

GREEN×PLAZAの 実現に向けた報告書



町田市未来づくり研究所 所長 市川宏雄

「まちだニューパラダイム」として、2030 年までに郊外都市の町田が都市の力を上げていくために必要な、行政運営とまちづくりにおける新しい価値観を提示してから 5 年が経ちました。

この間、町田市を取り巻く状況も変化しています。町田市未来づくり研究所が試算した将来人口推計よりも、早いペースで人口減少の兆しがみえ始めました。その一方で、AI¹やIoT²などの急速な科学技術の進歩によって、人々のライフスタイルや都市の姿に新たな姿が生まれることが期待されています。

世界に目を向ければ、ユニークな政策をとることで、未来を見据えたまちのイメージづくりに成功してきたケースがあります。スペインのビルバオでは、スマートシティなどと、はやりのことに飛びつかずに、公害で劣化した環境の再生と文化への投資に注力し、ランドマークとなるグッゲンハイム美術館の誘致を地元企業や市民からの猛反発のなかで行いました。絶好の自然環境に植え込まれたこの挑戦は、バスク地方に新たな歩きたくなる街・心に残る街・語らいたくなる街を生みだすことに成功したのです。その都市は何が弱点なのか、それを克服する手立てはどうするのかを、流行りの考えではなく、未来を創り出す的確な戦略を立て、覚悟をもってそれを実行する行動力が不可欠であることを示したのです。

こうした成功した都市には、必ずキーパーソンズ(鍵となる人々)が存在しています。もちろんキーパーソン達は突然には登場しません。現状を打破できない状況が長く続き、それをなんとかしたいという機運が個人とグループに醸成され始め、そこに魅力ある未来の一途の光がみえ始めた時に、彼らは立ち上がろうとするのです。その機を逸することなくその心に火をつけられれば、うまく燃え上がることができるのです。町田にはこうした潜在力を持った個人とグループが数多く存在しています。その人びとの活動がまちを盛り上げ、そしてまちが変わっていきます。規制と規則を持ち出して火を消そうとしてきた前世紀型の思考を投げ捨て、これからの町田市の未来にむけての活動ができる環境は何なのかを考えることが、今、求められています。

「まちだニューパラダイム」では、2030 年に「きらめく町田」を迎えるため、町田にとってのパラダイムシフトが何なのかを、まず、「SMART PUBLIC — 新しい公共サービスのカタチ」から考え、そして、「GREEN×PLAZA — 人が交流するまちへ」と定め、その実現のために試行錯誤してきました。この GREEN×PLAZA の実現には町田市の市民と職員が、これからどう考え、そしてどう動くのか、その姿勢の如何によって結果が大きく左右されることは明らかです。ただならぬ覚悟を持って立ち向かわなければならぬことが分かります。

¹Artificial Intelligence の略。人工知能のことを指します。

²Internet of Things の略。あらゆる物がインターネットを通じてつながることによって実現する新たなサービス、ビジネスモデル、またはそれを可能とする要素技術の総称。

目次

はじめに.....	3
研究の背景	3
研究の目的	3
研究方法	3
1 1st Step 事例調査・先行研究調査	4
1.1 事例調査.....	4
1.1.1 人の視点.....	4
1.1.2 コトの視点.....	6
1.1.3 場所の視点.....	8
1.2 先行研究調査.....	9
1.3 事例調査や先行研究調査からわかったこと.....	10
1.4 1st Step の考察.....	11
2 2nd Step インタビュー.....	11
2.1 概要.....	11
2.2 インタビュー結果.....	12
2.3 2nd Step の考察.....	13
3 3rd Step 社会実験.....	13
3.1 公園活用社会実験 薬師池公園 四季彩の杜 アウトドアパーク	13
3.1.1 目的.....	13
3.1.2 コンセプト	14
3.1.3 社会実験の内容	14
3.1.4 調査.....	15
3.1.5 社会実験からわかったこと.....	15
3.2 原町田中央通り セットバック空間活用社会実験	16
3.2.1 目的.....	16
3.2.2 コンセプト	17
3.2.3 社会実験の内容	17
3.2.4 調査.....	18
3.2.5 社会実験からわかったこと.....	18
3.3 3rd Step の考察.....	19
4 GREEN×PLAZA の実現に向けて.....	20
4.1 主体的な活動が起こるために.....	20
4.2 「まちだ〇ごと大作戦 18-20」の取組	22
4.2.1 「まちだ〇ごと大作戦 18-20」とは	22
4.2.2 〇ごと大作戦の背景	22
4.2.3 〇ごと大作戦の具体的な取組.....	22
4.2.4 〇ごと大作戦を総括して.....	24
4.3 まとめ～市に求められる役割～	25

はじめに

研究の背景

町田市未来づくり研究所では、2015年3月に「まちだニューパラダイム—2030年に向けた町田の転換—町田市未来づくり研究所からの提言」(以下、ニューパラダイム)を発表しました。

ニューパラダイムでは、「町田の明るい未来は、これまでの延長線上にはない」との考えのもと価値観の転換が必要と考え、「新しい価値観」として、2つの価値観を提言しました。

1つは、新しい公共サービスの形である SMART PUBLIC[スマート パブリック]です。この価値観は「町田市公共施設等総合管理計画(基本計画)」(2016年3月策定)、「みんなで描こう より良いかたち 町田市公共施設再編計画」(2018年6月策定)として引き継がれました。

もう1つは、まちづくりの新しい価値観 GREEN×PLAZA[グリーン×プラザ]です。

「GREEN×PLAZA」は、「道路や公共施設の整備を中心とするハードのまちづくりから脱却し、いかに人々が交流し、多様な活動を生み出していくかということを重視するまちづくりのコンセプト」のことです。

「GREEN」は、Generation(新しい価値を生み出す)、Renovation(あるものを活かし創りかえる)、Engagement(ヒト・モノ・コトを結びつける)、Enjoy(暮らしを楽しみ・豊かにする)、Natural(あるがまま・のびのびとした雰囲気)の頭文字からなり、「PLAZA」は GREEN のような交流や活動の中心となる場を表しています。

町田市未来づくり研究所では、SMART PUBLIC が具体的な計画となり、取組へと動き出したように、GREEN×PLAZA も具体的な取組へとつなげたいと考えています。

研究の目的

町田市未来づくり研究所では、GREEN×PLAZA とは、自分らしくいられて、やりたいことができ、そして居心地が良く多様な価値観をもった自由なまちが実現するためのプロセスと空間の両方が存在するものであると定義します。そこで、本研究では、GREEN×PLAZA の実現に向けて市に求められるものが何なのかを知るために、調査、分析と考察を行っています。

研究方法

GREEN×PLAZA のコンセプトにもあるように、いかに人々が交流し、多様な活動を生み出していくかという観点から、本研究は、生活や行動の主体である「人」に着目し、以下の方法で行います。

(1) 事例調査・先行研究調査

事例調査では、GREEN×PLAZA の具体的な取組の例示を行うとともに、まちへの効果を考察します。また、先行研究調査では、今後を担う世代の価値観や行動原理の把握を通じて、まちへの効果を考察します。

(2) インタビュー

インタビューでは、主体的な活動を行っている人たちに対し、どのような動機で行っているのか、何を求めているのか、活動を始めるために必要となっていることなどを調査します。調

査を通じて、主体的な活動が起こるためのメカニズムがあるのか考察します。

(3) 社会実験

社会実験では、公園等を活用した社会実験や社会実験における調査を通じて、GREEN×PLAZAの実現に向けて市に求められる役割、実現に向けて障壁となる部分などを考察します。

