

1 まちづくりマネジメント基本構想とは

(1)まちづくりマネジメントの必要性と基本構想策定の目的

「中心市街地の再デザイン」の核となる桜町・花畑周辺地区

熊本市は平成24年4月の政令指定都市の移行を契機に、九州・東アジアの交流拠点都市としてより一層の成長を図ることによって、国の内外から「選ばれる都市」となることを目指しています。そのような中、熊本城の本格復元による入場者数の増加や平成23年3月にオープンした桜の馬場・城彩苑が賑わいを見せる中、中心市街地では歩行者通行量が減少傾向にあり、熊本城周辺の回遊性の向上が重要な課題となっています。

よって、交流拠点都市にふさわしい魅力と賑わいを創造するため、桜町・花畑周辺地区を核として中心市街地の再デザインに取り組んでいます。

シンボルロードをシンボルプロムナードへ

桜町・花畑周辺地区の通称シンボルロード※1を、近年国内に例のない規模で車が通行しない全面的な歩行者空間とし、それに面した民地内のセミパブリック空間※2と合わせて「人が主役のシンボルプロムナード」と位置づけることにより、市民や観光客が歩くことを楽しめる空間として賑わいの創出や回遊性の向上を図っていきます。(以下、通称シンボルロードとセミパブリック空間を合わせてシンボルプロムナードという。)

シンボルプロムナードと、それを挟んだ桜町・花畑両地区の再開発事業や更には周辺の民間開発(以下、「再開発事業等」という。)の実現によって生み出される新たな賑わい空間の創出は、中心市街地の再デザインの核となるものです。

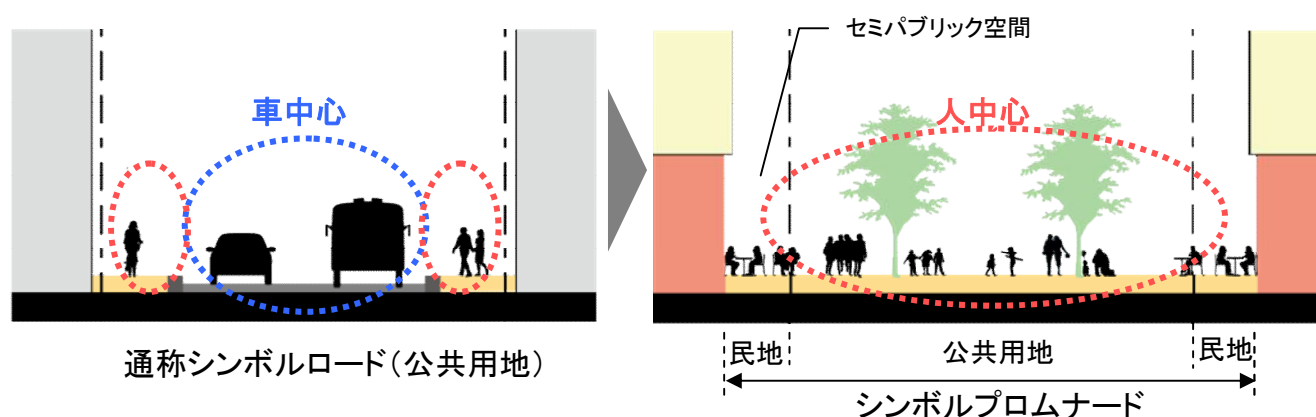


図 1-1. 「車が中心」のシンボルロードから「人が中心」となるシンボルプロムナードへ

※1 通称シンボルロード : 花畑地区及び桜町地区に挟まれる市道桜町紺屋今町第1号線の区間

※2 セミパブリック空間: 建物の壁面が後退することによって生まれる民地内の公共的な空間

官民の事業を一体的に進めていくための「まちづくりマネジメント」

今後、桜町・花畑周辺地区においては、熊本市が行うシンボルプロムナードの整備やその周辺での再開発事業等が順次進んでいく予定であり、これらが調和なく進むことは好ましいことではなく、この好機に地区を一体的にデザインし、秩序ある景観を形成すべきと考えます。

また、シンボルプロムナードとそれに面した空間を、一体的に利活用して地区に賑わいを生み出し、それぞれの個性を活かしながら事業価値を高めていく工夫も必要です。

このように、同地区においては、熊本城への景観に配慮しながら賑わいを創出し、デザインと利活用の両面から「官民協働」で一体的なまちづくりを推進する必要があります。これらを踏まえ、同地区の整備と将来的な管理運営も視野に入れた取り組みを「まちづくりマネジメント」と言います。

まちづくりマネジメント基本構想策定の目的

桜町・花畑周辺地区のまちづくりマネジメントを推進していくためには、市と地域、再開発事業者等との協力が不可欠です。このことを踏まえ以下の目的で本構想を策定します。

- 熊本城への景観に配慮しながら同地区に賑わいを生み出すため、対象エリア(次頁参照)を一体的に利活用・デザインする。
- その実現へ向けてビジョンを共有し、総合的に計画立案、規制誘導、調整等に取り組むための基本的考え方をとりまとめる。

