⑺活動の様子

写真3-23　マルシェの様子1

写真3-24　マルシェの様子2

写真3-25　マルシェの様子3

写真3-26　マルシェの様子4

写真3-27　マルシェの様子5

写真3-28　マルシェの様子6

（写真提供：NPO支援センターちば）

⑻これまでの成果と今後の課題

これまでの成果として、出展数も安定し、多くの参加者を見込める活動なり、さらには4章で後述する「柏の葉ドッグ」のような地域の商店や住民が協力して行う活動へ繋がるきっかけづくりができたことが挙げられる。一方で課題点として、広がりがでてきたからこそ、「地域性」を見直す事や、「テーマ性」を持って飽きられないような企画を続けることが課題となっている。地域性は内容だけでなく、運営面でも課題となっており、自主運営のしくみづくりについても話し合われている。

3.2.5　コミュニティネットワークの実践ー事例5『まちのクラブ活動』

【概要】

⑴活動発足の背景と経緯

発足の経緯はピノキオプロジェクトやマルシェ・コロールと同様に、三井不動産グループの委託事業として始まった。（マルシェ・コロール活動発足の経緯参照）2006年頃から三井不動産レジデンシャルとNPO支援センターちばの話し合いが続き、2008年から具体的な話が持ち上がった。2008年8月に発足されたエコクラブが初のまちのクラブ活動であり、その後は徐々に様々な活動が発足された。

⑵概要と目的

柏の葉のまちづくりを継続させていく上で重要なポイントの一つとして、住民の関わり方が挙げられる。住民、つまり「生活者」という主体をどのように巻き込み、まちへの参加をいかに促すかがポイントとなってくる。そこで、UDCKでは「まちのクラブ活動」という名前でNPO支援センターちばの主導、支援による市民活動をスタートさせた。

またこの地域には柏の葉キャンパス駅周辺を中心に新住民が増加する一方で、田中地域に住む在来の住民も存在する。そこでは、新住民と既存住民のコーディネーターも必要になると考え、上記のNPOのノウハウを活かした活動が求められた。この活動は、活動を通して市民の活動ネットワーク「シビックネットワーク」を繋げ、広げていきたいという目的を持っており、まちの中で目には見えにくいネットワークを強化しようとしている。

現在、まちのクラブ活動では、大きく分けて３つの活動を行っている。①クラブ活動、②マチノ先生プロジェクト、③クラブ横断型イベントとなっており、そのうち①のまちのクラブ活動におけるクラブは全部で21個存在し、様々な内容のクラブが用意されており、2010年からは②マチノ先生プロジェクトも増え、活動の目的である「参加の入り口を広げる」という目的は果たされているといえる。③のような活動間におけるコラボレーション企画も生まれ、これらの活動のさらなる展開、種類の多様性は年々拡大しており、現在もなお変動を繰り返している。活動拠点としても柏の葉フューチャービレッジ（以下KFV）というワークライフバランスの新しいかたちを模索し、時代が求める近未来型都市生活の価値を創造する拠点として、2008年8月に三井不動産株式会社がオープンした施設の中に「まちのクラブハウス」という活動拠点（写真3-243-34）を設け、活動内容に応じて、UDCK、KFV、実際にまちの中で行うもの（外部空間）など様々である。表3-18～表3-21は2009年に行われた活動である。

■内容

内容は、大きく分けて、①クラブ活動、②マチノ先生プロジェクト、③クラブ横断型イベントの３つである。

①クラブ活動

クラブ活動には４つのタイプが存在し、これは発足の経緯の違いによって分類されている。アートプロジェクトの移管先としての「アート型クラブ」、実証実験の住民グループとしての「実証実験型クラブ」、事務局からしかけられて発足した「しかけ型クラブ」、そして住民からの発案が実現した「住人発案型クラブ」である。これらのクラブ活動はそれぞれによって活動頻度、場所、運営方法、参加者数などは異なる。

②マチノ先生プロジェクト

マチノ先生プロジェクトとは、まちの人（地域の住民やお店）が互いに交流し、仲良くなり、楽しいまちにしていくことが目的である。住民だけでなく、お店や企業も巻き込み、より楽しいまちづくり・地域の活性化を図っている。

またイベントはまちへの貢献や交流を目的としているため、参加費は実費、報酬はない。

③クラブ横断型

クラブ横断型の活動は、２つ以上のクラブをコラボレーションして行うプロジェクトであり、多くの活動を横に繋げることが目的である。

2009年度における活動の詳細を表3-18～3-21に示す。なお、2008年、2010年度については資料入手が不可のため、記載がないが、活動主体へのヒアリングでは、2010年の動きとして、②マチノ先生プロジェクトが活発化したことが挙げられた。

表3-18　まちのクラブ活動一覧

クラブメンバー数 （メールマガジン登録者数）	624名 （2010年○月現在）		
クラブの分類 （NPO支援センターちばによる）	22クラブ	アート型 アートプロジェクトの移管先としてのクラブ	4クラブ
		実証実験型 実証実験の住人グループとしてのクラブ	5クラブ
		しかけ型 クラブ事務局しかけ型のクラブ	5クラブ
		住民発案型 住民発案のクラブ	8クラブ
マチノ先生プロジェクト	住人編	店長編	合わせて11先生
クラブ横断型	全４回		

（出典：まちのクラブ活動2009報告書）

表3-19　クラブ活動一覧

クラブ活動	参加人数（約）	開催日	開催数・現在の有無＊1（約）		分類	発足日	調査＊2
マルシェクラブ	10	毎月第三土曜日	11回	●	アート型	2008/05/01	●
柏の葉はちみつクラブ	30	毎週土曜日	60回	○	アート型	2008/08/01	●
ピノキオクラブ	—	—	—	●	アート型	2007/11/01	●
柏の葉ピクニッククラブ	20	年に10回程度	10回	△	アート型	2007/05/01	
柏の葉エコクラブ	50	隔週1回程度	50回	○	実証実験型	2008/11/01	●
KFV、はじめての土いじりクラブ	30	隔週1回程度	50回	○	実証実験型	2008/08/01	
かしわ輪たく倶楽部	3	未定	—	×	実証実験型	2007/10～12	
柏の葉自転車クラブ	6	月1～2回	5回	○	実証実験型	2009/09/01	
柏の葉ネイチャーキッズクラブ	30	毎週土曜日	6回	○	実証実験型	2009/09/01	
ペタンククラブ	15	月1程度	4回	○	しかけ型	2009/07/01	
まちの記者クラブ	—	—	—	×	しかけ型		
We Love Todai Pips　クラブ	100	年に10回程度	10回	○	しかけ型	2008/12/01	
イトーセイホークラブ	4	—	1回	×	しかけ型	2007/07/07	
クラブハウスのお手伝いクラブ	15	月3回程度	20回	×	しかけ型	2009/06/01	
もっとカメラクラブ	10	月1～2回	5回	○	住民発案型	2008/11/01	
バンビクラブ→読み聞かせクラブ	50	隔週水曜日	20回	○	住民発案型	2009/05/01	
もっとセツヤクラブ	4	月1～2回	5回	×	住民発案型	200 9/10	
みんな一緒にリズミング♪クラブ	15	毎週金曜日	30回	○	住民発案型	2008/08/01	●
柏の葉タンゴクラブ	30	隔週1回程度	2回	×	住民発案型	2008/10/24	
ニイハオクラブ	20	月1回程度	2回	○	住民発案型	2008/11/23	
柏の葉フラダンスクラブ	20	月2回（隔週）	2回	○	住民発案型	2010/01/27	
ビーチボールクラブ	10	2週1回	—	○	住民発案型	2010/09	

出典：NPO支援センターちば2009事業報告書

＊1　●クラブ活動から独立したもの、○現在も活動をしているもの、△再開の可能性があるもの、×活動を終了したもの

＊2　アンケート調査を実施したもの

表3-20　マチノ先生・店長　一覧

分類		名前	内容	開催数（回）	開催日	参加人数（人）	対象	場所	調査
マチノ先生	1	石水美和さん	かぼちゃらんたんづくり	2	10/6・22	20	大人（子連れ可）	まちのクラブハウス	
	2	近藤緑さん	秋のほっこり和菓子教室 春を先取り！桜もちづくり ？	3	9/4 9/18 9/25	各20	大人（子連れ可）	まちのクラブハウス	
	3	武田光代さん	ぱそこん寺子屋塾	2	11/6・22	各4～5	大人		
	4	藤本貴子さん	大人のためのバレエエクササイズ	1	2010/02/04	4	大人	パークシティマンションワークスショップルーム	
	5	横村友紀さん	恋するマシュマロ	1	2010/02/11	22	子どもから大人まで	まちのクラブハウス	
	6	野村志津江さん	みんな一緒にリズミング♪クラブ					クラブ化	●
	7	楊嘉麗さん	ニイハオクラブ					クラブ化	
	8	佐藤憲子さん	柏の葉タンゴクラブ					クラブ化	
マチノ店長	1	関口久也さん	まちのお肉屋さんのクリスマスチキン教室	1	2010/12/06	24	子どもから大人まで		
	2	森小百合さん	キッズのためのパーティヘア＆前髪切り	毎月1回	2010/12/15	45	小さな子どもを持つ親	UDCK	
			乾燥季節のヘアケア講座（ヘッドマッサージ）		2010/01/19	5	大人	まちのクラブハウス	
			まちのカリスマ美容師による！ビューティ講座						
	3	相川多恵子さん	季節の茶会　～春編～						

出典：NPO支援センターちば2009事業報告書

表3-21　クラブ横断型イベント　一覧

内容	企画	開催日	参加人数（人）	対象	場所
キャンドルナイト	エコクラブ×クラブハウスのお手伝いクラブ	2009/06/26	10	子どもから大人まで	まちのクラブハウス
マチノ夏のおやつ祭り！	エコクラブ×クラブハウスのお手伝いクラブ×もっとカメラクラブ	2009/08/17	66	子ども	まちのクラブハウス
クリスマスキャンドルづくり	クラブ活動事務局×キャンドル花織工房	2009/12/23	16	子どもから大人まで	まちのクラブハウス
柏の葉でハロウィン！100人のお化け現る！	スタッフ	2009/10/30	139	親子	ららぽーと柏の葉 パークシティマンション 国際交流室 UDCK

出典：NPO支援センターちば2009事業報告書

⑶主催・協力・後援

基本的にはまちのクラブ活動事務局であるNPO支援センターちばが運営、UDCKと三井不動産レジデンシャルが協力となっている。

⑷組織・運営体制

2008年の組織・運営体制を図3-29、2009年以降の組織体制を図3-30に示す。三井不動産レジデンシャル㈱による受託業務として、NPO支援センターちばが企画から運営、コーディネートを行っている。NPO支援センターのスタッフがUDCKNおディレクターを兼ねており、UDCKとの連携はスタッフを通じて行われていることがわかった。

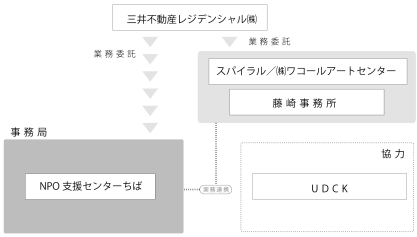


図3-29　2008年度組織・運営体制

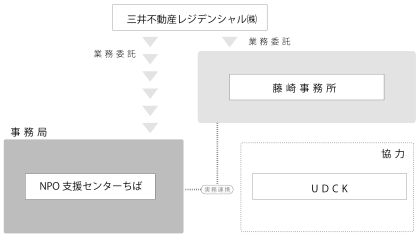


図3-30　2009年度以降組織・運営体制

⑸広報

広報活動は基本的にはメールマガジンで行っている。活動に応じてポスターやチラシの配布を行う場合もある。

⑹過去の参加者、活動エリア

■過去の参加者

過去の参加者の属性は不明であるが、現在のメールマガジン登録者の分布図を図3-31に示す。柏市北部・中部を中心に多くの参加が見られ、柏市以外の参加（特に流山市）からの参加も多いが、柏の葉キャンパス駅前の参加が特に目立つ。この分布図より、まちのクラブ活動が柏の葉周辺地域を核としながらも、他の地域にも開けた存在であることがわかる。

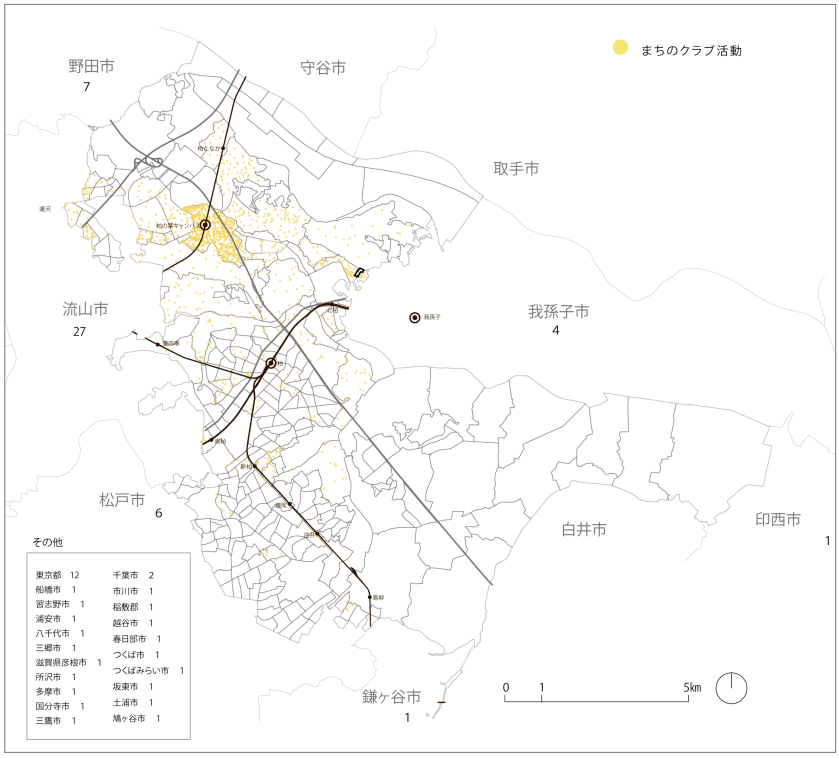


図3-31　まちのクラブ活動メルマガ登録者分布図

■活動エリア

活動エリアは主にUDCK、KFV、パークシティ１番街のコミュニティルームを利用している。
しかし、コミュニティルームはマンション住人以外は入れない（マンション住民の鍵が必要）ため、その利用には限度がある。まちのクラブ活動の拠点としては、柏の葉フューチャービレッジがメインとなっている。

・柏の葉フューチャービレッジ（KFV）まちのクラブハウス

UDCKから300m程歩いた場所に、敷地面積約1000㎡で建設されている。デッキの上に配置された低層のオフィスと花や緑の豊かな環境の中に、「三井不動産株式会社　柏の葉事務所」、住民や学生、NPOなどが活動する「まちのクラブハウス」、「キッチン会議室」、柏医師会・国立がんセンターが運営する「がん患者・家族総合支援センター」、藤崎が運営している地域市民のためのクラブ「はじめての土いじり」の菜園などが配置されており、まちのクラブ活動の拠点施設とっている。しかし、マンション建設のための現場事務所であり、開発が終了するまでの仮説の建物となっている。

写真3-27　KFV外観1

写真3-28　KFV外観2

写真3-29　まちのクラブハウス内観1

写真3-30　まちのクラブハウス内観2

写真3-31　キッチン会議室

写真3-32　がん患者・家族総合支援センター

写真3-33　菜園

写真3-34　エディブルガーデン

（写真3-24～31　出典：株式会社藤崎事務所HP：http://www.fujifuji.org/gallery/kfv.html）

⑺活動の様子

写真3-35　今昔写真展

写真3-36　お肉屋さんの料理教室

写真3-37　お肉屋さんの料理教室

写真3-38　お花屋さんの寄せ植え教室

写真3-39　ハロウィンパーティ

写真3-40　ネーチャーキッズツアー

写真3-41　手芸サロン

写真3-42　ブルーベリー摘み体験

（写真提供：NPO支援センターちば）

⑻これまでの成果と今後の課題

活動主体へのヒアリング[11]からわかる成果として、多くの活動を通して、UDCKやまちづくりを知ってもらう入り口をつくれたという意見が聞かれた。UDCKが行っている先進的な取り組みと、地域の市民・住民を繋げる役割を果たして来たことで、地域に根付く第一歩となる。活動の運営においても、市民・住民が関われるしくみを設け、参加者から「去年とは全然違う、人が育ってきている」という意見がきかれたことがわかった。さらには、活動に参加していない人に対しても、このような活動が地域にあるということを発信していきたいと考えていることがわかった。これは、活動している人が楽しければ良いだけの場所ではなく、普段は活動に参加しない人でも、いざというときに頼りにできる場所である必要性を考えていることによる。

また課題として、活動の輪が広がってきたことで、顔が見えない規模になってきたことが挙げられた。NPOの事務局だけで全ての活動を回していくには限界があるため、地域の市民・住民をうまく巻き込むこと、その方法を考えていくことが大切だとわかった。また、KFVの閉鎖に伴うその後の活動拠点について、現在検討されている。現在は新しく建設されるマンションの1階部分にNPO支援センターの事務所を兼ねたコミュニティルームを設け、拠点とする動きが出ている。拠点が移った後のUDCKとの拠点連携の方法についてが課題となる。

---

[11] 宮奈由貴子氏、斉藤氏によるヒアリングより

3.3　活動の実態調査

3.3.1　調査概要

3.2で取り上げた活動の参加者への意識調査として、アンケート調査を実施した。アンケート配布期間は2010年10月6日から2010年12月4日までの約2ヶ月に渡り各活動で配布した。（表3-22）

