

「多摩センターのさらなる活性化にむけた取組み方針」に基づく

行動指針（令和4年度～令和6年度） ～これからの多摩センターのあゆみ方～

多摩センター地区活性化推進会議
令和4年4月

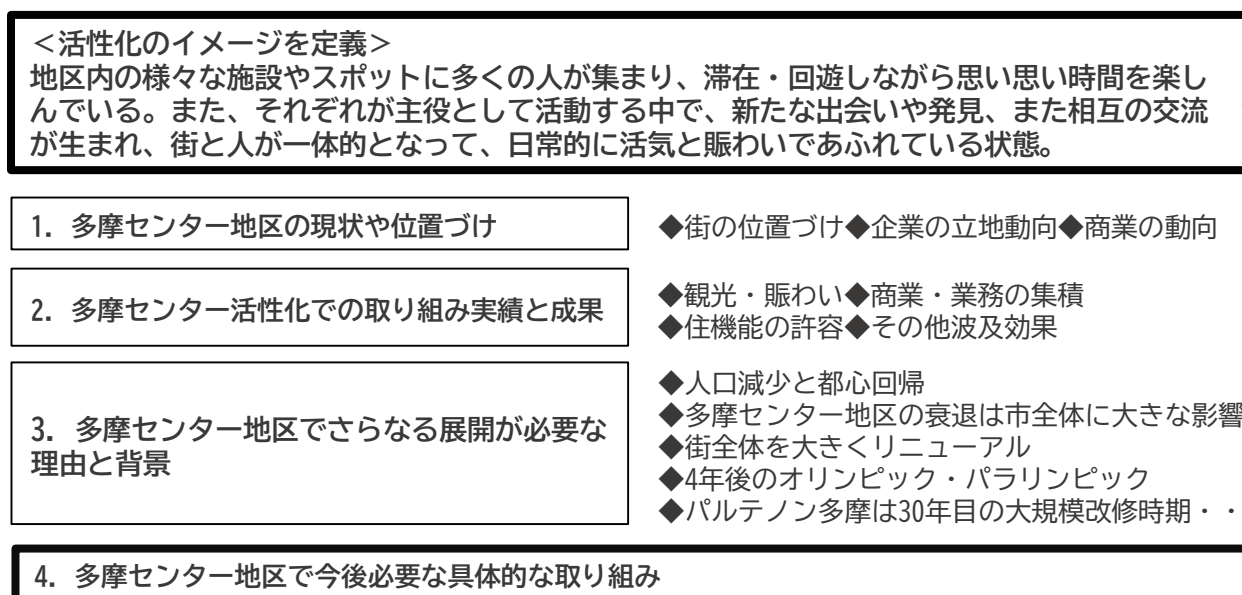


1 方針の振り返りと現状整理

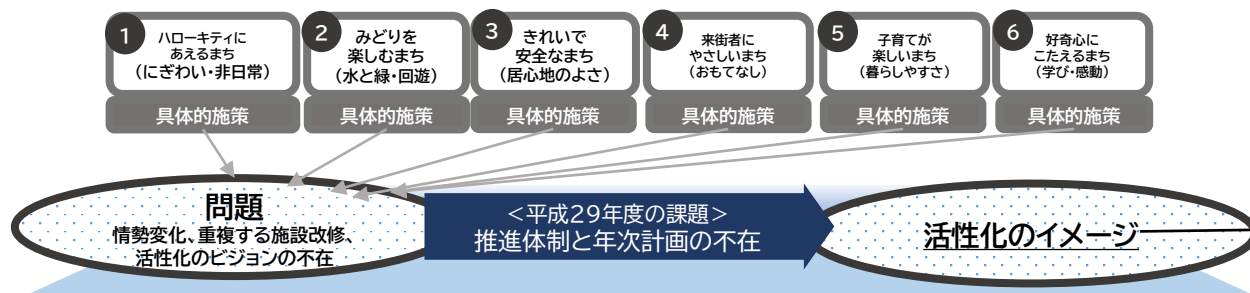
方針概要

方針は、平成28年度までの多摩センター地区に関する実績評価と現状分析、契機となるような事案を踏まえ、「6つのまちの姿」とそれに基づく施策イメージを策定しました。また、それらの施策が果たす活性化のイメージを下記の通り定義し、パルテノン多摩の大規模改修をはじめとするハード整備やこれまでの子育て世帯に向けた施策に加え、オリンピック・パラリンピックを契機とした国内外からの来訪者の増加を期待し、観光にスポットをあてた施策など具体的内容を定めました。

