった柔らかいプラットフォームのあり方がいいのではないかでしょうか。柔らかなプラットフォームづくりで大事なことは、核にいる人たちをしっかり定めることです。そのうえで、柔らかいプラットフォームをつくり、公共性を獲得しながら活用のあり方や手をオフィシャライズしていく。それが私の考えているオフィシャライズのひとつのあるべき姿です。

● 園田 | いま検討している姫路市のウォーカブル推進計画では、オフィシャライズした計画の配下に、それを柔軟に運用するためのプログラムを位置付けることを提案しています。例えば、プレイヤーと一緒に取り組んだ豊田のあり方を国交省が評価して、同じことを法律や特例措置として引き上げ

リーガライズすると、ハレーションが起きると思うんです。ローカルでの成功事例が全国規模でそのまま適用できるとは思わない。だから、姫路では交通規制の権限を国の特例によらずに市町村単位で判断しませんか、と提案しています。そのために重要なのが、選択と集中のプライオリティーマップです。ウォーカブルを推進するための評価指標を設定し、エリアごとに解像度の高いマップをつくる。それをもとに沿道の人たちが自分たちで合意形成を図って、道路占用の許可を受ける。そんなイメージです。僕らは「向こう三軒両隣的な自治を復活させよう」と言っているんですけど、それくらい小さな単位でストリートの使い方を判断できるようになれば、より効果的だと考えています。

◎ 藤村 | オフィシャライズの戦略として沿道経営体のセグメント化、細分化があり得るのではないか、と。

● 園田 | そうですね。交差点から交差点くらいの規模感だと、点から線、面への展開をウォーカブルの推進と組み合わせていけるんじゃないかな。そのときに、マネジメントが自治につながるのではないかと個人的に思っています。沿道の飲食店が集まって、夜の時間帯に車を止めてイスやテーブルを広げるとか、ママたちが夕方の時間帯に交通規制をかけて、子どもの遊び場をつくるとか。かつてあった沿道の自治の仕組みを復活できるんじゃないかなと。

● 飯石 | そもそも道路は自分たちが使っていい場所として認知されていないんですよね。なので、私たちは池袋で居心地のよい状況づくりから整備を進めることを実践しています。魅力的な点を街に埋め込んで、緩やかに回遊させるのです。自分の場所として「滞在していい」と思える状況づくりをすること。そのアプローチって、やっぱり重要なとお考えでしょうか。

継続的な社会実験はいかに可能か

◎ 石黒 | 駅周辺で大規模開発のある都市再生のプロセスを整理してみると、まず基盤整備があり、その後に拠点整備をするのが基本的な流れだとわかります(pp.44-45参照)。そのなかでも、近年は民間の再開発事業において基盤施設整備を行う例や、公有地において公民連携型の拠点整備を行う例が多くみられるようになりました。そこで、それぞれの順序をもうすこし具体的にみてみると、①公共による基盤整備→②公民連携による基盤整備・③公民連携による拠点整備→④民間による拠点整備という流れで都市再生が進行することがわかります。

こうした流れのなかで、プロセスの初期段階で社会実験を行なう「実証創出型のデザインマネジメント」と、基盤ができるから社会実験を行なう「計画調整型のデザインマネジメント」があると思います(p.50参照)。いずれも検証して計画に反映させる論理的なデザインマネジメントなわけですが、

実際には、マネジメント以降、つまり④以降の「実装展開型デザインマネジメント」として、社会実験を継続できる主体が大事だと思うんです。

● 飯石 | そうですね。整備や拠点できあがって終わりではなく、広域的な視点で実験を継続しながら街を変えていく意識は、自治体にとって必要だと思います。池袋ではその主体を私たちnestが担っていますが、2020年度はサンシャイン、良品計画、公園のカフェ事業者であるグリップセカンドが加わった4社で豊島区の事業を受けています。より実践的な当事者チーム+ローカルなデベロッパーが組み合わさった体制ですね。体制のつくり方も社会実験的に動かしています。

● 園田 | 豊田の場合は、いまだに私たちも毎年必死にやっている段階ですね(笑)。ただ「とよしば」では、地元の飲食店とデザイン事務所がJV(共同企業体)的に担ってくださっています。理想を言えば、こうした現場での取り組みを戦略的な都市経営の目線から、数手先を見越してサポートする必要があります。そのためにも、将来的には周辺の企業型のチームがエリマネ的に行政とのあいだに立って担っていただけないとよいと考えています。

● 八木 | 僕は都市再生にはデベロッパーが主導する「民間投資先行型」と「公共投資先行型」があると理解していますが、いまそのあいだの型が生まれています。例えば、久屋大通り(名古屋)や宮下公園(渋谷)ですね。民間と公共の割合がだいたい7:3のパターン。公共事業ではつくったら終わりのプロジェクトがほとんどなので、整備後の社会実験は民間が担うケースが多いです。ですから、継続的な社会実験はUDCOのようなアーバンデザインセンターが担うべき役割なのかもしれません。

終わりなき日常が待っている

◎ 伊藤 | 本特集では都市再生のデザインの事例分析を行なっているのですが、なかなか時間軸のプロセスがつかみづらいことがあります。属人的な決定があるなど、ポイントがブラックボックス化しやすく、空間的なマッピングに比べて時間軸は不明瞭です。一方で、それを可視化してパターン化することも重要ではないかと感じます。みなさんは時間軸を共有するための方法論をどのようにお考えですか。

● 藤村 | 建築設計の領域では、パターンやダイヤグラム化を通して時間的・空間的な認識を深めることができます。ストリートなど土木景観デザイン分野での公共事業ではそれほど方法論化されていません。八木さんは建築の設計方法論を土木の領域にも応用されていると思いますが、いかがですか。

● 八木 | 私の理解では、公共事業のプロセスに明確な方法論が共有されていないのは、曖昧にしないとオフィシャライズが進まないということも原因としてあると思います。海外の思考だと、プライオリティを決めて手続きの順序を明確化

すると思いますが、日本社会の場合はあえて曖昧にしたりする。それで本当の意味での近代化ではないんじゃないかと捉えることもできますが、だからこそうまくいく局面もあると思います。時間軸が柔軟だからこそ、そのプロジェクトの特性に合わせてプライオリティをひっくり返すことができる。とはいえ、その都度形式化し、ビジュアライズして思考し続けることが重要だと考えています。プロジェクトに取り組む際は私自身それを自然と意識しているように思いますし、それは意匠設計の方法論に通じる気がしています。これらはナレッジとして蓄積していくので。安全性や防災、費用対効果などでは土木のナレッジはかなり形式化されていますが、時空間的な認識をダイアグラム化していくという視点は、これまでの土木や公共事業に圧倒的に足りていない視点です。

● 飯石 | これまで積み重ねてきたことが正しいわけではありません。時代の変化とともに新しい視点が生まれたり、その視点で街を見直さなきゃいけないこともありますよね。そのときに、一定の時間の流れだけが正しいのではなく、そこからジャンプできる柔らかさも、これからはますます重要になると思っています。一度マッピングしたものは常に変化していくべきなのかもしれませんね。

● 園田 | 将来的には、商業的なインセンティブが働くような大規模開発はどんどん減っていくと思います。人口が減って不動産価値も一部の大都市を除いて下がっていくなかで、短期間で計画通りに進めないと誰かが損するような状況は少なくなっています。例えば、姫路では幹線道路や駅前の整備も終わると、都市計画的にはいわば設定すべき時間のゴールはなく、できあがったものをその時代に生きている人が常にカスタマイズして使っていくわけです。今まで直線的だった時間の流れが、緩やかにループしながら積み重なっていく。そんなイメージをもっています。

◎ 藤村 | 大宮や神戸など、これから20年くらいかけて駅前の再開発を進める場合は、行政のまちづくりの取り組みが継続するので直線的な時間のなかで想像できます。ただ、その後の終わりなき日常の段階に入ると、アーバンデザインとしては別の時間感覚が求められるでしょう。ストリートのデザインは道路の整備とまちづくりのあいだで宙ぶらりんとなることが多いと感じています。道路には予算はあるが取り組みの時間が短いことが多い、まちづくりは時間は長いが予算が少ないことが多い。両者を組み合わせて事業の効果を高め、深く、大きな動きにつなげていく必要があります。

● 内田 | みなさんのお話をうかがって、なぜ「ストリートデザインまちづくり」について考える必要があるのか、あらためて考える契機になりました。例えば一見すると旧態依然のように見える商店街も、昭和30年代にはベンチャーが集まる場所だったわけです。いま、そういったもののあり方をなぜ問い合わせる必要があるのか。いまこそ「ストリートデザインまちづくり」が必要とされていることを、街のステークホルダーにさまざまな言葉で伝える必要があります。今日はそのヒントをいただけたと思います。ありがとうございました。

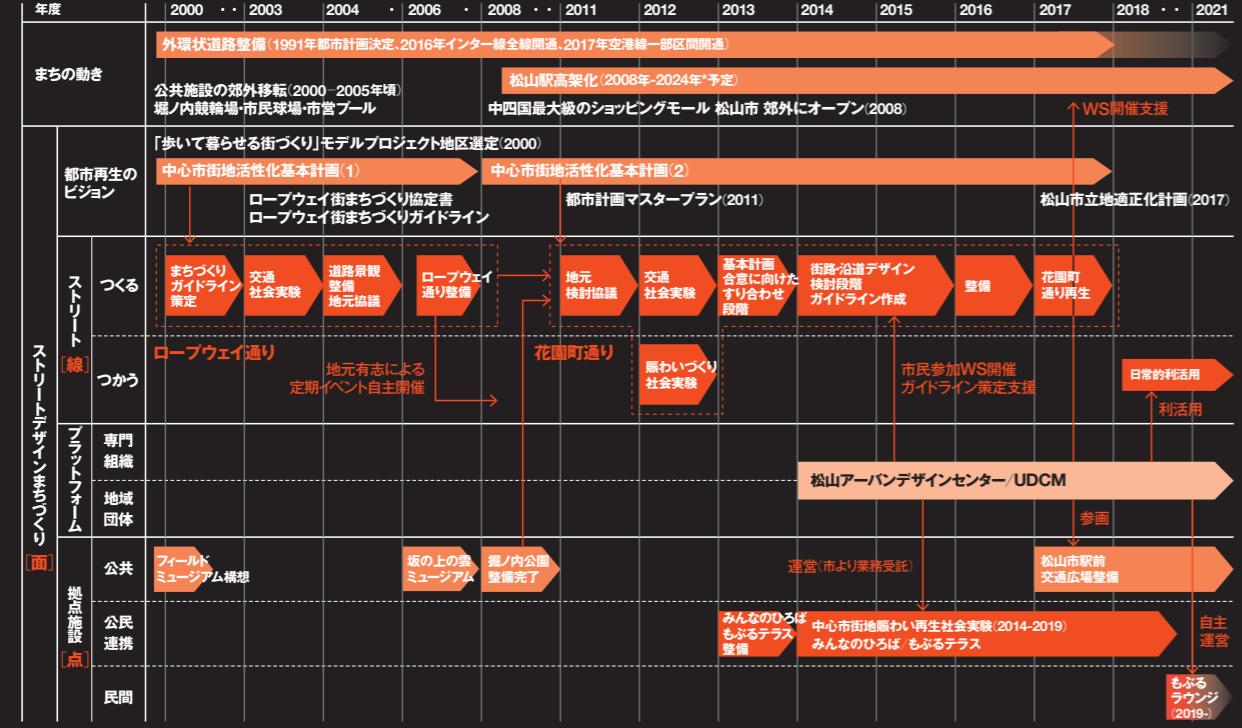
図解 先行事例から学ぶ

松山 | Matsuyama [愛媛県]

市中心部の球場や競輪場などの公共施設の郊外移転やショッピングモールのオープン(08)等によって中心市街地の空洞化が問題となる。中心市街地の回遊性の実現に向け、外環道の整備や松山駅の高架化事業等による渋滞解消やアクセス改善と並行し、ストリートデザインが進

行した。ロープウェイ通りは行政主導の電線類地中化指定(99)を契機に道路景観と歩行者空間整備の議論へ発展し、約6年にわたる地元協議や社会実験を経て車線減少と歩道整備、アーケードの撤去、自主的なデザインガイドライン策定に至った。松山市駅と松山城を結ぶ花園町通りは、堀ノ内公園内の施設移転により人通りが減少、自動車交通量も減少していた。ロープウェイ通りの経験を活かし、催しや滞在がで

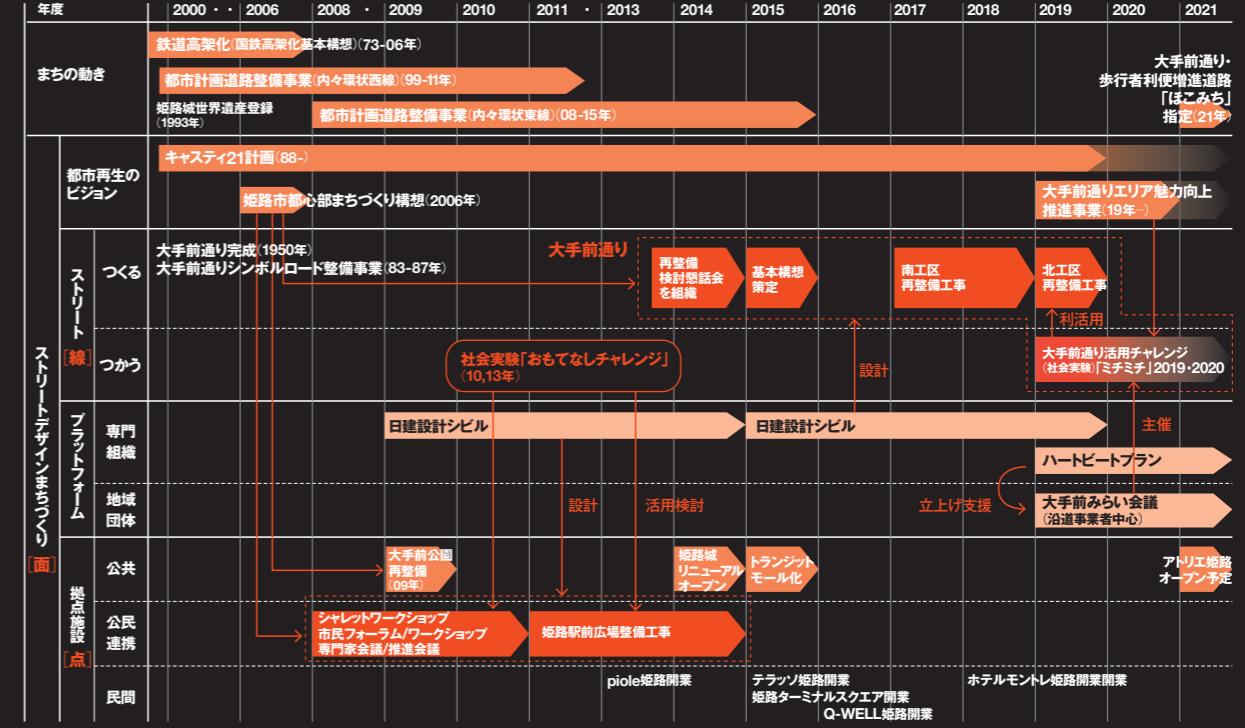
きる歩道空間の拡張と自転車道の整備、アーケードの撤去や電線地中化が実現。シミュレーションによる渋滞の検証や模型づくり、交通/賑わいづくり社会実験など、約7年にわたり地元協議を続けた。支援に携わったUDCMは、沿道にまちづくり拠点の整備や運営へと発展的に関わる。



姫路 | Himeji [兵庫県]

鉄道高架事業(73-06)と一体となった都市計画道路の整備により、国道2号線の交通容量の緩和を目指し、環状線の整備を行い、姫路駅を中心とする内々環状道路内に人々やさしい交通環境としている。鉄道高架事業が完了するとともに、賑わいが低下していた駅前の整備が図

られ、行政や市民団体、学生、専門家を交え、シャレットワークショップ、連続セミナー、市民フォーラム、市民ワークショップ、推進会議と多様で活発な議論を行っている。また駅前広場の整備工事中には駅前広場のイベント利用の社会実験などを行い、14年に駅前広場がオープンする。15年にはトランジットモール化をし、ウォーカブルな空間へと再編された。駅前広場完成後に続くように目抜き通りである大手前



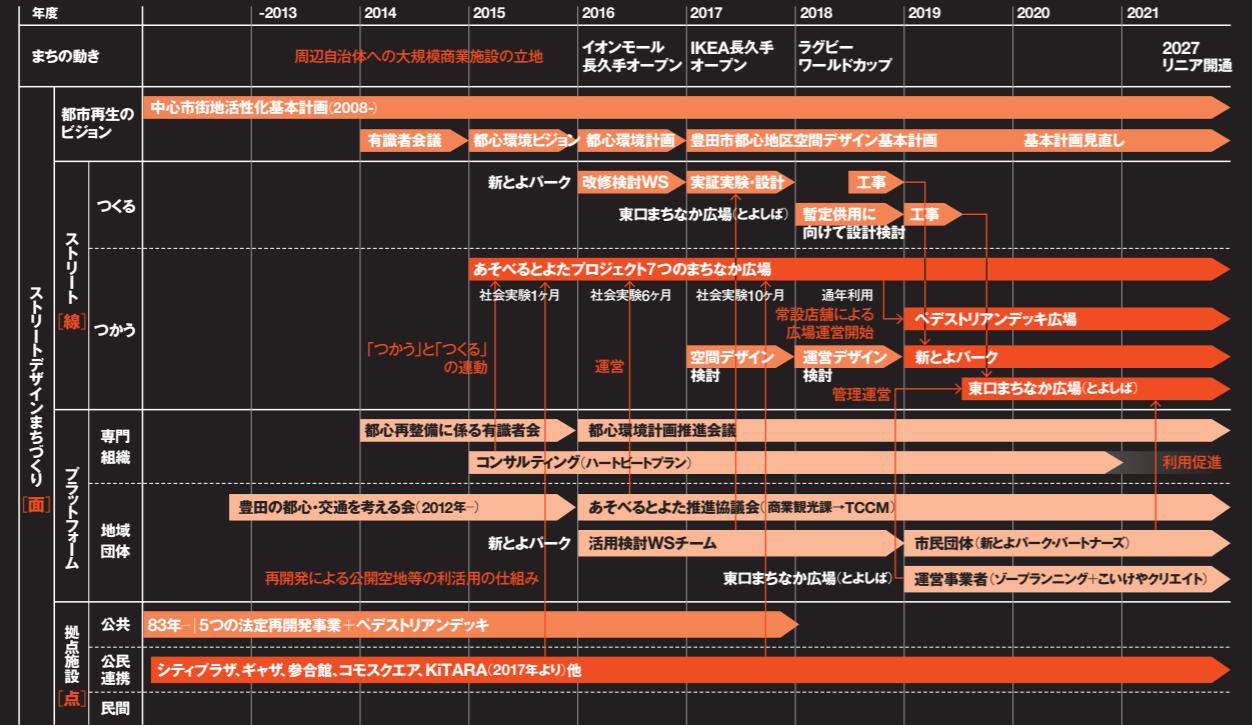
地方都市・道路先行型

豊田 | Toyota

[愛知県]

ラグビーワールドカップやリニア開業を見据え、豊田市駅・新豊田駅周辺を軸とした「都心地区」を〈つくる/つかう〉の両面から再構築する「都心環境計画」が2016年に策定された。公共空間を〈つかう〉仕組みとして「あそべるとよたプロジェクト」(以下、あそべるとよた)が推進され、そこでさまざまな利活用アイデアの試行や利用者の発掘がなされたことで、「新とよパーク」や「とよしば」といった施設整備につながっていった。「新とよパーク」では、あそべるとよたの利用者を含むメンバーで既存広場の改修計画が進められ、利用者の使い方に沿った整備がなされた。設計と同時に運営デザインの検討にも取り組み、「新とよパーク・パートナーズ」が立ち上げられ豊田市と協働での運

営がなされている。あそべるとよたを経て整備された「とよしば」では、将来的な広場整備に向けた社会実験として2022年度までの暫定活用を行っている。2017年にKITARA竣工とともに整備された「豊田市停車場線」等においてもウォーカブルの視点を取り入れ今後を検討するなど、点と線がつながりながら都心地区的価値向上を図っていると言える。



地方都市・都市整備型

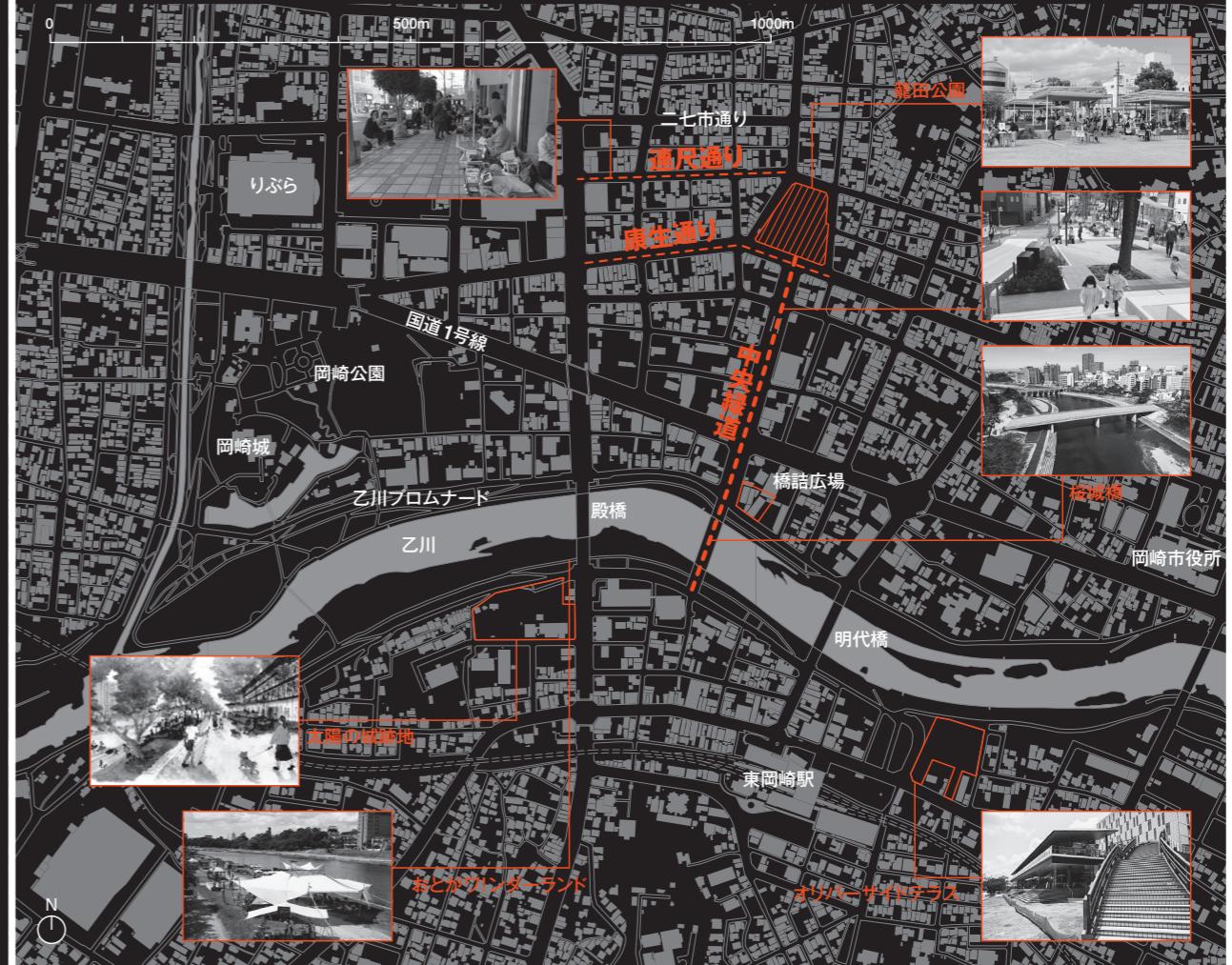
岡崎 | Okazaki

[愛知県]

社会資本整備総合交付金をもとにした総事業費約100億円の「乙川リバーフロント地区整備計画」が2014年に動き出し、「官民連携調整会議」や「デザイン会議」といった会議体を立ち上げ、2017年に街のビジョンとなる「QURUWA戦略」がまとめられた。QURUWA動線上にあ

る乙川河川緑地、桜城橋、中央緑道、籠田公園などの公共整備を進めながら、街全体での「MEGURU QURUWA」や河川緑地での「おとがわワンドーランド」、康生通・連尺通といったストリートでの社会実験による利活用を実践している。2020年度には公共整備が完了し、河川緑地は「乙川リバーフロント地区かわまちづくり協議会」、連尺通・康生通は都市再生推進法人、桜城橋は民間事業者といったようにそれぞ

れで〈つかう〉体制を整えていることで、日常として〈つかう〉フェーズへと展開を見せている。また、中央緑道のように人々の暮らしに寄り添う再整備を行う〈つくる〉ストリート、連尺通・康生通のように既存道路の利活用を行う〈つかう〉ストリートを組み合わせている点も特徴である。

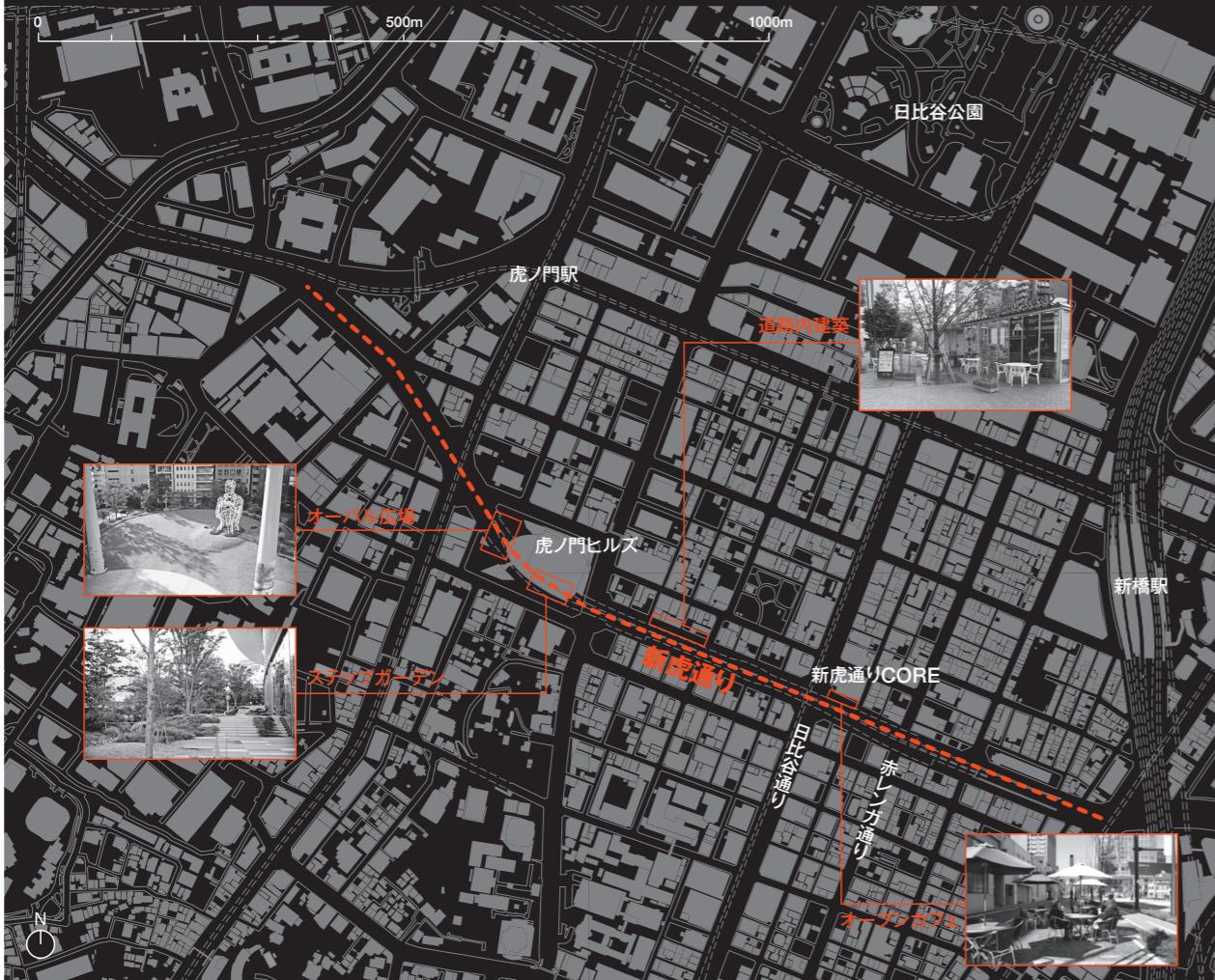
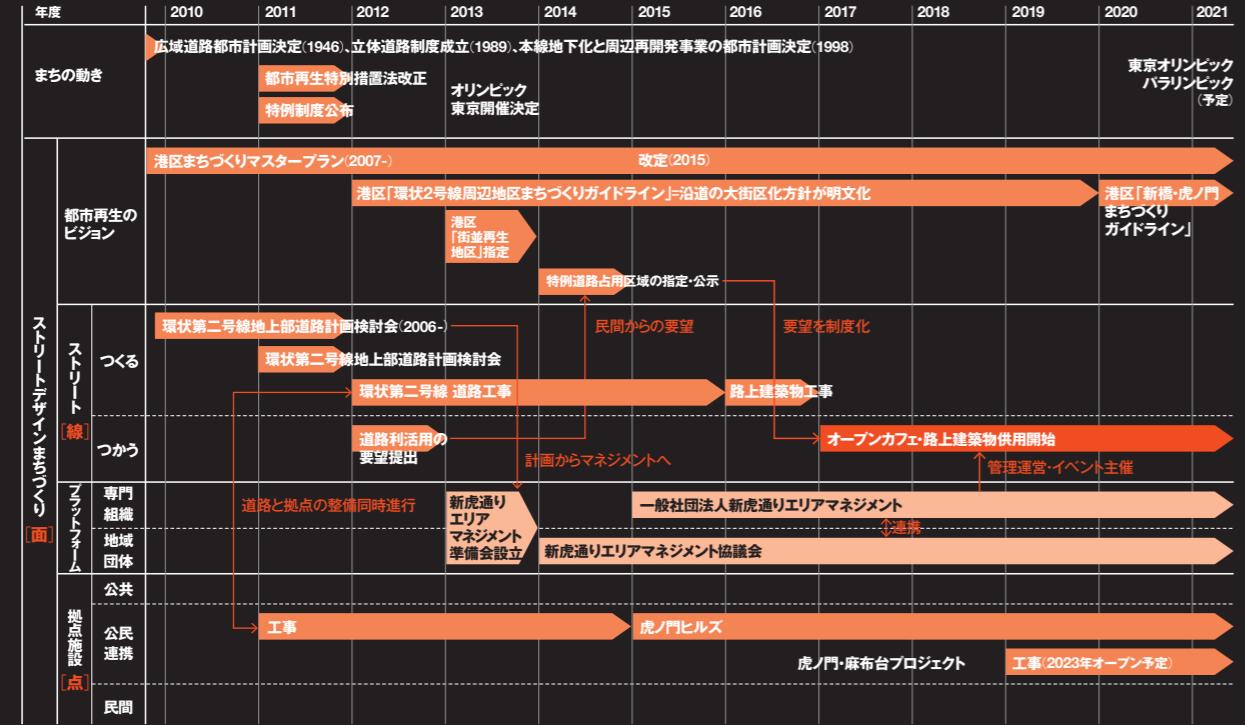


