

エリアマネジメントシンポジウム2015 in 仙台

札幌駅前通地区のエリアマネジメント

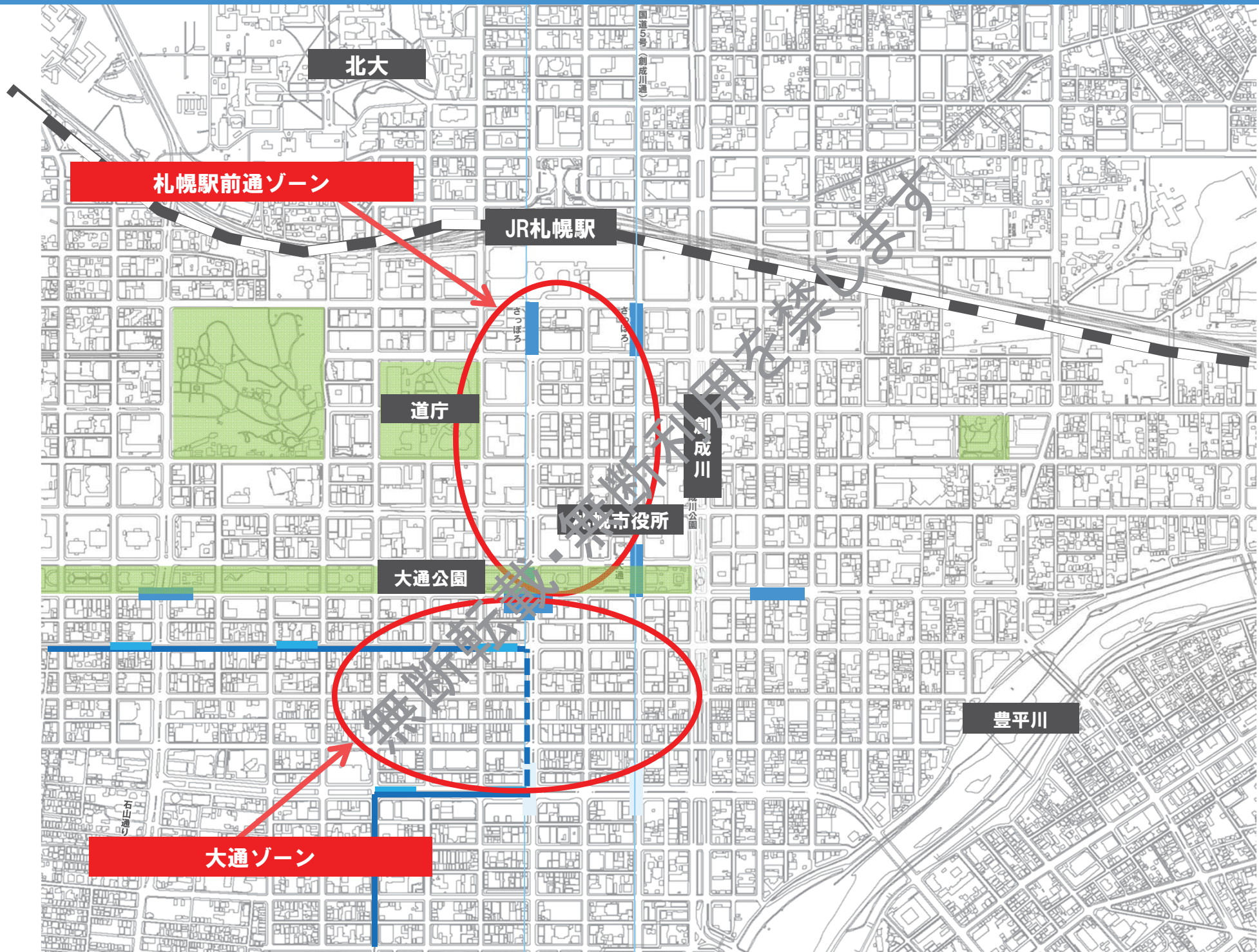
～ 仕組みと現況 ～

無断転載・無断利用を禁じます



札幌駅前通
まちづくり株式会社

札幌市の都心域とエリアマネジメントゾーン



まちづくりの対象とする十街区



札幌駅前通エリアマネジメント地区

- ・当地区は、道庁や市役所などの官公庁、銀行や商社などの事業所、地下街商店街、ホテルなどが建ち並び、都市機能の中核的役割を果たしている。
- ・当地区に立地する大部分のビルは、建物の耐震化等の更新時期を迎えている。また、H23年3月に完成した「チ・カ・ホ」（日平均7万人の歩行者通行量を有している）の立地環境を活かした建替えが加速化している。
- ・当地区は、札幌市の顔となる重要な地域であることから、ふさわしい建物立地（機能・デザイン）や街並み形成を行い、都市の特徴と優位性を構築し、次世代につなげる必要がある

札幌駅前通地区の課題

- ① 都心の賑わいの増進
- ② 回遊性の向上
(札幌駅周辺と大通周辺の商業ゾーンを結ぶ役割を担っている)
- ③ 将来を見据えたまちづくりの統一化

設立目的と組織概要

- 設立： 平成22年9月17日
- 資本金： 990万円（198株）
- 株主： 17団体・企業
札幌駅前通振興会、駅前通沿道企業10社、駅前通隣接企業4社、札幌商工会議所、札幌市
- 体制： 社員10名
- 設立目的： 札幌駅前通地区を魅力ある「都心」の顔として育み、継続的かつ恒常的なにぎわいのある地域づくりを行い、都心全体の活性化に寄与する。

事業概要

- 札幌駅前通地下歩行空間（「チ・カ・ホ」）および札幌市北3条広場（「アカプラ」）の運営（指定管理）
- 広告事業
- 地下・地上の広場を活用した「にぎわいづくり」をはじめとしたまちづくり事業
- 人材育成事業
- 地域防災・防犯活動事業
- まちの美化等環境事業
- 建替計画等地区更新支援事業 等

