

景 / 観 / 文 / 化

NPO法人 景観デザイン支援機構 けいかん・きこう

<http://www.tda-j.or.jp>

2019-03-01

特集：公共的な外部空間のあり方を問う



カナドコロ（川崎市新百合ヶ丘付近）：小さなマネジメントによる「地の空地」づくりの実験

目次

P1

■巻頭

「地」のオープンスペースのあり方を問う / (写真・文) 遠藤 新

P2～5

■TDA NEWS

特集：公共的な外部空間のあり方を問う 誰のためのパブリックスペースか？

／泉山 壘威

プレイスメイキングでまちのプレーヤーに起こる変化 / 山中 佑太

土地区画整理事業から生まれた新たなサードプレイス / 堀江 佑典

川崎駅周辺地区における道路空間利用 / 笹原 克

P2～3

■日本のランドスケープ黎明期

深谷 光軌 / 井上 洋司

P6

■シリーズ：地域から

大垣市 その1 / 西田 拓馬

■景観ビジネス最前線 / カネソウ(株)

■ホワイトボード

「地」のオープンスペースのあり方を問う

「土地余り」の時代になり、オープンスペース（空地）は量よりも質が見直されている。一般的に空地が人に対してもたらす価値には存在価値と利用価値がある。前者は住宅地の日照通風のための空地、防災のための緑地などに見られる価値であり、後者はその空地を人がどれだけ・どのように利用するか、つまり利用の「量とあり方」に現れる価値である。空き地・空き家が增える昨今、空地はその利用価値を通して質が問われるようになった。

例えば近年リニューアルされた南池袋公園には多くの人々による様々な賑わいと交流が見られる。背後には、賑わい利用を持続させるべく管理者による積極的なマネジメントの努力がある。このような賑わいの場づくりは、道路や広場の社会実験やエリアマネジメントなど公民連携による広がりを見せている。ただ、相応の賑わい量を生み出すにはマネジメントにかかる熱量の大きさが求められ、横展開のハードルは高い。

このような高い賑わいとマネジメントのある空地を「図の空地」とするならば、土地余り時代の都市が本当に問題にすべきは「地の空地」の利用価値ではないか。求めるべきは大きな賑わいではなく、少数でも市民の日常的な利用のある空地としての利用価値である。空地のマネジメントはそれ自体が目的ではない。その空地の利用価値を管理者が目算し、空地にどの程度の労力やコストをかけるのか、つまり空地をどのように所有したいのかという意欲や態度を反映するものである。「地の空地」に必要なのは、コストや手間の負担が小さく手軽なマネジメントである。

米国や豪州で一般的なプレイスメイキング手法は住民の日常生活や利用の実態をベースに地の公共空間をデザインする手法でもある。サンフランシスコの道路に展開するパークレットは、店舗等が地先に小さな日常の公共空間を提供する民設民営の取り組みである。小さくても日常に関わる「地」の公共空間だからこそ多くの市民の共感を得て広まった。こうした小さな利用とマネジメントを支えるのは都市住民の意識と日常的実践力である。土地余りの時代の都市では「地の空地」のあり方を通して市民力が問われているのである。

工学院大学建築学部まちづくり学科教授 遠藤 新

特集： 公共的な外部空間のあり方を問う

車社会が前提で始まった1970年代からのいわゆる歩行者天国的な公共空間／道路等の空間利用とは異なる、外部公共空間の利用が各地で、盛んに行われるようになって来ている。このような現象の背景と現況を今回その第一線を知る方たちに語ってもらった。

1 誰のためのパブリックスペースか？
当事者がマネジメントするパブリックスペース

泉山 聖威
東京大学先端科学技術研究センター助教
／一般社団法人ソトノバ共同代表理事

パブリックスペース活用が盛んになっている。その潮流は世界中でも起きているが、日本では特に賑わいや活性化と呼ばれるような、商業活動の活発化や地域経済成長に重点が置かれている。

