

「UDCO REPORT——まちを紡ぐ」#006

2022年度活動報告

特集：ストリート・インキュベーション

2023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：

さいたま市

編集協力：

黒岩千尋

デザイン：

刈谷悠三・角田奈央 / neucitora

写真撮影協力：

工藤裕之 / PHOTO MIO JAPAN

印刷：

高速印刷株式会社

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/

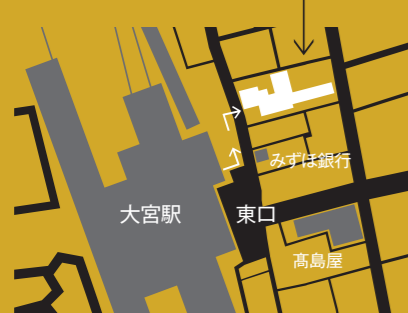
Twitter: twitter.com/udco_info

Instagram: www.instagram.com/udco_info/



©2023 UDCO All Rights Reserved

大宮ラクーン 8F | まちラボおみや内



まちラボおみや内は株式会社浜友商事の
ご協力により提供いただいているスペースです。

UDCO REPORT #006 2022 ●

UDCO まちを紡ぐ

2022年度活動報告



【特集】

ストリート・インキュベーション

巻頭座談会

鈴木美央・小野裕之・三浦展・藤村龍至・内田奈芳美

インタビュー

池袋——飯石藍・中島明 | 前橋——日下田伸・田中隆太
大宮——久世晴雅・加藤久美子

→04



【活動報告】

ストリートから社会を結びなおす

ストリートテラス | ストリートランチ | ストリートマーケット | ストリートプランツ
ストリートデザインスクール | 地域ストックツアー | ウォークブル推進作戦会議

→21

URBAN
DESIGN
CENTER
OMIYA



● アーバンデザインセンター大宮

●おおみやインフィニティ^[∞]プロジェクト

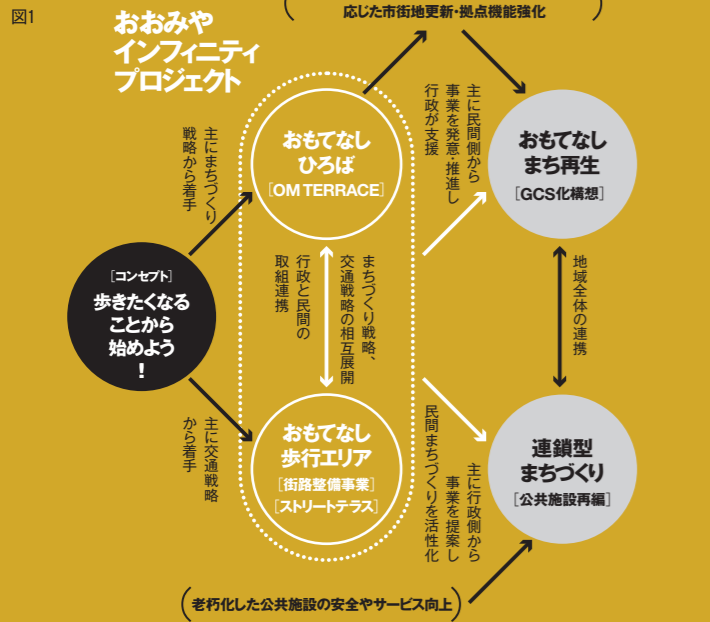
ストリートでつながる点→線→面
UDCO 展開期の戦略

UDCOでは、「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」(以下、ビジョン)のもとに進められている都市再生事業をつなぐ鍵は“ストリート”であると考え、UDCO 初動期からストリートテラスをはじめとした街路沿道利活用に取り組んできた。展開期となる2020-2022年では、ビジョンの実現に寄与していくための戦略として、ストリートにおける取り組みを面的につなげる「おおみやインフィニティプロジェクト」を構想した^[図1]。このプロジェクトの戦略・展開は次の通り。

- 1 主要回遊動線=「インフィニティストリート」を設定
- 2 インフィニティストリートでストリートテラスなどの取り組みを展開
- 3 ビジョンに掲げる「おもてなしひろば」「おもてなし歩行エリア」を実現、暮らしの質とエリアの価値向上を図る
- 4 都市再生事業である「おもてなしまち再生」「連鎖型まちづくり」と連動、大宮らしい新たな日常を目指す

「インフィニティストリート」は、大宮駅(グランドセントラルステーション化構想、以下GCS化構想)、公共施設再編3地区(大宮区役所、旧大宮区役所、旧大宮図書館など)、大門町2丁目再開発、氷川参道、中央通り、一の宮通りなどの拠点をつなぐ役割をもつ^[地図]。大宮らしい暮らしがこの動線で日常的にかつ持続的に営まれること、また、動線が「∞」の字に見えることから「インフィニティストリート」と名付けた。

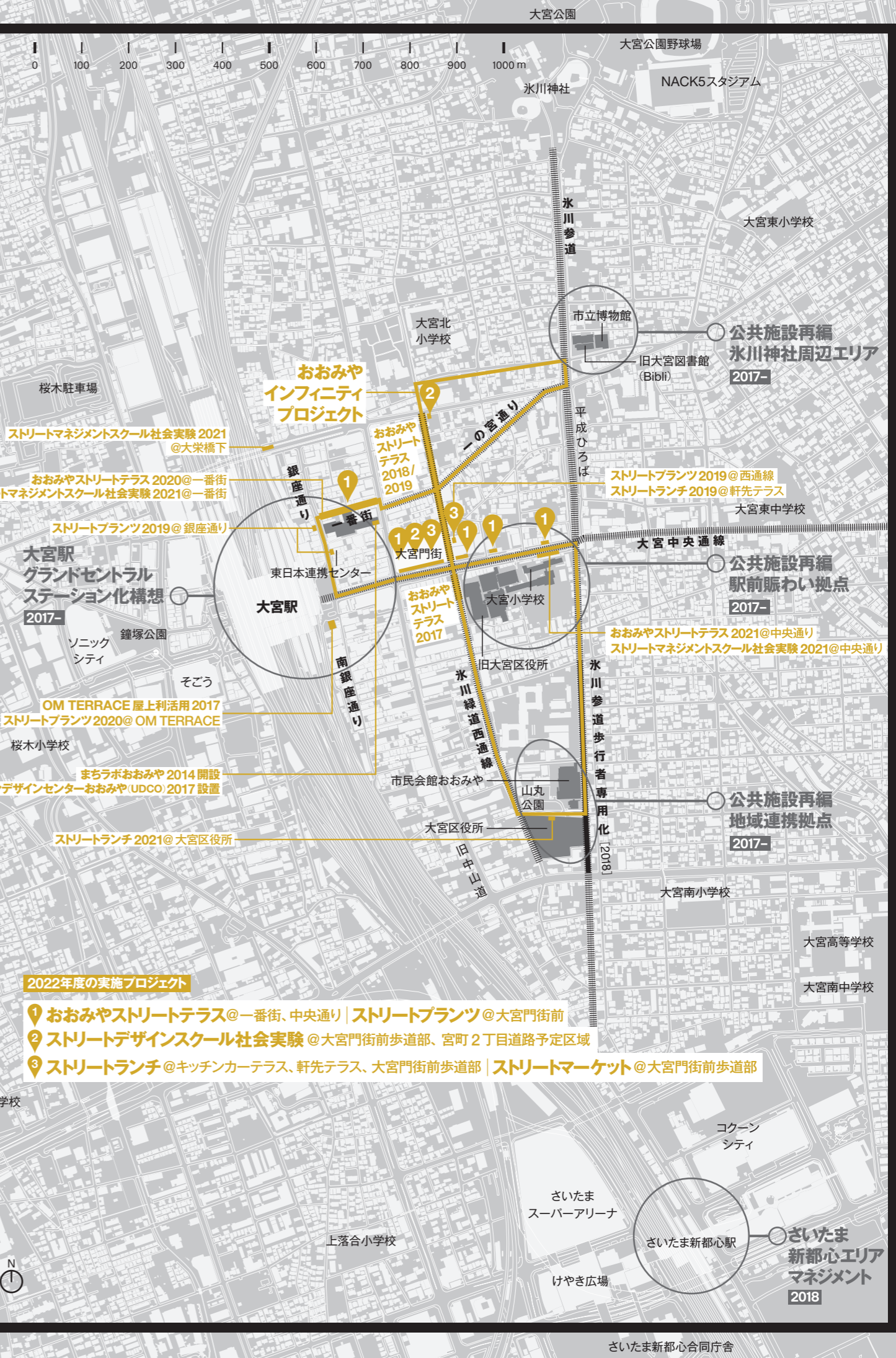
施策としては、インフィニティストリートを国土交通省が定める「まちなかウォークャブル区域」に位置付け、「まちなかウォークャブル推進事業」として戦略的に進めていくことが考えられる。このような他事業と組み合わせながら、インフィニティストリート沿いで重点的・積極的に取り組みを進めることにより、点(拠点)を線(ストリート)で結ぶことによって、奥行きのある面(まち)へとつながっていく。ストリートごとの特性を活かしたアクションにつなげていくために、これからも大宮の皆さまとともに取り組んでまいりたいと思います!



[大宮駅周辺地域戦略ビジョンp.51「優先的に取り組むべきプロジェクトの設定」をもとに作成]

大宮プロジェクトマップ

OMIYAMA PROJECT MAP



タイトルの「まちを紡ぐ」には
3つの意味が込められています。

- 1 大宮の過去・現在・未来を紡いでいく
- 2 大宮のまちの担い手・使い手を紡いでいく
- 3 大宮の残すべき価値・創るべき価値を紡いでいく

アーバンデザインセンター大宮「UDCO」は、
大宮というまちを紡ぎながら、
まちの価値をさらに高めていこうという思いで、
2017年3月より設立・活動しています。

UDCO REPORT #006では、
展開期の最後の一年となる2022年度の活動をまとめ、
波及期となる次の3年に向けて、UDCOの役割を見直しつつ、
今後の活動指針を示すことで、皆さまとの共有を図りたいと考えています。

大宮というかけがえのないまちを継続して紡いでいくために、
これからもUDCOでは対話と発信を行ってまいります。
ぜひ最後までお付き合いください。

0

【特集】 都市街路文化を醸成する ストリート・インキュベーション

04

- | | | |
|----|--|----|
| #1 | 特集趣旨 | 04 |
| #2 | 座談会 「みち・ひと・まち」がともに育つ仕組み
鈴木美央・小野裕之・三浦展・藤村龍至・内田奈芳美 | 06 |
| #3 | インタビューズ 3つのストリート・インキュベーションの実践
池袋 飯石藍・中島明
前橋 日下田伸・田中隆太
大宮 久世晴雅・加藤久美子 | 10 |
| #4 | 図解 三層構造で捉えるストリート・インキュベーション | 18 |

1

【活動報告】 ストリートから社会を結びなおす

21

- | | | |
|----|--|----|
| #1 | STREET INCUBATION 街路文化のエコシステムをつくる
インフィニティストリート
おおみやストリートテラス2017-2019・おおみやストリートテラス一番街2020-
ストリートランチ2020-・ストリートプランツ2020-2021・ストリートマーケット2022-
INTERVIEW #1 大宮のコーディネーターに聞く | 21 |
| #2 | STREET PLANTS 地域産業と公共空間をつなぐ仕組みづくり
ストリートプランツ
大宮駅周辺グリーンインフラ公民連携プラットフォーム | 31 |
| #3 | STREET DESIGN SCHOOL ローカルコンテンツの発掘と可視化
ストリートデザインスクール
社会実験 #1 OMIYA STREET WARDROBE
社会実験 #2 SANKITA CROSS POINT
INTERVIEW #2 ストリートデザインスクールの受講生に聞く | 37 |
| #4 | LOCAL NETWORK ローカルネットワークの拡張
地域ストックツアー
ウォークアブル推進作戦会議 | 47 |

2

【情報発信】 市民がまちづくりに関わる機会をつくる

51

- | | |
|--|----|
| 産官学民連携 | 51 |
| まちラボおおみや・OM TERRACE | 51 |
| UDCO PAPER・UDCO REPORT | 51 |
| UDCO LIVE #04 アリソン理恵・大山宗之・川勝真一 | 52 |
| UDCO LIVE #05 三島由樹・平野史人・平尾しえな | 53 |
| UDCO年表2022 ビジョン推進と日常化に向けた仕組みづくり | 54 |
| UDCOアクションプラン#005 大宮駅周辺地域戦略ビジョンの推進に向けた仕組みづくりへ | 56 |
| 2022年度のふりかえり/2023年度に向けたUDCOの思い | 58 |
| ABOUT UDCO | 60 |

SPECIAL FEATURE

【特集】 都市街路文化を醸成する ストリート・インキュベーション みちを舞台に、ひとを巻き込み、まちを動かす

既成市街地における「都市再生」の政策は、新たな都市空間の整備に限らず、エリアリノベーションやウォークアブル、スマートシティ、またそれらをマネジメントするプレイヤーやプラットフォームの重要性が認識され、公民連携を前提とした地域のエコシステムを誘導する政策に変化してきている。特に近年推進されている「エリアプラットフォームの構築」においては、地域の多様なプレイヤーやステークホルダーが情報共有・協働体制を構築するプラットフォームの仕組みが必要であることが国の政策において意識され、各地でエリアプラットフォームの組成が検討されている。しかし、プロジェクトの実行力を高めようとする市民からは遠い存在になりやすく、広く開かれたプラットフォームはプロジェクトの実行力という点では弱くなりやすいジレンマがあり、また両者の関係は希薄なのが現状である。実際にどのような体制や仕組みを構築すればよいのか、必要な役割や運用の仕方について明確なものはない。

UDCOは大宮駅周辺地域のような既成市街地の再生を、ストリートに代表される公共空間やまちの空地を舞台とした空間的实践(社会実験など)を契機として、さまざまな人やコンテンツを巻き込んだ社会的ネットワークを再構築し、そのネットワークが新たな実践を生むエコシステムをつくることと捉えてきた。継続的な取組を通じた経験を通じて、人のスキルやマインドやネットワークが育つことがまちを動かす原動力になると考え、このようにストリートを中心とした運動を通じて地域文化を醸成することを、「ストリート・インキュベーション^(*)」と定義し、活動の指針としている。

そこで今回はストリート・インキュベーションを生む仕組みを「クラブ」「スクール」「プロフェッショナル」の3つの層(プラットフォーム)の相互関係によるエコシステムとして捉える。それぞれの層は以下のようなイメージである。

● クラブの層 機会創出	まちづくりの入り口として広く市民に開かれた場であり、人やコンテンツといったまちの魅力に出会う「機会」となる活動。経済活動などの具体的な実践をすることを目的としない、緩やかな活動。
● スクールの層 可視化・発掘育成	地域のコンテンツを発掘し、公共空間などの一時的/仮設的な利活用を通じてアウトプットする実験の場。人やコンテンツがまちに「可視化」され、スキルやマインドが醸成される活動。
● プロフェッショナルの層 定常化・仕組化	定常的な取組を行う場を構え、収益的に持続可能な「仕組み」を通じて地域文化の醸成へつなげる活動

これらの3つの層が有機的につながり、担い手の重層性をつくるのがエコシステムを醸成する鍵であり、エリアプラットフォームが目指すべき姿ではないだろうか。今回はそのような視点で研究や実践をする有識者との座談会と、池袋や前橋における先駆的な事例や大宮において培われてきた市民活動へのインタビュー、また3都市のストリート・インキュベーションの比較分析を通じて、まちの動的なプラットフォームの可能性について探り、大宮のこれからを考える礎としたい。

* —— インキュベーションは、卵をかえす「孵化」という意味であり、事業の創出や創業を支援するサービス・活動のことを指す。

座談会 | 「みち・ひと・まち」がともに育つ仕組み

pp.06-09

エリアプラットフォームのかたちとして3つの層が有機的につながるエコシステムを考えるうえで、消費や生活の動向のリサーチから都市や郊外の風土に関する多様な著書を執筆される三浦展氏と、「マーケットでまちを変える：人が集まる公共空間のつくり方」を執筆しマーケットの研究と実践をする鈴木美央氏、下北沢の「BONUS TRACK」などまちづくりのプロデュースする小野裕之氏の三者をお迎えし、これからの「みち・ひと・まち」の関係について話していただいた。

インタビューズ | 3つのストリート・インキュベーションの実践

pp.10-17

池袋
Ikebukuro

インプットとアウトプットをつなぐ補助線のデザイン
“としま会議”と“IKEBUKURO LIVING LOOP”

コワーキングスペースや市民交流イベント「としま会議」を運営する中島明氏と、「IKEBUKURO LIVING LOOP」の運営に関わる飯石藍氏へのインタビュー

前橋
Maebashi

複層的な公民連携の活動でまちを起こす
“馬場川通りアーバンデザイン・プロジェクト”と“マチスタント”

「馬場川通りアーバンデザイン・プロジェクト」に取り組む前橋デザインコミッションの日下田伸氏と、空き家やプレイヤーの発掘をする「マチスタント」に取り組む前橋市役所の田中隆太氏へのインタビュー

大宮
Omiya

まちのプラットフォームをみんなでつくり、文化を育てる
“アートフルゆめまつり”

「アートフルゆめまつり」を立ち上げ、支え続けてきた久世晴雅氏と加藤久美子氏へのインタビュー

図解 | 三層構造で捉えるストリート・インキュベーション

pp.18-19

池袋・前橋・大宮の3都市における取組のプロセスとそのネットワークを、三層(クラブ・スクール・プロフェッショナル)で整理をし、都市ごとの特徴を分析する。

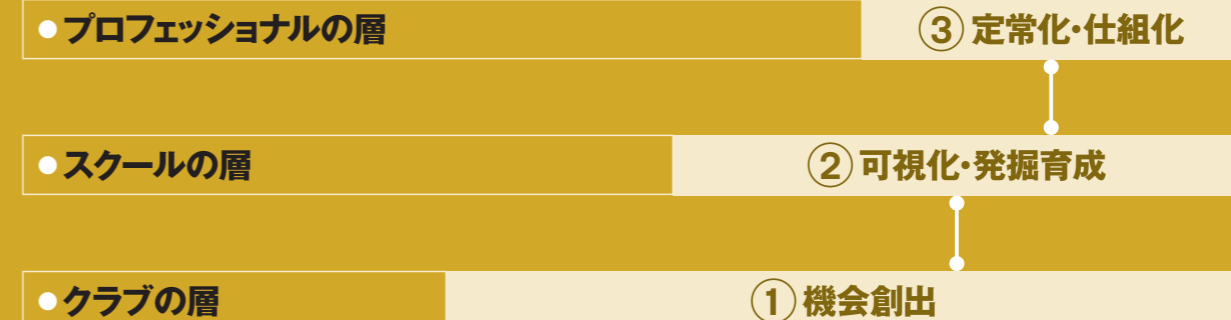




図1 シンサヤママーケットでのストリートの空間設計提供:鈴木美央氏

話者

鈴木美央 | O+Architecture Ltd. 代表

小野裕之 | 株式会社散歩社代表取締役
おむすびスタンドANDON共同オーナー三浦展 | 社会デザイン研究者
カルチャースタディーズ研究所代表取締役

藤村龍至 | UDCO副センター長/ディレクター

内田奈芳美 | UDCO副センター長/ディレクター

鈴木美央 | すずきみお | 1 | O+Architecture Ltd. 代表。博士(工学)。2006年早稲田大学理工学部建築学科卒業後に渡英。06~11年設計事務所Foreign Office Architects Ltd.勤務。16年慶應義塾大学理工学研究科開環環境科学専攻博士課程単位取得満期退学。21年より東京理科大学経営学部国際デザイン経営学科講師。東京やロンドンで100以上のマーケットを調査し、自身もマーケットを主催する。

小野裕之 | おのひろゆき | 2 | 1984年岡山県生まれ。中央大学総合政策学部卒。ベンチャー企業を経て、ソーシャルデザインをテーマにしたウェブマガジン「greenz.jp」を運営するNPO法人グリーンズの経営を6年務めたあと、2020年下北沢に現代版商店街「BONUS TRACK」を開業。マスターリース運営会社 株式会社散歩社の代表取締役CEOに就任。グッドデザイン賞ベスト100(21年)。また、秋田の魅力伝える「おむすびスタンド ANDON」「お粥とお酒 ANDON シモキタ」の共同経営をはじめ、いくつかのブランドや店舗に出資や経営参画、事業売却を経験。その他、greenz.jp ビジネスアドバイザーや東京都主催のアクセラレーションプログラムメンターなど。

三浦展 | みうらあつし | 3 | 1958年新潟県生まれ。社会デザイン研究者。82年一橋大学社会学部卒業、株式会社バルコ入社。マーケティング情報誌『アクロス』編集室勤務。86年同誌編集長。90年三菱総合研究所入社。99年カルチャースタディーズ研究所設立。消費社会、家族、若者、階層、都市、郊外などの研究を踏まえ、新しい時代を予測し、社会デザインを提案している。著書・編著に『下流社会 新たな階層集団の出現』(2005)『脱ファスト風土宣言』(2006)『吉祥寺スタイル』(2007)『高円寺 東京新女子街』(2010)『愛される街』(2020)など。



覚悟もリスクももたずに まちをおもしろくする

◎ **藤村龍至** | UDCOは都市街路文化を醸成する「ストリート・インキュベーション」をテーマに、ストリートでの取組を企画・運営しています。本日はみなさまの活動を参考に、大宮の取組をあらためて振り返り議論したいと思います。

まずはみなさまが各地域でどのような取組をされているのか教えてください。

● **鈴木美央** | 私はロンドンなど諸都市のマーケットを研究対象にしなが、マーケットを通して地域でいかに暮らすのかを考えています。

実際に地域の方々とマーケットを立ち上げる活動もしています。例えば、埼玉県狭山市の新狭山北口商店街では月に1回、道路一帯を通行止めしてマーケットをつくり、狭山茶ワークショップや子ども向けイベントを同時開催しています。相乗効果で沿道店舗の売り上げも上がっているようです。

ストリート空間の設計としては道路の両側に店舗をつくらずに片側に寄せて、消費者の列、移動者の列、最後に滞在者の列をつくり、場の使い分けによって滞在時間を伸ばす工夫をしました(図1)。社会実験の一環で行政と3年間組んで実施していましたが、2022年度からは「シンサヤマclub」という任意団体をつくり、経済的自立も試んでいます。

個人的な活動としても、志木市で近所のハンドメイドの作家さんたちと公園を借りて「柳瀬川マーケット」という小規模なマーケットを開催しています。

また、「マーケットの学校」というスクール事業を北本市や草加市で実施しています。北本市では行政と共同し、実践編と

して市役所前広場で小さなマーケットを開催しました。市の広報では、学校への参加者やキーパーソンの活動を取り上げ、全国広報コンクールで最優秀賞もいただきました。

まちづくりという覚悟をもって一歩踏み込まなければいけない感覚を抱きますが、さまざまな活動をするなかで、マーケットのやり方ひとつで、覚悟もリスクももたずに、まちをおもしろくすることが可能なのだと実感しました。

● **三浦展** | 2021年にUDCOの伊藤孝仁さんが運営する大宮のYEASTで私物の古本・古着・古雑貨を売る「ミウラノ」を期間限定でオープンしました(図3)。メインストリートというだけあり、たくさんの方が来てくれました。思いがけない楽しさと売り上げに、古着に目覚めてしまいました(笑)。

社会学者としての視点で都市にとって古着屋は何か、まちとコンテンツの関係について考えてみると、例えば、私がストリートで野菜を売れといっても売れませんし、消費社会の主役であるコンビニやスーパーを一般市民が始めることは困難です。売れるのは、本とガラクタと服のような身のまわりで余っているモノです。それらを媒介に小商いとすらいえない店を、鈴木さんの言葉を借りると、まさに覚悟もリスクもなく開ける。それによって、なんとなくまちが盛り上がりいく経験は非常におもしろいと思っています。

私が就職した1980年代のバルコには、1960年代のヒッピー、サイケ、紅テントなど当時の若者たちのカウンターカルチャーを取り入れた「怪しさ」がありました。それは建物内だけでなく、ウォールペインティングやストリートのネーミングなど、ストリートカルチャーとしても染み出していました。近年もストリートワードローブのような古着市やマーケットが各都市のバルコ主催で実施されていました。

最近のまちづくりメディアでよく掲載される、晴れた日にみんなが楽しそうに笑っているマーケットの光景、そこには明るさ

や楽しさがありますが、古着、レコード、古本などのようなカルチャーが発する若干のあやしさも一方で魅力的であり、ストリートにおいて忘れてはいけない要素だと思っています。

新しい商店街の形

● **小野裕之** | 私は25歳から10年程、webメディアの仕事に携わり、ここではソーシャルデザインをメインテーマとしていました。特に東日本大震災を契機に人々の行動にも変化があり、社会起業家やローカルベンチャー、地方移住などソーシャルデザインの言葉が広く知られるようになりましたが、実際に事業化する難しさを知り、取材するだけでなく自らも実践者になろうと思いました。

まず、株式会社シゴトヒト^[*1]と一緒に、虎ノ門ヒルズのための再開発が決定していた物件を3年間ほど比較的安く貸してもらい、2013年に「リトルトーキョー」という拠点をつくりました。コンセプトは「もう一つの肩書きを持つ街」。日常の仕事とは別に、飲食店などにチャレンジしたい人が一時的にレンタルできる実験場所として、事務所・イベントスペース・カフェバーを運営していました。

活動を続けるうちに小田急電鉄の知人から声がかかり、小田急線地下化にともなう線路跡地開発の一環として「BONUS TRACK」の企画が立ち上がりました(図2)。下北沢で10年ほど本屋B&B^[*2]を営んできた内沼晋太郎氏と一緒に、小田急電鉄から20年間の定期借地をし、コンセプトにあった出店者を募り、マスターリースを手がける会社を創設しました。オープンは2020年4月1日のコロナ禍で、1週間後に第1回目の緊急事態宣言が発令され激動の立ち上がりでした。

大宮らしさを ストリートに表出させる

◎内田 | 鈴木さんが以前、埼玉は暮らしの舞台だとおっしゃっていたことが印象に残っています。

●鈴木 | 埼玉県民は埼玉には何もないと言いますが、そのこと自体が可能性です。自分のまちを好きになりたいというエネルギーから新しい何かが生まれてくるのだと感じています。

◎内田 | 大宮も商業集積地としてだけでなく、暮らしの場としての人気が高まっています。人気が出ることは喜ばしいですが、結果的に個性やあやしさよりも便利さや清潔さが重視される傾向があります。大宮の魅力が持続するためにも、あやしさと清潔さという矛盾したものが両立すればいいなと思いますが、その時ストリートはどのような役割を果たせるのか考えたいと思っています。

●三浦 | 昨年のSUUMOの「住みたい街ランキング(首都圏)」で大宮は第3位。20-30代では2位に浮上しました。それでも大宮の怪しさはたっぷり残っていて、ナイトエコノミーと昼に子ども連れで行ける場を並存させ、怪しさを減らしすぎない寸止めができていると思っています。すべてジェントリフィケーションしようという方針はないようなので結構なことだと思っています。

大きなまちでは、ストリートの再生や読み換えは可能性があります。ストリート、アベニュー、アレーとそれぞれのヒエラルキーによる道の性質の違いを捉えて個性を伸ばしていくと、大宮は可能性のあるまちだと思います。

◎藤村 | まちの人々のスキルやネットワークが成長するためのさまざまな段階的な機会を、ストリートの利活用を通じて用意し、まちに対して切実な「覚悟」をもって関わる人を育てることは大切な活動です。一方で、単純な成長物語だけでは取りこぼしてしまう、覚悟やリスクとは無縁のあやしさやノイズが活きる機会や場となることも、ストリートの大切な役割であり、まちの文化を醸成するために不可欠です。脱成長的な視点をストリート・インキュベーションにどのように取り込んでいくか、これからも実践を通じて考えを深めていきたいと思っています。

*1——株式会社シゴトヒト | 多様な生き方や働き方を紹介するコラムやイベント情報の発信・求人情報掲載をするサイト「日本仕事百貨」を運営する。現在は清澄白河で「リトルトーキョー」を運営。

*2——本屋B&B | B&BはBook&Beerの略。幅広いジャンルの本を1点ずつ選び取り揃える。ドリンクを片手に本を選ぶことができ、毎日トークイベントも開催している。

*3——第一種中高層住居専用地域 | マンションを中心とする中高層の住宅専用の地域。建物用途の制限があり、オフィスやホテルは建設不可であるが床面積50㎡以下の兼用住宅などは可能。

*4——第一種低層住居専用地域 | 10mまたは12mの絶対高さの制限や敷地境界から建物外壁までの距離が定められている。用途制限があり、店舗や事務所建築は認められていない。

◎藤村 | マーケットのまちでの役割や方向性についてはどのように位置づけているでしょうか。例えば、所沢の「暮らすトコロマーケット」は全国から店舗が集まりコンテンツレベルも高いことが特徴です。しかし他方で、鈴木さんの柳瀬川マーケットは身近な日常としてマーケットを捉えておられますね。

●鈴木 | 柳瀬川マーケットは約30店舗をふたりに無理なく運営しています。一方の所沢のマーケットは全国的に知られる規模で、まちのアイデンティティにもなっています。

