



ストリートで
まちづくりの
リアルを学ぶ

大宮のパブリックスペースを舞台に、
実際にひとを巻き込み、
まちを動かす体験を

ストリート マネジメント スクール

レポート

STREET MANAGEMENT SCHOOL

REPORT

[2021年度|スクール実施報告]

|UDCO公式HP|





「ストリートマネジメントスクール概要」

私たちが伴走します！

スクールマスター
工藤和美

UDCOセンター長
東洋大学教授
シーラカンズK&H主宰

ディレクター
藤村龍至

UDCO副センター長
東京藝術大学 准教授
RFA主宰

ディレクター
内田奈芳美

UDCO副センター長
埼玉大学 教授

インストラクター
石黒卓

新津瞬

高橋卓

伊藤孝仁

森元気

UDCOデザインコーディネーター

ゲスト講師陣

レクチャー
園田聡

有限会社
ハートビートプラン取締役
| 主な実践地域 | 豊田市・姫路市

レクチャー
飯石藍

公共R不動産コーディネーター
株式会社nest取締役
| 主な実践地域 | 豊島区池袋

レクチャー
下里杏奈

檸檬
東京藝術大学
美術学部建築科助手
| 主な実践地域 | 岡崎市

プロジェクト実践コース

ストリートマネジメントスクールの
メインプログラムを体験できるコースです

- 実施期間=2021年8月-11月
- 実施内容=グループワーク+現地プログラム
[レクチャー・プレゼンテーション・アウトプット等]
- 6回程度
- 実施場所=まちラボおおみや(大宮ラクーナ8F)
* 適宜オンライン会議ツールも活用
- 定員=15名(予定)
* 事前選考があります
- 受講料=55,000円(税込)
* 受講決定後に参加費のお支払方法をお知らせします

1 [インプット]
8月1日(日) | 13:00-18:00
ストリートマネジメントを大宮と他都市の事例から学ぼう
開校式/レクチャー/大宮まちあるき/
ファーストインプレッション発表/グループ分け
* 別途、動画によるレクチャー聴講

2 [フィードバック]
8月21日(土) | 13:00-15:00
公共空間利活用について意見交換しよう
企画プレゼンテーション
インストラクターによるクリティック

3 [中間報告会]
9月4日(土) | 13:00-16:00
公共空間利活用の企画を講師と地域関係者に
プレゼンテーションしよう
レクチャー/企画プレゼンテーション/
講師・関係者クリティック

4 [フィードバック]
9月25日(土) | 13:00-15:00
公共空間利活用の実践に向けた準備・調整について
意見交換しよう
企画プレゼンテーション/
インストラクターによるクリティック

5 [アウトプット]
10月16日(土) | 終日
実際の公共空間を使って企画を実践しよう
大宮の公共空間利活用を受講生自ら実践

6 [成果報告会]
11月13日(土) | 13:00-16:00
実践の成果を講師と地域関係者に報告しよう
レクチャー/成果報告プレゼンテーション/
講師・関係者クリティック/修了証授与

[レポート作成]
これまでの活動を振り返りレポートにまとめよう
* 上記プログラムにおいて
適宜グループワークを経ていただきます

オンライン聴講コース

プロジェクト実践コースの一部を
オンラインにて聴講できるコースです

- 実施期間=2021年8月-11月
- 実施内容=プロジェクト実践コース
[1|インプット][3|中間報告会][6|成果報告会]
のオンライン聴講
- 受講料=11,000円(税込)
* 聴講内容が変更になる場合があります

開講スケジュール

[申込期間]
2021年6月16日(水)-7月7日(水) | 17:00まで
[選考・手続期間]
-2021年7月23日(金)

ストリートマネジメントスクールで学べること

ストリートマネジメントスクールは、ストリート
を舞台とした公民連携によるまちづくり
の現場を学ぶプログラムです。● 2017年
より大宮にて「ストリートテラス」をはじめ
とする街路利活用社会実験を実践してい
るアーバンデザインセンター大宮[UDCO]
が主催し、受講生と伴走します。● 本ス
クールでは、UDCOが持つノウハウ・フィー
ルド・ネットワークを基に、レクチャーやま
ちあるきによるインプット、受講生による
グループワーク、講師・地域の方とのディス
カッション、実際に公共空間を利活用する
(アウトプット)、という一連のプロセスを経験
することで、まちの課題解決と価値創出
に繋げるストリートマネジメントのプロセス
を学ぶことができます。



2021
8-11
月
[実施期間]

目次		
● 目次	まちづくりの 現場でストリート マネジメントを伝える ストリートマネジメントスクール	05
	INTERVIEW ストリートマネジメント スクール社会実験を終えて	09
● 目次	歩道・ 沿道店舗の 一体利活用による シェアスタンド 社会実験@中央通り	10
● 目次	低未利用 時間帯の 店先活用による マルシェ 社会実験@一番街	12
● 目次	高架下空間・ 壁面の 一体的利活用による パブリックアート 社会実験@大栄橋下	14

まちづくりの 現場でストリート マネジメントを伝える

産官学民連携の実践型スクールによる
人材育成支援

⇒ストリートマネジメント スクール

「ストリートマネジメントスクール@大宮」(以下、スクール)は、大宮における「ストリートマネジメント」(＝ストリートデザインを契機とする公民連携まちづくりの取り組み)の現場を体験できる実践的プログラムである。スクールを通じて受講生がストリートマネジメントの一連のプロセスを学ぶことにより、大宮のストリートに関わる担い手を増やしていくことを目的としている。現在、多くの都市でウォークアブルなまちづくりが試みられているが、その担い手不足は課題のひとつである。大宮でも同様に、インフィニティストリート(＝おおみやインフィニティプロジェクト戦略における主要回遊動線/p.01)において、UDCO主導でストリートテラスを展開してきたが、日常の風景となるには各ストリートで担い手が必要である。持続的な取り組みを見据えると、地域

