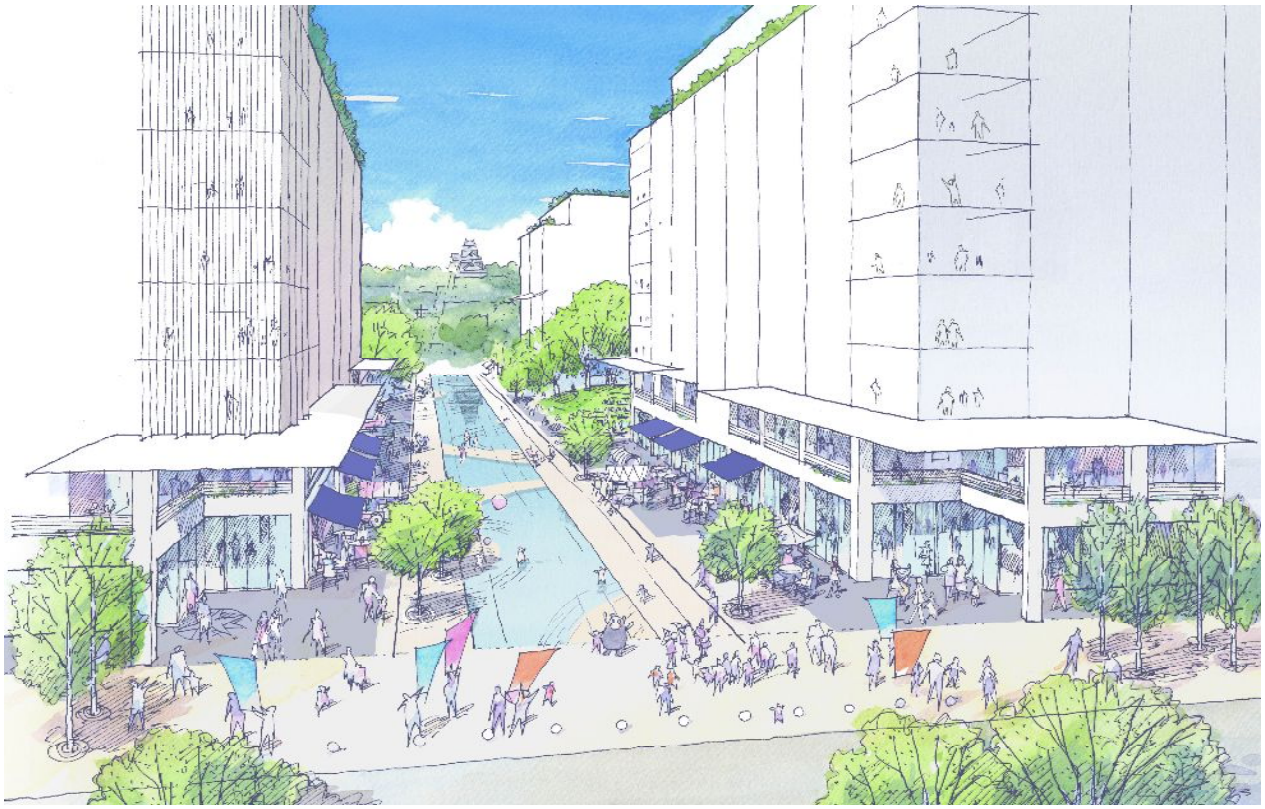
桜町・花畑周辺地区まちづくりマネジメント基本構想

シンボルロードからシンボルプロムナードへ
熊本城と庭つづき『まちの大広間』をつくる官民連携プロジェクト



平成 24 年　3月

熊　本　市

目　次

頁

はじめに
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 1
（2）基本構想の対象エリア 3
2．桜町・花畑周辺地区の歴史的経緯 4
3．まちづくりビジョン
（1）桜町・花畑周辺地区の課題と展望 9
（2）桜町・花畑周辺地区の特性から見た担うべき役割 13
（3）目指すべき姿 13
4．デザインコンセプト 14
5．空間利活用の考え方
（1）基本的な考え方 16
（2）シンボルプロムナードの位置づけと使い方 18
6．空間・景観デザインの考え方
（1）基本的な考え方 21
（2）シンボルプロムナード自体の空間・景観デザインの考え方 22
（3）シンボルプロムナード周辺を含めた関連エリアの建物の規制誘導の考え方 24
（4）花畑公園・辛島公園の再整備の考え方 26
7．将来の管理運営の考え方 32
8．基本構想の実現に向けて 33

委員会の体制と開催経緯 34
参考資料 36

はじめに

本年4月１日に政令指定都市として新たな一歩を踏み出す熊本市では、多くの人々が集い、賑わいを創出する「日本一暮らしやすい政令指定都市」の実現を目指し、現在、中心市街地の再デザインに取り組んでおります。

近年、中心市街地では、往時の姿への本格復元が進む熊本城や桜の馬場・城彩苑が盛況を見せており、桜町・花畑周辺地区においても再開発事業の計画等、民間による動きが活発となる一方で、商店街地域での歩行者通行量は年々減少の傾向にあり、熊本城地区の賑わいを城下町へと結びつけ、さらには熊本駅周辺や新町・古町地区を含めた中心市街地全体の回遊性をいかにして高めていくかが課題となっております。

この桜町・花畑周辺地区まちづくりマネジメント基本構想は、二つの再開発計画が進む当地区について、その間を通る（通称）シンボルロードを歩行者空間化し、両再開発の一体性だけでなく、熊本城へと通じるこの通りを、お城から城下町へと人の流れが更に高まるような、そして市民にとっても来街者にとっても、憩い・集いたくなるような空間にするための街づくりを目指すもので、本市の今後のまちづくりを考えるうえで大変重要な構想として位置づけております。

構想検討委員会では、熊本県立大学の蓑茂理事長を会長として、学識や地権者、地元、行政等から委員に就任をいただき、「シンボルプロムナード（散歩道・遊歩道）」を中心とした新たな賑わい空間づくりに向けて、専門的な視点から数多くのご意見を賜ったところであり、この度、その成果を「桜町・花畑周辺地区まちづくりマネジメント基本構想」としてまとめさせていただきました。

今後は、この基本構想を規範としながら、桜町・花畑周辺地区が「まちの大広間」として多くの皆様に親しんでいただけるようなまちづくりに取り組んでまいりますので、引き続き皆様のご理解とご協力をお願いいたします。

平成２４年３月

熊本市長　幸　山　政　史

東京に代表されるメガロポリス型都市形成に陰りが見えてきました。経済大国形成期の都市づくりの終焉と言えましょう。代わって関心を集めてきたのが品格ある都市づくりへの関心で、生活大国・日本をリードする地方の都市づくりです。

そうした転換期に政令指定都市になる熊本市は、これまでの政令指定都市の船出とは違い、2012 年発の新しいフロントランナー都市となる期待を集めています。

熊本市内には熊本城をランドマークとした 400 年の歴史都市の姿かたちがあります。145 年前の明治維新に続く文明開化により築かれた近代都市の骨格が、市区改正事業の成果などとして見えています。そして戦災復興都市計画で掲げた「学都・熊本」を表徴している学園都市の界隈が、市電の街並みと一体となって存在します。さらに森の都を構成する市中の緑に止まらず、この度の合併により広がった郊外の農業景観までが加わって政令指定都市・熊本の新しい風景を醸し出しています。

しかし、そうしたまちの姿にも綻びがみられます。まちの持続と発展のためには、改造やその前提となる再デザインが必要です。

桜町・花畑周辺地区もその一つです。街の真ん中にあり交通の結節点であることから熊本市民の大きな関心事です。当該地区には二つの再開発が予定されていますが、これらが既存の二つの公園とも相まって調和ある形でなされることが肝要です。そこでこれらの中央にある通称・シンボルロードの在り方を中心に「まちづくりマネジメント」の観点から地区まちづくりの方向性を検討しました。

熊本城と中心繁華街を繋ぐ位置にあることから、この空間に「鎹・くさび」の役割を持たせ、熊本城との関係では「庭つづき」の性格とし、ここが「まちの大広間」として使われ親しまれるように構想しました。これにより、歩行者中心の楽しく歩ける街を導きました。したがってこの基本構想では、従来のシンボルロードをシンボルプロムナードに変換させたことで一定の成果を得たものと考えます。

新たに生まれ変わるシンボルプロムナードは、21 世紀の新しい都市空間・広場空間としてモデルとなることを目指すべきであり、この取り組みを広く国内はもとよりアジア、そして世界に発信していくべきと考えます。

この基本構想はこの後、基本計画などへと順次具現化されていきます。提案したシンボルプロムナードの周辺では民間事業者によるプロジェクトが種々展開されます。それら再開発プロジェクト等の下支えとなるのがこの基本構想で、既存建物所有者を含めたこの地区に強い関心を示す多様なステークホルダーに共有していただくためのものです。豊富な知識と経験、豊かな創造力を結集して、選ばれる都市・熊本の顔が一日も早く実現することを祈念いたします。

平成２４年３月

桜町・花畑周辺地区まちづくりマネジメント構想検討委員会会長 蓑 茂 壽 太 郎
（公立大学法人　熊本県立大学　理事長）

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

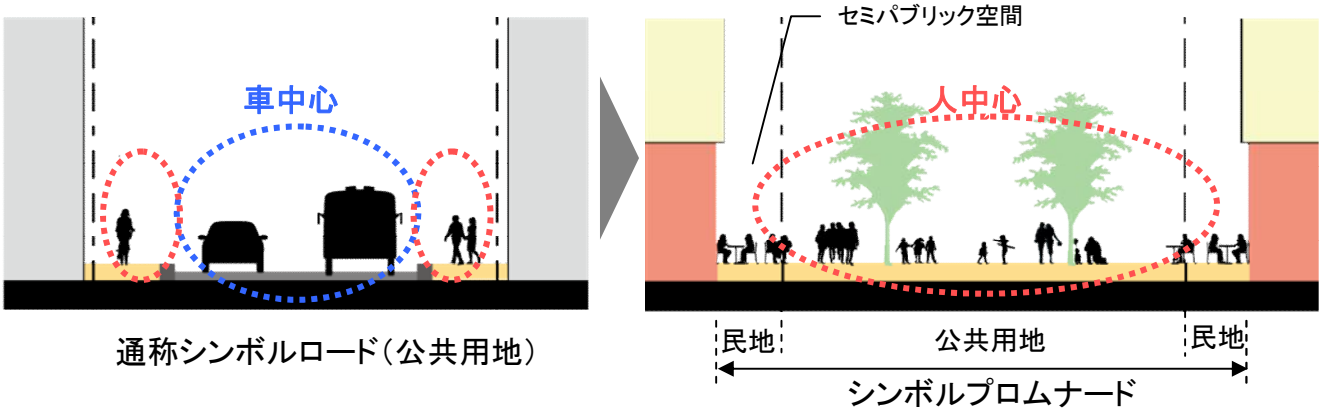
熊本市は平成 24 年 4 月の政令指定都市の移行を契機に、九州・東アジアの交流拠点都市としてより一層の成長を図ることによって、国の内外から「選ばれる都市」となることを目指しています。そのような中、熊本城の本格復元による入場者数の増加や平成 23 年 3 月にオープンした桜の馬場・城彩苑が賑わいを見せる中、中心市街地では歩行者通行量が減少傾向にあり、熊本城周辺の回遊性の向上が重要な課題となっています。

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。



通称シンボルロード（公共用地）

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 ㎡）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】 行幸橋（みゆきばし）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。

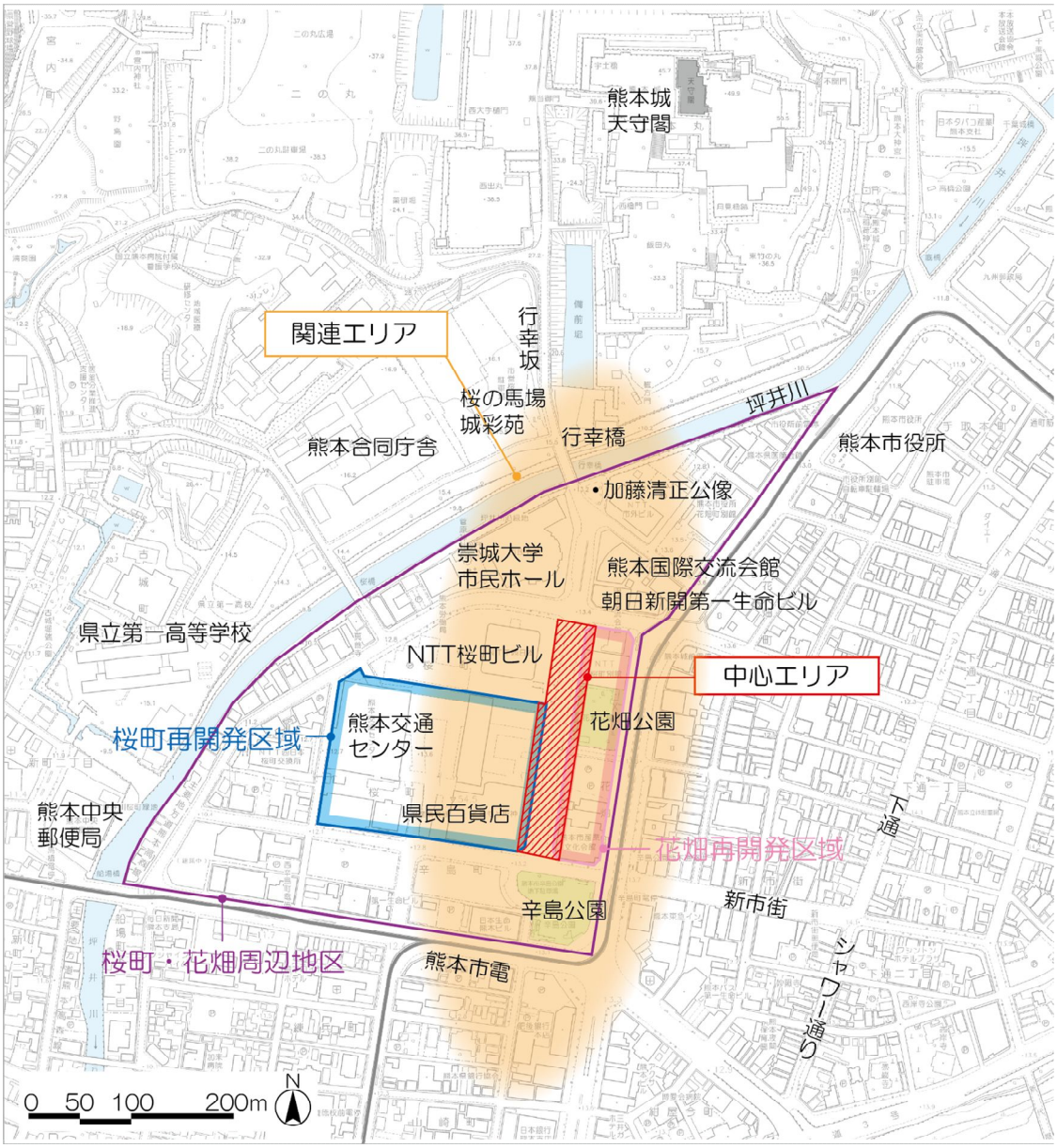


図 1-2. まちづくりマネジメント基本構想の対象エリア

2 桜町・花畑周辺地区の歴史的経緯

①江戸期

城下町として繁栄

加藤清正の熊本城築城前後に形成された城下町は、町全体が城の一部として扱われ、町の各所に御門や番所が配置されていた。また、人口過密な都市であったため、防火上の措置として、幅員のある広小路を設けるなど防災機能も充実していました。

なお、現在のシンボルロードは、かつての広小路の1つとされています。(図 2-1)

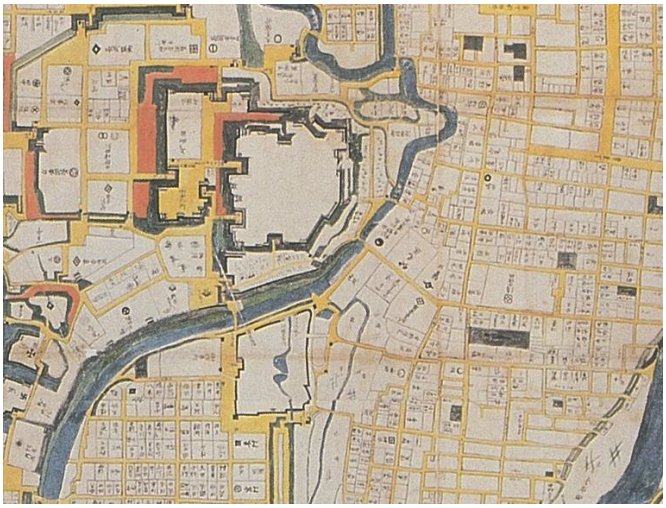


図 2-1. 文久 2(1805)年　熊本之図※2

藩主の邸宅、政務の中心であった格式高い花畑屋敷

国許屋敷に定められ藩主の起居の場とされた花畑屋敷は、広大な敷地の中に能舞台※1を配し、敷地の南側に白川から水を引いた泉水と築山で構成された庭園が整備された格式と品格ある大名屋敷でした。

後に政務の中心の場となった屋敷の正門前の空間には参勤交代の際、藩主やその供をした人々の行列を送迎する場として機能しました。(図 2-2～6)

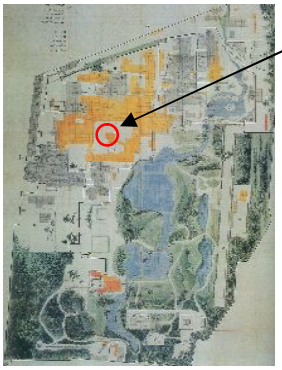


図 2-2. 江戸時代
御花畑御絵図※2

図 2-3. 花畑屋敷全景

図 2-4. 参勤交代迎え仕度(花畑邸前)※3

※1　能舞台は現在のみずほ銀行熊本支店あたりにあったと考えられる
※2　熊本本市史　別編　第一巻
※3　御入国・御行列図(永青文庫　所蔵)

