

■はじめに

景観形成や、まちづくりに関する補助・助成などがあることからわかるように、日本中の多くの自治体は、住民が自分たちの町のまちづくりを行うことを奨励しています。例えば熊本市でも、景観条例に基づき、自主的にまちづくりを行う団体に対し、アドバイザーの派遣や、助成金交付を行う事業が存在します。住民みんなが、自分たちのまちのあり方に興味を持ち、自発的に協議会などの組織を立ち上げ、まちづくりに力を入れることは素晴らしいことです。

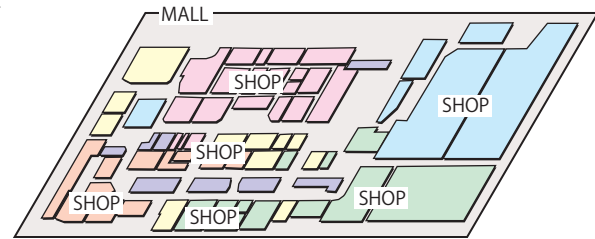
しかし、これには以下に示すようないくつかの問題点があると思います。

- 1) 自分たちのまちに対して、同じ考えを持っている人同士が一つの組織を作ることが難しい。
なかなか自分の考えを述べられなかったり、そのような場がなかったりすることで、気軽に自分たちのまちについて考える機会がありません。
- 2) 同じ団体の中に景観やまちづくりに対し異なる価値観をもっている人がいるかもしれない。
居住年数や、立場の違いなどから、こうなって欲しいと思うまちの姿は変わってくると思います。しかし、実際には町内会や自治体のような団体の中では、それぞれの思いに合った活動は難しいと思います。
- 3) まちづくりに貢献しているのは、組織・団体だけではないはず！
地域のコミュニティーセンターで話し合いをし、日時を定めて活動をしたルールを作ったりすることは、良好な景観やまちをつくる上で大切なことです。しかし、例えば毎朝、家の周囲を掃いているおばちゃんや、植木の剪定しているおじちゃん、クリスマスにお隣さんと一緒になってイルミネーションをする家族など、このような人たちもまちの景観を作り、まちづくりに貢献しています。このような人たちは見過ごされがちです。

■提案

そこで、これらの問題を少しでも解決し、住民が気軽にまちづくりに参加し、自分の思いに合ったことができ、小さなまちづくりを行っている人でも評価されるような、仕組みである、『MALL』を提案します。

『MALL』は、いろいろな種類・規模のお店が集まったショッピングモールのように、『SHOP』と呼ばれるいろいろな種類・規模の、まちづくりをしている個人や団体から成り立ちます。



■プロセス

それでは、『MALL』の仕組みと、それによって素敵なまちが出来るプロセスを、私が所属する熊本大学周辺を例に説明します。

STEP0 住民によるまちづくりの現状

自分のまちについて考えたり、活動したりしている人たちがいます。これらはみんなバラバラですが、より良いまちをつくることや良好な景観を守ることを、考えていたり活動したりしています。



STEP1 『SHOP』に認定

『MALL』は Web 上で SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) である「MALL」を運営しています。まちについて考え、活動している人々それぞれが、景観づくりコミュニティ『SHOP』に認定され、Web 上に自分たちの「SHOP」を持つことができます。自分のまちに対する考えがある、何か活動をしている、という人や団体なら誰でも認定されます。

御近所さんからの推薦などにより、実際活動している人と「SHOP」の管理者が別となる場合も可能となり、見過ごされがちなまちづくりが見える化されます。



STEP2 「MALL」内での情報交換

それぞれの『SHOP』は Web 上の「SHOP」で日々の活動を記録や、まちづくりについての考えを載せることができます。また、他の「SHOP」ものぞくことができ、コメントなどを通じてまちづくりについてのアドバイス、勉強などができます。

また、『MALL』内では、まちづくりに関する情報を発信しています。例えば、県や市町村などの自治体が目指しているまちの姿を記した、景観計画やマスタープラン、関連条例などの上位計画に関する情報や、その自治体が行っている助成制度の紹介、関連する書籍・記事の紹介などです。自由に閲覧できるようにし、まちづくりの参考にしてもらいます。



