

「次世代郊外まちづくり」とは

みんなが参加する まちづくり

人口減少社会、超高齢社会を迎える大都市郊外部の「既存のまち」における様々な課題の解決を住民、行政、大学、民間業者の協力の元に「次世代郊外まちづくり」につなげていくプロジェクトです。

横浜市と東急電鉄は、2011年に「郊外住宅地とコミュニティのあり方研究会」を立ち上げました。その中で、郊外住宅地を持続発展させていくためには、高齢者が安心して暮らし続けられる仕組みをつくるとともに、同時に若い世代を惹きつけていく新たな魅力を再構築するハード・ソフト両面の施策を実現していく必要があるという結論に至りました。

それらを踏まえ2012年、横浜市と東急電鉄は「既存のまち」の暮らしやコミュニティを重視しつつ、新たな発想でこれからの時代に合った郊外住宅地に再生させていく「次世代郊外まちづくり」の取り組みを公民共同で推進することに合意し、包括協定を締結。10月からモデル地区で行った市民参加のワークショップや、学術や地域関係者、民間事業者が参加した各種の暮らしのインフラ検討部会での検討を踏まえ、2013年に「次世代郊外まちづくり基本構想」を策定し、5つの基本方針を提示しました。

さらに2017年には協定を更新し、「コミュニティ・リビング」の実現のため共同での取り組みを引き続き進めると共に、「次世代郊外まちづくり」の成果を、地域の特徴にあわせて、東急田園都市線沿線のその他の地域へ展開していきます。

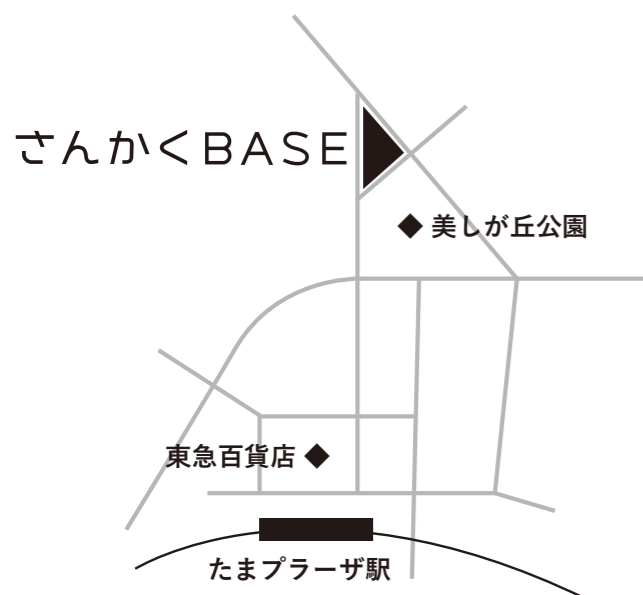
たまプラーザ版 リビングラボの使い方

リビングラボは、住民・行政・企業・大学が課題を共有し、解決のためのアイデアを一緒に考え、具体化していくための共創の場です。

住民や行政にとっては、地域の課題解決につながることで、企業や大学にとっては、生活者と一緒に、生活に近い場で、課題を探索し、解決策を検討し、事業化に向けたシーズにつなげるというメリットがあります。

そして、リビングラボでは、検討や検証がゴールではなく、具体的なプロジェクト化まで進めることが大切だと考えています。次世代郊外まちづくりのモデル地区であるたまプラーザには、産学公民連携の新しい共創のコミュニティがあります。たまプラーザの WISE Living Lab をフィールドに、課題の探索からプロジェクト化までを一緒に取り組みましょう。

WISE Living Lab 「さんかくBASE」



「WISE Living Lab」(ワイズリビングラボ)は、「次世代郊外まちづくり」の情報発信や活動拠点として整備された施設です。本施設は「次世代郊外まちづくり」が目指す街の将来像「WISE City」(ワイズシティ)の体現に向けた機能が導入された3棟の建物から構成されます。

【アクセス】

〒225-0002 横浜市青葉区美しが丘2丁目23番1,3
◎東急田園都市線 たまプラーザ駅徒歩7分

【連絡先】

info.sankakubase@gmail.com

たまプラーザで行う意義とメリット

「次世代郊外まちづくり」のモデル地区

横浜市と東急電鉄の包括協定のもと、産学公民の連携により、次世代へ引き継ぐまちづくりを進めています。取り組みは2012年より開始され、郊外住宅地の再生や価値創造に向けてさまざまな活動を実現しています。

地域コミュニティとのコラボレーション

たまプラーザには、自治会・商店会をはじめ、まちづくりに取り組む団体が多数存在します。次世代郊外まちづくりの「住民創発プロジェクト」や「サポート企画」からも多くのユニークな活動を展開している団体が生まれています。

