

CITY in CITY 2023

まちづくりの情報発信 | シティ・イン・シティ vol.34

地域資源を使いこなし まちを育てる

[鼎談]

地域の価値を
掘り起こして使いこなし
まちを育てる

大島芳彦／西村 浩／井上岳一

[事例ルポ]

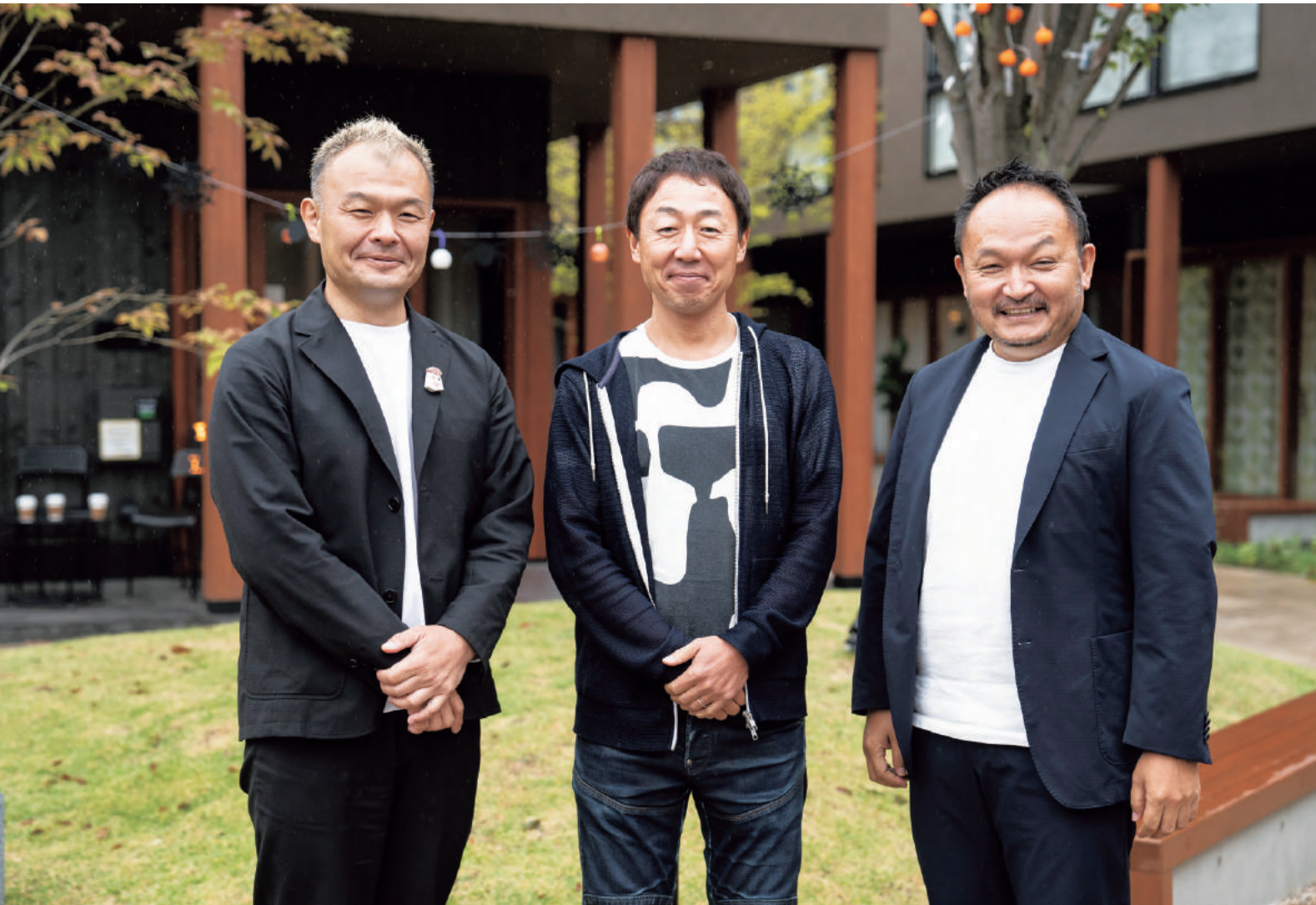
北海道 | フラノマルシェ

長野 | こまがねテラス

群馬 | 前橋市アーバンデザイン

広島 | ディスカバーリンクせとうち





鼎談

地域の価値を 掘り起こして使いこなし まちを育てる

井上 岳一

日本総合研究所
創発戦略センター エクスパート

西村 浩

ワークヴィジョンズ代表取締役／
建築家／クリエイティブディレクター

大島 芳彦

ブルースタジオ専務取締役／
クリエイティブディレクター

人口が減少する今、改めて持続可能なまちのあり方が問われている。
そこで、「魅力を掘り起こす」「価値を仕立てる」「まちを育てる」のテーマに沿って、
建物をつくるだけにとどまらない魅力的なまちづくりの手法を探る。

CITY in CITY vol.34

地域資源を使いこなし まちを育てる

鼎談

P.03 地域の価値を 掘り起こして使いこなし まちを育てる

大島 芳彦／西村 浩／井上 岳一

事例ルポ

P.16 北海道 | フラノマルシェ

豊かな食文化を生かした交流が生まれるまちづくり

P.18 長野 | こまがねテラス

木曽駒ヶ岳の根に芽吹く地元主体のまちづくり

P.20 群馬 | 前橋市アーバンデザイン

ビジョンを官民で共有 民間主体のまちづくり

P.22 広島 | ディスカバーリンクせとうち

地場産業と文化を発信しまちの未来を育てる

Column

P.24 北海道 | 空きビルを再生した「コンシェルジュフラノ」

P.25 群馬 | まちづくり分野で全国初の「SIB」を活用

Cover photo



食の拠点「フラノマルシェ」（北海道富良野市）。地元の人から観光客まで、多くの人で連日にぎわっている

INFORMATION

P.26 全国市街地再開発協会の紹介

P.27 再開発情報に関するご案内

大島芳彦氏（以下、敬称略） 人口が減少するなかで、つくることはかりでなく「資源を使いこなすまちづくり」は、どこの地域でもかなり定着してきたのではないだろうか。そこで、地域の価値を掘り起こして使いこなし、まちを育てることにについて皆さんと話したいと思います。

「ペロップ・アーキテクト」と称し、建築家でありながら開発も行う業態が日本には必要だという議論がありました。しかし、今は開発という言葉自体に私自身も不自然さを感じており、建築を取り巻く環境を企画、管理、活用するような「マネジメント」という言葉のほうがしっくりときます。また、ご出身が佐賀県ということもあり、西村さんならではの視点や知見を伺いたいと思っています。

います。

井上岳一さんは、もとは林業に関わられ、現在はシンクタンク「日本総合研究所」に所属なさっています。自然豊かな地域で大地とつながる暮らしの可能性を見出した「山水郷」^{（13頁）}という概念を提唱されています。全国のさまざまな地域の事例をご覧になっていると思いますので、俯瞰した視点から意見を伺えればと思っています。

SECTION 1

魅力を掘り起こす

コンテキストに着目する

井上岳一氏（以下、敬称略） テーマに入る前に、そもそも大島さんと西村さんが建築家として、まちの魅力を高める建築のあり方をどのように考えてこられたのが気になります。

大島 井上さんが言われる「魅力を高める建築」というのは、クライア

ントと建築家という一対一の関係のなかではなく、社会的に魅力だと思うものですよね。僕は、まちの魅力を高める建築とは、「社会資産としての不動産」だと思っています。「作品」とは少し違いますね。

西村浩氏（以下、敬称略） 大学などの教育現場で建築の魅力を語る

とき、スタイリッシュな表現とかアート的な話、ヴァナキュラリズム（土着的）といったことが挙げられることがよくあります。しかし、最近思

うのは、建築ができた時点で、魅力はなくて、そこでの人と人の関係性が10年後、20年後、100年後と積み上がっていくことで、それが魅力になるのではないかということです。そこでどんな時間を過ごしたかというのは、マネジメントを考えるとすぐにすぐ大事だと思うんですね。

井上 人と人の関わりを生みやすい魅力が建物にはあって、それが、モノとしての魅力よりも重

要ということですね。

西村 つい先日、自分が関わった「盛岡バスセンター」^{（9頁）}が完成しました。気持ちのよい建物をつくったという自負はあるのですが、その後が重要ですよ。みんなから愛されなかったら、建物をつくるまでに積み上げたものはないに等しくなってしまう。その先の物語をつくるには市民参加の入り口をどうつくるかが大事です。

井上 なるほど。僕は林業出身なの

ですが、山をもっている人は「孫の代に木を使えたらいい」くらいの感覚で山を育てています。そのように

まちも建物も長い目で見て育てていかなければならない部分がありますよね。でも現在を生きている人からは「あのまちのあの店がいいから、自分のまちにも同じようなものがほしい」といった意見が出てくるものです。建築家としては、時代性に左右される部分と、ある程度長い時間軸で見て「本当はこういうふうにし



山を育てるのと同じように まちを長い目で見

——井上岳一氏

INOUE Takekazu

頃、東中野に住んでいました。先日、35年ぶりにそのあたりを歩いたのですが、路地の風景が記憶と違っていて、そこがどこなのか思い出せないので、ある大きな階段に出くわしたとき、階段を上った先にアパートがあったなと思い出したのです。実際に上ってみると、アパートはなくなっていました（笑）。あのときのように、建築を考えるとときには地形も大事にしたいと思うんです。

大島 そうですね。「東京の不動産屋は自転車に乗るべきだ」と、僕はよく言っています。地図を持って車で平面的にまちを捉えていると、土地の価値は「駅から何分」となってしまふのですが、自転車で移動するとアップダウンや流れている「空気」の違いを感じられる。同じまちでも、坂の上の山の手と谷筋の下町では異なります。

西村 地形をきちんと残しながら開発していくというプロセスがあると、昔からいる人も大きな建て替えがあったとしても、ずっとファンでいられるのだらうと思います。

大島 コンテキストは1つではなくて、自分の興味をどこに向けてどのように掘り下げるか、状況の見立て方次第で異なってきますよね。地形や歴史のほかに、「昔キャッチボールをよくした空地」みたいに文献には残らない共通の記憶も、地域にとっては大事なコンテキストだったりします。

水との付き合い方 を見直す

井上 近代以降、僕たちが忘れてしまったコンテキストの1つに、水との付き合い方があると思っています。近世まで、人は水と常に戦い続けてきましたから。水の分配から社会システムができていたし、居住地は水に関連して決まってきた。さらに、水を巡る争いも起きていました。それが土木技術の発達で水を溜められるようになり、水に左右されなくなってきた側面があります。

大島 今日の鼎談を行っている「hocco」^{（13頁）}のネーミングも実は水と関係しているんですよ。玉川上

水がすぐそこにあって、ここは江戸時代に開発された新田でした。上水から田んぼに水を引く横孔をこの辺りの古い農家は「ホッコ抜き」と呼ぶんです。

井上 へえ！今でも地域に残っているのですか？

大島 多くはないけど跡も残っていて、技術を知っているお年寄りもいます。建物のコンセプトを決めるときに、文化的な背景を多くもつ水がきっかけになることは多いです。たとえば、大阪府大東市の市営住宅建て替えプロジェクト「北条まちづくりプロジェクト・もりねき」^{（6頁）}では、敷地内に川が流れています。大東市といえは暴れ川のイメージが強い寝屋川ですが、北条地域は水源



ブルースタジオが手がけた「hocco」（東京都武蔵野市）にて。
鼎談の収録は新型コロナウイルス感染症対策に配慮して実施した。（2022年10月5日）

OSHIMA Yoshiniko

不動産屋は 自転車に乗るべきだ

——大島芳彦氏



文化があるし、そうした発想が必要
です。

井上 公共建築の往生は、これから
ですよ。

大島 使い方を変えることも1つの
手です。学校をホテルにするなど、
用途変更は建物の往生に寄与します。

井上 どのように往生されるかは知
恵の使いどころですね。

西村 先述した熊本県人吉市のプロ
ジェクトで公園を提案したのも、い
ずれ人口が減って土地が余るとき、
どこかを森に戻さなければいけない
とあっていて。自然な流れで森に戻
ればいいなと思っています。使わな
いからとりあえず更地にして駐車場
にするのではなく、森に戻す仕組み
をどうつくれるかを考えています。

井上 シンガポールのまちづくり計
画を見たとき、「大きな木は残す」と
いう指針がありました。大木は精神
的なシンボルになり、アイデンティ
ティをつくるからだそうです。また、
木を切って森をなくした歴史がある
欧州は、緑の大事さを分かっている
イタリアでもちよっとした空間に木
を植えて育てています。日本も人口
が減るからこそ、木を植えて、50年
後、100年後に緑の多い豊かなま
ちになれば土地の価格が上がると思
います。

