

シンポジウム報告書

# シビックプライド会議

---

2011年10月9日(日)

於: 森戸記念館

シビックプライド研究会



本報告書は2011年10月9日に開催された「第1回シビックプライド会議」の講演内容をまとめたものである。

### 開催概要

日時 2011年10月9日(日)

時間 10:00～18:00

場所 東京理科大学 森戸記念館

主催 シビックプライド研究会

伊藤香織(東京理科大学工学部建築学科准教授)

紫牟田伸子(プロジェクトエディター、SJ 主宰)

太田浩史(建築家、東京大学生産技術研究所講師)

榎本元(読売広告社都市生活研究所所長)

太田あゆみ(読売広告社都市生活研究所ディレクター)

武田重昭(兵庫県立人と自然の博物館研究員)

田井中慎(4CYCLE 主宰)

韓亜由美(Studio Han Design 代表, アーバンスケープアーキテクト)ほか

後援 東京理科大学大学院理工学研究科

協賛 公益財団法人ハイライフ研究所、株式会社読売広告社

## 目次

---

■開会のあいさつ.....	1
伊藤香織(シビックプライド研究会)	
■基調講演.....	3
イギリスにおけるシビックプライドを醸成する空間と情報のデザイン.....	4
マイク・ローリンソン (デザイン・プランナー、City ID ディレクター)	
日本における地域社会の崩壊とシビックプライド醸成の必要性.....	7
三浦展(マーケティング・アナリスト、カルチャースタディーズ研究所主宰)	
■ケーススタディとディスカッション.....	9
アイデンティティをデリバリーする (モデレーター:紫牟田伸子).....	10
鈴木功 (タイプデザイナー、タイププロジェクト株式会社 代表)	
迫一成 (ヒッコリースリートラベラーズ 代表)	
都市情報をデリバリーする (モデレーター:田井中慎).....	13
渡辺保史 (北海道大学大学院地球環境科学研究院 GCOE 上級コーディネーター)	
韓亜由美 (アーバンスケープアーキテクト、Studio Han Design 代表)	
都市景観でデリバリーする (モデレーター:太田浩史).....	15
西村浩 (株式会社ワークヴィジョンズ 代表)	
島津勝弘 (クリエイティブディレクター、島津環境グラフィック有限会社 代表)	
教育・ワークショップでデリバリーする (モデレーター:武田重昭).....	17
加藤文俊(慶應義塾大学 環境情報学部 教授)	
河田祥司(香川大学教育学部附属高校小学校 教諭)	
行政の立場でデリバリーを編集する (モデレーター:伊藤香織).....	19
長谷部文子(四国経済産業局 広報・情報システム室 広報係長)	
椿辰一郎(北九州市役所職員)	
■閉会のあいさつ.....	21
紫牟田伸子(シビックプライド研究会)	

## 開会のあいさつ

おはようございます。本日は連休の中日にも関わらず、大勢の皆さんにお越しいただき、ありがとうございます。参加を希望していただいた方が非常に多くて満席状態になっています。長丁場ですので休憩を挟みながら進めていこうと思います。

本日は、日本の各地から、そしてイギリスから、非常にユニークでクリエイティブな試みをされている方々にスピーカーとしておいでいただいております。スピーカーの皆さんのお話を伺うのを私自身とても楽しみにしています。

さて、最初に少しシビックプライド研究会のお話をいたしたいと思います。私達シビックプライド研究会は 2006 年に活動を始めました。私は都市計画・都市デザインが専門分野ですが、魅力的な都市を作っていくには、いろいろな分野の人々の力が必要であること、また他の分野の人々がどのような専門性を持っているのかを私自身が知りたいという思いもあり、当時日本デザインセンターチーフディレクターだった紫牟田伸子さんにご相談をして、研究会を始めることになりました。現在は、建築、デザイン、広告、アート、ランドスケープ、といろいろな分野のメンバーの集まりになっています。

2006 年に研究会を始めた時点で「シビックプライド」という言葉は持っていたのですが、そのことと、まちに表れてくるデザインとの関係など、自分たちが研究会として何を取り扱うのかということははっきりと見えないまま、とにかく気になる事例を集めていきました。この事例は魅力的だけどのような意味があるのだろう、この事例は自分たちの扱いたい対象とは異なるのではないか、といったディスカッションを長い間くり返し、その中で、対象の形がぼんやりと見えてきました。また、まちづくり、ものづくり、都市ブランディングなどと重なる部分や

異なる部分についてもディスカッションしてきました。3 回のヨーロッパ調査にも行きました。それを 2008 年『シビックプライド：都市のコミュニケーションをデザインする』という本にまとめて出版することができました。

多くの方々に読んで頂きまして、「これが私のやりたいことだった！」という共感の声もたくさんいただきましたし、一方で、日本とヨーロッパとは状況が違うから、そのままの方法では日本では使えない、というご意見もいただきました。そのようなこともあって、出版後は研究会では日本での事例についてのディスカッションが多くなりました。前置きが長くなりましたが、それが、本日の「シビックプライド会議」につながっているわけです。本日はヨーロッパの事例と日本の試みをつなげていながら、日本のシビックプライドの在りようであるとか、それを伝え共有していく方法を、みなさんと一緒に考えていけたらと思っています。

今年の 3 月 11 日に東北地方太平洋沖地震が起き、その日を境に世界の見え方が変わってしまったように思います。それは未だに日本の社会に非常に大きな影を落としています。一方で、震災を機に見えてきた日本のコミュニティのつながりであるとか、共有されている風景であるとか、危機に際して発揮されるクリエイティビティとか、また離れた地域の人たち同士がどうつながっていくのか、そういったものが見えてきたような気がします。本日は残念ながら、結果的に東北地方からのスピーカーをお呼びすることはできなかったのですが、我々に共通する問題だと思いますので、そういった背景も踏まえながら一緒にディスカッションを進めていただければと思います。それでは、一日よろしくお願ひします。

伊藤香織(シビックプライド研究会)



