# 各駅停車しか停まらない「中間駅」で、しあわせなまちをつくるには（続報）～小田急線生田駅でのケーススタディより～

中西 菜穂子[*1]（発表者） 竹中 薫[*1] 高橋 祥[*1] 大坂 岳史[*1]

新井 陸央[*2] 生島 知紗[*2] 木村 恵大[*2] 佐藤 野都香[*2] 高山 徹也[*2] 中屋 花梨[*2] 村田 直紀[*2] 山崎 なつみ[*2] 田口 諒[*3]

田村 高志[*4] 山本 俊哉[*2]

[*1] 株式会社ユー・アイズ・デザイン

[*2] 明治大学理工学部建築学科

[*3] 明治大学大学院 理工学研究科 建築・都市学専攻

[*4] 株式会社小田急エージェンシー

## 要旨

昨年「各駅停車しか停まらない『中間駅』で、しあわせなまちをつくるには」において報告した通り、多数の人が暮らしを営む街でありながら、マーケティングの対象となりにくい中間駅で、大規模な資本投入をせずとも、住民の生活満足度を上げ、沿線全体の価値を底上げする自律的なメソッドを構築することを目的とした研究活動を開始した。本報告はその続報（2報告目）となる。明治大学学生が主体となって行う生田駅周辺での地域活動を通して、前回報告した、中間駅のまちに必要な３つの要素「まちのアウトカム」「リーダーシップを出せる場（コミュニティ）」「まちとのネットワーク」を、デザイン思考のマインドセットを持ったファシリテーターが関与する形で醸成してきた。コロナ禍における状況の変化（地域住民・飲食店間の関わりの希薄化、学生メンバーのチーム連携の困難さ）の中で、アウトカムを進化させながら、実現可能な方法を模索してきた実際の取り組みをケーススティディーとしてまとめ、これらを振り返り、3つの要素の効果や有用性を検証するものである。

## キーワード

まちづくり　鉄道沿線　デザイン思考　アウトカム

## 背景

・各駅停車しかとまらない「**中間駅**」は、都心への出勤者が生活を営む場所である。
・マーケティングの場としての**注目度は低く**、開発にむけた投資や調査もあまり行われない。

例：

上記は小田急電鉄小田原線の一部区間。黒い太文字の駅名が「中間駅」にあたる。
多くは住宅地であり、乗降者数も多い。

## 目的

**生活の拠点となる中間駅周辺で、住人自身が生活満足度を高める自律的なメソッドをつくる**

**本発表は、２報目となり、「生活満足度を高めるために必要な３つの要素（仮説）」を検証しながら、第三者として地域へ介入するプロセスの模索のフェーズである**

## 全体結論

・地域を活性するために、その地域にキャンパスへ通う**学生**が、地域とネットワークを築き、地域活動に参与することで、**商店会の関係性改善や地域交流の場の創出**などの影響がみられた。

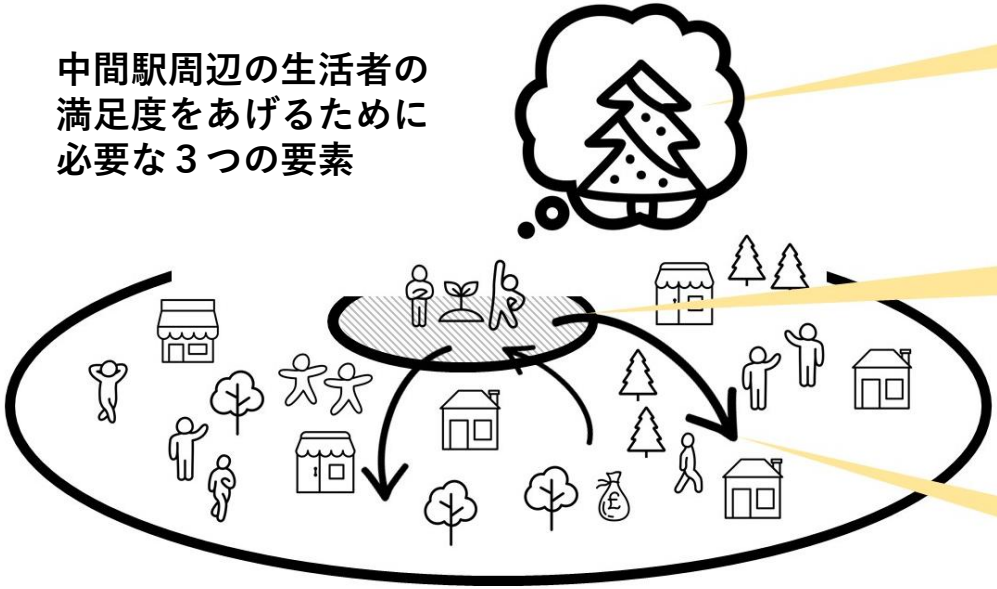
・活動に必要な３つの要素（**アウトカム、リーダーシップ、ネットワーク**）について以下二つの効果が見られた
①**アウトカムをチームで合意できるものにする**ことで、その後のチームメンバー個々の**リーダーシップが促進**され、**活動が自律的に進む**ようになる
②**地域とのネットワーク**が広いほど、地域からのフィードバックが増えるため、地域への共感が強まり、**次の活動へのモチベーションへ**つながる