大島 場の価値は緑で変わりますよ
ね。専有部分にいくらお金をかけて
も分有者しか幸せにならないけど、
ランドスケープにお金をかければま



全国初の官民連携による市営住宅の建て替え・再開発プロジェクト「北条まちづくりプロジェクト・もりねき」



寝屋川の支流である権現川（ごんげんがわ）がすぐ横を流れる地域。ここに、住宅・公園・商業施設などを計画した

んでいましたから。道
路ができてトラックで
運ぶようになってから、
水の流れに関係なく物
が流通するようになり
ました。

大島 神奈川県茅ヶ崎
市は、海や旧東海道の
印象が強いですが、柳島地域は、相
模川の物流に関わる廻船問屋によつ
て繁栄しました。水に注目すると、
見えてくる世界が変わりますよね。

災害も見据えた 暫定的なつくり方

大島 自然と歴史の文脈には気候も
ありますが、これからは災害のこと
も含めた話があるでしょう。

西村 災害頻度の増加に伴って、た

ちの人にも利益が広がる。予算がな
いときに、あえてランドスケープだ
け手を入れてバリューアップしまし
ようと提案するケースもけっこうあ
ります。

井上 不動産会社に「緑の経済価
値」の定量化は難しいといわれたこ
とがありますが、これからは緑の空
間をつくっていくことが価値になる
のではないのでしょうか。

掘り起こしには 理性と感性が必要

西村 さて、まちの魅力を掘り起こ
すとき、ある意味で昔に立ち返ろう
ということだと思うのですが、情報
技術や物流の発展を経た結果、社会
状況が異なります。それを踏まえて
昔に戻るときには理性が必要だと思
います。要は取捨選択しなくてはい
けない。「ここならこういうやり方
でないといけない」といったモラル
が必要だと思っています。

井上 選び取る際の根拠や基準は何
になるのでしょうか。

西村 それはやはり歴史や地形など
のコンテクスト、そして今の人の感
性だと思っています。

大島 たしかに、感度の高い青年が
「ここでカフェをやりたい」と思うと
き、「この山があるから」とか「近く
で農作物が採れるから」といった根
拠が必ずあります。その見立てるま
なざしには地域性の違いが現れてい

たとえば、レッドゾーンに居住地があ
る場合にどのように暮らすのかとい
った話は多くなってきました。防災
という視点で見ると、働き方や住ま
い方、家のつくり方、再開発の仕方
など、たくさんことが変わります
よね。一方で、水害が起こりやすい
地域の暮らしには、仏壇を2階にロ
ープで引き上げるような仕組みがあ
ったり、軒先に船が吊り下げられて
いたりする。こういうのは、やはり
文化ですよね。

大島 災害に対する備え自体が文化
になっている。津波に対しても、防
潮堤をつくるだけではなく、地域の
コミュニティをどうやってデザイン
し直すか、関係性をつくり直すかと
いうことが、文化的な解決策になる
と思うんです。

井上 危険は人を結束させます。共

に苦労した経験は物語として語り継
がれ、転換点にもなります。

西村 熊本県人吉市では、2020
年の豪雨で球磨川が氾濫して水害が
起きました。その前から自分はこの
地域に関わっていたのですが、リノ
ベーションしようと計画していた建
物がすべてなくなってしまうので
す。有名な観光地なので、治水対策
が終わるまで更地のまま放置してい
たら、まちとして立ち直れないでし
ょう。地域の価値を落とさずに、10
年後にもう一度みんなが再投資でき
る仕組みを考えていかないといけな
い。だから僕は、レッドゾーンを一
旦公費で買って、素晴らしい公園に
しましょうと提案しています。豊か
な公園のあるまちで数年を過ごしな
がら、「治水対策が終わったら皆さ
ん戻りましょう」と呼びかける。価
値を担保しながら再投資できる状況
までつくるべきだと思っています。

大島 それはハードではなく、文化
をどう醸成していくかということ
ですね。今は建設価格が高騰してい
るので、大きな開発は難しい状況に
なっています。じゃあ放っておきま
しうとなると、文化が死んでしま
いますよね。だから、暫定利用でも何
らかのアクションを起こすべきだ
と思います。僕は建物のリノベーシ
ョンをたくさん手がけているので
が、古い建物をリノベーションして
さらに100年間も使うべきとは思
っていません。長くて20年や30年



時間が経ったときの価値 をよく考えたほうがいい

—— 西村 浩氏

んど経済性でしか物事を見てきま
せんでした。本当は住む人たちのリテ
ラシーみたいなものも含めてそのま
ちの文化性がすごく大事です。若い
人たちもそうしたところに惹かれて
いると思います。

大島 だから僕は社会資源の中で最
も価値があるものは「人」だと思
うのです。秀でた才能と行動力のある
「プレーヤー」のみが地域における人
的資源ではなくて、誰かにとって
「生きざまそのもの」が資源だと思
っています。まちにとって必要なのは
良質な仕事や雇用に見えてしまうけ
ど、町人生活（まちびと）がいちようにいい
と思うのです。人間らしい、人の生
きざまが見えるような。

その先にあるべきエリアのビジョン
をクライアントと共有しながらリノ
ベーションするわけです。再投資は
30年後にする予想して、今はロー
コストで収益率の高いモデルで事業
を構築する。暫定利用でやれること
からやっていくという発想自体、ビ
ジネスがやりにくくなっている現在
において盛んに行われているすごく
面白い現象です。

西村 まちの価値をもっと魅力的に
しながら、人気のまちに仕立てると
いう流れですね。

井上 紙と木でできた日本の家は、
基本的には暫定利用が前提でした。
50年先どころか10年先も分らない
時代だからこそ、もつと暫定利用で
やりながら考え、つくりながら変え
ていくアプローチが必要になります
ね。

建物の往生まで 視野に入れる

大島 暫定利用の可能性を話す一方
で、僕は土地や建物、その地域を
ちゃんと往生させてやるところまで
考えていくべきでしょう。「木綿往
生」[※]という言葉があります。木綿
というのは、晴れ着から始まり、使
つていくと野良着になっていき、今
度は雑巾になる。さらにボロボロに
なるとコヨリにして、灯明として炎
となって消えていく。日本には西洋
とは異なり、きちんと往生をさせる

「らしさ」探しの 盲点と新しい宝探し

西村 「らしさ」といえば、再開発な
どでは、地域でワークショップを開
催しますよね。そのときにすぐ、
「らしさ」はなんだろうと問われたり
します。たとえば、佐賀らしさを公
園のデザインに取り込む話をしてい
ると、バルーンの照明を設置する案
になってしまったり……。

大島 なぜバルーン？

西村 佐賀ではバルーンの世界大会
があるから（笑）。そうじゃないだ
ろう、未来の市民に100年前は何
をやっていたんだと言われますよ。
今は佐賀らしい感じがしなくても、
そこで子どもたちが遊んで、大人に
なったら今度は自分の子どもを連れ
てくるような、思い出を重ね合わせ
た結果、愛らしい公園になるわけじ
やないですか。時間が経ったときの
価値は、よく考えたほうがいいよね。
井上 「自分探し」がブームになった
ことがありますよね。まちも「らし
さ探し」をしているのかもかもしれま
せん。でも「自分らしさ」なんてそう
見つからなくて、関係性のなかにし
か自分らしさはない、というのが結
論ですよ。同じことはまちにも言
えて、関係をつくらずにハードだけ
で「らしさ」を表現できると思っ
ていること自体が間違っていると感
じます。

TOPIC 1 / 人と人の関係性をつくりだす参加型プロジェクトと建築



1 「盛岡バスセンター」3階のホテルラウンジ。壁は市民参加で製作したアートウォール 2 盛岡市外山森林公園で育ったシラカバを参加者が1枚1枚丁寧に磨いてつくられた 3 ワークショップはバスセンターに隣接する肴町アーケードで開催。当日は170人もの参加者が集まった

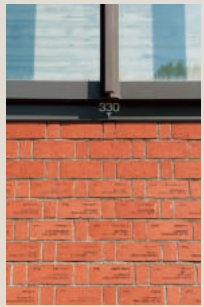


北海道岩見沢市に建つ「岩見沢複合駅舎」。「まちの顔となり、変わらない価値を持つ駅舎」「鉄道のまちとしての歴史と文化を担い、地域の交流拠点となる駅舎」「中心市街地との積極的な関係を持つ駅舎」として計画。2009年度グッドデザイン大賞を受賞

「盛岡バスセンター」の外観。1階はバス乗り場や待合室、マルシェ、2階には盛岡のローカルフードを楽しむことができるフードコートと子育て支援センター、3階にはホテルと温浴施設、ジャズミュージアムが併設されている



刻印レンガプロジェクト「らぶりっく!!いわみざわ」には全国、海外から4,777名の応募が寄せられた。駅前広場に面した外壁のレンガには参加者の名前と出身地が刻まれている



「地域の人から愛されなかったら、建物をつくるまでに積み上げたものはないに等しくなってしまう。その先の物語をつくるには市民参加の入口をどうつくるかが大事です。この2つのプロジェクトでは、地域の人とワークショップを通して記憶に残り訪れるたびに思い出が共有できる場所をつくりました」（西村）



楽しそうにしていることで仲間が増えて、だんだん楽しくなる。

あとは、地域の人に「ワークショップをしてほしい」と依頼されるとき、僕は「ポストイットをただ貼って、意見出しするワークショップはやめましょう」と伝えていきます。その代わり、最後に何か行動する「体育会系ワークショップ」を提案しています。たとえば、「盛岡バスセンター」（上）では、市民自らが輪切りのシラカバをひたすら磨いて、塗料を塗るワークショップを実施しました。子どもたちや地域の商店街の青年部などがノリノリで参加してくれて、最終的に170人も集まりました。そして、建物のオープン日には、地元の人々がみんなで見に来てくれました。

大島 公共性の高い場所だからこそ、やる意義がありますね。

西村 北海道岩見沢市に建つ「岩見沢複合駅舎」（上）の設計で学んだことです。名前を刻印できる「刻印レンガ」を1個1500円で募り、駅舎の壁をつくりました。当初、誰も来ないんじゃないかと関係者に言われましたが、結果的に5000人弱が参加してくれました。これが肝で、参加者は必ず現地に来てくれるんです。「あのレンガにはおじいちゃんの名前が書いてあるよ」というように、そこに関係性をもてるわけです。

大島 交通手段である駅を「自分

まちの宝物を編集する

井上 見方、聞き方、歩き方のコツですね。探してきた宝から新しい意味、つまり価値を仕立てるときにも、コツがあるのでしょうか？

大島 そうですね、そのあたりはクリエイティブな発想、「見立て」が必

要だと思っています。状況を抽出して、生のデータを広げたところで、どうしようもない。これとこれを編集するところになります、ということとは絶対に必要で、僕らはその見立てと編集のプロでなければならぬと思っています。

西村 新しいものって、唐突に発明したように見えても、昔からの文脈から課題が見えていて、今ここに何

SECTION 2

価値を仕立てる



人との出会いがないと物語は生まれにくい（大島）

を打てばいいのかを考えているだけなんだよね。

井上 まちを読み解いて、新しい物語をつくってあげることによって、みんながまちの魅力を感じる。まちのマネジメントって、そういうことなのかもしれないね。時間の流れとともに編集して調整していくような。それをよそから来た建築家やデベロッパーが編集力をもっていればいいけど、まちの人たちがそうした編集力を身につけていくためには、どうしたらいいのでしょうか。

大島 やっぱり人の出会いだと思っ

事。予期しなかった提案をしてくれる人がいて初めて面白くなりますよね。出会いがないと、物語は生まれません。だから、そのための「きっかけをデザインする」ということが、その地域の人たちが自立して、当事者として、能動的に暮らしていくことにつながるのではないかと思います。

西村 あとは、それが伝わるかどうか。

井上 伝え方のコツはありますか？

西村 僕がいつも言っているのは「常に笑っている」ということです。いつも楽しそうにして挨拶するだけでも、全然違うんです。プロジェクトがスタートして間もないころは、けっこうつらいときがあるのですが、

大島 たいいてい「らしさ」の勘違いをしています。「蔵のまち」なんてそこら中にあるし、もうクラクラしてくる（笑）。僕らは現場にアイコン的なものがあればあるほど、「いったんそれを忘れましょう」と言っています。「もしこのまちに蔵がなかったらどうでしょう」と。これが意外と効果的なんです。

西村 そうですね。僕たちは「らしさの始まり」をつくるのが仕事だと思っています。時間をかければ将来的に生まれるであろうことのきっかけをつくる。そこからマネジメントしな

