

## 7. 学識経験者等への意見聴取

## 7. 学識経験者等への意見聴取

関係する専門家へのヒアリングを行い、類型化の方法や広場レイアウトのポイント等について、検討方法や結果の妥当性に関して意見を収集した。

### 7-1. 意見聴取先の一覧

#### 意見聴取日

- ・伊藤 香織氏（東京理科大学教授）
- ・坂井 文氏（東京都市大学教授）
- ・清水 義次氏（株式会社フタヌーンソサエティ代表）
- ・福井 恒明氏（法政大学教授）
- ・小出 和郎氏（都市環境研究所所長）
- ・林 厚見氏（株式会社スピーク代表）
- ・小林 正美氏（明治大学教授）

#### 専門家プロフィール

##### ◎ 伊藤香織氏（東京理科大学教授）

###### 略歴：

東京大学大学院修了、博士(工学)。東京大学空間情報科学研究センター助手を経て、東京理科大学講師。2008年より同准教授。2015年より同教授。

##### ◎ 坂井文氏（東京都市大学教授）

###### 略歴：

横浜国立大学 工学部 建築学科卒業、2003年 ハーバード大学 デザイン大学院 ランドスケープ・アーキテクチャー、2005年 ロンドン大学 PhD。共著に、「英国CABEと建築デザイン・都市景観」ほか。

##### ◎ 清水義次氏（株式会社フタヌーンソサエティ 代表取締役）

###### 略歴：

東京大学工学部都市工学科卒業。マーケティング・コンサルタント会社を経て、1992年株式会社フタヌーンソサエティ設立。都市生活者の潜在意識の変化に根ざした建築のプロデュース、プロジェクトマネジメント、都市・地域再生プロデュースを行う。

##### ◎ 福井恒明氏（法政大学教授）

###### 略歴：

東京大学工学部土木工学科卒業、東京大学大学院工学系研究科土木工学専攻修士課程修了。清水建設株式会社、東京大学大学院工学系研究科社会基盤学専攻助手、同講師、国土交通省国土技術政策総合研究所研究官、同主任研究官、東京大学大学院工学系研究科特任准教授を経て、2012年法政大学デザイン工学部都市環境デザイン工学科准教授、2013年、同教授

##### ◎ 小出和郎氏（株式会社都市環境研究所 代表取締役）

###### 略歴：

東京大学工学部都市工学科卒業。1975年東京大学大学院修士課程修了、1972年株式会社 都市環境研究所 入所、1983年同代表取締役所長。共著に、「英国CABEと建築デザイン・都市景観」ほか。

##### ◎ 林厚見氏（株式会社スピーク 代表取締役）

###### 略歴：

東京大学建築学科、コロンビア大学不動産開発科修了。米国系経営戦略コンサルティング会社を経て、2004年SPEAC inc.を吉里裕也と共同設立。建築・不動産の開発再生における事業・業態の企画、プロジェクトマネジメント等、ファイナンスからデザインまでを統合するプランニング、コンサルティングを行う。

##### ◎ 小林正美氏（明治大学教授、株式会社 アルキメディア設計研究所 主宰）

###### 略歴：

東京大学大学院修士課程修了の後、丹下健三・都市建築設計研究所勤務。フルブライト奨学金にて米国学し、ハーバード大学大学院修士課程修了。帰国後、東京大学大学院博士課程修了。明治大学理工学部専任講師、助教授を経て現職。著書に「市民が関わるパブリックスペースデザイン」ほか。

## 7-2. 意見聴取結果

### (1) A氏

<専門家ヒアリング第1回> ヒアリングメモ

日時：2015年10月2日(金) 13:30-15:00  
場所：スペースシンタックス・ジャパン事務所

出席者 新沼 高然氏(国土交通省国土技術政策総合研究所 都市施設研究室長)  
西田 純土氏( 同 都市施設研究室 主任研究官)  
高松 誠治(スペースシンタックス・ジャパン株式会社)  
平川 博之( 同 );記録

資料1:業務概要  
資料2:昨年度業務成果概要  
資料3:広場等空間の類型化方法  
資料4:文献調査結果サマリー  
資料5:実証実験計画

- 最初に新沼氏より挨拶と趣旨説明、その後、高松より資料の説明を行った。以下、意見聴取結果の要点は、以下の通り。

<類型化について>

- 壁だけに囲まれた広場でも、ベイリーパークのように良い空間となっている広場はある。広場の分類ごとに悪い悪いを説明するのではなく、分類ごとの特徴・留意点を整理できると良いのではないか。
- サンクンガーデンのように立体的な敷地条件についても、分類を行う上で一つの視点として考慮できるのではないか。
- 国内のサンクンガーデンの例として、似たようなものとして、新宿三井ビルの「SSひろば」と伊勢忠ビル「CI PLAZA」がある。似たような広場だが、「SSひろば」は多くの人で賑わっているのに対し、「CI PLAZA」は利用者が少ない。周囲からの視認性の違いか、テナント配置の違いか、こういった現象の要因を説明できるようになると良い。

<評価/デザインについて>

- 広場事例に対しては、広場の改善に繋がるように、何らかの踏み込んだ評価を行えると良いのではないか。
- 広場の要素として、「何が見えるか」が大切な要素としてある。特に、「遠くまで見渡せる眺望」が大切だと考えている。街を見渡すことにより街に関する認識が蓄まり、都市像が豊満されるようになる。都市全体の機能的には、そのような広場があった方が良く、都市のレジリエンスの向上に繋がる。評価の視点・要素として「眺望」を扱っても良いのではないか。
- 神田のマーチエキュートは、通過する電車が見える、特徴的な眺望を持つ1つの例である。

1

- 以前、「10+1」という補設で、次の5つの広場の評価項目を設定した。  
①地面の質・・・芝生がふかふかな状態かなど。  
②眺望・・・東京タワーや新幹線が見えるかなど。  
③管理・・・営業時間の長さ、芝生の立ち入り禁止状況など。  
④交通の便・・・音が集まりやすい場所かなど。  
⑤穴場度・・・スペシャルな場所かどうか、例えば、有楽町の交通合胞屋上テラスのように、多くの人は知らないが電車が眺められるなど。
- コレド日本橋の「アネックス広場」は、竣工当初、広場利用者が非常に少なかった。広場に対してレストランが立地しており、レストランの排気が広場側に設置されていたこと、さらに、レストラン入口に門番が常駐していたことなどが居心地の悪さの原因となっていた。その後、門番はいなくなり、広場のデザインも変更されたことにより、状況が改善された。
- 大学の授業で広場の良い事例を紹介する時は、今でも、海外の事例をとりあげることが多い。広場のタイプ等に、各広場が良さを伸ばしていき、日本にも良い広場が増えることを期待している。