図2 方針の概要



<多摩センターの特長を生かした“目指す6つの街の姿”>



5. 具体的な 取り組みに 向け見えて きた課題

- ① 街の活性化を図るために、民間企業や市民、団体、大学等の連携と協力の中で、相乗効果が発揮されるしくみを考える必要がある。
- ② 複数の取り組みをまとめ、一体的な管理と運営ができるしくみを考える必要がある。
- ③ 活性化に向けた取組は、事業者からの提案を求めるしくみを考える必要がある。

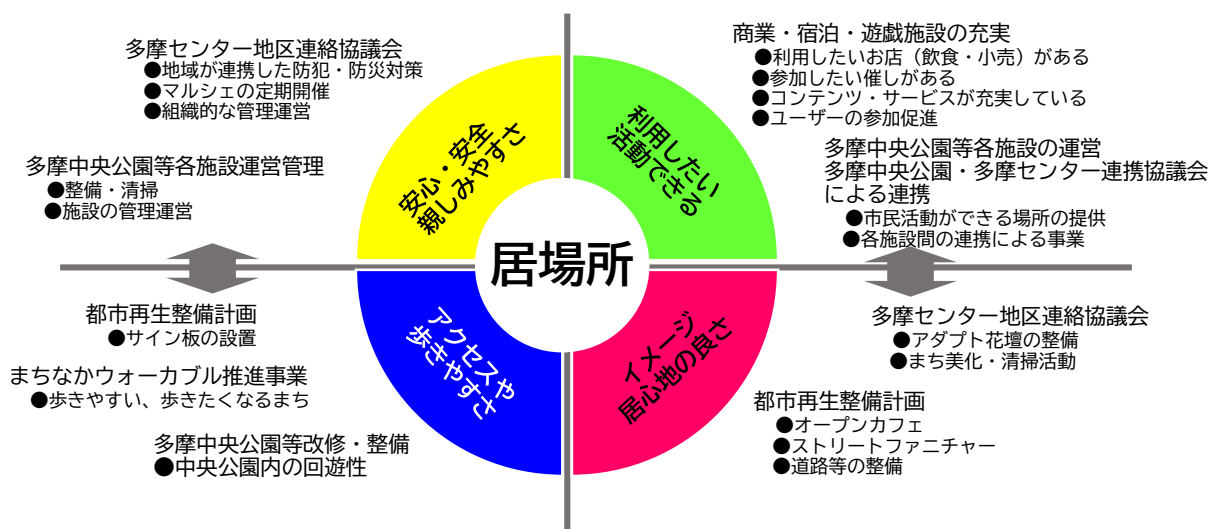
<関連計画等>

- (東京都)八王子・立川・多摩業務核都市基本構想(H14.11)
- 多摩センター地区再構築基本方針(H13.4)
- 多摩センター地区再構築実施方針(H13.11)
- 多摩市商業活性化計画(H15.3)
- 多摩市都市計画マスタープラン(H25改定)
- 多摩センター駅周辺地区都市再生整備計画(H29.3)

方針が着眼してきた「活性化」の定義

方針で目指してきた「活性化のイメージ」は、多摩センターの「公共施設・空間」が、訪れる人の「居場所」になると言い換えられます。居場所の要素と要素に該当する多摩センター地区の具体的事業は下記の通りカテゴライズできます。