1700の自治体・市町村へアンケート調査を行ったところ、マーケット運営や支援を実施したことがある自治体は328にのぼり、各地で取組が急増していることがわかりました。マーケットは仮設店舗の集合体で店舗数は限定されず、さまざまな可能性があります。だからこそ、まちにとってのマーケットの意義を捉える必要があります。

以前に、マーケットの資金の流れをトラック調査したことがあります。出店者が地元の方で、材料も地元から調達している場合は地元にお金が残っていきます。しかし、ショッピングセンターでの仕入れは、東京などの本社にお金が行ったり、海外輸入品だったりするため、ショッピングセンターに比べて地域のマーケットは、地域に残るお金が6倍になると試算ができました。ローカルなマーケットの重要性を、数字を通して実感できます。一方で数字では表せない価値も重要です。地域のマーケットでは値段は画一的ではなく、金銭と商品を交換する行為とは別に、例えば古着であれば、その背景や置かれている状況を含めて交換する行為に意味を見出しているからこそおもしろいのだと思っています。

◎藤村 | 一般的には流通の末端には物と値段しかなく、そのため抽象化されていきますが、ストリートでは歴史やプロセスなど、モノの対価に想像が働くのでストリートはメディア性をもっていますね。そのなかで小野さんは大きな箱物からはこぼれるような尖った店舗をキュレーションしています。その難しさや可能性はストリートとどうつながっていくと考えていますか。

●小野 | 炎上しやすい現代ではリアル空間から本音が消失し、フラット化する現象に対して、よい意味でノイズを届ける人たちが社会でどのように振る舞ったらよいか非常に難しい。下北沢は変わったことをする人が集まるまちだという前提が共有されていて地域の方々のつながりもあるので、実験的な活動を試みやすい環境ではあります。

オープン2年目から毎週末に、本、植物、レコードとなどカルチャー志向のイベントを企画しています。僕たちはBONUS TRACK全体を雑誌のように捉えていて、テナントを「連載」に見立ててじっくり顧客との関係性をつくっていただくことを目標に、イベントは「特集」で季節や時流に合わせた企画をしています。

◎藤村 | プレイヤーの生態系ができてくると、まちは生きてきますね。BONUS TRACKではオーナー、管理者、店舗の出店者それぞれのレイヤー間の風通しがよくなり、まさに生態系がつけられていることがわかりました。

カルチャーなど、“ストリート”の語には道路だけでなく公園や団地のなかで起きることも前提として含まれています。例えば、ロンドンの飲み屋街のストリート上には金曜だけ仮設トイレが立ち並んだり、朝になると道路清掃車が通ったりと、そのまちが表出する場としてストリートが存在していると感じました。ロンドンの自治体では道路から7m以内はストリートと同じ解釈をされる場合もあり、ストリート=道路と解釈しないからこそロンドンの光景は生まれています。

◎藤村 | 「OMIYA STREET WARDROBE」を開催したとき、そこに現れた風景を見てロンドンを初めて訪れたときに見たカムデン・マーケットを思い出しました。90年代のロンドンでは古着が盛りあがっており、カルチャーとストリートは密接に関係していました。日本で古着といえば下北沢や高円寺のイメージがありますが、賃料が高騰すると個人店舗は出店が難しくなり郊外に流出が起こっています。現在は鉄道会社の有休地や、開発の時間的な隙間に現れる空間がカルチャーを育む土壌のひとつになっているように思います。

三浦さんとセゾングループ創設者の堤清二氏にお話を伺った際に、国家などの大きな共同体の力が弱まる「趣味の共同体」が重要になるとおっしゃっていました。確かに80年代の西武池袋店には小さなプラモデル屋や趣味の店がいっぱい並んでおり、現在の商業施設よりも猥雑でいわば「ミウラノ」的な空間でした。そのようなストリート・インキュベーション的な空間がまちには求められると感じます。商業施設や大型開発でインキュベーションの空間が求められているにも関わらず、経済的観点から排除される傾向がありますが経済活動が成り立ちにくいアジールの空間において、趣味の共同体のための空間がちょうどよいバランスで成立する可能性を感じました。

●三浦 | 最近は副業が受け入れられ、趣味半分のプレイヤーとしてお金を稼ぐことが許容されてきています。土日だけ店舗を出す方なども多く、週1日から借りられる場所も増えてきました。現在は、商業施設などの特定の建物がなくても、何かを起爆剤にストリートで活躍できる時代になってきていると思います。

メディア空間としてのストリート

◎藤村 | インターネットが開始した頃にメディアを介して流通していた情報は現在、個人単位で発信されています。ストリートやマーケットにはメディアとしての側面があり、その表現によっては遠方からも人々が集まるなど、広域的な動きを生むと思いますがいかがでしょうか。

●鈴木 | ローカル・アイデンティティを伝える新しいメディアの可能性をマーケットに感じています。ローカルで生きることは楽しいと考える人にとって、その機会が少ないなかで気軽につながる手段のひとつが、ものを買う・売る行為だと思います。



図1 大宮・ユウモアの期間限定開催した「シムラノ」(提供:三浦飛也)

◎藤村 | まちにとっては定期借地などに対して融資がつかどうかは大きな目印になると思いますが、BONUS TRACKではどのように可能になったのでしょうか。

●小野 | 線路跡地活用が目的にあり、小田急電鉄の土地を貸していただいたことが大きいと思います。準備期間にプロデュース料をいただき、それを開業時に必要な資金や保証金にあてた形です。そのため場所を借りるハードルより、テナント誘致など経験がない試みに苦労しました。

BONUS TRACKのミッションを考えるなかで、下北沢は人気で駅前の坪単価が上昇しているため、以前は個人オーナーが店を出すなら下北沢、というイメージがあったのにそれが実現しづらくなってきているとの話が出ました。敷地は、第一種中高層住居専用地域^[*3]と第一種低層住居専用地域^[*4]が混在し、さらに奥側は兼用住宅エリア、手前は延べ面積500㎡以下の商業エリアで構成されています。職住近接している方もいて、また坪単価も2万円と相場より3割ほど安く、店舗のチャレンジをサポートしています。

現在、多種多様な13テナントが入居しています。出店者はそれぞれレコード店や読書に集中するための会話禁止のカフェなどやりたいことが明確にある方が多い。しかし、下北沢の坪単価や広さの制約で単体の経済性だと成り立ちづらい場合があり、集合することで集客やリソースを共有することができています。

◎藤村 | ストリートに面する店舗が協力し合うことは昭和30年代の商店街の構造と共通していますが、新規出店者にとって既存の商店街に入るにはハードルもあると思います。BONUS TRACKはその煩わしさを解消できる新天地でのストリート的な一体感もつくり出す取組ですね。

カルチャーが見出される場所

●鈴木 | 日本では、ストリート=道路という解釈が一般的ですが、英語ではストリートギャング、ストリートアート、ストリート



図2-17-1 しま会議の開催風景

人をゲストに呼ぶ。そうすると、勝手にコラボレーションが始まるんです。明快なテーマを決めるかわりに、そのような「補助線」を張り巡らせておきます。

● **飯石** | 中島さんのインキュベーターの根っこがそこにあると思います。化学反応、ケミストリーを一番重視している。

◎ **集落調査を都市の中でやっているような、どこか人文学的な活動でもあり、「都市の民族誌」のようだと思います。その人の強さだけでなく弱さも含めた、他者との接点をもとめる「触媒」を察知し、アーカイブされ、状況に合わせて適切に引き出されていますね。**

● **中島** | ボランティアな活動ですが、楽しみながら、かなり自分の時間を注ぎ込んでいます。それでも、知り合いや行きつけの店が増えるので役得が多いです。豊島区の動きに詳しい人というふう認知されるので、結局、仕事にもつながっています。面倒くさいことも増えたりしますが(笑)。

◎ **「IKEBUKURO LIVING LOOP」と「しま会議」はどのような関係でしょうか。**

● **飯石** | 2016年4月の南池袋公園リニューアルは豊島区に



図3-17-1 しま会議の開催風景

ている方もいれば、パワポを使ったことないローカル店主まで、ゲストには本当に多様な人に来てもらっています。まちとの接点を大切にしている人、独立独歩でやっている人に声をかけてきました。2014年はちょうど豊島区が23区で唯一「消滅可能性都市」と言われ、ファミリー層がどんどん抜け、空き家率も23区1位という状況でした。逆に言えば、チャレンジするための空間資源があり、それを使ってユニークな活動をする人が増えており、そういう人を追いかけました。これまで約280人が登壇しています。

参加者像としてイメージしていたのは自分自身です。まちにつながりをつくりたいと潜在的に思っている人はじつは多いという実感があり、町内会に入るまで熱心でなくても地域との接点を求めている人、何か始めてみたい人、そういう人の後押しをできる場所を目指しています。

◎ **ゲストはどのように選定や組み合わせをするのでしょうか。**

● **中島** | 紹介はほとんどなく、自分でアンテナを張っておもしろそうな人をリストアップしています。既存団体とは関係なくやっているの、しづらみがなく自由にやっています。必ずゲストの活動拠点に会いに行き、1時間くらい取材をします。生い立ちから活動の経緯を聞き、何をやりたいか、何に困っているのか、リサーチしたストックが280人分あるわけです。お店の宣伝8分ではなく、その人のライフストーリーや背景を聞く8分はおもしろい。

取材した内容は「紹介文」として500字程度にまとめるのですが、自身の語りを言葉にまとめられる経験は新鮮なようで、とても喜んでいただいています。

一番大事にしているのはゲストの組み合わせ。その関係性だけ考えていると言っても過言ではありません。例えば、寺をまちに開いている住職と、保育を保育園の外側で展開したい



図1-17-1 co-ba Royal Annex

会い、co-baの空間づくりワークショップに携わるところから関わっています。渋谷の中心部でIT系のスタートアップが集まる状況とは違い、暮らしが近いローカルにコワーキングスペースができるのは当時めずらしく、どのように地域とつながるか模索が始まります。

● **中島** | 「まち」に出たい!というモチベーションを、3人とも別角度からもっていました。それらを合わせて、co-baの運営者と利用者有志と一緒に仕掛ける場づくりとして「しま会議」がスタートしました。

◎ **しま会議の内容について教えてください。登壇者や参加者の対象はどのような人でしょうか。**

● **中島** | 前半は4~5人のゲストが8分間のショートプレゼンをしてそれぞれの取組を紹介し、後半は40人ほどの参加者と一緒にケータリングを囲む交流会です。まちを楽しむきっかけ、まちとつながるきっかけとなる場を目指していて、会議と名はつきますが議論やワークショップはしたことはありません(笑)。しかし、こういうイベントの多くは「まちづくり・建築」関係者が多いことに問題意識があったので、有名な活動をし

話者

中島明 | としま会議 代表、
RYOZAN PARK インキュベーションマネージャー

飯石藍 | 株式会社nest取締役、
公共R不動産メディア事業部マネージャー

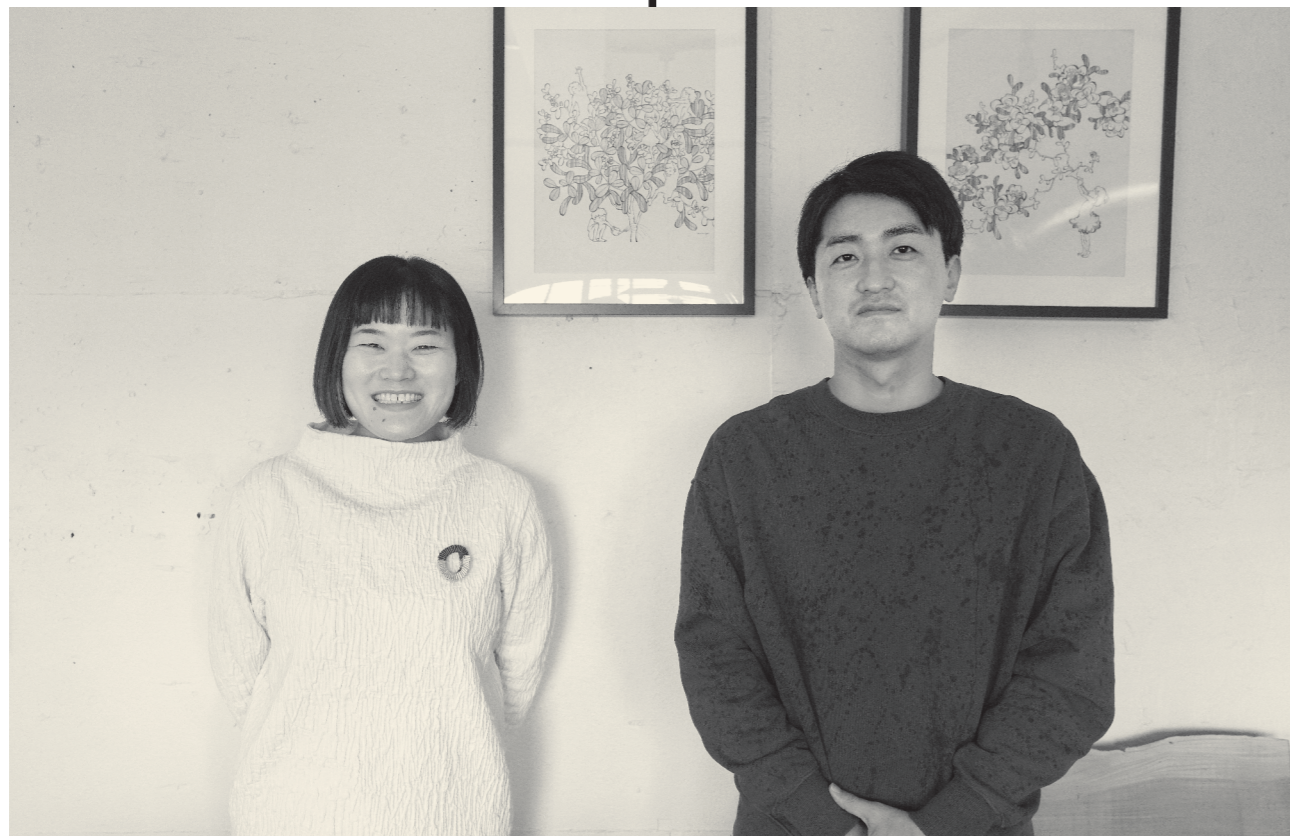
聞き手

伊藤孝仁+高橋卓 | UDCOデザインコーディネーター

◎ **しま会議がスタートする経緯について教えてください。**

● **中島** | としま会議は2014年8月にスタートしています。私はマーケティング会社に勤めていたこともあり、さまざまな企業のコミュニティづくりを仕事にしていました。当時池袋に住んで7年ほど経っていたのですが、地元には縁はなく知り合いも3人くらい。2011年の東日本大震災もあって、地域と何ものつながりがなくて良いのかなという思いをもち、企業で培ったコミュニティ育成の経験をローカルに活かしたいと考えていました。その頃、東池袋にあるDIY可能な賃貸マンションの2階に「co-ba Royal Annex (以下co-ba)」というコワーキングスペースができ入居したのですが、オーナーである青木純さんはco-baと地域のつながりについて考えているタイミングで、そこからしま会議に発展していきます。

● **飯石** | 私もco-baに入居していました。当時豊島区のシェアハウスに8人で暮らしており、リビングにはいつもたくさんの友達が遊びに来ていました。近い価値観を共有する濃密なコミュニティに充足する一方、自分が知らない、いろんな価値観の人がいる「まち」に興味をもったころ、私も青木さんに



ジェクトを始めていました。田中氏は「ビジョンのあるまちには人が集まる」と、人材育成だけでなく、まちづくりのビジョン策定を前橋市役所と共同でスタートしました。

◎官民連携でのビジョンづくりはめずらしい印象です。

●田中|そうですね。検討にあたり、山本龍市長や田中仁氏らはポートランドを視察し、現地のアーバンデザイン会社ZGFに依頼し、前橋市内でワークショップを開催しました。市民、行政といった所属や立場にとらわれず多様な参加者がまちの理想像を回答し、それをアーバンデザイナーが絵に起こし、まちの将来像が可視化されていく。この体験は参加者にまちづくりへの責任や連帯感を生じさせ、また行政主導の縦割りビジョンではなく、市民と行政の横の連携が意識されるようになっていったように思います。

2016年8月、「Where good things grow(良いものが育つ場所)」というビジョンの原型が発表され、それを糸井重里さんが「めぶく。」とネーミングしました。「。」は前橋の市章をそのまま表現しています。さらに、前橋らしさを実現するための羅針盤として、具体的提案などを「前橋市アーバンデザイン」に盛り込み、2019年9月に公表しました。

中心市街地158haからまちを体系化する

●日下田|通常の都市計画では、まずキャッチフレーズがあり、そこから直接的に総合計画が策定されますが、前橋はその体系とは異なり、全市ビジョンとしての「めぶく。」と、中心市街地のまちづくり指針としてのアーバンデザインがあります。私は企業の事業再生に携わってきた経験があり、田中仁さんからの声かけで2019年から前橋にかかわりはじめました。「前橋市アーバンデザイン」は中心市街地158haを対象とした市域の0.5%、人口の3.3%と非常に限られた範囲の指針ではありますが、拝見してすぐにこれがモデルとなり前橋

話者

日下田 伸

一般社団法人
前橋デザインコミッション
事務局長兼企画局長

田中隆太

前橋市産業経済部
にぎわい商業課商業振興係

聞き手

伊藤孝仁+高橋卓

UDCOデザイン
コーディネーター

まちづくりを 楽しむ土壌があった

◎前橋市では公民が複雑に関わり合い、独自のまちづくりを展開しています。まちづくりの経緯やビジョンを整理しつつ、複数の団体の相互関係や取組についてお聞きしたいと思っています。まずは、どのような経緯で各活動が生まれたのかを教えてください。

●田中|以前より、前橋には地域資源が多い一方で全国に誇れるものがあまりないという市民共通の問題意識がありました。そのため、行政と地域の人々がともにまちを盛り上げようと、2016年頃から官民連携でケヤキ並木でのパルストリートや広瀬川でのサップレース^[*1]などの社会実験に取り組んできました。今でこそ社会実験は各地であたりまえの光景になりつつありますが、当時からそれをおもしろがる市民と行政が前橋の基盤にあったように思います。また、前橋市出身のジンスホールディングス社長・田中仁氏が、2011年頃から起業家育成プロ



図1 前橋市街地のアーバンデザインから田中隆太氏、日下田伸氏

インタビュー 複層的な公民連携の活動でまちを起す

馬場川通りアーバンデザインプロジェクトとまちスタント

してコーヒーを飲んで友達をつくる。何者でなくてもそこにいられる。としま会議は数居の低さが売りでしたが、それよりも数居が全然低い(笑)。そういう棲み分けがありながら、コミュニティのハブとなる場所が互いにつながっているのが今の池袋のよさだと思います。

●飯石|そういった豊島区の各地で動いているコミュニティが一斉に集まる場所としてIKEBUKURO LIVING LOOPがあります。大勢が集まるには大きな空間が必要ですが、パブリックスペースやストリートがそれを受け止め可視化する場所になっています。

●中島|池袋にはもともとカウンターカルチャーの文化がありました。トキワ荘^[*5]、池袋モンパルナス^[*6]、セゾンカルチャー^[*7]。場所と結びついたカウンターカルチャーはともすると孤立してしまいがちですが、それらを無理に引き合わせず、緩くつながれる場をつくるのが重要だと思います。としま会議は会場を点々として拠点がなく、土地に根付いていないからこそ、フラットでしがらみのないプラットフォームに感じています。

●飯石|いろんなカラーをもったエリアや拠点が用意されていることが、まちにとって大事ですね。商店会のような地縁的なコミュニティではなく、出入りが気軽に自由な場をつくるのが私たちの役目かと感じます。IKEBUKURO LIVING LOOPもストリートという公共空間でやることで、個別の場所性から少し距離をとって、開かれたプラットフォームになっていると思います。このふたつのプラットフォームがエントランスになって、個別の場所へと活動が根付いています。

●中島|IKEBUKURO LIVING LOOPは年に数回大規模に集まる場所で、未来の日常を描くための祝祭的な非日常の場。としま会議やCCCは日々のコミュニケーションの場であり、IKEBUKURO LIVING LOOPが日常を意識した「ハレ」の場だからこそ、緩くつながれていると思います。

*1— nestは池袋エリアを中心に公共空間の運営マネジメントを行うPPP(Public Private Partnership)エージェントであり、エリアの価値を高める場や仕組みのプロデュースや地域メディアなどのブランディングを行っている。

*2— ニシケパレイは西池袋のビルに囲まれた街区内の内側で古民家やアパート、庭を活かした地域拠点。カフェやシェアキッチン、コワーキングなどからなる。

*3— ひがいけポンドは東池袋エリアにある、まちの「インディーズ活動(日常の小さな越境と実践)」を生み出すことを目的としたポップアップストア。

*4— CCC(Cleanup Coffee Club)は、区内7カ所の拠点を中心として、多様な地域の人々が集まり、周辺をゴミ拾いとコーヒーを通じた交流活動。現在は群馬県みどり市、千葉県流山市など全国各地にCCCの取組が展開。

*5— トキワ荘は、1952年から1982年にかけて東京都豊島区南長崎に存在した木造2階建アパート。手塚治虫をはじめとした著名な漫画家が居住していたことで知られる。

*6— 池袋モンパルナスは、1920年代から1940年代にかけて池袋周辺に存在したアトリエ村(貸し住居付きアトリエ群)と、そこを拠点とした画家、音楽家、詩人などの芸術家によってつくられた文化圏。

*7— セゾンカルチャーは1990年代にはじまった、渋谷PARCOを拠点に展開されたアート、ファッション、カルチャーを融合させたクリエイティブなムーブメント。



図4 IKEBUKURO Living Loop 盛況の光景

って大きな出来事でした。地元の飲食店がカフェの運営事業者として入居することが決まっており、その方からオープニングイベント企画の相談を受けました。その頃としま会議は20回程度続けてきており、登壇者は100人を超えていました。南池袋公園を、まちの人の活動が自由に広がる場にしていきたい、それをオープニングイベントで体現したいという思いを受けて、としま会議のネットワークに声をかけマルシェやパフォーマンスなどがあちこちで行われている風景を実現しました。そこから株式会社nestという会社^[*1]を立ち上げ、その活動を日常化させるべく、グリーン大通りや南池袋公園を中心としたプロジェクト「IKEBUKURO LIVING LOOP」の取組を進めています。

◎としま会議のネットワークが南池袋公園でのオープニングイベントにつながり、そこからIKEBUKURO LIVING LOOPへと広がっていくのですね。

●中島|池袋の場合、インプットとアウトプットの緩やかなつながりができているように感じます。としま会議は参加者にとってインプットの場所。アウトプットしている人の背中をみて、自分も何かやりたいと感じることにつながる。そこから先は各個人にお任せで、としま会議は特にサポートはしてないのですが、IKEBUKURO LIVING LOOPがひとつの活動の受け皿、舞台になっており、アウトプットを試すことができます。

●飯石|としま会議は「苗床」ですよ。IKEBUKURO LIVING LOOPでは近いエリアで活動している出店者、飲食店舗と農家さん、酒蔵と魚屋など、化学反応が起きそうな事業者を近くに配置したりと、店舗のレイアウトには気を配っています。ここ最近はアウトプットを受け止めるフィールドが増えていることも感じますね。ストリートを使った大きな場所としてIKEBUKURO LIVING LOOPがあり、ニシケパレイ^[*2]やひがいけポンド^[*3]、RYOZAN PARKといったリノベーションによるシェアキッチン付きの地域拠点が相次いで生まれ、IKEBUKURO LIVING LOOPの出店者との相互の行き来があり、そこから周辺地域の空き店舗に出店する事例も生まれています。チャレンジするときのステップとなる場所が増えることは、人やコンテンツが育つ鍵ではないでしょうか。

●中島|私たちより若い世代がCCC(Cleanup & Coffee Club)^[*4]という活動を始めました。みんなで一緒にまちの掃除を

全体のまちづくりが体系化されていくと直感しました。

◎ 日下田さんは現在、一般社団法人 前橋デザインコミッション(以下MDC)でアーバンデザイン推進のための企画・運営を担当されています。アーバンデザイン策定後、民間主体の活動へはどのように移行していったのでしょうか。

● 田中 | 策定以前より官民連携や民間主体のエコシステムを考えるなかで、まちづくりを担う団体として、前橋市まちづくり公社がその先駆的存在でした。

他方で、ビジョン策定ワークショップの参加者有志から民間団体「太陽の会」が結成され、アーバンデザインに沿ったまちづくりを推進するMDCが設立されました。MDCと公社は、前橋市の都市再生推進法人に指定され、道路専用許可など特例制度を利用することができます。公社はキッチンカーの出店エリアをケヤキ並木の歩道上に整備するなど、公共地を中心に活動を行っています。

● 日下田 | MDCは2019年11月に発足し、アーバンデザインの「可視化/実践/手法/浸透」など多面的な活動を行うなかで、プロトタイプとして可視化するために「馬場川通りアーバンデザイン・プロジェクト」が来年2月竣工にむけて施工中です。「太陽の会」は参加企業の純利益1%をまちづくりに寄付する仕組みの団体で、現在24団体が属し年間数千万円の資金を集めてまちづくりや起業支援を行っています。馬場川通り沿いの整備は、太陽の会からの寄付3億円に加え、国交省ウォークアブル事業やMINTO機構、SIB(ソーシャル・インパクト・ボンド)^[*2]からの費用調達で計4.3億円の予算規模で進めています。

◎ 前橋のまちづくりでMDCが担う役割は何でしょうか。

● 日下田 | 大規模なエリア開発でも、大小さまざまな規模の店舗が存在して分母が多く、成功件数が増えれば、まちは賑わいますよね。成功率をあげるための科学的マーケティングと戦略的ファシリテーションを担う都市再生推進法人としてMDCは位置付けられます。つまり、MDCの役割はエリマネジメントそのものを実行する団体ではなく、エリマネを担う機会や人材を創出することだと思っています。

また、3DスキャニングやBIM/CIMによる都市データづくり

やAI動態モニタリングによって人やクルマの動きをシームレスにクラウドに蓄積することで、「バーチャル前橋」とも呼べる環境でまちを俯瞰できる仕組みを、都市インフラとして備えていればさらに成功率が上がります。まちの生態を把握し、中心市街地をリデザインすることが大事だと思っています。

都市の暗黙知をつくる

● 日下田 | デベロップメントやITばかりでなく市民レベルでの身近なアーバンデザイン実践のために、「前橋レンガ・プロジェクト」を行っています。前橋は明治期からレンガ文化が根付いており、広瀬川河畔や馬場川通りの歩道に名前入りレンガを敷く活動には約2300個の賛同を集めています。

また、市民投票によるアーバンデザイン大賞表彰事業を2020年から開始しました。大賞作品が蓄積すると、前橋にとってどのようなデザインがよいのか、景観のコンセンサスが形成されていくことも目論んでいます。

個人的には、アーバンデザインの推進は「都市の暗黙知」の再生だと捉えています。京都や奈良、原宿は言語化しなくても多くの方がまちのイメージを思い浮かべることができますよね。そのイメージに従って商いをするとチャレンジャーの成功率が上がる。その都市で何をすべきかわかる状況を作り出すことが、成功率を上げる重要なプロセスです。

前橋では、2012年から「前橋〇〇部」(〇〇はワイン、除雪、など各部の活動が入る)とハッシュタグをつけてSNSで発信することが流行し、これをきっかけにまちなかでの活動や人とのつながりが活発化し、グッドデザイン賞も取りました。ビジョンづくり前から、すでに活動は活発化していました。

● 田中 | 私もその頃、個人的に広瀬川沿いでストリートファニチャーエキシビションを企画したところ、活動が共感され、市役所主催で実施することとなりました。

また、アーバンデザイン策定前から、空き物件を利活用したリノベーションまちづくりが必要との声があがっていました。

まちなかの不動産の実態を知るため、5年前から担当となり、目視調査で空き家をマッピングし、自治会長に見せに行きました。放火や空き巣対策につながるため、地域の方々は活動を受け入れてくださいました。まちでの認知度が上がるうちに、自然と情報が集まるようになり、不動産業者には出まわらない情報が徐々にネットワーク化されつつあります。

まち歩きで 空き家の流動性をサポートする

● 田中 | そのようななか、ストリートファニチャーなどの活動も含めて活動全体を包括するネーミングにしよう、まちに関する情報を紹介するまちのアシスタントという意味で「マチスタント」を2022年4月に同世代3人と考えました。キャッチコピーは「誰かがやってみたくてに寄り添う」です。

出店希望者とは平日日中に一緒にまち歩きをして、リアルな状況を見ていただくことを重視しています。週2~3回のペースでまち歩きし、現在までに130名ほどを案内してきました。この店に行けばこの人に会えるということが、商店街のおもしろい点。単なるマッチングというよりは、まちのプレイヤーとして、まちづくりに対する公共的マインドをもっている方を探しています。マチスタントは個人的活動の側面もありますが、市役所の職員として業務の一環で実施し、実体としてはまちなかのみなさんの支援で成立しています。

● 日下田 | 賑わい喪失やシャッター商店街が課題のまちなかでは、決してプレイヤーの数が少なくないのに物件の流動性が低い状態で、出店のニーズに対する物件が足りないことも多い。マチスタントの活動はまちの可能性を持ち主に体感してもらおうことで、心理的变化をもたらしていると思います。

