

1. 東遊園地の歴史

- 東遊園地は、横浜の山手公園と並び日本を代表する西洋風の公園であり、かつては、西洋のスポーツや文化が融合する窓口であった。多文化が混在していた時代もふまえて検討が必要である。
- 東遊園地は、①西洋風の公園 ②震災この2点が重要である。
- 各ゾーンが整備された時点でのコンセプトやタイムラインも評価軸として必要である。



1963(昭和38)



2. 芝生化社会実験

- H27~28年度の社会実験を通じて、市民、行政、運営している者が同じ夢を見ることができたのが一番大きな成果。公園を育てるプロセスの中で市民としての文化が育つ。
- 社会実験の結果より、「プログラム型」の公園が求められていることは明白である。
- 技術的・費用的な課題に対して、サステナブルな方法を検討しなければならない。
- 都心の緑が人々に与えた影響は大きい。今後も市民全体で取り組めると良い。改良するときに、市民の声をどれだけ反映できるかが今後の課題である。



社会実験「アーバンピクニック」

3. 事業連携

- 東遊園地を都市の核とすれば、核を中心として都市が輝くための戦略が必要である。
- 他の部局やプロジェクトとの連動性を強化することも重要である。
- 神戸市は道路のリデザインに取り組んでおり、道路の広場化を進めてようとしている。東遊園地のリデザインに際しては、道路での短期滞在、公園での長期滞在という視点から、役割分担・連携を検討すべきである。



葺合南54号線の整備

4. ターゲットイメージ・利用者層

- ターゲットとしては、市民が最も重要であり、次にインバウンドである。神戸市民のライフスタイルを東遊園地でどのようにつくっていけるかが最も重要な視点である。
- 神戸2020ビジョンのテーマは「若者に選ばれるまち」だが、どのような若者に選ばれるまちなのか、一歩踏み込んだ具体的な設定が必要である。東遊園地が、どのような関心のある人に利用される公園なのか、きめ細かに設定することが重要である。

若い世代が、生き生きと活躍できる公園	▶ 子育て中の家族
働く人をサポートする公園	▶ 都心で働くワーカー
神戸を訪れ、神戸を楽しみたい人々をもてなす公園	▶ 神戸の歴史・文化を愛する市民
歴史や文化に親しむ豊かな時間を提供する公園	▶ 国際観光で神戸を訪ねる外国人の若者

5. プログラム型—アクティビティの想定(季節軸・時間軸)

- 今後は、目的性をもって人が集まるようなプログラムの実施により、人が公園に来るきっかけをつくる必要がある。
- 使い方を限定された場所は少なく、利用者のニーズはソフトで対応できる。
- コンセプトを実現するために、制度・仕組み、運営、収支、都心のつながり、公園のデザイン、利用者について検討しなければならないが、さらに重要なのは、時間軸や季節軸の発想である。

	冬	春	夏	秋	冬
アクティビティ	雪遊び、冬フェスティバル、クリスマスイベント	桜祭り、春フェスティバル、花見	夏フェスティバル、水遊び、プール	紅葉祭、秋フェスティバル	雪遊び、冬フェスティバル
施設	暖房付きベンチ、防寒対策	花見スポット、お花見スペース	水遊び場、プール、シャワー	紅葉観望所、お茶室	暖房付きベンチ、防寒対策
運営	冬のイベント開催、防寒対策	春のイベント開催、お花見対策	夏のイベント開催、水遊び対策	秋のイベント開催、紅葉対策	冬のイベント開催、防寒対策
収支	冬のイベント収入、防寒対策費用	春のイベント収入、お花見対策費用	夏のイベント収入、水遊び対策費用	秋のイベント収入、紅葉対策費用	冬のイベント収入、防寒対策費用
都心のつながり	冬のイベント開催、都心のつながり	春のイベント開催、都心のつながり	夏のイベント開催、都心のつながり	秋のイベント開催、都心のつながり	冬のイベント開催、都心のつながり
公園のデザイン	冬のイベント開催、公園のデザイン	春のイベント開催、公園のデザイン	夏のイベント開催、公園のデザイン	秋のイベント開催、公園のデザイン	冬のイベント開催、公園のデザイン
利用者	冬のイベント開催、利用者	春のイベント開催、利用者	夏のイベント開催、利用者	秋のイベント開催、利用者	冬のイベント開催、利用者

