



これからの北運河

Future of North canal

「これまでの北運河」、「現状の北運河」、「北運河で大事にすべきこと」より導き出された事柄を3つの軸に取りまとめ、具体的な行動方法を構築する。

これからの北運河を考える3つの軸

市民の楽しみ姿が
大きな渦となっ
て観光につなげ
る街へ



2012年第1回サウンドエナジー運河公園

街は市民が生活を楽しむ場である。また、楽しむ場が魅力的であれば、市民の生活もより一層豊かなものになっていく。こうした街と市民との関係を実現するためには、シビックプライドの喚起や市民一人ひとりのまちづくりへの意識の高まりが欠かせない。街を愛し、工夫し、ここにしかない魅力を作り出し、楽しむ……。そんな市民の暮らし振りこそが街を光り輝かせ、そして観光へと繋がる流れを作り出す。

小樽は海や山の幸が豊富で水も美味しいことから、多彩な食文化が育まれてきた。また市民の文化・創造活動が盛んな街でもあるが、昨今、若い世代においては創作・アートの活動を通じた交流が注目されており、ニコニコ動画や初音ミクなどのように「n次創作（※1）」により生まれるコミュニケーションが重要視されていることが時代の特徴だと言える。また最新の三次元プリンタ等を使って展開される「ファブラボ（※2）」なども伝統工芸や文化との掛け合わせにより、その価値を高めるとともに、交流に重きを置いている。こうした食文化・アートの活動を北運河エリアに積極的に呼び込み、小規模ではあっても継続性を意識して活動を展開していくことが重要である。それらの活動から様々な交流が生まれ人々が楽しむ、そしてその楽しむ姿を観に来る人たちとの間でさらなる交流が生まれる。北運河の場で、こうした活動・交流の連鎖が生まれる仕組みを構築することは新たな小樽の魅力としてシーズ（※3）されていくだろう。

（※1）制作物を2次、3次と加工していく創作行為。著作の問題はあるが、様々な可能性とコミュニケーションを生んでいる、ソーシャル時代の新しい創作の場である。

（※2）ファブラボとは、マサチューセッツ工科大学が行っている、自分たちで何でも作ってしまおうという取り組み。世界各地の後進国の課題解決を地元の人間が自ら行う、自立社会の創出にも貢献している。

（※3）マーケティング用語。顧客の求めるニーズに対して、企業が新しく開発、提供する特別の技術や材料のこと。



食文化・アートを通じた
様々な活動と交流から
生まれるシーズ



かつての運河の姿をそのまま残す北運河とその周辺地域は、小樽の原風景が手つかずに残る貴重なエリアである。このエリアを成熟した観光スポットとするためには、古き良きデザインと、それらをより良く見せる斬新なデザインを共存させることが重要である。併せて、周辺住民をはじめ市民との合意形成を図ることで、北運河エリアの景観や「小樽らしさ」を守りつつ、市民の憩いの場とすることも重要なことである。運河公園で憩う市民の姿や様々なイベントの開催、かつての水上での賑わいを呼び戻した運河クルーズの運航、周辺に点在する歴史的建造物の利活用など、このエリアには新たな動きの兆しが見え始めている。



旧日本郵船(株)小樽支店と運河公園



運河クルーズ

歴史的建造物を積極的に利活用する、いわゆる「小樽スタイル」の流れは、運河論争が培った「守って残す」がベースであったが、これからはこれを継承しつつ拡張して「使って稼ぐ」ことで、採算の合う利活用を考えることが重要である。北運河エリアは、その「小樽スタイル」の継承と拡張を実践できる歴史的資産・景観を抱えており、それらの利活用の推進により、市民の居場所や多彩な活動の受け皿となる空間を創出していくことができる。

歴史的資産・景観を積極的に
利活用する小樽スタイルの
継承と拡張

north-canal
project



Civic Pride

- ・市民参加
- ・憩いの場が観光へ
- ・街を楽しむ
- ・意識改革
- ・市民中心



Community
& Culture

- ・食文化
- ・創作
- ・発信
- ・アート
- ・交流



The Otaru Style

- ・使って稼ぐ
- ・不動産利活用
- ・守って残す
- ・景観保全
- ・雇用創出
- ・歴史的建造物
- ・起業（誘致）
- ・小樽らしさ



d.0 デザインコード
ハード面、ソフト面で北運河全体を包括するルール作り。らしさと上質さを。

d.5

情報デザインと情報インフラ
デジタルサイネージによる掲示とWi-Fi網の整備、エリア認識のサイン計画など。

d.4

小規模イベントによる連続性
一過性ではない、ここに来ると何が行われている、そんなエリアに向けて。

d.3

食を通じたエトセトラ
小樽の海の幸、山の幸を使った創作料理等による新たな食文化を発信。

d.2

創造性をかきたてる場づくり
アートなど様々な創作の場であり、学びの場であり、交流の場であり、発表の場である。

d.1

居場所が沢山
公園やカフェ等のほか、ストリートファニチャー等で人が集まりやすい場所へ。

d.10

遊休不動産の活用
カフェやショップや宿泊施設やシェアハウス等で不動産の効率利用と賑わいの創出。

d.9

夜の北運河
コストパフォーマンスの高い照明計画による空間演出や深夜まで楽しめるコンテンツ。

d.8

上質さへのこだわり
北運河をより北運河らしく、かつ上質に見せていくための再デザイン。

d.7

アクセスとネットワーク
アクセスを考慮しつつ周辺との連続性を作り、より大きなダイアグラムを描く。

d.6

魅力あるハード整備
このエリアの特徴を抽出し拡張する起爆剤としての建築や構造物。

北運河デザイン戦略10か条

北運河ではこの場所にふさわしいデザインコードを設定し、その精神に基づき様々なデザイン戦略を打ち出していく。小樽らしく上質な空間で、市民が楽しみ交流する場が沢山生み出されていくことを目的とする。

