

うめきた周辺地域におけるクリエイティブ人材誘因のための
職住環境のデザイン

2018年3月

公益財団法人 都市活力研究所

大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻
加賀研究室

うめきた周辺地域におけるクリエイティブ人材誘因のための 職住環境のデザイン

1. はじめに

- 1-1. 研究の背景と目的
- 1-2. 計画対象地区
- 1-3. メンバーとスケジュール

2. 市民活動、地域活動、まちブランディング活動に関する調査

- 2-1. 対象地域における市民活動や地域活動、まちブランディング活動に関する調査
 - 2-1-1. 地域活動協議会等
 - 2-1-2. 対象地域におけるリノベーションまちづくりに関する調査
 - 2-1-3. 対象地域における「民」によるまちづくり活動に関する調査
- 2-2. 先進事例に関する調査（対象地域以外）
- 2-3. まとめ
 - 2-3-1. 地域活動における課題
 - 2-3-2. 対象地域におけるリノベーションまちづくりの課題
 - 2-3-3. 対象地域における「民」によるまちづくり活動の課題
 - 2-3-4. 先進事例に関する調査（対象地域以外）におけるポイント

3. うめきた地域におけるクリエイティブシティ評価

- 3-1. 調査の概要
- 3-2. 調査対象地・研究の方法
- 3-3. 文献調査
- 3-4. クリエイティブ要素の抽出
- 3-5. 現地調査
- 3-6. 今後の方針

4. 中津地域におけるクリエイティブ人材誘因のための活動提案

- 4-1. 研究の概要と対象地区

- 4-2. テーマ設定
- 4-3. テーマの明確化
 - 4-3-1. 対象地区の概要
 - 4-3-2. 用語の定義・クリエイティブ人材
- 4-4. 基礎情報調査
- 4-5. 中津住民へのヒアリング
- 4-6. 地域活動への参加
- 4-7. まちづくりプランの提案 ～中津クリエイティブ人材マップ～
- 4-8. 参考地域へのヒアリング
 - 4-8-1. ヒアリング先の概要
 - 4-8-2. ヒアリング結果
- 4-9. 今後の展望

5. まとめ

1. はじめに

1-1. 研究の背景と目的

我が国の都市の状況は大きく変容しつつある。少子高齢化、人口減少など社会の大きな変化、ライフスタイルを始めとした価値観の多様化、国内だけでなく海外の都市との都市間競争の激化など、多くの要因が介在し、都市全体ないしは各地域における将来像をどのように描いていくか、つまり都市もしくは地域のコンセプトをどのように見出すかについては、地域特性や社会情勢を捉えながら検討していく必要がある。

このような中、近年ではクリエイティブシティという概念に注目が集まっている。これまで都市経済の重要な要因の一つである製造業の拠点が海外などに流失するなどによって、都市は衰退の危機にさらされている状況の中、知識や芸術的な活動、これらを基軸とした事業を活かした新たな経済発展の基盤づくりが進みつつある。この新たな経済基盤と都市機能とを融合した空間がクリエイティブシティであり、これらを生み出す人材がクリエイティブ人材である。しかし、クリエイティブシティやクリエイティブ人材については、統一された定義や要件は存在しないため、現段階においては、これらの在り方も含めた検討が必要とされている。

本研究は、今後 2 期の開発が計画されているうめきた地域の外側に位置する地域を対象にクリエイティブ人材を誘因する新たなブランディングを検討するものである。うめきた地区の周辺地域は、住工商混在地域であるが、産業の空洞化に伴い都心居住が進む一方、コミュニティの醸成や、新たなまちづくりのコンセプトが必要とされている地域である。また、その立地環境から、うめきた地区のブランドに影響を与えるとともに、地域住民がうめきた地区のヘビーユーザーとなりえることから、良好な相互依存関係が望まれる。よって、うめきた地区の周辺地域について、遊休不動産の活用による都市再生の好循環を生み出せる仕組みや、新しいエリアマネジメント、職住環境の仕掛けにつなげることを目指し、エリアを定めた調査研究を行う。

1-2. 調査対象地区

本研究の対象地区はうめきた周辺地区であるが、これはJR環状線より北部かつJR東海道本線と淀川に囲まれた地域の内、うめきた地区および梅田中心地(梅田、大深町、芝田、角田町、茶屋町、鶴野町)を除く地域とした。これらの地域について大枠での位置を図1-1、詳細な町字を図1-2に示す。

調査対象地域

大淀, 中津, 豊崎, 本庄, 中崎町, 中崎西, 天神橋(7・8丁目), 福島(5・6・7丁目)
※括弧つきは町字の全域が含まれていない地域の町丁目を示す



図1-1 調査対象地区とうめきた地区



図 1-2 調査対象地区の町字

1-3. メンバーとスケジュール

本研究のメンバーは下記の通りである。全体統括を大阪大学の加賀・武田および公益財団法人都市活力研究所の三本松・松根が行った。また、市民活動、地域活動、まちブランディング活動に関するヒアリング調査（ヒアリング G, 2 章）を法人都市活力研究所の三本松・松根、うめきた周辺地域全体のクリエイティブシティ評価（うめきた周辺調査グループ, 3 章）を大阪大学の武田・大河畑・藤原・糸林、中津地域におけるクリエイティブな活動の調査・提案（中津提案グループ, 4 章）を大阪大学の加賀・大内・大田・久下が、それぞれ中心となり行った。また、本研究の進行スケジュールを表 1-1 に示す。

大阪大学大学院工学研究科	教授 講師	加賀 有津子 武田 裕之
公益財団法人都市活力研究所	主席研究員 〃	三本松 道昭 松根 辰一
大阪大学大学院工学研究科	修士 1 年 修士 1 年 修士 1 年 修士 1 年	大内 美紅 大田 元希 小河畑 圭史 藤原 秀
大阪大学工学部	学部 4 年 学部 4 年	糸林 建貴 久下 朋生

表 1-1 進行スケジュール

行事	時期	概要
キックオフ	5/19	全体スケジュール及びアウトプットイメージの確認、調査内容の検討
現地調査, 文献調査, 統計調査	5 月～7 月	うめきた周辺地域における基礎調査
【うめきた周辺調査 G】 クリエイティブシティ 概念の整理	8～10 月	クリエイティブシティの概念整理とクリエイティブ人材の定義
【うめきた周辺調査 G】 クリエイティブシティ 指標の導出と評価	11～2 月	クリエイティブシティ指標の導出と対象地区における評価
【うめきた周辺調査 G】 現地調査	2～3 月	うめきた周辺地域におけるクリエイティブ要素の調査

表 1-1 進行スケジュール (続き)

行事	時期	概要
【中津活動提案 G】 まちづくり集中講座への参加	6～11月	中津地域で活動を行う NPO 団体が主催するまちづくり塾への参加・情報収集
【中津活動提案 G】 クリエイティブ活動の調査・整理	8月～9月	クリエイティブ活動の概念・事例整理
【中津活動提案 G】 中津住民へのヒアリング	11～12月	中津に在住する住民および事業者へのヒアリング
【ヒアリング G】 市民活動等に関するヒアリング	1～3月	市民活動、地域活動、まちブランディング活動に関するヒアリング調査
執筆作業	3月	報告書の加筆・修正
WG	3月	研究とりまとめ

※その他、研究の進捗に関わる打ち合わせは随時実施

2. 市民活動、地域活動、まちブランディング活動に関する調査

2-1. 対象地域における市民活動や地域活動、まちブランディング活動に関する調査

2-1-1. 地域活動協議会等

下記の 5 か所の地域活動協議会に対してヒアリング調査を行い、地域活動協議会及び社会福祉協議会、連合振興町会の活動の一部について経緯、現在の活動内容、課題などについて伺った。

■ヒアリングを行った地域活動協議会

- ① 中津地域活動協議会
- ② (記載省略)
- ③ 大淀西地域活動協議会
- ④ 豊崎地域活動協議会
- ⑤ 済美地域活動協議会

■ヒアリング項目

- a) 地域活動協議会の概要と方向性（ビジョン）
- b) 地域活動協議会の体制及び企画調整の方策
- c) 地域活動協議会の活動内容、地域資源の活用や地域に愛着を感じるための方策など
- d) 地域活動協議会への公共、企業の支援、活動人材の育成など
- e) 諸活動への住民の参加状況及び参加促進の方策
- f) 活動上及びまちづくりの課題についてのお考え
- g) 調査の趣旨に対するご意見など

a) 地域活動協議会の概要と方向性（ビジョン）

平成 24 年 7 月に策定された「市政改革プラン」に基づき、平成 25 年 1 月から地域活動協議会に対する補助金の制度が策定（4 月施行）された。

地域活動協議会の立上げの経緯については、次のような回答があった。

- ・ 25 年 3 月までに申請すれば次年度の補助金が 100%出るというので会議を重ねて約 2 か月で立ち上げた。
- ・ 連合振興町会長交代を機に立ち上げた。補助金をもらえるならば地域の負担が少しでも少なくなるし、高齢化で町会から抜けていかれると町会費が減るとなるとそれも 1 つの考え方だろう。
- ・ 地域活動協議会の長所は補助金を個別の団体に配るよりは一括して財源をひとつにすることによって思い切った活動ができるようになる。2 つめは民間と一緒に活動することで人材も幅広く活用できる。こういうことについて賛成している。短所は補助金をもらっ

ているので細かい指示がある。2つめは地域でやっておられるボランティアは費用対効果を求められることに対して理解できない。しかし5年経過して軌道に乗ってきた。

規約の制定については、次のような回答があった。

- ・フォーマットがあったのでそれほど難しくなかった
- ・立ち上げの時に何もわからないので、中間支援組織（北区まちづくりセンター）にバックアップしてもらって規約をつくった。

地域活動協議会設立に合わせてビジョンをつくったかどうかについては、次のような回答があった。

- ・その時に特にビジョンはつくっていないが、地域の知名度を上げていくということと、よくやっているということを確認してもらえよう活動をしよという目標にした。
- ・協議会を立ち上げたときにビジョンは特につくっていないが、福祉に力を入れてきたのでそこに補助金をまわそうと思っていた。地域活動協議会になってよかったと思ってるし、これからは徐々に活動を増やしていきたい。
- ・ビジョンはその時によって変わる。皆でいろいろ討論してどういうビジョンを持つのかということだと思う。
- ・一方、福祉については大阪市から小地域福祉計画の作成の依頼があり、各地域で小地域福祉計画が作成されている。

b) 地域活動協議会の体制及び企画調整の方策

組織体制や企画調整・予算配分などについて伺った。

- ・組織体制については、概ね役員会、運営委員会等のもとに「地域交流・文化」、「福祉」、「体育・青少年」、「防災・防犯・環境」、「総務・広報」といった部会を設置しているが、これまで連合振興町会や社会福祉協議会が培ってきた体制があるので、そこからの転換に理解が追いつかないため部会を設置していないという協議会もあった。

組織体制についての特徴的な回答をまとめる。

- ・各団体で上下関係がないようにやってもらいましょうという感じで地域活動協議会を立ち上げた。ホームページにある地域活動協議会のイメージとはちょっと違う。この図からはあたかも地域活動協議会が傘下の人を使って一括して行事をするような感じを受けるが、地域活動協議会がつないで区役所やまちづくりセンターとのパイプ役を果たすというイメージだ。地域活動協議会は地域に対する活動のとりまとめではなく、大阪市との助成金のとりまとめるのが仕事だ。
- ・町会に入っていない人も地域活動協議会に入れるし、補助金申請は地域活動協議会しかできないので、上位組織という位置づけになる。
- ・広報に力を入れるため広報委員会を設置して、Facebook や広報誌を作成している。