図 2-5. 陽春庭中之圖(花畑屋敷を南より見る)※1

図 2-6. 陽春庭中之圖(花畑屋敷を北より見る)※1

※1 永青文庫所蔵

②明治期以降

花畑屋敷跡地周辺の発展

花畑屋敷周辺は江戸期には上中級家臣の住む主要な侍町でしたが、明治４年に鎮西鎮台が置かれ、大正 13 年に連隊が移転されるまで練兵場・兵営として利用されました。天皇の行幸（視察）先ともなり、これを記念して周囲の道路や橋などの基盤整備が行われました。

また、明治初期にはジェーンズを教師とする熊本洋学校が熊本城内（現熊本県立第一高等学校）に創立され、多数の有為な人材（浮田和民、徳富蘇峰、横井時敬など）を輩出しました。

大正 13 年の三大事業は「連隊移転」のほかに「上水道施設の整備」「市営電車の開通」があり、それぞれが熊本市の近代都市化につながりました。また、昭和初期には新市街に百貨店の新設や市電の拡張整備がなされ、熊本市の業務・商業中心地として発展しました。（図 2-7）

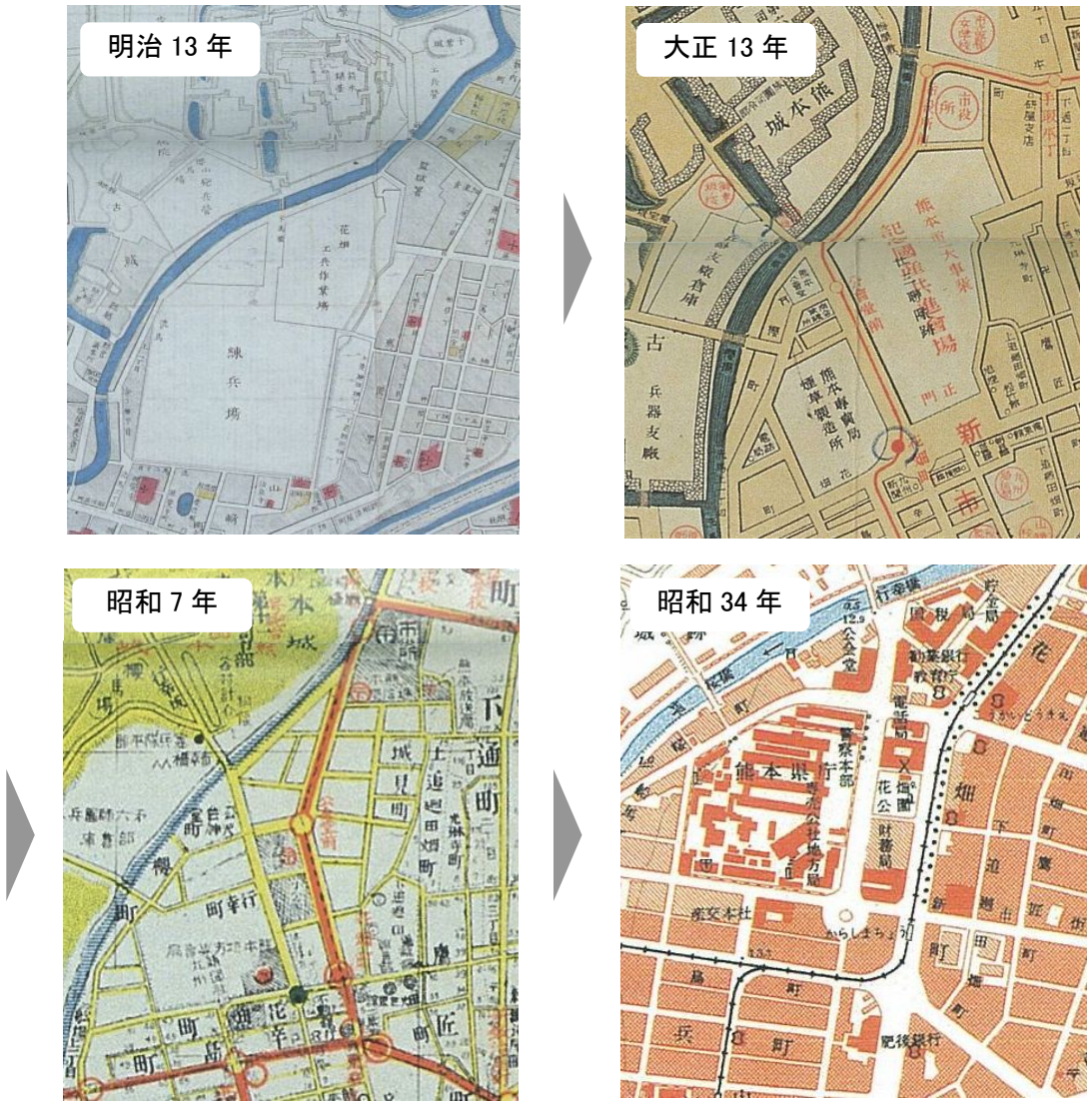


図 2-7. 市街地の変遷※1

※1 出典：熊本本市史　別編　第一巻

市民のハレの場として利用

西南戦争の戦火から一度復興した市街地は第二次大戦により再び焦土と化すものの力強く復興し、花畑町周辺はその後東京五輪聖火イベント、展示会場など市民にとってのハレの場として利用されてきました。（写真 2-8、9）

写真 2-8. 東京五輪聖火イベント※1
（昭和 36 年）

写真 2-9. 明治天皇行幸（ぎょうこう）にちなんで名づけられた行幸橋（みゆきばし）※1（昭和 34 年）

※1 出典：熊本日日新聞

③花畑・辛島両公園の変遷

花畑公園

花畑公園は昭和 4 年に都心に自然景観を演出する目的で整備されました。花畑屋敷が整備される以前に鎮座していた代継神社※1 の頃から残るという大楠がそのまま残され、公園内でテレビ観覧や火の国まつり行事が行われるなど、市民の集いの場として親しまれてきました。(写真 2-10,11)

写真 2-10. 花畑公園内
ﾃﾚﾋﾞ観覧※2(昭和 39 年)

写真 2-11. 花畑公園内で行われた
火の国まつり行事※2(昭和 40 年)

辛島公園

辛島公園は大正期の市電開通時は宅地やロータリーとなっていましたが、昭和 33 年戦災復興計画により都市計画公園として整備されました。地下水都市を象徴する噴水のある市民の憩いの場となっていました。(写真 2-12,13)

写真2-12. 辛島公園内のサーカス公演※2
(昭和34年)

写真2-13. 辛島公園の噴水※2
(昭和37年)

※1 代継神社の名前の由来は、応和元年(961 年)に国司・紀師信(きのもろのぶ)が赴任の際、茶臼山南麗(現花畑公園)に国の守護神として祀り、敷地の四隅に大木を植えて「四木宮」と称したのに端を発する。江戸期に至っても信仰の対象とされたが、慶安 3 年(1650 年)、藩主・細川光尚の長男・綱利が幼少にして領地を受け継ぐことが出来たので、これを神徳の加護によるものとして「代継宮」と改称したとされる。
(参考:http://www.yotsugiguu.jp/gosaishin.html)

※2 出典:熊本日日新聞

3 まちづくりビジョン

（１）桜町・花畑周辺地区の課題と展望

①中心市街地活性化基本計画による位置づけ

4つの地区で構成される熊本の中心市街地

熊本市の中心市街地は、北は熊本城周辺から南はJR熊本駅周辺までの白川右岸のエリアに広がっており、次の 4 地区で構成されています。桜町・花畑周辺地区は、主として商業、業務等の都市機能を集積させる通町・桜町周辺地区の中に位置します。

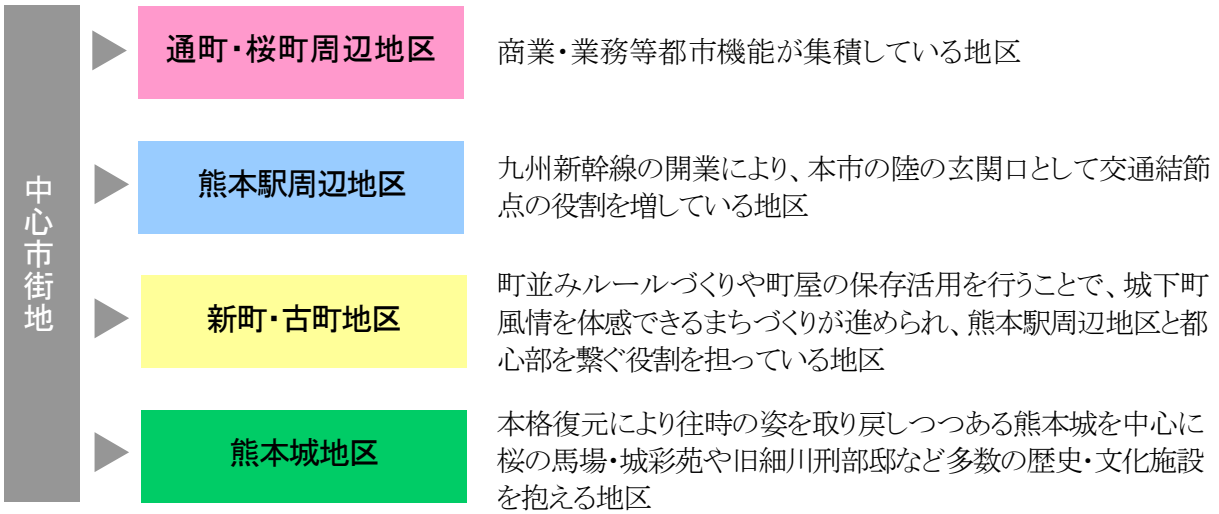


図 3-1.熊本市の中心市街地を構成する 4 地区

「熊本市中心市街地活性化基本計画（熊本地区）」より

②都市機能の現状

2 核 3 モール中の一核を成し、MICE※1 施設の整備が予定される桜町・花畑周辺地区

桜町・花畑周辺地区は、通町地区の鶴屋百貨店周辺とともに本市の2つの大きな商業核の 1 つとして中心市街地の賑わいを創出する場所として発展してきました。

シンボルプロムナード周辺には、熊本市国際交流会館や崇城大学市民ホール（市民会館）などの文化施設、NTT 西日本、朝日新聞社など情報・メディア企業、熊本城や桜の馬場・城彩苑を中心とした観光交流施設が立地しており、上通、下通、新市街と続くアーケードにも気軽に歩いて行ける距離にあります。

さらに、シンボルプロムナードに面する二つの再開発地区では、桜町地区において、3,000 人収容可能なMICE 施設、観光やビジネスで地区を訪れる来街者のための宿泊施設、地区の商業と連携し集客力を向上させる核となる商業施設などの機能の導入が検討されており、花畑地区では文化ホールの設置などが検討されています

熊本最大の「駅」：交通センター

この地区には、バス交通の拠点である交通センターが立地しています。同センターでは、熊本県全域、京都・大阪・神戸等の関西方面や福岡・長崎・鹿児島・宮崎・大分等の九州各地へ行き来するバスが 1 日平均約 5,700 回発着※2し、1 日約 40,000 人が利用※2しています。JR 熊本駅の 1 日平均乗降客数が約 20,000 人であることから、交通センターは言うなれば県下最大の「駅」といえます。

この交通センターは施設の老朽化やバスルートの統合に伴う再整備、構内の歩行者動線に段差が多いなどの課題を抱えており、今後桜町地区再開発事業でリニューアルが予定されています。

※1MICEとは、企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際会議や全国規模の大会、学会（Convention）、展示会・見本市、様々なイベント（Event/Exhibition）などを包括した新しい集客施策の枠組み。

※2 出典：熊本交通センターHP より。
URL http://www.kyusanko.co.jp/terminal/pages_green_gaiyou.htm

③中心市街地の4地区をつなぐ“かすがい”

中心市街地の再デザインに取り組む中で、桜町・花畑周辺地区においては、九州中央の交流拠点都市にふさわしい魅力ある都市の顔とするため、熊本城地区、通町・桜町地区、新町・古町地区、熊本駅周辺地区のそれぞれの個性を磨き、相互の連携を高めていく必要があります。そのため、熊本城から白川へ至るシンボルプロムナードを含む南北の軸を 4 つの地区を繋ぐ”かすがい“として整備し、連携の向上を図ります。

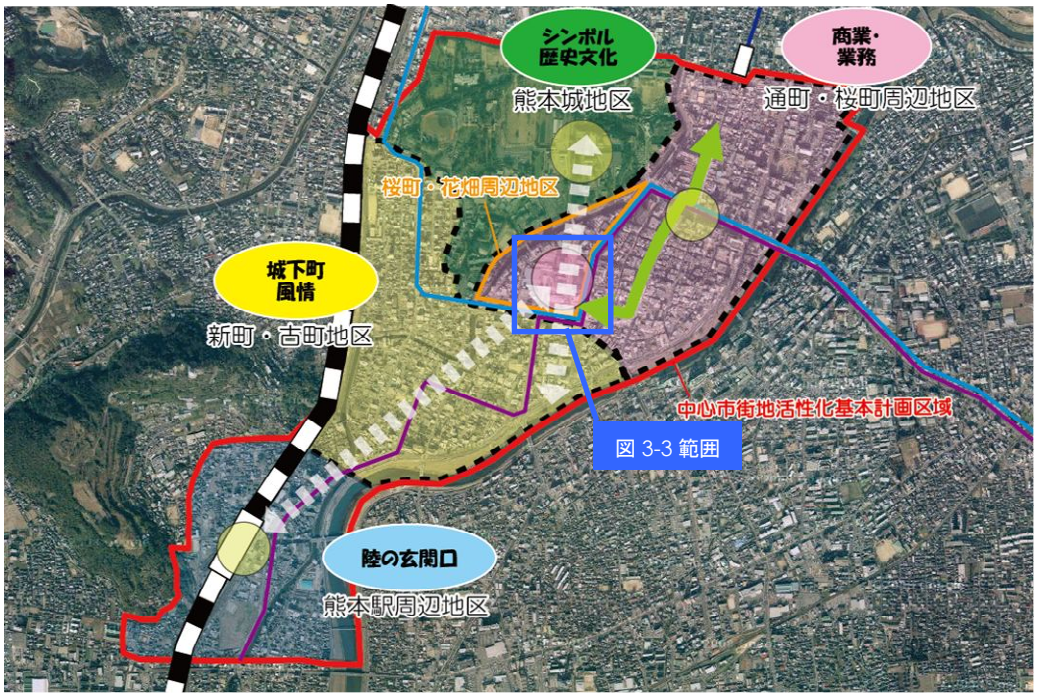
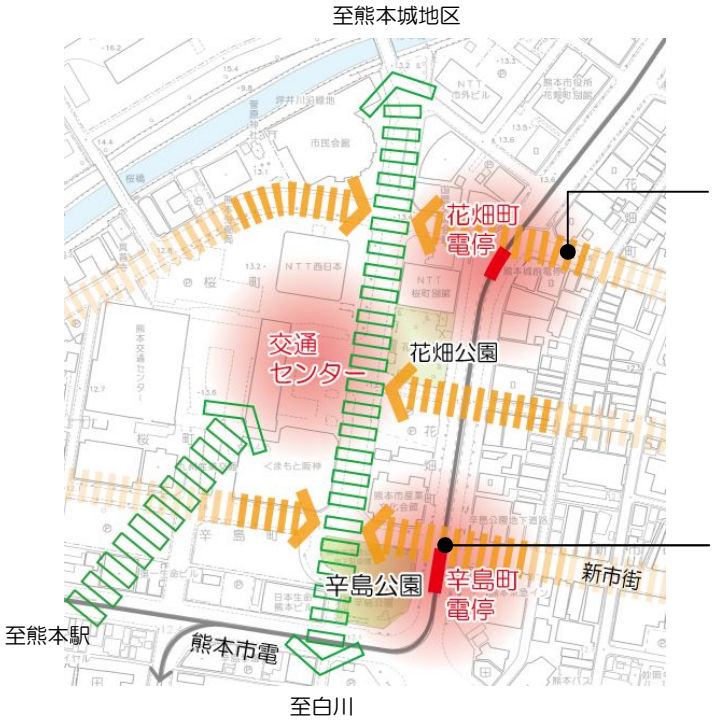


図 3-2. 桜町・花畑周辺地区の位置づけと地区をつなぐ“かすがい”のイメージ



周辺の通りとシンボルプロムナードをつなぐことで、まち歩き（回遊）を促進する

市電の乗降客からの視認性を高めることによって、市民や観光客がまちを訪れたくなる雰囲気をつくる

図 3-3. “かすがい”として果たす役割のイメージ

④シンボルプロムナード化による通町・桜町地区の回遊性の向上

通町・桜町周辺地区は中心市街地の中でも「2 核 3 モール」を中心に集客力が特に高く、同地区の集客が中心市街地全体への集客に繋がることから、拠点性をさらに高め、また新たな魅力創出や安全安心で快適な歩行空間等を確保し、活力と賑わいに満ちた空間形成が求められています。

一方、近年 2 核の一方である桜町周辺地区における通行量は減少傾向※1 にあり、中心商店街をはじめとした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。

