

商いの新しいものさし

(株)商い創造研究所
代表取締役

松本 大地

第163回

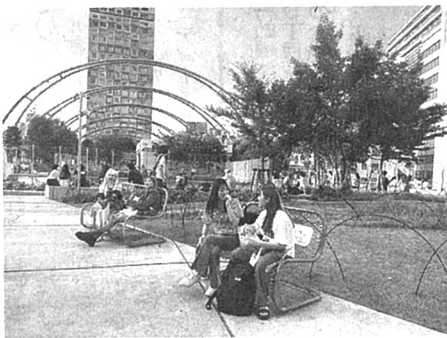
ギャザリングスペース「MIYASHITA PARK」

国土交通省にて都市計画、都市整備に携わり、大臣官房技術審議官を務めた渡邊浩司氏(現在は一般財団法人民間都市開発推進機構常務理事)は、「昔はハード整備が不足していたが、現在はハードをつくっても需要がない。ハード先行ではなく使われ方が重視される」「自治体にはどうと考えて市の面積に対して街路15%、公園3%、学校などの施設2%くらいこの公共資産がある」と語った。詳しくは拙著『街づくり×商業』に書いているが、国は都市課題が複雑化する中、各自治体を持つ公共資産の魅力を高め快適な都市空間を創出していく、「都市経営と公民連携街づくり」に大きく舵を切っていた。

筆者は2020年以

降、公共資産の魅力を最も高めた開発は、渋谷区立宮下公園を商業施設やホテルが一体となった複合施設として、20年7月に再生した「MIYASHITA PARK」だと確信している。官民のパートナーシップによる公共サービス提供の手法(PPP=Public Private Partnership)を活用し、1階駐車場、2階屋上公園だったのを3階屋上上げ、公園下を民間が自由に使える代わり、民間業者は定期借地に對する地代を渋谷区に支払い、かつ区分所有として駐車場を渋谷区に無償で付与するという条件を提示した。

受託した三井不動産は、旧宮下公園の敷地全体を公園・駐車場・商業



街歩きをしながら五感

施設・ホテルが一体となったミックスユース型とし、商業フロアには約90店が出店、公園は屋上に設けられた。全長330mの建物は公共負担がなく、商業施設と公園が見事に融合したケースは世界でも類例がなく、年々輝きを増す施設は渋谷の街に画期的な人流を作り出した。

に響く都市空間を巡り、屋上が渋谷には存在しなかった居場所に昇華した。公園の下にハイブランド、ハイブランドの横に飲み屋横丁、スケートボードと音楽、カフェと芝生といった渋谷のシテイファクションがインクとなつて街に染み出す浸透性が傑出している。

MIYASHITA PARKが作りだすライフスタイルと都市デザインは、来街者が自ら楽しみ発信することにより、たった4年で渋谷のランドマークとして確立した。街を一つの事業体として見立て、明治通りにある2つの歩道橋を施設と一体化させたハード

で経験したことの無い体験価値で街のブランド価値を向上させたMIYASHITA PARK。30〜40代の女性にMIYASHITA PARKをどう思うかをヒアリングしたところ、「以前の宮下公園はホームレスの場所となり、近くに行くのが強烈的に怖いだったので遠回りしていたが、今は安心して歩ける」「外国人の友達は開放感が好きで、時間があればMIYASHITAに行く」「プロアマ問わず撮影スポットとして利用されるなど、心地良い風景を提供している」との声を聞いた。

のスコッチは見事であり、街の価値を最大限に高めた好事例と言える。

都市部の百貨店や駅ビルにも屋上はあるが、古いままで少しも進歩の無い空間には人は寄り付くことはなく、公園や広場がただ屋上にあるというだけでは街を変えられない。良質なコミュニティのギャザリングプレイスになると、そこが行きたい場所になる。令和の

現代生活者は、パブリックスペースで心地よく過ごせる体験を望んでいる。良質なコミュニティのギャザリングプレイスになると、そこが行きたい場所になる。令和の

上層階の公園が時間消費を楽しめる場となり、今最大のエリア価値を生んだMIYASHITA PARK

シャワー効果のやり方をMIYASHITA PARKは実証した。