

## 第12回UIIまちづくりフォーラム

歩きたくなるまちづくりの実現に向けて

主催:公益財団法人都市活力研究所

後援:国土交通省 近畿地方整備局

一般財団法人都市みらい推進機構

日 時:2019年12月2日(月)15:00~18:15(18:30~交流会)

会 場:ナレッジキャピタル カンファレンスルーム B05・06・07

(グランフロント大阪 タワーB)

### 講演1「居心地が良く歩きたくなるまちなか」からはじまる都市の再生」

国土交通省都市局まちづくり推進課 官民連携推進室長 三浦 良平 氏

今日は国土交通省の中に設置しました有識者による懇談会の内容をメインにお話しした上で、話題になるであろう様々な空間づくりや空間利活用といったお話もしていきたいと思えます。懇談会の名称は「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」で、最終的なアウトプットとしては私の講演テーマのように「居心地が良く歩きたくなるまちなか」、これをしっかりつくっていくことが今の日本の都市に必要なのではないかという結論を頂いております。

この議論の背景ですが、日本の一人当たりGDPはバブル経済崩壊直後は世界第3位でしたが、それが今は第26位まで落ちています。グラフを見ると、一人当たりGDPは約30年間ほぼ横ばいで推移しています。一方単身高齢者だけではなく若者の単身世帯も増えていきますし、自治会に加入している人々もかなり減っているということで、ソーシャルキャピタルの低下が懸念されます。こういった都市を取り巻く背景を踏まえて、関係人口を増やしたり、多様な人材を受け止めたりするような都市をつくっていかなければいけないのではないかというのが背景です。

5年ほど前に立地適正化計画という制度をつくりましてコンパクト・プラス・ネットワークを進めており、これからも引き続き推進していく必要があると思えますが、それだけでは多くの人が出会い、交流するような、そういう街にはならないだろうということで、別途方策を考えていかなければならない。都市再生緊急整備地域も少しずつ数が増えてきまして国際競争力の強化なども図られていくという取り組みをしているのですが、一方で客観的に見てみると、それを一生懸命したとしても2018年の都市ランキングを見ると1位がロンドン、2位がニューヨーク、3位がカルタヘナというわけで、東京もうかうかしてられないという背景があります。そういう国際競争力の観点、ビジネスの観点でもこれまでの都市づくりは間違っていないけれども、このままでいいのだろうかという問題意識もあ

ります。ではこれからの日本の都市づくりはどうすべきですかというのがその懇談会での議論になります。

いろいろ整理していく中で、例えばこんな事例も出てきました。まずは姫路ですね。駅前から姫路城に向かってメインのストリートがありますが、一般交通を全部遮断してランジットモールにしました。駅前広場は歩行者空間のための空間にしています。次に南池袋公園、これもあとでお話が出てきます。大阪でいうところのエリア、グランフロント大阪では、エリアマネジメント団体がこの街路空間を生かそうじゃないかということでいろいろな仕掛けをしています。丸の内仲通りでは車道に 100 時間連続で芝生を敷くという社会実験を行って、まちの空間を変えていこうというチャレンジをされているという事例です。

海外には既にたくさん事例がありまして、その代表例がタイムズスクエアです。車道を歩行者空間化しようということで 10 年前に、半年ほどの社会実験をした結果これがよいということで恒久化して今は人々のための空間になっています。また麻薬密売スポットのように使われていたちょっと見通しの悪いブライアントパークが今はこのように変わっています。BID のような収益の仕組みもうまく導入して公園の維持管理も行われているという先進的な事例です。似たようなことがロンドンやパリでも起こっているというご紹介です。

