

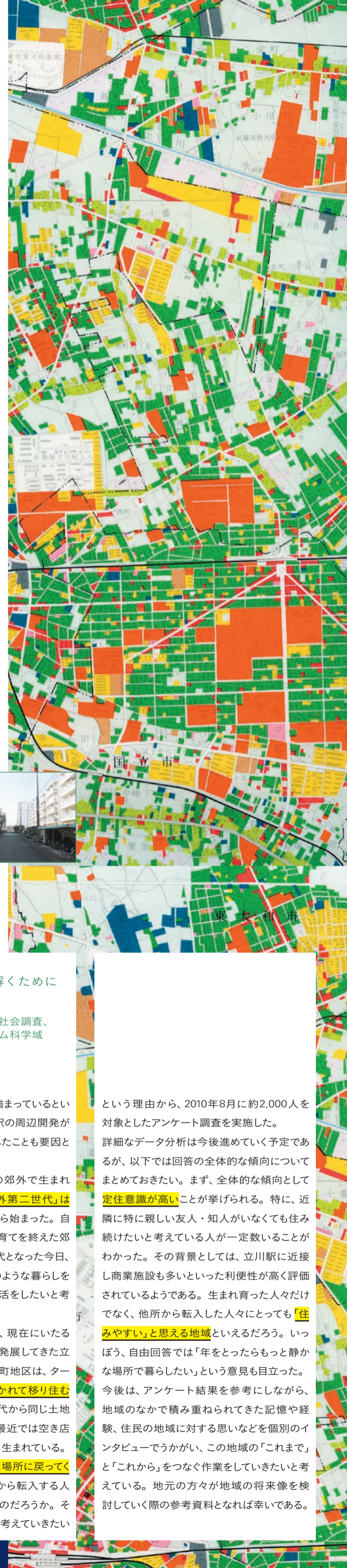
郊外都市横断 スタディーズ

Cross-sectional Studies of Suburban Cities

首都大学東京 郊外型都市賦活更新プロジェクト研究

SUBURBAN

首都大学東京では、2010年より2013年まで東京の郊外を対象とした研究を行いました。都市環境科学研究科に所属する6人の研究者と現場で活躍する3人の専門家、そして様々な専門領域で学ぶ46名の大学院生がチームを組み、5年間かけてさまざまな視点から研究や提案を行ってきました。このレポートはその研究成果をまとめたものです。都市の郊外での生活や空間はきわめて単調である、と考えられがちですが、そこには様々な課題と様々な可能性が隠されています。この調査研究ではその実相に少しでも迫ろうと考えました。ご一読いただき、ご意見やご感想などをいただければと考えています。



郊外をどう調べ、
どう理解するか？

饗庭伸

都市計画・まちづくり、
首都大学東京 都市システム科学域

都市のまわりに形成された、いわゆる「郊外」、この場所をどう捉えたらいいのだろう、このような素朴な疑問から、この研究はスタートしている。かつて都心の人口が激減する「ドーナツ化現象」が問題になったように、もはや、都市の人口の多くは郊外に居住している。そこに住んでいる人がどういう風に生活し、そこで何が必要とされているのか、このことを正確に見極めることは、日本の都市の将来像を見極めることにつながる。

日本の郊外は世界的に見ても不思議な空間である。例えばアメリカのように、自動車移動を全ての前提とはせず、特に東京をみると、多くの郊外は公共交通による都心への通勤を前提としている。それなりに複合した、高機能な空間がそこにある。あるいは急速に成長した大都市の周辺に必ずといっていいほど形成される、いわゆる「スラム」も日本の郊外には存在しない。東京の環状7号線の近辺に広がる、木造住宅の密集エリア-都市計画の世界では「木密ベルト」と呼ばれる-は、都市計画制度のコントロールが十分にはたらかなかった、という点で「スラム的」であるかもしれ

ないが、劣悪なスラムの環境とは程遠い。ではこの「郊外」を捉える、理解するにはどうすればいいか。郊外はまず第一に広すぎる。直感的に理解することが難しいし、全てを調べることがそもそも難しい。世界を理解する方法には「帰納法」と「演繹法」がある。自動車で行けども行けども同じような風景が広がっているから「郊外は同じような風景で出来ている」と結論づけてしまうのが帰納法であるが、郊外は広すぎるから帰納的なアプローチには限界がある。一つの可能性は、郊外をつくり出したメカニズムを明らかにして演繹的に郊外を描き直すこと、もう一つの可能性は、特別な現象を見つけ出し、その現象から類推(アナロジー)することで、郊外に対する認識を組み直すことだ。

この研究では、社会調査によって帰納的に郊外の姿を描き出した上で、小さな地域のケーススタディや提案をつくる作業を通じて類推的に郊外の姿に迫ろうとした。その成果は十分なものではないが、2010年代前半の郊外を出来るだけ正確に描こうとした、その報告としてお読みいただければ幸いである。

現在そしてこれからの
郊外生活を考え、読み解くために

山本薫子

都市社会学/地域社会学/社会調査、
首都大学東京 都市システム科学域

近年、若者の「地元志向」が強まっているという。近年、郊外のターミナル駅の周辺開発が各地で行われているが、そうしたことも要因として挙げられるかもしれない。私たちの問題関心は、東京の郊外で生まれ育った若者たち、いわば「郊外第二世代」はどこにいいのか、という疑問から始まった。自分の代で郊外に移り住み、子育てを終えた郊外第一世代が60歳代、70歳代となった今日、若者や子育て世代は現在どのような暮らしをし、将来どこで、どのような生活をしたと考えているのだろうか。

かつては基地の街として栄え、現在にいたるまで多摩地域の中心地として発展してきた立川。そのなかでも高松町・曙町地区は、ターミナル駅に近く、利便性に惹かれて移り住む人が多いと同時に、祖父母の代から同じ土地で暮らし続ける家族もいる。最近では空き店舗を活用した新しいビジネスも生まれている。郊外第二世代が生まれ育った場所に戻ってくるために何が必要か、また他から転入する人たちは地域に何を求めているのだろうか。そうしたことをこの場所を通じて考えていきたい

という理由から、2010年8月に約2,000人を対象としたアンケート調査を実施した。詳細なデータ分析は今後進めていく予定であるが、以下では回答の全体的な傾向についてまとめておきたい。まず、全体的な傾向として定住意識が高いことが挙げられる。特に、近隣に特に親しい友人・知人がいなくても住み続けたいと考えている人が一定数いることがわかった。その背景としては、立川駅に近接し商業施設も多いといった利便性が高く評価されているようである。生まれ育った人々だけでなく、他所から転入した人々にとっても「住みやすい」と思える地域といえるだろう。いっぽう、自由回答では「年をとったらもっと静かな場所で暮らしたい」という意見も目立った。今後は、アンケート結果を参考にしながら、地域のなかで積み重ねられてきた記憶や経験、住民の地域に対する思いなどを個別のインタビューでつかうが、この地域の「これまで」と「これから」をつなぐ作業をしていきたいと考えている。地元の方々が地域の将来像を検討していく際の参考資料となれば幸いである。

PURPOSE

1

郊外都市の中でどこをどのように対象にしたか

東京を中心とする郊外は千葉、茨城、埼玉、神奈川県エリアにまで及び、非常に広大ですが、研究の対象地として東京の西郊、特に立川市、八王子市、日野市、国立市を中心としたエリアを選びました。しかし、絞り込んだとしてもこれらのエリアはまだ広大です。もっと一カ所に集中して地域を限定して研究を行うべきではないか、という声が聞こえてきそうですが、「郊外」の特徴は、まずもって「広いこと」である。都心のように可能性や課題が一カ所に集中するのではなく、郊外ではその可能性や課題が広い範囲に低い密度で存在するのではないかと考えたため、このような広いエリアとなっています。

たとえば悪いのですが、この広いエリアのあちこちに釣り糸を垂らしてみても、何が捕まえられるだろう、という構えで研究の対象地を決めたわけでは、ありません。

このうち、2010年は、研究の対象地の中で、主に立川の「シネマ通り商店街」のエリアにフォーカスをあてて研究を行いました。この場所では「東京ウエッサイ」のグループが活動を行い、すでにいくつかのプロジェクトが実現しています。具体的な取り組みに学びつつ調査や提案を行いました。2011年と2012年は範囲をシネマ通り商店街に限定せず調査や提案を行いました。いくつかの小さな場所にフォーカスした調査や提案から、郊外都市全体を対象とした一般的な調査や提案までが含まれています。

AREA

調査研究の主旨と目的

首都大学東京では2010年より2013年まで「郊外型都市賦活更新プロジェクト研究」という研究を行いました。戦後に日本の大都市近郊で急速に形成されたまちは様々な課題を抱えています。そうした課題のうち、特に建築や都市空間に焦点をあて、その「賦活」＝「活力を与えること」や「更新」＝「新しく生まれ変わらせること」の技術や方法を探る研究です。もちろんそこには、スクラップアンドビルド型ではない新しい方法をもとめようという視点があります。

研究はいくつかのグループに分かれて行われ、このレポートは2010年度より2012年度まで行われた「郊外都市の新たな価値を創出する都市建築空間の賦活技術の開発」という研究グループの成果です。このグループは、大学の中だけではなく、実際の郊外のまちの中にフィールドをおき、現場で起きていることと連携をとりながら、実践的に都市や建築の空間をつくり出していくことを目的としています。調査と研究は、大学院生を対象とした講義と運動して行われ、3年間で総勢46名の大学院生と、教員、外部からの非常勤講師が力をあわせて取り組んだ研究成果がここにまとめられています。外部からの講師は「東京ウエッサイ」というラジオ番組を中心としたプロジェクトを推進しているグループのメンバーを招聘しました。このグループはFMたちかわで放送されていた「東京ウエッサイ」という番組を通じて、ラジオを中心とした人のつながりを作り出しつつ、立川駅北側にある「シネマ通り商店街」の空き店舗を賦活して拠点を作り出す取り組みを行っています。先行しているこの取り組みに学びつつ、より深い課題や可能性を掘り起こせないかと考えました。講義は首都大学東京都市環境科学研究所の学域を横断した講義として開講され、都市システム科学、建築学、地理環境科学、都市基盤環境学、観光科学の学域に所属する学生による、専門分野横断型の講義として取り組まれました。



講師の紹介 (あいうえお順)

饗庭 伸 (あひばしん)
都市計画・まちづくり、首都大学東京 都市システム科学域

1971年兵庫県生まれ。早稲田大学理工学研究科建設工学専攻修了。博士(工学)。ハードな都市計画からソフトなNPO支援くらいまで。鶴岡市のまちづくりの仕掛けと立ち上げ。あちこちの空き家再生のプログラムづくり、商店街の情報空間化、まちづくり支援NPOの設立、議会改革の市民運動などに関わる。



門脇耕三 (かどわきこうぞう)
明治大学 理工学部 建築学科

1977年神奈川県生まれ。2001年東京都立大学大学院修士課程修了。東京都立大学助手、首都大学東京 助教を経て、2012年より明治大学 専任講師。博士(工学)。専門は建築構法、構法計画。集合住宅のリノベーションに関する研究を行うほか、技術開発、建築設計などの活動も行う。



酒井博基 (さかいひろき)
株式会社リライ / Creative Director

1977年和歌山県生まれ。2002年武蔵野美術大学大学院修了。慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科博士課程では地域メディアを研究。クライアント企業向けに、クリエイターの特を研究。コンセプト段階からプロジェクトに関わり、クリエイティブディレクションをはじめ、企業や、ブランドのマーケティング価値を最大化することを実践。一方で、食育や地域活性化などのデザインプロジェクトも自身で仕掛けるなど、幅広く活動。



坪本裕之 (つぼもとひろゆき)

1969年広島県生まれ。広島大学大学院文学研究科後期課程中退。博士(理学)。大都市圏というやや大きな空間スケールを前提とし、地域形成・変容の文脈から都市問題を捉える。近年は、企業再編に伴うホワイトカラー組織の立地変容に関する研究を中心として、知的生産性の向上を目的としたワークプレイス評価指標の構築を手掛ける。