事業者などの公共空間における事業をサポートするプレイヤー、まちのビジョンをもとに社会実験や公民連携事業を組み立てるディレクターなど、エリア全体の戦略を立てまちづくりを推進する人材が求められている。そのような背景のなか、「おおみやストリートテラス」をはじめとする街路利活用社会実験を実践しているUDCOのノウハウ・フィールド・ネットワークをもとに、レクチャーやまちあるきによるインプット、受講生によるグループワーク、講師・地域とのディスカッション、実際に公共空間を活用するアウトプット、という一連のプログラムを通して「ストリートマネジメント」を推進できる人材育成を試みている。初年度は「ストリートマネジメント」の実践のプロセスを通して、大宮の未来を担



図3 地域関係者プロジェクト実践コース受講生

う人材発掘・育成を目的としたスクールの実施に取り組んだ。次なる展開として、他地域における実践的な学びの機会創出支援を視野に入れ、スクールの運営方法を体系化したまちづくり団体などへの普及啓発も含めスクールに取り組んでいきたい。

ストリートで まちづくりの リアルを学ぶ

大宮では駅周辺街区を面的に更新する再開発構想や連鎖型公共施設再編などの都市再生事業が進行中であり、今後大規模な公共空間が生まれる見込みであるが、まちの課題解決と価値創出につなげるストリートデザインを推進する担い手が不足している状況である。この課題は他都市も同様であり、スクールでは、UDCO 発足から4年間で蓄積されたノウハウをもとに、公共空間利活用の実践的アプローチと現場でのプロセスの体験を求める受講生を募集した。

専門的かつ 実践的な まちづくりスクール

これまでの「まちづくり系スクール」(＝エリア再生、官民連携、都市経営などのテーマからまちづくりに関する学びを提供するスクール)は、①概論的かつ座学的、②専門的かつ座学的、③専門的かつ実践的、と大きく3つのカテゴリーに分類でき、そのほとんどが①②に該当していた。UDCOでは大宮のストリートという現場をもつ強みが生かせる③を目指し、一連のプロセスを習得するためには構想を最終的なアウトプット(社会実験)につなげることが重要と考え、伴走型の現場体験プログラムを企画することにした。スクールの成果としては、受講生にストリートマネジメントを経験してもらうだけでなく、その学びを大宮や他都市・地域のまちづくりの現場において自らが実践者になってもらうことで、はじめてノウハウが水平展開できたことになる。そのために実践力とともに主体性が求められるプログラム開発を行った。

まちの課題解決と 価値創出をつなげる プログラム開発

プログラムの運営では、工藤和美センター長をスクールマスター、藤村龍至／内田奈芳美副センター長をディレクター、デザインコーディネーターがインストラクターという役割で、UDCOメンバー全員で受講生に伴走した。現地プログラムには、ゲスト講師としてまちづくりの第一線で活躍する園田聡氏(有限会社ハートビートプラン)・飯石藍氏(公共R不動産・株式会社nest)・下里杏奈氏(檸檬・東京藝術大学助手)をお招きし、受講生の企画に対して意見交換や、全国各地におけるストリートマネジメントの実践についてレクチャーをしてもらった[図1]。

受講生は6回の現地プログラム・オンラインレクチャー聴講・グループワークを経

ることで、公共空間利活用の実践を通して、まちの課題解決と価値創出をつなげるプロセスを含めた知識と技術の習得を目指す。[①インプット]では課題発見とストリート選定を目的として、概論レクチャーと大宮まちあるきを経てファーストインプレッションを発表した。[②フィードバック]では公共空間利活用の企画についてインストラクターと議論を交わし、[③中間報告会]には地域関係者を招いてプレゼンテーション、意見交換を行った。[④フィードバック]では社会実験に向けた準備状況についてインストラクターと最終確認し、[⑤アウトプット]では実際に公共空間を使った社会実験を実施した。[⑥成果報告会]では地域関係者の前で成果報告をプレゼンテーションし、スクールマスターから修了証が授与された。8月の開講当初から地域との意見交換を重ね、大宮の課題解決と価値創出につながるための空間やポイントについての議論を経て、公共空間を使った社会実験を企画・実践

し、11月に効果検証を含めて成果報告という濃密な4ヶ月弱となった[図2]。

プロジェクト 実践コースと オンライン 聴講コース

スクールでは[プロジェクト実践コース(以下、実践コース)]、[オンライン聴講コース(以下、聴講コース)]のふたつのコースを用意し、前者ではストリートマネジメントスクールの全プログラムを体験できる実践形式、後者はプロジェクト実践コースの①③⑥をオンラインにて聴講できる座学形式とした。

受講生の所属としては、実践コース22名の内、民間企業7名、大宮に支社を置く民間企業5名、さいたまに拠点を置く地元企業2名、個人事業主1名、行政関係4名、学生3名となった。聴講コース19名の

内、民間企業8名、個人事業主1名、行政関係8名、学生2名となった。

実践コースは、多様な立場や所属からの参加となり、大宮在住や大宮勤務の方が多いことから、スクールを通して大宮のまちづくりを担う人材の発掘だけでなく、業種を超えたネットワークにもつながる[図3]。

聴講コースは、他都市・他地域の受講希望者を想定しており、やはり自身の地域での取り組みにつなげることを目的とした行政関係者の受講が多かった。定員と受講料に関しては、実践コースはUDCOメンバーがインストラクターとしてひとり1グループに伴走する形式をとっており、1グループ5名×3グループを想定していた。応募者数は想定を超える結果となり、属性・スキル・現住所のバランスを鑑みて1グループ7～8名の合計22名で実施することとした。受講料は55,000円(税込)。また、聴講コースに関してはオンライン配信のため定員は設けず、受講料は11,000円(税込)とした。