6. 広域的視点(都市計画・アーバンプランニング)

- 神戸の将来像に基づき、山から海へ楽しく歩ける街を目指し、広域的なスケールから東遊園地をとらえる。
- 三宮の南側の玄関口から、Kiitoなどのベイエリアへと人の流れを引っ張るためには、広域的な視点に基づく一貫したコンセプトが必要である。
- 地区公園の枠組みを超えて、三宮徒歩圏域と観光を含む視点で考えるべきである。
- 地区レベル、地域レベル、都市レベルの3つのレベルで検討しなければならない。

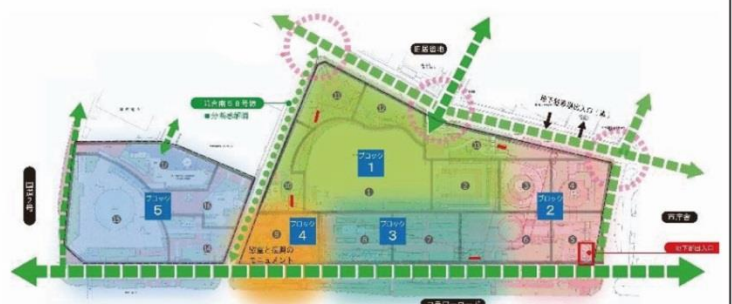


7. 回遊・ネットワーク

- 海までの軸、即ち広域的な視点で考えると、市役所〜Kiito〜突堤〜波止場埠頭緑地〜メリケンパーク〜居留地という回遊性に対して、東遊園地はどうあるべきかを検討すべきである。
- 三宮以南のエリア、旧居留地、三宮の東を含めて、歩行者空間の視点が重要。他の公園、公開空地などとの歩行者ネットワークを含めて検討すべきである。
- コペリンやLRT等合わせて検討が必要である。

8. 空間構成—モザイク状の空間の再構築

- 17のモザイク状の細分化された空間は、使い方を限定し、周辺のまち・地域との一体性に欠け、魅力的な空間となっていない。多様な利用ニーズに対応できるように、大きなブロックに空間をまとめ、一体性を高めるという方向性は良い。
- 今あるものを‘とる’という作業から始めて、次に設備系の評価、その後、形・ハードの検討へと進むプロセスとすべきである。
- 現在の東遊園地には、多くのモニュメントがあり、雑多となっているので、コンセプトを整理し、純化すべきである。
- 空間・構造的な視点から花時計・市庁舎を含めた範囲で検討すべきである。
- 東遊園地、市役所(2・3号館)、道路を一体としてとらえれば、さらに面白い東遊園地境界となる。



9. パークマネジメント・エリアマネジメント

- 今回の社会実験をビジネスモデル化して仕組みを議論していくことが重要である。
- プログラム型を進めるためには、制度設計、ルールの見直しや規制緩和などの制度設計が重要である。
- パークマネジメントによるサステナブルな公園を目指すのであれば、何らかのダイナミックな展開を検討しなければならない。商業施設と公園をからめた事例も参考としながら、様々な政策手法も含め議論が必要である。

10. プロセスデザイン—今後の進め方

- 今後は、公園の管理運営主体のあり方(地域、NPO団体、市民のネットワーク、民間企業等)と、どうい公園であるべきか(デザインや配置)についての検討が密接に結びつくように進めなければならない。
- 魅力的な公園とするためには、様々な主体に関わってもらいながら、サステナブルな公園運営に対する知恵を幅広く求めなければならない。
- デザインワークショップやデザインコンペを実施するのであれば、様々な主体(民間企業等)が、東遊園地の運営にどのような形で関与できるかという意見や、東遊園地の可能性(ビジネスや事業を行うために必要な設備と投資等)について意見・アイデアを求めるべきである。
- これまで東遊園地で活動を続けてきた方々の想いなしに、東遊園地の将来について議論はできないので、関係する方々の意向をきき、計画に反映すべきである。