古澤大輔 (ふるさわだいすけ)
建築家、日本大学理工学部建築学科、株式会社リライ / デベロップメント

1976年東京都生まれ。2000年東京都立大学工学部建築学科卒業。2002年同大学大学院修了後、同年メジロスタジオ設立(馬場兼伸・黒川素孝と共同主宰)。2008年～2012年明治大学大学院、首都大学大学院、東京理科大学大学院で非常勤講師を歴任。2013年、メジロスタジオをリライデベロップメントへ組織改編。現在、日本大学理工学部助教。専門は建築計画。廃校や団地など老朽化した建物を転用する、再生建築の設計・研究に取り組んでいる。



松本真澄 (まつもとまみずみ)

日本女子大学住居学科卒業。戦後の住まいと家族の変容を探るため、単身者、女性、高齢者の居住や団地・ニュータウンの研究に専攻。著書に「奇跡の団地阿佐ヶ谷住宅」(共著)、「多摩ニュータウン物語」(共著)など。



初山真人 (つみやまさと)
株式会社リライ / 代表取締役

1976年、東京都生まれ。2000年東京工業大学社会工学科卒業、2002年同大学院修了。2002年アクセンチュア株式会社入社。経営コンサルティング業務に従事。マネージャーとしてクライアント企業の新規事業立上げ、マーケティング戦略の立案などに携わる。2008年に株式会社リライを設立。2009年にアクセンチュア株式会社を退職。現在に至る。



山本薫子 (やまもとかほこ)
都市社会学 / 地域社会学 / 社会調査、首都大学東京 都市システム科学域

1973年小金井市生まれ。東京都立大学大学院社会科学部研究科博士課程単位取得退学。博士(社会学)。山口大学講師。准教授を経て、2008年より現職。横浜を中心としたフィールドワークを行い、都市インナーエリアの社会構造変容とその過程について調査研究。また、山口県内の旧産炭地域におけるフィールドワークも実施。著書に「横浜・寿町と外国人」など。



若林芳樹 (わかばやしよしき)
都市地理学 / 行動地理学 / GIS、首都大学東京 地理環境科学域

1959年佐賀県生まれ。広島大学大学院文学研究科博士後期課程退学後、東京理科大学、金沢大学を経て現在に至る。これまでおもに都市における人間の空間的行動と空間認知の地理学的研究を手がけてきたが、最近では地理情報システム(GIS)の都市問題、参加型まちづくりへの応用に関心がある。



調査研究に携わった学生

江口百合恵 / 荻野大輝 / 小森谷奈月 / 近藤希希 / 齋藤利行 / 鈴木綾子 / 玉田隆之助 / 新原昇三 / 布川悠介 / 元神理明 / 八廣裕介 / 山崎健太郎 / 伊美真 (以上2011年度)
石橋一希 / 泉宏樹 / 市野博史 / 岩船涉 / 井上翔太 / 宇野達也 / 北谷啓 / 金聖龍 / 支那 / 高橋亮介 / 羽生早瑛 / 三浦直平 / 嶺野あゆみ (以上2012年度)
合本純治 / 浅井晋 / 伊藤正夫 / 若原英将 / 大島光洋 / 岡智史 / 岡崎浩 / 片山浩一 / 北島彩子 / 北原英明 / 今野広大 / サチナル / 鈴木翔大 / 高橋健太郎 / 田中雅大 / 寺澤草太 / 芳賀平介 / 藤川慎也 / 丸茂友紀 / 山地秀幸 (以上2013年度)

郊外都市の住民の地域生活に関する調査

【調査概要】

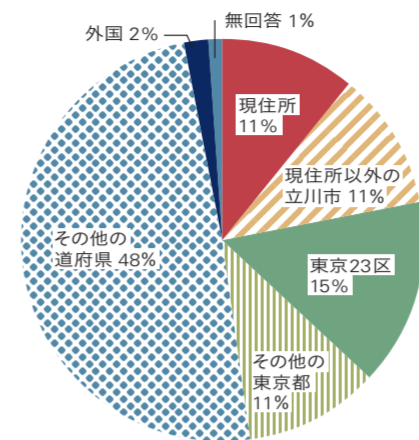
2010年8月に立川市内に居住する20～79歳の男女を対象としたアンケート調査を実施しました。調査対象地域は、立川市高松町2丁目、3丁目、曙町2丁目、3丁目のうち「高松通りより東側、かつ緑川通りより北側」の範囲としました。住民登録者名簿をもとにランダムサンプリング(無作為抽出)を実施し、2,002人を抽出しました。アンケート用紙の配布・回収は郵送を用い、有効回答数は542(男性42%、女性57%、不明1%)でした。本調査実施にあたっては立川市個人情報保護審議会、首都大学東京研究安全倫理審査委員会の審査、承認を得ています。本調査にご協力いただいた皆様に深くお礼申し上げます。

MEMBER

RESEARCH ON LIFE OF RESIDENTS IN SUBURBAN CITY

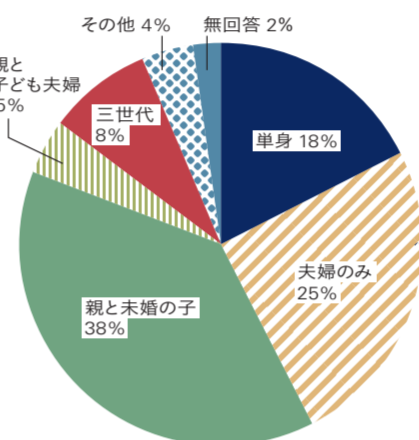
2

01 出身地はどこですか？



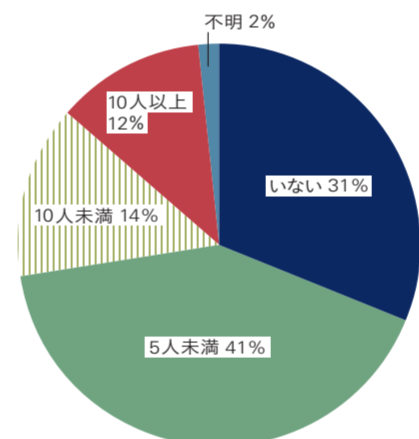
現住所を含む立川市内出身者が全体の5分の1以上を占め、東京都出身者も東京都以外出身者がほぼ半数ずつとなりました。東京都出身者以外を道府県別にみると北海道出身者が最多となりました。

03 誰と暮らしていますか？



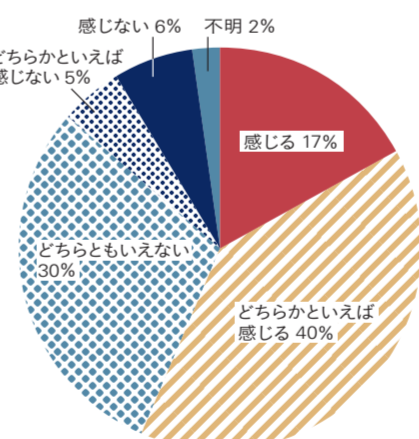
全体の4割近くが親と未婚の子もからなる世帯でした。また、夫婦のみの世帯も全体の4分の1を占めました。一人暮らしをされている方(単身者)も全体の2割近くとなりました。

05 近所に親しい人はいますか？



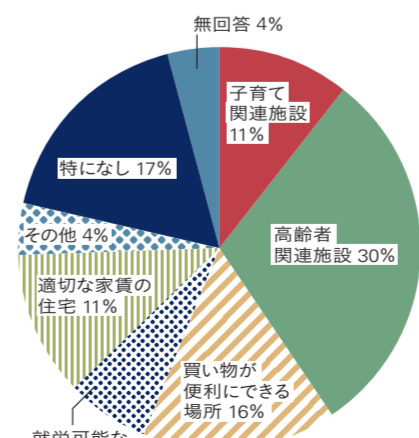
全体の4割の方は、近所に親しい友人・知人を数人程度(5人未満)お持ちのようです。いっぽうで、そうした友人・知人が地域にいない方も全体の3割を数えました。

07 地域のために役に立ちたいと思いますか？



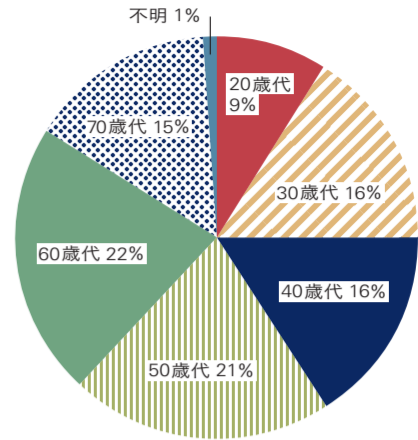
「感じる。」どちらかといえば感じる」を合わせると、全体の6割弱の方が地域になにか役立つことをしたいと思われているようです。特に、地域内および近隣でお仕事をされている方に地域への貢献意識が見られました。

09 この地域に必要な施設は？



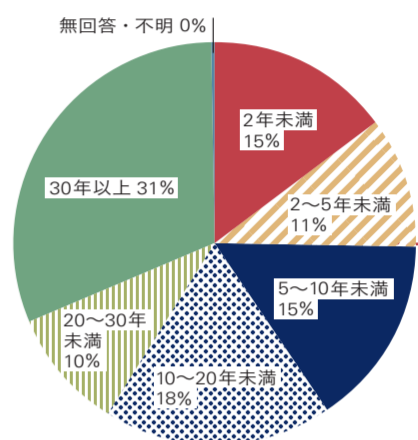
年代によって回答が分かれましたが、子育て世代は子育て関連施設をあげる方が目立ちました。また、特に必要な施設がないと回答された方も2割近くいました。

02 何歳ですか？



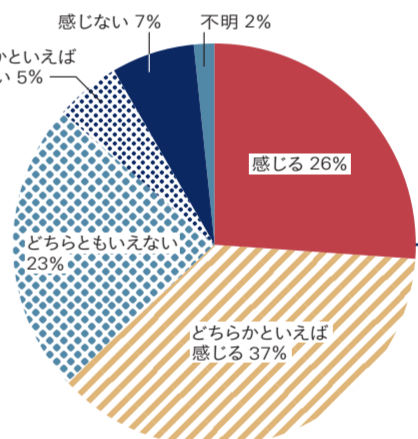
アンケートは各年代の人口比に合わせて配布しましたが、全体的に20歳代、30歳代からの回答率は低く、50歳代、60歳代からの回答が全体の4割以上を占めました。

04 ここに何年暮らしていますか？



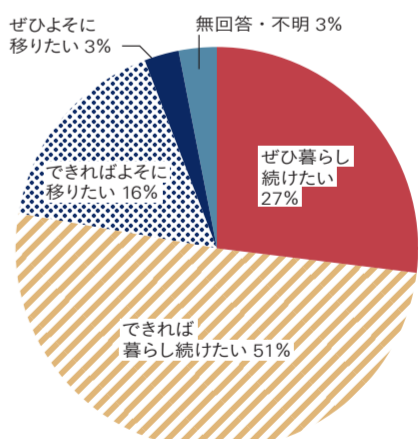
全体の4分の1が居住年数5年未満であると同時に、30年以上お住まいの方も3割以上を数えました。比較的居住年数の短い方と長年お住まいの方の両方が混在してお住まいになっている地域だといえます。

06 地域に誇りや愛着を感じますか？



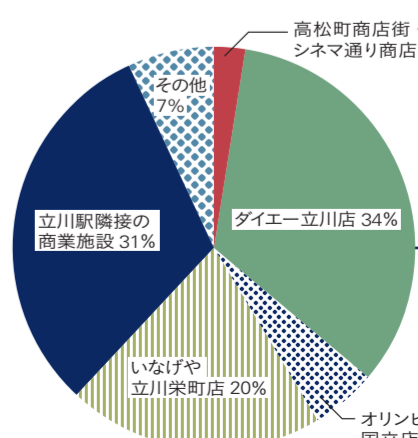
「感じる」「どちらかといえば感じる」を合わせると、全体の6割以上の方が地域への誇りや愛着を感じているようです。全体としては地域への居住年数が長いほど地域への誇りや愛着を感じる方が増える傾向にあります。

08 この地域で暮らし続けたいですか？



「ぜひ暮らし続けたい」「できれば暮らし続けたい」を合わせると、全体の8割近くの方が地域での定住意識をお持ちのようです。その理由としては、さまざまな施設が隣接し、交通機関も充実していることによる生活の利便性、近隣の友人・知人との良好な関係をあげる方が目立ちました。

10 食料品はどこで買いますか？



近隣のスーパーマーケットの利用者が6割近くを占め、また立川駅に隣接する商業施設の食品売り場で購入する方も3割以上となりました。逆に、地元の商店街を利用する方は少数でした。

