



第5回 洋光台エリア会議

(1) 平成25年度の取り組みについて

テーマ別Aワークショップ 駅前活性化

2012年12月に始まり、
これまでに9回開催したWSは
集会所での活動から
いったん離れて、

5月

AB 合同見学会
「黄金町」

7月

企画会議

2012年12月に始まり、
これまでに9回開催しました。
次は4月にCCラボで
開催します！

5月

AB 合同見学会
「黄金町」

7月

企画会議

①ワークショップに関して

2月

駅前広場の広場空間についてのまとめ

12月

駅前広場の将来像について

2014年4月からは
駅前広場に誕生する
CCラボ（コミュニティチャレンジラボ）で
オープンワークショップを行います！！

洋光台の
持ちネタづくり

ここから様々な
アイデアが出され
その一部はCyo iアクションとして
実際にまちに出て活動が行われました

北の未来を考える

テーマ別Bワークショップ 多世代交流 コミュニティ活性化

H25年度のワークショップ

※前回(9月)WS以降

- テーマ別WS : 計6回開催、参加人数約64人(各回約34人)
- 第3回全体WS: 6月上旬に開催
- Cyo iアクション : 活動実施(1Cyo i)、活動継続中(1Cyo i)



テーマ
A7

駅前広場の将来像(10月)

- 概要: 駅前広場の将来像と情報発信について意見交換
- 成果: 駅前広場の将来像の共有ができた。情報発信の重要性の確認、発信方法・発信内容のイメージ出しが出来た。
- 課題: 情報発信を実際に行うにはどうしたら良いか



テーマ
A8

サンモール広場改修・情報発信(12月)

- 概要: 広場改修の概要説明、今できる情報発信について意見交換
- 成果: 広場改修イメージの確認ができた。情報発信内容のイメージづくりと新媒体での発信について意見交換ができた。
- 課題: 発信方法は色々あるが、継続に向けた維持管理が問題



テーマ
A₉

洋光台の持ちネタづくり(2月)

- 概要: 洋光台の魅力を発信するための情報ストックづくり
- 成果: 「店・娯楽・文化の情報」「まちの景観スポット情報」「コミュニティ・人材情報」が集まった。
- 課題: もっと多くの情報を集め、発信していく場所・方法は？



テーマ
B₅

子育て支援活動を学ぼう(10月)

- 概要: 子育て支援活動や各自治町内会活動等の情報を聞く
- 成果: 「暮らしを楽しむ」に加え、「暮らしを守る」視点を増やし、実情を聞くことで身近な問題として捉えることが出来た
- 課題: 子育て支援以外の「暮らしを守る」情報の不足



テーマ B8 | 北エリアのコミュニティを考える①(12月)

- 概要: 北団地集会所での活動見学、青少年育成活動の話聞く
- 成果: 北エリアのコミュニティを考える上での課題・疑問の共有、青少年育成活動の情報共有ができた
- 課題: 北エリアのコミュニティ活動イメージの不足



テーマ B9 | 北エリアのコミュニティを考える②(2月)

- 概要: 北エリアのコミュニティ拠点の空間イメージから活動を考える
- 成果: 「子育てネットワーク」「いこいの場」「子どもの居場所」、3つの視点で活動と空間イメージの意見交換ができた
- 課題: 北エリアのコミュニティ活動・空間イメージの不足



Cyoi ② | ゆるキャラを作ろう

- 目的: 地域活性化とまちづくりの一助として「ゆるキャラ」を作る
- 「洋光台にゆるキャラを作ろう設立準備委員会」立ち上げ
 - ・9月29日(日)磯子まつり(パレード)に参加し活動をPR
 - ・H26年4月より公募開始、H26年度中にキャラクターを決定



Cyoi ⑤ | キャンドルナイト

- 目的: 多世代が参加できるイベントの実施
「みんなが住み続けたいまち洋光台」のはじめの一步
- 実施日: 11月4日(月・祝) ■場所: 駅前公園
- スタッフ(実行委員+ボランティア)約80人 ・協賛約100(団体・個人)
- ・来場者約700人 ・手作りのキャンドルホルダー約1360個



