

記念講演 演題 「都市の魅力の発掘と発信—自律的まちづくり活動のすすめ—」

講師 篠原 祥



プロフィール

しのはら やすし
篠原 祥 大阪ガス株式会社 姫路地区支配人

1958年生まれ。大阪南部の羽衣出身。84年京都大学大学院建築学専攻修了後、大阪ガスに入社。89年より都市開発、社有地開発関連の業務に携わるかたわら、大阪都心部をフィールドとしたさまざまなまちづくり活動に関わる。04～07年大阪大学大学院招聘助教授を兼務。2010年より大阪ガス姫路地区支配人。姫路中心市街地の活性化活動などにも取り組んでいる。著書に「大阪のひきだし—都市再生フィールドノート—」（鹿島出版会、2006.7、共著）、「都市の魅力アップ」（学芸出版社、2008.3、共著）、「都市・まちづくり学入門」（学芸出版社、2011.11、共著）。技術士（都市および地方計画）、一級建築士。

皆さん、こんにちは。大阪ガスの篠原でございます。本日はこのような講演の機会を与えていただき、またお忙しい中、大勢の皆様にお集まりいただきまして、まことにありがとうございます。この場をかりまして御礼を申し上げます。

大阪ガスの社員が出てきて、ここで何をしゃべるのか、エネルギーのお話を期待されてる方もいらっしゃるのではないかと思います。例えば今でしたら「天然ガスシフトというものが国の大きな方向として位置づけられました」とか、「ガスコージェネレーションがますます注目されています」とか、あるいは「マイホーム発電の売れ行きが好調であります」とか、「ただいまガス展開催中」とか、そんなようなお話はきょうは一切いたしません。最初にこの四つだけを覚えて帰っていただいても結構でございますけれども、きょうはまちづくりの話をさせていただきたいと考えております。

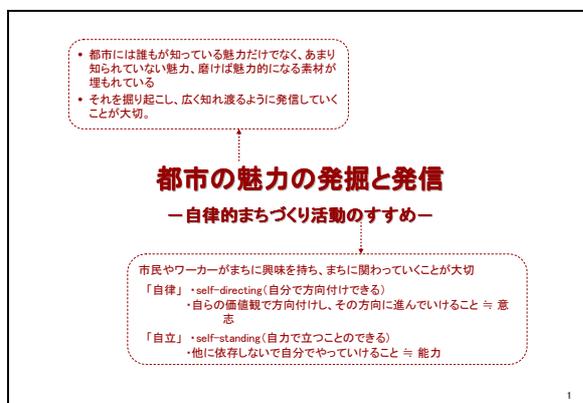
さきほどの表彰式で景観賞を受賞されました四つのグループの皆さん、受賞おめでとうございます。表彰式の後の講演ということで、事前にこの四つの施設を見させていただきました。最初に姫路市さんから資料をいただいたときは、写真と建物名称と、受賞される方々の名前だけがありまして、三つ目に表彰されましたcalendulaさん、これは写真を見る限りは住宅地にある美術館かレストランかなと思って現地に参加したら、何と医療法人恵風会さんの女子看護師寮ということで驚きました。今、企業においてはお客様価値、社会価値、株主価値に加えて従業員価値というものが非常に大事だと言われてるときに、それを先行するような形で従業員のための非常に立派な賞を受賞されるような施設

を建設されたということでは素晴らしいなと思いました。

また播州信用金庫様、WDB様、それから米谷紙管製造様の三つの建物につきましては、幹線道路沿いにございますので私も以前から見えておりました。改めて今回、見に行きましたところ、やはり当然、受賞するのに値するような立派な建物でございまして、今後これらの建物がリードする形で、周りの景観がよりよい景観になっていったらいいなと感じました。

その都市景観賞には「まちなみ部門」というものがあります。先ほどの志賀先生のお話によりますと今回は対象者なしであったようですが、要綱を見てますと、市民がつくり出した景観に配慮した町並みなどを表彰するということと、長年にわたってすぐれた町並みや風景を維持している市民活動団体を表彰するというそういうふうな記述がございました。まさにこれはまちづくり活動ではないかと思えます。そのようなつながりから私にまちづくりの話をせよということになったのかなと自分なりに理解しています。最後までおつき合いいただきますようによろしく願います。

資料をいくつか配布していますが、基本的には前のパワーポイントをごらんいただきたいと思えます。簡単なレジюмеをつけておまして、流れはわかるようにさせていただきました。



まず最初に、今回のタイトルでございます。「都市の魅力の発掘と発信—自律的まちづく

り活動のすすめ—」とさせていただきます。これは姫路市さんからこのお話をいただいてからかなり時間がありましたので、タイトルもじっくり考えたつもりでございます。「都市の魅力の発掘と発信」という言葉には、都市には誰もが知っている魅力だけではなく、余り知られていない魅力、磨けば魅力的になる素材が埋もれています。それを掘り起こし、広く知れわたるようには発信していくことが大切であるということをお伝えしたいということでこのタイトルにさせていただきます。

また副題の「自律的まちづくり活動のすすめ」は、市民やワーカーがまちに興味を持ち、まちにかかわっていくことが大切であるということをお伝えしたいということでこの副題にいたしました。この中で「自律」の律という字は、私はいつも余り意識せずに「律する」というほうの字を使ってるんですが、今回ちょっと調べてみました。「自律」は「セルフダイレクティング。自分で方向づけができること。みずからの価値観で方向づけして、その方向に進んでいけること」とありました。もうひとつの「自立」は、「セルフスタンディング。自力で立つことのできること。ほかに依存しないで自分でやっていけること」という説明がありました。私はあえて「自律」としました。そこには意思を感じると思えます。みずからの価値観で方向づけをして、その方向に進んでいく、つまりみずからまちづくり活動にかかわっていくということが大切であるということをお伝えしたいと考えています。まちづくり活動の「すすめ」としたのは、皆さんにお薦めするという、そういうつもりでこのタイトルとさせていただきます。

講演内容

1. 都市の魅力とは
2. 自律的なまちづくり活動
3. 人のちからによる新しい活動
(大阪都心部での活動事例)
 - (1)市民として
 - (2)市民グループとして
 - (3)ワーカーとして
 - (4)企業として
 - (5)活動を通して見えてきたこと
4. 姫路での試み
 - (1)まちなか欺策マップ
 - (2)まちなか交流サロン
 - (3)駅前広場活用
5. これから
 - (1)大手前通り魅力マップ
6. まとめ



2

講演内容は、まず私が考えるかなり勝手な解釈かもしれませんが、都市の魅力ということについて少しご説明をしまして、それを発信する自律的なまちづくり活動とは自分自身はこう考えてるということをご説明します。次に人のちからによる新しい活動、自律的なまちづくり活動の事例として、私がこれまで大阪勤務時代にかかわってきました事例を四つご紹介したいと思います。そこで一旦まとめまして、後半では姫路での試みということで、姫路に参りまして約2年4カ月たつのですが、この間にいろいろ皆さんと一緒にさせていただいております活動を三つご紹介して、「これから」という部分で今回用に少し時間をかけて作業したものをご紹介して今後につなげていきたいという、そのような構成でお話をさせていただきます。

1. 都市の魅力とは

1. 都市の魅力とは

3

まず都市の魅力についてでございます。

関西の都市について思うこと



4

少し自己紹介も含めてご説明をしますと、私は大阪の南部の羽衣というところ、これは堺の南隣になりますが、その出身でございます。大阪では大阪市と堺市の間に大和川が流れてまして、大和川を越えると大阪ではないみたいなことをよく言われるんですが、大和川を大幅に越えた羽衣というところの出身でございます。ずっとそこで暮らしておりまして、大学時代は6年間、京都で暮らしておりました。大学卒業後、大阪ガスに入社しまして、ことしで29年目になりますが、ずっと大阪で仕事をしてまいりました。結婚してから神戸で住んでおり21年になります。2年前の6月29日に、姫路に赴任いたしまして2年4カ月ほどたっております。これまで阪神間が自分の生活圈だったのですが、いきなり姫路まで広がり、新しい地でほとんど人のつながりもないところで新たに仕事ができるということで、非常にワクワクして姫路に赴任しました。

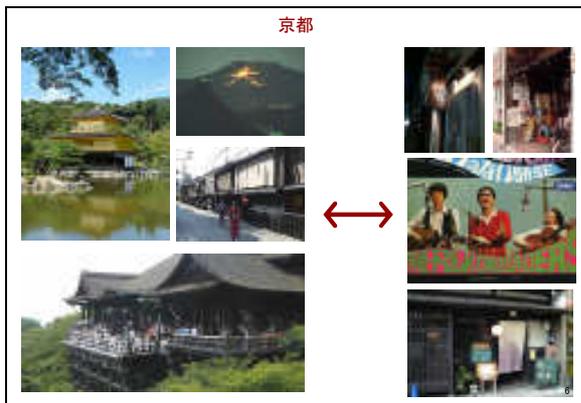
羽衣(ちょっと拡げて「堺」)



5

それぞれの都市でございますが、都市の魅力とか、都市のイメージというものを少し自分なりに整理をしたものをご紹介します。

まず出身地の羽衣。羽衣は小さなまちなので、ちょっと広げて堺ぐらいのエリアでご説明しますと、堺で皆さん頭に浮かぶのは仁徳天皇陵であったり、千利休であったり、あるいは伝統産業となっております包丁のまちとか、そういったことが堺のイメージとしてあるのではないかなと思います。しかしながら堺にはあまり知られていない魅力がほかにもあります。例えば、これは路面電車なんです、関西で路面電車が走ってる数少ない都市の一つが堺でございます。またこれはJ-GREENという日本代表も練習をするような新しいサッカー専用のグラウンドで3年ほど前にオープンいたしました。ちなみにこの底地は弊社、大阪ガスが所有している土地でございます。さらに、かなりマニアックですけども、ミュージシャンのコブクロがメジャーデビュー前に路上ライブをしていたのは、堺東の駅前の銀座通り商店街の入口付近なのだそうです。この写真を撮るために、この場所に行ったんですけども、コブクロファンと思われる方がこの前で写真を撮ったりして、まさにコブクロファンの聖地のような、そんな場所になってるということでございました。このように余り知られてないけれども、こういったことも都市の魅力の一つであろうと思います。



同じように、私が今まで生活してきた都市を見てみますと、京都は皆さんご存じの、金閣寺や大文字などがまさに京都であるわけです。しかしそれ以外にも京都は学生の町であり、学生がよく通う昔ながらのライブハウス

が今もあったり、カフェというよりも喫茶店というか、こういったお店が今も残っていたり、また関西フォーク発祥の地が京都であるなどの歴史的な事実とか、あるいは町家が今も残り、それが新しいお店などで利用し続けられていることなどの魅力もございます。



次に大阪は、ご存じのとおりで、大阪城や通天閣、あるいはグリコの看板とか、最近ではUSJ、海遊館などが大阪らしい場所の定番となっています。しかしながらそれ以外にも大阪は以前から水都大阪と言われていたけれども、やっと本当に水都と言えるような動きが出てきて、これも大阪の魅力の一つになっています。あるいは古い建物をレストランとして利用してるようなものがふえてきたり、もともと長屋で暮らしていた人が多いのですが、長屋を改装した新しいお店なども出てきたりという、こういったものも大阪の埋もれているけれども新しい魅力として位置づけられるのではないかなと思います。

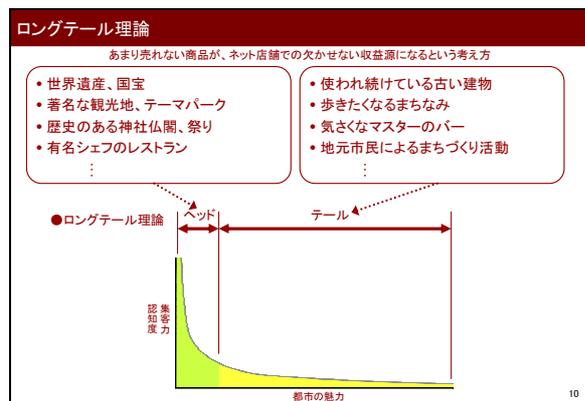


さらに神戸。神戸も南京町や北野、それから100万ドルの夜景や、港町ということが神戸を代表するような魅力でありますけれど

も、それ以外にも最近、表通りの1本裏に若者が集まるようなエリアができてきているとか、ジャズ発祥の都市であるとか、古い建物をいまだに使ってるもの、また戦前の歴史的な建築物を大事に使っているという、こういったことも神戸の魅力として挙げられます。



