

「創造の場」のデザイン：
地域コミュニティにおける「場」から「創造の場」へ
クリエイティブセンター阿波座(CCA) 2010-2015



CREATIVE CENTER AWAZA

CCA

2010-2015

- 1 刊行にあたって
- 2 **CHAPTER 01** _はじめに
本研究の理論フレームと研究環境
- 5 「場」と「創造の場」
多様な「場」の運営
- 6 研究環境
- 10 **CHAPTER 02** _多様な「場」の運営
- 13 クリエイティブ・サロン
- 22 あわざスタイル,0
- 26 CCA OPEN !
- 28 あわざスタイル,せともん町
- 32 あわざスタイル,01
- 34 Community meeting
- 36 あわざスタイル,02
- 38 アワザサーカス2013
- 48 街区公園勉強会
- 50 新町・アワザサーカス2014
- 60 明治地域 思い出の古写真展
- 62 **CHAPTER 03** _本研究で明らかになったこと
- 67 **EPILOGUE** _おわりに

刊行にあたって

佐々木 雅幸

大阪市立大学 都市研究プラザ 特任教授
前所長

本レポートの舞台となるクリエイティブセンター阿波座CCAは、大阪市立大学都市研究プラザ(URP)が大阪市内各所に展開する「現場プラザ」の1つとして、デザイン関連産業を中心とするクリエイティブ産業のオフィスが集積する阿波座地域に2010年1月に開設されました。CCAは、都市の文化と産業の創造機能に着目し、大阪をフィールドに、クリエイティブ産業の発展に向けた政策研究と産官学連携活動を推進してきました。

現場プラザは、市民知と学知の邂逅と融合をめざす社会実験道場として開設された、これまでの大学にはなかった開かれたネットワーク型の研究とまちづくりの拠点です。都市に入り込み、また、多様な主体が都市課題をめぐって集い、論じ、究める「場」となることをめざしてきました。

クリエイティブセンター阿波座CCAの前身は、2008年2月に大阪市水道局扇町庁舎3階に開設された扇町プラザです。その庁舎の2階には、大阪市都市型産業振興財団が2003年6月に設置したクリエイティブ産業のインキュベーション施設であるメビック扇町が活動しており、そこに入居するデザイナーやクリエイターと様々な交流事業を展開していました。彼らが孵卵器であるメビック扇町から巣立って阿波座地域にオフィスを構える流れに沿って、扇町プラザも、クリエイティブセンター阿波座CCAへと発展してきました。

CCAは、クリエイティブ・ミーティング、クリエイティブ・フォーラム、クリエイティブ・カフェやクリエイティブ・サロンなどの開催を通じて、新しいアイデアや思いがけない発想が生まれるセレンディピティに富んだ「創造の場」づくりに向けた社会実験を繰り返してきました。

本レポートは、クリエイティブ・サロンの積み上げの中から創造された、あわざスタイルやアワザサーカスの取組などを担当者の上野信子(都市研究プラザ・特別研究員)が取りまとめたものです。

創造都市政策や創造の場の形成に関心のある市民、行政、研究者の方々にお読みいただければ幸いです。

PROLOGUE

はじめに

本レポートは、特別研究員の上野信子が、都市・地域の活性化に向けたアプローチとして、「場」という概念に着目し、近年、住民の増加や産業構造の変化の激しい、都心部の中心業務地区周辺にある住商混合地区に注目し、現場プラザの一つ、クリエイティブセンター阿波座(以下CCA)のある地域コミュニティ(大阪市西区/明治地区・西六地区)をフィールドに行っている研究(2010年1月～)の中間報告である。

CHAPTER

01

本研究の理論フレームと
研究環境

場から創造の場へ



本研究の理論フレームと研究環境

「場」と「創造の場」

近年、「場」という言葉を耳にする機会が多くなったように感じる。地域、行政、企業、NPO等、様々な主体が、「場づくり」に取り組んでいる。

ランドリーは、創造都市論における創造都市の重要な要素として「創造の場」を挙げ、その特長として、多様な主体の対面交流から創造的な財やサービスが生まれ、経済的価値が創出されることを提示しているが(Landry,C.,2000)、そもそも前提条件となる「多様な主体が集まる場」を持続的に創出するためにはどのような条件が必要なのだろうか。

そのヒントとして、組織論における場の生成から発展に至るプロセスとマネジメントに注目した。組織における場のマネジメントでは、「場を生成させるためのマネジメント」と「生成した場を生き生きと動かしていくための場のかじ取りのマネジメント」の二つからなり、場は生成の萌芽を経て成立に至るまでに、段階のプロセスが創発的に起き、場の成立後、適切なマネジメントのもとで場は発展する(伊丹,2005)と考えられ、プロセスとマネジメントという概念が提示されている。

佐々木雅幸は、組織における「場」の理論を創造都市論の中で、都市・地域へとその概念を広げた(佐々木,2001)。これら創造都市論における「場」と「創造の場」の理論、そして、組織論における「場」の生成と発展のプロセスとマネジメントを援用

し、本研究では、1)多様な主体で構成され、対話を図る「場」の生成、2)「場」から、社会的・経済的価値が生まれる「創造の場」への発展、3)連関する「場」の空間スケールの拡大、という3つのフェーズについて、多様な「場」の運営を通し、実証的にその構造を明らかにし、帰納法的なアプローチにより必要な環境条件とマネジメントを抽出することを目的とする。

多様な「場」の運営

「場」の主要な構成要素を「テーマ」「時間」「空間」とし、この3つの要素を様々な組み合わせた「場」の運営を、個人、または組織の中心となって行った。目標は、「場」が、新たな社会的・経済的価値を生み出す「創造の場」へと発展することである(図1)。アンケート・インタビュー調査を適宜行い検証しながら、「場」の運営を重ねていった(図2)。

本レポートでは、第2章でそれぞれの「場」について、「場」の概要と調査結果、明らかになったポイントを提示し、第3章で、11の「場」の運営を俯瞰し、本研究で明らかになったことを提示する。そして、第4章で、これから研究を進めるにあたって、いくつかのポイントを提示する。先行研究では、「場」の事例研究は散見するが、人為的に様々な「場」を運営しながら、帰納法的アプローチにより、「場」の条件と求められるマネジメントを提示する研究は管見の限り見られない。

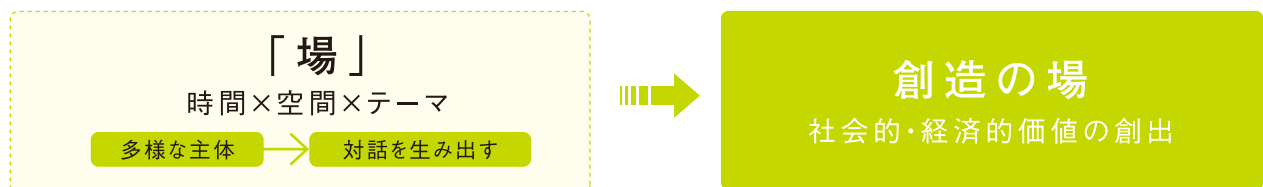


図1 「場」から「創造の場」へ

「場」	主催	● 実施した月																												
		Ⅰ期 地区外の人を中心とした交流						Ⅱ期 就業者の参加の広がり						Ⅲ期 地域コミュニティの形成へ						Ⅳ期 発展期										
		2010年		2011年		2012年				2013年				2014年		2015年														
8~12	1~12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3		
クリエイティブ・サロン	CCA	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		
あわぎスタイル,0~02	実行委員会		●																											
CCA OPEN!	CCA				●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		
あわぎスタイル,せともん町	実行委員会									●																				
Community meeting	実行委員会													●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		
アワザサーカス	実行委員会																													
街区公園勉強会	共同																									●	●	●	●	
新町・アワザサーカス	実行委員会																											●		
明治地域古写真展	明治地域活動協議会																											●	●	●

図2 多様な「場」の運営

大都市都心部の住商混合地区と地域コミュニティ

大都市都心部の住商混合地区では、オフィス需要の減少や建物・設備の老朽化・陳腐化等により、オフィスビルや小工場・倉庫が、中高層マンションへと建て替わり、新住民が急増するような地区が散見される。他方、交通の利便性は高く、賃料がリーズナブルであることなどから、こだわりの商材を扱うショップや、デザイン活動のアトリエ等、新たな活動を行うトレンドにも敏感な人たちの集積が見られる。

地域では、新旧の住民だけでなく、新旧の就業者が混在し、いくつもの固有のコミュニティが形成されたり、地域とは接点なく生活や経済活動を行う様子が見られるが、非常時における相互扶助や停滞傾向のある地域経済の活性化において、地域コミュニティのゆるやかな形成は必要不可欠のものと思われる。そこで、日々の暮らしの中で、建物や道端、店舗や公園で

偶然出会うぐらいの空間スケールで、「住み」「働き」「訪れる」人たちがつくる地域コミュニティに着目した。

具体的に、地域コミュニティの空間スケールを考えると、日常的な行動圏は、半径250mぐらい(徒歩3~5分)の範囲だろう。これは、街区公園を利用する住民の空間スケールに合致している。そこで、地域の公園をみんなの広場として捉え、コミュニケーションを図ることを考えた。そして、地域の文化資源や公園の他、寺社・公開空地などの公共空間を活用し、時間と空間、テーマを様々な交差させた「場」で、対話を通して広がり、深まる関係性の中から、「モノ」や「コト」が創出されてくるのではないかと、すなわち、社会的・経済的価値が生み出されることによって活動は持続し、地域の経済・コミュニティは活性化すると捉えた。その空間スケールは、地域コミュニティにとどまらず、他の都市・地域へと活動領域を広げ、「人」「モノ」「コト」が活発に行き交うことで、地域は活性化すると考えられる。

研究環境

クリエイティブセンター阿波座 (CCA)

大阪市立大学 都市研究プラザが大阪市内各所に拠点を置く「現場プラザ」の1つとして、デザイン関連産業を中心とする創造産業オフィスが集積する地域性に着目し、2010年1月開設(図3)。都市の文化と産業の創造機能に着目し、創造産業の発展に向けた政策研究と産官学連携活動の推進を目指す拠点。

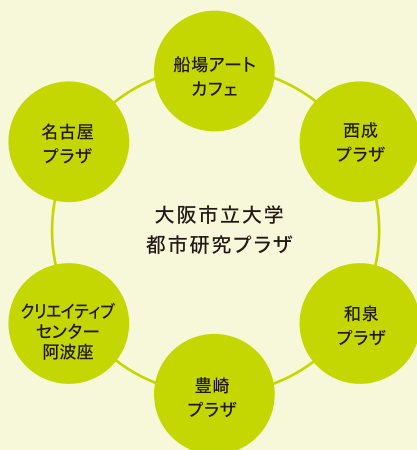


図3 各地にある現場プラザ(2015.3 現在)



(Photo by NO ARCHITECTS)

CCAと周辺環境



ACDCビルの6階にある約6坪のスペース
「クリエイティブセンター阿波座(CCA)」



築50年超の建物を、デザイン性の高いリノベーションを施し、雰囲気のある建物・空間へ(ACDCビル)

AROUND CCA



地下鉄四つ橋線本町駅23番出口から
徒歩約1分と交通の利便性が高い

地下には、シンポジウム、展示会、会議、ライブなど様々なイベントに活用される133㎡のレンタルスペース



ACDCビルの前は、新阿波座公園

テナントは、1階のカフェ・バー・レストランの他、カメラスタジオ、照明、企画、web、グラフィックデザイン、フェアトレードなど、多くのクリエイティブオフィス

研究環境

地域コミュニティ

明治地域と西六（さいろく）地域

CCAのある明治地域(大阪市西区阿波座・立売堀・西本町1～2丁目:一部他の地域を含む)は、往時には、ネジ・機械工具・釣具や陶磁器問屋のそれぞれの同業者集積があったが、産業構造やライフスタイルの変化に伴い激減している。しかし、今でも、タイルや釣具等、業界をリードする老舗企業の本社があり、歴史を感じさせる(写真1)。

隣接する西六地域(立売堀・新町1～4丁目:一部他の地域を含む)は、機械工具・木材の産業と日本有数の花街として栄えた歴史がある。現在は、タワーマンションをはじめとした様々な形態の集合住宅の建設により、住民の急増が見られる。例えば、オリックス劇場横のタワーマンションでは、2015年3月より、約830世帯・2000人が入居し、一気に新住民の増加となる(写真2)。

両地域に共通するのは、リーズナブルな賃料の高経年のビルの上層階をリノベーションし、こだわりの商材を扱う店舗やアトリエ・オフィスにしていたり、カフェ・レストランが店頭でマルシェコーナーを設けたり(写真3)、店内で作家の作品を展示販売したり、ライブや様々なイベントを開催する等、創造的な取り組みが散見される。

両地区は、大阪市西区の東部に位置し(図4)、年齢別人口構成比において、もともと西区は大阪市平均と比較して、20～40代が高くなっているが、さらに明治では、西区の中でも20～39歳までの割合が高く、西六は、10歳未満と20～49歳の割合が高い(図5)。

働いている人を見ると、明治と西六の従業者数と西区内に占める割合はそれぞれ、27,909人(16.4%)、25,533人(15.0%)である(表1)。産業別従業者数を見ると、明治では、デザイン業等を含むサービス業が多く、西区内の24.7%を占め、西六地域では、宿泊業・飲食サービス業の割合が高く、24.0%である。

これらの結果、明治は、創造産業と言われるデザイン等のサービス業の就業者が多く、住民は、単身・夫婦世代と考えられる層の多いのが特徴である。西六は、飲食店・宿泊業の就業者が多く、住民は、子育て世代と思われる層が多い。



写真1



写真2



写真3

AREA MAP

新阿波座公園と新町北公園は、
新町・アワザサーカスの会場

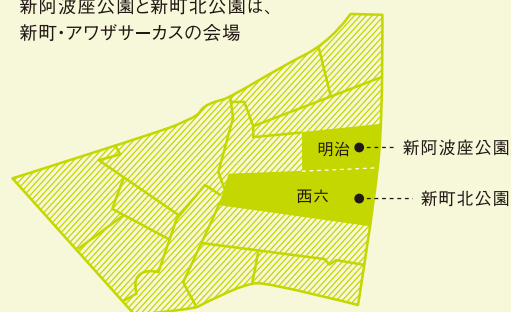


図4 西区東部に位置する明治・西六振興町会地区

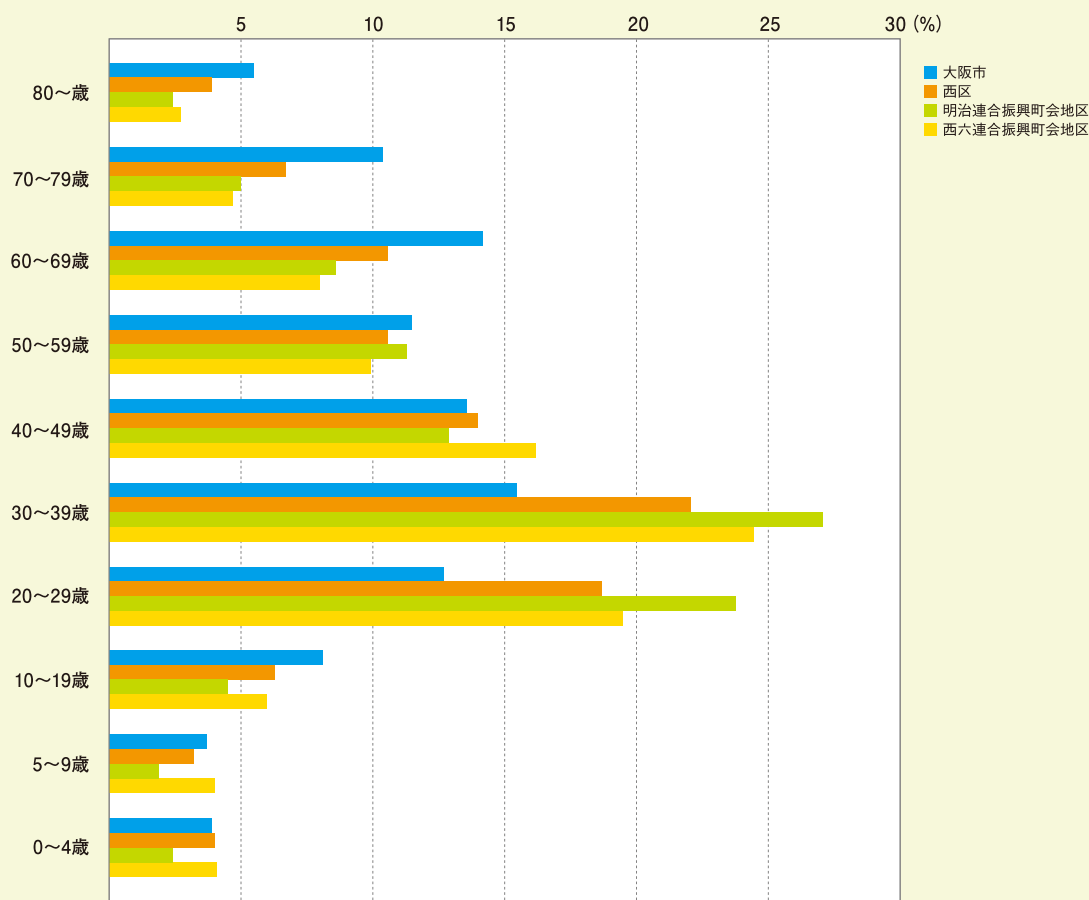


図5 年齢別人口構成比

(出所:大阪市の平成22年度国勢調査 連合町会別集計より作成)

表1 産業分類別事業所数及び従業員数(民営)

産業大分類	西区		西六連合振興町会地区				明治連合振興町会地区			
	事業所数	従業員数	事業所		従業員		事業所		従業員	
			事業所数	割合	従業員数	割合	事業所数	割合	従業員数	割合
総数	12,914	169,806	1,542	11.9	25,533	15.0	1,623	12.6	27,909	16.4
D 建設業	653	14,189	59	9.0	908	6.4	97	14.9	2,888	20.4
E 製造業	1,112	13,638	84	7.6	2,207	16.2	71	6.4	1,013	7.4
G 情報通信業	712	16,061	96	13.5	2,645	16.5	129	18.1	2,875	17.9
H 運輸業, 郵便業	295	5,659	16	5.4	553	9.8	64	21.7	1,033	18.3
I 卸売業, 小売業	4,269	52,144	588	13.8	9,899	19.0	522	12.2	8,665	16.6
J 金融業, 保険業	210	5,371	23	11.0	781	14.5	22	10.5	629	11.7
K 不動産業, 物品賃貸業	1,017	6,476	123	12.1	772	11.9	130	12.8	1,452	22.4
L 学術研究, 専門・技術サービス業	1,413	11,617	138	9.8	1,350	11.6	253	17.9	2,287	19.7
M 宿泊業, 飲食サービス業	1,418	10,147	203	14.3	2,434	24.0	105	7.4	783	7.7
N 生活関連サービス業, 娯楽業	516	3,539	63	12.2	453	12.8	47	9.1	367	10.4
O 教育, 学習支援業	133	1,620	18	13.5	241	14.9	18	13.5	101	6.2
P 医療, 福祉	353	5,674	38	10.8	637	11.2	31	8.8	267	4.7
Q 複合サービス事業	26	185	3	11.5	26	14.1	5	19.2	21	11.4
R サービス業(他に分類されないもの)	775	22,169	88	11.4	2,607	11.8	128	16.5	5,483	24.7

