

平成 24 年度 街なか再生助成金

(財団法人 区画整理促進機構 街なか再生全国支援センター)

2012 年度 Action for Public Spaces Ochanomizu (APSO)

—公開空地の文化的利活用による地域活性化を推進する活動—

活動報告書

1. はじめに

御茶ノ水を含む駿河台は、学生街であると共に楽器街、神保町地区の書店街・スポーツ街等としての特徴を備えた街である。街のシンボリック存在として、1962年に国の重要文化財に指定された「ニコライ堂」、そして関東大震災後の復興事業により1927年に構築された「聖橋」がある。また、杏雲堂病院等、多くの病院施設がある医療の街でもある。

高度成長期に入り、他の街と同様に御茶ノ水の街も急激な成長を遂げたが、地域住民の意見を反映させる余裕のない都市開発の結果、愛着や共有感に乏しい都市環境が造られていった。しかし今世紀に入り、量的な拡大だけではない、地域のニーズやライフスタイルの多様性に対応したまちづくりが求められていった。

そうした中で、2004年に千代田区まちづくり推進部の要請により、「神田駿河台地区まちづくり協議会」の準備会が結成された。協議会は同地域の住民、企業、大学・専門学校など教育機関が参加し、地域をより良いまちにする方策について検討していく目的を持つ。“まちづくりの主体はその地域の人びとでなければならない”という信念の元、5年あまりをかけ、多くの意見の中から街の将来に対する方向性が生まれてきた。

その姿勢を示す一例として、まちづくりのコンサルタントとの関係がある。事務局的役割を担うコンサルタント企業として三菱総合研究所を選定した際に、住民・企業等この地域に住み・働き・学ぶ人びとから、この地域に対する思いをヒアリングした後、それらの意見・考えをまとめ協議会に報告することを求めた。実はこの様な方法は、地域の人びとの種々雑多な意見・考えが出るため、まちづくりとして一つの方向性を出すことが非常に難しくなると思われるが、実際には人びとの意見を明確に反映させることにより、出来上がったまちづくり方針に人びとの責任意識が生まれる。他人事といった計画と捉えるのではなく、自分たちのつくったプランという意識が醸成していくのである。

協議を重ねる中で、この地域の特徴を「学びのまち」とすることが決まっていった。この「学び」とは、学生の勉強ということではなく、生涯学習を念頭に置いた「学び」であり、いつでも誰でもが自身の希望する「学びのできる地域」にしていくことである。しかし、この「学びのまち」を実現するには、地域の公共空間や公開空地をつなげ、点としての利活用のみではなく、面としての利活用が重要となる。御茶ノ水駅前広場と一体の空間づくりや、大学や大手企業の高層ビル、店舗や業務ビルなどといった多様なまち空間の特性を踏まえ、地域におけるオープンスペースを有効に活用することで、多層な市民が集まり交流しやすい場が創出される。そして、それがやがては学びの街につながっていくのである。

「お茶の水オープンスペース活用推進会議」は、地域関係者自らが御茶ノ水地域のさらなる活性化を図っていく事を目的として結成した会である。今日、街のオープンスペース（公共空間・公開空地など）は、その地域にとって発展の要となる。そのために本助成金を活用し、同地域の公共空間や公開空地などといったオープンスペースの活用状況を調査することを試みた。その上で、「市民による文化的活動が行いやすい場であるか」「生き生きとした公開空地の活用はいかにして可能となるのか」「どのようにその場をマネジメントしていけばいいのか」等の課題を検討していった。

まず、お茶の水地域の公開空地等の実態把握をするために、4か所の公開空地を対象とし、その事業・管理者に公開空地の活用及び管理実態に関するヒアリング調査を行なった。

1. はじめに

次に、今年で9回目となる地域文化イベント『お茶の水アートピクニック』の開催時に公開空地を含めたオープンスペースの活用についての調査を行なった。具体的には、イベント参加者や歩行者にアンケート調査を実施した。さらにイベント時と時期を変え、お茶の水地域のオープンスペースの実態を再発見するフィールドワークを平日と休日に実地した。2013年に入ってから、『公共空間学連続講座』として、勉強会を2回開催し、一般公開の形で本テーマに関心を共に人びとと学びも場を設けた。

このような調査活動を通して、人びとを集めるにはオープンスペースの設計に加え、そのマネジメントプログラムこそが大切であるという結論に達した。公共空地の有効利用を目的として活動する米国の非営利組織「PPS (Project for Public Spaces)」が主張するように、市民が公共空間を使いやすくすることは、すなわち地域そして都市を改善していくことにつながる。例えば、地域の中で10カ所の人が集まるオープンスペースをつくり、その1か所ずつで10の活動を実施すると、100の活動が生まれる。それぞれを相互連携させることによりシナジー効果を生み、全体として1000以上の活動効果を地域に創出させることができる。さらに、これからの高齢化社会にとって、健康促進のためにオープンスペースの活用がますます重要となるであろう。また、オープンスペースは過密な都市環境を緩和し、災害時には防災・減災の拠点となることも忘れてはならない点であろう。

今後、御茶ノ水地域のオープンスペースを人びとの様々な「活動の場として」「集う場として」「憩いの場として」魅力あるものにしていくには、より質の高い空間創出はもとより、オープンスペースを軸としたエリアマネジメントが鍵となる。以後さらなる活動を推進していきたい。

お茶の水オープンスペース活用推進会議

代表 瀬川 昌輝



(上写真) 公共空間学講座での瀬川氏

2. 活動フロー

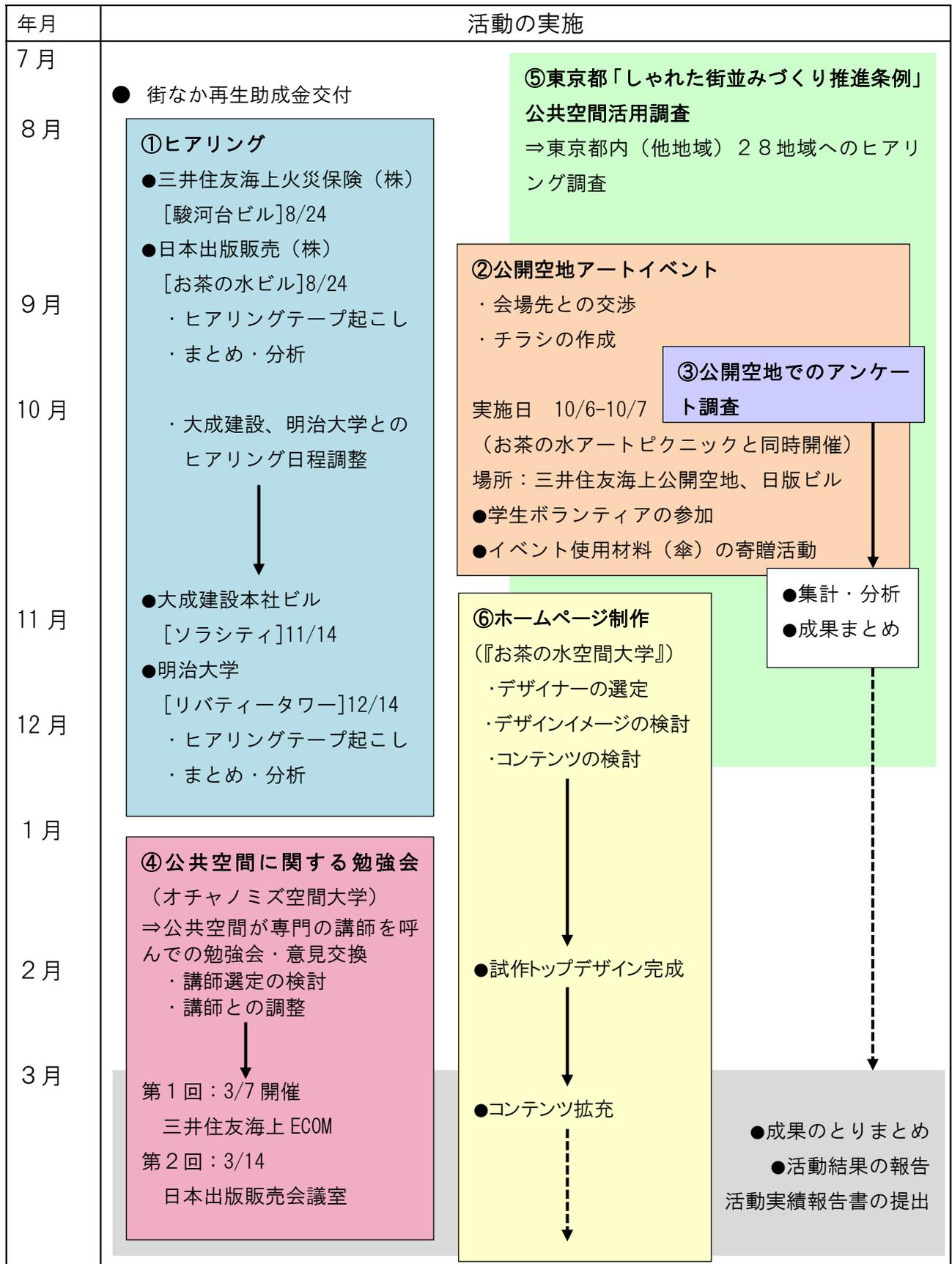
1. はじめに	2
2. 活動フロー	5
3. 千代田区における公開空地について	6
4. 公開空地の文化的利活用の実践	7
5. 公開空地に関する利用者アンケート調査	10
6. 公開空地に関するヒアリング調査	16
7. 公共空間まち歩き調査	25
8. 公共空間学連続講座の報告	30
9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について	36
10. WEB 成果	46
11. 活動成果	47
12. 今後の展開と展望	48
13. 団体概要と担当者氏名	49



(上写真) 公開空地アートイベント「ニコニコ来々ドーム」作品制作時の様子

撮影：泉山壘威

2. 活動フロー



3. 千代田区における公開空地について

(1) 公開空地の定義

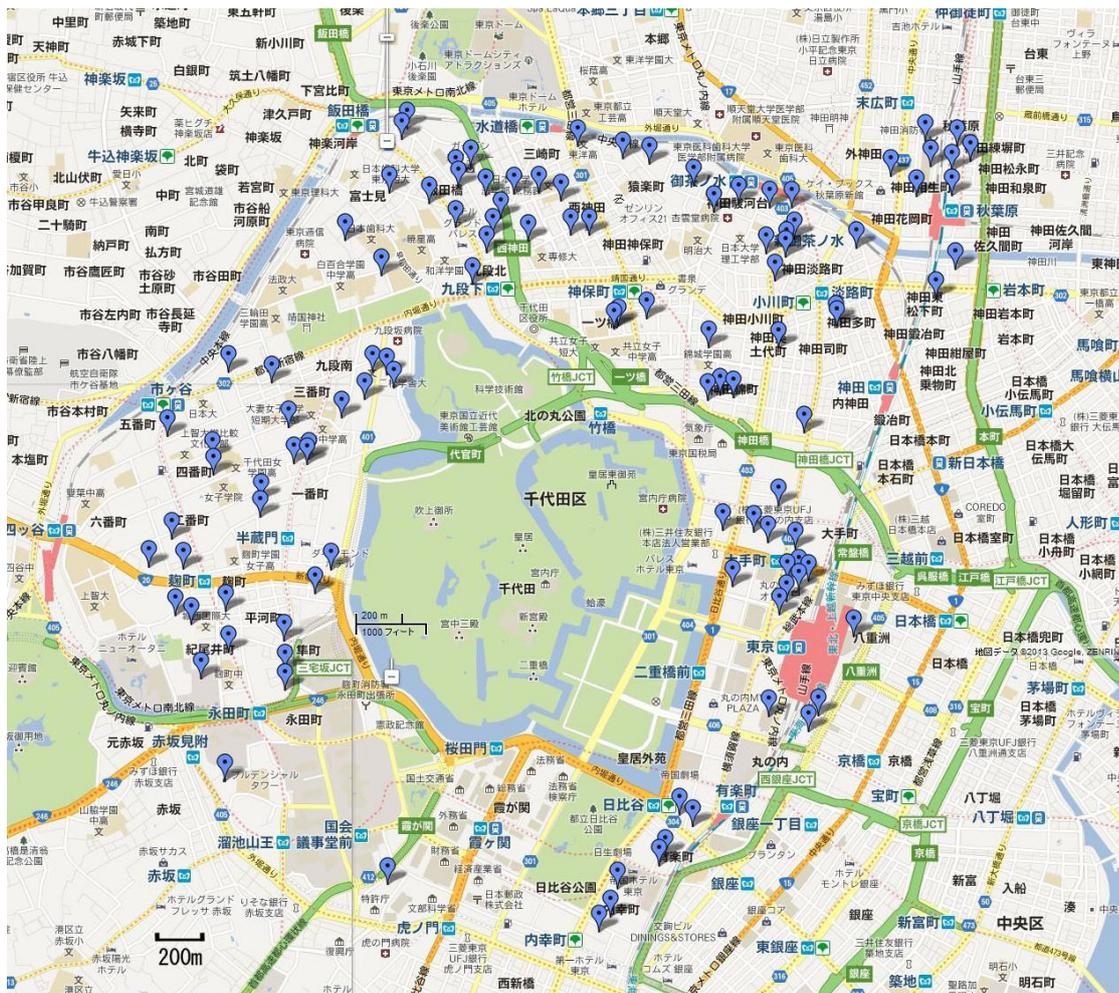
公開空地とは、建築基準法の総合設計制度に基づき、歩行者が自由に通り抜け、または利用できるよう敷地内に設けられた空地のことで、それにより容積率制限や斜線制限、絶対高さ制限の緩和を受けることができる。尚、千代田区内での総合設計制度において、対象プロジェクトの敷地面積が1万㎡以下の場合は千代田区が許可主体、1万㎡超の場合は東京都が許可主体となる。