以上を整理しますと、左側がよく知られている魅力であり、右側が埋もれている魅力であるという、2種類の都市の魅力というものがあるのではないかと思います。



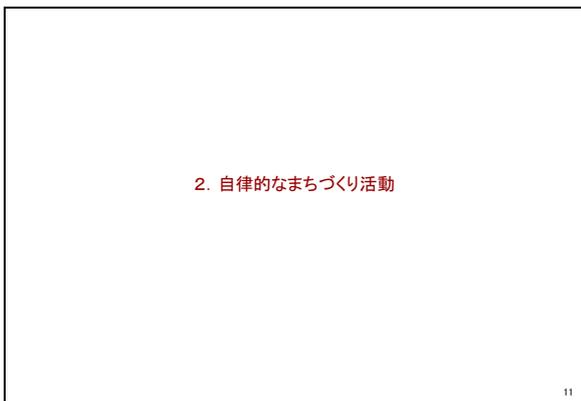
ここでロングテール理論というものをご紹介したいと思います。これはご存じの方も多いかと思いますが、「あまり売れない商品がネット店舗での欠かせない収益源になるという考え方」、これをロングテール理論というらしいです。その代表例がアマゾンの書籍の販売です。これまで実際の本屋さんではスペースの制限から、よく売れる本しか置けませんでした。実は世の中に本というのは多分、何億種類、何十億種類とあるんだと思いますが、ほとんどが目につかない、商品としての値打ちがないような状態でありました。これをインターネットを活用することによって、

今まで売れていなかったものも紹介することができるようになったのです。

このグラフは横軸が本の種類で、縦軸が本の売上であるとし、もともとはよく売れる図の左側のところしか商売の対象になっていなかったのが、インターネットを活用することによって、余り売れてない右側の部分まで本を求め人の目に触れるようにすることができ、「この本を買った人はこういうものも買いました」とか、「こういったところを見ています」ということを紹介することで、今まで目につけていなかった人たちに目につれさせることができるようになりました。このグラフの形が恐竜を横から見たところに似ており、この尻尾の部分が大事だということから「ロングテール理論」という名前がついたと聞いております。

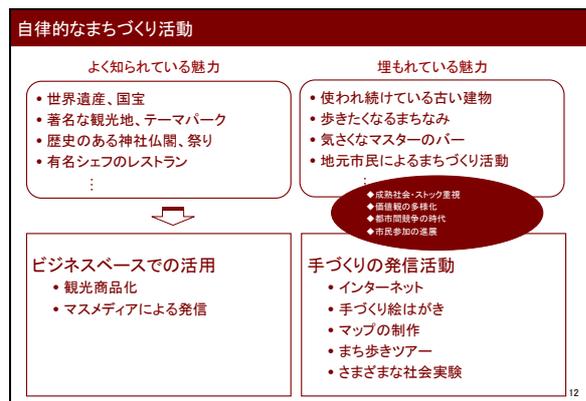
これを都市の魅力というものに当てはめてみますと、ヘッドに当たるのが、例えば世界遺産とか国宝とか、著名な観光地やテーマパーク、歴史のある神社・仏閣などのよく知られている魅力になります。一方で使われ続けている古い建物や歩きたくなる町並み、気さくなマスターのバーなどは、これは埋もれた魅力であり、それがテールの部分であろうと思います。アマゾンがやったように、このテールの部分の都市の埋もれた魅力というものをいかにして発信していくか、顕在化させていくかということが大事なのではないかなと思っています。

2. 自律的なまちづくり活動



2. 自律的なまちづくり活動

そのやり方が次の自律的なまちづくり活動ということになります。

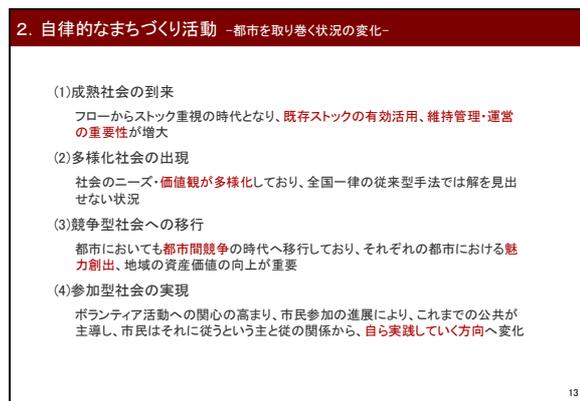


よく知られている魅力、そして埋もれている魅力というものがあるとして、まずよく知られている魅力というのは、もう既にビジネススペースでの活用がなされており、ほうっておいても観光商品化がされ、マスメディアによる発信がおこなわれ、すでにビジネスモデルができ上がっているわけです。

ところが、こちらの埋もれている魅力はそうはなりません。埋もれたものは埋もれたままであり、それを顕在化させるためにどうしたらいいのか。マスのPRということができないのであれば、手づくりの発信活動をしていくしかないのではないかと思います。幸いインターネットの普及によってパーソナルな情報発信というものが非常にしやすくなってきておりますので、一つはインターネットを使った発信活動というものがあるでしょう。また、もっとアナログ的なものとして手づくり絵はがき、マップの制作、まち歩きツアー、社会実験というものがあると思います。これらの手法によって埋もれた魅力を少しずつ顕在化させていくということが必要ではないでしょうか。

なぜそんな面倒くさいことをしなければならぬのかという意見もあるかと思いますが、そこはやはり時代が変わっているのではないのでしょうか。図中の白ぬき文字で示したように、①成熟社会となりストックを重視するという動き、②価値観が多様化していること、③都市間競争の時代、④市民参加の進展、そ

んな時代の変化から埋もれている魅力に目を向けるべきと考えております。



もう少し詳しく見ていきますと、やはり成熟社会が到来したことによって、フローからストック重視の時代になってきているということはよく言われています。既存ストックの有効活用、その維持管理・運営の重要性が増大してきているということが、いろんな分野でそこに注目しなければいけないようになってきているのではないかなと思います。

また、多様化社会というところでは、ニーズや価値観が多様化しており、今まで全国一律の仕組みがあり、制度があって、ものがつくられてきました。その一通りのやり方では、対応し切れない、従来型では答えが出せないという状況になってきているのではないかなと思います。

さらに競争型社会への移行ですが、都市も競争の時代になってきて、それぞれの都市が隣の都市、周りの都市に負けないように魅力をつくっていく必要があると。それはその都市にあるものを活用して魅力づくりをしていくということが一番大事なことであると思われます。

さらにそれらを実現させる上で、参加型社会ということがどんどん進展してきておりますので、これまで主と従で言えば従の立場であった市民がみずから実践していくという、そういう方向に変化してきている、そういうことができる時代になってきたというのが大きいのではないかなと思います。

これらの私なりに整理しました四つの背景

から、都市において従来の魅力だけではなく、今まで埋もれている魅力を発信していくことで都市を元気にしていく、魅力を高めていくということが必要ではないかと考えます。

2. 自律的なまちづくり活動 -人のちからによる新しい動き-	
(1)手づくり絵はがきの制作と展覧会による魅力発信 ・ 大阪ええはがき研究会	⇒ 市民
(2)特定エリアに着目したボランティアな魅力発掘発信活動 ・ 三休橋筋愛好会	⇒ 市民グループ
(3)地元企業が支えるワーカーグループによる発信活動 ・ 都市大阪創生研究会	⇒ ワーカー
(4)沿道企業有志による御堂筋の魅力発信活動 ・ 御堂筋まちづくりネットワーク	⇒ 企業

まずは事例をご紹介します。これは自律的なまちづくり活動であり、人のちからによる新しい動きであり、それぞれ少し違う種類の四つを用意しております。

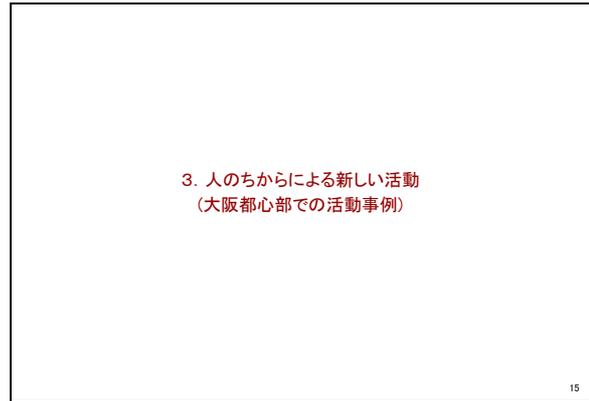
まず一つ目は、市民レベルの活動、極端に言えば1人でもできる活動もありますよということのご紹介です。

二つ目は、1人では難しいかもしれないけれども、同じ思いの人が集まった想いを共有している人のグループ、四、五人のグループがあればできるような事例をご紹介します。

三つ目は、人の力だけでは厳しいかもしれないが、企業がそれを支えるという形で、その企業に勤めるワーカーたちのグループによって行うような、そんなレベルの活動です。

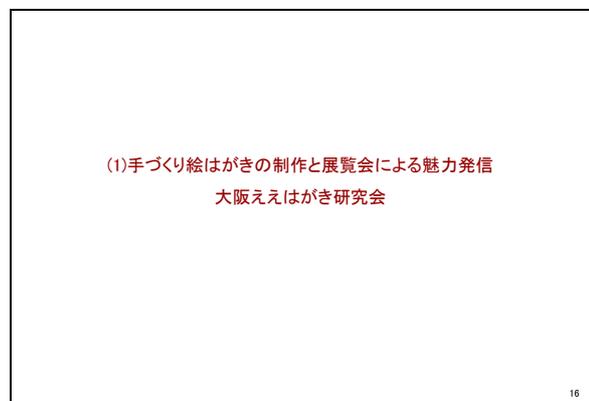
最後は企業による活動、これは企業の社会的責任の一つとして、その企業が存在する場所にかかわる、あるいはそこで責任を果たすということが必要であろうと私は考えておりまして、その企業による活動を四つ目にご紹介をします。

3. 人のちからによる新しい活動 -大阪都心部での活動事例-



私は学者でもありませんし、こういったことを業とするコンサルでもありませんので、私にできることは、自分が経験したこと、経験して学んだことをご紹介しますしかありません。これら四つの事例は全部私が経験したことであり、全て大阪の事例でございます。私はずっと大阪で働いていましたので、大阪の事例しかありません。決して大阪の宣伝をしに来たのではないということだけ最初に申し上げておきます。

(1)手づくり絵はがきの制作と展覧会による魅力発信 -大阪ええはがき研究会-



まず最初の市民レベルの活動として、手づくり絵はがきの制作と展覧会による魅力発信という活動です。「大阪ええはがき研究会」という任意グループをつくって活動してきた事例でございます。



スタートしたのが2001年で、今年で11年目になります。なぜこういうことをし始めたかといいますと、ある研究会で会社も違う20人ぐらいのメンバーで議論していたときに、「ヨーロッパの都市に旅行に行き魅力的な空間に出会うと、それを紹介する絵はがき、地元のまち特有の絵はがきが売られていて、それをお土産として買ったり、家族にはがきを出したりするよね」という話になりました。図中の真ん中の絵はがきが私が十四、五年前にドイツに行ったときに、デュイスブルクという小さなまちのこのまちなみがすばらしいなと思って、近くのお店に立ち寄ったところ、この絵はがきが売られていました。それでは大阪はどうなんだろうと、大阪の絵はがきはどこでどんなものが売られてるんやろか、大阪を訪れた人は、そういう絵はがきを探して買って満足しているんやろかという話になって、大阪の絵はがき事情を調べました。今から11年ほど前ですが、大阪駅には絵はがきは売られていませんでした。新大阪駅に行ったら絵はがきは売られていましたが、絵はがきラックの半分は京都の絵はがきでして、残りの半分のうちの半分が神戸の絵はがきで、大阪の絵はがきはわずかにありましたが、そこにあったのは大阪城、通天閣、グリコの看板といった絵はがきでした。これはこれで大阪のメジャーな魅力ではあるわけですが、我々が思ってる大阪の都市の魅力というのはこれだけではないだろう、まちなかの魅力というのはもっとたくさんあると。ただ、それが絵はがきにはなっていない。そ

れなら自分たちでつくってみようかという話になって、大阪の埋もれた魅力を手づくりの絵はがきをつくって、それで展覧会なんかをして発信するという、そんな活動を始めました。

スタート時は15人ぐらいで、緩い集まりなので、人が入れかわっていますが、現在は10人ぐらいのメンバーで活動をしています。



メンバーそれぞれが「ここが魅力的や！」と思った場所を写真とかスケッチとかで切り取って、その場所がどこかわかる地図をつけて、どのように魅力的かという自分なりのコメントをつけるという、この3点セットで発信するというルールを決めて、それに「ええはがき」という名前をつけたわけです。



その一部をご紹介しますと、写真あり、スケッチありなんですけれども、左上は大阪都心の古い歴史的な建築物、実はこれ重要文化財なんですけれども、それと通りのまちなみを紹介するような絵はがき。その右の作品は、作者がきょう会場に来ているかもしれませんが、ふだん利用している路地空間のしゃれたバーを紹介するような、こういう

