

厚真町ゼロカーボン・ビレッジデザインビジョン（案）

取り組みの目線

上厚真の豊かなまちデザイン

暮らしは自分の家と土地だけで完結するものではありません。

まちの豊かさが暮らしの豊かさでもあります。

この上厚真らしい豊かなまちとはどんなだろう？

そのまちの豊かな住宅地はどんなだろう？

厚真町らしい豊かな暮らしのある住宅地を作るために、

まちづくりの夢から本計画は始まります。

まちづくりのコンセプト



可能性を拓く、開かれたまち

厚真町は先駆的な取り組みあふれるオープンマインドなまちです。

その厚真町を体現するのが上厚真です。

社交的で好奇心旺盛なオープンマインドな住人が集い、

新しい出会いや新しい趣味、はたまた「まちづくり」を楽しんでいます。

このまちは、厚真町内、北海道内、はては世界から人が訪れる場所でもあります。

人が集い、みんなとまちの可能性を拓く、開かれたまち。厚真町の新しいまちが誕生します。



まちの未来構想

商業・コミュニティ ゼロカーボンビレッジ計画地



地図出典：国土地理院ウェブサイトをもとに作成

まちの未来構想

商業・コミュニティ ゼロカーボンビレッジ計画地



地図出典：国土地理院ウェブサイトをもとに作成

まちの未来構想

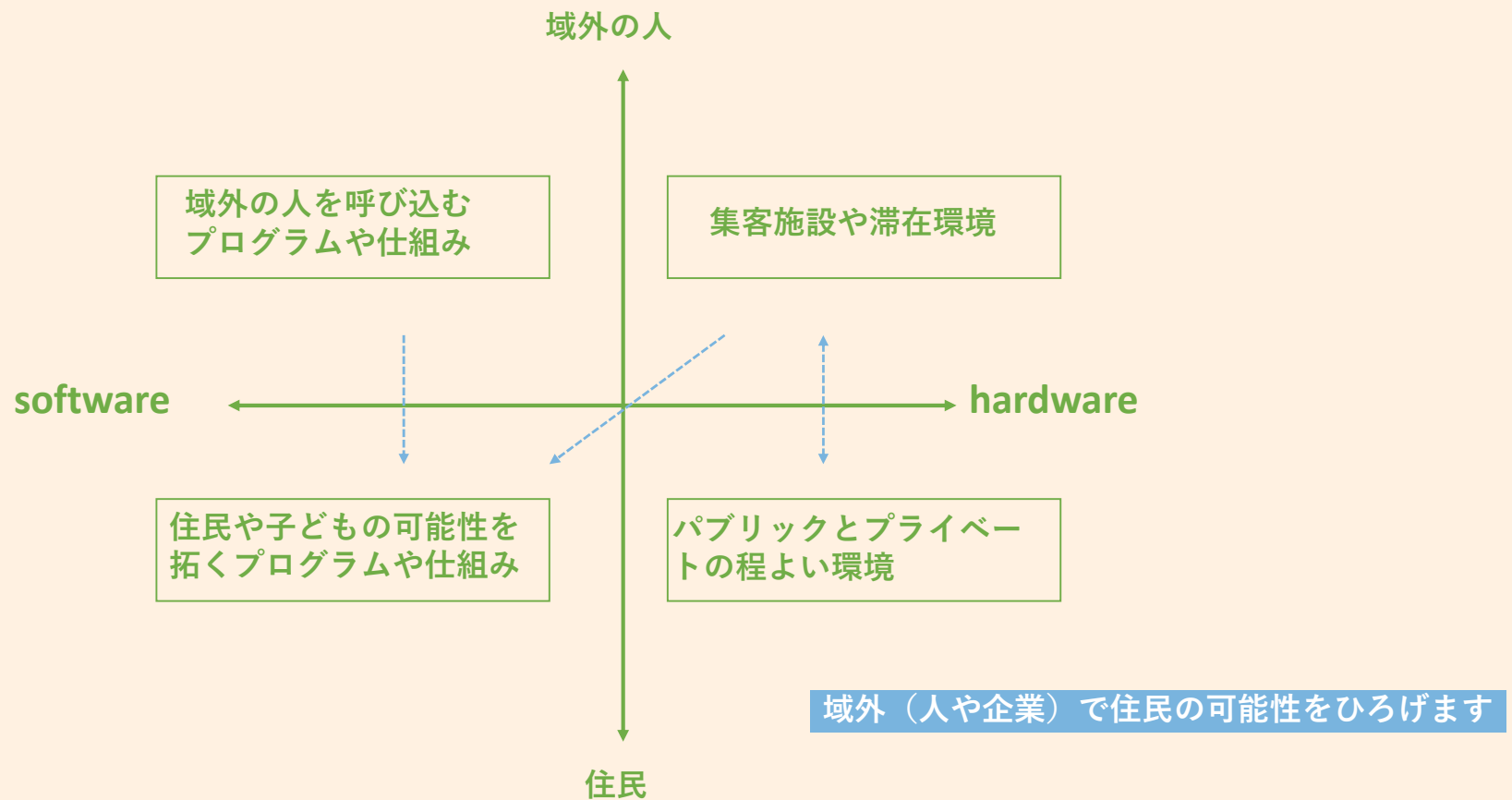
商業・コミュニティ ゼロカーボンビレッジ計画地



田園風景が広がる上厚真地区の北側には環境共生型の先駆的な街区となるゼロカーボンビレッジを置きます。先端技術を使った脱炭素な暮らしを推進しながら、田畑や河川といった自然環境との心地よい共生が楽しめる場所とします。住まう/憩う/育むの目線で地域共生や環境共生のフィールドとします。

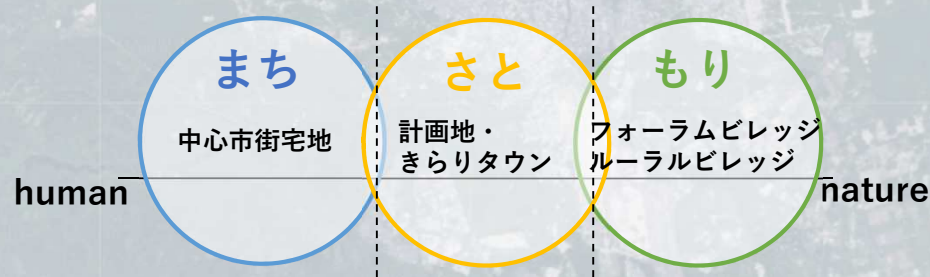
開かれたまちデザインにむけて

域外の人が厚真町の新しい可能性を発見したりや子どもの刺激になったりと、外とのつながりが「人」と「まち」の可能性を拓くと考えます。閉ざされた田舎ではなく、外とつながるまち“厚真町”とその中心地であるという考え方をもって、それをハードとソフトで体現していきます。



