

I 第2回専門部会の振り返り

(1) 第1回専門部会の振り返り

(2) アンケート結果の報告

- 1) 調査概要
- 2) 所有資産の状況（暮らし）
- 3) 利用の状況（来街）
- 4) L字地区の将来イメージ
- 5) 再開発への期待・関心
- 6) 結果まとめとL字地区のキーワード

○L字地区のキーワード

- ①暮らし（居住）と賑わい（商業）の共生
- ②表（アーケード）と裏（路地）の共生
- ③各拠点（松山中心部）の共生

○主な意見

◇L字地区の現状評価について

- ・商業と住宅の両方が集積しつつある点が珍しいと思う
- ・スーパーが1つしかなく、不便かと思っていたが、意外に評価が低くないので驚いた
- ・「買い物+α」という行動に対して高い評価が得られているのではないか
- ・目的無く立ち寄れる店が多く、敷居が高くない店が多いことだと思う。店員の感じも良い。雑貨屋などが多く楽しめる街
- ・買い物頻度の高い人がどんなものを欲しがっているのかについてよく分析すべき
- ・「老舗の店が多い」というイメージの捉え方が難しい（良い店なのか、目新しくないのか）
- ・今L字地区内に欠けている機能をどのように補うのかという視点が必要ではないか

◇L字地区を利用する人について

- ・L字地区への立ち寄りだけでなく、**松山市駅周辺から大街道周辺**まで歩いて回る人もいるのではないか

◇L字地区の将来イメージについて

- ・再開発への期待度は高い結果であったが、その**具体イメージが共有化されていない**ので捉え方が難しい

◇L字地区のキーワードについて

- ・「暮らし(居住)と賑わい(商業)の共生」に、「**良い時間を過ごす**」といった内容を加えてはどうか

(3) 先進事例の報告

○事務局説明内容

- 1) アーケードを活かした事例



【丸亀町商店街(高松市)】

出典：月刊事業構想HP
(<http://www.projectdesign.jp>)

- 3) 路地空間を活かした事例



【プレーゴ(金沢市)】

出典：金沢商業活性化センター（TMO）資料

- 2) 広場空間を創出した事例



【ランドプラザ(富山市)】

出典：総曲輪通り南地区市街地再開発組合資料

- 4) 低層部のにぎわいを誘導する事例



【札幌駅前通北(札幌市)】

1階へのにぎわい
用途の誘導

低層部セットバックによる
歩行空間の確保

出典：札幌市ホームページ

○主な意見

- ・目的性のある集客機能は必要。子どもから高齢者まで幅広い世代にやさしい施設にしてほしい
- ・公民連携を図ることと、人が集まる仕掛けを組み込んでいることが成功事例のポイントではないか
- ・近江町いちば館など、市民が利用する施設を観光客も利用するという点で面白い視点だと思う
- ・表と裏を同時に考えることが重要であり、裏を守っていくための仕組みに関する事例を知りたい
- ・地元が求めるコンパクトな街と、市民が求める広域型商店街という異なる視点に折り合いをつけるか

(4) 施設需要の検討

○事務局説明内容

- 1) 施設需要調査の目的・概要
- 2) 事業者ヒアリングの内容

(5) 今後の進め方

○事務局説明内容

- 1) 今後の調査・検討の流れと専門部会の開催内容（案）

○今後の進め方等、全体を通した主な意見

- ・アンケートの中で、**銀天街周辺が他の街と比べて支持が低い**現状について、どのようにしてより良くしていくかの**方針を出すことが専門部会の目標の一つ**だと思う。

(6) アンケート結果の分析

◇L字地区への来街頻度が高い人の特徴

- ・女性が多い
- ・20代以下の層の来街頻度が高いが、30代以上は高くない
- ・中心市街地の居住者の方が来街頻度は高い
- ・交通手段としては、「徒歩」や「自転車」が多い(来街頻度が低い層は「自動車」が多い)
- ・来街頻度が高い方が滞在時間は長い(月1以上の平均113分、月1未満の平均77分)
- ・来街頻度が高い方が「1人」での来街が多い(来街頻度が低い層は「家族」が多い)