「カモメ呼ぶ少女」 斎藤吉郎作

Otaru North Canal Area - 北運河および周辺地域 - ゾーニングプラン

ソフト面の利用方法と人の交流を軸としたゾーニング計画。
世代を問わず、交流が行われ、制作・発表がこのエリア内で行われる「循環」も意識した。



エリア内もしくはその近隣に駐車場の整備が必要。

● 現存する歴史的建造物

サイン計画 < 北運河および周辺地域 >

北運河エリアの風景にロゴを埋め込んでいく。
何かがあると予感させ、北運河エリアにいるという認識を持たせるため、このサイン計画を北運河におけるまちづくりの基点に位置づける。



主なデザイン **d.5**

計画期間 短期 中期 長期



Otaru North Canal Area ゾーニングプラン

North Edge

メインスクエア

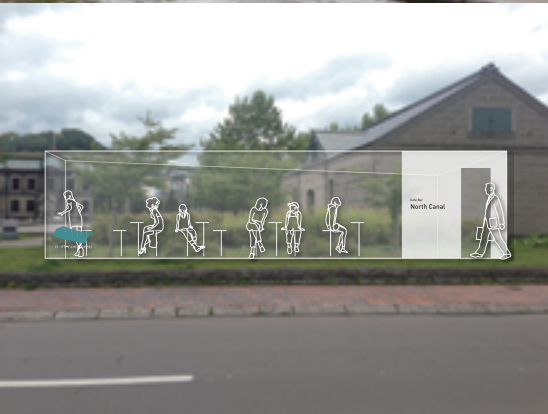
< 運河公園 >

ノースエッジと名付けた北運河北端と運河公園・旧日本郵船(株)小樽支店の軸線。
運河公園をメインスクエアとし、市民の憩いの場の中心に据える。
公園内では様々なイベントが開催される。

主なデザイン **d.1** **d.4** **d.8**
計画期間 短期 中期 長期



運河公園内には、石造りの休憩棟のほか、遊具設備が設置された遊具棟やトイレがある。これらに加えて、北運河を訪れた市民や観光客が寛ぐためのカフェバーを新設する。休憩棟を「交流倉庫」と位置づけ、盛んに交流が行われる仕組みを整えることで、多くのイベントを呼び込むことができる。すでに運河公園を会場として恒例化したイベントが開催されており、さらに幅広い活用を実現することで賑わいの拠点とする。



カフェ&バー

気軽に立ち寄れる場を増やす。その一つとして運河公園入口にカフェバーを計画。ガラスで作られた建物は、夜は行灯のように明るく周囲を照らす。



交流倉庫でのイベント例(クラブ、ライブイベント等)

新旧融合の建築事例



出典: wikipedia

カレダール
古い神殿と向かい合う、ガラスの現代建築



出典: wikipedia (撮影: Robert Schediwy)

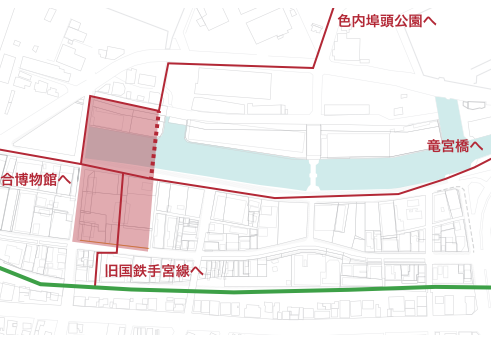
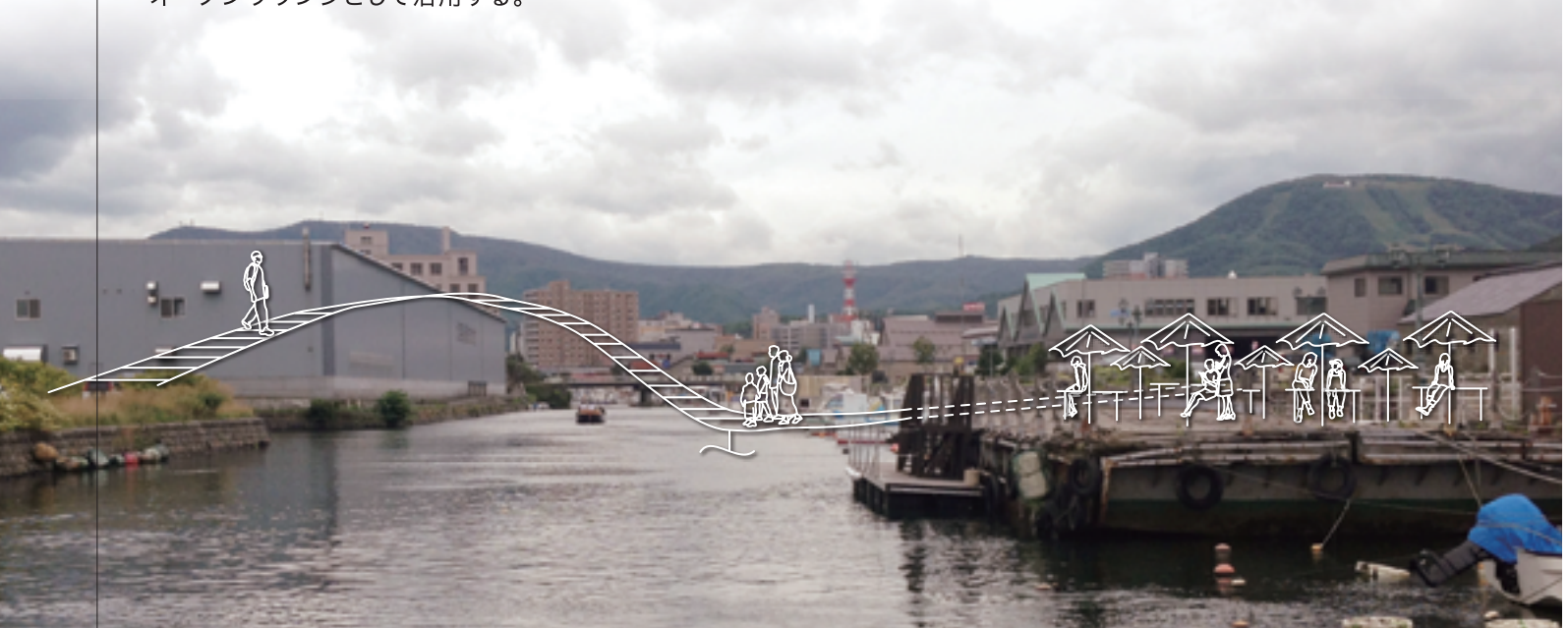
大阪市住吉区の長屋
既存の町家の「みかけの模倣」ではなく、寸法や空間構成を受け継いで設計された。