<管理/運営について>

- 広場周辺の店舗営業者のクリエイティビティが、今後、向上することを期待している。「広場があるから～をしよう」と、広場を有効活用できる人が増えると良い。今はまだ、受け身の人が多く、何かしてくれるのを待っている人が多い。主体的に「広場をどう使うか」「広場を利用して何ができるか」を考えられる人材を育てて行くことも、今後大切である。

以上

2

## (2) B氏

＜専門家ヒアリング第2回＞ ヒアリングメモ  
 日時：2015年10月8日(木) 15:00-17:00  
 場所：スペースシンタックス・ジャパン事務所

出席者 新沼 寛慈氏(国土交通省国土技術政策総合研究所 都市施設研究室長)  
 吉田 純土氏( 同 都市施設研究室 主任研究官)  
 高松 誠治(スペースシンタックス・ジャパン株式会社)  
 平川 博之( 同 )：記録

資料1：業務概要  
 資料2：昨年度業務成果概要  
 資料3：広場等空間の類型化方法  
 資料4：文献調査結果サマリー  
 資料5：実践実験計画

- 最初に新沼氏より挨拶と趣意説明。その後、高松より資料の説明を行った。以下、意見交換結果の要点は、以下の通り。

＜類型化について＞

- 類型「周辺建物のアクティブ度」について、「壁が多い」ではなく、「店舗が少ない」の方が分類の意図に合った表現ではないか。
- 類型「立地」について、「それ以外」という表現ではなく、「歴史的、コミュニティ的…」といったポジティブな表現に変更しても良いのではないか。
- 分類タイプごとに各タイプの広場イメージの説明文を加えた方が、マニュアル利用者が分類を行いやすいのではないか。
- 分類は、どんな人がどんなふうにするのかを想定して行うべきである。デートの時に使うのか、わざわざ行くことになるのか、日常使いなのか平日常使なのかなど。
- A、Cの分類で、種数交差かつ数がある場所の場合、災害時に集まるための広場というのにもなる。また、Aのように中心かつ種数交差のある広場は、格闘のキャッスルガーデンのようにきれいな広場を整備しようとする理想になりやすい。
- Cの広場は、街中へ遊びに行つて、少し離れた場所に憩いするよう広場がある。
- B、Dだと、「歴史広場北広場」は歴史スポット、「F&L」は公園コンテナ1・2は商店街のコミュニティスポットなど、特徴、意味合いのある広場と言ったことができるのではないか。
- 特にDの広場は大切である。例えば、高齢者少子化が進み、核家族の多い場所では、親子連れが集まったり、お年寄りが集まったりとコミュニティを育む広場として機能し得る。
- Bの広場としては「バスと幹線道路の交差点近く」というものがあり得る。そこはロータリーであり、交通のための広場であるため、事例としては少ないのかもしれない。

1

- あるとしたら、昔、交通ハブだったところを、これからはコンパクトシティとして積極的に扱おうとする場所。札幌ではバスセンターと地下鉄が連携したところがある(東札幌駅)。現状は、通過するだけだが人通りの多い場所。学生の卒業設計では、そこを広場にすることが一年に一回はできてる。日常、良く通る空間をもつ少し気分の良い滞留空間にすれば、バスと電車の乗り換え待ちなどに便利な場所になる。
- デザインに関することでは、Aのように通過が多い場所にはイスを多くは置かない方がいい場合が多い。Cのように中心地だが1本の通りでは、老人が休憩するためのイスがあった方がいい。また、長時間休憩が生まれやすい場所である。
- B、Dはどちらかというとコミュニティに近いところであり、Bは長時間利用に適していることが多いかもしれない。Dは毎日訪れるようなコミュニティスポットになりやすい。そういう特性に応じて、机を置くか、椅子を置くかどうかを検討していける。
- A～D(立地・接続状況)とA～E(囲み度・アクティブ度)の掛け合わせの考え方はなかなか難しい。例えば、Aの広場は、「中央エリア」かつ「種数交差」で、多くの場合シンボリックな場所であり、A-Aのように「さらされ」ており、周辺に「店舗が多い」はずだが、A-Eのように「囲まれ」ており、「店舗が少ない」広場とはどういった広場なのか。
- A-Eの広場の例としては、伊丹市の三軒寺前広場がある。中心地で複数の道が集まってきたり、お店が少ない。囲んでいる感はお寺の壁となっている。二つの駅の間にあって立地がいいため、人通りは多いのだが通過するだけの場所となっている。(高松)
- Eのカテゴリーに入ったものは注意深く検討する必要があることをマニュアルに示した方がいいのではないか。Aは比較的に活用される広場を整備しやすいが、Eは注意しないと活用されない広場になり得る。
- A-Aイは中心部かつ結節点であり人が多い。さらされているA-Aは通過のための空間になりやすい。囲まれているA-Aは滞留のための空間になりやすい。A-Eでは、滞留のためのファニチャー、場所を提供することにより滞留機能を強化できる。
- 利用者に任せて、それぞれそういった特性の場所になり得る。一方で、A-Aであっても、事業者として広場にもっと関わってほしいという場合もあり、その場合は、領域性をもって、留まりやすい空間するためのアドバイスをするのも良いと思う。(高松)
- Eは囲まれている条件を活かして、滞在時間を長くすることをアドバイスする。Eでは通過のための広場とするのは難しい。(新沼)
- D-0は、良いデザインであるけれども、おじいちゃんや囲みを牽くような、アウトドアビートルームになり得る。
- D-0は防犯の観点からも整理できる。都市・社会に蔓延している問題と関係づけて良いのではないかと。