(2) 千代田区内の公開空地の現状

五十嵐ら¹⁾によると、千代田区内におけるオープンスペース 150 箇所のうち、104 箇所が「総合設計制度」による公開空地であり、12 箇所が「特定街区」の有効空地である。また公開空地面積は 179,969 ㎡であり、千代田区面積の 1.5% を占める。

(3) 千代田区内の公開空地の分布 (下図)

五十嵐敬喜 (2010) 『千代田区における公開空地—その意義と実態及び機能—』千代田学より作成 (Map data © Google, Zenrin を加工・編集)



¹⁾ 五十嵐敬喜 (2010) 『千代田区における公開空地—その意義と実態及び機能—』千代田学 p. 55, 61

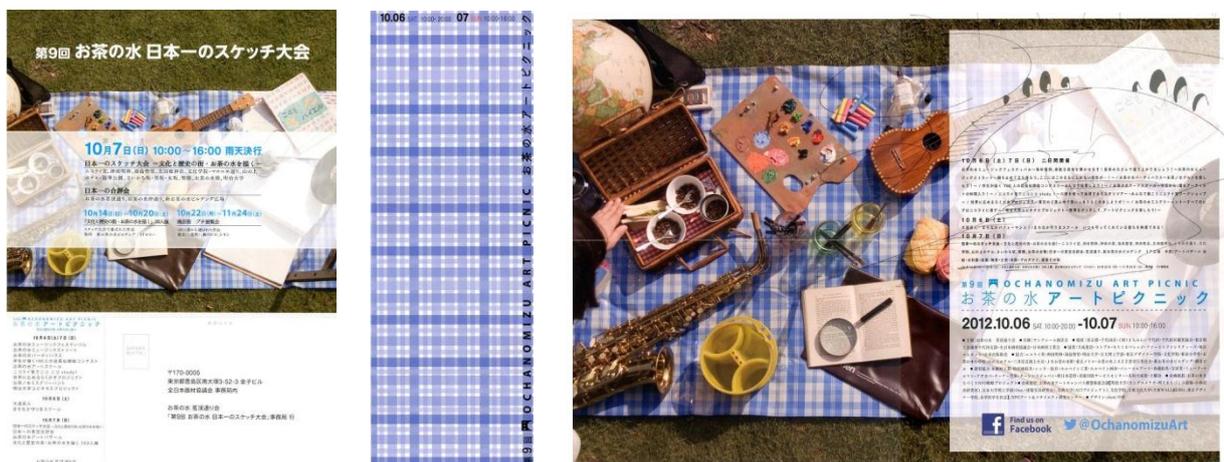
4. 公開空地の文化的利活用の実践

(1) 公開空地におけるアートイベントの実施とその目的

公開空地は都市における貴重な公共空間の一つである。その空間の使い方の社会実験として、公開空地を利用したアートイベントを企画・実施した。実施に際しては、既存のアートイベントである「お茶の水アートピクニック」の中の一企画として、公開空地を利用した芸術文化活動（公開空地アート・プロジェクト「ニコニコ来タドーム」）を行った。

(2) お茶の水アートピクニックについて

「お茶の水アートピクニック」とは「名漢通りの会」という商店街のアートイベントであり、2012年で第9回目を迎える。主な企画として「日本一のスケッチ大会」（約600名の人達がお茶の水界隈を対象に、講師と共に同時多発的にスケッチを実施）、「お茶の水アートバザール」（アート・クラフト・デザインの蚤の市）、「お茶の水ミュージックフェスティバル」（宇崎竜童氏をはじめとして、近隣の学生達など様々な人が出演する野外ライブ）などがあり、2日間に渡って20近くの企画が開催された。



(上写真) イベント関連のフライヤー3点



(上写真) 当日の学生スタッフら集合写真 (<http://www.facebook.com/ochanomizuartpicnic> より引用)

4. 公開空地の文化的利活用の実践

(3) 公開空地アート・プロジェクトの概要

プロジェクト名：公開空地アート・プロジェクト『ニコニコ来々ドーム』

アーティスト：志喜屋徹 (Toru Shikiya)

日時：2012年10月6日(土)10:00-17:00、10月7日(日)10:00-16:00

開催場所：JR 御茶ノ水駅前新お茶の水ビルディング公開空地

三井住友海上駿河台新館公開空地

協力：第9回お茶の水アートピクニック、お茶の水オープンスペース活用推進会議、お茶の水茗溪通り会

(4) 企画主旨

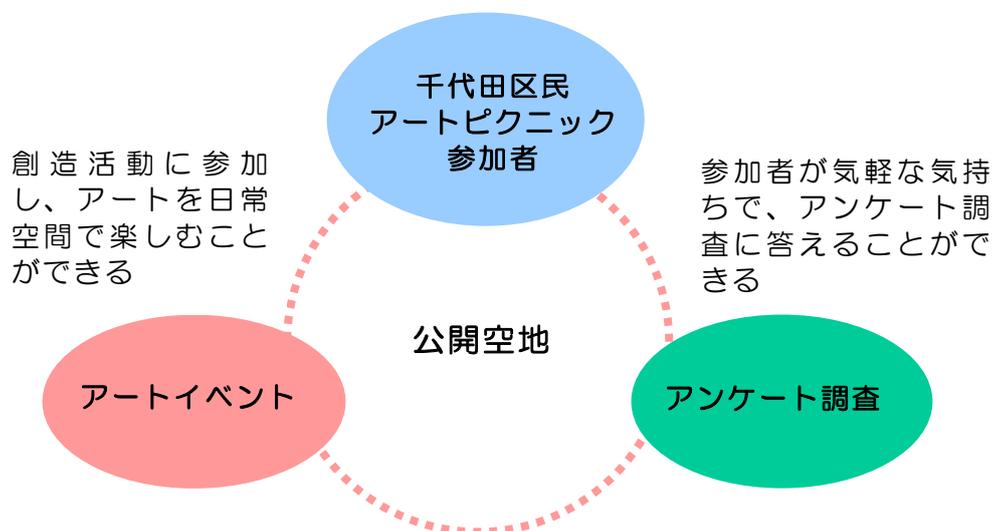
1. 【公開空地の文化的利活用】

周辺住民や歩行者が利用できるように解放されている公開空地は千代田区内に110カ所以上存在している。しかしそれらの存在はほとんど人びとに知られず、その利活用は非常に限定的な状況にある。公開空地は、敷地所有者のものでありながらも、一般に開放され自由に通行または利用できる区域でもある。有効容積に応じて、容積率割増や高さ制限の緩和が受けられる恩恵をもたらす公開空地は、現代都市のもっとも曖昧な空間の一つだといえるだろう。

そこで御茶ノ水地区にある公開空地を利用し、『公開空地アート・プロジェクト』という名称でアートイベントを開催し、この公開空地をいかに文化的に利活用することが可能なのかを検討することを試みた。

2. 【参加者への公開空地に関するアンケート実施】

さらに、このイベントでは、アーティストとのワークショップ形式によって作った作品をその場で作る〈参加型プログラム〉を組み込んだ。一人でも多くの人びとが参加しやすいよう、身近な生活用品である「ビニール傘」を素材とした立体作品を創作するプログラムを考案した。さらに、このワークショップを通して、参加者の創造性を喚起させ、普段使用することのない街の公共空間を楽しんでもらう機会とした。



4. 公開空地の文化的利活用の実践

(5) 実施結果

【1】1日目



↑ 写真 a



↑ 写真 b



↑ 写真 c

(写真 a) イベント開始前にアーティストがボランティアの学生に組み立て説明。(三井住友海上ビル公開空地)

(写真 b) ボランティアの学生もアンケートに答えている様子。(三井住友海上ビル公開空地)

(写真 c) 子どもの参加も多かった。(お茶の水ビル公開空地)

【2】2日目



↑ 写真 d



↑ 写真 e



↑ 写真 f

(写真 d) ボランティアの学生がワークショップに参加者を勧誘した。(三井住友海上ビル公開空地)

(写真 e) アーティストが参加者にワークショップ形式で制作方法を伝授。(三井住友海上ビル公開空地)

(写真 f) スタッフが参加者にアンケートを取っている様子。(お茶の水ビル公開空地)

【3】傘の寄贈

イベント終了後、使用した傘は単なる「使い捨ての傘」ではなく「アート作品となった傘」として、お茶の水の日大病院、千代田区立お茶の水小学校、井上眼科、三井住友海上 ECOM、御茶ノ水地域の方々に再び使用されるよう、作品の説明をつけて寄贈した。

5. 公開空地に関する利用者アンケート調査

(1) アンケート調査の目的

市民や利用者の視点から、公開空地がどの程度認知され、また活用に対してどのような心理的バリアが生じているのかを明らかにする目的で、アンケート調査を実施した。

(2) 調査に関する基礎データ

実施日 : 2012/10/6(土)10~17時(晴) 最高気温 28℃、最低気温 22℃

2012/10/7(日)10~17時(雨のち晴) 最高気温 21℃、最低気温 17℃

実施場所 : 三井住友海上駿河台新館ビル(東京都千代田区駿河台 3-11)

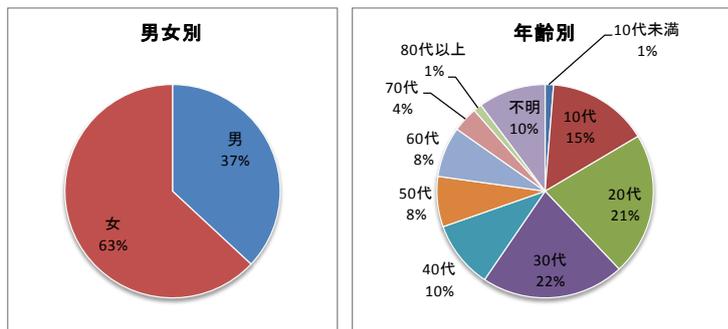
日大理工学部側公開空地及び新お茶の水ビル前公開空地(東京都千代田区神田駿河台 4-3)

アンケート対象者 : お茶の水アートピクニック「ニコニコ来々ドーム」プロジェクトプロジェクト参加者及び公開空地通過者

回答者数 : 79(二日間合計)

(3) 回答者データ

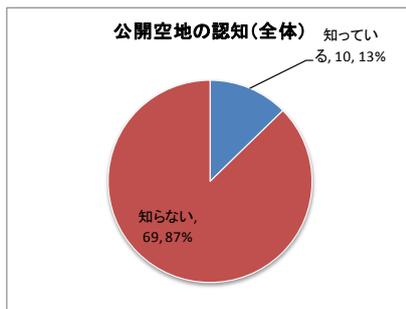
	総数	性別				年代									
		男	女	男女	不明	10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	不明
2012/10/6(土)	46	15	30	0	1	0	10	12	8	4	3	4	2	1	2
2012/10/7(日)	33	12	16	1	4	1	2	5	9	4	3	2	1	0	6
計	79	27	46	1	5	1	12	17	17	8	6	6	3	1	8



回答者は女性の割合が高く 6 割弱となっている。また年齢別に見ると、20代及び30代である回答者が 4 割弱であり、若年層の回答者が多い。

(4) 全体の結果

【1】公開空地の認知について

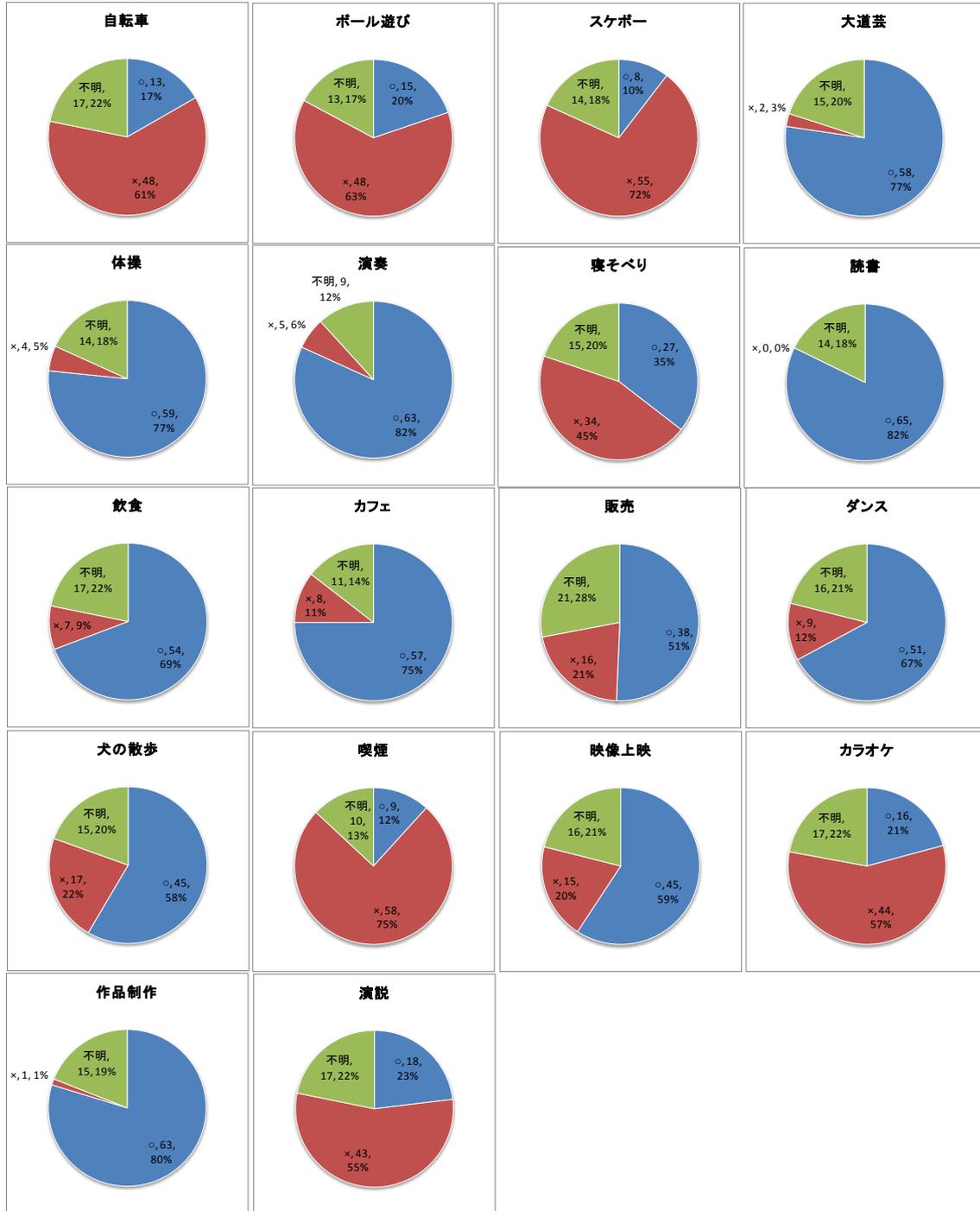


(「知っている, 10, 13%」とは知っていると答えた人が 10 人で全体の 13% いた、ということを示す。以下他の図においても同様とする)

