

銀座通り歩行者優先道路社会実験実施業務委託に係る公募型プロポーザル 技術提案

■背景と課題

平成25年度調査では、パークタウンの理念に沿った銀座通り周辺の将来像の検討とその実現の第一歩となる歩行者優先道路化の社会実験実施に向けた計画が作成されています。

しかし、H25調査の検討委員会では、「**社会実験の目的と目標は何か**」が問われており、本計画では、昨年度計画をベースに、さらにブラッシュアップさせ、上記の問いに明確に答えられるものとしていく必要があります。



社会実験が行われる道路

■業務実施の基本認識（着眼点） ～今回の社会実験の獲得目標は何か～

～ いかにして社会実験を成功させるか ～ H25業務で作成したプランにどう生きたコンテンツを入れるか

本社会実験は、「現状の交通体系を維持しながら、歩行者にとって快適な空間をつくり、日常的な賑わいを創出する」ことが目的です。そのために求められる達成目標とは、ズバリ、**H25業務で作成したプランにどう生きたコンテンツを入れ、「いかにして社会実験を成功させるか」**です。

しかし、「どうしたら成功といえるのか」「そもそも誰にとっての成功なのか」。

本業務を進めるにあたっては、こうした基本認識にたち、以下の**3つの実施方針（着眼点）**を提案します。



前提条件と提案

提案

本企画提案では、平成26年9月実施を前提としますが、準備期間が短く、スケジュール的にややタイトであるため、“生きたコンテンツ”の導入や円滑な事業推進のために、できれば、もう半月～1ヶ月程度の期間の余裕があれば、望ましいと考えます。

方針1

～ 中心商店街に波及する実験として成功へ ～  
中心商店街への回遊を生み出す集客を促す

○「何のための歩行者優先道路化か」をもう一度、原点に立ち返って考える必要があります。将来は、現在整備が進められている駅周辺の動きとも関連させ、歩行者優先道路化によって、中心商店街に回遊性や賑わいをもたらすことが必要です。



整備が進む自由通路



本社会実験は、中心市街地活性化の一環と捉え、今回の取り組みによりいかに中心商店街へ賑わいをもたらすか、そのきっかけをつくるのが重要です。そのために、将来の駅周辺の人の流れの変化なども見越しながら、まず、**本社会実験期間中の中心商店街に回遊を生み出すような取り組み**を提案し、社会実験に組み込みます。

獲得目標：●来街者数の拡大（中心商店街全体を含む）

方針2

～ 沿道商業者の主体性をつくる実験として成功へ ～  
沿道商業者が自ら動く企画を短期間で作成する

○単に社会実験期間中のみ、集客があっても、本格実施時において、果たして日常的な賑わいができるかが課題となります。継続的な賑わい形成に向けては、その空間に近接する沿道商業者等がどうその空間を捉えていただけるのか、その意識づけが鍵となります。



近接する商業店舗



本社会実験では、準備期間は短いですが、**限られた時間の中でできるだけ地域を巻き込み、主体性をつくりあげ、沿道商業者等自らが動けるようなコンテンツ**を社会実験の中に組み込んでいきます。

獲得目標：●沿道商業者等の満足度  
●関係する沿道商業者数の拡大

方針3

～ 将来のパークタウン化実現に向けた実験として成功へ ～  
実験を契機に民間施設の賑わいを誘発させていく

○近年、銀座通りには、新しい店舗が立地し、様相も少しずつ変化していますが、まだ単発的で、継続的に賑わい創出には、さらなる繋がりが必要です。本社会実験でも「来街者数が増えた」「沿道商業者が多く関わった」だけでは、一過性であり、賑わい継続にはつながりません。



