地区別方針

◆中心商業地の対応(コアゾーン、サポートゾーン)

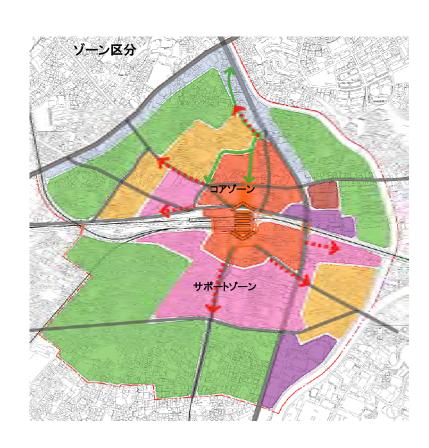
【早期に対応すべき地区として本部会で主に検 討】

- ○将来戦略の展開に関する課題の整理
- ○基本構想の検討

◆周辺住宅地の対応

【基本的に整備の方向性は整理済みであり付 帯的に検討】

- ・幹線道路の整備と沿道の土地利用整序 ・道路ネットワークの改善、幅員の改善
- ○中心商業地整備に関連する場合に軸や土 地利用について検討



地区の仮説

藤沢がもっている東京などと比べてのイメージ

- ・海や自然に近い生活
- ・ゆったりとした時間の流れ
- ・ロハスな暮らし方
- 東京に行くと海のにおいがする湘南ボーイ
- ・駅前にオープンカフェ等

本地区の仮説

<質の高い環境ライフスタイルを実践するまち>

(ロハスな生活を実現するまち)

※ロハス(Lifestyle Of Health And Sustainability): 健康で持続可能な社会を志向するライフスタイルの意》環境や健康への意識が高い人々による、環境と共存しながら健康的で無理のない生活を追求するライフスタイル、またはその市場をさす。例えば、環境への意識の高い企業の商品を購入したり、ガソリンエンジン車ではなくハイブリッド車を選択したりするなど。

仮説にもとづく戦略

- ①安全・快適な通りや空間などの場のあり方
- ②物販、飲食、サービス等の業種、業態のあり方
- ③住機能のあり方
- (4)コミュニティインフラのあり方
- ⑤文化、エンタテイメントのあり方
- ⑥交通処理のあり方
- ⑦まちなみや景観のあり方
- ⑧湘南らしさ、藤沢駅周辺商業地らしさのあり方

現在の商業地状況

課題の抽出

- ◆保全要素:継続、発展すべき要素
- ◆阻害要素:排除すべき要素
- ◆不足要素:今後、新たに展開すべき要素

仮説に基づく地区の戦略

①安全・快適な通りや空間などの戦略

【単に通勤、通学、通行のための歩行空間ではなく、 思わずゆっくり歩きたくなったり、足を止めてしまう 空間を提供する】

②物販・飲食・サービス等の業種・業態の戦略 【地域ブランドを大事にし、ここでしか買えない商品 やこでしか食べられない食品・食事を提供した

やここでしか食べられない食品・食事を提供したり、生活や環境をゆったり楽しむ場を提供する】

③住機能の戦略

【商業地やまちの活気を支える多様な需要を生み出す多様な世代の人たちが定着できる住宅を中心部に提供する】

4コミュニティライフの戦略

【物を売るだけでなく、地域コミュニティを支援するコミュニティインフラをビジネスとして育成し、コミュニティが維持された健全なまちを提供する】

⑤文化・エンタテイメントの戦略

【藤沢の歴史や文化に根ざした伝統を大事にするとともに、藤沢らしさを表出する新たな文化やエンタテイメントを提供する】

6 交通処理の戦略

【交通結節点の機能改善を図るとともに、安心して 歩ける歩行者中心のまちとするためのハードを提供する】

⑦まちなみや景観の戦略

【老朽化した建物の更新を図るとともに、デザインコードに従ったまちなみ整備を進め安心して気持ちよく過ごせる場所を提供する】

8湘南らしさ、藤沢駅周辺商業地らしさの戦略

【上記の各項目を、仮説を実現するように総合的に 実施することで、湘南らしさ、藤沢駅周辺商業地ら しさを提供する】

戦略の整理

①安全・快適な通りや空間 などの戦略

> ②物販・飲食・サービス 等の業種・業態の戦略

⑤文化・エンタテイメン トの戦略

6交通処理の戦略

⑦まちなみや景観の戦 略

8湘南らしさ、藤沢駅周辺商 業地らしさの戦略

③住機能の戦略

④コミュニティライフの 戦略