

康生通り将来ビジョン

2022.03

目次

第1章 方向性

1-1 康生通りとは	02
1-2 これまでの社会実験	05
1-3 沿道店主との合意形成	07

第2章 将来像に向けた取り組み

2-1 取り組みの一覧	09
2-2 ハードの取り組み	11
2-3 ソフトの取り組み	13
2-4 ストリートデザイン	15

第3章 将来像イメージ

3-1 ペルソナの設定	19
3-2 通りの断面イメージ	20
3-3 各エリアの将来イメージ	23

康生通りの位置付け

康生通りはQURUWA内の主要拠点をつなぐ役割として、道路空間再構築事業がすすめられてきました。

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-

目的

暮らしの質の向上
エリアの価値向上

QURUWAプロジェクト

- ① PPP活用拠点形成事業
(太陽の城跡地)
- ② PPP活用公園運営事業
(中央緑道・かわしん跡地)
- ③ PPP活用拠点形成事業
(北東街区)
- ④ 乙川かわまちづくり事業
- ⑤ PPP活用公園運営事業
(籠田公園・中央緑道)
- ⑥ PPP活用拠点形成事業
(暫定駐車場)
- ⑦ 道路空間再構築事業

将来像

これからの100年を
暮らすまち

-新しい住み方・
働き方・遊び方を楽しむ-

康生通り

500年続く商人の町

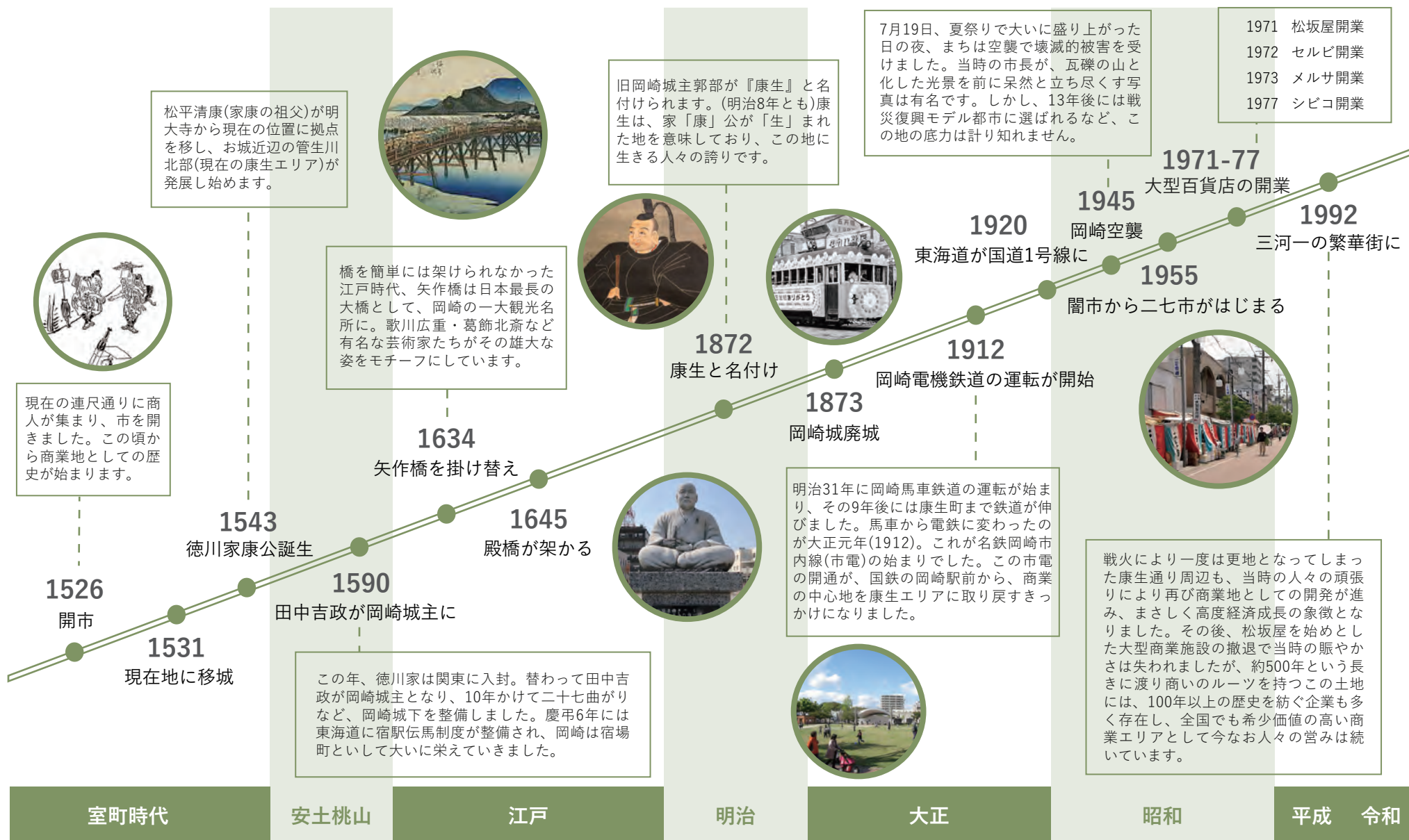
岡崎市の東康生・籠田町で構成される康生通りを対象のエリアとします。康生通りには約60の店舗が軒を連ねており、主要拠点から歩いて負担にならない距離に位置しているため、拠点間の連結の役割が期待されています。



乙川リバーフロントQURUWA戦略地区は、地区の約半分が公共資産です。かつては西三河の中心と言われるほどに栄えた地域でしたが、近年、商店数1/4に、事業所数・事業者数・人口は2/3に減少するなど求心力が低下しています。

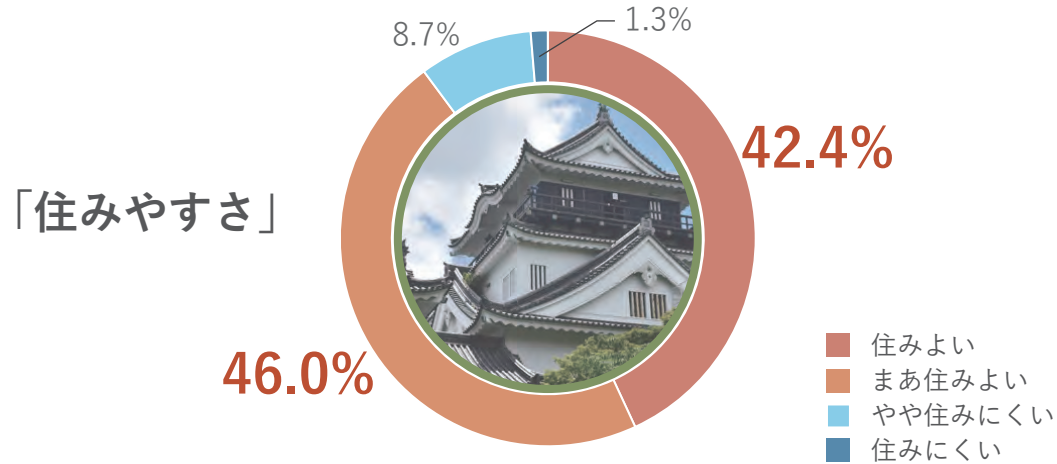
康生通りの歴史

岡崎城の城下町として発達した康生。その歴史を紐解いていきます。

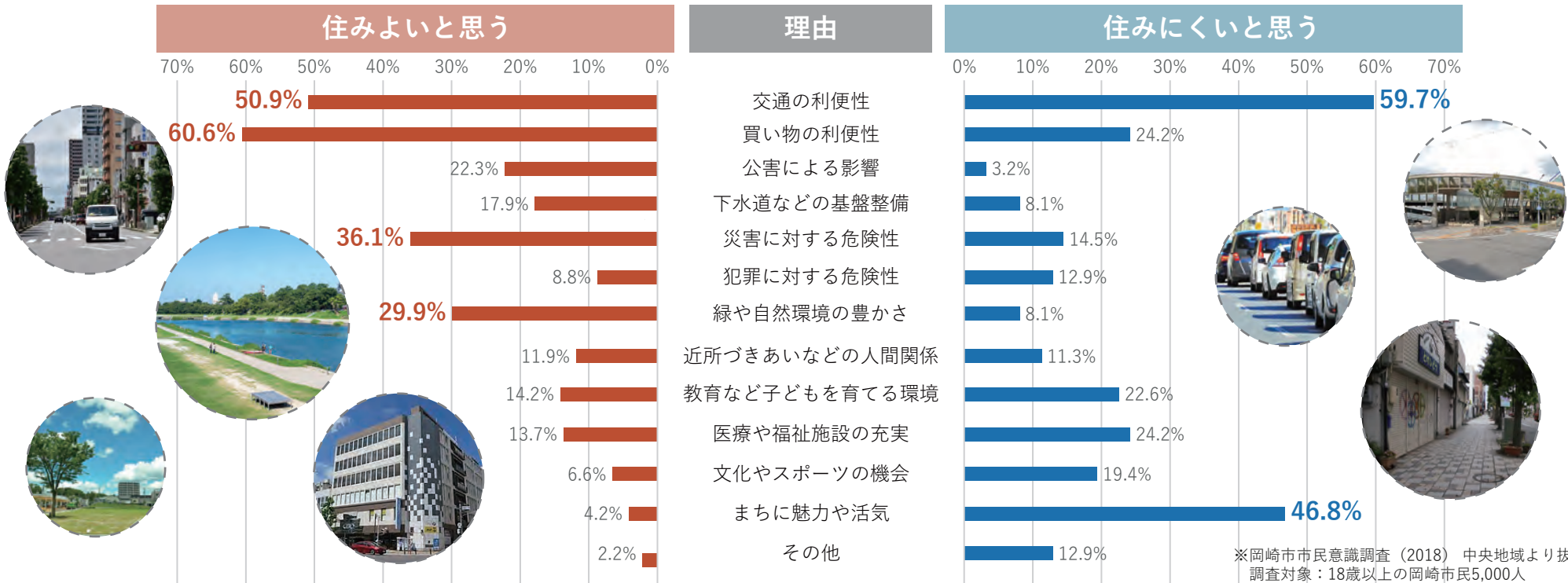


康生通りの現状

統計データより、康生周辺の人約9割が住みやすいと感じています。何に対して、住みよい・住みにくいと思っているのかをみていきます。



- 住みよい
- まあ住みよい
- やや住みにくい
- 住みにくい



※岡崎市市民意識調査（2018）中央地域より抜粋
調査対象：18歳以上の岡崎市民5,000人

街の使い方を検証した社会実験

街にどのような機能があると使いやすいでしょうか。2018年から2021年にかけて歩道や車道の使い方を検証する社会実験を実施してきました。

1 | 2 これまでの社会実験

第1章 方向性



2018年

2019年

2020年

2021年～

社会実験

日常化

道路空間活用

2018.11.12-18

康生マーケット

2019.10.8~11.8

KOUSEI STAND

2020.11.2~

KOUSEI STAND

軒先活用

2019.10.8~11.8

軒先活用

2020.11.28~

軒先活用

パークレットの設置

2019.10.8~11.8

KOUSEI PORCH

2020.12.23~

KOUSEI PORCH

駐車場活用

2018.11.12-18

駐車場活用

2020.11.2~11/30

景観実験

期間中3回実施

景観実験

2020.12.10~

景観実験

ビジョン作成

ビジョン更新

社会実験の結果を次の取り組みにつなげる

社会実験に対する街の利用者からの声を聞きながら、住民を巻き込んだまちづくりを続けています。

交通への影響

- ・1車線なくすと交通への影響が大きい
- ・車で来る人の25%が疑似駐車場を利用していた
- ・車道との距離が近く
パークレットに座っていても危険に感じる

街なかの雰囲気

- ・他の拠点も訪問する人が多く周遊性に効果あり
- ・街の雰囲気がよく安価な出店料なら出店を続けたい！
- ・車が通過するだけの街から人が歩く街へ、変わった感じがした
- ・内外からの注目度がUPした！

町並みのデザイン

- ・デザインの統一によって通りに一体感が生まれた！
- ・緑がきれいによかったです！
- ・古くからやってらっしゃる商店と、新しく社会実験で出店されたお店に、もう少し統一感があると嬉しい

軒先の活用

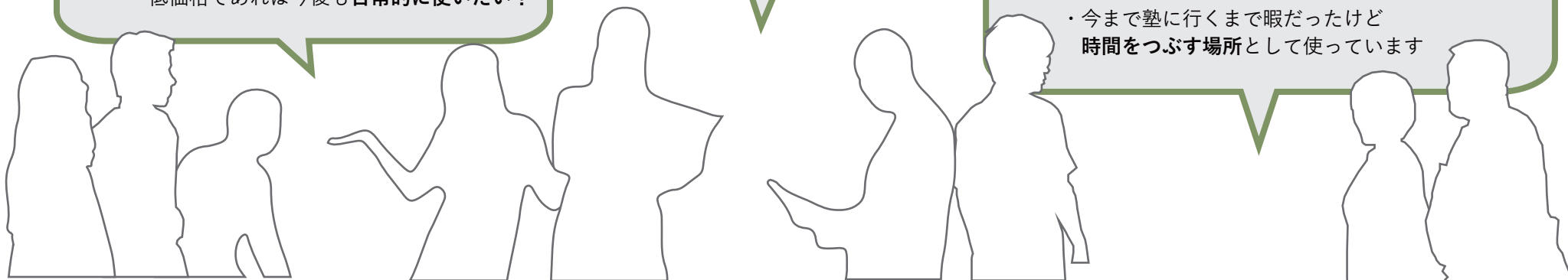
- ・出店店舗数が沿道店舗の約3割
- ・どう利用していいかわからなかった
- ・店頭で販売する商品が思いつかなかった
- ・低価格であれば今後も日常的に使いたい！

公共空地の活用

- ・街の人と触れ合うことができ満足
- ・無人でキッチンカー出店ができるWeb予約システムが好評だった
- ・キッチンカーの出店により普段より人の賑わいがあった

歩道の活用

- ・唐揚げを待つ人がベンチで休憩していた！
- ・掲示板による発信情報の注目度が高まった
- ・ジャズストリートのライブ会場になっていた！
- ・子供の遊具として使われていて、ほのぼのしました
- ・今まで塾に行くまで暇だったけど時間をつぶす場所として使っています



商店主との協議の中で、みえてきた将来の康生通り

康生通りのビジョン案を元に、沿道店主へのヒアリングやワークショップをおこない、将来の康生通りへの意見を抽出しました。

2021年6月

ヒアリング

2021年10月

ワークショップ



対象者

- 飯田 圭
- 伊藤 尚美
- 射り口 和八
- 佐谷 繁
- 杉浦 文子
- 堤 智子
- 畑 克敏 (敬称略)



参加者

- 石原和也
- 市川敬晃
- 伊藤信朗
- 伊藤仁志
- 射り口和八
- 神谷起世子
- 佐谷繁
- 佐谷智
- 杉浦文子
- 長谷川伸介
- 松井まつよ (敬称略)

