

「まちなか広場」における空間マネジメントと利活用実態に関する研究

－「富山市まちなか賑わい広場（グランドプラザ）を対象として－

A STUDY ON PLACE MANAGEMENT AND ANALYSIS OF ACTIVITIES OF THE CITY PLAZA -A CASE STUDY OF GRAND PLAZA IN TOYAMA CITY-

都市計画分野 谷本翔平

本研究は、今後積極的な利活用が期待される「まちなか広場」の事例の「富山市まちなか賑わい広場（グランドプラザ）」を対象に、空間マネジメントの内容とその結果となるイベント時と日常時の利活用実態を明らかにするものである。その結果、空間マネジメントには‘人づくり’の視点があり、イベントは賑わい定着の手段から市民がまちづくりに関わる手段に、テーブル・イスが使われなかった日常が豊かなアクティビティが繰り広げられるときになっていることが明らかとなった。

The purpose of this study was to clarify the content of place management and to analyze of activities in event time and normal time for GRAND PLAZA in Toyama city which is expected to activate their local communities as one of the city plaza in the future. As a result place management was addressed from a viewpoint of personal development and event that the way to take it for granted that a bustle of activity became the way for city planning by the citizens, various activities were carried out in normal time when people had not used tables and chairs.

1. はじめに

（1）研究背景・問題意識

近年、公共空間を利活用することでまちに賑わいや文化を醸成し、中心市街地や地域の再生および魅力向上等に貢献することが期待されている¹⁾。しかし、我が国の道路や公園、河川区域といった公共空間は、その管理法などによって多くの制約が設けられている。最近では、規制の柔軟化の流れにはあるが、道路等はその本来の役割を無視することはできないため、イベント等による利活用を積極的に推し進めていくには未だ壁があると考えられる。このような中、道路法などの上位の管理法による制約を受けずに地方公共団体の条例だけで利用管理を行なうことができる場として、「広場」がある²⁾。そして近年は、積極的に賑わいを生む利活用を図ることを前提として、市街地に特定の空間形態を保証して新たに広場を整備する事例があり、このような広場は「まちなか広場³⁾」と呼ばれている。

また、近年、これまでのようなデベロップメント（開発）による都市づくりだけでなく、マネジメント（維持・管理）による都市づくりの必要性が認識されてきている³⁾。ましてや公共空間は、良く使われ、そこで

さまざまな活動が繰り広げられるようになるためには、その公共空間に即したマネジメントが必要になる⁴⁾。しかし、近年各地で進められているマネジメントは、「エリアマネジメント」を代表するように、一定の広がりをもった地域（エリア）を総合的かつ一体的にマネジメントするものであり、公共空間に即したマネジメントは十分に議論されていない。今後、人々に良く使われ、そこでさまざまな活動が繰り広げられることで、まちに賑わいや文化を醸成し、都市を魅力的にするような公共空間の整備を進めるためには、その公共空間に即したマネジメントの手法やそれによって得られる実態等を明らかにする必要がある。本研究では、そのような「都市に存在するさまざまな空間のうちのある特定のまとまった空間を対象に、その空間に密接に関わる主体が空間に特有の魅力を最大化するために、現在ある資源を合理的に扱い、その空間の関係者や近隣を巻き込みながら、それらにも成果が共有されるような魅力的な方向へ誘導すること」を「空間マネジメント」と定義する。そして、近年注目されている「まちなか広場」の空間マネジメントと利活用の実態を合わせて明らかにする必要があると考えられる。

(2) 研究目的

本研究では、「まちなか広場」の事例の一つである「富山市まちなか賑わい広場（グランドプラザ）」（以下GP）を対象に、空間マネジメントの変遷と姿勢をまとめ、その内容を明らかにする。そして、その空間マネジメントの結果として現状の実態を、日常時に関しては観察調査によって、イベント時に関してはイベント主催者へのヒアリング調査によって把握する。この2つをもって、GPの空間マネジメントの重要な点と課題点を明らかにし、まちなか広場における空間マネジメントの参考とすることを目的とする。

(3) 研究方法

研究の方法を以下に示す(図1、表1~3)。

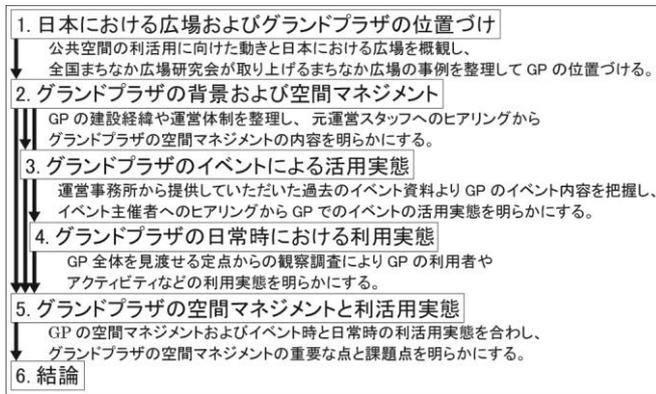


図1 研究の方法・流れ

表1 調査概要①

元運営スタッフへのヒアリング調査	山下裕子氏
対象者	榊ハイマート久留米新規事業室次長 / ひと・ネットワーククリエイター
プロフィール	元 榊まちづくりとやまグランドプラザ担当「グランドプラザ活用委員会」(2004年発足)からGPに携わり、2013年度まで榊まちづくりとやまのグランドプラザ担当を務める
調査日	2014年3月5日(水) 2014年7月16日(土) 2014年7月17日(日) 2015年1月6日(火)
調査内容	GPのオープン時の様子や取組、それによる変化、現在の様子 大事にしている心がけや考え方