・第三者であるファシリテータは、個々人の暗黙知となっている**地域への「共感」**の部分を、言語化・共有する場を担保し、**チームで合意できるアウトカム設定**を行うことや、設定したアウトカムに対して、チームメンバーへ**役割という形で分担**しリーダーシップを促すことで、地域活性に寄与できる

・住民の生活満足度向上に向けて、学生による長期的な自律的活動のためには、ほかにどんな要素が必要か、今後の活動で検証していく

## 昨年の発表概要

**中間駅周辺の生活者の満足度をあげるために必要な３つの要素**



まちの**アウトカム**がある

どういうまちへ変えていきたいか、将来の姿をまちの中で描けている

**リーダーシップ**を出せる場がある

アウトカムを持つ生活者がコアとなり、周囲とかかわりながら活動できるコミュニティがある

まちとの**ネットワーク**がある

まちへの愛着や人脈が強く、中に存在する様々な資源にアクセスできる

**中間駅での実情**

**まちの未来について考える機会が少ない。**考えてもまちの中に浸透していかない。マーケティングのために外の組織が考えたアウトカムが入ってくることも少ない。

まちを自分で変えていける認識が少なく、全体として「まちには何もないから仕方ない」という**受け身な姿勢、諦め感**がある。寄り集まり、行動を起こせるような場も少ない。

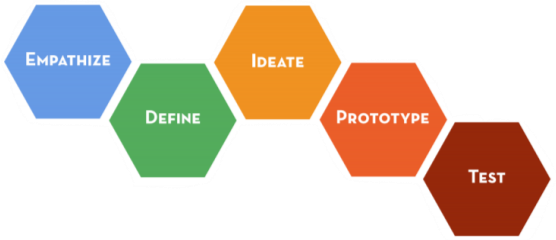
通勤・通学のアクセスや家賃などの消極的な理由で住み始めることが多いため、**「まち」を選んで住んでいる感覚が薄い。**それ故まちへの興味も低い。まちとの接点も少ない。

## 今年の活動方針

**デザイン思考**をまちづくりに活用し、作っては検証する試行錯誤のプロセスを適用する。

まちの**住人が主体**となって活動を起こし、彼らの暮らしに**最適なまちへ変えていける**ようになることを目標に、**中間駅にキャンパスがある大学生・大学院生と、１年間地域活性を目的としたプロジェクトを実施した。**