◎ 田中さんの活動は柔軟で、所属や肩書きにとらわれず、時に違う役割を演じています。一方、行政の取組としては個人を乗り越えていくことも必要ではないでしょうか。

● 田中 | まちづくりに取り組みたい人は市役所に潜在的にいると思いますので、徐々にそういう方たちとともに活動ができたかと考えています。

私は出店者への補助制度をつくる部署にいますが、そもそもなぜ空き物件になったかに立ち戻ると、賃貸・売りたいけどそのための片付けや準備など、余力がない方もいると感じました。そのため、荷物処分や雨漏りなどの補修費用を補助し、テナントとして貸せるようにするための制度をつくりました。持ち主側の空き家活用への意識を高め、その結果、可視化されていなかった空き家物件が明らかになっていきました。また、リノベまちづくりのためにアクションを起こしている人たちを市のwebページで紹介し、出店者の参照元にする、リノベパートナー制度もつくりました。

2022年度は30件程の補助金申請があり、まち全体が動き始めているように感じます。出店希望者が多いため、店舗に

適した空き物件を待っていただいている方もいる状況です。そのため「マチスタントの仲間マーケット^[図2]」と題して、地域の方々に出店希望者をつなげる機会も創出しています。

● 日下田 | 行政の対応が柔軟なことは前橋の特徴です。例えば、アーバンデザインファンドをつくるための条例更新は2~3カ月程度で施行されました。

個人の見解ですが、前橋市の歴史的な成り立ちや地域性がまちづくりに与えている影響は大きいと思っています。前橋や高崎は日本海側とのターミナルで人口の流動性は高く、閉鎖的な土地と差異があります。また、群馬県には国公立大学が5校あるため教育のベースも整っています。

瞬発力から持続力へ

◎ プレイヤーの支援、発掘・育成は、UDCOの取組ともリンクします。MDCの面的な整備事業とマチスタントの点群的な活動など、さまざまなスケールや階層の取組が入れ子になっていることが特徴だと感じました。お互いの活動はどのように捉えていますか。

● 日下田 | イベント共催などはしていませんが、それぞれがどのような活動をしているのかは認識していて、参加者層など棲み分けができています。

● 田中 | MDCが実施するようなまちづくりの王道の活動に対して、斜に構える市民もいます。マチスタントはそれをつなぐ立ち位置で、サブカル的な動きをしています。MDCは子連れ層が参加しやすい一方で、マチスタは20~30代の若い世代をターゲット。今まではまちなかを選ぶ人がいなかったところに変化を与えたいと思っています。

● 日下田 | 一方で、厳しい見方をすると、前橋ではさまざまな活動を起こす瞬発力がありますが、一つひとつの活動に持続性がないことが課題です。MDCも役所の変動性から切り離されている一方で、経済的自立という十字架を背負っている。民間の強みは、自らの能力で外部資金を得たり稼いだりできることです。MDCは前橋での経験にもとづいたITツールの外販、金融モデルやまちづくりのコンサルティングで外貨を稼ぐことも考えています。

第三セクターは、指定管理業によってまちづくり資金を得るというスキームがモデルですが、実際には日本中で機能していない。指定管理業は内部投資ですので、外部で資金調達をすることは前提から異なります。その新たなモデルに踏み出していきたいと思っています。

*1—— サップレース | ボードの上に立ち、パドルで漕ぐウォータースポーツ。前橋市では「広瀬川リバーフェス」のイベントのひとつとして実施。

*2—— ソーシャル・インパクト・ボンド | 行政から民間へ業務を委託する官民連携手法のひとつ。行政から民間へ事業を委託する際に、初期投資に民間資金を活用し、その事業成果に応じて行政が報酬の一部を支払う仕組み。初期投資に費用を要する場合などに効果が期待できる。





図3 旧大宮区役所での実行委員会会議の様子

ただ追従するのではなく、お年寄りからお子さんまでが憩い遊べる広場をつくることで文化を育てていくことが大事ではないでしょうか。それは私が会長を勤めるOEC^[*]の活動方針ともまったく同じです。大宮に来ると音楽が流れていて心が踊る、そんなまちになるといいですね^[図4]。

●加藤 大宮において取り組まれている「ウォークラブルなまちづくり」は、車中心のまちから人中心のまちへ変わるということ。アートフルゆめまつりはウォークラブルなまちづくりのハブになれると思っています。アートや音楽や人のつながり、これだけの地元の商店街の方から応援していただけるようになった蓄積があり、開催15回を重ね、まちをあげての祭りと言われるまでになりました。いろいろな立場の方々会場を提供していただき、さまざまな参加の形があります。きっと、まちの隙間を見つけて活動の場にするUDCOの「ストリートテラス」の取組にもつながっていきますね。



図4 自由に広がる演奏の風景



使用や広報用のポスター掲示をお願いしました。誰も聞いたことのない名前の取組なので、最初は断られることが多く、だいぶ苦労しました。歩道を会場とする場合、道路使用許可を得ることが必要です。管轄する警察署に、利活用のイメージを絵に描いて交渉しましたが、初めての試みでしたので簡単には許可が下りません。それでも粘り強く交渉を続け、第1回目は警察官が演奏中つきっきりで現場を見てくださることで、実現することができました。まちに活動が広がる楽しい光景を実際に見ていただけたのはよかったですね。

◎会場の数も、また演奏者もたくさんいるなかで、どのように運営をしているのでしょうか。

●久世 「みんながつくり、みんなが主役。」をコンセプトに、演奏者と運営者の境界がないことがアートフルの特徴です。演奏者も会場設営など含めて一緒に実施し、演奏のためだけに来る人はいません。整理して備品を倉庫にしまうまでがアートフルゆめまつり!(笑)

●加藤 コロナ禍で、今は企画や準備は役員会と事務局中心で実施していますが、アートフルゆめまつりは当初から「みんながつくり手、みんなが主役」。準備段階から出演する人を含めて皆が実行委員になって開催してきました。旧大宮区役所の市議会議場に入りきれないほど、百人を超える人たちが集まって開催準備から当日の運営まで、みんなが担い、「場のクオリティ」をつくり出し、実際に「みんなと一緒にアートフルゆめまつりが開催できた」という達成感にもつながりました^[図3]。

「ウォークラブルなまちづくり」のハブに

●久世 2年目からは会場だけでなく、まちを練り歩くプラスバンドのパレードも企画しました。それまでは会場=「点」でしたが、パレードの場合は道路や商店街という単位で許可を得る必要があります。はじめは音が出るのは商売の邪魔になるということで、商店街に入るあいだは音を止めて静かに歩くということもありましたが、今では多くの商店街にご協力いただいています。続けることの大切さを感じますね。

●加藤 パレードの出発点は「平成ひろば」です。竹灯籠を使って参道の空間を演出しました。氷川参道の一部なのですが、行政が管理している公園であることを知りました。市民企画で平成ひろばを活用するのは初めての試みとこのことで、暮らしの中にある空間を、市民自らよりよく活用することを考えて実現できるんだ、ということは大切な経験になりました。

●久世 活動の舞台をつくることは、市民の日々の遊び場、憩いの場としてまちを活かしていくことです。商業の充実に



図1 加藤久美子氏(左)、久世晴雅氏(右)

運営」に変わり、せせらぎコンサートとさいたま生涯学習総合センターの共催となりました。

公共空間の活用を通じてまちづくりを学び合う

●加藤 市民運営になってからは、学校の吹奏楽部に加え、市民の音楽愛好団体も演奏できる場に広げました。まちに音楽が流れる野外コンサートは、演奏する人と聞く人とまちの人々をつないでくれるのです。活動を続けるなかで、まちづくりへの視野が開けて「市民運営のコアづくり」をテーマに、学び合う機会もつくりました。

そこで大事だと考えたのが、聞き手と担い手の関係です。何かをつくる側とそれを楽しむ側が分かれているのではなく、みんなでつくって、みんなで楽しむ状態、聞き手だった人が担い手になっていくことを目指して、それを「まつり」という言葉に託しました。

●久世 大宮に活力あるまちづくりをという思いから、「みんなが作り手、みんなが主役」となる「アートフルゆめまつり」の実現に向けて動き出しました。ちょうどさいたま市が「市民提案型協働モデル事業」という取組を始めていて、それに採択され資金面の援助を受けて2008年3月に第1回目が実現しました。

◎アートフルゆめまつりの会場は、2022年の第15回では13カ所、2008年の初回は11カ所ありました。どのように実現されたのでしょうか。

●久世 まちのなかにさまざまな「舞台」を用意することが私たちの役目です。会場は小学校の校庭、公開空地、お寺の境内や参道、商店街、道や公園など、民地から公共空間まで様々です^[図2]。最初はとにかくみんなで歩きまわり、場所の



図2 アートフルゆめまつり2018の会場マップ

話者

久世晴雅 | 一般社団法人大宮駅東口協議会 OEC 会長

加藤久美子 | おおみやコミュニティの“わ”女性会の会長

聞き手

伊藤孝仁+高橋卓 | UDCOデザインコーディネーター

◎「アートフルゆめまつり」がスタートした経緯を教えてください。

●久世 アートフルゆめまつりの源流は、1993年から開催された「せせらぎコンサート」にあります。新幹線開通に伴って1982年に西口が整備され、1988年には大宮ソニックシティの公開空地として鐘塚公園ができました。隣接する桜木公民館の館長はその公園を活かして、全国で有数の吹奏楽の実力をもつ桜木中学校の生徒に「屋外公演の場をつくりたい」と考えたのが発端です。それから定期的にコンサートが開催されていました。

一方で東口は、西口の商業的な開発によって存在感が弱まっていて、人の流れが西口に向かっていくことを実感していました。このままだと東口が衰退してしまうという危機感からさまざまな活動がスタートしていきます。アートフルゆめまつりもそのひとつでした。

そのころ「路上ライブ」が流行っていましたね。西口のデッキを中心に、東口でも行われていて、大宮駅で人気があると成功するといわれており、登竜門のようで活気がありました。そういった元気のある能動的な人々に、場所を提供することを考えました。音楽というのは、誰もが一度は楽器を演奏したことがあり、子どもから高齢者まで楽しむことができる。赤ちゃんを背負ったままお母さんが演奏するような、そんな光景がまちに広がるといいと考えたわけです。

●加藤 久世さんにお声がけいただき、せせらぎコンサートに携わるようになりました。当初は、素敵な活動をしているにもかかわらず、認知度はまだまだ高くない状況でした。2001年の三市合併に伴って、公民館の再編があり、それまでせせらぎコンサートを中心的に支えてきた桜木公民館は大宮公民館(合併後、さいたま生涯学習センター)と一緒に場所を移動、桜木中学校で熱心に指導をされていた先生も異動があるなど、公共が母体となって続けていくのが難しいタイミングでした。100回目を区切り活動を終了するという話も出ていました。ただ、一回やめてしまうともう一度立ち上げるのは難しいので、どうにかして継続できないか相談し、みんなで知恵を出し合いました。

広報面で工夫してみると生徒のご両親からおじいちゃんおばあちゃん、そしてまち行く人たちまで大勢、多世代の1000人を超える人がコンサートを聞きに来るようになりました。また、こうした活動に理解ある企業の支援も得られるようになりました。その取組を継続させて、100回記念を機に「市民

インタビュー「まちの舞台をみんなのでっぴり、文化を育てる」

アートフルゆめまつり

まちの文化が醸成される過程は、実際は複雑で動的な関係性をもっている。図解によって固定化することは、そのダイナミズムを捉えにくい側面があるが、今回あえてひとつの静的な「断面」を示すことによって、複雑なままでは捉えづらい構造を仮定し、私たち独自の言葉で3つの層を整理した。3つの層の定義について下記に示す。

クラブの層 | 機会創出 | まちづくりの入り口として広く市民に開かれた場であり、人やコンテンツといったまちの魅力に出会う「機会」となる活動。経済活動などの具体的な実践をすることを目的としない、緩やかな活動。

スクールの層 | 可視化・発掘育成 | 地域のコンテンツを発掘し、公共空間などの一時的/仮設的な利活用を通じてアウトプットする実験の場。人やコンテンツがまちに「可視化」され、スキルやマインドが醸成される活動。

プロフェッショナルの層 | 定常化・仕組化 | 定常的な取り組みを行う場を構え、収益的に持続可能な「仕組み」を通じて地域文化の醸成へつなげる活動。

池袋 | (クラブの層)から(スクールの層)への展開と循環 → (プロフェッショナルの層)へと展開

開かれた交流の機会となっている「としま会議」が育んできたネットワークが、ビジョンにもとづいた公民連携型の取組を進めるための土壌となり、大規模な公共空間利活用型のマーケット「IKEBUKURO LIVING LOOP」へと展開していく。「としま会議」と「IKEBUKURO LIVING LOOP」の連携が動的なプラットフォームとなってインプットとアウトプットの好循環を生み、そ

で生まれた新たなネットワークから、周辺地域の空き家や空き店舗を活用した持続的な場づくりへと広がり、重層性が生まれている。

前橋 | (プロフェッショナルの層)の推進 (スクールの層)から(プロフェッショナルの層)への展開

前橋ビジョン「めぶく。」と「前橋市アーバンデザイン」にもとづいて、地域の民間事業者のネットワークが資金面や運営面の主体となって大規模な環境整備を進めている「馬場川通りアーバンデザイン・プロジェクト」がある。また、同様にビジョンにもとづき、行政主体でプレイヤーと空間(空き家/空き店舗)の発掘とマッチングを行う「マチスタント」がハブとなって、中心地から少し離れたところで多様な店舗が生まれている。今後馬場川通りの整備が完了したのちに、これらの動きがどのようなエコシステムを形成していくかが鍵となる。

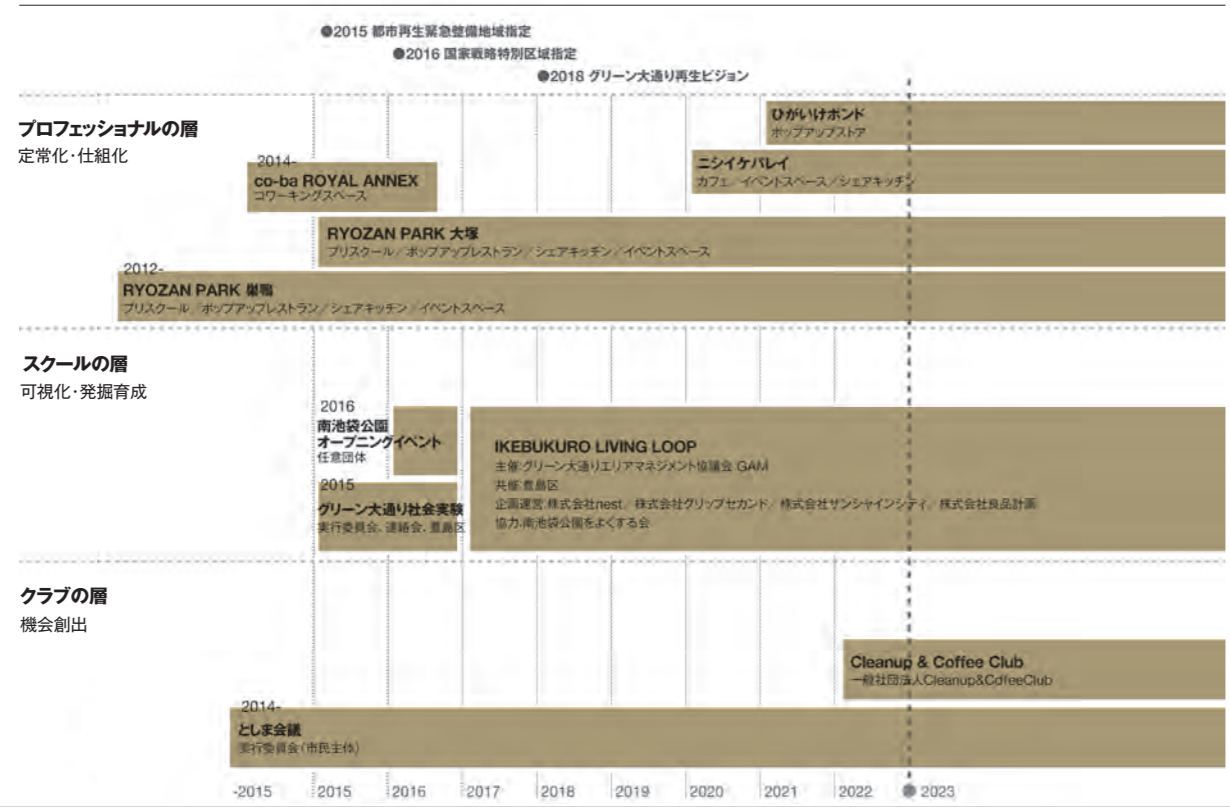
大宮 | (スクールの層)から(プロフェッショナルの層)への展開 (クラブの層)の再構築

ビジョン推進の目的をもってUDCOが進めてきた公共空間利活用の社会実験「OMIYA STREET TERRACE」を通じて、プレイヤーや地域文化としてのコンテンツを掘り下げ、ネットワークを醸成してきている。そこから仕組み化や収益化を目指す取組と、裾野を広げてより開かれたネットワーキングの機会をつくる取組への展開が求められる。2008年頃から培われてきた「アートフルゆめまつり」の市民活動のネットワークとの連携などによって、プラットフォームの複層化を目指していきたい。

池袋 | Ikebukuro

クラブ型ストリート・インキュベーション: 小さなコワーキングスペースがまちとつながるためにはじめたトークイベント「としま会議」が、まちに関心をもつコミュニティのハブへと進化していき、実践者の言葉から影響を受けて一歩チャレンジしようとする人々に対して「IKEBUKURO LIVING LOOP」が受け皿になっている。インプットとアウトプットの両輪が機能し、ここ数年で周辺エリアに空き家や空き店舗を活かしたコミュニティの拠点が広がるなど多様に展開している。

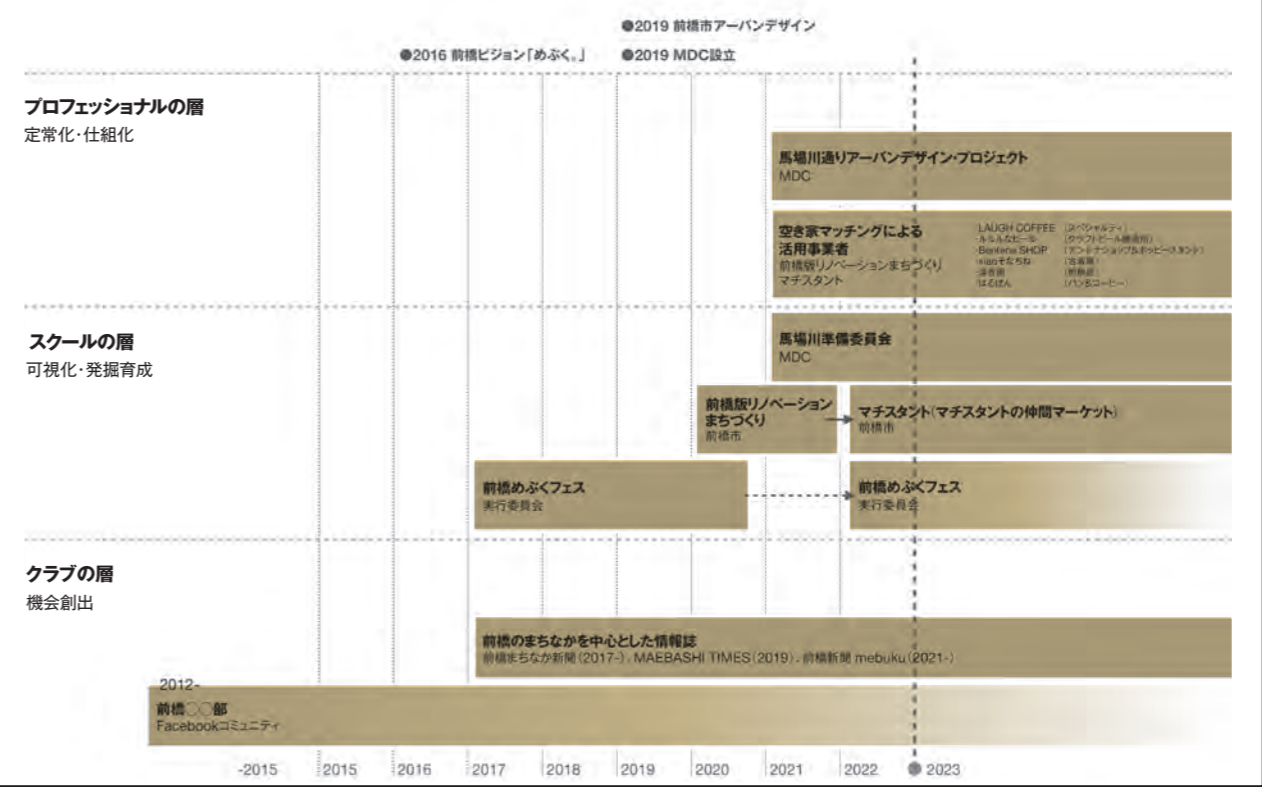
2015 都市再生緊急整備地域指定
2016 国家戦略特別区域指定
2018 グリーン大通り再生ビジョン



前橋 | Maebashi

プロフェッショナル型ストリート・インキュベーション: 公民連携で作成した前橋ビジョン「めぶく。」と中心市街地のまちづくり指針「前橋市アーバンデザイン」があり、それを実現する主体も市民が複層的に入り混じっている特徴がある。通

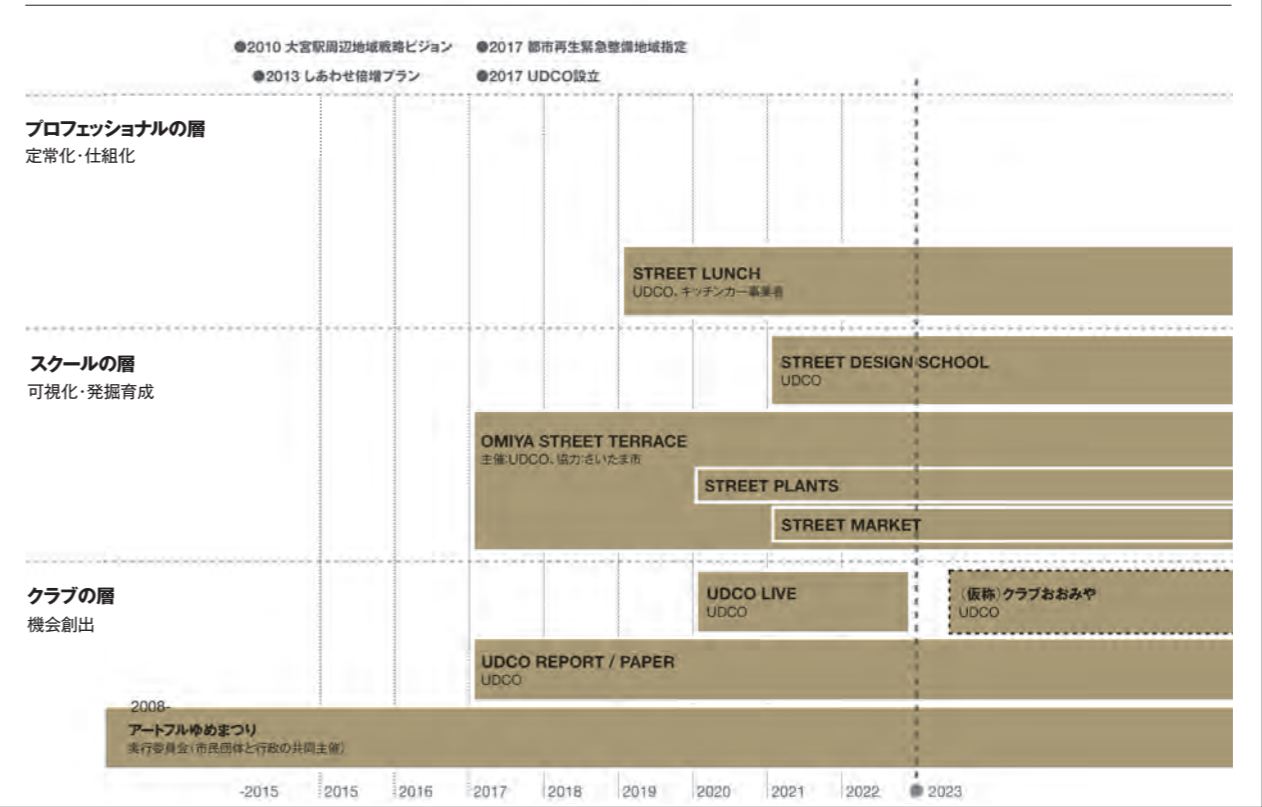
常行政が実行する土木的な整備(馬場川通り)を民間主体で実施をする一方で、空き家や空き店舗やプレイヤーの発掘やマッチング(マチスタント)といった草の根活動を行政主体で実施している。



大宮 | Omiya

スクール型ストリート・インキュベーション: まちのさまざまな隙間空間を掘り起こし、音楽活動の舞台とする「アートフルゆめまつり」が2008年から続き、市民活動のプラットフォームのように機能してきた。UDCOが取り組む「OMIYA STREET TERRACE」は公有地利活用の社会実験を通じて高い文化活動のプレイヤーの発掘や育成、ネットワークのづくりを進めており、自立的に運営できる仕組みを構築してプラットフォームを定常化させることを目指している。

2010 大宮駅周辺地域戦略ビジョン
2013 しあわせ情報プラン
2017 都市再生緊急整備地域指定
2017 UDCO設立





STREET INCUBATION

ストリート・インキュベーション

街路文化の エコシステムをつくる

2017-2019年に、駅周辺の低未利用地であった氷川線西通線の道路予定区域を活用することから始め、公共空間を活性化する「型」をつくってきた。UDCOでは「ストリート・インキュベーション」をコンセプトに掲げ、1 新たな都市活動の創出、2 経済効果の創出、3 沿道経営体の創出を目的として、公共空間利活用を取組を続けている。街路と沿道の一体的な利活用を行う社会実験「おおみやストリートテラス」を3年間に渡って実施するなかで、ローカルなネットワークとつながり、沿道の経済効果を生みながら、地域のプレイヤーとともに公共空間を利活用する仕組みが形づくられた。

[これまでの取り組みを振り返る]

- インフィニティストリート _____ 22
- おおみやストリートテラス2017-2019 _____ 22
- おおみやストリートテラス一番街2020- _____ 24
- ストリートランチ2020- _____ 26

[街路での新たな試み]

- ストリートプランツ2020-2021 _____ 28
- ストリートマーケット2022- _____ 29
- INTERVIEW #1 | 大宮のコーディネーターに聞く _____ 30

#1

STREET PROJECT



インフィニティ ストリート/おおみや ストリートテラス 2017-2019

道路拡幅予定地利活用による沿道事業者支援→
短期的な開催から日常型の
「ストリートランチ」へ展開

大宮駅周辺地域戦略ビジョン(以下、ビジョン)をもとに進められている拠点事業を結び、回遊性を生み出すことで今後エリアとしての活性化を導くストリートを、街路沿道利活用の重点街路「インフィニティストリート」と呼び、2017年から継続して街路沿道利活用の社会実験を継続している。大宮駅東口を中心に大宮駅(GCS構想)、公共施設再編3地区[大宮区役所および市民会館周辺、旧大宮区役所および大宮小学校周辺、旧大宮図書館(現Bibli)]、大宮門街(大門町2丁目再開発)、道路事業を実施している氷川緑道西通線・氷川参道・一の宮通り、また旧大宮市時代に40m道路が構想されていた中央通り、さらに近年新たな店舗事業者が出店している太

鼓橋通りなどを結び、全体として八の字の回遊動線を描いており、大宮らしい暮らしがストリート沿いに日常的かつ持続的に(無限に)営まれることを目指してインフィニティ(∞)と名付けている。また、拠点開発や公共空間利活用(点)をストリートマネジメント(線)へとつなぎ、将来のエリアマネジメント(面)へ発展することが望まれる。インフィニティストリートにおける公共空間利活用ないし地域の多様なプレイヤーとの協働関係(ネットワーク)の形成によるまちの活性化は、ビジョンの“おもてなしひろば”・“おもてなし歩行エリア”形成の具現的取組であると考えており、同じく“おもてなしまち再生(GCS構想)”や“連鎖型まちづくり(公共施設再編)”において創出され

る大規模な公共空間をマネジメントしていく基盤として、公民連携の仕組みの定着化と地域のコンテンツの可視化を進める取組である。また、ストリートの取組は近年より多様化しており、グリーンインフラや空き家・空き店舗活用、子ども子育て支援やスマートシティなど、多様な取組を重点的なストリートに重ねることでウォカブルを目指していく考え方も推進されている。街路沿道を単位とする空間資源やコミュニティ、地域のネットワークをベースとしながらストリートの質向上を図り、都市街路文化の形成への発展を目指したい。

「おおみや ストリートテラス」

「おおみやストリートテラス」(以下、ストリートテラス)とは街路沿道に店舗・休憩施設・飲食スペースなどのテラス空間を設け、地域のコンテンツを表出していくことで、大宮らしい新たな日常を創出することを目的とした社会実験である。大宮駅周辺では、GCS構想にもとづく基盤整備や市街地再開発、公共施設再編などの都市再生事業が計画されている一方で、それらの事業によって生まれる公共空間を利活用するための仕組みと経験の蓄積、また利活用を担う地域のプレイヤーのネットワークが必要とされてきた。また、漸進的なまちづくりの過程においては、各事業期間中に発生する跡地、あるいは関連する事業の方針決定を待っている期間の暫定的な空地・空き建物など低