都心国家戦略特区・利活用型

新虎 | Shintora

[東京都]

1946年に広幅員道路が都市計画決定した環状2号線は、立体道路制度の成立を機に本線を地下化し地上部道路を整備することが決定し、周辺再開発事業と合わせて都市計画決定(98)する。2006年からの6年間、都や区、町会代表者、住民組織役員、再開発協議会役員、土地建物所有者等による新虎通りエリアマネジメント協議会等による地上部道路の検討会が実施。2012年に港区「まちづくりガイドライン」が策定される。開発の背景にはオリンピックがあり、新国立競技場と晴海の選手村を最短でつなぐ道路となる。特定建築者から路上建築物やオーブンカフェの設置等を実現し、新虎通り沿道のエリア価値向上を図っている。

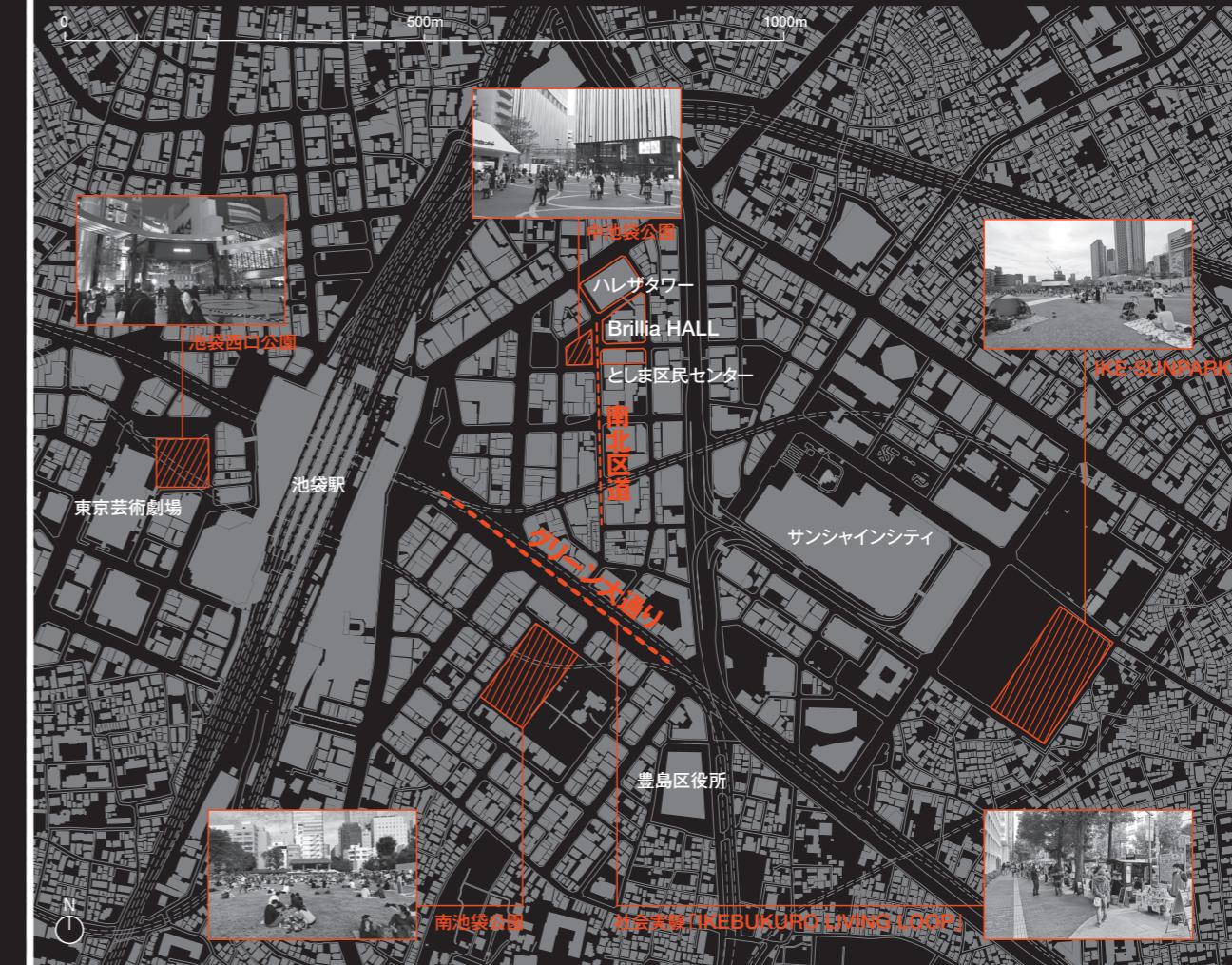
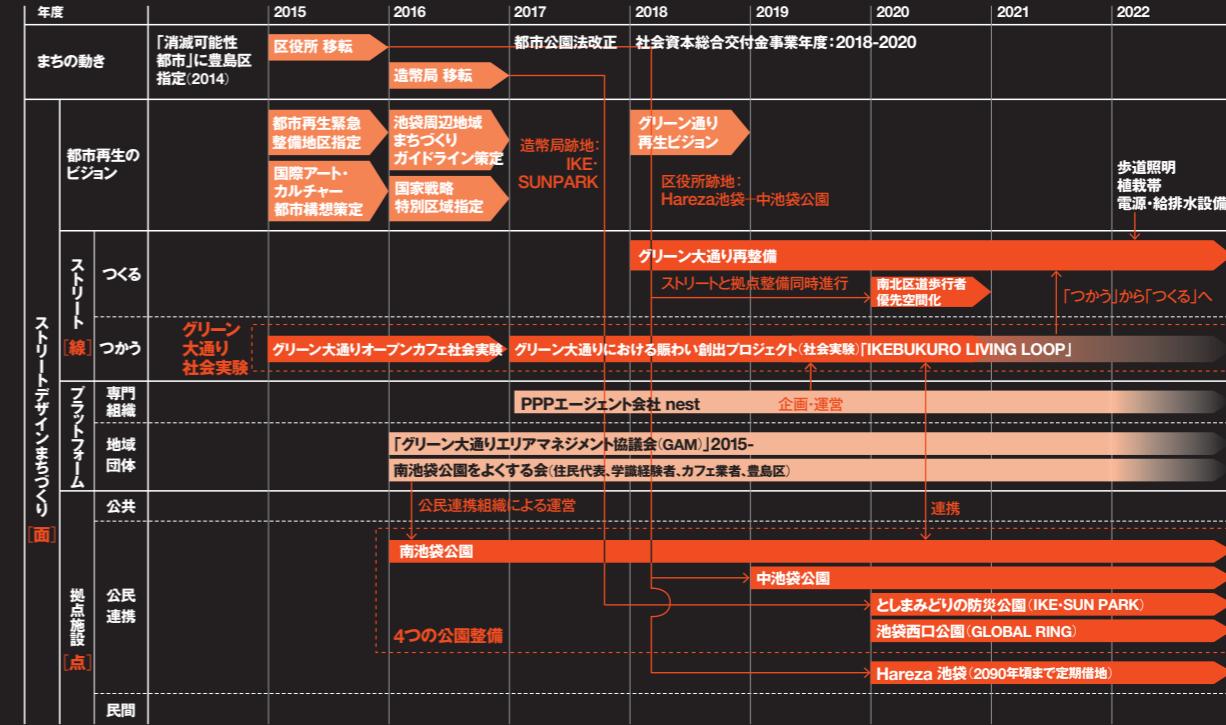


都心国家戦略特区・利活用型

池袋 | Ikebukuro

[東京都]

2014年、日本創生会議による「消滅可能性都市」に豊島区が指定される。翌2015年には国際アート・カルチャー都市構想策定、池袋駅周辺地域の都市再生緊急整備地域への指定、豊島区全体が国家戦略特区に参入されるなど、複数事業が動き始める。最初の一歩はグリーン通りの利活用社会実験と、南池袋公園の整備である。大きな整備費をかけず、行政と民間が連携し街の日常風景を変質させたことを皮切りに、南池袋公園をよくする会やPPPエージェント会社などのまちづくりの担い手が形成され、また複数の公園整備へ展開。区役所や造幣局の移転による公共施設再編によって、区役所跡地は中池袋公園、区民センターや8つのホール、民間オフィスが複合するHareza池袋が整備。面する南北区道もあわせて歩行者優先空間化された。造幣局跡地はとしまみどりの防災公園(IKE-SUNPARK)が整備。池袋西口公園も劇場型の公園として整備された。魅力的な「点」の整備により機運が生まれ、グリーン大通りの再整備が動き始めている。



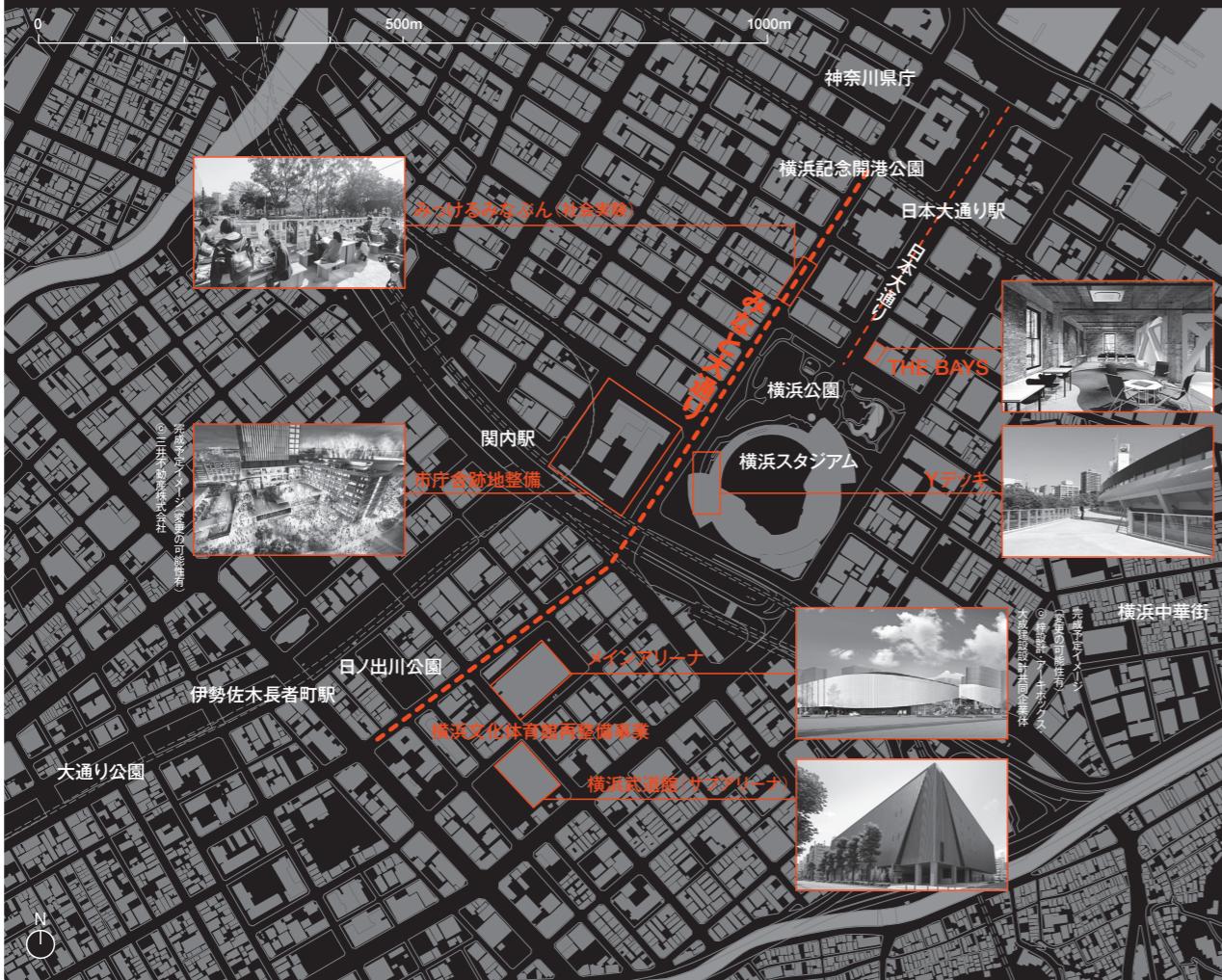
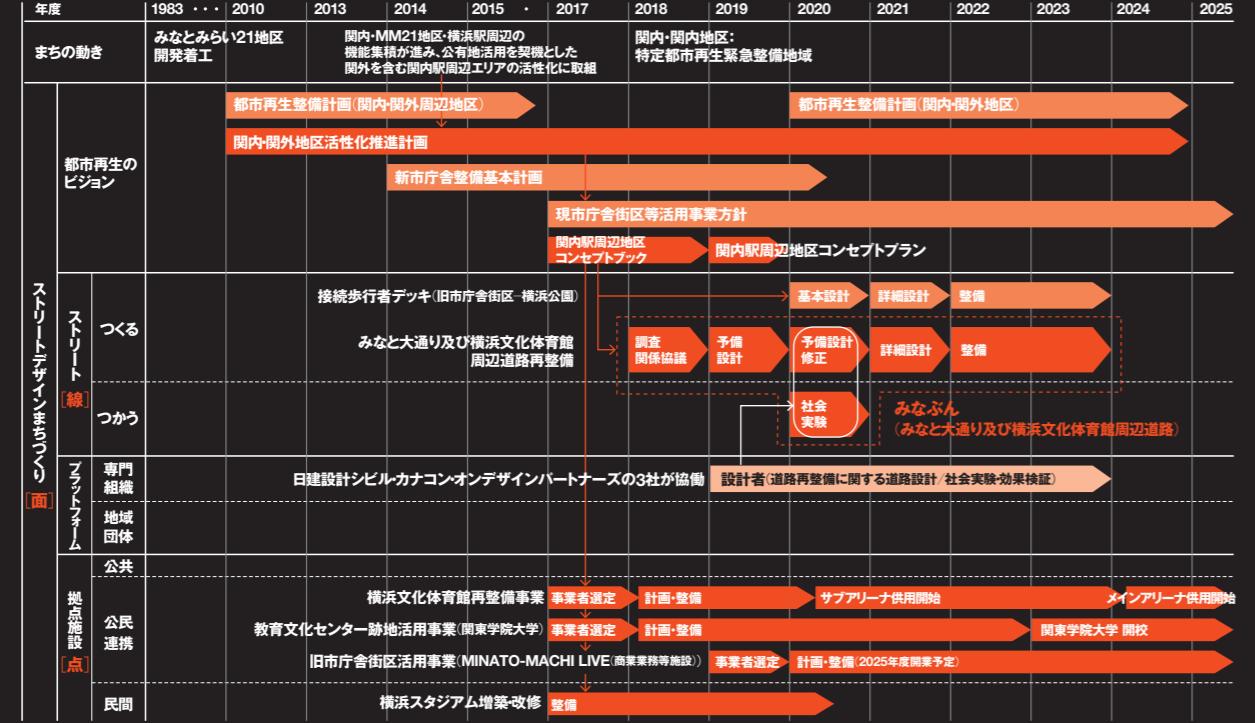
横浜 | Yokohama

[神奈川県]

横浜関内地区は横浜港開港以来、官公署や企業が集積し歴史的建造物も多く残るエリアである。また、新横浜通り・JR線以西に位置する伊勢佐木町や長者町など、文化や個性豊かな商店街を有するエリアは関内に対して関外と呼ばれている。MM21(みなとみらい21)地区

は1983年から開発が始まったが、三菱重工横浜造船所跡地での大規模な機能集積地区として、関内・MM21・横浜駅周辺の一体の都心エリアを形成してきた。対して関外エリアにおいては商業売上が低下するなどの影響を受けており、横浜市庁舎や横浜文化体育館等の公有地活用を契機として関内駅を中心とする関内・関外エリアの活性化に取り組んでいる。2017年より公民連携事業が進行し、主要施設を接続

するみなと大通りにおいてストリートデザインまちづくりに取り組んでいる。道路設計等の受託者がパークレットを中心に利活用を前提とした社会実験と効果検証を実施し、詳細設計へ反映するプロセスをとっている。海へ向かう街路構成や公有地が集まるエリアの都市構造を活かしながら、道路整備と拠点整備が連動した総合的な取組である。



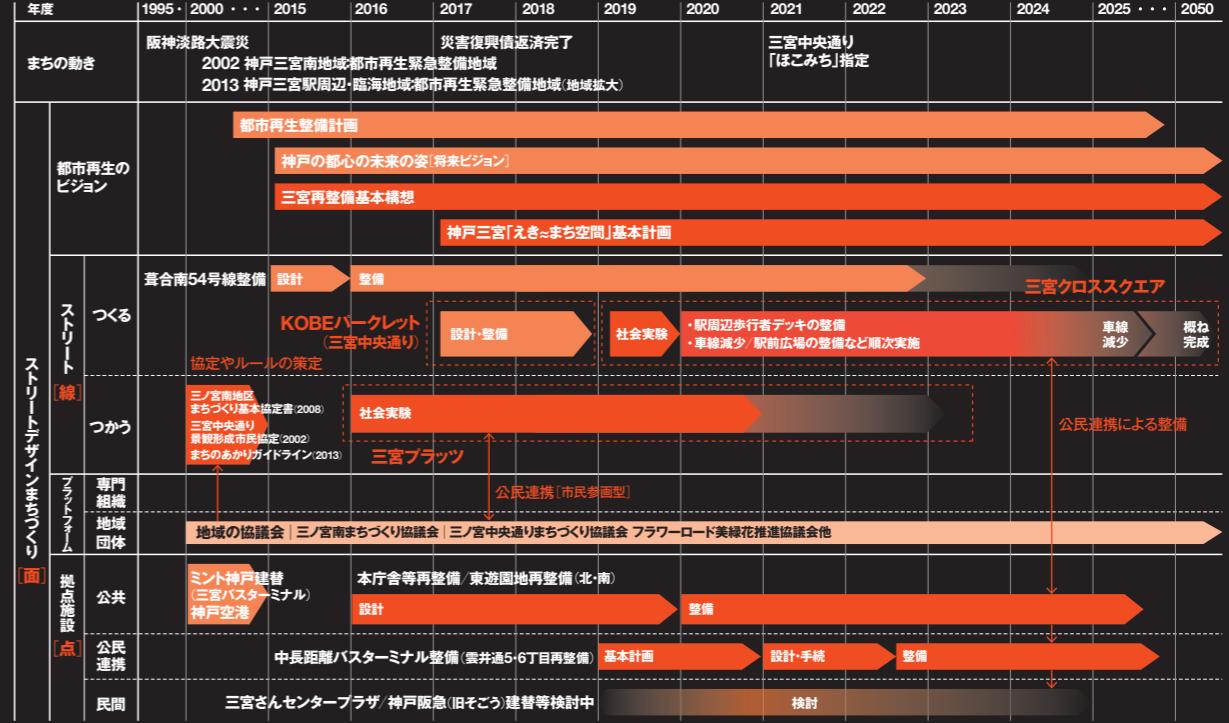
大都市近郊政令市・総合型

神戸 | Kobe

[兵庫県]

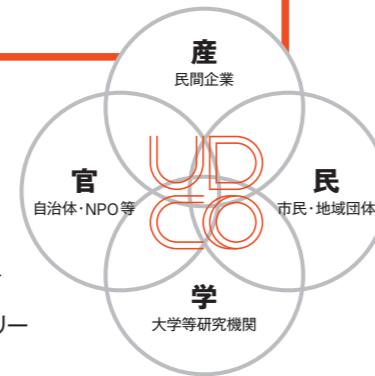
神戸三宮駅周辺においては、旧居留地など地域の景観や環境の形成に向けて地域のまちづくり協議会等が積極的に活動してきた地域である。1995年の阪神大震災により大きな被害を受けたこの地域では震災後2000年頃からまちづくり協議会が設立し、三ノ宮南まちづくり

協議会など現在のストリートデザインまちづくりのベースとなる地域の主体が存在する。2017年災害復興債の返済完了を目指して、三宮再整備基本構想や「えきまち空間」基本計画など大規模な公共空間整備を伴う計画が策定され、地域の協議会の参画によるKOBEパークレットなどの社会実験が公共主導で進められている。拠点施設においても本庁舎や東遊園地などの公共交通のプロジェクトが先行して検討されている。震災から20年を経て、神戸三宮のストリートデザインまちづくりが目標とする「三宮クロススクエア」は、中長距離バスターミナル整備などのPFI事業や民間開発等と連携しながら、今後30年程度の時間を掛けて整備していく計画となっている。



わたしたちの ストリートデザインまちづくり UDCOの3つのアクション

UDCOは、産官学民連携の基本理念のもと、Design Research Action / Public Action / Platform Action の3つのアクションによって、「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」(2010年策定)を地域が一体となって具体的に展開できるよう推進し、大宮らしいまちづくりを進めるためのデザイン及びマネジメントを進めている。その核となるのが「ストリートデザインまちづくり」である。



1 大宮のストリートをデザインする

DESIGN RESEARCH ACTION [実験の層]

公共空間を中心としたエリアマネジメントの体制づくりを目指した街路公共空間利活用の社会実験や、デザインコーディネートの仕組みづくりに向けた調査研究などを行う。

2 ストリートからまちづくりへ

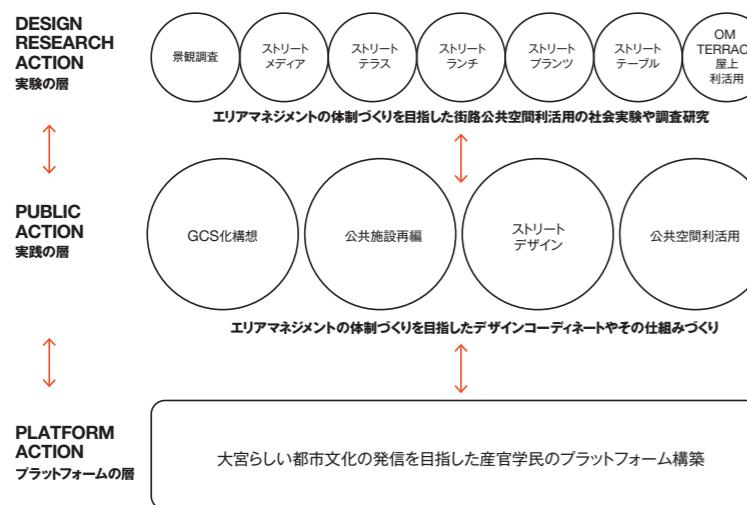
PUBLIC ACTION [実践の層]

戦略ビジョンに掲げられた4つの「優先的に取り組むべきプロジェクト」(大宮駅グランドセントラルステーション化構想や公共施設再編などの大宮駅周辺地域で進められている各種事業)を通じて、豊かな公共空間の創出を目的としたデザインコーディネートの取り組みとして、デザインマネジメント(事業と事業の相互調整)や、エリアマネジメントの仕組みづくりを行う。

3 大宮のまちづくりをつなげる

PLATFORM ACTION [プラットフォームの層]

大宮のまちづくり団体や企業、大学、行政の活動を支援し、連携を深めていくとともに、大宮のまちづくりやUDCOの取り組みなどを大宮内外に発信することで、産官学民のプラットフォーム機能を構築し、大宮らしい都市文化の発信を目指す。ワークショップなどの市民がまちづくりに関わる機会の創出やまちづくり団体の活動支援、ウェブサイトやSNSなどによる情報発信に取り組んでいる。



大宮のストリートを デザインする

DESIGN RESEARCH ACTION [実験の層]

公共空間を中心とした
エリアマネジメントの体制づくりを目指した
街路公共空間利活用の社会実験や、
デザインコーディネートの仕組みづくりに向けた
調査研究などを行う。

#1 大宮らしい“新たな生活”を創る[1]———— 22

軒先利活用による事業者／商店街支援 |
おおみやストリートテラス@一番街

| INTERVIEW #1 | おおみやストリートテラス実行委員会/参加店舗に聞く----- 31

#2 大宮らしい“新たな生活”を創る[2]———— 33

コンテンツ開発による日常化 |
ストリートランチ/ストリートブランチ/ストリートテーブル

| COLUMN #1 | 大宮の「パブリックスペース」を積極的に活用するには? ----- 40

| COLUMN #2 | おおみやインフィニティ[∞]プロジェクト
ストリートでつながる点→線→面——UDCO展開期の戦略 ----- 42

1

大宮らしい“新たな生活”を創る[1]

軒先利活用による事業者/商店街支援
おおみやストリートテラス@一番街



図1 おおみやストリートテラス@一番街 上：Before 下：After 軒先1M(白線の範囲)にテラス席や看板を配して利活用した

「おおみやストリートテラス」(以下、ストリートテラス)とは、街路沿道に店舗・休憩・飲食スペースなどを設え、大宮らしい新たな日常を創出することを目的とした社会実験である。

大宮駅周辺では、GCS化構想や公共施設再編など多くの事業により都市再生の機運が高まっている。一方で、それらの事業によって生まれる公共空間を使いこなす知見と経験の蓄積、そしてそれを担う地元のプレイヤーを見つけることは喫緊の課題である。また、このような漸進的まちづくりが進む街においては、各事業期間中に建物解体後の跡地や道路予定区域^[*1]などの低未利用地が一定期間発生するため、その期間においても街の賑わ

いを途切れさせない仕組みづくりが求められる。

そのような背景のなか、UDCOではストリートテラスを2017年より継続的に開催し、新規地元事業者の発掘・育成、街の賑わいの持続、持続的な沿道経営^[*2]の体制創出によって、大宮の一連の都市再生事業を活性化することを試みている。初動期の3年間(2017-2019)は、拡幅予定の都市計画道路(氷川線道西通線)の道路予定区域を対象として実施した。道路供用開始後をイメージして道路予定区域を利活用することで、道路整備事業期間中に生じる街路の隙間を埋めつつ、供用開始後の利活用に向けたスムーズな展開を見据えて取り組んできた。

次なる3年間(2020-2022)は、蓄積したノウハウをもとにストリートテラスを周辺の街路に展開していくこと、また年に1回であったストリートテラスがより日常の風景となることを目指した取り組みを進めている[図1,2]。

人がいない 大宮駅前

こんなにも大宮の駅前人がいない風景は初めてではないだろうか[図3]。新型コロナウイルス感染拡大を防止するため、2020年4月7日から5月25日まで緊急事態宣言が発出された。そのあいだ、1日50万人以上が乗降する大宮駅前の風景は一変した。街を見渡すと、駅前だけでなく、氷川参道や一の宮通り、大宮区役所等の公共施設内も同様の風景で、とにかく人が見当たらない。さらにもうひとつ、