- ・全戸配布する活動カレンダーを工夫して使いやすいものになっている。
- ・企画調整については、概ね 12 月の役員会で部会に事業計画・予算策定を依頼、1 月に集約して 2 月に確認してもらい了承ののち区役所に提出するという流れである。予算配分については、地域活動協議会の補助金 75%、自主財源 25%となっている事業がほとんどである。

企画調整や予算配分についての特徴的な回答をまとめる。

- ・新しい取り組みは会長が主導的に考えることが多い。ただし、役員メンバーに根回しの上で予算を確保しておく。
- ・住宅地は自己資金が少ないので、29 年度からコミュニティ回収を始めた（連合に委託）。イベントは無料があたりまえという意識を変えていく。
- ・地域活動協議会発足の前後ではほとんど変わらない。活動内容はだいたい毎年同じだ。
- ・立ち上げ後会合を開いて議論したが、だいたい内容が決まってきたのであまり議論しない。
- ・中間に予算執行状況の報告を定期的に行い、調整を図っている。
- ・活動計画は例年通りではほぼ変わらないが、なかにはこの行事をやめて新しいことを始めようということもある。それは地域活動協議会とは別の会議があり、各種団体の代表者や希望する人が集まって毎月定期的に行っている。

c) 地域活動協議会の活動内容、地域資源の活用や地域に愛着を感じるための方策など

地域活動協議会の活動内容は、いずれも上記の部会のテーマに沿ったものである。概ね共通する活動としては、防犯活動、健康体操教室、高齢者食事サービス、親子カフェ、ふれあい喫茶、清掃活動、ラジオ体操、総合防災訓練、広報誌の発行などが挙げられる。地域によって特徴のある活動をピックアップする。

【地域交流・文化】

- ・中津素人寄席（中津）
- ・中津文化祭（中津）
- ・ちぎり絵教室、6 月より民踊部発足（大淀西）
- ・済美カーニバル（済美）

【福祉】

- ・カフェコンパレ（中津）※社会福祉協議会主催
- ・なかつはぐくみハロウィン・パーティー（中津）
- ・いきいき百歳体操とはつらつ脳活性化教室（大淀西）
- ・カンガルー広場（大淀西）
- ・高齢者等友愛訪問活動（豊崎）
- ・陶芸・俳句教室（豊崎）

- ・豊崎いきいき百歳体操（豊崎）
- ・手話体操（豊崎）
- ・豊崎健康麻雀教室(豊崎)
- ・イモの苗植え（豊崎）
- ・認知症 SOS（徘徊）訓練（豊崎）
- ・認知症サポーター養成講座（豊崎）

【体育・青少年】

- ・自転車安全利用講習会（中津）
- ・中津納涼祭（中津）
- ・校庭キャンプ（大淀西）
- ・ふれあいハイキング（大淀西）
- ・地域交流会あそぼ（大淀西）
- ・豊崎いのちのふれあい授業（豊崎）
- ・クリスマス会・さよなら子供会（豊崎）
- ・焼き芋交流会（済美）

【総務・広報】

- ・ブログあいらぶ中津（中津）
- ・防災マップ（大淀西、豊崎）
- ・行事カレンダー（大淀西、済美、豊崎）

地域資源の活用についてはいずれも小・中学校と福社会館、ホールなどが多かった。地域活動協議会の活動とは直接関係はないが、神社・寺院もお祭りのほか町会活動などに参加（活用）している。公園が地域で組織的に使われる事例はほとんどない（騒音の問題で盆踊りができないなど）。その他、

- ・PIAS タワー、昭和設計（豊崎）

地域に愛着を感じるための方策

- ・納涼祭、公園掃除、もちつきや小学校で子供向けのプログラム（ビッグゲーム）を行っているほか、卒業の時はお別れ会を行っている。（中津）
- ・さよなら子ども会（青少年指導員）はマジシャンに来てもらった。（豊崎）
- ・地域に愛着を感じる活動はイベントだと思う。行事を企画しても人の集まりは悪いので、祭りが一番だ。若い人も参加してくれる。（済美）

d) 地域活動協議会への公共、企業の支援、活動人材の育成など

地域活動協議会への公共、企業の支援について、次のような回答があった。

- ・まちづくりセンターは補助金の処理のほか情報提供してくれる。YMCA はインターナシ

ョナルスクールでもうひとつの避難場所になっている。平成医療は食事サービスのときにお話をしにきてくれる。ECC は納涼祭でボディペインティングを、もちつきには大阪医専さんが授業の一環で来てくれる。大阪工業技術専門学校はまちづくりの発表会をしてくれる。中津福祉会館で何かやりたいという方に対しては基本的にはウエルカムである。

- 企業に地域活動協議会に参加してもらおうと思って、「にこにこだより」に企業紹介をしている。これまで日本ペイントと関西共同印刷を紹介させていただいた。大淀西地域にある企業を紹介することで次にお願ひに行きやすくなる。ただ、大きな企業はそんなない。次回は出世温泉を紹介することにした代わりに、老人の茶話会（にこにこカフェ：福祉計画の一環）の場所を提供してほしいと依頼した。日本ペイントはシンナーを使っているので避難場所に指定できないといわれたが、歴史博物館は自由に来てくださいと言われている（無料）。
- 本来は地域活動協議会はどこでも来ていただいてにぎやかにやりましょうというところだが、マンションには近所付き合いをしたくない人が住んでいる。企業にも門戸をひろげたいと思っている。29 年度に先ほどの公園の掃除をしておられる建設コンサルタント会社の方が豊崎地域に会社が持っているノウハウで何かお手伝いできませんかということで申し出があった。まず学校と相談してストローを使ったアート作品の指導をしていただいた。
- 区役所主催の会議が毎月ある。地域活動協議会、連合町会長、女性部長。大きい企業は、ECC 山口学園ぐらいしかない。他に参加してくれる大きい企業はない。キャンドルナイトはメインでやってくれる。

活動人材の育成などについて、次のような回答があった。

- PTA とつながって若い人にはいってもら（子育てに手がかからなくなったら帰ってきてくれるし、顔見知りなので入りやすい）。地域のグループが手伝ってくれる。ボランティアについては新しいことをやる時は集まってくれるが、以前からの活動では難しいこともある。ただし任せっぱなしにはしない。
- 防災訓練については 90 数名のボランティアを各町会から出していただいて、それぞれ役割を依頼した。ビブスも一緒に渡すと責任感が沸いてくるので出席率は非常に高かった。若手を育てようとしているが、なかなか難しい。町会長さんに PTA の OB など有望な人をこういう役につけてくれとお願いしている。しかし町会も人材が豊富なところもあるが、高齢化して班がつぶれているところもある。町会長は若くて 50 歳代から 70 歳後半まで。地域活動協議会、連合振興町会、社会福祉協議会のメンバーはほとんどかぶっている。ボランティアのなり手がなかなかいない。老人でも元気な人はボランティアをしてもらいたい。ふれあい喫茶のセッティングなど、特に男手が必要な時は困る。
- 担い手は難しい。私も現役の時からボランティアをしていたが、リタイアしてボランテ

ィアに専念している。PTA との協力関係を築いているので 40～50 歳の方によく手伝ってもらっているが、直近の年代がない。ボランティアの楽しみ方を理解してほしい。楽しくやると若い人も共鳴してくれるのではないか。若い人も参加できるようにこのごろ会合を夜にやるが多くなっている。人材の育成は一番のテーマだと思う。

- ・人材育成をこちらからやっても無理でしょう。形を見て参加していただければと思う。カーニバルのボランティアは 2 日間で 600 人ぐらい集まる。ただし前後は主だったものがやるしかない。

e) 諸活動への住民の参加状況及び参加促進の方策

諸活動への住民の参加状況及び参加促進の方策については、次のような回答があった。

- ・掲示板・回覧板で周知する。町会に入らなくても回るので PTA を使って流してもらおう。マンションの管理人さんとは話をしている、町会にはいってなくても地域活動協議会なので参加できるといえば貼ってもらえる。避難訓練も一度行くとわかるので人数が減るから、新しい体験をしてもらえるように方法を考えている。
- ・ふれあい喫茶は誰でも参加できることになっているが、40 人前後のうち 7 割は固定の高齢者、残りは保育所に子どもを預けたママ友だ。高齢者食事サービスのときによしもとの「北区に住みます芸人」が来て漫才を見せてくれた。また中学校の校長先生は手品がプロ級なので来てもらった。食事サービスなどのときに合わせてやらないと、イベントをしてもなかなか住民は集まってくれない。若い人が地域のために何かやろうという姿勢はない。中学生を集めて浦江公園を清掃しようということになっているができていない。
- ・催しにくる人は、同じ人です。出る人は出るが出ない人はでない。マンションの人も出てこない。地域の DVD を作成しようと思っている。DVD ができたらマンションの理事会にもっていこうと思っている。PR の仕方によって公園の掃除でも出て来られるようになるなら、違う人が入ってくることに意味がある。7 年前に大掛かりな防災訓練をすると 700 人ぐらい参加した中にはマンションの住民もいたので、関心のある中身があれば参加してもらえる。マンションの住民は震災が怖いのが分かっている。行事の中身や PR の仕方を工夫しなければならないが、まだマンションの理事長とのキャッチボールができていない。
- ・参加の呼びかけの方法は各種団体に呼び掛けてもらわないといけない（特に連合町会から）。カーニバルの参加者は 4000 人ぐらい、抽選券の番号でしか把握できない。それ以外の行事ではボランティアは困っている。クリーン中崎は平日の第 3 月曜にやっているがいつもの人に限られる。平日なのでお年寄りか個人事業主しか来ないので困っている。休みの日に行う行事にはボランティアは困っていない。若い人も参加してくれる。PTA も女性の方が結構来てくれたがこのごろ共稼ぎで無理です。

f) 活動上及びまちづくりの課題についてのお考え

- ・ JR の線路が地下化されると梅田とバリアがなくなるのでいろんな人が入ってくるようになる。果たしてどうなるんだろか。今は 15 階建ての制限があるが、今後高層マンションが建つようになる。連合振興町会の方でどうまちをつくっていいのかを考えるために地域の方々や NPO と連携をとってやっていければいいと思う。来る者拒まず、去る者追わずの考えだ。新しい住民にも納涼祭や防災訓練に来てもらい、あいさつができたり助け合えたりできるようなコミュニティのあるまちになってほしい。
- ・ うめきたが開発されることによって筍のようにマンションが建つので、大淀小学校も 4 月から 4 階建ての校舎を増築するという話を聞いている。町会にはいつかいただくのが望ましいが、マンションの住民は加入率が低いというのが一番の悩みだ。賃貸の場合はオーナーがいないしオートロックになっているので配布・掲示が難しい。北区のイベントの 99% は区民ホールでやっているが、赤バスがなくなったのでそこに行く足がない。環境上ではいちばんの問題でなんとかしたい。JR 福島駅までも結構ある。連合、社協、地域活動協議会は高齢者ばかりで若手の育成ができていない。やっていることはほとんど毎年同じことを繰り返している。若手がないのでノウハウが不足している。ただ苦情があるわけではない。淀川に近いので地震災害の不安はある。オートロックでも震度 5 以上になれば開くことになっているが、なかなか了解が得られない。
- ・ 隣の済美地域は外国の方がよく来られるが、その余波からか本庄、豊崎を合わせて「本豊」というフレーズでテレビで紹介されるようになって、お店ができるようになった。グランフロントの波及が豊崎もあればいいと思っている。活動上の課題は、地域活動協議会は若いのでいろんな意見が出てくるだろう。16 の事業をやっているが増えてもいいと思っている。地域活動協議会を PR することと、時代に見合う人材を考える。今は北区にある 11 の小学校のなかで最も児童数が少ないが、旧ラマダホテル跡地などにマンションが建つので児童数が 5 年後には 2.5 倍になると予想されている。10 年後にはインフラの整備も終わって人口も増えてだいぶにぎやかな地域になるのではないかな。しかし地域のコミュニティは永遠だ。

g) 調査の趣旨に対するご意見 など

- ・ 大阪工業技術専門学校や関西大学の学生がまちを調べに来てくれている。学生が問題点を出してくれるのがありがたい。こちらからこんなことを調べてくれと言っても答えてくれる。いろんな人が入ってきてくれて、勝手に調べるのではなく、地域と繋がってくれる。料理屋ができて中津にあるというだけで地域と関わっているわけではない。芸術家の方なら飾ったり発表してもらったり、音楽家なら演奏してもらったりする場所の提供はここでのできる。
- ・ 梅田東は大工大のバックアップがあるのでいいなあと思う。小地域の発表会のときに梅田東は 3D で発表していた。新しいことをするにしても企画の骨格をつくるのが大変なの