がら、いい方向にもっていく。

井上 始まりの種を見つけるには？

大島 僕らはまちを歩いて、宝物を探す「まちのトレジャーハンティング」を実施しています。蔵とか白壁とかではなく、街角のタバコ屋のおばあちゃんが宝だとか、ザリガニがすく獲れる小川が宝だとか、ありふれた日常から多角的に探そうと投げかけます。いつも車で点から点にしか移動していないから、歩いて宝探しをするだけで、いろいろと出てきます。参加者から「まちが違って見えるようになった」なんて聞くと、

嬉しいですね。

井上 宝探しのときにはヒントを与えるのですか？

大島 そうですね。一緒に歩くときに少し視点を変えるきっかけはつくります。駐車場の奥まで入って振り返って見るとか。するとシャッター通りの商店街だと思っていたのに、洗濯物が干されていて、今もここに暮らしがあるんだといった発見がある。これらの宝探しのコツは「まち歩き8カ条」という動画で公開しています（下図）。

まち歩き8カ条

- 1 裏道を歩く
- 2 まちの後頭部を眺める
- 3 まちを見渡す
- 4 街角に座り込む
- 5 まちの骨格を探る
- 6 朝夕晩・土日月を見る
- 7 肉屋と呉服屋を訪ねる
- 8 地図を持って歩く

<https://re-re-re-renovation.jp/movie/video/167/1>



事」にできる、とても有効なワークシヨップだと思います。

井上 かつての村の自治はまちを「自分事」にしていました。「あの橋は自分たちでつくった」というような記憶が語り継がれていくのが、生きることの納得感につながると思います。そして、そうした幸せな記憶がシビックプライドになっていく。多くの人を巻き込むことは、その意味で可能性である一方で、大変ですよ。そこはどう乗り越えてきたのですか？

西村 基本的には挨拶です（笑）。そこから始めていますね。結局、信頼関係で物事が決まります。あとは、そのまちに仲立ちする人がいると、物事がスムーズに進みますね。

大島 仲立ちでは、若い人とベテランの中間にあたる世代が肝ですね。たとえば、どの地域の商店街にも、高度経済成長期にそのまちの基礎をつくり上げた世代の人たちがいます。その子どもたち、つまり60歳代くらいの世代は割と裕福に育ち、東京の大学を出たまま郷里に帰っていない「不在家主」のケースがザラにある。ですが、その子にあたる30歳代くらいの孫世代は都会よりもローカルに興味があったりする。このとき、60歳代の中間世代がちゃんとまちにいて、上下の世代をうまくつなげられるとよい。3世代が元氣よく暮らしているまちは割とうまくいっている印象です。



秋田県五城目町では、末尾に2、5、7、0のつく日に朝市を開催。開催日が日曜日になると「ごじょうめ朝市plus+」を催している

コミュニティだったり、排他的な雰囲気だったりしたものとは全く違う。**西村** インフラと一緒に、人為的につくり上げたものって弱いんですね。コミュニティもずっと維持しないといけない、その維持するという行為がすごく重荷になる。僕らはいつも「日常」と言っているけど、無理しないで日常をどうつくるかがすごく大事だと思います。**大島** 自分のことを守ってくれるスーパーヒーローではなく、顔見知りがあるので安心という感覚ですね。

世代をつなぎながら活動を続ける

井上 コミュニティを継続させるうえで違う世代をつなぎ合わせる時、人為的にどう仕組んでいくのかは大事ですよ。

SECTION 3 まちを育てる

若い世代が求めるゆるいコミュニティ

大島 井上さんは日本中を回られているなかで、3世代の孫に当たる若い世代の人たちにも会っていますよね。Z世代※1の考え方も含めて、地域への意識はここ数年で変わっているのでしょうか。

井上 2011年の東日本大震災をきっかけに変わったと思います。たとえば、1995年の阪神・淡路大震災の後に、関西では郊外や田舎への移住が起きました。関東では2008年のリーマンショックあたりから産業構造がおかしくなって、フリーのクリエイターなどに「地方に行くほうが面白い」という動きが出てきました。そして、2011年の東日本大震災でも同じように、人がつくり上げたインフラの脆弱さや資本主義のシステムへの疑問をもつ人が大勢いて、特に、当時20歳代前半以下の人たちはすごく影響を受けたと思います。

西村 30歳代以上は仕事や家庭をも

っているから、動きにくいところがありますよね。

井上 当時20歳代前半だった「3・11世代」が今では30歳代。これから益々震災の影響が色濃く出る時代になっていくでしょう。若い人たちが感じているのは、「自分たちでいろんなことをやったほうが意外と面白いんじゃないか」ということです。何かのシステムに依存して、そのなかでポジション争いをして、たいした大人になれないし、きついだけけれど、自分たちでつくる世界にはもっと面白いことが広がっている。そして、つくるには都会よりも田舎に行ったほうがやりやすい。こういう感覚です。

そして、「暮らしと仕事をつくり出す」といつて古いものをリノベーションをしながら、自分たちで生業をつくり始める人々が出てきた。ひと世代前のホリエモン（堀江貴文）などのスタートアップ（起業）をして株式上場でスケールする（事業を拡大する）、という発想とはまったく別の方向です。もう少し自分たちの手の届く範囲で、満足しながら暮

の要素が消えかけている。

井上 本当にそうだと思います。子どものころに戦争を経験した世代は、戦後の発展モデルが成功体験としてあつて、正解にいち早くたどり着くとか、正解を身に付けていれば成功できるという価値観があります。僕は今53歳ですが、40〜50歳代は、戦後世代の価値観がインストールされている。でも20〜30歳代は、そういう世界では生きていけないことを直感で分かっています。僕の世代は上の世代から色濃く受け継いでいるものから解脱していかないといけない。さらにもう少し若い次の世代が中心になると、完全に解脱した人たちが出てきて面白くなってくるのかもしれない。しかし一方で、その人たちは歴史をまったく背負っていない。やはり歴史をよいかたちで伝えることをしないと、縦のつながりがなくなっていくという問題もあります。

大島 40歳未満で構成される地方の青年会議所（JC）を見てみると、変化を感じることが最近よくあります。この世代が経営者になり始めていて、自分で意思決定できるようになり、まちのことを異業種で語り合うような場面に呼ばれることが増えました。

その空間だけでシェアできる価値観

大島 若いうちからまちづくりに関

らしたいという価値観がすごく強くなっています。

大島 スケールしたい人が若い人のなかにいないわけではないんです。ただ、スケールはもうオンライン上で完結しようとしています。そのほうが儲かりますから。生き方としては地域にいますが、オンライン上でものすごくスケールしていることもある。

井上 そこがたぶん大きく変わったところで、これまでは地域で何かやるといって本当に小さくて、土着の活動でした。それがインターネットですべてつながるから、小さな取り

手の届く範囲で満足しながら暮らす価値観（井上）



りたいというのは、地域における自分の存在意義を自分で確認したいという気持ちがあるんだと思います。昔だったら「あそこの魚屋にはおじいちゃんのとから世話になっていて、その息子や孫だ」と、存在（ルーツ）がまちの人に認知されていた。だけど、核家族によって出来上がっているまちは、誰が昔から住んでいたかよく分からない。自分たちが住んでいた家が人の手に渡っているかもしれない、それがすごく不安に感じる。

西村 どの単位に収斂していくかわね。これからは、個の集合体ではたぶんいいまちにはならない。新しい単位は、どれくらいなのだろう。**大島** 先日、静岡県沼津市で全国の実践者が集う「リノベーションまちづくりサミット」を開催しました。そのなかで「新しい村」というセッションがありました。そこでは、村である感覚はルールでなく、緩くつながるものだと。「自分たちの感性を表現し、そこに共感する」という人がいれば、それが村」という話がされていました。最終的なかたちがどうなるのかは分かりませんが、昔でいう村の感覚とは違います。まったく排他的ではなくて、仲間をつくりたい、一緒に楽しみたいというか、同じ価値観をもつ人たちの集合体が村という感じです。

井上 若い世代も含めて、それぞれ村への考え方は違うのかもしれない

組みも小さくならないし、地域を超えていく。どこにいても、閉じた感じにならないというのはすごく効いています。

大島 地方都市に行くと絵になるからメディアに取り上げられるケースも多いけれど、実は都内でもそういうことが起きているよね。たとえば、「東京都豊島区で頑張っています」なんていうのは単に池袋の話じゃなくて、その界隈の街角も含め「渋谷や新宿、銀座とは全然違うローカルなんだ」という意識をもって楽しんでいる人がやっぱりいて。東京もそこそ、井上さんの言う山水郷的（13頁）な視点から見ると、世界が全然違うと思うんです。

井上 そうですね。高円寺にある昭和8年創業の「小杉湯」は、若い人を中心に1日1000人が利用する場所になっています。銭湯でなんとなく常連さんどうしのコミュニケーションがある、あの感じがいいんだって。話さなくてもいいけど、お互いの存在を確認するような。

西村 安心感でしょうね。

井上 なんとなく緩やかに銭湯コミュニティに属していることで救われた、という人もいて。

大島 顔見知りがあるくらいのコミュニケーションは、すごく大事だと思います。若い人で銭湯やサウナ好きが増えてきたのも分かる。かつての「コレクティブハウジング（※2）」のような理想を共有すれども閉じた

けど、「村的なもの」をみんな求めていることは確かです。人間にとって必要なものがあるからでしょう。

西村 共同体とか、その中にいる安心感とか、そういうものがやっぱり必要なんだよね。

大島 価値観を共にする人がいるということは大きいですね。僕は、その場だけでしかシェアできない価値観みたいなものがあると思います。多摩ニュータウンのど真ん中、神奈川県川崎市の北部に位置する小田急線黒川の駅前で、シェアオフィスを核とした複合施設「ネスティングパーク黒川」（12頁）をつくりました。周辺の住宅地に住む人たちが通勤で都心まで出るのは満員電車で億劫だし、自分の家には仕事をするスペースがない。そういう人たちが郊外の里山の環境のなかで仕事ができるシェアオフィスです。

面白いのですが、平日の昼間にここに仕事のために集まる人たちの間で「自分たちは普通のサラリーマンと違う」というような感覚を共有しているんです。そこではシェアオフィスでありながらホットワインを飲みながら焚き火を囲むなんていう交流も生まれている。都心のワークキングススペースに行っても、そこで仕事をしている人が何を考えているのかよく分からず、交流はなかなか生まれない。一方で、住環境も含めた環境を共有しているからこそ共有できる価値観があるのだと思います。

TOPIC 3 緩くつながる場で自然なコミュニティを形成する

- 1 13棟の住宅どうしの境界には塀がなく、土間や広場を介して緩やかにつながっている
- 2 店舗併用住宅「hocco」の1階にはまちに開かれた6畳ほどの玄関スペースを配置。住まい手が本屋や植木屋、カフェなどを開いている



「hocco」の周辺に住んでいる団塊世代の戸建住宅の住人との接点も意識し、敷地周辺の公園やバス停との境もなくした。バスの待合所では、周辺の農家が野菜を売る催しも行われている



「店舗併用住宅で暮らしながら、軒先でお店ができる『hocco』。僕が考えていることは、境界線をとことんぼかそうということです。そうすることで新しいものが生み

出され、イノベーションが起きると思っています。それはやはり、知った顔があるという安心感があるからで、お互いの存在を認識する状況をつくりました」（大島）

TOPIC 4

さまざまな役割を担いながらまちを育てる

- 1 2021年に「GOOD DESIGN Marunouchi」で開催した「山水郷のデザイナー自立共生のためのナラティブ展」では、「山水郷」にちなんだ3地域を取り上げた。「山」は岡山県西栗倉村、「水」は長崎県雲仙市小浜、そして「郷」は福岡県鯖江市。山水郷で活動する方々のナラティブと生み出されるモノやコトを通じて、山水郷の魅力を伝えた
- 2 同じく「GOOD DESIGN Marunouchi」で2022年に開催した「山水郷のデザイン23つのコンヴィヴィアリティ」では、うなぎの寝床（福岡県八女市）、真鶴出版（神奈川県真鶴町）、ドット道東（北海道道東地域）をキュレーターに迎え、それぞれの活動を紹介していただいた。いずれも30代のプレイヤー達の活動が、地域にコンヴィヴィアリティ（※）をもたらしている様子が窺えた



山水郷と呼ぶにふさわしい地域に根ざしてクリエイティブな活動をする方々の話を伺う配信プログラム「山水郷チャンネル」（日本デザイン振興会）。それぞれの土地での暮らしと仕事から、地域を盛り立てる創造的活動のあり方と生き方のロールモデルを提示している