9 割近くの回答者が、プロジェクトが行われている現場が公開空地であること、もしくは公開空地の存在時代を知らない、と回答した。

5. 公開空地に関する利用者アンケート調査

【2】 行ってはいけない／良いと思う行動について

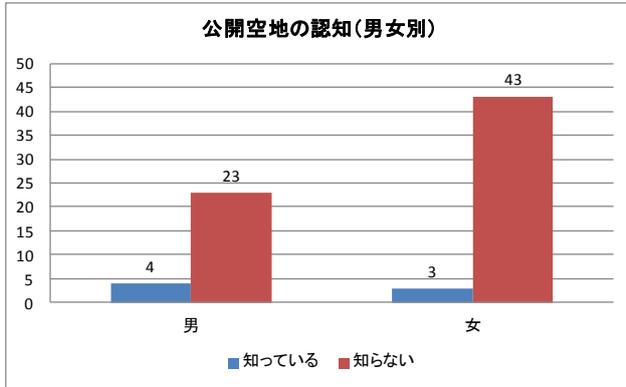


半数以上が「行ってはいけない」と意識している行動は「自転車」「ボール遊び」「スケボー」「喫煙」「カラオケ」「演説」となった。逆に半数以上が「やってもいい／やりたい」と意識している行動は「大道芸」「体操」「演奏」「読書」「飲食」「カフェ」「販売」「ダンス」「犬の散歩」「映像上映」「作品制作」となった。また「行ってはいけない」と「やってもいい／やってみたい」という意識が拮抗しているのは「寝そべり」行為となった。

5. 公開空地に関する利用者アンケート調査

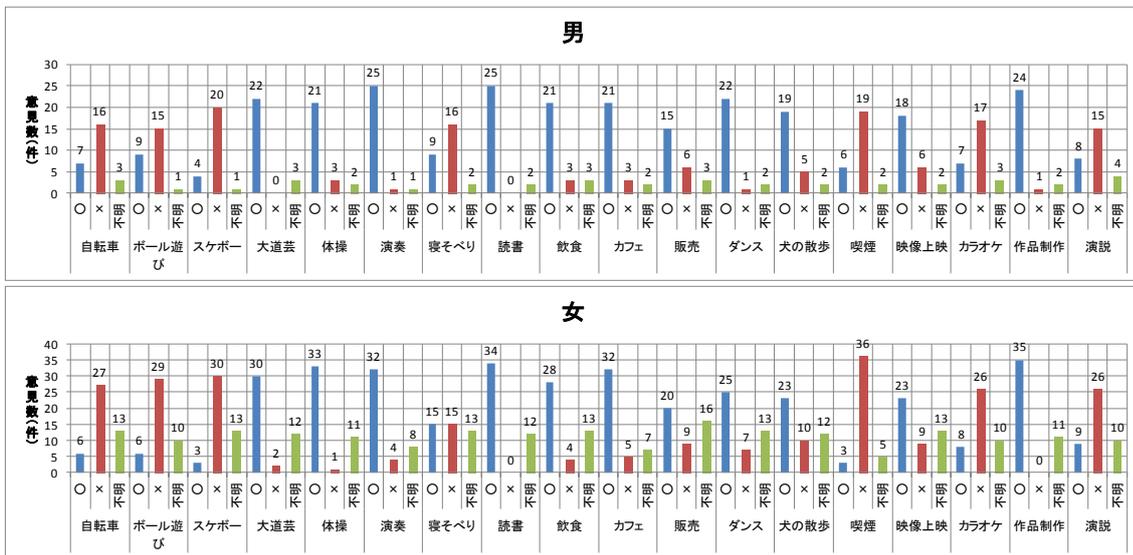
(5) 男女別結果

【1】公開空地の認知について



(数字は意見数(件)を示す)

【2】行ってはいけない／良いと思う行動について

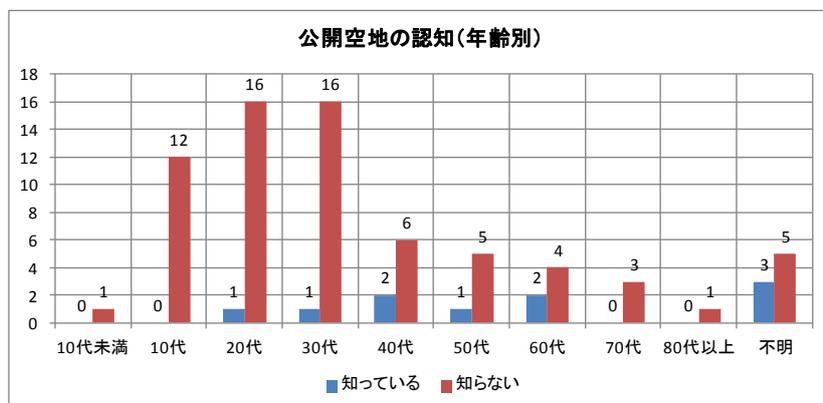


(数字は意見数(件)を示す)

5. 公開空地に関する利用者アンケート調査

(6) 年齢別結果

【1】公開空地の認知について



(数字は意見数(件)を示す)

【2】行ってはいけない／良いと思う行動について

(次ページ参照)

(7) やってみたいと思うことに対する自由回答一覧

子供向けの紙芝居、子供向けの昔にあった遊びを教える(男、60代)

一輪車(女、20代)

大道芸とか演奏は楽しそうですね！見てみたいです！(女、20代)

誰もが自由に遊べて何かちょっと手作りできたらと思います。(女、60代)

物産展、市場、朝市のようなイベント(男、20代)

展示会など(女、20代)

住民などが休める憩いの場(男、20代)

床に落書き(後ですぐ消せるもの)(男、50代)

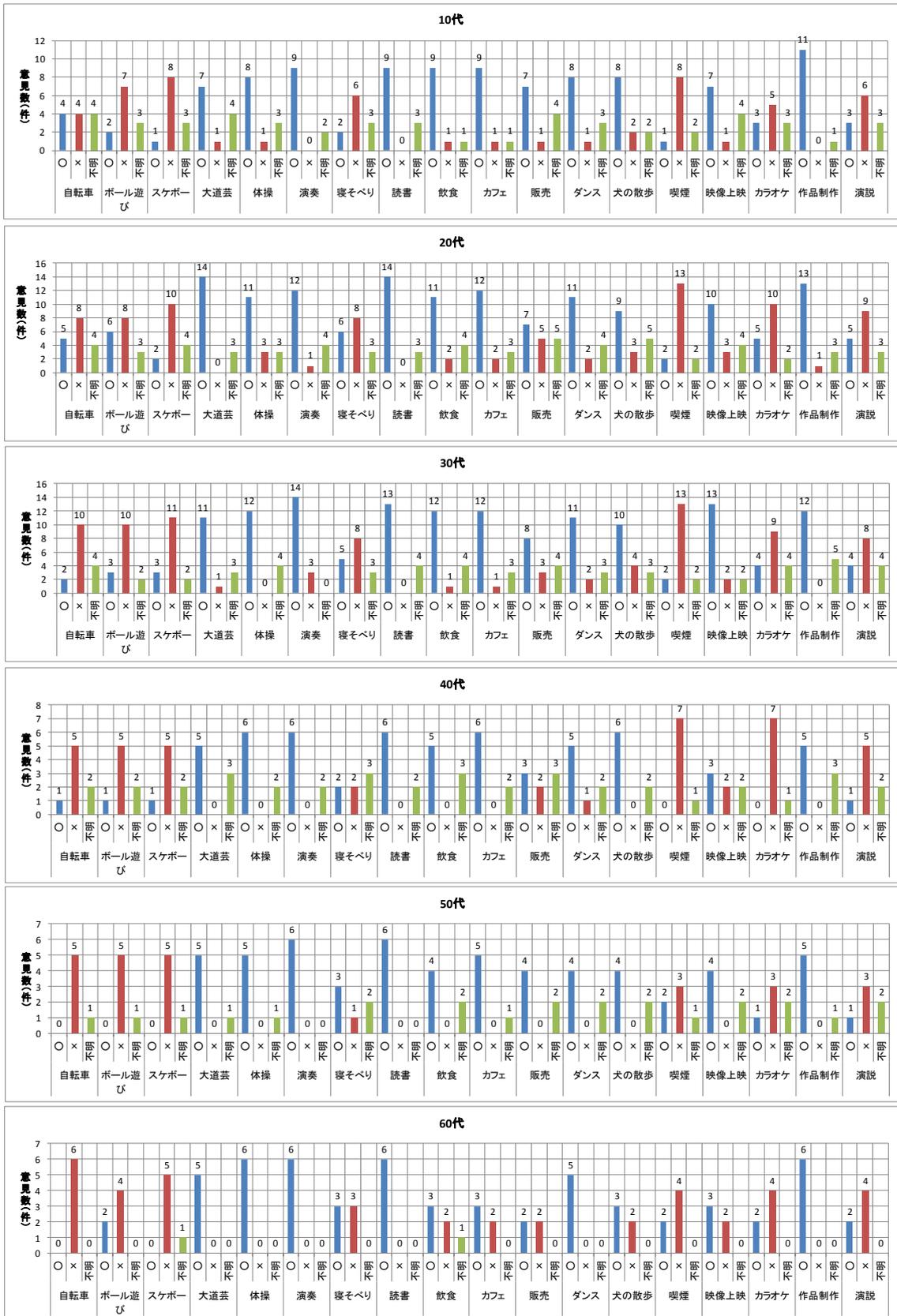
自転車が駐車した後にくつろげる(男、50代)

(8) 当日の様子



5. 公開空地に関する利用者アンケート調査

(下図) 年齢結果



(数字は意見数 (件) を示す)

5. 公開空地に関する利用者アンケート調査

(9) 考察

以上の調査から、大きくは5点を明らかに出来た。

- ①公開空地の存在は、広く認知はされていない。
- ②公開空地のような公共空間において、「騒音」「危険」など迷惑の問題が付きまとう行為（例：ボール遊び、喫煙、カラオケ等）は不適切と判断されている。
- ③公開空地のような公共空間において、余暇的行為（体操、読書、飲食、カフェ等）は適切もしくは歓迎される傾向がある。
- ④公開空地のような公共空間において、寝そべり行為については判断が分かれる。
- ⑤行為の適切／不適切に関する判断は、年齢や性別による大きな差は見られなかった。

ただし調査日がお茶の水アートピクニック実施時であったため、特別な環境化における結果である点は注意が必要である。今後の課題として、平常時において利用者が公開空地に対してどのような利用意識を感じているかの調査があげられる。

6. 公開空地に関するヒアリング調査

(1) ヒアリングの目的

市民による文化活動を促しやすい公開空地はどういった場であるか、また、生き生きとした公開空地の活用はいかなる状況で可能となるのか等の事項をヒアリングにより調査・検討する。

調査期間：2012年9月～10月

(2) 対象空間について

以下4つの空間とその管理者を対象に行った。各対象の詳細を以下に記す。

(下表) 対象公開空地の基礎的情報(五十嵐敬喜(2010)『千代田区における公開空地—その意義と実態及び機能—』千代田学より作成)

建物名	空地率	公開空地率	有効空地率	容積率
新お茶の水ビルディング	42.0%	56.4%	49.2%	639.4%
三井住友海上駿河台新館	54.2%	32.8%	34.3%	632.6%
御茶ノ水ソラシティ(計画)	41.4%	不明	約31.4%	約970%
明治大学アカデミーコモン	不明	不明	不明	不明



(上図) 対象地域の周辺地図 (Map data © Google, Zenrinを加工・編集)

6. 公開空地に関するヒアリング調査

【1】新お茶の水ビルディング（東京都千代田区神田駿河台 4-3）



（下写真）周辺の様子（お茶の水スキマ大学 Facebook サイトより引用）



（上図）周辺の地図（Map data © Google, Zenrin を加工・編集）

※○で囲んだ箇所が対象敷地

6. 公開空地に関するヒアリング調査

【2】 三井住友海上駿河台新館（東京都千代田区駿河台 3-11）



(写真左) 周辺の様子 (<http://nekoarena.blog31.fc2.com/blog-entry-1532.html> より引用)

