

「門前の歩きかた」を可視化する

Visualizing How to Go around Monzen

メンバー：◎松本望実(東京大学大学院 都市工学専攻 修士課程1年)・星野祐輝(東京大学大学院 社会文化環境学専攻 修士課程2年)・加藤あゆ(信州大学大学院 工学専攻 建築学分野 修士課程1年)・松高葵生(信州大学大学院 工学専攻 建築学分野 修士課程1年)・草木望心(立教大学 コミュニティ福祉学科4年)・福田寿々花(立教大学 コミュニティ福祉学科4年)

担当教員：新雄太(東京大学大学院 工学系研究科 都市工学専攻・特任助教)

1. 背景と目的 | 善光寺周辺地域での回遊行動を評価する

長野県長野市善光寺周辺地域には、古くから多くの参拝者や観光客が訪れている。一方で、近年は空き家や空き店舗をリノベーションした物件もこの地域において多数見られる。そこで、それらのリノベーション物件はどのような人々に利用され、また周辺地域においてどのような回遊行動をもたらしているのか、その実態を明らかにするために調査を行う。



善光寺山門側から表参道を見る



直交する脇道から表参道を見る

2. 問い・プレ調査 | リノベーション物件を起点とした調査を設定

はじめに、調査で明らかにしたいことを踏まえて以下の問いを立てた。

問い

- ・リノベーション物件はどのような社会属性(地元住民/観光客 など)の人に利用されているのか?
- ・リノベーション物件利用者の回遊行動はどのようにになっているのか?
- ・利用者の回遊行動は、その社会属性や物件の業態とどのような相関があるのか?

次に、以下の方法において調査対象となる物件を選定した。

選定方法

1. 「古き良き未来地図・転」(2021年3月発行)に掲載されている79か所のリノベーション物件を候補とする
2. 詳細な選定条件を設定する
 - ・調査日である8/19(月)・8/20(火)の両日とも営業している(定休日はHP・SNSで調査)
 - ・利用者属性が限定的でなく、来訪者が自由に入ることができる(オフィス・宿泊施設などは除外)
 - ・表通りである中央通り(善光寺表参道)沿いに立地していない
3. 2.に当てはまる物件のうち、善光寺との距離が近い順に物件を3つ選定する



以上の方法により選定されたリノベーション物件において、利用者へのヒアリング調査を当初は予定していた。しかし1日目(8/19)のプレ調査を踏まえて、建物内や店頭でのヒアリング調査が難しいと判断したため、新たな調査方法を考えることとした。

3. 問いの再設定 | 交差点や通りを起点とした調査へと変更

プレ調査を踏まえ、新たな調査方法を設定するために、調査によって明らかにしたいことを再考した。

問い

- ・歩行者の回遊行動は、その社会属性とどのような相関があるのか?
- ・歩行者と他の交通手段(自動車/自転車)との割合はどのようにになっているのか?

明らかにしたいこと

歩行者の社会属性に応じた回遊行動や、交通手段の割合から、街路・交差点の特性が浮かび上がる(住民がよく使う道/観光客がよく使う道/住民・観光客双方が使う道 など)

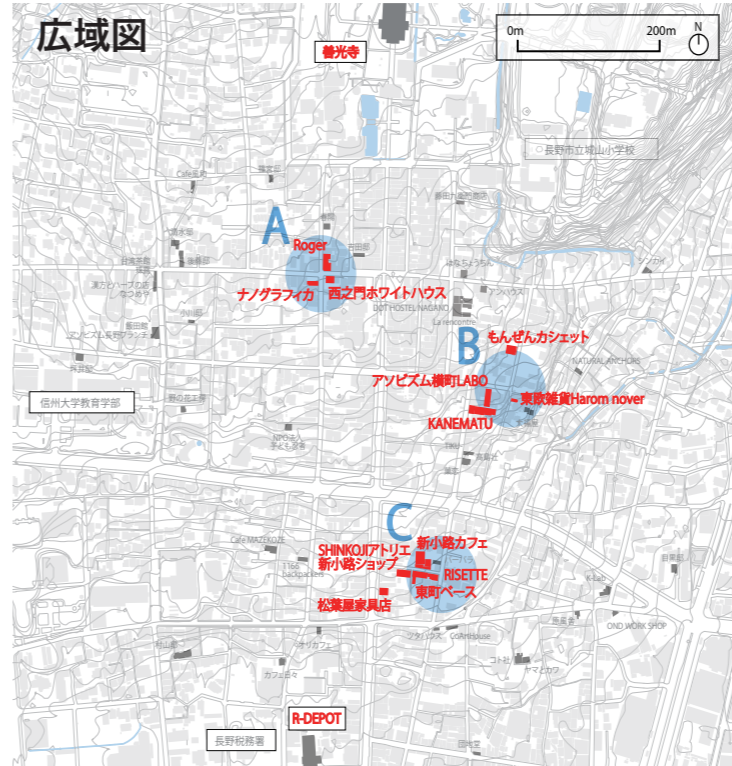
4. 調査方法・調査内容 | 交通手段と歩行者の回遊行動に着目する

1. 調査地点の選定

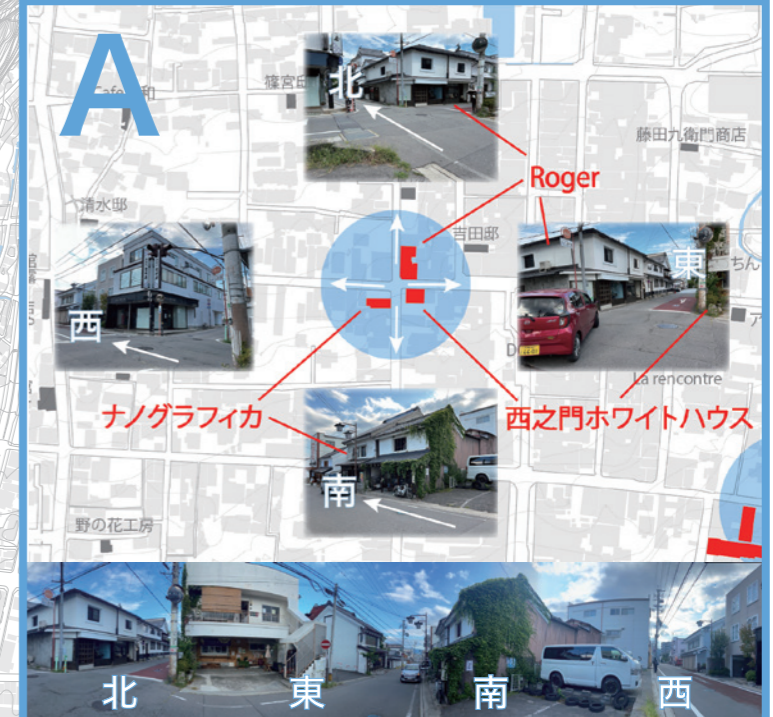
「古き良き未来地図 合」(2023年11月発行)を参照し、リノベーション物件の集積する交差点を、交差点を中心とした半径50mの円内で密度が高い順に3ヶ所選定し、選定したを北から順にA,B,Cとする。



