ISSN 1340-9301
機　関　誌

Urban・Advance

アーバン・アドバンス

2011.02_No.54

[特集] 持続するまちづくり活動

特集テーマ論文

まちを「つくり」、「育てる」：エリアマネジメント ● 小林 重敬

進化する神戸・新長田のまちづくり ～震災復興から創造的な発展へ～ ● 宍田 正幸

個店の魅力が生み出すまちの魅力 ● 齋藤 一成

新コミュニティによるまちづくり手法：コモンズによる住環境のマネジメント ● 齊藤 広子

出会いと気付きがまちを変えていく～岐阜町・まちづくりNPO ORGANの事例～ ● 蒲 勇介

名古屋発

戦国武将たちが発信する名古屋の魅力とまちづくり

名古屋都市センター事業報告

調査研究

まちづくりセミナー講演録 「地域ブランド・マネジメント」 ● 若林 宏保

名古屋都市センター
Nagoya Urban Institute

特集 持続するまちづくり活動

2011.02 _No.54

A. 鉄人28号モニュメント
B. 復活した最初の水うちわ
C. 鵜飼観覧の屋形船で楽しむお座敷遊び・船遊び
D. コモンスペースを住民と地主が協力・管理する川崎市の事例
E. 名古屋おもてなし武将隊

Urban Advance back issues information

アーバン・アドバンス バックナンバーのご案内

号数	発行年月	テーマ
No.36	2005.03	環境重視と都市の未来展望
No.37	2005.11	変貌するすまい・まちづくり
No.38	2006.01	質の高い豊かな生活を生み出す環境づくり
No.39	2006.03	市民協働による安心・安全・快適なまちづくり
No.40	2006.10	都市内農地を活かした環境保全型まちづくり
No.41	2006.12	拠点開発と都市の変貌
No.42	2007.02	協働で作る地域・まち・都市
No.43	2007.06	地震への備え
No.44	2007.10	都市生活と健康
No 45	2008.02	子ども・学生とまちづくり
No.46	2008.06	都市の魅力と観光・交流
No.47	2008.11	物流とまちづくり
No.48	2009.02	都市型河川・運河の再生と都市の魅力づくり
No.49	2009.06	自転車の視点でみるまちづくり
No.50	2009.09	都市の水災害～伊勢湾台風から50年～
No.51	2010.02	近世武家文化とまちづくり～名古屋開府400年に寄せて～
No.52	2010.06	生物多様性とまちづくり
No.53	2010.10	都市とアート

まちづくりに携わる広範な人々の論文、都市センターの研究成果、名古屋のまちづくり情報などを掲載（A4版、90ページ程度）。名古屋都市センターまちづくりライブラリーにて販売（バックナンバー有）。定価700円（本体価格667円）。賛助会員には無償配布。名古屋都市センターまちづくりライブラリー、名古屋市立図書館等にて閲覧可能。

次号予告

Urban・Advance アーバン・アドバンス No.55

『名古屋都市センター設立20周年記念特集号』

平成23年7月、名古屋都市センターは戦後の復興土地区画整理事業の収束を記念して設立されてから20年を迎えます。「まちづくりの交流拠点」として、市民、大学、企業等の英知を結集し、将来のまちづくりの方向性を見出すため、先見性のある調査・研究、情報の収集・提供、人材の育成・交流を三本柱に事業を展開してきました。そこで次号は、20周年記念特集号と題して、名古屋都市センターのこれまでの取り組みや成果を検証しながら、今後のあるべき姿について考えています。

2011年07月 発行予定

名古屋都市センター
Nagoya Urban Institute

アーバン・アドバンス

2011.2 _No.54

［特集］ 持続するまちづくり活動

まちを「つくり」、「育てる」：エリアマネジメント　5
東京都市大学教授・横浜国立大学大学院特任教授　小林　重敬

進化する神戸・新長田のまちづくり　～震災復興から創造的な発展へ～　12
新長田まちづくり株式会社　代表取締役社長　宍田　正幸

個店の魅力が生み出すまちの魅力　19
㈱NPO-AMP理事長　齋藤　一成

新コミュニティによるまちづくり手法：コモンズによる住環境のマネジメント　26
明海大学教授　齊藤　広子

出会いと気付きがまちを変えていく
～岐阜町・まちづくりNPO ORGANの事例～　36
NPO法人ORGAN理事長　蒲　勇介

名古屋発

戦国武将たちが発信する名古屋の魅力とまちづくり　44
名古屋おもてなし武将隊インタビュー

名古屋都市センター事業報告

調査研究

名古屋プロジェクト診断2010　～名古屋のまちづくりを振り返る～　48
名古屋都市センター　上席調査研究統括監　羽根田　英樹

地域まちづくりの推進に関する調査研究　～市民団体の連携の視点から～　51
元名古屋都市センター　調査課　三品　優子
名古屋都市センター　調査課　清水　友浩

NUIレポート　韓国まちづくり研究・清渓川再生プロジェクト　62
名古屋都市センター　調査課　井村　美里

NUIレポート　緑ある快適な都心空間のあり方研究～街園都市・名古屋の提案～　68
元名古屋都市センター　副理事長　春名　秀機
名古屋都市センター　調査課　井村　美里

まちづくりセミナー

〈平成22年度　第２回まちづくりセミナー〉講演録
地域ブランド・マネジメント　73
株式会社電通中部支社　マーケティングディレクター　若林　宏保

はじめに

まちづくりは息の長い取組みです。

ローマの古い街の街路にあるモザイク床舗装が玄関の内まで繋がっているのは、かつての市民が街路舗装を含む都市の諸問題の処理に積極的に参加していたから*であり、日本においても、地域の道や用水路整備を地域の人々が担う道普請、あるいは地域普請という取組みもありました。

こうした志は、現在も、自治会や町内会、NPO法人、まちづくり会社など様々なまちづくりの担い手が、地域の特性や活動内容に応じて工夫を凝らし、バラエティに富んだまちづくり活動を展開する中で、行政を補完し、代替する活動へと繋がっています。

しかし、自分たちのまちをよくしたいと願う志から発する地域のまちづくり活動ですが、人材や財源、活動内容の負担感からその継続が難しいという課題もあります。

そこで、本号では、「持続するまちづくり活動」をテーマに、活動地域や組織、活動内容の異なる各地のまちづくり活動にスポットをあて紹介する中で、まちづくりが直面する厳しい社会状況において、持続するまちづくりへのヒントを見出し、これからのまちづくり活動に必要なことについて、考えていこうと思います。

*「人間のための街路」 バーナード・ルドフスキー　鹿島出版会

特 集

「持続するまちづくり活動」

まちを「つくり」、「育てる」：エリアマネジメント

東京都市大学教授
横浜国立大学大学院特任教授　小林　重敬

1．ディベロップメントからマネジメントへ

成長都市の時代から成熟都市の時代への移行に伴い、都市づくりの中心が開発（ディベロップメント）であった時代から管理運営（マネジメント）に重心をおいた都市づくりへ移行している。それはまた、官（行政）による民間開発に対する規制を中心とした都市づくりから、民間、市民によるマネジメントを視野に入れた新たな仕組みの都市づくりへ移行する必要性が認識され始めたことでもある。

その結果、都市づくりの様々な場面で、その地区に関わる権利者などを中心としたマネジメント（エリアマネジメント）が実践されるようになっている。それを簡単に説明すれば、規制や補助により、平均的、画一的な都市づくりを進めるのには適している官（行政）による都市づくりから、地元の様々な資源を生かして積極的に地域がもつ特有の価値を高める都市づくりが期待されていることによると考える。

2．「近代化」、「民主化」そして「市場化」

20年程度のスパンで考えると、以前の都市計画行政は公がその中心に位置し、中でも国がその中心にすわり、地方公共団体にコントロールを中心とした政策を下ろしてゆくと言う色彩の強いものであったと考える。

そのようなコントロールの力を発揮する政策のあり方は、「近代化」を急ぐ、すなわち新たな開発により都市づくりを急ぐ際の一つの道筋であったと考える。しかし「近代化」は必ずそれに伴って「民主化」が進み、都市づくりへの「市民参加」が要請されてくる。いわば「コミュニテイ」の力が都市づくりに加わることとなる。

さらに近年では「近代化」、「民主化」とは異なる「市場化」の力が都市づくりに強く作用してくる。すなわちマーケットの力が、コントロールの力、コミュニテイの力に加わって都市づくりに関与してくることになる。

もともとマーケットの力が都市づくりに作用していることはきわめて一般的なことであったが、２つの作用が働いてマーケットの力が都市づくりの表舞台に出てくることになる。一つは都市づくりにおけるコミュニテイの力との軋轢であり、もう一つはグローバル化の中でのグローバルなマーケットの力が都市づくりに大きく作用してきたことである。

その結果、近年の都市計画法の改正等は、政策の形成と実現のメカニズムを、幾つかの段階を経て大きく変えてきた。

小林　重敬
こばやし　しげのり
東京大学大学院工学研究科博士課程都市工学専攻修了。工学博士。
横浜国立大学大学院教授、規制改革委員会参与、参議院国土交通委員会客員研究員などを歴任。都市政策、住宅政策、土地政策、国土政策などの政策づくりに関与。大手町・丸ノ内・有楽町地区エリアマネジメント協会理事長、神田淡路町地区街づくり協議会顧問などエリアマネジメント活動を実践。
著書に「地方分権時代のまちづくり条例」（学芸出版社）、「エリアマネジメント」（学芸出版社）、「コンバージョン・SOHOによる地域再生」（学芸出版社）、「都市計画はどう変わるか」（学芸出版社）等がある。

3.「都市」から「エリア」を基礎とした都市づくりへの変化

今日、都市づくりは「都市」から「単位地域（エリア）」を基礎とした都市づくりへと変化している。

その理由は、旧来の制度としての「都市」、行政組織としての「都市」にかわって「エリア」（単位地域）が着目されることである。旧来の制度としての「都市」にかわって、グローバル化による競争に積極的に対応する「エリア」、また逆に、それに対抗的に機能するローカル化に対応するコミュニテイなどを単位とする「エリア」が、都市づくり・まちづくりが実践される場として現われる時代になったことである。

その結果、「都市」から「エリア」への重点の移行に伴う「エリア」のあり方は2層性を持ってくることになる。それはグローバリゼーションがもたらす大都市における「エリア」と、グローバリゼーションが進めば進むほど要請されてくるローカリゼーションへの対応としての「エリア」である。

グローバリゼーションの進展は、それがマーケットを中心として動くため、人々に恒常的に変化を要求する。佐伯啓思によれば「その結果がもたらす不安定性に対して、耐久力ある豊かな社会（美しい風景、想像力をかきたてる都市と田園、豊かな人間関係と日常生活など）を構築する必要があり」、それは間違いなく、人々に身近で、豊かな人間関係の創出等につながるローカリゼーションの要請に行きつく。

すなわちグローバリゼーションはローカリゼーションをその対として必要とし、都市再生は地域再生と連携する必要があることを示している。

4．エリアマネジメントという仕組みの必要性

その結果、都市づくりの様々な局面で積極的に「エリア」を単位としたマネジメント（「エリアマネジメント」）する必要性が認識され、実践されている。それは先に述べたように、官（行政）は、規制や補助により、平均的、画一的な都市づくりを進めるのには適しているが、これからの都市づくりは競争の時代の都市づくりとして、積極的に地域特性を重視し、地域価値を高める都市づくりが必要になっているからである。あるいは市民に身近なまちづくりとして、地域価値の低下を防ぎ、さらに高めるまちづくりが必要になっているからである。すなわち従来の平均的な、画一的な都市づくりでは対応できない状況が生まれているからである。

また、成長都市の時代には市街地の拡大、経済の成長のために道路、公園、上下水道、さらに空港、港湾などのハードな社会インフラが必要であり、社会資本整備が重要であった。

しかし成熟都市の時代には、そのような社会インフラに代わって、「エリア」に関わる地権者、商業者、住民、開発事業者などがつくる社会的組織によって地域の価値を高め、維持する社会関係資本とも呼ばれる仕組みが必要とされてきた。それは、関係者が互いの信頼関係を築いたうえで、都市づくりガイドラインや住宅地憲章などの規範を作り都市づくり活動を行なってゆく関係である。すなわち、以前の社会資本整備から、社会関係資本構築へと社会インフラ整備の内容が変化してきていると考える。そのような社会関係資本構築により、「エリア」を「つくる」ことから「育てる」ことまで一貫して実践する試みがエリアマネジメントである。

5．わが国におけるエリアマネジメントの実態

現在のわが国の都市づくりの状況を全体として見ると大きく２分されている。ひとつは競争の時代の都市づくりとして積極的に質を高める

都市づくりであり、その中心は大都市の都心部の「エリア」がより優位に立つために展開している都市再生である。もうひとつは衰退している「エリア」を再生する都市づくりがあり、その中心は地方都市の中心市街地における衰退している地区の生き残りをかけた地域再生である。

最近では大都市の都心部地区の都市再生も、また地方都市中心市街地における衰退している地区の地域再生においても、さまざまな主体や組織によって担われているエリアマネジメントの実践がある。

6．大都市都心部の「エリマネジメント」と地方都市中心部の「タウンマネージメント」

⑴　大都市都心部地区のエリマネジメント

大都市都心部におけるエリアマネジメントを考えると、その必要性は次のように説明できる。

第１に、地方公共団体は特定地区に特別のエリアマネジメントを行うことは公平性の観点から難しい。しかし、これからの都市づくりには、様々なレベルでの地区間競争を考えると地区としての魅力をつくることが求められておりエリアマネジメントの必要性は高い。

第２に、一般に広がりを持った地区では、多くの関係主体、権利者が存在し、個別敷地に特別の管理を行うと、それに伴う外部経済が発生し、フリーライダーが生まれる可能性が高く、一方、逆に個別敷地が外部不経済を発生させる可能性もある。したがって「エリア」の単位でマネジメントする必要がある。

第３に、フリーライダーを生じさせないためにも、出来る限り多くの関係主体、権利者が一体となって組織を作りエリアマネジメントをする必要がある。

わが国における大都市都心部のエリアマネジメントの事例としては、これまで大規模プロジェクトと連動しているものが比較的多かったが、大規模プロジェクトとは関係なくエリアマネジメントを実践している地区も近年では増えつつある。

東京都心部では、大手町・丸の内・有楽町地区での「NPO大丸有エリアマネジメント協会」、六本木ヒルズでのタウンマネージメント組織「六本木ヒルズ運営本部」、晴海地区の「晴海を良くする会」、汐留地区の「中間法人汐留シオサイトタウマネージメント」などがそれぞれの地区でエリアマネジメントを実践してきた。近年では、「大崎駅周辺地区街づくり連絡会」のもとに「東五反田地区街づくり推進協議会」と「西口地区街づくり協議会」を配して活動しているし、秋葉原地区「秋葉原タウンマネージメント組織」、神田淡路町地区「まちづくり協議会」などで動きがある。さらに特性を持つ地区である銀座地区、神楽坂地区等が組織を作って活動している。

また大阪中心部では「船場げんきの会」のもとに集合している長堀地区に「NPO長堀21世紀の会」等があり、また御堂筋地区に「御堂筋ネットワーク」、さらに大阪ビジネスパーク地区には「OBP開発協議会」が活動してエリアマネジメントの比較的長い歴史がある。近年では大阪駅周辺地区にさまざまな動きがあり、その中から北ヤード地区に新たな組織が生まれている。名古屋中心部では、名古屋駅前地区で「名古屋駅地区街づくり協議会」が結成され活動が始まっているし、名古屋の一方の中心部である栄地区での動きも始まっている。またそれ以外にも横浜ではMM21地区に「株式会社横浜みなとみらい21」があるし、近年、横濱駅周辺地区の西口地区、東口地区を一体化した組織を立ち上げようとしている。神戸には「旧居留地連絡協議会」がありエリアマネジメントを進めている。福岡では、以前から活発な活動を進めてきた博多天神地区「We　Love　天神協議会」

と、最近になって組織化がなされた博多駅前地区の「博多街づくり協議会」がある。

「六本木ヒルズ運営本部」、中間法人汐留シオサイトタウマネージメント」、「OBP開発協議会」、「株式会社横浜みなとみらい21」などは大規模プロジェクトと連動している事例であり、「NPO大丸有エリアマネジメント協会」、「NPO長堀21世紀の会」、「御堂筋ネットワーク」、「We　Love　天神協議会」などは、大規模プロジェクトと必ずしも関係のある事例ではなく、既成市街地におけるエリアマネジメントである。

いずれの地区でもさまざまなレベルの都市づくりを行いつつ、それと連動してエリアマネジメントを実践している。

現在実践されているエリアマネジメントの内容を大別すれば、第１に公共施設・空間、非公共施設・空間の積極的な利用を予定したデザインガイドラインなどの策定とその実現、さらに第２にそれら施設や空間のメインテナンスやマネジメント、第３にイベントに代表される地域プロモーション、社会活動、シンクタンク活動などのソフトなマネジメントがある。第４に地区の安全・安心やユニバーサルデザインの実現などの課題を解決するマネジメントである。

⑵　地方都市中心市街地のタウンマネージメント

地方都市中心市街地ではエリアマネジメントは一般的にタウンマネージメントと呼ばれているが、大都市都心部のエリアマネジメントと基本的には変わらないと考える。

しかし、地方都市の中心市街地の活性化は、大都市都心部の活性化と比較して簡単なことではないことをまず確認する必要がある。それは地方都市の中心市街地の衰退が、日本の経済システム、社会システム、さらに行政システムなど基本的なシステムのあり方に深く係わっているからである。

第１に、日本の経済システムが大量生産大量消費を基調として発展してきたことである。地方都市の中心市街地をこれまで主に構成してきた商店街の商店の多くも、この大量生産システムから提供される商品を主な取扱い商品にせざるをえないほどにこのシステムは完成されていることである。従って、郊外部に大規模店舗が立地し、同じ大量生産品を安く、しかも自動車交通に利便の高い立地で提供すれば、何ら対抗策を持たない中心商店街の多くが競争相手にならないことは自明のことである。

第２に、上記のような経済システムに対抗する重要な手段が、文化や歴史を重視する社会システムであるが、日本では一部の例外を除けば文化や歴史を重視しないシステムとしてこれまであり、多くの都市で文化や歴史的な要素が破壊されてきた。

第３に日本の行政システムが縦割り行政で、これまでの中心市街地への取り組みは、商店街の近代化を経産行政が担い、基盤整備を建設行政が担うという縦割りで担当し、お互いの連絡は必ずしも十分なものとはいえなかったことである。また中心市街地の再生には住宅政策、福祉政策、公共交通政策、さらには公益公共施設立地施策など多くの政策分野と連携する必要があったが、それも縦割り行政の中で実現してこなかった。

地方都市中心市街地での「タウンマネージメント」は、「中心市街地における市街地の整備改善及び商業などの活性化法」(平成10年)、「中心市街地の活性化に関する法律」（平成18年）などが制定され、実践されてきた。

しかし実際に有効なエリアマネジメントを実施しているのは、平成10年の法制度発足以前から地道にエリアマネジメントの実践していた「エリア」であり、組織である場合が多い。

そのような有効なエリアマネジメントを実施している事例として、北は青森市の「有限会社PMO」、福島市の「株式会社福島まちづくりセ

ンター」、さらに東京の近くでは三鷹市の「株式会社まちづくり三鷹」、横浜市の「横浜街づくり倶楽部」、日本海側では七尾市の「株式会社御禊川」、中部では飯田市の「飯田まちづくりカンパニー」、西では、長浜市の株式会社「黒壁」、高松市の「丸亀町商店街まちづくり株式会社」などをはじめとして多くの事例をあげることができる。

それらの地域の組織は株式会社、有限会社、NPOなどさまざまな形態をとりながらも、空き店舗対策、イベントの開催、個店支援などの個別の施策を展開しつつも、中心市街地再生の全体企画、管理・清掃、街並みの形成などの役割も担って、地域のマネジメントを実現しようとしている。

7．住宅市街地におけるエリアマネジメント

住生活基本法が制定され（平成18年）、その全国計画が策定されたが、そこにはこれからのわが国の住まいづくりの新たな考え方が４点にわたって示されている。その中の１つとして「資産価値の評価・活用」という視点が示され、それに加えて、住宅資産の維持・向上の意識を醸成するために資産価値が適正に評価され、その価値が最大限に活用される必要があることを挙げている。

このような新たな視点を住宅政策に加えたことにより、当然のことではあるが具体的な施策の展開に影響を与えて、新しい施策展開につながってくる必要があると考える。その具体的な事例として考えられるのが住宅市街地の価値を維持し、価値を高めるための活動である。

しかし、都心部居住・中心部居住の動向が顕著になりつつある今日、多くの一般住宅市街地は、人口減少社会や高齢社会・少子社会の到来により、低未利用地の発生や空き地・空き家の増大が見られるようになっている。

そのような新たな動向を居住環境整備施策や土地・住宅政策の視点から見ると「管理されない土地」の増大がもたらす問題や縮小する市街地の問題が課題として見えてくる。

⑴　良好な住宅地を維持管理するエリアマネジメント

郊外住宅地を中心に、良好な住宅市街地が形成されており、さらに近年では付加価値を付けた住宅市街地が開発されている。そのような住宅市街地では環境をはじめとする住宅地の質を維持し、さらには価値を向上させるためのエリアマネジメントが展開している。

それは当然のことながら、多様な主体が参加する動機付けが重要であり、公益的な空間の提供、自然の保全公益性重視、良好な景観の創造と維持が必要である。結果的に、地域コミュニティを中心とした多様な主体による活用・管理が展開することになる。

ただこれまでの事例を見ると、多くは住宅市街地の中に共有スペース、具体的には緑地、空地などの魅力的なコモンスペースを開発段階で獲得している住宅市街地が、その共有スペースを維持し、さらに住宅市街地の価値を高めるための活動の段階である。

そのような事例は、近年では数多く見られるようになっているが、代表的なものを挙げると、神奈川県逗子市の披露山庭園住宅地、横浜市緑園都市、兵庫県の神戸三田国際庭園都市・フラワータウン・アルカデイア、東京都の八王子みなみ野シテイ・コンサージュ、さらに検討中のものとして茨城県のつくば市中根・金田地区などがある。

また、ニュータウンなどの計画的に開発された既存の住宅市街地の再生も類型の１つと考える。エリアマネジメントの課題としては必ずしも新しいものではないが、広域的な住情報の提供やストック再生による住み替え支援、多様な

機能の導入を進めること、ユニバーサルデザインの市街地として再生し、地域の主体の組織を作ってマネジメントする必要があることなど体系的な対応の必要性が示されている。

大阪の千里ニュータウンや東京の多摩ニュータウン、千葉の千葉ニュータウンではそのような活動が、NPO組織などの多様な主体によって取り組まれている。具体的には地域住民による地域管理や地域・住民の連携の強化、コミュニテイビジネスの育成などが進められ、結果的オールドタウン化したニュータウンの再生につながる可能性が出てきている。

⑵　人口減少、市街地の縮減に対応するエリアマネジメント

市街地における居住環境整備の分野では、人口減少、市街地の縮減などの今後の新しい動向に対応する課題が示されている。

その中心的な課題は、都市の外延に拡大した住宅市街地の再編である。大都市圏の郊外には必ずしも良好とはいえない住宅市街地が広がっており、また良好に形成された住宅市街地の中には敷地分割による細分化、マンション、共同住宅の混在など時間の経過と共に居住環境が悪化している地区も増加している、そのような地区はやがて訪れる人口減少、世帯減少のなかで空き家化、空き地化が進み、防犯・防災上課題を持った市街地となってゆく地区が増えるものと考えられ、そのためのエリアマネジメントの必要性が挙げられている。

具体的には、公共団体、地域住民、NPOが連携し、低未利用地等の管理・活用を促進する仕組みが必要であり、土地所有権者以外の多様な主体の参加や所有者以外の利用の促進も考える必要がある。

8．新たなエリアマネジメントとしてのエリア・ネットワーク・マネジメント

6．と7．では、中心市街地や住宅市街地における一般的エリアマネジメントについて述べてきた。そのような一般的エリアマネジメントの課題は、フリーライダーの存在が否定できないことである。そのためにもフリーライダーを許さない強固な社会的組織、社会関係資本を「エリア」に構築する必要があるが、その可能性がない「エリア」も少なくないと考える。

その際に考えられる、もうひとつのエリアマネジメントとして、エリア・ネットワーク・マネジメントを提起しておく。エリア・ネットワーク・マネジメントのこれまで事例は、大都市既成市街地で中心地区の縁辺部に立地し、従来の産業が衰退し、しかも多くは小規模敷地に小規模ビルを建てて、持ち主が細々と事業経営とビル経営を行っている地権者が多い地区である。

そのような地区の代表格である東京神田秋葉原地区、大阪船場地区、名古屋錦地区で、一定のエリアまちづくり構想をもち、エリアマネジメント活動が始められている。

その基本形は、エリアの中に「コア施設」を擁して、そこに「家守」と呼ばれるネットワークをマネジメントする人材が置かれる。「家守」は江戸時代にいた差配人のことで、家主と店子の間にいて、店子の様々な面倒を見ていた存在である。現代版「家守」は、コア施設に入居している新たな産業の担い手の様々な相談に乗ると同時に、コアとネットワークしてエリアで活動する場「アネックス」を生み出すことにも寄与する。その結果コア施設周辺の空きビル、空きフロアーが「アネックス」として有効に活用され、エリア全体の再生につながることになる。

エリア・ネットワーク・マネジメントは、エリア全体の活性化にもつながるが、ネットワー

クを介してサービスを提供するので、基本的にはフリーライダーの課題は発生しない。

9.「志ある資金」によるエリアマネジメント活動

持続可能なエリアマネジメント活動を進めるには、一定の資金が必要である。それに関して、周知のアメリカ、カナダやイギリスで展開しているBIDやHOAがある。BIDやHOAは強制的徴税権を伴う税、あるいはそれに近い形による財源調達であり、その可能性をわが国でも探ることが重要である。しかし、それを待っていたのでは今日のエリアマネジメント活動の展開に十分対応できないので、次善の策も含めて考える必要がある。

実際にエリアマネジメント活動を進めている組織が様々な工夫を始めている。その代表的な動きがエリアマネジメント広告である。この活動は大丸有地区の活動で本格的な動きがみられるが、すでに表参道地区、秋葉原地区などで試みられているものである。「街づくり」の過程で生まれた魅力的空間、街並みを利用して、その空間に民間事業者の広告を、たとえばバナー・フラッグのような形で掲出し、民間事業者から広告掲出料をいただき、それをエリアマネジメント活動に活用するというものである。

しかし、それ以上にエリアマネジメント活動に本格的に資金を提供する仕組みとしては地域で循環する持続可能性の高い「志ある資金」が必要である。

そのような資金の事例もすでにわが国には存在する。たとえばエリア・ネットワーク・マネジメント活動を展開している代表事例である、神田地区にあるコア施設「ちよだプラットフォームスクエア」は非営利株式会社という形態をとり、出資者に配当は行わず、資金を循環させる仕組みをとって持続可能性を高めている。また地方都市中心市街地でエリアマネジメント活動を展開している代表格である高松丸亀町商店街再開発事業地域では地元からの資金を集めて、一つの事業が終わると、次の事業に再投資される仕組みを構築している。

しかし上記の仕組みを真に持続可能なものにするには、「志ある資金」を確保するための「シードマネー」と呼ばれる仕組みが重要である。それは「志ある資金」を確保するために、そのような投資活動のリスクを低める仕組みである。たとえば必要な資金の60％は「シードマネー」として存在することにより、エリアマネジメントに寄与する街づくり事業のリスクを低めて、その上に「志ある資金」を地元などから募り、事業の実現に結び付けてゆくことである。

参考文献

1）小林重敬編著「エリアマネジメント」学芸出版社　2005年４月
2）小林重敬「地方自治から見た中心市街地活性化」自治フォーラム　2007年５月
3）小林重敬「まちづくり三法と地域再生」住宅土地経済　2007年春号
4）小林重敬「都市計画法・建築基準法などの改正が目指す都市づくり」新都市　2007年８月号
5）国土交通省土地・水資源局「エリアマネジメント・シンポジュウム」資料　2007年６月７日
6）新たな担い手によるエリアマネジメントと担い手地域管理のあり方検討委員会「新たな担い手によるエリアマネジメントと担い手地域管理のあり方について」 2007年２月
7）小林重敬「都市のあり方の変化と都市計画のこれから」新都市62巻７号　2008年７月
8）小林重敬「エリアマネジメントの新たな展開について」季刊まちづくり25号　2009年
10）小林重敬「大都市遠郊外部におけるエリアマネジメントの必要性」UEDリポート （財団法人日本開発構想研究所） 2009年秋号
11）小林重敬「大丸有地区のまちづくりの経緯と支えた仕組み」新都市64巻３号　2010年
12）小林重敬「重伝建地区とエリアマネジメント」文化庁　文化財No.559　2010年４月

進化する神戸・新長田のまちづくり
～震災復興から創造的な発展へ～

新長田まちづくり株式会社　代表取締役社長　宍田　正幸

1．はじめに

神戸・新長田地域は周知のとおり、1995年の大震災によって建物は倒壊し、多くの人命が奪われ、数時間後には火の海と化したまちである。以降、当地域では住民・商業者・製造業者それぞれが苦難の生活再建とまちづくりに取り組まれてきた。

一方、私自身は震災復旧の時期に神戸商工会議所の経営指導員として他の地域の小規模零細事業者の経営再建のサポートや商店街活性化のお手伝いをしており、当地域を外から注目していた。やがて震災復興が本格化する2000年に会議所西神戸支部事務長として当地域に関わるようになり、2001年に設立された㈱神戸ながたTMO（商業者を中心としたまちづくり組織）の事務局を会議所の立場からバックアップしてきた。さらに2004年に新長田まちづくり㈱）に転職し、ＪＲ新長田駅南地域で実施している震災復興第２種市街地再開発事業（20.1ha）の再開発ビルを一元管理し地域活性化を推進する立場となった。

このように、震災後の取り組む状況が変化する節目に私自身も立場が変わり、様々な視点から当地域の変化を受けとめてきた。

ここでは、再開発エリアを中心とした地域商業活性化の進化の過程を、組織に着目して整理したい。

震災復興事業地区一覧

	地区名	地区面積	事業計画決定（当初）	進捗状況
土地区画整理事業（市施行）	森南第一地区	6.7ha	平成9年9月25日	事業完了（平成15年2月）
	森南第二地区	4.6ha	平成10年3月5日	事業完了（平成15年2月）
	森南第三地区	5.4ha	平成11年10月7日	事業完了（平成17年3月）
	六甲道駅北地区	16.1ha	平成8年11月6日	事業完了（平成18年3月）
	六甲道駅西地区	3.6ha	平成8年3月26日	事業完了（平成13年7月）
	松本地区	8.9ha	平成8年3月26日	事業完了（平成16年12月）
	御菅東地区	5.6ha	平成8年11月6日	事業完了（平成15年4月）
	御菅西地区	4.5ha	平成9年1月14日	事業完了（平成17年3月）
	新長田駅北地区	**59.6ha**	**平成8年7月9日**	**事業中（平成23年3月完了予定）**
	鷹取東第一地区	8.5ha	平成7年11月30日	事業完了（平成13年2月）
	鷹取東第二地区	19.7ha	平成9年3月5日	事業完了（平成20年3月）
市街地再開発事業（市施行）	六甲道駅南地区	5.9ha	平成8年3月28日	事業完了（平成17年9月）
	新長田駅南地区	**20.1ha**	**平成8年10月31日**	**事業中**

宍田　正幸
ししだ　まさゆき
1956年生まれ　兵庫県出身　大阪市立大学法学部卒業
1991年　神戸商工会議所経営指導員
2000年　神戸商工会議所西神戸支部事務長
2004年　新長田まちづくり㈱代表取締役専務
2006年　現職
神戸・新長田中心市街地活性化協議会　副会長
NPO法人　KOBE鉄人PROJECT　副理事長
神戸UD商品開発研究会　代表世話人
神戸映画資料館を支える会　代表世話人

2．震災がもたらしたもの

2．1．直接被害と間接被害

神戸市調査によれば、再開発エリア（20.1ha）に限定しても、当時の建物992棟のうち全焼530棟（53％）、全壊208棟（21％）、半壊83棟（９％）と実に83％が全焼・全半壊という甚大な被害であった。

さらに重要なことは、この数字がハード面の直接的な被害を表しているに過ぎないという点である。震災復旧の過程で特に問題になったのは、間接的な被害に対する有効な救済措置を取り得なかった点にある。