(写真右) 周辺の様子 2 (<http://building-pc.cocolog-nifty.com/helicopter/2012/06/post-59a9.html> より引用)



(上図) 周辺の地図 (Map data © Google, Zenrinを加工・編集)

※○で囲んだ箇所が対象敷地

6. 公開空地に関するヒアリング調査

【3】 御茶ノ水ソラシティ（東京都千代田区神田駿河台 4-6）



（左図）プラザのイメージ（2011年9月5日付プレスリリースより引用）

（<http://www.taisei.co.jp/kaihatsu/kanda-surugadai/image/top/110905PressRelease.pdf>）

（右写真）周辺の様子（お茶の水スキマ大学 Facebook サイトより引用）



（上図）周辺の地図（Map data © Google, Zenrin を加工・編集）

※○で囲んだ箇所が対象敷地

6. 公開空地に関するヒアリング調査

【4】 明治大学アカデミーコモン（東京都千代田区神田駿河台 1-1）



（上写真）周辺の様子（<http://ramblelazy.com/archives/1776431.html> より引用）



（上図）周辺の地図（Map data © Google, Zenrin を加工・編集）

※○で囲んだ箇所が対象敷地

6. 公開空地に関するヒアリング調査

(3) 調査結果



(写真上2枚とも) 各担当者とのヒアリング時の様子

※Cは総合設計制度上の公開空地ではなく、都市再生特区制度による広場である。またDは公開空地ではなく、共用空地であることを留意されたい。

【1】公開空地を設けた理由について

- A) 経緯は知らない。
- B) 一義的には、容積率緩和のためだが、地域貢献として、緑を街に提供したいという思いがある。
- C) 駅前空間の確保が地域貢献に繋がるため。また通りからの見通せる景観を考慮して建物をセットバックさせている。
- D) 許容容積率を上げて充実した教育研究のスペース、教室などのスペースを確保するために作られた。

【2】公開空地の活用について

① 公開空地が地域コミュニティにとって、どのような貢献につながると良いと思うか

- A) 公園広場も公開空地として設けている。また商業施設の振興のため、集客の必要があり以前から商業系のイベントを実施。地下にも広場を設け、近隣との付合いを大切に、地域との振興に繋がっている。
 - B) 環境・生物多様性や、ヒートアイランドへの貢献。地域において、緑化は点としてでは効果が少ないため、地域全体に広がっていくことが望ましい。公開空地緑化がそのためのモデルケースとなれば。
 - C) 地域の祭りやスケッチの実施場所に協力する予定。
 - D) 歩道整備だとか、地域の人々の安全な空間であることを創出出来れば。
-

6. 公開空地に関するヒアリング調査

②公開空地が地域コミュニティにとって、創造的な影響を及ぼしていると思うか。

- A) 『お茶の水アートピクニック』の開催が文化的イベントに当たる。他に、近隣商店街が主体となって七夕・クリスマスイベントを毎年開催。警察の交通習慣イベントも。
- B) 環境啓発や街づくりに繋がっていくようなプログラムを行っていきたい。(例：野鳥の観察方法を学び、実践する) 現在は地域の園芸学校に公開空地を無料で貸出している。また屋上農園は無料で人気も高いため、今後も続けていく予定。地元の人が参加出来る場となることが望ましい。
- C) 公開空地の一部に面してギャラリーを設置予定。よって創造的影響はあると思う。地域の方々を中心に学生・クリエイターなどに利用して貰おうと考えている。
- D) 公開空地では大学関連のイベント(ホームカミングデー)や献血のイベントを実施している。またただ空地であるだけだと無機質なものになるので、木を植えるだとか、自然になじむような石材などのベンチを置くなどして工夫している。

③公開空地が芸術文化活動を許可することによって、地域の社会的関係に良い影響を与えられ るとしたら、どの程度(年/月/週に何回程度)の活用を許可して良いと思うか。

- A) 内容にもよるが月1くらい。年間通しての関連性があれば月2。地域にふさわしい又はインパクトを持つものが良い。また休日には家族を連れてくるようなイベントが良い。この場所を発信していく必要を感じている。
- B) (担当レベルの考えでは)月1回程度。使用に関しては、都や区に問題がなくても、地元の人々との意見も大切。貸出に関しては、使用者が多様であることが望ましいと感じている。この公開空地は会社のCSRと密接な関係にあり、活動テーマがCSRに近いものであることが望ましい。
- C) オフィスビルであるという前提があるので、毎週のように頻繁な活用は出来ないと思うが、公開・利用は促したい。またビル運営者が予算を出してイベント開催するとなると、年に1度くらいになるかと思う。空地の活用をする方々が、自分たちで費用を負担して、それがビルの利害とも一致する活動であれば何度でも活用して貰って良いと思う。だが1~2年は運営してみないと、現実的にどこまで対応可能か分からない。
- D) 平日は授業があるので活用は難しい。また日曜についても、学会や試験会場として貸し出しているため、たとえ音が出ないとしてもイベントのために場所を提供することは難しい。

④-A 公開空地のロケーションと文化芸術活動の実施は共存すると考えるか。

- A) 『アートピクニック』(2日間)のスケッチ展覧会は好評。出品者が知人を連れてくる。

④-B、C 公開空地における自然環境の推進と文化芸術活動の実施は共存すると考えるか。

- B) 不可分である。
- C) 共存すると思う。広場では緑地部分以外にも活動可能部分は用意しているので共存できると思う。
- D) どちらかといえば共存すると思うが、近隣への配慮及び安全確保が考慮されていることが最低限の条件となると考える。

6. 公開空地に関するヒアリング調査

⑤-A 公開空地のロケーションにおいて、どのような文化芸術活動が好ましいと考えるか。もし承認できない文化芸術活動があるとすれば、どのような内容か。

A) ロックは相容れない。以前にロックイベントを開催したところ近隣から苦情が来た。開催時間が20時～21時だったこともその理由。

⑤-B、C 公開空地における自然環境の推進と併せて、どのような文化芸術活動が好ましいと考えるか。もし承認できない文化芸術活動があるとすれば、どのような内容か。

B) 多くの人に活用し、公開空地に賑わいが出来ることが望ましい。文化芸術活動については、自然の中に芸術作品があるようなイメージが望ましい。芸術作品によって自然の美や価値に気がつくような仲介的役割をアートが担えるのではないか。ただし前衛的過ぎるものや、パフォーマンスやインスタレーション等はたとえアートの価値が高く、若手アーティストの育成に繋がるにしても、地元の人々にとって問題がないかをよく考慮する必要がある。絵画などはOKである。また音楽についても、周囲との調和が必要だ。

C) 近隣やビル利用者が不快に思うものは出来ない。節度のある賑わいは良いと思うが、例えば同じ音をだすイベントでも音楽はよくても、演説はダメなどよく内容をみて判断する必要がある。

D) 運動、音楽、ダンス（音を発する活動）はまず難しい。また展示物についても、こちらで管理出来ないので一時的なものであっても難しい。展示期間中、展示の関係者が必ず数名立ち会い、安全に配慮・管理して動線を妨げないという条件が満たされれば可能かもしれない。

⑥ しゃれた街並みづくり推進条例（同条例に関する詳細は、p●～●を参照）を指定する意向はあるか。その場合どのような活用を考えるか。

A) この先登録も考えている。メリットとして、公開空地の使用に関して、東京都に1回の登録で良いから。指定した場合は、緑化景観、憩いの提供、ランドマークとしての活用を考える。

B) 登録を考えている。指定した場合は、自主企画（環境教育等）、他団体の企画への場所提供に使用する。

C) 都市再生特別地区を活用した計画であり、特に申請する必要がなかったので登録しない。想定する活動内容（広場にカフェを出す、ベンチを置く）等を都市再生特別地区で都に提案しており、改めてしゃれた街並みづくり推進条例申請をする予定はない。

D) 今回初めて知った。未検討である。

【3】空間デザインと景観に関して

① 周辺との物理的環境の関係において、何らかの対処を行ったか。行った場合はどういった内容か。

A) 茗溪商店街と樹木の種類を合わせている。また今後は新たに出来る「ソラシティ」との関係を睨みながら、リニューアルしていく部分も出るだろうが、これまでの伝統を重視していきたい。駅前のランドマークとしての機能を果たしていくよう、サイン塔のリニューアルも考えている。

6. 公開空地に関するヒアリング調査

- B) 緑化、近隣公共交通機関や通りからの動線の工夫、街路樹の植え替え、舗装の工夫等をした。
- C) 駅前空間の確保、バリアフリー通路整備、立体的な広場を創出し周辺へのアクセスを向上するねらいがある。オープン前のため細かい部分は今後。
- D) 開発前の元あった建築物のイメージを残しながら、建物を高層化して屋外スペースを広く取るということで、動線の円滑化を図った。また建物の色や道路のタイルの色は、周辺を配慮して奇抜な色を避けた。

【4】その他、課題について

①現在完成している公開空地について、なにか課題はあるか。

- A) 千代田線新御茶ノ水駅出口のエスカレーターがないため、バリアフリーでなく改善する必要があるだろう。裏側にある公園広場をもっと活用していきたい。滝なども復活し（電気代節電のため休止中?）、工夫をして名所となる場にしたい。周辺が変化していく中で、ビルの景観も変えていく必要があるだろう。営利目的でない活動には公開空地使用許可を出していく。
- B) 多くの人に活用してもらいたい。地元の人に活用いただくのが望ましい。
- C) まだオープンしていないため、不明。
- D) 公開空地の申請が煩雑で手間が掛ってしまうこと。例えば、恒例となっている行事（献血等）の許可申請が省けるのであれば、より活用は出来るのかと思う。



(上写真4枚共：明治大学ホームカミングデー時の様子。明治大学校友課提供)

7. 公共空間まち歩き調査

(1) 目的

実施日：

2012/2/24 (土) 13~14 時 (晴) 最高気温 8℃、最低気温 1℃

2012/3/7 (土) 10~17 時 (晴) 最高気温 19℃、最低気温 7℃

実施場所：お茶の水界隈

アンケート対象者：

スタッフ 4 名、調査協力者他 1 名

公共空間学連続講座第 1 回まち歩きパート参加者

回答者数：7 (二日間合計)



(上写真) まち歩き時の様子

(2) 調査方法

お茶の水界隈の街歩き時に、下記のアンケートフォームを手渡し、以下の手順でフィールドワークを実施した。

- ① 1 時間程度のまち歩きの中で、公共空間を探す
- ② 調査票の地図に、良い／悪い印象ごとに公共空間をプロットする
- ③ 特に印象に残った公共空間を選び、自分で感じた指標「〇〇度」を決め、3 段階評価する
- ④ 特に印象に残った公共空間について、「どこで、誰が、何をしている」というフレーズと公共空間の名前を記入する

お茶の水スキマ大学

「公共空間を楽しむ、実践する」アーバンスタディーズ

氏名・フリガナ	ニックネーム (ローマ字6字以内)
<input type="text"/>	<input type="text"/>

■主眼

公共空間が新たな潮流を起しています。単なる空地としての公共空間ではなく、楽しみ、憩うことができる文化性の高い公共空間がこれからは必要ではないでしょうか？
今回のアーバンスタディーズでは、現在お茶の水の公共空間はどのようなものがあるかを探し再発見する「フィールドワーク」と、一般の利用者が思う公園空地の利用の幅（行われていない行為はどれか？など）を「アンケート調査」を実施し、公共空間を楽しみながら再発見することを目的としています。

主催：お茶の水オープンスペース活用推進会議



(上図) まち歩き調査時に配布した調査票

所 属・学 校	教壇コース (以下に〇をつけてください)
<input type="text"/>	A・B・C・D・E・F

■フィールドワークの方法

- ① 1 時間の街歩きの中で、公共空間を探し、このデータシートに記録しながら街歩きます。
- ② データシートの地図に、公共空間を見つけたらプロットします。
 - ・公共空間が良い印象だとしたら、地図に「g-1」と書いて〇で囲ってください。
 - ・公共空間が悪い印象だとしたら、地図に「b-1」と書いて〇で囲ってください。
 - 例) (g-1) (g-2) (b-1) こちらは、公共空間のIDとなります。
- ③ 探訪、2つ目以降に見つけたものは、2, 3, 4 と数字を順につけてください。
- ④ 見つけた写真は、「info.sukima@gmail.com」まで写真添付のメールを送ってください。その際に、件名に「ニックネーム+公共空間ID」と記載してください。
- 例) sukima g-2
- ⑤ 印象に残った公共空間を選び、自分で感じた指標「〇〇度」を決め、3段階評価をしてください。
- 例) 「楽しさ」☆☆☆、「寂しさ」☆☆☆
- ⑥ 印象に残った公共空間のシーンに、「どこ (公共空間) で、誰が、何をしている」というフレーズと公共空間の名前を書き込んでください。

