

卸センター地域の景観事業

— 地域に開かれた活気溢れる街を目指して



平成30年1月
協同組合 広島総合卸センター



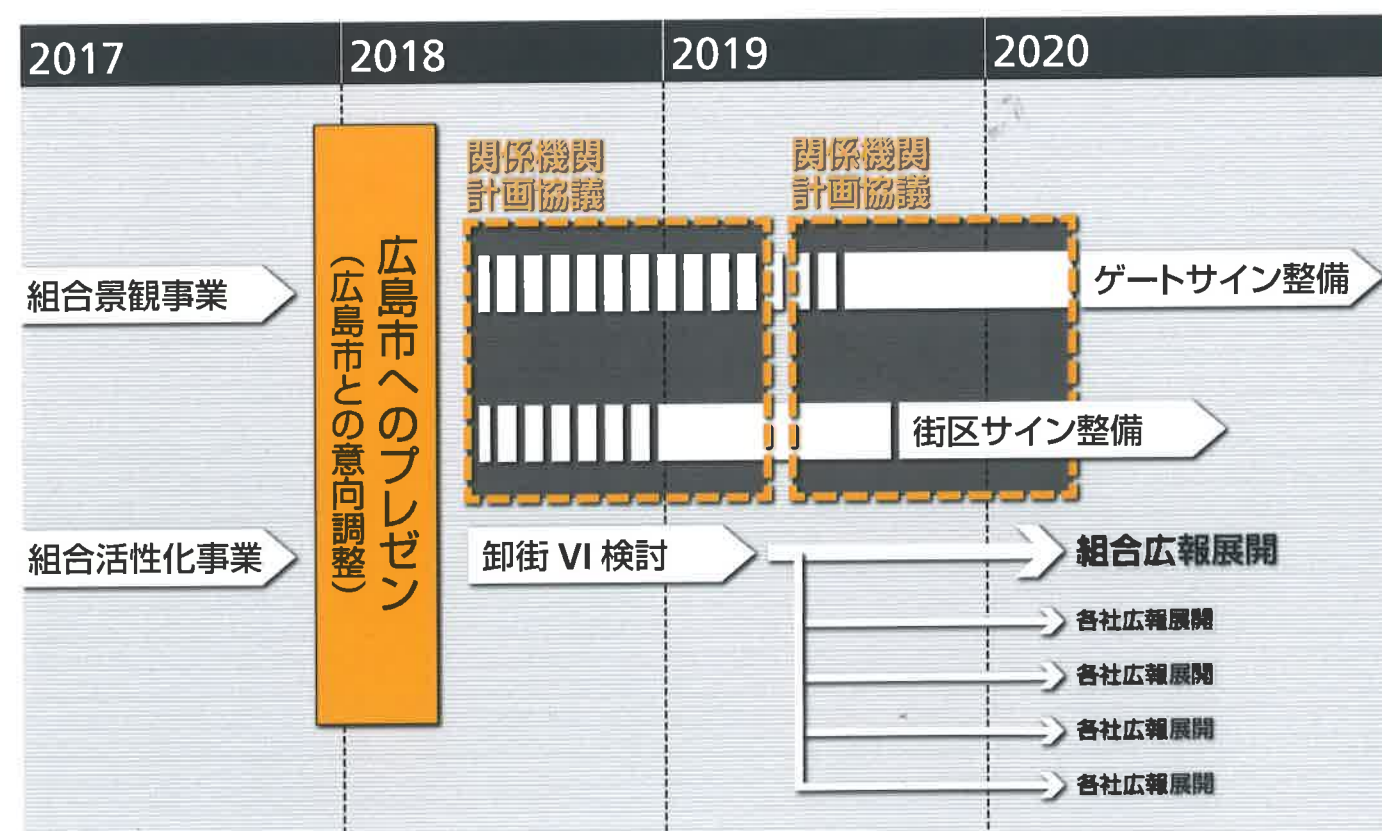
広島商工センター

卸街
OROSHI MACHI

目次

1. 商工センター／“卸街”の景観特性	02
2. 開かれた“卸街”のサイン計画	03
3. 公民連携による公共空間等の景観計画	04
4. 各企業における景観計画	05
5. 各企業における景観計画(補足説明資料)	06
6. 商工センター全域への将来の提言	07
7. “卸街”のサイングラフィックの展開 — 卸街まつり開催 ～ 駐車場竣工	08

