



平成18年度

御堂筋交流会

景観からの御堂筋ブランディング

レポート

御堂筋活性化プロジェクト実行委員会



開催の趣旨

御堂筋交流会は、御堂筋の活性化に関心を寄せる市民の意見交換の場として開催するもので、2005年9月に開催した、「未知普請in御堂筋」を発展、継承していく試みです。

今回の交流会は、御堂筋のこれからの顔づくり、すなわち、景観の観点からのまちづくり、みちづくりをテーマに据えて、御堂筋を世界に発信していくためになにが必要なのか、どうしていけばよいのかについて議論し、アイデア交換する場として開催しました。

開催日時

平成19年1月11日(木) 14:00開会

開催場所

綿業会館 新館7階ホール

テーマ

『景観からの御堂筋ブランディング』

プログラム

第1部 講演 14:00~15:10

第2部 ディスカッション 15:20~17:10

主催・共催

御堂筋活性化プロジェクト実行委員会、NPO法人長堀21世紀計画の会、御堂筋まちづくりネットワーク
光のまちづくり企画推進委員会、ミナミ活性化委員会

後援

国土交通省近畿地方整備局、大阪市、(社)関西経済連合会、大阪商工会議所

開会の挨拶(御堂筋活性化プロジェクト実行委員会会長 成松 孝)



御堂筋が大阪の顔であることについて、異論のある方は少ないと思います。私共は、この御堂筋を活用して、世界に大阪を売り出していきたいと考えております。

今年御堂筋は誕生70周年を迎えるわけですが、100周年を迎えたときには、ニューヨークの5番街やパリのシャンゼリゼを凌駕する、世界一の、アジアのメインストリートになっている、そういう形にしていきたい。そうすれば間違いなく大阪は世界の大阪になるし元気になる。私もこのように考えております。

本日は、大学の先生方や各種団体の方々、この御堂筋の未来について意見を交わし、有意義な時間を過ごしたいものと考えております。

第一部 講演

3名の講師が、御堂筋を巡るデザイン、歴史、観光の各観点から、スライドを用いて講演されました。

榊原和彦氏

(大阪産業大学工学部環境デザイン学科教授)

演題「御堂筋景観の諸相と今後の展開」



プロフィール

昭和47年 京都大学工学部 文部教官助手
昭和51年 大阪産業大学工学部 専任講師
昭和62年 大阪産業大学工学部 教授
平成 8年 大阪産業大学大学院環境開発
工学専攻博士後期課程 専攻担当

専門分野は土木デザイン、環境デザイン、
景観工学など。近畿地方整備局景観アドバイザー、
長堀通りまちづくり(心齋橋地区)協議会会長などを務める。

御堂筋の魅力は「品格」にある

御堂筋は銀杏の名所であるが、大阪名所としての地位は低い。現代版名所図会とも言える「人に伝えたい大阪百景」(大阪市都市工学情報センター)に入るのは、黄葉の風景1景のみ。OBPが7景、新梅田シティが4景も選ばれ、新名所として確たる位置を占めるのとは、対照的。その一因は、御堂筋景観の魅力のわかりづらさ。新奇なデザインの華々しさではなく、時間をかけて禁欲的に規制を遵守し、銀杏を守り育てるといった伝統に裏打ちされた「品格」に魅力がある。

しかし今の御堂筋は...

シャンゼリゼも建物の様式はバラバラだが、高さが揃って、全体としては美しい。一方、御堂筋は、50年規制以後「品格」は失われつつあると言える。



街路デザインの視点からも物足りない

彫刻の周辺や自転車レーンなど緩速車線のあり方とともに見直すべき。自転車置き場など、高さのある構造物を巧く設けることで街路の様相は全く変わる。

都市の顔として「都市軸」性の強化を

シャンゼリゼからラ・デファンスにつながるパリ都市軸は、グラン・プロジェの一つであるグラン・ダルシュを貫き、近郊の新都市セルジーポントワーズの「大都市軸」と関係づけられる。パリは、「都市デザイン」と「建築デザイン」を融合し、「文化としての街づくり」を進めたことで国際的都市間競争を勝ち抜いた。見習ってよい。御堂筋を大阪の確たる都市軸にすることが必要。そうでないと、新開発が進むキタやミナミに埋没しかねない。

