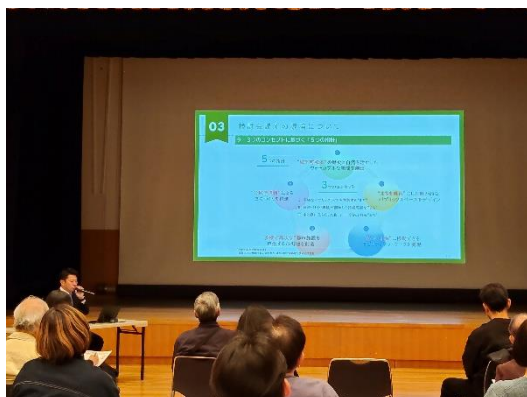


えきしろトークライブ 開催結果報告

■開催概要

開催日時	2026 年 3 月 20 日(金曜日・祝) 午後 2 時 30 分～午後 4 時 30 分
場所	M ウイング 6 階
登壇者	小林篤史(ホテルニューステーション 代表取締役) 鈴木美央(龍谷大学 経営学部商学科 准教授) 星野裕司(熊本大学 くまもと水循環・減災研究教育センター 教授)
実施内容	開会 話題提供 ①提言・松本の現状の紹介(小林篤史) ②マーケットから考える「私たちのパブリックライフ」のつくり方、見つけ方 (鈴木美央) ③日常の使われ方から考えるパブリックライフを支える公共空間のデザイン (星野裕司) ④クロストーク「松本のパブリックライフとその実現」 (小林篤史 × 鈴木美央 × 星野裕司) 閉会

■当日のようす



提言について話題提供



マーケットの学校・シンサヤママーケットを例に話題提供



花畑広場を例に話題提供



会場内からの意見を SLIDO でまとめクロストーク



臥雲市長よりあいさつ



会場内では市内のパブリックライフ事例を紹介

▪当日の意見内容

当日は SLIDO を活用し、会場の皆さまから質問やご意見を募集しました。

当日ご回答した内容に加え、時間の都合で回答しきれなかったご意見についても、登壇者及び市からの回答を掲載しています。

質問内容		回答者	回答
1	車社会の中でえきまえはどうあるべきなのか。 えきまえの店舗は郊外の店舗との違いや魅力が重要になる。 新狭山の取組みは車社会の中で、マーケットをすることで、人が増え、空き店舗が埋まっていった。 プロセスとしてどのような方がマーケットを利用して、商店街として新しい店舗が入ったのか、出店者が個店に入ったのか、ポテンシャルがあるからこそ違う人が入ったのかななどを紹介いただきたい。	鈴木	大規模店やインターネット通販と個店との大きな違いは「顔が見える関係性」が築けることです。 個店には、いつもいる店員やそこにしかない商品が存在し、そこでしか出会えない人や商品一つひとつが魅力になっています。 新狭山のマーケットは月に1回、4時間程度の開催ではありますが、その限られた時間に人が集まることで、近所の友達と偶然出会い、出店者との交流や顔見知りが増えます。 従来のコミュニティは町内会やPTAのように比較的密接な関係性が中心ですが、商いを中心としたコミュニティは名前までは知らなくとも日常的に顔を合わせることで、体調の変化に気が付ける関係性が生まれます。こうした関係性は子どもの安心・安全にも繋がります。 マーケット出店者がそのまちに店舗を構える事例もありますが、新狭山の出店希望者はマーケット出店者ではなく、家賃相場も踏まえつつ、郊外よりもマーケット等の人の動きがあるまちを選択して出店する人もいました。新狭山のえきまえは郊外都市の中でも選ばれるまちとして、まちの人が動いていることが特徴となりました。