まちづくりスク―ルとカレッジリンクは、2010年のプログラム参加者に対し実施したため、プログラム終了後の時間に行ない、当日回収した。ピノキオプロジェクトとマルシェ・コロールについては2010年におけるリーディングメンバー、出店者に対して郵便で送付した。まちのクラブ活動につては調査期間中に著者が参加できる活動を選択し、手渡しで配布した。活動主体によって、協力方法が異なるため、活動間の配布方法に違いがあることをここで明記する。

表3-22　調査概要

対象者	配布期間	回収日	対象人数（人）	回収数（人）	回収率（%）
まちづくりスク―ル 2010年受講者（最終日参加者）	2010/10/06	2010/10/06	27	23	85
カレッジリンク 2010年受講者	2010/12/04	2010/12/04	25	25	100
ピノキオプロジェクト2010　参加者（保護者）	2010/12/04	—	29	29	100
マルシェ・コロール 2010年における出店者	2010/11	—	74	41	55
まちのクラブ活動 2010年の活動参加者一部	2010/11 数回に渡って配布	—	89	44	49
合計	—	—	244	162	66

3.3.2　調査内容（各活動のアンケート結果については巻末の参考資料を参照）

調査内容は（表3-23参照）⑴対象者属性、⑵活動そのものについて、⑶UDCKやその他活動拠点について、⑷まち・まちづくりについての4つの分類で質問項目を作成した。個々の活動により、わずかに質問項目数が異なるが、3.3.3で記載した集計結果では、全部で44項目の結果を記載している。

表3-23　アンケート調査項目

分類		内容
(1)	参加者の属性	1 性別 2 年齢 3 就業状況 4 住んでいる地域 5 UDCKまでの交通手段 6 居住の時期 7 居住の理由
(2)	活動について	8　これまで柏の葉以外で行っているまちづくり活動などに参加したことがあるか 9　活動を知った理由 10　ポスターやチラシをどこで見たか 11　参加しようと思ったきっかけ 11.1　まちづくりに興味が合ったから 11.2　UDCKの活動に興味があったから 11.3　活動内容に興味があったから 11.4　気になる講師・先生・アーティストなどがいたから 11.5　知人に誘われたから 11.6　何か活動がしたいと思ったから 12　参加の目的 12.1　まちづくりに対する意識を高める 12.2　まちづくりについて誰かと議論する 12.3　まちを良く知り、深く考える 12.4　テーマについて知識を高める 12.5　テーマについて誰かと議論する 12.6　地域の情報を得る 12.7　同じ趣味・興味を持つ人のコミュニティをつくる 12.8　地域のコミュニティをつくる 13　満足度 14　難易度 15　参加して面白かった・興味を持ったもの 16　参加費 17　時間 18　プログラムの回数 19　今後の参加意欲 20　活動のまちづくりの中で担う役割 21　まちづくりにおける活動の重要性 22　22で重要である理由
(3)	UDCKについて	23　これまでの認知度 24　これまでの利用頻度 25　2で利用経験ありの人：これまでの利用目的 26　2で利用経験なしの人：利用への興味 27　活動参加後のUDCKの認識の変化 28　5で変わったと答えた人：どのように変わったか 29　UDCKに期待する機能 30　UDCKのイメージ 31　他の活動の存在認識 32　9で知ったと答えた人：何で知ったか 33　他の活動への参加意欲 34　参加したい項目 35　12で選択した理由
(4)	まち・まちづくりについて	36　まちの満足度 37　まちづくりの主体 38　まちづくりの定義 39　活動前のまちづくりへの参加意識度 40　活動後のまちづくりへの参加意識度 41　まちづくりへの意識変化 42　まちづくりへの主体的な参加意欲 43　7で主程的な参加意欲のある人：どういう参加がしたいか 44　まちづくりの興味がある分野

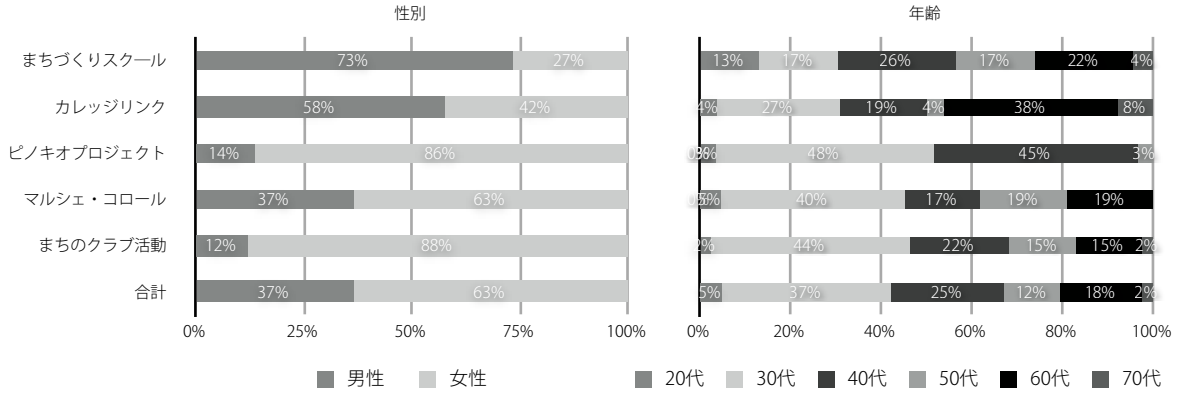
3.3.3　調査結果

⑴対象者の属性

1・2　性別と年齢

男女比は37：63で約6割が女性であることがわかった。まちづくりスクールやカレッジリンクの学習プログラムには半数以上が男性であり、その他3活動については女性の参加が多い。テーマの問題も大きく関係するが、ピノキオプロジェクトやまちのクラブ活動は比較的母親の参加が多い事が女性の割合を高めている。

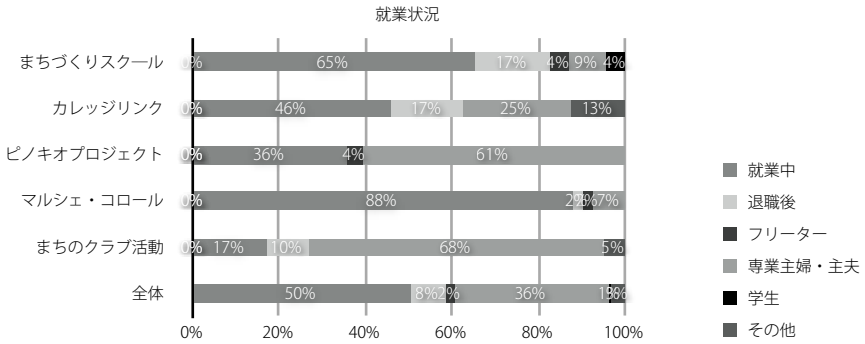
年齢については、30代が一番多く37％であった。年齢が高まるにつれて、比較的数値が下がっていることがわかる。このことは、柏の葉地域に住む世代が若い人が多いことも考えられるが、一方で学習系の2活動については年配の層の参加も多く、カレッジリンクについては60代の参加者が多いことがわかった。定年退職後の活動として、参加する人が多いことが予想できる。



3　就業状況について

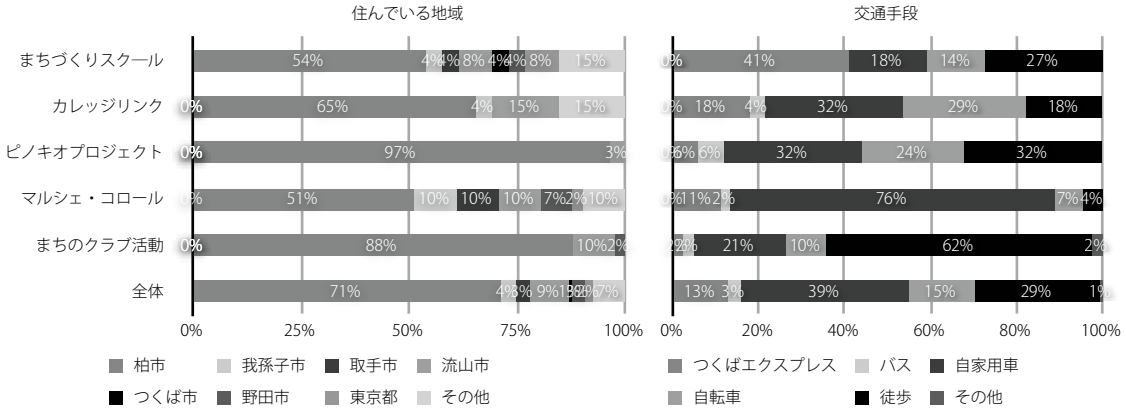
全体としては就業中の人が約半数と多かった。年齢別による分析に予想されたように、学習系の活動は退職後の参加が他の活動と比較して多いことがわかった。また、ピノキオプロジェクトとまちのクラブ活動が専業主婦の参加が多いことも明らかとなった。

さらに、まちづくりスクールは毎年学生の参加も多く、今回の調査では顕著には現れなかったが、前節で学生の参加の多さも挙げている。



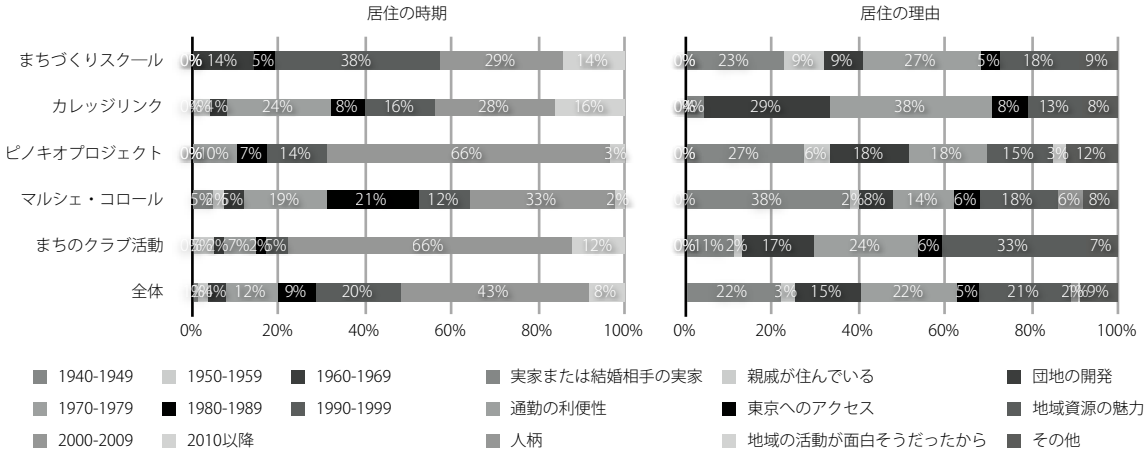
4・5　住んでいる地域とUDCK（活動場所）までの交通手段）

住んでいる地域は全体の7割が柏市から参加していることがわかった。特にピノキオプロジェクトとまちのクラブ活動は柏市からの参加が多く、交通手段別で見ても自転車・徒歩圏内が多いことがわかる。また、マルシェは対象地域を柏市周辺5市としており、マルシェ参加時は荷物も多いことから自家用車で参加することが多いことがわかる。また、学習系の2つはチラシをTX沿線に出していることにより、TX利用者が多いことがわかる。このように、広報活動によって大きく参加者の属性に影響が出ることが明らかである。



6・7　居住の時期と居住の理由

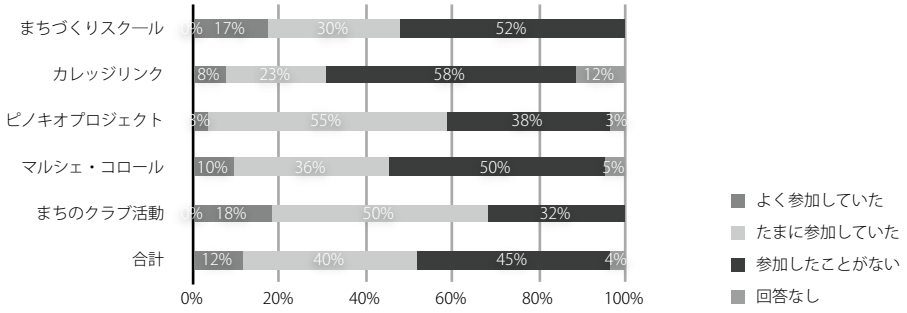
居住の時期は全体的には1990年から1999年が多いことがわかった。これは、柏の葉周辺の開発と同時に引っ越したことによる。居住の理由としては、意見が分かれたが、通勤の利便性や地域資源の魅力を理由としている人が多い。



⑵　活動について

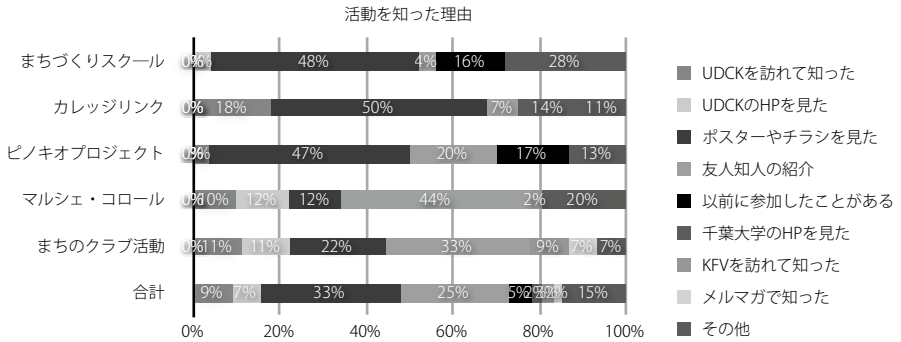
8　これまでの柏の葉以外で行っているまちづくり活動への参加経験

- これまでにまちづくり活動に参加したことがあると答えた人は全体で52％と約半数であった。



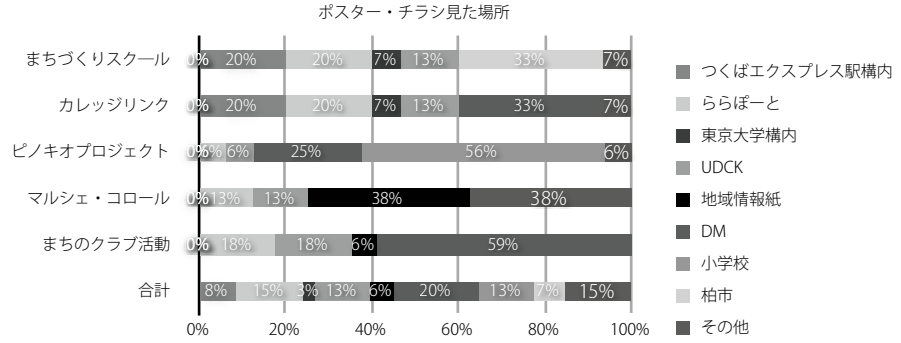
9　活動を知った理由

- まちづくりスクールとカレッジリンクはポスターやチラシから活動を知った人が多く、「何かしたい」という意識が高く、自ら調べることが多い。ピノキオもポスターやチラシによって知った人が多いが、これは小学校へのチラシの配布が効果的だと考えられる。
- マルシェやクラブ活動は特に口コミの広がりが強い。



10　9で「ポスターやチラシを見た」という人がどこで見たか

- まちづくりスクールは行政から来ている人も多いため、柏市の回答が多い。
- ピノキオは小学校のチラシが多いことがわかるが、ポスティングによる効果も大きい。
- マルシェのその他が多い理由は、NPO支援センター千葉の営業によるものも考えられる。
- クラブ活動はポスティングが圧倒的に多い。
- 全体を見ると、バランス良く分かれているものの、ポスティングによる効果が20％と一番高い。



※その他　・柏市　・柏の葉パークシティ内

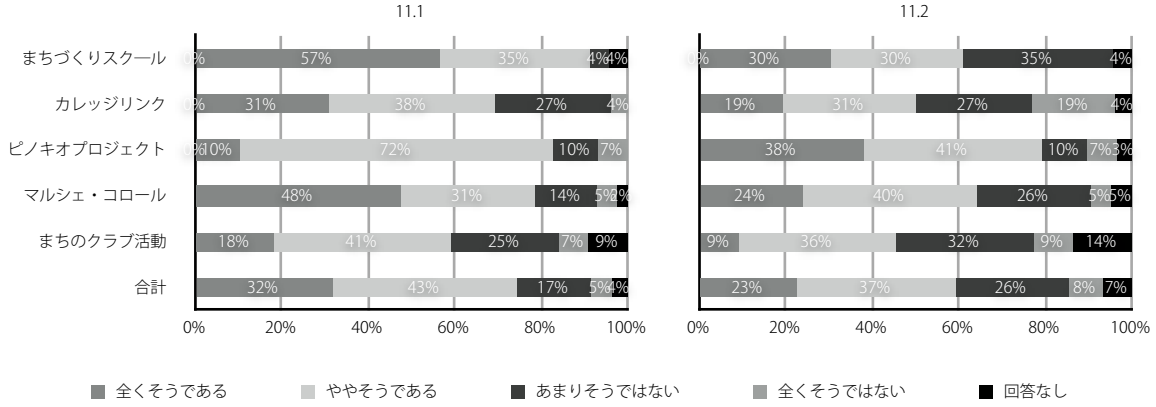
11　参加しようと思ったきっかけ

11.1　まちづくりに興味があったから

全体的に全くそうである、ややそうであると答えた人は75％と非常に高く、その中でもまちづくりスクールはまちづくりという名前が入っている活動だけに、92％の人が興味があると答えている。また、ピノキオ、マルシェ、まちのクラブ活動に関してはアンケートの回収方法による影響（返信してくれた）も大きいと考えられる。

