

専門家のアドバイスを希望する方は、以下の事項を記載しお送りください。

F A X : 03-6811-7206

E-mail : jimukyoku@jsurp.jp

①対象の地区

②まちづくりの内容

③相談したいこと

お名前

連絡先（電話番号・メールアドレス）

日本都市計画家協会は、まちづくりの専門家として、学識者、コンサルタント、自治体など、多様なメンバーにより構成される認定NPO団体です。全国のまちづくりの発展に寄与すべく、震災復興活動やまちづくりセミナー、出前講座など「公益性」の高い活動を展開しています。

活動の一環として、まちづくり相談を実施しています。お気軽に相談ください。

まちづくり相談ホームページ <https://www.jsurp.jp/まちづくり相談/>

E-mail jimukyoku@jsurp.jp



vol.3

公共空間の活用





道路が広場に変われば人が集う空間に



まちなかで自然と触れ 合える親水空間



広い歩道も使い方次第。歩いて楽しいまちづくり



公園と市民の関わりが変われば
使い方の幅が広がる



身近な場所でピクニックを
してみよう



立ち飲みカウンターがあれば
どこでも夜の社交場に



移動式コンテンツを色々な
ところに持ち運んでみよう

地域主体のまちづくり

地域主体のまちづくりとは、住民や企業、NPOなどが、自分のまちのために自主的に取り組むまちづくりです。

昨今、行政のみならず、自分たちの活動でさらに地域を良くしたいと、まちづくりに取り組む地域が増えています。住みやすい環境、地域コミュニティの継続、活気あるまちなど、“高み”を目指しています。

そのようなまちづくりに取り組む方々に活用してもらいたいことを願い「まちづくりNOTE」をつくりました。

まちの公共空間を使ってみよう

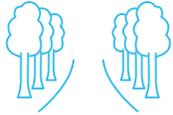
まちのなかには道路、公園、河川敷、駅や様々な施設に付帯する広場、空地など、様々な公共空間があります。このようなまちの空間を、周りの環境とあわせて活用し地域で運営していくことで、地域コミュニティや多様な人の居場所づくりなどまちづくりに役立てることができ、本冊子では、公共空間を使ったまちづくりのはじめ方を解説します。

※本冊子内では民有地の広場・空地等も含めたオープンスペース全般を公共空間として記載しています。

代表的な公共空間の 空間特性・ステークホルダー

まちに存在する身近な公共空間の特徴と、空間活用に際して関わる主な関係者を把握しましょう。その空間に関わるステークホルダーとコミュニケーションし、協力関係をつくりまちづくりを進めていきます。

街路



特性 街路は、交通機能はもとより、建物と相互に関係性をもちながら、景観やにぎわいなどまちの環境を形づくりします。また、地域交流やレクリエーションの場、防災の場にもなり、快適な都市生活づくりにとって重要な空間です。

主な関係者 警察、道路管理者(自治体等)、沿道住民・商店等

公園



特性 公園は規模に応じて使う人の属性が異なります。なかでも生活に最も身近な公園である街区公園などは、近隣コミュニティとともに公園を使いこなすことが重要です。安心・安全な公園づくりは、地域のニーズを把握することからはじめましょう。

主な関係者 近隣住民・コミュニティ(町会等)、公園管理者(自治体等)

水辺

(河川)



特性 原則的に自由に使える空間のため、個人で楽しむ場合、手続きはほとんど不要です。ただし、空間を一時的に独占するようなイベントや収益事業を行う場合には、各種申請が必要となります。

主な関係者 河川管理者(国・自治体等)、河川協議会等

広場、空地等



特性 まちの広場や空地は、所有や管理形態が様々です。広場に見える場所でも場所によっては道路として管理されていたり、私有地を公共に解放している場合もあります。まずはその広場は誰が管理や所有をしているのかを調べてみましょう。

主な関係者 行政、土地所有者、広場・空地管理者等



さあ、
まちづくりを
はじめよう!