康生通りが目指す将来像

いただいた意見をまとめると、目指すべき未来の康生通りの姿がみえてきました。

ヒアリングとワークショップでみられた意見のまとめ

1 文化・歴史



- ・歴史のある康生への愛着が薄れつつある現状を変えたい
- ・康生ならではの商いの魅力を発信していきたい

2 担い手



- ・空き家が増える中、新規事業者の出店を促し、新規顧客を引き付けるコンテンツを増やしていきたい
- ・世代間の関係を増やし、地域の連携を高めていきたい

3 街路空間



- ・交通量を少なくし、人中心の通りに戻していきたい
- ・籠田公園や周辺拠点との連携を強め通りを含めた回遊性を高めていきたい

康生通りの
将来像

今と昔が協奏し、次の500年を生きる商いの街

家康が生まれた時から暮らしを支える「500年続く商いの街」

受け継がれてきたものを最大限活かしつつ、次の世代と共に新たな魅力で人々をもてなす

次の500年に向けた康生だからできる商いの街をつくる



康生通りの
将来像

今と昔が協奏し、次の500年を生きる商いの街

家康が生まれた時から暮らしを支える「500年続く商いの街」
受け継がれてきたものを最大限活かしつつ、次の世代と共に新たな魅力で人々をもてなす
次の500年に向けた康生だからできる商いの街をつくる

将来像に向けた取り組み

未来を見据え、今あるものを最大限活かす。ソフトとハード、その両方を兼ね備えた事業を展開していきます。

ハード対策

1 公共空間の最大活用

ウォークブル×公共空間
公園のように人が溢れる道路



2 愛おしい景観の演出

場所愛×街並み
「らしさ」を演出する通りの演出



3 交通アクセスの向上

次世代モビリティ×車社会
誰もが自由に移動する社会



4 空きスペースの再興

シェア×空き家
市民協働の新たなチャレンジ



ソフト対策

5 地域内連携の強化

ネイバーフット×商店主
近所で生まれる経済循環



6 個店の魅力向上

体験価値×おもてなし
ここでしかできない顧客体験



7 情報発信のお手軽化

デジタル社会×コアな情報
いつでも手軽に知れる街



8 若者支援の充実

自由な働き方×地方
場所に縛られない暮らし



1 ウォーカブル × 公共空間 公園のように人があふれる道路 公共空間の最大活用

? ウォーカブル
人を中心とした歩きやすい空間
居心地のよい空間が求められている



! 康生の現状
歩行空間を有効活用し、桜城橋・中央緑道・籠田公園とのつながりを強化していきたい

1-1 安全で歩いて楽しい歩行者空間化

- ・歩行者と自転車交通を分離させ、歩道を拡幅し、子どもたちやお年寄りが安心して歩ける歩道を整備する
- ・低街路樹やベンチなど、自然を感じられる滞留場を作り、商店街内の滞在を促す

1-2 沿道店舗から滲み出す賑わいの創出

- ・軒先で商品販売やポップアップをおこない、来街者が立ち寄る仕掛けを生み出す
- ・人口芝を敷くことで、歩道上に居心地のいい人の居場所をつくるとともに、歩道上の使用可能なエリアを可視化する

関連するゴール



先駆事例



シャンゼリゼ通り
車道を現在の半分に減らし歩道や緑の空間を拡張

オースティンポケットパーク
駐車スペースを座席と緑を備えた歩行空間に変化させた

2 場所愛 × 街並み 「らしさを」感じる通りの演出 愛おしい景観の演出

? 場所愛
人々の記憶に残るような愛着の持てる土地・場所を創出すべきという考え方が広まっている



! 康生の現状
歴史的価値、夜間の営業など康生通りのポテンシャルを街並みに活用していきたい

2-1 持続可能で街を見守る景観づくり

- ・街の歴史や文化を後世に受け繋ぐための、地域住民の声をまとめた景観ガイドラインを作成する
- ・街路樹の剪定や道路空間の清掃など地域住民による持続的な維持管理を見据えた仕組みづくりを目指す

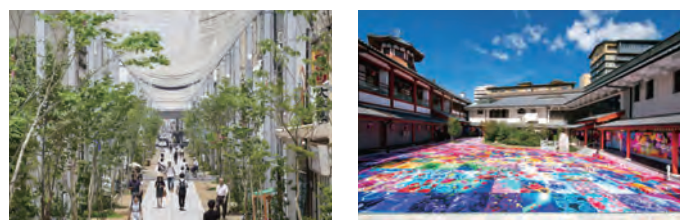
2-2 店舗と協働するまちなみリノベーション

- ・形状やカラーを揃えるなど、余白のあるデザインコードを設定することで、店主も参加しやすい関わりしろのあるデザインコードを展開する
- ・康生通りとしての一体感と各店舗のアイデンティティが融合した景観を構築する

関連するゴール



先駆事例



福山市アーケード改修プロジェクト
植栽空間整備によるアーケード改修プロジェクト

道後温泉活性化プロジェクト
保存改修事に合わせ、アートで温泉を活性化させるプロジェクト

3

交通アクセスの向上

次世代モビリティ × 車社会 誰もが自由に移動・交流する

? 次世代モビリティ

技術革新により実現した、サービスとしての新たな移動手段が生活に表出している

! 康生の現状

交通量が多く車中心の道路空間となっているなか、交通弱者にとっても安全で便利な移動手段が求められる。



3-1 移動だけでなく、人の居場所となる道路空間の整備

- ・交通量の減少を見据えて、道路を人々の交流を生み出す場となるよう再整備する
- ・荷捌き場など必要とされる交通機能を確保しつつも、移動だけでなく人々が滞留し交流できる空間に段階的に整備を進めていく

3-2 目的に合わせた移動サービスの充実

- ・シェアサイクルポートを増設・整備し、拠点間における移動の利便性を向上
- ・市内全ての、シェアサイクルや、のりあいタクシー、コミュニティバス、名鉄線、JR線との乗り換え案内を連動させる交流できる空間に段階的に整備を進めていく

関連するゴール



先駆事例



自動運転車e-Palette
移動に加え、新たな価値を付加したサービスを提供する



電動キックボードシェアLUUP
スマホひとつで電動キックボードをシェアできるサービス

4

空きスペースの再興

シェア × 空きスペース 市民協働の新たなチャレンジ

? シェア

モノやサービスの相互提供によって成立する協働型社会があらゆる分野で試行されている

! 康生の現状

レトロだが未使用の不動産が多数存在する中、オーナーと協力し、賃貸可能なスペースを増やしていきたい



4-1 店舗のリノベーションによる商業利用の活性化

- ・老朽化した空き家をリノベーションやコンバージョンし、商業化利用を促進する
- ・低コスト低リスクで新規出店者が利用しやすい、小規模な物件の利用を進める

4-2 既存店舗の一部を整備し、共同利用

- ・既存店舗の魅力を活かしながら、沿道の新陳代謝を積極的に促す
- ・若者やチャレンジショップが入居した際に、使いやすい設備として整備する

関連するゴール



先駆事例



富士見台トンネル
商店街内の空き店舗を、シェア商店兼ワークスペースに改修



マドカイ
空き店舗のショーウィンドウを有効活用する取り組み

5

地域内連携の強化

ネイバーフッド × 商店主
近所で生まれる経済循環

? ネイバーフッド

近隣の住宅街などをターゲットとした小商圈の構築が求められている

! 康生の現状

周辺拠点や商店街内での連携を図るためのコミュニケーションを増やしたい



5-1 周辺事業者との連携

- ・ QURUWA 主要拠点の事業者と連携を強化し、イベントの開催情報や活動情報を共有する
- ・ 主要拠点と康生通りが連動したイベントをおこなうことで、QURUWA エリア内の回遊を促進する

5-2 商店主同士の交流促進

- ・ 商店主間の連携を強化するため、康生通りの沿道にて店主らが協議する集会を定期開催する。また、拠点となる場を整備する
- ・ スタンプラリー、共通クーポン、お勧めのお店紹介をすることで店舗間の回遊を促進する

関連するゴール



先駆事例



京都商店街創生フォーラム
自力では事業実施が困難な商店街等に対する支援を強化



まちあそび人生ゲーム
商店街を舞台としたリアル版人生ゲーム

6

個店の魅力向上

体験価値 × おもてなし
ここでしかできない顧客体験

? 体験価値

サービスを利用したことで得られる感動や満足感など、感覚的な価値が重要視されている

! 康生の現状

店主と客のコミュニケーションといった、康生ならではの魅力を活かしたい



6-1 康生ツーリズムの構築

- ・ 暮らし観光や歴史観光など、ここでしかできない体験を構築する
- ・ 店舗と連携した体験プログラムやイベントを開催することで、購買以外の体験価値を生み出し、店主と来街者、周辺住民の交流を促進する

6-2 街コンシェルジュの育成

- ・ 店主を中心とした「街コンシェルジュ」を結成し、自らの街を紹介する
- ・ デジタルやアナログ媒体を用いて地元住民ならではのオススメ店などリアルでタイムリーな情報を伝える

関連するゴール



先駆事例



HATCHI 金沢
地元のコンテンツを巻き込んだ体験プログラムを実施



まちかどコンシェルジュ
来街者へのおもてなしで「コンシェルジュ」を沿道店主が実施

7

情報発信のお手軽化

デジタル社会 × コアな情報 いつでも手軽に知れる街

? デジタル社会

幅広い分野が連携し、パソコンやスマートフォンなどの情報技術の活用がみられる

! 康生の現状

籠田公園で開催中のイベントなど、近くの情報エリア内に行き渡せたい



7-1 情報発信の基準づくり

- ・康生の情報集約する「ばけろーかる」の利用を強化し、各店舗の紹介をする
- ・エリア内で統一した言葉遣い、ハッシュタグ、カラーなどを用的情報発信の仕方を統一する
- ・情報の更新を継続していくために、編集・更新能力をもった人材を育成する

7-2 アナログとデジタルを掛け合わせた情報発信

- ・デジタルツールに加え、手書きの案内看板や掲示板などアナログツールも活用し、幅広い世代に向けた情報発信をする
- ・QRUWAのHPやデジタルサイネージと連動し、地域が連動した情報発信体制を構築する

関連するゴール



先駆事例



ウェブプラットフォーム Stroly
地域ならではのイラストマップにデジタル上で情報が加わる



地域振興情報発信プラットフォーム
TwitterなどのSNSと連動し、最新の情報がMAPに表示される

8

若者支援の支援

自由な働き方 × 地方 場所に縛られない暮らし

? 自由な働き方

社会の変化に応じて、自分の意思で自由にキャリアを形成していく人が増えている

! 康生の現状

地方都市にしかない文化・伝統を後世に受け継ぐ担い手をまちに呼び込みたい



8-1 新規出店を後押しするサポート体制づくり

- ・新規出店を促す相談会の開催や補助金サポート、空き物件のマッチングなど網羅的なサポート制度を整える
- ・補助制度や物件に詳しい人材、組織を構築し、外部からも相談しやすい環境をつくる

8-2 若者と連携したまちづくりの実践

- ・地元の学生を巻き込んだまちづくりイベントを実施することで、若者と街の接点を増やしまちづくりの担い手を街全体で育てる

関連するゴール



先駆事例



油津商店街
4年間で25を超える新規出店と企業誘致を実現した商店街

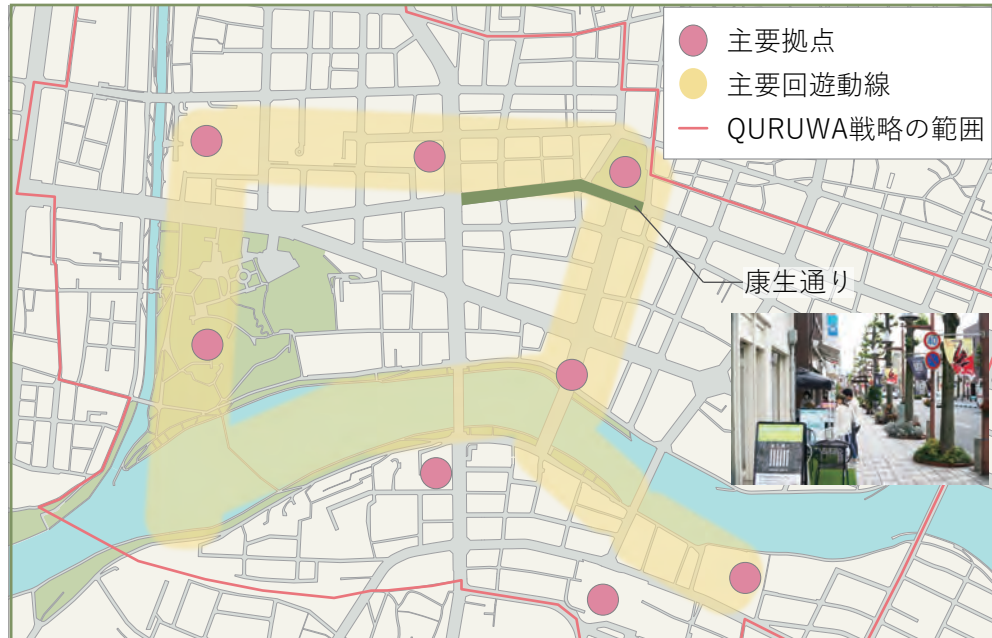


仙台まちづくり若者ラボ
実践型プログラムを通じて、担い手の発掘・育成を目指す

歩きたくなるまちづくりが期待される康生通り

戦略内で道路空間再構築事業に指定された康生通りは人の居場所となる公共空間の活用が進められています。

■ 康生通りにおける道路空間再構築事業



道路空間再構築事業

道路占用の規制緩和による認定団体を組織することで、オープンカフェ、広告版設置などの道路空間を利活用する民間取組みの事業化と、それに併せた道路空間再配置を含めたプロジェクト

ストリートデザインの作成・更新

道路空間を街のための道路として利活用し、公共と民間が一体的に進める将来的な通りの空間活用のあり方を探ってきました。

参考：https://quruwa.jp/quruwa_cms/wp-content/uploads/190529_Qsenryakugai.pdf

■ 歩きたくなるまちづくりによる4つのメリット

01

地域の賑わいづくり

街の活気が可視化され、住民だけでなく、来街者にとっても快適で質の高い環境が形成される



02

来街促進

地域の活動が生まれると来街者が増え、空き店舗が減少し経済活動が活性化していく



歩きたくなる
まちづくりによる
好循環



街への誇りを持つ

住民・事業主・地権者等の地域への愛着や満足度が高まり、まちづくりへの意識が向上する

04



エリア価値の向上

土地・建物の資産価値が高まることを期待され市場性を維持できる

03

地域の個性が活かされたデザインコード

地域の歴史や文化的な特徴が活かされたデザインを展開し、沿道建築と街路に統一感を創出します。

これまでの社会実験

2019年～ 景観実験



実施内容
通りに統一感を持たせるため岡崎城の虫籠窓(むしこまど)をデザインしたロゴを康生通りの随所に設置した

2020年～ ブランドカラーの設定



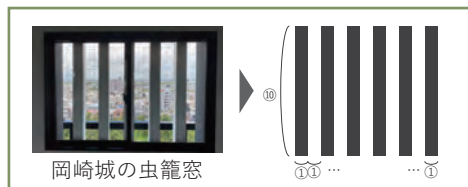
実施内容
岡崎市の木「三河黒松」にちなんだ、松葉色をアクセント色として看板や、フラッグなどの色味を統一した

