

研究報告

これからの都市生活を考えていくための
新世代コミュニティの研究

2011年3月

公益財団法人 ハイライフ研究所

はじめに

本研究は、2年間で行う。初年度は、青山学院大学社会学連携研究センター (SACRE) 及びその拠点である「アスタジオ」を対象とし、青山地区において、大学とクリエイターによって行われた「まちづくりへの関わり」を最新の事例として調査し、「新世代コミュニティの特徴」とそれを中心とした新たな「タウンマネジメントのあり方」を分析することをまとめとしたい。

初年度の研究成果は、

(新世代コミュニティの視点1)「関与者が居住者からまちに関わる人びとへの拡大」

(まちづくりの視点2)「観客からプレーヤーへ」

(タウンマネジメントの視点3)「共的な場づくり」

に要約される。

次年度は、前年実績を踏まえた上で、これからの社会における豊かな生活を実現するための「まちづくりのあり方」(タウンマネジメント)を世界各都市の開発実態調査を行い、その調査結果を分析・検討することにより、導いていきたい。

具体的には、アメリカを中心に数多く行われ、日本にも近年、採用されてきているタウンマネジメント手法「アーバン・デザインセンター方式」の過去・現在・未来を検証することにより、今後の日本における新たなコミュニティ(新世代コミュニティ)開発を行うためのタウンマネジメント手法を導き出したい。

■研究体制

本研究は、以下の研究体制で行った。

研究企画/コーディネート

・・・[LLP まち・コミュニケーション研究会]

調査実施/分析

・・・井口典夫(青山学院大学 総合文化政策学部教授)

・・・榎本元(株式会社読売広告社 都市生活研究所所長)

・・・友田修(LLP まち・コミュニケーション研究会)

研究協力

・・・小川桂以子(株式会社カドベヤ)

研究幹事

・・・仙洞田伸一(公益財団法人ハイライフ研究所 主任研究員)

5 序章

15 第一章 背景整理

渋谷・青山エリアの文化創造の歴史とまちづくり

1.「クリエイティビティ」の集積と歴史

2.「クリエイティビティ」の表現の場

3.「クリエイティビティ」を育ててきた地元のコミュニティ

23 第二章 「新世代コミュニティ」の概念と地域における「共」的ポジション

大学とまちづくり

1.青山学院大学とまちづくりとの関わり

2.具体的なまちづくり活動

3.創造都市—クリエイティブ・シティ

4.「まちと人をつないでリードする」大学へ

33 第三章 アスタジオにおける「プレーヤーを育てる」機能

学生にとっての真の学びの場

1.ラボ・アトリエの背景

2.ラボ・アトリエの活動

3.ラボ・アトリエ取材

4.実践と教育の融合について

55 第四章 「共」的な「場」のあり方

メディアと学生による「共」的な「場」づくり

1.三つの視点から見たアスタジオの活動

2.若者文化とメディアのコラボレーションについて

3.「まちづくり」の変遷と「大学」の役割

4.観客からプレーヤーになる「共」的な場とは

63 第五章 成熟時代のエリアマネジメント

クリエイティブ層によるアメリカの都市再生から学ぶ

1.クリエイティブ層が移り住む修復型の都市デザイン

2.「個性的な地区」が都市を修復する

3.米国4都市のアートディストリクト事例

4.まとめ

おわりに

77 資料編

資料1 青山学院アスタジオの概要

資料2 2010年度の活動

資料3 ラボ・アトリエ実習の成果と今後の課題

序章

戦後から今日まで、都市部におけるまちづくりの経緯を簡単にさぐる。

戦災復興事業、高度経済成長期には、オリンピックや万博などの国際イベントを契機とした都市の改造が行われてきた。国策としての地域行政と専門家による基盤整備の時代である。

1970～1980年代には、高度化のために起こる歪みや生活環境の変化に対する地域コミュニティへの配慮が必要となった。行政が調整役になりながら、地域住民や商店街などの地域コミュニティを中心に「まちづくり協議会」が構成され、公正さに留意しつつ地域の合意形成が図られることとなった。

その後、不動産バブルがはじまり、通称「地上げ屋」による土地の買収は都市部の居住者を郊外へと追いやった。その結果、開発が進む都市部地域のコミュニティは減衰した。多くの「まちづくり協議会」は、減少する居住者に代わり、地権者である企業の担当者と役所による数名で行われる協議になった。

1990年代初頭はウォーターフロント開発をはじめとする再開発が盛んに行われ、都市の本質を巡る議論を行う国際展や都市間交流などが盛んになり、1990年代後半からは、特に地権者企業と行政との連携による共同方式などが模索されてきた。このように、都心型まちづくり(都市計画)の動きは、地域コミュ

ニティが中心とは言え、経済発展をベースにした公民連携、パブリック&プライベート・パートナーシップの形をとることが多かったのである。

現代は、人口減少社会の到来など大きな変化が訪れており、千葉大学の広井良典(注-1)「コミュニティーを問い直す」では、日本は定常型社会(注-2)に向かうと言われている。旧来からある地域コミュニティの体力も衰えてしまった。その上、消費者の財布の紐は締まりっぱなし……。当然、地権者企業にとっては、投資回収の見込みがつかず、開発にかけ膨大な時間と労力を用意できない状況にある。このような状況下に、従来型のまちづくり方式では、まちは良くなるのは明白である。

話は単純でないと重々承知をしているが、概観すると、これからのまちづくりは、「地域コミュニティの再生」へ向かうことが必要だと言える。経済成長が背景に無い、つまり投機的な活動を伴わないまちづくりへの方向転換である。同じ「まちづくり」という言葉であるが全く次元が異なる「まちづくり」なのである。もちろん、依然として経済成長を全く無視する訳には行かない地方都市の中心市街地などのケースもあるが、総じて「地域コミュニティの再生」のためのまちづくりとは、あくまでも「豊かさ」の獲得であり、その結果の一部として経済発展もありうるという位置づけで方

向転換をすべきである。

また、「コミュニティ再生」を「福祉のまちづくり」のような「(弱者)救済」に向けた動きとして地域に課し、制度化が急務とされているが、それもあくまでも「豊かさ」の獲得が達成された上での結果の一部として捉えたい。ある意味では、問題解決を義務として課す「コミュニティ再生」には限界があるのではないかと、という根本的な疑問が前提にある。いまは、そういういった転換期にあると捉えたい。

転換期である今こそ、あらためて「都市生活者」とは誰か、という確認が必要である。そして、その者たちの「豊かさ」とはどんなものか、という問いもあらためて確認し、そういう「都市生活者」がつくるコミュニティを「新

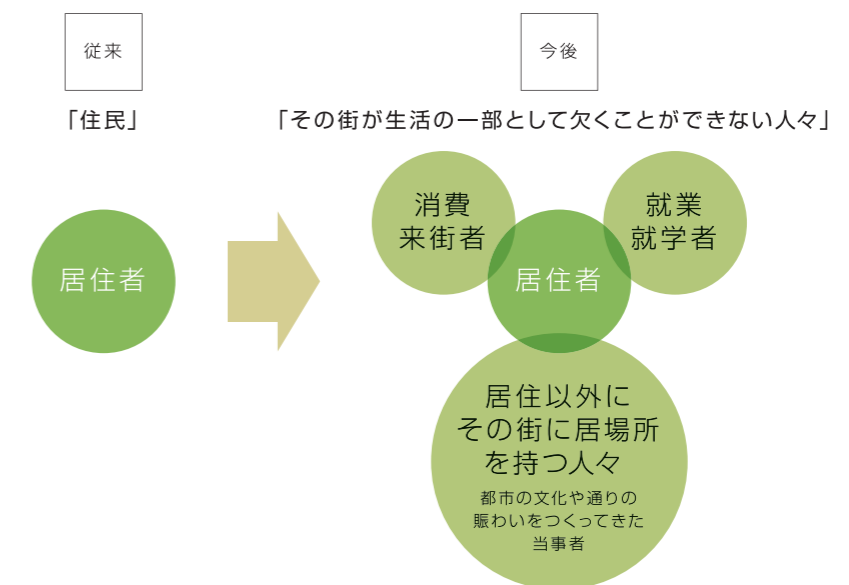
世代コミュニティ」とするならば、その活動が、定常化社会に向かうなかで、どのように機能していくかを予測すべきである。

以上の再確認をする上で、本研究の視点を以下のように設定する。

視点1

第一の視点として、まちづくりに参加する「都市生活者」とは、その都市に居住する人々以外にも、そこで就業したり消費したりそこが居場所であったりというような、「その都市が生活の一部として欠くことができない」という人々までも含むこととしたい。つまり、こういった人々は、実際にはまちの主役となって都市の文化や通りの賑わいをつくってきた当事者だからである。これまでこういった人々

図0-1 「都市生活者」とは(視点1)

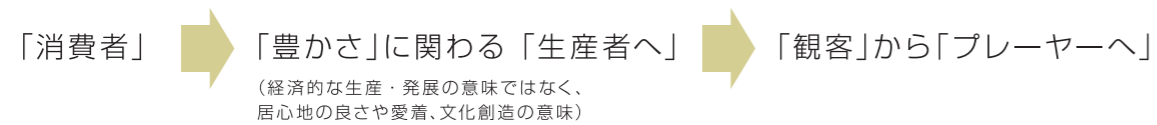


がまちづくり(都市計画)に参加するチャンスは全く無かったと言える。彼らは専門家による「消費者」という分析の対象でしかなかった。マスメディアへの宣伝効果の高い、ファッションや音楽などの流行を牽引する人々が引っぱり出されることもあったが、それは個人の意思ではなく、マーケットの傾向として利用されたにすぎない。今後のまちづくりにおいて、最も重要な構成員は、住民税や事業税という納税リストに載る人々ではなく、最も長い時間そこで過ごす人々である。(図0-1参照)

視点2

本研究における二つ目の視点として「新世代コミュニティ」とは、先の仮説のもとにある「都市生活者」が「消費者」としてではなく、「生産者」(経済的な生産・発展の意味ではなく、居心地の良さや愛着、文化創造の意味)として地元の人たちといっしょになり、まちづくりをしていく地域コミュニティだと考える。つまり、「資産価値」に関わる人々のコミュニティではなく、「豊かさ」に関わる人々のコミュニティだと考える。言い換えれば、「観客からプレーヤーになる人々」である。(図0-2参照)

図0-2 「都市生活者」による「新世代コミュニティ」とは(視点2)



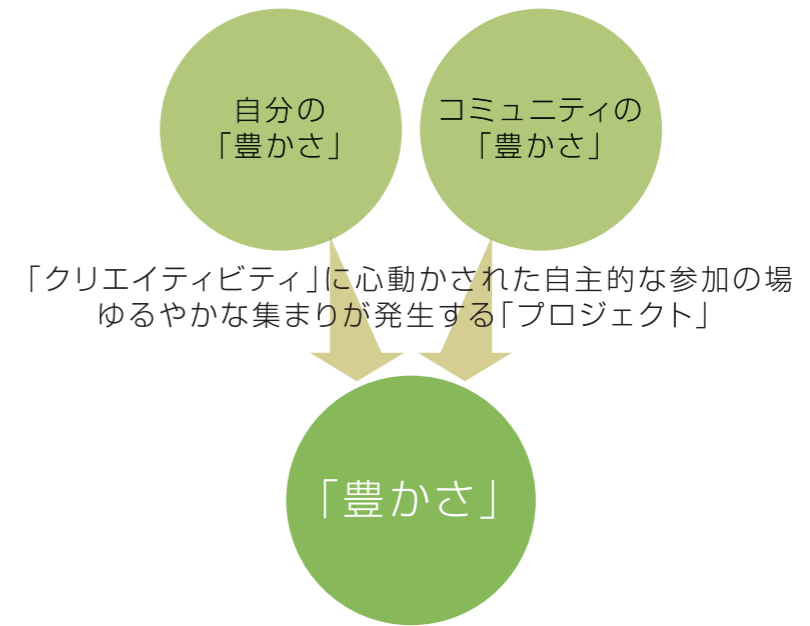
視点3

本研究の三つ目の視点は、まちづくりとは「ハード」ではない「豊かさ」の獲得を目指す活動、ということである。ハードではない「豊かさ」とはどのようなものを明確にすることは大変難しい。これまでのように「資産価値」的な「『増加』が良いこと」という単純なロジックは採りにくい。人々の持つ価値観を「豊かさ」という概念に束ねれば漠然となる。豊かさのために「何をするか」と問うた時、それが具体的になればなるほど個人差が生ずる。少なくとも「しなければならない」という強い満

場一致の合意形成では成り立たない領域であることを認識しなければならない。

ここで言うまちづくりとは、「クリエイティビティ」に心動かされた自主的な参加の場なのではないだろうか。そこで何をプレーすれば自分自身の「豊かさ」を獲得することができるのか、そしてそれが「コミュニティの豊かさ」へとつながり得るのか?まちづくりとは、そういった確認ができ、個人差も認める、ある種ゆるやかな集まりが発生するような「プロジェクト」なのではないだろうか。(図0-3参照)

図0-3 「新世代コミュニティ」による「まちづくり」とは(視点3)



「新しい公共」の概念に「共」的な活動

以上3つの視点でこれまでのまちづくりを見た場合、居住者でもないのに何故まちづくりに参加するのか、何をプランするために居るのか、合意形成はどのようにするのか、といった課題に縛られたり、それを皆で平等に実行しなければならない、などという「条件設定」は相応しくないということに気がつく。自分たちの総意が集まりやすく、不具合があれば直ぐ修正でき、話し合うために集まれば楽しくなる、そのような場づくりが望まれよう。

それはどのような「場」なのか?想起するに、これまで全く無かった訳ではない。例えば、まちの文化やファッションを発信してきた人々が拠点とするところ、そこで起きていたできごとがその場所ごと、時代ごとにあったが、まさにそのようなことの延長線上にある

ものではないだろうか。

これまでのまちづくり協議会等は「公共」の「公」、つまり役所が、管理責任を果たすにあたり、住民の合意を得るために設置していたのだとすれば、まちの中にはそれとは別次元で、既に「共」として、商業施設やストリートや駅前広場やあるいはSNSの中やイベントそのものなのかに有り続けているものがある。それら二つを「公共」という同次元で考えてこなかっただけではないだろうか。つまり、「共」的な活動を今後のまちづくりに結びつけて行くことで良いのだと言いたい。

本研究の主旨は、新しい活動組織をつくるマニュアルづくりではない。あるいは、拠点づくりのノウハウを抽出するのでもない。これからの地域コミュニティを復権させる、広い意味での「タウンマネージメント」の要諦抽出

である。それは、地域の様々な「共」的な活動事例を通してそのテクニックを学び、様々な地域に既にある「共」的な活動をまちづくりに繋げて行く「コミュニティマネージメント」でも

ある。(図0-4参照)

米国の中心市街地再生では、「エリアを個性化するまちづくり」が有効であるとして、アーティストやクリエイターの起用等による再生事

の高いまちづくりを推進していく場である。日本では、北沢猛氏(注-4)による柏の葉や横浜でのアーバンデザインセンターの取り組みが始まった。「公・民・学の連携」を理念として、地域をベースに、大学が軸となり、アーティストやNPOなど様々な人々や市民組織と連携をしてコミュニティづくり(支援)が進められている。

また2009年には、横浜国立大学、横浜市立大学、東京藝術大学、神奈川大学、関東学院大学、東海大学、京都精華大学の7大学が連携し、新たなまちづくりのスペシャリストを養成する拠点「北仲スクール」を横浜に開設した。

このように現在では、日本における「コミュニティマネージメント」の取り組みは、大学の研究機関が軸になっていると言える。

しかし、コミュニティ研究の対象として「共」的な活動と「まちづくり」を結びつけるケースは少ない。どちらかという、地域活性化や福祉のまちづくりといった「救済」的な研究テーマが多い。それはコミュニティの互助的機能を育てるために大変重要な機能ではあるが、本研究テーマではない。本研究のテーマは「共」的な活動を今後のまちづくりに結びつけて行くための「発見」である。

本研究のパートナー、井口典夫氏(青山学院大学総合文化政策学部教授、同大学社会学連携研究センター(SACRE)所長、兼NPO

渋谷・青山景観整備機構(SALF)理事長)が公私にわたり取り組んできた「コミュニティマネージメント」の活動は、「青山学院アスタジオ」(文科省の教育GP(質の高い大学教育推進プログラム)としてスタート)の取り組みへと発展し、「メディア」という新たな軸を取り込むチャレンジが始動した。若者文化は常に「メディア」と若者との相互作用により発信されてきたと考えるからである。

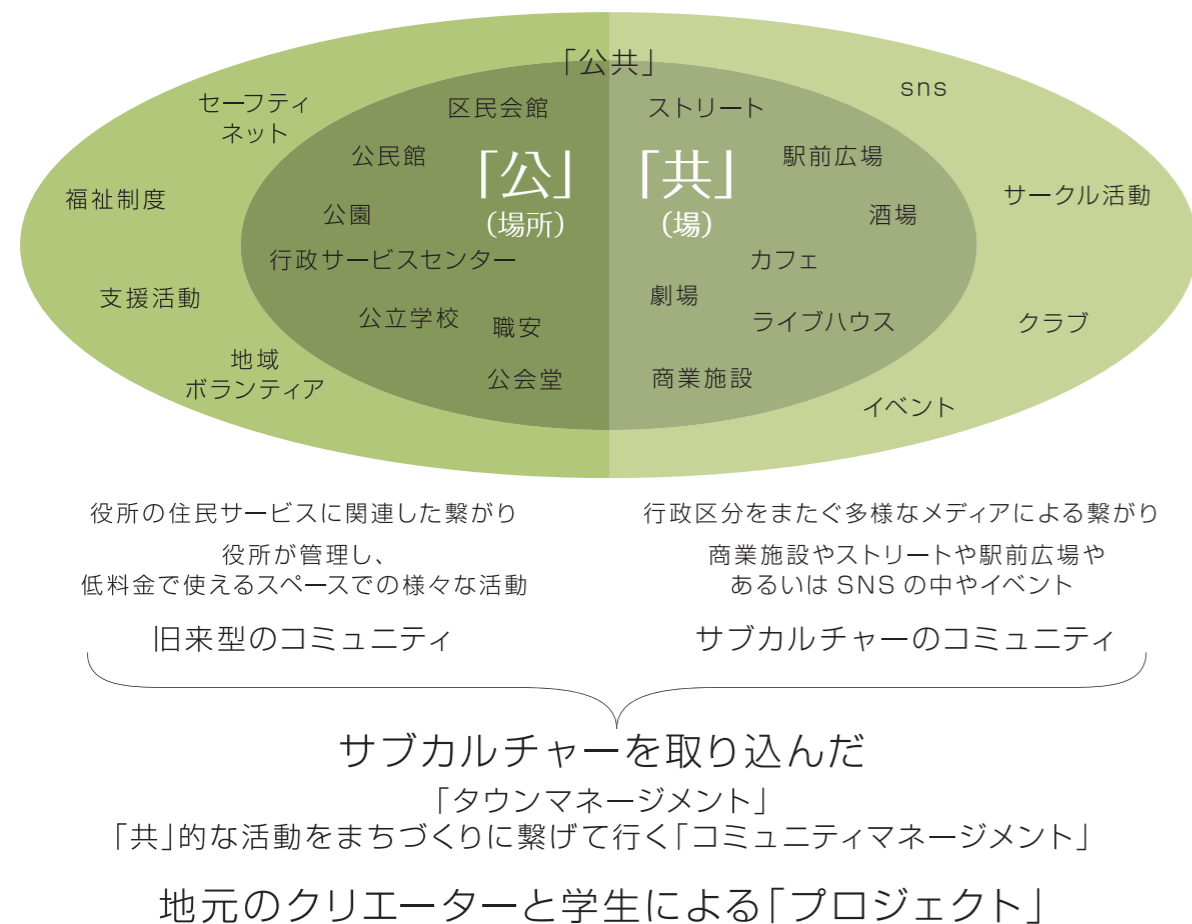
新世代コミュニティにおける「共」的な活動は、先に示した3つの視点から「青山学院アスタジオ」を観察することで浮き彫りにできるものと思われる。

以下、その特徴を示す。

【視点1】「新世代コミュニティ」都市の文化や通りの賑わいをつくる当事者

青山学院大学社会学連携研究センター(SACRE)が核となり、行政、企業、市民(住民)を巻き込み、地域で活躍する専門家の協力を得て、学生の教育カリキュラムとしての実行組織を形成するものである。学外に対してクリエイティブな活動を行うカリキュラムを設定しながら、そこを拠点とした「まちづくり」「地域間交流」「地域文化創造」などの活動を実践している。

図0-4 「新しい公共」の概念と「共」的な活動



業が行われた。遠藤新氏(注-3)による調査研究によると、それぞれの再生テーマごとに手法もケースバイケースではあるが、どの地域においても、埒が明かなくなった居住者コミュニティと役所との間、あるいは企業地権者と行政の間に、その地に深い関わりを見い

だせる「他者」が加わることで成功をしている。つまり他者が牽引者となっているのである。他者も加わる「コミュニティマネージメント」を行う活動拠点として、アーバンデザインセンターがある。ワークショップなどを通じ、関係者を増やして行きながら、ユーザビリティ

【視点2】「新世代コミュニティ」による プレーヤーの育成

地元のコミュニティ、地域の企業経営者、クリエイター、アーティスト、そして映像メディアの技術者、アナウンサー、タレントなどのメディア業界などのプロたちがコミュニティを作り、学生たちを実践指導しプレーヤーの育成に努めている。これまでの学校教育の中での学びの枠を越えた、より自律的な学びの場になっている。

【視点3】クリエイティブな実践活動

NHKのスタジオが併設される「青山学院アスタジオ」では、これまでも様々な文化の発信拠点であった青山・渋谷エリアのDNAを受け継ぎ、新しい時代の文化創造・発信拠点として複数のプロジェクトが行われている。ここでは、学生が参画する番組制作やイベントの企画制作など、メディアの将来を見据えたクリエイティブなチャレンジが展開されている。

「共」的活動による「コミュニティ マネージメント」の研究

本研究「これからの都市生活を考えるための、新世代コミュニティの研究」は、「青山学院アスタジオ」における一連の活動を、定常化社会における「都市生活の豊かさ」を育てて行くコミュニティ「新世代コミュニティ」

としてレポートし、今後のまちづくりにおける「共」的活動の「コミュニティマネジメント」について探ることとする。

特に井口氏は、この地域で公私にわたり、大学の枠を超えたまちづくり活動を行ってきた。アスタジオの設立も、これが地域コミュニティのありかたや大学の教育活動までをも「クリエイティブ」という軸によってパラダイムシフトさせる原動力となると信じ挑戦した。これを特殊解として片付けるのではなく、そのような現場の「コミュニティマネジメント」手法を紹介することは、これからのコミュニティを考える上で大変重要だと思われる。

それは何も、新しいコミュニティマネジメントを制度化したり、そこに関わる人物の条件設定をしたりすることではない。そういうことが可能な環境を如何につくるかということである。それはある意味では社会の許容度をあげ、余白を如何につくるかということかもしれない。「枠から飛び出すこと」を良いことと認めることではないだろうか。

本研究は2年間で行う。

本年度研究は、「青山学院アスタジオ」のラボ活動を運営サポートしている青山学院大学社学連携研究センター(SACRE)とLLPまち・コミュニケーション研究会及び株式会社読売広告社都市生活研究所が共同で行う。本年度のステップを以下の章立てで示す。

一章 背景整理

―渋谷・青山エリアの文化創造の歴史とまちづくりの視点

二章 「新世代コミュニティ」の概念と地域における「共」的ポジション

―SACRE(大学とまちづくり活動における社会的位置づけ)

三章 「プレーヤーを育てる」機能

―ラボ活動(大学としての取り組み、学生にとっての真の学びの場)

四章 「共」的な「場」のあり方

―メディアと学生による「共」的な「場」づくり

五章 成熟時代のエリアマネジメント

―クリエイティブ層によるアメリカの都市再生から学ぶ

特に、一章、二章では、過去における渋谷・青山エリアの分析と筆者自身の活動経緯、現在までの活動の流れを中心にまとめた。三章では、本年度までに実施された19のラボ活動についてレポートした。これらは現在進行形の活動であるため、活動当事者のメッセージが熱く伝わるように指導にあたるクリエイターへのインタビューとして掲載した。

「青山学院アスタジオ」は現在活動初期の段階であり、今後数年の経過を以て本来の分析を行うべきだと判断する。よって、四章では言わば最先端かつ特殊な事例の経緯を見ることで、3つの研究視点を確認し、それ

を本年度の成果とする。

五章では1970年頃から都市再生に取り組む米国のコミュニティマネジメントの事例として、「成熟都市のクリエイティブなまちづくり」(井口典夫編著 遠藤新担当章)を読みとき、次年度の研究準備とした。

次年度は、定常化社会における豊かな都市生活に向けたコミュニティマネジメントのありかたとその拠点づくりの要諦を抽出することを目的として、「これからのアーバンデザインセンター(nextUDC)」を研究する。

多くのアーバンデザインセンターの研究実績がある遠藤新氏(工学院大学准教授)の研究をベースとしながら、日本における弱体化した地域コミュニティの再生に必要な「タウンマネジメントのあり方」を研究する。特に、遠藤氏の調査実績によって開発経緯が把握できる欧米のアーバンデザインセンターを対象に、現在の課題や今後の方針等をヒアリングし、動向把握をする。この作業により、「新世代コミュニティのありかた」を定義し、マネジメントのあるべき姿としての「これからのアーバンデザインセンター(nextUDC)」の要諦へと導きたい。

尚、本報告書を読むにあたり、本研究と同時並行し、この春出版された「青山文化研究～その歴史とクリエイティブな魅力」(井口典夫編著:宣伝会議)を参考としていただきたい。

注-1: 広井良典(ひろい よしのり、1961～)は、日本の学者。千葉大学経済学部総合政策学科教授。専攻は公共政策、科学哲学。社会保障、医療、環境、都市等に関する政策研究から、ケア、死生観、時間等の主題をめぐる哲学的考察まで、幅広い活動を行っている。環境・福祉・経済を統合した「定常型社会=持続可能な福祉社会」を提唱。『コミュニティを問いなおす つながり・都市・日本社会の未来』 ちくま新書、2009

注-2: 定常型社会

広井良典は、2001年に出版された『定常型社会 新しい「豊かさ」の構想』の中で、日本の社会保障について、(1) 社会保障給付費がおおくの先進諸国に比べて相当に低いこと、(2) 社会保障の比重が年金に偏っており、失業や子どもに関連する給付が少ないこと、(3) その財源において税と保険が渾然一体となっていること、という特徴があることを指摘し、これからの社会保障のあり方として、年金だけでなく医療・福祉を重視するとともに、高齢者だけに偏ることなく個人のライフサイクルを座標軸としていくという方向性を模索すべきたとしている。

定常型社会は、ゼロ・サム的な経済活動を前提とした社会である。しかしながら、広井は、だからこそ所得再配分によって経済的格差の拡大を抑制するとともに、社会保障についての議論を進めていくことが重要なのだという。

注-3: 遠藤 新

工学院大学准教授 博士(工学) 都市デザイナー
著書

「成熟都市のクリエイティブなまちづくり」井口典夫編著に執筆・遠藤新・山下勝・太田雅文・鈴木勉・早川淳、(株)宣伝会議、2007年3月

「まちづくりを支援する大学ベースの専門家組織<アメリカ・ミネソタ大学メトロポリタンデザインセンターと全米動向>」pp161～165、「地域と大学の共創まちづくりー連携・協働による地域再生ー」、学芸出版社、2008年11月に執筆

「米国の中心市街地再生 エリアを個性化するまちづくり」学芸出版社、2009年8月

注-4: 北沢 猛(きたざわ たける1953～2009.12.22)は、日本の都市計画家、アーバンデザイナー、東京大学大学院新領域創成科学研究科および東京大学大学院工学系研究科教授。工学博士

横浜市都市デザイン室長などを経て、東京大学教授。都市デザインと空間計画に関する実践と実証研究を進める。横浜市、京都府、千葉県と、自治体の参与や専門委員なども務める。

柏の葉アーバンデザインセンターは、つくばエクスプレス柏の葉キャンパス駅周辺地域のまちづくり、ことにデザインを考えるために、2006年11月20日に開設し、センター長を勤めた。

2009年12月22日 大腸癌のため死去

序章

渋谷・青山地域で今日まで行われてきた事象は、アート、デザイン、イベントやライフスタイル等、さまざまな部門で「日本初」であり、これらがまちを活気づけてきた。この地域にはこうした「最先端」を発信し続けてきた歴史がある。その特殊性を概観する。特に本報告書ではカバーしていない青山文化の特異性については、「青山文化研究～その歴史とクリエイティブな魅力」(井口典夫編著: 宣伝会議)で、詳細なバックデータとともに年表でまとめられているので参考とされたい。

1. 「クリエイティビティ」の集積と歴史

面積で言えば東京都の1～2%にすぎない渋谷・青山エリアの一角に、デザイン事務所や建築事務所、CMを製作する事業所等が数多く集まっている。正確には、都内にあるこれら事務所のうち、約半数(50%)が港区と渋谷区に集中し、そのうち40%が上記エリアにある。50%×40%=20%。つまり、都内のわずか1～2%の面積に20%のクリエイティビティが集まっていることになり、見方によっては特殊な場所だと言える。

その歴史はオリンピック前後から顕著に現れる。

ひとつは青山通り沿いにある草月会館の存在だ。この場所では、青山～赤坂周辺の様々なクリエイターが集まり、様々なワークショップが実験的に行われてきた。岡本太郎、武満徹、勅使河原蒼風、磯崎新といった各界の著名人たちが、ジャンルを超えて日ごろから触れ合う拠点となっていた。そのクリエイティブな雰囲気は数々の海外のアーティストを

もひきつけた。

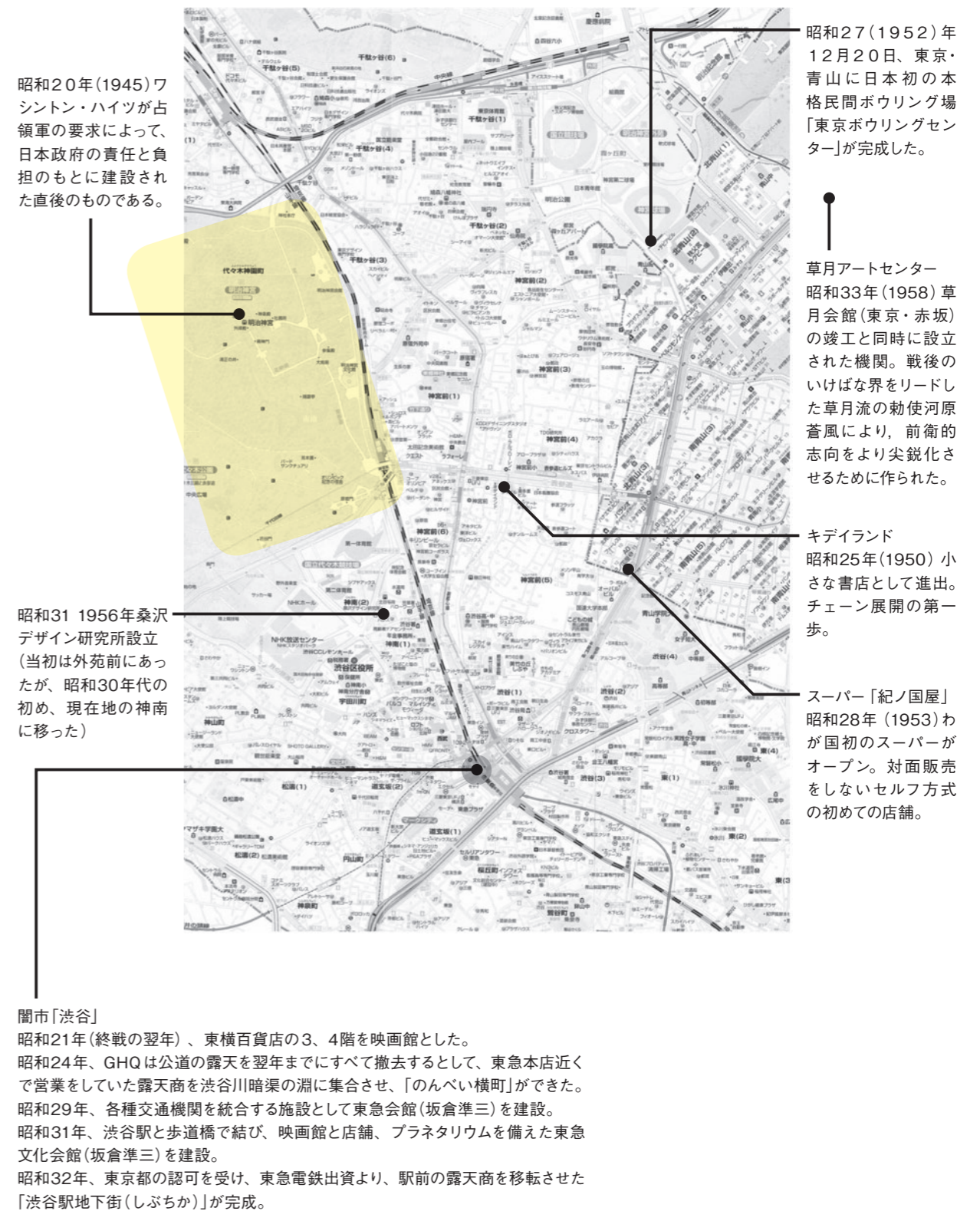
そして、桑沢デザイン(研究所)も重要な存在だ。バウハウスに留学し、帰国した桑沢洋子が、我が国のデザイン教育の先端を担ってスタートした教育の場だ。「光朝体」のデザインで有名な田中一光も講師を務めた。それに惹かれて多くのクリエイターが銀座などから渋谷・青山エリアにシフトしてきた。三宅一生や浅葉克己ほか最先端のデザイナーのオフィスもこの地域に多く集まってくるようになった。

ファッション分野では、石津謙介のVANも青山にビルを構えた。そして(長沢)セツ・モードセミナーができ、グループサウンズ時代にはコシノジュンコが店舗を開いた。彼らが時代のファッションを作り、それをビジネスにまで展開してきた、その舞台も青山である。(図1-1・1-2参照)

2. 「クリエイティビティ」の表現の場

ライフスタイルの発信という意味では、青山近辺は、様々なクリエイターが「自分自身がどう生きているか」ということを街の中で

図1-1 青山エリア地図 昭和・戦後復興期～東京オリンピック以前



より詳しい情報は「青山文化研究～その歴史とクリエイティブな魅力」(井口典夫編著: 宣伝会議)を参考とされたい。

第一章 背景整理

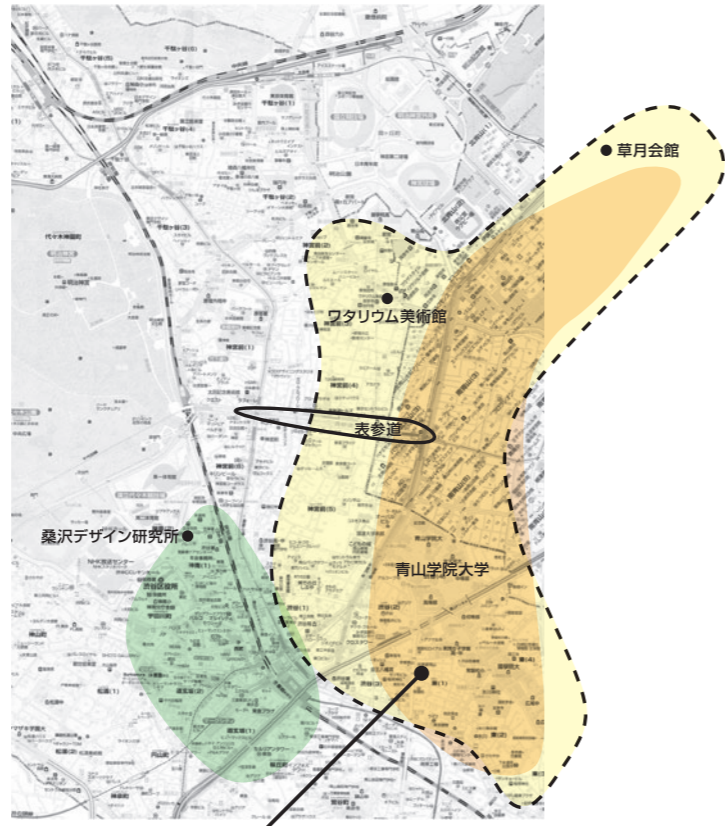
渋谷・青山エリアの文化創造の歴史とまちづくり

図1-2 青山エリア地図 オリンピック以降

東急と西武の「渋谷開発」

- 「東急」
- 昭和45年(1970) 渋谷駅西口ビル
 - 昭和53年(1978) 東急ハンズ
 - 昭和54年(1979) 渋谷109
 - 昭和61年(1986) ONE OH ONE
 - 昭和62年(1987) 109-2
 - 昭和63年(1988) Bunkamura
 - 平成元年(1989) 東急百貨店別館123
- 2000年以降
- QFRONT
 - 渋谷マークシティ
 - セルリアンタワー
 - ...