事業費と収益の考え方

事業収益をもとに目標を実現

事業で得られた収益は、まちづくり活動に還元し、まちづくり活動を発展させる。





チ・カ・ホ

札幌駅前通地下歩行空間（チ・カ・ホ）

- ・区間 地下鉄南北線大通駅～さっぽろ駅
- ・延長 約520m
- ・事業年度 平成17～22年度
- ・供用開始 平成23年3月12日



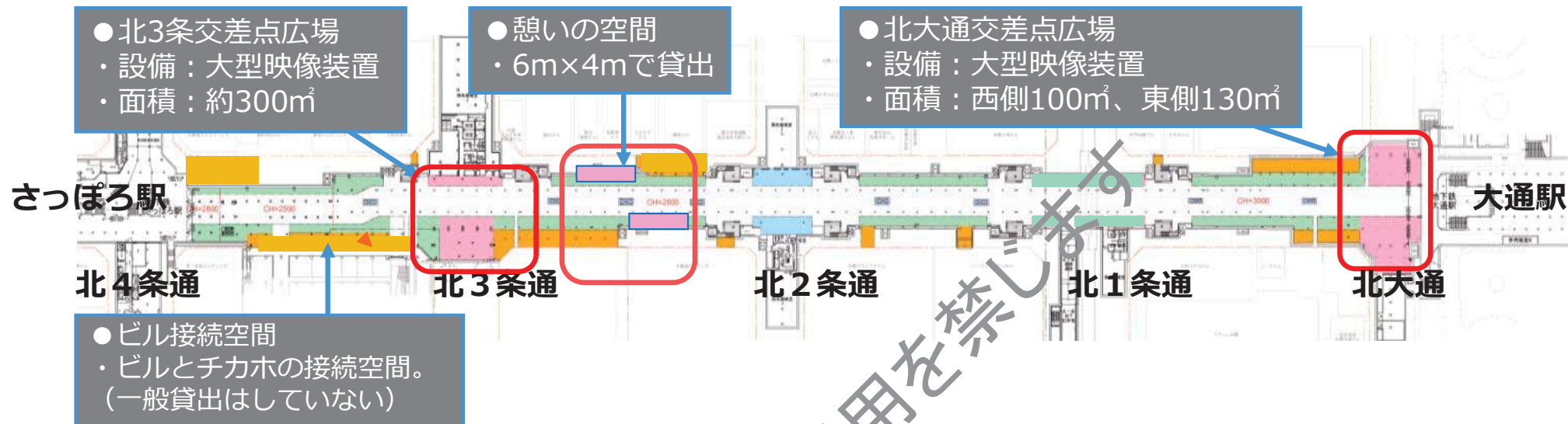
AKAPLA

札幌市北3条広場（アカプラ）

- ・区間 市道北3条線の市道西5丁目線から駅前通までの区間
- ・延長 約100m
- ・幅員 約27m(広場利用範囲は約14m)
- ・事業年度 平成25年度
- ・供用開始 平成26年7月19日

◎まち会社は管理会社ではありません。まちを良くするための調整役、マネジメントの会社です。
◎まちの中の心地よい居場所や空間を作る事が、まち会社の仕事です。

札幌駅前道地下歩行空間(「チ・カ・ホ」)の概要



広場の活用

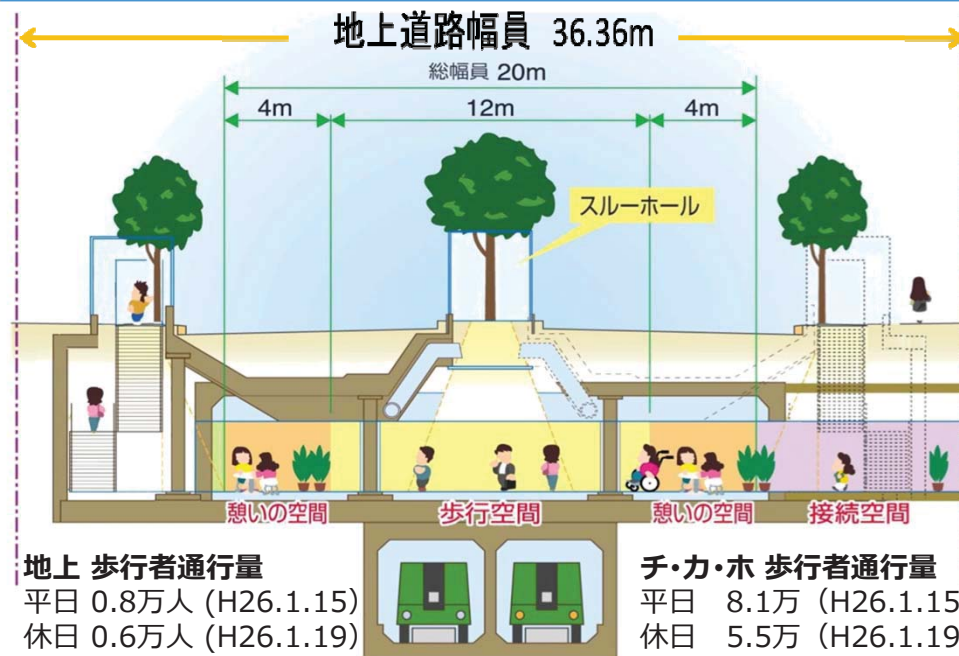
・イベント、展示、販売等に市民・企業が活用

[使用料]

	平日	休日
憩いの空間	200円	300円/㎡
交差点広場	300円	400円/㎡

[稼働率 H26]

	平日	休日
憩いの空間	93%	96%
交差点広場	96%	98% (北3条)
	94%	94% (北大通東)
	94%	97% (北大通西)



札幌駅前通地下広場の稼働状況(H26年度)