図1 おおみや
ストリートランチ2017



図1 おおみや
ストリートランチ2018



図1 おおみや
ストリートランチ2019



図4 おおみやストリートテラスの展開・派生



未利用な状態が発生することが多く、まちの賑わいを途切れさせない仕組みが必要である。UDCOでは2017年より道路予定区域や駐車場などの駅周辺に発生している低未利用地に着眼したパブリックスペースの利活用を行い、「おおみやストリートテラス」として社会実験を継続している。

初動期の ストリートテラス

2017年 | 拡幅中の都市計画道路氷川緑道西通線南区間において、工事のストックカードであった移転前の大宮区役所前面に位置する道路予定区域を利活用した。道路工事の仮設資材であるH鋼ガードレールや単管パイプと活用し、カウンターやベンチの設置、路上のペイントを行うことで、拡幅後の歩道幅員を表現し、地域の飲食やクラフトの店舗事業者、キッチンカー事業者などの協力を得てUDCOメンバーが運営する公共空間利活用を計10日間実施した。社会実験初年度は運営の方法や規約・出店ルールの整理や、許可や関係機関との協議をゼロから実施する必要があり、公共事業の事業期間中に並行して道路空間を利活用するという地域で類のない試みを公民双方で共有する結果となった。

2018年 | 同様の氷川緑道西通線の北区間において、着工前・用地買収済の道路用地(道路予定区域)および隣接する民有地の駐車場を一体的に利活用した。前年と比較して搬出入作業が容易であり、継続利用可能な利活用資材を選択することで経年の投資がより生かされるように、テン

トや組み立て/収納可能な製作什器を用いることとした。また、ブランディングを意図して黄色のキーカラーやロゴタイプを制作した。前年の実績を通じて街路沿道の利活用イメージが共有可能となり、より多くの地域のプレイヤーとつながることができ、大宮周辺の店舗事業者や野菜の生産者、学校関係者などパブリックスペースの利活用に前向きな地域の事業者との協働により計3日間の運営を行った。前年の運営方法がベースとなり、関係機関との協議も取組継続として理解を得られるようになったほか、現地での設営や撤収など運営自体を一部協働している出店者らとシェアしたり、地域の大学や学校関係者と社会実験時の調査・効果検証を協働するなど協力体制を築くこともできた。

2019年 | 氷川緑道西通線の北区間の複数箇所において実施し、同じ通りの複数箇所を利用者が回遊することを意図して、道路予定区域と駐車場や軒先などの民有地を含め計5カ所を利活用した。出店・飲食休憩のための設えは前年から使用している什器を用いるとともに、空間的な居心地を向上させるために地域の植木で車道との緩衝空間を設えたり、通り全体の取組として見せていく工夫として直接的に利活用で出店等をしていなくても共通のA形看板や照明・ポスターを設置してもらったり、バナーフラッグを通り全体に設置することでストリートのブランディングを意識した設えを展開した。また、地域のプレイヤーの中には企画段階から関わるメンバーもいて、一部利活用地の出店者調整や運営を担うプレイ

リーダーとして協働してもらった。さらに、運営や調査の協力者や行政、利活用地のオーナーらも含め実行委員会を組織して企画・運営・成果の共有まで地域の方々とともに取り組んだ。おおみやストリートテラスに協力する出店者や協力者にとっては「地域や通りをよくする取組に関わりたい」「人のつながりが増えることがモチベーションとなる」など、必ずしも売上増加や商業効果への期待だけが継続参加の理由ではなかった。一方で、出店者のなかには若い事業者で実店舗はまだないが、大宮の駅周辺で出店した場合のシミュレーションができたなど、地域のプレイヤーが物事を試す場所となっていることはよい成果であった。そして2019年のおおみやストリートテラスでは、街路(公有地)と沿道(民有地)の一体的な利活用に必要な仕組み・空間・協働体制・ネットワークが一定程度整い、ひとつの「型」としてその後の公共空間利活用のベースとなっていく。

経験を通して、イベント的な運営からより長期化し、通りの風景が日常化していくことを志向して、おおみやストリートテラス2017-2019で実験したさまざまなコンテンツの「日常化」が進められた。仮設での飲食提供は事業者が日常的に公共空間でランチ提供を行う「ストリートランチ」へ、地域の植木を用いた緩衝空間は、街路空間に日常利用可能な滞在空間を提供する「ストリートプランツ」へ、野菜・植木の産直販売やワークショップ体験などは「ストリートマーケット」として実施するなど、日常的なコンテンツへと派生していくこととなった。さらにそれらは実践を通してノウハウを伝達していく「ストリートデザインスクール」として展開していくこととなる。これらの発展・展開は次頁以降に詳述することとしたい。 [石黒卓]

図1 公共空間利活用による街の活性化とコミュニティの関係

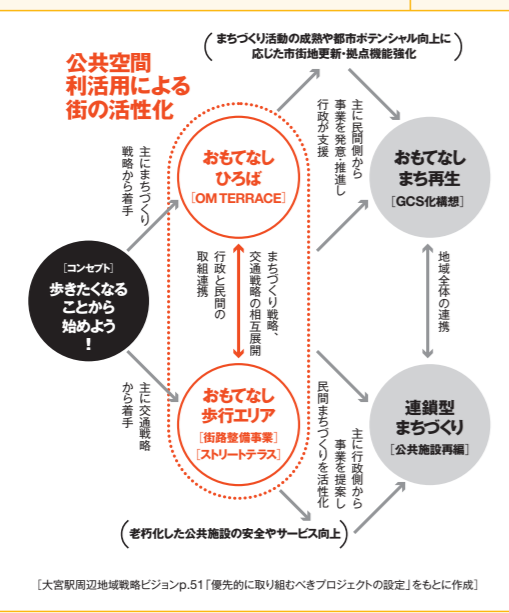
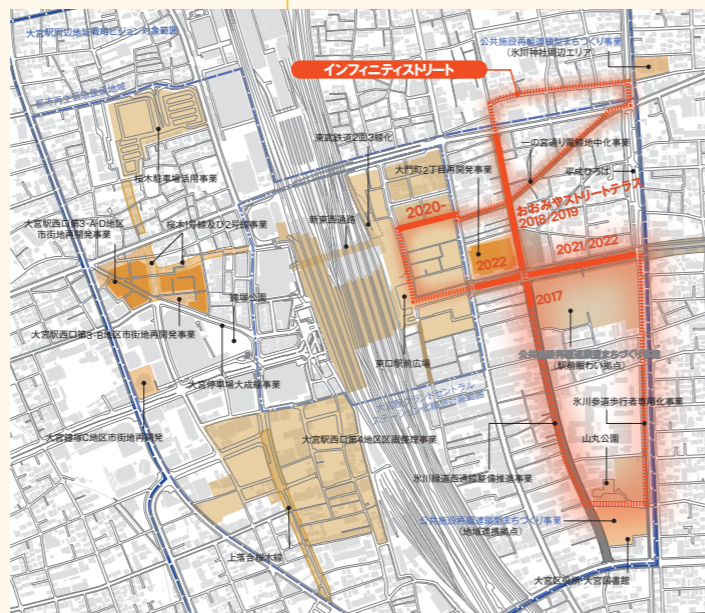


図2 街路沿道利活用の重点街路「インフィニティストリート」



STREET PROJECT

おおみや ストリートテラス 一番街 2020-

コロナ占用特例を用いた軒先活用による
飲食事業者支援→
商店街を主体とした実行委員会形式へと移行

MIYA
STREET
TERRACE

課題解決を目指す 軒先利活用

おおみやストリートテラス@一番街は「新型コロナウイルス感染症の影響に対応するための沿道飲食店等の路上利用に伴う道路占用基準緩和」により、2020年8

月より「大宮一番街商店街」の軒先1mに屋外テラス席や物販ワゴンなどを設置し、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける沿道店舗を支援する取組である【図1】。

新型コロナウイルス感染症の影響を受ける事業者支援を模索する地元企業および財団法人とUDCOとの連携により実施検討を行い、一番街商店街協同組合の協力を得て

実施することとなった。

各店舗が新型コロナウイルス感染症の影響で売上が減少し、営業が困難になり始めていたことに加え、約3年間商店街一体の取組が行われず、また店舗の入れ替わりも激しくため、商店街と各店舗のコミュニケーションが希薄化していた。そこで、沿道店舗支援とともに商店街のコミュニティの課題解決を目指すこととなった。

まず商店街を主体とし地元企業、UDCOなどによる実行委員会を組織した。そのなかで都市再生推進法人として、UDCOは道路管理者と交通管理者との協議などを担った。一番街の特性に合わせて複数の道路占用断面の検討を行ったが、道路管理者と交通管理者との協議も含めて通り両側の軒先1mの利活用を実施することとした【図2】。商店街に加盟する13店舗が参加し、それぞれの業種や軒先空間の状況からテラス席、テイクアウトテーブル、物販ワゴン、看板設置の4つのパターンで利活用を実践した【図3】。

ストリートデザインで 生まれた効果

各店舗と調和しながら沿道の一体感をつくること、無理なく管理運営できることを意識しストリートデザインを行った。まず、各店舗の占用範囲を明確に示すためのラインテープを敷き、立て看板やうちわなどの備品をUDCOから各店舗に貸し出した。範囲が明示されると、自然と各店舗の什器や看板などがラインテープに揃って置かれ、通り沿いに同じアイテムが並ぶことで一体感が生み出される。また、占用範囲内のテーブルやカウンターなどは各店舗が自店舗の什器を設置している。営業時間後は道路上から店舗内へ撤収する必要があり、過度な負担とならないよう数量やサイズを店舗ごとに考えながら活用することができる。

軒先利活用を開始後、売上の向上などが見られた。テラス席を設け、ディナータイム総売上が1割向上した飲食店舗や「通りに商品を出すことで通行人の目に留まり集客につながった」という物販店もあり、テラス席のみならず物販店においても一定の売上増加が見られた。多くのメディアにも取り上げられ、商店街や各店舗のプロモーションにもつながり、商店街

図3 軒先利活用パターン



では会話を楽しみながら食事をしたり、商品や看板を見ながら立ち止まる活気ある風景が生まれた。

この取組の一環で月に一度、モップがけやゴミ拾いなどを行う沿道の清掃活動を実施している【図4】。毎月継続的に3年間実施することで、商店街の活動として定着し、店舗間のコミュニケーションのきっかけとなっている。

これからの 大宮へとつなげる

2020年6月から11月末までの緊急措置であったコロナ占用特例だが、コロナ禍による社会情勢の停滞が長期化したため、以後2020年12月から2021年3月、2021年4月から9月、2021年10月から2022年3月、2022年4月から9月、2022年10月から2023年3月と、5度の延長が行われた。当初は2020年11月までを想定していた一番街での取組も、2021年7月までの1年を目途に延長しながら実施した。1年間実施した段階で満足度や今後の取組意向について沿道事業者に調査したところ、継続に賛成する事業者が大半を占めた。そこで取組の日常化を目指し、2022年10月には主催を実行委員会から大宮一番街商店街協同組合へと変更し、費用は協賛金を募らずに商店街の予算から捻出した。また新たな参加希望があり17店舗による取組となった。そのなかで店舗有志による部会を設け、食に関する企画を議論したが、店舗の入れ替わりや担当者の交代、そしてコロナ禍から次第に通常業務へ戻ることで取組の調整が困難となり

残念ながら実現に至らなかった。また時限的措置であるコロナ占用特例以降の実施に向けて、歩行者利便増進道路制度などの活用の検討を行ったが、一定の基準を満たすことができず、商店街と協議を行い、コロナ占用特例が終了する2023年3月末をもって取組を終了することとした。なお、清掃活動については沿道の維持管理などの観点から継続して取り組んでいく。今回の試みからの学びは以下の2点である。第一に、今後ひかえている街区再編がストリートにどう越境していくかを実践的に示した点である。GCS化構想を控え、道路や建物の整備が進んでいくことが予想される。その際、

単に道路や建物を整備するだけでなく、人々の営みが溢れる一体的な風景を創出するために、軒先利活用は有効である。通りやまちで会話を楽しむ姿や、商品を眺める姿が溢れる光景は宿場町であった大宮の原風景といえるはずだ。未来の大宮のために一番街での知見をしっかりと活かしていきたい。

第二に、継続性の担保である。取組開始後の成果とともに、2年目以降の展開に課題も残した。今後のまちづくりに活かしていくためには中長期的なビジョンに関わる行政や事業者などと事前に共有し、運営体制や維持管理の仕組みを状況に応じて最適化を図る必要がある。

【森元気】

図1 軒先利活用実施風景



図2 複数の利活用道路断面の検討

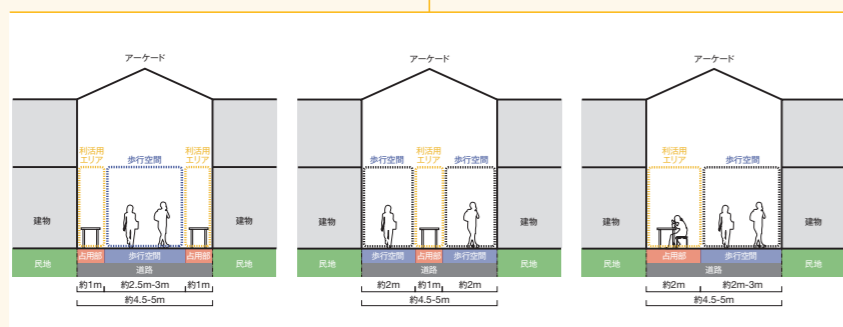


図3 軒先利活用パターン



図4 清掃活動

店舗A: 屋外テラス席2席/立ち飲みテーブル1台	ストリートテラス実施				
	7月	8月	9月	10月	11月
ディナー総売上	180万円	185万円	215万円	295万円	285万円
うち屋外テラス席 (総売上に対する割合)	-	13万円 (7%)	19万円 (9%)	15万円 (5%)	8万円 (3%)

ディナー売上(店舗A)/平均歩行者交通量(休日)/平均気温の関係

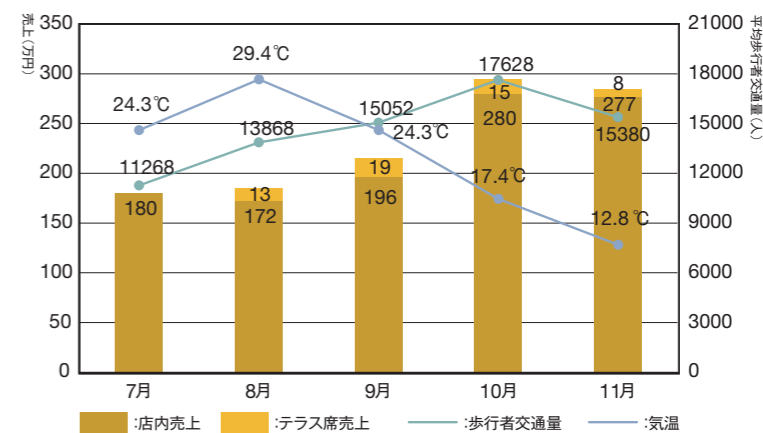


図5 ストリートテラス開始後の売上推移(2020年)

STREET PROJECT

ストリートランチ 2020-

日常的な公共空間利活用による 飲食事業者支援→ 公有地と民有地を同じ仕組みで継続運営

ストリートランチはおみややストリートテラスの日常化を目指し、氷川緑道西通線沿いの民地を活用して、地元事業者によるテイクアウト販売からスタートした取組である。2020年2月より2カ月間の試行期間のなかで、まちのニーズと一定の売り上げを見込めることがわかり、以降継続して実施している。コロナ禍においてテイクアウト販売を強化したい店舗や、新たにキッチンカーを始めた店舗の受け皿と

して事業支援の役割とともに、ランチ販売を通してまちづくりに関わるプレイヤーを発掘する試みである。民間ビルのオープンスペースを活用し弁当販売ができる逸見ビル前[図1]からスタートし、2020年6月から道路予定区域を活用しキッチンカー販売ができる宮町二丁目交差点角[図2]、2022年5月から拡張された中央通りの歩道部を活用しキッチンカー販売が出来る大宮門街前



図1 逸見ビル前のストリートランチ



図2 宮町二丁目交差点角のストリートランチ



図3 大宮門街前のストリートランチ



図4 毎月発信する出店カレンダー

[図3]と段階的に都市の隙間に出店場所を増やしている。出店者は販売形態に応じて出店場所を選択することができる。出店にあたり出店者とUDCOの協体制として、ストリートランチでは行政やビルオーナーなど関係者との調整、仕物の貸し出し、広報などをUDCOが行い、出店者は会場設営と保健所(行商許可/自動車による営業許可)の許可の取得のみで出店できる仕組みとした[図4,5]。出店時の看板や備品の設置に関する一定のルールを設けることで、UDCOが取り組むまちづくりとリンクしたイメージづくりをしている。

まちと出店者がともに育つ 仕組みづくり

出店料は逸見ビル前が売り上げの10%、宮町二丁目交差点角と大宮門街前では15%とし、場所に応じて定めている。逸見ビル前ではビルオーナーへ場所の使用代として売り上げの5%を支払い、宮町二丁目交差点角と大宮門街前では出店者との調整を行うストリートランチコーディネーターへ売り上げの5%を支払い、残りの出店料をまちづくり活動費(広報や什器整備など)に充てている。

なお出店に際しUDCOと出店希望者が事前面談を行い、趣旨や目的の共有を図っている。これは、顔の見える関係性を育むとともに、ランチ販売の機会というだけでなく、まちの賑わいを育むとともに、出店者がステップアップしながらまちづくりに関わる取組であることを理解してもら

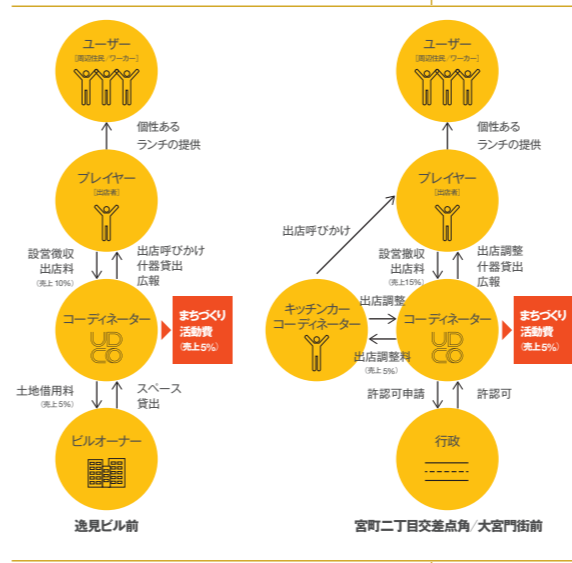


図5 ストリートランチの仕組み

う大切なプロセスである。また、一定の売り上げが見えてきた段階で、ランチの販売場所という「スペース」から、心地よい居場所となる「プレイス」を生み出すために滞在環境やインフラ整備に取り組んだ。逸見ビル前では設置や運搬に負担が大きかった出店用の什器を改善した。普段は心地よいレンガ仕上げの広場で憩えるベンチであり、出店時に販売カウンターへと変形可能な「ベンチ型カウンター」を設けた[図6]。3つの長さを用意することで、各出店者の特性に合わせて利用でき、長いカウンターやL字などにカスタマイズできる。

そして、宮町二丁目交差点角では発電機がないと出店できないことや、発電機の振動や音が気になるということが当初の課題としてあがっていたことから、インフラとなる電気設備の整備を行った。電気設備の整備により出店のハードルを下げ、振動や音などの影響を低減し、ストリートランチ以外の取組も行いやすくしている。またストリートデザインスクール(p.01)で制作したカウンターとベンチを設置し、滞在環境向上のための整備を行った。カウンターは固定し安全性に配慮し、

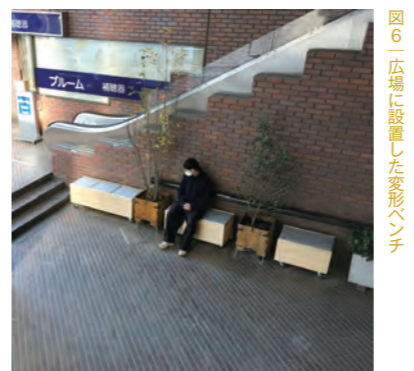


図6 広場に設置した変形ベンチ

ベンチは移動することができ、出店時にレイアウトを変えながら、居場所をつくることができる。さらに、大宮門街前ではUDCOの複数の取組による「プレイス」の創出を図っている。ストリートランチとストリートプランツプロジェクト(p.01)を同じ歩道上で実施し、植栽とベンチにより滞在環境が整えられることで、フードやドリンクを購入した利用者が現地で食事することができる。

3年間の活動と成果

これまで3年間(2023年1月まで)を通して56の事業者により、のべ828回の出店があり、購入者は9,000名にのぼり、売り上げは700万円を超えた。コロナ禍で一時休止などの措置を取りながらも地道にストリートランチを継続してきた成果である。

1年目は自店舗の休業日などを利用して出店する事業者が多く、テイクアウト販売できる店舗も限られていたため、出店回数や売り上げは好調なスタートをきった。しかし2年目になると各店舗も通常営業に徐々に戻り、人員の配置や売り上げなどに課題が始まった。特に弁当販売の逸見ビル前では出店が減少した[図7]。3年目になると新たに大宮門街前での出店ができるようになり、キッチンカーの新規出店希望者が増えた。大宮駅からほど近い好立地での出店機会は売り上げや自店舗の認知向上へとつながる見込みがあるからだ。実施から1年弱ではあるが、リピーターがついてきたと話す出店者もあり、継続

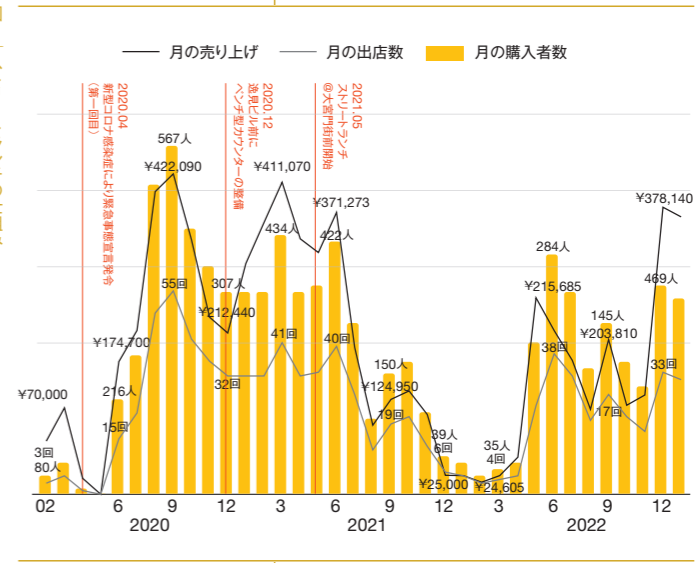


図7 ストリートランチの月別推移



図8 出店者による夜のストリートランチの取組

的に出店しつづけることが成功への一番の近道だとストリートランチコーディネーターも話すように、新たなテイクアウト販売の場として定着してきている。

自主的な取組への展開

最後にストリートランチをきっかけに生まれた取組について紹介する。2022年12月にストリートランチの2店舗の出店者が、「気軽に立ち寄り飲み食いできる場」をコンセプトに宮町二丁目交差点角で夜の時間帯にキッチンカーの企画を実施した[図8]。UDCOはこれに対して安全面の管理や必要な協議をサポートしている。テーブルや椅子を持ち寄り、照明で雰囲気を演出した空間は道路予定区域とは思えない心地よさが生まれ、通りすがりの会社員などがふらっと立ち寄る姿が見られた。継続することで取組がまちに浸透し、ネットワークが生まれることで地域との関わりをもち、いきいきとした活動が風景をつくる。今後ストリートランチからさらなる展開をまちに期待していきたい。 [森元気]

ストリート プランツ 2020-2021

流通型都市緑化による地域産業支援と
街路空間の滞在性向上→
GIAPによる公民連携推進体制の構築

流通型の 街路植栽で 都市景観をつくる

STREET PLANTS PROJECTは、街路沿道を活用する際に地域のみどりで滞在性を高める取組として始まった。2019年のおおみやストリートテラスにおいて、小さな公共空間に設置した飲食や休憩のためのスペースがどうしても道路通行と隣り合ってしまうことから、緩衝の設えとして地域の植木を設置したところ、道行く人々に「この植木は買えますか?」との反応をいただいた。公共空間利活用が推進されるなか、各地で道路上の収益事業が実験的に展開されていたことと、植木生産は大宮周辺の地域産業でもあることから、道路上の景観植栽や街路樹を収益事業化してはどうかという発想に至った。「買える街路植栽」をコンセプトに、街路に設置された地域の植木に対して、購入や協賛を通じて資金を投じられることで維持管理費が捻出され、地域の植木産業

が豊かな都市景観をつくっていく、そんなイメージが生まれた。

プロジェクトの目的はおもに3つ。

- [1] 地域産業の支援: 大宮周辺は植木・苗木生産地であり、かつては大宮中央線で大宮植木市が行われ地域の植木や盆栽が販売されていた。みどりのある街路沿道風景を復活させ、大宮の歴史や文化を感じさせる風景を生み出し、豊かな都市景観を通じて産業を発信していくこと。
- [2] 滞在性の向上: 大宮駅周辺の歩行空間は、歩行者交通量は多いものの、狭隘な歩道空間が多く人が憩える滞在空間が少ないため、街路沿道の緑化によって居心地良く滞在できる街路空間を創出し、暮らしや生業の場として活用できる公共空間を生み出していくこと。
- [3] 維持管理の継続: みどりの設置・維持管理には費用と手間がかかっており、特に大宮の氷川参道ではケヤキ並木の維持管理には長年地域の協力を得て実施してきた経緯がある。行政管理のみどりととは別に、緑化滞在空間そのものを収益化することで、都市のみどりを保つ

公民連携の新しい仕組みをつくること。

公民連携の 緑化マネジメントの 仕組みへ

2020年3月からプロジェクトを開始し、仕組みづくりを行った[図1]。

はじめに、滞在性や景観向上を図りたい通りの飲食店舗や建物オーナーなどに対して軒先や歩道部分に設置する緑化滞在空間の維持管理を依頼し、プロジェクトへの賛同をいただく。UDCOは通りの公共空間に関する占用許可を得て、収益事業が可能な状態をつくる。地域の植木生産者は先行投資として植木を公共空間に設置して運営を開始する。運営者であるUDCOは4~6カ月の一定期間に、協賛や購入の募集・広報を行い、沿道店舗や建物オーナーは水遣りや清掃などの維持管理を実施する。期間終了後に得た協賛金などの資金は、植木生産者・維持管理者・運営者に対して3分の1ずつ、それぞれ設置協力費、維持管理費、運営費として分配される。植木は、期間終了後に生産者の生産圃場に戻りメンテナンスが行われるという仕組みである。

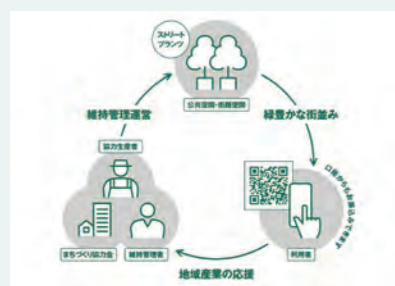
なお生産者にとっては、通常大きなロットで出荷・納入が行われており、その過程で生まれる余剰株の活用を見込める点が一助となって、ストリートプランツへの協力が実現している。

第1回実証実験は民地の軒先において、第2回実証実験は公共施設の屋上(OM TERRACE)において、第3・4回実証実験は大宮中央線の歩道部において[図2]、公民連携による維持管理が行われてきた。また、街路沿道とのコミュニティや地域の植木生産者と協働し、公民連携で街路緑化に取り組んできた経緯を評価され、2022年3月に第2回グリーンインフラ大賞において「国土交通大臣賞」を受賞している。 [石黒卓]



図2 第3・4回実証実験
—
道路歩道での設置

図1 ストリートプランツの仕組み



ストリート マーケット 2022-

再開発ビル前面歩道部の利活用による
ローカルコンテンツの表出→
再開発ビルとの一体的利活用に向けた
エリアマネジメントを志向

ストリートマーケットは、2022年4月に開業した再開発ビル「大宮門街」と一体に整備された中央通りの7mを超える広幅員の歩道部で、大宮を拠点とした生産者や事業者などの出店と居心地のよい滞在空間の創出を行い、「地域を知り、みんなで育てる」ことをコンセプトに据えた公共空間利活用の取組である[図1]。

大宮に生まれた 広い歩道空間の 利活用

大宮門街の開業間もない5月21日、6月11日、25日の3日間でストリートマーケットを開催した。多くの事業者に参加してもらえ

るよう毎日5つの区画を用意し、農作物、植物、飲食の3つのコンテンツの出店を企画した。企画から当日の準備撤収までUDCOとさいたま市が協力して実施し、農作物と飲食のコンテンツそれぞれで出店者とは別に据えたコーディネーターが、UDCOの取組に初出店する事業者の紹介から出店調整や売り上げ確認まで行った。またその場で飲食を楽しんだり、休憩できるようにベンチやテーブルを設けている。歩行者交通量が多い場所のため、必要歩行幅員を確保しながら、車道側に各コンテンツを設けたことで、行き交う人々がふと目をやったり、足を止める様子が見られ、一体的なマーケット空間のようなストリートの風景が生まれた[図2]。

