

TUTC Library

Tsukuba Urban
Transportation Center

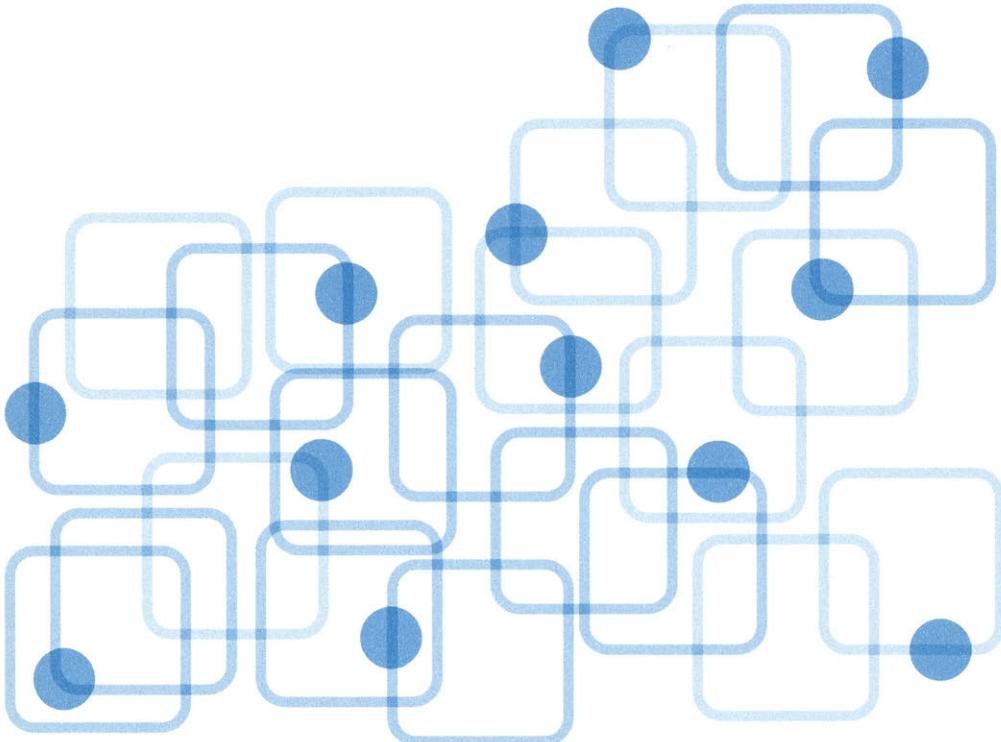
財團法人 つくば都市交通センター

39

平成22年12月発行

Published
in December 2010
by Tsukuba Urban
Transportation Center

つくばセンター地区の 歩行空間活性化 (その2 活性化の具体方策)



つくばセンター地区の歩行空間活性化 (その2 活性化の具体方策)

つくばセンター地区の歩行空間活性化

(その2 活活性化の具体方策)

目 次

1. つくばセンター地区の活性化の方向	
1) つくばセンター地区の来街者	1
2) 地区特性を生かした活性化の方向	5
2. 活活性化に関する関係者の意向	
1) イベント来場者の意向	7
2) 周辺居住者の意向	11
3. 歩行空間活性化の方策検討	
1) 活活性化の全体方策	19
2) 空間利用のメニュー	20
3) 空間演出のメニュー	32
4) 歩行空間活性化の全体構想案	35
4. 活活性化方策の事業化	
1) 活活性化事業の主体と基本	39
2) 事業化の体制	41
3) 個別事業の事業性	43
5. 活活性化方策の支援	
1) 支援の必要性と地域メリット	51
2) 活活性化を支援する方策	52
6. まとめ	

1. つくばセンター地区の活性化 の方向

1) つくばセンター地区の来街者

◆年間約900万人が来街する

つくばセンター地区は、TXつくば駅が乗客数の1日平均で約16,000人が利用し、財団法人つくば都市交通センターの運営する共同利用駐車場がTX利用者を除いて1日平均で約7500台の利用がある、また東西南北の大通りに囲まれた地域に居住世帯数で約1500世帯が暮らしていることから、少なくとも25,000人の来街者がある。



TXつくば駅構内

TX利用者が朝夕の出勤帰宅で2回の往来があると考えれば、つくばセンター地区の駅周辺は、1日の往来人数として、およそ40,000人と見ることが出来る。1日およそ25,000人の往来は、TXの乗客と駐車場利用者が、休日を含めた年間の1日平均の数値であることから、単純計算では1年間にすると約900万人の人が往来していることになる。

これはレジャー施設の集客数と比較すると、年間約2800万人訪れる東京ディズニーランドには及ばないが、中部圏のナガシマ・リゾートの年間約1200万人に近い人数である。

◆滞留しない人々

しかしながら、これだけの来街者がいるにもかかわらず、つくばセンター地区は、右の写真に見られる通り、普段の賑わいを感じることが出来ない。

これは、ディズニーランドな



センター広場付近の歩行者専用道路

どのレジャー施設では、来場者が長時間滞在し、施設間を回遊するために何度も往来し、またベンチでの休憩やアトラクションを見るなどのために屋外に人々が留まることが、同じ空間に多くの人がいるという賑わい感を醸し出している。

一方、つくばセンター地区の来街者は、通勤や買い物といった目的をもったもので、域内の屋外空間での滞留時間は非常に短く、また回遊することも少なく目的地に向かう為だけに、決まった経路のみを通過するため、レジャー施設のような賑わいを見せることがない。

また更に近年は、周辺の大型商業施設の立地などで、近郊からの来場者そのものが平成20年度から減少し始めており、経済が低迷を続けているなかで、このままでは来訪者の減少傾向は今後も続くと考えられる。

このような中で、今つくばセンター地区の歩行空間の賑わいを創るために課題となっている現状を要約すると次のようになる。

- ・ある程度人通りはあるが、通り過ぎるだけ
- ・来街者が増えない。減少している。

今後つくばセンター地区を賑わいのある魅力的なまちとして活性化していく為には、この2つの現状課題を改善することが求められる。

まず、これまで「通り過ぎるだけ」の人通りを、屋外で滞留・回遊させるために、買い物客や通勤客が帰りに立ち寄る・たたずむといった「ついでの楽しみ」や「心地よい休息」の機会を提供しての時間消費をしてもらえる空間づくりが必要である。

また、「来街者の減少」は、周辺や広域からつくばセンター地区に訪れる、これまでにない新たな機会を創りだすことが必要で、このためには、地域の特色を活かし「ここにしかない」または「ここに来れば得られる」ような、つくばセンター地区に行く目的を創りだす屋外空間にする必要がある。

◆事例からの活性化のヒント

では、「人の集まるつくばセンター地区」として、人々が様々な行動の場として歩行空間を、滞留・回遊し、時間消費する空間や新たに広域から訪れる目的空間を創りだすためには、どの様なことが考えられるのか、T U T C ライブライバー№.3 8 つくばセンター地区の歩行空間活性化（その1 現状と課題）の道路や歩道などの公共空間を活用して活性化を実現している「4. 国内外の歩行空間活性化事例」から得られる、賑わい創出に関するヒントとしては、以下のようなものがある。

- ・ 地元の食べ物や暮らしなど身近な文化に接する
- ・ 都市は、文化を楽しみまた時間を楽しく消費する場所
- ・ ついでの楽しみ
- ・ 機能性や単純でない、変化や面白みのある空間づくり
- ・ 人が留まることで賑わいや交流を生む
- ・ 市や祭りなどの文化は、産業や技術に比べて長く続く
- ・ 人は、空間に魅かれて訪れるのではない。そこに興味を引くもの（目的）があるから訪れる
- ・ 都市の魅力の基礎は、物（商品や飲食）と人（祭りや市、イベント）、そしてその雰囲気
- ・ 外部発信は、都市のアイデンティティの明確化になる
- ・ 透明性が重要（戦後の闇市や暴力団でない取り組み）

年間約1,500万人も来訪し、広い歩行空間をもつつくばセンター地区で、屋外に人の滞留が生じてくれれば、市場やパフォーマンスなどの催しが成立し、そのことが更に人を集めそれらの催しの質・量の向上につながるという好循環によってつくばセンター地区の活性化はもとより、様々な事業機会が生まれることで、つくば市域全体の地域経済の活性化に寄与することになる。そのためにはまずは、くつろげる休憩施設を歩行空間の各所に設け、人の流れに滞留を生むようにするところから始まる。

歩行空間における人の行動要素には「歩く・見る・聞く・休む・買う・食べる・飲む」などがある。

多くの人に、何回もまた長時間の来街を求めるためには、いつ来ても楽しく飽きさせないつくばセンター地区にすることが必要で、そのためには、まちの賑わいを創る人の行動要素のそれぞれに対応する取り組みを、つくばセンター地区や周辺の持つ特性を活かした持続性あるもので構成していくべきである。

以降に、人々はつくばセンター地区に何を求めているのかを調査結果から読み取り、各種の取り組みの具体提案と、その事業性や実施のための制度改善などについて検証・整理していく。

2) 地区特性を生かした活性化の方向

◆つくばの特色

地域や地区の特性は様々あるが、活性化につながるものは何なのか。つくばセンター地区のあるつくば市には、日本百名山や日本百景のひとつにも挙げられる関東の名峰「筑波山」がある。また、昭和初期には皇室献上米になったこともある高級な米として知られている「北条米」など農業の盛んな地域でもある。

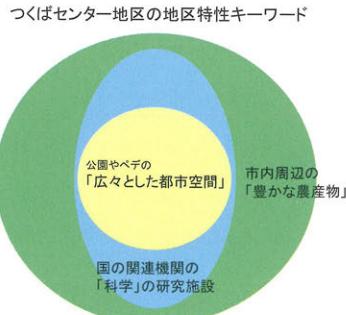
近年では、市の北部を中心に、山梨県の北杜市や東京都の八王子市と並んで、日本三大ブルーベリーの地として知られるようになったブルーベリーの栽培もあり、ジャムなど加工品を含めてイベントなどで販売されることもある。

つくばセンター地区は、このように自然や農地に囲まれたなだらかな稲敷台地の平野部の中に、国の研究機関を集約する研究学園都市として、計画的につくられた新しいまちの中心として商業業務の集積地であり、自然的な色は薄い。しかし、人工的に造られた都市ならではの魅力として、広々とした公園が随所にあり、これをつなぐように配置された歩行者専用道路（ペデストリアンデッキ。通称「ペデ」）がある。

そして、つくばセンター地区の特色は、研究学園都市として整備された「科学のまち」の中心であることが最も特徴的なものといえる。

つくばセンター地区は、この特性を活かすことで「ここにしかない」まちに出来れば、人々が集まり、滞留し回遊する賑やかなまちとして活性化が図れる。

キーワードは「広々とした都市空間」であり、「豊かな農産物」であり、そして「科学」である。



◆ 3つのキーワード

一つ目の「広々とした都市空間」は、言うまでもなく平均幅員 16 m 以上あるペデとこれに隣接する公園や広場で、特に中央部にある東西南北のペデの交差点にあるセンター広場や、クレオ前広場などである。この空間を如何に楽しい空間として活性化につなげるかが重要となる。