11.2　UDCKの活動に興味があったから

- 全体的に全くそうである、ややそうであると答えた人は60％と高めである。
- まちのクラブ活動が他の活動と比べて低めな理由として、活動拠点がUDCKよりもKFVがメインであることが考えられる。また、カレッジリンクについても、千葉大学での講義・実践が多いため、クラブ活動と同じ要因が考えられる。

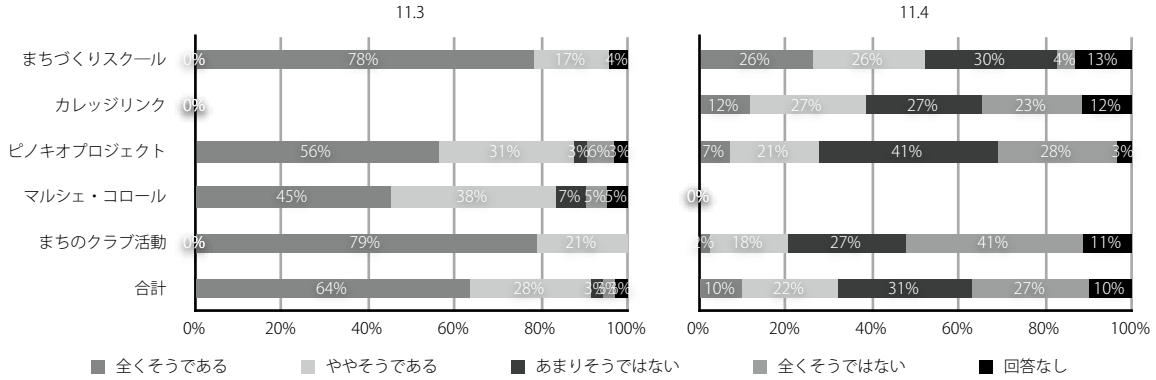


11.3　活動内容に興味があったから

- 全体的に全くそうである、ややそうであると答えた人は92％と高く、内容に興味がなければ参加しないということが明らかである。

11.4　気になる講師・先生・アーティストなどがいたから

- 全体的に全くそうである、ややそうであると答えた人は32％と少ない。講師や先生についての詳しい情報を頼りに活動に参加する人は少ない。
- しかし、まちづくりスクールでは約半数の人が全くそうである、ややそうであると答えており、スクールというだけあり、講師に期待して来る人が多いことがわかった。また、学生の参加も多いため、ネームバリューのある人に集まる傾向がある。（ヒアリングによる）



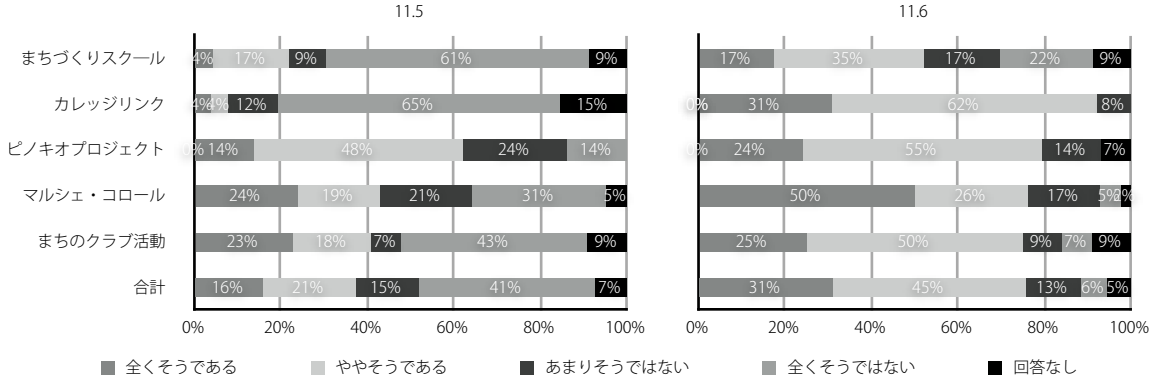
※カレッジリンクは項目忘れにより、回答なし　　※マルシェは対象となる人がないため、回答なし

11.5　知人に誘われたから

- 全体的に全くそうである、ややそうであると答えた人は37％と少ない。特に、まちづくりスク―ルとカレッジリンクについては、知人に誘われて気軽に参加し難いことがわかる。この原因としては、２つのことが考えられ、一つ目は両者とも数回に渡るプログラムであり、全部の回に参加できないともったいないという理由から、参加に抵抗があること、またもう一つはカレッジリンクの受講には小論文の提出が義務づけられており、敷居の高さを感じる人が多いことが考えられる。（ヒアリングによる）

11.6　何か活動がしたいと思ったから

- 全体的に全くそうである、ややそうであると答えた人は76％と高い。特に、カレッジリンクについては、92％に及ぶ。
- まちづくりスク―ルとカレッジリンクは同じ市民講座であるのに対し、前者52％、後者92％と大きく差が開けた理由として、まちづくりスク―ルは行政からの参加も多く、活動意欲というよりは市民と協働のまちづくりや産学連携のまちづくりの時代における義務感が強いことが考えられる。



【その他】（個々のアンケート結果参照）

・カレッジリンクのみ：千葉大学の活動に興味があったから

・マルシェのみ：普段とは違うお客さんに商品を提供できる良い機会だから

・ピノキオのみ：子どもが参加しているから

・まちのクラブ活動のみ：クラブ活動に興味があったから

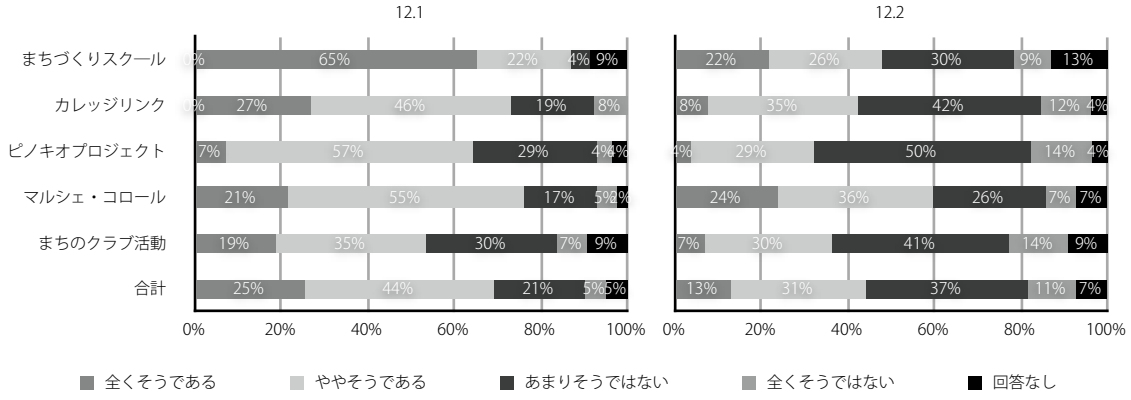
12　参加の目的

12.1　まちづくりに対する知識を高める

- 全体的に全くそうである、ややそうであると答えた人は69％と高い。参加のきっかけと同様に、まちづくりスク―ルは特に87％と高いことがわかった。

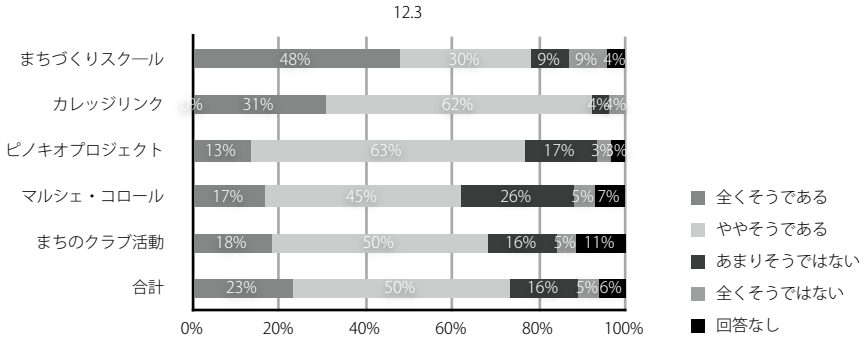
12.2　まちづくりについて誰かと議論する

- 全体的に全くそうである、ややそうであると答えた人は44％と約半数である。
- マルシェにおいては他の活動と比較して60％と高めである。この理由は商品を売ることが主目的ではなく、「みんながつくるみんなのマルシェ」をコンセプトに、みんなでつくる、ということをチラシや出店者の契約書にも書かれているなど、運営者側が大きくアピールしていることが考えられる。



12.3　自分の住むまちについてよく知り、深く考える

- 全体的に全くそうである、ややそうであると答えた人は73％と高い。特に、カレッジリンクについては、92％に及ぶ。これは、カレッジリンクが地域に根ざしたカリキュラムであり、それについて学習・実践するプログラムであることが要因と考えられる。



12.4　テーマについて知識を高める

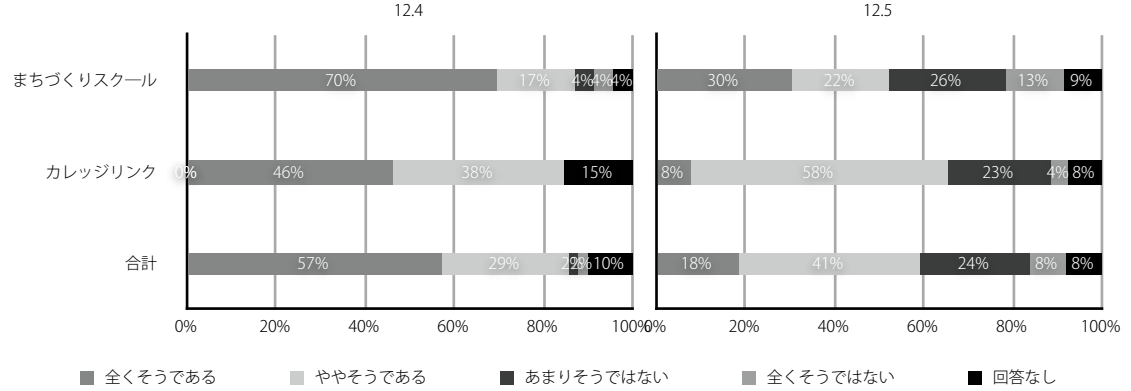
※まちづくりスクールとカレッジリンク以外は、適さない質問項目であるため回答なし

- 全体的に「全くそうである、ややそうである」と答えた人は86％と高い。特に、カレッジリンクについては、まちづくりスクールに比較して、「全くそうである、ややそうである」と答えた人はわずかに少ないものの、「あまりそうではない、全くそうではない」と答えた人は0％である。

12.5　テーマについて誰かと議論する

※まちづくりスクールとカレッジリンク以外は、適さない質問項目であるため回答なし

- 全体的に「全くそうである、ややそうである」と答えた人は59%とやや高く、ワークショップや質疑応答のプログラムに参加したいという意識があることがわかる。



12.6　地域の情報を得る　※まちづくりスクール、カレッジリンクは項目なし

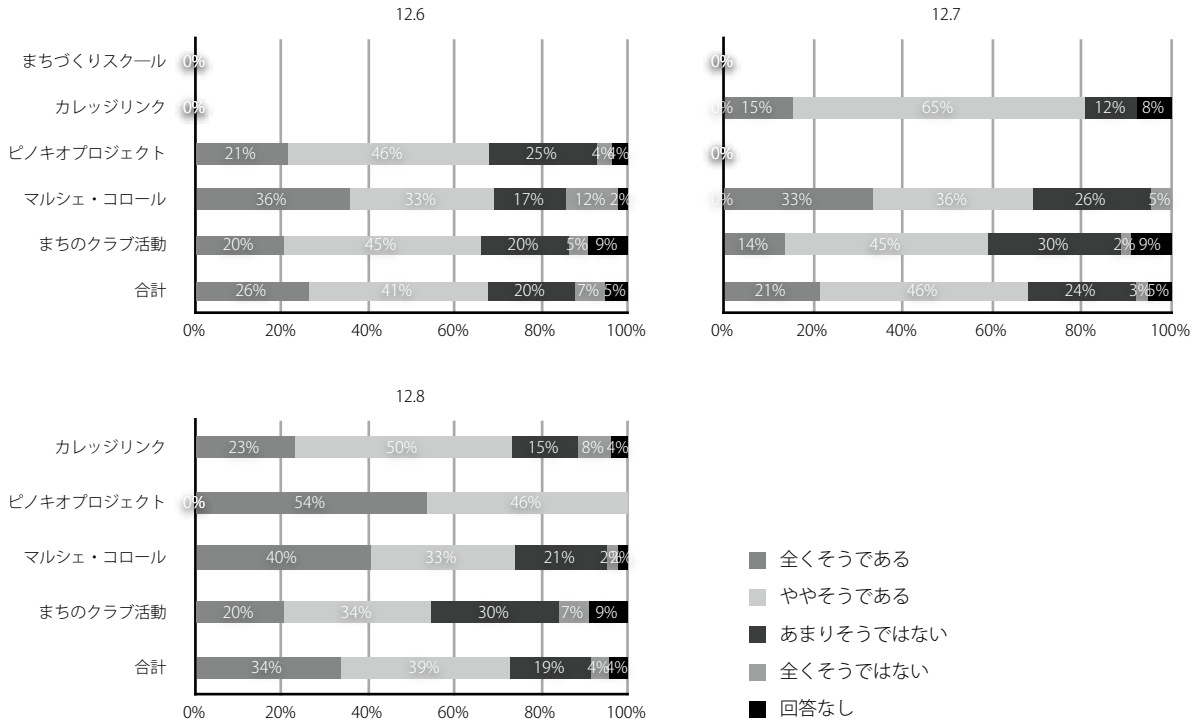
- 全体では「全くそうである、ややそうである」と答えた人は67％であり、高めである。その中でも、マルシェは「全くそうである」と答えた人が比較的多く、これは商売をする上で、地域の情報がほしいことによると考えられる。

12.7　同じ趣味・興味を持つ人のコミュニティをつくる　※まちづくりスクールとピノキオプロジェクトは項目なし

- 全体では「全くそうである、ややそうである」と答えた人は67％であり、高めである。特に、カレッジリンクは一番多く、退職後に会社の「社縁から地縁、地縁から知縁コミュニティ」を求めて参加したという声も聞かれた。[12]

12.8　地域のコミュニティをつくる　※まちづくりスクールは回答なし

- 全体では「全くそうである、ややそうである」と答えた人は73％であり、高めである。特に、ピノキオについては100％であり、ピノキオには「地域で子どもを育てる」というコンセプトも含まれているため、地域ということに対する意識が強いことが考えられる。また、回答者が保護者であったことも、要因である。
- また、まちのクラブ活動が比較的 「全くそうである、ややそうである」と答えた人が少ない。



【その他】（個々のアンケート結果参照）

・カレッジリンクのみ：テーマについて深く考える

・ピノキオのみ：地域で子どもを育てることに興味があった

・まちのクラブ活動のみ：地域の人と交流する

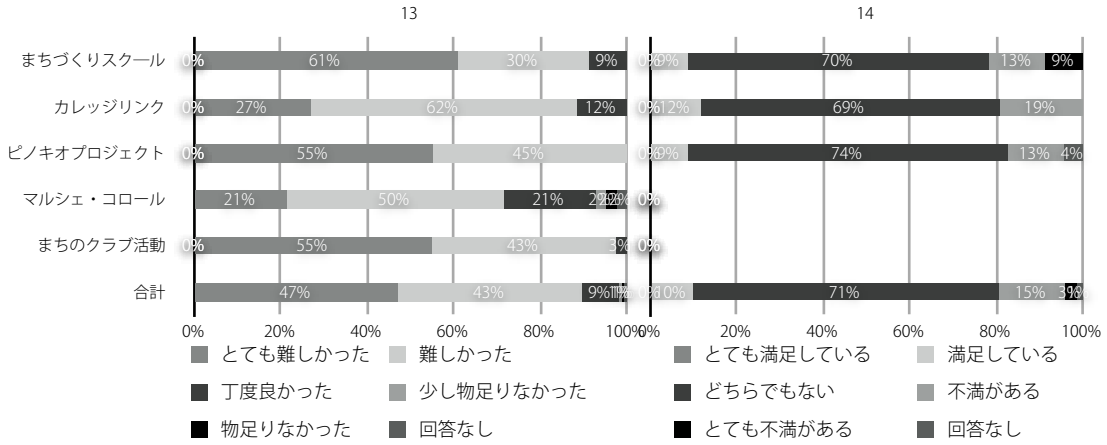
12 鴫浜氏によるヒアリングより

13　満足度

- 全体的に「とても満足している」「満足している」と答えた人は全体の90％と高い。アンケート協力者のため、満足度の高い結果となったことも考えられるが、様々な活動の幅があることで多くの人の満足度を上げることができると考えられる。また、全体で見るとマルシェ・コロールは上記の２項目が少ない理由として、運営側の当日の段取りや出店場所の変更が頻繁にあることが挙げられた。[13]