当地域には自律的な産業クラスターの典型ともいえるケミカル産業が集積していた。震災前には、まち全体が分業体制の町工場のようであり、個人の家もケミカル関連の内職があたりまえの状態であった。しかし、結果としてこのクラスターは離散し、主要な生産拠点は震災を契機に一気に海外に移転してしまった。地場産業の隆盛とともに発達してきた地域商業は、地場産業の空洞化とともに衰退し、その商圏も縮小してしまったといえる。

直接被害はハード復旧で一定回復できるが、間接被害は経済構造の歪みを増幅させ、地域産業の喪失をもたらしている。

さらに問題は、地域コミュニティ・文化活動等々、それまでに地域が営々と培ってきたソフト面においても、中断・停止・喪失をもたらしたという点にある。ここにこそ震災後遺症の根本的要因があるといえる。

2．2．ボランティア元年

一方で特筆すべきは、震災を契機に被災地で活動を始めたボランティアグループの存在である。

震災によって神戸は突然10年後の世界に投げ出されたといわれる。否応なく突きつけられる高齢化・空洞化・過重な負担という社会的課題に対し、社会体制や行政施策が追いつけない状況の中で、「共生」「協働」を先導したのは専門性を有したボランティア活動に他ならなかった。

「現場の知」が蓄積し体系化することで、NPOやコミュニティビジネス、ソーシャルビジネスといった新たな力が当地域でも市民権を得ていったのである。

3．新たなまちづくり組織の登場

3．1．震災復旧の中で（震災～５年）

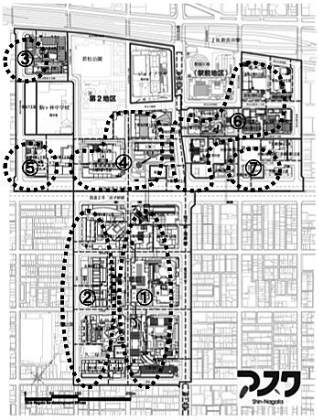
まちの復興をどうするのか。神戸市は地元との対話、協議を進める手立てとして地元で協議会をつくってもらい、そこにコンサルタントを派遣する協議会方式を採った。この方式は、震災後の復興の動きのある全市の各地域に及んでいる。

再開発エリアに関しても７つの協議会が、仮住まい・仮設営業の一方で精力的にまちづくり提案をまとめ、神戸市の再開発事業計画へ反映させていった。この方式によって、行政対権利者という個別の対立構図に終わることなく、行政対協議会という形で地域の活性化を見据えた大局的な議論が地域の中で展開されたといえる。事実、協議会が土地を地主から借上げ、仮

■協働のまちづくり

地元住民の「まちづくり協議会」結成
↓
コンサルタント派遣
住民意見の集約
↓
市長への「まちづくり提案」
↓
提案に基づいた事業実施

① 久二塚地区震災復興まちづくり協議会
② 久二塚6まちづくり協議会
③ 日吉2丁目まちづくり協議会
④ 新長田駅前地区復興まちづくり協議会
⑤ 大橋7まちづくり協議会
⑥ 新長田駅南大若まちづくり協議会
⑦ 大橋3丁目まちづくり協議会
※民間主導型の一元管理会社設立要望



設店舗パラールや仮設住宅久二塚ファイブを地元負担無く建設し、本建築を早期完成に誘導する画期的事例も生まれた。

注目すべきは、再開発エリアの複数の協議会から、民間主導型の一元管理会社設立要望がだされたということである。

再開発事業によって順次完成していくビルを単体で乱立させるのではなく集中管理し、大規模管理のスケールメリットを充分に発揮することで地元に利益を還元できるメリットを生じさせよう。

この考え方に基づいて、1998年10月に新長田まちづくり㈱が設立された。

３．２．震災復興を目指して（５年～10年）

３．２．１．アスタきらめき会発足

戦後、当地域は神戸の西の副都心として位置づけられ、西神戸商業地として20団体を越える商店街組織で構成されてきた。しかし、震災を契機にいくつかの商店街は解散し、また商店街活動が機能不全に陥っている商店街も多くあった。

「まちづくり」は協議会を中心に中長期の視点で展開されるが、地域商業は震災とは無関係に市場原理に基づく競争環境のなかで短期的な影響をもろに受け、将来の地域の発展まで悠長に持てない現実があったのである。

神戸市は、新長田の震災復興を後押すするために1998年12月に中心市街地活性化基本計画策定した。これは、北側の区画整理事業エリアにシューズプラザを建設し、南側の再開発エリアと再開発エリア外にまたがる商業組織の組織再編を促すものであった。

おりしも、1999年の「復興大バザール」で若手商業者が各商店街から集まり、協働する「場」ができた。これが契機となって、危機感をもった商業者が既存商業組織の垣根を超えて事業を実施しようと、1999年12月にアスタきらめき会が発足したのである。

〈アスタきらめき会の特徴〉

- ●地元商業者を中心に、活性化に関心のある有志で集まる任意団体
- ●会費・会則・メンバー表なし　代表・副代表・事務局のみ決定
- ●メンバーを固定せず、行政関係者等も気軽に参加できるオープンな雰囲気
- ●新長田地区の情報が一同に集約できる組織
- ●会議の席は必ずロの字（オブザーバー席を作らない）
- ●企画があがるたびに部会を結成し、部会を意思決定機関としてスピードアップ
- ●企画提案者は、必ず実行委員長（事業部長）になる

※アスタ
　わたしたちのまち：us townの造語
　再開発エリアの愛称として公募決定

３．２．２．㈱神戸ながたTMOの設立

アスタきらめき会は、発足以来精力的なイベント活動を展開した。その中でも次への転機となったのが2000年度に実施した「高齢者にやさしい商店街づくり事業」であった。

この事業は、会議所が国・県の箇所付事業の受皿となって実施した補助事業で、実施内容は電動スクーター無料貸出サービス事業「ショップモビリティ」と商店街と病院・高齢者住宅等をコミュニティバスで結ぶ「買いもん楽ちんバス運行実験」である。

会議所西神戸支部と新長田まちづくり㈱が事務局を担い、アスタきらめき会が企画を煮詰め実働部隊となっていく。地域として活性化を推進するスキームが、この事業によって確立できたのであり、私自身にとっても当地域に直接関わるようになった転機でもあった。

当地域では、並行してTMO（タウンマネージメント機関）を設立するかどうか喧々諤々の論議がおこなわれていた。当時、全国的には商

工会・商工会議所がTMOになるケースが多く、さらに当地域には新長田まちづくり㈱・くつのまちながた神戸㈱と三セクが既にあるのに、これ以上つくる必要があるのか、という雰囲気が大勢であった。

しかし、アスタきらめき会の活動がTMOの原型を生み出し、地元商業者は「自己責任の原則」を自覚してTMO設立へと大きく舵をとった。そして、2001年６月㈱神戸ながたTMOが設立されたのである。

３．２．３．㈱神戸ながたTMOのあり方と成果

こうして設立されたTMOのあり方として次の３点がある。

①従来型の地域組織運営からの脱却

従来の地域組織や連合体は「組織は戦略に従う」という企業発想とは異なり、「戦略を組織に合わせて」活性化に取り組むため、その事業効果には限界がみられた。明確な地域戦略を持ち、地域組織の再編も視野に入れて活動を展開する。

②経営管理型の活性化事業へ

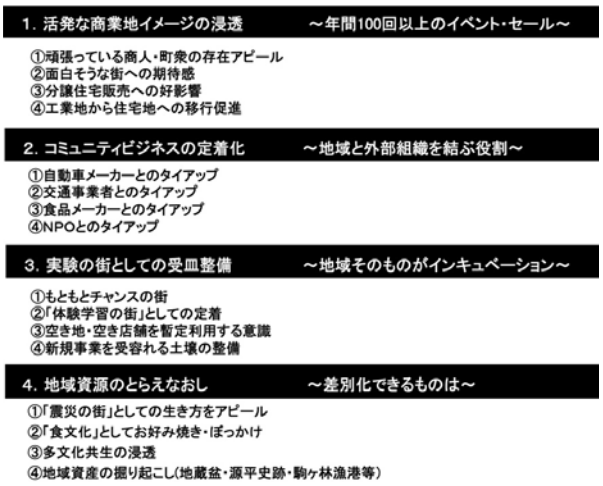
意思決定のあり方や責任の所在も不明確になり、曖昧な形で特定の個人の資質に頼りがちな事業をPDCAの管理サイクルに基づき展開する。そのための組織体制を整備する。

③事業推進労力を組織力で解消

積極的に取り組む一部商業者の知恵と労力に頼るため、労力が特定個人に集中し疲弊する。跡を継ぐ若手商業者も育ってこない。事務局を整備し事業推進労力を組織力で解消できる体制を形成する。

ＴＭＯとしてのあり方がどこまで貫きとおせたか課題は残っているが、試行錯誤の事業展開の中で下記の成果をあげている。

㈱神戸ながたTMOの活動成果



３．２．４．震災後10年の新長田の実状

震災後10年時点で長田区の復興の状況を概観すると、人口８割復興・小売商業６割復興・工業事業所数47％減・観光資源なしという惨憺たる経済実態があった。もちろんハード整備という点では、ＪＲ新長田駅北側では区画整理事業が、南側では再開発事業が実施されていたが、ソフト事業をどう再生していくか、まちの活性化の内実も問われていた。

その際に最も重要なことは、地域の主役である市民・企業の自律的で主体的な活動の萌芽があるかということである。

長田区には多文化共生の伝統とユニバーサルデザインの浸透があった。厳しい現実に対し、さまざまな立場から自律的な取り組みがこれまでにも展開され、そこでは個々の独自の成果が生み出されていた。

敢えて表現すれば、震災10年を過ぎた次のステップとして、個々の自律的な動きを連動させ、個々の成果を繋いでいく、この地域全体の活性化を連携させながらもトータルに推進するシンボルプロジェクトが必要な段階に入っていたといえる。

３．３．創造的な発展の模索（10年～15年）

３．３．１．KOBE鉄人PROJECT誕生

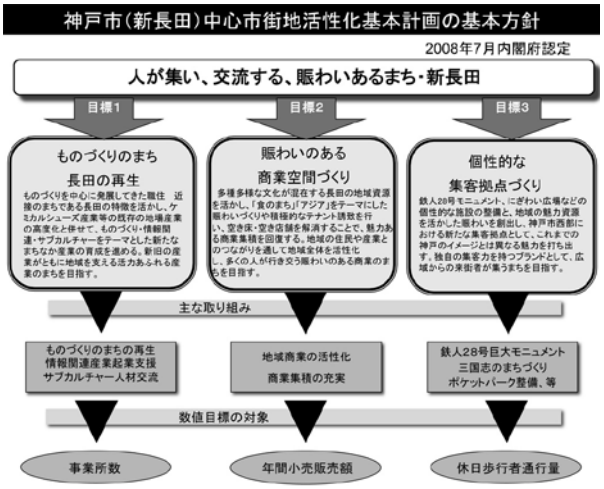
おりしも、ロボット漫画の金字塔「鉄人28号」

が、2006年に生誕50周年を迎えた。「鉄人28号」は、神戸出身の故横山光輝氏が学童疎開後に戻った神戸の空襲後の惨状をみて爆撃機B29から発想した作品である。地域活性化を推進する主要メンバーは、戦災復興から生まれた力強い「鉄人28号」を、当地域の復興のシンボルにできないものかと考え、モニュメントや記念館設立を目的に、地域プロジェクトを発足させることになった。

活動母体として、まず2006年１月に発起人会設立、同年６月に事務局開設、同年９月実行委員会発足、そして2007年９月にNPO法人設立認証と、文字通り小さく生んで大きく育てるスタイルである。大上段に組織編成の枠組み構築から取り組むことよりも、焦点を定め段階的な企画実現の過程で協働する仲間を増やしていく運動方式を採った。

３．３．２．神戸市基本計画

NPO法人として第１段階の目標は、身長18ｍの鉄人28号モニュメント建設である。公園内広場でオープンに建設される構造物のため収益性がない。このため、建設にあたっては幅広い募金・寄付を募るが、中心市街地活性化基本法に基づく基本計画を神戸市が策定し、国の補助２/３と市の補助１/３で建設する予定であった。



３．３．３．モニュメント完成とその効果

しかし、2008年３月にモニュメントそのものは国の補助対象とならないことが確定。期待していた国の補助２/３相当の資金をいかに調達するか。計画中止もやむを得ない岐路に立たされた。

神戸市の力強い協力なければ実現しなかった側面があるものの、最終的に問われたのは地域商業者自身がモニュメント実現に向けて意思決定をし、具体的に行動するかどうかだった。そして、喧々諤々の議論と工夫を重ねた１年半の活動の結果、2009年９月モニュメント完成にこぎつけた。

経済環境の急激な悪化の中、プロジェクトは大きなうねりになりつつあるが、その効果として現段階でも以下の点を指摘することができる。

第１点は、ランドマーク誕生によるイメージ効果である。従来の「震災被害のまち」というマイナスから「創造的な復興のまち」へ飛翔する象徴としてプラスへ転じることができた。鉄人28号の造形そのものが、日本のアニメ文化の象徴として、また、ロボット文化の象徴として、新たな可能性に挑戦するパワーを私たちに与えてくれている。

第２点は、交流人口の増加効果である。視察・観光ルートとして注目され申込が激増し、平日でも3,000～5,000人、祝祭日で20,000人～50,000人、平均して一日10,000人の通行量が増加した。

第３点は、拠点施設の誘引効果である。アニタス神戸（神戸芸術工科大学が出資して設立したアニメーションセンター）が再開発ビル内に2010年３月より稼働。さらに、ロボット・ものづくり体験の場としてロボット工房が地域人材支援センター（旧二葉小学校跡地施設）に2010年11月に移転。また、再開発ビルの入居率も好転し、空店率は来年３月には2008年当初より10％改善される見込である。

※参考資料
KOBE鉄人PROJECTの経済波及効果
大阪市立大学大学院創造都市研究科・経済効果研究会による計測結果
①事業効果「NPO法人の事業によって喚起される効果」
→５億4000万円
②消費効果「新長田駅周辺商業地での見学客の消費によって喚起される効果(当初半年)」
→115億8100万円
③交通効果「見学客の交通費（公共交通機関のみ)によって喚起される効果(当初半年)」
→21億4900万円
①～③総合計142億7000万円
・消費効果が81％と高いこと効果が当地域に留まらないことに特徴がある
(2010年12月１日付け記者発表資料)

３．３．４．プロジェクトの課題

NPO法人として、第１段階の目標達成で大きな成果をあげることができた。しかし、これを一過性のブームに終わらせてはならないのであり、第２段階へステップアップしていかなければならない。その際の課題として以下の点があげられる。

第１点は、来街者の増加に対し、まち全体でのおもてなし体制（まちとしての一体感）が不十分であること。総合的なインフォメーション機能の充実が必要である。

第２点は、増加した来街者が駅周辺にとどまり国道２号線以南へ回遊していないこと。南側のエリアを「三国志」のメッカとして構想しており、2009年12月KOBE鉄人三国志ギャラリー開設､2010年３月三国志武将石像５体設置完了、2011年３月にKOBE三国志ガーデンオープン予定と、順次にぎわい整備を実施しているが、地域独自のコンテンツの充実を図り、地域資源と連動した回遊性向上のしかけが必要である。

第３点は、持続的な商品開発の動き。一つはプロジェクトグッズの開発ということであり、もう一つは商店街や各個店がプロジェクトに関連した独自商品やサービスを展開していくことである。その意味では、「三国志なりきり隊」（商店主自身が登場人物を演じる）など、地域商業者自身の創意工夫を凝らした展開が最重要である。

鉄人28号モニュメント

４．今後に向けて

４．１．創造都市の苗床として

新長田は商・工・住渾然一体で発展してきたまちである。その中でいろんな人たちが価値観をぶつけあいながら、新しいものを創造してきたまちでもある。

その過程で形成した地域資源を有効に活用するために、地域商業はどう機能していくか。アニメ文化推進・食のまち推進・ユニバーサルデザイン関連産業推進・観光産業推進　のカテゴリー別に方向性を整理し、地域コミュニティを核とした地域交流型のまちづくりを推進したい。

さらに、商業集積全体を創造都市の苗床としてとらえ、あらたな産業のインキュベーションエリアとしても訴求していきたい。

4．2．地域内の役割分担

まちづくりを牽引するのは誰か？この問いに対してよく指摘されるのは、リーダー・コーディネーター・事務局の存在である。

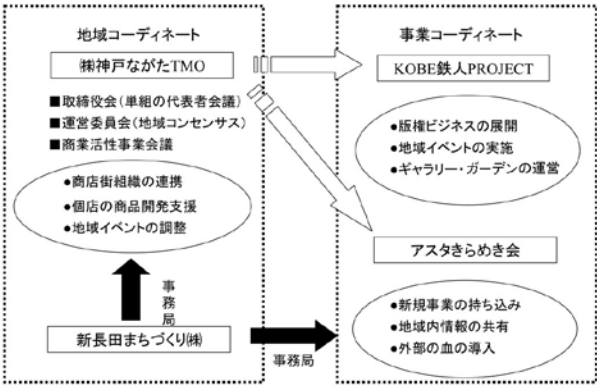
当地域では、リーダーとして地域商業者自身が決断し方針を打ち出してきた。コーディネーターは、熱心な行政マンであったり会議所職員であったりコンサルタントが担ってきた。そして、事務局として新長田まちづくり㈱はその存在意義を問われている。

さらに、KOBE鉄人PROJECTというNPOが一定の成果を生み出してきた今、当地域の活性化推進体制は、TMOが地域コーディネートをNPOが事業コーディネートを組織的に機能分担する体制に移行しつつある。

重要なのは、特定の個人へ過大な役割を依存しないことである。複数の世話人制度的な補完関係を特にリーダー層に期待したい。

また、外部環境激変への対応の中で、様々な組織が生まれてきたが、その機能をチェックし場合によって整理・再編をおこないたい。忘れてならないのは、新しい血の受皿をどう確保するかということである。

地域活性化推進体制



4．3．地域商業は・・・

地域商業は、間違いなく大きな転換期にきている。生き残りをかけて地域商業はどうすべきなのか？その足がかりとして３点のべたい。

①さまざまなNPOへの「場」の提供

立地産業といわれた地域商業も装置産業に転換しなければ生き残れない時代である。商業ゾーンを劇場と見立てれば、出演者が必要である。自らも出演しつつ、共演者としてさまざまな優れたNPOを招くべきであり、そのための「場」を準備しなければならない。活性化の名のもとに「利用」する発想ではなく、ともに「成長」しあう関係づくりが必要であろう。

②地域内ネットワークの強化

地域商業者は地域団体（自治会・婦人会等）と意外に疎遠なケースが多い。この関係性を強化し、サステイナブル・コミュニティ（強いコミュニティ意識と永続可能な構造を持つまち）の形成を目指していきたい。

③まちづくり会計の導入

大阪学院大学経営学部の田中道雄教授は「商店街におけるまちづくり会計」を提唱されている。これは、商店街の本来的機能の達成度や社会貢献度等を数値に表現して、商店街自身はもとより住民、行政に商店街を客観的に認識してもらう仕組みである。会計である以上、フローだけでなくストックの側面でも「まち」そのものを検証し、新たなストーリを組み立てていきたい。

終わりに

ともかく、「持続するまちづくりに必要なこと」に対する明解な答えを私は持っていない。問題意識だけは高く持ち続けたいが、現場で苦悶し続けている身としては、あまり気負いすぎず、協働する仲間と楽しい酒を酌み交わし続けていきたいと思っている。

個店の魅力が生み出すまちの魅力

㈱NPO-AMP理事長　齋藤　一成

1．100円商店街の全国展開による各地の地域性

2010年12月末現在、私の考案した100円商店街という商店街活性化事業は、全国58の自治体で導入されるに至った。山形県新庄市で始めて実施したのが2004年７月。そして全国２番目に熊本県宇土市で導入したのが、2006年10月。計算してみると、宇土市での導入から実に「25日に１箇所」全国のどこかの自治体で導入されている計算になる。北は北海道から、南は鹿児島まで。ここまで増えてくると、各地域の特徴というか、気質の違いが見えてきて面白い。100円商店街という事業を導入するに際して、１箇所に対し複数回足を運び、その地域の方々と胸襟を開き、様々な話をしているうちに、私が自分なりに掴んだ地域性である。

例）①九州⇒　他に方法がないなら、やるだけやってみよう！ダメならやめればよかばい。

②関西⇒　例えば自分の着ている物、これを自慢する場合、人の物より「安い」ことを自慢する。それが、「人口４万人しかおらん新庄市で、そんだけの集客できるんか？うちやったらもっとエライことになるで。やってみよ。」となる。

③関東⇒　例えば自分の着ている物、これを自慢する場合、人の物より「高い」ことを自慢する。それが、「人口４万人？新庄市？そんな名前も聞いたことないような田舎の事例がウチに通用するわけないじゃん。」というふうな上からの目線。

④東北⇒　事業の内容や説明を聞いても、とりあえず「出来ない理由探し」。オマケに頑張って実施しようとしている人の足引っ張り。

とまあ、大まかにこうなる。それがゆえに、現在の日本に展開している100円商店街は、九州と関西が圧倒的に多い。この話をとある新聞社の記者にしたところ、「東北のそういう感覚ってどうしてか解かります？雪の降る所は、１回（１年）米づくりを失敗したら死ぬんですよ、他に食べる物がなくて。西や南に行けば行くほど、米づくりに失敗しても、なんらかの生きていく手段があるんです。そういった過去の背景が今でも根強く残っているってことなんです。」

また大まかではなく、ピンポイントで特殊な県が２つほどある。

①北海道⇒　よくいえば「おおらか」。悪くいえば「とことんいい加減」。100円商店街を我流で実施して

齋藤　一成

さいとう　かずなり

1975年２月７日生。㈱NPO－AMP理事長。実は山形県新庄市役所職員。二足のわらじを履きながら、地盤沈下の激しい地方経済の立て直しに取り組み、とりわけ中心市街地・商店街を復活させるために粉骨砕身の毎日を送る。「個店の収益の増加こそが、真の商店街の活性化」であるとの信念の下、補助金に頼らずとも起動できる究極の販促事業「100円商店街」を考案し、山形県新庄市で爆発的な集客力を発揮する事業に育てる。現在は商業活性化アドバイザーとして、同じ悩みを抱える全国の商店街を行脚しながら「100円商店街」のノウハウを伝道する。業界では「ブラックジャック」の異名を持つ。著書に、「100円商店街の魔法（㈱商業界）」がある。

いる場所に対し「きちんと勉強会した方がイイですよ？」と言う連絡をしても、返ってくる返事はほとんどの場合、根拠のない「大丈夫です。」結果、複数の商店街で見よう見真似で実施するも、継続不能になっている。

②愛知県⇒　100円商店街を我流で実施している場所に対し「きちんと勉強会した方がイイですよ？」と言う連絡をしても、全く無視。これは自分でいうのも厚かましいが、普通の場合、100円商店街を考案した人間から直接連絡が行けば、慌てて返事がくるものだ。それが全く無視とは、それは県民性なのか特殊な地域性なのか判断できないが、いたく感心している。

危険なのは、事業の内容を理解しないまま実施し、それが継続不可能になった場合、その地域はもはや打つ手が残されていないということなのだ。そんな状態から改めて勉強会を実施し、再起動を試みたところで、一度失敗した地域では商店主の中からアレルギー反応を起こす方が出てくることになる。安易に導入しようとした方の責任の大きさを改めてしっかり考えていただきたい。いうなれば現在の商店街の置かれている状況というのは、「集中治療室」に入っているような、非常にデリケートな状況なのだ。この100円商店街という事業は、成功した場合効果が大きい分、逆に失敗したときの被害も甚大であり、いわば「劇薬」とも言える事業なのである。勝手に実施してもらっても全然構わない。恐れているのは、勝手に実施した挙句、失敗した場合の状況だ。勝手に実施して、勝手に失敗して、勝手に「100円商店街なんてダメだ。」というレッテルを貼られる事こそが、何よりも恐れていることである。

2．特需による思考の停止傾向

商人といわれる方々がいる。生業としているのは、当たり前かも知れないが文字通り「商い」。この商いという業種を総じて商業と呼んでいる訳なのだが、私はこの商業こそ人類が発生して最初の職業だと認識している。通貨と呼ばれる物が誕生する遥か以前、人類が物々交換で生活をしていた時代にも当然商業は成立していた。要は、いかにして相手より有利な条件で物と物を交換するか。それを繰り返し繰り返し行うことで富を得、またそれがゆえに常に「考える」ということを繰り返し行ってきた。いうなれば商人の歴史というのは、考え続けることを繰り返してきた商業者の歴史なのだ。

全国あちらこちらにお伺いしている最中、とある店主の方から質問を受けたことがある。「農業や林業・漁業なんかは、○○試験場なるものが公的な機関として存在しているのに、どうして商業だけはないんでしょうか。」全く予想もしていなかった質問だったが、咄嗟に出た答えは「農業や林業・漁業と、商業の決定的な違いが解かりますか？例えば、天候不順で作物が全く採れないというような状況に陥る農業に比べ、商業というのは、全て「人知」で解決できる職業だからです。」後から繰り返し考えてみても、咄嗟な割りにえらく的を得た答えだったと我ながら感心している。

商人はその人知が故に、歴史上にもその影響力をしばしば残している。これが全てとは言えないが、ヨーロッパでの十字軍、モンゴル帝国の遠征など、実は全て影で糸を操っていたのは商人だとさえ言われている。それが故に、時の権力者からも警戒され敬遠されることもしばしばで、江戸時代の身分制度の中では士農工商と

最下位の身分とされているのは皆さんご承知のことと思う。これは力を持てば本当に怖い業種は何なのかを表しているに他ならない。このような身分制度を制定したところで実際は、「本間様には及びもせぬが、せめてなりたや殿様に。」というような風刺まで出る始末である。これは、山形県酒田市にあった豪商の本間家の財力と、それを頼りに藩政運営を行っていた藩主の力関係を風刺したものである。

しかし、この長い長い商人の歴史の中で、たった一度だけ商人が思考を止めた時間があるのだ。それこそが戦後の高度成長期である「物を置けば売れた時代」である。良いとか悪いとかいう話ではないが、人間どうしても「楽」な方に身を任せてしまいがちになる。商品を並べてさえおけば、苦痛さえ伴う考えるという事などしなくても物が売れた。そんな中で、誰がわざわざ苦痛を選ぶだろうか。

これは何も戦後の高度成長期に限った話ではない。それらを総じて「特需」というこの言葉は、文字通り特別な需要が見込まれるから特需なのである。車社会が到来する前、地方都市でも鉄道が全盛を迎えた当時には、その駅前に特需が見込まれた。船運で栄えた港町は、その船運からの特需によって栄えた。一昔前のバブル全盛期には、地価の高騰による特需により好景気に恵まれた。しかしその特需という言葉、それは言い方を変えれば、本来はありえないはずの特別な需要なのだ。私自身、その時代に生まれていれば全く同じ道を辿ったかもしれない可能性もあるのだが、どうしてこの状況がいつまで続くのだろう？と考えはしなったのだろうか。いずれにせよ、この特需というものにより商人は「考える」ということを段々奪われていったのだ。また、この時代の影響なのか、商店主達に大きな特徴が残っている。農業や漁業・林業などの他業種に比べ、圧倒的に「調べない、学ばない、素直にいう事をきかない。」のだ。それがどういう影響をもたらすか。それは、自らの職業を、生計を立てるための手段としてではなく、職業を継承する事が目的のようになってしまっている傾向が強い。この状況が長く続くと、売れないから店を閉めるという結果に直結する。

３.「外来性よそもの論」と「内発性よそもの論」

商店街の活性化もさることながら、まちづくりにおいてよく言われる言葉がある。俗に言う「よそ者」「若者」「ばか者」という３つだ。誰が言い始めたのか定かではないが、これは広く日本各地に定着している。まちを元気にするための３元素ともいえる要因ではあるが、３つをひと括りにしてしまうと、なかなかその違いに気が付くことは少ないのだが、じつはこの３つの中で１つだけ質の違うものが混じっている。それが「よそ者」である。若者やばか者は、そもそもその地域の中にあってもなんら不思議ではない存在なのではあるが、よそ者だけは外部の人間なのである。

日本の昔話などにはよくある話なのだが、こんなストーリーは誰でも一度は聞いたことがあるのではないだろうか。

「昔昔あるところに、村人がみんな仲良く平和に暮らしていた村がありました。しかし、その村の近くの山中に化け物が住み着き、毎年毎年村の若い娘を生贄として要求してくるようになりました。村人たちはみんな困って途方にくれていた所、どこからか旅のお坊さんが現れて、その化け物を見事に退治してくれました。お礼をしようとしたところ、いつの間にか旅のお坊さんは、人々の前から姿を消していました。めでたしめでたし。」といった話である。この手の話、よくよく考えてみれば、全然「め

でたく」ないのだ。同じような化け物がまた村に住み着く可能性が残っている。さらには、その度にそうそう都合よく旅のお坊さんが現れてくれる保証はどこにもない。他力本願の極みともいえる話ではあるが、この旅のお坊さんこそ「外来性よそ者」の存在なのだ。よそ者は、あくまでよそ者であり、地域によって多少の違いはあるが、その場所に打ち解けるというのは実際にはそうそう容易なことではない。しかし、この外来性よそ者の存在によって影響を受けやすいのが、「若者」であり「ばか者」なのである。

よそ者は、実は２種類存在しているのだ。それが「外来性よそ者」と「内発性よそ者」である。地域、商店街、会社組織、何でも共通しているのだが、そういった人の集まりに変化を求めるのであれば、外来性よそ者をきっかけとした内発性よそ者による意識改革しか方法がないように思う。これまでの商店街の活性化策をみると、補助金の投下だったり、大型のハード整備など、本来は内側にはないはずの外来性である場合が多い。それに比べ100円商店街という事業は、内部からの意識改革を求めているものであり、医学でいうならば体質改善のような東洋医学に近い存在である。

100円商店街という事業を考案した当時のNPO－AMPという組織を振り返ってみて、ふと面白いことに気が付く。それは、地域にあった既存の様々な団体や組織に対し、NPO－AMPは外来性よそ者であるにも関わらず、それを構成していた人間達は全て内発性よそ者だったという事実だ。スタッフの多くは、一度地元である新庄市を離れ、それぞれの生活を県外で営んでいた。それが、家庭の事業などの已むを得ない事情により地元に戻ってきて生活をしていた者が大部分だった。中には十数年ぶりに地元に戻った人間さえいる。これが何を意味するのか。自ら進んで外の世界に飛び出し、外の地域の情報などを吸収して帰ってきた内発性よそ者の集まりということなのである。そう考えると、なにも100円商店街という事業に限定しなくとも、地域の中で全く違う事業が考案されていた可能性もかなり大きいと思う。

４．100円商店街にみる国民性の推移

現在、100円商店街に最も近い形の商店街活性化事業は、函館から端を発した「まちなかバル」という事業である。簡単にいえば、地域にある飲食店を、前売りしたチケットを使ってお客様に食べ歩いていただくといった事業だ。これまでの導入例では兵庫県の伊丹市をはじめ、滋賀県守山市、和歌山県田辺市などが挙げられる。形として100円商店街にかなり近く、いうなれば飲食店限定のチケット制100円商店街＝バルというか、全業種バル＝100円商店街といったところであろうか。しかしこのバルでさえも、実は100円商店街とは全く違う部分が存在する。いや、バルが特殊ということではなく、100円商店街自体が、これまでの商店街活性化事業とは全く異質な存在なのだ。考案される際そもそもの出発点が違うといっても過言ではない。それがどういうことかというと、この100円商店街という事業はやる側（実行する商店街側）の都合ではなく、最優先にお客様（消費者）の事を考えている事業だからなのである。面白いのが、この事業を導入するにあたって色々準備を進めていく中で、疑問が浮上した場合どうするか。「もし自分が客の立場だったら」という方向に立ち位置を変えるだけで、ほとんどの問題は解決されるのだ。「消費者の視点から生まれた事業」と言われる所以がここにある。ここから今までの活性化事業や個店の商売の方法を振り返ってみよう。