デザインので失われた時間を 超え新しい御堂筋景観を

場所の活性化を導くブランド力は、そこにあるモノ・空間・景観の「美」に支えられる。31年規制撤廃後、時間の積み重ねによる景観づくりは一旦リセットされた。それによって失われた時間を超えて「美」を創り出すのは「デザイン」の力。50年規制撤廃の如何に関わらず、1995年以降の御堂筋の状況を見据え、評価し、新たに構想(デザイン)し、新しい御堂筋景観を生み出すことが必要。今、各地で街の景観を規制で守り、ブランド力強化を図る動きが見られる。構想次第で、規制強化をすることだってあり得る。まだ間に合うかも知れないのです。



嘉名光市氏

(大阪市立大学大学院工学研究科都市系専攻助教)

演題「御堂筋という街路景観」



プロフィール

平成 4年 株式会社三和総合研究所研究員
平成15年 大阪市立大学大学院工学研究科
都市系専攻講師

平成18年 大阪市立大学大学院工学研究科
都市系専攻助教

専門分野は景観論、都市デザインとその
歴史、都心空間再生のデザイン論など。
芦屋市景観アドバイザー、大阪市都市景
観委員会専門委員などを務める。

様々な軋轢とともに進められた御堂筋整備事業

近年、都市ブランドという視点から都心の景観が重要になってきています。すでに、銀座や京都市などで街路景観の保全に関する様々な取り組みが始まっています。

そこで、御堂筋のこれからの景観を考えるにあたり、計画当時の議論を振り返りたいと思います。

大阪市の都市計画として御堂筋の建設が位置づけられるのは1919年(大正8年)、事業は沿道負担金を徴収しながら進められていきました。

それまで6~7mしかなかった道を44mに拡幅するという大事業であり、そこには景観を含めて様々な軋轢が生まれ、議論が活発に飛び交いました。



沿道の景観形成に向けた様々な議論と手法研究

町の中に大きなひっかき傷を入れるような御堂筋について「幹線道路は、交通上便利だけでなく、沿道の建物が美観的、経済的に見てきちんと建たないといけない」という懸念が表明され、建築物



の高さの最低限度を設けることや、建築敷地の整理・統合の必要性についての議論がされています。

土地の整理や統合のために超過収用や地帯収用といった手法を使うことも提案されました。

美観地区の指定~まちなみコーディネートへの高い認識

こうした議論が交わされる中、1934年(昭和9年)「南北の重要幹線で、将来高層建築地帯になることは必定であること」を理由に、御堂筋は「大阪都市計画美観地区」に指定されました。

このように、御堂筋の築造当初より、すでに、街路景観、すなわちまちなみ全体のコーディネートといったことの必要性が認識され、模索していたわけです。

シャンゼリゼの方法

翻って現在のシャンゼリゼでは、道路に面する部分のみならず、シャンゼリゼから見え、交差する沿道のまちなみまでをシャンゼリゼの一部と考えてコントロールしようとしています。このような考え方は御堂筋でのヒントになるのではないかと、思います。

高崎邦子 氏

(株)JTB西日本 広報室長

演題「都市観光と御堂筋景観」



プロフィール

昭和61年 (株)日本交通公社入社
平成 3年 JTBオーストラリア 札幌支配人室勤務
平成 5年 JTB関西営業本部営業開発部
平成18年 (株)JTB西日本 広報室長

国内各地を始め、海外での勤務経験に加え、地域活性化やイベントプロデュースも手がける。都市景観審議会委員や番組審議会委員、国土交通省淀川河川公園基本計画改定委員会委員などを務める。

道路自身が魅力的になるともっと楽しい

道路は観光地と観光地を結びます。結ぶだけではなく、道そのものがより魅力的になるとなお良い。例えば瀬戸内海を楽しめるしまなみ街道。明石海峡大橋は開通当初、橋そのものが観光素材になっていました。

