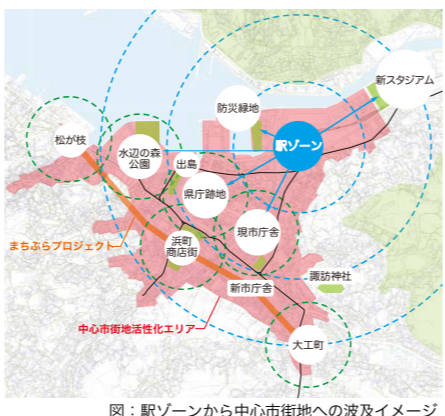
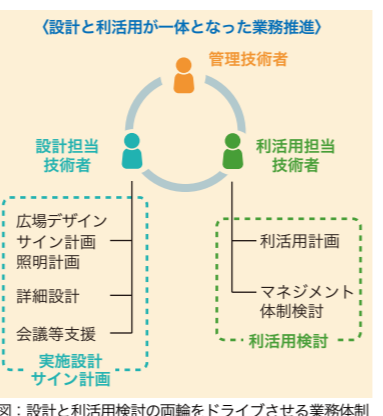




### ■業務実施方針

世界的にも珍しい海が見える頭端駅、隣接する出島メッセ長崎や JR 駅ビルなどの施設、それをつなぐ東西軸と多目的広場といった豊かな公共空間により、新しい長崎駅は全国的にも類い希なるポテンシャルを持つ駅となることは間違いない。新たに生まれる駅前空間を、本提案では駅周辺エリアの核となる「駅ゾーン」として定義したい。「駅ゾーン」で生まれる新たな経済活動を、周辺市街地を含む「駅周辺エリア」、さらに「中心市街地全体」の経済活動へ結びつけていくためには、①駅ゾーン内における様々な利活用を促進していくだけでなく、②それらの活動や人々のネットワークを広げまちなかの活動へと結びつける必要がある。そのためには、③駅ゾーンの空間がそうした活動を支えるための設計となっていることが不可欠となる。以上をふまえ、本提案の業務実施方針を以下の通りとする。



#### ① まちの「発地」としての駅前広場の利活用計画を策定

●駅ゾーンを中心市街地への出発拠点＝情報・移動・ネットワークの集積&拡散拠点とする ●中心市街地の活動を駅ゾーンで展開することで、活動そのものを情報発信・回遊性の起爆剤とする ●広場ごとの立地条件とニーズを把握した利活用計画と設えの相互作用により活動を創発 ●駅ゾーンサービス(荷物宅配・交通ナビ等)を充実し、回遊性と消費意欲・活動を向上する

#### ② 駅前エリアの価値を高めるマネジメント体制を構築

●利活用によってゾーン価値を高め、維持管理と運営の両軸を一体的に担う機運を醸成 ●広場ごとの個性を活かしながら一体的なマネジメントを実施することで、賑わい/交流/憩い/防災等、エリアの核となるゾーンに求められる多様な都市機能を実現し、エリア全体の価値向上を実現 ●中心市街地の活性化に向け、駅ゾーンの地主である市、県、JR九州を核とした組織形成と経営戦略の構築 ●これらの機運を培うための、地元長崎でのネットワークと他都市での豊富な経験を活かした実効的組織の提案

#### ③ 整備にあわせてステップアップするプロセスの提案

●西口から段階的に進む事業ステップを活かし整備と共に組織を具現化していく ●小さな場所の活用から事業者は経験をステップアップさせ、さらに利活用者のネットワークも広げていく ●令和4年の新幹線開業を見据え

て組織の法人化を目指し、維持管理も含めた経営力を高める ●工期毎に、利活用可能な場所を抽出し、広場全体の完成時を見据えた広報活動を推進。協賛企業や市民活動の機運醸成とネットワーク構築を図る

#### ④ 利活用計画と連携した空間設計の実施

●基本設計の成果に対する十分な理解をもとに、利活用計画と合わせて利活用に求められる設備、施設を追加するなど、広場の「利活用」と「マネジメント」が行いやすいように設計を発展 ●「駅顔」となる東西軸やシンボル空間のしつらえ、活用について具体的に検討 ●駅舎キャノピーやロングルーフなどの施設設計と密な連携をはかり、利活用を促進

#### ⑤ デザイン・設計・利活用の一体チームによる着実な業務の遂行

●長崎駅舎・駅前広場等デザイン基本計画から駅前広場設計まで継続して携わってきたデザインチームと、全国多数の駅前広場設計実績を持ち長崎にも精通した実施設計チームに、広場ニストとして全国の広場に活動を生みだし、運営組織を立ち上げてきた利活用担当者、長崎に在住し幅広いネットワークを有するコーディネーターからなる利活用検討チームが加わり、広場利活用計画・マネジメント組織の立ち上げ・広場実施設計を強力に推進 ●代表技術者以外にも設計、調整、組織立ち上げに関する手厚い技術者構成により、限られたスケジュールのなかで確実に業務を実施