デザインモチーフ

誇りとなる家康ゆかりの岡崎城



形状 虫籠窓から抽出したストライプ



カラー

基調色

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100

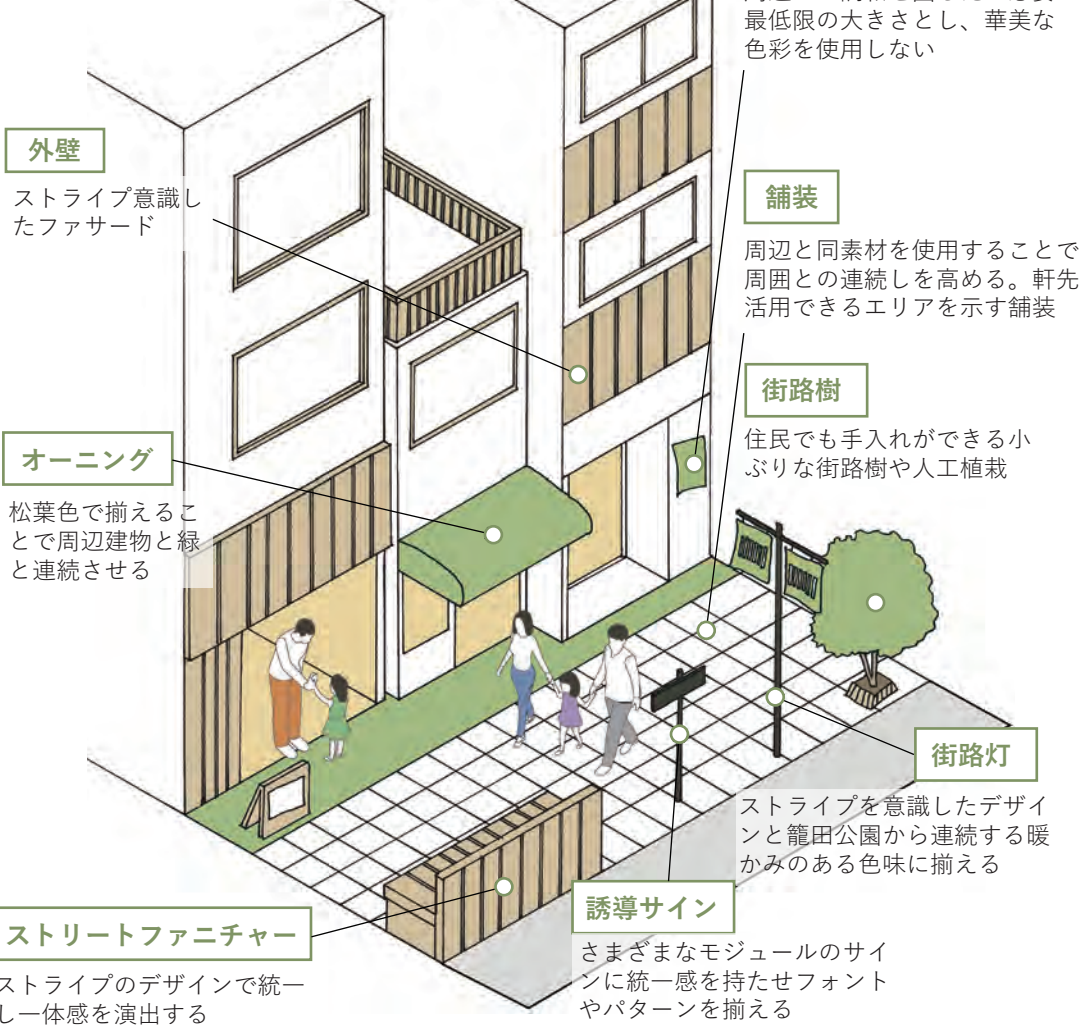
岡崎城の天守閣より 黒と白

アクセント色:

C: 56
M: 32
Y: 74
K: 0

岡崎市の木「三河黒松」より 松葉色

デザイン展開例



最小限の仕掛けで、店舗の賑わいが滲み出る通りの活用

建物内部を街に開いたり、人の活動を可視化することで、アイレベルの賑わいを創出します。

これまでの社会実験

2018年～

軒先活用



実施内容

沿道店舗が軒先空間に商品を並べたり自由に休憩できる家具を設置することで、歩いて楽しい通りを目指した

2020年～

歩道活用



実施内容

歩道空間に安心してくつろげる「まちの客席」を常設化した。話たり、食べたり、休憩する行為を通りで誘発した

<活用場所>

店内



街に開く店内の仕掛け

民地内だけでできる工夫によって、店舗の様子を通りに開いたり、人を引き込むことによって通りすがりのお客を呼び込める

軒先



25~50cm

モノを陳列する仕掛け

建物の壁沿いに棚や看板を置くことができる。建物の変化ではなく、選りすぐりの商品で店をアピールできる



0.5~1.5m

人の過ごす場となる仕掛け

飲食したり、ものを売ったりすることができる。人のアクティビティを店先で誘発することができる



1.5m~

人が集う場となる仕掛け

まわりを囲んで座るテーブルやソファをおける。快適にくつろぐことができる空間を店先に生み出すことができる

歩道



歩道を活かす仕掛け

店先が拡張されるだけでなく道路側を活用することにより、パブリックスペースとして誰もが利用しやすい場となる

<活用アイデア>

最小限の棚だけレンタル
店内の棚に他店舗の商品を並べて貸し出す



取り外しできる棚
商品を軒先に陳列し、目玉商品を発信する



チャレンジショップ
軒先空間で他店舗のチャレンジショップに場所を貸し出すことができる



街なかステージ
店先でイベントを開催することができる



テントを建てられる歩道
一般的なテントが建てられることで、手軽にマルシェに参加できるようになる



誰もが自由に使えるパブリックスペースづくり

街なかに自分の居場所となる場所を増やすことで、地域住民の暮らしの質を高めていきます。

これまでの社会実験

2018年～ 公共空地の活用



実施内容
日替わりでキッチンカー等が出店するマーケットの開催。空き地を誰でも自由に楽しく過ごせる空間として演出した

2020年 車道空間の活用



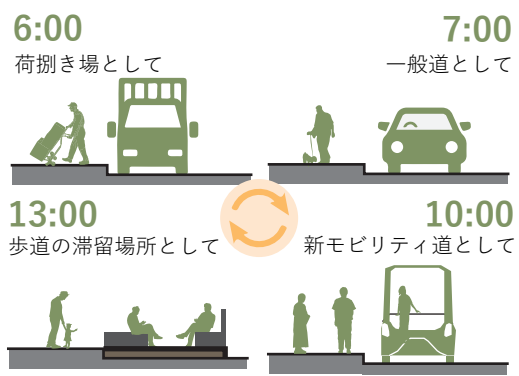
実施内容
「まちなかりビング」をコンセプトに、車道空間に街なかに誰でも使える休憩所など街の共有スペースを創出した

低未利用地の活用



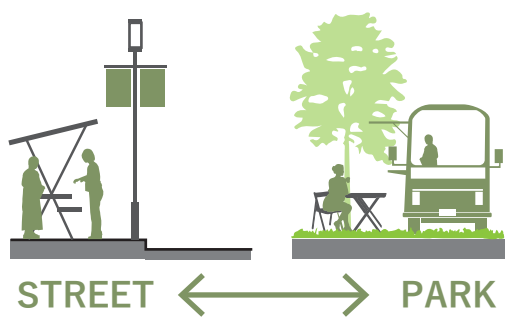
キッチンカーの出店など各種イベントで街なかの賑わいづくりをする

時間帯に合わせた車道の活用

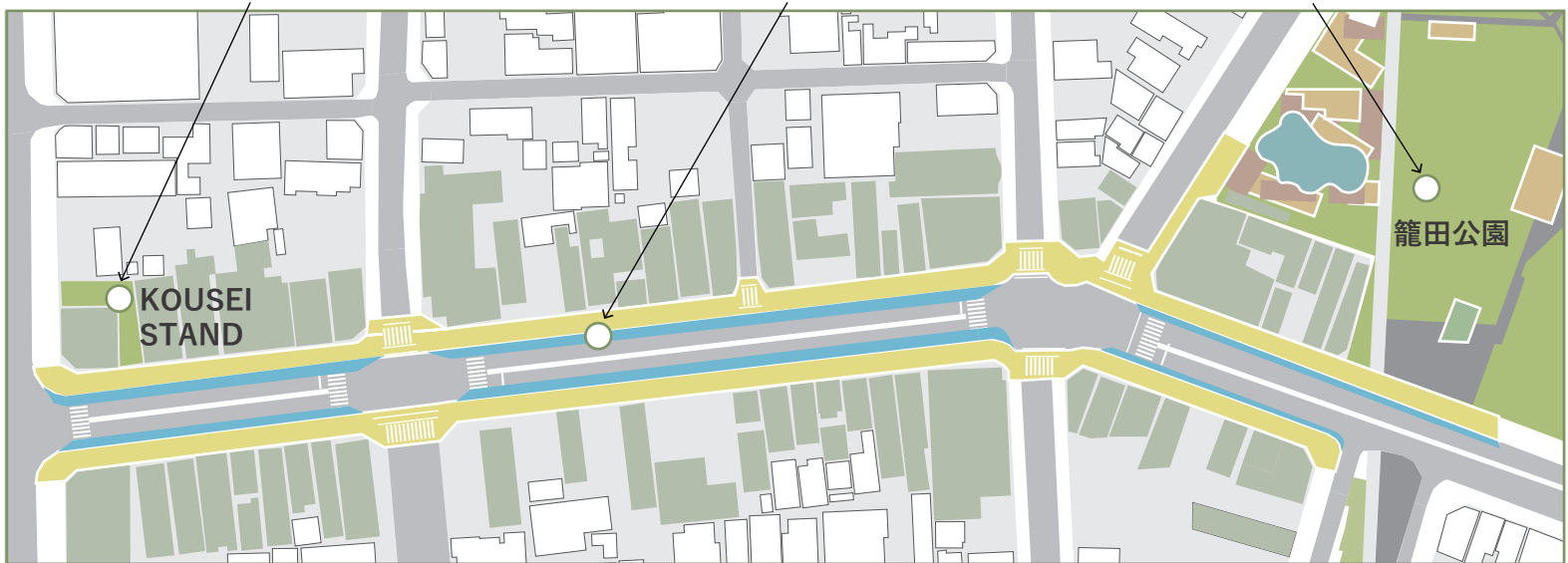


交通量の少ない時間帯には、人中心の道路空間に向けた活用をしていく

籠田公園との連携イベント



公園で開催されるイベントと連動し、同じテーマで商品の販売をおこなう



ペルソナを想定した将来イメージ

特定の人を想定してターゲットを絞ることで、より将来イメージを具体化していきます。

マスター



ビギナー

店主

康生通りの健康じいちゃん

NYでは〇〇なアートが流行っとなるんじゃ

年齢 : 70 歳
 居住地 : 康生通り
 職業 : 老舗店舗経営
 家族構成 : 妻と子供が二人
 孫も二人



価値判断

孫のためならなんでもし、孫以外にも若い子が活躍している様子を見ると後押ししたくなる

周辺住民

30年以上通う常連さん

これ、すごくいいのよ。オススメよ。

年齢 : 65 歳
 居住地 : 南康生
 職業 : 定年退職(園長)
 家族構成 : 子供が二人
 現在は一人暮らし



価値判断

物を大切に、いいものを長く使いたい
寂しがり屋で人と話すことが大好き

来街者

ひとりを愛する独身貴族

いいっすね、それ!!
俺やってきますよ

年齢 : 35 歳
 居住地 : 市外在住
 職業 : サラリーマン
 家族構成 : 独身



価値判断

新しいもの・ことに興味津々
自ら体験しないと気が済まない質

脱サラしたカレー屋さん

スパイスの効いた毎日じゃなきゃ物足りないぜ!!

年齢 : 50 歳
 居住地 : 康生通り
 職業 : 飲食店経営
 家族構成 : 妻と二人の息子



価値判断

みんなの声や喜ぶ顔が一番のやりがい
ただし、自分のこだわりは手を抜かない

育児に追われる新米ママ

えーわかるー!
うちもそうだよ~

年齢 : 30 歳
 居住地 : 西康生
 職業 : 専業主婦
 家族構成 : 夫と二人の娘



価値判断

生活の質向上に対する意識が高く
人とのつながり、家族との時間を大切にしたい

流行に敏感な今どき女子学生

え、待ってこれめっちゃ可愛くない??

年齢 : 20 歳
 居住地 : 大阪市
 職業 : 専門学生
 家族構成 : 両親と妹



価値判断

新しいものが大好きで、トレンドに敏感
情報感度が高いが人目が気になるがち

エリア1：康生通東1丁目

新たな人を呼びイノベーションをもたらすエリア

大通りと交わる点や、リブラやシビコなどの周辺拠点に近いことから、通りに人々を呼び込む役割が求められる。

Point **公共空地** **バス停** **オフィス** **空き家**



新たな挑戦が生まれるコンテナ広場

使われずに眠る空き地に暫定的にコンテナを設置すると、新規出店者が手軽に利用できる賑わいの場となる。人の居場所となる拠点をすることで人々の活動が通りへ出てくる。

<関連する取り組み>

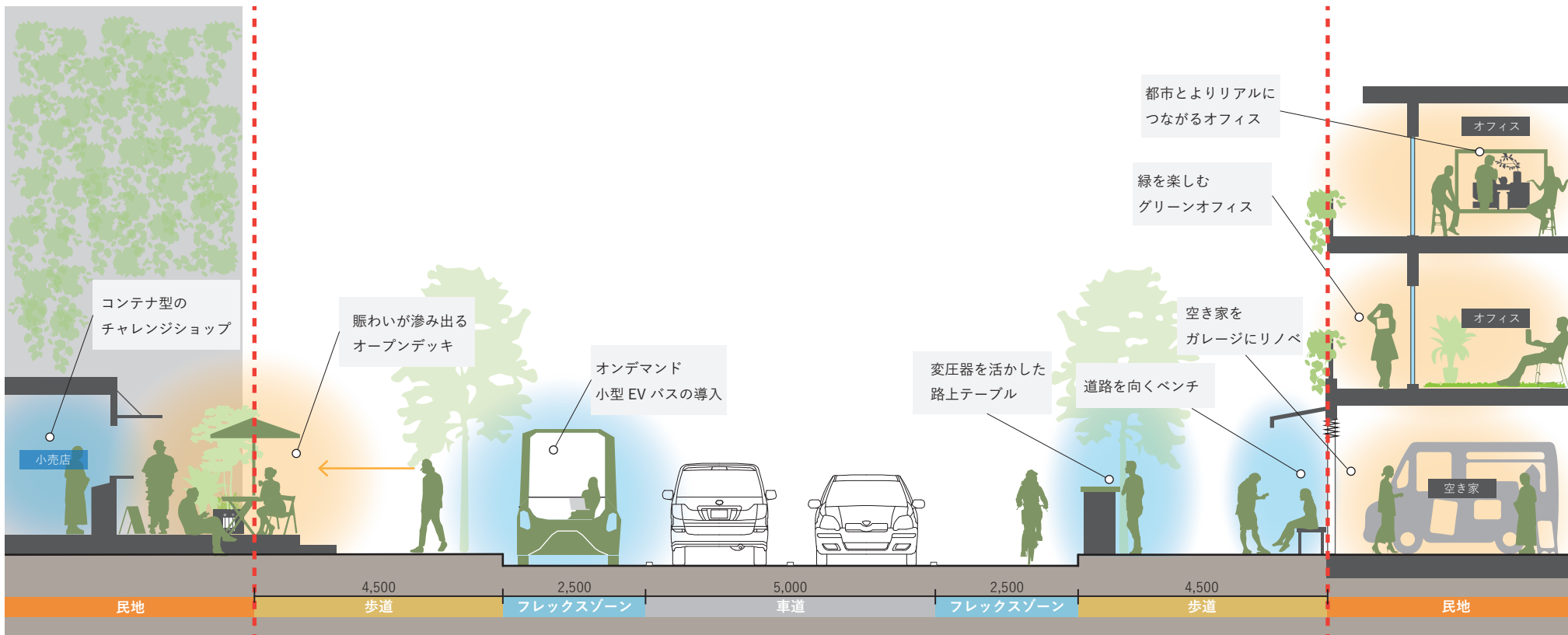
- 1. 公共空間の最大活用
- 3. 交通アクセスの向上
- 8. 若者支援の充実

