

Kyassen commons design

地域が空間を共有財化する



株式会社 **キャッセン大船渡**

岩手県大船渡市大船渡地区

Background

背景

岩手県の沿岸南部に位置する大船渡市は、景勝地として知られる碇石海岸や三陸沿岸最高峰の五葉山など、山海の豊かな自然に囲まれた、風光明媚な人口約3万8千人の都市です。平成13年11月に隣接する三陸町と合併し、三陸沿岸の拠点都市として発展してきました。

同市では、商業・交易の要衝である県管理重要港湾「大船渡港」を中心に、基幹産業である水産業をはじめ、多様な産業分野の体力のある企業が存在し、市民や周辺自治体の就業の場となっていました。

そのような中、同市は東日本大震災により、周辺の沿岸都市と同様に激甚な被害を受けました。

現在は、社会基盤と市民の生活の場の再建およびコミュニティの再生を図るため、民間等と連携したハード・ソフト両面でのまちづくりが実践されています。

layout plan

全体配置計画



①街区	さいとう製菓総本店 ※工事中	②街区	キャッセン大船渡 (テナント型飲食店街)	③街区	大船渡プラザホテル (宿泊施設)	④街区	おおふなと夢商店街 (共同店舗型商店街)
キャッセン・ファクトリー		キャッセン・フードヴィレッジ		キャッセン・ステイ		キャッセン・ドリームプラザ	
敷地	4,708 m ²	敷地	4,708 m ²	敷地	3,756 m ²	敷地	5,576 m ²
延床	1,235.9 m ²	延床	1,235.9 m ²	延床	4,430.6 m ²	延床	1,426.7 m ²
構造	S造平屋建	構造	S造平屋3棟分棟建	構造	S造6階建	構造	S造平屋建
菓子販売やカフェ、菓子作り体験、見学もできるさいとう製菓の総本店		地元客や船員たちが憩う大船渡の飲食文化を来街者に提供する飲食街		宿泊とバンケット利用で他街区との連携を促進する大船渡プラザホテル		大船渡の昔からの食やコミュニティ文化を来街者に感じてもらえる場	

⑤街区	キャッセン大船渡 (テナント型商店街)	⑥街区	大船渡再開発 (ショッピングセンター)	⑦街区	キャッセン大船渡 ※計画中	⑧街区	キャッセン大船渡 (ものづくり拠点)
キャッセン・ファクトリー		キャッセン 大船渡ショッピングセンター		キャッセン・ピア		キャッセン クリエイティブファーム	
敷地	10,548 m ²	敷地	34,419 m ²	敷地	3,503 m ²	敷地	3,977 m ²
延床	2,897.4 m ²	延床	10,741.2 m ²	延床	-	延床	500.0 m ²
構造	S造平屋4棟分棟建	構造	S造平屋7棟分棟建	構造	-	構造	W造4棟分棟建
震災前の小売店等を集積、異業種や多世代交流・観光商業を促す商店街		地元客や船員たちが憩う大船渡の飲食文化を来街者に提供する飲食街		海を活用し、ウチとソトとが交わり、新たな文化が生まれる波止場（ピア）		公園と海に囲まれた、新たなヒト・モノ・コトが育まれる場	

District position

地区の位置づけ

大船渡駅周辺地区（以下、駅周辺地区）は、震災以前には大船渡市の産業・経済の中心を担ってきた地区であり、隣接する陸前高田市や住田町からなる気仙地域の商業業務の中心地でもありました。

官民の団体企業から構成される「駅周辺地区官民連携まちづくり協議会」において、下記の5点の方針を掲げ、復興後も商業業務機能を集積する地区に位置付けました。

- ①気仙地域の中心地として、広域的な商業機能と交流機能を重視した商業・業務系土地利用を図ること
- ②大規模な津波の場合は浸水が想定されるため、災害危険区域に指定して住宅や学校、病院等の立地は制限し、商業業務系土地利用を誘導すること
- ③都市機能を維持し、商業業務の復興をけん引するため津波復興拠点（市有地10.4ha）を整備すること
- ④津波復興拠点は①～⑧の8つの街区に分割し、事業用定期借地権を設定し、事業主体に貸借すること
- ⑤市、商工会議所、借地人らから構成されるまちづくり会社を設立し、地区全体のエリアマネジメント事業は同社を中心として実施すること