### ■目指すべき利活用体制のあり方

駅ゾーンが来訪目的として適う施設の集積エリアとなり、かつ長崎の中心市街地が南北に約 3.5km、東西に約 2.0km と極めてコンパクトな構造となっていることから、駅ゾーンにおけるまちの「発地」としての機能を高めることにより、中心市街地の回遊性が高まり、経済活動を活性化することが十分に期待できる。従って駅ゾーンのマネジメント体制は、①駅ゾーンの価値向上に向けた活動を行うだけでなく、②将来的に中心市街地における各エリアの核となる「ゾーン」との連携を構築しながら、③その中心的存在となり、中心市街地の価値を高める存在となることを目指す。

### ■マネジメント組織の目的と達成目標の設定

目的：365日、毎日何かが始まる活動拠点となる

達成目標と活動イメージ	1. まちなか、市内、県内に人を送り込むポンプ役を担う 交通ナビゲーションの充実/まちなかイベントのプレイベント開催/着地型観光の案内拠点/9つの「重点プロジェクト」との連携 など
	2. 市民や観光客が日常的に時間を過ごせる憩いの空間をつくる 清潔で安心できる空間の実現(清掃、防犯)/わくわくさせるおもてなし/日常管理/植栽管理/テーブル・スツールの管理 など
	3. 利用者のアクティビティが来訪者に楽しみや情報を提供し、交流を生む 利用者が「市民プランナー(※)」として参加・活動しやすい仕組みや場づくり(駐車場、什器、電源など)の工夫 など
	4. 空間と活動の両面から「長崎らしさ」を表現した、市民のシンボル広場の実現 長崎のさまざまな歳時記を表現するショーケース的空間活用/什器や広告などのデザインコントロール など
	5. 災害時に市民や観光客等の一時避難場所となる 一時避難の安全安心を育む情報伝達やツールの提供(案内や充電)/周辺事業者を含めた定期的な防災情報共有や場の設定