VILLAGE DESIGN

厚真町内住宅地の整理



各エリアの特徴

1 中心市街地エリア

区画サイズ 300～600㎡中心で住宅密集
厚真町の公共施設や商業へアクセス良好

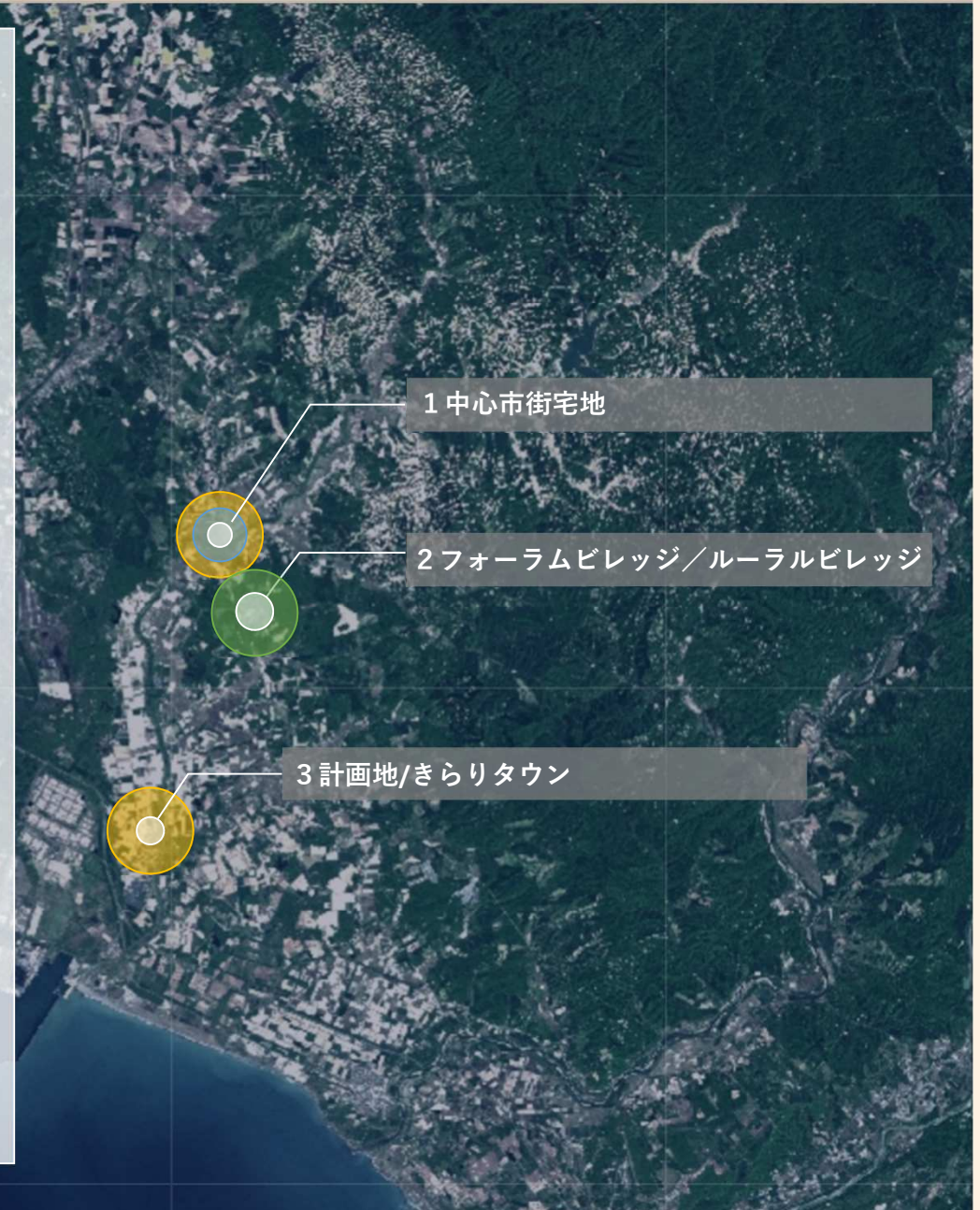
2 フォーラムビレッジ/ルーラルビレッジエリア

区画サイズ700㎡～2800㎡（フォーラム） / 1000㎡（ルーラル）
自然そのままの環境の中に街区形成がされている点が特徴

3 上厚真エリア（計画地・きらりタウン）

区画サイズ 200～300㎡（きらりタウン）
田園地帯や厚真川に囲まれながら、苫小牧など都市部アクセス良好

中心市街エリアやフォーラム/ルーラルと比較して、上厚真エリアは自然環境（田園）と都市アクセスの中庸性が一番の特徴になると考えます。このため、広い敷地の中での自然共生な暮らしと、都市的でコンパクトな暮らしの両方が楽しめる場所です。したがってゼロカーボンビレッジではhuman× natureを目線とした自然共生の暮らしを中心にしながらも区画サイズや住環境において多様な選択肢のある街区をつくります。



