

第19回福山駅前デザイン会議

2024年7月19日（金） 14:00～16:00

コワーキングスペースtovio（エフピコRiM 1階 iti SETOUCHI内）

agenda
01 ふくまちエリアにおけるこれまでの取組の成果と課題について

説明 福山駅周辺再生の取組の成果と課題

取組は、次の6つの柱に基づいて進められている。



- 1 ビジネスの拠点づくり —
 - ・エフピコRiMリノベーション再生事業
 - ・ニューキャスパ
- 2 新しいライフスタイルの実現 —
 - ・中央公園のPark-PFI事業
 - ・国家戦略特区制度活用（アイネスフクヤマ東側歩道）
 - ・JR東側高架下リニューアル
- 3 福山城などを活用したにぎわいの創出 —
 - ・福山城リニューアル。築城400年記念事業
 - ・福山駅北口スクエア整備事業
- 4 交通環境の充実 —
 - ・福山駅前送迎バス乗降場整備事業
 - ・福山駅前広場再編事業
- 5 地域づくり・人づくり —
 - ・都市再生推進法人2社設立
 - ・福山駅前アクション会議。エリア価値創造フォーラム・ゼミ
- 6 戦略的な情報発信 —
 - ・SNSを活用し、駅周辺の取組などを発信。フォロワー数増加
 - ・会議も公開で実施

→ 様々な取組を進めてきたが、「歩行者中心の空間づくり」や「都市イメージの創造と発信」が課題であり、今後はこれらの課題について議論し、デザイン計画を更新していく予定。



意見交換



— 情報発信について —

- ✓ 駅周辺の取組に関して、情報発信の難しさがある。「にぎわいは情報発信の量に比例する」と言われるが、伏見町や三之丸町の周辺は再生の取組が進み、情報発信の機会が増えた。
- ✓ 福山駅前再生ビジョン（以下「ビジョン」という。）に、戦略的な情報発信とあるが、戦略がない。市のSNSは投稿数もフォロワー数も少ない。シェアやリポストされる情報発信の量や質の拡充が必須。
 - まちの一部を切り取った編集型の情報発信もあっていいが、市民参加型、自立発生型でお店の人やお客さんなど多くの人によっていつも更新され続け、混じり合う発酵型のようなメディア、プラットフォームを重ね合わせていくと福山の本当の価値が伝わるし、市民と来訪者の都市イメージの差が縮まっていく。
- ✓ まちづくりなどのプロジェクトは1割が推進派、2割が否定派、7割が無関心層。今は、推進派向けの情報発信になっている。無関心層に発信することが大事。
 - インスタとフェイスブックで同じ情報が出ているが、媒体ごとに分ける方が良さ。それぞれの媒体で特徴があり、見ている層も違うので、ターゲットごとに情報も分けるべき。
 - 経験したプロジェクトで、ブログが14万ビューまで伸びた。9割が食べ物の投稿だったが、何気なしに発信した欲の情報を、世の中の人には待っていたということに気づかされた。

（ウラ面へつづく）

意見交換（つづき）

— 情報発信について —



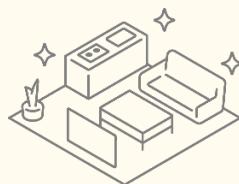
- ✓ 細い通路やサインなど、人の目から見た空間の豊かさなどが重要になってくる。空間や体験の豊かさが市民に届き、その市民がSNSに載せたりすることで情報発信につながっていく。
- ✓ 福山駅前再生の取組は「どう思われたいのか」「何を伝えたいのか」というコアメッセージを明確にする必要がある。
- ✓ 福山駅前再生に関わっている人自身が「頑張っている」と発信することの積み上げが情報発信として大事になる。

— 都市イメージについて —



- ✓ 行政や外から来た人が思うことが都市イメージではなく、多くの市民が福山ってこんなまちだと思えることが都市のイメージ。それが外に伝わって、実際に来たら確かに言うとおりでとなるのが都市イメージ。
- ✓ 市民が誇れる都市には、何もしなくても、何も目的がなくても行ける素敵な空間を官民が共に作り上げることが大事。具体例としてパリ市では、健康・環境都市を掲げ、歩きやすい道路の整備や住環境への補助などを徹底的に行い、4年でまちを変えた。徹底的に変えたということが、「市民が誇れる都市」につながっている。
- ✓ 城下町福山は、シビックプライドを醸成できる余地があるし、歴史、文化もあるので何もしなくても、目的がなくても行けるいい空間をつかってほしい。

— ライフスタイルについて —



- ✓ 新しいライフスタイルとして、ウォークアブルが注目され、駅北口のばら花壇でのんびりするような景色が生まれてきている。

- ✓ 福山城の夜間来訪者や伏見町の流動客数は増えているが、福山駅の利用者は、コロナ前の9割に留まっている。今後は、交流人口（地域を訪れる人）を増やし、関係人口（地域につながりや愛着を持つ人）に育てていく観点も重要。
- ✓ ライフスタイルは一方的に発信するものではなく、いろいろな人が暮らしぶりを福山らしいと感じたときに初めてできるもので、徐々に根付くもの。ニューキャスパも駅前広場と一体となったライフスタイルができて初めて社会に認められると思う。



— 歩行者中心の空間づくりについて —

- ✓ 人を中心としたウォークアブルの取組は、まだまだ進めていく必要がある。それぞれのエリアや拠点をつなぐことで、回遊性やコンテンツも充実してくる。広場を含めた回遊性、動線づくりは、今後のテーマになっていく。
- ✓ 素敵な拠点としてできたニューキャスパからイチセトウチへの動線に期待感が不足している。今後は、拠点をつなげる取組が必要。
→ 拠点同士をどのようにつないで、歩きやすい空間を作っていくか、官民の役割分担も考えながら取り組んでいく。
- ✓ 福山駅周辺は交通結節点であり、市全体への周遊を促すために、デニムや城、ばら、鞆などの地域資源を生かした結節・連携も大切。
- ✓ 駅前で、休憩スポットやお茶を飲む場所もできているが、座りづらい場所もある。駅前大通りの半分をウォークアブルにするといった積極的な議論を行い、さらに居心地の良い空間をつくっていくことが大事。
- ✓ 全国、世界でもウォークアブルな都市が増えており、福山駅前広場に期待している。早くできてほしいし、何のための広場か、どんな人に来てもらいたい広場なのかを発信してほしい。その明確な目的を持って社会実験をすべき。
- ✓ 福山駅周辺の再生は着実に進行しているが、行政にもスピード感が求められている。
→ 行政もスピード感を持って取り組んでいく。