



Urban Design School Matsuyama

vol.5

2019.5 - 2019.12

目次

松山アーバンデザインスクールとは	1
スケジュール	1
プロジェクト実施報告	
■ 広がれ！伊予絋の魅力！	2
■ 足湯会談	8
■ GET! でまちキャン	14
■ ファッション小雑誌『MI-TTSU』	20
■ Outdoor Movie Night	26
松山アーバンデザインスクール5期生	30
活動風景	31
アーバンデザインスクール運営委員会より	32

■ 松山アーバンデザインスクールとは

松山アーバンデザインスクールとは、将来のまちづくりの担い手を育成及び、まちなかのファンを増やすことを目的とした「まちづくりを実践的に学ぶ市民参加型の学習プログラム」である。

松山アーバンデザインセンターが母体となり、松山市内の4大学（愛媛大学・松山大学・聖カタリナ大学・松山東雲女子大学）の教員が運営委員会を組織して活動を遂行しており、まちなかのスクールアドバイザーとして、まちづくりを実践されている方、地域の商店主の方、NPO、まちづくり組織など、各分野で活躍している方からも支援を受けている。

スクール生はプロジェクトチームにわかれ、まち歩きやレクチャー、ワークショップを通じてまちの課題や魅力を発見し、地域住民との意見交換、協働を経て、の中で自ら成長していくと共に、まちの歴史や文化に根ざした松山市ならではの魅力的なまちづくり活動に結実させていく。

1期目では25名が7つのプロジェクトを、2期目では29名が7つのプロジェクトを、3期目では28名が6つのプロジェクトを実践した。4期目からは、まちづくりのレクチャーを中心とした「基礎編」、チームにわかれプロジェクトに取り組む「実践編」という二段階の構成で進められ、基礎編に56名が参加し、実践編は28名が6つのプロジェクトを実践した。5期では、基礎編に32名が参加し、実践編は28名が5つのプロジェクトを実践した。

本成果報告書では、5期生が取り組んだプロジェクトについて報告する。



■ スケジュール



広がれ！伊予絣の魅力！



チームかすりん

岡田怜奈（松山大学3年生）
阿河優里（聖カタリナ学園高校2年生）
松尾悠馬（松山商業高校2年生）

藤原涼子（松山大学3年生）
石田歩夢（松山商業高校2年生）
加地直子（松山市教育研修センター）

1. 企画の背景

愛媛県は、全国に誇れる観光資源を有しており、多くの魅力がある。今でも変わらず伝統を受け継いでいる製品に着目してみると、伝統工芸品として有名である「砥部焼」が挙げられ、身近に使用している人も多い。伝統を受け継いでいる商品を今でも県民が使用していることに感銘を覚えた。一方で、衰退が顕著な製品もある。その一つが伊予絣である。

チームを結成した当初は道後温泉周辺をフィールドとする活動を実施しようとしたが、メンバー内での話し合いを繰り返す中で、愛媛を代表する製品「伊予絣」を中心に取り扱い、道後で販売し、「伊予絣」の魅力を多くの人たちに知ってもらうことを目指すことになった。メンバーの高校生の中で伊予絣を学校行事で販売したことがあり、またその歴史に触れたことのあるメンバーがいたため、その知識をもとにプロジェクト製作にとりかかった。

しかし、まだ伊予絣に対しての知識は決して深くは無かったために、ローブウェイ街に現在ある「Art Labo KASURI 歴史館」を訪問し、伊予絣の知識を深めることから実施することとした。



ArtLabo KASURI 歴史館の外観

その後の話し合いの中で、砥部に在住しているメンバーの意見で砥部焼とのコラボ商品を製作して販売するのはどうかという意見が出た。その結果、伊予絣を製作している「白方興業」と砥部焼を製作している「すこし屋」を訪問及び交渉を行い、双方の理解を得ることができたため活動を本格的に行うこととした。

2. 企画の目的

この企画を成功に収めるために様々な知識を得て情報共有を定期的に行い、伊予絣、砥部焼の両者とも良さを活かした活動を目的とした。今回取り扱う伊予絣の現状を知り、その課題を解決することが鍵になると思い、伊予絣の製品の職人の方に話を伺った。伊予絣は職人がほ

とんどおらず、製品一つ一つに丁寧にプライドを持って取り組んでいるため、多くの生産をすることが難しいという現状があった。伊予絣は日本の三大絣の一つであり、愛媛県を代表とする伝統的特産品である。ただ、伊予絣に対する認知度は決して高くないと考え、伊予絣を後世に伝え、持続可能なものにしていくためには、特に若者に知ってもらうことが重要と考えた。よって、ターゲット層を特に若い世代を中心とする人々に定め、活動の目的を以下のように定めることにした。

- ・伊予絣の認知度を上げる

3. 企画の概要

(1) 企画名：広がれ！伊予絣の魅力！

(2) 企画内容

- ・絣の製品（コースター・ランチョンマット）と絣の柄を取り入れたそばちょこを3回のみで限定販売する。（販売価格：そばちょこ 1500円、コースター 700円、ランチョンマット 2000円）
- ・松山大学の大学祭で伊予絣に関するクイズを出題し、伊予絣について知ってもらう。
- ・伊予絣の商品化に役立つよう、伊予絣に関するアンケートを実施し、その結果を白方興業に伝える。

(3) 販売したイベント及び日時、場所

【第1回】

えひめ・まつやま産業まつり 2019

日時：2019年11月17日(日)9:30~15:30

(17日のみの販売)

場所：城山公園



第1回販売時の様子

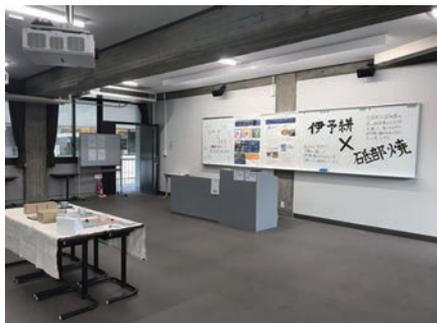
【第2回】

松山大学大学祭 第31回熟田津祭『彩』

日時：2019年11月23日(土)10:00~17:00

24日(日)10:00~16:00

場所：松山大学 320 教室



第2回販売時の様子

【第3回】

松山市制施行 130 周年記念式典内「まつやま温故知新フェスタ」

日時：2019年12月15日(日)10:00~16:00

場所：松山市総合コミュニティセンター

(4) 収支

【収入の部】57,000円（そばちょこ、コースター、ランチョンマット代）

【支出の部】51,089円

・仕入れ(すこし屋):20,900円(そばちょこ、箱代)

・仕入れ(白方興業):26,305円(コース

ター、ランチョンマット代)

・その他：3,884円（松山大学大学祭参加費等）

純利益 57,000円 - 51,089円 = 5,911円



第3回販売時の様子

4. 企画実現の経緯

この企画を実現するうえでまず、自分たちが「伊予絣を知ること」が重要だと考え、「Art Labo KASURI」を訪問し絣について理解を深めた。



訪問時の様子

まず初めに「伊予絣」＝「着物」という印象が強かったので、道後商店街での着物体験を発案した。鍵屋カナの地元である「垣生地区の人に着物を借りよう。」という意見が出たが、クリーニングや衛

生面の観点から着物レンタル体験の企画は断念した。そして班員で話し合った結果、「若者に受け入れられるもの」＝「普段使いできるもの」を製作し販売することが伊予絣の普及につながるのではないかと考え、砥部焼の窯元である「すこし屋」とのコラボがしたいという結論に至った。

まず初めに7月上旬にすこし屋を訪問し、すこし屋について知るためのヒアリングと伊予絣とコラボすることについての許可を取った。2回目のすこし屋訪問日（8/5）に数ある商品の中からいろいろな使用ができることから、「そばちょこ」とのコラボが決まった。白方興行が生産している商品（コースター等）をすこし屋にもっていき、絣柄をふまえて「そばちょこ」のデザインを考えてもらうようお願いをした。白方興業訪問時には、すこし屋がデザインした柄に合うコースターとランチョンマットを白方興業にお願いすることも可能だと分かった。3回目のすこし屋訪問（8/26）で、昔からある柄と水色とピンクの布を使った色違いのそばちょこの3種類を作り販売することになった。絣柄のコースターについて、布を二重に重ねないほうが、正面から見て見栄えが良いとの貴重な意見もいただいた。価格についてもこの時点では、販売価格が¥1700、卸価格が¥1000だった。