太平洋戦争終結後、敗戦国である日本に、敵国であったアメリカは無償で様々な物を提供し

てくれた。アメリカ側の思惑があったとしても、それは食料も物資も底を尽いていた日本としては、頼らざるを得ない状況だったと想像できる。そういった施しに対し、そもそも「察し」と「思いやり」が信条という国民性も手伝って、国民的な感情は序所にアメリカに傾倒していくこととなる。それは何も決して悪いことではない。むしろ恩恵を受けた部分の方が多いであろう。しかし、それと引き換えに日本人の日本人らしさや、失った部分もまた多かったように思う。商売の方法一つとっても、大型のスーパーマーケットのようなセルフサービスという方法が定着していく中で、人に対する思いやりが薄れていくとともに、効率化という自分本位の方向に傾倒していく傾向はなかったのだろうか。またこれは何も商業者に限った話ではなく、消費者にもその影響が出ている。国外にある家電製品を扱う店の内で、価格も安く性能の良いメイドイン・ジャパンと、価格も高く性能も良くない純国産品が陳列されている。今の日本人であれば即座に安くて性能の良い方を選ぶであろう。しかし海外の消費者は、その製品の後ろにいる自国の生産者の生活も考えて、選択を悩むのだ。

最近では、この事業「利よりも、義」を優先させる事業とも言われている。まず初めに考えるべきは、お客様のこと。いかにしてお客様に楽しんでいただくか、いかにして喜んでいただくか。そこには、「うちは100円商店街に参加しない。」「うちには100円で販売する商品などない。」というような、やる側（店主）の都合など必要ない。参加しないという判断は、参加した場合としない場合ではお客様がどんな気持ちかを全く考えていない判断であり、100円の商品がないという判断は、自分は考えることができませんと声を上げているに等しい。そもそも商人という方々は、消費者優先だったはずだ。そこに住む消費者の方々に対し、どんな物を提供してあげれば喜ばれるか、どんな物を提供してあげれば生活が豊かになるのか。常にお客様のニーズを敏感に捉えることで、生計を立てる手段としてその業種を、１つの手段として生業にしてきた。あくまで手段として。しかし昨今の情勢はどうであろう。くだらないプライドにしがみ付くかのように、代々続いてきた業種だからという理由だけで、お客様のニーズにも時代の流れにも目を閉ざし、あたかも自分の都合のような商売をしている傾向はないのだろうか。そして、扱っている商品が売れないとなると、今度はその責任を他者に転化する。近所に大型店が進出してきたから、うちの商店街にはアーケードがないから、駐車場がないから。行政が補助金くれないから、会議所がなにもしてくれないから。そして、収益の低下を他者の責任にしたまま、やがてその店はシャッターが下りることになる。「察し」と「おもいやり」。日本人の、最も世界に誇れる部分をもう一度考えなおすことができれば、単純にシャッターを下ろす前にまだすべきことはあるはずである。

５．100円商店街の魔法

最近よくこの「100円商店街の魔法」という言葉が使われるようになった。それに比例して「魔法使い」だのと呼ばれる事も多くなった。一見、その繊細なシステムを知らない人にしてみれば、たったの「100円」でどうしてああも大勢のお客様が集まるのか、不思議でしょうがないといったところか。集客力だけで比較するのであれば、この事業は人口の少ない地方都市になればなるほど、その効果を発揮する。大阪市にある千林商店街で実施したところ、通行量調査の結果１日の集客数は27,000人だった。これが人口40,000人の山形県新庄市で実施すると、10,000人の集客となる。実に自治体の全人

口の25％を動員している計算なのだ。動員比率で考えれば、大阪は新庄市に遠く及ばない。また、これまでの活性化事業では解決できなかった、即効性のある「収益の増加」と、「新規顧客の確保」、またコストパフォーマンスの高さなどが魔法のように感じられるのかもしれない。しかしそれとてやる側の都合ではなく、消費者の視点から事業を考案すれば、何も難しいことではない。もっと簡単に言えば、どんな状況だったら自分が客として楽しいか、どんな状況だったら自分が物を買うか、なのである。

ネタ明かしをしてしまえばこの100円商店街、システムや事業が特段優れているわけではなく、実はお客様をまるで魔法のように呼び寄せる最大の要因が隠されている。一見、盲点にも見えがちなこの要因こそが、個々のお店の魅力なのだ。これまで全国の自治体は、首都圏で発案された幾多の活性化事業を先進事例として、それの導入を試みてきた。それらの多くは、人口も多く恵まれた環境で考案された事業を無理やり特色のある地方にはめ込む形となっていく。そしてその状況に疑問を呈した店主たちは、いつの間にか悪い意味で「一国一城の主」などと不名誉な呼ばれ方をしてきた。しかし考え方を変えれば、まさにそれは店の数だけの個性の集まりであり、輝く魅力の集まりなのだ。それだけの個性の集まりを無理やりまとめようなど、考える事自体が無理な話であり、個々は個々で光る魅力を最大限に発揮させてあげれば良いだけのことなのだ。粒は小さいが、光り輝く宝石の集合体が商店街であり、個々の小さい宝石達がそれぞれ「考える」という事を行うことによって、100円商店街という事業は爆発的な集客力を発揮する。

よくセミナーや勉強会などで、「100円の商品はどのぐらい（数量）準備したらいいんでしょうか？」という質問が多い。そういう場合、「何個ぐらいお考えですか？」と逆に質問を返す。そうすると、「大体30個ぐらい・・・」という回答が返ってくるのがほとんどである。「その数量に０（ゼロ）を足してください（ケタを増やす）」と説明しても、中々理解してもらうのが難しく、開催当日になって準備した数量では圧倒的に少なかったことを後悔する。なぜこういったことが起こるのか。それは、今の商店主達は自分に自信をなくしているということがそういった判断に結びついている。商店主の思考の推移としては、まず①「そんなに準備しても、本当にお客様が来るのだろうか？」100円商店街という事業以前に、自らの商店街に対して自信をなくしており、もはや今さら何をやっても駄目なのではないか？これが時代の流れなのだろうか？という考えから入る場合が多い。そして次に②「そんなに山ほど準備（100円の商品）しても、本当に売れるのだろうか？」そもそも、自信を持って人に勧める商品だから売れるのである。そんな自信のない商品など買う人がいるだろうか。前述したように、その商品ではたしてお客様は喜ぶのか、そこを考えていただきたいのだ。挙句の果てには③「そんなに準備して、余ったらどうするんですか？」100円商品があるからお客様は店内に入ってくるのであり、それがなくなったら店内に入る理由がなくなる。それは収益の増加というサイクルを自ら遮断する行為に等しい。100円商品があるからこそ、通常の商品が売れる可能性が残されているのだ。

日本人が本来持っていた「察し」と「思いやり」。お客様のニーズ、時代の流れ。そして商人自らが「考える」という練習の場が100円商店街なのである。いかにしてお客様に喜んでいただくか、楽しんでいただくか。そして次に自らはどうやったら楽しいか。いくら考えても、飽きが来ない。だからこそ「商い」というのだと痛感する。その先には間違いなく「収益の増加」と「新規顧客の確保」が待っている。現在、

商店街活性化事業というより販促事業として100円商店街を超える事業はない。この事業を超える事業というのは、この事業の実践者にしか考案できないと考える。そしてこの事業を実践した商店主達は序所に「自信」を取り戻していく。このサイクルに逆はありえない。妙な自信を持ったところで、物が売れなければ意味がないからだ。他者に依存せず、内部からの体質改善。意識改革。また100円商店街ほど、実施するにあたってのリスクの少ない事業はない。何より「金がかからない」のだから。はっきり言ってしまえば「やるか、やらないか」だけの話なのである。みなさんも是非100円商店街を導入され、今後この国の主流となる感覚を共有していただきたいと思う。

新コミュニティによるまちづくり手法
：コモンズによる住環境のマネジメント

明海大学　不動産学部　教授　齊藤　広子

1．はじめに：地域に求められる新たな機能

まちが深刻な状態になっている。従来の都市計画・まちづくりでは対応できない状況が生まれている。従来、地域に求められていた機能は防犯・防災対策等の生活管理機能や、行政から依頼を受けて公園の清掃を行う、あるいは公民館を管理する等の行政との協働機能が中心であったが、人々が安心して居住し続けるために、地域に新たな機能が求められている。新しいまちづくりとしての機能である。

①求められる新機能：空間管理機能

住宅地のそばの里山を残したい。しかし、地域にとって魅力ある資源は個人の財産であることが多い。ゆえに、魅力的な地域資源が相続税対策等のためにだんだんなくなる。それに対して、地域が「里山なくすな！」といった反対運動も、それを抑えるための行政による不動産の買い取りも、少子高齢化の人口減少のもとでは正しい解答ではない。

一方で、所有している地域財産の管理が困難である例もある。荷が重い共有物や共用物は管理上の負担となっている[1]。例えば、魅力的につくられた道路や、利便性のために設けられた斜行エレベーターなどである。また、せっかく作られた共用施設も住宅地の中で利用する人としない人が存在し、みんなで管理するものからメリットを受ける人とそうでない人の間での不公平感が不満となる。同じ地域内に不平等が生じている。

こうしたことが起こらないように、今までは道路や公園を行政に移管し、住民は管理を全くしないことが多い。その結果、一般的に住宅地では直線で幅６メートルのアスファルト仕上げの道や、規定通りで面白みのない公園になる。これは、各敷地以外は公共に移管することを前提とし、画一的な宅地開発指導要綱の運用に従うからである。その一方で、公園や道路を魅力的にしたために行政に移管できなかった住宅地では住民が管理をすべて行うことになる。ここに住宅地間、地域間の不平等がある。では、全ての住宅地で公園や道路を行政に移管したらどうであろうか。魅力のない街になるし、行政の財政負担が増加し、手の届かない、危ない地域が増加する。既に、全国のいくつかの市で、集会所を行政に移管せず、地域で保有・管理する制度になっている。

こうして、まちを魅力的にするために、地域の魅力物を地域が保有・管理する、平等で公平な新たな方法が求められている。

②求められる新機能：建築コントロール機能

今の住環境を守りたい。でも、隣の住宅の建

齊藤　広子
さいとう　ひろこ
筑波大学第３学群社会工学類都市計画専攻卒業。不動産会社勤務を経て、大阪市立大学大学院生活科学研究科修了。現在、明海大学不動産学部教授、学術博士・工学博士。都市住宅学会論文賞、日本不動産学会業績賞、不動産協会著作賞、日本建築学会賞（論文）等受賞。
主な著書　『住まい・建築のための不動産学入門』（共著、市ヶ谷出版社）、『これから価値が上がる住宅地―八つの発想の転換』（学芸出版社）、『コモンでつくる住まい・まち・人』（共著、彰国社）、『マンション管理方式の多様化への展望』（共著、大成出版社）、『変わる住宅金融・住宅政策』（共著、ぎょうせい）等

替えによって日当たりが悪くなるなど、時が経てば経つほど住環境が悪くなる。生垣がとられて駐車場になる、道路に迫るように増築される、敷地が分割される、自分の家だけ日あたりよくしたいと3階建てにするなどである。地域で建築をコントロールする力がないと、市場の論理と個人の財産権の主張により、どんどん景観や街並み、住環境が悪くなる。敷地分割された隣接住宅の財産価値が下がっても、だれにも補償されない。建築をめぐり、被害者と加害者をつくりださない仕組みが存在していないのである。ここに地域内に不平等が生じている。

地域の志の高い人々が、費用や労働負担を提供し、建築・開発のコントロールのための活動をするが、結局、志のない人たちの行為を拘束できない。だんだん活動も嫌になってくる。「他人を思いやっても損」とばかりに、お互いが益々自己主張し、住環境が悪くなる。住宅地で建築や開発をコントロールするにも、地区計画では住民の主体性が低下し、内容も制限的であり、硬直的である。建築協定ではコントロール力が弱く、住民の運営の荷が重い。まちづくり協定や憲章では弱すぎる。地域による建築や開発の新たなコントロール方法が求められている。

③求められる新機能：サービス提供機能

徒歩や公共交通機関を利用して、生活に必要なサービスを手に入れたい。買物をしたい、あるいは病院に行きたい。しかしそれができない人が増加している。一方、行政や市場のサービスが届かないのである。相互扶助で対応できる範囲は限定的で、かつ自発的・個人的対応には限界がある。また、組織的な取り組みとして、子育てサークルや高齢者用の食事会や、車での送迎などがみられるが、人材・専門知識の不足、ライセンスの問題、リスクマネジメントの課題があるため、多くは行われない。生活困難住宅地になれば、人々は転居していく。折角、開発した住宅地でも、最後には誰もいなくなるかもしれない。地域に応じた地域サービスを効率的に提供する方法が求められている。

④求められる新機能：空き地や空き家管理を含めた空間更新・再生機能

生活困難住宅地ではだんだん人がいなくなる。そしてだんだん近隣の店が閉まり、どんどん、バスの便もなくなって・・人が減り、空き地や空き家が増加する。治安が悪くなる。空き地や空き家の増加が地域に不安を与える。地域による適正な空き地や空き家の管理、有効活用が求められる。

さらに、街は住んでいる人が変われば、人々の要求や社会の要求にこたえて変える必要がある。街を更新、再生、再開発することが求められているのである。

⑤求められる新たなまちづくり・都市計画

今そしてこれからは、地域内や地域間の不平等を是正し、地域で起こっている問題を予防・解消し、地域の魅力の維持・向上のため、地域が主体になり、地域の魅力物を保有・管理し、必要なサービスを提供し、開発や建築のコントロール、必要に応じてまちの更新・再生することが求められる。

今までの個人や家族（私）と行政（公）、そして行政（官）と民間（民）の役割分担に、あらたに「地域コミュニティ」を位置づけ、新たな役割分担を目指すものである。これはいかに「新たな公」を確立するのか、いかに地域が個人の財産（私有財産）権をコントロールするのか、いかに行政や市場サービスを補完するのかを考えることになる。この実践には、地域に根ざしたものを、地域の実情を踏まえ、地域で実践する「コミュニティ力」が求められている。〈個人・行政・市場〉による体制の限界と、それに変る、新たなコミュニティによるまちづくりの必要性を示唆しているのである。

2．新コミュニティによるまちづくり：コモンズ

①地域に求められる新コミュニティ

地域にはコミュニティが必要で、有益であることはすでに指摘されていることであるが、筆者はそれを第一と第二のコミュニティとし、第三の新コミュニティとはわけて考えたい。

第一のコミュニティは、居住者が相互に誰が住んでいるのか、近隣を知り、認知しあうコミュニティ（認知的コミュニティ）である。地域で生活する上で防犯面、防災面を考えると、お互いの顔を知ることは最低限必要なことである。

第二のコミュニティは、居住者同士が助けあい、相互扶助により、より快適で居住性の高い暮しを実現するコミュニティ（相互扶助的コミュニティ）である。たとえば、「相談相手になる」「家具の移動を手伝ってもらう」「買い物を頼む」「病気の時などに食事をつくってもらう」などがある。これは居住者により、こういったつきあい方を望む人もいればそうでない人もいるかもしれない。その意味から選択性のあるコミュニティとも考えられる。

これから必要とされるコミュニティ、第三のコミュニティは、地域に求められる新機能４つを果たすものである。つまり、「仲良し」「思いやり」「ボランティア」「相互扶助」的なものを乗り越えた、地域で問題を解決し、あるいは問題を予防し、あるいは地域をもっともっと魅力的にする、コミュニティである。

意外に思われるかも知れないが、そもそもコミュニティの定義は、1917年にマッキーバー[2*]により定義されて以来、地域性と共同性を共通とし、多種多様に行われてきた。わが国においては、1969年の国民生活審議会調査部会の答申で、コミュニティを「生活の場において市民として自主性と責任を自覚した個人及び家庭を構成主体として『地域性』と『各種の共通目標』をもった開放的でしかも構成員相互に信頼感のある集団」と定義した（「コミュニティ――生活の場における人間性の回復」（1969年国民生活審議会調査部会の答申））。またこの４年後には「地域社会という生活の場において市民としての自主性と権利と責任とを自覚した住民が共通の地域への感情と共通の目標をもって共通の行動をとろうとする、その態度のうちに見出せるもの」としている（1973年地方自治制度研究会）。これらの定義がわが国では一般的に用いられていたものである。

さらに言えば「生活環境を等しくし、かつそれに依拠しながら生活を向上せしめようとする方向に一致できる人々がつくりあげる地域集団活動の体系にこそコミュニティは具現される」（1973年、松原治郎「コミュニティの今日的意義」『現代のエスピリ』（68号））とある。このように、コミュニティは「地域性」と「共同性」をベースとし、共同性として「共通の感情（共同体感情）」「共通の目標」「共通の行動」を含むものである。つまり、共同性とは、「共通の感情（共同体感情）」といった側面だけでなく、「地域の問題を解決し、よりよい生活を実現するための問題解決能力・自律性」を含むものである。

こうしてコミュニティには「生活の具体的・直接的な展開の範囲（地域性）」と、「共同性」としては「共通の感情」だけでなく「問題解決能力・自律性」が含まれる概念と明確に言える。

②コモンズ

さらに、これからのコミュニティは、コモンズとして成立しなければならない。コモンズとは、「地域住民にとって、必要な物、価値のある空間を、地域住民がつくり、育て、利用し、管理するためのマネジメントのシステム」である[3]。つまり、システムとして成立せねばならない。地域が地域のために魅力を維持し、運営する。それを行政と協働して行う。特には地域財産を所有する。地域全体の魅力のために、地

域の意向を踏まえ、地域のあるべき姿をむかって、個人の財産権をコントロールする。必要なサービスを専門性をもち、リスクマネジメントしながら提供する。つまり、地域に財産保有力、維持管理力、行政とのネゴシエーション力、私権コントロール力、住民の意向調整力、サービス提供力、経営能力、リスクマネジメント力等が求められる。故に場当たり的な対応では困難なこともあるが、現在のまちづくりの問題は、「関係の悪さ」によるものといえる。そこで、住宅（個）と住宅地（全体）の関係、住宅地（個）と社会（全体）の関係、その見直しとして〈拡張主義へ〉、住宅と住宅の関係、住宅地と所有形態や管理方法の関係、その見直しとして〈構成的思考へ〉、そして、起こっている問題を予防・解消するための関係づくりと体制作りとして〈目的論へ〉と、まさしくシステムととらえ[4]、整備が必要な時がきている。

コモンズが成立するには、1．対象のエリア・境界が明確である。2．みんなで使うスペース等の利用ルールがある。3．運営ルールに影響を受ける人は、そのルールの修正などの変更に参加できる。4．利用者の行動をモニターできる：監視・観察の必要性がある。5．違反者にはペナルティがある。6．争い・揉め事が調整できるメカニズムがある。7．コモンズを組織する権利が主体的に保たれている。8．空間や利用状況に応じて組織が多層的な入れ子状態になっている[5]。以上の8つの条件が必要といわれている。つまり、持続的に地域の問題を解決する、あるいは地域の価値を作り、育てるための体制があり、その体制が民主的・合理的・効率的に設定されていることである。それにより、地域内・地域外の不平等を是正することになる。

3．どうすればよいのか、マネジメントシステムを英米の事例から学ぶ

現代社会でコモンズを成立させるためには、それに応じた社会システムを整備する必要がある。地域に必要な魅力としてのスペースや施設の開発・管理・再生（【空間管理機能】）、生活サービスの提供（【サービス提供機能】）、各住宅などの建築や開発のコントロール（【建築コントロール機能】）、空き家の管理や空間の更新・再生（【空間更新再生機能】）をするマネジメント方式には、米国のHOA（Homeowners Association）に代表される「住民主体管理型」と、住民組織を特に結成せず、住民の意向を踏まえて専門の管理会社が開発・管理・再生する方法（「専門会社開発・管理・再生型」）、そして「地主主導の開発・管理・再生型」がある。

住民主体型の例として、アメリカのHOA制度、専門会社型かつ地主主導型の例として、イギリスのレッチワースを見る。

表1．マネジメントシステムの3つのタイプ

タイプ	決定者	費用負担者	例
住民主体管理型	住民（住宅所有者）	住民（住宅所有者）	アメリカHOA、日本のマンション等
専門会社開発･管理･再生型	専門会社	専門会社	イギリスのレッチワースやポートサンライト等
地主主導開発･管理･(再生)型	地主	地主	イギリスのレッチワースやポートサンライト、日本の農住組合(一部)等

①アメリカHOAによるマネジメントシステム[6]

米国では、1960年代から道路や公園、プール、人工の池やビーチ等を行政に移管せず、住民が所有する方法で、行政の財政負担を下げ、

地域や消費者にとっては魅力的な住宅地の開発手法として増加傾向にある[7]。

こうした住宅地（一般的にこれらをCID（common interest development）とよぶ）では、住宅所有者全員によるHOA（homeowners association：管理組合）が組織される。HOAは、プールや公園、テニスコートや湖、ゴルフコース、グリーンスペースなどの豊かなコモンスペースの所有と管理という【空間管理機能】と、各住宅の修繕や増改築・建替えのコントロールといった【建築コントロール機能】を主とし、レクレーションの提供（【サービス提供機能】）による他の住宅地との差別化や行政との住環境管理の役割分担の協議を行う。

CIDおよびそれを管理するHOAは、州法をもとに成立し、宣言や規約や建築ルールに基づいて運営する。組織の構成員は、全住宅所有者で、住宅地が大きい場合や混合住宅地の場合には空間に合わせ段階構成とする。方針決定は所有者全員による総会で１戸１票（または財産に応じるかは宣言で決める）の投票できまる。理事会が作られ、執行機関は理事会である。理事は基本的無報酬である。専門的な知識や技術が必要な場合には、管理会社や管理員（マネージャー）を雇用する。組織運営や管理のための費用は不動産所有者（主に住宅所有者）が負担する。費用負担方法は宣言で決める。

行政とHOAと個人の管理の役割分担は、道は所有がHOAか行政かにかかわらず、埋設管のメンテナンス等は行政の責任である。個々の住宅の修繕・増改築には景観に影響を与えることから、宣言、カベナント、規約をもとに、建築コントロールをする権限をHOAがもつ。ゆえに、居住者は勝手に修繕や建て替えなどができない。HOAが提供するレクレーションは住宅地の価値を決める一つとなっている。

②イギリス専門会社によるマネジメントシステム[8]

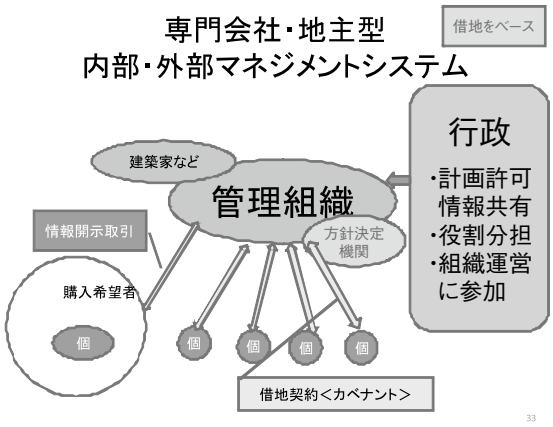
英国レッチワースガーデンシティでは1905年から入居が始まり、ハワードの田園都市構想に基づき、土地を切り売りするのではなく、リースホールド[9]で街がつくられてきた。その土地を所有するのが、当初は田園都市株式会社、公社、そして1995年からはレッチワースガーデンシティヘリテージ財団である。現在、5500エーカーの土地（当初3818エーカーから拡大）の45％が居住用に利用され、14000世帯、33000人が居住し、戸建て住宅、２戸１住宅、長屋建て、共同住宅があり、財団は農場、映画館、病院などを所有・経営する。

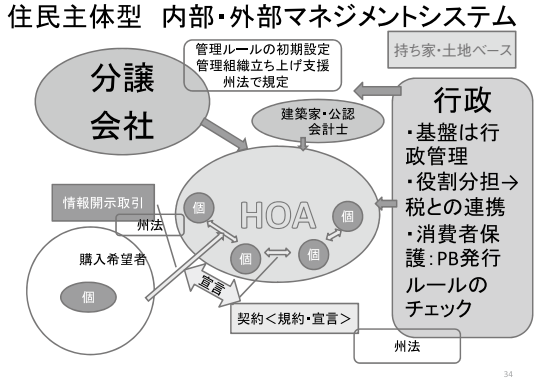
財団が、豊かな共用施設を所有、管理（【空間管理機能】）し、その延長として公共空間の開発や維持管理を行政と協議をして行い、各住宅の修繕や増改築・建替えをデザインガイダンスに基づいてコントロールといった【建築コントロール機能】、修繕実施の際の補助金の提供、レクレーションの提供や地元居住者活動（クラブ活動やサークル活動）への補助、病院経営やそこまでのコミュニティバス、映画館等の提供（【サービス提供機能】）などを行う。住民主体管理型と大きく異なる点は、街の開発・再生（【空間更新・再生機能】）を行い、その経済的基盤として、組織が不動産を所有･経営していることがある。財団は住宅地の居住者や地域の不動産所有者から管理費を徴集せず、活動のための主な収入は保有不動産の賃貸料で、約７割を占めている。そこで専任のスタッフ156名や専門家の雇用が可能となり、活動範囲は地域住民個人では解決困難な問題の予防･解決に向けて広がり、多様な取組みが行われている。

組織の方針決定は、理事会（運営委員会）が中心に行う。理事は、専門会社のスタッフと居住者代表、地元行政で構成される。住民の意向を踏まえた組織運営をするために、住民代表選出方法を細かく規定し、さらに全居住者に対する集会を開き、年次決算と予算の報告を行う。このように、財団は活動方針や財政状況を居住

表２　住民主体管理型と地主主導・専門会社開発・管理・再生型

	住民主体　管理型（米国：HOA）	専門会社　開発・管理・再生型（英国：レッチワース財団）
機能 ◎主な機能 ○殆どある機能 △余りない機能	◎空間管理機能 ◎建築コントロール機能 ○サービス提供機能 △空間更新・再生機構	◎空間管理機能 ◎建築コントロール機能 ◎サービス提供機能 ◎空間更新再生機能
組織構成員	住宅所有者	専門会社職員・専門家
運営の仕方	総会で方針決定、理事会が執行機関	理事会に住民をいれて、意見反映。理事会で方針決定
組織図 決定方法と執行機関	○住宅所有者 理事会（執行機関）○○○ 総会（方針決定） 全員参加○○○○○○	○住宅所有者 ●専門家・専門会社職員、行政 理事会（決定・執行機関）●○●●○ 代表参加○○○○○○
費用負担	構成員が管理費として費用負担	会社が不動産運用の収益で運営。管理費無
組織法的根拠	州法。宣言・規約等。 州法が組織の根拠で、宣言・規約等で私権コントロール権	カベナント・管理規則 地主と借地人の契約の中で、地主の権限が付与される
課題	住民の合意形成が困難等。	住民の主体性が育ちにくい。





者に公開し、毎年の財政状況と活動報告を示したパンフレットは14000世帯全戸に配付する。

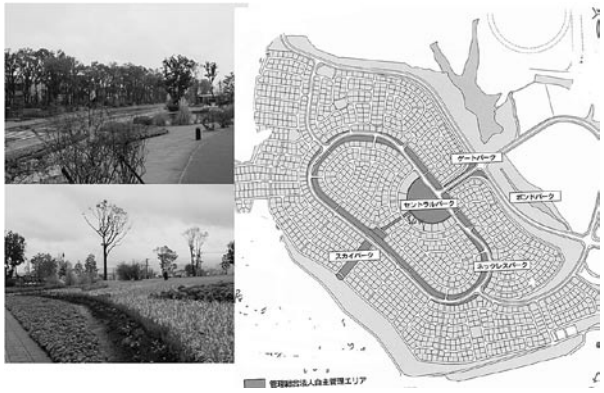
なお、レッチワース財団が行政との協働の権限を持つことは、ヘリテージ財産法（1995年）で位置づけられ、また個々の土地利用のコントロールに権限があるのは、地主として住宅居住者との借地契約の中で、カベナント等を守ることが位置付けられているからである[10]。ゆえに、地主主導型でもある。

４．日本での新コミュニティによる住環境のマネジメント；

英米の事例では、組織は、エリアが明確であること、組織運営には合意形成能力（全員が意見を言える場の提供と集会で決まったことを全員を拘束する力）、私権コントロール力、賦課権、不動産保有力、行政とのネゴシエーション能力が重要であった。わが国でもすでに現行法のなかの以下のようなマネジメントの実践がある。それぞれのタイプの機能、組織と運営のシステムについてみる。

①HOA型[11]

マンションに係わらず、戸建て住宅地や戸建て住宅地を含む団地単位で、地域の住宅所有者（事例によっては土地所有者）全員が管理組合に加入し、その地域ならではの魅力あるコモンスペースやコモン施設を所有し、建築のコントロール、行事の実践などを行っている。1962年に区分所有法が成立しており、それ以降では[12]、区分所有法の団地管理規定を用い、法的な組合を設立することができる。エリアは共有物の所有者に限定されるが、対象者が明確となり、法的に全員参加が強いられるため、フリーラーダーが存在しない。すべての組合員は集会への参加の権利と費用負担の義務を負う。建築のためのルールと組織運営のルールがある。ま



大分市：1300戸の戸建て住宅地。幹線道路沿いの４haの公園を管理組合法人で所有・管理。住民は管理費を負担する。

た、重要なことは全組合員参加の集会で決めることになるが、そこで決まったことは全ての組合員を拘束する。ただし、既成市街地での導入は難しい。新規開発時に設定され、住宅あるいは土地購入者がこうした組織の存在の理解し、購入した場合にのみ成立する。すでに日本で何百もの事例が存在している[13]。

②定借コモンズ型（定期借地権を活用した住宅地開発）[14]

地主と借地人が借地契約をする際に、その条件として、借地権者の建築のルールの遵守や管理への参加、費用負担を位置づける方法である。コモンスペースやコモン施設の所有は地主である。地主がマネジメントの方針決定権限を持っていることから、地主の意志が大きく反映

川崎市：９戸の戸建て住宅地。既存樹木を残しての開発。コモンスペースを住民と地主が協力して管理をする。

する可能性がある。かつ新規開発を一団で行った場合に効果的であるが、既存住宅地での導入は難しい。

③組合方式型[15]

土地所有者が組合を作り、地域の開発・再開発を行い、組合で不動産の所有、経営・管理を行う。農住組合などを利用した場合に可能である。個別の所有者による建物の建設ではなく、建築のルールを作り、協調や共同で行うことで、まちの景観がよくなること、不動産の管理を共同化することで、規模と集積の効果があがることがある。ただし、所有権の共同化は、将来の相続に備えてさけられる傾向にある。

日野市：農住組合で開発したエリア。13団地（33棟）を個別所有だが、共同で建設を発注し、調和したデザインに。外構は統一。みんなで共同管理し、地域で一人の管理員が雇用され常駐している。

④プラットホーム型

既存の自治会や町内会、また地域の多様な組織のプラットホームとして、まちづくり協議会等をつくり、地域の活動を行う場合である。しかし、加入を強制することはできず、任意参加となること、また組織で決まったことを加入していない地域住民に強制することは困難である。また、地方公共団体の条例と連携したまちづくり協議会では、計画やルールを作り、他の住民を拘束できる場合もあるが、手続きが一定

可児市：約2000戸の戸建て住宅地。３つの自治会のエリアを対象に、まちづくり協議会がある。

になっており、かつ活動内容が制限される。

⑤民間会社活用型

レッチワースのように、開発をした不動産会社がそのまま残り、まちをマネジメントし続けることがある。規模が一定以上必要である。長期のフロービジネスとともに、ストックビジネスも展開し、ビジネスモデルとして成立している。ただし、住民の意向をどのように踏まえるのか、方針決定に居住者が参加できない、していない現状がある。他にも、民間会社により地域の建築のコントロールの支援、共用施設の運営、防犯対策や多様なサービスの提供、空き地や空き家の管理等が行われている。住民の主体性が育ちにくい、一定規模以上で規模と集積の効果がないと成立しないという問題がある。

豊中市：彩都、開発事業者がコミュニティサービスの提供組織を設立。千葉県の山万株式会社開発のユーカリが丘では人口構成コントロールをしながら、持続可能なまちづくりを行っている。

⑥NPO型

地域の共用施設の保有、多様なサービスの提供、不動産の維持管理・仲介・管理などがNPOによって行われている。一般的に機能が限定的で、活動参加者も限定である場合が多い。