サイン整備事業の進め方



はじめに

当組合は、平成 28 年度に組合設立 40 周年を迎えると同時に、組合活性化策を発表いたしました。組合を取り巻く現状分析と組合員の意向調査をもとに、設立 50 周年に向けた組合の「あるべき姿」を描き、6つの取り組むべき施策を決定しました。この6つの施策を実行することにより、当組合を含む商工センター地域の発展と、組合及び組合員が近代化し、成長していくことを目指しています。

また、平成 29 年 2 月に広島市宛てに「商工センター地区街づくり提案」を実施いたしました。その内容には、国際会議と展示場機能を有するメッセコンベンションセンターや、大ホール場・ホテル等の誘致を含み、新井口駅や商業施設のリニューアルを折り込んでいます。国際都市「広島」に相応しい国際会議場や展示場を設置することは、地域に開かれた、そして活気溢れる地域となり、将来に亘り広島市の発展に大きく寄与するものと考えています。

そして、「街づくり」と並行して取り組んでいるのが「景観事業」です。統一感があり、分かり易い地域とするため、また、当地域のステータス向上を目的として取り組んでいます。

本景観事業では、「統一ロゴ」の決定と、各種サインの設置や、組合員企業へ推奨する景観計画を取り纏めました。

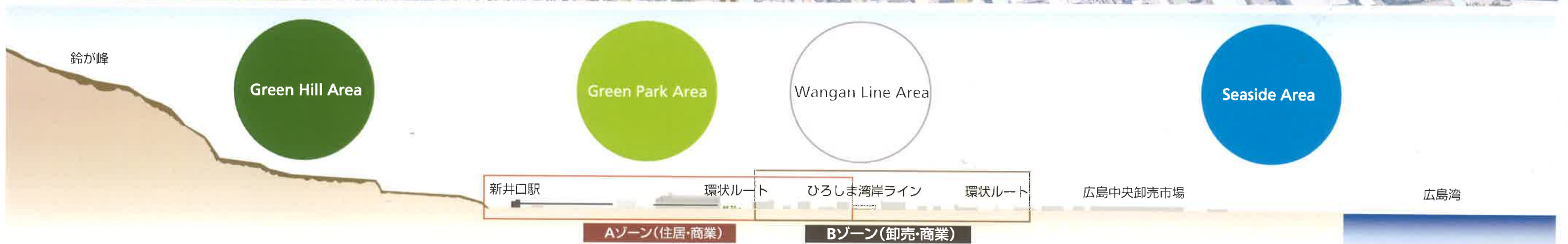
つきましては、「景観計画」及び、「街づくり計画」の実現に向けて、行政と地域が一体となって推進していく必要があることから、広島市のご理解とご指導を賜りつつ、協調して取組んでまいりたいと考えていますので、何卒ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

最後に、本事業は、広島市都市計画課・西区役所・広島県中小企業団体中央会・商工中金等の外部専門家委員の御協力のもと完成したことを申し添え、関係各位に深く感謝申し上げます。