二つ目の「豊かな農産物」は、周辺の農地で採れる地元の野菜や果物で、新鮮さが売りになるものであるから、例えばセンター地区のペデや広場での朝市や夕市などで、毎日のように販売されるようになれば、これもつくばセンター地区に訪れる目的になる。また、農産物の中には、冒頭の「北条米」などのブランド性のあるものや、筑波山麓でしかない「福来（ふくれ）みかん」などは、シークワーサーと同様に発がん抑制物質を含むと言われ、近年まんじゅうやデザートなどに加工したものを地域の名産にしようとしているものもあり、それぞれの地域の観光案内を兼ねて販売することで、つくばセンター地区が周辺地域の観光情報発信場所となることも考えられる。

三つ目の「科学」は、既存のもので太陽系の惑星を実際の間隔に比例して並べ、それぞれの星の特長を書いたモニュメントがあるが、このような科学の情報が得られるモニュメントや電子掲示版などをペデ沿いに設置し、また周辺の研究施設とも連携した科学ツアーや開催などにより、つくばセンター地区を訪れることで身近に科学に接することが出来、また子供から大人まで楽しめる場所とする。これにより近郊のみならず遠方からも新たな来街者を集め、つくばセンター地区や地域を含めた活性化につなげることが考えられる。



太陽系の科学モニュメント（赤塚妻木線）

2. 活性化に関する関係者の意向

◆活性化に向けた関係者の意向

活性化の具体策を検討するにあたり、イベントへの来場者が、つくばセンター地区をどの様に評価し、またどの様な活性化を希望しているかを知ることや、周辺地域の居住する人がつくばセンター地区の歩行空間を活用した活性化で賑やかになることをどの様に感じるのか、またどの様な環境を望んでいるかなど、活性化の主役である人々の意向を把握することが重要で、人々が望まない方向に進むことは、批判や無視されるなどでその活動の継続性を失うことになる。

そのため、つくばセンター地区で実施されたイベントの来場者とつくばセンター地区周辺の居住者の意向調査が必要と考え、それぞれ調査表を基に意向の把握を行った。

調査にあたっては、調査対象者がそれぞれ持つ考えを、整理・分類しやすくするため、「センター広場やつくば公園通りにあったらいいなと思うもの（例）」として、歩行空間を利用した“農産物などの朝市・夕市”“レストランや喫茶店のテラス（オープンカフェ）”といった常設型の事例や“競技会”“ストリートパフォーマンス（大道芸）や野外コンサート”“フリーマーケット”“子供用のアトラクション”イベント的催事の事例 6 種類の例示を提示し、“その他”を含め今後の取り組みに対する人々の意向を聴取し、性別や年齢ごとにどの様な考え方を整理した。

なお、調査表等は、資料として巻末に掲載している。

1) イベント来場者の意向

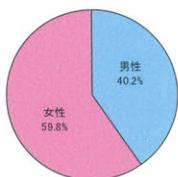
◆意向調査の実施概要と結果

イベント来場者の意向については、平成 21 年 8 月 29 日・30 日の両日（土日）に開催された“まつりつくば”の会場において、延べ 20 人の調査員による聞き取り方式により調査を行った。

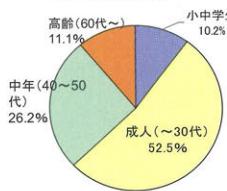
調査数は、延べ423人から回答を得ることが出来、回答者の年齢性別構成は下図に示す通りである。

②回答者の分布

(イ)性別分布



(ロ)年齢層分布

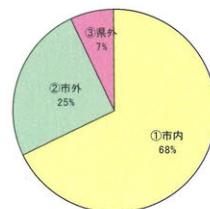


総数	男性	女性
423	170	253
100%	40.2%	59.8%

	回答件数	割合
総数	423	100.0%
小中学生	43	10.2%
成人(～30代)	222	52.5%
中年(40～50代)	111	26.2%
高齢(60代～)	47	11.1%

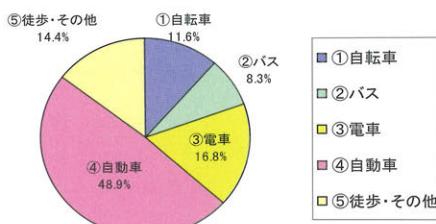
“まつりつくば”は、調査を行った平成21年が開催以来29回目となる、恒例化した夏のイベントで、例年主催者発表で40万人を超える客が集まると言われ、つくば市内のほか茨城県内や県外からも来場する。

調査結果においても、市内が67.8%で、つくば市を除く県内が25.3%あり、茨城県外の回答者が6.9%と、つくば市以外から3割以上の人々が来場する、祭りとしてはつくば市最大のイベントといえる。



来場手段としては、自動車(48.9%)が最も多く、徒歩(14.4%)と合わせて市内(67.8%)の大半が近隣から来場していることがうかがえる。

また、自転車(11.6%)



来場者の交通手段

とバス (8.3%) のほか電車 (T Xと思われる。)と回答した来場者が 16.8% あり、地域に定着したイベントとしての認知度も高く、県外など広域から多くの来場者を集めている。

つくばセンター地区のイメージを、「良い」「悪い」の 2 者択一で回答を得たが、回答者の約 3 / 4 (74.6%) が「良い」と答え、その理由として最も多いものは「きれいだ」「広い」であった。また、「悪い」と答えた人 (25.4%) の中で 6 割の人が「寂しい」と回答している。



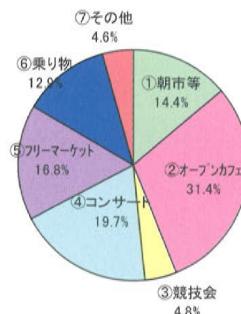
広く綺麗でも寂しい歩行者専用道路
赤塚妻木線の中央公園付近

◆ 来場者の活性化に対する意向

つくばセンター地区の活性化については、全回答者中約 8 割が「催し物」などで活性化に賛成で、無回答を除いて 18.2% の人が反対と答えている。

賛成と答えた人からは、「センター広場やつくば公園通りにあつたらいいなと思うもの（例）」をサンプルとして、①朝市他、②オープンカフェ、③競技会、④コンサート、⑤フリーマーケット、⑥乗物の 6 例と、その他を基に、具体的な回答を得た。

その結果、複数回答を可能としたため回答者 329 人に対して、回答総数は 583 件となり、その中で最も多いものは②オープンカフェであり総回答数の 31.4% ある。そのほかの順序は④コンサート (19.7%)、⑤フリーマーケット (16.8%)、①朝市他 (14.4%)、⑥乗物 (12.9%)、③競技会 (4.8%) であった。



あつたらいいなと思うもの

また、その他として40件の回答があり、「大道芸」などの観覧型（16件）や、「〇〇大会」「無料で子供が楽しめるもの」など参加型（12件）のほか、「地場産物バザー」や「ナイトマーケット」「ピール祭り」など様々な意見が出ている。

より具体的な意見としては、「普段の感じが寂しい」や「イベントがないと寂しい」といった、つくばセンター地区の“寂しい”点の意見があり、また、駅前やエキスポセンター方面の店舗がないなど「店舗が少ない。足りない。」とする意見や、「店の閉まる時間が早い」なども寂しいと同様の活気の無さを上げたものが多い。

施設面では、トイレが「少ない。分かりにくい」や「洋式トイレ」の要望と、「テーブル・椅子がほしい」「ベンチを増やす」など休憩施設の要望が多く挙げられている。

反対者の意見としては、反対と答えた人の大半（80%）が、「静かな方が良い」と答えている。反対回答の男女はほぼ同数で、男性反対者に「静かな方が良い」と答えた人が、より多くみられた。

◆来場者アンケート結果のまとめ

つくばセンター地区の歩行空間は、人が滞留・回遊する行動要素「歩く・見る・聞く・休む・買う・食べる・飲む」の内、「歩く」以外の要素がほとんど無い又は不足し、通過・通行機能に特化した寂しい場所であることがイベント来場者の意見からわかる。

一部に静かな空間を好み活性化に反対している人もいるが、全体としては活性化を望んでいると言えることから、日常的には、あまりお祭り騒ぎでない中で、人々が楽しく過ごせる空間づくりにより、活性化を図る工夫が必要となってくる。

2) 周辺居住者の意向

◆意向調査の実施概要と回答者属性

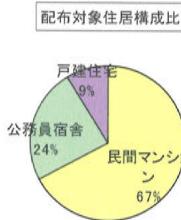
つくばセンター地区周辺の居住者が、歩行空間を活用した活性化にどの様な意向を持っているかを調査するため、活性化の対象となるエリア周辺として、東西南北の学園大通りに囲まれた範囲の、マンション・公務員宿舎などの集合住宅と戸建てに、アンケート用紙のポスティングによる調査を行った。対象戸数は約2,000戸で管理者の了解が得られた1,245戸に実施し、その約1/3にあたる413件の回答を得た。



調査対象エリア

調査数として得た延べ413件の回答者の居住形態別の比率は、下図に示すとおりである。

調査対象地の特性で、国の研究機関の職員用の公務員宿舎が多く、つくばエクスプレス開通前後に出来た民間マンションなど集合住宅が大半を占めている。

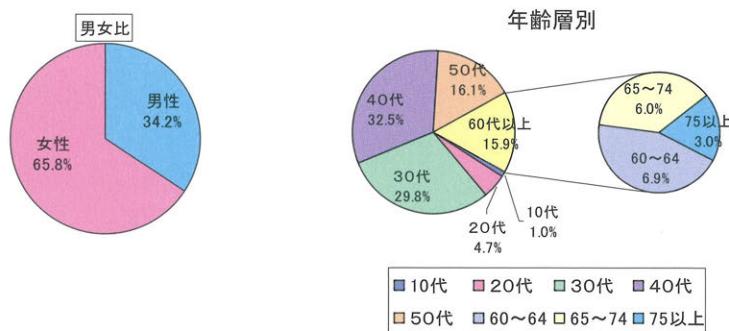


回収した回答は、民間マンション836戸と公務員住宅300戸を合わせた1,136戸で、回答全体の91%を占める。また、戸建ては、109戸で同9%となっている。

また、回答者の男女比と年齢構成は、次ページの図に示す通りである。

男女比は、回答者が在宅している方になったことから、女性が多く回答数268件で、全体の65.8%となっている。

また、年齢構成では30代と40代が最も多く、それぞれ約3割を占める。60代は16%65件あり、このうち65歳以上が36件ある。



◆既存イベントの認知と評価

アンケート項目としては、既存イベントの認知度と評価とまつりつくばの来場者に行ったものと同じメニューで今後の活性化についての意向を聞くと共に、居住者の生活行動に関して買物などで行く場所とセンター地区内の各施設についての評価を聞いている。