今後は、シンボルプロムナードとその周辺の諸機能の連携などにより回遊性の向上に努め、中心市街地の活性化を図ります。

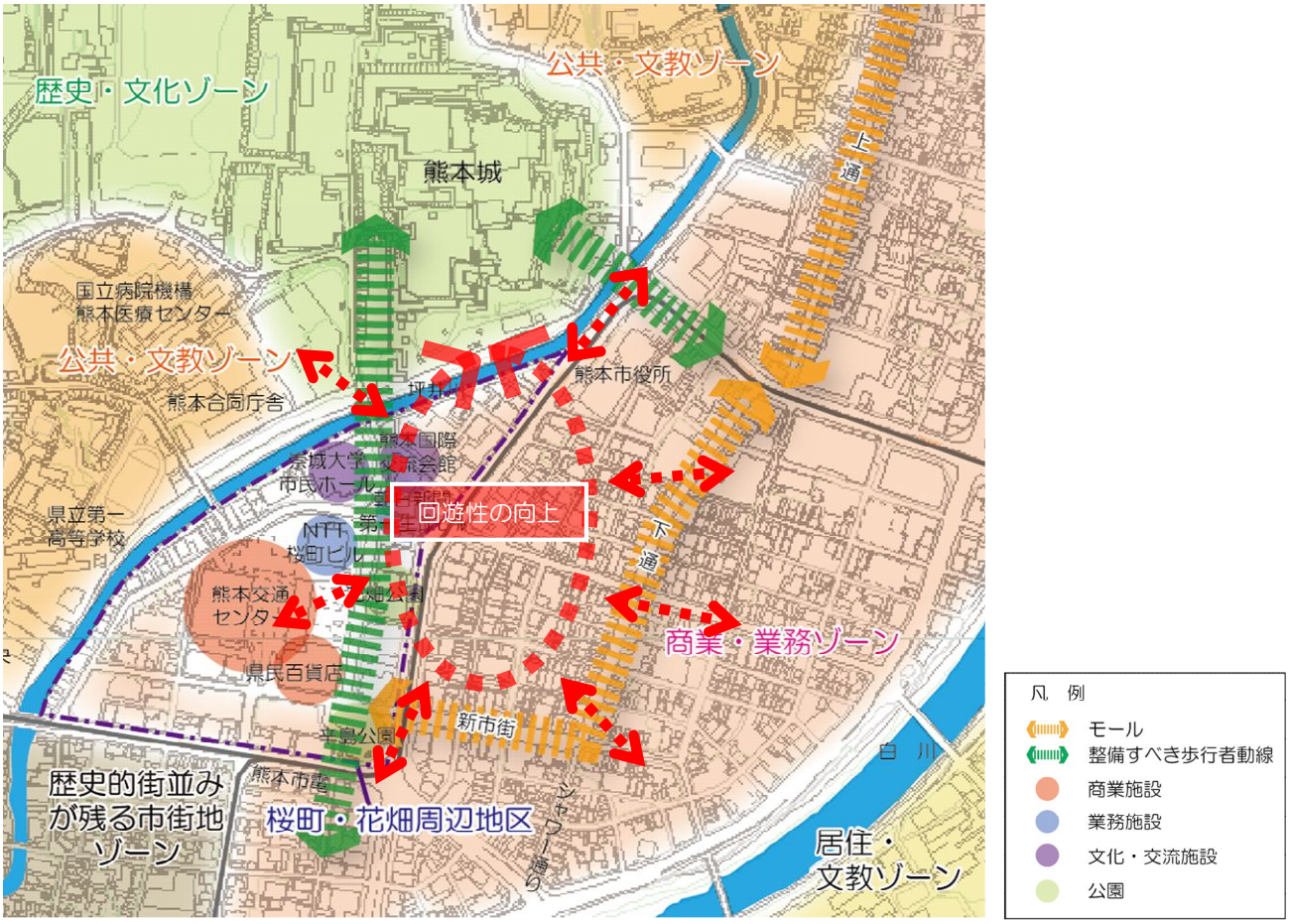


図 3-4. シンボルプロムナード整備による通町・桜町地区の回遊性の向上

※1 平成 22 年度商店街通行量調査結果より。
通町・花畑周辺地区を含む「中心商店街」全体における通行量は前年度比で平日 1.9%減、休日 8.5%減、合計では 5.2%減と特に休日の減少が顕著であったが、パルコ南側の地点では平日休日計 5.8%増、鶴屋西側の地点では計 1.2%増、上通と直交する裏通りへと抜ける坂梨カメラ前で計 5.9%増と一部では増加も見られ、人の流れが変化していることがうかがえる。

（２）桜町・花畑周辺地区の特性から見た担うべき役割

桜町・花畑周辺地区は、地区の持つ特徴的な歴史性や立地特性を踏まえたまちづくりを推進する役割を担うと考えます。

当地区は江戸期に国許屋敷に定められ政務の中心であった花畑屋敷があり、かつては日常的に藩主とその家臣達が熊本城との間を行き来するお城と庭続きのような関係にありました。加えて、熊本城のすぐそばからお城を望むことができる立地にあり、こうした歴史性や景観特性に配慮し土地の記憶を継承するまちづくりが求められます。

また、明治期以降の近代には、大正の三大事業による近代都市化、百貨店の新設や市電の拡張整備等により、熊本市の商業・業務中心地として発展し、東京五輪聖火イベントや展示会場など市民にとってのハレの場として利用されてきた経緯があり、こうした地区特性を活かしたまちづくりが求められます。

さらに、現在当地区に立地する交通センターは熊本県全域、関西方面や九州各地から 1 日に 40,000 人以上の市民や観光客が訪れる県下最大の「駅」であり、地区周辺は「駅前」にふさわしく人々が集い寛げる魅力的な顔づくりが求められます。

（３）目指すべき姿

当地区の担うべき役割を踏まえ、以下の観点から目指すべき姿を整理しました。

これは、中心市街地の再デザインや熊本城の眺望を大切にする景観づくりを牽引していく当地区のまちづくりのビジョンとなるものです。

目指すべき姿

① 花畑屋敷など歴史・土地の記憶を継承する空間

熊本城と一体の庭つづきのような花畑屋敷がかつて存在した歴史を継承した空間であり、和の精神に基づく洗練された柔軟性を有する空間

② お城への眺望を活かしたハレの場・おもてなしの空間

熊本城への景観のための「秩序」と活力を生み出す「多様性」が調和する空間であり、ハレの場、おもてなしの場として自由な使い方ができる変幻自在の空間

③ 日常的に集える水や緑豊かな空間

お城と庭つづきの緑とかつて花畑屋敷にもあった泉水に包まれた、集い、くつろぐ空間であり、周辺の建物がそれを演出する空間

④ 交通センターという熊本最大の「駅前」という特性を活かした空間

県下最大の「駅」に面する熊本の顔として、熊本といえばここといえるような象徴的な空間

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**ー熊本城と庭つづき『まちの大広間』ー**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

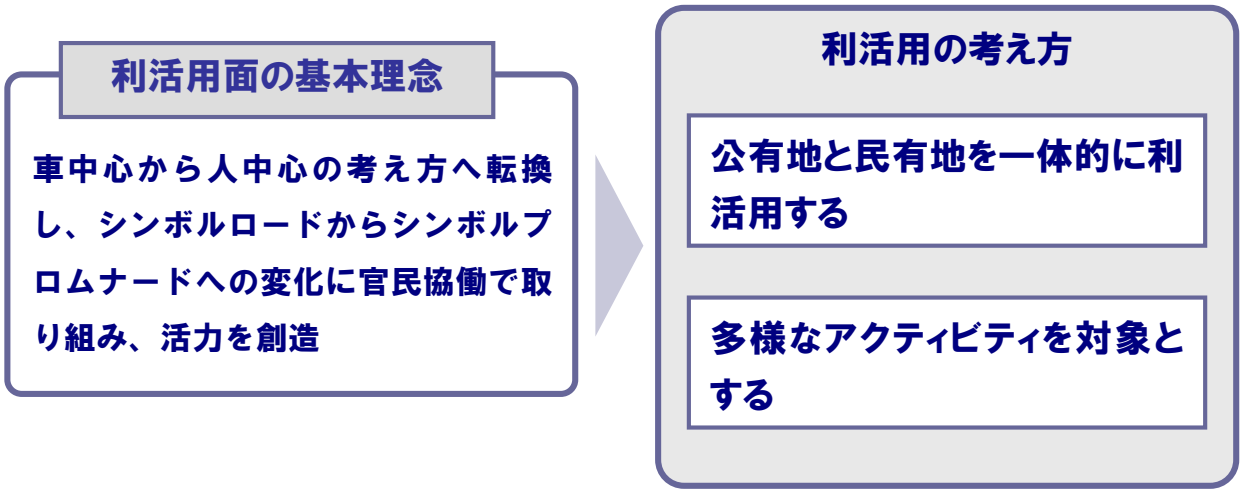
5 空間利活用の考え方

（１）基本的な考え方

車中心から人中心のまちづくりへと考え方を転換するさきがけとなるのがシンボルプロムナードです。そこでは車が入ってこない心地よい空間となるだけではなく、これまで道路上では制約があって思うように利活用できなかったことでも可能になります。

シンボルロードからシンボルプロムナードへと再デザインすることは、そうした様々な利活用をシンボルプロムナードで活発に繰り広げることで中心市街地に人を呼び込み、賑わいと活力を生み出すことがねらいです。

その利活用に際しては、公有地と民有地の垣根を取り払い一体的な空間として利活用することが必要です。また、特定の利活用に限定することなく、多様なアクティビティ※1 を対象とすることが必要と考えます。



公有地と民有地を一体的に利活用する

公有地と民有地を空間的に分け隔てることなく一体のものとして位置づけることによって空間的な広がりが生じ、利活用の自由度が高まります。また民有地を含めて利活用を展開することには次のようなねらいがあり、これは一体的な利活用に期待する効果とも言えます。

1）桜町・花畑周辺地区に人が集って賑わいが生まれ、それにあわせてシンボルプロムナードに面する再開発ビル等をより多くの人が利用するようになり、シンボルプロムナードや再開発の事業価値が高まる。

2）一体的利活用を通じて若手の創作家が育ったり、新商品や起業家が生まれるなど、熊本から新しいコトが起こり、新しいビジネスや文化が生まれる。

※1 アクティビティとは単なるイベントに限らず、個人の日常的な生活活動から団体のサークル活動、ビジネスとしてのサービス活動まで広義な活動を指している。

多様なアクティビティを対象とする

前述のねらいの実現に必要なことは「新しい人やコトを生み出す機運」であり、それを生み出すためにはシンボルプロムナードだけでなく再開発事業等の周辺施設と一体に実施されるアクティビティの充実が大きな鍵となります。

そこで、シンボルプロムナードで展開するアクティビティは、そのターゲットを市民と観光客の両方に軸足を置き、

- 市民が集い、憩い、楽しむ日常的な活動
- 世界から人やコトを呼び込み、新しいビジネス・文化を世界へ向けて発信する活動

を市民が中心となって展開していくことをめざします。

そのため、熊本ならではの場所性※1 やシーズ※2 を考慮しながら、領域（範疇）や目的※3、訴求範囲※4 等の特性を踏まえたうえで、多様なアクティビティをターゲットとします。

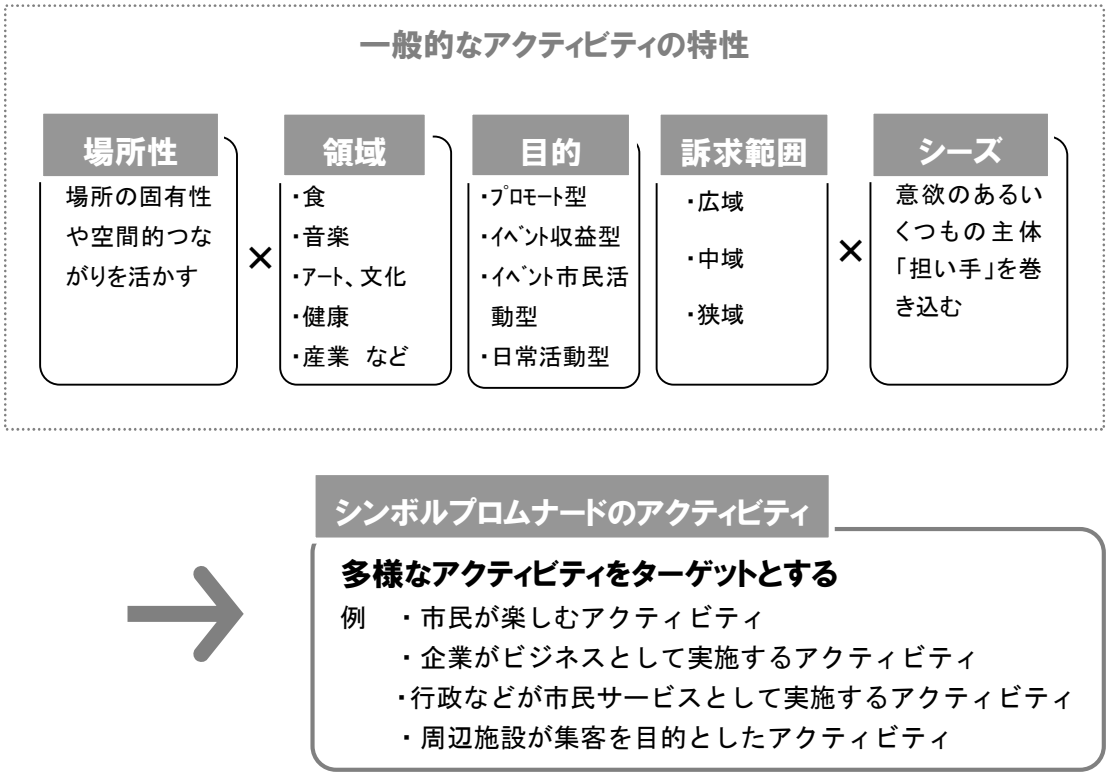


図 5-1. アクティビティの分類とシンボルプロムナードの対象とするアクティビティ

※1　場所性とはその場所の歴史、風土、地理的特性、文化的資源等を指す。
※2　シーズとはアクティビティの種になると思われる熊本固有のヒト、モノ、技術、ノウハウ、アイデア等を指す。
※3 目的の分類
プロモート型：商品等の販売促進・認知拡大等を目的
イベント収益型：イベントへの入場料やそこで実施される商品販売の収益を目的
イベント市民活動型：公的機関や市民団体等が主体となって市民活動の発表などを目的
日常活動型：市民が日常の活動として行なうもの
※4 訴求範囲とはアクティビティをアピールしたり、広めたいターゲットとなる対象範囲を指す。

（２）シンボルプロムナードの位置づけと使い方

①条例に基づく広場として位置づけ

シンボルプロムナードでは、一般的に道路では想定できないイベントなどのアクティビティを実施するため、都市公園法による都市公園や道路法による道路ではなく、条例に基づく「広場」※1として位置づけます。

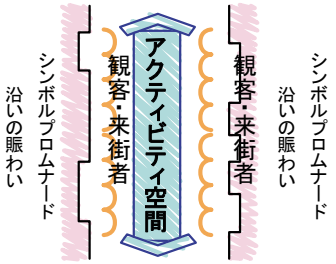
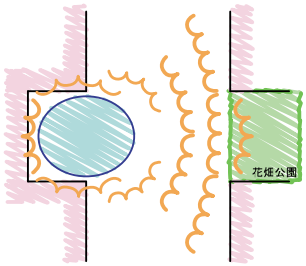
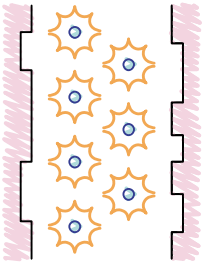
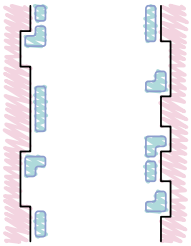
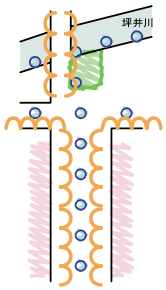
②シンボルプロムナードの使い方

アクティビティには色々な空間の使い方があり、シンボルプロムナードはそれらに対応が可能な自由度の高い空間とします。そのためには、以下のような点に留意する必要があります。

- 空間的な広がり（直線・たまり・面的空間）が必要
- 特定のアクティビティに対応するための固定的装置は必要なく、空間の場面転換が可能な柔軟性が必要
- シンボルプロムナードに面した建物の低層部には、アクティビティを誘導・展開できるしつらえが必要

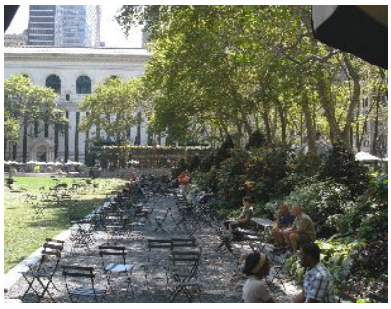
※1　広場の具体的な課題等については、参考資料として、具体例を「P36～P40」に掲載。

表 5-1. アクティビティの類型と展開例

類　型	アクティビティ展開の概念図	アクティビティの例
直線型		ストリートウェディング／ファッションショー 人間将棋／市民綱引き大会 1000人早朝ラジオ体操／植木市　等
たまり型		能舞台／パブリックビューイング※1 クリスマスイベント 豆まき・開運イベント　等
点在型		野点／フリーマーケット／軽トラ市 地産地消市／賑わい市 七夕灯明イベント／打ち水イベント 大道芸コンクール　等
日常型		城下町の空気を感じられるカフェ 日常での賑わい・憩い等
周辺連携型		七夕灯明イベント／打ち水イベント みずあかり　等