■印象に残った公共空間

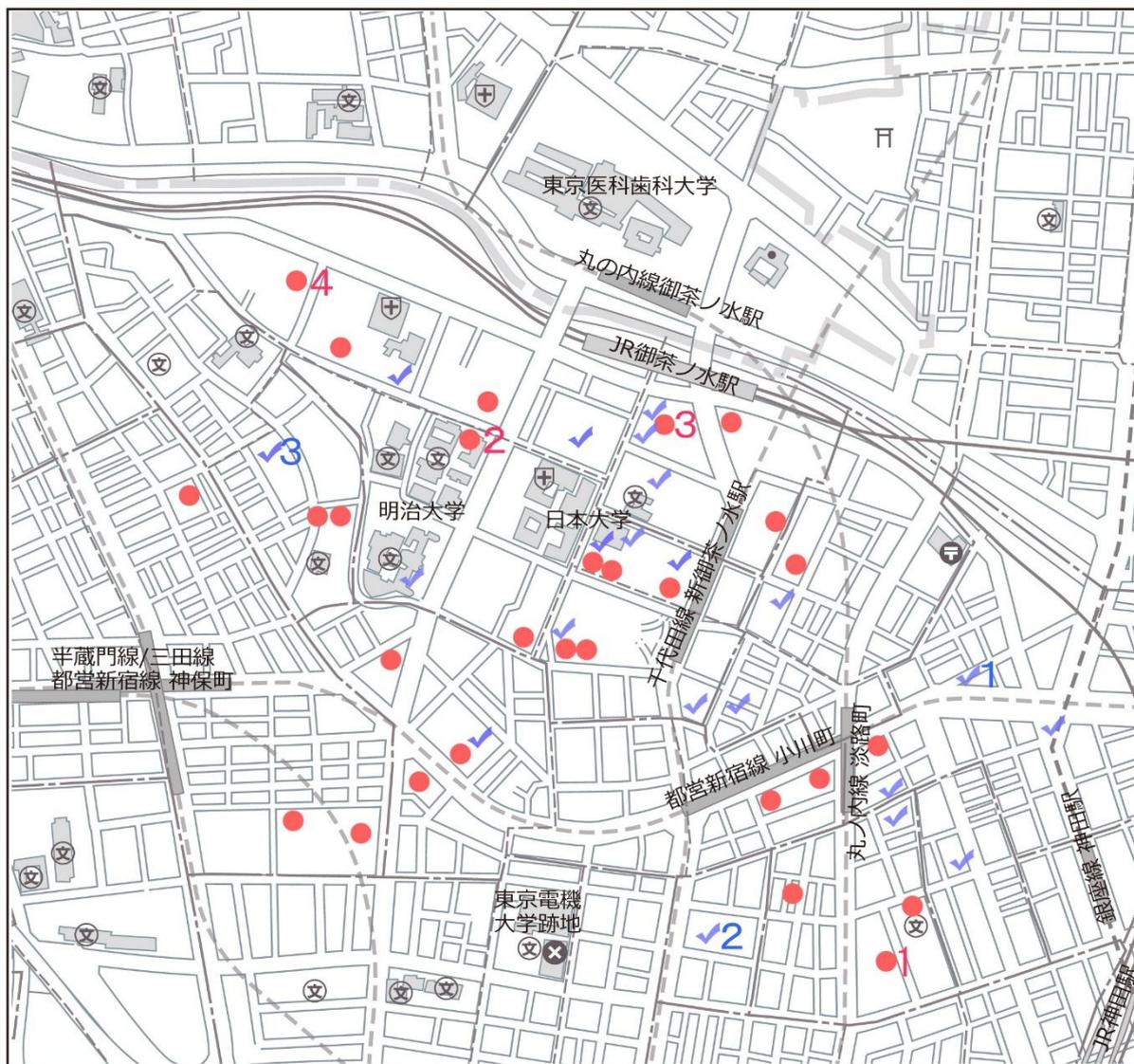
公共空間ID 例) g-1, b-1	<input type="text"/>		
公共空間の名前	自分の感じた指標「〇〇度」	自分の感じた指標「〇〇度」	
どこで (公共空間の場所)	誰が (利用者、活動している人)	何をしている (具体的活動)	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

公共空間ID 例) g-1, b-1	<input type="text"/>		
公共空間の名前	自分の感じた指標「〇〇度」	自分の感じた指標「〇〇度」	
どこで (公共空間の場所)	誰が (利用者、活動している人)	何をしている (具体的活動)	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

7. 公共空間まち歩き調査

(3) 結果

【1】印象のよい／悪い公共空間のマッピング



赤丸マーク（●）は印象のよい公共空間、チェックマーク（✓）は印象の悪い公共空間を指す。マーク右に番号のあるものは詳細データがあることを示す。尚詳細は次ページ以降に記す。

7. 公共空間まち歩き調査

【2】特に印象に残った公共空間について

見方

- ① 公共空間の名前
- ② 自分の感じた指標「〇〇度」とその評価（最大☆3つ）
- ③ 「どこで/だれが/何をしている」



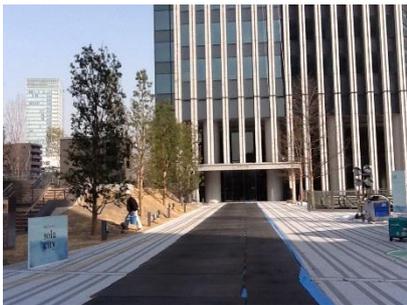
● 1

- ① 「神田児童公園」
- ② 子供の声/☆☆☆
開放/☆☆☆
- ③ 神田児童公園で/親子が/遊んでいる



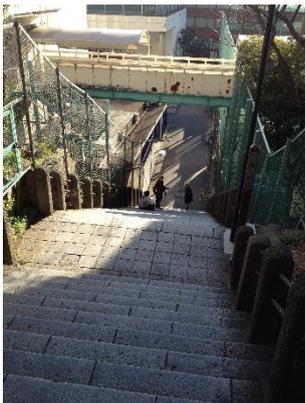
● 2

- ① 「ふたりだけのベンチ」
- ② ふたりだけの空間度/☆☆☆
- ③ ベンチの奥で/明大生が/告白している
(神保町で飲んだ後)



● 3

- ① 「新しく公共空間が生まれる」
- ② ハードのクオリティ/☆☆☆
活用のポテンシャル/☆☆☆
- ③ 淡路町再開発で/今後、街の人が/にぎわう



● 4

- ① 「男坂の粹」
- ② リラックス/☆☆☆
活気/☆☆
- ③ 男坂で/カメラマンの撮影/モデルがポーズ

7. 公共空間まち歩き調査



✓1

- ① 「ぽっかりスペース」
- ② 寂しさ/☆☆☆
不足感/☆☆☆
- ③ 神田須田町 1-3 で/通行人が/通過している



✓2

- ① 「THE 公開空地」
- ② THE 公開空地/☆☆☆
滞留空間度/☆
- ③ 住友不動産神田ビル公開空地で

(左写真) Map data © Google, Zenrin のストリートビューを加工・編集



✓3

- ① 「巨大空地」
- ② 寂しさ/☆☆☆
無機質/☆☆☆
- ③ 猿楽町 S S ビルで/誰もいない/何もしていない

7. 公共空間まち歩き調査

(8) 結果

以上の調査から、大きくは以下が結果として上げられる。

- ① 印象の良い公共空間の数（計 28 箇所）と悪い公共空間の数（計 21 箇所）は拮抗している。
- ② 印象の良い空間では具体的な活動・行動が記述されるが、悪い空間では通過するだけであったり、活動が生まれていない様子が記述されている。

8. 公共空間学連続講座の報告

(1) お茶の水スキマ大学 公共空間学連続講座

「公共空間を楽しむ方法とは？」 実施報告

① 第1回講座



(上写真) 山下裕子氏



(上写真) 会場の様子

第1回講座「アイがうまれる“まちなか広場”」

講師：山下裕子（NPO 法人 GP ネットワーク理事／（株）まちづくりとやま グランドプラザ担当）

日時：2012/3/7(土) 17～19 時

会場：三井住友海上駿河台新館別館 ECOM 駿河台 2F

参加費：無料

参加者：計 19 名（講師 1 名、スタッフ 4 名、受講生 14 名）

Summary

3月7日、まちづくりとやまの山下裕子氏を講師として「アイがうまれる“まちなか広場”」をテーマにお話頂いた。

とやまグランドプラザについて

山下氏はグランドプラザ賑わい広場の管理運営を担当されている。同場所は商業施設と駐車場の間の通過点に位置する広場であり、誰でも使用料を支払えば自由に使う事が出来る。禁止事項は殆どない。グランドプラザとは「何か楽しいことがある」と認知される空間であり、また広場はあくまでも通路であることが特徴的である。

グランドプラザの戦略について

特徴的な戦略は、何より使用の方法は自由であるが一律に使用料を取る点だ。使用料を取ることで、質の高いイベント開催が可能になるという。また利用のされ方も多様であり、これは条例によって利用方法の制限が緩和されたことに起因する。更にワイン会などのイベントを定期的で開催し、毎週末の仕掛けは平日の人の呼び込みにも繋がっている。「平日が大切」であると同氏は強調し、日常風景を仕掛けることの重要性を述べた。例えば誰も座らなかった場所にはスタッフが座り、「座っても良い場所」だと認知してもらうことが出来る。使い方一つをとっても日常的に視覚化することが重要である。

8. 公共空間学連続講座の報告

お茶の水への提案

日中のお茶の水エリアのまち歩きを踏まえて、同氏にお茶の水の公共空間に対するコメントと提案を頂いた。同氏によると、お茶の水の公共空間は「開けた場所だが人がいない」空間であるという。ハードがいかに立派なものでも、そこを通る通行人は互いが通過点同士でしかない。しかしその一方で、お茶の水には場所を活用したい人（学生など）がいて、その場所を提供しようという意思を持つ人（所有者）もいる。場所と人という十分な材料が揃っていることに非常にポテンシャルを感じるという。あとは、使える場所の位置と規模、そして場所を活用しようとする人達の活動を視覚化する。そして日時と場所を決定して定期的に何か仕掛けるべきである、とお話頂いた。会の最後に山下氏は「人の行動が先にあっていい。小さなことから定期的に」と述べ、今後のお茶の水の公共空間利活用の目指す方向性が示されたと思う。

質疑応答（一部）

勉強会の後半では、活発に質疑応答が行われた。ここではその一部を記録する。

Q. 市の条例を作った/変えた部分について詳しく教えて欲しい。

A. 詳しくは「富山市まちなか賑わい広場条例」を参照して欲しい。条例制定で広場は自由な空間になっている。ただし貼り紙は禁止しており、これは様々な禁止事項が貼り紙によって氾濫する状況避けるためである。

Q. 運営側が広場での自主イベントを行なっているのか。

A. ほとんどない。百日程度（毎週末）は他者に利用されている状況である。

Q. 有料であることを強調されているが、無料と有料の境目はどうお考えなのか。

A. 場所の使用料は基本的に頂くことを徹底している。それにより使用者の真剣味を産み、また参加者を集めることへの思いが高まると考えているからである。

Q. お茶の水のまちで一番わくわく出来たスキマは何処だったか伺いたい。

A. 喫煙所、日本大学工学部の広場、そしてエリアに点在するキャンパスの建物間にある通路など。

Q. 広場の知名度を上げていくまでの話を伺いたい。

A. まずメディアを利用し、次にファンをつくる。クチコミが一番である。

（文責：東京工業大学大学院 中村有理沙）



（上写真）山下裕子氏とのまち歩き、集合写真

8. 公共空間学連続講座の報告

① 第 2 回 講座



(上写真) 太田浩史氏



(上写真) 会場の様子

第 2 回 講座「Think your own Picnic」

講師：太田浩史（東京大学生産技術研究所講師／東京ピクニッククラブ共同主宰）

日時：2012/3/14(土)19～21 時

会場：新御茶ノ水ビルディング 5F 日本出版販売株式会社・会議室（東京都千代田区神田駿河台 4 丁目 3 番地）

参加費：無料

参加者：計 17 名（講師 1 名、スタッフ 4 名、受講生 12 名）

Summary

続く第二回勉強会では、東京ピクニッククラブ共同主宰である太田浩史氏を講師にお招きし、「Think your own Picnic」と題してお話頂いた。

意外にピクニックが何か皆知らない

まず、ピクニックの歴史的な流れについて。ピクニックは 19 世紀に英国ロンドンで始まり、大人同士の社交要素の強いものであった。20 世紀初頭に車が普及したことに伴い、ピクニックは広く流行する。この頃からピクニックセットが発達し、現在東京ピクニッククラブが 1950 年代のセット等を 100 以上所有し世界最大のコレクションであろうという話である。

東京ピクニッククラブについて

東京ピクニッククラブは 2002 年に始まった。きっかけは太田氏の個人的な経験によるものであり、偶然に外国人がピクニックを楽しんでいる様子を公園で見かけて「自分もやってみよう」と思ったからだという。活動は既に 10 年以上にわたりピクニックにおける「心得」もご紹介頂いた。例えば「労働をしてはならない」という事項では、ピクニックとキャンプの違いについての言及があり、あくまで自由に社交を楽しむ姿勢が大事であること、また「道具にこだわり

8. 公共空間学連続講座の報告

をもつ」という事項では、紙コップやブルーシートでなく正式なピクニックセットを使うことが強調された。

ピクニックから日本の都市を考える

日本の都市をピクニックから考えてみると、どう評価出来るのか。同氏は様々な公共空間で実際にピクニックを実施し、5つの指標（眺望、居心地、交通の便、穴場度、管理）を用いて比較している。その結果、日本式庭園がピクニックには不向きであることや管理された空間での実施の困難さなどが浮き彫りにされた。そもそも東京23区の公園の一人当たりの面積は4.5㎡で、ニューヨークの約1/6に留まっている。この狭さに加えて、日本の公園には庭園としての鑑賞機能が期待されており、また固定型ベンチ、立ち入り禁止のサイン、閉園時間の早さなど、公園に集まることのできない原因ばかりである。だからといって公園以外の公共空間に目を向けてみても、活用できる空間は少ない。太田氏は「狭い家しかないからこそ外で会う、これが都市で住まう知恵」と述べ、今の都市にふさわしい現代的なピクニックの提案を今も続けている。