「“山水郷”は、拙著『日本列島回復論』のなかで提唱した造語です。森が豊かで（山）、川や海や湖に恵まれ（水）、人が古くから生活を営み、技術や文化が培われてきた場所（郷）のことを表しています。今、

山水郷では、驚くほど素敵で創造的な活動が生まれています。次の社会のヒント、生き方のモデルを探るため、公益財団法人日本デザイン振興会と共に、展覧会や配信プログラムを通じて、山水郷の紹介をしています」（井上）



主体性をもってまちに関わる

井上 あとは水路を直せるとか、自分に何かスキルや役割があれば、みんなで力を合わせる事ができます。昔のコミュニティでは、水害への備えなどを通じて自然とコミュニティ感覚を醸成していました。

大島 まちでの役割といえば、先述した「hocco」（13頁）は賃貸住宅ですが店舗併用になっていて、住民はそれぞれのなりわいを1階の玄関スペースで実践することが出来ます。

たとえば、編集者の入居者の方は、自分の好きな趣味の本のショップにすることでまちでは「本屋さん」と呼ばれています。ガーデンデザイナーの入居者も、好きな観葉植物のショップを営み「植木屋さん」と呼ばれています。管理をしている僕らもそんな入居者の皆さんと一緒にこのコミュニティをどうしていくかを考える立場になっていきます。

西村 なるほど。「hocco」の外部空間をきれいに維持するという話だつて、ここに入居者たちが関わるんだろけれど、大きい公園でも最近では、地元の人たちが主体的にやっているわけです。そうでないと、雑草が生えていると行政に「なんで刈らないんだ」と言うような、よろしくない関係になっていくじゃないですか。自分たちが自由に使う代わりに、い

かにその場所を魅力的にしていくなかを考えるんだよね。そして、この公園を魅力的にしていける関係のなかにはコミュニティができる。僕の故郷の佐賀市では、たくさん水路を地域の人たちがゴム長靴と胴長を履いてみんなで定期的に掃除する。あれはいい活動だと思っんです。

大島 いいですね。子どもたちも手伝いながら大人になっていくことで、習慣が受け継がれていく。そういうことがたぶん地域の資源だし、コミュニティみたいなものを自然につくっていくきっかけにもなるので、大事にしなければいけない。

井上 専門家でなく素人の人たちが管理に加わり、一緒にやっていくということですね。

大島 井上さんはローカルで事業を興している人たちをたくさん見ておられますが、コミュニティのなかで事業を持続するコツについてどう思われますか？

主体的にかかわるなかでコミュニティが生まれる（西村）



井上 ケースバイケースですが、東京で会社という1つの事業で損益分岐点を越えなければいけないイメージがあります。ローカルの場合は、1つでPL（損益計算書）を満たせるような売上をつくれないうちが多いので、同じ資源や同じ人を使いながら複数の事業を展開する人が多いですね（13頁）。

大島 魚屋でありながら、市民としては大きな役割があったりね。

井上 一部の大規模な農家の人たちが



1 デスクワークだけでなく、ワークショップや店舗としての利用も可能な自由度の高い空間（デスク・ブース・ルーム） 2 もとは鉄道の資材用地。駅ビルを建てるのではなく、ここでしかできない建物のあり方を模索した

TOPIC 2

同じ価値観をもつ人が集える場所をデザイン



新宿駅から電車で約30分。自然豊かな黒川駅の目の前に計画された「ネスティングパーク黒川」

「住環境も含めた環境を共有しているからこそ共有できる価値観を育めるシェアオフィスを核とした複合施設をつくりました」（大島）



以外は、現代の産業としては成り立たないという諦めがある。それで、逆に素人の人たちも普通に参加できるようにしよう。まちづくりもたぶん一緒だと思います。デベロッパーや専門の人たちが考えて建物をつくって管理すればいいというところから、普通の人たちも交えて一緒にやっていかないと、まちの魅力は育てられないし、続きません。専門が成り立ったのは、人口が増えていた時代だけでしょう。

近代化以前は各自が複層的にさまざまな役割を果たしていましたが、その役割を全部切り出して、「これは行政の仕事、これは民間の仕事」としてきたのが、今のまちの歴史です。それが人口減少時代になって、変わりつつありますね。

西村 まち全体で見ても、ずっと分解してきましたからね。人口が増えて中心市街地がぐちゃぐちゃになってきたから、管理責任を明快にして、真ん中が商業、居住は外に、工業は



1

北海道

富良野市

豊かな食文化を生かした
交流が生まれるまちづくり



2

長野県

駒ヶ根市

木曽駒ヶ岳の根に芽吹く
地元主体のまちづくり



3

群馬県

前橋市

ビジョンを官民で共有
民間主体のまちづくり



4

広島県

尾道市

地場産業と文化を発信し
まちの未来を育てる

CASE
STUDY

地域資源を使いこなし まちを育てる

事例ルポ

地域資源を上手く活用したまちづくりが
各地で行われている。ここでは、「食」「文化」「産業」「人」などの魅力的なリソースを掘り起こし、
創意工夫を凝らした持続的な活動により、
まちを育てている事例を取材した。



大島芳彦

ブルースタジオ専務取締役／
クリエイティブディレクター

1970年東京都生まれ。東京都中野区の3代目不動産オーナーでもある。武蔵野美術大学造形学部建築学科卒業後アメリカ、ヨーロッパに学び大手組織建築事務所を経て、2000年ブルースタジオ参画。発起メンバーでもあるリノベーションスクールでは全国の地域再生プロジェクトに関わり、'15年「日本建築学会教育賞」を受賞。'16年「ホシノタニ団地」グッドデザイン金賞（経産大臣賞）受賞。'17年にはNHK「プロフェッショナル」に登場。一般社団法人リノベーション協議会理事副会長。大阪工業大学客員教授。著書に『なぜ僕は今、リノベーションを考えるのか』（学芸出版社）などがある

西村 浩

ワークヴィジョンズ代表取締役／
建築家／クリエイティブディレクター

1967年佐賀県生まれ。東京大学工学部土木工学科卒業、同大学院工学系 研究科修士課程修了。その後'99年にワークヴィジョンズを設立。一級建築士。土木出身ながら建築の世界で独立し、現在は、建築・リノベーション・土木分野のデザインに加えて、全国各地の都市再生戦略の立案にも取り組む。2014年には佐賀市呉服元町に同社佐賀オフィス兼シェアオフィス「COTOC0215」を構え、'20年には飲食店事業主となり、マイクロペロッパーとして佐賀のまちづくりに取り組む。'21年度土地活用モデル大賞の最高賞「国土交通大臣賞」を受賞

井上岳一

日本総合研究所
開発戦略センター エクスパート

1969年神奈川県生まれ。'94年東京大学農学部林学科卒業後、農林水産省林野庁に入庁。2000年米国Yale大学大学院卒業（経済学修士）。Cassina IXCを経て、'03年に日本総合研究所に入社。山水の恵みと人の知恵、技術を生かした多様で持続可能な地域をつくることをミッションに、研究・実践活動に従事。著書に「日本列島回復論—この国で生き続けるために」、共著書に『MaaS』『Beyond MaaS』（ともに新潮社）などがある

視野を広げて 再開発と向き合う

大島 最後に、読者の皆さんがまちの再開発に向き合うときに、考えてほしいことはありますか？
井上 まちを見るとき、意識しないと表面的なものしか見られない気がしています。思考のなかでもいいからコンクリートやアスファルトを剥がして、土の中にあるものや水の流れを見直してみる。そうした視力を取り戻すと土地の見え方が変わってきますし、そこから魅力を掘り起こ

せるのではないのでしょうか。そうやっていけば、過去とも未来ともつながるような再開発ができるのかなと思っています。
西村 リノベーションは、再開発と対峙しているように誤解されることがあります。人口が右肩上がりが増えていた時代は、床を増やすことと利用することが重なり合っていました。だが、人口減少の時代は違います。僕らがリノベーションと言っているのは手法の話で、暫定利用なのです。まずは地域の魅力を高めることにコミットしながらニーズを集め、まちな気が高まることで床の必要性が出てきて、開発につながると思うのです。再開発をするにしても大きなビルありきではなくて、エリアの価

値を高めるために必要なハードをどうつくるか、新しい再開発の方法を編み出すことがすごく大事なのではないかと思っています。
大島 再開発は、その地域をどう活用していくかを考え直すということですからね。開発の定義が変わってきているときに、商業地域にも一度新しい商業をつくるのが再開発の目的というなら、ちよつとおかしな話です。もつと人の暮らしや生活にフォーカスすることが重要だと思います。職と住の近接について、これまででは考える機会が失われていたが、暮らしている人の営みや生業のなかに、本当の活力となるヒントがあるのではないのでしょうか。



6,7 地産地消にこだわった富良野ブランドの商品が並ぶ



- 1 「フラノマルシェ」の外観
- 2 ベンチが置かれた居心地のよい「フラノマルシェ」の広場
- 3 地元の子どもの遊び場にもなっている広場
- 4 「フラノマルシェ」を拠点とする街なかのにぎわい
- 5 広場を中心にショッパやインフォメーションセンターを配置

食の拠点「フラノマルシェ」

CASE

ちょっとおしゃれな田舎町 「ルーバンフラノ構想」

ドラマ『北の国から』の舞台として知られる北海道富良野市は、ラベンダー畑に代表される豊かな自然やスキー場など多くの観光資源を有し、年間約180万人もの観光客が訪れる。しかし、郊外の観光地を目指す多くの観光客は中心市街地を素通りしてしまい、商店街は空き店舗が目立つ状態であった。さらに、商店街に隣接する総合病院が2007年に郊外に移ったことで、毎日約2000人の病院利用者を主な顧客としていた商店街の危機感は一層に強まった。当時、この危機感を強く感じていた1人だった西本氏は、思いを同じくする地元の同志2人と共に、目指すべき富良野の姿について日夜議論を重ね、中心市街地活性化基本計画の骨子となる「ルーバンフラノ構想」を創り上げた。「ルーバン」とは「ルーラル」（田舎）と「アーバン」（都会）を合わせた造語で、「都会の魅力と田舎の魅力を併せもつ、ちょっとおしゃれな田舎町」という意味が込められている。



ふらのまちづくり株式会社
代表取締役社長 西本伸顕氏

この構想の2大テーマの1つ目が、「まちの縁側づくり」による地域経済のパイの拡大と、商店街のにぎわいの創出。2つ目が、富良野流のコンパクトシティをつくること。「目指しているのは、映画『三丁目の夕日』のようなコミュニティづくりです。3世代の住民と来訪者との交流が生まれ、便利で人味にふれ、楽しく暮らせるコミュニティを復活させたいという思いから構想をつくりました」と西本氏は話す。そのためには、まず、縁ぐエンジンを総合病院跡地につくることで、これまで素通りしていた観光客をまちなかに呼び込み、そこで生まれる収益

を基に、持続的なまちづくりを民間主体で行う。この考えが「ルーバンフラノ構想」の原点だという。

富良野の「食文化」を生かす

縁ぐエンジンをつくるにあたり、西本氏が注目したのは豊かな自然が育んだ「食文化」だった。新鮮な野菜や肉、果物や牛乳、スイーツなど、魚以外はほぼ何でもある富良野の食を1カ所に集めて打ち出せば、観光客もまちなかに立ち寄ってくれる。そんな思いから生まれた「フラノマルシェ」は、食品から工芸品までを一堂に集めたスーベニアショップや、富良野最大の農産物の直売所、地元食材を使ったテイクアウトショップ、ここではか食べられないオリジナルスイーツの店やパン屋など、地元産にとことんこだわった店舗で構成されている。「フラノマルシェ」の売上の半分近くを占めるスーベニア（お土産品）は、「富良野ならではの」商品を官民挙げて地道につくってきたもの。その数はバ

滞留型の魅力ある にぎわいの拠点

西本氏は「通過型の道の駅のような施設ではなく、まちへの波及効果が高い、魅力ある滞留拠点を目指しました」と強調する。「フラノマルシェ」の中央には広場があり、そこを中心に3棟の施設が分散配置されている。「計画段階では、自動車動線を中心に建物を配置する道の駅型の施設をつくるべきとの意見もありましたが、それでは買い物をするだけの通過型の施設になってしまう、まちの中に人が入って来ません。ヨーロッパの中央広場のようになにがわいの拠点を考えることで、まち全体を元気にすべきだと考えました」（西本氏）。人を中心に計画された「フラノマルシェ」には、来場者がまち全体を回遊できるよう、四方に多くの出入口が設けられている。また、あえてテイクアウトの飲食店だけにし、その代わりにインフォメーションセンターをつくって街なかにある飲食店を紹介している。