日本の背景や課題を考えて今後どうしていくべきかというイメージをポンチ絵にしています。まず街路空間、これは北九州市の細街路の事例ですが、アーケードを撤去して道も少し小ぎれいにして、街路であったとしても店舗側から道のほうにはみ出しているような、そういう使い方をしてもいいのではないか。そこに隣接するような公園としては先ほどの南池袋公園のようなものがたくさんあるべきではないか。民地のほうも、ガラス張りにして見通しを良くして街路側に開いた建物にしていきましょうというようなことも大事ではないかということです。こういったことが官民間わず連携し合っって一体的に変わっていけば人が集うような街中空間に変えていけるのではないかというのが最終的なアプローチです。

言葉にすると、ウォークابل、アイレベル、ダイバーシティ、オープン、ということで、それぞれの頭文字を取って WEDO なのですけれども、そういったことをやりましょうということです。

そのような「居心地が良く歩きたくなるまちなか」をどうやって形成するか。官民のパブリック空間をウォークابلな人中心への空間へと転換誘導し、民間投資と共鳴しながら、こういった街中空間を形成する必要があるのではないか。それができると多様な人々が集い交流し、滞在するということが生まれるはずだと思います。サードプレイス、第 3 の居場所をいかに街の中につくっていくか。それが数多くいろいろな形態のものが形成されていくと人々の結びつきが起こって人間中心の豊かな生活の実現にさらに寄与するのではないかという、この好循環が生まれるでしょうということです。

また、ビジネスの観点でも、いろいろな方々が交流することによって新しいアイデアが生まれる。場合によっては試行錯誤を繰り返す必要があるのですけれども、そうすることによってイノベーションが創出されるはずである。それが都市空間という場を通じて起こり

やすくさせるのではないかということです。こんな 2 つの流れが期待されるのではないかということで、この街づくりを進めましょうという内容になっています。私たちがいろいろな事例を分析してこれが大事ではないかという点は、官民プラットフォームをつくり、そこでビジョンを共有することが必要ではないかということです。そして先ほどのような「居心地が良く歩きたくなるまちなか」につながっていくと思います。成功事例をみるとこれが語れるようなプロセスのようなものがありますので、ぜひこれを各地で実現できるように推奨していきたいと思っています。そのときにエンジンになるのは市町村であったり、行政の職員だったり、あるいはまちづくり会社であったり、いろんな形態があらうかと思っています。

先ほどの懇談会のメンバーであります三浦詩乃先生がこちらにいらっしゃいますが、6月26日に当時の国土交通大臣に懇談会の取りまとめを報告され、提言という形で頂きました。そのとき大臣からは我々に対して必要な制度改正や予算要求を準備することと、ウォークアブル推進都市を募集して政策実施のパートナーを集めて政策対話を始めることが指示されました。ウォークアブル推進都市の募集を7月から行い、10月31日時点で187団体が登録しています。目的としては各種施策の情報提供や国内外における先進事例の情報共有、あるいは今後の施策運営に対する意見を聞いて活用するということです。

先ほど申しましたどういうところでイノベーションが起きるのかという研究成果ですが、2014年ですから今から5年ぐらい前に世界ナンバー1といわれているブルッキングス研究所における整理では、経済資産、空間資産、ネットワーク資産のいずれも重要と示されています。経済資産とはイノベーションを起こす主体がいるか、イノベーションを育てる支援主体がいるか、近隣のアメニティとして例えばカフェや飲食店、ホテルはあるかというようないわゆる主体と育てるバックアップする人がいる環境と、空間資源のほうは公共空間、特に公園や広場、街路、あるいは民間の空間として公開空地も含むと思いますが、それと地区内外をつなぐ接続回遊ということいわゆる普通の街路だったり広場だったり、ブロードバンド回線なども含めてそういうインフラがしっかりしているかということだと思います。