協同組合広島総合卸センター
理事長 伊藤 學人



1. 商工センター／“卸街”の景観特性



2. 開かれた“卸街”のサイン計画

注) サインの設置については行政と協議が必要

“卸街”のサイングラフィック

“卸街”らしさを表すサイングラフィックは、機能的かつダイナミックなコンテナ・タイポグラフィと総合卸しを表すリングを一つにまとめたデザインとする。

コンテナ・タイポグラフィ

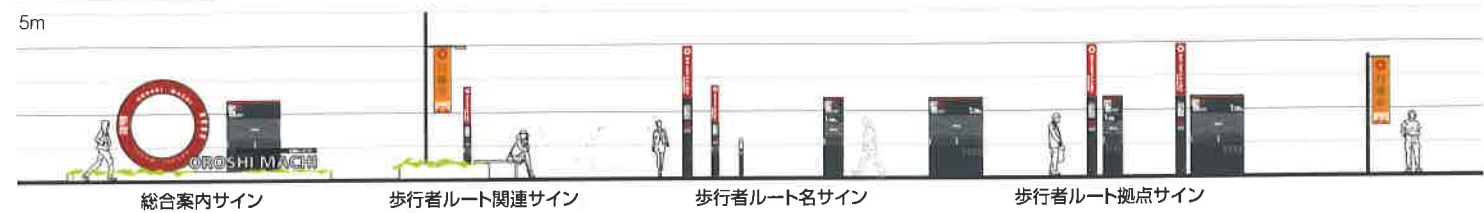


総合卸しの「総合の輪」を表すリングのデザイン



歩行者用のサイン

徒歩による来訪者を迎える開かれた“卸街”のサイン



湾岸ライン



今後、開かれた“卸街”の来訪者ルートは、新井口駅からアルパークやAGTなどの商業施設、将来設置が望まれるメッセコンベンションや広島中央卸売市場の賑わい施設を訪れる歩行者用ルートと、ひろしま湾岸ラインや西広島バイパス等の幹線道路から車で訪れる車用のルートの2つがあると思われる。

このため、本景観事業では、それぞれの来訪者がこの街を心地よく訪れ、スムーズに目的地に移動できるように、“卸街”らしさを表した共通のサイングラフィックによる歩行者用サインと車用サインを右図の要所要所に配置することを目指す。

歩行者ルート



車用のサイン 車による来訪者を迎える開かれた“卸街”のサイン



- G1 車用ゲートサイン1
- G2 車用ゲートサイン2
- 各車用街区サイン設置エリア
- UP 立体交差点サイン
- 開かれた“卸街”の歩行者ルート
- 歩行者用総合案内サイン
- 歩行者用ルート拠点サイン
- 歩行者用ルート名サイン
- 広島中央卸売市場を拠点とした歩行者用総合案内サイン



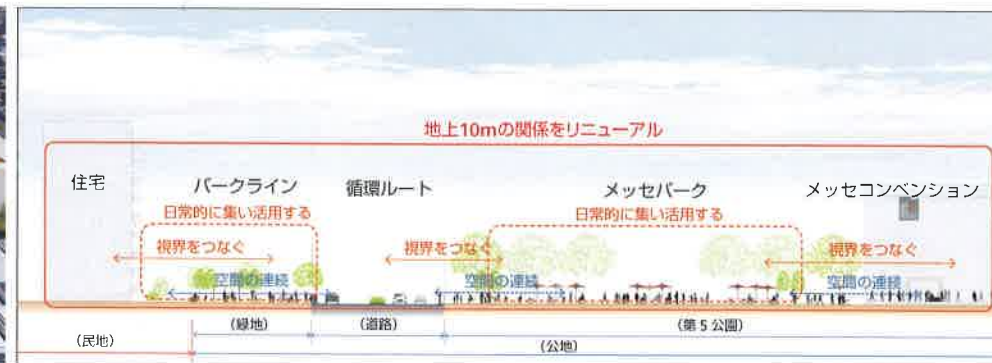
各車用街区サインのイメージ

3. 公民連携による公共空間等の景観計画

公園・緑道のリニューアル(公民連携事業)



●メッセコンベンション・公園・緑道の一体的なリニューアル方策案



●緑道の活用イメージ



●緑道の活用イメージ



開かれた“卸街”をつくる公民連携事業

開かれた“卸街”の歩行者ルートは、新井口駅から広島中央卸売市場までの一定の限られたルート(赤い点線内)として景観形成を行っていく。そこには、公園や緑道、ペDESTリアンデッキや道路などの公共空間があるため、その公共空間を周辺の商業施設やメッセコンベンション(提案)と一体となる空間にリニューアルし、来訪者や事業者がマーケットやカフェなどに日常的に利用することができるオープンスペースとする。