## 基調講演

---

イギリスにおけるシビックプライドを醸成する空間と情報のデザイン  
マイク・ローリンソン (デザイン・プランナー、City ID ディレクター)

日本における地域社会の崩壊とシビックプライド醸成の必要性  
三浦展 (マーケティング・アナリスト、カルチャースタディーズ研究所主宰)



## イギリスにおけるシビックプライドを醸成する空間と情報のデザイン

世界の都市で情報デザインを手がけるマイク・ローリンソン氏から、「イギリスにおけるシビックプライドを醸成する空間と情報のデザイン」について、前半は都市のコレオグラフィ、すなわち、まちがどうアイデンティティを確立し、都市開発がなされるかについての考え方や手法の理論について、後半はケーススタディについて報告があった。

### ■ 発表者プロフィール

#### マイク・ローリンソン

デザイン・プランナー。City ID の創設ディレクターとして、多分野のチームを率いて英国ブリストルを拠点に活動。複雑な都市環境において、ユーザー中心の都市デザインと多様な交通に関わる情報プログラムを展開して、世界的な評判を得ている。特に、「わかりやすい都市 (legible city)」のコンセプトを掲げた一連のプロジェクトは、都市のアイデンティティ、経路探索、交通システムの統合的デザインによって、人々の都市体験と移動に対する理解の改善を目指すもので、ブリストルを始めとして多くの都市で成功を修めている。その他にも、バース、バーミンガム、ダブリン、ロンドン、ミルトンキーネズ、ニューカッスル、シェフィールド、サザンプトン、サンダーランド、アブダビ、リオデジャネイロなど、英国内外の多くの都市でプロジェクトを手がけている。

### ■ 講演

まちがどうアイデンティティを確立し、都市開発がなされるのかという、都市のコレオグラフィについて話をしたい。我々 CityID はデザインを始める前に “Thinking, Idea, Planning, Direction” を綿密に行う手法を大切にしている。

#### ウォークブルシティ (歩き回れる都市)

まちをつくるときには、ウォークブルシティ(歩き回れる都市)という考え方で、空間の意味づけを行い、複合的な都市の見方を意識している。そして、参加を促す、巻き込む、主体となるというプロセスを大切にしている。参加することで、自分が担っているという意識が育つ。また、人々が空間をつくるという考えから、どのような人を巻き込んでいくかという場づくりを大切にしている。そのため、プロジェクトに関わる際には、それぞれのまちに事務所をおくスタイルとしている。

#### メンタルマッピング

メンタルマッピングというプロセスは、住民がどのような視点でまちを見ているかを考えるものだ。調査、インタビュー、フォーカスグループという段階を経ている。すべての重要な要素をテストし、反応を得るようにしている。都市の構造やその要員を理解することを大切にしている。空間は物語をもっているので、その場所要素や移動、位置づけを解析していくことが重要である。

この図(Fig.1)は公共空間における情報と移動のコンセプト図で、中央にあるのはパブリックライフである。まず、どのように人々が行動し、移動しているかを見ていく。次に、その行動を促す情報がどのように伝達され、使われているのかをみる。そして、まちや移動する空間でどのような経験をしているか、リアルな感覚は何かを見ていき、最後に、都市のアイデンティティやわかりやすさ、メッセージは何か、人と情報と空間の意味から見ていき、キャンパス化していくという図である。



Fig. 1

この図(Fig.2)は都市を構成する要員を分析したもので、空間、環境、社会、経済の4つの利点から、都市のもつDNAが明らかになる。これは都市間競争における指標となる重要なものである。

Urban Chronography  
Spatial and Information Design  
that Restores Civic Pride in the UK

### Components of urban structure



Fig. 2

都市における移動や情報の扱われ方として、一般的なポスターだけでなく、デジタルな情報をどのように人々に与えるかを考えている。イギリスでは、第一には行政機関が都市の魅力を発信しているが、ソーシャルネットワークも発展しており、さまざまな方向から人々は情報を得ている。地図を

作るにしても、行政や地図の会社だけでなく、ソーシャルネットワークでの情報も活用する。固定化されたメディアだけでなく、ダイナミックで変化する情報を入れていくようにしている。都市そのものがデータとして持っている情報以上に、そこに含まれている情報が重要だと考えている。

都市を訪れる人の中にも、いくつか特徴があるのではないかと考えている。滞在時間という切り口で考えると、ビジネスマンには効率的に必要な情報を、時間に余裕がある人にはゆったりと自由に情報に触れられるようにすべきであり、ユーザーのニーズに敏感であるように心がけている。また、都市を訪れた人の行動パターンを見ると、移動の計画時や移動中、特に歩行する際にどのような情報に触れるかを大切にしている。そして、移動手段にも色々なモードがあり、歩行や電車など複合的に組み合わせる際に、時間やタイミングなど、どのような情報の出し方が望まれるのかを考えている。

情報のクラスを描いてみると、ファーストパーティーは政府・自治体、セカンドパーティーは交通機関を提供するインフラ業者など、サードパーティーはテクノロジーをつくる商業的企業などになる。都市をデザインするには、さまざまなパートナーを巻き込むため、コンセプトの一貫性が保たれるようコミュニケーションをとりながらプロジェクトを進めている。

### ワン・ネットワーク

ワン・ネットワークという考えでは、交通機関を個別のものではなく、いくつかの統合したネットワークとしてみている。ネットワークをプロダクトのタイポロジーによって具現化していく。