※1　パブリックビューイングとは、スポーツ競技などにおいて、スタジアムや街頭などにある大型の映像装置を利用して観戦を行うこと。

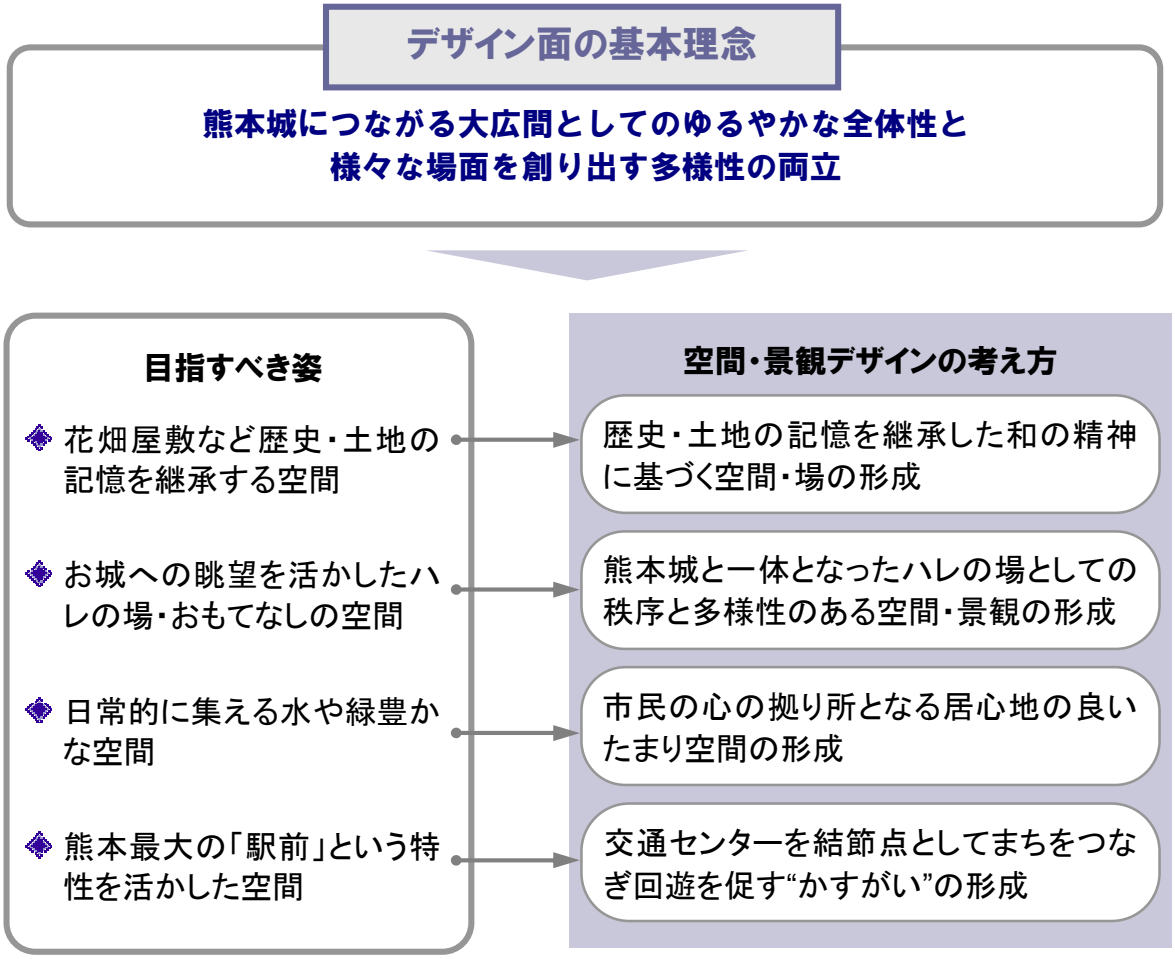
表 5-2. 目指すべき姿とアクティビティのイメージ

目指すべき姿	想定アクティビティ	アクティビティのイメージ
花畑屋敷など歴史や土地の記憶を継承する空間	・「和」の精神を語り継ぎ発信する活動	 和太鼓の演奏 埼玉／薪能イベント （http://www.scvb.or.jp）
お城への眺望を活かしたハレの場・おもてなしの空間	・市民団体等が開催するお祭り・定期イベント ・競技大会の選抜戦	 みずあかり 熊本城マラソン
日常的に集える水や緑豊かな空間	・市民や来訪者が日常的に集い賑わう場 ・市民団体・公共団体の活動発表の場 ・四季折々の行事や憩い・レクリエーションの場	 東京国際フォーラム／屋台村 （http://www.w-tokyodo.com/neostall/）  ブライアントパーク（米国）／ オープンカフェ
交通センターという熊本最大の「駅前」という特性を活かした空間	・他目的で訪れた人も巻き込むようなイベント	 新宿アルタ前広場／ゲリラライブ （http://ayate.youblog.jp/） 城下町大にぎわい市

6 空間・景観デザインの考え方

（１）基本的な考え方

桜町・花畑周辺地区を「選ばれる都市」の顔として、シンボルプロムナードの整備にあわせて地区を一体的に再デザインしていくために、空間・景観デザインの考え方を次のように整理します。



このことはシンボルプロムナードだけではなく、シンボルプロムナードとその周辺の建物が一体となって風景を作り出していくことにより、実現させようとするものです。

（２）シンボルプロムナード自体の空間・景観デザインの考え方

基本的な考え方に基づき、シンボルプロムナードの具体的な空間・景観デザインの考え方を以下に示します。

シンボルプロムナードでは、その周辺の土地利用の性格を考慮しながら、熊本城からの連続性を感じさせる緑豊かな「憩いの場」、交通センターの人の往来・アクティビティと呼応するような「賑わいの場」、新市街アーケードとの結節点となる「たまりの場」など、場所に応じて緩やかな性格付けを行うこととします。

◆歴史・土地の記憶を継承した和の精神に基づく空間・場の形成

- かつて熊本城と庭つづきであった花畑屋敷庭園の記憶を受け継ぐとともに、現在の花畑公園との高低差をバリアとして感じさせない変化のある柔らかい起伏をつくり、和の精神に基づく場面転換が可能な柔軟な空間利用との両立を図ります。（写真 6-1）
- 熊本市の歴史を再発見・認識できる市固有の自然やまちに刻まれた歴史性を活かした空間をつくるために、和をイメージさせる素材や設えとします。

◆熊本城と一体となったハレの場としての空間・景観の形成

- 熊本城とシンボルプロムナードは双方向からの眺望を尊重し、シンボルプロムナードから熊本城への優れた眺望を確保するとともに、熊本城からシンボルプロムナードへの眺望も意識して『まちの大広間』としての演出を施します。
- 交通センターからアクセスする人が最初に目にする空間として、賑わいを体感できる場を設けます。（写真 6-2）
- ハレの場として、様々なアクティビティに対応（場面転換）できる柔軟な空間を形成するとともに、それらのアクティビティに対応できるように電気、水道などの必要とされる設備の充実を図ります。

写真 6-1. 柔らかなデザインの例

写真 6-2. 賑わいの中心となる場の例

◆市民の心の拠り所となる居心地の良いたまり空間の形成

- 熊本城と庭つづきとなる緑をテーマに、熊本城の景色を「借りて（借景して）」まちの価値を高めるとともに、質の高い緑を導入することで創出する憩いの空間や景観を「貸して（貸景して）」地域に貢献することを目指します。
- 地下水都市・熊本を象徴する水をテーマに、豊かな地下水が湧き出ることをイメージさせる仕掛けや、例えば海水を導き潮の満ち引きによって池の趣を変える「潮入の池」※1のような日本古来の造園技術などを象徴的に取り入れ、市民の心に響く空間づくりを目指します。（写真 6-3）
- 水と緑に包まれた日常的な憩いの空間を創出し、夏の暑い時でも人々が自然と集まる快適な環境を形成します。
- 災害時の避難拠点としても利用できる備えを検討します。
- 熊本城との連続性を感じさせる緑豊かな「憩いの場」、交通センターの人の往来・アクティビティと呼応する「賑わいの場」、新市街アーケードとの結節となる「たまりの場」など、場所に応じた緩やかな性格づけを行います。

◆交通センターを結節点としてまちをつなぎ回遊を促す“かすがい”の形成

- まちなかの回遊性を向上させるため、交通センターや下通、新市街などからのアクセスを受け止め、回遊につなげていくたまり空間を形成します。（写真 6-4）
- シンボルプロムナードに面する建物低層部の商業機能などと協調しながら賑わいを創出します。

写真 6-3. 水を象徴的に取り入れたデザインの例
（浜離宮恩賜庭園の「潮入の池」）

写真 6-4. 商業施設と一体となったたまり空間の例

※1 潮入の池とは海水を導き潮の満ち引きによって池の趣を変えるもので、海辺の庭園で用いられていた様式を指す。

（３）シンボルプロムナード周辺を含めた関連エリアの建物の規制誘導の考え方

シンボルプロムナード周辺を含めた関連エリアの建物の規制誘導については、地区全体での景観・環境形成の観点から強く規制誘導する項目や、一定の統一感を確保しつつ詳細は事業者の創意工夫を促すという観点から緩やかに規制誘導する項目など、規制誘導に強弱をつけて担保していくこととします。

◆歴史・土地の記憶を継承した和の精神に基づく空間・場の形成

- 花畑公園の広がりや既存のオープンスペースとのつながりを活かせるようなたまり空間を形成します。

【④－3 壁面デザイン（主に低層部）】

◆熊本城と一体となったハレの場としての空間・景観の形成

- 建物内に優れた眺望を得られるポイント（眺望点）を設定し、誰もが利用しやすい眺望空間の創出を図ります。（写真 6-5）

【①眺望点の設定 】

- 熊本城への優れた眺望を確保・演出できるよう、建物の壁面位置の統一やデザインの工夫を図ります。

【②－1 壁面の位置（主に低層部）、④－1壁面デザイン（主に中高層部）】

- 熊本城への眺望の背景となる空を大きく確保できるよう、高層階の壁面の位置の後退を図ります。

【②－2 壁面の位置（主に高層部）・高さ】

- シンボルプロムナードで繰り広げられる多様なアクティビティを観覧できる場を設けるなど、シンボルプロムナードと建物の一体性が高まるような空間の形成を図ります。（写真 6-6）

【④－3 壁面デザイン（主に低層部） 】

【⑤シンボルプロムナードの使い方（断面構成）】

写真 6-5. 眺望点のイメージ（合成写真）

写真 6-6. 立体的にアクティビティを観覧できる場の例

◆市民の心の拠り所となる居心地の良いたまり空間の形成

- 低層部の壁面をデザイン的に分節するなどしてヒューマンスケール※1 に配慮します。（写真 6-7）
- 建物の顔をシンボルプロムナードに向けて整備し、低層部施設に直接出入りできるよう工夫します。

【④－3 壁面デザイン（主に低層部）】

- 地上面の屋外空間の緑化にとどまらず、屋上や壁面等の積極的な緑化により貸景となる緑空間を形成します。

【⑥緑化】

◆交通センターを結節点としてまちをつなぎ回遊を促す“かすがい”の形成

- シンボルプロムナードに面する建物の低層部、及び銀座通り、下通、新市街などの周辺からの主要な動線は、歩行者空間として充実するよう工夫します。

【②－1 壁面の位置（主に低層部）】

- シンボルプロムナードに面した低層部や、周辺からの主要な歩行者空間沿いには、賑わいを生み出す施設の配置を検討します。（写真 6-8）

【③低層部用途】

- 桜町・花畑周辺地区のシンボル性や存在感を高められるように、白川方面、新市街、下通、電車通りなどから人々の視線を受け止める街角の顔づくりを図ります。

【④－2 壁面デザイン（低～中高層部）】

写真 6-7. 低層部壁面のデザイン的分節の例

写真 6-8. 賑わい施設の配置の例

※1 人間的な尺度。建築や外部空間などで人間が活動するのにふさわしい空間の規模を指す。

※2 関連エリアを含めたシンボルプロムナードに面した建物の規制誘導①から⑥については、参考資料として、具体的な手法や項目の案を「P41～P49」に「たたき台」として掲載。

（4）花畑公園・辛島公園の再整備の考え方

①花畑公園

花畑公園は加藤清正が熊本城を築いた時に城外に設けた御殿の場所に位置しており、昭和４年に熊本市の三大事業の一つである歩兵第二十三連隊の大江への移転に伴い、近代都市にふさわしい都心づくりの一環として、都心に自然景観を演出する目的で御殿の一部を残して整備されました。

かつてこの地には代継神社があり、境内には4本の大楠があったことから四木神社と呼ばれていましたが、その頃から残るといわれる大楠が公園内に存在し、テレビ観覧や火の国まつり行事の開催など市民の集いの場として利用されてきました。大楠の周りには円形ベンチが設けられましたが、昭和 48 年に大楠が枝枯れしたため、周辺土壌を掘削し、土壌改良して蘇生が図られました。

現在は、公園の地盤がシンボルプロムナードから約 2m 程度高いことから段差が生じ、スロープや階段が設置されているものの入りづらく利用しにくくなっています。また、公園内には 6 つの記念碑があることや大樹の影が落とされていることもあって全体に暗いイメージがあります。（写真 6-9、6-10）

基本的な考え方	**かつて花畑屋敷であった土地の記憶を継承する**
再整備の考え方	・大楠をシンボルとして守る ・シンボルプロムナードと一体となった集い・交流の場として、現況の公園の開放性向上を図る ・歴史を象徴するような和のしつらえを導入する
実現へ向けた課題・検討事項	・樹木の移植の可能性、地盤の切り下げの可能性、記念碑移設・存置の最終判断を行う必要がある

写真 6-9. シンボルプロムナード側の階段

写真 6-10. 公園内の記念碑と大楠

②辛島公園

明治 32 年に日清戦争の戦勝を記念して整備された征清記念碑公園が辛島公園の前身であり、昭和 3 年に白川沿いの下河原公園とともに当時数少ない市民公園として開園し、昭和33年に都市計画公園として再整備されました。その際、バスターミナルのそばにある公園として、地下水都市を象徴する噴水や各種の樹木が配置され、市民の憩いの場として利用されてきました。平成 5 年に公園の地下に駐車場を整備するのに伴って、公園を再整備しました。

現在はかつてのロータリーの形状が公園の一部に残り、そこからは熊本城が正面に見えるほか、噴水があったことを想起させる親水空間があります。また、地下駐車場の出入り口があることなどから公園内に段差が多く、公園内は石張りのためスケートボードでの利用など若干危険な面があります。加えて、盛夏は木陰も少なく、石張りによる照り返しで気温以上に高熱を体感させ、市民が憩える状況とはいえません。(写真 6-11、6-12)

基本的な考え方	**回遊の起点として利用しやすい空間の形成を図る**
再整備の考え方	・段差の解消により周辺からの近づきやすさ・回遊性の向上 ・シンボルプロムナードと一体となった集い・交流の場として、現況の公園の開放性向上を図る ・本公園に面する建築物の再整備と調和した一体的なオープンスペースの形成を図る
実現へ向けた課題・検討事項	・段差解消のための地下構造物の改修の可能性を検討

写真 6-11. 辛島公園内の親水空間

写真 6-12. 公園北側の段差

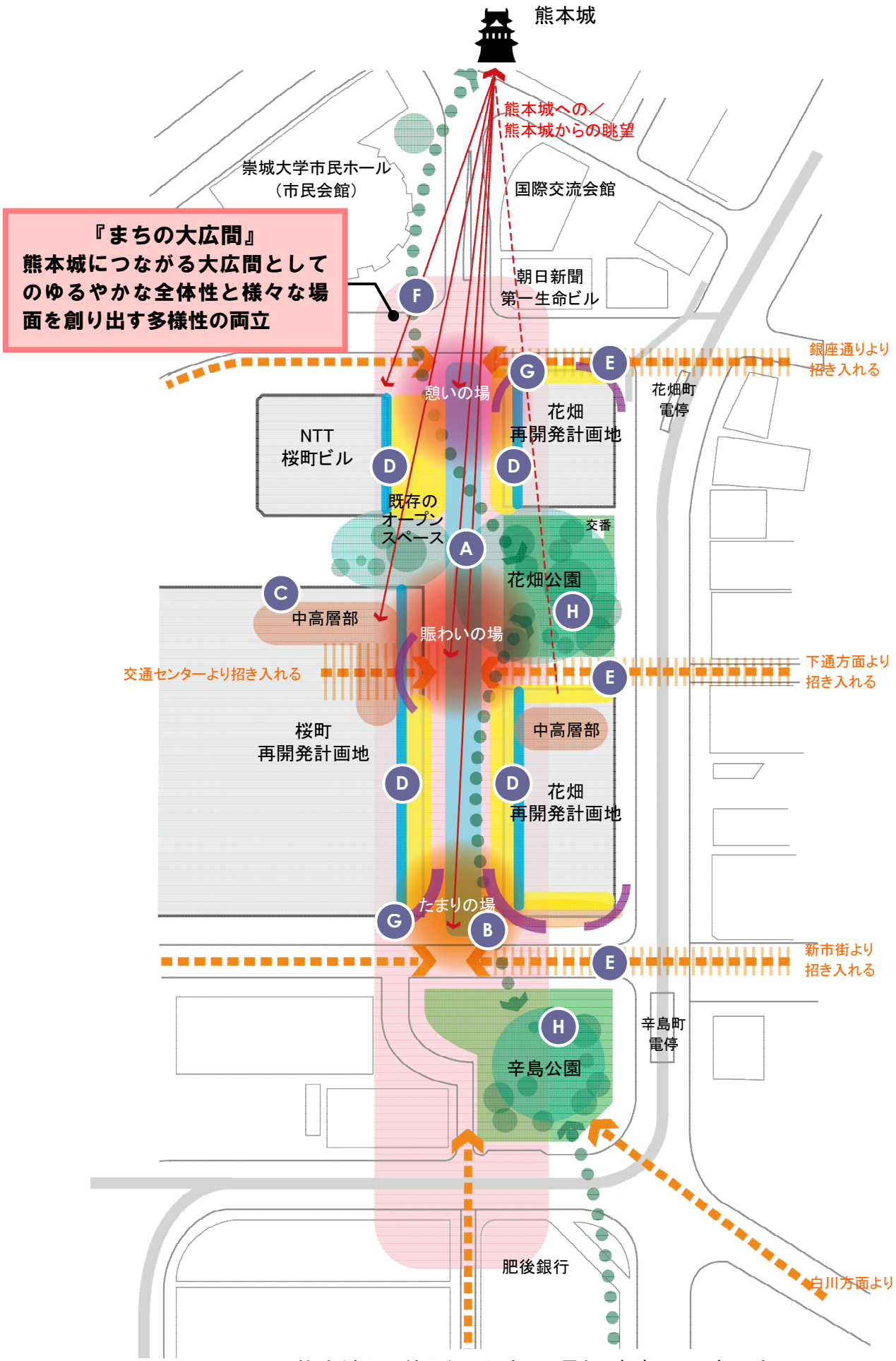


図 6-1. 熊本城と一体となった空間・景観デザインの考え方

A

- 花畑屋敷庭園の記憶を受け継ぐ緩やかな起伏などの柔らかなデザインと柔軟な利用を可能とする空間の両立
- 様々なアクティビティへの対応や災害時の対応を可能とする充実した設備の設置
- 優れた景観や憩いを生み出し貸景となる質の高い緑の導入
- 水・緑に包まれた印象的で快適な空間の形成
- 熊本城との連続性を感じさせる緑豊かな「憩いの場」、交通センターの人の往来・アクティビティと呼応する「賑わいの場」、新市街アーケードとの結節となる「たまりの場」など、場所に応じて緩やかに性格づけ

