

●都市計画と交通施策について

団員 白石 勇二

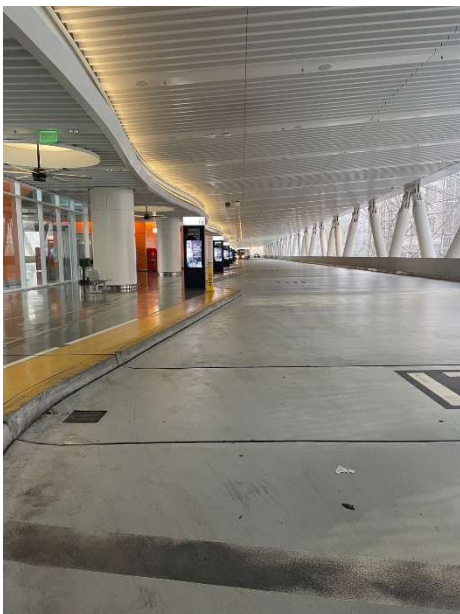
1月23日、視察3日目はサンフランシスコ・ダウンタウンに位置する交通ターミナルビル「セールスフォース・トランジットセンター」を視察した。

気温は10℃くらいで想像していたより暖かい場所からスタート。



(セールスフォース トランジットセンター)

「セールスフォース」の由来はコンピューターの営業を助けるソフトウェア企業であるセールスフォースが25年間のネーミングライツ(\$142million 現レートで約200億円)を取得し名称が付与された。



(バスターミナル)

バスターミナルへ移動したがコロナ禍の影響でズームなどでのオンライン会議等が定着して人の通りが少ないことに驚いた。

また、アメリカは車社会で自家用車で行動する人が多く、急にバスを利用することにも抵抗があり当初の目的のひとつでもある渋滞緩和には貢献できていない状況とのことであった。

市民の評価については、コロナ禍前の25%しか利用していない現状で施設について

はシンボルにはなっていて大好きだけど使わないとのこと。

採算については当然赤字ではあるが今後レストラン、イベント事業、テナント料の収入増を期待しているようで現在は苦しい状況であるが市民はいつか回復すると願っている。

1906年と1989年の大地震があったが、そのような自然災害からも立ち直ったこともあり乗り越えられると信じているとのこと。

人の流れをつくり利用者を増やす試みとして、空きビルが多くあるので大学、専門学校等の誘致に動いている。

セールスフォース・トランジットセンターは1989年大地震が起きた時から計画され実際は約30年かかっている。

背景として1990年～1995年はサンフランシスコベイエリアがドットコムバブルと言われITの最初の波でITで盛り上がり、数多くの利用者が来ると予想したが結果はそうではなかったようだ。

総工費2,450億円をかけ2018年8月、着工から8年の歳月をかけて完成した。

この施設の大きさは長さ440メートル、幅50メートルの大きさで地上4階、地下2階の建物で、1階がロビーでグランドホールと呼ばれているがベンチやトイレもなく殺風景である。これはホームレス対策になっていると同時に特徴の一つとして1階メインロビーの中央部分には筒型で明かりが入りやすい造りとなっており、自然に光が入るようになっていることからあま



(1階メインロビー)

りエネルギーを使っていないエコな施設になっている。

2階はレストランやショッピングセンターが入っていたがコロナの影響で未だ閉鎖中で今後テナント等の交渉が行われる予定。

3階はバスターミナルで長距離路線バス、通勤バス、サンフランシスコ市営交通など路線バスのみが乗り入れしているが、時間帯もあるのかバスや人はほとんどいない状況であった。

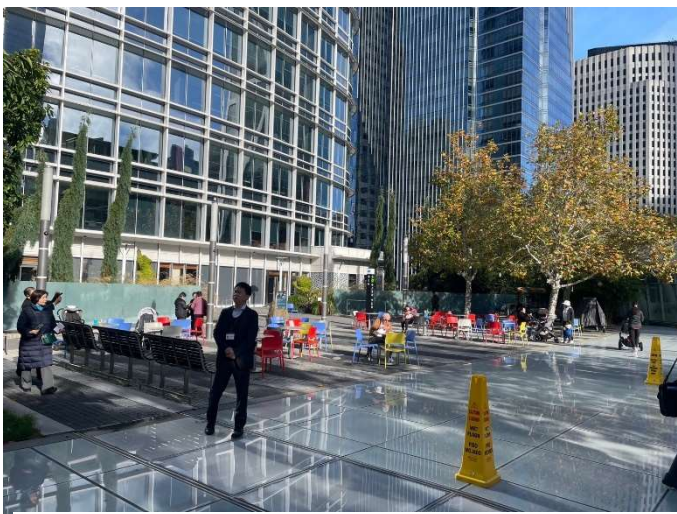
4階は庭園になっていて総面積が約21,853㎡の広さで600本の木々と1,600本の草花で彩られている。

休憩やレクリエーションに利用可能で園内を一周することができ、全長880メートルの通路があり疲れたら休憩できるベンチも多数設置されている。遊び心的に通路横には噴水施設があり楽しみが増す造りとなっている。

また、芝生広場も設置され芝生を有効活用したヨガ教室やステージを利用したの様々なイベントが開催されている。



(4階 庭園)



(4階 広場)

4階広場は隣接するビルと連結していろいろな方面から利用できるようにしておりテナントを入れることで収入を増やす工夫をしている。

朝から夕方は子供連れや働く人の憩いの場所として、夜は仕事帰りの人が軽く飲食が

できるなど曜日と時間帯での利用が明確になっている。

今回、セールスフォース・トランジットセンターを視察して施設ができることで環境が変わった時にどう対応できる施設になっているかを学んだ。

松山市でも令和4年5月に松山駅交通拠点機能強化検討会を立ち上げバスタプロジェクトも整備方針が策定され、今後、事業計画を策定し事業化を目指していくと思うが施設が出来て完成ではなく5年後、10年後の将来を見据えた可能性の広がる施設になることを期待する。