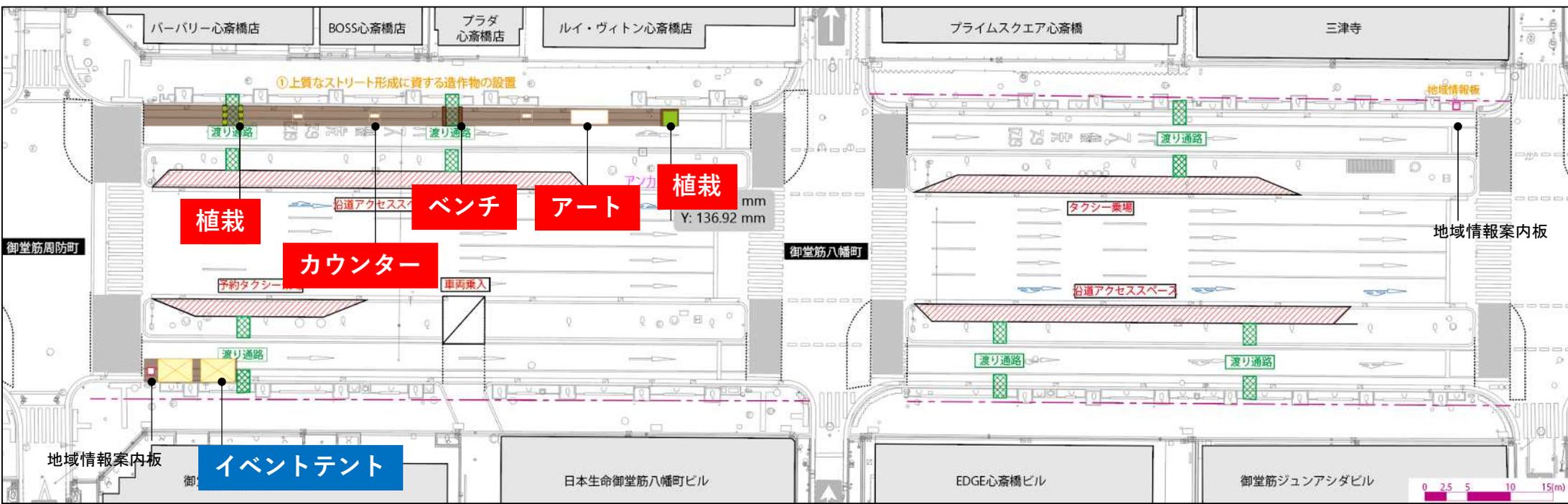


3期南区間の実施内容① - 空間が洗練されたゆとりのあるラグジュアリー区間 -

上質なストリート形成に資する造作物（ストリートファニチャー・アート等）の設置



A：上質な空間形成に繋がる造作物の検証

アート



ベンチ



カウンター
テーブル
(週末のみ)