主体性を引き出す スクール運営

実践コース22名の受講生が3グループに分かれプログラムを進めるにあたって、運営側で常に進捗状況を把握しつつ積極的に受講生と意思疎通を図るためコミュニケーションツールはSlackで一元化した。これによってコミュニケーションがブラックボックス化することを回避した。また、実践ノウハウだけでなく、地域に根ざしながら新しい事業アイデアを生む企画力を身につけてもらうべく、受講生の主体性を重んじたスクール運営を心掛けた。毎回の現地プログラム終了後はグループワークを推奨し、各グループ毎に[ディスカッションノート(Googleドキュメント)]に、意見交換でのフィードバック内容やグループでの議論について要旨を記入した。また、大宮駅周辺地域におけるまちづくりや社会実験のメソッドなど、ストリートマネジメントの基礎となる4つのレクチャーをYouTube配信し、聴講後に[感想レポート(Googleフォーム)]を提出、質問があれば講演者から回答した。このように学びの言語化を習慣付けることで、受講生が主体的にプログラムに関わ



図4 社会実験DAY当日の様子



図5 3つの社会実験を巡るおすすめルート

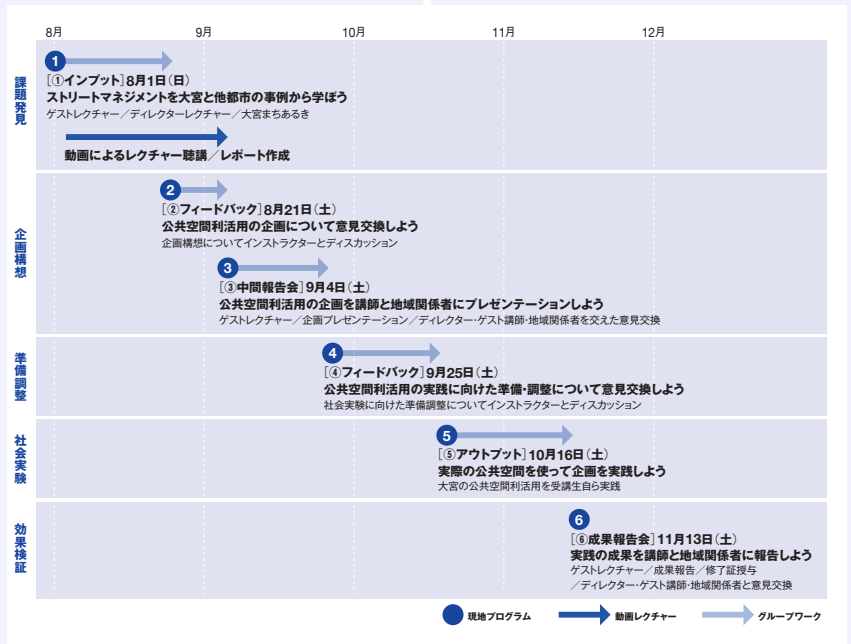


図2 ストリートマネジメントスクール(6回)の現地プログラム



ることを促すアクティブ・ラーニングの手法を取り入れた。また、ノートやレポートによって受講生からフィードバックを受けることで、運営方法を随時改善していくことにも役立った。聴講コースの受講生に対しては現地プログラムをオンラインで配信したが、リアルタイムで参加した受講生は講演者と意見交換ができるようにするなど、参加のモチベーションを維持できるようにした。

3つのストリート 3つの社会実験

ここではまずなによりも3カ月間でストリートマネジメントのプロセスを経て社会実験につなげた全受講生の奮闘に敬意を表したい。結果的に3グループそれぞれが3つのストリート(中央通り・一番街・大栄橋下)で社会実験を行うことができた[図4]。まず、中央通りと一番街ではUDCOが継続して取り組んでいるストリートテラスを基盤として、関与する事業者や業種の裾野を広げる提案など複合的な展開を行っ

た。中央通りでは、歩道・沿道店舗の一体利活用によって新たな出店者を呼び込み、ストリートファニチャーを設置するために延伸した道路占用範囲はその後のストリートテラスに引き継がれることになった。一番街では、すでにストリートテラスで占用許可を得ている道路占用範囲を使いながら、占用場所の低利用時間帯の利活用方法を企画に落とし込んだ。また、もうひとつの社会実験の場所である大栄橋下は銀座通りの北端にあり、大栄橋の工事計画もあることで、そこを境に大宮駅前の賑わいが途切れているため、周辺環境の向上が地域住民からの要望であった。大宮に所縁のあるアーティストによるアートとフードによって大栄橋下に関心を集め、今後の利活用可能性を実験的に見せることができた。このように、インフィニティストリート(p.01)の少し先にあるエリアで社会実験を実施したことによりUDCOとしても新たなストリートネットワークの発掘につながった。これらは社会実験DAYとして1日限りの開催とした(大栄橋下のみ2日間開催)。3つのストリートそれぞれのポテンシャルを生

かした空間とコンテンツのため、[\[3つの社会実験を巡るおすすめルート\]](#)として社会実験をひとつのルートでつなげた巡り方を提案したが、そのルートのなかで各社会実験がそれぞれの場所の特性に合わせた個性を演出し、面的なネットワークが形成された[\[図5\]](#)。

学びの振り返りとしての成果報告会

社会実験にあたっては効果検証の実施を前提として、まず「こういう風景をつくりたい」と企画構想した上で「その風景が日常化する上での障壁を整理」し、それに対して有効なデータと調査方法を検討した。各グループはそれぞれ、出店者売上・交通量調査などの定量調査、来場者アンケート・出店者沿道店舗アンケート・アクティビティ観測などの定性調査、目的に対する課題と効果を洗い出し、今回の取り組みが「どのように役に立ち・次につながっていくか」を俯瞰的かつ持続的な視点で検証した。その際の主語はプロジェクトを引き継ぐ実施主体(例えば都市再生推進法人)を用いることで、実現可能性の検討も同時に行った。