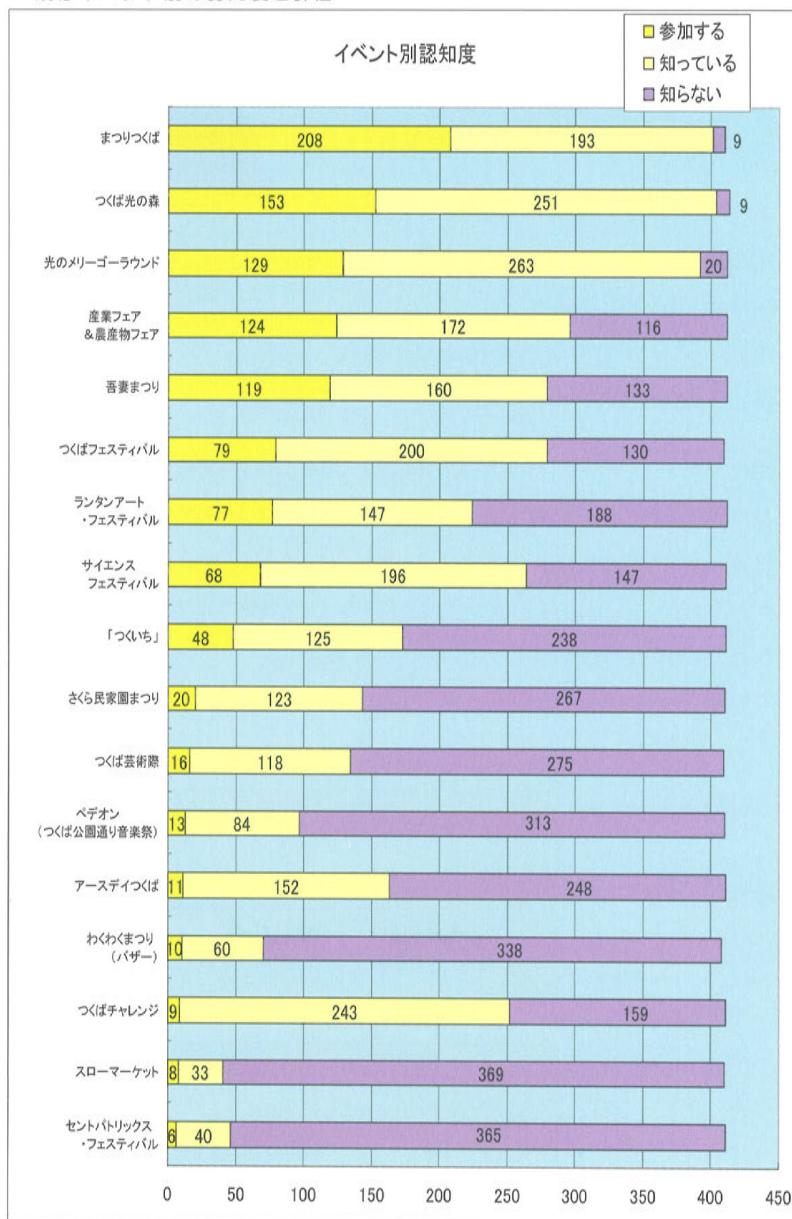
既存イベントの認知度では、まつりつくばが最も高く、その他、地域参加型の吾妻まつりや、展示販売のある産業フェア&農産物フェアが比較的高い認知をされている。

また、冬季限定の装飾型イベントのつくば光の森も比較的高い認知をされている。

既存イベントの評価は、認知度と同じ傾向を示しており、まつりつくばやつくば光の森、光のメリーゴーラウンド高く、続いて産業フェア&農産物フェアとなっている。

次ページが結果のグラフである。

既存イベント別の認知度と評価



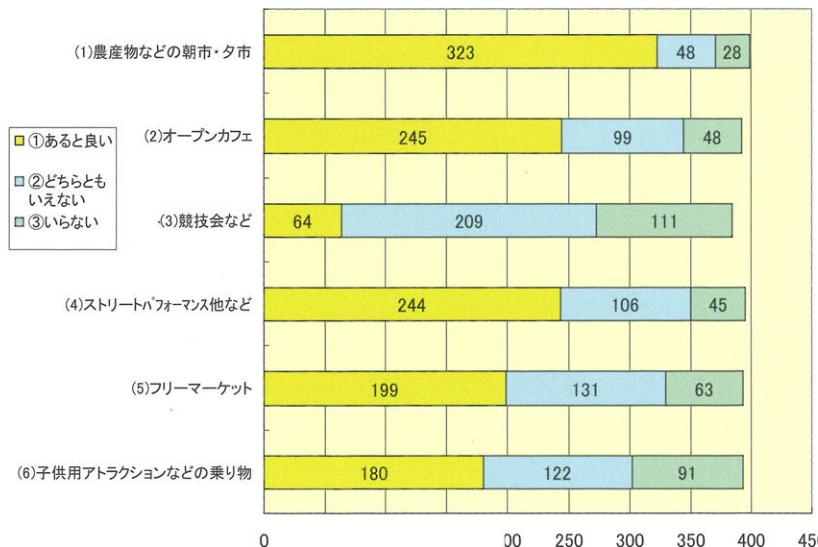
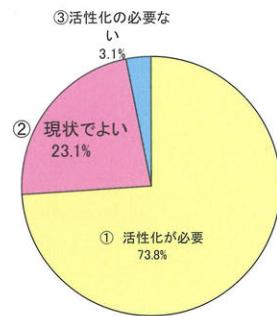
◆居住者の活性化に対する意向

今後の活性化の取り組みについては、活性化を目指している歩行空間に近接して立地している住宅の居住者意向が重要である。

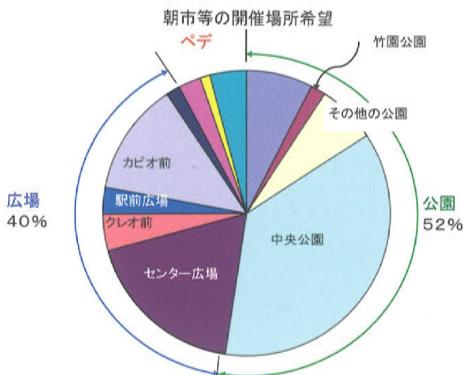
近隣の居住者は、その大半がマンション（又は公務員宿舎）で、回答者全体の約3／4の回答者が活性化を必要としている。

また約1／4の回答者が現状維持や活性化不要とする意見であった。

活性化が必要（賛成）とした人では、下図のようになっており、「農産物などの朝市・夕市」が最も多く、次いで「オープンカフェ」「ストリートパフォーマンス・大道芸・野外コンサートなど」がほぼ同数あり、「フリーマーケット」「子供用アトラクションなどの乗物」となっている。「競技会など」は比較的少なく、「どちらとも言えない」「いらない」が多くなっている。



「農産物などの朝市・夕市」は、毎週の開催を希望が、回答の約43%あり、開催日としては日曜日または土日を希望する回答が約81%となって いる。また、開催場所では、これまで「つくいち」の実績がある中央公園などの公園が多く、次いでセンター広場やカピオ前広場、クレオ前広場が多く、これらで全回答の約90%を占める。



「販売して欲しいもの」としては、新鮮野菜や地場産物で一部にこれらとカフェなどの併設を求めた回答がある。地場産物としては、果物や花の他に、「パンのまちつくば」としてのパンがあげられている。

「オープンカフェ」については、開催場所としてセンター広場が最も多く回答数の約25%となっており、クレオやカピオ、エキスピセンターなどの前を合わせた広場全体で約44%になっている。利用のイメージについても「散歩がてらに気軽に立ち寄れる場」とか、「珈琲を飲みながら読書をしたい」「待ち合わせや交流の場所」など多くのアイデアが出されている。

「ストリートパフォーマンス・大道芸・野外コンサートなど」は、年に数回程度の休日（土日祝日）を希望する回答が多く、開催場所として中央公園が約34%と最も多く、これは過去「まつりつくば」などでの実績から出ていると考えられる。その他ではセンター広場が、約27%の希望があった。

開催内容に関する意見では、音楽が多くみられ、ホールでの音乐会等に比べて「気軽に子供と楽しめる」ことを期待する声がある。また、大道芸

に関する意見も多くあり「定期的に実施」して認知させることを期待する意見もある。また、一方で「大きな音」に対する懸念を示す意見もあり、周辺に配慮した開催が求められる。

「フリーマーケット」は、月に1回程度が最も多く、開催日はやはり休日とする回答が大半であった。

開催場所としては、中央公園が回答の約37%を占め最も多く、これも「つくりいち」の実績からきているとみられる。その他では「センター広場」や「カピオ前広場」が挙げられている。

意見としては「朝市などと合わせて」や「頻繁にやってほしい」「リサイクルは活用したい」「不用品だけでなく、手作り品も」などの希望が出ている。

「子供用アトラクションなどの乗物」は、子育て世代である30歳代までの男女の希望が約49%で、他の項目に比べて約10~15%高くなっている。逆に「どちらでもよい」は、40歳代以上の男女の回答が約74%であった。開催日は、ほとんどの回答が土日祝日で、開催場所にクレオ前が多い(約27%)のは、冬季に実施している「光のメリーゴーラウンド」の実績が影響していると考えられる。

意見としては、メリーゴーラウンドのほかミニSLや変わった自転車などの個別の乗物に対する物の他、商業施設の屋上遊園地の復活や移動遊園地に対する希望が出されている。

自由意見に対する回答では、幾つかの興味ある提案がある。代表的なものを列挙すると、「涼感のある霧の噴水」「ランドマークとなる時計塔」「夏の夜のイルミネーション」「サイエンスカフェ(質問が出来る)」や筑波大の講義」「アスレチック的な遊具」「映画会」「レンタル自転車」「セグウェイ等の体験コーナー」「更衣室やシャワー室」などがある。また、周辺の研究所の子供向け公開や大学発の取り組みなど地域資源の活用なども求

めている。開催に関しては、充分な P R 等と共に「行けば必ず何かをやっている場所に」と言うような意見も出されている。

◆居住者アンケート結果のまとめ

センター地区周辺の居住者意見では、「現状でよい」「活性化は必要ない」とする意見が、イベント来場者の約 18 % に比べて約 26 % と高くなっている。これは男女ともに各年代で同様な傾向を示している。

全体としては活性化を望む回答が 3 / 4 いることから、近隣住民に対して騒音などに配慮し、日常的に人々が楽しく過ごせる空間の創出により、活性化を図るという点ではイベント来場者と同様なものと言える。

3. 歩行空間活性化の方策検討

1) 活活性化の全体方策

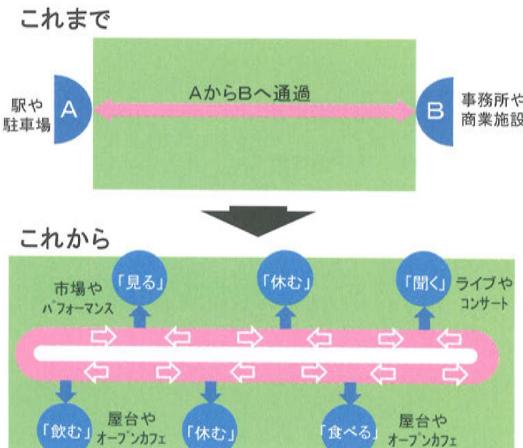
つくばセンター地区の活性化を、「広々とした都市空間」「科学」「豊かな農産物」の地域特性を活かしながら、賑わいの行動要素ごとにどの様なものを展開すべきかを、整理してみる。

■ 「歩く」を通過から、目的地にする。

歩行空間を「歩く」ことは本来の機能であるが、これまでの目的地までの通過経路としてのものから、散策などの目的地として“つくばセンター地区の歩行空間”が利用されることを目指すべきである。