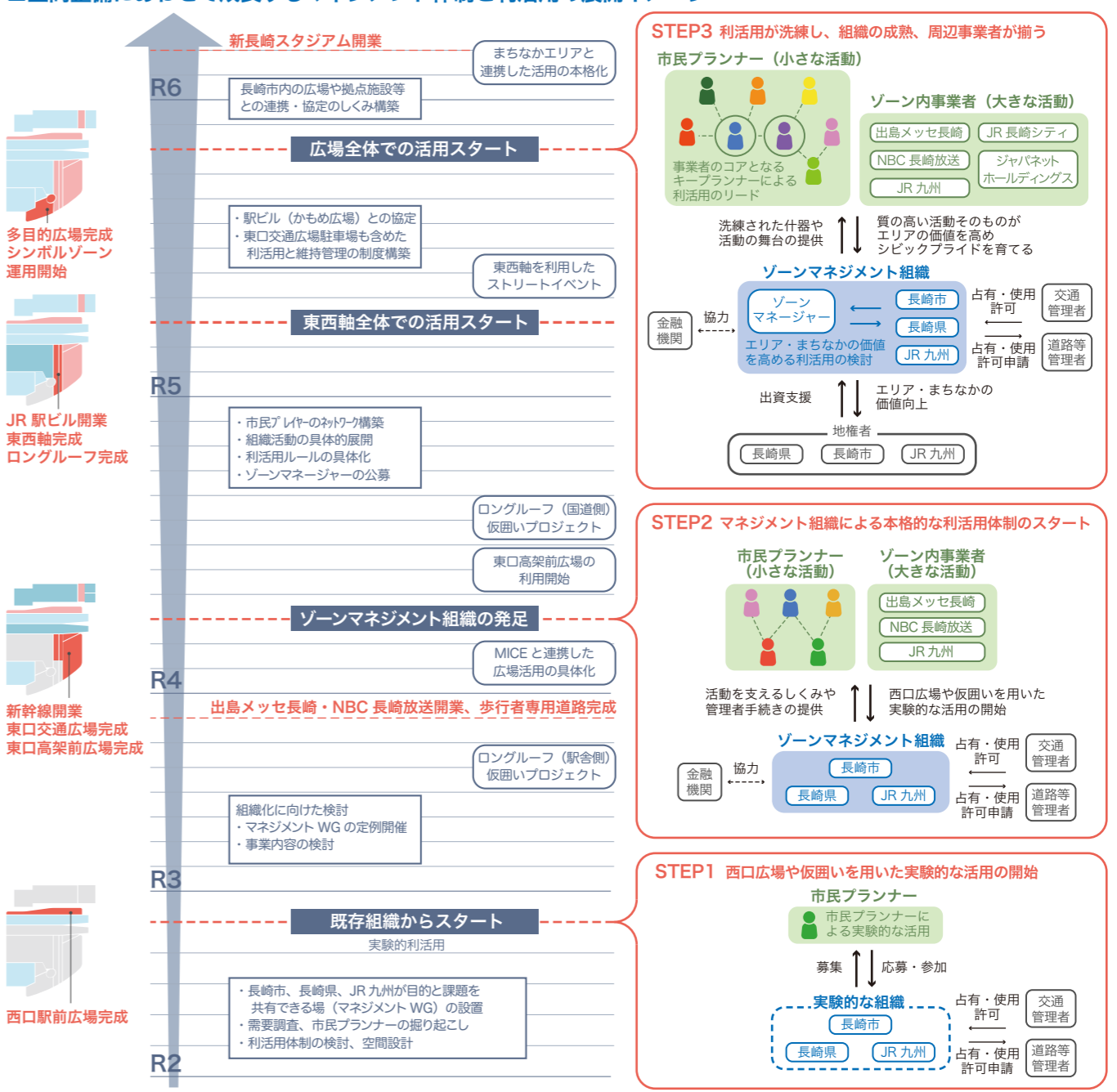
### 「重点プロジェクト」との連携イメージ

駅前広場を重点プロジェクトの展開箇所のひとつとして積極的に位置づけ、特に若者を中心とした新しい力が活躍する場所になるよう、利活用計画を検討する。

駅前×長崎若者プロジェクト	若者が楽しみ、活躍できるまちにする
駅前×新産業の種を育てるプロジェクト	新たな産業を生み出すまちにする
駅前×まちMICEプロジェクト	まち全体でMICEを受け入れ、活かす、楽しむ
駅前×まちぶらプロジェクト	まちなかの魅力をみがき、賑わいをつくる

※広場を利用する市民を、単なる利用者(出店者)ではなく、自らの企画、活動によって広場の風景をつくる(プランする)存在＝「市民プランナー」と位置づけ、活躍できるかたちを目指す。

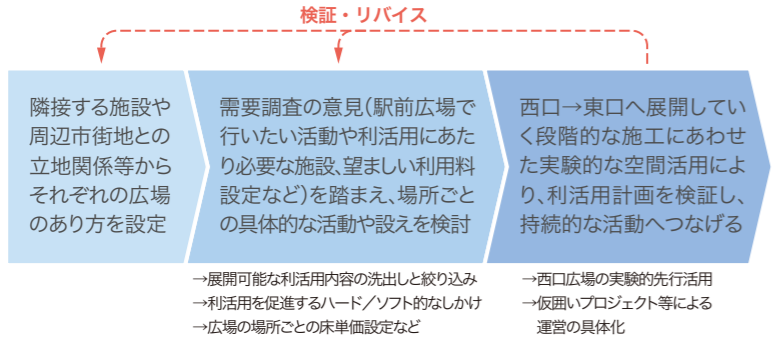
### ■空間整備にあわせて成長するマネジメント体制と利活用の展開イメージ





## ■利活用計画の整理手法

「仮説の設定」、「計画の具体化」、「実験による検証」という3つのステップで利活用計画を具体化する。これによりマネジメント組織や市民プランナーのステップアップにあわせ利活用計画も段階的に成熟していくことを目指す。



## 【多目的広場】 長崎の日常と非日常が出会う劇場型広場



長崎のまちなかで行われる多くの催事・祭事の「プレイベント」開催など、**地域のショーケース的空間として活用し、中心市街地へ利用者を送り込む仕掛け**となる。かもめ広場との一体となった劇場的空間を活かし、**駅ビルと一体となった大規模イベント**の開催も可能とする。

周辺住民など、市民にとって貴重な憩いの空間として**価値を保ちつつ、くちやランタンなど長崎の歴史や歳時記に出会う非日常空間**となる。



富山駅自由通路では「おわら風の盆」のPRを兼ねたおもてなしイベントを実施  
<https://www.citytoyama.toyama.jp/kikaku/kannibu/kchoka/fototopikusu/h21/kazenobonzenyasai.html>

## 【かもめ広場との協定構築】

日常時において、かもめ広場での利活用と東西軸や多目的広場との利活用が一体的なものとなり、**ともに価値を高め合うような協定内容**について検討する。**舗装材料や照明施設**の一体的整備のほか、**仕器やバナーサイン**など利活用にも用いるものまで一体的なデザインを検討する。