で若手に手伝ってもらえるとありがたい。

- ・大阪市大が大正長屋（豊崎長屋）の耐震工事をした。常翔学園では地域の会合をしている。具体的な意見は今はいえないが、大学も地域に根差した活動を考えられるのはよいと思う。
- ・この道路（都市計画道路 本庄西天満線）のおかげでコミュニティがなくなっている。道路を造らないのであれば活用方法はいくらでもあると思う。第 3 者から意見を言うだけであればありがたい。

2-1-2. 対象地域におけるリノベーションまちづくりに関する調査

下記の 3 名の方々へのヒアリング調査または文献調査を行い、リノベーションまちづくりの経緯や課題などについて情報収集した。

- ①（記載省略）
- ②コモンカフェプロデューサー 山納 洋 氏（文献調査）
- ③大阪市立大学大学院 生活科学研究科 居住環境学講座 教授 藤田忍氏（文献調査）

①（記載省略）

②コモンカフェプロデューサー 山納 洋 氏（文献調査）

下記参照

http://www.urban-ii.or.jp/download/save/05101119_5af3ac3aca82d.pdf

③大阪市立大学大学院 生活科学研究科 居住環境学講座 教授 藤田忍氏（文献調査）

下記参照

http://www.urban-ii.or.jp/kou2/_pdf/UII_letter_12.pdf

2-1-3. 対象地域における「民」によるまちづくり活動に関する調査

下記の 4 名の方々へのヒアリング調査または文献調査を行い、NPO 法人や一般社団法人、個人による活動の経緯や課題などについて情報収集した。

- ①NPO 法人社会空間デザイン研究所（ヒアリング）
- ②（記載省略）
- ③一般社団法人うめらく（ヒアリング、文献調査）
- ④社会資源コーディネーター 平井裕三氏（ヒアリング）

①NPO 法人社会空間デザイン研究所

- ・加賀先生が中心となって、師匠の大阪大学笹田先生の周りにいた人が学外でグループをつくり、学校でできない活動をNPOを通じて社会実験的にやりたいということで設立した。理事8名、監事2名、会員約20名で3名は地元の方である。
- ・2012年に設立し、どういう活動をしようか相談した。
- ・2013年はおひとりさまプロジェクトということで、都心部に居住しているおひとりさまの高齢化が社会問題にもなってくると思う（地域に溶け込めない）。ワークショップでは架空の敷地（地下鉄中津近くの駐車場を仮想定）を想定してグループに分けてプランを検討した。文化発信の場やシェアハウスなどの案をまとめた。→天六にゆかりカフェをつくって週1日営業し、補助金を活用してひきこもりをサポートするカフェを運営している。
- ・2014年は中津3丁目で路地めぐりとワークショップを開催。何があるかを調べてアイデアを考えよう。外からやってきた先達のデザイン系事務所があった。定期的にスペースを使って衣類の展示即売会などもしていた。→このときにまちづくり活動に対し協力的であった不動産を営んでいる（株）三恵より、当該物件を紹介いただき、7年間の定借で借りることになった。名称をまち基地にした。
- ・2015年はセルフビルドでリノベーションを行った。4月に自治会長、社協の方を招いてお披露目をした。それで中津の活動グループが合流してきた。ただ、まち基地は常駐していないので、ほとんど活用されていなかった。そこで月1回ワークショップを開催、本棚作成（笹田文庫）、カメラ・映画上映・速読教室など。
- ・2016年は月1回のイベントではなく、加賀研究室の授業の一環でここを使っていた。学生の発表は、パスタで橋をつくろう、中津からあげ、中国の留学生によるマーボー麵を発表した。
- ・2017年はメンバーの建築などの職能を活かした講座を行うことにした→まちづくり集中講座。
- ・2018年はまちづくり集中講座の2期を行う。講義＋フィールドワーク、地元の人にも講師になってもらう予定。
- ・地元の人が教室を行うためにまち基地を使うようになってきた。子育て、ヨガ。→赤字なので貸出による有効活用について検討中。常駐がないので鍵の開け閉めが難しい。福祉会館はお葬式が入ると使えないので、逆にそういう制約はない。
- ・中津が気に入って住み着いている人は結構いるが、まだまとまっていないので、だれがどんなことをやっているのかを調べることもテーマに上がっていた。
- ・イベントが地元で密着できていない。
- ・再開発で変わってしまうのがいやだと思える人が活動されているが、大きな流れに対抗できるかどうかという話。
- ・会員になるには理事会承認。入会金5,000円、年会費5,000円。40～50名の会員がいれば固定費が払える。イベント収入で管理する人を雇えるとよい。

②（記載省略）

③一般社団法人うめらく

下記参照

http://www.urban-ii.or.jp/download/save/05101130_5af3aece27e61.pdf

④社会資源コーディネーター 平井裕三氏

■ご経歴

1974年大阪府茨木市生まれ。近畿大学商経学部経済学科卒。済生会吹田病院で10年間ソーシャルワーカーとして勤務した後、Webデザインや野菜の小売りなど自営業を営む。5年前に茨木市の実家を離れ、中津に移住。社会福祉協議会で地域福祉などをやっていたが、4月から浪速区まちづくりセンター（大阪市コミュニティ協会）の支援員になる。

■社会資源コーディネーターとは

これからの日本では「すでに町にあるものを活用していくことが大切」と思い、今ある資源を多くの人と共有し、新しい活用方法を考えるために『社会資源コーディネーター』と命名し活動しています。

■ブログ“梅田の北っかわ”

2014年よりいろいろな年代・立場の方にむけてローカルメディア“梅田の北っかわ”と自己の活動などを記した「Master of life」を運営。情報発信で多くの方に地域の情報を発信し選択肢を増やすことでつながるきっかけを作ることができると思う。それは自己が経験したことが発端で引っ越してきたときに周囲に繋がりが無かったので、地元の情報インターネットで公開していたら、引っ越してきた人が助かりましたとお礼のメールがきた。町会は新しく引っ越して来た人に伝える手段が少なく情報が少ない状態も社会的弱者と感じた。引っ越してきた人は区役所がどこにあるかすら知らない。

地域の方は困ってからでないと行政などの発信する情報は見ない、それは普段それらの情報が必要ないからだと思う。逆に地元の人が発信する地域ポータル的なサイトはない。夜間診療の診療所や安い自販機、コインパーキング、子育てサークル、快適な交通手段、公衆トイレなど。

■中津地域活動協議会広報副部長 中津地域活動協議会

中津地域活動協議会のWEB「あいらぶ中津」の仕組みをつくった。花咲会長が外から来た人にもウエルカムで、ブログを見られて町会でも発信してくれないかということで関わった。ポスターなど紙では見ない人が納涼祭やもちつきに参加してくれるようになったの

で、IT化に評価をしていただけた。運用は地域活動協議会でやっている。

■豊崎、中津、大淀エリアの課題、可能性

福祉からまちづくりを考えるより、まちづくりから福祉もみるともっと混ぜて巻き込めると思う。なぜ町会の加入率が下がっているのかといったところを突破したい。経済的に自立している人は地縁型の組織に入る理由が見つけにくく、頼まれることばかりだと入らないという選択肢をとるだろう。行政も既存のネットワークを活用して連絡を行うので地縁型組織に加入していない世帯にまで交流がとれない。天岩戸を開くように、そんなに面白かったらやりたいと思うようになるのではないかと。

梅田周辺のターミナルエリアが強すぎるのでその周りは我々が発信しなければならないと思っている。周りの飲食店を応援したい。中津に行ったらおもしろいと思ってほしい。チェーン店がない。

仕事でやる分にはいいが、趣味でやる分にはお客を選べない。情報発信をしてやりたい人と参加したい人をつなぐのは痛くもかゆくもない。仕事では違う意見の人とも話をしたいと思う。

僕は繋がりメッシュを狭めることが出会いを作ることだと思う。見て何か載っているとマッチングが起こったり、選択肢が増えたりするので住みやすいまちになる。飛び抜けてブランド化されてほしくないが、人に紹介して恥ずかしくないまちになってほしい。

“梅田の北っかわ”で不動産屋から広告を載せてもらって空き家を埋める。広告をのせるとマッチング率がいいとなればクリエイターを呼んで空き家をなんとかしませんかというイベントなどができるだろう。本来“梅田の北っかわ”のようなローカルメディアは不動産屋などの地域で商売をする事業主が行えばよいと思うが、そういうことが得意ではないので、我々と不動産屋が組めば空き部屋が埋まるしお店も潤う。人々が行き来すれば防犯にもつながる。頼られたときにマッチングしていたのがコミュニティが希薄になり、町会長や民生委員につながりにくく、不動産屋も、区役所も情報の内容の幅が限られているので、ローカルメディアを発信している人がマッチングするようになればいいし、将来ローカルメディアが事業化できればいいと思う。優れたローカルメディアがあれば多様なつながりがあるということが数値化されれば脚光を浴びると思う。そのために社会資源コーディネーターとしていろんな資源や人のつながりを活用する仕組みが必要だと思う。

町の中の不動産屋さんも情報化の波でフランチャイズになって情報をもらうほうに走っている。看板で安心を売るのではなく、地主の顔が見えますとか、不便なところは言ってくださいとかいう価値を見直せるか？

地域活動協議会に参加しているが、先には動かない。依頼されたときにやるときに意見を言うようにしている。まず認められるために、名前が売れることも大事。

町会や福祉の現場でのIT利用が課題であり可能性があると思う。LINEで迷子対策とか。

(武田先生) クリエイティブシティというと選民的な側面があるが、そうではなくてもととは人の多様性、寛容性があるということなので、そういう意味で今の中津は寛容性が高いと思う。平井さんの“梅田の北っかわ”も寛容性を担保している。

2-2. 先進事例に関する調査（対象地域以外）

下記の5か所の取り組みを行っておられる方々にヒアリング調査または文献調査を行い、リノベーションまちづくりやまちブランディング活動の経緯やポイントなどについて情報収集した。

- ① がもよんにぎわいプロジェクト（ヒアリング）
- ② （記載省略）
- ③ 枚方宿地区まちづくり協議会の取り組み（文献調査）
- ④ （記載省略）
- ⑤ としま会議（ヒアリング）