INDEX

レポートの構成

このレポートでは3年間の期に行った、4つの調査と3つの提案を報告します。

- 1) 郊外都市の住民の地域生活に関する調査 (2010年7～8月実施、10～11月分析) → 2
郊外に暮らす、普通の住民がどのような生活を行っているのか、アンケート調査によって明らかになりました。
- 2) 郊外都市の空間に関する調査 (2010年6～7月) → 3
郊外都市の都市空間がどのような空間を持ち、それを人々がどのように使っているのか、シネマストリートを中心に、4つのテーマを立てて調査を行いました。
- 3) 郊外都市を賦活するプロジェクトの提案 (2010年11月～1月) → 4
郊外都市を「高齢者」「地方出身者」「農業」「趣味」「アート」の5つの視点から賦活する仮想のプロジェクトの企画を提案しました。
- 4) 郊外都市の空間に関する調査2 (2011年4～7月) → 5
郊外都市の都市空間がどのような空間を持ち、それを人々がどのように使っているのか、シネマストリートと立川駅北口を対象に、2つのテーマを立てて調査を行いました。
- 5) 郊外都市賦活の方法論 (2011年10月～1月) → 6
立川市を対象に3つの異なる方法論で郊外都市を賦活する仮想のプロジェクトの企画を提案しました。
- 6) 郊外都市の空間に関する調査3 (2012年4～7月) → 7
郊外都市の都市空間がどのような空間を持ち、それを人々がどのように使っているのか、多摩都市モノレールの沿線を対象にして、4つのテーマを立てて調査を行いました。
- 7) 郊外都市賦活の方法論2 (2012年10月～1月) → 8
郊外都市を対象に3つの異なる方法論で郊外都市を賦活する仮想のプロジェクトの企画を提案しました。

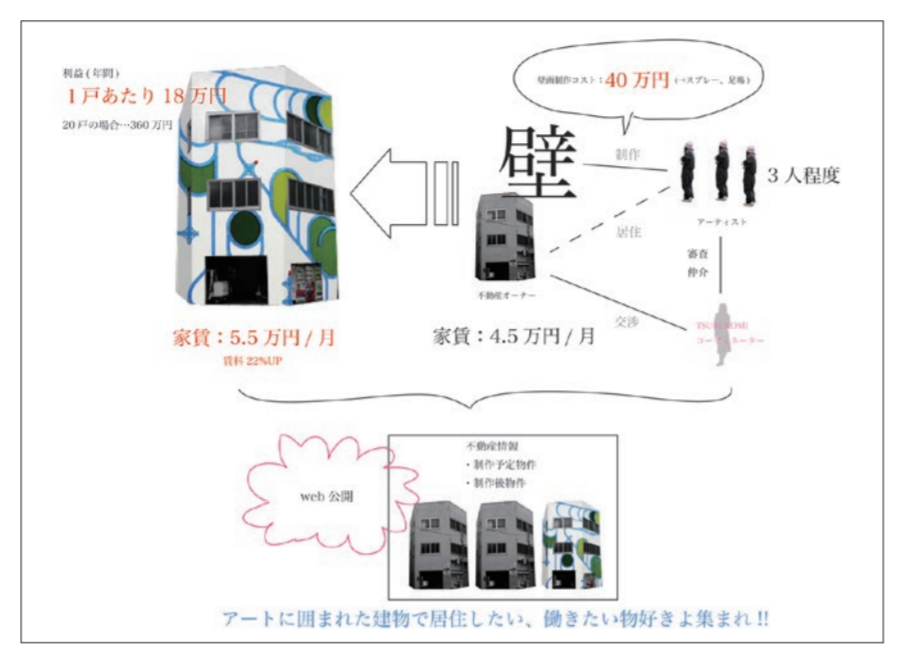
4

郊外都市を賦活するプロジェクトの提案

郊外都市を賦活するための、5つの提案をまとめました。これまでの調査から「高齢者」「地方出身者」「農業」「趣味」「アート」の5つの視点を設定し、それぞれの視点からの提案です。

TSUREKOMI ART PROJECT

1. シネマストリートの歴史背景とプロジェクトの目的
かつては「連れ込み旅館」が密集する赤線地帯であった立川シネマストリート界隈。基地返還や駅前開発によって取り残され、衰退している。過去の立川を感じられる空間や場の価値をアートによって蘇らせる。TSUREKOMI ART PROJECTは「まちにアートがひきよせられ、アートがひとをひきよせる。」をコンセプトに、立川シネマストリートとその周辺に住む地域住民とアーティストの架け橋となることで、この場所をもう一度個性ある街へ変えていきたい。



3. TSUREKOMI ART FES.開催
「TSUREKOMI不動産」によって、街にストリートアートが散りばめられてくると同時に、シネマストリート発のアーティストの発生を見込んでいる。アーティストが立川をアイデンティティとして持ち、また興味のある住民を取り込むことで、立川の各地でワークショップを展開していく。これらのアート資産を用いて、このシネマストリートでストリートアートによる、アートフェスティバル「TSUREKOMI ART FESTIVAL」を開催することで、立川外の人にもこの場所を知ってもらい、ここを目的として人が集まるような、ありそうでなかった個性的な街を実現する。



1. 企画立案理由
立川は半数が地方出身者。住み始めた地方出身者は地域に馴染んでいない、長く住んでいる人は地域に貢献したいと考えている。そこで、両者が長く暮らすための企画を提案する。様々な特色を持った地方の出身者と交流を持ち、文化を知れば、日本一周と同じくらい全国を満喫できる。
2. 準備
運営は普段から同郷同士で飲み会を開催している県人会。運営手伝いとして居住歴の長い地方出身者が文化や料理、場所を提供。宣伝・企画の準備段階としてHPを利用(図1)。バスポートも発行可。
3.4つのphaseを設け(図1)、phase1-3を月1回開催。
『1.旅行に行く仲間をみつけよう』
出身地別で飲み会を開催。同じ出身地で仲良くなってもらったり、東京出身者は行ってみたい地方の飲み会に参加する。場所はHPで募集している協賛社の店舗で行う。
『2.「47都道府県にありそうなもの」で皆でできる「何か」をし

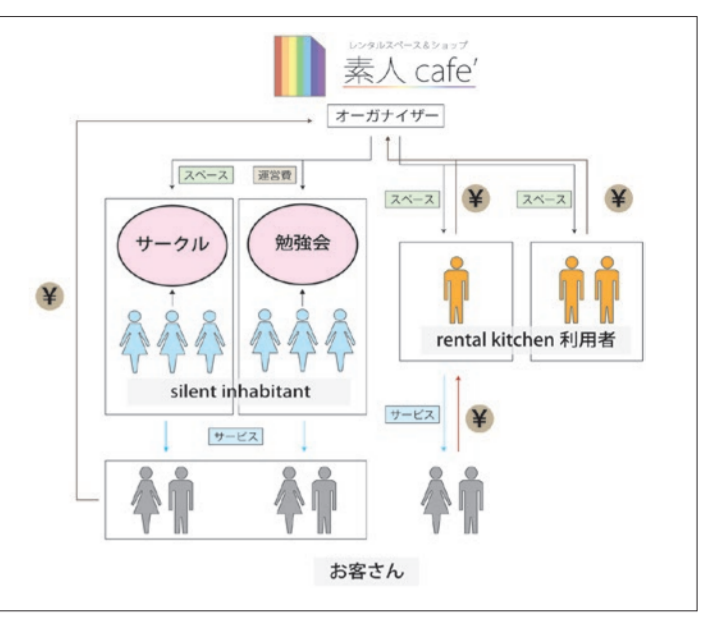
〈地域の食への安心を地域でサポート〉
都市農家の人手不足と地域に友達のいない若者。農業と情報ツール、相互の得意を掛け合わせ、地域の食への安心を地域でサポートするコミュニティ構築のためのプロジェクト。立川の農業の現状と地域のコミュニティ軽薄化の問題を踏まえ、農トモという新たなコミュニティを構築するために農をエンターテインメントとして表現し、若者が反応しやすい仕組みを提案する。
〈農トモの定義〉
マルシェをメディア化するなど、地域の食の安心をサポートするシステムを、若者のエンターテインメントとしてすることで形成される、新しいコミュニティのカタチ。
〈マルシェ×メディア〉
農家は日頃それぞれの畑の近くで直売所を開いているが、それらの殆どが砂川

ふるさとが作る家

〈テーマ〉
「呼び寄せ高齢者」とは、高齢になり(妻)に先立たれたなどの理由から住み慣れた故郷を離れて、都会の子どものもとに移り住んでいる高齢者のことをいう。現代都市では、呼び寄せ高齢者の問題として、子供への負担、新たな環境への適用問題、地域社会の変化などが挙げられる。今回はこの問題を抱える立川市で解決策を提案する。
〈プロジェクトで目指すこと〉
①「呼び寄せ高齢者が自立して暮らす場」Houseをつくる

1. 素人カフェとは
ハイスペックなキッチン備えたフリーレンタルカフェスペース。料理サークルによるカフェ運営と、時間貸しレンタルスペースから構成される。
2. 素人カフェの狙い
立川にルーツを持たない立川の住人は、地域活動においてなかなか表にでてこないが、高学歴、知的好奇心旺盛、自らのライフスタイル形成に意欲的などのポジティブな特徴も持っている。
今まで埋もれていた人々の欲求を満たしながら地域の表舞台にたてさせ、その他の人にも店の空間を貸し出し、地域の多くの人々が空間を共有することで、誰もが地域に根付き、地域を使い、地域を楽しめるようにすることを目指す。
3. 素人カフェのコンテンツ
・ school cafe
「今まで表に出てこなかった人」のニーズに合った料理教室/サークルを組織し、サークル活動をしつつその成果物をお店として提供してもらうカフェ。サークル運営費は全体のオーガナイザーが負担し、サークルには無料で参加できるが、収益は素人カフェが得る。6サークルが月に2回、合わせて週に3回の開店を目指す。素人カフェのidentityとなる核コンテンツ。

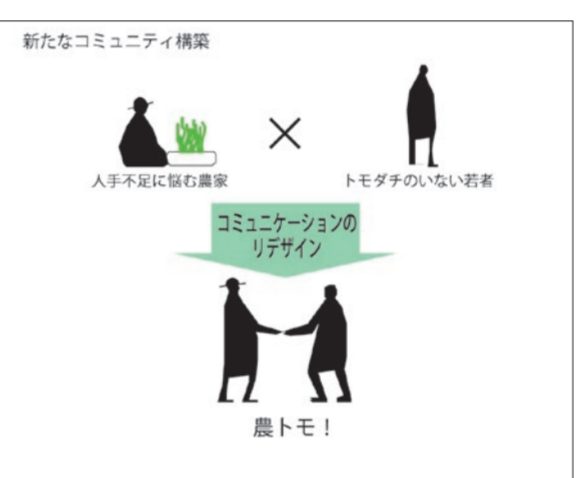
素人カフェ



・ rental kitchen
school café開店時以外の業態である、ハイスペックなキッチンを備えた時間貸しレンタルスペース。利用目的は、個人で開くカフェやバー、フリーマーケット、地域にあるサークルの活動場所など、特に限定しない。家ではできない行為を実現させ、なおかつ地域に開くことのできる場所となる。
school caféによって地域に埋もれていた人を表舞台にたてさせ、rental spaceによって自己実現とまちをつかうことを化膿し、個々の個性が日替わり、時間代わりでお店としてまちに現れる。地域の人の個性が空間に現れる場所が、この素人カフェである。

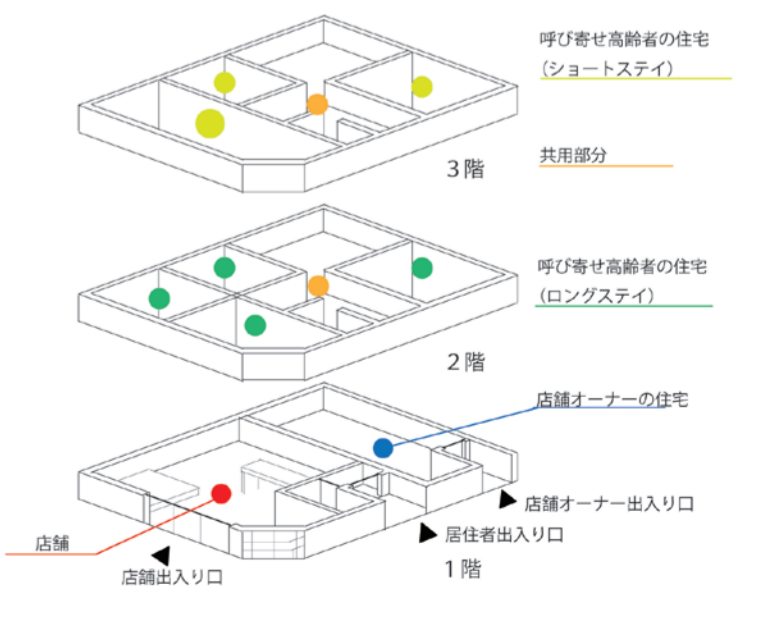
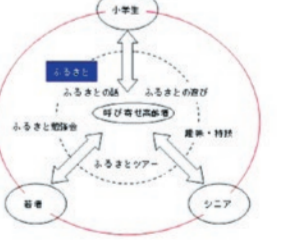
農トモ Project.