＜評価/デザインについて＞

- 札幌の北3条広場は、広場として良い事例である。道路であった空間を広場として都市計画決定し、民間事業者により整備が行われた珍しい事例である。
- 交通施設の一つである「交通広場」は、歴史のある空間であることが多い。広場としてのポテンシャルが期待される。

2

- ニューヨークの公共空間移譲に関する制度では、主目的として「イスの量」「アクセシビリティ」などに関して細かく条件が規定されており、環境条件から必要となるイスの量を算出するための算定式がある。
- 広場整備の難しい点は、浮遊者等が広場を占有的に利用してしまう点である。このような治安上の対策としては、「人の目による監視」が有効である。ニューヨークでは、広場にキオスクを入れて、監視の目を確保している。タイプ「Cのつ」のような広場は「人の目」を入れた方がいい。タイプ「E」も治安上、レイアウトに気をつけなければいけない。死角となるような空間はなくした方がいい。
- 公園と広場の違いとして、必要となる入口の数が増えらる。公園はいろいろな所へ入口があった方がいいが、入口が多くあると立ち着かぬ空間となってしまうため、広場の場合は必ずしも多くの入口には必要ない。広場をデザインする際には、機能を絞ることも大切である。
- 外部空間を設計する際には、空間に持たせる機能を企業者が設定しなければならない。広場周辺との関係からどういった空間にすべきか、シナリオづくりの手助けとなるようなマニュアルにしてほしい。そして、企業者とデザイナーが話をすり合わせる助けとなるものにしてほしい。
- グラントプラザでの実践実験では、「移動する人と滞留する人、それぞれにとって良いレイアウトは何か」といった視点を検討してほしい。
- 外部空間の設計では、壁の設計が大切であり、壁や天井による囲まれ感を見極めた上でファニチャーの置き方を考えるべきである。壁といっても、面だけではなく、ポールでも良くて、ポールの感覚や高さなども空間の使い方に影響する。
- 領域性を作り出すためには、壁だけではなく、ゲートのようなものでも十分である。
- テーブルとイスの設置数について、テーブルはあまり必要でなく、イスの方が熱帯地多く必要である。ニューヨークのブライアントパークでも、テーブルよりもイスの方が圧倒的に多く設置されている。
- 広場の整備は、広場の敷地等の改善・整備だけではなく、道路の付け替えも1つの手として重要である。ヨーロッパでは多く利用されている手段であり、そのような広場を事例として紹介しても良いのではないか。

＜その他＞

- 文献調査では、「街並の美学(岸原真信 著)」を追加して欲しい。
- 広場活用手段としては、時間限定的な定期的イベントだけではなく、展示物の設置などの継続的なイベントも有効である。歩行者を立ち止まらせるまではいいが、速度を落とさせることができる。

以上

3

### (3) C氏

<専門家ヒアリング第3回> ヒアリングメモ  
 日時：2015年12月14日(月) 15:00-16:00  
 場所：アフタヌーン・ソサエティ事務所

出席者 高橋氏(国土交通省都市局)  
 高松(スペースシンタックス・ジャパン株式会社)

<ガイドラインについて>  
 議論されているガイドラインの主旨については良くわかった。ガイドラインをつくることには意義があり支持するが、それを実行するプレイヤーがいるかどうか、つまり実現のプロセスが大切で、それには具休的な「人間」が必要。各地で「構想」の山がうすく崩れているがなかなか実現しない。特に民間の人材、それも個人というよりは組織として存在することが重要であると思う。

ガイドラインの着重点など、真っ当な整理をされていて特に問題はないと思う。やはり「構想」と「実現」の間に大きなギャップがあることが最大の課題である。

徳島の神止町のグリーンパラーが行っているまちづくり事例が良いのではない、移住と拠点づくり、仕事も生んでいる。

<行政による「観光」振興の課題点>  
 時代に合った政策をつくるのが行政の役割であり、ガイドラインの意義も認めるが、まず「観光」という言葉が良くない。言葉のイメージが強くてこれ以上はダメである。「インバウンド」が盛んに叫ばれるが、例えば、それは中国から飛来してくる方々を主対象としたビジネスを考えるのか、それとは違うターゲットなのか、はっきりしない。古い意味での「観光」なのが、ここで議論しようとしている全く違うものなのか、その辺りを、はっきりさせなければならぬ。

「ツーリズム」と呼ぶ人がまだ多いが、どうすれば「ツーリズム」が地域の尊厳としてお金の循環を生み出せるかという点を我々はテーマにしている。何があれば人が行くのか、その土地らしい暮らし、住み方、子育て、遊び、それらが自然体になったライフスタイルが重要で、人が好きかと思う地域になる。いわゆる「観光地型」のものを目指しては行かない。

私は、むしろ「日常」のほうに心がかり、「イベント」が終わった後の面白さ、そのほうがよほど大切である。イタリア・シエナは観光地化されていて民間は大勢の人が街にいらるが、は朝の朝、観光客が去ったあとの中世の街の雰囲気が真の魅力である。その辺りから地域の魅力を捉えて、まちづくりを議論すべきである。

構想を実現するための「プレイヤー」によるチームをどう育てるかが大切である。六本木の政策大で行政職員を育ててお方がなく、現場で育てることが不可欠だ。

<まちづくりが目指すべきもの>  
 街を中心から見て見ないことが大切。ツーリズムというものは、周囲にある潜在的な資源

源(田畑、里山、川や海など)を見つける喜びがカギとなるものであって、時代はそのほうに力をつけているだろう。新鮮な体験、能動的に動いて発見したときの脳細胞が興奮するようになるのだ。その醍醐味である。周囲の空間資源は、外から来た人のほうが見つけやすい。それらの問題の資源と街なかとどうつなげるかが議論の出発点である。

- リノベーション・スクールは、外部から来た人が滞在しながら街の潜在的な空間資源や新しいコンテンツを発見することに大きな意味がある。新しいコンテンツとは、例えば、地元のやんちゃな若者が街に居て新たな面白いビジネスを始めたりなどということである。「食」も重要な事業である。
- 過疎地、空っぽ化した中心市街地は、むしろチャンスと捉えるべきである。数十人の「面白い人」が居たときに、過疎地が過疎地でなくなる。