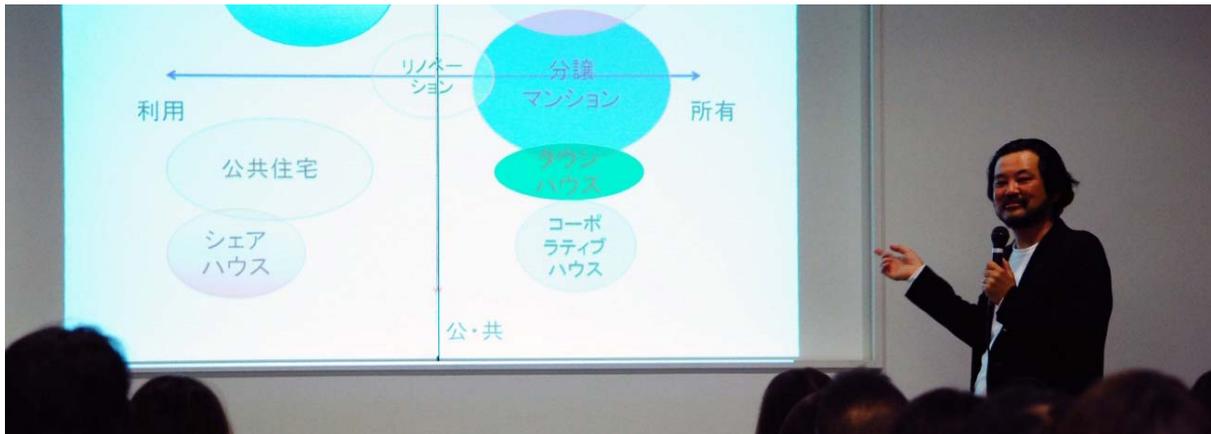
公的交通機関のプロダクト開発では、コンセプトを作る際、広域に、郊外にも発展していけるよう拡張性を意識し、色々なモードを提供している。

### 空間が持つ意味を読み取る

セミオスティック・コード、つまり空間が持つ意味を読み取ることを大切にしている。サブミナルサインなどから読み解けるイメージ、情報を読み解くツール、空間の持つ隠されたサインを読み取り、

それを読み取るためにサインで誘導することが必要となる。ケビン・リンチも同様のアプローチをしている。

分かりやすさを大切にしながら、都市特有のデザインを盛り込んでいくことも重要である。都市と結びついたデザインでありながら、ユニバーサルなデザインであることが必要である。わかりやすさ、直観性を大事にして、住んでいる人に自然な形でデザインをしていくこと、まちならではのアイデンティティ、愛着を感じられることが大切だと考えている。住民が関わったと感じられるデザインを行っていくことが大切だと思う。



## 日本における地域社会の崩壊とシビックプライド醸成の必要性

消費社会研究家、マーケティング・アナリストである三浦展(みうら あつし)氏より、「日本における地域社会の崩壊とシビックプライド醸成の必要性」というテーマで基調講演が行われた。氏は、著書「愛国消費」(三浦展、徳間書店、2010)の中で、シビックプライドの考えを、これからの時代に非常に必要な考え方だと紹介している。

### ■ 発表者プロフィール

#### 三浦 展

消費社会研究家、マーケティング・アナリスト。1958年生まれ。82年、一橋大学社会学部卒業。(株)パルコ入社。マーケティング情報誌『アクロス』編集室勤務。同誌編集長。90年、三菱総合研究所入社。99年、「カルチャースタディーズ研究所」設立。団塊ジュニア世代、団塊世代などの世代マーケティングを中心に調査を行うほか、家族、若者、階層、都市などを研究し、新しい社会デザインを提案し、各方面から注目されている。著書に、80万部のベストセラー『下流社会』のほか、消費論として『シンプル族の反乱』、教育論として『格差が遺伝する！』『下流大学が日本を滅ぼす！』、都市論、郊外論として『「家族」と「幸福」の戦後史』『ファスト風土化する日本』『奇跡の団地 阿佐ヶ谷住宅』『吉祥寺スタイル』『高円寺 東京新女子街』『スカイツリー東京下町散歩』など多数。

### ■ 講演

#### 震災が日本の風景を変えたのか

“震災によって我々の目に映る風景が変わってしまった”と言われるが、もともと、東北に象徴される地方は、過去20年あまり、津波のような、時代の流れに流されていたのではないかと。

この写真(Fig.3)は、道路沿いに、ショッピングモール、自動車販売店、家電量販店などが見えるが、これらは非常に典型的なファスト風土化した風景である。撮影場所は秋田県横手市だが、日本中どこにでもある風景であり、これが今の日本の現実である。これまでの経済の変化によって、じわじわと10年、20年かけて商店街、中心市街地がなくなっていったのである。



Fig. 3

群馬県太田市の駅前商店街は、郊外にショッピングモールが出来たことによってシャッター通りになった。その空き店舗へ風俗店がオープンしたとこ

ろ、次々に周囲にも同業の店がオープンして一大風俗店街となってしまった(Fig.4)。この10年20年で起こっているこれらの出来事は、震災にまさる風景の変化である。そして、まさにシビックプライドを喪失させる流れではないだろうか。



Fig. 4

### 消費社会の変遷

消費社会を第1段階～第4段階で表すと、今まさに第4段階に入ってきているのではないか。第4の消費の軸となる価値は、街、人、コミュニティといったシビックプライドに関係するものである。これまでの第3段階において大切にされた価値は、自分らしさ、個性化という“個人”、さらに前の第2段階ではマイホームを持つことに代表される“家”単位の価値、そして第1段階で優先された価値は“お国”である。第4の消費社会においては、家、個人をふまえて、それらの矛盾を解決する社会、消費を超えた“共費”社会がやってくると考えている。

### “共費”社会とシビックプライド

共費時代の特徴はシンプル志向やシェア志向である。共有、共感しあえる、共同利用するという指向性である。プライドというのは、誇りあるいは愛着といった、譲れない価値なのだと思う。言い換えるならば、お互いが承認されたい、認め合いたい、ということではないだろうか。だから、これから目指すべき社会は、シンプルな暮らしをして、ローカルな価値を大事にして、かつ価値や物をシェアして、お互いに認め合える、というイメージだと思う。