- 「西武」
- 昭和43年(1968) 西武百貨店渋谷店
 - 五島慶太が閉鎖した映画館の跡地に堤清二は西武百貨店渋谷店を開業(業績伸びず)
 - 昭和48年(1973) 渋谷パルコ開業
 - 西武百貨店駐車場用地→ボウリング場構想→パルコ
 - 駅から遠いという立地条件の悪さをカバーすることから西武劇場を鍵とするイメージ戦略と「街づくり」構想→「公園通り」「スペースイン坂」はファッションビルや飲食店と変化
 - 昭和50年(1975) パルコパート2
 - 昭和60年(1985) THE PRIME
 - 昭和61年(1986) 西武SEED館
 - 昭和62年(1987) ロフト館
 - 昭和63年(1988) クアトロ・バイ・パルコ



その他の「渋谷開発」

- 昭和37年(1961) 渋谷センター街命名
- 昭和40年(1965) 渋谷公会堂
- 昭和44年(1969) 渋谷ジャン・ジャン
- 昭和48年(1973) NHK放送センター移転
- 昭和56年(1981) タワーレコード
- 昭和58年(1983) BEAMS渋谷店
- 「シブカジブーム」

日本のデザイン界は、銀座から青山へのシフトが顕著にあった

オリンピック以前、デザイナーは基本的に法人雇用だったが、経済の高度成長がデザイナーの独立自営の機運を高め、その時に事務所開設地として選ばれたのが青山である。新興デザイナーたちは、銀座(業界旧勢力の拠点)と青山(新しさに寛容な地域)とのイメージの差を利用し、銀座(縦の繋がり)から青山(横の繋がり)へのシフトを成果物(広告)において主張した。決定的要因は世代交代にある。オリンピックはその準備段階を含めて国家事業として進められたが、それを支えたのは亀倉雄策らをリーダーとした多くの若手デザイナー達である。



アートディレクション・デザイン・コピーライイトは青山から発信

工房的な社内組織生産(旧世代体制)から、アートディレクション・デザイン・コピーライイトを専門とする個人事務所の複合的な制作体制に変わっていった。こうした新興デザイナーが青山にオフィスを構え、協働型創作をリードした。

より詳しい情報は「青山文化研究～その歴史とクリエイティブな魅力」(井口典夫編著:宣伝会議)を参考とされたい。

表現をしてきた場所であった。日本で初めてのボウリング場、日本で初めての24時間スーパー(青山ユアーズ)ができ、そこに石原裕次郎や岡田真澄、田宮次郎といった芸能人

が毎日のように出入りしていた。いっぽう浜野安宏は、これら華美なものに対し、むしろこれからは質素に生きた方がいいという「質素革命」「シンプルライフ」とい

うムーブメントを起こした。「自然の中を行くように」というライフスタイルはアウトドアファッションの隆盛や東急ハンズのコンセプトにもつながり、そういう傾向の店舗も多く立地した。

景観を大切にしてきた点では、イベントやイルミネーションの表現でも先進的であった。日本で初めて街路樹にイルミネーションを施したのは表参道であり、それがその後、全国に波及した。我が国初の国際レベルの映画祭(東京国際映画祭)も渋谷で行われた(現在は六本木ヒルズ)。

建築物は、丹下健三による代々木オリンピックプールなどの巨大でモニュメンタルな建築があり、同時に「都内で10坪もあれば楽しく暮らせる」という東孝光の「塔の家」もある。両者は2年の間にそれぞれ建築学会賞を受賞した。ワタリウム美術館やPRADA、Christian Dior等々、著名な建築家によるモニュメンタルな建物も多い。

まち全体がメディアという観点を生み出したのも渋谷・青山エリアである。「まちのメディア」という場合、普通はタウン誌や地域放送

図1-3 青山文化年表 青山文化の持つ特質・魅力に関わるキーポイント

	ARCHITECTURE	ART	FASHION / BEAUTY	EVENT/MEDIA	FOOD	OTHER / etc...
						1989 東京都港区赤坂になる
1900	1906 青山学院 ガウチャー・ホール 1909 迎賓館赤坂離宮 1927 同潤会青山アパート	1926 聖徳記念絵画館		1926 明治神宮外苑竣工奉獻式(野球場・相撲場・児童遊園)		1921 原宿
第2次世界大戦						
	1947 なら青山に青山学院大学					1947 首都圏整備法 1959 皇太子ご成婚パレード
1950	1958 セントラルアパート	1954 横津美術館 1956 桑沢デザイン研究所 1958 草月会館・草月アートセンター	1964 VAN 1968 ISSEY MIYAKE/KENZO NICOLE/BARBICHE 1975 COMME des GARÇONS 1997 PEEK-A-BOO美容室 1985 Yohji Yamamoto 1987 Gianfranco Ferré/MISSONI 1995 Hair dimension美容室 1997 ビュートリウム美容室 A BATHING APE/PORTER UNDER COVER/NUMBER (N)INE 1999 GUCCI/GAP	1964 東京都体育館 国立霞ヶ丘競技場 国立代々木屋内競技場 国立競技場	1953 紀ノ国屋	1962 青山通り 正式名称になる 1967 都電廃止 1980 地下鉄千代田・半蔵門線開通 伊藤忠青山本社 1983 無印良品青山本店 1985 HONDA 青山本社 こどもの城 スパイラル 1987 BMW スクエア 1990 Avex青山本社ビル
2000	2003 同潤会青山アパート解体	1970 青山ベルコムズ 1975 フロムファーストビル 1978 ラフォーレ原宿 ハナエモリビル 1992 国連大学 1996 セントラルアパート解体	1978 新草月会館 1980 オン・サンデーズ(現ワタリウム) 太田記念美術館 1998 岡本太郎記念館	2001 ZARA 2002 LOUIS VUITTON/Chaumet 2003 ChristianDior/FENDI/PRADA 2004 BURBERRY/ TOD'S 2005 Carlier/ OMEGA 2006 DOLCE&GABBANA /Ralph Lauren 2007 CHANEL/ Bulgari	2002 DEAN&DELUCA	2004 NTT青山ビル 2005 La Porte Aoyama Echika表参道 2006 表参道ヒルズ 2007 ワールド青山ビル GYRE 2008 パサージュ青山

より詳しい情報は「青山文化研究～その歴史とクリエイティブな魅力」(井口典夫編著:宣伝会議)を参考とされたい。

第一章 背景整理

渋谷・青山エリアの文化創造の歴史とまちづくり

図1-4 渋谷文化年表 渋谷文化の持つ特質・魅力に関わるキーポイント

	ARCHITECTURE	ART	FASHION / BEAUTY	EVENT/MEDIA	FOOD	OTHER / etc...	
1900	1923 堤康次郎、震災後、百軒店 1934 東横百貨店開業					1885 日本鉄道品川赤羽線の渋谷駅開業 1907 大山街道を玉川電車が開業 1927 東横線の渋谷駅を開業	
第2次世界大戦							
1950	1954 東京会館（坂倉準三） 1956 東京文化会館（坂倉準三） 1957 渋谷駅地下街（しぶちか）が完成 1958 丸井渋谷店 ヤマハ渋谷店道玄坂 1968 西武百貨店渋谷店 1970 渋谷駅西口ビル 1973 渋谷ハルコ 1975 渋谷ハルコパート2 1978 東急ハンズ 1979 渋谷 109 1981 渋谷ハルコパート3 タワーレコード 1983 BEAMS 渋谷店 THE PRIME 渋谷西武SEED ONE OH ONE 1987 ロフト館 109-2 1988 クアトロ・バイ・ハルコ Bunkamura 1990 ユナイテッドアローズ 1996 青山ブックセンター 渋谷GAP 1999 Q-FRONT ドン・キホーテ	1946 東横百貨店の3、4階を映画館とした 1965 渋谷公会堂 1966 「天井機敷館」並木橋 1969 渋谷ジャンジャン 1970 ストリップ道頓堀劇場 1973 ハルコ劇場 1975 ライブハウス「屋根裏」 1977 レコード店「すみや」 1980 ライブハウス「テイク・オフ・セブン」 1981 ライブハウス「EGG MAN」ディスコ「キャンデー キャンデー」 1987 ハルコギャラリー 1990 「HMV」の日本第1号店 1993 ライブハウス「ON AIR WEST」	1974 ファイアー通りに「文化屋敷賣店」 1973 NHK放送センター移転 1983 「シブカジブーム」 1988 J-WAVEがHMVから放送開始 1993 TOKYO FM 渋谷スペイン坂スタジオ 1990～95 フレンチカフェ全盛期 1996～99 スターバックスの時代 1999 ネットエイジ代表の西川潔が公園通りに「カフェ・アプレミティ」	1949 「のんべい横町」 1960～ ジャズ喫茶の時代 1962 渋谷センター街命名 1964 渋谷川暗きよ化（現在のキャットストリート） 1972 渋谷区役所通が、公園通りと命名 1975 井の頭通りから渋谷ハルコまでスペイン坂と命名 公園通りのタウン情報誌として「ピククリハウス」が創刊 1976 東急新玉川線、渋谷～二子玉川園開通 1981 「アフタヌーンティー」1号店 1999 ネットエイジ代表の西川潔がBitter Valley構想を宣言 ～2005 東京カフェの時代 2008 東京都地下鉄副都心線開業			
2000	2000 ジャンジャン閉鎖 渋谷マークシティ ユナイテッドアローズ 2001 五島アラネタリウム閉鎖 2003 東京文化会館閉館 2005 Apple store 渋谷 2006 Q-AXビル(映画館)ヨシモトホール 2008 ヤマダ電機渋谷店 H&M渋谷店	2000 円山町にクラブ「WOMB」 「SHIBUYA-AX」 2001 「カンダロ」 2005 「ギャル男」「センター GUY」 2006～ 「ギャルサー」「制服ファッション」					

より詳しい情報は「青山文化研究～その歴史とクリエイティブな魅力」(井口典夫編著:宣伝会議)を参考とされたい。

局を言うが、このエリアではそういった媒体を通さなくても居ながらにして情報が目に入ってくる。まち全体がひとつのメディアになっているということが、この地域の特徴である。(図1-1・1-2 参照)

3. 「クリエイティビティ」を育ててきた 地元のコミュニティ

こうして見ていくと、渋谷・青山というエリ

アには、クリエイティブなことを非常に大事にしてきた歴史があり、現在があることがわかる。「クリエイティビティを守り継承すべきだ」というのが地元の総意である。イベントやデザインやライフスタイルなど、あらゆる表現に対する「感性」、またそれに「迅速に対応」するということが、この地域では大切にされてきている。

その顕著な例がある。13年前に発表され

図1-5 バブル以前の青山・渋谷におけるファッションの変遷

60年代。原宿が<<若者文化>>の情報発信基地の基盤を確立したのは、「原宿トレンド」のスタートは、高級車に乗ったちょっとリッチでおしゃれな若者達「原宿族」に端を発する。彼らは50年代の置き土産であるアメリカ文化を背景に、原宿に出現した。65～67年原宿族（原宿に自動車が集まった若者たち）

■50's 60年代。前半50年代に流行したアロハシャツにサングラスなどの「太陽族」ファッションやジャズ・ブームの際のスーツ・ブーツなど「原宿族」が着ていたアイテム	■サイケデリック 60年代後半。派手な原色やサイケ調の柄が特徴。男性のユニセックス化も浸透し、原宿でもときおり見かけた	■ミニ 65年～70年代。流行したミニ・スカートのはり。ヒップボーンやAラインのミニが流行した	■アイビー 63年～70年代。アメリカ東海岸のエリート養成校アイビーリーグに伝わる着こなし。60年代「VAN」を発端にブームとなる	■ヒッピー 60年代後半～70年代。東洋思想の影響を受け、中近東などの民族衣装やアクセサリーを取り入れたファッション
--	---	---	---	--

70年代。原宿が<<若者文化の街>>として全国的に知れ渡ったのは、日本でファッション雑誌が誕生した70年代初頭。その代表格である「アンアン」の特集「東京の街で外国を発見した 原宿物語」で、全国的にセンセーショナルなデビューを飾った。その後の約10年間、原宿は、ファッション雑誌「アンアン」「ノンノ」などの誌面を賑わし、名実ともに<<トレンド・オピニオン・リーダー>>としての基盤を確固たるものにする。70年代に【過渡期】をむかえた「原宿トレンド」はファッション雑誌を通して全国に普及したといえる。

■オーバーオール 60年代前半～70年代。60年代から続いたブルージーンズの一貫。ワークウェアの胸あてジーンズ	■ジーンズ・ジャケット&バッグ 70年代前半。ジーパンとバッグブーム到来。なかなかおしゃれな着こなし	■アンノン・ファッション 70年代前半。「アンノン族」ご愛用のメルヘンチックなフォークロア風ワンピース	■レイヤード 70年代前半～70年代後半。重ね着ルックの元祖。長袖のTシャツの上に半袖のジャケットなどを組み合わせた
■ヘビィデューティー 75年～77年。ダウンベストにC.P.Oシャツなど、作業着やスポーツウェアがブームに	■フォークロア 70年代前半～70年代後半。アーリーアメリカン調、北欧調のロマンチックなファッション。エプロンドレスやチロリアンテープ使いなどが流行	■ホットパンツ 71年。超ミニ丈のショートパンツ。コルク底のサンダルとともに、1年間のブームとなる	■ニュートラッド 75年～。「アンアン」の<<関西山の手お嬢様>>特集から全国に波及。金具付きスカート、ブランドものをひとつはもつ実用性ファッション

80年代に入り、「原宿トレンド」は[成熟期]を迎える。原宿生まれの<<原宿ブランド>>は絶頂期をむかえ、「竹の子族」の誕生、竹下通りを中心とした<<ローティーン文化の開花>>など夢のようなサクセス・ストーリーが次々に展開されていった

■NW系キツチュ・ファッション 70年代後半～80年代。ちょっと派手なアイテムを着こなして闊歩するのは、原宿ならではの	■サーファー 75年～80年代前半。ウェストコースとブームにのったアメリカ志向のシティサーファー。サーファーパーツが大流行。	■竹の子族 77年～80年代前半。ゾロリとしたサテンのスーツ、ハーレムパンツなどの奇抜ファッション。行き帰りはコートを羽織って	■ロックンローラー族 80年代前半。50年代のアメリカ音楽や映画に影響を受けたファッション。リーゼント&革ジャンが基本アイテム
■JJファッション 80年代前半。レイヤードヘアが共通。ニューリッチブームにのって、ブランド志向が再浮上	■プレッピー 80年代前半。トラッドの正統派アイビーをラフに着くずしたクロスオーバー感覚。裾だしが着くずしポイント	■アイドル・ファッション 80年代。後藤久美子、小泉今日子などのアイドルを手本にしたファッション。原宿キッズに人気だった	■マドンナファッション 80年代後半。超人気アイドル、マドンナがお手本。ランジェリーをトレンドの域にまで高めた感あり

より詳しい情報は「青山文化研究～その歴史とクリエイティブな魅力」(井口典夫編著:宣伝会議)を参考とされたい。

た原宿駅前の大規模留置場建設計画に対し、地域として猛然と反対運動を起こしたことである。結果として警察署の建物はできたが、留置場の規模は当初の5分の1程度に抑えられることとなった。また、表参道の同潤会アパートの再開発に際しては、条例を作り「高さ制限 30メートル」を盛り込んだ。跡地にできた表参道ヒルズは、その条例に合わせた結果、高さを抑えて地下に広がる構造になっている。これらは、地元の感性で迅速に対応した結果である。これらの例を見ると、合法で

はあってもある種「作法を乱す」ようなものに対し、コミュニティのルールを強い意志を持って示すことで、地域のスプロール化を防いでいるのがわかる。

このように地域コミュニティが「作法を乱す」ものを「問題」として受け止め、それに対して何らかの対応をするために必要なのは、「感性」だけではない。地域としての社会的な合意がきちんと形成できるような、成熟したコミュニティであることが必要であると言える。

第二章 「新世代コミュニティ」の概念と 地域における「共」的ポジション

大学とまちづくり

第一章で振り返ったような渋谷・青山地区のこれまでの特殊性に加え、更なる特殊性として青山学院大学の存在が挙げられる。

その特殊性は、本研究の対象である「青山学院大学社会学連携研究センター (SACRE)」の活動が前提となっている。SACREの具体的活動が始動した経緯を青山学院大学の井口典夫教授に聞いた。井口教授は「地元住民としてプライベートにまちづくりに関わってきたことから全てが始まった」と言う。

1. 青山学院大学とまちづくりとの関わり

井口典夫教授の地元住民としての参画

コミュニティの成熟度にはいくつか段階があるが、いちばん望ましいのが「パートナーシップ」の段階である。つまり、関わっている行政や企業などと対等なポジションで取り組むということである。その場合、国や自治体、市民、企業、専門家といった構成で、同じ問題について一方通行ではなく皆で話し合うことのできる中間的な「場」が必要になる。

現在、話し合いの場を「協議会」とし、そこに何らかの形で大学やNPOが関わるという動きがある。留置場問題や表参道ヒルズの問題では、そういった話し合いの場が無かったため、まず「協議会づくり」から進める必要があった。具体的には原宿地区の9つの町会、9つの商店会、関連企業を合わせた「原宿神宮前まちづくり協議会」を設立し、月に1回のペースで話し合いを持った。続いて、渋谷駅周辺で様々な開発工事が進められていたため、渋谷駅の東側に「渋谷・東地区まちづくり協

議会」を立ち上げた。また、青山通り改修計画(電線の共同溝を少し直す程度)が発表された際、その計画を「通りを全面的に改修する」という方向に進めるための「青山通りまちづくり協議会」というものも作った。いずれも井口教授の働きかけによるものである。

それぞれの協議会において、まちのいろいろな問題や「自分たちの地域で何が大事であるか」ということを皆が考え、それに対してどう対応すべきかを話し合い、さまざまな活動を行ってきた。「キャットストリート」の道のルールなど「街並みの作法を守る」こと、さらにまちの安全を守ることや、まちの公的な良さを残す活動などの実績を積み上げてきている。

コミュニティの成熟度と限界

井口教授はこれまで、地域の人たちと意見抽出のワークショップや社会実験を行ったり、シミュレーションでまちの将来の姿を見たりする活動を続けてきた。しかし、都会の中でこの種の活動をする場合、狭い範囲で行っていても、必ずまちの外と関係が出てくることに気

づいたと言う。例えば、原宿の方で「駐輪禁止」を実施すれば、自転車は渋谷の方に来てしまう。そういう現象は多々あるため、実際は町会を超えて広域的にみる必要がある。また、あまりにも町会や商店会の意向を重視すると、極端な反対運動になりかねない。加えて、活動の主体が街の店主などでは、調査研究能力や、具体的にデータを取って分析してレポートをまとめるような「客観性」に欠ける。つまり、「まちづくり協議会」というものを脱皮させる第三の参画者が必要となるのである。

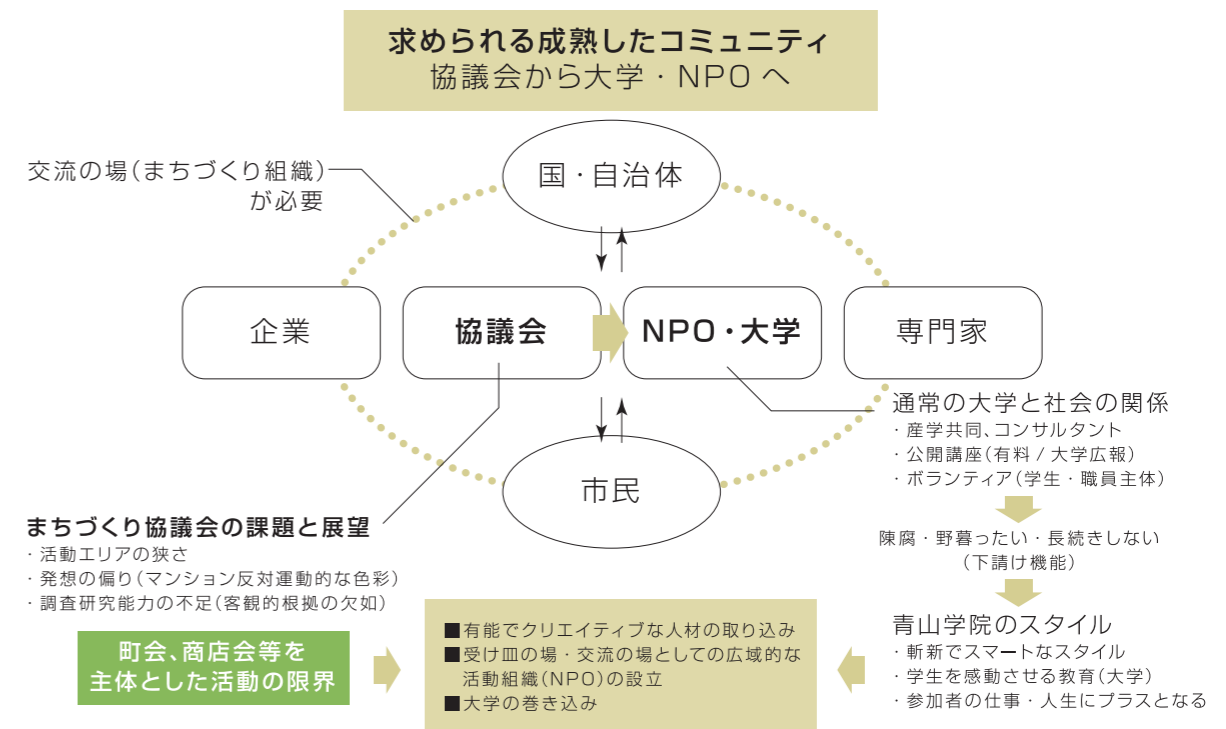
大学のゼミ生の参画

青山学院大学の学生の多くは、青山キャン

パスにおいて3年生、4年生の時期を過ごし卒業する。青山というまちに惹かれて入学する学生も多く、「何かまちと関わりたい」という気持ちが心の奥底にある。

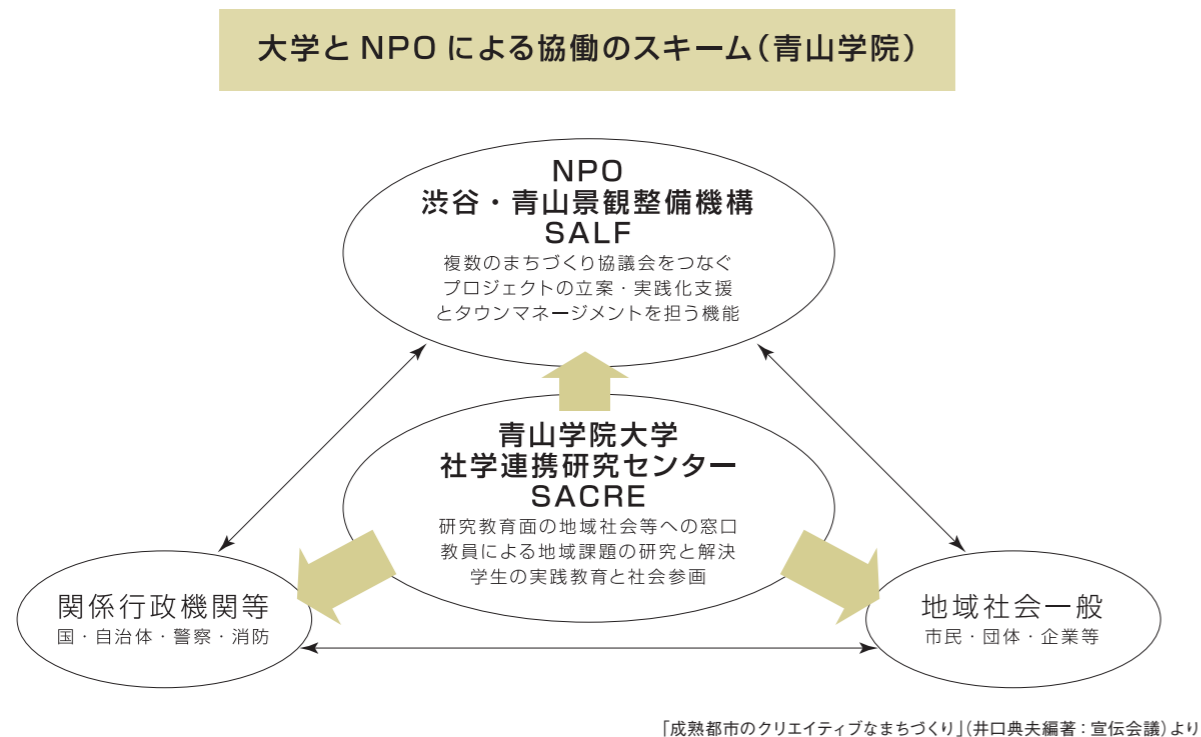
そこで、井口教授自身が地元住民としてプライベートに関わっている活動について「原宿ではこんなことやっているよ、興味があるんだったら来なさい」と言うと、その言葉に反応する学生がひとりふたりと増えていき、ついには教授の教えているゼミナールの学生が全員参加するようになった。学生から「自分たちも来街者としてではなく主体としてかかわりたい」という声も出てきた。企業の方からも似たような声上がり、そういう声の受け皿とし

図2-1 青山学院とまちづくりの関わり・・・地域プロジェクトに取り組む青山学院



「成熟都市のクリエイティブなまちづくり」(井口典夫編著: 宣伝会議)よりアレンジした

図2-2 大学とNPOの協働・・・地域プロジェクトに取り組む青山学院



での組織が必要となったのである。もちろん、あくまでも学生という立場であるから、大学側としてはそのポジションを考慮した形で組んでいく必要性があった。(図2-1参照)

学内における受け皿「社会学連携研究センター(SACRE)」と学外における受け皿「NPO渋谷・青山景観整備機構(SALF)」

「大学として社会への窓口となるようなセンターを作る」という趣旨で、文部科学省の助成金を獲得し、青山学院大学内に「社会学連携研究センター(SACRE)」が設立された。

さらに、青山・渋谷・原宿の各エリア間をうまく結ぶ組織として、NPOを立ち上げる

ことにもなった。これには多くの賛同者(亡くなった黒川紀章氏も創設者のひとり)が得られた。地域横断的な窓口としてのNPO「渋谷・青山景観整備機構(SALF)」である。SACREとSALFという二つの組織が、大学・学生の活動と社会とを結ぶ役割を果たしている。「新世代コミュニティ」の誕生だとも言える。(図2-2参照)

2. 具体的なまちづくり活動

SALFでは「もともと持っていた地域の良さを守り育てる」活動を行っているが、これは地方都市でやっているような「街おこし」や「地域活性化」とは違う。渋谷・青山らしいスタイ

ルを追い求めるという「創造的な空間・社会づくり」活動である。行政がやりたいこと、企業がやりたいこと、まちのみなさんが望んでいること、それぞれの声を聞き、それらを調整していく中で答えを見つける「共」的な活動というものである。

以下、これまでの提案活動を挙げる。

「まちづくりガイドライン」

渋谷駅周辺を見ると、東西方向の人の流れがスムーズでないことに気づく。渋谷は、名前の通り「谷」、V字型の底部分が駅になっているためである。そのV字にブリッジをかけ、人の流れをスムーズにするというプロジェクトを構想した。ただ、ブリッジだけを追求すると、どこの街とも変わらなくなってしまう。多くの新幹線の駅の周りが、どこでも同じような街に見えるのは、どの駅にもデッキが張っており、街並を消しているからである。それと同じことをしたら渋谷の良さが消えてしまう。渋谷の良さは「坂と路面店の街」であること。それを基準に考えていくことになった。

まちが持っている個性や文化資産など「一番大事なもの」には、行政も企業も地域住民も意外と気づかないものである。渋谷駅周辺の当初の開発計画は「どんどんデッキを作って周りにビルを建てて、ビルとビルの間を人が行き交いすればいい」という発想に基づくものであった。それに対し「違うんじゃないか、

渋谷というのは坂がある、その坂にちゃんとお店が貼りついていて、その変化が面白いんじゃないか」ということを言い続けたのである。

2年ほど前に、渋谷区役所がまとめた「まちづくりガイドライン」には「世界に開かれた生活文化の発信拠点“渋谷”のリーディングコア」と書かれている。「行政というのはこういう意味不明なスローガンを平気で使う」と言う井口教授は、それに対して「広場・坂・路面店を活かしためぐり歩ける街」という、もう少し具体的なフレーズを加えた。現在では、このフレーズが渋谷のまちづくり行政に大きな影響を与えているという。

具体的な提案として「駅直近のバスターミナルやタクシープールなどをもう少し動かしたらどうか」という要請をしている。「ここに巨大なバスターミナルがあるのに『めぐり歩ける街』ができるのか?」という判断に基づくものである。実はこういう提案は数少ない。大学という立場なので、気軽に提案できるというわけである。大学・NPOの名で、この種の提案を次々にしている。

アート、イベント系の活動

もう少し柔らかな例としては、「渋谷駅周辺に文化的な価値のあるものを」と訴え、岡本太郎の「明日の神話」という壁画を招致するのに成功したというものがある。青山学院と東急電鉄がリードしてこれを設置したとのこと。

そのほか、学生と一緒に表参道の近くのキャットストリートにボードを貼って、青学オーケストラ部の協力を得ながらコンサートを開催したりもしている。

青山通りをシャンゼリゼに!