つぎに、8月9日の中間発表会で、『そばちょこがメインにならないのか？』や『若者にどうやって売るの？』といった意見を先生方からいただき、これからの課題を再認識することができた。また、中間発表会終了後に11月17日に開催

¥1700→¥1500、卸価格が¥1100→990になり、一つ一つ梱包もしていただけることになった。

5. 企画の詳しい内容

今回の企画で製作した商品は計4日間、3つのイベントで販売した。第1回目の販売は11月17日に松山市城山公園で開催された「すごいもの博2019 えひめ・まつやま産業まつり」で実施した。このイベントには、毎年非常に多くの方が来場されていた。第2回目の販売は11月23日・24日に松山大学で開催された「熟田津祭」で2日にわたって実施した。このイベントは比較的若い世代の方々が来場されていた。第3回目の販売は、12月15日に松山市総合コミュニティセンターで開催された「まつやま温故知新フェスタ」で実施した。このイベントは、市制施行130周年記念式典にあわせて開催されたこともあり、地域活性化活動に理解のある議員の方など、中高年の方が多く来場されていた。

6. 成果

今回製作した商品は計4日間の販売を通して完売した。主に40～80代のお客さんに購入していただき、家族へのプレゼントとして購入してくれた人もいた。また、今回購入者とイベント来場者の計61名に伊予紘の知名度、イメージ、ほしい物についてアンケートを行った。その結果、全体の78%の方が伊予紘を知っており、中でも30代以上の方は80%以上の認知度があることが分かった。メインターゲットである10代の知名度は57%、20代の知名度は38%

あった。また、彼らは柄がきれいでおしゃれというイメージを持ち、アクセサリーや衣類などにニーズがあることが分かった。全体でみると、イメージではおしゃれ、質素、伝統的等、ほしい物はスマホカバーや財布等の雑貨類、ネクタイやサムエ等の衣類といった意見があった。

活動を通して、すこし屋さんとのコラボにより時代に合った紘の使い方を提案することができたと考えている。白方興業さん、すこし屋さん共に今回の協力依頼を快く引き受けてくださったおかげでお客さんに素敵なお品をお届けすることができた。

若者に購入してもらえなかったことが今回の課題として挙げられる。販売した商品はすべて職人さんによる手作りであり、その分高価であったため購入していただけなかったのではないかと考えている。しかし、作成していたSNSアカウントをもっと有効に活用し若者にもPRできたのではないかと考えられる面もある。今後アンケート結果を白方興業さんに提出する予定なのでそれがこれからの紘産業のさらなる振興に繋がればと考えている。

ご協力いただいた方々

砥部焼 窯元 すこし屋（有限会社すこし屋）様／白方興業株式会社 柴田幸雄様（営業企画統括課）／松本理恵様（主任・Art Labo KASURI 店長）／Art Labo KASURI 歴史館様／井上昌善先生（愛媛大学教育学部）／高杉公人先生（聖カタリナ大学）／尾崎信先生／アーバンデザインセンターのみなさま

Appendix

活動スケジュール

5月31日	「かすりん」チーム結成
6月18日	第1回ミーティングで「伊予餅」を広めるのを目的とすることを決定
7月4日	Art Labo KASURI 訪問・第2回ミーティング
7月12日	第4回スクールで「伊予餅」と「砥部焼」のコラボを決定
7月16日	第3回ミーティング
7月18日	すこし屋訪問①
7月25日	白方興業訪問①・第4回ミーティング
8月5日	すこし屋訪問②
8月20日	白方興業訪問②
8月26日	すこし屋訪問③
9月2日	第5回ミーティング
9月15日	すこし屋訪問④(注文)
9月26日	第6回ミーティング
10月上旬	そばちょこサンプル完成
10月12日	白方興業訪問③
10月中旬 ~11月中旬	餅製品注文 チラシ作成
10月25日	第7回ミーティング
10月29日	白方興業訪問④
11月4日	餅製品受け取り完了
11月12日	第8回ミーティング
11月17日	えひめ・まつやま産業まつり出展
11月23・ 24日	松山大学学祭出展
12月15日	「まつやま温故知新フェスタ」出展

足湯会談

～休憩スペースの創出と会話のきっかけ作り～



We love 松山班

國石上紗己（愛媛大学1回生） 井上桃華（松山大学1回生）
木下朋香（愛媛大学1回生） 佐伯美波（松山商業高校2年生）
福原真生（松山大学2回生）

1. チーム結成と企画の背景

私たちのチームは、「空間演出」や「賑わいの創出」に関心のある人が集まってつくられたチームである。メンバーの中で、毎日通学でJR松山駅を利用する人がいた。そのメンバーは、「駅を利用する際に待合室を利用するが、会話を楽しめるような空間ではなく退屈な思いをしている」という経験をしていた。また、グループの中には松山市外の出身者、県外出身者がおり、「初めて松山駅を利用した際に、松山らしさが感じられず印象に残りにくかった」という意見が挙がった。そこで私たちは、JR松山駅をもっと盛り上げるような活動をしたいと考え、本活動の企画を立ち上げ実施することにした。

ている人が多く、会話を楽しめるような空間ではないことが明らかになった。また、駅内にある待合室以外に外に設置されているベンチの数が少ないことも分かった。外での休憩スペースがないため、松山駅自体がただの通過点になってしまっているのではないかと考えた。



事前調査時の松山駅待合室の様子

2. 足湯企画の目的

JR松山駅は愛媛県の玄関口であり、通学や通勤で利用する人が多い。その一方で、JR松山駅は利用する人が多いものの、賑わいがなく静かだというイメージを持っている。この様なイメージを持つJR松山駅の実態を明らかにするため、駅の利用者の実態調査を行った。この実態調査を通じて、待合室では携帯を触っ

「会話を楽しむことができる空間がない」「ベンチの数が少ない」「外に休憩スペースがない」という実態から、待ち時間の活用、休憩スペースの創出、松山の良さを知ってもらえる活動を行っていくことに決定した。話し合いを進める中で、愛媛県を代表する観光資源である温泉を利用した足湯の案が挙がった。足湯に浸かりながら休憩もでき、交流のきっかけ

づくりにもなると考え、足湯を使ったイベントを行うことにした。

しかし、足湯企画実現のための準備は思うように進まなかった。お湯をどこから調達するか、足湯で使う設備はどうするかなど、多くの問題が出てきたからである。そこで、アーバンデザインセンターの尾崎先生に勧められた「松山駅周辺まちづくり勉強会」に参加することにした。「松山駅周辺まちづくり勉強会」は、松山市の松山駅周辺整備課が主催者となり、駅周辺の市民の方々をはじめ、飲食店や企業の方々が集い、これから変わりゆく松山駅周辺の魅力創出について考える勉強会である。この勉強会で、松山駅の現状や将来の松山駅がどのようになっていってほしいかなどの意見交換を行った。また、この勉強会で足湯イベントの開催を提案したところ多くの方が賛同してくださり、以前この勉強会の参加者が中心となって開催したイベント「みんなの驛前文化祭 よいまち」（2019年7月26日開催）に引き続き形で、「第2回みんなの驛前文化祭 よいまち」としてイベントを開催することになった。そして勉強会の方々からアドバイスをいただきながら、企画実現に向けて準備を進めていった。例えば、足湯を行う時間については、足湯サービスを行う時間帯と、サービスを行いたい人数、一人あたりの足湯に入っている時間の三つが現実的なものになっているかどうかを確かめながら相互に調整して決めていった。また、使用後のお湯を捨てる時の分別についても教えていただいた。さらに、足湯に浸かっているお客さまの視線の向きや、足湯へ案内する動線、足湯が終了した方が