(出所:大阪市の平成21年経済センサス基礎調査より作成)

本研究では、「場」に注目し、(1)多様な主体で構成され、対話を図る「場」の生成、(2)「場」から、社会的・経済的価値が生まれる「創造の場」への発展、(3)連関する「場」の空間スケールの拡大、の構造を明らかにする目的で、多様な「場」の運営を重層的に継続して行ってきた(図1)。そして、クリエイティブ・サロン(以下サロン)とCCA OPEN!の運営は単独で行い、街区公園勉強会は事務局を担い、その他の「場」は、実行委員会等の組織の中心となって行った。

「場」への参加の案内は、主に、都市研究プラザとCCAの各HPの他、メーリングリストによる同報メールやフェイスブック(以下FB)で行っている。

これらの「場」を時間軸に沿って、それぞれの「場」の概要、調査結果、そして明らかになったことを報告する。

● 実施した月

CHAPTER 02	「場」	主催	I期 地区外の人を中心とした交流												II期 就業者の参加の広がり												III期 地域コミュニティの形成へ												IV期 発展期		
			2010年			2011年			2012年						2013年						2014年			2015年																	
			8~12	1~12		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1~9	10	11	12	1	2	3					
			●																																						
1	クリエイティブ・サロン	CCA	●																																						
2.5.7	あわざスタイル,0~02	実行委員会		●																																					
3	CCA OPEN!	CCA																																							
4	あわざスタイル,せともん町	実行委員会																																							
6	Community meeting	実行委員会																																							
8	アワザサーカス	実行委員会																																							
9	街区公園勉強会	共同																																							
10	新町・アワザサーカス	実行委員会																																							
11	明治地域古写真展	明治地域活動協議会																																							

図1 重層的に継続して運営する多様な「場」

CHAPTER 02

多様な「場」の運営

多様な「場」の運営



CHAPTER
2-1

クリエイティブ・サロン (2010年8月～)

毎回異なるテーマとゲストによる話題提供

概要

多様な分野・職種のゲストによる
話題提供から対話を深める

サロン開催リスト→P16

クリエイティブ・サロンは、CCAを中心に、主に平日の19時～21時、「経済」「創造性」「空間」について、さまざまな分野のゲストの視点から話題提供してもらう「場」としてスタートした。ゲストは、多様な分野のデザイナー、アーティスト、ジャーナリスト、研究者、プロデューサー、ディレクター等で、民間企業や行政、NPO、自営と様々な形で活動している人たちである。いずれも、当該分野で意欲的に活動している人たちが、ゲストとして人前で話すのは初めてという人も少なくない。日ごろから、お願いしたい人を探している。

毎回、参加者自己紹介の後、ゲストから、経験・取り組みの詳細等の話題を提供してもらい、参加者と対話を深める(写真1)。

多様な活動分野、年代・キャリア、
営利・非営利活動の人たちが参加

毎回10人前後が参加し、後述するアンケート調査の結果によると、様々な分野のクリエイター、民間企業勤務者、プロデューサー等、公務員、専門職、学生、その他の7つの分類の内、3～5の分野の人が参加する場となっている。そして、初めての参加者と、参加頻度が異なるリピーターの参加者が混合する状況が生まれている。

FBやその他のリアルな「場」で、
交流が継続

サロン終了後は、引き続きCCAや近隣のカフェ等で交流会を開催し、対話の機会を増やしている(写真2)。そして、多くの参加者が、引き続きFBやその他のさまざまな「場」で、交流が継続している。

CCA以外の地域や空間での
クリエイティブ・サロン

時には、CCA以外の地域やこだわりの空間でのサロンも開催してきた。歌とピクニック(丹波市)(写真3)、有機農業の里・搭原(岸和田市)(写真4)、谷町うも木まtree(大阪市中央区)、黄金町バザールの会場(横浜市)(写真5)、納屋工房(姫路市)等である。

そして、サロンへの参加者層の広がり・多様性に停滞傾向が見られるようになったことから、2014年9月より、毎回CCA以外の様々な地域の注目の拠点で開催することを試みている。その結果、CCAでの開催には参加していなかった、当該拠点の近隣の人たちが参加し、それまでのCCAでのサロンの参加者もそこに参加することで、新たな「場」が生まれている(写真6)。



写真1



写真2



写真3



写真4



写真5



写真6 まちのえんがわ(生野区)

RESEARCH

サロン開催後は毎回、アンケート調査

サロン参加者を対象に、参加者の多様性と参加の条件を明らかにする目的で、サロン終了後、毎回メールでアンケート調査を行っている。その内、属性(年代・活動分野・所属)、参加動機、参加後の変容、刺激を受けた人について、これまでの研究の前半(2010年8月から2013年2月まで)の結果を見ると以下のようであった(n=252)。

■ 30代～50代を中心に、多様な活動分野の人が参加

参加者の年齢は、30代、40代、50代がそれぞれ、24.1%、34.0%、19.1%と多く、全体として10代から60代までの幅広い世代が参加していた。職種は多い順に、企画、営業、総務、広報などの事務職が23.4%、次にプロデューサーやディレクター等が14.9%だった。その他、デザイナーや建築士、教師、調査・研究、コンサルタント、システムエンジニア、農業従事者、店舗経営者など幅広い職種が参加していた。所属は、民間企業勤務者と自営業が同じぐらいの割合で多く、それぞれ31.2%、29.8%であった。

■ 「テーマ」と「担当者からの案内」が強い参加動機

参加動機の強い順に3つ選択してもらった結果、1番目に強かったのは「テーマ」で44.5%、次に「担当者からの案内メール」で24.3%だった(表1)。既に関係性・信頼が構築されている担当者からの案内は、たくさんの情報・案内の中から認知され、それが関心のあるテーマやゲストであれば、参加動機が強くなることが推察される。また、第1番目の動機に「交流」を挙げている10人中、8人がリピーターであったことから、前回参加した時に、参加者との交流の満足度が高かったことが推察される。

表1 参加動機

参加動機	1番目		2番目		3番目	
	人	%	人	%	人	%
テーマ	110	44.5	52	21.1	17	6.9
報告者	44	17.8	55	22.3	11	4.5
CCAの主催	9	3.6	18	7.3	21	8.5
CCAという場所での開催	7	2.8	15	6.1	11	4.5
交通の利便性	0	0.0	15	6.1	14	5.7
参加費無料	0	0.0	5	2.0	16	6.5
少人数	2	0.8	10	4.0	11	4.5
担当者からの案内メール	60	24.3	35	14.2	24	9.7
大学の主催	0	0.0	2	0.8	9	3.6
参加者との交流	10	4.0	31	12.6	82	33.2
その他	5	2.0	8	3.2	8	3.2

☑ コメント

「場」のマネジメントの要素—テーマ、ゲスト、日程、会場の選定

アンケート調査結果によると、最も強い参加動機は、「テーマ」や「ゲスト」であった。そして、だれが「場」を運営しているのか、その人に対する信頼や、それまでの関係性が重要な要素となる。さらに、平日の終業後に参加する「場」の条件として、会場の最寄化や交通の利便性が求められるだろう。

「場」を重ねることで新たな発見

ゲストについて、以前から知り合いではあったが、サロンでの報告を聞いて発見があり、理解が深まったことを評価する意見が複数あった。ゲストも、報告を準備するにあたって、自身の活動をあらためて見直す機会になってよかったという意見を少なからず聞いている。「場」を重ねることで、その人に関する情報量が増え、新たな活動の機会が創出される可能性が高くなることがうかがえる。

■ 参加後に満足度が高まる「参加者との交流」

参加後に特によかったことについて、第1番目に、「報告の内容」と「報告者との対話」を挙げている人がそれぞれ、53.4%、19.4%であり、続いて、「参加者との対話」や「これからも交流したい人との出会い」を挙げているのが、10.9%と7.3%だった(表2)。特に、「参加者との対話」については、2番目、3番目によかったこととしても、22.7%、31.2%と評価が高かった。これらの結果は、参加動機として強かった「テーマ」や「ゲスト」については、参加後も、満足度が高かったと考えられるとともに、「参加者との交流」は、参加前はそれほど期待していなかったが、参加後に評価が高まっていると捉えられる。

表2 特によかったこと

よかったこと	1番目		2番目		3番目	
	人	%	人	%	人	%
報告の内容	132	53.4	39	15.8	22	8.9
報告者との対話	48	19.4	89	36.0	7	2.8
参加者との対話	27	10.9	56	22.7	77	31.2
少人数での開催	7	2.8	16	6.5	24	9.7
これからも交流したい人に出会えたこと	18	7.3	13	5.3	30	12.1
自身の活動の新たなヒントを得たり、意欲が高まった	12	4.9	21	8.5	29	11.7
特になし	1	0.4	0	0.0	3	1.2
その他	2	0.8	1	0.4	2	0.8

■ 自身と異なる分野・キャリア・年代の人に刺激を受ける

対話の中で、特に刺激を受けた人が「自身と異なる分野の人」であったのは、69.7%であった(表3)。そして、2番目、3番目で多かったのはそれぞれ、「自身とキャリアが異なると思われる人」、「自身と年代が異なると思われる人」で、29.1%、26.3%であった。

表3 対話の中で刺激を受けた人

対話が刺激的だった人	1番目		2番目		3番目	
	人	%	人	%	人	%
自身と異なる分野の人	122	69.7	16	9.1	11	6.3
自身と同じ分野の人	18	10.3	27	15.4	6	3.4
営利活動をしている人	12	6.9	23	13.1	16	9.1
非営利活動をしている人	4	2.3	21	12.0	15	8.6
キャリアが異なると思われる人	8	4.6	51	29.1	2	1.1
キャリアが同じぐらいと思われる人	1	0.6	0	0.0	4	2.3
自身と年代が異なると思われる人	4	2.3	17	9.7	46	26.3
自身と年代が同じぐらいと思われる人	2	1.1	4	2.3	5	2.9
その他	2	1.1	1	0.6	0	0.0



SALON LIST サロン参加リスト

年	月	話題	場所	ゲスト	キーワード
2010	8	文化と経済が好循環するしくみ～ドイツ・エアランゲン市の事例より	CCA	ジャーナリスト 高松平藏	<ul style="list-style-type: none"> ●都市の質という視点 ●都市戦略部門としての政治 ●都市アイデンティティの確認・顕示機能としての文化 ●職住近接(企業の地元雇用) ●NPO、宗教施設などによるボランティアの枠組みの充実
	9	「創造の場」について考える～横浜・関内外OPEN!2・黄金町バザール2010	CCA	大阪市立大学 都市研究プラザ G-COE 特別研究員 上野信子	<ul style="list-style-type: none"> ●創造活動空間の公開から生まれる関係性 ●界隈のコアとなる拠点 ●中間支援機能 ●回遊 ●創造活動者の集積
	10	大阪市における空間の創造-ACDCビルの事例を中心として	CCA	(株)アイ/プランニング 代表取締役 井原正博	<ul style="list-style-type: none"> ●ACDC(アジアクリエイティブデザインセンター) ●関西のデザイカをアジアに発信する機能を目指す ●ビル全体で、クリエイティブ代理店に見立てて広く発信 ●このビルを中心として、地域全体をサロン化することに挑戦 ●クリエイティブな地域を一から創る手法を開発
	11	役者の活動から創造と経済について考える	サインカンパニービル	劇団赤鬼 プロデューサー 高見健次	<ul style="list-style-type: none"> ●役者の経済活動の状況 ●発声・目線・即興力—演出家と役者による指導 ●芝居のスキルを生かす—社員研修向けにパッケージ化
	12	作家がカフェ・ギャラリーを運営する	シェ・ドゥーヴル	シェ・ドゥーヴル オーナー 小谷廣代	<ul style="list-style-type: none"> ●旧事務所をカフェとギャラリースペースへ ●セルフビルド ●多様なクリエイターの表現の場 ●ディレクション
2011	1	若手アーティスト、クリエイターのための創造環境～「アートストリーム」から見えてきたこと	CCA	(株)ナゲット 代表取締役 宮永裕子	<ul style="list-style-type: none"> ●展覧会&マーケット ●出会いの場 ●アーティストネットワーク ●新進アーティストの登竜門 ●アワードでステップアップ
		「香港デザインウィーク」に参加して	CCA	(株)読売新聞 斎藤治	<ul style="list-style-type: none"> ●感性価値 ●日本プラン ●グローバルネットワーク ●コンベンションセンター ●中国市場
		作品とデザインコンセプト&プロセスの紹介	CCA	RIDE DESIGN 代表、 デザインプロデューサー 濱田浩嗣	<ul style="list-style-type: none"> ●機能とカッコ良さの高次元での融合 ●プロダクト&グラフィック等のトータルデザインの時代 ●ブランディングからプロモーション&Webまで
		有機野菜農家と消費者をつなぐ取り組み	CCA	ファームアンドカンパニー (株)代表取締役 兵庫県有機農業生産 出荷組合 事務局長 光岡大介	<ul style="list-style-type: none"> ●地産地消のビジネスモデル創造 ●有機農家のエンパワーメント ●農業体験と食育 ●CSA(コミュニティサポート型アグリカルチャー) ●有機野菜レストラン
	2	マーチャндаイジング・売れる仕組みづくり : Hongkong Osaka~Tokyo	CCA	ディーエヌエー(株) 代表取締役CEO 関西日本香港協会 理事 学校法人上田学園 顧問 田島等	<ul style="list-style-type: none"> ●クールオオサカ ●コミュニケーションデザイナー ●インバウンドビジネス ●ミナミまち育てネットワーク
3	メーカー企画室におけるプロジェクトの紹介	CCA	YKKファスニング プロダクツ販売(株) 商品企画室 上杉咲気	<ul style="list-style-type: none"> ●産学連携授業 ●FASTENING AWARDS(ファッションコンテスト) ●next CREATOR's file ●海外展示会 	
	場があるから出会える—地域・アート・食と「人」をつなぐ	ミリパール	(有)アートニクス /ミリパール 代表 奥山天堂	<ul style="list-style-type: none"> ●カフェから生まれるカルチャー ●コーディネーターの役割と可能性 ●作家・表現者の発表のための場所 ●情報発信の重要性とその方法 ●地域一帯の連動と共存共栄 	
	斜向かいから見たソウル	CCA	大阪府 海部奈緒子	<ul style="list-style-type: none"> ●大型プロジェクトの裏側 ●清溪川のメンテナンス ●東大門 ●デザインプロジェクト ●政権交代の影響 	

年	月	話題	場所	ゲスト	キーワード
2011	3	うめきた先行開発区域の中核施設「ナレッジキャピタル」の概要と「ナレッジサロン」について	CCA	積水ハウス(株) 神門英昭	●感性×技術=新たな知的価値 ●ナレッジイノベーション ●サロンマネージャーによるマッチング ●出逢いと発見・自己実現
	4	Art for Japan パリからはじまった復興支援	CCA	(株)La Bonne Solution 代表取締役 北村奈津子	●東日本大震災復興支援プロジェクト ●アーティストの作品が東北とパリ・世界の人々の思いをつなぐ ●WEBサイトで情報を英語・フランス語・日本語の3カ国語で発信
		オランダー日本でのデザイン活動を語る	CCA	吉行 良平と仕事 吉行良平	●日々の暮らしの中から生まれる実験 / その方法 ●自由な発想をうみ、受けとめる社会とは ●作り手、クライアントと共に行っていく挑戦
	5	スウェーデンー日本でのデザイン活動を語る	CCA	GENETO / pivoto 山下麻子	●スウェーデンのデザイン環境 ●日本人の季節感 ●作り手と協同するデザイン活動 ●シーンが想定されたデザインプロセス
		フェアトレードとビジネスー LOVE&SENSEの取り組み	CCA	(株)福市 / LOVE&SENSE 代表取締役 高津玉枝	●新しい買物スタイル ●作っている人に思いを馳せる力 ●マーケティングを意識したソーシャルビジネス ●グローバル化 ●PR力を磨く
	6	英国を中心に欧米・韓国・日本での創作活動について語る	CCA	コンテンポラリー ジュエリー作家 井澤葉子	●あいまいさ ●包まれたもの ●奥 ●自然 ●バランス
		もしグラフィックデザイナーがプロダクトデザインをしたら	CCA	CAVE Director / Designer 村尾智子 上田尚史	●中小企業 ●斬新さ ●和風文 ●低予算 ●非計画性がもたらす予算と時間のロス
	7	魅力的な帽子で、より楽しく、心豊かに暮らせるライフスタイル	CCA	(有)ガリユー・プラネット 代表取締役 中村好孝	●デザイン力 ●帽子へのこだわり ●パーソナルブランド力 ●モバイルIT力 ●4Pから4Cへ
	8	大阪都心部のまちそだてー三休橋筋の約10年の変化を通して	CCA	三休橋筋愛好会 森山秀二	●地元・行政・団体との協働 ●ヨコの町割りをタテにつなぐ ●知恵と実行部隊の協働 ●プロムナード化とブランド化 ●魅力的な店舗の増加
		[Crafted Design] BIRDS' WORDSのクリエイションについて	CCA	(株)パースセラミックス 代表 富岡正直	●普遍性と時代性を感じるクラフトを提案する ●価値を適正に見極め、ディレクションの感度を研ぎます ●心へ作用する機能を重要視する ●本当に自分が好きなことと、自分が得意とすることを掛け合わせビジネスへ発展させる
	9	アーティスト・イン・レジデンスは本当に必要か	ACDCビル B1	アートプロデューサー、 ARCUS Project ディレクター 小田井真美	●実際の人の往来 ●よそ者の視点の受け皿 ●発見と取り込みの学び ●おもてなしする側の心地よさ ●変化
		サイエンスとアートの融合ーサイエンス・メディアとインフォグラフィックスの取り組み	ACDCビル B1	(株)ズームス 代表 保田充彦	●科学技術 ●可視化 ●ビジュアルイノベーション ●映像 ●ビズラボOSAKA
日替わりカフェ『ほなな』～オルタナティブスペースのデザイン		CCA	空間プロデューサー 亀山和廣	●鎮守の森的空間 ●食ネットワークのデザイン ●クリエイティブの発信基地	