井口教授たちは、さらにスケールの大きなことも考え始めている。

パリの顔はシャンゼリゼ大通りだが、東京の青山通りと表参道を合わせれば、規模においてシャンゼリゼに負けることなく、沿道も含めて、国際的に見てかなりいい街にできるのではないかという。昔の表参道の写真を見たところ、参道の正面に立派な大鳥居がある。現在、表参道の正面に見えるのは立派な歩道橋である。これを撤去し、鳥居を戻し、「青山通り一帯を日本のシャンゼリゼにしよう!」と主張する。まだ実現の目処は立っていないと言うが。

実現しつつあるものとしては、青山通りの渋谷宮益坂上～青山学院大学区間における「ルールづくり」がある。この通りでは、バイク駐輪や置き看板などの影響で、幅6mの歩道のうち歩行者が使えるのは1.5mだけ、しかも看板はごちゃごちゃで、雑然とした雰囲気であったという。そこに井口教授と学生たちが、大学とNPOの名で「もう少しちゃんとルールを決めたらどうか」と違法駐輪や違法路上看板に関する地域間協定の制定を働き

かけたのである。現在、これが民のレベルで効果を発揮し始め、現在ではかなりすっきりした道になっている。これは、教授と学生たちとの成果だと言える。

さらに、東京都に対しては「青山を今後もつといい街に育ててもらいたい、青山を東京の顔に!」と訴えた結果、青山通りが東京都の「景観重要道路」第一号に指定された(都内の景観重要道路は、青山通りと皇居の行幸通りだけである)。

引続きSALFでは「青山通りの路面は自然石、御影石にし、沿道はすべてケヤキにしてほしい」と、青山通りを管理する国交省に主張したところ、地元の努力を条件にOKとなった。現在、青山通りは全面的に改修工事が行われ、例えば表参道の交差点付近はかなり造りが変わってきている。

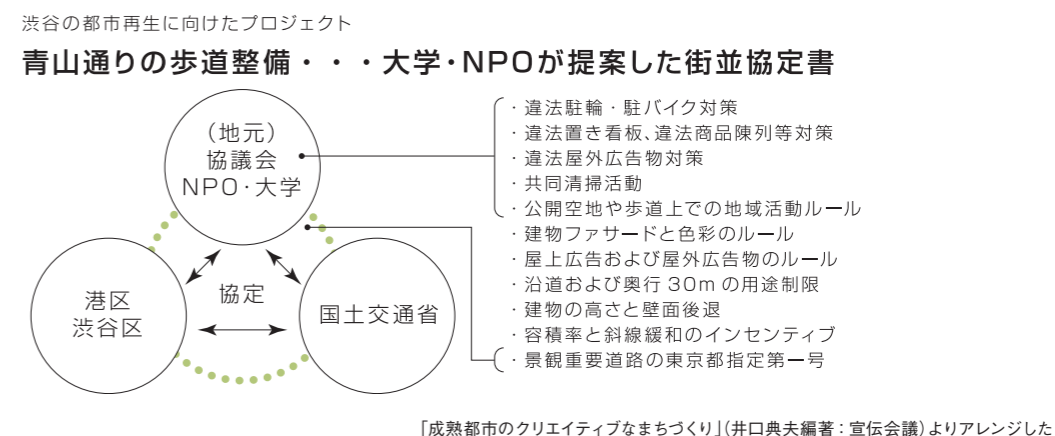
これが実現したのは、「国がやるような管理・運営は地元がやる、だからその分だけ工事費を上乗せしてくれ」という、教授たちの考えたスキームによるものである。さっそく地元が動き、学生たちと一緒に、「看板バスターズ」という看板撤去隊を作った。さらに、ちょっとした街並みづくりは全部自分たちの手でやることにしている。立案・地元調整・工事、すべて自分たちで手掛け、外苑前の交差点も公園として整備した。そこの花壇づくりも全部学生が行った。大学の名は出ていないが、地域住民はSALFとSACRE(青山学院大学)

の活動成果だということを知っているという。

教授と学生たちとで、街路灯の設計も手掛けた。最初に示したプランは「強度が弱い」「金がかかる」と言われたため、手直しを重ね、強度実験も自分たちで行い、データを国に示し、最終的に認められた。通常、国の工事でこの種のことを地元任せにはないのだが、それなりの努力が評価され、国も「認めよう」ということになったらしい。その際、SALFとSACREでは街路灯デザインの意匠登録まで行ったということである。

ところで青山の一带には緑がたくさんあり、これを何とか守り育てたいとも考えている。今後、この地域のさまざまな公共用地が放出されて再開発が進む。その中でルールを作り、「緑がうまくつながるように、街がうまくつながるように、クリエイティビティあふれる街がちゃんと残るように」ということを目指し、いろいろな提案を行っている。青山学院大学のキャンパス再開発も、その中でうまく位置づけられるようにしたい、つまりは「学園都市を作りたい」ということだと言う。(図2-3参照)

図2-3 都市再生プロジェクト例・・・地域プロジェクトに取り組む青山学院



3.創造都市—クリエイティブ・シティ

「クリエイティブなことを大事にする」というのは世界的な流れで、今、クリエイティビティというものが世界の経済を動かしていると言われている。そういう社会になっていくと、「クリエイティブな活動をしたい、クリエイティ

ブな活動ができる」場所が非常に重要になってくる。渋谷・青山エリアというのは、もともとクリエイティブな人たちを引きつけてきたが、これからももっとそういうものを進めていかなくてはいけないということである。

世界というのは国単位で見ると都市の集積で見た方が、経済の状態がよくわかるもの

であり、そのコアになる部分には、必ずクリエイティブな活動をしている都市がある。それを都市計画家チャールズ・ランドリーが「創造都市(クリエイティブ・シティ)」と命名した。ビルバオやバルセロナなどはその代表的な街である。こういう創造都市としての条件は、「創造的な空間づくり」「創造的なイベントの開催」「創造的な人間・産業の育成・振興」の3つである。

井口教授は「渋谷・青山もこれに沿ったまちづくりをしていくべき」と強調する。また空間を作るだけでなく、そこで変化のある出来事を起こさなくてはいけないのである。

岡本太郎の「明日の神話」招致が決まった時にも、青山学院初等部の児童と港区立青南小学校の児童とを招いてイベントを開催し、盛り上げた。

さらに、2008年、青山通りのオラクルビルの足元にあるブラジル大使館から「日伯交流百周年の行事をしたい」とNPOに打診があった時、「ここにリオデジャネイロのコルコバードのキリスト像をそのまま投影したら面白いだろうな」と考えて動き、これを実現させた。結果としてオラクルビルに実物大(高さ30m)のキリスト像が投影されたのである。ブラジル大使は非常に喜んで、毎年実施してほしいと言っているそうだ。これもクリエイティブな、「ワクワク」するような刺激的なイベントであると教授は言う。

「渋谷芸術祭」と「青山コモンズ」

2010年11月、井口教授と青山学院大学は、渋谷の商店街や地元NPOなどととも、第2回「渋谷芸術祭」を開催した。2010年末の渋谷は、毎年続いてきたイルミネーションが景気停滞の影響などから全部消え、12月は真っ暗な状態になってしまう。「これを何とかしたい、大学も一緒になってイベントを立ち上げよう」ということで、「渋谷芸術祭」を企画した。芸術といっても堅苦しいものではなく、ファッションや映像を含めた広い意味での「渋谷文化」を地元の手で紹介しよう、その中心に自分たちも立とう、というものである。

ハチ公広場の緑の電車が基地になり、公園通り入口近くのマルイシティも会場になった。ファッションショー開催やシンガーのAIの登場など、多彩なイベントで盛り上げ、年末の渋谷に元気を取り戻す一助になった。

青山学院大学のお膝元の青山についても盛り上げるべく、青山通り沿道で「青山コモンズ」というイベントを実施している。ここでは、都心の斬新な雰囲気のところ、むしろ田舎っぽいものを持ってきたら面白いのではないかと発想に基づき、「都心の里山づくり」と題して、近隣の国連大学、東京都歴史文化財団やNHKとチームを組んで活動している。これは、青山学院大学の男子寮跡地に建設した「アスタジオ」というメディア拠点を、自然かつ社会にインパクトのある形でプ

ロモーションするために試みたものでもある。

「ワクワクする」地域貢献

大学が地域にどう貢献するか。「防災活動に協力する」「災害時に帰宅困難者を受け入れる」などの協力はもちろん大事だが、なにか「ワクワク」しない。もう少し青山学院らしいことをやらなくてはいけないと、というのが井口教授の主張である。

井口教授がこういう活動を始めるきっかけとなった出来事を紹介する。青山学院の前にはかつて歩道橋があった。教授も、歩いて5分くらいの自宅からいつも自転車で通勤していたが、この歩道橋があるために青山通りを自転車で渡れず、困っていたという。同様に、多くの歩行者から見て、青山学院は陸の孤島状態にあったのだ。「ならば横断歩道にした方がいいだろう」ということで、学生と一緒にいろいろな交通のデータを取り、学院長とともに陳情に出向いた結果、歩道橋は撤去され、横断歩道になった。これには街の人も非常に喜んだ。もともとは教授が自転車で通りたいがために行ったことであるが、結果として青山学院は地域に貢献できたというわけである。

さらなる話もある。青山学院の前のバス停の名前は、以前は「南青山5丁目」であった。「渋谷区渋谷4丁目にある青山学院の前なのに、港区南青山5丁目はないだろう、『青山

学院前』にしてほしい」と要請したところ、「青山学院は公共の施設ではないので、その場合は宣伝費を払え」と言われることもあった。しかし、混乱するのは一般市民に他ならない。それを理屈に何度も要請し、最終的には「青山学院前」バス停を実現させた。

地域に貢献できることはまだいろいろあるようだ。地域に「貢献」するだけでなく、「共に良くなる」道というのはたくさんあるということである。

NHKとのコラボレーション

青山学院大学の男子寮の跡地に「何か夢のあるビルを作ろう」という話が出たとき、井口教授はNHKに話を持ち掛け「ここにスタジオを作るのはどうですか?」と提案した。

もともとは永井多恵子・元NHK副会長と教授が渋谷区まちづくり審議会で一緒になり、いろいろな話をしているうちに出てきた案である。永井氏からの「若い人がNHKの番組を全然見てくれない、どうしたらいいだろう」という相談を受けた時、この跡地ビルのことを思い浮かべつつ、「青山にNHKのスタジオが来れば、若者みんなが目にするのではないかと答えたという。永井氏の動きが伏線となって、次期の福地・前NHK会長がこれを実現させた。その際、教授は福地前会長に対して「NHKは渋谷にあるけれども、それはローマにあるバチカン市国みたいなものだ。もっ

とローマ市街に出てこない、本当に地域や若者に溶け込むことはできない」と言ったとのこと。これに端を発して、「アスタジオ」の1階部分にNHKのサテライトスタジオ「NHK@キャンパス」が入ることとなった。現在、青山学院とNHKは協働していくつかの番組(主にワンセグとBS)を企画し、その収録と放送を行っている。

4.「まちと人をつないでリードする」大学へ

いま渋谷・青山エリアで起きていることの要点は「まちにとって大事なものは何なのか」ということである。しかもそこには「人」が関係している。「まちと人をつないでリードする」役割を、教授と青山学院大学が果たしている。これは従来の大学と地域との関係とは全く違うものである。

では従来の大学と地域との関係とは何か。

「産学共同」：実用的な技術は民間が開発し、基礎的な研究は大学が行う。これを合わせて良いものを作りましょう、ということ。文科系学部による商店街づくりなどの相談(コンサルタント)も含まれる。

「公開講座」：有料のものと、無料で大学の広報の役割を果たしているものがある。

「ボランティア」：学生や職員が主体のボランティア活動。

この「産学共同」「公開講座」「ボランティア」というのは、大学が地域に出るときの3点セッ

トである。井口教授の言を借りると、「非常に野暮ったく、しかも長続きしない、どこの大学でも行われている」ものだ。特に「産学共同」「有料公開講座」に「まちづくりコンサルタント」となると、結局「営利目的では?」と疑われてしまう。一方、「ボランティア」や、大学広報のために無料でやっているものは、見返りが無いがゆえに長続きしない、という結果になりがちである。

これらに共通しているのは「下請け機能」と教授は言う。大学が社会の下請け機能をしてしまっている。お金が絡もうと、無料の奉仕であろうと、下請けになってしまっているのだ。これを決して批判するものではないが、もう少し工夫することができないだろうか。教授はそこに「プラスアルファ」を求めたい、青山学院のカラーである「スタイリッシュで斬新でスマートなスタイル」というものを求めたい、と言う。

「社会経済全体の動きを大学側が見て、独自の見識等によって地域社会をリードする」。これが前段で説明してきた数々のプロジェクトの趣旨である。渋谷芸術祭や青山コモンズ等のイベントも、もともと地域の人たちからの要請で始まったものではなく、教授たち大学人が「地域にとって今、これが必要です。我々がこういうプランを持っています、一緒にやりませんか?」と持ちかけて実施されたものだ。今ではむしろ地域の方が熱心で、大学側が後

をついていくのに精一杯の状況になっていると言う。

地域の問題を発見し、リードしつつ、独自の見識で企画を練り上げていく。そうした下請け的でない、「リード」「共」的な視点が必要なのではないかと思われる。

学生を感動させる教育

「見返りを求めない」というのが教育の基本的な精神ではあるが、一方で、「見返り」というものを広く考えれば、大学側がこのことをもっと堂々と主張していいのではないだろうか。

大学人である井口教授にとっての見返りは「学生を感動させる教育、実践的な教育ができる」ということである。決して「大学の広報」ではない。今いる学生たちが感動し、地域の中での「共」的ポジションを獲得し、それを「大事なもの」として世の中に出ていく。そういう教育ができること自体が、一番の見返りだと言う。これは至言であろう。

第三章 アスタジオにおける「プレイヤーを育てる」機能

学生にとっての真の学びの場

青山学院大学では『渋谷・原宿・青山を繋ぐ商業観光拠点の育成～本学の理念に基づく地域貢献の実践と社会学連携体制の拡充～』をテーマに、2005年度「文部科学省現代的教育ニーズ取組支援プログラム(現代GP)」に取り組んでいる。これにより、大学の地域貢献と並行して、確固たる社会学連携体制を築いてきた。

1. 教育的背景

まず2005年度、学外に観光まちづくりを推進するためのNPO「渋谷・青山景観整備機構(SALF)」を設立し、2006年度には学内組織「青山学院大学社会学連携研究センター(SACRE)」を設置するなど、キャンパス内外の双方に社会学連携の窓口・拠点を設けた。さらに、それら二拠点での活動実績を元に、地域に密着した問題解決型・実践型の総合的な教育プログラムの必要性・有効性を明示している。

現代GPという国費による補助期間(2005～2007年度)を準備段階として、今後は大学が自力で社会学連携体制を継続・発展させ、地域に貢献し、かつそれを教育プログラムの現代化に断続的に反映させるため、社会学連携の窓口・拠点たる社会学連携研究センター(SACRE)では、学内各学部教育との恒常的・機動的な連携を核として、所期の目的を果たすべく活動を拡充・展開している。

そして、2008年4月に青山学院大学総合文化政策学部が開校した。「文化を総合的に理解し、マネジメントを通じて価値を高め、

内外に発信できる人材」の育成を目的とし、その教育カリキュラムではプロジェクト場面でのマネジメント体験が不可欠とし、種々のプロジェクト現場を持つ「外部協力機関」と教員との共同プロジェクトを立ち上げ、そこに学生を参加させることとした。

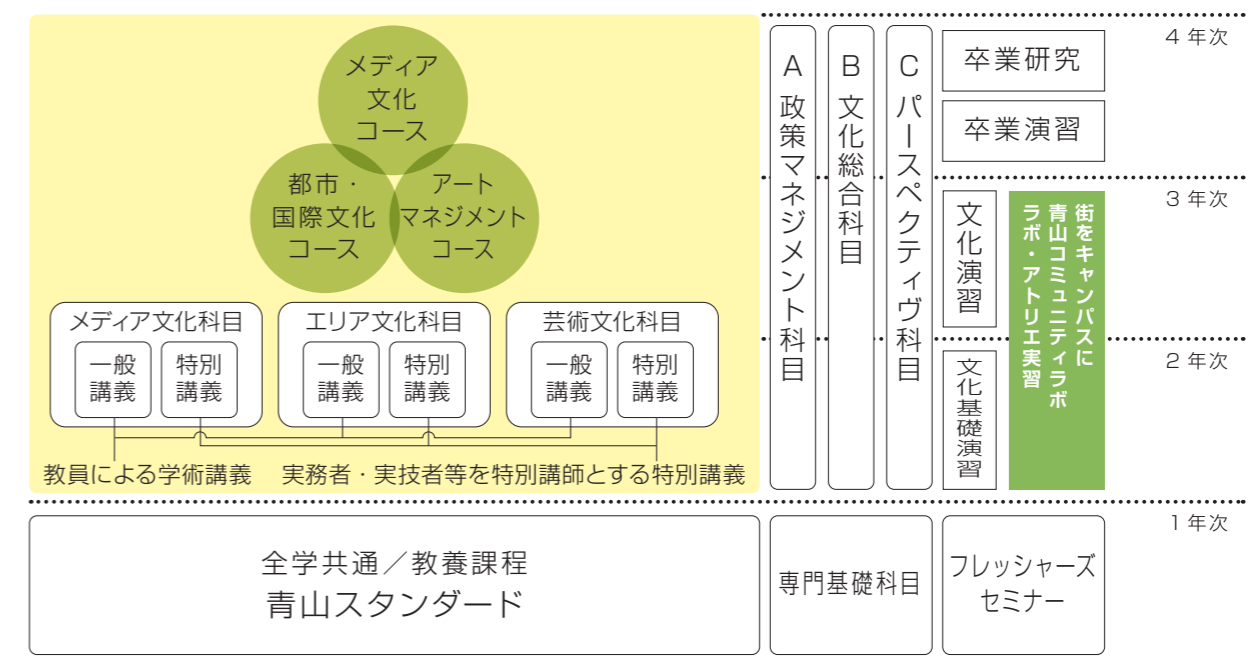
2～3年次の段階で、学生たちは数あるプロジェクトの中から興味あるものを自由に選ぶ。各プロジェクトは教育のために「教材」として用意されたものではなく、社会のニーズに応じて第一線で展開されている「本物の」プロジェクトである。よって、学生たちは最初から専門家の集まる現場で、専門家集団の一員として「仕事」をすることになる。その責任と負担の重さから、必修科目ではなく、選択科目として扱われる。

必死に現場を体験する中からコツを見つけ、本当の成長が得られるとの考え方である。体験するうちに自分でも気付かなかった才能を発見し、開花させる学生も現れるかもしれないという期待もある。反対に、自分の持っていた知識や技術が、現場では全く通用しないと思ひ知ることであろう。それもまた自らの将来を考える上で、よい機会となる。

この一連の取り組みを強力にサポートする施設として、2009年、青山キャンパス至近の街中に「青山学院アスタジオ(AOGAKU ASTUDIO)」ビルが完成した。同施設に

は、番組制作の現場となるNHKのサテライトスタジオが入るほか、クリエイターたちのSOHOや、イベントなどに使える多目的ホールが設置されている。(図3-1参照)

図3-1 青山学院大学総合文化政策学部カリキュラム



総合文化政策学部は、学部および研究科教育を拡張し、キャンパスを超えた自由で多様な参加型研究教育機会を創造するために、青山近隣の文化団体・組織、クリエイター、アーティスト、そして文化産業、公共組織などと連携した青山コミュニティラボ(ACL)を設置し、21世紀の文化やアートとともに創造し、世界に発信することを目指している。ACLの運営にあたっては、以下のアドバイザーが企画・協力をしている。

- 日比野克彦氏(アーティスト)現代アート
 - 柏木博氏(武蔵野美術大学)デザイン史
 - 小林武史氏(ミュージシャン)
 - 小林康夫氏(東京大学)表象文化
 - 松岡正剛氏(編集工学研究所)編集工学
 - 箭内道彦氏(クリエイティブディレクター)
- また、以下の文化機関と連携をしている。
- 青山ベルコモンズ
 - 浅葉克己デザイン室
 - エイベックス・グループ・ホールディングス
 - NPO明日の神話保全継承機構
 - 風とロック、
 - キャップ

隈研吾建築都市設計事務所
 クリエーターズ
 NPO青山景観整備機構(SALF)
 サンエー・インターナショナル
 CIBONE
 宣伝会議
 デザインタイド実行委員会
 デジタルサーカス
 東京都歴史文化財団トーキョーワンダーサイト(TWS)
 橋本夕紀夫デザインスタジオ
 専門学校ビジョナリーアーツ
 HIBINO SPECIAL
 POOL inc.
 町田ひろ子アカデミー
 モード学園
 UNITED ARROWS
 ワールド インテリアVMD開発部
 ワイス・ワイス
 ワタリウム美術館

2010年度は、上記の他、NHK エデュケーショナル、NHK エンタープライズ、IVYCS、東京労音東部センター、渋谷百軒店商店会、日本映像翻訳アカデミー、国際交流基金が新たに加わった。(資料編1[青山学院アスタジオの概要] 参照)

2. ラボ・アトリエ実習の概要

プロジェクトに参加する学生は、教務上、「ラボ・アトリエ実習」という科目を履修する形をとる。各プロジェクトは青山学院大学社会学連携研究センター(SACRE)等の協力・斡旋により、大きく4つの分野に分かれている。2009

年度の場合は12の個別プロジェクトで構成され、本年度は19のプロジェクトとなった。各プロジェクトに少なくとも1人の教員がつく。

「番組制作」分野

地元NHKと連携し、主に若い世代を対象とした番組を企画・制作し、実際にNHKにて放映。番組では学生自ら出演するなど、制作に関わるほとんど全ての役割が学生に期待されている。総合・教育・BS・ワンセグからFMまで、毎週のように番組を担当している。

「アートマネジメント」分野

2009年度は渋谷から青山にかけてのエリアで、アート系のイベントを企画・開催した。具体的には「渋谷芸術祭」を渋谷駅のハチ公広場・地下街と公園通りで、「青山コモンズ」と題する国連大学・環境省・東京都を巻き込んだイベントを青山通り沿いで展開した。両者を「クリエイティブフェス」の名のもとになぎ、内外への文化発信機能を強化し、もって東京都の文化政策の柱に位置付けてもらうことも目標としている。

「環境創造」分野

キャンパス周辺に残されている公共用地の都市再生プロジェクトに取り組み、具体的な計画から事業スキームまでを提案。都心の緑の再生をはじめ、防災計画からクリエイティ

ブな都市機能の誘致までを担当する。

「平和構築」分野

2007年、青山学院大学が中心となって渋谷に誘致した岡本太郎の巨大壁画『明日の神話』をシンボルに、コミュニティにおいて様々な平和活動を展開していく。核のない平和な社会の構築に向けて、街や地域にとどまらず日本全国、さらには世界へとメッセージを発信していく。2009年度は広島・沖縄とのネットワークづくりに加え、国連大学を通じたわが国すべての大使館との連携枠組みの構

築に着手した。(資料編2[2010年度の活動]参照)

ちなみに、これらのプロジェクトに、学生たちはカリキュラム上の実習が始まる半年前から取り組む。変則的ではあるが、4月にトップスピードで専門家集団に加わるためには、最低半年前からの準備は欠かせない。本格的に始まれば、もちろん土日や夏休みも無い。毎日、現場に張り付くこととなる。

2009年度、学部1期生である2年生の約半数が「ラボ・アトリエ実習」を履修した。

表3-1 2009年度ラボ・アトリエ実習

No.	プロジェクト名称	担当者 (代表教員)	選考方法	分野
①	渋谷・青山エリアで独自のアート系イベントを企画・運営する	井口典夫	レポート 面接	アートマネジメント
②	インターネット放送局をつくるー通信と放送の融合	大島正嗣	レポート 面接	番組制作
③	教育GP、ラボ・アトリエ実習等を紹介する番組を企画・制作・放送する	大房潤一	レポート 面接	番組制作
④	カナダの現代文化を楽しみながら理解する	岡 真理子	レポート 面接	平和構築
⑤	沖縄・西表島で文化の底力を体験的に学び、伝える	沖本幸子	レポート 面接	環境創造
⑥	山形でパブリックアートとコミュニティマネジメントを実習する	黒石いづみ	面接	アートマネジメント
⑦	鎮魂・祝祭・平和ー『明日の神話』と『もののけ姫』の世界を復元する	杉浦勢之	レポート 面接	平和構築
⑧	楠美津香ひとりシェイクスピア「超訳薔薇戦争」連続上演プロジェクト in Tokyo	竹内孝宏	面接	アートマネジメント
⑨	フェアトレード	東方敬信	面接	環境創造
⑩	渋谷・百軒店 アートミュージアム・プロジェクト	鳥越けい子	レポート 面接	アートマネジメント
⑪	国際文化交流機関の研究ーその活動と評価の分析ー	真鍋一史	レポート 面接	平和構築
⑫	ACLライブ・ミュージック・シリーズ	宮澤淳一	レポート 面接	アートマネジメント

2010年度は、3年次に履修する学生を合わせ、全体の約8割が「ラボ・アトリエ実習」

を体験することになった。

表3-2 2010年度ラボ・アトリエ実習

No.	内訳	プロジェクト名称	担当者 (代表教員)	選考方法	分野
①	継続	イベント「渋谷芸術祭」「青山コモンズ」を発展させ、創造都市・東京の一翼を担う。	井口典夫	レポート 面接	アートマネジメント
②	継続	インターネット放送局をつくる—通信と放送の融合	大島正嗣	レポート 面接	番組制作
③	継続	青山発の番組を企画・制作・放送する。	大房潤一	レポート 面接	番組制作
④	継続	カナダの現代文化を楽しみながら理解する	岡真理子	レポート 面接	平和構築
⑤	新規	音楽芸術を実践的視点で学ぶ	川口義晴	レポート 面接	アートマネジメント
⑥	継続	山形を中心にしたパブリック・アートによる空間再生デザインとまちづくり	黒石いずみ	面接	アートマネジメント
⑦	新規	キャンパス・サティスファクション・ファクトリー フォー・スチューデントズ=バイ・スチューデントズ	杉浦勢之	レポート 面接	その他
⑧	継続	LSD公演スタッフワーク	竹内孝宏	学科 実技	アートマネジメント
⑨	継続	フェアトレード	東方敬信	面接	環境創造
⑩	継続	渋谷・百軒店 アートミュージアム・プロジェクト	鳥越けい子	レポート 面接	アートマネジメント
⑪	新規	プロジェクト商業放送の未来	日向栄二	成績資料 面接	番組制作
⑫	継続	国際文化交流機関はどうあるべきか —その「活動」と「評価」の分析を踏まえて—	真鍋一史	レポート 面接	平和構築
⑬	継続	映像翻訳を通じて世界と関わる	宮澤淳一	レポート 面接	アートマネジメント
⑭	新規	『GANGSTAR PRODUCER AOYAMA』	箭内道彦	レポート 面接	アートマネジメント
⑮	新規	巨木に舞い降りる神・諏訪の御柱に地域文化の底流を探る	矢野晋吾	レポート 面接	環境創造
⑯	新規	ワタリウム美術館のアウトリーチ・プログラムと周辺一帯のまちづくり	和多利浩一	レポート 面接	アートマネジメント
⑰	院生	物語を売る—コンテンツビジネス・プロデュース	(井口典夫)	レポート 面接	アートマネジメント
⑱	院生	大峠仁個展～作品製作大峠、キュレーション常見～	(杉浦勢之)	レポート 面接	アートマネジメント
⑲	院生	中堅／大企業における長寿経営の秘訣に迫る 中堅／大企業における長寿経営の秘訣に迫る	(堀内正博)	レポート 面接	その他

2011年度の開講プロジェクトは、最終的に17プロジェクトとなった。内訳は2010年度からの継続プロジェクト=12、新規プロジェクト=3、大学院生の提案によるプロジェクト

=2、である。前年度より2つ減となったが、継続的なプロジェクトばかりでなく、大学院生の指導による新たなプロジェクトも加わった。

表3-3 2011年度ラボ・アトリエ実習

No.	内訳	プロジェクト名称	担当者 (代表教員)	選考方法	分野
①	新規	NHK大河ドラマのプロモーションなど最先端のクリエイティブを実践する	井口典夫	面接 レポート	アートマネジメント
②	継続	インターネット放送局をつくる	大島正嗣	レポート	番組制作
③	継続	青山発の創造的な映像コンテンツを企画・制作・放送する	大房潤一	面接 レポート	番組制作
④	新規	スマートフォンのジオメディア・コンテンツづくり	岡部篤行	レポート テスト	アートマネジメント
⑤	継続	音楽芸術を実践的視点で学ぶ	川口義晴	レポート 面接	アートマネジメント
⑥	継続	都市と農村の文化交流と近代建築遺産の再生によるまちづくり活動	黒石いずみ	面接 レポート	アートマネジメント
⑦	継続	キャンパス・サティスファクション・ファクトリー	杉浦勢之	レポート	その他
⑧	継続	プロジェクト商業放送の未来	杉浦勢之	レポート	番組制作
⑨	継続	LSD公演スタッフワークPLUS	竹内孝宏	面接	アートマネジメント
⑩	継続	フェアトレード	東方敬信	面接	環境創造
⑪	継続	渋谷・百軒店 アートミュージアム・プロジェクト	鳥越けい子	面接 レポート	アートマネジメント
⑫	新規	デジタルクリエイターズ+WEBデザイン+グラフィック・アート+CG	林 正樹	面接 レポート	アートマネジメント
⑬	継続	国際文化交流機関はどうあるべきか —その「活動」と「評価」の分析を踏まえて—	真鍋一史	レポート 面接	平和構築
⑭	継続	映像翻訳を通じて世界と関わる	宮澤淳一	レポート 面接	アートマネジメント
⑮	継続	『GANGSTAR PRODUCER AOYAMA』	箭内道彦	レポート 面接	アートマネジメント
⑯	院生	クリエイティブな職域を探究・開拓する(就活+人材育成ラボ)	(井口典夫)	レポート 面接	アートマネジメント
⑰	院生	日本・アジアにおける日本・韓国の映画産業の国際化の考察	(内山 隆)	面接	アートマネジメント

なお、教育 GP (ラボ・アトリエ実習) で
取組むプロジェクトの中身について、例えば
NHK の番組ではプロジェクトごとに何度とな

く紹介され、また読売新聞ではその活動の
様子をもとにコラム記事が掲載された。

図 3-2 読売新聞による「ラボ・アトリエ実習」紹介



3, ラボ・アトリエ実習への取材

現場の状況を把握していただく事を目的にラボ・アトリエの学生指導にあたるクリエイターへのインタビューを行った。

インタビューー：山本哲氏 (SACRE 特別研究員) 井口典夫教授担当のプロジェクトを協力

インタビューア：小川桂以子 (株) カドベヤ

●山本哲氏へのインタビュー



まちに開かれた学部とアスタジオ

山本：もともとまちに開かれた学部を作りたいと大学側から要望があったので、青山周辺のクリエイティブな企業 100 社ほどに「面白いことをやるので一緒にどうですか」とお願いしました。その結果、錚々たるメンバーの方たちが参加してくださいました。

ここで「実際何をやるの?」と聞かれても、正直、前例や実績が全く無い。「授業という形を通してできることからやりましょう」となった。活動としてはまだ序の口です。来年に向けて様々な話が来ており、結果的に今年はそ

の準備作業となりました。冒頭の問いかけに対して「ここまでではできません」ということを一応やり、周囲がどう反応するのかを見た一年でしたね。大物ゲストが毎週のように来てくれました。これだけでも一つの雑誌ができるくらいです。

—その方たちは学生に向けて講義をしたのでしょうか?

山本：講義というより、プロジェクトですね。ゲストの方がやりたいことと学生のできることにギャップが生じないよう、「プロジェクトを一緒にやりたいのだったら、一度学生の様子を見てください、そして何をやりたいのか、ちゃ



んと学生に説明してください」とお願いしました。

—そこで何か面白いことができれば、ということですか…?