最近特にリノベーションまちづくり、プレイスメイキング、エリアマネジメントという言葉がよく出てきます。リノベーションまちづくりは北九州市の事例で申し上げましたが遊休不動産となった建物の改修で終わるわけではない、これがまず1つポイントです。エリアの再生を目指している必要があります。2番目のプレイスメイキングは、先ほどサードプレイスという言葉も使いましたが、主には空地だと思っています。そこは公共の空地もあれば民間の公開空地も含むと思っていますけれども、その残念な状態になっている空地をつくり変えるということです。南池袋公園もその1つだと思いますけれども、それによって日常の賑わいや、豊かな時間を過ごせたり、イノベーションの創出につながることもあるかもしれません。そういうものに空地をつくり変えていくというのがプレイスメイキングです。最後のエリアマネジメントというのは完全にこの2つと切り離しているわけではないですが、この街区、このエリアをどうしていこうかというみんなの話し合いに基づい

て付加価値を高めるような活動をしていくというものです。

官民連携のまちづくりを何のためにやるのかといえば、地域課題を解決するためです。空間を使いこなすということも官民連携のまちづくりだからこそできます。そして居心地の良い場所をつくるということです。こういう取り組みをやろうと思うと官民連携が必須だと思っています。それによって効果としては雇用の創出、北九州市では 445 人の雇用を生み出しているという話ですし、地価も上がっていく。地価が上がると行政側では税収も増えますし、民間で言うと、なかなか投資できなかったところに対して新しいことにチャレンジしやすい環境が生まれます。そういうことが効果としてあると思っています。

人がちょうどいい感じで滞在したり遊んでいたり、のんびりしていたりという日常ができれば、そこに住みたいとか、その近くで働きたいとか、サードプレイスとしてそういうところをうまく活用して自分も豊かな気持ちになりたいとか、そういったことに街中がなっていて、途中で申しあげましたような好循環に入っていくのではないのかなと思いますので、是非これを皆さんと一緒につくっていききたいなというふうに思っています。

「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」の中間とりまとめについては、下記のリンクをご参照ください。

[https://www.mlit.go.jp/report/press/toshi05\\_hh\\_000249.html](https://www.mlit.go.jp/report/press/toshi05_hh_000249.html)

## 講演 2「まちの多様性を育むストリートデザイン」

横浜国立大学大学院 都市イノベーション研究院 助教 三浦 詩乃 氏

先ほど官民連携の話がありましたが、私は街路施策の研究者の立場で官の立場で話を進めていきます。まちの経営について考えていくと、行政の方々が今後立ち向かわなければならない課題について、オランダで作成されたダイアグラムでは 4 象限にまとめられています。市民のコンセンサスがあるかないかとか、あるいは情報があるかないかということで、この右下の「厄介な問題」が今後どんどん増えていくだろうと思われまます。それは単独の組織で解決できないことになるでしょう。つまり組織自体も従前にとらわれずに変化していかなければならないという状況になっています。

そういった社会の中では一人ひとりの生き方はどうなっているか。日本では人口が減少していくので 1 人当たりで使える空間が広がっていく、あるいは IT 技術の進展で必ずしも実空間だけではなくてバーチャル空間でもいろんなチャンスが生まれてくるという時代になっています。つまりチャンスもリスクも増えていくわけです。ではまちとしてはどこに投資をしていくかというところで、公共空間が出てくるわけです。チャンスを伸ばしてリスクを抑えるというところでなぜ公共空間かといいますと、これはアメリカの場合ですけれども、曜日ごとに目的別に過ごす時間と場所のデータを取ったものです。こうやって見てみると 3 分の 1 はまちにいる。そのまちの半分は公共空間です。公共空間というのは行政が持っている資産です。公共空間の中でも道路の空間はかなりの面積を占めておりまして、これまでは交通重視の空間でしたし今からも交通は大事ですけれども、暮らしに近いところは

暮らしに取り戻していこうということで、Reclaim the Streets というような動きが出てきました。その中で実験的な空間、創造的な空間としてのストリートの価値というところが見いだされてきました。

日本ではリノベーションによるまちづくりが進んでいる岡崎市で 1 メートルだけ活動をはみ出してみようとか、松山市ではアーケードのある商店街の中でリビングのような設えをしてみるという試みがされています。そもそも日本の住まい方というのは井戸端だったり軒下だったり、少しずつ外にはみ出すような間の空間があったわけですがけれども、それが戦後かなり失われてきてしまい、外とウチがかなり分断してしまっている。その「間」を創る空間を試したのが、岡崎や松山の話だったと思います。