近年開店した店舗



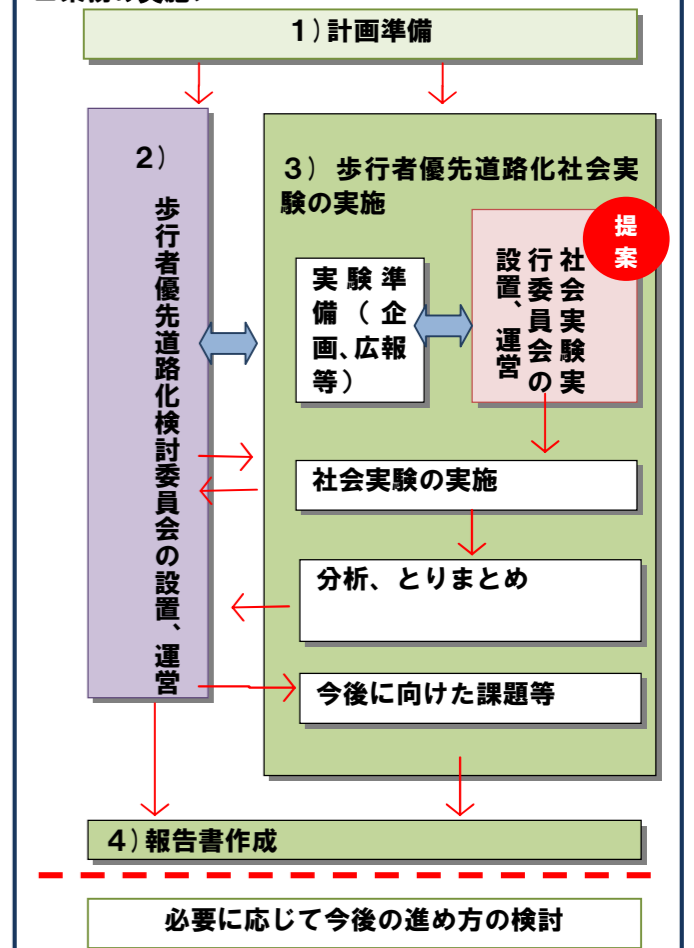
本実験を契機に、**周辺の民間施設の賑わいをさらに誘発させていく動き**ができれば、理想です。本社会実験では、**市民等の評価を高め、必要に応じて、後発の他のイベントともリンクさせながら、継続的な賑わいを誘発させていく**ことを提案します。

獲得目標：●市民等（来街者）の満足度  
●後発他イベントとのリンクによる賑わい誘発

■業務の実施フローとスケジュール

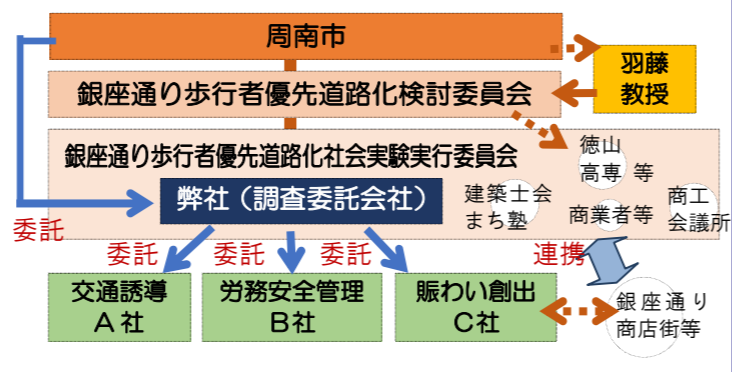
	平成26年度						備考	
	7月	8月	9月	10月	11月	12月		
1) 計画準備		計画準備					1月～3月	
2) 歩行者優先道路化検討委員会の設置、運営		★ 第1回委員会（8月中旬頃） ●今年度調査スケジュール ●H24・25検討経緯とその課題 ●社会実験のねらい ●社会実験実施計画 ●実施に向けて			★ 第2回委員会（11月中旬頃） ●社会実験の結果と分析 ●社会実験を実施しての課題、次への展開等 ●本格整備に向けた課題等 ●総括			必要に応じて、将来ビジョンの見直し、今後の進め方等について検討することが望ましいと考えます。 そのための追加検討委員会の開催を提案します。
3) 歩行者優先道路化社会実験の実施		これまでの調査実績を活かし、 <b>効率的に進めます。</b>	★交通量調査	アンケート	実験分析			必要に応じて、銀座通りの将来形や本格整備に向けた検討を行います。
4) 報告書作成							報告書、概要版作成	
5) 打ち合わせ協議								