海外へ飛び出す東京ピクニッククラブとコンテストの開催

冒頭でピクニックを「趣味である」と述べた太田氏であるが、海外の展覧会に出張し、ピクニックの創造性を競うコンテストを開催するなど、活動規模・範囲は最早趣味の範囲を超え、非常に拡大している。例えばピクニックの聖地である英国ではクラウドカメラ（頭上から撮影出来るカメラ）を用いて、ピクニックの光景と食事の撮影を行っている。また低予算での実施を余儀なくされた韓国では、「どうしても芝が欲しい」と考え、利用されていない芝を飛行機の形にくり貫いて「休暇中」というコンセプトの元、一時的に会場に芝を移設しプロジェクトを成功に収めた。またコンテストは同氏が最も力を入れている部門の一つであり、新しいピクニックスタイルを期待して「ライバル募集中！」と述べていた。この裏には、ピクニックに使う場所の少なさ以上に、公共空間を使うスキルの少ない現状を打破したいというねらいがあり、「Think your own picnic」というタイトルにもその期待が込められているという話であった。

質疑応答（一部）

Q. 一般の人をピクニッククラブに巻き込むことについての考えを聞かせて欲しい

A. スペシャルなもの（グッズ、音楽、上から撮影した写真など）があると良い。リピーターを作ることも大事である。また派手な人に「こういうことをやっていいんだ」ということを示してもらおう手もある。真面目にやるよりも、ユーモアが大事である。

Q. 公開空地でのピクニックについての意見を伺いたい

A. 個人的に公開空地には絶望している。「空地を使って何の得が有るのか」と言われてしまう。だが一方で、水都大阪では空地を上手く活用していた。理由の一つとして文化政策がまずあって行動に繋がっていたからではないかと思う。

（文責：東京工業大学大学院 中村有理沙）

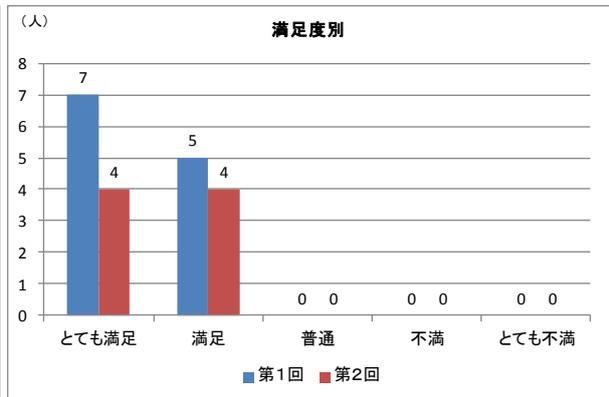
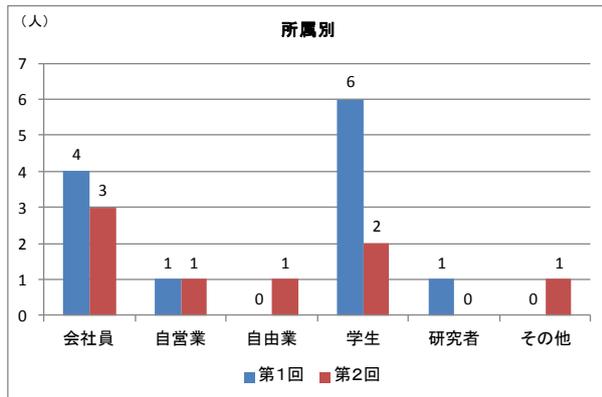
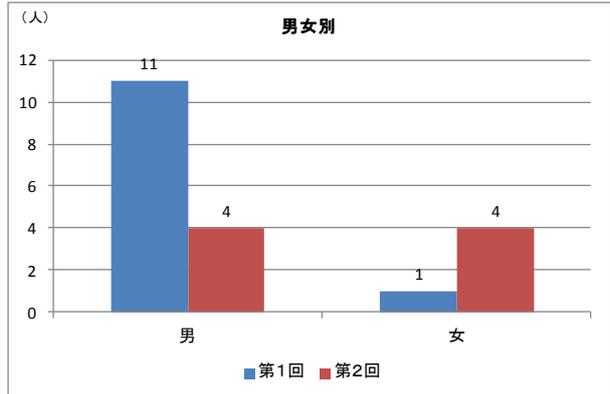
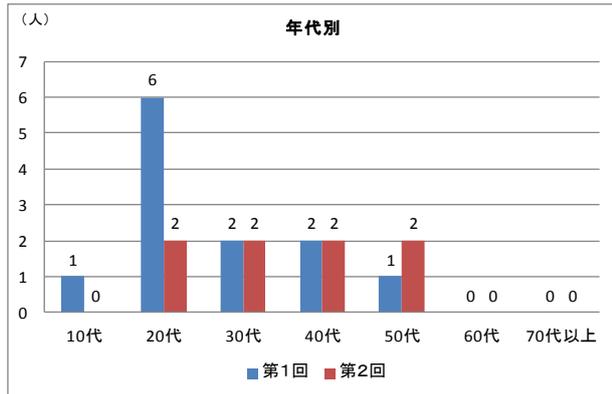
8. 公共空間学連続講座の報告

(2) アンケート結果

回収数：2日間合計で20（内訳は第1回で12、第2回に8）。

2日間合計で回収率77%（20/26）（内訳は第1回で12/14、第2回で8/12）

参加者の構成



勉強会の感想

【第1回勉強会】

- ・講演も分かりやすく示唆に富み、会場も盛り上がったので
- ・お茶の水のイベントも知れた上に、とやまの事も知れて良かった
- ・良い循環構造を持つためにどういったことをしたかを知れたこと
- ・人が集まるワクワク感を感じました
- ・まちづくりを目指す学生として参考になりました
- ・全て満足しました！

【第2回勉強会】

- ・途中からでしたがとても興味深かったです
- ・イベントのつくり方（考え方、参加者の巻き込み方）が参考になった。
- ・問題提起と活動実例に説得力があり、新しい発想のヒントになった

8. 公共空間学連続講座の報告

今後取り上げて欲しいテーマ

【第1回勉強会】

- ・ 街区公用の将来
- ・ ピクニッククラブのイベント
- ・ 空間における子どもとの関連性、空間環境で子どもがどう育つか
- ・ ストリートの使われ方について
- ・ 学生と空間有り方

【第2回勉強会】

- ・ 公共空間のソーシャルな共有価値としての社会意識をどう広めるか

お茶の水の公共空間についての感想

【第1回勉強会】

- ・ 公開空地等の「空間」はあると思うので、活動・滞留を誘発する座具、飲食店（キッチンカー）、さくら（人）等があると良いのでは
- ・ 公共空間は行政だけがつくるものではなく、その場にいる当事者がつくるものだと思う
- ・ 大人の公共空間ではあっても、子どもの空間はイベント等でない限り少ないように感じました。子どもが集まる空間とはどのようなものなのでしょう。
- ・ 安心して使える公共空間がない（場所は良いのだが、交通の大動脈となってしまう所など）
- ・ 学生のエネルギーを空間で発揮したいです！！

【第2回勉強会】

- ・ 管理された雰囲気が強すぎる
- ・ ありましたっけ？というくらいイメージが無いです。

9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について

■東京都「東京のしゃれた街並みづくり推進条例」まちづくり団体登録制度調査分析

今回調査を行った結果、現在のお茶の水の公開空地はあまり活用されていない現状があるが、ビルオーナー側には目的が違うが、活用したい意向があることがわかった。

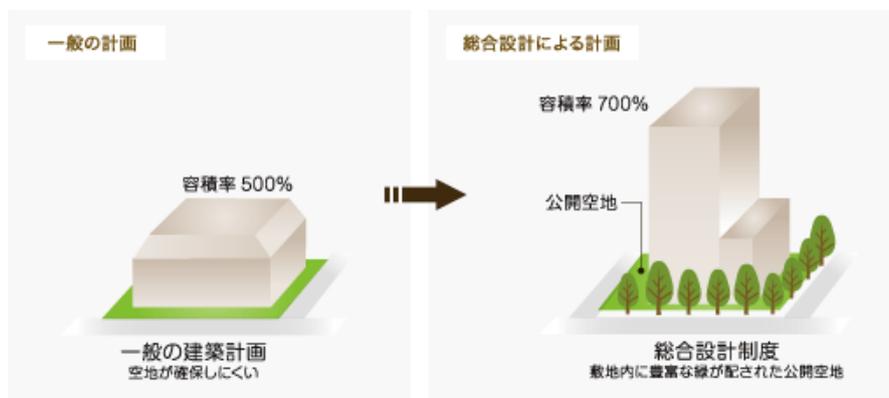
そこで、公開空地活用の規制緩和制度として、東京都「東京のしゃれた街並みづくり推進条例」のまちづくり団体登録制度に着目する。しゃれ街条例において現在登録されている 28 団体を調査し、そのうち御対応頂けた 23 団体と東京都に対して直接ヒアリング調査を行った。そのうち分析対象は、震災の影響を考慮して、基本的に 2010 年度の年間活用実績の資料から活用日が把握できる施設とした。（2010 年度中に登録した施設では 2011 年度の活用実績を使用。）これに該当する 20 団体を対象に、年間の活用日の数値データを用いて分析を行った。

まずは、「都市開発諸制度」と、「東京都しゃれた街並みづくり推進条例」の概要を示す。

■「都市開発諸制度」－容積率緩和と公開空地等の設置－の概要

- ・ 特定街区
- ・ 再開発等促進区を定める地区計画
- ・ 総合設計制度

上記の制度で、再開発事業者は公開空地等を創出すると、容積率の緩和が受けられる。それにより、床面積を多く求める再開発事業者により、民地側に公開空地が創出される（図 1）。また、公開空地とは、「歩行者が日常、自由に通行または利用できる開放空間」としている。



（上図）総合設計制度による公開空地の創出と容積率の緩和

■「東京のしゃれた街並みづくり推進条例」－公開空地等活用の緩和－

「まちづくり団体の登録制度」の概要

- 1) 上記の都市開発諸制度および都市再生特別地区で区域面積 1ha 以上（都市再生特区は除く）
 - 2) 活用可能な公開空地等の面積が 1,500m² 以上（都市再生特区は除く）
 - 3) 法人格を有する団体（NPO 法人、一般社団法人、株式会社など）
- の条件を満たせば、“まちづくり団体”として登録可能。

【登録前】

【登録後】

- ・ 無料の公益的イベントのみ → 加えて、有料イベント、オープンカフェ、物販なども可能

9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について

- ・年間 180 日まで → 無料イベントは無制限、有料イベントは 180 日まで
 - ・活用の都度、申請 → 申請手続きの簡易化（登録は 3 年ごとで、更新可能）
- また、「東京のしゃれた街並みづくり推進条例」において、公開空地の利用が可能となる活動を以下の別表 2 にて示す（規制緩和の活動の範囲が緑枠部分）。

別表 2 地域まちづくり活動種別の詳細一覧

活動の種別	形式	内容	諸制度運用基準上の種別
イ ベ ン ト	コンサート、ダンス、演劇、ショー、コンクール、能・狂言等	上演、鑑賞、ステージ・観客スペース等の設置、審査・選定会の開催	(ア) 地域の活性化に寄与する行為 及び (イ) 公衆の文化活動・レクリエーション活動の向上に寄与する行為
	パフォーマンス、大道芸	演者が巡業、回遊	
	アトラクション	遊具等の設置	
	メディアとのタイアップ企画、プロモーション撮影、現場中継、公開録音・録画等	テレビ番組、映画の紹介・展示、出演者の紹介、キャラクター・道具等の陳列、撮影機器・セット・放送ブース・観客スペースの設置	
	祭り（宗教的なもの）、伝統行事（餅つき大会、芋煮会、盆踊り、夏祭り、節分、節句等）、季節行事（年末年始、バレンタイン、クリスマス等）	お御輿の運行、神社・寺の行事、テント・調理機器・装飾等の設置	
	記念行事（オープンセレモニー、周年事業）	ステージ、観客席の設置、その他イベントの複合的開催	
	展覧会、作品展等（絵画・オブジェ（アート作品、キャラクター等）・動物・植物・生け花等）	絵画、彫刻等の展示、映写、作品の展示、飼育、生育スペースの設置等	
	ラジオ体操、スポーツ教室	ステージの設置、スペースの確保、レッスン、模範演技、機器の設置	
	スケート、ミニバスケット、フットサル	リンク、コート、着替え室等の設置	
ト	新技術の紹介、周知（燃料電池車、地上波デジタル放送、）	機器、装置、車両の陳列、体験コーナーの設置	(オ) その他の公共、公益に資する行為
	国家的、国民的行事の宣伝（ワールドカップ、オリンピック）	映像、パネルの展示、選手紹介、トークショーの開催等	
	被災者、弱者救済キャンペーン（大震災、大洪水、盲導犬等）	映像、パネル、模型の展示、講演、体験コーナー、救済、介護等の模範演技等	
	チャリティイベント（コンサート等）	ステージの設置、スペースの確保、機器の設置	
	献血、募金、避難訓練、交通安全運動等	献血車の駐車、募金箱の設置、展示物、訓練、体験コーナー	
	行政の施策の推進、地方自治体観光誘致イベント、姉妹都市・友好都市等紹介イベント	パネル・写真・映像等展示・紹介、標識の設置、シンポジウムの開催、物産展、パンフレット配布、実演	
	法律、不動産、健康相談・案内	相談・案内コーナーの設置	
	無料休憩所	スペースの確保、ファニチャーの設置	
	商品、サンプル配布	カタログ、商品の配布、看板の設置、モニタースペースの設置、フォーラムの開催	
	ビアガーデン	スペースの確保、ファニチャーの設置、屋台、販売スペースの設置	
物 品 販 売	地元商店会・町内会等の主催・共催イベントに付随して行うもの	屋台、縁日等	諸制度基準上、認められない行為 (ただし、地元商店会等・地方自治体等の主催・共催イベントに付随して行う物品販売については、申請の都度、内容を審査。)
	地方自治体等の主催・共催イベントに付随して行うもの	観光物産展等	
	特売会、ワゴンセール	ワゴン・屋台・販売スペースの設置	
	フリーマーケット、バザール	屋台、販売スペースの設置	
	物産市、西の市、陶器市、植木市、花市、骨董市、金魚市、駅弁市、民芸市、観光市	陳列、販売、製作、試食スペースの設置	
オ ー プ ン カ フェ	オープンカフェ	既存軽飲食店舗に面したスペースの確保、ファニチャーの設置、軽飲食物のサーブ、メニューの設置、空地との一体性を失わない範囲でプランター等の設置等	
公 共 交 通 機 関	公共交通機関の運行	公開空地等のうち活性化施設における公共交通機関の運行、停留所等の設置等	再開発等促進区を定める地区計画により指定された活性化施設に限り認められる行為