1 1st Step 事例調査・先行研究調査

1.1 事例調査

GREEN×PLAZAを具体的な取組事例を通して例示するとともに、GREEN×PLAZAのまちへの効果を考察します。事例はGREEN×PLAZAの定義に合わせ、3つの視点から選びました。「自分らしくいられる」からは人の視点、「やりたいことができる」からはコトの視点、「居心地が良く」からは場所の視点です。

各事例は、まずは市外から探し、市内からその類似事例を選びました。

1.1.1 人の視点

人の視点では、自分らしさを表現できる活動ができる、活動を通して多様な人が集まり、集まった人も自分らしく居られるような事例を選びました。

兵庫県神戸市「078(ゼロナナハチ)KOBE」

概要

神戸市は、「実験都市神戸」というスローガンを掲げており、市内外から社会実験のフィールドとして認知され、新たなサービスが生まれています。

そのような中、「078KOBE」は、市民が神戸市に住み続けたいという思い、自分たちのまちは自分たちで主体的につくっていききたいとの思いで2017年から始まったイベントです。

「078KOBE」は、市民が主体で運営し、都市生活の面白み、心地良さを求める市民・クリエイター・エンジニアなどが参加し、共につくりあげられるイベントです。

イベントは、都市生活の向上をテーマに、2日間で合計36,500人が訪れ、音楽、映画、IT、食、子ども、ファッション、アニメなど様々な分野を掛け合わせ、ライブ、カンファレンス、展示会、映画上映、ファーマーズマーケットなど、多様な人々の共創により構成されています。

市民が皆クリエイターという考えのもと、実験的に都市生活の面白み、心地良さを作り上げています。

効果

「078KOBE」では、都市生活の向上をテーマに、様々な分野が掛け合わされるため、面白い取組や新しい取組をしている人同士が自分のペースで関わることができます。また、「実験都市神戸」というスローガンも後押しとなり、実験的な取組を始めやすくなっています。

「078KOBE」をきっかけとした自己実現のための土台と、市外・県外からの自由な参画が合わさり、企業同士の新たなサービスに向けた共同研究や、人と人との新たなつながりから新たなサービス、面白いサービスが生まれています。

▼イベント当日の様子



<https://www.ashita-lab.jp/special/8180/>
(2020 年 4 月 7 日確認)

▼「078 share music service」の実際の操作画面



<https://www.ashita-lab.jp/special/8228/>
(2020 年 4 月 7 日確認)

町田市小野路町 「小野路やまいち」

概要

「小野路やまいち」は、小野路の山の中にアクセサリなど手工芸の作家やアーティストが集まって年に一度開催されるイベントです。

イベントは、地域のつながり、作り手と買い手のコミュニケーションを大切にしたい場となっています。また、主催者は、利益を得るためというよりも、作り手と買い手のコミュニケーションの場を継続していくための資金を作るという考えで、出店料の料金設定を行っています。

作り手は活動の宣伝の場として、買い手はモノを通じた応援の場として機能しており、「小野路やまいち」には、単なるモノの交換の場、市場としての機能を越えたものがあります。

効果

「小野路やまいち」は 1 日に約 2,000 人が訪れるイベントです。駅から離れた場所にもかかわらず、遠方からも人が訪れています。

主催者は、イベントを通してやりたいことに挑戦しているほか、作り手と買い手が直接対話するコミュニケーションを大切にしています。そして、主催者に共感した多くの人が参画し、自己実現の連鎖が起きています。

イベントを通して、作り手と買い手、主催者と地元の人とのつながりを作っています。主催者自身も人のつながりから養蜂を始めるなど、人とのつながりから新しいものが生まれています。

▼イベント当日の様子



<https://onojiyamaichi.jimdofree.com/>小野路やまいち-とは/
(2020 年 4 月 7 日確認)

▼会場マップ



<https://onojiyamaichi.jimdofree.com/>
会場 map/
(2020 年 4 月 7 日確認)

1.1.2 コトの視点

コトの視点では、仕掛けによって、主体的な活動が起こりやすいようにしている事例を選びました。

神奈川県鎌倉市「カマコン(KAMACON)」

概要

「カマコン」はプロジェクト提案型の地域活動で、100 名以上が参加する定例会を毎月開催しています。

定例会では、活動を行いたいと考えている人が、参加者に対しプロジェクトのアイデアを発表し、参加者全員でどのようにプロジェクトを実現するかアイデアを出し合います。アイデアによってプロジェクトに磨きがかかり、プロジェクトの協力者がいればすぐに実行に移していきます。2013 年からの 6 年間で約 300 のプロジェクトが立ち上げられています。

効果

「カマコン」への参加は有償のため、前向きな姿勢の参加者が多く集まります。活動を行いたいと考えている人に対して、参加者が自らの得意分野を活かし、プロジェクトへの支援や参加を行います。定例会では、アイデアのブラッシュアップや協力者のマッチングができ、プロジェクトが速く実現します。企画やプロジェクトは多くの市民や団体が参加する取組に発展しています。「カマコン」の仕組みはモデル化され、全国約 40 カ所へと広がりを見せています。

▼定例会の様子



<https://forbesjapan.com/articles/detail/16595>
(2020年4月7日確認)

▼プロジェクトの一例



<http://kamakon.com/recruit/>
(2020年4月7日確認)

町田市原町田「BUSO AGORA(ブソウ アゴラ)」

概要

「BUSO AGORA」はコワーキングスペース・シェアオフィスです。「自分らしさ」「自由」「寛容さ」を表現できる場所を通して、個性的な個人がますます活躍できるまちにしていこうを目指しています。

「BUSO AGORA」では「武相イノベーションアワー」というイベントを開催しています。「武相イノベーションアワー」は、プレゼンターが自身のアイデアや事業を発表し、参加者と共に事業の問題解決やビジネスの成功へのヒントを得るイベントです。参加者全体へのプレゼンテーションと小グループに分かれて行うブレインストーミングで、アイデアのブラッシュアップを行っています。また、町田市が主催しているビジネスアイデアコンテストと連携した取組も行っています。

効果

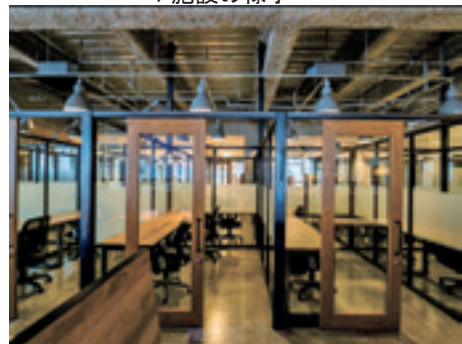
「BUSO AGORA」は「カマコン」と近いモデルとなっています。「武相イノベーションアワード」をはじめとした、利用者間の交流の機会を意識的に設けることで、利用者同士のビジネス交流が促されています。開設して日が浅いため、具体的なプロジェクトは今後に生まれてくることが予想されます。

▼施設の様子



<https://incubation-office-agora.com/>
(2020年4月7日確認)

▼施設の様子



<https://incubation-office-agora.com/>
(2020年4月7日確認)

1.1.3 場所の視点

場所の視点では、空間を閉鎖的に使うのではなく、地域に開放することで自分の思いがまちに反映でき、多様な人々の居場所となっている事例を選びました。

東京都墨田区「喫茶ランドリー」

概要

「喫茶ランドリー」は、お茶や軽食を楽しめる喫茶空間とランドリーやアイロン、ミシンを備えた家事室を併設しています。

「自由」をコンセプトに、お店の全体的、部分的な貸出を行っています。スペースの貸出を行うことで、家族のイベント、ママ友のパン作り、ミシンを使ったワークショップ、企業の勉強会など用途を限定せず、小さな「やりたい」をすぐに実現できる場ができています

