

# オープンスペースでゆっくり憩う

「19ドリームズ（平成19年度関西NKKニュービジネスコンクール優勝企画）」の挑戦

足立基浩

Written by Motohiro Adachi

## はじめに

私は以前イギリスに約五年滞在し、また昨年は短い期間であるがフランスのマルセイユで教鞭をとる機会を得た。ヨーロッパの街中において思うのは、地元の人々は「場所の利用」に長けているという点である。例えば二〇〇六年に著者がイギリスの地方都市で行ったアンケート調査結果（）によれば、中心市街地商業集積区という場所の魅力は「買い物をするから」ではなく、「歩いて楽しいから」という回答が最も多い。実際、公園も日本と異なり、本を読んだり、水着で寝そべったり、サッカーを楽しんだりと非常に多くの楽しみ方を見せてくれている。

「この点日本はどうだろうか？」

日本の場合も、中心市街地を積極的に楽しむべきと考える。多くの都市では歴史が眠っている。和歌山市の中心市街地ではかの孫文と南方熊楠氏が会談をしたことがある場と聞いて驚いた。

そこで著者が数年前から注目したのは、回遊性を目的としたオープンカフェなどの事業であり、著者は過去三年にわたり主催者として和歌山市中心市街地（ぶらくり丁地区）にて回遊事業を実施してきた。街を回遊させるためには、毎週のように内容が変わる話題性のある場所が必要であったが、そんなカフェを学生や社会人の街づくりNPOとで実行してきた。本稿ではこれまでのオープンカフェ事業の取り組みとオープンスペースの魅力について紹介したい。

## オープンカフェの魅力と役割

著者の担当で「ミ」と街づくりNPOとが協働して過去三回オープンカフェなどの事業を行っている（二〇〇五年、二〇〇六年の一〇月毎週末は中心市街地の橋の上でのオープンカフェを実施、二〇〇七年度は四ヶ月間、空き店舗利用のカフェを実施）。オープンカフェの事業に注目したのは街中での歩く魅力を再発見する（回遊性）という視点と、何よりも回遊性は学生たちが楽しみながら「実行」しやすいという点にある。実施に当たり、予算や場所や細かい許可の取得は主に社会人組織（街づくりNPOヒューマンカレッジアフターの会、著者が座長の）の仕事で、実際に店でイベントを企画したり、料理を作ったり、接客し

たりするのは大学生の仕事と話し合いのなかでそれぞれの役割を分担しながらカフェ事業を実施することとなった。実際、この作戦は当たり、秋の文化祭的な意味合いのある楽しいものとなった。

中心市街地という公共スペース  
空間価値は千五百万円

では、二〇〇五年度秋に実施したぶらくり丁地区にある雑賀橋上のオープンカフェの集客効果について簡単に見てみよう。

のべ八日間の来客数総勢は約八二四一人、カフェの総収入は四〇・二万円と計上された。しかし、さまざまな費用を合計すると総費用は約八一万円となり単独では赤字であり、これを埋めるために和歌山市の補助金を活用することとなった。

また、紙幅の制約により詳細な説明は割愛するがCVM(仮想市場法)と呼ばれる統計手法を利用して路上のオープンカフェの社会的な価値の計測も行った。

その結果、市民オープンカフェには約千五百万円の公益的な価値があり、さらに「」の価値を分類すると、「街に活気を呼ぶ価値」(三五%)、「景観を楽しむ価値」(三三・五%)、「」(三三・五%)の場所としての価値(三三・五%)などが存在することがわかった。

オープンカフェで歩く人は増えたのか？

「回遊性」の向上は達成されたのであるだろうか？

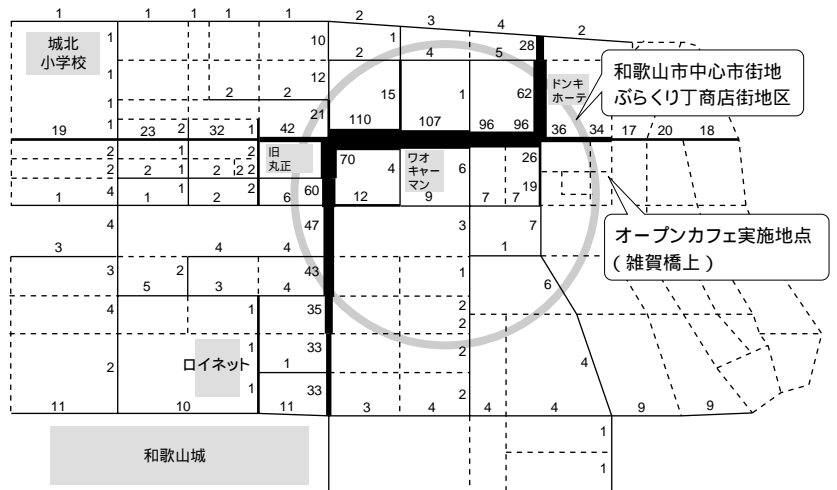


図1 歩行者の回遊性(オープンカフェ実施前:平成17年10月16日)