B

- 回遊を受け止め繋げる、たまり空間の形成

C

- 熊本城への眺望を確保・演出する眺望点の設定

D

- シンボルプロムード上のアクティビティを観覧できる場の確保
- ヒューマンスケールに配慮した壁面デザインの導入
- シンボルプロムナードとの一体性を強化する賑わいを生み出す施設の配置や出入口の設置

E

- 周辺からの主要な歩行者動線の歩行空間の充実

F

- 積極的な緑化などにより貸景となる緑空間の形成

G

- 人々の視線を受け止める街角の顔づくり

H

- 花畑・辛島両公園をそれぞれの歴史を継承し広場と一体となって集い・交流の場となる公園への改修

（シンボルプロムナードのイメージ）

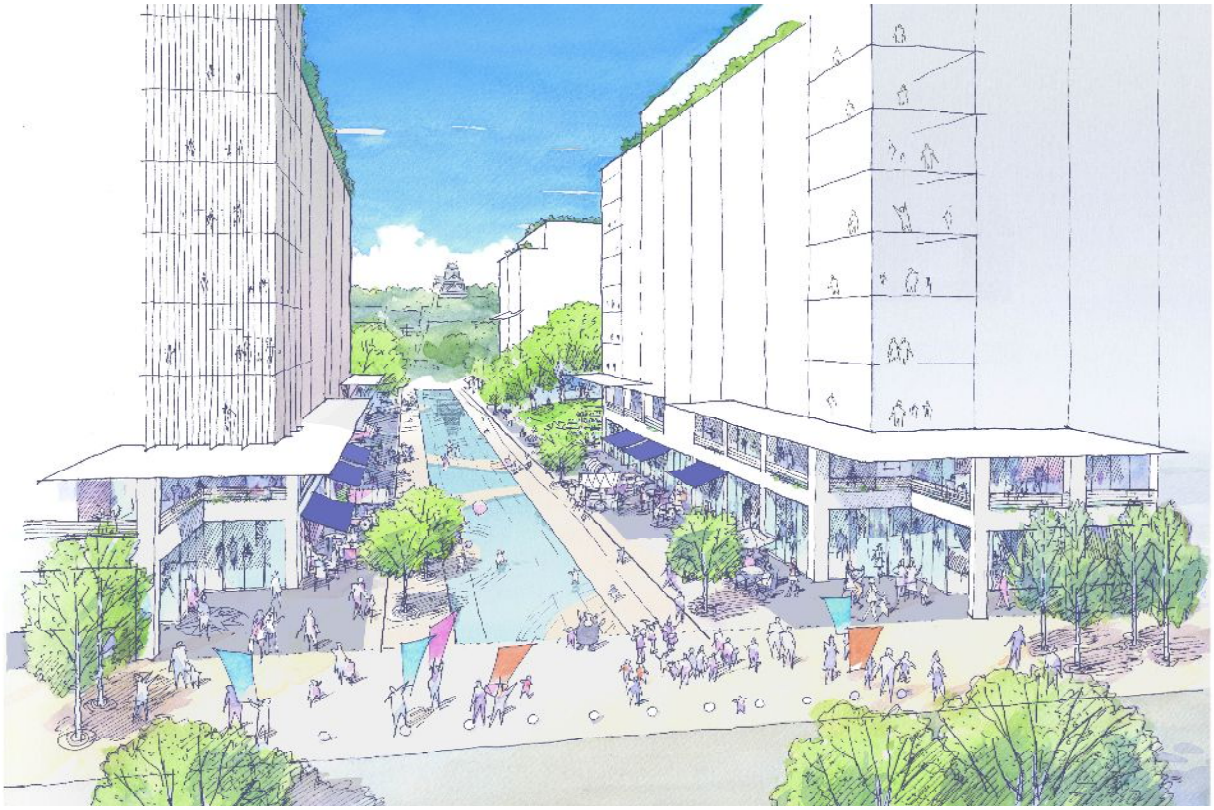


図 6-2. 全景イメージ1

シンボルプロムナード全面に薄く張った水に熊本城や周辺の樹木、変わりゆく空などの風景が映り込み、時間や季節によって様々な表情を見せます。再開発建物側からはカフェなどがにじみ出したり、暑い夏には日よけをせり出したりして一体的に賑わいを演出します。

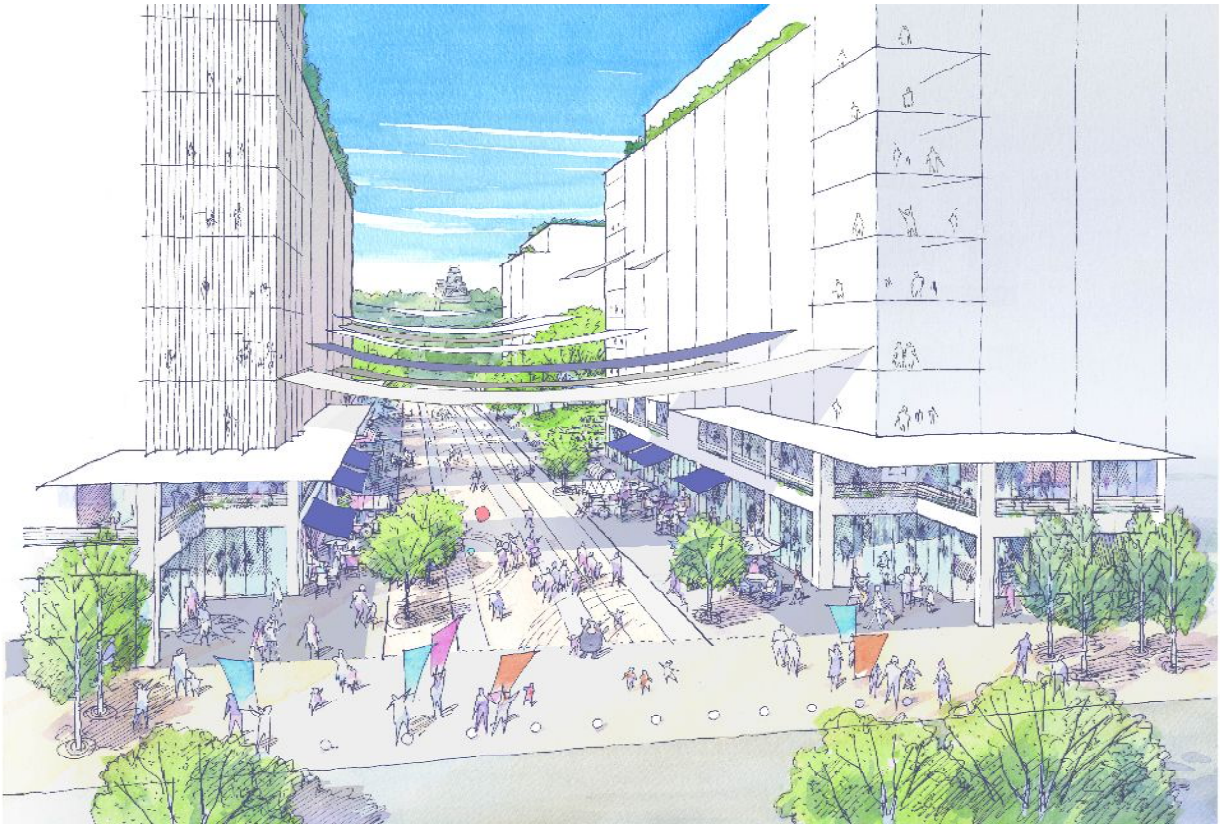


図 6-3. 全景イメージ2

地盤にはごく緩やかな起伏をつけ、水の量（水位）に応じて広場の姿が変わり、多様な景色を楽しむことができます。水を抜くと広々とした空間が出現して、大規模なイベントも行える柔軟な空間となります。

図 6-4. 憩いの場のイメージ
秋には坪井川から広場にかけてみずあかりが開催され、壮大な光のページェントが繰り広げられます。
暑い夏には「足水」で涼んだり、子供は水遊びを楽しむことができます。
お城から続く緑や花畑公園の木々に囲まれた落ち着いた雰囲気の中で読書やインターネットを楽しめます。

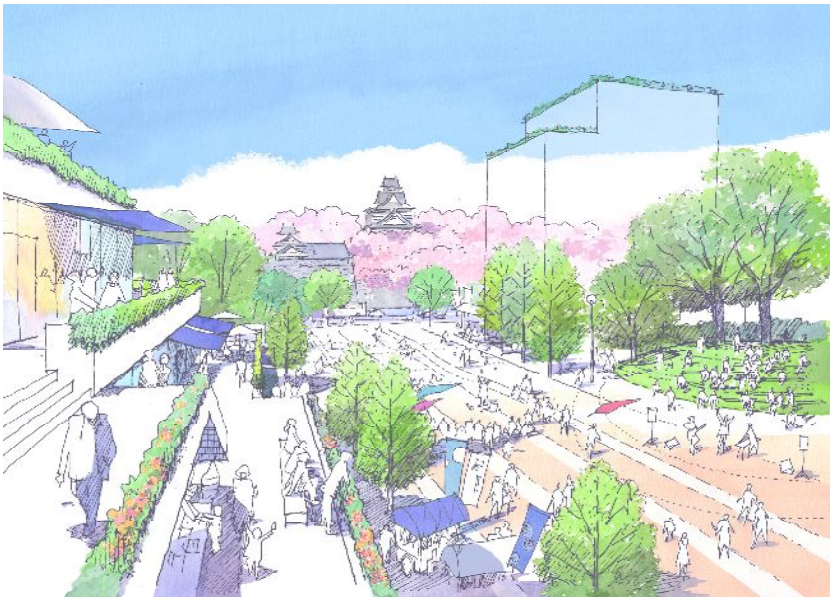


図 6-5. 賑わいの場のイメージ
シンボルプロムナードに面する建物には、色々な角度・高さから天守閣をみることができる眺望ポイントがあります。
交通センターの出入り口付近には、来街者を迎えるおもてなしの空間があり、熊本城を背景にしてコンサートやファッションショーなどのイベントが行われ、建物からそれを見わたせる劇場空間になります。

図 6-6. たまりの場のイメージ
新市街アーケードからシンボルプロムナードまで、建物の壁面後退空間を利用して雨や夏の強い日差しを避けて歩くことができます。
シンボルプロムナードの両側の建物は、それぞれが低層部に大きな庇を突き出すなど「入口としての顔」をつくります。
足元には広がりのあるたまり空間があり、待ち合わせなどに利用できます。

7 将来の管理運営の考え方

シンボルプロムナード（公共用地と民地）の一体的な利活用を促進し、多様なアクティビティを展開していくためには、この固有の財産とも言うべき空間を誰もが利用しやすくすることが必要であり、管理運営についても官と民で別々に行うのではなく一体的に行い、利活用者の利便性と管理運営の効率性を高めることが重要です。

近年、公共的な空間の管理運営に対する地域（市民）の係わりに関しては、市民が新しい公共としての役割を担うという考え方が生まれてきています。そのような方向性について、熊本市の中心部などでまちづくり活動を展開している方々の意見を伺ったところ、

- 個人個人が公共に資するという考え方の重要性
- 利活用や管理運営の仕組みはその検討プロセスを随時公開し、情報共有する仕組みの必要性
- 活動の中心になる若い人材の育成の必要性

など、市民の新しい役割に関してそれを肯定する前向きな意見が多く寄せられています。

これらの意見に応えられるような検討体制や仕組み作りを構築しながら「まちづくりマネジメント」を進めていく必要があります。

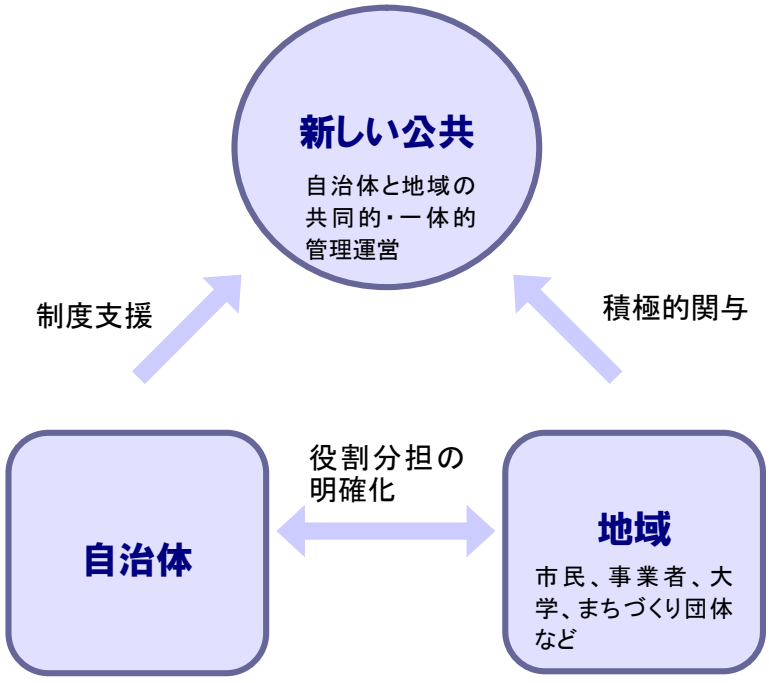


図7-1.一体的に管理運営する官民協働体制の概念図

8 基本構想の実現に向けて

①今後の進め方

本基本構想では、シンボルプロムナードの整備にあわせて、対象エリアの一体的な利活用・デザインを図るための総合的な計画立案、規制誘導、調整等に取り組むため、また、関係者の認識の共有のため、その基本的な考え方をまとめました。

しかしながら、実現に向けては

- ・シンボルプロムナード自体の整備について、どのように具現化していくか
- ・シンボルプロムナード周辺を含めた関連エリアの建物の規制誘導に関する具体的な手法をどのように検討していくか
- ・利活用を促す体制や持続可能な運営の仕組みや人づくりをいかに構築していくか
- ・国内外にシンボルプロムナードの情報をいかに効果的に発信するか

などの課題も多く、その解決に向けた検討に着手する必要があります。

今後、この基本構想を規範とし、再開発施設への導入機能などを想定しながら持続可能な「まちづくりマネジメント」の実現に向け、最終的に「基本計画」として具現化していく中で、一体的な利活用・デザインに関する具体的な方策をまとめていきます。

また、熊本城への眺望に支障となるシンボルプロムナードと熊本城の間の建物については、50 年、100 年後の姿を見据え、熊本城の眺望の確保等について将来の建て替えに合わせた規制誘導手法等を検討していく必要があります。

②今後の予定

平成 24～25 年度：まちづくりマネジメント基本計画策定

- シンボルプロムナードのデザインについては、立体的に検討するため、模型の作成などを試み、将来的にデザイン競技等の実施を検討するとともに、そのための準備としてシンボルプロムナードに必要な機能を確定させます。
- シンボルプロムナード周辺の建物に対しては、基本構想を踏まえた具体的な規制誘導の内容について、再開発事業等と連携しながら地区計画やガイドライン等まちづくりのルールを取りまとめます。
- シンボルプロムナードの整備や利活用については、市民等に対する情報発信に努めていくとともに、キーパーソン等からの活動に根ざした意見の収集に取り組んでいきます。
- シンボルプロムナード（公共用地と民地）を一体的に利活用・管理運営していくための具体的な方策についてガイドライン等として取りまとめます。

委員会の体制と開催経緯

①委員会のメンバー構成

	氏　名	所　　属	役職
1	会長　蓑茂　壽太郎	公立大学法人熊本県立大学	理事長
2	副会長吉丸　良治	桜町地区会議	会長
3	田中　智之	国立大学法人熊本大学　建築学科	准教授
4	星野　裕司	国立大学法人熊本大学　社会環境工学科	准教授
5	島田　俊郎	株式会社雇用促進事業会	代表取締役社長
6	矢田　素史	九州産交ホールディングス株式会社	代表取締役社長
7	北村　美樹浩	西日本電信電話株式会社熊本支店	理事支店長
8	下山　史一郎	株式会社肥後銀行	取締役常務執行役員
9	坂本　基	熊本県	企画振興部長
10	宮原　國臣	農水商工局	局長
11	坂本　純	観光文化交流局	局長
12	高田　晋	都市建設局	局長

②委員会の開催経緯

開催日	検討内容
第１回 （平成 23 年 9 月 29 日）	1)目的と進め方 2)地区の位置づけと立地特性 3)まちづくりのコンセプト 4)一体的利活用のターゲットとアクティビティ 5)アクティビティからみた空間形成の考え方 6)空間・景観形成の考え方
第２回 （平成 23 年 11 月 8 日）	1)一体的利活用・デザインのコンセプト設定の考え方 2)一体的利活用に向けた管理運営の考え方 3)空間・景観形成の方向性（案） 4)土地利用の方向性（案）
第３回 （平成 24 年 2 月 13 日）	1)まちづくりマネジメント構想（素案）