ワークショップ・今後の展開

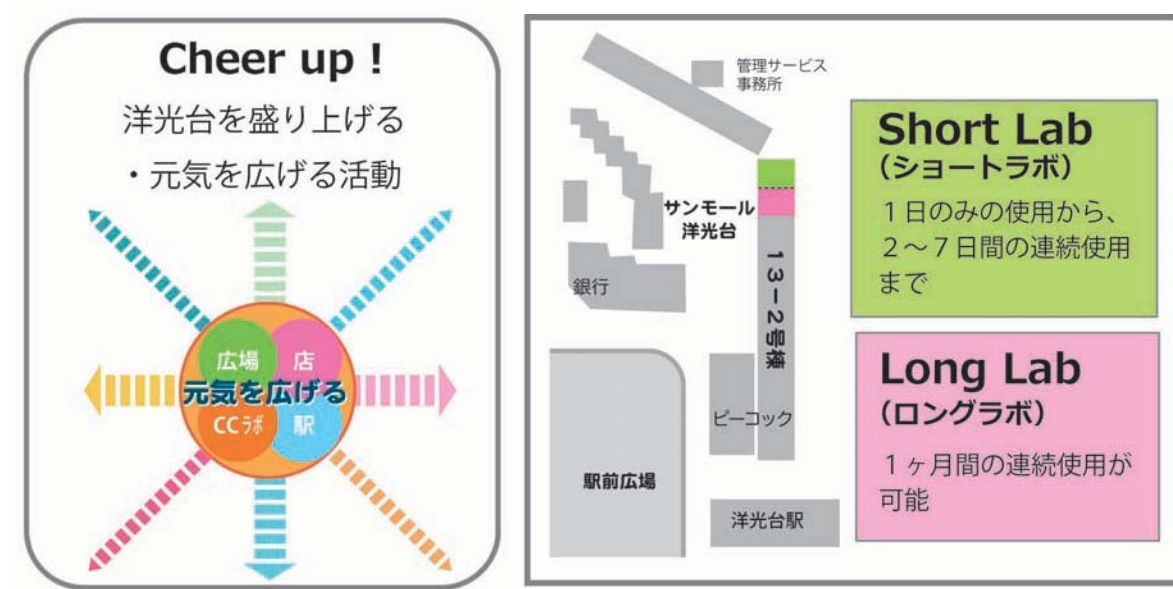
- テーマ別WS : CCラボを拠点としたオープンWSへ
- 全体WS : 6月上旬に開催、年2回程度継続
- Cyoïアクション : 活動継続Cyoï支援、CCラボでのCyoï立ち上げ



②CCラボに関して

CCラボ (Community Challenge Lab)

多世代交流・コミュニティ活性化に向けた
様々な活動のチャレンジスペース



利用案内

■ 利用期間: H26.3月～H27.3月 ■ 利用料金: 無料

	Short Lab (13-2 号棟 111 号室)	Long Lab (13-2 号棟 111 号室)
利用時間	9:30～22:00	
利用期間	1 日単位及び 連続 2 日～7 日間	1 ヶ月単位
申込受付	利用月の 2 ヶ月前の月の 1 日～10 日	
利用料金	無料 (平成 27 年 3 月まで)	
利用期間	1 階のみ (2 階は利用できません)	1 階 2 階 (荷物置場としてのみ)
設備・備品	エアコン、トイレ、流し台 (IH コンロ ×1)	