その時にやってみたいことのために、また、何もしたくないということのために、空間を自由に使用できるようにしています。

効果

「喫茶ランドリー」は、旧来からの住民と新たな住民との関わり合いがないエリアに立地していますが、「喫茶ランドリー」をきっかけに様々な人がまちに訪れるようになっていきます。

そして、地域住民同士の交流や地域住民と来街者との交流が生まれ、“私設公民館”と呼ばれるような交流の場となっています。

▼家事室の様子



<https://kissalaundry.com/index2.html>
(2020年4月7日確認)

▼イベントの様子



<https://kissalaundry.com/index2.html>
(2020年4月7日確認)

町田市忠生「しぜんの国保育園」

概要

「しぜんの国保育園」は、保育園としての役割に加え、地域で活躍するアーティストの活動の場や、まちの人が訪れるパブリックスペースの役割を合わせ持つ保育園です。そのため、子ども連れを中心として地域の人々が集い、自然に交流が生まれる空間となっています。

「しぜん谷マーケット」「こども美術館」といった催しや、親子あそび、里山散歩といった地域プログラムを定期的を実施しています。

効果

保育園がまちに開かれ、同時に保育園側が地域に出ていくことで保育園と地域の交流が生まれています。地域へと門戸を開き、交流が生まれることで保育園は閉ざされた空間ではなく風通しの良い空間となっています。

また、保育園という子どもたちの居場所でありながら、地域の大人たちの居場所にもなっており、様々な人が園を訪れることにより、子どもたちは多様な価値観に触れ、それらを受け入れる素地をつくることにもつながっています。

▼食事の様子



<https://kosodate-machida.tokyo.jp/mokuteki/4/7/2/2729.html>(2020 年 4 月 7 日確認)

▼外観



<https://toukoukai.org/hoiku/>
(2020 年 4 月 7 日確認)

1.2 先行研究調査

生活や行動の主体である「人」に関する先行研究調査を通じて、今後を担う世代の人々がどのような価値観を持つのか、どのような行動原理かを把握し、今後のまちへの効果を考察します。先行研究調査の中から、人の価値観に関する調査を選びました。

「生活定点調査 博報堂生活総合研究所」(2016 年 10 月 3 日)

博報堂生活総合研究所³では、1992 年から 2 年に 1 度、生活者の意識や行動の変化から将来の価値観や欲求の行方を予測するため、定点観測型のアンケート調査を行っています。

2010 年前後から、人々はこの先良くも悪くもならない世の中を静かに受け止め、ポジティブに生きていくと分析しています。

また、人々は社会に対して閉塞感を抱くのではなく、現状をありのままに受け止めており、幸せを感じる範囲や問題を捉える範囲が自分の身近な範囲となっています。

³(株)博報堂が「生活者発想」を具現化するために、1981 年に設立。人間を、単なる消費者としてだけではなく「生活する主体」という意味でとらえ、その意識と行動を研究している。

「ミレニアル世代⁴の行動原則」(宣伝会議 2018 年 6 月号)

ミレニアル世代は、以下の特徴を持っています。

- ① 学校教育で男女共に家庭科を習い、共働きが当たり前である時代を過ごし、男女平等意識が強い。
- ② インターネット、スマホなどのデジタルツールの普及と共に成長しているために、効率志向が強い。
- ③ 成長なき失われた 20 年に育ち、世の中が大変な中でも「現状を楽しむ体質」を身につけている。

ミレニアル世代と 45～54 歳(2018 年時点)のアラウンド 50 世代を比較した結果で見えてきた、ミレニアル世代同士の家族形態である「ミレニアル家族」の 3 大行動原則は、以下のとおりです。

- 1 偏らない 家事の役割を固定化せずに流動的に分担し、責任や時間を家族の間で柔軟に分散する。
- 2 頑張りすぎない 完璧を求めるのではなく、賢く選択し、自分たちなりの基準で物事に優先順位をつける。
- 3 あえて楽しむ 家事を「労働」ではなく、「楽しみ」とあえて捉える。

1.3 事例調査や先行研究調査からわかったこと

- 主体的な活動を通じて、人と人の交流やつながりが生まれ、人をきっかけに面白さや心地良さがまちに還元されると考えられます。
 - ⇒ 人の視点では、自分のやりたいことを行う環境が整うことで、その空間は活動を行いたい人には活動ができる希少性や活動のしやすさの認知につながり、面白い取組が起こる場につながります。また、訪れる人にとっては、面白い取組が起こることで、遠方からも足を運ぶきっかけになるということがわかりました。
- 自分で何かを行いたい、自分の力を活かしたいという欲求を発揮する仕掛けを意識的に行うことで、アイデアや人との出会いが生まれ、新たな活動やビジネスが生まれやすくなります。また、何かを行いたい、自分の力を活かしたいというエネルギーをまちに還元することができると考えられます。
 - ⇒ コトの視点では、場の仕掛けを行うことで、数多くの新たなアイデアが生まれ、実現していきます。数多くの新たなアイデアが実現していくことで、まちに良い影響を与えることが増えることがわかりました。
- 閉じられた空間ではなく、空間を地域に開放し、思いどおりの過ごし方を許容する環境、寛容性により、多様性を認め合う素地をつくることができると考えられます。
 - ⇒ 場所の視点では、閉じられた空間を開放することで、心地よい刺激や風通しの良さが生まれ、その場は居心地が良く自由な空間になります。また、その空間は多様性を受け入れることで、それぞれの居場所になっていることがわかりました。

⁴一般的に 1980 年代から 2000 年代初頭に生まれた人々を指します。

- 今後、まちに主体的に関わる「ミレニアル家族」が増えてくるのではないかと考えられます。
- ⇒ 今後、全人口に占めるミレニアル世代の割合が増えていきます。人々は現状をありのままに受け止め、ポジティブに生きていくという調査結果と自分たちなりの基準を持ち、「あえて楽しむ」というミレニアル世代の特徴から、主体的な活動にチャレンジする人や主体的な活動で形づくられたイベントなどに主体的に参加する人が増えていくのではないかと考えられます。

今回調査した事例では、人、コト、場所の3つの観点が上手く掛け合わされ、相乗効果が発揮されていました。

1.4 1st Step の考察

GREEN×PLAZA は、人をきっかけに面白さや心地良さ、新たな活動やビジネスが生まれます。また、GREEN×PLAZA は心地良い刺激、風通しの良さといった寛容性や多様性があるまちだと考えられます。

先行研究調査からは、今後を担う世代の人々が自分の身近な範囲に幸せなどを感じ、自分の基準で、「あえて楽しむ」特徴があることから、まちに主体的に関わることができれば幸せなどを感じる人が増えていくのではないかと考えられます。

GREEN×PLAZA の一つひとつの活動の効果の範囲は大きくはありません。しかし、まちのあちこちで自分の思いをまちに反映でき、まちからも何かを得られれば、まちに主体的に関わることができ、生活の質が上がることに繋がっていきます。その結果、まちに住み続けたいという思いが生まれ、都市力が上がることに繋がるのではないかと考えられます。

事例を通して、GREEN×PLAZA とは何かや、その効果がわかりましたが、どのようにすれば主体的な活動が起こるのか、活動が広がっていくのか、事例調査からはわからない部分が出てきました。

