

## 愛着を持てる居場所をつくる 「プレイスメイキング」

有限会社ハートビートプラン 取締役  
園田 聡



### はじめに

ランチタイムにリフレッシュできる行きつけのカフェ、アフター5に同僚や仕事仲間と繰り出す飲屋街、休日に家族で過ごすお気に入りの公園。皆さんは、自分の暮らす街にそんなお気に入りの場所をお持ちでしょうか？アメリカの社会学者レイ・オールデンバーグは、著書『サードプレイス（原題：The Great Good Place）』の中で、家と職場（学校）以外に自分の居場所であると感じられる「第3の居場所」の重要性を提唱しました。私たちの生活で最も長く過ごす場所、それは自宅や職場となる人がほとんどですが、それ以外に自分が心を落ち着けられたり、趣味の時間を過ごせたり、友人や知人と気軽に交流できる場所を持っているかということは人生を豊かにする上でとても重要なことです。そして、そういった「第3の居場所」となり得る場を持ち得る環境であるかどうかはこれからの都市に求められる機能の1つになってきています。

LIFULL HOME'S総研が2015年に公開した調査研究レポート「Sensuous City[官能都市]—身体で経験する都市;センシュアス・シティ・ランキング」は、これまで一般に共有されていた都市の豊かさの概念に一石を投じました。いわゆる「住みやすさランキング」のような従来の都市ランキングでは、一人当たりの商業床の面積や病院の病床数、新築住宅の着工数や駅の利用しやすさといった、定量的な評価指標を採用して都市の環境を評価してきました。一方、このレポートでは、地域のボランティア活動に参加したことがあるか、カフェやバーで1人で自分だけの時間を楽しんだこ

とがあるか、（その街で）デートをしたことがあるか、（その街で）友人や知人のネットワークで仕事を紹介されたことがあるか、地元のお酒や料理を楽しめるか、といった定性的な評価指標を用いて都市のランキングを作成しています。これは、都市の価値やものの良し悪しを、これまでのような「量」で判断する時代から、「質」で判断する時代へと移ってきていることを示しています。人口が増加し経済が拡張していく時代には、多くの人が平等に安定した環境を享受できることが優先されてきましたが、人口が減少して空間も物も余っている現代では、いかに他と異なる価値を提供できるかが重要になります。人口減少社会においてどのようにして「選ばれる都市」になるかということが、これからの日本の各都市の大きな課題となっています。そしてその判断基準は、決して物質的な豊かさで示せるものではなく、そこで暮らす人々の体験や感情をいかに豊かにできるかという定性的な物差しで測られるものになってきているのです。

### 都市の豊かさを表す公共空間の価値

では、定性的な価値とは具体的にどのようにして構築することができるのでしょうか。先ほどのSensuous Cityの評価指標をもう少し踏み込んで見ていくと、そのヒントが見えてきます。例えば、地域のボランティア活動に参加したことがあるか、という指標を例にとってみましょう。ボランティア活動には多種多様なものがありますが、住んでいる人が気軽に参加できるボランティア活動の最たるものは地域の清掃活動や子ども会のお祭りなどで

はないでしょうか。こうした活動が起こるためには、その対象・舞台となる共用の空間の存在が必要です。団地であれば敷地内の通路や緑地、戸建て住宅地であれば小規模な公園や集会施設のようなものでしょうか。また、カフェやバー、デートをする空間、友人や知人と仕事の話をする空間、といった場合には、雰囲気の良いお店や歩いて心地よい街路、立ち止まって落ち着いて会話ができる広場などが存在していると想像できます。いずれも、そうした環境が成立するためには都市の共用空間、つまり公共空間と言われる場所の質が大きな影響を与えることになるのです。

