第６回　本町通り商店街エリア　ウォーカブル勉強会

次第

日時：令和６年７月１１日（木）
１９：００～２０：３０
場所：本町ＢＡＳＥ（Web 併用）

１．これまでの振り返り

２．ウォーカブルビジョン策定に向けて

３．今後の予定

第6回本町通り商店街エリア
ウォーカブル勉強会

１．これまでの振り返り

令和6年7月11日

関市都市計画課

1．これまでの内容

都市・道路行政の取組（第1回　4/22開催）

（講師：国土交通省道路局企画課　髙濱　康亘　企画専門官）

■内容

- 拡大から維持、開発から再生、都市をマネジメントすることで都市空間に魅力が生まれる
- 国内外で人間中心の都市空間の構築が進んでいる、人間活動へのアプローチが必要
- 盛岡市の「もりおか交通戦略」でのウォーカブルな位置づけや盛岡市内での道路空間の活用事例を紹介
- 快適で安全に歩いて楽しむ中心市街地形成戦略として、自動車通過交通の排除、歩行者・自転車優先エリアの形成による快適な移動と歩行者・自転車の交通事故発生率の減少を目指す
- 「道の活用」の先に広がる夢や可能性を参加者へ問いかけた

出典：もりおか交通戦略（第二期）概要版より

ウォーカブルビジョン策定（第2回　5/9開催）

（講師：広島県竹原市企画政策課　伊藤　氏）

■内容

- 広島県南中部に位置する人口約25,000人の自治体、JR竹原駅を中心に扇状の市街地を形成
- 駅前エリア全体の魅力が低下、効率的な空間活用を図り、交流等によるエリア価値向上に向けたビジョンを策定（R3.2月）
- 子どもをターゲットにして、長時間滞在できる企画を実施
- 居心地の良さを追求するため、質の高い空間づくりが重要
- 沿道店舗にも商品提供やベンチ設置等の協力を依頼し、経済的効果が見られた
- ウォーカブルは手段であり、その先の目的が大切

出典：竹原駅前エリアウォーカブルビジョン（概要版）より

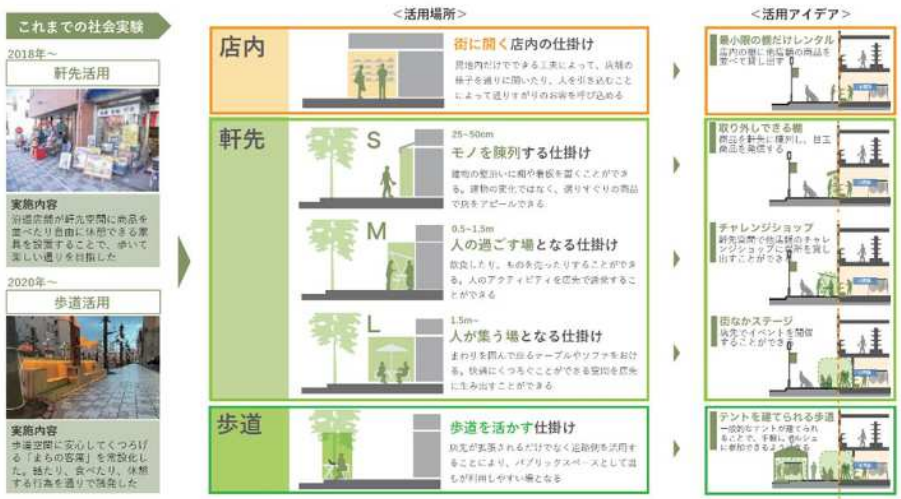
1．これまでの内容

歩道・軒先の活用検証（第3回　5/21開催）

（講師：岡崎市まちづくり推進課　小林氏）

■内容

- 2018年から道路空間や軒先活用を通じた街の使い方を検証する社会実験を実施
- 継続的な道路空間活用に向けたルール決め（景観、沿道店舗からの協力金など）
- 康生通り将来ビジョンの策定（2022年3月）、今あるものを最大限活かす、ソフトとハード両面の事業展開
- オープンスペースをシェアすることで新たな担い手がチャレンジできる通りを目指し、ヨリミチ×コミチプロジェクトを実施