海外の事例にいけます。ニューヨーク市の郊外において、高架道路で分断された沿道をつなぐために照明や植栽といったものとコラボレーションしたアート空間を少しずつ挿入していくとか、スペインのバルセロナ市では碁盤の目の街区で 9 ブロック分を 1 つの単位にして広場を 1 個持つというようなまちにしようという試みがされています。彼らがやりたいのは、今まで車が占拠していたところをうまく活用して人の生態系を取り戻していく、あるいは本当に環境的な意味での生態系もうまく改善していきたいということで、大きなビジョンを描いているわけですがけれども、都市計画のスケールで動かしていくには 10 年以上の時間がかかってしまう。公共空間をある意味ツボとして動かしていくと比較的 low コストで済むことなのでかなり住民の方々に実感がわくようなプロジェクトになります。

少しテクノロジー系の話になりますけれども、ボストンの事例ではハーバードなどの大学があるのでそこを発祥とするスタートアップ企業がアプリをつくったりしています。それらと公共空間のマッチングをして実験を行い、意見を収集しています。スマートシティが 10 年前に一度失敗しているということで、シーズ型でも現場の本当に小さい問題にちゃんと対応できてその課題を解決できたという実感が持てるような身軽なもの、そして手作り感があるもの、そんなテクノロジーを試験的に導入して、少しずつ課題をクリアして進めていくというような話です。一方、巨大企業の Google もやはり都市開発のアイデアを出し、トロントのサイドウォークラボというまちの将来像を展示した空間があります。

要するに公共空間での実験は、ある意味イノベーションを起こそうとしているとも言えるということです。地域ニーズを読み取るタイプと Google みたいに自分たちのバーチャル技術を実空間にレイヤーとして重ねて行って、そこでテクノロジービジネスを興していこうというようなタイプと 2 分されます。小さいものから共感を広げていくというようなことになっています。

その中で特にシーズ型の場合データをいかに取ってくるか、かつ大人数から取れるかというところが大事になってくるわけなのですが、施設内でも取れるはずだし、あるいはいろいろなデバイスを付けてもらえば取れる。しかし公共空間に注目しているという理由は、想定外の情報というのをここで発見できるからだと言えます。

イノベーションの話をしてきたわけですがけれども、イノベティブな都市空間の類型と

というのが実は既に2つにまとめられます。1つは、マーシャルの外部性というもので、要は企業城下町的に大企業、その下請けや関連企業が集結して、そして知識を波及し合うことで大きくなっていくというような、これが1890年代に言われていたイノベティブなまちだったわけです。1970年代にはジェイン・ジェイコブズさんが、イノベーションが起きるまちというところをまとめられていて、実は対照的なことをおっしゃっています。多くの業種の異なる中小企業が立地して知識を提供し合うことで従来の仕事と新しい仕事が混ざり合って分業して新しい仕事を生んでいくというところだと。ハイテク系についてはマーシャルよりもジェイコブズの唱えるイノベティブな空間で、企業が活躍し始めているというふうに言われています。彼女が言ったまち、多くの業種かつ中小企業が立地しているという点では、まさしくストリートはそういった空間を構成しているわけで、ある意味イノベーションを興す最小単位がストリートと言っても過言ではない。

今日私はストリートの担当なのでストリートの話をするわけですがけれども、やはり車が通り過ぎるだけの道というのはこうしたまちの財産を喪失していると、アメリカのほうでそういった気づきがあったということです。かつて私たちはアメリカから車文化を導入したのですが、彼らが変わってきているということです。道は行政にとって課題の最先端とみなされています。