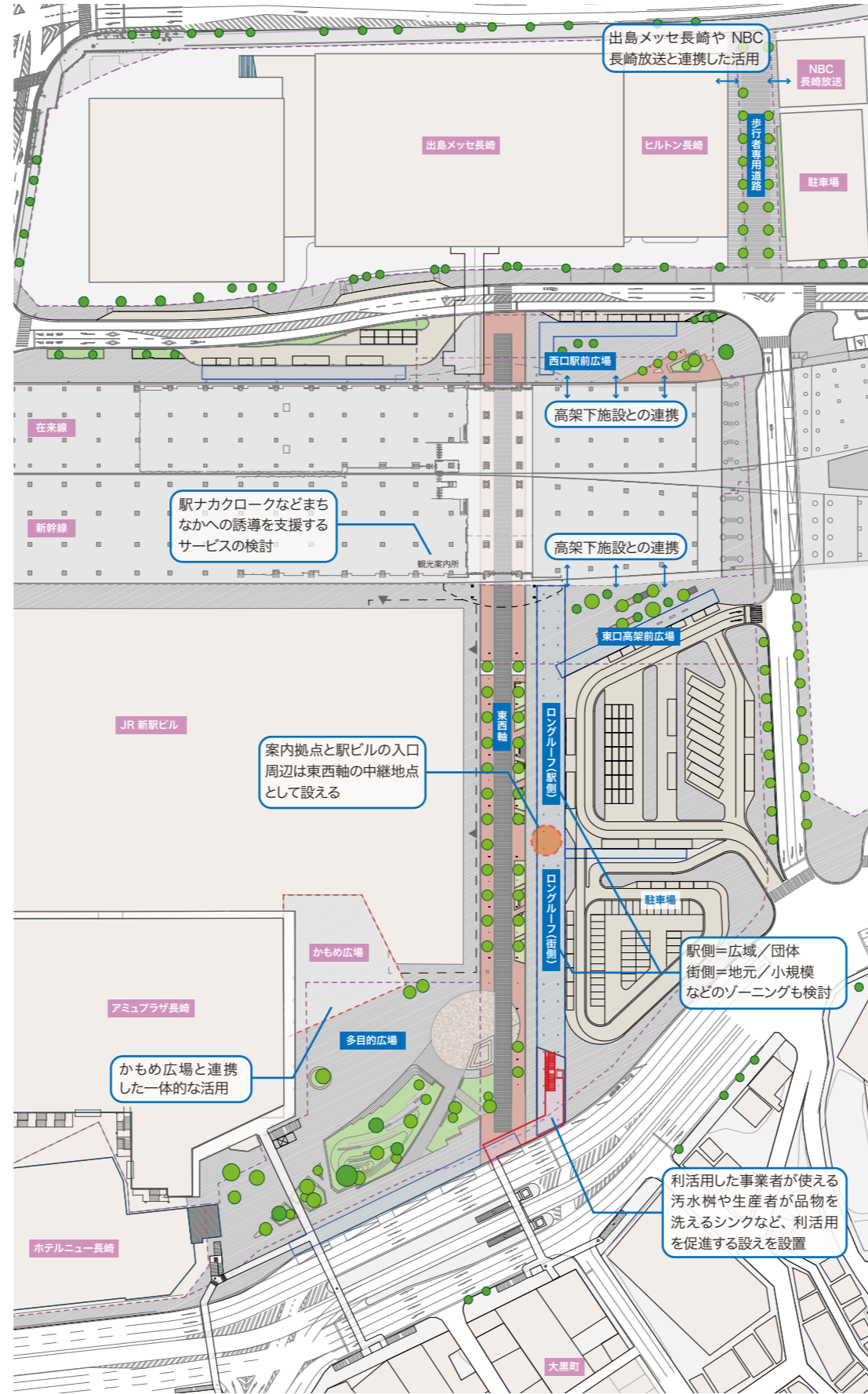
## ■仮囲いを利用したゾーンマネジメント広告事業の展開

・長い工事期間を活かし、仮囲いを生かした**広報活動を展開**。駅と各エリアをつなぐ**メディア**として、まちと駅の関係育てる。

・広報展開/広告掲載の範囲・時期を計画し、**広告主(協賛企業)の発掘**や、広告物作成による**市内クリエイターの発掘**へと繋げていく。市内クリエイターはディレクターとなり、継続してゾーンマネジメントへ関わることも期待。

・広場完成時には**協賛企業が広告費として広場に出資**、ゾーンマネジメント会社が**広告費を公益活動に還元する活動**へとつなげていく。

横浜駅 | 仮囲いを季刊誌に利用した例



## 【西口駅前広場】 出島メッセ長崎や長崎スタジアムシティへ向かうアプローチとして期待感・高揚感を高める前庭空間

県外や国外からの MICE 参加者をもてなす空間演出や店舗の出店、スタジアム来訪者を盛り上げるイベントやパブリックビューイングなど、NBC 長崎放送や長崎スタジアムなど**周辺事業者による積極的な活用を想定**。また東西軸や東口広場完成までの**スタートアップ空間**として、**市民プランナーによる実験的な活用を推進**する。