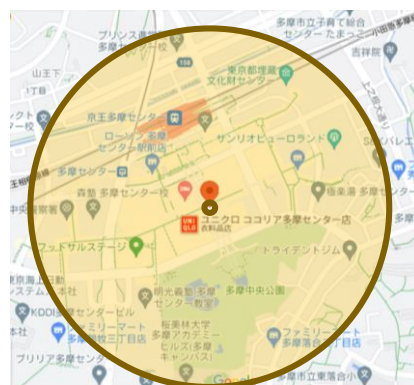
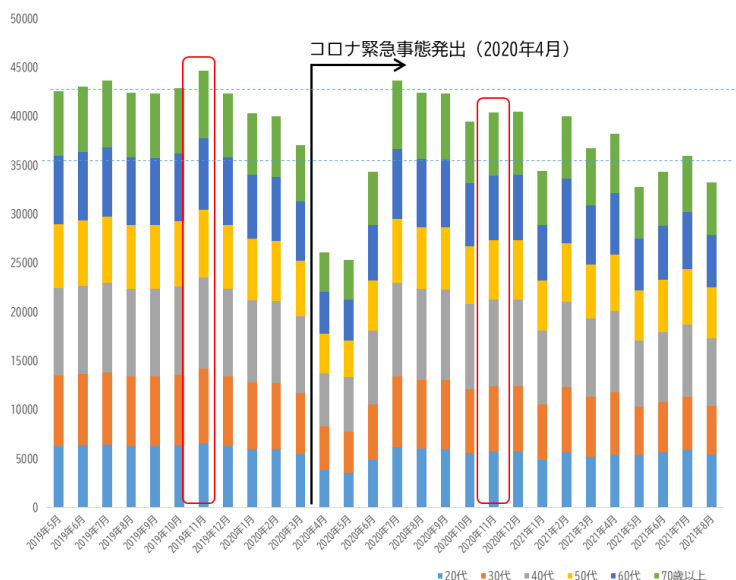
図3 居場所の要素と多摩センター地区の事業



方針が着眼していた「活性化」と人流の定量データ

新型コロナウイルス感染症の影響により、4月以降、パルテノン大通り十字路周辺における人流は大きく減少しています。

図4 多摩センターパルテノン大通り十字路を中心とした半径500m以内の人流 (2019年5月～2021年8月)



同心円内で15分以上滞在した人流の
1日平均滞在人流(月平均)
KDDI Location Analyzerより作成

就業者・就学者は減少しているほか、年に4回の大規模なイベント中止・縮小により来訪客数も減少しています。一方で、多摩センター駅周辺は、生産年齢人口の居住者が多いことから、都心に通わず多摩市内でテレワークをしている可能性があります。「活性化のイメージ」を人流に関する各種定量データのみで評価はできませんが、デジタル化が急速に進み、なお感染症の影響が継続する昨今の状況を鑑みると、不可逆的な価値観の変化が起こっていることが想定され、現状維持や喫緊の対策なしにはまちの価値の維持は難しいと考えられます。

駅の乗降人員

路線	2020年度 (対2019年比)
京王線	-35.8%
小田急線	-38.9%
多摩都市Eレール	-48%

各社公式サイトに公表されている乗降人員をもとに作成

多摩センター大規模イベント実施状況

<イベント名>	2019年度	2020年度
5月こどもまつり	456,000	中止
8月夏まつり	156,000	中止
10月ハロウィン	380,000	50,000
11月～1月イルミネーション	2,350,000	1,900,000
3月SP「リング」フェスタ	中止	12,000
合計	3,342,000	1,912,000 (-42%)