では実際にどう変えていこうとしているかと、お話しさせていただければと思います。ストリートデザインというのは、日本だと結構景観のデザインのイメージが強いかと思いますが。それもすごく大事ですが、動線自体をオールユーザーのためにしようと。オールユーザーというのは車だけではなくて、歩行者や自転車、あるいは公共交通ユーザーのことになります。車を通すための空間がすごく大きかったところを、歩道部分を広げて横断距離を短くする、あるいは自転車のレーンによってドライバー側が注意喚起されて、歩行者の安全性が高まるというデータもあるので自転車を推進しよう、など。オープンカフェの空間もちゃんと置いていく。動線と現存の用途を一体的に考えて景観も良くしていくというような話になっています。

原則を3つまとめるとすると、歩道だけではなく、歩道と車道の関係を面的にみて、本当に歩行者、公共交通ユーザーあるいは自転車と車が、公平な関係にあるのかというところで見直していくべきだということです。

基本原則2、今までは歩道をしっかり確保すればそれでいいのではないかということでしたけれども、実際の歩行者の空間体験というのは歩道、沿道、車道、頭上の4面で環境を感じています。一体的にアクティブなデザインをするということがニューヨークで提案されているのです。

基本原則3、これはグランドレベルが大事という話で喫茶ランドリーの田中元子さんもよく言われている話です。先ほど出てきたジェイン・ジェイコブズさんが言っていた話ですがけれども、街路に人がいるとセキュリティが向上するよねということです。

プレイスをちゃんと作っていくとユーザーの体験が変わっていく。それがただのイベン

ト、単発だとそれで終わりですけれども、日常化していくと習慣や行動として少しずつ変わります。実際にそういったアクティビティのデータも取れる。そうすると需要予測型の都市計画からの転換ができるようになってくる。例えば地方都市において現在歩行者も自転車も公共交通もユーザーも少ないわけですね。少ないことを観測してそのデータで需要予測していても将来も配分が少ないまま。結局需要が少ないとみなされると、関係施設やプレイスに対する投資というのも非常に少ないままです。活動が活性化する閾値を超えるようにちゃんとバックキャストでプレイスに投資していかないと伸びない。これから、ビジョン型で街づくりをしていこうとイギリスやアメリカのほうで進んでいます。ということで本日の発表でまちづくりは変わってきているというところを皆様に実感していただければと思います。

きょうのお話でストリートデザインにご興味を持っていただけましたら、教科書的にまとめている本を出版しておりますので、お手に取っていただけたらと思います。

「ストリートデザイン・マネジメント：公共空間を活用する制度・組織・プロセス」学芸出版社

### 講演3「まちの人と作り育てるパブリックのかたち」

公共R不動産 コーディネーター（株式会社 nest 取締役） 飯石 藍 氏

私は公共R不動産という公共空間の活用に関するメディアのディレクターをやっていたり、nestという会社で豊島区の池袋のエリア価値を上げていく活動をしていたり、また、リージョンワークスという都市デザインの会社にも所属し、何足かわらじを履きながら活動をしています。公共R不動産というタイトルの本を出していて、国内外の公共空間の活用事例をたくさん紹介しています。

「公共R不動産のプロジェクトスタディ：公民連携のしくみとデザイン」学芸出版社

私が東京の池袋という場所で道路と公園を使いこなす実験をしてエリアの価値を上げているという話をしたいと思います。南池袋公園という場所です。リニューアルのプロジェクトが2017年から始まっていました。ターミナルシティから歩いてすぐのところにあるのが南池袋公園で、リニューアルの前はホームレスの問題もありました。この公園をいかにリニューアルするかという問題と、駅側で路上駐輪の問題もあったので、エリア全体として何か手を打たなければいけないという状況になっていました。

そんなときに東京電力の変電所が池袋の駅の反対側に元々あったのですが、その期間を終えて次の場所を探しているという情報を聞きつけた豊島区は、これをうまくこのリニューアルと掛け算できないかということを考えてリニューアルに踏み切りました。公園の敷地の地下2階に変電所を入れ、地下1階に駐輪場をつくり、地上は芝生の公園をつくるという形で、財源として税金に頼らずに運営できるというモデルでリニューアルをすることができました。下に地下鉄も走っているのでメトロの占用料と東電の賃料、さらにレストランからも賃料と売上の歩合が区に入り、そこから造園会社へ維持管理に関する委託費を支