<http://www.town.kanegasaki.wate.jp/articles/2019031900036>

## 【東口高架前広場】 乗換えの拠点として待合の時間を豊かで便利なものにする「長崎の玄関口」

まちの認知度を高めシビックプライドを育む「長崎駅の顔となる空間」  
例: Amazing Toyama  
<https://www.citytoyama.toyama.jp/kikaku/kannibu/kohoka/citypromotion/amazingtoyama.html>

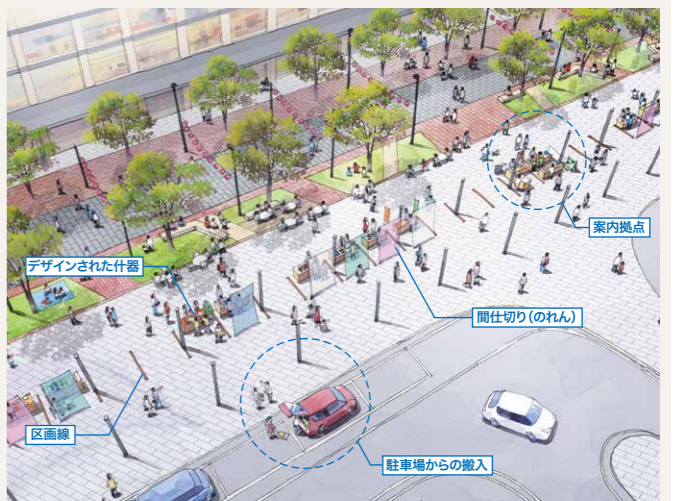


**豊かな待ち時間の提供**  
高架下施設とも連動し、新幹線発車前など空き時間を過ごすすよい飲みやオープンカフェの常設化を目指す。例: 仲通りアーバンテラスなど

**乗換え拠点としての案内機能充実**  
主要な観光地に向かうバスや路面電車などの交通案内情報を効率的に提供するあり方について検討を行う。例: 金沢駅 | 主要観光地別バスの案内システム

## 【ロングルーフ/東西軸】 長崎の「いま」を感じる旬ストリート

長崎市民も、来訪者も、**365 日の長崎の旬=長崎の恵み**を享受し、発信出来る場所。まちなかの事業者や市民プランナー・生産者が、**使いやすい仕掛けを徹底的に施す**。まちなか事業者の出店そのものが「メディア」となり、まちなかへと人々を導く呼び水となると共に、**長崎の「さるく文化」**を体現する着地型観光の案内拠点とすることで、駅からまちへ人々を送り込む。



ロングルーフ内の案内拠点の設置により長崎らしい活きた情報発信を促す

銀座 SIX | Tourist Service Center



柱割りにあわせた 3m ほどの区画線や電源の設置など、ロングルーフの利活用を促す仕掛け  
北本: 舗装をガイドにした活用の様子  
<http://www.city.kitamoto.saitama.jp/shisetsu/2/1418968214461.html>

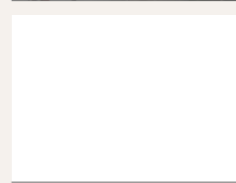


隣接する駐車場から直接搬入できるしくみにより、出店者の利便性を格段に向上させる

駐車場からのスムーズな搬入



バナー柱や LAN ケーブル Wifi 等の設置により、TV 等の「中継拠点」としての活用を推進し、認知を高めると共に広告価値の向上をはかる。  
丸の内: ルールに基づいたバナーデザイン  
香雪: まちの価値を高めるエリアマネジメントから抜粋



デザインされた仕器を用意することで生産者などの出店を促し、洗練された通りの風景をつくる  
山形ヤタイ: デザインされた仕器



汚水桝やシンクの設置など事業者の出店を見越して必要となる施設の設置を検討  
日田駅: 駅前広場に設置された汚水桝  
<https://www.city.hita.aitajp/shisetsu/park/9632.html>

## 【長崎旬カレンダー】: 365日の長崎の恵み

じゃがいも (島原)	長崎さちのか	牡蠣	桃カステラ	高島トマト	そのぎ茶	陶器市	長崎高菜	ペーロン大会	ミルクセーキ	長崎アスパラ	あご	長崎赤かぶ	水イカ	長崎みかん	長崎おでん (かまぼこ)	唐人菜
野母崎 すいせん祭り	ランタン フェスティバル	クルマエビ	チューリップ	帆船祭り	茂木枇杷	あじさいまつり	長崎和牛	みなと祭り	精霊流し	長崎居留地まつり	長崎くんち	丸山華まつり	丸山華まつり	丸山華まつり	丸山華まつり	丸山華まつり
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月					



## ■利活用需要調査の方法と対象

### 【調査方針と調査方法】

利活用検討チームの持つ長崎市内の事業者ネットワークを活かし、まちなかの事業者から広くヒアリングを行う。この際、現状ではまちなかの認知度が低い駅前広場について、これから「駅前が市民の使える場所になる!」というメッセージも広く伝えていく。