【平成26年4月～平成27年3月の年間稼働率】

●北大通交差点広場 西側

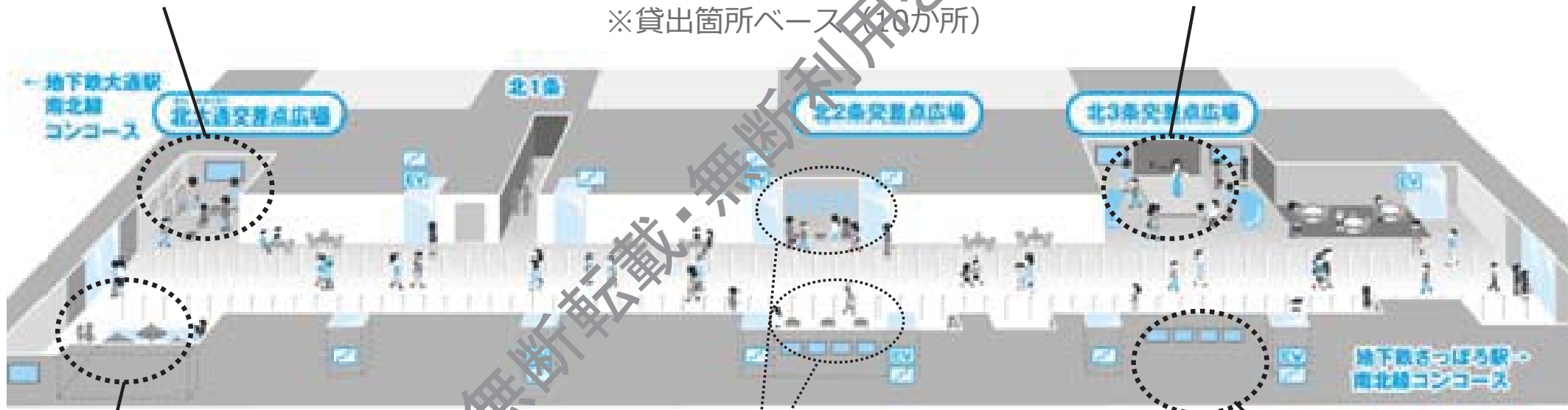
平日 稼働率 94%
休日 稼働率 97%

●憩いの空間

平日 稼働率 93%
休日 稼働率 96%
※貸出箇所ベース(10か所)

●北3条交差点広場 西側

平日 稼働率 96%
休日 稼働率 98%



●北大通交差点広場 東側

平日 稼働率 94%
休日 稼働率 94%

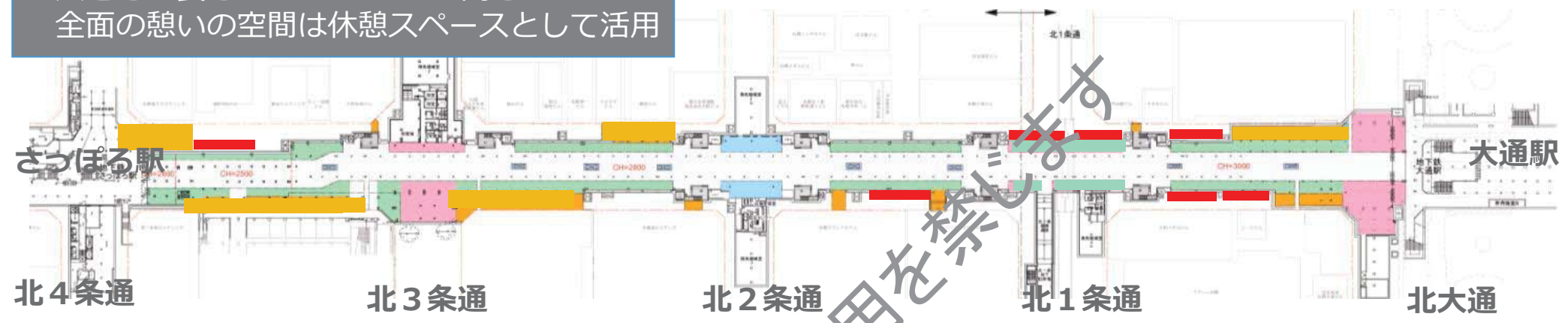
※北2条交差点広場は市長政策室が
“創造都市さっぽろ”の発信を目的に利用。
広く貸出は行っていない。