成果報告会は2部制として、第1部は地元関係者に向けた社会実験の成果報告、後半は受講生がスクールで実践したことを自身で振り返る場とした。社会実験の意義を振り返りながら、大宮の日常に向けて今回の学び(手法)をどのように生かせるのか展開性を含めた報告を行った。第2部では、「私」は何を学び・どのように次につなげたいか・そのためには何をすべきか、スクールで学んだことを一人称で振り返り、学びを定義づける機会を設けた。事前に[\[個人振り返りレポート\]](#)に記入してもらい、予めすべての受講生とUDCOメンバーでシェアしたことで、個別のフィードバックが可能となり、また、所属グループを超えて受講生間の意見交換に時間を割けるようにした[\[図6\]](#)。

主体性と協調性をバランスする運営

修了後の受講生アンケートでは総じてス

クールへの満足度は高かったが、実験場所の決定権など、主体性を重んじたことで受講生の負担が大きくなったといった声もあった。公共空間利活用を現場レベルのプロセスにおいて経験してもらうために、企画構想はもちろんのこと、地域課題調査・家具制作・資金計画・スキーム検討・関係者協議・出店者調査・出店調整などを各グループ内で分担して進めたが、日常業務との兼ね合いやスキルによって受講生の分担に偏りが生じたこともあり、受講生・インストラクターともに調整に腐心する場面もあった。運営側では作業量と主体性のバランスを見極めたプログラム計画、作業ボリュームの明確化、それをつなぐインストラクターによるコーディネートが今後の円滑なスクール運営に向けての改善点となった。

社会実験DAYの広報については、3つの社会実験を巡る回遊ルートを提案したため、3グループ合同でフライヤーを制作する必要があった。しかし各グループによって出店者交渉の進捗が異なったりと、掲載情報の足並みを揃えることが難しく、結果的に広報期間が圧迫されることになった。次年度は進捗管理の徹底だけでなく、直前まで調整・更新を要する出店者に関する情報については、ウェブ/SNSなどからの発信とするなどの工夫が必要である。最後に、グループ内においては受講生同士がフラットで積極的な関係を築くことができたが、感染症対策として対面での懇談機会が限定されてしまう状況だったこともあり、グループを越えた受講生全体のコミュニケーションが生まれにくかった。スクール後半ではあったが、社会実験DAY当日や修了式では他グループとの交流が生まれ、修了後も受講生OBOGコミュニティとしてLINEにてグループが形成され、現在も自主的な情報交換が続いている。

ひとを巻き込みまちを動かすために

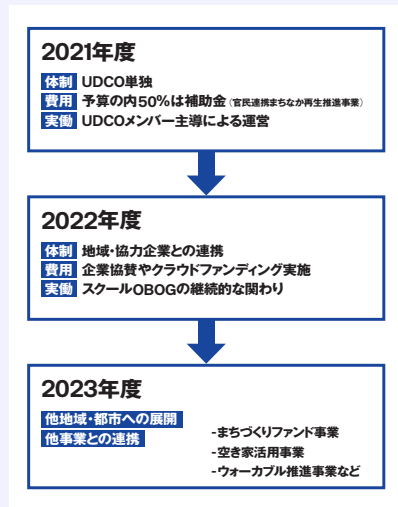
今後もスクールは大宮の未来をつくる人材発掘と育成に取り組みながら、次年度からはさらなる目標として「他都市・地域に展開することを想定した実践型スクールの運営ノウハウ」の構築を目指す。実践プログラムの詳細化・広報に関する基本方針とスケジュール詳細化・コミュニケー

ションルール整備など、のスクール運用に関する情報を体系化することで、同種の課題解決を目指すまちづくり団体(都市再生推進法人など)による、実践型スクール事業の立ち上げ支援にも貢献できればと考えている。

また、継続性・展開性の観点からも運営体制や連携体制の拡充を検討したい。初年度の運営状況は、UDCO主催・さいたま市協力のもと、予算の内50%は官民連携まちなか再生推進事業補助金を充当し、UDCOメンバー主導によって運営した。次年度以降は、プログラム企画段階から地域関係者・民間企業と連携したり、受講生OBOGをインストラクターに迎えることによって、地域経済や人材の循環を生むフレームワークを構築できるかもしれない。スクール運営ノウハウの体系化による大宮外(他地域・都市)への展開だけでなく、UDCOが大宮において推進している他事業(ファンド事業、空き家活用事業、ウォーカブル推進事業)との連携など、大宮内外をつなぐ立体的な取り組みとしてのスクールの可能性をこれからも引き出していきたい[\[図7\]](#)。



図6 成果報告会当日の様子



「ストリートマネジメント」はまちづくりLand for Next Generationの登録商標または商標です。なお、本文および図表中では「@」は明記しておりません。

● INTERVIEW ストリートマネジメントスクール社会実験を終えて

話者

田口香子 | 受講生@中央通り

遠藤詩歩 | 受講生@一番街

小林孝 | 受講生@大栄橋下

渡部澄子 | 中央通り新栄会会長

栗原俊明 | 大宮銀座商店街会長

今回初めての試みとなった、ストリートマネジメントスクール。3つのストリートでの社会実験を終えて、率直な感想や、苦勞、学びについて、受講生とご協力いただいた地域関係者に聞いた。

ストリートマネジメントスクールの概要は、pp.48-51をご覧ください。

【受講生の声】

● **田口氏** | @中央通り | 中央通りは、氷川参道や一の宮通りのようなイメージが確立しているストリートに比べて、独自性が弱いという認識が、地元の方々へのリサーチからわかりました。私たちのチームは週3回程のオンライン会議で、中央通りの新たな風景について議論したのですが、終業後の夜21時頃から集まり、深夜まで話し込み、仕事やプライベートとの兼ね合いで大変なときもありました。出店者との交渉を始めたところ、最初の4-5店舗にはお断りされ続け……。しかし、まちで偶然出会ったカレー屋さんが出店を快諾してくださり、その出会いから、イメージカラーのイエロー、コーヒージュップ、本屋、花屋など、共鳴するように次々とコンテンツが決まっていったときは、ほっとしました。まちづくりは、専門家が上流からプランニングするイメージを抱いていましたが、専門外の人間でも現場に飛び込むことで、まちの課題解決やワクワクを生むこともできるんだと身をもって実感しました。