14　難易度

- 全体的に「丁度良かった」と答えた人は71％であり、この結果はどの活動においても差はあまりみられなかった。



15　参加して一番面白かった・興味を持ったもの

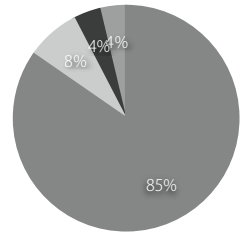
- 学習系のプログラムであるまちづくりスク―ルとカレッジリンクの回答の差が大きく見られる。しかし、まちづくりスク―ルは年によってプログラムが変わり、今回は座学が中心だったことから「講師による講義、座学」が一番多い結果となったが、過去の参加者へのヒアリング[14]によると、ワークショップが印象的だった、一番楽しかったと言う声が聞かれた。また、運営者へのヒアリングによると、4章で詳しく述べるが、ワークショップを行うことで、最初は消極的だった参加者が徐々に熱心に参加するようになり、最終的にはまちづくりスク―ルの前後に集まってミーティングをするチームが出てくるほどであったということがわかっている。
- カレッジリンクは講師から学んだことを実践する試みが続けられており、身体を使って学ぶことの楽しさを感じている人が多いことがわかった。
- ピノキオプロジェクトもワークショップが多かった。実践から学ぶことの楽しさを挙げる人が多いことが明らかとなる。また、ピノキオプロジェクトでは「参加者同士の交流、コミュニティづくり」を挙げている人も約4分の1いることがわかった。
- マルシェ・コロールとまちのクラブ活動では「活動を通じて出会った人との交流・コミュニケーション」を挙げている人が約6割いることがわかり、交流事業として参加者にも運営者側の意図が伝わっているということがわかった。

---

13 マルシェアンケート集計参照（巻末資料）

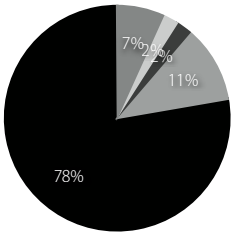
14 まちづくりスク―ル経験者へのヒアリング（7名）参照

・まちづくりスクール



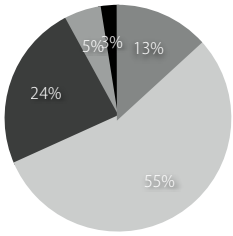
講師による講義、座学
質疑応答
参加者同士の交流、議論
懇親会

・カレッジリンク



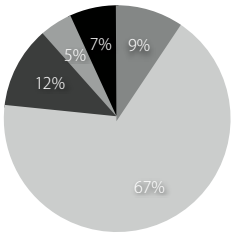
講師による講義
質疑応答
参加者同士の交流や議論、ワークショップ
配布資料
実践

・ピノキオプロジェクト



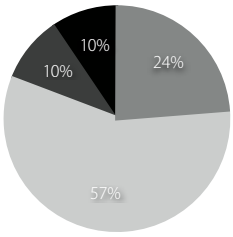
アーティストとの交流
ワークショップ
参加者同士の交流、コミュニティづくり
懇親会
回答なし

・マルシェ・コロール



活動そのものによって得た知識、技術など
活動を通じて出会った人との交流、コミュニケーション
活動を通じて知った地域の情報
その他
回答なし

・まちのクラブ活動



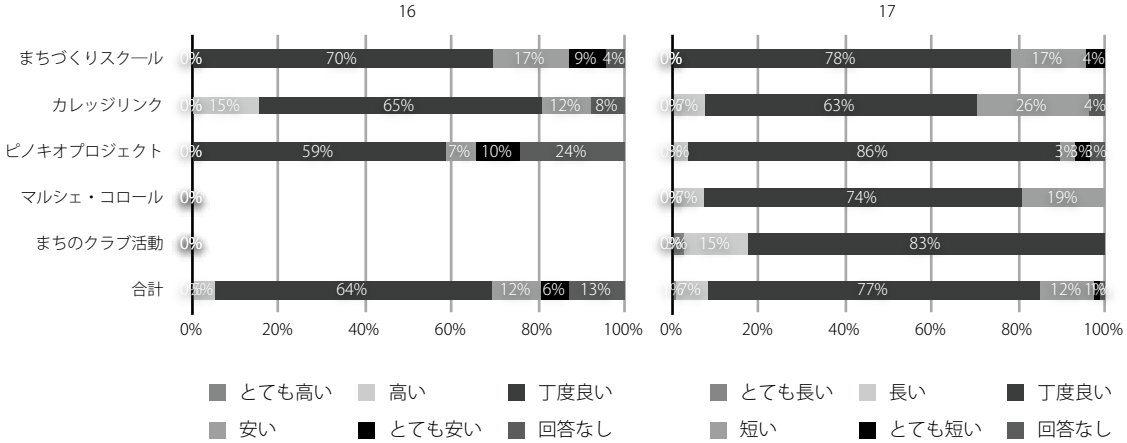
活動から得た知識・技術
活動を通じて出会った人との交流
活動を通じて知った地域のこと
その他
回答なし

16　参加費

- 全体的に「丁度良い」と答えた人が多く、高いと感じている人は少ないことがわかった。カレッジリンクの参加費は1万円から1万5千円であり、他の活動と比較すると唯一「高い」と答えた人がいたが、全体の15％であり、殆どの人が高いと感じていないことがわかった。

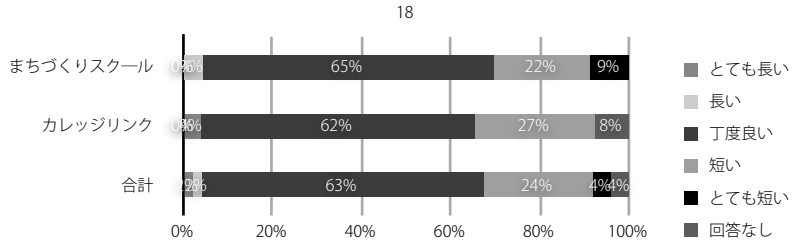
17　1回の時間

- 全体的に「丁度良い」と答えた人が77％と多かった。



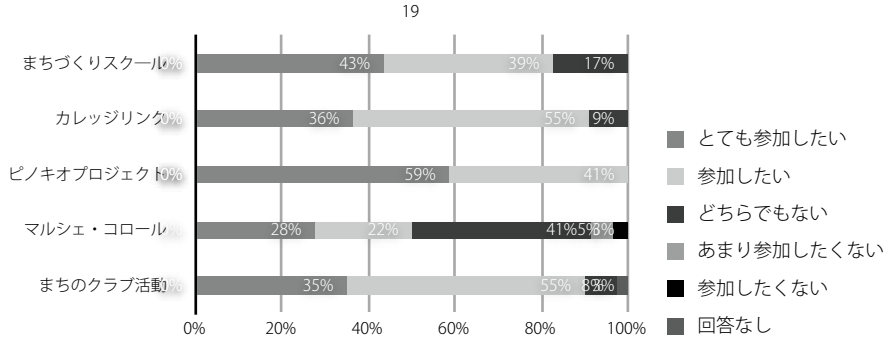
18　講義プログラムの回数

- 全体的に「丁度良い」と答えた人が多いが、短いと答えた人が24％いることから、全体のプログラムがやや少ないことがわかった。



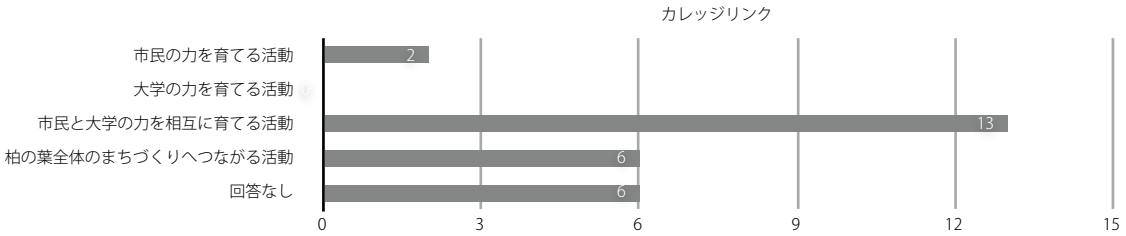
19　今後の活動参加意欲

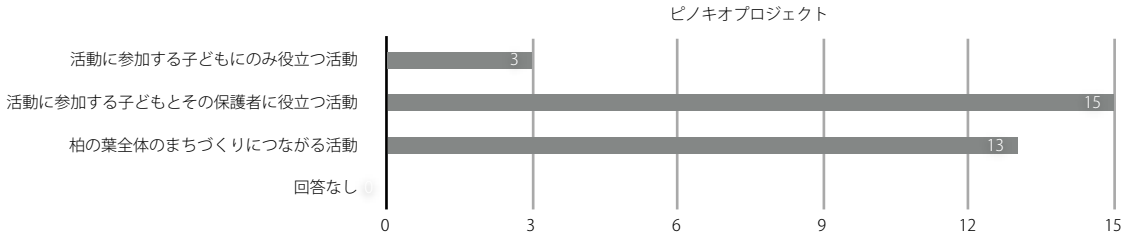
- 全体的に「とても参加したい」「参加したい」と答えた人が90％と多く、リピーターとしての参加が期待できる。マルシェ・コロールのみ、「どちらでもない」と答えた人が多く、要因としては参加の感想と同様に、他の活動に比較して不満点が多く挙げられることが考えられる。

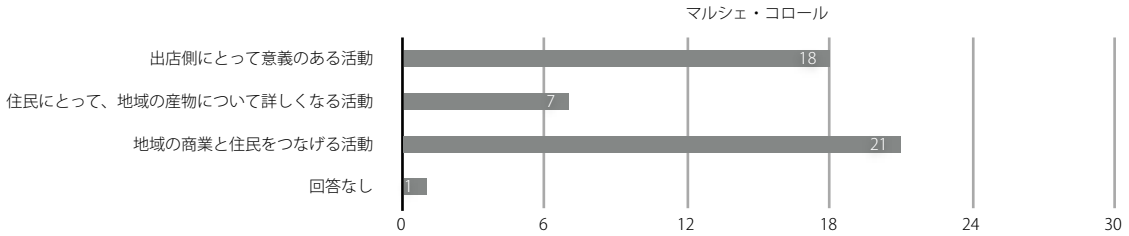


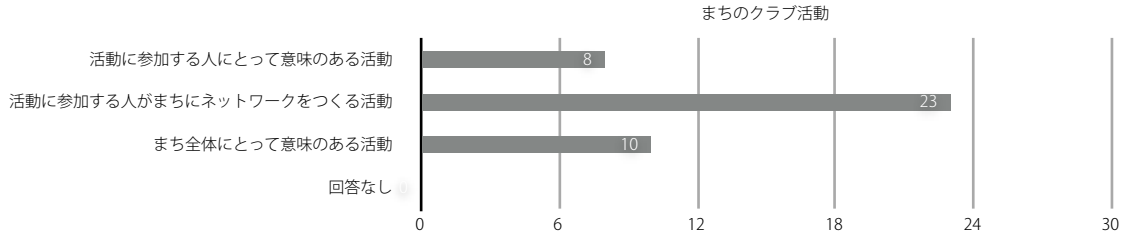
20　各々の活動が柏の葉のまちづくりの中で担っている役割（※まちづくりスク―ルなし）

- カレッジリンク：「市民と大学の力を相互に育てる活動」と答えた人が一番多く、「柏の葉全体のまちづくりへつながる活動」と答えた人は全体の約20％と少なかった。
- ピノキオプロジェクト：「活動に参加する子どもとその保護者に役立つ活動」と答えた人が一番多いが、次いで「柏の葉全体のまりづくりにつながる活動」と答えた人が約40％いることがわかった。
- マルシェ・コロール：「地域の商店と住民を繋げる活動」と答えた人が一番多く、交流に対する意識が高いことがわかったが、次いで「出店側にとって意義のある活動」と答えた人が多く、商店側のメリットに繋がっていることがわかった。
- まちのクラブ活動：「活動に参加する人がまちにネットワークをつくる活動」と答えた人が多く、地域のネットワークへの意識が高いことがわかった。



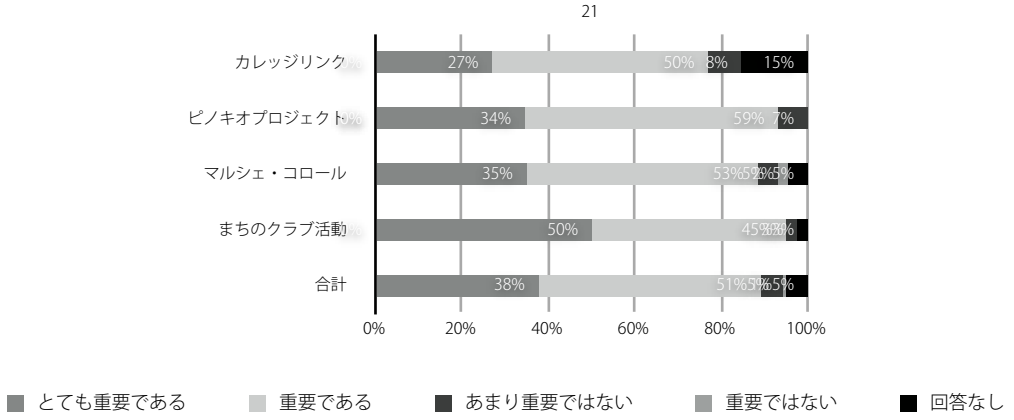






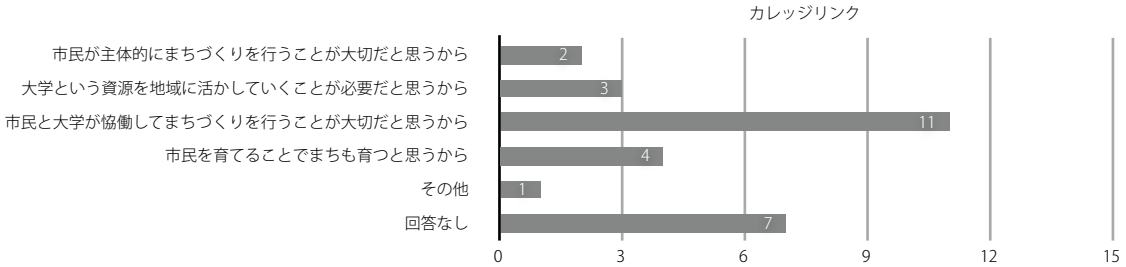
21　各々の活動の柏の葉のまちづくりの中における重要性

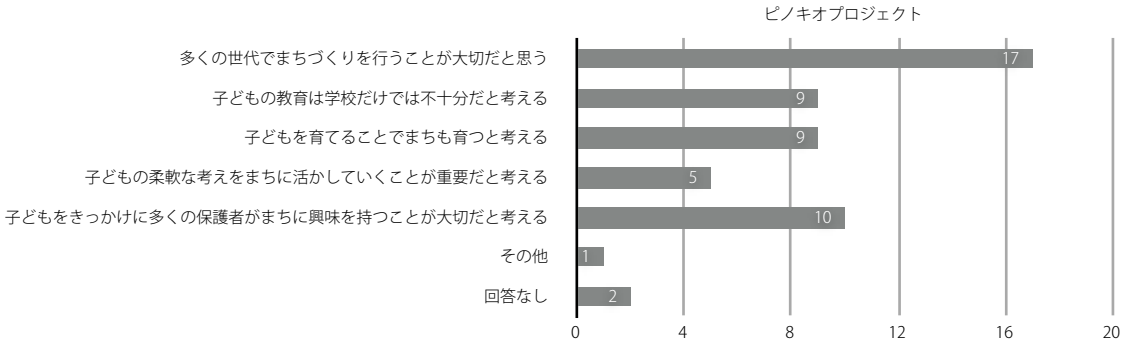
- 全体的に「とても重要である」「重要である」と答えた人が89％と多く、各自の活動が地域のまちづくりと繋がっているということを認識している人が多いことがわかった。

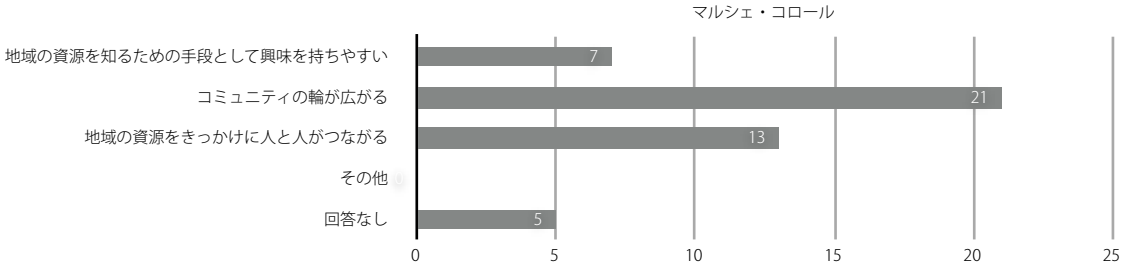


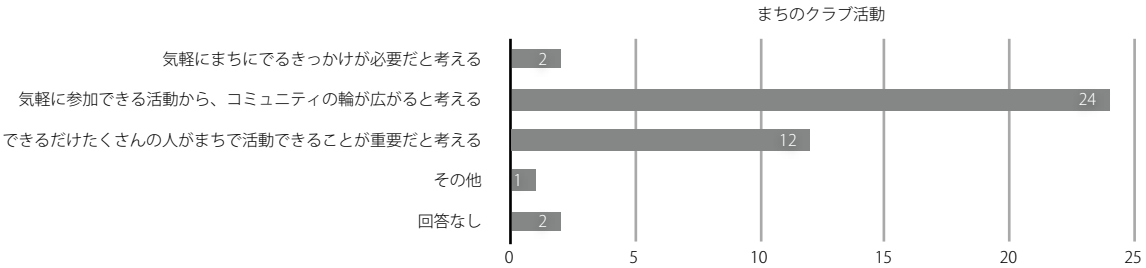
22　21で「とても重要である、重要である」と答えた人：理由

- カレッジリンク、ピノキオプロジェクトの結果からわかることは、参加者にとって大切というよりも地域のまちづくりを意識した回答「市民と大学が協働してまちづくりを行うことが大切だから」「多くの世代でまちづくりを行うことが大切だと思うから」が注目すべき点である。
- マルシェ・コロールとまちのクラブ活動においても、「コミュニティの輪が広がる」と答えた人が多く、地域のコミュニティのネットワークを強く意識していることが明らかとなった。