例えば、米国・サンフランシスコ市のマーケットストリートの整備計画で見れば、プロジェクトのゴールは次のように設定されている。

1. 全ての利用者の安全性を高める
2. 公共交通機関のパフォーマンスと信頼性を向上させる
3. 老朽化したインフラの交換と更新
4. 21世紀のサンフランシスコの街路デザインのための新しい基準
 - a. 耐久性、メンテナンス性、そして手頃な価格
 - b. 持続可能で柔軟
 - c. 社会的に魅力的で包括的
 - d. エレガント
2. マーケットストリートは街の中心部を統一する必要がある
3. マーケットストリートは市の幹線道路として機能するはず
4. マーケットストリートは激しく、活気に満ちた、ヒューマンスケール

本稿では、米国・サンフランシスコ市マーケットストリートを事例に、これからの公共的な屋外空間のあり方を考察してみたい。

■マーケットストリートのストリートデザイン

マーケットストリートは、サンフランシスコ市を斜めに貫くメインストリートである。1970年から80年代に、路面電車が地下化されている。その際的设计原則は以下のように定められている。

1970年代のマーケットストリートデザインの計画の4つの設計原則

1. マーケットストリートは素晴らしい通りになる

1970年代のマーケットストリートデザインプランでは、舗装材料と用地調度品を統一してまとまりのあるものにすることが推奨されていたが、ストリートデザインはマーケットストリートが通るさまざまな地区にも対応する必要がある。この計画では、それぞれ独自の地下鉄駅がある5つの地区について検討し、これらの駅は街の都市的な建築の中で消えないマーカーとなっている。

しかし、これからのマーケットストリートは、大規模なイベントにも対応し、日々の利用を刺激するのに十分に柔軟でなければならない。

2011年のBetter Market Street Vision Reportでは、交差点をより指向性の高い交差点のある都市空間として取り戻すことで、ストリートのユニークな非対称的な性格を持つことが求められた。



マーケットストリートの道路断面図 (米国・サンフランシスコ市)

日本のランドスケープ黎明期

深谷 光軌 (ふかや こうき)

(NTT西日本広島仁保ビル公開空地／どんぐり広場)



新宿の高層ビルに武蔵野の風景のレイヤーをかける樹林前・外空間



地下階に落ちる滝は武蔵野の湧水を暗示しつつ、都市の喧噪を消している

深谷光軌という名前は知らなくても、新宿京王プラザホテルの「樹林」という喫茶店の前の風景を知っている人は多いはずだ。そして彼は自らの作品を「造園」と呼ばず「外空間」と呼んだことで知られている。

深谷は1926年に上野東叡山寛永寺、子院等覚院の長男として生まれた。得度して僧籍に入るも、僧侶にならずある仕事をしていた。ある仕事とは、本人から聞いた話なので真偽は不明だが、陸軍中野学校に席をおき、戦後はアメリカの情報員として活動していたそうだ。1970年、ギリシャに旅をした経験が、彼の美意識等すべてに影響している事は本人の著作で知ることができる。ちょうどアメリカがキプロス紛争に関わりだした時期だ。

■事務所と現場

彼の事務所は、文京区伝通院近くにある川口松太郎がつくった川口アパートに「深谷計画技術研究所」という名前であった。所内には、当時(1980年代)ではなかなか見る事の出来ない洋書の医学書、科学雑誌が溢れていた。彼の生命や地理・科学に対する好奇心と知識を感じさせた。そしてお会いした翌日から私はその所員になった。

深谷は設計施工を請け負う形で仕事をしていた。ユニックやコンボ等の機材は研究所がもっていたが、通常は施工部隊に貸し出して、自分で仕事を請け負った時に、スタッフとともに現場に投入する形をとっているときいた。ただ石工職人は特別な存在で、親方と事務所の所員との距離は近かった。一方、植木屋との距離はかなりあったと思う。現に、入所当時の現場、東銀栗田ビルという現場では、ほとんど植木屋職人は係っていなかった。

Better Market Streetは、独自の特性を反映した、まとまりのある統一された街並みデザインを提案している。ストリートに沿った5つの異なる地区、エンバカデロ地区、金融地区、小売地区、シビックセンター／ミッドマーケット地区とハブ地区等があり、ストリートは、一様ではない。連続し、統一されたストリートデザインの中に、各地区の界限性や独自性がある。沿道用途や地区の状況に合わせたストリートが求められる。