ノースカナルブリッジ

< 北運河北端部 >

運河の上に橋をかけ、人の回遊性や賑わいをノースエッジに生み出す。
運河公園前に係留される舫に椅子やテーブル、パラソルを設置してオープンラウンジとして活用する。

主なデザイン **d.6** **d.7**
計画期間 短期 中期 長期



かつては船の往来が盛んに行われ賑わっていた北運河は、現在、夏季の運河クルーズの運航を除けば漁船や個人所有の船などが数隻係留されているのみで、ひと際対岸との隔たりを強く感じる。このノースエッジに橋をかけることで、あらたな回遊ルートを作り、色内埠頭公園や旧国鉄手宮線、そして総合博物館を結ぶ徒歩ネットワークの創出も可能となる。ノースカナルブリッジは、40m幅運河の魅力をより身近に感じさせてくれる。

この橋の運河公園側は水面直上に造り、景観を損なわないように配慮するが、運河中央部からは天狗山に模したアーチを描き、直下を運河クルーズ船が往来できるようにする。浮き柱とバイオミメティクス(*)による柔構造の採用により、潮の満ち干にも対応できる。舫はオープンラウンジとして活用することで、運河公園と連続させた賑わいの場とする。

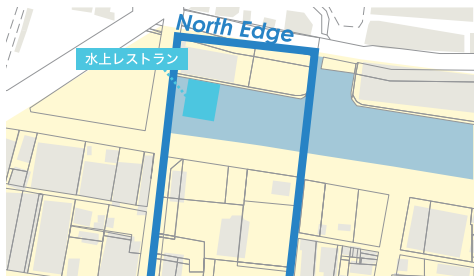
(*) バイオミメティクスとは、生物が持つ優れた機能を模倣し技術開発やものづくりに活かすジャンル。