表2 調査概要②

イベント主催者へのヒアリング調査	イベント主催者7組
対象者	イベント主催者7組
調査方法	直接対面方式
イベント分類	市・物産展 パフォーマンス・ライブ 祭り・パーティー 上映会・コンテストの4種
調査日	2014/10/25~10/31
質問項目	GPでのイベントについて(概要、目的、イベント時の様子、イベントによる効果、今後の展望等)

表3 調査概要③

観察調査	
調査日時	2014年10月29日(水) 10:00~18:45 2014年10月30日(木) 10:00~18:45
気候	29日:晴(18/7) 30日:晴(19/7)
対象者	調査対象空間の利用者
調査手順	調査対象地を定位置よりデジタルカメラで15分ごとに写真撮影する。この15分毎の写真撮影は、3方向をそれぞれ5秒間隔に3回撮影する。
分析手順	2番目に撮影した写真を中心に、その前後の写真と比較して、移動している「通行」か、立ち止まる「立位」か、腰掛ける「座位」か、判断する。また、利用者の「性別」、「年齢層」、「アクティビティ」、「位置」も記録する。

(4) 研究の位置づけ

マネジメントに関しては都市単位で捉えるもの⁵⁾が多く空間の視点は少ない。公共空間に関しては、利用者に焦点を当てたもの⁶⁾や管理⁷⁾、制度⁸⁾、設計プロセス⁹⁾に関するものが多い。本研究は、まちなか広場という特定の空間のマネジメントとその結果としてみられる利活用実態を合わせて考察した点に特徴がある。

(5) 研究対象

「全国まちなか広場研究会」によると、「まちなか広場」の事例は、全部で9件存在する(2015年1月現在)¹⁰⁾。本研究では、①建設時に廃道とし、新たに設けた条例のみで管理・運営をしており、②オープンから比較的相当の時間が経過している、この2点からGPを研究対象として選定する。以下にその事例を示す(表4)。

表4 まちなか広場の事例

事例名	富山市まちなか賑わい広場「グランドプラザ」	札幌駅前通地下広場「チ・カ・ホ」	浜松市キヤラリーモール「ソラモ」	シティホールプラザ「アオーレ長岡」「ナカドマ」
写真				
立地	富山県富山市	北海道札幌市	静岡県浜松市	新潟県長岡市
開設	2007年9月	2011年3月	2011年11月	2012年4月
設置目的	公共空間として再開発事業と一体的に整備することで、来街者の増加、滞在時間の延長、まちなかの賑わい創出を図る	集客交流の活性化、新たな産業育成及び独自の都市文化の創出に寄与することで、市民生活の質の向上を図る	浜松駅周辺において、市の玄関口にふさわしい都市の風格及び賑わいを創出するとともに、歩行者の円滑な通行を確保する	あらゆる世代の多様な自発的な活動を実現する場として、また、市民活動の「ハレの場」として、誰もが集い集う「市民交流の拠点」を目指す
管理主体	(株)まちづくりとやま	札幌駅前通まちづくり(株)	ソラモ運営事務局	市民交流ネットワーク「アオーレ」
規模	約1,400㎡ (約21m×約65m) 天井高:19m	区画:約520㎡歩行幅員:12m、 階間の空間:24㎡ 交通広場: 100㎡,110㎡,130㎡,300㎡	約2,700㎡ 天井高:20m	約2,250㎡
貸出時間	10:00~22:00	6:00~24:30	9:00~21:30	9:00~22:00
空間形態	「無し」 (「廃道」とし、条例で管理)	「道路」 (一部条例により広場)	「無し」 (「廃道」とし、条例で管理)	「敷地内」 (「条例」で管理)
事例名	なかいち広場・にぎわい広場	グランフロント大阪「うめきた広場」	姫路駅北駅前広場「キャッスルガーデン」	駅前太字線「バードハット」
写真				
立地	秋田県秋田市	大阪府大阪市	兵庫県姫路市	鳥取県鳥取市
開設	2012年7月	2013年4月	2013年4月	2013年7月
設置目的	広く秋田県民および秋田市民による賑わいと多世代交流の増進を図るとともに中心市街地における商業の活性化及び都心居住の推進を図ること	JR大阪駅に隣接する貨物ヤード跡地の先行開発区域として再開発、大阪を象徴するシンボル広場として世界中の人々が出会い交流する舞台	世界遺産・国宝姫路城を擁する城下町にふさわしく「城を望み、時を感じ、人が交流するおもてなし広場」というデザインコンセプトの下国内最大級の駅前広場を目指す	鳥取駅前の賑わいとなり、駅前だけでなく周辺商店街の賑わいと市民の交流の中心地となる
管理主体	あきたまちづくり共同企業体	一般社団法人 グランフロント大阪TMO	一般社団法人 ひとネットワークひめじ	新鳥取駅前地区商店街振興組合
規模	なかいち広場:約422㎡ にぎわい広場:約2,710㎡	構内スペース:約1,700㎡	ステージ:105㎡ 中央地下通路:230㎡	利用可能面積:約981㎡ 芝生:約290㎡
貸出時間	8:30~22:00	9:00~22:00	11:00~19:00	9:00~21:00
空間形態	なかいち広場:「共用部分」	「交通広場」	「交通広場」	「道路」(道路占用許可の特例で、テーブルと椅子を配置)