富良野流 コンパクトシティの形成

「フラノマルシェ」の売上高は2010年の開業以来は右肩上がりであり、入場者数は年間約120万人台を維持している。2020年上半期はコロナ禍の影響を受けたものの、道内からの来場者が約8割を占めていたことや、日ごろから利用する市民の支えもあり、下半期には回復傾向となった。さらに、「フラノマルシェ」周辺の地価は路線価で6年連続上昇し、対2013年比で約30%アップしている。「中心市街地ににぎわいが生まれたことにより、市民のマイナードに変化が生まれました。商店街にビジネスチャンスを感じた若者などにより約40店が新規出店したことなど、新陳代謝が起っています」（西本氏）。「フラノマルシェ」が弾みとなり、富良野流コンパクトシティの形成に向けたまちづくりが進んでいる。その中核をなすのが、民間主導型の市街地再開発事業「ネーブルタウン」である。ネーブルとは英語で「へそ」の意。富良野が北海道の中心に位置することに由来する。歩いて暮らせる



全天候型交流空間「タマリーバ」にてイベント開催時の様子

1

北海道

富良野市

豊かな食文化を生かした
交流が生まれるまちづくり

富良野市の中心市街地にある「フラノマルシェ」。中央にはイベント広場があり、その広場を囲むように建物が配置されている。広場周辺のベンチに座ると、富良野を囲む山々が遠くに見え、富良野の「食」を楽しむ親子や、休憩中の会社員、友人と語り合う年配の方などの顔からこぼれる笑みが目に入る。「フラノマルシェ」が開業したのは2010年、以来ほぼ右肩上がり而来場者数と売上を伸ばし、中心市街地ににぎわいと収益を生み出してきた。ふらのまちづくり株式会社ではこの収益を、「ルーバンフラノ構想」を実現させるためのまちづくりに投資。富良野にしかないコンパクトシティの形成が民間主体で進められている。今回は、「フラノマルシェ」の生みの親であり、まち育てを行うキーパーソンでもある、ふらのまちづくり株式会社・代表取締役社長の西本伸顕氏に話を聞いた。

— LOCATION —



木曽駒ヶ岳の根に芽吹く 地元主体のまちづくり

駒ヶ根市は長野県の南部に位置し、中央アルプスと南アルプスに挟まれた人口約32,000人の都市である。宝剣岳や木曽駒ヶ岳をはじめとする中央アルプスの玄関口であり、多くの登山客が駒ヶ岳ロープウェイを拠点として連山に挑む。ロープウェイで上った先に広がる千畳敷カールは日本でも有数の氷河地形であり、夏には高山植物が一面に咲き誇り、冬は雪山の厳しさを目の当たりにでき、1年を通して登山客から一般観光客までが訪れる。

山という観光資源を有する一方、中心市街地を訪れる観光客は年々減少しており、建物の老朽化、商店主の高齢化や後継者不足などの課題も抱えている。そんななか、2017年に地元商店主を中心に有志らによるまちづくり組織「こまがねテラス」が発足した。

今回は、任意団体によるまちづくりの可能性を探るため、「こまがねテラス」会長で広小路商店街の和菓子屋「圓月堂」店主・浦野利彰氏と、「こまがねテラス」事務局である駒ヶ根市産業部商工観光課きたはらの氏、こはらあきふみ、北原聡氏、小原章史氏に話を聞いた。



1 商店主が講師となり楽しく学べる「こまゼミ」 2 登山客に提供する茶器のレンタルセット 3 商店街の街路を利用した「まちなかピクニック」のにぎわい（2019年撮影）

任意のまちづくり活動 「こまがねテラス」

まちづくりのきっかけ

かつての駒ヶ根駅周辺は、山を旨指す多くの観光客が立ち寄るにぎわいにあふれた場所だった。しかし、モータリゼーションの進展と中央自動車道の開通によって、観光客は車で山のおもむきを目指すようになり、中心市街地の活気は徐々に失われていった。こうした状況を受け、市は、駅周辺の市街地再開発事業を検討。2015年に全国市街地再開発協会（以下、当協会）にコンサルタント業務を依頼した。ただ、当時は市場性も低く、ハード整備ではなくソフトの取り組みでまちの価値を上げることを当協会が提案してコーディネート業務が始まった。

「当時、地元の人にはまちが寂れて、いと感じながらも、何から始めるべきかわからない状態。駅周辺の商店主を集めてまちづくりセミナーをするという話を聞いたときも、疑問だらけでした。しかしセミナー当日、まちづくりをする理由について高野浩二氏（当協会）は、もし自分が婚約者や奥さんと一緒に

に地元に戻ったときに、降り立った駅周辺が寂れていては悲しい。まちの顔は元気であつてほしい。と、手法や形式ではなく真意を語ってくれました。その言葉がきっかけで、地元の人々もまちのことを考え始めたので、すゝと浦野氏は語る。そして、商店主らを中心としたまちづくりの活動がスタートした。

活動の第一歩は、「ブランドینگ」
「どのようになまちにしたいか」を、参加
者全員で共有することにした。「さま
ざまな意見のなかで全員が共通して口
にした言葉が、『山』でした。山のふも
とである駒ヶ根で生活を育んできたか
ら、『その言葉だ』と思います」（浦野氏）
『山』をキーワードに検討した結果、
『両アルプスの山のふもとに広がるテ
ラスのように、それぞれが自由に過
せ、心を交わし笑顔で皆を照らす場所
にしたい』という想いを込めたテーマ

「こまがねテラス」(※)に決定した。
 できることから動く

活動を広めるためのロゴとアクションブックも作成。アクションブックに記載したのは、まずはできることから始めるということ。たとえば、「こまねデラス」のロゴが入ったフラッグを、各店舗に掲げ、各店舗に「こまねデラス」の仲間となる参加店舗をかねデラスを配付。そうして、「こまねデラス」の仲間となる参加店舗を募集した。また、駅にもロゴ入りのロッカーを設置し、荷物を預ける登山客へ



こまがねテラス会長 広小路商店街「圓月堂」店主
浦野利彰氏（中）、駒ヶ根市産業部商工観光課 北
原忍氏（左）、小原章史氏（右）

※団体名であるとともに、まちづくり活動（ムーブメント）の総称でもある



若い世代による新規店舗の出店が相次ぐ



4 遠方に中央アルプスの山々を望む
駅前の「広小路商店街」 5 ブラン
ディングを図った「こまがねテラ
ス」のロゴ 6 商店街に並ぶ「こま
がねテラス」のロゴフラッグ



のロゴの周知を行うなど、駅周辺を中心に活動をスタートした。

また、各商店でもできるこ
とを模索した。たとえば、和
菓子屋を営む浦野氏は、季節
ごとに高山植物にちなんだ和
菓子の製作・販売を行った。

ほかの店主は、店舗での休憩スペースの設置や、テラスブランドの茶葉の発売、茶器レンタルなど、それぞれに趣向を凝らした。その後、「こま

「ス」の参加店舗を総じて「ホームベース」の開業や、まち歩きマップの作成、レンタルサイクルの開始、テイクアウト商品の開発、まち歩きツアー、街路空間を使った遊び場の提供「まちなかピクニック」など、初動期の3年で多岐にわたる活動とイベントに取り組んだ。その結果、活動に賛同する店舗は発足時の15店から39店に増加。まち周辺の5つの商店街や事業所、駅前広場でもロゴフラッグが掲示されるなど、活動の輪が広がり、まちの一体感が生まれ始めた。

まちの人が楽しむ
まちづくり

しかし、このタイミングでコロナウイルスの蔓延が起きた。活動が制限されたことで、改めてまちづくりについて考える時間ができたと浦野氏は言う。「山のおもてなしをテーマに活動を続けるなかで、容易に活動できる店舗とそうでない店舗があり、仲間内に温度差が発生する可能性があります」。

この時立ち返ったのは商人として
の精神。「店主のモチベーションは、
お客さんとの売り買いの間に、楽し
いがあること。まぢの人が元気でい
るためには、両者の、楽しい、があふ

両アルプスの麓に「テラス」のように広がる
駒ヶ根の街

に、汗臭い、凍しむぐを加え、柔順に考えるようになりました」(浦野氏)。

その活動の一例が、SNSグループチャット「フリーテラス」。現在24名が参加している。「やりたいことをSNS上に発信すると、反応があるもの」とないものがあります。正直な反応が分かるので、そこから皆が楽しそうと思える活動を見出すことができています」と浦野氏。

まちづくりを継続させる

社会情勢が変わっても活動を継続できている理由として浦野氏は、「大きな組織をつくるのではなく、まちを自分のたちの財産ととらえ、まちの価値を上げるという共通目標をもち、個人や小さな団体が小さな目標を積み重ねていくからだと思います」と話す。

任意団体である「こまかねテラス」には活動を縛るルールがない。「仲間」には、地元のお店主に限りず移住して来た人も多く、参加するものも脱会するものも自由。同じ目的をもった人の集まりだからこそ、誰かに何いを立てる必要もなく、プラスの発想しか生まれません。また、何に取り組んだのかではなく、誰と取り組んだのかということと「楽しむ」ことの大切さにも気づ

くことができます」(浦野氏)。

事務局として関わる北原氏は行政の視点からこう話す。「まちづくりは継続が大切。『こまがねテラスのような任意団体の緩やかな組織だからこそ、自由な発想と、その人たちのテンポで進められると思います。行政の力が必要な時には喜んでサポートしています』。また小原氏も、「この地域の魅力のひとつは、人の良さや温かさ。店の主さんのなかにはシャイな方もいます。が、話してみると親身になって接客をしてくれたり、実はすごい技術や知識を持っていたりします」と話す。

「まちの人どうしが楽しくそうに企画に参加してくれることが嬉しいのです。こまがねテラスの取り組みを続けたことで、まちなかで何かやりたいことがあると、直接テラスに相談が来るようになりました。そうやって今まで動かなかった人が動く、商店街と関わりがなかった人が声をかけてくれます。そんな循環が嬉しい、相談があったときさには取り組みを進めてきた者として、何かをやるうとしている人の手助けをしたいと思っています」（浦野氏）。

「こまがねテラス」は、ブランドイン・グからテーマを設定し、共通認識をもつて個々がまずできることから活動を始めた。そして、まちを想い、まちの人と楽しみながら活動することで、まちの人の大切さに気づき、さらなる持久力を得た。今、このまちは、人が心を交わし笑顔で皆を「照らす」場所へ動き出している。



まちなかを元気にする店が馬場川エリアを中心に多数出店。「めぶく。」が始まっている

「アーバンデザイン」には、官と民が連携したまちづくりの指針として、①都市の便利さと自然と暮らす居心地のよさの調和を図る「エコ・ディストリクト」、②住・職・商・学といった複数用途が混在することによりにぎわいの形成を図る「ミクストユース」、③地域固有の資源を最大限活用し、持続的な地域の魅力をつくる「ローカルファースト」といった、3つの方向性が示され、これらのモデルプロジェクトやまちの将来像がイラストで分かりやすく表現されている。『アーバンデザイン』をシンブルに言う『前橋らしさ』をつくる指針です。市民の心のかや地域に染み込んでいる「前橋らしさ」を再構築する。別の言い方をすると、まちをどう愛するか、どう誇るかといったシビックプライドを地域に植えていく活動です」と日下田氏は話す。また、石井氏は「目的は、まちに投資する環境づくりです。事前に視察したポルトランドのまちづくりを反映させています。本来ならこのような取り組みは行政が行うのかもしれませんが、スピード感と市の財政状況から、これを民の力で、行政には後押しをしてもらう方針です」と語る。

推進するための組織MDC

MDCは民間会員の会費だけで運営される一般社団法人として、2019年11月に設立。2020年4月に都市再生推進法人に指定された。MDCが担う「アーバンデザイン」を推進する具体的な役割について、日下田氏はこう話す。「MDCは従来のエリアマネジメント団体とは異なり、モデルプロジェクト以外では自らプレーヤーとならず、①『まちづくりプレーヤー』の支援、発掘、育成」と、②『アーバンデザイン』を市民へと広げるための活動の場づくり』を軸に活動しています。②は、まちなかで商売を始める人など、