デンマークの都市デザイナーであるヤン・ゲールは、自身の著書『建物の間のアクティビティ』の中で屋外における人の活動を3つの型に分類しています。1つ目は、環境の質にかかわらず行われる通勤や生活必需品の買い物といった活動で、これらは生きていくために誰もが必ず行う活動であり「必要活動」と呼ばれます。次に、公園での散歩やピクニックなど、それをしたいと思った時に心地よく過ごせる場所があるから発生する活動があり、これは「任意活動」と呼ばれます。最後に、友人とのバーベキューパーティーや恋人とのデートなど、任意活動の延長に他者の存在がセットになっている活動があり、これは「社会活動」と呼ばれます。これらの活動は都市の豊かな暮らしの表出としてPublic Lifeとも呼ばれています。これからの都市デザインにおいては、これら3つの活動のうち、2番目と3番目、任意活動と社会活動がいかに関わりやすい環境をつくるかということが求められてきます。人々が生き生きと過ごし、暮らしの豊かさを実感できる都市、そういった都市がこれからの人口減少社会において多くの人に選ばれ、生き抜いていくことができる都市ではないでしょうか。そして、そのような都市になっていくためには、Public Lifeの舞台となる公共空間をどうデザインしていくか（既存の場所の活用も含めて）ということが具

体的な施策として必要になってきます。

公共空間もこれまでのように「都市に一定量つくればよい」というものではなくなっています。その都市の個性を表出する場として活かせるかどうか、価値判断の基準になる状況になっています。

図1 屋外活動の3つの型



## コロナ禍で変わった生活圏域の捉え方

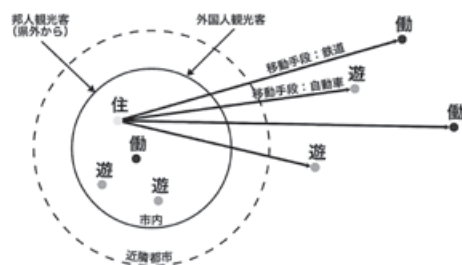
もう1つ、大きく社会が変わるきっかけとなったのが新型コロナ・ウイルスです。特に日本の大都市圏の場合、これまでは地価が比較的安く自然環境も良い郊外部に家を持ち、毎日30～60分程度かけて会社に出勤するという生活を送っていた方が多かったと思います。そして、休日も買いまわり品の買い物に出掛けたり、映画やレジャーなどの娯楽を楽しむ際には近隣の大きな都市の繁華街まで足を伸ばす方が少なくなかったはずでした。しかし、1年半前から始まった新型コロナ・ウイルスと共存せざるを得ない状況の中で、私たちの働き方や休日の過ごし方は大きな制約を受けることとなりました。感染まん延防止の観点から都市間の移動や人の集まる施設、地区の利用が大きく制限され、否応なしに自宅を中心とする近場の距離の中で生活することが求められました。その結果、これまでは自宅とは異なる地区（職場の近くや繁華街など）で過ごしていた時間、行っていた活動を、自宅周辺で満たす必要が出てきたのです。それによって、これまではあまり目を向けていなかった近所のコワーキングスペースや公園、地元

の小さなお店などを見直す機会が増えた人も多いと思います。

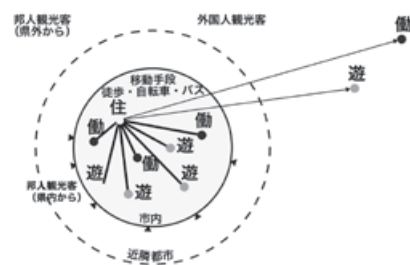
これまでは寝に帰ることや家の中で過ごすことが主たる目的になっていた自宅周辺の都市環境が、働く場としても休日の余暇を過ごす場としても豊かであるかどうかの問題となってきました。これまでも職住近接やSOHOのような考え方は提唱されてきましたが、それは一部の少数の人たちの選択肢でしかなかったように思います。それが、この1年半の間で、都市部に暮らす誰もが本気で考えなくてはならない問題として突きつけられたのです。ただ、ポジティブに捉えれば、それによって身近な生活環境を見直すきっかけになり、これまで通勤などに使っていた時間が自由時間に充てられるようになったことで人々の可処分時間が増え、暮らしの余裕や生活スタイルの選択肢はぐっと増えたのではないのでしょうか。改めて自分にとっての豊かな暮らしを見つめ直し、そのために都市に求めることが変わる契機になっていると言えます。