<紫波町の動きについて>  
 紫波町ではオガールプロジェクトなどに8年以上関わっている。情報交流プラザ(図書館、公民館)と民権デパートをセットにしたオガールプラザが2012年にオープンし、ほかにも公民館連棟を進めている。紫波町では移住者も多くいて、カッコいいウェブデザイナーが農業に就労していたりする。自費の小麦が獲れ、珍しい品種も育てている。手間をかけた野菜をつけてイタリアン・レストランに卸している。奥さんが切り盛りするカフェでも自家製の素材でつくった美味しいパンを出している。農業というよりは、起業家である。

- 他にも元会社員で、移住して農業をされている人もいる。人口3万人の街にもかかわらず、本格的なシアトル・コーヒーが飲めるカフェもある。一生懸命スターバックスを潰しているような自治体とは全く違う。そこにはおしゃやな女性が集まってくる。むしろ東京より質の高いコンテンツが求められているのではないかと、遠距離でも、それを目的に訪れる人がいるということだ。実際に味の違いがわかるかどうかは別として、背景のストーリーも命題で価値を感じる人たちが確かに存在する。
- コンテンツや事業をつくる人を育てることが大切で、それと地域の潜在的な資源と結びつくこと、感力になっていくということを示している。

<農業・林業との組合せで新産業づくり>  
 紫波町では、オガール周辺の残っている土地を57区画の住宅地として分譲している。新しい組合せのルールのほか、エコハウスのルールがある。断熱性能などの基準は、経産省の基準より厳格しくドイツ並みである。紫波産材をつかったエコハウスは、ゼロエネルギー住宅の1棟建てである。

- 住宅産業も変化している。エコハウスもコスト低減が可能なになり、オガールのプロジェクトと組合せで住宅となりつつある。農業、林業、他のものとの組合せによって、非常に面白いものも生まれる。副産物の林業は採算性が良い。仕事も楽しいし、専業として面白い可能性がある。それらがツーリズムにもつながる。
- 市のひらた松先のとえのように、地域の強さを活かしてこそ面白いものがある。里山をビジネスやアウトドアの楽しみとして捉えることができるだろう。アメリカでは地方都市に本社を置いている大企業も多く、アウトドアの楽しみが多くストレスが少ない

生活環境が価値となっている。

<リノベから生まれる新たな産業>  
 意外なものがある。北九州でやっているリノベ・スクールでは、多くの人が訪れ、滞在し、消費するため、コンテンツの数と質と効果がある。と議会が議論になった。社会実験をやると、4日間の滞在参加費が2万人にもなった。その前に開いた右打ち講座になり、楽しい時間もある。

- 古民家再生などにおいて、DIYリノベという自分たちで内装をやるイベントを行っており、参加者も多い。お掃除イベントというものもある。面白ければ人が集まる。ひいては、移住にまでつながることもある。
- ゲストハウスは、リノベーションまちづくりの有力な対象であり、需要もある。各地の破綻型のビジネスホテルではつまらないので、イタリアの民泊のような居心地のよさや、地域のことを知るができる場所のほうがよく楽しい。長期滞在するときには、ホテルよりもゲストハウスのほうが、調理もできて居心地が良い。

<ガイドラインから、実現につなげるために>  
 ツーリズムと、ライフスタイルや産業振興との関係がつかれなければ、継続しないだろう。持続的な楽しい生活、楽しい仕事が生まれるというゴールのイメージを持ち、実現までの道筋を持つことがまず大切である。それができれば、ツーリズムが産業化して、定着する。いままでの「観光」の考え方は、すぐに消費され、廃棄し、人が来なくなる。

- どのような切り口でツーリズムを伸ばしていくのか、新たなマーケットをつくっていくか考えるとき、その芽はすでに出始めていると思える。あとは、実現に向けたイメージを持って、現実のチームを構成して動かしてみればよい。実現させることを試すこと、それとガイドラインがセットになってくること、それをやらなければ意味がない。
- 北九州では小倉家守構想検討委員会の会長になったが、実際に走れる人を委員にして委員会を構成することを提案した。「実現」に聞ける人を構想検討時から検討委員会のメンバーにしておく、志のある不動産オーナー、大学の非教授クラスで生徒の信頼の深い人などコーディネーターやプロデューサー「家守」として集めた。とにかく「実現」のための道をつくるのが大切だ。
- 地域では多岐にわたる分野があるので、それぞれ独自に考えること、これを丁寧にやらなければならない。他と同じことをやっていると、事例にはもう少しリノベーションをつけたほうがよいかもしれない。

<行政の役割、橋のつながり>  
 民間のグループを育てながら、行政の人たちの意識改革をやらなければ公民館連棟はうまくいかない。例えば、「広報」など、行政の得意分野も大いにある。民間の投資を呼び込むためにも、独自の都市政策策定が重要になる。

- 行政が障をやりわけて、民間のプレイヤーを育てて、後ろから支える。補助金をつける

のではなく、自立型のファイナンスを主体とした組立てをする。

- リノベーションまちづくりは不動産をベースに議論しているが、本家は建物の話ではない。都市地域の経営課題解決が目的である。だからこそ様々なテーマが関係してくることになる。福祉、教育、商業、産業振興、農業、林業など、すべてに関係する。
- 役所内にツーリズムやまちづくりの主担当部署・窓口があることは悪くないが、あくまで関係部署が「サブリーダー」となり関係共有を促して一緒に進めていくこと。部署横断は早くから考えておく必要がある。いまさら縦割りをやっても地方が再生するわけがない。

<民間事業者、銀行の役割>  
 あらゆる分野が関係するものであり、例えば商業が活発になればトラフィックが増えるわけ、例えば交通事業者も協力すべき課題である。ビジネスの受益者であることがわかっていない人が多い。やがてメリットがある事業者を集めて、組織化することができれば好ましい。

- 銀行も重要な存在である。特に、地方銀行や信用金は、地域内に投資先がないために金が余っている。例えば、国債購入よりも安全で利回りの良い、自立性、持続性のあるプロジェクトがリノベーションまちづくりのプロジェクトにはある。北九州リノベ・スクールでは、地方銀行が事業計画の相談に乗っている。
- 尾道U2プロジェクトは、広島銀行などが融資しているが、まず民部機構が事業を担保的にチェックして少し出資する。その信用が呼び水となり地方銀行が出資する。
- 小倉・巨港市場の67ベッドのゲストハウス、タンカールプロジェクトでも、6,100万円程度の調達のうち、1,500万円くらいを民部機構が出資した。
- 政策投資銀行は、初期の募資プロジェクトに貢献してもらったが、銀行としての性格が変わってしまい、大型プロジェクトしか対象しなくなっている。