年	月	話題	場所	ゲスト	キーワード
2011	9	まちなかバル～ コミュニケーションのデザイン	CCA	(株)地域計画建築 研究所(アルバック) 中塚一	●バルマップの日常使い ●運営組織・プロモーション・地域経済・デザイン ●バルはコミュニケーションツール ●複数のイベントをジョイントして開催 ●バルのネットワーク化
		CCAのリノベーション	CCA	NO ARCHITECTS 西山広志 奥平桂子	●創造の場について ●設計施工 ●ワークショップ ●カーテン・プランニング ●地域コミュニティへの参加
		伝紋～今の自分を伝える コミュニケーションのデザイン	CCA	(株)伝耕 西道広美	●『伝える』前に考えを『耕す』 ●『自分ブランド』発信 ●発掘と協働 ●グローバル ●左脳と右脳の連携
		都市とデザインの創造性	CCA	大阪市立大学 佐々木雅幸	●セレンディピティー ●創造の場 ●ソーシャルデザイン ●文化資本
	10	都心と地方の連携を考えるー 丹波の農産地と大阪都心・あ わぎ界隈を事例として	歌とピクニック (丹波市)	Re:PLUG 代表 三村知之	●異交通 ●対話 ●場
		「北海道裏観光ガイド」を めぐって	CCA	NPO法人北海道冒険 芸術出版 代表理事 堀直人	●これからの新しい「編集」について ●都市の隙間を旅して狭間をつなぐ ●「見方」を変えることで価値をつくる ●選択肢の複数化 / 価値観の多 様化を契機とし寛容な社会を目指す ●この閉塞した時代に希望の名前を 見付け出す
	11	愛農NOAHの取り組みー 有機農業の里・大阪府 岸和田市塔原(とのはら)	CCA	愛農NOAH 村上祥隆 葛上健次	●オーガニック・有機の里 ●農作物生産地の情報発信 ●地産地消 ●都市の消費者と農村の生産者との創造的なつながり ●『地域おこし』による経済効果
		実行委員長が総括するー 「歌とピクニック」	CCA	歌とピクニック (丹波市) 近藤清人	●新しい「豊かさ」の発見 ●都市部と丹波の文化交流 ●中山間部における文化発信 ●等身大のまちづくり
		実行委員長が総括するー 「見つけこのはな」	CCA	見つけこのはな (大阪市此花区) 大川輝	●此花の魅力をお披露目 ●オープンアトリエ ●此花まち歩きツアー ●地域のお祭りを目指す! ●イベントは「愛と感謝とチームワーク」
	12	実行委員長が総括するー 「あわぎスタイル」	CCA	あわぎスタイル (大阪市西区) 上野信子	●創造的な人材のネットワーク化 ●地域経済の活性化 ●ヒト・モノ・コトの魅力発信 ●重層的な発信・交流の場の創出
1		[場]のデザイン ～自律協調のワークスタイル と場の役割～	協業工房	ケブラデザインスタジオ / 協業工房 代表 大倉清教	●感性と悟性のバランス ●交流によるブレークスルー ●新たな「ネットワーク」のデザイン ●インフォーマルコミュニケーションの活用 ●「場」こそ経営資源
		“やま”からモノやコトを 創造しよう! in “谷町うろう木tree(ツリー)”	内田洋行 大阪支店	出店のみなさん 他	●国産材の活用と経済のバランス ●木材の特徴を生かした用途ーたわ し・iphoneカバー・割り箸・バイオリン ●外材と対比した国産材の特性 ●国産材の活用案
2	ソーシャルネットワークサービ ス(SNS)向けアプリケーション「コ ミュン」	CCA	(株)美文化計画 代表取締役 東山純也	●街をSNS化 ●地域活性化 ●インバウンド戦略 ●地域ビジネス ●国際化	

年	月	話題	場所	ゲスト	キーワード
2012	3	都心と農業生産者の創造的なつながりを考えるー有機農業の里・塔原(とのほら)町を訪問して	塔原 (岸和田市)	産地のみなさん 他	●生産者が求める同業種・異業種・消費者とのネットワーク ●味の記憶 ●人の魅力 ●外来者の受け入れ ●カフェー交流と野菜販売の場
	4	デザイナー起業家の可能性～ラテンアメリカの事例から	CCA	大阪市立大学大学院 創造都市研究科 客員研究員 鈴木美和子	●ラテンアメリカ ●デザイナー起業家 ●文化的多様性 ●創造産業 ●文化資本
	5	「大阪せともの祭」の歴史を振り返り、未来を展望する	CCA	(株)清水陶器店 代表取締役 大阪せともの祭 実行委員会 委員長 清水正夫	●同業種集積 ●文化資源 ●陶磁器業界 ●豊かなライフスタイル
	7	横浜の創造都市の動向	CCA	(株)櫻井淳計画工房 所長 櫻井淳	●市長の創造都市の考え方 ●結婚式場の景観問題 ●芸術文化財団のあり方 ●アートイニシアティブ(バンカート、黄金町)
	8	建築用陶器の創造とタイル文化の啓蒙を通して、建築文化に貢献	CCA	(株)平田タイル 代表取締役会長 兼社長 平田雅利	●平田タイルの沿革 ●阿波座界隈の変遷 ●業界動向 ●建築用陶器の創造 ●タイル文化
	9	コミュニティスペースの地域密着と地域間交流	納屋工房 (姫路市)	納屋工房 コミュニティスペース 代表 長谷川香里	●コミュニティ ●場 ●つながり ●地域交流 ●地域再生
	10	現在、過去、未来 私の創造活動	ACDC 7F	(株)ピクト 代表 ヤマモトヒロユキ	●イベント ●話題性の創出 ●街をけん引するのは若い世代 ●細部へのきめこまやかさ ●ダンス
		現在、過去、未来 私の創造活動	ACDC 2F	(株)福市 / LOVE&SENSE 代表取締役 高津玉枝	●決裁権のある人たちを動かす ●作っている人に思いを馳せる力 ●マーケティングを意識したソーシャルビジネス ●グローバル化 ●PR力を磨く
		現在、過去、未来 私の創造活動	大槻ビル 5F	アイデア(株)・ideaco 代表 羽場一郎	●シンプルに美しく暮らす ●傘立の開発 ●暮らしの観察 ●デザインメーカー ●海外戦略
		現在、過去、未来 私の創造活動	CCA	美術家 丸山純子	●都市を拓いていく ●個人と社会との関係 ●パブリックの中に美術が介在する ●見る人と作る人の接点
	11	黄金町エリアでの取り組み	高架下 スタ ジオSiteD 集会場 (横浜市)	NPO法人 黄金町エリアマ ネジメントセンター 事務局長 黄金町バザール ディレクター 山野真悟	●人材育成:黄金町芸術学校 ●普通の町 ●地域とアーティスト ●よそもの 若者 ばかもの ●助成金
	12	企画のプレゼン	CCA	日本コミュニティデザイン 研究所 所長 中崎義己 [VVV]ヴィークラフト 代表 坂井久美子	●アドバイザーをはじめ、参加者が、それぞれの経験知をもとに意見交換
2013	1	新たなプロダクトやサービス などの企画案について プレゼン	CCA	合同会社シーラカンス 食堂 代表&デザイナー 小林新也	●地域経済 ●超少子高齢化社会 ●都会とその他 ●世代間の溝 ●デザインという手段

年	月	話題	場所	ゲスト	キーワード
2013	2	「メゾン・エ・オブジェ」 出展報告	CCA	イデア株式会社・ideaco 代表 羽場一郎	●日本ではなくグローバルスタンダードを意識したデザイン ●スマートイノベーション ●体験的なりアリティを重視 ●ミニマム・コンパクト
	3	新年度に計画していること	CCA	イデア株式会社・ideaco 代表 羽場一郎	●プレゼンテーション
	4	高経年集合住宅やオフィスビル等の活用-人・モノ・コトが行き交う「場」について	CCA	みんなの不動産 代表 末村巧 大阪市立大学 都市研 究プラザ 特別研究員 上野信子	●コンバージョン ●大阪と札幌 ●カフェ・ショップ ●デザイン ●交流
	5	新たな植物文化の創造へ	CCA	セラハイト(株) 取締役 鈴木義浩	●空間に植物を取り入れる ●野菜工場 ●グランフロント ●土壌から水へ
	6	グローバル経済時代における地域イノベーション・システムについて～シリコンバレーのイノベーション・エコシステム調査から～	CCA	デジタルハリウッド大学 大学院 客員准教授 中道忠和	●イノベーション ●エコシステム ●グローバル経済 ●シリコンバレー ●IT
	7	映像コミュニケーションによる都市間交流 ー大阪とハンブルクー	CCA	クリエイティブハウス おくむら 代表 奥村恵美子	●映像 ●交流 ●コミュニケーション ●大阪 ●ハンブルク
	8	地域を意識した販売促進・PR業務～「満月の日の一丁目バル・フェスタ」他	CCA	(株)レベルフオー 取締役 宮城広務	●満月の日の一丁目バル・フェスタ ●京都バル・フェスタin四条烏丸 ●一般社団法人日本フリーペーパー連携協議会 (JAFRA)
	9	デザインコミュニティ: 新しい動きと今後の可能性	CCA	大阪市立大学大学院 創造都市研究科 客員研究員 鈴木美和子	●デザインイベント ●ソーシャルネットワーク ●市民社会 ●ラテンアメリカ ●日本
	10	果物文化を伝えていくー 「楽しさ」「おいしさ」「生い立ち」「作り方」	CCA	(株)丸留 会長 日本フルーツ アドバイザー協会 会長 西口勝	●果物文化 ●日本フルーツアドバイザー ●果物専門店
	11	西区情報誌『にっしー』から 話題あれこれ	CCA	(株)140B 代表取締役 中島淳	●西区の公募で決定 ●スタッフの中にはメディアの素人も ●強い言葉をいかにひっぱるか ●生活者に共感 ●雇用と事業継続
	12	映像記録アワザサーカス	CCA	ビデオアーティスト 酒井敏宏	●映像表現 ●Cの時代 ●YOUTUBE ●アワザサーカス
	2014	1	関西発ソーシャルベンチャー のおもしろさと可能性	CCA	(株)リンクエフ 代表取締役社長 松本恭輔
2		旅とデザイン	CCA	空間構想デザイナー 絵師 中崎宣弘	●アフガニスタン ●ハワイ ●エベレスト ●ドゥアルネ ●スイス ●キューバ] ●インフルエンサー ●アラスカ・

年	月	話題	場所	ゲスト	キーワード
2014	3	ビル空間の創造的活用	ACDC;02 B1	(株)アイ/プランニング 井原正博 (株)名光通信社 山根聡昭 空間設計 代表 伊阪洋	●CCAが入居しているビル(ACDC)の近隣のビル(ACDC;2)の現在空室になっている場所(地下1階70坪のスペース)の活用を考える-3つのビルの活用事例の報告
	4	現代美術を身近なものにする 縁の下の力持ち	CCA	(有)天野画廊 代表取締役 現代美術画廊の会 代表 天野和夫	●現代美術 ●アートフェア ●文化 ●投資
	5	唐木仏壇を通して伝統工芸 のあれこれを紹介	CCA	浪花仏壇 代表 伝統工芸士 若林久二郎	●唐木指物 ●伝統技術 ●銘木 ●唐木仏壇の元祖
	6	これまでの「場」の実験を ふりかえるー 「創造の場」は生まれたか?	CCA	大阪市立大学 都市研究プラザ 特別研究員 上野信子	●地域活性化 ●住商混合地区 ●地域コミュニティ ●公共空間 ●街区公園
	7	中山太陽堂からクラブコスメ チェックスまで111年一企業 ミュージアムでの文化発信	CCA	(株)クラブコスメチックス 文化資料チーム 福田理恵子	●創業111年 ●化粧品産業の近代化 ●企業ミュージアム
	8	古写真活用プロジェクトに 取組む	CCA	住みよいまち&絆研究所 代表 奥野修	●アーカイブ ●記憶 ●上町台地・東成・住吉・彦根市
	9	地域交流イベント「サーカス」 のつくり方	ACDC B1	(株)ピクト 代表 ヤマモトヒロユキ	●西区・大正区・浪速区 川で結ぶ ●水辺で遊ぶ ●リバーサーカス ●2つの街区公園 ●アワザサーカス・新町サーカス
		地域をつないで元気にした い「いく楽くらぶ」	サロンにしだ (生野区)	いく楽くらぶ 代表 木村和弘	●コリアタウン ●『人と人をつなぐ』手法 ●地域課題
	10	「まちのえんがわ」とは	まちのえんがわ (生野区)	木村工務店 代表取締役社長 木村貴一	●縁結び ●『住まい』に関する『専門知識』 ●『ものづくり』の『ネットワーク』 ●縁側
	11	接点をつくりたい	ふれあいバン ジー(東成区)	NARITAYA DESIGN 代表 ナリタヤサトシ	●ひがしなり街道玉手箱 ●イチモクサン ●Ustream配信 ●ハンガアウトでのパブリックビュー
	12	船場の10年そしてこれから	アベックス ビル2F	船場げんきの会 副代表世話人 谷口康彦	●船場げんきの会 ●『船場人』 ●船場ライフスタイル ●都心居住 ●市民活動の連携
	2015	1	協働から笑顔へ 「笑働OSAKA」	大阪NPO センター	大阪府都市整備部 (笑働OSAKA事務局) 主査 梶間千晶
2		「大阪の再生は船場から!!」 ～船場をアートで溢れるまち に…次代のビジネスシーンを 育む～	Creative Salon FLAT∞ EGG	一般社団法人関西ミュー ジックリンク協会 理事 (有)ワークショップ 代表取締役 元氏誠	●船場芸術祭2011 ●船場芸術特区構想2015 ●アートデザインレジデンス構想2012 ●SEMBA-100-MACHI-PROJECT 2011～2012」
3		「つながる力、アートの力」 複合型スペース	複合型スペース [Links]	複合型スペース[Links] マネージャー 飯野正紀	●ノージャンル・ノーボーダー ●開かれた環境 ●現代文化性 ●若手アーティストの育成 ●新たな価値の創出
	「広告会社とまち (地域)との今後」	複合型スペース [Links]	(株)宣成社 地域共生 事業部 マネージャー 辰井英樹	●受注業務依存からの脱却 ●人的ネットワークの再構築 ●地域・企業・行政との連携	

CHAPTER
2-2

あわぎスタイル,0 (2011年9月10日~16日)

「場」を地域へ広げる

概要

新たな「場」のテーマを考える

あわぎスタイル,0が生まれる直接のきっかけは、大阪市が御堂筋で開催した「御堂筋デザインストリート」での関連イベントの募集だった。当時、クリエイティブ・サロンをスタートして約1年が経過し、参加者の広がりが停滞していたことから、空間スケールをCCAから地域へ広げ、新たなテーマの「場」をつくることを考えていた。サロン参加者や地域の知人に相談しながら企画を練り、生まれたのが、地域の店舗、ギャラリー、オフィス等が、展覧会、特別展示販売、ワークショップなどの独自の企画を行い、回遊マップ(写真1)を作成して、協働して発信する「場」であった。

「場」への参加を促す条件

参加拠点は、飲食2、ファッション関連5、金属加工1、古書1、ギャラリー2、輸入雑貨1、オリジナル家具他2、デザインオフィス1の15拠点で(図1)、声をかけた内の約半分だった。参加しなかった拠点では、「だれが、プロデュースやディレクションをするのか」「広報や集客に対する対策が不十分で十分な集客が見込めない」、「同時期に展示会等があるので人手が足りない」という意見があった。「場」の条件として、参加費は無料で、マップやチラシを制作し、HPやFB等で広報するというだけでは参加は促せず、参加した人たちの間にも、積極的に運営に参加する雰囲気がつくれなかった。

コーディネートにより
2拠点の協働が生まれる

参加拠点間をコーディネートして、新たな協働が生まれた。デザインや縫製にこだわった日本製・少量生産の帽子メーカーと海外から厳選した靴を直輸入している店舗の協働である。イベント期間中、帽子のイメージに合うレトロビルにある店内の雰囲気と靴と帽子という組み合わせが合致し、特設のコーナーを設置したのを機会に、イベント終了後も継続することになり、現在に至っている。一方で、他の参加拠点にも、いくつか連携を提案したが、なかなか条件が合わず、協働は実現しなかった。

サロンのネットワークが
活かされた運営体制

サロンは、個人で運営していたが、地域で「場」を運営するにあたって、実行委員会形式とした。実行委員は、それまでのサロン参加者の中から、映像、メディア、建築・設計、マーケティング、デザイナーの5名に依頼し、その他、サロン参加者を中心に15名に当日の運営等に協力してもらうなど、それまでのサロンでのネットワークが活かされた。



写真1 回遊マップ

御堂筋デザインストリート (9/12~19)							
主催	9/10 SAT	9/11 SUN	9/12 MON	9/13 TUE	9/14 WED	9/15 THU	9/16 FRI
A_WAZA style 実行委員会	A_WAZA style,0						
CCA	拡大サロン 14:00~17:30	クリエイティブ・サロンWeek "デザイン" 19:00~21:00					都市とデザインの創造性
	CCAリノベーションプロジェクト展 (9/10~16)						
	満月の日の丁目バル・フェスタ (9/11~13)						

御堂筋デザインストリート2011
 (2011.9.12~19)
 大阪市が、御堂筋のブランド力を高め、大阪の新しい都市魅力を引き出し、人が集まる街づくりを目的に取り組み、デザインイベント。

満月の日の一丁目バル・フェスタ
 (2011.9.11~13)
 大阪市西区「新町1丁目」「立売堀1丁目」「阿波座1丁目」の約50軒の店舗が結集し、チケットを持って食べ飲み歩く、ハシゴグルメイベントの第一回目。その後も定期的に開催中。



- A-WAZA style 参加拠点
1. CCA [クリエイティブセンター阿波座]
 2. habiller [アビエ]
 3. HISS GATE [ヒスゲート]
 4. GARYU PLANET [ガリユー・プラネット]
 5. chef d'oeuvre [シェ・ドゥーヴル]
 6. [Yu:An] [ユース]
 7. LOOP various metal art [ループ]
 8. MILBOOKS [ミルブックス]
 9. branch [ブランチ]
 10. Nonius [ノニス]
 11. ROGGYKEI [ロギーケイ]
 12. SURREALISTIC PILLOW [シュールレアリスティック ピロウ]
 13. A quatre [ア・キヤトル]
 14. Le Painna [ルパンナ]
 15. 8-FURNITURE [エイトファニチャー]
 16. 平岡建築デザイン