2	経済や民間投資の話が提言書にある。新しく出店してくれる人という観点で意見はあるか。	小林	提言書の内容は誰と話すかで印象が変わります。 例えば、住居区域にどのような人が流入するのか、それに対してどのように民間投資を促していくのかを検討する際には、対象となる居住者像を明確にする必要があります。子育て世代の流入を想定する場合には、そのニーズに合致した店舗の出店機運が高まらないといけません。対象を交通弱者とするのか、高所得者とするかによっても方向性は変化します。どのような層を重視すべきかは今後の議論が必要です。 その上で、対象とする層に対して、まちの魅力をどのように伝えるかによって、民間投資の内容や動きは左右されます。情報発信の主体は市なのか民間なのかを明確にすることが重要です。
3	鈴木さんが「マーケット」という言葉で表現しているものを、よりわかりやすく説明していただけますか。	鈴木	「マーケット」は商いの原初だと考えています。人が住んで暮らすために必要な行為であり、モノの交換をする場所であることから、まちそのものと同義だと考えています。 論文での「マーケット」の定義では、屋外空間において、誰もが無料で立ち入ることができる場と位置付けています。イベントによっては有料となる場合もありますが、パブリックな性格を有する公共的な空間として整理しています。 おしゃれなイメージを訴求している「マルシェ」ではなく、日常的なモノの交換の場としての意味合いを重視し、敢えて「マーケット」という表現を用いています。
4	鈴木さんのお話のなかで出てきたマーケットとは具体的にどういったことを指すのでしょうか。話のなかで餅つき大会など様々な物が出てきたので、端的に表すとどういったものなのか気になりました。		
5	マルシェは観光的にも地域の魅力を発信する媒体になるとのことだったが、補足のコメントがあれば教えてほしい。	鈴木	松本は都市の幹がしっかりしていて、松本らしさが存在しています。だからこそ多様な魅力を付加する枝葉をつけることに力を注ぐことが重要と考えます。 枝葉をつける取組みは、マーケットのような仮説的な公共空間の活用により、高所得者向けや日常利用しやすい安価なものなどが考えられます。 公共空間に積極的に介入して活用していくことは、枝葉の色付けにも有効です。

6	大きな民間再開発の投資と公共空間の整備を一体的にする事例として今回お話しされた花畑広場は、鈴木さんが話をした空き店舗へ民間投資を呼び込む新狭山の取組みとはスケールの違う話だった。その中で、民間の施設と公共の施設の境界をなくすと話していたのがキーワードだと感じた。投資が起きにくい中で、公共と民間がタッグを組んで1つ魅力的な拠点をつくる、そこに人が集まるから周辺が潤うと言った関係が熊本は出来ている。 そのための工夫や苦労など、参考になることがあればコメントいただきたい。	星野	まちづくりは時間がかかることを恐れないでという話を第 1 部でしました。大規模開発においては、一定の資本金や論理を有する主体との連携のもとで実施内容が検討されることが一般的であり、行政が全体を統制しながら進めていく必要があります。その中で、関係者間で長く何度も話し合うことが大切です。 検討を進めるにあたっては、「誰のための整備であるのか」という視点に立ち返ることが重要です。立ち寄る利用者や市民のために行う整備であることに変わりはなく、「何のためにやっているのか」「誰のためにやっているのか」という原点を常に関係者間で共有しながら進めることが重要です。時間をかけて大事なことを確認しながら進めていくことが大事です。 来訪者の視点に立つと、まちの表となる空間よりも、まちの裏にあたる個店の方が楽しいことが多いです。公共も連携した大規模な投資によるまちの表を整備することで、こうした個人の取り組みや裏町の魅力が引き立ち、周辺エリア全体の価値をあげることに繋がります。
7	まちの「表」となる場をつくるには長い時間がかかることは当たり前だが、一般的にそう捉えられないことが多い。行政の担当者は変わるし、検討を支援する民間事業者もいつまで受注できるかがわからない。人が変わる中で、検討を次にどのように繋げていくかが大事になる。熊本の場合は有識者である星野先生や田中先生がずっと携わってきたことが大きいのか。	星野	大きな開発でまず大切なのは組織作りです。組織は原則として二層構造で構成することが有効です。 上層の組織は意思決定を担う有識者や地域の代表が参加し、年に 1 回程度開催します。 その下層の組織は、デザイン会議やワーキング、部会という名で、実際に案の検討や、行政・検討を支援する民間事業者等との協議を重ねます。実務を担う下層の組織が最も重要です。 こうした体制で長く取り組むことは、運営している行政にもメリットがあるようにします。デザイン会議により良いものが出来る、良い議論ができていることを実感してもらえることが重要です。
8	与条件の違いなどあると思いますが、熊本市の花畑広場の事例を通じて、松本市のえきしろ空間ではどのように応用できると思えますか		熊本では、熊本駅の検討を 20 年間、3 名の有識者で検討していた実績を踏まえ、熊本市全体を対象とした検討組織へと展開しています。具体的には、景観審議会の下に景観調整会議を設けて議論しています。 行政の方の想いを代弁することも組織の役割になっています。