広域図



各地点詳細図



2. 選定した地点において、以下の調査を行った。

① 通行量調査

- ・日時: 2024年8月20日
- 10:30~12:00(1.5h)
- 15:00~16:30(1.5h)

日時	北	南	東	西
10:30~12:00				
15:00~16:30				

通行量調査票

- ・内容: 30分ごとに車/自転車/歩行者の数と進行方向(東西南北)をカウント

② ヒアリング調査

- ・日時: 2024年8月20日
- 10:30~12:00(1.5h)
- 15:00~16:30(1.5h)

日時	北	南	東	西
10:30~12:00				
15:00~16:30				

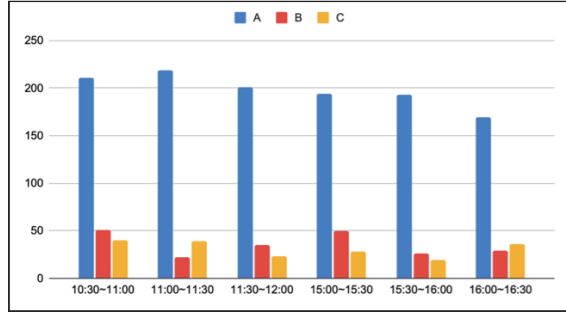
ヒアリング調査票

- ・内容: 1. 調査対象者について(年齢・性別・居住地 など)
- 2. 善光寺周辺地域に対して(訪問理由・訪問頻度)
- 3. 回遊行動について(移手段・移動経路)
- 4. リノベ物件に対して(訪問理由・訪問頻度 など)

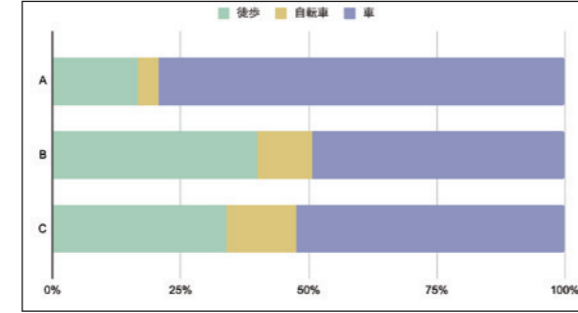
5. 調査結果 | 通行量と歩行者の回遊経路から、調査地点の特性を比較する

① 通行量調査

<時間帯別通行量>

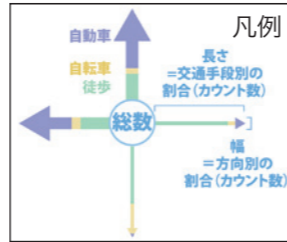


<手段別通行量>

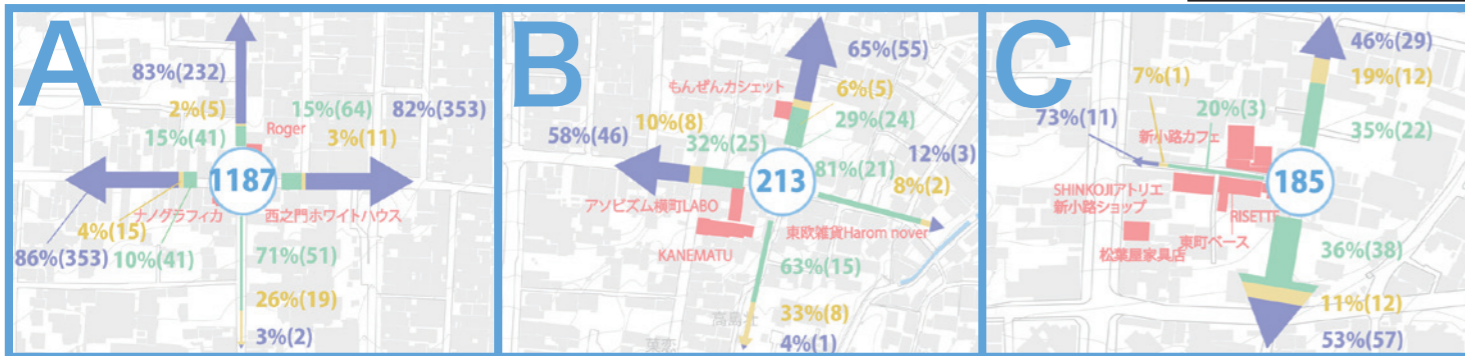


- 全体としてAでの通行量が多い。
- どの調査地点においても、突出して通行量が多い時間帯はみられない。

- Aでは自動車の割合が高いが、B・Cでは歩行者と自転車の割合が高い。



<各地点での通行量>



- 自動車の通行量が多く、割合も高い。
→付近に駐車場が多く、観光客・住民の双方に利用されているためだと考えられる。
- 東・西への通行量が特に多い。
→東西の道路は、西側の国道406号へ通じる県道であるためだと考えられる。
- 北・西(善光寺へ向かう方向)への通行量が多く、自動車の割合が高い。
- 南・東(善光寺から離れる方向)への通行量が少なく、歩行者の割合が高い。
→前者の道路はは後者よりも幅員が大きく、自動車が通行しやすいためだと考えられる。
- 南・北への通行量が多い。
→西への道路は幅員が小さく、リノベーション物件へ立ち寄るなど目的がある人以外は通行しないためだと考えられる。
- いずれの方向においても、歩行者の割合が高い。
→自動車は並行する表参道の通行が主であるためだと考えられる。

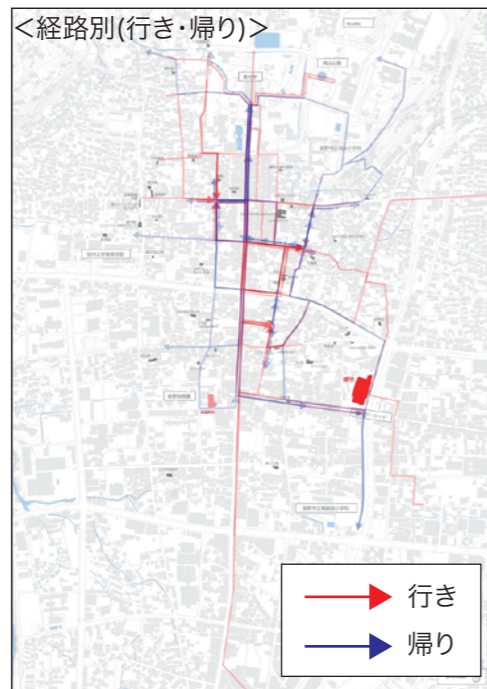
② ヒアリング調査

<属性別調査数>

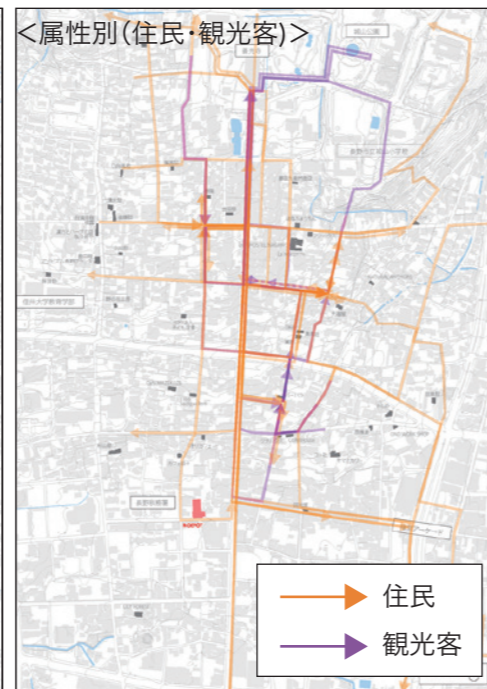
	A	B	C	合計
観光客	2 (5)	3 (5)	4 (8)	9 (18)
住民	8 (12)	13 (15)	3 (5)	24 (32)
合計	10 (17)	16 (20)	7 (13)	33 (50)