参考資料

本編 18 ページの参考資料

1. シンボルプロムナードの法的位置づけと課題

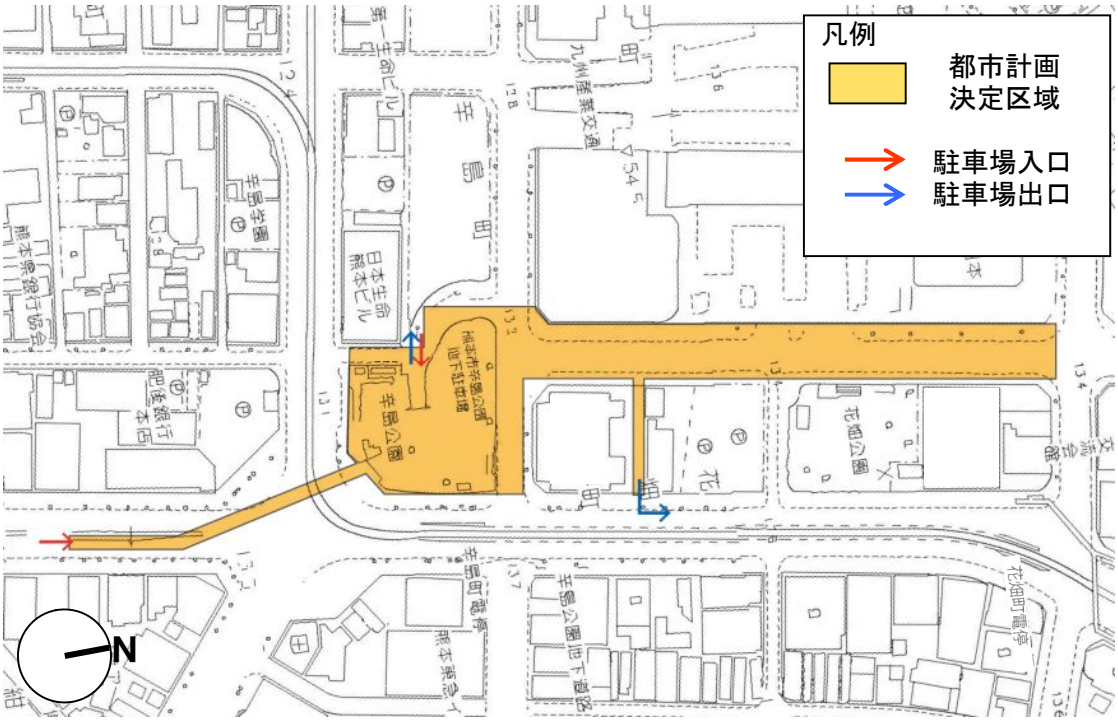
①通称シンボルロードの現状

シンボルプロムナードに位置付ける通称シンボルロードは幅員 27m、全長 230m で、地盤高が海抜約 13.4mに位置しています。

その地下には、辛島公園地下から繋がる都市計画駐車場があります。この駐車場は平成元年 12 月に都市計画決定され、平成 5 年 2 月に供用開始しています。収容台数は 625 台(身体障がい者用 6 台)で、自転車、オートバイ駐輪場を併設しています。

駐車場の管理運営については、熊本市車両管理課が財団法人熊本市駐車場公社を指定管理者(サービス購入型)として、地下駐車場の管理運営、地下自転車駐車場の施設管理を委託するとともに、地下通路の管理を委託しています。

また、シンボルプロムナードの地下には電気、上下水道、ガス、NTT の埋設物が配置されています。



図①-1. 辛島公園地下駐車場 位置図

②法的位置づけの違いによる利活用・管理運営面の課題

シンボルプロムナードに位置づける通称シンボルロードは、現在、道路法に基づく道路として位置づけられており、ここでの利活用は公益的・社会慣習的なものに限られ、使用・占用手続きが必要になるなど、多くの制約があります。また、都市計画法に基づく公園の場合にも、利活用の範囲が限定されたり、日常的な広告掲示ができないなどの制約があります。これに対して広場という位置づけの場合、根拠法等がなく、条例等によるルールづくりが可能であるため、利活用面において自由度が高くなります。

官民協働の一体的利活用・管理運営の事例を次頁に示しますが、富山グランドプラザの事例では、2つの再開発事業区域内にあった市道を両地区の間にある市道に集約したうえで、道路認定を廃止し、さらに両再開発のセットバックも含めた区域を条例に基づく「富山市まちなか賑わい広場」として位置づけ、観光・物産展、展示・説明会、セミナー、パォーマンス、ライブ、スポーツなど多様な使い方をしており、シンボルプロムナードの今後の位置づけに関して参考になる事例です。

表②-1. 法的位置づけの違いによる課題

法的位置づけ		道路 （道路法）	公園 （都市公園法）	広場
法的制約		・管理主体が複数あり、使用・占用手続きが煩雑 ・使用にあたっては原則として交通影響を上回る公益的・社会慣習的イベントに対し許可 ・占用にあたっては広告等は公共的なものに限定、露店や屋台は一時的な占用に限定。また、十分な歩行空間の確保が条件	・売店等の賑わい施設公園施設として常設が可能だが、建築面積が発生する場合、公園面積の 2%以下に限定 ・広告等の単独設置が不可（イベントにかかわるものを除く） ・使用・占用にあたっては、公園の利用に支障を及ぼさない場合に許可	・根拠法等がなく、条例等によるルールづくりが可能であるため、利活用面において自由度が高い
課題	利活用	・交通影響を上回る公益性の確保が課題 ・周辺道路利用者と協議が必要となる ・既存ｲﾍﾞﾝﾄは『社会慣習』として可能だが、新規ｲﾍﾞﾝﾄの公益性確保が課題 ・イベントの度に煩雑な手続きが必要であり日常的なイベント開催に適さない	・公園区域をすべて独占するイベントの開催は困難（点在型イベントは可能） ・日常的な広告掲示は不可（公共・公益的なものを除く）	・条例等のルール策定により、比較的自由な開催が可能
	管理運営	・公共性・公平性のあるアクティビティ開催が原則 ・収益の配分（組織運営・維持管理）に関する公共性が必要 ・関係者以外のイベント開催の拒否が困難 （政治集会・デモ等）	・公共性・公平性のあるアクティビティ開催が原則 ・収益の配分（組織運営・維持管理）に関する公共性が必要 ・関係者以外のイベント開催の拒否が困難 （政治集会・デモ等） ・管理主体による対応(役割分担)の明確化が必要	・公共性・公平性のあるアクティビティ開催が原則 ・収益の配分（組織運営・維持管理）に関する公共性が必要 ・法的な制約がない一方、トラブル防止に関するルール、管理主体による対応（役割分担）の明確化が必要

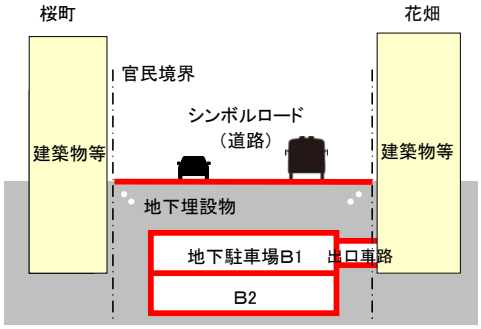
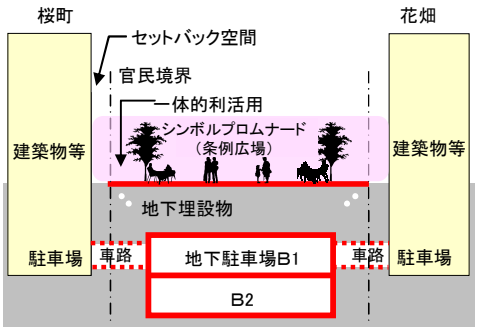
表②-2. 官民協働の一体的利活用・管理運営事例

法的位置づけ	道路 （道路法）	公園 （都市公園法）	広場 （条例）
名　称	浜松アクト通り 	札幌市大通公園 	富山グランドプラザ
概　要	浜松市の区画整理によって生み出された広幅員道路。道路中央に広い歩道（幅員18m）を設けている	札幌市の中心に位置する全長 1,500m、面積約 7.9haの風致公園	隣接する2つの再開発に併せて、廃止する道路を集約し、両再開発のセットバックも含めて21m の幅を確保。「広場（約 1,400 ㎡）」として位置づけ
開催イベント アクティビティ	浜松花と緑の祭り、多文化共生のまち発信事業　他 年間 4,5 件程度	札幌雪祭り、YOSAKOI ソーラン祭り、札幌夏祭り（ビアガーデン）　他	大道芸、自動車展示会 物産展　他
特　徴	・「浜松市道路等公共空間利活用に関する要綱」に基づき、市（窓口は商業政策課）と交通管理者に申請し承認を受けイベント等を実施 ・イベントの開催については、交通管理者は新規のものを認めない方針 ・市道であり管理は道路管理者（市）により実施。	・公園が風致地区内のため公園条例の他、屋外広告物条例等に基づく許可が必要 ・市が主催者の一つであり、公共性を担保。ビアガーデンの収益の一部は福祉団体に寄付されている ・日常の管理は札幌市公園緑化協会。年間を通じたイベント開催ができるよう、給排水施設やイベント用ポールが整備されている	・「富山市まちなか賑わい広場条例」などに基づき、指定管理者へ申請し承認を受けイベント等を実施。 ・当初 2 年半は市の直営で運営。その後、指定管理者（㈱まちづくりとやま）が管理・運営を行っている ・サポート団体が組織されイベントの企画などを行っている

③シンボルプロムナードと関連施設の将来の位置づけ

シンボルプロムナードの多様な利活用を促すため、他都市の事例も参考にして、「条例に基づく広場」として位置づけることを基本として考え、今後関係機関との協議・調整を行います。

表③. シンボルプロムナードの将来の位置づけ

		現　状	将　来　の　姿
模式図			
広場	位置づけ	道路（道路法）	広場（条例）
	所有者	熊本市	同左
	管理主体	熊本市	指定管理者制度を活用した管理の可能性を検討
地下駐車場	位置づけ	道路付属物（道路法） 駐車場（駐車場法） 都市計画駐車場（都市計画法）	駐車場（駐車場法） 都市計画駐車場（都市計画法）
	所有者	熊本市	同左
	管理主体	（財）熊本市駐車場公社 （指定管理者制度で委託）	指定管理者制度を活用した管理の可能性を検討
地下埋設物	位置づけ	道路占用物（道路法）	行政財産の目的外使用 （行政財産使用条例）
	所有者	各地下埋設物管理者	同左
	管理主体	同上	同左
セットバック空間	位置づけ	宅地	同左
	所有者	民間再開発事業者	同左
	管理主体	民間再開発事業者	一体的管理を目指した上で、指定管理者制度を活用した管理の可能性を検討

④シンボルプロムナードを条例に基づく「広場」として位置づけた場合の課題整理

シンボルプロムナードを都市公園や道路ではなく「条例に基づく広場」として位置づけた場合、管理運営等にかかる課題と解決策について、主に沿道再開発の関係権利者の視点から整理すると下表の通りです。

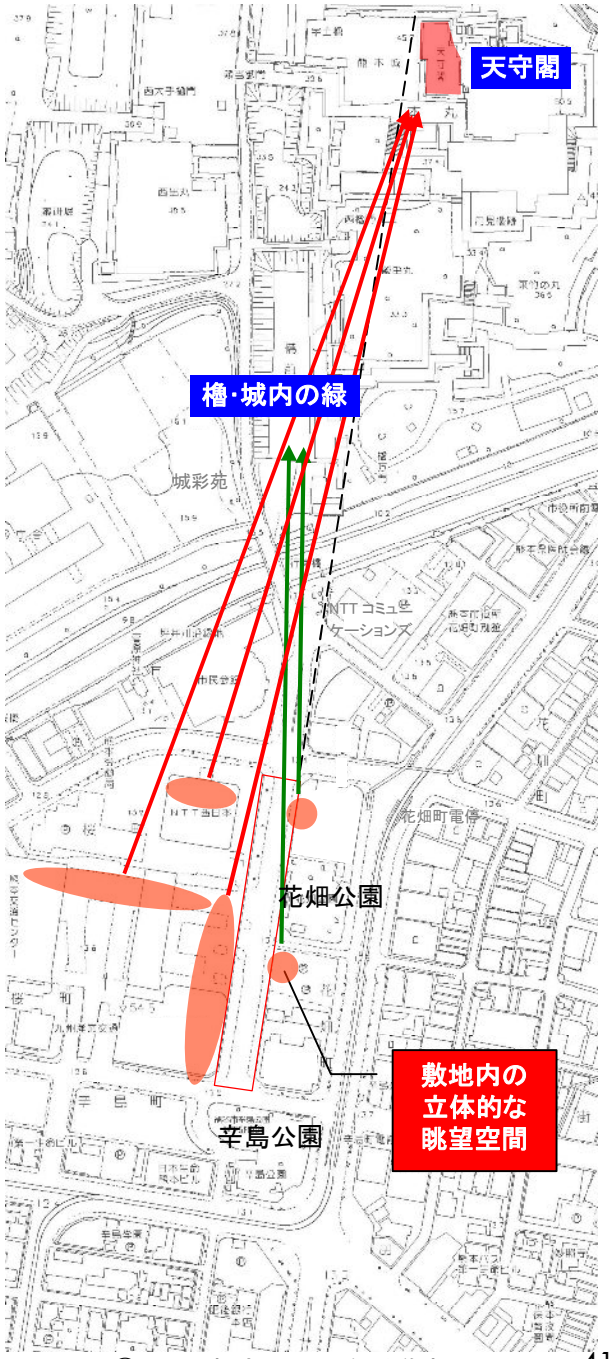
表④. 条例の基づく「広場」として位置づけた場合の課題と課題解決の方針

		課　題	課題解決の方針
管理運営	地下施設	• 道路を廃道し道路法を外した場合、地下施設（駐車場と埋設物）の位置づけ・管理が課題	• 地下駐車場は存置し、駐車場法上の駐車場として管理 • 地下埋設物は存置することを前提に管理手法を検討
	占用（利活用）	• 広場とその沿道のセットバック空間の一体的な利活用・管理が必要	• 富山市の事例を参考に、官民の空間の一体的な管理を検討
		• 公益性・公平性のあるアクティビティ開催が原則。また、収益の配分（組織運営・維持管理）に関する公共性が必要	• 収益性の高い利活用だけでなく、収益性の低い公共的な利活用も含めて幅広い利活用の展開を管理主体に求める
		• トラブル防止に関するルール、管理主体による対応の明確化が必要	• 今後関係機関と協議・調整
	維持管理	• 指定管理者制度を導入した場合、指定期間に限度があることから、安定した継続管理が課題	• 制度上の課題として今後検討
車両動線		• 広場への車両出入（荷捌き車両を含む）を不可とする予定であることから、別途動線の確保が必要 • NTT、交通センター敷地は車両出入口の付替えが必要 • 交通センターのバス出入り口が敷地北側への付替えとなるため、バスの迂回交通による周辺交差点への影響検証が必要	• 両再開発事業者に広場への車両進入規制を前提とした建物計画をお願いする • 周辺交差点への影響については、再開発の建物用途が確定した段階で検証を行い、対策を講じる
		• 緊急車両の取り扱いが課題	• 関係機関（警察、消防）と今後協議する
形態制限		• 廃道の上、条例に基づく広場とする場合、隣地斜線制限により建築形態に制限がかかる可能性があるが、敷地が広場等に接する場合の緩和規定（建基法第 56 条第 6 項、施行令第 135 条の 3）が適用されることから、42m の高さ制限のもとでは建築形態に影響を及ぼさないことを確認	―
地下接続		• 地下駐車場と両側の再開発建築物の駐車場との接続による駐車場の効率的運用の可能性があるが、接続部の所有・管理、駐車場の運用等に関して官民の協議調整が必要	• 再開発事業者の建物計画に応じて今後協議する

2. シンボルプロムナード周辺を含めた関連エリアの建物の規制誘導のルール（たたき台）

① 熊本城への眺望点の設定	規制誘導項目

- シンボルプロムナードに面した建物内の中高層階または低層部屋上等に、できるだけ一般の市民や観光客が気軽に入れる眺望点の設置を誘導します。（眺望点の参考：写真①-1）
- 花畑地区再開発、辛島公園、肥後銀行本店からは天守閣が見えませんが、城内の緑や櫓への眺望を確保し、城との一体感を演出します。
- 眺望点が複数設けられれば観光資源としてまちの特色となるので、最高高さの緩和については質の高い眺望点の確保や周辺への影響、まちなみへの配慮など総合的な観点から判断することとします。