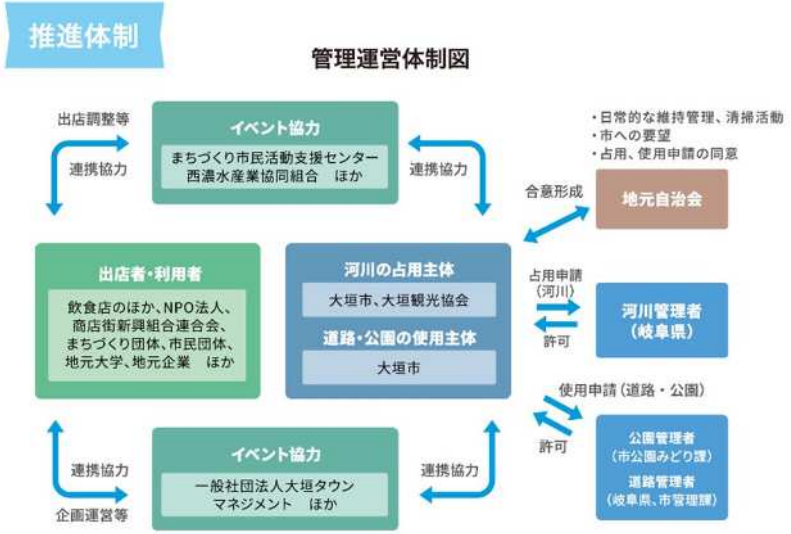
出典：康生通り将来ビジョンより

公共空間の活用（第5回　6/27開催）

（講師：大垣市都市計画課　安藤氏）

■内容

- 新型コロナ感染症拡大時に特例措置を活用し、公共空間で飲食店等が出店可能となり、賑わい創出に寄与（令和2年7月～）
- エリアの一体的な回遊性高めるため、「みち」を機として、「広場」「公園」「水辺」の公共空間の活用を市が占用・使用主体となり一括して関係機関との調整を実施
- 「みち」をきっかけに「まち」との関わりしろを創出
- まちなかを照らすきっかけづくりを継続的に実施



出典：国土交通省　水管理・国土保全局　かわまち大賞（先進事例紹介）より

第6回本町通り商店街エリア
ウォーカブル勉強会

２．ウォーカブルビジョンの策定に向けて

1．ビジョンの策定に向けて

まちなかの空間

まちなかの活動

1．ビジョンの策定に向けて

まちなかの空間

まちなかの活動

1．ビジョンの策定に向けて

国土交通省まちなかの居心地の良さを測る指標（改訂版ver.1.1）活用の手引きより抜粋

（1）人間の視点により場の状態を把握することの必要性

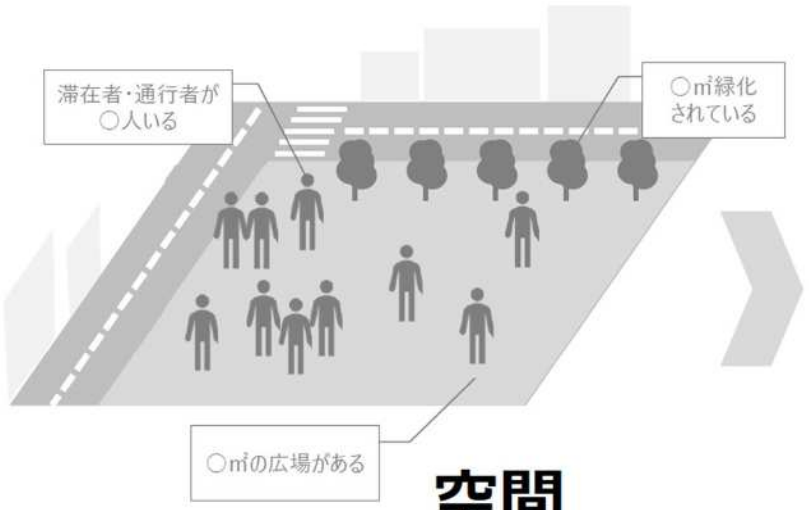
社会資本整備が一定程度完了したまちなかにおいて「つくること」から「つかうこと」に着眼し、量から質への転換が求められています。