*宮崎県延岡市の事例は取組中のため不明

2. GPの概要

GPは、富山市によって2007年9月に整備された、面積約1400㎡(東西約21m、南北約65m、高さ約19m)の広場空間である。東西に接する立体駐車場と百貨店を建設した二つの再開発事業を組み合わせで整備されており、北は富山市最大の商店街である総曲輪通り商店街に接し、南には富山市内軌道線「グランドプラザ前」電停がある。上空は、ガラスの屋根に覆われており、天候に左右されない全天候型の広場となっているが、消防法上は外部空間とし、火気使用を可能にする等の自由度を高めている。

(1) 運営主体

当時は広場を指定管理する事例がほぼなかったため、富山市は運営を一つの実験と捉え、2007年9月から2010年3月まで、市の都市再生整備課が運営した。2010年4月より指定管理者制度を導入し、第3セクターである榊まちづくりとやまの運営に移行した。どちらも2~4人体制で平均年齢30代前半の若い人材が運営を担った。事務所は隣接する駐車場の2階にあり、運営スタッフは広場を容易に確認できる。

(2) 係る法制度

GPは建設時にその道路認定を廃止し、公園や広場としての都市計画決定や告示も行わず、その代わりに「富山市まちなか賑わい広場条例」を新しく制定することで、条例のみによる運営を行っている。できる限り制限をなくしたのは、「なるべく自由な広場にしたい」というプランナーたちの思いとともに、様々なイベントを実現するためであり、条例における禁止事項は広場の損傷・汚損と貼紙のみである。この貼紙も利用者に対する制限ではなく、広場で起こったことを文字ではなくコミュニケーションで解決しようといった運営スタッフに向けた決まりである。

(3) イベント使用形態

イベントによる使用時間は10時から22時までで、専用使用と行為使用の2種類の使用区分が存在する。専用使用とは、主に週末に行われる大がかりなイベントのことであり、使用予定日の1年前から1か月前まで予約が可能である。行為使用とは、移動販売車や路上ライブなどの一部を使用するもので、1か月前から予約が可能である。専用使用における使用面積は、全面、半面(S・H)、1/5面の3種4パターン設けられている⁽²⁾。使用料金は、使用区分や時間、平日・土日休日、使用面積、季節等に応じて幅広く設定されている。

(4) 使用手続きの流れ

GPでは使用手続きの流れを明確に設けている。しかし、仮予約はキャンセル料がなく書類不要の電話一本で承ったり、申請書の提出はメール・郵送・FAX何でも可能であったりと、簡単にすることで多くの人がイベントを催しやすいようにしている。

(5) 備品・設備

多様な備品を数多く用意しており、専用使用者のみであるが、全て無料で貸出している。これらは北側にある昇降式舞台の床下に設けられた収納庫の中に納められており、舞台を上げ下げすることで1人でも容易に出し入れできる。昇降式舞台はその名の通り舞台としての使用もでき、発表等のステージとしてフラットな状態から約1mまで自由な高さに調節できる。また、給水設備・電気設備やGPに映像を流せる大型ビジョン、邪魔にならないよう移動できるモバイルグリーン、軽量で可動のテーブル・イス等の備品・設備もある。

(6) コンセプト

平日は人が集まるまちの憩いの空間、休日はさまざまなイベントが行われるイベント空間として機能することを指すために、平日と休日で別々にコンセプトを設けている。このコンセプトはGPの関係者が一堂に会して、3時間以上の話し合いの末に完成させたものであり、関係者がこれからどういう場を目指すかしっかり意見を出し、共有し、確認するツールにもなった。

3.GPの空間マネジメント

このようにGPは、空間マネジメントの前提条件として、イベントがしやすい環境を整え、多くの利用者になるべく自由に活用できる枠組みを設けている。次に、GPにおける空間マネジメントの内容を元運営スタッフへのヒアリング調査によって把握し、以下のようにまとめた。

・まちなか広場の導入

オープン当時は、近隣の商業者や市民にとって広場はすぐに受け入れられるものではなく、GPにテーブルやイスを置いていても座ってくれる人はほとんどいなかった。一部の利用者には、吸い殻を捨てたり駐輪をしたり、自分勝手とも思える行為がみられれば、イベントをしても慣れない風習なために、参加して積極的に楽しむ人はおらず、クレームまでくる事態であった。このような中、運営スタッフは、使われないから何もすることがなく使われるまで事務所で待つといったような平穩の姿勢でいるのではなく、広場で打合せを行ったり、拍手や投げ銭をしたり、面するスターバックスで「スタバる」ことをして、積極的に広場に赴き、広場の使い方を享受した。このように運営側がまず見本となって広場を使うことで、「広場にあるテーブルやイスは無料で自由に使っていいものなのだ」と多くの人に認識させることができると同時に広場の使い方も見せることができ、多くの人の広場に対する意識を変えることができるのである。また、心苦しい行為をする利用者に対しては、決して排除する形をとるわけではなく、直接話し掛けることで理想とする広場の使い方へ誘導した。こうして利用者のできるだけ多くの人を巻き込みながら協力を仰ぎ、利用される広場へマネジメントしているのである。さらに、日常的な利用者を増やす手段として土日のイベント開催の徹底が必要と考えており、オープン当時はそのためのイベント主催者の増加にも取り組んでいた。イベントへのクレームに対しては、イベントの雰囲気を楽しむなどのできる限りの配慮と対応を行っていた。