表３　多様な主体によるまちづくりの試み

	機能				マネジメントシステム							
	空間管理	建築コントロール	サービス提供	空間更新再生	組織	エリアの設定	住民意見反映	決定事項の拘束	私権コントロール力	費用賦課権	不動産保有力	行政とのネゴシエーション力
HOA型	○	○	△	×	管理組合	○	○総会	○	○	○	○	△
定借コモンズ型	○	○	×	×	特になし	○	×	×	○	○	○	×
組合方式型	○	△	×	○	農住組合等	○	○	○	△	○	○	△
プラットホーム型	×	△	×	△	まちづくり協議会	△	○	△～×	×	×	×	△～×
民間会社活用型	△	△	○	×	株式会社等	△	×	×	×	×	○	×
NPO型	△	×	○	×	NPO等	×	×	×	×	×	○	×

○該当する、△事例により該当する、×ほとんど該当しない。

5．コモンズによる住環境のマネジメントの実践のために

新コミュニティによるまちづくり、コモンズとしての住環境マネジメントの実践のための条件と課題は以下のとおりである。

○地域の設定と地域内のルールの条件

1．対象エリアを明確にする。特に新規開発では空間的魅力をもち、領域性をもち、段階構成とする。外部不経済の内部化、経営の効率性のために、ある程度の規模があることが望ましい。大きい場合は段階構成とする。

2．地域の主体は、基本は住宅所有者(居住者)組合とする。しかし、組織の構成員は、住宅所有者でも、居住者でも、専門会社やNPOでもよい。大事なことは、地域の主体である住み手の意向が反映できること、全員参加の仕組みを持つことである。また、対内的・対外的責任を明確にすることである。

3．ルールとして、地域の目標ルールと、組織運営ルールをもつことである。住環境のマネジメントの目標としてのルール（建築ガイダンス等）と、主体的・民主的衡平な組織運営ルールが必要である。方針決定にはエリア全員が参加でき、決定事項は全員を拘束し、違反にはペナルティを与える。費用負担・議決権のルールと、フリーライダー排除の仕組みがいる。

4．総合的な機能と権限をもつことである。

①建築に関する個の権利をコントロール：全体の価値向上のために個の権利をコントロールする権限を持つ。外部不経済の予防と解消の仕組みである。

②サービスの提供、市場補完機能

③地域の魅力の施設やスペースの所有と管理機能

④地域を代表し、公とネゴする権限と行政補完機能

⑤地域の不動産管理機能

5．地域の共用財産の適正な所有と管理システムを設定することである。

6．マネジメント資金確保とし組織が不動産の収入源、賦課権をもつことである。

○社会システムの課題

これを持続的に円滑に行うためには、がんばる街や人を応援する仕組みが必要である。

7．地域で決めたことに行政も従い応援する。地域でつくったビジョンが達成できるようにする。いわば、地域の決定が地域の都市計画決定的意味をもつ。地域の決定内容が次世代にも承継されるように、ルールの公示と拘束力を持たせる制度とする。

8．地域が地域の魅力を地域自らで創出し、維持管理できるように、宅地開発指導要綱の運用の見直し、都市施設などの開発・管理方式を変更する。地域による公共空間・共用空間の管理を前提とした開発を可能とする。道路や公園などの管理は行政に移管するか否か（所有）にかかわらず、利用を鑑みて基本部分は行政が行う。魅力部分を地域が行う。

9．地域による管理の実践を踏まえた、地方税負担制度とする。

10. 住宅の価格が土地の価格で決まるのではなく、住環境や住宅の維持管理の状態で評価される社会基盤、不動産評価制度とする。市場が後押しすることが、モチベーションとなるからである。

11. そのための情報開示による不動産の取引制度と、行政の消費者保護の視点からの行政の指導助言制度を整備する。

12. 新まちづくり手法の実践のためのあらたな専門家による支援体制の整備、そのための人材の育成（裁量型計画許可の担当者、住環境マネージャーなど)、かつ開発事業者・管理会社の役割が大きいことから、その責任体制の明確にする[16]ことである。

[1] 例えば、戸建て住宅地の共有物や共有物に対する住民の評価は、「共有地のある戸建て住宅地の特性と評価（1996）都市住宅学　第15号　P.120～P.125」等を参照。

[2] *マッキーバーの定義『コミュニティは、いかなる国家の確定した枠組みをも越えて拡がり、その枠組みの中でただ部分的に統制を受ける不確定的な絶えず進化する体系である。（R.M.Maclver、Community: A Sociological Study 1917、中久郎・松本通晴訳：『コミュニティ』ミネルヴァ書房　1975　p57）

[3] コモンズは、コモンズの悲劇（The Tragedy of Commons、共有地の悲劇）として、誰でも自由に利用できる共有資源は資源の枯渇を招いてしまうことから、生物学者ギャレット・ハーディン（1915年－2003年）が1968年に『サイエンス』誌に論文「The Tragedy of Commons」を発表したことで、一般に広く認知されるようになった。ハーディンが論文を発表した後、多くの研究者が反論を唱えた。実態調査からコモンズ成立のための８条件を提示したオストローム、マーガレット・マッキーンらによる研究成果等から、重要なのは利用・運営ルールであるという認識が高まっている。筆者もコモンズの存在、ここでいう「共用の場」の存在が「悪」なのではなく、むしろマネジメントシステムが「無」なことが問題だと考える。こうした議論をふまえ、コモンズの最大公約数的な定義として、「地域住民にとって、必要な物、価値ある空間を、地域住民で維持管理し、地域住民で利用するシステムとその対象となる空間」とすることができ、本稿では空間そのものでなく、それをマネジメントする仕組み、システムを重視して定義している。

[4] 「公文俊平：社会システム論　日本経済新聞社　1978」では、ラッセル・アコフの考えを引用し、システムの時代の哲学は、拡張主義、構成的思考、目的論から構成されるとしている。

[5] オストロームによるコモンズ成立のための８条件である（室田武・三俣学；入会林野とコモンズ　日本評論社　2004.1　より）。

[6] HOAの詳細は、「米国カリフォルニア州のCID管理におけるHOAの役割とそれを支える法制度―住み手主体の持続型住環境管理システム構築のための研究―2004年度日本都市計画学会学術研究論文集　2004.11」参照。HOAの発祥の地ともいわれる、ラドバーンに関しては「戸建て住宅地における居住地マネジメント組織としてのHOA導入のための課題　都市住宅学39号　2002.11」参照。

[7] カリフォルニア州では1980年代からの新規開発持家の40％がCIDであり、オレンジ郡での新規開発の80％はCIDである。1990年時でCIDは全米住宅の11.3％を占めていた。

[8] 「英国におけるガーデンビレッジ・ガーデンシティ・ガーデンサバーブの管理組織の役割　2006年度都市計画学術発表論文集　2006.11」参照。レッチワースに関しては「英国レッチワースにおける住環境管理についての居住者評価　日本建築学会計画系論文集　2007.7」参照。

[9] 英国では土地と建物は一体の不動産である。不動産保有権は大きくはリースホールドとフリーホールドに分れる。フリーホールドとは「自由土地保有権」であり、わが国の所有権に近い。リースホールドは「賃借土地保有権」と訳され、期間限定利用権で、長期のものはわが国の借地権に近い。

[10] ゆえに、住宅を分譲する際には借地で分譲し、それをその後居住者が買い取る仕組みになっている。

[11] 「齊藤広子；戸建て住宅地における住環境マネジメントに対する居住者態度―戸建て住宅地におけるHOA導入についての居住者評価―日本建築学会計画系論文集第583号　P.127～133　2004.9」「齊藤広子；戸建て住宅地における居住地マネジメント組織としてのHOA導入のための課題　都市住宅学39号　2002.11」「齊藤広子；日本におけるHOA型住環境マネジメント組織の実態と課題　都市住宅学43号　2003.11」等を参照。

[12] 区分所有法成立前では、芦屋市の六麓荘では、株式会社で、東京都の田園調布では社団法人で法人格を取得し、対応している。

[13] 事例は、「コモンでつくる住まい・まち・人」彰国社、2004 等を参考にしていただきたい。

[14] 「定期借地権を利用した戸建て住宅地のコモンスペースと管理方法　―住み手主体の持続型住環境管理システム構築のための研究―、2003年度第38回日本都市計画学会学術研究論文集　2003.11　P.241～P.246」を参照。

[15] 「農住組合による住環境マネジメントと課題　土地所有者の組合方式による住環境マネジメントの可能性に関する研究　2007年度第42回日本都市計画学学会学術研究論文集　2007.11」を参照。

[16] 「齊藤広子：戸建て住宅地の住環境マネジメントにおける管理初動期の開発事業者の役割と課題　都市計画学会論文集　2010」を参照。

出会いと気付きがまちを変えていく
～岐阜町・まちづくりNPO ORGANの事例～

NPO法人 ORGAN　理事長　蒲　勇介

1．はじめに

「かざをりゑぼし　腰蓑つけて　清き心の長良川　流れ尽きせぬ　幾千代かけて…」三味線や締め太鼓のお囃子に合わせ、日本髪の美しい芸妓さんが目の前で舞う。徐々に暗くなって行く青みがかった空と、それを映して刻々と色を変えて行く長良川の水面。その匂いと音に感じ入りながら杯を傾ける。くろぐろとそびえ立つ金華山を背景にゆらゆらと、提灯の明かりに包まれた屋形船は揺れる。日が沈みきった頃には、篝火を焚いた鵜舟が上流から下ってくるだろう。船端を叩き、魚を追う「ホウ、ホウ、ホウ」というかけ声とともに…

岐阜の夏の風物詩ともいえる長良川鵜飼いは、1300年の歴史を持つと言われているが、現在のように観光化されはじめたのは、明治の頃。上記の小唄「かざをりゑぼし」が山田顕義（初代法務大臣）によって詠まれたのは明治のご巡幸の前年と言われている。当時の岐阜は、芸妓だけでも700人以上、金華山の麓･伊奈波神社周辺には歌舞伎小屋、芝居小屋、寄席も立ち並び、参道の賑わいは華々しく、ちょっと逸れればお茶屋や置屋が並び、おそらく長良川の船着き場まで軒には提灯・街路にはガス灯の灯りが続き、河畔まで来れば旅館の二階からお囃子・小唄が流れてくる、それを背景に川面には篝火と屋形船の提灯の灯がゆれる…。この上ない大人の遊びが楽しめるまちであったろうことが想像できる。

こんな情景を、魅力的な岐阜を伝え、再生し

写真１　戦前の長良川河畔。芸妓と一緒にのんびり船を待っている。

ていくことが私たちまちづくりNPO ORGANの仕事だと考えている。私たちにしても、何も知らないところからまちづくりの活動を８年以上続けて、岐阜の真実の姿がやっと見えてきたにすぎないのかもしれない。

2．「岐阜」ってどこのこと？

岐阜市というまちの悲哀は、岐阜県と同じ名称であることによる気がしている。高山・白川

蒲　勇介

かば　ゆうすけ

NPO法人ORGAN理事長／デザイナー／ファシリテーター。1979年 郡上市生まれ。岐阜工業高等専門学校をへて、国立九州芸術工科大学３年次編入学。在学中よりフリーランスデザイナーとして活躍。2003年よりUターンしNPO法人G-net副代表理事を務める。2005年 同法人を退職。デザイン事務所ORGANデザイン室を立ち上げる。NPO・NGOや、企業CSRなどの広報デザイン、セクター間の協働とビジョン作りを支援するデザイナーとして活動する傍ら、十数名の若者とともに地域づくりに取り組む団体ORGANにて活動。2010年NPO法人化（申請中）。

Website：www.organ.jp
twitterID：tenkirin

郷を擁する飛騨とは全国的な知名度、ブランドともに勝負にならない。東京で「岐阜から来ました」というと「あの白川郷の！」と言われる。県のイメージが常につきまとうため、自分たちの足下にある地域資源を活用した等身大のまちづくりをしようというモチベーションが低いようだ。

岐阜県が誕生した当時、このまちは県都として栄華を極めていた。明治大正戦前戦後と比較的良い時代が続くが、バブル崩壊以降全国の地方都市衰退の例に漏れず柳ヶ瀬商店街を核とした中心市街地の売り上げは右肩下がり、ドーナツ化・自動車化が進み、また市内に上場企業を持たないこともあって、若者はよくて郊外一戸建て&名古屋へ通勤、多くは県外へ進学、就職、結婚、永住。（その流れは実は団塊世代からすでに始まっていたようだ。）かくしてまちを歩けば年寄りだらけの、典型的な地方都市の中心市街地ができあがった。そんな40万都市だ。

3．フリーペーパーORGANでまちと出会う

僕たちは８年前、「こんなまちを変えたい！」と思った。

2003年、大学を出たばかりの僕たちは岐阜の地域活性化を行うNPOに所属し、中心市街地活性化をめざした屋外ライブイベントの開催や、商店街の催しなどと共に、岐阜の魅力を再発見するためのフリーペーパー「ORGAN」を創刊した。

学生時代もフリーランスのデザイナー/編集者をしていた蒲が編集長となり、自分なりの視点でこのまちの情景を切り取った。現在は廃線になった路面電車を使っての小旅行や、誰も知らなかった昭和の名建築「鏡岩水源地ポンプ室」を表紙に使ったりと、文化系女子を主要ターゲットとしたビジュアルは、それまでの岐阜には無かった視点を提供したと自負している。ORGANの編集コンセプトは「Organic Organize」有機的に結びつけること。ただ情報を載せるだけのタウン情報誌ではなく、誌面から新しい関係性が生まれていくようなフリーペーパーを目指した。学生からOL、銀行員からフリーターまで、多様な若者がスタッフとしてかかわり、ORGANは作られていった。

写真２　フリーペーパーORGAN

正直を言えば、ORGANの発行はほぼイコール自らの「岐阜コンプレックス」の克服という作業でもあった。岐阜の魅力を伝える仕事をしながら、「岐阜大好き！」と、どうしても言えなかった。どこか、学生時代を過ごした大都会の影を引きずっていて、福岡にも京都にも東京にも負けないオシャレなまちを表現したいと無理していたように思う。

2005年、NPOの活動に疑問を感じていた私は、地に足のついた「等身大のまちづくり」の必要性を感じながら、NPOを辞めた。

4．長良川が生んだ伝統工芸・水うちわの復活

少し戻るが、フリーペーパーORGAN創刊号で取材した「岐阜うちわ」とうちわ職人･住井一成さんとの出会いは、まさに誌面を超えて有

機的に展開した。

彼が取材中に見せてくれた10年前から作っていないデッドストックの「水うちわ」は、繊細な竹骨に貼った薄い和紙に、ニスを塗ることで透明に仕上げるという、何とも涼しげな工芸品だった。しかも、明治の岐阜の土産物読本に「鵜飼い船での船遊びで、うちわを川面に浸して扇いで飛沫を飛ばし涼んでいた」とあり、これこそ探していた「岐阜にしかないもの、岐阜だから生まれ得た工芸品」だと僕は興奮し、すぐに職人に提案した。「これを復活させませんか？」。水うちわの透明さを担保する雁皮紙という和紙は、栽培が難しい「雁皮」という植物を原料としており、なおかつ非常に薄く漉く技術が必要で、長良川上流の和紙の里・美濃市ではどの職人もすでに漉いていないという代物だった。

岐阜の紙問屋・家田紙工や、同社が支援している若手紙漉き職人グループ・美濃和紙ネットワーク21と連携して雁皮紙を漉き、またデザインは蒲自身がおこし、2006年、10年ぶりの水うちわが岐阜に復活した。

写真３　復活した最初の水うちわ

その復活までの物語は、メンバーの一人である水野馨生里の著書【水うちわをめぐるたび】に詳しい。結果として水うちわは復活し、全国放送を含めたメディアにもたびたび登場することとなり、数年たった現在では、数社が商品化し、多くは夏の間に売り切れるという岐阜発の人気商品となった。

「職人と若者が連携して美しい伝統工芸品を復活させた！」地域活性化の成功例として取り上げられたこのプロジェクトだが、私はいまいちしっくりこなかった。個の成功が、地域みんなの成功体験となっていないのだ。「うちわ屋さんは、うまくやったね」そう言われてしまうそして改めて「地域活性化って、なんだろう？」と思うようになった。

５．築110年の町家を拠点にまちづくりコミュニティORGANが動き出す

水うちわを通して私たちは、岐阜市唯一のうちわ職人・住井さんだけではなく、老舗旅館・十八楼の伊藤若女将や、鵜匠の山下純司さん、画廊を営まれる杉山さんなど、多種多様な岐阜ならではの業種の方に出会った。彼らのお店をはじめ、老舗なども多い金華山の麓、金華小学校区には、築100年を超す伝統的な建築物もまだまだ残っていた。このまちで出版社を営まれていた片山さんも古民家にお住まいで、うらやましいなーなんて話していたら、すぐ近くの同じ年代の町家を紹介いただいた。鰻の寝床と呼ばれる細長い木造家屋。窓には格子。「本当にこんなボロでいいんですか？」という不安そうな不動産屋さんを尻目に、即決した。2006年７月１日、岐阜市鞍屋町の築110年の町家がORGANの拠点になった。

それ以降４年間、この町家にはフリーペーパー時代の仲間から、地元住民や行政の担当者、大学の先生からアーティストまで、様々な人が

昼となく夜となく集まるコミュニティスペースとなっていった。そしてそのコミュニティ自体がいつしか「ORGAN」と呼ばれるようになり、まちづくりの活動母体となっていく。

写真４　ORGANでは定期的にライブなどの催しも開かれる

６．自分たちの地域の課題を自分たちでなんとかする～ぎふ町家情報バンクとみんなの茶の間～

2007年には、壊されていく町家の活用・保存を進める目的で地域のまちづくり会と協同で「ぎふ町家情報バンク」を設立し、現状の町並みや暮らし方の調査なども行い始めた。

この金華に住むことによって、普通に岐阜に暮らしている生活者の目線に気づくことができた。現在私は岐阜市鞍屋町自治会に所属して、７軒からなる３班の班長をして３年目になる。伝統的な町並みを残す金華はさぞかし地域コミュニティも濃いのだろうと思っていたが、実のところ自治会を初めとした地縁組織の弱体化は著しかった。高齢化率は33%、３人に一人はお年寄りだ。祭りや地域の行事はもちろんのこと、近所同士での助け合いの文化も薄れつつあるように感じた。多くのお年寄りが昔のこのまちの文化や風物詩、賑わいの凄さを語ってくれるが、一方で伝統的な町家を住みにくいとして連続性のある町並みを壊し、モデルハウスのような家に建て替えてきたのもその世代だ。でも責めることはできない。団塊以降の彼らの息子や娘世代は、このまちを出て行き、もう帰ってこないのだから、便利な家にせざるをえないのだ。以下のグラフを見ていただければ分かるように、50代から階段状に人口が減っている。そして多世代同居は少なく、高齢者の独居か二人暮らしがとても多い。県庁所在地の中心市街地でありながら、さながら限界集落ならぬ「限界町内会」といえる町内も増えてきている。当初伝統的な町家を保存するために始めた聞き取り調査は、むしろ話を聞くうちに高齢者の暮らしぶり調査になってしまった。

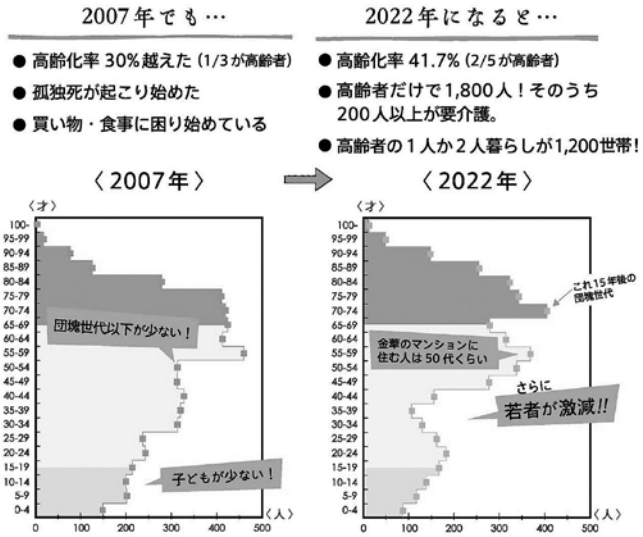


写真５　金華地区の人口予測グラフ

調査の中で浮かび上がってきた高齢者の課題「食事・買い物・孤立」に対して、地域での助け合いをどう自然に生み出すか、他地域の事例などの中から探し、金華ふれあいクラブ（老人会）と協同で、たまり場づくりを行うことになった。井戸端会議も減り、人との対話が減れば減るほど、一人暮らしの方は自宅に引きこもりがちになる。定期的に近所の同世代が集まれて、茶飲み話ができるだけでも大きく違うのだ。そういうわけで新潟の事例を参考にしながら、私たちの調査した結果見つかった空き家を

お借りして2009年冬「みんなの茶の間」は生まれた。月に２回、第２と第４水曜日だけ開かれる茶の間。運営するのは老人会のメンバーによる「みんなの茶の間サポーターズ」。みんないきいきとお茶を入れたり会話をしたり、たまには落語会などの催しもする。しかも近所の料理好きの主婦が総菜やお弁当の販売も始めたりしてくれたので、お昼も食べられる。「みんなの茶の間」を通して、「自分たちの地域の課題を自分たちでなんとかする」、そしてその当事者づくりこそ、まちづくりの本質なのではないかと考えるようになってきた。

写真６　みんなの茶の間の運営費を不要品バザーで稼ぐ

７．地域の当事者が当事者性を獲得し直す～岐阜町若旦那会の誕生～

2008年、長野を含む全国６善光寺同時ご開帳を行うこととなり、金華山麓の岐阜善光寺の広報の仕事をお手伝いした際に、副住職の松枝秀晃さん（32）ご一家と仲良くなった。アメリカにアメフト留学をしてきたという異色の僧侶である松枝さんは、このまちで生まれ育った若い世代として、衰退していくまちに何かを投げかけたいという思いもあり、同じく岐阜町で商店やお寺の跡継ぎである20代～30代の若者に声をかけて、月一回の呑み会が始まった。2009年９月頃のこと。集まってきたのは、江戸時代から290年続く老舗菓子屋「長崎屋」の10代目や、まちづくりにも積極的に参加している麩の老舗（こちらも江戸時代から）「麩兵」の６代目、江戸末期に彦根から移ってきた仏壇屋「藤井佛壇」の７代目など、このまちならではの老舗の跡継ぎや、店舗の経営者達。

近くに住んでいても学年が少し違うと案外会わないもので、お互いのお店の状況やまちのこと、共通の思い出である子ども時代のまちでの遊び方など、話題は尽きず、半年ほど毎月呑み会が行われた。老舗の跡継ぎといっても、普通の若者である。まちづくりや伝統的な文化に通じているわけでもない彼らが、話すにつれ「この世代としてこのまちをなんとかしたい」と考えるようになった。このとき印象的だったのは「自分たちは店とその歴史を継ぐのだから、このまちから逃げられない。どうせ逃げられないなら、いいまちにしていきたい。」という覚悟のような言葉。私は、それまでまちづくりの現場で培ってきたワークショップの知識や手法をフル活用して、ともに問題意識とビジョンを言葉にしていく場を重ねていった。「次世代が憧れる、みんなの岐阜町を担ぎたい！」そう理念に掲げた「岐阜町若旦那会」が、2010年５月、12人のメンバーで創設された。

「岐阜町」というのは、信長がつくった戦国時代の城下町の名でもあり、金華とお隣京町地区の小学校が合併することによって誕生した「岐阜小学校区」の意味もある。「若旦那」というのは、岐阜市の中でも最も伝統のあるこのまちに生まれ、商売を継ぐ者としてのプライドを言葉にしたものだ。

岐阜町若旦那会のユニフォームは、着物と、そろいの黒羽織。「若旦那たるもの、当然の心得」といつかは言えるように、着慣れぬ着物を仕立てて着、お座敷遊びを楽しむ。舞妓さんの

お見世出しに、素人まち歌舞伎、揃っての初詣と、このまちならではの風物詩や行事を、若旦那らしく楽しんでいる。その一方で、高齢化により維持が難しくなっている岐阜祭りの再生や、世代を超えた対話の場づくり、落ち葉掃除やイベントなど地域行事の応援と、まちづくりの活動にも精を出している。

写真７　舞妓のお見世出しに若旦那会も応援（岐阜善光寺）

若旦那会の設立のプロセスで肌身で感じたのは「まちに住む当事者が、仲間と出会い課題に向き合うことで、当事者性を獲得し直していく」ということ。まちやお互いへの発見と感動が、次への原動力となっていく。こういう仲間や場を作っていくことがまちを変えていくのではないかという希望が見えてきた。

８．大人の遊びのまち・岐阜の核にあるもの～お座敷文化～

岐阜町若旦那会設立の影の立役者という人達がいる。岐阜市唯一のお茶屋「おざしき満豊」のお母さんと、幇間・青木喜久次さん、お燗番・小野崎隆賢さん、そして18年ぶりに岐阜にデビューした舞妓の喜久雛さんら、岐阜のお座敷文化を担う若手の顔ぶれだ。そもそもお座敷遊びや芸妓さんというと、京都・金沢が思い浮かぶ。というかそれ以外のまちは思い浮かばないので今岐阜市に30人以上の芸妓さんがいる、というとたいていの岐阜市民は驚く。本稿冒頭に描いたような情景が日常であった明治大正の岐阜には、700人以上の芸妓がおり、培われたこのまちならではのお座敷文化があったが、柳ヶ瀬、キャバレーの隆盛と反比例してその後衰退の一途を辿り、今やお茶屋は一軒だけになってしまった。しかし彼らに悲壮感は全くない。むしろ、これからの岐阜の文化を再構築していく気概に燃えて、多岐にわたる活動を繰り広げている。通常のお座敷遊びはもちろんのこと、市内の小学生に対するお囃子教室や、市民から役者・スタッフを募ってのまち歌舞伎のプロデュース（若旦那会出演）、若者に向けたお座敷遊び入門（ORGANとの協働）など、お茶屋の枠を超えて伝統文化を次世代に繋ぐ活動に取り組む。書に料理、着付けに化粧、三味線お囃子に小唄端唄、舞踊に歌舞伎の脚本にと、あらゆる日本文化に通じる喜久次さんと、併設するNPO法人花の会の事務局長でもあり、イベントや事業のプロデュースに長けた小野崎さんのコンビは、着実に岐阜のまちを変えている。彼らはORGANや岐阜町若旦那会の若い面々にとって、岐阜と日本の文化を学ぶ先達であり、まちづくりの催しには欠かせないパートナーとなっている。

写真８　鵜飼観覧の屋形船で楽しむお座敷遊び・船遊び

9．新たなまちづくりプレーヤーが生まれるしくみづくり～古今金華町人ゼミ～

この４年ほどの間にORGANを通して岐阜町で出会った魅力的な人たちと、その背景に連綿と連なってきた岐阜町の文化。それらの集大成ともいえる体験講座「古今金華町人ゼミ」を、2010年秋より開催した。岐阜市教育委員会の、中央青少年会館とORGANの協働による事業として実現した。岐阜市に住んでいながら、このまちならではの文化やそれを担う人に出会う機会は少ない。まちづくりに取り組む若者を増やしたいという思いが共通していたため、とんとん拍子に実現した。

「僕たちが知らなかった、このまちの顔。出会いと発見に満ちた全６回のゼミナール。」のコピーから始まるこの講座の、タイトルだけ列挙しよう。

写真９　古今金華町人ゼミ告知フライヤー

第一回　築百年の家に暮らす若者と出会う。
【町家くらし　お宅訪問】
第二回　千三百年の歴史を改めて味わう。
【鵜匠と出会う　船遊び】
第三回　老舗若旦那と歩く、伝統のまち。
【若旦那巡り　岐阜町散歩】
第四回　金華山麓・岐阜善光寺で自分と向き合う。【座禅と　くらやみご飯】
第五回　岐阜のお茶屋で、舞妓さんと出会う。
【お座敷遊び　超入門編】
第六回　まちと、仲間と、自分に出会う。
【岐阜　町人ワールドカフェ】

この講座の各回の講師は、ぎふ町家情報バンクの建築家であり、若旦那達であり、お寺の副住職であり、お茶屋さん。これまでの繋がりを活かしてコーディネートしたこの講座には、定員の２倍以上の応募があり、各回の満足度も100%と、大きな成果を得た。むしろ数字よりも、参加してくれた、岐阜のまちに興味のある若者達との出会いが何よりも大きな成果であった。住民とよそから来る若者が出会い、この岐阜町ならではの楽しみ方を体験し、そしてこれからのまちの未来を描く。今年の参加者が来年度の町人ゼミのコーディネートをしていくという形で、まちの魅力を引き出すコーディネーターをどんどん増やしていくことが目標だ。

写真10　古今金華町人ゼミのまちあるき。来年は彼らがコーディネーターになる。

10．まちづくりの事業を起こし、人々を繋ぐ「場」づくりのNPOへ

地域の多様な世代、多様な立場の人たちと共に、これからもずっと暮らしていける岐阜のま

ちをつくるためには、出会い、語りあい、学び会うための「場」を作り続けねばならない。世代間、セクター間の信頼関係を繋ぎ、協働のハブになる存在も必要不可欠だ。これまでの蓄積を、事業として行っていくため、2010年末、ORGANはNPO法人の設立申請を行った。今後の岐阜はどんどんおもしろくなると確信している。是非一度遊びに来てください。

戦国武将たちが発信する名古屋の魅力とまちづくり

～「名古屋おもてなし武将隊」にインタビュー～

**戦国時代、多くの歴史的名将を輩出した「武将の聖地」名古屋。
名古屋開府400年に合わせて織田信長・豊臣秀吉・徳川家康ら
六武将と四陣笠隊を集め、名古屋の魅力を全国に伝える「名古屋おもてなし武将隊」を結成。
「武将の町ナゴヤ」のPR活動を行っている。
全国で人気を集める「名古屋おもてなし武将隊」に
名古屋の魅力やまちづくりについて話を伺った。**

名古屋の個性的な町をもっとPR

—皆さん、他都市や観光客に大変な人気ですね。

信長「何といっても戦国最強の武将、織田信長がここによみがえったんじゃ。それに興味を持って見に来てくれる人が多くてうれしいのう。」
秀吉「青森や博多とか、ものすごい遠方から来た人もおったりしてのう、そりゃうれしいのう。」

戦国最強のスーパーヒーロー、織田信長の願いは「名古屋をもっと人が集まる町にすること」。

—観光客や他都市に向けて、名古屋の魅力をどのようにPRしているのですか。

家康「400 年前、名古屋城を中心に碁盤の目の町割りをしたのはこのわしじゃが、その時は敵が攻めてくることを想定して城の周りに武家屋敷や町屋敷を作った。その名古屋城は、今では尾張名古屋の平和のシンボルじゃ。名古屋城は観光だけじゃのうてこうした歴史も学べる場所、そんなことを中心に PR しとるのう。」
信長「わしはとにかく、他都市では名古屋の良さを伝えることに全力を尽くしとる。名古屋に行ってみたいと思わせる、その入り口がわしらだからのう。まずは名古屋に足を運んでもろて、いろんなところを見て楽しんでもらいたい。そのためにはわしらが

「下町のええとこが残る生まれ故郷の中村もさらにPRしていきたいのう」と豊臣秀吉。

一生懸命 PR するしかないでのう。」

—よく、名古屋は観光の魅力に乏しい町だといわれているようですが。

信長「そうなんじゃ。何もないといわれるところをどう活性化するかが大切なんじゃ。わしは個人的に有松が好きでの。あの町は電柱ものうて昔の懐かしい町並みが残っとる。撞木町あたりもそうじゃが、ああした町並みをもっと増やしていけばええと思うんじゃがのう。京都は、それをうまいこと PR しとるでの。あの町は、伝統や文化をそれはそれは大切にして、その良さをうまくみんなに伝える。それは見習いたいもんじゃの。」

家康「そうじゃ。名古屋はええ町がいっぱいあるのにそれがうまいこと伝わっとらん。覚王山や大須も門前町があって、そこにいろんな店がようけ並んでおって、おもしろく個性のある町で若者に人気じゃが、町自体を知らん人も多いでの。」

秀吉「信長殿、こんなこともあるんじゃ。名古屋城に近い円頓寺も古くからの店が並んでおっておもしろい町じゃが、あそこは町の散策地図が作られとって、よそから訪ねてきた人にはわかりやすいと評判なんじゃ。でもその反対に、『その地図がないとわからん』ともいわれとるんじゃ。」

信長「江戸は山手線の駅それぞれの町にそれぞれの文化がある。都心じゃのうて郊外で、たとえ急行電車が止まらん町でも、どんどん栄える。そしてその町を他都市に向けて上手にPRしとる。それで観光客が来てますます栄える。名古屋もぜひそうなってほしいのう。名古屋人は今の状態を変えたがらない頑固者が多いから、なかなかこうした動きにならんのじゃろうなあ。まあ、わしらも頑固者だから人のことはいえんがの（笑）。」

家康「そうじゃ。今を大切にするあまりなかなか新しい一歩が踏み出せんのかもしれんのう。」

秀吉「名古屋も昔に比べると今はちょっとした都会になって、暮らすには申し分ないから次に行けんのかもしれんのう。」

信長「みんなが今の暮らしに満足して戦う気がのうなったのじゃ。もっと名古屋の良さをわかってもらうには、みんなが奮起せねばいかん。何とか次のステップに向かって行動を起こし、さらに名古屋を魅力ある町にしたいものじゃ。」

歴史を学び、先人の知恵に触れる

—「武将都市ナゴヤ」として全国に PR していることについてはどう思いますか?