応募状況・利用状況



オープニングイベント

■平成26年3月9日(日)開催



全員テープカット

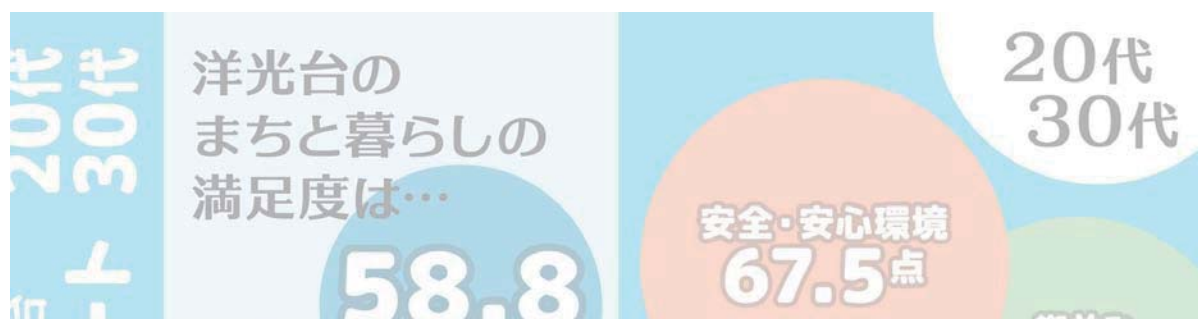
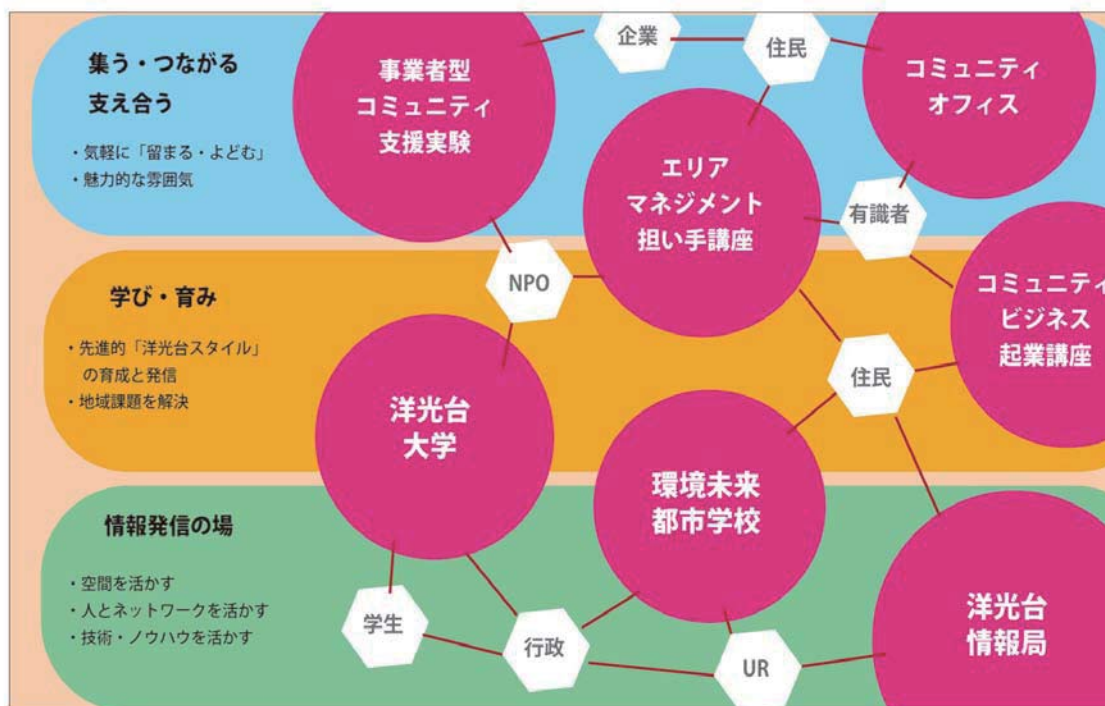


イザ！カエルキャラバン！



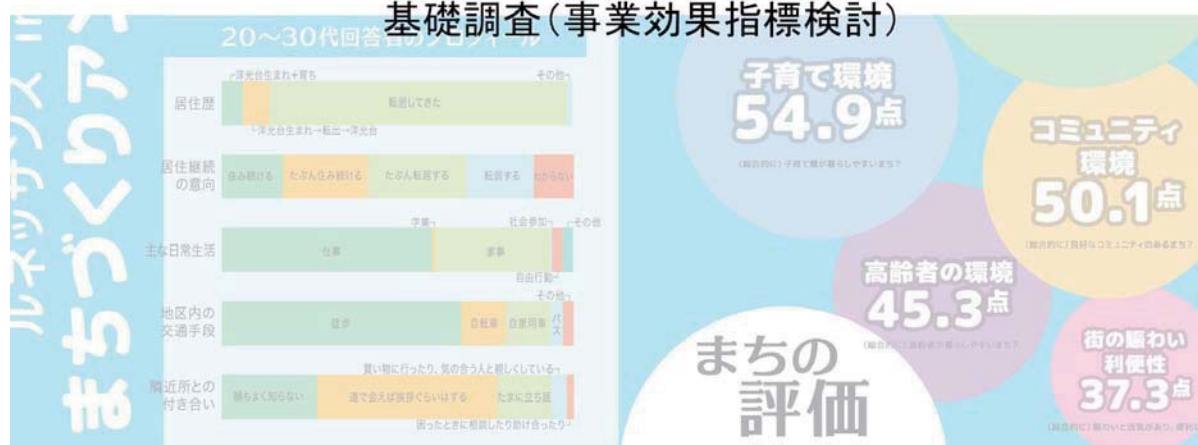
CCラボ・今後の展開

「集う」「学ぶ」「情報発信」等の取り組みを、多様な主体の連携・協働により展開



③アンケートに関して

基礎調査(事業効果指標検討)