<関連する取り組み>

- 2. 愛おしい景観の演出
- 4. 空きスペースの再興
- 8. 若者支援の充実

建物一階を商業利用するオフィスビル

通信技術や緑化空間活かした新たなオフィスが増えると、働き世代が通りに増えてくる。出入りのしやすい1階部分は商業利用にすることで商業店舗が連続し通りの賑わいを生む。



エリア2：康生通東2丁目

店舗が集積し賑わいの中心となるエリア

空き店舗が多く店舗間の関係が取りずらくなっていることから、店舗間で持続的に支え合える仕組みが求められる。

Point **ストリートファニチャー** **商業店舗** **空きテナント**



店舗同士で支え合い 新たな出店を促す店舗

軒先で他店舗の商品を陳列することで店舗間で支え合う関係を作る。車道のフレックスゾーンを活用したステージでは商店主が演奏し、ここでしか味わえない体験を提供する。

<関連する取り組み>

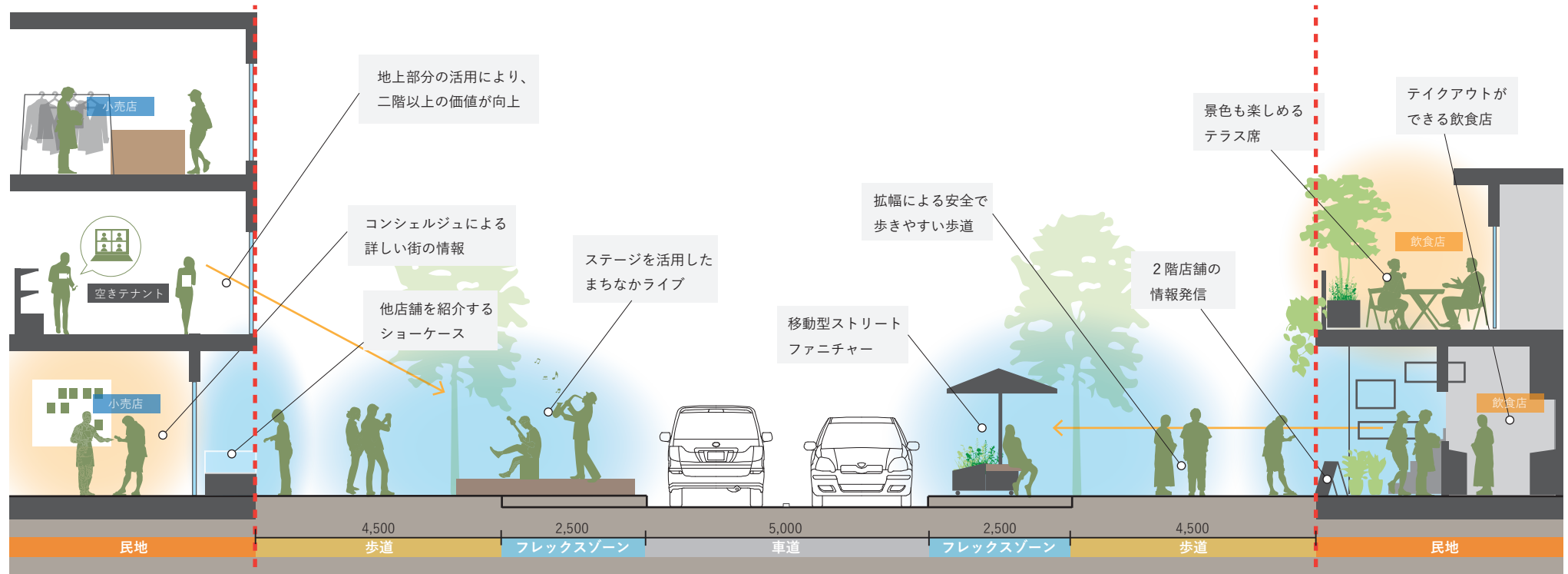
- 1. 公共空間の最大活用
- 4. 空きスペースの再興
- 6. 個店の魅力向上

<関連する取り組み>

- 1. 公共空間の最大活用
- 2. 愛おしい景観の演出
- 4. 空きスペースの再興

屋外空間での活動を促す テイクアウト店

テイクアウトを行う飲食店によって屋外空間での活動を促す。移動型のベンチやパラソルを使って歩道でも飲食を楽しむ。2階にテラスを設けることで景色を堪能することができる。1階の軒先で2階店舗の紹介を行うことで2階へとお客を引き込む。



エリア3：籠田町

公園から賑わいが連続するエリア

籠田公園と接する立地を活かし、共同イベントの開催など、通りと公園との連続性を高める利用が求められる。

Point **籠田公園** **新規出店** **イベント** **小売店**



公園に抜ける
貸し出せる店舗兼住宅

籠田公園との連続性を高めるため、キッチンカーを車道に出店したり、公園と連動したイベントを実施する。通りにアクセスしやすい1階部分は商業利用とし、公園に隣接する立地を最大限に活用する。

<関連する取り組み>

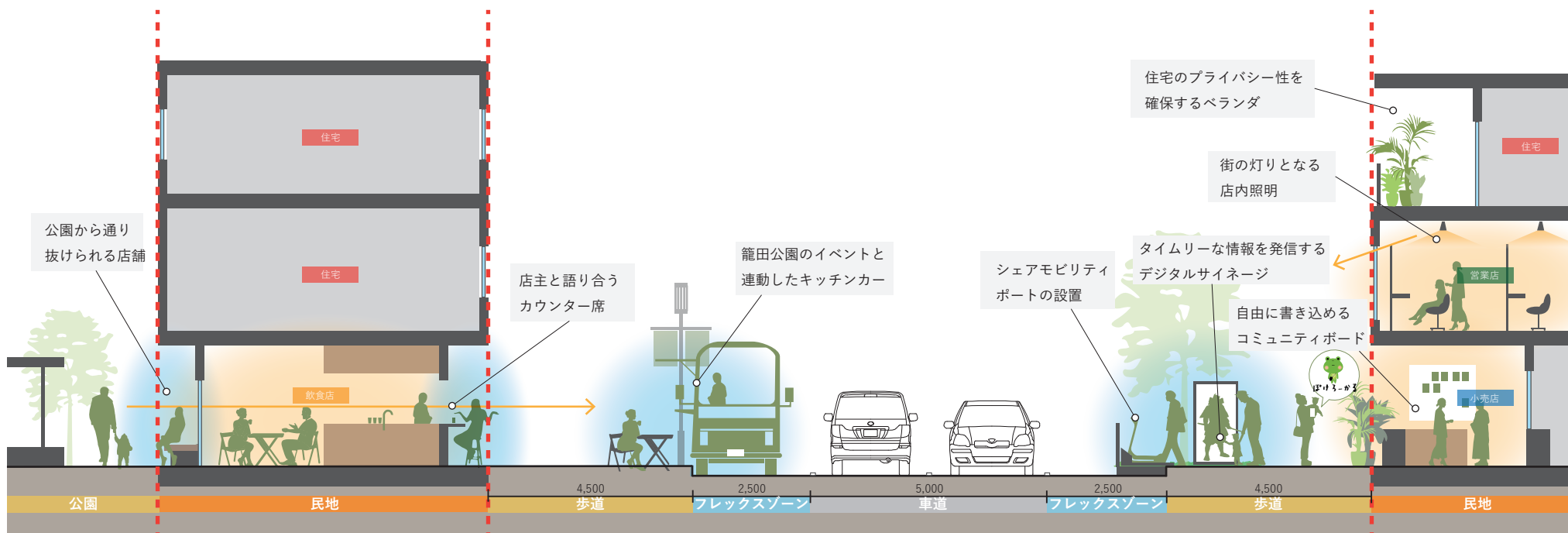
- 1. 公共空間の最大活用
- 2. 愛おしい景観の演出
- 4. 地域内連携の強化

<関連する取り組み>

- 2. 愛おしい景観の演出
- 3. 交通アクセスの向上
- 7. 情報発信のお手軽化

まち情報を発信し
来街者を街へ案内する店舗

回遊性を高めるモビリティポートを店先に設置すると、モビリティの利用者に店舗をアピールできる。掲示板やデジタルサイネージを設置し、店主自身が街のコンシェルジュとなりオススメの街スポットを発信していく。



シーン1

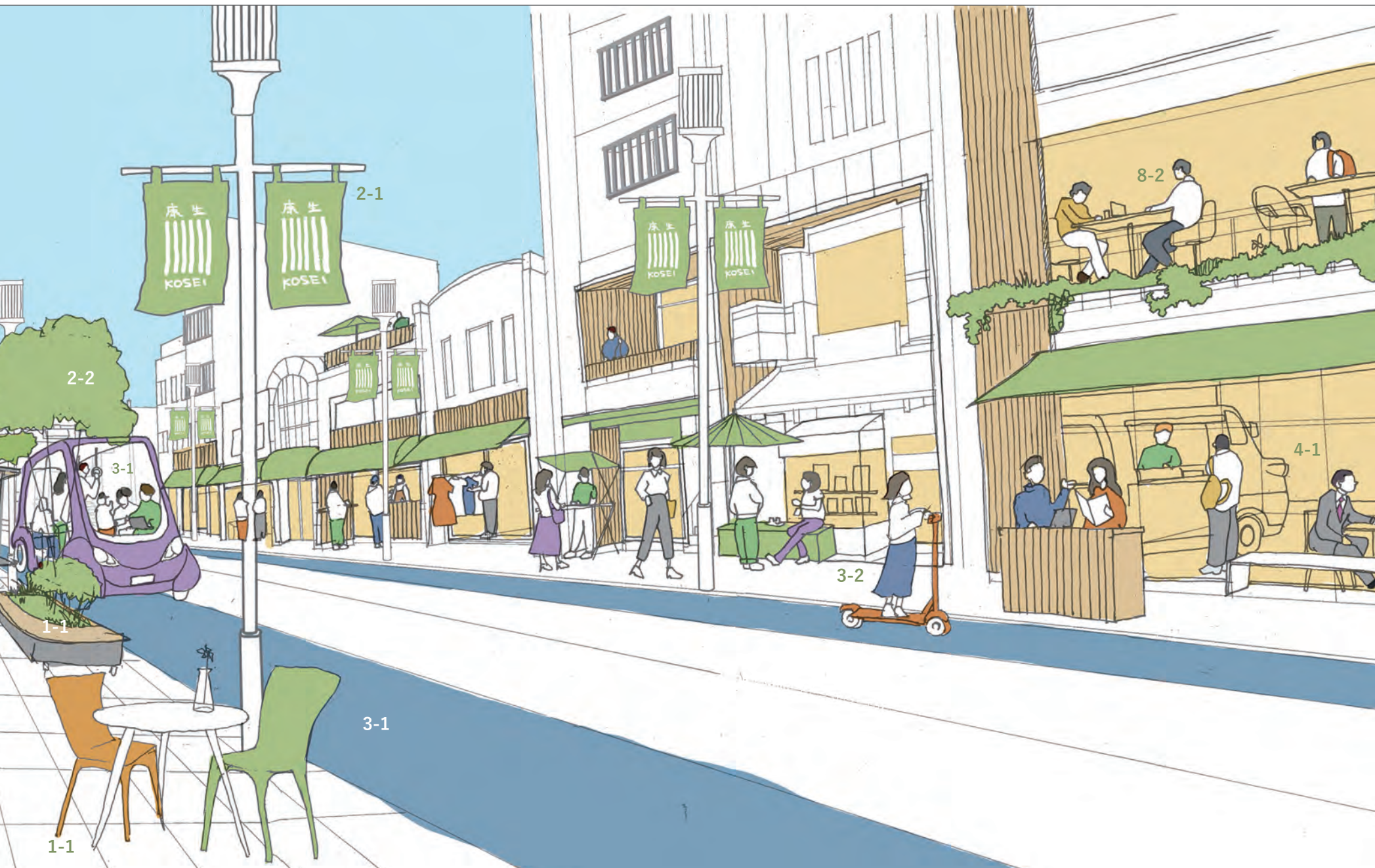
新たな人を呼び イノベーションをもたらす エリア

空き地のコンテナや、空き家をリノベしたオフィスや店舗によって、これまで通りになかったモノを取り入れたり、新たな街の担い手となる人材を育てることで、通りに関わる人々を増やしていきます。

康生通東1丁目



※パース内の番号は、将来像に向けた取り組みの番号に対応しています。



シーン2

店舗が集積し 賑わいの中心となるエリア

空き物件をマッチングしたり、既存店舗の一部をシェアすることで新規出店者の挑戦を街全体でサポートします。通りの密度が高まり賑わいが連続することで、店舗間の回遊性を高めます。

康生通東2丁目



※パース内の番号は、将来像に向けた取り組みの番号に対応しています。



シーン3

公園から賑わいが連続する
エリア

公園との連続性を高めることで、新たに整備された桜城橋、中央緑道、籠田公園から人々を通りへと引き込みます。公園の利用者に多い、親子連れや若い観光客をターゲットに、デジタルとアナログのそれぞれの良さを活かしたタイムリーなまち情報を発信していきます。





参考資料 目次

A 将来像に向けた取り組みについて	-----	03
B 沿道店舗による通り活用のアイデア集	-----	07
C 取り組みに関わる公共整備のまとめ	-----	12

A 将来像に向けた取り組みについて

1 公共空間の最大活用

No. 1 シャンゼリゼ通り (フランス /2021 年)

公共空間 緑化 歩道拡幅 道路空間活用

2030 年までに道路再配分をおこない、車道を現在の半分に減らし、歩道や緑の空間を拡張することで、よりサステナブルで気持ちよく過ごせる場所を目指していく。食事を楽しめる座席や子どもが動き回れる遊び場など、観光客だけではなく地元の人も惹きつける場所となる。



活用アイデア

関連ページ

- ・オープンカフェ
- ・可動式遊具

p.11

No. 2 オースティンポケットパーク (アメリカ /2018 年)