**Design Thinking**
**IDEO**




**まちづくりのプロセスに組み込むと、以下５つのフェーズに分けられる**

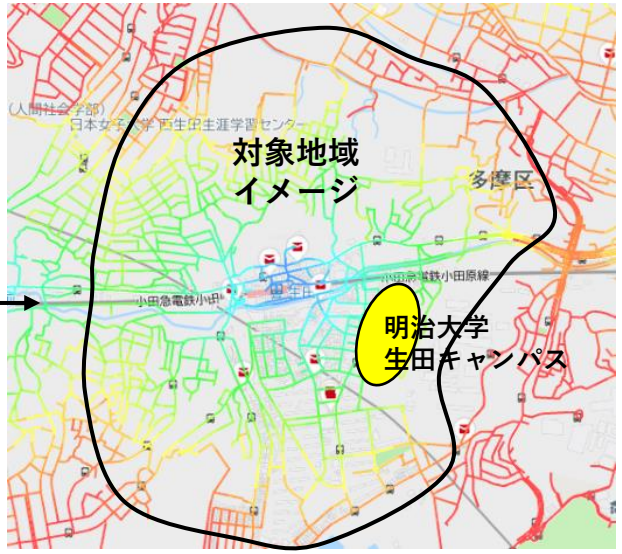
| 共感 | テーマ設定 | 手段模索 | 活動準備 | 活動実施 |
|---|---|---|---|---|
| まちの中で自分事とし捉えられるものを見つける | 得られた共感を活動テーマとして固める | 活動の具体的な内容をテーマに基づき発想する | 活動を小さく行ってみるための準備をする | 活動を地域で行ってみて反応をうかがう |

## 活動地域　小田急電鉄小田原線　**生田駅**周辺

生田駅より徒歩15分圏内をメイン対象地域とする
下記図の青～オレンジまでが徒歩15分圏内。

神奈川県川崎市多摩区

新宿駅より約20分
各駅停車のみ停車




参考データ：https://s3-ap-northeast-1.amazonaws.com/naraemongmaps/index.html#15/35.6179/139.5432