●北3条交差点広場 東側

平日 稼働率 100%
休日 稼働率 100%

壁面スペースの活用による広告掲載

● 広告掲載 7カ所
大きさ 長さ14.5~29.1m 高さ2.0m
全面の憩いの空間は休憩スペースとして活用



広告掲載例

● 広告の料金・稼働率

【掲載料金】

短期 (4カ所/1週間単位) 400千円/週
長期 (3カ所/3カ月単位) 3,120~3,900千円/3月
※ 広告集稿手数料は掲載料の25%

【稼働率】

	H24	H25	H26
長期	100 %	100 %	100 %
短期	91 %	93 %	91 %

デザイン審査を行い、公衆に不快感を与えるものや華美な色彩を広範囲に使用しているものに対しては変更等の依頼をし、場合によっては掲載をお断りすることもあり得るとしている（長期は外部審査員、短期は内部審査）。

1. 「チ・カ・ホ」の展示デザインの魅力アップ

「チ・カ・ホ」で販売するブースのデザインに問題があるという意見への対応



◎北から暮らしの工芸祭
(H25.2から継続実施)



◎クラシェ
(1回/月実施)

kuraché
クラシェ

2. 地上の賑わいの促進

地上を歩く人が減少し、寂しくなったという意見への対応 → 「札幌市北3条広場」を拠点として活用を図る



◎札幌市北3条広場 (愛称「アカブラ」)



◎さっぽろ八月祭 (新たなイベントの創出)