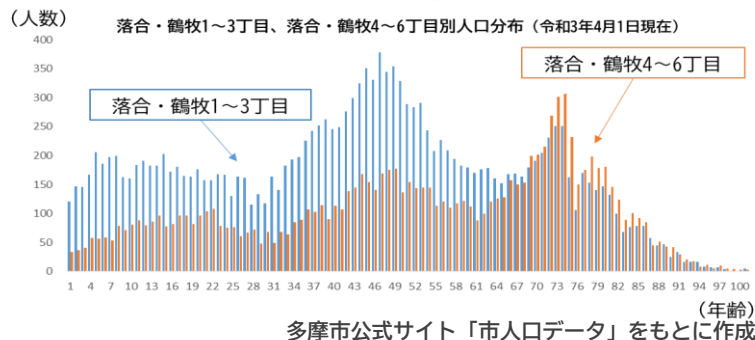
多摩センター地区連絡協議会実施事業の報告書をもとに作成

多摩センター企業のテレワーク率

路線	導入割合 (実施企業/ 回答企業)
業務系施設 (15社)	93%
商業系施設 (10社)	30%

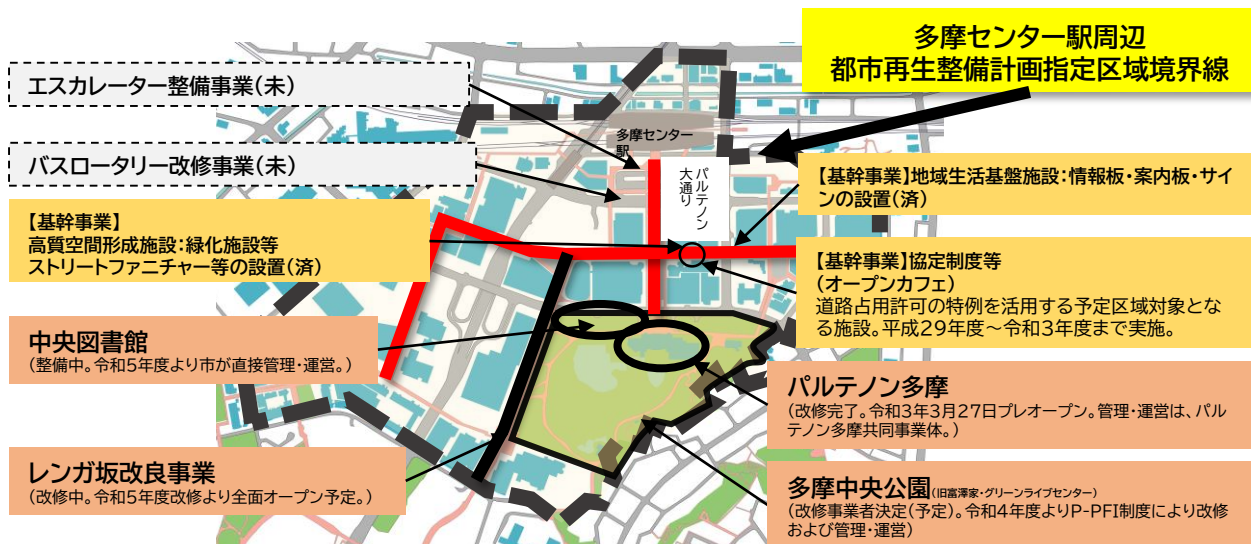
多摩市が独自に行った多摩センター立地企業に対するアンケートをもとに作成

多摩センター駅周辺(落合・鶴牧)の住民



方針が着眼していた「活性化」とハード改修・整備

方針で行ってきた4事業は、多摩センター駅周辺都市再生整備計画事業(平成29年度～令和3年度)に位置付けられています。それぞれの施設では、地域に開かれた空間や市民活動ができる空間など、訪れる人の「居場所」となるようなハード整備を進めてきました。令和3年度、都市再生整備計画の計画期間満了とともに、公共施設のハード整備については一部を残して着手又は完了しました。



方針振り返りのまとめ

パルテノン多摩改修事業、中央図書館整備事業、都市再生整備計画事業など、方針に基づき進めてきた公共施設のハード改修・整備については一部を残して着手又は完了しました。また、都市再生整備計画についても、令和3年度をもって計画期間満了となります。

新型コロナウイルス感染症の影響により、テレワークの普及や行動範囲の制限など、人々の生活様式自体が変化し、社会情勢が変わり続けています。このような状況を踏まえ、これからの人々が「まちに求める価値」を改めて考え、今後評価していく基準も合わせて考えていく必要があります。そのためには、現状の方針のみで今後行政運営を進めていくことは難しい状況です。多摩中央公園内施設等がフルオープンする令和7年度に向け、「まちの声」を聴きながら、都市再生整備計画等で積み残した課題の解決などに対応していく考え方の整理が必要です。