そのためにはより人間らしい視点から場づくりを行うことで、単なる空間（スペース）から滞在者・通行者にとって居心地の良いまちなか（プレイス）へ場を育てるという発想が大切です。

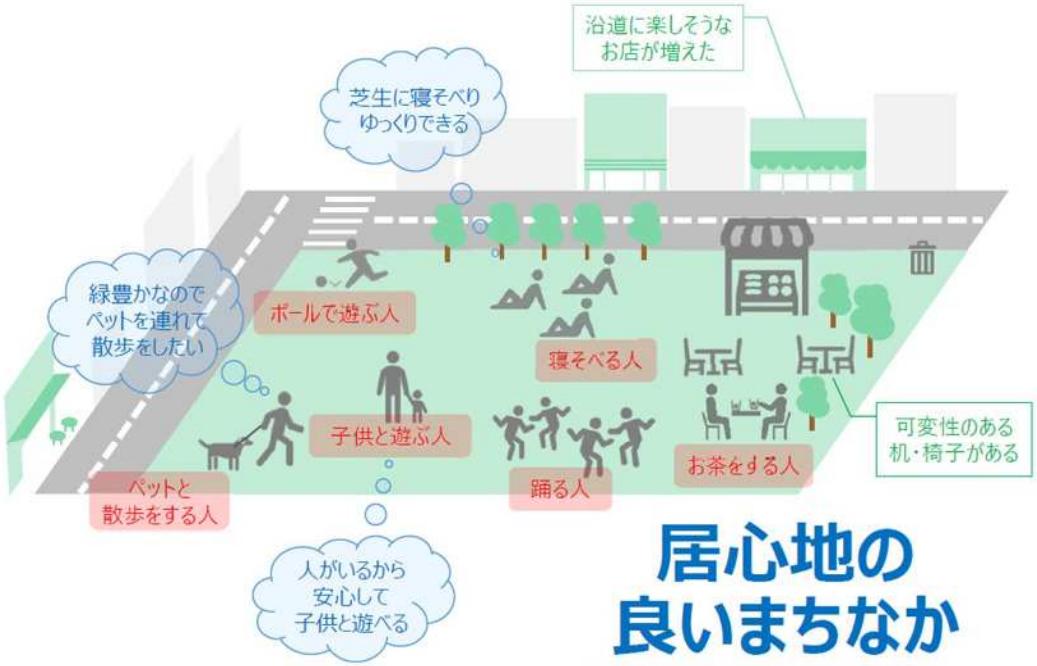
そのため、まちなかの居心地の良さを把握する際には、滞在者・通行者がどのような気持ちで、どのように場を利用しているか、人間の視点に立って場の状態を把握することが重要です。

■ 対象地

本指標は「居心地が良く歩きたくなる」まちなかの形成を支援するものとして、多様な人々の出会い・交流拠点である各都市のまちなかで活用されることを想定し作成していますが、対象地の制約はございません。



