

恵馬内町

地方競馬と住宅地のインクルージョン
Chimera of a local horse racing and a residential area

大阪市立大学大学院 工学研究科都市系専攻 高橋 咲衣 島 瑞穂

対象地

兵庫県尼崎市園田

対象地は、**地方競馬**の開催される**園田競馬場**のある、兵庫県尼崎市の**園田**である。
対象地の東側は猪名川、西側は藻川に挟まれており、南側には阪急電鉄神戸本線園田駅が通っている。
この地域は、人口が31,017人、人口密度が9,783人/km²と、尼崎市の他の地域に比べて人口が多く、人口密度も高い。
園田駅を利用すれば、電車1本で大阪へ約10分で行くことができる。また、地域のほとんどが住宅地となっていることから、園田は通勤や通学に便利なベッドタウンとなっている。
園田の東側、猪名川付近には、自然林の多い猪名川公園があり、川や公園など、自然にあふれている。園田駅前には地域住民が主に利用する商店街がある。



広域図



拡大図

課題

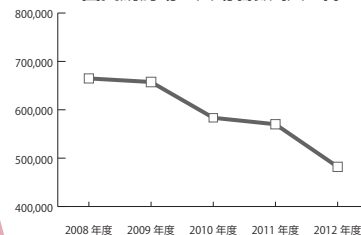
迷惑施設としての競馬場

ベッドタウンである静かな住宅街で園田競馬場に来た人が騒ぐなど、住民にとって園田競馬場が賭博場という迷惑施設でしかないという現状がある。
園田競馬の利用者は平均年齢58歳であり、男性が9割、年代別では50歳以上が7割を占めており、競馬場にマイナスイメージをもつ住民が多い。
また、マイナスイメージがなくても、地方競馬の開催が平日のみということもあり、閉鎖された空間である競馬場の中で何をしているか分からないために、園田競馬場に関心のない住民も多い。
このように、住宅地と競馬場がネグレクト状態にある。

集客施設としての競馬場

園田競馬場は集客・活性化施設としての価値があるにもかかわらず、地域に生かされていない。
園田競馬場は園田駅から約1km離れており、徒歩約20分かかる。利便性をあげるために、競馬開催時は駅から競馬場まで直行の無料シャトルバスが出ており、ほとんどの来場者がバスを利用している。そのため、地域の商店に訪れることがなく、本来、地方自治体の収入源となり得るはずの園田競馬場を、せっかくの集客施設として地域が活用できていない。また、園田競馬場と園田駅周辺の商店街は、収益を上げるためにそれぞれが活動しているが、お互いが連携していない。
つまり、「来場者」が「来街者」にはなっておらず、競馬場の利点が地域に貢献できていないという状況である。

園田競馬場の入場者数(人/年)



基本方針

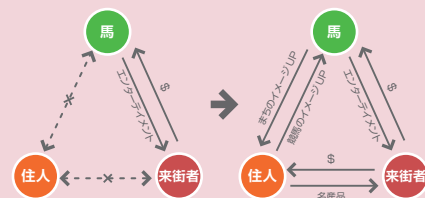
馬と共に暮らす

まちに分散配置した競馬関連施設の間を人・馬が移動することにより、まちの中に人も馬もいる魅力的な光景を生み出す。
また、まちの南に位置していた園田駅を中心に配置し、高架を通す。魅力的な光景を園田駅や高架から見渡せることにより、来街者を園田へと惹きつけ、新たな来街者層を開拓する。
このようにして、人と馬との距離が近い、つまり、馬を身近に感じられる空間をつくることで、馬と共に暮らす街を形成する。そして、希薄だった競馬場・住民・来街者の関係を密にすることで、三者にとって快適で魅力的なまちをつくる。



収益をまちへ還元する

地域の住民のみを顧客としていた園田駅前の商店街を、来街者も利用できるような整備する。
園田駅と馬場を繋ぐ通りを新しい商店街とし、競馬で勝った人が食事や買い物を楽しめる「ヴィクトリーロード」をつくる。これにより、競馬の利益を地域に還元する。
さらに、競馬で負けた人がスムーズに帰れるよう無料シャトルバスを整備し、その人々を駅のウラ(ウラ街)に流す。ウラ街には安価な居酒屋などを中心とした商店を配置し、負けた人も地域の店に寄れる仕組みにし、そこでも経済効果を生み出す。



競馬場内の施設・サービスを分散する

約150,000㎡の園田競馬場に集約されている競馬関連施設・サービスを園田のまちに分散配置する。
競馬場で馬が滞在する厩舎、パドック、馬場(コース)などをまちの中に点在させる。これにより、馬が場内を歩くという非日常の光景をまちにあふれさせ、住宅地と競馬場が互いに包括し合い、一体化する。これまで競馬を見るためにだけに来ていた人々を、競馬場だけでなく園田のまち自体に行かせ、「来場者」から「来街者」にする。このようにして、住民にとって競馬場をプラスイメージにし、競馬場のメリットを住民が活用できるようにする。



恵馬内町

施設配置イメージ

循環

園田には馬があふれている。その馬の糞を原料にして、肥料をつくり、それを厩舎の近くにある農場で利用する。それにより、作物をつくり、ヴィクトリーロードなどの商店で売り、園田の名産品とする。