## 活動メンバー

**実行部隊**
明治大学生田キャンパス
建築学科山本研究室のB3,M1（現在B4,M2）

yamamoto.lab Meiji University Urban Planning Laboratory

状況把握
介入

**ファシリテーター**
U'eyes Design

大坂岳史

高橋祥

竹中薫

中西菜穂子

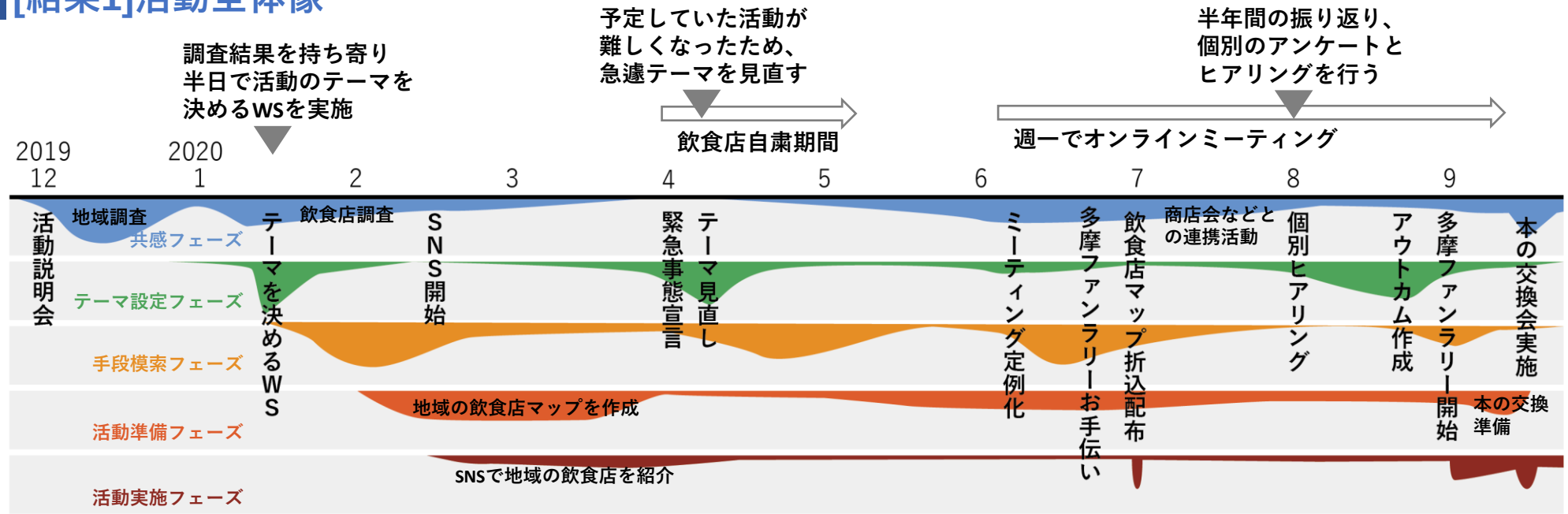
必要経費

**ディレクター**
小田急エージェンシー

田村高志

メソッド開発の
ための意見交換

# [結果1]活動全体像



通ってたり住んでるでもよく知らない

意外と色々ある！飲食店主との一部顔見知りに

少しでも飲食店を応援できないか？

折込チラシの効果が見れない

活動は分かれていても随時連携しあえる

地域の飲食店の利用を促進し、学生と地域住人とをつなぐ場にできないか？

会計役等決めてみたがそれぞれどう動いてるのかな…

生田への関心の持ち方により、活動が２つに分かれる

地域の人と接しているメンバーはどんどんその関係性を強化

接点の多い学生が、活動趣旨を理解し、地域の中で広報活動

活動前半（コロナ本格化前）

活動後半（コロナ本格化後）

実行部隊の当時の行動や発言　ネットワークに関すること　アウトカムに関すること　リーダーシップに関すること

# [結果2]活動前半

## 活動キックオフ

メンバー自己紹介、活動の目的、デザイン思考に基づくプロセスについて説明

**ファシリテータ：説明・メンバー確認**

### 共感フェーズ

一人暮らし、通いに関わらず、地域との接点がほとんどないと事前に確認できたため、まずは地域の中で自分たちが興味関心を持てるものを探してもらう

**意外と色々ある！
飲食店主との一部
顔見知りに**

### テーマ設定フェーズ

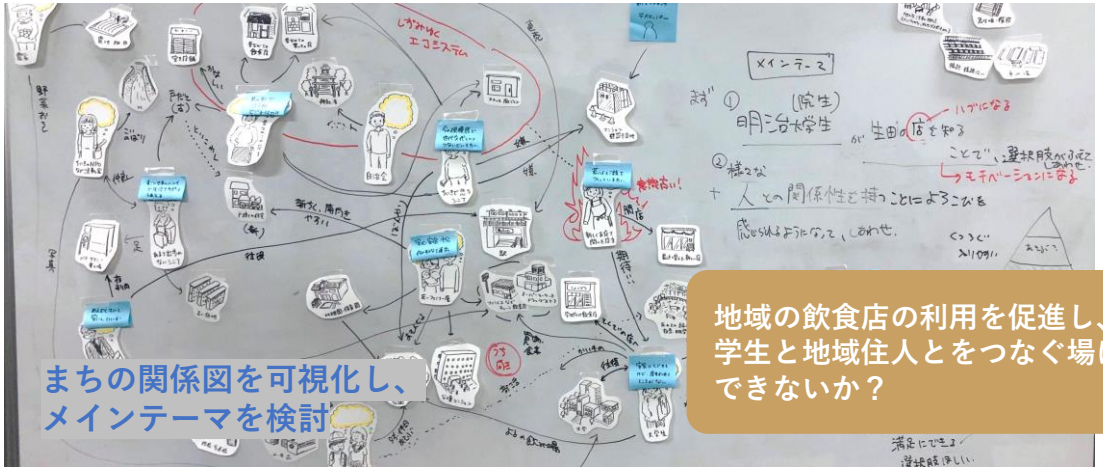
## テーマを決めるWS

まちで見て来たことを共有し、活動のメインテーマを決めるワークショップを半日で実施

**ファシリテータ：WS設計・進行**

### 手段模索フェーズ

学生内で話し合い、まずは飲食店を取材し情報を集め、SNSでの随時公開と、新入生の入学タイミングに向け、地域の飲食店マップとしてまとめることに




**まちの関係図を可視化し、
メインテーマを検討**

**地域の飲食店の利用を促進し、
学生と地域住人とをつなぐ場に
できないか？**

### 活動準備フェーズ

飲食店の取材、情報まとめ・共有などを行いながら、情報発信時の見せ方を検討

**ファシリテータ：進捗確認・相談**

**会計役等決めてみたが
それぞれどう
動いてるのかな…**

### 活動実施フェーズ

新入生に向けてマップを配ることが、コロナにより厳しくなる

**メインテーマを
再設定することに**

# [結果3]活動後半

共感フェーズ　テーマ設定フェーズ

## テーマ再検討

コロナで困っている飲食店の方の様子を目の当たりに
現状のまちとの関わりや、まちに対して思うことを一人ずつ聞き、共有し、今だからできることを検討
**ファシリテータ：場の設定、進行**