公共空間 緑化 歩道拡幅 低未利用地の活用

駐車スペースだった車道部分を座席と緑を備えた歩行者の空間に変化させた。都市環境に休息の場を提供するとともに、緑による景観の向上にも効果がある。市と地元事業主らが協力し、条例を修正しながら実現した。



- ・青空テラス
- ・駐車場活用

p.11

2 愛おしい景観の演出

No. 3 福山市アーケード改修プロジェクト (広島県福山市 /2017 年)

公共空間 商店街 景観向上

江戸時代から 400 年以上続く本通・船町商店街に 30 年前につくられたアーケードの改修プロジェクト。単に改修するのではなく、かつての店主たちの希望が込められたアーケードの記憶を継承しながら、商店街ならではの風景を新たに再構築した。



- ・店主による管理
- ・緑豊かな植栽

p.11

No. 4 みんなの道後温泉活性化プロジェクト (愛媛県松山市 /2021 年)

公共空間 アート 空き家活用

日本最古といわれる道後温泉の道後温泉本館の保存改修工事に合わせて、アートによって道後温泉を活性化させるプロジェクト。数多くの芸術家を呼び、地元の資源を活用したアート作品を生み出し、地元集客と関係人口の構築、観光人口の獲得を目指す。



- ・壁面活用
- ・若者を巻き込んだ景観づくり

p.11

3 交通アクセスの向上

No. 5 自動運転車 e-Palette (トヨタ自動車 /2018 年)

モビリティ 自動運転 サービス

トヨタが発表した自動運転の移動サービス。移動に加え、移動式宅配ロッカーや移動型会議、アパレルショップなど新たな価値を付加したサービスを提供する。また、必要な時に、必要なサービスやモノが、時間通りに提供される、新たな運行管理システムを開発した。



活用アイデア

- ・オンデマンドモビリティの導入
- ・移動式ショップ

関連ページ

p.12

No. 6 電動キックボードシェア LUUP (日本 /2021 年)

電動キックボード シェア スマートフォン

スマホひとつで電動キックボードをシェアできるサービス。東京、大阪、横浜、京都でポートの設置が進められており、街中にあるポートで借りて、好きなポートで返すだけで初めてでも簡単に乗ることができる。歩くのに少し遠い距離でも楽に移動することができる。



- ・電動キックボードの導入
- ・電動キックボード体験会

p.12

4 空きスペースの再興

No. 7 富士見台トンネル (東京都国立市 /2020 年)

シェア コワーキングスペース 出店サポート

商店街内の空き店舗を、シェア商店兼コワーキングスペースに改修。曜日や時間帯によって、空間を活用するプレイヤーが変わっていく。客席のテーブルは製作用の作業台としても使え、キッチンには会員制のシェアスペースで、会員は自らの屋号で出店できる。



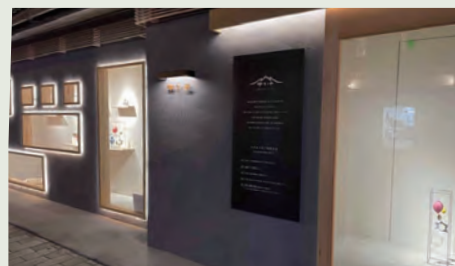
- ・空き家のシェア利用
- ・地域交流拠点づくり

p.12

No. 8 マドカイ (熊本県熊本市 /2021 年)

空き店舗 ショーウィンドウ リアル オンライン

空き店舗のショーウィンドウを有効活用する取り組み。ショーウィンドウと EC サイトを連動させることで、来店者は QR コードから気に入った商品のページを開き、商品を買うことができる。リアルとオンラインをハイブリッド化することで、安価かつ効果的に商店街の賑わい創出している。



- ・ショーウィンドウの有効活用
- ・オンラインショッピングとの連携

p.12

A 将来像に向けた取り組みについて

5 地域内連携の強化

No.9 京都商店街創生フォーラム（京都府 / 2015年）

商店街支援 若手起業家 若者交流 情報の一元化

自力では事業実施が困難な商店街等に対する支援を強化するため、官民一体により「商店街創生センター」を開設した。商店街活性化の成功事例や商店街との連携可能な企業の事例紹介することで若手起業家・大学生などとの交流の機会をつくりネットワークづくりを支援する。



活用アイデア

関連ページ

- ・商店街支援
- ・情報発信の一元化
- ・ネットワークづくり

p.13

No. 10 まちあそび人生ゲーム（島根県出雲市 / 2013年）

まち歩きイベント 顔の見える関係 魅力再発見

「まちあそび人生ゲーム」は、商店街を舞台としたリアル版人生ゲーム。商店街のお店をマスに見立て、ゲーム参加者はルーレットで出た目に従ってお店を巡るまち歩きイベント。「街と人」「店と人」「人と人」の新しい出会い・ふれあい・縁を創造する仕掛けをすることを目的としている。



- ・店主同士のコラボ
- ・共同イベント
- ・来街者の交流

p.13

6 個店の魅力向上

No. A-11 HATCHI 金沢（石川県金沢市 / 2016年）

地域プレイヤーとの協働 地域価値の向上 リノベーション 観光

北陸ツーリズムの発地をコンセプトに地元のコンテンツを巻き込んだ体験プログラムを実施する金沢のリノベーションホテル。定期的に、北陸各地の土地・文化・産業・人に焦点を当て、客室やダイニングやショップ、ワークショップやツアーも少しずつ変化する。



- ・康生ツーリズム
- ・暮らし観光
- ・体験プログラム

p.13

No. A-12 まちかどコンシェルジュ（長野県長野市 / 2022年）

まち情報 コンシェルジュ 商店主 おもてなし まち歩き

善光寺表参道周辺のまちなか店を訪れた来街者へのおもてなしで、周辺の見どころや、困っていることを相談できるような「コンシェルジュ」を沿道店主が実施。店先にはポスターを貼り目印として、おすすめの観光スポットや郷土料理が食べられる店などを案内する。



- ・街コンシェルジュ
- ・店主による街案内

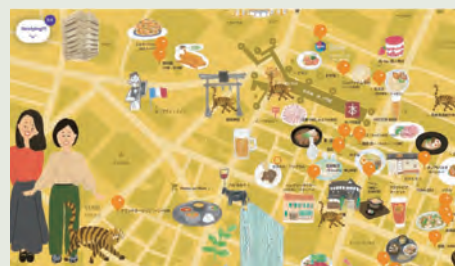
p.13

7 情報発信のお手軽化

No. 13 ウェブ型プラットフォーム Stroly (日本 /2019年)

デジタル アナログ 回遊促進 マップ 共有

紙の地図の良さとデジタルならではの便利さを合わせた地図アプリ。地域ならではのイラストマップに、デジタル上で位置情報とチャット機能が加わることで、その場所の面白さを共有することができる。スマホやPCやデジタルサイネージによって共有し、観光客の回遊を促進し、地域内の消費を拡大する。



活用アイデア

- ・康生通りイラストMAPの作成
- ・スマホ、サイネージとの連携

関連ページ

p.14

No. 14 DNP MAP ベース地域振興情報発信プラットフォーム (2021年)

SNS 連動 リアルタイム マップ

日常的に使用している Twitter などの SNS と連動し、最新の情報が MAP に表示されることで、リアルタイムな情報発信を、地域の観光スポットや店舗等の新規情報登録の負荷を増やすことなくすることが出来る。



- ・SNS と連携したMAP作り

p.14

8 若者支援の充実

No. 15 油津商店街 (宮城県日南市 /2013年)

若者 商店街 新規出店 企業誘致 Uターン

地元に住む若者などが、東京から誘致されて来た会社で働くというスタイルにこだわり、店舗数が3分の1まで減少していた商店街に、4年間で25を超える新規出店と企業誘致をした。商店だけではなく、IT企業やレンタルスペース、保育園なども誘致している。



- ・若者が働く場づくり
- ・新規出店のサポート

p.14

No. 16 仙台まちづくり若者ラボ (宮城県仙台市 /2020年)

学生参加 ワークショップ フィールドワーク 担い手

若者自らが「自分ごと」として関われるまちづくりに関するテーマを設定し、ワークショップやフィールドワークといった実践型プログラムを通じて、そのプロセスや成果を発信するとともに、まちづくり活動の担い手となる若者の発掘・育成を目指す。



- ・実践型プログラムの構築
- ・若手と店主の交流促進

p.14

B 沿道店舗による通り活用のアイデア集

店内 街に開く店内の仕掛け

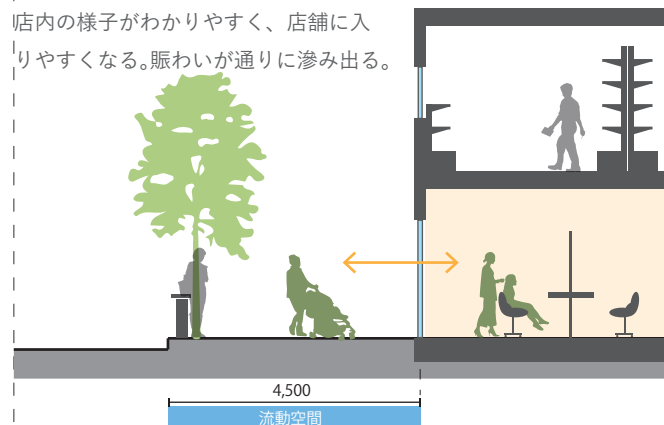
民地内の工夫によって、店内の様子を通りから見えるようにしたり、通りすがりの人の興味をそそる仕掛けによって新たなお客を呼び込む。



No.1 新規の客が入りやすい店舗

■ ガラス張りのファサード

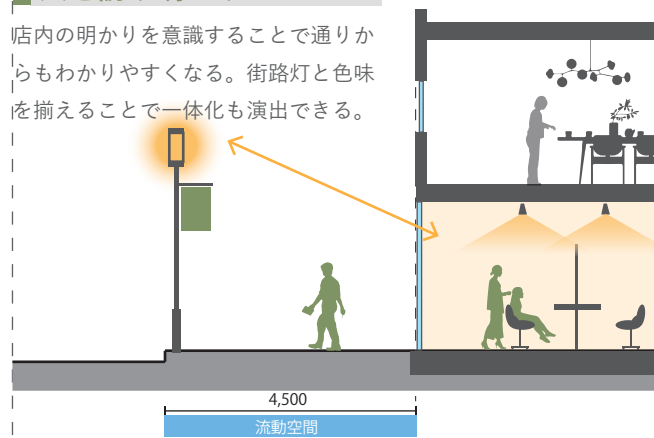
店内の様子がわかりやすく、店舗に入りやすくなる。賑わいが通りにしみ出る。



No.2 新規の客が入りやすい店舗

■ 人を誘う明かり

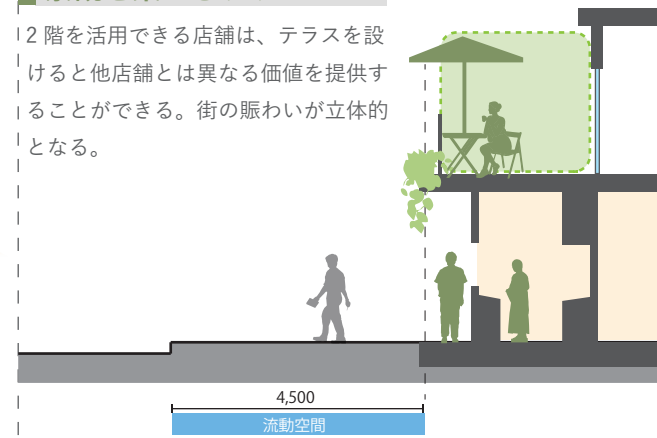
店内の明かりを意識することで通りからもわかりやすくなる。街路灯と色味を揃えることで一体化も演出できる。



No.3 テイクアウトしやすい店舗

■ 景観を楽しむテラス

2階を活用できる店舗は、テラスを設けると他店舗とは異なる価値を提供することができる。街の賑わいが立体的となる。



No.4 他店舗と連携する店舗

■ 最小限の棚だけレンタル

店内の棚の一部を他店舗の商品を並べて貸し出す。新規出店者のサポートにもなる。



No.5 新規の客が入りやすい店舗

■ 壁なし半屋外の土間

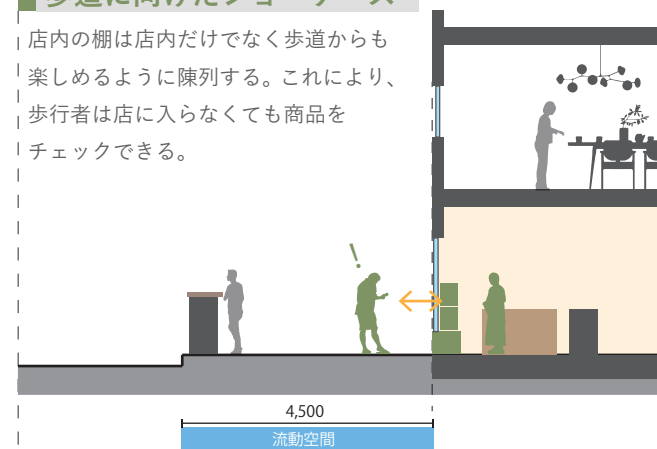
街との仕切りとなる壁をなくし、土間のような半外部空間を店舗とする。これにより、街との連続性は高まり、お客の出入りが多くなる。



No.6 商品の情報を発信しやすい店舗

■ 歩道に向けたショーケース

店内の棚は店内だけでなく歩道からも楽しめるように陳列する。これにより、歩行者は店に入らなくても商品をチェックできる。



軒先 S モノを陳列する仕掛け 25~50cm

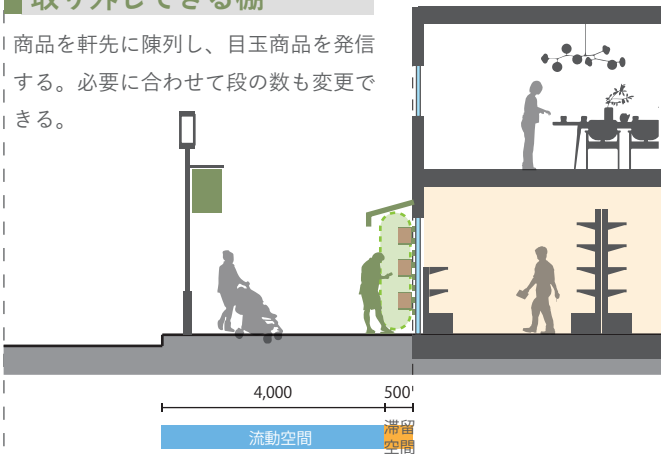
25~50cmのスペースがあれば、建物の壁沿いに小さな棚や看板を置くことができる。建物の大きな変化ではなく、選りすぐりの商品で店をアピールできる。