<補助金の課題点>  
 補助金でうまくいった例は少ない。事業のチェックをして自立するものを対象に、ファイナンスを金をつけるやり方に切り替えるべき。投資になっていない。補助金を当ててして拡大したプロジェクトを計画する。投資回収が不能なように、自治体が追い金をつける目的になる。投資ができるだけの事業の見分けが自治体の中にない。確約保証がないがチェックできるのだけがない。

- P1 P4 P P Pもそれぞれ本家の主所を曲解してしまっていて、全く意味のないものになっている。

## (4) D氏

<専門家ヒアリング第4回> ヒアリングメモ

日時：2016年2月8日(月) 10:00-11:30  
場所：法政大学デザイン工学部市ヶ谷田町校舎

出席者 高松 誠治(スペーススタックス・ジャパン株式会社)  
平川 博之( 同 ) ; 記録

資料0:業務概要  
資料1:実証実験および各検討の関係性・まとめかたについて  
資料2:広場等空間における整備及び活用方針に関する整理  
資料3:広場レイアウトに関する知見の整理

- 最初に高松より挨拶と趣旨説明、その後、資料の説明を行った。以下、意見聴取結果の要点は、以下の通り。

<マニュアルについて>

- マニュアルの目的としては、大きく2つある。1つ目は、広場整備に係る発注者の仕様書作成を手助けするもの。2つ目は、一歩踏み込んで、設計者とのデザインに関する議論を手助けするもの。実際にマニュアルを利用することが多いのは、自治体の担当者であると考えられる。まずは1つ目の目的を重視したいものがあるという。自治体担当者が設計者と議論するための知恵袋として活用できるものになれば良い。
- マニュアルの中で、「シーティングのタイプ」と「行灯」との関係付けが整理されているとわかりやすい。イス、イスとテーブルのセット、ベンチ、段差、植栽などの間隔など、いろいろなタイプについて、いろいろなものも多目的に利用できることを示すページがあると非常に便利である。自治体の方は、「誰が何をベンチをどこに置く」といった短期決断をしがちである。そういった方、段階の受け入れ方も異なる可能性があることを伝えられると良い。
- マニュアルの構成として、前段で常備の受け入れを含まず多用広場の機能を示し、その次に、配置や各要素の相互関係について示すのが良いのではないかと。
- 今回の実験は仮設の検証作業がメインではないと思うので、検証作業は最低限にして、広場整備の全体論の中において、レイアウトについて部分的に検証が行えたといった形の整理が良いのではないかと。最低限の知見の整理がどういった形になるかは判断が難しいが、例えば、以前は道沿いなどを担当していた自治体担当者も、ちょっとした条件の違いが人の行動に影響を与えることを伝えられれば良いのではないかと。そのためには、チェックリスト的に数項目だけに対して、広場整備が済んだと思われる書きぶりにはしていない。
- 過去に作られたマニュアルは、「座るのベンチ」、「木陰は植栽」など、1機能1施設の説明の集合体となっているものが多く、そういったものでは利用者のことが具体的に想定されていないことが多い。今回の体系化では、利用者の行動を踏まえた上で、各要素

1

をどう配置するかを示してほしい。

- レイアウト以外では、整備・活用の実施体制をどう組むかなども非常に大切である。今回の業務で、全てを網羅したマニュアルをつくることはできないので、どこに焦点をあてるのかを明確にした方が良い。

<類型化について>

- 資料2の類型化について、現状、広場整備の際に困っている分類はどれなのか。条件が良い場所は、良い設計者が付けばそれなりに良いものができる。困っている分類や人にとって、必要な情報が含まれていないものになると良い。そのためには、来年度以降では設計者・自治体担当者に、実際に困っていることをヒアリング調査することが有効である。
- 分類する際には、現状を基に分類するのか、目指す状態を分類するのか明確にするべきである。例えば、現状ではシャッターが閉まっていて、アクティブな広場のない広場を、広場のシャッターが空いている広場としたい場合は、どちらに分類するべきなのか。
- 分類することによって、広場の可能性を狭めるのではなく、可能性を広げるような表現にしてほしい。例えば、高層ビル1区画敷けることになり、通りに接している広場を、通り抜けられるようにすることも考えられる。そのためには、まず分類「C・D【一本】」から分類「A・B【複数交差】」に移行する可能性を示し、それができない場合、分類「C・D【一本】」の特性に応じて整理することを示す、といった形にしてはどうか。また、そもそも広場に選んでいない場所が存在することも示した方が良い。
- 立地条件による類型化、空間特性による類型化ともに、各分類ごとの特性だけでなく、分類間の移動方法についても示した方が良い。

<実証実験の分析・知見整理について>

- ザンゲルが指摘するような知見について、これまで日本について示されたものは少ない。日本とヨーロッパの広場では使われ方が異なる可能性もあるため、今回の調査のように、日本での知見を整理するのは大切なことである。マニュアルの作成までいかに早くも、調査データの整理だけでも十分面白いものになるのではないかと。さらに、全国の地方大学と協力して、様々な場所でも調査できるより面白い。
- 広場利用者の分析の視点として、広場が後から来た人が使いやすいかどうかといった視点が必要であると考えている。座席の利用単位が明確だと使いやすさの印象を与える。オランダの測量院事務所の岩谷川さんの設計は、フレキシビリティが高く、良い設計である。妻が遊んで秋葉原駅前の公共空間も、立っている人も多く、後から来た人の受け入れ可能性が高い場所である。
- 知見は、「～という条件下では、ベンチを～のように置いた方が良い」というように、できるだけ条件を具体的に示してほしい。あまり知識のない担当者でもマニュアルを利用した場合に、「ただベンチを置けばいい」といった安易な判断にならないようにしてほしい。
- 知見7については、座席近くの座席を高齢利用者が利用し、その利用者が呼び水となり利用が増えたといったことが言えるより面白い。