Design purpose

目的

大船渡のまちの文化を100年後まで継承すること

Design strategy

戦略

- ・社会情勢や流行などに応じて、変化し続けるだけの受容性と冗長性があること
- ・先行整備する街区をモデルとして、周りの街区整備に援用可能な知見を得ること
- ・ハコモノは整備した瞬間に負債となるという考えから、建物にはお金をかけないこと
- ・代わりに、変化の余地のある外部空間などにこだわること
- ・「コモンズ」を創出するため、「プレイスメイキング」「タウンプロモーション」「エリアマネジメント」の3つの取り組み・活動を行うこと自体をデザインと捉えること

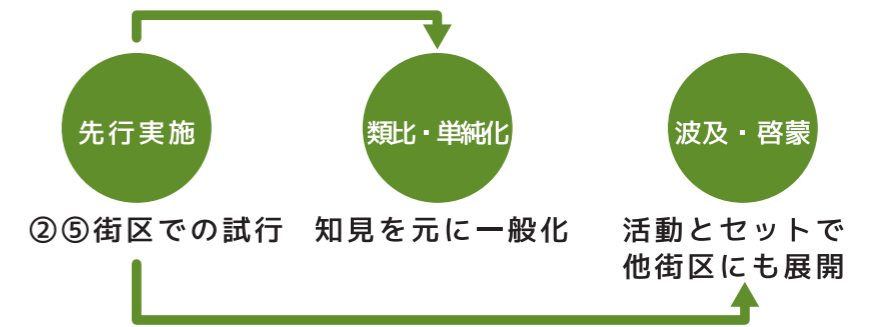


1 Place making プレイス・メイキング

場の魅力を共創すること

空間と場は単に造るものではなく、関わる人たちが育てていくものです。
綺麗だったら全ていいわけではありません。
良い場とは何か、来街者の印象も交えながら、少しずつ形を考えていくことも重要です。

▶ 試行・波及・啓蒙の連鎖



(1) 先行実施 (例)

① KYASSEN SYMBOL

例えば加茂神社に因み、恵みをもたらす風神と、天候を司る雷神をシンボルに配し、市街地の繁栄を願う



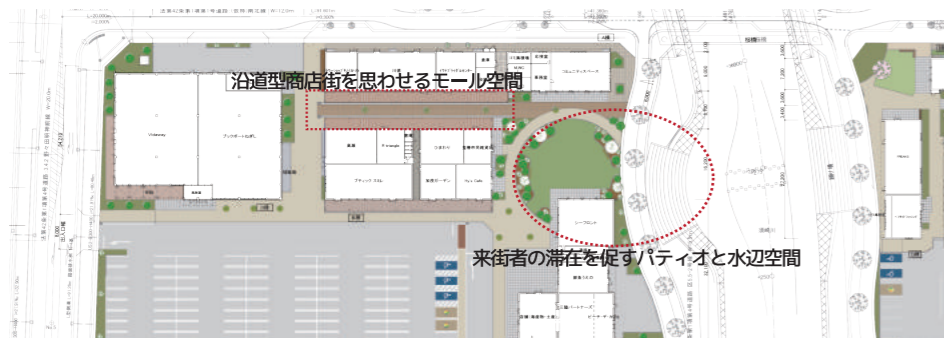
② KYASSEN SEVEN COLORS

例えば棟ごとにテーマカラーを設定して、各棟のメインサインに掲げる



③ KYASSEN LANDSCAPE PLAN

例えば首の商店街を思い起こす空間や、来街者の溜まりになる空間を設える



(2) 類比・単純化

キャッセンの街区整備をモデルとする大船渡市のルール化 (景観計画・地区計画の策定)