スケッチというスタイルですべて作品をつくり続けています。その右は橋の上の照明なんですけれども、細かく配慮されたデザインのものがたくさんあることを見つけ作品に仕上げたというものであります。その右は大阪市にもこんな村みたいな場所があるんですよということを紹介する絵はがき。左下は実際に水上タクシーというものが大阪で五、六年前から細々とですけれども運行していて、それに乗って、自分の行きたいところで見たい風景を切り取った水都大阪の作品です。また右下は映画「ブラック・レイン」のロケにも使われた大阪の中山製綱の製鉄所の風景です。こういった自分なりの魅力を紹介する絵はがきをつくり、それぞれシリーズ物のパネルにして展覧会を開催するというのを続けてきたわけでございます。



10年間で32回の展覧会を開催しました。展覧会の開催場所にはとてもこだわりを持っていて、ひとつは人の目に触れやすい公共空間。例えば道路とか公園といった公共空間は原則的には展覧会をおこなうことはできませんが、こういうボランティアな活動を理解してくれて、行政の許可をちゃんといただいて、公共空間で展覧会を開催してきました。一番上は、京阪電車が走っております淀屋橋と北浜の間の地下通路です。公共空間ですけれども、こういう空いた掲示板を利用して絵はがき展をさせていただきました。右下は大阪で一番古い本町橋という橋なのですが、欄干に絵はがきを貼り、展覧会を行いました。これもゲリラ的にやったわけではなくて、行政の

許可をいただいております。

また重要文化財に指定されている建物の中などでも展覧会をおこないました。中段左は中之島の中央公会堂、国の重要文化財のホールで展覧会をおこなったこともありますし、北浜の証券取引所のホール（中段右）で開催したこともありました。

珍しいところでは、中段中は千日前の飲屋街の中で小さなギャラリーを開設してる人がいまして、実はこれは以前は大人のおもちゃ屋さんとして使われていたらしいのですが、そのショーウインドーとか店内に絵はがきを展示するという展覧会もおこないました。このように場所にこだわった展覧会というものを開催し続けてきたわけでございます。



そういう活動の中でいろんな方との連携を進めてきました。自分たちだけでは小さな力にしかならないけれども、いろんな人と連携することによって力が大きくなるということを実践してきました。例えば行政と一緒に現代アートの展覧会とコラボレーションをして、まち歩きツアーやええはがきの展覧会をおこないました。また三休橋筋という道路全体をギャラリーに見立てて、そこで展覧会をしようという企画もおこないました。つまり、その沿道にあるお店にお願いしてええはがきパネルを置かせてもらって、まちを歩き、まちを見てもらうことプラス大阪の魅力をええはがきを通じて見てもらうという、そんなことをやったりもしました。

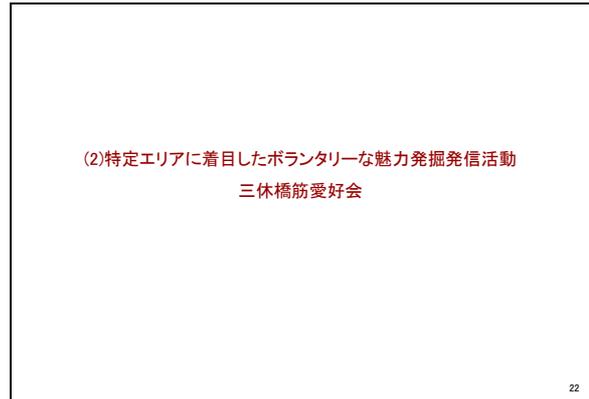
また、分野の異なるものとして日本都市計画学会が大阪で全国大会を開いたときに、大

阪の都市再生をテーマとしたシンポジウムでパネルディスカッションするということがありまして、大阪府、大阪市、都市公団の幹部に加えて、大阪ええはがき研究会の私という、「本当にええの？」と思うような人選で大阪の都市再生について語りました。ええはがき活動を通じて見てきた大阪の魅力とか、都市再生のきっかけとなるようなものを発信したりしたわけです。

最近では、阪急電鉄さんが3年前に創業100年記念事業として阪急電鉄沿線の魅力を手づくり絵はがきを通じて発信したいというお話がありました。我々の活動を知って一緒にやらせてもらえないだろうかという、そんなご相談がありまして、じゃあやりましょうということで、阪急さんが「ええはがきコンテスト」という名前をつけて、我々のメンバーが審査員に入り、その沿線の絵はがきを選ぶということまでさせていただきました。それ以来、毎年一緒にやるようなことになっています。

このように自分たちだけでは非常に小さな動きかもしれませんが、他者さんの力も借りながら、連携しながら、少しずつ大きく発信していきました。こういったことがテレビにも取り上げられ、新聞にも何度も取り上げられて、マスコミの力も借りながら発信活動を続けているという事例でございます。1人でもやろうと思えばできるような例としてご紹介をいたしました。

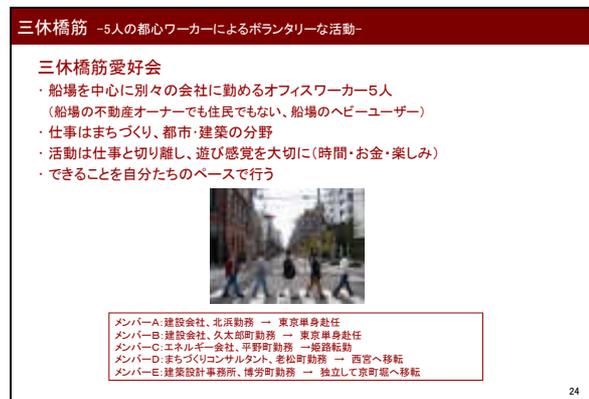
(2) 特定エリアに着目したボランティアな魅力発掘発信活動 -三休橋筋愛好会-



続きまして、共通の思いを持った数人のグループでやるような、そういう活動をご紹介しますと思います。これは三休橋筋という大阪の都心の道路空間とその周辺の魅力発掘、発信活動というものでございます。



大阪のど真ん中の御堂筋と堺筋のちょうど中間の位置に三休橋筋という道路があります。全長たった2キロメートルの道路なんですけれども、ここが御堂筋や堺筋のような大幹線道路ではない、ヒューマンスケールな幅員と周辺のまちのスケールであり、戦前の建物も残っていて、それが活用されてるといような、とてもいい空間なのです。



「ここええなあ」とある研究会で出会った、

所属する会社も違う5人が、三休橋筋の魅力
を共有したというところから話は始まります。
図中の5人なのですが、それぞれ会社も別々
で、たまたま大阪の都心部「船場地区」で勤
めていて、不動産オーナーでも住民でもあり
ませんが、船場のヘビーユーザーであったと
いうことで、自然発生的に活動するようにな
ったのです。

現在は、東京単身赴任が2人、私が姫路で
働いていて、1人は西宮で、大阪に残るのが
1人。活動自体が細ってきてはいるんですけ
れども、現在も活動を続けています。活動始
めて12年になります。



最初はちょうど今から11年前に、三休橋
筋がおもしろいねという思いを共有した段階
でまず取り組んだのが、メンバーの1人が日
本都市計画家協会というところが日本の中の
「歩きたくなる道100選」を選ぼうとして
るよと情報提供してくれました。それに「三
休橋筋で応募してみないか」という話から、
「おもしろいな、それやってみようか」とい
うことになりました。御堂筋であれば、我々が
発信しなくても誰かが応募するだろうが、三
休橋筋は僕らがしないと誰も応募しないとい
うことから、取り組むことになったのです。
それまで魅力的やなどは漠然と思ってました
けれども、しっかりと調べていたわけでもな
いので、どんな魅力があるか、どんな歴史的
背景を持ったまちなのかを調べて提案をした
わけです。

そこから、その次の年に当時の都市基盤整
備公団、今のUR都市機構が大阪の都心部で

事業を始めるので、その前にこのまちにはど
んな魅力的なものがあって、それをどう活用
したらいいかというアイデアを募りますとい
うコンペが行われました。「船場げんき提案
コンペ」というものなのですがその対象が大
阪の都心部の「船場地区」でありましたので、
それなら昨年つくった提案書もあるので、そ
れを使って応募してみようということになり、
5人のメンバーで手分けをして、こういう魅
力をこういうふうに活用しましょうみたいな
ことをA3×1枚の応募資料まとめました。
このコンペのよかったところは、応募してど
こか知らないところで審査がされて賞が決ま
るという形ではなくて、1次審査を通過して入
賞した人たちが一堂に、きょうのようなこう
いうホールに集まって、それぞれ入賞者が全
員プレゼンテーションをするという場が与え
られたのです。それをその場で公開審査がさ
れ、さらに審査終了後、交流会があり船場の
まちに対して提案をした人や、興味があっ
て聞きに来た人なんか交流ができるような、
そういう場が設定されていました。我々はこ
こで賞をもらったんですけれども、そういう
同じ思いの人たちと知り合うことができたこ
とで一気に活動が加速したと実感しています。

このときに応募者名が必要だったので「三
休橋筋愛好会」という名前も付けました。そ
れまでは名前もない、もちろんオフィスがあ
るわけでもなく、ただの5人組の活動グル
ープということだけだったんですけども、一
応名前をつけて、こんなはっぴのユニフォーム
をつくったりもしました。



それでいろいろな方との交流が進み、例えば三休橋筋に新しい組織をつくろうという話になって、その組織設立にかかわったり、船場地区全体の船場げんきの会という活動グループの立ち上げに参加したり、あるいはいろんな古い建物を利用して何かイベントをするような動きにもかかわるような形でどんどん連携が深まっていきました。



その頃までは自分たちはサラリーマンであるし、提案するところまではできても、自分たちで何か実行することは無理、それは自分らの役割ではないと思ってました。しかし提案だけではまちは動かないなと感じるようになり、その頃何十店舗というお店を経営しているような経営者と出会ったりしまして、提案だけではダメだ、やっぱり実践しなければならぬということを言われ、自分たちもそう感じて、サラリーマンでできる範囲でいろんなことを実践し始めました。これは「三休橋筋フォーラム」という500人ぐらを集めた、三休橋筋という地名がフォーラムのタイトルについた初めてのイベントであったと思うのですが、こういうフォーラムを組織的な後ろ盾なく、自分たち5人プラスお店の経営者の方3人の8人で500人を集めて、安藤忠雄さんに基調講演をしてもらうような大がかりなフォーラムを実現できました。赤字覚悟でやったんですけども、結果的に利益も出たということで、やったらできるんやなということを感じ始め、それ以降自分たちでマップをつくってみたり、まち歩きツアーをやってみたりということを実践するという活動に

発展していきました。



そういった活動が行政にも伝わり、一度話を聞かせてくれという話が大阪の区役所とか、道路部局とか、都市計画部局から出てきて、そういったところと意見交換をするようになってきました。

そんな中、都市再生事業の一つとして大阪の都心部のどこかの道路で先進的な道路整備をしたいという行政からの提案があって、それならぜひ三休橋筋でということで、三休橋筋を無電柱化、電線地中化をおこないそれにあわせて舗装も整備し、街路樹も植え替え、車道部分を狭めて歩道を広げ、歩行者中心の道にリニューアルするというプロムナード整備が決まりました。これに対してさまざまな提案を行い、また行政と地元の方々との間を取り持つような役割を果たすことによって、行政と地元が一緒になってまちをつくっていくような、そんな動きが生まれてきました。

舗装材を決めるのに行政が実物を持ってきて、どれがいいですかということを地元の方々に意見を聞くような場をセットしてくれたり、街路樹を決めるのに大阪近郊の場所に実物の街路樹を見に行く視察会をおこなってくれたり、ほかではやったことない植樹式までしてくれて、我々のメンバーも含む地元の方々が記念植樹をするという、そんな官民連携の動きになったりしました。

そういう市民レベルの活動が行政にも届き、そういうハード整備も実現したという、ちょっと大げさかもしれませんが、仲間内では「奇跡やな」と言っているのですが、そのよ

うなことにつながっていったという事例でございます。

三休橋筋 -マイペースで息の長い活動へ-

- 転勤などによりマンパワー低下→マイペースで活動継続中
- 三休橋筋の歴史の深掘り、シニア層への取材活動→マップに掲載し情報発信
- 三休橋筋まち歩き開催(年間4~5回)

29

今は大阪を離れたメンバーが多く、細々ではありますがありますが、まちの魅力を発信するマップを発行し続けることと、それを用いたまち歩きツアーを年に5回ぐらい継続しているという、そんな活動のご紹介でありました。これは思いを同じくする仲間が五、六人いればできる事例かなということで紹介しました。