以上

2

## (5) E氏

<専門家ヒアリング第5回> ヒアリングメモ

日時：2016年2月12日(金) 14:00-15:30  
場所：株式会社都市環境研究所 東京事務所

出席者 新階 高赫氏(国土交通省国土技術政策総合研究所 都市施設研究室長)  
吉田 純土氏( 同 都市施設研究室 主任研究官)  
高松 誠治(スペーススタックス・ジャパン株式会社)  
平川 博之( 同 ) ; 記録

資料0:業務概要  
資料1:実証実験および各検討の関係性・まとめかたについて  
資料2:広場等空間における整備及び活用方針に関する整理  
資料3:広場レイアウトに関する知見の整理

- 最初に新階氏より挨拶と趣旨説明、その後、高松より資料の説明を行った。以下、意見聴取結果の要点は、以下の通り。

<マニュアルについて>

- マニュアルは、シンプルに単線のストーリーで書く場合と複雑な型で書く場合があるが、多くの場合は単線型で整理されている。しかし実際にマニュアルを利用する際には、地域ごと、場所ごとの特性に応じて、単線型でマニュアルとは異なる手段をとることが多い。単線型で最小限の条件を整理した上でマニュアルは面白みに合わせるため、使用時の状況をできるだけ考慮した方が良い。
- 単線型で整理されたもので、ネガティブチェックとして役割が強いものとしては道路構造令があげられる。道路構造令に従って駅前広場を整備すると、いつモバスターミナルなどの車のための空間が確保されて歩行者が迂回しないといけないような形になる。交通量が少ない所でもこの様な形になってしまえば、道路構造令が単線型で整理されているためである。こういった点から、単線型で整理は気がかりである。
- 1つ目のマニュアルとして全ての事項を整理するのは難しいと思う。3つ目のマニュアルに分けて、1つは必要最小限の条件を整理したネガティブチェックとし、2つ目はより良い空間にするためのプラスアルファの条件を整理したポジティブな検討とし、3つ目で意図のノウハウについてまとめると、分けることではないかと。
- マニュアルを作成し、自治体担当者で配布したら、想定通りに広場整備が進むかと言うとそうでもないことが多い。マニュアル配布後に想定通りにマニュアルを利用して整備が進んでいるかをチェック・レビューする仕組みが必要であると考えている。例えばマニュアルの最後には、「広場整備のプロに、決定した整備案について意見を聞きに行くこと」を必ず文章を入れてほしいと思う。
- 静岡市の青森通りに広場と公園が隣接している空間があり、広場側には常設噴水施設があるが、公園側にはそれがない。一見して同じような空間であるが、公園側は利

1

用できることが限られており、利用者にとっては不便な状況にある。マニュアルでは、公園の広場の利用の可能性など、多様な可能性について言及してもらいたい。

- 特に公園・緑地を設計する際は直の設計方法に従っており、周辺環境との関係性を考慮することが少なかった。道路整備の考え方も変わってきている現在では、公園も広場も、周辺環境との繋がりを意識しないといけない。

<実証実験の分析・知見整理について>

- ベンチが短期間利用される傾向にあるというのは、ベンチそのものの特性の他に、置き方による影響も大きいと考えられる。例えば、二つのベンチを向かい合わせに置き、対峙しやすい空間にすることによって、利用時間は変化すると考えられる。
- ベンチ・テーブルなどのファニチャーについては、それらの可変性・多機能性という大切なキーワードである。
- ベンチの配置では、置かれる向きも大切な要素である。多くの場合は、内向き(道路・道路を背に下向き)に置かれることが多いが、外向き(歩行者を眺められる向き)に置いても良い。
- 仮説7については、「座席の利用率13分」と「10分」を比較して、十分な差があると思いつけるのは難しい。「16分」と「17分」など、微細な差があれば言うこともできると思う。もし、仮説を直付けたいならば、時間差の利用率の差を見て、他エリアよりお昼時間中の利用が多いことを示すなどのストーリーが必要ではないかと。しかし、今回の分析は、研究論文のための分析ではないので、詳細な分析は必要ないのではないかと。
- 仮説8については、「広場出入口近くの座席が多く利用される」と言い切るのは違和感がある。座席周辺に近ければ入口によって利用されやすさが変わる。説明にあつたように、「スーパードラッグと似たように、レイアウトの選り好みをするために、どの席が使いやすいか」というような話であれば分かりやすい。
- 座席間の通り抜けについて、どういった場合に通り抜けがあった方が良く、逆にどういった場合にない方が良いのか、どちらともいえる場合もあって、マニュアルでの示し方には注意が必要である。例えば、失敗しているケースが多いが、空間が狭くならないように空間の中央に荷物を配置して、わざと動線を曲げるという設計方法もある。
- 富士グランドライフと似たように、レイアウトの選り好みをするために、座席を整理する場所としては、東京であれば恵比寿ガーデンプレイスが良い場所である。定期的にレイアウトの変更が行われているので、レイアウトに応じた動線や使われ方の違いを確認できる場所である。

以上

2

(6) F氏

<専門視ヒアリング第6回> ヒアリングメモ  
 日時：2016年2月18日(木) 13:00-15:00  
 場所：株式会社スピー事務局

出席者 高橋氏(国土交通省都市局)  
 高松(スペースシンタックス・ジャパン株式会社)

<地域戦略に対する「評価」の視座点>  
 ・国による助成金や表彰などは、制度自体が悪いのではなく、選び方、評価の仕方が的外れなことが何よりも問題だと思う。ビジネス的な視点が欠けているのではないかと、各地でつくられる地域戦略は、マーケットに期待したビジョンとは言い難いものがほとんどである。「あるべき」「あったらいいや」レベルの議論でしかなく、経営目線からの戦略になっていない。どう構つて、実現への道筋を考えた、答えを提示して初めて、戦略、ビジョンになる。「あるべき」論だけに終始し、その到達点の美しさだけで評価してしまっている。実現するステップ、手だての良さを評価しなければ意味がない。  
 ・経営的に、どう成り立って、持続して、進化するか、つまり「勝ち方」について、業態の分析に基づいた戦略になっているか、これを評価することが必要である。  
 ・地域経営、とりわけ観光と産業振興については、プロの目による戦略・ビジョンの選択が必要である。その選択は、ロジカルな方法でも良いが主観で表明するほうが有効な場面も多いのではないかと。ただちも主観を表明することは、それによって捨てた部分をつくるといふことであるから、今の社会や組織の構造を考えると難しいのも事実である。  
 ・地域戦略の評価は、ベンチャーキャピタルによる新規事業の評価に近いものであるが、実際はそうではない。