公共空間を使いながら地域のまちづくりを進めていくには、短期的・長期的両方の観点が必要不可欠です。長期的な展望を見据えながら、自分たちではじめられる小さな取り組みからスタートを。

空間・課題・関係者等の特定

ステップ

1

まちなかにどんな空間があるかリサーチしましょう。使われておらずもったいないと感じる場所、ポテンシャルを感じる場所、使いやすい場所など、様々な視点から活用可能性のある空間を特定します。また、その場所に関わる人々に地域課題等をヒアリングしてみましょう。

企画・実践してみる

ステップ

2

地域特性やその空間を生かした企画づくりをしてみましょう。どんな人たちに来てもらいたいのか、まちにどんな場所があると地域の人々が喜ぶかを想像しながら企画します。周囲の住民や店舗からの協力を得ながら進めるとなおよいです。短期間の1DAYトライアルでも意義あり。まずは実践あるのみです。

結果の検証と将来ビジョンづくり

ステップ

3

実践した結果をチームで振り返り、効果・改善点などを検証しましょう。結果の報告会などで広く取り組みを知ってもらう機会をつくるのもオススメです。地域の様々な人とともに将来像を考える機会にもなります。

長期設置・日常的利用に向けた検討

ステップ

4

これまでのステップを繰り返しながら、日常的にその場が使われる状態を目指し必要な管理・運営方法を検討しましょう。その際は行政・民間など官民を超えた連携が必要となることが多いため、協議や調整を重ねて実施体制を築くことが重要です。

まずはやってみよう! 企画づくりから実施まで

改善・ステップアップ

目的設定	「何のためにやるのか?」という目的をチーム内でしっかりと共有しましょう。
内容企画	まずは空間・地域の課題や資源、アイデアをたくさん書き出してみましょう。アイデアの面白さ・実行しやすさ・人の巻き込みやすさ等を考慮しながら形にしていきます。
事前相談	使いたい空間の管理者や、地域の自治会などに事前相談に行きましょう。企画をかつちり固める前の柔らかい状態で一度相談してみると円滑です。
企画のブラッシュアップ・運営計画づくり	事前相談で、できること/できないことを明確にした上で企画の内容を詰めていきます。当日の運営方法や緊急時の対応等を、運営計画にまとめておきましょう。
実施	当日は安全面にしっかりと配慮して運営しましょう。写真撮影や、どのようなアクティビティが起きたか、どんな人が何人利用したか等、記録を残しましょう。
結果の検証・改善	実施記録から、良かったこと・悪かったこと・どんな効果があったのか等をチーム内で振り返りましょう。次に向けた改善、まちづくりで目指す次のステップに生かします。

