

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	大通地区のエリアマネジメント推進		
(2) 実施団体名	大通地区まちづくり協議会	(3) 対象地域	北海道札幌市大通地区
(4) 代表団体名	札幌三番街商店街振興組合	(5) 推薦団体名	
(6)実施した取組の内容	取組①	オープンカフェの恒常化	
	実施主体	大通地区まちづくり協議会	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:大通地区の歩道を利用した恒常的なオープンカフェの実施(店舗前歩道約2m内の各店舗幅に5セット程度のテーブルを配置して街なかの屋外空間で長時間くつろいで頂く) ・実施期間:8月下旬から10月下旬までの毎日。 ・実施場所:南1条通り(市道／一番街)、駅前通り(国道／四番街)の路面にある10店舗前の店舗前歩道。 ・取組の目的:都心における市民の憩いの空間の創出、都心の賑わいアップと回遊性の向上、新たなまちづくり組織の収益事業としての検討などを行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:大通地区の歩道を利用した恒常的なオープンカフェの実施 ・実施期間:平成20年9月26日(金)～10月5日(日)の10日間。 ・実施場所:駅前通り(国道／四番街)のみで実施。参加店舗は駅前通りに面している7店舗。 ・取組の結果: <ol style="list-style-type: none"> ①オープンカフェセット(テーブル＋イス)を25セット配置。自転車との接触事故を防ぐためカフェセットの前後にプランターを14基、駐輪防止のため木製ベンチを13基設置。 ②オープンカフェセットは当初予定の店舗前ではなく歩行者が通行できる有効幅員3.5mを確保するため車道側に設置。 ③自転車利用者に対するマナー啓発を行うため、地下街出入口を利用したポスターの貼り出し、来街者に対するチラシの配布、地区内で働く方々へのチラシ配布、警備員の巡回、プラカードによる告知などを実施。その結果、カフェセットや木製ベンチの設置による駐輪台数増加は見られず、また通過する自転車走行もある程度抑制されたもの考えられる。 ④オープンカフェに対する評価を把握するため利用者及び来街者を対象にしたアンケート調査を実施。より多くの利用が見込める暖かい季節での実施及び毎日実施することを望む声が多く、また、オープンカフェ設置により地区の魅力が向上するとの回答を得た。
取組②	エリアマネジメント広告の実施		
実施主体	大通地区まちづくり協議会		
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:国のガイドラインに基づいた地下街出入口への広告物の新規掲出。既存広告媒体の規制緩和と掲出内容の拡大(商品名、写真の表示及びプロモーション活動の展開)。違法広告物の排除。 ・実施期間:8月下旬から12月下旬。 ・実施場所:地下街出入口12箇所(新規)。バナー、歩行者天国(既存) ・取組の目的:景観に配慮した広告掲出による都心の美観向上、新たなまちづくり組織の収益事業として検討。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:国のガイドラインに基づいた地下街出入口への広告物の新規掲出及び街路灯添加旗(バナー)の掲出。 ・実施期間:国道に存在する地下街出入口における広告物の掲出については、平成20年11月20日(木)～12月31日(水)に実施。なお、既存の広告物であるバナーについては、平成20年10月8日(水)～10月31日(金)に掲出。 ・実施場所:地下街出入口は国道36号線(駅前通り)沿いに点在する13箇所。バナーは駅前通り沿いに46基89枚、南一条通り24基48枚の計137枚を設置。 ・取組の結果: <ul style="list-style-type: none"> 【地下街出入口での掲出事業】 ①地下街出入口は元々広告物が掲出できない1次占用物件であるが、札幌市との連名申請により適用除外となった。掲出面積については通行車両及び人の通行の妨げとならない2/3までの掲出で掲出した。また、ガラス面の内側から掲出することで屋内広告物として取り扱われた。 ②掲出に関わる基準については、取扱方針を今回新たに北海道開発局(国道の道路管理者)が作成。その取扱方針に沿って道路占用許可を発出頂く。なお、平成20年3月に国交省において発出された「地域における公共的な取り組みに要する費用への充当を目的とする広告物の道路専用の取り扱い」に係る通達による国道分野での適用は、本件が道内で初めてである。 ③広告協賛企業はNTTドコモ北海道支社。 ④本事業により、まちづくり費用を充当することを目的とするエリアマネジメント広告に関する来街者の意向を把握するアンケート調査を実施。広告物の大きさ、掲示手法、歩行者に対する安全上の影響がないこと、景観に配慮していることなどについて好感触を得る。 【バナー掲出事業】 ①バナーの協賛企業は株式会社ナイキジャパン。本事業で得られた手数料収入全てについては、冬のまち並み向上対策として西4丁目市電電停前のイルミネーション実施費用に充当。 	