上段: インタビューを行った組数(組)
 下段: (インタビューを行った人数(人))

- 3地点において、合計33組50名の方にヒアリングを行った。
- ヒアリング対象者の属性について、A・Bにおいては住民の組数が観光客の4倍程度となったが、Cではほぼ同数となった。
- 1組あたりの平均人数は、観光客が2.0人、住民が1.3人と違いが見られた。



- 行き・帰りともに、表通り(参道)は多くの方が利用する一方、参道以外の通りの回遊経路は人によって異なる。



- 住民は徒歩での移動が多く、移動距離や移動範囲が大きい。
- 観光客が自動車で移動する場合、駐車場から目的地までの移動のみになるため、移動距離や範囲が小さくなる。

<結果の一例>

B 移動距離が最長

B 移動距離が最短

C 表通りを通る

A 表通りを避ける

B 入籍後に神社へ

60~70代/男性 住民(市役所付近に居住)

40代/女性 住民(市内に居住)

60代/男性(祖父) 住民

20代/女性(孫) 観光客

90代/女性 住民(長野西高校付近に居住)

20代/男性・女性 住民(市内に居住)

凡例
 赤付箋 ヒアリング対象者について
 黄付箋 場所・スポットに関して
 青付箋 エリアに関して
 緑付箋 リノベーション物件に関して

調査地点
 回遊経路の特徴
 年代(推測)/性別
 属性(住民/観光客)

6. まとめ・今後に向けて

① 通行量調査

- 調査地点によって、通行量と通行種別(歩行者/自動車/自転車)の特徴に違いが見られた。
- 道路の幅員や周辺の土地利用状況も踏まえた上で、計測機器等も利用しながらより広域的な調査を行いたい。
- その上で、リノベーション物件の立地との相関も考えたい。

② ヒアリング調査

- 回遊行動について、住民/観光客といった属性に応じた典型があるわけではないということが分かった。
- 調査対象者の属性/回遊動機と、回遊行動とを掛け合わせた分析が引き続きできるとともに、異なる時期・時間帯での調査も行い、結果を比較したい。

ヒアリング調査の結果(一部)



家守を形成する地域ネットワークの実態

The reality of area network that forms "Yamori"

メンバー：◎池松諒(東京大学 都市工学専攻 修士2年)・柴崎仁美(信州大学 工学専攻建築学分野 修士1年)
・石川咲子(立教大学 コミュニティ政策学科 4年)・石原美晴(長野県立大学 食健康学科 3年)
担当教員：今村晴彦(長野県立大学健康栄養科学研究科・准教授)

背景・目的

リノベーションを面的に進めるエリアリノベーションの分野では、家守と呼ばれる人物(またはその人物が立ち上げた会社)がプロジェクトを主導することが多い。長野市善光寺門前でも、(株)MY ROOMの倉石氏が主導し、エリアリノベーションが進められている。

エリアリノベーションは、地域で面的にリノベーションを実施していくという性質上、地域の理解や密接な地域協力が不可欠であり、遂行にあたって家守の人柄や人間関係に依存している部分大きい。しかし、家守がどのように人間関係を構築し、プロジェクトを推進しているかは明らかになっていない。

本調査では、家守である倉石氏の周囲を取り巻く人間が、倉石氏やリノベーション、地域とどのように関わっているかを調査し、エリアリノベーションの進め方をコミュニティの側面から明らかにすることを試みる。

調査方法

本研究は、最終的に善光寺門前エリアのエリアリノベーションに関わる人物ネットワークを描くことに目標を置く。今回の調査では、その前段階として数人のキーパーソンへのインタビュー調査を実施し、ネットワークの大枠の把握を試みる。

手順①: 家守である倉石氏に、門前エリアのリノベーション事業において“キーパーソン”となる人物を聞き取り(事前調査)

手順②: 倉石氏 ヒアリング
(8/19 13:30~ 2時間程度実施)

<倉石氏 ヒアリング方法>
リノベーションに関する関係性を熟知していると仮定し、人間関係について概論的に話を伺う。⇒ “キーパーソン”への聞き取り項目の参考に

手順③: 手順②で“キーパーソン”として挙げられた人物へヒアリング
(8/19~20 各30~90分程度)

<“キーパーソン”ヒアリング方法>
・自身のリノベーションとの関わりはどうか?
・自身の街との関わりはどうか?
・地域内の繋がり(コミュニティーなど)についてどう考えるか

ヒアリング結果 / ネットワーク図

手順① 倉石氏 ヒアリング

家守の人間関係とは?

空き家を借りたい人=「客付け」と貸す人=「元付け」を組み合わせた紹介したりする。近年は客付けが多めなので、借りたい人の要望に応じて物件交渉に行く。

客付けの見つけ方

客付けの集客方法は空き家見学会のみ。ナノグラフィカの冊子や人伝で噂を聞いて参加してくる人が多く、情報に敏感な人が多い。

元付けの見つけ方

徒歩圏内に使えそうだなという物件を見繕ってある。客付け次第で、良さそうな物件の交渉をしに行く。元付けのストックはしていない。



MY ROOM 代表
倉石さん

門前地域のつながり

世代ごとの交流が多く、世代間の関わりは少ない。リノベーションを通して若い世代を紹介すると、そこで情報のやり取りは行われている。

客付け/元付けとの関係性

深い関係は築かず、リノベーションが終わればあまり関わらない。貸し借りの関係は当事者同士で

街の情報の見つけ方

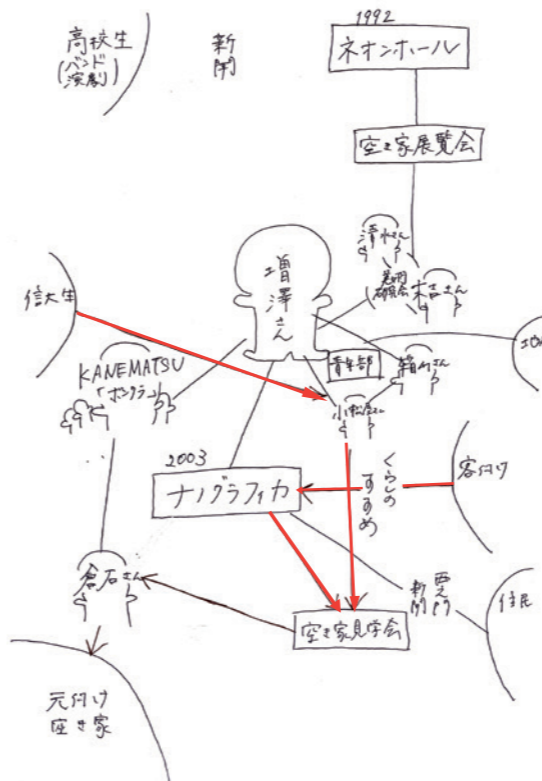
SNSやフライヤー、風の噂で情報を得ることが多い。仕事柄、街に関する情報はピンとくる。

手順② “キーパーソン” ヒアリング



ナノグラフィカ (企画編集室)

増澤さん



リノベーションとは何か?