「洋光台住み替え派」と「地区外転出希望派」に着目、
それぞれの属性・特徴等をみる

■ 4つのグループ

A 洋光台住替え実施グループ 241票

・・「以前の住まい」が洋光台

B Uターングループ 53票

・・洋光台で生まれ、他地区へ転出後、再転入

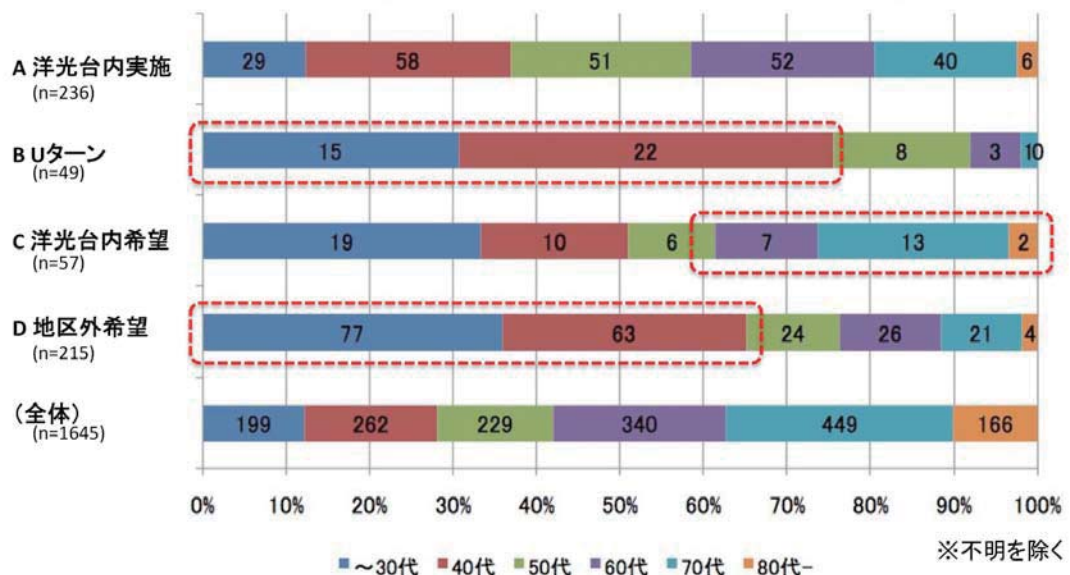
C 洋光台住替え希望グループ 57票

・・希望転出先が洋光台

D 地区外転出希望グループ 249票

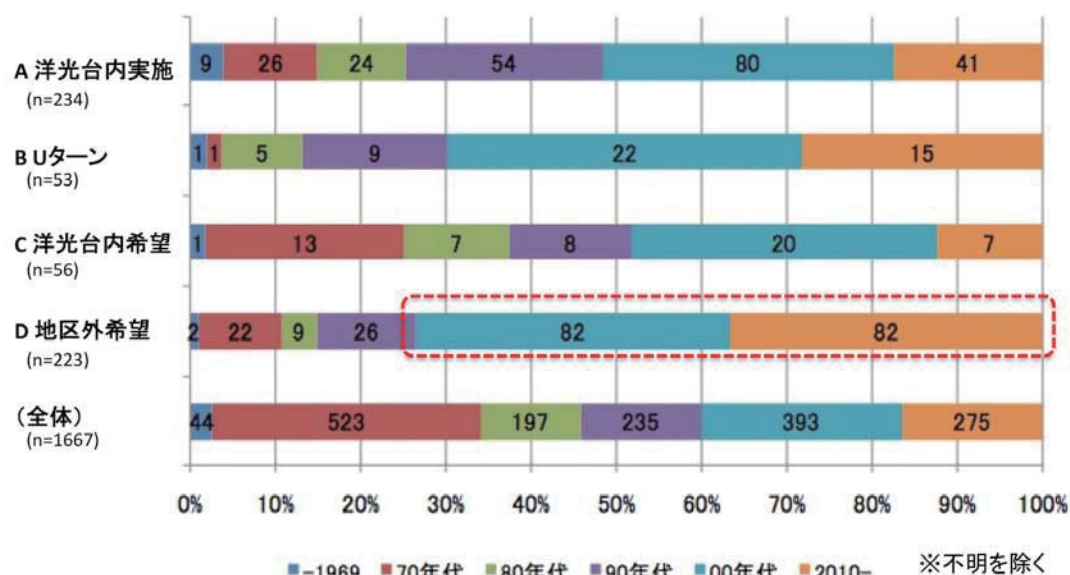
・・希望転出先が洋光台以外

- 回答者の年代
- ・「A 洋光台住替え実施」は幅広い年代
 - ・「B Uターン」「D 地区外希望」は40代以下が多い
 - ・「C 洋光台内希望」で60代以上は3割