● **遠藤氏** | @一番街 | 一番街の人流を調査したり、警察と協議したりと、実践的なスクールならではの経験を楽しみつつ、まちづくりには時間がかかることを実感しました。

大宮と関わりがある作家さんたちをSNSで検索したり、日々ダイレクトメッセージを送ったりといった出店交渉が苦勞した点でした。一方で、今回は参加させてほしいといった反響もあり、魅力的な取り組みにできたのだと嬉しくなりました。大宮の日常につなげることが目的のため、今後も良好な関係が継続することを期待しています。



● **小林氏** | @大栄橋下 | 社会実験当日の朝まで、成功するかどうかが不安でしたが、当日現地に立ってみると、これまでとは違う新しい雰囲気が生まれていることを感じました。いつもは高架下を気にかけずに通り過ぎていた人々が、私たちの取り組みに気付き足を止めてくれました。定量的な成果はこれから検証しますが、大栄橋下を歩いている人たちの表情が変わった瞬間を目にして、そういう意味では成功したといえるのではと思います。

賑わいが少なくなった大栄橋ですが、アートによって、その「雰囲気」が大きく変わったことに驚きました。たんに人を集める方法であればほかにもあると思いますが、場の雰囲気を根本から変えてしまう梅沢和木さんの作品が素晴らしかったです。今回の社会実験で地域の方々の、大栄橋を何とかしたいというモヤモヤとした思いが、少し溶けたのではないかなと思っています。

今回の3グループは異なる場所とアプローチで、それぞれ学びと発見があったと思います。まちづくりは一般解が導き出せない一方で、各種手続きや地域との関係づくりはスクールがなければできなかったこともあり、まちづくりの担い手によるコーディネートやノウハウが重要だと思いました。

【地域関係者の声】

● **渡部氏** | @中央通り | 中央通りでは、大宮駅から1区画離れるごとに人流が少なくなっていくことは以前からの課題でした。大宮というまちは知名度があるのに、駅から徒歩10分足らずの商店街には人が来ません。居心地よく歩きたい魅力的な通りにしたいという気持ちがあったので、スクールによる社会実験は好機となりました。今後は、人の流れをつくることで大宮駅前と氷川参道をつなぐ役目を中央通りが担っていくように、取り組みが継続されみどり豊かなストリートを実現していきたいと考えています。

● **栗原氏** | @大栄橋下 | 大栄橋下の自治会館は、会合のとき以外は使われていないという状況で、社会実験を機会に有効活用いただけたことで、日常的に使える可能性に気がきました。今回は、耐震工事前までは大栄橋下で店舗を営んでいた方に出店いただいたのですが、そういった馴染みの方々も含めたコミュニティが生まれる場所となることで、賑わい喪失に対する解決の糸口になるといいなと思っています。

そして、受講生の皆さんが、自らの時間を割き熱心に取り組んでくださったことに驚きました。スクールの修了とともに関係性が無くなってしまうのは寂しいですし、私たちも受講生たちに魅力を見せ続けられるように、取り組みを引き継いでいきたいと思っています。



図5 軒先空間および道床の両側に
出店した「takka」



図6 既存歩道影りみ部分に
出店した「Bagel Lapin Tuesday」



る各店舗と対話し、懸念されるデメリットを解消する対策を講じて合意を得るプロセスや、新設するファニチャーなどの工作物の「受益者」が中心となって管理する仕組みの構築の重要さは、沿道を構成する多様な店舗との対話を通じて得られた大きな気付きであった。ストリートという都市における公共空間の活用や維持管理を格好の機会と捉え、クラブ的つながりを活かした柔軟なコミュニティを構築することが求められる。〔伊藤孝仁〕

図7 当日配布したマップ。当日限りの店舗と既存沿道店舗を一緒に紹介している。



成し、各店舗で配布するなどした。沿道の既存店舗へヒアリングをし、中央通りに訪れるきっかけとして、またストリートに一体感が生まれるきっかけとしての効果を確認することができた。

「クラブ的つながり」を活かした柔軟なコミュニティ

同じ通り沿いにある店舗でも、飲食店から服飾関係のショップ、雑貨屋から教室などまで種類は幅広く、営業年数もバラバラである。それゆえ各店舗がストリートに求めるものもひとつに収束するわけではなく、商店会として合意形成をとり公共空間を舞台に新しい活動を展開することはハードルが高い。

今回の取り組みを契機として、商店会のなかに「スタンド」という形式やメリットの共有ができる新たなネットワークを形にできたことは大きな成果であったと考える。そのような、意思決定が容易で小回りの効いた動きができる「クラブ的つながり」が活発となる体制をつくり、それを商店会のような中間支援組織が支えていく形ができるとよい。とはいえ、メリットを共有できるひとつの業種、例えば飲食店の視点にのみ絞って公共空間にアクションを起こしても溝が生じてしまいかねない。公益性はどこにあるかを考え、計画に関係す



図4 沿道店舗空間に出店した「CHICACU bookstore」

スタンドによるストリートの一体感の醸成

受講生が中心となり出店者のリサーチと交渉を実施し、沿道店舗の空間には『CHICACU bookstore』による本屋【図4】、その軒先空間および歩道を挟んだ道床の両側に「takka」による花とボタニカルの販売【図5】、既存歩道の窪んだ滞在空間を活用した「Bagel Lapin Tuesday」によるカレーとベーグルの販売を行った【図6】。