山本：そう。もちろんゲストに迷惑をかけたくないし、学生のレベルも見てもらいたい。学生にも「そういうことをしたら楽しいな」と思うことを、是非やってもらいたい。

実践とは生の仕事、真剣勝負

山本：いろんなものを作っていきます。フライヤーでも何でも。作るもの全てが本番に必要なものとなる訳ですから。

—失敗は許されませんか。

山本：そうです。と言っても、既に何度か失敗していますけど。学生はまだ学生ですから、失敗するんですよ。でもそれをフォローするのは我々です。真剣勝負の世界ですから大変です。

—放送系だけでなく、街中でイベントをやるとか、地方もありますよね…。

山本：本当に多様ですね。リアルトレードのことを勉強しているものもあれば、商品開発をするプロジェクトもありますね。

同世代へのメッセージをどう送るかを学ぶ



山本：…なぜか「プロデューサー」になりたい学生たちが多く、「同世代の人たちにどうやったら面白いものを届けられるのか」ということが彼らの興味のベースになっています。で、「届けられる方法はなあに?」ということと一緒に探していく。イベントが主になるんですけど、このイベントについて、「どうやったら人が集まってくるか」とか、「どんな風にしたらみんなに伝わるのか」とか。映画にしても音楽にしてもそうなんですよ。

—でもそれは本当にマーケティングの勉強になりますね。

山本：まさにそうです。

学生でしかできない広告

山本：箭内道彦さんの広告ラボがめちゃくちゃ面白い。例えば「ギンナンプロジェクト」というのがありまして、青山学院大学のキャンパスにギンナンがたくさん落ちているのですが、それを拾って商品開発して、広告する。実際、

学生は朝七時からギンナン拾いをしていました。

絶対に学生でしかできない広告があるわけです。その前は、雨の日を楽しく過ごす「雨の日プロジェクト」と題して「雨だどつままない」とか「憂鬱じゃん」ではなく、「雨をもっと愛そうよ」というようなことをやっていたりしました。また「母の日プロジェクト」では、母の日に売れ残って、翌日捨てられたカーネーションを学生たちが集め、渋谷のスペイン坂にあるFM TOKYOのラジオ番組を2時間ジャックし、「昨日お母さんにありがとうを言えなかった人たちは集まれ! 私たちが花を配るので、お母さんに渡しましょう」という番組を、全て学生の企画で実施していました。「箭内さんだから」と、一流の広告業界に通じる授業を期待していると大間違いで…。

—落ちていた小石を拾って、そこからクリエイティブするような感覚ですよ。

山本：そうそう。みんなブーブー言いながらやっています。

概念的な広告ではない

山本：概念的な広告というよりは、「広告が本当にどうやったら成り立つのか」というものを学んでいるんですね。表現力がつたないから「えー、何それ」といった感じで、広告として

成立するまではほど遠い。いわゆるクリエイターたちを養成する学校ではないので、ゴールや着地点はどこかゆるいんですよ。でも考えるプロセスが面白い。



企業の考え、世の中の気持ちを知る

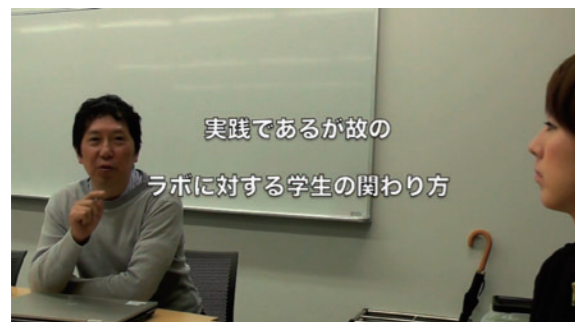
山本：僕はもともとマーケティングの人間で、商品開発をしたり、新しい事業を作ったりするのが仕事なので、企業の人たちの考えや、何を欲しているのかは、一応理解をしています。ですからそこは、僕が学生との間に入ることによって、かなりちゃんとしたプロジェクトにしていけるのではないかと思います。

問われる専門教育の場

—私の経験から言うと、映像系の大学の方が遅れている気がしますね。映像は学内でしか作られなくて、表現もその学生の中に留まる感じで。社会に出るためのモラトリアムな時期というだけの存在でした。その点アスタジオ

のプロジェクトは、仕事であり、金銭の絡む場面などもある。責任を持つ感覚、失敗が許されない感覚…まったく次元が違いますね…。

山本：そうですね。僕はそれがすごくもったいないなと思っています。藝大の映像系も武蔵美・多摩美も、あの田舎にあってすごくもったいないと思っています。美大ではありませんが、青学がこういう場所を作る意義は大いにあります。アーティストやクリエイターではなく、プロデューサーになるための場として、多少反則気味ですが、授業をやっています。多分この青山・渋谷だから皆さん楽しんでくれるだろうなあ、と思ってやっているんです。



**実践であるが故の
ラボに対する学生の関わり方**

山本：ラボの学生は、一応ほぼ週二回は集まっています。コアが水曜日で、昨日も夜の六時から十時くらいに集まってる。なおかつskype 会議という、学生同士の夜中の会議

をやっています。下手な会社よりもプロジェクトが動いてる感じですよ。企画書なども、僕のラボだけでも10個は、どこに持っていても大丈夫なレベルのものを作らせています。そういうことからなんです。正直いって大学で企画書を作らせるなんてことはあまりやらないじゃないですか。ラボでは、みんなこうやってパソコンを開いていて打ち合わせをする訳です。

まず学生が、僕と一緒に、僕のアシスタントみたいな感じで企業に行くじゃないですか。議事録を作る。ひとりしか行かないとすると、あと15人が共有できるように、SNSがあるのでそこに議事録を全部アップさせる。アップする前にはそれを僕のところに送らせて、僕がチェックして、「これならOKだからSNSに上げて」と指示する。…という感じで情報を共有する環境があるんですね。でも学生たちはびっくりするくらい優秀で、それを結構こなすんです。驚きましたね。

—学生たちが吸収しようとする力はすごいですね。

山本：クリエイターの卵ではないので、その分、実務的なことをきちんとできる子たちが集まっていると思いますね。

チームプレイ 本音で付き合う姿勢

山本：必ず複数でやるので、どうやったら組織を動かしていけるのか、どうやったらチームが動けるのかということも、すごく重要です。僕はかなり本音で接するので、「ちゃんと気持ちのこもった交流をしないのは気持ち悪いよ」ということはきちんと言います。他の授業もあるし、バイトもしたいしデートもしたいし、いろんなことが学生にはあります。それを全部含めて、ちゃんと本音で付き合いたいので、その辺の諸事情も全部飲みこんだ付き合いをしていますね。そこもすごく重要です。というのは、クリエイティブなことをやりたいと思うと、どうしたって個人的な発言とか個人的な意見とかに付き合うじゃないですか、だからそこもお互い分かった上で交流しあうというのが、すごく重要なんですね。



**評価のための評価はしない
当事者が得るものを得たらそれでいい**

—学生を相手にするという事は、評価をし

なければいけないということですよ。その評価というのはどういう風にやっているんですか？

山本：「最後のプレゼンテーションをちゃんとしなさい」と言って、総括だけはさせます。その最終的な評価に際しては、僕は基本的にはレベル感を作っていません。これだけのプロジェクトを作っているとあまりにも忙しいし、途中でドロップしていく子もいるので。これは選択科目であって必修ではないので、「思ったことと違う」という子たちは、自然にドロップしていきます。でも、やる子は大学生活のほぼ八割くらいこれにかけているので、評価できないもできるも、ないです。すごいと思いますね。

**メディアリテラシーの低いユー・ストリーム
地方との新しいつながり**

山本：実はそのユー・ストリームを始めたのは僕たちがよく知っている連中で、ユー・ストリームってなんだろう？って話題になる前から、本当に新しい、プッシュ型ではないメディアとして、これから伸びていくと見ていました。

放送番組を作りたいという子の中にも、メディアリテラシーの低い、正直言ってビデオカメラ自体一度もいじったことありません、って子もいるわけですよ。そこで、「じゃあお

前ユーストやれ」。そうするともう、くだらないガールズトークを1時間ただやってるだけですよ、パソコンの前で。だけど、やっていることはすごくくだらないんですけど、くだらなすぎて楽しいのね。「百均を使っていかにゴージャスなネイルを作るか」とか、この辺でわけのわからないケーキ買ってきて食べ比べしたり、「どれだけ安く海外旅行をしたか」とか、そんな話ばかりしてるんですよ。

でも、水曜日の一時半くらいから始まるその番組を見る人たちが結構いるわけです。あまりにもみんな楽しそうなので、仕事をしながら、こっそりと見ているようなファンができるわけです。それでIT関係の人たちから「ちょっと来てほしい」と声がかかり、「ユースト・トゥデイ」っていう、ユー・ストリームの中で多分一番人気のニュース番組の2時間枠で取り上げられたわけです。そうしたらもうあっという間に人気になって、今放送すると、もう何百人と見るんですよ。で、ファンの中に新潟県の燕市のプレス関係のメーカーさんがいて、三週間前に彼女たちにメールが届いて「商品開発を一緒にしませんか?」と。

—燕三条は、スプーンなどの産地ですよ。

山本：それが何の会社かっていうと、iPhoneのケース、それからiPadのベースを作ってる

メーカーさん。その二代目の若社長が「まじめに商品開発したい」と言って、もう三回くらい現れましたかね。もちろん放置しておくとうエライことになるので、私が入り込んでユーストを使ったユー・ストリーム商品開発会議とか、ツイッターを使った商品開発会議とかを始めました。約半年間かけて、iPadケースとiPhoneケースの商品開発を進めます。

想像の範囲を超える

山本：彼女たちに対する期待値がすごく高いです、本当に。三条の方でも「周りの大学といろいろやってみたけど、想像の範囲内だった。でもこの子たちだったらできるかもしれない」という、大いなる幻想と誤解を抱いて来てくれるわけです。

もちろん、さっき申し上げたように、そう簡単に行かないから、僕が「デザインだの何だのじゃない、そういうのはもうほとんどやり尽くされているから、かなりサプライズなことを考えないとダメだよ」というナビゲートは一応します。アイデアの根幹はもちろん学生たちから出てくることを待ちますけど、でも平気で「何色がいい」とか、わけの分からない稚拙なことを言い出すわけですよ。その方面ではもうプロのデザイナーが山のようにいるし、僕の知り合いにもトップクラスの人たちがいる



ので、それを紹介しますか?と企業側に言うと、それはそれで、と。でもこの人たち(学生)と商品開発したいっていうなら、それは素人相手なので、そんなにうまくいかないんですよ、と伝えています。

—ただ、プロジェクト自体はすごく宣伝効果がありますよね。

「そのプロジェクトで生まれた商品」というのが出て来ちゃいますからね。

山本：もちろん。

ルールづくりの真っ最中

山本：そういうプロジェクトを、「青学」っていう名前を使ってやりたい場合と、単なる「学生とのコラボレーション」としてやりたい場合との、線引きとルールもある。どういうルールでやるかということも、学部やラボで、いま試している最中ですね。

—そうですね。例えば企業の側にすれば、

今まで莫大な金額をかけて商品開発をしていたのが、ある意味ではタダというか、格安でできるわけですから、そのまま持って行かれちゃったら問題になりますね。利益を大学側にどう還元するかというルールがないといけませんね。

山本：そういうことなんです。一方で「青学」の名前を使って何かやりたい人たちもいるわけです。青学にしてみれば、「一企業の危ういことに、青学の名前を使っていいのか?」というのものもあるわけで、その辺のルールづくりを今やっているところです。

交信は無量大

—プロジェクトの舞台は青山・渋谷エリアだと考えていましたけど、ある意味ではそれはもう日本全国に影響するわけですよ。

山本：もちろん、この学部を作った際は、青山・渋谷という地域の企業と一緒に「開かれたキャンパスを作る」ということが目的でしたし、そこにあるクリエイティブ力を学校がうまく引き込んで教育に使い、もう一方では、それをどう地域に還元していくのか、という話の中で、プロジェクトが進んできました。学部ができて今3年になろうとしていて、今度はそういうことの実績が様々なことに広がっていくことになると思います。もちろん、他の

ラボの先生方も、地方をテーマにしてみたりなど様々なことをやっています。みなさん、「このアスタジオを文化発信拠点にして様々なことを発信していくんだ」というのは何も変わらないと思うんです。

大学外のプロジェクトをあえてやる

山本：もちろん、先生方はそれぞれの分野の研究者ですので、こういう形じゃない方法でやる方がたくさんいる。ゼミのような方法論にこだわる方も多い。たまたま僕は井口先生公認で勝手に外のプロジェクトを持ち込み、「何か面白いことをやる」というスタイルで今年1年を通してやってみた。僕から見れば、「大学というところを通して、他の人たち、外の人たちをどう巻き込んでいけるのか」というひとつのテストケースを1年間やらせていただいたということです。次は利益の問題や、守秘義務の問題など、もう少しシリアスなことを来年ルール化していく。そのための拠点として、ここがこういう環境としてあればいいと思っています。それをどう作っていくか。多分それぞれのプロジェクトベースで違うものになると思いますね。

大学という枠を超えたことで、アスタジオはルール作りの拠点でもある

—「株式会社」とか「法人」というのが事業として自分の利益を生むために色々な活動をしていますが、「大学」となるとちょっと様子が違いますよね。大学と、民間や地域、行政など、いろいろなところが、大学のある場所を利用しながら、今までのルールではないところ、例えば組織ではないところで、新しいことを始めようという、そういう動きでもあると思うんです。

山本：まさにそうだと思います。だから「青山だからできる」という意見もありますが、地方でもあり得ると思っています。特に、テレビ局や新聞社や大学などの、地域振興のために拠点になるべき環境を、どうオープンになって取りこんでいくのかということは、大事だと思います。昔は、ほとんどの大学にそういう役割があったでしょう。早稲田でもお茶の水でも地方でも。やはり、大学は「インテリジェント」じゃないですか。だから、それがなんとなく違って来てしまったのはもったいないと思いますね。地方を考えたら、多分そういうことを頑張らない限り、新しいコミュニティとか、新しい文化とか、新しい何かが起きないと思うんです。

—結局「お金がないから役所の援助をあてにする」。補助金対象に合わせるために、目的

が曖昧で、空回りになってしまい、構造的に補助金消化型になる。で、役所が援助するとそれがベースになり、援助が切れた途端にできなくなってしまう。そういう意味では、地方にとって、というか、疲弊しているところにとっては、この方式ってすごく有効なんじゃないかと思うんですよ。

山本：そうですね。



4. 実践と教育の融合について

米国におけるまちづくり支援のための大学の取り組みはサービス・ラーニングと呼ばれ、地域社会の需要に適合する公益的活動に対し、地域社会と協働する中で、学生の能力開発ないしは学習を行う教育方法であるが、通常は学校のカリキュラムの一部として取り入れられている。これは国家およびコミュニティ・サービス法(1990年)と国家サービス・トラスト法(1993年)の中で明確化された概念である。

類似する教育手法には、インターンシップ、実践的ワークショップ、協調的教育(cooperative education)、現地体験等があるが、それらが地域社会を単なる体験学習や技能習熟の場として位置づけているのに対し、サービス・ラーニングは地域社会を協働

作業のパートナーにとらえ、地域社会に対する公益的活動を統合した活動を展開する点で、体験学習とは異なる。1990年代以降に大学ベース型のセンターが重点を置いた二つの領域「地域のデザインへの長期継続的な関与」と「学生の実践教育の場の提供」を組み合わせた活動こそがサービス・ラーニングの対象領域であった。ちなみに米国の大学ベース型センターでは、低所得者層のコミュニティに対する計画・デザイン支援などの活動が多い。

大学は地域社会の問題解決に寄与する利用価値の高い人的・物的資源や情報を有しているため、サービス・ラーニングは地域社会の諸問題解決に照準を合わせるべきだと見る動きが多い。米国では企業とのパートナーシップによる特許取得ビジネスが横行し、その行き過ぎが目立ってしまった。サービス・ラーニングとは地域社会に対する公益的サービスの

提供ばかりでなく、学生にとっての教育の機会であるということをもっと考慮すべきであろう（「地域と大学の共造まちづくり」学芸出版、小林英嗣+地域・大学まちづくり研究会編著、6-2「まちづくりを支援する大学ベースの専門家組織」遠藤新より）。

日本では、2005年、内閣総理大臣を本部長とする都市再生プロジェクトとして「大学と地域との連携協働による都市再生の推進」を決定した。（表3-4参照）これにより、市民・行政企業によるまちづくりに大学が加わるが可能になったが、こちらも答申の骨子から察するに、どちらかと言えば、地方の大学の都市再生に向けた社会貢献を意識した内容である。

行政主導のルールに従うばかりでは単なる下請けである。少子高齢化の時代に向かって大学自体が経営難に至る昨今、学校の経営課題と地域の問題解決という二重課題の上に、下請けどころか学生にまでタダの労働力を提供させることになる。結果、学生の公共意識啓蒙や教育目標の達成が厳しい状況に陥ってしまう。

これを防ぐには、サービス・ラーニングが学生にとって「魅力的」であることに尽きる。

若者の力を借りなければ生まれないような「クリエイティビティ」が要求されるプロジェクトであることや、さらに学ぶ側とプロジェクトを提供する地域側とが交換条件（相互メリット）を確認する場、つまりある種の契約も必要とな

ろう。公益性や社会貢献だけに目を向けるのではなく、功績を上げたプロジェクトや学生への経済的な支援も可能な仕組み、「実践教育」と言うならビジネスの実践に近い仕組みづくりも必要ではないだろうか。それこそが大学が加わるタウンマネジメントであり、未来のプレーヤー育成の姿ではないかと考える。

表3-4 大学地域連携答申の趣旨（内閣府都市再生本部のHPより）

答申より

(1) 地域にとって、大学はまちづくりを進める上での貴重な資源であり、重要なパートナーである。まちづくりの課題に関する教育・研究、まちづくりを支える人材育成、社会人教育、都市のにぎわい活力の資源である学生の存在とそのエネルギー、留学生等との国際交流の機会の提供、まちづくりと調和したキャンパスの形成、施設開放など、大学は地域にとって多面的な存在価値があり、これらをまちづくりに活かすことが求められている。

(2) 大学側にとっても、地域への貢献を通じ、地域における存在価値・評価を高めることができる。地域を教育のフィールドとして活用することにより、特色ある実践的・効果的な教育を行うことができる。大学自身が地域に支えられる存在であり、地域社会の活性化は大学の活性化のためにも必要となる。

(3) 大学の地域貢献への取り組みに対して、地域は活動の場や既存ストックの積極的な提供、地域に出てくる学生に理解と暖かいもてなしなどにより支援し、競争力の強化を目指す大学と自立・発展を目指す地域の双方が共に発展し、地域全体の活力が向上する好循環が構築され得る。

第四章 「共」的な「場」のあり方

メディアと学生による「共」的な「場」づくり

前章までで示したように、渋谷・青山エリアがクリエイティブな人々を生み、彼らがアートやストリートファッション、ライフスタイルをつくり出し、この地域を拠点として発信してきた。それにより今日の渋谷・青山の特異性が形成されたと言える。「青山学院アスタジオ」は、その地域を学びの場とし、遊びの場とする学生と、地域のクリエイターとが協働する「共」的な「場」である。アスタジオは、大学がサイエンスショップとして地域に貢献する役割に留まらず、「若者文化」というサブカルチャーとこれまでに無かった新しいメディアによる地域コミュニティを生みつつあるように思われる。

1. 三つの視点から見たアスタジオの活動

序章で示した三つの視点からアスタジオの活動を見て得られた見解を示し、現段階でのまとめとする。

三つの視点

- ① 「都市生活者」
居住者+地元のクリエイター+学生
- ② 「新世代コミュニティ」
人々が観客からプレーヤーへ育つ場
- ③ 「豊かな都市生活」
若者文化が育つプロジェクト

①「都市生活者」については、青山近隣の文化団体・組織、クリエイター、アーティスト、そして文化産業、公共組織などと連携した青山コミュニティラボ(ACL)の事例を紹介した。地元33の企業や団体からなる文化機関の協力を得ながら始動し、その輪は広がりつつある。プロジェクト指導者は「地元の人々とのよ

り深い交流が実現」「ふつうの人が考えない広告を考える」ことに成果を感じ「さらに柔軟な発想」を活かしてプロジェクトに取り組みたいとコメントしている。一方では「地元企業との提携ができていない」といった課題も挙げられている。(資料3参照)

②「新世代コミュニティ」についての要点は、アスタジオでの活動が、学生がプロジェクトを通してプレーヤーとして育っていく場になるかという点であるが、そのためには「育てる場づくり」と「育つ場づくり」の両面でのプロジェクト運営が必要となろう。三章のインタビューに「成績評価はしない、実務という場が本人を自律的に学ばせる」とあったように、「“本物の”プロジェクトの実施」という場づくりに尽きる。プロジェクト指導者の言葉(資料3参照)の中には、「能力の向上だけでなく、現代社会における問題への関心を高める」「学生自ら企画・立案を行う」「上級生による下級生の人材育成」といった取り組みの成果が確認され

ている。しかし、プロジェクトが1年間という期間限定である点、他の授業の合間でのラボ参加である点などから「“大学の授業”という守られた場のなかでは実現困難なことである」という課題も挙げられている。(資料3参照)

③「豊かな都市生活」については、プロジェクトそのものの意義であるが、学生の自発性を如何に発揮させるかということ、また、プロジェクトの成果を実験的に世に送り出し、育てて行けるのかということが課題である。

「iphoneケースの商品開発」「学生発信のヴァイラル(口コミ)マーケティングを実施」「真夜中の読書会実行委員会」などがあるが、「社会貢献という立場から有意義な活動」をプロジェクト化し、「大学が社会から“学ぶ”」べし、というコメントが挙げられている。(資料3参照)

2. 若者文化とメディアのコラボレーションについて

ラボ・アトリエは、地元のクリエイターと学生によるメディアを駆使したプロジェクトとして、番組制作分野、アートマネジメント分野を中心に、これまでにない新規な試みとなっている。次に、これからの地域コミュニティと情報メディアの関係性を考察する。

(1)「まちづくり」と「メディア」の関係からの現状認識

1964年の東京オリンピック以前、地域の庶民生活には相互扶助の精神が根ざしていた。人々の実際の情報拠点は井戸端会議や町会などであった。50年代にはじまった住民運動は、「住環境改善運動」のような、労働者の住宅改善要求をも喚起した。これに対し当時の鳩山内閣は、住宅問題解決を最重要施策として、昭和30年(1955年)に日本住宅公団を設立し、以後住宅団地の整備が始まった。60年代、団地の建設に拍車がかかったのと同時に、町会、組合などによる組織型地域コミュニティが作られていき、住民はそこで会議を開いて公平に物事を決めていくようになり、井戸端会議の立場がだんだん弱くなって行った。

東京オリンピックを契機に、日本では交通インフラの整備とテレビの普及が一挙に進んだ。国民の生活にも余裕が生まれ、茶の間のテレビのドラマやCMから流れる豊かな生活を手に入れようと、人々は猛烈な勢いで学び働いた。核家族化は「マイホーム主義」という言葉を生んだ。近所づきあいよりも仕事づきあいを重視することや、主婦を家事労働からパート労働へ移行させる便利な家電製品、CMで流れる商品を買うことが文化的生活であるとされ、パッケージ化された食品がもてはやされた。こういった背景のもと、日本のこの時代、広告文化が開花した。その情報発信源として、渋谷・青山のクリエイターたち

が居たわけである。

1970年大阪万博の開催は、都市デザインがスタートするきっかけとなった。住宅施策が一段落つき、ひらがな表記の「まちづくり」になっていったのは70年代である。各地での環境破壊や地域格差などが報道され、社会問題、政治問題の観点から都市問題が語られるようになり、行政が市民と連携しはじめた時代である。発展する都市や商業の陰で、市民運動は「生活クラブ生協」のように生活者の政治参画を根付かせていく。生活の向上、環境改善、地域資源の活用、コミュニティの持続性をテーマに「街並み保全運動」「むらおこし運動」「住民参加のコミュニティづくり」などが全国各地で展開された。

一方、都心の70年代後半はポップカルチャーの開花期である。ファッションや音楽やアートやデザインが情報ソースとなった。その情報発信源としてライブハウスやシアターがあり、そこに集まる若者達がまたメディアソースになった。渋谷には「パルコ」が「ファッションビル」という概念の店舗をつくり、階上には若者文化をコンセプトにした「劇場」もつくった。そして、これまで人通りが少なかった通りを「公園通り」と名付け、一変させた。表参道のラフォーレ、青山のブティック街は新しいライフスタイルを創造し提案した。ファッション雑誌はそれらを全国に発信し、地方都市はそれにならい同化していく。

80年代は、70年代に始まった街のトレンドが「ブランド化」していった時代である。YMOのテクノから原宿のクラブカルチャー(ピテカントロプス・エレクトス等)の音楽と、青山界隈のマンションの一室で開業したアパレルブランドのファッションが最先端であった。特にアパレルブランドは「マンションメーカー」と呼ばれ(それ以前は、卸問屋と言われた。ちなみに現在はインディーズという)、それに目を付けたファッションビルは彼らを後押しし、「DCブランド」として育てていった。その背景には、これまで主流だった大きな面積と豊富な商品を持つ百貨店とは全く逆の発想があった。各ファッションビルはそれぞれ約200店舗の小さな専門店を集積し、売上歩合制家賃や売上げの情報開示などで競争をさせた。更に、顧客動員、運営管理、販促、ブランド育成はファッションビルが行い、マーケティング分析によるトレンドをいち早く業界に発信する役目を担っていく。ビル経営よりもストリート経営という視点が芽生えた時代である。70～80年代は情報力が街に大きく影響を及ぼした時代だと言える。

80年代後半になると、若者が文化の「生産者」から「消費者」へと変わってしまった。そして、都市はバブル経済に沸き上がっていった。

90年代、バブルが崩壊した後は、断片化した街が残った。断片化したのは街だけではない。クリエイティブな活動も商業施設

から発信されるメッセージもピンぼけになる。かつて西武グループが育てたようなクリエイティブな文化で育った若者は、もはや今の若者のルーツとして見ることはできなくなった。

若者像が変化していく過程には、新たなコミュニケーションツールの出現があった。まずポケベルが登場し、次にパソコンでのメール発信が始まった。その後携帯電話が普及し「メル友」なるコミュニティができ、インターネットの発展とともにIT系のクリエイターによる文化が芽生え始める。街にはこれまでとは全く異質な「おたく」文化が発生する。アニメやゲーム、女子高生という、ある種屈折した志向は、世界から「クール」と賞賛され、秋葉原・池袋が人や文化の新たな集積をつくった。渋谷では「ギャル」や「チーマー」が街にあふれる。

2000年以降、バブルの後遺症から脱した企業と外国ファンドによる再開発事業が動き出し、都市間競争が始まる。シネコンや変化に富んだショッピングモールは、競争力を上げるアイテムとして各地で使われ、都市を差異化しながら結果的には同質化を生んだ。全国津々浦々、都心にも郊外にも同じような方法論で新しい商業施設ができる。そして、リーマンショックにより、二度目のバブル崩壊を味わう。このリーマンショックという痛手は「将来の保証の無い社会」を生んだ。さらに、少子高齢化が、社会の将来の課題を若者へと押しつける。

(2)「現在の若者」と「メディア」の変遷からの現状認識

大学は全入時代を迎え、競争したくない若者を生んだ。好きな「コミュニティ」で繋がっていれば安心という若者、「嫌消費世代」と呼ばれる若者の登場である。テレビは見ない、ワンセグで十分。パソコンも持たない、iモードで十分。クルマは興味が無い、当然免許は持たない。飲みに行くぐらいなら家で鍋。これからの時代は「エコ」だから消費は良くない・・・、その方が賢い、という若者だ。今日のテレビ業界、広告業界に閉塞感が漂う大きな要因でもある。

メディアを軸に考えれば、まず60年代はテレビにより豊かさのイメージを構築した時代、70年代は若者が文化の生産者となりメディアに登場した時代、80年代は若者がメディアとモノの消費者に転じた「バブル」による消費感覚麻痺の時代、90年代はバブル崩壊による屈折したサブカルチャーとメディアのパーソナル化時代、2000年以降はマスメディアの疲弊と嫌消費世代の若者の繋がりたい「コミュニティ」の時代、と表現できよう。少々乱暴であるが、このような流れで見た今後の方向性はどうか。当初「メディア業界」は、その背景にあるクリエイターや若者の文化発進力とともにマスの拡大路線を歩んだが、世紀末、既にやり尽くされた感の蔓延したファッションや音楽、情報コンテンツなどの飽和状

態を経て、もはや全否定しない限り何事も起こらない段階に至っている。シナリオとしては新世紀には次の世代のサブカルチャーパワーが登場するはずだが、景気低迷の時代を迎え、若者パワーは将来への不安によって小さくなり、これまでのような若者らしい元気な文化発信力は無い。そのような背景のもと、メディアの質はますますパーソナル化していく。

3.「まちづくり」の変遷と「大学」の役割

では「まちづくり」の変遷から見た今後の方向性はどうか。60年代に市民活動を戦った学生や労働者のパワーは持続し、70年代には地域コミュニティへと注がれた。それらの組織は時代とともに変化し、現在では様々な市民活動となってコミュニティ支援などにあたっている。とくに、阪神淡路大震災を契機にしたNPO法制定により、防災や福祉といったテーマを持つ市民活動が地域を超えてネットワークを広げている。また、2000年に介護保険法が成立し、公的資金によるセーフティネットが整備されつつある。若者の就業先としても福祉分野には大きな期待が集まっている。

しかし、大学がコミュニティに果たす役割が、そのような人的サービスの練習の場に落ちてしまっただけでは本来的にもったいない。若者文化を育て発信すること、特に都心にある大学は、都心のサブカルチャーが担ってきた「創造性」や「コトの豊かさ」を、都心の大

学だからこそ育てるべきである。

このように、大学が地域へ関与するときには、学生のメリットをまず考慮し、例えばそれを起業チャンスをつかむ場として考えるなど、さまざまな面での許容度を拡大すべきであろう。その意味で、あえて学生のメディアリテラシーの低さを許容する場が有効なのである。今後、時代の要請がコミュニティビジネスへと向かえば、きめ細かなサービスや様々なまちづくりなどに、彼らの発信が必要とされるかもしれない。「そんなものはビジネスの世界では通用しない」というような、これまでの尺度を捨てることが重要なのである。

しかし今、まずは若者の文化発信力の回復が課題なのである。言わば「体質の改善」が必要なのであり、性急に誘導しても本物が出るものではない。「元気のある若者が元気にやれる」場の提供が最も重要なのではないだろうか。それは、これまでクリエイティブ都市が行ってきたような「許容する地域社会」を如何につくるか、ということにかかっている。

4.観客からプレーヤーになる「共」的な場とは

かつてはまちの文化や情報コンテンツの生産者であった若者が、いつの間にか消費者に転じてしまい、ついには嫌消費という麻痺状態に陥っているのが現状である。「観客」で良しとする依存体質を脱し、「プレーヤー」となり、造り手になりたい、という自律体質の

若者を如何に輩出するかがコミュニティ復権の鍵である。

ワークショップやブレインストーミングの場にはファシリテーターという存在がある。ファシリテート (facilitate=容易にする、促進する、手助けをする) という英語から来た言葉で、その集まりをスムーズに進行させる役割のことである。ファシリテーターはリーダーではない。「火付け役」であり「世話人」であり「盛上げ役」であり、人々がプレーに参加しやすいよう環境を整える役目である。そのような役割は学生よりもある程度の人生経験を積んだ社会人が担うべきである。プレーヤーはファシリテーターではない。

地域コミュニティに対する大学(学生)のポジションとして、米国では国策に対する市民参加の場への技術提供がある。ワークショップにおける会議ファシリテーター、紛争メディエーターといった市民参加の技術サポートである。ところが、日本人は議論が苦手な国民であり、かたちばかりの会議が多いという事実がある。従って、地域コミュニティにおいて大学が果たすべきなのは、米国のようなサポーター役ではなく、市民の力が本当の意味で活かされる参加方式としての「プロジェクト」に加わり、市民と同一のステージに立つ、プレーヤーとしての役割であろう。そのプロジェクトの中にソーシャル・キャピタル(社会関係資本)としての人材育成のノウハウが育

つのである。単に、まちあるきやKJ法などのワークショップ技術や社会実験などの設計・実施・分析といった人的支援や、そのための場所を提供することだけが大学の社会貢献なのではない。

第五章 成熟時代のエリアマネジメント

クリエイティブ層によるアメリカの都市再生から学ぶ

本年度、渋谷・青山エリアにおける青山学院アスタジオの活動を「新世代コミュニティ」によるものと仮定し、前章までで現段階をレポートした。次年度は、「新世代コミュニティ」によるエリアマネジメントそしてコミュニティマネジメント拠点を如何につくるべきかをまとめるにあたり、本章では、アメリカにおける都市再生の事例より新しい公共体（「共」的な機関）によるエリアマネジメントの手法についてスタディーし、次年度の研究準備とする。

1. クリエイティブ層が移り住む 修復型の都市デザイン

アメリカでは、衰退・空洞化した既成市街地が、クリエイティブ層によって暮らし働きやすい職住近接の場として見直され始めた。都市再生は、その傾向が良好に連関したために成功している例が多い。そこで展開されている新しいライフスタイルが人々を呼び、再び生活者で賑わう既成市街地を取り戻していこうという動きだ。

クリエイティブ層の新たなライフスタイルは、先進諸国に共通した「都心回帰」と呼ばれる現象である。彼らは都市空間としての快適さや便利さなど潜在的な魅力を備えたエリアに狙いを定めている。東京では港湾部の工場・倉庫跡地をデザイナーや建築家等がアトリエやオフィスとしての再生利用があり、最近では東日本橋が同様に新たな展開を見せている。問屋街の古い建物を利用し、ギャラリーやカフェへのコンバージョンが盛んに行われ、クリエイティブな若者の注目を集めている。

全米のダウンタウンは、1950～60年代、

好景気を背景に「スラムクリアランス」が進行した。低所得者コミュニティはもとより、歴史的建物、そこにあった文化的資源の多くのものを失った。修復型の都市デザインとは、この開発の行き過ぎを反省することからスタートしている。

その大枠にあるのは国を挙げての歴史的環境の保全施策であり、1966年に国家歴史保全法(National Historic Preservation Act)が制定され、現在に至るまで米国の歴史的環境保全の法的根拠となっている。同法により連邦台帳制度(National Register)、各州の保全担当官(State Historic Preservation Office)ポストの創設、税制上の歴史的建物の保全に関する税制上の優遇措置、等の制度が導入された。1976年の税制改革法等によって歴史的建物の修復活用に有利な税制が導入されたことから、「アダプティブ・リユース」すなわち歴史的な建物の修復活用がクリアランス型の開発に代わる有効な選択肢として全米のダウンタウンで実践されていった。

一方でダウンタウン内に発生した空地の再

開発は、中心業務地区などの超高層オフィス開発やウォーターフロントでの駐車場に囲まれた大規模集客施設等なども行われるが、近年はそれだけでなくインフィル型開発とよばれる手法が定着しつつある。インフィル型開発とは、開発敷地を取り囲む周辺の市街地への形態的機能的な調和を重視する開発の考え方である。歴史的建物の修復活用には歴史性を保護するだけでなく、地区としての居住環境やイメージを保護する意味がある。インフィル型開発は新規開発においてもこの考え方を尊重し、既存の都市文脈に沿うような開発を行うのである。歴史的建物の修復活用だけでなくインフィル型開発もまた広い意味で修復型の都市デザイン手法と言える。

修復型の都市デザインがダウンタウン内で普及した背景には二つの理由がある。第一に、「都心居住」のための歴史的建造物の修復活用が広まったこと。米国の主要な都市では1970年代末頃からダウンタウン内にある老朽化したレンガ造の中低層建物（「ロフト」と呼ばれる）を修復して住宅に転用する暮らし方が注目されるようになった。都心居住の人気は1990年代になると全米の大多数のダウンタウンで顕在化した。「ロフト住宅(Loft Apartments)、倉庫地区(Warehouse District)、ニューヨークスタイルロフト(New York Style Lofts)」といった用語が、古い建物があるところならどこでも流行の不動産用