(3) 地元企業が支えるワーカーグループによる発信活動 -都市大阪創生研究会-

(3)地元企業が支えるワーカーグループによる発信活動
都市大阪創生研究会

30

次に紹介するのは企業が支える「都市大阪創生研究会」という活動です。

企業ワーカー活動 -在阪企業有志による研究会活動-

- 設立時期 1998年
- メンバー
 - ・在阪の企業11社
 - ・UR都市機構
 - ・学識経験者
 - ・大阪市
 - ・都市計画コンサルタント
- 運営
 - ① 本会議
会員企業幹部の交流の場
 - ② ワーキング活動
大阪の魅力を創造・発信のためにさまざまな活動を実践

31

今回の事例の中では一番古いんですが、1998年から在阪企業11社、UR都市機構、大学の先生と大阪市と、ボランティアの立場で参加する都市計画コンサルタントというメンバーでスタートしました。本会議というのは企業の幹部の交流の場であり、そこが認める形で若手社員がワーキング活動を20人ぐらいで自由に活動するという、そんなしくみができていることが大きな特徴かなと思います。そのワーキング活動を紹介します。

企業ワーカー活動 -まちを調べ、伝え、実践-

- 1. 歩く・調べる**
初年度から、船場や中之島などを調査して、埋もれた魅力を発掘。
- 2. 報告書にまとめる**
まちの魅力や、魅力アップのアイデアなどの研究成果を報告書にまとめる。
- 3. 伝える**
3年目からは、研究成果をまちの人たちに直に伝えることも行なう。しかし、それらはなかなか実現しなかった。
- 4. 実践する**
5年目からは、自分たちで提案を実現してみることに、『実現を前提に考えること』が提案と社会とのあいだを埋めることになると考えた。

32

先ほども少し触れましたが、我々サラリーマンによる研究会活動でしたので、歩いて調べて報告書にまとめるというところまではやりました。ここで普通なら終わるんですが、報告書にまとめた後もまちは動かないなということで、次のステップとして、3年目からは伝えるということを始めました。報告書にまとめたことを、提案内容に関係する人たちに対して実際に報告するのです。大阪都心の卸の町が対象でしたので卸の商店街の組合の方に無理やり話聞いてくれと言って話をしに行ったり、あるいはまちづくり活動的な芽も出ておりましたので、そういう活動をされてる

方に、我々はこう思いますと、こんなんやってみませんかということをおこないました。結果は少し賛同者がふえたぐらいの動きはありましたが、それでもやはりまちが動くということにはなりませんでした。

その次のステップとしてはもう自分らでやるしかないなということになり、5年目からは提案した内容を自分たちでやってみるという、いわば究極の都市の魅力アップの活動として、社会実験を実施するということを始めました。



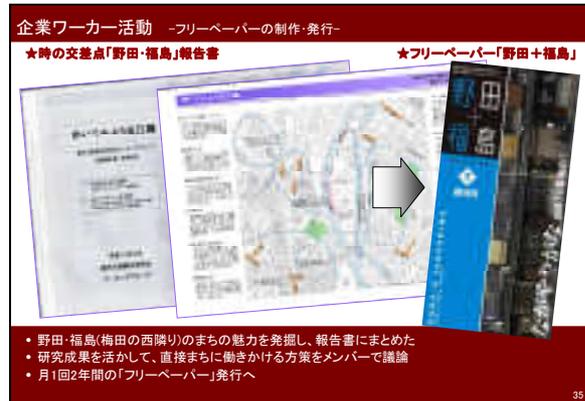
これは一番最初で最大のものだったんですけども、リバーカフェというものを研究会の活動としてやりました。大阪ドームの南側の尻無川というところに研究会のメンバーで台船を借りて持ってきて、その上にカフェを設営して、2週間限定のカフェを運営するということをやったわけでございます。企業が会費を払ってる研究会ですので、わずかな運営資金はあったのですが、このカフェでの収益で何とか収支を成り立たせようということを考えて実施しました。しかも川の上という公共空間であり、もちろん普通なら利用できない場所なんですけど、ちゃんと手を踏んで、全ての法律や条例や基準を遵守して、こんな手続があるということ記録に残して、それが研究会という団体でやってる本来の目的であるわけで、全てのことをクリアした上で実現させました。これだけ大変な手続が要るんですけども、都市に残された貴重な公共

空間をぜひ活用したいということから、それを実現化させる手法を自分たちで生み出すつもりでやったわけでございます。カフェは非常に好評でして、連日行列ができるようなにぎわいとなり、これがきっかけになって、この翌年から中之島で毎年のように公的な団体が主催をしてリバーカフェが行われるようになりました。彼らが我々の活動を知って、ヒアリングをされて、どういったことが必要なのかということをちゃんと勉強されて、開催することになったわけです。そのきっかけをつくった社会実験が我々のリバーカフェであったのです。



もう一つは、リバーカフェほどの規模ではないんですが御堂筋でおこなったものです。御堂筋はもともとは31メートルで高さがそろっていて、建物は敷地境界線ぎりぎりのところで外壁がそろってるという景観だったんですけど、平成7年に基準が変わって、50メートルまでオーケー、ただしセットバック4メートルというそんなルールに変わりました。その結果現状は新旧の建物が混在して高さも壁面もそろっていないのですが、それでもそれを積極的に評価するとすれば、新たな公開空地が生まれたことです。つまり高さ50メートルになった建物の前には必ず公開空地がありますので、これまでに御堂筋になかった新しい公共空間としてそこを活用しようという動きが生まれました。もちろん制約はあるんですけども、その手続をちゃんと踏んでにぎわいを生み出すような、このときはジュースサーバーをやったわけです。そして利用者

へのアンケート調査をおこない、公共空間はどうあるべきかということのみずから示して行政にも提案したわけです。これだけがきっかけということではないのですが、その後、御堂筋での公開空地の活用が活発になってきているという、そんな動きにつながっていった社会実験でございました。



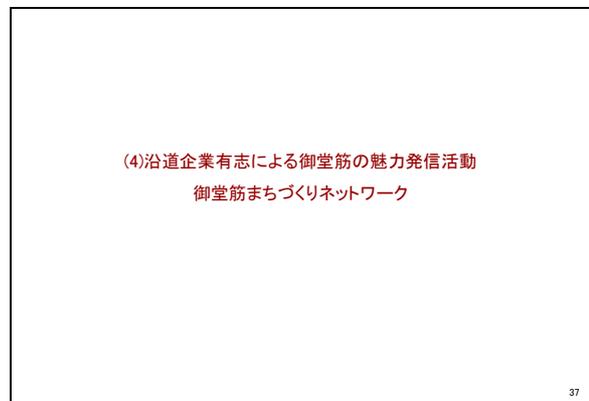
さらに、これは場所を変えて、大阪の梅田のすぐ西隣の野田・福島というところをフィールドに、どんな魅力があるか調べて、それを何らかの形で発信しようという活動を企画しました。



このときはフリーペーパーをつくらうということになりまして、20人ぐらいのメンバーで毎月1冊、野田・福島の特定のテーマのフリーペーパーを発行するという活動を2年間継続しました。創刊号は「長屋特集」でした。その後、音楽や商店街、市場、それからお昼ご飯とか文学などの特集号、交通機関とか水辺とか、バー、お風呂屋さんとか路地とか、そういったテーマで全部で21号発行しました。これもそんなに大きな動きになったわけではないですが、地元の人に非常に喜ん

でいただいて、地元の人たちの新しい活動にもつながっていきました。また我々のフリーペーパーに出版社が興味を持たれて書籍になりました。その本は野田・福島で新しく建設されたマンションの事業者が、販促用に来場者に配布し、このマンションが建つこのまちはこんなに魅力的なんですよということを紹介するツールとして利用していただきました。本来の目的と合ってるかどうかは別として、そういうことにも役だつ活動でありました。

(4) 沿道企業有志による御堂筋の魅力発信活動 -御堂筋まちづくりネットワーク-



事例の四つ目、最後は企業による魅力発信活動で御堂筋での事例です。



御堂筋の一番ビジネス街的な場所、大阪市役所から本町と心斎橋の間にある博労町というところまで、それより南に行くとヴィトンやシャネルなどのブランドショップの集積エリアになり、かなり色が変わってきます。その一番ビジネス街らしいところの沿道の不動産を所有する企業有志の集まりとして2001年にスタートしたものでございます。こ

の活動は2年ほど前に大手前通り街づくり協議会の視察にも来させていただいており、大手前通りのまちづくりと共通する部分があるなど感じています。そういう活動を大手前通りよりもおこなって2001年から始めております。

これも大企業の集まりではあるけれども、活動自体は手づくりな活動であり、さきに紹介しました三つの活動と共通するようなできるだけ手づくりを意識した活動であります。お金で外部に発注するというのではなく自分たちの御堂筋に対する思いが高まらないと考え、自分たちの会社にその思いを伝えるためにも、みずから汗をかいて、知恵を出してやることを大切にしている活動であります。

企業によるまちづくり活動 -会員企業自らが作成した御堂筋の将来像-

御堂筋STYLE創生 ~ビジネスストリの未来を創る・発信する~

- 出会い・ビジネスチャンスのあるまち
- さまざまな知的刺激のあるまち
- 憩える・楽しめるまち
- 付加価値の高いまち
- 活発な情報の受発信ができるまち
- チャレンジし、変化して行くまち
- 利便性の高いまち
- 訪れたい・住みたいまち



39

最初の将来像づくりも自分たちで行いました。その中からこういうキャッチフレーズをつくって、優先順位の高いところから何かやっつけていこうということで、その将来像を実現するための活動を展開してきました。

企業によるまちづくり活動 -御堂筋の公開空地を活用した賑わい創出-



40

御堂筋らしさということにこだわった活動をしておりまして、先ほどご紹介しました御堂筋には公開空地があるので、ここでにぎわ

いを生み出そうということで、コンサートを開いたり、こういうお店を開いたり、あるいはガーデニングのコンテストをやったりといった活動を続けてまいりました。

企業によるまちづくり活動 -御堂筋沿道ビルを活用した賑わい創出-



41

もう一つ、御堂筋の特徴は企業の集積だろうということで、沿道のビルを活用したにぎわい創出ということもやっております。たまたま私のおります大阪ガスの本社は、来年で竣工80年になりますが、できたときから本社機能だけでなく映画館が入っていたり、演芸場があったり、ガス器具展示場、今も営業しているガスビル食堂があるというそういう複合的なビルでした。今も1階には、カフェがありまして、そのカフェを利用して、御堂筋の見える場所でサロンをやったり、コンサートをやったりしています。左側の2枚の写真は1階空間にこういうアートの展示をしたり、これはビルの1階のショーウィンドーを利用してアートの展示をしたり、そういうビルの集積を活かした御堂筋らしいイベントも行いました。

企業によるまちづくり活動 -御堂筋彫刻ストロートの実現-



42

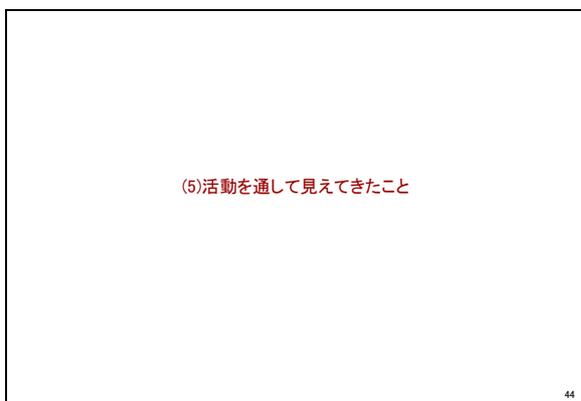
さらに御堂筋には彫刻があります。これは大手前通りと全く同じ状況なんですけれども、

非常に立派な彫刻、1体1億円を超えるものもあるんですけども、それらが注目されていないのです。その彫刻に目を向けようということをおある時期から始めて、シンポジウム、彫刻清掃、彫刻カードの発行、彫刻周りの植栽の整理などをおこないました。



最後はこれは企業が主体的にやったわけではないのですが、大阪府が橋下知事時代に御堂筋イルミネーションをおこなうことになりました。やる限りは沿道企業も協力しようやないかということで、このイチョウのイルミネーションだけではなくて、沿道の建物も、右下がうちの本社ビルですけども、こういった形で協力するという事で御堂筋のにぎわい創出に貢献しました。最後の例は人の力というよりも、企業的な動きかもしれませんが、そのような活動をしてまいりました。

(5) 活動を通して見えてきたこと



まちの変化(活動の成果)

1. 各所でのまちづくり活動が活発化
2. まちづくり関連NPOが多く設立
3. 「まち歩き」ツアーが定着
4. 「水都大阪」が復権
5. 都心部へカフェやレストランが出店
6. 都心人口が増加(中央区では5年間で17.8%増加)
7. 行政や企業におけるまちづくりへの関心の高まり