図2 コロナ禍で変わった生活圏域

これまでの生活圏域



これからの生活圏域



### 都市の「空間」を「居場所」に変える

このような社会情勢の中で、人々の働き方や余暇の過ごし方は大きく変化し、それはおそらく新型コロナウイルスの脅威が収まっ

たとしても、完全に元に戻ることはないように感じます。その中で、新たな暮らし方が豊かなものになるかどうかの1つの要素として、都市における居場所を考えてみましょう。

先にも触れた通り、都市の豊かさの捉え方は定量的なものから定性的なものへ、つまり、「量から質へ」と変わってきています。しかし、「質」というのはそれを利用する、享受する人の感覚による部分が大きく、誰もが等しく良しとするものを提供するというのは都市政策において非常に難しいことです。しかも公共空間と一括りに言っても、その対象は多種多様です。広場や公園はすぐに想像できますが、近年は河川や道路も人の居場所として利活用することが推奨されています。こうした場はこれまで土木的な観点で整備されてきました。その基本的な考え方は人の通行や行動を安全に「さばく」ことであり、いかに滞留してもらうか、いかに気持ちよく使ってもらうか、という観点は一部の好事例を除きほとんど配慮されてきませんでした。そうした単なる「空間 (SPACE)」をきちんと人の居場所と呼べる「居場所 (PLACE)」に変えていくための都市デザインの理念であり手法が「プレイスメイキング」なのです。

図3 プレイスメイキングの考え方



プレイスメイキングの重要な考え方の1つは、空間を居場所へと変えていくプロセス自体をデザインすることです。プレイスメイキングは、空間の所有者と設計者が検討し、単にかっこいい空間をつくれればよいというものではありません。形態的なデザインが重要であることはもちろんですが、それ以上に、それをつくり上げる過程において、その場に価値や愛着を持っている人がどれだけ関わられるか、ということが重要です。愛着が生まれる

最も重要な要素は、その空間を「自分ごと」として捉える人がどれだけいるかであり、その感覚を育む最も効果的な方法が、その過程にコミットすることなのです。そのため、プレイスメイキングの取り組みを行う際には戦略的なプロセス・デザインを行います。今回

図4 プレイスメイキングの10のフェーズとメソッド

<b>10</b> Phase	×	<b>10</b> Method
1 「なぜやるか」を共有する		1 Check Sheet
2 地区の潜在力を発掘する		2 The Power of 10
3 成功への仮説を立てる		3 Story Sheet
4 プロジェクト・チームをつくる		4 Stakeholder Map
5 段階的に試行する		5 Sounding
6 試行の結果を検証する		6 LQC: Lighter, Quicker, Cheaper
7 空間と運営をデザインする		7 Feedback Meeting
8 常態化のための仕組みをつくる		8 Place Survey
9 長期的なビジョン・計画に位置づける		9 Character Map
10 取り組みを検証し、改善する		10 Placemaking Plan

は詳述しませんが、具体的には図4に示す10のフェーズに分けて取り組みを進めていき、その過程において10のメソッドを用います。取り組む動機と最終的に目指すシーンを関係者で共有し、バックキャストで戦略的に取り組んでいく点が、いわゆる市民参加型まちづくりやイベント的な社会実験と異なる点です。

## 選択多様性をつくるThe Power of 10

プレイスメイキングの取り組みを進める最初のフェーズは「なぜやるか」を共有することです。しかし、繰り返しになりますが、質の高い空間というもののイメージや理想は人によって様々です。まして、医療やインフラといったものとは異なり、公共空間の活用

図5 The Power of 10の考え方

**【ダウンタウン】**  
10以上のエリアが集まる都市の中心的な市街地  
★ 例えばこんなエリア ...

 百貨店街	 エンタメ街	 歓楽街	 飲食街
 商店街	 交通拠点地区	 ビジネス街	 住宅街
 歴史的地区	 自然・緑地地区		

**【エリア】**  
10以上のプレイスが集まる個性を持った地区や目的地  
★ 例えばこんなプレイス ...

 駅前広場	 まちなか広場	 都市公園	 河川敷
 港湾地区	 寺社境内	 公開空地	 街路
 裏路地	 カフェ		

**【プレイス】**  
10以上のアクティビティが展開されている豊かな場所  
★ 例えばこんなアクティビティ ...

 偶然、知人と出会う	 買い物をする	 勉強や読書をする	 異業種交流の企画に参加する
 友人とおしゃべり	 スポーツをする	 エンターテインメントを満喫する	 音楽を演奏する・聴く
 美味しい食事を楽しむ	 夜、恋人とお酒を楽しむ		