付近に偏っており、駅周辺で買い物をする若者は知る機会がない。駅近くで定期的にマルシェを開き、もっと若者の目に留まるようにTwitterやUstreamなどを使って、メディア化する工夫をする。マルシェを日常のエンターテインメントとして表現することによって、若者がメディアを通じて反応しやすい仕組みとする。開催場所は都市のスキマ。具体的にデパートの屋上や空き駐車場、都市の中の使われていない場所を利用する。野菜の販売と同時に、農家と若者が協力して材料を集め料理を作る。野菜は農家が提供し、足りない具材は若者が集める。材料が集まり次第料理し、一緒に食べる。目の前にいる農家の人が作った野菜を、一緒に食べるのは何よりの食の安心である。運営者は常時Webを通じて立川農業の情報を集約し、情報発信を行っていく。将来的に、マルシェの参加者が賛同し、運営者になることを期待している。



マルシェ×メディア
農家: 出品、野菜の提供
若者: その他の材料集め
運営者: TwitterなどのSNSによる情報発信と宣伝
一緒に調理・食べる
Ustream
TwitterなどのSNSによる情報発信と宣伝
農家情報の提供
農トモ!

【ターゲット間の関係図】



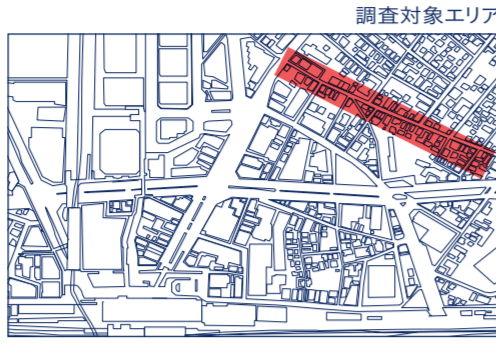
3. ふるさと紹介事業
不動産屋の一角を、呼び寄せ高齢者自身がふるさとを切り口に自発的活動を行えるスペースとして開放する。
ふるさと物産コーナー(ふるさとバイヤー)/地域交流コーナー(ふるさとお話隊)/ふるさとツアーの企画、地元小学生との交流など
〈期待できる効果〉
①呼び寄せ高齢者自身、自立した生活の選択が可能になる。
②ふるさとを題材としたプログラムにより、呼び寄せ高齢者とふるさとが立川に居ながらつながりを持つことができ、生きがいにつながる。
③地域との連携やジェネレーションミックスにより、シネマストリートに新たなアクションが生まれる。

②呼び寄せ高齢者のふるさと"Home"の魅力を再発見する
③呼び寄せ高齢者の力を活かす場をつくり、多世代同士をつなぐ
〈事業内容〉
1.呼び寄せ高齢者用共同住宅事業
同じ境遇の高齢者が集まって生活する場をつくる。時間軸によりショートステイ、ロングステイなどを行う。
2. 不動産事業/ふるさと持ち家活用事業
呼び寄せ高齢者のふるさとの持ち家を活用し、週単位で貸し出す事業を行う。また、呼び寄せ高齢者自身に持ち家やふるさとの良さをアピールしてもらい、若者をふるさとに呼び込むプログラムを実施する。

SPATIAL STUDY OF SUBURBAN CITY 2

郊外都市の空間に関する調査2

2012年前期の学域横断型授業では「郊外都市の空間に関する調査」と題して、立川市をフィールドとした地域調査を行った。前半は昨年度に実施した高松町・曙町地区での住民調査の分析を行うことで地域特性の概要をつかむと同時に、地域調査・社会調査の基礎的なスキルの習得につとめた。後半では2グループに分かれ、それぞれの関心にもとづいて地域調査を実施した。当初ははやや調査課題が曖昧な点も見うけられたが、調査を実施していく過程でおのずと対象者やテーマの絞り込みがなされていったように思う。前期の履修者は本学以外からの進学者も多く含まれ、学部時代の専攻も建築学、都市計画学、地理学など多岐にわたっている。また2名の留学生も含まれていた。このように異なるバックグラウンドを持つ学生たちは同じフィールドに一定期間関わり、ともにディスカッションした経験から多くを学んだに違いない。特に、同じ対象地域がさまざま異なる観点からとらえられることに気づき、そこでの課題発見や取り組みの提案における方法論的な多様性、それぞれの専門分野を持つ特性と相互協力の可能性に接したことが、個々の学生たちの今後の研究や取り組みにおいて財産となっていくことを願っている。(山本薫子)



シネマ通り商店街における各店舗の変遷と現状 —店舗経営者へのヒアリングを通して—

物品販売	食品販売	美容・理容
<p>友生堂時計店 業種 時計販売・修理 定休日 日曜日 開店年 1957年 階数 2階建て 営業時間 9:30~20:00 店舗形態 店舗併</p> <p>マルゴ洋品店 業種 洋服販売 定休日 年中無休 開店年 1955年 階数 2階建て 営業時間 9:00~20:00 店舗形態 店舗併</p> <p>古布専門店 はてな 業種 古布販売 定休日 水曜日 開店年 1996年 階数 2階建て 営業時間 11:00~18:00 店舗形態 店舗別</p> <p>多摩水族館 業種 観賞魚販売 定休日 火曜日 開店年 1975年 階数 2階建て 営業時間 10:00~19:00 店舗形態 店舗別</p> <p>(有)砂川屋米店 業種 米類販売 定休日 日曜日・祝日 開店年 1951年 階数 2階建て 営業時間 9:00~19:00 店舗形態 店舗併</p> <p>リカーおおくにや 業種 酒類販売 定休日 日曜日 開店年 1975年 階数 2階建て 営業時間 9:00~20:00 店舗形態 店舗併</p>	<p>飯田青果店 業種 青果販売 定休日 日曜日 開店年 1965年 階数 2階建て 営業時間 12:00~20:00 店舗形態 店舗別</p> <p>御菓子司 井筒屋 業種 和菓子製造小売 定休日 月曜日 開店年 1928年 階数 2階建て 営業時間 8:30~19:00 店舗形態 店舗併</p> <p>園部肉店 業種 精肉販売 定休日 日曜日・祝日 開店年 1980年(移転) 階数 4階建て 営業時間 13:30~19:30 店舗形態 店舗併</p> <p>保坂商会 業種 食肉卸売 定休日 水・日曜日 開店年 1957年 階数 3階建て 営業時間 8:00~17:00 店舗形態 店舗併</p> <p>キュービー理容 業種 理容業 定休日 一 開店年 1953年 階数 2階建て 営業時間 9:00~17:00 店舗形態 店舗併</p> <p>ヘアメイクスタジオ 業種 美容 定休日 火曜日 開店年 1989年 階数 1階建て 営業時間 9:00~17:00 店舗形態 店舗別</p>	<p>もつ焼き くら兵衛 業種 飲食店 定休日 一 開店年 2000年代前半 階数 2階建て 営業時間 一 店舗形態 店舗別</p> <p>サムライキッチン 業種 飲食店 定休日 月曜日 開店年 2010年 階数 3階建て 営業時間 17:00~24:00 店舗形態 店舗別</p> <p>たかちゃん 業種 飲食店 定休日 火曜日・祝日 開店年 1990年代前半 階数 2階建て 営業時間 17:00~23:00 店舗形態 店舗別</p> <p>桑原兄弟製作所 業種 服飾 定休日 土・日・祝日 開店年 1965年 階数 2階建て 営業時間 9:00~17:00 店舗形態 店舗併</p> <p>かすみや 業種 (雑貨販売) 定休日 一 開店年 1928~2011年 階数 3階建て 営業時間 一 店舗形態 店舗併</p>

来街者を対象とした立川北口商業エリアのイメージ調査

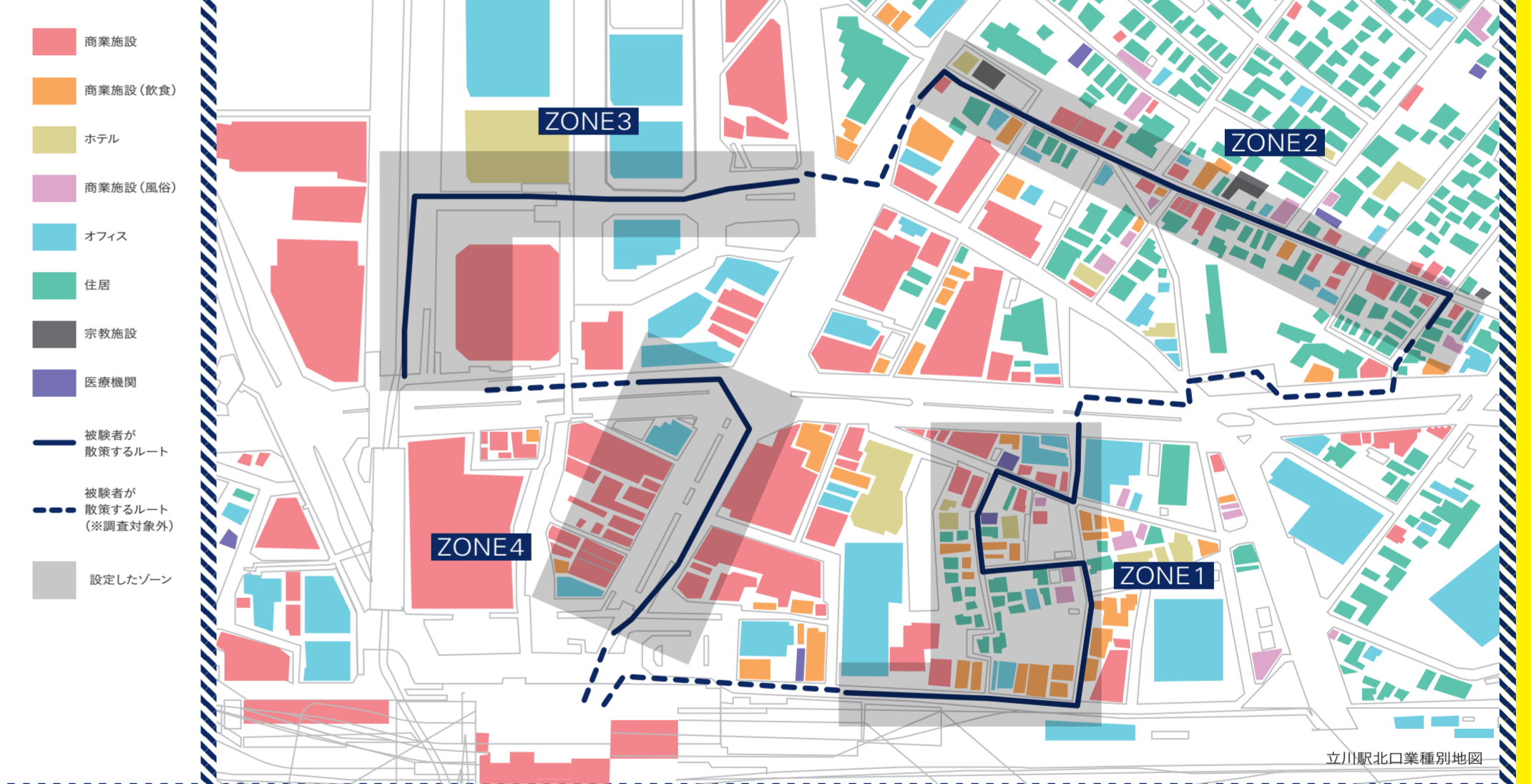
立川北口の商業エリアの特徴や印象、魅力となる要素を明らかにするため、被験者(20代の建築系の専攻の学生6名)に立川北口の地図を渡し、こちらが指定したルート歩くなかで各ゾーンで印象に残ったものを写真に撮ってもらい、個別面接法によるヒアリング調査を行った。ゾーンは4カ所にわけた。いずれのゾーンも都市計画上で商業区域に分類されており、その中でも空間の質及び歴史的背景がそれぞれ異なった特徴のあるゾーンを選定した。建築物を業態別に色分けした立川北口の地図を示し、ゾーンの特徴と被験者のルートを示す。