STEP3 『SHOP』の進化

「MALL」内での情報交換による新しい発見やアイデアによって、『SHOP』はどんどん進化していきます。

①合併

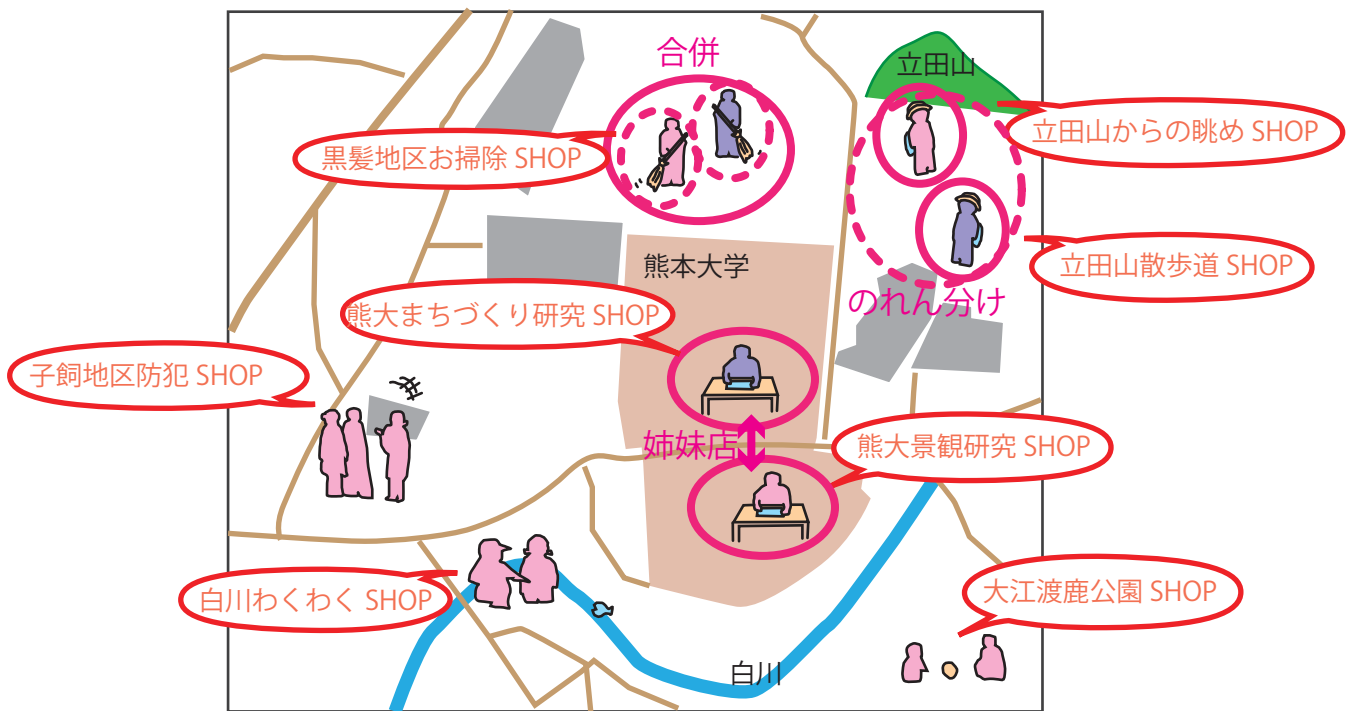
同じ地域で同じ取り組みを行っている『SHOP』を見つけるかもしれません。その場合は『SHOP』同士を合併することができます。

②姉妹店

同じ場所だけでも少し違う活動をしていたり、違う場所だけでも似たような活動をしている『SHOP』を見つけたら提携を結べます。また引越しなどにより暮らす場所が変わっても、引越し先で似たような活動をやっていきたいと考える人もいます。これらは、姉妹店として密な情報交換や一緒に活動することが可能になります。

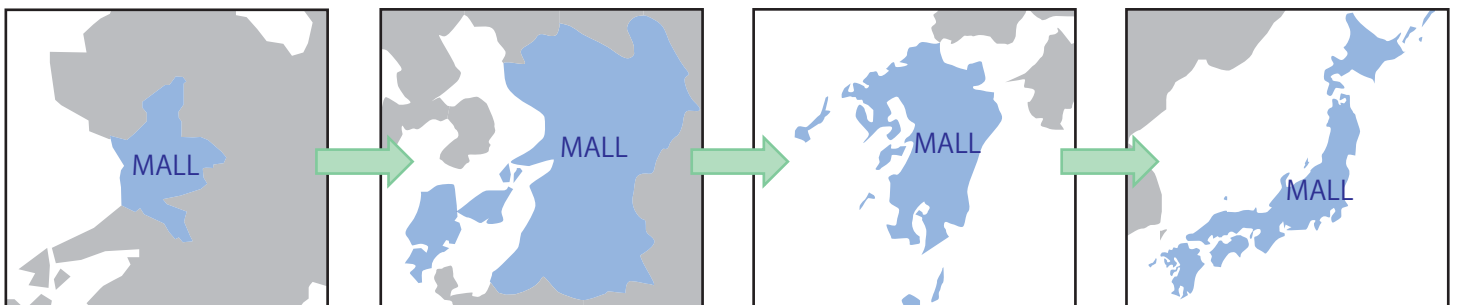
③のれん分け

『SHOP』の規模が大きくなりすぎたり、同じ『SHOP』で、考え方や活動の違いが出てきたりすることが考えられます。そのときはのれん分けをして、自分たちの活動がしやすい環境を作ることが出来ます。



STEP3 『MALL』の進化

『SHOP』が増えれば増えるほど『MALL』は進化していきます。始めは説明の中であった熊大周辺くらいの小さな範囲でしかなかった『MALL』も、もっと範囲を広げ、市や県、九州、さらには日本中、世界中にまで広がっていきます。こうして、自分たちの暮らすまちについて気軽に考え、活動できる『MALL』によって、住民参加ではなく住民発のまちづくりが可能になります。いつか、日本がまちづくり大国になるかもしれません。



■おわりに

まちづくりはそのまちに暮らす住民が自ら行い、それぞれがきちんと評価されるべきであると考えます。『MALL』によって、何気ない活動がきちんと評価され、それらの情報が行き交うことで、これまでの参加するまちづくりから自ら進んで発信するまちづくりへと変わっていきます。

第8回夢アイデア応募作品

タイトル：『MALL』～住民発のまちづくりの提案～、対象地：-、分類：まちづくり支援システム