<地域経営の考え方>  
 ・自治体が都市経営のアドバイスを求める先がわからないという状況がある。シンクタンク的な分析は地域の持続性を担保する手法とならず、機能しないことが多い。  
 ・旧知の経営コンサルタントが書いた「シンプルな戦略」(山田、2014)という書籍には、具体的あるゴール設定まで、勝ち方・勝つ理由・根拠を持つことが必要とある。これが基本的な姿勢といふことである。  
 ・地方はもう少し現実的なビジョン、戦略づくりが必要である。「地域の課題をわかって自治体の人」と「地域変化があるプロの経営者」が組むのが一番だ。  
 ・フォーマットを埋めるような分限の積み上げではなく良いビジョンはできない。

<地域を引っ張る理想的な陣営>  
 ・民間企業幹部出身の若士町の町長は、経営者として真っ当な地域戦略を立て実践している典拠である。有能なビジネスマンで地域愛のある人が首長になるような状況

ができれば解決する問題も多いのではないかと。  
 ・自治体の方々はブリックナニーズや課題を広く把握しているが、ビジョンを描くことはできない。プロのビジネスパーソンの関わる必要がある。例えば、「その地域出身で地元愛のある偉大な経営者」に3%くらいコミットしてもらうようなことができないか?若くてセンスのある人と、大層な人と二人いると理想的である。  
 ・地域・観光のコンサルタントはフォーマッティングとアドバイスはできるが、決めるのは経営者のプロの視座点があればいい。戦略を描くには根本的な視座点と経営者の視座点が必要。  
 ・黒川温泉では、旅館の経営者である後藤氏さんが民間側のスターであり、自治体も彼を推した。ふるさとを盛り上げたりや温泉温泉、湯めぐりの手形などのアイデアを実現させていった。このように、もともと地域に居る人でもよいし、都会の経営者を社外取締役的に連れてくるのもよい。

<新島の地域ビジョン>  
 ・新島が好きで良く行っている。一時期、宿泊施設を経営していたこともあり、地域戦略を立ててPRやマーケティングをしたことがある。新島は雇用の半分が公務員と土木業者となっている。一人当たりの公共事業費が非常に高い。つまり島単独の経済構造としてはすでに破たんしている。定住人口を現状レベルで維持することを目標として設定した。  
 ・交流人口は、持続性担保のためのリソースではあっても、決して目的ではないと思う。リノベーションのワークショップをしようという話もあったが、そもそも未来へ向けたビジョンやプランがないことが問題であった。  
 ・スイスのリリス温泉;さびれてしまった温泉地を再生した事例が参考になる。「温泉以外に何も無い」ということを強みにする「テーマに沿ったコンテンツの徹底」「PR=発信力のある人を活用」。本郷の宿泊者は高橋氏の、SPAのみ利用して宿泊は周辺の小規模の旅館で、という人が生まれることで、共存共栄が成立し町全体が再生した。  
 ・新島では、今日的な価値観として、「人間性・素朴さ・健全さ」などが価値である。島全体を、教育や職業訓練に関わる福祉的なソフトを入れて東京都民のための新たな意味での「公園」のように位置付けることによって、資金によって生み出す価値が理解されやすくなるし、使途がオープンになる。自然を味わうためなら必要なインフラを構築することと土木業者だったものの中身を要する。

<地域の強み、価値観の選択、意思決定>  
 ・場所場所の本質的な強みまで取り下げる。価値観の選択まで取り下げるが大変である。情報としての価値基準は外から学んだものでも良い。ただその上で、何を求めたいのかという選択が必要だ。この部分は法外化できないものだけれど、ビジョンづくりに不可欠な作業である。  
 ・これまでの都市は差別化競争に勝つために解を求めてきたが、その集合が必ずしも全体最適には繋がらないというのが現代の難しいところである。だからこそ、全体最適の解を選択しないといけない。その時に、何を捨てるのか。客観的に決めるのではなく出ない。リーダーが主観で決めることも必要である。

・経営感覚がありつつ主観で戦略を語れる人材が、どんどん地域経営に入ってくる時代がこれから来るのではないかと。改革は本質しかできない。適切な自治体は改革が必要ないかもしれないが、多くの地域ではラディカルな戦略や主観的な判断が必要なのではないかと。  
 ・ビジョンとして何を自認するのかを考えると、今売れているものやニーズがあるものだけを追えば、みんな同じ行動をとって、結果的に同じようになってしまう。勝ち続けるには、30年後を考えて差別化を置くべき。  
 ・時代時代成功モデルとして勝光を浴びる機会がある。今は、リノベスウに注目が集まっている。その推進者は評価すべきである。ただ、あまり原理主義的に信じすぎると「とりあえずリノベーションをやればいい」という考えに陥ってしまいがちである。課題になる手法とは関係ないところを長期に、勝ち続ける地域もあるはずだ。

<地域戦略におけるリーダーのキャスティング>  
 ・リーダーとなる人材は、地域の理解(インバクト)のある組立て、差別化)ができ、かつ、経営(ビジネス、経済構造を成立させられること)のセンスがあることが条件である。自治体によるキャスティングが関わられる。  
 ・例えば、星野任路氏は、ある程度どこかの街でも勝つストーリーをつくれると思う。  
 ・芽づる式に紹介してもらえないか?例えば、海士町の町長に、「ビジネスセンスがあって地域で働ける改革者は誰ですか?」と聞けば、何人が挙げてくれるだろう。地域の特性に合う人が見つかると良い。ただし、最初の人は極めて重要である。