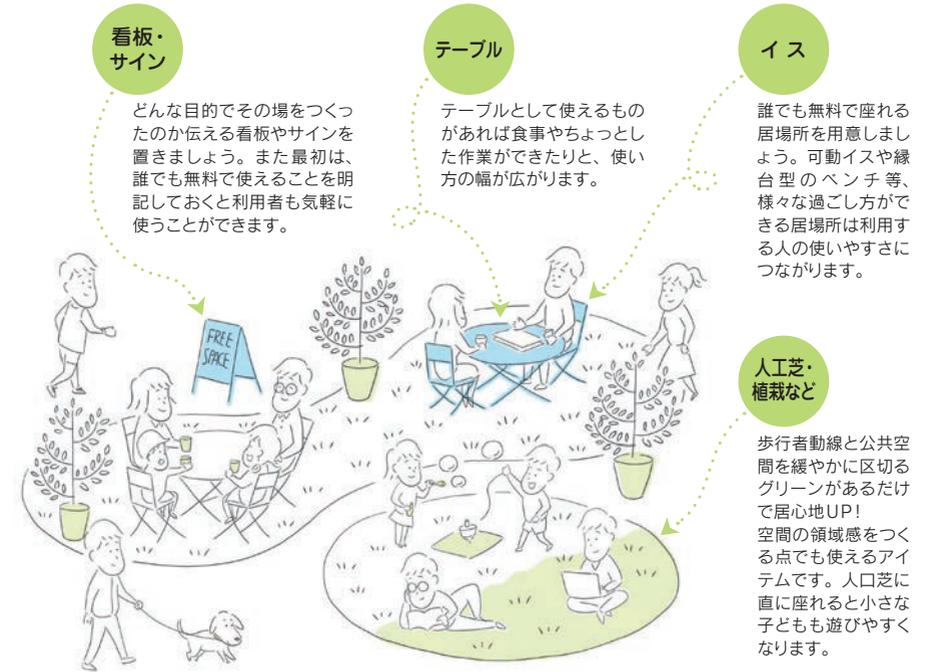
制度の活用について

公共空間を使うための制度を活用しましょう。
詳細や手続きはそれぞれの管理者に確認してください。

CASE 1	街路を使って1日だけイベントをしたい	内容によって道路占用許可が必要な場合もあるため、道路管理者(自治体等)に事前相談して必要な手続きを確認しましょう。
CASE 2	にぎわいや交流空間づくりのためのオープンカフェなどを継続して設置したい	道路占用許可が必要です。都市再生特別措置法に基づく道路占用許可の特例や、国家戦略特区の活用等様々な方法があるため、その地域に合う方法を検討しましょう。
CASE 3	公園でイベントをしたい	イベント等で公園空間の一部を一時的に独占する場合は、公園行為許可申請が必要となります。営利行為でなく空間を独占しなければ、申請不要の場合もありますが、他の利用者の邪魔にならないように使しましょう。
CASE 4	地域の要望をもっと公園に取り入れてほしい	公園活性化に関する協議会をつくる方法もあります。地域の住民や団体、行政などが一緒に話し合うための場や組織をつくることで、管理運営に地域の声を取り入れやすくなります。
CASE 5	河川空間(水上、河川敷等)を使って地域を活性化したい	かわまちづくり支援制度やミズベリング等、国が支援してくれる仕組みが多数ありますが、まずは活用したい河川の管理者(国:国土交通省地方整備局、県:各河川事務所等)へ問い合わせるか、国土交通省の相談窓口「かわよろず」に相談してみましょう。

基本の場づくりグッズ

公共空間を誰もが使える居心地のよい空間に変えていきましょう。



気軽に楽しめるコンテンツ

地域に住む人の興味、展開する場所等に応じて、
思わず立ち寄ってみたいくなるようなコンテンツを用意しましょう。

ミニマーケット



地域の店舗等と協力して、飲食物や農産物といった地域のものを販売してみましょう。その場で食べられるもの等もGood。

子どもの遊び場



親子連れの居場所や、子どもの遊び場が少ない場所で喜ばれます。

フリードリンク等の配布



コーヒーやお菓子等をふるまうだけで、会話のきっかけが生まれます。普段聞けない声を聞くことができるかも。

プロジェクトのパートナーシップ

公共空間は、まちの多くの人に関係する場所です。プロジェクトづくりの過程で様々な人との協力関係を築きましょう。また、その場所の特性ごとに、パートナーシップは多様です。まちの課題や状況に応じて対話を重ね、信頼関係を築きながら連携することが大切です。



例 1 地域住民・市民



地域の町内会、子育て中の住民、個人商店等、地域に根付いた人々の参加が不可欠です。まずはやりたいことを話し合う場づくりからはじめると、仲間を集めやすくなります。

例 2 商工関係者・デベロッパー



地域の商業施設運営者やデベロッパー等が連携し、まちの面的な地域活性化のために協働することもあります。

例 3 エリアマネジメント組織



地域にエリアマネジメント組織がすでにある場合は、その組織が地域住民や事業者等をつなぐ役割を担います。

例 4 大学



地域の大学がまちづくりに参画し、地域組織や企業等と連携して拠点運営や社会実験を行ったり、産学官連携の新たな組織をつくってマネジメントを担う場合もあります。

※上記の4つはあくまでも例です。

みちを介したコミュニティづくり

東京都文京区根津にある藍染大通りでは、街路を活用した子どもの遊び場づくりが行われています。2010年からはじまった「あいそめ大通りで遊ぼう」プロジェクトでは、町内会が主体となって子どもの遊び場づくりを