長く暮らしている中で、ちょっとした改修や修理などを自分たちで行っていて、それがリノベーションに見えているイメージ。自然と自分の好みに生活環境に手を加えるようになった。

リノベーションに関わったきっかけ

きっかけは空き家展覧会。当時、美術研究会に所属する清水さんに誘われた。作品制作に取り組む清水さんや学生と共に空き家を見つけ、ネオンホールを設立する。

倉石さんに関わったきっかけ

KANEMATSUの「ボンクラ」チームに紹介してもらった。

まちや地域との関わりは?

ナノグラフィカとして西之門町新聞を制作し、地域に発信していた。住民同士を新聞を介して繋げ、そこから得られる暮らしの楽しさを生み出している。

まちや地域との関わりは?

住民同士の仲がよく、支え合える関係性である。古い家で暮らす中で不自由や面倒なことも多々あるが、地域の「人」というものが好きだから、離れられない。

出会いの場

取材や新聞の配布により、出会いが生まれている。また、今まで培ってきた人のつながりが更なる出会いを生み出している。

外(市街地、県外など)との関わり

ナノグラフィカで発行する「長野・門前暮らしのすすめ」などを通じて、外の人たちへも発信しており、これらを通じて地域外の人々を地域に呼び込んでいる。

リノベーションとは何か?

リノベーション物件は入居ハードルが低く、何かを手作りして売っている人が入ってきやすい場。

リノベーションに関わったきっかけ

小松屋さんがたばこ屋を改装してレストランにしたのをきっかけに良いなと思っていた。その後西之門町を盛り上げるイベントの一つとして空き家見学会を開催していた。

倉石さんに関わったきっかけ

見学会経由で空き家への入居を希望する人が出てきたが、宅建業の免許がなく困っていたところに倉石さんが登場した。

まちや地域との関わりは?

地域で暮らし商売をやる以上、地域のために何かをするべきだと考えている。神輿会の武睦会などを通しまちと文化に関わるようにしている。

まちや地域との関わりは?

ある程度歳を取ると、自分の能力・経験を地域に還元する余裕が生まれるようになる。たくさんの方がいるんな経験をして長野に帰ってきて欲しい。

出会いの場

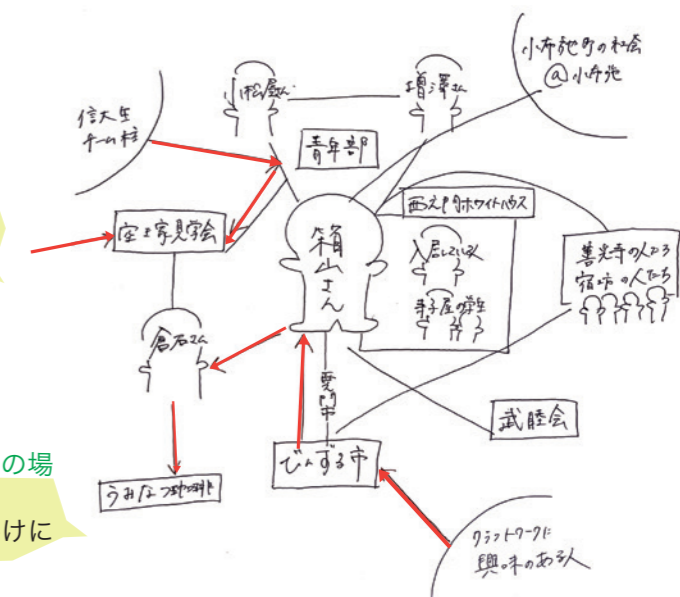
西之門町のコミュニティでイベントを開催することが、参加者や相談する人など様々な人と関わりを持つきっかけになっている。

外(市街地、県外など)との関わり

手作り市であるびんずる市の主催者となっており、出店者との交流がある。びんずる市をきっかけに長野市に出席したい人には倉石さんなど紹介をしている。

箱山ふとん店 (ふとん店)
長野市議会議員

箱山さん

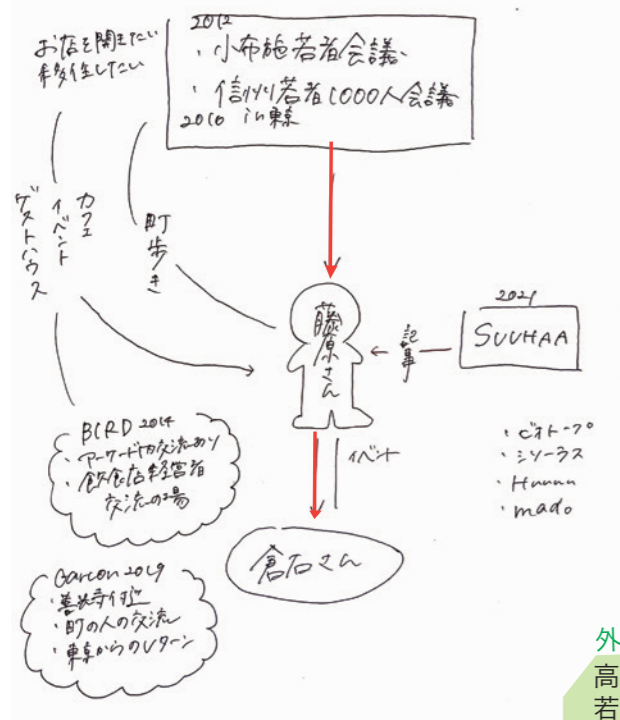


<ネットワーク図の見方>
赤線: 入居希望者の紹介ルート
黒線: 人間関係のつながり

手順② “キーパーソン” ヒアリング



Huuuu (編集チーム)
藤原さん



リノベーションとは何か？
開業・移住したい人に長野の街歩きをしてもらい、興味や趣味嗜好を知って、その結果リノベーション物件が良さそうならつなげている。

リノベーションに関わったきっかけ
リノベーションはプロジェクトの1つ。興味を持って参加するプロジェクトの1つにリノベーションがあって、それに参加している意識。

倉石さんに関わったきっかけ
10年前に小布施町での活動をする中で、誰かが紹介してくれた。

まちや地域との関わりは？
若年層を対象としたイベントを開催している。長野に関心を持つ人に対して街歩きを行ったりする。

まちや地域との関わりは？
長野市は良い意味でオープンではない。観光客や新参者は入り込みづらいが、関わろうとすれば深い関係に繋がる。しかしそこにはフィルターが必要である。