語となった」とロバータ・グラッツが指摘するように、ダウンタウン内の「ロフトに住まう」ことがファッショナブルな暮らし方として広く認知されるに至った。1990年代後半にはニューエコノミー景気を受けて、ロフトに住みながらITスモールオフィスを構える「リブ・ワーク・スタイル」も注目された。こうしたロフト暮らしは1960年代ニューヨークのソーホー(SoHo)地区で始まったことからソーホー症候群(SoHo Syndrome)とも呼ばれている。(図5-1参照)

第二に、「都心観光」のための歴史的建造物の修復活用が広まったこと。都市間競争の激化を背景に1980年代頃からダウンタウンではオフィス利用以外の新しいビジネス活動の育成が課題となり、ダウンタウン開発の新機軸として文化・観光の促進が掲げられるようになった。きっかけは1976年ボストン市のファニエル・ホール・マーケット修復活用である。古い建物の持つ歴史的な雰囲気を活かした新しい商業空間・エンターテインメント空間は、大量の観光客を獲得した。多くの都市がこれに追随し、古い劇場建築の修復活用、古い駅舎を修復した商業・エンターテインメント空間等が、1980年代から1990年代にかけて全米のダウンタウンで誕生した。例えば、セントルイス市のユニオン駅は廃線後に駅舎をホテル・オフィス・商業の複合施設として、ミ

図5-1 修復型都市デザインとロフト住宅

遠藤新氏による2010.7.23北仲スクール「アメリカ都市におけるアートのまちづくり」講義資料より



ネアポリス市の駅舎はホテル・レストラン・スケートリンクとして、ピッツバーグ市の駅舎はレストランおよびオフィスとしてそれぞれ修復活用されている。

2000年から2005年にかけて実施した全米15都市のダウンタウン調査(遠藤新)によると、古い駅舎等の修復活用による商業・エンターテインメント施設の整備プロジェクトは一段落したものの、古いロフトの修復再生による都心居住は近年も勢いが衰えていない。特に基幹産業の空洞化により慢性的な都心空洞化を経験していた中西部都市のダウンタウンの多くで、ロフトを中心とする歴史的建物の修復・住宅転用は高いニーズを維持してお

り、都心の活性化につながっている。そのポイントを以下に示す。

ポイント1：フリンジ領域

こうした歴史的建物の修復事例の立地・空間利用には特徴がある。まず、大多数の事例はダウンタウン内の特定エリアに集積し、「歴史的な環境の保全された地区」を形成している。ニューヨーク、シカゴなどの超巨大都市を除くと、ダウンタウンの中でも中心部ではなくフリンジ領域においてこうした地区を形成する傾向にある。その理由は、ダウンタウンのフリンジ領域はその立地ゆえに民間再開発には不利なエリアとして取り残されていた

こと、荒廃エリアとして行政による「スラムクリアランス」が計画されても地元ビジネスオーナーや住民らの反対によって計画が頓挫していたことから、未利用の老朽化したロフト等が面的にストックされていたためである。また、ダウンタウン全体を見るとこうした修復型の面的な整備が行える場所は限られてくる。そのため、戦略的・選択的に整備が行われ、地区はフラグメント化している。

ポイント2：多様な空間利用

特徴としては、単一の地区の中に複数の用途が集積・共生している点が指摘される。

例えばセントポール市のロウアータウン地区では、ロフトの修復活用によって再生した地区に、「歴史的環境の住宅地区」、芸術家の集積とギャラリー等の芸術関連テナントが集積した「芸術地区」、IT関連スモールオフィスが集積した「スモールオフィス地区」という3つの個性的な顔が共存している。このような空間利用の多層性は地区の再生プロセスに起因すると思われる。

ポイント3：連鎖反応

地区にロフトなど同様の古い建物が多数ストックされている場合、ある一つのロフト修復事業が成功するとそれがモデルとなって、類似する修復事業が周辺で誘発されるプロセスが米国ダウンタウンの幾つかの地区で観察

されている。例えば、ミルウォーキーのサードワード地区では、1990年代前半まで川沿いに多数の空きロフトが並んでいたが、1995年に地元組織が川沿いに歩行者通路の整備を計画したことが発端となって、通路に面した一つのロフトがバルコニー付コンドミニアムとして修復された。これが完成すると、同様の環境に置かれた川沿いのロフトが次々に川を臨むバルコニー付コンドミニアムに修復されていった。このような再生プロセスが修復の「連鎖反応」として長期間に及び、芸術関連の連鎖、住宅関連の連鎖、スモールオフィス関連の連鎖として積み重なることによって、多様な空間利用の共生した地区が生成した。

このように、米国ダウンタウンでは旧来の「都市開発」では対処しきれなかったエリアが、残された建物の修復活用によって多用途の共生する地区に生まれ変わったのである。

2.「個性的な地区」が都市を修復する

社会学者グラッツが指摘したソーホー症候群はダウンタウン内の「歴史的な環境の保全された地区」として出現している。建物の歴史性ではなく、そこに集積している機能・用途に注目すると、こうした地区の多くは芸術関連の集積とかIT関連の集積といったように周囲とは異なる特定の性格を強く持つ地区として認識される。このような視点で米国のダウ

ンタウンを見ると、保全された歴史的建物が構成する地区だけでなく、大半をインフィル型開発の新規建物が占めるエリアの場合でも、同様の機能的・用途的な一体性を持ち、かつ歴史的な環境と調和するデザインを持つことで地区としての一体感が生まれているエリアを見いだすことも可能である。このような地区を総称して「個性的な地区」と呼ぶ。

歴史的な環境の保全された地区であるかインフィル型の地区であるかによらず、性格の曖昧な既成市街地の中であって芸術、文化、スポーツなど、特定のテーマに関連する用途の集積がその地区を周辺から差異化している。

建築家のマイケル・ソルキンは、ダウンタウンの都市空間は、歴史等からデザインを記号化して引用した建築空間によって周辺と差別化された地区(district)が構成していると特徴付けて、ダウンタウン全体をディズニーランドのようなテーマパーク空間に見立て、これを「テーマパークとしてのダウンタウン」と称した。

都市計画学者のシダリスは、マイケル・ソルキンの指摘を踏まえて、ロサンゼルス、サンフランシスコ、サンディエゴといった西海岸主要都市ダウンタウンで行われたプロジェクトを対象にアーバンデザインの観点から調査・分析を行ったところ、それらは「産業跡地のウォーターフロント、歴史地区、メインストリートのショッピング地区等を再開発し、古い建物を修復転用し、プロモーションすることに

よって、その都市環境をパッケージ化している」ことを明らかにし、周辺と差別化することで際だってくる地区の存在を指摘した。

長年ダウンタウンの空間構成を研究している地理学者のラリー・フォードは、1990年代末頃に全米の16主要都市のダウンタウンを対象として新しく行われた都市開発プロジェクトに注目して空間構成の現況調査・分析を行い「ほとんど全てのダウンタウンは、かつてはビジネスセンターがつくるコア領域とそれを囲む領域という同心円構造で認識されていたが、現在は各々が独特の性格を持つ5~10の地区に分かれている」こと、そして「より良いダウンタウンには、より多くの異なる地区と独特の個性が存在している」ことを明らかにした。この中で、金融地区、商業地区、歴史的な倉庫地区、スポーツ地区、高級住宅地区、エスニックコミュニティ地区、ウォーターフロント公園、エンターテイメント地区、劇場地区、博物館・美術館などの芸術地区、ホテル・コンベンション地区といった、「テーマ型地区(theme district)」をほとんどのダウンタウンは共通する要素として内包していることを指摘した。

このように「個性的な地区」は、空洞化から立ち直りつつある米国のダウンタウンで見られる現象であり、かつ有効な目標像の一つなのである。

3.米国4都市のアートディストリクト事例

テーマ型地区の中でも特に「アートディストリクト」は、「アーティストのコミュニティ」による具体的なアクションや活動メニューが豊富だ。つまり、新世代コミュニティによる「共」的なまちづくりの先進事例と言える。

多数のアーティストが居住・活動することで、地区内には自然発生的にギャラリーや劇場等の芸術関連施設、カフェ、レストランなどのアメニティ施設が集積する。街路空間にもアートが出現し、地元芸術家によるアートイベントが周辺から人を呼び寄せ、顧客化し、リピーターが増える。そういった個性的なエリアが構築されるベースには、ロフトスタイルという古い建物をアトリエ兼住居へのコンバージョンがある。それを法的・制度的にを可能にし

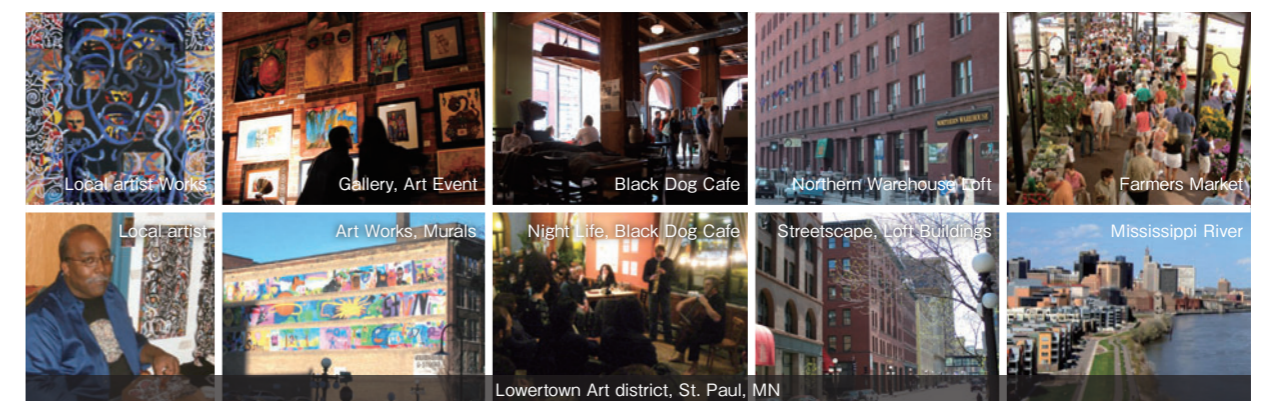
たことから、自治体の様々なアーティスト支援が始まり、まちの再生が効果的に進行したと言える。

アートディストリクトの特徴は、アート関連施設の集積はもとより、そのネーミング、地区全体でのマーケティング、PR活動、地区運営の共同化(BID等)といったアートを軸とする管理・マネジメントにある。それにより、ただ単にアーティストが住みながら作品を制作するだけではなく、ギャラリーとショップ(カフェや本屋、画材店)といったアーティストが好む商業施設が充実し始め、周辺とは異なる特別な景観を生み、そこから新しい文化が生まれ、新しい価値を創造しはじめたことにある。

居住地区としての成長要因は、「歴史的環境が保全されていること」「地区の文化的雰囲気と調和していること」が挙げられるが、特に

図5-2 アートディストリクト例

遠藤新氏による2010.7.23北仲スクール「アメリカ都市におけるアートのまちづくり」講義資料より



新たに生まれた価値として「芸術家と暮らす街」というブランド価値がある。コンバージョンによる集合住宅が一般の人々にも人気となり、アートが点在し、歩いて楽しいヒューマンスケールの街、アーティストに直接触れる機会が多く、イベントやエンターテインメント性が高いといった特色が、クリエイティブなまちの中に暮らしたいという一般人へと広がった。

その中でも多くのクリエイティブ層が目したことで更なる価値を生んだ。アート関連にクリエイティブ層が加わることで、新たなビジネスチャンスに繋がったことも、職住接近の輪を広げ居住者を増やしてきた要因である。

このように、ジェントリフィケーションが進むと低家賃で活動をしていたアーティストが住めないまちにならないよう、その歯止めとなるアーティスト支援制度も重要である。

地区の成長要因は、芸術・デザイン学校の誘致もウエイトが高い。特に、芸術先攻の学生が集う街になることは大きい。彼らがアート活動の実践の場としてアートイベントやまちづくりへの積極的な参加を継続させることは、まちづくりにおいても、芸術・デザインの分野を発展させる意味でも、そして学校自体の成長においても大変重要である。

アメリカ都市におけるアートのまちづくりは、多様なプログラムがあるが、代表的な4種類を以下に挙げる。

Art Business Incubators

- ◎行政や地域団体に寄る支援・助成プログラム等+活動のセンター施設整備
- 売上税〇%分をアート施策に振り分け→地元アート団体等に助成
- 新規開発時にパブリックアートやギャラ

図5-3 アートディストリクト例

遠藤新氏による2010.7.23北仲スクール「アメリカ都市におけるアートのまちづくり」講義資料より



Short North Arts District, Columbus, OH

- リー等の設置を推奨・義務化
- 文化イベントのチケット売上代金一部をアートプログラムの原資として確保
- 州・連邦レベルで活動する芸術関連団体、NPO等民間団体との連携支援

Arts Cooperatives

- ◎地域の芸術家が作品PR等 (Marketing & Promotion) を行うNPO等の組織化したギルド的組織
- 定期的なアートイベントの開催、アーティスト・イン・レジデンスの開発、等

Tourist Venues

- ◎荒廃、空洞化した場所を、来街者を惹き付ける場所に転換
- 壁面アート、パブリックアート、等

Comprehensive Approaches

- ◎アートを一つの要素とする総合的なコミュニティ再生戦略、Art Districtの構想

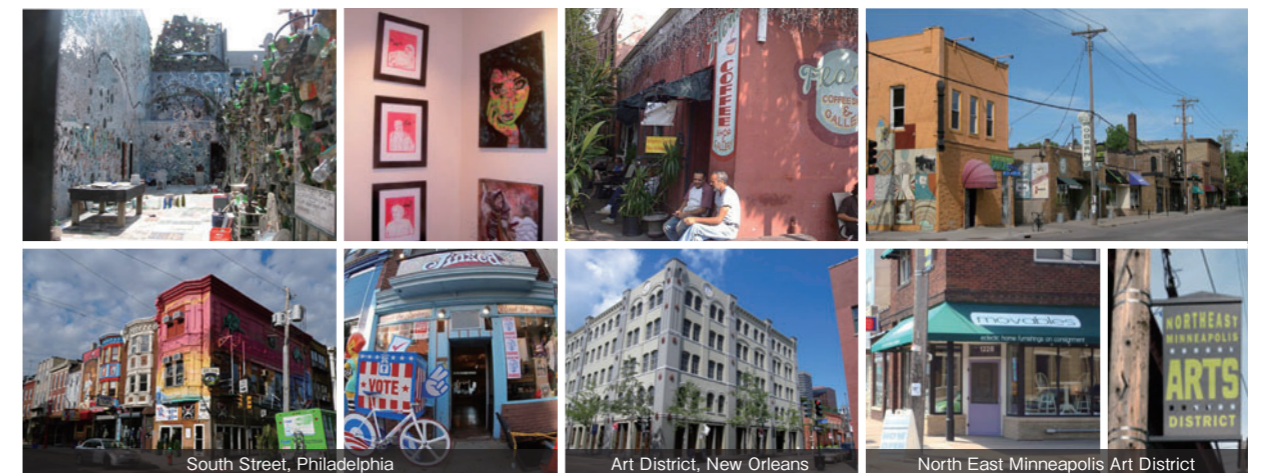
Arts-based Community Development Programs (Rhonda Phillips, 2004をもとに類型)

4.まとめ

アートディストリクトのアーティストコミュニティという「共」的な主体が個性的な地区の担い手として育ち、アートに特化した継続的な活動がまちづくりをしている。我が国の都心では東日本橋の例はあるものの、米国ダウンタウンのようにもっと多様な「個性的な地区」が現れて良いはずだ。それには様々な人々が加わるコミュニティが自律的に成長していくよう、始動装置としての仕組みとそれを実行していけるプレーヤー、そして拠点が必要である。徐々に様々な専門家やNPO等の地域

図5-4 アートディストリクト例

遠藤新氏による2010.7.23北仲スクール「アメリカ都市におけるアートのまちづくり」講義資料より



South Street, Philadelphia

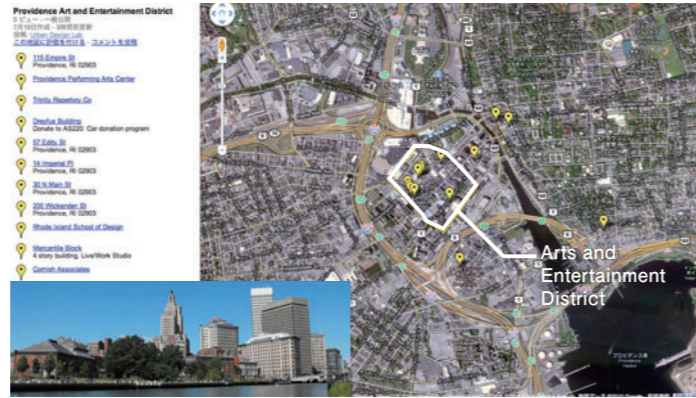
Art District, New Orleans

North East Minneapolis Art District

図5-5 アートディストリクト例

遠藤新氏による2010.7.23北仲スクール「アメリカ都市におけるアートのまちづくり」講義資料より

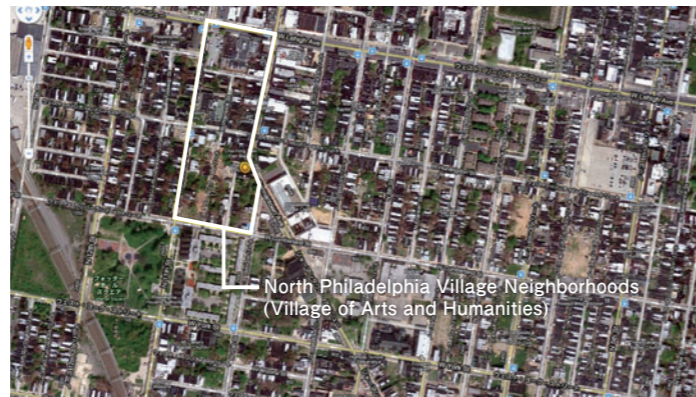
- ◎プロビデンス(169,000人)、ボストンから南に1時間程度の位置
- ◎ダウンタウン再生戦略としてのアート
“Providence Arts and Entertainment District”
→ダウンタウンのマーケティング、インセンティブ・ゾーニング、Artist Housingに投資
- ◎AS220:アート活動を活性化する地元アーティスト組織、Artists Housing Development



- ◎ボストン(人口596,000人)
- ◎倉庫地区がアートディストリクトに転換、AIR、ギャラリー、飲食店、博物館などが分布
- ◎アーティスト組織が主導するまちづくり(Fort Point Arts Community, Inc.)
→AIR開発、定期イベント実施、活動支援等
→AIRは、アフォーダブル住宅として整備した上で家賃コントロールの仕組みを導入、アーティストの定着に貢献している



- ◎フィラデルフィア(人口1,510,000) / 対象地はダウンタウン北部(North Philadelphia)
- ◎1950年代から人口が34%減少、空地の数は市全体で34000箇所(=ダウンタウン面積)



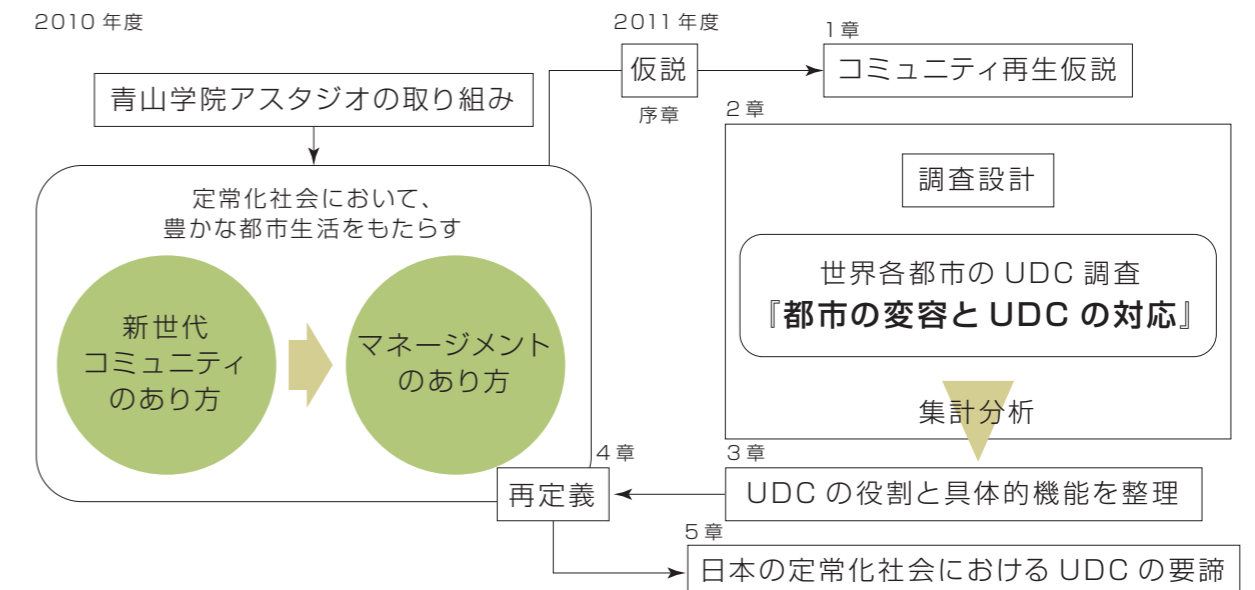
- ◎セントポール(人口270,000人)、Lowertown Redevelopment Corporationの活躍
- ◎地元まちづくり組織がアートディストリクトを構想、AIRの推進、アーティストの活動支援
- ◎アートディストリクトの形成を呼び水にして住宅地区やIT地区などの形成を進めた



のまちづくり組織が関わる機会と場を拡大させ、そうした組織による持続的な活動を支援する税制や資金調達仕組みを充実させていく運営のコツをしっかりと把握することが肝心なのである。その意味で、その地域に様々な人が気軽に加わることができる「共」的な拠点づくりの仕組みは地域や再生の目的、取り組む人々によっても様々であり、それぞれの進化の仕方があるはずである。

次年度はこれまでの海外の都市再生の調査(遠藤新氏による)を、「共」的な拠点の事例(アーバンデザインセンター UDC)の収集編集をし、それらの作業から得た視点で、本年度の青山学院アスタジオの取り組みをレビューし、日本の定常化社会におけるUDCの要諦として「新世代コミュニティによる、まちづくりマネジメントのあり方」を整理する。

図5-9



おわりに

2011年3月11日午後2時46分、千年に一度という観測史上最大のマグニチュード9.0の巨大地震が東日本を襲った。津波による被害は、死者、行方不明者が16年前の阪神淡路大震災をはるかに上回り、さらに原発事故に伴う電力供給の調整、放射能による人体そして食物への影響など、かつて我々が経験したことの無い未曾有の停滞を余儀なくされる。そして、我が国の発展を支えるエネルギー基盤が大きな打撃を受けたことによる産業経済への影響は多大だ。本研究の折り返し地点で起きたこの大惨事を、次の時代に向かう転換期としてとらえ、これから何をどうするのか、なにを成すべきかという指針を「共」的活動支援の視点で見いだしたい。人間感覚に基づく都市空間の再組織化と、都市の魅力を顕在化させる多様な人々による新世代コミュニティが「共」的にエリアマネジメントに取り組んでいける社会が望まれているのである。

資料編

1.青山学院アスタジオの概要

2009年秋に完成した街中メディア拠点、青山学院アスタジオ(以後、アスタジオと略す)は、全ての施設が本稼動した今年、「ラボ・アトリエ実習」の拠点として、また、各活動内容を外部へ発信する施設、更には外部協力機関との交流の場として、2階のプロジェクトルーム(初年度の呼称:実習室)とメディア編集室は元より、1階のNHKサテライトスタジオからの学生参加の番組放送、地下1階の多目的ホールでの数々のイベント開催によって、教育GPの取組の実施効果を高めることに寄与することができた。

2.活用事例

(1)総合文化政策学部のフロア(アスタジオ2階)

2階には、実習室3室とメディア編集用のコンピュータ、周辺機器を備えたメディア編集室がある。また、マスタープランボードも設置され、学生がボードの内容の確認、情報の発信もでき、事前学習・家庭学習や準備活動を容易に行うことができた。



図表Ⅲ-1-1 アスタジオ外観

■青山学院アスタジオ施設概要
敷地面積：約400坪
延べ床面積：約870坪



図表Ⅲ-1-3 1階のNHKサテライトスタジオ



図表Ⅲ-1-2 大学とアスタジオの位置関係



図表Ⅲ-1-4 1階ロビーでの展示報告会



図表Ⅲ-2-1 実習室での「ラボ・アトリエ実習」



図表Ⅲ-2-2 無線LAN環境により、パソコンを使って、その場でSNSのアクセスできる



図表Ⅲ-2-3 メディア編集室での編集作業実習



図表Ⅲ-2-4 メディア編集室での編集作業実習



図表Ⅲ-2-5 ビジュアルワークショップの様

開催月日	イベント名	実施ラボ
6月5日	「渋谷・百軒店 アートミュージアム・プロジェクト」 「カナダの現代文化を楽しみながら理解する」 合同研究発表会 (映像を通してみる私たちのラボ・アトリエ活動)	鳥越ラボ 岡ラボ
6月9日	映画『ケンタとジュンとカヨちゃんの国』 学生限定試写会&トークイベント	井口ラボ
7月3日	表象文化論学会第5回大会 楠美津香『間違いの喜劇』上演	竹内ラボ
10月22～23日	黒石ラボ活動成果発表会 (0→1 0→∞ Locus)	黒石ラボ
12月9～11日	諏訪の御柱 『巨木に舞い降りる神 御柱サーモグラフィー展』	矢野ラボ
11月13日	ショートフィルム『リトルエイリアン』上映会	宮澤ラボ
11月27日	シンポジウム「こども×アート×まち」	鳥越ラボ

(2)多目的ホール(アスタジオ地下1階)
多目的ホールでは「ラボ・アトリエ実習」の学内外に向けた成果発表会や外部協力機関との交流授業が行われた。



図表Ⅲ-2-8 カナダでの現地活動を学生が報告



図表Ⅲ-2-9 映画の試写会に多数集まった学生



図表Ⅲ-2-10 実習成果を模型やパネルで報告



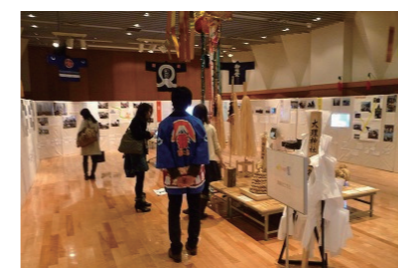
図表Ⅲ-2-11 映像翻訳ラボの試写会ポスター



図表Ⅲ-2-12 映像翻訳ラボの試写会受付の様



図表Ⅲ-2-13 御柱祭報告会の大型告知パネル



図表Ⅲ-2-14 御柱祭の展示報告



図表I-3-1 「ケンタとジュンとカヨちゃんの国」学生試写会撮影



図表I-3-2 東大における映像ワークショップに参加

(1)番組制作分野

「ラボ・アトリエ実習」の取組を紹介する番組を企画・取材・制作し、NHK等の番組を通して放送する。またインターネット放送局サイトの構築など教員・学生と第一線の映像制作・放送関係者との共同作業を行いメディアの多様な可能性を追求した。

1) 青山発の番組を企画・制作・放送する(担当教員:大房潤一)

青学アスタジオ2Fの施設とネットワークを活かし、青山ならではのアート・文化情報を発信する番組を企画・取材・制作し放送する。毎週取り組むのは2009年11月にスタートするNHKワンセグ2の『青山ワンセグ日直』。同番組のコーナーを毎週、学生が受け持つ。また映像設備を活用して各ラボ実習の活動状況を記録し編集するほか、アスタジオなど渋谷・青山エリアで行われるイベントや番組づくりに積極的に参画・協力していく。

①活動の特徴

- ◎実習の結果が、テレビ番組として実際に全国に放送されたこと。
- ◎映像制作会社やテレビ局等、プロのスタッフと共同で作業を行ったこと。
- ◎インターネットを利用して企業とのコラボレーションを行ったこと。

②外部協力機関との連携

- ◎外部協力機関1: NHK
連携内容: 学生が制作した映像やプレゼンテーションを番組に活用し、放送する。企画制作にあたって学生が

主体的に関与。

- ◎外部協力機関2: NHKエデュケーショナル

連携内容: 高校講座ベーシック10(2010年4月)において、学生が番組クリップを制作。

- ◎外部協力機関3: 竹田金属加工株式会社

連携内容: i-phone (i-pad) 用のケースを学生と共同で企画制作。大学側は必要に応じて機材を貸与。

- ◎外部協力機関4: 東京大学

連携内容: 映像創作ワークショップに協力。ラボ生による参考作品制作および上映、演習時の技術指導補助。

- ◎外部協力機関5: ワタリウム美術館
連携内容: レクチャーワークショップの共同制作。ラボ生による撮影編集協力。

③活動の経過

毎週水曜日午後を実習時間とし、番組企画の検討と制作演習とを並行して行った。また、アスタジオなど渋谷・青山エリアで行われるイベントや番組づくり、加えて他のラボ活動の映像記録の制作に積極的に参画・協力した。3月、シンポジウム「国連で働くということ」、日本ハビタット協会主催のイベントを記録し、DVDを作成した。「高校講座ベーシック10」、教育クリップの撮影およびスタジオ収録の手伝いを行った。

4月、「だだもれ青山」放送開始。毎週水曜日の13時頃から大房ラボの4人の女子学生がUSTREAMで番組をスタート。開始以来視聴者を増やし、毎週100人以上の視聴者を獲得している。

5月、「ケンタとジュンとカヨちゃんの国」学生試写会撮影イベントラボが行った学生試写会の撮影および編集。6月、イベント TEDxTokyo yzの記録、編集。

9月10月からの二つのプロジェクト(ワタリウム関連と東大ワークショップ)の話し合い開始。またNHKクリエイティブライブラリーに投稿する映像作品の制作。

10月、ワタリウム美術館「藤本壮介展」の講演会の撮影および編集開始東大における映像ワークショップに参加。

11月、スイス大使館主催のスイスデザイン賞のイベントの撮影。青山コモンズ撮影および編集作業。

参考: 「だだもれ青山」と「藤本壮介展」講演会撮影・編集

「だだもれ青山」

女子学生4人によるUSTREAM専用チャンネル。放送開始以来多くの視聴者を獲得し、視聴者数世界二位にもなる。また、USTREAM番組、「USTtoday」出演や青山コモンズにおいてオリジナルiPhoneケース製作のブースも展開している。

「藤本壮介展」

講演会撮影・編集ワタリウム美術館主催の講演会撮影および編集を行った。計6~7回の講演会の撮影・編集を行った。映像コンテンツのDVD化が予定されている。

2) インターネット放送局をつくる—通信と放送の融合 (担当教員: 大島正嗣)

学部及びACL Webサイトのメインテ

ナンス、インターネット放送局サイトの構築/運営など、メディアの多様な可能性を追求する。具体的には、SCCSメディア基盤の構築という技術的な実習、他プロジェクトとのコラボレーションによるコンテンツの開発などを行う。

①活動の特徴

外部協力機関の提供する場で実験的な活動を展開した。

◎作業結果が公になるため、学生のポートフォリオ作成に役立つ可能性がある。

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関: デジタルサーカス社
連携内容: 大学院(総合文化政策学 研究科)ウェブサイト、及び青山コミュニティラボ(ACL)ウェブサイトの制作を担当し、学生に実地研修の場を提供する。

③活動の経過

4月に行われた、「新入生歓迎レクチャーコンサート」の撮影を行い、ビデオ及び紹介ウェブページの作成を行った。また、新たにラボに参加した学生のトレーニングを行った。

5月、6月は、岡ラボ・鳥越ラボ主催によるカナダ文化研修に本ラボ生一名が同行し、カナダ研修旅行の様子を撮影・記録した。またその映像編集を行い、成果は6/5に開催された岡ラボ・鳥越ラボ合同研究発表会「映像を通してみる私たちのラボ・アトリエ活動」で発表された。

7月、8月は、本学部杉浦教授によるオープンカレッジの講義を全て収録しデジ



図表I-3-3 アスタジオよりUSTREAMでの番組配信



図表I-3-4 青山コモンズで、番組から生まれたコラボ企画「iPhoneケース製作」のブース



図表I-3-5 「インターネット放送局」のプロタイプ (http://dtg.sccs.aoyama.ac.jp/st)



図表I-3-6 「インターネット放送局」のメディアタイトルの一部



図表I-3-7 杉浦ラボCSファクトリーによる、「ハーブ&ドロシー」プロモーション活動、NYヴォーゲル夫妻のご自宅とのインターネット中継に協力



図表I-3-8 チーム編成後のテーマ検討



図表I-3-9 テーマごとに各現場での撮影を行う

タル化を行った。このデータは、例えばApple社のiTunesUなどのオンライン教材として使用することが出来る。9月、10月は、蓄積されてきたデータを利用して、「インターネット放送局」的なるもののプロトタイプを行った(<http://dtg.sccs.aoyama.ac.jp/st>)。ポイントは、複数の、フォーマットの同一でないデジタルデータを単一のページに表示・放映できる構成となっている点である。

11月は、まず、杉浦ラボCSファクトリーによる、「ハーブ&ドロシー」の一連のプロモーション活動のうち、NYとのインターネット中継の補助をさせて頂いた。また、昨年に引き続き、鳥越ラボによる百軒店での活動の収録を行なった。このデータについてもデジタル化・編集を行う予定である

3) プロジェクト商業放送の未来(担当教員:張江泰之)

協力機関であるフジテレビ情報制作局情報企画部の指導のもとに、総合文化政策学部の企業向け紹介ビデオを制作するとともに、その制作過程をドキュメンタリー化。学生たちにコンセプト作りから映像・編集のテクニックまでを体系的に学ばせる。