### 都市の魅力を見直す流れ

“昔より今が良い。将来はもっとよくなる”という時間軸の優位性が低下し、相対的に空間軸の価値がせりあがってきている。すると、近代的な都市ほど良く、前近代的な農村はダメという価値が変わっていくことになる。都市も田舎も、銀座も高円寺も、パラレルな存在になり、それぞれが良いということになる。それぞれの地元を見直すような流れが生みだされている。

### シェアハウスに代表される“共費”社会の価値観

最近注目を集めている、人々が集まって共同で暮らすシェアハウスには、現代の社会が求めるメリットが詰まっている。エコノミーでありエコロジー、そしてセキュリティと、コミュニティがある。シェアハウスは、これから我々が作りたいと思っている社会のエッセンスをいち早く実現していると言える。このように、市民が自分たちの力とわずかなお金で富を分配するシステムを考え出すことができるというのが、シビックプライドの根本ではないかと思う。

これから

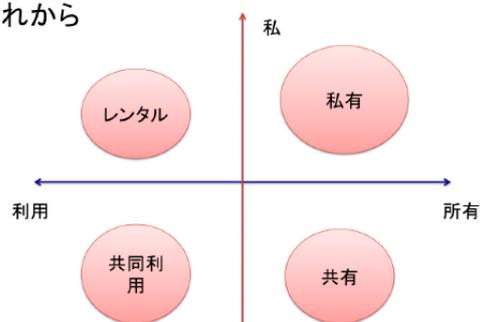


Fig. 5

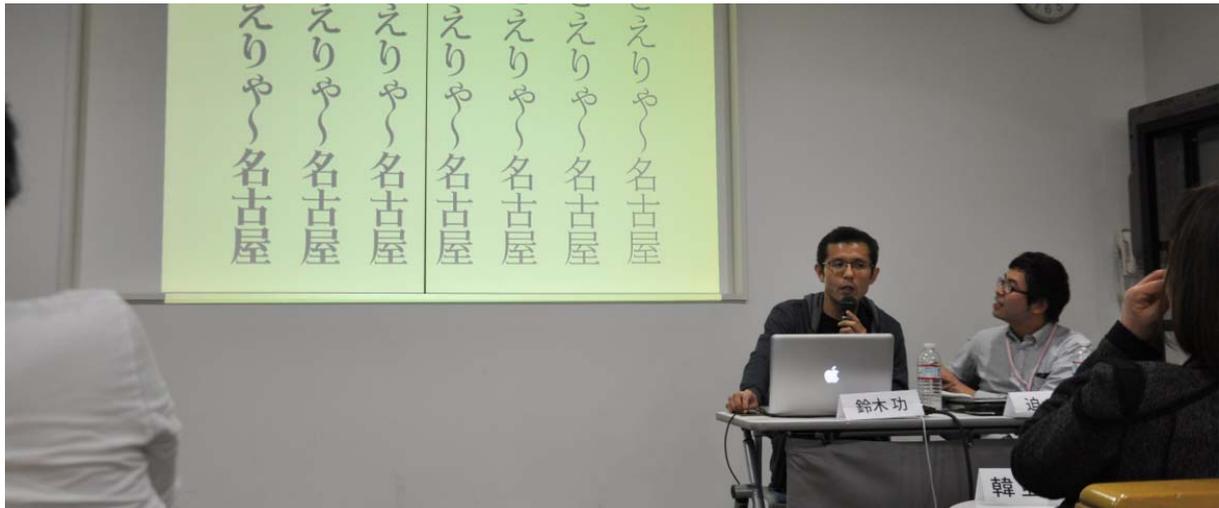
### プライドを支える都市・雇用を生み出す

今後のシビックプライドを考える上では、郊外をどうするかが課題になると考えられる。例えば、隣の家が空いたらその土地を買って、あるいは庭を共有し、住民全体の庭にする。あるいはコミュニティガーデンでも良い。私有という発想にとらわれなければ、もっとよい田園都市が出来ていくのではないだろうか。またプライドが育っても、仕事が無くては意味がない。単に住むためだけの住宅地ではなく、雇用、仕事を作っていく、ある意味では都市化していくことが重要であると考えられる。

## ケーススタディとディスカッション

---

アイデンティティをデリバリーする	鈴木功×迫一成
都市情報をデリバリーする	渡辺保史×韓亜由美
都市景観でデリバリーする	西村浩×島津勝弘
教育・ワークショップでデリバリーする	加藤文俊×河田祥司
行政の立場でデリバリーを編集する	椿辰一郎×長谷部文子



## アイデンティティをデリバリーする：鈴木功×迫一成

### ■ 発表者プロフィール

#### 鈴木 功

1967 年名古屋市生まれ。愛知県立美術大学卒業後、アドビシステムズ株式会社を経て、2001 年タイププロジェクトを設立。デザイン誌『AXIS』のために制作した「AXIS フォント」で 2003 年グッドデザイン賞受賞。2009 年より都市フォント制作を開始。現在、「AXIS 明朝」と都市フォントの実現に向けた活動を行う。

#### 迫 一成

1978 年福岡県生まれ。新潟大学卒。2001 年クリエイティブ集団「ヒッコリースリートラベラーズ」を結成。「日常を楽しもう」のコンセプトで、新潟市上古町商店街の店舗で衣類・雑貨・土産品などの制作・販売、各種デザイン、企画を行う。現在、上古町商店街理事。

### ■ 都市フォントプロジェクト

#### 発表者 鈴木 功

私たちは書体をつくるデザイナーとエンジニアによる小さな書体メーカーだ。その土地の風景や言葉、料理の味などの地域性を文字のかたちに置き換えて表現できるのではないか。そして、その文字がその地域のさまざまな場所で活躍できたら

いいと考え、「まちから生まれ、まちで育つ文字」づくりとして 2009 年から取り組んでいるのが「都市フォントプロジェクト」である。試作を都市フォントの専門サイト(<http://www.cityfont.com/>)で発表している。横浜開港 150 周年を機に試作した「ハマ明朝」(Fig.6)は、横浜港に停泊している氷川丸のフォルムを漢字の横角に取り入れてみたり、碇のかたちを文字に置き換えてみたりしている。地域の雰囲気を通す横軸のようなものとして、文字が都市の中で活躍できると良いと思っている。