愛着を持てる居場所をつくる「プレイスメイキング」  
特集／研修紹介

国際文化研修2021夏 vol. 112 29

というのは使う人もいれば使わない人もいる、使い方や求められる役割も多種多様なものです。そういった特性のものに対して市民「みんな」が納得して支持してくれるようなものをつくり上げるというのは現実的ではありません。ではどうするか。全ての人に対して共通の最善策をつくらうとするのではなく、ニーズやウォンツを持った人々それぞれに対して個別に最適な場を提供して選べるようにすることで、結果として誰もが「この街には自分の居場所がある」と感じてもらえるような状況ができればよいのです。

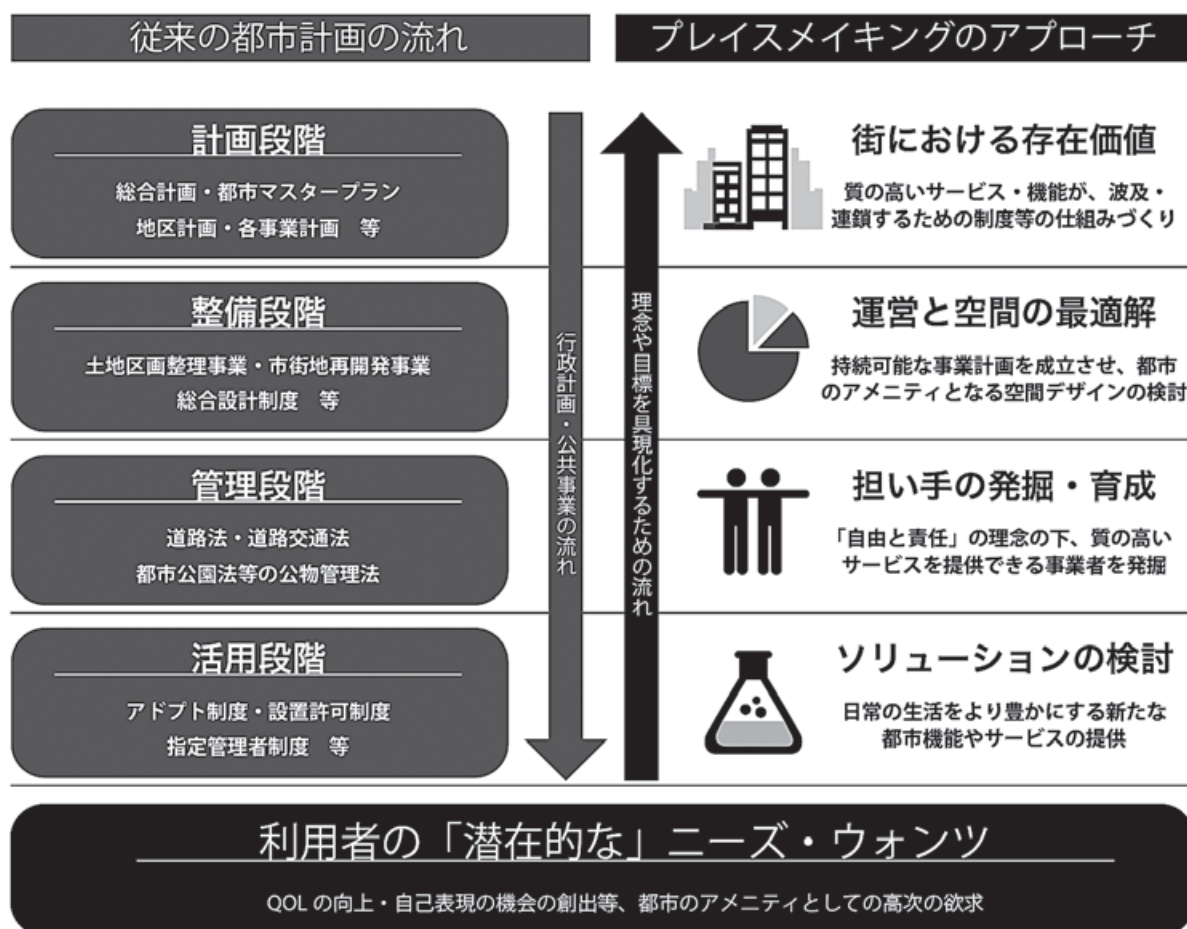
そういった考え方を端的に表すものとして The Power of 10 という考え方があります。これは「豊かな場には10のアクティビティが混在しており、そういった場が10集まると魅力的なエリアが形成される。そして、魅力的な10のエリアが一定範囲内に集積することでダウンタウン（日本でいう中心市街地のスケー

