

4 デザインコンセプト

まちづくりビジョンの実現に向けて、シンボルプロムナードの整備やそれに面して行われる再開発事業等、さらには一体的な利活用にあたって官民が共有すべき本地区のデザインコンセプトを『**熊本城と庭つづき『まちの大広間』**』としました。

デザインコンセプト

熊本城と庭つづき 『まちの大広間』

これは、熊本城と隣接する桜町・花畑周辺地区の地理的環境や歴史性を尊重し、広がり
と場面転換が可能な柔軟性を持つ**和を基調とした空間**を表現したデザインコンセプトです。

屋敷の中で大広間が中心にあるように、当地区は「熊本と言えばここだ」と言われるような
象徴的な場として市民に受け止められる空間、また、熊本城と庭つづきの場として観光客も
訪れたくなる空間づくりを目指します。

「和」について

かつてラフカディオ・ハーンが日本のあるべき姿を「熊本スピリット」として提唱しましたが、その精神である「簡易・善良・素朴」という言葉が端的に示すような、本質を大事にする心や姿勢の象徴として本構想では「和」を使用しています。
例えば次のような想いを込めて使用しています。

- | | |
|---------------|--|
| 和の精神 | 過剰な装飾等を排し、シンプルで飽きのこない、使いやすい空間を追求すること(P13 他) |
| 和のイメージ | 自然石等、時の経過に応じた「侘び寂び」が感じられ、経年劣化で陳腐化しないこと(P22) |
| 和のしつらえ | 土地の歴史や名称の由来を感じさせるような時代考証を踏まえた再整備設計を施すこと(P26) |

このデザインコンセプトを受け、利活用面、デザイン面における基本理念を以下のように設けます。

基本理念

利活用面

車中心から人中心の考え方に転換し、シンボルロードからシンボルプロムナードへの変化に官民協働で取り組み、活力を創造

地区の中心に位置するロード(車が通る道路)を単に車を締め出すプロムナード(散歩、散歩する場所、散歩道)へ変更するにとどまらず、そのことにより人が優先されるまちづくりの考え方に転換し、都心の活力を生み出していくものであり、そのことは行政だけでは実現せず、地域、関係者と協働で実現していくものとする。

デザイン面

熊本城につながる大広間としてのゆるやかな全体性と様々な場面を創り出す多様性の両立

正面に熊本城天守閣を望むこと(借景)ができる貴重な財産を活かすのみならず、本地区においても一体的な緑の創出や周囲の建物が襖絵のように空間を演出するよう誘導し地域へ貢献する景色(貸景※¹)を創り出すことにより、地域全体でゆるやかな統一感を生み出す「全体性」の側面と、個々の建物の創意工夫を促しシンボルプロムナードが季節や時間により場面転換していく「多様性」の両面をデザインにおいて両立していくものとする。



写真 4-1 熊本城本丸御殿大広間

※1 熊本城の景色を「借りて(借景して)」まちの価値を高めることに対して、質の高い緑を導入することで景観や憩いの面で地域へ貢献することを「借景」に対して「貸景」と呼ぶ