歴史や景観を活かした道路

有名な観光地としての道はなんとってもヴェルツブルグとフュッセンまで全長350kmを結ぶロマンティック街道です。中世の世界にタイムスリップしたような街、のどかな田園、美しい宮廷建築といった、お客様が心に描く最もドイツらしい風景が街道沿いに広がり、お客様の期待を裏切りません。オーストラリアは一時、シドニーのオペラハウスとハーバーブリッジが1シーンに入った写真を世界中にプロモーションしました。おかげで、この景色をバックに自分の写真を撮ることが観光の証とまでなっています。



文化を発信する道路

シンガポールのオーチャードロードでは、そこを歩くだけで、混在する多民族国家を体感できます。また、ミラノのモンテナポレオーネ通では、伝統産業である工芸、最新のデザインを通り前面に集め、裏通りへその賑わいを広げています。



生活と観光が一体化した道路

一本の道が、市民の憩いの場であるとともに、観光拠点や食事、ショッピングへとつながる道があります。ベルリンのウンターデンリンデンはその一つ。また、ニューヨーク5番街は日常と観光とが交錯。いまや固有名詞として世界に通ずるブロードウェイと5番街のショッピングは世界中の観光客の憧れです。

リゾートの道路

カラカウアにはリゾートに必要な全ての要素、食べる・遊ぶ・買う・体験するが道沿いにギュッと詰まっています。ハワイならではのリゾート景観を楽しめる演出が随所に見られるのも特長です。

そしてなんとと言っても、世界一の観光地パリにはシャンゼリゼ、カフェやレストランも多く、夜遅くまで賑わいを見せています。

魅力的な道路であるために

これまで見てきた、世界の魅力的な道路に共通するのは、「道そのものが主張している」ということだと思います。

そして、「意志のある道」であることは、住んでいる人、観光で来る人、いずれにとっても大切なことなのです。

ディスカッション参加団体と出席者のプロフィール

長堀21世紀計画の会 成松 孝氏



長堀通沿道及び関連企業で構成。御堂筋地域(長堀・心斎橋・南船場)の街づくり実施計画の提案のほか、定期的清掃活動等の地元活動を実施。成松氏は同会理事長を務める。

光のまちづくり企画推進委員会 室井 明氏



中之島や御堂筋などの公共空間や民間スペースを活用した、光による景観づくりを通して、水都大阪再生を支援する活動を行っている。室井氏は同委員会委員長を務める。

コーディネータ

橋爪紳也氏(大阪市立大学教授)



専門分野は都市文化史、都市観光論など。大阪に関する幅広く深い知識とユニークな視点にもとづく数多くの著書がある。

御堂筋まちづくりネットワーク 篠原 祥氏



御堂筋の不動産所有企業有志で構成。御堂筋のにぎわい創出のためのプロモーション活動や、まちづくりに対する提言活動を実施。篠原氏は同ネットワークプロモーション部会長を務める。

ミナミ活性化委員会 中西 俊臣氏



大阪府、大阪市、関西財界などで構成。道頓堀、難波界隈など観光名所の多いミナミを中心に、パフォーマンスや各種イベントなどを実施。中西氏は同会事務局長を務める。

プロフィール

平成2年 京都精華大学人文学部専任講師
平成11年 大阪市立大学文学部助教授
平成13年 大阪市立大学大学院助教授
平成18年 大阪市立大学都市研究「リ」教授



自転車問題を巡って

橋爪 今日のテーマにある「ブランディング」というのは、いかにブランド力を付けていくのか、その方法論について考えていこうと言うことだと思います。ブランドで大事なことのひとつは、いかにその価値を管理していくのか、ということで、まず御堂筋のブランドを阻害している問題点、自転車について考えたいと思います。



違法駐輪と歩道の自転車通行は、ブランドを語る以前の問題

成松

御堂筋の自転車問題は2つあって、一つは自動車よりもひどい違法駐輪、もう一つは歩行者の安全を脅かして歩道を走る自転車です。これらはブランディング以前の問題です。

平成18年11月に大阪国道事務所と地元が協力して行った自転車道の社会実験は、歩行者、自転車双方に好評で、実験後すぐ実施して欲しいとの声も聞かれました。一日も早い実施をお願いしたいと思います。