2 多摩センターの将来のビジョンを描く

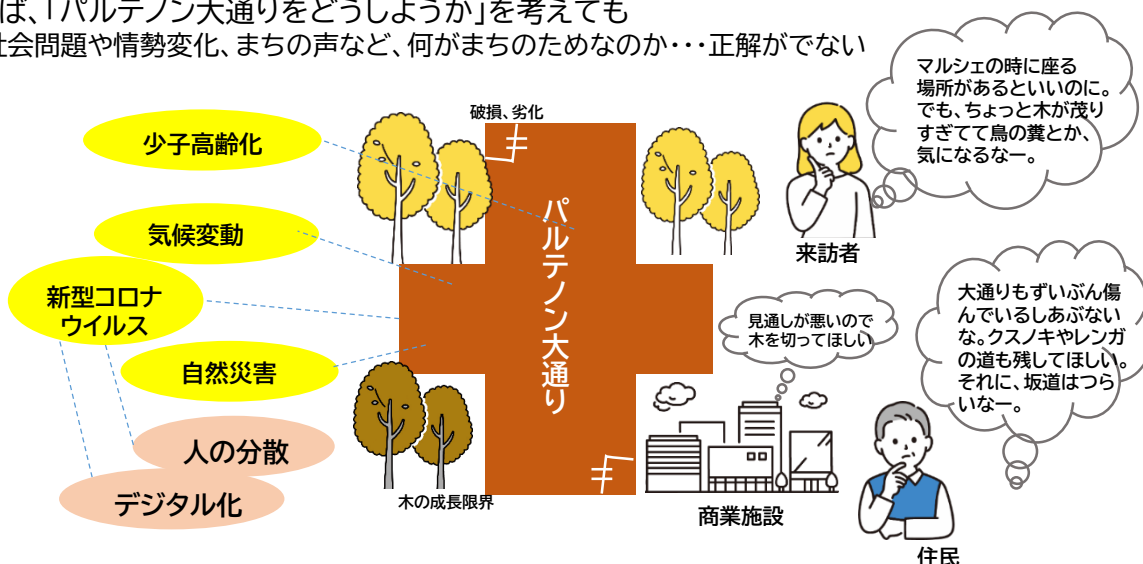
「絶対的正解のない問題」と将来のビジョン

方針では、「活性化のイメージ」を定義し、それを達成するためのコンテンツを収集し、カテゴライズした形として「目指す6つの街の姿と具体的施策」を設定しています。「6つの街の姿」は、課題対応の積み上げにより策定したもので、「6つの街の姿」が向かう将来ビジョン（多摩センターをどんな“まち”にしていきたいか？）は未設定でした。「6つの街の姿」は、いずれも多摩センターにおいて親和性のある内容ですが、積み残った施策は、必ずしも両立しないあるいは矛盾してしまうような「絶対的正解のない問題」であり、多摩センターにおけるハード・ソフト事業を通して顕在化し、その解決に向けたアプローチは難しい状況となっています。

解決策も社会状況に応じて評価が変わる。ステークホルダー多数。

- 分野ごとの「Yes or No」を積み上げただけでは解決しきれない「絶対的正解のない問題」が残っていく
- 結果として多摩センターという「まちの価値」が下がっていないか？将来に向けた新しい要請に対応できているか？

例えば、「パルテノン大通りをどうしようか」を考えても
 ……社会問題や情勢変化、まちの声など、何がまちのためなのか……正解がでない



多摩センターというブランドとバックカスティング

多摩市の未来を描くスローガン、つくりました。

くらしに、いつもNEWを。

ALWAYS NEW FOR LIVING, TAMACITY

左記のブランドビジョンは、多摩市市制施行50周年を機に、「課題対応型」に加え、目指す「未来の多摩市」の都市像を描きバックカスティングすることで、市の施策や事業に活かしていく「ビジョン型」の検討をしていくため、普遍的価値観を定めたブランドビジョン「くらしに、いつもNEWを。」が策定されたものです。

多摩市最初の「NEW」となった多摩ニュータウン、そしてその中心として誕生した「多摩センター」は、自然環境と都市機能の調和をかなえる都市基盤が集積されたまちです。実験都市としてフロンティアスピリットを体現してきた多摩センターは、今後も、多摩市のブランド形成の核となっていくような企業の立地数を誇っており、また交通結節点でもあり、なにかと注目の場所となっています。そんな多摩センターは、多摩市の未来を描くスローガン「くらしに、いつもNEWを」を体現するまちであり、課題対応（フォアキャスト）のみでは十分な解決策を獲得できない「絶対的正解のない問題」を解決していくため、目指す未来の都市像を描きバックカスティングするアプローチにより多摩センターの将来のビジョンを描いていきます。

