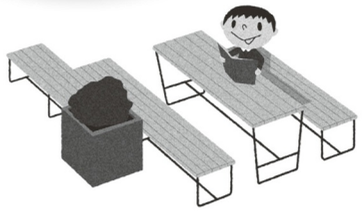
volume 136

変わる日本の「暮らし」と「まち」



阿部民子 text by Tamiko Abe
illustration by Shigeyuki Sakata

団地住戸に加え商店街も リノベーション 新たな魅力で人とにぎわいを取り戻す

千葉県千葉市　花見川団地
MUJI×UR　団地まるごとリノベーション
2021年●令和3年～

シンプルで便利な衣料品・生活雑貨・食品を提供し、今や日本を代表するグローバルブランドともなった無印良品。そのコンセプトを団地に取り入れた住戸があることを、ご存知だろうか。その名も「MUJI×UR」。無印良品の住空間事業部門を担うMUJI HOUSEとUR都市機構が連携、団地のよさを見直し、今の暮らしに合うスタイルにリノベーションする試みとして2012（平成24）年にスタート。既に全国で約1300戸の実績を誇り、若い人を始め多くの世代の共感を呼んでいる。

その協業内容を拡大して2021年から始まったのが、「MUJI×UR団地まるごとリノベーション」だ。団地住戸だけでなく広場や商店街などの共用部も改修。地域コミュニティの形成にも連携して取り組む、ハード・ソフト両面に及ぶ大がかりなプロジェクトだ。全国で先駆けて進められている千葉県の花見川団地で、プロジェクトを推進するメンバーに話を聞いた。

団地を拠点に地域も活性化

京成本線の八千代台駅からバスで約8分に位置する花見川団地。約5700戸を有する、千葉市でも有数の大型団地だ。管理開始は1968年と開発から50年以上が経過。近年は施設の高経年化や少子高齢化、商店街のにぎわい減少が課題として掲げられてきた。

課題解決のため、2021年にスタートしたのが「団地まるごとリノベーション」の第一弾プロジェクトだ。2022年には、地元自治体の千葉市、良品計画が加わり、MUJI HOUSE、UR都市機構の4者で連携協定を締結。手を携えて、花見川団地を拠点とした地域生活圏の活性化を進めている。

その経緯と現状を、UR千葉エリア経営部ストック活用企画課長の小川聡が説明する。

「協定には、多様な世代が安心して住み続けられる環境整備や商店街の活性化、地域で活躍する人材の発掘などを盛り込みました。商店街の未来を考えるワークショップや団地マルシェなどを行うなか、地域有志の皆さんにより『花団もりあげ隊』が結成されました。商店街の理事長さんから大学生まで多様な人々が集い、商店街のお休み処の運営やオリジナルブレンドコーヒーの開発などを実現。地元関係者による自主的な取組みが始まっています」

千葉市都市局都市政策課長の福原健雄さんは「団地は、公共施設やインフラなどが計画的に整備されて、周辺の自然環境も豊か。そうした地域資源と連携させ、団地を含めて地域を盛り上げていきたい。また、千葉市では、多様な世代の方に住んでいただけるよう、高経年住宅団地へ転居した子育て世帯や新婚世帯などへの住替えに係る費用を補助する『団地住替え支援事業』などを行っています」と話す。

団地と地域の魅力を向上

当プロジェクトにおけるハード面での最大の事業が、商店街区の〝まるごとリノベーション〟だ。設計監修を担当したMUJI HOUSEのリノベーション事業部長の豊田輝人さんに話を聞いた。

「コンセプトは、『公園のような商店街』です。人が来やすくて滞留しやすく、心地よい場所づくりを大切に、設計を行いました。主役は商店街の活動や団地の特徴である、広い空、豊かな緑。建物は背景に徹し、白を基調にした外壁のシンプルなデザインにしました」

3月に完成した商店街は、まさに公園のように過ごしやすいと評判だ。商店街はアーケードの幌を取り払い、広い空が見える明るい空間に。天然芝を敷き詰めた広場や高木も公園感を盛り上げる。食事やお茶もできるストリートファニチャーは、毎月開催したワークショップで試作品を設置。住民の声を聞きながらオリジナルで作成したもので、イベントなどに合わせて自由に組み合わせができるという。

右／広い空が望める明るい商店街。
左／ポップアップストアには買物だけではなく会話しに来る人も。

商店街には、良品計画が無印良品のポップアップストアを出店。新たなにぎわいを生み出している。

「『お店は地域のコミュニティセンター』を標榜し、地域の皆さまと共に地域課題に取り組むことをミッションにしています。この花見川団地は、まさに日本の社会課題の縮図がつまっているような場所。僕らが介在することで、地域のプレイヤーをつなぎ、地域の方自らが地域課題に取り組むきっかけづくりになれば」と良品計画のソーシャルグッド事業部、地域プロデュース担当部長の三浦卓也さんは語る。

ポップアップストアでは、店長の加藤麻子さんを目当てに、多くの常連客が買い物だけでなく、会話をしに訪れるという。ストアでは、団地でリクルートしたという75歳の男性も元気に働いている。

「お買い物ついでに、困りごとや相談事を話していかれたり、食事の心配をしてくださる方まで。会話から商品のヒントをいただくこともありますし、リクエストを聞いて必要な商品を届ける『御用聞き』もします。思うに、団地の商店って、今でいうリンクワーカーのような存在だったのでは。この場所だからこそ生まれる、人の繋がりを実感しています」と加藤さんは話す。

「この取り組みを持続的に推進するため、今年度中に4者で協議会を設立する予定です。活動を通して、コミュニティのにぎわいや交流を生み、団地や地域の魅力と価値を向上させていきたい」とURの小川。7月には、毎年3万人を超す人が訪れる夏祭りも開催予定とか。新しい花見川団地の魅力が、多くの人に伝わるよい機会となることだろう。

街に、ルネッサンス
UR　UR都市機構
東北の復興まちづくりに 全力で取り組んでいます
［企画制作］新潮社