2 2nd Step インタビュー

まちとの主体的なかわりが、様々な場所で起きるためにはどのようにしたら良いかを調査するためにインタビューを実施しました。

インタビューでは、主体的な活動を行っている人たちに対し、どのような動機で行っているのか、何を求めているのか、活動を始めるために必要となっていることなどの調査を通じて、主体的な活動が起こるためのメカニズムがあるのか考察します

2.1 概要

対象：市内で主体的な活動を行っている個人や企業等、計10名・団体

項目：活動の概要・動機、市が選ばれる・選ばれない理由、活動を始めるために必要なこと・障壁になっていること、市に必要な姿勢・重視すべき価値や必要な支援について等

2.2 インタビュー結果

インタビューを通して、以下のような要素が見られました。

- 活動の動機は、まちのためや自己実現のためとなっています。
 - ⇒ 活動の動機は、地域のコミュニティの場づくり、まちの発信拠点づくりなどであり、経済的な論理ではないことがわかりました。活動は、自分が行いたいことが起点で、自分が主体ですが、動機は自分以外の人のためとなっています。
- 活動場所に町田市を選んだ理由は、たまたま条件が合ったためという理由が半数でした。条件は、立地の良さ、人の集積、商業地域などがありました。
 - ⇒ 町田市に地縁が無くても活動ができることがわかりました。活動のサポートや環境を整えることができれば、活動の場所へのこだわりがない人たちに活動の機会を提供でき、たまたま条件が合う人を拾い上げる、取り込むことができます。そのようにしていくことで、町田で活動を行う人が増える可能性があります。
- 町田市が選ばれない理由は、地域に楽しめるものがない、面白いものがないためです。
 - ⇒ コンテンツの質が低いと、来訪者から町田が選ばれなくなるだけでなく、まちから人が出ていきます。
- 活動を始めるために必要なことは、人と人とのつながりや活動までの敷居の低さとなっています。市に対する意見としては、あえて挙げるとしたら活動の動き出しの部分への支援となっています。
 - ⇒ 「カマコン(KAMACON)」のように、人とアイデア、人と人との出会いがあること、活動までの敷居が低いことによって、すぐに活動を始められます。市に対しては全面支援でなく、後援や協賛などの支援が求められています。
- 活動の障壁となっていることは、活動の場所が少なく、場所の選択肢がないことです。また、市に対する意見として、活動の広報をして欲しい、相談先や窓口をわかりやすくして欲しい、申請先を紹介して欲しいといったことがあります。
 - ⇒ 市が持つリソースを活かし、広報の支援、相談機能や相談窓口の紹介などを行うことで、障壁を取り除くことができます。また、活動場所の提供は場合によって可能なこともあります。
- 活動は、公共空間⁵ではなく民地⁶で行われており、市に求めることとして、活動を受け入れる姿勢や活動に干渉をしない姿勢、各種申請手続きの簡素化や後援などの支援といったことがあります。
 - ⇒ 活動を行っているのは、公共空間ではなく民地です。市に求めることから考えると、活動の際に手続きが必要といった“制約”があるため公共空間と比較して“制約”が少ない民地で活動を行っているのではないかと考えられます。また、市の支援というと補助金を思い浮かべますが、インタビューでは補助金を受け取るといふ活動ができないため、市には後方支援を求めています。

⁵「公共空間」の明確な定義はありませんが、本研究では、行政が管理・所有する場などの空間と定義します。

⁶本研究では、「民地」を私有地などの空間と定義します。

2.3 2nd Step の考察

- 市の役割は、主体的な活動を行うための環境を整備することです。
 - ⇒ 主体的な活動の動機は、まちのためや自己実現のためとなっており、活動場所の条件はありますが、町田市であるか、町田市のどこの場所でないといけないかといった場所へのこだわりは無いようでした。このことから、環境を整備することにより活動を行いたい人の取り込みができれば、さらに主体的な活動が活発になると考えられます。
- 市の役割は、人と人とのつながりを生み出すこと、活動までの敷居の低さを実感してもらうことや活動の場所を提供することです。人と人とのマッチングや申請手続きなどの簡素化、相談機能などの支援、活動場所の提供などを行うことです。
 - ⇒ 主体的な活動を始めるために必要なことは、人と人とのつながりや活動までの敷居の低さとなっており、活動の障壁としては、活動の場所が少ないということでした。マッチング機能や申請手続きの簡素化、相談機能などの支援、活動場所の開放、提供などで、主体的な活動を行いたい人に対する動き出しの部分の支援ができ、活動が広がるのではないかと考えられます。
- 市に必要な姿勢は、各種申請手続きの簡素化や後援などの支援、活動に干渉をしないといったことです。
 - ⇒ 市の支援というと補助金を思い浮かべますが、今回のインタビューの対象者は補助金を受け取ると思いどおりの活動ができなくなる可能性があることから、市には後方支援を求めています。
- 主体的な活動が生まれるかどうかは“制約”がポイントです。
 - ⇒ 民地では公共空間と比較して活用に関する“制約”が少ないため、主体的な活動が起こりやすく、公共空間では活用に関する“制約”が多いため行政が主導的に行わないと起きにくいといったことが考えられます。

3 3rd Step 社会実験

インタビューでは、主体的な活動に対して、場所の条件は見られませんでした。

しかし、事例調査やインタビューでは、民地では主体的な活動が起こりやすく、公共空間では市が主導的に行わないと活動が起きにくいことがわかりました。事例調査やインタビューを踏まえ、なぜ公共空間では主体的な活動が起きにくいのか探るため、“制約”が多い公共空間を活用して社会実験を行いました。

3.1 公園活用社会実験 薬師池公園 四季彩の杜 アウトドアパーク

3.1.1 目的

まちの潜在的な可能性を探るため、利用者の行動・状況を観察し、結果を分析することで利用者の視点から公共空間のあり方を考えることを目的として実施しました。

3.1.2 コンセプト

世界中の多くの都市で、街路空間のような公共空間を“車中心”から“人間中心”の空間へ再構築する動きが見られます。国内でも、街路空間をはじめ公共空間の再構築、利活用の先進的な取組も見られるようになりました。

それらを踏まえ、公共空間の新たな形を探るため、以下のコンセプトを設定しました。

「自分達の生活を豊かにするための活動や取組を探る」

—コンテンツによって人が足を運ぶようになるのか、行動が変わるのか—

「利用者の視点から見る公共空間の新たなかたちを探る」

—禁止から開放への動きにより、新たな行動が生まれるのか—

3.1.3 社会実験の内容

実施日：2019 年 3 月 21 日（木・祝）午前 10 時～午後 5 時 30 分

3 月 22 日（金） 午前 10 時～午後 7 時 30 分

3 月 23 日（土） 午前 10 時～午後 7 時 30 分

3 月 24 日（日） 午前 10 時～午後 5 時 30 分

3 月 25 日（月） 午前 10 時～午後 3 時

実施場所：薬師池公園 芝生広場ほか

▼薬師池公園四季彩の杜 地図



（町田市未来づくり研究所作成）

▼社会実験実施場所 拡大図



（町田市未来づくり研究所作成）

社会実験の実施主体：町田市

社会実験の場所選定：民間事業者

コンテンツの提案：民間

コンテンツ：日ごとに多様なコンテンツを用意。

（アウトドア用品による休憩所、アウトドアオフィスの設営、飲食店の出店、たき火などのアウトドア体験・茶道体験・ヨガ体験のワークショップ、トークイベントなど）

調査: アンケート調査、アクティビティ調査
手続き関係: 公園占用許可申請、食品営業許可申請

3.1.4 調査

アンケート調査

対象: 芝生広場におけるコンテンツの利用者

質問項目: 属性(性別、年代、居住地など)、空間の満足度、来訪時に行った行動、コミュニケーションを取った人数、公園内でどのような日常生活ができれば良いか など。

空間の満足度は、9 分類(「魅力的」「快適」「居心地がいい」「長く滞在した」「にぎやか」「会話しやすい」「清潔である」「満足している」「また利用したい」)、5 段階(「とても思う・やや思う・どちらでもない・あまり思わない・全く思わない」)で調査しました。