雨に見舞われる日もありながら、3日間を通じて30万円を超える売り上げとなった。まちのなかで出店者と利用者がコミュニケーションを図る姿も多く見られ[図3]、出店者からは売り上げの成果とともに、取組への期待の声があがり、利用者からも今後の開催の有無や出店者の情報の問い合わせがあり、ストリートマーケットが地域を知るきっかけの場となった。

地域に根ざした コンテンツを 目指すために

今後、継続的な取組としてストリートマーケットを育てていくための仕組みづくりや連携を強化させる必要がある。そのために出店者やコーディネーターなどが企画や運営に携わり、まちに関わるプラットフォームとして、実行委員会形式のチームづくりの構築が望ましい。

もうひとつのポイントは、大宮門街との連携の必要性である。門街広場と歩道空間を一体的に活用したマーケットを開催できれば、より多くの出店や、印象的な風景の創出につながり、双方にとって有益な関係といえる。また地域の事業者と門街のテナントに入るような物販や飲食チェーンが同じ取組を行い、事業者間のネットワークを育む機会となるだろう。今年度の実施から徐々に理想的な姿を目指せるよう、できることから取り組んでいき、また実装できるように支援を行い、ストリートマーケットが大宮ならではのコンテンツとなるように育てていきたい。 [森元気]

図1 ストリートマーケット当日の様子



図2 沿道と一体化した
ストリートマーケット



図3 出店者と利用者の
コミュニケーションの
機会となる



INTERVIEW 大宮のコーディネーターに聞く

話者

伊藤司貴 | WOODSMART

野口拓也 | FELICE

聞き手

森元気+高橋卓 | UDCOデザインコーディネーター

ストリートプランツやストリートランチで生産者や出店者の窓口となり、細かな管理や調整を行うコーディネーターのふたりに自身の活動とまちへの関わりを聞いた。

◎ ご自身の活動についてお教えてください。

● 伊藤 | WOODSMARTという会社を運営し、住宅から大規模のプロジェクトまで幅広く「緑」に関わる仕事をしています。外部空間の質の向上と豊かな暮らしの実現を目指し、ランドスケープの設計や、施工、また大規模な仕事では緑にまつわる情報の整理や調整を担うこともあります。ストリートプランツでは生産者との調整や沿道に適した植物の選定に関わっています。

● 野口 | FELICEというキッチンカーでピZZAを販売しています。またピZZAの石窯やフードトラックの製作会社と提携し、これまで私が経験してきたノウハウを提供しながらキッチンカー事業者の独立支援を行っています。ストリートランチでは出店者とスケジュールや場所のルールを話し合って決め、円滑に運営できるように管理しています。ストリートランチ以外でも朝霞市役所で実施するキッチンカー出店でも調整役として活動中です。

◎ まちに関わる意義や、やりがいなどをどのように感じますか。

● 伊藤 | 普段は民間の仕事が多いのですが、公共の取組では不特定の人に対する、安全性やメンテナンスなどより慎重さが求められ、街路樹などの公共の植栽は培われてきた知見から画一的になっている印象です。今後人口減少や技術革新などの影響を考えれば、まちの変化とともに、まちのみどりも多様な在り方になるはず。そのような思いで社会実験などにチャレンジしながらみどりの将来像を考えていくことに意義を感じますし、まちづくりから民間の仕事までかかわることでみどりに対する意識が強くなってきた実感があります。

● 野口 | 7年ほど前に開業した頃は、キッチンカーがまだめずらしく煙たがられることもありましたが、最近ではコロナ禍での屋外飲食の需要が高まったこともあり認知度が上がってきています。店舗を構えるより初期費用が安価なこ

ともありますが、まちなかを自由に動きさまざまな場所に出店できることが魅力です。また、目の前で調理しながら会話を楽しめるライブ感を、多くの利用者に喜んでもらえています。キッチンカーがまちのツールとして役割を担い、歩道や駅前ロータリーの賑わいづくりにつながることは素直に嬉しいです。

◎ 大宮での実践のなかで感じた期待や課題などについてお聞かせください。

● 伊藤 | 見沼に広がる生産圃場は大都市に隣接しながらも、さまざまな大きさの植物を生産し、世界でも有数のポテンシャルをもつ場所だと思います。ストリートプランツは生産者がたんに供給側としてではなく、まちと直接つながる機会となっています。これまでとは違う役割を演じることに対してはおもしろいと好評ですし、産業自体が盛り上がるよいきっかけになります。

一方、今年度の取組では風の影響は想定以上でした。来年度には改善を図り、より多くの人にみどりの見方や楽しみ方を知ってもらいたいです。

● 野口 | 往来する人も多く好立地の大宮門街前での出店ですが、近隣に飲食店が多いこともあり、まだストリートランチがまちのニーズに合っていないことが課題です。朝霞の出店ではテーブルなどが設置されることで売上が安定しており、大宮でも実現出来ればと思います。また普段の出店と並行して門街前の歩道部でマーケットを定期的開催したいです。出店者からも場所を盛り上げていきたいという声があり、常に何かをやっている場所としてイメージを植え付けられれば、ストリートランチも盛り上がると思います。

◎ これからの活動について展望を教えてください。

● 伊藤 | これからもさまざまな人と関わってチャレンジしていきたいです。そのためにも最初に話しましたが、プロジェクトごとに求められる役割を変えながら、みどりの町医者のような存在でありつづけたいですね。

● 野口 | これまではイベントに出店する側でしたが、経験も積み、人脈も広がってきたこともあり、マルシェなどの企画を担当していきたいです。やっぱり自分が楽しみながら、仲間と一緒に仕事をしたい。そんな思いもあり、昨年にちよいのみ[*]を開催しました。それから独立支援のセミナー開催も増やしていきたいと考えています。そのための受け皿となるように、出店場所を盛り上げていきたいです。

[*]—— FELICE野口氏がストリートランチ出店者とともに道路予定区域である宮町二丁目交差点角で自主的に行った取組(詳細はp.027)。



STREET PLANTS

ストリートプランツ



地域産業と公共空間をつなぐ仕組みづくり

社会実験における緑化滞在空間創出のための地域産業(植木生産者)との協働を契機として、寄付・協賛・購入の循環の仕組みを「ストリートプランツ」という枠組みとして構築した。地域の環境向上や植木産業支援などを共通目的とし、公民連携プラットフォームを設立することで地域企業との連携を図り、実際にプロジェクトを動かす「プロフェッショナルの層」と協力体制をつくってきた。これまでの試みを基盤にして、2022年に実現したことについて紹介する。

- ストリートプランツ ————— 32
- 大宮駅周辺グリーンインフラ公民連携プラットフォーム ————— 35

#2

図3 大宮門街前歩道部の利活用 (左から通常のストリートプランツ設置時・イベント時)



ることが明らかになった。台風や春先の強風時には、通常よりも瞬間風速が高くなる傾向がみられ、一部転倒などで複数回の緊急対応にあたることとなった。駅周辺開発が進むなかで今後も現れざる得ない環境下であるため、対策・復旧の体制や設えの工夫など研究的視点で課題解決を図りたい。

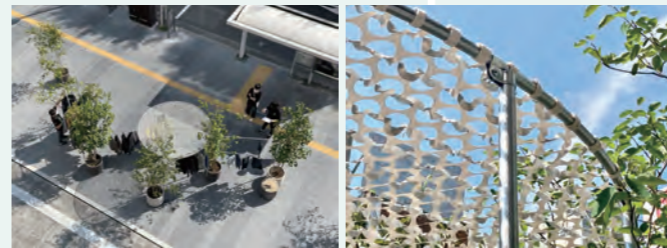
効果検証

ストリートプランツの効果検証として、緑化滞在空間の滞在性を評価する「滞在性調査」、景観向上の効果を評価する「緑視率調査」のふたつの調査を行った。なお、滞在性調査は解析技術に明るいUDC078(アーバンデザインセンター神戸)との共同研究として、緑視率調査は大宮の街路景観調査を継続的に実施している芝浦工業大学鈴木研究室との共同研究で実施している。まず、滞在性調査においては、大宮門街前

常的に現れた。日常的な頻度となった公共空間でのキッチンカー出店「ストリートランチ」はテイクアウトで購入したものをストリートプランツの滞在空間で飲食するなど一体の空間として活用されている風景も垣間見えた。さらに、ストリートデザインスクールで実施した古着のマーケット「ストリートワードローブ」では、ストリートプランツのフレームを追加・再構成してハンガーラックに応用するなど発展的に活用してイベント時の賑やかな風景も創出されていた(図4)。

実施状況 2022年度は、大宮中央通線約300mの区間に分散的に設置し、約100個のストリートプランツを設置した。昨年度制作した木製プランターに加え、移設可能かつ恒久的なプランター仕器とするためGRC(繊維強化コンクリート)製のものを追加製作し、植木やベンチの設えを工夫したほか、農業用パイプを用いた一体化フレームやシェードの設置により、日陰をつくる設えとした(図3)。大門2丁目中地区の再開発によって生まれた幅員9mの歩道は街路樹の無い歩道で、大宮門街(再開発)の建物を利用する人々や通過する人の流れにどのような変化をもたらすかが、今回の注目点のひとつであった。利活用前と比較してベンチに座って会話をしている人が増え、建物側と行き来する人も多くなったほか、ストリートプランツでTikTokの撮影をしている人など多様な使われ方が日

図1 UDC078の「インター・インター」



れまでの大宮中央線3丁目での実践に加え、中央通り2丁目再開発ビル前の大きな公共空間での実践を通して維持管理などの課題や実践の効果が見えてきている。

目的・仕組み

ストリートプランツは、[1] 地域産業の支援、[2] 滞在快適性の向上、[3] 維持管理の継続を目的とした公民連携型のグリーンインフラである。江戸時代から綾瀬川の水運を用いて江戸に植木を提供していた川口安行地域をはじめ、見沼など植木の生産・流通を担う大宮近郊地域、あるいは寄居・鴻巣・深谷など県内には植木の生産地が多く存在する。地域の生産者と協働して都市の緑化景観をつくっていくことで、地域産業を支援したい意図がある。また、70年代・80年代に整備された市街地のインフラが老朽化し更新時期を迎えるなかで、都市空間をグリーン化することで環境負荷を抑え、コミュニティを再形成することが求められている。歩きやすくなるまちづくりとしてウォーカブルの推進や生物多様性や環境負荷低減を指向するグリーンインフラの推進の施策が求められ、街路空間の滞在快適性を高めることや公民連携・地域との協働で維持管理を継続していく仕組みをつくりたいという意図がある。とりわけ大宮駅周辺では氷川参道というみどりの都市構造を維持管理するため、公民双方の努力で継続してきた経緯がある。ストリートプランツの仕組みは、活性化を図りたい公/民のパブリックスペースで、UDCOが利活用の許可を得て協力生産者が植木を設置する。植木に付いたQRコードからクラウドファンディングを通じて、プロジェクトへの協賛やストリートプランツの購入(植木のリターン)をすることができる。資金は3分の1ずつ、植木生産者・維持管理者・運営者に分配される。

STREET PROJECT 2022

STREET PLANTS PROJECT

ストリートプランツ

グリーンインフラ実装によるウォーカブルの実現

「グリーンインフラ」による持続可能な都市環境づくりに注目度が高まっている。成長時代に整備した道路・公園・河川・下水などのインフラが更新期を迎えていることを契機として、自然の多面的な機能を活かした持続可能なインフラへの転換を図る取組を指している。道路についても基盤整備によって都市の骨格が整備されると同時に、沿道の空間や沿道のコミュニティが生まれ、「ストリート」が形成されてきた。UDCOが取り組む公共空間、とりわけストリートの利活用によるまちの活性化は、インフラの更新を契機とした空間とコミュニティの再構築であり、またストリートプランツは、公共空間の緑化やその維持管理のあり方を視点とする街路景観や沿道コミュニティの活性化であり、「グリーンインフラ」のアプローチのひとつである。2022年度のストリートプランツは、大宮中央線での2021年度までの取組を拡張

し、2022年4月に開業した大宮門街(大門2丁目中地区再開発)前の歩道を含めた大宮中央線の2~3丁目に展開した。また、ウォーカブルなまちづくりと、グリーンインフラの両視点の取組であることから、これまで協働してきた植木生産者・プランツコーディネーター・商店街・大学などのプロジェクトパートナーの方々に加え、新たに設立した「大宮駅周辺グリーンインフラ公民連携プラットフォーム(GIAP)」を構成する行政・銀行・財団法人・まちづくり会社の方々と連携した取組に発展し、大宮駅周辺のグリーンインフラに関するリーディングプロジェクトとして実践を進めている。また、ストリートプランツによる滞在空間の効果検証として、画像解析による人流測定によって歩行者の滞在行動や沿道建物への流入についての影響を明らかにした。さらに、ランドレベルの緑視率測定を行い、街路景観への影響を明らかにした。こ

図1 ストリートプランツ

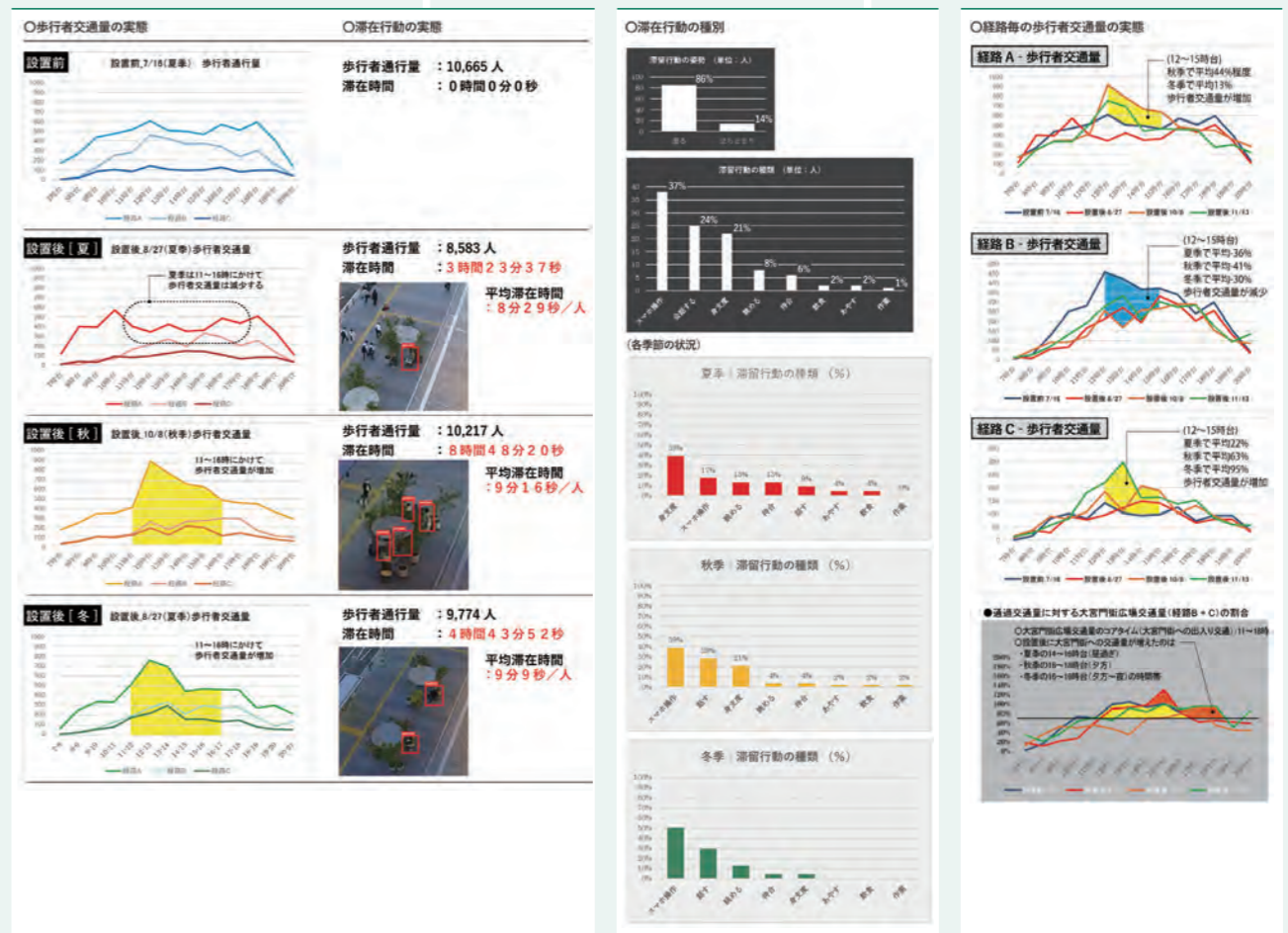


図4 一人人流調査

歩道部において連続撮影した動画を解析することによって、歩行者行動を把握することとした。調査データは設置前、夏季、秋季、冬季の計4日間、時間帯は7-21時の14時間を対象として解析を行った。撮影は大宮門街管理組合の協力を得て、建物4階の屋外共用部分にてタイムラプスカメラを設置させていただいた。民地内での撮影であることから許可を得て実施し、プライバシー配慮の観点から人物を特定できる状態での情報公開は行わない、滞在性評価を目的とする撮影であることを現地で明示するなどの取り決めのもとで行った。

[1] 歩行者交通量 | 設置前後の比較により秋季・冬季に歩行者交通量の増加が見受けられた。特に11-16時の時間帯に変化が見られ、公共空間の利活用によって昼食時間帯の利用者増加を誘導できた。また、当初予想された夕方・夜の時間帯には増加傾向は見受けられなかったほか、夏季の日中は設置前よりも減少の傾向がみられ、日射や気温の影響により減少している可能性がある。

[2] 滞在行動 | 今回は緑化滞在空間の設置部分において5秒以上とどまった人の滞在行動を把握したところ、夏季調査日の歩行者交通量8,583人/日において延べ滞在時間が3時間23分37秒、秋季調査日の歩行者交通量10,217人/日において延べ滞在時間が8時間48分20秒、冬季調査日の歩行者交通量9,774人/日において延べ滞在時間が4時間43分52秒となり、これは最も滞在利用された秋季で1日の約3分の2の時間は滞在者がいることになる。また、1人当たりの平均滞在時間は季節に寄らず約10分程度であった。

滞在行動の種別を見ると、滞在空間に設置したベンチにおいて座る姿勢が86%、滞在空間の近くや日除けの下で立ち止まる姿勢が14%であり、ほとんどの人々が座って利用している。さらに行動の内容はスマホ操作(37%)、会話する(24%)、身支度(21%)、眺める(8%)、待合(6%)、その他(5%)であり、複数人で会話するなどの社会行動が誘導できたことはよい効果と言える。なお、行動の内容について季節ごとの違いは見受けられなかった。

[3] 歩行者経路 | 今回の緑化滞在空間によるストリートの利活用は、沿道建物の人の流入にどのように関係しているかを

明らかにすることで、公民連携による公共空間利活用をして促していきたい狙いがあることから、経路A(歩道の通過)、経路BおよびC(歩道と沿道建物の往来)の3つの移動経路に関する歩行者の交通量を分析した。結果としてストリートプランツの設置場所に絡む経路AとCにおいて歩行者交通量が増加傾向にあり、特に12~15時の時間帯合計で最大95%(冬季、経路C)の増加が確認できた。また、歩道と沿道建物の往来である経路B・Cの合計と歩道の通過である経路Aを比較すると、秋季と冬季において特に16-19時の時間帯に沿道建物との往来を誘導することができたことが明らかになった。

[4] 緑視率 | 緑化滞在空間の設置による景観向上の効果を図るものであるが、都市緑化の指標として一般的には平面の緑被率が用いられているが、より歩行者の感覚に近く効果を測ることと沿道店舗などによる緑の維持管理協力を引き出していくことを意図していることから、2021年度から継続してアイレベルでの街路景観を分析する「緑視率」を指標として用いている。

緑視率調査は大宮中央通線の北側・南側歩道部において約50m間隔で撮影地点を設定し、ストリートプランツを設置した8地点を含む計17地点を対象として調査を行い設置前後の緑視率について分析した。撮影位置は地面から150cm、焦点距

離50mmという同一条件で撮影し、駅側方向(西向き)と氷川参道方向(東向き)を区別して分析している。

結果としてストリートプランツ設置地点において駅側方向で平均3.1%・最大7%、氷川参道方向で平均0.5%・最大9%となった。2021年度で実施地点における設置後の平均緑視率14.7%・最大緑視率34.4%であったのに対し、2022年度の平均緑視率19.25%・最大緑視率34.6%であり、平均緑視率の増加傾向は見受けられた。一方で、緑視率の増加量が微増であったことの原因は、ストリートプランツの配置上2021年度より2022年度の方がより長い区間で実施したことで緑化の密度を高められなかったことが原因と考えられる。

展望

今回のストリートプランツは後述する「大宮駅周辺グリーンインフラ公民連携プラットフォーム(GIAP)」が主体となり、植木生産者や地域の商店街を含むプロジェクトパートナーの方々との連携によって、大宮中央線で拡張的に展開となった。公有地の緑化空間が民間側の協力で設置・維持管理され、滞在性や緑視率が向上した一方で、クラウドファンディングによる資金調達は少額にとどまり、強風などの緊急時対応には過負荷にならない対策が必要など、課題が明らかになった。[石黒卓]

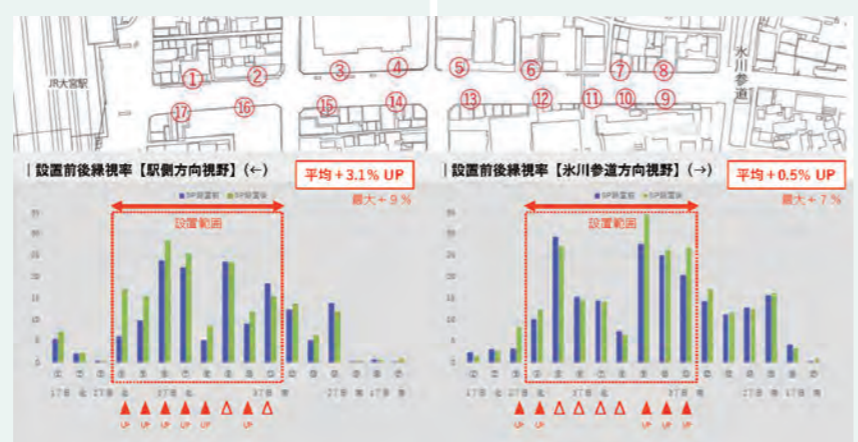


図5 緑視率調査概要



図6 緑視率調査結果

STREET PROJECT 2022

STREET PLANTS PROJECT

大宮駅周辺 グリーンインフラ 公民連携 プラットフォーム

(GIAP)

「グリーンインフラ」とは、いわゆるコンクリートやアスファルトなどをイメージした排水・治水の単一機能である「グレーインフラ」に対して、緑地や土壌のもつ土壌浸透・貯留機能や植物の蒸散機能や景観性、あるいは自然を介したコミュニティ形成や生物多様性確保など、グリーンが多面的な機能の発揮を志向する取組を指している。グリーンインフラの取組方法は多様であり、得られる効果も多面的であることから、市民や行政による既存の事業を捉えなおす視点としても親和性が高く、また、企業の視点でもCSRとして公益性の高い事業に投資したい、あるいは地域づくりの取組を展開したいと考えている企業の参画意欲が高まっている。

大宮駅周辺においては見沼田圃や氷川参道・大宮公園といった地域の骨格を保全・活用していく地域共通の課題認識があり、鉄道要衝である大宮で80年代に整備されてきたインフラが更新期にあることから、公民連携により次の時代の都市基盤を検討・整備していく時期にある。また、SDGsに向けた世界的な潮流のなかで、環境配慮・環境負荷低減への貢献志向がより一層グリーンインフラへの注目度を高めている。

大宮では、公民連携によるグリーンインフラ事業を推進する組織として、「大宮駅周辺グリーンインフラ公民連携プラットフォーム(以下、GIAP)」が2022年1月に設立された。2022年度のGIAPではメン

バーの7社と協働し、グリーンインフラに関するビジョンやアクションプランの検討、それらにもとづくリーディングプロジェクトを実施してきた。また、地域産業でもある植木生産地での意見交換や視察会などを通じて、今後の大宮でのグリーンインフラの実装に向けたプロジェクトの立ち上げについて議論を重ねている。現時点での議論の状況を含めて2022年度のGIAPの取組について概括する。

プロジェクト先行型のプラットフォームづくり

GIAPでは、先行してUDCOが実施していたストリートプランツをリーディングプロジェクトとして、公民連携の推進体制構築を進めている。GIAPはUDCO・さいたま市・埼玉りそな銀行・地域デザインラボ・さいたま・武蔵野銀行・さいたま市公園緑地協会・さいたま市都市整備公社の7社を構成メンバーとしており、ストリートプランツ実証実験の具体的な実践を通して、各メンバーの役割や協働関係を築いてきている[図2]。

公有地と民有地双方の都市緑化を同じ仕組みで運用することを目指していたため、公有地の占用許可や公有地での収益事業(協賛・購入手続き)の実施にあたっては、協議・許認可でのさいたま市側の

協力が必須であるとともに、GIAPの枠組みのなかで都市局みどり公園推進部みどり推進課・都市局都心整備部大宮駅東口まちづくり事務所による後押しを得てより大規模な実証実験を行うことや、関係機関とのスムーズな協議調整を図ることができた。

また大宮のエリアプラットフォームでは銀行がメンバーにいることは全国的にも稀有な例であるが、地域の企業ネットワークを有する銀行やならではの協働関係として、プロジェクトへの協賛公募やPRについて協働することができた。

さらに、公園緑地協会や都市整備公社による専門性を有する公共空間の管理については、実際に設置・撤収やプランツの維持管理の場面において協働を図ることができた。

加えて、公園緑地協会は日常の公園などの管理で発生する剪定枝を粉碎・堆肥化する事業を行っているが、ストリートプランツに剪定堆肥を混ぜたり、ストリートプランツへのクラウドファンディングの協賛リターンとして剪定堆肥を提供いただくなどの協力を行うことができた。

このようにプロジェクト先行型で実践を通して役割や協働関係を構築していく方法をとる一方で、ストリートプランツ以外のプロジェクトについてもメンバーとのワークショップやブレインストーミングを継続しており、いくつかのプロジェクトが検討されている[図3]。



図1 ストリートプランツ
灌水式の様子



図2 GIAP
地域の植木見学会の様子



図3 GIAP
ストリートプランツ部会の様子

GIのプロジェクト組成

プロジェクトのアイデアは熟度に依りて3つの段階に分けて検討を進めている。プロジェクトの実施場所/主体/仕組みなど事業のベースのあるものは「リーディングプロジェクト」、場所/主体/仕組みは未確定だがプロジェクトリーダーが明確なものは「ターゲットプロジェクト」、その他構想段階のものは「プレスト(プレインストーミング)プロジェクト」とし、ターゲットプロジェクト以上のものはプロジェクトチームを構成して事業の具体化・実現を図っていく。プレストワークショップは定期的な実施し、構成メンバー以外の地域のプレイヤーも巻き込みながら、ネットワークをつくっていく。UDCOはまちづくりの中間支援組織として、議論の推進やプロジェクトの仕組みづくりについて助言をしたり、先行事例の情報提供などを行うことで、エリアプラットフォームでプロジェクト組成を支援している[図4]。

2022年度は構成メンバーの主体的な企画をもって以下のようなターゲットプロジェクトが立案されている。

大宮駅西口グリーンコミュニティプロジェクト | 武蔵野銀行をプロジェクトリーダーとして、大宮駅西口の公共空間・デッキ

ネットワークと接続建物の連携により、みどり豊かな大宮駅西口を構想するグリーンコミュニティづくりを目指すもので、西口のM'sスクエアをはじめ周辺の公共空間を活用して都市緑化やシンボジウムの実施の検討を始めている。

さいたま市グリーンマッププロジェクト | さいたま市のまちなかのみどりに関する情報(街路樹などの位置・大きさ・樹種・樹木の健康状態など)について、ウェブシステムを通じて、市民・来街者からの情報収集を促してグリーンマップを構築することで、みどりの維持管理に対する市民参画や意識啓発、維持管理方法の改善などに役立てるもので、さいたま市をプロジェクトリーダーとして事業の検討が始まっている。

剪定堆肥&地域循環プロジェクト | 公園緑地協会のプロジェクトリーダーとして検討しており、公園緑地協会が管理する公園などに限らず、大宮周辺でのグリーンインフラの導入・維持管理において発生した剪定枝や落ち葉などを収集し堆肥化することで、資源の地域循環を目指すものである[図5]。

大宮のグリーンインフラ戦略

GIAPではプロジェクトの立案と同時に、

構成メンバーが課題認識や取組目標を共有してグリーンインフラの実装を情報発信することを目的として、大宮駅周辺グリーンインフラ未来ビジョン[未来ビジョン]と、実行計画[アクションプラン]の検討を進めている。これらはGIAPが主体的に策定するものであり、プロジェクトの取組状況を踏まえて随時更新していくものである。