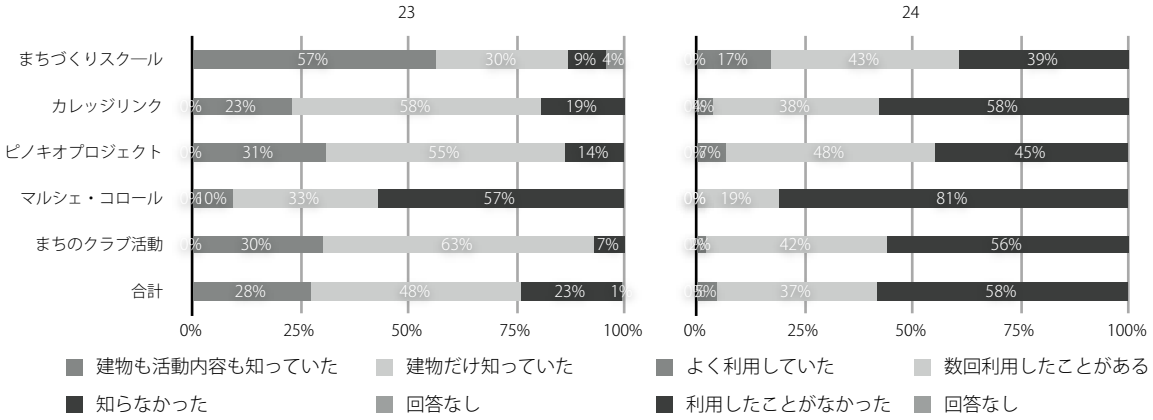


⑶UDCKについて

23　活動に参加するまでのＵＤＣＫの認知度

24　活動に参加するまでのUDCKの利用頻度

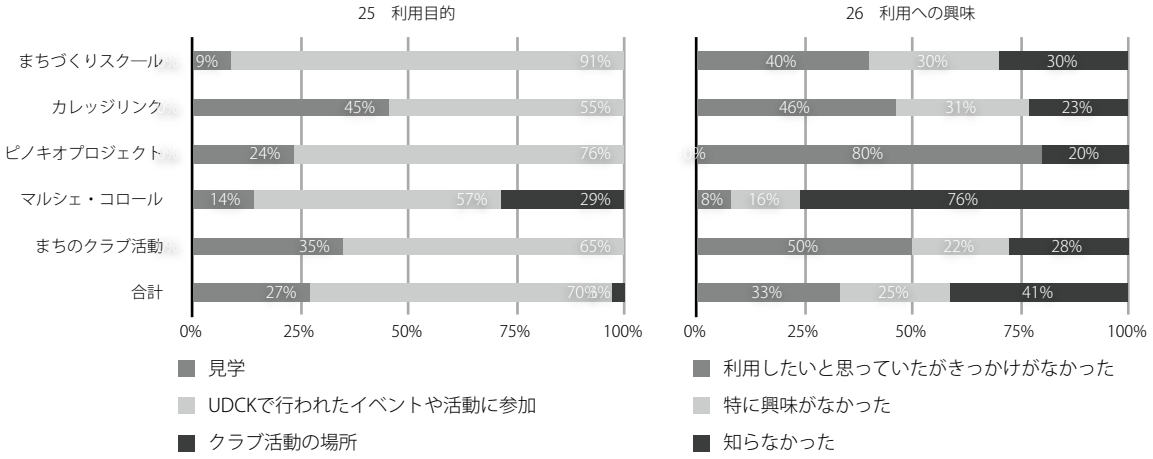
- 活動に参加する前の認知度は76％と高く、中でも建物のみを知っていたという人が多かった。柏の葉キャンパス駅前という立地条件が大きな要因と考えられる。マルシェ・コロールの参加者の認知度は低く、参加者が自転車や徒歩圏にないことから、マルシェをきっかけに知る人が多いことがわかる。これらのことから、平屋で駅前に立地しているという条件が周辺住民にとって、存在を意識し易くすることが考えられる。
- 利用頻度については利用したことがあると答えた人は全体の42％と半数以下であり、認知度同様、マルシェ・コロールの参加者からは利用が少なかったことがわかる。



25　24で「利用したことがある」と答えた人：利用目的

26　24で「利用したことがない」と答えた人：利用への興味

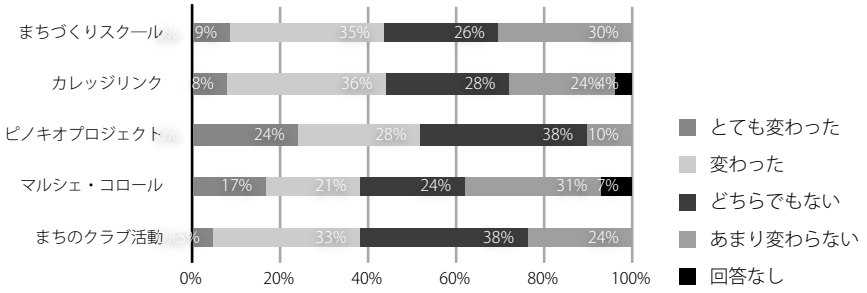
- 過去に利用したことがあると答えた人はイベントや活動の参加者であることがわかった。しかし、3分の1は見学と答えた人がいることがわかり、特にカレッジリンクの参加者が見学と答えた割合が高く、この要因としてはカレッジリンクの受講中にUDCKにを紹介し、気軽に見学できることを受講者に伝えていることが考えられる。
- 利用した事がないと答えた人は、その存在を知らなかった人が全体の41％であったことがわかった。



27　活動参加後のUDCKへの認識の変化

- 全体的に「とても変わった」「変わった」と答えた人が42%とやや多く、どのように変わったかという要因については問28で様々な意見が挙げられるが、「活動内容がわかった」というような認知度に対するものや「より身近になった」という親近度がわかる回答が多かった。

27



28　27で「変わった」と答えらた人：どのように変わったか

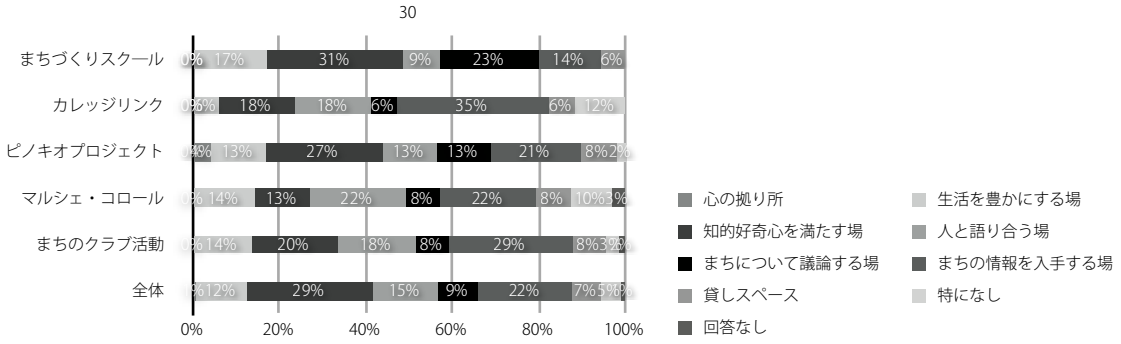
存在の認知・興味に関するもの	・そんなものがあるんだなぁと驚いた ・存在を知った ・存在を知らなかったので ・まちづくりに機能する施設と認識した。でも、何となく「ふつうの人は入り難い」難しそうなイメージを感じてしまった。 ・何も知らなかったので
存在の身近さに関するもの	・身近になった、いづれ参加したいと思う様になった ・身近で自分も参加できると思った ・活動内容が知らなかったということがあるが、話を聞いてみ身近に感じる様になったこと ・身近な存在になった。 ・ららぽーとへ行く度に覗いてみるようになった。 ・身近になった。利用したいと思った。 ・より身近なものになった
参加のし易さに関するもの	・より身近になった。 ・ホームページで調べ積極的に参加するようになった ・イベントに参加し易くなったかも ・今後もイベントをチェックして、参加してみたいと思った ・色んなイベントに参加したいなと思いました。
内容の認知・興味に関するもの	・親子で参加できるプログラムはこの先大切だと思い、UDCKの存在が嬉しい。 ・どんなことを行っている場所かわかった ・何をやっているのか不明だったが、足を運ぶにつれてやっている事や目指しているのがわかるようになった。 ・知らなかったので、まちづくりのための情報発信をしていることを知り、その内容が高度な気がした。 ・色々な事をすることがわかり、気にかけるようになった。 ・とても活動が充実している ・おぼろげながら、内容が徐々に解りつつある
まち・まちづくりに関するもの	・柏の葉のまちづくりに対する考え方が変った ・まちづくり、ひとづくり、交流づくり
その他	・柏の葉地域での有効性 ・よい方向 ・ピノキオで子どもを育てることで、家庭も地域活動に積極的に参加できる場があると認識が変った。 ・三井の企業イメージアップの為の施設かと思った ・野田煎餅を理解してくれた ・新しいまちなので、公民館や集会所として利用するスペースならこれだと思った。 ・お祭りとかイベントとかまだ知らない人だらけです。もっと色々なところで知らせるべきだと思います。 ・　コーディネーターの方々、イベントで知り合った方々との恵まれた出会いが心のドアを開いてくれ、この地で生活している、そして生活していこうと実感しました。 ・商圏が拡大した ・個人ではできないこともクラブに参加することで、大きな行事に参加できる ・あまり敷居が高くないのかもしれないと感じたこと ・こういう活動は良い事だと思った

29　UDCKに期待する「あったらいいなぁ・こうなればいいなぁ」という機能

	内容
機能・役割	・コミュニティオープンカフェ ・まちづくりに関係する人たちの交流の場 （問題発見／問題解決） ・ 公衆ラン、カフェテリア ・ コンサートホール、誰でも立ち寄れる交流スペース→そこに行けば誰かがいて交流できる昔の井戸端のようなイメージ ・　無縁社会にならないよう、地域の人どうしがつながれる場所 ・ 開放性、休憩所 ・ 地域の交流スペースとして広く開放する ・ 一日借りれる部屋があって、販売やワークショップを自由にやりたい。 ・ キッチンの充実 ・活動スペースの提供 ・ 小団体で気軽に使える部屋 ・ 障害者が働ける場所、廉価でお茶が飲める場所 ・ もう少し広ければいいな、音楽を流しても場所を借りられる ・ 広いスペース ・ カフェ（読書ができる） ・ 貸しスペースとしてイベントなどに貸し出してほしい ・ 読書ができたり、勉強ができる空間 ・ 部屋を他の活動にも開放してほしい ・地域密着型 ・柏の葉キャンパス周辺の住民活動のコーディネート ・旧住民も揺れ動かすような存在になってほしい ・ 図書館の開放 ・ 乳幼児親子の居場所づくりの拠点となること
アクセス	・ 100円バス ・ 新UDCK用の駐車場
活動・イベントに関するもの	・小中高生へのまちづくりスクール ・ アート・デザイン系のイベント ・ 親子で気軽に参加できるイベントの企画・書道、お茶などの体験 ・ 定期的に参加できる上映会やワークショップなどがあると嬉しい。 ・ 一人ではできない大きなイベント ・街のごみひろい体験 ・子ども同士の討論会 ・お年寄りの交流会→未来の人材へ今までの経験を伝授する！ ・　色んな世代の地域のみんなが気軽に集えるような例えば日曜朝のブランチできるマルシェ、オープンテラスでのんびり食事でき、そこでちょっとしたまちのイベントも同時にできたら、交流の機会になるのでは？ ・ 子どもたちの冬・夏休みなど柏について勉強になるような話を聞けるとかの子どもイベント ・ 少子高齢化社会での中小企業の役割を考える ・ 地域に埋もれてしまっている人材を発掘し、活性化させるならどんな活動でもやってほしいです。 ・ 子どもが参加するイベントが多い気がします。大人が楽しめることがあったらと思います。
情報・PR	・もっと宣伝をしてほしい ・キャンパスが行く毎の具体的なまちづくり計画が見れるようにする、アップデートも含めて ・ 新しいまちづくりの意欲が感じられる ・ 市民（個人）が発する告知コーナー（伝言板みたいなもの） ・ 市民活動センターのような情報提供 ・ 地域の情報（ガーデニングやイルミネーションを行っているような個人から会社まで） ・ ボランティア募集や手助け要請などの交流できる掲示板があれば良いとおもいます。 ・ イベント等もっと宣伝した方が良い ・　何をしているかわからないので、関係者以外立ち入り禁止みたいなイメージがある。誰でも入って良い雰囲気になると良いと思う。カフェがあるとか。
その他	・普段の活動を映像や中継等でライブ感を出してほしい。コンテンツは東大・三井中心で ・ バーベキュー ・ 何かあったら利用したい ・ 未だに本質的な意義を理解していない ・ 今のままでも十分です。 ・ 活動内容がよくわかりません。参加方法もわかりづらいです。 ・　クラブ活動への参加というと、何か重いイメージを持っている人が意外に多い気がします。できるものに参加するだけで結構です、という感じで呼びかけていき、それが次の活動へと結びついていくという風に、型にはまったものではなくて、できるものからの参加、本当はどういうものかと躊躇している方に気軽に参加できますという印象をもらう事の効果は思っているよりも大きいのではないかと思います。 ・ 知識がなければ、イベントに参加できないというイメージがある ・ このまま続けてほしいが、あまり多くなると、クラブハウスが使いづらくなることもあるので少し心配 ・ メンバー登録がより身近にでき、登録フォームがネット上にあると良い ・ 一人では行き辛い、居辛い雰囲気なので、スタッフさんももっとオープンな感じにしてほしい。UDCKとKFVの関係がよくわからない。

30　UDCKのイメージ

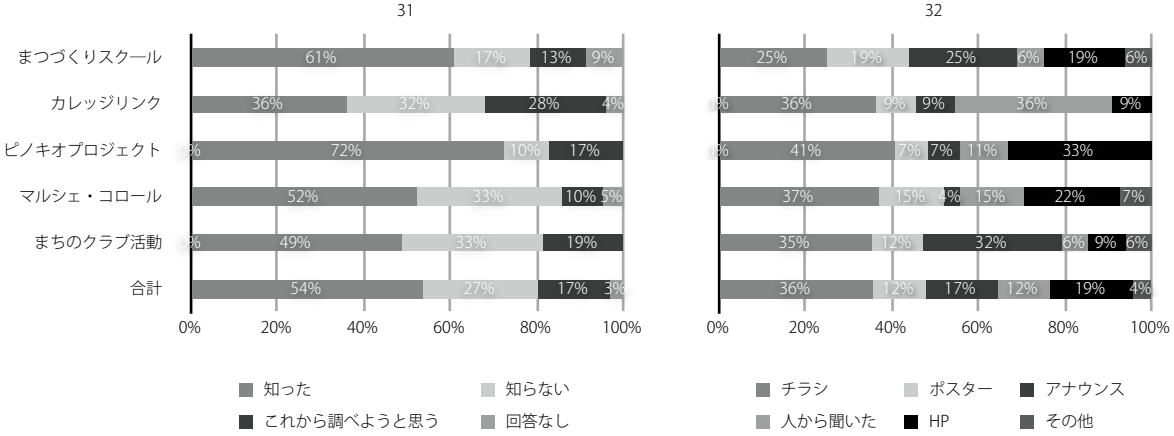
- 全体的に「知的好奇心を満たす場」と答えた人がわずかに多かった。次いで「まちの情報を入手する場」が多かった。このことから活動参加者は公民館のような「貸しスペース」と考える人はとても少なく、まちづくりについて何かを学ぶことを目的に利用している人が多いことがわかった。



31　活動への参加をきっかけに、他のUDCKの活動の存在認知

32　31で「知った」と答えた人：何で知ったか

- 全体的に「知った」と答えた人が54％であり、一番多いが、「知らない」と答えた人が約3分の1いることが注目すべきである。各活動を行う上で様々な告知をしているが、活動同士の連携による広がりがまちづくりを行う上で大きく影響することを意識する必要がある。
- また、「知った」と答えた人はチラシによって知った人が一番多く、紙媒体として配布することで、自宅に帰った後からも見直すことができることから、効果があることがわかった。