7つのビレッジデザイン

豊かな暮らしと、環境と共生する暮らし、
安心安全な暮らしにむけて、ゼロカーボン
ビレッジでは7つの視点で機能整備をは
かっていきます。

快適なゼロカーボンデザイン

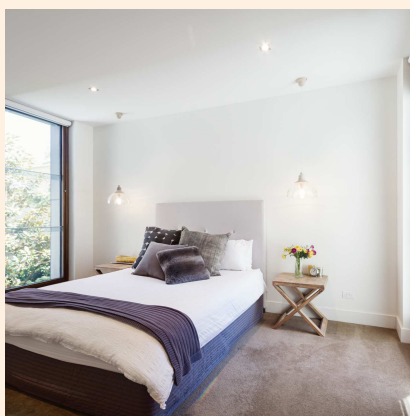


ZEB、ZEH
先端エネルギー

エネルギー使用を抑えながら創電・蓄電を行うZEHを各住宅に提案するとともに、水素をはじめとした新技術の導入を検討。先駆的なまちづくりを行います。

1

厚真町ステイをデザイン



お試し居住宿泊施設
賃貸住宅

移住希望者や企業の方々に厚真住まい体験をしてもらいます。ショートステイをしてもらって、住民との交流をしながら、企業はコラボを、移住者は居住を考える場所になります。

2

子どもの健やかな成長をデザイン



子どものサードプレイス

家と学校でない、子供たちにとっての第三の場所。遊ぶもよいし、静かに勉強するでもよい。小さい子と、お兄さん、お姉さんが混じる社会勉強の場でもあります。遊びだって、勉強だって恋だって、自由に使える場所です。

3

7つのビレッジデザイン

自然と人との関係性をデザイン



シンボル広場
緑化された共用部

美しい外構と広場がシンボルです。「帰ってきた」そんな気分させる景色でありながら、冬には焚火をして焼き芋したり、そんな楽しい場所がここにはあります。

4

「いつも」と「もしも」の防災をデザイン



フェーズフリー
ZEB、ZEH

フェーズフリーの概念をもって施設を整備することで、日常の豊かさと防災対応力の両立をはかるとともに、ZEBやZEHによりエネルギー効率を高め災害時における持続可能性を高めます。

5

見通しのよいセキュアなまちをデザイン



見守りが行き届く街区
歩車分離

歩車分離や防犯設備だけでなく、人の目が行き届くことが大事だと考えます。街路も子どもが遊ぶ広場も出来るだけ死角をなくします。

6

コミュニティを育む場をデザイン



多世代
参加型

多世代が交流するコミュニケーションの場があります。普段は自由に時間を過ごしてもらいつつ、ときには住民コラボイベントを催したりと参加型の場とします。

7



デザインコンセプト

ATSUMA SKY VILLAGE

まちのシンボルは厚真の抜けたような空と大地のコントラスト。

開発イメージ



開発イメージ



▲交流エリア（EAST）アイレベルイメージパース

開発イメージ



▲住宅分譲地（WEST）アイレベルイメージパス

配置計画 (全体ゾーニング)

WESTエリア

分譲宅地エリア



Scale : 1/1500(A3)

ゼロカーボン実現にむけての考え方

商業・コミュニティ ゼロカーボンビレッジ計画地



地図出典：国土地理院ウェブサイトをもとに作成

環境にやさしく暮らしやすいまちづくりと、災害に強いまちづくりにむけて6つの視点でゼロカーボン施策の導入を図ります。

①中核施設への新エネルギー導入

自然エネルギーに加えて、水素や燃料電池の新エネルギーの導入と、それに関連するプロダクトの利用を検討することを検討します。また省エネ性に優れた建築にすることでZEB（Net Zero Energy Building）を推進、災害時などにおいても持続可能な場づくりを行います。