このように、馴染みがない広場文化や新しい賑わいに対して多くの人が戸惑う中で、運営スタッフがまず変化を受け入れて、言葉ではなく行動で広場の使い方を示し、時には直接話しかけ、多くの人の意識の改革をオープン当時は行っていた。また、近隣への配慮とともに日常時の賑わいを呼ぶためにイベントの開催を徹底し、集客とイベント主催者の増加にも取り組んでいた。そして山下氏によると、現在は「ただ見守り、何かあったときにだけ、対処・助言・サポートをしている状況」にある。次よりオープン当時から一貫して大事にしている心がけや考え方をGPの空間マネジメントの姿勢として次の4点に集約した。

・ GP における空間マネジメントの姿勢

表 5 GP における空間マネジメントの姿勢

①日常を大切に	②子どもを大切に
日本には、いわゆるイベント広場が数多く存在するが、そういった場所は、イベント時以外ほとんど人に利用されない寂しい空地となっていることも多い。GPも、一見積極的にイベントと呼び込み数多くのイベントを実施してきたので、イベント広場といった一面もある。しかし、GPは富山市によって「賑わい拠点の創出」を目的に整備されたものであり、この賑わい拠点はイベント時限定の一過性のものでは創出できない。山下氏は、イベントはあくまで人がいなくなった中心市街地に人を呼び戻し、人がいる光景を定着させるための手段と考えており、市民が交流する日常時の広場の大切さを捉えている。そのため、どんなイベント時でも人の通行する空間を確保する約束をしていたり、日常的な利用者を不快にさせない配慮を行っている。	GPでは、大きなイベントが実施されていない平日において毎日のように実施しているつみ木広場で子どもの遊び場を創出している。これについて山下氏は、「まちなかに子どもの居場所は少ない」といううえで、「まちを好きな人の共通点は、子どものときにまちなかに遊びたいという思いがあることなので、いつまでもまちなかに遊びたいという思いを育てたい」と述べている。また、子どもの保護者となる親が行動範囲が狭くても豊かな生活が送れるようにいつも違う景色を創出することを心掛けている。子どもがいてくれることにより生まれる賑わいなどを考えている。このように、GPでは未来のまちづくりの担い手や、今の広場における賑わいづくりの一員として子どもの存在を大切に思っており、そのために子どもを大切にすることを意識している。
③GPにノーという文字はない	④見られていることを意識する
GPにはノーとは言わないようにする姿勢もある。これは、GP自体ができる限り制限を少なくした広場であるために生まれたものでもあり、喫煙者や駐輪する人たちへの対応で、運営スタッフは「ダメ」と「できない」ということを言わないようにしている。そして、イベントの予約が既にある日に対する学生からの学園祭のインフォメーションのハフオーマンズをしたしとする厳い申し入れにもできる限りの対応や取組を行ない、その解決に努めていた。そして、こういった姿勢により、GPは幅広いアクティビティを許容することができ、かつ、そこからは思わぬ賑わいも生み出している。	GPには、人に見られていることを十二分に意識する姿勢がある。例えば、山下氏は「『動かす』ということが重要」といううえで、「街の光景が日々変化し、その風景が娯楽になっている」と述べていたり、靴を脱いでもらえば貼紙による文字ではなく、「コミュニケーションで伝えることが楽しい運営を生む」といううえで、長靴を置くサインを採用していることから、見られているという意識を強くしており、その見られ方まで考えている。そしてGPは、常に誰でも通行や滞留ができるため、イベント主催者や利用者によって直接見せることで、それに即した様々な印象や気づきを与え、まちなか広場の魅力を総合的に向上させている。

4. GP のイベント時による活用実態

GP 運営事務所から提供していただいた資料より、GP でオープン時から現在(2007年9月17日~2013年3月31日)までに行われた過去のイベントの既存資料調査を行った。分析を行ううえで、イベントをその内容から以下の①から⑩の10種類に分類した。以下に、その分類内容と傾向を示す。

表 6 イベントの分類とその数

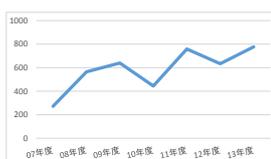
分類	件数									
	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	平均	計	
①ふれあい遊び・体験	20	97	259	147	231	195	192	163.0	1141	
②祭り・パーティー	13	22	18	30	43	36	58	31.4	220	
③市・物産展	26	30	18	35	23	31	21	26.3	183	
④ハフオーマンズ・ライブ	8	14	8	27	23	27	16	17.6	123	
⑤上映会・コンテスト	10	12	13	12	10	10	12	11.3	79	
⑥撮影	11	23	37	12	92	9	13	28.1	197	
⑦展示・セミナー	14	34	20	19	36	29	29	25.9	181	
⑧式典・PR	27	37	46	79	48	53	84	53.4	374	
⑨移動販売	134	284	214	59	234	236	343	214.9	1504	
⑩その他	8	11	6	24	18	8	9	12.0	84	
全体(件)	271	564	639	444	758	634	777	583.9	4087	
一日あたり(件/日)	1.38	1.55	1.75	1.22	2.07	1.74	2.13	1.69		