図3 緊急事態宣言中の2020年の大宮駅周辺の様子

く「ほかの店舗がどういう状況で、どんな対応をしているかを知りたい」という声が多かった。そこで、各店舗の近況や対策をGoogleスプレッドシートで共有し、オンライン飲み会を開いて情報共有を試みた。重要な補償制度の情報も錯綜していたため、さいたま市や商工会議所等からの情報を随時共有し、連絡を取り合いながら状況の把握に努めた。誰しもが初めて経験するパンデミック。UDCOとして街のために一体何ができるのか。ここでは、新型コロナウイルスに対応した「新しい生活」を創造するため、わたしたちが悩みながらも試行錯誤した「おおみやストリートテラス@一番街」の取り組みを紹介する。



図2 開催場所である大宮一番街商店街

おおみやストリートテラス			おおみやストリートテラス@一番街	
	2017	2018	2019	
日時	9月15日〔金〕～9月24日〔日〕 計10日間 11:00-20:00	10月26日〔金〕～10月28日〔日〕 計3日間 11:00-20:00	10月11日〔金〕～10月26日〔土〕 計16日間 11:00-20:00	8月1日〔土〕～3月30日〔火〕 計242日間(3ヶ月間) 11:00-20:00
場所	道路予定区域 民有地	道路予定区域 民有地	道路(道路占用特例の活用) 民有地	道路(道路占用特例の活用) 民有地
主催	UDCO	UDCO	おおみや ストリートテラス 実行委員会	おおみや ストリートテラス@一番街 実行委員会
協力	さいたま市 大宮駅東口 まちづくり 事務所	さいたま市/ 地元団体/他	さいたま市/ 地元団体/他	大宮・番街商店街協同組合/ 大宮商店街連絡協議会/ 大宮ラーメン・関東食糧株式会社/ さいたま観光国際協会/さいたま市/ さいたま産業創造財團/ さいたまヨーロッパ野菜研究会/ 芝浦工業大学/ノースコボレーション
協賛	-	-	8企業	22企業
出店	計14店舗	計16店舗	計23店舗	計13店舗
イベント	計9イベント	計7イベント	計7イベント	計1イベント

軒先利活用による事業者/商店街支援

おおみやストリートテラス@一番街は、「大宮一番街商店街」の両軒先1mに屋外テラス席や物販ワゴン等を設置して、新型コロナウイルスの影響を受ける地元事業者を支援し、大宮らしい新しい生活をかたちづくろうとする取り組みである。国土交通省より発表された「新型コロナウイルス感染症の影響に対応するための沿道飲食店等の路上利用に伴う道路占用基準緩和」を活用して、2020年8月1日からスタートした。当初は11月29日までとしていたが、道路占用基準緩和の延長を受け、2021年3月30日まで期間を延長した。

6月5日に国交省より先述の道路占用基準緩和が発表された後、UDCOは大宮での特例を活用して、地元事業者支援ができる通りがあるか検討を進めていた。そんな折、埼玉県を中心に食品卸を営む関東食糧株式会社(以下、関東食糧)、大宮・浦和などでイタリアンレストランを経営する株式会社ノースコープレーション(以下、ノースコープレーション)、企業の経営支援等を行う公益財団法人さいたま市産業創造財団(以下、産業創造財団)より連絡をいただいた。「コロナで影響を受けている地元埼玉の飲食店を支援したい。UDCOが行つてきたストリートテラスのノウハウをもとに、国交省の特例を活用して何かできないだろうか。まず大宮で実績をつくり、埼玉県内に水平展開していきたい」。そこからオンラインによる議論が始まった。

議論のなかで苦心したのは、実施場所の選定である。大宮は道路基盤が脆弱であり、テラス席を設けたうえで歩行空間を2m以上確保できる通りはとても少ない。そのため、安全性も考慮して車両通行のない通りに絞ることとした。さらに、長期間の実施を見据え、なるべく天候の影響を受けにくいアーケードがあることから、一番街が有力候補となった。

さっそく企画書を作成し、大宮一番街商店街協同組合の加藤理事長に提案した。どんな反応か不安になりながらも、加藤理事長からは「ぜひやりましょう」という前向きな回答をいただいた。話を聞くと、商店街がいま抱えている課題も明らかになつた。一番街では3年前を最後に商店街全体での取り組みが行われていない

こと、店舗の入れ替わりが激しく商店街と店舗とのコミュニケーションが希薄化していること、そして新型コロナウイルスの影響を受けて店舗が疲弊し始めていということだ。そこで、沿道店舗支援とともに商店街の課題解決を目指し、「一番街商店街アクティビ化プロジェクト」を立ち上げ、その先導的取り組みとして「おおみやストリートテラス@一番街」を実施することになったのである。

こうして具体的な実施に向けさまざまな調整が始まった。まず商店街を主体として実行委員会を組織し、各者で役割分担をして進めた。関東食糧は商店街の全店舗にストリートテラスへの参加可否を聞いて回り、並行して企業協賛を募集した。UDCOは都市再生推進法人として道路占用許可および道路使用許可を取得し、保健所や関係機関との協議・調整を担つた。7月の開始を目論んでいたが、さいたま市が「道路占用特例を7月から運用する」という方針を定めたのが6月29日であった。そこからようやく管理者との協議を始め、紆余曲折を経て8月1日からの開始が定まった。

イタリアの街並みのように——軒先利活用のモデルづくり

ストリートテラスの実施にあたって実行委員会で共有した目的がある。それはストリートテラスを通じて屋外での食体験価値を向上させ、イタリアの街並みのようにテラス席で憩い楽しむ風景・文化を生み出していくことである。それに向けて、各店舗とも相談しながら軒先利活用のモデルづくりに取り組んだ。

まず利活用道路断面を検討した[図4]。一番街は路面店だけではなく地下や上階の店舗も多い。それらの店舗も参加しやすい仕組みが必要である。隣接・対面する店舗の業種などによって複数の利活用パターンが考えられる。そこで、①両側軒先1mを利活用、②通り中央1mを利活用、③片側軒先のみ2mを利活用、という3つの道路断面モデルを設定し、参加店舗に応じてそれらを組み合わせることで、全体を構成するプランを検討した。しかし、交通管理者・道路管理者から3つの道路断面を組み合わせると歩行空間が

蛇行する点に難色が示され、今回は①両側軒先1mを利活用するパターンのみで進めることとなつた。

そのうえで関東食糧が参加店舗を募った結果、商店街組合に所属する25店舗のうち13店舗が参加することになった[図5]。業種は飲食店10店舗、物販2店舗、ホテル1店舗。設えはテラス席7店舗、テイクアウトテーブル1店舗、物販ワゴン2店舗、看板3店舗として利活用がなされた[図6]。地下や上階の店舗の多くは、オペレーションの難しさや設置スペース不足を理由に参加を断念されたが、2階にある1店舗は1階入口に看板を設置するかたちで参加した。

次に実施状況を見てみよう。それぞれの店舗が創意工夫を凝らした軒先利用が見られた。例えば、イタリア料理店ではテラス席だけでなく樽を1台使って立ち飲み席を設けていた。立ち飲み用のメニューも独自に用意し、イタリアのアペリティーボ(食事前の軽食)さながらの雰囲気である[図7上]。また、もともと敷地内に屋外席を設置していたある居酒屋では、夏は軒先に席を出し、冬に寒くなるとパーティーで仕切りつつ看板を置くなど、季節によって軒先を柔軟に利活用していた。別の居酒屋では、夏の風物詩である中山道祭りが中止となったため、水風船を子どもに配るスペースとして軒先を活用し、お店の認知向上を図っていた[図7下]。これらの取り組みによって、各店舗の軒先には特色ある使い方がなされ、一番街にこれまでとは異なる新たな風景が生まれていた。

ぐわえて、モデルづくりとして試行したことがある。11月15日[日]には商業ビル(大宮ラクーン)の1階屋外スペースとその軒先を活用した店舗出店を行つた[図8]。普段とは異なる店舗が一番街で出店することで、既存店舗との相乗効果を生み出そうという試みである。さらに同日、日曜日休みでシャッターが閉まっている八百屋の軒先を借りて、大宮アルディージャ・さいたま市子ども食堂ネットワークと連携したイベントを実施した[図9]。通常、お店が休みの日にはシャッターが閉まり商店街の連続感が途切れてしまうが、なんらかのかたちで軒先だけでも利活用すると、お店は閉まっていても人の営みの連続性が生まれていた。これにより、軒先を多主体でシェアし、曜日や時間に応じて使い

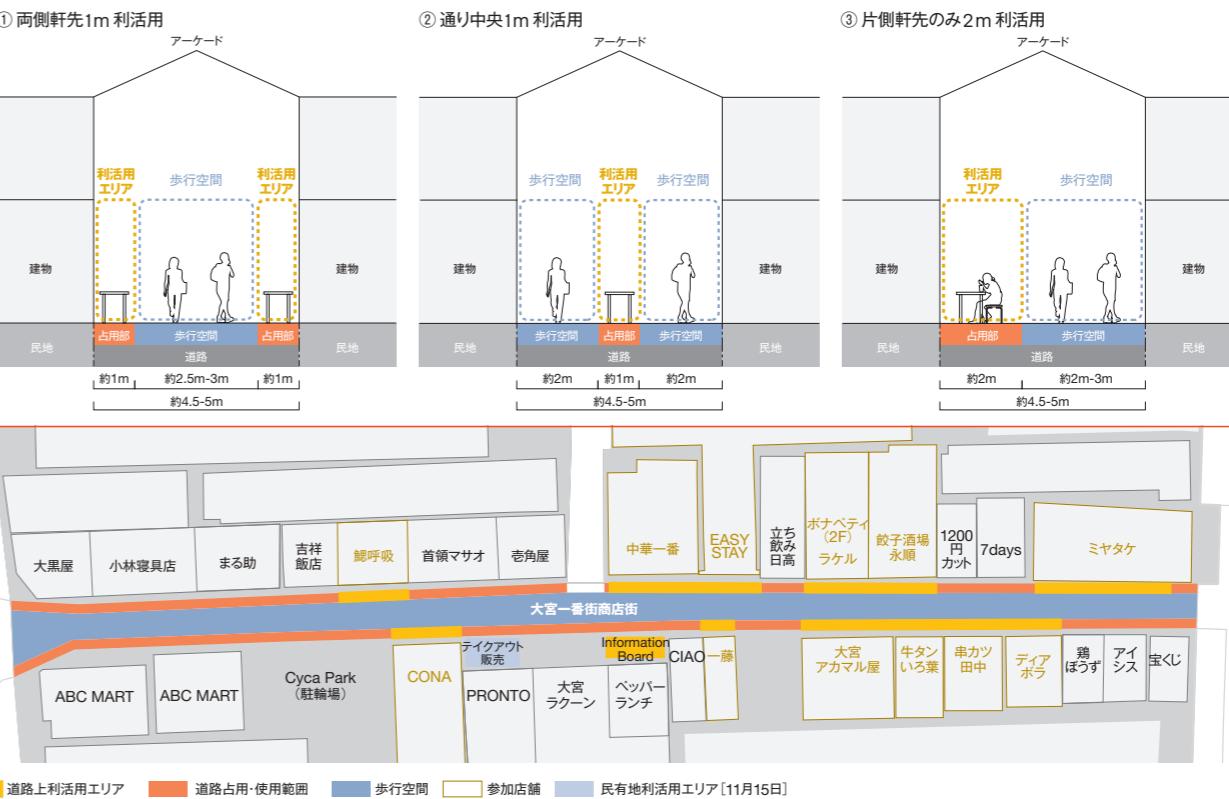


図4
3つの断面モデル検討(①で実施)



図5
利活用平面・参加店舗

旧中山道



屋外テラス席



物販ワゴン



テイクアウトテーブル



看板

OMIYA STREET TERRACE

図6
軒先利活用のパターン



イタリア料理店の立ち飲み席

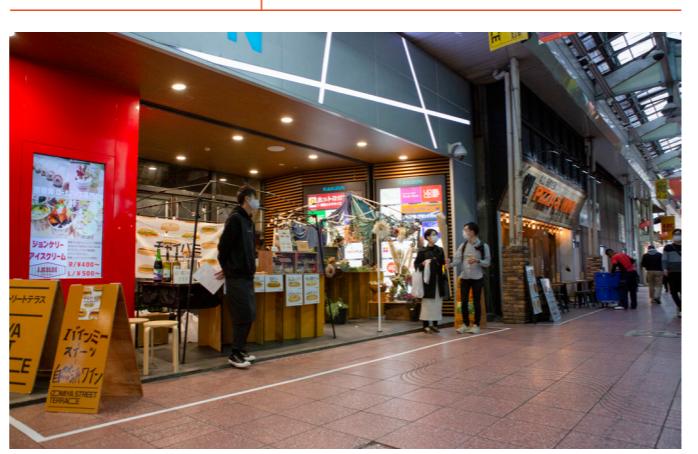


図8 沿道以外の店舗出店による相乗効果



水風船を子どもに配布



図9 お休みの店舗軒先をイベントで利活用



図10 沿道の小道具によるストリートデザイン

方が変化する利活用モデルの可能性を感じられた。例えば、夕方からオープンする居酒屋の軒先を、昼間の時間帯は別の店舗が使うなどといったことが考えられる。今回実施できなかった先述の利活用断面の組み合せを含め、時間帯別の需要に応じた利活用モデルも今後実践を重ねていきたい。

ストリートの個性を下支えする“小道具”

今回、ストリートデザインとして意識した点は2つある。まず、看板や色など多くの要素に溢れる商店街の中で、特色ある各店舗の軒先に調和しながら、沿道の一体感や賑わいを連続させること、また、長期にわたって各店舗が無理なく管理運営できることである。それらを考慮し「路面テープ」「うちわ」「スタンド」といった小道具を製作した[図10]。

白の「路面テープ」は参加店舗の活用可能な軒先1mのエリアを図示するために使用した。これまで感覚的な判断で各店舗の領域が路上に滲み出していた。そこへ明確な領域が示されると、規範が互いに共有されるためか、予想以上に規律

のある空間使用へとつながった。領域を明示し規範を互いに共有する重要性を感じられた。

「うちわ」はお祭りには欠かせない小道具であり、屋外で涼みながら飲食を楽しむ風景も演出する。なにより比較的安価に大量製作ができる。そこでストリートテラスを広報するためのフライヤー、そしてサインとしての機能をうちわに託した。テーブルに取り付けられるスタンドを用意し、うちわを挿し通りに面に向けることで、ストリートに楽しさリズムと連続性を生む小さなサインとなる。大げさな広告装置をつくるのではない。あくまで日常的な取り組みとして、季節を問わず風景に馴染むサインとなった。

うちわを固定するための「スタンド」は、文房具(クリップ、輪ゴム)や建築金物(羽子板)を組み合わせて作成した。材料はすべてホームセンターで安価に購入でき、誰でも簡単につくれて取り付けられる。各店舗が軒先を維持管理するハーダルを下げるこれがねらいだ。クリップでテーブルの天板に留める、もしくは直径19.1mmのカットしたパイプを挟みことで、角度を調整し自立させることも可能である。強度や安全性、うちわが浮き立つ見える角度や素

材の質感の検証を重ねた。小さな道具だが、商店街の雰囲気をつくる要素となるよう、ディテールを入念に検討している。

沿道の活動を下支えするこれらの小道具が、コロナの影響を受けている街の日常にさりげない彩りを与えることを願っている。

持続的な沿道経営に向けた商店街のアップデート

一番街でのストリートテラス実施にあたり、大宮駅前の商店街の課題が見えてきた。特に店舗間のコミュニケーションの希薄化が根深く、とある店長に話を聞いてみると「隣のお店の店長を知らない」といったことも珍しくなかった。2017年からストリートテラスを実施している西通線では、道路拡幅による店舗減少に伴い商店街組合の会員数が減少し、目に見えるかたちで商店街の姿は変わっていた。その一方で、旧中山道を挟んで駅側に位置する一番街では、店舗が多く立ち並んで盛況しているように感じられるが、目に見えない店舗間のコミュニケーションや連携不足という課題を抱えている。そのことがわかって大きな驚きを覚えた。

そのような課題を解きほぐし、持続的な沿道経営を実現する組織体が商店街をより活性化する。これを長期的な目標としたうえで、「おおみやストリートテラス@一番街実行委員会」を組織して主催することとなつた[図11]。体制の考え方としては、2019年度と同様に、コーディネーター/ステークホルダー/プレイヤー/ユーザーの四層構造とした。ただし昨年度と大きく異なるのは、プレイヤーを沿道の外から呼び込むのではなく、ステークホルダーである商店街・店舗自らが利活用のプレイヤーとなるという点である。活力ある店舗が連なる駅前の商店街ならではの体制とも言える。コーディネーターであるUDCOが、商店街と店舗のあいだに入り、潤滑油としてコミュニケーションを図る。ディレクターとして関東食糧やノースコーポレーション、産業創造財団が加わり、密に連携しながら企画を進めた。

なお、実行委員会の会長は加藤理事長、副会長は関東食糧臼田社長に担当いただき、関東食糧・UDCOが事務局として各種調整を担当した。調査は、毎年共同研究を行っている芝浦工業大学鈴木俊治研究室とUDCOが協働で進める体制を組んだ。

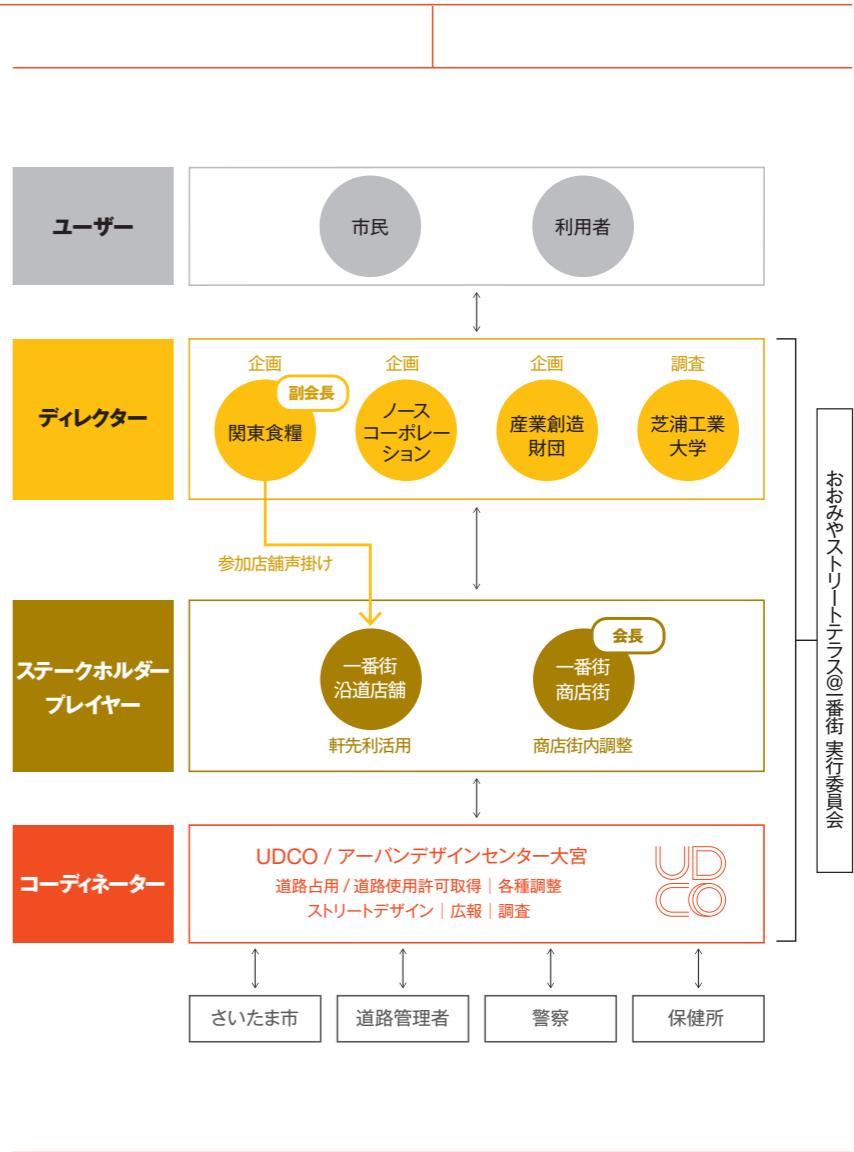


図11 実行委員会の体制



商店街におけるコミュニケーション向上に向けた取り組みも紹介したい。そのひとつが、毎月1回の商店街全体の清掃活動だ[図12]。参加店舗が持ち回りで参加し、路面のガム取りやモップ掛け、ゴミ拾い等を行う。最初は初対面の方が多く皆さん緊張気味でも、次第に雑談も交えて清掃に取り組む。終わるころには顔見知りが増え、目に見えて通りがきれいになるので、とても清々しい気持ちになる。

一番街商店街は円滑に情報共有する術を持っていないことも課題だった。何かお知らせをしたいときは、資料を持って一軒ずつ店舗を回るか、通りに設置してあるスピーカーを通じて一斉にお知らせするしかない。オープン時間も各店ごとに異なるので、沿道すべてのお店を訪問するのは多大な労力が伴う。コロナ禍のような日々状況が変わると、迅速かつ密な情報共有が必要だ。そこで、参加店舗によるLINEグループをつくって連絡を取り合った。些細なことでも、こうしたコミュニケーションの方法も随時アップデートしていく必要性を感じた。

こうした取り組みで常に課題となるのが費用である。今回は協賛によってほとんどの経費を賄うことができた。これは、ひどくに関東食糧より声掛けいただいた多くの食品企業からの協賛、さいたま市観光国際協会のご協力によるところが大きい。皆さんに改めて御礼申し上げたい。

軒先1mがもたらす6つの成果

ストリートテラスを通して、どのような成果が見えてきたのか。調査結果とともに次の6点を考察したい。

- 1 店舗の売上増加
- 2 屋外空間利用の需要増加
- 3 商店街・店舗のプロモーション
- 4 公共空間の使い方の規範共有／各店舗の意識改革
- 5 商店街・店舗のコミュニケーション向上
- 6 軒先利活用と安全な歩行環境の両立

まず1点目は、軒先利活用によって店舗の売上増加が見られたことである[図13]。店舗Aでは、テラス席の設置により、最大で約19万円/月の売上が增加了。これはディナータイム総売上の約1割にあたる。今回の取り組みが直接的な売上増加につながったことがわかる。また、10月の1日の最大利用者数は休日98人、平日42人。客单価3,000円とすると休日は30万円/日、平日は12万円/日程度の経済効果があったと言える。店舗ヒアリングでは、テラス席や物販ワゴン等の設置により売上に効果があったと答えた方は50%だった。「通りに商品を出すことで、通行人の目に留まりやすく集客につながった」という物販店もあった。テラス席だけではなく物販店でも一定の売上増加が見られた。また秋が深まって寒くなる季節にもかかわらず、10月・11月の売上や歩行者交通量が増加した。埼玉県全体での外食業消費は前年比で5-21%減少する一方で、一番街では売上前年比が増加した店舗もあった。このことから、ストリートテラスが売上や歩行者交通量増加に寄与したと言える。

2点目は、屋外空間利用の需要増加である[図14]。「テラス席を指定する予約があった」「立ち飲み利用の常連客ができる」「感染予防でテラス席を希望する客がいた」「寒くても一定の需要があった」といった声が店舗ヒアリングで聞かれた。コロナ禍で屋外利用の需要が高まっていることがわかる。屋外利用の月毎の傾向を見てみてみよう。テラス席の平均滞在時間は60-120分だが、9月、10月、11月の順に減り、やはりテラス席の滞在時間は気温の影響を大きく受ける。一方で最

大で170分滞在という長時間の利用例もあり、テラス席の利用率が最大80%の時間帯もあった。時間帯別に見てみると、17時以降の利用率が6割以上と高い。利用年代では20-30代が69%と最も多い結果となった。さらに、屋外空間で多いアクティビティは「会話」「食事」「商品/看板眺める」となり、数値からも一番街の屋外空間で飲食しながら交流する風景が生まれたことわかる。

3点目は、商店街・店舗のプロモーション効果である[図15]。ストリートテラスの取り組みは、全国版のテレビキー局すべてに取り上げられるなど、数多くのメディアで注目を集めた。この反響は予想以上に大きい。「テレビ番組を見てきたよ」というお客さんもあり、一番街商店街や店舗の知名度向上につながった。その影響もあり、67%の店舗が「広報効果があった」と回答した。今回はコロナ禍での限られた取り組みだが、こうしたPRを通して、ストリートテラスが中長期的な顧客獲得へ寄与できたのではないかと考えている。

4点目は、公共空間の使い方の規範を共有することで、各店舗の意識に変化が生じたことだ。一番街には「道路軒先の一帯の範囲まで可動物であれば設置してよい」という商店街の独自ルールがある。ところがこのルールが独り歩きして、適切に運用されないことがあった。ストリートテラスの取り組みのなかで、白線で店舗ごとの境界を明示し、それぞれの管理エリアを誰もがわかるかたちで示した。すると、店舗の方が自発的に軒先部分を清掃するようになったり、白線からモノをはみ出さないようにするといった意識が見られた。その結果「通りに統一感が現れた」という声を店舗から聞くことができた。道路利用の規範があらためて共有され、適切な使われ方へと変わったのである。

5点目は、商店街・店舗のコミュニケーション向上である。

ストリートテラスや清掃活動など、沿道で協働する取り組みによって店舗間の交流が生まれた。

こうして、これまで見知らぬ他店舗の人と顔見知りになり、お互いを意識するようになる。

参加店舗でLINEグループをつくるなど、共通の連絡手段で情報共有を行うことで「商店街への帰属意識が高まった」という感想も聞かれた。

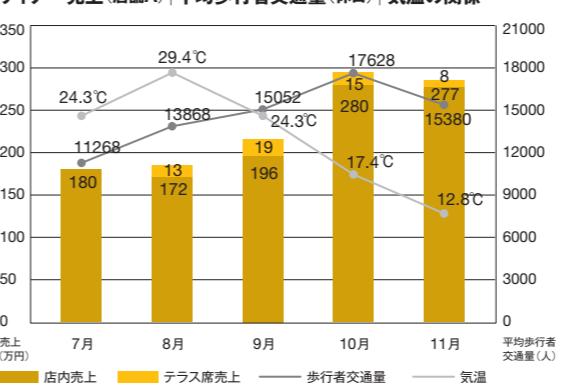
6点目は、軒先利活用と安全な歩行環境の両立である[図16]。歩行者交通量調査

店舗A | 屋外テラス席2席/立ち飲みテーブル1台

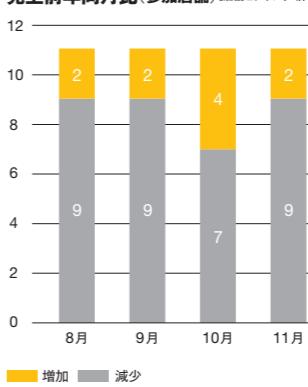
	7月	8月	9月	10月	11月
ディナー総売上	180万円	185万円	215万円	295万円	285万円
うち屋外テラス席	-	13万円	19万円	15万円	8万円
(総売上に対する割合)	(7%)	(9%)	(5%)	(3%)	

ストリートテラス実施

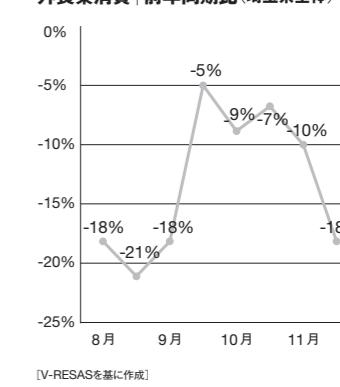
ディナー売上(店舗A) | 平均歩行者交通量(休日) | 気温の関係



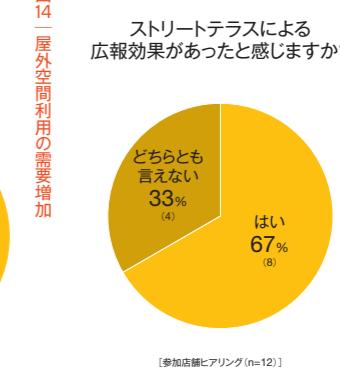
売上前年同月比(参加店舗) [店舗ヒアリング(n=11)]



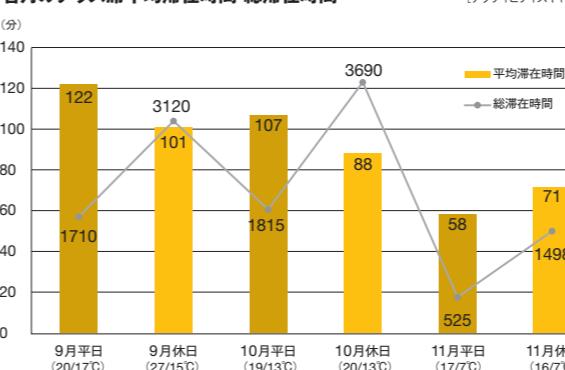
外食業消費 | 前年同期比(埼玉県全体)



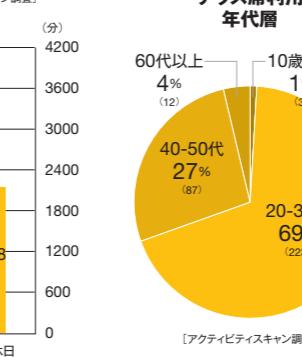
ストリートテラスによる広報効果があつたと感じますか?