9	花時計公園は今後どのように扱うべきか。	星野	花時計公園はロケーションが良いと思います。高密度な都市の中に開けたところがあるとホッとします。このことから、ポテンシャルが高い場所だと認識しています。 空間デザインの観点からは、四周が道路で囲まれていることにより、離れ小島の状態となっており、周辺との連続性に課題があります。仮に建物と接続する箇所が一部でも確保されれば、空間の使われ方が変化する可能性があり、実験的に検証できそうだと考えました。オープンスペース単体では、持続的に使われる場にはなりにくいため、周辺の個店側と共同で作ることが大切です。
		鈴木	花時計公園は駅から徒歩圏内に位置する象徴的な場所に整備できたこと、一体性が感じられる広さであることから、ポテンシャルがある空間だと感じました。 ハード面は良いので、デザインコントロールを行うだけでより良い空間に変わると思います。例えば、禁止事項を記載している看板を減らすだけでも印象は変わると感じました。 利用上の課題に対して、看板を設置して解決するだけではなく、掃除する方や利用者とのコミュニケーションを通じて解決する等、ソフト面からも居心地のよさや改善は図れます。
10	花時計公園は中心地ですがメイン通りから一本外れて人通りが多いとは言えません。建物で囲まれているので視界性も悪くイベントがあっても知っている人しか訪れないような印象があります。どのように人を集めますか？	鈴木	もしかするとその特徴はポジティブに捉えることもできるかもしれません。私は建物に囲まれている広場がヨーロッパの広場のような印象を受けました。駅前広場のような道路に面した抜けた広場より、都市的な使い方が想像しやすいかもしれません。例えばオープンカフェや英国のパブのように飲食店が広場ににじみ出る使い方ができるかもしれません。
		星野	確かに、何かイベント等を行う場合は、それを目的とする人以外にも届くように、多くの人が目にする場所で行うのが理想だと思います。花時計公園は、そういう点では不利だと思いますが、アクセスしやすい場所ではないことが、その不利さを軽減していると思います。 短期的な集客ではなく、長期的な集客は十分に目指せると思います。ユニークなイベントを定例的に展開していけば、認知度が上がり、極端に言えば、聖地のようなものになるのではないのでしょうか。