3店舗の平均売り上げは23,130円/日となり、満足度は高かった。空間としては沿道店舗の視認性、特に昼の店内の見えづらさについて、また道床を使用した店舗においては歩道が狭いため滞留する空間がとれず、足を止めて商品を吟味することにつながりにくい点に課題がみられたが、空間の広さや座る場所などは有効で満足のいくものであることがアンケートからわかった。

この取り組みでは、新しいコンテンツをストリートに創出するだけでなく、既存店舗との新しい連携をはかることに重きをおいた。具体的には中央通り沿道のスタンド型飲食店と当日限りの店舗と一緒に紹介する「スタンドストリートマルシェMAP」(A4三つ折りタイプ、おしぼりタイプ)【図7】を作

図3 隙間を介して向き合うように配置することで、さまざまな滞在が可能になる



街路・沿道の3つの空間と「道床」

沿道の空き店舗(現YEAST)と、店舗軒先の歩道空間、車道側の歩道空間(既存植え込み)の歩道沿道を構成する3タイプの空間の活用を考え、それぞれにコンテンツを配置した。空間活用とコンテンツづくりを並走させる形でプロジェクトは進んでいった。中央通りに並ぶ台湾茶やジェラートなどを販売するスタンドでテイクアウトし、少人数で飲食を楽しむための滞在空間をストリートファニチャーによって生み出すことを考え、既存植え込みへの水の浸透を阻害しない形で、仮設デッキを設置した【図2】。

京都の「川床」になぞらえ、「道床(ミチドコ)」と名付けられたファニチャーは、縁側のようにフチに腰掛けるだけでなく、靴を脱いで上がり込みリラックスした滞在や、飲食物をトレーにのせて広げるテーブルになったりと、さまざまなアクティビティを支えるように配慮した。また、歩道の狭い中央通りでは、滞留する際の歩行者との距離感や体の向きが、快適性に大きく影響を与えるというストリートテラスでの取り組みを通じた発見を活かして、小さな窪みに対して向き合うように道床を配置するなどの工夫を施した【図3】。

奥行きが浅く細長いという形態的特徴の発見、2つ目はそこに小さな個人商店が軒を並べて入居していることの発見【図1】、そしてもうひとつは、駅からほど近いエリアにありながらも歩行者数は減っており、賑わいの減少が危機感として共有されていることである。そこで、小さいが故にほとんど客席をもたず、テイクアウトが中心となる小さな飲食店を「スタンド」と定義し、それを補うような滞在性をもつパブリックスペースのあり方を考え、歩きたくなる静かな賑わいをもった新しい「中央通りらしさ」を社会実験によって現出させることがテーマとなった。

● #2

歩道・沿道店舗の一体利活用によるシェアスタンド

ストリートマネジメントスクール社会実験

@中央通り

スタンドとストリートが相互に支えあう

おおみやストリートテラス@中央通りの対象地を大宮駅側へ拡張する形で、2021年10月16日に「スタンドストリートマルシェ」を実施した。ストリートマネジメントスクール(pp.48-51)の受講生とともに企画・実施に取り組んだ。商店会会長をはじめとした沿道関係者へのヒアリングや現地調査を通じて3つの発見があった。1つ目は中央通りと大宮小学校のあいだに挟まれた街区のビル群が



図1 大宮小学校と中央通り間の奥行きが浅いビル群。1階には個人商店が並ぶ。



図2 歩道の植栽帯の上に設置された仮設デッキ「道床(ミチドコ)」

低未利用 時間帯の 店先活用による マルシェ

ストリートマネジメントスクール社会実験

@一番街

店先1mの クラフトマルシェ 「1.5番街」

おおみやストリートテラス@一番街で道路占用する店先1mの範囲を対象とし、その未利用時間帯の利活用を目指した「1.5番街 一街の魅力を育む店先1mを利用したマルシェ」を2021年10月16日に、ストリートマネジメントスクール(pp.48-51)の受講生とともに企画・実施した。現地プログラムでの議論やストリートデザイン部会(pp.32-36)へのヒアリングを行い、3つの課題を共有した。第1に歩行者通行量が多いが、その人たちが滞留する空間がないこと、第2にチェーンの飲食店が多く、商店街利用者の目的・属性が画

一的になっていること、第3にアーケードの老朽化や喫煙など、歩きづらい雰囲気が生まれていることであった。そこで、歩行者が立ち止まり、新しいタイプの利用者が生まれるよう、駅前の好立地である一番街の道路占用範囲を「気軽に出店できるチャレンジエリア」として捉え、一番街を少しでも拡張する取り組みとして「1.5番街」と呼び、地元で活動するクラフト作家を中心としたマルシェを占用範囲内で開く社会実験を行った。

店先の新しい表情を デザインする

社会実験の利用対象とした道路占用部分は限られたサイズのため、店先の大部分



図1 中間報告会後の議論の様子

の間口を利用した販売スペース【図2】、店先の一部を利用した展示スペース【図3】、閉店後の店先を利用した滞在スペース【図4】の3つの空間活用法を考え、具体的な実施場所は以下のことに配慮しながら決定した。

- 通行に支障が出ないよう
向かい合わせで配置しないこと
- 面的に賑わいが広がるように
分散して配置すること
- 店先の間口が充分にあり
販売スペースを確保しても
営業に支障がでないこと

これらの条件のもとで沿道店舗と交渉を行い、一番街の中央付近から旧中山道側の5店舗の店先(中華一番・一藤・イーゼース・テイ・串カツ田中・ハッピーファームみやたけ)に3つの空間活用方針にもとづき活用レイアウトを展開した。販売・展示用の什器についてはストリートテラスの取り組みで各店舗に貸し出している路上に置く看板と調和するように、カウンターを製作し、連続性をもつようにした。また、原色や彩度の高い店舗看板が多いので、シナ材を素地のまま使用している。シンプルなもののため、出店者によってカスタマイズできるように有孔ボードで店舗ごとの表情をつくるための工夫も施した【図5】。