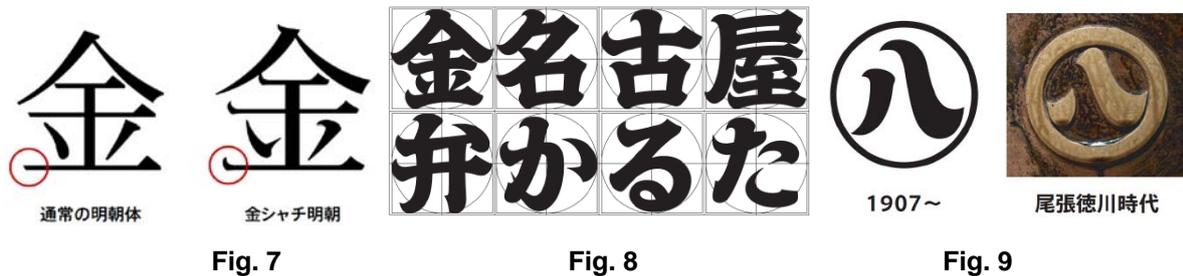
Fig. 6

名古屋で展開しているのが「金シャチフォントプロジェクト」だ。「金シャチ明朝」(Fig.7)は名古屋のちょっと装飾的でゴージャスな感じが伝わると良いと思っている。金の鯨はもちろんのこと、名古屋嬢のくるんとした巻き髪「名古屋巻き」のかわいくて豪華な感じもイメージしている。同時に、明朝体という書体のカテゴリーに対する挑戦でもある。

金シャチ明朝から派生した「金シャチ黒字」(Fig.8)は、名古屋弁かるた用の文字制作のため、

名古屋の市章として 100 年以上使われている丸八マーク(Fig.9)の筆遣いを使ってデザインした。こってりした八丁味噌の味が出ていると思う。標準

語に適した文字と、土地柄を表す文字というのは違って当然ではないだろうか。書体は土地柄と言葉を繋げることができるのだと思う。



## ■ 新潟市上古町商店街のアイデンティティ

発表者 迫 一成

ヒッコリーストリートラベラーズというクリエイティブ集団は現在7人。上古町商店街内の店舗では、T シャツ、手ぬぐい、ノート、おむすび、ジャムなどさまざまなものを販売している。人気のお饅頭(Fig.10)は近くの和菓子屋さんにつくってもらっているもので、結婚式のプチギフトとして全国に発送している。



Fig. 10

Fig. 11



Fig. 12

店舗はもともと酒屋で、築 80 年の建物(Fig.12)。そもそもはこの向かいにスペースを借りていたが、酒屋が閉まるというので買い取った。1階は店舗、

2階でワークショップや教室などを開いている。

上古町商店街のロゴマーク(Fig.11)は、6 年ほど前に勝手につくったものだが、いま商店街全体で使われている。チラシ、地図、トイレシールなどもつくっている。

地図新聞などをつくるということは残すということでもあり、自分たちがやってきたことも振り返ることができる。商店街は記録が何もないのが問題だと思うので、積極的に印刷物をつくったり、記事を書いたりしている。活動を始めた頃は 20 ほどあった空き店舗が、現在は 1 つか 2 つ。これほど増えた商店街も珍しいので全国から視察が来る。自分たちが楽しみながらうまくいっているところを見せれば、可能性を感じて興味をもった人たちが出店してくれるだろうと思っていた。

## ■ ディスカッション

「地域には、等身大の文字というか、その都市にフィットする、歴史とか雰囲気にもふさわしい文字があるのだと思う」という鈴木氏は、地元企業や大学などで積極的に使ってもらいながら、「じわじわ浸透して、誰かが知らないところで使っていた、という感じで風景少しずつ変わっていくというのがひとつの理想」と述べた。迫氏は、若者呼び込みという意識ではなく、「人がいないと寂しいと商店街の人が言っていたので、みんなが楽しそうだなと思ってくれれば自分もやってみようという人も増えるだろうと思って(自分の活動を)始めた」と述べている。共有することで少しずつ地域の気持ちが醸

成されるという点で意見は一致しており、“楽しむ／楽しんでもらう”“自然と使ってみる／自分もやってみよう”という気持ちを醸成していくツールとその活用の仕方について話し合った。また、そのデザインについては、「新潟的であり新潟的でないこと。新潟にとっては非日常でちょっと面白いんだけど、外の人にとっては新潟っぽい、というバランスがすごく大事」(迫氏)、「地元ではカッコ悪いと思っていたものが、外に持っていったら、カッコいいと言われたというのが割とあって、それがシビックプライドの鍵のひとつになるのじゃないかという気がしている」(鈴木氏)とそれぞれ述べた。

(モデレーター＝紫牟田 伸子)



## 都市情報をデリバリーする：渡辺保史×韓亜由美

### ■ 発表者プロフィール

#### 渡辺 保史

ジャーナリスト兼プランナー。2008年、北海道大学科学技術コミュニケーター養成ユニット(CoSTEP)の特任准教授に着任、2011年より同大学院地球環境科学研究院上級コーディネーター。環境科学のアウトリーチや社会連携プログラムを担当している。

#### 韓 亜由美

アーバンスケープアーキテクト／Studio Han Design 代表。現代都市をフィールドに人間らしく生きられる棲息環境、ヒトの活動を支える生態系を構築するため、デザインの領域を超えて新たなアーキテクチャを提起、実践している。

### ■ 情報デザイン

#### ～街を自分たちごとにする

発表者 渡辺 保史

シビックプライドは、ある種の当事者意識を育てるということであり、「自分たちごと」がキーワードとなると考えている。街は他人事ではなく、ましてや自分ごとでもなく、自分たちという複数形で積極的に関わって育てていく、良いものに変えていく、ということだ。一例をあげると、秋田でのご当地版モノポリーが挙げられる。これは個人がブログで作りたいと発信して、賛同者を集め、1年かけて作ったと