そして、そのオープンスペースを、現在広島市が推進している「花と緑のまちづくり」を通じて継続的に整備し、人々が快く訪れることができるおもてなしの景観とする。

また、これらの公民連携事業を通じて、歩道橋や道路照明などの道路附属施設をリニューアルすることにより、様々な人が安心して歩くことができる人に優しい“卸街”をつくることを目指す。

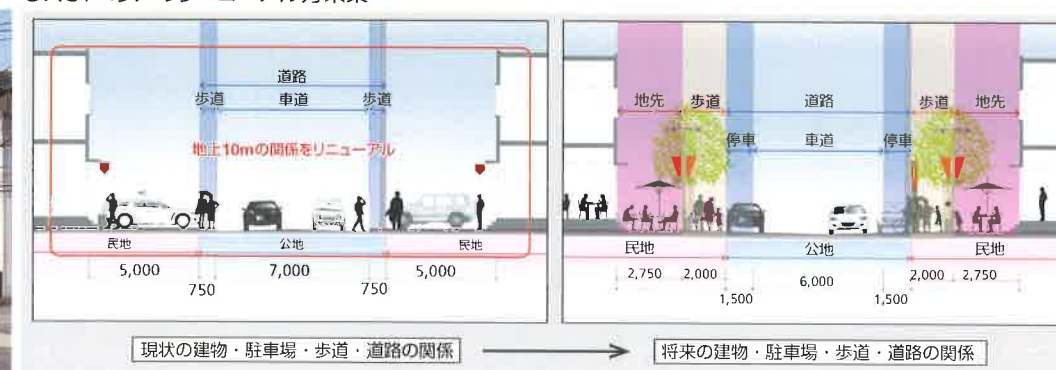
花と緑のまちづくりイメージ(公民連携事業)



AGTエリアのリニューアル(公民連携事業)



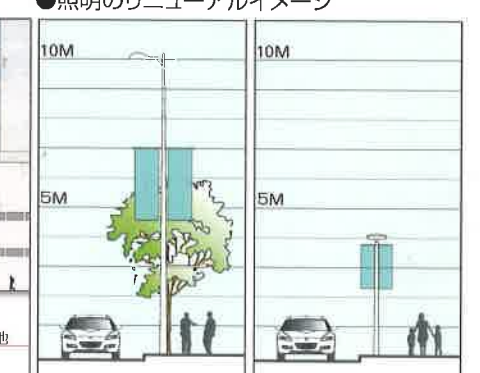
●AGTエリアのリニューアル方策案



●歩道橋のリニューアルイメージ



●照明のリニューアルイメージ



4. 各企業における景観計画

「卸街」の各関係者による個々の景観形成には、建物の基調色を考慮して街全体の色彩を整える景観づくりと、主要な景観形成区域となるひろしま湾岸ラインと循環ルートに面する建物の在り方(色彩、スケール、サイン、広告、緑化等)を考え、道との関係をリニューアルする景観づくりの3つがある。

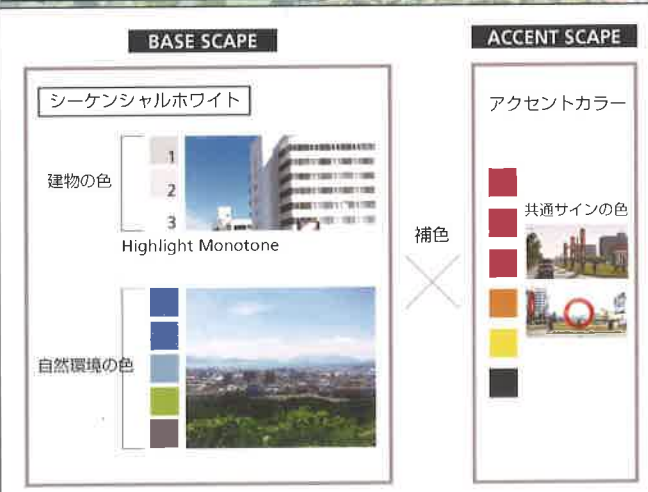
- "卸街"の各々の景観形成
- 1. "卸街"の色彩
 - 2. ひろしま
湾岸ラインの景観形成
 - 3. 循環ルートの景観形成