合計で 130 件の回答が得られました。

実施日: 社会実験期間中の毎日実施

アクティビティ調査

泉山ら⁷が池袋駅東口における社会実験の際に用いたアクティビティ調査を参考に、芝生広場を 4 つのエリアに分割し、エリアごと、一定時間ごとに利用者の行動観察を行い、行動や人数を計測しました。

実施日: 社会実験実施前 3 月 19 日(火)

社会実験実施中 3 月 21 日(木)、3 月 22 日(金) いずれも午前 10 時～午後 6 時

3.1.5 社会実験からわかったこと

アンケート調査から

- コンテンツにより、人の行動に変化を与えることができました。
⇒ 社会実験中は、普段多く利用する高齢者ではなく、20 代～40 代の利用が多くなっており、コンテンツによって普段と異なる年齢層の利用者が訪れていました。
- コンテンツによる賑やかさよりも雰囲気を楽しんでいることがわかりました。
⇒ アンケート調査における、空間の満足度の「快適」「居心地がいい」について、「とても思う」「やや思う」という回答が 9 割以上でした。
- コンテンツによる賑やかさよりも、自分らしく使える空間、自分らしく居られる空間を望んでいると考えられます。
⇒ 「また利用したい」について「とても思う」「やや思う」の回答が 9 割以上であることから利用者は繰り返し利用したいと考えていることが分かりました。

アクティビティ調査から

- 禁止から開放への動きにより、新たな行動が生まれました。
⇒ 普段はたき火は禁止されています。しかし、公園の設置者の協力のもと、禁止されているたき火を行う環境を整えることで、たき火を囲みながら利用者同士が交流するという、普段は見られない光景が生まれました。

⁷泉山壘威、中野卓、根本春奈「人間中心視点による公共空間のアクティビティ評価手法に関する研究—「池袋駅東口グリーン大通りオープンカフェ社会実験 2015 春期」のアクティビティ調査を中心に—」、日本建築学会計画系論文集第 81 巻 第 730 号、2763—2773、2016 年 12 月

- 新たな発見として、利用者は空間に合わせて主体的に行動をとることがわかりました。
- ⇒ 芝生エリアに入る人の行動を見て、以前は立ち入らなかった芝生エリアに入る人が増えました。また、アウトドア空間の設えに合わせるように、利用者が主体的にポップアップテントを持参する様子やレジャーシートを持参する様子が見られました。利用者は空間やコンテンツに合わせ、自分たちなりの使い方や過ごし方を見つけ、楽しむ様子やくつろぐ様子が見られました。

社会実験を通して

- コンテンツによって、はじめてでも、遠くからでも人が足を運ぶようになります。
- ⇒ コンテンツによって、普段公園に訪れない人たちが足を運ぶようになり、コンテンツを変えると訪れる人が変わることがわかりました。自分の基準にあったものには、はじめてでも遠くからでも行ってみようという行動になることがわかりました。
- コンテンツを用意するまでの手続きが煩雑です。
- ⇒ 公園は設置者(薬師池公園四季彩の杜であれば町田市)が管理しており、設置者に一定の裁量があります。そのため、たき火は公園を管理している公園管理者の許可が下りれば実現できますが、実現に向けて調整が必要で、簡単にはコンテンツの用意ができません。
- ⇒ 飲食店の出店は保健所が管轄しており、保健所への食品営業許可申請が必要です。どのような品目を提供するのか、加熱調理の有無など保健所と調整が必要で、飲食物を利用者に提供するまで複数の手続きが必要です。
- 手続きが煩雑で申請窓口がわかりにくいです。
- ⇒ 公園は設置者(薬師池公園四季彩の杜であれば町田市)が管理しており、占用許可申請は市に対して行います。どのような目的で行うのかなど、事前の調整や申請書類の提出など、複数の手続きが必要です。
- ⇒ 保健所は市が所管しています。飲食物の提供は、品目、出店者ごとに届け出が必要で、提供場所の配置図なども添付しなければならないことから、手続きが煩雑で提出書類も多くなっています。また、普段見慣れない書類や申請窓口に戸惑うことも考えられます。

できなかったこと

- 社会実験を薬師池公園四季彩の杜の整備計画に反映していくこと。
- 季節を通じて、形を変えて社会実験を行うこと。

3.2 原町田中央通り セットバック空間⁸活用社会実験

3.2.1 目的

市民や沿道の地権者が参加するワークショップ(2019年6月～2020年1月にかけて実施)における原町田中央通りの将来像のアイデアをもとに、滞留空間⁹を設置し、無電柱化整備後の通りの将来像を提示することを目的として実施しました。

⁸本研究では、建物の外壁後退により創出された空間と定義します。

⁹本研究では、テーブルやイスを用いた休憩スペース・物販スペースと定義します。

また、通りの賑わいを継続させるために、必要な担い手の発掘や行政の姿勢などについて検証することを目的として実施しました。

3.2.2 コンセプト

国内でも、街路空間をはじめとした公共空間の再構築、利活用の先進的な取組も見られるようになりました。公共空間の利用により、人々が集い、多様な活動が生まれる場にしていく取組が進められています。

それらを踏まえ、人が主役の通りのためには何が求められるのか、また、町田駅周辺における原町田中央通りの位置付けを探るため、以下のコンセプトを設定しました。

「人が主役のストリート」

—人がどのように感じるのかまちに仕掛けを行いながら試してみる—

「まちを回遊したくなる、滞在したくなる仕組み」

—仕掛けを行うことで人の行動が変わるのか、仕掛けを継続させる仕組みはどのようなものがあるのか—

3.2.3 社会実験の内容

実施日:2019 年 11 月 29 日(金)午前 11 時～午後 6 時

11 月 30 日(土)午前 11 時～午後 6 時

実施場所:原町田中央通り(原町田六丁目、四丁目)のセットバック空間、道路

▼原町田中央通り セットバック空間活用社会実験実施場所



(町田市未来づくり研究所作成)

社会実験の実施主体:町田市

社会実験の場所選定:町田市

コンテンツの提案:ワークショップの参加者のアイデア

コンテンツ:少数のコンテンツを用意。

(滞留空間の設置、地上機器模型段ボールの設置)

調査:アンケート調査、インタビュー調査

手続き関係:道路占用許可申請、道路使用許可申請

3.2.4 調査

アンケート調査

対象:コンテンツの利用者

質問項目:属性(性別、年代、居住地など)