11	市内のイベントはよくみるが、イベントの時にそこに人が集まるだけで、他の日はがらんとして寂しい雰囲気がある。イベントごとではなく日常的に人がいられるスペースの整備が必要だと思う。例えば町全体が公園のような状態。日常的に外に出たくなる整備が必要では？と思うが、例えばどのような取り組みや環境が必要ですか？	鈴木	公共空間のイベント等の利用は場所貸しになってはいけません。主催者はパブリックマインドを有することが重要で求められます。 そのために、公共空間を貸す側は主催者に伴走支援することが重要となります。例えば、周辺店舗へのチラシ配布や出店の呼びかけを一緒に行うことが考えられます。最初は反応がなくても、何回か繰り返したり、周辺店舗で買い物をしたりするなど、関係性を構築することが重要です。 公共空間を貸す側が責任をもって、主催者に伴走支援することで、主催者側も公共的な振る舞いとしてのイベントについて考え直し、一段レベルアップしたイベントの開催につながります。中長期的に見た際に、結果的に収入アップにもつながります。
12	日常とイベントの中間がちょうどいい。同感ですが、そのために大事なポイントは何だと思いますか。	星野	イベントと日常は相反するものではなくないと良いです。 例えば、熊本市の白川では毎月イベントをやっています。緑地の草刈りをイベント主催者が行うことにより、日常の利用が増えます。また、イベント終了後は原状復帰ではなく、イベント用の物品をそのまま置いておく普段はベンチとして使えるようになります。 イベントと日常の仕切りが馴染むような工夫はこのようなソフトからでもアプローチできます。パブリックマインドを持つことが一番大事なことになります。
13	イベントごとで人を引っ張り出すのではなく、日常的に人が使いやすい環境整備とはどのような設備かを知りたいです。気がつけばいつも人が使っているような設備？		
14	松本駅前の商店街で役員をしています。自分が外に働きに出ていることもあり、どう商店街を立て直すか、盛り上がるか、四苦八苦していますが、細々と年 2 回の音楽イベントを歩道沿いで開催しています。徐々に参加者の幅もひろがりつつありますが、ゴールがなかなか見えないのも事実です。今年は市の補助金制度がありましたので、広告も兼ねて商店街のものも販売したいな、と。こういうやり方で良いのでしょうか。。。	鈴木	商店街はまちの顔です。商店街は規模、状況、活動する人がそれぞれ違うので、解決法もそれぞれで異なります。 商店街支援で大切だと考えていることは、目的の整理です。まずは、商店街の魅力の整理から始め、その後に目的を考えます。 その後は、小さいことでも達成できたことを1つずつ確認することで、一緒に進捗を確認するようにしています。

15	郊外に大型店舗があり、まちなかに来ない状況に対して、小さい居場所をつくることで人に来てもらおうと同時に、核となる公共空間を民間の空間をセットにして開発するような場所も必要だと考えている。小さな投資と大きな投資の中でどのようにバランスを取るのが良いのか。	星野	松本市は風景が周辺も含めて良く、カフェや古着屋といった店舗も充実しており、住みたくなる気持ちに共感しました。 ハードの観点から言うと、しっかりとしたまちの「表」をつくることが大きな投資として必要になります。例えば、松本城周辺では、堀の復元は良いと思っています。その際に、堀を設けるだけでなく、どのように使うのか、その周りをどのように居心地のよい場所にしていくのかを一緒に検討することが重要です。松本の歴史を踏まえながら発掘する、観光客も市民も暮らしながら実感できるようなハードを作ることで、いろいろな動きのきっかけとなります。
		鈴木	松本は文化の多様さや歴史の力強さといった幹がしっかりあるからこそ、枝葉となる松本らしさの多様性を認めることが必要だと考えています。 これまでとは、全く異なることをやることも可能性としてあると考えています。松本で暮らす子どもに松本らしさを伝える際に、歴史だけでは伝わりづらいけれども、歴史と何かが一緒になると伝わるがあり得るからです。また、商都松本の松本らしさとは何かを深掘りできるとより良いと思います。
16	歴史の継承者としての子供、商都松本を大切に！こちらに言及していただき、とてもありがたかったです。	市	ご意見ありがとうございます。
17	小さな商店の出店場所が必要な気がします。松本市内の地価や駐車場代は高すぎ、高級マンションで更に上昇しそうです。結果的に都会からの移住店舗が増えて、松本市民には手の届かない商業地になってしまっています。	市	ご意見ありがとうございます。
18	松本市が観光地として人気があるようですが 何か魅力的な場所が少ない気がします。松本城を案内すると、他には？諏訪や白馬を案件することになります。もっと観光向けな施設に注力した方が良いかと思います。	市	ご意見ありがとうございます。 いただいたご意見を踏まえ、ビジョンや市の観光施策の検討の参考にさせていただきます。