ZONE 3

他のゾーンが自然発生的な商業区域であることは対極に、百貨店などの大型商業施設や業務ビルが計画的に配置されたゾーンであり、他のゾーンが建物密集しているが、このゾーンは建築物との間が広く取られている。

ZONE 2

以前米軍関連施設や映画館など、「核」となる施設が存在したことから風俗店やバーなどの店舗が密集し、繁栄した地区であるが、「核」となる施設がなくなったため商店の撤退が相次ぎ、商店街と定義することが難しくなったゾーン。



ZONE 4

このゾーンは金融機関や雑居ビルなどが整然と並んでおり、ビルの低層階に商店や飲食店が入居した駅前立地型の商業空間となっており、都市の顔となるゾーンである。

ZONE 1

駅に近い点や、駅前の目抜き通りから外れているという立地性から、小規模の飲食店をはじめ、居酒屋やバー、風俗店などの、表通りには立地しにくい業種の店舗が密集しているゾーンである。

【総評】

4つのゾーンのイメージをまとめるとゾーン1・2・3・4のそれぞれでスケール感に関する共通点が見られた。ゾーン1と2ではどちらも道が細く入り組んだおもしろさや、小規模店舗の賑わいなどを感じる傾向がみられたが、2では掲示物や植栽の存在から親近感を抱くという点で違いが見られた。ゾーン3と4では、どちらも直線的で広い道路や高層建築によるダイナミックな都市のスケール感が似ていると感じる人が多かった。ゾーン3では空間の大きさに違和感を覚える傾向があったが、ゾーン4ではチェーン店等が見慣れたものがあることによって、どこでもある空間と感じるようだった。立川北口においてそこにある物(看板・ストリートファニチャー・お店)の配置位置や密度によって空間の印象が変わっているといえる。今後、エリアごとの特徴を伸ばすには、そのエリアのもつ特有のスケール感を考慮しながら、物の配置や密度の操作を行って変化をつける必要がある。

物品販売 4店/44店

1. 開業年
古布専門店ではな以外の3店舗は米軍基地があった頃に開業し、今日まで経営を続けている。
2. 客層
古布専門店ではなと友生堂時計店は専門性が高く、商店街の近隣住民ではなく、外部からの人々を対象としている。
3. 経営方針
古布専門店ではなは配達をメインがメインであり、売上のほとんどが配達による。
友生堂時計店では、口込みや常連客からの紹介、ネットなどの情報から経営者の腕を聞きつけて、外部から来店する人もいる。
マルゴ洋品店は、売上を重視せず、生きがいとして経営している。

食品販売 6店/44店

1. 販売方法
配達をやっている店が多い。(保坂商会は配達のみで経営している。)
- また、園部肉店と砂川屋米店の2店舗は、配達と店頭両方を行っている。いずれ店舗も売上のほとんどが配達による。
2. 土地・建物所有形態
土地や建物所有している店舗の特徴として、古くから経営し続けていることが見受けられる。
3. 居住性
経営者が店舗の上階に住んでいる場合が多い。
4. 売上低下した理由
ダイエー出店の影響を直に受ける。

美容・理容 4店/44店

1. 開業年
いずれも昔から続く店舗。
2. 客層
商店街が賑わっていた頃は、買い物に来たついでに通りの客が来ることも多かったが、賑わいが少なくなるにつれて、地域の常連客や客の知り合いという客層に変化した。

飲食店 8店/44店 (3店舗をヒアリング)

1. 開業年
1990年以降に出店した店舗が多い。
2. 居住性
テナント店が多く、経営者の居住性は別のところにある。
3. 経営方針
夜間の営業時間にする店が多い。常連客が中心の店舗(たかちゃん)と駅の近くという立地を活かした店舗に分かれる。

コミュニケーション重視

- 昔から経営している店舗が多く、地域の人とのつながりを重視している
- 高齢の経営者が生きがいとして営業している店舗(キュービー理容、マルゴ洋品店)と売上を配達によって頼り、店頭をコミュニケーションの場として営業している店舗(園部肉店)の2グループに分けられる

これから

- 高齢化進行によるコミュニケーションの場の重要性の高まり
- 集合住宅が多く建ち、居住者の顔が見えない現状は不安である
- 福祉の充実を望む声が高まっている
- 採算度外視や閉店する可能性がある店舗の継続性が危うい

↓

- コミュニケーションの場、福祉の場としての商店街
- 店舗経営者の大半が高齢で、楽しみ、生き甲斐としての営業できる

駅近重視

- 1990年以降、新しい店舗が駅からの利便性を重視し、シネマ通りを出店する場所として選択
- これらの出店時期は、立川駅周辺にマンションが多く建てられ、利便性に惹かれる居住者が増加した時期と重なると推測される
- 客層として、もとの地域住民も考えられるが、新規居住者が想定され、彼らの存在がシネマ通りに出店する理由となつてはどうかと推測される
- 商店街としての盛り上がりが必要としない

これから

- 商店街の盛り上がりが必要としない業態
- 商店街の活動への関心も薄い

↓

- 利便性を重視した新規居住者のニーズに合致
- 駅近ながら店舗数が減少傾向にあるシネマ通りに適合する
- 商店街の一体感が弱まり、衰退に拍車がかかる可能性がある

配達重視

- 米軍撤退やダイエー出店の影響を受け、経営状況が悪くなり、生計を維持するために配達を主な販売方法としている店舗
- 専門性の高い商品や技術を扱うことで、地域外の人を客層としている店舗
- 昔からの食品販売店が現在まで残っている要因ではないか

これから

- 商店街衰退に対応
- 店頭外営業によって得られたものを活用
- 店頭を違った用途として活用(園部肉店の地域密着型の店頭販売)
- 地域外の客層や外部とのネットワークを活かした店舗の在り方



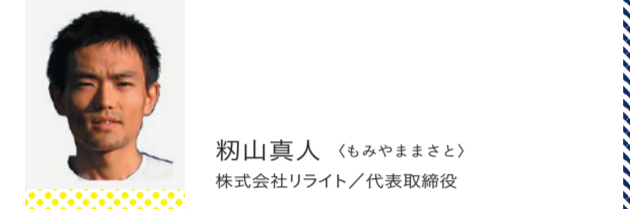
6

郊外都市賦活の方法論

2012年後期の学域横断型授業では、立川市をフィールドとして、郊外都市を賦活する(課題を解決し、元気にすること) 具体的なプロジェクトの企画立案を3つのユニットに分かれて行った。建築や都市計画といった、具体的な空間計画ではなく、それを作り上げるプロセスも、アウトプットの形も異なるユニットが走るようになった。

合意形成論

どんなイノベーションなアイデアであっても、地域課題の解決に結びつけるためには、さまざまなプレイヤーでの合意形成が必要となる。まずは学生自身が、チーム内での合意形成を通して、いかに合意形成プロセスを円滑化するかに考える。



棚山真人 (もみやま まさと) 株式会社リライト/代表取締役

アクションプランニング

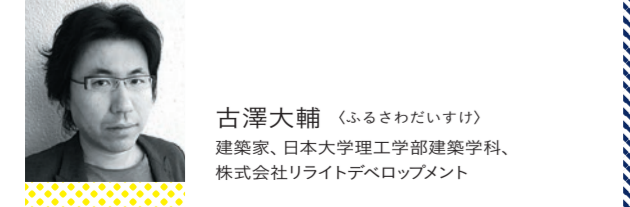
チームに期待する条件はたどつ、アイデアをペーパーに落とし込むだけでなく、実践しながら地域課題解決の糸口を見出す、実践型リアルプロジェクトと設定した。教室を飛び出し、自分たちのアイデアを実際に地域の人に届けたい。そこで、そこから発生したリアクションから得た実践をもとに、アイデアを徐々にブラッシュアップするプロセスを学ぶ事とした。



酒井博基 (さかい ひろき) 株式会社リライト/Creative Director

既存計画論

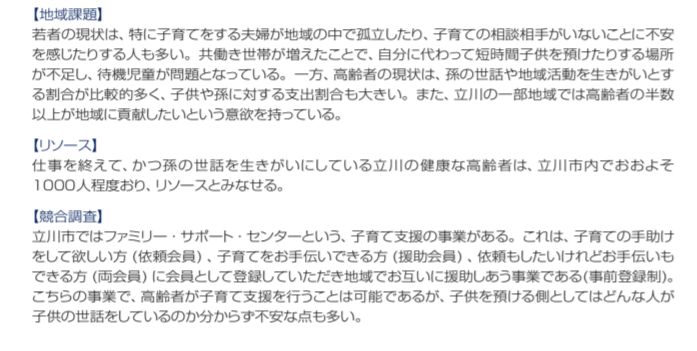
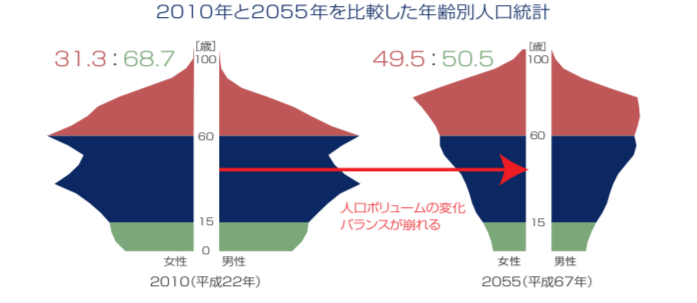
3.1以降、都市・建築に関わる専門家が都市の将来像を打ち出す必要性が高まる中、「計画」という言葉の重要性が再浮上している。成熟した社会において必要となる計画とは、白紙からの計画という近代的な手法ではなく、眼前にある都市或はその背後にある社会構造といった目に見えない、見えにくい既存の資産を最大限活用した計画であることに異論はないだろう。



古澤大輔 (ふるさわたすけ) 建築家、日本大学理工学部建築学科、株式会社リライトドキュメント

寺孫屋(てらまごや)

一地域の高齢者と子供をつなぐ新しいカタチのソーシャル出会い系サイトー 元気な高齢者と地域をつなぐ新たなソーシャル出会い系サイトである。このサイトを利用して高齢者と子供、そしてその親である若者をマッチングさせる。



寺孫屋の仕組み

【課題解決手法-寺孫屋】 寺孫屋は高齢者と子供をつなぐ新たなソーシャル出会い系サイトである。このサイトを利用して高齢者と子供、そしてその親である若者をマッチングさせる。



寺孫屋の使用方法

【高齢者と若者それぞれの役割】 ①出会い系サイトに登録し、高齢者は趣味・特技や、若者は子供の特徴等をHP上で公開する。②HP上の情報を見直し、お互いに、子供や自分の子供に合いそうな高齢者を見つける。



立川しりとり

「街の楽しい発見の仕方」 郊外都市には、誰にも使われていない「もったいない」スペースが多いことが、チームの共通認識として受け止めなければならぬ。リアクションを得るまでのプロジェクトに昇華させることは簡単なことではないが、学生自身、こういった実感を肌で感じながらプロジェクトに取り組み姿勢そのものが、地域課題解決のアプローチにおいて重要であると考えた。



立川しりとりをする中...場所の細部が見えてくる

2. 立川しりとりが指すもの

<ベジタブル> オーバースクール計画の一見に見える郊外都市。しかし、個性や固有の魅力は存在しているはず。それを市民が見つけ、活用していくことで、街は魅惑的になるはず。