広島湾の沿岸の景と「卸街」の色彩

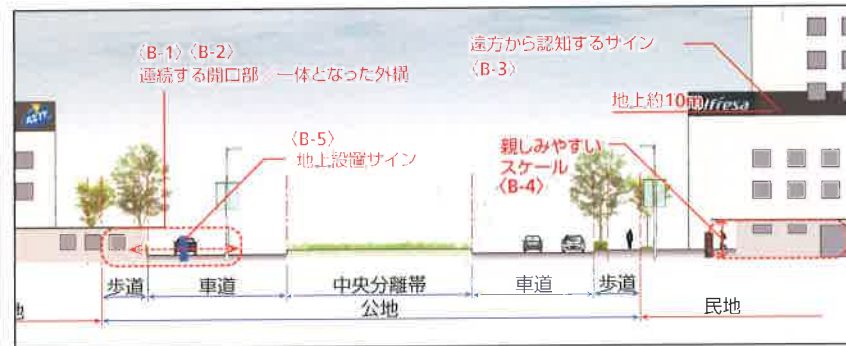
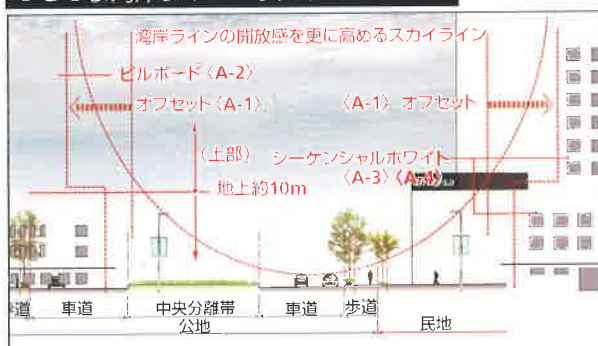
「広島湾の景」の特性を高めるため、各建物をシーケンシャルホワイトを基調色とする色で整え、湾岸の自然環境と一体になった明るい景観をつくる。



