

魅力ある水環境の創出から始まる東京湾の活性化

～ Edo Kite Project による施策推進手法の提案 ～

東京都 正会員 ○藤原 新
 東京都 正会員 寺本 康宏
 東京都 正会員 柳井 健二
 東京都 正会員 水木 麻雄

1. 本研究の目的

かつて東京湾には海を身近にした生活があったが、明治時代以降の近代化により、物流面が重視されてきた。ようやく近年になって、内閣府による東京湾再生プロジェクトや臨海部のマンション開発に見られるように東京湾の水環境に注目が集まり、観光面への期待も高まり始めてきた。そこで、本研究では、東京湾の水環境をより魅力あるものとし、観光都市としての東京の活力を創出するため、東京港を中心とした具体的な整備手法の検討を行った。

2. 東京港の水環境の現状と課題

東京港は首都圏の物流拠点として発展してきたこともあり、海を身近な親水空間とを感じる都民は、世論調査によると 3%（全国平均 19%）と認知度が低い。一方、港湾局調査による都民意見では、水環境への期待度は高い。こうしたギャップの原因を追究するため、水辺をうまく活用し発達したベネチアやアムステルダムなど世界の観光都市を調査した。その結果、こうした都市では自然との調和が尊重されるとともに、まちづくりや景観への配慮もなされ、水辺へのアクセスが充実していることがわかった。そこで、東京港の有すべき魅力ある水環境の要素として、図1のとおり、水質に関するものを「水辺環境」、まちづくりや景観に関するものを「水辺空間」と定義づけるとともに、その水辺への「アクセス」とをあわせ、3つの観点から現状と課題の分析を行った。

(1)水辺環境 現在、下水道の普及や高度処理の導入を東京湾全体として推進しているが、赤潮の発生や環境基準達成率は横ばい状況にあり、改善に時間を要する。このため、短期的に効果を発揮させられる地域に応じた環境目標の設定が必要である。

(2)水辺空間 臨海副都心だけでも年間4千万人の集客があり、他にも海上公園など多様な資源がありながら、各々の環境条件に応じたまちづくりが必ずしも行われているわけではない。このため、水辺環境と合わせた地域特有の賑わいを創出する仕掛けが必要である。

(3)水辺へのアクセス 水辺に気軽に近づけるようなアクセスが不十分であるとともに、物流施設の狭間となるような位置に海上公園などの水環境資源が偏在している。このため、これらを結びつけるよう人の流れを活性化させるネットワークの強化が必要である。

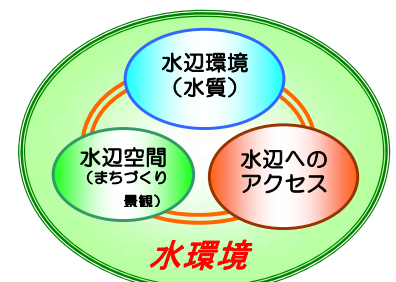


図1 魅力ある水環境の要素

3. 東京港のあるべき姿

東京湾の歴史性に鑑みれば、東京港の本来の姿は、物流という側面以外に、魅力ある水環境を有する、人々が集い賑わいあふれる交流空間であるべきである。近年示されている都における構想・計画では、こうしたあるべき姿に即した幅広い議論がなされるようになってきている。しかし、どのように構想・計画を進めていくかについては、個別事業の集合体の域を超えておらず、各事業が同じ方向を向き融合した新たな連携が図られているとはいえない。さらに、事業に付随する民間技術の導入やNPOとの連携についても同様のことがいえる。こうした中、あるべき姿に向け具体的に事業を推進するためには、行政と民間、NPOとが統一イメージのもと、明確な目標設定と実施すべき施策の検討、事業の評価、そしてそれらを統合的に管理する仕組みづくりが必要である。

4. 魅力ある水環境を創出する施策推進手法の提案

(1)水環境創出施策推進の仕組みづくり（Edo Kite Project ～ Kite：「海都」「凧」「来て」～）

行政と民間、NPOとが統一イメージを持つためには、行政が求心力のある共通概念を創り出す必要がある。

キーワード 水辺環境、水辺空間、水辺へのアクセス、Edo Kite Project

連絡先 〒183-0006 東京都府中市緑町 1-27-1 東京都北多摩南部建設事務所 042-330-1837

さらにその共通概念のもと、行政が「共通の目標設定」、「施策実施」、「事業評価」をサイクルとした施策推進の仕組みを管理し、民間、NPO を牽引していく必要がある。そこで、ここでは、「人々の行き交う歴史ある海都の創出」を共通概念とし、このサイクルによる取組みにその意味を込め“Edo Kite Project”と名付け、このロゴのもと、行政が率先的に、情報の共有、PR を図り、事業を推進することとした（図2）。