■業務の実施フロー



テーマ① 社会実験中の管理体制

- 「地域主体」で「安全」「迅速」に動ける体制
  - ・まず、事故やトラブルなどなく「安全」に社会実験を実施することは言うまでもありません。
  - ・その上で、地域を主体とした社会実験としていくために、**地元企業のA~C社と連携(外注委託)**し、**着実に動ける体制を構築**します。
  - ・なお、下記表に記載の主体以外に、羽藤教授はもちろん、徳山商工会議所、建築士会まち塾、徳山高専、徳山大学、商店街などとの連携も行います。



主体	役割・機能	備考
周南市	・社会実験調査の委託 (実施主体)	実施主体・事務局
銀座通り歩行者優先道路化検討委員会	・社会実験計画の検討 ・社会実験結果の分析・評価	検討主体
同社会実験実行委員会	・社会実験実施計画の作成(当体制制、役割、スケジュール等)	実行主体
弊社(調査委託会社)	・上記委員会の事務局機能(広報資料作成等含む) ・社会実験実施の統括責任(以下A~C社等へ委託) ・関係機関等の調整、協議	事務局支援 実施主体支援
交通誘導 A社(地元警備会社)	・社会実験実施期間中の交通規制・誘導 <b>期間中の人員確保済み</b> 昼間 8名 管理者 2名 計10名 夜間 4名 管理者 2名 計6名 程度想定	弊社から外注委託 (調整済み)
労務・安全管理 B社(地元建設系会社)	・道路修景、賑わい空間演出に関わる労務管理及び安全保安管理 設置作業(労務管理) 12名 (管理者含む) 保安管理 9名 (管理者含む) 程度想定	弊社から外注委託 (調整済み)
賑わい創出・店舗調整 C社(まちづくり会社)	・賑わい空間演出に関わるプログラム企画及び関係者との調整 沿道商業者等プレーヤーとの調整 4名程度想定	弊社から外注委託 (調整済み)

■その他の提案

- 放置自転車の抑制、中心市街地の回遊性創出の両方の実現に向けて、PRツールを作成し活用します**
  - ・銀座通りには多くの放置自転車が発生しており、通りの魅力低下にもつながっています。
  - ・今回の社会実験では、**歩行者にとって快適な道路空間をつくる**ことが目的であり、**一定区域間では、放置自転車の抑制を徹底させ、駐輪マナーの向上に向けて啓発**していきます。
  - ・しかし、単に抑制するだけでは、利用者の商店街利用等にも支障をきたしてしまい、回遊性を逆に阻害してしまったり、利用者の反発を招くことにもなりかねません。
  - ・そこで、実験期間中は、商店街の近傍に臨時的駐輪スペースを確保するだけでなく、利用者には、その**利用の誘導と、これまでと同様の商店街利用を促していく**ことが必要となるうえに、さらに、**沿道商業者等に対し、歩行者優先道路化に対する理解を促進**していくような取り組みが必要となります。
  - ・そこで、本調査では、**自転車利用者に対して臨時駐輪スペースや市営駐輪場のPRチラシ**を作成し、**駐輪場への駐輪の誘導や駐輪マナー啓発を行うとともに、併せて今回、広報ツールとして作成する「中心商店街回遊マップ」(右テーマ②参照)を配布し、中心市街地の利用、回遊性の創出を促します。**
  - ・また、商店街利用者にとって、今回設置する臨時駐輪スペースの場所等が必ずしも望ましいものでない可能性もあるため、来街者アンケート調査により、どのような形の駐輪スペースであればよいのかをヒアリングし、**今後の駐輪スペース等のあり方を検討する上での資料**とします。



**○社会実験時に行うアンケート項目(案)**

- ・中心市街地の回遊パターン(どこへ行くか)
- ・駅前駐輪場利用ニーズ
- ・駅前駐輪場を利用したい理由/利用したくない理由
- ・どのようなサービスがあれば駐輪スペースを利用するか
- ・希望する駐輪スペースの位置(沿道含む)
- ・今回の社会実験についてどう思うか(放置自転車が減ることの銀座通りの印象等)

テーマ② 中心商店街の賑わい創出及び回遊性に関すること

- 社会実験における2拠点の位置づけを明確にしながら進めます**
  - ・今回の賑わいづくりの拠点である、車線部分の空間(ウッドデッキ部分)及び銀座通り北側民間駐車場の2箇所の位置づけを明確にして進めます。