表 7 イベントの傾向

使用区分(件)	使用時間(件)										使用区分(件)			
	専用	行為	10~14時	14~18時	18~22時	10~18時	14~22時	10~22時	不明	全面	半面S	半面H	5分の1	行為
①	1129	12	5	5	11	703	11	394	12	260	343	54	472	12
②	215	5	4	2	68	22	1	123	0	123	32	4	56	5
③	155	29	8	4	1	42	0	129	0	75	29	12	39	29
④	87	36	23	18	4	33	8	37	0	39	21	6	21	36
⑤	74	5	3	5	1	13	1	55	1	57	15	0	2	5
⑥	56	141	20	92	3	48	1	29	4	32	14	0	10	141
⑦	153	28	11	6	1	39	0	124	0	74	45	8	26	28
⑧	151	223	49	27	7	176	1	110	4	56	38	5	52	223
⑨	0	1504	132	202	128	334	64	644	0	0	0	0	0	1504
⑩	28	56	7	5	1	58	0	9	4	8	11	4	5	56
計	2048	2039	262	366	225	1468	87	1654	25	724	548	93	683	2039

イベント数は増加傾向にあり、一日あたりのイベント件数の平均は1.69件/日と、ほぼ毎日何らかのイベントが行われていることがわかる。そして

図 2 イベント数の推移



②~⑤のイベントは長時間広範囲使用することで多額の使用料を支払うイベントが多く GP にとって重要であり、かつまちの文化にも関わるものであるため、イベント主催者7組にヒアリング調査を行ない、その活用実態を次のように把握した。

(1) イベント・イベント主催者

夫婦や友人、先輩等と一緒に協力して自分の職業とはほとんど関係のないイベントを実施しているイベント主催者と自らの職の延長線上にある内容でイベントを実施しているイベント主催者がいることがわかった。

(2) イベントを実施した契機・目的

イベントは他の主体から委託されたもののほかに、個人の思いがあり、それを実現しようとしたものもあった。つまり、市民にとってまちづくりに関わる手段にもなっていることがわかった。そして、GPはその個人の思いを促したり、まちへの思いを発せられる場になっていることが明らかになった。

イベント主催者の中にはできる前から期待していたり、歩いていて若しくは使ってみて実施したいと思った人もおり、「イベントのしやすさ」や「オープン後の様子」も契機に関わってくるということがわかった。

(3) GP を選択した理由

選択した理由としては、中心市街地にあるという「立地」、設備等の「イベント環境の良さ」、雨等による中止を心配した「天候への配慮」の3点があり、「天候への配慮」が一番多いことがわかった。

(4) 運営側とのかかわり

イベント主催者にとって運営スタッフはさまざまな役割を担う必要があり、具体的には、手助けやノウハウの提供をするアドバイザー、問題をしっかりと聞く相談役、イベント主催者と情報交換や人を紹介するコネクターといった役割が考えられる。

(5) イベント時の様子、年度ごとの変化

イベント時は、偶々通りがかった人が立ち止まって見たり、一旦別の場所に行ってから戻ってくるといった、まちなか故の特徴的な様子があることがわかった。一方、無作為に人が集まって GP が人でいっぱいになり、そういう状況を目の当たりにした人が帰ったり、二度と来なくなったりする問題もあることがわかった。

イベントを初めて実施したときは、営業によって出演者や出店者を集めていたが、回を重ねるごとに自然と人が集まってくるという変化が明らかになった。これは、出演者や出店者間につながりがあると同時に、GP が情報発信基地として機能しているといえる。

(6) イベントによる効果、周辺地域とのつながり

イベント主催者によると、効果としては、人とのつながりの形成といったお金に変えられない効果や、イベント後の周辺の飲食店の利用や宿泊による経済効果があることがわかった。また、周辺のイベントと連携したり、イベントが目目されることで共催申込等が入り、他会場でのイベントの実施等も可能になることがわかった。これは GP から他会場にイベントを広げることで、人や情報をまちなかで回遊させているといえ、

効果の一つである。一方、使用料が高いために赤字となったイベントもあり、悪い効果として上げられる。

周辺地域とのつながりは、隣接する商店街や近隣の店舗との関係性を考慮しているイベントもあるが、まだ連携にまでは繋がっていない。

(7) 継続する理由・今後の展望について

イベントを継続する理由として、意地や責任感等の曖昧な部分があったり、継続するか定かでなかったり、金銭面を理由に場所を移すものもあることがわかった。一方で、人と直に接することができることを辞められない理由としたり、周囲の期待や協力によってイベントを継続している人もいることがわかった。イベントの継続には、人とのつながりが大きく関わるといえる。