多くの人に利用される目的地とするためには、他とは違う「歩く」楽しみがあり、「見る」「聞く」「買う」「食べる・飲む」など、歩きながら目や耳などを楽しませ、時には「休む」ことのできる事例で示したような「空間利用」メニューが、随所にある歩行空間にすることである。

歩行空間を行き交う人の流れに、川と同じように“瀬”と“瀬”を創りだし、“瀬”は、休憩場所であったり、市場やコンサートやパフォーマンスといった、何かを見たり聞いたり話したり、人が滞留し交流が生まれ賑わいを創りだす目的地となる工夫が必要となる。



活性化に向けた歩行空間のあり方の模式図

2) 「空間利用」等のメニュー

歩行空間の「空間利用」等メニューには、“何を”という行動要素に対応したメニューが、“何処で”という場所と、“何時”という開催時期を整理する必要があるが、まず“何を”について「つくばセンター地区」で実施可能な具体提案メニューを、国内外の事例で示した型式分類ごとに列挙し、行動要素との関係を整理すると以下の表のようになる。

型式分類		行動要素 メニュー	「見る」	「聞く」	「買う」	「飲む」	「食べる」	「休む」
空間利用	常設施設型	カフェテラス				○	○	
		店舗（物販型）	○		○			
		店舗（飲食型）				○	○	
		無料休憩施設						○
	常設空間型	朝市・夕市（産直市）	○		○			
		移動販売車（加工食品）			○	○		
		リサイクル市	○		○			
		野外コンサート	○	○				○
		パフォーマンス	○	○				
空間演出	町並み形成型	花の町並み	○					
	空間装飾型	科学教育モニュメント	○（+学ぶ）					

※) 「休む」の評価（○）は、椅子が必ずセットになっているもの

つくばセンター地区の歩行空間を常に賑わいのある空間とするために、上記の表のメニューを歩行空間に組み合わせて設けることで、“何時訪れても何かがある”目的地にすることが重要となる。

では、それぞれのメニューを“何処で”、どんな時期（“何時”）に展開するか、次に「つくばセンター地区」の歩行空間の具体的な場所を想定してみる。

■カフェテラス（オープンカフェ）

常設施設型のカフェテラスとしては、事例にもあるようにカフェテラスを単独で出店するのではなく、歩行空間沿いの喫茶店やレストランが屋外に張り出す形が、設備投資や人件費などの費用から見て可能性があると考えられる。

歩行空間に面して喫茶店やレストランがある場所としては、5箇所程がある。北から順に、①つくばエキスポセンターのレストラン、②茨城県の近代美術館つくば分館のレストラン、③つくばセンタービルのオークラフロンティアホテルつくばのレストラン、④アイアイ・モール内のセンター広場に面した飲食店、⑤つくば都市交通センター事務所ビルの喫茶店である。

モデルとして、③オークラフロンティアホテルつくばのレストランと、⑤つくば都市交通センター事務所ビルの喫茶店でのイメージを示す。

モデルのイメージ（③オークラフロンティアホテルつくばのレストラン）



モデルのイメージ（⑤つくば都市交通センター事務所ビルの喫茶店）



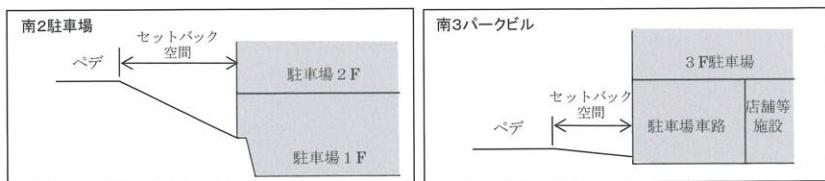
何れのモデルも、歩行空間の一部をテラス状に占用使用することを想定している。利用者は、それぞれの店舗で飲食する客を考えており、飲食代を支払う有料の利用となる。公共空間を営利型の占用として常設で利用することを、現行の法規制で如何に可能とするかが課題である。

■店舗（物販又は飲食）

常設施設型の店舗としては、事例の広島市京橋川沿いの独立店舗型ではなく、歩行空間沿いの民間敷地空間を利用して物販や飲食の独立店舗を設置することが考えられる。この場合、常設施設は宅地内であるが客の滞留スペースや席などが歩行空間を利用することとなる。

歩行空間沿いの民間敷地の空地として利用可能な場所は、歩行空間に対して既に店舗の間口や出入り口として利用されていなものに限られる。そのような場所として、公園などの公共施設に面した歩行空間があるが、人

通りを考慮して選定する必要がある。また、民間施設であっても歩行空間に対して積極的な利用がされていない部分や敷地のセットバック空間を活用して設置することも考えられる。たとえば桜大橋の北側ライトオンに沿った空間や、吾妻通り線常陽銀行前の南2駐車場沿いなどである。この場合は民間施設側に充分理解を求める必要があることは言うまでもないことである。下図の①つくば都市交通センター南2駐車場（立体駐車場）の南側の幅8のセットバック斜面地、②同南3パークビル（立体駐車場と店舗等の複合ビル）の南側の幅5mのセットバック平地があげられる。



道路法の適用になる歩行空間では、固定式常設型の店舗は一般的に許可が受けにくいので注意が必要である。歩行空間沿いの民地空間に店舗施設を設ける場合は、建築基準法上の扱いとして同敷地の既存建築物の増築の扱いになり、許可申請手続きが必要になるかの検証が必要であり、また飲食の場合は、食品衛生法（ライブラリーNo.3 8 参照）に関して保健所の許可が必要となるが、各地にある屋台村などが参考になる。

北海道十勝の「北の屋台」では、屋根と3方の壁のみで間口は原則として閉じていない（実際はビニールなどで囲っている）構造とし、建築物ではなく工作物として建てているものがあるが、何れにしても地元の機関に協議が必要である。

■ 無料休憩施設

無料休憩施設は、特定の店舗の飲食スペースとして、飲食代金を支払う客が使用するカフェテラスと区分している。



クレオ前の休憩施設

つくばセンター地区で既に、ショッピングセンタークレオ前の吾妻通り線に設置されているテーブルと椅子のセット（右写真）とは別に、新たに歩行空間に設けて、休憩や人々の会話・交流の場を用意するものである。

既存の椅子・テーブルはクレオを運営する会社が置いたもので、移動販売車（同社の敷地内で営業）が移動し客用に配置したり、店舗前に移動して客の屋外飲食場所とする（右写真）などで、常に誰でも利用できる無料の施設とは言い難い面がある。



店舗前に移動している例

また、歩行空間内の休憩施設としては、施設側が用意したベンチ（下の写真左側）や平成21年度のリニューアル工事で、歩行空間内の街路樹の周りを囲む円形のベンチ（下の写真右側）が設けられている。



施設側が用意したベンチ



ペテのリニューアルで整備したベンチ

しかし、これらのベンチは単に休息するための機能であり、対面式でテーブルに何かを広げて、ゆっくりとくつろいだり人と会話したりする交流が生まれる機能は少ない。

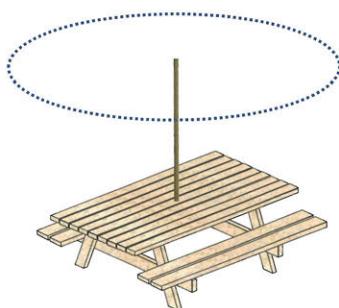
ウエルカムパラソル&チェアは、つくばセンター地区に来訪する人々に一時の休息をしてもらうもので、特定の店舗の設備のようではなく、気軽に腰かけてもらえるものである必要がある。

一般的なテーブル・チェアのセットは右の図のようなものであるが、簡単に移動が出来ることから、使用後に配置がバラバラになり乱雑になりがちで、日常から配置などを整理整頓する管理が必要で、近隣に管理を担う人がいる場合となり、何処にでも配置できるものではない。



ここでは、椅子とテーブルが一体となってバラバラにならず、また、重量もあり簡単に移動が出来ないなど、比較的管理の手間がかからない物として、下図のようなものを基本とすることを提案する。

基本は4人掛けで対面式とし、材質は木製（ 2×4 材など）で重量があるものとして、安易な移動や風などによる転倒をしにくい構造とし、また、日差しのある場所では、日陰をつくるために日よけのパラソル付きが望ましい。パラソル開閉などの管理は近くの店舗など施設管理者の協力を求めることから、管理が困難な場合は、設けないことが考えられる。



無料休憩施設の設置場所としては、ベンチなどに佇み活気を感じさせるために、多くの人が行き来し特に賑わいの中心となるつくば駅やバスターミナルに近いセンター広場及びその周辺の歩行空間が考えられる。

バスや鉄道を利用して訪れた人々に休息の場所として、また帰路につく前の一服や、施設間の移動の休憩場所として、来訪者を暖かく迎え又は送る“ようこそつくばへ”的気持ちを込めた「ウェルカム・パラソル&チェ

ア一」を設けることは、来訪者に心地よい空間の印象を提供することになる。

この他にも、つくばセンター地区の歩行空間全体に展開できるが、パラソルの開閉等の日常的な管理に必要な施設が近傍にないところではテーブル・椅子のみで木陰のある場所に設置することが考えられる。



例として、クレオ前のイメージ

オープンカフェなどの有料施設とは一つのエリアに共存することも可能（少しは離して）であり、より付加価値の高い休息を求める人向けに、オープンカフェなどカフェテラスが充分な環境とサービスを提供し多様な休息空間を提供していくことで差別化の努力を行うことが望まれる。

■朝市・夕市（産直市）

つくばの「豊かな農産物」をつくばセンター地区で手軽に買うことが出来れば、新鮮で地元ならではの食品で生活に潤いを持たせることが出来る。

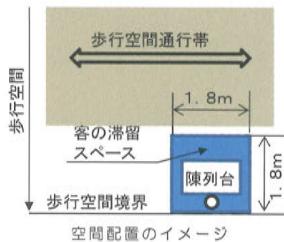
農産物は、基本的に“朝採り”といわれることから、採りたての供給として「朝市」が考えられる。一般的の農家では平日は市場などへの出荷のため朝市などの準備が難しいことが考えられることから、休日の朝市を定期的に開催することが考えられる。

しかし、休日は近傍の徒歩で来る居住者が対象となることから、来訪者に対する供給を考えたときは、買い物や通勤の帰りの平日時間帯に“市”（夕市）を開くことが考えられる。また、つくばセンター地区に遠方から車で来る場合は、共同利用駐車場が有料であり、駐車場が無料の“道の駅”などで行われる産直市のように、“市”のみを目的で訪れるることは経済的にも難しいことからも、“〇〇のついでに”という「夕市」が平日の場合

商いし易い。これは、供給側にとっても、市場などへの出荷が終わってからの時間的余裕もあることからも、実現の可能性があると言える。

「朝市」や「夕市」の開催は、その都度開催と告知するのではなく、例えば“毎週○曜日”などといったように“決まった場所で、決まった時期に”行われ、習慣性・恒常性により集客することになる。このため、場所としては駅や商業施設の近傍で利用しやすく、恒常的に開催しても通行などに支障がないような配置とする必要がある。また、供給側の農家などが参加しやすいように、搬出入の経路や片づけなどに手間のかからない工夫についても配慮すべきである。