そこで、マーケットストリートでは、ストリートライフゾーン（ファンニッシングゾーン）を歩道（車道側）に設定し、ストリートライフゾーンの集積をストリートライフハブと名付け、ストリートハブが地区の特性に合わせたものにする戦略を取っている。ストリートライフゾーンは、ストリートライフを向上させ、モバイルフードベンダー、ストリートアーティスト、花屋、靴磨きスタンドなどでストリートを活動的にすることができる。現在では、ストリートの工作物は、調整が欠如し、散らかった外観になっている。ストリートライフ要素のデザインガイドラインが今後必要だと提案されている。

また、ベターマーケットストリートは、耐久性があり、そして容易に維持される新しい歩道舗装を提案している。歩道の使用区域は舗装材料の変化とそれらの材料の規模、割合と色を使って描写される。舗装パターンのデザインは、思い出に残る、象徴的な、マーケットストリートとサンフラン

シスコに特有の都市的なデザインになる。

■マーケットストリートからの学び

紹介したマーケットストリートは現在整備中であり、こういったデザイン案やタウンミーティングがWEBで公開されている。2016～2017年には、Market Street Prototyping Festivalという参加型社会実験を実施し、ITエンジニアやデザイナーなどがモックアップを用いて、ストリートライフゾーンの使用方法を実験中に原寸の試作を用いて、利用者の反応を見ている。

マーケットストリートは、連続し、統一したストリートデザインと、地区や界限性の受容という両方の対応をしている。また、ストリートライフゾーンは、持続的に設定され、地区の状況や沿道店舗の変化にも対応する。店舗やBID*が道に参加し、ストリートとしても柔軟に変化していく。こんなストリートはこれからのパブリックスペースのあり方を一つ提示しているだろう。

※BID：Business Improvement Districtの略（エリアマネジメント活動の仕組みの一つ）

2

プレイスメイキングでまちのプレイヤーに起こる変化



山中 佑太
㈱荒谷建設コンサルタント
地域価値共創センター

■プロセス志向のプレイスメイキング

「居心地の良い場所をつくる」プレイスメイキング（Placemaking：以下PM）。ついつい場を作ることに興味が向いてしまうところだが、その場所がどう変わっていくのかと同じくらい、まちのプレイヤー

の意識がどのように変わっていくかということも大切な要素ではないだろうか。プロジェクト・フォー・パブリックスペース（Project for Public Spaces）もプレイスメイキングにおける過程をどのように作りあげるかを重視しており、それは地域のひとびと（コミュニティやステークホルダー）による協働をベースとしたものである。

本稿では筆者がこれまで関わった池袋GREEN BLVD MARKET（豊島区：以下GBM）とOPEN STREET FUKUYAMA（福山市：以下OSF）、2つのPMに関連した社会実験の実施プロセスを通してプレイヤーの意識がどのように変わったのか振り返る。

■まちの課題が自分ごとになる

まず、計画段階。PMを検討・実施するチームにおいては、まちの課題が加速度的に自分事として捉えられるようになっていく。池袋で初期に行ったオープンカフェの社会実験では、全国チェーンのカフェなど8店舗からなる店長会を組織し、各店舗の店長やエリア責任者が社会実験の企画段階から関わっている。当初は行政に協力するというスタンスであったが、主体的な姿勢で取り組むメンバーが徐々に増えていった。社会実験以前は店舗間の交流は皆無だったが、店長の中でリーダーシップを発揮する人物も現れ、積極的なアイデア提案や調整事項の対応など、自発的な動きが数多く見られた。福山でも、大学生が中心となり、地域住民や行政職員によるチームがまちの課題を自らの課題として、OSFの取り組みを進めている。（次頁へ続く）

ランドスケープアーキテクト／TDA 正会員 井上 洋司



床材のピースにあわせた通路は微妙に人の動きを誘発させるように設計されている



手前の平池は水が抜かれていたが、周辺環境と立ち向かい、黄金山を取り込もうとする石組みは見事だ

■広島公開空地

このプロジェクトは、建築の外構と公開空地工事の設計者として深谷が係った作品で、はじめて電電公社という公的な会社からの受注であり、あまり設計図を体系づけて描いてこなかった彼の仕事の中では異色の仕事になった。ただ「石組み等の細部は現場でのインスピレーションにより大いに変更が行われた」と現場を担当した所員からも後に聞いている。