19	どのパネリストの方のお話も、とても良かったです。私は、福祉や健康に携わっているものなので、経営や建設に関しては素人であるためか、今回は鈴木先生のお話がとても入りやすかったです。何事も進めるためにはワークが必要で、鈴木先生がマーケットの学校でやったように、夢でもいいので語り合う、小さなことでもよいので個人の語りを大切にすることでアイデアが生まれる。だから小さなワーク、日常生活の声を大切に拾うことは大切なことと思いました。マーケット開催するにあたり、不確実であるかもしれないことでもやってみたことでつながりが生まれ、つながりの中から感謝の言葉が交わされ(ボードゲームのお母さんと子ども)、それが人を幸せにするのですね。マーケットのように、チャレンジ精神を持って取り組むことが、結果幸せにつながっているし、誰かから感謝されることが自信にもつながり、長続きするマーケットにつながっているのが感じ取れました。ここで過ごしたいな、また来たいなと思える空間は、マーケットを提供する人も、される人も幸せになれる空間なのでしょうね。	鈴木	嬉しいコメントありがとうございます。まちづくりや地域経済と福祉や健康を繋げていくこと、とても大事な視点だと思います。一人ひとりが暮らしやすい、そういう視点がから誰もが暮らしやすいにつながると思います。私は、マーケットはケアだとも思っています。
20	花時計公園の前で事業を営んでいます。毎日公園を見ているのですが、屋根と人工芝は人の滞在時間が長くなって良かったと思います。このような日々の意見などはどこへ出せば、参考にされますか？	市	ご意見ありがとうございます。 ぜひ、中心市街地活性本部へご意見いただけますと幸いです。

21	その場に人がいる事で安心して次から次へと人が集まり賑わいにつながる(イベントなどに限らず、平日等)と思います。特に日本人は。なのでまずは人が使う理由を生み出す必要があると思います。例えば弁当を食べる、弾き語りをする、ティックトックを取る、ヨガをするなど、自由でのびのびした雰囲気大切だと思いますがどうでしょうか？ また自由な使い方とはやはり行政的に厳しいのでしょうか？	市	公園等のパブリックスペースの社会実験や公園の利用申請ワンストップ窓口の設置などを通じて、市民の多様な使い方を促す取組みを進めています。本日のトークイベントの内容も参考に、令和8年度以降も引き続き継続的に取り組んでいく予定です。
22	小林さんのターゲットの問いに共感。	小林	ご意見ありがとうございます。
23	花時計公園の前で事業を営んでいます。毎日公園を見えますが、屋根と人工芝は人の滞在時間が長くなって良かったと思います。このような日々の意見などはどこへ出せば、参考にされますか？	市	ご意見ありがとうございます。 ぜひ、中心市街地活性本部へご意見いただけますと幸いです。
24	街は人が集まらなないとパブリックライフは楽しくないし、おそらく商業ビジネスも成り立ちません。松本のえきしろ空間から百貨店などが撤退したのも人の流れが変わった(減った)からでしょう。人の流れは街の魅力(ソフトとハード)をみんなで高めて呼ぶしかないのですが、その呼ぶ人も魅力ある人や街がないと集まらない部分もある。この、ある意味負のループの現状をぶち破っていく必要があると思いますが、松本ではどこから破っていくべきでしょうか？	市	公園や道路等のパブリックスペースの利用をこれまで以上に促すソフト施策とハード整備を同時に進める必要があります。本日の事例紹介のように、ハード整備は中長期にわたるため、暫定的な利用を進めながら、公民学が連携して街の魅力を高めていきたいと考えます。