信長「わしらみたいな戦国武将が生まれた町なだけあって、名古屋は町のあちこちにたくさんの歴史遺産が残っとる。とにかくいっぺんでいいから名古屋に足を運んでもらって、その歴史の魅力に触れてもらいたいと思っとるんじゃ。例えば名古屋城の二の丸には、わしが生まれた那古野城址の碑が残っとる。ここが世にいう戦国時代の始まりの地だったわけじゃ。」

秀吉「信長殿、そう思うとおもしろいのう。わしは歴史のある場所に行って、その時代に思いを馳せるということは大変おもしろいと思うんじゃ。例えば那古野城址を見ながら、ああ信長殿はここで何を思い、どう過ごしたんじゃろうと考えるとかの。それが歴史に興味を持つきっかけにもなるんじゃ。歴史を学ぶということは先人の知恵を学ぶ、ということなんじゃ。名古屋に来たら、歴史に触れながら先人の知恵を学べる、そんなことも『武将都市ナゴヤ』として PR していきたいところじゃのう。」

家康「名古屋は昔からモノづくりの文化が栄えとってのう、それで名古屋の経済全体がまかなえたから、あえて外から人を呼ぶ観光の PR をせんでもよかったんじゃ。つまり小さな鎖国状態が続いとったわけじゃの。だから名古屋にこんなすごい三英傑がおる、ということもうまくみんなに知られとらん。それにわしらは武将としてだけじゃのうて、今の世の中に受け入れられとる文化のルーツにも一役買っとるんじゃよ。」

—今の時代につながる文化を、戦国武将の皆さんが発展させたということでしょうか?

「名古屋は今、大きく羽ばたくチャンスを迎えとる。ここで何とかせねば」と徳川家康。

家康「そうじゃ。例えばわしは漫才が大好きで、三河の伝統芸能・三河万歳を庇護し、発展させたんじゃ。それが今のお笑いブームにつながっとるかもしれんの。日本の国技・相撲は信長殿が大好きだったし、茶の湯は戦国武将の間でブームとなって秀吉殿も信長殿も奨励したのじゃ。今、自分たちが楽しいと思っとることや興味のあることが、戦国時代のわしらとつながっとると思うとおもしろいじゃろ? 名古屋には、武将とつながるこういうおもしろいことがいっぱいあるんじゃ。いわば『名古屋の埋蔵金』じゃな。これをもっと多くの人に広めていきたいもんじゃのう。」

自分たちの名古屋を深く知り、魅力を発信

—皆さんが生まれ育った地域を含めて、今後名古屋をどのように PR し、発展させていきたいと考えていますか?

秀吉「わしは今の中村区で生まれたんじゃが、あのあたりは名古屋駅にも近いし、城下町の風情も残っとるし、町の新旧両方を楽しめるところじゃ。名古屋駅といえば、高層ビルが多くて注目を集めとる場所じゃろ?

一方、その足下にある町は、わしが祀られとる豊国神社もあって、古い町も残っていて、たいそう雰囲気のいいところじゃ。そのあたりをもっと PR して人が集まる町にするにはどうしたらええか、考えたいのう。」

家康「わしは名古屋城を中心に町の整備を進め、交通の整備も大切にしてきた。それが今の名古屋の産業の発展にもつながっとるんじゃ。堀川だってそうじゃ。あの川はその昔、資材の運搬にとても重要だったんじゃ。このあたりももっと多くの人に知ってもらって、さらに発展さ

せていきたいと思うのう。」

信長「わしはとにかく人が集まる町にしたいのう。そのためには、歴史的な名所にも楽しいしかけがあるとええな。例えばわしが元服した古渡城や、わしの父である織田信秀が築城した末盛城は、城址があるだけであまりみんなに知られとらん。そこに例えば城のミニチュアを作って設置すれば『ここにも信長ゆかりの城があったのか』と知ってもらえる。」

—なるほど。名古屋の町中を巡りながら、織田信長の人生を辿ることができるということですね。

秀吉「そうじゃ。昔に思いを馳せつつ、歴史的な名所を歩いていたらいつの間にか別の名所にたどり着く。そんな風なまちづくりをしていけたらええじゃろな。」

信長「あと京都の『ねねの道』のように、『信長の道』も作ったらええと思うがのう。そこには名古屋名物のきしめん屋や土産物屋も作っての。そうやって昔懐かしい町並みを再現しつつ、新しい名古屋の名所を作るんじゃ。」

秀吉「なるほど、それはおもしろいですな。例えていうなら東京・月島のもんじゃみたいなもんですな。『ここに行けば名古屋名物のひつまぶしが食べられる、みそかつが食べられる』というようなそんな町があってもおもしろいのう。」

家康「外国のように車が通れない場所を作って、そこに人力車や馬車を走らせるというのもおもしろいな。名古屋の新しい名物になりそうじゃ。」

信長「思いきって、アスファルトを一部やめて、土の道を再現しても楽しいじゃろうなあ。そこに人力車が通ったりするだけで、昔懐かしい風情がある。これは、全国でもあまりないから注目されるかもしれんの（笑）。」

—最後に、これからの名古屋のまちづくりに大切なことをひと言。

信長「名古屋の町をもっと広く知ってもらって発展させるにはまず、ここに住む自分たちが名古屋のことをもっとよく知るべきじゃろうな。地元の人でも、名古屋のことをよく知らん人は案外いるもんじゃ。『なぜここにこれがあるのか』『こんなところにこれがあったのか』と、もっと自分の町に興味を持ってほしいのう。」

名古屋城を中心に、全国で華麗な演武を繰り広げながら名古屋をPRする名古屋おもてなし武将隊。

秀吉「そうじゃ。まず自分の町をもっと好きになる、という心構えが大切じゃ。特にこれからの時代を背負って立つ若者たちには、名古屋をとことん好きになってほしいのう。みんなで知恵を出し合って一歩ずつ進んでいけたらええのう。」

家康「初めて訪れた人も『なんか楽しい』と思ってもらえる町にしたいのう。」

信長「その何かを探し、伝えるのがわしらの仕事じゃ。さて、また頑張って PR するかのう。」

〈平成21年度自主研究〉

名古屋プロジェクト診断2010
～名古屋のまちづくりを振り返る～

名古屋都市センター　上席調査研究統括監　羽根田　英樹

1．プロジェクト診断の背景と意義

人口と経済の右肩上がりの時代の中で、様々な都市計画制度による規制・誘導の適用、都市基盤施設整備や再開発などの事業展開と、多彩な市民生活と広範な経済活動が呼応しながら、土地利用や建築形態、市街地環境が大きく変化し、現代名古屋の今日の街の姿が形成されてきた。

しかし21世紀、人口減少・少子高齢化の進展、地球温暖化の進行、基盤施設更新需要の高まり、財政事情の逼迫化など、都市計画・まちづくりを取り巻く社会経済状況は、“右肩上がりの終焉”、“都市成長期から都市成熟期へ”といわれるように、世の中のこれまでの枠組みとは大きく様相を異にしてきている。当然こうした状況は、都市計画・まちづくりの分野に大きな影響を及ぼす。将来ビジョンをどう描くのか、事業を具体化するためにはどのような制度設計をするのかなど、これまで踏襲してきた考え方や仕組みに対して様々な変革が求められる。

そしてこれまで以上に、今までの都市計画・まちづくりが辿ってきた道筋や成果を振り返り、これからの展開に備えることが、重要になっている。

さて、ある事業を遂行する場合、一般的に、Plan（計画）⇒Do（実施）⇒Check（評価）⇒Action（改善）という一連の行動（通称PDCAサイクル）が重要とされている。事業をただ実施して事柄を終了とするのではなく、事業遂行の過程で評価作業を適宜織り込み、事業に関る課題を探りながら一連のプロセスで改善すべきは改善し、その後の事業展開に備えることが、このPDCAサイクルの要諦である。

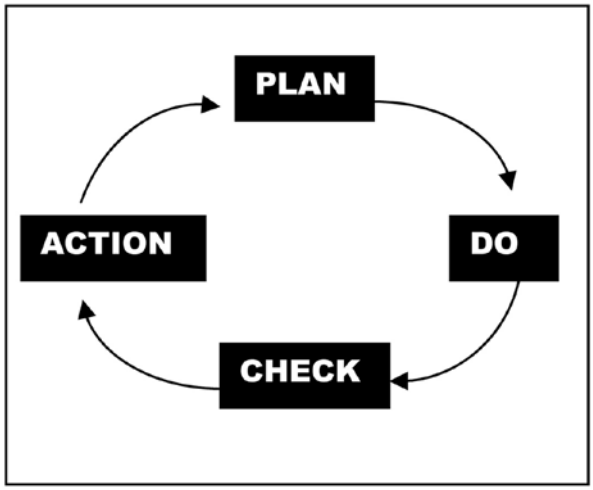


図1　PDCAサイクル

当然、都市計画・まちづくりの分野においてもこれは同様である。特に、評価は極めて重要な役割を担い、この出来如何でPDCAサイクルの意義が左右されるといっても過言ではない。評価というプロセスがあってこそ、事業展開を通して得られた経験や知識が、次の展開に活かされることになる。

そして、例えば市街地再開発や道路など基盤施設整備の評価に関しては、ある仮定の元で数値化された指標による費用便益分析が実施され、この結果が以降の事業継続可否の判断材料にされるようになってきている。確かに、評価は可能な限り数値指標やあるいは実証された事

実に基づき判断することが望ましいだろう。

しかしながら、仮定条件には既にある価値判断が織り込まれているため、したがって、都市計画をめぐるパラダイムが揺れ動いている状況下においては、仮定条件そのものも揺れ動く不確実なものとなるため、客観的に評価することはまことに難しい。

また、成功裏に終えた事業はともかく、評価はともすれば過去の問題点を浮き彫りにすることにもなるので、事業担当者と評価者との関係はなかなか微妙なものでもあろう。

いずれにしても評価は、出来る限り憶測を入れず、虚心坦懐、政策や事業を立ち上げた原点に立ち返り公正に実施することが基本的な姿勢である。

本研究では、評価の対象とする都市計画・まちづくりに関わる各種の計画、諸制度、施設整備事業をすべてプロジェクトと呼び、できるだけ多角的な視座からの評価を試み、プロジェクトがそもそもどのような意図で構想・企画・計画され、当初の意図が名古屋の市街地形成や環境形成等にどの様な形でどの程度反映されたのか、そして、街並みや賑わいなど、数量的に換算しがたい質的側面についても取り上げ、評価することとした。

なお、今回の評価作業では、数値的な判断に加えて、ある程度定性的な論考を加えることにもなるので、「評価」という語彙より、人間の健康状態の良否を推し量り処方する「診断」という表現の方がふさわしいと考え、「プロジェクト診断」という表現で統一することにした。

“縮小時代の都市計画”の必要性が様々な方面から指摘され、これまで良しとして追い求めてきた都市形態が果たして将来の望ましい姿なのか、住民、企業、NPOなど多様な主体によるまちづくりがごく当たり前の風景になっている情勢で、これまでの意思決定の仕組みでいいのかどうか、また、まちづくりの役割分担の仕組みも鋭く問われ始めている。まさに都市計画・まちづくりの大変な時代である。

明日の名古屋を先導するまちづくりの展開に、この「プロジェクト診断」の結果が活かされることを大いに期待している。

2．診断対象プロジェクトについて

2－1　プロジェクト診断対象プロジェクトの選択

診断対象となるプロジェクトは、

① 名古屋の持つ特質を活かし構想されたプロジェクト、あるいは、類似事業の先駆けとなり、名古屋のまちづくりにおけるエポックとなったプロジェクト。

② 名古屋市の都市構造に小さからぬ影響を及ぼす空間的に大規模なプロジェクト。

③ プロジェクトの効果が市街地に定着するにはかなりの年月を要するため、事業開始から20年以上経過し、主要事業がおおむねもしくは完了しているプロジェクト。

以上、主に３つの視点から候補プロジェクトをリストアップし、資料の有無、ヒヤリングの可能性、プロジェクトの進行状況等を考慮し、26プロジェクトを選定した。選定したプロジェクトは、その主たる目的が　①計画による誘導、②駅と駅周辺街区の一体的整備、③市街地の再開発、④個性的な市街地形成、⑤良好な屋外環境の形成、⑥公共サービスの充実、のどれに該当するのか大まかに類型化し、表２－１のように整理した。

これらのプロジェクトを時系列的に整理すると、診断対象は石油危機を乗り越えた1970年代後半から、バブル崩壊前に立ち上げたプロジェクトが大半で、制度として継続しているものを

除けば、プロジェクトはおおむね終了している。

また、計画や制度関連のプロジェクトを除き、地区が特定できるプロジェクトについてその位置を図２－１に示した。

２－２　プロジェクト診断の項目

対象としたプロジェクトは、誘導計画、再開発事業、交通施設整備、法制度などさまざまである。したがって、その診断項目は一律ではなく、各プロジェクトの性格に対応したものになるが、賑わいづくり、良好な居住環境の確保、雇用の増大、移動利便性の向上など、プロジェクトを構想・計画した当初の目的が達成されたのかどうかが最も重要な診断項目と考えた。関連地区の居住人口、施設利用者数、地価など、出来るだけ定量的な尺度でプロジェクトの開発効果を判断できるようにまとめているものの、街並みなど空間の質的な効果など、定性的な記述による診断もある。また、施設整備に関しては、その後の維持管理の状況も重要な診断項目としている。

なお、個々のプロジェクトの概要と診断内容を一括して要約するのは困難なため、これについては本文を参照していただきたい。

表２－１　診断対象プロジェクトの分類

大分類	小分類	番号	プロジェクト
計画による誘導	建築形態等の誘導	01	名古屋市都市景観基本計画
	開発事業等の誘導	02	地区総合整備
駅と周辺街区の一体的整備	広域拠点の形成	03	名駅地下街開発
		04	金山地区の開発
		05	大曽根総合駅周辺のまちづくり
	地区拠点の形成	06	小幡駅前の再開発
		07	ウエストサイドタウン名古屋の駅前整備
市街地の再開発	大規模跡地の開発	08	千種アーススクエア
		09	名古屋市北部における大規模住宅地開発
		10	白鳥地区の開発
		11	神宮東地区の開発
		12	浄心駅前地区の再開発
	防災都市づくり	13	密集市街地のまちづくり（浜地区）
		14	広小路線東部における不燃化促進
個性的な市街地の形成	サイエンスパークのある住宅地開発	15	志段味ヒューマン・サイエンス・タウン
	都心の賑わい	16	ナディアパーク
	ウォーターフロントの再開発	17	ガーデンふ頭の再開発
良好な屋外環境の形成	街並み、居住環境の誘導	18	四間道の町並みの保存と再生
		19	白壁・主税・撞木地区の町並みの保存と再生
		20	建築協定制度
	オープンスペースの確保	21	総合設計制度による公開空地
		22	生産緑地地区
公共サービスの提供	コミュニティ施設の維持	23	公共施設の整備
	交通機能の充実	24	総合駅の整備
		25	基幹バス
		26	駐車場案内システム

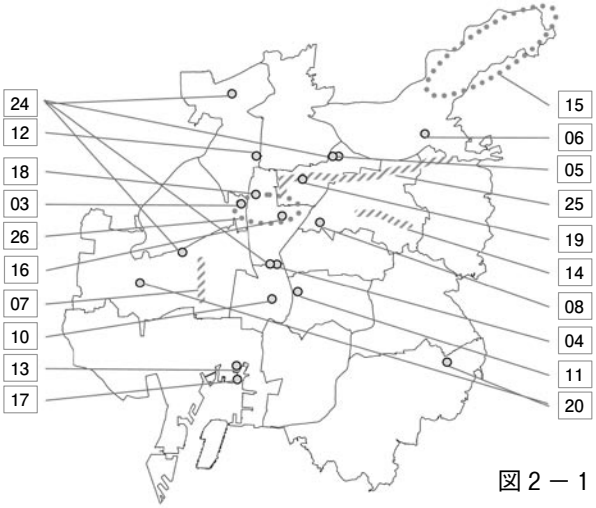


図２－１　プロジェクトの位置

〈平成20・21年度自主研究〉

地域まちづくりの推進に関する調査研究
～市民団体の連携の視点から～

元名古屋都市センター　調査課　三品　優子
名古屋都市センター　調査課　清水　友浩

1．調査の背景と目的

⑴　住民主体のまちづくり

都市の基盤整備が整う中で、これからの地域まちづくりは、地域に暮らし生活している住民自身が主体者となり、地域課題を意識し、魅力的で住みよい環境を実現していく必要がある。従前のまちづくりは、ハード面を中心に行政主導で行うことが多く、地域まちづくりの担い手は自治会・町内会といった地縁型組織が中心だった。最近では、特定の地域課題に関心のある住民等が自発的に組織したテーマ型市民組織が地域まちづくりに大きな役割を果たすようになってきた。これからは地縁型組織とテーマ型市民組織とが各々の特性を活かしつつ連携することで、市民活動が高まり、地域まちづくりの推進につながると考える。

⑵　名古屋都市センターのまちづくり支援

名古屋都市センターでは、住民主体のまちづくりを推進し、地域まちづくりに主体的に取り組む市民の輪を広げ、高めるために「地域の“まちづくりびと”養成講座」と「まちづくり活動助成」という２つの側面から事業を行ってきた。

「地域の“まちづくりびと”養成講座」は、まちづくりの担い手を育てるため地域におけるまちづくりの進め方、考え方を学び、体験する講座を平成17年度から実施してきた。

また、「まちづくり活動助成」は、市民によるまちづくり活動を高めるため身近な地域を、魅力的で住みよい環境にするためのまちづくり活動を行う市民団体に対する助成を平成11年度から実施してきた。

⑶　目的

まちづく活動助成をスタートして10年・地域の“まちづくりびと”養成講座をスタートして４年が経つ中で、地域まちづくりをさらに推進するために、地域まちづくりの担い手たる市民団体の活動の現状を把握し、地域まちづくりの推進につながる地縁型組織とテーマ型市民組織の連携のあり方を研究し、名古屋都市センターが行う今後のまちづくり支援事業に反映していくため、平成20年・21年と２年かけて研究を行うこととした。

2．調査の進め方

平成11年度より行っているまちづくり活動助成を受けた団体は、どちらかというとテーマ型市民組織がその大半を占めている。そういった市民団体が、地域にどれだけ受け入れられているのか調査し、また、地域で連携することで市民活動が高まり、地域まちづくりの推進につながっていくという視点から、以下のような方法で調査を行った。

①テーマ型市民組織の活動状況アンケート調査（平成20年度実施）
②地縁型組織の活動状況ヒアリング調査
③テーマ型市民組織の活動状況ヒアリング調査
④連携型まちづくりのあり方を調査研究
⑤名古屋都市センターの果たすべき役割の検証

また、調査を効率的に進めるため、愛知学泉

大学コミュニティ政策学部の山崎丈夫教授を始め、市役所関係部署の職員、名古屋都市センター職員等で研究会を設立し、意見交換を行った。

3．テーマ型市民組織の活動の現状

テーマ型市民組織の活動の現状を把握するために、アンケート調査を実施した。

①調査の概要

・対象：名古屋都市センターのまちづくり活動助成を受けた81団体

・実施：平成20年12月下旬にアンケート調査票を発送。66団体から回答があった（回収率81％）。

・調査項目：活動の有無、団体設立の経緯、活動目的、活動テーマ、主な活動地域、構成員、会員数、必要な人材、収入源、広報方法、ホームページの有無、地縁型組織との連携、他団体との連携、名古屋都市センターの助成団体となったことの効果、名古屋都市センターに期待する役割など

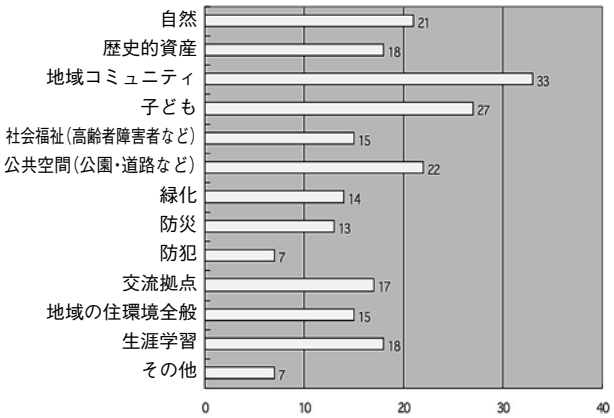
②現在活動している団体

回答のあった66団体のうち、現在活動している61団体の活動の現状を整理した。

③活動テーマ

活動テーマ（表１）でみると、過半数を超える団体が地域コミュニティの活発化をテーマとして挙げていることが特徴的である。次いで子ども（子育て）をテーマとして活動している団体が多く、堀り下げてみると、子ども（子育て）を活動テーマとしている団体の７割が、地域コミュニティの活性化もテーマとしており、子ども（子育て）がこれを取り巻く地域と密接な関係にあることがわかる。

表１　活動テーマ（複数回答可）



④主なまちづくり活動の系統分類

活動テーマとして複数のことを意識している団体が多いが、各団体が主に何をまちづくりの切り口として取り組んでいるのかを明確にするため、系統ごとに分類した。各団体の活動を主なまちづくり活動の系統分類（表２）に当てはめてみると、自然系に分類される団体が10団体あり、堀川、矢田川、山崎川、庄内用水、平和公園、相生山緑地、東谷山、八事興正寺を通じて河川、緑地の保全活動などを行っている。また、ホタルの保存活動を行う団体が２つあり、名古屋城外堀と守山区雨池で活動している。

歴史・文化系は12団体あり、主に活動している場所をみると、４団体が『文化の道』のある東区で活動し、４団体が鳴海、有松といった旧東海道沿いの豊かな歴史文化資産の残る緑区で活動している。その他、城下町であった西区那古野、熱田神宮を基盤として古くから町を形成していた熱田区でも活動している。また、揚輝荘（千種区）や撞木館（東区）といった近代建築物の保全活用を通じた活動をしている団体もある。

子ども系では７団体が活動している。1990年から活動している団体をはじめ10年以上活動する団体が４団体もある。子育てを行う母親が母体となって組織された団体が多く、子育て仲間づくりや子どもが健やかに育つ環境づくりに取り組んでいる。２団体がプレーパーク（子どもの冒険遊び

場）の運営を行ってきた中で、昨年度から名古屋市の「いきいきなごやっ子づくり事業」の１つとしてプレーパーク事業が掲げられるようになった。

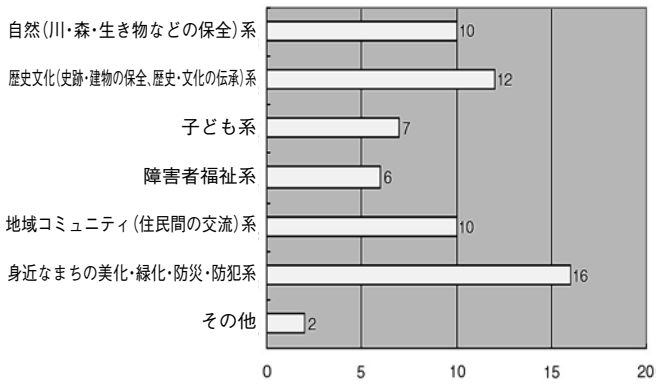
障害者福祉系では６団体が活動しており、前身団体を含めると1973年から活動している団体があり、そこから派生してできた団体もある。バリアフリーのまちづくりを目指して、情報提供等を行うほか、災害時要救護者支援ソフトの開発を行ったり、地域住民の交流スペースを提供している団体もある。

地域コミュニティ系は10団体あり、様々な地域で活動しており、地域住民の交流を深めるための場所を提供したり、交流づくりとしてイベント活動などを行っている。

身近なまちの美化、緑化、防災、防犯系では、地域の公園や道路の美化・緑化活動を行うのが８団体、市の防災ボランティアコーディネーター講習修了生が各区で組織する防災団体が３団体、その他防災をテーマとする団体が５団体あり、これらの団体は防災・減災の啓発活動などに取り組みながら、非常時に助け合える地域コミュニティづくりを目指す団体も多い。また身近なまちの美化から防災、防犯まで積極的に活動している団体もある。

まちづくり活動助成を受けた団体の活動状況から、これらの団体以外にも様々な市民団体により地域の特性や資源を活かして、地域まちづくり活動が行われていることが推測される。

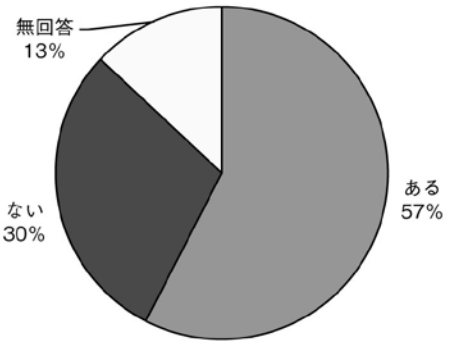
表２　主なまちづくり活動の系統分類



⑤地縁型組織との連携

地縁型組織との連携は、約６割の団体で行われている。連携の形としては、地域のまつりやイベントに協力したり、啓発活動や清掃活動を一緒に行ったりしている。このような連携を通じてテーマ型市民組織の活動が地域住民に理解され、活動が地域へ広がるきっかけになっている。連携の課題としては、「地縁型組織に活動の意義などが十分理解してもらえず、誤解が生じたり、トラブルになることもある」「地縁型組織の役員が替わると連携が継続しにくい」ことなどが挙げられる。

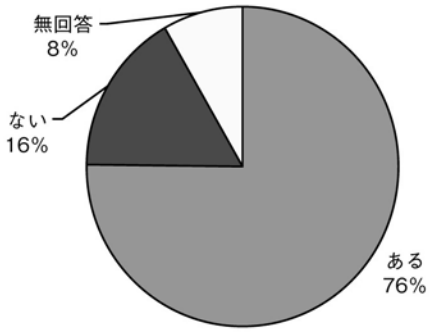
表３　地縁型組織との連携



⑥テーマ型市民組織との連携

テーマ型市民組織との連携は、地縁型組織との連携より多く、約８割の団体が行っている。連携相手としては、同じテーマで活動している団体が多く、交流会事業、イベントなどを協力しながら行っているが、一方で、テーマは違うが同じ地域で活動している団体と一緒になって、地域のイベントを行っている例もある。

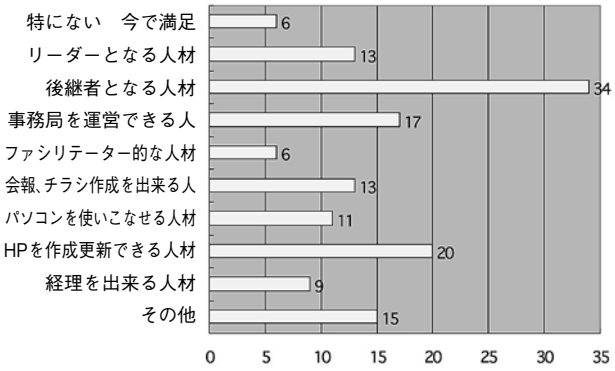
表４　テーマ型市民組織との連携



⑦現在必要としている人材

現在必要としている人材としては、後継者となる人材がトップで、過半数以上の団体が挙げている。団体の活動年数をみると、25％の団体が10年以上活動を継続しているが、次の後継者の養成がなかなか進んでいない状況が推測される。次に多いのが「ホームページを作成更新できる人材」である。現在ホームページを持っていない団体が４割程度あるが、手軽な情報発信手段としてホームページの必要性を感じている団体が多いことがわかる。

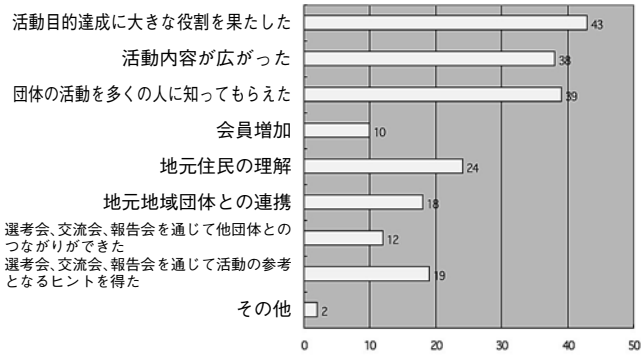
表５　現在必要としている人材（複数回答可）



⑧名古屋都市センターの助成団体となったことの効果

名古屋都市センターの助成団体となったことの効果としては、「活動目的達成に大きな役割を果たした」「団体の活動を多くの人に知ってもらえた」「活動内容が広がった」の順に多い。また、地元住民から活動が理解されるようになったり、地縁型組織との連携が進むなど、助成後の団体の活動が地域に広がっていくことにも繋がっている。また、これまでに助成した団体を対象として毎年開催している交流会や、公開選考会を通じて、他団体との繋がりができたり、活動の参考となるヒントを得たりしており、助成金による支援以外の部分でも団体活動の高まりに寄与していることがわかる。

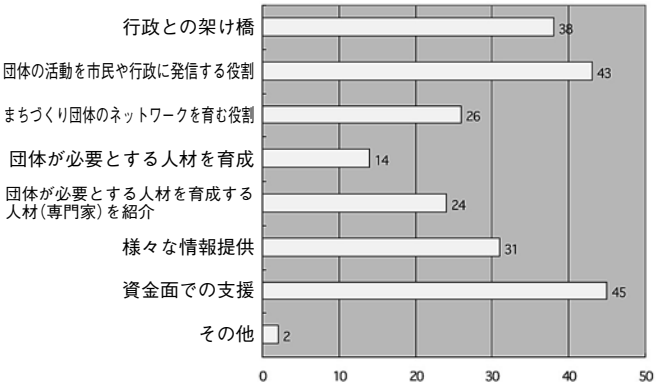
表６　都市センター助成団体となったことの効果（複数回答可）



⑨名古屋都市センターに期待する役割

名古屋都市センターに期待する役割としては、「資金面での支援」が多く、市民活動団体が資金面で苦労していることがわかる。団体の収入をみてみると、会費を取っている団体が７割、助成金を受けている団体が７割になっている。また、行政からの業務委託、行政との協働事業などで委託金や分担金を得ている団体も３割ある。独自の事務所を持っている団体は、事務所を維持する経費が負担となっているとの声も聞かれる。そういった背景もあり、独自の事務所を持つ団体は14団体にとどまり、多くの団体は会員の個人宅を事務所としている。次に期待する役割として多いのが「団体の活動を市民や行政に発信する役割」「行政との架け橋役」で、名古屋都市センターが行政から一歩離れた立場として、関連する区役所や市役所の部署へ団体の活動を発信し、行政とのパイプ役としての役割を担うことが期待されている。

表７　都市センターに期待する役割（複数回答可）



４．地縁型組織の活動状況ヒアリング調査

主体的に地域課題に取り組む地縁型組織（自治会、町内会、学区連合自治会等）の現状をヒアリング調査するため、区役所からの紹介や都市センターで選択した以下の地縁型組織に対してヒアリングを行った。