図1 あわぎスタイル,0



■ サロンが縁で生まれたA_WAZA マルシェ

地域交流・発信イベント「歌とピクニック」(丹波市)(2011.10.9開催)の実行委員長がサロンに参加した縁で実現した丹波の産直マルシェ。お返しに、「歌とピクニック」の会場で、「クリエイティブ・サロン」を開催し、約30名の参加があった。



■ 「アート系」「テクノロジー系」と異なる分野のゲストによる拡大サロン

「アート系」「テクノロジー系」と異なる分野のゲストを招き、それぞれの分野に関心のある参加者が交流することを期待して運営した。少人数による密な対話の特徴のクリエイティブ・サロンを、ACDC地下1階ギャラリーの広い空間(約40坪)で実現できるかということもポイントで、それぞれのゲストの話題提供の後、10人程度のグループに分かれて意見交換を行い、その後、情報を共有するために、全体でのディスカッションを行った。

運営のサポートは、それまでのサロン参加者に依頼し、サポーター間のネットワークも生まれた。また、コーヒープレイクには、あわざスタイル参加拠点の焼き菓子を用意し、地域拠点の紹介を行った。

そして、終了後、あわざスタイル参加拠点を巡るツアーとその後、交流会を実施し、対話を深める「場」を複数つくった。その後、参加者は、FBを活用した交流や、その他の「場」でのリアルな交流、そして、「歌とピクニック」でのクリエイティブ・サロンへの参加やCCAで開催しているサロン等への継続した参加が見られる。



■ クリエイティブ・サロンWeek“デザイン”

毎月開催していたサロンを、1週間の期間中、日替わりでゲストを迎え、空間、コミュニケーション、まちづくり、都市の視点から“デザイン”について対話を深めた。この時に初めてサロンに参加した一人は、現在取り組んでいる地域の古写真展の講師として地域に関わっている。サロンで生まれた関係から、時を経て協働が生まれた事例の一つである。



■ CCAリノベーションプロジェクト (2011.7.13~9.7)

CCAの空間を、感性の鋭いデザイナーやアーティストをはじめ、多様な人たちの交流を促す環境にするために、リノベーションを行った。(NO ARCHITECTS 西山広志 奥平桂子)「あわざスタイル,0」では、工事から完成までの様子を映像作品にしてCCAで上映。



(Photo by NO ARCHITECTS)

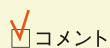
参加拠点にインタビュー調査

■ 「場」への参加はその後の交流のきっかけに

終了後、参加拠点の代表にインタビュー調査を行ったところ、10年以上、当地で経済活動をしている参加拠点から、「近所にもかかわらず存在を知らなかった所も多く、今回をきっかけに時々訪ねるようになった」という報告があった。近接して立地していてもマップ等による可視化や一緒に何かに取り組むという機会がないと、関係性は生まれにくいことがうかがえる。また、参加拠点は、個性豊かであることは共通しているものの、現実的には、業態も代表者の年齢層も多様であることや、個人もしくは少人数での経営であること、営業時間や休日も異なることなどから、何かきっかけがないと交流は生まれにくい状況であることがわかった。

■ 地域への親しみ、関係性の広がりや深まり

実行委員やボランティアスタッフからは、同イベントへの参加を通して、「界隈に愛着が感じられるようになった」「新たな出会いがあった」ことを評価する意見が多く聞かれた。ほとんどが、サロンに参加するようになって当地を訪れるようになった人たちである。地域で「場」をつくり、地域外からも広く参加を促すことは、地域への親しみ、関係性の広がりや深まりが期待される。



継続した情報発信の課題

あわざスタイル,0の終了後、継続して活動の様子を発信したり、お互いの活動を知り、対面交流を促進するツールとして、あわざスタイルのHPを立ち上げ、2012年5月から運用をはじめた。その後、タイムリーな情報発信が困難なくみと費用負担が課題となり、現在、休眠状態になっている。FBでの情報発信は継続して行われていることを考えると、取り組みの初期段階におけるHPの運営は、無料であること、だれでも更新が容易にできることが条件になるだろう。

(あわざスタイル <http://a-waza-style.com/>)



CHAPTER
2-3

CCA OPEN! (2012年5月～)

対面交流の機会を増やす

概要

多様な“テーマ×時間×空間”

毎月のサロン以外に、対面交流の機会を増やすために、開催日時とテーマと空間の組み合わせをさらに多様にし、新たにCCA OPEN!という「場」を加えた(表1)。平日の他、土曜日にも設定し、時間帯も午後や夕方以降など様々に組み合わせ、CCAに自由に入出入りする「フリースペース(FS)」を中心に、柔軟にテーマを設定する。例えば、持ち込まれた企画のワークショップを行ったり(写真1)、地域で開催されているパルイベントと一緒に参加を呼びかけたり(写真2)、あわぎスタイル、せともん町や大阪せともの祭に合わせて、一緒に準備をすることを呼びかけたり、坐摩神社の見学会等を企画している(写真3)。

多くの情報を得て関係が深まる

不定期の開催であり、広報の手段が主にFBであることから、友人・知人を誘っての参加もあるが、新たな参加者層を広げるというよりも、関係性を深める「場」となっている。参加者は、少ない時は一人のこともあって、そんな時は、じっくり話し込んだり、次々に時間差で来て、井戸端会議のようになることもある。

サロンに参加している人がCCA OPEN!に参加したり、CCA OPEN!の参加からサロンにも参加するようなこともあるが、CCA OPEN!のみに参加している人も予想以上に多い。

RESEARCH

参加動機についてインタビュー

主な参加動機は、「関心のあるテーマ」、「参加可能な日時」、「相談案件があった」、「情報収集」、「チラシを置かせてもらいたかった」であった。このことから、テーマと時間を様々に交差させた「場」が多いほど、参加可能な機会が多くなり、より多様な人たちの参加が促せることを実感した。

コメント

対面交流の頻度・時間が増加することによって理解が深まる

CCA OPEN!によって、サロンと相互作用して、参加者の広がりも生まれた。そして、サロンより、さらに少人数でじっくりと対話する機会も増え、その人に対する情報量も多くなり、理解が深まっているのを感じる。様々な「場」の運営において、実行委員やサポーターとして参画してもらえる人の多くもここで発見している。



写真1



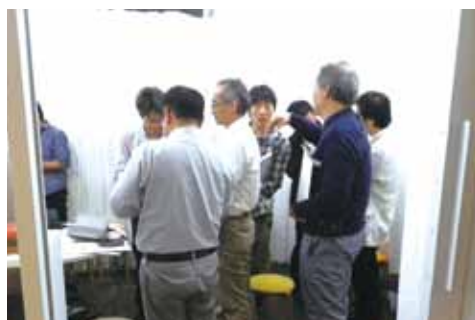
写真2



写真3

表1 CCA OPEN!リスト

年	月	日	テーマ	参加人数
2012	4	30	フリースペース (FS)	2
		8	FS	4
	5	16	FS	2
		24	FS	5
	6	3	参加持ち込みWS+満月バル	13
			皿人形の皿整理	14
		18	皿人形の皿の撮影	1
	7	1	FS	4
		4	FS	3
		8	FS	6
		10	FS	3
		13	FS	4
	8	9	FS	3
		2	FS	5
	10	4	FS	3
		5	FS	4
	11	20	FS	7
26		FS	5	
2013	1	4	FS	9
		5	FS	6
		25	FS	6
	2	13	FS	5
		15	FS	4
	4	25	FS	3
		9	FS	6
	5	16	持ち込み企画: 農業を中心とした 6次産業について考える	20
		4	FS	3
	6	22	セミナー: のれん=布の力 現代に生きる意匠と歴史 日本テキスタイル デザイン協会 板東正	15
		9	FS	3
	7	13	坐摩神社見学会	14
16		FS	2	
8	13	FS	2	
	13	FS	2	
2014	1	17	FS	7
	2	18	FS	6
	3	4	FS	3
		7	FS	2
4	13	FS	5	
	4	FS	6	
		18	FS	1



CHAPTER
2-4

あわざスタイル,せともん町 (2012年7月21日~23日)

地域の文化資源をテーマにした「場」

概要

テーマは、大阪せともの祭と旧せともん町

明治地域の東部に位置するエリアは、往時には「せともん町」と呼ばれ、最盛期には、150軒以上の陶磁器問屋の集積があった。(写真1)毎年7月21日~23日に、旧せともん町で、300年以上の歴史をもつ「大阪せともの祭」が開催されていたが、現在は、近隣の坐摩(いかすり)神社内にある火防(ひぶせ)陶器神社(写真2)で開催されている。そこで、同祭の実行委員会と協働し、せともん町と呼ばれていたエリアに残っている4軒の陶磁器問屋(写真3)をはじめ、新しい店舗、ショールーム、ギャラリー等に声をかけ、計13拠点が、あわざスタイル,0の時のように、それぞれ企画を行い、各参加拠点到、せともん町の歴史クイズのパネルを掲示し、クイズに答えながら回遊する「場」を運営した(写真4)。

共同作業をする「場」

当日までに、様々な準備の「場」として、歴史パネルの制作や景品の整理の他、往時より祭りの際に奉納されていた陶器皿人形に使われていた皿を(写真5)、神社の倉庫から出して整理したり(写真6)、それらの皿を、廃業した店舗のシャッターや軒先を借りて展示するのに下準備するなど(写真7)、一緒に作業をする「場」を複数設定し交流を図った。準備作業の「場」や、関係者による交流の「場」を設置したことから、その後、フライヤー制作の依頼など、新たな活動が生まれた。

歴代の陶器皿人形に使用したお皿と参拝者に配布していた風鈴を展示(会場設計・施工:NO ARCHITECTS)(写真8)。

運営に参加しやすいしくみ“せともんず”

1時間から運営の手伝いをする“せともんず”というしくみをつくったことで、今までのサロンやCCA OPEN!等の参加者の他、新たな人たちの運営への参加を促した。事前に可能な時間帯を聞き、タイムスケジュールに組み込み、そこだけを手伝え、あとはイベントを楽しめるしくみが、参加するついでに1時間程、手伝おうかという気にさせたらしく、30名以上が参加し、その後の「場」の運営においても、引き続きサポートしてくれるようになった。

地域の人が実行委員として初めて参加

実行委員は、サロン参加者の中から6名(カメラマン、編集者、都市計画コンサルタント、不動産マネジメント、フードコーディネーター、グラフィックデザイナー)が担当し、その内の2名は、あわざスタイル,0に引き続いての参加で、2名は地域の就業者だった。





写真1



写真2



写真3



写真4



写真6



写真5



写真7



写真8

RESEARCH

「せともんず」を対象にしたアンケート調査

■ 参加が一番多かったのは30代・40代 — 幅広い職種が参加

「せともんず」には38名の参加があり、その中には、それまで1度だけサロンに参加していた人や、初めて参加する人が含まれていた。終了後、メールでアンケート調査を依頼したところ、21名(55.3%)の回答があった。

参加が一番多かった年代は、30代、40代でそれぞれ33.3%だった。そして、民間企業勤務者が38.1%と多かったことから、職種は企画・営業・事務他が42.9%と多かったものの建築・設計、調査・研究、教師、役者、菓子製造など幅広い職種の参加があった。

■ 参加動機 — 関係性によるものと歴史への関心

1番目の参加動機として、「担当者からの案内メール」によるものが26.3%と多く、次に「友人・知人が参加している」など、関係性によるもの、そしてテーマである「町の歴史への関心」から参加した人が多く、それぞれ 21.1%だった(表1)。また、自宅・職場の近所で開催されていたことが参加動機になっていたのは8人(38.1%)で、「せともんず同士・実行委員との交流」を挙げているのは、11人(52.4%)だった。

表1 参加動機

参加動機	1番目		2番目		3番目	
	人	%	人	%	人	%
せともん町の歴史に興味をもったから	4	21.1	3	15.8	2	10.5
内容が面白そうだったから	1	5.3	3	15.8	0	0.0
自宅・職場の近所で開催されていたから	3	15.8	2	10.5	3	15.8
友人・知人が出店者、ボランティア、スタッフとして参加しているから	4	21.1	1	5.3	0	0.0
担当者からの案内メール	5	26.3	2	10.5	2	10.5
せともんず同士・実行委員との交流	1	5.3	7	36.8	3	15.8
少人数	1	5.3	1	5.3	3	15.8

■ 特によかったことは「交流」

参加後、一番目によかったこととして、「せともんず同士の交流・対話」を挙げている人が47.6%だった。また、「これからも交流したい人と出会えた」ことを挙げているのが16人(76.2%)、「今後も通いたい店などが見つかった」人は、全部で8人(38.1%)だった。

表2 特によかったこと

特によかったこと	1番目		2番目		3番目	
	人	%	人	%	人	%
企画の内容	2	9.5	0	0.0	0	0.0
せともんず同士の交流・対話	10	47.6	2	9.5	3	14.3
お客さんとの交流・対話	2	9.5	6	28.6	0	0.0
せともん町の歴史・町を知ることができた	0	0.0	0	0.0	0	0.0
これからも交流したい人に出会えた	4	19.0	7	33.3	5	23.8
今後も通いたい店やショールーム・サロンが見つかった	3	14.3	2	9.5	3	14.3
その他	0	0.0	2	9.5	4	19.0



SETOMON-CHO AREA せともん町エリアマップ



☑ コメント

異なる「場」を移動する人 ——「場」がつながる

翌年からは、せともんずを中心に声をかけて、大阪せともの祭の手伝いを行っている。祭りでは、せともんずや祭りの実行委員、そして出店者による新たな関係性も生まれ、昨年は、自主的に参加する人も生まれてきた。また、ここでの出会いから、後述する「アワザサーカス」のサポーターとして参加するなど、異なる「場」を移動する人の動きが活発になってきた。

CHAPTER
2-5

あわぎスタイル,01 (2012年10月22~28日)

公園での活動がスタート

概要

関係性がつながる

地域のショップ、オフィス、ギャラリー、ショールームが協働して、期間中、それぞれの魅力を発信する「場」の運営の2年目。参加拠点は16で、ショールーム1、デザインオフィス1、飲食店6、フェアトレード1、デザインメーカー1、物販3、ギャラリー1、工房1で、新たに参加した拠点は7だった(図1)。

今回の特長は、地場産業の老舗企業・(株)平田タイルや、デザインメーカーのイデア(株)、フェアトレードの(株)福市等、各業界で注目されている企業が新たに参加したことである。特に、旧せともん町の一画に本社のある(株)平田タイルとの交流は、「あわぎスタイル,せともん町」や「大阪せともんの祭」から生まれ、現在に至っている。同社はこの地域で創業し、地域への関心は高い。地域資源を活かした「場」は、地域の核となる人や企業と出会い、関係性を構築できる可能性があるだろう。

“せともんず”から実行委員を依頼

今回の実行委員は7名(大学院生、企業・公共施設勤務者、食関連の自営、デザイナー、カメラマン)で、それまでの実行委員経験者は1名、地域内の方は3名になった。そして、5名の実行委員は、「せともんず」の中から依頼した。

公園のそうじから活用をスタート

地域で「場」を運営するにあたり、公共空間は、様々な制約があり活用は容易ではない。今回、注目したのは、ACDCビル前に

ある地域の公園(街区公園)「新阿波座公園」である。公園での取り組みは目立つこと、そして地域のだれもが気軽に参加してくれるのではないかと考えた。そこで、公園を利用するにあたり、大阪市の西部公園事務所へ相談に行ったところ、地域交流のためのイベント等でも公園を占有して使用する場合には、公園愛護会という町会の人たちで構成されている団体の了解が必要とのこと。そして、愛護会、もしくは、区役所から同事務所へ使用許可申請を出すことが必要とのことだった。そこで、愛護会代表に、有志で公園そうじを始めたいと申し出て、そのスタートをあわぎスタイル,01の期間中に行うことにした。

当日は、町会長、愛護会代表の他、ACDCビルの入居者をはじめ、それまでの「場」で交流が生まれた人たちに声をかけて公園そうじを行い、その後、交流の「場」をもった。

ACDCビル内で交流が生まれる

そうじには、それまであいさつ程度の交流しかなかったACDCビルの入居者の参加も見られた。例えば、CCAの隣の照明デザインの(株)フォーラムは、スタッフ全員の参加をきっかけに親しくなり、しばらくして、坐摩神社での野外オペラ(せんば鎮守の杜芸術祭)の際のライティングの協力をお願いした。それがきっかけとなり、同社に見積りの問い合わせが生まれるなど、新たな経済活動の動きがある。一旦関係ができるとすぐには新たな動きは生まれなくても、何かあればすぐにつながり、動きだす可能性が高いという事例の一つである。

コメント

同時期開催のイベントの
チラシを相互に配布

ACDCビルのB1ギャラリーで、同時期に開催されていたLiving&Designの他、サロン等の「場」で関係が生まれていた人たちに、同時期に主催するイベントのチラシを配布することを提案し、相互に行った。



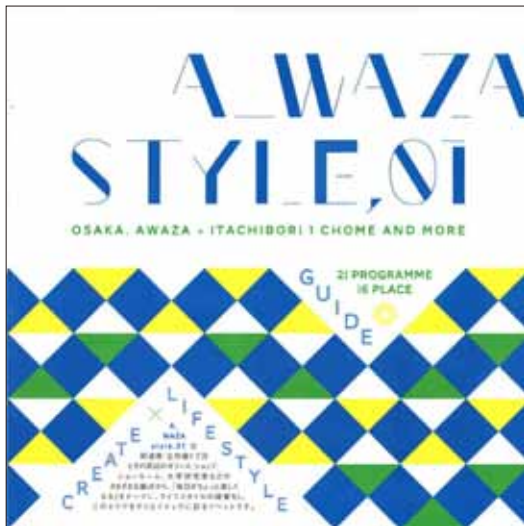


図1



CHAPTER
2-6

Community meeting (2012.10.27～)

毎月の公園そうじを中心に地域交流

概要

公園が地域内外の人をつなぐ

あわぎスタイル,01のプログラムの一つとして開催した新阿波座公園のそうじ&交流会が、町会役員をはじめ、地域で働いている人たちの参加を促したことから、「住み」「働き」「訪れる」人たちの交流の「場」として、継続して毎月そうじを行うことにした(表1)。

毎回、来た人から自然にそうじを始めるが、終了時には集まって情報交換を行っている。参加者の中には、小さい頃、この公園で遊んでいたのが縁で参加した地域外の人や、地域で働いている人が、FBでそうじのことを知って参加し、その後、同僚を誘って参加するようになった人もいる。また、求職中だった人が、そうじの参加者の企業に就職するといった例も生まれている。