5.GPの日常時における利用実態

次に、GPの日常時における利用実態を観察調査により把握した。その結果を次より示す。

(1) 利用者数と利用者属性

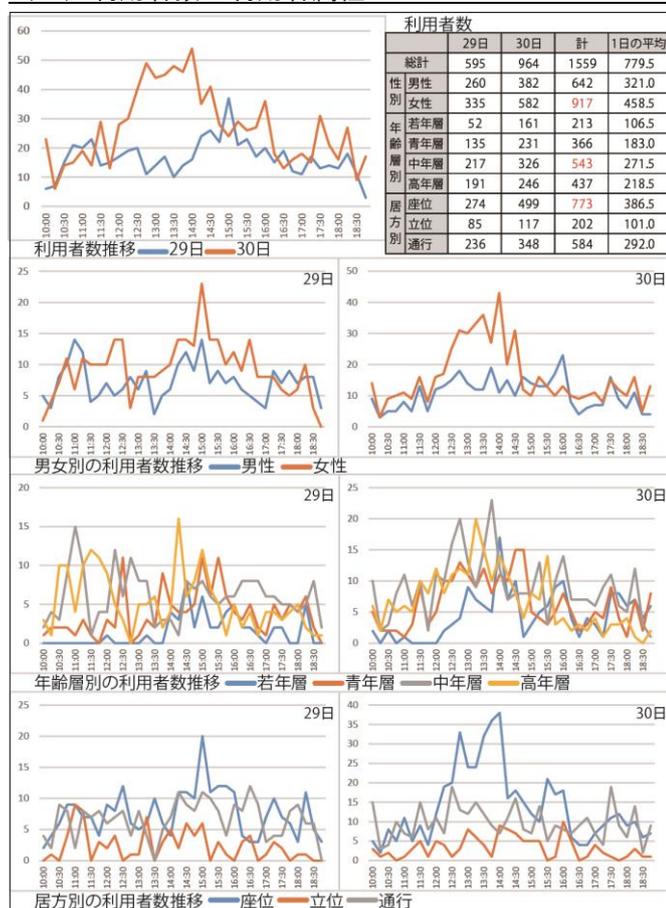


図3 各属性別の利用者数とその推移

2日間を合計して1559人、平均すると1日約780人の利用者がみられ、観察調査中に利用者がいなくなることはなかった。属性別に利用者把握すると、男女別では、2日とも女性の利用者の方が多かった。年齢層別にみると、2日とも中年層が一番多く、次いで高年層、青年層という順で、若年層が一番少なかった。居方別にみると、2日とも座位が一番多く、次に通行が多く、立位が一番少ない結果となった。

(2) 利用者のアクティビティ

通行においては、

表8 状態と伴うアクティビティ

通行		座位	
通行の状態	計 割合	座り方	計 割合
徒歩	544 93.2%	座る	706 91.3%
自転車に乗りながら	23 3.9%	足を伸ばして	10 1.3%
電動車イスに乗りながら	1 0.2%	車イスで	0 0.0%
自転車を押しながら	7 1.2%	カートを寄せて	1 0.1%
ベビーカーを押しながら	1 0.2%	自転車に寄せて	33 4.3%
台車を押しながら	7 1.2%	電動車イスを寄せて	1 0.1%
日傘を差して	1 0.2%	ベビーカーを寄せて	12 1.6%
通行に伴うアクティビティ	計 割合	犬を連れて	2 0.3%
眺めながら	15 34%	モバイルグリーンにもたれて	8 1.0%
話しながら	21 48%	座位に伴うアクティビティ	計 割合
携帯をさわりながら	8 18%	読む	225 25.5%
		電話する	10 1.1%
		寝る	9 1.0%
立ち止まり方	計 割合	携帯をさわる	68 7.7%
立ち止まる	179 88.6%	喫煙する	10 1.1%
自転車に乗りながら	8 4.0%	鞆を探る	10 1.1%
店先で	5 2.5%	読む	31 3.5%
座る前/立ち上がる	10 5.0%	会話をする	253 28.7%
座位に伴うアクティビティ	計 割合	飲食をする	126 14.3%
眺めながら	22 10.5%	携帯をさわる	4 0.5%
話しながら	59 28.2%	打ち合わせをする	8 0.9%
読みながら	1 0.5%	作業をする	20 2.3%
視察で	32 15.3%	書く	6 0.7%
写真撮影で	2 1.0%	子どもをあやす	3 0.3%
荷物整理で	12 5.7%	視察で	3 0.3%
携帯をさわりながら	8 3.8%	アンケートをする/受ける	3 0.3%
アンケートをする/受ける	3 1.4%	芝生・芝生付近で遊ぶ	77 8.7%
芝生・芝生付近で遊ぶ	35 16.7%	不明(立席)	15 1.7%
不明(立席)	35 16.7%	不明(座位)	15 1.7%

計7パターン3種類の通行の仕方とアクティビティが確認できた。通行者はただ歩くのではなく、子どもが遊ぶ姿を眺めながら歩いたり、友人等と横に並んで会話をしながら歩く姿が見られた。また、歩行だけでなく、自転車や、ベビーカーを押しながらなどの多様な通行もあることがわかった。

立位においては、計4パターン9種類の立ち止まり方とアクティビティが確認できた。アクティビティは、「話しながら」、「芝生・芝生付近で遊ぶ」、「視察で」、「眺めながら」の順に多くなり、これらで70%以上を占める結果となった。

座位においては、計9パターン17種類の座り方とアクティビティが確認できた。アクティビティは、「会話をする」、「眺める」、「飲食をする」、「芝生・芝生付近で遊ぶ」、「携帯をさわる」の順に多くなり、これらで80%以上を占めた。大きなイベントがなくても、個人の居場所となっていたり、数人の会話や飲食に利用され、多くの人の溜まり場として機能していた。

(3) アクティビティの位置

通行は百貨店を起点に行われていた。立位は主に何かの近くで行なわれており広く分布していた。座位はイスと芝生付近に集中しており、座位に伴うアクティビティはテーブル・イスがあるから初めて起こる行為だということがわかる(図5)。