旧国鉄手宮線(平成27年度に散策路の整備が完成予定)との接続



Otaru North Canal Area ゾーニングプラン



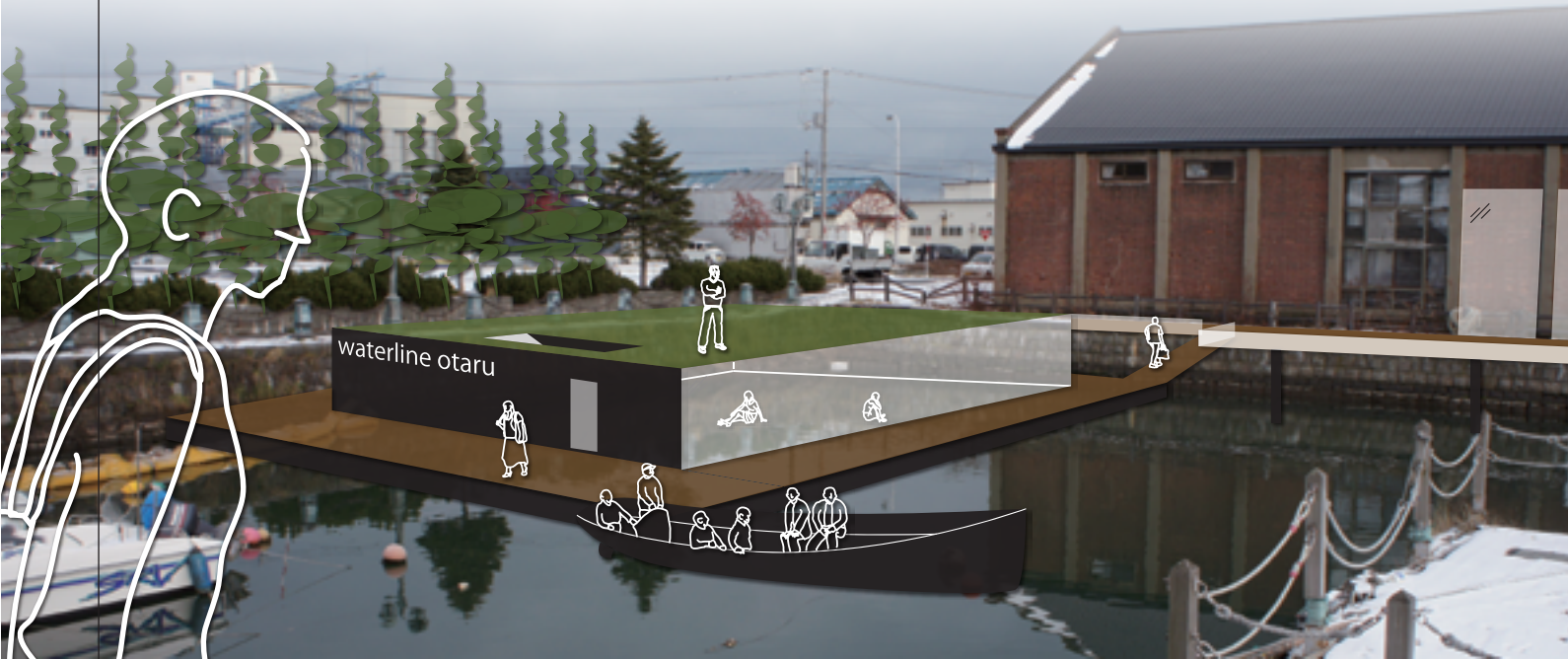
North Edge

水上レストラン

< 北運河北端部 >

主なデザイン **d.6** **d.7** **d.8** **d.9**
計画期間 短期 中期 長期

ノースエッジに浮かぶレストランの開設を計画する。



ノースカナルブリッジと同様に、北運河の目玉となるハード整備の一つ。

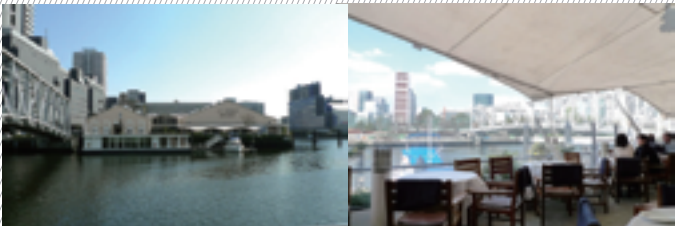
レストランの他に、カフェ&バーやショップなどが入る複合施設の形態が望ましい。この場所から見る運河の眺望は格別なものとなり、水面から反射する光や水辺の風景はひと際美しく印象深いものになる。運河に浮かぶレストランは、ノースエッジのアイストップ（*）として位置づけるために、背後地に密度を高めた植樹をする。水の上に賑わいを生みながらも、運河クルーズの乗降バスや船の係留設備を備え、水上の駅としても機能させる。この場所に佇める場を生み出す事は非常に効果的である。運河公園対岸の赤煉瓦の建物とデッキで接続することで、ノースカナルブリッジと合わせた動線が確保される。

