

**今** から八年前の二〇〇五年三月、「規制緩和・民間開放三カ年計画」の閣議決定を受けて、国土交通省は道路空間を利用した民間事業の可能性を拡大するために、様々な通達やガイドラインを整えてきた。

たとえば歩道に設置されるオープンカフェ、バス停の上屋や街路灯に添加する広告物、さらにイベント開催時に設置される共催団体の広告物など、比較的多くの街で見かけるようになってきた。もちろん、その際のベンチやテーブルと占用物件のデザインは、公共空間に設置されることから地域景観に配慮したものであること、また、収益は地域のまちづくりに充当されることが大前提になっている。したがって、今後は、商店街の活性化やまちづくりを推進するためには、極めて有効な手段と考えられる。

そこで、本稿では「オープンカフェ」の事例を少し紹介したい。筆者は、国土交通省のガイドライン作成のために二〇〇二年、ドイツ五都市でのオープンカフェの実態調査を行った。それによると、ドイツのオープンカフェは一九二〇年代に条例で定められたが、普及するのは一九七〇〜八〇年代である。実は一九六〇年代以降、ほとんどの都市で歩行者空間が整備されたが、歩行者は増えない、店舗の売り上げも伸びない、という状況が続いた。

考えてみればあたりまえだが、安全に歩ける空間が整備されても、街全体の魅力が向上しな

各 人 各 説

## 道路空間を利用した「オープンカフェ」

早稲田大学 教授

卯月盛夫

Morio Uzuki



ければ誰も歩かない。そこで道路空間を楽しく、賑わいをもたらすために、オープンカフェの条例が整えられた。沿道の店舗は、緊急車両の通行に支障のない範囲で定められた区域でオープンカフェが許可され、その面積または席数によって占用料を支払う。この条例制定によってオープンカフェは急激に拡大し、二〇〇〇年代にはほとんどの都市で、もうこれ以上許可できない飽和状態になったと言われている。

調査によると、建物内よりも屋外のオープンカフェでの収益性が高いため、飲食店はオープンカフェの営業時間を増やして欲しいという要望もある。また、市街地での滞在時間が二時間程度増えるため、飲食店はもちろん、それ以外の店舗でも良い影響があり、税収も拡大した。また屋外照明の効果により夜間の治安が良かったという効果もある。さらにオープンカフェ利用者には、観光客よりもむしろ地元の市民が多く、特に子連れや犬連れ、自転車や車イスを利用する人、喫煙者にも評判が高かった。もちろん日本はドイツのように面的な歩行者空間は少ないが、オープンカフェが市街地の活性化に大きな影響を与えることは十分想像できる。

このような流れの中で、ようやく日本でも、二〇一三年に札幌大通り（国道）の歩道および新宿モア4番街（区道）に厨房を備えた魅力的なオープンカフェがスタートしたことは、今後の拡大にむけて大きな一歩と評価している。