空間の大きさとしては、事例の“よ市”などから、1区画の基本を1間四方（1.8m×1.8m）程度として、各候補地の形状に応じて複数を連続して設け、出店者に貸与することが考えられる。（右図参照）



具体的な開催場所の候補としては、①クレオ前の吾妻通り線、②センターハー広場沿いの赤塚妻木線（ライトオンの東側）、③カピオ前の赤塚妻木線2号広場付近、などが考えられる。

朝市・夕市を開催するには、品物を如何にすばやく陳列し、終了後速やかに片付けて帰ることが出来る工夫が必要である。

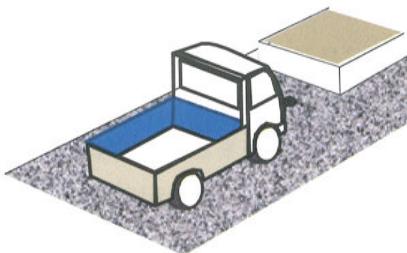
つくばセンター地区でもイベント時に農産物の直売を農家などにお願いするが、テントの下に陳列用のテーブルを置き、その上に陳列して販売するが、ならべ終わる前から客が買うようありさまである。

朝市・夕市も定期的になれば、早くから客が来てその様な状況も想像できるために設置・撤去に配慮した取り組み方の工夫が必要である。

朝市・夕市の開催場所は、常に同じ場所でということになる。したがって、その場所で設置・撤去が容易な工夫として2つあげてみる。

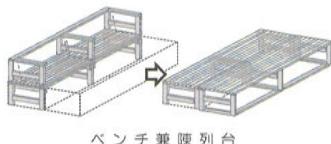
一つは、“軽トラ市”である。

右の図のように歩行空間に直接軽トラックを乗り付け、荷台に積んだ品物を、そのまま販売するもので、団地や市街地などではよく見かけるものである。



あらかじめ停車位置を歩行者の通行に支障のない場所に指定し、定期的に市を行うもので、複数の車を止められるようにすれば、軽トラックの数だけ市が開かれているように見える。

また、開催場所に“市”開催時には陳列台になる、普段はベンチとして使用できる休憩施設（右図：ベンチ兼陳列台）を設けることも考えられる。



ベンチ兼陳列台

歩行空間が比較的狭いところで、通常はベンチとして使用でき、市が開かれるときに陳列台になるもので、デザイン的に工夫することで場所によっては、一般市民などのバザーやフリーマーケットなど、道具を必要とせず、準備も簡素化できて、地面に並べることなく市が開催できる。

何れにしても、朝市や夕市は簡単に設置・撤去が出来、終わった後は普段の公共空間にもどることが肝心であり、きれいに使われていれば、周囲の理解も得られ、持続が可能となる。

■移動販売車

移動販売は、ホットドックやワッフルなどファーストフードを、テイクアウト型で売るものが一般的である。つくばセンター地区においても、クレオ前の吾妻通り線でほぼ常時2台（車の場所は私有地内。右写真）が展開している。

移動販売車自体では集客力は無く、人の集まるところに展開することが常であることから、賑わい創出の主たるメニューではなく、賑わいのあるところに従属的に展開するものと考えるべきである。このため今回のメニュー提案からは、独立した取り組みとしては除外する。



■リサイクル市

一般に不用品バザーなどと言われる家庭で不要となったものを、再利用（リユース）してもらうために販売するもので、年間に溜まる不用品の数からも頻繁に開催されるものではない。

また、必ず必要なものがあるというわけではなく、掘り出し物的な買物になることから、多くの出店があることが集客につながり、常設で少數の販売では売る側も買う側もメリットが少ないと考えられることから、常設空間型としては除外して、イベント的に実施することが望ましい。

■野外コンサート

野外コンサートはライプラリー№38「3)歩行区間活用の現状」で示した既存のイベントで年に数回は実施されている。しかし、その都度ステージをつくるなどで時間と費用がかかり、費用の捻出など興行の主体となるべき存在が必要となり、回数を増やすことは簡単ではない。

一方、地域で活動している音楽家の中では、自らをアピールする場所を求める者も少なからずいると考えられる。

ここでは、イベントに伴い実施される費用のかかるコンサートではなく、常設の野外コンサートの場を設け、音楽家は衣装や楽器など必要最低限の用意で活動できるようにし、定期的にコンサートが開催できるようとする。

具体的には、活性化の主体となる組織（例えばつくばセンター地区活性化協議会など）が、ステージと音響機器等の設備を持ち、コンサート実施者は、管理者である活性化の主体に予め申し込み、開催日に音響機器の貸与と共に場所の使用が出来るようにすることで、定期的に野外コンサートが開催されるようになることが考えられる。

野外コンサートの場所としては、周辺に住宅などがないところで、センター広場内のモニュメントプラザの一角にあるギリシャ時代の円形野外劇場風の場所（右写真）が考えられる。

ここには、トイレと共に設備機器の収納や、参加者の控室にもなる空間があり、写真奥の壁裏にあり、市の協力が得られれば会場として申し分ない場所といえる。写真手前側は、半円形の階段状になった観客席になる区間も備えている。



センター広場モニュメントプラザの一角

■パフォーマンス

公共空間でのパフォーマンスでは、東京都が文化政策の一つとして実施している「ヘブンアーティスト」が知られている。

「ヘブンアーティスト」とは、東京都が支援しているヘブンアーティスト実行委員会が行う審査会に合格した大道芸人やミュージシャンに都内の公共広場や公開空地で自由に活動させるもので、審査はデモテープなど

書類による第1次と、都庁前などの広場において公開で行われる第2次の審査があり毎年行われる。

活動条件も公共団体の型にはめるのではなく、投げ銭もあり（強制は禁止）で、ミュージシャンなどが使用する音響設備も低出力に限ってはいるが使用可能になっていることが興味深い方式である。

また、千葉県柏市においてもJR柏駅前の、駅東口の公共空間である歩行者デッキサンサン広場（通称ダブルデッキ）とその周辺におけるストリートミュージシャンの認定制度を設け、一定のルールの中で活動を認めています。柏駅前では、以前から駅前でミュージシャンの活動があったが、一部の騒音問題などの苦情で排除も検討したが、一部のために全てを排除することへの危惧や、柏駅前からプロ（インディーズ～メジャー）デビューするミュージシャンが生まれていることを踏まえ、ルールの中で活動出来る制度として平成17年から始められている。

つくばセンター地区においても、大道芸人やストリートミュージシャンの活動の場を提供し、地域の賑わいをつくることが考えられる。東京都の「ヘブンアーティスト事務局」では、東京都の登録アーティストを他の地域でも活用してもよいとして、アーティストに直接の依頼や、数がまとまれば事務局が仲介もしてくれるとしている。

活動場所は、センター広場や赤塚妻木線、吾妻通り線の歩行空間で、通行部分が確保できるなど、一定の条件を満たす場所であれば、予めの申し出により自由に選択できるようにする考えられる。

3) 空間演出のメニュー

■ 花の町並

歩行空間を演出するメニューの一つ「花の町並」は、つくばセンター地区に来訪する人々に、花のある景観を通じて安らぎや潤いを感じてもらおうとするもので、多くの地域で取り組まれているものである。

国内や海外の事例などでは、町並みを飾る花をコンテスト方式で表彰することで、地域の活動として定着させているものもあり、これらは地域の人々がそれぞれの工夫・努力で競い合い、協賛金などによらないで、各自が可能な範囲の自発的取り組みが、持続性のあるものにしていることは参考するに値するものである。

つくばセンター地区では、歩行者専用道路に地域の活性化団体（つくばセンター地区活性化協議会：TUTCライブラリーNo.38参照）が統一的なフラーーボックスを設置し、花植えから水やりまで会員が行っている。これには費用と人手の調達が必要で、全体として持続性を如何にして保つかが課題となる。



協議会のフラーーボックス

■ 科学教育モニュメント

空間を演出するものとしては、水木しげるロード（TUTCライブラリーNo.38参照）のように、地域の特色ある資源を活用して歩行空間にモニュメントなどを設置するものがある。

つくばセンター地区は、研究学園都市として整備されたまちの中心であり、周辺には国の研究機関や大学、民間の研究所が立地しており、地区の中にも科学の展示館でプラネタリュームを持つ「つくばエキスポセンター」があるように、「科学」に接する機会



赤塚妻木線沿いの
つくばエキスポセンター

が多くあるまちである。

歩行者専用道路の赤塚妻木線沿いには、太陽系を表すモニュメントがあり、「つくばエキスポセンター」の敷地内には科学の基礎的法則をクイズにしたモニュメントがあるが、これらを更に充実して、歩行空間を歩きながら科学に接することができる場にすることで、子供から大人まで広域から来訪してもらうことが考えられる。



赤塚妻木線沿いの太陽系モニュメント



エキスポセンターのクイズモニュメント
土星の輪を見発見した人は？

モニュメントの他にも、電子掲示板を活用して、その時々の最新の研究開発などをパネル型の画像で映し出し、筑波研究学園都市で行われている各研究所の概要情報を提供することで、新たなビジネスチャンスが得られる場合にすることも考えられる。



水木しげるロードならぬ「科学のプロムナード」のようなものが出来て、つくばセンター地区を訪れる新たな目的地となり、幾つかの研究施設と共に、学校の課外学習の場や外国人などの観光スポットとして、多くの人が訪れることが期待できるのではと考える。

■ 街の案内人制度と案内マップ

空間演出をより効果的にするソフト面の方策として、歩行空間に沿った店舗や施設の従業員が、来訪者の問い合わせに答えてつくばセンター地区の各施設や各種の取り組みをガイドすることで、はじめて訪れた人にとっても、安心して街に訪れてもらうことが出来ると考える。

街の案内人（まちコンシェルジェ）制度では、地域の人々が地域を学び、「街の案内人」として登録し、店舗や施設の入り口に“街の案内いたします。”の看板を掲げ、街についてさまざまなガイドを行う。説明には、専用の案内マップを用い、これを配布する。

このように空間利用や空間演出のハードと合わせ、ハードをより効果的に活かすソフトがあれば、訪れる人に優しい街として理解されれば、それにより賑わいにつながることと思う。

4) 歩行空間活性化の全体構想案

歩行空間を、単に目的地への経路という補助的機能ではなく、「つくばセンター地区」に相応しい特性を活かしたもので、目的地としての機能を持たせるために、「広々とした都市空間」である歩行空間に「科学」と「豊かな農産物」を活用して様々な「空間利用」メニューを配した、2つの“道”を創ることを提案する。