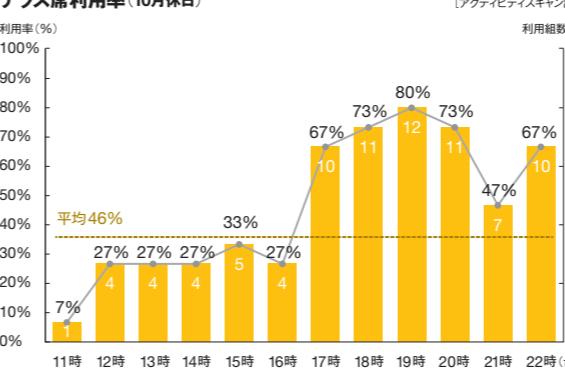
各月のテラス席平均滞在時間・総滞在時間



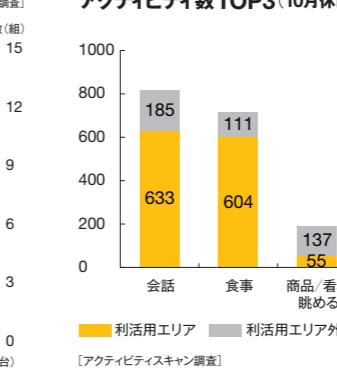
テラス席利用年代層



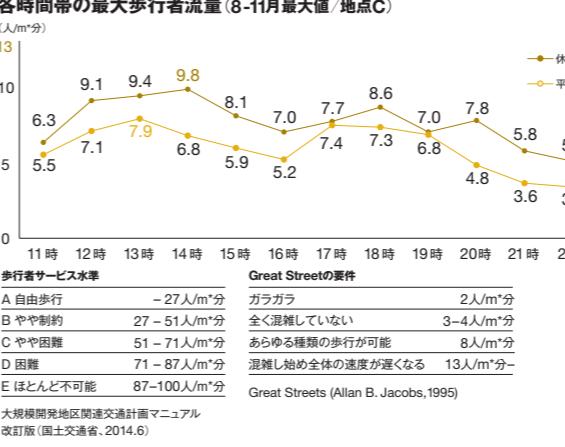
テラス席利用率(10月休日)



アクティビティ数TOP3(10月休日)



各時間帯の最大歩行者流量(8-11月最大値/地点C)



今後も継続的な軒先利用を希望されますか?



より「1m・1分あたりに何人通行したか」という歩行者流量を算出した。8-11月の最大値を見ると、休日最大で9.8人/m²分となり、国土交通省が掲げる歩行者サービス水準では「Aランク」の自由歩行としての水準(~27人/m²分)をクリアしている。これにより、一番街においては両側1mずつ軒先利活用したとしても、安全な歩行環境には大きな影響を及ぼさないことがわかった。この知見は今後の管理者



協議に活かしていきたい。また参加店舗においては、実施時間外の什器撤収は適切に実施され、運営上の大きな問題やクレームはなかった。これも大きな成果である。1mという広さについて、83%の店舗ではちょうどよいという回答であった。ただ軒先1mのみでは2人席が限界となる店舗が多く「4人席以上も設置するにはもう少し広いとよい」という意見もあった。以上の結果から、軒先1mの非常に限られた道路でも、利活用の仕方によって歩行者の安全性を確保しながら、十分に店舗の売上増加やPRに寄与する効果があることがわかった。参加店舗の半数がストリートテラスを「満足・やや満足」と回答し、全員が「今後も継続的な軒先利活用を希望する」という結果も、それを表しているのではないだろうか[図17]。

特例から日常へ

おおみやストリートテラス@一番街は、国交省の道路占用特例を活用することで実現した。これを時限的な取り組みで終わらせ、商店街の日常の風景につなげるためには、制度を用いて軒先利活用を公式に位置づける必要がある。現在、一番街において活用可能性のある制度として下記が考えられる。

- ① 改正道路法に基づく
「歩行者利便増進道路制度」
(ほこみち制度)
- ② 都市再生特別措置法に基づく
「道路占用許可の特例」
- ③ 道路法に基づく
「道路協力団体制度」

詳しい制度内容の説明は省略するが、いずれの方法においてもポイントは①体制、②資金、③関係者の共通認識、の3点が挙げられる。

- ① 体制：一番街では商店街が主体となりつつ、実効的に関係者をコーディネートする主体をどのように位置づけていくのかが鍵となる。今回の実行委員会のように、一番街全体を対象とした柔軟性のあるプラットフォームを組む、もしくは通りを分節して単位を小さくしながら、それぞれの範囲での運営主体を位置づけていくような方策も考えられる。
- ② 資金：まず道路占用料の支払いが必要となる。今回利活用した軒先を年

間で道路占用する場合、参加店舗あたり年間20,000円程度が必要となる。この金額について「支払う価値がある」というお店もあれば「費用対効果を検討する必要がある」とする意見もあるが、非現実的な金額ではないと考えられる。また、路面や植栽、アーケード等の工作物などの継続的な維持管理資金も必要である。これについては、ステークホルダーの負担割合の精査を行うとともに、収益事業を積極的に行うことでの資金を充当することも必要だろう。

③ 関係者の共通認識：今回のストリートテラスは、道路を維持管理するさいたま市建設局、まちづくりを推進するさいたま市都市局、交通を管理する埼玉県警と、異なる管轄を横断する取り組みであった。各管轄の役割が異なるなかで、ひとつの目的に向かつて取り組む、共通の目的意識が非常に重要である。商店街には今回の取り組みに参加していない店舗もあった。今後に向けて、参加店舗を増やして商店街としての足並みを揃える必要もある。今回は新型コロナウイルス対応という大義のもとの実施だったが、これからは地元を交えて目的を再設定し、それぞれの役割を尊重しながら共通認識を図ることが求められる。

今回のストリートテラスはUDCOとしても初めてのことばかりだった。西通線以外に展開して実施したこと、商店街とより緊密に連携して取り組んだこと、8ヶ月という長期にわたって実施したこと。さらに新型コロナウイルスという新たな懸念のなかでの実施であった。それでもストリートテラスを通じて大宮らしい「新たなる生活」の一端をかたちづくることができたのではないか。今後の新型コロナウイルスの情勢変化の見通しは立ちにくいため、今回の取り組みで得た経験と発見をきっかけとして、次なる動きを生み出していきたい。

[新津瞬、伊藤孝仁]

*1——「道路予定区域」| 道路法第91条に規定される、道路の区域が決定されたあとから供用開始までの間の区域のことを使う。

*2——「沿道経営」| 沿道事業者を中心、一帯の街路・沿道空間の持続的な経営・コーディネートを検討・実施すること。

INTERVIEW #1

おおみやストリートテラス@一番街 実行委員会/参加店舗に聞く

加藤眞男氏 | おおみやストリートテラス@一番街実行委員会会長
大宮一番街商店街協同組合理事長

臼田真一朗氏 | おおみやストリートテラス@一番街実行委員会副会長
株式会社関東食糧代表取締役社長

古川雅樹氏 | 参加店舗 | ピストロボナベティ大宮店店長

瀬戸彬氏 | 参加店舗 | 大衆酒場アカマル屋大宮一番街店店長

小室卓也氏 | 参加店舗 | Diavola大宮店店長

鐘崎豪氏/細谷奈央氏 | 調査ディレクター
芝浦工業大学環境システム学科鈴木俊治研究室学生

今回はじめて一番街にておおみやストリートテラスが実施された。新型コロナウイルスという未知なる状況に相対しながらも、8ヶ月間という長期にわたりストリートテラスに取り組んできたメンバーにその想いを聞いた。

Q1——自己紹介とおおみやストリートテラス@一番街に参画したきっかけを教えて下さい

● 加藤氏 | 私は大宮生まれの大宮育ちで、東口の一番街商店街に店があります。主力は和装小物とお祭り用品で、年間を通してさまざまな行事に必ず関わってきた商売です。日本の伝統に根ざしている商売だという気持ちがありますね。一番街商店街は、



3年ほど前を最後に商店街全体としての取り組みができていませんでした。徐々に昔からのお店も減り、店舗の入れ替わりも非常に早いため、各店舗とのコミュニケーションを取るのが難しくなっていました。そういう状況に加え、今回新型コロナウイルスにより商店街、店舗ともに大きな影響を受け、今後どのようにしていこうか思い悩んでいました。そのときに、UDCOとさいたま市からストリートテラスのお話をいただき、ぜひ一緒にやりましょうということになりました。

● 白田氏 | 私たちの会社は業務用の食材卸をやっていまして、飲食店さんやホテルさんなどに食材卸をしています。外食によって、さいたま市をより幸せに、より豊かにする食空間を創造していくことを、そういう想いを持って“食空間創造企業”というビジョンを掲げています。

2020年6月に国土交通省からコロナウイルス対策も含めて、道路占用許可緩和の通達が出たのをニュースなどで見ました。これはコロナで苦しんでいる飲食店さんのひ

とつの手助けになるんじゃないかなと思ってぜひやりたいと思いました。UDCOが何年も前からストリートテラスを仕掛けているらしいので、その人たちに相談したらすぐできるんじゃないという話をいただいたことがきっかけです。外食産業がコロナで大ダメージを受けているなか、店内飲食だけじゃなく三密を避けてテラスの中で素敵な光景ができるれば、飲食店も盛り上げができるんじゃないかな、そういう思いで参加させてもらいました。

● 鐘崎氏/細谷氏 | 私たちは芝浦工業大学の環境設計研究室の学生です。研究室では、中心市街地再生や歩きたくなるまちづくりなどのプロジェクトに関わっています。大宮でもUDCOと景観調査などの共同研究を2018年から行っていました。

研究室としては、今回のストリートテラスの結果について調査研究を行うことで、道路利活用社会実験の成果や課題を明らかにし、それを大宮のまちづくりに活用していく目的として参加しました。

Q2——ストリートテラスをやってみていかがでしたか？

● 加藤氏 | これまで、各店舗がお店の前を清掃するということはあまり見られませんでした。ストリートテラスをやるようになって、それが自分の店の前を積極的に掃除しているので、目に見える良い結果が現れたと思います。



● 古川氏 | ストリートテラスをやってまず一番街の景観が綺麗になってきました。今までであれば自分の店だけを綺麗にしたいと思うんですけど、それにプラスアルファするかたちで気をつかって個々の環境を整えるということに力を入れていて見えた。お店によっては、外のテラスの利用客を見かけると、とても楽しそうな顔をして利用されているので、今までとは違う一番街の風が吹いたんじゃないかなと思います。他のお店の方と挨拶をするようになったり、会話をするようになったというのは前より増えました。これからもそこは強くしていきたいと思います。



● 瀬戸氏 | 実際やってみて、お客様からの要望でテラス席を使うということもありました。一番街の知名度が上がり、PRにもつながったということであればよかったです。うちの店はすずらん通りにも系列店があって、そこと比べると売上が安定しているんですよね。それがストリートテラスによっての効果なのか断定はできないんですけど。一番街にはアーケードがあり、換気もよく、屋外環境が良いという面が押し出されていると、

それもひとつの効果だったのかなと思いますので、良かったと思います。

● 小室氏 | やはり夏場はご利用が増え、メディアにも多く取り上げられたこともあり、この席を目指してしてくれる人がかなり多く見られたのでやって良かったと思います。ご利用いただく方は、11月30日で一旦終わるということをすごい気にされてる方がいて。延長になりましたと言ったら、「いやあ嬉しいな」という声があつたので、今後延長になってプラスになるのかなと思います。また、お店としては、立ち飲みというのがひとつの成果かなと思います。普段やってない形態ですし、ちょっと飲めたらいいなと思うがあるので、それを自分の店で実践できたというのがよかったです。



● 鎌崎氏 | ストリートテラスでは軒先1mに白線を引いたことで、利活用できる範囲が明確になったと思います。新型コロナウイルスで大きな影響を受けてはいますが、これを機会に歩行空間を利活用することの効果をもつと認識していただき、商店街の使い方を見直すきっかけともなればと思います。

● 白田氏 | 本来であれば2020年は東京オリンピックに向けて、外食産業は伸びる年だったんだろうと思っています。しかし、今回新型コロナによって飲食業の状況が厳しくなってしまった。本来、街の中での飲食っていうのは元気の源というか、グルメとしてその街の価値を高められるすごくいいコンテンツだと思っています。そのなかで、地元らしさを含めて各店が工夫しているものをうまくひとつに繋げるような、そういうものができるとさらに盛り上げていけるんじゃないかなと思っています。それがまちづくりのなかのひとつの要素になっていくとすごくいいなと思っています。

Q3——今後一番街、大宮に向けた思いを教えて下さい。

● 濑戸氏 | 今回の取り組みは飲食店にフォーカスが当たっているところが強いと思うので、商店街全体としての取り組みとして、飲食以外の方々と協力してやれるものとか、そういうところにもっと力を入れてやれたらもっと楽しくなるのかなと感じます。

● 古川氏 | 皆が一番街をちょっと通ってみたいって思ってもらう。ストリートテラスをきっかけに、最終的にはどのように商店街が思われるようになれば大成功かなと思います。今自店がいっぱいいいっぱいなかで、一番街商店街に対する力を注げる部分というのは限られてくると思います。でも、なんとかしてストリートテラスだつたり清掃活動だつたりお互いが意見を出せるような掲示板だつたりLINEのやり取りだつたり、自店を大切にしながらコミュニケーションを取っていければと思います。

● 小室氏 | 昔から営業されている店の方たちと一緒に盛り上げられるような商店街にできたらと思います。自店と近い方といろいろと話す機会はあるので、本当に挨拶するところからコミュニケーションが出てくると思います。お互いを知らなければ仲も深まらないと思うので、お互い行ったり来たりしながら食べたり飲んだりさせてもらって、どういうお店が一番街で営業しているかわかるというのも、ひとつの仲を深める案ではないかなとも思います。

● 細谷氏 | 身近な公共空間や道路を、ただの移動空間としてではなく、多様な活用ができればと思います。氷川参道、一の宮通り、すずらん通りなど、大宮にはたくさんの魅力ある通りがあり、地元住民だけではなく大宮駅を利用する方にそれらを知ってもらいたいなと思ってます。

● 白田氏 | 大宮は再開発ができてきているなかで、新しいまちづくりとかムーブメントというのを発信しやすいし、つくりやすいというのがあると思います。積極的にそういう情報を得ながら、自分たちらしさとか大宮らしさとか、アイデンティティをもうちょっと出せるような場というのもまちづくりのなかで出来てくればいいなと思います。それには、ひとつのイベントとかひとつの取り組みにもっと皆さんがあえてきて、こういうことしたいとかああいうことできたらいいのにというのを、もっとみんなが思ってもらえるといいなと思います。あと、私も海外に結構行ったりするんですけど、海外では街でイベントをやってると必ずこういったストリートテラスみたいなテラス席が出ていて、そこでイベントを間近に見ながら飲食したり、人生を豊かにする取り組みが見られる。そういう意味ではまだまだ日本ではストリートや裏路地も含めて、もっと魅力的なことができるんじゃないかなと思います。

● 加藤氏 | ひとつ言えることは、これからは街に高層ビルが建っていればいいという時代ではないですね。市民が憩えるとか、歩いていて楽しいとか、ワクワクするとか、それが第一ですよね。よく回遊性と言いますが、歩いて楽しい、ちょっと行ってみよう、そういう気持ちを起こさせる一番街にしていきたいです。



インタビュー動画はこちらから



DESIGN RESEARCH ACTION #2

大宮らしい“新たな生活”を創る[2]

コンテンツ開発による日常化 ストリートランチ/ストリートプランツ/ ストリートテーブル

これまで年に1回開催してきたおおみやストリートテラスの「日常化」を目指し、2020年からストリートテラスを構成する3つのコンテンツ開発に取り組み始めた[図1]。まず飲食コンテンツの開発として「ストリートランチ」をスタート。道路予定区域や民間ビルのオープンスペースを利活用し、そこで地元事業者が飲食物を販売する試みである。その形式には、お弁当の販売/キッチンカーでの販売の2種類あり、事業者に応じて選択できる。新型コロナウイルスの影響を受け、今年度は地元事業者支援としても取り組みを推進した。2つ目の「ストリートプランツ」は、店舗軒先や道路などに植栽を設置し、緑化によって快適な街路空間を生み出す取り組みだ。川口市安行地区の植栽を用いること

で、地域産業強化のねらいもある。3つ目の「ストリートテーブル」は、道路上にイスやテーブル、テントを設置し、ストリートに誰もが利用できる居心地のよい滞在空間を創出する取り組みである。いずれのコンテンツも各利活用空間の運営体制づくりに注力しており、持続的に取り組めるよう地元の方と連携しながら運営している。また、出店料や植栽購入費などで得た収入は「まちづくり資金」として、大宮のまちづくり活動に充当することとしている。各取り組みが展開するほどに、大宮の街へ還元される仕組みだ。ここでは、今年度実施したストリートランチ/ストリートプランツ/ストリートテーブルについて紹介する。

OMIYA STREET TERRACE おおみやストリートテラス



図1 ストリートテラスを構成する3つのコンテンツ

1 STREET LUNCH



ストリートランチ

2 STREET PLANTS



ストリートプランツ

3 STREET TABLE



ストリートテーブル

ストリートランチ

新しい生活様式 への試行

2020年2月、おおみやストリートテラスの日常化を目指した社会実験「ストリートランチ」を、氷川緑道西通線沿い、再開発ビル工事現場の東側に位置する「軒先テラス」(民間ビル1階オープンスペース)で始めた。2-3月は氷川参道に店を構える「Bagel Lapin」が週に1回出店。2カ月間の試行期間で出店者が期待する一定の売上を見込めることがわかり、4月から出店者や頻度を増やして展開しようとした。

その矢先、新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言が発令された。ビルオーナーやさいたま市と協議を重ねた結果、1回目の緊急事態宣言期間中はストリートランチを一時休止することになった。まさにこれから本格的に展開しようとするタイミングでの出来事だった。しかし、そこで立ち止まつていては何も進まない。次なる一手を考え始めた。

まずは、緊急事態宣言解除後にすぐ再開できるよう調整を進め、6月4日に「軒先テラス」でのストリートランチを再開した[図2]。それに加えて、6月9日からは西通線沿いの道路予定区域(公有地)にてキッチンカーでの販売を行う「キッチンカーテラス」も新たに稼働[図3]。じつは大宮駅周辺でキッチンカーが出店できる場所は東口に1つ、西口に2つしかない。以前から事業者が出店したくてもできない状況だった。そこで、感染防止の観点からキッチンカーの需要がさらに高まるを見込み、以前から出店企画の協議をしていたピザキッチンカー「FELICE」の野口氏と企画を進め、実施に至った。

再開後は、新型コロナウイルスの影響でテイクアウト需要が高まり、それに応じてテイクアウトを強化したい店舗からの出店希望が増え、平日はほぼ毎日、地元店舗が出店するようになった[図4]。特にキッチンカーテラスの出店需要は予想以上に大きく、1日に最大3店舗が同時出店する日もある。出店者のタイプもさまざまだ。自店を持ちながらテイクアウト用のメニューを開発して販売するお店、新たにキッチンカーを始めるお店など、各店舗で新しい生活様式への対応が試行され



街も事業者も喜ぶ仕組み

ストリートランチを運営する仕組みを見てみよう。ストリートランチでは各事業者の負担を軽減するため、道路占用許可や関係者調整、什器の貸し出し、広報等をUDCOがまとめて行った。事業者は会場設営と保健所の許可(行商許可/自動車による営業許可)の取得のみでランチを販売できる仕組みとした。

軒先テラスの場合、ビルのオープンスペースを利用したいオーナーと大宮駅周辺で出店したいプレイヤーを、コーディネーターであるUDCOがマッチングする[図5]。

出店者は売上の10%を出店料として支

払い、そのうちの5%はオーナーへ、残りの5%はまちづくり活動費(施設整備や広報等)へ充てられる。什器はUDCOが所有して

いる看板を貸し出し、設営撤収は出店者

が担う。

このように、それぞれが役割を担うこと

で、出店者は収益を得ながら街のための

お金も生まれ、それらが循環する仕組み

となっている。

なお、出店に際してUDCOと出店希望者が事前面談を行い、趣旨や目的の共有を

図っている。顔の見える関係性を育むと

ともに、ストリートランチは単なるランチ販

売の機会ではなく、街と事業者がともに

保管場所はオーナーのご厚意で借りることができた。

一方、キッチンカーテラスでは、UDCOがさいたま市の道路占用許可を取得したうえで、キッチンカーコーディネーターと連携して出店募集・調整を行う[図6]。出店者は軒先テラス同様、売上の10%を出店料として支払い、そのうちの5%はコーディネーターへ、残りはまちづくり活動費へ充てられる。什器はUDCOが所有している看板を貸し出し、設営撤収は出店者が担う。

このように、それが役割を担うこと

で、出店者は収益を得ながら街のための

お金も生まれ、それらが循環する仕組み

となっている。

なお、出店に際してUDCOと出店希望者が事前面談を行い、趣旨や目的の共有を

図っている。顔の見える関係性を育むと

ともに、ストリートランチは単なるランチ販

売の機会ではなく、街と事業者がともに

ステップアップしながらまちづくりに関わる取り組みであることを理解してもらうためだ。出店者も主体的に街に参画してもらいたい。そんな思いを込めて必ず実施している大切なプロセスである。

ランチ販売 スペースから “プレイス”へ

ストリートランチでは街路沿道空間を利用したランチ販売の「仕組みづくり」を実践している。少しずつ市民から認知され始め、一定の売上も見えてきたところで、次なる段階への展開を図った。それは、ランチ販売所という「スペース」から、心地よい居場所となる「プレイス」を生み出すことである。今年度は、軒先テラスは滞在環境整備、キッチンカーテラスはインフラ整備の視点から取り組んだ。

軒先テラスでは、カウンター什器のリデ

ザインを契機に「心地よい賑わいの場づくり=プレイスメイキング」の展開を試みた。当初は、出店するたびに重いカウンターを敷地奥の倉庫から運んで設営する必要があった。什器を運搬する負担や、長期使用による劣化といった課題も、同時に解決する必要があった。

軒先テラスの場所は雰囲気のよいレンガ仕上げの広場となっている。そこで、この環境を活かし利用者がランチを買うだけでなくその場に滞在できるよう、ベンチからカウンターへと変形可能な「ベンチ型カウンター」を設えるアイデアを実現した。普段は広場で憩えるベンチであり[図7]、お昼の時間帯はランチの販売カウンターに変わる[図8]。未使用時は倉庫で眠っていただけのカウンターに新しい役割を与えると同時に、設営の負担を大幅に軽減することができた。

一方、キッチンカーテラスでは、①仕組みづくり②インフラ整備③滞在環境整備の3段階を考えて進めている[図3]。まず

つの長さを用意し、各店舗の特性に合わせて選ぶことができる。横につなげれば長いベンチになる。組み合わせることで、広場空間の多様なアクティビティを支えられる仕様だ。また、販売時に店舗ごとに通行人に対して効果的に宣伝ができるよう、A3サイズの商品説明パネルを掲示する面を用意した[図9]。ひとりでも安全かつ容易に移動と組み立てができる条件とし、さまざまな店舗がランチを販売するうえで使い勝手のよいデザインになっている。

さらに、ビルオーナーともプレイスメイキングのコンセプトを共有できたことで、共同出資というかたちで今回の整備が実現した。また、ベンチと合わせてストリートプランツ(p.37-38参照)も併設し、快適性の向上も試みている。

一方、キッチンカーテラスでは、①仕組みづくり②インフラ整備③滞在環境整備の3段階を考えて進めている[図3]。まず

た。ストリートランチがその受皿の機能を果たしたと言える。毎日、何かしらの店が出店していることで、市民のストリートランチ認知度も徐々に上がっていった。



図2 軒先テラス

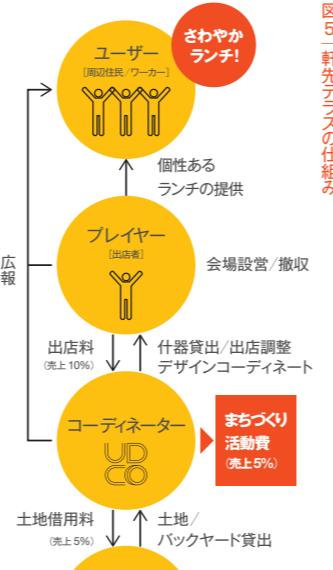


図5 軒先テラスの仕組み



図7 新什器(ベンチ使用時)



図8 新什器(カウンターバー使用時)

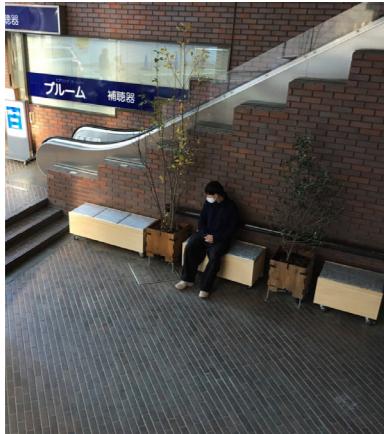


図9 新什器(商品説明パネルを掲出)

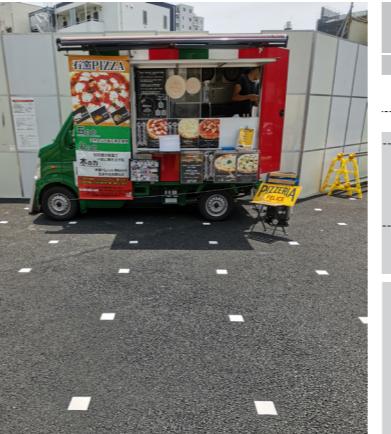


図11 整備した電気設備

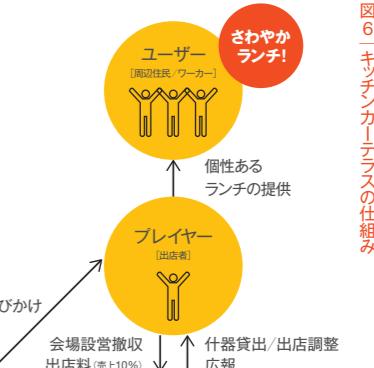
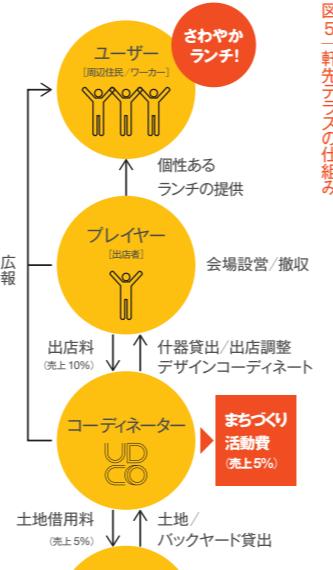


図6 キッチンカーテラスの仕組み

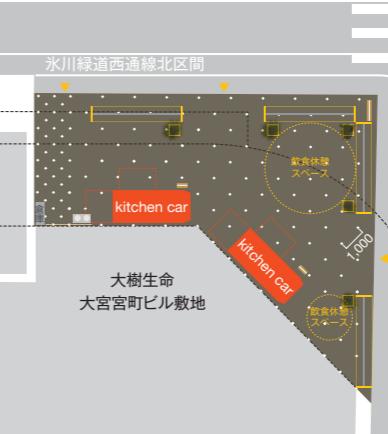


図12 ゾーン別(ディスタンスに配慮した路面デザイン)

仕組みづくりの段階では、前述の運用をする一方で、空間としては新型コロナウイルスの感染防止策を踏まえた路面デザインを行った。ソーシャルディスタンスを保てるよう路面に1m間隔の白ドットを施して「withコロナ」の公共空間デザインを試みたものである[図10]。デザイン上、特に意識したのは次の3点である。

- 可動物(キッチンカーなどの配置に左右されない)
- ソーシャルディスタンスの示し方
- 角地(交差点に面している場所)という場所性を活かす
- 有機的なイメージ

最終的に1mグリッドかつ角地の角度に平行なドットにより示すこととした。また、駐輪スペースは0.5mグリッドのドットとすることで、場の使い方も示している。

半年ほど運用したのち、次なる段階としてインフラとなる電気設備の整備に取り掛かった[図11]。開始当初は発電機を用いて各キッチンカーが出店をしていたが、電気設備がないと出店が難しい事業者がいたことや、発電機の音が気になるという課題が見えてきた。そこで、出店のしやすさ向上と快適な滞在環境の構築に向け、UDCOが整備主体となって電線引込柱と電気盤を設置し、1月から使用を開始した。やはり発電機の音がないと過ごしやすく、これを機に出店者の裾野も広がることを期待している。インフラが整ったため、今後のさらなる展開として、ストリートプランツを設置した居心地のよい滞在環境づくりや、ストリートメディア(エリアマネジメント広告)の設置検討を進めている^[*1]。

ランチ販売を契機とした人と人との交流や待ち合わせ、飲食といったさまざまなアクティビティが育まれる日常的な「プレイス」の定着を目指して、今後も継続的に検討していく。