フォアキャスト

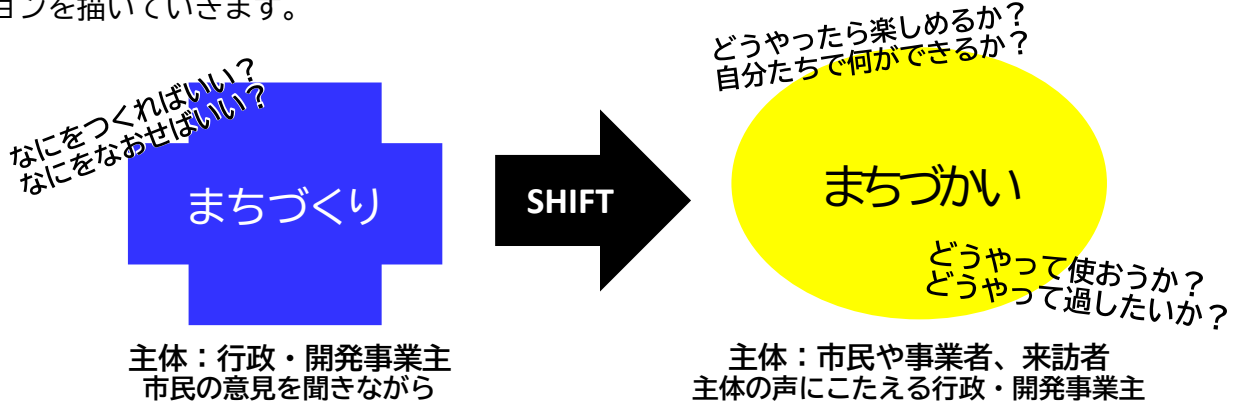
課題対応型（フォアキャスト）とは、現状の課題解決や実績から考える「課題対応型」のアプローチであり、一般的な行政施策の積み上げ式の解決方法の検討に用いられます。

バックカスティング

ビジョン型（バックカスティング）は、将来のあるべき姿（ありたい姿）から今日のステップを考える「ビジョン型」のアプローチであり、昨今イノベーションを伴う抜本的変革が求められる課題遂行に用いられます。

「まちづくり」から「まちづかい」へ

多摩センターは、これまで様々な課題に対応しながら、多機能複合都市を目指して機能集積を進めてきましたが、開発から数十年が経過した現在、社会変化に応じて使い方の想定・前提も変化し、あまり活用されていない空間（スペース）も生まれています。今までの行政や開発事業者主体の「まちづくり（ハード整備）」からではなく、10年～20年後を見据え、今ある遊歩道や施設を誰が、どのような使い、多摩センターでどのように過ごしたいかという視点により、将来のビジョンを描いていきます。



生活様式の変化～「ハレの日」から「ケの日」へ

一過性のイベント来訪者がもたらす経済効果は大きい一方で、今後のまちの形成につながる「まちづかい」に関する声は、多摩センターに定期的に関係を持ちながら来訪する「人」が重要となってきます。「ハレ（非日常）」の日（一極集中の集客）から「ケ（日常）」の日（分散・定期的集客）を意識したまちづかいを形成していく視点も、多摩センターの将来には大切になります。