どこからでもどこまででも参加自由
連続した交流の「場」

公園そうじの他、他のテーマの「場」を連続して運営している。例えば、第1部を公園そうじとし、第2部では、地域防災をテーマに、近隣にある防災施設「津波・高潮ステーション」の見学会(写真1)や他の公園での取り組みを聞くセミナー、地域の戦前の地図を囲んで町会長の話を聞く茶話会(写真2)、そして、地域にある卓球場で、卓球大会等を開催した(写真3)。そして、第3部では、懇親会(写真4)でさらに交流する「場」を設け、どこからでもどこまででも参加自由とし、連続して交流の「場」を運営した。

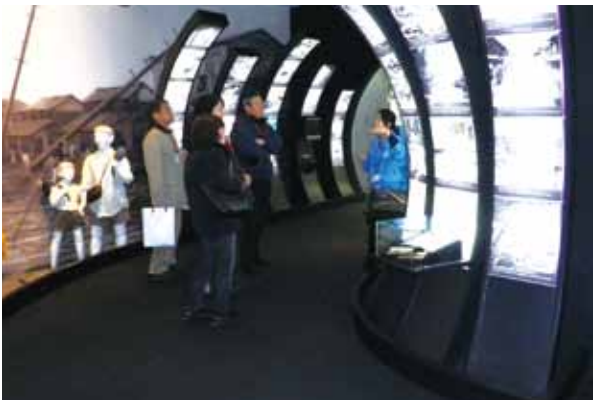


写真1



写真2



写真3



写真4

表1 Community meeting

年	月	日	そうじ参加者(人)		交流会他(人)		内容
			全参加者	地域内	全参加者	地域内	
2012	10	27	22	14	19	11	丹波の黒豆で交流会 あわぎスタイル,01のイベントとして実施
	11	24	13	6	8	6	大阪府/津波・高潮ステーション見学
	12	22	-	-	8	4	茶話会(町会長に地域の歴史を聞く) (雨のためそうじは中止)
2013	1	12	15	11	15	7	愛護会会長宅で新年会
	2	23	8	6	14	6	北大江地区まちづくり実行委員会の 自主防災力向上活動の紹介 /(株)都市空間企画研究所 代表 三木啓正氏
	3	27	7	4	6	3	交流会
	4	19	12	10	9	8	〃
	5	14	20	15	6	3	〃
	6	11	9	6	15	5	〃
	7	13	6	5	3	2	〃
	8	21	9	3	10	1	〃
	10	26	5	4	6	3	〃
	11	23	7	6	2	2	〃
	12	21	8	6	12	9	〃
	2014	1	25	9	6	3	2
2		22	12	7	12	7	卓球大会&懇親会
3		29	8	5	-	-	クリエイティブ・サロン
4		18	7	3	-	-	〃
5		23	6	5	-	-	〃
6		30	9	9	-	-	〃
7		29	7	7	-	-	〃
8		27	7	6	-	-	〃
9		26	15	6	-	-	〃
10		18	20	-	-	-	サーカス前後のそうじ
11		3	7	5	6	4	公園で街区公園勉強会
12	21	10	8	19	12	クリスマスリースづくり&公園勉強会	
2015	1	10	5	3	6	2	街区公園勉強会
	2	15	6	3	8	5	街区公園勉強会

☑ コメント

公園そうじにひと工夫

春夏の平日・終業後の時間帯のそうじは、近隣で働いている人を中心に、少しずつ参加者の広がりや交流の深まりが見られようになっていたが、秋・冬の時期の土・日の開催になると、働いている人たちが休日に公園そうじに参加するのはハードルが高い。そのような中、2014年12月のそうじでは、剪定したヘデラを活用したクリスマスリースづくりを企画したところ、後述するサーカスイベントで知り合った近隣に住む親子連れが友達を誘って参加し、そうじの後、リース作りを楽しみ、できたリースを公園に飾って、季節を楽しむ試みを行った。



CHAPTER
2-7

あわざスタイル,02 (2013年9月19日(木)~21日(土))

公園で地域交流「アワザサーカス」

概要

地域のバルイベントと協働

あわざスタイルの開催も3年目となり、地域の57の飲食店が参加する第7回『満月の日の一丁目バル・フェスタ』と協働し、バルマップに、あわざスタイル,02の参加拠点が掲載され、共同広報が実現した。

あわざスタイル01の参加拠点の内、5つの飲食店はバルで参加し、1拠点が移転し、3拠点が参加を見送り、1つが新たに参加して、今回は、物販、ショールーム、ギャラリー、フェアトレードの7拠点の参加となった(写真1)。

コーディネーターの役割

近隣地域に移転したアイデア(株)は、実行委員会のコーディネートによって、(株)平田タイルと協働し、同社のショールームで、アイデア製品とタイルの共同展示・販売・WSを行った(写真2・3・4)。このような協働が実現したのは、前回の参加によって両社の交流が生まれていたからであり、実行委員会との信頼関係があったからと考えられる。このように、一旦、関係性が構築されると、さまざまな協働はコーディネートによって、柔軟に生まれてくることが期待される。

公園を地域交流の「場」として活用

新阿波座公園では、昨年のおあわざスタイル,01で生まれたそうじ&交流会の後、毎月の公園そうじを通して、町会や区役所、そして地域で働く人たちのネットワークが生まれ、公園を地域交流の「場」として活用する環境が整っていった。そこで、CCAの上のフロアにオフィスがある、クリエイティブ・ディレクターのヤマモト氏に、公園を地域交流の「場」に活用する相談に行ったところ、地域交流に賛同するとともに、公園が活用できるということに魅力を感じ、総合プロデュースを引き受けてくれた。この時、準備期間は約2か月となっていた。それでも期待をはるかに上回る地域交流の「場」が実現したのは、ヤマモト氏をはじめとした実行委員や出店者等の創造性が発揮された結果と言えるだろう。



コメント

総合プロデューサーの必要性

あわざスタイル,02のプログラムの1つとして開催したアワザサーカスは、今まで地域活動にほとんど参加しなかった就園前の小さな子どものいる若い世代を中心に、地域の多様な人たちの参加を促した。あわざスタイル,0の時、総合プロデューサーの不在を参加見送りの理由として指摘されたのを思い出す。これを機会に、あわざスタイルは、公園を活用したサーカスプロジェクトにバトンタッチすることになる。

BAR(バル)タイム 大阪市西区(満月の日)の一日(バル・フェスタ)会場時間

各店が18:00〜20:00の時間帯を開店していただき、通常の営業時間とは異なる時間帯での営業をいたします。

1	BAR HONJIMA	18:00
2	宇治の茶	18:00
3	東京キキョウ	18:00
4	deja vu cafe(デジャヴカフェ)	18:00
5	コーポラーズ	18:00
6	cafe de la lune	18:00
7	カフェ・ムラサキ	18:00
8	cafe SPAGNOLA	18:00
9	あまのこ	18:00
10	vege cafe	18:00
11	スィーツ	18:00
12	COFFEE THE AVENUE	18:00
13	COFFEE THE AVENUE	18:00
14	BAR CITA-CITA	18:00
15	BAR CITA-CITA	18:00
16	BAR CITA-CITA	18:00
17	BAR CITA-CITA	18:00
18	BAR CITA-CITA	18:00
19	BAR CITA-CITA	18:00
20	BAR CITA-CITA	18:00
21	BAR CITA-CITA	18:00
22	BAR CITA-CITA	18:00
23	BAR CITA-CITA	18:00
24	BAR CITA-CITA	18:00
25	BAR CITA-CITA	18:00
26	BAR CITA-CITA	18:00
27	BAR CITA-CITA	18:00
28	BAR CITA-CITA	18:00
29	BAR CITA-CITA	18:00
30	BAR CITA-CITA	18:00
31	BAR CITA-CITA	18:00
32	BAR CITA-CITA	18:00
33	BAR CITA-CITA	18:00
34	BAR CITA-CITA	18:00
35	BAR CITA-CITA	18:00
36	BAR CITA-CITA	18:00
37	BAR CITA-CITA	18:00

バル・フェスタマップ

45番 御茶屋橋
9/19(木)・20(金)・21(土)は16:30〜20:30の間にこの券を引取りください。

阿波座・立売場・新町の一角で“食べ飲み歩き”イベント開催

満月の日の一丁目 第7回 バル・フェスタ

2013年 9.19(木) 20(金) 21(土)

全57店 NEW 8th

Twitter: @ichihouse_bar

http://ichihousebar.blog.82.jp/

バルマップ(写真1)



写真2



写真3



写真4



CHAPTER
2-8

アワザサーカス2013 (2013.9.21(土) 11:00~16:00)

街区公園を活用した新旧住民・働いている人たちの交流の「場」

概要

町会・区役所・働く人たちの
小さな交流からスタート

大阪市内にある850の街区公園は、市の公園事務所と町会を中心に組織される公園愛護会によって維持管理されている。新阿波座公園では、大阪市の他、愛護会と、近隣の企業3社によって、定期的にそうじがなされ、私たちが2012年10月から、毎月1回、公園の掲示板やFBなどで広く参加を呼びかけ、公園そうじとその後の交流会等(Community meeting)を行ってきた。その過程で、西区役所や西部方面公園事務所とコンタクトをとるとともに、愛護会や町会役員、近隣で働く人、そして地域外の人たちとの交流を図ってきた。



PROCESS 開催までのプロセス

01 町会長へ協力依頼 (7月中旬) 公園の活用にあたっては、日ごろ維持管理を担ってくれている町会の理解が必要。会長に趣旨と概要の説明をして了解いただく。

02 各種書類の提出 (7月中旬～) 区役所へ「後援」依頼をし、承認後、必要書類(開催概要、露店営業店舗一覧表、取扱い商品一覧)を提出し、公園事務所と保健所に申請してもらう。

03 総合プロデューサーの決定 (7月末)
公園の利用手続きと同時並行して、CCAの上のフロアに入居するピクト代表/アートディレクターのヤマモトヒロユキ氏へ相談。総合プロデューサーを引き受けてくれることが決定。



04

実行委員とボランティアスタッフを募る(8~9月)

近所で働く人や公園掃除、クリエイティブ・サロン等に参加してくれた人に広く呼びかけて、当日や事前の準備の手伝いを依頼。



05

出店・プログラムの検討(8~9月)

会場デザインその他、出演バンド、出店者、パフォーマンス、かえっこパズール、子どもブース等、分担して検討を進める。



06

打ち合わせ・準備(8~9月)

西区情報誌『にっしー』の編集スタッフから、子どもブースを運営しながら、取材をするといった企画が挙がり、打ち合わせを重ねる。その他随時、備品調達(風船・ガス、文房具類 スタッフ名札等)、会場装飾の小物作りを行う。関係者が集って全体説明会開催(9月5日)。

07

協賛のお願い(8月末~9月)

趣意書を持参し、近隣の企業・店舗へ協賛のお願いに回る。

08

広報(8~9月)

- ・西区の広報誌「かぜ」9月号に掲載。数件の問い合わせあり。
- ・チラシ完成前には、開催目的と概要等を記した。カラーコピーチラシをFBにアップしたり、各所に配布。
- ・チラシ・ポスター配布/掲示開始(9月5日)。町会/女性会によるポスター掲示・チラシ配布協力。近隣の店舗や公園周辺の家・建物にポスター掲示の協力依頼。近隣のマンション、オフィスビルへチラシのポスティング。

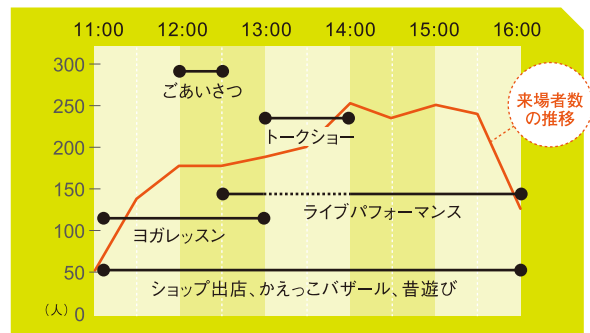


CURRENT DAY 当日

**住んでいる人・働いている人、
多世代が集い対話生まれる**

就学前の子どもを連れたママやファミリーが多数の中、シニア・シルバー世代の人たち、ご近所の店舗のオーナーや近隣の企業に勤務している人など、さまざまな方が参加。それぞれが家族を紹介したり、知人を紹介し合ったりするなど、あちらこちらで対話を楽しんでいる風景が見られた。

Time Schedule



音楽ライブ

特別に制作・協賛してくれた真紅の円形舞台の上で、ジャンルの異なるバンドが会場を大いに盛り上げてくれました。

[出演バンド]

- プチ リュクサンプール公園
- K-106
- pico&kyon2 from ROJO REGALO
- ロックンタスケロール&
ザ・キャプテンスウィング
- Life Under (eN)



**ヨガ1コインレッスンをはじめ
100yenマルシェやかわいい雑貨など**

バザールだから特別に100円の商品もつけて、という依頼にこたえて、工夫を凝らした様々な飲食、グリーン、野菜、雑貨、ファッション、占い、似顔絵などがそろいました。たくさんあったにもかかわらず早いうちから完売。特に、子ども向けの飲食がもっとあったらよかったようです。

[出店名]

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> The AVERY'S | <input type="checkbox"/> MANDINKA DINING |
| <input type="checkbox"/> DECO | <input type="checkbox"/> 南庭 |
| <input type="checkbox"/> Cafe & Bar SAEBYUL | <input type="checkbox"/> SIS |
| <input type="checkbox"/> chef d'oeuvre | <input type="checkbox"/> bon bijou |
| <input type="checkbox"/> TARAH | <input type="checkbox"/> LE CORON |
| <input type="checkbox"/> Visq LOFT | <input type="checkbox"/> オーラ診断 |
| <input type="checkbox"/> AROMA &
HERB METEORE | <input type="checkbox"/> お絵描き屋 |



明治連合振興町会／笹倉会長(左) 阿波座東振興町会／^{まいお}麻殖生会長(中) 新阿波座公園愛護会／小野代表(右)



町会役員のみなさん

新阿波座公園がある明治連合振興町会の役員の方々に、ご挨拶と、町会についての説明をしていただきました。そして、日ごろから公園の維持・管理をいただいている小野代表からは、昔の公園周辺の様子をお話いただきました。地域の戦前の様子が詳細に描かれた大きな地図のボードを用意していただき、西区の歴史の冊子を提供いただきました。



パフォーマンス



□バルーンアート

ウエストバックから色とりどりの長い風船を取り出し、手早くアンパンマンのブレスレットなどを作る手元に子どもたちの目は釘づけでした。

□風船おじさん

近所の会社の社長さんが自前の衣装で参加。子どもたちに風船を配って喜ばせてくれました。

□ピエロ

公園近くの立ち飲み屋さんを切り盛りしている若い女性が、ピエロに扮して竹馬に乗って会場を闊歩。

□着ぐるみ(くま・うさぎ)

近所のカフェ・バーの女性オーナーが友人と一緒に、くまとうさぎの着ぐるみで大活躍。軽やかなステップとかわいらしいしぐさで子どもたちの人気者。いい汗かいて、3kgも体重減。

親子で楽しむ昔遊び

西区の情報誌『にっしー』編集チームによる昔ながらの竹遊びや、西区のマスコット「にっしー」を竹で作り、ペイントするなど、運営しながら、取材されていました。また、明治小学校生涯学習/人形劇ボランティア「キャロット」さんと社会福祉協議会/朗読ボランティア「竹とんぼ」さんによる「子ども劇場」に、子どもたちの真剣なまなざしが注がれていました。



かえっこバザール

準備の途中で決まったことから、本チラシ掲載に間に合わず。急遽別チラシを作成しました。近所を回って手渡したり、幼稚園や保育所に届けてもらったり。当日は着ぐるみの「くま」と「うさぎ」が、鞆公園でチラシ配りもしてくれました。当日、いらなくなったおもちゃを持参していない子どもたちには、昔遊びを体験するとおもちゃが1つもらえる方法で、急遽コラボも実現しました。

Talk Show

「未来の公園」

2013年9月、第1回「アワザサーカス」に
ゲストスピーカーの皆様をお招きして、
トークショーを催しました。
公園の新しい活用について
いろんな意見が飛び交いました。

Guest Speakers

山崎 亮 (株式会社studio-L代表 / 金沢より中継)

金馬 由佳 (Richer 編集長)

服部 滋樹 (graf代表)

ヤマモトヒロユキ (株式会社ピクト代表)

上野 信子 (大阪市立大学 都市研究プラザ 特別研究員)



公園に関して注目している点は？

服部: そろそろ公園を「コミュニケーションの場」として変えていくべきじゃないの?と周りと話している。

金馬: 私の公園のイメージは、桜の木 お花見 盆踊り。
地域の公園は、お母さんが「ごはんできたで」と呼びに行けるぐらいのところに感じる。

山崎: 指定管理者制度で公園を管理する企業が出てきている。
地域の人は、管理している企業へどんどんアイデアを出し、企業の方は、そのきっかけをどのように作るかが大事だと思う。

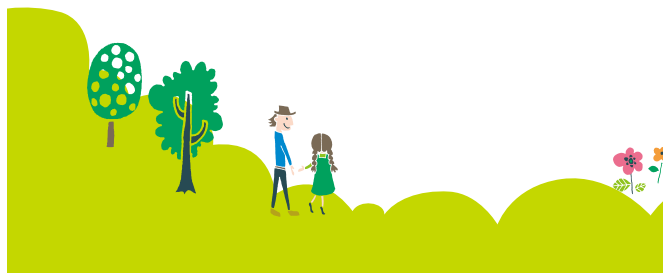
新しいしくみが必要

服部: これからは、新しい「リーダーシップ」が必要。しくみを考えないといけない。

山崎: 複数の公園を結んだらマネジメント次第でいろいろなことができる。中心にパークセンターがあり、そこに行けばどこで何をしているか、何ができるかわかるといった感じ。公園だけでなく、1キロ圏内ぐらいにある、公開空地や屋上緑化しているところ、神社・寺などのオープンスペースも「ネットワーク」したらいい。

服部: 現状として、町内会はどれぐらい成立しているのかな?

山崎: 町会への加入は減っている。働いている人などは入っていない。そんな人たちが関わるしくみが必要。知り合う機会をつくること、理解してもらうことを繰り返すことが大事。好きなテーマで集まって活動するうちに、公園での活動が日常的



になっていくのではないかな。

金馬: 公園に、働いている人が交流できるしくみをつくるというのは、新しい発想かもしれない。ご近所に広げようと思ったら、地域の小学校や幼稚園・保育所のネットワークを活用すればいいのでは?