①活動の特徴

フジテレビ情報制作局の指導のもとで、学部として初めての試みを実施。制作したビデオが外に向けて発信されるため、やりがいを感じると同時に責任感も芽生える。

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関1:(株)フジテレビジョン

連携内容:PRビデオのコンセプト作りから映像・編集のテクニックを体系的に指導を行う。

③活動の経過

5月～6月、キックオフミーティング。フジテレビ情報企画部の担当者から今後のスケジュール説明。アスタジオにあるカメラ、編集の技術的な指導を受けた。

7月～9月、チームを3つに編成。後の課題を制作する2チームとその制作過程を記録するドキュメンタリーチームの3つ。

「青山」というテーマで短いVTRを制作したあと、次にテーマは何でも良いが、4カットでそのテーマを表現するVTR制作に取り組んだ。企画から撮影、編集の技術向上に役立った。

A班 →「就活と仲間たち」、B班 →HMV渋谷店閉店

10月～12月、いよいよ課題の制作開始。テーマは、企業向けの「総合文化政策学部の紹介ビデオ」を制作するというも学部の取材→構成作成→撮影と作業を実行。

(2)アートマネジメント分野

渋谷・青山エリアで様々に開催されているアート系イベントを横に繋ぎ、共鳴させるような、独自のイベントを企画・提案し、その実現・運営に携わり、外部協力機関や第一線のクリエイター・プロデューサー・企業人との共同作業で創造的なプロジェクトが実施された。

1) イベント「渋谷芸術祭」「青山 commons」を発展させ、創造都市・東京の一翼を担う(担当教員:井口典夫)

①活動の特徴

学生には学園祭などアマチュアレベルとは違った本格的なイベントプロデュース(コンテンツの企画・制作、ガイドブック編集、関係機関調整、現場設営、広報等)を経験してもらい、プロとしての力をつけてもらう。

②外部協力機関との連携

NHK、国連大学、東京藝術大学、文化服装学院、桑沢デザイン研究所、東京都、渋谷区、港区、東京都歴史文化財団TWS、東急電鉄、東京電力、森ビル、エイベックス、博報堂ほか。

③活動の経過

映画やドラマなどの文化事業のプロモーション活動を、学生ならではの視点から行うこと、また、地域密着のイベントである渋谷芸術祭と青山 commonsで、スタッフ活動、イベント企画、PRを行った。また、番組企画・放送ラボ(大房)や広告プロデュー斯拉ボ(箭内)と一部協力、共同活動も行った。

2010年度の主な活動、イベントは次の通り。

映画やドラマなどの文化事業のプロモーション活動を、学生ならではの視点から行うこと、また、地域密着のイベントである渋谷芸術祭と青山 commonsで、スタッフ活動、イベント企画、PRを行った。

a|シンガー中村舞子プロモーション

2010年度1年を通じ、同世代のシンガー中村舞子のプロモーションを行った。口コミで人気が出て、携帯電話などを中心に100万ダウンロードを達成した実力派シンガーである中村舞子自身が、ラボに出席し、学生と多くの時間をともにした。そうした身近な存在である同世代のアーティストをどのようにプロデュースしていくのか、学生はプロデュースの意義や方法を根本から考えることになった。中村舞子自身も、学生とともにインターネットでラジオ番組を公開して(YouTubeで閲覧可能)情報、意見を発信していくことに興味を持って、同世代の友人と悩みを話し合い、多くの経験をする中で作詞等にも役立てることができた、と語る。学生にとっても、プロデュースを身近なところから捉えるきっかけとできた他、社会で活躍する人と頻りに接することができて、大いに刺激を受けることができた。

b|『ケンタとジュンとカヨちゃんの国』のプロモーション

青山学院アスタジオで試写会が行われた際には、告知、広報、会場の運営等を行い、公開後もプロモ-



図表I-3-10 中村舞子さんが出席してのラボ風景



図表I-3-11 学生がTwitterの使い方を説明

ションを積極的に行った。一連のプロモーション活動のなかで、特に目立った成果は、ミニブログと呼ばれる「Twitter」を使ったものだ。大学生が、ふだんよく鑑賞するようなハリウッド映画とは違うジャンルである単館系映画を、同世代に気持ちを届けるためにどうするのか、を考えたところ、情報伝播力が強くコミュニケーションの発生しやすい「Twitter」が使用された。Twitter上での直接交流は、Twitter上で同じテーマについて話し合うためのハッシュタグを用い、学生同士の話し合いに、その会話を読んでいる人が自由に参加できるTwitter会議の形をとった(『ケンタとジュンとカヨちゃんの国』についてのハッシュタグは「#kenta」)。テーマは、公開前には映画のプロモーション方法の話し合いを中心に、公開後には、映画のストーリーや映像など、観客の立場で映画について語り合うものであった。また、Twitterの利用により、学生の活動を紹介するサイト、映画を広報するサイトへの誘導にも成功した。該当サイトは以下の通り。

◎プロモーション活動を紹介するblog
「プロデューサーの卵ブログ」

<http://ameblo.jp/kjkouen/>

◎映画プロモーションのためのサイト
「ハタチの告白」

<http://20-kokuhaku.jugem.jp/>

大学生ならではのプロモーションをするため、活動の最初に、映画をじっくり観て、皆で感想を言い合うなど、映画自体に深く入り込んだことは、Twitterでの交流にも生きた。

このような活動は、大手のマスコミ、

広告代理店の活動ではなく、大学生が自分の力で起こしたものである。このように学生ならではの広報活動、情報の伝播ができたことに手応えを感じた学生が多く見られ、その後の自信へとつながった。

c|ワンセグドラマ「こいわらい」のプロモーション

ワンセグという新しい媒体を使用したドラマ「こいわらい」は、原作者やドラマ制作会社、キャスト、青学生のコラボレーションで生まれた新感覚のドラマである。学生にとって身近な青山地域で同世代の主人公が活躍するドラマを、地域のイベントである青山コモンズでPRした。トークショーや上映会、番組グッズ、番組に関連する商品の配布ブースなどを、開催し、学生の企画、運営で行われた。

この企画は他ラボ「物語を売る—コンテンツビジネス・プロデュース」が中心となっているもので、映画のプロモーション活動で実績を積んでおり、担当教員の共通する当ラボの学生が協力する形となった。

「こいわらい」プロモーションは次項の「青山コモンズ」でも行われた。

d|渋谷芸術祭、青山コモンズ
地域密着イベント渋谷芸術祭(11月20日～23日)、青山コモンズ(11月27日～28日)では、イベントの告知、PR(ポスター、フライヤー製作、Webサイト、Twitterでの情報発信等)を行った。青山コモンズでは前項の「こいわらい」プロデュースの一環として、ドラマ出演者を交えたステージで

の運営、「こいわらい」が持つ不思議な世界観を様々な分野で表現し、認知度を上げるための学生自身によるパフォーマンス、特設ブースの開設当を行った。

e|大河ドラマ「江」PR

外部協力機関であるNHKの2011年大河ドラマ「江～姫たちの戦国～」をPRするため、オリジナルフライヤーの製作、原作本の新装版発売に合わせてのPR、Twitterでの情報発信・ファンとの交流などを行った。特に、学生などの若い層の読者が少ないことが課題となっているNHK出版から、若者へアピールするため大河ドラマ原作本のプロモーションの依頼があり、実績のあったTwitter、blogでの広報活動、書店のPOP作りなどを行った。本音の感想を表明する若者ならではの感性で、高い評価と成果が得られた。

f|映画『ノルウェイの森』プロモーション

世界的に人気の高い小説家村上春樹原作、トラン・アン・ユン監督の日本映画『ノルウェイの森』のプロモーション活動を行った。他のプロモーションと同じように、Twitter、Blog等を使い、一人ひとりの素直な感性を生かしたプロモーションを行った。CCレモンホールで行われた試写会の司会も学生が務めた。

2) 音楽芸術を実践的視点で学ぶ
(担当教員：川口義晴)

シンフォニー・コンサートやリサイタル等、音楽芸術の場の聴取体験を重ね

つつ、週1回の教室での授業(講義形式)をベースに芸術の素養を身につけ、またそれに関わる芸術産業の諸問題を検討する。音楽を中心に据えるが、映画や美術にも触れ、芸術の思想的、社会的前提にも注意を喚起する。授業の出席は単位認定の必須条件である。また、担当者がプロデュースするレコーディングやコンサート等、音楽産業の現場に適宜立ち合わせ、授業出席と同様にカウントする。

実習面では、昨年度の「青山音楽ラボ」の活動内容を部分的に引き継ぎ、学内外での芸術イベント(コンサートや展覧会等)にも携わる可能性はあるが、自主的な企画・運営は、資金面等の諸条件が許す場合に限る(音楽のジャンルはクラシックを中心とする)。

①活動の特徴

基本的には芸術が、人間の普遍的な言語活動と精神活動によって成立することを、ソシユール、フロイト、ラカンの理論的な取り組みを辿ることによって理解する。

応用面では美術、映画、マンガ作品を提示し、その分析を行なう。実際のコンサートに本番前の総合練習から参加し実演家たちが、どのように音楽を創造してゆくかを体験する。

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関1：マネジメント会社：
(株)せきれい社

連携内容：ゲネプロ(総合練習)の公開、学生特別割引の協力。

◎外部協力機関2：東京都交響楽団
連携内容：ゲネプロ(総合練習)の公



図表I-3-12 特設ブースでNHKの取材を受ける



図表I-3-13 ドラマ出演者を交えたステージ



図表I-3-14 書店でのプロモーション



図表I-3-15 日本フィルハーモニーの聴取体験 (12月、サントリーホール)

開、学生特別割引の協力。

◎外部協力機関3：(財法)東京二期会
連携内容：ゲネプロ(総合練習)の公開、学生特別割引の協力。

◎外部協力機関4：マネジメント会社：東京コンサーツ

連携内容：ゲネプロ(総合練習)の公開、学生特別割引の協力。

◎外部協力機関5：(財法)日本フィルハーモニー

連携内容：ゲネプロ(総合練習)の公開、学生特別割引の協力。

③活動の経過

a)毎週木曜日5時限に総文511号教室で、ゼミ形式で行った。

b)聴取体験

5月、井口真由子ピアノリサイタル「孤独なショパン」(東京オペラシティ)

6月、東京都交響楽団「マーラー：交響曲第2番「復活」」(サントリーホール)

笠松泰洋「『音楽×空間』Vol.二」(東京文化会館)

7月、東京二期会/東京フィル「ベルリオーズ・プロジェクト 2010：「ファウストの却罰」(東京文化会館)本講師が翻訳・字幕として参加。

10月、クワトロ・ピアチェーリ(弦楽四重奏団) ショスタコヴィチ・プロジェクトX(2010年文部科学省芸術祭大賞受賞)

12月、日本フィルハーモニー マーラー「交響曲第1番」(サントリーホール)

3)山形を中心にしたパブリック・アートによる空間再生デザインとま

ちづくり(担当教員：黒石いずみ)

2010年度はこれまでの新庄の情報館や自然農法を展開しているNPOとの連携を活かして、まちづくりのネットワーク作りのための音楽イベント、地域の文化資源発掘のためのフィールドワークと実際の建築物の調査や、空間再生デザインの提案、食や工芸デザインの提案なども含む多角的ワークショップを行う。また、各地の大学生たちによる同様の活動と連携し、様々な人々との共同活動を行う。将来的には青山の都市文化を活かした都市農村文化交流のための企画作りやネットワークづくりも行う。

ラボの目的は、上記のように三つのテーマを学ぶことやワークショップ、イベントを行うことのほかに、県や市の職員の方々やNPO、多様な専門の業種の方々等とのコミュニケーションスキルを高める。その中で表現力や企画力、ビジネスの難しさも学ぶことを期待している。

①活動の特徴

山形を対象とし現地での多様な体験や交流を通して地域文化と社会を学んだ。

パブリックアートの概念を幅広くとらえて各分野の実践的側面を学んだ。

学生に自主的な関連調査、地域の人々との打ち合わせや企画提案も担当してもらった。

行政、NPO、ビジネス、研究者、住民、子供たちのいろいろな立場の視点に生に触れて社会の多様性を学んだ。

都市と農村の交流が日本の文化資源として持つ意味を学んだ。

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関1：新庄雪の里情報館
連携内容：会議室等の提供、現地の方々の紹介。

◎外部協力機関2：農緑トラスト
連携内容：合宿時に食料の差し入れをいただいたなど活動への協力。

◎外部協力機関3：東北芸術工科大学
連携内容：山形での蔵保存活動の知見や情報の提供とワークショップ等への協力。

◎外部協力機関4：ワイスワイス
連携内容：山形での工芸がインテリア分野で持つ意味等について助言。

◎外部協力機関5：新庄市役所
連携内容：夏のワークショップ全般、文化財登録のための協力。

◎外部協力機関6：山形新聞、山形放送

連携内容：夏のワークショップの広報活動。

③活動の経過

昨年に引き続き、コミュニティスペースとして活用が考えられている近代建築遺産のエコロジーガーデン「原蚕の杜」(旧蚕糸試験場)の活性化とイベント開催を中心に活動を行った。

定期的な活動としては、週1回、水曜日に全ての学生と担当教授が顔を合わせ、勉強会やイベントの打ち合わせ等を実施した。

新庄訪問は2010年5月、6月、夏休み合宿の計3回実施され、イベントの準備、実施を行った。10月にはアスタジオにて展覧会も行った。

5月、新庄市訪問。新庄市市役所や

地元農家、東北芸術工科大学の学生、地元の高校生と連携し、旧蚕糸試験場で掃除ワークショップを行った。掃除を通して旧蚕糸試験場に深く関わり、建物の持つ魅力を再発見することが目的。ワークショップ後には新庄民話の会の方から民話をお聞きすることを通して新庄の生活文化も学んだ。6月、新庄市訪問。8月に行うワークショップに向けて打ち合わせを行った。イベントのコンセプトを関係者と共有した。

8月、新庄市訪問。新庄市にある雪の里情報館での研究会の後、集いの場をつくるワークショップを開催した。研究会では旧蚕糸試験場の持つ歴史的背景や意味合い、またワークショップの意義と学び方としての特性を確認した。ワークショップでは、子どもを対象に2日間のワークショップとその活動をまとめた学生によるプレゼンテーションを旧蚕糸試験場内で行った。ワークショップ1日目には秘密基地をつくり、2日目には地元の食材を使って料理を作り、それを持って自分たちでつくった基地でパーティーをした。次の世代を担う子どもに地元の良さを知ってもらうこと、また、古くからゆかりのある建物で世代を超えたなかりをもつことが目的であった。

10月、東京青山にて展覧会。ラボの2年間の活動のまとめとしてアスタジオでプロジェクト展覧会を行った。活動を経て自分たちが学んだことや新庄の文化を東京の人にも知ってもらうことを目的として行った。展覧会中には



図表I-3-16 掃除に向けてのミーティング



図表I-3-17 掃除の様子



図表I-3-18 民話を通して新庄の生活文化を学んだ



図表I-3-19 ワorkshopに向けた打ち合わせ



図表I-3-20 研究会の様子



図表I-3-21 子どものアイデアは本に書いてもらった



図表I-3-22 完成した秘密基地



図表I-3-23 山形放送によるインタビュー



図表I-3-24 展覧会入り口



図表I-3-25 展覧会後の一枚

トークセッションを3回実施し、黒石ラボの活動がどのようなものであったか、また、今後の活動をどのようにしていくのかを来場者と共に考えた。今後一緒に活動したいという新庄にゆかりのある方も現れ、とても実りある展覧会となった。2011年2月には新庄で同展覧会を行うことが決定した。

4) LSD公演スタッフワーク (担当教員: 竹内孝宏)

「女性ひとりコント」第一人者楠美津香氏は、シェイクスピアの戯曲37作をひとりで上演するLonely Shakespeare Drama (LSD)をみずからのライフワークとしている。当ラボ所属学生は、初年度より楠氏の公演にて、スタッフの仕事に少しずつ参加してきた。今年度は、3月の公演で、これまでの集大成としてさらに企画制作、広報、など広い範囲で仕事に携わった。

①活動の特徴

◎活動の拠点を学外に置き、現場での実習に重きを置いた。

◎プロの仕事を見て、指導を受けながら、実際の仕事をすすめた。

◎プロの協力のもと、公演の仕事の一部を実際に担当した。

②外部協力機関との連携

◎外部連携機関: 東京労音東部センター内チーム・サウスウッドほか
連携内容: 現場での仕事について学生に対し指導。担当教員が責任を負うべき業務への助言ももらった。

③活動の経過

月に1~2回ほど、東京およびその近郊で週末に行われる公演のスタッフワークを、昨年に引き続き行った。今年度は、経験も重ねたため、大道具の設置から受付、音響照明のオペレーションまで多岐に渡る仕事を行った。さらに、活動の集大成と位置づけられた3月1日の公演『超訳タイタス・アンドロニカス』では、プロの手を借りながらも、大道具、小道具、照明、音響、舞台監督、黒子としての出演、広報、チケット販売など、公演のほぼすべてにわたって学生が携わった。公演内容についても、楠氏が基本構造を作り上げ、細部は学生と楠氏が相談しながら作り、調整し、最終的な内容を決定した。

当日は120人定員の劇場にたくさんの観客が訪れ、最後まで大きな問題なく舞台公演を提供することができた。

公演詳細

タイトル: 『超訳タイタス・アンドロニカス』

日時: 2011年3月1日(火) 19:30開演

場所: 新宿タイニイアリス(東京都新宿区)

作・演出・出演: 楠美津香

5) 渋谷・百軒店 アートミュージアム・プロジェクト(担当教員: 鳥越けい子)

渋谷道玄坂の右手にある「百軒店(ひゃっけんだな)」はかつて、映画館をはじめロック・ジャズ・名曲喫茶等で有名な、渋谷における娯楽や文化の中心地だったところ。渋谷駅周辺の再開発がすすむ現在もなお、そ

の独特な雰囲気を残している。単館系映画館やライブハウスの並ぶランプリングストリートに続く重要な地点にあるこのエリアをフィールドに、2009年に始動した<百軒店SCAPE WORKS>のなかで、学生が自らの感性を生かしつつ、地域資源を発掘・発信するための独自のイベントを企画・制作・実施した。

2年目となる今年度は、昨年に引き続き<SCAPE WORKS 百軒店 2010>の企画・開催を活動の主軸としながらも、関連するいくつかのワークショップやイベントに参加することで、アートによるまちづくり活動のさまざまな手法を学び、アートによる都市構造・歴史の解説を試みつつ、百軒店地域のまちづくり活動の進展をめざした。

①活動の特徴

◎百軒店というエリアの特性を生かした(その地域資源を発掘・発信するための)独自のイベントを、「サウンドスケープ」をテーマに各種の活動を展開してきた鳥越けい子の指導のもと、学生みずからがプロジェクトを企画・制作・実施した。

◎学生たちが、まちの人やさまざまなクリエイターと直接交流することによって、百軒店に潜在している文化創造の力を改めて引き出し展開した。

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関1: 渋谷百軒店商店会
連携内容: 後述する「広がる写真」の訪問先となる店舗への協力依頼/商店会会長と副会長のラボ・アトリエ実習の各種場面への参加・地域の歴史



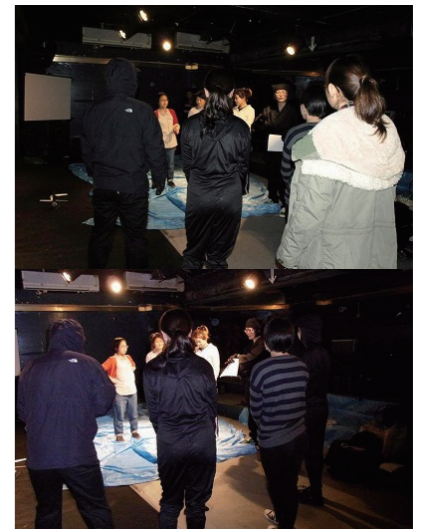
図表I-3-26 スタッフワークに参加した公演のチラシ(表・裏)



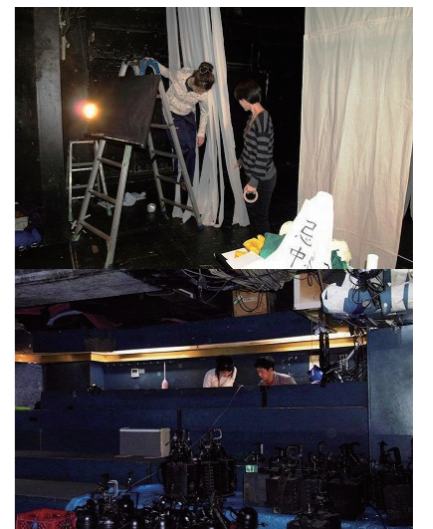
図表I-3-27 公演前日準備風景(2011年2月28日)



図表I-3-28 前日、楠氏とともに段取りを打ち合わせる



図表I-3-29 学生スタッフ全員が集合しミーティング



図表I-3-30 それぞれの持ち場で前日の準備、本番の打ち合わせを行う

と現状に関する解説／学生による企画プレゼンへの立ち会いとアドバイス／千代田稲荷社務所使用の際の紹介／同境内物置の使用許可等

◎外部協力機関2：渋谷区

連携内容：＜SCAPE WORKS 百軒店 2010＞事業の渋谷区の「後援」ならびに都市整備部と土木部の「協力」名義提供／同プログラム内「くつろぎ屋」設営地、百軒店児童遊園地の使用許可／渋谷マークシティ内クリエーションスクエアしぶやの同「ひろがる写真」展会場としての提供／座談会「まちのはなしをきく」への職員（都市整備部部長）の参加等

◎外部協力機関3：NPO法人ZEROキッズ

連携内容：共催イベント・シンポジウム「こども×アート×まち」を企画・制作・実施

◎外部協力機関4：鷲野宏デザイン事務所

連携内容：＜SCAPE WORKS 百軒店 2010＞のチラシ作成とアートディレクション／HP作成と運営の支援等

◎外部協力機関5：小演劇研究会

連携内容：学生の研究会参加・学生へのアドバイス／座談会「まちのはなしをきく」への研究会代表（伊東正示氏）の参加等

③活動の経過

今年度の活動は、前半は主に、対象地区の特徴を理解するため、またアートによる都市構造・歴史の解説、アートによるまちづくり活動の各種手法の学習、東京の他の地域において同種の活動を展開しているグループとの交

流等を目的にいくつかの活動を展開し、＜SCAPE WORKS 百軒店 2010＞に先立つ「準備・関連活動」とした。

4月、ほぼ隔週のペースで、新たなラボ生にフィールドと昨年度のラボ活動の内容を伝えるためのミーティングやフィールドワークを実施。

5月、千代田稲荷神社の宮司さんのいる渋谷金王八幡神宮でフィールドワーク実施すると共に、都市楽師プロジェクト＜川面から都市を聴く舟旅＞に参加。

6月、岡ラボとの共同プロジェクト＜映像で見る私たちのラボ活動＞の準備と発表会の実施。

7月、旧代々木高校跡地施設（五島プラネタリウム天文資料室）訪問。

8月、＜渋谷を読む・渋谷で読む2010：金丸丸参上！＞の制作と運営。その一環として金王八幡神宮と金丸丸をテーマにしたビデオ作成。

10月、百軒店商店会理事会に出席。＜SCAPE WORKS 百軒店 2010＞の計画内容をプレゼンテーションして、協力を依頼。同じく、桑原敏武渋谷区長へ企画内容をプレゼン。＜SCAPE WORKS 百軒店 2009＞が「渋谷区後援事業」となる。

11月～12月、＜SCAPE WORKS 百軒店 2010＞の実施。

12月以降、活動記録の整理とまとめ。

■参考：「SCAPE WORKS百軒店 2010」実施報告

開催期間：11月20日～12月12日

a|百軒店—ひろがる写真

百軒店商店街をフィールドに「まちの

人々」と、青学生をはじめとする来訪者との新たな交流の場を展開し、まさに新たな状況を生むことを目的にしたプロジェクト。外から見れば、百軒店は「性風俗の町」だが、そこに住む住人や店の経営者にとってこの町はどのような意味があるのだろうか。また、個々の生き方が違うように、同じ場所に住んでいるとはいえ、その意味も違ったものなのではないだろうか。そういった疑問と同時に、かつて文化を発信していた町に住む人達に、改めて何かを発信する機会はないのかと考えた時、この写真展・ワークショップの企画が生まれた。「私にとっての百軒店」を知る事ができ、互いに貴重な体験が出来たと同時に、地域ぐるみのアートイベントが忘れがちな「住民とのコミュニケーション」も深くする企画となった。

1)ワークショップ：

百軒店商店街および地元でゆかりのある人々を訪ね、それぞれのまちへの想いを聞き、そのキーワードと共に撮影した。11月20日(土)、11月28日(土)、12月4日(土)の3回実施。

2)写真展：

その写真を会期中、以下の会場で展示することによって、百軒店のまちの魅力を広く発信した。

◎百軒店児童遊園地：期間中の毎週末
◎青山学院青山キャンパス：11月29日～12月3日

◎青山学院アスタジオ：11月22日～11月27日

◎クリエーションスクエアしぶや：11

月30日～12月12日

b|アートスペース くつろぎ屋

＜SCAPE WORKS 百軒店 2010＞のメンバーが、イベント期間中の土日の午後、百軒店児童遊園地に常駐し、その空間を上記写真展会場にすると共に、以下の舞台、ワークショップの会場、ギャラリー等として運営した。その結果、それまで百軒店には来たことのない人々が当地を訪れ、百軒店児童遊園地が新たなアート活動の現場と発信基地となった。

1) 劇団＜けのび＞による『等々力』（「ありうべきものとは何か」というただ一行の戯曲からなる劇）の公演。

11月20日(土) 15:00～

2) Rimi(書道家/高須里美)によるワークショップ「Route百軒店」

参加者各自が歩いた百軒店の道を筆と墨で辿る作品を制作し、同会場で展示。

11月21日(日) 14:00～

3) 同人誌Repure有志による詩の朗読と合評の会、ポエトリースケープ。

百軒店児童遊園地で朗読会を催した後、千代田稲荷神社社務所に会場を写して合評会を実施。

12月5日(日) 13:00

c|「こども×アート×まち」(11月27日(土) 15:00～17:30)

「NPO法人ZEROキッズ」との共催イベント。ZEROキッズの17年に及ぶ活



図表I-3-31 百軒店のゆかりある人を訪ねる



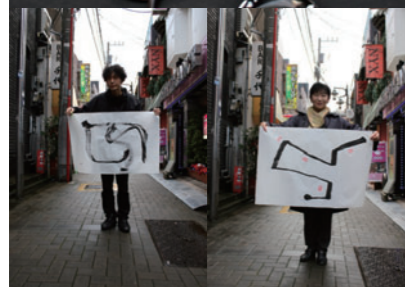
図表I-3-32 百軒店児童遊園地での写真展



図表I-3-33 アスタジオでの写真展



図表I-3-34 百軒店児童遊園地での公演の様



図表I-3-35 ワークショップ「Route百軒店」



図表I-3-36 ポエトリースケープの模様

動を紹介しながら、「こども」と「アート」と「まち」について考えるシンポジウムを、アスタジオ地下ホールで開催。そのなかで、青山学院学生が<SCAPE WORKS 百軒店>の活動を紹介した。

出演：佐々木香(NPO法人ZEROキッズ理事長)、井澤秀雄(中野区社会教育委員)、三好良子(人材育成コンサルタント)、中埜博(コミュニティプランナー)他、鳥越けい子(コーディネータ)

d | 座談会

<SCAPE WORKS 百軒店 2010>の「まとめ」として、2日にわたり、以下それぞれのテーマで座談会を開催した。

1) まちのはなしをさく 12月11日(土) 15:00～

出演：上島晃(百軒店商店会会長)、秋葉英敏(渋谷区都市整備部長)、伊東正示(シアターワークショップ代表)、澤部佳奈(鳥越ラボ2年)、鳥越けい子(コーディネータ)

2) 小さな場の編集 12月12日(日) 15:00～

まちの小さな「アートスペース」や「公の場」について語り合う。

出演：岸井大輔、アサダワタル、他
会場はいずれも、百軒店内レストラン、魚THEユニバース

6) 映像翻訳を通じて世界と関わる (担当教員：宮澤淳一)

この実習は、今日ますます必要の高まる「映像翻訳」の分野を体験的に理解し、メディア文化の諸相を知るとと

もに、多様な外国文化や世界の諸問題への関心を深めることを目的とする。通称「映像翻訳ラボ」。

①活動の特徴

具体的な目標は、外部協力機関(日本映像翻訳アカデミー、略称JVTA)が関わる各種映画祭の出品作品(主に英語)の字幕作成に参加することである(この実習チームで1作品を請け負う、あるいはプロの翻訳者のチームに翻訳協力として加わる。完成作品の上映が成果発表となる)。そのためには外国語(特に英語)と日本語の感性を磨き、同時に現代の文化的知識を豊富にする必要があり、履修者は以下の学習・研修に励むことになった：

1. 「翻訳」の基本的な考え方を学び、「翻訳文化」への理解を深める(担当者の講義「翻訳文化論」の履修がこれを助ける)。
2. 受講者は各自の語学力に応じ、また他の受講生と協力しあって学習プログラムを立て、語学力増強をはかる。
3. 海外のドキュメンタリーを中心に多数の映像作品を見たり、世界各地の諸問題を扱う現代小説を読み、レポートを書く。
4. 協力機関の実施する研修授業に参加する。
具体的な実施状況については、③活動の経過を参照。

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関1：日本映像翻訳アカデミー(略称JVTA、代表：新楽直樹)
連携内容：映像翻訳のノウハウ及び機材、演習室の提供、実習作品の監

修など多岐にわたる。また上映会というイベントを企画するための助言を受けた。

◎外部協力機関2：国連難民高等弁務官(UHCR)駐日事務所

連携内容：「第5回UNHCR難民映画祭」出品作品(『リトル・エイリアン』)の素材提供、『リトル・エイリアン』上映会)においても作品の上映許可を受けた。

◎外部協力機関3：喜田尚氏(朝日新聞社)

連携内容：11月13日の『リトル・エイリアン』上映会)において難民問題に関するトークを依頼した。

③活動の経過

a | 事前研修

日本映像翻訳アカデミー(東京・日本橋)において、2010年3月20日(土)、4月10日(土)に、同校専任スタッフ浅野一郎氏より、映像翻訳の基礎を学ぶ事前研修会を受けた。教材として、日本映像翻訳アカデミー編『映像翻訳ハンドブック』(アルク、2009年・非売品)の提供を受けた。

b | 定期的な勉強会

新年度の前期授業期間、毎週火曜日午後6時～7時に担当教員のもとに履修生が集まり、勉強会を行った。履修生は学習用英字新聞『週刊ST』を定期購読し、記事の内容や語法・表現を学び、確認しあう機会をもった。また、難民問題や経済問題などを扱った海外ドキュメンタリー番組のソフトの鑑賞を随時進め、毎週、そのレポートを提出し、またそれに基づき、意

見交換をした。

c | プロジェクト

具体的なプロジェクトは以下の3点となった。

(1)「ショートショート・フィルムフェスティバル2010」への協力(『ディア・マイ・フレンド』字幕製作)

4月から5月にかけての活動。日本映像翻訳アカデミーより、同校が全日本語字幕を担当する「ショートショート・フィルムフェスティバル2010」の出品作品のひとつ、短編映画『ディア・マイ・フレンド』(約7分、クリス・ロシュ監督、原題Transit)の提供を受け、日本語字幕を手掛けた。浅野一郎氏(日本映像翻訳アカデミー)と担当教員の監修のもと、履修生(計10名)は2チームに分けて字幕案を作成し、比較検討の上、最終字幕を構成した。初上映は、6月19日(土)、ラフォーレミュージアム原宿にて行なわれた。

(2)「第5回UNHCR難民映画祭」への協力(『リトル・エイリアン』字幕製作)

8月から9月にかけて活動。東京および国内各地で開催された第5回UNHCR難民映画祭の上映作品のひとつとなった長編ドキュメンタリー映画『リトル・エイリアン』(94分、ニナ・クストリツァ監督、原題Little Alien)の字幕を製作。これも、この映画祭の日本語字幕を一括して担当する日本映像翻訳アカデミーより、1作品の提供を受ける形となった。今回は、字幕の訳文作成のみならず、その前段階の、字幕添付のタイミング



図表I-3-37 日本映像翻訳アカデミーでの事前研修会



図表I-3-38 「ディア・マイ・フレンド」クリス・ロシュ監督へのインタビュー



図表I-3-39 上映会にて、実習担当者と喜田尚氏（朝日新聞）とのトーク

を決めるいわゆる「ハコ切り」段階から取り組むこととなった。9月中旬から9月下旬にかけて、履修生10名は、94分を等分して分担を決め、「ハコ切り」と訳文作成に励んだ。9月中下旬に、担当教員および日本映像翻訳アカデミーが校閲し、最終字幕を完成させる。スタジオにおける収録作業（字幕の焼き付け）も体験した。完成された作品は10月8日（金）、イタリア文化会館（東京・九段下）にて初上映された。

(3)『リトル・エイリアン』上映会(自主企画)

催事名：『リトル・エイリアン』上映会～映画を通して難民問題を知る～

日時：2010年11月13日（土）、17:00～20:00、青山学院アスタジオにて。

トークゲスト：喜田尚（朝日新聞国際報道エディター代理・前ローマ支局長）（トーク「ヨーロッパの難民事情と『リトル・エイリアン』」）

主催：映像翻訳ラボ（青山学院大学総合文化政策学部宮澤淳一研究室）
後援：国連難民高等弁務官（UNHCR）駐日事務所日本映像翻訳アカデミー

字幕を作成した映画『リトル・エイリアン』の東京上映は、前記の10月8日の一度限りであったため、本学学生や関係者がこれを観る機会は限られていた。そこで、より多くの人に観てもらうために、学内での無料上映会を企画。上映作品および難民問題への理解をより深めるという意図もあり、事情に詳しい喜田尚氏（朝日新聞国際報道エディター代理・前ローマ支局