3. 立川しりとりルール



4. 立川しりとり参加者の反応

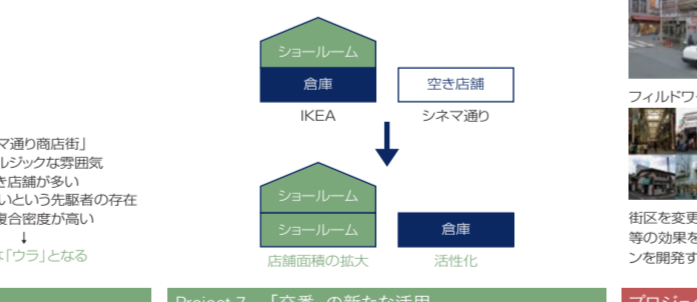


既存計画論

既存都市の構造を新しい解釈をすることによって生まれる実践的な計画手法の提案



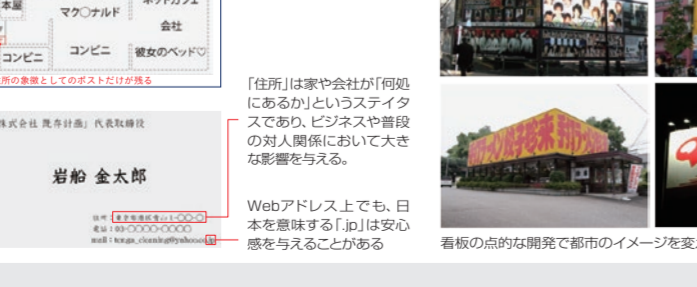
Project 1 「ウラ立川」を見つける



Project 3 シーンの編集



Project 5 ポストハウス



Project 6 「看板」が都市の再記述



プロジェクトの連携 - 計画



提案に対する議論と今後に向けて

この議論は2012年1月16日に行われた学域横断型講義の最終発表会で行われた議論をまとめたものである。発表会には講師の他、杉浦芳夫(地理環境科学域 都市環境学部長) 吉川徹(建築学域)が参加した。

「発表時に交わされた議論をまとめたテキスト」 <ユーザー設定に関して> 「どのくらい子供を想定しているのか?」 <高齢者の信頼性に関して> 「ベビシッターのようなものか?」 <運営者のホスピタリティに関して> 「運営者のホスピタリティはブランディングすることが必要。」

「しりとり」の可能性を追求する

一般市民の都市計画に対する発見・発信に対するモチベーションとして「ゲーム感覚」に目をつけたが面白い。この手の取り組みはだらしないようなモチベーションが必要。そして「しりとり」ツールは人が増えないもの。極く良いツールを選んだからこそ、メリツクや可能性を十分に発揮して運用していくことが大事。(吉川)

「しりとり」ということ

「しりとり」ということにも継続性のあるものにして、今回は実験的なもので参加人数が少なくはなかった。一日のつどやきが多くても、長く長く続いて参加者がどんどん増えて行くようにしたい。(井上)

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 街の中にある白いもの、等お題を与えるよいのでは。都市の読み込みをするなら、言葉も都市もどちらの構造も担保できる仕組みがほしい。(門脇)

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 「ゲームのしやすさを取るが、都市分析の視点を取るか?」 「1対1という都市空間に円周率の数字をあてはめる古代の記憶術のように、言語空間と都市空間の相性はよく、互に共存している。しかし

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 「既存計画論は既存の都市構造を融解させるものだと思うが、「融解」がキーワードになるのでは?」 「既存計画論は既存の都市構造を融解させるのではなく、「融解」がキーワードになるのでは?」

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 「「しりとり」の感想... 街の中にある白いもの、等お題を与えるよいのでは。都市の読み込みをするなら、言葉も都市もどちらの構造も担保できる仕組みがほしい。(門脇)

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 「「しりとり」の感想... 街の中にある白いもの、等お題を与えるよいのでは。都市の読み込みをするなら、言葉も都市もどちらの構造も担保できる仕組みがほしい。(門脇)

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 「「しりとり」の感想... 街の中にある白いもの、等お題を与えるよいのでは。都市の読み込みをするなら、言葉も都市もどちらの構造も担保できる仕組みがほしい。(門脇)

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 「「しりとり」の感想... 街の中にある白いもの、等お題を与えるよいのでは。都市の読み込みをするなら、言葉も都市もどちらの構造も担保できる仕組みがほしい。(門脇)

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 「「しりとり」の感想... 街の中にある白いもの、等お題を与えるよいのでは。都市の読み込みをするなら、言葉も都市もどちらの構造も担保できる仕組みがほしい。(門脇)

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 「「しりとり」の感想... 街の中にある白いもの、等お題を与えるよいのでは。都市の読み込みをするなら、言葉も都市もどちらの構造も担保できる仕組みがほしい。(門脇)

「しりとり」の感想

「しりとり」の感想... 「「しりとり」の感想... 街の中にある白いもの、等お題を与えるよいのでは。都市の読み込みをするなら、言葉も都市もどちらの構造も担保できる仕組みがほしい。(門脇)

「しりとり」の感想

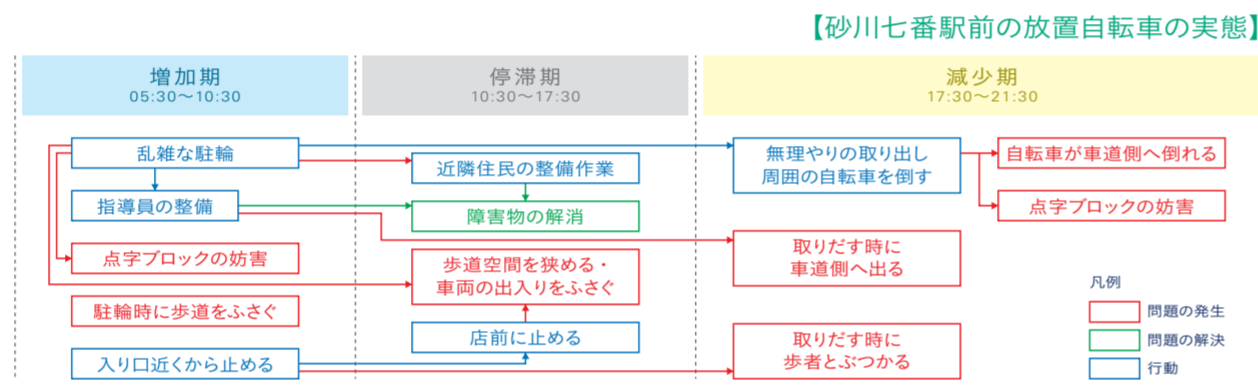
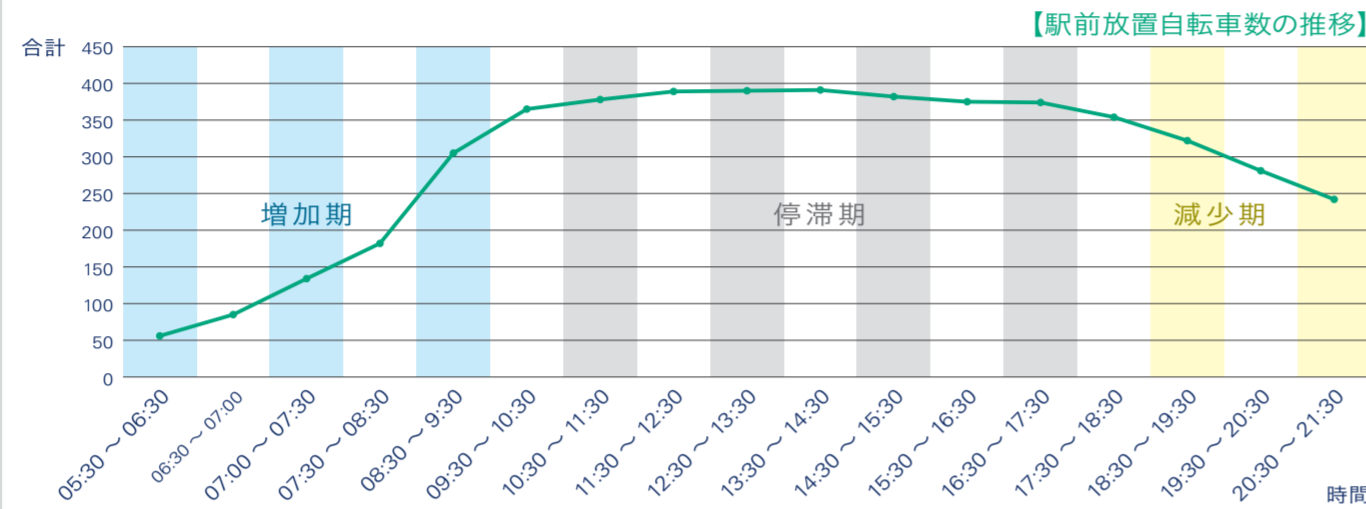
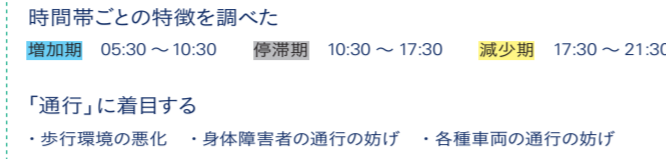
「しりとり」の感想... 「「しりとり」の感想... 街の中にある白いもの、等お題を与えるよいのでは。都市の読み込みをするなら、言葉も都市もどちらの構造も担保できる仕組みがほしい。(門脇)

2012年度前期授業では4班に分かれ、多摩都市モノレール沿線とその周辺を対象に、現代の郊外都市の実相とそこでの地域課題について明らかにするためのフィールドワークを行った。対象地域は豊田(日野市)での高齢者の買い物支援、高幡不動(同)での地域社会と宗教施設との関係、上北台(東大和市)でのモノレール開通ともなう人口増と景観変化、高松(立川市)での自転車の駐輪場所をめぐる問題である。それぞれ個別のテーマ、異なる地域での調査ではあったが、結果的に現代の郊外都市における住民構成の変化が住民の生活課題に及ぼす影響を消費、交通インフラなどの観点から切り取るものとなった。いずれも今日の郊外都市の課題をとらえる上で興味深く、また重要な論点を含んだテーマである。履修者は都市環境科学研究科内の計4学域から参加し、まさに学域横断的なメンバー構成であった。そのため、各テーマへのアプローチも個々の学生がこれまでに学んできた学問領域にそった枠組み設定、調査法によって進められ、非常に学際的なものとなった。郊外都市を歩き、地域社会の実態・課題の把握を進めながら地域調査のスキルを修得したことも授業全体の成果として挙げられる。(山本薫子)

多摩モノレール立川市管轄の自転車放置問題について

- 高松駅・砂川七番駅を対象として -

この研究では高松駅、砂川七番駅での自転車放置問題について現地での集計調査、立川市へのヒヤリング調査を実施し、実態把握と自治体の対応に関する考察を行った。多くの自転車は通勤、通学のために用いられており、立川市は指導員を配置するなどの対策をとっているが、車道へのはみ出し等安全面での課題が残っている。