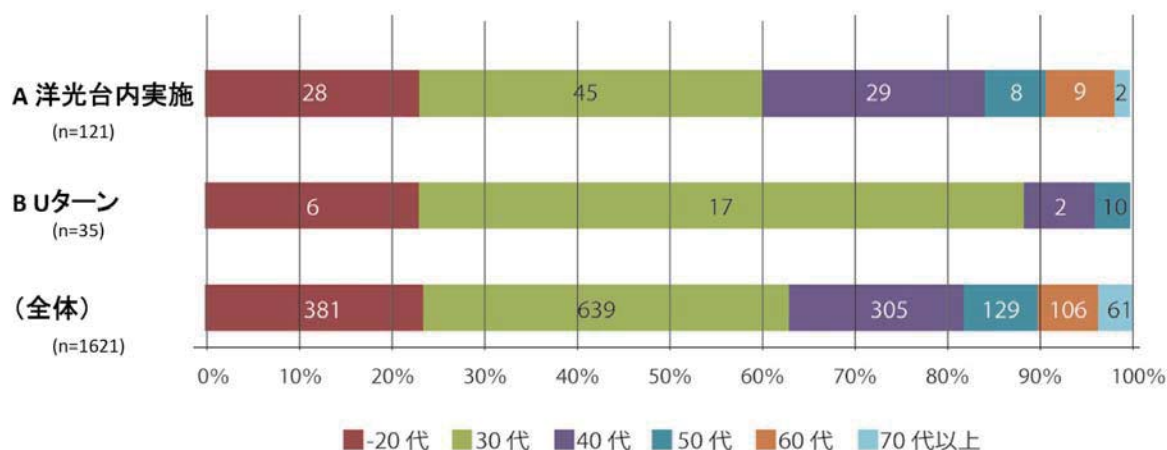
■ 入居年代

- ・2000年以降入居が概ね過半数を越える
- ・特に「地区外希望」で多く、7割を越える

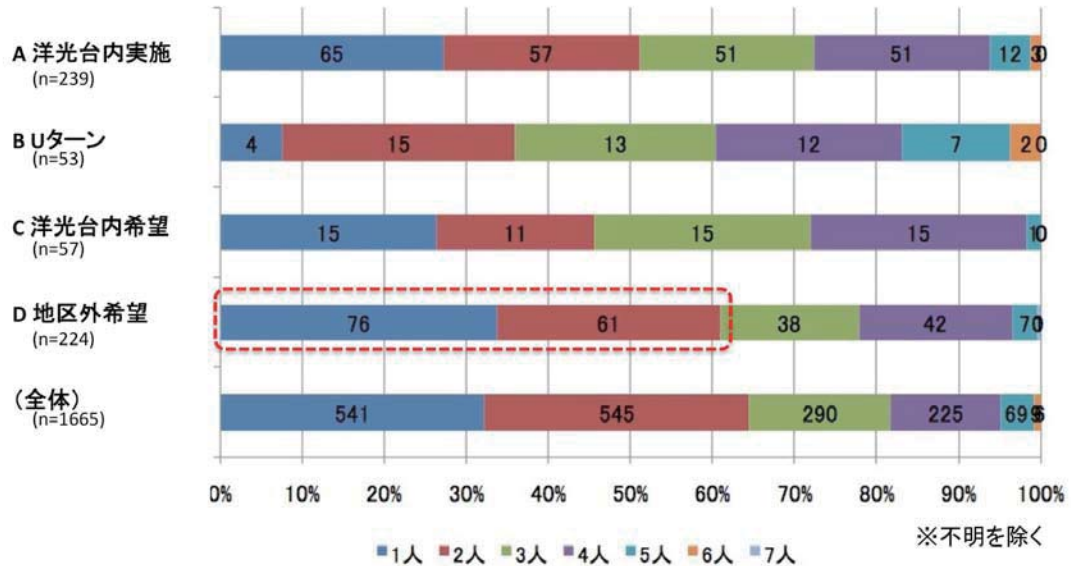


■ 住み替えた年代

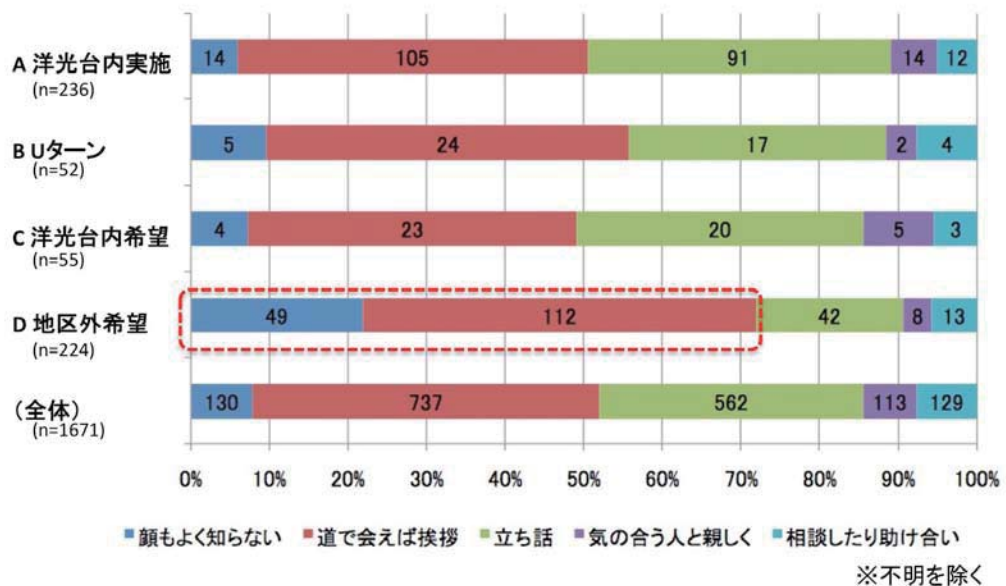