不法駐輪では特に長堀通から難波までがひどく、人が一人通るのが精一杯、車椅子だと自転車をどけないと通行できないような場所もあります。この不法駐輪の状況は、大阪が世界一ひどいんじゃないかと思える。人口よりも自転車の数が多いというオランダでも、このような光景は見たことがありません。

これには強制的にモラルの向上を図っていくしかないと思っています。そのために、一つは道路の地下、ビルの中などに駐輪場を整備していく。もう一つは、そうした駐輪場に停めない人に対して徹底的な取締を行うこと。これについては、平成16年の道路交通法改正により、違法駐輪に対して5万円以下の罰金又は3ヶ月以下の懲役を科することができるようになりました。大阪府警に対しても、駐輪場を整備したあかつきには、悪質な不法駐輪について厳しく取り締まって欲しい、と申し入れをしてきたところです。



何重もの違法駐輪



自転車道の社会実験

行政・民間双方による駐輪場整備と厳しい取締が必要

中西

ミナミ活性化委員会では「安全・安心」、「緑化・美化」、「文化と伝統」、「観光」、「国際化」、「広域化」という6つのキーワードで活動を行っていますが、ミナミで驚かされるのは不法駐輪と自転車のマナーの悪さです。御堂筋を南に降りてくるほどひどくなり、御堂筋から奥へ入った通りにまで二重三重に駐輪している。歩きにくいですし、なにより緊急車両の通行の妨げになりかねません。



ヨーロッパ通や道頓堀通りでは、歩道にベンチやプランターを置いて、駐輪しにくいようにしてあり、ある程度効果があるようですが、御堂筋ではそういうものもなかなか置けない。

私としては、厳しい取締とともに、行政・民間双方による駐輪場の整備が必要だと思います。そごうや東急ハンズでは200~400台の駐輪場を設けておられるそうです。使っておられるのは近隣で商売をされておられる方ばかりのようですが。

デザインの力で不法駐輪しにくい空間を

榊原 私の関係したものでは、曾根崎通りでは駐輪スペースをある程度確保しました。長堀通りではそういう施設はなく、ベンチを覆うように駐輪している現実が見られます。

私の大学でも自転車が多いのですが、まず、需要に見合う駐輪場を確保してまず。面白いのは、駐輪しにくい雰囲気のある場所では不法駐輪が起きにくい現象が見られることです。

御堂筋でも、まず需要に応えること。新しいビルを造るときには駐輪場を義務づける。それでも不足するなら緩速車線の利用を考え、ガラス屋根を使うなどデザインの力で、美しく、かつ不法駐輪しにくい空間を用意することが必要だと思います。

topic 2

照明、イルミネーション、夜間景観

橋爪 景観からのブランディングで、しばしば成功事例として取り上げられるのが、ルミナリエなどのイルミネーションやライティングです。2つめのトピックとして、御堂筋における照明や夜景について考えてみたいと思います。

光は通りを美しく賑やかに見せるブランド力のツール

室井 御堂筋は世界の著名なストリートに比べ、データで見ても大変暗い。光のまちづくり企画推進委員会では、このことに問題意識を持ち、平成17年に、大阪国道事務所や地元の方々とともに御堂筋で照明の社会実験を行いました。

彫刻に対する演出照明や、ビルの壁面への照明、銀杏の葉の色に応じた色の光などの様々な試みを実施しました。この社会実験を通じて、御堂筋における照明で大事なことは「明るさ」、「銀杏の美しさを活かす」、「季節ごとの色合いの変化」、「光による賑わいづくり」の4点である、ということになりました。シャンゼリゼには楽しげな光があふれ、リヨンなどは世界で一番美しい光のまちだと思いますが、これらのように、御堂筋でも、光を使って通りを美しく見せる、通りを元気に見せるということを通じてブランド力をつかんでいくことができれば、と考えております。



光による彫刻の演出



アフターファイブも魅力あるビジネス街に

篠原 御堂筋まちづくりネットワークでは、ビジネス街ではあるが、緑やアートなど様々な要素のあるまちづくりをめざしています。

夜間景観については、アフターファイブの賑わいづくりという視点から、まちかどコンサートやシンポジウム、ファッションショー等を夕方から実施しています。また、NPOとの協働で、建物のショーウィンドウを利用したウォールストリートという光のイベントも行ないました。