現在のその姿は、悲惨な状況であった。しかし彼が最後までこだわりのつづけた人工と自然の間にある、街や都市の背景と一体になろうとする造形力は、荒れ果てた今の姿の中でも、きちっと読み取れた。おそらく、その石組みは彼が理想とした古代ギリシャの遺跡のように、現代都市の様相の中に埋没する事なく、自然と都市、建築、街を繋ぐ役目を果たしていると思う。背景にある黄金山を取り込もうと植えられた雑木類は大半が伐採されていたが、基盤となる石組みは今でもしっかりとその役目を果たしている。周辺の環境を取り込みつつ新たな風景を作ろうとするランドスケープアーキテクトの姿をここに発見したのは私だけであつたらうか？腐っても鯛である。

彼は最後の著書で、「個々の敷地や建物を背景とし道と一体化して、現代都市空間のなかに新しい形と人のかかわりを期待したい。」という一連の彼の仕事に対する山本学治の「評価と期待と励ましがこの公開空地を創らせた。」と記している。彼の「外空間」はきつと今までというランドスケープデザインのはじまりであり、彼こそ日本ではじめてのランドスケープアーキテクトの1人だと私は考えている。

そしてこの記事を書きかけに、この「どんぐり広場」の景観保全・活用が行われることに期待したい。

■まちを使い・楽しむことが習慣化する

また住民や来街者など、場所をひとの意識の変化も大きい。池袋でも福山でも社会実験の当初は、用意した場を横目を通り過ぎるひとがほとんどで、椅子に座ったりと使いこなせるひとは少なかった。しかし、日を追うごとに自分たちなりの過ごし方を見つけると、頻繁に通う住民も現れる。アンケート調査の結果からも従前は、大半のひとがただ歩いているだけで、立ち止まってもスマホを操作しているといった状況だったが、食事をする、読書をする、打合せをするなどまちを使う、もしくは楽しむといった行動が多く見られるようになった。アンケートでも9割前後のひとが実験を支持しており、継続的な実施希望、企画サイドでの参画意向も珍しくなかった。

場所の体験者による支持が広まることで、まち全体の意識がその場所に向きはじめることが、まちを変えるエネルギーへと昇華するのではないだろうか。

■まちのステークホルダーの理解が深まる

将来「こうなったらいいな（こうしたい）」というビジョンを見える化することの意味は大きい。説明や対応に苦労したステークホルダーでさえ、実際に変化した場を目の当たりにすることで、自ずと理解者へと変わっていった。池袋では、GBMなどの取り組みが進むに連れて、住民や事業者の理解が高まり、当初は協力が難色を示していた企業がマーケットに出店したり、財政的な負担を自ら申し出るなど参画の輪が広がっていった。

また、規制サイド（警察・保健所等）の理解も、回数を重ねるごとに深まっている。池袋、福山ともに初回の社会実験実施にあたっては、許可内容と実施状況の整合チェックや安全確認などをたび重ね実施しているが、信頼関係が構築されるにつれ、許容範囲も徐々に広がりを見せている。また福山の場合は市と県警が「魅力とにぎわいのあふれる安心・安全な福山駅前のまちづくりに関する協定」を締結するなど、より発展的な関係につながっている。

■まちをハブにコミュニティがつながる

池袋ではマーケット出店者の多くが地域住民であったことも相まって、出店者同士のつながりが生まれ、数週間の実験期間中に店舗同士のコラボレーション商品が登場するという化学反応も起こった。また、福山ではスツールなどPMのアイテムづくりをDIYワークショップ形式で行った。高校

生から大人まで100名近くが参加し、材料も地元の建設会社やメーカーがすべて提供している。WS参加がきっかけで、社会実験の企画や運営に加わったひとも多く、住民や企業を含んだ大きなコミュニティが生まれようとしている。

このように、PMを通じて、まちのプレイヤーに起こる変化はさまざまな角度から捉えることができ、いずれも場所やまちを動かすベースとなるものである。PMが国内で広がりを見せる中、場所とプレイヤーの変化によってもたらされる、まちへ相乗効果に注目してゆきたい。



OPEN STREET FUKUYAMA (福山市)