払っているという構造になっており、サステナブルに維持管理できる公園をつくろうという  
ことで計画が進んでいきました。

コンペを勝ち抜いた地元のビストロがレストラン事業者として入居しました。その代  
表の方から声をかけてもらって、オープニングセレモニーをやることになっているので何  
か一緒に企画を考えてくれないかという相談を受けました。私たちは月に1回街の人を5  
人ずつ紹介するトークイベント「としま会議」を5年ぐらい前から始めていました。豊島区  
というとターミナルシティと思われつつも、実はすごく面白い人たちがまちにいて、その人  
たちにたくさん会うことができたのです。何か街のためになりたいとか、街のためと思っ  
ていなくても自分たちで何か誇りをもってそこに店を構えているという人たちがいるので、  
この人たちと協力して何か一緒に仕掛けていけないかなということを考えました。

大体公共空間というのは出来て完成セレモニーをして完成という形になることが多いの  
ですが、本来はそこからがスタートで、どうやってその価値や面白さを維持できるのかとい  
うところが本当に重要なので、オープニングイベントでは、南池袋公園でできることを見せ  
るようなコンテンツを企画しました。

<オープニングイベントの動画はこちら>

<https://www.facebook.com/watch/?v=997422733680390>

今まで芝生のある公園が豊島区にはなかったことから、この公園への期待値は高かった  
のです。公園のオープンと同時に家族連れが押し寄せました。滑り台があってそこで子ども  
たちが延々と遊びながらお父さんお母さんはここでビールを買って芝生でごろごろして見  
ているというような風景が日常的な風景です。夜は夜でまたカップルがここでお酒を飲み  
ながら語らっているなど、時間によって使い方は様々です。何かイベントがあるわけでもな  
いけれども、居心地がいいと思ってたくさんの人に来てくれる場所になっています。

南池袋公園の活動を続けている中で、次に着手したのがグリーン大通りという南池袋公  
園から40m離れた通りです。公園はリニューアルオープンして賑わいが生まれました。一  
方グリーン大通りは2016年に国家戦略特区の認定を受けておりまして、ここで例えばマル  
シェだったりオープンカフェだったり、アートイベントを開催することへの規制緩和がか  
かった場所になっていましたが、実際にはなかなかその動きは起きておらず、寂しい場所  
になっていました。沿道は銀行やオフィスが多いので、街にそもそも開いているという状況  
になっていなかったのです。

南池袋公園は公園緑地課が管理主体で、南池袋公園をよくする会という協議会が公園利  
用の検討を行っています。一方、グリーン大通りは都市計画課が管理主体、グリーン大通り  
エリアマネジメント協議会が活用主体になっているという構造ではあったものの、エリア  
が近いにも関わらずそれぞれの状況が共有できていませんでした。同じエリアのことを考  
えて動くので、横断的に連携いただく形で働きかけをし、私たちはnestという会社を立ち  
上げて、グリーン大通りを中心に、周辺の南池袋公園も一体で活用して賑わい創出をしてい  
くということで事業を実施することになりました。

「街を市民のリビング」というテーマで様々なプロジェクトを進めていきました。野外の映画上映や、ウェディングの企画実施をしてきました。そして毎月マルシェを開催しています。新しいことをやりたかったり、お店を持ちたいと思っても、豊島区の中心部では賃料が高いのです。ですからなかなか出店できるチャンスがないので、まずはマルシェで出店してお客さんも付けて次のステップで街中に出ていく。公園は公共の場ですから街の人がチャレンジする場所にしたいと思って取り組んでいます。

グリーン大通りにも居心地の良いしつらえを作るべく、ワークショップで屋台を作りました。またなるべく長い時間滞在してもらう仕掛けをつくらうということで、ワークショップをしたりとかハンモックを置いたりとか、ささやかですがそのような仕掛けも進めています。