照明の社会実験では、昼間は見過ごされることも多い高価な彫刻が、クローズアップされ効果的に演出されていたと感じました。官と民とが協力して夜間の景観づくり、賑わいづくりを進めていくことが重要だと思います。



まちかどコンサートの様子



照明はブランドマネジメントのツールでもある

嘉名 夜は、見る側も昼間とは違うゆったりとした気持ちになれること、そして照らすことによって見えるものが絞られることが大事だと思います。ブランド構成要素を光で照らし、ブランドの多様性やポイントを絞って見せることができるというのは、ブランドマネジメントにつながり、御堂筋というブランドの個性をよりはっきりと表現できるのではないかと、思うように思います。

橋爪 最後のトピックとして、本日のテーマでもあります、景観を考えながら御堂筋のブランディングについて、つまり我々大阪人にとって顔となる、誇りとなるようなストリートとしてアピールしていくことに関して意見交換をしていきたいと思えます。

貴重な資産である銀杏並木を活かして、アジアのメインストリートにしていく

成松 私共の会では、地下鉄誘致や地下街整備を実現してきた実績をもとに、大阪、長堀がアジアの核になることの意味表示をしました。その結果スーパーブランドが続々進出してきた。御堂筋でブランドエリアが形成されはじめたわけです。

御堂筋1階を全部店舗に、という話がありますが、私は、淀屋橋～本町間はアジアのビジネスセンター、本町～周防町間はスーパーブランドの集まるアジアのステータスエリア、そしてそれより南は、大阪ならではのごちゃ混ぜ文化エリア、という風にしたら良いと思う。

御堂筋の風格に関しては、シャネルのリチャール・コラス社長が、樹齢80、90年にも達する銀杏が4列4.2kmも続く御堂筋は他に例が無く、世界一のストリートだ、と言っています。

これだけの資産は有効に活用しなければならない。そのためには、緩速車線をいかに使うか。歩道化や半分自転車道化もあるでしょう。また今後は、アメニティスペースにしていくことも考えられる。御堂筋オープンフェスタのように、これからの道路の使い方のモデルを御堂筋が先行してやる、ということが大事です。

時が育てた銀杏並木をうまく活用して御堂筋をアジアのメインストリートにしていく。これは、地元民間、大阪市、国土交通省が協力してやれば必ずできることだと考えています。



人が来てにぎわう景観を産み出すソフトの力を考えていきたい

篠原 御堂筋の景観では、広幅員、銀杏並木、風格あるビル群といったハードとともに、歩きたくなる景観づくりのためのソフトが大事だと考えています。

まず彫刻の活用があります。写真コンテストを実施して彫刻のポストカードを作り、沿道企業の受付等で無料配布したり、彫刻の日をつくって清掃イベントをするなどの活動をしながら、彫刻を知ってもらい御堂筋のファンになってもらうという活動です。

緑化では交差点の四隅の花壇をボランティアの協力で維持管理していくという事業を、国土交通省のボランティアサポートプログラムを活用しながら実施しています。

また、ビルの建て替えによって生み出された公開空地を使って、ガーデニングアートなどのイベントを実施しているのですが、街の印象が変わりますし、立ち止まって休憩される人など利用のされ方も変わってくるのが実感できました。

人が来てにぎわっている景観、というものを考えていかなければいけないと思えます。それをハードとともにソフトによっていかに産み出していくのか、ということがブランディングにつながるのではないかと考えています。



交差点の花壇

誇りに思い、人に語りたくなる道に

高崎 パリに仕事で行ったとき、その日の会議終了後、支店のパリジェンヌに「シャンゼリゼを歩いた？」と聞かれたので、「今日は空港から直行で来たから行ってないよ」と答えました。すると彼女は「何でもったいない！」と悲しそうな顔で言いました。そこで翌朝少し早起きをして、シャンゼリゼを歩いてから会議に赴きました。再び彼女に問われたので「散歩してきたよ」と言うと、「朝だけじゃシャンゼリゼの魅力はわからないよ！昼間や夜も体験しなくちゃ！」と言われました。私たちはこれほど、御堂筋を誇りに思い、お客様に自慢しているのでしょうか。住んでいる人がシャンゼリゼを誇りに思い、それが伝わるからこそ私もシャンゼリゼは素晴らしい道だと思って、こうして発信してしまっているのです。