『ピアラシティ中央公園及び三郷市立ピアラシティ交流センター』。この施設は、埼玉県三郷市における組合施行による土地区画整理事業において「街の交流拠点」として位置づけ整備された近隣公園及び近隣公園内公共公益施設（公園内建築物）で、1.3haの近隣公園、延べ面積2,270㎡程度とそれほど大きな公園・建築ではありませんが地域にお住まいの方にとっての日常的な「場（＝サードプレイス）」となっていることはもちろん、魅力的な自主事業が催される際には近隣市や遠方からも来館者がお越しになっています。



写真① ピアラシティ中央公園及び三郷市立ピアラシティ交流センターの全景

本施設は、平成20年の構想スタートからちょうど5年目の平成24年に竣工し、現在は指定管理者制度により管理運営がされています。本施設の事業プログラムをこ

紹介させて頂くにあたり、大きな特徴を3点に絞ってご紹介させていただきます。

1. 地権者の資産により整備された民設の公共空間（公園及び公園内建築）

一般的に土地区画整理事業では公園自体の整備、ましてや公益施設整備までを行うことはありません。しかし本事業では、次世代まで永く愛され続ける街となること、そして地域間競争力を高め持続的なまちづくりが実現することなどを目的に、三郷インターA地区土地区画整理事業（組合施行）の一環として、地区の中央に位置する都市公園（近隣公園）を当該組合により整備することとなりました。この「近隣公園及び公園内公共公益施設」は、すなわち地権者等の資産により整備された民設の公園及び公共公益施設ということになります。

2. プライベートとパブリックのスパイラルアップの関係を生み育むこと

私は「多目的」という言葉は限りなく「無目的」に近いと考えます。本件では、「地域コミュニティを形成するための多目的な公共空間をつくる」というような漠然とした計画ではなく、「食育と環境教育」という具体的なコンセプトのもと空間作りと管理運営方法を具現化していきました。この公園・施設での食体験や活動がライフスタイルを豊かにし、また食や環境に対し価値観を共有できる家族・仲間がこの公園・施設でさらに新しい体験を創造する。そんな「プライベートとパブリックのスパイラルアップの関係」を生み育むことが「ここに住んで良かった」「住み続けたい」という想いにつながり、それらが結果的にエリアに価値を与えていくこととなります。



写真② 食を通じたコミュニティが育まれている開放的な調理室

3. 人と街をつなぐデザインの徹底

本件では、まちづくりという観点からデザインプログラムを徹底的に構築してきました。「デザイン」という言葉には2つの側面がありますが、1つは私どもプランナーと建築家や各種デザイナーとの協働により実現できた、マクロ（街スケール）からミクロ（家具スケール）までのシームレ

スな『空間的・物質的なデザインプログラム』です。ここでは住宅用地にふさわしいボリューム設定（小さいハコを房状につなげる）と共に「ついで利用」を促すオープンな空間にこだわりました。もう一方のデザインは、常に利用者となる地域住民の方々が本施設の整備事業に参画できる仕組みを作ってきたこと、すなわち『関係性のデザイン』です。公園整備予定地の段階から食に関するイベントを開催し新しい「場所性」を構築しつつ施設計画WSでは親子で参加できる仕組みを作ることで「家族利用」を想起して頂くことも出来ました。さらに地域のお祭りなどで模型による説明会も開催することで「地域の場所」という認識を深めて頂く機会もつくりました。このように、施設が整備される前から「利用者」をしっかり育む取組を重ねることは、公共空間が「つくって終わり」にならない重要なデザインプロセスと考えます。



写真③ 施設整備前から開催されてきた食のイベントは、かたちを変えながら継承されています

■おわりに

公共空間が地域の価値を高める触媒として機能するには、「構想から運営まで一貫したプログラムを構築していくこと」と「計画段階から利用者を育むこと」が重要であり、特にこれからの時代、公共空間や計画者に求められるのは計画論や事業論のみでなく、「利用者にとっての活用価値」を創造するプログラム力であることを実感したプロジェクトでした。



1 かわさきタウンマネージメント機関の活動

川崎市は、東西に33km、南北で最短が1.2kmという東西に細長い行政域となっており、その東西をJR南武線が串のように貫いている。この東西の地形をJRと私鉄が南北に横切る形で、東から川崎駅周辺地区（東海道線、京浜東北線、京急線）、武蔵小杉駅周辺地区（東横線、目黒線）、溝の口駅周辺地区（田園都市線）、登戸駅周