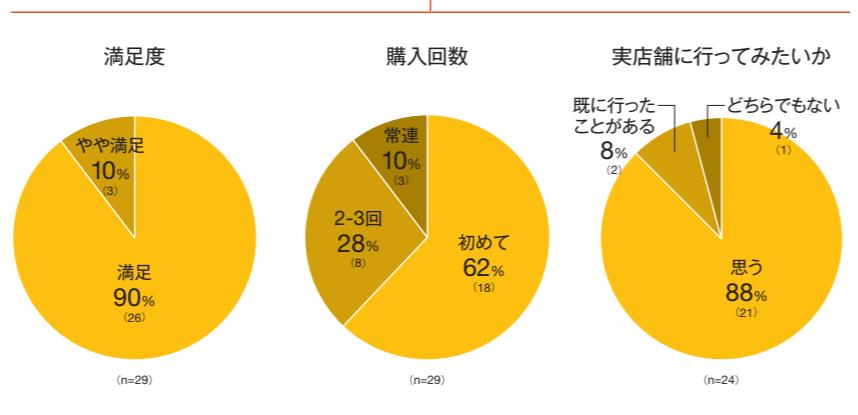


図12 利用者アンケート結果

満足度と売上のバランス

ストリートランチ初動期となる6月から12月までの反響を見てみよう。全体のランチ購入者数は約2,700人、利用者アンケートでは100%が「満足・やや満足」という回答で、満足度は非常に高い[図12]。率直に嬉しい結果である。また「複数回の購入・常連」が38%であり、一定の客が定着していることがわかる。さらに、利用者の88%が「実店舗に行ってみたい」と回答。ストリートランチが実店舗にお客さんを導くきっかけとなる効果も見られた。

購入理由は「おいしそうだったから」が最も多く、各出店者の設えやPR等の工夫が伝わっていることがわかる。また「日によってメニューが変わるから」「実店舗に行きたいが昼休みには行けないから」という回答も多い。ストリートランチが市民の新たなランチの選択肢を提供する役割も果たしている。

一方、出店者の満足度にはまだ幅がある状況だ[図13]。6月から12月の6ヶ月間で、出店回数251回、出店時間計870時間のなかで、総売上は約220万円、1時間あたりの売上平均は約2,500円であった。図13の各テラスの売上等の推移を見ると、売上期待と実際の比較値(期待以上2点、期待通り1点、期待未満0点)の平均は1を下回

り、各月ではらつきが大きかった。売上変動の要因は、天候やメニュー内容、新型コロナウイルスの動向など複数あり、ひとつに見定めることは難しい。とはいえ、UDCOはこうした情報を出店者とも共有し、適切な環境整備を進めながら、出店者のコンテンツ強化につなげるよう進めていきたい。利用者・出店者ともに満足度の高い取り組みとなることを目指している。

緊急事態だからこそやるべきこと

この原稿を書いている2021年1月現在、再び緊急事態宣言が発令された。2度目の今回は、感染防止対策を強化してストリートランチを継続することに決めた。さいたま市やビルオーナーとも協議したうえでの決定である。このような時期だからこそ、3密を避けた屋外公共空間でのテイクアウト販売という新しい生活様式を実践し、「大宮らしい」街の個性を支える飲食事業者の方々を応援することが、大宮の街全体の公益保護につながると考えたからだ。まだまだ今後の見通しが立ちにくい状況が続くが、UDCOとしてできるサポートをひとつずつやっていきたい。皆さまのご理解、ご支援のほど、どうぞよろしくお願いいたします。 [新津瞬、伊藤孝仁]

ストリートプランツ

街なかに緑を増やす

ストリートプランツでは都市緑化により街路空間を「通行のための街路」から「滞在のための街路」へ変えていくことを目指している。道路や広場は、歩行者通行を含めて通行に必要な機能に加えて、賑わいを生み出し、公共空間として居心地のよい場所である必要がある。近年は国からなどの支援^[*2]も整い、滞在性の向上を目標とした民地(軒先やボーチなど)や公有地(歩道など)の利活用により、豊かな街路空間の創出を目指している。

街なかの緑をたもつ

また、緑化空間の維持管理は主には行政が設置・維持管理しているが、氷川参道や一部主要な街路では、沿道の商店街や住民組織、まちづくり団体による清掃・剪定や、アダプト制度^[*3]等による協働の維持管理が行われてきた。費用や手間のかかる維持管理は担い手が少なく、結果的に強い剪定や最低限の維持管理、管理しやすい樹種のみの選定などとなりやすい傾向がある。公・民が連携した新しい仕組みで植栽設置や維持管理、費用の捻出など役割を分担し、地域らしい豊かな緑化空間の継続を目指している。

緑で地元を支える

さらに、大宮周辺を含む北足立地域は地形や土壤条件に恵まれており、江戸時代初期からの伝統技術で江戸の街へ苗木を供給している。現在も日本四大植木産地として知られる川口市安行や、植木の苗木や園芸作物の栽培が行われている見沼田んぼなどがあり、植木生産は地域産業のひとつである。ストリートプランツでは、地産地消による都市緑化を促進し、地域産業に貢献しながら、街に訪れる人々に対して地域産業をPRすることを目指している。

民地軒先や公有地での実証実験

ストリートプランツは、次のような仕組みで行われる[図14]。①地域の「協力生産者」により植栽が提供される。②「公共空

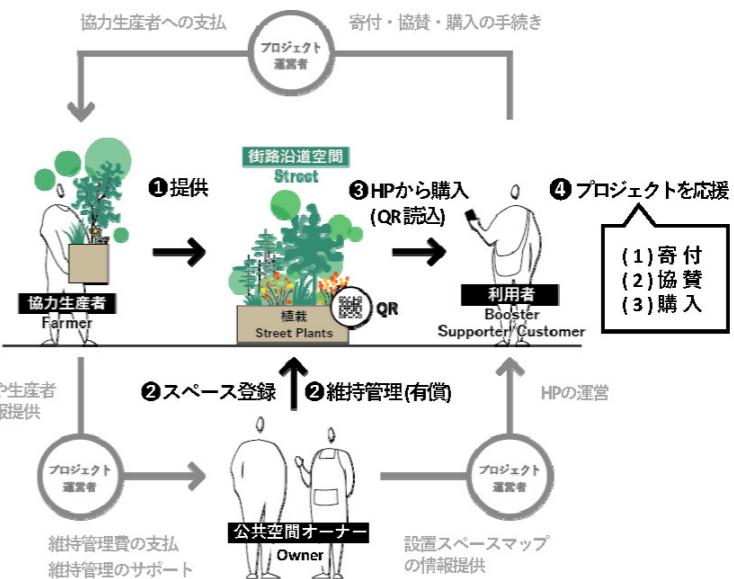


図14 ストリートプランツの仕組み

応援の種類	内容	金額の配分
(1) 寄付	¥15,000/鉢で、寄付により応援して頂くことで、指定した限定設置中のストリートプランツを、その場に3ヶ月間置ておくことができる	1/3は維持管理費へ 1/3は協力生産者へ 1/3はまちづくり協力金へ充当
(2) 協賛	¥1,000/口から協賛によりプロジェクト全体を応援することができる	1/2は維持管理費へ 1/2はまちづくり協力金へ充当
(3) 購入	¥20,000/鉢で購入して応援頂くことで、指定した鉢をご自身でお持ち帰り頂くことができる	1/4は維持管理費へ 1/4は協力生産者へ 1/2はまちづくり協力金へ充当

図15 「プロジェクトを応援」の種類

7-10月/OM TERRACEにて)を実施した[図16]。植栽の提供は川口安行の生産者「秀花園」の塗間氏、植栽選定や設置は造園の専門家でプランツコーディネータの「WOODSMART」伊藤氏に協力を得て、生産圃場での植栽選定から街路沿道

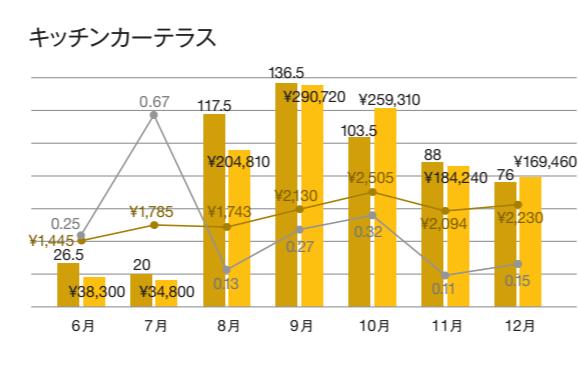
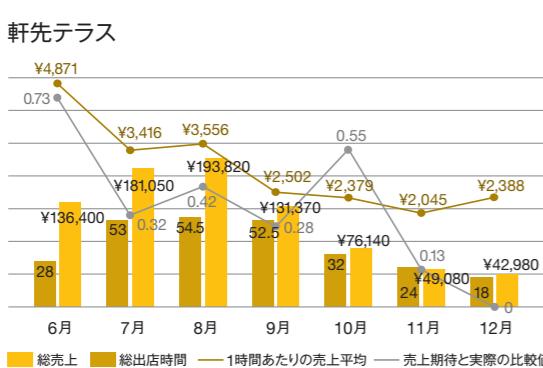


図16 ストリートプランツで設置された植栽



図16 ストリートプランツで設置された植栽

図13 出店者アンケート結果



での設置・運営まで連携して取り組んだ。結果として、寄付により街の街路沿道に設置できたストリートプランツは14個、銀座通りや氷川緑道西通線の緑化を行うことができた。また、プロジェクトに約25万円の応援をいただき、約3万円分をまちづくり協力金として還元することができた。

維持管理上の課題として、当初懸念されていた破損や盗難はなかったが、鉢へのゴミ捨てについては数件確認された。また、簡易な木製鉢を使用しているため、第1回は耐久性に課題が見られたが、第2回では木製鉢にローコストで耐久性を高める工夫を加え課題を解消した。今回は歩道の面する民地や、公有地の広場に設置したが、今後は道路に設置していくことを検討して、別の課題も生じることが予想されるが、実証実験を繰り返しながら課題解決を図ってまいりたい。

街路沿道の緑化滞在空間の創出

大宮駅周辺は同規模の他都市と比較して滞在できる公共空間が少ないが、昨今のコロナ禍において屋外の滞在空間はあらためてその価値が見直されつつある。換気の十分な屋外において飲食や休憩ができる空間は、街の滞在時間を延ばし、安心安全な環境をPRすることにもつながる。第2回実証実験のOM TERRACEでの設置は、ソーシャルディスタンスの確保された滞在空間をデザインしており、植栽が緩衝空間となり、自然と人のあいだの距離を保てる設えとしている[図17]。

こうした緑化滞在空間は、ストリートランチやストリートメディアと組み合わせ、街路沿道の一体的な利活用空間の装置と

なることを目指している。初動期は民地の軒先など協力を得ながらストリートプランツの仕組みを運用していく[図18]、歩道上の設置と店舗前等の活用により公民連携型の緑化[図19]、あるいは将来の都市整備により広い幅員の歩道空間が整備された際には、通行一滞在のゆるやかな緩衝空間としてストリートプランツが機能していくことを見据えている[図20]。

図21は、昭和40年代の大宮中央通線の写真である。地域の植栽が街路沿道に並び、植栽市が開催されている風景である。ここには盆栽も含め多様な植栽が見受けられ、地域の風景となっていた。ストリートプランツではそんな風景を日常化すべく、今後も取り組みを継続していく。

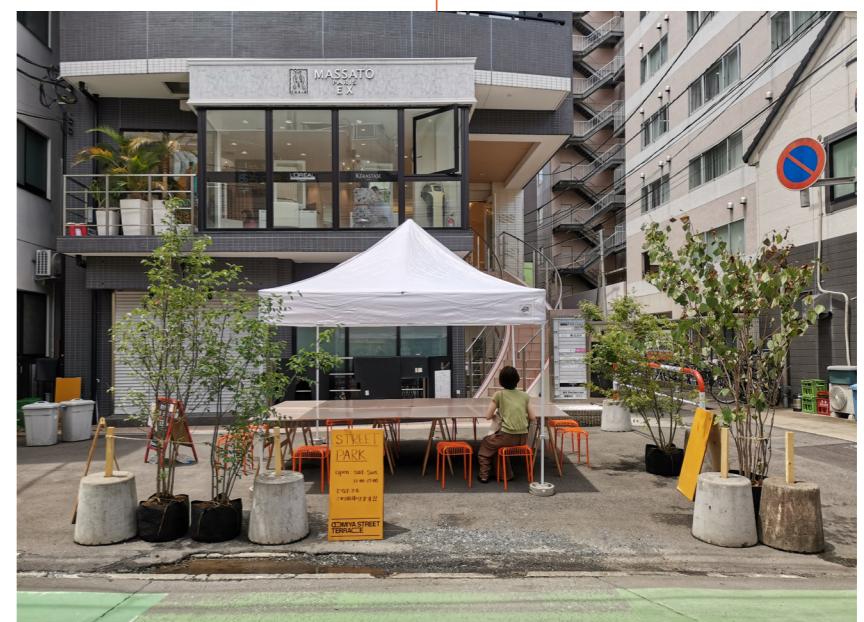
[石黒卓]

ストリートテーブル

近隣運営型 公共空間

ストリートテーブルは、街路沿道に誰でも利用できる公園のような滞在空間を生み出すための社会実験である。氷川緑道西通線の道路予定区域にて、近隣の沿道店舗が運営主体となり、7月から10月の土日の11:00-17:00に、不定期でテーブルやイス、テントなどを設置して実施した[図21]。2020年4月に緊急事態宣言が出されたあと、飲食店に話を聞いてみると、ソーシャルディスタンスを保って店内に客席を配置すると席数が減り、それにともなう売上減少を懸念されていた。そこで、道路空間にテラス席を設けることで客席数を補えないだろうかと考え、企画を検討し始めたのがストリートテーブルのきっかけである。何軒か西通線沿道の店舗を訪ねてヒアリングをするなかで、「客席もいいが、3密を避けながらテイクアウトしたものを屋外で食べたり、散歩の途中に休息できる場所があるとよいのではないか」という意見があり、そのアイデアを深めていった。最終的に、約7m×5mの道路予定区域を焼肉店・バナナジュース店・お寿司屋の3店舗が運営して実施することとなった。この3店舗は「直接的な売上には結びつかないかもしれないが、なんらかのかたちで店にプラスになることはやりたい。お客様のためにもこういう場所があるといのではないか」という思いで参画するに至った。

仕組みとしては、UDCO所有のイス・テーブル・テント・A看板といった什器を使って、3店舗が設営撤収、植栽の水やり、清掃などを役割分担しながら運営する[図22]。道路占用許可はUDCOが申請を行った。空間としては、敷地の周囲に背の高い植栽も配置して、道路との仕切りをつくるとともに、殺風景な場所でも快適に過ごせるような配慮をした。もともと参加店舗の皆さんも、ガードレールに囲まれた道路予定区域の無機質な風景をどうにかしたいと思っていたようだ。特にこの場所が建物の前にある焼肉店の方は「緑があることでよいイメージになった」と話していた。7-8月の暑い日に日陰はやはり重要で、バナナジュースを買ってテントでひと休みする人の姿がしばしば見られた。



共有価値の再構築

ストリートパークは気候のよい7月から10月のあいだの計15日ほど実施した。今回の取り組みで重要なのは、沿道事業者自らがすべての運営を担った点である。小さな敷地でのささやかな取り組みに見えるかもしれない。しかし商店会等の団体ではなく個人店が連携して行った取り組みとして、非常に価値のあるものであったと思う。コロナ禍での連帯感があったことは間違いないが、今後もこのような「共有価値」を再構築し、無理のない日常としての風景を目指したい。

*1—「ストリートメディア」・公共空間等において、ガイドラインで定める良好な景観形成に向けた基準に基づく広告掲出事業を行い、得られた広告収入の一部をまちづくり活動等に充當する「エリアマネジメント広告」の仕組みを活用した取り組み。大宮での実践に向けさいたま市と協議を進めている。(UDCO REPORT #003 p.55参照)

*2—「国からなどの支援」・国土交通省まちなかウォーカブル推進事業など。

*3—「アダプト制度」・自治体が管理する道路等を、協議のうえで市民や企業がボランティアで維持管理すること。

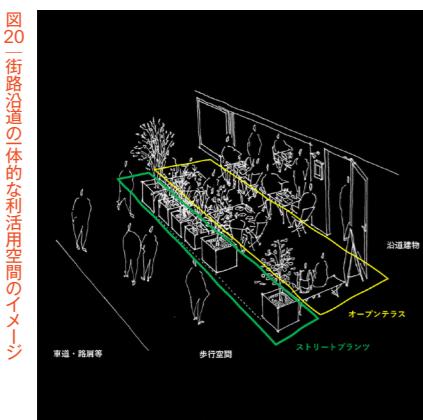
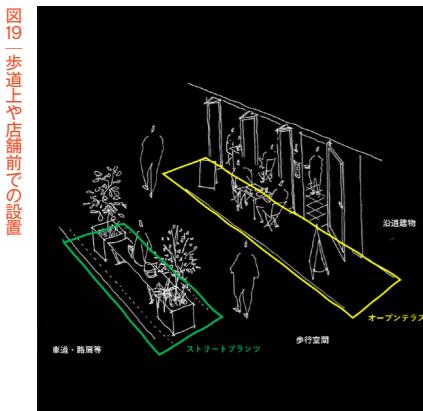
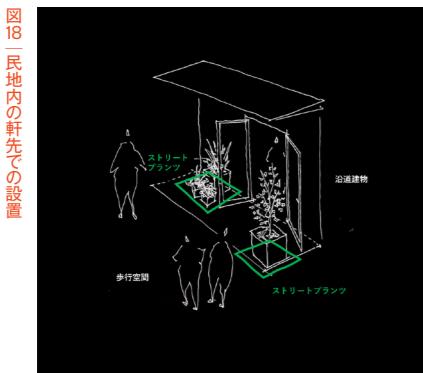
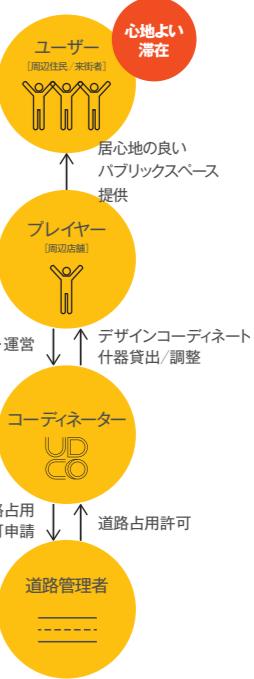


図17 ソーシャルディスタンスを確保した緑化空間



図21 大宮中央通線の植栽市の様子(さいたま市アーカイブセンター所蔵)



COLUMN #1

大宮の「パブリックスペース」を積極的に利活用するには?

パブリックスペースで事業を考える

車道や歩道、公共施設、公園や広場など、都市空間の大部分は公共が所有する資産である。それゆえ、都市を再生するためには、公共の空間資源のあり方を考えることは重要である。ただし、私たちが街を歩くとき、その場所が公共か民間かという区別を特段に意識することはない。駅からストリートへ、そしてお気に入りのカフェへと歩いていく体験は地続きである。

その都市ならではの活動を育んでいく開かれた空間を、行政や民間の所有にかかわらず、広く「パブリックスペース」として捉え、そのあり方を通じて都市の姿を考えることが、これからのアーバンデザインに必要だろう。

大宮駅周辺地域で今後実施される都市再生事業によって、さまざまなパブリックスペースを〈つくる〉ことになる。ただし、〈つくる〉ことだけを考えても街は変わらず、将来的に駅前に生まれる大きな広場を、市民がいきいきと〈つかう〉ための機運を整備段階から育てていく必要がある。またそれを持続的な活動にするためには、パブリックスペースに「事業」という観点を取り入れ、積極的な利活用を仕掛けるエリアマネジメントが重要である。大宮の新しい日常を生み出していく方法やその担い手は誰なのだろうか。

パブリックスペースを「空間」と「時間」で分解する

路上の小さなスペースから駅前の大広場といった空間スケール、そして「仮設」「暫定」「常設」といった時間スケールを横断してパブリックスペースを考えてみよう。以下に、大宮の現在やこれからの変化を空間スケール・空間資源タイプ・時間スケールで捉え、パブリックスペースの種類とその特性や機能を整理した【図1】。

空間スケール [m ²]	空間資源タイプ	時間スケール	12種類のパブリックスペースから		
			[仮設] 1日~1年	[暫定] 1年~10年	[常設] 10年~
S	・暫定道路予定地 ・民地軒先 ・街とつながる空き家/空き店舗	1 実験 ・仮設的な社会実験 例:おおみやストリートテラス	2 日常化 ・日常的な社会実験 例:ストリートランチ	3 「定着」小さな民間投資 ・軒先利活用型の 路面店舗リノベーション	
M	・小規模公共施設 ・公開空地	・公開空地を活用した イベント 例:キッチンカーマルシェ	・公共施設・空間の 民間による利活用	・中間支援組織による指定管理 ・テナントとしての入居 ・公園等への収益施設設置	
L	・中規模公共施設 ・ストリート	・公共施設跡地等での イベント 例:さいたま国際芸術祭2020	4 「集合」としての文化の形成 ・定期借地等による 公共施設の民間活用	5 「まちの顔となる「基盤」の形成 ・歩行者空間の形成 ・公共施設の更新	・駅前広場
XL	・大規模公共施設 ・駅前広場等				

● 空間スケール:S/M/L/XL

空間スケールはS-XLの4段階で分類した。それぞれの大きさと大宮における空間資源を整理する。「S」は-500 m²程度の規模であり、暫定道路予定地や民地の軒先、また路面の空き店舗などがあげられる。

「M」は500 m²-1000 m²程度の規模であり、再開発によって生じる民有地内部の公開空地や小さな公園といった小規模公共施設が該当する。

「L」は1000 m²-3000 m²程度の規模であり、中規模の公共施設や歩道空間等が該当する。

「XL」は3000 m²を超える大きな空間であり、広場や公園といった大規模の公共空間である。

● 時間スケール:仮設/暫定/常設

大宮は漸進的な変化過程にあるため、すべての用地が数十年安定した運用ができるわけではない。解体から本整備のあいだの5年間、方針が決まるまで暫定的な10年間といった時間、またはもっと短い時間のなかでの利活用が考えられる。1日-1年程度を「仮設」、1年-10年を「暫定」、10年-を「常設」とし、時間スケールで分類した。

12種類のパブリックスペースから

実験→日常化→定着→集合→基盤の循環を描く

時間と空間の種類の組み合わせで得られる12種類のパブリックスペースにおいて、UDCOのこれまでの取り組みや大宮で起きていること、それぞれの特質から活動や事業を想定した。またそれらを「実験」「日常化」「定着」「集合」「基盤」にグループ化したうえで、どのような連関を描けるかを考えた【図1】。

図2 路線価の圏平均



1 「実験」|出会いのきっかけ

思いをもった市民との出会いのきっかけであり、小さな出来事ではあるが、物語の出発点と言える。道路予定地を利活用した社会実験(おおみやストリートテラス)や公共施設の跡地等でのイベントが該当する。大宮の地でチャレンジしてみたい人の最初の一歩として機能する。

2 「日常化」|実践のプラットフォーム

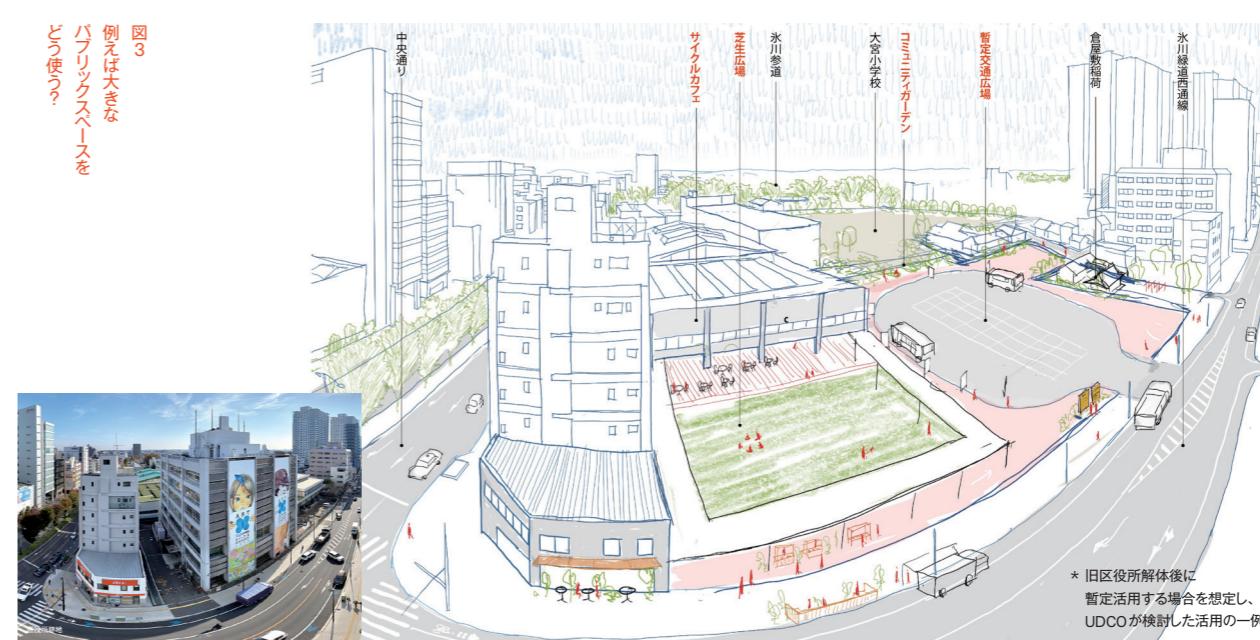
実験の過程で出会った人々の活動が、まずは小さなところから定期的に実践するためのプラットフォームを用意することで、ストリートランチの日常化などがこれにあたる。

3 「定着」|小さな民間投資

日常化した実践で積み上げた経験や感触から次の展開として、空き店舗へ入居して改修をするなど

例えば大きな
パブリックスペースを
どう使う?

図1 空間スケール×時間スケールによるパブリックスペースの漸進的な利活用戦略



して土地に定着することが考えられる。例えばストリートと連続する路面店の改修はパブリックスペースへの小さな民間投資とも言える。再開発を控え、長期的に安定して入居者を確保しづらいビルや、路線価マップ【図2】等で浮かび上がる「地価断層帯」を可視化するなど、賃料が抑えられるチャレンジングな空間資源を戦略的に掘り起こすことが重要である。

4 「集合」|文化の形成

大きな空間スケールを活かして、それぞれの活動が空間的に繋がるきっかけを提供し、点や線で起きていたことを面へと繋げることでエリアの価値を向上させる。旧大宮図書館の民間事業者による10年間の利活用(OMIYA COMMON LIBRARYの取り組み)や、例として旧大宮区役所解体後、公共施設再編の動きのなかで5年程度生じるタイムラグを活用し、GCSによる駅前整備期間に対応した暫定交通広場と、そこに隣接する市民のための芝生広場としての暫定利活用【図3】などが例として考えられる。

5 「基盤」|まちの顔

それまでの展開で形成された活動が文化として根付き、大宮らしさを形成する段階である。道路空間の再配分を含むウォーカブルな歩行者空間の整備、駅前広場の整備があげられる。

小さな渦と大きな渦が相互に関係するような都市をめざすためにも、UDCOとしては今後もパブリックスペースに狙いを定めた活動を展開していきたい。【伊藤孝仁】

COLUMN #2 おおみやインフィニティ[∞]プロジェクト

ストリートでつながる点→線→面——UDCO展開期の戦略

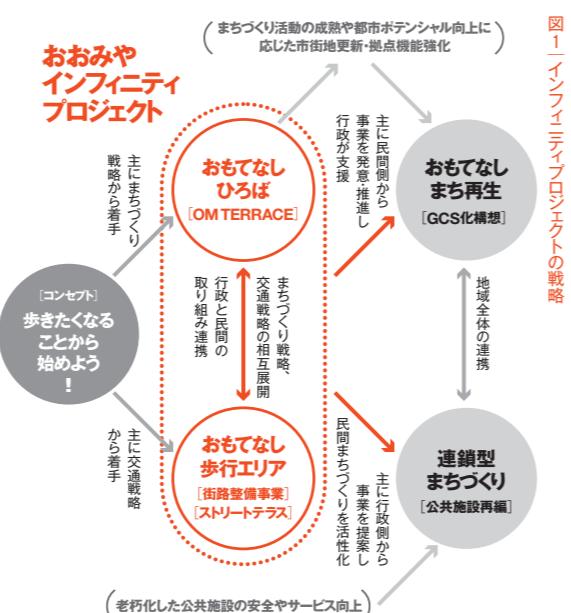
UDCOでは、「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」(以下、ビジョン)をもとに進められている多くの都市再生事業をつなぐ鍵は“ストリート”であると考え、UDCO初動期の2017-2019年にストリートテラスをはじめとするストリートデザインの取り組みを実践してきた。UDCO展開期となる2020年からの3年間のなかで、それらの取り組みを面的に展開し、ビジョンの実現にさらに寄与していくための戦略として、「おおみやインフィニティプロジェクト」を構想した[図1]。このプロジェクトの戦略は次のようにまとめられる。

- 1 「主要回遊動線=インフィニティストリート」を設定し
- 2 そのストリート上でストリートテラスなどの取り組みを展開していくことで
- 3 ビジョンで掲げられた「おもてなし歩行エリア」「おもてなしひろば」を実現し、暮らしの質とエリアの価値向上を図る
- 4 それらにより蓄積された知見や協働してきた地元事業者とともに、「おもてなしまち再生」(GCS化構想)や「連鎖型まちづくり」(公共施設再編)などの都市再生事業を展開し、大宮らしい新たな日常の実現を目指す

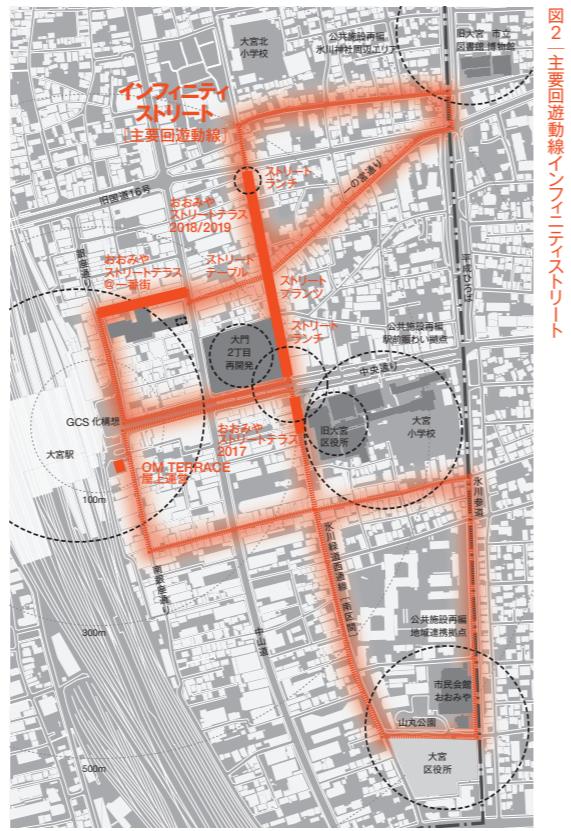
「インフィニティストリート」は、大宮駅(GCS化構想)、公共施設再編3地区(大宮区役所、旧大宮区役所、旧大宮図書館など)、大門町2丁目再開発、氷川参道、中央通り、一の宮通りなどの、拠点となる公共施設・公共空間をつなぐ役割を持つ[図2]。大宮らしい暮らしがこの動線で日常的にかつ持続的に(無限に)営まれること、また、動線が∞の字に見えることから「インフィニティストリート」と名付けた。施策としては、インフィニティストリートを国土交通省が定める「まちなかウォーカブル区域」に位置付け、「まちなかウォーカブル推進事業」として戦略的に進めていくことが考えられる。そういう事業も組み合わせながら、インフィニティストリート沿いで重点的に道路利活用や施設整備を進めることにより、点(拠点)を線(ストリート)で結ぶことによって、奥行きのある面(街)へつながっていく。実際に、今年度は西通りで実施していたストリートテラスが一番街へと展開され、現在一の宮通りや中央通りにおいても地元商店会とともにストリートテラス実施の検討を進めている。また、西通りにおいてストリートランチなどによる日常化を促進するなかで、2020年12月から「一社埼玉を食べる」主催の野菜マルシェが毎週水曜日に開始

されるなど、UDCO以外の担い手による展開も見せ始めている。この流れをさらに加速させ、各ストリートの特性を活かした取り組みを展開していきたい。想いのある大宮の皆さん、ぜひ一緒に取り組んでいきましょう!