空間の状態、滞在者・通行等の表面的なことを把握



滞在者・通行者がどのような気持ちで、どのように場を利用しているかなど、人間の視点に立って場の状態を把握

1．ビジョンの策定に向けて

国土交通省まちなかの居心地の良さを測る指標（改訂版ver.1.1）活用の手引きより抜粋

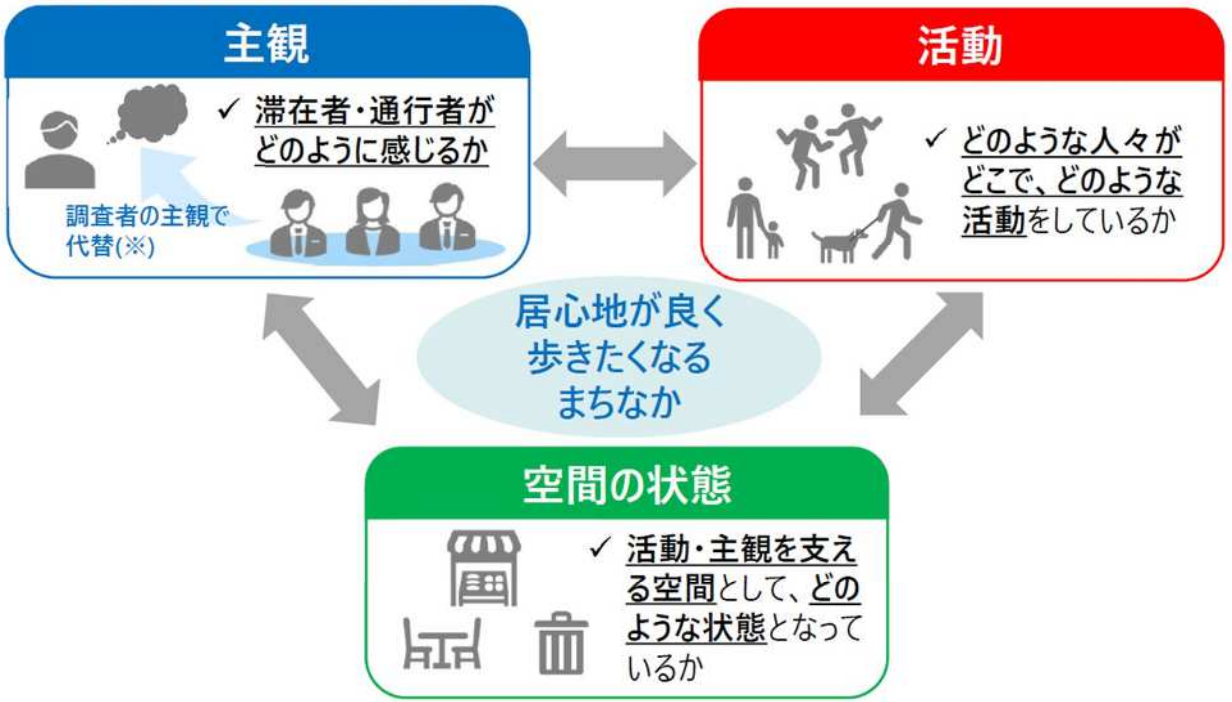
（2）主観と活動、空間の状態の関係性

これまで多くのまちなかの調査では、ハードが整備されているか（ハード整備状況）、どのくらいの人がいるか（滞在者・通行者数）により、まちなかの状態を把握していましたが、建物や土地、設え等の空間の状態に加え、滞在者・通行者がどのように感じ（主観）、どのように場を利用しているか（活動）を確認することで、居心地の良い空間が形成されているかどうかを、より人間らしい視点から把握します。

本指標はプレイスメイキング*の基本的な考え方を参考に、かつ滞在者・通行者にとっての居心地の良さや場の使いやすさを鑑み、「主観・活動・空間の状態」からまちなかの状態を把握することとしました。

*：プレイスメイキングとは、まちのなかに居心地の良い「居場所」となる場所を増やすことで、そのまちに暮らす人々生活の質を高める手法

■ 人間視点のまちなかの状態把握項目



■ これまでのまちなかの状態把握項目

滞在者・通行者の量

＋

ハード環境

※滞在者・通行者の主観を代替することについて

- 本指標では測定を簡便にするため、「調査者」の主観を計測しています。
- 「調査者」の主観が、滞在者・通行者の一般的な主観として代替できるよう、「調査者」は属性に偏りがない数人（調査結果を入力する分析ツールには6人分の結果を入力できます）で計測することを想定しています。
- より滞在者・通行者の実態を把握したい場合は、アンケートを実施することも考えられます。