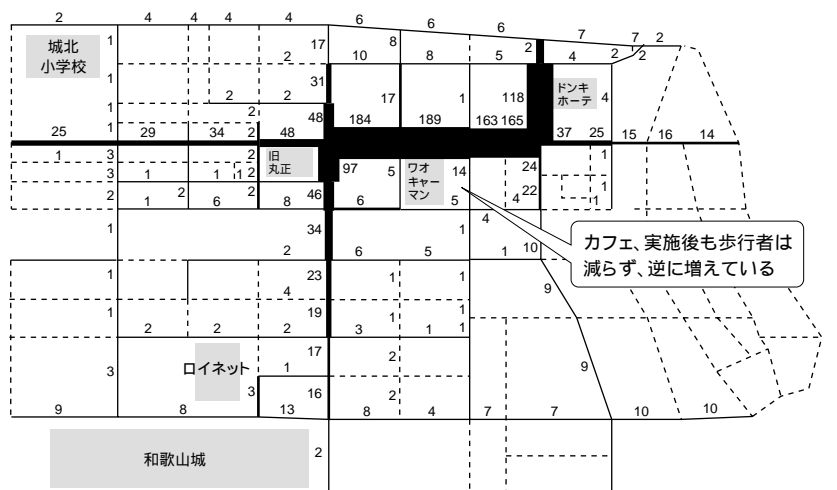


図2 歩行者の回遊性(オープンカフェ実施後:平成17年11月27日)

(注)地図上の数字は各路線の交通量を示している

本調査においては、歩行者交通量調査も行ったが、図1、図2を参照していただきたい。

これらの図は、カフェの期間中(一〇月)と期間後(一一月)での人々の交通量の変化を示している。図の太線が交通量に比例。図より明らかに、オープンカフェ終了後の交通量増加が観測されている。さらに、もう少し詳しく見ると、和歌山城(図の下方)からぶらくり丁への歩行者交通量がわずかながら増加していることがわかる。ここに、カフェによるやや広範囲な街歩きの増大が確認できる。

二〇〇六年度 京橋カフェ  
「秋の海」という公共スペースの利用

カフェ事業は翌年(二〇〇六年秋)にも引き続き行われ(同じく一〇月)、今度は中心市街地に加えて海浜部でも実施された(片男波地区)。「この年は、中心市街地は三日間、京橋という名前の橋の上(海浜部)片男波海岸」の二日間、合計五日間と期間こそ短かったが七〇〇人程度の集客に恵まれ、また、海浜部でのカフェは好評であった。海岸部は主に夏場だけの利用客が多



片男波海岸のオープンスペースでのカフェ(市民団体による音楽演奏)  
(2006年10月撮影)

いが、実は秋も情緒があふれる魅力的な公共空間となりうる。

気持ちの良い気候を「カフェ」という場で体感できる点は魅力的であった。

かくして二〇〇六年度も一定の成果を収めることができたが、市民から、カフェが単発的なイベントになっており、もっと長期的なカフェ運営をしてほしい」という意見が多数寄せられた。

そこでこの反省点を踏まえ、二〇〇七年度は長期型の回遊性事業を模索し、「19ドリームス」企画を実施することとなったのである。

## 二〇〇七年度のオープンカフェ

### 一九週の夢の実現

今回の企画では、今までの「一過性のイベント」の域を超えるために期間を約四ヶ月、一九週間に伸ばしたので、「19ドリームス」一九回の夢の実

現」と命名した。本企画は、何か街なかでやりたいこと(夢)がある人を新聞などの公募で募り(主に学生)、その人がその日の一日責任を持って店の運営を行う」という参加者の自己実現と公共空間を楽しむことを目的としている。

なお、同企画では、毎週新しいイベント内容をカフェで行うこととなった。

例えば、先日、和歌山地方裁判所の裁判官数名からカフェで堅苦しくない雰囲気のみじんがジウムを行いたいとの相談をいただき、事務局会議の結果、一月(二〇日)日曜日(に実施していた)だということとなった。また、ある車椅子の女性(和歌山市から南へ一〇〇km離れた田辺市在住)との協働で、「車椅子の視線で見える中心市街地商店街」というタイトルのミニ講演も企画していた。だということとなった。その他、小学生の歌、高校生バンド演奏会など数多くの「夢」の実現を行った。

#### 街づくりの「場所」の選択

公共性の高い空き店舗「レンタル・カフェ」という考え方

コンセプトは明確になったが、当初我々が一番苦心したのが長期的に継続できる「場所」選びであった。苦心の末にたどり着いたアイデアが、「レンタル・カフェ構想」であった。

これは、空き店舗の確保と整備を事業実施者(つまり足立研究室)が行い、カフェ運営ができるように改装し、一定期間、実際の店舗運営は市民(学生)に任せると(つまり、レンタルする)とい