No.7 商品が手に取りやすい店舗

取り外しできる棚

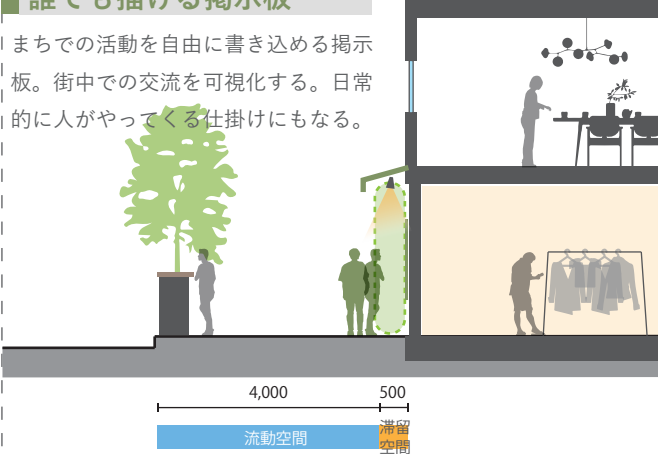
商品を軒先に陳列し、目玉商品を発信する。必要に合わせて段の数も変更できる。



No.8 店で商品情報がわかる店舗

誰でも描ける掲示板

まちでの活動を自由に書き込める掲示板。街中での交流を可視化する。日常的に人がやってくる仕掛けにもなる。



No.9 緑あふれる店舗

街の緑を増やす植栽

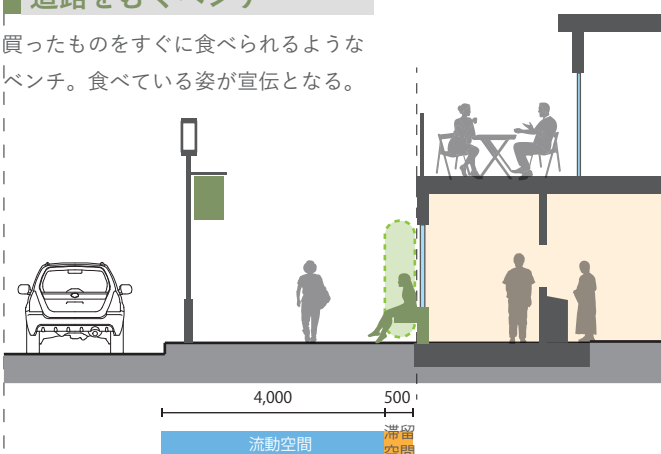
店先に植栽を配置することで通りに緑を増やすことができる。通りの一体感を生み出し、緑は公園との連続性も高める。



No.10 テイクアウトがしやすい店舗

道路をむくベンチ

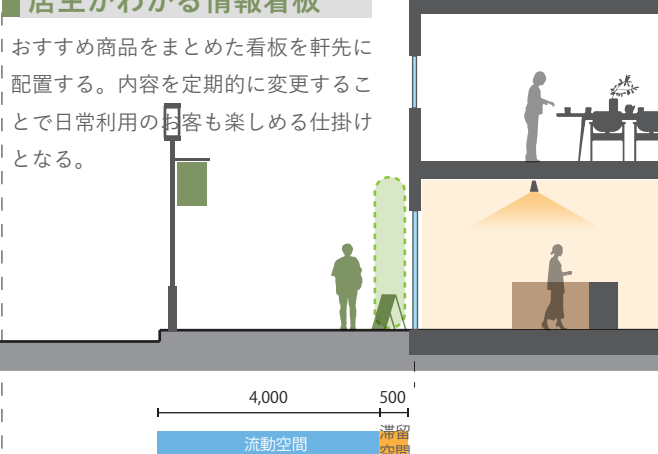
買ったものをすぐに食べられるようなベンチ。食べている姿が宣伝となる。



No.11 店で商品情報がわかる店舗

店主がわかる情報看板

おすすめ商品をまとめた看板を軒先に配置する。内容を定期的に変更することで日常利用のお客も楽しめる仕掛けとなる。



No.12 店で商品情報がわかる店舗

階段を活かした発信

歩道からのアクセスが悪い2階店舗こそ軒先空間を活用すべきである。軒先から階段空間までお店をアピールできるスペースとなる。



B 沿道店舗による通り活用のアイデア集

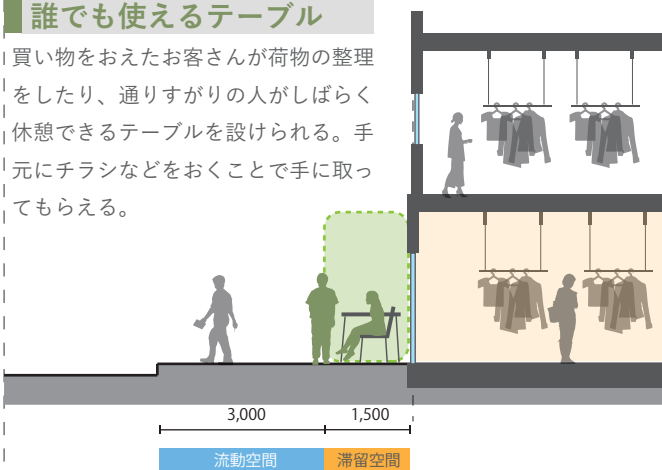
軒先 M 人の過ごす場となる仕掛け 0.5~1.5m

1~1.5mのスペースがあれば、ひとりで飲食したり、ものを売ったりすることができる。人のアクティビティを店先で誘発することができ賑わいを生み出すことができる。

No.13 街の休憩場となる店舗

誰でも使えるテーブル

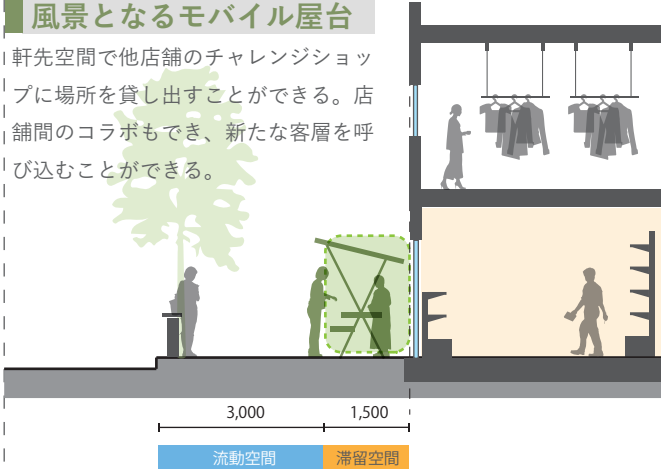
買い物をおえたお客さんが荷物の整理をしたり、通りすがりの人がしばらく休憩できるテーブルを設けられる。手元にチラシなどをおくことで手に取ってもらえる。



No.14 店の一部を貸し出せる店舗

風景となるモバイル屋台

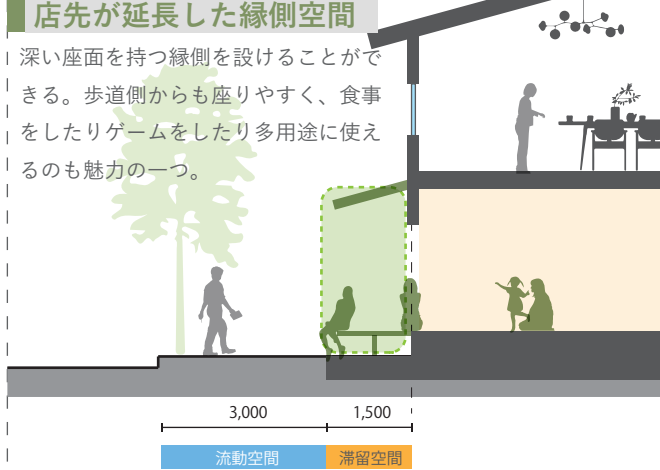
軒先空間で他店舗のチャレンジショップに場所を貸し出すことができる。店舗間のコラボもでき、新たな客層呼び込むことができる。



No.15 街の休憩場となる店舗

店先が延長した縁側空間

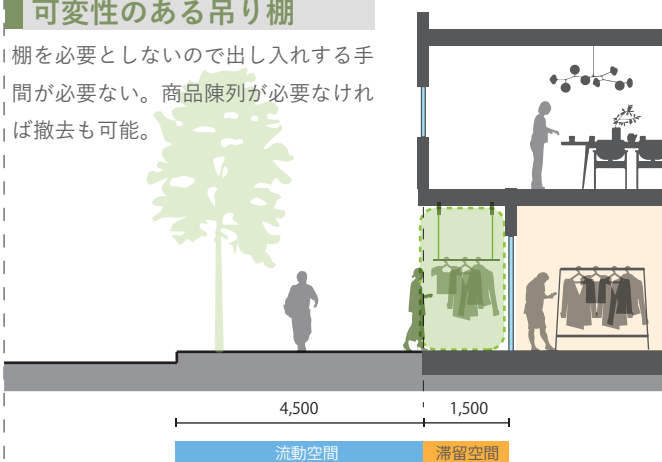
深い座面を持つ縁側を設けることができる。歩道側からも座りやすく、食事したりゲームをしたり多用途に使えるのも魅力の一つ。



No.16 商品が手に取りやすい店舗

可変性のある吊り棚

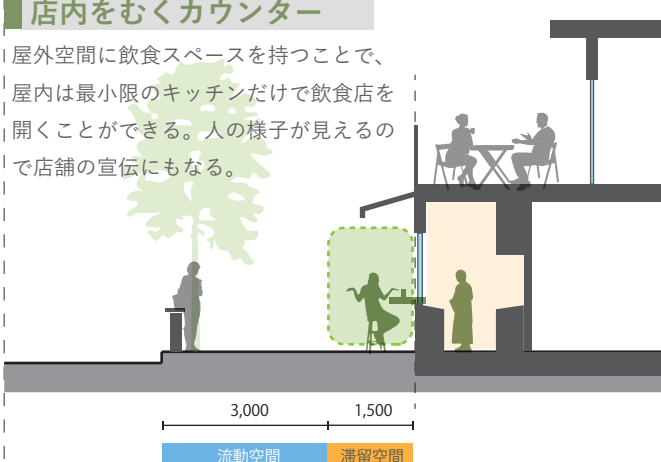
棚を必要としないので出し入れする手間がない。商品陳列が必要なければ撤去も可能。



No.17 テイクアウトがしやすい店舗

店内をむくカウンター

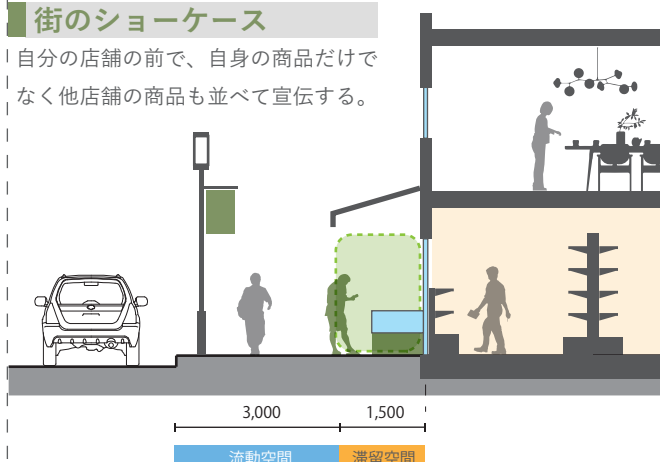
屋外空間に飲食スペースを持つことで、屋内は最小限のキッチンだけで飲食店を開くことができる。人の様子が見えるので店舗の宣伝にもなる。



No.18 商品が手に取りやすい店舗

街のショーケース

自分の店舗の前で、自身の商品だけでなく他店舗の商品も並べて宣伝する。



軒先 L 人が集う場となる仕掛け 1.5m~

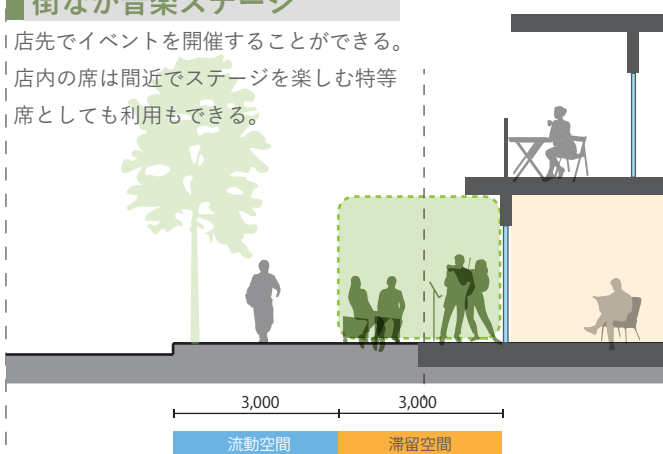
1.5m~のスペースがあれば、まわりを囲んで座ることができるテーブルやソファをおける。快適にくつろぐことができる空間を店先に生み出すことができる。



No.19 街の店主が集いやすい店舗

街なか音楽ステージ

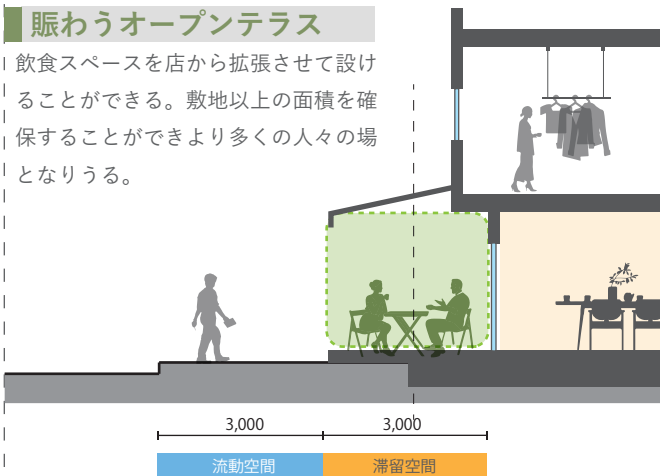
店先でイベントを開催することができる。店内の席は間近でステージを楽しむ特等席としても利用もできる。



No.20 通りに賑わいを生む店舗

賑わうオープンテラス

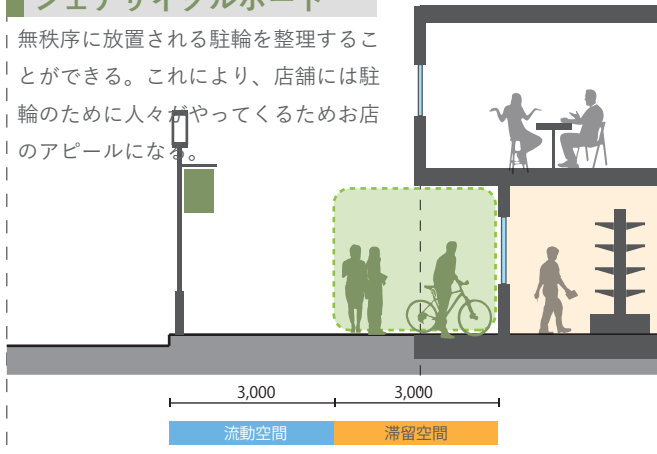
飲食スペースを店から拡張させて設けることができる。敷地以上の面積を確保することができるのでより多くの人々の場となりうる。