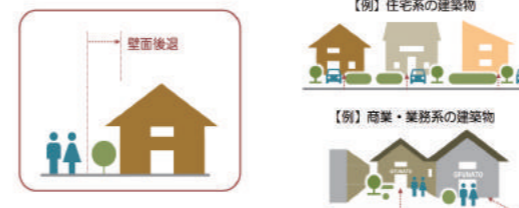
① 店舗サインについて
切り文字やバックチャネルを用いて、視覚効果を演出。



② 夜間の照明効果
照明は、周囲とのバランスに配慮。色や配置の工夫で視覚効果を演出。



③ 壁面の後退
道路面の外壁を後退、緑を配し、快適でゆとりある空間を創出。



④ 付帯施設の調和
色や形状などをコントロールし、周辺の景観へ配慮。



(3) 波及・啓蒙

ルールの範囲内で、ここまでしていいんだ！こんな使い方が許されているんだ！という経験を提供し、市民の関与によって「良い場」を創っていく。



2 Town promotion タウン・プロモーション

場の価値を伝えること

売上に直結しない賑やかさは疲弊を生みません。商売にとって効果的なプロモーションとは何か考えます。

また、商業者の魅力を伝え、「共感」を創出することも重要です。商業者と顧客候補の接点を増やし、商品を磨き、商勢圏が縮退する中で、商勢人口の獲得に繋がります。

▶ 商勢人口の維持・拡大



(1) 刷り込む

ただの街区開発ではなく、地域ブランディングや商品開発までも含めた一体的なコモンズデザインであることを、地域内外に印象付けていきます。



キャッセン大船渡のベースメント・コミュニケーションデザインを、⑧街区出店に向けて整備中の「パンザイ・ファクトリー」の水産加工品パッケージに活用、相互的な認知度向上を図っています



共通アイコン街区ごとに設定し、隠喩的に散りばめることで、意識付けを図っています

(2) BUZZる

時には飛び道具も使います。「商業地」としては全く訴求対象と異なる層に対してアプローチすることで、「新しい切り口」を見つけ、まちに不足しているもの、導入すべきものを検証しています。



SNS 等では「キャッセン」という名前が飛び交い、宣伝としても一定の効果がありました。

(3) 演じる

店主や事業者さんは、地域の担い手であり、アクターです。「観られる」と「魅せる」という感覚を養うことが、活性化には大切だと考えます。



店主さんたちが思い思いのポーズで撮影した写真を、街のパフレットに活用しています



時には料理の先生や水族館の館長になって、子ども達にいろいろなことを教えます

3 Area management

エリア・マネジメント

場の活力を維持すること

日常的に人が来る仕掛けを創りながら、公共と民間の隙間、商業と居住の隙間、隣接街区との隙間を埋めて、より高質なエリアを形成するとともに、それを維持継続するための関係性と体制を構築し、比類ない大船渡独自のエリアマネジメントを確立していきます。

▶ 投資回収バランスの取れた都市経営

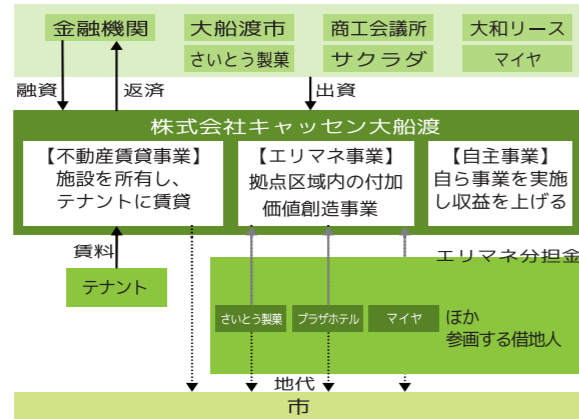


(1) 制度設計

市有地を事業用定期借地により賃借する企業等が出資及びエリアマネジメントの分担金を拠出する仕組みの設計をしています。分担金の仕組みは「条例」ではなく、「貸付規則」でおこなっています。

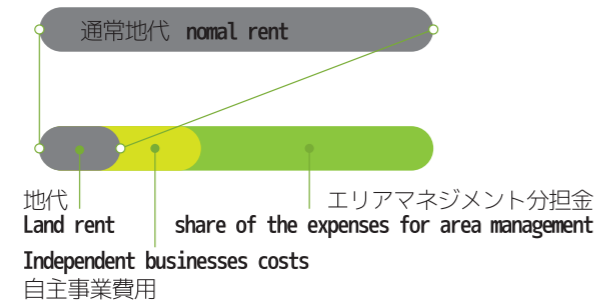
① エリアマネジメントの推進体制

地元の企業等がまちづくり会社に参加しつつ、エリアマネジメント事業実施のための資金充当もおこなっています



② エリアマネジメント分担金の拠出

市は積算法により算出した通常地代に基づいて、借地をするのではなく、エリアマネジメント事業に参画することを条件に、地代を固定資産税相当額に減免し、残りを自主の活動費とまちづくり会社への分担金に充当する仕組みを構築しています



(2) 境界の設え

整備主体の違いは利用者（来街者）には関係ないため、利用者にとってストレスのないように境界を設えています。



(3) 事業化

エリアの価値を高めるためにはどのような取り組みが必要となるか？関係者での対話を通じ、事業化を図っています。