辺地区（小田急線）、新百合ヶ丘駅周辺地区（小田急線）という都市センター地区が形成されている。中でも川崎駅周辺地区が歴史的、業務・商業規模的、行政機能の集積から川崎市の中心的都市センターを形成している。この川崎駅周辺地区においては、駅の東西地区で、土地利用の転換に伴う大きな再整備が30年以上にわたって行われており、今後も10年から20年は続くと思われる。このような、ハードな都市改変が進む中、ソフトな都市整備として地元商業団体、大型商業施設、地元信用金庫や銀行などが主体となって「かわさきタウンマネージメント機関」（以下「かわさきTMO」）を立上げて「まちづくり」が行われている。

2 道路空間の活用への試み

かわさきTMOは、①かわさき駅周辺地区の将来像づくり②地区の約束事（商店街協定）づくりと実行③安心・安全・快適まちづくり事業④政策提案⑤現況調査（通行量調査、来街者調査）の活動を行っている。この活動の中で、将来像の提案として「誰もが安心して快適に歩けるまちづくり」がある。その趣旨が「商店街協定」に盛り込まれ、道路空間づくりが事業として進められている。これらの背景には、川崎駅周辺地区の道路空間が、客引き、道路への商店のはみ出し商品展示、広告看板のはみ出し、自転車の放置などにより、来街者に対して決して安全、安心、快適な道路空間を提供していなかったという状況があった。道路へのはみ出しに関しては道路交通法、道路法違反となるが、実際には規制されずに見逃されてきた。客引きに関して、風俗の客引きは県条例で規制できるが、飲食店の客引きは特に規制がない状態であった。これら状況の改善として、かわさきTMOが中心となり地元商業者が自主的に改善を進めた。特に客引きは、根の深い構造となっており、単なる店の自主規制ではことが進まず、市議会等への要望を行い条例の制定を行い、さらに警察署との協力により客引き規制を実施している。一方、道路空間の利用にあたっては、地域の人々の意識の持ち方が最も重要となる。商売の仕方や住まい方がそのまま表現されるのが道路空間である。これら意識を、はみ出し問題および客引き問題を通して、地域で安心・安全・快適に歩けるまちづくりを共有することで、豊かな道路空間づくりにつなげていくことが可能となる。

3 バスカー事業の展開

道路空間をもっと豊かにできないかと模索している時に、ロンドンの地下鉄で行われている「バスキング」が地下鉄の利用者環境を改善しているという新聞記事に出会った。ロンドンの地下鉄はニューヨークと同様に、客の質が荒れて一般客は怖くて地下鉄利用を控えるほどになっていた。そこで、当局が地下鉄の駅につながる通路空間において路上演奏を数カ所で行った結果、安全安心な地下鉄利用を回復し、利用客が増えているといった内容であった。バスキング（Busking）とは、スペイン語のバスカー（Busker）に通じて大道芸人などをさし、路上演奏者も意味した言葉であった。そこで、川崎駅周辺地区において、かわさきバスカーの展開を試みることにした。当時すでに、川崎駅広場では、夜になると数組の路上演奏者が楽器を持ち込み特に許可なく演奏を行っていたが、時折広場管理者や警察から注意を受け、演奏を止められ退散を強いられていた。彼らが定期的に、決められた場所で、安心して路上演奏できる仕掛けを用意することで川崎版のバスカーを企画した。仕掛けには、①管理された路上空間の確保、②路上演奏を管理する主体を作ること、③周辺住民等の理解を得られることがポイントとなる。

第一の管理された道路空間の確保は、「道路に面した私有地空間の利用」、「公開空地の利用」、「道路空間での利用」が想定された。これらは、道路管理者（川崎市）と警察署との協議が最重要課題となる。私有地や公開空地利用の場合は、その土地の管理者との協議が行われた。第二に誰が実際に運営管理するが重要となる。川崎の場合は、商店街組合が運営管理者となった。第三の周辺住民や事業所の理解協力を得るために、事前説明と実験を行っている。これらの準備を行って、現在は定期的路上演奏が2ヶ所、そのほか非定期的イベントなどで行われている。定期的演奏では、川崎砂子通りの川崎信用金庫の公開空地、川崎銀座通り商店街の大型商業施設DICEの私有地でそれぞれの商店街が運営管理されている。