海があり、運河のある小樽ならではの新たな景観として期待できる。

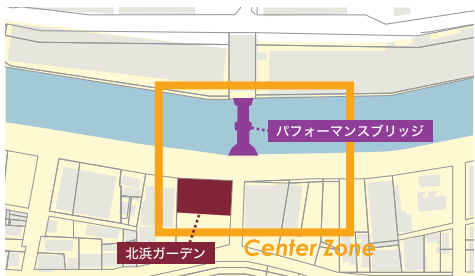
（*）人の注意を向けるように意識的に置かれたもの。

参考事例

WATERLINE(ウォーターライン)
東京都が推進する運河ルネサンス計画の
第一弾として計画された水上レストラン。
注目すべきは主体が民間であること。



出典：JAPAN SHOP
<https://messe.nikkei.co.jp>



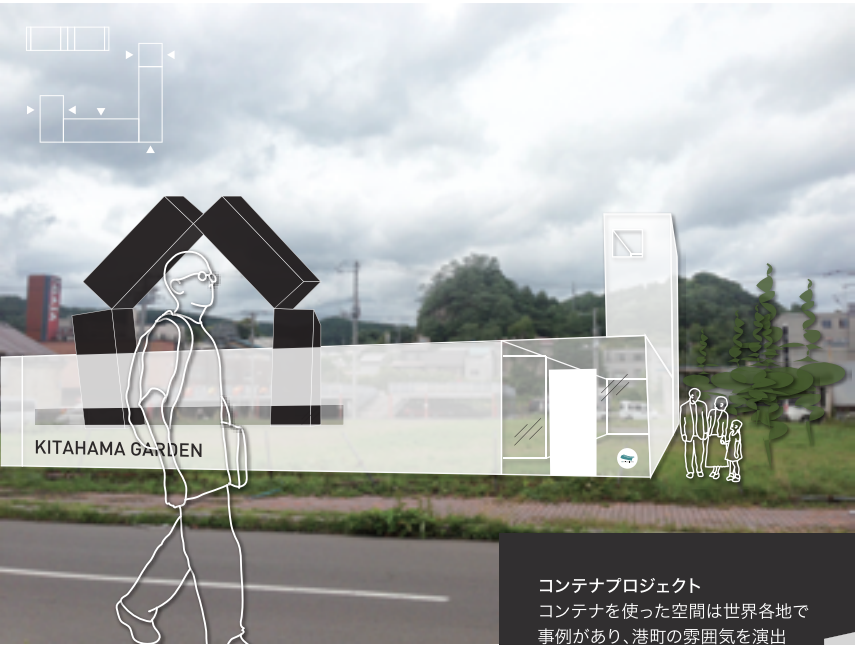
Center Zone

北浜ガーデン

< 北浜橋周辺 >

主なデザイン **d.1** **d.6** **d.9**
計画期間 短期 中期 長期

北浜橋周辺をセンターゾーンと名付け、既に展開されている商業施設との相乗効果を狙った複合商業施設を展開していく。また北浜橋自体も賑わいを生み出せるステージとして活用する。

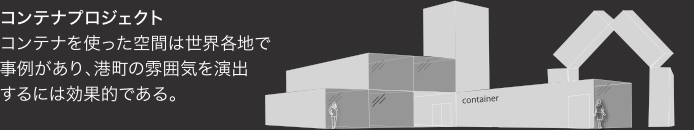


北浜橋にほど近い一角を北浜ガーデンと名付け、コンテナをコの字形に配置して複合商業施設として活用する。コンテナには開口部を多く設け、角地に賑わいを生み出す。中庭には中規模のイベントや催事の他、ビアガーデン等を開設する。

コンテナを活用した事例



神戸、日比谷、その他海外のスターバックス
出典：PSFK
www.psfk.com



コンテナプロジェクト
コンテナを使った空間は世界各地で
事例があり、港町の雰囲気演出
するには効果的である。

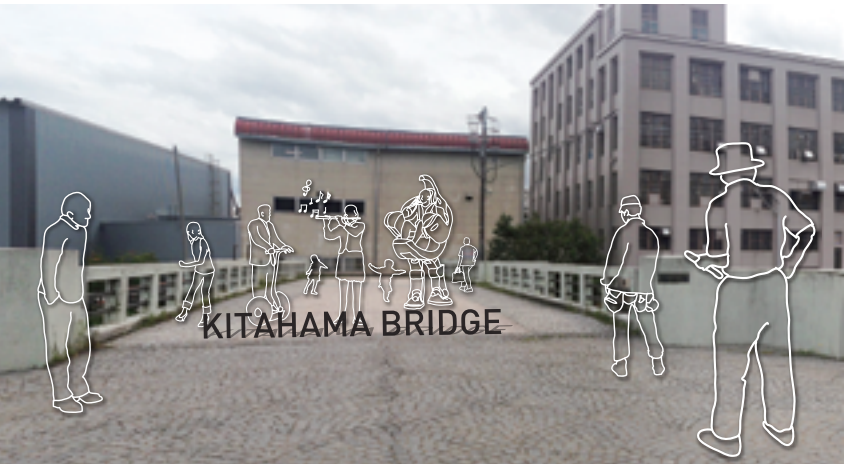
パフォーマンスブリッジ

< 北浜橋 >

主なデザイン **d.2** **d.4**
計画期間 短期 中期 長期

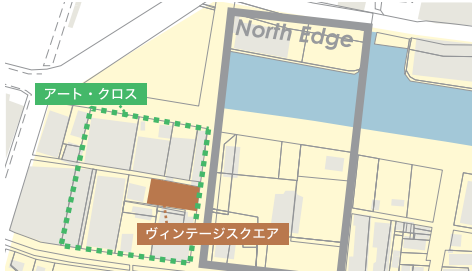
北浜橋は北運河エリアの中央に位置し、南北方向それぞれが見えるビュースポットとして愛されている。