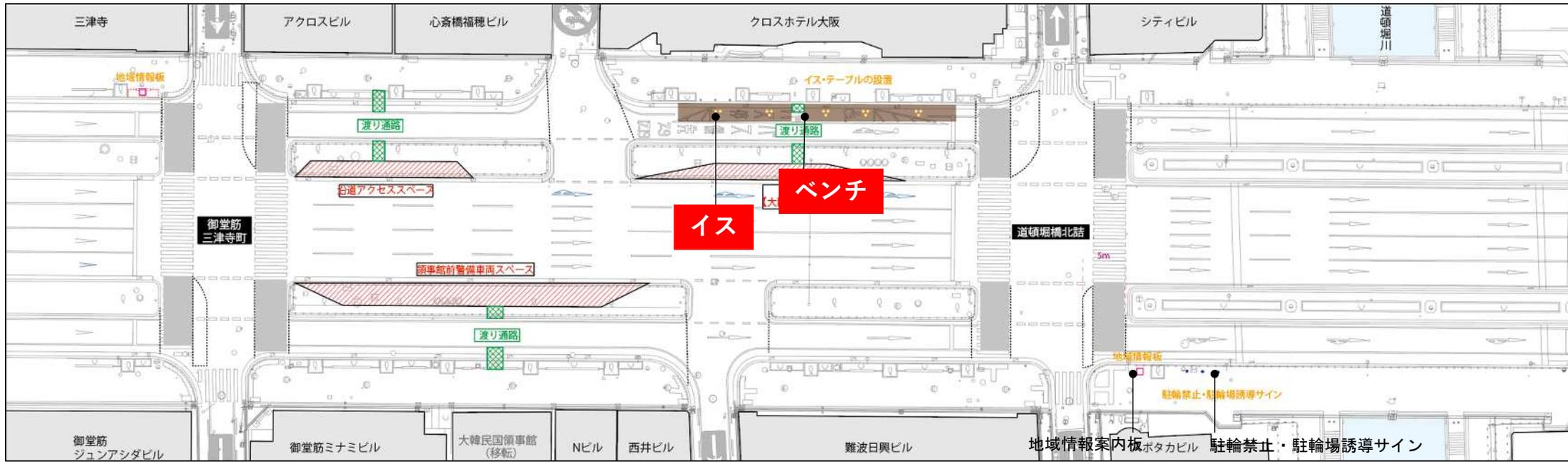
植栽

B：滞留の創出 アメリカ村の会と連携した イベントの実施（出店）



3期南区間の実施内容② - 道頓堀のにぎわいをつなぐアクティビティ区間 -

アクティビティエリアのにぎわい・滞留空間の創出



C: にぎわい・滞留空間の創出

イス
ベンチ



3期南区間 A：上質な空間形成に繋がる造作物の検証（ハイブランド前）



アート



植栽



ベンチ



カウンターテーブル（週末）

取組概要

- ・ハイブランドが立ち並ぶ街区の上質な空間形成に繋がる造作物を検証する。
- ・また、将来的に道路協力団体の活動資金の一助になり得るか検証する。

利用の様子

- ・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。
- ・一方で、ベンチではごみの放置が一定数見られた。（週末は道協で清掃）
- ・アート作品については、蹴る・登る等の悪戯も多くあった。
- ・ハイテーブルはベンチに比べて利用頻度が低かった。

ハイブランドストアからの声

- ・街中の憩いという感じがしてとても良かった。
- ・ベンチは良い雰囲気だがごみや治安の懸念があること、アートはもう少しわかりやすい内容が良かった。
- ・あるブランドより、店前ということもあり、ブランドが主催した取組のように見えてしまうため、権利関係等に留意してほしい旨の伝達を受けた。
- ・万博期間中にブランドデザインによるアートやベンチなどの設置について関心の声をいただいた。



アートへの悪戯



ごみの放置

3期南区間 B：アメリカ村の会と連携したイベントの実施



取組概要

- 御堂筋の周辺拠点（アメリカ村）の事業者によるPOPUPイベント（古着等の物販）を行い、滞留の創出や売上の検証、POPUPイベントの意義について、検証を行った。

利用の様子

- 営業開始の昼すぎは立ち寄る数が少なく、夕方以降に立ち寄りが増える傾向が見られた。

出店者・コーディネート主体からの声

<取組の意義や課題>

- 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。
- 御堂筋とアメリカ村では歩いている客層が異なる。午前は風の時間。夕方くらのアメリカ村帰りのお客さんが多いイメージ。
- まだ、場所が商圈として認識されていない。

<将来的な方向性>

- イベントしている街区が北側から途中で途絶えており、足を止めづらい環境だった。連続して一体的に取り組むとより良いものになるのでは。
- 定期的を開催していくと、だんだんと固定客がついてくる。