(7)実施体制	平成20年度の取組実施における体制・役割分担		取組①及び取組②は、新たなまちづくり組織(大通地区まちづくり会社)の収益事業として想定している取組であり、今回実証を重ね、本格的な実施に向けたスキームを確立しなければならない。この検討体制としては、都心部6商店街、都市開発公社、大型店で構成する「まちづくり会社設立準備会」の中で、まちづくり会社の事業収支として検討している。また具体的な実施に向けて、道路管理者、交通管理者、景観、屋外広告物など関連する機関との調整を進めていかなければならない。	
	<p>・大通地区まちづくり協議会 都心部6商店街、札幌市によって構成されている団体。</p> <p>・都心部6商店街 一番街商店街振興組合、二番街商店街振興組合、札幌三番街商店街振興組合、札幌四番街商店街振興組合、札幌狸小路商店街振興組合、札幌地下街商店会。代表幹事商店街として、札幌三番街商店街振興組合。取組①に関連する商店街は一番街及び四番街。取組②に関連する商店街は一番街、四番街、地下街。</p>			
(8)取組により得られた成果	○成果1→	歩行者通行量の増加		
		H19	H20(当初予定していた目標)	
		一番街商店街 平日8,787人、休日9,174人 四番街商店街 平日12,690人、休日14,678人 都心全体(参考) 平日12,837人、休日12,048人	各所ともに10%を目標とする。	
		H20(実際に得られた成果)		
		<p>・オープンカフェ恒常化に向けた事業実施により、歩行者が安心して通行できる歩道環境の改善(自転車利用の秩序維持、違法駐輪自転車の抑制など)には一定の効果が認められるところ。また、オープンカフェ事業は、市民意向の高い「まちなかの休憩施設」の提供を行うことにも繋がり、市民ニーズを反映したものと史料。</p> <p>・しかしながら、今後の実証実験期間が10日間と短期間であったことから、歩行者通行量全体数の増加をもたらすまでには至っていないものと史料。</p>		
(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点	○成果2→	取組実施前後のまち並みやにぎわいに対する満足度の向上		
		H19	H20(当初予定していた目標)	
			市民アンケート調査を行い、満足度を把握する。	
		H20(実際に得られた成果)		
		<p>・オープンカフェ恒常化の取組については、市民の高い評価があり、満足度が高い。</p> <p>・エリアマネジメント広告事業についても、景観に対する影響がないこと、歩行への影響がないことなど、広告掲出に関する評価、満足度が満たされている。</p>		
	<p>・市民からは、オープンカフェ恒常化の取組について、5月から9月ぐらいまでの札幌で一番季節の良い時に実施することが望まれており、今回実施した規模以上の事業実施によって、店舗や利用者のニーズを再度把握する必要があると思われる。</p> <p>・また、今回の実証実験の結果、収益事業としての採算性、事業効果について、運営していくまちづくり組織への負担が相当多いことも判明。継続的に取り組むための一層の検討が必要と思われる。</p> <p>・一方、道路管理者及び交通管理者からは、本事業を本格的に実施するには、更なる協議を重ねていく必要があるとの見解が示されている。</p> <p>・よって、オープンカフェ恒常化に向けては、管理者との協議、事業採算性の精査を行い、事業化の確立に向けた検討を行うために再度実証実験の実施が必要である。</p> <p>・現在、エリアマネジメント広告事業について、国のガイドラインに示されている連絡協議会(道路管理者、交通管理者、まちづくり担当、景観担当、屋外広告物担当)を立ち上げ、本格実施に向けた協議を始めているところ。</p> <p>・さらに、本年設立を予定しているまちづくり会社の事業として実施するための準備として、販売方法、掲出ルール、申請手続きなどを整理しているところである。</p>			