いういきさつがある。モノポリーというグローバルスタンダードを秋田へローカライゼーションしたという、非常に面白いシビックプライドにつながるような動きである、と考えている。こういった動きは、地域を対象とした活動だけではなく大学のような小さなコミュニティをフィールドとした取り組みも含まれる。

また、初音ミクのようなコンシューマー・ジェネレイトド・メディア(CGM)など市民がクリエイティブになれる環境づくりも興味深い動きである(Fig.13)。



Fig. 13

### ■ パブリックスペースを活かす

発表者 韓 亜由美

長い間土木の業務に関わってきた中で、この土木や道路空間こそが、まず活かすべきパブリックスペースではないだろうかと考えている。日本の都市の中には市民性に支えられていない、形骸化

されたパブリックスペースが多数存在してしまっている。例えば工事現場はもしかしたらライブな都市の風景であって、資源ではないかと考えると、パブリックスペースとして活かせるのではないかという思いがあり、「工事中景」と名づけて工事現場のデザインに関わり始めた(Fig.14)。しかし、工事中景をやってもすぐにはコミュニティには届けられない。あくまでもきっかけを作っているだけであり、どうやって地域の人に受け止めてもらえるかを考えるのが大切だと考える。完成後のその先へ、工事中のできごとの積み重ねのバトンを渡していきたいという思いもあり、市民へのデリバリーとロールシフトの仕方が重要になってくる。つまり地域の人が主役なんだということを伝えていきたい。

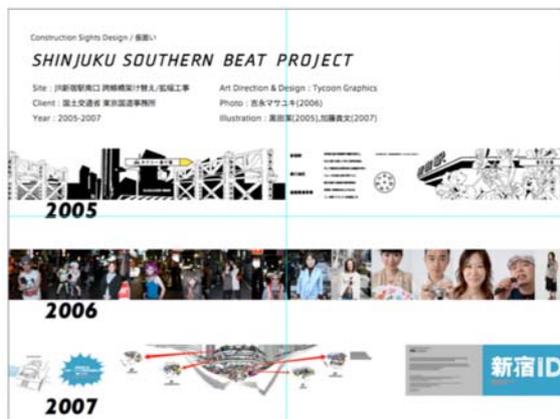


Fig. 14

## ■ ディスカッション

ディスカッションでは、都市におけるデリバリーのあり方について議論を行った。韓氏からは「都市に生きる人々の多様性を担保すること」というキーワードが出された。その多様性を担保する参加、巻き込み仕掛けとしてのコミュニケーションが重要である、との考えが述べられた。渡辺氏からはデリバリーとは「シビックプライドを育てるための支援ツールとか環境をデザインすること。学び合っていく人達の関係性が豊かになっていく普遍的な方法論という意味で、CGM 的なものは実はツールが重要ということではなくて概念として重要である。」との意見が出された。最後にリアルな人と人のつながりの重要性を前提にしながら、「ワークショップ的な人の関わり合いとソーシャルメディア的なコミュニケーションをどうやってつなげるかが課題。そのためのテクノロジー的なアプローチも必要であり、フィジカルとデジタルを組み合わせた新しい人の関わり方のツールかメソッドへの取り組みを引き続き考えたい。」と今後の課題が提示された。

(モデレーター＝田井中 慎)



## 都市景観でデリバリーする：西村浩×島津勝弘

### ■ 発表者プロフィール

#### 西村 浩

株式会社ワークヴィジョンズ代表。1967年佐賀県生まれ / 東京大学工学部土木工学科卒業、東京大学大学院工学系研究科修士課程修了後、設計事務所勤務を経て1999年ワークヴィジョンズ設立。建築・土木・まちづくり等、常に「まち」を視野に入れ、分野を越えてモノづくりに取り組む。

#### 島津 勝弘

クリエイティブディレクター。1959年富山県生まれ。1998年島津環境グラフィックスを設立。2006年、富山ライトレール・PORTRAMトータルデザインで、GOOD-DESIGN賞 BEST-15/金賞、SDA賞サインデザイン大賞を受賞。

### ■ まちの居場所

#### 発表者 西村 浩

出身地の佐賀は商店街もシャッター街になっており、青空駐車場が30～40%を占めている。この駐車場が原っぱのようになったらいいと考え、子供たちと芝を貼った。駐車場が原っぱになると隣接している建物はその原っぱに開きたくなり、リノベーションやコンバージョンの意欲がわいてくる。「わいわいコンテナプロジェクト」(Fig.15)ではコンテナを持って来て、中に300冊ほどの雑誌をおいて、その前に芝生の広場を子供たちと一緒に作った。市民と商店街をダイレクトにつなぐのではなく、原っぱを仲立ちにして居場所をつくり、それ

が商店街の賑わいに寄与するのではないかと、思っている。子供たちが芝生を走り回ったり、地元の餃子屋が広告に使ったり、市民が自分でアイデアを出して活用している状況である。コンテナは地元の建設会社が自費で作れ、それを行政にリースしているのだが、このような仕組みを作り、「空き地が増えるとまちが賑わう」というようにならないか、と、思っている。モノをつくる人間として、モノをつくるだけではそのモノ自体が走らなくなっていると思っており、人を巻き込み、そこにコトを起こすことが大事だと考えている。



Fig. 15

### ■ 富山市 LRT 構想へのデザインサポート

#### 発表者 島津 勝弘

富山の LRT 事業では関係者がたくさんいるので、そのバランスを取るのが仕事だと思っている。LRT のデザインを手がけたが、立山の新雪をイメージした白い車両に7色のアクセントカラーという提案をしたところ、高校生の間で「赤い車両に乗ると恋が叶う」と広まるなど色々な反響があり、嬉し