北から暮らしの工芸祭

チ・カ・ホの出展デザインアップ & 道内のクラフトを紹介



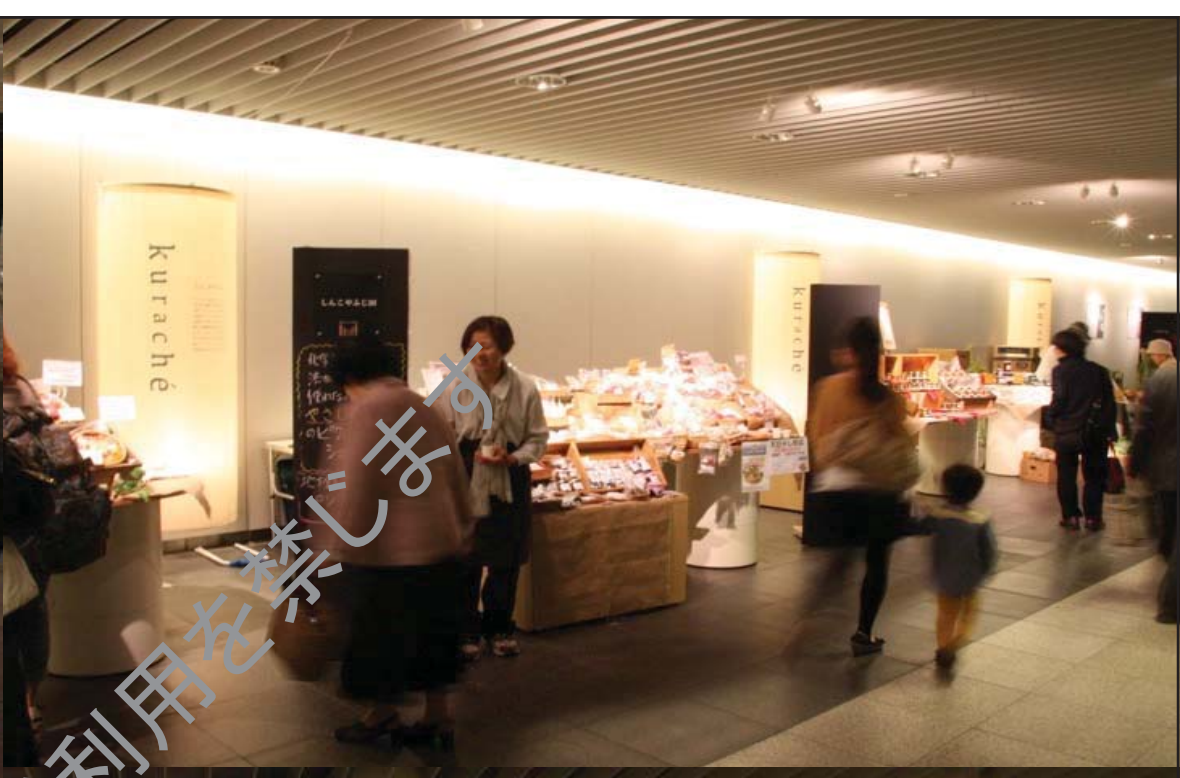
kuraché
||| クラシェ

kuraché = 「暮らし」×「マルシェ」

コンセプト：ステキな暮らしのシーンを提案するマルシェ

テーマ：毎回「○○のある暮らし」としてテーマを設定します

※各回ごとに○○の内容が変わります



当社スタッフと協力スタッフが出展者探しをしている。