[新津瞬]



[大宮駅周辺地域戦略ビジョンp.51「優先的に取り組むべきプロジェクトの設定」を基に作成]



ストリートから まちづくりへ

PUBLIC ACTION [実践の層]

戦略ビジョンに掲げられた4つの「優先的に取り組むべきプロジェクト」(大宮駅グランドセントラルステーション化構想や公共施設再編などの大宮駅周辺地域で進められている各種事業)を通じて、豊かな公共空間の創出を目的としたデザインコーディネートの取り組みとして、デザインマネジメント(事業と事業の相互調整)や、エリアマネジメントの仕組みづくりを行う。

#1 デザインマネジメントを学ぶ

渋谷/横浜/神戸/大宮における大規模再開発のプロセス分析

#2 デザインマネジメントの実践

大宮駅グランドセントラルステーション化構想

44

51

2

PUBLIC ACTION #1

デザインマネジメントを学ぶ

渋谷/横浜/神戸/大宮における大規模再開発のプロセス分析

事業が連関し合う大規模再開発

大宮駅周辺地域で現在検討中の再開発はほかの都市と比較して大規模なものであるが、このようなプロジェクトは権利者・関係者が多く、都市課題も複合しており合意形成に時間を要する。くわえて、民間まちづくり事業と基盤整備、あるいは民間まちづくり事業と公共施設整備が複合して計画される状況も多く、公民の事業方針が互いに影響しており、中長期的な計画を見通しづらい。また、駅前広場や歩行者ネットワークなどの大規模な都市空間は、複数の事業が連坦的に実施されることで全体像を形成する。民間都市開発での規制緩和を前提とした公共貢献の

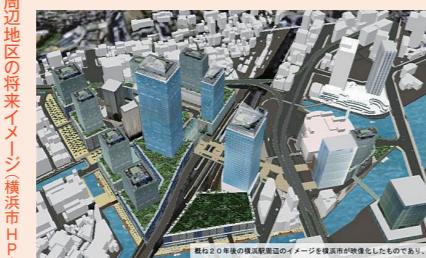
図1・2 渋谷中心地区全体の「デザイン方針／アーバンコア」
横浜駅周辺地区的将来イメージ（横浜市HPより）



誘導や公共施設の整備、あるいはまちづくり会社等の中間支援組織と連携した公共空間の整備など、公民連携による複数の事業が順次行われることで、時間を掛けて目標とする都市空間が形成される。このような状況下にある大規模再開発では互いに連関し合う複数の事業を横断して調整していくなど、目標像の実効性を高めるデザインマネジメントが必要となる。一方、近年は「市街地整備2.0」とも謳われるよう、「空間や機能の確保」を目的とする従来の開発から、「価値や持続性を高める」複合的な都市更新へと、市街地整備の進め方自体も改める必要性が認識されている。

今回は、大宮駅周辺地域の類似事例となる渋谷駅中心地区/横浜駅周辺地区/三宮駅周辺地区/大宮駅周辺地区を比較し

図3・4 「えきまち空間」のイメージ／三宮ターミナルスクエアのイメージ（神戸市HPより）



ながら、今後の大宮のデザインマネジメントについて考えてみることとした。

中長期的/連坦的な整備を要する公共空間像

事例とする4つの地域では、乗換改善や駅東西接続等の利便性を高める駅周辺の基盤再整備に留まらず、共通して周辺地域へひろがる歩行者ネットワークの形成や、都市機能の再配置による地域の価値形成を目指している。

渋谷駅中心地区 | 渋谷駅中心地区では、まちづくりガイドライン(2007年策定)及びまちづくり指針(2010年策定)に基づき、駅前広場整備・渋谷川整備・銀座線移設・自由通路整備等の西口・東口基盤整備や、JR線・銀座線・東急線等の駅舎改良、ヒカリエ・スクランブルスクエア・ストリーム等の複数の民間都市開発事業、さらに周辺では渋谷区役所やミヤシタパークなどの公民連携事業が進行し、その多くが概ね2020年を目途に供用を開始している。渋谷の目標像実現において鍵となる都市空間は「アーバンコア」やデッキが連携した「歩行者ネットワーク」である。すり鉢状の地形に対して地上と地下の複雑なネットワークをもつ渋谷の都市空間に対して、水平動線を効率的に接続する縦動線“アーバンコア”を各再開発事業や基盤整備事業等において連坦的に整備し、デッキ等で接続することで地域全体の回遊性を高め、エリア全体への波及効果を及ぼす計画である[図1・図2]。

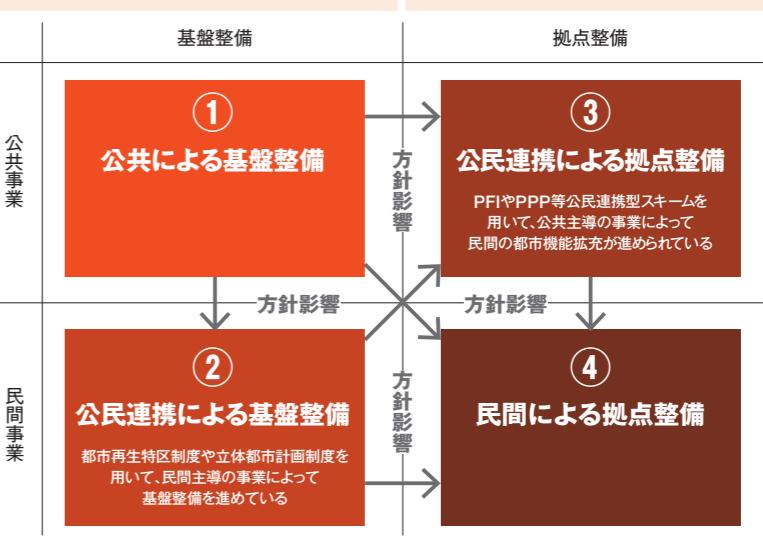
図5・6 「えきまち空間」のイメージ／横浜駅西口駅ビルのイメージ（横浜市HPより）



横浜駅周辺地区 | 横浜駅周辺地区では、工事サイトよこはま22(2009年策定)に基づき、東西連絡経路や駅前広場などの西口・東口基盤整備あるいは鶴屋橋の架替え事業、また、西口駅ビルの建て替えや鶴屋地区再開発事業などの民間都市開発が進行し、概ね2022-24年頃に駅前広場など西口の基盤整備が完了し、その後民間都市開発事業の供用を順次予定している。横浜の目標像実現に向けて鍵となる都市空間は「ターミナルコアを含む東西連絡通路」と「親水空間」である。全5本の連絡通路により地下・デッキレベルで東西の行き来を円滑化していくとともに、帷子川の親水空間化による横浜らしい景観創出を進めることでエリア全体の価値を向上させていく計画である。前者は主に鉄道事業者等と連携し、後者は民間都市開発事業と連携しながらエリアの各所で整備を進めていくこととなる[図3・図4]。

三宮周辺地区 | 三宮周辺地区では、三宮再整備基本構想(2015年策定)に基づき、三宮プラット等広場整備や、葺合南54号線等の駅周辺の街路整備、駅周辺の都市公園である東遊園地の再整備や、庁舎等の公共施設の移転・再築整備など多くの公共事業が進行しているほか、駅前の基盤整備や歩行者デッキネットワークの整備については、特に三宮クロススクエアという大規模な公共空間整備を進めている。また、JR新三宮ターミナルビルや新交通三宮駅の改良事業など鉄道事業者による事業、新バスターミナルを含む公民連携型の再開発事業、さらには神戸阪急ビル等の民間都市開発事業が進行している。三宮の目標像実現に向けて鍵となる都市空間は、駅前の幹線道路

図7・8 GCS化構想のイメージ／GCSプラン骨子案イメージ／バース（既定）（兵庫県HPより）



の一部を人と公共交通優先の空間とする「三宮クロススクエア」と、それに隣接して地下・デッキレベルを接続する縦動線「ボイド」である。駅前のフラワーロードと中央幹線の一部区間を段階的に歩行者空間化し、駅周辺地域の滞在性・回遊性を高めるとともに象徴的な景観を形成しエリア全体の価値を向上させていく計画である。主たる道路部分のみならず沿道建築物と連携しながら整備を進めていくことになる[図5・図6]。

大宮駅周辺地域 | 大宮駅周辺地域では、大宮駅周辺地域戦略ビジョン(2010年策定)に基づき、街路整備や庁舎移転、公有地の跡地・建物の暫定活用など駅周辺の公共事業が進行しているほか、交通広場・交流広場や東西連絡通路、地下車路ネットワークの整備など駅前の大規模な公共空間整備の検討を進めている。また、東口における駅舎・駅ビル機能等の検討やJR・東武鉄道の改札口の改良などの鉄道事業者を主体とする事業や、複数の民間都市開発事業の検討が進行している。大宮の目標像実現に向けて鍵となる都市空間は、“おもてなし歩行エリア”的な駅前の滞留空間「(仮称)アーバンパラレット」と街路沿道の滞在空間「(仮称)ストリートテラス」である。ターミナル駅の利用者を駅前の大規模な滞留空間“アーバンパラレット”で受け止め、交通モードの切替や隣接する商業空間との接続を促すとともに、“ストリートテラス”によって駅周辺の街路・沿道への回遊性を高めることで、エリア全体の価値を向上させていく計画である。整備に際しては複数の再開発や街路整備等により公民連携で進めていく必要がある[図7・図8]。

各地域で目標とする都市空間はいずれも、複数の事業が連坦的に取り組むことによって中長期的に実現する公共空間であり、事業主体も公共/民間/公民連携それぞれの組み合わせによるもので、地域全体の価値向上を目指していくというビジョンが示されていると考えられる。

都市再生プロセス比較

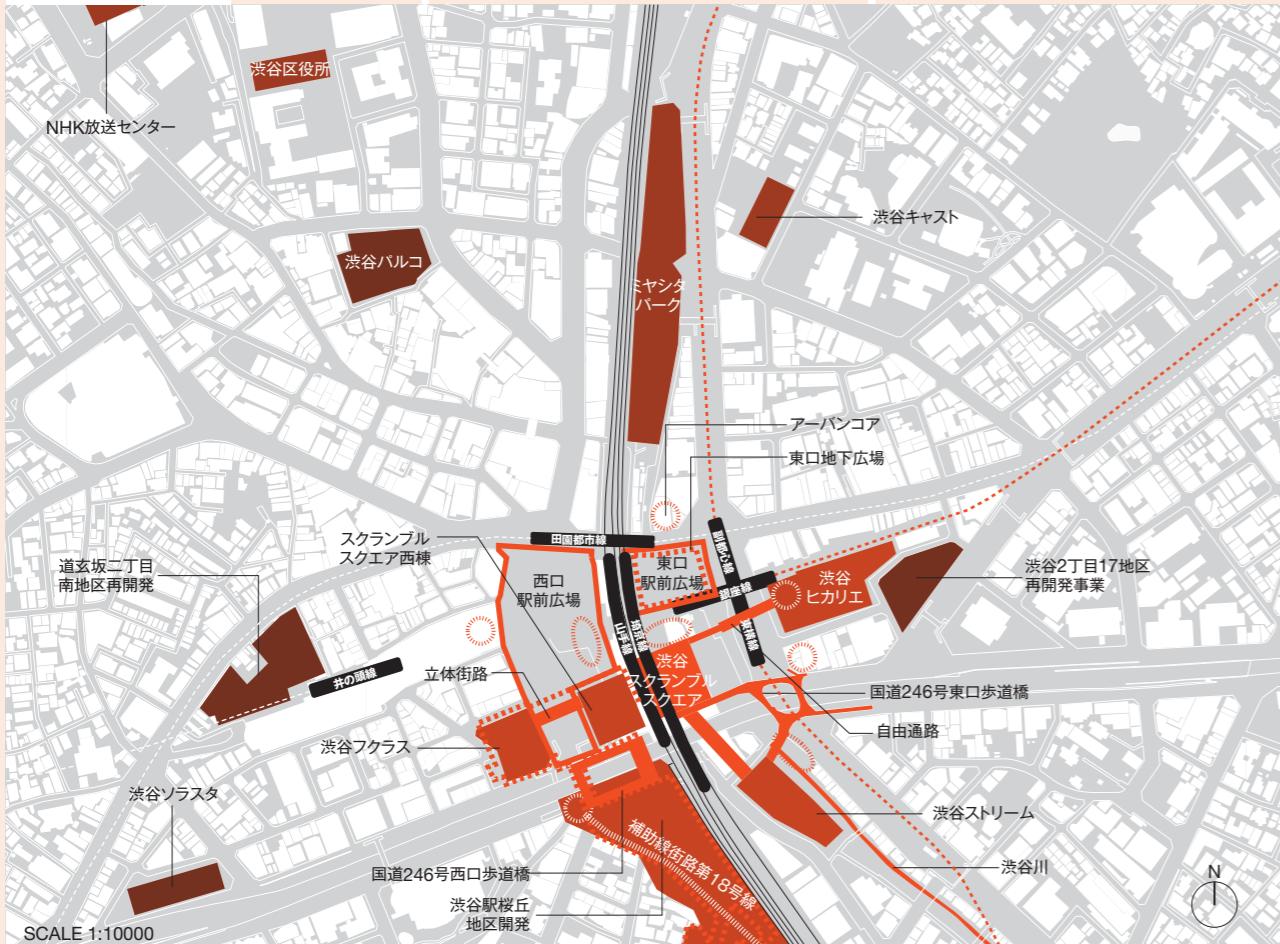
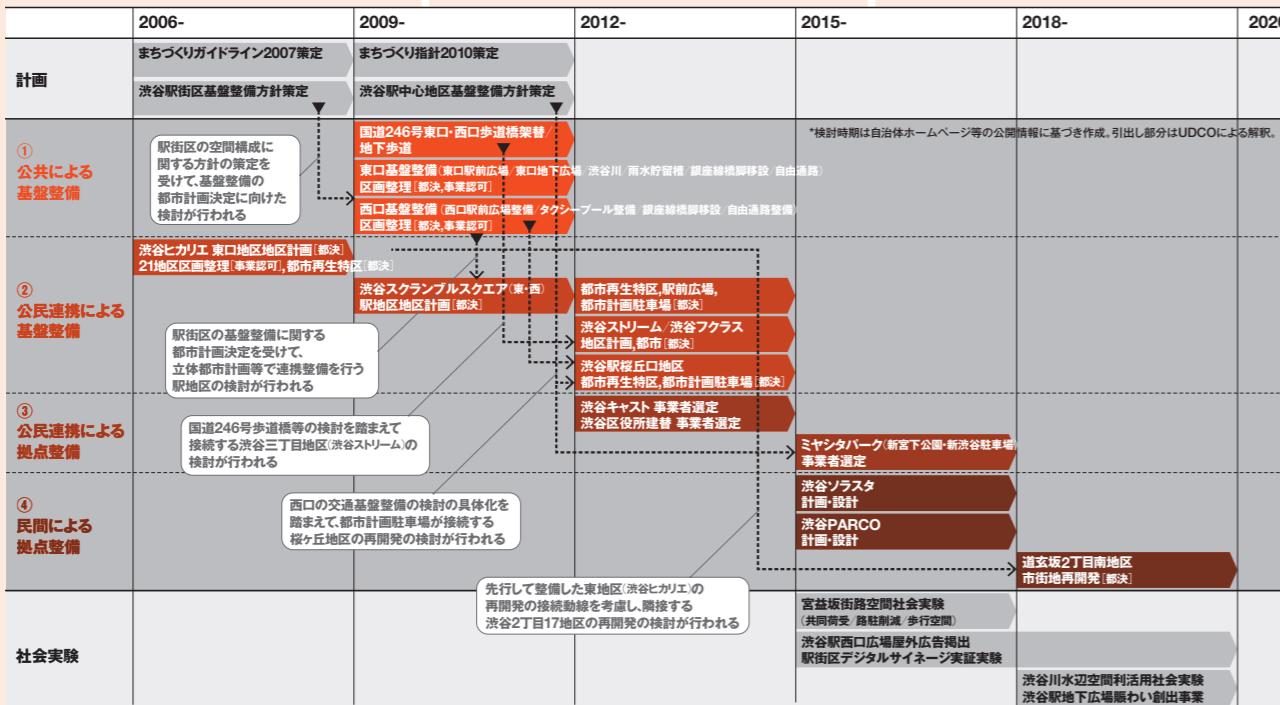


渋谷駅中心地区

渋谷駅中心地区においては、まちづくりガイドラインや駅街区基盤整備方針に基づき、区画整理や鉄道駅舎移設、駅前広場や自由通路という基盤施設の方針が検討されたあとに、その基盤施設と一体的な整備の検討を要する民間都市開発（スクランブルスクエアやストリーム、桜丘口地区）の

検討が行われている。また都市計画駐車場等を含む駅に隣接した開発の方針検討のうちに、ミヤシタパーク（新宮下公園・新渋谷駅舎を含む）の検討が行われる。さらに駅周辺のソラスタやPARCO、一部ヒカリエと接続する道玄坂2丁目地区の開発等が検討されている。また、検討プロセス

の後半では、路上駐車場を活用した宮益坂街路空間社会実験や渋谷川水辺空間利活用社会実験などにより歩行者ネットワークの形成に向けた効果検証の取り組みを行っている。

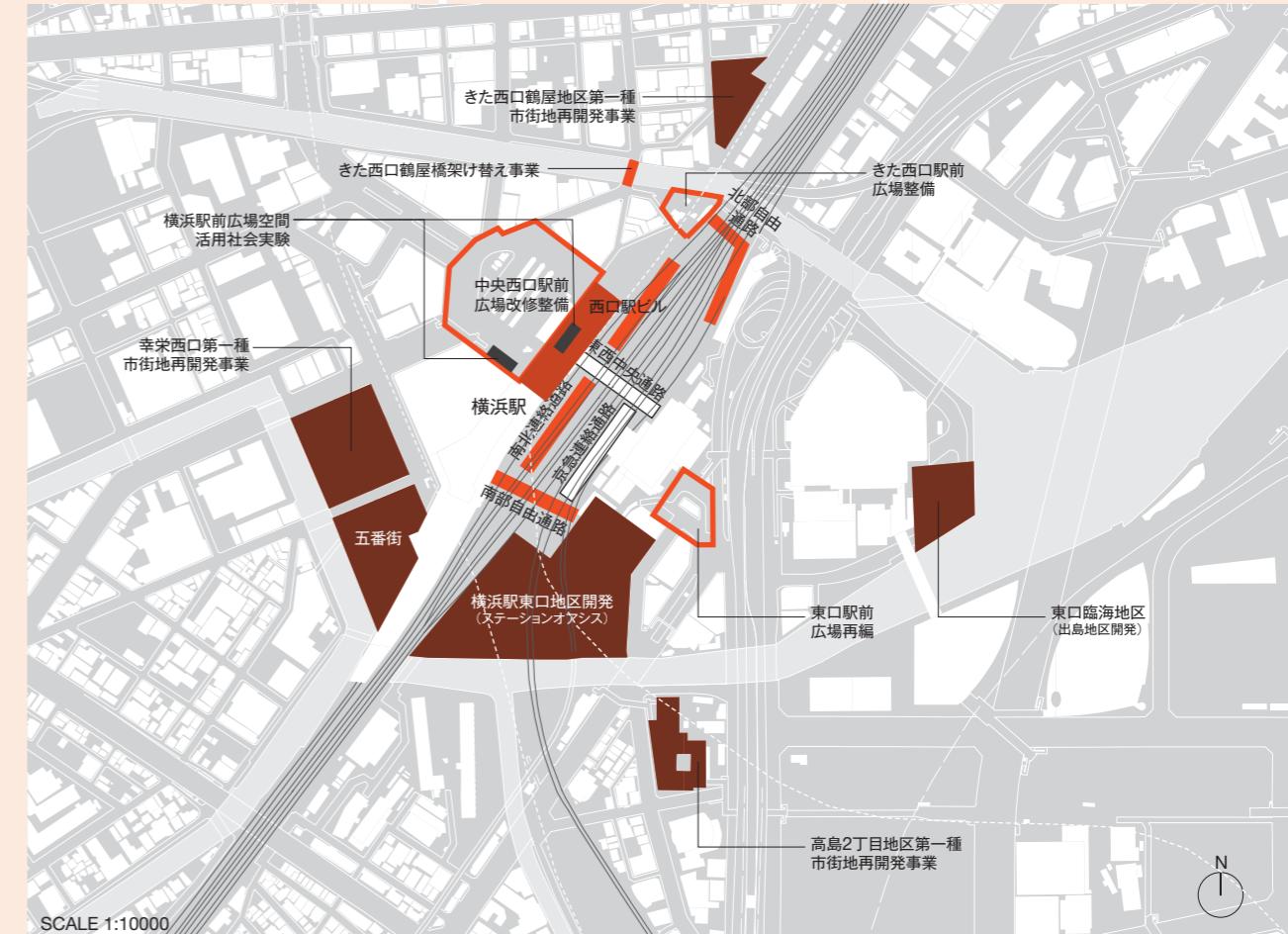
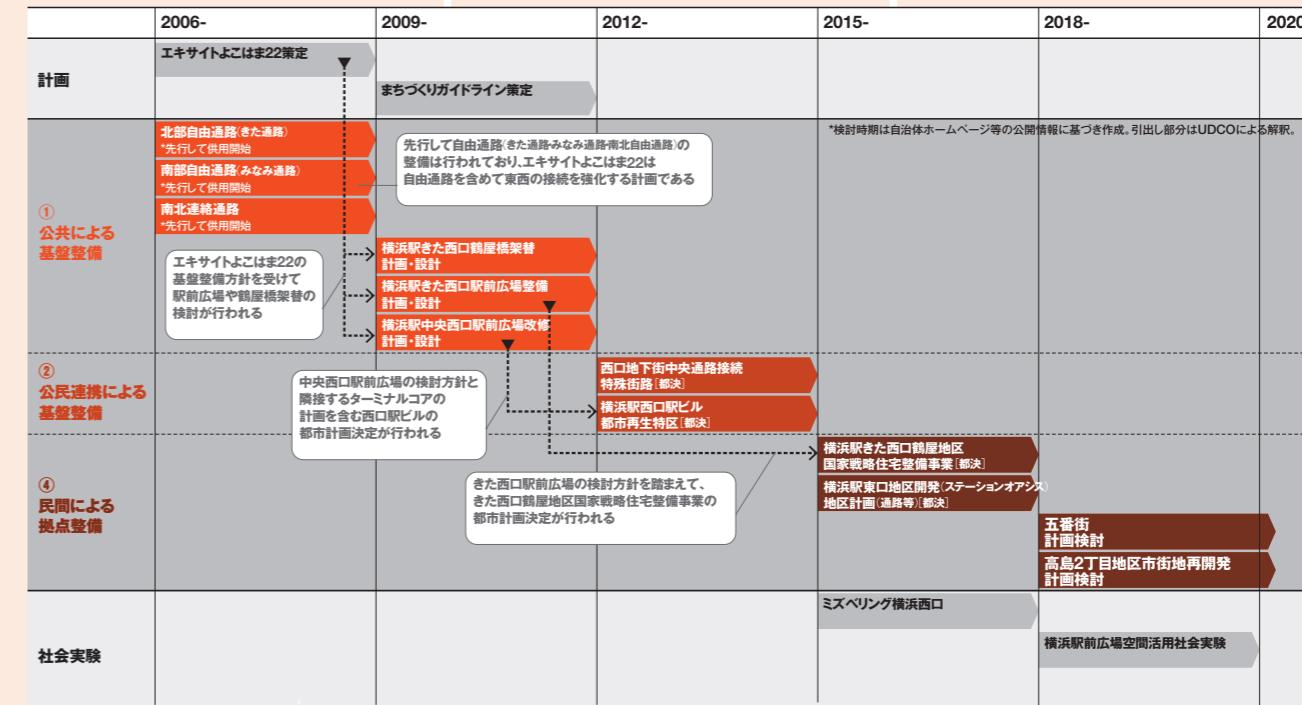


横浜駅周辺地区

横浜駅周辺地域においては、先行して自由通路（きた通路・みなみ通路・南北自由通路）の整備が進められており、エキサイトよこはま22は自由通路を含めて東西の接続を強化する計画が基となっているが、同計画の策定後鶴屋橋の架け替えや中央西口・きた西口の駅前広場の方針検討が

行われ、その後中央西口駅前広場に接続する駅西口駅前ビル、きた西口駅前広場に接続する鶴屋地区国家戦略住宅整備事業などの検討が行われている。さらに周辺への歩行者ネットワークを形成する通路等の整備を含む東口地区ステーションオアシスの検討などが行われている。