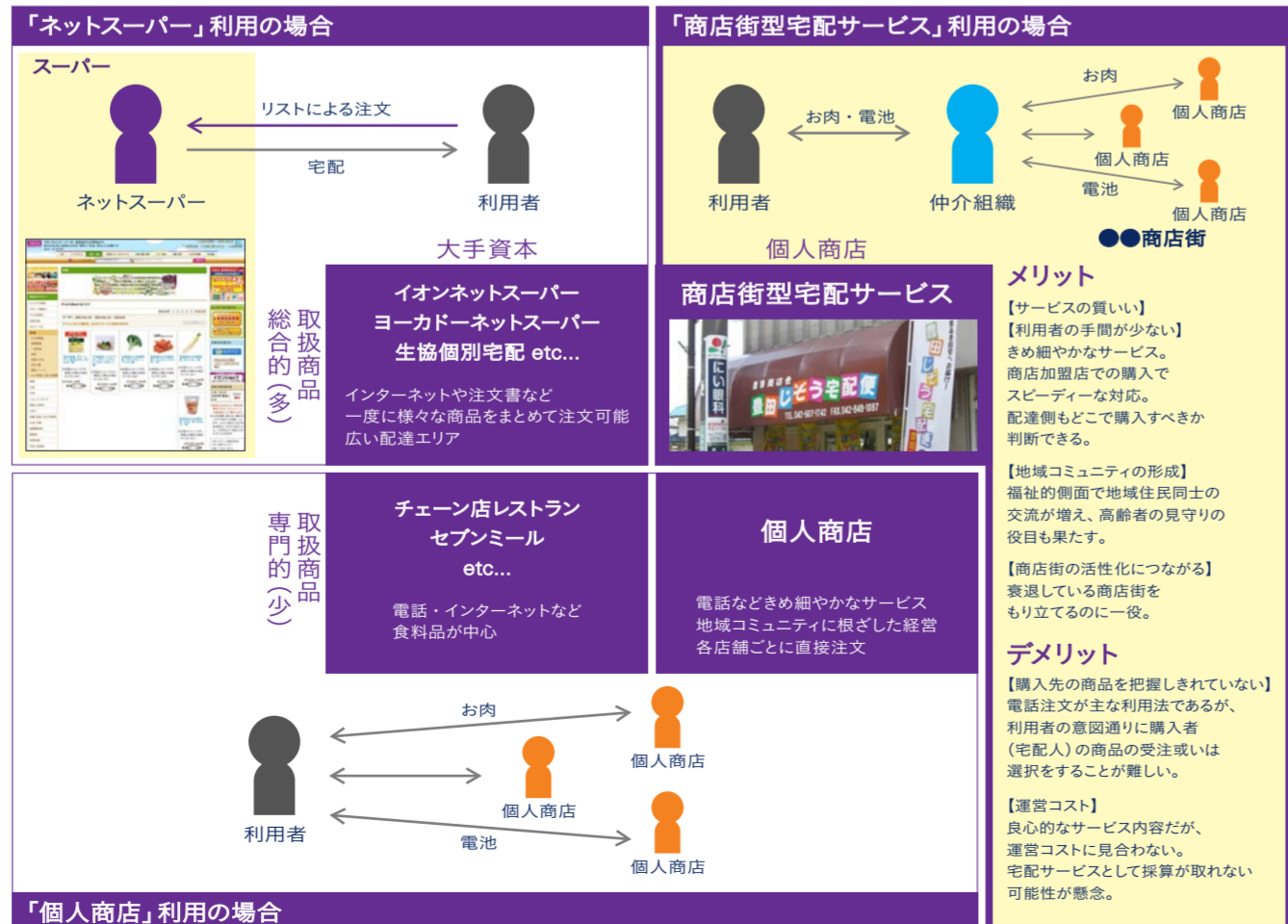


都市郊外における買い物環境に関する研究

- 豊田商店会を事例とした商店街型宅配サービスの可能性 -

この研究では、日野市の豊田商店会が行っている商店街型宅配サービスについて調査し、高齢者も多い郊外住宅地での「買い物弱者」に関する実態と課題の把握を行った。分析では、ネットスーパーやチェーン店、個人商店などがそれぞれ行っている宅配の長所短所を調べ、商店街による宅配サービスの特徴や利点、課題を明らかにした。

【宅配サービスの分類】



郊外都市における寺社についての利用者の活用方法について

- 高幡不動尊を事例に -

高幡不動尊の来訪者に関する実態調査を実施し、郊外における寺社の利用状況、役割について考察した。調査では、近隣住民や観光客が散歩や鑑賞を楽しんでいること、年代や目的によって好んで利用する場所が異なっていたことがわかった。特に、五重塔周辺は年代を問わず来訪者がおり、寺社の象徴としての機能も果たしている。



A. 弁天堂付近

- ・「散歩」や「鑑賞」活動傾向が高い。
- ・水辺に利用者は集まる傾向があると考える。



B. 五重塔付近

- ・参拝とともに「鑑賞」活動が多いが、不動堂で行われる祈禱に耳を澄ませる利用者もいた。



C. 奥殿付近

- ・「鑑賞」活動が最も高い傾向を示す。



D. 稻荷社等近辺

- ・参拝行動とともに、施設の「鑑賞」活動も合わせて行っている傾向にある。



E. 大日堂付近

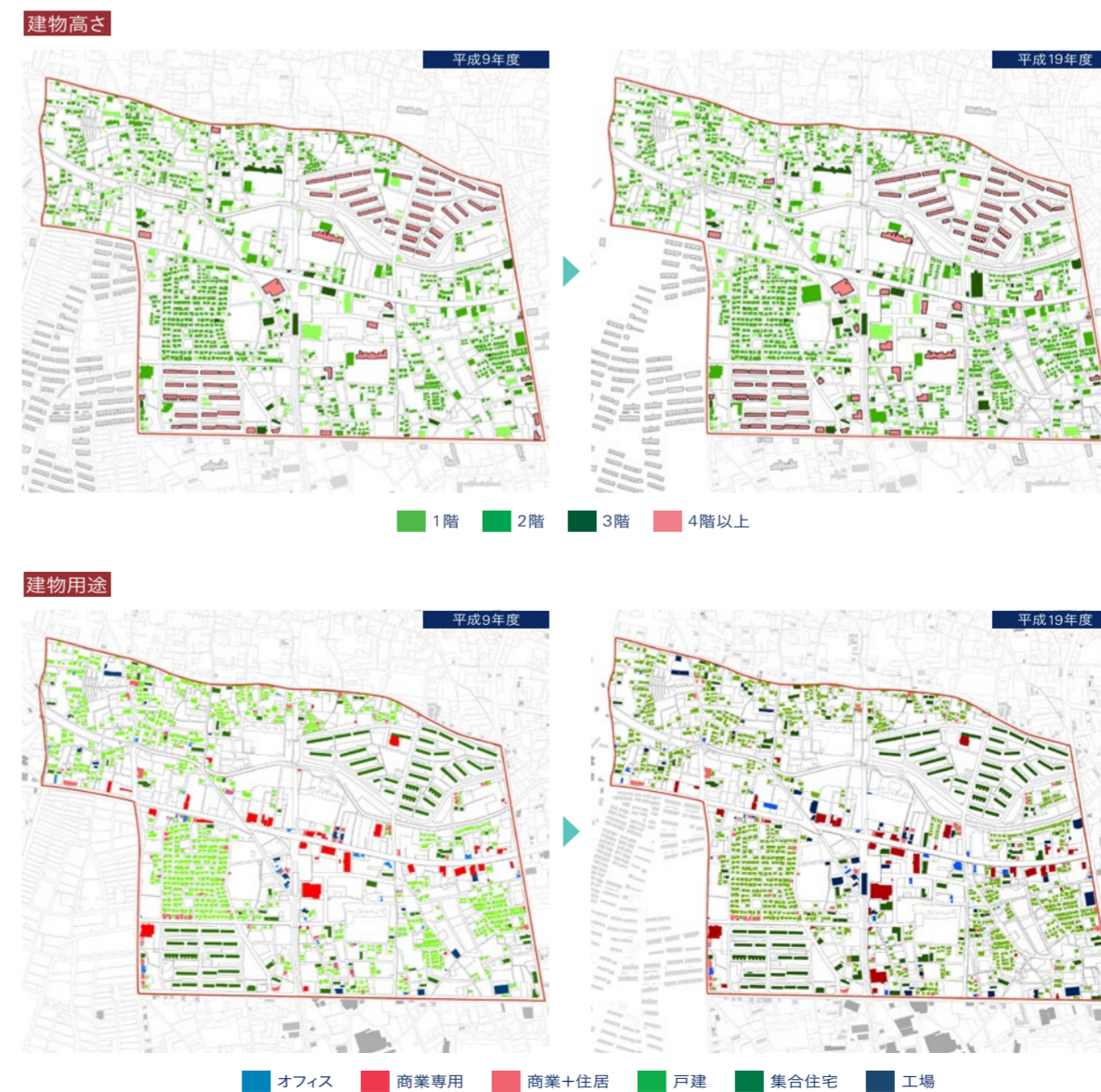
- ・緑地が多く、「散歩」や「写真」、「鑑賞」活動傾向が高い。



景観からみる街の変遷

この研究では、多摩都市モノレール上北台駅の開業(1998年)が周辺地域の景観変化にどのような影響を及ぼしたか、土地利用状況の変化を中心に分析を行った。土地利用状況および写真分析の手法を用いることで、駅建設・開業にもなって駅前ロータリーの整備、集合住宅の建設が進められていったことが明らかになった。

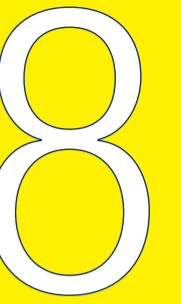
【土地利用状況】



【多摩都市モノレール上北台駅周辺】



郊外都市賦活の方法論



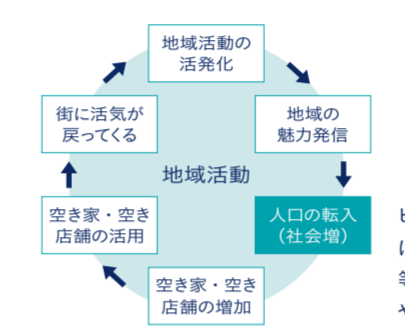
2012年後期授業では、フィールドを東京の西郊を対象にして、郊外都市を賦活する(課題を解決し、元気にすること)具体的なプロジェクトの企画立案を3つのユニットに分けて行った。「既存計画論」は古澤が担当したユニットであり、2011年と引き続き同じテーマに新しい学生が取り組み、国分寺駅前を対象として計画論を発展させた。「真剣60代 多摩り場」は初山が担当したユニットであり、学生が自身の問題意識を徹底的に議論しながら発展させ、シンプルだが骨組みのしっかりした提案を作成した。「地域活動をサポートし、立川が選ばれる街を目指すプロジェクト」は酒井が担当したユニットであり、新しいアクションを実践することを念頭に置いたプロジェクトの企画を立案した。

二つの学域から学年の異なるメンバーが参加し、丁寧な検討を重ねて提案を練り上げており、昨年と同様に提案を練り上げるアプローチそのものの多様性が、成果やその内容の多様性をもたらしている。(要延伸)

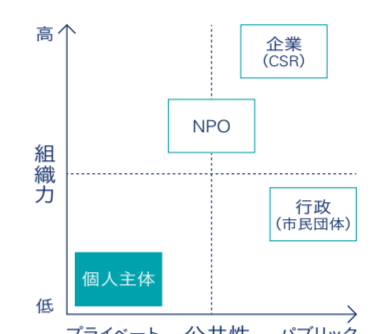
地域活動をサポートし、立川が選ばれる街を目指すプロジェクト - 住みたい街ランキングを用いて -

立川市に注目し、町内会やボランティア団体だけでなく、その地域に関わる団体を広く「地域活動団体」ととらえ、それらの連携を通じた地域活性化のあり方について検討を行った。そして、「住みたい街」として立川が選ばれるためのイメージアップのために地域活動の役割は大きく、また情報発信も重要であると考えた。

【地域活動から生まれるイメージの好循環】



【地域活動団体の位置づけと評価】



	小回りが利く	テーマ性がある	合意形成が取りやすい
個人主体	◎	◎	◎
NPO	△	◎	○
企業	△	○	△
行政	◎	△	○

イメージアップに繋がる「小さな魅力を生み出すこと」は個人主体の地域活動に一番可能性を感じる。

【個人主体の地域活動団体の課題と、サポートするクラウドカフェへの提案】

個人主体の地域活動団体の課題	クラウドカフェの現在のサポート	追加するサポート	ワークショップ
NPO・企業などに比べて寄付金が受けにくく、資金が少ない	利用者が低資金で気軽に活動拠点スペースを持てる。 クラウドカフェ: 12,000円/日 レンタル(外資前): 34,200円/3時間	活動の客観視としての見つけなおす場	地域活動団体の活動報告 2012年の活動/2013年の抱負
情報発信力が乏しい	東京ウェッサイ(ラジオ)との連携による情報発信の場を提供している。	活動を評価する認めあう場	ディスカッション "立川が選ばれる街になるためには"
理解してくれる人があまりいない	あおぞらガーデン(立川ルミネ)等との連携により、活動を支持してくれる人との出会いの場を提供している。	活動を俯瞰してみる視座を高める場	プレゼンの発表 + 選ばれる街になるには? 立川のこれからの可能性・郊外都市の今後について

→ 住みたい街ランキングから考える街づくりアクション

真剣60代 多摩り場 - フレッシュシニアと老人クラブのマッチングサービス -

多摩地域では高齢化が進んでいるが、60代にはまだまだ健康で「元気高齢者」と呼ばれる人々も多いことから、定年退職者の生きがいづくりに関する提案を行った。すでに多くのイベントが各地で実施されているが、一人では参加しづらい高齢者も多い。このため、より多くの人々を巻き込む「新歓」ワークショップを提案した。