お店の方へ流れていく動線などを踏まえて、足湯コーナーの設置場所についてもアドバイスをいただいた。

3. 企画実現に至るまで

やりたいことは決まっているものの、実現する手段がなく行き詰った状態であった私たちが実現に向けて大きく前進したのが、まさに「松山駅周辺まちづくり勉強会」への参加であった。この勉強会では、年齢も職種も異なった人が集まり、松山駅をより良くするためにはどうすればよいかを考えている。勉強会には松山市の方、キスケ株式会社の方が参加されており、私たちのアイデアに賛同していただいたことで、今回のイベントを共に実施することとなった。松山市の方にはお湯を使う上での許可書の申請手続きを支援していただき、キスケ株式会社の方には足湯に使う温泉水を無償で提供していただいた。その他にもキスケ株式会社さまには、温泉水を運ぶトラック、濡れた足を拭くタオルなどもお借りした。また、チラシはラフ画を私たちが書き、そのラフ画をもとにキスケ株式会社さまのプロデザイナーの方に制作を依頼した。チラシはJR松山駅やアーバンデザインセンターでの掲示、また報道資料としても使用した。イベント当日もチラシを配り、イベントへの参加を呼びかけた。SNSでの広報活動としては、Instagramで「We love 松山」のアカウントを作り、イベント終了までイベントの告知や準備の様子などを投稿した。

「松山駅周辺まちづくり勉強会」では、イベントを開催する上でのノウハウを学ばせていただいた。私たちのイベントの

実現には、この勉強会で出会った様々な方の存在が欠かせない。出会った方々と共に協力し作り上げることによって、今回のイベントを実現することができた。

また、足湯を多くの方に体験していただくため、1人10分という時間制限を設けた。



第2回「みんなの駅前文化祭 よいまち」のチラシ 表面



イベント当日の様子



裏面



イベント当日の様子

4. イベントの概要

イベントは12月8日(日)JR松山駅の広場で16:00～20:00の間実施した。



スライドショー

イベントでは私たちの足湯企画に加えて、勉強会の方がフードコートの設置、スライドショーの放映などをしていました。フードコートの企画では、松山駅周辺店舗に協力していただき、足湯に入った人やイベントのチラシを持っている人に割引をしたり、テイクアウトして外で食べられるようにしたりしていました。スライドショーの企画では、現在までの松山駅の変化が分かるような写真をスクリーンに投影し、足湯に浸かりながら楽しめるようにしていました。当日は、足湯に入った人やフードコートで食事をしている人が、スライドショーを見ながら松山駅について話している姿が見られた。

5. イベント当日の流れ

当日は13:30頃から準備に取り掛かった。まずは会場の設営をした。次にキスケ株式会社さまにお湯を持ってきていただき、農業用タンクからポリバケツへ移し替え、そのお湯をフットバスに入れた。



農業用タンクからお湯を移し替える様子



フットバスへお湯を入れる様子

そして、フットバスをベンチへ設置し、私たちで作った木箱をフットバスにかぶせ、雰囲気づくりに取り組んだ。ベンチには座布団を敷き、寒さ対策に努めた。



設置が完了した足湯

衛生面のことを考え、温泉水は一回使用するごとに排水し、フットバスをアルコールで拭き上げたのち、新しいお湯に入れ替えることにした。この使用済みのお湯は雑排水であるため雨水を流すための排水溝に流すことができず、排水の処理については解決に時間がかかった。使用済みのフットバスはアルコール消毒を

した。お湯の供給、排水、消毒のことを考え、効率よく足湯を提供するために、フットバスは全部で6台用意した。6台のうち、4台は常設、2台は予備とした。

6. 企画の成果

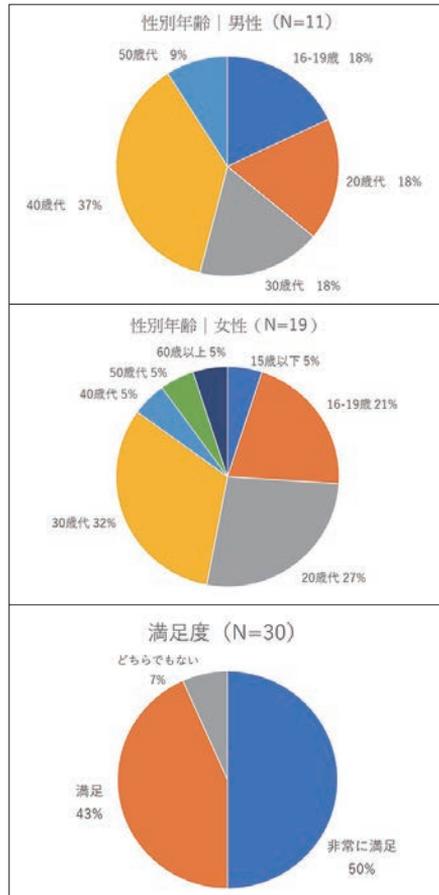
イベントには男性24名、女性24名、計48名の方に来ていただいた。親子で来てくださる方が多くみられ、利用者同士の交流も見られた。



イベント当日の様子

また、「みんなの驛前文化祭 よいまち」の調査としてUDCMが行ったアンケートには、男性11名、女性19名、計30名の方に回答していただくことができた。

イベント参加者の年齢層は、男性が40歳代、女性は30歳代が多かったものの、すべての年代で大きな差は見られず、幅広い年代の方に参加していただいたことが分かった。満足度に関しては、30名のうち15名が「非常に満足」、13名の方が「満足」と回答された。アンケートでいただいた改善点として、「看板を大きくしてほしい」「ご飯を食べながら足湯に入りたかった」「イベントの宣伝をもっとしたらよい」「出店やコンサートがあればもっと楽しめた」という意見をいただいた。その他の意見としては、「足湯を常設してほしい」「今後も継続し



「みんなの驛前文化祭 よいまち」の調査としてUDCMが行ったアンケート結果

てほしい」「松山ならではの足湯を楽しめてよかった」という意見をいただいた。そして、「地元の方と交流できて良かった」とのコメントもあり、交流の場づくりをするという当初の目的も達成できたように思われる。

7. 活動の振り返り

企画の成果は、足湯をすることで落ち着いた空間をつくることができ、足湯利

用者同士の交流も見ることができたことである。

この企画を継続していくことで、駅にくつろげる空間ができ、松山駅をより親しみやすい場所として利用してもらえるようになると思う。また、「足湯をした」という前例があれば、今後の松山駅の発展に役立つアイデアや発展の手掛かりが生まれやすくなるを考える。

しかし、この活動を続けるにあたっては多くの協力者が必要であり、工夫しなければならぬことも多くある。今回私たちは活動の中で様々な立場の方々と関わり、様々な視点からの意見を頂くことができた。企画を実施するために、本当に多くの方に協力していただき、協力し合うことの大切さを実感することができた。協力者を見つけ、今回の活動で得た知識やノウハウを伝えていくことがこの企画を継続するために重要になることだと思う。

また、活動を通して松山駅周辺地域の持つポテンシャルにも気づくことができた。私たちがイベントを開催した「広場」は閉鎖的に作られてはいるものの、それがかえって落ち着いた雰囲気づくりに役立っていたように感じる。そこで、机やパラソルを設置して屋外カフェのようにすれば、周辺のお店で買ったものを食べることができ、周辺のお店とのつながりを作ることができるのではないかと考える。また、パラソルなどを置くと広場の場所が分かりやすくなり、広場が多くの人に利用してもらえる場所になるのではないかと思う。

今回の活動の反省点は、チラシの制作が遅れてしまい、十分な宣伝ができな

かったことである。またアンケートでも意見を頂いたように、看板を大きくしたり、ご飯を食べながら足湯に入れるようにしたりと細かな工夫をすればさらに良いイベントになったように思う。このイベントを通して、準備物や班員の役割などを早めに決めておくことや、十分な話し合いをしてイベントを行うこと、計画性をもって行動することの大切さを学ぶことができた。

ご協力いただいた方々

JR 四国のみなさま / キスケ株式会社のみなさま / 松山市役所 松山駅周辺整備課のみなさま / 松山駅周辺まちづくり勉強会のみなさま / 松山アーバンデザインセンターのみなさま / 愛媛大学防災情報研究センターのみなさま

Appendix

活動スケジュール

5月31日	グループ結成
6月～7月	活動内容決定
8月9日	中間報告
9月30日	「松山駅周辺まちづくり勉強会」参加
10月17日	松山市の方との打ち合わせ
10月24日	キスケ株式会社の方と打ち合わせ
10月24日	イベント企画の仮決定
11月14日	JR 四国の方へ排水のお願い
11月19日	イベントリハーサル
12月8日	イベント本番