①がもよんにぎわいプロジェクト

a) 和田様プロフィール

・不動産コンサルタント、木造耐震診断士としてのご経歴

一級建築士や宅建を受験する学校である日建学院に11年ほど勤務していた。阪神淡路大震災の夜に救援活動にいて衝撃を受けて、ボランティア活動をするようになった。家に人が殺されているなどと思った。柱と土台が抜けてぺしゃんこになっている。ここを止めておいたらいいのではないかと思った。青年会議所に金物屋の社長がいた。近大の木造構造の先生を紹介してもらって、耐震の金物をつくった。金物屋の社長は売り出したいというので、僕はお手伝いしていた。JQAで壁倍率とか限界耐力計算とかを計算して認定を取った。その時に勉強しなければと思い、木造耐震診断士をとった。金物屋を本格的に手伝うようになったがなかなか売れなかった。耐震診断も無料でするのでうちの商品が入るプログラムを組んでもらった。そのときに施工も頼まれたので引き受けた。金物自体は安いものだが工事を請け負うと収益になる。ビフォーアフターがはやっていたので、無料でいいと言ってやらせてもらった。鶴見区の2階建ての4軒長屋だったが、デザインを工夫していると工事中に入居者がすべて決まった。オーナーがとても喜んで周辺の16軒が埋まった。目立つデザイン長屋でおしゃれな人が住みだした。結果そのエリアが明るくなった。やりがいがあると思った。金物を売るためにコンテストに出したら最優秀賞をもらった。

・和田様と蒲生4丁目との関わり

ある人から相談を受けて、蒲生4丁目の米蔵のオーナーを紹介された。築120年ぐらい

の米蔵の耐震を考慮しておられるとのこと。潰してコインパーキングにすることが会社の方針で決まっているが、リノベーションにどれぐらいの費用と時間がかかるのか知りたい。うまくできるならテナントを付けたいということで。米蔵でイタリアンがおもしろいんじゃないかと提案して、探してみると見つかった（ジャルディーノ）。おしゃれということで話題になった。オーナーさんも喜んでくれた。借り手も安く借りられて、地元の人も店を使ってくれる。オーナー曰く、リノベーションが流行っているがだいたい「点」だ、私は空き家を 100 軒ほど持っているので蒲生 4 丁目で「面」でリノベーションしないかと言われた。空堀は当時アートでまちおこししていたが僕はアートに興味はなかった。中崎町は雑貨とカフェだが欲しいものはない。蒲生 4 丁目はどうしようというときに当時 B 級グルメが流行っていたので、飲食の街にすると、ぼくも外食はするし地元の人も喜んでもらえる。それでテーマを決めてこれまで 26 軒です。

・貴社の事業（MANIAC NAGAYA 等）について

しかし飲食の需要にも限界がある。衣食住で考えると次は衣類。服にこだわるとはどうということかと考えた。同級生がオーダースーツの店をやっていたので行ってみると、色々選ばされるので何度も足を運ぶ。服を買うというプロセスを楽しめる。セレクトショップでは梅田に負けるので、蒲生 4 丁目にしかないオーダーやマニアックなものが揃う、そういうお店をしようと思って 5 軒長屋をぶち抜いて異業種（鞆、帽子、服）を入れた。互いに協力してもらって、年に 1 回でもいいのですがもよんコレクションをつくってファッションショーぐらいできたらいいよね。それを踏み台にはばたいていってもらったらという思いでマニアック長屋を作った。単に町家カフェ=かっこいいだけでは薄っぺらい。リノベーションした店舗でごはんを食べる人はどんな趣味があってどんな音楽が好きでどんな仕事をして、もうライフスタイルの提案をつくっていかないと飲食につながらない、マーケットをつくっていかないといけないと思った。そしてリノベーションをブランドにしていこうと思ってやっている最中だ。町家カフェに行っても新建材を使っていると残念に思うし、古民家カフェも古いだけで快適性を担保していないものがあるので、それらとの差別化を図ろうと思って一生懸命やっている。

b) 蒲生四丁目の現状と課題

・密集市街地、空き家問題

先ほどの不動産屋の顧問をしている。ぼくはついてきた。そういう人に出会ってその人と波長が合った。おかげ様で蒲生 4 丁目が地味に人気のエリアになってきた。マンションが建つようになった。空き家問題は数年前から話題になっているがぼくはそんなことを考えて耐震していたわけではない。けれども空き家問題が追い風になった。耐震等級はすべて 1 を取っている。防火については消防署と常に連携を取っている。できるだけ 100 m²未満で用途変更しなくていいように設計している。週 1 回飲食店を集めてミーティングをしている。その中で年 1 回消防訓練をしているほか、食品衛生管理の講習とか、確定申告と

か、防犯とか。飲食店は営業で大変なので側面支援に回っている。

・まちづくり上の課題など

ぼくのガイドラインでは戦後の建物は安普請で残す価値がないので潰します。明治期の持ち家率は7%だったそう。昔は家を長持ちさせるという思想があった。世の中が変わるにつれて住み方も変わってくる。丸順不動産の小山さんがいっていたことだが、「選ばれる街にならないといけない」。大阪の東エリアで特徴のあるまちはと考えると、普遍的な強みは歴史・文化だから残していこう。下町は下町で残しつつ今風に変えていこうというのがまちづくりの課題だ。かっこよくするのではない。リテラシー、素養が高いまちをつくっていこうとしています。地味だけどちゃんとした人が住んでいる町。10年経ってだいぶ変わってきた。

c) がもよんにぎわいプロジェクトの概要など

・きっかけ、経緯

3軒ほどリノベーションしてきたとき当然店主と仲良くなる。不動産屋から見たら店子だが、私は耐震やメンテをしているので深く携わる。ある1人の店主が、バルが流行っていると聞いて研究した。蒲生4丁目でもバルをしようということになって手探りで始めたら楽しかった。今7回目です。バルをしませんかと声をかけて回ると顔見知りになる。公募ではなくて紹介制にした。そうすると紹介した人の顔を潰してはいけないのでちゃんとするわけだ。バルをすると儲かると思っている人がいるがそれは違う。みんなで楽しむのが趣旨だ。店同士が仲良くなっていけばそれぞれの店の常連を他の店に紹介することができる。60店舗ほど集めている。常連を毎晩シャッフルしたらいいという話になってそれからプロジェクトになった。そうするとイベントをすることは必要だが広告費もいらない。

d) がもよんにぎわいプロジェクトの活動内容

■古民家の利活用

ホームページに空き物件の紹介をしているが、それで決まることはほとんどない。もっと物件のストックはあるが出さないし、テナント募集の張り紙も出していない。本気でここで店を出そうと思っている人は必ずここに来る。ネットで物件を探すような人は嫌いだ。

考え方は快適性の担保で耐震性を持たないといけない。飲食店で働いている人の最終的な夢は自分の店を持つということ。休業時代は辻調で働いていた人がつながっている。それでほとんどロコミです。蒲生4丁目ですごした人が、ぼくの専門学校時代の同級生が古民家に興味があるみたいですよと教えてくれる。だから営業マンはいらない。紹介してくれた人の顔を潰すわけにはいかないので一生懸命対応する。ロコミが一番強い。

店舗がダブらないようにすることは学問的にはミックスリースというらしいです。ぼくは全部ダブらないように心掛けています。いまここにはないのはおいしいうどん屋さん。おいしいうどん屋にぼくが飛び込んでいって、店をだしませんかと直接交渉します。なぜ紹

介してくれるかという10年で26店舗やって1つも潰れていないから。

古民家再生の難しさは、高くつくことだ。でもここにしかないものを作るのは楽しいし、古民家をどうするかを考えるのが面白い。古民家とイタリアンのコラボ、古民家と南フランスのコラボ、古民家とピザのコラボというお手本をやっている。オーナーは事後承諾だが、耐震やA工事でお金をだしてもらうので利益は確保する。収益は何%で何年で黒字になるからやりましょうとぼくがオーナーにプレゼンします。事業用定借で10年間借りてくれる人がいればやりませんかという話でまとめる。固定資産税垂れ流しの古民家が稼げるようになるのでオーナーは喜んでコンサルフィーを払ってもらえる。

寺子屋苦楽庵はミーティング会場だ。毎週木曜日に15時～16時に飲食店を集めてミーティングする。それ以外は寺子屋というかたちで地域の人たちに使ってもらうようにしている。昔そろばんの先生をしていたおじいさんとか、昔書道の先生をしていたおばあさんが地域の子どもたちを集めてボランティアで教えていて、ぼくは食育・料理教室をしています。こども食堂が今はやっているが、あり方は違うと思う。食べさせて子供の居場所というのは施している感がある。秘密基地みたいなものがほしかった。飲食店の店主がたくさんいるので、料理教室をしてもらう。自宅の冷蔵庫にあるもの（ごはん+卵=チャーハン）を使ってできる料理を教えてあげる。自分で作れるようになる方が大事だろうし、将来飲食店で働きたいと思ってもらえれば宝になる。

■食のイベント

- ・がもよんばる、がもよん肉祭りの概要、運営方法など

イベント毎に、リーダーを立ててぼくは監修。警察の許可などの行政との対応。補助金・助成金は一切いらない。そして口出しもいらない。続けられることが大事。何万人のイベントを1回やるより、150人のイベントを10年続けよう。続けることで歴史文化につながるよという話でやっている。動員数ではなく、満足度、リピーター。僕らが楽しんでその姿を見に来る人が本当に来て楽しいと思った人が楽しいとつぶやいて、それを見た人が来るのが本物だ。チラシのデザインはデザイン学校の学生にノーギャラで作ってもらっている。その代りに学生にまちづくりのノウハウを教える。

地元の企業が応援したいというはなしになって、お金をいただく場合があるので、一般社団法人を作っている。ぼくが代表理事で地主が社員として出資していただいている。しかしあまりお金は使わない。お金を出さない代わりに知恵を出そうとっている。地元の牛乳石鹸から1,000個もらって配ると喜ばれる。組織を拓げるつもりはない。

- ・地域資源を活かすなど、特徴あるイベントやコミュニティ形成について

イベントをするのは、ぼくらが楽しもう。その次に、客が楽しむ。利益は度外視。掃除でもそろいのジャンパーを着てやっているのは嫌いで、月1度イベントの前後に掃除しているが、スピーカーでファンキーな曲をかけながら滅茶苦茶派手な格好で（交通安全上）、そのあとランチを食べに行くという掃除イベント。

■情報発信

- ・がもよん TV の運営など

この事務所が広いので、アナウンススクールの人が事務所を探していたのでここでやったらといった。家賃を無料にするかわりに、がもよん TV という 15 分番組を 2 か月に 1 本つくってくれといった。アナウンサーの OJT になるしまちの PR にもなる。スキップできない女子アナで有名な川田さんもここにきていた。

e) 活動の効果や課題について

- ・住民等の地域づくりへの興味関心

地域の方とも関わりを持とうということで、節分であつたりひな祭り、もちつきに参加するようにした。地元で恩返しということで、若宮神社の豆まきにくじを入れて投げるとか。今商店街の活性化に力を入れようとしています。第 3 日曜にこちらから商店街に出展して 3sun 市をやると 800 人ぐらいくるようになって店を開けるようになった。小学生のご当地活性アイドル GM4's は人気がある。地域の方が孫を見ている感じ。

- ・メディアの関心

あまりなかったですが、いい人材がくると思うようになってメディアにでるようになりました。

- ・クリエイティブ人材へのアピールポイント

ここにコワーキングスペースがあるが、クリエイターはお金儲けが下手だ。出店の際にクリエイターを呼んでロゴや WEB デザインを作らせる。丸投げではなくぼくが入ることで安心して仕事ができるようにしてあげる。マニャック長屋の次の入居者を集めることを考えると、まちのブランディングに繋がるヒーローがほしい。蒲生 4 丁目でかっこよく活躍している若者が看板になる。広告になると思えば家賃もいらぬ。自主的にイベントのチラシをデザインするクリエイターもでてきた。