ハレの日：季節の変わり目や人生の節目のお祝い事や公的なお祭りなどのいつもとは違う特別な日のこと。非日常
ケの日：いつもと同じ普通の日のこと。日常。

3 令和4～6年度具体的検討事業

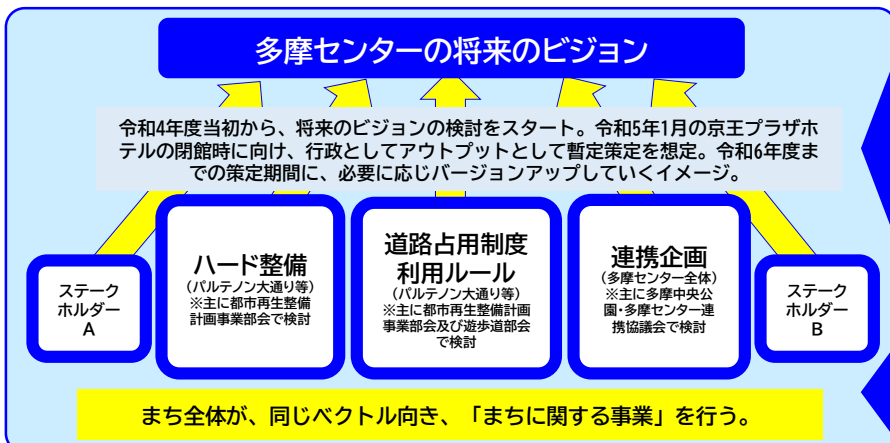
多摩センターの将来のビジョンに向けて

令和3年度の推進会議における振り返りを通し、これまでの課題対応型のみでは、「絶対的正解のない問題」が積み残り、そこで、令和4～6年度多様化する「まちの価値」に資する事業決定が難しくなってきたことを改めて認識しました。は、本方針に代わる『多摩センターの将来のビジョン及び（そのビジョンを最大限に実現する）行政戦略』の策定を目指し、検討内容、スケジュール、検討体制など、今後の進め方を下記の通り決めました。

検討内容

起点：行政・開発事業者中心の「まちづくり」から多様なステークホルダー中心（主体）の「まちづかい」へ

<将来のビジョンと行政戦略> 【要検討事項】



<効果計測の基準> 【要検討事項】

社会情勢の変化によって、人がまちにもとめる価値も変わってきている。人流の定量データのみでは、実際に訪れる人にとって価値がある場所になったかは分からない。定性的なデータも今後必要。

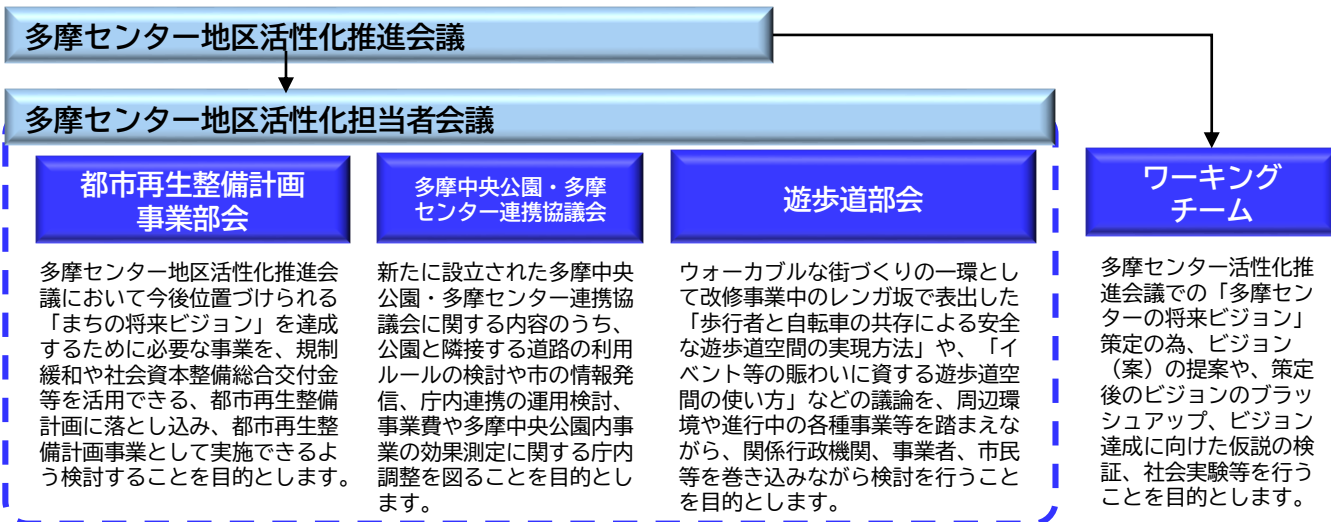
- 何のために、何をもち「まちの価値」を測っていくのか？
- 測っていく方法、誰が？どうやって？
- ※多摩中央公園・多摩センター連携協議会が行っていく効果測定とも今後整合性を取っていく必要がある。