まちなかの団体や個別事業者に対しては、駅前で実施したい使い方や具体的な事業提案、あるとよい施設、実際に使うにあたっての使用料のイメージなどを聞く。同時に、事業者ではなく広場を訪れる「いち長崎市民」の立場として、駅前に対する期待や求めるものについてもヒアリングを行う。一方、大きなプレイヤーとなる周辺事業者については別途ヒアリングを行う。駅前という空間において考えている事業計画のほか、広場に対する希望、広告を出す場所としての駅前広場のポテンシャルなどについて意見を収集する。

### 【ヒアリング項目の具体例】

＜まちなか団体・事業者へのヒアリング項目＞	＜周辺事業者へのヒアリング項目＞
<ul style="list-style-type: none"> <li>駅前広場の整備計画とヒアリング趣旨の説明</li> <li>活動内容/活動で困っていること/現在の駅前イメージ</li> <li>駅前広場がどのような空間になったらいいと思うか</li> <li>駅前広場をどのように使いたい(事業提案)</li> <li>広場を使う場合の使用料について</li> <li>あると出店しやすい設備について(什器、電源、駐車など)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>駅前広場の整備計画とヒアリング趣旨の説明</li> <li>事業内容/事業計画/現在の市民向け企画の実施状況</li> <li>駅前広場をどのように使いたい(事業提案)</li> <li>協働できそうな企画について</li> <li>広告を出す場所としての価値について</li> </ul>

## ■参考となるエリアマネジメント団体へのヒアリング

### 【調査方針案と調査方法】

全国の鉄道駅周辺を活動エリアとしている団体の中で、組織体制や広場での活用内容 (イベントや広告、周囲への波及、駐車場運営など) がそれぞれ異なる団体を選定し、長崎駅前広場における利活用の参考となる事例を広い視点から選定、調査する。さらに、我々チームが実際に関わっている広場運営の事例のノウハウも棚卸しながら、選定した事例について対面でのヒアリング調査を行う。

### 【調査対象案と調査の視点】



**博多まちづくり推進協議会 [任意団体]**  
九州新幹線開業・駅ビル建替に伴うエリアマネジメント組織の組成 / JR九州主導で周辺企業・団体を巻き込んだ事例 / 博多駅前広場との関係(イベント範囲の積み出し、公益的内容のコントロール方法等)



**札幌駅前通まちづくり株式会社 [株式会社]**  
まちに人を送り込む役割を持つ、地下広場「チ・カ・ホ」や北3条広場「アカブラ」の複数の広場運営(指定管理)、多様な主催イベント実施、壁面広告・サイン広告事業事例 / 歩行空間の一部広場化(「札幌駅前地下広場条例」)



**富山市民プラザまちづくり事業部 [株式会社]**  
グランドプラザにおける設備面での多様な仕掛け(屋根、ビジョン、備品、ファニチャー等) / 稼働率を高める工夫(手続きの一元化、初動段階での賑わいづくり) / 「富山市まちなか賑わい広場条例」による規制緩和

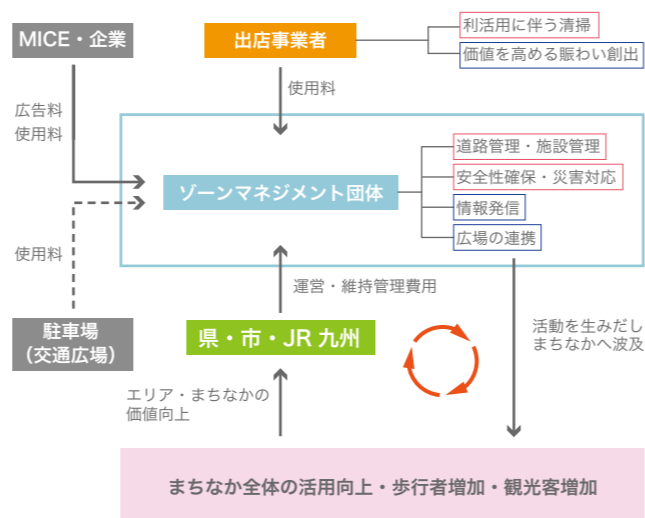
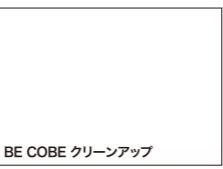


**札幌大通まちづくり株式会社 [株式会社]**  
全国初の民間まちづくり株式会社、ホコ天やオーブンカフェなど多様な社会実験的イベントを実施 / 共通駐車券の運営、広告事業、ビル管理のコンサルティング事業の収益事業事例  
<https://www.city.sapporo.jp/kkaku/downtown/areamanagement/odori.html>