- ・回答者年齢と入居年次より算出
- ・8割を超える人が50代以前に住み替え
- ・60代以上の住み替えは1割



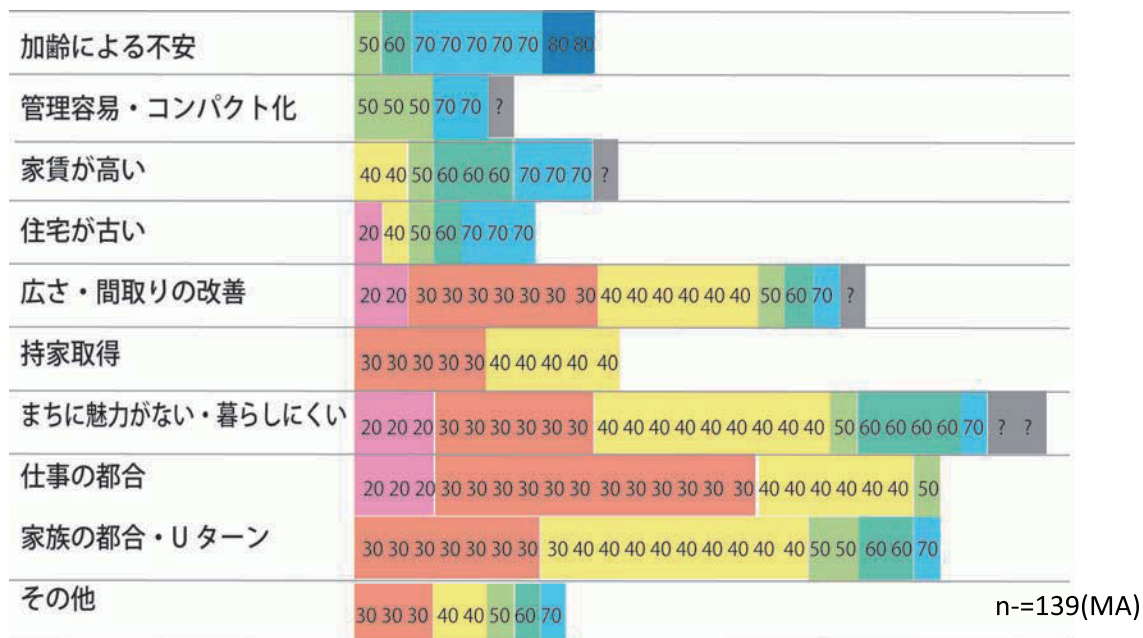
- 家族人数 ・3人以上が過半を超えるのは「Uターン」(約65%)
「洋光台内希望」(約55%)
- ・「地区外希望」で2人以下が多く、6割を超える