ル）が活き活きとしてくる」という考え方です。10という切り口で、1つの場所という小さなスケールから都市全体の魅力の構成要素を捉える考え方です。

### 仮説を立て、試行と検証を積み重ねる

プレイスメイキングの重要なポイントはプロセスをデザインすることですが、それは従来の日本の都市整備の流れとは真逆のアプローチです。これまでは設計標準などに則ったものを一律に整備するという発想であったため、図6の左側のような流れで空間の整備と管理、利用促進が図られてきました。しかし、プレイスメイキングでは（特に既存空間の活用の場合）、まず利用者の潜在的なニーズやウォンツを探って本質的な課題や本当に必要な解決策の仮説を立てます。そこには、提供すべきサービスを誰が担うのか（多くは公

図6 プレイスメイキングのアプローチ



民連携による民間事業者が想定されます)、ということも含まれます。そして、地域におけるその担い手候補の方を先に見つけ出して、適切な運営方法や空間の規模、デザインをともに検討します。それを社会実験などで試行し検証して、最も効果的な内容になるよう調整していきます。そして最適解を見つけた上で、その街における公益的価値や政策的位置付けとリンクすることを示すため、行政計画などに位置付けます。こうすることで、机上で議論した過剰な計画が十分な検証もされないままに進んでしまい、完成後に蓋を開けてみたら大赤字、という最悪の事態を防ぐことができます。

これから自治体の財政がより一層厳しくなっていく中で、いかに最小限の投資で最大限の効果をあげるかというのが大きな課題となります。そのためのアプローチとしても、プレイスメイキングは有効な手段となります。

### プレイスメイキングがもたらす価値

ここまでご紹介してきたプレイスメイキングの取り組みを都市で実現することで、これまでは行政や専門家が検討し出来上がったものを利用者が享受する、という一方通行だった都市デザインの現場に、双方向性を生み出すことができます。また、そのプロセスに多様な事業者や利用者を巻き込むことで「自分ごと」として捉えてくれる方が増え、愛着を持てる場として再生することが可能になります。そして、このアプローチを一度経験した人（行政職員、民間事業者、市民利用者など）は、その次に他の場所で展開する際にはコンサルなどの専門家を入れずとも応用していくことができるようになります。そういった意味で、プレイスメイキングの手法は「地域の人々が、地域の資源を用いて、地域のために取り組む」ための持続可能な都市デザイン手法です。これからの縮小社会においても、丁

図7 プレイスメイキングがもたらす価値



寧にオーダーメイドで身の丈にあった公共空間をつくることで、都市に豊かな暮らしのシーンを生み出していくことができます。それによってPublic Lifeの受け皿となる場所が増え、都市間競争に勝てる「選ばれる都市」になっていくことが期待できます。今回は概念的な部分の紹介にとどまりましたが、プレイスメイキングはあくまで実際の都市の中で実装できる実務的な手法ですので、ぜひ読者の皆様が取り組んでいらっしゃる現場でも応用いただき、日本の都市によりSensuousな場所が増えていくことを期待しています。

#### 著者略歴

園田 聡 (そのだ・さとし)

有限会社ハートビートプラン取締役、認定NPO法人日本都市計画家協会理事他。1984年埼玉県所沢市生まれ。2009年工学院大学大学院修士課程修了。商業系企画・デザイン会社勤務を経て、2015年同大学院博士課程修了。博士(工学)。2016年より有限会社ハートビートプラン。専門は都市デザイン、プレイスメイキング。現在は、大阪・東京を拠点に全国各地でプレイスメイキングの理念・手法を用いた実践・研究に取り組んでいる。著書に『プレイスメイキング～アクティビティ・ファーストの都市デザイン～』(学芸出版社)。