	当初提案に予定していた平成21年度以降の展開	今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度
	1 まちの価値を向上させる取組の展開	<p>・大通地区のエリアマネジメントを推進する仕組みとして、平成21年6月を目処に、まちづくり会社を設立する予定。現在その設立準備を進めている。</p> <p>・大通地区まちづくり会社は、設立当初から大きな事業を展開するのではなく、身の丈にあった自立的事業を実施、段階的に事業を拡大していく方針であり、最終的に「大通地区の再生を行う総合調整役」を担うことを目指す。</p> <p>・地区の再生を行っていくためには、個店毎の商業振興だけでなく、地区内にある資産や資源を活用し、関係機関との調整を行い、地区全体の価値を向上させる面的取組を展開することが必要である。</p> <p>・そのための取組として、まち並みの改善、屋外広告物の秩序維持などを通じた景観形成を行うこと、即ち「真のエリアマネジメント事業」が必要である。</p> <p>・今回実証実験を行ったエリアマネジメント広告事業及びオープンカフェの恒常化事業は、まちづくり会社の収益事業の柱として想定している事業ではあるが、まち並みの改善や屋外広告物の整理につながり、大通地区の景観形成(大通地区の価値を向上させる取組)につながる取組だとも捉えている。</p> <p>・今後まちの価値を向上させ、維持していくためにも、まちづくり会社設立と同時に、まちづくりの将来像、方向性などを定めた「まちづくりガイドライン」を策定する必要があり、このガイドライン策定に関するコーディネートに係る検討費用などへの支援について「地方の元気再生事業」の活用を期待。</p> <p>【活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額:150万円)】</p>
(10)平成21年度以降の活動の見込み	2 事業スキームの確立と拡大展開の検証	<p>・今回実証実験を行ったエリアマネジメント広告事業及びオープンカフェ恒常化事業のうち、エリアマネジメント広告事業は、4月以降の本格実施に向けて、現在、道路管理者、交通管理者、市まちづくり担当などで構成する連絡協議会を逐次開催しているところ。</p> <p>・ただし、地下街出入口上屋を使った広告掲出だけでは、まちづくり会社の収益の継続的確保が難しい可能性もあり、①街路灯添加旗の要綱変更(企業名ではなく、商品名の掲出)②民地又は道路空間を利用したプロモーション活動展開の検討③新たな広告掲出手法の検証などを行う必要がある。</p> <p>・オープンカフェ恒常化の本格実施に向けては、①道路管理者との協議が必要(恒常的に占用物件を設置することは認められないという方針を持っている)②交通管理者との協議が必要(駐輪、自転車の走行マナーなど歩行者にとって安心安全な歩道環境を確保する事が必要であるという方針を持っている)③参加店舗との協議(今回行った10日間の実験では事業採算を判断するまでには至らず)などの検証を再度行う必要があると認識するところ。</p> <p>・今般、「地方の元気再生事業」に採択になったことで、今年度は短期間で関係者の調整を取り付けることが可能となり、一定程度の成果を挙げることが出来たことから、21年度における本事業の実施が担保されるならば平成21年4月以降、更に実効ある地区のエリアマネジメントを推進していくことが可能となる。</p> <p>・21年度においては、歩道や車道などの道路空間、道路空間と民地の境界部分などを「まちの共益」として捉え、これらの共益部分の価値を向上させる取組を実施予定。具体的には、オープンカフェとエリアマネジメント広告事業を同時一体的に行い、通り全体の演出に注力し、まち全体でプロモーションを行うことや、沿道に存置する分電盤などを新たな媒体として多用し、内照式の広告を掲出することで、夜間における道行く人の安全安心な歩道空間を確保する取組を実施したい。こうした実証事業を札幌の気候的に最も良い期間で検証していくための支援を「地方の元気再生事業」により期待。</p> <p>・このことにより、全国的にも先導的な「エリアマネジメント事業」の推進モデルとして全国に発信することが可能。</p> <p>【活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額:300万円)】</p>