旅行経験の豊富な人が増えた今、重要なのは”本物”。つまり本気がどうか。ごまかしはすぐに見破られてしまいます。そして”匂”。その場所、その時期にしか体験できないオリジナリティは何なのか。そんなことを考えることが重要だと思います。

周辺のパワーアップによって御堂筋が浮上する

中西 御堂筋の周辺エリアを活性化していくことが重要ではないかと考えています。今年は御堂筋誕生70周年、ナンバパークス2期工事の完成、関西空港2期開港と大きなイベントが目白押し

しです。国際化と広域化をテーマとした御堂筋での展開は重要です。特に、御堂筋を背骨とすると、古都奈良への近鉄やJR、世界へ広がる関空との道筋と交差するミナミのポテンシャルはかなり高く、このエリアをどう活かしていくのか、ということだと思います。緑と安全は、都市にとってガスや電気と同じくライフラインだと思います。それに付加価値を付けていくのは文化性であったり国際性なわけです。ミナミのアミューズメントを始め、御堂筋の周辺には様々な顔を持った地域が存在します。そのそれぞれの顔をパワーアップしていくことで、御堂筋もパワーアップする、そうしたことをテーマとして活動を続けていきたいと思っています。

これからの御堂筋照明に求めたい3つのポイント

室井 これから近畿地方整備局で実施に向けた検討をされる照明事業について、3つお願いしたいと思っています。

一点目は沿道のブランド旗艦店や彫刻と連携した光の演出です。二点目には、シンボリックな施設やランドマークのライティング、例えば淀屋橋や大江橋のライティングです。

三点目に、大阪らしさをアピールするライティング、例えば、銀杏を季節ごとに美しく演出するライティングです。

これら、多機能空間とランドマーク、そして銀杏の活用の3つについて留意して頂ければ、照明を通じた御堂筋のブランディングにつながっていくのではないかと、思います。

ブランドに必要な美しい景観を生み出すために都市デザインと決断を

榊原 美を求めるとなると景観地区指定、景観計画も必要だし、何よりもデザインされた都市づくりが必要。世界的に見ても一流のデザインを実現するべきです。たとえば、今は都市と遊離したかたちで存在する新梅田シティが御堂筋を跨いで建っていればどうだろう。実現困難だが、困難を乗り越えてこそブランド力も育まれる。インセンティブが必要だが、小学校跡地の開発で大阪市が手にする100億円は、御堂筋が生み出したものだから、御堂筋のまちづくりに使えばよい。名古屋駅前では、民間の超一流企業がやっている開発事業に公共が補助金を出している。かけ声をかけるだけでなく御堂筋に100億円を投下するといった実効性のある手立てをとる必要がある。

50m制限撤廃が言われている今こそ、街づくり、景観づくりに関わるあらゆる面での議論を深め、進むべき方向を見定め実現へと決断しなければならない

4番打者もチームがあってこそ。他のエリアの力と自らの積み重ねでブランドが生まれる

嘉名 御堂筋は大阪のブランド打線4番打者です。強いチームの秘訣は打線が成立すること。周囲との関係性を意識しながら、御堂筋をつくり上げていくことが必要です。ブランドは長い時間をかけて育てるものであり、今までの積み重ねを全部消してしまうのではなく、生かすことが欠かせない。御堂筋でも、100年といった長期展望の中で、積み重ねてつくりあげていく視点が必要だと思います。



新梅田シティ



Summary

まとめ

橋爪 これまでの議論で、道だけのデザインではなく、両側の建物、街区全体で考えていかなければいけないということは全員に共通していたように思います。

ブランディングについては、高崎さんがおっしゃっていた、道が主張しているのかどうか、そして何を主張しているのか、ということに尽きるのではないかと。これは結局、まちが何を主張しているのかということにもつながります。