出会いの場
飲み屋 (BIRD、能登、長兵衛、権兵衛) やカフェ (café de garcon) に一人で行く。

外 (市街地、県外など) との関わり
高校生の頃に小布施若者会議に参加。大学でも、東京に住む長野県出身の若者を集めてイベントを開催した。SuuHaaの編集長を行っていて、長野のことが外の人の目に触れるきっかけを作っている。

<ネットワーク図の見方>
赤線：入居希望者の紹介ルート
黒線：人間関係のつながり

リノベーションとは何か？
建物の用途を変更すること。

倉石さんに関わったきっかけ
GOFUKUを始めるときにGOFUKUがある敷地全体の管理を倉石さんが行っていた。その後倉石さんによって自分が管理者に。

まちや地域との関わりは？
20代の頃はGOFUKUの敷地内でイベントを開催して地域との交流を意識していた。今は事業拡大によって忙しくなり、まちの人との関わりが少なくなっている。

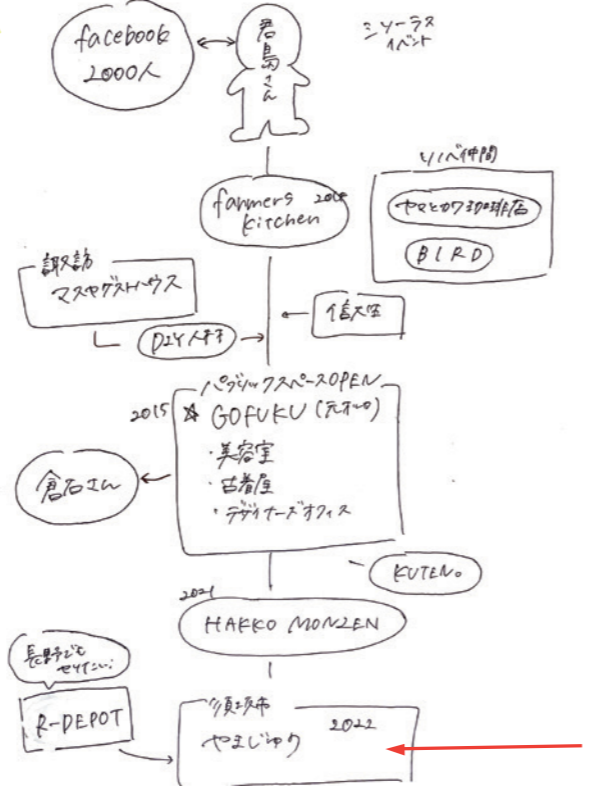
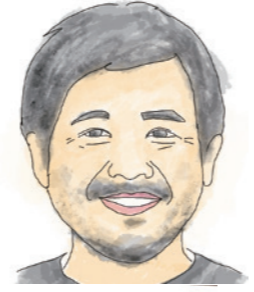
まちや地域との関わりは？
門前の魅力を様々な人に知ってもらうには、海外からの観光客に向けてのサービスの提供や、若者が楽しめる物販 (お土産) など考える必要がある

出会いの場
BIRD、シソーラス、バイト

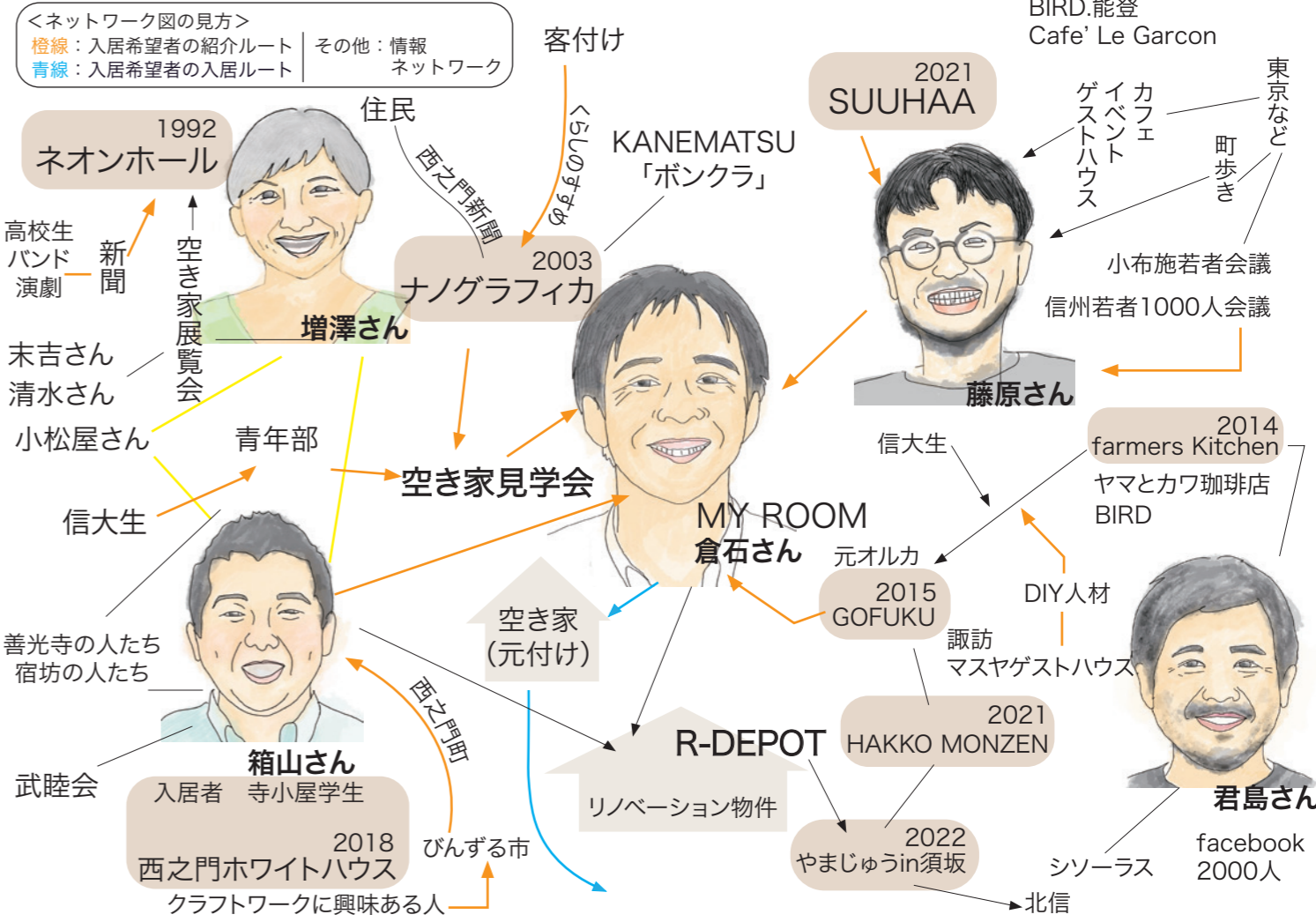
外 (市街地、県外など) との関わり
知り合った人はFacebookで繋がるようにしている。長野市だけではなく、車で一時間で行ける場所との関わりもある。須坂市から公的資金頂戴しているため、そちらでの活動が多くなっているのが事実。

リノベーションに関わったきっかけ
(経営) 店舗づくりの手法
(個人) 古いものが好き

GOFUKU (複合施設)
君島さん



家守を取り巻く地域ネットワークを明らかにしよう!!