No.21 交通ハブとなる店舗

シェアサイクルポート

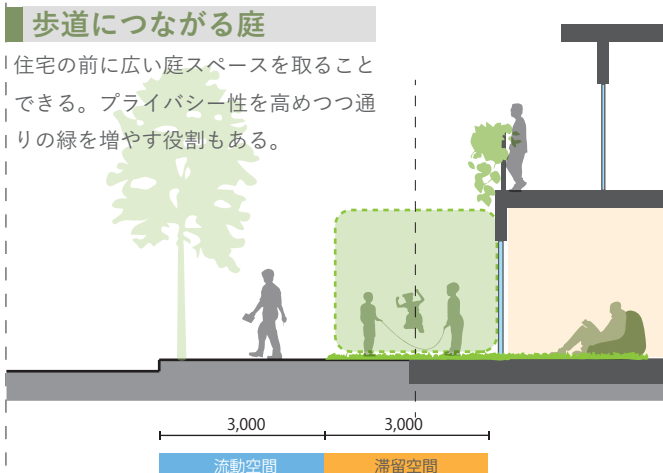
無秩序に放置される駐輪を整理することができる。これにより、店舗には駐輪のために人々がやってくるためお店のアピールになる。



No.22 賑わいがしみ出す住宅

歩道につながる庭

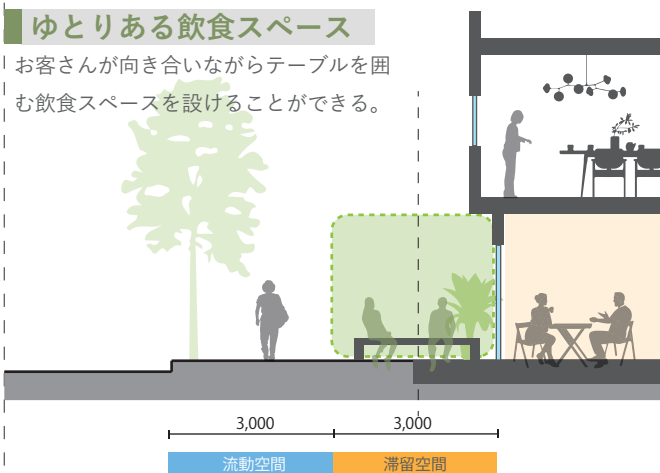
住宅の前に広い庭スペースを取ることができる。プライバシー性を高めつつ通りの緑を増やす役割もある。



No.23 テイクアウトしやすい店舗

ゆとりある飲食スペース

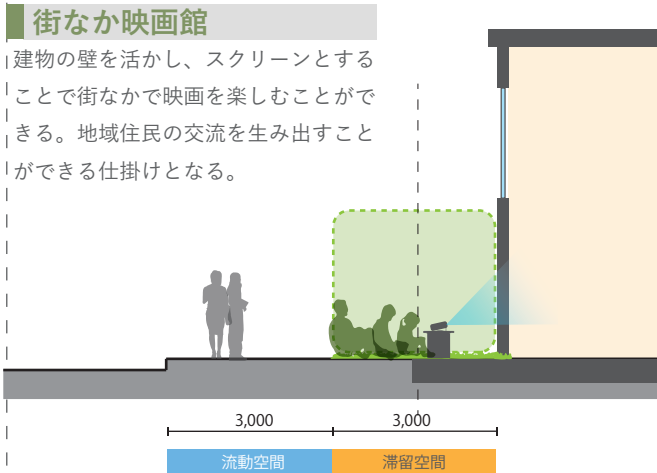
お客さんが向き合いながらテーブルを囲む飲食スペースを設けることができる。



No.24 街の店主が集まりやすい店舗

街なか映画館

建物の壁を活かし、スクリーンとすることで街なかで映画を楽しむことができる。地域住民の交流を生み出すことができる仕掛けとなる。



B 沿道店舗による通り活用のアイデア集

歩道 道路側を活かす仕掛け

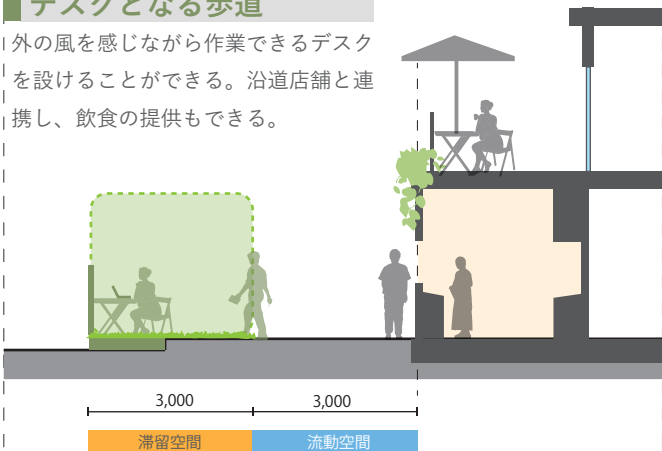
店先が拡張されるだけでなく道路側を活用することにより、パブリックスペースとして誰もが利用しやすい場となる。また道路を活用した歩道拡幅により、使い方のバリエーションは増えていく。



No.25 人の居場所となる歩道

デスクとなる歩道

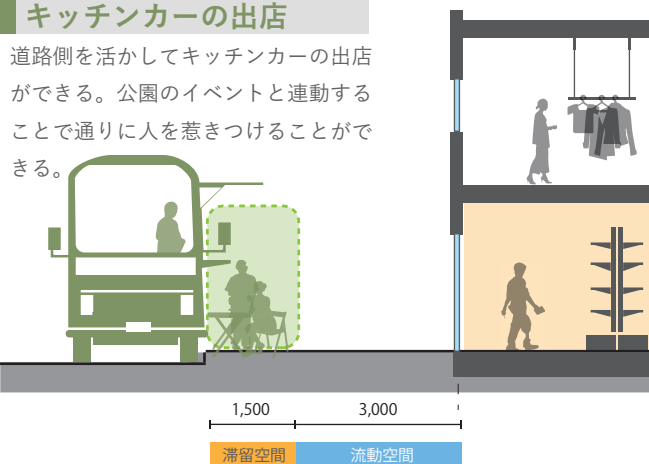
外の風を感じながら作業できるデスクを設けることができる。沿道店舗と連携し、飲食の提供もできる。



No.26 人の居場所となる歩道

キッチンカーの出店

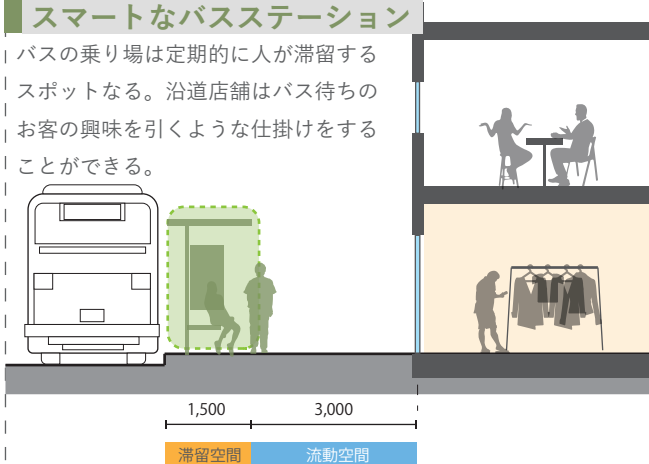
道路側を活かしてキッチンカーの出店ができる。公園のイベントと連動することで通りに人を惹きつけることができる。



No.27 人の居場所となる歩道

スマートなバスステーション

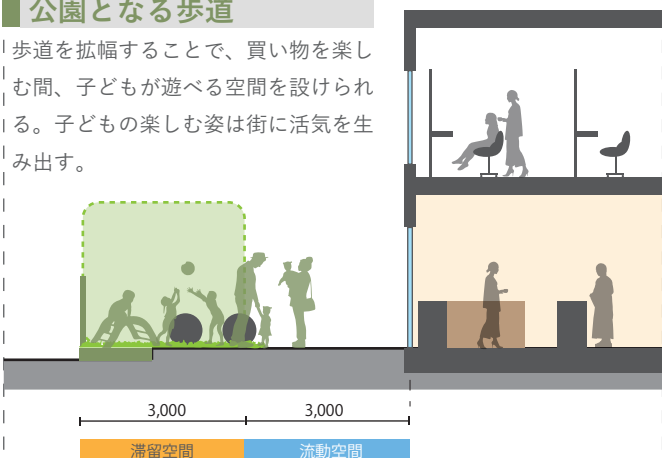
バスの乗り場は定期的には人が滞留するスポットとなる。沿道店舗はバス待ちのお客の興味を引くような仕掛けをすることができる。



No.28 人の居場所となる歩道

公園となる歩道

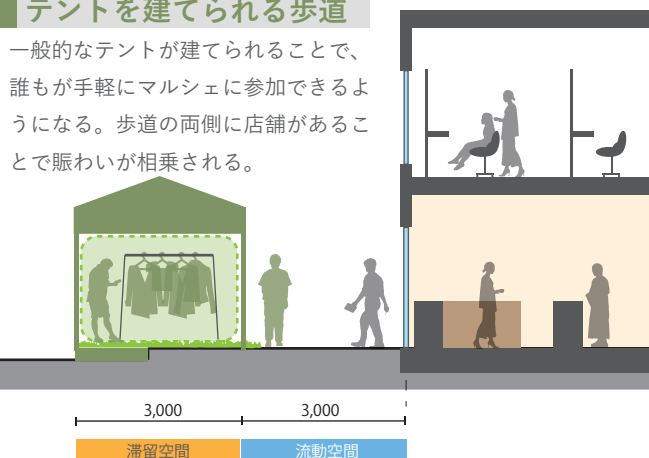
歩道を拡幅することで、買い物を楽しむ間、子どもが遊べる空間を設けられる。子どもの楽しむ姿は街に活気を生み出す。



No.29 イベントを開催しやすい歩道

テントを建てられる歩道

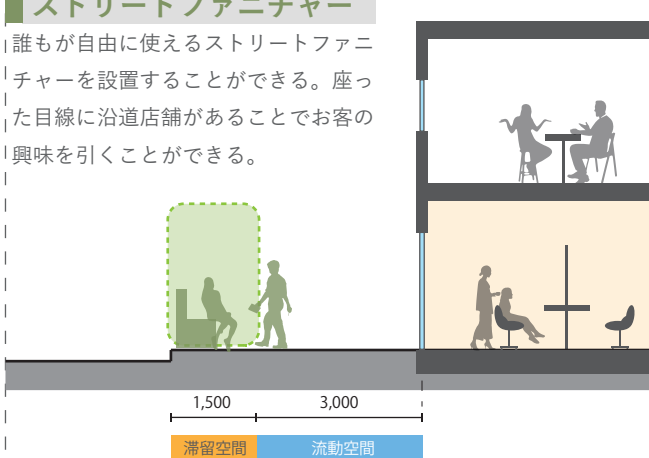
一般的なテントが建てられることで、誰もが手軽にマルシェに参加できるようになる。歩道の両側に店舗があることで賑わいが相乗される。



No.30 街の休憩場となる歩道

ストリートファニチャー

誰もが自由に使えるストリートファニチャーを設置することができる。座った目線に沿道店舗があることでお客の興味を引くことができる。



C 取り組みに関わる公共整備のまとめ

a 公開空地の活用

キッチンカー出店など各種イベントを開催することで街なかに賑わいを生み出す。

b 時間帯に合わせた車道の活用

1日の中での交通量の変化を活かし、交通量の少ない時間は車道も人の居場所となるように整備する。

c 公園から連続する舗装整備

誰もが安心できるバリアフリーな歩道舗装とし、公園周辺の舗装と揃えることで連続性も演出する。

d 集約駐車場の設置

沿道に面する駐車場を減らし、歩道に車が入らないようにする。駐車場の機能は1箇所に集約する。

e 歩行者優先の横断歩道

脇道またいで、歩道の舗装を連続させる。車は歩行者に注意を払うようになる。

f 軒先活用エリアを示す人工芝

軒先活用を店舗を増やす。利用可能エリアを人工芝で示すことで緑豊かな街路を演出する。

g ストリートファニチャーの設置

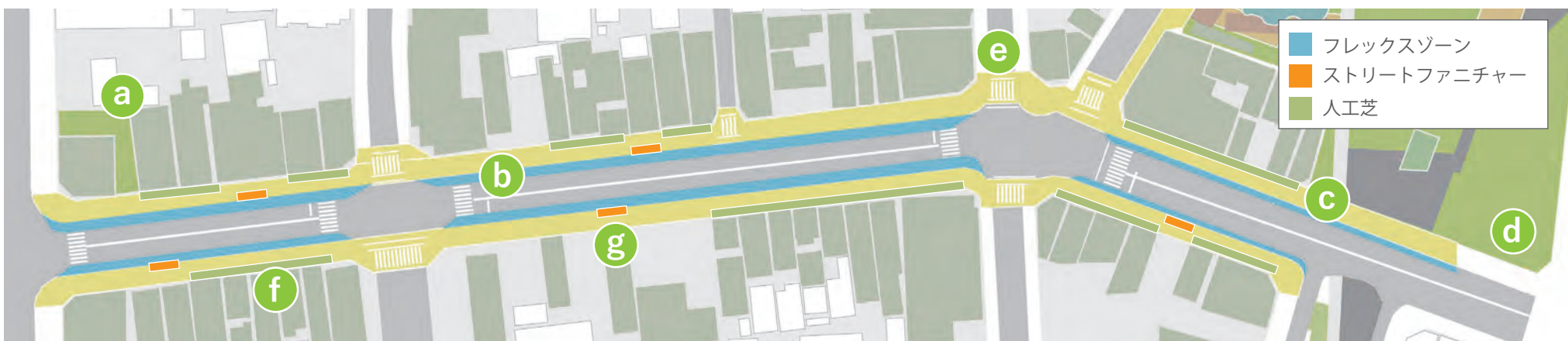
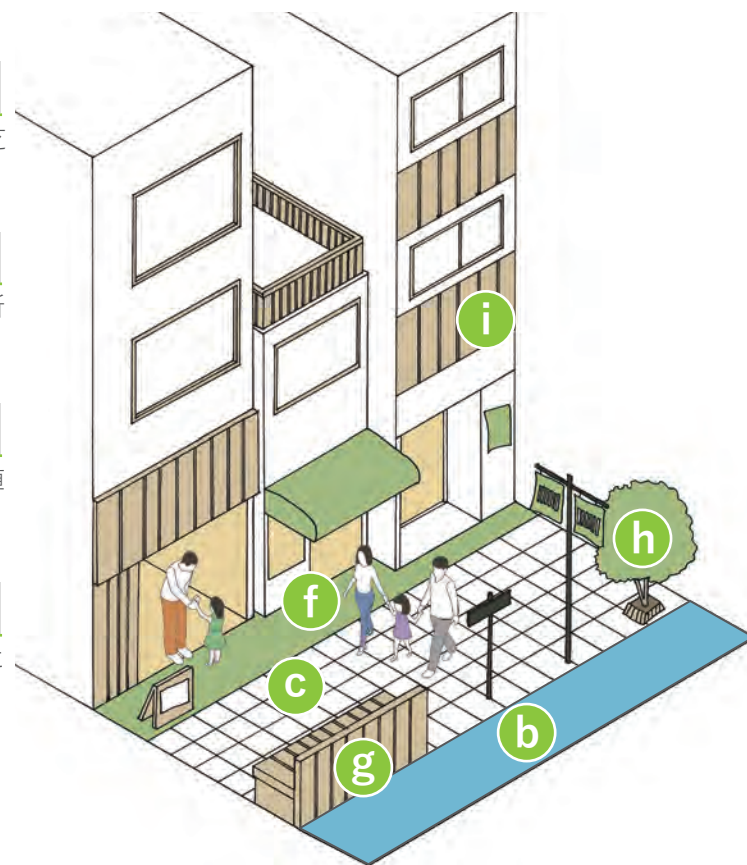
歩道上に人が滞留できる場をつくる。通りの休憩所として飲食やイベントの場として使われる。

h 持続的に管理できる植栽

住民が持続的に管理できる小ぶりの街路樹や人工植栽を検討する。また、維持管理の仕組みを作る。

i ストライプをイメージした外壁

虫籠窓をイメージしたデザインコードを沿道建築に展開する。



ヨリミチ×コミチプロジェクト

街なかに様々な仕掛けを設定することで通りの散策を促し、近隣拠点との連携で生まれる流入と回遊の可能性を検討します

2021 将来ビジョンの作成

康生通りの将来像

今と昔が協奏し、
次の500年を生きる商いの街

1 公共空間の最大活用	2 愛おしい景観の演出
3 交通アクセスの向上	4 空きスペースの再興
5 地域内連携の強化	6 個店の魅力向上
7 情報発信のお手軽化	8 若者支援の充実