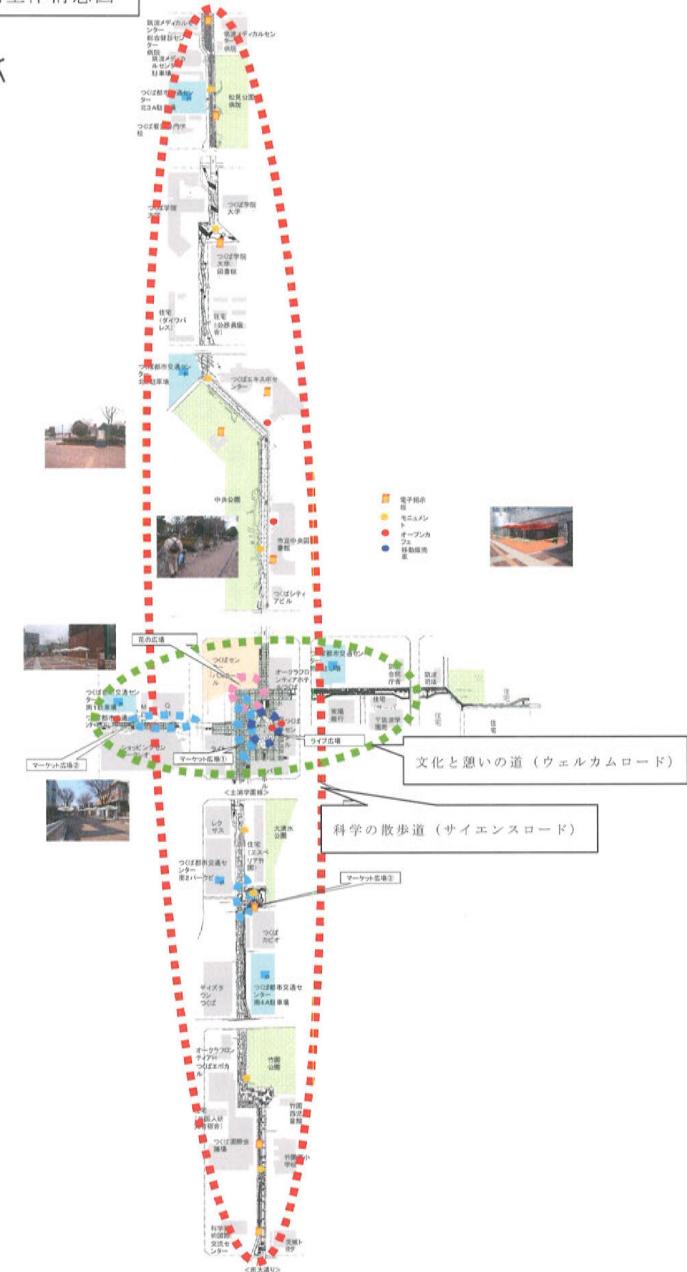
■ 「科学の散歩道」と「つくばの文化と憩いの道」

特性	「広々とした都市空間」
「科学」	<ul style="list-style-type: none"> ・「歩く」に科学に関連したモニュメントなどを「見る」ことで、体の健康と脳の健康（知識）が得られる科学の散歩道（サイエンス・プロムナード） ・北の大学から南の研究施設をつなぐ南北軸の赤塚妻木線で展開する。
「豊かな農産物」	<p>「買う」の市場や野外コンサートやパフォーマンスを「見る」ことや、オープンカフェやベンチで「食べる・飲む」をしながら「休む」ことができる。また、鉄道や車などでつくばセンター地区にたどりついた人々を、花などで飾り迎えるつくばの文化と憩いの道（ウェルカム・ロード）</p>

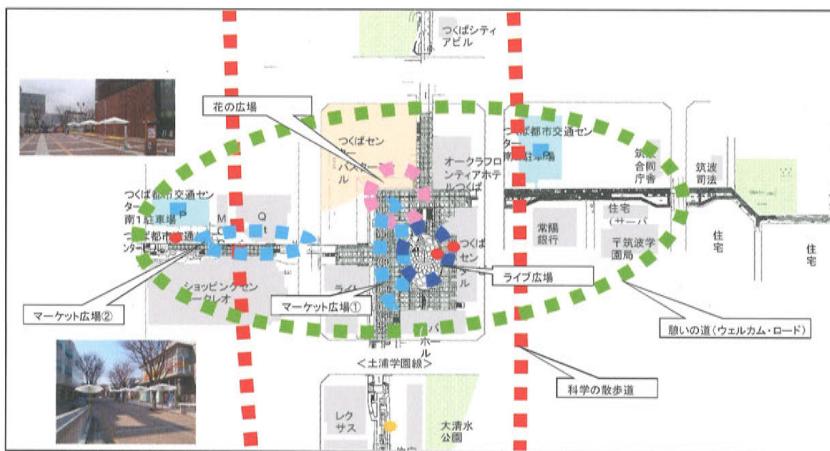
それぞれの“道”には、「見る」「聞く」「買う」「食べる・飲む」や「休む」など行動要素に必要な「空間利用」メニューを配置することとして、本来の機能である「歩く」（自転車の通行も含む）空間を確保しながら、何時訪れても楽しめる空間づくりをする。

次ページの図は、つくばセンター地区の歩行空間全域を利用して、2つの道を展開する構想を示したものである。前項までに示した「見る」「聞く」「買う」「食べる・飲む」など行動要素ごとの「空間利用」メニューの具体提案の配置案でもある。

歩行空間活性化全体構想図



特に、センター広場を中心とする区域には、つくばセンターバスターミナル広場周辺や大型商業施設クレオスクエア周辺など、多くの人が集まる場所にある歩行空間を利用して、様々な活性化の取り組みを行い、来街者に賑わいを感じさせることが望まれる。



4. 活性化方策の事業化

1) 活性化事業の主体と基本

◆事業主体

活性化方策の具体化にあたり、それぞれを誰がどの様にして行うかが問題となるが、基本に置く考え方は“持続的に実施が可能”であることにあら。

誰がという点では、大きく分けて“公”と“民”であるが、出来る限り“民”が行い、“公”はその実施を支援することが望ましい。

活性化方策として提案しているメニューは空間利用と空間演出で、それぞれの施設等の設置から運営管理をする事業主体については、以下のように考えられる。

型式分類		メニュー（収益・公益区分）		設置	運営管理
空間利用	常設施設型	カフェテラス	収	民	民
		店舗（物販型）	収	民	民
		店舗（飲食型）	収	民	民
		無料休憩施設	公	民	民
	常設空間型	朝市・夕市（産直市）	公・収	民	民
		移動販売車（加工食品）	収	民	民
		リサイクル市	公・収	民	民
		野外コンサート	公・収	民	民
		パフォーマンス	公・収	民	民
空間演出	町並み形成型	花の町並み	公	民	民
	空間装飾型	科学教育モニュメント	公	公	公・民

空間装飾型のモニュメント等の設置は、既にある太陽系のモニュメントと同様に公共団体の整備によらなければ実現は難しい。国で支援している地域活性化事業に関する助成（補助又は交付金など）を活用して、科学の

1) 活性化事業の主体と基本

◆事業主体

活性化方策の具体化にあたり、それぞれを誰がどの様にして行うかが問題となるが、基本に置く考え方は“持続的に実施が可能”であることにあら。

誰がという点では、大きく分けて“公”と“民”であるが、出来る限り“民”が行い、“公”はその実施を支援することが望ましい。

活性化方策として提案しているメニューは空間利用と空間演出で、それぞれの施設等の設置から運営管理をする事業主体については、以下のように考えられる。

型式分類		メニュー（収益・公益区分）		設置	運営管理
空間利用	常設施設型	カフェテラス	収	民	民
		店舗（物販型）	収	民	民
		店舗（飲食型）	収	民	民
		無料休憩施設	公	民	民
	常設空間型	朝市・夕市（産直市）	公・収	民	民
		移動販売車（加工食品）	収	民	民
		リサイクル市	公・収	民	民
		野外コンサート	公・収	民	民
		パフォーマンス	公・収	民	民
空間演出	町並み形成型	花の町並み	公	民	民
	空間装飾型	科学教育モニュメント	公	公	公・民

空間装飾型のモニュメント等の設置は、既にある太陽系のモニュメントと同様に公共団体の整備によらなければ実現は難しい。国で支援している地域活性化事業に関する助成（補助又は交付金など）を活用して、科学の

1) 活性化事業の主体と基本

◆事業主体

活性化方策の具体化にあたり、それぞれを誰がどの様にして行うかが問題となるが、基本に置く考え方は“持続的に実施が可能”であることにあら。

誰がという点では、大きく分けて“公”と“民”であるが、出来る限り“民”が行い、“公”はその実施を支援することが望ましい。

活性化方策として提案しているメニューは空間利用と空間演出で、それぞれの施設等の設置から運営管理をする事業主体については、以下のように考えられる。

型式分類		メニュー（収益・公益区分）		設置	運営管理
空間利用	常設施設型	カフェテラス	収	民	民
		店舗（物販型）	収	民	民
		店舗（飲食型）	収	民	民
		無料休憩施設	公	民	民
	常設空間型	朝市・夕市（産直市）	公・収	民	民
		移動販売車（加工食品）	収	民	民
		リサイクル市	公・収	民	民
		野外コンサート	公・収	民	民
		パフォーマンス	公・収	民	民
空間演出	町並み形成型	花の町並み	公	民	民
	空間装飾型	科学教育モニュメント	公	公	公・民

空間装飾型のモニュメント等の設置は、既にある太陽系のモニュメントと同様に公共団体の整備によらなければ実現は難しい。国で支援している地域活性化事業に関する助成（補助又は交付金など）を活用して、科学の

まち“つくば市”に相応しいものが出来れば、より多くの人が訪れる機会を創るものと考える。

◆事業化に向けた基本

各種の活性化方策を“民”が持続可能なものとして実施するにあたり、最も課題となるのは、歩行空間である公共用地の占用にかかる制度である。

特に現行の条例に定められた占用料は、売買等により料金を得るものであっても初期投資や運営費などを除いた利益は少ない各種メニュー実施の“持続性”に大きく影響する。

活性化の取り組みに挙げられている各種メニューには、収益性のあるものもあるが、目的は「地域の活性化」のために行うものである。活性化は、地域の人や物のエネルギーであり、これらが高いことは結果的に地域の経済活動も高め、ある意味で地域市民の為の公益を目的としたものと言えることから、通常の占用料を課すことで実施を阻害することの無いよう、むしろ積極的に支援するための特別な配慮が必要である。

例えば、朝市・夕市などは、地元産品を通じて地域の文化や内外の人々の交流を考えることが出来るし、そもそも一回ごとの売り上げも少額であることから、公益と解釈し占用料を免除し、清掃などの協力金などの形で可能な範囲の負担を求める方式を導入することで、農家などより多くの人々が参加しやすいものとすることが好ましい。

そのため、つくば市など公共用地の管理者は、活性化のための歩行空間活用に関して、従来の占用条例などに変わり、活性化を促進する条例（例えば「つくばセンター地区の地域活性化に資する活動に関する歩行者専用道路等活用条例」など）を整備し支援することが考えられる。

活性化事業の基本は、交流や経済活動など地域に活力を生むもので、地域全体の公共の利益につながるものとして、“民”が行う活動を、“公”的に持続に向けた支援によって持続性を持たせることにある。