※ 上記項目は例示とする。上記によらないイベント等については、その都度協議すること。
 なお、建築基準法上の建築物及び指定工作物に該当する場合は、原則設置不可（仮設許可申請を行い、許可を得た場合を除く。）。

※東京都より資料提供

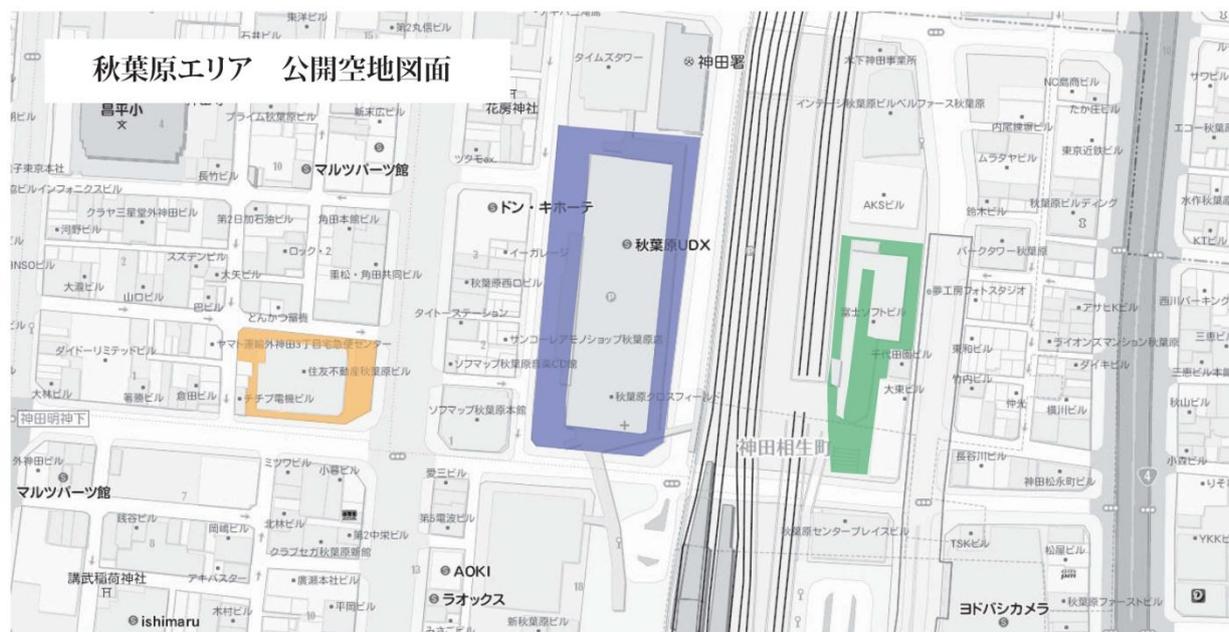
9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について

また、今回の調査結果を下表に示す。

番号	名称	所在地	用途	構造	用途タイプ	建設竣工年	建築師	建築立年月	所在地	調査方法
1	大塚ビル	東京都豊島区大塚	商・住・文	1街区	密集型	2003.3	空母の主なターゲット 地味住居・乗訪者(カッパ ル・愛蔵)	1959/6/2	2010 豊島区大塚六丁目	現地視察 訪問
2	浅草橋ビル	東京都台東区浅草橋	商	1街区	密集型	2002.12/26	オフィスビル・乗訪者 (愛蔵)	2008/12/1	2010 台東区新橋二丁目	現地視察 訪問
3	日暮野ビル	東京都目黒区日暮野	商・住	1街区	密集型	1981.10	オフィスビル	1981/10/1	2010 目黒区日暮野二丁目	現地視察 訪問
4	有明ビル	東京都江東区有明	商・住	1街区	密集型	2001.10	オフィスビル	1988/12/1	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
5	丸の内線沿線ビル	東京都丸の内区	商	1街区	密集型	丸の内線沿線ビル 丸の内線沿線ビル 丸の内線沿線ビル 丸の内線沿線ビル 丸の内線沿線ビル	丸の内線沿線ビル 丸の内線沿線ビル 丸の内線沿線ビル 丸の内線沿線ビル 丸の内線沿線ビル	2002/9/24	2010 丸の内区丸の内一丁目ほか	現地視察 訪問
6	有明ビル	東京都江東区有明	住・商・文・番	1街区	密集型	1988.3	オフィスビル	1988/6/2	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
7	有明ビル	東京都江東区有明	商・住・文	1街区	密集型	1984.9	オフィスビル	1988/6/28	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
8	有明ビル	東京都江東区有明	商・住・文	1街区	密集型	2006.3	オフィスビル	1988/10/1	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
9	有明ビル	東京都江東区有明	商・住・文	1街区	密集型	2007.1	オフィスビル	1987/10/1	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
10	有明ビル	東京都江東区有明	商・住・文	1街区	密集型	2006.9	オフィスビル	2004/12/3	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
11	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	2007.3	オフィスビル	1970/1/18	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
12	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	2007.3	オフィスビル	1987/9/24	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
13	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	2007.3	オフィスビル	2004/7/15	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
14	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	2006.8	オフィスビル	1985/10/1	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
15	有明ビル	東京都江東区有明	商・住	1街区	密集型	1988.1	オフィスビル	1988/1/21	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
16	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	1974.3	オフィスビル	1949/12/1	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
17	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	2002.6	オフィスビル	1949/12/1	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
18	有明ビル	東京都江東区有明	文	1街区	密集型	1987.2	オフィスビル	1983/4/16	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
19	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	1982.10	オフィスビル	1982/8/4	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
20	有明ビル	東京都江東区有明	商・文	1街区	密集型	1982.10	オフィスビル	1980/12/19	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
21	有明ビル	東京都江東区有明	商・文	1街区	密集型	2007.12/10	オフィスビル	2007/12/10	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
22	有明ビル	東京都江東区有明	商・住	1街区	密集型	1981.10	オフィスビル	1982/9/2	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
23	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	1981.10	オフィスビル	2000/11/9	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
24	有明ビル	東京都江東区有明	商・住	1街区	密集型	1988.2	オフィスビル	1988/6/1	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
25	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	2012.5	オフィスビル	1886/10/1	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
26	有明ビル	東京都江東区有明	商	1街区	密集型	2012.3	オフィスビル	2007/9/6	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
27	有明ビル	東京都江東区有明	商・住・文	1街区	密集型	1978.4	オフィスビル	1822/9/2	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問
28	有明ビル	東京都江東区有明	商・住・文	1街区	密集型	1978.4	オフィスビル	1966/10/14	2010 江東区有明二丁目	現地視察 訪問

9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について

また、しゃれた街並みづくり推進条例の指定を、複数の再開発ビルで指定している例が、大丸有地区（大手町・丸の内・有楽町地区）、秋葉原地区で存在していることが分かった。これを応用し、登録要件に満たない再開発ビルの活用の可能性や複数再開発ビルの公開空地活用の仕組みづくりの可能性があると感じている。



（上図）秋葉原エリアしゃれた街条例エリア指定の事例

■全体の傾向

年間を通じた全体の傾向を明らかにするために、1年間の活用実績のうち活用日に着目し、年間の活用日を月別に集計した。（図3）

7、8、12月の活用日数が多く、夏祭りやクリスマスに向けた賑わい創出が意図されている。一方、2月は活用日数が少ない。これは、公開空地等は屋外が多いという性質上、寒さのため集客や賑わいが思うように見込めないことが要因と考えられる。また、3月は東日本大震災の影響を受けたと考えられる。

地域密着型と広域発信型の傾向

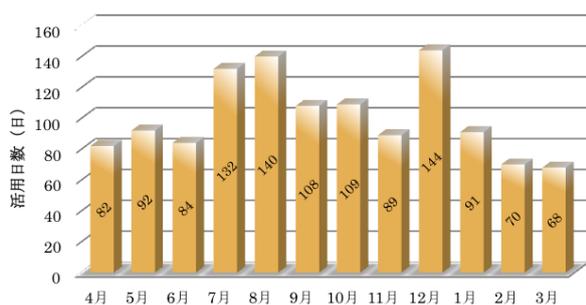
空地活用のターゲット層等を踏まえ、20団体を「地域密着型」と「広域発信型」に分け、その活用特性を見る。

年間の平日／休日別活用日数を見ると、地域密着型では特に10月の祝・休前日と祝休日が多い。ここから、地域密着型では週末に秋祭りを実施し、賑わい創出と共に地域と交流を図ろうとする意図がわかる。（図4）

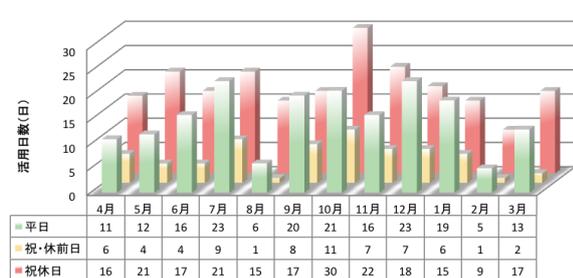
一方、広域発信型では、8月の平日が最も多い。ここから、広域発信型は長期で夏祭りを実施し、遠方の来訪者も呼び込み、賑わい創出と共に街の価値を高めようとする意図がわかる。

（図5）

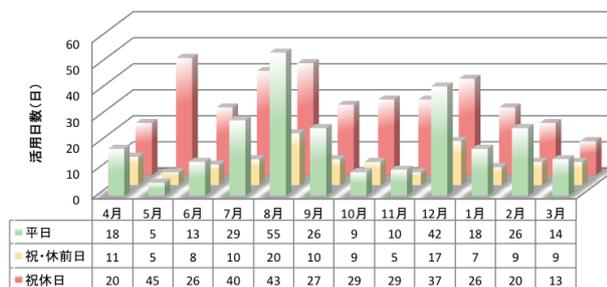
9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について



(上図) 年間の月別活用日数 (20 団体)



(上図) 年間の平日／休日活用日数 (地域密着型)



(上図) 年間の平日／休日活用日数 (広域発信型)

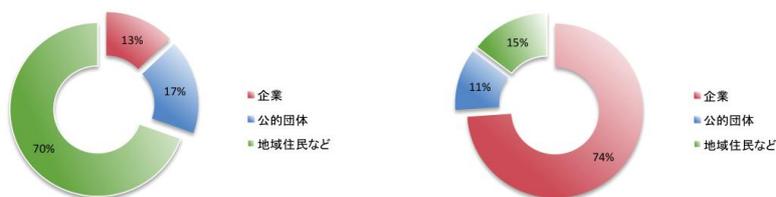
補足) ここでは、長期的かつ直接的な賑わい創出への貢献が低い内容 (展示、装飾、オープンカフェ等) は、活用日数に含まない。

次に、空地の活用用途別に活用日数を分けると、地域密着型では参加型イベントが多い。(図6左) 一方、広域発信型では飲食イベントが多い。(図6右)



(上図) イベント用途の内訳 (左: 地域密着型、右: 広域発信型)

最後に、イベントに対して外部団体が主催者や出演者側として参画している場合 (以下、外部参画イベント) にどの団体が多いかを見ると、地域密着型では地域住民などが多い。(図7左) 一方、広域発信型では企業が多い。(図7右)



(上図) 年間の団体別外部参画イベント内訳 (左: 地域密着型、右: 広域発信型)

9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について

これらを踏まえると、地域密着型は、週末の秋祭りを重視しつつ、年間を通して恒常的な賑わいを創出している。また、参加型イベントや、地域住民などの参画を意識することで、近隣に身近な施設としての価値を高めようとする意図がある。

広域発信型は、長期の夏祭りを重視しつつ、年間を通して変化に富んだ賑わいを創出している。また、飲食物販イベントや、企業の参画を意識することで、街の代表的な施設としてエリア価値を高めようとする意図がある。

■空地特性の分析

空地の活用頻度から空地特性を明らかにするため、年間の活用日を空地の種類、また活用用途別に集計した。

空地活用頻度と有効係数の矛盾

年間では、広場／通路では明らかに広場の活用頻度が多い。(図8左) また、屋外／半屋外／屋内では屋外空地が最も多いが、半屋外と屋内の空地を合わせて”屋根・庇等のある空地”と見ると、半分以上を占めている。(図8右)



(上図) 年間の活用日数内訳 (左:広場／通路、右:屋外／半屋外／屋内)