セットバック空間に関する質問、原町田中央通りに関する質問、町田駅全体に関する質問。

合計で 171 件の回答が得られました。

実施日:社会実験期間中の両日実施

インタビュー調査

対象:社会実験場所提供者など 10 名・団体

質問項目:社会実験に関する質問、セットバック空間の活用に向けた運営や体制、ルールに関する質問

3.2.5 社会実験からわかったこと

アンケート調査から

- 原町田中央通りでは滞留空間(休憩スペース・物販スペース)を望んでいるようです。
- ⇒ 「滞留空間が原町田中央通りに増えたら良いと思うか」という質問には約 90%が増えたら良い、「滞留空間があることで、まちでの滞在時間が長くなると思うか」という質問には約 66%が長くなるという回答がありました。このことから、利用者は滞留空間(休憩スペース・物販スペース)を望んでいることがわかりました。
- 滞留空間があることで、まちでの消費の増加が期待でき、経済的な効果が見込めます。
- ⇒ 滞留空間があることで、長い時間通りに留まる人が増えると考えられ、滞在時間が延びるとまちでの消費の増加が期待でき、経済的な効果が見込めます。

インタビュー調査から

- 滞留空間により来客数が増加し、売上の増加や宣伝効果が見受けられます。
- ⇒ 来客数が減少したという店舗もありましたが、テーブルやイスの設置により来客数が増加し、売上の増加や宣伝効果などの外部経済的な効果が見受けられるということが分かりました。

社会実験を通して

- 自ら毎日什器の出し入れを行うのは難しいことがわかりました。
- ⇒ セットバック空間の所有者が、滞留空間の設置に用いたテーブルやイスの出し入れを毎日行うのは難しいということがわかりました。
- コンテンツを用意するまでの調整に時間が必要です。
- ⇒ テーブルやイスなどをレンタルして用意するのに、手配の調整に時間がかかりました。

- 手続きが煩雑で窓口がわかりにくい。
- ⇒ 道路の使用には、警察署長に対する道路使用許可申請、所有者に対する道路占用許可申請が必要になります。申請の前に申請先と内容に関する調整が必要となります。
- ⇒ 各申請には、活動の内容や配置図等が必要となります。また、道路の所有者によって申請先が変わるため、道路の所有者を特定する必要があります。
- 地元や地域団体等との関係作り、調整に時間が必要です。
- ⇒ 社会実験を実施するまで、各種会議体に複数回参加し、どのようなことを行うのかを説明しました。地元や地域機関等との関係作りに数か月かかり、時間が必要です。

できなかったこと

- 道路空間とセットバック空間の一体的な活用を行うこと
- 連続した空間でのコンテンツを設置すること
- 季節を通じて、形を変えて社会実験を行うこと
- 仕掛けを継続していくための仕組みづくりを検証すること

3.3 3rd Step の考察

- 市が環境の整備を行えば、GREEN×PLAZA は場所を選ばずに実現できるのではないか。
- ⇒ 2nd Step におけるインタビューにおいて、主体的な活動が生まれるには、場所のこだわりは無いものの、活動は民地で行われていました。そのため、GREEN×PLAZA は公共空間で起きるのかという考えで社会実験を行いました。社会実験では、環境を整えることで民地でなくても主体的な行動が生まれたため、民地、公共空間といった場所の条件は関係しないのではないかと考えられます。
- コンテンツを用意するまでの敷居が高いと、GREEN×PLAZA の実現につながらないのではないか。
- ⇒ コンテンツを用意するまでのハードルが複数あると、やる気がそがれてしまいます。そのため、主体的な活動が生まれにくくなります。
- 申請手続きや窓口をわかりやすくすることで、GREEN×PLAZA の実現につながるのではないか。
- ⇒ 主体的な活動を行いたいと考える場合に、申請手続きや窓口がわかりにくいと、途中であきらめてしまうことにつながります。書類の作成が煩雑であればあるほどやる気がそがれていきます。
- 市が人と人のつながりをつくる、マッチング機能を担うことが大切ではないか。
- ⇒ 社会実験を行う際に、関係者との調整が必要になります。また、活動を行いたいと考えている人が課題に直面した場合、知識を持つ人とつながることで、課題が解消され、実現に向かうことが考えられます。課題に直面した場合、マッチング機能があることで、実現までスムーズにいくことが考えられます。

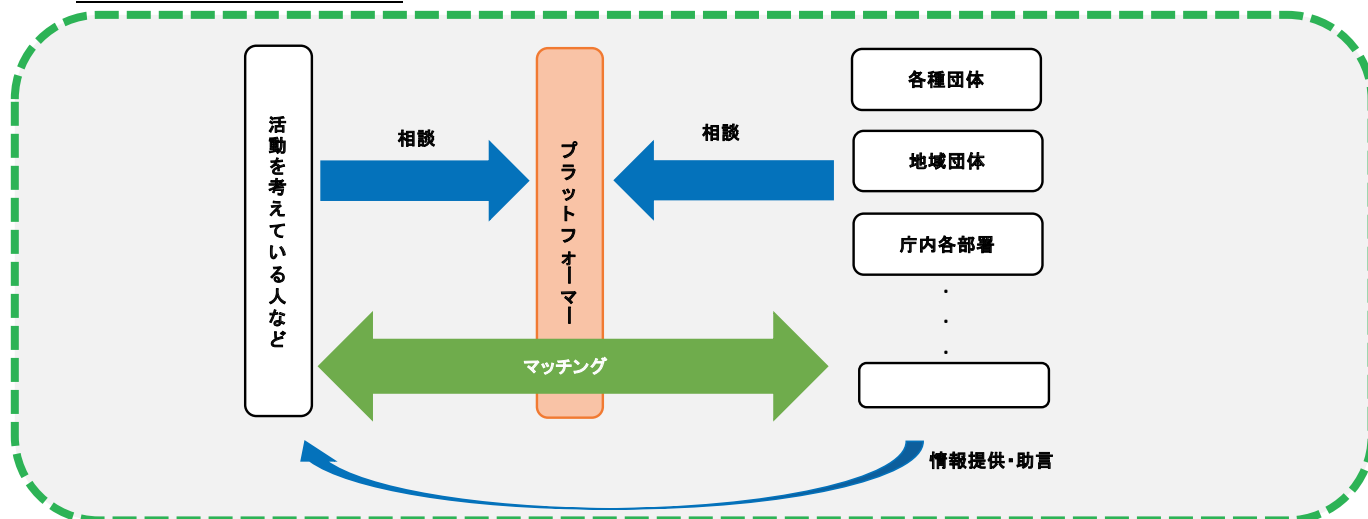
4 GREEN×PLAZAの実現に向けて

事例調査・先行研究調査、インタビュー、社会実験を通じて、主体的な活動が起こるために、市に求められる役割を考察します。

4.1 主体的な活動が起こるために

事例調査・先行研究調査、インタビュー、社会実験を通じて、主体的な活動が起こるために、活動が起こるための土台となる環境の整備を行う、いわば「プラットフォーム¹⁰」が求められると考えられます。GREEN×PLAZAの実現に向けてプラットフォームには、以下の機能が求められると考えられます。