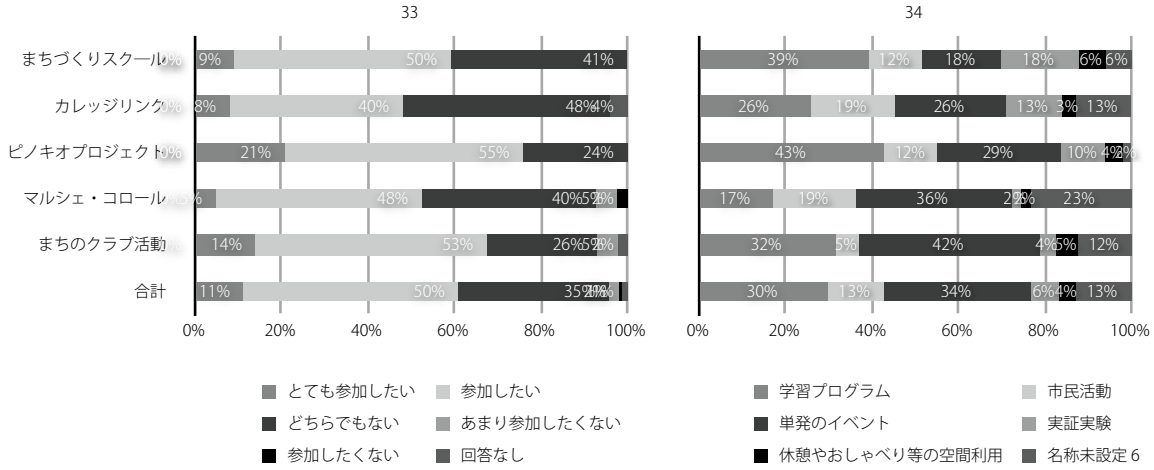


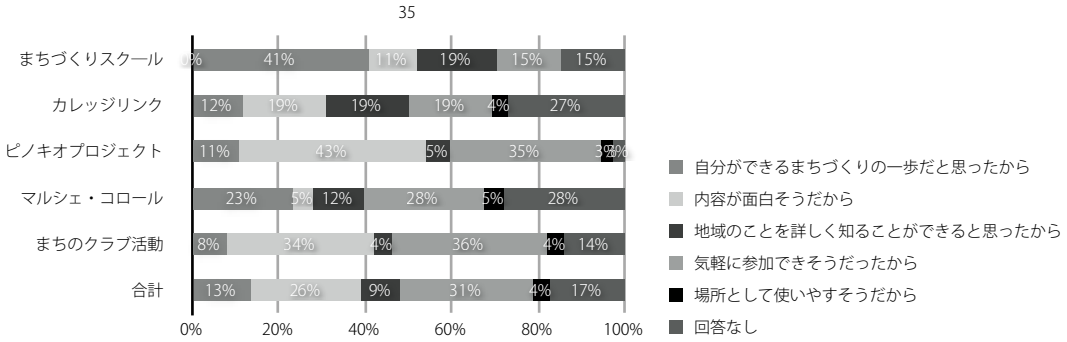
33　活動への参加をきっかけに、他のUDCKの活動への参加意欲

34　参加したいと思う項目

35　34で選択した理由

- 全体的に「とても参加したい」「参加したい」と答えた人が61％と多く、他の活動に対する意識が高いことがわかった。中でも、学習系のプログラムや単発のイベントと答えた人が多く、その理由としては気軽に参加できること、内容に興味があることが一番多かった。
- まちづくりスクール参加者の中では、他活動への参加の理由として、「自分が参加できるまちづくりの一歩」と答える人が比較的多く、まちづくりに対する意識が他の活動と比較して高いことが挙げられる。

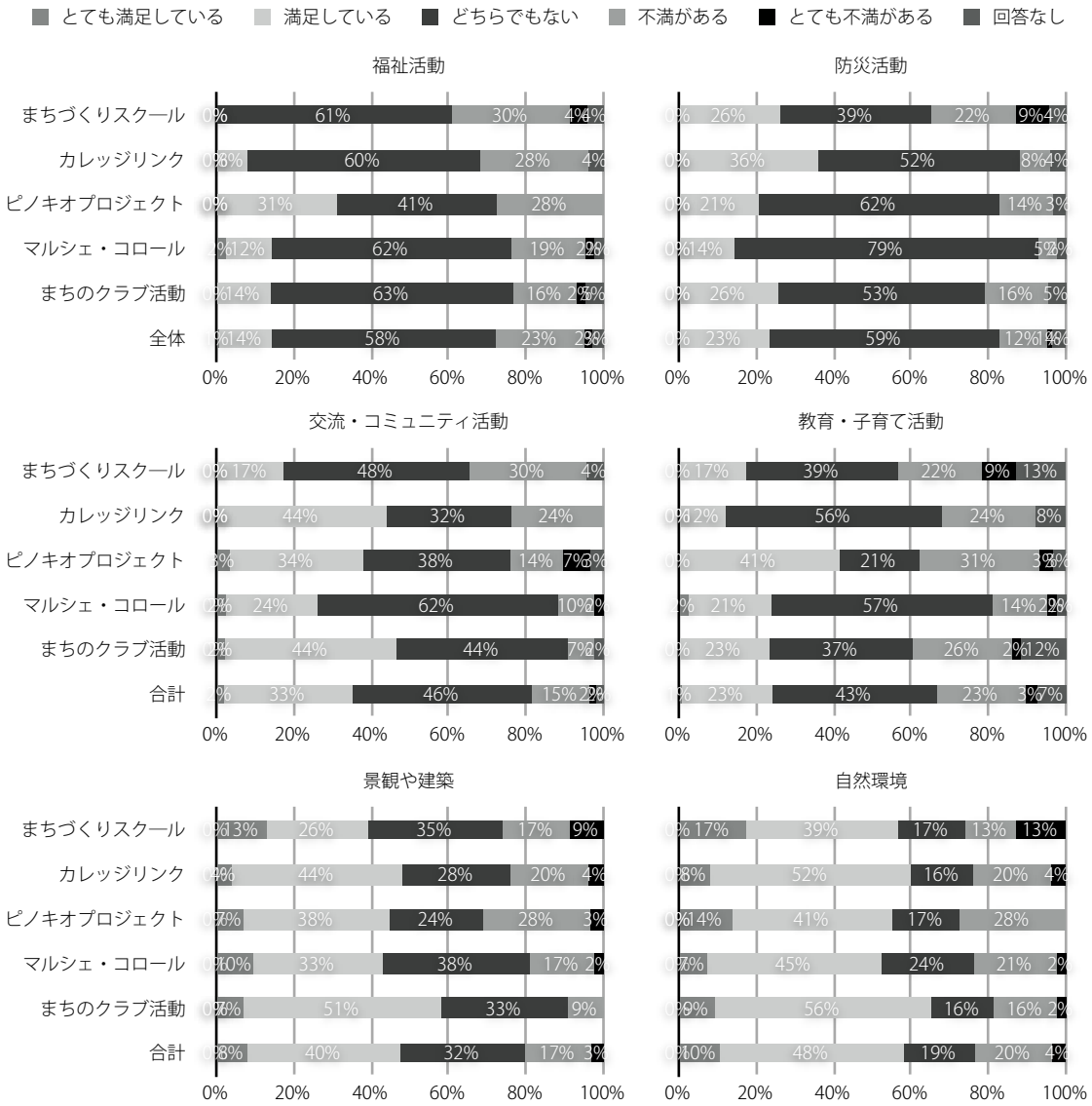




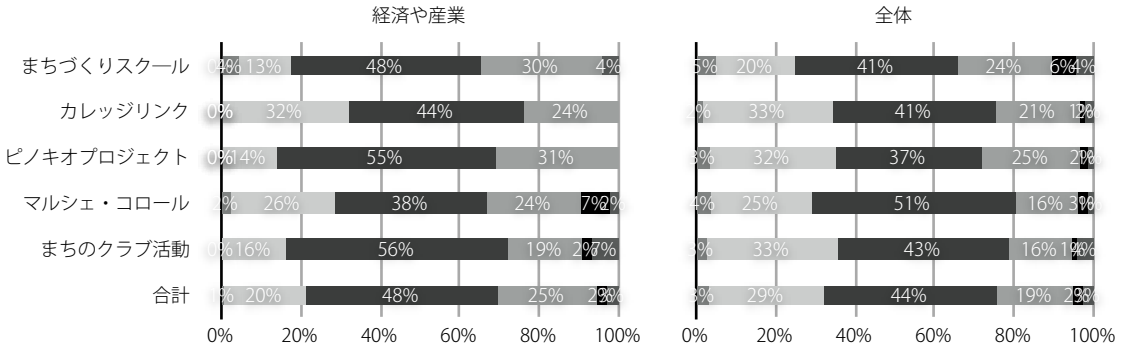
⑷　まち・まちづくりについて

36　まちの満足度

- 全体的にまちに対する満足度は合計で32％と低い。特に、「福祉活動」「経済・産業」に関する満足度が低く、また同様に「教育・子育て活動」が低いことからも、社会福祉施設、社会教育施設の不足を感じている人が多いことがわかった。また、まちづくりにおいても若い人を対象とした活動が多く、高齢社会に対応した活動が少ないことやそれに対する不満はヒアリングからも明らかとなっている。[15]
- 「自然環境」の項目のみ、満足している人が半数を超え、満足度が高いと言える。要因としては近くに柏の葉公園やこんぶくろ池などの資源があり、また近くには田園風景が豊富であることが考えられる。
- 「景観や建築」の満足度は約半数が満足していると答えており、新しく開発されたまちに満足している人も多いと考えられる。
- 「交流・コミュニティ活動」は「自然環境」「景観や建築」に次いで満足度がやや高いが、活動に参加している人にとってはその活動の多さを認識していることが考えられるが、半数以上は「どちらでもない」「不満がある」と答えており、まだまだ地域の交流活動が市民に浸透しているとは言い難いことがわかった。



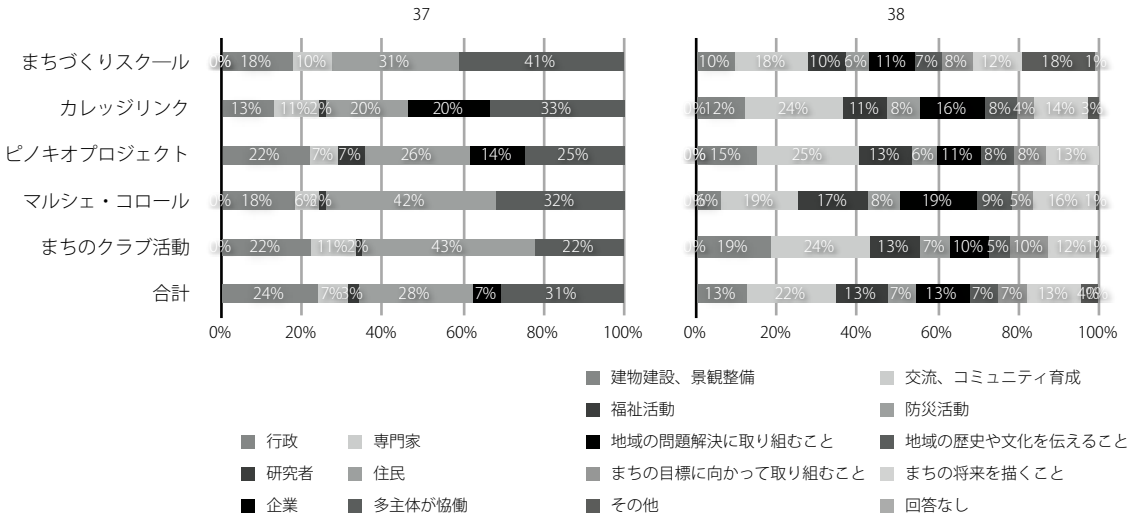
15 野村志津江氏によるヒアリング



37　「まちづくり」の主体（回答率：185%）

38　「まちづくり」の定義（回答率：325%）

- 全体的にまちづくりの主体を「行政」と「住民」と答えた人が多いが、「多主体で協働」と答えた人が一番多かった。回答率から一人約2つ回答をしている人が多いことから、多主体で協働しながらも、行政や住民が特に主程的と考えている人が多いことがわかった。
- まちづくりの定義については、全体的に回答が分散したことや回答率から一人あたり3つ以上の回答があることからも、個々に考えるまちづくりの定義が幅広いことがあきらかとなった。その中でも「交流・コミュニティ」と答えた人がやや多く、活動を通してコミュニケーションを積極的に行おうとしていることがわかった。

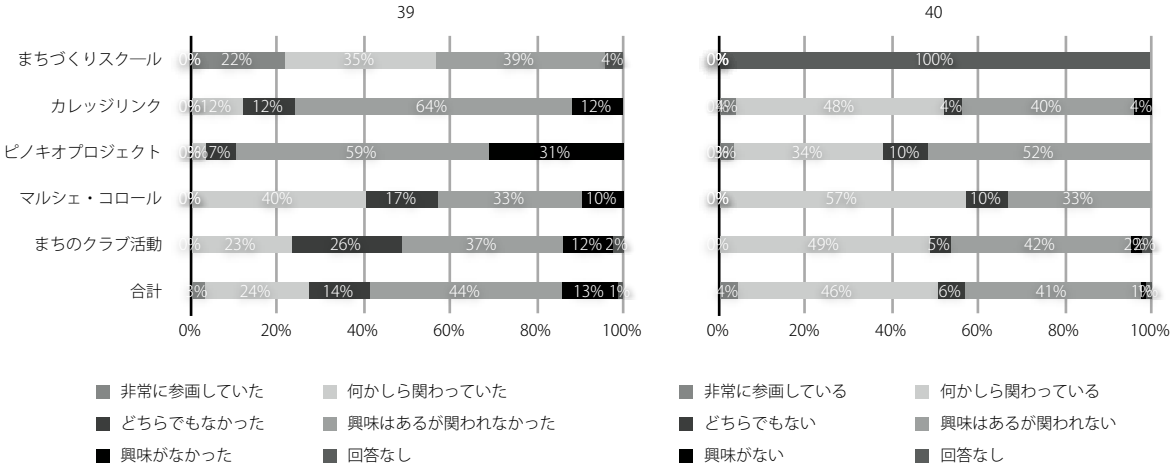


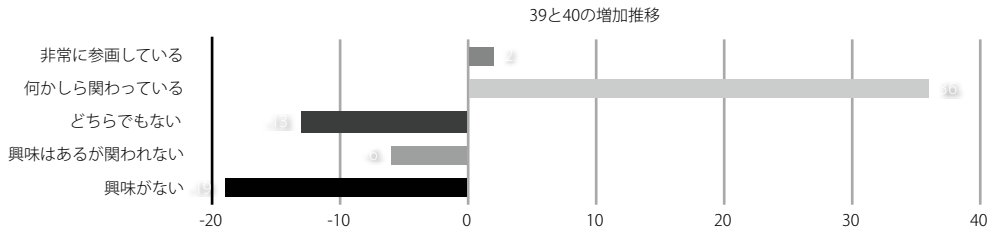
39　活動参加前のまちづくりへの参加意識度

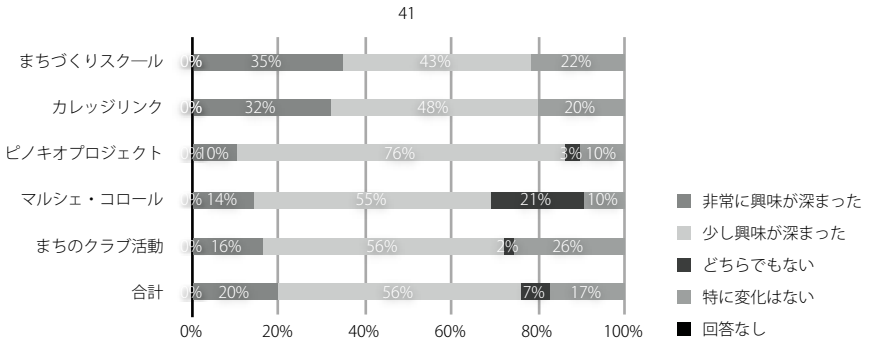
40　活動参加後のまちづくりへの参加意識度（※まちづくりスクールなし）

41　まちづくりへの興味や意識の変化

- 4と5より全体的に参加の関与度が上がっていることがわかる。全体の増加推移では、5'のグラフからわかるように、参加の前後で「何かしら関わっている」と答えた人がかなり増加し、「興味がない」と答えた人が減ったことがわかる。
- また、6は活動を通じたまちづくり意識の変化がわかるが、「非常に興味が深まった」「興味が深まった」と答えた人が76%であり、大きな影響を与えていることが明らかとなった。



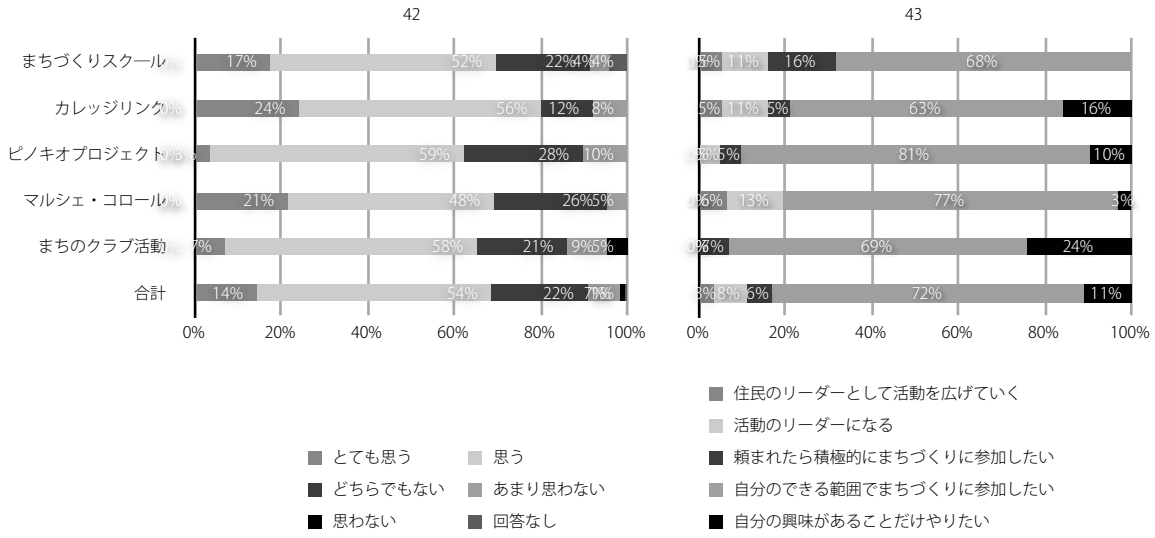




42　まちづくりへの主体的な参加意欲

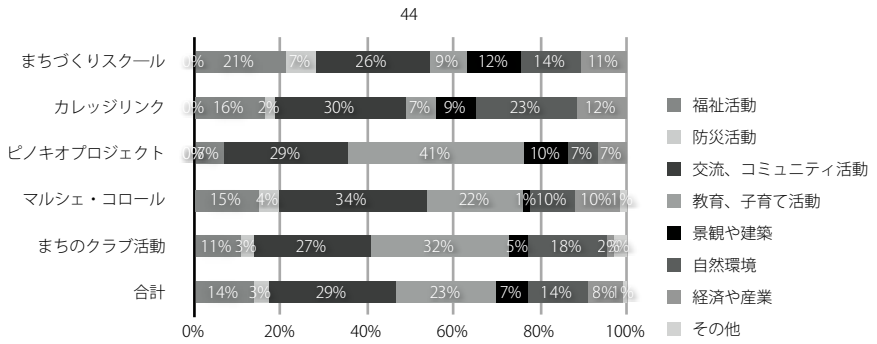
43　42で「とても思う、思う」と答えた人：どういう参加がしたいか

- 全体として「とても思う」「思う」と答えた人が68％と高く、主体的にまちづくり活動に参加したいと思っている人が多いことがわかった。また、その中でも「自分のできる範囲でまちづくりに参加したい」と答えた人が72％と一番多い。まちづくり活動に興味がある人が多い中で、個人ができること、役割を明確に持って参加することが大切だと言うことがわかった。