考察

4人の“キーパーソン”の立場について
箱山さん & 増澤さん
倉石氏が善光寺でリノベーションを手掛け始める前からリノベーションや地域振興に取り組んでおり、「元からあるものを使い続ける」こと自体に価値を感じている。

藤原さん & 君島さん
年齢層が若く、善光寺に新たなビジネスや取り組みを産むきっかけを作っており、リノベーションを1つの手段と捉えている。

倉石氏の手がけるリノベーションはこの両者を扱うことができおり、門前エリアリノベーションの広がりの鍵になっている。

倉石さんの立場について
4人の“キーパーソン”のリノベーションへの関わり方/捉え方は四者四様で、それぞれが自身の活動やビジネスの中に、リノベーションを組み込んでいる。一方で、家守である倉石氏は、「建物に少し手を入れつつそのまま活用する」ことにこだわりがある。

倉石氏の提供する「リノベーション」という枠組みを、誰でも自由に使える。(細かい形態を問わない) その結果、善光寺門前エリアでのリノベーション物件の増加、エリアリノベーションの進展を促している。

結論・今後の展望

倉石氏を取り巻く“キーパーソン”たちは自身の活動を活発に行っており、その中にリノベーションという手段を取り入れている。倉石氏は、敢えてリノベーション物件の運営やその後の賃借関係に関わらないことにより、周りを取り巻く人々にとってリノベーションを使いやすい道具な存在にしている。これが、門前エリアでのリノベーション拡大の一つの要因になっている。

今回の結論はあくまで暫定的なものに過ぎない。今回の調査で、各主体を繋ぐ更なる“キーパーソン”が見えてきており、次回以降更なる調査を重ね、さらに関係性自体の定義の議論も進めることで、ネットワークの実態をより正確に明らかにしたい。さらに最終的には、他の地域にも適用可能となるような、「家守の人間関係構築の方法論」を確立を試みる。

どこまでが門前なのか

How far is Monzen?

メンバー：◎東大陽(立教大学コミュニティ福祉学研究所修士1年)・白石智之(東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻修士2年)・林遼太郎(信州大学工学専攻建築学分野修士1年)・中川颯人(信州大学工学専攻建築学分野修士1年)・宮下愛美(信州大学応用経済学科4年)
担当教員：武者忠彦(立教大学コミュニティ福祉学部 コミュニティ政策学科・教授)

目的

地元意識を持つことは住民参画の意欲・機会の増加につながり、まちづくりを支えていると考えられる。地元に関わる事業への住民参加を促すためには、各々が「地元」として認識している場所や範囲、「地元」のまちづくりへの関心を把握する必要がある。

地元意識に関する研究は今までも行われているが、空間認識の類型化にとどまっており、その因果関係がどのように生じているのかは明らかになっていない。

そこで今回の調査では、アンケートを通して、善光寺門前で生活している人がどのような空間的範囲を「門前」と捉えているか、また、それらは性別や居住歴といった個人属性によって差異があるのかを明らかにすることを目的とする。

調査方法

善光寺門前で商売をしている人を対象に、アンケート形式で調査を行った。その後、類型化による量的分析、その後、質的分析を行う

①アンケート調査

まず、善光寺門前で商売をしている人を対象として、アンケートを行った。善光寺や学校などの主要なランドマークと幹線道路が記載されたA3サイズ、縮尺1/6000の地図(右図)に「門前」だと思ふ範囲をペンで描いてもらい、その後、回答者の属性や回答の基準についてインタビューを行った。

- 質問事項
- ・性別
 - ・年齢
 - ・居住地・居住歴
 - ・線を引いた基準(なぜその線を引いたか)

②類型化

次に、得られた資料を空間認識の範囲や回答の基準を元に基に4つに類型化を行った。

1. 歴史空間としての門前
2. 生活圏としての門前
3. 観光地としての門前
4. ランドマークに囲まれた門前

③質的分析

最後に、ペンの走らせ方や空間認識の形状を属性によって差異が生じるかなど、質的分析を行った。

1. ペンか鉛筆か
2. どこから書き始めるか
3. 回答の修正
4. 囲う形が多角形か円か

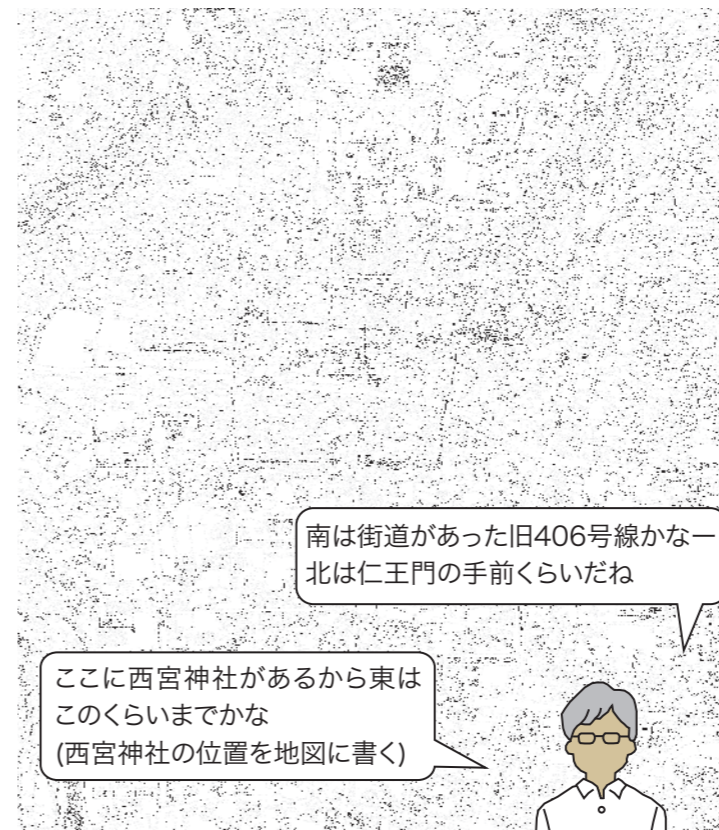


↑ 調査に用いた地図(調査ではA3にしたものを使用)

類型化 みんなの門前を分類すると...