グランフロント大阪 TMO [一般社団法人]	大阪版 BID による受益者負担の事業スキーム、うめきた広場の運営、周遊バスや駐車場等との連携
渋谷駅前エリアマネジメント協議会 [一般社団法人]	来街者への公共的サービス事業、社会実験による地域ルール策定、独自の財源確保を目指す取組み
新とよパーク(豊田市都市整備課) [自治体]	広場の利用者を巻き込んだ運営組織組成へのステップ、自由度の高い駅前広場の実現
広島駅周辺地区まちづくり協議会 [任意団体]	マツダスタジアムなどのスポーツ施設との連携

## ■利活用を踏まえた維持管理の仕組み

ゾーンマネジメント団体の構築により、施設や空間の維持管理における民間ノウハウを取り込み、費用の低減を図る。また、出島メッセ長崎や周辺企業の広告料収入や駐車場の利用料なども含めたしくみの構築により、マネジメント組織の収入構造を作り出す。一方、維持管理費用についてはマネジメント活動により全てをまかなうことは現実には難しい。地権者がマネジメント団体に投資する意義は、単なる維持管理のみに費用を消費するのではなく、駅ゾーンの賑わいや利活用を高め、そこからまちなかへと効果を波及させることにより、まち全体の価値を高めることにある。また維持管理という行為を、市民が参加出来る「目に見えるもの」にすることで、シビックプライドを醸成し、パブリックスペースにおける市民の振るまいを健全なものに高めていくことが重要である。



## 【調査対象リスト案】

<b>【周辺事業者】</b>
・JR九州
・MICE 関係者
・NBC 長崎放送局
・長崎駅前商店街
・長崎国際コンベンション協会
・長崎伝統芸能振興会
・FM 長崎
・長崎バス
・長崎商工会議所青年部
<b>【まちなか市民団体】</b>
・ナガサキリンネ
・出島 BASE
・U30 からはじめる長崎まちづくり会議
・HafH Nagasaki SAI
<b>【生産者など】</b>
・JA 長崎
・長崎県有機農業推進ネットワーク
・長崎たべる通信

### 【ヒアリング項目の具体例】

<b>＜組織と事業内容＞</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>組織体制 なぜその組織体制としているか</li> <li>組織体制とお金の流れ (収益における公金割合等)</li> <li>事業内容 (目的と実際の事業)</li> <li>実施イベント等において公益性を保つ工夫</li> </ul>	<b>＜運営の実態や工夫＞</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>広場の稼働率と使用料</li> <li>利活用のハードルとなる規制乗り越えるための条例やルール</li> <li>民間施設からのニーズ (広告やサービスについて) ※案内機能、チケット売り場、手荷物配送、飲食など</li> <li>具体的な広場利用の例</li> </ul>	<b>＜維持管理や災害対応＞</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>維持管理の仕組みや体制</li> <li>情報発信の方法、災害時の対応</li> <li>使いやすい空間とするために必要な施設や設備</li> </ul>
--	--	---

## ■広場の機能性・安全性

市外・県外・国外からの観光客、出島メッセ長崎や長崎スタジアムシティなど周辺施設への来訪者、駅ビルや広場を訪れる地元市民など、駅前広場には多くの人が訪れる。こうした多様な属性を持った人々が安全に共存できるよう、ハード/ソフト両面からの安全性・機能性の確保について検討する。

### 安全性を考慮した利活用計画

歩行空間・滞留空間・利活用空間のゾーニングを明確にし、店舗やテーブルなどが歩行者の妨げにならないような活動計画(ルールづくり)を検討し、活動計画を踏まえたしかけを空間設計に反映する。  
※ロングルーフの出店エリアと歩行エリアを分ける仕切りを設置出来る工夫など。

### 安全性を考慮した設計

緑地やステージの高さや形状に配慮し、暗がりや死角となる場所を作らないよう留意する。  
・適切な広場勾配や排水計画により、降雨時にも安全に歩行可能な設計とする。  
・歩行動線には歩行性を妨げないように、すべりにくく耐久性の高い舗装材料を用いると共に、不陸の起こりにくい歩行構造を検討する。

### 安全性と景観を両立させた照明計画

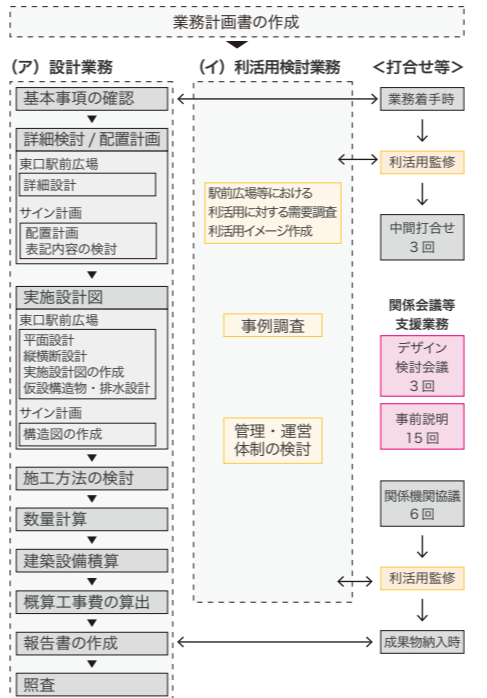
・広場照明とキャノピー、ロングルーフなどの施設照明をトータルに捉え、美しさと安全性を両立させた照明計画とする。