昨今の地価上昇との関係はあまりない、家賃を上げるのは地権者のエゴだ。そこの気持ちを変えないと意味がない。商店街の空き店舗の活用について、オーナーが何かすることによってまちが変わっていくというロマンを感じてくださいといっている。ぼくがやりたいのは商店街をシルバーパラダイスにしたい。アーケードがあつてバリアフリー、新しい店で活気づかせる。車いすでにぎわう。リハビリのセンター、病院、処方箋薬局、入浴サービスを集める。そこに携わる人がついでに物を買う。デイサービスの車のための共同の駐車場。コミュニティが保たれる。障がい者支援もお情けではなく本気でやるべき。

f) 今後の方針など

- ・和田様の想い

歴史は嫌いだったがあるオーナーから 100 年先のことを考えるというなら 100 年前の歴

史を勉強しないといけないと言われて勉強するようになった。流行りのブランドは変わるが歴史は変わらないので歴史に残るイベントにしたい。

蒲生4丁目で10年間飲食店をやった。飲食店で働いている人の最終的な夢は自分の店を持つということなので、自分の店を持たせませす。現在4店舗になりました。これは進化だと思う。定借10年経ってオーナーと契約を切る。今の店長に店を売ってくれと頼みます。がもよんどリーム。これが僕の想いです。

② (記載省略)

③枚方宿地区まちづくり協議会の取り組み

下記参照

http://www.urban-ii.or.jp/kou2/pdf/UII_letter_25.pdf

④ (記載省略)

⑤としま会議

a) 中島氏のプロフィール

もともと地域のコミュニティには全然関わって来なかった。新卒で勤めたマーケティング会社で、企業のコミュニティづくりの仕事を務め、以来、15年以上、コミュニティの仕事をしている。2社目の人材ビジネスの会社でセミナー・スクールのプロデュースに携わり、2010年からフリーになって、つなぐ専門家の肩書きで、コミュニティデザインの専門家となる。1社目の会社は、生活者をネットワークする会社 (DoHouse) で専業主婦を集めて商品開発を手伝ってもらうというようなことをやっていた。大阪ガスのエルネットが同モデルを展開していた時期がある。その時に、世の中に眠っている主婦を採用し、トレーニングして企業に送り出す仕事を経験して、コミュニティのノウハウを身に着けた。2社目に人材系の会社に行って若手社会人向けの朝セミナーや、若手社会人向けスクール事業を立ち上げた。1社目でコミュニティを、2社目でイベントのスキルを身につけて、その掛け合わせで独立。どうしても打ち上げ花火で終わってしまいがちなイベントを、どう点から線へ、コミュニティにしていくかが一番の専門分野となっている。ここ数年で、地元・東京都豊島区の地域のコミュニティに関わりはじめるようになり、企業がどうローカルとコラボレーションするかという案件の相談もいただいたりしている。その昔、企業は生活者に一方的にコミュニケーションしてきたのが当たり前だったが、だんだん生活者と双方向にコミュニケーションするようになり、最近では、さらに進んで、一緒に何を創れるかがテーマとなっている。まさにこの共創を専門としている。農耕型コミュニケーションは独自に提唱しているスタイルで、速く広くという広告型のコミュニケーションではなく、深く長く関係を創ることを大切にしている。千葉市長とは、政治家が市民と対談を繰り返す場を提案

し、また、南池袋公園のオープニングイベントでは来賓が喜ぶテープカットではなく市民が喜ぶお祭りにしましょうと提案した。最近では、企業や行政のみならず、お寺やインキュベーション施設からも依頼を受けて、地域とのつながりをデザインする。

■池袋へ

もともと千葉市の出身で豊島区に住み始めたのは12年前。でも、ずっと、どこか垢抜けない「おわっている街」だと思っていた。町内会にも商店会にも関わることはなく、地域コミュニティとは全く疎遠な暮らしをしてきた。

4年前、池袋界隈に初めての coworking space **co-ba ikebukuro** に入居。この場所は全国的にも珍しい、賃貸マンションの中にできた coworking space だった。オーナーチェンジで経営方針が変わったが、部屋を自由にリノベーションさせる、カスタマイズ賃貸のはしりで、クリエイティブな人たちが多数移り住んできた賃貸マンションである。駅からは遠く、築浅でもないが、リノベーションにより、その価値は上がり、住民も定着するようになった。その2階は倉庫兼事務所みたいな使われ方をしていたが、徐々に、まちに開いた場所となり、幼児教室、coworking space、食堂と、次々とまちに必要なコンテンツが増える場所となっていく。そんな場所を自分自身が見届けたいと思って coworking space に入居。オフィスに入居して地元で過ごす時間が増えた。

■としま会議

当時のオーナーが、そんな賃貸マンションで、まちに開いたイベントをつくろうとだったので、イベントをつくる仕事もしていたこともあり、企画・プロデュース。そうして生まれたのが、としま会議です。coworking space の集客という目的もあった。2014年8月にスタートして約4年続けています。基本的には平日の夜、トークライブとパーティの3時間。講演&交流会はよくある形ではあるが、企業向けに培ってきたノウハウを活かし、参加した人たちがつながるようにデザインしている。会議とは名ばかりで飲んでいます。95%が地元在住・在勤なので、行きつけの場所はどこかということでも盛り上がる。50人ぐらいに絞って一体感を出す。ゲストスピーカーと参加者の距離が近いので同じ目線で話せる。都心で町内会や商店会に参加しない人にとっては、地元知り合いをつくる機会が意外にない。そんな人でもここにくると、地元知り合いができる。区外の方はチケット代を高くして人数を制限している。参加者は30代前後が多い。飲みに来る気分で来てもらえるように有料にしているが、おいしいご飯をちゃんと出している。毎回豊島区の中から5人ゲストを呼んで、持ち時間たったの7分でそれぞれの活動を紹介してもらう。いろんなジャンルの人が5人揃うのがミソ。コミュニティ同士の横のつながりをつくるべく、混ぜるということを大事にしています。ジャンルもエリアも世代もバラバラにするとそれぞれのコミュニティから来てくれる。テーマを揃えるとそれに興味がある人しか来ない。例えば、行政職員・バー店主・福祉作業所担当者・主婦デザイナーなど……。普段一緒の場

に揃うことがないような人たちが、ここに来ると混ざり、解け合う。地元で生まれ育った人もいるし、移り住んできた人もいるし、全国的には有名だけど地元では住んでいるだけという人もいて、そんな人たちが地元で何かやりたくなる仕掛けになっている。大企業の人はあまり呼ばないで、インディペンデント、自分の足で歩いている人を呼んでいる。まちの重鎮、商店会長とか町内会長は呼んでいない。どうしてもしがらみにとられるので、ふだんあまり街に関わっていない人を中心にあえてピックアップしている。ワークショップもしていない。ここにくると帰るときにこのまちは面白いかもとか、あしたあの店にいつてみようと思って帰ってもらうことを意識してつくっています（まちを楽しむ入り口）。今月で34回目で150人以上の人たちを発掘してきた。地域活性とか地方創生のくくりに入れられるが高尚な気持ちではやっていない。地元に関わりがなかった自分が、まちの面白い人を発掘していこうという気持ちで続けてきた。でも、ここから、いろんなことが自然に始まって、飲み会、コラボイベント、ゲストの所に子どもたちが行くようなことが始まったり、地元のイラストレーターが地元の絵を描いたり、移住して来たり、会社ができ、NPOができ、サミットを誘致する話がでたり、都内の他の場所でマルシェをやっていた人がどうせだったら生まれ育ったまちでやりたいといってマルシェが始まったり、オリジナルブランドをつくろうというチームが出来たり。当時の副区長だった渡邊さんが皆勤賞だったのは嬉しかったことの一つで、お誕生日をお祝いするような関係に発展していった。結果、いろんなメンバーが区と何か一緒に取り組むことをはじめました。豊島区というのは、ターミナル駅の池袋が目立ちがちだけれど、一駅いくと途端にローカルな街並みが広がり、そこが魅力。空き家率が23区でナンバーワンということもあり、その空き家を活用して、様々なプロジェクトが立ち上がるようになっていきます。まちづくりとあえて叫ばなかったからこそ、様々な業種・職種の新しいプレイヤーが関わりやすかったのだと思う。

としま会議自体では、ワークショップはやってこなかったが、行政から相談して立ち上がったのが、としまぐらし会議。有識者を集める検討委員会か住民の声を聞くワークショップは存在するけれど、形式的なものも少なくなく、どうすれば、本当に市民主体でプロジェクトをつくっていけるか、そんなビジョンを掲げ、ここから新しい10個のプロジェクトが立ち上がっている。

■豊島区のリノベーションまちづくり

東池袋周辺のまちづくり会社・日出家守舎を2年前に立ち上げた。リノベーションまちづくりは小倉発祥の取り組みで、八幡製鐵所の発展とともに栄え、衰退とともに廃れた小倉のまちの空き家・空きテナントに、若者たちが入ってきてビジネスを興した。雇用を生み出し、商店街の通行量もアップして、エリアの価値が向上。その取り組みは「リノベーションまちづくり」と呼び、全国に派生していった。

地元豊島区でも、4年前、日本創生会議によって消滅可能性都市に選定されたことをきっかけにして、リノベーションまちづくりがスタート。2015年春、リノベーションスクールが都内で初めて開催され、受講生として門を叩いた。その時の対象案件が、いま手がけている日の出ファクトリー。築40年近いマンションの一室をリノベーションして、まちの作り手たちが集う、シェアアトリエをオープンさせた。近くには造幣局跡地があり、2020年には、豊島区で最大規模の公園ができる予定となっており、公園ができれば、人の流れが変わっていくことを見越して、始めたプロジェクト。このエリアは、もともと巣鴨プリズンがあったところに、再開発でサンシャインシティや、運動場、図書館、郵便局などの公共施設ができ、タワーマンションが現在でも開発されているエリアで、さらに、都電荒川線を挟んだ反対側は、全国から視察に訪れる人たちもいる、有数の木密エリアで、空き家や空き地が少なくない。公園ができたら人の流れも変わる、相対的に今ある空き家の価値も上がるであろうことを視野に入れて、まちづくり会社をこの場所につくった。日の出ファクトリーは最初の点。もともと、企業向けにファンをどうつくるかをやってきたが、最近考えているのは、地域にファンをどうつくるか。好きな場所が増えること、気になる人が増えること。まちに愛着を持つ人をどれだけ増やせるかということを考えています。

リノベーションまちづくりに取り組む全国の人たちが師と仰ぐのが、3331 Arts Chiyodaなどを手がけられた清水義次さんで、清水さんが言う「敷地に価値なし、エリアに価値あり」がいつも掲げているテーマ。単体の物件（プロジェクト）を通じてエリアをどう変え、エリアの価値をどう変えていくか、そのための実践を繰り返している。

2-3. まとめ

2-3-1. 地域活動における課題

地域活動における課題に関するキーワードを整理する。

■地域のまちづくりに関するテーマやビジョン

- ・テーマやビジョンをつくる方法論
- ・地域内・外の視点（地域の知名度向上）
- ・小地域福祉計画との平行な関係

■地域活動協議会の体制と企画立案

- ・各組織との関係やネットワークに関する考え方と理解促進
- ・企画立案のリーダーシップ、アイデア醸成、試行と財源確保

■地域資源と地域に愛着を感じるための方策

- ・オープンスペースの利活用
- ・社寺や企業などの敷地内施設の利活用
- ・歴史や文化資源の掘り起こしと可視化

- ・思い出作りにつながる体験
- 地域活動協議会への公共、企業の支援、活動人材の育成など
- ・地域活動協議会への企業やワーカーの参加促進につながるきっかけづくり
- ・地域のクリエイティブ人材の発掘と活動への参画
- ・ボランティアの参加促進と参加しやすい環境づくり、ボランティアの位置づけ（対価）
- ・リーダークラスの育成（PTA や企業との関係づくり）
- 諸活動への住民の参加状況及び参加促進の方策
- ・町会に参加していない住民の地域活動への参加促進につながる企画・広報
- 活動上及びまちづくりの課題について
- ・開発の波及に対する考え方
- ・自営業者などのまちづくり活動への参加促進
- ・住環境の保全
- ・新住民の取り込み、町会への参加促進
- ・区役所、区民センターへの交通問題
- ・防災（津波避難）
- ・地域活動協議会の PR
- 大学との共同研究による調査
- ・大学等による地域に根差した活動
- ・新しい企画の提案
- ・第3者からの提言