GET! でまちキャン



チームL字

福家千紗都 (松山大学経営学部3回生)

岡崎七美 (松山大学経営学部3回生)

福山夏生 (松山大学法学部3回生)

伊藤秀太郎 (松山大学経営学部3回生)

宇都宮初音 (松山大学経営学部2回生)

松岡こゆき (松山大学経営学部2回生)

1. 企画の背景

松山市の2大商店街である銀天街と大街道の2つを結ぶアーケード周辺をL字地区という。私たちは「L字地区を活性化させたい」という思いを持って、集まったグループである。まず始めに、L字地区の現状を把握するためにチームメンバーで、L字地区の散策を行った。その中で、L字地区には空き店舗が多いことに気がついた。商店街の中、そして商店街から外れるとさらに空き店舗が目立ち、寂しい印象を受けた。L字地区は、人がたくさん来るのにもったいないと感じ、また、この使われていない空きスペースをうまく利用することが出来れば、L字地区をもっと盛り上げることができるのではないかと考え

た。ここから、空きスペースを利用した空間の演出をしたいという私達のグループのイベント企画の根本が生まれた。

2. 企画目的

企画の目的は、2つある。1つ目は、遊べる、くつろぎスペースを演出することで、GET! に長く滞在してもらい、GET! や周辺店舗への関心を促し、L字地区の賑わい・交流の場に繋げることである。2つ目は、今後のL字地区活性化のヒントを模索することである。そのために、イベントの来場者に対してアンケートを実施し、L字地区によく来る人がどのような空間を求めているのかを調査した。

3. 企画実現の経緯

今回この企画を実現するうえでまず、L字地区の現状を知るためチームメンバーで街歩きを行った。L字地区を歩いてみて思ったことは、空き店舗が多いこと、休憩スペースや子どもたちが遊べる場所がなく、緑が少ないということだ。また、大街道や銀天街入り口に比べL字地区は人通りが少ないことを発見した。そこで我々は今流行りのグランピン



L字地区位置図 (愛媛新聞 2017.4.25 より)
(写真1)

グと空き店舗を利用した街中でキャンプという非日常空間を演出したいと考えた。多くの人々が遊んでくつろげるような、賑わいスペースを作り、L字地区を盛り上げたい。

使用する空き店舗は、L字地区の中心でもあるGET!に定め、使用許可を得るために、イベントの企画書を作成してGET!の顧問兼館長である西野さまとの話し合いを行った。しかし、我々が作成した企画書には具体性や実現困難な箇所も多く、ご指摘いただいた内容を含め再度企画書を練り直し、二回の話し合いのうえ、無事に空き店舗の使用許可を頂く事が出来た。イベント会場が決まり、次に考えたのは空間演出についてである。街中でキャンプという非日常空間を演出するためには、空間に緑が必要ではないかと考え、イベント会場に木を立てられないかと考えた。そのためには木の演出・設置をして下さる方の協力が必要で、造園業者の小野豊さまにご協力を依頼した。今回のイベントは、一つの空間で様々な方に楽しんでいただくために、多くの企画を実施した。そのため多くの方にご協力いただき、イベントを行う事が出来た。

4. 『街中でキャンプしてみんけん』 の開催

2019年10月26日(土)と27日(日)の2日間、11時から17時までの時間帯でイベントを開催した。場所は松山銀天街GET!の3階エスカレーター横の空きスペースを活用。延べ129人の方に参加していただいた。

①空間演出

くつろげるキャンプ空間を演出のために、緑の空間、休める場所、親子のふれあいの場の実現を目指した。まず緑の空間は、造園業者巴園の小野豊様のご協力のもと、木の伐採から設置まで関わらせていただき、緑のある空間を演出した。次に休める場所として、人工芝上に小型の室内用テントやUDCMから借りたハンモックを設置し、雰囲気の出るような明るいBGMをラジカセで流し、空間を演出した。親子のふれあいの場は、メンバーが各自で幼稚園から小学生向けの絵本を図書館から借り、絵本コーナーを設置した。クッションマットを敷き、親子で読み聞かせをしたり、くつろぎながら本を読んだりできるような場所にした。また、会場内は暗くしてプロジェクショ



会場の入り口の様子 (写真2)



空間演出の様子 (写真3)

ンマッピングを行うため、LED キャンドルライトやスポットライトを使って演出した。当日は、ハンモックやテントの中で寝る人もおり、多くの人にくつろいでいただけた。



ハンモックを使って遊ぶ様子

② DIY コーナー

イベント会場には、大人から子どもまで楽しめる DIY コーナーを設置。DIY の内容は、ハーバリウム、イヤリング、フラッグラッピング、コーヒーフィルターを使ったラッピングの4種類であり、全て参加費は100円で実施した。イヤリングのみ一目目200円で実施したが、他のDIYに比べて少し高価であるという意見が出たので、二日目から100円に変更した。ハーバリウムは容器が無料で、参加者に花やオイルを各自Seriaで購入していただけて作ってもらい、計7個売れた。しかし、多くの人に興味をもってもらった一方、花・液を各自購入してもらうことを伝えると諦める人もいた。イヤリングはレジンで作る、丸や月などの中から好きな型を選んで、花を入れて作るもので、計13個売れた。フラッグラッピング、コーヒーフィルターを使ったラッピングはお菓子を包

み、それぞれ計3個と2個売れた。DIYは子供たちに人気であり、イヤリングは子ども連れの母親に向けて考えたものだったが、実際には幼稚園くらいの子供が興味を持ってくれた。しかし子どもだけでは難しかったため、親子で協力して作ってもらった。



実際に作った完成品



DIY コーナーの様子 (写真4)

③ プロジェクションマッピング

当日はUDCMのプロジェクトを借り、会場の壁にプロジェクションマッピングを投影。内容は遊べるインタラクティブアートの他、花火、蛍、動く水玉、スライドショーなどを用意した。遊べるインタラクティブアートは松山大学檀裕也教授のご協力のもと、Webアプリを開発し、実現に至った。Webアプリは参加者がパソコンで描いた絵が壁に動き

ながら映るというものである。子ども達は自分の描いた絵が壁に映ると、とても嬉しそうで得意げに何回も描いてくれる子もいた。



プロジェクションマッピングで楽しむ子ども
(写真5)

④プラネタリウム

イベント中、愛媛大学天文学研究会に協力してもらい、プラネタリウムを上映した。当日は人の入り具合を見ながら1日3回ほど上映してもらった。時間は一回30分で地球の本格的な情報をわかりやすく盛り込んでおり、小さな子どもから大人まで多くの方に楽しんでいただいた。キャンプ空間に星空という演出はとても幻想的であり、参加者からは「楽しかった」や「勉強になった」という声もいただいた。



プラネタリウムの様子 (写真6)

企画の概要

企画名	街中でキャンプしてみんけん!
実施日時	2019年10月26日(土)・27日(日)10:00～12:00
実施場所	GET! 3階 エスカレーター横の空きスペース
集客目標	1日20組 2日で40組
ターゲット	子ども連れ 若者
参加者数	10月26日(土) 23組 43人 10月27日(日) 39組 86人 計129人
チラシの配布場所	・たまのいし保育園 ・法隆寺保育園 ・東雲保育園 ・八雲保育園 ・ひだまり保育園 ・リベカ清水保育 ・まちっこ保育園 ・愛媛保育園 ・すまいる保育園 ・松山隣保館保育 ・きらりん ・日本デイケアセンター ・児童館(中央児童館へもっていき、松山市内にある8か所の児童館へ配布を要請)



宣伝用チラシ (写真7)

5. 成果と今後の展開

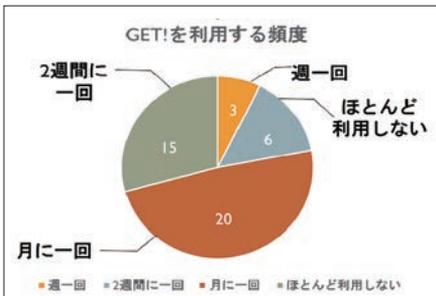
当初の目的である空きスペースの活用、話し合いの中で生まれた緑の空間づくりという2つの点から私たちはキャンプという形で様々なアクティビティを取り入れた空間づくりを行った。