### 誰にも分かりやすいサイン計画

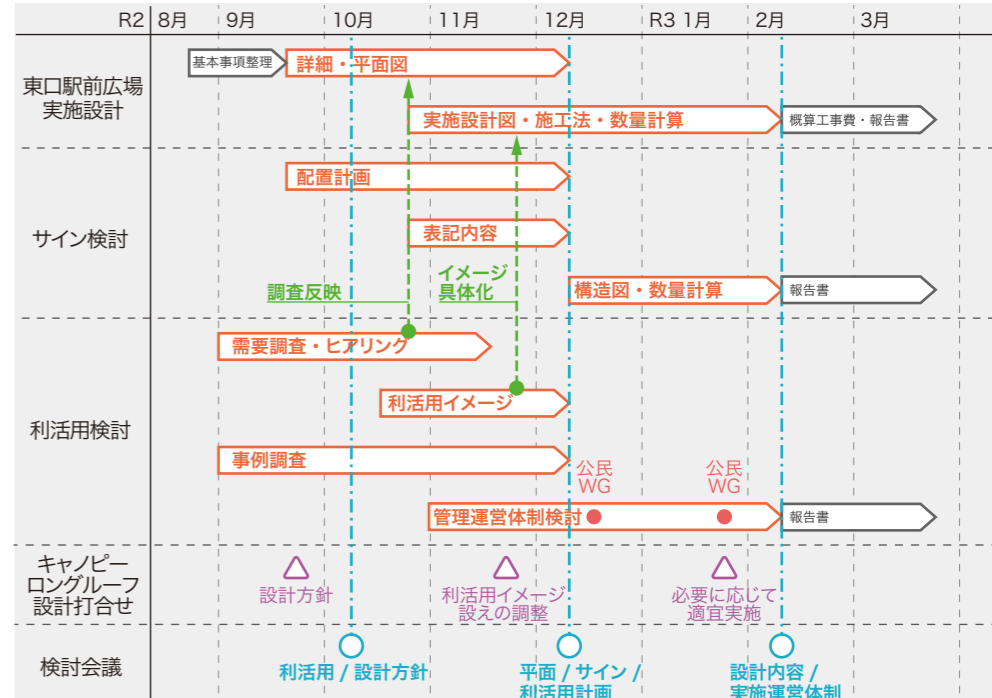
・まちに人を送り込む交通結節拠点として、県外・国外からの来訪者にも直感的に分かりやすいサイン計画を検討する。



## ■業務フロー



## ■利活用検討と設計フロー



## ■長崎の素材や技術の活用

長崎には、石や煉瓦といった多様な素材、ハタやランタンなどの文化に裏付けされた特徴的ななすつらえ、そしてまちなかの歴史や歳時記をまち歩きとともに楽しむ「さるく」という文化まで、有形無形にわたる様々な素材・技術が蓄積されている。こうした文化を活かした場づくりによって、長崎らしい駅前広場の実現を目指す。

### 空間演出としての「ハタ」の活用

長崎のハタは形や文様に独自の特徴を持ち、種類も豊富である。ハタ揚げ大会など今も活きる文化であるが、広場や東西軸への使用を検討することで、地場産業の振興にもつなげていきたい。

### 着地型観光=さるく文化

長崎の本当の魅力ともいえる、路地や石畳のまちなか、その先にある小さなお店などに人々を案内する着地型観光の拠点を、長崎ならではのさるく文化によって実現。

### さまざまな素材の活用

石の街でもある長崎らしく、様々の石材の活かし方(植栽の基壇部やシンボル空間の舗装など)や、伝統工芸である長崎ビードロによる空間演出(案内拠点の壁面など)を検討する。

## ■長崎の新たな魅力をつくりだす夜間照明計画

稲佐山などからの景観を考慮し、南北軸(駅舎)と直交する東西軸が浮き上がるような「眺められる照明計画」とともに、広場における人々の滞留を促す「体験する照明計画」を行う。

夜間に到着した来訪者を暖かく迎え入れながら、電車で街に戻ってきた市民も帰る前に時間を過ごしたくなるような夜の雰囲気をつくる。居心地のよい照明計画が駅周辺のナイトタイムエコノミーを刺激し、これまでにない新たな長崎の夜の魅力をつくりだす。