2022 将来ビジョンの実現に向けたアクションプランの実施

関連する将来像に向けた取り組み

1 公共空間の最大活用	4 空きスペースの再興	8 若者支援の充実
--------------------	--------------------	------------------

目指すアクション

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康生通り

社会実験の内容


〇〇でヨリミチ

ハードルの異なるチャレンジの場を設置し、来街者の「ヨリミチ」を促しつつ、通りを主体的に活用するプレーヤーを育成します。

はこでヨリミチ  既存店舗とコラボするBOXショップ	のきでヨリミチ  店舗の賑わいを可視化する軒先空間	かどでヨリミチ  新たなチャレンジを生み出す空き地活用
---	---	---

〇〇コミチ

来街者が多様な活動を繰り広げる場として「コミチ」を最大限に演出します。

つづくコミチ  公園と通りを連続させる景観実験	すわってコミチ  誰もが自由に使える滞留スポット
---	--

ヨリミチ×コミチ PROJECT

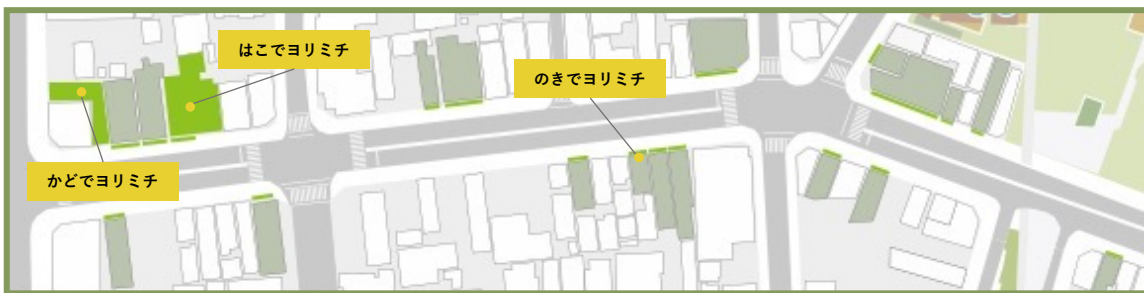
10/29 SAT → 11/27 SUN

まちにはあなた知らない「未知」がいっぱい。セック爺田公園のイベントへ足を運ばずら、ついでにマチにもヨリミチしてみませんか？「ヨリミチ×コミチ PROJECT」では秋の約1ヶ月間、まちの歩道や空き地にはさまる数多くのポイントが登場。新しいお店、働き手さん、多様な購買が生まるBOXショップなど、いつものお店に「o」の楽しみを見つけてください。

道を歩いて、未知を探そう。

多様な出店方法が選べる康生

ハードルの異なるスペースおよび出店形態を検証することで、出店者に合わせた出店支援を検討します



STEP1

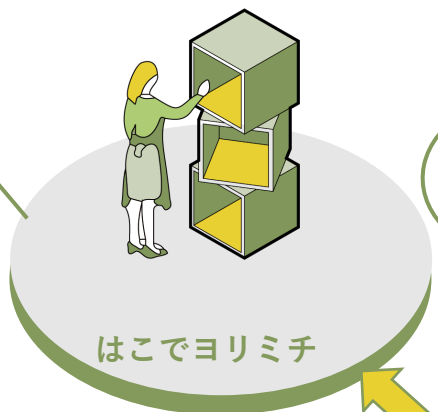
委託販売

1ボックスから
借りられる委託出店

場所：店内

面積：小 ●——● 大

期間：短 ●——● 長



はこでヨリミチ

康生通りで
挑戦したい！



STEP3

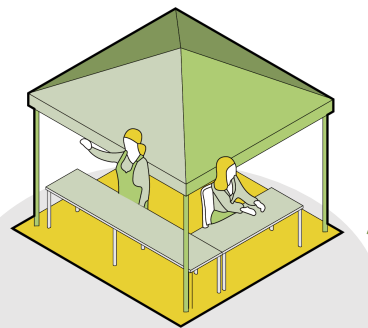
短～中期出店

お店のファンづくりとなる
空き地での短～中期出店

場所：空き地

面積：小 ●——● 大

期間：短 ●——● 長



かどでヨリミチ

STEP2

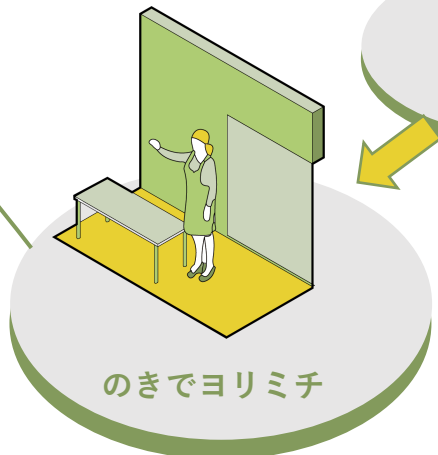
単発出店

イベントに合わせて
軒先をレンタルする
単発出店

場所：軒先空間

面積：小 ●——● 大

期間：短 ●——● 長



のきでヨリミチ

STEP4

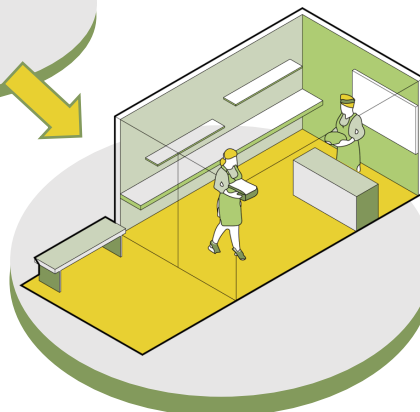
テナント出店

空き店舗への出店

場所：空き地

面積：小 ●——● 大

期間：短 ●——● 長



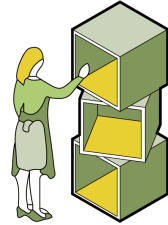
つついヨリミチしていきたくなる康生通り

『イベント』ではなく『日常』で楽しい、訪れるごとに違う顔を見せてくれるのがまちの魅力を生まりました

実施実績

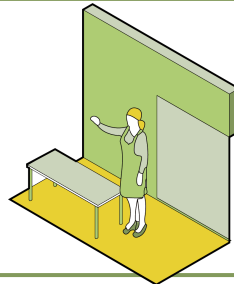
はこで
ヨリミチ
[店内]

出店スペース : 127個
出店者数 : 111名
出店回数 : 119回



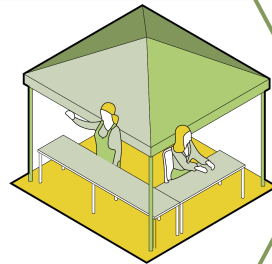
のきで
ヨリミチ
[軒先]

出店スペース : 13ヶ所
出店者数 : 35名
出店回数 : 55回



かどで
ヨリミチ
[空き地]

出店スペース : 2ヶ所
出店者数 : 2名
出店回数 : 46回



波及効果

空き物件を出店者に紹介
→ 出店確定 (2023年4月開店予定)

出店者と沿道店主からの意見

社会実験に対する利用者の意見を聞きながら、無理なく継続できる運用方法を模索していきます



社会実験の評価

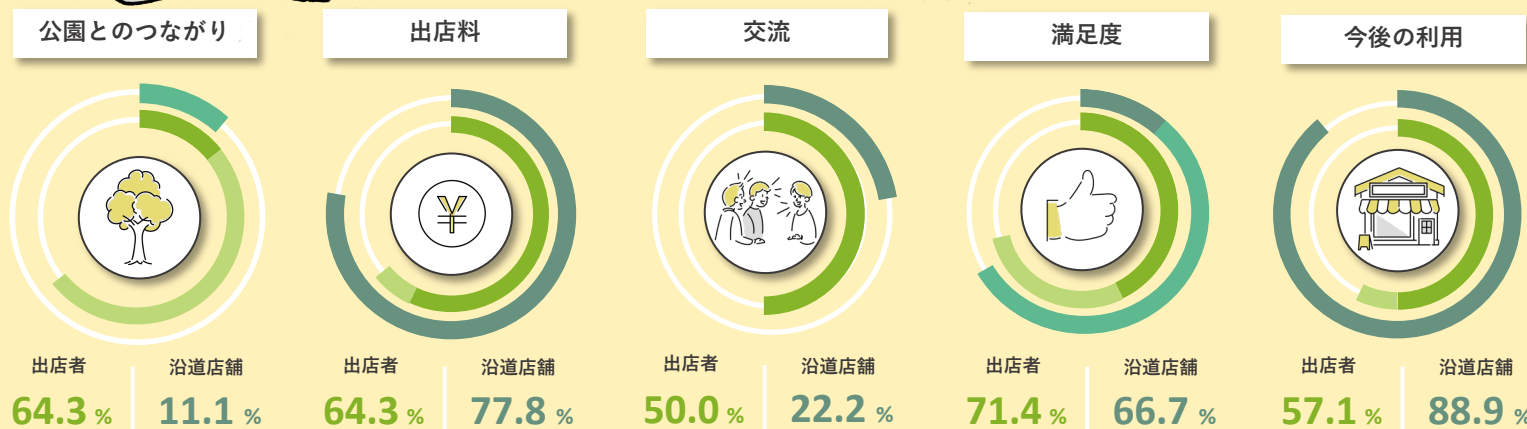
(1:思わない-5:思う)

出店者

■ : 非常に思う ■ : 思う

沿道店主

■ : 非常に思う ■ : 思う



オープンスペースを小さくシェアしチャレンジできる康生通りに

1ヶ月の検証から、目指すべき公共空間のシェアする仕組みがみえてきました

次のステップに向けた取り組み



5 地域内連携の強化

＼ 目標1 /

地域との連携による相乗効果

- ・籠田公園や中央緑道のイベント情報を共有し康生通りと連動を図る
- ・貸出店舗による事前告知や割引サービスなど相乗的なお客さんの呼び込みを目指す



6 個店の魅力向上

＼ 目標2 /

シェアする仲間をおもてなし

- ・空間のシェアだけでなく体験価値を生み出し、出店者と来街者、沿道店舗が交流できる魅力づくり
- ・各店舗のオリジナルサービスを検討し、店舗毎の魅力が追加させ軒先の価値向上を目指す



7 情報発信のお手軽化

＼ 目標3 /

誰でも使いやすい予約システム

- ・貸す側、借りる側の双方が確認しやすく、誰でもいつでも利用しやすい予約システムの導入
- ・新たな担い手になりうる出店者のリスト化し新たなコミュニケーションツールを作成する

オープンスペースを地域住民が使いやすい場所に

公共空間の整備だけでなく、地域住民が主体的にオープンスペースを活用できる「つくる」より「つかう」仕掛けを目指します

オープンスペースを小さく「シェア」するメリット

メリット1

初めてでも挑戦しやすい

手軽な出店料や貸出備品で好きな段階から挑戦できる

メリット2

誰でもQRUWAに参加できる

周辺拠点を含めたQRUWAの回遊の一部になれる

メリット3

運営の手間が少ない

情報ツールを活用することで運営の負担を軽減できる

メリット4

事業性を目指せる

使用料をまちづくりの資金として活用できる

ターゲット

おしゃべり好きなチャレンジ母ちゃん

何事もまずはやってみないとね!

年齢 : 40歳 職業 : パート
居住地 : 岡崎市内 家族構成 : 夫と二人の息子

価値判断

頑張りすぎずに家庭や育児にちょっとお仕事をしながらバランスよく働く。趣味を通じて人とのつながりを広げるなど自分自身の人生も楽しんでいきたい。

小さな穴場を探し、誰もが手軽に「シェア」できる街に

これまでの取り組みを踏まえ、さらに軒先活用、空きスペース活用を拡大する取り組みを提案します

空きスペース活用の質を上げる

空きスペース活用のための什器デザイン

【ねらい】

出店者

\\ / 気軽に出店

- ・準備片付けの**手間を軽減**
- ・空間の魅力を高め、**集客力を向上**
- ・統一された出店デザインにより
来街者からの**出店の認知度**をあげる

沿道店舗

\\ / 情報発信

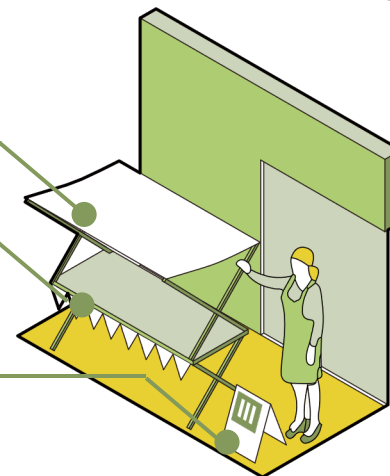
- ・各店舗の魅力を高め**価値を向上**
- ・来街者、出展者への軒先レンタル
の取組みについて**周知・発信する**
- ・通り全体のプレーヤーの数を増やす

ex

什器

フラッグ

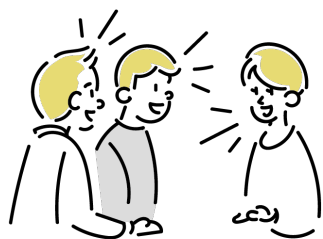
看板



空きスペース活用のエリアを拡大する

さらなる空きスペースを探すまち歩き

1 地元高校生・住民との街歩き



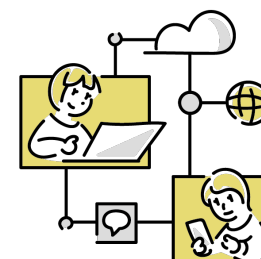
街に眠っている空きスペースを
街の人と発見する

2 空きスペースMAPの作成



空きスペースを分類し
使える空きスペースを可視化する

3 予約システムエリアの拡大



オンラインでレンタルできる
エリアを拡大していく

康生通り将来ビジョン -ver.03-

発行日 2023年03月31日

発行 株式会社 まちづくり岡崎

制作 名古屋工業大学 伊藤孝紀研究室

協力 岡崎市 都市政策部 都市施設課・総合政策部 企画課

日本工営株式会社