その結果、集客目標の一日20組を達

成することができ、計 129 人の方が参加した。

イベント参加者に行ったアンケート調査の結果を報告する。まず、満足度については過半数が「とても満足」「満足」という結果になり、またこのイベントがあれば参加したいかという問いにも「時間があれば参加したい」「ぜひ参加したい」という人が多かった。中でも「このようなイベントを定期的に開催してほしい」「楽しかった」などの声もあり、とてもありがたかった。

一方で GET! を利用する頻度に関する項目では、「月に 1 回」「2 週間に 1 回」「ほとんど利用しない」という人が過半数であった。この結果から GET! を含む L 字地区周辺で人が集まるような場所やイベントの必要性を感じた。そして参加者のコメントでは、イベントに対する提案や他にもこのようなことをしてほしいとの要望もあり、より参加者の方々に配慮することも学んだ。特に、今後どのようなイベントを開催して欲しいかという質問項目では、「ふれあい動物園」、「フリーマーケット」、「飲食しながら休めるスペース」などが見られた。今後の L 字地区活性化のためのヒントとして活用していきたい。



アンケート結果 (図1)

また、今回イベントに参加してくれた方の大半は通りすがりの方であり、広報活動が不十分であったことに気づかされた。イベントの開催をするにあたって、チラシの配布はしていたものの SNS の広報活動にはあまり力を入れることができていなかった。私たちは Twitter を活用していたが、インスタグラムのアカウントの開設の他、フォロワーを増やすために興味や関心を惹くような投稿をする努力や投稿の頻度をあげるなどもっと活発に SNS を活用すべきだったと感じた。

このイベントを通して、L 字地区にみんなが集まったり、くつろげたりできるような空間が市民の方々に必要とされていることが分かった。今後は、場所やコストの面も検討しながら、実現することのできる範囲で空間づくりを行い、市民の方々がより住みやすいまちづくりを行っていくことが大切であると感じた。

ご協力いただいた方々

小野豊さま (巴園 TOMOEN)/ 檀裕也さま (松山大学 経営学部経営学科教授)/ 松山銀天街 GET! 顧問兼館長、西野元さま / 前田和美さま (愛媛大学社会創造学部 環境デザイン学科 羽鳥研究室)/ 愛媛大学天文学研究会さま / アーバンデザインセンターの皆さま

Appendix

活動スケジュール

5月31日	アーバンデザインスクールでグループ結成
6月21日	テーマに基づいた活動内容決め
7月30日	GET! 空き店舗使用交渉 (企画発表)
8月	イベントに向けた話し合い、準備
9月9日	Seria さまとの打ち合わせ

9月26日	GET! 顧問兼館長、西野さまとの打ち合わせ
10月1日	イベントの宣伝活動開始
10月3日	買い出し
10月14日	造園業者小野さまとの打ち合わせ
10月18日	イベントで使う木の伐採
10月19日	イベントリハーサル
10月26日	イベント一日目
10月27日	イベント二日目
12月14日	最終発表

メディア掲載

松山市の広報にて掲載

GET! でまちキャン〜街中でキャンしてみんけん〜を開催します

更新日: 2019年10月21日

発表内容

目的

松山アーバンデザインセンターでは市民の皆さんが、まちづくりを実践的に学ぶプログラム「アーバンデザインスクール」を毎年開催しています。

大学生や社会人30名ほどがグループに分かれて、さらによりまちづくりのための企画を導いてきました。

今年度初めてスクール生が実践活動を行います。再開発が予定されている観天街1字地区で、遊べるくろろぎスペースを演出し、緑のある居心地の良い公共空間を創出します。

開催イメージ

親子が楽しめる手作り雑貨コーナーや絵本コーナー、プロジェクションマッピングによるくろろぎ空間コーナーなど、本プロジェクトに多くの方に参加してもらい、今後の1字地区の賑わい・交流の場づくりに繋がります。

日時

令和元年10月26日(土曜日)、27日(日曜日) 11:00～17:00

場所

松山観天街GET! 三階 エスカレーター横スペース(松山市湊町三丁目4-6)

内容

- 手作り雑貨コーナー(材料費別途負担)
- GET!内の店舗の商品を使った雑貨作りが体験できるコーナーです。自分で選んだ花やオイルを使ったハーバリウム(植物標本)、レジンで作る手作りイヤリングなどを作ります。
- くろろぎ空間コーナー
- 緑の芝生の上にテントやハンモックを設置してくろろぎのスペースを用意します。
- プロジェクションマッピング
- お絵描きアプリを使って自分が描いた絵が投影されます。愛媛大学天文学研究会の星空解説も行います。
- 絵本コーナー
- 親子で寝転がって絵本が読めます。テントの中やハンモックに持ち込めます。

主催者

主催 松山アーバンデザインセンター、愛媛大学防災情報研究センター

松山市広報 (写真8)

ファッション小雑誌『MI-TTSU』



三津浜チーム

西澤茉里江（愛媛大学3年生） 近藤飛鳥（松山大学3年生）
八木健心（済美高校2年生） 井川稜太（済美高校2年生）
幸坂淳平（愛媛銀行）

1. 企画の背景と目的

松山市の西部に位置する三津浜地区は、古くは松山と本州を結ぶ海の玄関口として栄えた港町であり、近代建築や町屋等の風情ある町並みが残る歴史的なエリアである。最近では、県内外からの移住者も増えており、古い町屋をリノベーションしたお店も次々とオープンしている。その結果、このエリアでは、新しいお店と昔ながらのお店が融合した三津浜ならではの独自の魅力が生まれつつある。しかし、特に若い世代においては、三津浜を訪れる機会は少なく、どのよう

なお店があるかについても知らない人が少なくないのが実情である。

そこで、私たちは、三津浜ならではの魅力を若い世代の人達に伝えるために、三津浜を舞台に若者がファッションを楽しむライフスタイル「三津浜スタイル」を提案することにした。「ファッション」を選んだ理由は、ターゲットである同世代にとって興味のわくものであり、まだあまり知られていない三津浜の楽しみ方を発信できるものと考えたためである。具体的には、三津浜の店舗を対象としたファッション小雑誌『MI-TTSU』を作成することに決めた。（写真1.2）



写真1：三津浜商店街付近の店舗 kite (キテ)
kite Instagram より引用



写真2：三津浜商店街付近の店舗 erimaki
erimaki Instagram より引用

2. 企画の概要

本企画は、三津浜の隠れた魅力を、若者の興味のある「ファッション」を切り口に小雑誌『MI-TTSU』の形で提案するというものである。「もし大学生・高校生が三津浜で全身コーデをしてみたら」をコンセプトに、学生（チームの高校生、大学生4人＋愛媛大学生2人）が自らモデルとなって三津浜の店舗で扱われている商品だけで全身コーディネートをする。そして、三津浜の雰囲気ある場所で撮影し、若者から見た三津浜の3つの魅力「衣・食・住」を紹介する。本雑誌を通して、三津浜を舞台に若者のノスタルジックかつスタイリッシュなライフスタイル「三津浜スタイル」を提案、発信することを目的としている。

3. 企画実現への経緯

小雑誌の作成の企画を進める前に、三津浜クリエイターズのミーティングに参加させて頂き、企画説明を行った。そこで三津浜商店街付近の服、雑貨の店舗と三津浜らしい撮影場所の情報を頂いた。クリエイターズの方々の意見も踏まえ、モデル6人の着る服、撮影場所、依頼するカメラマン、撮影日のスケジュールを決めた。

小雑誌作成までの大まかな流れは、①店舗への企画説明・取材・撮影交渉、②洋服・撮影場所選び、③撮影、④小雑誌作成の順である。

①店舗への企画説明・取材・撮影交渉

小雑誌を作るに至った経緯や作成方法などを記載した企画書を作り、三津浜商

店街付近の服・雑貨、撮影場所候補の26店舗（住宅、作業所を含む）を訪問し、企画説明・協力依頼を行った。その際、撮影に当たって商品をお借りすること、持ち運び方法や保管場所、保管方法などを伝えた上で協力をお願いした（持ち運びはクリアの衣装ケースを使用。保管場所はみつうつわさまの旧山谷邸をお借りした）。撮影場所については、各店舗の希望時間帯を聞きスケジュールを合わせ、営業の妨げにならないよう当日の撮影時間等には十分注意した。（図1）