1 相談・マッチング機能

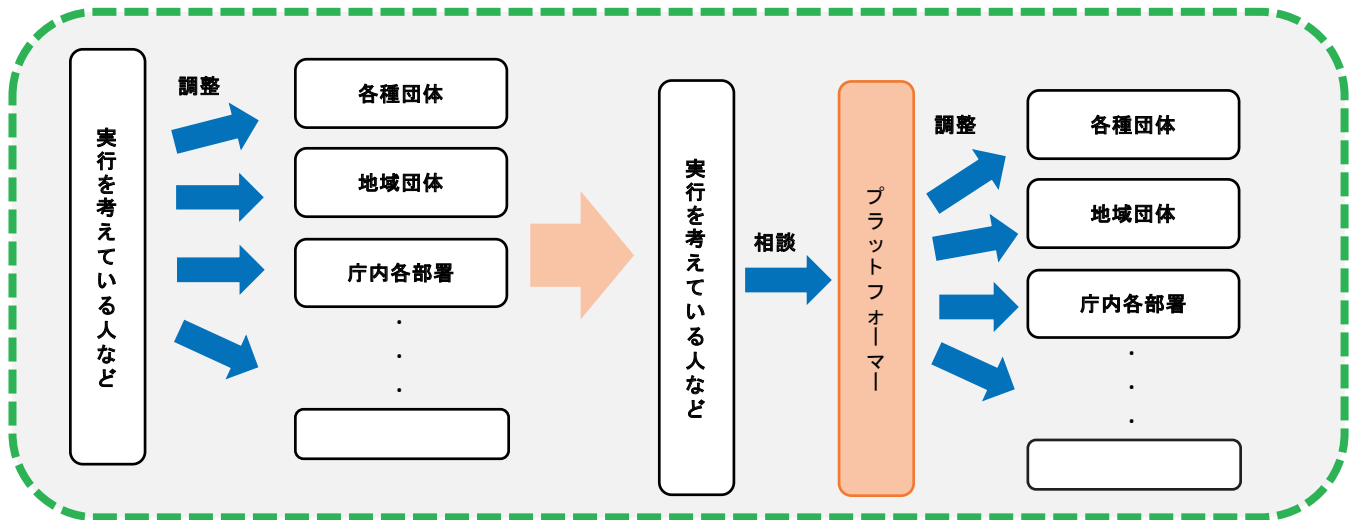


機能: 主体的な活動を行いたい人などと各種団体、庁内各部署などとマッチングを行う。

効果: 活動を行いたいと考えているが、どのように実行したら良いか分からない人などを各種団体、庁内各部署などにつなげることで、実現の可能性が高まります。

¹⁰本研究では、主体的な活動が起こるための土台となる環境(=プラットフォーム)をつくる役割を持つ団体等と定義します。

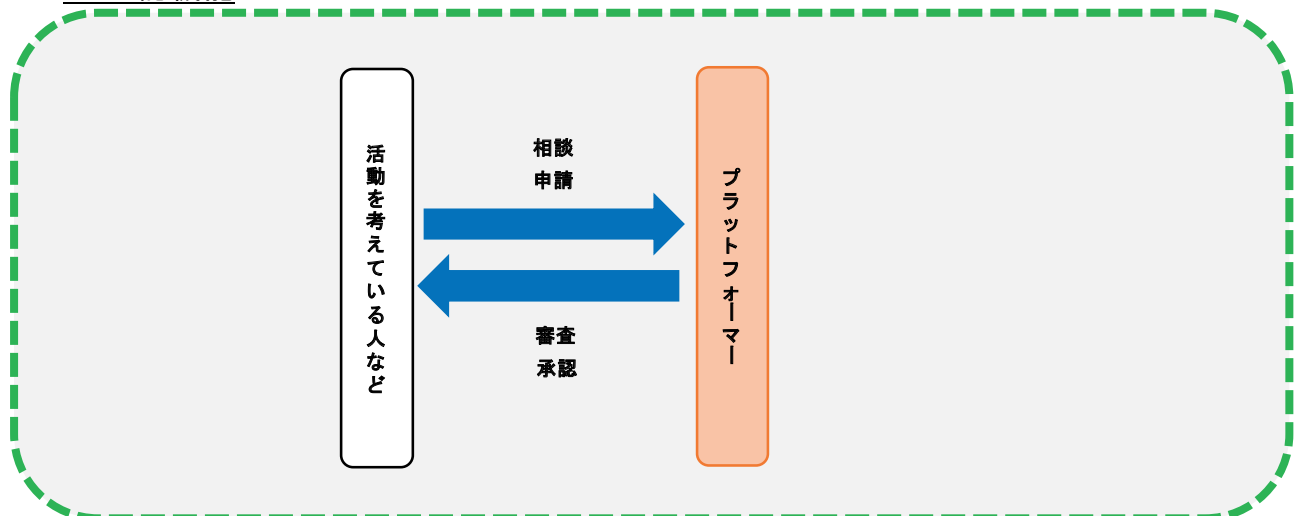
2 仲介機能



機能: 実行を考えている人などと調整先の間に入って調整などを行う。

効果: 活動を行いたい個別に調整を行うことが難しい場合に、仲介して調整することで、実現の可能性が高まります。

3 公認機能



機能: 主体的な活動を行いたい人などを公認する。

効果: 行いたい活動や内容が決まっており、活動の場所を探している人などを公認することで、例えばあらかじめ決めた目的の場合に公共空間を使用できるといったことにつながり、実現の可能性が高まります。

現在、町田市の中では、「まちだ^{まる}〇ごと大作戦 18-20」という取組を実施しています。「まちだ〇ごと大作戦 18-20」では、実行委員会の事務局である市が、プラットフォームとして「相談・マッチング機能」「仲介機能」を担っています。

「まちだ〇ごと大作戦 18-20」では、プラットフォームとして、市が支援を行うことや、取組を行いたい人に寄り添い、サポートすることにより主体的な活動が生まれるように後押しを行っています。

4.2「まちだ〇ごと大作戦 18-20」の取組

「まちだ〇ごと大作戦 18-20」では、「やってみたい夢」の実現に向けて支援を行うことで、主体的な活動が広がるように後押しをする取組を行っています。

4.2.1 「まちだ〇ごと大作戦 18-20」とは

「まちだ〇ごと大作戦 18-20」(以下「〇ごと大作戦」という)とは、主体的な取組を行いたい個人、事業者、団体等の「やってみたい夢」の実現をオール町田で支え、地域活動が活発化し、市内各地が「祭り」のように盛り上がっている様子を市内外に情報発信する、2018年から2020年までの3カ年にわたるシティプロモーションの取組です。

「〇ごと大作戦」では、「まちだ〇ごと大作戦実行委員会」で主体的な取組を支えています。「まちだ〇ごと大作戦実行委員会」は地域経済、スポーツ、文化、社会福祉、大学、交通事業者など市内25団体から構成されており、市は、構成員として入らず事務局を担っています。

基本のコンセプトは、「人と人、人と地域団体との新しいつながりから市民や地域団体の考える夢をみんなでカタチにし、次の世代へのレガシーを創り上げる交流感動都市まちだへ」です。

〇ごと大作戦を行うことの意義は、大きく二つあります。第一に、新しい人と人との出会いやつながりを盛んにすることで、市内のあちこちで新しい事柄が始まり、人の交流から多くの活動をつくることです。第二に、「今までやりたいことが行政の規制によりできなかった」という人たちの声を受け、行政の規制に関する考え方や姿勢を柔軟にし、やってみたい夢の実現につなげていくことです。〇ごと大作戦を通じて、主体的な取組を行いたい人の視点に立った新たな行政サービスの創造や職員の人材育成、組織風土の変革を目指しています。

4.2.2 〇ごと大作戦の背景

市では、2018年2月に市制60周年を迎えるにあたり、周年事業を行わないことにしました。そして、周年事業に代わるものとして、「まちだ〇ごと大作戦」事業を行うこととしました。市では、「まちだ〇ごと大作戦」について、多くの人が町田市の地域の魅力を再発見し、新しい人と出会いながら一緒にやってみたいことに挑戦し、行政はやってみたいことに寄り添って新しい価値やサービスの創造に向けて変革していく契機として捉えています。