2-3-2. 対象地域におけるリノベーションまちづくりの課題

対象地域におけるリノベーションまちづくりの課題に関するキーワードを整理する。

■ショップ経営者

- ・最初に商売を始めるにはハードルは低いですが、特に雑貨系の店は経営が難しく、入れ替わりが激しい。
- ・接道条件を満たしていない住宅地の奥深くに店舗ができるようになった。
- ・複数店舗を経営する場合、お店の個性（パーソナリティ）を維持するのが難しい。
- ・中崎町に店を出したい人は多いが市場性などは考えていない。

■地域ブランディング

- ・アートフェアや蚤の市を始めたが、途絶えてしまった。
- ・雑誌やメディアでの取り上げが減少した。
- ・中崎町にはリブランディングが必要。

■環境変化、まちづくり

- ・小学校がなくなって地域コミュニティが大きく変化した。

- ・地価上昇に伴い賃料が増加した。
- ・外国人観光客が増えた
- ・高齢化した住民とショップオーナーの意識にはずれがある。
- ・古い建物を残せたらいいが、地権者の意向で建て替わる。
- ・行政の力で雰囲気のあるまちにできないか。

■建築、不動産

- ・長屋、長屋スポットの価値を再認識する課題
- ・耐震補強、改修の技術的課題、法制度的課題
- ・不動産経営的課題
- ・所有者の条件づくり
- ・居住者の同意、合意形成
- ・老朽化した木造建物には火災、震災のリスクがある。

2-3-3. 対象地域における「民」によるまちづくり活動の課題

対象地域における「民」によるまちづくり活動の課題に関するキーワードを整理する。

■イベント運営

- ・(記載省略)

■地域活動の拠点

- ・NPO が準備した地域活動の拠点が活用されていない。
- ・今後活動の拠点をつくりたい。

■資金確保

- ・継続的な運営を行うための資金確保が難しい。

■まちづくりのテーマと地域ブランディング

- ・飛び抜けてブランド化されてほしくないが、人に紹介して恥ずかしくないまちになってほしい。
- ・ターミナルエリアの周りは我々が発信しなければならない。
- ・繋がりメッシュを狭めることが出会いを作ることだ。
- ・本来まちの情報発信は不動産屋がやるべきだが、そういうことが得意ではない。
- ・社会資源コーディネーターがまちのマッチング役になれると思う。

■新しい社会課題やまちづくり上の課題への対応

- ・新しい社会問題に対応している（おひとりさま、ひきこもり）
- ・職能を活かす活動（プロボノ）が期待される。
- ・うめきた2期のまちづくりに対する理解促進と市民参画
- ・町会や福祉の現場でのIT利用が課題であり可能性があると思う。
- ・地域活動は福祉からまちづくりに入ると壁があるので、まちづくりから福祉もみるよう

にすると巻き込めるのではないか。

- ・なぜ町会加入率が低いのかということの分析が改めて必要。
- ・地域が気に入って住み着いている人は再開発の流れに対抗できるのか。

■多様性を許容し誰もが活躍できるまちづくり

- ・出産や介護の際、地域とのつながりの必要性を痛感
- ・移り住んできたときにまちのことはだれも教えてくれない(情報的に障がい者と感じた)。
- ・天岩戸を開くように、そんなに面白かったらやりたいと思えるような活動をするべき。
- ・市民ベンチャーの掘り出しや育成をしたい。
- ・地域が気に入って住み着いている人のネットワークができていない。
- ・自己実現の場づくり
- ・梅田にはいろんなコミュニティがあるが、同じようなテーマでそれぞれバラバラに動いている

2-3-4. 先進事例に関する調査(対象地域以外)におけるポイント

先進事例に関する調査(対象地域以外)におけるポイントを整理する。

■がもよんにぎわいプロジェクト

- ・不動産コンサルタント、木造耐震診断士としてリノベーションを推進
- ・不動産オーナーとの出会いと信頼関係の醸成(オーナー利益の確保)
- ・テナント選びのコンセプトづくりと選別(ミックスリース)
- ・耐震と快適性を担保するリノベーション
- ・テナント店主の経営指導とコミュニティ形成
- ・食のイベントに対するユニークな発想“常連をシャッフルする”とリーダー育成
- ・下町は下町で残しつつ今風に変えていこうというのがまちづくりの課題
- ・地域貢献活動“寺子屋”
- ・地域の企業の協力を引き込む
- ・イベントや清掃活動ではまず自らが“楽しむ”ことが大事
- ・情報発信“がもよんTV”ご当地活性アイドル“GM4's”
- ・地元商店街とのコラボレーション
- ・クリエイターの呼び込みと支援
- ・テナント店主に不動産を所有させる“がもよんドリーム”

■(記載省略)

■枚方宿地区まちづくり協議会の取り組み

- ・枚方市が建替え等で歴史的な家が壊されていくことに危機感を感じた。
- ・アンケートを行い集計した結果、宿場町の面影を残していこうという方向性が確認されたので「枚方宿地区まちづくり協議会」を発足。
- ・公共のハード面の整備（無電柱化、石畳と淡い街灯、駅の顔）
- ・公共のソフト面の取り組み（まちづくり協定、修景補助、イベント開催に伴う行政手続き）
- ・協議会の取り組み まちづくり協定を基に建築申請の内容をチェック、景観プレート
- ・町家情報バンク 町家等を貸したい人と借りたい人を結ぶ（チャレンジショップ、ギャラリー、カフェレストラン等）、現在は空き家登録がない状態
- ・枚方宿くらわんか五六市 月 1 回開催される市：手づくりの雑貨やアクセサリー等の作品やコダワリのモノなど個性溢れる品々
 - 協議会の役員に枚方宿地区内の自治会長も就任していたので地元の理解が進んだ
 - 市役所と警察の協力（道路占用・道路使用・公園占用）
 - 軒先や駐車場、公園で出店し採算がとれている。点から線につながった
 - 比較的若い世代の女性を市外からも引き付ける
- ・ブランドという観点では、枚方宿は枚方市の魅力のひとつになっている
- ・東海道 56 番目の宿場町「枚方宿」の文脈を最大限に活用している（淀川水運との連携）

■（記載省略）

■としま会議

- ・コミュニティやイベント、ワークショップの仕事をしていたので、何かやり始めようと思いついて 2010 年からフリーになってコミュニティデザインの専門家になった
- ・イベントはどうしても打ち上げ花火で終わってしまうので、どうやって定着化させるかが一番の専門だ
- ・広告型のコミュニケーションから農耕型コミュニケーションへ
- ・池袋界隈に初めてできたコワーキングスペースに入居（リノベーション賃貸）
 - 当時のオーナー青木純さんに会おう（都電家守舎代表取締役）南池袋公園のエリアマネジメント
- ・青木さんと「まちに開いたイベントをつくろう」ということで「としま会議」が生まれた。
 - シェアオフィスの集客も兼ねて
- ・トークライブとパーティの 3 時間。意識してつながるようにデザインしている。
 - 商店街や町内会に入らなくても地元の知り合いができる。
 - 飲みに来る気分で来てもらえる
 - 30 代前後が多い。

→ジャンルもエリアも世代もバラバラにするとそれぞれのコミュニティから来てくれる
→ここにくると帰るときにこの街は面白いかもとか、こんな人いるんだみたいになって
帰ってもらおうようにしています（まちの楽しみの入り口）

→いろいろなコラボが生まれている

- 行政からの依頼でワークショップ「としまぐらし会議」が始まった
- まちづくり会社（日出家守舎）を立ち上げた。運営しているシェアスペース“日の出ファクトリー”にはクリエイターが入居している
- リノベーションスクールの運営会社（リノベリングアソシエイツ）にかかわっている
- 豊島区が都内で空き家率 NO1 であることを活かして始まったのがリノベーションまちづくりという枠組み
- 師匠である清水義次氏のエリアマネジメントの考え方。敷地単位には価値がなくてエリア全体が盛り上がらないといけないので、全体のことを考えようよという取り組みだ。

3. うめきた地域におけるクリエイティブシティ評価

3-1. 調査の概要

本章では、うめきた周辺地域においてクリエイティブ人材誘因のための職住環境をデザインすることに向け、本年度はまずうめきた地区周辺地域のポテンシャルを評価することを狙いとして定めた。うめきた地区周辺地域のポテンシャルを評価するためには、それ以外の類似地域と比較することが必要であると判断し、うめきた地区周辺地域と大阪府内の類似地域の両方において基礎データ収集を行った。また、クリエイティブシティの在り方を特定するという狙いを持ち、文献調査やクリエイティブ要素の抽出、現地調査等も行った。

3-2. 調査対象地・研究の方法

基礎調査として基礎的なデータの収集にあたり、対象とするうめきた地区周辺地域を定めた。以下、対象地域と呼ぶ。対象地域は梅田中心地（梅田、大深町、芝田、角田町、茶屋町、鶴野町）を除いた7地域とした。7地域は以下のとおりである。なお、定めた対象地域の位置関係は図3-1に示す。さらに、対象地域の特徴を特定するために対象地域と類似した以下の4つの比較対象地域を定めた。比較対象地域の選定基準は梅田と同規模の商業、オフィス機能を持つ難波、新大阪の周辺地域とした。なお、比較対象地域の位置は図3-2に示す。上記の対象地域と比較対象地域の合計11地域において、人口や公共施設数などの基礎データを収集した。公開されている最も詳細な区分まで調べた。そのデータの種類を表3-1に示す。次に上記のデータを可視化し、地域ごとの特徴をより分かりやすい形で表現した。可視化の手段として今回はGISを利用した。



図 3-1 対象地区



図 3-2 比較対象地区

表 3-1 抽出した町字（太字は対象エリア内の町字）

1. 点データ(住所)	2. 丁目字データ	5. 文字データ
店舗数	人口密度	現在の都市計画方針(大阪)
スポーツ	住宅の建て方別世帯数	うめきたの歴史
飲食店	1歳、5歳ごと人口	用途地域
娯楽施設	人口	景観計画
コンビニ	世帯数	地域防災計画
宿泊施設	人口の推移	NPOの現在の稼働状況
商店街	各業種別人口	
公共施設	各世帯人数	6. 画像データ
病院	事業形態別人口	交通量
老人福祉施設		自転車
地域集会所	3. 区単位データ	自動車
公園	犯罪件数	歩行者
交番	外国人数	鉄道定期券購入率
学校	自動車保有台数	大阪市内の駅からの距離
小、中、高、大、専門学校	昼夜間人口	乗客数
NPO		JR
地価公示情報	4. 市町村単位データ	私鉄
バス停	ゴミ量	地下鉄
物件価格	外国人国別内訳	一人当たり自動車保有率
交通量とその観測地		
日照時間		

3-3. 文献調査

基礎データの収集が終了し、続いてクリエイティブな要素を定義するために、文献調査に移った。文献調査では、クリエイティブシティの提唱者として有名なランドリー、フロリダ、ジェイコブスの主張に注目し、各著書などからクリエイティブシティを構成する要素を選定した。図 3-3 は上記の 3 名の提唱者の主張を引用し、キーワードを抽出したものである。また、3 名の提唱者の主張をもとに、我々でクリエイティブ人材を定義した。我々が対象とするクリエイティブ人材は創造階級の仕事に従事する人に加え、まちづくりの活動に積極的に参加する人とした。そして特にその両方に共通する人材にアプローチする方針を決定した。