少しでも飲食店を応援できないか？

手段模索フェーズ

新入生ではなく、今地域に住んでいる住人向けに新聞折り込みの形でマップを配布することに

活動準備フェーズ

生田にアクセスできない実家暮らしの学生を中心にマップを作成

完成したマップ

生田への関心の持ち方により、活動が２つに分かれる

**●住人と接点づくりへ興味**

活動実施フェーズ

新聞配達のバイトをしている学生つてで、新聞折り込みでテイクアウトマップを生田駅周辺へ配布

折込チラシの効果が見れない

テーマ設定フェーズ　手段模索フェーズ

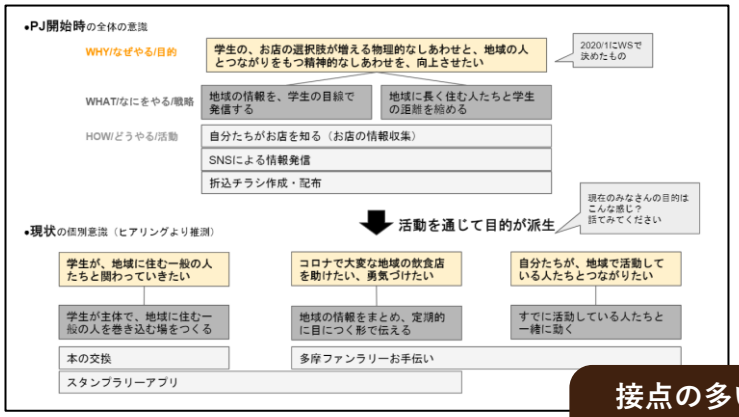
## アウトカムデザイン

活動への推進力や認識共有が足りていなかったため、各自の思いを再度共有する場を設け、アウトカムデザインを実践
**ファシリテータ：アウトカムの紹介、場の設定、進行**

活動準備フェーズ　活動実施フェーズ

自分たちが住人と接する時間を重要視し、本を来場者に交換してもらうイベントを２日間実施

活動は分かれていても随時連携しあえる




活動全体像の整理

接点の多い学生が、活動趣旨を理解し、地域の中で広報活動

**●飲食店との関わりを重視**

共感フェーズ

なかなか状況が好転しないなか、飲食店をもっと助けたい！という思い

共感フェーズ　テーマ設定フェーズ　手段模索フェーズ　活動準備フェーズ　活動実施フェーズ

商店会と関わり合いを持ちながら、やれることを模索、お店同士の関係性の改善に向けて活動

地域の人と接しているメンバーはどんどんその関係性を強化

自分たちの活動を広めていきたい

# [考察1] 中間駅に必要な3つの要素について、効果と強め方、課題

| | アウトカム | リーダーシップ | ネットワーク |
|---|---|---|---|
| **まちづくり活動に与える効果** | ・活動の実施に向けての推進力になる<br>・チーム内で活動の方向性がバラバラになることを防ぐ | ・活動が自律的に進むようになり、停滞しずらくなる | ・活動への使命感を生む<br>・まちのなかでの活動の認知度を上げる<br>・フィードバックの量や質を向上させる |
| **関連するプロセス** | 共感フェーズ<br>テーマ設定フェーズ<br>手段模索フェーズ | テーマ設定フェーズ<br>手段模索フェーズ<br>活動準備フェーズ | 活動準備フェーズ<br>活動実施フェーズ<br>共感フェーズ |
| **効果を強める方法** | ・個の暗黙知を言語化し、チームの認識としてとらえなおすこと<br>・地域の利害関係とは離れたところでの議論を行うこと | ・アウトカムに対して、個の興味関心や得意なところを活かし、作業分担ではなく役割として活動を分割すること<br>＊アウトカム自体の質に左右される | ・個々の関わりを広げたいという好奇心を、他者に妨げられないように支援すること<br>・活動実施の際に、フィードバックを得られる仕組みを設計しておくこと |
| **課題** | ・アウトカムを作る前に、チーミングの要素を最初にもっと入れて、チームとしての絆を強くしておけばよかった<br>（コロナ禍での中断を最小限に防げたかもしれない） | | ・最初の街歩きを、ただの取材ではなくて、街とのネットワークづくりに寄与する仕掛けを用意するとよかった |