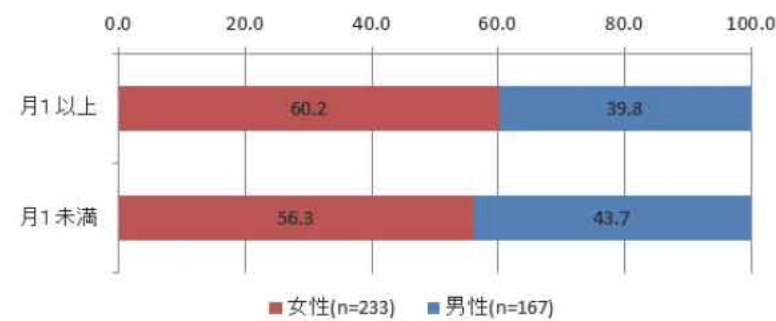


図1 性別×来街頻度

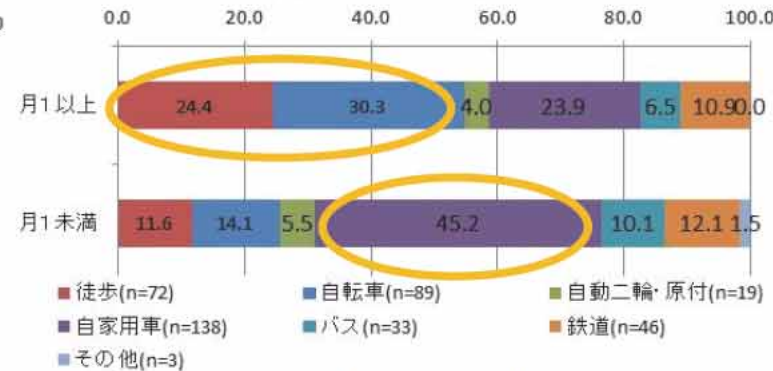


図4 交通手段別×来街頻度

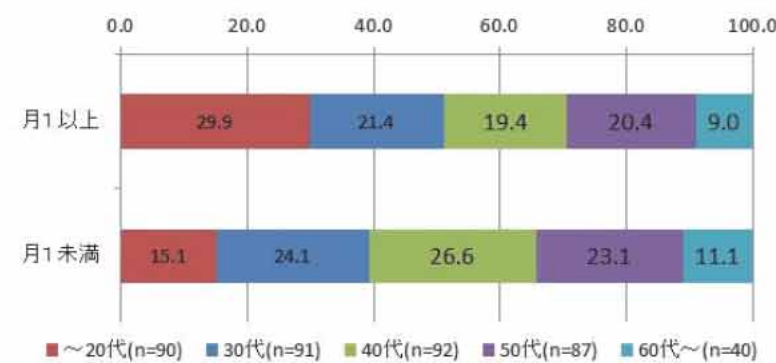


図2 年代別×来街頻度

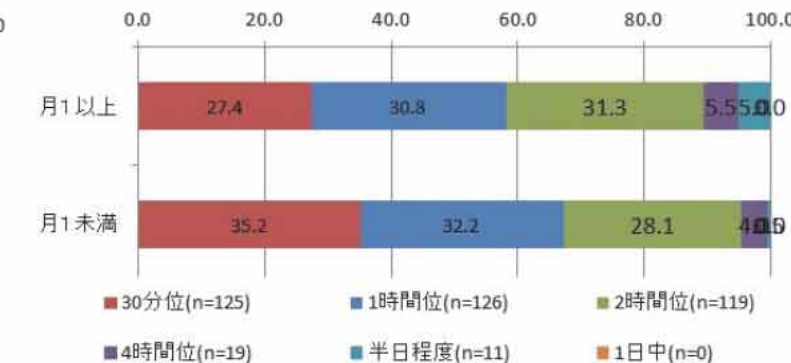


図5 滞在時間別×来街頻度

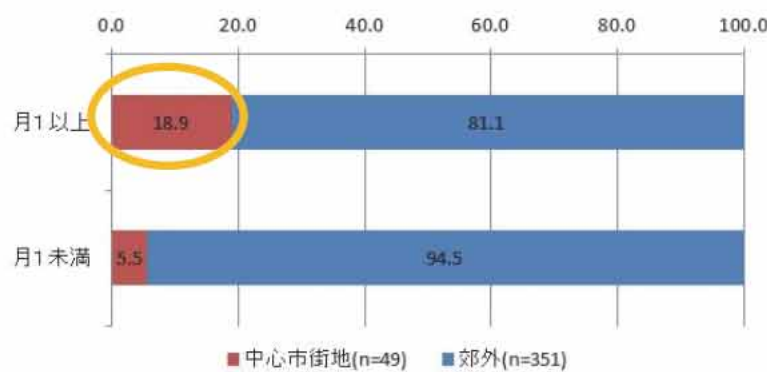


図3 居住地別×来街頻度

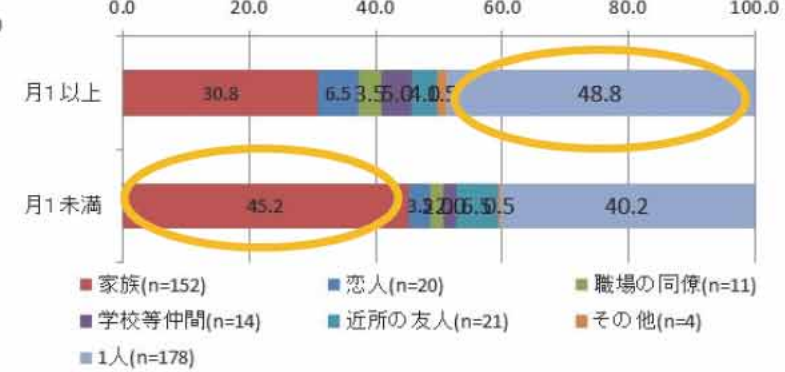


図6 来街する相手別×来街頻度

◇L字地区への来街頻度が高い人が求めているもの

- ・ホームセンターやレストラン等に加え、CD・本屋等を求める意見が多い
- ・休憩スペースや自転車置場、保育施設等を求める意見が多い
- 現状不足している要素に加えて、生活の基盤となる施設を求めるニーズが高い

◇L字地区への来街頻度が低い人が求めているもの

- ・飲食店や駐車場を求める意見が多いが、それ以外は来街頻度が高い人が求めるものと傾向は同じ
- 駐車場の改善を求めるとともに、様々な機能の充実を求めるニーズが高い