サポートセンター

足の跡を調整する装蹄所や馬の病院である診療所をまちに設置する。また、それを体験・見学できるようなイベントを行い、馬をより身近に感じられるようにする。



ソフト整備

馬がいることを生かした名産品

馬糞を肥料にした作物や蹄鉄を使ったお守りなど、競馬場特有の馬が生活しているということを住民が利用して、園田の名産品を作り、来街者に対する新たな魅力とする。それにより、地域への経済効果を生み出す。

競馬で負けた人をウラ街まで送る無料シャトルバス

レース終了後に、競馬で負けた人を駅のウラまで送る無料シャトルバスを運営し、ウラ街に広がる地域の商店に寄りやすくなる。また、競馬開催時以外は、コミュニティバスとして住民が利用できるようにする。

馬と実際に体験できる乗馬や馬車などのアトラクション

競馬のイメージをプラスにするために、馬を体験して楽しめるイベントを実施し、新しい来街者層を。具体的には、住宅地や放牧場、緑あふれる公園を通るコースを、体験乗馬や馬車試乗会で回る。



馬に触れ合って和めるホースセラピー

馬に触れたり乗ったりすることで、心身両方へのセラピー効果があり、新しい来街者層を増やす。また、住民もその恩恵を得ることができる。



ハード整備

まちに分散配置される競馬関連施設

厩舎やパドック、馬場など、馬に関わる施設をまちの中に分散配置し、その間を人も馬も通すことで生まれる光景を園田の魅力とする。住宅地の中に競馬場の施設が点在することで、競馬場をまちにとけ込ませ、「来場者」を「来街者」にする。また、馬場には、通常ラチとよばれる柵が設けられるが、それを撤去する代わりに柵をつくり、住民の安全性を保ちながら、来街者が馬を身近に感じられる。

カフェでつろぎながら馬が間近で見られるスタンド

馬場の周りには観客が座って観戦するための座席のあるスタンドが設置されている。私たちの提案では、スタンドの代わりにオープンカフェなどを馬場の周りに配置する。そして、競馬を観戦する客に地域の商店を楽しんでもらう。また、反対に、地域の店に来る客に、馬を身近に感じてもらう。

競馬で勝った人が楽しめる商店街「ヴィクトリーロード」

駅から馬場をつなぐメインロードを整備し、競馬で勝った人が食事や買い物を楽しめる商店を配置し、来街者が地域の商店に寄りやすくなる。また、道路には桜を植え、ヴィクトリーロードのシンボルとする。

駅や高架から馬を眺められるパドック

パドックとは、出走直前の馬を厩務員が回って周回する場所である。パドックを園田駅の近くに配置することで、駅や高架から馬が歩いている様子を眺められる。これにより、魅力的な光景を広く発信できる。

誰でも馬を間近で見られるように開放されている放牧場

放牧場を誰でも眺められるように開放することで、住民も来街者も馬の自然な姿を間近で見られ、多くの人に馬に親しめるよう整備する。



ゴール前広場

馬場のゴール前に開けた空間をつくり、最も近くからレースを見られる場所としてにぎわう。レース後に優勝馬やその関係者の表彰式をするウイナースカールも設置する。また、ヴィクトリーロードと直結する。

ウラ街

ウラ街には安価な居酒屋などを中心とした商店を配置し、負けた人も地域の店に寄れる仕組みにし、そこでも経済効果を生み出す。

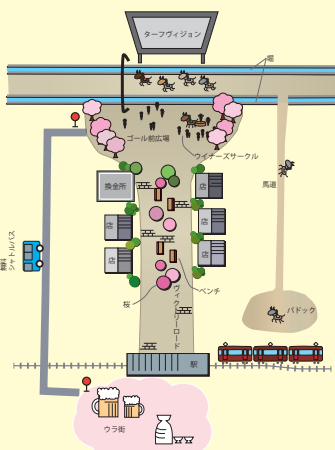
堀

馬場には、通常、ラチと呼ばれる柵が設けられ、馬と観客を隔ている。私たちはこれを撤去し、人と馬との距離を近くすることを提案する。そして、馬と人の間に柵をつくり、馬がコースから外れることを防ぎ、安全性を保つ。また、まちの間にも柵をつくることで、馬がまちから勝手に出られないようにしている。



馬ヒーリング アブク銭による饗宴

ヴィクトリーロード配置イメージ



競走馬の戦いを間近に感じられ、馬場から駅へ帰る道すがらで、地域の商店を利用しやすくなる。馬も人もいる光景が高架や駅から見下ろせ、にぎわうヴィクトリーロード、広場、馬場を一望できる。春になれば、ヴィクトリーロードのシンボルである桜が咲く。競馬というエンターテインメントと馬に触れ合う癒しが両立される魅力的なまちになる。

○面積：3,174m²
○人口：31,017人（男15,123人、女15,874人）：（年少人口3,948人、生産年齢人口20,547人、老年人口6,562人（うち高齢者人口2,674人））
○世帯：14,607世帯
○人口密度：9,783人/km²
○1世帯あたりの人数：2.12人
○総戸数・1日平均（平成19）：世帯19,791人、隣19,552人
○小学校：2校、54学級、1,560人
○中学校：1校、20学級、623人
○園田競馬場（年間）：開催回数29回、開催日数163日、入場人数482,021人