大前提として、対象地域に関心のある学生の存在、スポンサー企業のブランド、活動経費があったということも大きな要因です

# [考察2]第三者であるファシリテータの地域への介入方法

## ファシリテータは、個が、チームとしてテーマに取り組めているかを確認する役目を担う（特にテーマ設定フェーズ）

**共感**
まちの中で自分事とし捉えられるものを見つける

**テーマ設定**
得られた共感を活動テーマとして固める

**手段模索**
活動の具体的な内容をテーマに基づき発想する

**活動準備**
活動を小さく行ってみるための準備をする

**活動実施**
活動を地域で行ってみて反応をうかがう

**個**

**個人の考えが暗黙知として存在する**

**チーム**

**アウトカムを共有**

**個**

**なかなかチームとしての活動にならない**

**チーム**

**同じ目的に向けてうごく**

**ファシリテータの役割①**

**個人の関心**を、チームのアウトカムへ

・客観的事実だけでは、活動は推進力を持たない
・地域と利害関係のないファシリテータが場の安全性を確保
・地域の現状に合わせて、個人の考えをしっかりとみんなで傾聴するように、取り仕切る

**ファシリテータの役割②**

**チームのアウトカム**に合わせて個を活かす

・チーム共感しなおしたアウトカムを、再度個の関心や課題感に合わせて棚卸する
・個別の作業ではなく、役割として分割する
・個のやりたい気持ちを尊重しながら、チームメンバーとして助言していく

**失敗例**

テーマだけ共有にしても、ただ作業分担となってしまい、誰かが分担しなければ何も進まない状態に。（個々のリーダーシップが生まれていない）

**成功例**

チラシや、チーム名をつけなど、アウトプットで共通認識を具現化してもらい、ファシリテータが考えをくみ取り、言葉としてチームメンバーに共有する。

**失敗例**

個人がなんとなく感じていることや悩んでいることを共有するために、他メンバーと連絡をとったり、話す時間を作るアクションがとりずらい。
そこに気づくのに数カ月かかってしまった。

**成功例**

自分たちが進行し、個人の話をゆっくり聞く時間を設定すると、それぞれの思っていたことを率直に話してくれた

# 今後の展開

**地域内での活動の持続性の担保を目標に**、以下２つの条件が満たされるまで、学生と関わりを持ち続けながら、成長を観察する

ネットワークの構成

## 地域の中の人とかかわりが強くなり、「自分たちが継続的にやらなきゃ」と個々が感じるようになる

自分から何か話を持ち出さなくても、周りから期待されて依頼されることで、ネットワークが途切れることなく、継続的に活動が行いやすくなる

［本年の活動での考察］
後半に地域とのネットワークが強いメンバーが、自発的に様々な活動へ参画するようになっていった。
ステークホルダーが増えることで、やり遂げることへの責任感を持って活動でき、活動に対するフィードバックも得やすいため、結果活動を通じた達成感を感じやすくなると考えられる。

リーダーシップの育成　ファシリテーション

## アウトカム設定の部分を担える人材やチームを地域の中で育成する

今までU’eyesDesignが第三者として行ってきた問題発見の部分を、地域内で育成することで、全体の活動を一歩引いた眼で見ながら、必要に応じて話し合う場を設定したり、役割を分担したり、後方からのサポートを行えるようになる

［本年の活動での考察］
各メンバーの視点が、各自の個性や環境によって、活動の中でずれていくことがあり、活動に熱中すると元々の大きな方向性が分からず、ただできそうなアイデアとしてててんこ盛りにしてしまったり、成果が出やすいことに飛びついてしまう傾向があった。
特に学生の場合、数年で地域を離れていってしまうため、時代が流れるにつれ活動内容が変わったとしても、継続して「まちを活性化する」という大きな目標に向かってチームを引いた目で見られる存在が、重要になると考えられる。