一方、この橋は幅が広く位置が高いことからパフォーマンス等を行うステージとして活用できる。





Otaru North Canal Area ゾーニングプラン



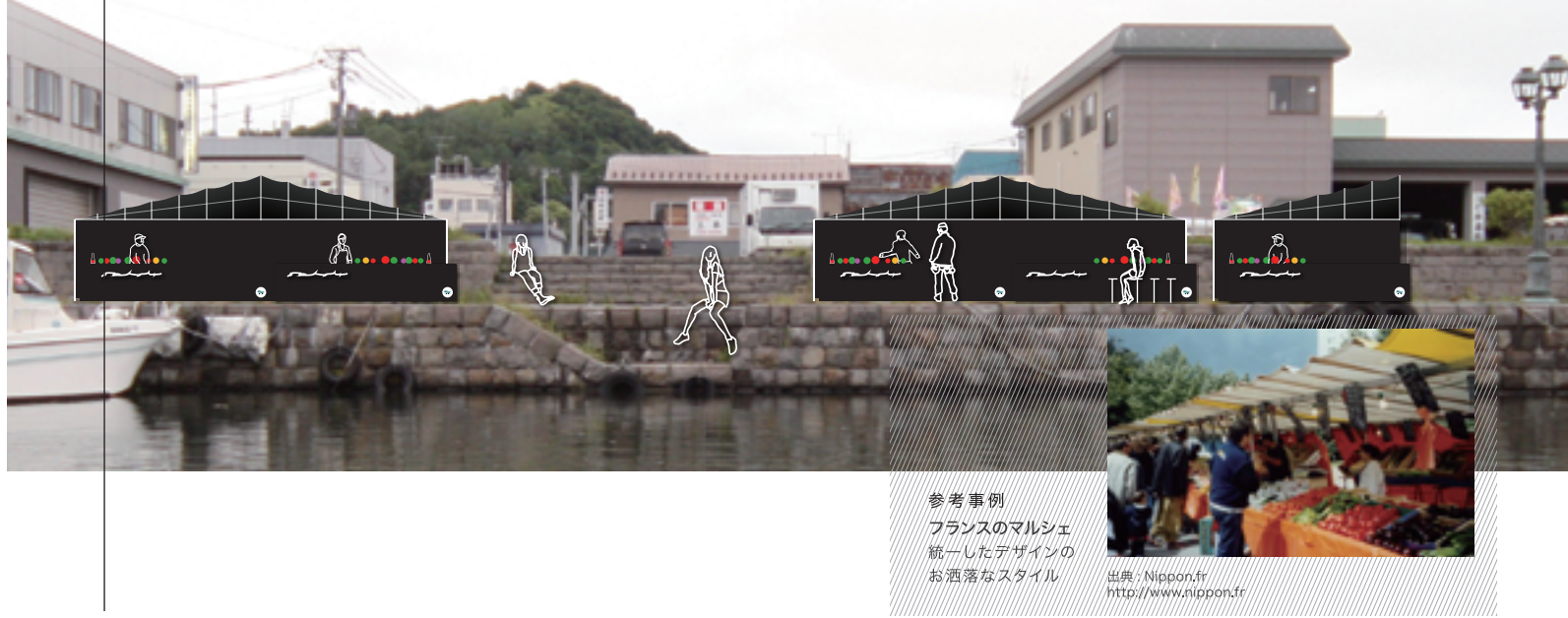
Marche

マルシェ

< 運河散策路 >

主なデザイン **a.5** **a.9**
計画期間 短期 中期 長期

カナルスクエアからノースエッジまで、人々をいざなうかのようにマルシェ（＝市場）が続く。
飲食物を中心に様々なものが売られている。
デザインを統一し、景観に配慮することが必要。



Canal Square

カナルスクエア

< 運河散策路 >

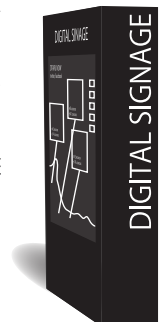
主なデザイン **a.5** **a.7**
計画期間 短期 中期 長期

運河の幅が切り替わるこの場所は、北運河の導入箇所として位置づける。デジタルサイネージ（デジタル表示パネルを利用した電子看板）設置による情報提供の他、小規模イベントも開催する。また、マルシェはこの場所から線状にノースエッジまで続き、人々をいざなう。カーブする護岸に沿ってベンチが並び、くつろげる。



インフォメーションサイエンス

固定の看板や案内はなるべく避ける。
常に変化していく北運河エリアにはデジタルサイネージが良い。
カナルスクエア、北浜橋、運河公園の各所に配置。また、エリア全体に無線LANで無料インターネット網を整備することで物理的な掲示物を減らしていく。



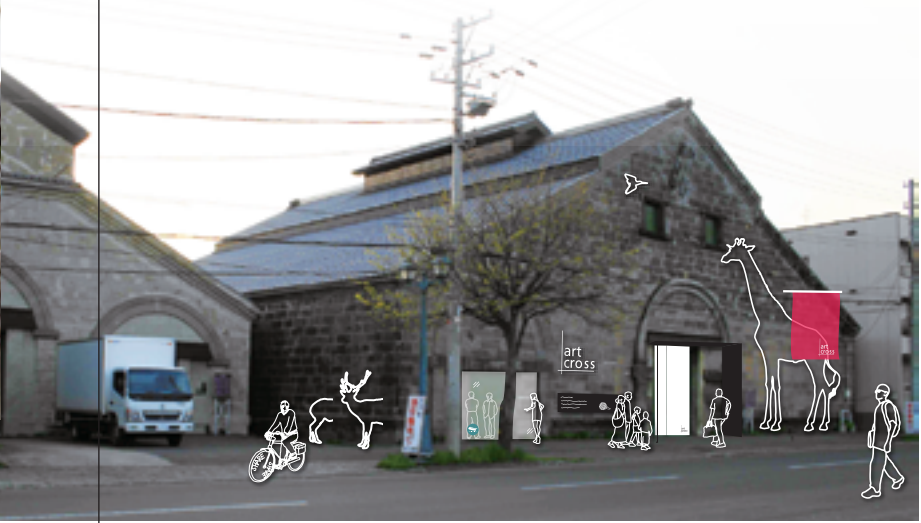
Art Cross

アートクロス

< ノースエッジ周辺石造倉庫 >

主なデザイン **a.2** **a.3** **a.8**
計画期間 短期 中期 長期

ここでは様々な作家が作品作りをするアトリエを集合させる。アート作品や創作料理まで、幅広く創作が行われ、作家同士の交流（＝クロス）も行われる。市内のほか、札幌や周辺都市の作家を誘致する。同時にアーティストの作品が一同に揃うギャラリーを設置する。昨今は「関係性」を重視したアート（リレーショナルアート、コミュニケーションアート）が増えている。そのような作品を展開する作家の誘致も積極的に行う。