上／「前橋レンガ・プロジェクト」でのワークショップの様子
下／名前が刻印されたレンガが敷かれた広瀬川河畔

「アーバンデザイン」には、官と民が連携したまちづくりの指針として、①都市の便利さと自然と暮らす居心地のよさの調和を図る「エコ・ディストリクト」、②住・職・商・学といった複数用途が混在することによりにぎわいの形成を図る「ミクストユース」、③地域固有の資源を最大限活用し、持続的な地域の魅力をつくる「ローカルファースト」といった、3つの方向性が示され、これらのモデルプロジェクトやまちの将来像がイラストで分かりやすく表現されている。『アーバンデザイン』をシンブルに言う『前橋らしさ』をつくる指針です。市民の心のかや地域に染み込んでいる「前橋らしさ」を再構築する。別の言い方をすると、まちをどう愛するか、どう誇るかといったシビックプライドを地域に植えていく活動です」と日下田氏は話す。また、石井氏は「目的は、まちに投資する環境づくりです。事前に視察したポルトランドのまちづくりを反映させています。本来ならこのような取り組みは行政が行うのかもしれませんが、スピード感と市の財政状況から、これを民の力で、行政には後押しをしてもらう方針です」と語る。



現在の馬場川通り

込められた想いと目的

まちなかでの挑戦者を増やし、勝率を上げることであり、挑戦者の集合体がまちのにぎわいへとつながります。これは前橋市に秘められたポテンシャルを引き出し、『めぶく。』を実現する取り組みの1つです。

勝率を上げるデジタル戦略

美術館や映画館・ホテルなどが集まり、人通りの多いエリアを流れる馬場川。ここには昭和50年から2年をかけて整備された遊歩道公園があり、中心市街地屈指の憩いの空間となっている。「馬場川通りアーバンデザインプロジェクト」とは、この遊歩道公園の一部及び市道(延長約200m)を民間主導で再整備するもので、2023年秋の完成を目指している。また、公共施設を整備するにあたり、地権者と市、MDCの間で都市利便増進協定を締結し、民間資金によりMDCが主体となって整備を行っている。

このプロジェクトはハード面の整備だけではなく、「バーチャル前橋」構想の実現や、社会実験を通じて整備後の利活用方法を探ることも目的としている。「バーチャル前橋」について日下田氏に伺った。

「この整備事業で得られるBIM／CIMデータを活用し、まちのデジタル3Dモデルの作成を進めています。AI動態モニタリングとして、画像センサーとAIを組み合わせて使うエッジAIを活用することで、プライバシーに配慮しながらセンサーの前を通る人の属性や、車の交通量とその速度などの情報が取得できます。まちの状態を可

「前橋らしさ」を市民に広げる

「アーバンデザイン」のモデルプロジェクトとして、地域資源である広瀬川の水辺空間を生かす取り組みが官民一体で進められており、市では河畔の高質化などを行っている。河畔の高質化は、明治時代から戦前にかけて前橋市の生糸産業を支えたレンガの歴史を継承するため、レンガを活用した歩車道整備を実施。これに併せてMDCが行

「前橋らしさ」を市民に広げる。また、日下田氏は市外出身者の視点から「前橋はかつて民間で城を復興するなど『官民連携』がまちの歴史のなかに存在し、しかも創業力のある都市としてのポテンシャルが高いと感じます」と語る。石井氏は今後のまちづくりに向け「失われた前橋城のCGによる復元や、糸の街・前橋を可視化することで、前橋のアイデンティティを市民に見せたい」と語る。



民間主導で再整備が進められている「馬場川通り」の完成イメージパース

CASE

民間主体のまちづくり「前橋市アーバンデザイン」

民間主体のまちづくりを行うためには、官民で議論を重ねながらまちの将来像を共有し、市民・企業・行政それぞれが互いの垣根を越えて「自分事」として地域課題を捉え、課題解決に取り組む民間アクションを促進する必要がある。そこで前橋市は、延べ200人以上が参加したワークショップなどでの意見集約を経て、2019年9月に「前橋市アーバンデザイン」(以下「アーバンデザイン」)を策定。そこには、まちづくりの主体が行政から民間へ移行する転換期にあることや、まちのユザーである住民や企業などの民間が主体となった官民連携まちづくりによりにぎわいを取り戻す方針が明記されている。ZGFアーキテクト(※1)に支援を受け、この策定を担当した石井氏に経緯を聞いた。



(株)石井アーバンデザインリサーチ 代表 石井繁紀氏(左)、(一社)前橋デザインコミッション 企画局長 日下田伸氏(右)

※1 アメリカ建築士協会機関誌で「全米で最も優れた設計事務所」に選ばれた経験を有する建築設計事務所。全米で一番見たいまちに何度も選ばれているオレゴン州ポートランドのまちづくりに携わっている

発が進んでいるのに対し、前橋市には認定された中心市街地活性化基本計画がないことへの危機感もありました。2012年に就任した現市長の山本龍氏のもと、2015年に『前橋市市街地総合再生計画』が策定されたことから、まちづくりの気運が徐々に高まりました。2016年4月に田中仁氏(前橋市出身/ジンズホールディングスCEO)が発起人となり、市内に拠点をもち若手企業家13名による『前橋企業家有志の会』が発足。中心市街地に投資を行うことでにぎわいを取り戻

す議論が始まりました。ここから市と民間が一体となった将来ビジョンの検討が始まり、同年8月には前橋ビジョン『めぶく。』(※2)が発表され、民間側では「前橋企業家有志の会」を前身とする「太陽の会」が発足しました。同会の会員は毎年純利益の1%(最低額100万円)を前橋市のまちづくりへの寄付金として拠出しています。そして、『めぶく。』実現の行動指針として、『アーバンデザイン』が策定されました(石井氏)。

前橋市には、明治期にまちの有力者「前橋二十五人衆」が私財を投じてまちづくりを行い、近代都市の基礎を築いたという歴史がある。まちづくりに寄せるこうした市民の想いは現代にも受け継がれており、人口減少や社会構造の変化などで衰退した中心市街地に、市民や企業が主体となってにぎわいを取り戻す活動が生まれている。そのきっかけとして、前橋市は官民で議論を重ねながら、まちづくりの指針として「前橋市アーバンデザイン」を策定した。こうしたアーバンデザイン策定に係る官民連携の取り組みが評価され、第2回先進的まちづくり大賞において国土交通大臣賞を受賞するなど、全国的にも注目を集めている。

今回は、「前橋市アーバンデザイン」の策定に携わった株式会社石井アーバンデザインリサーチ・代表の石井繁紀氏と、民間主体のまちづくりの中心的な役割を担う一般社団法人前橋デザインコミッション(以下、MDC)企画局長の日下田伸氏に話を聞いた。

LOCATION



広島県

尾道市

地場産業や文化を発信し
まちの未来を育てる

広島県の南東部に位置する尾道市は、寺社や歴史的建造物が点在する山手地区と、商業地でもある港のエリア、さらに瀬戸内海に浮かぶ島々から成り立つ。そのノスタルジックなまち並みが人々を惹きつけ、昔から「映画のまち」「文学のまち」「坂のまち」として名を馳せ、近年では、しまなみ海道のサイクリングブームから「自転車のまち」とも呼ばれている。豊かな地域資源に恵まれる一方で、地場産業の衰退や人口減少など、地方特有の課題も抱える。このまちでは、2008年ごろからNPO法人による空き家再生プロジェクトが進められ、2012年からは瀬戸内出身者が立ち上げたまちづくり会社「株式会社ディスカバーリンクせとうち」によって、地域独自の産業や文化などの魅力を新たな形で活用・発信する取り組みが展開されるなど、まちの未来が育てられている。

今回は、設立から10年を迎えたディスカバーリンクせとうちのこれまでの取り組みやまちへの想いを掘り下げ、今後の持続可能なまちづくりのヒントを探るべく、同社・代表取締役の出原昌直氏に話を聞いた。

LOCATION



CASE

「ディスカバーリンクせとうち」
のまちづくり

「観光」を軸に活動を開始

瀬戸内地方は、古くから繊維業や造船業などの労働集約型・重厚長大産業で支えられてきた。しかし近年は、安価で豊富な労働力のある海外に工場が次々と移転し、地域の雇用も失われつつある。福山市で繊維業を営む家に生まれ育った出原氏は、関西で繊維を扱う商社に就職。独立して戻ったときに地元の危機を感じたという。「かつてあれほど身近にあった繊維工場がなくなっていて、ミシンで縫製の内職をすることが当たり前だった文化も消えかかっていた。これから瀬戸内を拠点に繊維業をやっていくにも、モノは海外でつくられ、地元には軸足が置ける状況ではなかったのです」（出原氏）。そうしたなか、同じく自身が営む造船業などに対して危機感をもっていた地元の仲間と集まり、ともに瀬戸内を支えていくことを決意。2012年に株式会社ディスカバーリンクせとうちを設立した。

会社名は、これまで気づけなかつ

たまちの魅力を再発見し、次につなげるという意味での造語「ディスカバーリンク」と「せとうち」を合わせたもの。観光を手段に、事業と雇用を創出するを目的とし、特定の分野にとらわれない多様な事業を、尾道市と福山市でスタートした。社員は現在20名ほどで、20〜30歳代が中心、半数が移住者だという。

具体的活動の軸は、「観光・サイクリング・建築」。これらの要素を切り口に、尾道ならではの魅力を打ち出せる事業を展開してきた。活動の第1弾は、日本家屋や洋館を改修した「せとうち湊のやど」。その後、「尾道デニムプロジェクト」や、複合施設「ONOMICHI U2」資料倉庫を改修した「シェアオフィス「ONOMICHI SHARE」」

繊維の産地を発信
「尾道デニムプロジェクト」

尾道が属する備後地方は、日本を代

表するデニムの産地。この魅力をまちの人と一緒に発信していこうと2013年に始まったのが、「尾道デニムプロジェクト」だ。これは、実際に1年間デニムを穿き続けることでリアルユーズドデニムに育てて販売するという、世界でも例のない取り組みである。

穿いてもらう人は、大工や漁師、農家、保育士などさまざま。まちのあらゆる人に声をかけて、初年度は270人集まった。デニムを穿いたことがない人もいたが、尾道のまちを発信できるなら、という想いで協力を得たという。デニムには、仕事で長靴を穿いたり、海で潮を浴びたり、電話をいつもポケットに入れていたりなど、協力者の職業や生活スタイルによって異なる味わいが醸成される。その違いは、洗濯のため毎週回収を行う担当者、誰がどのデニムを穿いているか一目で分かるほど。協力者はこれまで延べ約900人で、なかにはプロジェクト開始から10年間ずっと関わり続けている人もいる。

4 尾道デニムキャラバン in 飛騨（円光寺） 5 漁師が育てるデニム 6 建設業が育てるデニム 7 唯一無二のデニムを販売する「ONOMICHI DENIM SHOP」



1 瀬戸内海に面する尾道のまちなみ 2 海運倉庫を改修した「ONOMICHI U2」 3 自転車を持ち込んで泊まれる「HOTEL CYCLE」

「サイクリストのまち」の象徴
「ONOMICHI U2」

販売は、商店街の空き店舗を活用した「ONOMICHI DENIM SHOP」で行う。唯一無二のデニムを求めてさまざまな人が店を訪れる。ほかに、全国各地での展示販売会「尾道デニムキャラバン」などで魅力を広めている。出原氏は、「まちの人とも深い関係性を築きながら繊維産地を発信できています。当初の予想を超えるほど好評で、今では当社のシンボリックプロジェクトです」と話す。



ディスカバーリンクせとうち 代表取締役 出原昌直氏（中）、ONOMICHI SHARE コンシェルジュ 後藤峻氏（左）、BETTER BICYCLES 店長 馬場秀雄氏（右）

して地域の価値あるものを見つけ、まちに根付かせる事業に重点を置くことに。観光に特化した「ONOMICHI U2」など、一部の事業は瀬戸内の造船会社のグループに引き継いだ。「観光も大事だが、実際にまちを支えているのはそこに住む人。まずは自分たちが住み続けたいまちをつくることが大切だと気づきました」（出原氏）。

そこからの活動として、たとえば2021年に瀬戸内の

尾道に、サイクリストのまちのイメージを定着させたといえるのが、2014年にできた複合施設「ONOMICHI U2」。この施設は、尾道水道沿いにある広島県所有の古い海運倉庫をリノベーションしたもので、県による事業者公募を経て整備された。「年間15万人の賑わいを創出する施設」という公募時のお題に対して、同社はサイクリスト向けの複合施設を提案。自転車のままチェックインできる全国初のホテルを核に、サイクルショップやレストラン・カフェ・ペーカリー・雑貨店などで構成されている。そのほかに、施設オリジナルの店舗で、瀬戸内らしさにこだわり抜いた商品を提供する。「ONOMICHI U2」は、弊社の活動の軸である『観光・サイクリング・建築』をすべて実現したプロジェクトです」（出原氏）。建築は、建築家・谷尻誠氏率いるサボーズデザインオフィスの設計。昔の倉庫の外観をそのまま残し、内部も倉庫時代の開放的な空間を生かしてデザインされており、ノスタルジックとスタイリッシュが融合した魅力ある施設となっている。