図①-1. 眺望点の設置を誘導する場所

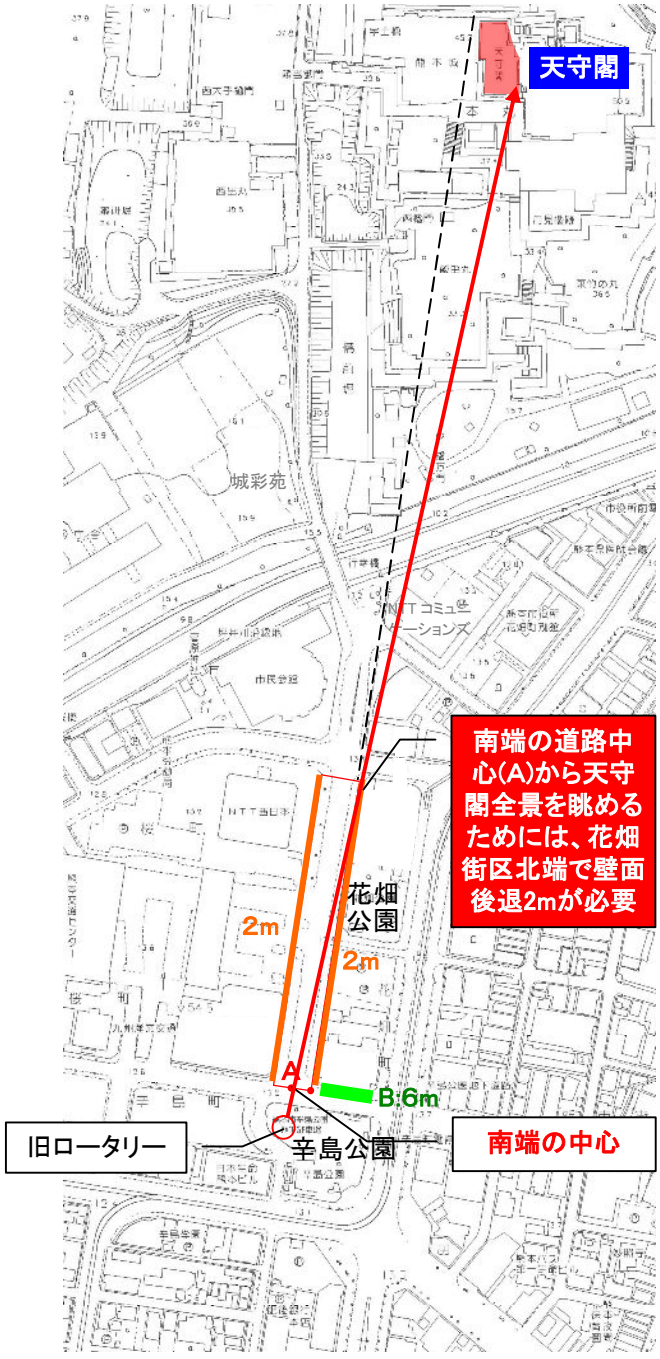
写真①-1. 現状の県民百貨店からの眺望
（天守閣より約 700m）

写真①-2. シンボルプロムナード中央付近より
（天守閣より約 600m）

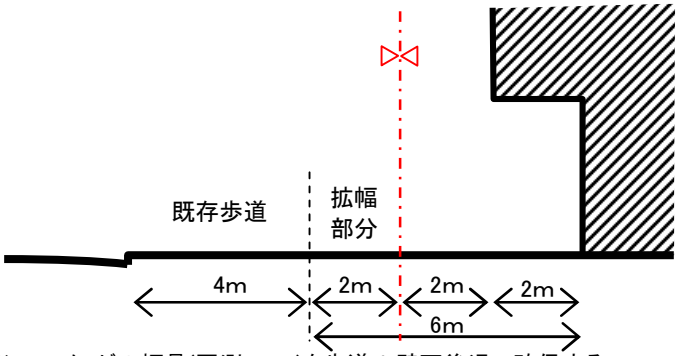
写真①-3. シンボルプロムナード南端西より
（天守閣より約 750m）

②-1 壁面の位置（主に低層部）	規制誘導項目

- シンボルプロムナードの南端の中央部（図②-1-1 のA点）から天守閣が視界に入るよう誘導するため、シンボルプロムナード（公共用地）に面しては両地区ともに壁面後退2mを基準とします。
- 特に人通りの多い新市街アーケードからシンボルプロムナードへのメインアプローチとなる花畑再開発敷地南側（図②-1-1 のB）については、1 階部分は壁面後退 6m[※1] を基準とします（図②-1-2）（2階以上の壁面後退は行わず、ポルティコ状[※2] の設えとすることも可）。
- 桜町側からの眺望を将来的にも担保するために、桜町側にまちの付加価値向上に資する良質な眺望点を確保することを前提に、NTT には建物更新時にも現状と同等の壁面後退を求めます。



図②-1-1. 壁面後退の距離と指定する場所



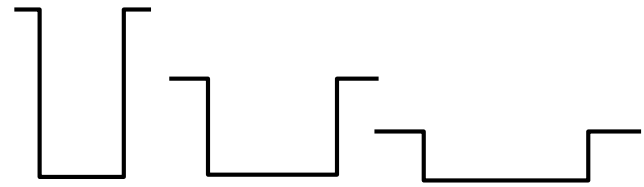
※1 ｱｰｹｰﾄﾞの幅員(図測 18m)を歩道＋壁面後退で確保する
{18m－花畑側既存歩道（図測 4m）－辛島公園側歩道（図測 2m）}÷2
（辛島公園側も歩行空間を充実させる想定）＝6m

図②-1-2. 図②-1-1 の B での壁面後退の考え方

※2 建物の1階の街路や広場に面する部分が奥まったり、屋根が付いて通路となっている形式のもの。

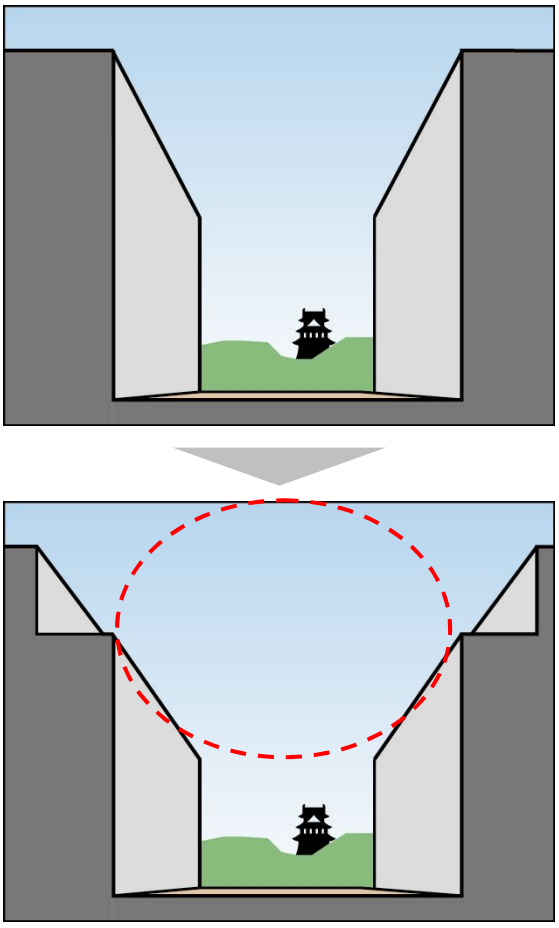
②-2 壁面の位置(主に中高層部)と高さ	規制誘導項目

- 「適度なスケール感」、「居心地のよい、快適な幅員と高さの関係性」を持った空間を形成するため、幅員と高さの関係性＝(シンボルプロムナードの幅員:D)／(建物の高さ:H)＝D／H≧1 を目指します(2≧D／H)(図②-2-1)。
- シンボルプロムナード沿いは低く、後ろ側を高くすることで、シンボルプロムナードから熊本城への眺望の背景となる空を大きく確保し、城への眺望に広がりを持たせます。(図②-2-2)
- 建物高さは景観計画に基づき、海抜 55m(＝「緑のライン」(TP+55m))を基本とします。ただし高度利用地区等の区域内で景観審議会が認めた場合は超えることができることとします。(現地の地盤高さ:海抜約 13.4mを考慮すると、海抜 55mは建物高さ約 42mに相当)
- それぞれ再開発後のビルの壁面が 2m後退すると、シンボルプロムナードの幅員:D＝2m＋27m＋2m＝31m となり、D／H＝1の空間を形成するためには、建物高さH＝31mを超える部分の壁面後退を行う必要があります。
- そのため、31mを超える部分の壁面後退距離は、D／H＝1を目安に、10mの壁面後退を求めます。



D/H 0.5	1～2	3or4～
印象・やや狭苦しい ・向いの半分が目に入る	・程よい ・向いの前面が目に入る	・閉鎖感は減少
(例)・銀座 ・中世都市の路地	・表参道 ・御堂筋	・大手モール(富山) ・シャンゼリゼ

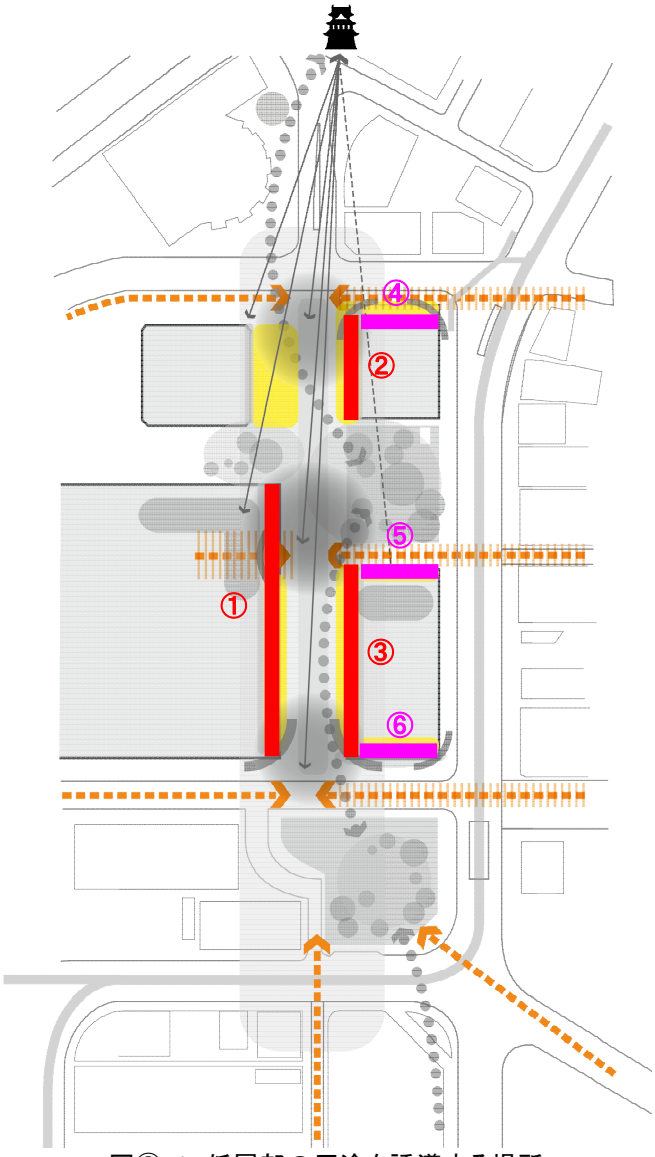
図②-2-1. D/Hと空間の印象の関係



図②-2-2. 高層部の後退により「眺望の背景として空を大きく確保する」イメージ

③ 低層部用途	規制誘導項目

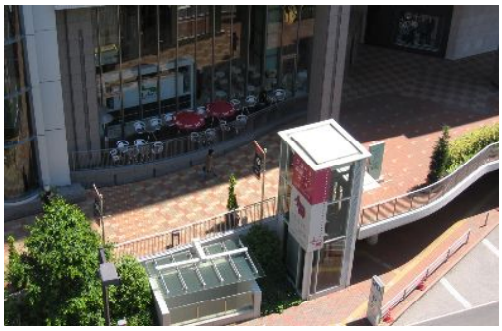
- シンボルプロムナードと一体となって活用され、賑わいある場を創出するため、シンボルプロムナードに面する低層部に賑わい施設を誘導します。(図③-1 の①～③)
- 周辺のまちの賑わいを連続させ、回遊を促すため、周辺からの主要な動線上の低層部に賑わい施設を誘導します。(図③-1 の④～⑥)
- 用途を具体的に限定することは、施設計画や事業計画、テナント誘致等に大きな制約を与えることになるため、地区計画の方針等で考え方は位置づけ、詳細はガイドライン等にて緩やかにルール化し、具体的な導入箇所や用途については建物ごとに柔軟に対応することとします。



図③-1. 低層部の用途を誘導する場所

【都市計画にて低層部用途の誘導を位置付けられた地区の実現例】

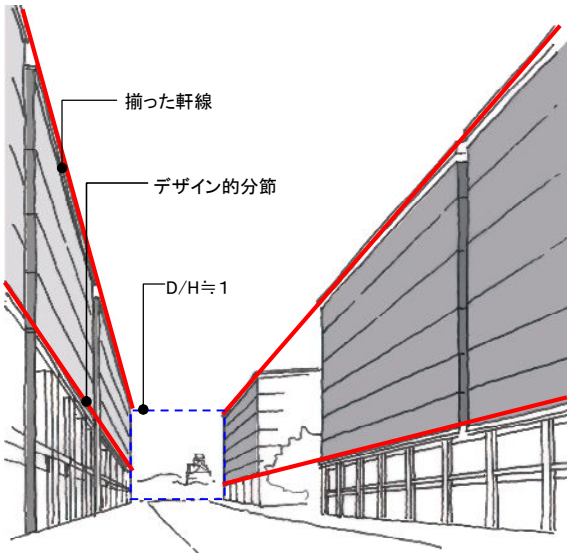
写真③-1. 淀屋橋三井ビル
都市再生特別地区の公共貢献のひとつとして、低層部に賑わい用途を導入した例
(カフェ・レストラン、菓子店、ファッションブランド等)



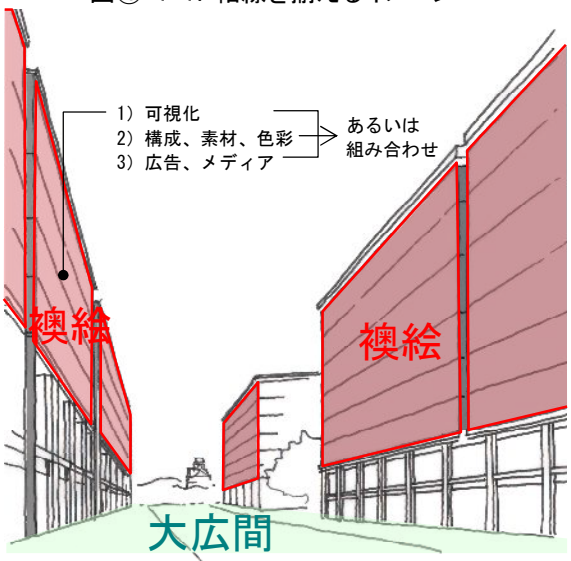
写真③-2. 西梅田地区(大阪市)
地区計画の方針に、低層部への賑わい用途の導入が定められている例
(カフェ・レストラン、ブランドショップ、ホテルロビー、カーショールーム等)

④-1　壁面のデザイン1（主に中高層部）	規制誘導項目

- 軒線の連続性の確保や水平線の強調など、シンボルプロムナードから城への軸性を意識したデザインとします。
- 一定の高さ以上の高層部をセットバックさせることで、軒の高さを揃えます。
- シンボルプロムナードに面する建物の壁面は、大広間の「襖絵」として、素材や色彩、広告物の掲出の仕方などに一定のルールを設けます。
- 全体での統一感は保ちながらも各建物がデザイン上の個性・創意工夫を十分に発揮できるよう、上記のルールはガイドライン等で緩やかに位置付けます。



図④-1-1. 軸線を揃えるイメージ



図④-1-2. 襖絵としてのファサードデザインのイメージ

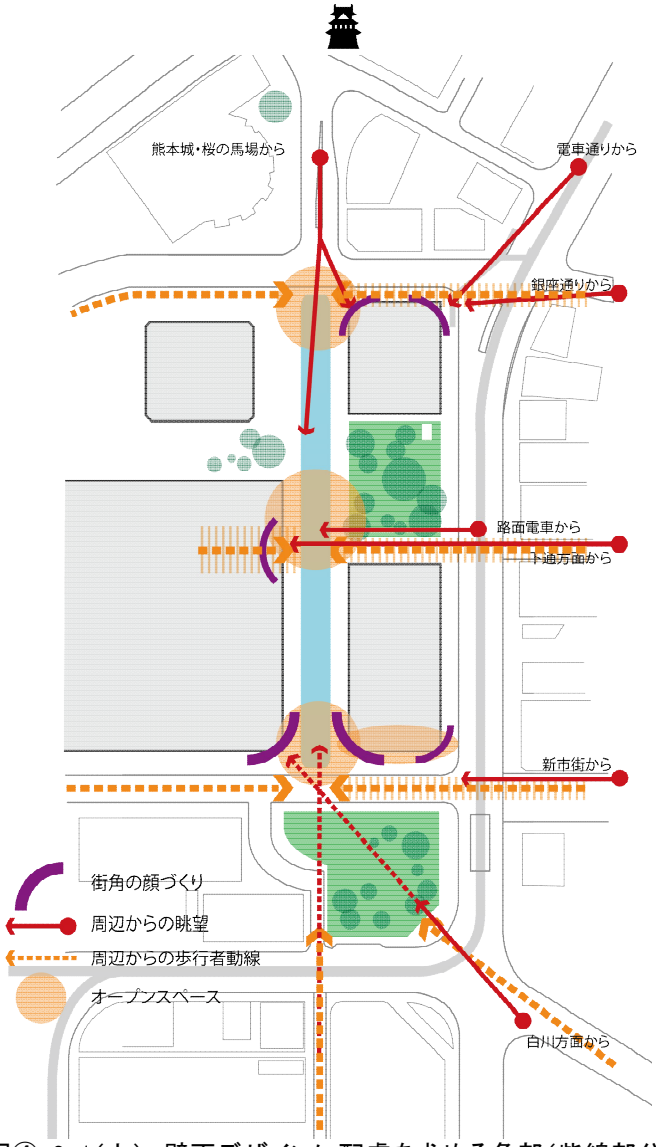
【軒線等を揃える例】

写真④-1-1. 御堂筋（大阪市）

写真④-1-2. 銀座（東京都中央区）

④-2　壁面デザイン（角部のデザイン）	規制誘導項目

- 熊本城・電車通り・銀座通り・西銀座通り・新市街・白川方面からの視線と動線の受けとなる部分（図④-2-1 の紫線部分）の建物は、地区の顔づくりとして角部の建築デザインに配慮を求めます。
- 特にシンボルプロムナード南端の角部（図④-2-1 の紫太線部分）については、シンボルプロムナードへのゲート空間としてデザイン上の配慮を求めます。
- これらについては、二つの再開発事業の協力が重要であることから、創造的で魅力的な建築デザインを誘導していくことはもちろん、事前に規定せずガイドライン等で誘導します。