そういった活動を10年ぐらいやってきた結果として、我々がやったことだけが要因ではないとは思っておりますけれども、各所でまちづくり活動が活発になってまいりました。いろんなNPOが設立され、まち歩きツアーが定着してきました。また水都大阪、これまで言葉だけだったのが、ものとしても水都大阪が復権したと言えるような状況になってきました。あるいは特徴的なことで言いますと、都心の人口がみるみる増加をしてきて、中央区という区単位で見ますと、5年間で17.8%人口がふえました。これは土地の値段とか、全然違う要因が大きいのかもしませんが、こういう活動をしている中でこのような変化が起こってきているということをも身をもって感じたわけでございます。

活動を通じて学んだこと(重要ポイント)

1. 固有の資源に着目した都市の魅力アップ
2. 自ら考えること・行動すること
3. 中身優先(枠組みはあとから)
4. 連携し共鳴すること
5. そのための「場」づくり

ここでこれまでのまとめとしまして、活動を通じて学んだことを五つに整理しました。固有の資源に着目した都市の魅力アップということが大事であるということ。それからみずから考えること・行動することが大事であります。また中身が優先で、枠組みは後からでいいんじゃないかとも思います。それから

連携して共鳴すること。そのための「場」づくりというこの五つが大切であると実感したわけでございます。これについてはまた最後にもう一度、少し詳しくご紹介しますので、一旦ここではこの五つを整理をしたということまでご説明しておきます。

4. 姫路での試み



大体予定どおりで、ちょうど今、3時でございます。あと50分、次に姫路の話をしていただきます。

姫路赴任時の姫路の状況(2010年7月)

- 世界遺産姫路城の平成の大修理
 - ・観光客が激減
 - ・観光客の呼び戻しが、行政・経済界の重要課題
- 姫路駅周辺整備事業が実施段階へ
 - ・地域活性化の起爆剤
 - ・新たに整備される駅前広場の活用・運用が課題
 - ・開発エリア周辺の既成市街地の活性化が課題

↓

★姫路市歴史的都心エリアの魅力アップ★

48

私は2年4カ月前に姫路に参りました。そのときの姫路城の様子は写真のとおりです。大天守がまだ見えていたのですけれども、鉄骨が上がってきていて、大きなクレーンがあるという、そんなときに姫路に参りました。ここに二つ整理しましたが、姫路城の平成の大修理が始まって観光客が激減しており、その呼び戻しが行政や経済界の重要課題であるということが言われていた時期でございました。また駅周辺整備が実施段階にきており、地域活性化の起爆剤として期待される一方、広い駅前広場をどう活用していくのが課題

であり、また新しい開発エリアだけではなくて、既成市街地をいかに活性化していくかということが課題であるというときに姫路に参りました。

姫路市の歴史的都心エリアの魅力アップということが大切であると思い、そのためにこの2年間いろいろ活動をしてきたことを紹介させていただきます。



まず先ほどと同じように、姫路の魅力を整理しますと、姫路城、書写山、好古園、セントラルパークなどのメジャーな魅力だけではなくて、例えば野里のまちなみ、船場城西のまちなみ、有名建築家の設計した建物、右下の写真は宮脇檀さんの書写の里美術工芸館です。さらにその左は戦前の建物で、旧網干銀行本店なのですが、これらは余り知られてないけれどもすごい魅力やなと感じていて、まだ顕在化していないものにいかにスポットを当てるかということをやりたいなと思ったわけです。



今ご紹介しました大阪でこんなことやってきましたというやり方で何かやってみようと思ひ、例えばこういう絵はがきづくりました。

左上は野里の建物ですが、これは魅力的なやなと思ったので、地図とどう魅力的なのかというコメントをつくって「ええはがき」にしてみました。右上は網干銀行本店です。左下は姫路に来て最初の年の年賀状なのですが市立美術館の夜景です。後ろにはお城が見え彫刻がありライトアップされていて、実はこれガス灯なんですけれども、こういう年賀状をつくって送ったら、これ、いいねということは何人かの方から言っていただきました。

右下は姫路ではないんですが、姫路でいろいろ活動してましたら、それが商工会議所ながらで赤穂に伝わって、赤穂商工会議所からまちづくりの話をしてほしいというご依頼がありました。そのときも赤穂の魅力ということで、姫路以上に何も知らなかったんですけども、坂越のまちなみがきれいという話を聞いて、実際に現地に行ってこんな絵はがきをつくったりしました。



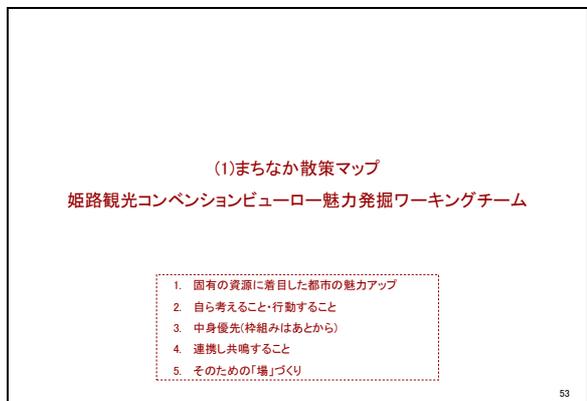
また先ほど言いました有名建築家の建築が都心部に多いなということを感じていまして、安藤忠雄さん、黒川紀章さん、丹下健三さんという巨匠の建物がたくさんありますし、先ほどの網干銀行みたいな古い建物でも魅力的なものがあるということから、自ら建築マップというものをつくってみました。すべて自分で写真を撮り、コメントはネットとか書籍で調べました。そして「こんなものをつくってみませんか」ということを提案できる機会を待っていました。

2010.07	姫路友交クラブ機関誌へ「都市の魅力の発掘と発信」を寄稿
07	★姫路観光コンベンションビューロー(CB)意見交換会出席
09	白珠会(姫路経済界の交流会)で「都市の魅力の発掘と発信」を卓話
09	姫路観光CBの観光開発ワーキングに参加
10	姫路観光CBWGで「都市の魅力の発掘と発信」を提案
11	★大手筋通りづくり協議会に入会
12	姫路中心市街地活性化協議会に入会
2011.02	姫路駅前広場おもてなし空間づくりフォーラムで講演
03	姫路ロータリークラブで「都市の魅力の発掘と発信」を卓話
03	姫路市主催のまちづくりフォーラムに(ネリスト)参加
04	★姫路商工会議所まちづくり委員会副委員長に就任
09	一町会(姫路経済界の交流会)で「都市の魅力の発掘と発信」を卓話
11	大手筋通りづくり協議会で「都市の魅力の発掘と発信」を提案
12	★姫路駅前広場活用連絡会で「エリアマネジメント」を講演
2012.01	赤穂にぞわいづり商人会で「都市の魅力の発掘と発信」を講演
12	姫路駅前広場活用連絡会で「エリアマネジメント」を講演
04	姫路観光CBWGがまちなか散策マップ「よってくだん姫路」を発行
06	姫商まちづくり委員会で情報交流サロン「姫路まちなかTalkin' about」を企画・実施
08	姫路駅前広場活用協議会で「駅前空間の将来像」を作成
10	姫路ロータリークラブで「都市の魅力の発掘と発信」を卓話

そんなことをしながら、仕事の関係でいろんな団体のメンバーとお話をする機会があり、そのたびに、今日お話ししてるようなことを話してきました。またそのたびに大阪の事例を紹介するのですが、大阪の宣伝マンと思われるのは嫌なので、「姫路でもこんなやつってみました」と絵はがきやマップを人数分用意しておいて配るということをしていると、「これはおもしろいな」という反応が出てきたりしました。つまり種まきの活動を継続していたところ、図中の姫路観光コンベンションビューローさんでの活動、それから姫路商工会議所での活動、姫路駅前広場活用連絡会での活動というこの三つが生まれてきました。

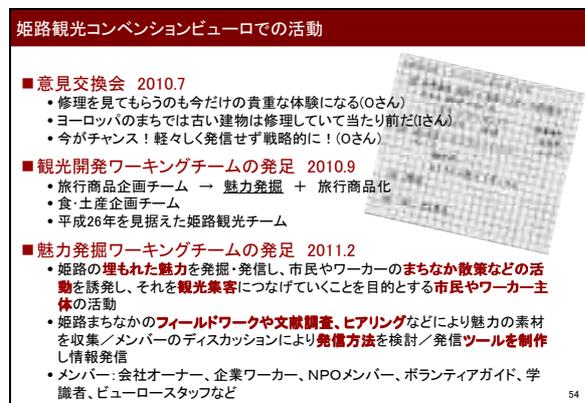
その三つの例を順にご説明したいと思います。

(1) まちなか散策マップ-姫路観光コンベンションビューロー魅力発掘ワーキングチーム-



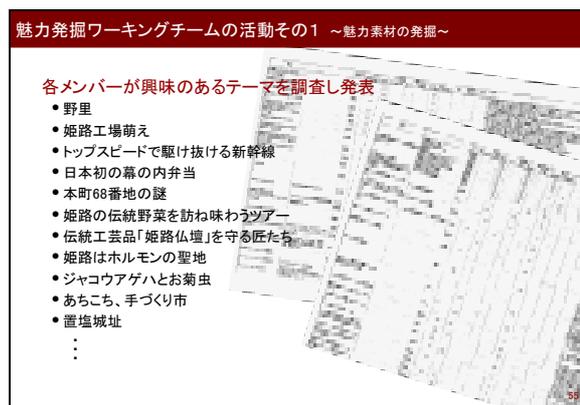
最初が「まちなか散策マップ、姫路観光コンベンションビューロー魅力発掘ワーキングチーム」の事例で、図中には先ほど大阪の例

から学んだ五つのポイントを再掲しておりますが、この活動は、図中の1から5まで全部を網羅できているような非常にいい活動になっていると感じております。



その成果は、今、皆さんのお手元にお配りしております9種類の「よってくだん ひめじ」というマップです。これがこの活動での第1弾の成果でございます。それもあわせて見ていただきながら前をご覧ください。2010年の7月に観光客が減ってるということから、コンベンションビューローさんで意見交換会というものが開かれました。このときは「お城が工事に入ったことはお城以外の魅力に目を向ける絶好のチャンスです」とか「国宝の工事を見れる絶好のチャンスです」みたいなことを発言しようとして事前に用意をしておいたんですが、参加してみると軽々しくそんなことを言えないようなかたい雰囲気での会議が始まっておりまして、「これはちょっと様子を見たほうがいいな」と思って、皆さんのご発言を聞いてました。すると前向きないい発言がたくさんありまして、たとえば「修理を見てもらうのも今だけの貴重な体験になる」というOさんの発言とか、「ヨーロッパのまちでは古い建物は修理していて当たり前」というIさんの発言、それから「今がチャンス、軽々しく発信せず戦略的にいこう」というOさんの発言とか、私が発言しようと思ってたことを皆さんが発言されてました。それで私も思い切って、「今がチャンス」などの発言をしたのですが、非常にいい場であったと思います。

そこから2月後に図のようなワーキングチームがコンベンションビューローさんの中で立ち上がり、その一つ、旅行商品企画チームができて、私の想いのど真ん中ではなかったんですけど、これかなと思って参加し、そこで「魅力を発掘する活動」と「発掘された魅力を旅行商品化する活動」の二つの動きにつながっていきました。そして魅力発掘の活動に参加し大体11年2月頃から動き出しました。



その活動では最初にメンバーで姫路市全体を捉えて興味があるテーマを発表しました。すると図のようにたくさん出てきて、たとえば野里のまちがいいねという意見とか、ベイエリアの工場がライトアップされていて、「工場萌え」という動きも今話題になっていますが、その活動のように姫路の工場に注目しましょうという提案もありました。また姫路駅を通過する新幹線のスピードは日本で一番速いらしく、それをどう魅力づけするのかは別にして、そのようなおもしろい話がいろいろ出てきて、ここから具体的な動きにつながっていくんじゃないかなと感じました。まずはそういう魅力の素材を発掘する活動をおこなったわけです。

魅力発掘ワーキングチームの活動その2 ～旧城下町まち歩き～

最初の対象エリアを「姫路駅～姫路城周辺」に決定

- 姫路城を訪れる観光客の滞在時間の延長策として重要
- 駅～お城の間の「回遊性アップ」は歴史的都心の魅力アップに必須

二人の「プロ」の案内で対象エリアをフィールド調査



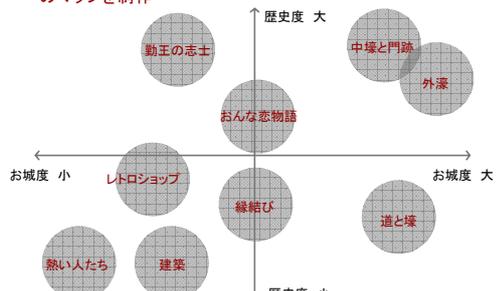
56

そして姫路全域となると非常に広いので、まずは姫路駅からお城周辺までに対象エリアを絞りましょうということになりました。なぜならば、ひとつはコンベンションビューローさんがおっしゃってた姫路城を訪れる観光客の滞在時間の延長策が必要であるということ。今はバスで来て、お城を見て、そのままバスで帰ってしまうという状況で、もっとほかの魅力があれば滞在時間を長くすることができ、宿泊ということにもつながっていけばいいということで、まずはこのエリアの魅力づくりが重要であるという意見でした。もう一つは、これは私が主張したんですが、駅からお城の間の回遊性を高めていくことがこの歴史的なエリアの魅力アップには必須であるということです。観光よりはどちらかというところまちづくり的な視点なのですが、昔のお城の城内ぐらいのところをエリアにしましょうということで活動が動き出しました。