ヤマモト: 近所を回ってみると、いくつかのコミュニティがあることがわかった。今あるコミュニティをつなぐパイプを太くしていくことが大事。事例を重ねることで、そこからしくみができていくのではないかな。

公園をメディアにする

服部: 公園がメディア化したらいい。

上野: 有志で毎月行っている公園掃除のお知らせは、SNSなどの他、公園の掲示板を使っている。



服部: 公園に屋根がある場所をつくったらいい。パーゴラでコミュニケーション。メディアになるのでは？

山崎: パーゴラなどの回廊に大きめの壁みたいな掲示板があって、大きな文字で、何月何日にこんなことやりますぐらいのシンプルな書き方をしたA3サイズのもので、いろいろ貼られていて、時々それをのぞくような習慣が生まれることで、**公園発信のスタイル**ができるのではないかな。

最後に、公園を自由に使っていいとしたらどう使いますか？

服部: プライベートをはみだして、例えば公園で水着を着てボンボンベッドで寝るといった、**プライベート空間と公共空間が重なり合う**ような使い方をしてみたい。

ヤマモト: 地域の仲間の**披露宴パーティ**を開催して、みんな

で祝いたい。海外ではよく行われている。

金馬: ママたちが、子ども服のリサイクルマーケットをしたり、作ったアクセサリーやお菓子の交換会をしたり、定期的にヨガの場になったり。**地元の人が楽しめる場**になったらいい。

山崎: **公園で食べたり飲んだりすること**、味覚は欠かせない。オーストラリアに住んでいたとき、公園に炉があって、1ドルコインを入れたらテーブルの鉄板が熱くなって肉や野菜を焼いたりして楽しんでいた。

服部: こんな動きが、西区からはじまったらいい。公園部長もすでにいるしね(笑)。

RESEARCH

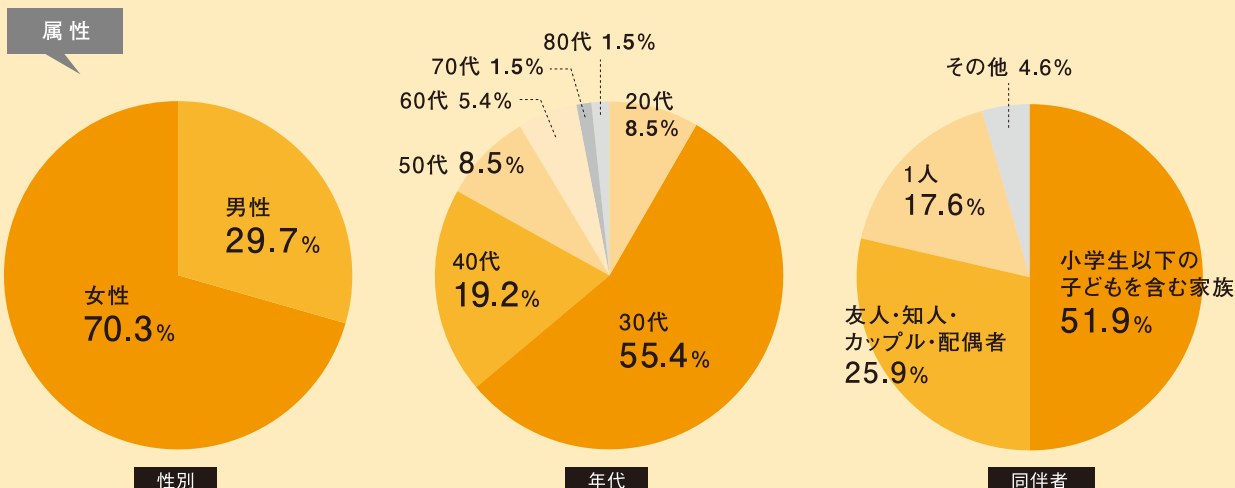
来場者へのアンケート・インタビュー調査結果

■ 来場者の約半分は西区民。家族での参加が半分以上
顔が見える人からの情報や誘いが参加を促す

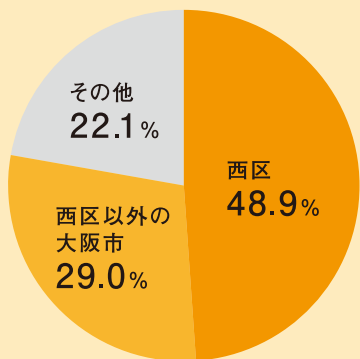
近所で行われているイベントは、ちょっとのぞいてみようかという気持ちになるようだ。公園で何やら楽しそうな音楽や気配がすればなおのこと。休日に、公園で親子共ども楽しめるイベントは、幅広い世代を惹きつけた。広報誌「かぜ」に掲載されたことや、各所へのポスター・フライヤーの設置、近隣企業の訪問、そして、公園や近隣の幼稚園等でのチラシ配布など、たくさんの人の協力による広報活動が、友人、家族、同僚等、顔が見える人からの情報や誘いとなり、参加を促したようだ。

来場者調査

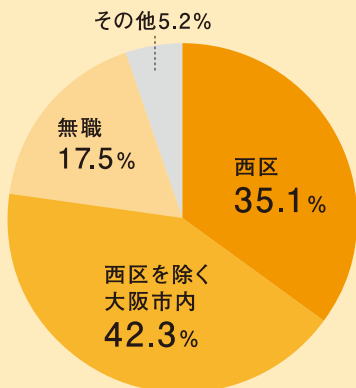
来場者の中から無作為に抽出してインタビュー調査を実施 (n=132)



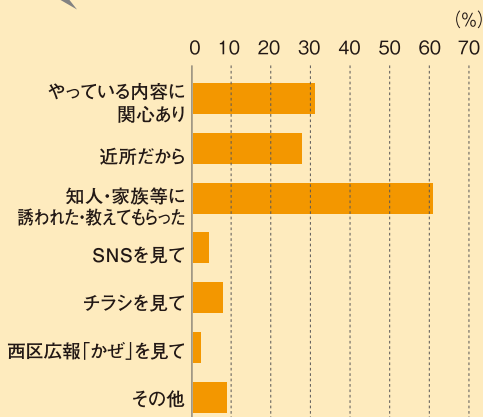
どこから来られましたか? (居住地)



どこにお勤めですか? (勤務地)



参加動機 (複数回答)



コメント

ヤマモトさんと企画に惹かれて
出店・協賛・協力しました

ヤマモトさんの話を聞いて楽しそうに感じたので話があった時、すぐに出店したいと思いました(飲食・女性)。

ヤマモトさんがプロデュースするというので、何か協力できることはしたいと思いました。円形舞台を制作したのですが、大きさや色、構造など、綿密に打ち合わせして作りました(インテリア・男性)。

出店してよかったです

毎月でも開催してほしいですね。サーカスに来た人が店にも流れてきて、ランチタイムも忙しかったです。久しぶりの友人やお客さんがこの機会に来てくれて、自然と手伝ってくれたのでうまく回っていました(飲食・女性)。

1個100円のものもかなり用意していたのですが、すぐに売り切れました。普段の1日分の売り上げは十分にありました。この機会に久しぶりの友達にも会えたり、とにかく楽しかったです(飲食／雑貨・女性)。

実店舗は、わかりにくいところにあるので出店を機に、店のPRにもなってよかったです(雑貨・女性)。

100円のものだけでなく、高価なものもよく売れましたよ(アクセサリー・女性)。

子どもが帰りがらず…

ママ友が多く参加してくれました。子どもが帰りがらないので、滞留時間が長かったようです(雑貨・女性)。

親子で楽しめる素敵なおまつりですね。娘たちもかえっこバザール大喜びでした。「おもちゃを持って来たかった〜」とおっしゃっているママもいましたよ(勤務者・女性)。

ビックリしました

おしゃれなお母さんがたくさんでびっくり。この地域はおしゃれなお母さんたちばかりなの?(ボランティア・大阪市外・女性)

いろいろなイベントを見たり、関わってきたけど、お金をかけず、こんなに楽しいことができることに驚いた(ボランティア・西区・男性)。

自分たちの近くの公園でも
開催したいな

自分のお店の近くの公園でもこのようなイベントを開催したい(西区・男性)。

私たちも有志で公園の掃除をしているんですよ(西区・女性)。

継続した取り組みになることを
期待します

第1回目に“遊び”に行けてとってもラッキーでした。チラシのデザインが可愛くて行かずにいらなかったですね。これからの展開が楽しみです(大阪市内・女性)。

いろんな出会い、再会があるのもすてきでした。集うって、場を作るって、やっぱりいいなと思いました(西区・女性)。

交流イベント、町会の企画ではなかなか出てこないアイデアで、とても良かったと思う。テントをはじめ、演出がなかなかおしゃれだった。是非、阿波座の恒例イベントとなるよう、継続して実績づくりができればと思う(町会役員・男性)。

盆踊りがなくなって久しいが、盆踊りにかわる、地域の年中行事になったらいいと思う。その際は、新旧住民、働いている人、その家族、友人、知人が集まってくれたらいい(町会役員・男性)。

■総合プロデューサー／ヤマモトヒロユキ氏

御堂筋などのイベントを企画・運営してきた、町のにぎわいを作るのは若者だと思っていたが、今回の様子を見て、子ども連れのお母さんたちが作るのではないかと思うようになった。休日には、自分も楽しめて子どもも楽しめる場所が求められているようだ。できるだけ子どもたちに来てもらいたいと、かえっこバザールなど子ども向けプログラムも意識したが、これほど多くの親子が参加してくれるとは想定

外だった。もともと、地域には、店舗を中心にいくつかのコミュニティがあったが、「アワザサーカス」を通して点が線になった。日ごろから、公園でイベントがやりたいと仲間内では言っていた。公園がいろいろなことで使えるようになってほしい。そのためには、しくみをしっかり作っていくことが求められるだろう。

RESEARCH

出店者・サポーター・プロデューサーへのインタビュー調査

アワザサーカス2013では、飲食、グリーン、ファッション小物・雑貨、占い等のブース出店が14、サポーター35名の協力があつたが、その内、無作為抽出した9人の出店者とサポーター17名を対象に、「参加動機」と「参加後の評価」そして、「その後の変容」についてインタビュー調査を行った。

■ 参加動機 — プロデューサー等への信頼・公園の活用・参加しやすいしくみ

出店者のほとんどは、プロデューサーを信頼して参加し、プロデューサーは、地域交流の意義に賛同するとともに、公園が活用できることに惹かれて参加していた。

サポーターの多くは、それまでに運営された「場」に参加したことがある人たちであり、ほとんどのサポーターが、第一の参加動機として、「筆者からの依頼」を挙げた。その他、「まちづくり」「地域活性化」「交流」等に関心があつたり、もともとサーカスに参加するつもりであつた人が、1～2時間の手伝いという参加しやすいしくみであつたことから、ついでにサポーターとして参加していた。

■ 参加後の評価 — 点が線に、ネットワークの広がり

出店した店舗は、事前に常連客や友人・知人に熱心に広報していたが、新たな出会いに対する積極的な取り組みはほとんど聞かれなかつた。そして出店者同士、お互い存在は知つたので、今後、イベント等あれば、誘い合つて出店するようなことはあるかもしれないという意見があつた。

プロデューサーは、ポスターやチラシを含め、イベント全体のテーマやイメージ作りの大切さを改めて実感していた。それまでは、街のにぎわいを作る層として、若い世代に注目していたが、さらに子ども連れの母親たちにも注目するようになった。地域の店舗の中には、いくつかのコミュニティがあつたが、サーカスを通して点が線になつたことを実感したという。さらに、地域の店舗の中で新たなネットワークが生まれたこと、新しい分野の人たちとの出会いがあつたことが指摘された。

サポーターは、内容がおもしろくサポーター自身が楽しめたこと、そして、小さい子どもづれのおしゃれな母親が多いこと、予想以上に来場者が多かつたことなど、様々な発見や印象に残つたことを指摘した。

■ その後の変容 — プロデューサーを中心に、経済価値が生まれた例

公園に面した飲食店では、それまで少なかつた家族連れの土・日のお昼の来店が増えた。一方で、その他の店舗は公園から少し離れた場所にあることもあつてか、その後の来客に関してはほとんど変化がない。

プロデューサーは、西区主催のビジネスアイデアコンテストに応募し、アワザサーカスの今後の展開プランについて優秀賞を受賞し、西区認定事業になつた。その他、サーカスの全てを記録したリーフレット『awazacircusREPORT』（CCA発行）のデザインを担当し、その後、サーカスのレポートと記録映像を見た人からの問い合わせで、協働して今回のサーカスをモデルに、浪速区・大正区・西区合同の地域活性化事業のプロポーザルコンペに応募し受託した。

サポーター同士は、FBや他の場でも交流が継続していた。また、映像を担当したサポーターは、映像作品を制作し、クリエイティブ・サロンで上映会をしたところ、DVDの購入希望があつた。

掲載・放映等 実績 (2013年12月現在)

- 大阪市立大学 都市研究プラザ ニュースレター21号
- 西区情報誌『にっしー』第1号表紙 p16-17
- 映像記録『アワザサーカス』制作 酒井敏宏
- ベイ・コミュニケーションズ 9月23~28日、20:30から放映
- 住宅生産振興財団 まちなみシンポジウム in 大阪「多世代交流によるコミュニティ再生」
基調講演「今、関西から発信する、住まいとまちの新しい形」事例紹介
東京大学 瀬田史彦 准教授 11月22日
- 西区「暮らしを豊かにするビジネスアイデア」コンテスト 優秀賞 12月7日



✓ コメント

参加から交流へ

多くの子育て層を中心とした住民や就業者の参加は確認されたが、十分な交流の様子は把握できなかった。「場」での出会いが、その後の地域での日常的な挨拶をはじめ継続した交流に発展するためには、参加者同士で対話が生まれるような「場」の雰囲気醸成やしくみがさらに必要と思われる。



CHAPTER
2-9

街区公園勉強会

アワザサーカスから生まれた「場」

概要

新阿波座公園に愛着のある
地域の人からの相談

アワザサーカス2013をきっかけに、子どものころ新阿波座公園で遊んだ思い出があり、愛着のある地域の人から、同公園をもっと美しくしたいと相談を受けた。そこで、その人を代表に、同公園をモデルに勉強会を開催することを提案し、事務局を担ってスタートした(表1)。

同公園は、全体が見渡せるコンパクトな規模(2,263㎡)で、開園後、60年近くが経ち、様々な課題も生まれている。以前は、ここで盆踊りも開催されていたが、休止して久しい。現在、平日は、近隣で働いている人たちの休憩の姿を見ることが多く、タバコの吸い殻等、ゴミの多さが課題である。土日は、親子の姿を時折見かけるが全体的に寂しい雰囲気が漂う。育ち過ぎた高木からの毛虫や茂った植栽へのごみの不法投棄などの弊害もあり、課題は少なくない。

公園に関心のある様々な専門家が参加

参加者は、グラフィックデザイナー、ガーデンデザイナー、まちづくりコンサルタント、研究者、公園設計者、建築士、庭師、まちづくりの活動に参加している人、エクステリア設計・施工、教員、その他、毎回のテーマに関心のある人が参加している。勉強会では、報告された内容に対し、それぞれの専門の立場から情報を提供する。その中から、実際に同公園で実施してみたいアイデアが浮かび、実現させるための課題等を議論していく。そして、公園管理をしている大阪市や愛護会と連絡をとりながら、実験的な試みをしたり、改善計画を立てている。

表1 街区公園勉強会開催リスト

	月	日	参加人数	内容
2014	8	19	5	公園の現状整理・どんな公園になってほしいか
	9	2	2	西部公園事務所へヒアリング
		16	8	ヒアリング結果の報告と今後の活動
		3	7	サーカスで行う調査とWSの検討
	10	15	6	模擬WSと準備
		18	-	新町・アワザサーカスで調査
	11	3	7	実験:公園でミーティング「サーカスでの調査結果を振り返って」
	12	21	19	実験:公園のヘデラでリースづくりと公園クリスマスデコレーション
2015	1	10	6	「オーストラリア公園・グリーン視察報告」 ガーデンデザイナー 月ヶ洞利彦
	2	15	8	「あったか北大江まち祭り(北大江公園)の参加報告と 中央公園(川西市)情報」 上野信子



■ アワザサーカスの来場者と対話を図りながら調査

同公園の改修については、住民の「総意」が必要との公園管理事務所からのアドバイスにより、新町・アワザサーカスでは、害虫駆除などに取り組むために、同公園の中の「嫌われもの投票」を実施した(写真1)。また、「同公園をもっとよい公園にしよう」と呼びかけて、公園の魅力や改善点を公園の地図に付箋ではってもらった(写真2)。

これらの準備にあたっては、それぞれが持っている資料を提供したり、資料を作成する等、専門性を発揮し、当日は、大学生にも協力してもらい、来場者と対話を図りながら調査を実施した。



写真1



写真2

■ 公園の新たな活用方法の実験

公園でしてみたいことの中に挙げた、ミーティングや仕事の実験として、公園の利用者が少ない土曜日に、ピクニックテーブルといすを持ち込んで、定例の勉強会を行ってみた。また、公園にもっと季節感を出したいという希望に対して、年末に、みんなで伸びきったヘデラの剪定を行うとともに、それを使ってクリスマスリースを作り、公園の藤棚の柱に飾ってクリスマスの雰囲気を作るといふ実験を行った(写真3)。(写真:アーティストとデザイナーによる芳川紙業(株)のダンボール製のオブジェ「フワラ」を使った作品)



写真3



☑ コメント

自然発生的に生まれた「場」

公園での「アワザサーカス」は、住民の公園への思いを刺激し、新たな「場」を生み出した。サーカスの様子を見て、思いを実現できる可能性を感じたのではないかと思う。そして、事務局としてのサポートにより、勉強会という「場」が生まれた。参加者は、公園の改修に関われることへの期待、そして、参加している多様な専門家からの刺激とネットワークに魅力を感じ、主体的な参加や新たな参加の広がりを生んでいると思われる。これは、今まで人為的に創ってきた「場」とは異なる生まれ方、発展のしかたである。

CHAPTER
2-10

新町・アワザサーカス2014 (2014年10月18日(土) 11:00~16:00)

空間スケールが広がる—2つの公園で同時開催


 概要

2つの町会と西区役所との連携

2つの公園で交流イベントを同時開催し、地域の店舗等への回遊も促す「新町・アワザサーカス」のアイデアが、西区役所主催の「暮らしを豊かにするビジネスアイデア」コンテストで、優秀賞をもらったことから、実現にはずみがついた。

一方で、2つの公園は町会が異なることから、新たに、西六地域の町会役員に開催の趣旨や内容を理解してもらう必要があったが、明治地域の場合、約1年間、毎月の公園そうじを通して理解を深めていったのに対して、西六地域は、はじめての交流であったことから、理解を得るのは容易ではなかった。しかし、新町北公園に面したタワーマンションの入居が2015年3月にはじまり、一気に約830世帯・2,000人の住民が増えることから、交流の場は求められていた。

多くのサポーターに参加してもらう「場」をつくる

サーカスでの出会いや交流が、その後の継続した交流に発展することを目的に、準備段階から参加する「場」を重ねて運営した。例えば、プロデューサーに話題提供してもらい、サーカスへの理解を深めるサロンを開催したり、“プレサーカス”として、当日の会場装飾の小物づくりをプロのスタイリストに教えてもらいながら、みんなでつくる手作り教室を開催した。時間は、午前部10:30~12:00と午後部19:00~20:30とし、出入り自由で、多様な人が参加しやすいようにしたところ、町会役員から、地域内外の若い世代まで、多様な世代が参加した。



プレサーカスのトップを飾るのは、街で人気の噺家による落語会!!