また、検討プロセスの後半では、中央西口駅前広場において駅前広場空間活用社会実験により整備後の歩行者空間の滞在性や通行のやすさに関する効果検証を行っている。



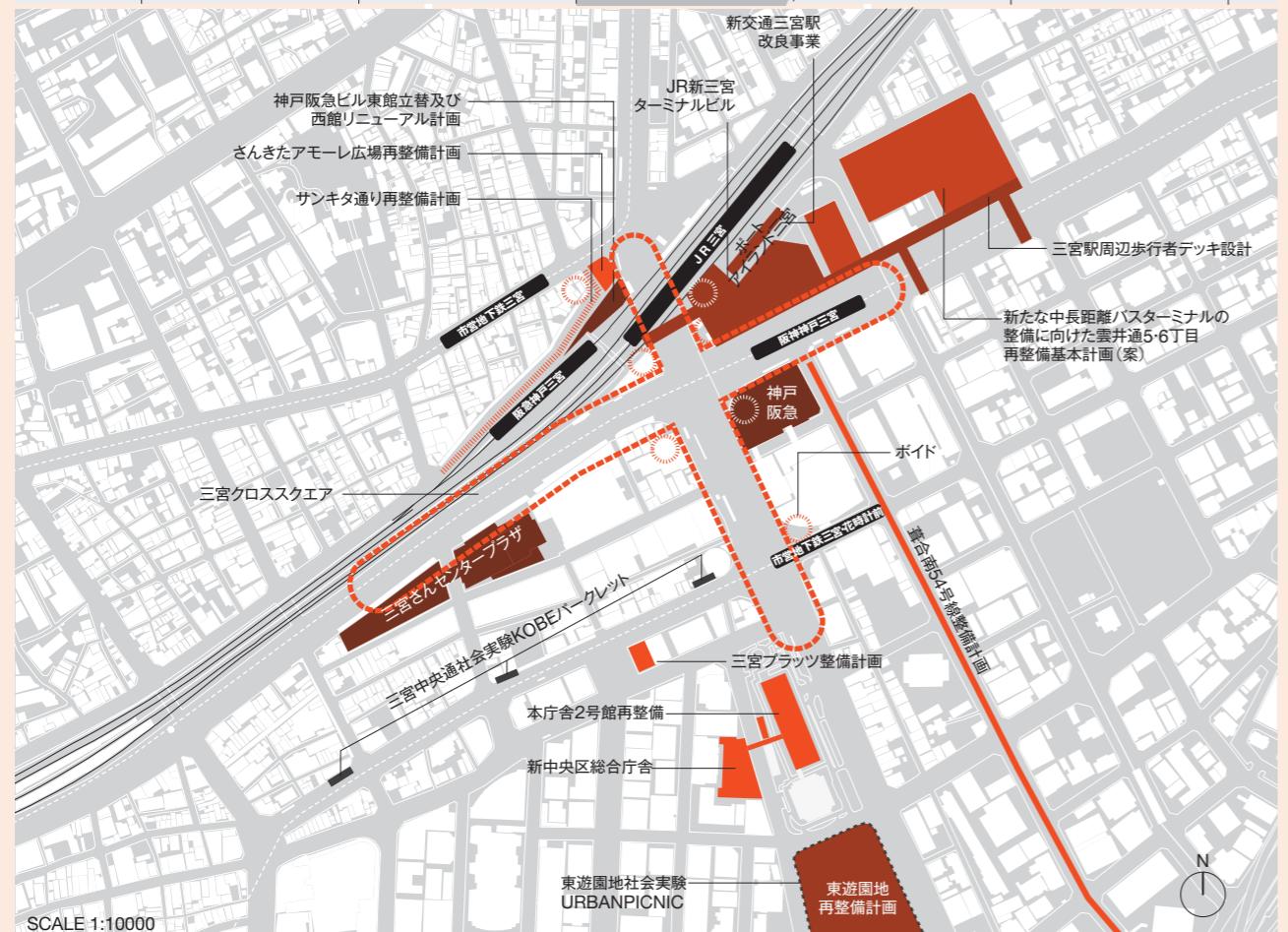
三宮周辺地区

三宮周辺地区においては、主に三宮再整備基本構想に基づき「えき~まち空間」をコンセプトとする大規模な公共空間と駅周辺公共施設の整備を計画している。駅前の幹線道路のトランジットモール化「三宮クロススクエア」や葺合南54合線、「三宮プラッツ」やさんきたアモーレ広場と

といった公共による基盤整備が先行して検討されており、その後駅前広場を含む三宮クロススクエアと一体的な整備を要する雲井通5・6丁目再整備や三宮駅周辺歩行者デッキの検討や、新三宮ターミナルビルなど公民連携による拠点整備の検討が行われている。さらに、今後三宮さ

んセンター Plaza や神戸阪急の建て替え等の検討が予定されている。また、整備の検討と並行して東遊園地や三宮中央通における利活用社会実験や中央幹線における交通社会実験を実施している。

	2006-	2009-	2012-	2015-	2018-	2020
計画	神戸2020ビジョン／神戸の都心の未来の姿[将来ビジョン]／三宮再整備基本構想策定	神戸三宮「えき～まち空間」基本計画策定				
① 公共による 基盤整備	高架南54号線整備計画 設計・手続き 三宮再整備基本構想を 受けて三宮クロススクエア や本庁舎再整備、中長距離 バスターミナル整備の 検討が行われる	フワーロード・中央幹線(三宮クロススクエア) 計画・設計 本庁舎2号館再整備 基本構想・基本計画 三宮プラット整備計画 事業者公募・設計 さんきたアモーレ広場整備計画 設計	本庁舎2号館再整備 事業者公募・整備計画	*検討時期は自治体ホームページ等の公開情報に基づき作成。引出し部分はUDCOによる解説。		
② 公民連携による 基盤整備		雲井通5-6丁目再整備(中長距離バスターミナル整備を含む) 基本計画・設計・手続き	三宮駅周辺歩行者デッキ 設計			
③ 公民連携による 拠点整備		東遊園地整備計画(北側) 基本計画・設計・手続き	東遊園地整備計画(南側) 基本計画・設計・手続き 新交通三宮駅改良事業 予備設計・実施設計 JR新三宮ターミナルビル 計画・設計			
④ 民間による 拠点整備	三宮クロススクエアを含む公共空間整備に ついて「えき～まち空間」基本計画を策定し、 民間の建物等と接続する歩行者デッキや駅 前広場と連絡する新三宮ターミナルビルなど の検討が行われる	神戸阪急ビル東館建替及び西館リニューアル 計画・設計		三宮さんセンター・プラザ 建て替え等検討 神戸阪急(旧そごう神戸店) 建て替え等検討		
社会実験	東遊園地社会実験(URBAN PICNIC)	三宮中央通り社会実験 KOBEパークレット	三宮クロススクエア交通社会実験			



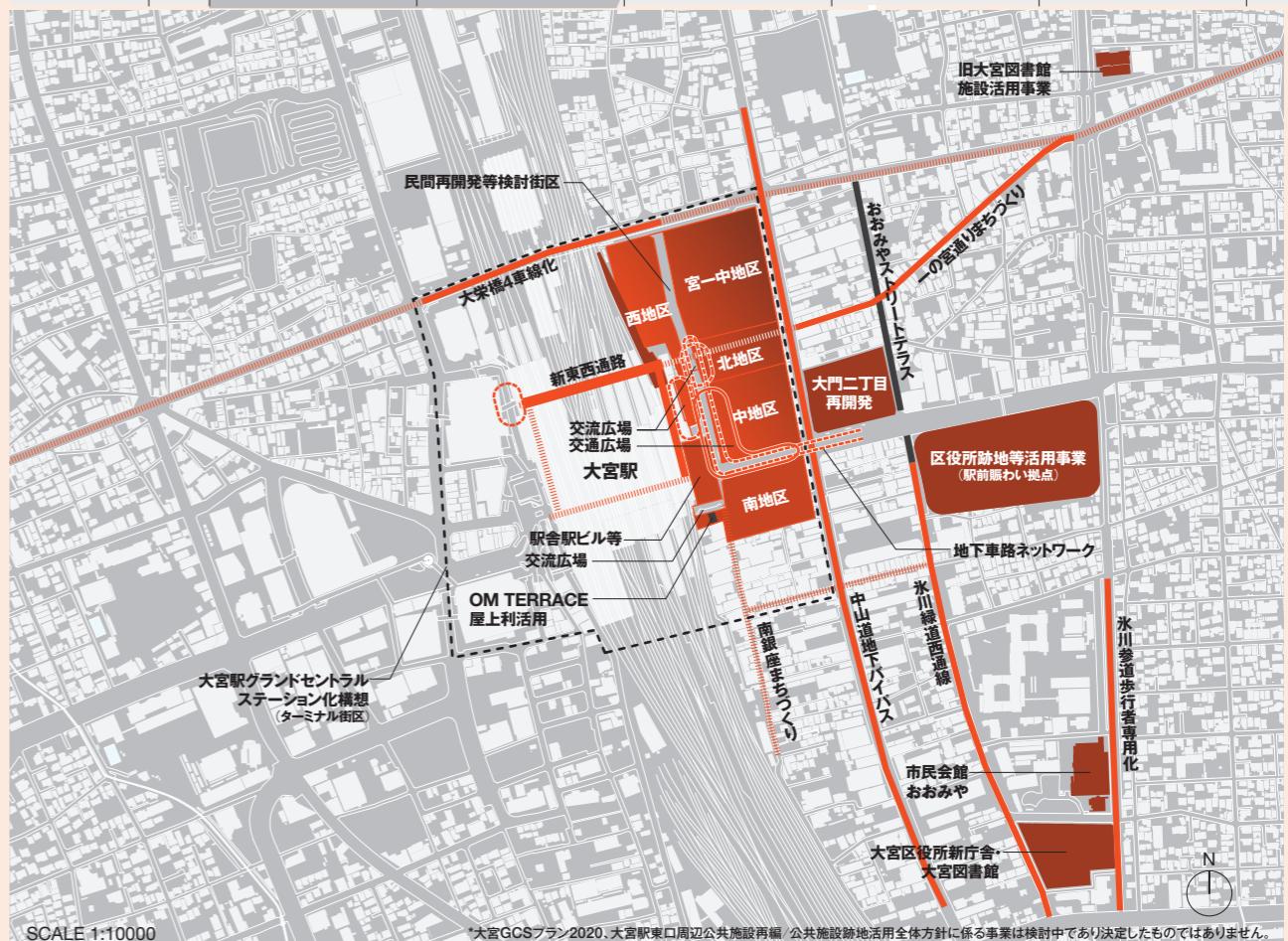
大宮駅周辺地域

大宮駅周辺地域においては、交通広場や新東西通路、地下車路ネットワーク等の公民連携による基盤施設の方針が検討されたあとに、こうした基盤施設と一体的な整備を検討する必要がある民間再開発の検討が深められると想定される。また、基盤整備を含む駅周辺の整備方針が

定まってきたところで区役所跡地の活用や基盤整備との関連性が高い民間再開発事業の検討が具体化されることが想定される。つまり、GCSプラン2020策定以後は、公民連携による基盤整備の都市計画決定等を先行して進めることが重要となる。また、目標像とする都市空間は、現

在想定されているアーバンパレットやストリートテラスなども含め、複数の事業により空間を整備していくこととなるため、各事業の検討に合わせて長期間にわたって検討していく必要がある。

	-2017	2018-	Term1	Term2	Term3	Term4
計画		大宮駅周辺地域戦略ビジョン → 大宮駅グランドセントラルステーション化構想/GCSプラン2020策定 → 大宮駅東口周辺公共施設再編/公共施設跡地活用全体方針策定				
① 公共による 基盤整備		水川参道一部区間歩行者専用化 計画設計 南謙座まちづくり ガイドライン策定地区計画案決 一の宮通りまちづくり まちづくりルール策定道路設計	GCSプラン2020の策定により交通広場や新東西通路、地下車路ネットワーク等の都計画決定に向けた検討が行われるとともに、事業内容に基盤整備を含む民間再開発事業の検討が先行して行われると想定される	*あくまで他地域の傾向に基づきUDCOが想定する事業の検討プロセスであり、整備や供用開始の時期や順序を示すものではありません。また、引出し部分はUDCOによる解説。		
② 公民連携による 基盤整備			大栄橋4車線化 中山道バイパス 都決 交通広場/交流広場 都決 新東西通路/南北道路/地下車路ネットワーク 都決 民間再開発事業(基盤整備を含む事業) 都決・設計・事業認可	交通広場や地下車路ネットワーク等の検討を踏まえて区役所跡地等の活用の検討が具体化されることが想定されるとともに、基盤整備との関連性が高い事業について検討を具体化することができると想定される		
③ 公民連携による 拠点整備		市民会館おおみや移転 大門2丁目中央区再開発事業 都決 大宮区役所新庁舎大宮図書館移転 基本計画・設計 旧大宮図書館施設活用事業 事業者選定		区役所跡地等活用事業 事業者選定		
④ 民間による拠点整備					民間再開発事業(基盤整備との関連性が高い事業) 都決設計・事業認可	
社会実験		公共施設OMTERRACE屋上利活用 推進法人による運営 街路沿道利活用社会実験(おおみやストリートテラス)				



計画調整型のデザインマネジメント

このような事業の実効性を高めていくためには、各事業検討に並走しながらガイドラインとの整合を確認し、協議・調整を行っていくことが必要である。

渋谷では東京都景観条例に基づくデザイン会議、横浜ではまちづくり協議地区制度に基づくアーバンデザイン部会、神戸では神戸市都市景観条例に基づくデザイン調整会議が担っており、それぞれ上位計画との整合確認を根拠に事業の相互調整を行っている。

また、ガイドラインの内容を柔軟に解釈し、事業性とのバランスを考慮しながら、空間的・機能的な調整を図っている。例えば、事業同士で隣接する公共空間等との関係性を明らかにし、一体の空間として利便性や快適性が高まるように調整を促

すことや、ガイドラインに掲げる景観形成やアクティビティが創出されるように、街路に面する機能について調整を促すなどの役割であり、これらは協議調整により計画の実効性を高めていくものである。大宮においては、現段階では制度に基づきこのような役割を担う会議体はない状態であり、今後は明確な位置付けを得て計画調整型のデザインマネジメントを取り組んでいく必要がある。

実証創出型のデザインマネジメント

一方で、各地域では社会実験を行いながら、目標とする都市空間を暫定的な空間で具体化し、効果検証などを行っている。渋谷では、歩行者ネットワークの形成に向けて路上駐車場の歩行者空間化による駐車需要への影響を検証する「宮益坂街

路空間社会実験」を実施。横浜では、駅前広場において歩行者流動量や安全性、滞留空間の使われ方などを検証する「横浜駅前広場空間活用社会実験」を実施。神戸では、三宮クロススクエアの形成に向けて歩行者空間の拡張による自動車交通への影響を検証する「三宮クロススクエア交通社会実験」を実施している。これらの取り組みは、事業の検討と並行して実施し、短期間の効果検証を行うことで、計画している都市空間が実際にマネジメント可能なものであることを実証していく取り組みであり、計画の実効性を高めていると考えられる。

大宮においては、ストリートテラスの実現に向けて、街路沿道の空間を利活用し、回遊性向上や経済効果を検証する「おおみやストリートテラス」を実施している。今後は担い手や公民連携による運用方法の蓄積を継続し、地域全体の取り組みへと展開していく必要がある。〔石黒卓〕

PUBLIC ACTION #2

デザインマネジメントの実践

大宮駅グランドセントラルステーション化構想

GCS化構想とは

大宮駅グランドセントラルステーション化構想(以下、GCS構想)は、大宮駅東口駅前広場の再整備や駅北側の新東西通路の整備に伴う鉄道の乗換利便性の向上を始め、駅周辺街区の開発や主要街路の再整備による周囲の街への接続の強化、さらにアンダーパスや交差点改良などによる道路交通網の再編計画など、大宮駅周辺地域全体に及ぶ広範なエリアを都市更新していく計画である。

首都圏広域地方計画においては、“コンパクト+ネットワーク”^[*1]の考え方のもと、

交通結節点のポテンシャルを存する大宮が、“東日本の対流拠点”として位置付けられ、さまざまな都市機能を密度高く集積し、国内外の対流を通じたイノベーションを生む創造の場としての機能向上が求

められている。また、自然豊かな地域性や東京都心へのアクセス性の高さから居住ニーズが高まっており、昨今のコロナ禍の影響により職住近接の中核都市の役割はより重要性が高まっている。さらに、安定した地盤を有する地理特性、駅周辺に高度利用可能なエリアが比較的多く残っていることなど、都市更新に対する期待は高い。

^[*1]—「コンパクト+ネットワーク」|平成27年策定の国土形成計画(全国計画)において提起され、対流促進型国土の形成を図るための国土構造・地域構造の考え方。コンパクトとは空間密度を高める「まとまり」、ネットワークは地域と地域の「つながり」のこと。

GCS化構想はさいたま市が主導する事業として2016年から検討が始まり、2018年に「GCS構想」が策定、続く具体化された計画となる「大宮GCSプラン2020」が2021年3月に策定された。現時点の

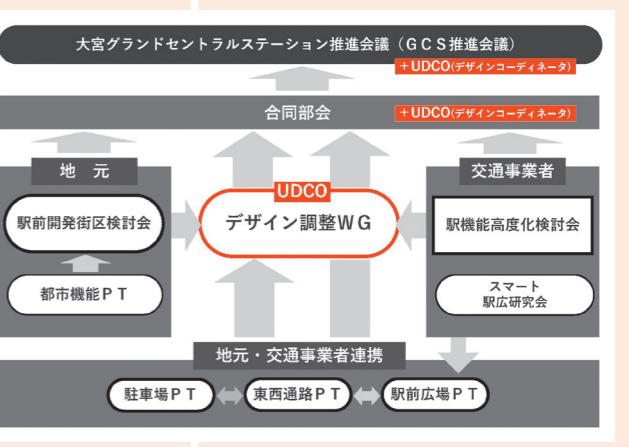
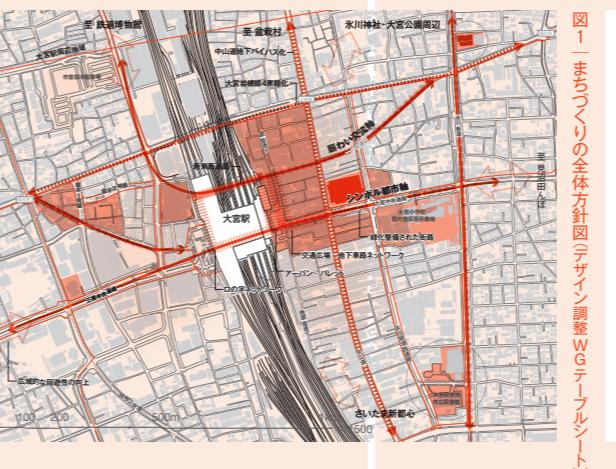
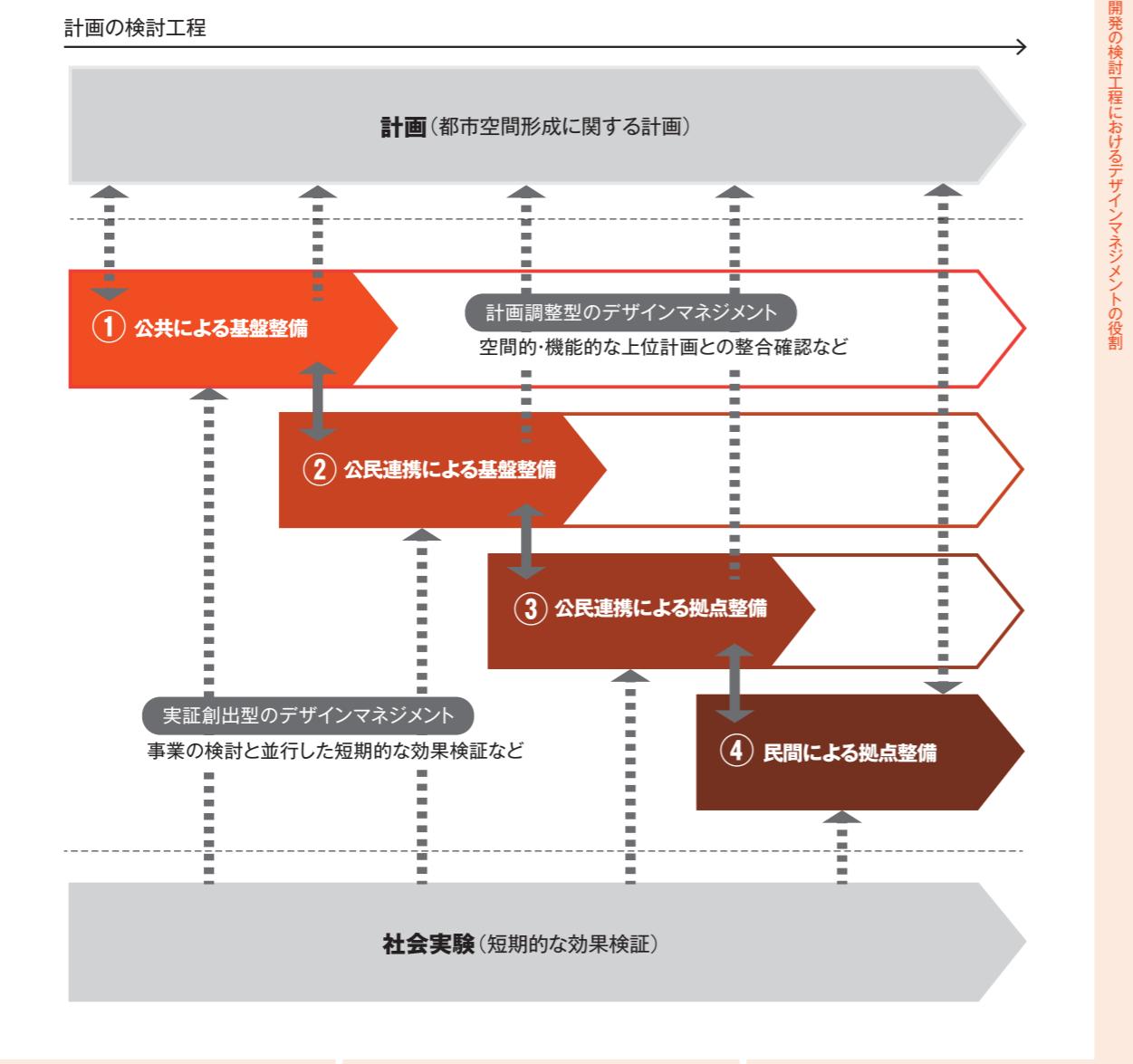


図2 GCS構想の令和2年度の推進体制



討においては、推進会議のデザインコーディネーターであり、昨年・一昨年度から引き続きデザイン調整ワーキング(以下、デザイン調整WG)を実施し、まちづくりガイドラインと個別整備計画の相互調整を図っていく役割として関わった[図3]。さらに、今回はUDCOを中心に、都市計画・都市デザインを専門とする都市環境研究所、

景観土木・公共空間デザインを専門とするEAU、上條福島都市設計事務所と協働してUDCOを主体とするコンソーシアムの体制で検討に携わった。

デザイン調整WGにおいて、参加者の意見より明らかになったことは、現在示されている構想実現案に対して、「交通機能の確保」と「歩行者空間の豊かさ」のバラ

ンスをもっと考えたい」という点で意見されている方が多いということである。そこでデザイン調整WGでは、構想実現案の空間構成に関して参加者の方々とスケッチワークを行い、「構想実現案等の3つの調整の考え方」を整理した。①現計画案に対して地上や地下の歩行者空間を付加してはどうか、②バス・タクシーの乗降場は地下化してはどうか、③バス乗降場を区役所跡地等に配置するなど乗降場を分散してはどうか、という主要な空間構成に関わるアイデアを整理するかたちとなった[図4]。

また、「まちづくりガイドラインの深度化」

についても繰り返し議論の機会を設け、

意見の反映内容について整理した。

スペースの限られる駅前空間を有効に活用していくために、日常/非日常やピーク時/オフピーク時に応じた柔軟な活用が可能

な広場づくりの視点を加えることや、銀座

通りと南銀座通りの歩行者動線軸を追加

し、東口の南北にも回遊性を高めていく

こと、あるいは周辺街区とのつながりや

視認性を考慮した縦動線の配置など都市

空間の形成に関わる視点の反映していく

かたちとなった。

これらを受けて、まちづくりガイドラインと

個別整備計画の相互調整を図っていくた

め、参加者の意見を反映し得るように技

術的な検討事項に整理し、駅前広場や新

東西通路など個別事業に関わる技術的な

検討を行うプロジェクトチームに伝達した

[図5]。

GCS化構想は完成まで20年以上を要す

る中長期的な計画であるが、現在の計画

調整期間は都市空間の大きな骨格を決

めていく重要な期間である。大宮が有す

る最も大きなポテンシャルのひとつは駅

乗降客数50万人/日を超える駅利用者の

通行であるが、この大きな歩行者の流動

を駅周辺地域へ導き、回遊を促すことで、

地域全体の経済効果を高めることが將來

に重要な命題となる。また、公共施設

再編等の周辺地区の事業も進行するなか

でエリア全体のつながりを高めることで

その効果を最大化していく必要がある。

そのためには駅前空間や街路空間といつ

た公共空間の豊かさをより重要視し、エリ

ア全体の価値形成につなげていく必要が

あると考える。UDCOはこのような協議

を通じた調整による事業支援を引き続き

続けてまいりたい。

[石黒卓]



図3 令和2年度第1回デザイン調整WGの様子



図4 デザイン調整WGにおける空間構成の整理

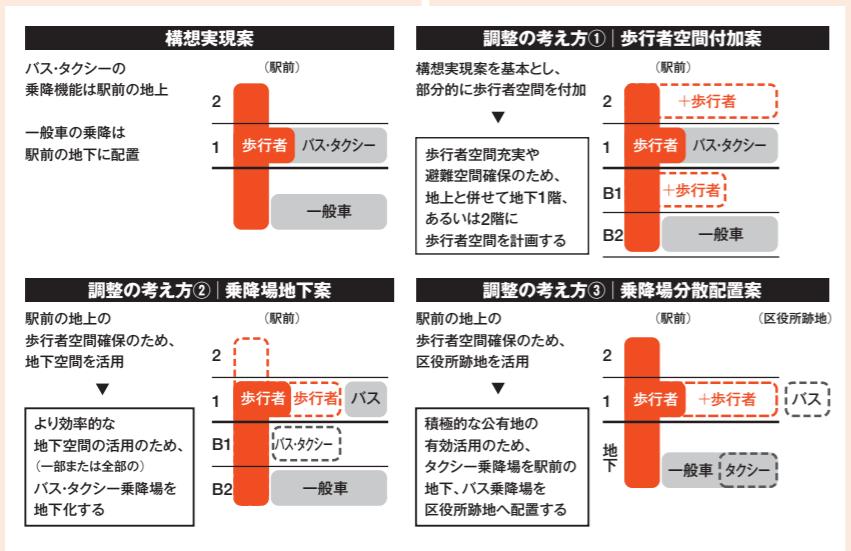


図5 プロジェクトチームへの伝達事項

都市空間	検討事項	具体的な検討内容
駅前空間 (歩行者空間と 地下車路ネットワーク の関係)	歩行者空間が 充実する 交通機能の 空間配置に 関する検討	<ul style="list-style-type: none"> 各縦動線を地下階で接続する空間的余地を確保できる 地下車路ネットワークの空間配置(階の高さ等の断面的配置) バス及びタクシー乗降場を一部地下化した場合の地下車路の 出入口位置や勾配など技術的検討及び事業費・事業期間の検討 バス及びタクシー等公共交通機能(乗降場や待機場等)の分散配置
縦動線	縦動線の 機能・空間	<ul style="list-style-type: none"> 地下の一般車乗降場-地上-改札階が接続し、 バリアフリーに配慮された歩行者動線(縦動線)の確保 氷川の杜を印象付ける駅前空間の具体的な緑化方法
交通広場及び 交流広場・ 公共的空間	柔軟な利用を 可能とする 駅前空間に 関する検討	<ul style="list-style-type: none"> 災害時やお祭り・イベント時等に、交通広場と交流広場が 一体的に利活用可能な駅前広場 オフピーク時やイベント時等に車道空間の一部を 広場等の歩行者空間として利用できる駅前広場レイアウト イベントやお祭り等での車道空間の一時的な占用利用時に 障壁となる道路構造やシェルター等の工作物のあり方

大宮のまちづくりをつなげる

PLATFORM ACTION [プラットフォームの層]

大宮のまちづくり団体や企業、大学、行政の活動を支援し、連携を深めていくとともに、大宮のまちづくりやUDCOの取り組みなどを大宮内外に発信していくことで、産官学民のプラットフォーム機能を構築し、大宮らしい都市文化の発信を目指す。ワークショップなどの市民がまちづくりに関わる機会の創出やまちづくり団体の活動支援、HPやSNSなどによる情報発信に取り組んでいる。

- | | |
|-------------------------|----|
| #1 市民がまちづくりに関わる機会を創る | 54 |
| #2 地元まちづくり団体等の活動を支援する | 56 |
| #3 地域との関係性を創る | 56 |
| #4 大宮のひと・まちを発信・共有する | 57 |

3



PLATFORM ACTION #1

市民がまちづくりに関わる機会を創る

大宮が変わるための「イメージ」と「時間感覚」

できるだけ多くの市民の方が、大宮に興味を持ち、街への想いを話し合い、まちづくりに参画することのできる「関わりしろ」をつくっていくことを目的に、UDCOでは定期的にワークショップやトークイベントを開催している。今年度はコロナの影響もあり例年のようにひとつの場所に集うことが難しかった反面、オンラインツールを利用してすることで場所によらないつながりを生むことができた。今年度開催した企画を2つ紹介したい。

● UDCO LIVE:

Around URBANISTS #01

動画配信「UDCO LIVE」の第1弾として Around URBANISTS #01 “アーバン・ビヘイビアはどう変わるか”を実施した。コロナ禍によって暮らしや働き方の行動



変容が求められるなか、社会や経済、コミュニティを維持していくために振る舞いはどのように変わらるのかというテーマのもと、相島雅樹氏(リクルート住まいカンパニー)、高橋卓氏(ロフトワーク)をお招きし、UDCO デザインコーディネーターを交えてトークセッションを行った。

前半の話題提供では、最初にUDCOから大宮における都市再生の機運が高まる背景と、公共空間利活用から仕掛ける都市再生とその仕組みについて、特にコロナ禍において浮かび上がった「ローカルコンテンツの経済活動支援」「離散型パブリックスペースの創出」「共有価値の再構築」という3つの視点の提示があつた。

Private から Public への動きを生み出す

高橋氏からは「共創空間」というキーワードでロフトワークの取り組みが紹介された。パナソニック、カフェ・カンパニー、ロフトワークの3社が「『つくりたい未来』『100年先を豊かにする未来』を創造する」をミッションとして運営する実験スペース「100BANCH」や、渋谷スクランブルスクエア内にある、多様な人たちが交流し、社会価値につながる種を生み出す会員制の交流施設「QWS」における場づくりでの、大手民間事業者とパートナーシップを組み、コンセプトから運営までのさまざまな段階へ関与してきた経験についての紹介があった。このなかでは、組織の人材や空間をいかに開いていくか、Private から Public への動きを生み出すための、プロジェクトマネジメントの重要性が示された。

Around URBANISTS #01



オンラインによる配信の様子



同色のものが同じ「圏域」・円の大きさが得点を示す

大宮は本当に「住みたい街」なのか?