1．ビジョンの策定に向けて

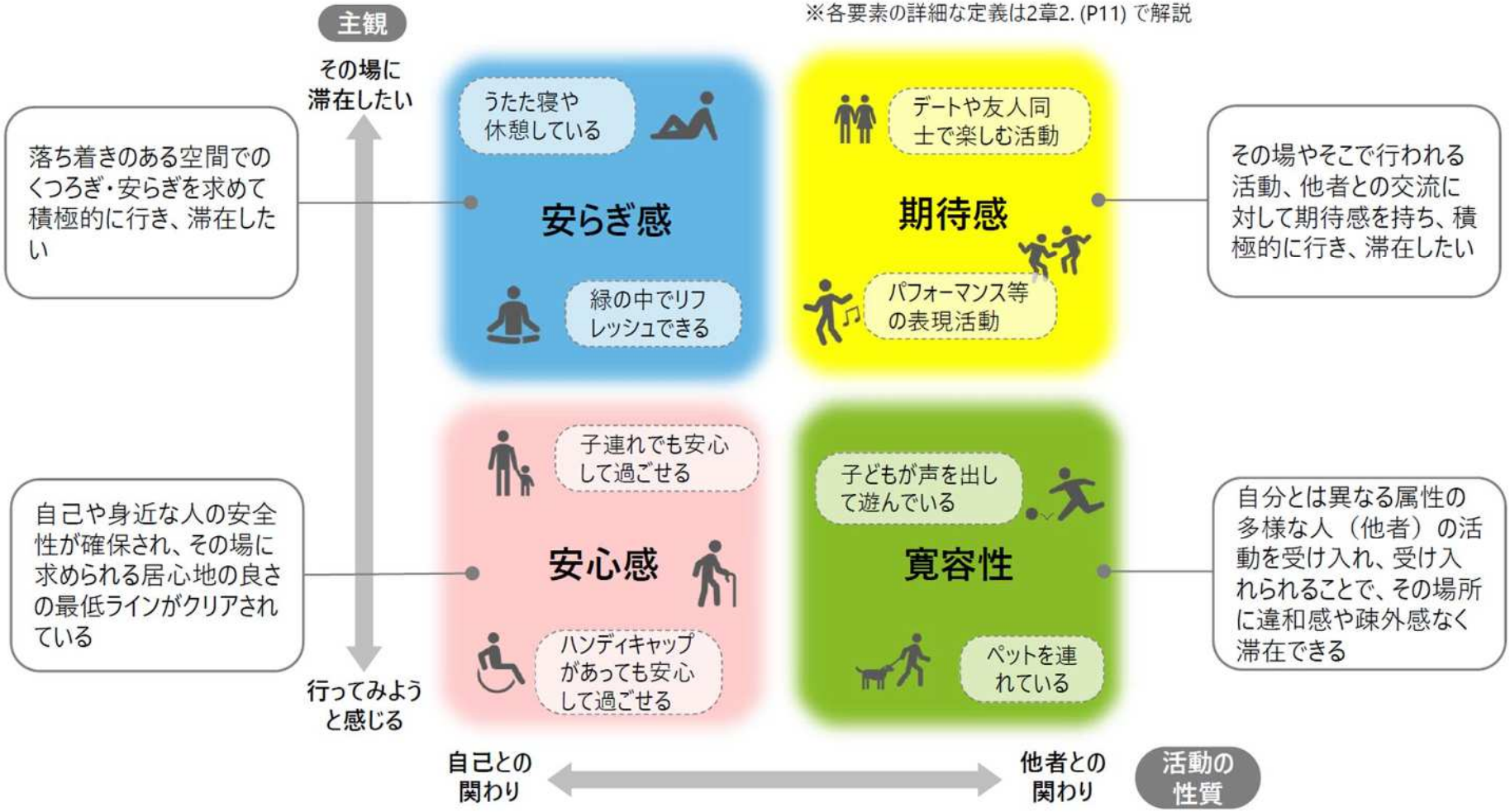
国土交通省まちなかの居心地の良さを測る指標（改訂版ver. 1. 1）活用の手引きより抜粋

（1）居心地の良さの4要素の位置付け

居心地の良い空間に求められる要素は、その場に滞在する人の感情やその場で行われる活動の性質により、様々なものがあります。

本指標では、本指標の利用者のわかりやすさも踏まえ、人が場に対して持つ感情をもとに、居心地の良さを安心感・寛容性・安らぎ感・期待感の４つにグルーピングし、対象地を各要素ごとに把握します。