今後、まちづくりマネジメントを推進していくため、基本計画の策定を予定していますが、本基本構想は同地区の規範となるべき利活用や空間・景観デザインの骨格を示すものとして位置づけます。

(2)基本構想の対象エリア

まちづくりマネジメント基本構想の対象エリアは下記の中心エリアと関連エリアとしますが、再開発事業等が具体化しつつある中心エリアを主たる検討範囲とし、関連エリアは長期的な取り組みが求められる内容も含めて基本構想の対象とします。

また、花畑・辛島両公園の再整備に対する考え方についても検討を行います。

【中心エリア】 「シンボルプロムナード」※とそれに面する空間を対象とします。

(※現在シンボルロードと呼んでいる道路区域の一部(幅員 27m、延長約 230m、面積約 6,210 m²)とその沿道の再開発事業等で生み出されるセミパブリック空間)

【関連エリア】 みゆきばし 行幸橋から建替えが計画されている肥後銀行本店へ至る南北の帯状の区域を想定します。

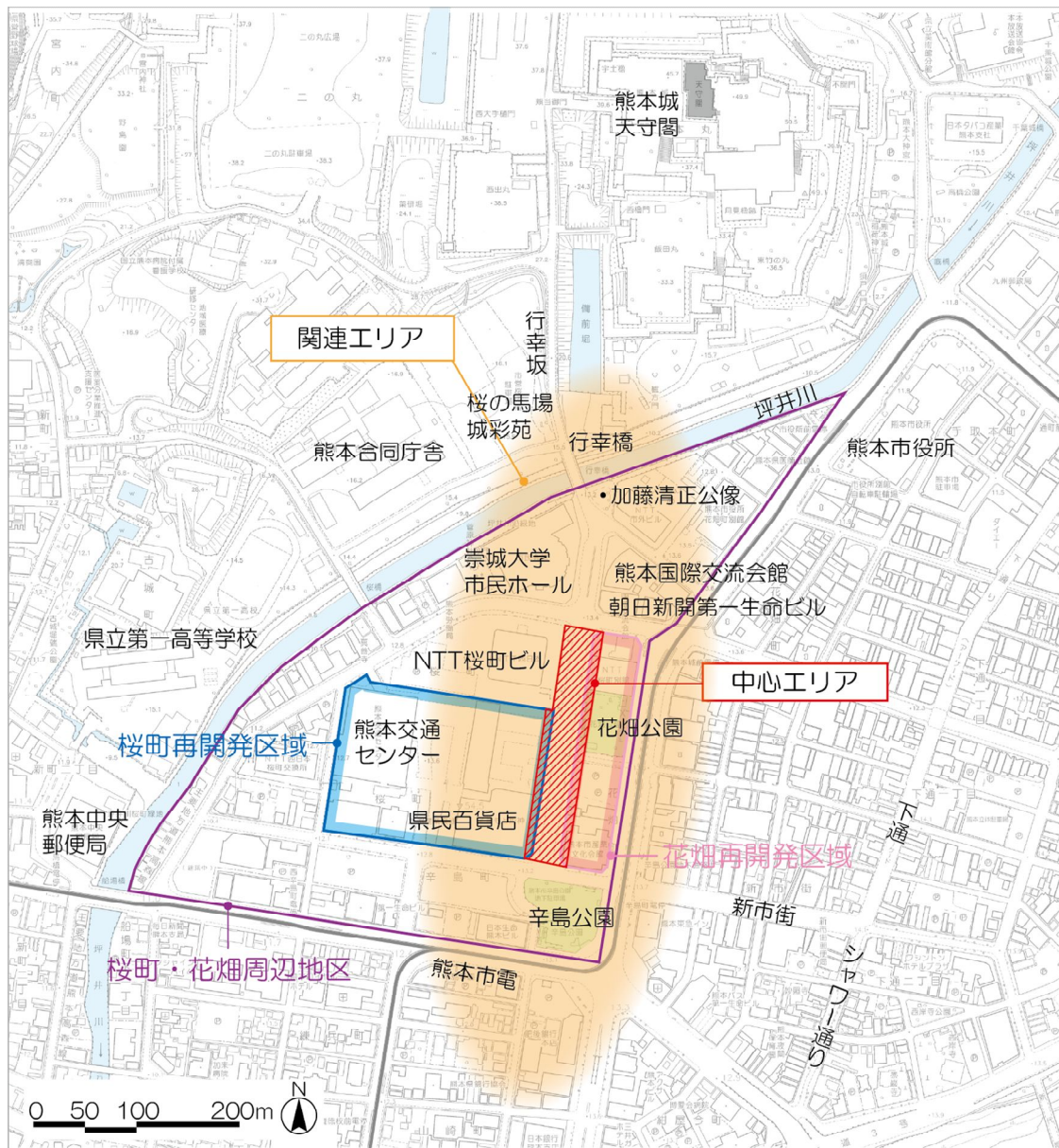


図 1-2. まちづくりマネジメント基本構想の対象エリア