<ほめること・評価すること・自利の役割を果たす選任者>  
 ・相談に乗ってもらえる人として、例えば、富山和彦氏のような方が良いのではないかと。星野任路さんも良い。  
 ・「マネーの虎」(事業)面を由緒から評価することを主としてとって(星野)と同じで、実際に事業としてやっている人が「見る」からリアルになる。観光コンサルタントは、本当に事業として成功するかどうか見極める人ではないと。例えば、上山一氏など。  
 ・地域戦略づくりを評価する人として誰が良いかについては、地域に強い興味があって、経営の実務面で事業がわかっていること。地域に関しては細分化された専門領域があって、商店街のデザインカイドライヴラインや、地域のマスタープランや、コミュニティデザイナーやいろいろな専門家がいるが、戦略とロードマップの評価という視座点で言えば、統合的にフォーシビリティを捉えるアンクルが大事であり、その意味では私のような、深い専門性はないが経営戦略、空間デザイン、不動産業といったバックグラウンドの人間も活かせる場面はあるかもしれない。「まちの魅力に対する関心」と、経済的なものを意味した「成立する新道を進む」ということの間方について、「自分事として」判断できること。それならスケールで実際に動いている人ではないと、実際にそのストーリーがワークするかどうか見えないのではないかと。  
 ・ゴールを定めるのではなく、「ゴールへの導き方」や「なぜ、この場所、そのゴール設定が適切な説明」をほめなければ意味がない。

<都市分野外からの関心>  
 ・経営者などビジネスの人間だけでなく、地域や街の魅力について関心を持っている人は実は多い。SNSでこの情報についてつぶやいたときの反応が予想以上にすごかった。特に分野外の人達。特にアトリエ系の建築家の人達からは反応が強い。  
 ・多くの他業の関心を持っているのと同じくらい、世の中が変わっていかないとはいえな。ルールを定めてもらえる土壌はあるが、まだ敷が足りないといふことではないかと。  
 ・世の中のムードや土壌をつくること、マッシュで高度な戦略を同時にやらなければならない。例えば、再開発案件に対して私たちがつくる「市民向けの素数なストーリー」と「取り上げせ、実現するための事業ストーリー」の二種類の説明もそのためである。  
 ・地域の将来にコミットしたい人は今後、増えてくるだろう。

## (7) G氏

＜専門家ヒアリング第7回＞ ヒアリングメモ  
日時：2016年3月1日（火）14:00-15:30  
場所：明治大学 中野キャンパス 713号室

出席者 高松 誠治（スペースシタックス・ジャパン株式会社）  
平川 輝之（ 同 ）：記録

資料0：業務概要  
資料1：質疑実録および各検討の関係性・まとめかたについて  
資料2：広場等空間における整備及び活用方策に関する整理  
資料3：広場レイアウトに関する知見の整理  
資料4：広場マニュアル構成案

- ・ 最初に挨拶と趣旨説明。その後、資料の説明を行った。以下、意見聴取結果の要点は、以下の通り。

＜マニュアルについて＞

- ・ 広場を詳細・ランク分けするのは、非常に難しいことだと思う。公開空間によく見られるようなほどこいものについては、C評価などとしても良いのではないかな。
- ・ カミロジッタが言うように、岡を豊殖させる囲まれた空間だと安心できる空間となるが、日本の都市はそうになっていない。しかし、全ての場所について、囲まれた空間が良いというわけではない。道路駅前の遊歩空間はあえてオープンな空間にすることで、気持ちのいい空間を演出している。ニューヨークのプライアントパークも同様にオープンで気持ちのいい空間の例である。立地や周りの状況によって目指すべき方向性は違ってくるのではないかな。
- ・ ただし、囲まれた空間であっても、その一部には情報のための開き空間をつくるのが大切である。マニュアルには、広場空間の作法として、情報が発生しやすいのは囲まれた領域性の高い空間であることをわかりやすく示してほしい。「外部空間の設計（編：戸原）」にでてくる岡や、発見広場空間の断面図を用いて、直感的に情報のための領域性という概念が伝わるものにしてほしい。
- ・ マニュアルでは、良い広場の事例写真を多く紹介して、どういった広場が良いものなのかを直感的に感じさせるものとした方が良いと思う。自身体験の中には、そもそもどういった広場があるのかわからない人も多いため、種々な数値を示す前に、イメージしやすいものを示した方がよい。まずはベーシックな共通理解をつくるのが大切であり、その裏付けとしてデータによる検証がなれば良いのではないかな。

1

＜広場レイアウトについて＞

- ・ エドワード・ホールが言うように、人間は動物的な生き物なので、ただ広い開けた場所よりも、壁際であったり、ヒューマンスケールの場所で安心すると考えている。
- ・ また、戸原先生が著書「外部空間の設計」で示すように、点よりも面、1画よりも2画で囲まれた安楽した空間で人は安心する。広場についても滑らかなカーブで囲まれた空間だと安心できる空間になると考えている。
- ・ 段差のある場所は、感覚的な刺激に意識が集中するためか、楽しい空間に感じられやすい。また、良い図書館や修道院は、歩くための空間がレートの配置されているものである。それらの空間は、考えを整理するためにぶらつくのにちょうどよい空間となる。

＜整備・運営について＞

- ・ グランドプラザのように可動式の高木植栽を用いて、イベント時のオープンな空間、通常時の植栽を活用した領域感のある空間の両方を実現するのは画期的なことである。ただし、現状では、通常時の植栽の配置はカンに頼らざるを得ない場合が多いのは残念な状況である。
- ・ 日本に人が集まるような広場的空間が少ないのは、政治的な理由もある。一昔前は、人が集まると良くないことが起こると考えられており、その様な空間は良いものと考えられていなかった。この問題は、現在にも影響を残しており、人が集まるための広場的空間を整備するための仕組み（組織、ルールなど）がほとんどない。良い広場を整備するためには、レイアウトや設えの話だけではなく、整備に関する仕組みも非常に大切な点である。
- ・ 整備に関する仕組みづくりの話は非常に難しい話であり、次年度以降、マニュアルの第2巻として整理すると良い。

＜広場事例について＞

- ・ 日本の広場で良い例としては、「新宿三井ビル55広場」、「東上野カーテンプレイスの広場」、「原宿十番のパーティオ十番」があげられる。あまり良くない例としては「都庁の都民広場」がある。また、再開発によってできる広場的空間も良いものが少ない。

以上

2