かった。駅の広告も富山のデザイナー14人で各駅を担当してもらい新しい型の広告を作った。企業も小さく広告性のない広告にスポンサーがつくか心配したが、行政の考えに賛成、協力してくれる太っ腹な企業が富山には沢山あった。地元の高校生にキャラクターを作ってもらったり、女子高校生にバレンタインデーの日に車両を包んでもらうなど、色々な活動の受け皿になっている。二周年のときも市民からたくさん写真を公募してラッピングに貼った。するとLRTの会社に「うちの子はどの車両に貼ってあるの?」「ポスターもいくら出してもいいから孫のために売ってほしい」など、多くの反響があった。環状線では黒い電車をどうしても走らせたく、批判もあったが実現してみると開業日には待つ人の長蛇の列ができた(Fig.16)。桜の頃には桜のデザインなど色々なことをやっているの一度富山に来てほしい。



Fig. 16

## ■ ディスカッション

ディスカッションでは、いかにまちの風景を変えるか、についての島津氏と西村氏の考えが紹介された。島津氏は「黒色だと結婚式などおもてなしの時に使える車両となる」、西村氏からはシャッター街がひろがる風景の中で、駐車場が原っぱになったことは多くの市民に支持され、アンケートでは9割以上の方が「原っぱを残してほしい」と答えたことが紹介された。また、西村氏からは地元の企業や関係者にメリットがある仕組みを作らなければいけない、という視点が出されたが、島津氏は50万円出せる企業、5万円出せる企業、高校生はワンコインなど、色々な巻き込み方があるとの補足があった。

最後に「若い人たちにどのような仕事をしてほしいか」と問いかけをしたところ、島津氏は「行政の中にデザインというカテゴリーできちんとお金が流れる仕組みがないので、20代30代の人に頑張ってもらいたい」、西村氏からは「専門の分野の中だけで仕事を突き詰めるのではなく、まち全体にどのような波及があるかを幅広い視点から考えてほしい」との熱いメッセージがあり、盛況のうちにセッションは終了した。

(モデレーター＝太田浩史)



## 教育・ワークショップでデリバリーする：加藤文俊×河田祥司

### ■ 発表者プロフィール

#### 加藤 文俊

慶應義塾大学環境情報学部教授。専門はコミュニケーション論、メディア論、定性的調査法。2003年から「場のチカラ プロジェクト」を主宰。ここ5年ほどは、学生たちとともに、柴又、金沢、首里、上山などで「キャンプ」と呼ばれるワークショップ型のフィールドワークを進めている。

#### 河田 祥司

香川大学教育学部附属高校小学校教諭。玉川大学通信教育課程にて小学校教育の免許を取得し、香川県の公立小学校教員を経て、現在に至る。「子どもの参画」を命題とし、まちづくり教育を通して社会に参画できる子どもの姿を世に提案し続けている。

### ■ フィールドワーク&まちのメディア化

#### 発表者 加藤 文俊

大学生とまちに出かけて「キャンプ」と称するプロジェクトを全国各地で行っている。学生がまちを歩いて取材をし、大学に戻ってレポートを書くのではなく、その場で成果物を作成し地元でプレゼンテーションをするという形態で実施している。成果物は様々だが、例えば取材した相手のポスターをつくる(Fig.17)。このポスターを取材した学生と取材

された人が一緒に見ることでまちの感じ方やコミュニケーションのかたちに変化する。このように取材した内容をまちに返すことで、双方向のコミュニケーションが誘発され、人とまちとの相互関係をつくることができているのではないか。「キャンプ」は短期間で47都道府県を巡るように実施している。一方で、一ヶ所で継続的に実施するモデルとして「三宅島大学」というプロジェクトにも取り組んでいる。



Fig. 17

### ■ 初等教育における観光まちづくり教育

#### 発表者 河田 祥司

小学生がまちをどのように感じ、そこからまちにどのように関わることができるかを総合学習の時間を活用して実践を行っている。ただ単に既存のイベントに「参加」するのではなく、子どもたちが実

際にまちを歩いて感じたことを起点に、どのようにまちに「参画」することができるかという、計画から実践までを体験させるようなカリキュラムをつくっている(Fig.18)。また、まちの人にとっても、行政にとっても、教育にとってもメリットのある「三方よし」の関係性をつくることにも配慮している。子どもは常に良い潤滑油として地域の関係性を築くことができる存在となり得る。その仕組みづくりを教育の中でどう位置付けるのかが重要である。子どもたちが主体となってまちに働きかけることで様々なメディアに取り上げられることも多く、子どもたちはメディアを通して自分たちがまちの役に立っているということを実感できる。



Fig. 18

## ■ ディスカッション

ディスカッションでは、教育を通じた学生と地域へのデリバリーの仕組みづくりについての議論を行った。加藤氏からは「地域から直接のリアクションをもらおうと言うことは、地元の市役所の広報を刺激する役割がある」との意見が出された。また、河田氏からは「子どもが主体的に関わることで子どももできるんだというモチベーションの向上や子どもの素直な意見による慣例などの弊害を解消するきっかけ」が生まれることでまちが変わって行くという指摘がなされた。また、このような教育のために伝えるためのメディアを工夫することや伝わりやすいネーミングを考えることの重要性について確認された。最後に「教育はシビックプライドの根底を支えるものである」ことが共有され、継続的な取り組みを行うことの重要性が示された。

(モデレーター＝武田 重昭)



## 行政の立場でデリバリーを編集する：椿辰一郎×長谷部文子

### ■ 発表者プロフィール

#### 椿 辰一郎

北九州市役所職員。1997年に入職、主に都市インフラ(下水道・空港・産業団地等)を司るセクションを歴任し、2009年よりシティプロモーション首都圏本部にて、北九州市に関する情報発信や北九州市と繋がりある企業・期間などとの連絡調整を行う。

#### 長谷部 文子

四国経済産業局 広報・情報システム室 広報係長。香川県高松市生まれ。2001年経済産業省四国経済産業局入局。2004年商業振興室及流通・サービス産業室に配属。2006年に企画課に配属。2009年から現職。