大宮駅周辺では、大宮駅GCS化構想や公共施設再編3地区など面的なまちづくり事業を控えており、東口のウォークブル推進事業などを通じて氷川参道・氷川神社などの地域資源へ向かう回遊動線の活性化を図っている。氷川の杜や見沼田圃などのみどり豊かなイメージを面的なまちづくりで打ち出していくことが目指されるなか、周辺のエリアからグリーンインフラの実装を図っていくことで、事業の仕組みやプレイヤーのネットワークを強化していくことが必要である。

未来ビジョンでは、東口の回遊動線軸を中心として周囲に4つのみどりの拠点づくりを目標としている。またみどりの拠点づくりを通じて、氷川の杜や見沼田圃、西口や新都心のエリアとの空間的な接続・活動の連携を目的としたグリーンインフラの実装を目指していく[図6]。 [石黒卓]

図4 プロジェクト組成プロセス

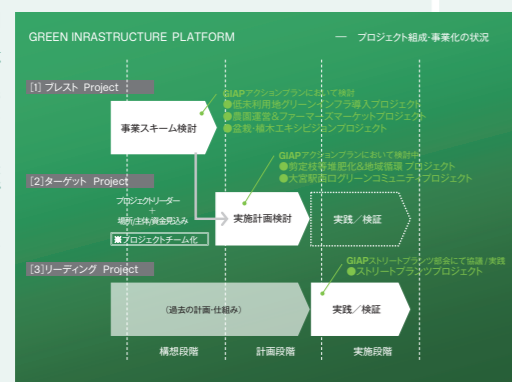


図5 剪定堆肥活用の仕組み

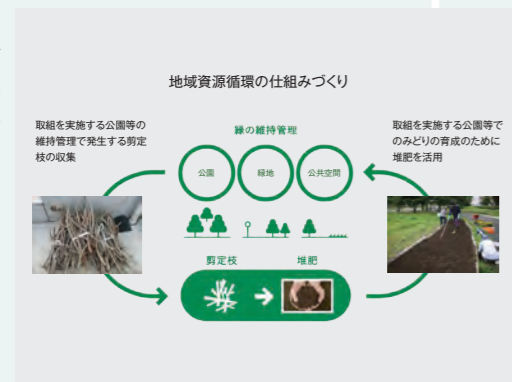
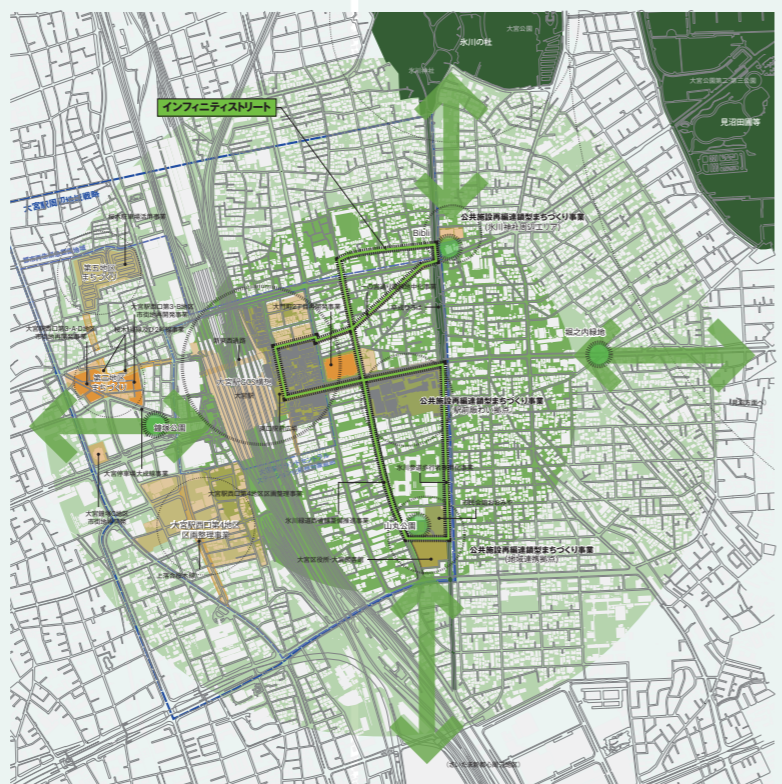


図6 グリーンインフラの展開イメージ



STREET DESIGN SCHOOL

ストリートデザインスクール



ローカルコンテンツの発掘と可視化

UDCOがこれまでにストリート活用の経験を蓄積したことから、街路空間利活用の実践的プログラムを通じて、ストリートデザインマネジメントを推進できる人材の育成・発掘を目的としたスクールを2021年に立ち上げた。まちづくりの担い手と一緒に学んでいくだけでなく、まちの担い手不足を課題とする自治体やまちづくり団体においても、コンテンツや仕組みづくりの契機となるような実践型スクールの水平展開を目指していく。ここでは2022年のスクールの様子を紹介する。

- ストリートデザインスクール 2022 38
- 社会実験 #1 OMIYA STREET WARDROBE 42
- 社会実験 #2 SANKITA CROSS POINT 44
- INTERVIEW #2 | ストリートデザインスクールの受講生に聞く 46

#3

STREET PROJECT 2022

SS

ストリートデザインスクール2022

実践型スクールによる
ノウハウ普及と人材発掘

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、ストリートを活用したまちづくりの担い手不足が課題となっている。「ストリートデザインスクール@大宮」(以下、スクール)は、大宮におけるストリートデザインの現場を体験できる実践型まちづくりスクールである。コンセプトは「まちを動かす体験を学ぶ」として、受講生が主体となって実際に社会実験をアウトプットすることでまちの課題解決と価値創出につながるストリートデザインを学ぶことができ、まちに関わる担い手を発掘/育成することを目的としている。持続的な取組を見据えると、地域事業者による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、エリア全体の戦略とストリートでの実践を両輪で推進する人材が求められている。そこで、ストリートを活用した社会実験を実践してきたUDCOの経験から、レクチャーとまちあるきによる情報のインプット、講師や地域関係者とのディスカッション、実際に公共空間を活用する実践のアウトプット、という一連のプロセスを通して「ストリートデザインマネジメント」を推進できる人材育成を試みている。初年度は「ストリートデザインマネジメント」の実践型プログラム開発とスクール事業立ち上げ、2年目となる2022年は、他自治体やまちづくり団体向けのスクー

ル事業展開を視野に運営ノウハウの体系化に取り組んだ。次なる展開としては、スクール事業への問い合わせも多いため、ノウハウの普及を進めていきたい。

公共空間利活用のプロセスを体験する実践型スクール

大宮では、駅周辺街区を面的に更新する再開発構想や公共施設再編による連鎖型まちづくりなどの都市再生事業が進行中であり、それに伴って今後大規模な公共空間が生まれる見込みである。また、他都市と同様に「まちの課題解決と価値創出につながるストリートデザイン・エリアマネジメントを推進する担い手が不足している」点も課題となっている。また近年、全国的に社会実験による公共空間利活用が盛んになりつつあり、UDCOの取組に関する問い合わせが増えていることから、スクール形式でノウハウを伝える必要があると考えた。そこで、実際に大宮のストリートや公共空間を舞台として、公共空間利活用の実践的かつ現場レベルのプロセスを体験できるプログラムを提供することで、UDCOが拠点とする大宮の地域課題に取り組むが、大宮内外から募集した受講生にノウハウを普及する「実践型まちづくりスクール」が開校した。

まちの課題解決と価値創出をつなげる伴走型プログラム

プログラム開発にあたり、産官学民の連携基盤でありながら大宮のストリートという現場をもつUDCOの強みを生かして、概論だけでなく専門的な内容に踏み込んだカリキュラム、座学だけでなく一連のプロセスを習得するために構想を社会実験としてアウトプットできる実践的なプロセス、の両立を念頭に置いた伴走型の現場体験プログラムを企画した。スクールの成果としては、受講生がストリートをマネジメントするための活用デザインの実践を通して体験した気づきや学びを、大宮や他都市・地域のまちづくりの現場のなかで発揮してもらうことで、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受講生の主体性を引き出せるようなプログラムの運営に努めた。スクール修了後、受講生が実践ノウハウを再現できるように、社会実験の企画立案から実施計画までの一連のプロセス(予算・保険・制作物・広報基本方針・詳細スケジュール・コミュニケーションルールなど)をドキュメント化した「実践ガイドブック」を作成/共有している。運営体制としては、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(公共不動産・株式会社nest)・今佐和子氏(国土交通省)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活用デザイン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、全6回の現地プログラムをメインとしながら、オンライン/オフライン講座、受講生と担当インストラクターによるグループワークを経ることで、公共空間利活用の実践から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した。

[①インプット]では大宮駅周辺地域におけるまちづくりの動向とストリートテラスの実績を概論的に把握し、[①開校]では実際に大宮まちあるきをしながら地域関係者からお話をいただき、ストリートデザインの実践に向けてまちの見方や考え方をディレクターから示しつつ、まちのファーストインプレッションについて受講生同士で共有した。[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]では地域関係者に向けて成果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月にスタートしてから、地域関係者の協力を得ながら、地元事業者との出店交渉や意見交換を重ね、公共空間利活用の課題や価値を計画としてまとめ、実際にアウトプット、11月に効果検証を含めた成果報告、というストリート活用デザインに役立つさまざまな知識とスキルを身につける濃密な3カ月間となった[図2]。

実践コースと聴講コースによる多様な受講生の参加

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、前者ではスクールの全プログラムを体験できる実践形式、後者は現地プログラムのインプット・開校・中間報告会・アウトプット・成果報告会をオンラインで聴講できる座学形式とした。受講生のターゲット層としては、再開発と運動したエリアマネジメント組織の立上げおよび推進につなげるためのまちづくりの現状理解を目的とする方(例:設計事務所/ゼネコン)、沿道店舗の活性化によって商業効果やコミュニティ強化などの不動産価値向上につながるノウハウを学びたい方(例:不動産)などをイメージして広報活動を行った。実践コースは12名の方が受講することに

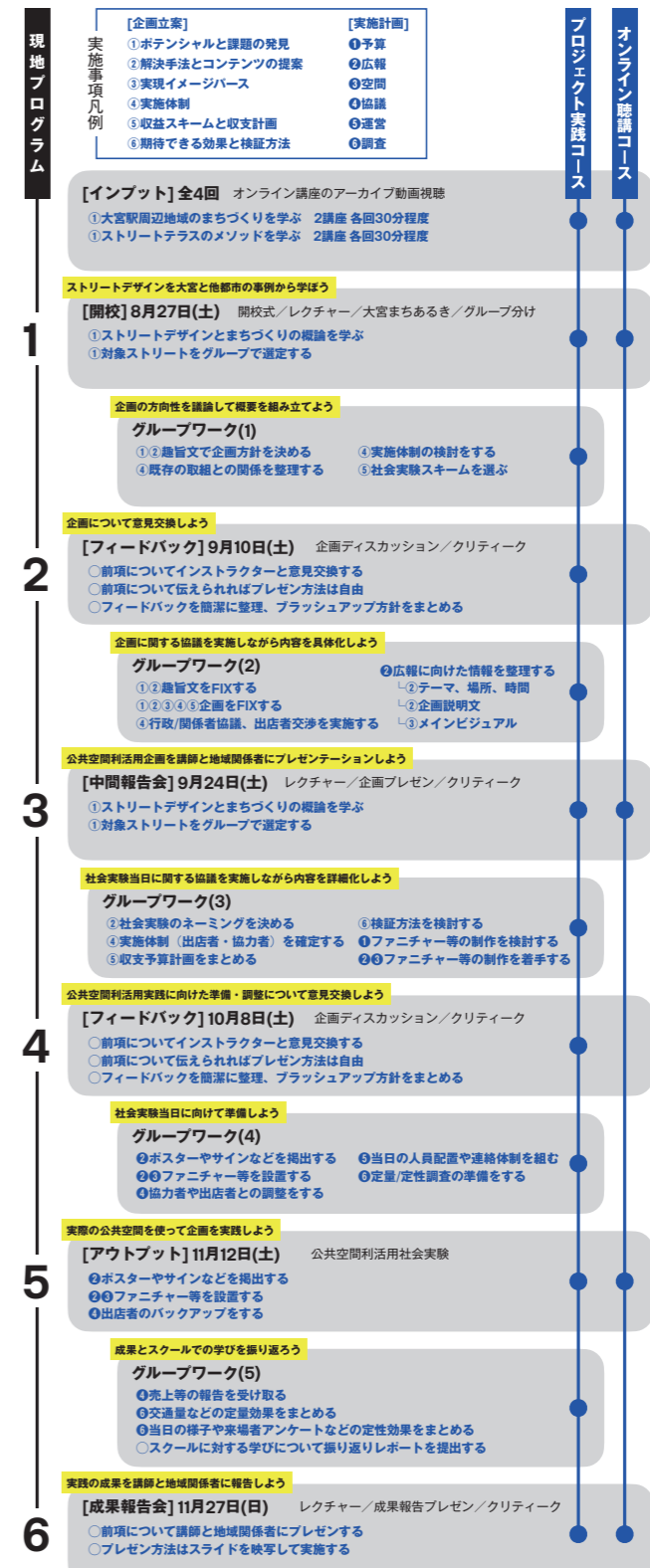


図1 ストリートデザインスクールのプログラム

図2 大宮駅周辺まちあるきの様子

なり、不動産業3名、建設業2名、大学院生2名、まちづくり団体、ビルメンテナンス業、製造業、エネルギー業、サービス業(各1名ずつ)など、想定していた業種からの応募は複数となったものの結果的には多様な立場や所属からの参加となった。今年度は、大宮勤務3名、大宮在住3名、大宮に事業がある方2名、大宮出身1名など、半数以上が大宮に縁のある方々が集まったことから、スクールを通して大宮のまちづくりに継続して取り組める人材の発掘だけでなく、業種を超えたネットワークにつながることも期待できる[図3]。また、インストラクター1名がグループごとに伴走する形式をとっており、募集時にアンケートを取ることで(業種と所属からまちづくりや空間の基礎知識、大宮との関わりからは土地勘、応募動機やその後の学びの活かし方からグループ内での役割)バランスに配慮したグループ分けを試みており、1グループ6名で2グループの編成となった。

聴講コースは、大宮の現地プログラムに参加することが難しい他都市・他地域の受講希望者を想定したものが、受講者の半数以上が行政関係(公務員・議員)だったことから、他自治体からのスクール事業への興味とニーズの高まりを感じている。

主体性と日常化を意識づけるためのコミュニケーション

受講生には、実践ノウハウだけでなく地域に根ざした社会実験の企画スキルを身につけてもらうべく、ストリートデザインを推進する担い手としての視点を示してきた。例えば「社会実験とは一過性のイベントではなく新しい日常の風景を描くものであることであり、持続的な取組を目指すには、スキーム図をつくることで関係者間のメリットを設定・図解化されていることが大切」「受講生は公共空間利活用のための場と仕組みをつなぐ役に徹し、参加する出店者が主体的に動いてもらえるようにすることが続けやすさにつながり、日常化への大切な一歩になる」などである。このように、まちとの関係を大局的な目線で捉えつつ、地域関係者や出店者ややりとりしながら継続性を考える感覚を、現場を通して体験できることはスクールの醍醐味でもあるが、もっとも難しいポイントでもある。

実践コースの受講生がグループに分かれプログラムを進めるにあたり、運営側で

は常に進捗状況を把握しつつ、受講生と先述のポイントなどを円滑に共有していく必要がある。そこで、コミュニケーションツールをSlackで一元化し、報・連・相の遅延をなくしながら、当事者間でのやりとりが見えやすくするようにした。

また、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、講師から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するよう促した。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ることを促すアクティブ・ラーニングの手法を取り入れながら、学びの障壁となっていることを先回りして把握することでスクール運営の改善にも役立った。

大宮の魅力を再発見・可視化したふたつの社会実験

3カ月間で、地域特有の課題に向き合いながら地元の方々とのコミュニケーションを経て、大宮を舞台に新たなストリート活用モデルとなる社会実験につなげたす

べての受講生に敬意を表したい。結果的にふたつのストリートで社会実験をアウトプットすることができた[図5,6]。

社会実験① 大宮門前歩道部

(OMIYA STREET WARDROBE)

再開発ビル前の歩行者空間利活用

大宮・一の宮通りに多くあつまる古着屋に着目し、街路にストリートカルチャーのネットワークを表出させることで、古着文化をまちの回遊性を高めるローカルコンテンツとして再発見する試み

社会実験② 宮町2丁目道路予定区域

(SANKITA CROSS POINT)

道路予定区域利活用とエリア価値向上

住宅地に個性的な店舗が点在する氷川参道北部エリアを新たに「さんきた」と呼び、大宮駅とさんきたをつなぐ道路予定区域に出店することで、エリアの認知と活性化のきっかけをつくる試み

「OMIYA STREET WARDROBE」は、大宮門前前の歩道空間を舞台に、大宮に20年前から集積する古着文化をまちの回遊性を高めるローカルコンテンツとして再発見する試みであり、15店舗の個性が表れるように出店をコーディネートすることでストリートをカラフルに使いこなしながら、滞在空間としての快適性と動線の回遊性のバランスによって賑わいを生み出した。出店者からは「大宮で同業者が一堂に会するのは珍しく、ストリートが古着文化のプラットフォームになるとおもしろいのではないか」と期待を寄せる声もあった。

「SANKITA CROSS POINT」は、空き家や空き店舗を活用した魅力あふれる個人店舗が徐々に生まれつつある住宅エリアに「さんきた」と実験的に名付けることでフォーカスを当てながら、そのエリアの玄関口に当たる道路予定区域に、さんきたエリアから3店舗が出店することで「さんきた」エリアの可能性を可視化し、道行く人々に関心をもってもらうなど、エリアの価値をテーマとした取組となった。

今年度は、インフィニティストリート(p.01)に沿って対象地を提示し、社会実験に取り組んだが、「さんきた」のように新たに魅力あるエリアを受講生自ら発見することで「点」を「面」に発展させたり、古着に着目したことで「点」としての古着屋を

ネットワークすることになり魅力的なネットワークとしての「線」が生まれることになった。大宮の事業者や店舗などの「点」をつなぎ「線」や「面」をつくっていくことによって発掘されたエリアやネットワークは、UDCOの今後の活動にとっても原動力となるだろう。

まちの日常と学びにつなげる成果報告会

受講生には、まず地域課題に対して「こういう風景をつくりたい」と社会実験の企画を構想したうえで「その風景が日常化するまでの障壁を整理」し、それに対して有効なデータと調査方法を検討するようにアドバイスしている。

定量調査(出店者売上・交通量調査など)と定性調査(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)から狙いに対する課題と効果を振り返り、社会実験が「どのように地域に役立ち・次につながっていくか」を俯瞰的かつ持続的な視点から、プログラム最終日に成果報告してもらった。

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個人の経験として振り返る場とした。第1部は、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)をどのように地域に生かせるのか、展開イメージ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ることでノウハウを自分のものとして定着してもらう機会を設けた[図7]。

ひとを巻き込みまちを動かすためのコミュニティをつくる

「まちにまちづくりの担い手がない」という声をよく聞かすが、「いないのではなく見つけられていないのではないかと」今年度のスクールを通して考えさせられた。大宮には知られざる文化やコンテンツがあり、それらを足を使って見つけてくる、



図7 成果報告会参加者の様子

というプロセスが重要であることをまちに飛び込み主体的に動く受講生の姿からあらためて気付かされた。今後もスクールは大宮の未来をつくる人材とコンテンツの発掘に取り組みながら、次年度は大宮以外にもスクール事業を展開することを目的としたサービスパッケージを用意し、同種の課題解決を目指す行政やまちづくり団体や民間企業への水平展開を進める。

スクール事業の対象となる

他都市・他地域のイメージ

(まちづくり初期)

課題 ウォーカブルに取り組みたいが、まちの課題がわからない

対策 新しい日常の風景をつくる「社会実験」を通して、「地域プレイヤー」のネットワークを構築する

(まちづくり展開期)

課題 プラットフォームを立ち上げたが、事業がつかれない

対策 「社会実験」の実践を通して、企画～運営までのノウハウを「プラットフォーム」に導入する

受講生たちは、修了後も所属や世代を超えたフラットな関係のなかで情報交換を続けながら、ふたつの自主的なまちづくりの活動を大宮に生み出している。このような動きは、現場での体験を通じてまちづくりの意識を共有したことで、まちの担い手となる可能性のあった人々を後押ししたからだと考える。UDCOとしてもまちづくりの仲間が増えていくことは頼もしく、より一層スクールによる効果を活かして大宮のまちづくりを盛り上げていきたい。

[高橋卓]

[ドキュメント動画]
ストリート
デザインスクール
@大宮2022



図3 地域関係者とプロジェクト実践コース受講生



図5 社会実験DAYのポスター



図4 講師との意見交換の様子



図6 社会実験DAY当日の様子



STREET PROJECT 2022

SS

社会実験 #1 OMIYA STREET WARDROBE

バックストリートの古着文化に着目し、
公共空間でローカルコンテンツを顕在化させる

古着の魅力が ストリートに集まる

大門町2丁目の大宮門前歩道部にて、2022年11月12日にストリートデザインスクールの受講生による社会実験として「OMIYA STREET WARDROBE (以下 STREET WARDROBE)」を実施した[図1]。

「STREET WARDROBE」とは、大宮駅周辺の古着店が集まり、ストリートに出店したものである。まち歩きを経て受講生がまちの魅力として取り上げたのが「古着店舗」であった。大宮には一の宮通りを中心に数多くの古着屋が集積している。歴史のある店舗は20年以上続いており、古着好きには知られた古着のメッカでもある。

一方で、大宮駅は東京方面や東日本エリアへのアクセスのよさから商業地や居住地としての価値が高まるにつれ、便利さを売りにする大規模チェーン店舗が集まるようになり、大宮ならではの個性や文化的な特性が見えづらい状況にある。また

古着店舗も立地が奥まっていることやこだわりある店舗の雰囲気もあって、なかなか店の中に入りづらいという声もある。そこで、大宮門前歩道の歩道が駅近の目抜き通りにあり、幅員11mの広場的な大きさをもつ特性を活かして、路地裏にある大宮の古着文化が可視化される舞台として活用することを試みた。

地元のネットワーク づくりを支援する

受講生は大宮に足繁く通い、気になる古着店舗を回って関係を構築していった。店舗にヒアリングをするなかで見えてきたのが、

- 1— 地域内で古着店舗同士の交流機会は少ない
- 2— 古着店が集積しているので共通の取組をしたいと考える一方、店舗同士だと率先して行動するのは難しいという課題である。例えばマーケットの開催やマップを制作したいという共通の



図3 什器製作の様子

思いがあっても、店舗同士のネットワークがない状態では互いの目を気にして自発的に動きづらい。第三者としてどのように関与できるか悩んだが、そのような状況のなかでこそ中間支援組織の役割があると考え、店舗同士の交流のきっかけとしてストリートで古着店が一堂に集まり、出店できる企画を作成した。その企画が大宮門前歩道の歩道空間を活用したマーケット「STREET WARDROBE」と、「大宮東口古着マップ」[図2]の制作である。初めての試みにも関わらず10店舗が趣旨に賛同し、出店を決めた。

そして、ストリートで実際に出店場所を設けるうえでは、ただ古着を物色して購入する場の提供だけではなく、滞留する場をつくるのがコミュニケーションをとるために重要と考え、キッチンカーによる持ち運びやすい飲食の提供と休憩スペースの設置、アップサイクル(*)をテーマとしたワークショップスペースを組み合わせた。このような仕掛けを通して、歩道で古着に出会い、地図を片手にまちを歩ききっかけとなる場所となることを目指した。

みどりと古着が 混ざり合う、 全方位に開いた空間

ところで、このSTREET WARDROBEの空間はどうあるべきだろうかという議論があった。今回は、対象敷地にすでに設置されているUDCOの「ストリートプランツ」を活かして、古着をかけるためのパイプや店舗サインや鏡といったアタッチメントをつけることでマーケットへと展開した。もともとここに設置してあったストリー

トプランツは農業用ビニルハウスで用いられているスチールパイプを活用しており、既存の流通金物でさまざまな接続が可能である。ストリートプランツに設置していた円形シェードから腕を伸ばすようにハンガーラックパイプをつけ、それをくの字に折り曲げたハンガーパイプを店舗ごとのユニットとしている。さまざまな方向にパイプを伸ばし、円形シェードの下を通行可能とすることで、車道側と沿道店舗側の行き来がしやすいようにした。通常の屋外マーケットでは客と出店者のあいだに境界があり、表裏がはっきりして沿道店舗側に背を向けてしまう状態となる。事前に試作品を作成して検証し[図3]、表裏を生じさせない動線や視線の抜け、パイプごとにかけられる衣服の数、ストリートプランツの植栽と古着の彩(いろど)りが混ざり合うようにレイアウトした。

カルチャーと 出会うための バリアフリー

そして社会実験当日は幸いにも好天に恵まれた。定点カメラ映像をもとに時間ごとの滞在人数を測定したところ、最大滞在人数は約100人となり予想を超える盛況となった。来場者の世代や構成を見ると[図4]、高齢者から子どもまで、またひとりでの来場から友人や家族連れなど、どちらも幅広い層に届いている。特に印象的であったのが、普段は古着屋に接する機会のないお年寄りの方が古着を眺めながら店主と交流している風景や、ベビーカーや車椅子を伴って古着を物色している風景である[図5]。これは全方位にオープンでバリアフリーな歩道という公共空間であるからこそ生まれた出会いであった。来場者へのアンケートからも、大宮のカルチャーの発見の機会になったこと、実店舗を訪れる敷居が下がったこと、マップを活用してまち歩きをしてみたいなどと



図4 多世代の来場者



いった意見を得ることができた。賑わいは各店舗の売り上げにもつながり、古着店舗(10店舗)とキッチンカー(2店舗)の売り上げ合計は88万円を超えた。特に古着店舗の企画に対する満足度は高く、普段とは異なる客層の開拓や、店舗同士の交流の機会となったこともあり、継続的な実施を望む声をいただいた。

ゆるやかな プラットフォームへ

また、こういったことを継続的に実施するための運営体制を考えると、「コーディネーター」の存在が重要になる。コーディネーターとは、例えば以下のような存在だ。

- **コンテンツコーディネーター**
コンテンツの発掘やプレイヤーとの調整を行い企画の実行を担う。
- **空間コーディネーター**
利活用できる空間を発掘し、マーケットを実現するツールを実装する。

今回はコンテンツ/空間コーディネーターをスクール受講生およびUDCOが担った。コンテンツコーディネーターは、スクール受講生が今回の取組のなかで培った関係の蓄積を活かしてその役割を担い、徐々に古着店舗の関係者に役割を移行していくのが理想的な形である。空間の実装については、利活用手続きやツールの提供といった形でUDCOが支援を行い、当日の準備や運営については参加店舗に引き継いでいけると、継続的で主体的な運営につなげることができる。

今回の取組のためにつくられた参加店舗と運営チームの共通したSNS連絡グループは重要なプラットフォームである。これを足掛かりに、継続的な実施をして段階的な運営主体の移行をすることで、「大宮の新しい文化的行事」として定着させることを目指したい。またその際には、今回は叶わなかった沿道の民地事業者との連携を充実させ、屋根付き広場「門前広場」などとの一体的な取組へと展開させることが理想的である。天候に左右されやすいマーケットだが、その弱点を補って柔軟に対応できる形をとって、公と民をゆるやかに横断する地域文化のプラットフォームへと育てていきたい。

[伊藤孝仁]

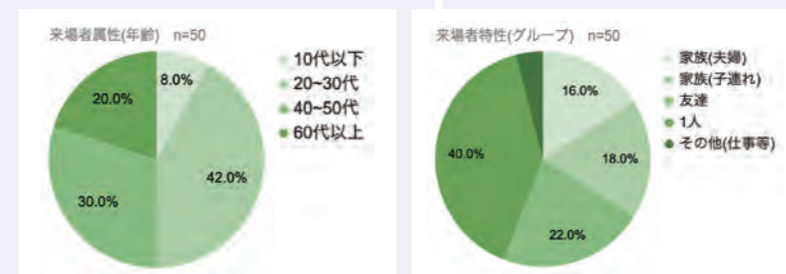
* — アップサイクル | 廃棄物や不要物を再利用して、新たな価値や用途を生み出すこと。



図1 OMIYA STREET WARDROBE



図2 作成した「大宮東口古着マップ」

図4 来場者属性
(左:年代別、右:グループ別)

STREET PROJECT 2022

SS

社会実験 #2 SANKITA CROSS POINT

継続的なエリアブランディングを目指し、
個性的な店舗が点在するエリアの
認知と活性化のきっかけをつくる

まちの魅力的な エリアの発見

ストリートランチ(pp.26-27)の敷地でもある宮町2丁目の道路予定区域で、2022年11月12日にストリートデザインスクールの社会実験「さんきたクロスポイント」を実施した[図1]。

「さんきた」とはさいたま新都心から続く全長約2kmある氷川参道の北側エリアであり、「クロスポイント」とはさんきたエリアとほかのエリアが交差する地点という意味である。

まず、「さんきた」と大宮の北側地域を名

付けた経緯について説明する。

スクールで受講生とともにまち歩きを行った際に、大宮駅周辺の商業が集積する風景とは異なり、穏やかな住宅街のなかに、住宅の一部を活用した飲食や物販店舗が点在した魅力的なエリアが敷地の北側に広がっていることを発見した[図2]。今回「クロスポイント」として活用した敷地を境に、商業エリアと住居エリアが分かれていることを用途地域からも確認し、住居エリアでは賃料設定に影響する路線価が低くなることから、個人店舗が新規出店しやすく、今後さらにエリアの魅力が高まることが考えられる。またこのエリアの店主に話をうかがうと、商店会な