・北　区　　川中学区
・港　区　　西築地学区
・名東区　　貴船学区
・緑　区　　大高南学区
・天白区　　平針南学区
・天白区　　植田南学区

＜調査項目＞

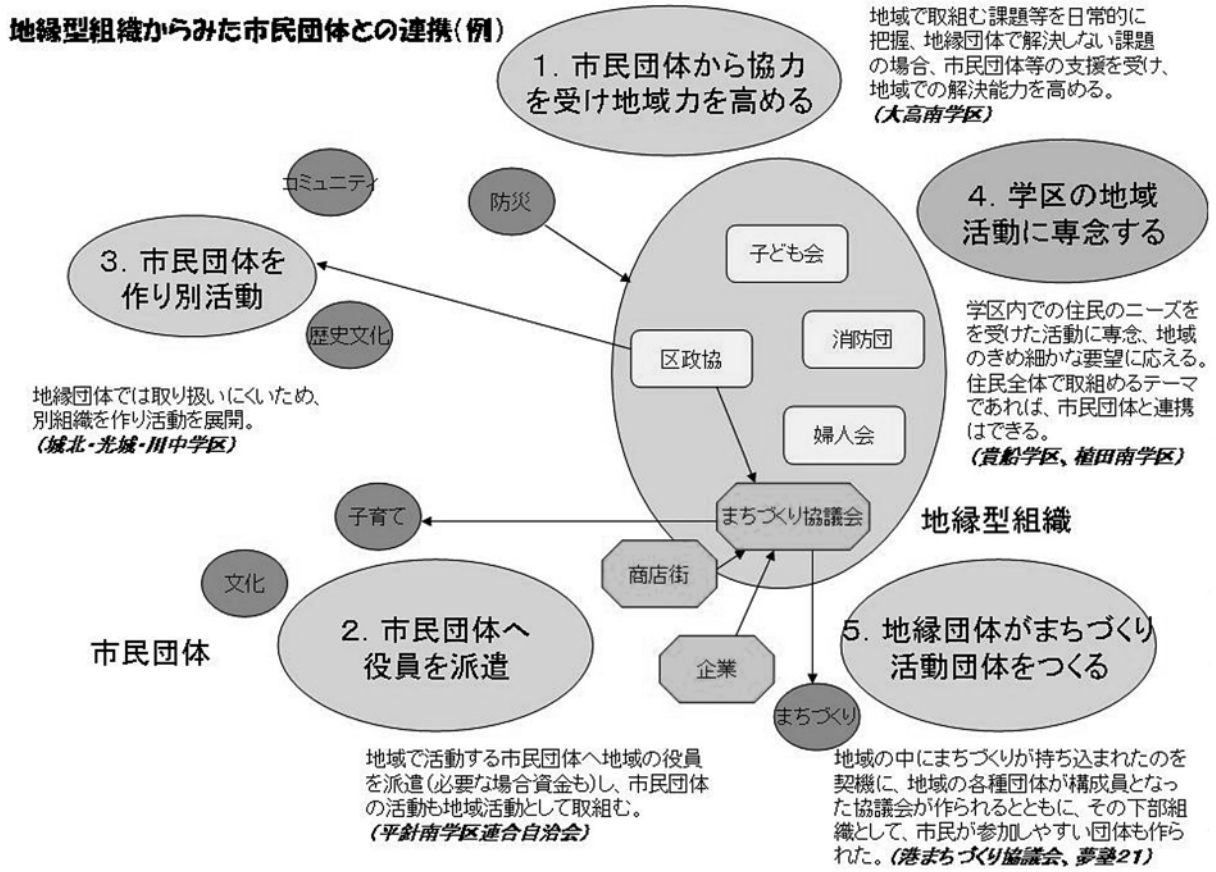
関わっている組織、組織の形態と運営、主な年間のイベント、まちづくりニュース・ホームページ等の発行状況、重点的な地域課題、取り組みの体制（内部･外部）、全体の取組か、下部組織の取組か、人材をどう発掘・巻き込むか、テーマ型組織との連携は活発か（分野）、他の組織との連携はあるか（商店街等）、連携についての意見、地域課題に取り組んでいくための組織上の課題

少し特徴的な事例を見てみると、平針南学区では、自治会長と区政協力委員長を分けていた。本来は、これが望ましい姿ではないかと思われた。人手がないとか、行政の立場から見た場合、二役を一人でやっていただいた方がスムーズであるという理由で、通常、自治会長と区政協力委員長は同一人物が就任しているケースが多いが、責任を分散しみんなで取組めるようにしている。

また、大高南学区では、行政や市民団体と連携するとともに、地域の中での輪番制の体制がしっかりできている。すべて自治会長に集中するのではなく、内部での仕事の分担がしっかりできている。任せることも大切である。

＜ヒアリングのまとめ＞

項 目	北区川中学区（8/20）	港区西築地学区（8/27）	名東区貴船学区（8/26）	緑区大高南学区（9/2）	天白区平針南学区（9/3）	天白区植田南学区（9/3）
ヒアリングした方の役職	川中学区連絡協議会会区川中学区政協力委員長　国道41号線周辺地域の安全と環境をよくする会代表者　等	西築地学区区政協力委員長港区西築地学区連絡協議会会長　港まちづくり協議会会長　＠ポート代表	前区政協力委員長（現在顧問） 区政協力委員長	大高南学区連絡協議会会長 大高南学区区政協力委員長 森の里荘自治会長 自治会事務局長	平針南学区連合自治会長	植田南学区連絡協議会会長 植田南学区区政協力委員長
活動の特色	3学区で国道41号線周辺地域の安全と環境をよくする会を立ち上げ、広域的に交流・調査に取組んでいる	名古屋港の玄関口づくりをきっかけとして、まちづくり活動が活発化、まちづくり調整、実現のための活動が活発である	防犯パトロール、成人式行事、敬老の日の行事、運動会、夏まつり等学区行事に丁寧に取組んでいる	地域のふれあいづくり、課題解決、団体領域での関与、生活安全調査票で生活を把握、あらゆる場面での相談に応じている	学区内の自主的な活動を支援、役員を派遣（資金援助含む）、学区の行事として位置づけて取組んでいる	駐輪場の管理を市からの受託で実施、有償ボランティアで管理、交流の場となっている
組織の特色	学区の委員長がよくする会を兼ねて、基礎的な学区行事と任意団体の活動を区分している両方の活動を行っている	地縁組織とともにまちづくり分野での、団体内での調整、実働部隊の活動がある。最近では、還元金の調整をする組織あり	各行事の当事者を主催者として立て、役員は背後から支援する体制で参加を促進している	三役会と事務局活動、各棟に１２名の棟長を置き、１０９名の組長が協力して、各世帯に回覧をまわす仕組みが確立している	連合自治会長は学区のまとめ役、区政協力委員長は副会長が担当し渉外を担当街区長で構成する街区長会議を意思決定機関としている	連絡協議会の中に、１０の部会を設置.自主的に活動。災害対策や広報など専門の能力を活かして、有効な人材活用ができている
テーマ型団体との連携	庄内用水を環境用水にする会にも名前を連ねて幅広い活動を行っている	地域団体の活動の一部として、住民の実働部隊とし夢塾21などが育ってきた	ＮＰＯなど外部からの意見はありがたいが、地域の実情に合った提案でないと困る	レスキューストックヤード、こどもＮＰＯなどから専門家を招いて学習している	テーマ型団体に役員を送り込み地域の活動としているので一体的取組みである	天白川のビオトープ化で関係者と接触はあるが、NPOなど外部からの提案を受けて取組むことはない
人材育成	学区の範囲や行事内容などの枠にとらわれず、任意組織立ち上げ、活動できる人の参加を促す	まちづくり活動の中で多くの人材が育ってきた	地域の住民の交流や課題解決をきめ細かく対処、顔の繋がるコミュニティ作りをめざす	「ふれあい喫茶」を開設（２００２年ごろから月１回）、住民が顔見知りになり、悩みを話し合う	あったかネットワーク、おもしろ文庫、ふれあいサロン、八千代会（老人会）等住民の自主活動を支援。外部、内部という隔ては考えず、セミナー等幅広い地域からの参加を歓迎している	自主防災組織の育成に力を入れている。各町内から毎年５人出していただき体験をしてもらっている。５年続ければ２５名が育つ
広報・チラシ	年2回の事業計画書の作成（協賛団体等へ配布） ニュース（年5回3学区全戸配布）を行っている	夢塾２１はホームページを掲載（現在組織が廃止された）	きふねだより（月1回） 貴船防犯ニュース（月1回） ホームページ掲載	年１回の活動報告 年４回のニュースのを発行	平針ニュース（月1回）	学区連絡協議会の総会資料はじめ年２回のニュース、ブログなどで情報提供
都市センター助成	よくする会、庄内用水の会等（ソフト部門）	夢塾２１、＠ポート（ソフト部門）			平針南学区連合自治会（ハード部門）	



＜地縁型組織からみた連携の事例＞

連携の事例として次のようなものが見受けられた。

・川中学区

地縁型組織では取り扱いにくいため、近隣の学区と一緒に別組織で市民団体を作り、活動を展開。

・西築地学区

地域の中にまちづくりが持ち込まれたのを契機に、地域の各種団体が構成員となった協議会が作られるとともに、その下部組織として、市民が参加しやすい団体もつくられた。

・貴船学区、植田南学区

学区内での住民のニーズを受けた地域活動に専念し、地域のきめ細かな要望に応える。住民全体で取り組めるテーマがあれば、市民団体と連携はできる。

・大高南学区

地域で取り組む課題等を日常的に把握、地縁型組織で解決しない課題の場合、市民団体等の支援を受け、地域での解決能力を高める。地域の課題にしっかり取り組み、内部体制をしっかりとしたものにし、その上で外部の団体を自分たちの活動に活かしている。

・平針南学区

地域で活動する市民団体へ地域の役員を派遣（必要な場合資金も）し、市民団体の活動も地域活動として取り組む。組織をオープンにしてテーマ型活動も地縁型活動にうまく吸収しながら進めている。

しかし、地域課題に取組んでいく体制という視点で見た場合、さまざまな段階があるように思う。しっかり内部での活動を把握し取組んで

いる団体は少なく、様々な行事等に追われてこなしていくだけで精一杯の団体が多いのが現状である。例えば、ある区で地縁型組織と市民団体のコラボレーションを進める事業を支援しようと募集したところ、市民団体からやりたいと手が挙がる。そこで相手側の地縁型組織を探してきて欲しいというと、地縁型組織からは新たな行事に取組む余裕がないと断られるのが実情である。

5．テーマ型市民組織の活動状況ヒアリング調査

主体的に地域課題に取り組むテーマ型組織について、更に連携の視点から掘り下げるため、以下の団体に対してヒアリング調査を行った。地縁型組織とは、独立しており、かつ、地域とのつながりが必要としている団体を選んだ。また、様々なテーマを取り上げた。

①揚輝荘の会
②まちの縁側モモ
③名古屋芸術の杜をみんなでつくる会
④東区まちそだての会
⑤名古屋なかがわ災害ボランティアネットワーク
⑥特定非営利活動法人こどもＮＰＯ
⑦特定非営利活動法人堀川まちネット
⑧特定非営利活動法人レスキューストックヤード
⑨なごや東山の森づくりの会・平和公園自然観察会
⑩つくし

＜調査項目＞

どのようなテーマに取組んでいるか、団体の規模、活動頻度、ニュースの発行（団体内・外）、団体外への働きかけは（チラシ等）、地縁型組織との協力関係はあるか、団体間の協力、地縁型組織との連携事例、その他の連携事例、地域課題の受入（地縁、個人等から）、連携の必要性はあるか、連携のための課題は何か、団体維持のための課題（資金的課題・後継者等人材確保・活動場所の確保・その他）

項　目	揚輝荘の会 (10/14)	まちの縁側モモ (10/16)	名古屋芸術の杜をみんなでつくる会（10/20)	東区まちそだての会 (11/10)	名古屋なかがわ 防災ボランティアネットワーク (11/10)
活動場所 (所在学区)	施設周辺 （千種区田代学区）	施設周辺 （東区葵学区	久屋大通り （中区名城学区東区東桜学区）	文化の道 （東区山吹学区）	中川区 （中川区荒子学区）
分　野	歴史的建築物の保存	地域コミュニティの継承	都市文化の創造	歴史的環境の保全と魅力の発掘・継承	地域防災
活動の目的	揚輝荘の保全・管理を通じて、地域のコミュニティ・情報基地として構築・活用することによって、文化的・教育的まちづくりに貢献	地域のコミュニティの拠点として、子どもから老人まで、誰でもが立ち寄って交流ができるまちの縁側づくり	久屋大通り公園の環境を守るため、アートギャラリー（ひまわり展）、姉妹都市交流（わいわい楽しい国際交流）、ガーデニング（緑の観察会）の3本柱で取組んでいる	地域の歴史環境を保全し、またその活用を通じて地域文化に触れ、豊かな時間を共有し、まちと人がともに成長することを目的	災害発生時に、地域住民とスムーズに活動や協力をして助け合えるよう、平時から地域と行政が連携できるのに役立つ活動を展開
組織の特色	建築、歴史、環境関係、まちづくりなどの学者・研究者・学生など幅広い層の市民が参加し、独自イベントと地域と連携したイベントに取組んでいる	縁側モモのスタッフが運営主体となり、施設を毎週月～金（午後1時～5時）を地域に開放、平日の午前、土曜日を継続的な活動日としている	事務局が中心となり、多くの人達が集まれるイベントを企画、イベントに多くの団体や個人が参加できる仕組みとしている	「東区文化のみち」のまちなみ、人、歴史、文化に触れ、まちを楽しみたい人たちの集まりで、東区呼びかけの「歩こう！文化のみち」実行委員会を中心に活動	各区に市民団体を作り、行政と地域とを、市民団体が繋ぐ役割を担う。活動経歴が浅く、区を単位とした活動のため、地域での認知度が低い。
地縁型組織との連携	城山・覚王山地区魅力アップ事業を実行委員会形式で開催、文化活動を毎年実施, 揚輝荘としては、歴史資源を活かした文化活動として位置づけ参加	ＰＴＡや子ども会が主催する行事の企画を出前でお手伝い、小学校の運動会や地域のまつりなどにも参加。モモの行事には、地域の方や、クラブ活動の方を招き、イベントを盛りあげている	地域は文化活動に非協力的であり、地縁団体に頼ることなく続けてきた。具体的な活動を見てもらうことを通じて、次第に理解をえられるようになってきていると感じている	直接的な連携行事はないが、各種イベントでは、出展や広告の依頼を通じて参加を呼びかけたり、地域の方に講師をお願いして、地域の歴史を学んだり、相互理解の努力をしている	既存の地縁団体には防災を担当する受け皿がなく、組織的連携が難しい。行政や防災に積極的な区政協力委員会などからの依頼で啓蒙活動を展開している
連携の形態	市民団体と地縁団体を千種区役所がコーディネーター役となり仕組みを作り活動を展開	団体のテーマが、地縁団体の活動内容に近いため、相互補完的な協力関係を持ち活動している	団体のテーマが地縁型活動になじみが薄いため、他の団体や企業等にも広げてＰＲに努める	各団体が別個に活動しているが、地区内には多くの団体があり、個人が複数の団体に加入し、人を媒体として繋がりがある	市や生涯学習センター等行政との関係も強いが、地縁団体とは連携がない
連携の課題	千種区から実行委員会のまとめ役を会に移行することが提案されており、組織形態、資金面での独立が課題。参加団体には会への意識の違いがあり、主体的参加も求められる	空間的、資金的面で制約があるため、自分達でできる事を進め、徐々に地域に浸透していければと考えている。まち夢工事後、1年半になるが地域での認知度も非常に進んだ	現在の地縁団体は、安全安心には熱心だが新しい発想の活動への理解は低い。現在も町内会によって理解の差がある。地域の企業が協賛してくれてきている	町内会等の既存組織、地主さんを核にした有志の会、そして任意の市民団体と、いくつかの会が活動しているが、団体相互のネットワークとなっていない	地縁団体には、防災対策に取組む団体が不明確なため、地域的にバラツキが見られる。市民団体の構成員が、地縁団体に入ることも難しく活動が平行線となっている

項　目	こどもNPO（12/08）	堀川まちネット（12/16）	レスキューストックヤード（12/17）	なごや東山の森づくりの会・平和公園自然観察会（1/14）	つくし（1/15）
活動場所（所在学区）	緑区一円（緑区旭出学区）	熱田区内（熱田区白鳥学区）	市内一円（東区東桜学区）	東山・平和公園（千種区東山学区）	施設周辺（千種区高見学区）
分　野	子どもの自立支援	堀川の再生	防　災	自然の保全	福　祉
活動の目的	子ども達の遊びを通じての自覚的な自己解決能力を育てる取り組み	熱田区の歴史・伝承文化を踏まえた堀川のまつり開催とまちづくり提案	災害救援ボランティア、コーディネーターの発掘と平常時のコミュニティーの創出	自然に親しみ、理解し、守る活動を通して、情報の収集・交換・調査・研究し、関係する市民、団体と連携・支援	聴覚障害を持つ子供とその家族に対して福祉サービス事業を行い、地域で生活を営むことができるよう支援
組織の特色	団体内での子どもに向けた活動とともに、地域で子どもが育てられなくなってきている状況を変えていく提案・支援	堀川まつり実行委員会とミニコミ誌あったっ子が合併してできた組織で、熱田の歴史・文化と堀川のまつり、浄化をベースに取組む	震災時のボランティア活動から多くの経験から、災害前対策の重要性を学び平常時から地域でのコミュニティづくりに取組む	東山の里山を手入れしていく森づくりの会と森での営みを観察する会に分けて活動、また、市内の自然系の活動団体と協働、支援している	学区に立地するろう学校の放課後の生活を支え、帰宅するまでの時間、地域とのふれあい等の活動を通じて自立と社会参加の実現を支援
地縁型組織との連携	ある学区からの相談を受け、昼間地域にいる中学生が、非常時に防災活動を担えないか取組んでいる。子ども達の主体性を引き出す仕組みづくりを検討している	学区の地縁団体からは当初から理解が得られず、特に関係があるわけではない。まつりの開催については、熱田神宮の奉賛会とのつながりが強い	子育てなどいくつかの市民団体と接触を持ち、非常時にも複数のルートを通じて連携が取れればよい。特定のルートを構築し頼ると、非常時には、役立たない危険性がある	地縁団体との連携は、当初より、期待してこなかった。地縁団体は行政との繋がりが強く、施策面で対等の立場で協働できず、そのため、協働の基盤ができなかった	聴覚障害者が地域で生活する力を養う必要性は高まっており、さまざまな機会を利用して健常者とのコミュニケーションを図っていく必要があり地縁団体の理解が必要
連携の形態	プレーパークの運営や児童館の指定管理者となって、子ども達の遊び場づくりを行う一方、地域からの相談を受けての取組み等多彩な形態を持つ	熱田区まちづくり協議会に所属し、「熱田ぐるり人マップ」づくりに取組んでいる。（今年度中に完成予定）熱田区のテーマ別のまちの案内冊子となる	名古屋市１６区の防災ボランティア団体が名古屋防災ボラネットを組織、レスキューストックヤードが事務局を務めている	地域の子供会、総合学習を行う学校、生涯学習センターなど、自然に親しみ、学ぶ意向を持つ団体とは繋がりを持ってきたし、感謝されている。	商店街まつりへの出店や、施設前でのリサイクルショップの開催、また、日常での健常者と障害者のコミュニケーションを通じて、地域での定着が図れればよい。
連携の課題	地域と行政そして団体が、真剣に子ども達の環境づくりに向かって取組まなければならないが、そのことへの理解と活動が進んでいないことが課題	活動範囲が熱田区全域で、テーマも歴史・文化、堀川、環境と幅広いため特定の学区とのつながりよりはテーマに応じて必要なところと連携する形態が強い	地縁団体に防災に関して受け皿となる組織がないため、地縁団体とのネットワーク化ができていない	地縁団体とは、フィフティ・フィフティ関係で付き合うことができないため、連携は非常に難しい。継続して取組むことで、支持者を増やし定着させていくことが重要である	聴覚障害者は、健常者とコミュニケーションが難しく、イベントなどで簡単に相互交流が図れない難しさがある

＜テーマ型市民組織からみた連携の事例＞

連携の事例として次のようなものが見受けられた。

・活動団体のテーマが地域に根ざす活動であるため、共通点を見出し、子供の地域・学校等での行事に相互に協力関係ができている。（まちの縁側モモ、こどもNPO）

・区づくり事業など、区の旗振りで各種団体に参加を呼びかけ、連携を育成している。（揚輝荘の会、堀川まちネット）

・地域に受け皿となる団体がなく、独自に活動を継続、市民権を得つつ、徐々に地域の協力を獲得していく。（名古屋芸術の杜をみんなでつくる会、なごや東山の森づくりの会、つくし）

・特に地縁型組織と連携はないが、地域の中で地主等土地、建物所有者が会をつくり、まちづくり活動をしている。（東区まちそだての会）

6．地縁型組織、テーマ型市民組織へのヒアリングを終えて

ヒアリングを終えて以下のようなことがみえてきた。

1　地縁型組織と市民団体の連携の多様性

地縁型組織、市民団体の関係のあり方は地域の歴史性や課題への対応等により多様である。

2　地縁型組織の活動

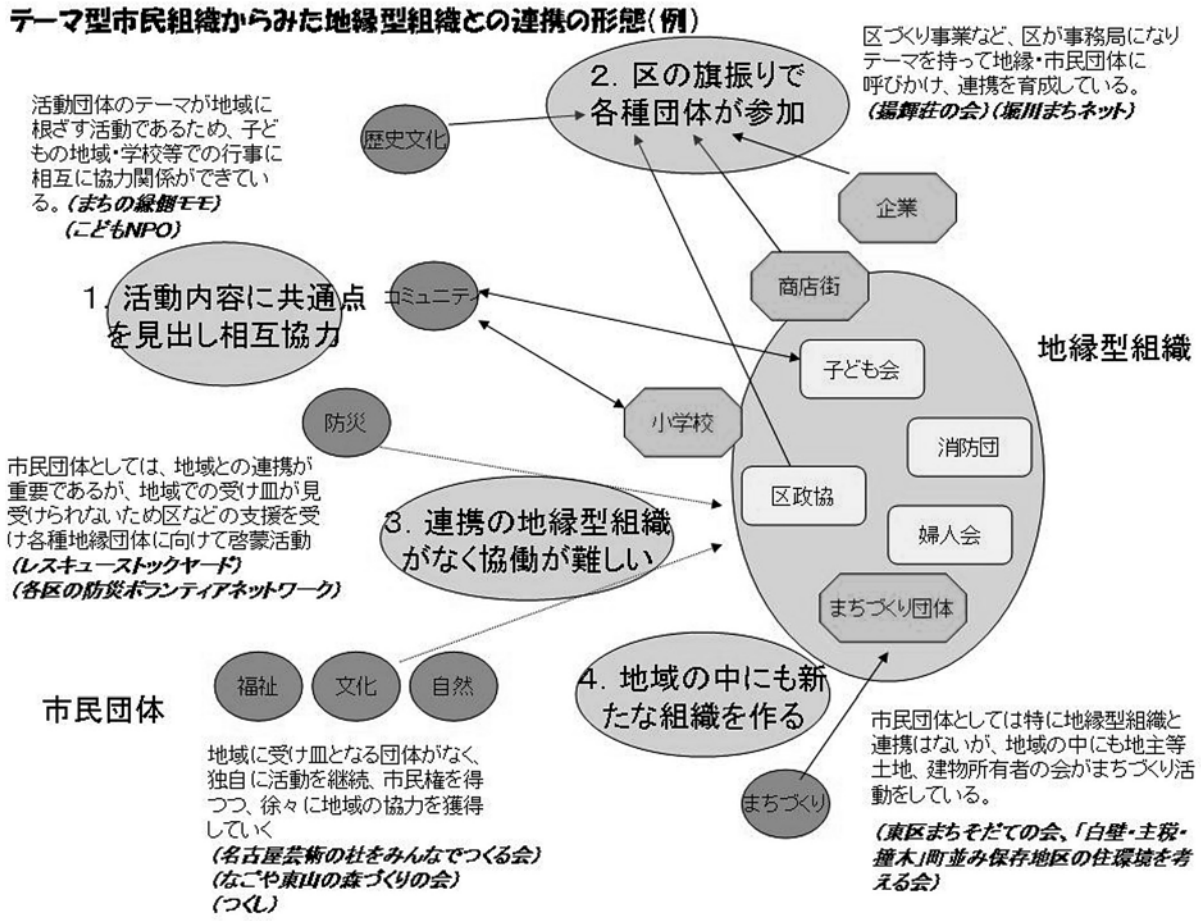
地縁型組織は地域で取組む活動に向けて、①地域コミュニティの充実、②地域課題の解決に向けた取組み、③外部からの要請を受けた各種行事等に取組んでいる。

3　テーマ型市民組織の活動

テーマ型市民組織の役割は、①専門性を活かす、②住民の自主的な参加を促す、③学区の枠にとらわれない活動等があり、地域の中でも多様な役割を果たしてきている。

4　地縁型組織の受け皿としての課題

地縁型組織の活動範囲は限定的・固定的となりがちであるため、市民団体の受け皿とな



っていない分野（防災・文化）がある。

5　テーマ型市民組織をパートナーとする場合の課題

テーマ型市民組織は経験が浅く、また、団体活動が恣意的である場合もあり、地縁型組織からの信頼を獲得していない面がある。

6　特色ある区づくり事業の総括

特色ある区づくり事業は、区の発意に基づき取組まれて10年が経過するが、地縁型組織とテーマ型市民組織の協働の要（事務局的役割）として多くの成果を挙げてきたが、その総括を行い、今後の展開へ引き継いでいくことが求められる。

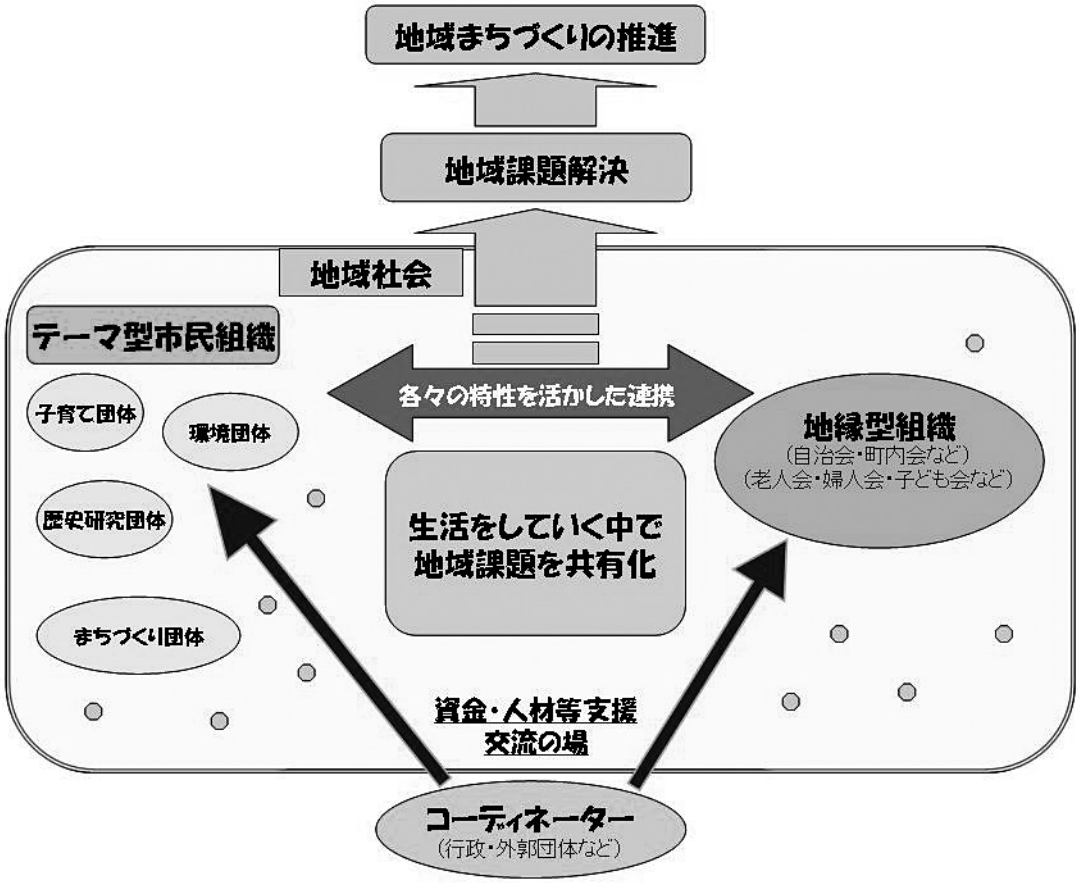
7　まちづくり活動での連携の必要性

地域で取組む活動の中でもまちづくり活動は、専門性を活かしたテーマ型市民組織と、地域での合意形成を要する地縁型組織との双方の協働作業が求められる。（特に、市街地開発事業や地区計画等土地の権利関係に影響を与える場合は不可欠）また、地域によっては商店街、企業等の参加も必要で、各種の団体で構成される協議会を組織して推進することが望まれる。

8　地域での団体のネットワーク化

全市的に注目される地域については、地域内はもとより外部からの関心も高く（団体、個人を問わず）、多くの団体が設立し活動しているケースが多いが、団体相互の連携は現在のところ仕組みができていない。

こうしてみると、自分たちのまちを自分たちで考え、つくっていくといった、住民自治の機運が高まる中で、地域でまちの夢を描



き、合意形成を図り実現していくためには、地域で課題意識を持って活動するテーマ型市民組織と地縁型組織の両者が協力し合いながら、地域課題を明確にし、解決のアイデアを出し合い、役割分担しながら行動に移していくことが有効であると考える。こうした連携を考えるうえでも、地域のまちづくりに関係する組織や人々の交流の場が必要である。

そこで、出会い、お互いを知り、話し合うことで、理解を深めたり、様々な気づきがあったりする。

また、新たな出会いにより、新しいまちづくり活動が生まれてくる可能性もある。

7．まとめ（名古屋都市センターの役割）

名古屋都市センターでは、平成17年度より、「まちづくり支援班」を設け、市民と行政等との橋渡し役として、住民主体のまちづくり活動の支援に取り組んでいる。最初にも述べたように「まちづくり活動助成」と「地域の“まちづくりびと”養成講座」の二つの事業である。

「まちづくり活動助成」は、まちづくり団体の活動に要する経費の一部を助成しながら、まちづくり団体の自立を促していくもので、引き続き、公開選考による公正な運用とともに助成制度を継続していくことが重要である。

また、まちづくり活動団体の情報交換等を目的として交流会を開催しているが、その中から

同じ趣旨で活動する団体どうしで新たな団体を立ち上げたり、交流会で知り合って一緒に活動したり、新たな出会いや交流が生まれている。今後は、助成した団体だけでなく、広く参加を呼びかけるなど交流の場として一層の充実を図る必要がある。

次に「地域の“まちづくりびと”養成講座」は、地域のまちづくり活動に関心を持ち、主体的に取り組む担い手を育てるため、多彩なメニューで講座を開催している。受講生を中心としてまちづくり団体が立ち上がったケースもある。また、受講生の中から希望者には、“まちづくりびと”として登録してもらい、名古屋都市センターから講座や助成案内などまちづくりに関する情報を提供している。平成17年度以降、既に100人を超える方々が登録していただいている。その中には、養成講座の企画・運営にスタッフやファシリテーターとして関わっていただいたり、他のワークショップ等でファシリテーターとして活躍されているケースもある。

名古屋都市センターとしてこうした“まちづくりびと”が地域でのまちづくりに活躍することを期待しているが、そのため、入門編で裾野を広げるとともに、ステップアップ講座や交流会を開催し、“まちづくりびと”全体のスキルアップも考慮していく必要もある。

また、“まちづくりびと”が地域で活躍していくこと以外に、地域で活動する市民団体の中には外部からの人的支援を必要とするケースもある。適切な支援は、市民団体が育っていく過程において重要である。

今後、人材バンク制度を創設し、ファシリテーター等を登録し、必要に応じ市民団体へ適切な人材を派遣できるような制度を実現することも必要である。

“まちづくりびと”や市民団体は、一朝一夕に育つものではない。したがって、名古屋都市センターが、行政との橋渡しを担いながら、一貫した人材育成、支援を継続していくことが欠かせないと考える。また、名古屋都市センターの組織の充実も必要不可欠といえる。

〈平成21年度自主研究〉

名古屋都市センターNUIレポート
韓国まちづくり研究・清渓川再生プロジェクト

名古屋都市センター　調査課　井村　美里

1．背景・目的

2008年11月、新たな名古屋戦略としての中川運河・堀川活用に取り組もうとしていた名古屋市及び名古屋都市センターの職員が、東京で行われた講演会で韓国・ソウルの清渓川再生プロジェクト関係者と初めて顔を合わせ、互いの都市間で技術交流を進めようと約束が交わされた。

環境都市、デザイン都市として世界にその存在と魅力を強力に発信し、先進的、かつ、積極的な行動力で取り組んでいるソウルの清渓川再生プロジェクト（Cheonggyecheon Restoration Project、以下「C.R.P.」という。）を主軸に韓国のまちづくりについて学び、ソウル市で直接情報交換（ワークショップ）を行い、また、本研究会メンバーである市若手技術職員の育成及び本市施策への活用を目的としてこの研究に取り組むことになった。