相島氏は、昨今「住みたい街ランキング」で上位につける大宮の特徴を、鉄道路線網をベースとする圏域や「住民に愛されている街ランキング」の比較から分析する。大宮のイメージを「消費の集積はあるが、文化的特徴が弱い」と位置付けた。大宮という都市がどのように変わることができるか、そのヒントを相島氏が翻訳した書籍『行動を変えるデザイン』の鍵となる「行動変容デザイン」の知見から提示された。行動変容デザインとは、日常生活のなかの習慣などの行動を変えていくための、心理学や行動経済学に基づくデザインを意味し、アクター(主体)・アクション(行動)・アウトカム(結果)の関係に着目するものである。大宮のエリア単体ではなくより広域な圏域を主体(アクター)として設定し、文化を育していくことで(アクション)、ネットワークや経済的な充実につなげていく(アウトカム)という変容のアイデアが示された。

その後の議論は視聴者からの質問も交えるかたちで行われた。共創や文化を育む創造性の土壤は、コロナ禍において失われつつあるのか、あるいは新しい場所が生まれたのか、という議論のほか、長期的なスパンでコロナ禍を捉えたとき、行動変容を余儀なくされる反応期から、よりよい日常へと主体的に「変える」段階にどのように移っていくのかが議論された。視聴回数は延べ280人を超える(2021年3月時点)、実際に集まるイベントよりも多くの方々に届けることができたことは、オンライン開催の成果のひとつである。UDCO LIVEが、これからの大宮を変えていくビジョンを考え、ヒントや視座を市民と共有するきっかけになると考える。

ビジョン共有+現場合分け型まちづくり

第2部では、藤村龍至 UDCO副センター長のコーディネートのもと、国土交通省の川崎周太郎氏(国土交通省街路交通施設企画

動画のアーカイブは UDCOのYoutube チャンネルにあるので、ご興味ある方は左記QRコードからぜひご覧ください。



● UDCO・UDCMi

合同プロジェクト報告会 #3

同じじさいたま市内でまちづくりに取り組むアーバンデザインセンターみその(UDCMi)とUDCOによる合同プロジェクトの3回目の報告会をオンライン形式にて開催した。今回は「公と民が連携した都市再生プロセスのデザインマネジメント」をテーマに掲げ、各UDCによる近年のプロジェクトを振り返りながら「公民連携型都市再生プロセス」における現在地(詳細は「UDCO REPORT 2019」参照)と、目標像に向けた「デザインマネジメント」に関する議論を深めた。

第1部では、各UDCからの報告として、内田奈芳美 UDCO副センター長より「おおみやストリートテラス」を核に展開する大宮駅周辺地区における各種プロジェクトについて、また岡本祐輝 UDCMi副センター長より美園地区における河川空間活用や街並みデザイン誘導、交通環境改善に係る各種プロジェクトに関する実施経緯や「計画&実行型」「ビジョン共有+現場合分け型」の2つのまちづくりの型が提示された。また後者におけるビジョンとプロジェクト(現場)の相互関係が重要であることが示された。

ビジョン共有+現場合分け型まちづくり

第2部では、藤村龍至 UDCO副センター長のコーディネートのもと、国土交通省の川崎周太郎氏(国土交通省街路交通施設企画



室)、さいたま市の佐藤久弥氏(大宮駅東口まちづくり事務所)、高橋希好氏(浦和東部まちづくり事務所)にも登壇いただきディスカッションを実施した。「ビジョン共有+現場合分け型」をどのように実現できるか、また「地区ビジョン」のあり方をまちづくりプロセスのなかでどのように位置付けるのかというテーマについては、モチベーションが持続していくための「少し先の未来」を考えることの重要性や、時間軸に対する意識の共有のあり方について議論がされた。視聴者からの質問も交え、その地区ビジョンの根っこにある地域の「らしさ」をどのように育むことができるのかという議論にも展開した。

同じじさいたま市内でありながら、それぞれ異なる環境に立脚するUDCが互いの活動を共有し意見交換する機会は貴重である。

今後も、オンラインとオフライン双方の特色を活かしながら、まちづくりの現場におけるテーマや課題を共有し議論する場を持ち、新たな視点を発見できる機会を継続して創っていきたい。

UDCO・UDCMi 合同プロジェクト報告会 #3 | ホームページ

オンラインによる配信の様子



PLATFORM ACTION #2

地元まちづくり団体等の活動を支援する

ソーシャルディスタンスをどうした行政との会議



UDCOでは産官学民のプラットフォームとして、各主体とのネットワーク構築や連携強化を目指し、それぞれの活動に関する専門性の高い支援、意見交換、地域の情報収集などを継続的に行っている。

●「民」:地元まちづくり団体との連携・支援
大宮はすでに多くのまちづくり団体等が

活動している。コロナ禍では「集まり対話する」という基本的なコミュニケーションが困難であった。UDCOでは、オンライン会議のサポートや、まちづくり団体などの会議に参加し、大宮のまちづくりに関する専門的アドバイスや他都市事例の紹介、会議での議論でファシリテーションなどの支援を行っている。

●「学」:大学等研究機関との連携・支援

芝浦工業大学や東洋大学、立命館大学等から依頼を受け、講義を行うことで大宮のまちづくりやUDCOの取り組みを発信している。また、芝浦工業大学とはおおみやストリートテラス実施の効果測定に関する調査を行い、大宮のまちづくりに関する共同研究を進めている。

●「産」:民間企業との連携・支援

大宮内外の企業と双方のプロジェクトを展開するための協議や、UDCO設立を検討している企業に向けた情報提供などを適宜行っている。

●「官」:行政との連携・支援

さいたま市の各課から事業に関する相談を受けることが多く、UDCOは大宮で進んでいる事業を横つなぎし、ほかの取り組みとの連携を提案することなどを通じて事業推進に向けた協議を行っている。また、埼玉県や国土交通省などとも情報共有を行っている。

PLATFORM ACTION #3

地域との関係性を創る

UDCOは駅前にオフィスを構え、日々大宮の状況や変化を観察し市民や事業者と顔を合わせることで、地域との関係性の構築を試みている。

コロナ禍の今年度は、中山道祭りなどの地域の貴重な祭礼も中止に追い込まれ、直接顔を合わせる機会がつづりづらい状況であった。「まちラボおおみや」のイベントスペースや「OM TERRACE」の屋上スペースの運営についても、新型コロナ特措法を根拠とする要請内容をもとに、UDCOの業務の対応方針を整理して3月27日にウェブサイト・SNSな

どを通じて発信した。このように、困難な状況下でも地域との関係づくりを継続していくことを試行した1年であった。

人数制限など、混雑回避(協力要請)/イベント自粛(協力要請)などの段階ごとに運営の方針を示すことで、市民の安全を守りながらも、まちづくり活動が継続していくためのプラットフォームづくりを試み、大宮のまちづくりが継続していくように、柔軟かつ迅速な対応を心がけた。新型コロナ特措法を根拠とする要請内容をもとに、UDCOの業務の対応方針を整理して3月27日にウェブサイト・SNSな

PLATFORM ACTION #4

大宮のひと・まちを発信・共有する

UDCOのウェブサイト

大宮で活動する「ひと」「まち」に関する情報を整理し、広く発信・共有することもUDCOの役割のひとつである。

そのため、大宮の「ひと」にスポットライトを当てて応援していくとともに、広くその魅力を発信する「UDCO PAPER -ひとを紡ぐ-」という情報紙(フリーペーパー)を不定期に刊行している。今年度は大宮での特徴的な事業に関わるキーマンにフォーカスを当てる特集とし、シェアキッチンやコワーキングスペース、メディア運営を大宮に根ざして展開される株式会社コミュニティコム代表取締役の星野邦敏氏へのインタビュー(#009)と、旧大宮図書館利活用事業者であるコンソーシアム「OMIYA COMMON LIBRARY」のメンバーへのインタビュー(#010)を発行した。

「まち」を発信する媒体としては、ほかにもウェブサイト/SNS、まちラボおおみやにおける展示、本誌『UDCO REPORT』がある。ウェブサイトやSNSでは、ワンケシショップなどのお知らせや大宮の出来事を中心に発信している。まちラボおおみやの展示スペースでは、UDCOの活動や大宮のまちづくりの状況をパネルや

模型を用いて展示し、来館者にいつでも見ていただけるようにしている。そして『UDCO REPORT』は、UDCOの年間レポートとして、大宮のこれからのまちづくりを考えるうえで重要なテーマをとりあげ、ウェブサイト上と紙媒体で毎年発行している。このように、情報発信も多方面にアプローチできるように心がけ、試行錯誤しながら進めているところである。

発行物は公共施設を中心に配布している

ので、ぜひ手に取って見ていただきたい。

[伊藤孝仁]

ウェブサイト

www.udco.jp

SNS

Facebook: www.facebook.com/UrbanDesignCenterOmiya/

Twitter: twitter.com/udco_info

Instagram: www.instagram.com/udco_info/

UDCO PAPER #009

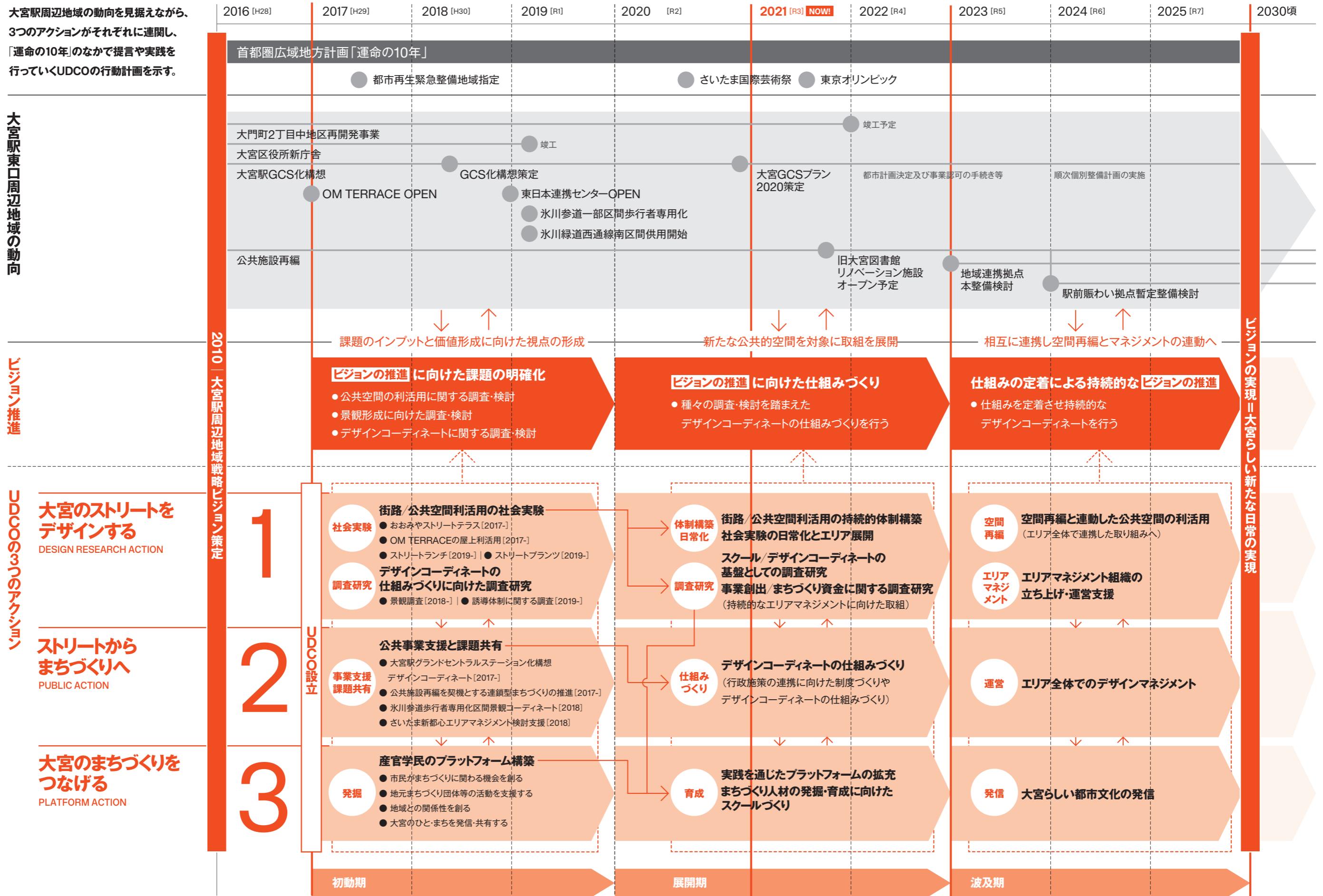
UDCO年表2020

ビジョン推進と日常化に向けた仕組みづくり

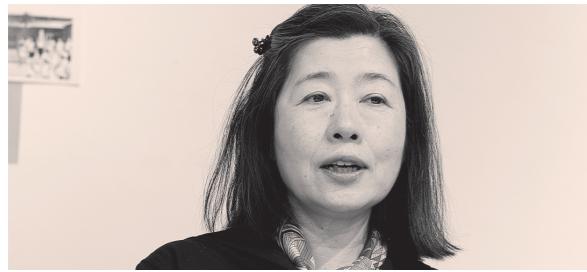
1 大宮のストリートをデザインする DESIGN RESEARCH ACTION					2 ストリートからまちづくりへ PUBLIC ACTION					3 大宮のまちづくりをつなげる PLATFORM ACTION					社会情勢	
2020	3	おおみやストリートテラス	ストリートランチ	ストリートプランツ	ストリートテーブル	現地調査 / ヒアリング	GCS化構想	産官学民連携・情報発信								
	4	緊急事態宣言中にて休止		2日 ストリートプランツ 第1回実証実験 @銀座通り・西通線 (展示販売) [-13日]					7日 「まちラボおおみや」、「OM TERRACE屋上」貸出休止 [-5月31日]							
	5			14日 ストリートプランツ @銀座通り・西通線 (設置) [-6月14日]				立命館大学講義	7日 緊急事態宣言 [-5月31日]							
	6	4日- 軒先テラス再開 9日- キッチンカー テラス開始		29日 ストリートプランツ 第2回実証実験 @OM TERRACE (展示販売) [-7月27日]		12日 土日不定期 実施 [-10月25日]		30日 第1回駅前開発街区検討会	28日 立命館大学講義	1日 「まちラボおおみや」、「OM TERRACE屋上」利用受付再開						
	7			28日 ストリートプランツ @西通線 (設置) [-10月27日]		17日 現地説明会		20日 デザイン調整ワーキング	24日 UDCO × UDCMi 合同プロジェクト報告会 #3	6日 Around URBANIST #01						
	8	1日 おおみや ストリートテラス @一番街 [-3月30日]					25日 豊田市ヒアリング	22日 (令和2年度第1回)	8日 第1回オープンプレイスミーティング登壇							
	9						20日 中野セントラル パーク ヒアリング	27日 第1回スマート駅前広場研究会	3日 第8回アーバンデザインセンター会議オンライン with UDC078							
	10	- 土地活用モデル大賞 「国土交通大臣賞」 受賞					30日 みつけるみなぶん 現地調査	1日 第1回駐車場PT	17日 モダン大宮パネル展・トークセッション (さいたま国際芸術祭2020連携プロジェクト) [-11月15日]							
	11	20日 南銀夜市 [-12月31日]		15日 大宮アルディージャ・ さいたま市子ども食堂 ネットワーク 連携イベント @一番街		9日- 038Marche ~ オオミヤマルシェ (毎週水曜日、一社 埼玉を食べる主催)	14日 新虎通り ヒアリング	4日 デザイン調整ワーキング(令和2年度第3回)	29日 UDCBK アーバンデザイン スクール登壇	29日 UDCOシンポジウム #02 実施	16日 UDCO PAPER #009発行	12日 第3回スマート駅前広場研究会	9日 第2回駅前広場PT	10日 第3回新東西通路PT	16日 UDCO PAPER #010発行	5日 路上利用の占用許可 基準緩和 延長決定 国土交通省 [-3月31日]
	12					- ストリートプランツ プロジェクト (中央通り3丁目企画検討)		1日 デザイン調整ワーキング(令和2年度第4回) 第11回合同部会	27日 第11回推進会議	12日 第3回スマート駅前広場研究会	18日 第3回駐車場PT					
2021	1							23日 第11回推進会議	29日 第2回駅前広場PT	9日 第2回駅前広場PT	10日 第3回新東西通路PT					
	2								18日 第3回駐車場PT	10日 第3回新東西通路PT						
	3															

UDCOアクションプラン#003

大宮駅周辺地域戦略ビジョンの推進に向けた仕組みづくりへ



2020年度のふりかえり/2021年度に向けたUDCOの想い



工藤和美 | センター長

ウィルスの脅威にさらされ、世界中の都市の風景が一変しました。外に出かけること、お気に入りの店で気の合う仲間と食事をすること。変わることのないと思っていた日常や、人々の活気や笑顔に満ちた都市の大切さに気付かされます。そんな状況だからこそ、人と人のつながりが生まれ、多くの出会いや発見を街から失わぬために、いま何ができるかを話し合い、実行した1年でもありました。

「おおみやストリートテラス」をはじめとする、市民のかけがえのない日常を支える仕組みが生まれています。今後はさらに磨きをかけて展開し、大きなまちづくりの流れにつなげてまいりたいと思います。



藤村龍至 | 副センター長

初動期から展開期へ移行した1年目、UDCOのメンバーはもともとリモート型で働いていたので比較的スムーズに移行しましたが、他方で市役所や地元の方々との連携の仕方に変化が起こりました。そのなかで「おおみやストリートテラス@一番街」が実行に移され、成功できたのは手応えを感じた出来事でした。

パンデミックを経て、大都市・東京を中心とした都市像は新しいかたちへとゆっくりと移行が始まり、大型の都市開発は試行錯誤が続くと思われます。UDCOではそのような不透明な

状況にヒントを見出すため、リサーチやスクール、出版など、シンクタンク機能の充実にも力を入れていきたいと思います。



内田奈芳美 | 副センター長

2020年度は誰もがこれまでにない経験をした1年だったと言えますが、「おおみやストリートテラス」に代表されるように、UDCOのまちへのアプローチがより日常的に可視化された年であったとも言えます。急に人が集まることが制限され、最初はさまざまなことが中止になったために戸惑いが大きかったのですが、逆にこのような状況でなにができるのか、一生懸命考えた年でもありました。また、身近なまちを「歩くこと」の価値も再認識しましたし、大宮駅という場所の拠点としての大切さについてもあらためて感じさせられました。

長期的には常に戻っていくと思いますが、そのような変化のなかで、まちがどうあるべきか、柔軟に、また、本質に戻って考え、活動していく必要があると思っています。それは、どの都市においても共有すべきことになると思いますので、今後、大宮から得たレッスンを共有するような機会をもっとつくれればいいのではないかと思います。



石黒卓 | サブディレクター

2020年3月以降のパンデミックによる社会状況の変化は、まちづくり活動においても例外なく大きな影響を受けることになりました。身近な部分ではまちでの活動が制限され、直

接会って会話する機会が減ったり、イベント開催が憚られる状況であったり、特に大宮では商業を中心に大きな経済損失が生じることになってしまいました。また、行動変容が求められ、業務・商業・住居・観光などの今後のあり方を変えていく必要が生じ、これまで描いていたそれぞれのまちづくりのビジョンをいま一度改める必要が出てきました。大宮のまちづくりを少しでも早く進めたいとの願いを共に活動するなかで、ブレーキをかける社会状況の変化でした。

一方で、これまで都市の課題としてきた部分は引き続き取り組んでいく必要があるので、事業の方針や進め方に柔軟性・可変性をもって、社会状況の変化に対応していく必要があるのだろうと思います。

UDCOでは、特にコロナ禍後に対応した活動として、商店街を支援する公共空間のテラス利活用の取り組みや、トークイベントのYouTube配信、Zoomヒアリングなどオンラインでの情報収集・情報発信などに取り組んでいます。収束の見込みが依然不透明ではありますが、今後も引き続きUDCOの活動にご協力をいただければと思います。



新津瞬 | デザインコーディネーター

UDCOの展開期1年目と意気込んでいた2020年は、誰も予想していなかった緊急事態で幕を開け、計画していた取り組みはストップせざるを得ませんでした。しかし、思うように動けない葛藤を抱えながらも、UDCOとして何ができるんだろうかとより思考を巡らせ、それをひとつずつ行動に移していった1年でした。

今年をポジティブに捉えると、2つ実感したことがあります。1つは、自分に関わりのある近隣の範囲のなかで、空間や時間を作り出すことの価値を再認識するきっかけとなったということです。自分だけでは太刀打ちできない相手に対し、親

しい人や近隣の方と協力し、できることを模索しながら試行を繰り返す。「おおみやストリートテラス@一番街」や「ストリートテーブル」は、まさに商店街や向こう三軒両隣という近隣のなかでその“共有価値”を再構築していくプロセスでした。もう1つは、UDCOとしてこれまで活動を積み重ねてきたことで、有事にも対応し得る基盤ができたのではないかということです。UDCOの初動期3年間での蓄積があつたからこそ、今年は特に公共空間におけるさまざまな取り組みをスピード感を持って展開できたと思います。あらためて、日々実践を積み重ねていくプロセスの重要性を感じました。

「まちづくり」はすぐに成果が出にくいですが、引き続き大宮らしい豊かな日常を目指して活動していきます。今後もご協力をお願い致します。



伊藤孝仁 | デザインコーディネーター

2020年5月よりUDCOのメンバーに参画しました。緊急事態宣言下でのスタートとなり、当初はリモートでの活動を余儀なくされました。社会情勢に合わせて徐々にまちを散策できるようになり、地域で活動される皆様とお会いする機会も増えています。

コロナ禍のなかで行動を制限されたことは、かえって身近な「生活圏」の大切さを痛感する出来事であったように思います。飲食店支援を目的とした「おおみやストリートテラス@一番街」や「ストリートランチ」の取り組みは、生活圏における大宮らしい「日常」が失われないための、さまざまな立場の人々の協力による創意工夫です。建築設計やまちづくりに関わってきた経験を活かし、沿道の活動を下支えするデザインを通してまちの皆さんと対話し、ストリートから生まれる大宮の日常を実感することができました。そしてこのような日常を、今後の大きな都市の再編のなかにきちんと浸透させ息づかせてゆくことが、プラットフォームとしてのUDCOの役割であることをあらためて認識することができました。

展開期も2年目を迎えます。延期が予定されているオリンピックも含め先が読めない時代だからこそ、まちに並走し、漸進的にまちづくりを推進するコーディネーターの役割の重要性は増していると感じます。次の1年、皆様と直接お会いする機会を楽しみにしております。



ABOUT UDCO

名称

アーバンデザインセンター大宮(UDCO)

*UDCOは「一般社団法人アーバンデザインセンター大宮」が運営する任意組織



設立年月日

2017年3月31日設立

2017年4月1日運営開始

主な活動エリア

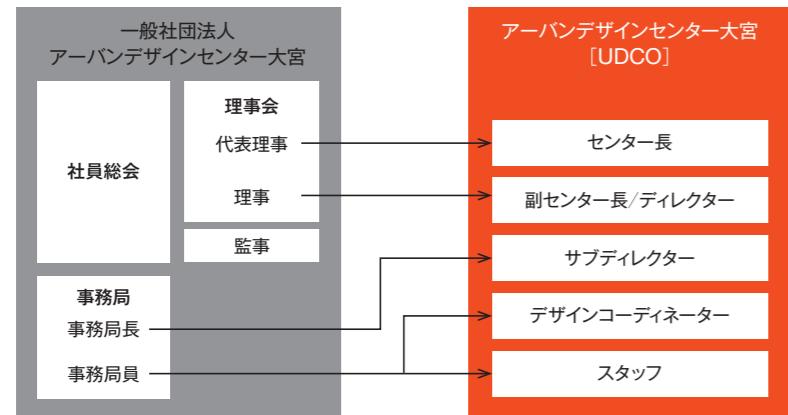
「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」(2010)の対象となる大宮駅を中心とした約190haおよびその周辺のエリア

メンバー

- ・センター長
工藤和美(東洋大学教授)
- ・副センター長/ディレクター
藤村龍至(東京藝術大学准教授)
内田奈芳美(埼玉大学教授)
- ・サブディレクター/
デザインコーディネーター
石黒卓
- ・デザインコーディネーター
新津瞬 | 伊藤孝仁 | 森元気
- ・スタッフ
土田泰子

設立経緯・沿革

「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」(2010)策定後、戦略ビジョンをどのように具体化させていくかが模索されるなか、地元からのアーバンデザインセンター開設を求める



る声をきっかけとして、「しあわせ倍増プラン2013」に「(仮称)アーバンデザインセンター大宮」設置が位置づけられた。その後、暫定的に公民学が一体となって主体的にまちづくりを考えるための情報発信の場として「まちラボおおみや」が2014年に設置される。そして、まちラボおおみやでの産官学民の連携によるまちづくりの試行期間を経て、2017年にUDCOが設置され運営を開始した。

2017年10月

一般社団法人アーバンデザインセンター大宮がさいたま市より都市再生推進法人に指定される。

2020年10月

土地活用モデル大賞「国土交通大臣賞」受賞

基本理念



UDCOの基本理念は「産+官+学+民」の連携である、それぞれの立場で活動するこれらの主体が、広く連携しまちづくりを推進する基盤として機能するため、UDCOはこの基本理念のもと、大宮を新たな時代へと発展するまちにデザインするとともに、良好なまちの形成に向けたマネジメントを提案する。



活動財源

一般社団法人アーバンデザインセンター大宮がさいたま市都市局大宮駅東口まちづくり事務所より「大宮駅周辺地域戦略ビジョン推進業務」を受託し、その受託費を基本的な人件費等の活動財源としている。

運営母体組織

・名称

一般社団法人
アーバンデザインセンター大宮

・社員

- 工藤和美: 代表理事
- 藤村龍至: 業務執行理事
- 内田奈芳美: 業務執行理事
- スタッフ

*2021年3月時点の情報です。

用語解説

● UDC:アーバンデザインセンター | UDCは、アーバンデザインセンター(Urban Design Center)の略称で、2006年11月の柏の葉アーバンデザインセンター(UDCK)創設時に構想された、課題解決型=未来創造型まちづくりのための公・民・学連携のプラットフォーム。行政都市計画や市民まちづくりの枠組みを超えて、地域に関わる各主体が連携し、都市デザインの専門家が客観的立場から携わる新たな形のまちづくり組織や拠点として、2018年8月現在までに、全国19拠点に展開している。それぞれのUDCで課題やプレイヤー構成は異なるが、UDCOは政令指定都市(100万都市)の既成中心市街地におけるUDCとして、ほかのUDCとは異なる特徴をもっている。

● 都市再生推進法人 | 都市再生推進法人とは、都市再生特別措置法に基づき、地域のまちづくりを担う法人として市町村が指定するものである。指定されることにより公的位置づけが付与され、国などの支援を受けながら、都市再生整備計画の市町村に対する提案や都市利便増進協定・低未利用土地利用促進協定などを結ぶことが可能となる。一般社団法人アーバンデザインセンター大宮は、さいたま市から2017年10月4日に都市再生推進法人に指定された。

● まちラボおおみや | 産・官・学・民が一体となり、これからの大宮のまちづくりについて議論し、情報発信する拠点となるコミュニティ・ステーション。

● 大宮駅周辺地域戦略ビジョン | 大宮駅周辺地域のまちづくりの将来ビジョンとして、官・民協働でつくりあげたまちづくり計画。大宮駅周辺地域を、政令指定都市の顔としてふさわしい都心として再構築するため、将来像、まちづくりの方針、戦略や優先プロジェクトがまとめられている。(H22.5策定)

● しあわせ倍増プラン2013 | 市民一人ひとりがさらなる「しあわせを実感できる都市」を目指すため、平成25年5月の市長選挙において市長が公約した「新しあわせ倍増計画」に基づき策定するもの。さいたま市が特に力を入れて取り組むべき施策がまとめられている。

● 首都圏広域地方計画 | 「国土形成計画(全国計画)」を受け、首都圏の自立的発展に向け、概ね10年間の地域のグランドデザインをとりまとめたもの。(H28.3大臣決定)本計画において、大宮駅周辺地域が東日本の対流拠点として位置づけられる。

● 国土形成計画 | 国土の利用、整備及び保全を推進する総合的で基本的な計画。国土形成計画法に基づき、全国計画と広域地方計画から構成される(H27.8閣議決定)。