プレ
サーカス

落語会

10.6 mon

@ACDCギャラリー

当日券のみ ¥2,000

開場:18:30 開演:19:30

※座席に限りがありますので、お早めにお越しください。

※演目は当日のお楽しみ♡



桂雀太

笑福亭呂好



サーカスのデコレーションを一緒に作りましょう!

プレ
サーカス

手づくり教室

10.8 wed

(午前の部) 10:30~12:00

(午後の部) 19:00~20:30

●参加費無料 ●出入り自由



スタイリスト 村上きわこ

ノスタルジックでロマンチックなスタイリングを得意とし、Lei weddingをはじめ、雑誌、広告、カタログのスタイリングから、アクセサリー・小物のプロデュースなど多方面で活躍中。ユニット「Accommode(アコモデ)」ではウエディング提案も。

10.9 thu

(午前の部) 10:30~12:00

(午後の部) 19:00~20:30

●参加費無料 ●出入り自由



スタイリスト 長谷川裕子

ファッションスタイリスト、ウエディングコーディネーターとして、雑誌、広告、TVなどで幅広く活躍。セレクトショップとハウススタジオを併設した「アトリエ78」のオーナー。
<http://www.atelier-78.com>

10.10 fri

(午前の部) 10:30~12:00

(午後の部) 19:00~20:30

●参加費 ¥2,500(材料費)



フローリスト 大谷 祥代

個性的な花や緑、アンティーク家具や美しい花器が心地よい空間に並ぶ、植物と花のアトリエ。センスあふれる会場装花などプライダルフラワーにも定評があり、ブーケやアレンジメントの1DAYレッスンも開催中。



地域の回遊を促す — サーカスdeバザール

2つの公園を移動する途中で、地域を回遊してもらうことを目的に、それまでのあわぎスタイルやパルイベントを継承し、店舗等のサービスや特典のある「サーカスdeバザール」を開催した。当日は、特別セールの物販や、昼食をゆっくり食べたい人などが来店してにぎわっていた。



MAP.1



地域の特長が反映された2つの会場

2つの街区公園の周辺は、雰囲気が異なり、オフィス街にある新阿波座公園に対して、新町北公園のある地域には、音楽・ダンス・動物の専門学校があることから、日ごろ学んだ成果の発表の機会として、学生たちによる舞台が展開された。その他、アート作品の展示や出店等も異なることから、両方の公園を行き来する人たちの姿が見られた。

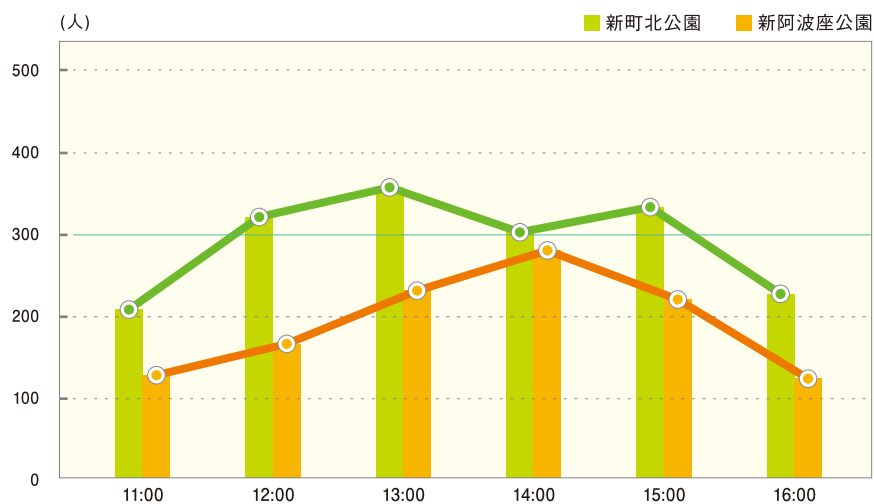
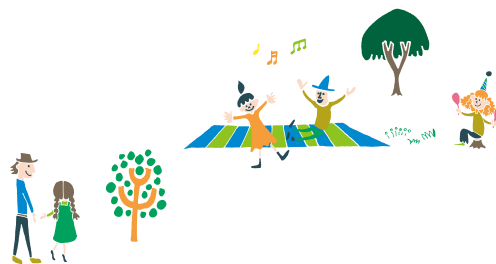


図1 2つの公園の来場者数



PROGRAM 2つの公園の主なプログラム

新阿波座公園

音楽ライブ&パフォーマンス



カワイイ雑貨屋さん&100yenマーケット

まちやネットで人気のブランドの限定ショップをはじめ、かわいい植物や新鮮野菜のマルシェなど、お楽しみイロイロ♡

※100円の商品は数に限りがあります。

- bon bijou □tabis! BAZAR
- Run Rabbit Run Vintage
- HIKO MIZUNO COLLEGE OF JEWELRY
- HAGAN Garment Poets
- L'ATELIER DE VIONNET
- vege食堂 あらき家

ハンモックカフェ

- HARVEST MOUNTAIN
- tectail

真昼のビアガーデン&人気のグルメ店

- ロティサリーチキン エイバリーズ
- cafe & restaurant DECO □シドゥーヴル
- お立ち □ガストハウス44 □millibar

ヨガ1コインレッスン

自分の好きなタイミングで、本格的なヨガを体験しちゃおう!

※13:00-15:00 ※ヨガマット持参(一部貸出可能)

おもちゃの交換会「かえっこバザール」

使わなくなったおもちゃを持っていくと
欲しいおもちゃとかえっこしてもらえよ♪

アート作品展&ライブペインティング

- 早川鉄兵 □GiLi □miu

MASAGON×MIKUNI

街で人気のアーティストの作品が、
な、な、なんと!? □MIKUNI

けん玉で遊ぼう!

デンタルサロン

子供から大人まで「歯」の無料検診や
相談など。 □岡田歯科医院

明治サロン

明治地区今昔写真展など。



新町北公園

音楽ライブ&パフォーマンス



山羊ショーもあるよ♪

- 大阪ECO動物
海洋専門学校



公園の木アート展

- MASAGON □秦まりの

人気のグルメ店&ピクニック広場

- アジアン食堂 花雷 □キッチンポポロ
- ユアチン食堂 □ライオンキッチン
- くうたろう食堂 □お好み焼き研究所
- barroco

1コインハンドマッサージ

美白パックの体験会(無料)や
ハンドマッサージがなんと1コイン!
□ビーバンジョア

スタイリストさんのフリマや
カワイイ雑貨屋さん

ここでしか買えないスタイリストさん達のフリマや
街で人気の雑貨屋さんがいっぱい♡

- TARAH □SIS □LE CORON
- ザックリーズスマイル

100yenマーケット

新鮮野菜やフルーツがいっぱい!

おいしいフルーツジュースもあるよ♪

※100円の商品は数に限りがあります。

- ライオンキッチン □POP PARLOR

子ども目線の写真展

子供達が好きなものを自由に撮った写真展。
大人では表現できない感性をお楽しみください。

似顔絵サロン

- 大阪コミュニケーションアート専門学校

子どもワークショップ

バルーンアートや折り紙、
ヘナ&ラメアートの体験など。

西六サロン

町会の活動紹介&入会受付



複数のアーティストの作品展示やライブペインティング



多様なジャンルのライブ



2人のスタイリストによる異なる雰囲気のある会場デザイン



さまざまなWS



地域の暮らしの文化や風景の写真を通して 新旧世代の交流——明治今昔写真館



地域の昔の風景や暮らしぶりの写真を家庭から発掘して、現在の同一地域や建物の写真とともに展示。様々な世代で関心が高く、それぞれの写真を見ながら、思い出を付箋に書いて貼ってもらった。

町会ブースで話がはずむ ——明治サロン・西六サロンブース



それぞれの公園に、町会のブースを設置。町会の説明や当日の入会申し込み受け付けを行った。町会ブースがあることで、町会の人たち等は参加しやすかったようだ。以前、地域に住んでいた人が立ち寄って話がはずむ光景なども見られた。

終わってからも引き続き展示



サーカス終了後も引き続き、地域内で展示が実現できる環境が生まれた。一つは、(株)平田タイルのタイルを使ったアート作品で、同社のショールームに一定期間展示され、もう一つは、子ども目線の写真展が、新町北公園に面したカフェ/ライオンキッチンで展示された。

RESEARCH

来場者を対象にしたインタビュー・アンケート調査

■ 20代の割合が増加。友人・知人と一緒に参加

前年のアワザサーカスと同様の方法で、2つの公園で来場者へのインタビュー・アンケート調査を実施した(表1)。

昨年と共通していたのは、西区内の居住者が約半数であったこと、そして、30代・40代の若い世代と子ども連れが多かったことであるが、今回は、新町サーカスで、専門学校生による舞台などがあったことも影響してか、20代の割合が増加し、友人・知人と一緒に来た人が増えた。

表1 2つの公園で来場者へのインタビュー・アンケート調査

カテゴリー	選択肢	2013年「アワザサーカス」		2014年「新町・アワザサーカス」	
		人	%	人	%
性別	男	38	29.7	83	37.9
	女	90	70.3	136	62.1
年代	10	0	0.0	7	3.0
	20	11	8.5	39	16.8
	30	72	55.4	95	40.9
	40	25	19.2	46	19.8
	50	11	8.5	25	10.8
	60	7	5.4	13	5.6
	70	2	1.5	6	2.6
居住地	西区	64	48.9	109	46.0
	西区以外の大阪市	38	29.0	71	30.0
	その他	29	22.1	57	24.1
勤務地	西区	34	35.1	24	19.2
	大阪市内	41	42.3	53	42.4
	その他	5	5.2	19	15.2
	無職	17	17.5	29	23.2
だれと来たか	一人	23	17.6	37	15.9
	小学生以下の子どもを含む	68	51.8	75	32.2
	友人・知人・配偶者等	34	26.0	106	45.5
	その他	6	4.6	15	6.4
参加動機 (複数回答)	内容に関心があった	41	31.1	30	12.2
	近所だから	36	27.3	38	15.5
	友人・知人・家族等に誘われた・教えてもらった	80	60.6	108	44.1
	SNSを見て	5	3.8	1	0.4
	チラシを見て	10	7.6	15	6.1
	西区広報「かぜ」を見て	3	2.3	0	0.0
	チラシを見て	13	9.8	26	10.6

公園で育むご近所の絆

身近な街区公園を活用し、地域の交流を図るイベント「新町・アワザサーカス」が18日、大阪市西区阿波座の新阿波座公園などで開かれる。世代を超えて誰もが楽しめる「サーカス」をテーマに昨年9月、初めて実施。主催する実行委員会は「イベントをきっかけに、日頃の関係を築くことができれば」としている。

企画したのは、同公園に面するビル内にサテライト研究室を構える、大阪市立大都市研究プラザの上野信子特別研究員(50)（都市経



多くの家族連れでにぎわった昨年9月の「アワザサーカス」実行委員提供

新町・アワザサーカス あす、ライブや100円市

（政策）ら。

街区公園はかつて児童公園と呼ばれ、半径約250メートルの住民の利用を想定して設置されており、市内に850か所ある。新阿波座公園は、オフィス街にあるため、昼食や休憩に使う会社員の姿が多く、子育て世代はあまり見かけないという。

「公園周辺の住民やオフィスで働く人など色んな人が出合える場にした」と上野さんが呼びかけたところ、同じビルにオフィスがあるアートディレクターのヤマモトヒロユキさんと地元の町内会が協力。昨年のイベントは家族連れら約2000人でにぎわった。

今年も、同公園の約300メートルにある新町北公園も会場として使用。音楽ライブなどを行う円形舞台を設置するほか、色とりどりの風船を飾り付けて、サーカスの雰囲気を出す。近くの専門学校や学生による音楽ライブやパフォーマンスのほか、100円で飲食や買い物ができるマーケットなども開かれる。

午前11時～午後4時で、小雨の場合も開催。詳細はホームページ(<http://www.sas-circus.com>)で紹介している。

読売新聞(2014年10月17日付 朝刊)

よかったもの・ことは？(自由回答)

■ 地域のイベントとして評価

- ご近所の方も来られていてとても楽しい(30代・女性)
- 地域の方がちゃんと入っていて良いと思った(40代・男性)
- 去年から来ていて毎年楽しい(40代・男性)

■ 2つの公園での開催

- 人の往来がある(50代・女性)

■ クリエイティブ

- フライヤーが良い感じ(多数)
- 全体の雰囲気、手作り感がいい(40代・女性)
- 会場装飾がかわいい(多数)
- アートとデザイン(個別の作品をそれぞれ挙げて評価)



RESEARCH

関係者へのインタビュー調査

開催後、約1～2か月の間に、実行委員4名、町会関係者4名、出店者2名、サポーター2名、参加者2名にインタビュー調査を行った。

■ 参加動機 — 地域への関心と関わり方への模索

参加動機には、新たな顧客獲得の期待もあったようだが、今まで、地域との持続可能な関わり方を模索していた中で、サーカスがその一つになるのではないかと期待して参加していた(30代 実行委員)

また、サーカスへの参加を通して、公園で行ってみたいことが実現できるのではないかと期待して参加している人もいた(30代 出店者)

■ 参加後の変容

- 意欲的に参加をしていた人は、その後、新たな交流がはじまったり、取り組みに対する意欲が高まっていた(30代 実行委員・出店者)
- 飲食店や企業など、その後、お客さんの数が増えたり、売上が伸びたところはなかったが、地域サービスのビジネスアイデアが生まれ、実現に向けてリサーチ中のところがあった(50代 実行委員)
- 役員をはじめ社内での「サーカス」の認知度が高まった(50代 実行委員)
- 地域の飲食店のお客さん同士で、次回のサーカスのアイデアなどが話題に出ている(50代 実行委員)
- 地域の人たちと関係をつくることで、いろいろなアイデアが実現できることを実感した(50代 実行委員)
- 来年は、準備段階から関わりたい(40代 出店者)



✓ コメント

働いている人が地域と関わるということ

今回、20人の実行委員メンバー全員、両地域の企業で働いていたり、店舗オーナー等の自営の人たちであった。参加した人や企業は、少なからず地域への関心があったが、地域とのつきあい方のバランスを模索しているようだ。地域へより深くコミットすると、クリエイティブな活動や経済活動に支障が出てくることも危惧しながら、新たな経済活動や社会的活動が生まれる可能性に期待もしている。



CHAPTER
2-11

明治地域 思い出の古写真展

地域の暮らしの文化や風景の古写真を思い出とともに発掘

概要

新町・アワザサーカスでの
展示がきっかけ

新町・アワザサーカスでは、同じ地域に住み、働く人たちが、戦前から戦後、そして高度経済成長期の地域の暮らしの様子や風景の写った古写真を見ながら、昔と現在について語り合う「場」を生み出した。パネルでは、家庭で眠っていた古写真とその思い出を、現在の写真とともに紹介し、当時の写真にまつわる思い出を付箋に書いて貼ってもらった(写真1)。

本取り組みは、大阪市西区自律的な地域運営を支援するための活動補助金で運営し、主催は明治地域活動協議会である。

筆者は、本協議会の運営委員であり、同プロジェクトでは、区役所、町会、地域で働く人たちをつなぎ、各所でこのような取り組みを展開している奥野修氏のアドバイスのもと、ワークショップを行いながら写真展の開催に向けて取り組んできた。

チラシは、明治小学校の児童をはじめ、町会会員や、サーカスで交流が生まれた地域の企業等へ広く配布し、当日は、昭和50年代までの写真の持参を呼びかけ、思い出の聞き取りを行った。

町会の地元ネットワークから実現

古写真は、町会役員から紹介を受けたところにかが、当時の記憶を聞きとった。先代が亡くなったのを期に処分しているところが多く、残っている写真についても、当時の思い出を語れる人が少なくなっている。この機会を活かして、当時の思い出を語る昔からの住民と、聞き取る新住民や働いている人の交流を図る。

コメント

地域の歴史/文化資源は、
多様な人たちを惹きつける

同写真展は、サーカスから発展した「場」の一つであり、今までの「場」の運営の中で、参加が少なかった旧住民の参加が多い。そして、新しい住民や働いている人たちの中にも関心の高い人が次々と現れている。せともん町の「場」と同様に、地域の歴史/文化資源は、多様な人たちを惹きつけるテーマである。



写真1

PROCESS

明治地域 思い出の古写真展までのプロセス

01 明治今昔写真展inアワザサーカス

2014年10月18日(土)

11:00~16:00新阿波座公園



02 古写真活用プロジェクトの事例紹介

講師:住みよいまち&絆研究所 代表 奥野修氏

2015年1月28日(水)19:00~21:00 明治会館



03 ワークショップ

古写真を持ち寄って、当時の思い出を語ろう」

2015年2月16日(月)19:00~21:00 明治会館



04 写真展準備

2015年3月20日(金)19:00~21:00 明治会館

05 「明治地域 思い出の古写真展」

2015年3月22日(日)10:00~15:00

本研究では、様々な「場」の運営を行ってきた。それは、サロンやCCA OPEN!等のように、人為的に「場」を設定し運営してきたが、アワザサーカスを契機に、街区公園勉強会や古写真展のように自然発生する「場」も出てきた(図1)。

これらの「場」の運営を通して、1)多様な主体で構成される「場」の生成、2)「場」から、社会的・経済的価値が生まれる「創造の場」への発展、3)連関する「場」の空間スケールの拡大、という3つのフェーズについて、各「場」で行ってきた観察・アンケート・インタビュー調査の結果を総合して考察し、それぞれのフェーズに対して明らかになったことをまとめる。

