

御堂筋本町北地区壁面後退部分 トータルデザインの方方向性

2014.07

御堂筋本町北地区壁面後退部分活用委員会

壁面後退部分の利活用方法のイメージ

1. オープンカフェ【常設】

- ・飲食物の提供
- ・主に沿道建物の入居事業者（飲食テナント）が、オープンカフェを運営する形態を想定



2. キッチンカー【常設／一時】

- ・飲食物の提供
- ・主に沿道建物に入居していない事業者等が、営業活動の拠点となる自動車等をベースに飲食物を販売する形態を想定



3. 物販（マルシェ/ワゴン販売等）【常設／一時】

- ・物品（飲食物を除く）の提供
- ・入居事業者（物販テナント）またはそれ以外が、商品を展示し、販売する場として利活用する形態を想定



4. パフォーマンス／イベント【一時】

- ・体験や各種サービス等の提供
- ・演奏や大道芸などのパフォーマンスを披露したり、商品PRや集客目的の企画をしたりする場として利活用する形態を想定



利活用方法の考え方（審査の基準）

- (1) 上質なにぎわいと風格あるビジネス地区にふさわしいグレードのものであること
- (2) 来街者に期待感と高揚感を与えるものであること
- (3) 公の場にふさわしいものであること
- (4) 原則として、単なる企業のPR及び商品広告でないこと
- (5) 安全面に十分配慮されていること
- (6) 政治活動及び宗教活動に関する催事でないこと
- (7) 法令により禁止されている催事及び公序良俗に反する催事でないこと
- (8) 事業実施に際しては、各種関係法令（食品衛生法、消防法等）を遵守すること
- (9) 御堂筋まちづくりネットワークが取りまとめた「御堂筋STYLE創生」の実現に向けた取り組みであること
- (10) デザインは以下のとおりとする
 - ① 屋外広告物は、前条の対象となる行為に関連する広告に限ること
 - ② 屋外広告物は、にぎわいの演出に効果的で、当地区にふさわしいものとなるよう、色彩、デザイン等について工夫され、また著しく景観を損なわないように配置数に配慮されたものとする
 - ③ ファサードやイス・テーブル等の工作物は、別に定める「御堂筋本町北地区壁面後退部分トータルデザインの方向性」に即したものとすること
- (11) 地域の環境整備に寄与する取り組みとして、地域の清掃・美化・緑化に関する活動を定期的・自主的に行う、あるいは地域が行う美化・緑化や地域活性化に繋がる取り組みに協力すること

上質なにぎわいと風格あるビジネス地区にふさわしいグレードとは

什器備品

- ・ 什器備品（椅子／テーブル／パラソル／サイン／オーニング／テント／ディスプレイ／カウンター等）の選定は、価格や整理整頓時の効率ばかりではなく、利用者の使いやすさ（適度な大きさや安定感等）や優れたデザイン・質感等を十分に考慮して行うこと
- ・ デザイン・素材・色彩・配置は、店舗ごとの統一感、連続性に配慮したものであること
また店舗ファサードや周辺環境と調和したものであること
- ・ 常時適切な整理整頓・清掃を行い、歩行者に不快な印象とならないようにすること
- ・ サインやメニューボード等は、歩行の妨げとならないよう適切に配置すること

営業形態

- ・ 著しいにおいや音、光、煙等を発さないものであること

望ましいと考えるものの例（1．オープンカフェ）



上段の例は木や布などの自然の素材が植栽とも調和し、建物前に柔らかい表情をつくりだしています
 下段の例は色味を抑えることで、落ち着いた色彩のまちなみや無彩色の建物に調和させています
 更に下段右の例の場合、ひとつのパラソルを大きくして数を減らすことで、席数の割にシンプルな空間を演出しています

望ましいと考えるものの例（1．オープンカフェ）



原色を使用する場合は、色を絞る、使う場所を限定することなどで、効果的なアクセントとなり、活き活きた空間の演出につなげられます

望ましいと考えるものの例（1. オープンカフェ）



クロスや花、クッションを置くことなどでも、テーブル周りを華やかに、特別感ある空間に演出することができます
下2つの例のように、例えばオーニングと椅子やクロスなどに共通の色を用いると、
建物と屋外空間の一体感を高めることもできます