**○車道部分の空間(ウッドデッキ部分) —公—**

- ・銀座通り店舗を中心とした活用を行い、賑わいづくりを行うと同時に、「店先もこういう活用がしたい」「こんな空間があると商売につながる」といった、**公共空間として沿道利用のイメージを高めてもらう空間。**

**○銀座通り北側民間駐車場 —民—**

- ・まちの集客装置として、周辺店舗・団体等の参加による賑わいづくりを行う空間で銀座通り以外の関わりをつくり、**今後の民間施設の賑わい誘発の取組みとしていくこともねらいとする。(様式7方針3に間連)**

賑わいづくりの集客装置としての空間  
民間施設の賑わい誘発

賑わいと沿道利用のイメージの醸成のための空間

- 銀座通りにおける理想の空間像を共有し、主体性をつくり、一体感を高めます**
  - ・今回の社会実験では、パークタウンの実現に向け、沿道商業者や市民にとって理想とする空間をつくり、その意識を高めることにより、一体感をつくるのが重要です。
  - ・そこでまずは、銀座通りの商店主など(特に今回の社会実験区間周辺に立地する店舗)を**実行委員会メンバーに含め、市民とともに主体的に空間づくり**に携わっていただきます。**(様式7方針2に間連)**(例:事前にイベント的にプラント等を商店主等の手で製作等)
- 賑わい創出と回遊性:賑わい創出や回遊性向上の協力者を周辺店舗などから募集します**
  - ・準備期間などを考慮し、まずは周辺の商業者を中心に協力者を募りますが、必要に応じて、周辺商店街や店舗、企業などにも呼びかけ、中心商店街への回遊性や賑わい創出の取組みへの参画を求め、**中心商店街全体としての取り組み**とします。**(様式7方針1に間連)**
  - ・**賑わい創出**に向けては、上記の2箇所の拠点において「**日替わりプログラム**」を企画します。(例:①周辺で集客力のある飲食店の出張営業やテイクアウト店(からあげやカフェなど)、②「まちのゼミナール」、③PiPiCo199との連携によるキッズ遊具導入、④沿道カメラ屋との連携の写真撮影ワークショップなどの開催等) **(様式7方針2に間連)**
  - ・中心商店街の**回遊性の向上**に寄与させるために、以下PRツール4に示す「**中心商店街回遊マップ**」(社会実験出店店舗の情報及び、みなみ銀座~PH通り、御幸通~平和通の範囲の全店舗を掲載)を作成し、配布します。**(後発の他イベントにも使用できるように企画します。)(様式7方針3に間連)**
- ポスターなど広報ツール別の効果を高めます**
  - ・ポスターやチラシ、マップ、新聞折り込み広告による広報を効果的に行うことで、社会実験や賑わいづくりの取組みの周知の効果を高めます。
  - ・共通ロゴを作成したり、手に取ってもらいやすい統一したデザイン、空間演出につながるツールとすることで、まちとしての一体感、周知力を高めます。



**【PRツール1】ポスター(A1版を基本)**

- ・市内主要施設・駅、商店街の店舗等での掲示を依頼。(鉄道駅はA1版、店舗はB3版など、適正サイズがあるため、サイズと枚数などは検討が必要。)
- ・社会実験の大まかな内容に掲載内容を絞り、遅くとも9月初旬から掲示し、周知力を高める。

**【PRツール2】チラシ(A3版(仕上がりA4版)を基本)**

- ・市内主要施設・駅、商店街の店舗での配布を依頼。
- ・具体的な内容を盛り込み、周知とともに、回遊や賑わいづくりの取組みについての周知を図る。
- ・配布時期は、ポスターと同時期。

**【PRツール3】チラシ折り込み広告(A3版)**

- ・スタート直前(社会実験実施前1週間以内)の折り込みが最も効果的。
- ・来訪意識を高める視点を重視した内容とする。

**【PRツール4】中心商店街回遊マップ(A3版)**

- ・手に取りやすいデザインで、出張店舗をはじめ、中心商業エリアの店舗の情報を掲載し、まちを周遊し、実店舗へも市民が足を運んでいただくきっかけづくりのツールとし、後発の他イベントにも使用できるように企画。

吊り広告・ポスターの統一による周知力の強化  
(弊社支援例)