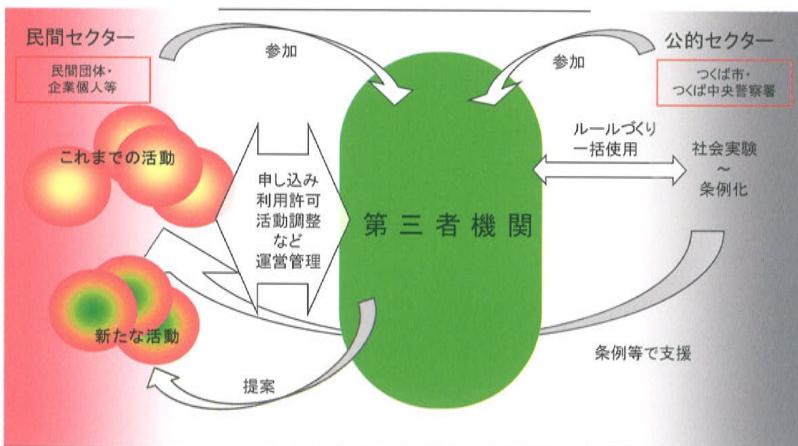
2) 事業化の体制

つくばセンター地区の歩行空間は、本来の目的として歩行者や自転車の通行の用に供するという機能を持っている。そのため、比較的広い空間であっても、何処を活性化の取り組みに活用するかは課題となる。

また、活用場所と共に実施される内容が、地域の活性化に相応しいものであるかを判断することが必要となる。

活性化の活動を行うにあたり、上記の場所や内容をその都度判断することは、判断のバラつきや時間を要するなどの問題があり、公的機関の場合は、詳細な許可基準のようなものを定めることもあるが、基準を時代の変化や地域の要求に即応することが難しく、かえってその活用を阻害する場合がある。

そのため、活用者の“民”と許可者の“公”的間に、活性化に取り組む第三者機関を設け、条例では必要最低限のルールにとどめ、活用場所の選定や実施内容の評価など、歩行空間活用の全体を運営・管理することを提案する。



活性化の第三者機関は、上の図に示す通り“民”“公”が参加して組織し、活性化の各種取り組みを統括し、社会実験などの実施を通じて、活性化の取り組みに必要なルールに関する作成・提案を公共施設の管理者に対して行い、管理者から公共空間である歩行空間の利用許可を一括して受け、“民”的個々の利用の窓口となり、各種取り組みの調整や支援と共に、管理者に代わり、利用料金の徴収や安全管理をすることが考えられる。

簡単に言えば、民間の空間利用に係る事業でよく行われている所謂サブリース方式で、活性化の第三者機関がマスターリースを受け、個別の利用者にサブリースする方法であると考えて頂ければ理解しやすいと思われる。

3) 個別事業の事業性

活性化の事業として提案している各種メニューの投資コストや利益などに関する収支(事業性)は、地域に定着し一定の利用客が生じるまでは、事業に係る人件費などのランニングコストを上回ることも難しく、当然整備費や初期設備などイニシャルコストの回収は、定着後になるものが多く、総じて初期段階は事業性は高くないと考えられる。

しかし定着し話題となって人を集められるようになるとある程度の利益が得られ持続できるものがある。そのため個々の提案メニューの事業にかかる投資コストや事業性を検討してみる。

なお、以下のそれぞれに示す数値は、参考となる事例が少ないとことから、あくまでも一つの目安であることを理解してほしい。

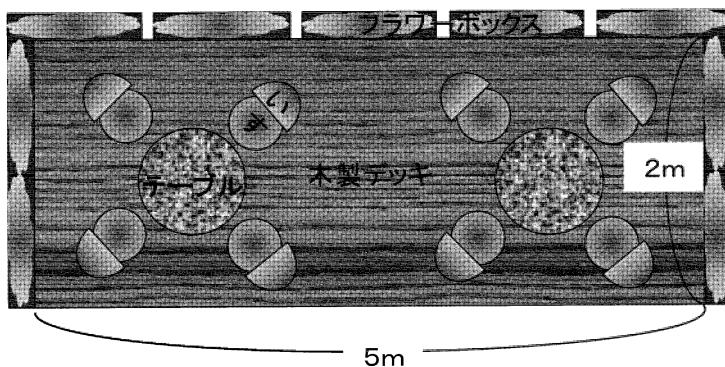
◆事業コスト

事業にかかる投資コストは、それが元もと持っている物を利用する場合はこれを無視しているので、あくまでも新たに必要となる費用として検討してみた。

○カフェテラス（オープンカフェ）

カフェテラスを始める場合は、原則として既存の歩行空間に隣接した店舗が地先利用型で展開することを想定して、規模を約 10 m^2 ($2\text{ m} \times 5\text{ m}$)として試算してみると、空間の仕切りや床などの工作物と椅子やテーブルなどの調度品など概ね次の通りである。

カフェテラスのモデル



カフェテラスの整備にかかる投資額は、概略下表のようになる。

名称	材料	数量	金額（円）
木製デッキ	2×4 レッド シダ 材 L=4.26m	25本	120,000
木製フレームボックス	L90cm×H90cm×W30cm	9個	100,000
ガーデンソーファ	木製（折りたたみ型）	2基	40,000
ガーデンソファ	木製（折りたたみ型）	8脚	160,000
計			420,000

上記の金額は、一つの目安であり使用する材料などにより上下する。

食器類や人件費などの費用は、既存店舗内のものを利用するとして計上していない。また、飲食の取り扱いにかかる手続きについても改めて届け出を行うことは不要と考えられる。

○店舗（物販、飲食）

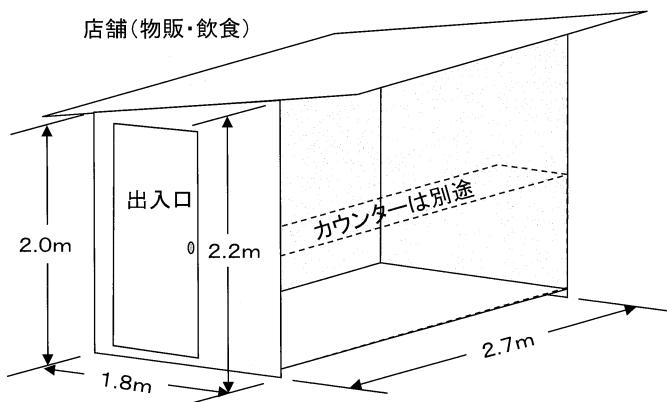
店舗は、飲食の場合には什器備品を収納や調理器具、給排水の水回りが必要であるが、ここでは空間のみを整備することを検討する。

店舗用の空間整備は、建築物としての取り扱いを如何にするかが課題である。一般的に四方を囲まれた屋根のある建物は建築物とみなされるが、

四方のうち何れかが開放された建物は工作物となる。各地で造られている“屋台村”のようなものには一方を開放して造り、利用時に簡易にシート等で覆いをつくっているものもあるので、各地域の建築主事に事前に相談する必要がある。ここでは、これらにかかる設計から申請・許可にかかる費用は除外して整理する。

想定する店舗の規模は、各地で造られている“屋台村”程度を想定し、間口を1間半、奥行きを1間とした。高さは屋内で約2.0～2.2mとして客側を高くした片流れ構造を想定してみた。

概略の形状と費用は次に示すとおりである。



名称	材料	数量	金額（円）
建物躯体	木製(2×4パネル工法)	4.9 m ³	850,000
塗装	耐火塗料	33.4 m ²	85,000
屋根防水	塗布防水	7.5 m ²	40,000
計			975,000

店舗は、物販の場合では上記の費用の他、照明などの電源が必要となるが、小型発電機を用いれば引き込みなどの費用が軽減できる。

飲食の場合には、保健衛生上の手洗いや調理などの給水施設が必要となり、これらの排水を下水道に接続することとなるため設置場所によりその費用が大きく変わってくる。建物内のみではそのグレードにもよるが、給排水費用として約10～20万円程度と考えられる。

○無料休憩施設

無料休憩施設は、歩行空間に設置するベンチなどがあるが、ここでは対面式のいす・テーブルのセットに、日よけのガーデンパラソルを組み合わせた屋外型を提案する。

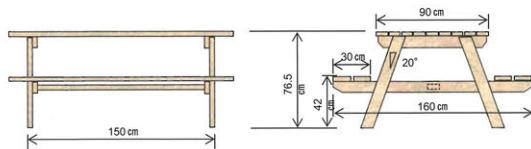
いす・テーブルセットは、市販品では紛失の恐れがあることから、木製で一体型になったものを製作することで検討してみる。

基本的な形状は、右図のとおりである。

木製（2×4材）の加工品でDYIショップなどに注文して製作することで検討するが、場合によっては参加者が自ら製作することも可能である。

形状寸法は、下図の通りである。

1基当たりの材料と製作費用は、概ね下表のようになる。



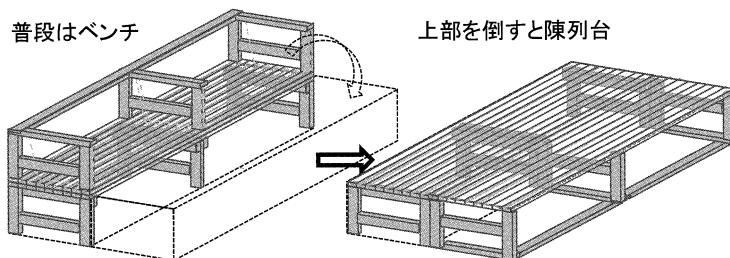
品名	規格	数量	金額（円）
天板	2×4 レッド シーダー材 L = 1.8m	9 本	
横梁（上）	2×4 レッド シーダー材 L = 0.9m	2 本	
横梁（下）	2×4 レッド シーダー材 L = 1.6m	2 本	
座板	2×4 レッド シーダー材 L = 1.8m	4 本	
縦通し板	2×4 レッド シーダー材 L = 1.35m	1 本	
足材	2×4 レッド シーダー材 L = 0.85m	4 本	
計	材工とも		20,000

自ら製作する場合は、半分程度の材料費で可能となるが、道具が必要となることを考慮しておかなければならぬ。

○常設空間型（朝市・夕市ほか）

常設空間型の場合は、その名の通り空間を利用してるので、予めの費用は必要としない。しかし、空間利用が許可されているものであることを示すための表示（例えば幟旗など）にかかる費用が、個別の使用を許可するもの（ここでは第三者機関）に必要となる。

また、朝市などについて品物を並べる台を空間に用意しておくことも考えられるが、その場合下図のように使用しないときはベンチになるようなものも一つの工夫としてある。



このような台が用意されていれば、誰でも品物さえ持ってくれば販売が出来る。リサイクル市など市民が行う場合には、地べたに並べなくて済むので便利である。

また、農産物の朝市・夕市では、一般的に農家が所有していることが多い軽トラックを止めてそのまま市を開く、軽トラ市も特別な費用が掛からず、また陳列・片付けが省かれてスピーディーな展開が出来ることから面白い方法である。

○空間演出（町並み形成型、空間演出型）

空間演出の町並み形成型で提案している“花の町並”は、現在地域の活性化団体が実施しているフラワーボックスの設置例から、ボックス完成品1基当たりで約10,000円から15,000円程度の投資額になる。

空間演出型については、モニュメントの企画から制作まで、その内容により費用が大きく変わる。電子掲示板を利用したモニュメントは、掲示板本体のみでは、1基あたり30～50万円であるが、屋外に設置するための防水や日よけの外装材や設置工事などの費用は、類似例がないことから金額は不明であり、また掲示するソフトの製作は、周辺の研究所の自主製作によるのか、費用を必要とするかは、管理・運営の仕組みと合わせて整理する必要があり、全体規模と共に、別途設計していくこととなることから、ここでの検討から除外する。