図1：聞き取り調査の様子

②洋服・撮影場所選び

服、雑貨については11店舗からお借りし、撮影場所は10店舗（住宅、作業所を含む）にご協力いただいた。撮影場所は、自分たちが思う三津浜の魅力が感じられる場所とクリエイターズの方々に提案して頂いた場所から1人2～3か所を厳選した。撮影場所を選ぶに当たっては、三津浜の今と昔、モダンとレトロを伝えられるように配慮した。特に、三津浜には歴史のある町家づくりの家や白壁の蔵だけでなく、新しくできたお洒落なカフェや雑貨屋が増えている。両方の三津浜の良さが伝わるように撮影場所を選んだ。例えば、路地裏の多い三津浜で

は商店街のメイン通りから横道に入った所知る人ぞ知る店がある場合も少なくない。こういった「三津浜らしさ」を表現し、三津浜の雰囲気味わってもらえるようにした。

③撮影

プロカメラマン（studio Switch 一楽氏）に依頼し、小雑誌に載せるマップのことを考えながら、三津駅から道順に各スポットを3日間かけて撮影した。1日目は14:00～19:00、2日目は12:00～15:00、3日目は7:00～9:00、18:00～20:00と時間帯も分けて行い、三津浜の様々なシーンが撮影できるように工夫した。また、三津浜の土地勘があり、三津浜の住民の方々と以前から交流のあった一楽氏に撮影をお願いすることにより、スムーズに撮影を進めることができた。（図2）



図2：撮影の様子

④小雑誌作成

撮影後、約600枚の写真の中から小雑誌に載せる写真を約50枚厳選した。その際に気を付けたことは、撮影場所や借りている服が見えやすいかという点である。今回の企画は、ファッションを切

り口に三津浜の魅力を発信することを目的としているので、服の形や色が明瞭に映っているか否かを注意した。また、小雑誌の構成を考える際は、訪れた人が小雑誌のマップを見ながら散策できるように、三津駅から港までの道順で写真を載せることにした。写真付きの各ページには、コーディネートを紹介、服・アクセサリーの詳細やモデルのコメント、撮影場所を記した小さいマップを記載することにより、1ページずつ魅力がしっかり伝わるものにした。コーディネートを紹介だけでなく、チームの学生4人の対談ページを設けることにより、小雑誌を手にとった人が飽きないように工夫した。

4. ファッション小雑誌

『MI-TTSU』の詳しい内容

小雑誌を作成する上で特にこだわった点は2つある。1つは『MI-TTSU』という小雑誌名、もう1つは小雑誌の雰囲気だ。

『MI-TTSU』という名前は、三津浜の

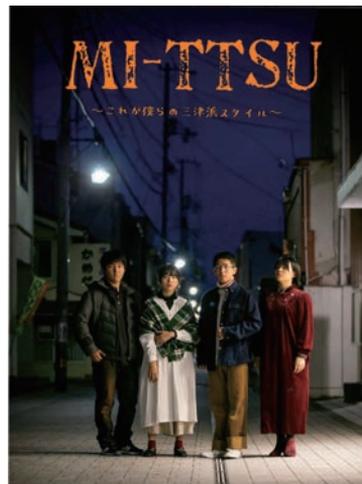


図3：『MI-TTSU』の表紙 暫定版

3つの魅力「衣服」「美味しい食べもの」「素敵な場所」を同世代に発信したいという思いを込め決定した。また、企画の目的として「学生目線の三津浜の楽しみ方を提案する」と掲げていたので、それが伝わるよう表紙はチームの高校生・大学生メンバー4人の写真を使用することにした。(図3)

2つ目の小雑誌の雰囲気については、チームと担当の先生と話し合いを重ね、三津浜の大人な雰囲気が伝わるものにしようと決めた。そのために、表紙は夜の三津浜商店街で撮ったものを使用したり



図4：掲載している写真

コーディネート紹介の各自の写真は笑顔のものだけでなくクールにきめた表情のものも選んだり工夫した。(図4)

今回の企画で作成した小雑誌『MI-TTSU』の内容は、前述した通り、三津浜で販売されている服、アクセサリのみで全身コーディネートをして若者目線の「三津浜スタイル」を提案するということから、モデル6人のコーディネート写真を中心に構成した。(表1) その際に工夫したことはコーディネートの写真の掲載する順番である。初めは高校生編、大学生編と紹介ページを分けることを考えていたが、初めて三津浜を訪れる人のことを考え、伊予鉄道三津駅から港へむかう道順にそって撮影したコーディネートの写真を掲載した。『MI-TTSU』を片手に、この写真はこの場所だと楽しみながら歩いてもらえるよう掲載順にはこだわった。また、コーディネート紹介の途中でチーム4人の対談を挟んだ。この対談では、三津浜でコーディネートをしてみるの感想や活動をする際にお世話になった方の名前を挙げ、三津浜に住む人の魅力が伝わるように配慮した。小雑誌の後半には、三津浜商店街付近の服・雑貨店の紹介ページを作った。事前の調査で、三津浜には様々な団体が作成したマップがあることは知っていたが、店舗の営業時間やSNSなどが詳細に掲載されているものはなかった。フィールドワークの際も、「目的の店が開いてなかった」「せっかく来たのに臨時休業だった。残念」という声を耳にすることがあったので、たくさん店の情報が1度に見ることのできる見開きのページを作った。そして、最後にマップを付けて撮影した

場所、掲載している店舗の場所がわかるようにした。

表 1. 『MI-TTSU』の内容

タイトル	ファッション小雑誌『MI-TTSU』
ページ数	24 ページ全カラー
サイズ	A5
内容	<ul style="list-style-type: none">・MI-TTSUについて (小雑誌作成の目的)・コーディネートを紹介・チーム4人の対談(三津浜の魅力について)・コーディネートを紹介・服、雑貨店の紹介・三津浜商店街周辺地図

5. 成果と今後について

今後は冊子ができ次第、ご協力いただいた各店舗や、ターゲットである若者の目に触れるような場所に小雑誌を設置する。手に取ってくれた人に三津浜にどんなものがあるか、どんな雰囲気のまちかを知ってもらいたい。また、お店や駅に設置した後、手に取った方やお店の方の意見、改善点を聞き手直しをすることも考えている。

6. 活動の振り返り

まず、当初三津浜地区について知らないメンバーもいたので、フィールドワークや住民、店舗の方とのお話をして三津浜の雰囲気を自分たち自身が理解することから活動を始めた。そのことにより、企画の内容や目的を決定する際、三津浜のまちづくりをより主体的に考えることができた。

また、三津浜クリエイターズミーティングに参加し、三津浜に住む方々のまちづくりへの考え方や企画への意見を頂くことにより、チームのしたいことと三津浜の住民の方々の想いとギャップを埋

め、自分たち本位のまちづくりになることを極力避けることができたように感じる。さらに、現地調査やお店の方へのインタビューを4か月以上かけて実施し、地域の方々のご意見を聞いた上で企画内容を考察した。その結果、三津浜の状況をより理解した上で企画を進めることにつながったと考える。

その他にも、取材や撮影にかかるまでの期間でお店の方のバックグラウンドや営業へのこだわりなどを伺うことにより、三津浜に住む人々の温かさを私たち自身も改めて感じる事が出来た。

今回の活動を通しての反省点として、スケジュール調整がうまくいかず、企画内容の話し合いを全員で進めることがなかなかできなかったことが挙げられる。また、企画内容の決定から撮影までの期間が短く、撮影場所や服をお借りした店舗の方にご迷惑をお掛けしてしまった。以上のことから、グループ外での連絡を取る時の担当者や話し合いのスケジュール決め担当者など、1人1人が何かの仕事に責任をもって取り組めるように初めに役割分担をしておくことが重要であると学んだ。