WISE Living Labという共創の場

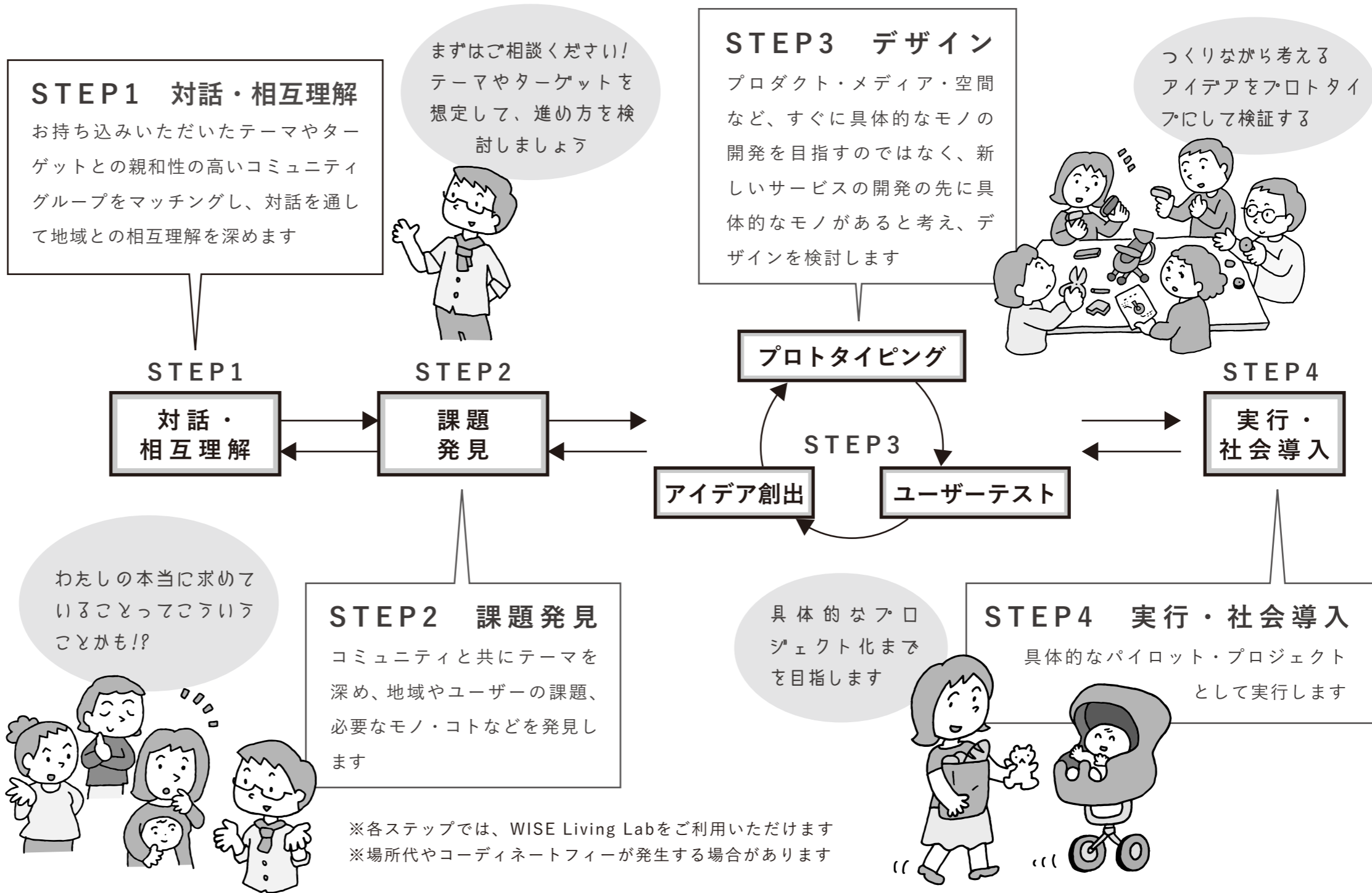
次世代郊外まちづくりの情報発信・活動拠点であるWISE Living Labには、共創スペースやコミュニティカフェなどがあります。

リビング ラボの 進め方

ここではたまプラーザでのリビングラボの進め方を紹介します。

コミュニティとの対話、課題発見からプロジェクト化までの共創のプロセスをSTEP1～4までの流れで示しています。お持ちいただいた案件の状況により、途中のSTEPから始める場合もあります。また、案件に応じて、各STEPの内容も異なりますので、まずはご相談ください。

ご相談の際には、取り組みたいテーマや想定しているターゲットをお伝えください。一方、課題やアウトプットは、コミュニティとの共創で見出していきますので、必ずしも明確にイメージできていることが良いわけではありません。課題探索から共創で柔軟に取り組める案件が理想的です。



進め方例

リビングラボに用いるサービスデザインの手法はさまざまあります。ここではその一例として「サービスデザインスプリント」という手法の流れを紹介します。

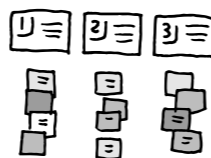
ペルソナ

エスノグラフィックリサーチ*など、ターゲットを徹底的に掘り下げることから始まる。



ジャーニーマップ

使用者の体験プロセスを時系列で整理することで、課題、ニーズ、感情の動きなどを把握する。



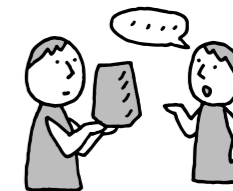
プリンシプル

メンバーが一緒になって考えたアイデアに共通する基準をもとに、アイデアを絞り込んでいく。



プロトタイピング

アイデアを目に見えるカタチにしていくプロセス。実際に利用しながら、チームで検証する。



*エスノグラフィックリサーチ：そのまちで生活する人の日々の振る舞いなどから、より深く生活者を理解する調査方法