(4) アクティビティと滞在時間

滞在時間に関しては、約30~45分間滞在している人が多く、アクティビティとの関係を見ると、その人たちは、「眺める」や「飲食をする」、「会話をする」などのアクティビティを伴っていた。

滞在時間	利用者数(単位:人)		主なアクティビティ
	29日	30日	
約30分	43	44	眺める、飲食をする、会話をするなど
約45分	14	43	
約60分	3	7	
約75分	1	9	
約90分	1	1	芝生・芝生付近で遊ぶ
約105分	1	1	
約120分	0	0	
約135分	0	0	
約150分	2	0	
約165分	1	0	
約180分	0	0	
約195分	0	0	
約210分	1	0	

より長い時間滞在する人のアクティビティは「芝生・芝生付近で遊ぶ」人たちであり、「つみ木広場」が長時間滞在させる要因となっていることがわかった。

(5) アクティビティと関係性

こうしたアクティビティは、すべて同じ空間で行われている。そのため、利用者は起こる出来事、たとえば昇降式舞台が上がる様子や放置された荷物、芝生で遊ぶ子どもの様子などを眺める様子が多く見られた。また、他のテーブルのイスが空いているのに、誰かが座っているテーブルのイスに座る相席の様子もみられた。つまり、利用者が自然と関係づく様子を確認することができた。

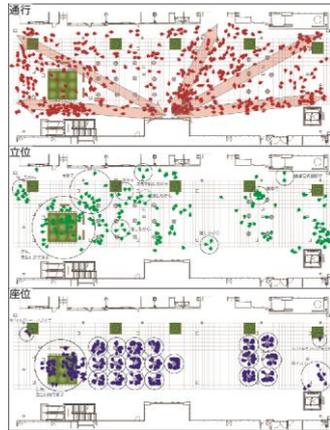


図5 アクティビティの位置

利用者が自然と関係づく様子を確認することができた。

6.GPの空間マネジメントと利活用実態

GPの空間マネジメントと利活用実態を図化し示す。

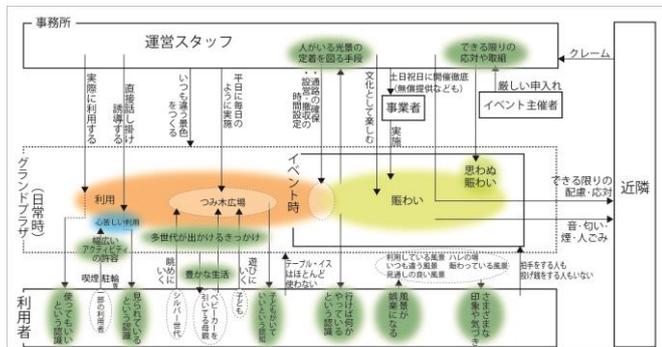


図6 GPの空間マネジメントの内容

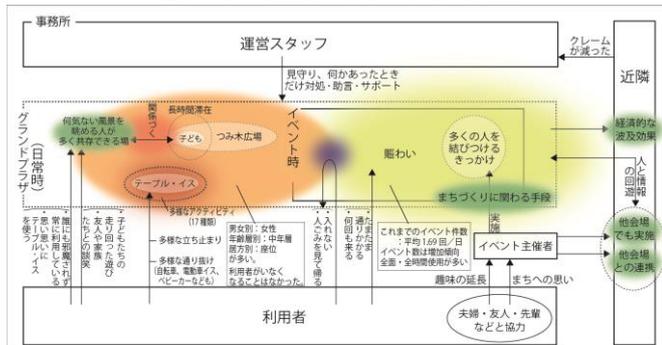


図7 GPの利活用実態

GPの空間マネジメントは、運営スタッフがGPに赴き、テーブルやイスは自由に使っていていいということを教えることから始まっている。そして心苦しい行為をする利用者にも直接呼び掛け、GPに対する新しい意識を構築していた。つまり‘人づくり’の視点があったといえる。その結果、利活用実態によると、日常時では多くの人が思い思いにテーブルとイスを使い、時を過ごす空間になっていた。また、イベントは賑わいを定着させる手段からまちづくりに関わる手段や人を結びつけるきっかけにまでなっていた。しかし、イベント時には想定以上の人を呼び集め、入れない人やそれを見て帰ってしまう人もいることがわかった。

7. 結論と考察

本研究は、GPの空間マネジメントとそれによる利活用実態を明らかにした。GPの空間マネジメントは、事務所の机上を離れてGPを実際に使うことにまず重きが置かれていた。そして、4つの姿勢とともに利用者に対して直接呼びかけ理想的な使い方へと誘導するような‘人づくり’の視点が重要であるといえ、それによって、多くのイベントとともに日常時にも多くの人が訪れ、豊かなアクティビティによって利活用される場になっていた。また、イベントも賑わいを定着させる手段から市民がまちづくりに関わる手段に変化していた。しかし、イベント時には想定以上の人を呼び集め、入れない人などもあることがわかった。つまり、普段の利用者を締め出してしまう可能性もあり、今後は日常とイベント両者の共存を図る必要がある。そのためには、‘人づくり’の視点を大事にしつつ、GPの空間は一定のために、はみ出した賑わいを受け止めることができるような近隣との関係づくりがまちなか広場としての今後の発展につながる課題といえる。