行っており、毎週日曜日になると、子どもが道でチャンバラをしたり、ボール遊びをしたりと自由に使っています。密集市街地であ

る根津周辺は公園などが少なく、子どもが安全に遊べる場所が不足しているという課題から取り組みがはじまりました。また町内会の若手を中心となり、町内の住民でない人や団体とコラボレーションしていることも特徴です。それにより、子どもだけでなく大人も楽しめるマーケットの開催や、沿道店舗と協力した菜園活動など、取り組みが広がっています。活動への参加者はもちろん、地域へ愛着を持って関わり続ける人が増えていることもまちづくりの大きな効果です。誰もが毎日使うまちの公共空間だからこそその交流やコミュニティの広がりが生まれています。



参加型プロジェクトのデザイン

まちの公共空間をひとりひとりに愛される場所に育てていくため、
その場をつくりあげる過程に
誰もが参加しやすくなる工夫をしましょう。

地域 ヒアリング

地域に住んでいる様々な人にニーズや課題などを聞くため、直接足を運びましょう。企画のPRや、新たな協力者を得ることもつながります。

こまめな 情報発信

ポスターやチラシ、SNS等を活用して情報を発信・公開しましょう。その際、イベントの実施内容や告知だけでなく、どんな人たちが企画しているのか、どんな風に準備を進めているかなど、こまめな発信をするとよいでしょう。

目的を 伝え続ける

イベントなどの実践を続けているうちに、当初目指したまちづくりの目的を忘れ、イベントそのものが目的にすり替わってしまうことがあります。常にプロジェクトの目的に立ち返り、何のために取り組みを行なっているかを周りに伝え続けましょう。

みんなで DIY

予算が少ない時は、公共空間活用のためのツールや看板、小道具などをDIYするのもオススメです。誰でも参加できるDIYワークショップを開催する等で「自分が関わった場所だ」という実感を持ちやすくなります。

クラウド ファンディング

プロジェクトの費用をクラウドファンディング等を使って集めることも、応援者を増やすことにつながります。

みんなで ビジョンを つくる

地域の将来的なビジョンをつくるワークショップを開催したり、ビジョンを絵にして見える化すると、将来像を多くの人とも共有しやすくなります。

Q & A

Q1

なにからはじめたらいいですか？

A 最初から大きな取り組みにする必要はありません。LQC (Lighter Quicker Cheaper) という言葉があるように、まずは簡単に、素早く、安価に取り組める方法から始めてみましょう。

Q2

単発イベントで終わらせないためには？

A 将来日常的な活用を目指すのであれば、結果のふりかえりと検証が大切です。活用した効果や見つかった課題をもとに、取り組みをステップアップさせていきましょう。

Q3

実践の結果はどうやって検証すればいいですか？

A 活用当日にアンケートや使っている人の数の計測、定点観察等の調査を行います。余裕があれば、活用していない普通の日との比較を試してみるのもよいでしょう。

Q4

すでにあるプロジェクトに参加するにはどうしたらいいですか？

A ボランティアとして手伝いを始めるのもオススメです。主催者にボランティア希望と連絡をとってみましょう。

発行：認定NPO法人日本都市計画家協会
企画：三谷繭子 内山征
編集：介川亜紀
デザイン：mio
イラスト：山川才綾
執筆：三谷繭子

※当冊子は平成31年度民間まちづくり活動促進事業の補助金を活用して作成したものです。