■ 居心地の良さの４要素



1．ビジョンの策定に向けて

国土交通省まちなかの居心地の良さを測る指標（改訂版ver. 1. 1）活用の手引きより抜粋

（2）居心地の良さの４要素の定義

2章2. (P10) の通り、本指標は、居心地の良さを安心感・寛容性・安らぎ感・期待感の４つにグルーピングし、構成します。
各要素を下記のように定義します。

■ 居心地の良さの４要素の定義

居心地の良さの要素	定義
期待感	【そこで行われる非日常的な活動への期待・喜びを創出する状態や要因・結果】 ✓ 期待感にチェックがつくと、その場やそこで行われる活動、他者との交流に対して期待感を持ち、積極的に行きたいと感じ、それを目的にわざわざ出向く可能性が高い ✓ 非日常が味わえる、人を誘って行きたい、他人にも教えたい ⇒少し離れたところからアクセスしてでも、そこで楽しめる時間を過ごしたいと思われる
安らぎ感	【その場所に安らぎを感じ、その場所に留まろうとする状態や要因・結果】 ✓ 安らぎ感にチェックがつくと、ゆっくりとくつろげることで滞在時間が増加しやすい ✓ リフレッシュしにわざわざ行く人もいれば、ちょっと休憩したいときにふらっと訪れるような人もいる（快適に過ごすためにこの場所を選び活動する／一人でも楽しめる） ⇒ちょっとした休憩やリフレッシュのために訪れ、落ち着いてゆっくり過ごしたいと思われる
寛容性	【違和感や疎外感がなく滞在・活動ができる状態や要因・結果】 ✓ 寛容性にチェックがつくと、滞在・訪問の間口を広げ、多様な人々が集まりやすい（子ども～お年寄り、オフィスワーカー、外国人など様々な人を受け入れる） ⇒滞在・訪問の間口を拡張し、多様な属性の人々が滞在・活動しやすいと感じることができる
安心感	【不快感を感じず安全に滞在・活動ができる状態や要因・結果】 ✓ 安心感にチェックがつくと、居心地の良さの最低レベルを満たせる ✓ 本要素に分類される項目にチェックがつかないと、人を遠ざける要因となる ⇒ここが満たされないとそこに行こうと思わなくなる

1．ビジョンの策定に向けて

国土交通省まちなかの居心地の良さを測る指標（改訂版ver.1.1）活用の手引きより抜粋

（1）実施ステップ

本指標を有効に活用するためには、エリアのビジョンや調査目的等を明確にし、関係者間で共通認識を図ったうえで調査を行うことが重要です。以下のステップを参考にして実施してください。