### ■ 門司港レトロが紡ぐ地域ブランド

#### 発表者 椿 辰一郎

かつて貿易港として栄えた北九州市の門司港をウォーターフロントとして開発した「門司港レトロ」事業は1995年に完成した。当初は観光客が急増したが、ハコモノだけなのでその後観光客数は減少。それが再増加に転じたのは、自然発生的に民間の動きが生まれたため。

ご当地ヒーロー「バナナマン」、トロッコ列車の脇に延々と花を植える人、民間ボランティアによるまち案内、まかない飯から派生した焼きカレー、港町の古いイメージを活かした裏路地ツアーなどが盛んになってきた。こうした様々なヒューマンリソース

(Fig.19)が、門司港に来る観光客を吸着し、滞在時間増やリピーター増に結びついた。行政がイベントで公共投資を続けていくのは不可能だが、民間の多彩な「役者」とのパートナーシップで両輪が繋がって、良いまちになっている。

東京に来てからは自分の居住地でヒューマンリソースを探すことにした。まちのなかでバーベキュー大会やゲリララジオ体操などを開催し、ヒューマンリソースを探し、つなげ、活かしていくチャレンジをしている。こうした経験を、環境をブランドとするシビックプライドを高める北九州市のチャレンジに活かしていきたい。都市のブランドを仕掛けることは、PRではない。行政だけでなくヒューマンリソースを活かしていきたい。



Fig. 19

### ■ CIVIC PRIDE 四国—国づくりの漢方薬

#### 発表者 長谷部 文子

四国経済産業局は経済産業省の四国ブロックで、

国の地方出先機関なので、国としての視野を持ちつつ地域の現場にフォーカスするような複眼的思考で活動している。四国は GDP が日本の約 3% だが、それぞれ幸せに暮らしている。人口減少・高齢化・過疎化が全国に先行して起こり、大都市がない唯一の地方でもある四国の中に、むしろ日本のヒントがあるのではないかな。

「CIVIC PRIDE 四国」事業は、大都市圏とは異なる四国ならではの物差し・価値軸を探すもの。それは、地域を構成する多様な人々が自ら気づき発見し自分たちの言葉として共有されるものであって欲しい。行政は黒子としてその場づくりをする。その 4 つの仕掛け (Fig.20) を紹介する。「四国らしさってなんだろう? ノート」は、紙メディアで、四国らしさを訴えるのではなく、読み手に委ねる作りになっている。「四国で“暮らし”と“仕事”を考える」という合宿フォーラムは、リアルメディアで、高知県と香川県で開催。今後地域を引っ張っていく若い人たちが実行委員になり、企画プロセス自体がフォーラムといえるものだった。「しこく編集学校」はリアルメディアで、いくつかのテーマを用意し、地域の編集力について話し合った。これは出会いをつくり思考をシャッフルする場といえる。まもなくオープンする「四国びと」はウェブメディアで、企業や地域の四国らしい営みを掲載する。見た人が四国らしさを考え始め、自分たちのまちを振り返るきっかけになって欲しい。

部氏 (国の出先機関職員) とでは立場が異なるため、それぞれの意見を伺うかたちとなった。門司港での住民意識の変化について、椿氏は「裏路地に観光客が入ってくるようになり、普段の生活が観光客に喜ばれる。まちのイメージが良くなっていくことと、見られることの嬉しさやわくわくする気持ちが市民に拡散していったように思う」と述べた。地方都市での人材発掘について、長谷部氏は「地方はマーケットが小さいゆえに、編集力やデザイン力を持った人材が不足している。そうした職能の人たちをプロジェクトベースで呼ぶだけでなく、そこでの暮らしの豊かさに共感し、自然に友達ができ、プライベートでも訪れるようになるような状況をいかにつくりだすかが大事」と述べた。行政の役割については、椿氏からは「行政はお金を使って公共事業をして、事業が完了すれば終わりというシステム。市民をはじめとする民間のプレイヤーと連携しながら持続的に、行政も中から柔軟に変えていけないかと考えている」、長谷部氏からは「要は社会に出来事が起こってけば良い、誰かが起こしてけば良いので、行政も民間の様々なプレイヤーも互いに敬意を持ち合って、ともに考えていくことから始まる」との意見が出された。

(モデレーター=伊藤香織)

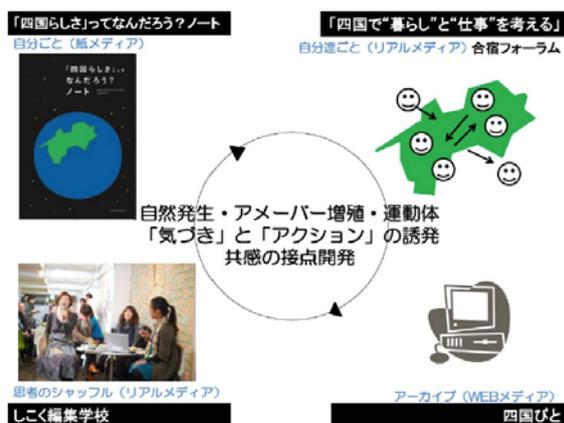


Fig. 20

## ■ ディスカッション

ディスカッションでは、椿氏 (自治体職員) と長谷

## 閉会のあいさつ

---

第1回シビックプライド会議が無事に終了して、ほっとしております。シビックプライド研究会でずっと何かやりたいとあれこれと考えておりましたけれど、会議をしようと思いついてから3、4ヶ月色々と考えて、こんなにたくさんの方に来ていただいて、こんなにたくさんのお話を聞くことができ、こんなに楽しい会でありましたことを、本当にみなさまに感謝しております。

この会議がつながりをつくる機会になればと思っておりましたが、なれるような気がして、うれしく思います。東京も郊外も地方も地方の田舎町も、色々な形で、色々な営み、つながり、デザインがこれからたくさんできてくるといいなと思っています。みなさん、頑張りましょう。今日は本当にありがとうございました。

紫牟田伸子(シビックプライド研究会)