「尾道市と愛媛県今治市をつなぐしまなみ海道は、自転車で渡れる世界有数の橋として、CNNの世界7大サイクリングコースにも選ばれるほど。今治市はサイクリスト向けの取り組みに進んで力を入れていました。『ONOMICHI U2』ができたことにより、尾道にもサイクリストの聖地のイメージが定着しました」と出原氏は話す。これまで閑散としていた駅西側にも明らかに人が流れるようになり、レジ通過だけで年間25万人が訪れる施設になった。

「住みたいまち」に再編

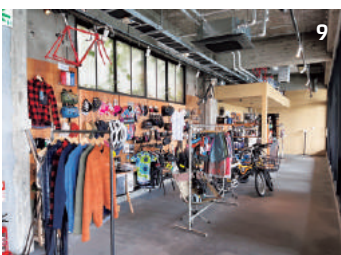
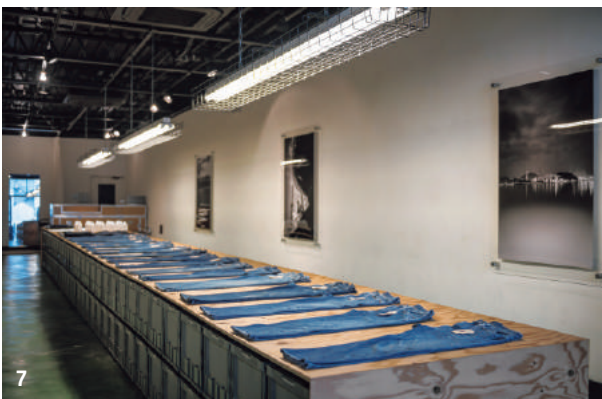
当初より「観光」を軸としてまちづくりを進めてきた同社であったが、活動開始から6年経ち、方向性を見直すことに。「デニムプロジェクトのようにまちの人と関わり合いながら地域の産業を発信する事業がある一方で、地元の人にあまり認知されていない事業もあり、『本当に地域のために活動できているのか?』と疑問を抱きました。振り返ると、当時はとにかく新しいことをして多くの人を呼び込もうという意識が強く、地元の人への説明が十分にできていませんでした」と出原氏は話す。

そうした反省を踏まえて2019年に会社を再編。まちの人との対話を通

同社は今後、外の企業との連携にも力を入れたという。「まちづくりを担う優秀な人材を呼び込むには、いかに魅力的な仕事で、満足のいく対価を支払えるかが重要。そうしたとき、資金面でも創造性の観点でも外とコラボすることが鍵になります」（出原氏）。現在は、名古屋のアパレル系企業から出向者を受け入れ、コラボデニムを年間500本つくるなど、相乗効果で事業が拡大している。「これからさまざまな人や企業との関わりを広げながら事業を行い、瀬戸内一体を育てていきたい」と出原氏は語る。

外との連携でさらなる発展

「尾道市と愛媛県今治市をつなぐしまなみ海道は、自転車で渡れる世界有数の橋として、CNNの世界7大サイクリングコースにも選ばれるほど。今治市はサイクリスト向けの取り組みに進んで力を入れていました。『ONOMICHI U2』ができたことにより、尾道にもサイクリストの聖地のイメージが定着しました」と出原氏は話す。これまで閑散としていた駅西側にも明らかに人が流れるようになり、レジ通過だけで年間25万人が訪れる施設になった。



8 海沿いの市営倉庫を改修して2015年に開業したシェアオフィス「ONOMICHI SHARE」。「コンシェルジュ」によって人と人がつながる場でもあり、観光客やビジネスマン、移住を検討する人なども訪れる 9 シェアオフィスの一角には尾道オリジナル自転車販売・レンタルするショップ「BETTER BICYCLES」がある

空きビルを再生した 「コンシェルジュフラノ」



1 百貨店をリノベーションした施設外観 2 多言語対応のインフォメーションセンター 3 道産木材にあふれたホステル「TOMAR」
4 地元農産物を使ったレストラン「KITCHEN EVELSA」（現在はコロナ禍の影響もありカフェラウンジとして運営）

愛着のある百貨店を 「観光拠点」にリノベーション

ふらのまちづくり株式会社（16頁）が、空きビルという地域資源を観光拠点に再生した「コンシェルジュフラノ」を紹介する。4階建ての施設は、もとは衣料系の老舗百貨店（旧三番館ふらの店）であり、まちのシンボリック存在だった。JR富良野駅とフラノマルシェの間に立地していたことから、まちの回遊性を高める新たな拠点、フラノマルシェ1・2（16、17頁）に続く「第3のまちの縁側」として再生を計画した。中心市街地では当時増加していたインバウンド客や、長期滞在者、若者などを受け入れる宿が不足していたことから、「観光・滞在・食」をキーワードに設定。簡易宿泊施設を核として、観光案内所やレストラン、市の観光関連部署などが入る複合施設としてリノベーションを行い、2018年6月にオープンした。

創意工夫にあふれたホステル

施設の3階は、ホステル「TOMAR」。バックパッカーや長期滞在者、若者などに向け、リーズナブルな価格設定とした。ドミトリールームや各種個室が設けられ、最大で130名が宿泊できる。ベッドや壁面などの内装には道産木材を使用し、温かみのあるしつらえとなっている。宿泊者の年齢層は幅広く、年配の人も意外と多い。滞在期間は、長ければ半年ほど泊まる人もいる。宿泊者が自由に使えるシェアキッチンもあり、さまざまな国籍の人が互いに手料理をふるまいながら交流を深める場面も多いという。また、滞在を楽



おきたまひろし 大玉英史氏（富良野商工会議所専務理事 兼 ふらのまちづくり株式会社 取締役）

しめるひと工夫も。宿泊フロアの中心には、百貨店時代の防火シャッターを残して掲示板に。道内の見所マップやスタッフの自己紹介カードが貼られている。

1階の多言語対応のインフォメーションセンターでは、富良野・美瑛広域圏の観光を案内。夏場は自転車、冬場はスキー用具のレンタルも行っている。2階のオフィスフロアには富良野商工会議所、富良野市商工観光課、ふらの観光協会などが入居。戦略的に市の観光機能を集約したことで、スムーズな業務連携が図れている。

「第3のまちの縁側」として市民も楽しく集える場所にすべく、地元農産物を使ったレストランや、牧場直送の牛乳を使ったコーヒースタンドなど、地域の魅力が詰まった施設となっている。

行政と連携し採算性を確保

事業の実現にあたって、国や自治体とも巧みな連携が行われた。建て替えるではなくリノベーションとはいえ、同社が負担するには多額の資金が必要であり、事業の成立がやぶまれていた。そんななか、経済産業省との協議を経て補助率の高い「特定民間中心市街地経済活力向上（S特）事業」の大臣認定に挑戦。結果、国からの補助が決まり、事業費を約9億円から約7億円にまで削減できた。さらに、富良野市に

は施設2階の床を買収取つてもらう支援を受けたことで、採算を見込んだ事業が可能になった。

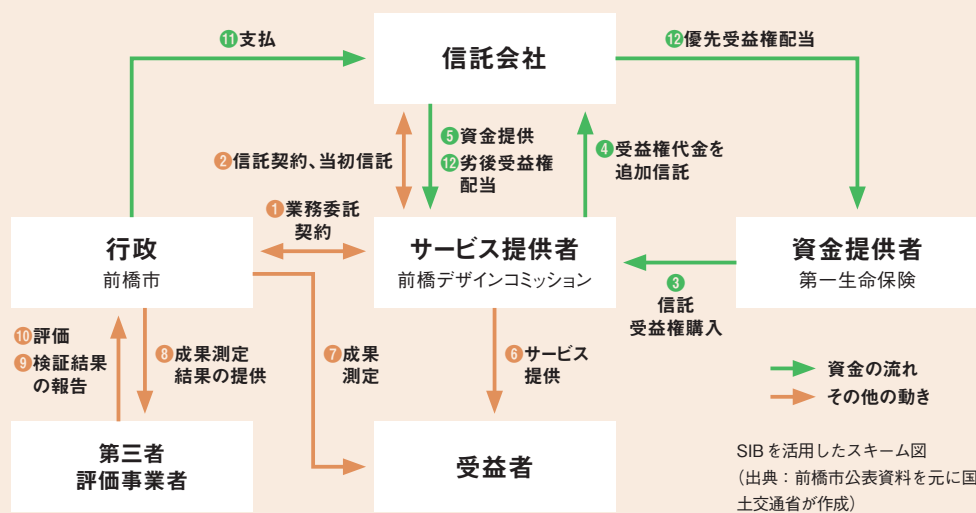
インキュベーター的な役割も果たす

同社はインキュベーター的な側面もある。前身の百貨店のテナントだった会社の関係者が独立を検討していたことから、事業の担い手として迎え入れ、その起業を支援。初期投資や経営面での指導などを行い、Being株式会社の設立につながった。Beingは、ふらのまちづくりグループの一員として、ホステル「TOMAR」とレストラン「KITCHEN EVELSA」を運営している。また、「フラノマルシェ」でも初期投資を抑えて新規出店できる仕組みをつくり、挑戦する人を支援している。富良野商工会議所専務理事の大玉英史氏は、「何かを始めたいと思っている人をフォローして育てることが、今後のまちのために大事です」と話す。

開業後の効果と今後

「コンシェルジュフラノ」の開業後、連動するように駅前にホテルがオープン。また、「フラノマルシェ」との相乗効果でもちなかの回遊もさらに促された。開業してからは好調に業績を上げ、2020年以降はコロナ禍による打撃はあったものの、現在は7割ほどにまで宿泊客数が回復している。コロナ禍の影響で一時休業中の店舗エリアは、フリースペースとして市民に開放。子どもたちの自習場所として使われるなど、工夫を凝らしながら運営を続けている。市民に愛された百貨店が、今は「まちの縁側」として成長している。

まちづくり分野で 全国初の「SIB」を活用



「SIB」への期待が高まる

前橋市（20頁）におけるまちづくり「アーバンデザイン推進事業」では、まちづくり分野で全国初となる「ソーシャル・インパクト・ボンド」（以下、SIB）が導入されている。SIBとは「存在する社会課題のうち、従来の公の事業では解決が難しかった領域のものについて民間事業者に解決手法の選定を委ね、また併せて民間の資金を用いて解決を図ろうとする手法」（まちづくり分野へのSIBの導入に係る手引き）のことで、これまでは主に医療・健康・介護の分野で用いられていた制度である。

主な特徴は3つ。①業務委託費は成果に応じて変動。受託者は成果達成のため自らの裁量で事業を実施できる。②受託者は事前に金融機関などから資金を調達する。③成果に対する評価は一般的に行政のみでなく第三者評価機関が関与し行う。

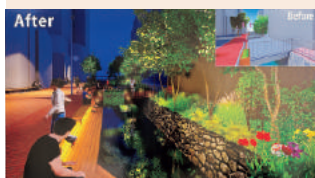
近年、地方公共団体の財政状況が厳しいなかで環境の変化や価値観の多様化に伴い、まちづくり分野の課題も多様化・複雑化が進んでいる。それらに対応するため、民間資金を導入しながらサービスの効率化にインセンティブが働く同制度の活用が期待されている。

成果報酬型のまちづくり

前橋市の「馬場川通りアーバンデザインプロジェクト」では、地域コミュニティの再生などに関する勉強会やワークショップ、社会実験といった取り組みに、SIBが活用されている。実施主体は、前橋デザインコミッション（以下、MDC）。資金提供者としてヘルスカア分野でSIB投資の実績があり、2019年に前橋市と包括連携協定を締結していた第一生命保険が、ESG投資※の観点から本事業に参画した。事業期間は2021年9月から2024年3月までの約2年半。事業の成果は2024年2月の馬場川通りの歩行者交通量で測られ、成果に応じて740万～1310万円の範囲で報酬が変動する。MDCの企画局長兼事務局長・日下田伸氏は「イベントや社会実験を通じて、まちのブランドデザインを行うことや、ここに行けば何があるといったまちへの期待値を上げることに、2024年2月時点の馬場川通りの月間歩行者数を増加させたい」と話す。

継続して取り組める社会実験

SIBを活用した現在進行中の「馬場川通りアーバンデザインプロジェクト」



未来の馬場川通りのイメージパース。前橋市のまちづくりは常にプロジェクトを可視化しイメージを共有しながら進めている

委員会を中心し何度も行い、対話を重ねながら「まちづかい」を実施しています。主催者も参加者も楽しみながら取り組みを継続し、『ここに行けば何かがある』

ト」は、実施にあたりMDCが中心となって準備委員会を発足。幅広い世代の市民約130人が登録している。2022年9月から月1回行われている社会実験は、セミナーやワークショップで生まれたアイデアから実行計画を立案。「ゆるく、つながる」コンセプトのもと、周辺施設や事業者と連携することで継続的な活動を目指す。社会実験ではマルシェのほか、「車連抑制アイデアソン」（ドライバーに安全運転を訴える策を考えるアイデアコンテスト）、「ダイ・馬場」シテイ」（誰もが楽しめる馬場川通り）を目指し、誰もが楽しめることは何かを考える会 など、地元の課題解決に向けた議論がなされているのが特徴。「準備