◆個別事業の事業性

活性化の各種提案メニューでは、空間利用のカフェテラスや朝市・夕市、飲食・物販の店舗などのように、それ自体単独での収支如何で、その実施や継続性を左右するものもある。また、無料休憩施設や空間演出など、それ自体事業性を求めるものではなく、賑わいが創られることで地域全体の経済効果を創りだすようなものもある。

後者の提案メニューは、それ自体で収支を賄えないことから、その整備や管理を“誰”が行うかが課題となる。

活性化の取り組みが、地域全体の利益と考えれば地域で協力して行うことと考えられ、ここでは設置を提案している活性化の第三者機関が、会員など参加者の会費や事業毎に協賛金を徴収して整備を行い、会員が協力して維持管理をしていくことを推奨する。

なお、日常の維持管理は極力会員が分担して自ら行うような労働力の提供により協働型にすることが、費用の軽減や会員間の連帯感につながり、事業が長続きすると考える。

前者の、個別の収支（事業性）が問われるものについては、定着して人々を集めることが出来るようになるまでの間をどの様にして事業継続させるかが課題と考える。また、カフェテラスや店舗などは初期投資が数十万円から百万円を超えるものもあり、事業を行うものには大きなリスクが伴うことから、意欲のある事業者に如何に開始しやすい環境を用意するかも重要になる。

以下の個別の事業性を見てみると、つくばセンター地区では独立した店舗型の可能性はほとんど無いと考えられる。

カフェテラス	
投資	<ul style="list-style-type: none"> ・ 初期投資大（8～10席で50万円程度） ・ 器備品、人件費は既存店舗を活用
利益	<ul style="list-style-type: none"> ・ 客単価は数百円～千数百円、利益率は高い ・ 年間で利用可能日は半分以下

店舗（物販・飲食）	
投資	<ul style="list-style-type: none"> 初期投資大（店舗躯体のみで 100 万円以上） 飲食は水回りが負担（給排水、トイレなど） 什器備品、人件費が必要
利益	<ul style="list-style-type: none"> 客単価は 1 千円以上。利益率は普通 通年営業でも、物販は休日中心。飲食は通勤客などで平日中心。

朝市・夕市

投資	<ul style="list-style-type: none"> 初期投資は、ほとんどない。 生産者が直接販売する人手があるか。 販売を専門で行う場合は、収集運搬・販売の経費（5000 円/日程度）が掛かる。
利益	<ul style="list-style-type: none"> 客単価は数百円。利益率は人件費などの経費を控除した場合は低い。 農産物などは季節性があり、餅などの加工品を除いて冬開催は困難。 毎週 1 回、年間 30~40 日程度（冬季を除く）の営業で、数十万～百万円程度の売り上げ

5. 活性化方策の支援

1) 支援の必要性と地域メリット

つくば市は、研究学園都市や科学博覧会などによって、全国的に知名度も高く、その中心であるつくばセンター地区が魅力ある地域として向上することは、つくば市全体の向上につながる。その逆につくばセンター地区の衰退は、つくば市にとって大きなイメージダウンとなる。

そのつくばセンター地区は現在、周辺への大型商業施設の立地によって、その中心性を失いつつある。

大型商業施設は、地域の特性を活かしたものではなく、規模などで周辺との差別化をはかり集客する施設であり、時代とともに展開を変化させ市街地の中心から郊外へと移り、大きな駐車場を持ち街から集客している。

市街地の活性化にとって、郊外型の大型商業施設は脅威であり、郊外型の大型商業施設によって中心市街地が衰退した事例を全国で見ることが出来る。中心市街地の衰退は、近隣の土浦の駅前に見られるように、一度衰退してしまうと、そのイメージが定着し、生半な努力では復興することが困難になる。

そのためにも、つくば市の顔ともいえるつくばセンター地区では、そこでのみ生きる人々によって地域の特色を活かした活性化こそが、持続性のある活力を創りだすもので、地域発の活性化を関係者が支援することは必要不可欠といえる。

幸いつくばセンター地区は、国の関連機関の科学研究の施設が集積しており、周辺には豊かな農産物があり、整備された公園や歩行者専用道路など広々とした公共施設がある。

またつくばセンター地区は、知名度もあり、T Xなどによって東京都心方面など広域の集客が可能であることから、地域の特性である科学や豊かな農産物、広々とした都市環境を活かした活性化活動をすることにより、

つくば市の持つ様々な地域情報の発信につながり、つくば市の魅力を周知することができる。

つくばセンター地区の活性化は、これにより周辺地域もふくめて、来訪者を増加させ、地域の特色を理解して新たな産業の立地や住宅の立地を促進すると共に、既存の産業活動も活性化させ、地域経済全体の活性化につながることであり、地域の大きなメリットである。

2) 活性化を支援する方策

地域発の活性化について、関係者がどの様な係わりをするかは、関係者がそれぞれ地域においてどの様な役割や関係を持っているかによる。

個別の活性化事業で見た場合、実際に行う者は限られてくる。しかし、これらの事業は地域全体の活性化を目指すものであり、事業を行わない者が積極的に支援することで、その持続性を高めることが求められる。

◆自治体の支援

歩行空間と言う公共空間を活用した活性化においては、公共空間の管理者である地方自治体の役割が大きなものとなる。

歩行空間のような公共空間は、その歩行としての機能を保全するため、活性化のメニューで提案している事業に関しては、一般的に規制する方向での条例しかないので現状である。

しかしながら、近年既成市街地の衰退を防止し、地域経済の活力を回復するため、地域にある資源である道路や河川、緑地や公園など公共空間を活用して地域の活性化を図る活動は、全国で取り組まれるようになってきている。T U T C ライブライバーNo.38の事例で、その一部を紹介している。

ここで重要なことは、各種の取り組みメニューが、何処でも同じような条件で必ずしも成立しないということである。人口密度や立地環境など地域の特性によってどの様な条件が好ましいか、事前に判断することは極め

て困難である。したがって試行段階など実際の経験を踏まえて公共空間である歩行空間活用の条例を整備するような柔軟な対応が求められる。

◆その他関係者の支援

活性化の活動を持続的に行っていく為には、下地となる公共団体の支援と共に、地域全体で各種のメニューを複合的に取り組むことや、定期的なイベントなどを通じて総合的に活性化に取り組んでいく必要があり、そのためには地域の関係者が協働した取り組みが重要である。

各種の取り組みは、単独での効果より複合・集約されることで相乗効果が生まれることから、個々の事業を、より効果的な時期や場所で取り組まれるよう配置についても、実施主体を含め地域全体で協調・協議していく必要がある。

このために必要な地域全体が参加する体制を持ち、ここでも試行段階から本格実施まで、地域内での協議を通じて、必要な修正や変更・廃止を含めて柔軟な対応を図ることで、実施数段階では経済的にも持続できる事業にすることを求めていく。

また、個別事業者のエゴや、特定の事業者に極端なリスクの偏在にならないように、地域で権利や義務を分担していくことを考えていくべきである。

特に、初期の試行段階を経て、一定の効果を持ち継続的な実施出来るようになるまで利益を上げることは困難で、その間を耐え抜く為の努力を、様々な形で支援していく必要がある。

しかし運営面は、行政の負担に頼らないで、民間の力で継続することが重要であり、そのためにも地域の民間団体の全員が参加者として、地域の利益である活性化に向け、特定の者に寄り掛かることなく、全体としての協力し合う関係を良好に保ちつつ、活性化の意識を共有することが活動の持続につながる。

6. ま と め

まとめ

活性化の取り組みは、他の地域の取り組みを見ても長い時間を持って、地域に定着してきたものが多い。そのため、以下のポイントを理解してその成果を得る努力をしていくことが重要である。

◆まず始めること

これまで活性化の取り組みテーマを幾つか提案してきたが、あくまでも事例を基に、つくばセンター地区で取り組むことが可能なテーマとして挙げたものであり、実際はどれが地域の活性化として効果的で且つ事業として継続できるかは実施してみなければわからない。

そのためには、まず始めることが全てのスタートである。

それに向けて、関係者が既存の枠組みに囚われずスタートできる環境を整えて、出来ること又はやってみる者がいる事業から社会実験的な試行実施からでも取り組むことである。

◆試行錯誤の繰り返しを恐れないこと

今回提案している内容が全てではないし、同様なテーマでも工夫を加えるなどの改良が必要なことが生じることが考えられる。しかし当初と違うからと言って、不安や不満を感じたり失敗を恐れずに、よりよいものを見つけるための努力を繰り返していくことを忘れてはならない。

◆継続すること

活性化の取り組みには、徐々に集客効果を出すものや、最初は効果があっても定着するまでには集客力が中弛みしたりする物がある。本当の効果は結果として表れるもので、途中経過の傾向だけでは判断が難しいものが多い。そのためには継続することで、少なくとも数年間は辛抱強く続ける覚悟を持って行う気力が必要になる。

◆効果の格差は、活性化の活力

活性化効果の享受は、地域全体で取り組んでいても、その大きさは地域全体で、必ずしも平等ではない。

同じ地域で事業に取り組んでいる場合でも、事業者間でその効果（メリット）に多少の差が生じることがあり、事業に取り組んでいない人が恩恵を受けることがある。参加者には不公平感が生まれることもあるが、一方で更なる努力につながることもある。したがって、格差や不公平感があるからといって活性化の取り組み内容を否定してはならない。完全な公平・平等は現実にはあり得ないし、格差こそが地域内での競争や努力といった活性化に向けた活力となることを念頭においておく必要がある。

特に公共団体においては、市民感情において平等・公平を意識するが、民間が活力を出す機会（チャンス）を与えているもので、地域全体としての効果を重視し、個々の事業者や関係者間で、結果としての効果の差が生じることについては、公共団体は、活性化の活力となるよう、必要な助言やルールの改良といった形で関与していくべきである。

あとがき

T U T C ライブライリーNo.3 8 及びNo.3 9は「つくばセンター地区の歩行空間活性化」として、主に歩行者専用道路と公園・広場と言う“公共空間”を活用した地域活性化の取り組みについて、国内の事例調査や海外の文献資料などを参考に、その活性化方策の提案をまとめました。

まちとしての活性化は、右肩上がりの時代が終わった今、何処の地域でも持つ課題です。

“つくばセンター地区”の“歩行空間”と言う場所を限定しての提案ですが、中には各地域でも参考にして頂ける考え方もあると思います。もちろん活性化には“歩行空間”のような公共空間だけなくこれと一体になる公開空地など私有空間も含めて行うべきものです。

また、公共空間の活性化と合わせて、まちを構成する商業等施設そのものが魅力的なものとなるため、ソフト・ハードの努力が必要です。

地域が総合力を發揮して取り組む活性化に、本書の一部でもご活用頂ければ幸いです。

財団法人つくば都市交通センター

理 事 長 伊 藤 節 治

本書を纏めるにあたり、ご協力頂いた各位に、改めてお礼申し上げます。

本書編集責任者

財団法人つくば都市交通センター

企画業務担当理事 岡田嘉久

発行日 平成22年12月

発行所 財団法人 つくば都市交通センター

〒305-0031

茨城県つくば市吾妻1-5-1

Tel 029-855-7211