- 近所付き合い ・「地区外希望」で「挨拶」以下の付き合いが多い
- ・「生活時間」「交通手段」ではほとんど差異なし



■ 地区外への転居理由 ・最も多いのが「まちに魅力がない・暮らしにくい」



■ 「まちに魅力がない・暮らしにくい」の意見の例

- ・交通の便は良いが飲食店がない。
- ・高齢者ばかりで活気がなく、魅力的なお店もない。
子どもの転校が嫌で我慢している。
- ・坂が多く、高齢者には適さない。
- ・駅前の活性化が進まない。
- ・あまり面白くない、退屈な街。
- ・魅力的な地域が他にもある。
- ・横浜に愛着を感じない。

今後の分析作業に関して

■ まちの評価に関して

「安心・安全」「街並み・自然」「高齢者の環境」「子育て環境」
「コミュニティ」「居住安定性・定住環境」についての4段階評価



・まちの評価の構造

・・・因子分析・共分散構造分析 など

・居住継続意向とまちの評価の関係

・・・「住み続けたい派」と「転居したい派」グループ
での判別分析 など

④情報発信に関して

フォトコンテスト

■ 募集期間平成25年9月24日～10月31日

■ 洋光台地区の今と昔の写真をエピソードとともに募集



【受賞作品】 大賞 1点・優秀賞3点・特別賞5点



応募数：65作品

梅の里まつり

■ 平成26年2月22日(日)・洋光台西公園内広場で開催

■ 「ルネッサンス in 洋光台」の取り組みのパネル展示

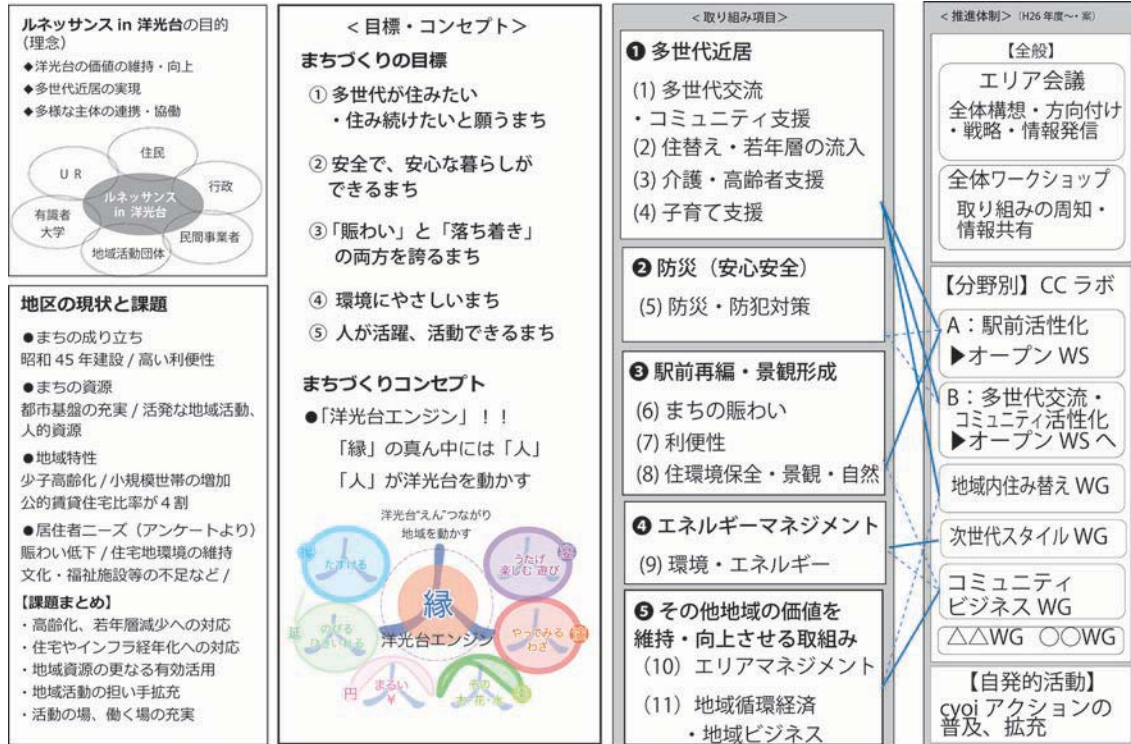


⑤まちづくりビジョンに関して

まちづくりビジョンとは

- ルネッサンスin洋光台において、「何を目標に」「どのようにまちづくりすすめていくか」、関係者間で共有するため策定。
- 「まちづくりの目標・コンセプト」と、「取り組み項目」、「推進体制」
- ワークショップ・アンケートから得た住民の声をベースに作成し、素案を提示の上、住民意見・意向を充分反映させながら策定する。
- まちづくりの進行や状況変化に応じ、柔軟に見直しを図るプランである。

まちづくりビジョン・骨子



2

今後に向けて

- 「まちづくりビジョン(素案)」の作成と周知
- 住民意見・意向の集約と反映
- 長期的ロードマップの検討・作成
- 検討・推進体制の強化
 - ▶ 新規WGの立ち上げ・体制づくり
 - ▶ 「CCラボ」の活用

⑥その他