図3 有孔ボードを利用した
展示スペース



図4 閉店後の店先を利用した
滞在スペース



図5 柔軟にカスタマイズしたレイアウト

空間/時間の 「未利用」を活かす

今回出店したのは、手織布の小物雑貨を扱う『rinda工房』、アクセサリーを扱う『Sakura Mohila』、雑貨全般を扱う『goto』、陶器を中心とした『amist』、古本を扱う『つまずく本屋ホール』である。出店者の実店舗の営業時間と重ならないよう、出店時間を13:00-16:00と17:00-20:00の2部に分けた。また、出店以外の時間帯には受講生が管理する形で商品の展示を行った。受講生が製作した出店者MAPには作品や出店者の情報にアクセスできるように、SNSなどのアカウントのQRコードを設け、この社会実験をきっかけに新たなつながりを生み出せるように工夫した【図6】。



図7 沿道店舗と店先出店空間が連続する

景がつくられ、通行者の多くが足を止め、売り上げにも効果がみられた。利用者アンケートでは「どのようなきっかけで店舗を利用したか」という質問に対して「買い物などで立ち寄った際におもしろそうだったので思いがけず購入した」という答えがあり、また沿道店舗の従業員が興味深そうに出店者や受講生に話しかけている姿がみられ、社会実験を介して気軽なコミュニケーションが生まれた【図7】。

未利用地の活用が 新たな連携を生む

飲食店舗の多い一番街は営業時間やピークタイムにばらつきがあるため、時間帯による使われ方のリサーチで、低未利用な隙間を見出すことが可能である。アーケードがあることで天候に左右されず使える1mの空間は貴重であり、そのような種地の発見と利活用に向けたマネジメントが求められる。今回の取り組みはマルシェを通して出店や展示、滞在スペースが店先に生まれ、店舗と出店者による店先空間の新たな関係をつくることにつながった。この場合、店先空間という性格上、沿道店舗との動線の確保や看板などの配置による空間的な連携が必要となり、そこから出店者と店舗のコミュニケーションが生じる。今回は受講生とUDCOによる1日限りの社会実



図6 沿道や周辺店舗にも配布した出店者MAP。QRコードから出店者情報へアクセスできる。

験であったが、このコミュニケーションから始まるネットワークの構築を目指すことが重要だ。例えば今回は川越からの出店者の参加があったが、13路線が乗り入れる巨大ターミナルの大宮駅前だからこそ広域エリアのさまざまなプレイヤーによる活動の受け皿となる可能性を秘めている。そのためにはこの魅力を発信し、新たなプレイヤーを見つけていく必要がある。ネットワークが培われていくことで、今後商店街や各店舗が店先をチャレンジエリアとして主体的に活用する取り組みが行えるのではないかな。そのような展望をもちながら今後のストリートテラスに活かしていきたい。

[森元気]

図2 2店舗が並ぶ出店スペース



高架下空間・壁面の一体利活用によるパブリックアート

ストリートマネジメントスクール社会実験

@大栄橋下

アートと食で高架下に風景をつくる

インフィニティストリート(p.01)上の銀座通り北端に位置する大栄橋高架下で、2021年10月16-17日に「アートイト高架下」を実施した。ストリートマネジメントスクール(pp.48-51)の受講生を中心に、地域の課題解決につながる価値創出を試みた。



図1 銀座通り北端に位置する大栄橋高架下



図2 大栄橋補強工事にもない高架下店舗の退去が進む

UDCOとしても新たなストリートでの取り組みであり地域ネットワークの発掘にもつながっている。スクールで実施した現地調査から、大宮駅東口からの賑わいが大栄橋を境に途切れていることがわかり[図1]、商店街や自治会をはじめ沿道店舗へのヒアリングから大栄橋補強工事にともなう高架下店舗などの退去により人の気配がなくなったという経緯を知った[図2]。賑わいの喪失により路上駐車やポイ捨てが発生するようになり、かつ工事によってこの状況が長期化することを地域関係者は憂慮しており、周辺環境の向上が求められていた。そこで、大宮に所縁のあるコンテンツによって大栄橋に関心を集めながら、高架下利活用の可能性を感じられる風景と仕組みを社会実験を通して提案することに

した。これまで大栄橋をあまり知らなかった層に向けては高架下の半屋外空間を利活用したパブリックアート、大栄橋下に慣れ親しんできた層に向けては高架下で以前営業していた飲食事業者によるローカルフード、というように大栄橋の過去と未来をコンテンツでつなぎ、ストリートを挟んで鑑賞や飲食ができる滞在空間を設えることで、エリア帯の新たな風景と人の流れをつくることがテーマとなった[図3]。

ふたつのコンテンツと受け皿としての滞在空間

高架下(自治会館^[*1]・防災倉庫・壁面)、道路を挟んだ向かい側の民有地(武蔵野銀行大宮支店駐車場)の大栄橋下周辺の空間利活用を対象とし、空間として一体感を形成できるようにコンテンツを配置した。通行人の関心を集めるためにパブリックアートを自治会館の壁面に展示し、隣接する防災倉庫はアートの展示ギャラリーとして活用、自治会館の店先にはローカルフードの販売カウンターを設置した。道を挟んだ向かい側の駐車場ではベンチとテーブルを用意したことで、通行人や車両を妨げることなくパブリックアートを鑑賞し、テイクアウトしたフードを楽しむことができる、高架下の賑わいとアクティビティの受け皿となった。アートとフードのどちらにおいても、ストリートに向けた発信・提供のための空間と、コンテンツを楽しむために鑑賞・飲食のできる滞在空間をセットで設けたことで、歩行者通行量のみならず滞在時間の増加にも効果があった[図4]。