②中核施設への水循環システムの導入

雑排水については可能な範囲で循環再利用することを検討し、地域の廃水負担の軽減を試みます。

③新しいモビリティサービスの試験

ドローン物流など主要地点をつなぐのモビリティサービスにより環境負荷の低減と生活利便性の向上をはかります。

④各戸に対するオフグリッド技術の提案

日照や風通しに優れた住宅配置により自然エネルギーを取り込みやすい住宅にすると同時に、地区計画や補助金の設定により電力創出と省エネルギーに優れたZEH（Net Zero Energy House）への誘導を検討します。

⑤まち単位でエネルギー使用を可視化

ゼロカーボンビレッジのコミュニティ施設ではまちの使用エネルギーなどを可視化するシステムを導入し、エネルギー意識を高めます。

⑥グリーンインフラの導入

緑化された共用部を豊かに設けるほか雨水や雪解け水を循環させるビオトープを置きます。憩いの場としながら、水の有効活用、雨水流出抑制をはかります。

タウンマネジメントポリシー

ゼロカーボンビレッジではタウンマネジメントを行い住民一体となってまちづくりを進めます。

1. 「こだわり」を刺激する

新しいまちにはまちづくりを考えるチャンスがいっぱい。1人1人のまちへのこだわりを刺激し、コミュニティの活動力を高めます。

2. 「共感・理解」を育てる

“何が起きているかがわからない”は、無関心や反対の温床です。まちのわかりやすさを高めることで、新しい挑戦への寛容性を拡げます。

3. 「出番」をつくる

自分で育てたまちなら、愛着も人一倍。まちづくりへの様々な入り口をつくり、ホームタウン意識を育みます。

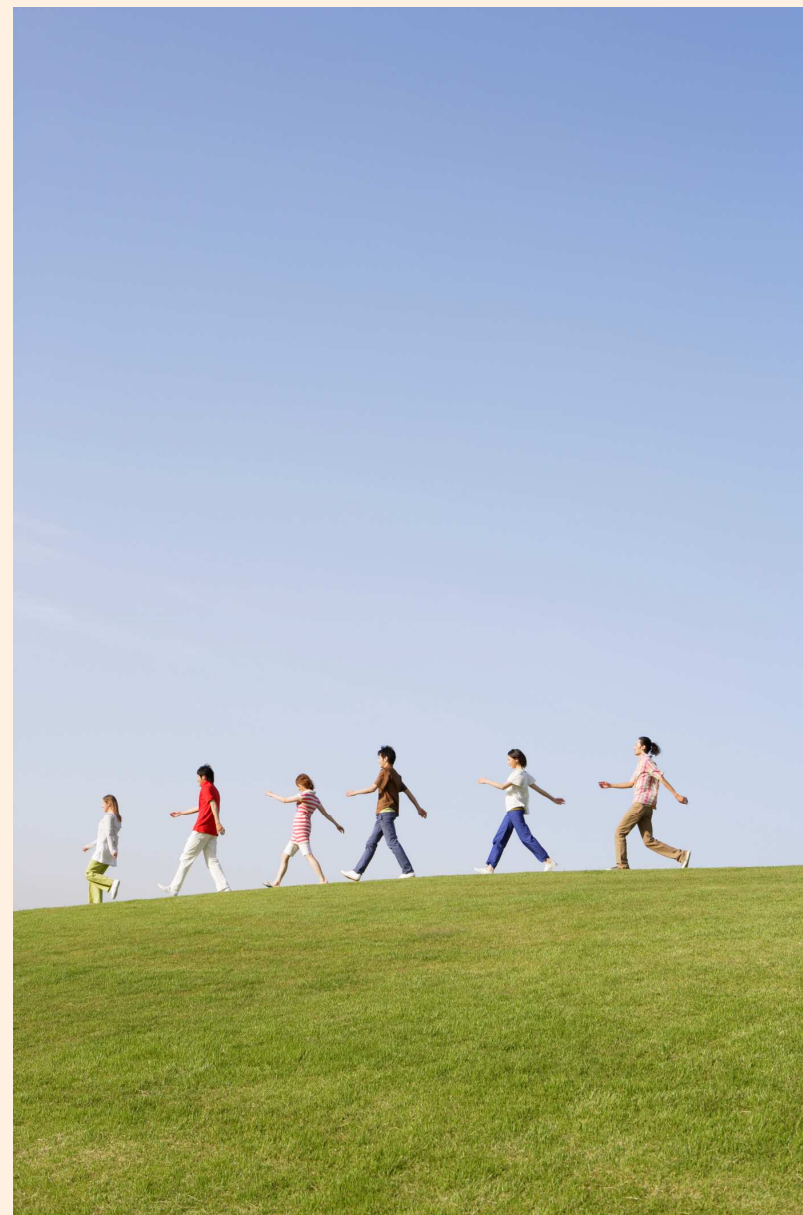
4. 「交流」を重ねる

知っている人や仲の良い人が増えると、まちに安心感が生まれます。人がつながる機会を折り重ね、まちのソフトパワーを育てていきます。

5. 「経営基盤」を固める

まちの可能性を拓くには、自分たちでできることを増やす必要があります。まち共有の資産や管理権などを集約し、経営力を磨いていきます。

タウンマネジメントの組織については、住宅の開発形式（次ページ参照）と開発段階に応じて、町主体/住民主体/外部委託から適切な方式を採択します。