うものである。また、毎週のようにメンバーが変わりながら新しい顧客を獲得できるため、新しい人脈の増大と口コミにより一定の集客が期待できる。

つまり、レンタル・カフェを経由して一定の需要を確保し、家主に対しては、応益型「の家賃支払い契約を結ぶ」という企画である。この企画は、一方で利益がゼロの場合、家主に支払う家賃はゼロになる。つまり、事業終了後に初めて確定する寄付金のようなもので、「公共性の高い空き店舗再生策」といえる。

その後、地元商店街の老舗靴店の店主がこのレンタル・カフェシステムでの家賃支払契約を快く結んでくださった。基礎資金は和歌山市の市民提案事業に応募しこれを獲得し(約四七万円)。なお二〇〇五年、二〇〇六年も同資金を獲得(これを原資に、「19ドリームス」が実現することとなった。

#### 「コミュニティビジネスとしてのカフェWith」

かくして、平成一九年九月二十九日から翌年の一月末までの毎週末(金曜日、土曜日、日曜日)オープン型の空き店舗(前面ドアのない店舗)において和歌山市からの補助金(四七万円)を利用してカフェがスタートした店の名称は「Café With」。

スタートしてからの三ヶ月間の総収益は約九二万円、総コストは工事費用やガス電気水道費、また材料費など合計で五二万円であった。人手については学生と街づくりNPO「ユーマンアフタ



カフェWithのスタッフ(店舗前)著者はウエイターとして登場(前列一番右)  
(2007年11月撮影)

「カフェWithの会のボランティアで行われた。店内はいつも和気藹々としており、運営中は参加者全員が経営者感覚であり、またお客さんとの対話を何よりも重視した。その結果、多くのリピーター客がついた。ある年配のお客様は、この店では若いスタッフとの会話があるから楽しい」との感想を述べてくださった。

### 二〇〇七年カフェWithの効果と影響

#### 一般的効果分析

九月二十九日オープンから二月二日時点までの毎週末の来客数の合計数は二〇六一人であった。また、曜日ごとの平均来客数は金曜日が一八人(営業時間は三時間)、土曜日が七二人(営業時間七時間)、日曜日が七四人(営業時間七時間)であった。二〇〇五年度一〇月、二〇〇六年一〇月にもカフェ事業を行ったが、集客そのものの人数は大幅に増加しており、営業期間を延長したことが、そのまま顧客増加に貢献している。

#### 人気メニュー

店ではアンケート調査(調査数四三三)を行ったので、その結果を簡単に見てみよう。お客さん

のカフェWithの滞在時間については、三分の一時間以内」との回答が全体の約七割を占めた。カフェではイベントなど多くの行事を盛り込んでいるが、こつこつとしたイベントを楽しんでいただくには、それ相応の時間が必要となる。ただし、一時間以上滞在された顧客の割合も多く(二〇%)、「コミュニティの場所として一定の機能を果たしている点がかがえる。

なお、カフェでの人気メニューは、ホットコーヒーとケーキ(約四五〇円)で、全体の約二〇%を占めた。このことより顧客は、カフェWithに対して日常で我々がイメージするよつな街中、カフェとしての機能を期待している点がかがえる。

また、〇七年度のカフェは、和歌山市名産の「しらす丼」を提供することとなったが、これも大変な人気があった(注文の約三二%。ちなみにカレールイスは五%の注文率)。これは〇六年のカフェで地元和歌の浦産の魚介類を使ったカレーが即売したことを思い出させた。

つまり、簡易的なカフェであるにもかかわらず顧客は、「地元産の料理」を強く望んでいるのである。

### おわりに

本企画はボランティア運営でなされているが、三年も続いたことを鑑みると、学生など事業参加者は金銭に代わる価値を感じているものと思われる。それは、今まで何気ない空間だった場所を華やかにし、人が集まる空間に育てることがで

きる喜びと関連しているものと思われる。

二〇〇六年のカフェは、秋の海を楽しむ空間へ〇七年のカフェは、シャッターの閉まった空き店舗が華やかなイベント会場へと変身した。

なおこの企画を関西ユビヒズネス協議会(NBK)主催の学生ビジネスコンクールに応募したところ、関西大会で総合優勝を果たした。

仮にこのモデルの応用、つまり地方都市の商店街に多い空き家を一時的に公共空間として開放していただき、またボランティアの参加者の「やりがい」を最大限考慮するモデルを構築すれば、その中で地域パワーが蓄積され、街の回遊性は徐々にだが回復するはずである。今ある空間を、探すこと、そしてそれを楽しむことが、実は活性化の近道であることを学んだ。

実際、同コンクールで優勝してからは、このモデルを応用したいという問い合わせをこれまで何件かいただいている。関心のある方は是非各地域で実践していただければ幸いである。

CEL

(足立基浩、イギリスの中心市街地活性化に関する分析。和歌山大学経済学会研究年報 第一号 二〇〇七年)

◎足立 基浩(あだち・もとひろ)

和歌山大学経済学部准教授。一九六八年生まれ。一九八九年慶応大学経済学部卒業。新聞社勤務後、ケンブリッジ大学留学を経て(P.H.D.取得)、現職に就く。専門は街づくり論、不動産金融工学。主な著書は、「空間の社会経済学」(共著、日本経済評論社)など。