図3 大栄橋下周辺の空間利活用を対象として「一体感ある賑わいをつくる」



図4 高架下に「コンテンツを配置し、道路を挟んだ向かい側に鑑賞・飲食のできる滞在空間を設けた」◎梅沢和木



コミュニケーションを誘発し記憶を伝えるためのコンテンツ

自治会館の店先に出店する飲食事業者は、受講生による地域関係者へのヒアリングとリサーチから、大栄橋下から2018年に退去・閉店した「カレーハウス一番館」がソースカツ丼の販売を行うことになった[図5]。2時間で完売し、売り上げは40,000円/日となり、出店者からは「今後も地域貢献できる取り組みがあれば協力したい」との言葉があったが、想定以上に短時間で完売したため需要予測という点に課題が残った。アンケートでは「大栄橋下に店を構えていた頃の馴染みの来場者と、アートを目的とした来場者との間にコミュニケーションが生まれた」という回答もあり、記憶を共有する機会につながったことがわかる。

また、大宮出身・在住の美術家である梅沢和木氏によって、学生の頃に大栄橋下のスポーツショップに通い、大栄橋を通学に使ってきた自身の記憶や感情を、ペインティングとともに大栄橋の写真に重ねたアートが制作された。パブリックアートは5.5m×1.8mに及び、30年前に小学生が大栄橋に描いた壁画を題材とすることで「色褪せた」モチーフを改めてクローズアップした。防災倉庫ギャラリーには、

大栄橋を徒歩や自転車で移動する人々の後ろ姿を収めた写真をモチーフにペインティングを重ねて制作されたアートとテキストが80枚以上展示され、自分の後ろ姿を作品中に見つけるという体験をした来場者の方もいた[図6]。地域住民が大栄橋にあらためて関心を向ける機会となったことが、来場者アンケートやヒアリングからわかった。

利活用の枠組みづくりから高架下エリアマネジメントへ

社会実験を行うにあたり地域関係者にはヒアリング協力・場所提供・調理協力・協賛など様々な場面で協力いただいたことから、構想から実践までのプロセスをまとめた「成果報告レポート」[図7]を受講生が自主的に制作し、スクール修了後に関係者に限定で配布した。協働した関係者についても「誰がどのような関わり方をしたのか」まで含めて記録した。このことで、地域住民・沿道事業者・地元企業に連帯感が生まれ「高架下利活用協議会」のようなコミュニティの構築につながることも期待している。

今回の取り組みで、「パブリックアート」「ローカルフード」という新たなコンテンツを通して、高架下空間利活用の基本的な枠組みを社会実験のなかで地域関係者と

共有し、「顔の見える関係性」をつくることができたのことは、大栄橋下の未来を考えるための大きな一歩だったと考える[図8]。今回は周辺環境の向上という共通の問題意識をもつ関係者によって「民有地」で社会実験を行ったが、問題意識の先にある「大栄橋補強工事後の高架下利用計画」についても地元が主体となって行政と議論していく必要がある。例えば利用計画をつくるためには、跨線道路橋の保全に支障のない占用ルールや、道路構造物の点検に支障のない利活用方法など、道路管理者と運用ルールを議論していくことになる。「高架下利活用協議会」には橋脚部の管理点検能力のある協力者がメンバーとして加わり、高架下出店料収入や壁面広告掲出料収入から管理点検費用を捻出するようなスキームが組めれば、高架下利活用が持続的に成り立つかもしれない。高架下におけるエリアマネジメントが地域関係者・点検協力者・道路管理者などの主体によって組成され、UDCOがコーディネーターとしてまちづくりや賑わい創出のための高架下利用計画などのサポートで関わるなど、今後の関わり方につなげるための次なる動きを生み出したい。

[高橋卓]

*1——自治会館 | 正式名称は「宮一コミュニティホール」。宮一サミット^[*2]によって管理されている施設。防災倉庫が隣接する。
*2——宮一サミット | 銀座通り商店街・住吉通り商店街・一番街商店街・宮町一丁目自治会で構成する組織。

図5 自治会館の店先に出店した「カレーハウス一番館」

図6 アート制作にあたり梅沢和木氏を交えた地域関係者ヒアリング
図7 受講生が自主制作し、関係者限定で配布した成果報告レポート
図8 防災倉庫ギャラリーにて自分の後ろ姿を作品中に見つけた来場者

◎梅沢和木

STREET MANAGEMENT SCHOOL REPORT

2021年度スクール実施報告

—

2022年3月30日発行

編集・発行：アーバンデザインセンター大宮〔UDCO〕

協力：中央通り新栄会
大宮一番街商店街協同組合
宮一サミット（銀座通り商店街・住吉通り商店会・一番街商店街・宮町一丁目自治会で構成する組織）
大宮駅東口協議会（OEC）
おおみやコミュニティの“わ”女性の会
関東食糧株式会社
さいたま市

場所協力：宮一コミュニティホール
武蔵野銀行大宮支店
一藤
中華一番 大宮東口店
串カツ田中 大宮店
イージーステイ 大宮
ハッピーファームみやたけ
YEAST

出店者：Bagel Lapin Tuesday
植物屋 takka
CHICACU bookstore
rinda工房
goto
Sakura Mohila
amist
つまずく本屋ホール
カレーハウス一番館（Sparkling Heart's 調理協力）

出展者：梅沢和木

デザイン：刈谷悠三＋角田奈央／neucitora

映像撮影・編集：宮川貴光

写真撮影：工藤裕之／PHOTO MIO JAPAN

オンライン配信：高橋満広／日本ダイレクトメディア

問合せ先：

アーバンデザインセンター大宮

URBAN DESIGN CENTER OMIYA

330-0802 埼玉県さいたま市大宮区宮町1丁目60番地

大宮ラクーン8階まちラボおおみや内

TEL: 048-782-9679

FAX: 048-782-9680

E-MAIL: info@udco.jp

WEBSITE: www.udco.jp

Facebook: www.facebook.com/UrbanDesignCenterOmiya/

Twitter: twitter.com/udco_info

Instagram: www.instagram.com/udco_info/



—