“御街”の色彩の考え方



ひろしま湾岸ラインの景観形成の推奨案

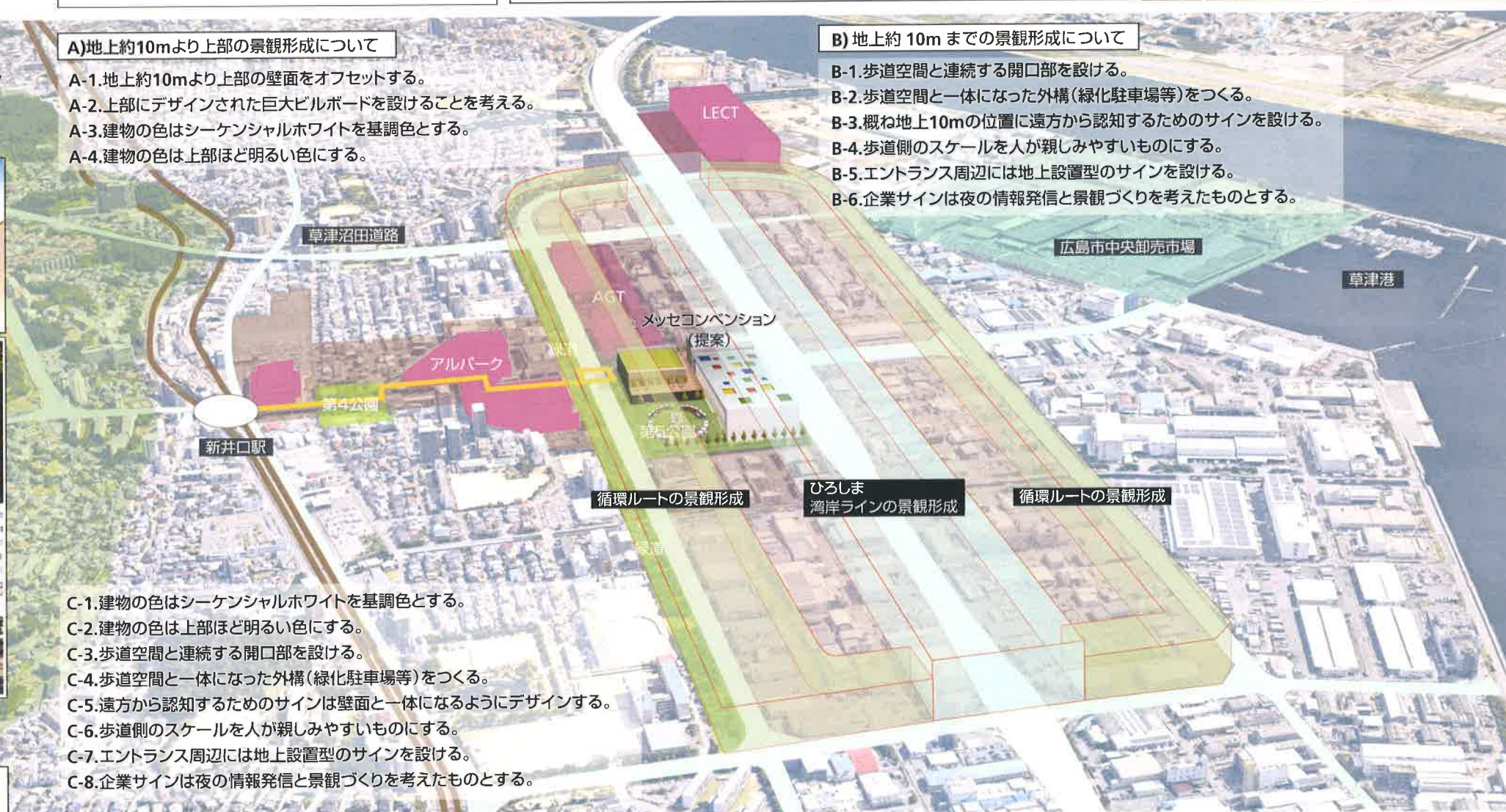


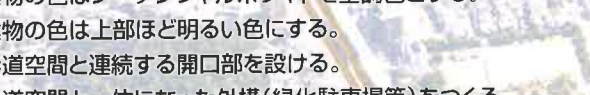
A)地上約10mより上部の景観形成について

- A-1.地上約10mより上部の壁面をオフセットする。
- A-2.上部にデザインされた巨大ビルボードを設けることを考える。
- A-3.建物の色はシーケンシャルホワイトを基調色とする。
- A-4.建物の色は上部ほど明るく色にする。

B) 地上約 10m までの景観形成について

- B-1.歩道空間と連続する開口部を設ける。
- B-2.歩道空間と一体になった外構(緑化駐車場等)をつくる。
- B-3.概ね地上10mの位置に遠方から認知するためのサインを設ける。
- B-4.歩道側のスケールを人が親しみやすいものにする。
- B-5.エントランス周辺には地上設置型のサインを設ける。
- B-6.企業サインは夜の情報発信と景観づくりを考えたものとする。



- 
- C-1.建物の色はシーケンシャルホワイトを基調色とする。
- C-2.建物の色は上部ほど明るい色にする。
- C-3.歩道空間と連続する開口部を設ける。
- C-4.歩道空間と一体になった外構(緑化駐車場等)をつくる。
- C-5.遠方から認知するためのサインは壁面と一体になるようにデザインする。
- C-6.歩道側のスケールを人が親しみやすいものにする。
- C-7.エントランス周辺には地上設置型のサインを設ける。
- C-8.企業サインは夜の情報発信と景観づくりを考えたものとする。

循環ルートの景観形成の推奨案



5. 各企業における景観計画(補足説明資料)