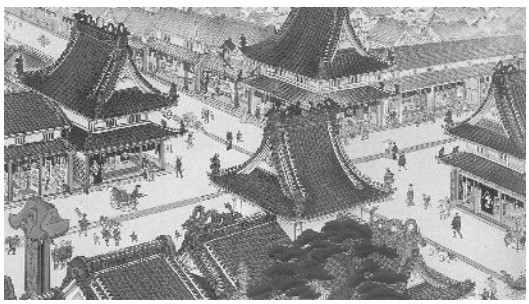


図④-2-1（上）. 壁面デザインに配慮を求める角部（紫線部分）
紫太線部分の交差点には、かつてロータリーが存在し、地区の象徴的なエントランス空間を形成していた。辛島公園の現形状にロータリーの面影が残っている。

写真④-2-1　辛島町ロータリー

【ゲート性に配慮した角地の建物デザインの例】

写真④-2-2　きらめき通り東口交差点



写真④-2-3　芭蕉の辻

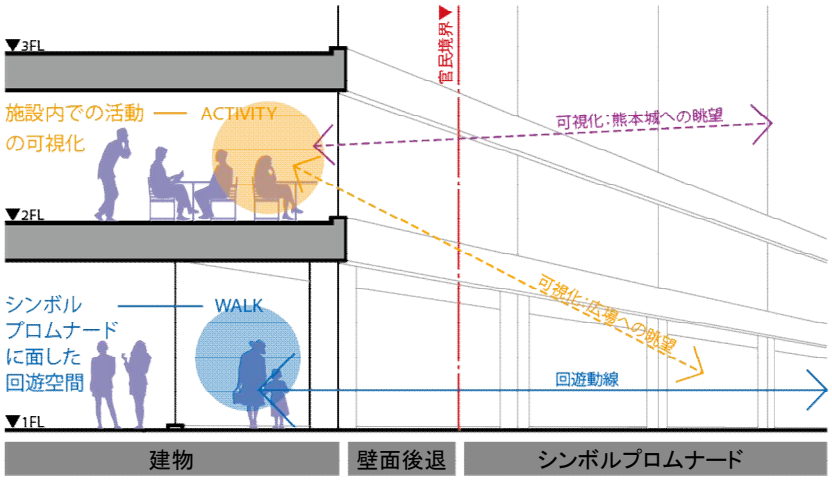
写真④-2-1（右上）. 空撮　熊本市辛島町一体。辛島町ロータリー。
（撮影日：昭和 30 年 4 月 2 日　版権：熊日新聞）

写真④-2-2（右中）. きらめき通り東口交差点（福岡市）
角地に面する両建物のデザインに曲線を用い、足元には広場を設けることで、通りの入り口を演出している。

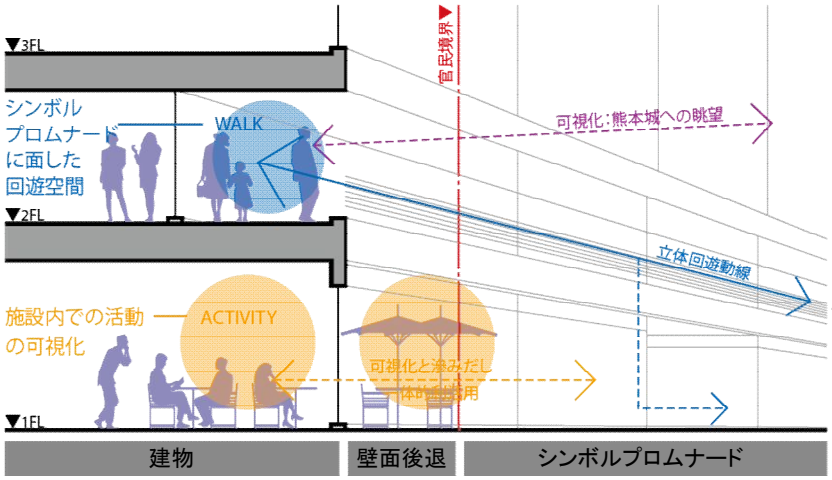
写真④-2-3（右下）. 芭蕉の辻
まちの中心であった十字路の角地を建物でランドマーク化していた例。（芭蕉の辻：江戸時代に仙台城下町の中心であった十字路。東北歴史博物館所蔵）

④-3　壁面のデザイン（主に低層部）	規制誘導項目

- 単調な印象や圧迫感を与える長大な壁面を生まないよう、壁面（特に低層部）は適切に分節させます（参考：写真④-3-1）。
- 低層部には、適宜アクティビティを展開できる「たまり空間」を設けます。
- シンボルプロムナードに面する低層部の施設には、シンボルプロムナードからも直接出入りできるようにします。
- 低層部には、賑わいの連続性を遮る開口のない壁面や階段室、大きなエントランス等を出来るだけ配置しないようにします。
- 屋外回廊のような歩行空間でありかつシンボルプロムナードを観覧できる空間を設けます。（2階、もしくは3階レベルを推奨、図④-3-3　空間構成パターン 2）



図④-3-1. 低層部の空間構成パターン1



図④-3-2. 低層部の空間構成パターン2

【低層部壁面の分節の例】

写真④-3-1. 淀屋橋三井ビル

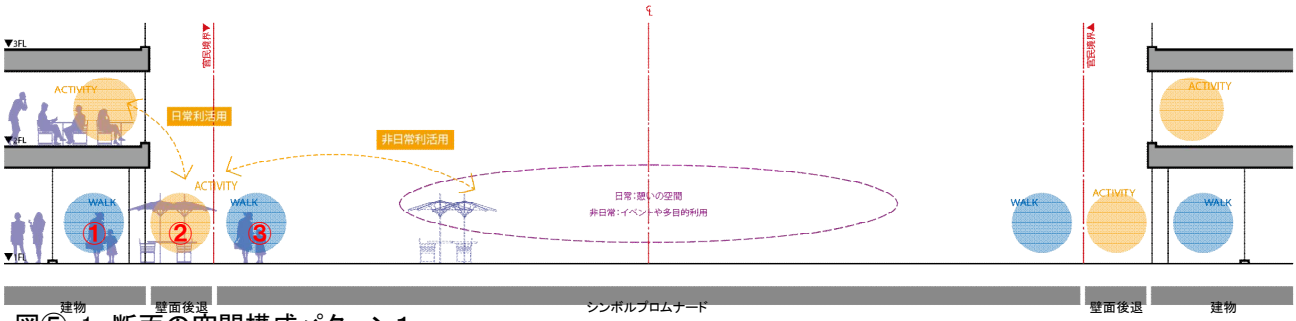
【低層部の構成の例】

写真④-3-2. 低層部の空間構成パターン1の例

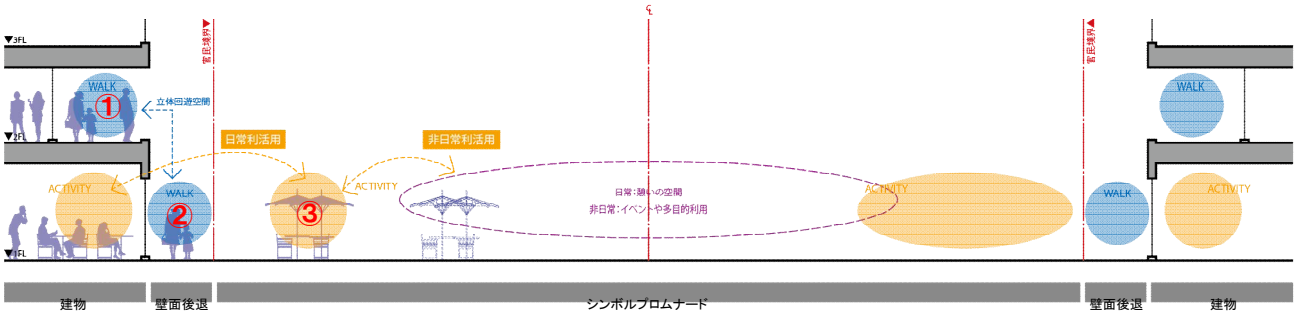
写真④-3-3. 低層部の空間構成パターン2の例

⑤ 広場の使い方（断面構成）	規制誘導項目

- 広がりが感じられる幅員のシンボルプロムナードに日常的なアクティビティを展開していくためには、シンボルプロムナードの区域も含めシンボルプロムナードに面したテナント等が使いやすくなる仕組みが必要です。
- 民地側にも屋外回廊などの歩行者動線を位置付ける代わりに、シンボルプロムナードに面したテナント等によるオープンスペースの一部占用をさせやすくすることで、両側から日常的なアクティビティがオープンスペース上で展開されるように誘導します。（図⑤-2 断面レイアウトパターン 2）
- 下図①は夏の晴天時や雨天時などでもシンボルプロムナードに沿って快適に移動できる空間を誘導します。
- 下図②と③は「大広間の縁側」として、通行やアクティビティなどを柔軟に受け入れられるスペースとして位置付けます。



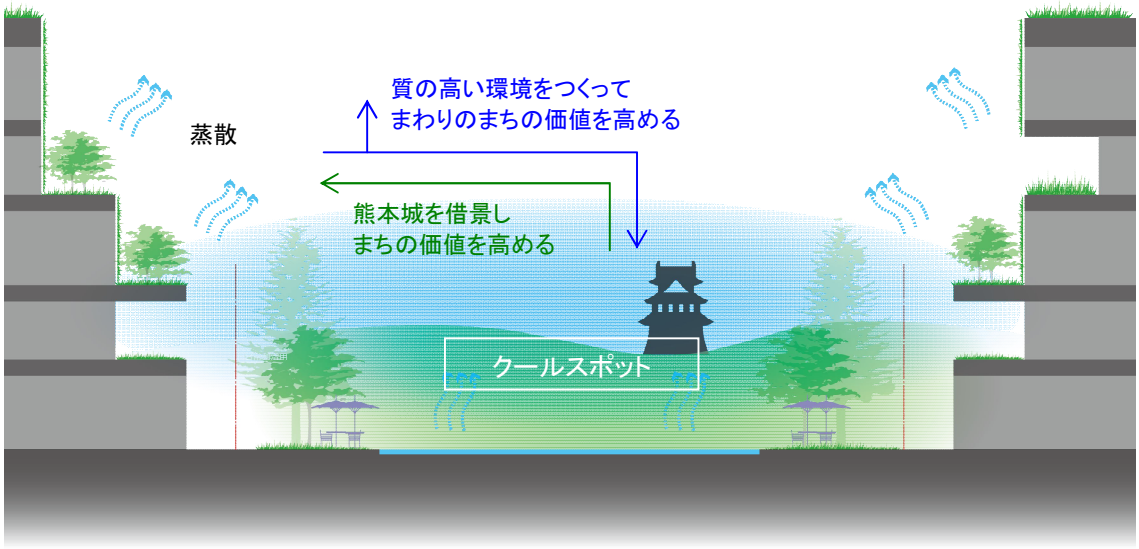
図⑤-1. 断面の空間構成パターン1



図⑤-2. 断面の空間構成パターン2

⑥ 緑化	規制誘導項目

- 「貸景」という観点から、1）憩いの場づくり（夏の日差しを遮る植樹、熊本城を眺められる屋上庭園、緑視率を高める壁面緑化等）、2）緑のネットワーク形成（白川から熊本城へと続く自然環境のつながりに資する一定のボリュームのある緑）、3）環境負荷低減（省エネにつながる屋上緑化等）に寄与する質の高い緑化を誘導します。特に、屋上や壁面の積極的な緑化を誘導します。
- 緑化の程度・目標については、一定の数値的な目安がないと達成度を評価できないため、数値については地区計画等により具体的に明示します。
- 緑化の場所や方法については、具体的に指定することで施設計画等に大きな制約を与える恐れがあるので、ガイドライン等で緩やかにルール化し、施設計画に合わせて建物ごとに柔軟に検討してもらいます。
- 今後、各計画の進捗にあわせて、以下の項目について関係者間で協議・検討を行います。
  - ・熊本城との一体感の演出や眺望に配慮した緑化（配置、樹種、花、フラワーポットなど）の考え方
  - ・植栽管理・マネジメントの考え方



図⑥-1. 地域に貢献する緑化＝貸景のイメージ

【緑化の例】

写真⑥-1. 一般の人に解放された屋上の緑化空間の例

写真⑥-2. 壁面緑化の例

本編 33 ページの参考資料

3. 土地利用：再開発施設への導入機能について

桜町・花畑両再開発施設へは、関連計画等において当地区に求められている機能の導入を図るとともに、地区内や周辺の既存機能との連携、あるいは「まちの大広間」として活用するシンボルプロムナードとの連携によって一層の相乗効果を発揮できる機能の立地誘導を図ります。具体的には、新たに商業施設、MICE、文化ホール、ホテル（シティホテル、ビジネスホテル）、生活文化、オフィス（メディア系企業等）等の誘導を図ります。

表 3-1. 桜町・花畑周辺地区に立地誘導を図る施設

目指すべき姿	求められている役割	既存の施設	その他新たに想定される用途
花畑屋敷など歴史・土地の記憶を継承する空間	文化	熊本城	熊本の歴史的資料などの展示スペース
お城への眺望を活かしたハレの場・おもてなしの空間	文化交流 宿泊 生活 【集う、交流する、もてなす、滞在する、学ぶ、体験する】	熊本城 市民ホール 国際交流会館	MICE 文化ホール ホテル(シティホテル ビジネスホテル) 生活文化
日常的に集える水や緑豊かな空間	商業（賑わい） 憩い 緑 【楽しむ、憩う】	城彩苑 アーケード 県民百貨店 センタープラザ等 花畑公園 辛島公園	商業施設
通センターという熊本最大の「駅前」という特性を活かした空間	情報発信 交通ターミナル 【発信する、出会う、つながる】	メディア企業（ＮＴＴ西日本、朝日新聞社） バスターミナル	オフィス（メディア系企業等）

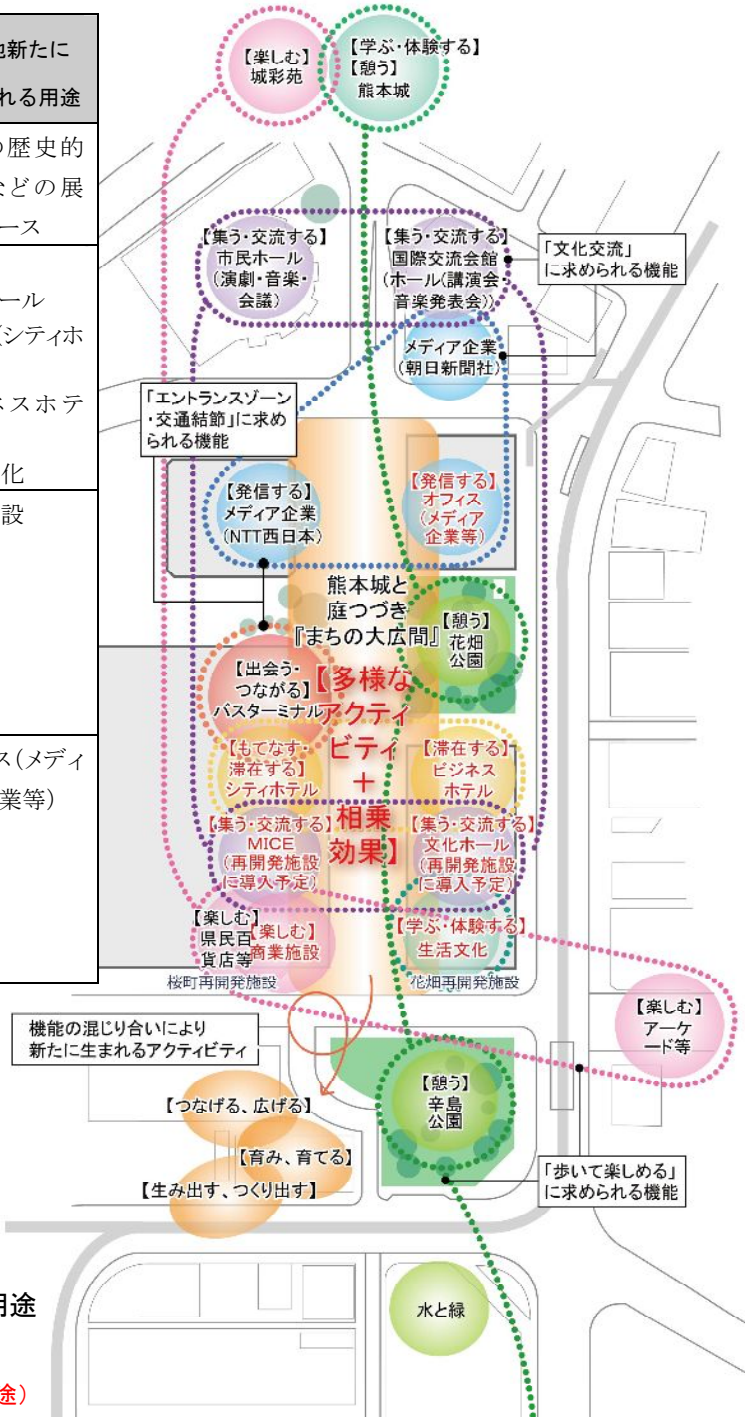


図 3-1. 既存施設および新たな用途の位置づけと関係性

（赤字：新たな施設・用途）

※図の機能は具体的な位置を示しているものではない