大通地区のエリアマネジメント推進(北海道札幌市)ー大通地区まちづくり協議会ー

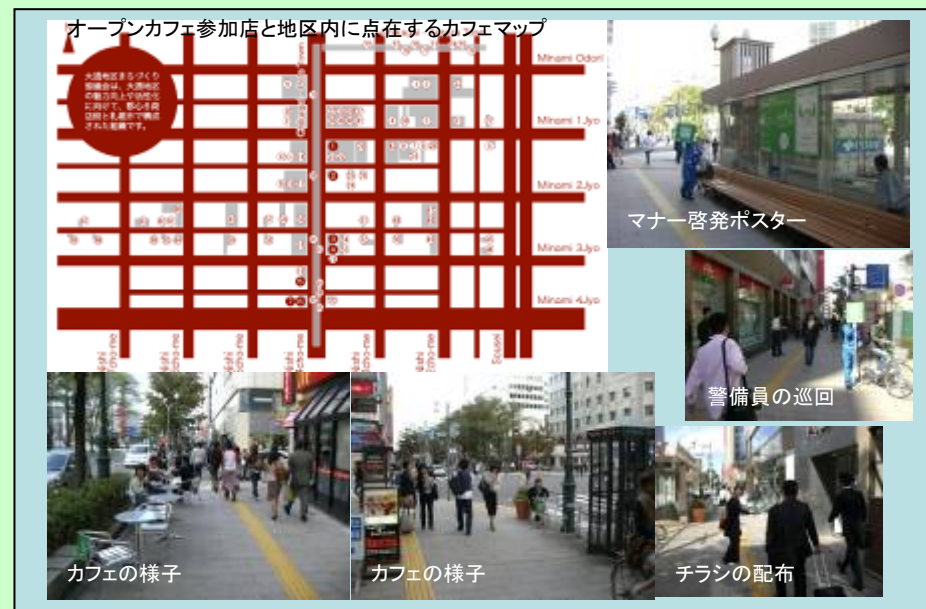
◆主な実施取組の内容◆

取組①: オープンカフェの恒常化

実施主体: 大通地区まちづくり協議会

実施内容・結果:

- ・大通地区内の歩道を利用した恒常的なオープンカフェの実施
- ・平成20年9月26日～10月5日までの10日間実施
- ・駅前通りに面している7店舗が参加
- ・歩道環境の改善(駐輪自転車の抑制)を行い、来街者に憩いの施設を提供
- ・参加店舗、来街者ともにオープンカフェ恒常化については高い評価



取組②: エリアマネジメント広告の実施

実施主体: 大通地区まちづくり協議会

実施内容・結果:

- ・南1条通り、駅前通りにある街路灯添加旗の掲出(ナイキジャパン)
- ・駅前通りに点在する地下街出入口上屋を使った広告の掲出(NTTドコモ)
- ・地下街出入口上屋に関しては、国のガイドラインに沿った取扱方針を策定
- ・国のガイドラインに提示されている連絡協議会も随時開催
- ・景観、広告物の大きさ、歩行に対する影響などについて問題なしという評価



◆取組実施による成果・今後の展開◆

- ・オープンカフェセット、ベンチの設置により歩道環境の改善を促進し、歩行者にとって安心で安全な通りを確保することができる。また利用についても市民の評価は高く、参加店舗はもう少し長い期間での実施により判断をしたいという結果。エリアマネジメント広告はバナー、地下街出入口ともに協賛がつき、景観に対する影響、広告物の大きさ、歩行の影響などについては問題ないという評価。
- ・平成21年6月を目処に「まちづくり会社」を設立。設立後にはエリアマネジメント広告事業を本格展開。オープンカフェ恒常化については管理者との協議を進め、再度実証実験を行うことで、事業採算、効果などを検証。事業の確立を目指す。