パブリックを通してアートを考え、アートを通してパブリックを考えるアートプロジェクト。
地元のアーティストが企画し、学生がスタッフとして参加。

Public Art Research Center (PARC)

PARC 1 [Biotope]
H25年3月



PARC 2 [MY CLUB]
H25年9月



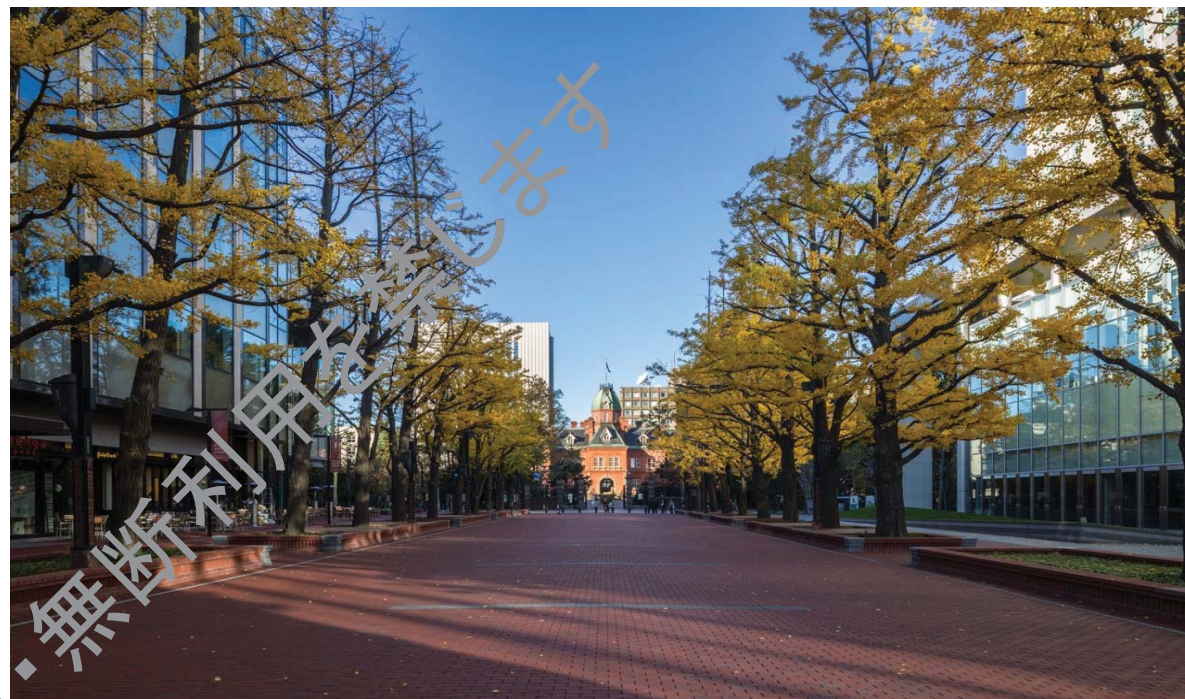
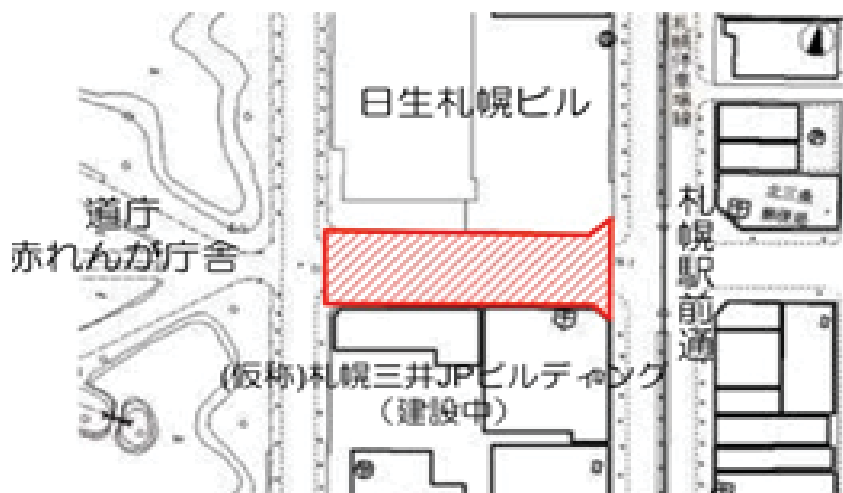
PARC 3 [small world]
H26年3月