ご協力いただいた方々

- 三津浜クリエイターズのみなさま
- 茶舗 dela musica さま /kite(キテ)さま / Ropa さま / とおからさま / 男性専科ヤングさま /CAYAMATSUYAMA さま /アンドリーニヤさま /Bitter & Sucre さま /ハチノジ本舗さま /RainbowElephant さま /もやいこさま /Bana87 さま /erimaki さま /工房 空〜くう〜さま /mokumoku さま /しましま雑貨店さま /N' skitchen** & labo さま /AKARI

さま / 山口暁建築研究所さま / カフェ&バル
 太陽と月さま / SlowAgingCafeYukichi さま /
 TUKUROI さま / 旧鈴木邸さま / 旧山谷邸さ
 さま / 瀬村製材さま / 小池鉄工所さま
 ○カメラマン Studio Switch 一楽さま
 ○松山市 坂の上の雲まちづくりチーム
 ○撮影モデル協力
 愛媛大学生 志田尚人さま / 新田瑞穂さま

Appendix

活動スケジュール

5月31日	チーム三津浜 結成
6月9日	全員で三津浜商店街付近をフィールドワーク
6月19日	担当の先生との話し合い（まちづくりの進め方について）
6月26日 ~7月14日	毎週水曜木曜日曜日に各人で店舗へのヒアリング調査の実施
7月8日	企画内容の検討
7月16日	企画内容の検討
7月18日	三津浜クリエイターズミーティングへの参加①
8月6日	チームの活動の目的、方向性の再検討
8月15日	イベント企画の仮決定（スタンプラリー案）
9月30日	企画内容の練り直し（担当の先生も含めた話し合い）
10月8日	企画の再決定 （「三津浜スタイル」の提案とファッション小雑誌『MI-TTSU』の作成）
10月18日	松山市坂の上の雲まちづくりチーム、都市・交通課の方との企画協議
10月23日	企画内容の詳細決め
10月24日	三津浜クリエイターズミーティングへの参加② 企画説明および協力依頼
11月1日	カメラマンへの撮影依頼
10月30日 ~11月9日	・服、雑貨を販売する店舗への企画説明と交渉 ・小雑誌のための外観写真撮影
11月11日	撮影希望場所リスト、リサーチリストの作成
11月12日	三津浜クリエイターズミーティングへの参加③ リストの確認をしていただく

11月15日	・撮影場所へのアポ取り役割分担 ・カメラマンへの依頼確定 TEL
11月25日	撮影 1日目 14:00~19:00
11月26日	撮影 2日目 12:00~15:00
12月1日	撮影 3日目 7:00~9:00、18:00~20:00
12月1日 ~12月9日	お借りした商品の返却
12月6日	小雑誌掲載用、保存用の写真の選定
12月14日	アーバンデザインスクール最終報告会 / 小雑誌の構成決め
12月15日 ~1月20日	小雑誌の原案作成
2月初旬	小雑誌発行

Outdoor Movie Night



UDSM 城山班

天野美空（松山商業高校 2 年生）

浜村実花（松山大学経営学部 3 回生）

日野智晴（株式会社伊予銀行）

東山まどか（松山商業高校 2 年生）

矢口遥香（松山大学経営学部 3 回生）

吉村星梨花（株式会社伊予銀行）

1. チーム結成と活動の背景

私たち UDSM 城山班は、城山公園をより良い空間にしたいという想いのもと集まった高校生 2 名、大学生 2 名、社会人 2 名からなるグループである。城山公園という空間は、都市景観の形成、人々が交流できる空間の提供、都市の防災性の向上など、まちづくりにとって特に重要な拠点であると考えている。

公園利用の現状と課題

全国的に少子高齢化、騒音などの問題から利用制限がかけられることにより、公園の利用者数が減少していることが指摘されている。現状のままでは公園の数も減少していき、市街地の活力低下につながる事が予想される。

また近年日本では、地震、台風、豪雨などの自然災害が深刻な問題となっている。愛媛県においても南海トラフ地震が 30 年以内に 70 パーセントの確率で起こるとされており、こうした自然災害発生時の対策は重要な課題であると言える。

城山公園の特徴

城山公園は、松山市中心部に位置し、松山市駅、市役所、県庁、大街道など主要施設へのアクセスが容易であると言う好立地に加え、大規模なイベントの開催

も可能な敷地面積がある。また、周辺に松山城、県美術館、坂の上の雲ミュージアムなどの観光資源があり、観光客の誘致も可能となっている。



写真 1 城山公園全体の様子（松山市 HP より）

企画の目的

そこで私たちは、「1. 人が集まる城山公園にする新たな利用方法を提案すること」、「2. 街の防災意識を高めること」の 2 つのポイントを叶えるイベントを企画することにした。城山公園は、広大な敷地に避難したり、シェルターを建てたりできるなど、防災の面でも重要な拠点であると考えられる。その意識を私たちの企画を通して持ってもらいたい。そのような思いから人が集まるイベントとして「屋外映画館」を企画し、そこで防災の意識を高めるきっかけづくりとなる

要素を盛り込むことにした。また、夜の城山公園の懸念点を解決するため、あえて夜のイベントを開催することを決定した。

2. イベントの概要

2019年12月8日(日)17:30-19:30、城山公園やすらぎ広場周辺にて「Outdoor MOVIE NIGHT」を開催した。10代から60代の幅広い年齢層の方、延べ22人に来場していただいた。



図1 広告用フライヤー

夜間の屋外映画館開催にあたり、行ったことは、①巨大スクリーン設置、②キャンドルライト使用による会場のライトアップ、③「三菱アウトランダーPHEV」使用による電力の供給、④温かい飲食物を提供して下さるフードトラックの方等への出店依頼、⑤こたつ・毛布の設置の5点である。

まず、スクリーンの設置に際しては、城山公園やすらぎ広場休憩所の柱を使用

した。これにより、強風等によるスクリーン転倒の危険性を回避するとともに、通常より大きな画面で映像を投影することができた。

また、キャンドルライト使用により、会場を幻想的な空間として演出させることに加えて、会場と公園空間を仕切るこ



写真2 スクリーン設置の様子



写真3 会場の様子①



写真4 会場の様子②

とができた。また、広大な城山公園の敷地の中で、遠くからでもイベントに気付いてもらうことにつながった。

さらに、防災の意識を高めるきっかけづくりとなる要素として、愛媛大学保有の「三菱アウトランダー PHEV」を使用させていただいた。この種類の車は、バッテリー機能だけでなく、発電機能も搭載されている。仮に、愛媛で災害が起こった際には、このような電力供給できる車が活躍するであろう。



写真4 会場の様子②

また、開催当日は12月であり非常に寒くなることが予想されたため、移動販売の方々に協力いただき、唐揚げ、ホットコーヒー、クレープ等の提供を行っていただいた。当日は気温9度となりやはり非常に寒かったので、来場してくださったほとんどの方が購入をされていた。その他に、松山商業高等学校有志の方々にオリジナルのアボカドパンの販売を行ってもらい、用意していた分が完売となった。

それに加えて、こたつを設置したり、毛布を貸し出したりすることで寒さへの対策を工夫した。

イベント当日には、シネマレンタル会社シネマ雄様より放映権を購入した映画「ボスベイビー」を放映した。この放映

映画を選ぶ際には、なるべく幅広い世代の方が楽しめる内容であるように注意した。

3. 活動の成果

来場していただいた方へのアンケートによると、「普段経験できないことができた」、「雰囲気良かった」などの肯定的な意見をたくさんいただいた。「次回も参加したい」との声も多く、城山公園の新たな利用方法の提案としては大きな前進であったと考えられる。

また、イベントには参加していただかなかったが、会場設営中に興味を持ち話かけていただいたり、「用事があって今回は参加できないが、このようなイベントがまたあればぜひ参加したい」との声をいただいたりすることができた。

その一方で、「夜の城山公園のイメージは変化したか」という問いに対しては、約7割の方が「変化していない」と回答している。イベント告知が不十分であり、イベントを目的に来場した方が少なかったため、暗いイメージや人が少ないイメージを払拭するには効果が弱かったのではないだろうか。

ただし、夜の城山公園に足を運んでいただくこともでき、映画投影やライトアップにより課題であった夜の城山の安全面・防犯面を解決することができた。微力ながら城山公園の活性化に貢献することができたことは成果と言えるだろう。