■湾岸ラインの景観づくりの推奨案

A)地上約10mより上部の景観形成について

A-1.地上約10mより上部の壁面をオフセットする。

中央に大きな緑帯がある広がりのある道路空間を活かした景観をつくるため、地上約10mより上部の壁面をオフセットする。

A-2.上部にデザインされた巨大ビルボードを設けることを考える。

遠方から視認できる上部にデザインされた巨大ビルボード(大型広告)を設け、賑わいのある景観をつくる。

ただし、この場合の広告はデザインの質が大切になるため、卸センターと協議の上設置するものとする。

A-3.建物の色はシーケンシャルホワイトを基調色とする。

明るく広がりのある「広島の湾岸の景」をつくるため、建物の色はシーケンシャルホワイトを基調色とする。

A-4.建物の色は上部ほど明るい色にする。

広がりのあるスカイラインをつくるため、建物の色は上部ほど明るい色にする。

B)地上約10mまでの景観形成について

B-1.歩道空間と連続する開口部を建物に設ける。

道路空間とセパレートしている各施設の壁面に開口部等を設け、公共空間の景観づくりに配慮した施設をつくる。

また、その開口部からの灯りに配慮することで安心感のある夜の景観をつくる。

B-2.歩道空間と一体になった外構(緑化駐車場等)をつくる。

歩道空間と一体になった緑化駐車場や花と緑を設えた外構をつくることで潤いのある景観をつくる。

B-3.概ね地上10mの位置に遠方から認知するためのサインを設ける。

バラバラになりがちな建物の景観に一つのリズムを与えるため、概ね地上10mの位置に遠方から認知するための企業サインを揃えて設ける。

B-4.歩道側のスケールを人が親しみやすいものにする。

大きな規模になりがちな「卸街」の建物を親しみやすいスケールの空間にするため、低層部の壁面の色や、雨天時に便利な駐車場の庇の設置等に配慮する。

B-5.エントランス周辺には地上設置型のサインを設ける。

道路側のエントランス周辺には、歩行者や車が近くに来た時に情報を伝え迎えることができる地上設置型の企業サインを設ける。

B-6.企業サインは夜の情報発信と景観づくりを考えたものとする。

企業サインは比較的暗い「卸街」の夜の情報発信と景観づくりを考えて、LEDによる照明や電飾を用いることを検討する。

■循環ルートの景観づくりの推奨案

C-1.建物の色はシーケンシャルホワイトを基調色とする。

明るく広がりのある「広島の湾岸の景」をつくるため、建物の色はシーケンシャルホワイトを基調色とする。

C-2.建物の色は上部ほど明るい色にする。

広がりのあるスカイラインをつくるため、建物の色は上部ほど明るい色にする。