類型①歴史空間としての門前(8件)

街道やランドマーク、町割といった、歴史上の客観的事実に基づき、「門前」を捉える方法。



No.8 加藤鯉店店主 60代男性

類型②生活圏としての門前(10件)

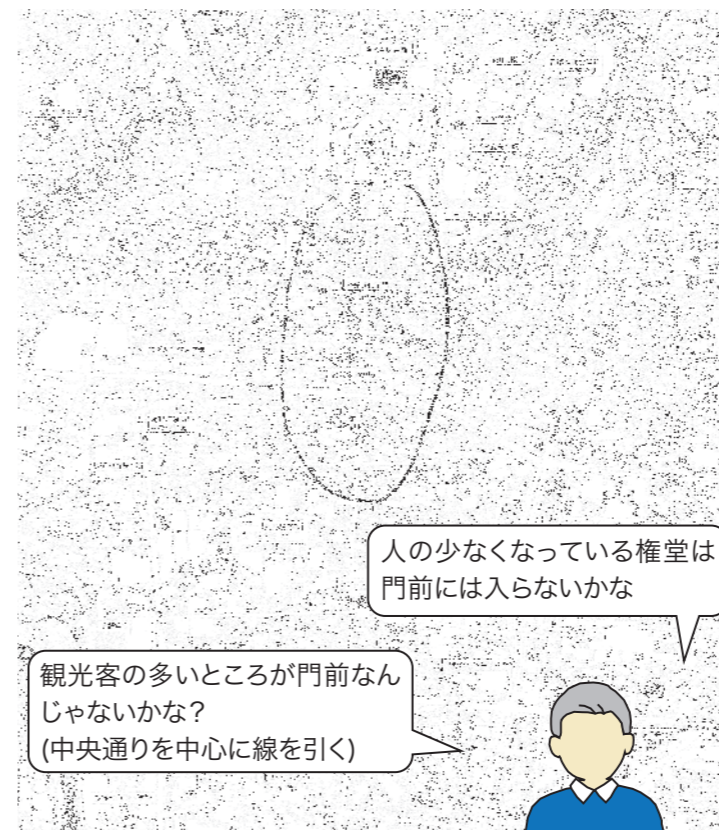
自らの生活や商売を元に「門前」を捉える方法。



No.34 大日方商店のお客さん 80代女性

類型③観光地としての門前(15件)

観光客、人通りの多さや、商店の立地を元に、「門前」を捉える方法。



No.11 能登重經節店主 50代男性

類型④ランドマークに囲まれた門前(8件)

幹線道路や公共施設などのランドマークを基準に「門前」を捉える方法。



No.1 miinaアルバイト 40代女性

質的分析 もっと詳しくみてみたら...

ペン?or鉛筆?

調査時にこちらからペンを提供したにも関わらず、対象者が持っている鉛筆で範囲を描く人がいた。

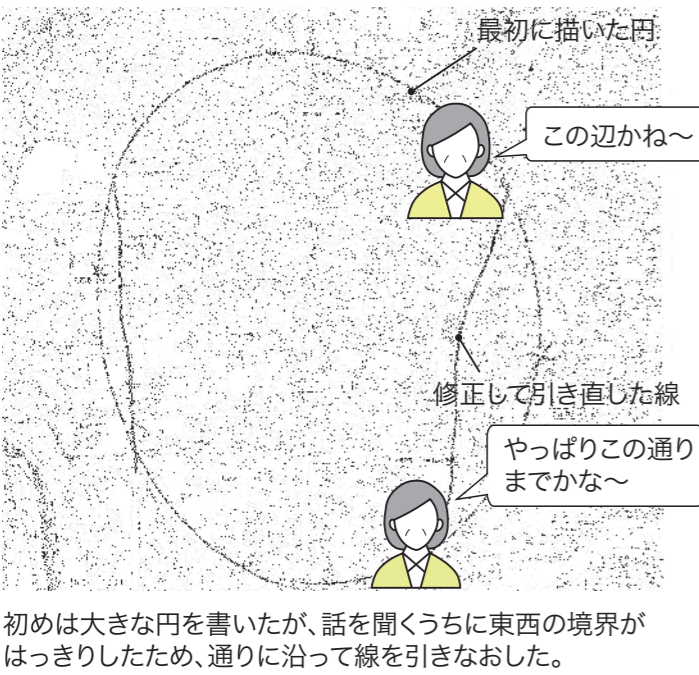


鉛筆で描く人の特徴

1. 調査場所が中央通りから距離がある、はずれにある
2. 質問からペンを握るまでに時間がかかる
3. 近くの人に聞いたり、地図帳を見ようとする

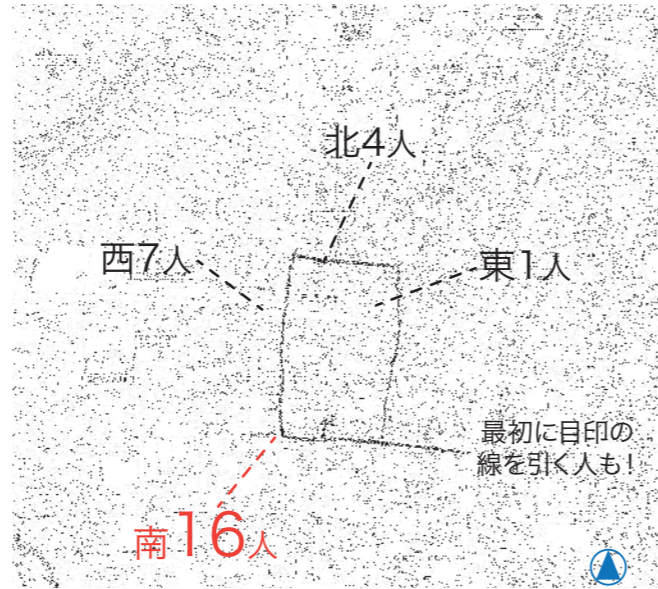
回答を修正する人

対話をしていく中で範囲を修正する人がいた。対話を重ねていく中で、範囲がクリアになってくる。



どこから書き始める?

どこから書き始めるのかは人それぞれで、その人がどこを目印としているのか、どこが大事な場所なのかが見えた。



南(下)の境界が門前という範囲をとらえる上では重要?

範囲の形は四角?丸?

客観的に描く人は四角、主観(イメージ)で描く人は丸が多かった。



まとめ・今後の展望

以上、アンケート調査で得られた資料を類型化し、その後、質的分析を行った。歴史的な文脈や幹線道路、公共施設を基準として、客観的な事実から門前を捉える人や、自らの生活圏に照らし合わせるなど、主観的に門前を捉える人など同じ「門前」でも様々な捉え方があった。また、回答の方法にも違いがあり、特に、南から書き始める人が多く、「門前」の南端についての意識が強いことも分かった。



今回の調査では、試料数が42件であったが、今後は、アンケートの基準を明確にし、資料数を増やすことで、長野市門前地域における空間認識の類型化・因果関係の明確化につながると考える

↑みんなの門前の範囲の写真はこちらからご覧いただけます!

番外編!ランキング形式で皆さんの門前を紹介!

1範囲の大きさランキング(大きい順)

青沼酒店 第3位

善光寺のおひざ元としてやらせてもらっているから門前に入るのかなあ

第2位 植木商店

線の内側が商業で、その外が住宅地のイメージかな

赤塚酒店 第1位

長野電鉄善光寺駅は入るかなあ。県庁や裁判所も入るかな〜

2範囲の大きさランキング(小さい順)

第1位 池田屋綿糸

芸者で栄えてた桜枝町が門前じゃないかなあ

鉛筆で記入

第2位 たきや

門前って言葉は分かるけどねえ...