Step01　事前準備　→　**Step02　調査**　→　**Step03　結果の分析**

①ビジョンの共有

- 関係者間でのビジョンの共有
- ビジョンの実現に向けた仮説立案

②調査目的の整理

- ビジョンを踏まえ調査目的を整理・共有する
- ステークホルダーを整理する
- アクションを想定する
- 調査結果の取り扱い方について検討する

③エリア独自の指標設定

- 調査の目的、着眼点を踏まえ、調査項目、用語の定義等を確認する

④調査エリア・実施時期等の決定

- 調査エリア・実施時期の決定
- 調査を行う人や各項目の調査時間を設定する

参照：3章2.（P19-23）

⑤調査票を用いた現地計測

- 事前に地図等を用いて調査エリア・周辺エリアの機能や設えなどを確認、記入する
- 現地で調査を実施

参照：3章3.（P24-32）

⑥分析ツールによるアウトプット作成

- 分析ツールに調査結果を入力
- 結果概要・詳細結果シートの作成

参照：3章4.（P33-41）

⑦結果の考察

- 調査結果について、調査時の状況や過去の調査結果も踏まえながら考察
- 良い結果が出ている理由や思うように結果が出ていない理由を考察

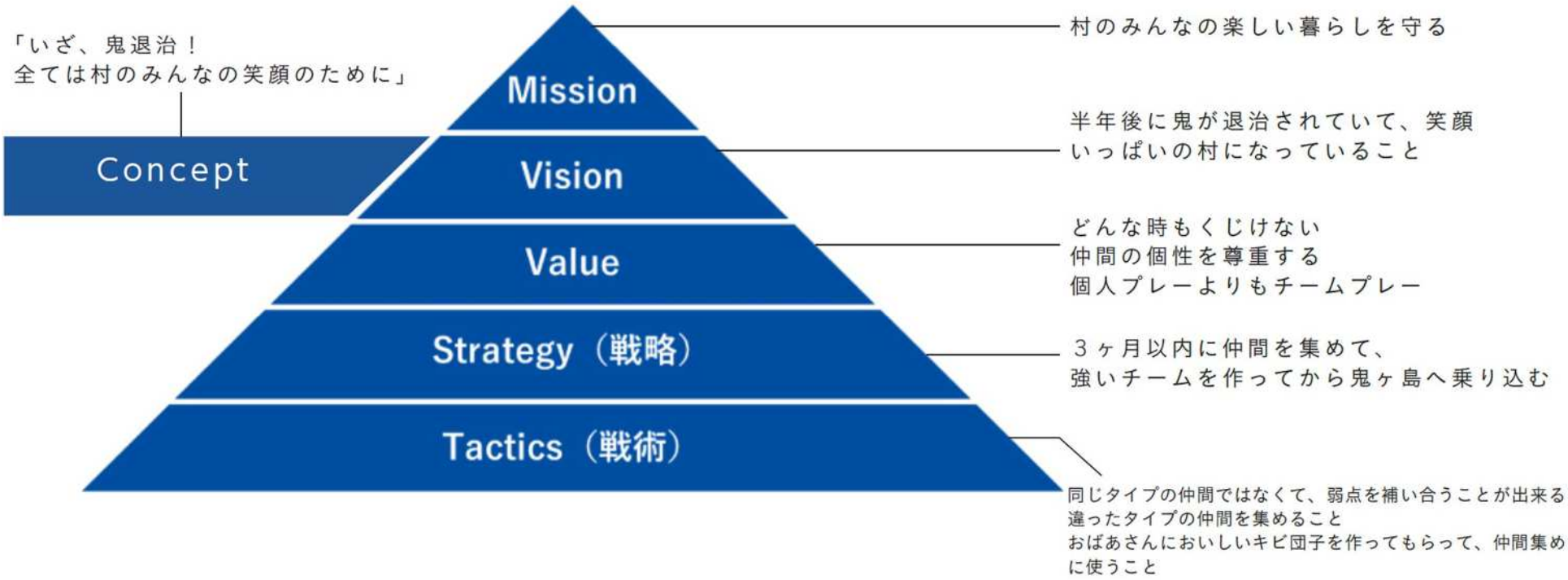
参照：3章5.（P42-49）

⑧結果の共有

- 調査結果をステークホルダーに共有
- 活動に対する理解醸成や合意形成に向けて説明・議論

2．ビジョン策定の考え方

めざす方向が明確になり、共感と行動意欲が生まれ、成果に繋がる



出典：https://www.shanon.co.jp/blog/entry/ma_strategy/（一部加筆）

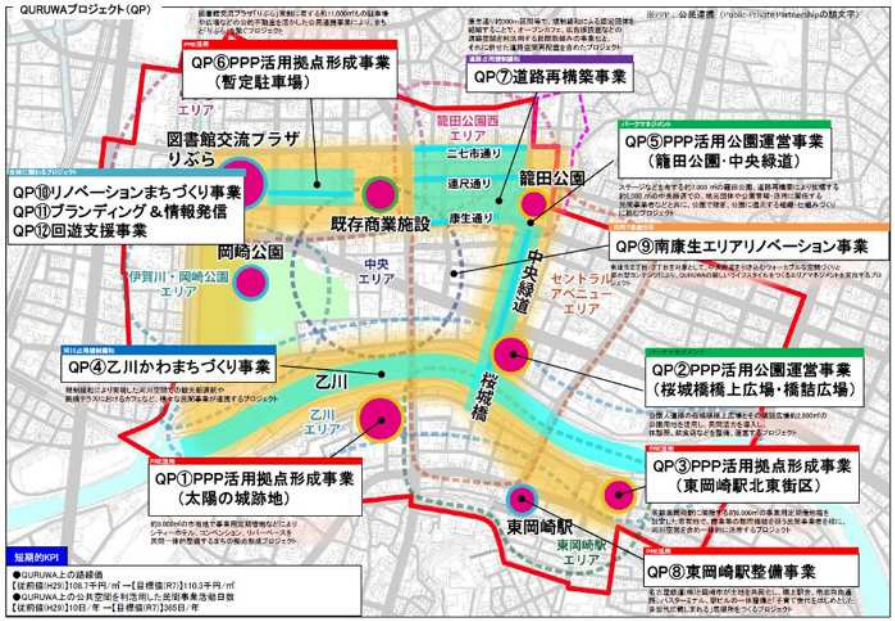
2．ビジョン策定の考え方（事例：愛知県岡崎市）

乙川リバーフロント地区公民連携まちづくり基本計画

－ QURUWA戦略 －

平成30年3月策定
平成31年3月改訂（第1回）
令和6年3月改訂（第2回）
岡崎市

- QURUWA地区内の豊富な公共空間を活用して、パブリックマインドを持つ民間（事業者市民※P6参照）を引き込む公民連携プロジェクト
- 回遊性向上を図り、まちの活性化（暮らしの質の向上・エリアの価値向上）を図る戦略



出典：QURUWA｜愛知県岡崎市の変わるまちなかより