札幌市北3条広場

H26年7月19日オープン

区間：市道北3条線（西5丁目線～札幌駅前通）
延長：約100m
標準幅員：27.27m
面積：約2,800㎡



道庁前の道路（北3条通の西4丁目部分）を、歩行者の休息、鑑賞、交流等の用に供する広場として整備。道庁赤れんが庁舎やイチョウ並木と相まって札幌の歴史や文化が感じられる新たな都心の魅力スポットのひとつとして、多くの人々が楽しく、豊かな時間を過ごすことができる場の創出を目指しています。



新たな地域のお祭りの創出（さっぽろ八月祭）



無断転載・無断利用を禁じます



さっぽろユキテラス2015

無断転載・無断利用を禁じます



平成27年2月2日（月）～2月11日（水）







公共空間から生まれた事業収益を「まちづくり」へ (H26年度)

収入		支出		単位：千円
指定管理費	19,159	指定管理業務に係る費用	26,343	
広告費	122,143	目的外使用料（壁面広告）	2,160	
広場使用料（指定管理）	76,416	広告販売代理店手数料	29,685	
その他（委託費等）	27,566	自主事業（まちづくり事業）	35,924	
◎収入合計	245,284	CLT（仮設店舗）	22,350	
		芸術祭	17,668	
		一般管理費等（会社運営費）	81,538	
		法人税等	7,307	
		純利益（剰余金）	22,309	

● 自主事業の概要／実施51事業

- ・「創造都市さっぽろ」の推進：アートイベントの実施、「さっぽろユキテラス」の実施など
- ・市民活動の推進：まちづくり情報コーナーの設置、ビッグイシューと連携した案内ブース設置
- ・都心の活性化・回遊性の促進：地下マルシェ（クラシェ）、チカチカパフォーマンス、情報誌『sapporo駅前十街区』の発行、ジャズ・クラシック・アカペラ等の音楽イベントの実施等、札幌駅前通地区活性化委員会と連携した事業（北3条広場で盆踊り＝さっぽろ八月祭等）
- ・都心のビジネスパーソンへの環境支援：「チ・カ・ホ」Wifiの整備、「チ・カ・ホ」植栽等
- ・北海道の魅力発信：雪まつり『雪めぐり回廊』の支援、さっぽろ菊まつり支援等