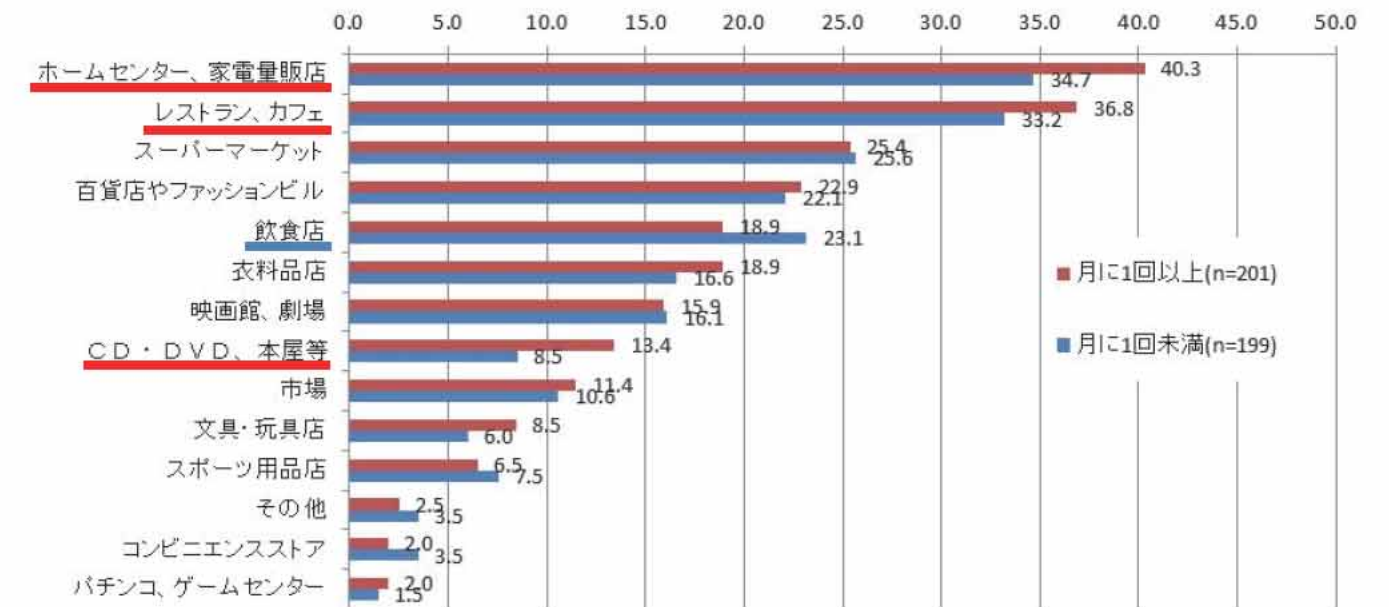


図7 不足する商業施設×来街頻度

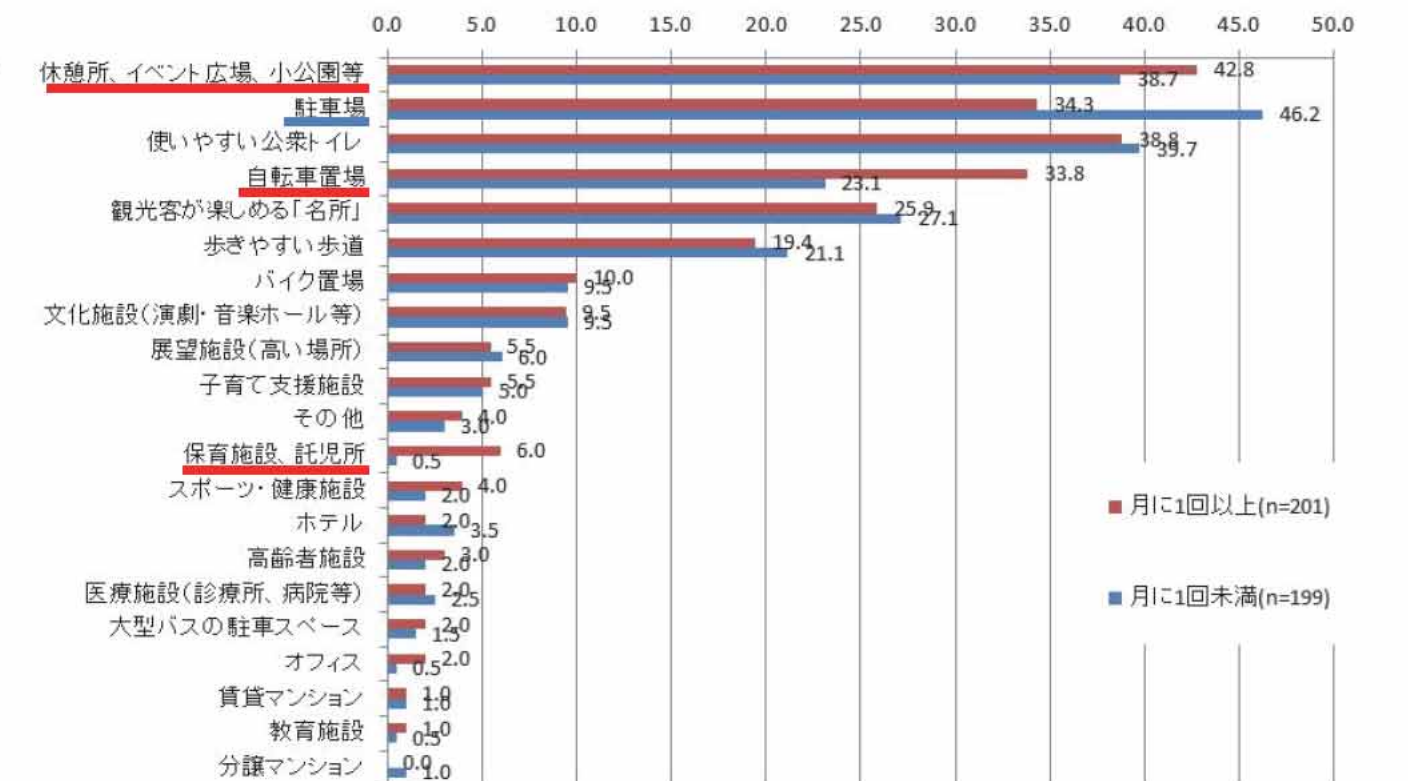


図8 活性化に必要なもの×来街頻度

(7) 路地を活かしたまちづくりの事例

a. 既存の路地を活用した事例

民間資本で、統一的な景観コンセプトに基づき、**連坦した町屋風建物を整備**した事例
道路空間も石畳により高質化



柳小路 (東京都世田谷区)

地区に残る**蔵**や**古民家**を、地域の建築家などが組織化して**再生 (リノベーション)**した事例
 HOPE事業 (修景工事補助制度) も活用して古民家やまちの修景を図っている



空堀地区 (大阪市中央区)

出典: 大阪市ホームページ

b. 新たに路地を創出した事例

敷地内に通り抜け可能な小路と中庭を整備し、周りにショップやレストランを配置
表と裏を結ぶ新たな回遊動線を創出



プレーゴ (石川県金沢市・再掲)

出典: 金沢商業活性化センター (TMO) 資料

イタリアのトスカーナ地方の小さな街をモチーフに**立体的な路地空間**と商業施設を構成
 街の**入口に広場**を設け、石畳や植栽、ベンチ、噴水など高質な雰囲気 연출



出典: チネチッタHP

ラ チッタテッラ (神奈川県川崎市)