<売上>

- BIG STEPでイベントを行うよりも売り上げがかなり小さい。（1/10程度）

3期南区間 C：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



取組概要

- 固定式のベンチを設置するとともに、週末にはクロスホテル備品のイスを道路協力団体で運用し、沿道利用者の滞留空間を創出。
- 可動式家具について、運用の意義や将来的な運用可能性について検討を行った。

利用の様子

- 歩行者の休憩が多く見られるとともに、ホテルチェックイン前やチェックアウト後の利用者も見られた。
- 可動式家具は、利用者が形を変えて自由に活用している様子も見られた。
- 可動式家具の周辺へのごみの放置は見られなかったものの、固定式ベンチ周辺はごみの放置が多く見られた。

協働した沿道事業者の声

<運用の意義と課題>

- イスやベンチは効果的で、有意義に使ってもらえた。
- 大丸やパルコとクロスホテル前では景観が異なる。今回、通りがスキっとしており、良かった。
- 一方、ごみや喫煙が増加するという課題も見られた。特にハロウインのときはひどかった。道路の清掃は沿道店舗と道路管理者の分担が課題。

<将来的な運用可能性>

- ホテルと関係のない利用者が大半であり、ホテル自体でイス等を運用することは難しい。
- ただ、ホテル内には飲食・物販など様々なテナントがあり、イベント実施であれば手が上がる可能性がある。出店は、テナントの運営事業者という括りで見てもらえると、間口が広がってよい。
- ホテル内には地域共創の取組を行う部署があり、今後はそちらとも協力できるとよいのではないかと。



3期整備区間の検証結果 まとめ

検証内容	各項目の確認結果		今後の方向性
	観点	結果	
ベンチの形状・組み合わせによる検証	ベンチタイプの違いによる使われ方や、歩行者の交通阻害の発生・管理面の課題の把握	<ul style="list-style-type: none"> ベンチタイプの違いによる使われ方に目立った差は見受けられないが、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 一部のベンチでスケボーによる破損や、夜間において酔っ払いやホームレスのベンチ占領あり 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ スケボーや酔っ払い・ホームレス対策の検討（形状／素材等）の検討 ➤ 人の流れや活用方法を検証し、ベンチの配置の検討
植栽帯の在り方・デザイン	景観面の評価や、従来の樹種との違いによる管理・生育状況の把握	<ul style="list-style-type: none"> 花壇整備に関して利用者からの評価は高い。 従来の樹種との比較においては、現在のところ、生育状況は良好であり、管理上の大きな課題もみられないが、夏場の生育や管理状況が不明なため、引き続き経過観察が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 夏場の生育状況の把握や、管理運営方法の仕組み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	飲食・物販等によるにぎわい創出	<ul style="list-style-type: none"> キッチンカー、テントは、利用者・沿道ともに概ね好評であったが、出店者の選定のあり方や御堂筋に相応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 一般からのキッチンカーの出店希望の問合せが多く、公平性の観点から選定過程の明確化が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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と、出店者の公募の仕組みの構築について、引き続き検討
	上質な空間形成に繋がる造作物の設置	<ul style="list-style-type: none"> ストリートファニチャー、アート等については、沿道から万博に向けてブランドデザインによる参画に関心を示されるなど、取り組みの意義が見られ、上質な空間形成にも寄与 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 設置に向けたコンセプト等、周辺ブランドとの協力・連携による取組の仕組みづくり
	周辺拠点と連携したイベントの実施	<ul style="list-style-type: none"> 御堂筋とは客層が異なるため、滞留効果は限定的であったが、それぞれの店舗がエリアの将来を考えるきっかけとなった点では意義があった 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 回遊のコンセプトをより深めた企画への展開や、認知に繋がるような告知や継続的な実施が必要
	可動式家具の運用等による滞留空間の創出	<ul style="list-style-type: none"> イスやベンチは、利用者から好評であり滞留空間の創出に寄与する一方で、出し入れの手間の負担が大きく運用面が課題 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 沿道との協力による管理運営の仕組みづくりが必要