市民がまちの将来像をつくる

馬場川通り遊歩道公園の改修工事を進めるにあたりMDCは、地元設計・施工会社、行政などと協議を行いながら、社会実験や勉強会を通して得られた「まちづかい」の方向性を計画に反映させている。パースや模型を用い、問題や課題を可視化して議論を進めている。つながりながら成長する拠点づくり、馬場川がもつゆるやかなつながりの力を未来へをコンセプトに、通常の公共事業とは一味違う、市民が馬場川通りの将来像をつくり、実現する取り組みが続けられている。

※環境（Environment）・社会（Social）・企業統治（Governance）などの非財務価値の要素を重視して行つ投資のこと



再開発情報に関するご案内

令和3年度に完了した市街地再開発事業等一覧

市街地再開発事業

	地区名	所在地	施行者	地区面積 (ha)	延床面積 (㎡)	主要用途	完了 (年月)
1	北4東6周辺	北海道札幌市	組合	4.10	81,100	住宅、店舗、公共公益、医療施設、駐車場	R3.12
2	帯広市西3・9周辺	北海道帯広市	個人	2.00	39,400	住宅、店舗、業務、駐車場	R4.2
3	古川七日町西	宮城県大崎市	組合	1.20	16,690	住宅、店舗、業務、公共公益、駐車場	R4.3
4	七日町第5ブロック南	山形県山形市	組合	0.40	16,269	住宅、店舗、駐車場	R3.4
5	酒田中町二丁目	山形県酒田市	個人	0.40	4,443	事務所、銀行、店舗、公共公益、駐車場	R3.9
6	城山町二丁目第一	栃木県小山市	組合	0.40	16,962	住宅、銀行、店舗	R3.4
7	大宮駅東口大門町2丁目中	埼玉県さいたま市	組合	1.36	82,139	店舗、業務、銀行、医療施設、駐車場	R4.3
8	新橋田村町	東京都港区	組合	1.20	105,610	店舗、業務、駐車場	R3.6
9	武蔵小山駅前通り	東京都品川区	組合	0.70	53,455	住宅、店舗、公共公益、駐車場	R3.4
10	東池袋四丁目2番街区	東京都豊島区	組合	0.30	31,192	住宅、店舗、業務、子育て支援施設、駐車場	R4.3
11	金町六丁目駅前	東京都葛飾区	組合	0.40	25,323	住宅、店舗、業務	R3.6
12	瀬谷駅南口第1	神奈川県横浜	組合	1.00	24,575	住宅、店舗、公共公益、駐車場	R3.9
13	大船駅北第2	神奈川県横浜市	組合	1.70	65,045	住宅、店舗、駐車場	R4.3
14	小杉町3丁目東	神奈川県川崎市	組合	1.10	68,800	住宅、店舗、業務、公共公益	R3.7
15	古町通7番町	新潟県新潟市	組合	0.80	32,870	店舗、業務、市営駐輪場	R4.3
16	金沢駅武蔵南	石川県金沢市	組合	0.50	17,969	住宅、店舗、駐車場	R3.8
17	錦二丁目7番	愛知県名古屋	組合	0.70	49,981	住宅、店舗、高齢者住宅、駐車場	R4.3
18	JR春日井駅南東	愛知県春日井市	組合	0.60	19,719	住宅、店舗、業務、駐車場	R3.7
19	新長田駅南(第3地区大橋3第4工区)	兵庫県神戸市	市	0.49	7,357	住宅、駐車場	R3.6
20	倉敷市阿知3丁目東	岡山県倉敷市	組合	1.70	40,061	住宅、店舗、ホテル、駐車場	R3.8

防災街区整備事業

	地区名	所在地	施行者	地区面積 (ha)	延床面積 (㎡)	主要用途	完了 (年月)
1	志茂三丁目9番	東京都北区	組合	0.06	650	住宅	R3.9

優良建築物等整備事業

	地区名	所在地	補助対象事業		地区面積 (ha)	延床面積 (㎡)	主要用途
			型	タイプ			
1	田向	青森県八戸市	優良再開発型	市街地環境形成タイプ	0.69	5,721	総合健診センター
2	立町二丁目4番	宮城県石巻市	優良再開発型	共同化タイプ	0.08	1,599	住宅、店舗
3	中央二丁目3番(A1)	宮城県石巻市	優良再開発型	共同化タイプ	0.08	1,207	住宅、店舗
4	中央二丁目3番(A2)	宮城県石巻市	優良再開発型	共同化タイプ	0.15	610	店舗、駐車場
5	立町一丁目3番(B)	宮城県石巻市	優良再開発型	共同化タイプ	0.33	5,708	店舗、高齢者住宅、社会福祉施設
6	立町一丁目5番(A1)	宮城県石巻市	優良再開発型	共同化タイプ	0.36	4,903	住宅、店舗
7	立町一丁目5番(A2)	宮城県石巻市	優良再開発型	共同化タイプ	0.11	1,855	店舗、駐車場
8	本町一丁目3街区	山形県鶴岡市	優良再開発型	共同化タイプ	0.22	665	住宅、店舗
9	新浜町	福島県福島市	優良再開発型	共同化タイプ	0.18	9,690	分譲住宅、医療施設
10	本町14	群馬県前橋市	優良再開発型	共同化タイプ	0.12	3,380	店舗、共同住宅
11	中央三丁目	千葉県木更津市	優良再開発型	共同化タイプ	0.19	6,517	住宅
12	立石二丁目	東京都葛飾区	既存ストック再生型	—	0.20	3,998	住宅
13	大蔵三丁目第1期・B街区	東京都世田谷区	市街地住宅供給型	旧優良住宅供給タイプ	1.13	19,146	住宅
14	大蔵三丁目第1期・C-1街区	東京都世田谷区	市街地住宅供給型	旧優良住宅供給タイプ	0.74	5,240	住宅
15	南石堂A-1	長野県長野市	優良再開発型	共同化タイプ	0.20	12,639	住宅、店舗
16	安城南明治第一	愛知県安城市	優良再開発型	共同化タイプ	0.52	25,391	住宅・商業・事務所・ホテル・駐車場
17	岩国駅東口元町	山口県岩国市	優良再開発型	共同化タイプ	0.10	4,526	住宅、公共公益、駐車場
18	幸町三丁目	宮城県延岡市	優良再開発型	共同化タイプ	0.34	5,804	店舗、業務

※国土交通省資料及び当協会調べ

再開発マップのご案内

再開発マップは、都市再開発法に定める市街地再開発事業の事業地区および事業情報をGoogleマップ上に示しています。事業の進捗状況（都決／認可／権変／完了）によって色分けを行っており、当協会が把握している全ての地区について情報を掲載。都市名や地区名、種別、施行者、進捗状況で絞り込むことも可能です。研究や実務における参考情報としてご活用ください。



全国市街地再開発協会の紹介

専門図書・機関誌の発刊

市街地再開発事業、住環境整備事業、住宅市街地総合整備事業に関する解説書、法令集などを販売しています。また、再開発関係予算・制度、事業計画情報、その他まちづくりに関連した最新動向などさまざまな情報を掲載した、機関誌「市街地再開発」を毎月発行しており、会員の皆様に配布するとともに、一般の方々に販売しております。

出版図書の例



日本の都市再開発 (最新号・第9集)
これまでに完了した市街地再開発事業および防災街区整備事業の事業記録を収録した図書です。事業の経緯から推進体制、計画概要、事業収支内訳、権利変換の内容、管理運営、事業推進上の課題や評価まで、事業に関わる貴重な情報を収録しています。



組合・個人施行のための図解市街地再開発事業 第20版
実務者に愛読いただいている【図解】の改訂20版。口コミで“マンガ本”と呼ばれているだけあり、多数のイラストを満載して市街地再開発事業を解説。事業の「しくみ」と「流れ」が一目でわかるガイドブックの決定版です。

研修会・セミナー・視察会の開催

市街地の再開発などに携わる方を対象に、予算・制度の解説、事業執行の要点、事業の新しい動きなどを紹介する各種研修会・セミナーや、再開発地区の現地視察会を開催しております。

研修会の例

全国市街地再開発事業研修会

毎年、地方都市で開催しており、特に地方公共団体などの市街地再開発事業などに係る担当者を対象に専門知識を深めることを目的に開催しています。2日間の開催で、1日目は座学、2日目は現地視察を行います。令和4年度は、熊本城や桜町プロムナードなどの再開発地区の視察を実施しました。

住宅市街地整備研修会

住宅市街地総合整備事業などを推進する地方公共団体、民間企業を対象に、事業推進に係る多様な課題に対応する知識の習得を目的として、企画・実施するものです。密集市街地の整備、景観まちづくりや高齢化、街なみ環境整備事業などについて、国土交通省の担当官および地方公共団体やUR都市機構、住宅金融支援機構の担当者が講演します。

※そのほか、再開発事業、住環境、市街地整備などに関するさまざまな研修会などを実施しています。

再開発などに関するコンサルティング



- 地方公共団体や再開発準備組合、まちづくり会社などに向けて、市街地再開発事業などの初動期支援業務（勉強会や講習会の開催、推進体制の検討、権利者組織の組成、計画の作成など）、費用便益分析（B/C）、事後評価業務といった支援を行っています。
- 市街地再開発事業を目的とした初動期支援だけでなく、エリアマネジメント等の推進に向けたコーディネート業務も行っています。市民向けの勉強会やワークショップを開催し、まちづくりに向けた意向の集約や方向性の検討を実施しています。まちづくりの機運醸成を図りつつ、地元発意による組織の立上げ支援や、活動についてのアドバイスなど、エリアマネジメントによるまちの価値向上を目指します。

その他、再開発等における債務保証や業務代行者の選定支援等を行っております。詳しくは当協会のホームページをご覧ください。

<https://www.uraja.or.jp/>



CITY in CITY 2023

vol.34

ホームページのご案内

全国市街地再開発協会の活動内容、書籍販売、セミナーなどのご案内を行っています。



<https://www.uraja.or.jp>

入会のご案内

当協会では、市街地の再開発などに携わる方々や住まいづくり・まちづくりに関心をもつ皆様に対し、市街地の再開発、住宅街区の環境整備、密集市街地の整備、マンションの再生に関するさまざまな情報を提供するとともに、制度運用に関する相談・助言・調査研究などを行っております。

会員様には、機関誌「市街地再開発」(月刊)・広報誌「CITY in CITY」(年刊)の配付、各種研修会・セミナー・頒布図書・刊行物の会員割引の特典がございます。是非ともお気軽にお問い合わせください。

ご入会・ご相談窓口: 総務部 03-6809-2570

編集後記

昨今、まちの歴史や文化、産業、人、自然などに加え、遊休地や空き家なども地域資源として捉え、それらを活かすまちづくりが全国で進められています。今回は、それら地域資源の中で取上げて対象を絞りこまず、まちの潜在的な魅力(＝地域資源)をいかに発掘し、その魅力から新しい価値を生み出し、まちを育てていけるのかについてヒントを探りました。

取材をさせていただきました方々の多くは、地元を離れて生活された経験や、移住などで新たに來られた方々との交流を通して、客観的に地域を見つめなおされる中で、地元の魅力を再発見されていること、またそうして生まれた新たな価値が、地元の方々にも受け入れられ浸透することで、持続的な取組みとして地域に根付いていたことが印象的です。今回ご紹介しました取組みが、皆様のまち育ての一助となりますことを願っております。

なお、コロナ禍であったため、鼎談は屋外にて行い、事例ルポ取材時にもマスクを着用する等の配慮を行いました。また、昨年度と同様に海外視察の実施も困難であったため、視察報告の代わりとして、事例ルポに関連する特徴的な取組みを紹介したコラムを作成しました。

最後になりますが、取材でご協力いただきました皆様に、この場を借りて御礼申し上げます。ご協力誠にありがとうございました。

(細田知明、飯島達也、臼井充昭、伊藤裕也、難波洸子)

シティ・イン・シティ vol.34
2023年2月20日発行

発行: 公益社団法人 全国市街地再開発協会
〒105-0004 東京都港区新橋6丁目14番5号 SW 新橋ビル3階
TEL.03-6809-2570(代)

本誌記事等の無断転用・転載は固くお断りいたします。