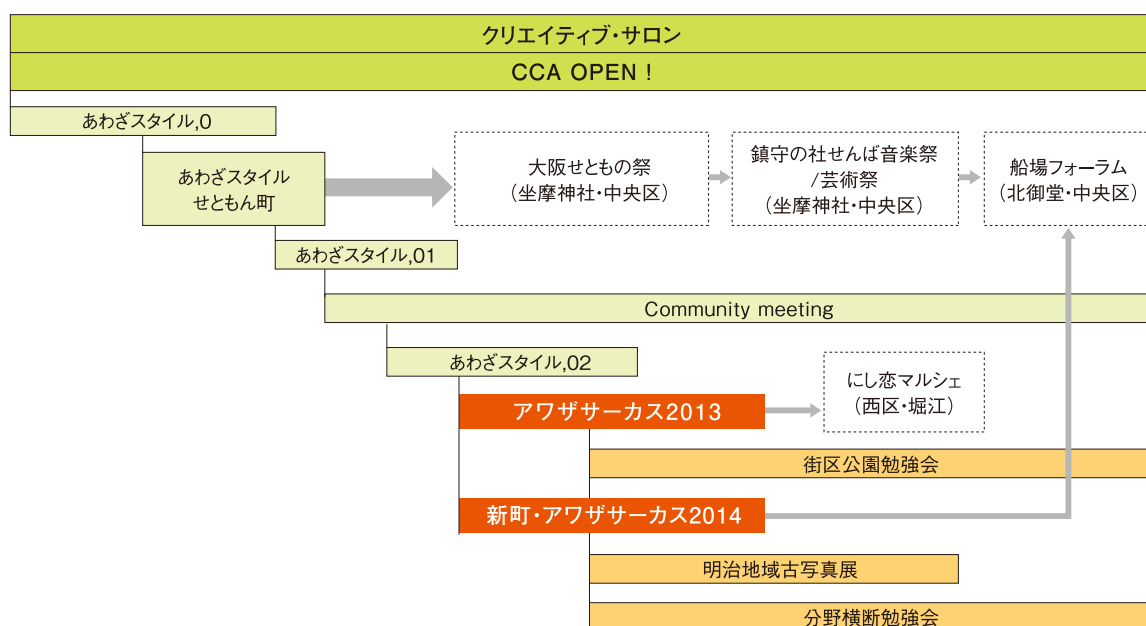


図1 連関する「場」と空間スケールの広がり

CHAPTER 03

本研究で明らかになったこと

本研究で明らかになったこと

多様な主体で構成され、対話を図る「場」の生成

サロンや“せともんず”に参加した人たちに対するアンケート調査の結果、活動分野、年代、職種、所属の多様な人たちが参加していたことが明らかになった。参加動機は、「テーマ」、「主催者からの案内」、「参加者」によるものが多く、多様な参加者を促す「場」の条件は、「テーマ」とその「場」を構成している「人」が重要と言えるだろう。

そして、参加者は、自身と異なる分野、キャリア・年代の人と交流することに対して満足度が高いことが明らかになった。これらの条件を実現するためには、本研究における「場」の運営のように、テーマの異なる「場」を重層的に継続して運営していくことが有効と考えられる。例えば、サロンは、毎回テーマが異なり、当該テーマに関心のある人は異なるが、サロンへの参加者との交流や主催者との関係性が動機となって参加した人と交わりあって多様性が生まれてくる。そのようにテーマや時間軸・空間が異なる「場」を重層的に運営することで、参加者の多様性は担保されていくというプロセスが考えられる。

また、「場」の主催者は、常にテーマとゲストをはじめコアとなって参加する人を発見すること、そして、テーマの異なる「場」を、「人」でつなぐマネジメントが求められる。例えば、実行委員やサポーターの関心や意欲に応じて、複数の「場」に参加を促しながら「場」をつないでいく。

強く惹きつけるテーマには、「あわぎスタイル、せともん町」や「明治地域 思い出の古写真展」のような地域の歴史文化がある。また、アワザサーカス、新町・アワザサーカス、街区公園勉強会のように、様々な規制で活用が困難であったり、小さい頃遊んだ思い出のある「公園」のような公共空間は、様々な専門家の他、地域の人を惹きつける。



そして、サロンやCCA OPEN!のように、個人で自在に運営することができる「場」と、あわぎスタイルやサーカス等のように、公園や道路などの公共空間を活用することで、地域に影響を与えるような「場」は、地域(町会等)、行政(市・区役所)との調整が必要であり、組織(実行委員会)が必要となることから、異なる主体との関係性をつくるための「場」の運営が必要になってくる。

「場」から、社会的・経済的価値が生まれる「創造の場」への発展

新たな活動が生まれる「場」の条件とはどのようなものだろうか。運営する「場」の参加を契機に、新たな活動の事例が生まれているが、そのプロセスをたどると、FBや本研究の「場」とは異なる「場」での交流の継続、そして、実行委員やサポーターとしての参加などが組み合わされていた。多様な場を人が動き、場と場をつなぐ、その過程を通して活動が生まれ、社会的・経済的価値を生み出す。

5年間の研究の内、前半で行ったアンケート・インタビュー調査の結果を見ると、新しく生まれた経済活動の数と規模は多くはなかったが、経済活動が生まれた人の共通の要素は、1) SNSを活用、2) 複数の「場」に参加、3) 自分発信の活動を行っている、4) 人と人をつなぐ、5) テーマが強い参加動機となっていた。

また、自身は、新たな活動を生み出すことはないものの、消費者として、またはクライアントとして活動をサポートする役割の人が参加していた。「場」には、経済的価値を生み出す主体だけでなく、それを支援する主体の存在も、新たな価値を生み出す環境の厚みとして、必要な条件であると思われる。



インタビュー・アンケート調査

「場」から新たな経済活動が生まれるための条件を抽出するために、2010年8月から2013年3月までの「場」のいずれかに参加した人の中から30人を無作為抽出し、それまでの観察調査やインタビュー調査、アンケート調査による結果から、条件として考えられることを指標として、インタビュー・アンケート調査を行った。指標は、「それぞれの『場』に参加したことがある」、「それぞれの『場』のいずれかに参加した中で生まれた関係性から、新たな経済活動が生まれた」、「地域内の就業者である」、「ソーシャルネットワークサービス(以下SNS)を利用している」、「SNSを活用して関係性が継続している」、「本研究の『場』以外に、他に参加する『場』がある」、「個人で活動/自営業である」、「仕事に活かす目的で『場』に参加している」、「人と人をつなぐことがある」、「自分から発信する活動を行っている」、「『場』に参加したことで関心領域が広がった」、「関係性が生まれた人とは他の『場』でも交流している」、「地域に親しみを感じるようになった」、「一緒に活動したい人に出会った」のそれぞれについて、「はい」か「いいえ」で答えてもらうとともに補足説明してもらった。その結果、新たな経済活動が生まれた人に着目し、生まれなかった人と対比しながら考察する。

属性

年齢は40代・50代が多く、それぞれ、37.0%、33.3%で、男性が63.0%と多く、その他、自営と民間企業勤務者が、それぞれ、33.3%、37.0%だった。職種は、経理・総務などの一般管理業種が多く、続いてプロデューサー・ディレクター等やコンサルタントが多かった。そして、地域外の人が86.7%であり、地域内の就業者が3名、住民は1名だった。

結果

■ SNSを活用して関係性を継続

新たな財やサービスが生まれていたのは8名(26.7%)で、その内容は、作品の企画・制作・展示、商品の販売委託、教育・指導、撮影等であった。いずれも「場」への参加目的は、「仕事に活かすこと」であり、一人を除き、所属は「個人で活動、もしくは自営業」で、「場」での対面交流の後も、SNSを活用して関係性を継続させていたことから、対面交流とSNSを組み合わせることで関係を継続させ、相互の理解を深めながら目的を達成している。

■ 関心のあるテーマが強い参加動機

新しい経済活動が生まれていた8名の内、継続的に開催してきたサロンとCCA OPEN!の両方に参加していたのは、3名であり、他にも参加する「場」をもちつつ、関心のあるテーマやゲストの時を中心に意欲的に参加していた。いずれも、関心のあるテーマが強い参加動機となり、参加可能な日時が一致した時に参加している。

■ 4つの「場」に参加したことがあり、自分発信の活動を行い、人と人をつなぐ

新しい財やサービスが生まれていた人の内、2名は4つの「場」に参加したことがあり、自分発信の活動を行い、人と人をつなぐことを行っている人であった。このような人が「場」に参加することにより、自身が新たな経済活動を生み出すだけでなく、「場」から「創造の場」への発展を促進する役割を担っていると考えられる。

RESEARCH

結果

■新たな財やサービスが生まれることを支援する役割

民間企業勤務者など所属先がある人は、1人をのぞいて「場」に参加することで仕事に直接つなげることは考えていなかったが、2人を除き、参加することで関心領域を広げていることがわかった。例えば、サロンのゲストや参加者が関係する展示会に参加したり、商品や作品を購入したり、自身が有する知見や情報を提供するなど、他者の活動を応援する役割を担っていた。また、自身がクライアントとなって発注を検討する動きも見られることから、新たな財やサービスが生まれることを支援する役割が考えられる。

■地域での活発な消費とオフィス需要の創造

1人を除き、「地域に親しみをを感じるようになった」と答えていることから、今後、地域での活発な消費とオフィス需要の創造が期待される。

3. 関連する「場」の空間スケールの拡大

「場」が展開する空間スケールは2つの方向に拡大している(図1)。一つは、旧せともん町から大阪せともの祭とつながり、同祭が開催されている坐摩神社で毎年開催されている「せんば鎮守の杜芸術祭」で実行委員として「場」の運営に関わるようになり、その後、船場の活性化を目的とした「船場フォーラム」という「場」の企画・運営に関わっている。いずれも、それまでの「場」の運営で生まれたネットワークを活かし、チラシやフォトムービーの制作、会場ライティング、出店、協賛等において、新たに展開されている「場」と人をつないでいる。

もう一つは、公園つながりで、隣接する地区である西区の堀江・高台(たかきや)地区への拡大である。両地区では、西区役所主催で、地域の経営者による団体(堀江の会)が中心となり、

地域にある3つの公園をつないで、地域発信と地域交流を図る「にし恋マルシェ」が開催されている。そこでは関係者と情報交換するとともに、来場者の調査を担当したり、中心メンバーと他の「場」で協働したりするなどの関係が生まれている。

これらのプロセスをモデル化すると図2のようになる。CCAという空間でスタートした「場」は、明治地域、そして西六地域と空間を拡大しながら、多様な参加者を促し、そして、周辺地域の「場」とつながっていく。それぞれの「場」を人が動くことで「場」がつながる。このようなプロセスで、連関する「場」の空間スケールが拡大していきながら、都市・地域は活性化していくというモデル図である。今後、限られた空間で単独で運営する「場」から地域へ、そして、その周辺地域へと「場」の空間スケールの拡大までを見通して創造の場へと発展するためのデザインが求められるだろう。

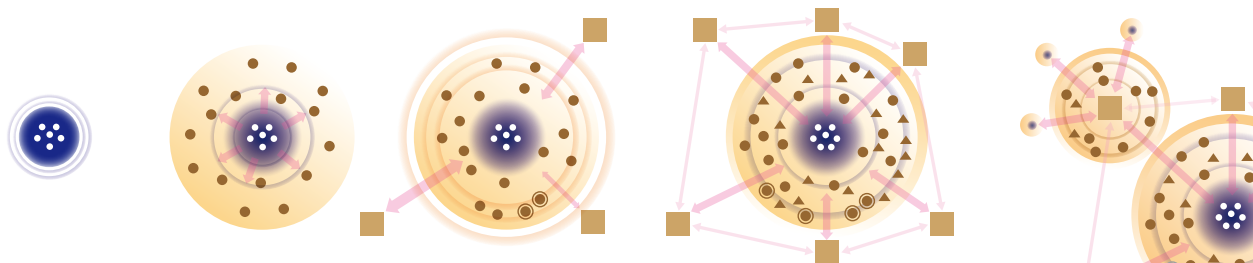


図2 「場」の空間スケールの拡大(モデル図)

EPILOGUE

おわりに

まちづくりは10年以上かかると言われていることから考えると、地域コミュニティをフィールドに行ってきた本研究は、ちょうど中間地点である。実際に、昨年の「新町・アワザサーカス」の運営を通して、これからの発展が期待できるようになった。

今後、サロンは参加者の多様性を担保する「場」として、継続して運営していくとともに、「サーカス」を「場」の発展の触媒として運営しながら、3つのフェーズに関する研究を深化させていきたい。最後に、これから研究を進める上で、気になった視点をいくつか提示したい。



地域コミュニティにおける「場」のデザイン

(一社)大阪デザインセンター主催のSEMBAサロンで、「地域コミュニティにおける『場』のデザイン」というテーマで話をする機会があった。たくさんの方が参加してくれたが、その中にデザイナーが少ないのは残念だった。自身のオフィスや住居のある地域コミュニティに関心のあるデザイナーは未だ多くはないと実感する経験の一つだ。

新町・アワザサーカス終了後、町会関係者から、ねざらいとともに、新旧住民の交流など、どれぐらいの影響があったかはわからないと率直な意見があった。地域を構成する主体は多様であり、だれもが変容を実感するには、かなり中長期的な時間軸で見ていく必要があるだろう。

一方で、地域コミュニティにおける「場」のデザインの役割は大きいものの、労力はかなりのものであり、直接的な経済的価値を求めるのは困難であることから、持続して活動するのは容易ではない。例えば、構築された信頼関係から新たな経済活動が生まれることで活動の持続が担保されるのではないだろうか。そして、CCAも含め専門学校等、地域の大学や専門学校が、地域交流の「場」の運営に果たす役割の大きさを実感している。

信頼関係を構築する「場」

創造的な活動をしている人たちは、創造的な活動を担保するために、弱い関係性で広くつながることを求める傾向があると言われている。しかし、「場」の運営を通して、一定の強い関係性を構築しなければ、協働は生まれないのではないかと感じている。例えば、あるプロジェクトの構成メンバーを考える際、思い浮かぶのは、実行委員やコアメンバーとして共に活動し、その人の実力や価値観をよく知った人である。そのような人たちを幅広く厚く蓄積しておくことは、様々なアイデアを迅速に実現に導くことにつながるだろう。

自然発生した「場」から社会的・経済的価値が生まれる

社会的・経済的価値を生み出す資源は地域にはたくさんある。例えば、今まで活用が十分に進んでいなかった地域の公園では、「街区公園勉強会」が生まれ、さまざまな価値を生み出す可能性がある。そして、まだ、スタートしたばかりで本レポートでは触れなかったが、新町・アワザサーカスに参加した研究者から、今後の「場」の研究を進めるにあたり、興味深い質問を受けた。それを契機に、今年の1月から、毎月、様々な専門分野で研究を行っている人たちによる地域をテーマにした「分野横断勉強会」という「場」が生まれている。このように、自然発生的に生まれている様々なテーマの「場」に、主体的に参加している人々から、新たな価値が生まれる予感がしている。

【引用文献】

伊丹敬之,2005『場のマネジメント』東洋経済新聞社
佐々木雅幸,2001『創造都市への挑戦』岩波書店
Landry,C.,2000,The Creative City:Earthscan Publications Ltd(後藤和子監訳,2003,『創造的都市』日本評論社)

【参考文献・資料】

上野信子,2010「創造の場に求められる環境条件とマネジメントに関する研究—創造性のレベルに着目して」
『大阪市立大学大学院創造都市研究科 博士学位論文』
上野信子,2012「都心部における再生的取り組み—創造境界形成/A_WAZA style プロジェクト」
『地域開発』9月号 (財)日本地域開発センター
上野信子,2013「大阪都心部における街区公園の創造的活用"Community meeting"(大阪市西区/新阿波座公園)」
『地域開発』5月号 (財)日本地域開発センター
上野信子,2013『awazacircus REPORT』大阪市立大学 都市研究プラザ クリエイティブセンター阿波座
上野信子,2014「『場』から『創造の場』へのアプローチによる地域活性化に関する研究」
文化経済学会2014年度年次大会予稿集(平成26年7月)
上野信子,2014「大都市都心部の住商混合地区における街区公園の活用に関する研究」
2014年度日本都市計画学会関西支部研究発表会講演概要集(平成26年8月)
上野信子,2014「文化資源を活かした地域活性化に関する研究-せんば鎮守の杜音楽祭・芸術祭(坐摩神社)を事例として」
日本文化政策学会2014年度研究大会予稿集(平成26年12月)
佐々木雅幸,2007「創造都市論の系譜と日本における展開-文化と産業の『創造の場』に溢れた都市へ」
『創造都市への展望-都市の文化政策とまちづくり』佐々木雅幸・総合研究開発機構 学芸出版社
佐々木雅幸,2008「創造都市の連携と創造産業」『価値を創る都市へ』中牧弘允、佐々木雅幸、総合研究開発機構 NTT出版
鈴木美和子,2013『文化資本としてのデザイン活動 ラテンアメリカ諸国の新潮流』水曜社
野中郁次郎、紺野登,2000「場の動態と知識創造:ダイナミックな組織知に向けて」『場のダイナミズムと企業』東洋経済
萩原雅也,2014『創造の場から創造のまちへ クリエイティブシティのクオリア』水曜社

●クリエイティブセンター阿波座 <http://gbs.ur-plaza.osaka-cu.ac.jp/cca/index.php>

●あわざスタイル <http://a-waza-style.com/>

●新町・アワザサーカス <http://www.sa-circus.com/>

「創造の場」のデザイン：
地域コミュニティにおける「場」から「創造の場」へ
クリエイティブセンター阿波座(CCA) 2010-2015

発行月 2015年3月

発行責任者 阿部昌樹(大阪市立大学 都市研究プラザ 所長)

監修 佐々木雅幸(大阪市立大学 都市研究プラザ 特任教授 前所長)

担当 上野信子(大阪市立大学 都市研究プラザ 特別研究員)

デザイン Picto inc.
<http://www.pictogram.co.jp>

写真提供 GRAFFITI 松尾 宏幸
graffiti-st.jimdo.com

発行 大阪市立大学 都市研究プラザ
〒558-8585 大阪市住吉区杉本3-3-138 Tel 06-6605-2071
<http://www.ur-plaza.osaka-cu.ac.jp/>

本報告書には、大阪市立大学戦略的研究・新重点研究(B)「ソーシャルデザインの産業化による大阪再生—CCAによる創造空間形成」(代表 佐々木雅幸)
大林都市研究振興財団助成金「変容する都心部における『創造界隈』の形成過程に関する研究」(代表:瀬田史彦)による研究成果が含まれています。

.....
◎お問い合わせ

E-mail : cca@ur-plaza.osaka-cu.ac.jp
.....