2．方法と進め方

本研究は、平成21年１月から11月までの11ヶ月間、名古屋市関係部局の技術系職員と都市センター職員によって構成する「韓国まちづくり研究会」が行ったものである。１月から３月までの３ヶ月間を第１ステップとし、韓国のまちづくりに関する基礎的な調査を行い、その後、学ぶべき点は「清渓川再生」に集約されていると考え、第２ステップとして４月から８月の名古屋―ソウルワークショップまで「C.R.P.」を主軸とした調査研究に取組むこととした。

「C.R.P.」は単に河川整備という一面だけでなく、人中心の環境都市としてのブランド力発信、文化資産の活用、都心の再開発誘導等をも目的としており、そのプロジェクトに関連して、交通体系の再整備や、市民との合意形成、計画的な都市開発等、多面的な取組みがなされたものである。そこで、研究会では「清渓川再生」に関する３つのテーマ　①合意形成、②都市再生（都市の魅力）、③都市のインフラ（水、緑、交通）にメンバーをチーム分けし、「C.R.P.」の詳細調査や名古屋市との比較検討を行った。そして、８月21日～22日、研究会有志によるソウル市訪問とワークショップによる意見交換、清渓川文化館と清渓川現地視察を行い、その後、９月から11月を第３ステップとして、本研究から学んだ事項及び名古屋市へ活用点を報告書として整理した。

3．ソウル市と清渓川の基礎知識

平成21年１月から３月までの第１ステップでは、本格的な研究に入る前のウォーミングアップとして韓国及びソウル市、清渓川に関する基礎的な情報収集を行った。報告書では我々が第１ステップとして学んだ韓国及びソウル市及び清渓川の基礎的な情報を整理した。

4．名古屋―ソウルワークショップ

平成21年８月21日に開催したワークショップでは、始めに互いの街の全般的なまちづくりを紹介した後、合意形成、都市再生、都市のインフラのテーマ毎に名古屋市から事前に学んだことと問題意識について発表し、ソウル市からの情報提供、そして意見交換という形で進められた。その概要と研究会として学んだことを以下にまとめる。

⑴ソウルのまちづくり・清渓川再生の背景

ソウルは1394年に朝鮮王朝の首都になって以来600年の歴史の中で中心を担ってきた、国土の１％に満たないエリアに人口全体の約５分の１が住む首都一極集中が進む都市である。周囲を山に囲まれた盆地に位置し、市中央を東から西へ漢江がW形に流れ、その北側に清渓川が街を横切るように流れている。清渓川には周囲の山からいくつかの小川を経て水が流れ込み、大雨のたびに氾濫するが普段は流量が少なく、汚染の問題がある川でもあった。時代の流れの中で清渓川の汚染問題は深刻化し、20世紀中頃から川を覆蓋、その後、覆蓋の上にさらに高架道路が建設された。そうして川は姿を消し、幅50～80m、長さ約６km、一般道及び高架道路合わせて一日平均16万8000台の車が利用する道路になったのである。2000年頃には高架道路の安全問題と覆蓋下の川底の環境問題等によって市民生活が脅かされるようになり、ソウル市民の意識も「開発中心」から「生活の質」「環境」「人間中心」になっていった。2002年１月、清渓川復元を公約に掲げた季明博市長が誕生し、即座に事業着手、2005年10月にはソウル都心に緑と水と生態系が復元され、多くの市民・観光客で賑わう清渓川が姿を現したのである。

表１　ソウル市と名古屋市の比較

	ソウル市	名古屋市
面積（km^2）	605.6km^2	326.4km^2
人口（人）	約1030万人	約225万人
高速道路延長	145km	70km
主要幹線道路延長	380km	845km
地下鉄（路線、営業km、駅）	９路線、314km、287駅	６路線、89km、83駅
交通手段分担率（地下鉄：バス：乗用車）	34.7：27.6：26.3	10.1：2.6：42.0

⑵「C.R.P.」の実施と効果

「C.R.P.」を簡単にいうならば、約5.8km間の高架道路と一般道の14車線を川と歩廊へ再生するというものである。主な事業内容は構造物の解体5.4km、11キロの給水パイプを通じての12万トン／日の水の供給*、22の橋の建設、5.8kmの造景工事である。総事業費は約３億8600万ドル（予定額の＋８％）。プロジェクト実施にあたっては安全性と親水性・水質確保の両立、生態系とにぎわい・親水空間確保との両立、更に歴史的遺産・イメージの復元等を課題として取り組んだ。

「C.R.P.」は、推進本部、支援研究団、市民委員会の体制で進められ、希望の壁プログラム、マラソン・清渓川ウォーキング等、市民参加型イベントを数多く実施、世論の支持を受けた。

●モニタリング

事業前・事業中・事業後に継続して、環境、生態、交通、土地価格、産業、土地利用などモニタリング調査が実施された。

●波及効果

清渓川再生成功は国内外の河川復元の契機となり、 ソウル市では事業をきっかけに、バス路線の体系整備・中央走行の採用、地下鉄施設の改善など公共交通中心の交通体系に改善された。ソウル広場や光化門広場の造成など、車中心の都心空間が、人中心に大きく切り替わるきっかけにもなった

今回の研究で調査したプロジェクトに関する合意形成、都市再生、都市のインフラについてさらに詳しく述べる。

写真１　車線減によって道路中央に生まれた光化門広場

⑶合意形成

「C.R.P.」における合意形成は復元基本計画案作成７ヶ月、手続き５ヶ月、道路撤去及び復元工事２年３ヶ月という信じがたいスピードで進められ、その期間に市民各種団体、利害関係者、関係省庁と調整を行っている。プロジェクトをいかに市民に伝え、現場対応をしたのか、補償はどうだったのか、事業の推進体制と職員のモチベーションはどうだったのかについて整理した。

●計画論と現場対応

「C.R.P.」は交通混雑による都市環境の悪化、高架高速道路の老朽化と莫大な補修費用等を解決するとともに、市民の愛着と誇りの回復、中心市街地活性化を促し、ソウルが世界都市へと成長する契機と位置づけられ、都市の将来像と事業目的を共有することで説得力のある合意形成を進めた。また、事業計画と同時に市民委員会の発足や清渓川一帯の商圏や商人の実態調査をも開始している。計画合意と工事合意を事業合意という位置づけで同時並行的に進められた。

●情報戦略

情報提供やPRも計画論（賛成世論形成）と現場対応（葛藤管理）の目的別に行っている。賛成世論形成にはマスコミを利用したPRを積極的に行い、市民の74.6％の支持を得ている。現地見学会で高架道路の現状を見せ、これをマスコミがとりあげることで更なるPRとなった。現場対応における戸別訪問や民顔相談は、商人の現状把握として推進体制内部で共有され、次なる総合的広報システムとして状況に応じた広報計画作成や葛藤管理に役立てられた。

●利害関係者への補償

清渓川と道路幅以内のみが補償対象であるという法的整理を計画初期段階で行った結果、周辺商人への営業補償は行われなかった。しかし、商人支援の視点で露天商の移転先に東大門運動場を開放提供し、ソウル市の公用物品を清渓川周辺から優先的に購入することで営業補償に近い優遇措置をとった。

●事業推進体制と職員のモチベーション維持

事業執行本部としての復元推進本部、事業や計画の妥当性を研究する機関として産・官・学・研が連携する復元支援研究団、各界各層の市民代表や関係専門家等が参加する復元市民委員会の３つの組織【三角ガバナンズ】で事業推進がなされた。ソウル市職員は公務員であり、同じ勤務時間・報酬で働いているため、モチベーションを維持し続けるのは難しかったし、彼らも最初は、「C.R.P.」は実現できないと思っていたため、先が見えず、苦しい時期もあったが、峠を越え、事業実現の確信が高まるにつれに、モチベーションの維持は容易になっていった。職員の内部結束力を高め、情報伝達や必要な決定を迅速に行うため、毎週土曜日の朝８時には関係者会議が欠かさず行われた。

⑷都市再生

近年、多くの中心市街地で交通渋滞、都市環境の悪化、居住者や事業所の流出等の問題により、都市活力の低下が課題になっており、本市でも名古屋駅地区、栄地区などで拠点的開発等により都市環境の改善は図られつつあるが、これらを有機的につなぐ、より効果的な都心の活性化策のあり方が求められている。「C.R.P.」は

衰退傾向にあった都心部（漢北地域）の改善化への動機付けになり、歩行者量増加や周辺土地利用の変化、積極的な都市再開発につながっている。事業による波及的な効果や行政が取った都市再生誘導策等について整理した。

●都心部発展計画

「C.R.P.」を契機として、一律な容積率管理のもと地区単位計画等による地区別の市街地整備策が個別に展開されていたのが、都心部と清渓川周辺を効率的に発展させる都心部発展計画が策定され、保存地域と開発・整備を誘導する地域に区分した上で、市街地整備の方針、地区別の整備目標、高さ規制、建ぺい率、容積率の基準等を詳細に示している。

最高高さは、市周辺４つの山の高さ、歴史的建造物等の地理的実情に合わせて決められており、都心中心地にある光化門広場でさえ、北漢山へ向けての開放的な眺望が守られている。一方で、市庁舎や東大門運動場周辺の商業業務機能の集中する地区でも90mまでの制限となっている。

清渓川周辺の土地利用計画は、中枢管理業務、教育サービス、住商複合用途など細かに分類し、既存小規模商店の密集地、衣類ファッション商店街が多数集約しているエリア等、ブロックの特性に応じて精緻に設定している

●波及効果

「C.R.P.」以降、一部路線に集中していた歩行者が清渓川を中心に都心部全体で２～６倍に増加し、周辺土地利用は多様な小売り、カフェ等の商業機能が63.5%増加、地価はソウルの平均地価が約1.4倍に対し、清渓川周辺では約２倍の上昇率を示している。

●「C.R.P.」の成功を都心全体へ

「C.R.P.」によって活況化した都心再生の勢いは、都心全体へ広がり、ソウル市では世界的な競争力を高める都市マネジメントを戦略的に進めている。特に清渓川の東西軸に対し、南北に設定された４つの中心軸構想【Urban Renaissance】では、老朽市街地環境の改善だけでなく、文化・歴史・産業・緑・観光等といった魅力ある都心に求められる機能を踏まえ、国際的な視座も意識した都心の活性化策となっている。

⑹都市のインフラ

「C.R.P.」はコンクリートの道路を川と歩廊に再生することで多面的な意義をもつ公共施設を構築する大規模公共事業である。この事業を交通計画、都市緑化、下水道整備の３つの視点から整理した。

●交通計画

「C.R.P.」推進においては16万8000台／日の交通処理問題が一番心配されていた。事業着手前に工事内容をPRするとともに、交通マネジメント計画を作成、①道路マネジメント、②迂回路の整備、③公共交通への転換、④総需要管理政策の４つに取り組んだ結果、交通大乱を発生させることなく事業を完了している。その中心手法となったのが、③公共交通への転換と①道路マネジメントである、公共交通への転換を促すには利便性の向上が必要である。ソウル市が重点政策としたのはアジアで初めて本格導入したBRT（Bus Rapid Transit）システムで、名古屋市で先行した基幹バスと同じ中央走行レーン方式を採用している。また、幹線・循環・支線・広域の４区分でバスの車体やバス停も色分けされ、地下鉄との乗継ぎを含めシステム全体の利便性が非常に高い。運賃システムではT-moneyと呼ばれるICカード乗車券が導入され、乗継ぎ優待等、料金割引が受けられ、乗車回数ではなく通算距離で課金されるため、心理的障害を取り除き利用促進を図っている。T-moneyは地下鉄、バス、タクシー、コインロッカー、公衆電話など様々な所で使用できる。T-money利用情報を統括できるシステムが導入されているため、利用トリップ調査が容易

で、得られたデータをもとに更なる運行システム最適化が図られている。

●都市緑化

名古屋市の緑被地は1990年から2005年の15年間で1,643haが失われ、その対策として市街化区域全体に緑化地域を都市計画決定し建ぺい率に応じた緑化を義務化したり、市民とともに樹林地を保全、新たに樹林地をつくる取組みを行っている。これらを通じて緑地を計画的にネットワークし、都市環境の改善効果等を高めようと考えており、都市内に水と緑の帯を作りだした「C.R.P.」の周辺都市環境に与えた効果や更なるネットワーク化に向けた施策を参考にしようと考えた。

再生後の清渓川には12万トン／日の豊富な水が流れ、多くの植物が植えられている。また、⑷都市再生で述べたようにソウル市では清渓川再生によって強化された東西軸の活力や機能をさらに強化するため、４本の南北軸整備を通して整備効果の周辺波及と都心活力を統合的に広めるという【Urban Renaissance】構想を策定し、そのうち１本が宗廟から世運商店街を経て南山に達する緑地文化軸（Green Corridor：緑の回廊）であり、緑地ネットワークを形成する中心となり、緑に囲まれた快適な都市環境を目指している。

川の再生によって、清渓川周辺の温度は周辺道路と比較し約3.6度削減され、ヒートアイランド対策に貢献している。生態系も魚類、鳥類、昆虫類共に個体数が大幅に増加。その他、風の道の形成や大気質、水質、騒音それぞれに改善効果が見られた。

●下水道整備

名古屋市域の約６割の地域が合流式下水道で整備されており、雨天時に未処理下水やゴミが河川に流出し、水質悪化や衛生的、景観的な課題になっている。清渓川同様に市民の注目度が高い堀川では、BOD負荷量を分流式の水準にするための取組みとして、汚れ度合いが大きい初期雨水を貯留する雨水滞水池や簡易処理のBOD除去率を向上する施設を整備し、ゴミ流出を防止するため、雨水吐き室に流出防止装置を設置しつつある。そこで、「C.R.P.」では清渓川の水質低下と河床汚染対策をどのように考え、実施しているのかについて整理した。

「C.R.P.」は、元々流量の少ない清渓川に十分な流水を確保するため、下水処理場の高度処理水と漢江から清渓川上流までくみ上げた一日最大12万トンの河川水、地下鉄駅舎に湧き出る地下水を利用している。最上流は平均水深30～40cm、流速0.8～1.0m/sを確保するよう河床勾配にも工夫しており、河川水は浄化し、BODは５程度と言われている。こうしてできた川の水質と川底の汚染を減らすため、下水道整備に取組んでいる。「C.R.P.」でも合流式下水道の改善として滞水池の整備を実施し、現在も貯留量を増やすため、滞水池整備を行っているとのことである。また、今後ソウル市では、河川へのゴミ流出防止を考えており、本市が紹介した水面制御装置に興味を示していた。合流式下水道の改善課題は、名古屋市と同じ課題を抱えており、今後も技術交流を深め、課題解決に向け、情報交換を続けていきたいと考えている。

５．ソウルから得られた名古屋のまちづくりへの示唆

●都市魅力としての「生きた水」の意義

再生後４年が経過しても清渓川周辺には昼夜、平日・休日問わず、人々が集い、賑わっている。「C.R.P.」は大規模な人工河川ともいうべきものだが、周囲の車等から守られて「安全で」、その手で「触れられ」、「音・動きのある」水の導入が、都心の魅力再生に圧倒的な威力を発揮した。「生きた水」への根源的な欲求が人

にはあるように思う。名古屋のまちづくりにも堀川再生はもちろん、その他の市街地整備にも「生きた水」の導入を意識的に検討すべきと思われる。

●市民合意形成に向けた「推進体制」

「C.R.P.」実現における合意形成は大きな課題であり、その対策は一般市民の世論醸成策と商人との4000回にも渡る協議・説得である。メディア戦略は名古屋市も不得手でその戦略性は大きく参考となる。しかし「C.R.P.」で特筆すべきは「徹底した現地主義」と「足で稼いだ信頼感」による商人との合意形成であろう。名古屋が参考にすべきは職員の執念にも似た努力を可能にした職場環境にある。決して揺るがないプロジェクトの理念と意義、実現に向けた強い意志が共通認識とされ、土曜会議に象徴される迅速な意思決定体制が存続していた。そしてソウル市はプロジェクト成功と同じくらい偉大な成果として、職員の自信を手に入れた。名古屋にも戦災復興時の経験から徹底した現地主義と足で稼いだ信頼感による合意形成に向けたＤＮＡはある。それらのDNAを顕在化させる環境整備が現在の名古屋の課題であろう。

●世界的・総合的な視点

「C.R.P.」を契機に周辺道路ネットワークの再整備、公共交通利用環境の改善など、都市全体の総合交通の視点から様々な改良が行なわれた。これは清渓川再生に象徴される新しいまちづくりの一貫として、当然の帰結として実施されている。また都心部の南北４本軸構想を新たに創出し、厚みのある魅力的な都心空間を創出しようとしている。市街地整備に留まらず、地域特性のブラッシュアップ・発信、新産業の育成・振興、大規模な緑の創出による環境ＰＲ等、ソウル市民の誇り創出と共に、世界的な視点・潮流からもアピールできる魅力づくりを企図していることが明瞭で、「C.R.P.」を超えた総合性・戦略性が強く感じられる。名古屋でも様々な魅力的な事業（堀川の再生、本丸御殿復元、市民の森づくり、あるいはコミュニティサイクル導入…）に取組んでいるが、それを一つの物語としてつづり、理念と哲学に立脚した総合性・戦略性が求められている。

●「分野別国際交流」の可能性・意義

今回の調査研究は都市センターをプラットホームに総務局・住宅都市局・緑政土木局・上下水道局の若手技術職員により進められた。ソウル市との現地での意見交換は多くのメンバーの自主的参加の中、互いの都市に大きな刺激を受け合う中で実施された。

まちづくりを含め、全ての行政分野についてグローバルな視点で、ローカルに実践することが今日、重要な潮流となってきている。東アジアの近隣自治体と実務を担う若手・中堅職員がface to faceで議論し、交流していくことは現代的なまちづくりの感覚を養う方策として非常に意義があると考える。

今後は、若手・中堅職員の分野別国際交流を制度化し、地道に時代感覚に優れ、広い視野を持ち、実践的に行動できる職員を育成していくべきであると考える。そのような職員が大勢いることが、市民に愛され、世界から尊敬される名古屋を築く第一歩となろう。

写真２　多くの人で賑わう清渓川

〈平成21年度自主研究〉

名古屋都市センターNUIレポート
緑ある快適な都心空間のあり方研究～街園都市・名古屋の提案～

元名古屋都市センター　副理事長　春名　秀機
名古屋都市センター　調査課　井村　美里

1．研究の目的

400年前の城下町形成時から続く碁盤割街区と、戦災復興区画整理事業で生まれた100m道路を始めとした広幅員道路によって、名古屋の都心部は道路及び公園率が40％を超えるほど基盤整備が充実している。化石燃料の枯渇、CO_2排出の削減等、地球規模での環境問題や、人口減少・少子高齢化による自治体収入減少に伴う都市の集約化の必要性が問われる中、人々の意識は利便性追求から質向上へと変わり、世界の都市の特に人の賑わう都心部においても、便利なクルマから人優先の都市空間へと変わりつつある。

名古屋都心部の都市基盤は400年の歴史の中で、時代の要求に応える形でその使い方や道路幅員拡幅、空間再配分を行ってきた。これから先の100年においても時代の要求に応える変化が必要である。将来あるべき姿を空間イメージ図等で、視覚的に表現することで、人々にその良さや必要性が強く認識されると考え、これを目的とした研究に取り組むこととした。

2．研究の概要と取り組み方

本研究は、平成21年２月から11月までの10ヶ月間、都市を構成する交通、土地利用、緑化の専門家、及び、空間イメージを表現するデザイナー、各分野からの提案と意見の取りまとめを行うコーディネータ、名古屋都市センター職員によって構成する「緑ある快適な都心空間のあり方研究会」が行ったものである。

各分野から、将来の都市に必要な要素の提案を行った上で、名古屋都心部のあるべき姿、都心部の主要地区の将来像について議論し、その成果として空間イメージをイメージパース及び３Dアニメーションで表現した。その後、各分野から考えられる課題や解決策などをレポートにまとめている。

この研究は、名古屋都市センター企画展でのパネル展示、平成21年12月22日には都心シンポジウム「開府500年の名古屋に向けた第一歩」でも中間成果を発表し、都市のこれからについて議論を深めている。

3．現状の名古屋

名古屋の都心部には、名古屋市都心部将来構想 で概ね20年先を目標とした２核１軸を中心とする将来構想が策定されている。この中にある「土地利用」「交通」に加え、名古屋の豊かな都市基盤の「歴史」と名古屋の地形「環境」について現状と可能性を考える。

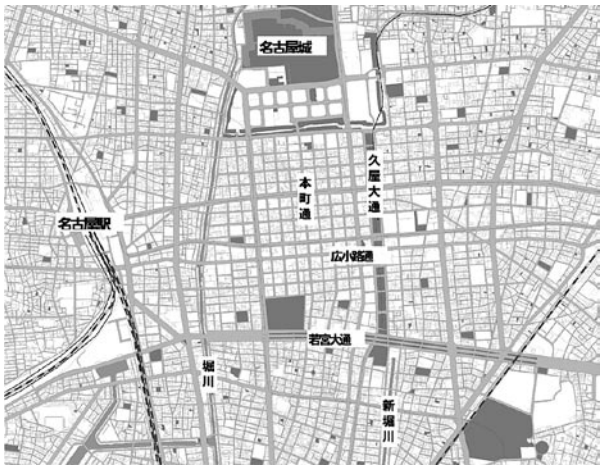
⑴豊かな都市基盤の歴史

1610年、名古屋城築城と共にできた城下町の特に名古屋城南に位置する碁盤割の街区と、城下町の西端を城から熱田へ繋ぐ堀川は、2010年現在も同じ場所に位置している。名古屋城正門から南の熱田へ伸びる本町通には多くの商家が集まり、人々が賑わうメインストリートとなっ

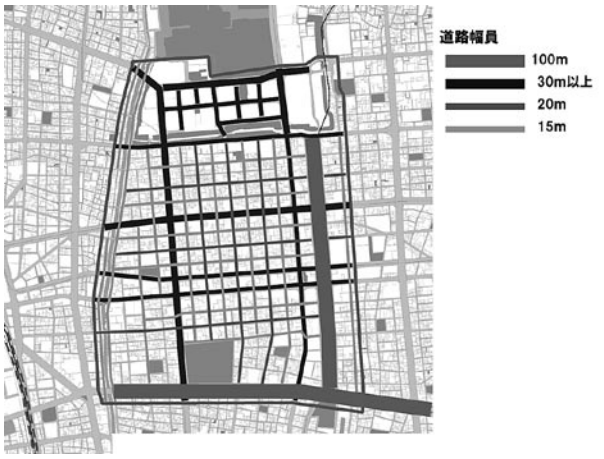
ていた。城下町の道幅の多くは３間だったが、大火後、防火帯としての役割を付加し、拡幅したのが現在の広小路通、四間道などである。

明治維新後、街の西外れに名古屋駅ができ、中心地・栄町から広小路通を通り、名古屋駅のある笹島まで市内電車が通ると、それまでの南北軸から東西軸へと街の賑わいメインストリートが変わっていく。

第２次世界大戦の空襲によって、名古屋の都心部は半分以上が焼失するが、復興土地区画整理事業で広幅員道路を配した名古屋の豊かな都市基盤が計画される。終戦時、約60万人まで減っていた人口を将来200万人都市になると予測し、また、単なる災害跡地復興ではなく、２度と過ちを繰り返さない永遠の平和都市として、新しい文化と産業を象徴した復興であるという理念を持った計画で、延焼防止、避難場、平時には市民の遊歩地、都市美観を向上する緑道として100m道路も計画された[2]。



図－１　名古屋市中心部



図－２　都心部コアエリア（枠内）と道路幅員

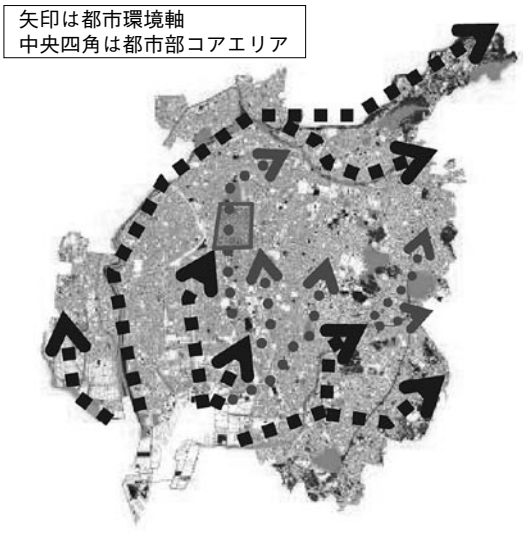
⑵都市基盤の現状

江戸時代から継承された碁盤割街区は、戦争後もほぼ同じ位置で道路拡幅され、現在に至っている。図－２に示す都心部コアエリアには、特に広幅員道路が多く、道路及び公園の面積比率が44％にも上っている。

⑶都市環境軸

名古屋市は木曽・揖斐・長良の木曽三川によってできた濃尾平野の東に位置し、市南西部で伊勢湾に面し、ここに位置する名古屋港から市中心部を囲うように庄内川が流れている。地形は概ね平坦で東部は緩やかな丘陵地になっている。中心部には堀川、新堀川、中川運河が南北方向に流れている[3]。

これらの地形と自然の潜在力を活かした都市環境軸の研究[4]もすすめられ、海陸風や山谷風の活用によるヒートアイランド対策が提案されている。この中で、市東部丘陵地を活かした環境軸と市西部庄内川を活かした環境軸に対し、市中心部の堀川、新堀川、中川運河を活かした



図－３　都市環境軸と都心部コアエリア

環境軸は都心部コアエリアを通り、市北東部へ向かっているが、東部丘陵地や庄内川など河川を活かした環境軸に比べ、自然的要素の少ないこのエリアでいかに都市環境軸を連続することができるかが課題である。

4．目指すべき将来像【街園都市／名古屋】

これら豊かな都市基盤をもつ都心部コアエリアを中心に、2050年のあるべき姿について、緑化、土地利用、交通の視点から必要な事項を考えることとする。

⑴都心部コアエリアの「緑化」の可能性

都市環境軸における都心部コアエリアの重要性は前述の通りだが、このエリアでいかに緑化を始めとした自然的要素を連続させることができるだろうか。名古屋市内の街路樹、緑道、大規模緑地等、河川･湖沼の全てが緑化された場合のネットワークイメージ図【グリーンウェイ】を作成したところ、都心部コアエリアの約400haという面積は、自然再生の取り組みが進められている東山の森と同規模の緑化空間になることが分かった。この広さを有効な緑化空間とするためには、既存の公園緑地空間を核とし、街路や河川、開発に伴う緑化、都心部に残る未利用地等を活用した物理的･機能的に連続した緑の回廊を作り出さねばならない。具体的には、広幅員道路や交差点部等での街路樹整備、大規模敷地やLRT路線敷の芝生等による緑化、公開空地と街路樹の一体的整備等によって緑化空間の連続性を確保する等が考えられる。

⑵「土地利用」戦略の方向性

これからの都市には、環境問題や人口減少、超高齢化社会への対応から都市基盤整備や維持費の削減、公共交通の活用、都市機能の集約、魅力的な都市空間創出等が求められている。立体的な緑園都市化が進められる都市もあるが、もともと低く広がりを持った空間と碁盤目状街区を特徴とする名古屋都心部では、ヒューマンスケールな「アーバン・ビレッジ」を構成しやすい。この空間整備には、自動車に依存しなくてもよい日常生活を支える都市基盤、快適な歩行者･自転車環境、賑わいある街路の実現、身の丈に合った寸法と用途複合の誘導、魅力的な公共空間創出、高質で多様な価格帯の住宅供給等がポイントとなっており、これからの都市に求められる要素と多く重なっている。

⑶魅力的な都心部を目指す「交通」

現在は交通機能に特化しすぎている「道」だが、もとは緑や賑わいを提供する機能を持っていた。人々が住み、働き、憩うことのできるヒューマンスケールで魅力ある都心部を形成するには、道本来の機能を顧み、自動車利用中心から公共交通、自転車、歩行者に空間を再配分し、街の魅力を高めることが大切である。

都心部の交通機能を自動車から他に切り替えるには、郊外でのパークアンドライドや公共交通運賃制度改変、自転車走行空間の充実、ループバス等短距離交通の充実、コミュニティサイクル等が考えられる。また、現状の都心部道路空間を他用途に転換するためには、燃料に対する環境税や、都心部乗入課金制度等、物理的な抑制策が考えられる。これらを組み合わせ、パッケージで考えることも重要である。

⑷「街園都市／名古屋」の提案

環境問題や人口減少等の課題を乗り切るため、メリハリある都市機能の配置と集約化、魅力的な都市空間の創出が重要である。名古屋都心部の都市基盤の充実ぶりは際立ち、都市の歴史性、緑化、土地利用、交通の各面からもその重要性と将来への期待は非常に大きい。ここに魅力と活力ある空間を創出することは、他都市に類を見ない豊かな道路空間を持つ「道のまち」名古屋のインパクトある発信となるだろう。

そこで、①名古屋都心部の豊かな都市基盤に人々が住み、働き、憩うことができるよう、自動車利用優先から人優先に道路の再配分を行い、緑化等によって街園化をすすめ、緑の中の都市を実現する、②400年前から継続する都市基盤を活かし、名古屋を訪れる観光客にも街を散策する市民にも、その歴史性を心象風景として感じることができるような歴史文化の香る空間整備を行う、２つの視点によって、「街園都市／名古屋」の実現を提案する。

具体的な方策としては、物理的･機能的な緑の回廊、街路樹整備や地上部の緑化、民有地と街路樹との一体整備による街路緑化の連続性確保、堀川･新堀川・中川運河両岸空地の緑化、人間の身の丈に合ったアーバンビレッジの創出、中量路面公共交通の導入等による都心部内の回遊性促進、駐車デポジット制導入等による都心部への自動車流入抑制、人優先の道路再配分などが考えられる。

５．都心部コアエリアの主要な地区と将来像

●官庁街地区

名古屋城と一体的にとらえ、城を中心とした緑と歴史文化の香る城郭地区として整備・演出する。城への導入路となる本町通は、両側に店舗が並ぶメインストリートとして復活させ、ここには歩行者支援として、名古屋駅、名古屋城、栄、大須、ささしまを結ぶNRT[5]が通るトランジット・モールにする。

●錦二丁目地区

住む、働く、憩う機能が複合的に集積した地区。特に街区内部ではアーバン・ビレッジをコンセプトとする中低層建物と多用途複合による暮らしやすい都心居住を促進し、道路空間は人、自転車、自動車の優先順位の空間とする。

図－５　錦二丁目・街区内道路
歩行者優先、緑化、店舗と住居、自動車・自転車のシェアリング

●栄南地区

広小路以南の久屋大通、大津通、三蔵通、ナディアパーク付近、大須地区では、歩行者回遊性をさらに高めるために、LRTとNRTが通る三蔵通、大津通をトランジット・モール化する他、街区内部一帯を歩区御者用にモール化する。

図－４　官庁街の本町通
沿道店舗、トランジットモール、金シャチを見ながら進む

図－６　栄南・大津通
LRT、自転車道、沿道のオープンカフェ、緑化

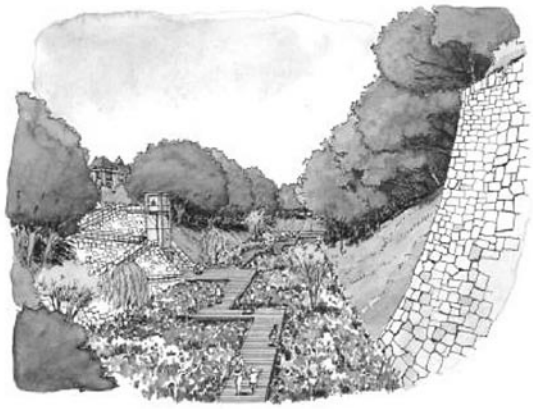
●名古屋高速都心ループ

都心部コアエリアの緑ある快適な空間へのゲートとなるループ地区。車線を減少し都心部を周回する自転車用道路と高木２列植栽による上部空間の緑化面積増大、沿道建物の壁面後退部を緑化推奨により３列植栽も可能となる玄関口にふさわしい演出を行う。

図－７　名古屋高速都心ループ
自転車道、高木植栽による緑化、グリーンゲート

●お堀地区

外堀の内側は、その低い位置に視線を置くことで、周囲の緑化をより意識することができる。堀川では両岸空地を利用した連続緑化と水面近い遊歩道、川沿いを通るNRTによって、水と緑、歴史の軸を感じることができる。