44　まちづくりの興味がある分野（回答率180％）

- まちづくりの定義同様、他分野の分散と一人1.8回答していることから、まちづくりへの興味は多様であることが明らかである。分散はするものの、まちづくりの定義同様に「交流・コミュニティ活動」に対する興味が多いことがわかった。要因としては、今回の調査がコミュニティ活動を積極的に行っている活動を選択したこともあるが、まちづくりスク―ルやカレッジリンクの学習系のプログラムにおいても同様の結果が得られるため、市民が主体となるまちづくりにおいては重要なテーマであることが言える。



3.4　活動の特性による市民のまちづくり意識への影響

3.2.1から3.2.5ではそれぞれの活動に対して活動の概要や実態を整理した。（図3-33）に示す。また、各活動の参加者の分布を図3-32に示す。活動によって違いは見られるものの、全体的に柏の葉地域とその周辺からの参加が多い。また、どの活動も柏市のみではなく、周辺の市や東京からの参加が見られることから、地域内だけでなく、外に開かれた拠点であることがわかった。

表3-33では、活動とUDCKとの関係について触れたが、それぞれの活動によって必要な要素が異なると言える。UDCKの内部で活動の運営を担う場合と、UDCKの構成団体・協力団体が主導して行う場合によって、必要な専門性や求められるノウハウは異なる。例えば内部で活動を行う場合は、人材の限界が起るため、スタッフとしてサポートの必要性が高まる。UDCKが協力機関として、サポート側に回る場合は、必要な人材の派遣や活動拠点の提供が大きな役割と言える。

このように、各活動によってUDCKに必要とされる役割は異なることが言える。

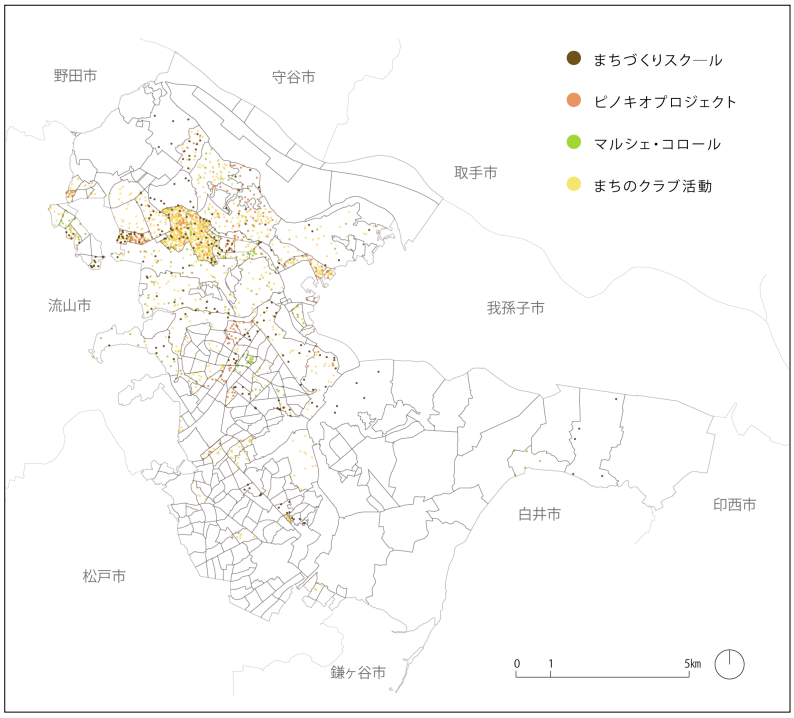


図3-32　4つの活動参加者分布図

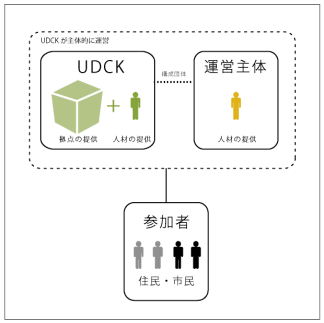
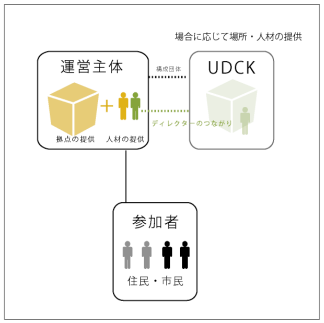
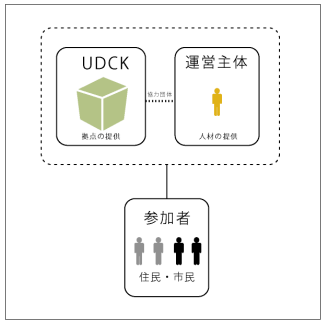
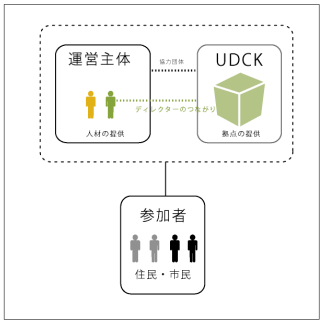
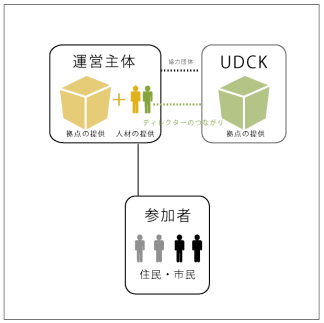
	まちづくりスク―ル	カレッジリンク	ピノキオプロジェクト	マルシェ・コロール	まちのクラブ活動
内容	内容まちづくりの担い手を育てることを目的に「公民学」様々な主体が参加できる市民講座であり、まちづくりの実践の場となることを目標としている。	「市民科学」を目標に、大学の知と市民の力を合わせて「環境・食・健康」をテーマに活動する市民講座であり。多くの実践を通して学ぶ。	地域で子どもを育てることを目的としたアートプロジェクト。子どもが地域に出て実践しながら学ぶ。	地域の商店と住民・市民の交流プロジェクト。地域の食材や産物を売り、パフォーマンス等の参加型イベントを通して地域の人が活躍できる場をつくることを目的としている。	活動を通して市民の活動ネットワーク「シビックネットワーク」を繋げ、広げていくことを目的としている。
	市民講座 ワークショップ	市民講座 ワークショップ 実習	ワークショップ	イベント ワークショップ	イベント
期間	2007 年 5 月～	2007 年 1 月～	2007 年 10 月～	2008 年 5 月～	2007 年 7 月～
UDCK と運営主体の関わり					
	企画から運営、フォローアップまで UDCK は拠点・人材共に主体的に関わる。	UDCK のディレクターである人材が運営主体であり、場合に応じて拠点・人材の提供を行う。	UDCK の協力団体が主な運営主体であり、UDCK は拠点の活動を行っている。	UDCK の協力団体が主な運営主体であり、UDCK のディレクターを兼ねている。拠点の提供も行っている。	UDCK の協力団体が主な運営主体であり、UDCK のディレクターを兼ねている。拠点の提供も場合に応じて行っている。
対象エリア	つくばエクスプレス沿線区域	つくばエクスプレス沿線区域	柏の葉地域周辺小学校区	柏市北部周辺 5 市域	柏の葉地域
主な対象者	つくばエクスプレス沿線住民	つくばエクスプレス沿線住民	柏の葉地域周辺小学生	柏市北部周辺 5 市の商店	なし
参加者分布	図 3-32 参照	図 3-32 参照	図 3-32 参照	図 3-32 参照	図 3-32 参照
成果	・120 人を超える修了生 ・例年安定したプロジェクト	・カルネットの動きをつくれたこと	・地域外からの評価 ・地域内の活動への理解	・出展数の安定、多くの参加者 ・出店者と住民の主体的な活動発生	・多くの活動の実践 ・住民・市民の主体的な参加
課題	・修了生が活躍できる「場」をつくること	・活動の PR、マーケティング	・地域内運営のしくみづくり ・担い手育成	・活動の広がりによる地域性の見直し ・地域内運営のしくみづくり	・活動の広がりによる運営の困難 ・地域内運営のしくみづくり

図3-33　活動のまとめ

■アンケート結果の分析

【まちづくりスク―ル】

まちづくりスク―ルでは、「まちづくり」という概念を多角的に捉えようと参加をしている人が多いことがわかった。これは活動の名前に「まちづくり」という言葉が使われていることから、まちづくりに興味を持った人が参加していることが要因であると言える。
また、「まちづくり」をキーワードに様々なアプローチからまちづくりについて学び、考えることで、これまでのまちづくりの概念に対する考え方が変わるきっかけをつくっていることが考えられる。

さらに、行政職員も多く参加していることから、柏市という単位で地域を捉えることが多い活動である。

プログラムの形式として、座学だけで終わると抽象的な概念のまま終わってしまうことが多く、住民にとっては「地域に当てはめて考えたときにどうなるか知りたい」といった意見も聞かれている。ワークショップなどを行い、具体的に学んだことがどう繋がっているかを確かめる場ある場合には、実践を通じて問題を具体的に捉えることができる人が多いことが推測できる。

【カレッジリンク】

「環境・食・農」というテーマをもとに活動しており、実生活と結びついたまちづくりの意識へと繋がっていることがわかる。上記のまちづくりスク―ルが行政職員・学生・市民に対して開かれているのに対し、カレッジリンクは参加者のほとんどが住民・市民である。これによって、「地域」というものを強く意識している人が多く、活動に対する参加意欲が強い。さらにカレッジリンクのプログラムにおいて、講義やディスカッションではなく、実践活動に興味を示す人が多いことがわかった。

【ピノキオプロジェクト】

柏の葉エリアからの参加が多く、母親と思われる女性の参加が比較的多い。「地域」を意識し、地域にとって意味のある活動や、地域のコミュニティをつくることに対する意識が高い。子どもが地域というフィールドを持ち、実践できる場があることが子どもだけでなく、保護者や周囲の大人に対しても「地域」や「まちづくり」を意識することへ繋がっている。

また、活動に対する満足度が非常に高く、特にワークショップに対する満足度が高いことがわかった。

【マルシェ・コロール】

地域の商店と地域住民の交流を意識して参加していることがわかった。商店は活動を通じて地域の情報を入手する目的を持った人が多い。また、出店者の範囲が広く、他の活動と比較して柏の葉エリアからの参加が少ないため、UDCKに対する認知度やこれまでの利用頻度が低いと言える。

また、活動を知るきっかけとして口コミで広がることが多く、信頼性も高いことがわかった。

【まちのクラブ活動】

ピノキオプロジェクトと同様に、柏の葉エリアからの参加、女性の参加が多く、徒歩・自転車圏から参加している人が多い。また、マルシェと同様に活動を知るきっかけとして口コミで広がることが多いが、ポスティングによるチラシがきっかけで知る人も多い。

まちのクラブ活動N活動の拠点はUDCKではなくKFVで行うことが多く、他の活動と比較してUDCKに対する興味が低いことがわかった。

活動に対する満足度は高く、活動を通じて出会った人との交流を意識している人が多いことがわかった。

以上のように、活動のテーマ、対象、活動の方法によってアンケート結果に様々な違いが見られるものの、全ての活動において参加者のまちやまちづくりに対する意識に変化を与えるきっかけとなっていることがわかった。

特にまちのクラブ活動のような市民活動においても、まちづくりの一環として大きな枠組みの中で捉えられ活動をしていることで、単なる市民活動に留まることなく、全体の交流事業としての意識を持って取り組む人が多いのではないだろうか。

全体の活動を通してわかったことを以下に示す。

- 女性の参加が多く、30代・40代の参加者が多いこと。就業者の参加が多いが、次いで専業主婦・主夫の参加が多いことから、母親世代の活動参加が多いこと。
- アンケート対象者の全体の7割が柏市からの参加であり、UDCKの対象とするエリアは「柏市」という地域単位が重要になってくること。
- 広報活動によって参加エリアがある程度規定され、地域の捉え方が活動によって異なる。ポスターやチラシによる効果は大きいが、口コミによって影響を大きく活動が広がること。
- まちづくりスク―ルやカレッジリンクの学習系のプログラムでは、もともとまちづくりに興味を持った人の参加や、知的好奇心の高い人の参加が多く、ピノキオプロジェクトやマルシェ・コロール、まちのクラブ活動は、「まちづくり」という意識は活動をするうちに徐々に意識するようになること。
- 多くの参加者にとって興味の惹かれるテーマがあることで、参加のきっかけとなっていること。
- 活動に参加したことによる満足度は高く、今後の参加も期待できること。
- 各活動が地域の中で重要な役割を持っていることを認識している人が多いこと。
- 活動を通してUDCKを知り、理解する人が多いが、最初のイメージとして「何の施設かわからない」という意見が非常に多いこと。
- 一つの活動を通して他の活動を知り、参加意欲があること。
- 活動を通してまちづくりの主体を「多主体連携」と答える人が3割以上いたこと。
- まちづくりの定義は人によっって多様であること。
- 活動を通してまちづくりに関わっていると感じる人が増え、まちづくりに対する興味が深まった人が多いこと。
- 活動を通してまちづくりに主体T系に参加したいと答えた人が多いこと。
- 直接「まちづくり」という概念をテーマに議論する場があると、まちづくりに対する捉え方が多角的になること。
- ワークショップや実践を通してまちづくりが身近に感じるようになること。
- 活動に参加し、多くの人と交流することで、地域の情報を知り、まちづくりに対する興味が広がること。
- 活動を継続して実施することで、活動の目的や役割を理解し、ただ楽しむだけでなく、人々の交流や地域全体の広がりを考える人が出てくること。

これまでの結果をもとに、活動の特性によって住民・市民のまちづくり意識にどのような影響を与えているかを考察する。住民・市民のまちづくり意識に影響している要因として、以下の項目が考えられる。

①継続した活動の実施
②地域に活動拠点がある
③参加者同士の交流が生まれるきっかけとなるプログラム、実践的なプログラムがある
④多くの人が興味を持てるようなしかけがある

①継続した活動の実施

活動に参加することで、まちづくりに対する意識が変わったといった結果が出たが、これは、単発のイベントではなく、柏の葉という地域性を保ちながら何度も活動に参加することで、徐々に変化したきたものと言える。

②地域に活動拠点がある

UDCKやKFVといった活動の拠点が存在することで、活動参加前から建物の存在を認識している人が多い。また、実際に利用してからはそのイメージに変化が生じており、駅前という人の集約性が高い場所で、アーバンデザインセンターという新しい地域の拠点を認識し易い。

③参加者同士の交流が生まれるきっかけとなるプログラム、実践的なプログラムがある

活動の参加を通して、同じ趣味・地域に住む人と繋がることができるしくみがあることは、地域の新たなコミュニティとして大きな役割を担っている。

④多くの人が興味を持てるようなしかけがある

ライフスタイルが多様であり、地縁の薄い地域において、できるだけ多くの人が興味を持ってもらうプログラムがあることで、地域に興味を持ってもらうことができる。入り口はバラバラであっても、個々の興味からまちづくりまで大きな枠組みで捉えられる活動を用意することが、活動主体にとって重要である。

4章　まちづくり活動の実践から生まれる市民の関係づくり

4.1　関係づくりのプロセス
4.2　活動の特性によって生まれた関係づくりのプロセス
4.2.1　活動スタッフの経験／ボトムアップ提案型まちづくりの実践【まちづくりスクール】
4.2.2　段階的活動の参加とボトムアップ提案型まちづくりの実践【カレッジリンク】
4.2.3　まちづくり担い手育成の実践【ピノキオプロジェクト】
4.2.4　商店と住民のコラボレーションまちづくりの実践【マルシェ・コロール】
4.2.5　市民ネットワーク形成にむけたまちづくり実践【まちのクラブ活動】
4.3　関係性の変化による市民まちづくり実践への影響

4章　まちづくり活動の実践から生まれる市民の関係づくり

4.0　目的

3章では、これまでにまちづくりの拠点であるアーバンデザインセンターが発信してきた活動の事例報告と、参加者の意識調査・分析を行った。本章ではさらにそれらの活動によって展開された個々の「まちづくり活動」を取り上げ、その発生プロセスとUDCKの関わり方について検証する。調査方法は3章におけるアンケート結果と、積極的な参加を行っている住民・市民へのヒアリング調査を実施した。（表4-0）