■補注

- (1)「まちなか広場」について、その今後の展開と可能性について検討を進めている「全国まちなか広場研究会」によると、「まちなか広場」は、「空洞化が憂慮される地方都市の中心市街地において新しく誕生した有力な活性化の手法であり、これまでになかった中心市街地活性化の切り札」と考えられている。
- (2)「S」と「H」はそれぞれ「総曲輪通り側」(北側)と「平和通り側」(南側)の頭文字となるアルファベットであり、百貨店出入口の中心部を半面の境としている。

■参考文献

- 1)都市づくりパブリックデザインセンター(2007)、「公共空間の活用と賑わいまちづくり：オープンカフェ/朝市/屋台/イベント」,学芸出版社
- 2)都市計画協会(2012)、「広場の利用・管理に関する研究会 報告書」,
(<http://www.tokeikyuu.or.jp/research/index.html>),2014/10/18閲覧
- 3)小林重敏編(2005)、「エリアマネジメント地区組織による計画と管理運営」,学芸出版社
- 4)Project for Public Spaces(鈴木俊治・服部圭郎・加藤潤訳)(2000)「オープンスペースを魅力的にする-親しまれる公共空間のためのハンドブック」,加藤源監訳,学芸出版社
- 5)浅井孝彦・森田佳綱・内海麻利・小林重敏・南珍(2002)、「大都市都心部におけるエリアマネジメントの実態に関する研究」,日本都市計画学会学術研究論文集,pp.601-606
- 6)北山剛・平野勝也(2002)、「公園・広場の利用者行動分析」,土木計画学研究・論文集,(20),pp.401-408
- 7)井澤知旦・浦山益郎・清水奈緒(2004)、「道路空間(歩道)の地域共同管理の可能性に関する研究—公共空間の公共一元管理から地域共同管理・運用への移行に関する研究—」,日本建築学会計画系論文集,pp.109-116
- 8)渡辺直・北原理雄(2000)、「街路空間のオープンカフェ利用の試みに関する研究-広島市平和大通り,横浜市鶴見駅西口の事例を通して-」,日本都市計画学会学術研究論文集,pp.1105-1110
- 9)大久保裕文・若林時朗・西山徳明・井上陽介(1996)、「市民広場建設の計画設計プロセス—鹿児島県大口市の「大ロスクウェア」の場合—」,日本都市計画学会学術研究論文集,pp.655-660
- 10)全国まちなか広場研究会HP(<http://machinakahiroba.com/>),2015/1/20閲覧

討議

討議 [内田先生]

2 つあります。詳細に利用実態を調べているので期待した通りのことが多数見られていると思いますが、期待しなかったような、意外とこんなものとか、発見したものなどがあれば教えてくださいというのが1つ。類例として商店街とかが公道を毎週使って何かイベントをやるのと似ていると思いますが、それと違う特徴のようなものがあれば教えてください。

回答

黄色い帽子を被った小学生たちが GP でアンケート調査をしており、ご高齢の方が一人で座っているテーブルのイスと一緒に座っているいろいろ聞いている様子が私にとっては意外なアクティビティでした。

GP のイベントは、そのイベントによって直接利益を得ようとするのではなく、賑わう光景を定着させるために実施していたり、もともと誰にも邪魔されずに心置きなく居ることができる広い場所を備えているといった目的と空間の2点に異なる特徴があります。

討議 [内田先生]

空間をマネジメントして人を寄せるということなら商店街とか他のところでも適応可能な知見はあるのか。

回答

重要な点として‘人づくり’を上げたが、「誰か座ってないと自分も座りにくい」とか「誰かが積極的に楽しんでないと自分だけでは恥ずかしい」などのなんとなく共感できるけど、それほど重視されていない人の習性に着目していたり、「子どもの遊び場が少ない」や「ベビーカーを引く母親の行動範囲は狭くなる」などの人それぞれの特徴について考えて、それを改善したり、それでも満足させたりする空間や設えを作っているという知見は、他のところでも適応可能だと思います。

討議 [吉田先生]

アクティビティの位置の通行の矢印はどのように付けたのか。

回答

小さい図で見えにくくなっているが、プロットしている点にはそれぞれ向きがついており、それらを大きく見ると、このような矢印になるということで付けました。

討議 [吉田先生]

通行と止まっているので考察するだけでも随分と思っていることが表現できると思う。要は動いている方はそちらの方向へ向かっている。それに対して、止まっている方はどちらの方に向いているのかで注視点がどちらにあるのかが表現できるから、是非その辺りから違いを述べてほしかった。

回答

本研究では、通行・立位・座位のそれぞれがどのような場所で行われているのかを把握するために図5を作成しました。

討議 [瀧澤先生]

屋根がガラスで幅も広いので、通れるし立ち止まっても邪魔にならない。だからいろいろできて空間のキャパもあると思うけど、調査してどう感じたか。

回答

確かに、空間は広く屋根がかかっているけどガラスなので、雨雪には濡れずにかつ人工照明では作れないような透き通った明るさや自然な暗さを有しており、魅力的な空間だと思いました。しかし、限られた空間でもあるので、イベントをするとすぐに人で溢れかえってしまい、通りにくそうに歩く人やイベント主催者が観客を誘導する様子も見られました。そのため、課題にも上げたように、近隣との関係づくりが必要であり、魅力的な一つの空間のキャパに頼るだけでは限界もあると感じました。