C-3.歩道空間と連続する開口部を建物に設ける。

道路空間とセパレートしている各施設の壁面に開口部等を設け、公共空間の景観づくりに配慮した施設をつくる。

また、その開口部からの灯りや駐車場照明に配慮することで安心感のある夜の景観をつくる。

C-4.歩道空間と一体になった外構(緑化駐車場等)をつくる。

歩道空間と一体になった緑化駐車場や花と緑を設えた外構をつくることで潤いのある景観をつくる。

C-5.遠方から認知するためのサインは壁面と一体になるようにデザインする。

湾岸ラインより身近なスケールとなっている循環ルートは視認距離が近いいため、各施設の企業サインは壁面と一体になるようにデザインとする。

C-6.歩道側のスケールを人が親しみやすいものにする。

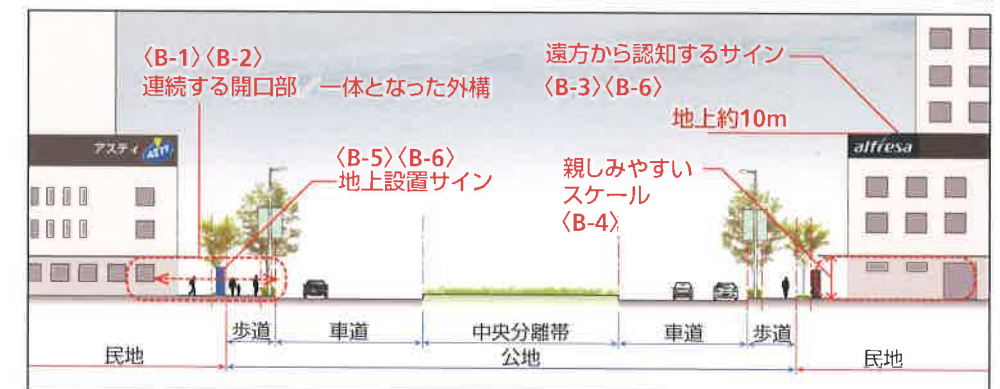
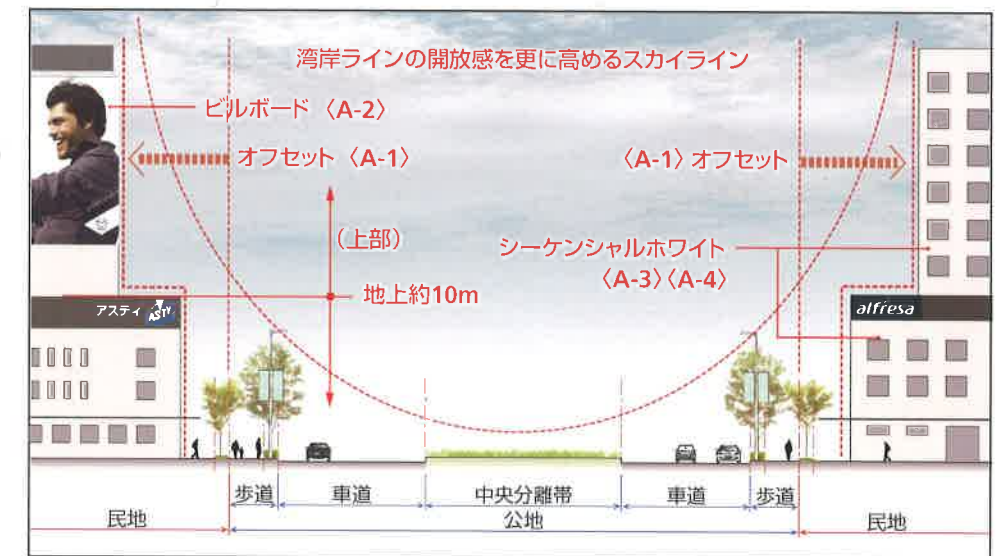
建物に親しみやすいスケールの空間をつくるため、低層部の壁面の色や、雨天時に便利な駐車場の庇の設置等に配慮する。

C-7.エントランス周辺には地上設置型のサインを設ける。

道路側のエントランス周辺には、歩行者や車が近くに来た時に情報を伝え迎えることができる地上設置型の企業サインを設ける。

C-8.企業サインは夜の情報発信と景観づくりを考えたものとする。

企業サインは比較的暗い「卸街」の夜の情報発信と景観づくりを考えて、LEDによる照明や電飾を用いることを検討する。



推奨類似例 (仙台卸団地内 INTILAQ 東北イノベーションセンター)



6. 商工センター全域への将来の提言

当組合を含む商工センター全域は330ヘクタールあり、その内、当(協)広島総合卸センターは56ヘクタールを占めるに過ぎない。したがって、当組合が行う「景観事業」は商工センター全体の約17%程度の面積であり、全体に比べれば小さいエリアである。

今後、本事業は商工センター内の景観形成において先駆者的役割を有することにはなるが、将来、この取組みが商工センター全域の景観形成の一契機となり、商工センター全体がそれぞれの特性を活かした景観事業を展開していくことになれば望ましいと思われる。

例えば、当組合では「卸街」のグラフィックデザインを景観事業に採用しているが、草津港や広島中央卸売市場がある海側のエリアや、食品や印刷、木工等の企業がある西側のエリアでは、その特性を生かしたグラフィックデザインを検討し、それぞれの景観形成を順次展開していくことができれば、商工センターは来訪者にとってより一層分かり易い、魅力的な拠点エリアになるとと思われる。