提唱者	キーワード
 ジェイコブズ	専門性のある中小企業群の集積 多様なものを受け入れる柔軟性 ハード面・ソフト面での効率のよさ
 ランドリー	創造=産業と文化の連携する概念 “創造の場”が多く存在すること ⇒創造性を生み出す環境について追究
 フロリダ	創造階級(具体的な職種) 3つのT(創造性を示す指標) ⇒創造指数が高い地域ほど経済パフォーマンスが高いことを明らかにした

図 3-3 3名の提唱者の主張

3-4. クリエイティブ要素の抽出

文献調査での結果を参考に、クリエイティブシティに必要な要素を選定する段階に入った。クリエイティブ要素の選定は班員各々でブレインストーミングを行い、提唱者の意見を参考に篩にかける形で絞った。ブレインストーミングで挙げた約 280 項目の中から 40 項目を適切な要素だと判断した。その一例を表 3-2 に示す。さらにその要素に加え基礎調査で集めたデータを用いて、主成分分析及びクラスター分析を行った。この結果から、関連が深いデータの種類が特定でき、さらにクラスター分析の結果は対象地域のグループ分けの一助になったと考えている。主成分分析及びクラスター分析の結果を表 3-3、表 3-4、表 3-5 に示す。

主成分分析では 4 つの成分が抽出され、主に人口の影響度の大きい主成分 1 は「人口規模」、Wifi や事務所数などの影響が大きい主成分 2 は「事業所数」、女性労働率の影響度が大きい主成分 3 は「女性の社会進出度」、長屋建の影響度が大きい主成分 4 は「古民家活動度」とみることができる。

さらにこれらの成分を用いたクラスター分析結果から、クラスター1 では、人口規模が少なく（住民が少ない）、事務所が多い町丁目、クラスター2 では、人口が多く、女性の就業者が多い町丁目、クラスター3 では、人口・事務所共に少ない町丁目、クラスター4 では、人口が特に多く、長屋を活用した建物の多い町丁目と、それぞれ特徴がみられた。

表 3-2 選定したクリエイティブ要素の一例

No.	項目	No.	項目
1	24時間営業店の数	9	WiFiの普及率
2	DIY可能物件	10	Wifi利用可能場所の数
3	DIY物件	11	アート展の数
4	Free Wifiの普及率	12	空き工場の数
5	LGBTの数	13	空き事務所の数
6	NPOの数	14	空き倉庫の数
7	NPO法人の数	15	空地の数
8	SOHO	16	空き店舗の数

表 3-3 主成分分析の結果

変数	主成分1	主成分2	主成分3	主成分4
女性労働率(%)	0.0510	0.0657	0.8415	0.2055
WiFi	0.0125	0.7797	-0.3643	0.0523
長屋建	0.5040	0.0807	0.0113	0.7734
外国人_総数	0.8107	-0.2169	0.0006	0.1594
人口密度	0.5402	-0.2015	-0.1951	-0.1579
生産年齢人口_総数	0.8943	-0.2482	-0.0193	-0.0479
移住者	0.8291	-0.2097	-0.1109	-0.3093
認証NPO法人	0.2088	0.6535	-0.3865	0.2151
事業所数	0.6103	0.5178	0.3108	-0.2274
クリエイティブ事業所数	0.2054	0.8481	0.2974	-0.2518

表 3-4 クラスタ分析の結果

クラスターNo.	規模	主成分1	主成分2	主成分3	主成分4
クラスター1	6	-1.107	3.356	-0.500	-0.305
クラスター2	13	1.867	-0.284	0.330	-0.140
クラスター3	21	-1.753	-0.798	0.084	-0.008
クラスター4	3	6.397	0.103	-1.016	1.269

表 3-5 各クラスター分析の町丁目

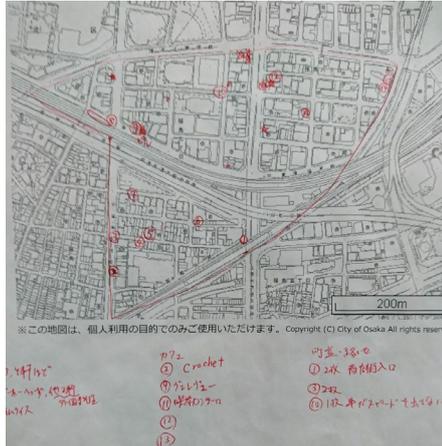
クラスター1	クラスター2	クラスター3	クラスター4
福島5丁目	福島6丁目	大淀北2丁目	中津2丁目
鶴野町	本庄東1丁目	中津4丁目	中津3丁目
中崎西1丁目	福島7丁目	豊崎6丁目	本庄東2丁目
中津1丁目	天神橋7丁目	中津5丁目	
豊崎3丁目	大淀北1丁目	大淀中1丁目	
茶屋町	本庄東3丁目	豊崎5丁目	
	本庄西2丁目	中崎西2丁目	
	大淀中2丁目	大淀中3丁目	
	本庄西1丁目	豊崎1丁目	
	中津6丁目	中崎2丁目	
	大淀中5丁目	大淀中4丁目	
	本庄西3丁目	豊崎7丁目	
	豊崎4丁目	中崎西3丁目	
		大淀南1丁目	
		豊崎2丁目	
		中津7丁目	
		天神橋8丁目	
		大淀南2丁目	
		大淀南3丁目	
		中崎西4丁目	
		中崎3丁目	

3-5. 現地調査

データを用いて地域の特徴を特定する段階を終え、データでは見えてこない地域の特徴を、現地調査を行うことで特定しようと考え実際に試みた。現時点では対象地域の中の一地域しか完了していない。調査項目に関しては、クリエイティブな要素として選定した要素の中で、データを取得できなかった 5 要素について対象とした。地図上にプロットした様子や写真によるデータ集めの一例を図 3-6 に示す。

《調査項目》

- ・リノベーション済み物件・店舗
- ・カフェ
- ・特殊な町並み、路地
- ・外国のものを取り扱う店舗
- ・テナント募集



※福島6、7丁目

図 3-5 現地調査の様子

3-6. 今後の方針

当面の予定としては大きく分けて二つの調査を行おうと考えている。一つ目は、引き続き現地調査を継続することである。対象地域と比較対象地域のすべてにおいて現地調査を完了させ、地域ごとの特徴を比較できるようにする必要があると考えているからである。二つ目はコワーキングスペースについての調査である。クリエイティブ要素の選定を行った際に、クリエイティブ人材とコワーキングスペースの関係性が深いことを示唆するデータが見つかった。そのため、クリエイティブシティを評価する一つの切り口として、コワーキングスペースを取り上げることは十分価値があることであると判断したためである。

4. 中津地域におけるクリエイティブ人材誘因のための活動提案

4-1. 研究の概要と対象地区

中津は、大阪府大阪市北区に位置する町名である。現行行政地名は中津一丁目から七丁目まで存在する。中津地区はいまだに長屋や古くからの商店街が残るレトロな地域である。しかし、今後うめきた二期の開発や貨物線の撤去が進むにつれ、中津地区も開発が進むと考えられており、現在もタワーマンションの建設が進んでいるのが現状である。

一方、現在中津地区には人口が流入しており、様々な属性の人々が増えている。その中でも、我々は中津において個性的な活動を行っているクリエイティブ人材が増加しているということに着目した。

4-2. テーマ設定

そこで、本プロジェクトのテーマを下記のように設定し、中津地域のブランディングと地域活性化を目的として中津三丁目を中心とした地域を対象地域として行った。

“中津地域におけるクリエイティブ人材誘因のための職住環境のデザイン”

また、挙げられている課題として以下の2点を挙げた。

- 現状は長屋等が残る地域、うめきた開発、JR貨物線撤去による地域環境が急激な変化すること
- クリエイティブ人材は増加傾向だが、地域のまちづくり活動との連携はこれから行わなければならない

なお、活動に関する前提条件として、地域で活動するNPO（NPO法人 社会空間デザイン）との連携、地域拠点（まち基地 中津）の活用を考えるものとする。

4-3. テーマの明確化

4-3-1. 対象地区の概要

本研究では、“中津地域”を中津三丁目と定める。以下に中津三丁目地区の概要を示す。

地区名： 中津三丁目（図 4-1）

- 人口： 3,055 人(2015 年地点)
面積： 0.300 km²
人口密度：10,182 人/km²
特徴：
 - ・ 阪急中津駅付近
 - ・ 線路と川に囲まれた区画
 - ・ 中心部に商店街あり



図 4-1 対象地区：中津三丁目

4-3-2. 用語の定義・クリエイティブ人材

「クリエイティブ人材」の定義は様々であり決まったものがあるわけではない。そのため我々が本研究において「クリエイティブ人材」という言葉を用いる際、その定義を我々が定める必要がある。そこで、本章では以下のように定義する。

クリエイティブ人材とは、『社会に対する価値を新たに生み出す事で、自己表現を行う人材』である。なおここで言う「社会」とは、不特定多数の他者（特定個人ではない他者）を意味し、「価値」とは他者が金銭を払ってでも手に入れたい事物を意味する。

4-4. 基礎情報調査

まず統計データから見る中津三丁目の特徴を述べる。なお以下に示す中津三丁目の特徴は全て中津の他の地域との比較である。平成 27 年の国勢調査より、中津三丁目は人口密度は平均的であるが、他地域の倍近い高齢化率、13.35%となっている。また高齢者の単身世帯の割合も 12.76%と高い。他所からの人口流入は少なく、5 年前から住んでいる人の割合

は 50.4%となっている。これは中津三丁目においては近年マンション開発があまり進んでいないことが原因と考えられる。住宅面では、他地域に比べて世帯総数に対する長屋建て・一戸建ての割合が高くそれぞれ 4.92%、24.64%である。その一方で共同住宅の割合は低く 70.28%である。産業面では、飲食店数が多く、15 店存在する。自営業者の割合は 11.15%であり中津の他の地域と比べても平均的である。

続いて統計データ以外の特徴を述べる。中津三丁目には 3つの用途地域が存在している。中津商店街の部分は近隣商業地域、西端の中津四丁目に接する部分は準工業地域、その他ほとんどは第二種住居地域である。そのため、長屋建てや一戸建ての住宅あるいはマンション、商店街が存在し、西端には小規模な工場が幾つか立地する住商工混在地域となっている。中津商店街は中津三丁目の物理的な中心部にあり、その周囲は長屋建ての住居や区画を長屋のままに建物だけ改装した一戸建てが立ち並び、それらを囲うようにマンションや工場、小学校そして阪急中津駅が外縁部に立地している。

4-5. 中津住民へのヒアリング

現状・考えを把握するために現地調査を行った。ヒアリング対象者は①中津在住者、②移住者、③不動産業者の方々に、内容は以下に示す。

分類：① 30~40代 対象者：Aさん

日付：2017.11.6 (月)

時間：14:00~15:00

場所：おうちリフレ

●地域での活動

- ・ぐうぐう：元は中津で初めて始めた子育てサークルあおぞら湯（月1~2）
大阪市から助成金が出るようになり、現在のぐうぐうに（毎日）
- ・区政委員
- ・地域のボランティア
- ・その他 PTA など