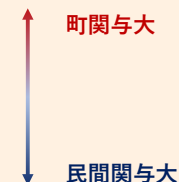


ゼロカーボンビレッジには大きく三つのエリアがあります。 エリアの特性と市場環境に応じた最適な整備手法を検討します。

住宅分譲地（WEST）

住宅分譲地については以下の手法を検討します。市場環境を考慮しながら最適な手法を選択していきます。

1. 計画から販売までをすべて厚真町にて実施（町直営方式）
2. 町直営方式を基本としながら、一部区画において民間事業者により開発販売
3. 民間企業などで組成されたエリアマネジメント組織による開発販売
4. 民間企業などによる開発販売



町直営方式は、計画から運営までを一気通貫で、かつ長いスパンで町が関与することで町の思惑を最も反映させやすい。中間マージンも省けるため販売価格を抑えることができる。一方で販売ルートやPRなどのマーケティング面において劣るとみられる。それ以外の手法では、民間事業者のマーケティング力を期待できるが、民間の参画を促すには本開発の事業性を高めることが求められる。農地転用にもなう造成費などで整備費が高止まりする場合や売却期間が長引く場合には、町で整備を行うか補助を出すことを要検討である。

子育て支援住宅（EAST）

子育て支援住宅は、若年・子育て世帯の居住誘導を図る性格を考慮すると市場価格よりも低廉な家賃設定が必要となるケースが多い。また、住宅と併せて遊び場や交流スペース、子育て支援サービスを受けやすい環境づくりが望まれるため、民間事業としての成立性・発展性は低い。町直営を基本方針としながら業務委託などにより民間ノウハウを取り入れ、入居状況に即した周辺環境の整備を図っていくことが適当であると考ええる。

交流エリア（EAST）

交流エリアについては一部区画において民間のテナント入居も考えられるが賃貸面積が限定的であることに加え、相場賃料も低いため事業の成立性は低く、民間主導での開発は難しいと推察される。子育て支援住宅と同様に、町直営を基本方針としながら、テナント賃料ないしは住民の共益費でもって民間に業務委託を行うことを基本とする。当面はコミュニティの活性化やゼロカーボンビレッジへの共感を高めるなどタウンマネジメントの基盤づくりに注力し、一定の成長が見られた後にテナントの誘致等を検討していくことが適当であると考ええる。