第3位 柏与塵紙

定規を使用

善光寺の本堂からが門前で、賑わっている界限じゃないかな

3変わった形ランキング

第3位 細長形

西之門 よしのや

善光寺表参道沿いが門前なのかなあ

第2位 東カラー 現像所

門前って言葉よく言うよね〜

第1位 藤屋御本陣社長

Y字型で囲む

善光寺の仲見世通りは門前ではないかなあ。

まちなかの緑 Greenery in the city

メンバー：◎海道遥佳(信州大学 工学専攻 建築学分野 修士1年)・松本真実(東京大学 都市工学専攻 修士2年)・藤松あい(長野県立大学 食健康学科 4年)・横井美優(長野県立大学 食健康学科 4年)・大木愛美(立教大学 コミュニティ政策学科 3年)
担当教員：寺内美紀子(工学部 建築学科 建築意匠設計教育分野 教授)

目的

街路樹や公園に見られる草木、花壇に咲いている花々、玄関先に置かれている植木鉢など。まちの中に見られる緑は、まちづくりに欠かせない一つの要素になりうるのではないかと。今回の調査では、門前に潜む緑を発見することにより、緑の可能性や新たな一面を知ることが目的とする。

ゴール

善光寺門前の緑に注目し、普段意識されない緑の新たな一面を発見する。チームなりの評価基準を考え、善光寺門前の緑を分類する。

作業内容

1

街歩き

「緑」の写真収集(113枚)

2

Googleマイマップにプロット

- 113枚の「緑」の整理
- Googleマイマップでレイヤーごとに整理
- 緑のある場所
- 蔦マップ(45件)
- 一人一人が惹かれる緑

3

写真を印刷し

マトリクスでの整理

マイマップでの整理② - MONZEN 蔦MAP -

112枚の撮影した写真のうち、45枚が蔦の写真であった。建物に纏わりつき、周囲へ侵食し始める「蔦」はプラスにもマイナスにもなりえる存在なのではないか。

夏と冬では、印象が違おう

空き家には、ほぼ蔦が存在する



マイマップでの整理①

まちを歩き回り気になった緑を撮る「緑」が存在する場所で分類し、地図にプロットした。

- 写真が歩いたエリアのみ
- メンバーが恣意的に撮影

→ エリアごとの傾向はあまり見られなかった

MONZEN
緑MAP

- 凡例: 道
- 凡例: 店舗
- 凡例: 家
- 凡例: 空き家・空き店舗
- 凡例: その他

メンバーが惹かれる/惹かれない緑の基準

写真に移っている緑を、惹かれる・惹かれないかで分類する。判断基準は全員バラバラであったが、5人全員の意見が一致する緑は24件あった。

- 表の内容
- 出身
 - 惹かれた判断基準
 - 惹かれない判断基準

<p>長野県山ノ内町</p> <p>もさもさと茂っている</p> <p>まばらな草木 手入れされていない庭 プランター</p>	<p>長野県小諸市</p> <p>元気なみどり</p> <p>手入れがされていない 人工的な緑</p>	<p>宮城県</p> <p>手の込んだ緑</p> <p>枯れたもの 統一感がない緑</p>	<p>埼玉県</p> <p>惹かれる/惹かれない ではなく、 まちに必要なかどうか で判断した</p>	<p>東京都</p> <p>活用された蔦 自然の脅威を感じる</p> <p>手入れされていない 人工的すぎる緑</p>
<p>横井</p>	<p>藤松</p>	<p>海道</p>	<p>大木</p>	<p>松本</p>

メンバーの好き・嫌い緑紹介

満場一致! / 惹かれる緑



かわいい店先

これはすてきなつた! お店をのぞいてみたくなる。



角っこにあるので道を歩いていると目に留まる!



植木鉢の種類・植栽の種類が多くかわいい!!!

- ・店の前にある手入れされている緑(花)
 - ・整備がきちんとされている緑の空間
 - ・小道にある緑
 - ・休憩スペースの緑
- が惹かれる緑にみられる特徴だった。



涼と緑を感じる
木陰のベンチとサイドテーブル



涼しげな木陰 本とか読んで休憩したい!

暗い細道を抜けるといきなり庭が現れる!
非日常の発見をした気分



満開の時にきたい藤棚!



空き家のつた

満場一致! / 惹かれない緑



- ・手入れされていない伸び放題の緑
 - ・枯れた蔦
 - ・立ち寄りた魅力がない
- が惹かれない緑にみられる特徴だった。

2つの緑を比較し、緑単体だけではなく、**緑を取り巻く風景や空間を含めて**評価が変化することが分かった。



わざわざ入ろうとは思わない! = ひかれない

公園なのにベンチなど休むところがない!



ドアまで伸びているつた



茂りすぎた木

マトリクスでの整理・まとめ

街歩きをして撮影した写真を全て印刷し、マトリクスを用いて整理した。
横軸を private と public でとり、場所でグループ化する。
グループ内でも特徴が異なる緑が見受けられ、さらに共通点を見つけ出してまとめる作業を行った。
3日間のグループワークを通し、どんな緑が門前に多いのか、好ましい緑なのかを知ることができた。
良いと思う緑の境界を定めれば、より良い緑が広がるようなまちをつくることのできるのではないだろうか。

店舗にみられた緑

生き生きと生えているみどり
魅せるためではないみどり

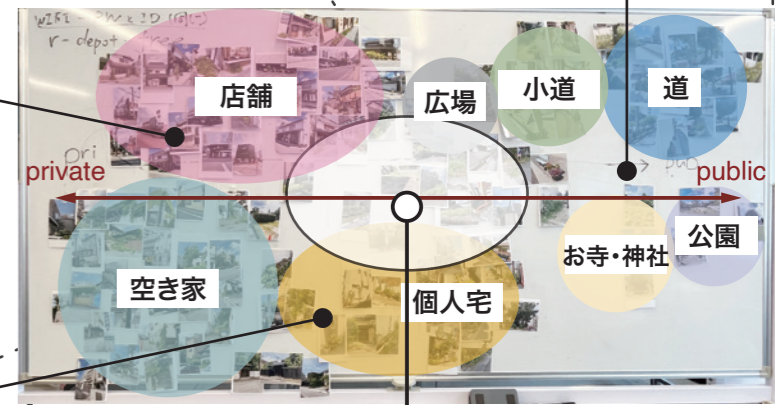


Publicに分類した緑

人の利用頻度や目につく頻度により分類



町に魅せるみどり
入りたくなるみどり
店舗との調和が取れているみどり



個人宅で見つけた緑

宅外の鉢植え(手入れされている)
まちへのしみだし
まちへの意識・ギフト



宅外の鉢植え(やや枯れている)

家の中の庭(手入れされている)
まちは見えない



等間隔のお花畑
空き地になぜか等間隔で
花が植えられている



private と public の中央に位置するもの

マトリクスの中央に集まった緑は、どこのグループにも分類することが難しく、
場所で分けることができなかった。
そこで、横軸で分類し、private と public の中央はコモン? と考えた。
コモン? = 名づけることができない複数の人が使用するor目にするみどり



敷地境界が曖昧な畑 アパート駐車場の椿 水路の蔦
鳴子清水/ 鳴子水神の脇

猛暑の中のお休み処
空き地に現れたベンチ
横に誰かが持ち寄った植木鉢