表4-0　調査概要

活動	調査	no	対象者	質問者	人数	調査日
まちづくりスクール	ヒアリング調査	21	間島克哉さん	著者	7人	2010年11月7日
		22	水上征隆さん			2010年11月9日
		23	校篠邦夫さん			2010年11月10日
		24	豊田美奈子さん、戸田紘子さん			2010年11月12日
		25	綱野敬司さん			2010年11月14日
		26	鴫浜祥之さん（1回目）			2010年9月21日
		27	鴫浜祥之さん（2回目）			2010年11月20日
ピノキオプロジェクト		28	和田富美子さん	著者	3人	2010/12月4日
		29	浜野真紀江さん			2010年12月8日
		30	大野良恵さん			2010年12月8日
カレッジリンク			鴫浜祥之さん（重複）	著者	4人	2010年11月14日
			綱野敬司さん（重複）			2010年11月20日
		31	河合都志子さん、山内文子さん			2010年12月04日
まちのクラブ活動		32	野村志津江さん	著者	6人	2010年12月6日
		33	池部比佐代さん、飯島早苗さん、橋本杏里さん、山村麻衣子さん			2010年12月11日
		34	飯島さん			2010年12月14日
マルシェ		35	関口久也	著者	4人	2010年12月13日
		36	佐々木愛			2010年12月13日
		37	笠井和代、石井拡太		4人	2010年12月13日
		38	柏の葉ドッグ取材			2010年12月9日

4.1　関係づくりのプロセス

4.1.1　関係づくりのプロセス

まちづくり活動をきっかけとした住民・市民のプロセスでまちづくりに関わり、主体的な動きが生まれるのかということを「関係づくりのプロセス」と定義し、さらにその「関係づくりのプロセス」をstep1からstep5に分けて検証する。

step1はまちづくりのきっかけとなるものであり、その発生プロセスはまちづくりの活動を行うための基盤となるものがまちにできることである。つまり、本研究では公民学の関係によって生まれたUDCKがそれにあたる。

step2はまちづくりの発信となるものであり、その発生プロセスは活動主体が一方的に市民・住民に対して投げかけるものである。UDCKが創設されてからの4年間は、この「発信」の役割が大きく、それぞれの活動において活動の立ち上げや運営体制に重点が置かれた時期である。

step3は一方的に発信してきたまちづくりの活動が市民・住民によって受け取られ、まちづくりの萌芽と言えるものである。UDCKにおいてはそれぞれの活動でリピーターや積極的な参加者が生まれ、活動と市民の間に活動を通じた関係性ができる時期である。

step4はさらなる展開であり、市民・住民の手によって始まったまちづくりが新しいまちづくり活動やそのきっかけを生み出すものである。リピーターの発生や活動が活発化したことにより、住民・市民による活動の展開や自発的活動が発生する。

最後にstep5では、生み出された関係や場について再考し、まちづくり活動によって生み出された市民・住民による新たなまちづくりの展開が、地域に還元していくためのサポートを行ない、今後の示唆を与えるものである。

step1については、UDCKが創設されたこと自体を意味しているため、各活動のプロセスの違いはstep2からstep4に見られると考える。さらにstep5は今後の展望を考察するため、結章で述べることとする。よって本章では、step2からstep4のプロセスを各事例を基に検証する。

表4-1　関係づくりのプロセス

step1	**「きっかけの場」の発生**
	公民学連携の関係によって生み出されたまちづくりの拠点UDCK
step2	**「きっかけの場」の発生と共に生み出された「発信の関係」があり、新たな「発信の場」ができる**
	UDCKというまちづくりの場によって生み出された関係と、まちづくりの活動
step3	**「発信の場」の発生と共に生み出された「萌芽の関係」があり、新たな「萌芽の場」ができる**
	まちづくりの活動から住民・市民の関係が生まれ、リピーターの発生や活動の活発化が起る
step4	**「萌芽の場」の発生と共に生み出された「展開の関係」があり、新たな「展開の場」ができる**
	リピーターの発生や活動が活発化したことにより、住民・市民による活動の展開や自発的活動が発生する
step5	**これらの「関係」と「場」によって、普遍的な「空間」が固有性を伴った「場所」になり、ハードのまちづくりへ還元するきっかけづくりができる**
	今後の展望→5章

step2からstep4を検証するにあたり、活動の時期から見られる動きと、運営プロセスに見られる動きを図4-1によって示す。時期別のプロセスでは、step2となる「立ち上げ時期」とし、活動発足に向けた活動の必要性やその目的などを検討し、実践に向けた企画を行う時期である。step3となる「活動始動期」は、活動が始動し、その運営方法や企画内容などを試行しながら活動する時期であり、また活動の存在を発信することが大きな役割となる時期でり、リピーターや積極的な参加者が生まれる時期である。step4では「活動発展期」とし、発信した結果として参加者（市民・住民）の中で新しい動き、活動の展開や自発的な活動が見られる時期である。そしてstep5は今後の展開を示唆するものである。

また、運営のプロセスでは、①企画・計画、②準備、③実践、④フォローアップに分けて分析する。これは市民・住民の活動が動き出した時期におけるプロセスであるため、step2の終わりからstep5にかけての具体的なプロセスである。

まちづくり活動の実践プロセス

	step2	step3	step4	step5
時期	活動立ち上げ期	活動始動期	活動発展期	活動成熟・継続期
内容	UDCKの建設や柏の葉のまちづくりにおける活動の必要性や発足の経緯	活動が始動し、試行錯誤をしながら活動の形を決める時期であり、活動の主体側から発信することを重点的に行う時期	活動参加者が安定し、リピーターの増加や、参加者の中で自発的な活動や動きが出てくる時期	活動に様々な発展が生まれ、運営主体の存在がなくても継続できる担い手育成・資金調達に向けた取り組みが生まれる時期
運営プロセス	企画・計画	準備	実践	フォローアップ
内容	活動の企画を行う段階。企画内容から活動全体の計画を行ない、それに向けた段取りを行う。	企画内容や段取りが定まった後、事前の準備として定められた内容を遂行する。	活動全体の運営を行う。	活動後のフォローとして、活動に対する反省、課題点を出し、次回に結びつけるための対策を考え、実行する。

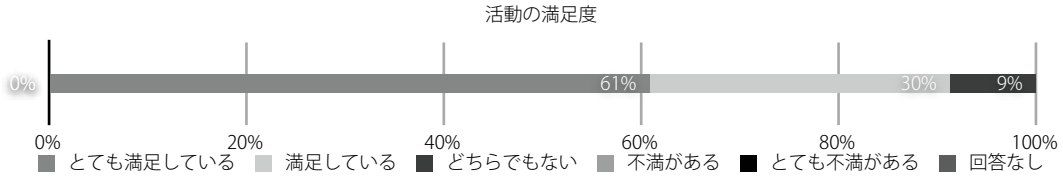
図4-1　活動の実践プロセス

4.2　活動の特性によって生まれた関係づくりのプロセス　事例紹介

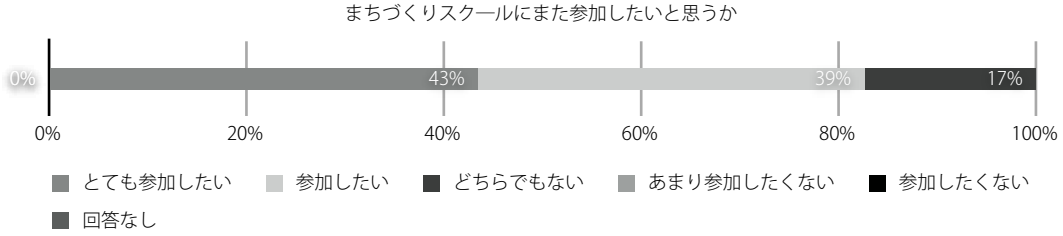
4.2.1　活動スタッフの経験／ボトムアップ提案型まちづくりの実践【まちづくりスク―ル】

⑴　持続的参加への意欲

継続的に活動に参加する理由は多様であるが、活動の満足度からは91％の人が「とても満足している・満足している」という結果が得られており、非常に満足度が高いことからも、継続して参加したくなるようなプログラムであることがわかる。



また、活動初年度の2007年から4年間で計6回のまちづくりスク―ルの修了生はおおよそ150人であり、2回以上参加している人は16人、3回以上の参加は6人である。このようなリピーターは全体の約15％と多くはない。しかし、アンケート調査によると、「また参加したい」と答えた人は全体の82％いることがわかっており、アンケートの自由回答[1]からも「時間が合えばまた参加したい」と次回に向けた参加の意欲が高いことがわかる。ヒアリングによると、参加したいという気持ちがあるものの、仕事や家庭の状況によって継続的に参加できないという意見も聞かれる。[2]



ヒアリング調査では、継続的に活動に参加する理由や参加したことでわかったこと、感じたことについて意見を聞く事ができた。

＜継続的に活動に参加する理由＞

- 活動に参加すること自体がまちづくりだと考えている
- 一時的な関わりでは想いが完結せず、成果が見え難い
- 参加を重ねることでコミュニティができる

＜継続的に参加したことでわかったこと、感じたこと＞

- まちづくりの分野が捉える多様性について、多角的な視点で情報が得られ、考えることができるようになった
- まちづくりの「当事者」としての意識が強くなった

以上のように、個人が継続的に活動に参加することで、まちづくりについての理解が深まり、より多角的にまちづくりについて考える力を身に付ける可能性が高いことがわかった。また、「受講者」として聞く立場ではなく、活動に参加することそのものがまちづくりだと考える人が出てくることや、まちづくりの「当事者」としての意識が高まることがわかった。

1　まちづくりスクールアンケート集計より

2　市民ヒアリング調査より

活動参加者へのアンケート結果では「また活動に参加したい」と回答している人が殆どであるにも関わらず、実際のリピーターが少ないことは今後の課題点としてその理由を考える必要がある。

⑵　ワークショップ提案型による活動の展開

これまでのまちづくりスク―ルのプログラム形式として、座学形式と実技形式を取ってきた。座学形式では、講師のレクチャーを中心に、質疑応答も行う。実技形式では、参加者によるワークショップを行っている。また、回によっては両者を混ぜて行っている。この形式は決まっているわけではなく、毎年企画会議によって決定される。

表4-2　まちづくりスク―ルプログラムの変遷

開催年	2007　春	2007　秋	2008	2009　春	2009　秋	2010
形式	座学	実技	座学／実技	座学	座学／実技	座学
テーマ	複数	複数	特定	特定	特定	特定
参加人数	36	28	10	36	29	30

（出典：丹羽由佳里氏によるまちづくりスク―ルまとめ）

2007年秋と2008年、2009年秋コースで実技を取り入れている。2007年は特定のテーマを持たず、ワークショップの方法やファシリテーションの方法などを実践を通して学んだ。

2008年の参加者は他年に比較して大幅に少ない。これは、実技形式ムの人気が少なかったことが理由であり、ワークショップに対する参加者の参加意欲が低いことがわかった。

しかし、参加人数の少なかった2008年には大きな動きがみられる。運営者へのヒアリング[3]によると、2008年は、ワークショップに対する批判的な意見も多く寄せられたが、回を重ねるうちに参加者同士のコミュニティができ、まちづくりスク―ルの開始前、終了後にチームで集まってミーティングを行うなど自主的な動きが見られたことが特徴的である。また、参加者へのヒアリングからも[4]、「座学とワークショップ形式はどちらも良かったが、後から印象に残るのはワークショップ形式」という意見を聞くことができた。

そしてこの2008年のワークショップにおいて、最終提案で3つのグループに分かれてボトムアップ提案型のまちづくりが生まれたことが特徴的である。グループの内訳は①農業②自転車③市民グループエコ楽サロンの3つである。最終提案を行った後に、実現に向けた取り組みが開始した。

これは、 UDCK運営者側で市民による持続的なまちづくり活動が意識されていた時期であり、まちづくりスク―ルのフォローアップが考えられていた。特に実現に向けた取り組みに興味を持ったUDCK関係企業（ジャパンライフ）のスタッフと空間計画計画研究室の学生スタッフが市民グループの中に入り、活動の展開を促した。企業のスタッフはまちづくりスク―ルとは関係がなかったものの、キャンパスタウン構想の自転車部会として何かできないかということを考案していた時期であり、学生スタッフがまちづくりスク―ルの動きを紹介した提案したことで、関係が生まれた。

3 丹羽由佳里氏へのヒアリングより

4 豊田美奈子氏、戸田紘子氏によるヒアリングより

活動展開の具体的な内容としては、卒業生の交流会企画、エコ楽サロンの実施などである。それらの活動報告をしていく中で、「自転車クラブ」という市民クラブが、発足された。[5]（図4-2）クラブ活動についてはP159を参照。

エコ楽サロンは、柏ビレジの議論の展開、自治体と学校の交流が盛んになるきっかけづくりとなり、ここで関わった市民の中には、UDCKのイベント時に参加し、議論に積極的に参加するようになった。

そして自転車クラブは幾度かワークショップ的に自転車の乗車会や、視察・勉強会を行ない、クラブの発足に向けて始動した。また、農業チームの提案については、構成メンバーが既に自ら活動していたことにより、提案の実現というよりは個人的な情報交換の場となり、その後もUDCKの活動に参加している。

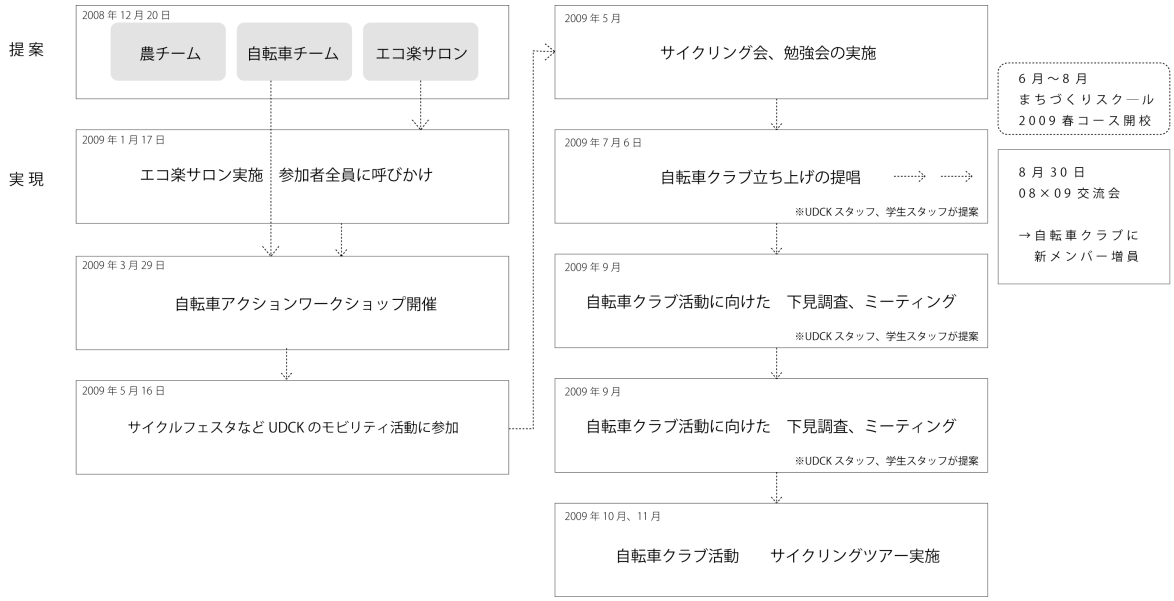


図4-2　まちづくりスク―ル提案後の展開

ここでは、特にクラブ活動に展開した自転車グループについて着目する。クラブ活動の展開に至るプロセス（図4-2）のポイントとして、以下の3点が挙げられる。

①発表後にエコ楽サロンが実施され、集まる機会があったこと（参加の機会）
②コーディネーターとなる結び役の存在があったこと（ジャパンライフ中里さんによるサポート）
③クラブ活動という土壌があったことこと（参加者の呼びかけ、活動場所の確保など）

これらの展開のプロセスを経て、写真4-1～4-4のようにサイクリングツアーが実現された。当初の提案を行った市民からは、「サイクリングツアーでまちの色々な場所を回ることで、普段は気づかなかった地域の魅力を再発見することができた。」「クラブ活動として発展し、地域外から来た人と一緒に地域を回ることで外からの目線で地域を見ることができた。」などの意見を聞くことができた。さらにこれらの展開は、UDCKの他活動にも影響を与え、まちのプロモーションとしてビデオ撮影を引き受ける、エコポイントの提案がその後スマートサイクルの原案となるなどのムーブメントを引き起こした

5 学生スタッフによるヒアリングより

写真4-1　自転車クラブ活動の様子1
（写真提供：関谷進吾）

写真4-2　自転車クラブ活動の様子2
（写真提供：関谷進吾）

写真4-3　自転車クラブ活動の様子3
（写真提供：関谷進吾）

写真4-4　自転車クラブ活動の様子4
（写真提供：関谷進吾）

以上のことから、座学形式と実技形式ではまちづくりスクール終了後の展開に大きく違いが見られることがわかった。ここでわかったこととして、以下の3点が挙げられる。

A) 座学形式と実技（ワークショップ）形式では、後者の方が受講者の印象に強く残り易いこと。
B) ワークショップを提案型（ボトムアップ型）の方法を採用することで、その後、実現に向けた動きが起り易いこと。
C) コーディネーターと市民グループの協働によって、実現したこと。