9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について



(上写真) 屋外通路



(上写真) 屋外広場



(上写真) 半屋内通路



(上写真) 半屋内広場



(上写真) 屋内通路



(上写真) 屋内広場

■ 地域密着型と広域発信型における空地活用の1モデル

年間の活用用途ごとの空地種類別活用頻度を図にした。(図 10, 11, 12, 13, 14) ここからわかる空地特性と先程明らかにした活用特性を踏まえ、地域密着型と広域発信型の1モデルを提示する。

地域密着型では、参加型イベント(運動イベント含む)が多いため、「屋外広場」が適すると考えられる。恒常的な賑わい創出のため、毎週末のイベントで「いつも何かやっているという

9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について

認識」をつくりだすことが重要である。そのためには、雨天や日差し対策として、仮設テントを張る平坦なスペースの確保、あるいは一部の屋外広場に屋根・庇等の設置を検討することも考えられる。週末の秋祭りでは、運動イベント等を屋外広場で企画し、周辺地域との一体感を高めると良い。最後に、地域住民のイベント参画を促すため、日常の主動線に隣接して屋外広場を設けたり、例えば施設の中心に広場を設けスタジアムのようにして、地域と屋外広場の親和性を高める等が考えられる。これらの活動により、近隣に身近な施設としての価値向上につながるであろう。

広域発信型では、飲食物販イベントが多いため、「半屋外広場」が適すると考えられる。季節感のある変化に富んだ賑わい創出のため、半屋外広場での設備等を用いた多彩な演出を仕掛けることが重要である。あるいはより活用用途の幅を拡げるために、できれば屋外など多様な種類の空地も検討するべきである。長期の夏祭りでは、連続して縁日やビアガーデン、単発でショーなどを仕掛けると良い。更に、広域発信型では主に遠方からの来訪者等を対象としており、彼らは目的を持って来る場合が多い。そのため、その目的となるような独自のテーマや演出が重要であり、それは企業がイベント参画する際にも同様であるため、やはり半屋外広場の実用性は高い。また、例えばその半屋外広場とつなげて屋外広場を設けることで大人数にも対応可能となる。最後に、特に広域発信型においては、街の歴史や街並み、雰囲気など街の地域特性を考慮したイベントの在り方も検討すべきである。それは、その場所のみの賑わい創出に留まらず、ひいてはエリアマネジメントの一つとしても有効である。このように、街全体として賑わいを創出することで、街の代表的な施設としてエリア価値の向上に貢献できるであろう。



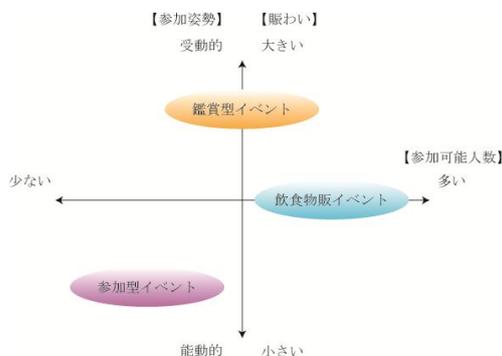
(上写真) 参加型イベント



(上写真) 飲食物販イベント



(上写真) 観賞型イベント



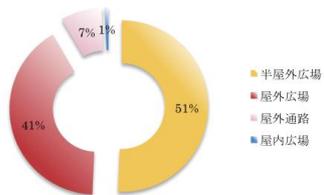
(上図) イベント種別のマトリックス分析

9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について

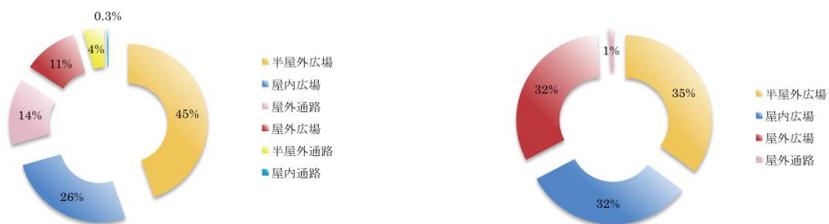


(左図) 年間の参加型イベントにおける空地種類別の活用日数内訳

(右図) 年間の運動イベントにおける空地種類別の活用日数内訳



(上図) 年間の飲食イベントにおける空地種類別の活用日数内訳



(左図) 年間の物販イベントにおける空地種類別の活用日数内訳

(右図) 年間の鑑賞型イベントにおける空地種類別の活用日数内訳

9. 東京のしゃれた街並みづくり推進条例について

総括

本調査の研究によって明らかになった主な事柄は以下の3点である。

1. 複数の公開空地等の活用事例における年間を通した活用日数を、様々な視点から分類・集計しグラフ化することで、その活用特性を示した。
2. 複数の公開空地等の活用事例における年間を通した活用日数を、空地種類別、また活用用途別に分類・集計し表やグラフ化することで、その空地特性を示した。そこから、容積率緩和における有効係数の課題を明らかにし、その改善案を提示することができた。
3. 両分析結果より明らかになった活用特性、空地特性を統括的に考察し、地域密着型と広域発信型それぞれにおける公開空地等活用の1つのモデルを提示することができた。

今回の研究によって、“民有地の公共空間活用”の現状とその傾向等の特性や制度上の課題を把握したことで、建築や空地为「つくってから使うのではなく、“使いやすいつくり方”をする」ことに貢献できると考える。

また、お茶の水の公共空間に関しては、大丸有地区、秋葉原地区のように、複数の再開発ビルをエリアでしゃれた街条例のエリア指定とすることで、登録要件に満たさない再開発ビルを含めた活用する可能性や複数再開発ビルの公開空地活用の仕組みづくりがあると考えられる。

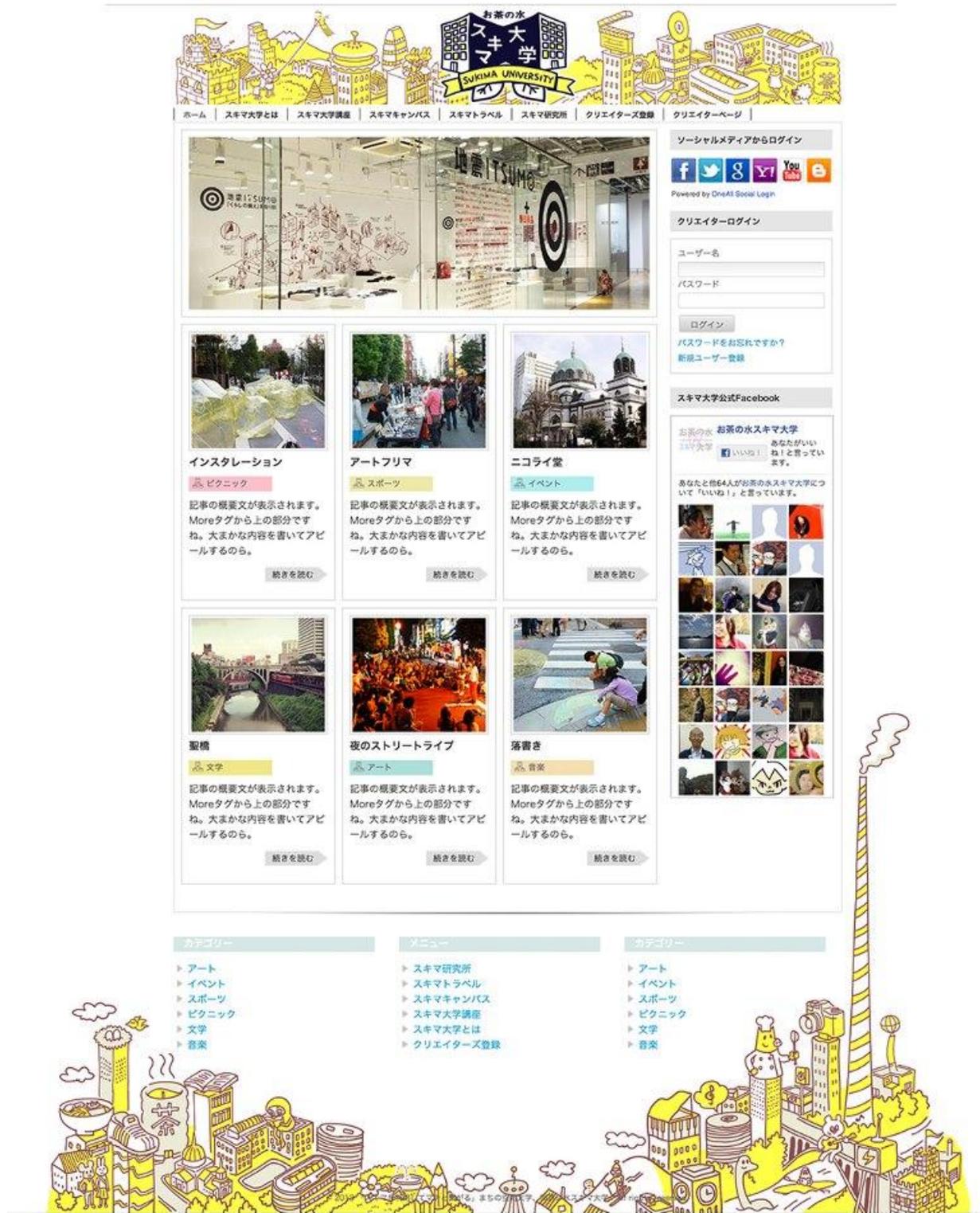
なお、「東京都しゃれた街並みづくり推進条例」調査部分は、
2012年度明治大学理工学研究科建築学専攻修士論文

「都心部における「民有地の公共空間」の活用・管理に関する研究-“東京のしゃれた街並みづくり推進条例”のまちづくり団体への調査・分析-」秋山弘樹
の成果の一部を共有している。

10. WEB 成果

(1) WEB サイトの制作

HP「お茶の水スキマ大学」を新たに開設。今後も調査データや結果及び勉強会の内容等を段階的に更新していく。



(上図) WEB サイトのトップページ

1 1 . 活動成果

本事業は、事業プロセスのPDCAサイクル（Plan⇒Do⇒Check⇒Action）を始める、まさに最初の「Action」であり、お茶の水の公共空間をテーマとしたまちづくり事業の戦略や計画（Plan以降）を検討する素材となるような、現状分析やニーズの把握、プロトタイピングのような社会実験による公共空間活用の試行とアンケート調査によるフィードバック、勉強会による新しい公共空間に関する知見とアイデアが、本事業の成果と言える。

特に、まちの現状や課題を把握する上で、公開空地の地権者・管理者へのヒアリングにより、公共空間活用の意向や活用したい目的などを確認できたことは、今後の公共空間活用をテーマとしたまちづくり事業に大いに参考になる。

また、公共空間活用の社会実験と、利用者へのアンケート調査では、一般者が公共空間の利用の仕方として、あるべき活動の傾向がデータ化されたことは、今後の公共空間活用において参考になった。

その上で、公共空間を活用してほしいスペースオーナー（地権者、管理者）側と、公共空間を活用したい活用者側をいかにマッチングさせていくかが今後のポイントになる。加えて、単なるひとつの公開空地やビルマネジメントを超えて、お茶の水地域のエリアとして捉え、戦略的に日程スケジュールや場所を効果的に配置し、諸調整を行う窓口をどのように作っていくかが課題と考える。また、そのような想いやアイデアを共有し、お茶の水のまちづくり戦略を共に考え、実践していく場も今後は必要であろう。

12. 今後の展開と展望

本事業のプロセスの中で、「お茶の水オープンスペース活用推進会議」のメンバーを母体に、「特定非営利活動法人お茶の水公共空間マネジメント」が設立（東京都・設立認証中、2013年5月設立見込）され、持続的なまちづくり事業の運営体制や、「お茶の水スキマ大学」プロジェクトによる空間と人材をつなげ、活用していくプロジェクト基盤が整いつつある。

今後は、本事業の知見やネットワークを活かしながら、実践的な具体プロジェクトとして、ソーシャル大学プロジェクト「お茶の水スキマ大学」による公共空間活用プロジェクトや地域講座などを展開する学びとプロジェクトなどの活動が詰まったプラットフォームを展開していく。

【お茶の水スキマ大学とは】

都市のスキマ、時間のスキマ、心のスキマ、人のスキマ。今の世の中はスキマだらけである。お茶の水スキマ大学は、街全体をキャンパスと見立てて、そんなスキマを活用して地域とつながり、あなたのスキなマチを見つける、地域と繋がるソーシャル大学です。

※お茶の水スキマ大学は学校法人の大学ではありません。

以上のような点を踏まえ、今後は、そのような活動を一步一步積み重ね、実践していく中で、地域の歴史・文化・魅力や学生街としての都市イメージを想起させるような、お茶の水の公共空間に活動が創出されていくような、活動が可視化され、また地域に人や学生、社会人に目に見える活動を重視したプロジェクトと仕組みを、「NPO法人お茶の水公共空間マネジメント」を活動基盤としながら、地域や様々な活動主体と連携しながら、「お茶の水スキマ大学」等のプロジェクトを展開していく。

13. 団体概要と担当者氏名

■ 団体概要・担当者氏名			
団体名	お茶の水オープンスペース活用推進会議		
団体設立時期	平成 23 年 12 月		
活動名称	Action for Public Spaces Ochanomizu (APSO) — 公開空地の文化的利活用による地域活性化を推進する活動 —		
代表者名	瀬川昌輝		
連絡先担当者	工藤安代		
調査担当者	泉山壘威、工藤安代、中村有理沙、秋山弘樹、他 2 名		
連絡先	住所	〒101-0021	東京都千代田区外神田 6-11-14 アーツ千代田 3331-311E
ホームページ	http://sukima-univ.com/		