参考事例

ファブラボ

ファブラボの取組は、最新機材を使いながらも、伝統工芸との運動や世代間交流などに重きを置いている。



出典: jiku
http://www.axisjiku.com/

Vintage Square

ヴィンテージスクエア

< 石造り倉庫3棟裏空き地 >

主なデザイン **a.1** **a.4**
計画期間 短期 中期 長期

港町で栄えた小樽には沢山の珍しい骨董品がある。
ここではそんなヴィンテージ品を集めた骨董市や人気の雑貨などを集めた雑貨市などを展開する。
マルシェとの差異化を図りながら、常設化する。





Otaru North Canal Area ゾーニングプラン

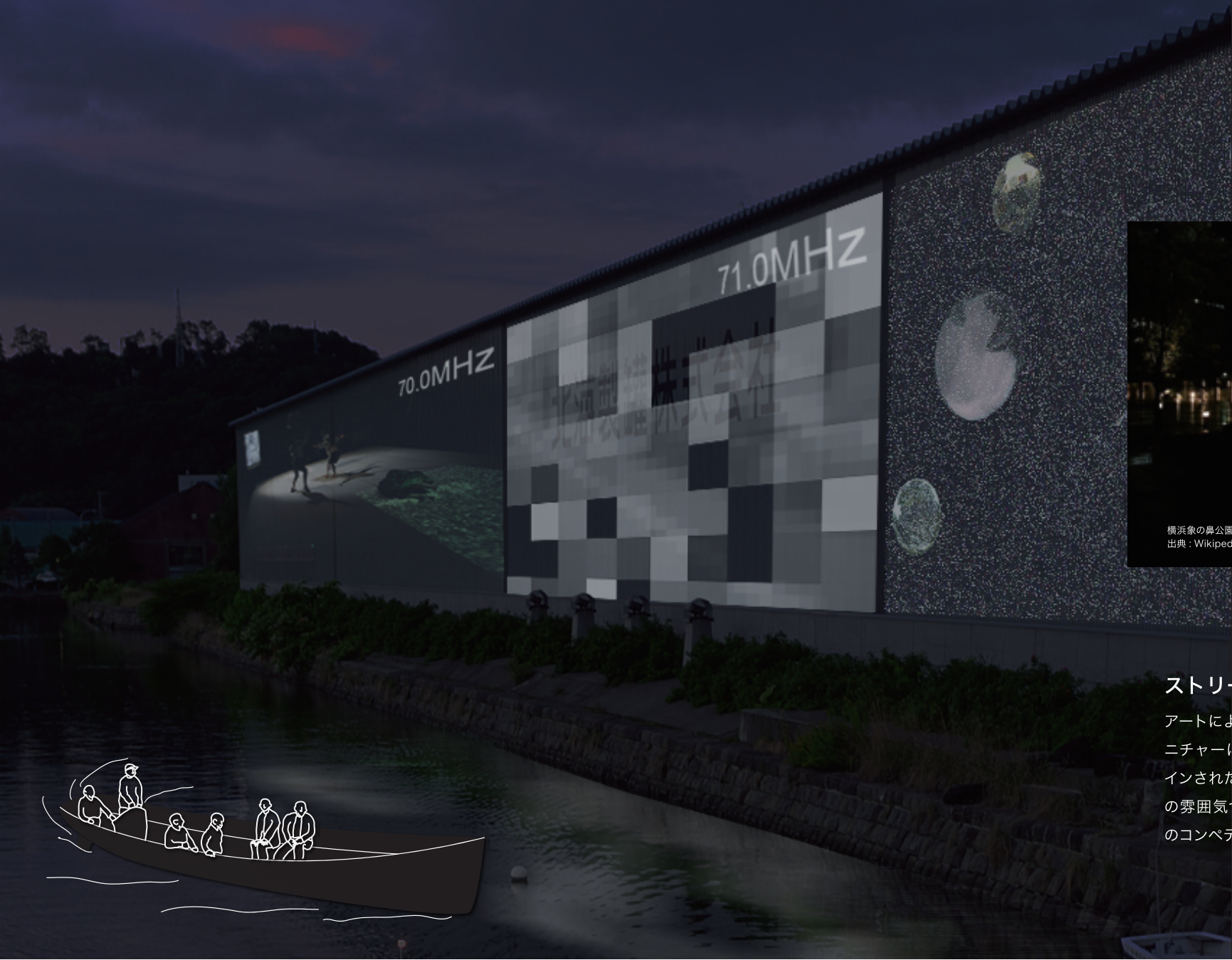


デザイン & アート

< 北運河エリア >

主なデザイン **d.2** **d.4** **d.9**
計画期間 **短期** 中期 長期

北運河においてデザインは非常に重要だが、一方でアートの力による魅力の発信も重要である。ここでは単なる展示物ではなく、風景に溶け込む作品の発表を中心に行っていく必要がある。それらは創作の段階から北運河エリアで行われる形が望ましい。



アートイベント - Projection Mapping / Live Concert .etc -

野外でのアートイベントを積極的に開催し、特に夜の北運河を彩る魅力のひとつとしても位置づける。映像を使った作品は非常に効果的であり、旧日本郵船(株)小樽支店の壁面を使ったプロジェクションマッピング(※1)や対岸の北海製罐壁面に映像を映しFMトランスマッター(※2)で音声を発信して野外シアターとして人々に楽しんでもらうことができる。