(2) 魅力ある水環境創出のための目標設定と施策（表）

“Edo Kite Project”による「共通の目標設定」と実施すべき「施策」は、個別事業が融合し連携したものでなければならない。そこで、水辺環境と水辺空間については、景観工学の視点を踏まえ、既存土地利用と地形をもとに下水道や港湾など個別事業の融合を図るなどして、目標と施策を策定した。さらに、容易に関係者がイメージを共有できるよう各パターンを地図に明示した水環境エリアマップを作成した。また、人の流れを活性化させるネットワークの強化についても既存土地利用等にあわせて検討した。

(3) 水環境ブランド価値評価

“Edo Kite Project”は一種のブランド活動であり、東京港の魅力向上の施策による効果の一つがこの“Edo Kite Project”というブランドに集積していくと考えられる。“Edo Kite Project”による「事業評価」では、

このブランド価値を評価する必要があるが、無形の価値であり評価は通常困難である。ここでは、経済産業省によるブランド価値評価手法を参考に、財務諸表から客観的に求められる水環境ブランド価値の評価を試みた。算出した価値は事業の目安とし、実事業費との比較のもと、場合に応じて事業の見直しを行うとともに、以降の「共通の目標設定」や実施すべき「施策」に反映する。

5. 施策事例研究

“Edo Kite Project”の実効性を検証するため、水環境の潜在価値の高い4地区（大井勝島地区、芝浦地区、浜離宮築地地区、有明北豊洲地区）を対象に事例研究を行った。ここでは、各地区においてそれぞれ既存の土地利用や地形に応じた水辺環境、水辺空間、水辺へのアクセスに関する「共通の目標設定」と実施すべき「施策」を検討し、水環境ブランド価値を算定することによって「事業評価」を行った。その結果、いずれの地区においても事業効果に見合った妥当な施策実施が可能となり、“Edo Kite Project”による施策推進手法が一般的に活用できることを確認できた。

6. 東京湾全体への波及に向けて

今回、東京港の現状と課題を踏まえた上で、現在示されている計画・構想をより具体的に推進するため、景観工学の視点を踏まえた水環境の目標設定と施策、また施策推進の仕組みと評価手法の検討を行い、“Edo Kite Project”として取りまとめた。この手法は、東京港のみならず東京湾岸の他都市にも応用できるものである。この手法を活用し水辺の魅力を引き出すことで、東京湾全体の活性化につながるものと考えられる。

追記 本研究は東京都職員研修所による「高度建設技術研修」の成果である。

参考文献

・ かたちのデータファイル 彰国社 1984 pp50
・ ブランド価値評価研究会報告書 経済産業省企業法制研究会 2002年6月

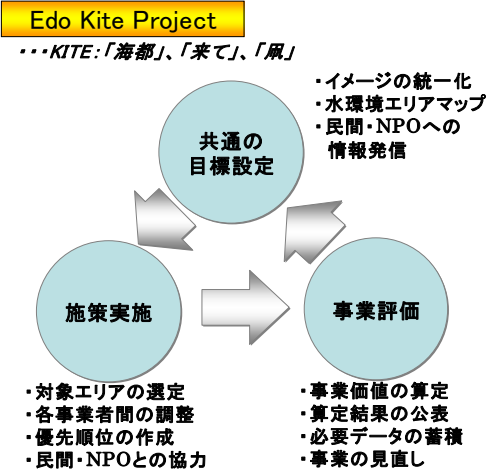


図2 Edo Kite Project による事業推進の仕組み

表 地形に応じた水環境の目標と施策例

	パターン(A) 水と戯れることのできる場 海浜・磯浜	パターン(B) 流行や賑わいを創出する場 比較的狭い運河 L<100m	パターン(C) 風格や歴史性のある場 幅広な運河内湾 L≥100m
水辺環境（水質）	水浴基準を満足 →【直接浄化】 海域浄化、再生水等の導入	ゴミや臭気が気にならない →【放流抑制】 貯留池整備、放流先の変更	—
水辺空間（まちづくり・景観）	—	近景を重視 →【賑わいの創出】 テラス整備 水辺商店街、魚河岸など	遠景を重視 →【建物意匠に配慮】 視点場の創出
水辺へのアクセス	域内 域外	— コミュニティバス・ゴンドラ	海上交通（回遊機能を重視）