メンバーの中に歴史に詳しいプロがお二人いて、その方の案内でフィールド調査をするところから始め、その後発信ツールをどうするか、絵はがきや、マップなどいろいろあったんですけども、まちなか散策マップにしようということを決めてマップをつくったというのがお手元の9種類のマップです。

魅力発掘ワーキングチームの活動その3 ～散策マップの制作～

情報発信ツールを「まちなか散策マップ」に決定し、9種類のマップを制作



57

この図は私なりの解釈で、横軸がお城度合い、右に行くほどお城度合いが高くなると見てください。縦軸は歴史度合い、上ほど高いというグラフです。この9種類をグラフ上に落として見ますと、やっぱりお城的な歴史的なものもあるんですけども、それ以外のものもたくさんあるということがわかります。これまでであればお城や歴史が中心になったと思いますが、それ以外の魅力に目を向けるということメンバーが意識した結果、お城度合いの薄い、歴史度合いも薄いけれども魅力的なものをみんなが見つけ出して、それをマップにしたということでございます。

散策マップの発行



江戸時代の城下町を思い浮かべながら、姫路のまちをお散歩。

- ★お城だけでない姫路のまちなかの魅力を発掘しよう！
姫路城の大改修工事の影響で姫路を訪れる観光客が減少しています。それを「お城以外のまちなかの魅力に目を向ける絶好のチャンス」と捉えて、魅力発掘活動をスタート。
- ★市民やワーカーの手で姫路を掘り下げ、独自の切り口で発信しよう！
まちなかの魅力は普段そこで生活している市民やワーカーが一番詳しいはず。魅力の素を探して集めて、それぞれの「これ、面白い！」という感覚が大切。
- ★まちなか散策をきっかけに、姫路のまちを元気にしよう！
姫路の中心であるこのエリアの活性化は、姫路全体の活力アップに欠かせません。そのためにはまちなか散策をたくさん、つまり「回遊性」の向上をはかるしかありません。
- ★地域の活動を観光集客へつなげていこう！
まずは姫路市民やワーカーが姫路の新しい魅力に目を向け、まちなか散策などが活発化してくることを期待。それがこれからの姫路の観光集客へつなげていくと確信。

58

名前もみんな議論して、「よってくだん ひめじ」という名前に決めました。最初は姫路弁の「姫路たんと」にしようという話があったんですが、「たんと」が姫路弁やと言われて、「僕も使ってるけど？」と疑問に思い、「僕が理解できるというのは姫路弁とは違うのでは？」と調べてみたら「たんと」は標準語であることがわかりボツにし、「よってくだん」という名前になりました。

その目的は、繰り返しになりますけれども、

「お城だけではない姫路のまちなかの魅力を発掘しよう」「市民やワーカーの手で姫路を掘り下げ、独自の切り口で発信していこう」「まちなか散策をきっかけに姫路のまちを元気にしていこう」「地域の活動を観光集客へつなげていこう」という四つであり、そのこともあわせてPRをしました。



少しご紹介しますと、図は「姫路5人おんな恋物語」というマップです。これはコンベンションビューローのスタッフであった女性が作成したのですが、中で取り上げられてるもの自体は、千姫、富姫、高尾太夫、お菊、お夏と、それぞれはメジャーなよく皆さんご存じの方々だと思いますが、それを「5人おんな恋物語」というそういう切り口でつくったところが、すごいなと思いました。そういう見方で、既存のもの、今まで発信もされているものを違う切り口でやるということが非常に魅力的なものになると感じた一つでございます。



またこの図は「城下町レトロショップ探訪」。これも非常にいいなと思ったのは、城下町ならではのもので今に残るものという切

り口で、こういうレトロショップを取り上げた点です。歴史的なお城の色合いも残しながら、少し違う切り口でお店を紹介するといったもので、結納屋さんとか、骨とう品屋さん、古本屋さんというものをうまく紹介するマップができたわけです。



三つ目は、私が取りまとめ役をしました建築編です。先ほどの建築マップは姫路市域全体だったのを、この中心エリアだけに絞って紹介したものを作りました。一つ中身の紹介をしますと、裏の面の5番の淳心会本部というところにヒアリングに行きました。神父さんの話を聞いたんですが、この建物は旧陸軍の建物をそのまま使ってるということでした。以前は100以上、旧陸軍の建物があったけれども、今、残っているのは市立美術館とこの淳心会本部の建物だけだそうです。非常に歴史性もありますし、また内部にも当時の面影を残すところが多々ありまして、いいお話が聞けたなと思いました。これはあまり発信されていないので、この数行で取り上げるのがもったいない、もっと大きく取り上げたいなと感じるようなものでありました。



もう一つご紹介しますと、これも私が取りまとめ役をやったものなのですが、「まちなかで活躍する熱い人たち」というほかとは全く違うマップです。マップと言えるのかどうかも怪しいんですけども、そんなものをつくりました。もともとはみゆき通りの1本東側の小溝筋に新しい若い人がやってるようなしゃれたお店がふえてきてるので、それを取り上げるマップにしようと思って、ある一つのお店にインタビューに行ったところ、非常にいいお話が聞けて、お店の紹介にするには惜しいなと思い、その人を紹介するものに急遽切りかえたのです。そのほかにもいろいろ熱い思いを持って商店街の外れあたりで新しく商売されてる方々がいらっしゃるので、その特集号としてまとめました。メンバーからも「これもええやん」と言ってもらえたので、9種類のうちの一つにさせていただきました。

「まちなか散策マップ」と「活動自体」を情報発信

姫路市役所記者クラブでプレス発表(4/12)

- メンバー自らが発表(コンベンションビューローの配慮)
- 神戸新聞、朝日新聞、時事通信が取材

神戸新聞(4/13)

- 「姫路城以外の観光資源を紹介」「まちなかに埋もれた魅力を発掘」「観光事業者や市民らが実際にまちを歩いて9コースを設定」「平成の大修理を機に“城頼り”の観光を見直そうとの想いから活動を開始」

朝日新聞(4/23兵庫県全域版)

NHK(5/1放映、以後全国ネットなど3回放映)

ラジオ関西(5/14)

FM GENKI(5/28放送)

時事通信(WGを追加取材→配信予定)



姫路市役所でのプレス発表
(神戸新聞HPより)

63

そしてコンベンションビューローさんのご配慮で、実際に作成に従事したメンバーによる姫路市役所の記者クラブでのプレス発表をさせていただきました。神戸新聞さん、朝日新聞さんに記事にしてもらい、NHKさんはずっと取材をしてくれてまして、それが全国ネットで合計3回流れたということで、姫路のPR、活動自体のPRがある程度できたのではないかなと思っています。

2012年度は活動の幅が大きく拡大

- 続よってくだん姫路
- 地域資源台帳づくり
- 職人・匠の技ステーション
- 食と土産物を考える
- ITやモバイルを使った発信
- まちなかのPRボード設置
- おもてなし講座
- 観光商品化(エージェンต์向けの商品づくり)
- 姫路城オープン後の在り方の検討

64

活動はさらに広がってきておりまして、今年度は「よってくだん」の第2弾を発行するという活動だけでなく、図の通り、職人・匠の技ステーションとか、食と土産物をテーマにした活動、ITモバイルを使った発信、まちなかのPRボードの設置など、多様な活動に発展しているのです。最後のPRボードを説明すると、実際にまち歩きをして感じたのですが、実はここが〇〇門があった場所なんですと説明されても現地には看板も何もない、その痕跡が何もないところが多いんです。ですから、少なくとも何かそれをPRするようなボードは設置してほしいなということで、そのボードづくりを前に進めるような活動も始まっているのです。また「おもてなし講座」、つまり外部から来られた方へのおもてなしを具体化していくような、そんな動きもワーキングの中で始まっています。次の成果をご期待いただきたいと思います。

(2) まちなか交流サロン - 姫路商工会議所まちづくり委員会-

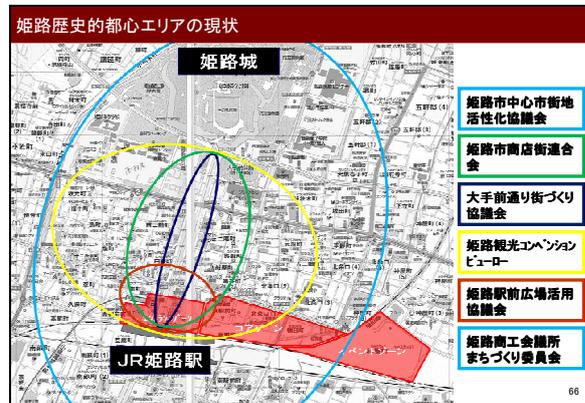
(2) まちなか交流サロン
姫路商工会議所まちづくり委員会

1. 固有の資源に着目した都市の魅力アップ
2. 自ら考えること・行動すること
3. 中身優先(特組みはあとから)
4. 連携し共鳴すること
5. そのための「場」づくり

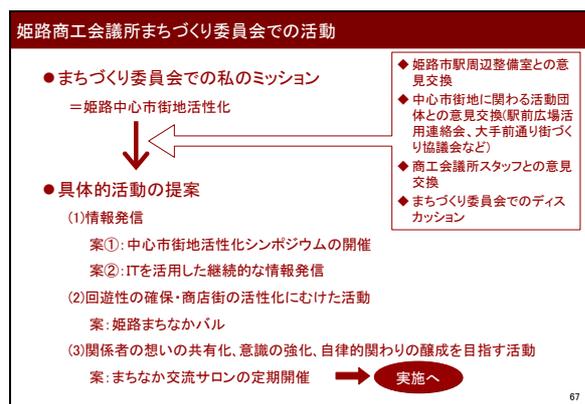
65

二つ目が商工会議所での活動です。まちな

か交流サロンというものを半年ぐらい前から始めてます。図中の1番の固有の資源に着目した都市の魅力アップということとは少し違う動きかなと思いますが、特に5番の「場」づくりというところで大きく関係のある活動でございます。



中心市街地については、皆さんご存じのとおり、図に示したエリアで中心市街地活性化協議会が活動をしており、商店街は大体これぐらいの位置で連合会があり、大手前通り街づくり協議会はここで、コンベンションビューローの初年度の活動は大体このあたりが対象エリアだったわけで、また駅前広場の活動はこの辺で動いてるという状況です。その中で商工会議所のまちづくり委員会で、図に示したエリアぐらいを対象にした委員会活動を私が任せられました。



ヒアリングや意見交換を重ねて、私なりに活動の案をまとめたのが図中の三つです。情報発信をテーマにした活動、回遊性を確保するための活動、それから3番目はステークホルダーが多いのでその関係者の思いを共有化したり、意識を強化したり、自律的にかかわり

の醸成を目指すような活動。この三つぐらいを柱にしなければならないのではと感じて、それぞれシンポジウム、あるいはITを活用した発信、バル、交流サロンというものを提案したわけです。

バルは私が提案したからやったわけではなくて、その前から商工会議所さんが独自の事業として計画をされてまして、それが先週の金曜日に行われたわけで、この日はふだんまちに出ていない人が地図を片手にまちをめぐっており、行列ができる店がたくさんあって、改善するところはもちろんあると思いますけれども非常によかった、大成功であったのではないかなと感じました。

まちなか交流サロン「姫路まちなかTalkin' about」

趣旨

- 地域の知恵と責任で、地域固有の価値を見出しながら、地域の課題を把握し、それを解決する創造的な仕組みを持続的に展開していくことが、これからの時代のまちづくりには求められます。
- そのために必要なのは、行政、地元、経済界、市民、NPOといった地域のステークホルダーの間の「信頼にもとづくつながり」です。
- 「姫路Talkin' About」では、姫路における協働型のまちづくりの可能性について、集まったメンバーによるディスカッションを通じて浮かび上がらせていきます。



委員会活動としては、「まちなか交流サロン」というものをやることになり、「姫路まちなかTalkin' about」という名前をつけました。これは私もこういった活動は初めてでしたので、大阪で当社の社員が中心になってやってる「御堂筋Talkin' about」というものがありまして、それを参考にさせてもらいながら姫路版を動かそうということで始めました。