図－８　外堀付近
堀内の木道、空と緑

---

[1]「名古屋市都心部将来構想」 平成16年３月　名古屋市。

[2]「名古屋都市計画史」 平成11年３月、名古屋市計画局・名古屋都市センター編、名古屋都市センター発行。

[3]「私たちのまち名古屋Planning for Nagoya 2002」 平成14年　名古屋市。

[4]「都市環境軸に関する調査研究～名古屋のヒートアイランド対策としての水と緑を活用したパッシブ型まちづくりについて～」 H17・18年度、名古屋都市センター。

[5] ゴムタイヤ式のLRT。BRT（Bus Rapid Transit）とLRT（Light Rail Transit）の中間あるいはNagoyaのＮをイメージして[N]RTと命名し、提案。

平成22年度
第２回
まちづくり
セミナー

地域ブランド・マネジメント

講師：株式会社電通　中部支社　マーケティングディレクター
電通地域ブランドプロジェクトabic プロジェクトリーダー
若林　宏保 氏

日 時：平成22年12月９日（木）　午後３時～５時
場 所：名古屋都市センター11階ホール

今日は「名古屋のブランディングをどうしたらいいか、お話をお願いします」と言われました。

名古屋のブランドは複雑な問題や課題を抱えていますので、すぐにはお答えできませんが、皆さんが考えるきっかけでもお話できたらと思っています。

今日のお話は４つあります。１つ目は、私が今やっているabic（アビック）というプロジェクトの簡単なご紹介です。２つ目は、地域ブランドの簡単な定義です。３つ目は、地域ブランドをどうやって作っていくか、開発ステップの流れについてです。最後に２つのケーススタディをご紹介いたします。

１．abicの紹介

地域主権の時代と言われるなかで、地域は個性を打ち出していかなければならないという時代的要請があります。私たちはこれまで企業や商品の数々のブランディングを行なってきましたが、その方法論を地域ブランディングのノウハウとして提供できないかということで、「電通abicプロジェクト」を立ち上げました。

慶応義塾大学でブランド論を研究されている和田先生と一緒に地域を回り、生活者の調査をしながら、どういうふうに地域ブランドを作っていくのかというプロトタイプのようなものを作りました。地域活性は今、本当に大きな問題です。人口５万や10万といった規模の、あまり知られていないが資産はたくさんあるという地域をどうPRしていったらいいかや、どうブランディングしたらいいかについて、少しでもお役に立ち、全国のいろいろな地域が個性を打ち出していけたらということを問題意識としてやっています。

２．地域ブランド

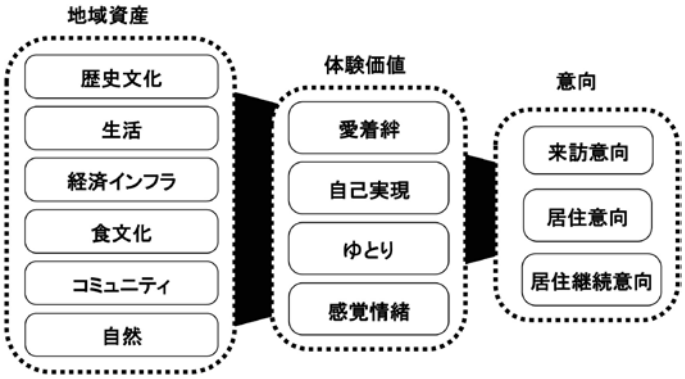
地域ブランドと一言で言ってもいろいろな定義がありますが、私たちは人々の頭の中にある地域に関するイメージや連想、総体というふうにとらえています。京都と聞くと、歴史や食、自然などいろいろな連想が広がります。そういった曖昧模糊としたイメージの総体がブランドだと思っています。なので、特定の地産品や産品だけが地域ブランドではないということです。せっかくイメージが広が

ったとしても、人々がそこに行きたいと思ったり、住んでみたい、住み続けたいというところに結びついていないとブランドとは言えません。

これは一番大切なことだと思いますが、「ブランド化とは個性化、差別化されたもの」ということです。地域の名前を変えただけで通用するようなものではないので、平均点をとろうとか、あそこが成功しているからうちもやろうとかではなく、むしろ「あそこを出し抜いてうちが先にやっちゃおう」というくらいの気持ちでないと、いけないと思っています。人々に選ばれる場所になるのを目指すのが、地域ブランド化ということになります。

では、その曖昧模糊とした地域ブランドをどうやって測定するのか。現状をちゃんと把握する必要があります。測定する方法を二つ開発しています。一つは定量的に測定する方法なのですが、独自のブランド力を測る指標を開発しました。実際に全国の10都市を対象に、生活者がどういうイメージを描いているのかを分析し、それを指標にかけて、その地域では各項目に関してどんなイメージを想定しているかということをモデル化したものです。

このモデルの特徴は二段構造になっていて、単にそこにある歴史や食文化、自然ではなくて、そういうことが結びついて、愛着や自分を高めていけそうとか、ゆとりを感じるとか、神秘的な気持ちになれるといった体験価値に結びついていることも、同時に測定できるようになっています。そこに行くとどういう体験ができ、どういう価値をもたらされそうかということがあってはじめて、行きたい、住みたい、住み続けたいという意向に結びつくといったことを、ブランドの構造で測定でき、生活者が地域に対して求めている癒しやエモーションといったものもちゃんとすくいとることができます。



地域ブランドモデル

これを一つひとつ評価することにより、地域の強みや弱み、相対的にどうなのかを出せるような指標になっています。

体験価値は、愛着絆、自己実現、ゆとり、感覚情緒の４つを挙げています。愛着絆は人とのふれあいやつながり、連帯感などです。自己実現は感性がゆたかになるとか、贅沢な気分になれるとか、知識や視野が広がっていくとか、自分を高めるという感じです。ゆとりは生活のしやすさや安心感です。感覚情緒は神秘的な気分になれたり、日本の原風景を思い浮かべるとか、日常から解放されてスピリチュアリィを感じるなどです。そこに行くことで、こういったような気分や体験を感じられることが、いいブランドだと考えています。

もう一つは、ブランド連想を測ります。地域に対して人々が連想する言葉を集めて、統計的な解析をかけ、頭の中の構図を明らかにしていくというものです。真ん中にハブがあって、シンボルの言葉があり、そこからいろいろな連想が広がっていく。

例えば、仙台の場合は、杜の都、伊達政宗、牛タンといったシンボルが形成されていて、まわりに食文化や歴史に関することがある。それが生活者の頭の中に一つのマインドセットみたいになっている。もう一つ大事なことは、このなかに美しい、豊か、落ち着ける、やさしいといった形容詞がうま

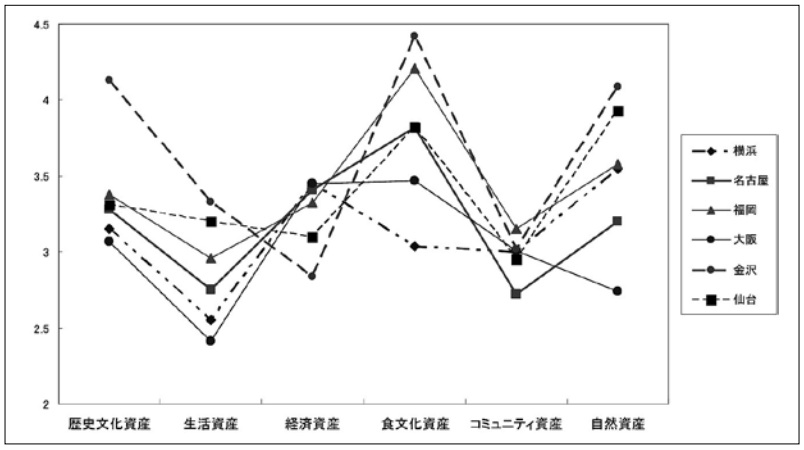
く散りばめられている。仙台は、こういったものがきちんとできているブランドだと思っています。

福岡は、中から見たイメージと外から見たイメージが違う例です。博多祇園山笠や博多どんたくといった祭りがハブにあり、そのまわりにお祭り好きが多いとか、人情味にあふれるとか、お調子者とか、そのまちの気質みたいなものが広がっています。ちなみに福岡は住み続けたいと思う住民が一番多く、人情味というか、住民ロイヤルティが共有化されているブランドでした。外から見た福岡は、辛子明太子、ラーメン、屋台、おいしい食べ物と、食文化が中心になっていましたが、行こうというところまでに至っていない。中と外の違いを何とかうまく共有できるブランドにしていくにはどうすればいいかという問題意識が、分析を通じて出てくるということです。

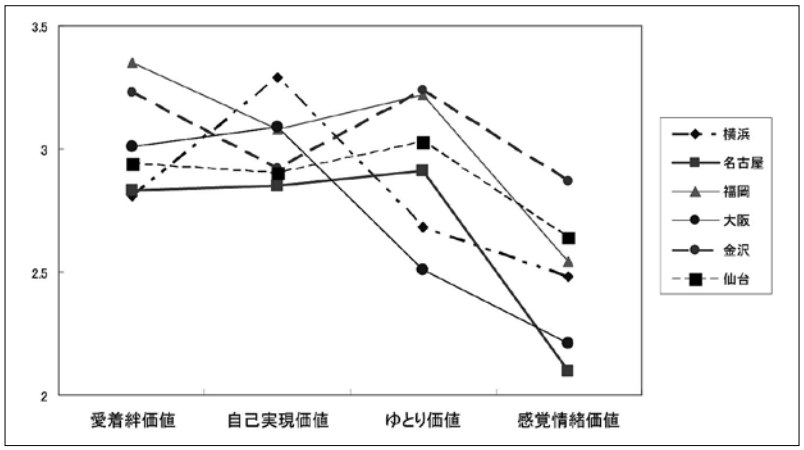
3．ブランド診断から見た名古屋

ブランド診断から見た名古屋は、歴史文化や食文化は主要都市の中で真ん中ぐらいに位置しています。生活のしやすさもそんなに高くありません。これを測定したのは、まだ名古屋が元気と言われていた頃ですから経済的な資産は高く出ています。問題はコミュニティや人の交流といったところがかなり低いことです。

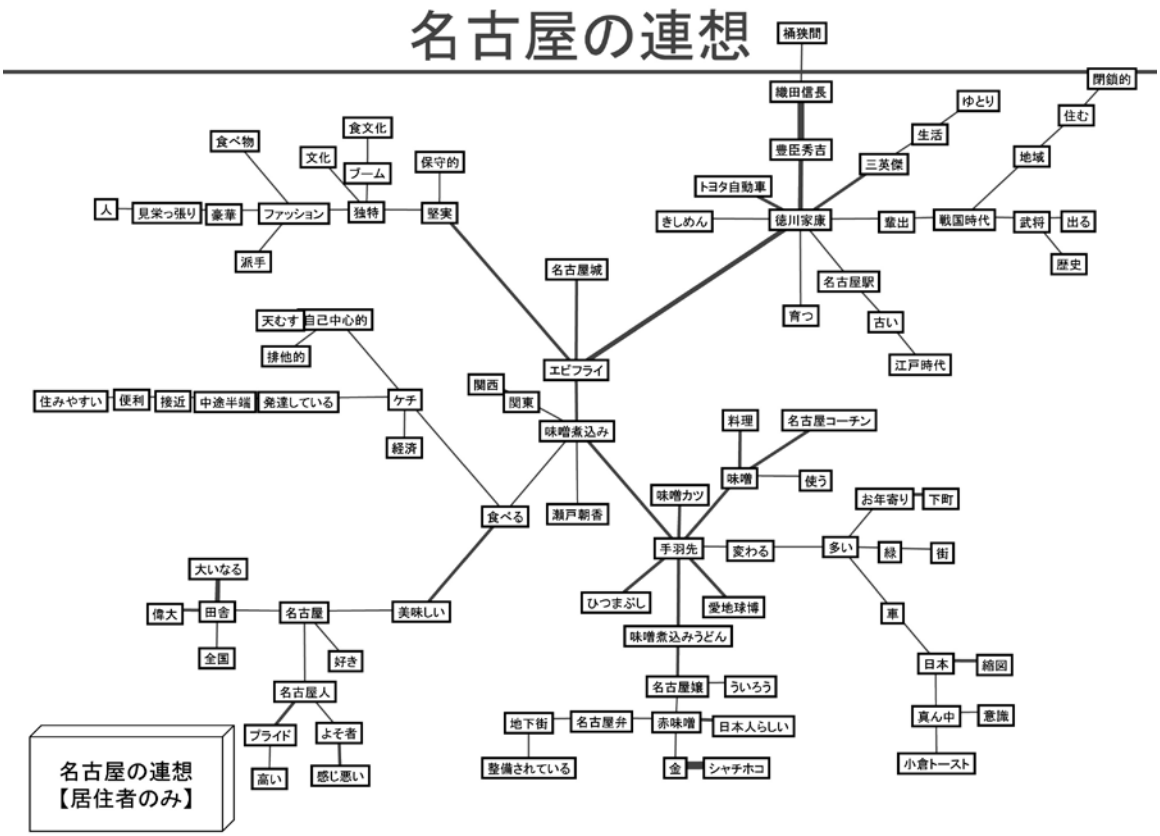
それが反映されて、体験価値でも愛着絆はすごく低くなっています。ゆとりや住みやすさはあると仮説していましたが、そんなに高くない。問題なのは、癒しとか、原風景とか、そういうスピリチュアルな体験がすごく低いことです。

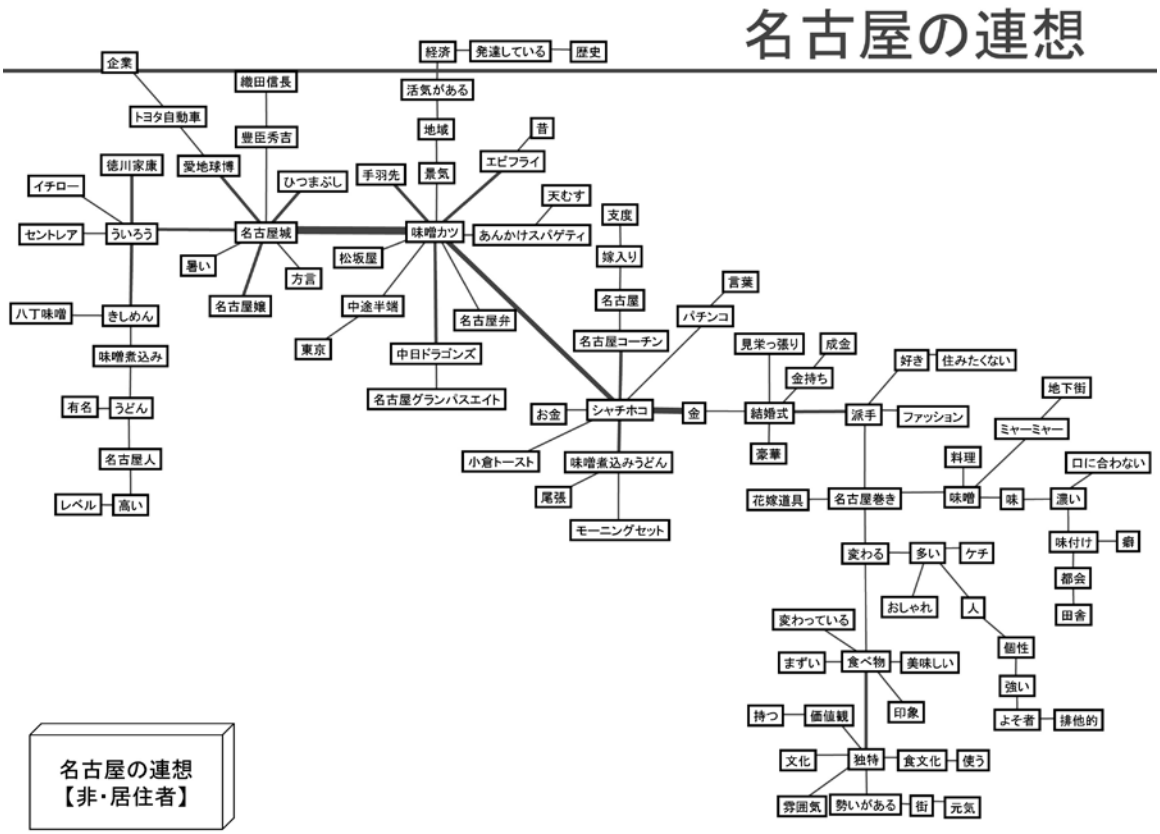


名古屋は人口や規模で言うと全国４位のビッグブランドですが、ブランドイメージを測定していくと、ブランド力の総和では10位ぐらいになってしまう。せっかく実体があるのに、イメージといったところで弱くなっているという構造が見えます。



ブランド力の診断で、名古屋の地名から見た連想を居住者と非居住者で出しています。居住者のハブはエビフライや味噌煮込みで、徳川家康や豊臣秀吉、織田信長といった三英傑やトヨタ自動車などもあります。残念なことに、住みやすさは右端にちょっと出ているぐらいでした。気質に関しては、


名古屋の連想
桶狭間
織田信長
豊臣秀吉
トヨタ自動車
徳川家康
きしめん
三英傑
生活
ゆとり
閉鎖的
住む
地域
輩出
戦国時代
武将
出る
歴史
名古屋駅
古い
江戸時代
育つ
名古屋城
エビフライ
関西
関東
味噌煮込み
料理
名古屋コーチン
味噌
使う
味噌カツ
お年寄り
下町
瀬戸朝香
手羽先
変わる
多い
緑
街
ひつまぶし
愛地球博
味噌煮込みうどん
名古屋嬢
ういろう
地下街
名古屋弁
赤味噌
日本人らしい
整備されている
金
シャチホコ
車
日本
綿岡
真ん中
意識
小倉トースト
食べる
美味しい
名古屋
田舎
大いなる
偉大
全国
好き
名古屋人
プライド
よそ者
高い
感じ悪い
ケチ
自己中心的
天むす
排他的
住みやすい
便利
接近
中途半端
発達している
経済
食文化
文化
ブーム
食べ物
保守的
人
見栄っ張り
豪華
ファッション
独特
堅実
派手
名古屋の連想
【居住者のみ】


名古屋の連想
経済
発達している
歴史
企業
織田信長
活気がある
トヨタ自動車
豊臣秀吉
地域
昔
徳川家康
愛地球博
エビフライ
イチロー
ひつまぶし
手羽先
景気
天むす
セントレア
ういろう
名古屋城
味噌カツ
あんかけスパゲティ
支度
暑い
松坂屋
嫁入り
方言
言葉
八丁味噌
きしめん
名古屋嬢
中途半端
名古屋弁
名古屋
パチンコ
東京
中日ドラゴンズ
名古屋コーチン
見栄っ張り
成金
味噌煮込み
金持ち
好き
住みたくない
地下街
有名
うどん
名古屋グランパスエイト
お金
シャチホコ
金
結婚式
派手
ファッション
ミャーミャー
名古屋人
小倉トースト
味噌煮込みうどん
豪華
料理
口に合わない
レベル
高い
尾張
花嫁道具
名古屋巻き
味噌
味
濃い
モーニングセット
味付け
癖
変わる
多い
ケチ
都会
おしゃれ
人
田舎
変わっている
個性
まずい
食べ物
美味しい
強い
持つ
価値観
印象
よそ者
排他的
文化
独特
食文化
使う
雰囲気
勢いがある
街
元気
名古屋の連想
【非・居住者】

排他的、自己中心的、ケチなど、ネガティブな言葉や形容詞が散見されます。それを居住者が言っているということが、イメージ的には問題なのかなと思います。

非居住者から見た名古屋は、シャチホコ、名古屋城、味噌カツがハブとしてシンボルになっています。あとは活気があるとか、勢いがあるとかいうことがあります。名古屋コーチン、味噌カツ、味噌煮込みといった名古屋のフードに関しては、かなりいろいろな連想ができているのかなという感じがします。おもしろいと思ったのは、食べ物まわりで、おいしいとか、まずいとか、変わっているというのがあるのですが、独特な食べ物があるという連想もあり、名古屋フードを外の目を入れながら「独特」という視点でもう一度、見せていくという可能性もあるのかなと思いました。

あとは、結婚や花嫁道具といった生活習慣みたいなところもあり、これは居住者も同じですが、見栄っ張り、排他的などネガティブな形容詞が散見されます。名古屋の人と話すと「そうだよね」と自虐的な感じで終わってしまいがちですが、むしろ住んでいる人たちが、気質みたいなところでネガティブなことを言ったりすることで、外の人たちもそういうふうに思っているのではないか。

愛着絆やコミュニティもこれからの大きな課題なのかなと思います。歴史に関しても、鎌倉や金沢と比べてどう違うのか、ブランディングの手法をもう少し検討して、発信の仕方を考えていく必要があるということです。また、市民のコミュニティとか、市民愛を育てていくという内発的なプロジェクトが、名古屋ブランドを考えていく場合には本当に必要になっていくのかなというふうに、この分析結果から感じました。

4．地域ブランド開発ステップ

こうしたブランド調査の後に、実際の現地を見て視察をするという、フィールド調査の過程に入っていきます。やはりイメージと実体はすごくギャップがあったり、地域の人にとっては当たり前でも、見方を変えるといい資産が眠っていたりします。

現地のフィールドサーベイを行なうにあたり、私たちは外からの目や、現代生活者のニーズから見てこの資産がどう使えるかといった発想で作業をしていきます。定量的な調査、実体調査を踏まえて、そこから課題を抽出し、コンセプトを出していくということになります。ブランニングや施策が同質化するのは、課題のとらえ方が一元的なような気がしていて、どうやって地域特有な課題を見つけだすかが、ユニークなソリューションにつながっていくと思い、その過程をすごく大事にしています。

今はクリエイティブシティやコンパクトシティ、エコシティといった時代のトレンドとなっているシティコンセプトがありますが、それとかぶせたりするのはいいと思うのですが、できればその地域ならではのコンセプトを打ち出していくことがすごく大事で、難しいけれども妥協せずに考えていくことだと思っています。

コンセプトが見えたら、棚卸しをしたいろいろな資産をもとに、生活者のニーズに合わせてどういうアクション、アイディア開発をしていくのか、とにかくおもしろおかしく創造的に発想していきます。今までの資産でも解釈の仕方によってすごくおもしろいもの、時代に取り入れられるものになったり、資産と資産を結びつけることで新しいアイディアになっていくということで、みんなでブレス

トをして、この資産はこういうふうにしたら話題になるのではないかといった発想をしていきます。

そのとき、場あたり的なものではなく、極力、コンセプトを連動した形で作っていくということと、PRの視点から話題を呼ぶかどうかも入れながら、アイディアをどんどん開発していきます。

次に、どうPRしていくかというコミュニケーション開発に入っていきます。いろいろな地域を案内していただくと、持てないぐらいの紙のパンフレットをいただきますが、それをデジタル化することによって、コミュニケシーションが生まれるのではないか。

もう一つは、ソーシャルメディアを使ったやり方や、マスメディアを使う場合もPR活動をすることによって取りあげてもらうとか、なるべく低予算でコミュニケーションしていく方法がたくさんあると思っています。そういった視点で、シナリオ設計をしていくというやり方もあります。

最後に、いろいろな思索をつなぎあわせながら、人々の頭の中でどういうふうなイメージを描いていったらいいかという想定をしつつ、地域ブランドアイデンティティを規定していきます。中長期的な視点でこういうテーマでいきましょう、そのためにはこういう資産を使って、こういう価値を体験していきましょう、それにはどういったアクションがあるかといったことをブランドブックという形で１冊にまとめあげます。

こうしたステップを追っていくと、本当にその地域でないと言えない個性的でユニークなアイデンティティが作られます。しかも、ビジュアルでわかりやすい。誰が見てもこういうふうになるといいと思い、自分たちがどういうアクションをすればいいかが広がっていくような、その地域にしかないブランドブックを作ることができればと思っています。

※　この後、具体的なケーススタディとして、Ａ県（人口100万未満）と、Ｂ市（人口６万）の事例をお話しいただきましたが、公表前の情報のため、省略をさせていただきます。

■質疑応答

【質問】　連想でツリー状のグラフがありましたが、連想した人の数や属性、連想された結果をどんな形でこういうチャートにしていくのか、ノウハウがあれば教えてください。

【講師】　地域の人は200人、他地域の人は800人ぐらいです。自由回答という形式で、連想することを単語ではなく、文章でなるべく詳しく書いてもらいます。それをテキストマインドの手法で、よく出てくる言葉や関連性が強い言葉が線でつながる構造になっています。これは企業や商品を分析する一般的な手法ですが、地域に持ってこれないかということでやっています。

【質問】　地域ブランド資産の「棚卸し」とは、どういうことですか。

【講師】　連想とかイメージというのは頭の中にできるのですが、実際に現地に視察をして、いろいろな人と交流をしながら、何があるのか、探っていくことを「棚卸し」と言います。

【質問】　最初にターゲットをある程度、絞ったうえで地域ブランドというものを作っていくのですか。

【講師】　調査設計のとき、その辺を深く考えます。ターゲットとなる人たちのロイヤルティをより高めていくのか、他の地域から観光で来させるのか。その場合、どの地域からかといったことを事前に、ある程度決めます。皆さん課題をお持ちなので、それに基づいて調査していくということです。なので、地域によって設計も変わりますし、規模も変わります。

【質問】　ブランドブックみたいなものでコンパクトにまとめられると非常にわかりやすいと思うのですが、それをどうやって県民の総意というか、巻き込みをしていくのか。そのアクションの部分が非常に難しいと思うのですが、何かアイディアはありますか。

【講師】　A県では、私たちの動きにある程度、共鳴してくれる地元の若者がいます。地元のPRをフリーペーパーでこじんまりとやっているNPOですが、そういう人たちと一緒になって作っていくという形です。本当に小さいところですが、やっているうちに関わっていきたい人の広がりがあれば、次につながっていく。それに対して自治体がサポートする。時間はかかりますが、やる気がある若い方が多くて、そういった方々と一緒になってやれたらなと思います。

【質問】　ブランドイメージの目標が達成したかどうかや、方向性が合っているかどうかは、どんなふうに判断されているのですか。

【講師】　難易度が高い質問ですね。この指標はマネージメントしやすい指標になっていて、これをやって、イメージがちゃんと形成されているかどうか図っていくということは、ブランドイメージの管理になります。成果については、こういったいろいろな指標のなかで、ちゃんと定点観測して、上がっているとか、下がっているということはできると思っています。

方向性が合っているかどうかは、ブランド調査のときに単に現状分析でなく、ある程度、仮説を作り、それをぶつけてみます。資産に関しても何が反応するのかをぶつけてみます。方向性を導くには、ニーズやデータに基づいたものを持っていくので、そんなにはずれはありません。

今回、B市で感動したのは、グループインタビューです。古来からあるマーケティングの手法で、我々は商品については必ず行いますが、2時間もやると相手も疲れてきます。でも、地域に関しては皆さん、ものすごく盛り上がり、どんどんいいアイディアを出してくれました。私は、地域をテーマに初めてグループインタビューをしたのですが、非常に有効だなということを痛感しました。何百人も呼ぶわけではないので、お金もそんなにかからない。プランニングの中にちょっとそういうことを入れると、発想も広がるし、市民の方々もすごく楽しめるので、今後も挑戦しようと思っています。

【質問】　ブランドイメージを私流に解釈してみると、地域の資源から原石を探して光り輝かせることかと思いますが、原石かどうかはどうやって決めていくのですか。また、食べ物と音楽を結びつけるというときに、従来の発想と違って、何かジャンプアップするような感じがしますが、そういうのはどうやって考えていくのですか。

【講師】　資源というものの解釈のしかたみたいなものがあるのです。宮崎県に綾町というところがありますが、そこは広葉樹林がシンボルになっていました。それを伐採するという話が出てきたとき、広葉樹林を切ることは日本の生態系を壊すことにつながるということで、広葉樹林を守りながら有機農法や滞在型のまちにしていくことにしました。広葉樹林は資産ではないですが、それをどう解釈し、どういう価値があるのかを考えることで、コンセプトが生まれていく。そういう思考が大事だと思います。

どう意味づけをしていって、普遍的な広がりを持ったものにしていくかという思考的な訓練が必要です。それをやらないと、深いコンセプトというか、深いテーマはできない。そこが重要だと思っています。持っている資産をどうするか、微少なアイディアをどう今のニーズに置き換えて、解釈をし、発想していくかということをみんなで一緒に楽しくやる。リラックスして、みんなの頭が回転していると、いいアイディアが出てきて、できるのかなと思います。

【質問】　現在、名古屋市が行っている「武将都市ナゴヤ」というキャンペーンのなかで、「おもてなし武将隊」が人気になってきています。個人的感想でいいのですが、この点についてはどう思われますか。

【講師】　歴史観光をPRするのはいいのですが、歴史コンテンツの持つ情緒性や体験価値などは弱いですね。歴史資産を活用しながら、どういう雰囲気を作っていくかとか、形容詞を作っていくかはすごく課題だと思います。武家文化みたいなものをもっと上質に感じられたり、体験できるような場であったり、コンテンツの編集であったりということがあると、もうちょっと歴史からいいイメージが作られていくのかなという気がします。

愛知トリエンナーレはすごく好評で、私も楽しく見ました。名古屋はアートに関してはすごく資産がありますし、もともと現代アート発祥の地ということで文化もあります。今度はイベントではなくて、アートの恒常的な場が欲しいですね。安くて、みんなで集まってくる機能さえあれば、アートのまちができます。中国の798芸術区じゃないですが、アート特区みたいにするとすごく楽しいので、ぜひ名古屋でやってほしいなと思います。

● 編 集 後 記 ●

「地域」の「まちづくり活動」が「持続する」

ひとつひとつの単語はサラッと読み過ごしてしまえるほど馴染んだ言葉ですが、よく考えるととても深く、難しい。「持続」すべきは何なのでしょう？

今回特集では、街なか、住宅地、商店街などそれぞれの地域でまちづくり活動が持続するために必要なこととは何か？を考え、それぞれの答え、あるいは、ヒントを頂けるのではないかと考えた方々に執筆をお願いしました。まちづくり活動の実践者でもある執筆者の皆様からは企画者の推察をはるかに超える、想いのこもった原稿を頂き、大変感謝しています。

名古屋おもてなし武将隊インタビューでは、「武将都市ナゴヤ」の最先端でPR活動を行う彼らの、“名古屋”や“まちづくり”に対する想いの深さを嬉しく感じると共に、活動が一過性で終わらないための次の展開は何だろうか、と改めて「持続」を考えることになりました。

今回特集でご協力いただいた皆様の志に触れて感じたのは、事の始めの第一歩を踏み出す熱い想い・高い志・勢いももちろん大切ですが、常に新しい・更なる発見・楽しむ気持ちなど、関わる人が関心を持ち、関与し続けるための何か、が、大切なのだ。ということです。

お忙しい中、快く執筆を引き受けていただきました執筆者の皆様、インタビューにご協力いただいた皆様に心よりお礼を申し上げます。どうも、ありがとうございました。（井村）

●表紙デザインコンセプト●

今回のテーマである「持続する」というキーワードをパターンで表現しました。まちづくり活動が形や大きさを変えて続いていく様子を、小さなパターンがまとまり、一つの大きな流れが続いているように表しました。（竹川）

賛助会員のご案内

これからのまちづくりを進めていくには、市民、学識者、企業、行政など幅広い分野の方々の協力と参加が不可欠です。名古屋都市センターでは、諸活動を通してまちづくりを支える方々のネットワークとなる賛助会員制度を設けています。趣旨にご賛同いただきまして、ご入会いただきますようお願い申し上げます。当センターの事業内容については、ホームページ（http：//www.nui.or.jp/）をご覧下さい。

年会費　◇個人会員…一口5,000円　◇法人会員…一口50,000円

（期間は４月１日から翌年の３月31日までです。）

● アーバン・アドバンス No.54 ●

2011年２月発行

編集・発行　財団法人 名古屋都市整備公社　名古屋都市センター

〒460-0023　名古屋市中区金山町一丁目１番１号

Tel：052-678-2200　Fax：052-678-2211

表紙デザイン　フォーマットデザイン　金武　智子

54号デザイン　竹川　裕人（名古屋工業大学大学院　社会工学専攻　１年）

名古屋おもてなし武将隊インタビュー・デザイン　株式会社　企画室　雄

印刷　駒田印刷株式会社

※ この印刷物は、再生紙を使用しています。