25	全員にお聞きします。松本のシンボルの一つであったパルコが閉店して、その後にドンキが入るとのことです。これは松本の街にとってプラスと考えても良いのでしょうか？	小林	気になりますよね。宿泊業としては、すべてが揃っている場所が近隣あるとお客様は安心するかなと思います。例えば早朝に Y シャツが売っている所はあるか？という今はないです。ただ、ドン・キホーテがあつたらと思うことはあります。 深夜営業への不安やサインが街並みに合うか？など気になるところもありますが、街としては受け入れた上で要望があればちゃんと伝えて議論することが大切かと思います。最初から NO では先方もいい気持ではないと思いますので、まずは行ってみて合わなければ行かなければいいと思います。
		鈴木	ドンキの魅力を松本としてどう使いこなすかを戦略的に考えれば、プラスになる可能性はあると思います。 例えばドンキは一般的にまちが魅力を訴求しづらい中高生に人気があります。中高生がドンキに来ることをきっかけに花時計公園や周辺でどんな過ごし方ができるようにするか、それは花時計公園の設計や運営によります。花時計公園や周辺で充実した時間を過ごした中高生はまちに愛着を持つようになると思います。
		星野	プラスマイナスあると思います。すぐ思いつくのは、マイナス面で、松本が他の街と変わらないイメージになってしまう、とか、ドンキには人が行くけど、街には広がらない、などです。 トークライブで、裏の魅力を引き立たせる意味でも、しっかりとした表をつくる、という話をしましたが、ドンキはやはり集客力があるので、その表になるポテンシャルはあります。 瞬間移動のようにドンキにはいけませんから、その途中や帰り道をどれだけ魅力的にできるか、だと思います。そうすれば、プラスになると思います。

26	登壇者全員へ。良いと思う、あるいは好きな都市、町、村は？ 何故？どのように？	小林	出張であらゆる地域に行きましたが、やっぱり松本がいいと思います。ここ数年は松本に活かせることを探しに旅先を決めています。心地よいと思った場所は、広島県の尾道と沖縄県の宮古島です。
		鈴木	神戸。生まれ育ったまちだから。時間を使うと愛着がうまれるというのは当たり前の用で大切なことのように思います。
		星野	難しい質問ですが、松本もすごく素敵な街だと思いました。街を囲む山並みが素敵ですし、随所にある井戸も良いです。さらに、熊本と比べても、駅と城が歩いて行ける距離で、戦災を受けていないので、昔の町割りが残っているのも良いと思います。 西日本には、佐世保や松山、松江など、アクセスが悪いからこそ、独特の文化を感じる魅力的な都市がありますが、新幹線もリニアも通らない松本は、街の魅力を醸成する意味では良かったのではないかと思います。
27	小林様へ 100 点満点で、何点位を目指していますか？	小林	ご質問ありがとうございます。 松本市にも総合計画があり、定期的に見直しがなされています。行政としてはこの計画に対して検証を行っていると思います。 それに比べて、民間の目指すありたい姿はそれぞれです。同じイベントを運営しているメンバーが今日はどうだったか？と聞いても全員が同じ点数はつけないと思います。何を基準に点数をつけるのか？この点についての評価基準はある程度定めることは大切だと思います。 個人的には 100 点という枠にとらわれず、120 点でも 200 点でも目指していった方が人としては成長するかなと思って活動しています。