まち会社の第2ステージ

「賑わいづくり」から「まちづくりの実践」へ



まちづくり（まち育て）は何のために行うのか

● まちに住む人、活動する人が、住みやすい暮らしやすい、働きやすい、ようにするために行う。

● まちの主役は、そこに働く“ビジネスパーソン”。

“ビジネスパーソン”の環境を整えることがまち育てにつながる

- ・育児施設の整備（企業内保育所等）
- ・体力維持施設（スポーツジム等）
- ・知識を高める機能・施設（朝活→モーニングセミナー）
- ・交流の場をあたえる

➡ ビルの建替え、リノベーション、創造の場づくり
「情報の受発信」、「まち施設の運営」、「テナント誘致」等

まちづくり会社
はまちの世話役
でありたい

都心の居場所づくり ～リノベーション手法を用いた実証実験～



© 越山計画 オープニング記念企画「ブックマーク」展



越山計画

KOSHIYAMA PROJECT

制作手法

- ・ 建替を控えたビルのスペースを借用
- ・ 内装は、建築家やアーティストみんなで手づくり
- ・ カフェも設置し、「アート展示」、講演会、等々多種多様に活用を試みた
- ・ 平成12月末、惜しまれて閉幕
(運営日数：142日、来場者数：4,887人、イベント実施：65回)



新築の三井JPビルに眺望ギャラリー「テラス計画」が誕生

ねらい

この地区のまちづくりの役割をビジネスパーソンと考え、彼ら彼女らや都心を訪れる人たちが気軽に集まれる「場」を設け、まちづくりにつなげようと考えた。

- ・ 多くの人が出会い、コミュニケーションを交わす「交流の場」
- ・ 都心に勤務するビジネスパーソンや市民が憩う「憩いの場」
- ・ いつでも催し物などが行われる「楽しい場」



● みんなで力を合わせた内装



● アートイベント ヘキガケイカク展



● 大学のゼミの開催



● 楽しい食事会

都心の居場所づくり

この「テラス計画」のスペースは、札幌三井JPビルディングの立地特性を活かして、道庁の庭や赤レンガ庁舎などの優れた景観を多くの市民や観光客のみなさんに自由に訪れ楽しんでもらおうと企画されたものです（企画・ビル建設者：三井不動産株式会社、日本郵便株式会社）。

私たちは、このスペースを「テラス計画」と名付けました。アーティスト、デザイナー、学生、ビジネスパーソンが参画し、自由な交流、札幌らしい生活・芸術文化の計画、提案が行われる『創造の場』としたいと考え、若手アーティストの作品展示や勉強会、ミニ講演会、ワークショップなどを行っています。



眺望ギャラリー「テラス計画」



地区の課題

- ・賑わいの増進
- ・回遊性の向上
- ・まちづくりの方向性の統一化

札幌駅前通地区

「まちづくりvision」の作成

「まちづくりvision」の目的と概要

戦略的なマネジメント＝エリアマネジメント

エリア価値向上の必要性を明確化し、まちづくりの方向性等を地域の共通認識を得て、個々のビルの建替えやテナント誘致、公開空地等の活用につなげる。



取組みの視点

- ・中間領域の空間整備と活用
- ・上記に接する民間領域の機能誘導等

民間領域
(空間・活動)

中間領域＝エリマネ領域

- ・機能誘導
- ・空間整備の調整と運営
- ・イベントの実施

公共領域
(空間・活動)

空間形成プログラム (ガイドライン)

エリアの形成方針、公共投資、民間投資、空間整備コーディネーション