【本企画のねらい】

やりたい事が見つからない定年退職者にハッピーなセカンドライフを送ってもらうため、人生における「やりたい事」「実現の場」を見つけてもらう。

【背景】

高齢化社会である日本において、総人口に占める65歳以上の人口の割合は年々増加しているにも関わらず、少ない割合の高齢者(定年退職者)が「やりたいこと」を見つけていない現状がある。その原因として、「やりたい事が分からない」「実現する場を見つけていない(アクセスできていない)」等が考えられる。

また、高齢者による相互扶助組織である老人クラブ・サークルは、近年会員数の減少や会員の高齢化が進行しており、組織のメンバーの健全な新陳代謝が機能していない状態にある。その要因として、活動内容の周知の不足などがあげられる。

【企画目的・内容】

定年退職者が「やりたいこと」「実現の場」を見つけてもらうための、体験型「新歓」ワークショップイベントを開催する。

毎年4月下旬の一週間を「フレッシュシニア新歓week」期間として設定し、多摩地域の各老人クラブやサークルなどによる定年退職者を対象とした体験型ワークショップを開催する。体験型という形式をとり、定年退職者は思いもよぬ様々なアクティビティやその具体的な内容を知ってもらう事を目的とする。加えて、「実現の場」である各サークルの活動の雰囲気も感じることができ、「クラブに馴染めるか」「どんな人がいるか」といった不安を解消できる。

クラブ・サークル側は、「発表の場」「発信の場」として新歓weekを位置づけ、さらに体験型ワークショップの企画・準備を通してメンバー間の親睦を図る事を目的とする。

ワークショップは、「春の楽市」内での出張体験型のもの、各団体の活動場所での現地体験型のもの2種類を行う。

【運営・実施方法】

各団体の代表者によって運営委員会を組織し、新会員を募集している団体を中心に「新歓week」への参加を促す。

既存計画論

既存計画論とは白紙からの計画という近代的な手法ではなく、眼前にある都市あるいはその背後にある社会構造といった、眼に見える/見えない既存の文脈を最大限活用した計画のことである。国分寺駅周辺の都市計画道路、空地、駅ビルなどの既存の文脈を実態調査に基づいて発見し、それらをよりよく活用していくための提案を行った。具体的には12の文脈を発見し、それを使った9つのプロジェクトを考案し、それらを束ねた3つの計画を提案した。

【12の文脈】

- 災害
- 学校
- 地形
- 公園
- 駐車場
- 都市計画
- Y字路
- 商業
- 駅前
- 空地
- イベント
- 狭小道路

【9つのプロジェクト】

01【都市計画道路】

発見 幹線道路の国分寺街道は拡幅予定のままであり、「渋滞の発生」、「歩車分離が行われていない」などの問題が発生している。

提案 拡幅予定部分の暫定的利用。(仮設建築、広場などの公共の空間)
・ 出店希望者に対して、ハードに対するハードルが下がる
・ その場、空間の使い方の幅が広がる

主体 建築家、アーティスト: 企画・計画
行政: 条例などにより誘導規制

02【再開発によってできた空地の活用】

発見 国分寺市によって国分寺駅北口再開発が行われている。再開発用地として暫定的に使われていない大きな空地が存在する。

提案 都市の空地の壁面を利用してパブリックビューイングを行う。
・ 使われていない空間を、イベントで人を呼び込むことによって暫定的に使用する

主体 行政: イベントの企画、スクリーンの貸与

03【駅ビル(マルイ)プロジェクト】

発見 本来、大型商業施設は外部からの集客を見込むが、国分寺駅においては施設を利用する客層はほとんどが近隣住民である。

提案 マルイに市民のためのプログラムを入れる。
・ 駅ビルマルイの位置づけが、外から人を呼び込むための商業施設から、国分寺市民のためのものとなる

主体 マルイ: スペース貸与

04【スクールゾーン】

発見 地域一帯にスクールゾーンに設定されている道路が多く、それが面的に広がっている。また、子どもの遊び場が少ない。

提案 既存のスクールゾーンを下校時間帯にも設定。帰りを広場化。(歩行者天国)
・ 子どもが下校時に帰りがたむろすることができる。

主体 行政 (or 警察署): スクールゾーンの時間指定

05【駐車場】

発見 街に点在する駐車場の潜在的可能性。

提案 一区画を市が駐車場管理会社から借りる。(or 買う) その部分を多目的広場として移動販売車や住民にレンタルする。
・ 建物を建てることなく、駐車場とは別の機能を埋め込むことが可能

主体 行政: 駐車場借用(賃取り)
住民、営業者: 利用

06【Y字路利用】

発見 国分寺駅の南側は地形の影響もありY字路が点在している。地域(商業系、住宅系)によって使われ方が異なる。

提案 地域のネットワークの拠点となるような場を作る。
駅前: コミュニティカフェ / 住宅地: イベントスペース
・ Y字路という地域の目印となる場所で、拠点の活動が可能

主体 行政: 土地借用
地域の学生、NPO 団体: 利用

07【狭小道路】

発見 地域に狭小道路が数多く存在し、緊急車両が進入することができないなど、防災上の脆弱性がある。

提案 ある程度の間隔で点在する自動販売機やゴミ捨て場に防災装置を付属。
・ 防災装置(消火器などの防災工具)、ライフラインの補填
・ 災害が起こった際に、地域住民が助け合って活動を行う

主体 民間(セコム、コカ・コーラ): 設置、管理

08【階段プロジェクト】

発見 国分寺駅線が通っていることにより高低差が激しく多くの階段が存在し、高齢者がそのまま使うには難がある。

提案 国分寺に点在している階段を休憩スペース付の階段に変える。
・ 階段のレベル差の解消という機能だけでなく、留まって休憩するという機能を加える。

主体 建築家: デザイン

09【バスアナウンス】

発見 バスアナウンスは地域のコアな情報を持つが、結局情報をうまく伝えることができていない。

提案 アナウンスをバス会社ではなく、お店の人が行う。(看板娘や頑固親父) 同時に、車内に液晶モニター映像を導入し、アナウンスと同時に流す。

主体 バス会社: 募集
営業者: 応募、アナウンス

【3つの計画】

計画 I

駅前パチンコ屋のディスプレイを使い、パブリックビューイングを楽しむ
・ パブリックビューイングを見るために駅の階段は劇場の座席のように
・ 駅ビル(マルイ)でパブリックビューイングを行うことによって、国民的大規模イベントの感動を国分寺駅で国分寺市民の内で共有する

主体の連携
行政: イベントの企画、スクリーンの貸与
マルイ: スペースの貸与
建築家: 階段のデザイン

計画 II

地域のコアな情報を発信するバス会社は、店舗などのオープニングイベントを後押しする役割を果たす

主体の連携
建築家、アーティスト: 企画・計画
行政: 条例などにより誘導規制
バス会社: バスアナウンス
行政: 土地借用
地域の学生、NPO 団体: 利用
バス会社: バスアナウンス

計画 III

道路や駐車場といった学校ではない場所が新しい教育の場になる
ex.) 学童、移動図書館、地域の防災訓練

主体の連携
行政 (or 警察署): スクールゾーンの時間指定
行政: 駐車場借用(賃取り)
民間: 設置、管理

学童
移動図書館

FIELD REPORT FROM SUBURBAN CITY

研究を進める中で連携をとったり、協力をいただいたりした、
郊外都市での具体的な動きをまとめました。

1. 東京ウェッサイ

社会的にも意義があり、ユニークな取り組みをしているのに、発信する場所がないと感じている人。「同じ想いを持って、活動している人があるんじゃないか？」そう思いながら、それぞれバラバラにプロジェクトに取り組んでいる人。

そういった想いを広く発信する場所、そして同じ想いを持った人たちに出会いの場所を提供したい。「東京ウェッサイ」は、そうした考えからスタートした、コミュニティ FM を使った新しい取り組みです。

「東京ウェッサイ」とは、TOKYO WEST SIDE、そう「東京の西側」という意味。戦後、東京のにしがわはベットタウンとしての機能を果たし、近年より利便性は高まりつつある一方で、どこも同じような街になってしまったのではないかと思います。街並みはもちろん、地域文化やアイデンティティのようなものも同時に失ってしまったとも言えるかもしれません。

みんなの想いがいつか形となり、東京の西側から新たなカルチャーを発信していきたい。「東京ウェッサイ」という名前には、そうした願いが込められています。



2. シネマ通り (シネマ通り商店会)

立川駅北口から歩くこと数分、大通りから一歩足を踏み入れると、「シネマ通り商店会」という、350メートル程度の小さな商店街があります。

シネマ通りという名前の由来は、かつてこの商店街に映画館があったことから名付けられたそうです。まだ立川に米軍基地があった頃は、シネマ通りは基地ゲートの目の前に立地していた飲み屋街としても、大変な賑わいを見せていた時代もありました。



その後、立川基地が返還されたことや、立川駅周辺の再開発が進み徐々に人の流れが変化したこと、商店主の高齢化などに伴って、かつては賑わった商店街も、現在ではシャッターを閉めたままとなっている建物も少なくない状況です。

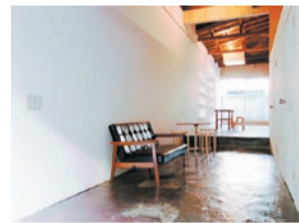
4. 谷保プロジェクト「やぼろじ」

国立市谷保で活動している、都市農とコミュニティの再生をはかるプロジェクトです。地域で活動する市民の組織、建築家、大学生、大学研究室が協働し、放棄農地の再生、空き家の再生などに取り組んでいます。谷保は江戸時代よりの歴史のあるエリアであり、近隣には谷保天満宮や茅葺きの農家が残り、古からの人のつながりも残っています。一方で計画的ではない農地の宅地化が個別散在的に進み、小さな道路と農地が入り組む迷路のような空間が作られています。プロジェクトでは地域のこうした状況を丁寧に読み取り、様々な人のつながりを形成しながら、空き家となっていた、昭和30年代につくられた住宅をシェアオフィスとコミュニティカフェの複合拠点として再生しています。



3. 「立川空想不動産」シネマ通りプロジェクトについて

そんなシネマ通りは、かつて賑わっていた時代の情緒を残す物件がまだまだ数多く残るエリア。よくも悪くもそれは、立川に残る唯一の立川らしさでもあります。しかし、このまま中心市街地の空洞化に歯止めが効かなければ、それらはマンションとなり消えていくのです。いわゆる懐古主義的に建物や街並みを残すのではなく、雰囲気を残しつつ、使い方を変えることで新しい価値を付加はできないだろうか。「立川空想不動産」シネマ通りプロジェクトは、そうした想いからスタートしました。



調査にご協力をいただいた皆様

1. 株式会社 なかやま不動産

賃貸・仲介・管理、不動産コンサルティング業務等を行っている地域密着の不動産屋である。親身な接客が印象的であり、新規居住者(特に、高齢者)に関しては業務内の関係のみならず、賃貸住宅紹介後も地域の生活に関することなどで頼られることもしばしばあるようだ。

4. 立川市 産業文化部 産業振興課 産業振興係

商業、工業、農業をはじめとする市内の産業全般に渡る振興を行うとともに、まちの魅力を発信する観光の振興を行っている。また、働きたい人への就労支援や中小企業で働く人への勤労者福祉支援、中小企業を対象とした事業資金の融資あっせん等の業務もを行っている。

2. 立川市 福祉保険部 高齢福祉課

高齢者を対象とした事業や相談、福祉会館やシルバー大学などに関することを行っている。高齢者の住宅に関しては在宅支援係が対応している。他の福祉機関と連携しており、統計は市役所内で閲覧できる。

5. たちママ探検隊

2006年に市民、企業、行政との子育て支援協働事業として生まれた団体。一般公募により集まった立川市在住の小さな子どもを持つ母親たちによって構成され、商店街等の地域情報を母親目線で紹介する「子育て応援たちかわマップ」を作成している。母体には、立川の子育てを応援する市民団体「夢たち応援団」がある。

3. 地域包括支援センター

高齢者の支援・相談を中心となって行っている機関で、市内6か所に設置されている。その他の事業として、介護予防、高齢者の権利擁護などを行っている。高齢者の生活実態に詳しい。

6. NPO法人育て上げネット

立川市高松町で活動する、コミュニケーションが苦手、働くことが不安、やりたいことが見つけれない・・・若者たちとその保護者、関係者に対して様々な形をサポートを実践するNPO。若年者就労支援事業、企業連携事業、保護者支援事業、キャリア教育事業、官公庁ソリューション事業などを展開。