バスカーの試みが前例となって、道路空間利用としてオープンカフェの設置実験が行われており、安心・安全・快適に道路を利用できることが、街の環境を変えていくことが地元住民や事業者理解されていく成果に繋がっている。

「大垣市」その1

DIYで風景をつくる



組み立て式の器具を使ったマルシェ風景。



中心市街地にあるオフィス。数社でシェアし飲食店も運営。

大垣市は岐阜県の南西部に位置する人口約16万人の都市です。中心市街地にはJR大垣駅を中心に商店街、ショッピングモール、大垣城と隣接する公園などがあり、いわゆる地方都市といった風景が広がります。まちの中心流れる水門川をはじめ、市内に多くの河川が流れ、地下水が豊富なことから、地下水が自噴する場所が点在しており、水の都と呼ばれることもあります。

また、市の大きさに比べ、大きな企業が多く存在し、駅前商店街でも月一で歩行者天国のイベントが行われるなど、比較的元気な中心市街地に見えますが、ユース・カルチャーであったり、時代にあった市場が作りだせていないという課題もあるように思われます。

私は、大垣の中心市街地で10年ほど前から設計事務所を設立し、徐々に仲間を増やしながら、「欲しいものは自分でつくる」DIYカルチャーを前面に押し出した活動を展開しています。

一緒に活動するメンバーの多くは大垣にある県立情報科学芸術大学院大学 [IAMAS] の卒業生です。IAMASは、DIY精神とテクノロジーの知識を併せ持つクリエイティブクラスの人材が全国から学びに来ており、卒業生の多くが第一線で活躍していることが、このような活動の

背景にあります。各自が気の向くままに、起業したり、店を持ったり、モノをつくったり、住居をつくったりしていくなかで、それらの活動が、周辺に小さな風景を創りだしています。

そういった活動の延長上として、行政や駅前商店街主導のイベントや空き店舗対策事業等での連携も始まりました。

商店街の空き店舗を利用し、栄養管理士が常駐するシェアキッチンの整備・運営や、公園や駅前広場をはじめとしたパブリックスペースの有効活用としてのマルシェイベントを、今までやってきたDIY精神あふれる手法で行っています。

我々のようなデザイン・設計事務所としては運がいいことに、IAMASの存在により現在では色々な場所で見ることが出来る“ファブ施設”が早い段階から市民に開放されていました。

そこから生みだしたデザイン性のある家具や什器は、自分たちのオフィスや店舗で、ローコストで容易に組み立てることができ、今では新規出店される店舗のインテリアであったり、公共スペースを活用したイベントの空間構成に採用されています。

このような活動が他にはない街の景観を生み出すことに寄与できていると考えています。

景観ビジネス最前線

梨地の風合いを活かした 意匠にこだわった 鋳鉄製スリットみぞ蓋

快適をかたちに
KANESO



鳥取県境港市：水木しげるロード



カネソウ
ボーダースリット

カネソウ株式会社

<http://www.kaneso.co.jp/>

〒510-8101 三重県三重郡朝日町大字縄生81番地 TEL (059) 377-3232

ホワイトボード

今号は現在各地で行われ始めている公共的な外部空間での様々な使われ方の実例とそれがどうあるべきかを問う特集とした。未だ論は定まっていないものの、どうやら車社会大前提のときは異なる、次世代に必要な何かを求めての活動であり、都市が輝いた

めには、その「場」と「事」が切磋琢磨する事が必要とわかった。また今号よりランドスケープ事情の欄に～日本のランドスケープ黎明期～というランドスケープデザイン分野の草分けの作品や事業等を時折、掲載していこうと考えている。



NPO法人 景観デザイン支援機構 事務局

私達は下記の企業・団体のご協力をいただいています。

(株)昌平不動産総合研究所 / (株)住軽日軽エンジニアリング / 都市環境デザイン会議 / (株)都市環境研究所

〒111-0043 東京都台東区駒形 1-5-6 金井ビル 3F
Tel : 080-6722-4114 Fax : 03-3847-3375 E-mail : main@tda-j.or.jp
<http://www.tda-j.or.jp> <https://www.facebook.com/tda.public>

【編集：(株)アーバンプランニングネットワーク】2019031000