- (※1) パソコンで作成したCG(コンピュータグラフィックス)と映写機器を用い、建物や物体、あるいは空間などに対して映像を映し出す技術。
- (※2) FM放送に準拠した周波数帯の電波を送信するオーディオ用アクセサリ機器。再生した音楽などを至近距離のFMラジオ(主にはカーオーディオなどで)で聴くために使われる。



ライティングプロジェクト

北運河では暗さや水面の反射を活かしたメリハリのある照明計画が必要である。照明計画は費用対効果が高く、計画次第では夜の景観が一変する。また、北運河エリアが遠くからでも認識できるように、上空に高出力キセノンライトを照射すると街のどこからでも見える。



横浜象の鼻公園の照明計画
出典: Wikipedia (Thirteen-fri)



愛知トリエンナーレ



池田亮司、キセノンライトを使った作品
出典: ryoji ikeda
<http://www.ryojiikeda.com>

ストリートファニチャー “デザインコンペティション”

アートによる都市再生の事例は数多くあるが、ストリートファニチャーによる演出は効果的である。北運河エリアに、デザインされたベンチなどを効果的に配置することで、エリア全体の雰囲気づくりに貢献できる。また、ストリートファニチャーのコンペティションを企画し、受賞作品をエリア内に設置する。

出典: しつらいアート国際展(2013入選作品)
<http://kobe-biennale.jp/>





Otaru North Canal Area ゾーニングプラン



クリエイティブセンター

< 運河公園周辺 >

主なデザイン a.2 a.3 a.10
計画期間 短期 中期 長期

全国各地の再開発事業において、再開発地区にまちづくりセンター等が開設される事例が数多くある。まちづくり推進の中心となる戦略基地は重要な施設である。



旧丸本水産の建物は向かって右手のカフェとして営業する建物と繋がっており、一体としてシェアハウスやシェアオフィスとして民間での利活用が始まっている。運河公園と近接したこの空間を様々なオフィス等が集積するクリエイティブセンターと位置づける。さらに、このセンター内に北運河エリア再開発の戦略基地となるまちづくり会社が開設されることが望ましい。エリア全体をシビックプライドという精神を基盤にコーディネートし、誘導していくプロデュース機能を持ったまちづくり会社の存在は欠かすことができない。

参考事例

柏の葉キャンパス駅間前のアーバンデザインセンタースタッフが常駐していてまちづくりの拠点になっている。様々な展示やイベントが企画され地域住民の交流にも貢献している。



出典：プラット
<http://www.kiwoikasu-plat.jp>

Under-utilized Real Estate

遊休不動産

< 北運河エリア及びその周辺地域 >

主なデザイン a.1 a.8 a.10
計画期間 短期 中期 長期

北運河やその周辺地域には遊休不動産が多い。特に人口減少が進む手宮地区には遊休不動産が数多く存在している。建物一棟ごとではなく、建物を分割して時間単位で活用し、それらの分散稼働が連動することで賑わいやコミュニティも生まれる。北運河エリアの遊休不動産を効率的に稼働させながら、小規模でも人々の居場所を沢山作っていく。カフェなどのパブリックな場や、 hostelビレッジ構想を導入して北運河に訪れる人々のための宿泊部屋の確保など、不動産を分散稼働させることで高効率に展開していく。猫カフェやアートカフェなどコンセプトを持ったカフェ等があると面白い。

参考事例

横浜 hostelビレッジ
横浜 hostelビレッジでは、エリア内ばらばらに借りている部屋を活用したエリアステイによる不動産利活用とまちづくりを連動。2014年3月現在、約46室。



YOKOHAMA HOSTEL VILLAGE
出展：コトラボ合同会社

hostelビレッジ構想

hostelビレッジ構想とは、徒歩圏内に点在する遊休不動産を活用した宿泊施設を造ることである。不動産の一部を貸し借りする形態とし、ロスの少ない不動産賃貸・分譲の形をとる。また、受付窓口は一か所だけ開設し運営の効率化を図る。客はそこで鍵を受け取り徒歩圏内の宿泊部屋を利用する。そうすることで、通常のホテルとは違い、その地区に滞在しているという気分を楽しむことができる。食事は近所の定食屋などで取り、お風呂は近所の銭湯を利用することで、地域住民とのコミュニケーションも生まれる。

小規模カフェの連続

17世紀のイギリスでは「新しい何かはカフェで生まれる。」と言われていた。また、大手コーヒーチェーン店が「サードプレイス(*)」をコンセプトに掲げ、居場所としての心地よさを演出している。つまり、カフェには大きく「交流」「居場所」という二つの特徴があると言える。これは北運河のコンセプトと非常に相性が良い。このエリアの遊休不動産を建物ごとでなくても、フロアごと、あるいは部屋ごとによって、小規模でも特徴のあるカフェが数多くできることで、人々が北運河エリアに気軽に足を運べるようになり、カフェで行われる様々な取組を通じて、新たな価値が生み出されていくだろう。

(*) アメリカの社会学者レイ・オールデンバークは、家(=ファーストプレイス)と職場・学校(セカンドプレイス)以外の、くつろげる居場所(=サードプレイス)が人生を豊かにするために必要な場であると提唱しており、居酒屋やカフェなどがそれに当たる。