長）を迎えてヨーロッパの難民問題に関するトークセッション「ヨーロッパの難民事情と『リトル・エイリアン』」（聞き手：担当教員）を行った。

関連ウェブサイト：

◎第5回NHCR難民映画祭(公式サイト)

<http://unhcr.refugeefilm.org/2010/>

◎同上より『リトル・エイリアン』の紹介ページ

<http://unhcr.refugeefilm.org/2010/title/2010/08/000151.php>

◎学生たちと『リトル・エイリアン』の字幕作りに携わって(文・宮澤淳一)

<http://www.jvtacademy.com/news/?id=277>

◎「青山学院大学 総合文化政策学部 映像翻訳ラボ主催『リトル・エイリアン』上映会レポート～映画を通して難民問題を知る～」(文・松澤友子)

<http://www.jvtacademy.com/news/index.php?id=306>

7)『GANGSTAR PRODUCER AOYAMA』（担当教員：筋内道彦）

誰かに何かを伝えようとする、すべてのコミュニケーションは「広告」である。との基本理念のもと、学生自身が、今の時代において何を誰に広告すべきなのか、主体的に考え行動するラボである。学生は実際に動き、広告宣伝をする実践の場となる。

①活動の特徴

担当教員が実際に広告製作を行っている、その現場に参加できる。学生は、自分好きなミュージシャンや、日々利用する食堂、故郷など、本人の感性、

興味の対象にあわせて実際の広告を製作することができる。本当に興味のあるものを学生にしかできない形で広告する実践を重視した。

イベントプロデュースを行う他ラボとの相互協力もある。

②外部協力機関との連携

タワーレコード、東京メトロ、TOKYO FM、TVプロ編集部、NHK、桃屋、ちふれ化粧品、風とロック、風とバラッド 他

③活動の経過

学生ならではの視点で、販売促進や商品のPRではなく、純粋に世に広めたいと思うことを広告し、社会とのコミュニケーション方法を探ることを主眼に置いた。

a|「今日も母の日」プロジェクト

「お母さん」をPRするプロジェクト。多くの人にお母さんの存在の大きさを意識し、母と向き合ってもらうため、あえて母の日の次の日である5月10日（月）にイベントを行った。

渋谷の街中のスタジオ、スペイン坂スタジオを使って放送される東京FMのラジオ番組「4ROOMS」と協力し学生の代表者がラジオに出演し「お母さん」の大切さをリスナーに伝えた。また、母の日の翌日には廃棄に回される母の日用の包装紙を渋谷・青山地区の店より譲り受け、カーネーションの造花を作り、道行く人にアピールした。廃棄されるものを再利用したエコロジーにも配慮したプロジェクトとなった。

b|「雨の日楽しい!」プロジェクト

雨の日はつまらない、嫌いだと思う人が多いなか、雨の日の楽しさに気づけないとしたらもったいない、という発想で「雨の日も気持ち次第で楽しくなる」を広告した。広告には、音楽によるアピールと、ハートのついた相合い傘を製作し持って歩くアピール、2つの要素を用いた。

音楽は、ラボのメンバーでバンドを組み、作詞作曲、レコーディング、ミキシング、PV作成も行った。多くの人に届けるため、PVを動画投稿サイトYoutubeに投稿した。また、8月に開催された音楽ライブイベントSUMMER SONIC 2010 に、出演できるオーディションである「出れんの!?サマソニ!?!」にもエントリーし、注目を集めた。

相合い傘製作については、上にハートの形をした風船をつけた傘をさして実際に町を歩き、この様子をTwitterとUSTREAMで生中継した。通行者からは「かわいい!」「こんな広告見たことない!」などの言葉がかけられた。また7月にNHKラジオ、8月に雑誌「ブレーン」にこの活動がとりあげられた。

c|「銀杏」プロジェクト

秋に実るぎんなんは、風情があるとともに、落ちて異臭を放つため好かれないことも多い。学内に銀杏のある青山学院大学でも、大半の学生の反応は、そのようなものである。しかし、銀杏は秋の味覚として調理すれば好きな人が多い。こうした発想から、「銀杏」を広告する企画を現実にした。学生が学内の



図表I-3-40 街行く人に造花を配る



図表I-3-41 学生がラジオ出演しお母さんの大切さを話す



図表I-3-42 雨の日をアピールする傘を持って街を歩いている人から声をかけられることも



図表I-3-43 集めた銀杏の皮を皆でむく



図表I-3-44 アスタジオでの企画検討会議



図表I-3-45 表参道で、人々に手書きメッセージをお願い集める

銀杏を拾い、近隣の飲食店(野菜畑、青山スタンド、ウサギ、なるきよ、ラーメン専門店風)でその店の特徴を出した調理方法で使ってもらう。同時に、若者に人気のあるロックバンド「銀杏BOYS」のライブを企画。銀杏のよさを再認識してもらうための広告戦略を練った。

d|「12月25日の勤労感謝の日」プロジェクト

カップルや家族で楽しく過ごす人も多い中、クリスマスに働いている人も大勢いる。そんな人たちに感謝しようというプロジェクト。誰にどんな感謝をするのか、学生で議論しあった結果、青山学院大学から近い、表参道のイルミネーションの警備をしている人たちに応援することに決定。イルミネーションを見ている人に頼んで、警備の人への手書きメッセージを書いてもらい、メッセージを100人以上集め、手渡す応援に決定した。

25日クリスマスのイルミネーション消灯後、サプライズで手書きメッセージを手渡し、警備の人は非常に感動してもらえた。

8)ワタリウム美術館のアウトリーチ・プログラムと周辺一帯のまちづくり(担当教員名:和多利浩一)
ワタリウム美術館(外苑西通り)を中心としたエリア帯にてアート・デザイン・建築の新たな役割を見だし、住民・店舗・企業・来街者に及ぼす影響と関係性を創り変えていく。具体的なまちづくりの提案をし、企画、運営までを目標とする。

ここでのまちづくりは、ワタリウム美術館など文化施設からのベクトルと、地元商店会からの2つの方向から考えるものとする。また、その内容はアート・デザイン・環境・音楽・映像・パフォーマンスを含む広義なものとし、公開空地の利用、大規模再開発からストリート・インフォメーション・センターまでの幅を持つものとする。

①活動の特徴

◎「ワタリウム美術館を中心としたエリア帯においてアート、デザイン、建築の新たな役割を見だし、住民、店舗、企業、来外者に及ぼす影響を創り変えていく」ことをテーマに、実際のまちづくりに参加する。

◎まちづくりはワタリウム美術館などの文化施設からのベクトルと地元商店会からのベクトル両方から考える

◎デザイン性を重視したイベント企画を行う

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関1:ワタリウム美術館
連携内容:学生のインターシップ、及び青山まつりで協力。

◎外部協力機関2:地元の商店会・企業
青山商店会連合会、伊藤忠(オーガニックコットン)、フランフランなど

◎外部協力機関3:地域メディア『青山時間』への記事制作、インタビュー
連携内容:青山まつりで協力。学生は事前の会議などにも参加した。

③活動の経過

和多利ラボでの主な活動は、10月に開催された「青山まつり」への参加と

ワタリウム美術館でのインターシップである。

◎青山まつり

5~6月、イベントをやりたいか企画を提案し話し合った。

7月、出された企画をラボ内部で検証。

8月~9月、企画を関係機関、企業との折衝。

10月11日~10月31日 青山まつり

■参考:主な企画

a|マップ

地域コミュニティ雑誌『青山時間』(2010 AUTUMN)で、「青山まつり」のPR協力の一環として、イラストレーター・安西水丸氏、アートディレクター・浅葉克己氏、ファッションデザイナー・コシノジュンコ氏、建築家・隈研吾氏、青山にゆかりの深い4人へのインタビューとともに、ゆかりの場所を案内する地図を掲載。インタビュー、原稿執筆、地図作成を、学生が行った。

b|オーガニックコットン(POC)紹介のためのブース

地域の企業、伊藤忠商事が販売する無農薬・無化学肥料で栽培されるコットンの紹介をした。伊藤忠商事では、コットンを輸入するだけでなく、海外の農家がオーガニックコットンを栽培できるように指導も行っており、このようにしてできたのがPOCである。

10月16・17日の2日間にわたり、POCを展示し、このコットンを来場者に詰めてもらうワークショップも開催した。

c|他のイベント

東方ラボとの連携したフェアトレードブースとフェアトレードに関するパンフレットと制作とその配布

＜協力機関＞ ウィメンズショップ、パッチワーク、people tree、ぐらするーつ渋谷店、Gaia 代々木上原店、第三世界ショップ

◎若手デザイナー集団tdiのインスタレーションを行うファッションショー

◎リアルとネットをつなぐ実験的な仮想空間

◎ワタリウムでのインターンシップ
展示会の準備、イベントの準備や手伝いを学生が行った。

■参考:ワタリウム美術館でのインターンシップ・イベント内容

1.ジョン・ルーリー展

学生は撮影と運営補助

「トカゲラウンジの3人の住人たち」音楽パフォーマンス 4月1日(木) 20:00~21:50

出演:大友良英(音楽家)、鮎屋法水(美術家/演出家)、山川冬樹(ホメイ歌手・アーティスト)

2.落合多武展 5月22日~8月8日

学生は撮影と運営補助

アーティスト オーケストラ オセロット 5月22日(土) 18:00~19:30

出演:伊藤存(ギター)、青木陵子(風鈴)、ニシジマ・アツシ(サウンドエフェクト)、南隆雄(スタイルフォン)、大木裕之(ガスを吸った声)、荒木悠(プチプチ、ワイングラス)、橋本史生(ギター)、木村友紀(ホッチキス、ペー



図表I-3-46 学生が取材、制作協力した雑誌記事



図表I-3-47 「青山まつり」プレオガニックコットン(POC)紹介ブース



図表I-3-48 制作したフェアトレードに関するパンフレット



図表I-3-49 東方ラボとの連携したフェアトレードブース



図表I-3-50 和多利ラボが協力と表記された「青山まつり」のプログラム



図表I-3-51 妹島和世(建築家)、場所:京都造形外苑キャンパス

ス)、落合多武(猫彫刻)

3.藤本壮介展 8月14日~1月16日

学生は撮影と運営補助、大房ラボとDVD制作中

□藤森照信(建築史家、建築家)「予想はずれる。予兆あるのみ。」9月24日(金)

□伊東豊雄(建築家)「フラクタルトーキョー」10月7日(木)

□妹島和世(建築家)+藤本壮介「ヴェネチア・ビエンナーレについて」10月31日(日)

□塚本由晴(建築家)「Void Metabolism」

□磯崎新(建築家)「東京計画1961」11月17日(水)

□藤本壮介(建築家)1月8日(土) 2011年

★トークショー 東浩紀(批評家)+藤本壮介10月5日(火)

★トークショー 中村勇吾(ウェブデザイナー)+藤本壮介10月29日(金)

★トークショー 片山正通(インテリアデザイナー)+藤本壮介「建築とインテリアデザイン」1月12日(水) 2011年

(3)環境創造分野

キャンパス周辺や地方都市に於いて、再生・創造を必要とするプロジェクトを提案し、その実現化を図る。現場調査を出発点に、関係各所と調整し、事業スキームを構築する。

1)フェアトレード・ラボ(担当教員:東方敬信)

途上国の文化的生活を確保する貿易の実践に向けて、学生の参加できる活動を展開した。キャンペーン活動やシンポジウムの実施、フィールドワーク及び学習の成果物としてリーフレットを作成するなど、外部機関との連携により学内外を問わず幅広い企画に取り組んだ。

①活動の特徴

◎購買会へのフェアトレード・コーヒー導入

◎学内の休憩時間を利用したフェアトレード商品販売によるキャンペーン活動

◎フェアトレードの紹介用リーフレットの作成、スタンプラリーを企画

◎テキストによるフェアトレード理論の学習

◎シンポジウムの主催、運営

◎他のラボとの連携による合同企画

◎昨年度に引き続き青山祭への参加、啓蒙活動

◎学外のフェアトレード機関・団体との交流活動

◎ウェブサイト及びブログの運営

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関1:青山学院購買会

連携内容:フェアトレードの意義に賛同いただき、実習活動より選定されたフェアトレード商品を購買部でも販売することになった。2010年5月より販売を開始。

◎外部協力機関2:NPO法人わかちあいプロジェクト

連携内容:フェアトレードを通じて発展途上国の支援に取り組んでいる松木傑氏(日本福音ルーテル教会牧師)が代表を務める。フェアトレード・ラボ設立以来のお付き合いをさせていただいている。昨年度より引き続き、青山祭「フェアトレードプロジェクト」で扱う商品を卸していただいた。

◎外部協力機関3:和多利ラボ

連携内容:2010年10月15日から表参道で行われた「青山まつり」に合同出展。企画の提案、費用の手配から運営まで、双方の全般的な協力のもとで実現した。

◎外部協力機関4:NPO法人パルシック

連携内容:和多利ラボとの合同企画「青山まつり」の出展の際、東ティモールのフェアトレード・コーヒー(36L)を、試飲用として無料提供していただいた。

また、委託販売用に他6種類の商品を提供、運営スタッフとしてインターン生の派遣などを行っていただいた。

◎外部協力機関5:フェアトレードカンパニー株式会社、パルス株式会社

連携内容:「青山まつり」出展の際、出展ブース内装飾用のフェアトレード製品、フォトフレーム等をすべて無料でお貸し頂いた。フェアトレードカンパニーに関しては、出展の費用経費の



図表I-3-52 5月フェアトレードコーヒー学内販売PR



図表I-3-53 「青山まつり」に和多利ラボと合同出展(10/15～)

一部負担など、資金面とコンテンツの両方から全面的なご支援をいただいた。

◎外部協力機関6：パッチワーク、GAIA、第三世界ショップ

連携内容：いずれもフェアトレード商品を取り扱う都内近郊のショップ。各店の代表にインタビューをさせて頂き、その成果資料を「シブヤ フェアトレード マップ」の記事としてまとめ、フェアトレードの紹介用リーフレットを作成した。リーフレット用コンテンツ、フェアトレード・スタンプラリーのスタンプ設置店として活動して頂き、参加商用の商品も無料提供して頂いた。

◎外部協力機関7：APEC研究センター

連携内容：APEC研究センター所長の石戸光氏にお越しいただき、2010年10月6日に開催された「フェアトレード・シンポジウム」で講演を行って頂いた。同氏は経済学者である傍ら、フェアトレードの研究も行っている。

③活動の経過

昨年度のラボ・アトリエ実習での成果を生かし、より実践的なフェアトレードの啓蒙活動に取り組んだ。約30人のラボ生を「1.商品開発、2.企画とその運営・渉外、3.その他キャンペーン等」の3つのグループに分けて個別に学習と実践を進めた。

月に一度の全体ミーティングで、フェアトレードに関する学習を進める傍ら、学内では一週間にわたるコーヒーの屋外販売、本部礼拝堂でのシンポジウムの主催、青山祭への出店など。学

外においては和多利ラボとの合同企画「青山まつり」への出展や、フェアトレード紹介用リーフレットの作成・設置など、学内外を問わず積極的にフェアトレード活動の実践に取り組んだ。

2010年8月から公式ウェブサイトとブログの運営を開始し、フェアトレード・ラボの活動内容の発信を開始する。他のフェアトレード団体・機関との交流も頻繁に行うことでネットワークを構築し、数多くの他団体と連携した企画を実現した。津田塾大学のフェアトレード団体「チカス・ウニダス」や、東京経済大学の「YouI 結い」などと食事会を行い、大学を超えた学生団体同士の交流も深めた。

■参考：「フェアトレード・シンポジウム」主催・運営報告

企画名：フェアトレード・シンポジウム「歪んだ地球村と生命の再生」

-現実を見つめて、公正貿易によって新しい地球村をイメージしよう

日時：2010年10月6日(水)

会場：青山学院大学青山キャンパスベリーホール本部礼拝堂

内容：

松木傑氏(NPO法人わかちあいプロジェクト代表)、石戸光氏(千葉大学法経学部准教授)、塚本俊也氏(青山学院大学国際政治経済学研究科プロジェクト教授)の3人をお招きしてシンポジウムを主催した。株式会社アイビックスによって協賛。

各ゲストにパワーポイントを用いた講演をして頂き、その後、質疑応答を含めたパネルディスカッションを行った。シンポジウム終了後、会場外に

てフェアトレード・コーヒーの試飲会を実施。各参加者の親睦を含める機会として活用した。

フェアトレード・ラボで行ったイベントの中では最大規模のもので、企画、広報、運営までのすべてを学生によって実施した。

準備：

学内外での広報用にカラー印刷の両面チラシを作成。他の教育機関、学生団体、NPO団体やNGO団体などのフェアトレード関連団体に、メールあるいはDMにてシンポジウム開催を告知。学内では学内端末を利用して参加者を募集した。

当日の参加者用に配布資料を作成し、フェアトレード関連資料(協力関係にある他団体のイベントチラシや、活動紹介資料など)などの挟み込みを行った上で、来場者へ配布。シンポジウム後の試飲会のため、事前に青山学院購買会にかけあい、フェアトレード・コーヒー200杯分を用意した。参加スタッフはラボ内外から12名の有志者を募った。

成果：

ラボ生を含め約50人が講聴者として参加。学内からは「国際ボランティア愛好会SHANTI SHANTI」代表の尾崎友徳氏、「Table For TWO 学食募金実行委員会」代表の吉田ゆりあ氏、「ボランティア&チャリティー愛好会ANIMO」代表の山本夏菜氏など、各団体の代表者が多数参加し、また、他学部や国際マネジメント研究科、会計プロフェッション研究科、社会情報研究科の学生の姿も見受けられた。学外からは、東京経済大学や明治学

院大学からの学生が参加し、様々な関連分野の学生の交流を深める機会として成果を上げた。

芳名帳の設置、来場者アンケートを実施することによって、今後の活動に向けた情報収集を行う機会としての役割を果たした。講演会やパネルディスカッションの内容は映像及び写真で記録しており、成果資料として学外機関への配布を予定している。広報や渉外活動、会場運営などについて全て事前に研修を行い、実際の企画及び運営は全て学生に任せたことによって、ラボ生にリアルなイベント運営を体験する有意義な機会となった。

2)巨木に舞い降りる神・諏訪の御柱に地域文化の底流を探る(担当教員：矢野晋吾)

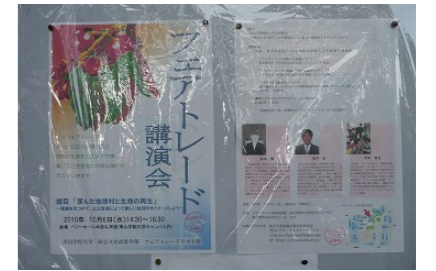
日本における地域文化の生成と展開について、「諏訪大社御柱祭」の事例を通じて参与観察及びインタビュー調査を通じて理解を深めることを目的とする。

2010年は、7年目に1度開催される「諏訪大社御柱祭」の実施年に当たる。「御柱祭(おんばしら)」は、長野県諏訪地域に少なくとも1200年以上にわたって続いてきた祭礼である。諏訪地域6市町村の人々は、生活のサイクルをこの祭礼を基軸に設計してきた。高冷地の厳しい自然と向き合いながら培ってきた諏訪の人々の地域文化について、この神事を通じて体感し、理解していきたい。

なお、参与観察時には動画や画像記録を収集し、SCCSのメディアコンテンツとして蓄積していく予定である。



図表I-3-54 フェアトレード・シンポジウムの開催(10/6)



図表I-3-55 フェアトレード・シンポジウムのポスター



図表I-3-56 雨の中での取材



図表I-3-57 曳行中の柱に乗って取材



図表I-3-58 御柱の見せ場、木落とし



図表I-3-59 柱を曳きながらの取材



図表I-3-60 アスタジオ1階ロビーに設置した展示会案内掲示版



図表I-3-61 地下ホールでの展示の様

①活動の特徴

◎長野県諏訪地域をフィールドに、現地の地域社会の理解を深めた。

◎7年に1度行われる御柱祭において、柱の曳行開始から神社における建御柱(神域の四隅に柱を建てる行事)まで、一連のプロセスを全て自らの足で歩きながらたどった。

◎御柱祭の歴史・信仰の状況・人々の関わり方など各自のテーマを設定し、それに基づいて事前の資料収集を行い、参与観察・映像撮影・音声録音など各テーマに適した方法を選択しながら記録を行った。

◎収集した映像などの資料を各グループ毎に自らのテーマを軸として映像コンテンツとしてまとめる作業を行った。

◎映像上映・展示会を学生の企画立案のもと、アスタジオで実施した。

②外部協力機関との連携

◎外部連携機関1: 諏訪地方観光連盟・御柱情報センター

連携内容: 展示会展示物の提供など

◎外部連携機関2: 長野県諏訪郡富士見町瀬沢新田区

連携内容: 小宮御柱祭への受け入れ、展示物提供など

③活動の経過

2009年12月、年間計画の立案

2010年1月～2月、杉浦・沖本・矢野による御柱・諏訪など基礎知識のレクチャー。その後

学生により問題意識の明確化・資料収集作業。

2月～3月、学生によるテーマ設定と

資料収集、プレゼンテーション。

各自の関心のもとに設定したテーマによりグループに分け取材チームの編成。

この間、一部学生は現地図書館などに足を運び資料収集を行った。また、プロの映像写真家による撮影指導。現地取材の最終打ち合わせ

4月、諏訪大社上社山出しの現地取材(2回)、及び、諏訪大社上社山出し調査資料の確認と里曳き取材の打ち合わせ。

5月、諏訪大社上社里曳きの現地取材(一部学生は下社里曳きも取材)事後各班で映像資料の編集作業。

6月、諏訪郡富士見町瀬沢新田大理想社の御柱祭山出し参加。映像作成作業の打ち合わせ。

8月、映像作成作業の打ち合わせ。

9月、展示会開催の確認とスケジュール立案。17日～毎週火曜日18時より打ち合わせを定期開催。映像資料編集、展示会に向けての準備を開始

26日、諏訪郡富士見町瀬沢新田大理想社の御柱祭里曳き参加。

12月7～8日、終日、展示会準備。

9～11日、青山学院アスタジオにて展示会開催

(4)平和構築分野

本分野では、多文化・二言語主義社会について「カナダの現代文化」を学んだほか、文化交流を担う国際機関として「国際交流基金」を取り上げ、その役割・活動・成果についての理解を深めた。

1) カナダの現代文化を楽しみながら理解する(担当教員: 岡 真理子)

2年間をかけて、多文化二言語を柱とするカナダの建国理念をしっかりと理解し、楽しみながらカナダ文化の魅力とその原動力を発見していくプロジェクト。カナダ人アーティストたちが、いかに国境を越えて、国際アーティストとして成功しているかを、カナダという国の特性と世界の文化状況の両面から解明する。大学キャンパスを越えて、各種芸術活動やシンポジウム、講演会などの知的活動に継続的に参加していくなかで、学生がそれぞれ関心のある課題を見つけ、発展させるというプロセスを重視した。

2009年4月からの1年にわたるラボ・アトリエ活動を通して、ラボ生がそれぞれ芸術文化政策、言語政策、環境問題などの個別の課題を見つけて準備し、2010年3月のカナダ東部4都市文化研修旅行に臨んだ。自分たちに関心のある文化機関を訪問して、カナダの原体験を積むことで、ラボ生たちは見違えるほど積極的になったと思う。それまでは教師の側で日程を決めて進めていた活動であったが、学内発表会、日本カナダ学会でのプレセッション、研修ハンドブックやフォト

ブックの作成と、ラボ生たちがすべてにおいて自主的に取り組むようになったことが、最大の収穫であった。この中から将来カナダとビジネスする人、カナダに留学する人、カナダを研究する人が生まれてくることを大いに奨励し、期待している。

①活動内容の特徴

◎企画立案にあたり、学生の自主性、創意工夫を尊重する。

◎企画参加に関し、学生に自分の興味関心に沿って選択の自由と責任を与える。

◎活動においては、大学キャンパスを越えて、外部機関との連携を継続的に行う。

そのため、活動期間は夏休み、春休みも継続する。

◎随時外部の専門家を招待して、ラボ・アトリエ実習のテーマに関しその方々の専門分野に関する知見をもらう。

◎外部の活動に参加するたびに、学生たちに報告書を提出させ、改善点を考察させるとともに、かかる報告書を外部機関と共有する。

②外部協力機関と連携内容

◎外部協力機関1: 日本カナダ研究会

連携内容: 学生たちは2009年6月13日 日加修好80周年記念シンポジウム「カナダ研究の軌跡: 未来への展望」、および9月12日～13日 日本カナダ学会第34回年次大会にボランティアとして参加し、学会というものを多少なりとも理解した。さらに、2010年度9月に青山学院大学で



図表I-3-62 「映像を通してみる私たちのラボ・アトリエ活動」 学内発表会 (2010/6/5)



図表I-3-63 上映会チラシ



図表I-3-64 日本カナダ学会年次研究大会でのラボ生による活動の成果発表と映像上映

開催された日本カナダ学会のプレセッションとして、研修旅行の発表を行い、カナダ研究者の方々からの講評を受けた。

◎外部協力機関2：在京カナダ大使館
連携内容：本ラボ・アトリエのハイライトとして2010年3月に実施したカナダ東部文化研修旅行への準備としてカナダ大使館を訪問し、学術担当書記官よりカナダ文化・社会に関する紹介を受けた(2009年12月3日)。同研修旅行には、“Student Mobility Program”によりカナダ外務・国際貿易省から10,000カナダドルの助成を受けた。上述の日本カナダ学会のプレセッションには、大使館から学術交流担当のエリック・ピーターソン書記官と寺内美佐子職員が参加してくれた。

◎外部協力機関3：ケベック州政府代表部
連携内容：同じく、カナダ東部文化研修旅行への準備として、この研修旅行にモラルサポートをしてくれているケベック州政府代表部の天野文化担当官よりケベック文化・社会に関する紹介を受けた(2010年2月17日)。

◎外部協力機関4：東京芸術見本市事務局
連携内容：2009年3月に引き続き、2010年3月1日～4日も芸術文化分野の国際交流の場である東京芸術見本市の枠組みで、ボランティアとして活動した。特にCINARS(カナダ芸術見本市事務局)の活動に関し責任者にインタビューし、研修旅行の事前調査とした。

③2010年度の主な活動

4月 日程協議、カナダ文化の特徴10項目提案、学内発表会で何を発表できるか、どんなプレゼンをしたいかイメージを考える。今後の日程など。

5月、アスタジオにてプレゼン予行練習
6月、発表原稿作り、映像資料編集、スライドショー編集。

6月5日(土) 学内発表会ASTUDIO地下多目的ホールにて

7月、記録ハンドブック作成について検討。記録ハンドブック10項目英訳

9月、会発表のための発表原稿作り
9月17日(金) 午前中から総研ビル第15会議室にて発表予行演習

18:00～19:30 学会プレセッション「東部カナダの芸術文化政策に触れて」18～19日、日本カナダ学会第35回年次大会補助(開催校：青山学院大学)

10月、機関概要読み合わせ。アンケート結果に基づき反省会、10項目読み合わせ

11月、ロベール・ルバージュ作品『ブルー・ドラゴン』鑑賞

12月、シルク・ドゥ・ソレイユ“ZED”鑑賞。10項目英訳読み合わせ

2011年1月、ハンドブックの編集・印刷製本のプロセス検討

1月末(予定) ハンドブック原稿完成、映像資料再編集

3月末(予定) ハンドブック印刷製本(DVDつき)300部 関係者・関係機関に予定

2) 国際文化交流機関はどうあるべきか—その「活動」と「評価」の分析を踏まえて— (担当教員：真鍋一史)
グローバル化の時代の到来にともなって、国際社会における文化交

流の重要性はますます大きくなってきている。かつての「政治の時代」から、「経済の時代」を経て、いまや「文化の時代」とまでいわれるようになってきた。このような時代にあって、文化の交流を担う国際機関にはきわめて大きな役割が期待される。

本ラボでは、日本を代表する国際文化交流機関である「国際交流基金(Japan Foundation)」を取りあげ、その「事業評価調査」結果の二次的分析(secondary analysis)をととして、「国際文化交流機関はどうあるべきか」について実証的・実践的な議論を展開した。

①活動の特徴

ゼミの目標が「理論的—実証的な研究にもとづいて社会現象の説明の体系として理論を構築する—」なものであるのに対して、ラボのそれは「実践的—社会科学の領域における知の蓄積を援用して社会的問題の解決をはかる—」なものとした。

②外部協力機関との連携

外部協力機関：独立行政法人国際交流基金
連携内容：国際交流基金が主宰する「事業評価調査」のデータ分析に真鍋担当のラボ・アトリエ実習が参加するという形態をとった。

③活動の経過

a) 毎週水曜日3時限に大学1号館125号教室で、実習形式で勉強会を行なった。

b) 「評価調査」データの二次的分析の

ためのコンピュータ統計ソフト「SPSS」の講習会(裴岩晶講師)を開催した(5月13日、20日、27日、6月3日)。

c) テーマに関連したゲスト・スピーカーによるレクチャーを実施した。

- 主なものとして、
- 1) 荒牧央・NHK放送文化研究所・世論調査部・副部長(7月8日、15日)
 - 2) 一寸木英多良・国際交流基金・日本語試験センター・チーム長補佐(7月22日)
 - 3) 高島美保・日本リサーチセンター・グローバルマーケティング部・チームリーダー(10月28日、11月25日)



図表I-3-65 ゲストスピーカーによるレクチャー国際交流基金、一寸木英多良氏



図表I-3-66 ゲストスピーカーによるレクチャー日本リサーチセンター、高島美保氏



図表I-3-67 司会進行もラボ生が担当



図表I-3-68 地下ホールがほぼ満席となった

(5)その他、及び、大学院生提案によるプロジェクト

2010年度、魅力あるプロジェクトを継続的に学生に提供していく方策の1つとして、総合文化政策学部大学院生から提案されたプロジェクトのうち、以下の3つを採用して指導教員の下、プロジェクトを実施した。

1)「キャンパス・サティスファクション・ファクトリー フォー・スチューデントズ=バイ・スチューデントズ」(担当教員:杉浦勢之)

ラボでは、ACL連携企業の株式会社IVYCS企画部門にも加わっていたが、定期的に企画会議を開きます。学生は、キャンパス生活の中で生まれた商品や事業についてのアイデアを持ち寄り、プレゼンテーションやディスカッションを行います。商品化、事業化が可能なものについては、ACLが、IVYCS(購買会などを経営する企業です)の企画部門に提案することになります。採用されたものについては、商品化、事業化を進めます。またIVYCS企画室の依頼によって、学生へのリサーチやマーケティングなどの活動を行い、学生のニーズやウォンツの調査活動も行います。必要に応じ、デザイナーやクリエイター、マーケッターなどの外部講師のレクチャーを受けることがあります。

①活動の特徴

◎キャンパスで生まれたアイデアをそのままに終わらせず、商品化や事業化する。

◎企画のプレゼンテーション能力や新製品・サービスの開発力を身につける。

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関:(株)IVYCS

連携内容:学生との定期的な企画会議を持って、学生からのアイデアの商品化、事業化を進める。

③活動の経過

5~7月、毎週定例のラボで、商品化や事業化のアイデア出し、討議。

8月、IVYCS企画部門へ、企画案のプレゼンテーション、討議。

9月~10月、採択された映画『ハーブ&ドロシー』プロモーション活動を、IVYCSと共に作業を進める。

11月11日、映画『ハーブ&ドロシー』公開直前TALKSHOWの準備、運営。

22日映画『ハーブ&ドロシー』いい夫婦の日特別トークショーの準備、運営。

12月、11月に実施した2つの映画プロモーション活動についての総括。

■参考:映画『ハーブ&ドロシー』プロモーション活動

a)映画『ハーブ&ドロシー』公開直前 佐々木芽生監督×安藤モモ子監督 TALKSHOW この映画は青山学院大学校友でもある佐々木芽生監督による作品で、全米で最優秀ドキュメンタリー賞ほか各賞を受賞。日本での公開決定を受け、IVYCSの協力の元、映画公開直前のプロモーション活動の一環として、佐々木芽生監督と安藤モモ子監督によるトークショーを実施した。

日時:11月11日(木)18:00~20:00

会場:青山学院アスタジオ地下ホール

参加者:100名弱

この公開直前トークショーは、東京芸術大学に続く大学での上映運動参加となった。また、学生による具体的なプロモーション活動として、ボランティアなどへの呼びかけによるブログやユーストリーム、ツイッターなどを駆使することで、100名弱の観客動員をすることができた。

b)映画『ハーブ&ドロシー』いい夫婦の日

第1部 特別トークショー 佐々木芽生監督×鳩山幸さん(前総理大臣夫人)

第2部 ニューヨークのヴォーゲル夫妻のご自宅からの日米同時中継と USTREAMによるネット中継。

11月22日(いい夫婦の日)に、昨年「理想の夫婦像」第2位にランクインした前総理大臣夫人である鳩山幸さんを迎え、11日につづいて佐々木監督との特別トークショー。第2部では、ニューヨークのヴォーゲル夫妻のご自宅と青山学院大学とをSkypeで結んでの日米同時中継、及び、USTREAMによるネット中継を実施した。

日時:11月22日(月)18:00~20:00

会場:青山キャンパス 総研ビル(14号館)12階大会議室

参加者:約200名

第2部のSkypeで結んでの日米同時中継、及び、USTREAMによるネット

中継では、最新のIT技術を吸収する機会であったと共に、このようなノーボーダーの試み(国際会議はもちろん、たとえば海外現地からの講義や講演等)として、大きな経験と示唆を得ることができた。また併せて幅広いプロモーション手法も学ぶことができた。