28	小林さんに質問。活動のメンバーはどうやって集めているのか、旧知のメンバーの活動なのか、オープンな活動なのか。興味がある人たちを今後どのように巻き込んでいく考えがあるのか教えてください。	小林	今のメンバーはそれぞれにこの活動以外にも仕事はもちろん、それぞれのコミュニティで活動しているバックボーンがあります。 一緒に活動するきっかけはPARCOの閉店です。3名で共通しているのは、自分の生まれ育った町への”深い愛郷心”と”ほぼ同じくらいの子を持つ親であること”です。活動自体はオープンですが、私たちはこの町が良くなり、将来子供たちが誇りに思える町になっていてほしいという強い信念を持っています。 クロストークで鈴木先生がおっしゃった”パブリックマインド”を持って活動できる方はまだまだ少数だと感じています。これからはその定義を明確にするとともに、同じような想いを持った方と一緒に活動が出来たらいいと思っています。
29	鈴木先生へ。松本らしさをどうとらえたのか？教えてほしい	鈴木	とても難しい質問で答えがないようにも思いますが、だからこそ多くの人と「松本らしさ」について対話をしてみるのがいいかもしれません。それぞれの人に共通すること、しないことが見えてくるように思います。 また少し違う見方をすると、まちのらしさ、個性はそこに住む一人ひとりの人そのものなのかもしれませんが、松本の様に歴史と文化のある地域ではない、郊外のまちによく関わっているのですが、ほんとうに無個性に見えるまちにも、そのまちにしかないパン屋さんがあって、そのまちにしかないパンがあったりします。一人ひとりの人が生み出すものがまちの小さな個性になっているように思います。
30	鈴木先生へ。場づくりの担い手が“善意や熱量”に依存する構造から、持続的に関われる仕組みに転換するためには、どのような設計が必要だと考えますか？	鈴木	それぞれのやりたいことが叶う場にすることが大切だと思います。例えば子育て中は子どもと一緒に外で食べられるごはんがあると、自分にとって利益があります。自分の活動が直接自分に利益があるけれど、結果として似た属性の人たちにとっての居場所をつくることにも繋がります。

31	鈴木先生に質問です。マーケットは、一度の開催であれば楽しみとして運営にボランティアとして参加してくれる人は多いと思う。しかし、継続的に実施するためには下記のことが問題になることがあると考えます。これらのことにどのように伴走、支援してきたのか教えてほしいです。①出店者の収益性の確保。②運営主体内部の労力負担の不平等感の解消。	鈴木	非常に大切な質問ありがとうございます。継続開催することで地域の魅力になり、地域経済を活性化する手段になると思います。 ①②どちらにも繋がることですが、無理のない運営計画を行うことが重要です。支出を減らせれば黒字にすることは難しくありません。また負担を減らせれば不公平感もうまれにくくなります。 例えば、私がマーケットを設計するときは什器は必ず出店者の持ち込みにしています。什器設営は大きな運営負担になります。 また初期にしっかり設計したとしても必ず運営を継続していくなかで不平等感はうまれてくるので、常に調整が必要だという前提のもと話し合う機会をしっかりとるようにしています。 運営に携わる方にも生きていたら風邪をひくように、継続開催していればいろいろあると伝えるようにして、トラブルと捉えないように伝えています。
32	鈴木先生へ。マーケット開催の頻度は？ その結果を市政？にはどのようにプッシュしていますか？	鈴木	開催頻度は月1できると来場者にも出店にもルーティンにできます。 また、毎月第1日曜日などと決めてしまえば広報の手間も省けます。市政への繋げ方としては近隣のまちに自然に広がっていく印象はあります。意識的にやっていることは、冊子を作ったり、賞に出したり、質的な成果が対外的に認めやすい状況をつくるようにしています。
33	鈴木さんに質問です。マーケットの実施から空き家が活用されたと説明いただきましたが、マーケットはどれくらいの頻度で実施されていたのか？出店者はもともと地域に出店希望がある方にお声がけをしていたのか教えて頂きたいです。	鈴木	月1回です。月1回でもルーティンになることでまちが動いていると思ってもらえるようです。 初期は出店者は一本釣りのみで行っていました。マーケットの趣旨や目的を理解してもらい、まちの魅力になる方に出店者を絞る目的がありました。 今も公募はしていませんが、SNS を通じた出店希望には内容を確認してご連絡しています。