《東遊園地リノベーションプランの目標》

【目標①】歴史文化の薫りを楽しむ

■ 公園の歴史文化の魅力活用

- ・旧居留地との一体性・つながりを高める
- ・居留外国人と日本人の交流の歴史や多文化共生の精神を活かす
- ・モニュメント、顕彰碑等を整理・活用し 歴史を正しく伝える

■ 神戸開港 150 年の歴史文化の魅力活用

- ・人・もの・情報・文化が集まる港都の魅力を活かす



【目標②】都心の回遊性を高める

■ 三宮からウォーターフロントへの誘導

- ・神戸らしい高質な花と緑のプロムナードの形成
- ・フラワーロードと公園の一体性を高める
- ・フラワーロードからのアプローチ改善
- ・公園南側の魅力向上(人の流れを南へ牽引)
- ・地下街との連続性強化

■ 旧居留地とのネットワーク形成

- ・旧居留地からのアクセス改善

■ 歩行者・自転車ネットワークの形成

- ・レンタサイクル拠点の整備



【目標③】心に残る景色を創る

■ ‘神戸らしさ’が薫る街角の創出

- ・公園のエントランス景観の改善

■ 絵になる風景をつくる

- ・魅力的な夜間景観・眺望景観の創出
- ・撮影スポットの拡充

■ 神戸を訪れる人を花でもてなす

- ・高質な花みどり景観の創出
- ・季節を演出する花みどり景観の形成

■ 環境と調和する空間をつくる

- ・水、みどり、生物に溢れたロハスな空間づくり



【目標④】市民の想いで賑わいを創る

■ 大規模イベントの受入れ

- ・「神戸まつり」「神戸マラソン」等のイベントの開催

■ 市民による多様なマネジメント

- ・市民によるマネジメントを実施し、都心ににぎわいを創出する
- ・地産地消を楽しむ

■ 公園を育てる協働の仕組みをつくる

- ・持続可能な公園の管理運営
- ・協働のラウンドテーブル創り
- ・民間活力の導入



【目標⑤】しなやかにまちの安全・安心を高める

■ 震災の歴史・教訓の継承

- ・慰霊と復興のモニュメントの保全活用
- ・阪神・淡路大震災の慰霊と鎮魂のための「ルミナリエ」「1.17の集い」の開催

■ 地域防災力の向上

- ・緊急避難場所としての機能確保
- ・楽しみながら地域防災力を高める
- ・防災関連情報の伝達表示

■ 防犯対策の強化

- ・見通しの改善・死角の解消



《東遊園地の将来像》



「BE KOBE」 神戸を誇り、神戸への愛着が育つ場所  
都心を美しく彩り、新しい出会いと交流が生まれる遊園

1. 人が主役の公園 —公園が人と人をつなぐ—

神戸の都心に新しい人の流れをつくり、新しい出会いと交流からにぎわいが生まれる公園。神戸の特色でもある「進取の気性」を活かし、若い世代のクリエイティブな発想・活躍を応援する公園。

2. ‘神戸らしさ’が光る公園 —公園が山・海・まちをつなぐ—

旧居留地の歴史や文化が感じられる公園。旧居留地の多文化共生や新たなレクリエーション創出の精神を継承し、神戸の 海・山・まちの魅力をつなぐ拠点となる公園。

3. ‘しなやかな器’となる公園 —想いやしくみをつなぐ—

市民や民間活力との連携によるマネジメントや、様々なかたちの利用を柔軟に受けとめる、持続可能な包容力のある公園。



緑とオープンスペースのポテンシャルを、都市のため、地域のため、市民のために最大限引き出すことを重視し、都市公園を柔軟に使い、公園のあり方を変えるリノベーションを目指す

