

シェアサイクルと日本のこれから No.1

シェアサイクルを軸とした街づくりのデザイン戦略

文

国立大学法人 名古屋工業大学大学院 准教授
社会工学専攻 建築・デザイン工学科

伊藤 孝紀

一般社団法人 日本シェアサイクル協会

事務局：TEL 03-3663-6281

URL <http://www.gia-jsca.net>

高度成長期が安定した先進諸国では、ヒューマンスケールから既存の都市計画を捉えなおすこと、そのなかで都市の魅力を引き出すべく、既存交通機関の連携を強化することが重要課題として挙げられています。それは市民一人一人が主役となるよう「誇り」がもてる演出を仕掛けることであり、都市にある資源を活かしたデザイン戦略をおこなうことです。

そういった視点に立つと、「自転車政策」特に「シェアサイクル」の意義は明快であり、交通手段としての利便性や効率性だけでなく、都市のシンボルとして固有の歴史や文化、産業、生活、コミュニティといった資源を、体験する機会を通して精神的な価値へと結びつけ、買いたい・訪れたい・交流

したい・住みたいなど行為を誘発する役割を担うのです。

2020年の東京オリンピック開催や2027年のリニア中央新幹線開通に向けた街づくりを見据えるならば、「シェアサイクル」を軸として、従来までの「観光」「産業」「経営」の3視点を体系的にイノベーションすることが必要だと考えます。

先ず「観光」では、お土産やイベントなどの商品開発だけではなく、都市がもつ資源を総体的に資産に変える「プレイス・ブランディング」の視点です。商品やイベントを単体・単発として企画するのではなく、都市の魅力と連携するなど戦略的にブランディングすべきです。

一方、「産業」では、伝統工芸による職人の技と



AR(拡張現実)など最先端技術に加え、「カワイイ」や「ヤバイ」といった女性や若者の感性を喚起創造性が望まれています。欧米では第四次産業として既に台頭している「クリエイティブ産業」の育成のためにも、教育や研究機関との連携や発表・発信の場づくりをすべきです。

他方、街づくりにおいても収益源を拡充するなど「経営」という視点が重要視され、行政主導ではなく、市民が主体となって持続的に運営する都市経営といった「エリアマネジメント」の手法が必要とされています。街づくりの主役は、市民であり、その担い手も市民であるならば、その組織や計画が実行しやすいよう法制度も改善すべきです。

都市全体をキャンパスと見立てるならば、「シェ

アサイクル」の位置づけは重要であり、ヒューマンスケールの市民レベルから、街全体へと波及する都市スケールまでを一貫したデザインの要となるのです。

例えば、私の研究室で取り組んだコミュニティサイクル「ニッティ (NITY)」では、自転車がステーションに収まると「Nagoya」であり「NITY」の頭文字「N」が浮き上がります。モチーフは、名古屋飯のエビフライやシンボルである金鯱ですが、その表現はスマートです。また、「電子マネー（交通系ICカード）」を用いた決済と個人認証を可能にしたシステムを開発することで既存交通機関との連携をスムーズにしたり、自転車の細部にも女性の利用者が使いやすいように幾つかの工夫を施しているのです。

PP