34	鈴木さんにお聞きます。あながち地元に住み続けている人がお留守になるケースが多いのですが、住んでいる人たちの巻き込む時にどのような手法をとりますか。	鈴木	大事な視点ですね。私も地域の人がおいてけぼりの活動には地域が場所としてだけ消費されているようであまり魅力を感じません。運営者も出店者も地域の人を中心にするようにしています。 また居心地はいいけどおしゃれすぎないことも注意しています。あまりにおしゃれな空間にしてみようと入りづらくなってしまうためです。普段着でふらりと来れるけど、なんだか豊かになれるくらいのデザイン性を目指しています。
35	星野先生へ。震災の前は、減災・防災には、どの程度意識されていましたか？	星野	水害からの復旧などには、熊本地震以前から関わっていましたので、それなりの意識はありましたが、やはり、直接経験するのは違いますね。 ただ、減災・防災にばかり意識していても、少し息苦しいので、日常の中に、そのような備えをどのように仕込ませていくかが、大切なと思います。
36	星野先生に質問です。公共空間と連携したデザインを考える場合、公共空間側、民間敷地側でそれぞれ考えておく必要があることがあれば教えてください。	星野	まず大事なのは、管理者の目線ではなく、利用者の目線で考えることだと思います。加えて、調整の労を厭わないことも大切です。あとは、ケースバイケースなのかなと感じています。
37	星野先生へ。熊本のアートポリスのような空間の質を高める取り組みと、マーケットのような人の動きを生む取り組みは、どちらも必要だと感じました。これらをどう接続していくことが重要でしょうか？	星野	信毎メディアガーデンは、おそらく、その両方を同時に達成しているものだと思います。このように同時に組みめると良いのですが、なかなか難しい。そこで、理想的には、鈴木さんのような、人の動きを生み出す活動が先行して、その中で大切な場所をあぶり出し、その後に、空間の質を上げるような整備をすると、効果的なのではないかと思います。
38	星野先生へ。熊本の長期政策の原動力は何ですか？ 財政上、問題はなかったのですか？	星野	財政上の問題については、市の方に聞いてみないとわかりませんが、デザイン調整ということに関しては、基本的には、僕たちの謝金等だけなので、問題なかったと思います。 駅周辺整備や花畑広場整備、そのものに関しては、大きな予算を伴うものですので、難しいところはあったと思いますが、おそらく未来への投資というものだったのではないかと思います(当り前の話ですいません)。

39	鈴木様、星野様 松本市は 3 ガク都(岳都、楽都、学都)を幹に街作り考えているが、実際には3 ガク都をイメージしたり実感したりする空間が駅前には不足していると思います。3 ガク都を上手く表現する街作りへのアドバイスをお願いします。	鈴木	3ガク都については詳しくないのですが、異なる魅力をまとめていくためには目指す方向をみなさんと共有する必要があるのかなと思います。一つ的手段としては、対話型のワークショップが有効なのではと思います。それぞれの分野に携わる人々はそれぞれの魅力を感じていても他分野に関しては意外と知らないことが多かったり、時には認識違いをしたりしていることもあります。対話だけでなく実際に体感し合うこともいいかもしれません。
		星野	すいません、3 ガク都という理念を初めて知りました。ありがとうございます。素敵な理念ですね。 まず、街には奥行きがあった方が良くと思うので、全てが駅前で感じられる必要はないのかなと思います。3 つのガクの中で、まず「岳都」については、これは松本に着いた瞬間に感じられる方が良くと思います。駅の自由通路からも良く見えますので、居心地の良い視点場として設えるのもありかもしれません。「楽都」については、もう少し駅前でも街中でも、音楽を感じられると良いかなと思います。それは、ストリートミュージシャンでもいいと思います。オニクルという大阪の施設で、地元オーケストラが練習できるスペースが 1 階の多くの人が集まる場所に面してありました(信毎メディアガーデンもそうでしたね)。日常的な音楽に、もっと触れ合いやすい仕掛けがあるといいですね。加えて、通常、景観計画等で、街の色なんかは規制しますが、僕自身は音風景も規制・コントロールすべきじゃないかと思っていて、そういう取り組みができれば素晴らしいと思います。最後の「学都」は、少し隠し目にしておくぐらいが、良いのかなと個人的には思います。