ラグビーワールドカップの開催や東京オリンピック・パラリンピックの大会の開催は、スポーツ・文化・経済・観光などあらゆる分野の振興を進め、官民が連携した「オール町田」体制でまちの魅力向上や地域活性化に取り組む好機と考えられます。

市はこの3カ年を「未来を見据えた3カ年」と位置づけ、市民と共にまちの魅力や活力を高めていく絶好の機会と捉え、市民の参画・参加を通じて、自らの地域への愛着や誇りを育むことができるような事業を展開し、市民が取り組む姿や笑顔を町田市の魅力として、市内外に発信していくことにしています。

4.2.3 〇ごと大作戦の具体的な取組

〇ごと大作戦の申請にあたっては、まず、「やってみたい」と思った人が事務局に相談し、実施したい取組内容についてエントリーシートを提出します。

エントリーシート提出後は、取組内容によりますが、内容のブラッシュアップや企画書の作成を、事務局を含めた関係者で行います。このことが、上記の「相談・マッチング機能」の役割と言えます。

また、地域団体等との調整が必要な内容の場合、事務局は地域団体等との調整を支援します。ここで、事務局は「仲介機能」を担っています。

最終的に、「まちだ〇ごと大作戦実行委員会」による判定を経て、取組が実施されます。

2020年2月17日現在、〇ごと大作戦には200以上のアイデアがエントリーされており、そのうち84のアイデアが既に実施され、79のアイデアがこれから実施される予定です。アイデアのエントリーは、町田市各地区からあり、特定の地区のみの偏りはありません。また、エントリーされたアイデアのうち、約四分の一の54のアイデアは2つ以上の地区にまたがる取組となっています。

〇ごと大作戦で実施された数多くのアイデアから、新しい人・団体のつながりから生まれた取組、民間事業者が市民や地域活動を応援する取組を紹介します。

新しい人・団体のつながりから生まれた取組

『パリコレッ!キッズフェスティバル作戦』

子育てサークルの仲間と駅前テナント事業者が出会い、子どもたちの「個性」「想像力」「チャレンジ精神」を伸ばし、様々な分野の芸術に触れることで、自由に楽しく自分を表現できるイベントを実施しました。子連れで楽しめる空間が少ない中心市街地でのイベントとして、継続開催が予定されています。

▼取組の様子



(出典)まちだ〇ごと大作戦事務局

民間事業者が市民や地域活動を応援する取組

『つながり×発見×出会いの場づくり大作戦 in TSUTAYA 町田木曽店』

TSUTAYA 町田木曽店の店舗 1 階にあるイベントスペースを、市内で活躍する地域住民や町田市にゆかりのあるアーティスト、事業者など、様々な方に発表の場として提供すると共に、積極的に情報発信をすることで活動を支援しています。

▼取組の様子



(出典)まちだ〇ごと大作戦事務局

4.2.4 〇ごと大作戦を通して見えてきたこと

〇ごと大作戦では、プラットフォームの役割を事務局が担っています。プラットフォームとして、「やってみたい夢」の実現に向けて支援を行うことや、取組を行いたい人に市が寄り添いサポートをすることにより、主体的な活動が生まれるように後押しを行っています。

〇ごと大作戦は、取組の参加者から好評で、事務局には今後も続けて欲しいという要望が多く寄せられています。しかし、今後の継続を考えると、地域に住む人たちが自らその役割を担うことで、自由な発想で行われる取組につながります。

そして、活気ある地域をつくるためには、地域に住む人たちが自らその役割を担うことが必要です。そこで、今後も市内の各地域で自由な発想で行われる取組が継続的に生まれるように、プラットフォームの役割を地域組織等が担う場合や、プラットフォームを支援する役割を市が継続的に担うことが必要であると考えられます。また、〇ごと大作戦では人と人を直接つなげる方法でした。しかし、現在はICT¹¹の進展により、インターネットやアプリを通して人と人をつなげている事例があります¹²。

人と人を直接つなげる方法に加え、ICT を活用することで、主体的な活動がさらに広がり、発展していくのではないかと考えられます。

¹¹ICT は Information and Communication Technology の略称で、本研究では、情報通信技術を意味しています。

¹²例えば、家事代行やベビーシッターなどのスキルを持つ人と、それらを欲している人をインターネットやアプリを通じてマッチングする仕組みなどが挙げられます。

4.3まとめ～市に求められる役割～

事例調査やインタビューからは、町田市においても、自分達の生活を豊かにするような取組、主体的な活動が見られます。活動の多くは民地で見られ、公共空間では活動が起きにくいことが分かりました。しかし、社会実験によって、“制約”を外すことで、公共空間でも活動が起こることが分かりました。このことから、民地だから活動が起こり、公共空間だから活動が起きないといった場所の条件は関係しないのではないかと考えられます。

また、〇ごと大作戦のように、市がプラットフォームとして、取組を行いたい人に寄り添い、サポートをすることで民地や公共空間を問わず主体的な活動が生まれています。

GREEN×PLAZAが実現するために、市には、主体的な活動が起こるように、できる限り“制約”を取り除き、プラットフォームの支援や環境を整備するといった、活動に対して背中を押すようなサポートが求められます。

何かを行いたい、始めたいと考える人に対して、段階に応じた「相談・マッチング機能」「仲介機能」「公認機能」のような複数の支援メニューを用意することで、チャレンジしやすい雰囲気を作ることができれば、新たに何かを始めたいと考える人たちの活動の後押しにつながります。

市には、日頃から公共性や公益性を考えるように求められるため、一律の基準を用いて管理的な視点になりがちです。

市が直接主体的な活動をすることもありますが、主体的な取組を行いたい人を応援することも市の役割です。市では公共性や公益性にとらわれ過ぎるあまり、独創的な取組が生まれにくい傾向にあります。そこで、自由な発想による取組を応援することで、まちに新たな活気が生まれます。そのためには、地域に住む人たちが自らプラットフォームとしての役割を担うことが理想であると考えられます。

まちのあちこちに主体的な活動が生まれていくために市では、何か活動をしたいという想いを一度受け入れ、やりたいことを実現するために、どのように寄り添えば活動の実現ができるかを考えることが求められます。

そのため、市は、プラットフォームが行う「相談・マッチング機能」「仲介機能」「公認機能」の支援を行うことが必要です。しかし、支援だけでは、上手くいきません。GREEN×PLAZAの実現には、市民と職員の双方の姿勢が問われています。二つのうちのどちらか一方が欠けては成り立ちません。双方が上手く合わさることで好循環が生まれ、ニューパラダイムで描いている「きらめく町田」のように、まちに出会いと交流の場が生まれるのではないかと考えられます。



町田市未来づくり研究所 所長

市川 宏雄

Ichikawa Hiroo

1947 年東京都生まれ。明治大学
名誉教授、帝京大学特任教授、
一般社団法人 大都市政策研究
機構・理事長、特定非営利活動
法人 日本危機管理士機構・理
事長。

早稲田大学理工学部建築学科、
同大学院博士課程を経て、カナ
ダ政府留学生としてウオーター
ルー大学大学院博士 Ph.D(都市
地域計画)を取得。
一級建築士。

GREEN×PLAZA の実現に向けた研究報告書

2020 年 5 月発行

発 行 者 町田市

〒194-8520

東京都町田市森野 2-2-22

電 話 042-722-3111(代表)

編 集 町田市未来づくり研究所

印 刷 株式会社 芳文社

刊行物番号 20-7

この冊子は 200 部作成し、1 部あたりの単価は 582 円です