望ましくないと考えるものの例（1. オープンカフェ）



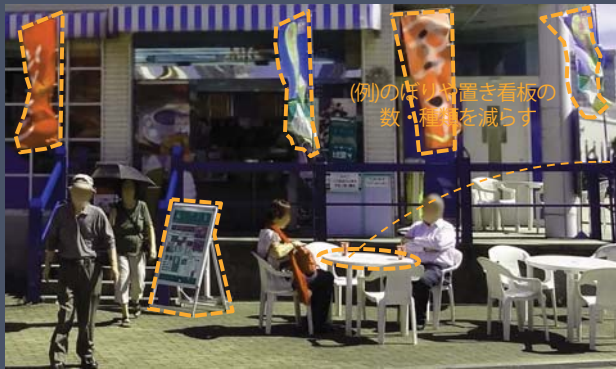
デザインに配慮されていないパラソルや椅子、座り心地より収納効率を重視した形状の椅子、周辺の建物などと統一感を欠いた色味、バラバラののぼり広告やメニューなどのアイテムが空間を安っぽくし、あまり長居したいという気にさせません



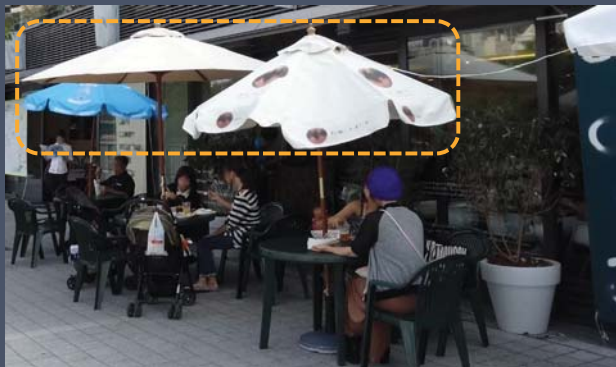
オープンカフェは囲われてしまうと、気軽に立ち寄れる雰囲気は感じにくくなってしまいます
見通しが悪くなると、外から賑わいも感じにくくなります

よくするためのアイデア（1. オープンカフェ）

素材・デザインを変える／揃える



素材を変えるのは難しい場合、クロスや花などでテーブル等を演出する、使う色を絞る、のぼりや置き看板などの広告・サインの数・種類を減らすことなどで、印象をすっきりとさせることができます



同一ビル内のテナントであればもちろんのこと、異なるビル間であっても、オーニングやパラソル、サイン等の出し方、色彩の選定などに共通した要素が出るよう互いが多少配慮すれば、まちなみが整ってきます

望ましいと考えるものの例（2. キッチンカー）



自動車は単に商品搬送の手段としてではなく、空間を演出する装置の一部という認識を持ち、車体はもちろんのこと、看板やメニュー（カラー・フォント・レイアウト等）なども含め、トータルでデザイン・コーディネートすることが望ましいです。色彩は街中でも溶け込む比較的落ち着いたものを基本とし、アクセントカラーを使用する場合は面積を絞る、目立ちやすい商品の画像等は注文時に手元で確認する前提で控えめな大きさにすることが望ましいです。

望ましいと考えるものの例（2. キッチンカー）



自動車そのものを店舗として利用しているわけではありませんが、自動車あるいは人力により移動させられるタイプの販売拠点でデザインに配慮されたものであれば、まさにバリエーション豊かにぎわいを演出することができます

望ましくないと考えるものの例（2. キッチンカー）



色使いを派手にしたり写真を大きくしたり、とにかく目立たせ人目を引くことに注力した外観とすると、街中では浮いてしまいます。また演出への配慮がないと、特別感や事業者の熱意などを感じにくいものになっています（安価なものが立ち並ぶと、オフィス街まで安っぽく見えてしまいかねません）

望ましいと考えるものの例（3. 物販(マルシェ/ワゴン販売等)）



テントの色とあわせエプロンなど関係者のユニフォームを揃えたり、商品陳列の方法や広告・サインの出し方を揃えたり、テントのデザイン・色を共通のものとすることで、統一感やすっきりした印象になります

望ましくないと考えるものの例（3. 物販(マルシェ/ワゴン販売等)）



電気・ガス・水道の利用、または排水・ごみの廃棄は、自前で完結できるようにすることが原則ですが、そうできない場合は、目立ちにくいようするなど設置場所や修景方法に配慮する必要があります
自動車等で移動させられるものなら何でもよいというわけではなく、デザインアップされた
自動車をを用いないのであれば、販売拠点はデザインに配慮したものとしてください

よくするためのアイデア（3. 物販(マルシェ/ワゴン販売等)）

出し方を変える／揃える



テントの色とあわせエプロンなど関係者のユニフォームを揃えたり、商品陳列の方法や広告・サインの出し方を揃えたりすることで、落ち着いた印象になります



思い思いの色やデザインのテントを共通のものとしたり、店舗名やのぼりなどの広告・サインの出し方に統一感を持たせたりすることで、すっきりした印象になります