2)「物語を売る—コンテンツビジネス・プロデュース」(担当教員:井口典夫、小川葉子)

既成メディアを組み合わせただけでは、もはや成功しない今日のマーケットへの解決策を見いだすため、未開拓分野の多いニューメディアである「ワンセグ」に可能性を見いだし「ワンセグドラマ」を制作する。メディア特性を見極め、物語(ソース)展開の新しい価値観を創造する。また映像制作に加え、「視聴者にどのように情報を発信するか」というマーケティング的側面を考慮しつつ、コンテンツビジネス全体をプロデュース、ワンソース・マルチユースへの可能性を見出すことを目的とする。

①活動の特徴

◎「こいわらい」というソースをワンセグドラマ制作だけに留まらず、様々なコンテンツへ展開。「ワンソース・マルチユース」「メディアミックス」を実施し、コンテンツビジネスの新たな可能性を模索する。

◎ツイッター、アメーバブログ、YouTubeといったSNS・Webメディアを使用した学生発信のヴァイラルマーケティングを実施。NHKに著作があるコンテンツを広報するにあたり、



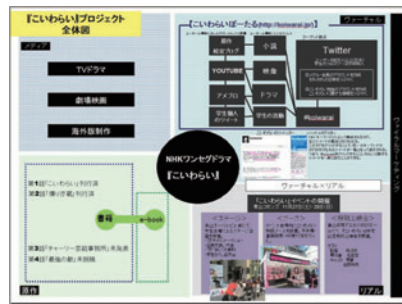
図表I-3-69 挨拶をされる佐々木芽生監督



図表I-3-70 左より電通のさとなお氏、佐々木監督と鳩山前首相夫人



図表I-3-71 NYヴォーゲル夫妻のご自宅とのインターネット中継に成功



図表I-3-72 「こいわらい」プロジェクト全体図

NHK外のサイトを使用することは前例がなく、画期的な取り組みである。

◎プロジェクトに関する活動全般において、それぞれのプロと連携して活動する。

②外部協力機関との連携

◎外部協力機関1：NHK

連携内容：NHKワンセグドラマ「こいわらい」の制作・放送。Webサイト「こいわらいぽーたる」制作・販促物制作・イベント運営を含め、こいわらいプロジェクト全体を監修。

◎外部協力機関2：マガジンハウス

連携内容：原作の小説「こいわらい」の書店プロモーション実施。マガジンハウス発行の雑誌にて、NHKワンセグドラマ「こいわらい」のPR。書籍に関する著作権等の管理。

◎外部協力機関4：クリエイティブネクス

連携内容：NHKワンセグドラマ「こいわらい」の制作協力。Web・販促物・イベントにおいてキャストの写真等を使用する際の、肖像権等の管理。イベントのキャスティング・スケジュール管理など。

◎外部協力機関4：ロクマルニ

連携内容：Webサイト「こいわらいぽーたる」の制作・運営。販促物のデザイン・制作。

◎外部協力機関5：PINEAPPLE DESIGN.org連携内容：iPhoneアプリ「こいわらい'10」の制作。

③活動の経過

毎週水曜日11:00～12:30を演習時間とし、全員で進捗状況の報告・情報

共有を行った。

4月、「こいわらい」原作者、松宮宏氏によるメディアやコンテンツビジネスの現状について講義。当ラボの目的について学生全員で共有した。

5月、ドラマ化実現に向けて企画書を作成。また、同時にドラマの土台となるような青山の場所・歴史などを調査、及びヴァイラルマーケティングのためのSNS・メディアを決定した。

6月、NHKワンセグ2でのドラマ化が決定。

7月・8月、ドラマのシナリオ制作及びキャスティング開始。また、イベントやWebサイト制作に関しても準備を始めた。

9月、ドラマのロケハンが本格的に開始。青山学院大学と調整を行い、学内での撮影が決定。青山学院大学の学生にエキストラ出演を呼びかける。26日(日)～29日(水)の4日間にわたり撮影が行われ、このうち27日(月)・29日(水)には青山学院大学内で撮影が行われた。

10月、Webサイト「こいわらいぽーたる (<http://koiwarai.jp/>)」、及び販促物(ポスター・ポストカード・しおりの3種類)の制作開始。イベント準備も本格的に始まった。

11月、NHKワンセグドラマ「こいわらい」第一回放送。22日(月)～26日(金)午後0:50～0:55(5分×5話) NHKワンセグ2にて放送された。また、27日(土)・28日(日)には青山コモンズに参加し、「こいわらい」放送記念特別イベントを開催。

12月、4月からの活動の取りまとめを行った。また、「こいわらいぽーたる」

のログ解析、イベントで実施したアンケートを基に、ヴァイラルマーケティングの効果の調査・研究、および当該プロジェクトの評価を行い、別途研究報告書をまとめた。

■参考：こいわらいプロジェクト概要
このプロジェクト全体図は、当ラボの目的・活動内容を対外的にプレゼンする際、目的やアクションプランを捉えやすいようまとめたものである。この中で、「ワンセグドラマ」「ヴァイラルマーケティング(ヴァーチャル・リアル)」が主に学生関わった活動である。

a) ワンセグドラマ

松宮宏原作の小説「こいわらい」(マガジンハウス刊)のドラマ化。原作は京都が舞台だが、青学生が制作に関わるということで、青山を舞台とした物語にリメイクした。学生が調査した青山の場所や歴史などを監督・プロデューサーにプレゼンし、シナリオに反映された。主人公も青学生という設定とすることで青学内でのロケが実現し、エキストラも実際の青学生とするなど、青学と関係深いドラマとなった。

b) ヴァイラルマーケティング、ヴァイラルマーケティングとは、口コミや噂によって情報を感染的に広めるマーケティングという2側面からの戦略を考え、これらの相乗効果により「こいわらい」の口コミ・噂を効果的に広められるようなヴァイラルマーケティングを行った。

◎ヴァーチャル

今回、Web上でのヴァイラルマーケティングのツールとして、ツイッター・アメーバブログ・YouTubeを主に活用した。ツイッターをターゲット拠点とし、こいわらい独自のアカウント(@koiwarai)を作成。当プロジェクトのあらゆる情報をここでつぶやいた。ここからユーザーの趣向に合わせ、他のSNSやWebメディアに誘導できるよう工夫した。また、これらを統括するポータルサイト「こいわらいぽーたる」を立ち上げた。このサイト内では、ファッションサイトのPolyvore、フォト共有サイトのFlickerも展開し、コンテンツの幅を広げた。また、独自のページを持たないリンク集といった構造とし、「こいわらいぽーたる」にアクセスすることによって、様々なSNS・Webメディア・関連サイトを自由に行き来できるよう工夫した。

◎リアル

Web上で「こいわらい」を知った人々に“リアル”な体験を提供するため、または、Web上で情報を提供できなかった人々に「こいわらい」を認知してもらうため、学生企画のイベントを開催した。不思議な雰囲気を持つ「こいわらい」の世界観を多くの人々に共有してもらうべく、『今日の青山、何かが違う!』を全体のコンセプトとしイベントを企画した。
当日は、キャストが登場するトークショーや、事前申込制の特別上映会も開催したこともあり、多くの来場者が訪れた。さらにはNHK教育テレビでの生中継もあり、ヴァーチャルの



図表I-3-73 放映された「こいわらい」



図表I-3-74 YouTube「こいわらい」のページ



図表I-3-75 「こいわらいぽーたる」



図表I-3-76 学生食堂での撮影の様相



図表I-3-77 地元のイベントのPRブースでNHKの取材を受ける



図表I-3-78 大峠仁個展準備の様相(会場: ギャラリーニモード)



図表I-3-79 大峠仁個展会場: ギャラリーニモード

みでは取り込めない人々に対しても認知度上昇のきっかけとなるイベントとなった。

3) 大峠仁個展～作品製作大峠、キュレーション常見～(大学院生: 大峠仁、指導教員: 杉浦勢之) 「書」という東アジア特有とも言える文化のいまを現場主義で学ぶ。自分たちでつくった映像と個展開催という形で発信する。

大峠自身にとっては「書」の領域、歴史はしっかりふまえながらも、「書」が近隣分野と越境できるものかの挑戦であり、その中で「書くこと」その総合化をめざした。

①活動の特徴

- ◎作品がつくられる現場が実習の中心である点。
- ◎対象が「書」という伝統文化のいまである点。
- ◎成果を個展というオープンな場で示した点。

②外部協力機関との連携

- ◎外部協力機関1: 新川書道教室
連携内容: 撮影の現場として協力をいただいた。
- ◎外部協力機関2: ギャラリーニモード(渋谷区神宮前5-23-3)
連携内容: 個展会場として協力をいただいた。
- ◎外部協力機関3: 関土筆堂
連携内容: 会場設営、撤去の際に協力をいただいた。

③活動の経過

4月～7月、個展の事務的な下準備を

進めるとともに、「書」における基礎的な知識(用具について、古典作品について)を学んだ。

7月31日、新川書道教室にて作品制作現場を撮影。

以後は、映像編集作業へ。編集は学部生に一任し、最終的にはタイトル「聞く書」、約10分の映像となった。この映像は個展会場で流し、学部生が作った成果として保存する。

9月26日、学部生、関土筆堂、大峠で会場設営。

10月3日、学部生、関土筆堂、大峠で会場撤去。

■参考: 大峠仁個展

◎概要

日時: 2010年9月28日(火)～10月3日(日) 12:00～19:00(最終日は17:00まで)

場所: ギャラリーニモード

主催: 青山学院大学総合文化政策学部個展ラボ

◎個展のコンセプト

発表作品は<一>道、<一>の心・<一>の心・<一>の心。これらの題・ことばにしたのは、初の個展で一つの道(書道)を、ぶれない一つの心で貫き歩いていくという意味がある。

それとともに「道(ハード)があっても、そこに心(ソフト)がないといけない」という文化におけるハードとソフトの関係性を示した。

これは、世阿弥『風姿花伝』から受けたイメージをことばにして表現したもので、総合文化政策学のめざしている姿だと思っている。

4) 成功長寿企業の経営スタイルと哲学を探る(大学院生: 浅田厚志、指導教員: 堀内正博)

日本には経営歴が100年を超える企業が2万数千社あると言われている。中国ではゼロ社、韓国では2社である。200年を超える企業は、世界で5,586社、日本にはそのうち3,146社が存在している。いわばダントツの老舗企業国家なのである。それではこのような老舗企業は、なぜ、長寿企業になり得たのか。この100年、日本には未曾有と言われる歴史の転換があった。200年なら明治維新もその中に含まれ、さらに激動感が増す。そのような中を生き抜いた長寿企業の経営の仕方と考え方を聴取し、アンケートをし、そこから特徴点とグループの中における共通点を探ろうというのが、本プロジェクトの研究目的である。

①活動の特徴

- ◎経営者への事前のヒアリングを行った。
- ◎100年を超える経営年数の企業に郵送によるアンケートを行った。
- ◎その後、返信のあった企業の代表者へ追加のインタビューを行った。(合計22社)
- ◎学部生と連携をし、互いに学びあうラボとした。

②外部協力機関との連携

- ◎外部協力機関1: 株式会社出版文化社
連携内容: 取引先情報の提供と取材のアシスタンス、テープ起こし
- ◎外部協力機関2: 向井建設株式会社

連携内容: 取材前の試験ヒアリング

③活動の経過

a. 初期のころは、堀内教授に先行研究レポートを提出して、2週間に一度、研究室にてご批評をいただき、調査、研究についての計画を具体化させていった。

b. 聴取体験

◎5月より、中小企業と株式を上場する大企業も含めて、会社の代表者にインタビューを行った。9月末までで、20名+ペーパーによる返答として2名、合計22名の意識調査を行う事ができた。

◎8月上旬、1,500社の中堅企業にアンケートを送付し、328件のレスポンスをいただいた。

今回のプロジェクトは、大学院生である浅田厚志氏を中心に、学部2年生3名、学部3年生6名からなるチームが、4月ごろの準備段階から10月ごろまで調査を続けた。この間を通じて、20数社への面接調査、1500社へのアンケート調査(回収は328社)を成功裏に終わらせたのは浅田氏の統率力と実行力の賜物である。プロジェクトの企画、調査の設計などのベースには浅田氏の問題設定能力の高さがある。そして調査が終了したのは10月であるが、そのあと浅田氏は、本来の目的である修士論文の執筆にかかり、調査結果を基にした研究成果を100ページ以上にもなる論文として完成させた。文章としてまとめる力量にも優れた才能を発揮した。

(1)番組制作分野

「ラボ・アトリエ実習」の取組を紹介する番組を企画・取材・制作し、NHK等の番組を通して放送する。またインターネット放送局サイトの構築など教員・学生と第一線の映像制作・放送関係者との共同作業を行いメディアの多様な可能性を追求した。

1) 青山発の番組を企画・制作・放送する(担当教員:大房潤一)

a.取組成果(対外的成果として)

2010年2月～3月、学生の企画したクリップを制作し、「高校講座ベーシック10(NHK教育)」で4本を放送。

2010年4月～、USTREAM(インターネット放送)上において、リアルタイム配信番組「だだもれ青山」を毎週放送。9月からは竹田金属株式会社様からの要請に応じて、i-phoneケースの企画開発業務を展開した。

2010年7月～8月、学生が企画した「高校講座ベーシック10(NHK教育)」のオープニング映像を5本放送。

2010年9月、学生が制作したTEDxTokyo yzの記録映像11本がyoutube「TEDxTalks」公式サイトにて公開。

2010年9月～2011年1月 ワタリウム美術館で行われたレクチャー6本を撮影編集してDVD化。

b.課題・目標

1. 企画が幅広い視聴者に受け入れられるようインターネットも含めたメディア展開を行う。

2. 他ラボとの共同作業。映像メディアを通じた地域やクリエイターとの交流を図る。

3. 活動で得た成果を還元し、映像文化の発展に寄与するためワークショップ等の取り組みを進める。

2) インターネット放送局をつくる-通信と放送の融合(担当教員:大島正嗣)

a.取組成果

昨年度に引き続き、他ラボの収録をいくつか行わせていただくことができた。

また、本年度は、手持ちのデータが揃ってきたこともあり、「インターネット放送局」のプロトタイプを作成することができた。データのフォーマットを問わない特性があり、学部内の作品についてのポートフォリオとして役立つ可能性がでてきた。

b.課題・目標

今後も他ラボの活動を収録させて頂くとともに、「インターネット放送局」を実運用にもっていきたい。

3) プロジェクト商業放送の未来(担当教員:張江泰之)

a.取組成果

ゼロからの企画力、構成の立て方、撮影テクニックとフジテレビ側の厳しい指導の下で、短時間ではあるが、スキルアップにはつながった。

b.課題・目標

3月までに仕上げも含めた制作に取り組むことで、学部初の紹介ビデオを完成させたい。

(2)アートマネジメント分野

本分野では、渋谷・青山エリアで様々な開催されているアート系イベントを横に繋ぎ共鳴させるような、独自のイベントを企画・提案し、その実現・運営に携わり、外部協力機関や第一線のクリエイター・プロデューサー・企業人との共同作業で創造的なプロジェクトを実施した。

1) イベント「渋谷芸術祭」「青山 commons」を発展させ、創造都市・東京の一翼を担う(担当教員:井口典夫)

a.取組成果

さまざまなプロモーション活動に取り組むことで、社会の中で活躍する人がつねにそばにいる環境に学生は身を置くことができた。社会との関わりを日々意識し、自分が役立てることは何かなど、役割について考察し、責任感も大いに育った。

Twitter等のメディアを通し、情報を発信し、人を巻き込んでいく手法を身をもって体験し活用することに成功した。映画や本のPRでは、素直な意見を押し出すことができ、単に大人の手伝いではない学生主導による情報発信をすることができた。

b.課題・目標

◎他のカリキュラムとのバランスをもう少し考えたい。通常の授業、レポート、アルバイトなど、学生の時間も限られているため、ラボだけに時間をとられないように時間のマネジメント指導、プログラム運営の工夫が必要である。

◎活動内容は昨年度よりしっかりして

きたので、今後は、さらに学生自身が一から作り、進められるような企画を用意したい。

2) 音楽芸術を実践的視点で学ぶ(担当教員:川口義晴)

a.取組成果

ただ単に好きだとかという感情的レベルから脱し、今までとは違った角度、たとえば言語、差異などの観点から芸術を見直し、主体的に芸術に取り組めるようになった。

b.課題・目標

前言したように、アートマネジメントの知識は社会から必要とされていない。必要とされるのは芸術への情熱、そのための理解力である。そのことを涵養すべきものの第一にあげる。

もうひとつ。2学期になると就職活動によって、授業・イベントに出て来れない3年生がほとんどである。これには手の打ちようがなかった。

3) 山形を中心にしたパブリック・アートによる空間再生デザインとまちづくり(担当教員:黒石いずみ)

a.取組成果

参加学生が各自、社会の多様な人々と共同し成果を上げる中で自分の責任や可能性を実感する事ができ、チームで支え合うことの素晴らしさと、文化というものの根強さと広がり、さらに社会活動における創造性の意味を体験を通して学んだこと。また、地域行政や住民の方々に信頼を得て、ラボの活動が社会的に認知されたこと。新庄市での研究会やワークショップでテレビ・新聞に取り上げられ、青山

での展覧会で高い評価を得る成果を上げたこと。

b.課題・目標

学生の学びと社会活動の関係をさらに具体的に明確にして、専門的な知識や将来への能力となる手ごたえをよりはっきりと感じられる仕組みを作ること。論文やプロジェクトの形でさまざまな学会やコンペティションに出している、そこでの成果も確実にしたい。地方での活動を都市にいる側としてどう貢献するかという点で、さらに活動を進める。

4) LSD公演スタッフワーク (担当教員:竹内孝宏)

a.取組成果

大きな事故もなく、一本の芝居を学生が主体となって企画制作することはできた。また、通常のLSD公演と比較してもさほど遜色ない観客動員は確保でき、おおむね好評のうちに公演を終えることができた。

b.課題・目標

とはいえ内容的には、どこをとってもプロの方々と一緒にやらせていただくほどのレベルにはまったく到達していない。すくなくとも楠氏の名を辱めないくらいにまで仕事のクオリティを上げることが次年度のもっとも重要な課題である。

「大学の授業」という守られた場のみかでは実現困難なことであるが、ここをクリアしないかぎり、こういうプロジェクトを継続している意味はないし、かえってご迷惑になるだけである。

5) 渋谷・百軒店 アートミュージア

ム・プロジェクト(担当教員:鳥越けい子)

a.取組成果

◎昨年は百軒店エリア内に留まっていたイベント会場を、写真展会場を中心に、渋谷駅や青山学院大学といった周辺地域に拡大した。

◎地元の人々とのより深い交流が実現した。

◎昨年度のプログラムのひとつく真夜中の読書会>がラボ活動から独立し、「真夜中の読書会実行委員会」によりイベントを実施した。

◎渋谷百軒店のまちづくり・文化創造をめぐる活動内容とネットワークが拡大。

◎初年度の<SCAPE WORKS百軒店 2009>の実績が土台として活かされ、活動の成長が実感された。

b.課題・目標

◎<SCAPE WORKS 百軒店>の継続とさらなる展開。(たとえば「広がる写真」の来年度の目標は、百軒店商店街すべての店舗に関わる写真を撮影し、より大規模な写真展を開催すること。)

◎引き続き、活動記録の整理とメディア化。

◎ラボ内における活動の組織化。

◎広報活動の強化。

6) 映像翻訳を通じて世界と関わる(担当教員:宮澤淳一)

a.取組成果

映画作品の翻訳活動に携わることで、作品と観客との媒介者となり、難しさとやりがいを知った。これは履修生の英語能力の向上だけでなく、現代社会における問題への関心を高める

事にもなった。特に難民映画祭で上映される作品を扱ったことから、難民問題についての意識も深まり、実際の知識や理解もつけることができた。また、2本の映画作品翻訳に加え、スタジオでの映画上映会を自主企画したことも成果としては大きなものとなった。上映会を行うことによって、履修生だけにとどまらず、学内外の方の国際問題への関心を高めることとなった。また、学生自ら上映会の企画・立案を行うことで、宣伝・集客方法や成果を得る方法など、イベントを行う上で必要なことを学んだ。トークゲストを迎えることも多角的に企画を進める実習として効果的であった。

b.課題・目標

字幕制作の作業中、履修生どうしのやりとりが必ずしも綿密ではなかった。特に『リトル・エイリアン』の字幕製作にあたっては、難民問題に関わる知識の共有や用語の統一が十分にできず、能率に影響を与えた。また、仕事の分担も、1名ずつにすべてを割り振ってしまうと、進行のチェック体制がうまく機能しないことがわかった(仕事を抱え込んだり、連絡のしばらく途絶えた履修生がいて、その担当分の埋め合わせに苦労する場面もあったため)。次期での実施においては仕事の分担体制とコミュニケーションの取り方を再考したい。

『リトル・エイリアン』上映会』は、開催の決定から実施日まで短期間であったため、緊密な打ち合わせ・連絡と仕事の分担体制が求められたが、進行上、ややロスが生じた。特にパンフレットの作成を履修生たちに任せ

たが、分担と統合の段取りが悪く(執筆の分担と内容チェック、レイアウトの確定等)、作業が直前まで滞った。担当教員のコンスタントな進行確認はもっと徹底するべきだともわかった。上映会は、トークも含めて質の高いものとなったが、唯一残念に思われるのは、観覧者が少なかったこと(30名程度)であろう。観覧者の大半は外部の人であり、本学の学生や教職員の参加は少なかった。宣伝活動にいつもの工夫が求められるという点で、今後の大きな課題である。

7) 『GANGSTAR PRODUCER AOYAMA』(担当教員: 箭内道彦)

a.取組成果

今年度、初めて開催されるラボであるため、まずはチームワークを作ることが課題であったが、週1回の集まり、SNSを通して、比較的早い段階で作ることができた。

ふつうの人が考えない広告を考えることをテーマに、学生がさまざまな企画を出し、試行錯誤しながらそれを形にすることができた。

b.課題・目標

学生が係りを分担しながら進めるため、次年度もまずはチームワークを早々に機能させることが課題となる。さらに柔軟な発想をもった新しい広告にチャレンジするようにしたい。

8) ワタリウム美術館のアウトリーチ・プログラムと周辺一帯のまちづくり(担当教員名: 和多利浩一)

a.取組成果

◎初年度にしては、他の機関とのコラ

ボレーションを取行することができた。(青山学院内では大房ラボ、東方ラボとの連携、青山地区の地域商店会、企業、ショップ、メディアなど)

◎インターンに関しては、各業界の第一線で活躍の方々の話の聴講やインタビューなどを行なうことができた。

◎一般企業、メディア、ショップなどの打ち合わせや折衝を行なう経験を持った。

◎企画から学内プレゼン、企業へのプレゼン、実施まで一貫した流れを実体験した。

◎企業、メディアなどへの初歩的な対応の実践を行えた。

b.課題・目標

◎学内のラボとの連携、情報の共有が来ていない。

◎協力体制が青山学院並びに学部として地元企業との提携ができていない。

◎3年生の就職活動のサポートとなるようなラボ・運営する部分があっても良い。

(3)環境創造分野

キャンパス周辺や地方都市に於いて、再生・創造を必要とするプロジェクトを提案し、その実現化を図る。現場調査を出発点に、関係各所と調整し、事業スキームを構築する。

1) フェアトレード・ラボ(担当教員: 東方敬信)

a.取組成果

◎学生主体での企画・運営を実現した。

◎学内外の機関と連携することで幅広い活動に取り組むことができた。

◎関連機関との関係の構築、各企画の成果資料を作成したことによって次年度以降の活動の土台を作り上げた。理論と実践の寮側面から、フェアトレードについての学習を実現した。また、学内外を問わず活動の幅を広げたことにより、国内のフェアトレード運動のみならず地域社会においても、社会貢献という立場から有意義な活動を行うことができた。学外の関係機関との交流を通して、参加者は改めてフェアトレード啓蒙活動の意義を再確認することとなったように感じる。活動開始後二年目にして、学内での認知度も向上することとなった。上級生による下級生の人材育成にも力が注がれ、今後の活動の枠組み、あるいは土台が完成したといえる。

b.課題・目標

◎情報共有の円滑化

◎継続的な(あるいはストーリー性のある)企画の運営

◎さらなる関係機関との連携

当初の目標であった購買会での新商品開発については、残念ながら実現することができなかった。フェアトレード運動で行われている取組について、さらにその理解を深め、新しい青山の伝統文化としてフェアトレードを発信していくよう努めていきたい。

2) 巨木に舞い降りる神・諏訪の御柱に地域文化の底流を探る(担当教員: 矢野晋吾)

a.取組成果

事前学習を通じて学んだ上で、現地調査を重ねて地域における祭の意味を実感することが出来た。映像資料編集段階においては映像編集ソフトウェアの使用など、技術上のスキルを学んだ。また上映・展示会企画実行に際しては、コンセプトのたたき上げ、そのコンセプトに基づいて具体的な展示に落とし込む計画立案、広報、資料調達など学生主体で遂行した。展示会では地元のメディアから取材を受け、新聞記事として紹介されるなど社会的に活動が認知された。展示会は150人の来場者を集め、アンケートなどの分析から高い評価を頂いたことが判った。こうした活動を通じて、現場で体感した地域文化の意味、ひとつの目標に向かって分担・協力しながら展示を作成することの困難さと達成感、自分たちが感じた文化の素晴らしさを社会に発信する意義を理解した。

b.課題・目標

現地調査に入るまでの事前学習をさらに深めるスケジュールを組むことが必要であった。また、現地で撮影・取材する際の技術的なスキルの向上、

編集作業段階における技術の体得などのために、サポート体制を拡充することも望まれる。展示に際しては、さらにスケジュール管理・コスト管理を綿密に行うこと、広報の方法論などの学習などがあげられる。

(4)平和構築分野

本分野では、多文化・二言語主義社会について「カナダの現代文化」を学んだほか、文化交流を担う国際機関として「国際交流基金」を取り上げ、その役割・活動・成果についての理解を深めた。

1) カナダの現代文化を楽しみながら理解する(担当教員：岡 真理子)

a.取組成果

2010年度は6月5日にカナダ文化研修旅行の学内発表会を行い、関係者の方々に発表するとともに、9月には青山学院大学で開催された日本カナダ学会第35回年次大会のプレセッションとして、全国のカナダ研究者の方々の前で研修旅行の発表を行い、カナダ研究者の方々からの叱咤激励を受けた。

なお、研修旅行を撮影した動画映像は、6月のペアレンツ・ウィーク、8月のオープン・キャンパスでも活用された。本ラボ・アトリエ活動全体も、11月に青山学院大学のホームページのトピックスに取り上げられた。

2011年3月末には以下の成果が完成予定。内外の関係者・関係機関に配付予定

◎ハンドブック：「カナダ東部4都市文化研修旅行報告書」

“Northern Experiences -Canadian Culture in Sixteen Days”

◎DVD映像：「カナダ東部4都市文化研修旅行に参加して」

“Northern Lights -Japanese Students Seeing Canada”

b.課題・目標

2011年度秋学期より、本学部にカナダ研究講座の開講を検討している。

2) 国際文化交流機関はどうあるべきか—その「活動」と「評価」の分析を踏まえて—(担当教員：真鍋一史)

a.取組成果

ラボでの課題への取り組みの成果として特筆すべきは、参加学性がそれぞれ独自の問題関心にもとづいて、SPSSを用いた、国際交流基金の「事業評価調査」のデータ分析に取り組み、きわめてレベルの高い分析結果を導き出したということである。このような成果は、国際交流基金の今後の事業・活動・サービスの方向を決定する上で、重要な情報となるものである。

b.課題・目標

ラボ・アトリエ実習が「大学と社会」との新しい交流のあり方を探究する試みであるとするならば、まさにそれによって、大学が社会から「学ぶ」機会とするとともに、大学がこれまでに培ってきたcumulative knowledge をもって、どこまで社会に役立つことが可能か、という問題に本気で肉薄していくことが重要であり、このような目標に向けて次年度も邁進していきたい。

(5)その他、及び、大学院生提案によるプロジェクト

2010年度、魅力あるプロジェクトを継続的に学生に提供していく方策の1つとして、総合文化政策学部大学院生から提案されたプロジェクトのうち、以下の3つを採用して指導教員の下、プロジェクトを実施した。

1)「キャンパス・サティスファクション・ファクトリー フォー・スチューデントツ=バイ・スチューデントツ」(担当教員：杉浦勢之)

2)「物語を売る—コンテンツビジネス・プロデュース」(担当教員：井口典夫、小川葉子)

a.取組成果

ラボ開始からわずか2カ月でワンセグドラマ化が決定。コンテンツビジネスに焦点を当てた当ラボの目的や、ヴァイラルマーケティングの実施に学生が関わるという点が高く評価された。

ワンセグドラマ制作を行うだけに留まらず、「こいわり」というソースを学生制作のドラマメイキング映像・こいわりアニメ等のコンテンツに展開。さらに、ワンセグ以外でのドラマ放送(web放送2010年12月27日～2011年1月末、地上波放送2011年2月予定)が決定するなど、「こいわり」のワンソース・マルチユース、メディアミックスへの可能性を広げることができた。学生発信のヴァイラルマーケティングを実施することにより、通常の番組広報とは異なる情報発信ができた(ヴァイラルマーケティングの効果について

は、別途研究報告書を作成)。特に「こいわりいぼーたる」やツイッターからの情報発信は、ドラマ・イベントの認知度向上に貢献した。

◎ラマ制作・「こいわりいぼーたる」サイト制作・販促物制作・イベント運営
すべての活動において企画段階から学生が参加し、学生の意見を反映させることができた。特にイベントでは、企画から運営まで学生が主体となっていくことができた。

3)大峠仁個展～作品製作大峠、キュレーション常見～(大学院生：大峠仁、指導教員：杉浦勢之)

a.取組成果

制作現場を撮影し、映像編集をした。その中で、学部生は単に鑑賞するだけの受身の姿勢でない表現の中に自分が入り込むというプロデュースの第一歩を経験できた。書の展覧会のプロデュースを数多く手がけている関社長にも「映像を用いたり、書において今までにないおもしろい企画の展覧会」とほめていただいたのは大きな成果と言える。

また学内外から6日間で約150人の来場者があった。その人たちから「作品の巧拙だけでなく、書かれたことばの意味合いも大切だと改めて認識できた」、「書というより書きぶりはジャクソン・ポロックのように感じる」という意見を聞いた。

字のうまい下手を競うだけの公募展ではなかなかできなかった「書」「書くこと」の総合化の第一歩が踏み出せた。

b.課題・目標

これまでの活動の記録の整理、メディ

ア化を課題として進める。

そして、何年後か何十年後か分らないが、それらを見てくれた人が「書く」という人間行為に興味をもってくれることを期待し、その興味に応えられる、それをさらに深めさせられる書道家になることを今後の大峠仁の目標とする。

4) 成功長寿企業の経営スタイルと哲学を探る (大学院生：浅田厚志、指導教員：堀内正博)

a.取組成果

◎328件のアンケート(110項目程の質問)

b.課題・目標

課題：先行研究をしてわかった事だが、1984年に日経ビジネスが「企業の寿命は30年」という調査・統計結果を発表した。しかし、あれは実際には、寿命ではなくて、企業の繁栄期間の事であることがわかった。しかし、寿命と言ってしまったがために、各方面に悪影響や勘違い、間違いが起きている。今回読んだ本の中でも、30年が寿命という前提で書かれている本があった。これはたいへんな悪影響を及ぼしていると思われる。

目標：今回の調査で、膨大なデータが手に入った。これを博士課程でも使いたいと思っている。また、高い率でレスポンスをとる方法がわかったので、今後、さらにその手法を磨いて、年に1回、アンケート調査をしてデータを積み上げて行き、他の研究者、研究所にはないような、独自の理論と調査結果を生み出したいと考えている。

参考文献

「アメリカ大都市の生と死」J・ジェイコブス 黒川紀章訳 鹿島出版会 1977

「コミュニティーを問い直す」広井良典 ちくま新書 2009

「クリエイティブ都市論」リチャード・フロリダ著、井口典夫訳 ダイアモンド社 2009

「成熟都市のクリエイティブなまちづくり」井口典夫編著 宣伝会議2007

「青山文化研究-その歴史とクリエイティブな魅力」井口典夫編著 宣伝会議 2011

「地域と大学の共創まちづくり」小林英嗣+地域・大学連携まちづくり研究会 学芸出版社2008

「米国の中心市街地再生」遠藤新 学芸出版社 2009

「シブヤ遺産」村松伸+東京大学生産技術研究室 バジリコ株式会社2010

「シビックプライド」編者シビックプライド研究会 宣伝会議2008

「都市の社会学」町村敬志・西澤晃彦共著 有斐閣 2000

『「嫌消費」世代の研究』 松田久一 東洋経済新報社2009

「東京建築ガイドマップ 明治・大正・昭和」倉方俊輔・斉藤理 エクスナレッジムック 2007

「流行人類学クロニクル」武田徹 日経BP社 1999

「集合住宅と日本人」竹井隆人 平凡社 2007

「災害ユートピア」レベッカ・ソルニット 高月園子訳 亜紀書房 2009

『これからの都市生活を考えていくための、新世代コミュニティの研究』

2011年3月31日発行

公益財団法人 ハイライフ研究所

〒104-0031
東京都中央区京橋3-6-12 正栄ビル5F
TEL 03-3563-8686 FAX 03-3563-7987
<http://www.hilife.or.jp>

※本書の全部または一部の複写・複製・転載および磁気または光記録媒体への入力等を禁じます。