●いつ中津に移住してきたか

2008年12月

●なぜ中津に移住したのか

- ・結婚を機に、旦那さんと自分の職場のちょうど間
- ・どちらのご実家も近い

- ・ノスタルジックなところ（中津か中崎町）
- ・駅がちかい、交通の便がいい→中津に

●これからも中津に住み続けるか

ずっといるつもり 介護に行くにもちょうどいい距離

●もっと中津への来訪者が増えて賑やかになってほしいと思うか

ただ来るだけなら（観光、買い物客）別にどちらでもいい

→むしろ住むとか、中津のことを知ってほしい

高齢化が進んでいるので、まちのために何かできる若者（人材）はいてもいい

●騒音・匂いについて

現在は特に感じない

商店街の人のゴミ出しのマナーが悪い話は聞いた

●中津商店街で買い物をするか

パン屋さんくらい

建築士（スペーススペース）は知り合い

→まちづくりのエキスパート 去年、大阪工業専門学校の人とまちづくりしていた

9年前はもっと廃れていた 今は新しい人が入ってきて栄えてきたほう

●中津商店街が賑やかになってほしいと思うか

住んでいる人がお店をやめている

通学路

コミュニティスペースとかにしてもいいけど、すでに福祉会館がある

→複数あっても多様性の面で逆効果になりそうだ

通りとしてどう面白くするか

例えばスペーススペースの人が何かしたいときには手伝いたいと思う

●アドバイス

まちづくりには持続性が必要 地域住民は単発でやられても…と思う

在住・在学・在勤 全ての人が中津のことに関われる

実際に中津には住まず、働くだけの人にも地域のことを知ってほしい

→知ったうえで気に入って移り住んでくる人もいる

町会の敷居も下がってきているので、ぜひ参加してほしい

活動を行う際には「クリエイティブ人材の発掘」の方が聞こえいい

→おじいさんおばあさんでも頑張って活動している人がいる 全体をつなげる役目
そのうえで足りない人材を流入してほしい
仕組みの提案よりも、ゴールが明確に見えた方がいい

分類：① 30~40代 対象者：Bさん

日付：2017.11.6 (月)

時間：15:30~17:00

場所：おうちリフレ

●地域での活動

- ・リフレクソロジー（おうちリフレ）
- ・フリースペースの提供
- ・ワークショップ（できる人をお願いして開催）

●いつ中津に移住してきたか

2007年（6年一人暮らし、4年夫と結婚して）

●なぜ中津に移住したのか

- ・独身の時にシェアハウス：リバーサイドコーポ中津（友だちが住んでいたから引っ越してきたが、その友達が結婚するからシェアハウスは半年で終了、その後も中津に住んだ）
- ・家賃やすい
- ・梅田に近い
- ・駅がちかい、交通の便がいい

●これからも中津に住み続けるか

取り壊しや契約の関係上引っ越さなくてはならず、地価の高騰により、中津には住めない
→引っ越す（地価が高騰しているの、以前より落ち着いた人が流入してくると考える）

●もっと中津への来訪者が増えて賑やかになってほしいと思うか

- ・別にどちらでもいい
- ・どこかが集中して賑やかになるというよりも、まちぜんたいがばらけて賑やかな状態の方が好ましい（例えば、花火の時だけ人があふれるとか、カレー屋さんの前だけに人が集まるとかが現状）
- ・まちとしては成熟してきているのでは？（イベントに関しては飽和状態な気がする）
- ・便利にはなってほしい（スーパーや本屋、薬局や100円ショップなどがほしい）

●中津商店街で買い物をするか

- ・八百屋さんは野菜がしなびているので買わない
- ・パン屋さんと豆腐屋さんに行く
- ・商店街の人もターゲットを絞っていて、最低限しか入荷していない

●中津商店街が賑やかになってほしいと思うか

- ・中津商店街自体がお客さんを必要としていないのでは
- ・お肉屋さん、魚屋さんが入れば絶対行く
- ・住んでいる人のために商店街が活性化するのはいいと思う
- ・現在は勝手に入ってきて勝手にやっているイメージ

●アドバイス

- ・松戸の MAD シティみたいなことをやっている人はいるが会社が入っていないので個人でやっている人が多い
- ・動機とかを話すよりも、こんなことします！とやっていてることを感じてもらう方が効果的
- ・すでに中津には爆発的に新しい人が入ってきている→その人たちがどうなっているか
- ・中津はある程度寛容的（おかま、やくざ…いろいろいる）
→マンションになるとそういう人が減る
- ・若い人は新しくできたカフェ、お年寄りには前からある喫茶店に行く（多世代交流にはつながっていない）
- ・赤ちゃんを連れていけるとお年寄りは話しかけてくれる
- ・ツールがあると話し始める
- ・以前からその地にいた人が新しいことを始めるほうが、新しい人が始めるよりも許される
- ・アーティストはこのまちでこれがしたいはない
- ・少しでも交流する機会があればお年寄りも受け入れる
- ・寛容性をつくる場が必要（駅前の公園とか年代がクロスする場はある）
- ・アーティストは何かしてより、これやっての方が動いてくれる
（いる？よりあげる、やる？よりやって がいい）
- ・例）北区区役所前 関大実施 コーヒーの配布 イスとテーブル 交流の場

分類：② 対象者：Cさん（在住 60年）

日時：2017.

時間：

場所：カンテ・グランテ（コーヒー店）

●中津での活動

- ・中津在住 60 年
- ・無料でまち歩きガイドをしている

●中津について

- ・川でシジミが取れる（昔はよくとっていた）
- ・昔、西川きよしやノンススタイルが住んでいた（芸人が住むのに安くていい）
- ・画家などのアーティストが多い

●今後

- ・高架と川に挟まれているため今後も開発は進みにくいと考える（開発は進んでほしくないし、そもそも難しいのではないかという考え）
- ・工事するにも大型車両が入ってくるほどの道幅がない
- ・マップの更新をしたい

分類：② 対象者：D さん（ミシン屋） - 中津で 10 年くらいミシン屋を営んでいる

日時：2017.10.14

時間：17:00~18:00

場所：中津のミシン店

●中津で営む理由

- ・物件の安さと作業スペースが良かったので（複数人で共同で）借りている
- ・地域に対してのこだわりは特になし、まちにも興味ない
- ・10 年かけて居心地を良くしただけ
- ・近所付き合いで面倒にも感じるが、どこでも必要なため、ここで良い、と考えている

●（D さんの）ものづくり人材の考え方

- ・モノを作っている人はその建物が重要で、周辺環境はあまり気にしない（客は遠くからでも店を目指して来るので、立地もどこでも良い）
- ・個人でやるので、他の人とのコミュニティとか、協働とか必要ない
- ・周辺の開発で客が増えても困る（キャパシティがある）例えば SOMA（カレー屋）は行列で問題になっている
→まあ、広報しなくていいかなあ、くらい

●近隣の人

- ・町屋には高齢のおばあちゃんが一人で住んでいることが多い
→家の管理が難しく出ていってしまう
- ・工場社長のおじいちゃんは、マンションにしたい
→地主は景観残したいとかは思っていないかもしれない
- ・結局、それぞれ個人の利己的に行動している（ウチをマンションにしたい、マンションは日陰になるから嫌だ、仲良くなれば OK 屋上見晴らしいいし、賑わいは良いけど隣近所で賑わうのはちょっと）

●その他

- ・第一回すすマルシェはミシン屋で開催された
- ・10 年来のクリエイティブ人材もいるが、地域住民とのりりくらし共存して、ぱっと見えない

分類：③ 対象者：E さん（不動産会社） - 中津大地主

日時：2017.12.14

時間：15:00~17:00

場所：不動産会社オフィス

●中津での活動

- ・不動産業
- ・大地主

●中津に人が来てほしいか

- ・商売もあるため、人は多く来てほしいが、中津の良さは守っていききたい
- ・昔は（株）三恵が地域の FM をしようと試み、他にも取り組みをしようとした
- ・夏祭りもあった（神社との兼ね合いで廃止）

●不満

- ・すすマルシェなどの開催は一声かけてほしい（何かあったときに責任をとれない）

●開発が進んでいくことに対して・今後

- ・いきなりではなくゆっくり進んでいくと思う
- ・商売のこともあるので開発の波に乗りながら

- ・家を空けている（次の人をいれない）
- ・駐車場にするほか、なにか部屋を有効活用したい。（マンションをつくらなくても採算がとれる。例えば、アパート1棟を民泊できるようにするとか。海外の人が日本のよき雰囲気を感じつつ泊まれる。）
- ・なにかまちのためにやっていきたい。面白い案があれば教えてほしい。

4-6. 地域活動への参加

まちづくり活動を行うにあたって、より地域の方を知るため、いくつかの地域活動に参加したので、その経過を掲載する。



図 4-2 活動の流れ

4-7. まちづくりプランの提案 ～中津クリエイティブ人材マップ～

中津地域での今後の活動に“中津クリエイティブ人材マップ”案を提示する。その背景として、

- ✓ クリエイティブ人材の分布を住民が把握しきれていない
- ✓ ヒアリングを行った住民からの需要があったことが挙げられる。

マップ作成案の目的は、クリエイティブ人材どうしや、クリエイティブ人材と地域住民の認知・交流を促すことである。

詳しい概要は

- ✓ 中津に居住するまたは職場を構えるクリエイティブ人材をマッピングする
- ✓ マップを住民に広く頒布して周知を促すことである。

そのなかでも現時点での課題は、

- ✓ クリエイティブ人材の発掘方法（作成者も把握しきれていない、隠れた人材）
 - ✓ マッピングの実際の効果が不明
- である。これらを解消すべく、今後の活動を行う。

4-8. 参考地域へのヒアリング

4-8-1. ヒアリング先の概要

先述の中津クリエイティブ人材マップの作成にあたって、問題点としてクリエイティブ人材の発掘方法が不明である事とマッピングの実際の効果が不明であることが挙げられた。そのため我々は、アーティストのマッピングを行っている先行事例として北海道夕張郡長沼町の長沼町アート協会に対してヒアリング調査を行った。この長沼町は近年アーティストや自営業者が多く流入し、町内に居住しているという特徴がある。人口は約 11,100 人で札幌市内まで車で 1 時間の距離にある。長沼町アート協会は町内のアーティストの交流促進を目的として、アーティストのマッピング（図 4-3）や共同展覧会の主催などを行っている団体である。現在設立から 10 年が経過しており、構成員は町内に在住するアーティストの他、協賛会員としてアーティスト以外の会員も存在する。

今回ヒアリングを行ったのは長沼町アート協会会長の伊藤様である。伊藤様は協会設立の発起人の一人である。



図 4-3 長沼町アート協会「ARTIST ATELIER MAP」
 ※丸数字はアーティストのアトリエまたは住居を示している。
 出典：長沼町 http://www.maoi-net.jp/kan_ko01/artistmap.html

4-8-2. ヒアリング結果

ヒアリングの結果を次に述べる。アーティストの発掘方法は、初期は伊藤様らのアーティスト同士の個人的なつながりを用いて知り合いから知り合いへ声をかけていくという方法であった。なお、マッピングを行い出したのは協会設立2年目からであるため、発掘の目的はマッピングする事ではなく協会のメンバーを増やす事であったとの事である。取り組みの効果については、アーティスト同士の交流促進に役立っている、重宝しているとの事であった。しかしこれはマッピングのみの効果というよりは協会の取り組み全体の効果であることに留意しなければならない。

4-9. 今後の展望

今後は今年度の活動を振り返り妥当性を再検討しつつ各提案について進めていく。詳細は以下に示す。

【マップ作成に向けた活動案】

掲載対象者の選定、ヒアリングの実施、マップの初版完成、配布開始

作製協力者：平井さん、根津さん

電子データを用いたマッピングに必要な技術的協力（指導）を依頼する

5. まとめ

本研究では、大阪市のうめきた周辺地域を対象として、クリエイティブ人材を誘因する新たなブランディングを行うことを目的として、対象地域の現況についてクリエイティブシティの観点から評価を行うと同時にクリエイティブ活動に関する調査、中津地域に対する提案を行った。この中で、都市における『クリエイティブ』な空間、活動、産業については明確な定義がないことから、様々な解釈からのアプローチを試みたが、本研究のみではその概念の体系化や都市を評価する指標としても不十分である点も多い。しかし、今後の重要な都市経済を支える産業として期待されていることから、今後も継続して調査・研究が必要であると考えます。