どの組織がなく店舗間の交流や一体の取組などが乏しいことや、駅から離れた立地のため集客に苦労していることなどの課題が見えた。そこで比較的交通量の多い道路予定区域を活用し、店舗間の交流やエリア全体の認知向上を図る取組を目指した。

有名な例では上野周辺で下町の雰囲気の残る「谷根千(谷中・根津・千駄木)」、渋谷の奥に位置する「奥渋谷」、池袋周辺の要町から千川にかけて「カナセン(要町・長崎・千川)」などエリアの呼称がブランディングにつながり、価値向上の役割を果たしている。そこでこのエリアにも名前を考え、「さんきた」のネーミングの定着を図ることも含めた社会実験とした。

つくることで 生まれる連帯感

社会実験に合わせてベンチやカウンターを設けた。社会実験以降もストリートランチなどで使用できるように、耐久性と安全性に配慮しながら製作した。合板を使った什器は長期の雨ざらしの環境に適さず、またボックス状にすると風の影響を強く受け転倒の恐れがあったため、木の無垢材を「井」の字状に組むこととした。一種類の材料を互い違いに順番に組む単純な製作工程とすることで、受講生の専門性に限らず、容易に組み立て作業に参加できるように工夫している[図3]。

社会実験当日はさんきたの3店舗による出店ゾーンを、食品への日当たりに配慮



図3 什器製作の様子

図5 社会実験当日のリーフレット

し隣家のある敷地南側へ、飲食などを楽しむことができる滞在ゾーンと、さんきたエリアを伝える発信ゾーンを、視認性が高く、まちへ開くように敷地北西の交差点側に配置した。敷地境界のフェンス沿いにタープを連結した出店ゾーンや、さんきたエリアを示す大きな航空写真を単管を組み展示した発信ゾーンは、アウトドアやDIYなど受講生の趣味や特技を駆使しながら実現している。また道路予定区域を覆うアスファルトは味気のない印象があり、隣接する道路空間にあった緑や青色の舗装を参照し、同色のマスキングテープを地面や航空写真などに貼りながらまちとの連続性を高めた[図4]。什器などさまざまな「つくる」行為が発生したが、方法を共有することで全員が「つくる」ことに参加することができ、グループの連帯感を高めていく一因となった。

さんきたエリアの 手ごたえ

社会実験当日はさんきたエリアにあるJon's coffee、ポテトとチーズの専門店Bouquet、CAFFE & DINING SHACHIが出店した。売上は約平均2万円であり、いくつかの商品は早々に完売し、各店舗で想定した以上の結果となった。また社会実験前に顔合わせとして朝礼を兼ねたあいさつの時間を設け、まずは互いの名前や顔、そして店舗を知り、コミュ



図4 「井」の字状の什器やマスキングテープを施した様子

ニケーションのきっかけづくりの機会を設けた。スケジュールなどの都合上参加できない店舗も取組に関われるよう、各店舗のショップカードを用意し、また、グラフィックデザイナーの直井薫子氏の協力のもと、さんきたのマップと出店者インタビューをまとめた3つ折りのリーフレットを製作し[図5]、来場者が自由に持ち帰れるように設置した。

来場者へのアンケートからは、さいたま市内在住者でもさんきたエリアを初めて知る方もいることがわかり、さんきたの名称について7割以上の好評を得た。「カタカナにした方がおしゃれなのではないか」など積極的な意見もあった。会場では、航空写真やリーフレットに興味深く眺めていたり、リーフレットを片手にさんきた方面へ足を延ばす来場者の姿が見られた。

スクールが生んだ さんきたの担い手

スクール修了後も、さいたま市在住の4名の受講生がさんきたの認知向上に継続的に取り組むことになった。それぞれが社会人であり仕事の合間や休日を利用して取り組むため、無理なく出来ることから始めることにした。そこで「さんきた実行委員会」というインスタグラムアカウントを作成し[図6]、店舗情報などの発信を行っている。また取組を通じてさんきたの事業者との関わりをつくり、第二弾のリーフ

レット作成や、独自のイベントなどにつなげようと試みている。このように、スクールを通じてまちを担うプレイヤーが生まれてきた。

その背景には、さんきたが少しずつ認知されることへの手ごたえから、自身が住むまちを魅力的にしていこうというモチベーションが原動力となっていることがうかがえる。スクール内で交わした議論から継続的な活動へとつながったことは、スクールでの学びがその後につながるこの証左となった。UDCOとしても彼らの取組への支援の一環として、UDCO PAPER[*]でさんきたエリアを特集予定である。社会実験から日常へとつなげていくため、多くの方々にさんきたの魅力を共有していきたい。興味をもたれた方は、ぜひ一度さんきたに足を運んでみてほしい。

[森元気]

*——おみやの人にスポットライトをあて活動を応援していくとともに、広くその魅力を発信する冊子。これまで氷川参道や一の宮通りなどのストリートを中心にフォーカスしてきた。



図6 インスタグラムアカウント



図1 さんきたクロスポイント実施風景



図2 さんきたの個性的な店舗



図4 「井」の字状の什器やマスキングテープを施した様子

● Q&A | 受講生の声 | ストリートを舞台にまちを動かす体験から学んだこと

2021年にスタートしたストリートデザインスクール。2年目となる今回は、公共空間利活用ノウハウをまとめた実践ガイドブックを事前配布するなど、運営面におけるアップデートも実施。ストリートデザインを実践的に学ぶなかで、どんな苦労や気づきがあったのか受講生に聞いた。

- Q1 —— スクールを受講したきっかけについて聞かせてください
 Q2 —— スクールを通して、ご自身の学びとしての達成度・満足度を教えてください
 Q3 —— 現地プログラムやグループワークを実践したからこそ語れるエピソードを聞かせてください
 Q4 —— スクールでの学びが所属先での取組にどのように活かされているか教えてください
 Q5 —— 最後に、受講を検討されている方に向けてメッセージをください

岡田朋子氏 | 建設会社勤務

【社会実験1】 OMIYA STREET WARDROBE @ 大宮門前歩道部

A1 —— まちづくりや公共空間利活用に興味関心はあったのですが、自身に知識や経験がなく、それらを学ぶ機会もありませんでした。スクールという環境で、ほかの受講生と一緒に学べるのであればチャレンジしやすいと感じられたことと、同じ目的をもった仲間にも出会えるのではないかと、という期待感が大きかったからです。

A2 —— 3カ月間集中して取り組めるプログラムが濃密な体験に効果的でした。レクチャーはもちろんのこと、社会実験の実践に向けてUDCOスタッフが併走するサポート体制は充実したものでした。受講生はふたつのグループに分かれて社会実験を企画したのですが、グループメンバーが各自の強みやスキルを活かして、できることを惜しみなくやる雰囲気がありました。頼もしい仲間にも恵まれたことはスクール終了後にもつながる大切な糧になりました。

A3 —— 当日朝に商品が並ぶ前の什器をみたとき、入念な準備してきたはずだと思う一方で「果たして思い描いてきた魅力ある風景が生まれるのか」と不安がよぎったことを覚えています。開場時刻が迫り現場調整に追われるなか、ふと周囲を見回したとき、そこには自分の想像をはるかに超えた「色とりどりの古着が並んだ風景」がストリートに現れていました。「今日はすごい一日になる!」と高揚したそのときの気持ちは忘れられません。

A4 —— 企画から実践までをやり遂げるプロセスにおいて、地域から理解を得ながら協力者を増やしていくことの苦労からは多くのことを学びました。主催者である自分たちが社会実験の目的を芯にもちながらも、まちの当事者たちの思いを汲みつつ、悩みながら企画のアップデートを重ねたことは、関係者間の相互理解を深めるうえで欠かせないものでした。自身の仕事においても「みんなで考えること」に対して、真摯な態度で粘り強く取り組んでいきたいです。

A5 —— まちづくりや公共空間利活用の経験がないからこそ、新鮮な視点や型にとらわれないアイデアが、企画をよりよい方向へと展開させることも多いのではないのでしょうか。ご自身がもっている、まちへの期待や疑問を大事にして、好奇心に従って応募してみることをオススメします!

酒井伸子氏 | メーカー勤務(当時)

【社会実験2】 SANKITA CROSS POINT @ 宮町2丁目道路予定区域

A1 —— 育児休暇中かつ家族の協力が得られたこともあり、復職に向けて公共空間に対する視野を広げておきたいという思いで応募しました。また、大宮在住で子育てをしている市民としても、大宮ではどのようにして「まちづくり」に取り組んでいるのかを知りたい、という興味もありました。

A2 —— スクールでは、実際に「まち」に飛び込み「ひと」を巻き込むプロセスが求められるため、書籍や座学だけでは経験できないような小さな気づきを多く得ることができました。漠然とした「まちづくり」という言葉に対して、リアルな体験を通して、受講生がそれぞれの解釈や意味付けをし、自分自身のものに変えていくような学びのプロセスがありました。また、各地域でストリートデザインを実践しているゲスト講師からのレクチャーやクリエイティブからも、熱量と勢いを感じることができて気持ちが高まりました。

A3 —— グループで週1回ほど夜な夜なミーティングを重ねました。当初は多種多様なアイデアや意見が交わされて、収束することはできるのかと心配することもありましたが、最終的にはメンバーで同じ目標を見据えることができ、各自が専門性を活かして動き出しました。所属も世代もさまざまなメンバーでしたが、互いに遠慮せずにフィードバックしながら、フラットに取り組める関係性が新鮮でした。

A4 —— 成果としては、社会実験で「さんきた」というポテンシャルのあるエリアを顕在化することができました。今後も魅力を伝えていくことができれば、個性的な店舗がさらに誘引され、渋谷駅周辺に対する「奥渋谷」のような、大宮の魅力あるエリアとして認知されるのではないかと考えています。そのため、修了生有志メンバーによって、SNSアカウントをつくり情報発信をするなどの活動を続けています。所属先の外にコミュニティをつくりながら、主体的にまちに関わる活動のきっかけになりました。

A5 —— まちづくりに興味ある方、大宮に関わりたくい方であれば、敷居が高いものだと思うように応募してほしいです! 私自身も「専門性がなくてもやっていけるだろうか」と応募直前まで心配でした。実際は、基礎的な知識はレクチャーで学びつつ、実践プログラムは個人ではなくグループで進めていくため、困難も分かち合いながら受講することができました。



LOCAL NETWORK

ローカルネットワーク



ローカルネットワークの拡張

市民がまちづくりに関わる機会をつくるために、さまざまなメディアを通じた情報発信のほかに、ワークショップやトークイベントを行ってきた。人材や情報が「ストリート・インキュベーション」の3層構造のなかで相互に行きかうように、既存の地域イベントや活動体との相互交流を図り、ストリート活用を接点とするプラットフォームの構築を進める。2022年はプロフェッショナルの層につながるストックツアーやクラブ的つながりとしてのウォークブル推進作戦会議を行ってきた。

- 地域ストックツアー 48
- ウォークブル推進作戦会議 50

#4

STREET PROJECT 2022

地域ストックツアー

地域連携ネットワークによる空き家/
空き店舗活用事業支援

現在、大宮駅周辺では多くの都市再生事業が進んでおり、それらの点を線でつなぐことでまちとしての面的な効果を生み出すために「インフィニティストリート」(p.01)を2020年に構想した。まちの回遊性を促すために、UDCOではストリートテラスなどの社会実験を通じて街路沿道の公共空間利活用に取り組んでおり、それに加えて日常的な賑わいを生み出すには、店舗などの魅力的な目的地が増えることが重要と考える。

そのためには、民間事業者が大宮に店舗を構えることを検討する段階での様々なハードル(資金・物件・地域ネットワーク)に対して、まちづくりの視点からサポートすることが必要である。一方、大宮駅周辺エリアの地価・賃料は比較的高いため、チェーン店でもない限り新規開業することが難しい状況である。

ただし、駅からの距離に比例して路線価も下がるため、少し駅から距離のあるエリアで活用できる空き物件を見つけ、小規模ながら個性をもった事業者とマッチングすることができれば、回遊性が高まり、まちに奥行きが生まれる。そうなれば、大宮がチャレンジできるまちとして今以上にまちで実際に事業を行う「プレイヤー」を呼び込むことにつながるのではないだろうか。このような背景のなかで、2021年に「さいしんまちづくりファンド@大宮」という資金調達支援の仕組みをつくり、「大宮地域ネットワーク」という民間まちづくり事業の推

進支援の体制を組むこととなった。さらに、今年度はファンドとネットワークを積極的に活用していくために、中間支援メニューのひとつとなる「地域ストックツアー」を行い、かつツアーを企画するにあたって先進事例を視察した[図1]。

魅力的な
目的地を増やし
エリア全体の
価値を高める

UDCOでは、パブリックスペースを活用した社会実験を通じて、事業者の発掘・活躍の機会創出を支援してきた。大宮の魅力を持続的に向上させるためには、公と民の連携や役割分担が重要であり、そのためには地域プレイヤーによる活動が根付いていくことが不可欠と考える。個人で営む店舗など、魅力的な目的地が増えればまちに回遊性が生まれるだけでなく、お店(点)がストリートを介してネットワークとなる(線)ことで、エリア(面)の価値向上やイメージづくりにつなげることができると考えている。そのため、ここでの支援対象としては、例えば賃料が抑えられ、築年数が古く原状回復が不要である物件など、アイデア次第で不利な条件がメリットとなるようなところで、事業者は開業資金は小さく抑えながらも創意工夫にあふれたプレイヤーを想定している。まちづく

りには物件だけでなく事業者とつながっていく必要があるため、両者の情報を発掘し収集できるネットワークをつくりながらマッチングできる支援が必要である。

先行事例から
推進プロセスを学ぶ

路線価が下がり始める大宮駅東口半径300-500m(北はさいたま春日部線、東は氷川参道、南は大宮区役所まで)間において、路面店/狭小/築古などの条件で空き家・空き店舗を目視調査でリストアップ、大宮地域ネットワークの塚本氏(地元不動産会社しあわせハウジング)がリスト化した物件の不動産情報を調査した。その結果、目視で遊休不動産と判断できる物件のほとんどが既に市場に流通していることがわかった。限られたメンバーで地図と目視調査を頼りに物件を発掘することは現実的ではなく、さらには発掘後にどのように事業者とのマッチングにつなげていくべきかを含めて、民間まちづくり事業を生み出す「遊休不動産活用」の支援方法を学ぶ必要があった。そこで、すでに成果を上げている先行事例(青梅市・前橋市)への視察と実施主体へのヒアリングを行った。先行事例の基本情報は下記の通りである。

事業名	アキデンボ不動産
実施開始年	2015年
実施主体	一般社団法人こーよ青梅 (株式会社まちづくり青梅から改称)
対象エリア	青梅市市街地
事業概要	不動産の調査発掘、 物件オーナーとの交渉、 物件情報の発信、 見学会の企画運営

事業名	マチスタント (前橋版リノベーションまちづくりから改称)
実施開始年	2020年 - 前橋版リノベーションまちづくり、 2022年 - マチスタント
実施主体	前橋市にぎわい商業課
対象エリア	前橋市市街地
事業概要	遊休不動産の調査発掘、 開業に関する補助制度などの案内、 まち歩きによるまちの情報共有 まち歩きによるまちの紹介

先行事例は、それぞれの拠点地域において実践を重ねており、地域課題や推進体制などが異なりながらも、基本的には6段階の推進プロセスが共通していることがわかった[図2]。特に前半のプロセス(①まちづくりの指針→②情報収集→③交流機会)が取組の推進力に影響していると考え、そのノウハウは次のように整理できる。

地域連携で
ネットワークをつくり
公と民の賑わいが
まちでつながる

物件が遊休状態で、かつオーナーの理解が得られた状態であることがセットであるため、市街地に空き家が多いからといって単純にマッチングの対象物件が豊富、とはいかない難しさがある。

実施主体(青梅:一般社団法人こーよ青梅、前橋:前橋市にぎわい商業課)による目視の空き家調査を実施しており、ほぼ同様のプロセス(まちあるきで地図に空き家をリストアップ→住所と写真をリスト化→商店会や自治会にオーナー情報を聞き込み)であったが、いずれもマッチングの成果は年に数件程度に留まるとのことであった。

そこで、まちあるきの目的を地域の方々のコミュニケーションに切り替えることで、地元不動産会社や地域関係者から物件情報がもち込まれる関係性をつくり、それらを調査することで情報の精度を高める工夫を行っていることがわかった。つまり、まちぐるみで取り組むことが解決策のひとつということである。

このように、地域連携で[②情報収集]に注力するためには、エリアを限定することも重要である。特に取組の初期段階においては、青梅市であれば「青梅市中心市街地活性化基本計画」における旧青梅街道沿道、前橋市であれば「前橋市アーバンデザイン」における広瀬川沿い、というように[①まちづくりの指針]で行政によって定められた区域における街道や河川沿いに活動を集中している。行政やまちづくり団体が定めた中長期的なまちづくりの指針に沿って事業を推進することで、まちの戦略と民の実践による賑わいにつながりが生まれ、開業後も事業

オーナーが主体的にまちに関わる好循環が生まれている。

そして次にまちあるき・物件見学会・空き家ツアーなど内容は実施主体によりさまざまだが、事業者と物件オーナーが交流しお互いの理解を深めるための[③交流機会]のプロセスがある。ここでは事業者に向けては地域の課題やまちづくりの動きを知ってもらい、物件オーナーに向けては借り手とのコミュニケーションを通じて地域ニーズへの理解とまちづくりとのつながりを、実施主体としては空き家活用事例の案内や借り手の物件ニーズを把握する機会となっている。

その後、[④マッチング][⑤事業計画]を経て晴れて[⑥開業]となる。ここでは協力不動産会社を通じて不動産情報や建築物諸情報を共有し、契約業務に進むことになる。

賑わいの
循環をつくる
さんきた地域
ネットワークへ

大宮では先行事例ほどの著しい空き家問題はないものの、駅周辺から離れるほど賃料が落ち着き、駅から離れたとしても住民や歩行者数は一定量いるということから、大宮ならではの回遊性を戦略的に考えながら空き家活用を連動させることに意味があると考える。

まずは[①まちづくりの指針]に従って活動エリアを限定する。さいたま市が定める「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」に寄与するためにUDCOが重点的に取り組む回遊動線「インフィニティストリート」の北端にあり、ストリートデザインスクールにてエリアブランディングの社会実験(p.44)を行った「さんきたエリア」は、既に空き店舗



図3 地域ストックツアーの様子

を活用した個人店舗が増えつつあり、潜在的なプレイヤーにも活用イメージを見せやすいエリアである。また、地域関係者から物件や事業者の情報もち込まれる[②情報収集]のネットワークと事業者と物件オーナーがお互いの理解を深める[③交流機会]が必要であることから、②のネットワークづくりと③を兼ねた「地域ストックツアー」(以下、ツアー)を試行的に実施することにした。参加者は日頃よりUDCOの取組にご協力いただいている地域関係者(地元住民、地元事業者、不動産、文化芸術、建築、アーティスト)と共に、さんきたエリアを中心とした活用事例(Bibli、CLOCK KITCHEN、Hello-Fashion、ALL THAT COFFEEWORKSなど)を巡りながら、物件ニーズや活用アイデアについて意見交換を行った[図3]。

さまざまな立場・所属・専門の関係者がまちを歩きながら議論したことで、地元不動産会社の参加者からは「発掘物件の認識が大きく変わった」や「路面店だけでなく(細いアプローチでストリートとつながっている)旗竿地の空き家などはSOHOに活用できるのではないか」という物件から事業者像をイメージするような意見が出るなど、意識の変化を促す成果があった。今後、実施主体としての「大宮地域ネットワーク」は、地域に根ざし地元関係者を巻き込んだ集合知のような活動になることが期待できる。魅力的な目的地がまちから生まれ、賑わいとしてまちに還っていく、エリア全体の価値向上を目指して取組を続けていきたい。 [高橋卓]

図1 民間まちづくり事業の支援スキーム

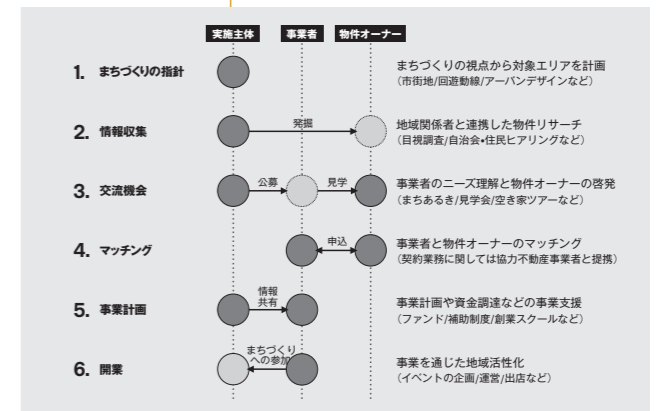
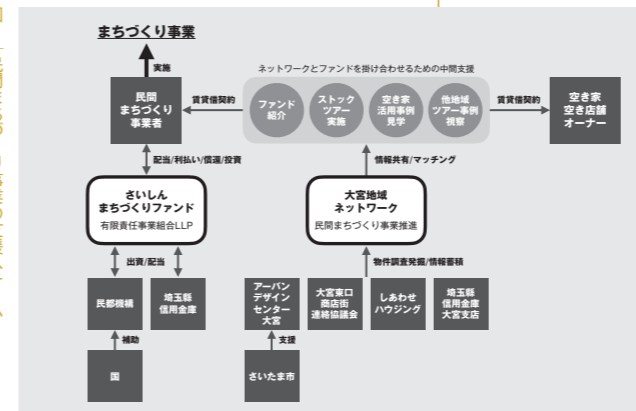


図2 民間まちづくり事業を生み出す「遊休不動産活用」の推進プロセス

STREET PROJECT 2022

大宮駅周辺 ウォーカブル推進 作戦会議

歩きたくなる地域づくりにむけた
市民クラブの創出

2020年度にさいたま市主催で実施された「マチミチコンペin大宮ウォーカブルシティ」をきっかけに、「大宮駅周辺ウォーカブル推進戦略」の取りまとめに向けた意見交換の作戦会議が開催された。メンバーは市民を中心としたコンペ優秀提案者に加えて、コンペ審査委員の田中元子氏、地元まちづくり団体としてUDCOも参加した。

第1回 | 2022年9月27日

- 「大宮らしさ」
「大宮が目指すウォーカブル」の検討
- キーワードの整理

第2回 | 2022年12月3日

- 大宮が目指す姿を共有しよう
- 目指す姿を実現できるプロジェクトを導き出そう

第3回 | 2023年1月21日

- 推進戦略の「目指す姿」と今後の進め方を共有しよう

作戦会議のなかで生まれたキーワード「わたしの時間がみちるまち」を軸に、4つのウォーカブル戦略①心も体もまちも満たされたウェルビーイングなまちづくり、②地域資源と活動をつなげるニワマチづくり、③変化やニーズに柔軟に対応できるフレキシブルなまちづくり、④人と人、人と出来事の出会い・交流からインベーションが生まれるまち)として方向が導き出された。

また本作戦会議は推進戦略の策定だけ

でなく、今後のまちづくりを推進するプラットフォームの創出へつなげていくことも目的としている。UDCOは「ストリート・インキュベーション」の発想をベースに、主体的な市民や専門家による継続的な関わりによって生まれたこのネットワークを足掛かりに、市民同士のさまざまな出会いが生まれる「クラブ」づくりに取り組んでいく。



図1 ウォーカブル作戦会議の開催風景

「クラブ」的 交流機会の 創出に向けて

2020年から続くコロナ禍によって、市民同士で気軽に集まる場づくりが実現しにくい時節が続いた。その結果、オンラインによる勉強会や講演などのハードルがさがり盛んに実施されるようになったものの、気軽な目的で集まり新たな「人」との出会いが生まれる、「まちづくりへのはじめの一歩」となるような場所の重要性が高まっている。

UDCOは、2019年まで実施していた市民参加の交流会を「(仮称)マチミチクラブ おおみや推進戦略(活動編)」という形で発展的にリスタートし、大宮でさまざまな活動をするキーパーソンによるショートプレゼンテーションを中心とした交流会を来年度開催していく。

登壇者と参加者の交流、思いやスキルを重ね合わせ、多様なネットワークを構築していくことに主眼をおき、まちに対して主体的な人々や多様な活動へとつながっていく「苗床」になることを目指していきたい。

[伊藤孝仁]

PUBLIC RELATIONS

市民が まちづくりに関わる 機会をつくる

☎産官学民連携

☎まちラボおおみや・OM TERRACE

☎UDCO PAPER・UDCO REPORT

☎UDCO LIVE

地元まちづくり団体 などを支援する 産官学民連携

UDCOでは産官学民のプラットフォームとして、各主体とのネットワーク構築や連携強化を目指し、それぞれの活動に関する専門性の高い支援、意見交換、地域の情報収集などを継続的に行っている。

○「民」: 地元まちづくり団体など

会議の実施サポートやファシリテーション、大宮のまちづくりに関する専門的なアドバイスをを行っている。

○「学」: 大学等研究機関など

芝浦工業大学とストリートプランツの効果測定調査を行い、大宮のまちづくりに関する協同研究を進めている。

○「産」: 民間企業など

大宮の企業とプロジェクトを展開するための協議や、公共空間利活用の情報やノウハウの共有を行っている。

○「官」: 行政・自治体など

さいたま市各課からの事業相談を受け、取組を横つなぎするために、連携方法について提案するなど事業推進に向けた協議を行っている。

地域との 関係性をつくる まちラボおおみや OM TERRACE

UDCOは駅前にオフィスを構え、日常的に市民や事業者とコミュニケーションをとることで、地域との関係性づくりを試みている。

また、UDCOの活動や大宮のまちづくりの状況を模型や動画により展示したり、大宮のまちづくりを目的とした集会利用などに貸し出し可能な「まちラボおおみや」を運営している。

「OM TERRACE」屋上スペースについても、人数制限やイベント自粛などの状況に応じた方針を示すことで、安全を確保しながら運営を継続している。



市民の方々に向けて、大宮というまちに興味をもち、まちへの思いを語り、まちづくりに参画していく「関わりしろ」をつくることを目的に、UDCOではさまざまなメディアをつかった定期的な情報発信を続けている。

コロナ禍の影響もありトークイベントのオンライン化が浸透したことで、魅力的なゲストの顔ぶれとともに、気軽に視聴することができるようになったからか、UDCO LIVEの視聴数は各回好調である。

現在対面でのコミュニケーションが戻りつつあるため、オフラインでの交流機会もつくりながら、それぞれの強みを活かしたハイブリッドな情報発信に取り組んでいきたい。

大宮のひと・まちを 発信する UDCO PAPER UDCO REPORT

大宮で活動する「ひと」「まち」に関する情報を整理し、広く共有することもUDCOの役割のひとつである。

大宮の「ひと」に注目し、その魅力に焦点をあてた「UDCO PAPER」を不定期に刊行している。

「まち」を発信する媒体としては、取組をリアルタイムで発信するウェブサイトやSNS、本誌「UDCO REPORT」がある。「UDCO REPORT」はUDCOの年間活動報告として、また大宮のこれからのまちづくりを考えるうえでの重要なテーマで特集を組んでいる。



Around URBANISTS #04 都市を耕し、文化を育む「道具考」

Around URBANISTSは「現場で活動する人たちの視点から、これからの地域・都市について情報発信をするトークセッション」として2020年に開始した。UDCOのYouTubeチャンネルにて、ライブ配信とアーカイブの公開を行っている。

2022年11月に開催した第4回目は「都市の道具(ストリートツールズ)」がテーマ。ストリートは人や自動車、ものが往来する「交通」の空間であると同時に、人々のアクティビティを支える「場」でもある。

里山や農地を道具で耕すように、ストリート空間も「道具」を介在させることで人々のふるまいの場として育てていくことができるのではないかという問いのもと、アリソン理恵氏(一級建築士事務所 ara)、大山宗之氏(仙台市役所/未満建築デザインファーム)、川勝真一氏(RAD/建築キュレーター・リサーチャー)の三者が登場し、各活動に関する話とUDCOメンバーを交えたディスカッションを行った。

「公」と「私」を曖昧化する「庭」的な場所

まず、各者の活動から共通して確認されたことは、「公」でも「私」でもない「庭」的な場所が都市空間を豊かにする可能性をもっているということである。

例えば、設計事務所を主宰するアリソン氏は、2021年に豊島区東長崎にてコーヒーショップ「MIA MIA」をオープンしたことを契機に、近隣のアパート改修を頼まれ畑付き住戸をつくったり、小学校でワークショップを行い未利用の庭をコミュ

ニティスペース化する計画を立てたりと、地域のための活動を続けている。

これらの活動はアリソン氏いわく「家の前庭を少し変えることで、日常をつくる」取組。古来、建築物ができることは、まちにとっては一種の祝祭であった。それを表現するために、MIA MIAの改修時に徒歩圏内の地域の人々に施工への協力を依頼した。その結果、コーヒーショップのオープン前から地域の人々が集う場となり、音楽ライブや結婚式を開催するなど、まちに開かれた場として育ちつつある。

