

大宮におけるウォークブルシティとは

人が歩くのは何か買い物や遊びなどの目的を持って特定の場所へ行く過程の行為である。人が新たに、目的なく歩きたくなる為には「楽しそう」「面白そう」と感じることから始まる。建物や道、そして用途地域など空間が明確に別れている場所では人の目的は分散されない。本提案では、そうした観点から着目し、大宮の賑わいが建物から道に、道から街に広がっていく、そんな風景を創出する。



課題 1 大宮の賑わいの固定化

大宮は商業の街として栄えており、現在も開発が進み、今後も賑わいが加速するだろう。しかし、その活気は駅周辺ビルや商店街などの商業空間（下の図の橙色）を中心としたものであり、かつ、それらは昔からの地主が所有している。そのため、大宮の街に新たに参加したい者、特に若い世代には金銭的にハードルが高いものとなっている。



橙色は大宮の商業施設であり、賑わいはそこに集中している

課題 2. 街の更新から外れた遊休資産

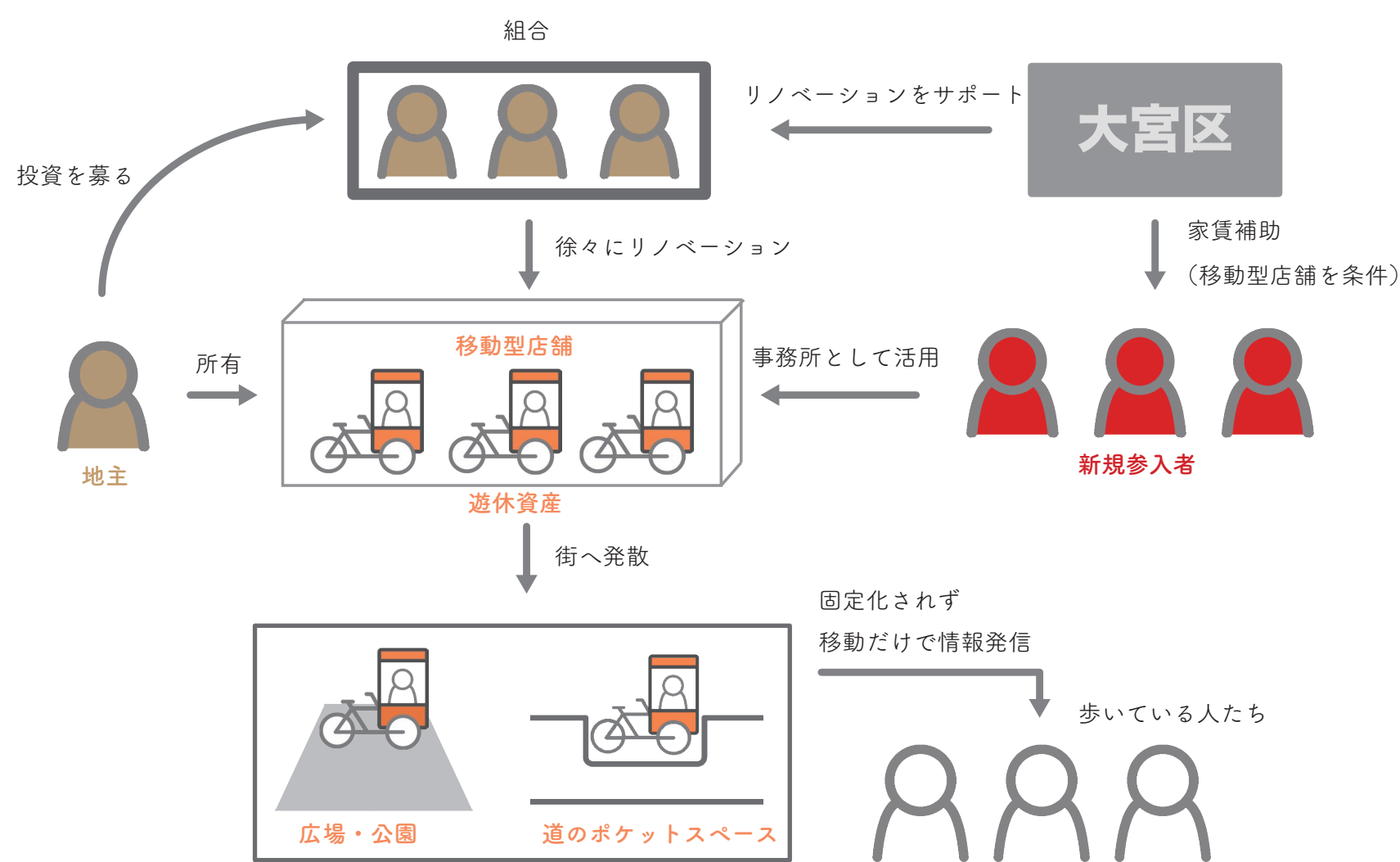
公共施設再編による連続型まちづくりなどのまちづくりが進む一方、へた地における建物は街の更新から取り残されている。そこに建っている建物は敷地の形状によって非常に使いにくい状態にあり、事業としての活動がしにくいため、老朽化などの問題が進み続け、遊休資産となる。それらに対して、このまま何もしなければ、ますます街から疎外されてしまう。