大事なものは、夢、目標を設定して、中にいる我々が声を上げていくということじゃないでしょうか。

御堂筋には季節で色づく銀杏があり、様々なイベントがあり、今後はイルミネーションで夜も楽しめる道になるでしょう。そんな時、外から来た人に対して、このように美しい、楽しい時期に、御堂筋を見ないで帰るのか？といえるようになった時にブランディングは成功したのだ、と私は思います。

我々自身が、御堂筋のことをもっと大事だと思い直し、緩速車線の使い方など着手できることから着手していくことが重要ではないかと。

大阪がクリエイティブシティとして売り出していくなら、クリエイティブな雰囲気漂う道、観光集客なら魅力的な観光の場であることを御堂筋が主張していなければ、御堂筋がまちの顔とはいえません。そのような道づくりに向けて、今後もこの御堂筋活性化プロジェクト実行委員会や関連する団体、そしてこの場にお集まりの皆さんとともに進めていきたいと思っています。



会場風景

今回の御堂筋交流会には、約150名の方にご来場頂きました。ほとんど満席の会場には、御堂筋の将来に対する関心の高さ、熱気が感じられました。

3時間を超える長い催しでしたが、多くの方に最後までおつきあい頂き、充実した会となりました。

会場受付ロビーには、近畿地方整備局大阪国道事務所と大阪市が提供する、社会実験や彫刻、学生達によるまちづくりの提案等のパネル展示コーナーが設けられ、休憩時には熱心にご覧になる来場者の姿でロビーが埋まっていました。



会場の綿業会館



会場内風景



講演の様様



展示コーナー

展示パネル

※1～5は大阪国道事務所提供、6と7は大阪市提供



1. 夜間景観社会実験



2. 自転車対策社会実験



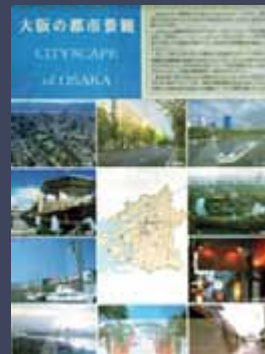
3. 御堂筋距離標



4. がんばろう！なにわサミット 学生によるまちづくり提案



5. 御堂筋と他都市のストリート比較



6. 大阪の都市景観



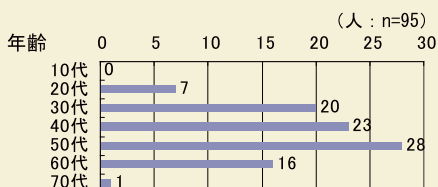
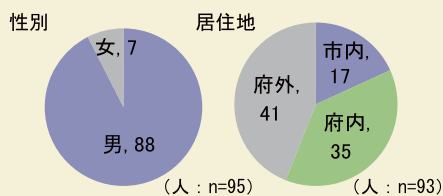
7. 御堂筋・彫刻ストリート

来場者アンケート結果

ご来場の皆様に、御堂筋の魅力と今後のあり方等に関するアンケートをお願いしました。来場者総数の約7割、95人の方にお答え頂きました。

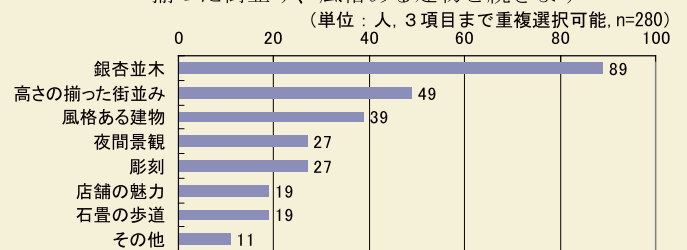
回答者属性

20～60代までの幅広い年齢層の方が、府外からも数多く来場されました



御堂筋の景観的魅力的要素

銀杏並木の評価が圧倒的に高く、次いで高さの揃った街並み、風格ある建物と続きます



これからの御堂筋で大切なこと

安全な歩行者環境を上げる人が最も多く、次いでステータス性、公園的空間と続きます