4. 今後の課題

今回のイベントを通して、私たちの準備不足を痛感した。なかなかイベントの

内容を決めきれず、初動が遅れ、イベント告知も不十分であった。その上、音響の動作確認が不十分であったため、来場して下さった方をお待たせしてしまったことを申し訳なく感じている。

今回のイベントで来場して下さった方は、10代の若者が多く、今後夜の城山公園を継続して活性化していくためには「若者世代にとって魅力あるものであること」がキーワードになりそうだ。「屋外映画館」のようなイベントを、冬の寒い時期ではなく、春先、秋口などの過ごしやすい環境下で継続して行っていくことが重要であると考えられる。

しかし、城山公園という公共の場で継続した活動を行っていくことは容易いことではない。事前準備の大変さはもちろんのこと、野外でのイベントになるため、天候やその日の気温などに左右されやすい。また、今後イベントの規模を拡大していくためには電力不足が懸念される。今回は「屋外映画館」を開催したが、それらをクリアしていけるイベントはそれ以外にもあるのではないか。今後も検討を重ねていきたい。

ご協力いただいた方々

私たちの力だけでは、イベント開催は不可能であった。みなさまにご指導・ご協力いただいたことに感謝の意を述べたい。

【映画貸出】

シネマ雄様

【フードトラック、販売】

あげんどう様 / アウルカフェ様 / 愛媛県立松山商業高等学校有志の方々

【ご指導・ご協力】

山中亮先生 / 野方円先生 / 尾崎信先生

(UDCM ディレクター) / 四戸秀和先生 (UDCM ディレクター) / 志田尚人様 (UDCM TA スタッフ) / UDCM スタッフのみなさま / 松山市役所 都市交通課・公園緑地課のみなさま / 市民会館・美術館・図書館・NHK・テニスショップパル様など堀之内周辺施設のみなさま

Appendix

・参考資料

<https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisetsu/koen/syoukai/shiroyama.html>

・活動スケジュール

5月31日	グループ結成
6月20日	テーマ決めミーティング
7月1日～	公園の新たな活用法について調査
7月12日	
7月23日	現地調査
8月9日	中間発表
9月2日	イベント企画仮決定 (パブリックビューイング)
10月30日	アウトランダー使用による動作確認①
11月4日	イベント企画変更(屋外映画上映会)
11月6日	アウトランダー使用による動作確認②
11月14日	松山市役所、堀之内周辺施設との協議
～12月1日	
11月17日	フードトラック出店交渉
～11月末日	
11月25日	現地調査
11月28日	放映映画決定
12月1日	配布フライヤー決定
12月8日	Outdoor MOVIE NIGHT 開催
12月14日	最終報告会

■ 松山アーバンデザインスクール 5 期生



≡≡≡ Congratulutions on your graduation! ≡≡≡

阿河 優里	チームかすりん	佐伯 美波	We love 松山班
天野 弥生	UDSM 城山班	東山 まどか	UDSM 城山班
井川 稜太	三津浜チーム	西澤 茉里江	三津浜チーム
石上 紗己	We love 松山班	濱村 実花	UDSM 城山班
石田 歩夢	チームかすりん	日野 智晴	UDSM 城山班
伊藤 秀太郎	チームL字	福原 真生	We love 松山班
井上 桃華	We love 松山班	福山 夏生	チームL字
宇都宮 初音	チームL字	福家 千紗都	チームL字
岡崎 七美	チームL字	藤原 涼子	チームかすりん
岡田 怜奈	チームかすりん	松尾 悠馬	チームかすりん
加地 直子	チームかすりん	松岡 こゆき	チームL字
木下 朋香	We love 松山班	八木 健心	三津浜チーム
幸坂 淳平	三津浜チーム	矢口 遥香	UDSM 城山班
近藤 飛鳥	三津浜チーム	吉村 星梨花	UDSM 城山班

■ 活動風景



2019.5 - 2019.12



■ アーバンデザインスクール運営委員会より



愛媛大学
社会共創学部教授 松村 暢彦

担当：チームL字

アーバンデザインスクールで、グループではなくチームになれたでしょうか。どのような街で暮らしたいのか、理想をメンバー同士で共有することで始めてチームになります。こうした経験をつんだ人が増えればいい街になっていきます。一人一人が周りの人にいい影響を与えてくれることを期待しています。



愛媛大学
社会共創学部准教授 羽鳥 剛史

担当：三津浜チーム

皆さんが取り組んだプロジェクトは、松山のまちへの貢献度という点では、まだ明確な成果を得たとは言えないかもしれませんが、各プロジェクトは、松山の将来の成長につながり得る一つの可能性を見出した事は間違いありません。今回の経験が皆さんの今後にとって、そして地域社会の未来にとって、意義深いものになることを期待します。



愛媛大学
社会共創学部准教授 山中 亮

担当：UDSM 城山班

色々な考えを持つ方々と、アイデアを出し合い、実際に実行する過程は、非常に苦労が多かったと思います。うまくいったり、うまくいかなかったりと、様々な結果がありますが、その経験すべてが価値だと思います。取り組み本当にご苦労様でした。



愛媛大学
社会共創学部助教 片岡 由香

担当：チームL字

初めての事ばかりで大変だったと思いますが、最後まで実践に繋げることができ、実りある活動になったのではないかと思います。まちづくりとは、地域の方々の協力無しには実現できないことを皮膚感覚で感じる事ができたと思います。その感覚を今後も大事にしつつ、楽しみながら松山のまちづくりに参加して下さい！



愛媛大学
教育学部講師 井上 昌善

担当：チームかすりん

5期生の皆さん、一年間の活動本当にお疲れ様でした！自分の取り組みたいこととまちの活性化につながることを関連付け行動することを通して、「やりがい」も「難しさ」も感じたかと思います。皆さんには、この経験を今後の生活にいかしていただきたいと思います。私自身も皆さんと関わる中で、本当に多くのことを学ばせていただきました。本当に感謝しております。ありがとうございました。



松山大学
経営学部准教授 河内 俊樹

担当：We love 松山班

さて、問題です。「まちづくり」に対する自分なりの答えは見つかりましたか？スクールの活動に真剣に取り組んだみなさんであれば、きっとその答えが見つけれられたのだと思います。スクールで得られた経験を、ぜひ人生の財産に変換してください。みなさんのご活躍を期待しています！



聖カタリナ大学
人間健康福祉学部教授 高杉 公人

担当：チームかすりん

修了おめでとうございます。毎回スクールに参加した時には、皆さんが持つまちづくりへの強い思いを感じました。しかし思いが強いほど、それらを束ねて計画化することが難しいことも学んだのではないのでしょうか。まちづくりは人の思いの集合体が具現化したものですから、これからも様々な人と思いをぶつけ合ってください。



松山東雲女子大学
人文学部 准教授 野方 円

担当：UDSM 城山班

スクール生のみなさん、活動お疲れさまでした。
この活動を通して、何かをする際、多くの方々が関わっていて、多くの方々の支えがなければ実行できないことを学ばれ、また、机上と実践の差異、価値観の多様性にも触れることができたのではないのでしょうか。この経験を次のステップに繋げていただければと存じます。



愛媛大学
アーバンデザイン研究部門講師 尾崎 信

一年間、おつかれさまでした。「まちを活性化させる」って、本当に難しいですよ。でもいいんです。それより「まちとみなさんの関係を活性化させる」ことが大切ではないかと思います。みなさんが今後も楽しみながらまちとの関わりを持ち続けていけば、たとえひとつひとつは小さな取り組みでも、まちは大きく変わると思います。その時を見てみたいですね。



愛媛大学
アーバンデザイン研究部門助教 四戸 秀和

誰もやっていないことを考え、様々な人に協力してもらいながら企画を実施した今回の経験は、きっとみなさんの力になっているはず。大変なこともあったと思いますが、新しいことに挑戦することの楽しさを忘れずに、これからもまちづくりとの接点を持ち続けてくれることを期待しています。

Urban Design School Matsuyama vol.5

2020年3月 発行

表紙デザイン・冊子編集 志田 尚人（愛媛大学大学院2 回生）

発行者 松山アーバンデザインセンター



Team Kasurin



We love Matsuyama



Team L-ji



Mitsuhamama Team



UDSM Shiroyama