さらに、グリーン大通りのコンセプトを“グリーンリビングストリート”とし、南池袋公園の居心地の良さがグリーン大通りにも波及する形で考えました。例えばワーカーが多いので、一瞬仕事して駅に行くためのスタンディングの Wi-Fi 付きカウンターがあるといいよねとか、コーヒーが飲める場所がないのでキッチンカーを呼んでお茶が飲める場所があるといいよねとか、グリーン大通りにあると良い機能が少しずつ見えてきました。それを実験する場として年に 2 回、IKEBUKURO LIVING LOOP という、グリーン大通りを主役にしたイベントを開催しています。100 店舗ぐらいの店舗に出店いただくイベントですが、仮説を検証するための実験としても行っています。

池袋はターミナルシティなのですが、私鉄が 2 本乗り入れているのでその沿線の経済圏の方々にも出店いただいています。まちの温度感・質感を保つために誰が関わるかということが本当に大事なので、皆さんが今後何かをやるときは是非そこを認識してやっていただけたらいいと思います。

こういった取り組みを続けていたら、豊島区としてグリーン大通りの植栽・照明整備の予算が付きました。豊島区では 4 つの公園を整備することで公園都市というビジョンを掲げていて、来年の春には全部出来上がります。ですからその目抜き通りになるこのグリーン大通りはもっと力を入れて取り組まなければならないということで、区としてもこの戦略に力を入れて今動いているところです。グリーン大通りは植栽整備だけでなく、電源と給排水設備が整備されることになりました。また、これまで実験していたストリートファニチャーについてもサークルベンチが設置されて、今はいろんな人がここでちょっと仕事をしたりおしゃべりをしたりするような場所になってきました。

これまでの取り組みの成果として、池袋に起きた変化としては、住みたい街ランキングで 1 位になりました。また子育てしやすい街ランキングで 1 位になりました。公共空間の利活用というのは直接的な成果を測りづらいのですが、やはりまちのブランディングと価値を上げていったということが、少しずつメディアへの露出であったり、周辺の賃料の上昇であったりということに反映されていますので、少しずつ街の変化が可視化されるようになってきています。また空間利用の変化としては公園に面する 1 階部分がオープンカフェにな

ってきています。

これまでのお話をまとめます。まずこのストリートマネジメントやエリアマネジメント、公共空間活用について、最初何からやればいいのかというと、まずはエリアの期待値を上げる小さな動きを重ね、そこからビジョンを何かしら表現する、この街でこうありたい、こんな風景がいいよねということ表現した上で、実験と検証を重ねて最終的に何かハードやソフトの整備につなげていくという形に進めていくというステップが重要です。

昨今ウォークアブルシティ推進が国土交通省でも言われていますが、本来はそれが目的ではないはずで、あくまで手段だと思っています。今定量的な指標でしかなかなかとらえ切れていないので、滞在時間、どれだけのアクティビティの種類や数、SNS やメディアでの露出、あとは周辺の空間利用の変化といった指標を設け、賑わいを作り出す検討ができればと思っています。そういった点も意識しながら今後の空間活用を考えていただけたらと思っています。

ハレの日とケの日の違いという点では、いかに日常的に居たくなる居心地がいい場所をつくれるかということを考えて、そのあとでそこで何かハレの日をつくり出すということが重要なのではないかと考えています。

エリアマネジメントやストリートマネジメントを考えるときに、行政においてもハードを担当している部署とソフトを担当している部署は違うので、意識的に連携をしてこのエリア全体を動かす体制を行政の中でも、また民間もいっしょにつくっていくといいのではないかと思います。民間はパブリックマインドを持ち、その街の価値を上げていくということも考えつつ適正な利益でちゃんと事業を進め、行政はプライベートマインドを持って民間のやりたいことをちゃんと後押しできる体制をつくるということによって、持続的な都市経営につながっていくのではないかと考えています。