

第3回 まちの改善に向けたプレイスメイキング検討会 での主なご意見

【事例紹介① 中島委員】

「公共空間のリノベーションからの地区のデザイン」

- ・ニューヨーク市の「道路の広場化」の取組
- ・「高島平プロムナード基本構想」と「高島平グリーンテラス」

●ニューヨーク市の「道路の広場化」の取組

公共空間、地区環境、都市構造の各スケールがどのように関係しているのか、また、自治体、地域組織、専門家などの主体のつながりをどのように考えるかを論点に、ニューヨーク市における道路空間の広場化の取組を紹介。

- ・ニューヨーク市では、「すべての市民が10分以内に公園（公共空間）を有する」という政策目標を掲げて、道路空間の広場化を進めている。その広場は、地区の価値向上を目的にBIDが運営を行っている。
- ・ニューヨーク市における道路空間の広場化は、整備後のマネジメントやプログラミングを考慮し、先に広場を整備してから主体を募集するのではなく、広場の主体（BID）となる方から広場化の提案をしてもらう公募方式をとっている。審査にあたっては、政策目標に基づき評価基準を設定し、それを反映させたプライオリティマップを作成。これが市全体の「戦略」になっている。このように都市構造の転換に向けた「戦略」と、BIDによる広場化の提案や運営といった場所の再生・創造のための「戦術」が結び付いて公民連携が進められている。

●「高島平プロムナード基本構想」と「高島平グリーンテラス」

都市インフラのリノベーションと都市アクティビティの創出の事例として、中島委員が現在取り組んでいる「高島プロムナード基本構想」と「高島平グリーンテラス」を紹介。

- ・高島平団地の老朽化や高齢化の進行といった課題に対応するため、高島平の中心軸である緩衝緑地を多様なアクティビティが生まれるパブリックスペースに変えていく「高島プロムナード基本構想」を立案。さらに、地元住民によるワークショップ等の社会実験として「高島平グリーンテラス」を実施。
- ・高島平の緑地を変えていくという都市構造の転換に向けた戦略が「高島平プロムナード構想」であり、場所の再生・創造に向けた戦術が「高島平グリー

ンテラス」。

【事例紹介② 波瀾委員】

「ものづくりのまち三条市の持続的な発展のために～生活文化を観光資源とする交流まちづくり～」

●三条市における生活文化を観光資源とする交流まちづくり

「ものづくりのまちである三条市の持続的な発展に向けて、地域特有の観光資源を活かした交流まちづくりの可能性を検討した調査研究を紹介。」

- ・ものづくりのまちである三条市では、2013年からオープンファクトリーイベント「工場の祭典」を開催。「工場の祭典」は4日間のイベントであるが、調査研究では、4日間以外の361日にどうしたら来てもらえるかということに着目した。
- ・北三条駅前に市民向けの交流拠点として「ステージえんがわ」を整備。軒下の長い縁側と、外壁がない開放的な空間が特徴で、囲碁や将棋をする高齢者やおしゃべりをする若者など、多世代に利用されている。
- ・三条市の活性化に向けて、核となるファン層を持続的に獲得するためには、誰に来てもらうのかということをも明確化するためにターゲティングをしっかり行うこと、また、地域に入って何かをさせる場をつくることが重要。
- ・交流まちづくりに向けて、時間（滞在）と面の広がり創出、デジタルメディアを充実させること、インバウンドの推進の3点が重要。

【意見交換】

●ニューヨーク市の事例について

- ・ニューヨーク市はヤン・ゲール事務所を雇って市の調査を行っている。また、タイムズスクエアでは、タイムズ・スクエア・アライアンス自体が専門家を雇っている。そういった意味では、ニューヨークでは市と地元が同じレベルにあることが強みになっている。
- ・タイムズ・スクエア・アライアンスの10周年の知見の中で、素晴らしい公共空間に必要な要素として、デザイン、マネジメント、プログラムが挙げられている。プログラムと言われると、常にイベントを打ち続けなければいけない気がしてしまうが、本来は活動してくれる人が勝手に出てくるようにすることが理想である。

- ・ 中心部から離れた地区では、日常の掃除だけで大変なので、それだけきちんとこなして、あとは人が休み、おしゃべりする程度の空間ができていればよい。
 - ・ ニューヨークの郊外で、どちらかという生活地域のようなところは、年から年中人がいて賑わっているということではなく、普段は人が少ない。週末など何か行われるときに人がいる。単純に人数や賑わいということで効果を測るというものでもないと思う。
 - ・ 日本の郊外で空き地が増えている住宅地で、タイムズスクエアの事例のようなことをしても仕様がなない。地域や課題に応じて、マネジメントもプログラミングも要らないプレイスメイキングがあってもよいのではないか。
- 三条市の事例について
- ・ 特別な4日間に観光に行こうということではなく、残りの361日をいかに滞留させて、価値を上げていくかに着目したことが重要。
 - ・ ターゲットは「誰にでも」と打ち出すと、誰にでもスルーされてしまう。現在は、デジタルメディアにより大きな波及効果が望まれる時代になってきている。そういった意味では、波及効果が期待できる層に訴えていくことが必要。
- 全体を通じて
- ・ ニューヨーク市と高島平の事例のように、一つの公共空間、地区、都市をどのようにつなげるか、自治体、地域の組織、専門家などの主体をどのようにリンクさせるかをプレイスメイキングの中でも議論しなければならないのではないか。
 - ・ アメリカでは、空き地や低所得者が住む地域は広場整備のポテンシャルが高い。しかし、日本ではアメリカと同じようなところで広場をつくるべきとはなかなか言えない。プレイスメイキングといっても、問題解決型（マイナスを0にしていく）と、もう少しプラスしていく（1を2にしていく）ものがある。日本ではどちらかという、1を2にしていくプレイスメイキングが使われている。
 - ・ 中島委員と波瀾委員の事例は、クラフトという話が共通している。その場で作るというクラフトの概念が今までは足りなかった。ビジネスにしても、観光にしても、その場で人の手が加わったことに感動し、そこにいてよかつ

たという感覚が生まれる。ニューヨークの場合も、お金をかけていないが椅子の出し入れなど手間のかけ方が厚く、手作り感がある。

- ・ 三条では地元の人と観光客が同じ場所に居場所がある。一方、ニューヨークの場合、タイムズスクエアに行くと地元の人はおらずみんな観光客で、自分の居場所を都市の中で見つけている。誰がプレイスの主なのか、という帰属意識の持ち方にも様々な違いがある。
- ・ 場所を使う人の話の前提に、場所をつくる人が誰なのかという視点が必要。広い目を見てここを良くするためにという視点や、もう少し狭い範囲の視点など、つくる場所の主体や意図によって狙いも変わってくる。
- ・ 欧米的な個人主義の文化では自分の意思で椅子を動かされる椅子が合っている。一方、日本人は協働の文化を持つことから、縁側のように一人のものではなく、どんな座り方もできるところに佇む方が気持ちが良いのではないか。
- ・ 椅子と縁側の良いところを取り入れて、両方選択できるようにしてもいいのではないか。

以 上