少し紹介しますと、地域の知恵と責任で、地域固有の価値を見出しながら、地域の課題を把握し、それを解決する創造的な仕組みを持続的に展開していくことがこれからの時代のまちづくりに求められています。そのためには行政、地元、経済界、市民、NPOといった地域のステークホルダーの間の信頼に基づくつながりが必要であり、「姫路まちなかTalkin' about」では姫路における協働型のまちづくりの可能性について、メンバーによる

ディスカッションを通じて浮かび上がらせていきますという目的でスタートしたわけであります。

まちなか交流サロン「姫路まちなかTalkin' about」

第1回 2012.6.13 納屋工房	<ul style="list-style-type: none"> • テーマ「女性が語る商店街」 • 駅前商店街を知る女性10人と各商店街幹部10人によるフリーディスカッション 	
第2回 2012.8.1 納屋工房	<ul style="list-style-type: none"> • テーマ「商店街をもっと利用していただくためには」 • 第1回参加者中心の25名によるテーマ設定したディスカッション • 「マップ制作」「東西方向の通りに注目」「商店街コンシェルジュ」などが浮上 	
第3回 2012.11.2 街の駅	<ul style="list-style-type: none"> • 第2回で浮かび上がった課題についての商店街メンバー中心(27人)のディスカッション • 試行する課題を抽出 	

新しい自律的活動の継続実施へ

69

商店街に特化したような形でスタートすることになりまして、最初は商店街を知る10人ぐらいの女性に参加してもらい、「女性が語る商店街」というテーマで商店街幹部の方々とフリーディスカッションをおこないました。それをベースに第2回では何か具体的な活動の素材を導き出すような議論をしました。第3回目では何か試行する課題を抽出するという、そんな形で話が進んでいます。新しい自律的活動の継続実施につながっていくことを目指して活動しています。

(3) 駅前広場の活用 -姫路駅前広場活用協議会-

(3)駅前広場の活用
姫路駅前広場活用協議会

1. 固有の資源に着目した都市の魅力アップ
2. 自ら考えること・行動すること
3. 中身優先(枠組みはあとから)
4. 連携し共鳴すること
5. そのための「場」づくり

70

三つ目が駅前広場の活用で、本日、関係者の方もたくさん来ておられますが、駅前広場活用協議会というものが立ち上がっておりまして、そのご紹介であります。図中の五つのテーマについては1番はちょっと違うかもしれませんが、まさに「場」づくりであります

し、中身優先の活動である、みずから考えて行動するというをここで実践して、そういった機運を盛り上げていこうということで活動してるものであります。

姫路駅前広場整備計画



(画像データ提供: 姫路市駅周辺整備室)

71

これは姫路市さんからお借りしたパースでございますが、駅前広場、芝生広場ができ、サンクンガーデンができ、大手前通りが歩道が広がって車道はバスとタクシーだけが通る道路になるなど大きく変わろうとしています。そんな人中心の空間に変わっていくわけであります。

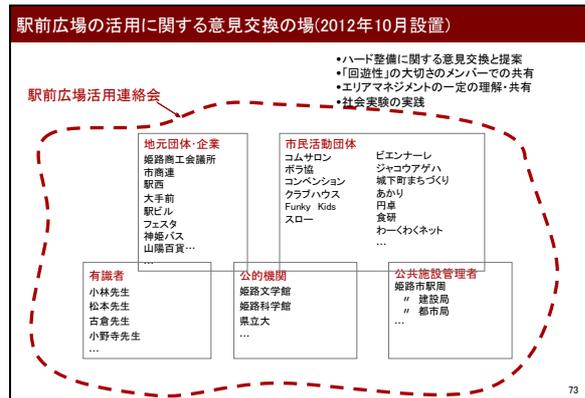
官民協働の駅前広場計画づくり

2008	2009	2010	2011	2012
				
				

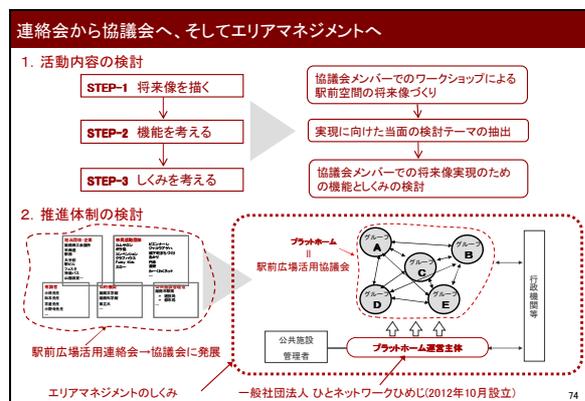
72

図はイメージを伝えたかっただけなんですけれども、2007年12月に姫路市さんから計画の素案が示され、それに対して行政、地元商店街、商工会議所、NPOや市民といった方々がいろんな議論を繰り返して、2008年、2009年でこれだけの議論を繰り返して、それで先ほどお示しました修正案といいますか、全員が合意した当初案とはかなり違う案ができて、その実現に向けて進んでおられるということでもあります。こういったことがさまざまなステークホルダーによって行われてハードづくりが進んできたという

動きは、すばらしい動きだなと思います。人中心の駅前公共空間の規模では日本一であると思いますし、またそれをつくってきた流れ、経緯も含めて日本一の空間ができると確信しております。それをいかにして使っていくのかという議論を少し前から始めており、それが非常に大切でありまして、そのお話を少しご紹介をさせていただきます。



駅前広場の活用に関する意見交換の場として、昨年の10月に駅前広場活用連絡会というものが立ち上がっております。これは図に挙げたような地元団体、企業や市民活動団体、有識者、公的機関、行政機関というところがかわる連絡調整の場として立ち上がりまして、ハード整備の意見交換、回遊性が大切であるということをメンバーで共有することなど、また社会実験の実施など、この場所の利用をいかに進めていくかということの議論が連絡会という形で始まりました。



それを今年度に入って協議会という形に格上げをして、さらにそれをエリアマネジメント、このエリアを本当にマネジメントしていくような組織へ発展させていこうということ

が今まきに行われています。

柱は二つあると私なりには理解してまして、1番目が活動内容を検討すること、2番目が推進体制を検討することです。私は主に活動内容の検討にかかっています。先ほどの御堂筋の例でも言いましたが、どういう空間にするか、どんな活動をするかということのみずから当事者意識を持ってつくるのが大事だと思ってまして、まずは自分たちで将来像を描きましょと発案しそれを進めました。そして将来像を実現するためにはどうしたらいいのか、どんな機能をこの団体が持ったらいいのか、どんな仕組みがあればいいのかということをも具体化していく議論をして、それでこの活動の中身を決めるということが必要ではないかなと思っています。それが唯一の答えであるとは思いませんが、答えの一つであろうと考え、協議会のメンバーおよそ40人でワークショップを2回やって、将来像の案をつくり、それをまとめてみんながつくった将来像というものを示して、その実現に向けて、実際に動くべきテーマを抽出している段階でございます。

中身の議論が大事ですが、これだけ大規模な空間の活用になりますので、推進体制も必要であると思います。それで当初の連絡会を協議会という形に格上げするとともに、将来的にはこの協議会というみんなのプラットフォームがあって、それを運営する、管理する、プラットフォーム管理団体みたいなものがあって、そこが行政や管理者と調整をしたり、さまざまな調整役を果たすわけで、これ全体が都市をマネジメントしていく仕組みではないかと考えています。今の協議会の発展系としてのこのプラットフォームの場と、それを運営していく運営主体が必要であるということかなと思います。この運営主体の最初の形として、「一般社団法人ひとネットワークひめじ」という団体が先月立ち上がったわけです。その法人が活発に活動して、協議会全体のより活発な活動を促していくような役割を担う

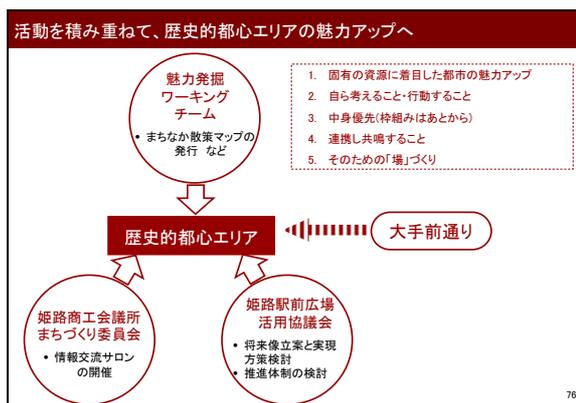
ことが大事ではないかなと思います。



活動のひとつである「将来像づくり」をご紹介します。図はイメージだけ見ていただきたいのですが、協議会メンバーの皆さんからたくさんいただいた「大手前通りをこういうふうにしたい」とか「こんな活動があったらいいな」とか「こんな活動を自分はやりたいんや」といった意見を、大手前通り、駅前広場、サンクンガーデン、眺望デッキの四つの空間それぞれについてまとめたものを作成しました。図の右上のA3表裏の簡単なものにまとめて、「これをみんながつくったんです」ということを共有するということからはじめました。

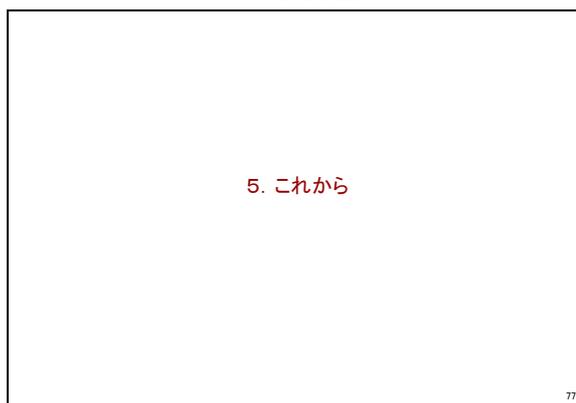
ここにはできるだけわかりやすく、イメージを描きやすいような表現にしようという方針で、その一部をご紹介しますと、大手前通りは人通りの多さを生かしたPRの場としての役割があるだろうということで、「大手前通りではストリートミュージアムという新しい試みが始まりました。これはNPOが中心になり、姫路文学館、姫路科学館などの地域の博物館や美術館がサテライト展示を行うものであり、通りを歩く市民や来街者が立ち寄っています。これまで足を運ぶことが少なかった施設を身近に感じるようになりました」という物語形式にして、メンバーからの意見をもとに、そういう物語を描いたということです。将来像のイメージを描きやすくして、それらを共有化して、それを実現するためにどうしていくかをみんなで議論していくというプロセスが大切であり、今それを進めてい

るところでございます。



ここまで図の三つのお話をしましたが、これは全部、歴史的都心エリアをフィールドに活動がなされているわけです。私はそういう活動を積み重ねていくことが大事であると思っています。それが歴史的都心エリアの魅力アップにつながっていくのではないかなと思います。もう一度、さきほどの五つの視点を再掲しますが、この5つに重きを置いたような活動を重ね合わせていくことが大切であると思っております。話題提供の最後でございますけれども、そこにさらに「大手前通り」を重ねたいと考えました。最後の「これから」というところのお話でございます。

5. これから -大手前通り魅力マップ-





大手前通りは姫路のシンボルロードであるという表現がよく出てきます。また姫路駅と姫路城を結ぶ幅員50メートルの大空間であり、場所的にも姫路市の中心市街地の真ん中であり、その中心市街地のエリアは姫路の歴史的都心でもあるわけです。また駅周辺整備事業によりまして、十二所線から南側はリニューアルされる場所でもあり、小さい話ですけども当社が大手前通り街づくり協議会の会員でもあるということから、今、大手前通りに対してアクションを起こすことが重要と思って、「姫路歴史的都心エリアへの自律的活動」として「大手前通り魅力マップの試作」をやろうと決めました。

きょう一番最初に言いましたが、自律的まちづくり活動のすすめと言う限りは、自分自身もきょうのフォーラム用に何かせなあかんといい込んでしまっていて、それでこの大手前通り魅力マップをつくらうと決めて、その作業を進めてまいりました。その成果品がお手元にありますマップでございます。A3のマップを今回用につくったということです。



その経過を簡単にご紹介しますと、8月中

ごろにそんなことをしようかなと思ひ、骨子として、図はA3の資料の表と裏ですが、真ん中にマップを持ってきて、まちの魅力を両サイドに置いてということ企画をしました。つくる限りは大手前通り街づくり協議会に一応了解を取らないといけないと思ってご相談に行って了解をもらうとともに、「ええことやからぜひやってください」と言われました。同じくコンベンションビューローにも了解をとるとともに、「よってくだん」の活動とも重なる部分がありますので、そっち側でも活用しますよということで了解いただいたというのが8月の時点でございました。



