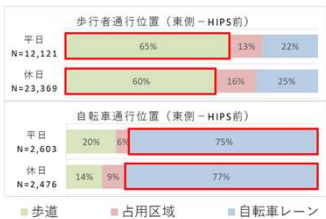


2022/10/15 (Sat) ▶ 11/13 (Sun)

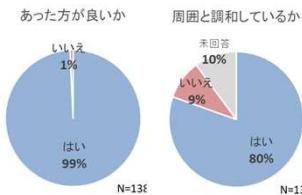
2. (1) 検証結果（整備後の管理運営スキーム・道路空間の利活用形態）

【2期整備区間以南】

◆ベンチ・サインの最終形をめざした検証



▲ 端部にベンチ・サインを置くことで、歩車分離、整流効果を確認



▲ 利用者からのベンチの評価は高く、
▲ 利用されている割合も高い



◀ 利用者からの評価が高い一方で、設置したベンチ周辺にはごみのポイ捨てが多発

▲ 注意喚起により、一定の効果は認められたが、引き続き対策が必要

整流化効果



歩行者が多い時間帯の通行状況



➢ **ベンチ設置の方向性**
 ✓ 自歩の整流化・車止めを行うとともに、休憩滞在機能を兼ねる施設としてベンチを設置
 ✓ 歩行者の通行安全性・快適性を損なうことがないよう設置

◆ 植栽の維持管理スキームの検証



周囲と調和しているか



【利用者の声】

- きれい、かわいい
- 緑がいっぱいあってきれい
- おしゃれな街のイメージで良い

▲ 利用者の花壇の取り組みに対する評価は高い



◀ ベンチ同様に、ごみのポイ捨ては依然として見られる



▲ 実験終了後も、継続も、ごみの問題、踏み荒らし、看板の破損などが発生
⇒ 管理コスト増加

➢ 花壇に対する評価は高く、スポンサードの仕組みや官民の役割分担（維持管理）について、引き続き検討

【3期整備区間】

◆ 固定ベンチの設置に関する検証



▲ いずれのタイプもよく利用されており、特にL字型は可動式のイス・テーブルとの組合せによる利用が見られた



◀ 一方で、ごみやスकेボーによる破損など、管理上の問題が見られた

◆ 植栽に関する検証



◀ 花壇整備に対する利用者の評価は高いが、引き続き生育状況の把握や、ベンチ同様にごみの対策などが必要

➢ ベンチ・植栽については、2期整備区間の知見も踏まえ、ベンチの形状/素材や、植栽の維持管理の仕組みの構築などについて、引き続き検討

◆ 活用内容が大阪のメインストリートとしてふさわしいか

■ キッチンカーやテントでの飲食・物販等によるにぎわいづくり



◀ キッチンカーやテントでの飲食・販売はにぎわいの創出に寄与

・一方で、出店者の選定のあり方や御堂筋にふさわしいクオリティの確保（ブランディングの問題：唐揚げがふさわしいか等）が課題

■ 上質な空間形成に繋がる造作物の検証



◀ アートや植栽は観光客による写真の撮影に加え、SNSでの投稿等も見られた

➢ 御堂筋にふさわしいクオリティを確保するためのブランディングの設定、アート等の設置に向けたコンセプトの周辺ブランドとの協力・連携、回遊のコンセプトをより深めた企画への展開、認知に繋がるような告知や継続的な実施など、沿道との協力による管理・運営の仕組みづくりについて、引き続き検討

■ アメリカ村の会と連携したイベントの実施



◀ BIG STEPでイベントを行うよりも売上がかなり小さかった

・一方で、それぞれの店舗がエリアの将来を考えてくれるきっかけになったのではないかと考えられる

■ 沿道事業者と協力した可動式家具の運用等による滞留空間の創出



◀ イスやベンチは効果的で、有意義に使ってもらえた

沿道の適正化に向けた取り組み（一部）



▲ 放置駐輪の多いエリアへの啓発看板の設置



▲ 道路協力団体による合同啓発活動



◀ 産官学連携による清掃

IoTトングを活用しごみの状況を可視化