サンモール広場改修

洋光台の広場を西洋的な意味でのPLAZAにはしたくありません。PLAZAにはどこか、かくれて閉じたイメージがあります。重たい建築に囲まれた、閉じた外部空間というニュアンスがあります。洋光台の広場で僕らが目指したものは「街の縁側」のような空間です。街と外部とをつなぐ場所であり、誰もが気楽に腰かけていける場所-それでも洋光台の人にとっては懐かしくて、ここに帰ってくると「家に帰ってきたな!!」とちょっと、ほろっとくる空間-そういうような新しくて懐かしい外部空間をデザインしようと考えました。



隈研吉氏
日本を代表する建築家

デザインコンセプトは
街の縁側



(上) 広場改修後のイメージ
(右上) (右) 現在の駅前広場



サンモール洋光台駅前広場の位置

リーフレット・α

■梅の里まつりでの取り組み紹介パネルを発行予定

洋光台まちづくりアンケート

「洋光台まちづくりアンケート」は、2013年12月15日（日）に開催された「梅の里まつり」で、約1,200名の方から回答いただきました。アンケートの結果、洋光台のまちづくりに関する意識や要望が明らかになりました。この結果を基に、今後のまちづくりの方向性を決定していきます。

洋光台まちづくりアンケートの結果

アンケートの結果、洋光台のまちづくりに関する意識や要望が明らかになりました。この結果を基に、今後のまちづくりの方向性を決定していきます。

洋光台まちづくりアンケートの結果

アンケートの結果、洋光台のまちづくりに関する意識や要望が明らかになりました。この結果を基に、今後のまちづくりの方向性を決定していきます。

洋光台に生き残りたい！

アンケートの結果、洋光台のまちづくりに関する意識や要望が明らかになりました。この結果を基に、今後のまちづくりの方向性を決定していきます。

洋光台のまちと暮らしの満足度は…

洋光台のまちと暮らしの満足度は、58.8%です。これは、全国の自治体の平均値（54.9%）よりも高いです。

洋光台のまちと暮らしの満足度は…

洋光台のまちと暮らしの満足度は、58.8%です。これは、全国の自治体の平均値（54.9%）よりも高いです。

洋光台のまちと暮らしの満足度は…

洋光台のまちと暮らしの満足度は、58.8%です。これは、全国の自治体の平均値（54.9%）よりも高いです。

（2）今後のすすめ方について

平成26年度マスタースケジュール(案)