赤色のものは、へた地形状の遊休資産と見受けられるもの

事業スキーム

移動型店舗を街として運営していく上での、遊休資産を所有している地主と大宮区、そして新規参入者の関係を表したものである。

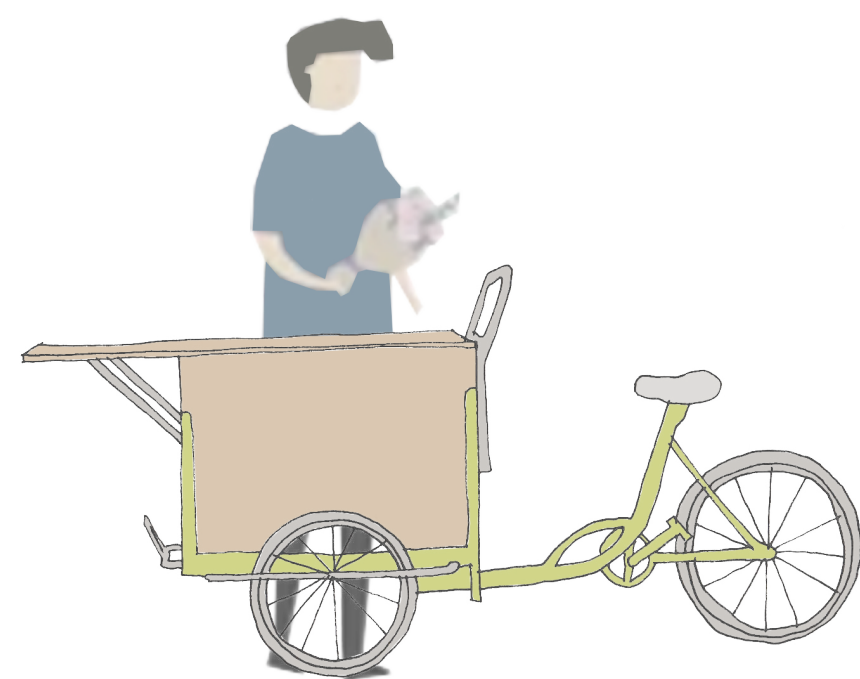


Moving City / Omiya - 固定化された賑わいを、移動型店舗で発散させる -

推進戦略の柱番号：① ② ③

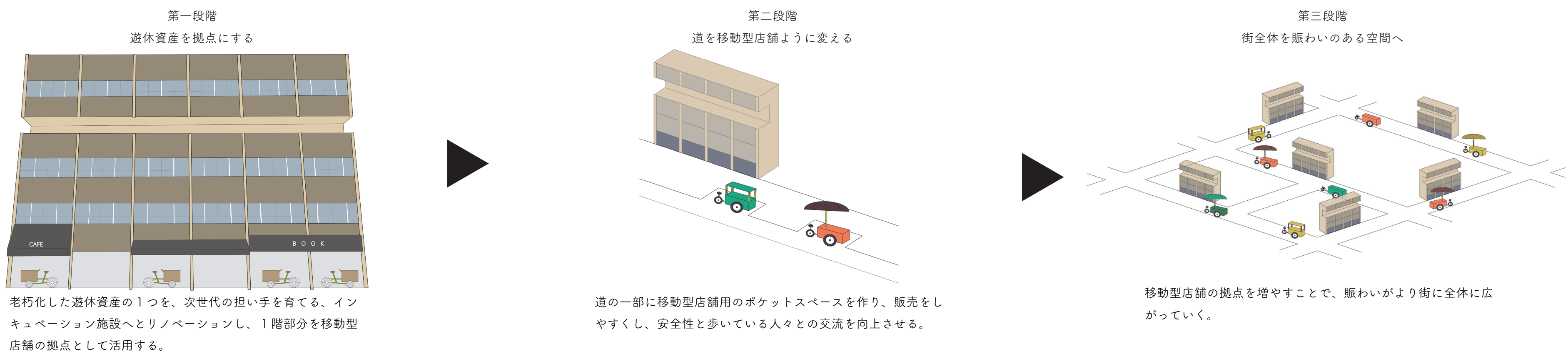
提案 1. 賑わいを発散させる移動型店舗

商業の賑わいを街に発散させる手段として移動型店舗を活用する。移動型店舗は場所に囚われることなく、どこでも販売ができる。また、規模が小さく、安いコストで若い世代が簡単に大宮の街に参画が可能となる。



提案 2. 遊休資産をインキュベーション施設へ そして、移動型店舗の拠点へ

へた地にある遊休資産を次世代の担い手を育成するインキュベーション施設にリノベーションさせる。そこを移動型店舗の拠点にして、そこから街へ賑わいを発散させる。



移動型店舗の活用方法

移動型店舗は普段、外部で活動している。駐車場の一部や、公園などの広場、そして道で活動を行い、賑わいを街に発散していく。