<PRと地域関係での継続性> 【要検討事項】

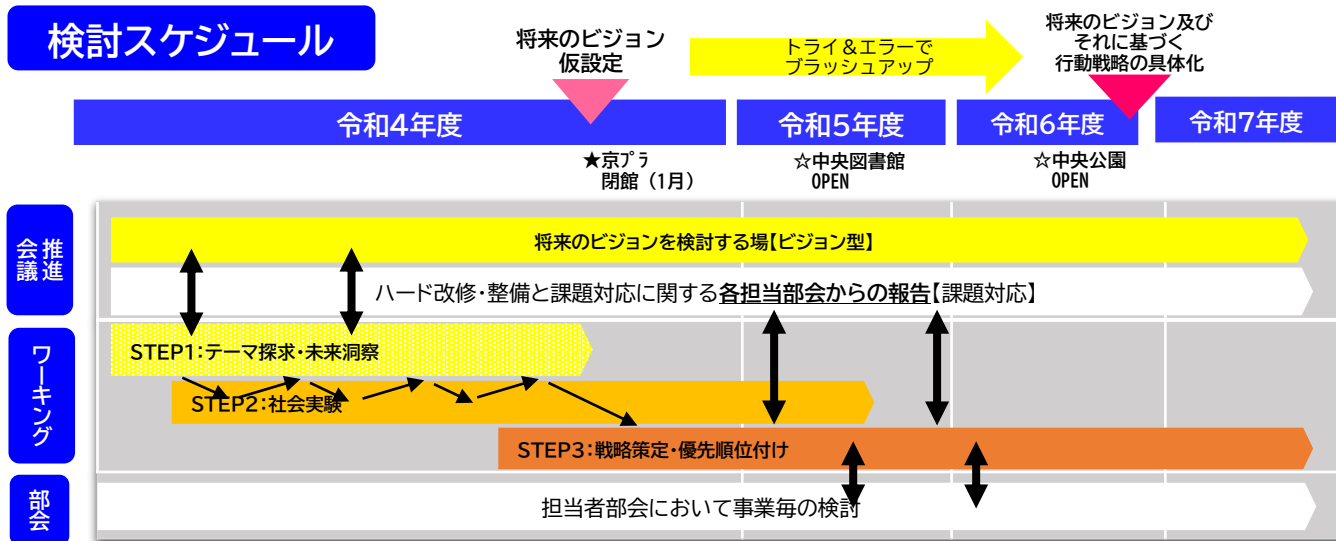
将来のビジョンや事業をどのようにPR(Public relations=一般消費者との継続的な関係を築く)していくか。徐々に浸透、あるいは新しい関係を構築するためのPR活動の在り方は？

検討体制と具体的検討事項

令和4年度からは、事業毎に細分化した担当者部会を設置し、課題対応型の事業の継続実施と法令・費用・補助金等行政実務詳細を検討し、将来への準備を行います。また、将来ビジョン策定に向け、ワークショップや社会実験を通して「まちの声」を収集し、将来ビジョンを提案する実働部隊として、ワーキングチームを新たに設けます。これらを統括し、「多摩センターをどういう場所（まち）にしたいのか？」といった多摩センターの将来のビジョンを描き、ビジョンに基づき、最大限の解決策となっているかを推進会議で議論していきます。



検討スケジュール



おわりに

令和2年から続く新型コロナウイルス感染症の影響により、人々の生活は大きく変わり、地域経済にも大きな打撃をあたえました。このような状況が続く中、「京王プラザホテル多摩」が令和5年1月をもって閉館することが公表され、多摩センターのブランドイメージが大幅にダウンすることが懸念される一方で、多摩センターの公共施設の改修・整備に一定の目途がつくなど、節目となる令和3年度でした。

方針が果たしてきた役割を振り返り、また現状分析をしつづけて、事業者、市民、市民団体、通勤・通学者、来訪者等多様なステークホルダーの声があり、また様々な社会課題を抱える社会では、共通の「将来のビジョン」をもって、「YES」でも「NO」でもない回答を情勢に応じて考えて行く過程を取り入れていくことに意義があると思います。

多摩ニュータウンの中心として、駅周辺整備は、当時最先端の都市づくりを採用し「未来型の計画都市」といわれた“多摩センター”では、これからの未来に向かってトライ＆エラーを繰り返すことにより、次の「将来のビジョンと行政戦略」を策定していく道しるべとして、行動指針を策定し、令和5年1月の最初のマイルストーンにむけて、検討をスタートします。