9月に入ってから文献調査をして、紙面のレイアウトを何となく決めて、まずは彫刻を載せたいというのは以前から思っていたので、彫刻についての情報収集をしました。



10月に入ってから現地調査と、写真撮影、またヤマトヤシキの米田会長に取材をさせていただいたり、大手前ストリートギャラリーの岩田さんとか、納屋工房の長谷川さんに取材をしたり、歴史に詳しい芳賀一也さんにいるいろいろご相談をしたり、古い写真を提供して

いただいたり、そんなことをして情報をどんどん収集するとともに、それらしき地図をつくったりしました。すべてワードでの作業です。



10月中旬にはレイアウトを詳細に決めて写真を張り込んでみたら、何となくそれっぽくってきました。



10月下旬には、取材したヤマトヤシキの記事や、ストリートギャラリーの記事なんかをつくり、このあたりでお尻に火がついてきましたので、集中して作業して表のページは大分充実することができました。表紙も仮に写真を貼り込んだりしてみました。



さらに10月末には、実際に取材させてい

ただいた方々に内容の確認をとる作業、記事の仕上げを行って、全体を充実させていきました。



11月2日に細部の修正をして、表紙はやっぱこっちのほうがいいかなと思って表紙を差しかえて自分なりに完成させました。



このままワードでつくった文書をカラーコピーで配るのか、ちょっとお金をかけて印刷するのかということで迷ったんですけども、まあ印刷してもおかしくない最低限のレベルは達成できたかなと思ったのと、今回の講演で講演料をいただけるということでしたので、それを有効活用しようと決めて、印刷発注しました。印刷するのにワードからイラストレーターに変換する必要がある、プロの手を借りるしかなかったんですけども、友人のデザイナーをお願いして、デザインにも手を入れてもらい、11月5日に発注して、19日にこのマップが完成しました。



少し中身を紹介させていただきますと、内側のマップの面をごらんください。彫刻は取り上げたいと思っていたのですが彫刻の知識があるわけでもなく、どうしようかなと思ったのですが、「どこかのまちで同じ作家の作品を見た」などの自分の経験を書いたり、「この彫刻の作家が東京スカイツリーのデザイン監修も務められた」ということがわかったりして、そこそこ興味を持ってもらえるような記事が出来上がりました。そのほかにまちの魅力としてヤマトヤシキさんにインタビューをさせていただき、姫路で唯一巨匠・村野藤吾さん設計の建物を紹介することができました。3回の造築で今の形になってるということ、最初の設計も含めて4回の設計を村野藤吾さんが設計、設計指導されていることがわかりました。また外壁タイルが剥落するおそれがあったので、外壁を全部アルミの板で囲ってしまい、建設当時の外観は今は見ることができませんが、唯一塔屋の部分は見ることができます。また階段の手すりも当初の設計そのままであるとのこと。さらに最後、写真の一番下にございますように、かご状のものが外壁に設置されているのですが、それはヤマトヤシキさんからのリクエストで、姫路の市の花であるサギソウをモチーフにしているとのこと。それと村野藤吾さんの遺作である新高輪プリンスホテルでも使われたデザインが使われてることが取材してわかりました。大手前通り周辺の貴重な魅力であるなと感じました。

また、その南にありますストリートギャラ

リー「街・発信」も取材させていただきました。こちらにも非常に熱い想いで、この場所を管理されているということがよく伝わってきましたし、大手前通りで行き交う人を「ようこそ！」と出迎えるような場所でありたいという想いで活動してるという、とてもいい話を聞くことができました。

それから、納屋工房。こちらは大手前通りに面してる大手前第一ビルにあるということで、これも沿道の魅力の一つであると思ってご紹介をしたわけですが、コミュニティスペースというものを運営されていて、情報発信あるいは情報のつながりを広めるような役割を果たしてる、とてもいいスペースであると思います。また場所的にもお城が窓から真っ正面に見えるようなすばらしい場所で、大きな魅力であると考え取り上げさせていただきました。

またちょうど2号線の交差点のところですが美樹ビルさんがありまして、三木美術館があります。きょうご本人がお越しでいらっしゃいますけれども、美樹工業の会長・社長を務めておられます三木さんのコレクションをベースに2008年に開館した非常に立派な施設でございまして、これも地域の魅力の大きな一つであると思い取り上げさせていただきました。

マップはどこまで記載するかということに迷ったんですけども、周りの情報がかなり密度が高かったのでシンプルなほうがいいかなと思いついてあっさりしたマップにいたしました。

また、表紙の面については、これは歴史とか活動とかを紹介するページにしようと考え、「大手前通りの歴史」「現代の大手前通り」「大手前通りのいま」「新しい大手前通り」という四つの構成とし、取材をさせていただいたり、写真をお借りしたりしました。歴史の部分では昭和29年にこの拡幅工事ができ上がり、30年に開通式が行われ、そのときに市民公募で大手前通りという名前が決まったということはこのマップづくりを通じて初

めて知りました。

それから、お城まつりについても、大手前通りを舞台の一つとしてお城まつりが行われてるといふそういう紹介なんですけど、そもそも昭和23年、戦災で焼失してしまった姫路中心部にあって奇跡的に残った姫路城を戦後復興のシンボルとし、新生姫路市の誕生を目指し、また市民の心のよりどころとなる祭として幕をあけましたということを見つけて、姫路市民の方の思いというものを改めて知ることができました。

大手前通りのいまでは、協議会の会長であります岡本さんにインタビューさせていただいて、岡本さんの熱い想いを聞くとともに、このマップをきっかけに一緒にやってみようというお話も聞きました。またコンベンションビューローでのワーキング活動も大手前通りを中心とするエリアの活動ですのでそれを載せました。

さらにこれからの新しい大手前通りとして駅周辺整備事業、そして駅前広場活用協議会のことを載せさせていただきました。

裏表紙はぜひこれはみんなに紹介したいと思うような古い写真が集まりましたので、レトロ写真館にしました。

表紙は現時点のお城が隠れた写真にするのか、少し前のお城が見えてる写真にするのかということ悩んだんですけども、やっぱりお城は要るなということで、2008年6月に撮影した写真をお借りして、このような形で使わせていただきました。

次の展開は？ ～たとえば「彫刻」に着目～

STEP-1 彫刻に目を向けてもらう	①大手前通り彫刻の日の制定 ②彫刻ポストカードの制作・配布 ③沿道店舗との協働による彫刻発信 ④メディアへの発信 ⑤スター彫刻でっちゃん(1体をスターにして集中的に発信) ⑥彫刻をいじる(ラッピング...) ⑦彫刻カフェのプロデュース
STEP-2 モチベーションのある人を呼び込む	①彫刻FACEBOOKの立ち上げ ②彫刻守の募集 ③芸大生とのコラボレーション
STEP-3 彫刻を見てもらえる環境をつくる	①彫刻周辺の環境改善 ②作品解説の提供 ③鑑賞ツアーの実施 ④彫刻ボランティアガイド育成 ⑤ネーミング

(参考資料: 姫路お城まつりネットワーク報告書)

そのようなちょっと時間をかけた作業でマ

ップをつくりました。そして次の展開としてこのマップをきっかけに何か新しい動きになればと思っております。例えば彫刻に注目して何か動きましょうということは可能かと思えます。ここでご紹介するのは、御堂筋で彫刻についての意見交換から浮かび上がらせたものです。御堂筋ではその一部には取り組んだのですが、大半はまだ手つかずですので、こんなものを先取りしてやってもいいのではないかと思ったりしております。

以上が姫路での事例でございました。

6. まとめ

まとめ

- 1. 固有の資源に着目した都市の魅力アップ**
 - ・その都市固有のモノ(自然、建築、公共空間、特産品...)、ヒト(都市活動)、情報(積み重ねられた歴史)をフルに活用
- 2. 自ら考えること・行動すること**
 - ・ボランティアな活動(マンパワーが無償ならかなりのことができる)
 - ・「プロボノ」という考え方
- 3. 中身優先(枠組みはあとから)**
 - ・枠組みがなくても中身(=活動)があればまちは変わる可能性がある。枠組み(=組織)があっても中身がなければまちは変わらない。
- 4. 連携し共鳴すること**
 - ・ピラミッド型ではなく「ネットワーク型」/合体ではなく「連携」/指示命令ではなく「共鳴」/拡大ではなく「増殖」
- 5. そのための「場」づくり**
 - ・参加し、観察し、コミュニケーションをおこない、相互に理解し、相互に働きかけ合い、相互に心理的刺激を授受するしくみ

89

最後にまとめます。図の1から5は先ほどの再掲ですがその詳細を説明します。固有の資源に着目した都市の魅力アップということがそもそものきょうの話のテーマでもあります。都市固有のものというのは自然であり建築や公共空間や特産品などがあります。それから都市活動全般に通じることですが、「人」も固有の資源です。それから情報、この情報というのは積み重ねられた歴史ということだと思います。人の活動の積み重ねということであり、それをフルに活用するということが重要であると思えます。

また、みずから考えること・行動することが大切であるというのは、誰かに指示されたとか、仕事として動いてるのではなくボランティアな活動が中心であると思えます。マンパワーが無償であればかなりのことができるということを経験から感じていま

す。ボランティアな活動については、最近「プロボノ」という言葉が使われ始めていますが、これはラテン語の”pro bono publico”が語源の言葉のようで、英語では”for the public good”であり、公益のためにということのようでございます。知識労働者が自分の職能と時間を提供して社会貢献を行うことで、欧米では一般的になっている活動であると聞いておりますが、そういうことを取り入れていくことが大切ではないかなと思います。

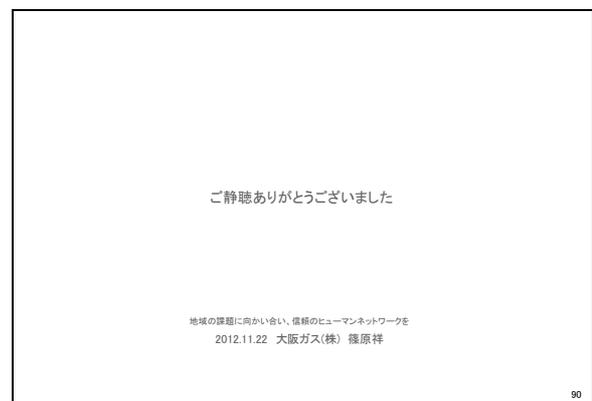
3番目の中身優先というのは、常々いろんなところで強調していますが、枠組みがなくても中身、つまり活動があればまちは変わる可能性があります。逆に組織があっても中身がなければまちは変わりません。ですので、この中身優先ということが大切だと感じております。

四つ目に連携し共鳴することが大切であると思います。これはピラミッド型ではなくネットワーク型がキーになると思います。連携し共鳴するというのは、その主体は複数あるということですね。連携するというのは主体が二つ三つあるから連携というものが生まれるし、共鳴という言葉も一緒です。主体が複数あるということが大切で、ピラミッド型ではなくてネットワーク型であり、合体ではなくて連携であるということです。一つにまとまってしまうんでなくて連携するということ、指示命令ではなくて共鳴しあうこと、最後に拡大ではなくて増殖みたいな、そういうところがポイントであると感じています。

最後、そのための場づくり。この1から4までを実現するための場づくりというものが重要であると感じています。これは参加し、観察し、コミュニケーションを行い、相互に理解し、相互に働きかけ合い、相互に心理的刺激を授受する仕組みとしての場であります。それは組織みたいな場もありますし、ただの人の集まり、活動するフィールドというような、そういったケースも含めての場というも

のが大事ではないかなと思います。お手元の私のプロフィールの最後のほうに載ってると思いますが、「都市・まちづくり学入門」という本を共著で書きました。私の担当が「都市のマネジメント」であり、そこでこの「場づくり」についてかなり深く勉強しましたし、しっかりと書いたつもりでございますので、もしご興味ある方は本を手にとっていただければなと思います。

最後でございますが、きょうのこのマップの裏表紙に、企画、制作、これを誰にしようかと考えて、「大手前通り魅力マップ制作プロジェクトチーム」という仮の名前を勝手に入れました。問い合わせ窓口をメールのアドレスotemae1955、これ1955は大手前通りの開通式が行われた年です、私の年齢ではありません、もうちょっと若いです。otemae1955@gmail.comというものを開設しておりますので、このマップの問い合わせだけでなく、きょう私がお話ししました内容についてご感想なり、また質問でも結構ですし、またお叱りでも結構なんですけれども、ぜひお寄せいただきたいと思います。きょうの講演はここまでではなくて、そういった皆さんからのお声をお聞きして、それに応えるところまでがきょう講演した者の責任と考えています。遠慮なくメールをいただければ大変うれしく思います。



ちょうど時間となりました。90分間、ご清聴いただきましてまことにありがとうございました。以上で私のお話を終わらせていただきます。