【MISSION】
① 経済縮小（雇用・所得減）の改善
② 生活環境の改善
③ まちの魅力の増大
④ 雇用創出

【VISION】
「良質な都市空間を楽しむ日常」
「暮らしやすいまち」
歩いて楽しい中心拠点地区

【CONCEPT】
これからの100 年を暮らすウォーカブルなまち
～新しい住み方・働き方・遊び方を楽しむ～

【VALUE】
・パブリックマインドを持つ民間
・プライベートマインドを持つ行政
→地域内経済拡大

【戦略】
QURUWA戦略
公民連携まちづくり

【戦術】
遊休不動産の活用、規制緩和
金融支援、社会実験
担い手育成

２．ビジョン策定の考え方

本町商店街エリア
ウォーカブルビジョン

【MISSION】

【VISION】

【CONCEPT】

【VALUE】

【戦略】

【戦術】

３．ワークショップ

① 本町通りでの場の利用（人の活動）を整理しましょう。

例）・〇〇施設には子供連れからお年寄りまで幅広い世代の方が利用している。
・日常的に子どもの出入りがある。
・〇〇な過ごし方をするなら、この場所がおすすめ。

など

② 本町通りで生活する上で困っている点を整理しましょう。

例）・交通量が多く、渋滞が発生する。
・安全に子どもを歩かせられない。
・日影がなくて暑い。

など

３．今後の予定

１．次回のご案内

第7回ウォーカブル勉強会

- 日時：7月25日（木）19時から
- 場所：本町BASE

【内容】
①ウォーカブルビジョン作成に向けた
ワークショップ

※内容が変更になる場合があります。
※オンライン併用で開催します。
※市HPおよび案内文書でお知らせします。

２．スケジュール

時期	内容
7月	ビジョン策定作業 ●第6回ウォーカブル勉強会（本日） ●第7回ウォーカブル勉強会（7/25）
8月	生活社会実験詳細検討
9月	
10月	生活社会実験（2回目）
11月	
12月	生活社会実験検証
令和7年1月	
2月	
3月	ビジョン公表（予定）

＜作業内容＞
（7月）
・現状の課題分析
・計画の位置づけ
（8月）
・生活社会実験の分析、課題検証
・エリア、拠点等の設定
・ゾーニング
（9月）
・第2回生活社会実験に向けて
・目指すべき将来像の設定
（10月～）
・コンセプト
・戦略（方針）
・戦術（個々の取組）
※現時点の想定スケジュールであり変更の可能性あり