仙台市役所職員の大山氏は、都市の土地利用制度の狭間で生まれた「公開空地」が行政と民間が互いの利点を活かして整備したにも関わらず、整備後は双方の関与がかえって曖昧さを助長してしまい、その結果未活用となりがちであることに着目した。

都市空間をいかにおもしろくすることができるのか、同じ問題意識を共有する仙台在住のまちづくりコンサルタントや建築家とともに個人的活動を開始。その過程で、仙台市経済局主催の「クリエイティブプロジェクト事業」に応募し、2021年6月から「建築未満」の活動として公開空地をリサーチし、それを可視化するために「仙台滞在空地MAP」を製作した。

また、実務では仙台駅前の青葉通の車道を一部封鎖し、沿道店舗と歩道、ペデスト



リアンデッキなどを含めた一体的な活用の方法を検証する社会実験を実施。ベンチやジャングルジム、焚き火、ストリートピアノ、アロマ、指向性音響設備など、人々のコミュニケーションが自然に発生するように五感を刺激する目に見えない仕掛けを駆使したさまざまなツールを配置し、実際に多くの人々がツールを介して、都市空間に滞留する様子が観測されたそうだ。

「弱い」ツールで関わりしろをつくる

2022年10月に日本建築学会が主催した「STREET TOOLS」展のキュレーターを担当した川勝氏は、UDCOのストリートプランツを含め、全国のストリートで使われているツールをキュレーションした立場から、制度とツールの関係性を考察した。既存の都市や建築を考える議論では、建築のタイポロジーや各種制度が重視されてきたが、制度は土地の境界を明確化し、ストリートのあり方を一元的に決めてきた経緯があると言う。実際には「人々のふるまい」が都市を豊かにするが、そのふるまいを誘発し、都市を使いこなしていくために、ストリート・ツールが既存の都市空間や制度を「細かく砕いて、やわらかくする」ために作用する。

ディスカッションでは、植物のように簡単にはコントロールができない、維持管理のための手入れや介入を必要とする、人々の関わりしろをもった「弱い」ツールが、それに携わるコミュニティや都市全体を巻き込んでいくこと、また、道具の使い方や手入れの方法を忘れていた現代の人々が、「弱い」ツールを介して都市空間の使い方に気づいていく可能性など、ツールのあり方やその周囲の生態系について、各者の視点が共有された。



各ライブ配信について、詳しくはUDCOのYouTubeチャンネルよりぜひご覧ください！



Post URBANIST #05 メンテナンス・コミュニティ 社会的資源の創造的営繕

コロナ禍でアーバンリストたちの活動を見聞するためにはじまった「Around URBANIST」。その趣旨を引き継ぎながら、未来の都市や建築に向けてビジョンを構想する実践者たちの姿をより具体的に捉えていくため、「Post URBANIST」へとタイトルを改めることとした。

2023年2月に実施したライブ配信では街路樹、畑、公園など、都市や農地の「みどり」のメンテナンスとそれに関わるコミュニティをテーマに、三島由樹氏(ランドスケープ・デザイナー/株式会社フォルク)、平野史人氏(INAKA PROJECT)、平尾しえな氏(東京工業大学博士課程/小さな地球プロジェクト)の三者に話を聞き、意見を交わした。

人口減少社会では、従来通り行政が税収で公共空間を維持管理していくことは難しい。例えば街路樹の維持管理のように、道路や公園、街路樹、公共施設といった「パブリック・アセット」を介して、人と空間の能動的な関係を回復する鍵は「メンテナンス」の仕組みにあり、誰がどのように社会的な「資源」を維持管理していくかという視点は、新たなコミュニティのあり方や人と場所の関係を構築する仕組みを探る糸口であるともいえるだろう。

「関わりしろ」を開拓する方法

みどりにまつわる三者の取組は、線路街、都市部の田んぼ、集落など、対象とする資源がそれぞれ異なっている。一方で、みどりのあり方や課題に向き合うために、

多様な人々の「関わりしろ」を生み出している点が共通する。

三島氏からは小田急線の地下化にともない北沢周辺の線路跡地に個性的な店舗や旅館、保育園などの諸施設が立ち並び新たなストリート「下北線路街」についての紹介があった。三島氏はその全体計画に携わる過程で、都市のみどりを観賞するだけのものから使うものへ変えていこうと、そのひとつの企画として地域の人々が利用できる植木棚を設置した。

通常は業者に委託するみどりの管理も、地域の方々が関わるように「シモキタ園藝部」を創設し、自らみどりを植え、育てるという一連の経験を通して、植物に関する知識やリテラシーを再獲得していくことを目標とした。特に意識したことは、関わり方にグラデーションを設けることだという。植物に詳しくない方でも、食や美容などさまざまな切り口から関わるができる方法を探った。

都市と農地が混在する見沼田んぼをフィールドに活動する平野氏は、「INAKA PROJECT」と称する会員制の田んぼの企画・運営を行っている。手ぶらで参加できるコミュニティ・ガーデンや米づくり体験など、初心者にもハードルが低く、楽しく活動できるイベントや田畑のレンタルによって自然と暮らすライフスタイルを参加者に体験してもらっている。それと同時に、農家が抱える農地の維持管理や担い手不足といった深刻な今日的課題を解消する仕組みを考案している。

東京工業大学塚本由晴研究室の博士後期課程に在籍する平尾氏は、2019年より毎週末、研究室の活動の一環で千葉県鴨川市釜沼集落に通い、稲作や山林整理、古民家改修など地域のためにできることを手広く実践してきた。平尾氏の場合は、

関わりしろへの参加側としての立場である。しかし振り返ってみると、活動の3~4割は草刈りに費やされているという。勢いよく成長するみどりを、時には敵とみなして戦うことが、都市部とは異なるみどりのメンテナンス方法で、草刈り機などの道具やそれを適切に扱うスキルが必要となる。さらに休耕地を活用してヨシを育て、建築材料に使う試みも開始した。かつては地域で共有されていた茅の生産や建築技術は、茅葺き屋根の減少とともに専門化が進んでいる。それをあらためてみずからの技術として獲得しなおすことで関わりしろの拡大を目指している。

「関わりしろ」から持続的コミュニティへ

各活動は、みどりの維持管理に関わる間口を一般に広げることで、楽しみながら、知識や技術を得る仕組みを構築してきた。一方で、その継続には、メンテナンスの大変さやコントロールできないみどりの育成の難しさを引き受けられるコミュニティの醸成が必要であることが課題としてあげられた。

平尾氏からは、田んぼの維持管理には農具など道具の手入れを始めとした日常的な裏方作業が発生しているが、それをコミュニティで共有していくことの難しさについて話題提供があった。また、田んぼを活用するには地主の信頼を得たり、公有地の場合には農作の実績が必要であったりする。「INAKA PROJECT」は、耕作放棄地など活用が必要な土地のオーナーと田んぼに挑戦したい方のマッチングを活性化させるような役割を担っていくために、キーマンとなる農家の方々との対話を進めている。

さらに「シモキタ園藝部」は、組織としての持続を図るために2021年8月には一般社団法人化し、2022年度からは「シモキタ園藝学校」を開始し、担い手の育成を目指している。三者の視点を通して、技術や道具のシェアを通してコミュニティ内でいかに持続的な関わりにつなげていくのか、その方法について議論がおよんだ。



各ライブ配信について、詳しくはUDCOのYouTubeチャンネルよりぜひご覧ください！

UDCO年表2022

ビジョン推進と日常化に向けた仕組みづくり

1 | [活動報告]

2 | [情報発信]

他

2022

3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
1
2
3

ストリートテラス

おおみやストリートテラス
@一番街
[2021年8月1日-
2023年3月31日]

8日 おおみやストリートテラス
@中央通り
[2022年8月8日-1月30日]



ストリートランチ

ストリートランチ
@宮町2丁目交差点角
@逸見ビル前
[定期開催]

ストリートランチ
@大宮門街前 [定期開催]



ストリートマーケット



28日 ストリートマーケット
@大宮門街前

11日 ストリートマーケット
@大宮門街前

25日 ストリートマーケット
@大宮門街前

ストリートプランツ

19日 GIAP#04
第1回 ストリートプランツ部会

23日 地域の植木見学会
現地視察

29日 GIAP#05
第2回 ストリートプランツ部会

5日 GIAP#06
第1回未来ビジョン部会

1日 GIAP#07
第3回 ストリートプランツ部会

8日 ストリートプランツ@大宮門街前
[2022年8月8日-11月30日]

20日 おおみやストリートプランツ
プロジェクト灌水式

24日 GIAP#08
第3回 ストリートプランツ部会



15日 GIAP現地視察
・バスあいのり3丁目テラス
・シェアグリーン南青山
・日本橋浜町エリアマネジメント



1日 GIAP#09
ストリートプランツ部会・
未来ビジョン部会 合同部会

8日 ストリートプランツ@大宮門街前
延長[-2023年3月4日]

ストリートデザインスクール

27日 開校01
[現地プログラム #1]

10日 フィードバック
[現地プログラム #2]

24日 中間報告会
[現地プログラム #3]

8日 フィードバック
[現地プログラム #4]

12日 アウトプット
[現地プログラム #5]
・OMIYA STREET
WARDROBE
・SANKITA CROSS POINT

27日 成果報告会
[現地プログラム #6]

1
2
3

地域ストックツアー

10日 まちづくり青梅
現地ヒアリング



22日 鳩山町
コミュニティマルシェ
現地ヒアリング

7日 地域関係者
ヒアリング

3日 マチスタント
現地ヒアリング

21日 地域ストックツアー

4

ウォークアブル推進作戦会議



7日 ウォークアブル推進
作戦会議
[第1回]

3日 ウォークアブル推進
作戦会議
[第2回]

21日 ウォークアブル推進
作戦会議
[第3回]

14日 ウォークアブル
意見交換会

7日 ウォークアブル
意見交換会

情報発信

12日 都市計画コンサル
タント講演会 登壇



12日 日本建築学会主催
STREET TOOLS展
[-10月17日]

17日 UDCO LIVE #04



3日 ウォークアブル推進
作戦会議
[第2回]

21日 ウォークアブル推進
作戦会議
[第3回]

8日 さんきた実行委員会
インスタグラム開設

15日 UDCO LIVE #05

27日 芝浦工業大学
研究成果報告会

1日 第3回大宮GCS
まちづくり調整会議

30日 UDCO PAPER #12

現地視察



2日 見沼福祉農園現地視察

15日 日本橋浜町現地視察

9日 岡崎市現地視察
一宮市現地視察
錦二丁目地区現地視察



10日 神戸市現地視察
11日 UDCO会議 in 神戸



3日 前橋市現地視察

1

2

3

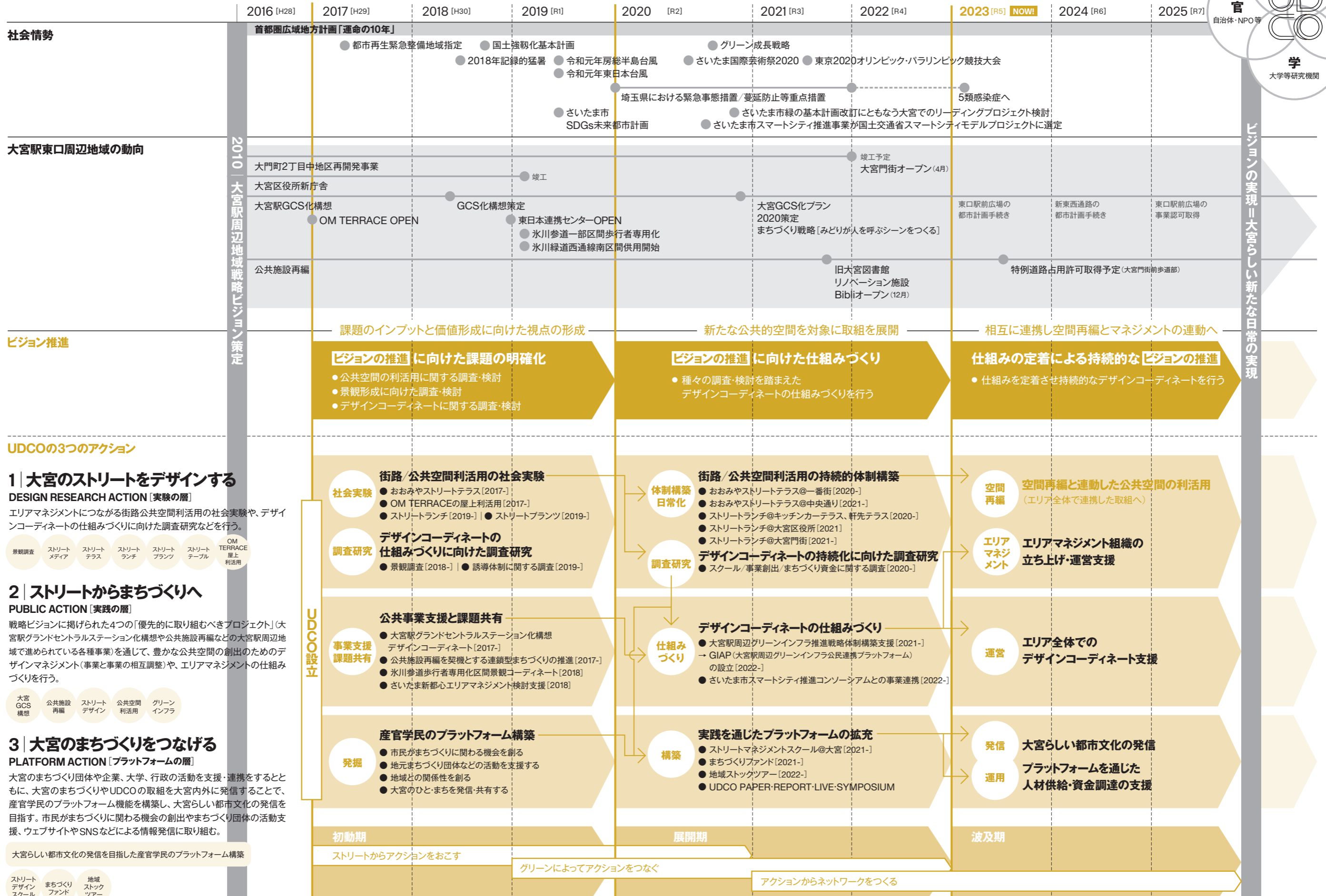
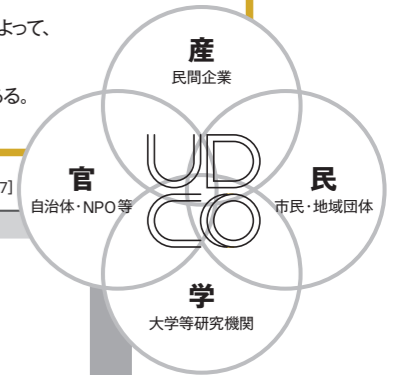
4

UDCOアクションプラン #005

大宮駅周辺地域戦略ビジョンの推進に向けた仕組みづくりへ

大宮駅周辺地域の動向を見据えながら、3つのアクションがそれぞれに連関し、「運命の10年」のなかで提言や実践を行っていくUDCOの行動計画を示す。

UDCOは、産官学民連携の基本理念のもと、Design Research Action / Public Action / Platform Actionの3つのアクションによって、「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」(2010年策定)を地域が一体となって具体的に展開できるように推進し、大宮らしいまちづくりを進めるためのデザインおよびマネジメントを進めている。その核となるのが「ストリートデザインまちづくり」である。



ビジョンの実現 大宮らしい新たな日常の実現

#005は6月時点の想定を示す

2022年度のふりかえり/2023年度に向けたUDCOの思い



工藤和美
センター長

閉塞した社会情勢から徐々に抜け出し、活気と賑わいに満ちた本来のまちの姿が戻ってきたように実感しております。祭りや催事なども開催され地域に触れる機会が増え、人々が集い、語らい笑顔の溢れる光景は、わたしたちにとって大切な日常です。

人と人のつながりが生まれ、出会いや発見に満ちたまちづくりを前進させていくことがUDCOの役割だと考えています。今年度はストリートプランツプロジェクトやストリートデザインスクールなどの取組を通して地域の文化や資源に触れられる機会を創出し、さまざまな方々に関わっていただき、また多くの関心を寄せていただきました。

明るいまちの未来を描くためには人々の輪を広げ、さまざまな関係性を内包する必要があります。今後ともまちのビジョンを共有しながら大宮の日常を育ててまいりますので、地域のみならずには引き続きご協力よろしくお願いたします。



藤村龍至
副センター長/ディレクター

一般的に地方自治体ではまちづくりの専門家を自らの組織に抱えることができません。土木や建築に比べ、まちづくりの専門家を職員として採用する優先順位が高くないこと、内部の職員は人事異動で同じ職に3年以上とどまることが難しいため、専門家となるには短すぎるからです。UDCOのような組織を設置することの意味として最も大きいことは「同じ専門家がひとつのまちに関わり続ける状況をつくること」にあります。ただ、専門家といっても、同じまちに活動場所を閉じていればノウハウを新鮮なまま保つことは難しくなり、徐々に形骸化していきます。大宮で培ったノウハウをほかの都市で展開する可能性や、ほかの都市で培った経験を大宮に再導入する可能性をもっていることが必要です。そこで7年目に入ったUDCOは、少しずつほかの都市でストリートや沿道のインキュベーションをお手伝いする機会を増やして行くことになりました。大宮をベースにししながらほかのまちへ遠征し、ノウハウを蓄積したうえで大宮のまちへ還元する、そんなサイクルを少しずつ実現できればと思います。引き続きみなさまのご支援をよろしくお願いたします。



内田奈芳美
副センター長/ディレクター

2022年になり、少しずつ活動が現場に戻ってきた感覚があります。また、他の場所で会った方に大宮のまちづくりについて聞かれることが増え、UDCOや大宮のまちづくりについての関心も高まってきたと感じることもあります。これからのことを考えると、大宮は移動のハブとしての役割をより高めていくことになりますし、現場で考えたり、何かをやったりすることの重要性もコロナ禍を経て再認識しているところです。そういった意味で、みんなが毎日利用するリアルな空間であり、あらゆる場所に接続し、屋外空間であるストリートの役割は、通過としての役割だけでなく、目的地としての役割をより強化していく必要があるかと思えます。ストリートが育むまちのコンテンツ、というレポートのテーマはそのような背景から議論され、決定したものでした。これからは「最近は大宮ではどのようなことをしているの?」と聞かれ続けるようなストリートの仕掛けをみなさんと実現できればと思います。



石黒卓 | サブディレクター/デザインコーディネーター

2022年はストリートの利活用を「グリーン」や「スクール」に展開させ、これまで実施してきた一連の取組をさらに発展させてきました。一方で、UDCOの活動は、「展開期」から「波及期」へ移行しており、社会実験や制度・仕組みづくりなどの「モデル事業の創出」から、スクールの受講生やGIAPのメンバーなどの市民や企業による主体的な活動の支援「プロジェクト化支援」あるいはプレイヤー同士の「ネットワーク強化」などにシフトしてきています。2023年はこのようなプラットフォームとしてのUDCOの役割を発展させ、「地域ストックツアー」[(仮称)マチミチクラブおみやなど]さらに裾野を広げていくプロジェクトに力をいれていきます。また、2022年度は視察が過去最多となり、UDCOの方法論や組織に関心をもっていただくとともに、協働の提案や相談も複数いただくことができました。引き続き、多様なプロジェクトのコーディネートを通じて、大宮らしいエリアマネジメントの実践や提案を続けていければと思います。



伊藤孝仁 | デザインコーディネーター

「ストリートテラス」としてスタートしたUDCOによる道路空間利活用の社会実験は、拡幅が予定されている道路沿道(氷川緑道西通線)からはじまり、アーケード付きの商店街(一番街)や駅前通り(大宮中央線)へ、そして今年度は大門2丁目中地区再開発で生み出された大きな歩道の活用へと展開してきました。巻き込むコンテンツも多様化し、だんだんとまちの中心部へと向かい、求められる意味合いも変化していることを実感する1年でした。なかでも「ストリートプランツ」の緑化滞在空間を古着マーケットの場へと転換した「OMIYA STREET WARDROBE」は、多くの人が行き交うストリートの空間が、まちの魅力であるコンテンツを可視化し、人と人のネットワークを結び直し、みんなでカルチャーを「育てる」場になることに気付かされる取組になりました。そのような考えを「ストリートインキュベーション」という言葉で捉え直し、今後のプロジェクトに活かしていきたいと思っています。



森元気 | デザインコーディネーター

UDCOに参画してあっという間に2年が経ちました。多くの地元の方々や事業者の方々、行政関係者とお話する機会が増え、まちが日常へと戻りつつあることを実感しています。新たにできた大宮門街の前面歩道ではストリートプランツやストリートランチなど多くのプロジェクトの場となり、UDCOの活動が重なり合い、年間を通してさまざまな様相が生まれる公共空間となりました。制度活用などもう少し乗り越えていくハードルもありますが、来年度も継続的に臨んでいきたいです。また今年度は全国から多くの視察がありました。視察を通して多くの自治体や団体の方々や意見交換を行い、それぞれの状況や課題などを通して、大宮のまちづくりについて考える機会になりました。そして大宮での取組が先進的な事例として注目を浴びていることをあらためて感じ、今後も身を締め取組を推進させていきたいと思っておりますので、今後ともよろしくお願いたします。



高橋卓 | デザインコーディネーター

戦略から具体を想像するUDCOの強みを活かし、2017年から3か年ごとに初動期→展開期→波及期と位置付けながら、さまざまなストリートコンテンツを生み出してきました。初動期のストリートテラスでは、事業者や生産者などの地元パートナーが増えるフェーズとなりました。そして、展開期にはじまった「ストリートデザインスクール」の受講生からは、スクールの取組を継続する方、再開発ビル敷地内で自主企画を立ち上げる方など、実践的な学びがヒトからコトにつながっていく様子を目の当たりにしました。旗振り役としてのコーディネーターが増えたことで、展開期に求められる多発的なまちの動きを実感しています。ノウハウの普及を目的としてはじめたスクール事業ですが、UDCOとしては与える側から与えられる側への変化を感じています。次の波及期では他地域へスクールが展開していくことによって、大宮にさらなる好影響をもたらすことを目指して、活動を広げていければと思います。

ABOUT UDCO

名称

アーバンデザインセンター大宮(UDCO)

*UDCOは「一般社団法人アーバンデザインセンター大宮」が運営する任意組織



設立年月日

2017年3月31日設立

2017年4月1日運営開始

主な活動エリア

「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」(2010)の対象となる大宮駅を中心とした約190haおよびその周辺のエリア

メンバー

- センター長
工藤和美(東洋大学教授)
- 副センター長/ディレクター
藤村龍至(東京藝術大学准教授)
内田奈芳美(埼玉大学教授)
- サブディレクター/
デザインコーディネーター
石黒卓
- デザインコーディネーター
伊藤孝仁 | 森元気 | 高橋卓
- プロジェクトパートナー
(ストリートデザインスクール)
新津瞬
- スタッフ
土田泰子

設立経緯・沿革

「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」(2010)策

定後、戦略ビジョンをどのように具体化させていくかが模索されるなか、地元からのアーバンデザインセンター開設を求める声をきっかけとして、「しあわせ倍増プラン2013」に「(仮称)アーバンデザインセンター大宮」設置が位置付けられた。その後、暫定的に公民学が一体となって主体的にまちづくりを考えるための情報発信の場として「まちラボおおみや」が2014年に設置される。そして、まちラボおおみやでの産官学民の連携によるまちづくりの試行期間を経て、2017年にUDCOが設置され運営を開始した。

2010年5月

さいたま市「大宮駅周辺地域戦略ビジョン」策定

2013年10月

さいたま市「しあわせ倍増プラン2013」に「(仮称)アーバンデザインセンター大宮」の設置」が位置付けられる。

2014年7月

一般社団法人大宮まちラボ協議会が、まちづくりの情報発信の場として「まちラボおおみや」を大宮ラクーン8階に開設。

2016年12月

アーバンデザインセンター大宮の運営業務を担う法人組織として「一般社団法人アーバンデザインセンター大宮」設立。

2017年3月

まちラボおおみやを活動拠点に、市民、行政、企業、教育・研究機関などさまざまな主体が広く連携しまちづくりを推進する基盤として「アーバンデザインセンター大

宮(UDCO)」を設置。アーバンデザインセンター大宮(UDCO)の運営を一般社団法人アーバンデザインセンター大宮が担う。

2017年10月

一般社団法人アーバンデザインセンターがさいたま市より都市再生推進法人に指定される。

2020年10月

令和2年度土地活用モデル大賞

「国土交通大臣賞」受賞

「おおみやストリートテラス」

2022年3月

第2回グリーンインフラ大賞

都市空間部門「国土交通大臣賞」受賞

「OMIYA STREET PLANTS PROJECT」

基本理念

UDCOの基本理念は「産+官+学+民」の連携である、それぞれの立場で活動するこれらの主体が、広く連携しまちづくりを推進する基盤として機能するため、UDCOはこの基本理念のもと、大宮を新たな時代へと発展するまちにデザインするとともに、良好なまちの形成に向けたマネジメントを提案する。

活動財源

一般社団法人アーバンデザインセンター大宮がさいたま市都市局大宮駅東口まちづくり事務所より「大宮駅周辺地域戦略ビジョン推進業務」を受託し、その受託費を基本的な人件費などの活動財源としている。

運営母体組織

●名称

一般社団法人
アーバンデザインセンター大宮

●社員

工藤和美:代表理事
藤村龍至:業務執行理事

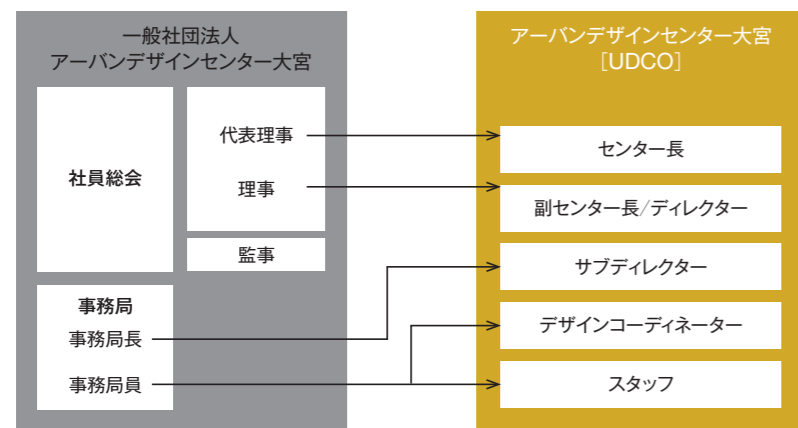


図1

*2023年3月時点の情報です。

用語解説

● **UDC:アーバンデザインセンター** | UDCは、アーバンデザインセンター(Urban Design Center)の略称で、2006年11月の柏の葉アーバンデザインセンター(UDCK)創設時に構想された、課題解決型=未来創造型まちづくりのための公・民・学連携のプラットフォーム。行政都市計画や市民まちづくりの枠組みを超え、地域に関わる各主体が連携し、都市デザインの専門家が客観的立場から携わる新たな形のまちづくり組織や拠点として、2023年3月現在は、全国22拠点に展開している。それぞれのUDCで課題やプレイヤー構成は異なるが、UDCOは政令指定都市(100万人都市)の既成中心市街地におけるUDCとして、ほかのUDCとは異なる特徴をもっている。

● **都市再生推進法人** | 都市再生推進法人とは、都市再生特別措置法にもとづき、地域のまちづくりを担う法人として市町村が指定するものである。指定されることにより公的位置付けが付与され、国などの支援を受けながら、都市再生整備計画の市町村に対する提案や都市利便増進協定・低未利用土地利用促進協定などを結ぶことが可能となる。一般社団法人アーバンデザインセンター大宮は、さいたま市から2017年10月4日に都市再生推進法人に指定された。

● **まちラボおおみや** | 産・官・学・民が一体となり、これからの大宮のまちづくりについて議論し、情報発信する拠点となるコミュニティ・ステーション。

● **大宮駅周辺地域戦略ビジョン** | 大宮駅周辺地域のまちづくりの将来ビジョンとして、官・民協働でつくりあげたまちづくり計画。大宮駅周辺地域を、政令指定都市の顔としてふさわしい都心として再構築するため、将来像、まちづくりの方針、戦略や優先プロジェクトがとりまとめられている(H22.5策定)。

● **しあわせ倍増プラン2013** | 市民一人ひとりがさらなる「しあわせを実感できる都市」を目指すため、平成25年5月の市長選挙において市長が公約した「新しあわせ倍増計画」にもとづき策定するもの。さいたま市が特に力を入れて取り組むべき施策がまとめられている。

● **首都圏広域地方計画** | 「国土形成計画(全国計画)」を受け、首都圏の自立的発展に向け、概ね10年間の地域のグランドデザインをとりまとめたもの(H28.3大臣決定)。本計画において、大宮駅周辺地域が東日本の対流拠点として位置付けられる。

● **国土形成計画** | 国土の利用、整備及び保全を推進する総合的・基本的計画。国土形成計画法にもとづき、全国計画と広域地方計画から構成される(H27.8閣議決定)。

● **大宮駅周辺グリーンインフラ公民連携プラットフォーム** | 大宮駅周辺に関わる多様な主体が一体となってグリーンインフラの取り組みを推進し、都市の価値向上と活性化、大宮らしい豊かな生活空間の形成に寄与することを目的とした、公民連携組織である。