若い世代が、生き生きと活躍できる公園	働く人をサポートする公園	歴史や文化に親しむ豊かな時間を提供する公園	神戸を訪れ、神戸を楽しみたい若者をもてなす公園
<p>■親子で、公園の遊び、学び、創作等の<b>体験プログラム</b>に参加する。色々なプログラムがあるのでうれしい。</p> <p>■子どもは、雨天でも遊べる「<b>プレイハウス</b>」や芝生広場でのびのび遊ぶ。</p> <p>■芝生広場での<b>市民プログラム</b>に参加し、ヨガやLOHASを楽しむ。</p> <p>■<b>FarmersMarket</b> を利用し、<b>地産地消</b>の食材を我が家の食卓に持ち帰る。</p> <p>■公園の<b>フラワーショップ</b>で花の育て方を学び、花を購入し、花のある生活を楽しむ。</p>  <p>多様な体験プログラム</p>   <p>Farmers Market</p>  <p>神戸産の花の販売</p>  <p>芝生広場でのフラダンス</p>	<p>■出社前に朝活。公園で英会話を習う。フィットニングルームで着替えて朝ランする。</p> <p>■利用者同士の積極的な交流や共働が生まれる。「<b>コワーキングスペース</b>」を利用して、公園で仕事をする。</p> <p>■ランチは、キッチンカーで<b>神戸の農産物</b>を使った軽食をテイクアウトし、<b>緑陰のテラス</b>で食べる。</p> <p>■ランチの後は、ピンポンで汗を流しリフレッシュする。</p> <p>■公園の<b>WiFi環境</b>を利用して、芝生の上でミーティングをする。青空の下、新しいアイデアが生まれる。</p> <p>■仕事帰りに<b>パークCafe</b>で音楽とクラフトビールを楽しむ。</p>  <p>公園でミーティング</p>  <p>緑陰でランチや休憩</p>  <p>公園でリフレッシュ</p>	<p>■<b>歴史や文化を学べる</b>教養施設で、くつろぎながら、神戸の文化や東遊園地の歴史について知る。休日は、彼女と旧居留地の散策プログラムに参加する。</p> <p>■<b>図書スペース</b>でゆっくり読書を楽しむ。タブレット端末を利用して、芝生広場で有料レンタルした映画を楽しむ。</p> <p>■「街角広場」で心地よい<b>ストリートミュージック、ジャズ</b>を、夏の夜は、<b>ナイトシアター</b>を楽しむ</p> <p>■<b>公園内のモニュメント、記念碑、彫刻</b>で歴史やアートを楽しむ。</p>  <p>市民によるプログラム</p>  <p>アウトドアライブラリー</p>  <p>ナイトシアター</p>  <p>公園の彫刻</p>	<p>■公園の「<b>ツーリストインフォメーション</b>」で仲間と集合。観光に役立つ情報を入手。ショッピングの前に休憩する。</p> <p>■<b>市民プログラム</b>の「まち歩きツアー」に参加。交流を楽しむ。</p> <p>■「<b>こべりんサイクルポート</b>」を利用して、神戸の街を快適に移動する。</p> <p>■彫刻や花の丘、水辺を背景に<b>記念撮影</b>をする。</p> <p>■<b>フラワーロードの夜景</b>「<b>光のミュージアム</b>」を楽しみながらウォーターフロントへ移動し、<b>ナイトクルーズ</b>を体験する。</p> <p>■<b>ルミナリエ</b>では空からの（市役所展望室）眺望を観覧する。</p>  <p>ツーリストインフォメーションのイメージ</p>  <p>こべりんの利用</p>  <p>公園での記念撮影</p>  <p>神戸ルミナリエ</p>  <p>フラワーロード『光のミュージアム』</p>
<p>ターゲットのイメージ① 子育て中の家族</p>	<p>ターゲットのイメージ② 都心で働くワーカー</p>	<p>ターゲットのイメージ③ 神戸の歴史・文化を愛する市民</p>	<p>ターゲットのイメージ④ 国際観光で神戸を訪ねる若者</p>

