まち普請

平成26年度

ヨコハマ市民まち普請事業二次コンテスト

平成27年2月1日（日）、横浜市市民活動支援センターで、平成26年度の二次コンテストが開催されました。昨年同様、提案グループと応援団による熱気と活気のあふれる一日でした。

一次コンテストを通過してからこの日までの間、それぞれのグループは関係機関との調整、具体的な整備方法やデザインの検討など、提案内容のブラッシュアップに取り組み、地域の輪が広がったことが伝わってきました。ここからが本当の意味でのまちづくりのスタートになります。

新たにまち普請の仲間となったのは次の３グループです。

提案名と内容	**カサコ一丘の街の地域の軒下／世界の軒下ー** 住宅の一部を改築し、地域・子ども・旅人が交流するオープンスペースが整備されます。世代間交流の場となるほか、世界各地からの旅人との文化交流の場として活用されます。	**美晴台内道路の愛称入り案内板と複合コミセン整備事業※** 碁盤の目状のまちなみの道路に愛称をつけて、まちなかに表示することで場所の特定を容易にします。住民同士の相互支援が円滑になり、まちづくり活動の活性化が図られます。 ※複合コミセン（コミュニティセンター）の整備は提案内容及び助成対象には含まれていません。	**矢向･江ヶ崎歴史資料室の建設と世代間交流の場作り** 新鶴見小学校用地の一部に、農具や民具に触れられるように展示する施設を整備します。地域の歴史を知る機会を醸成し、多様な世代が集う地域の交流拠点としての役割も担います。
提案グループ	カサコプロジェクト実行委員	美晴台の道に愛称をつける会	矢向・江ヶ崎　歴史資料室を作る会
区名	西区	港南区	鶴見区

ヨコハマ市民まち普請事業とは…。

地域住民の思いを形にすることでコミュニティの広がりをつくることを目的として、市民提案によるハード整備を支援しています。1年を通して行われる、2回の公開コンテストを通過した提案に対して、翌年度上限500万円の整備助成金を交付しています。参加団体が相互支援できる仕組みづくりにも取り組んでいます。

詳しい情報は、横浜市のホームページでご覧いただけます。　まち普請　検索　クリック

事前相談も随時受付中!

地域まちづくり課“公認”のFacebookページ「ヨコハマ市民まち普請ひろば」始めました。

Facebookに登録していなくても誰でも見られます。　まち普請ひろば　検索　クリック

既にFacebookに登録されている方は、是非「いいね!」をよろしくお願いします。

（Facebookページの運営は協働事務局のNPO法人アクションポート横浜が担当しています）

まちづくりについての情報を募集しています。

まちづくりに関するイベントや参加者募集、地域で行っているまちづくりの取組などの情報を下記までお知らせください。

メールマガジン「ヨコハマ人・まち」で広報のお手伝いをします。

≪情報提供のあて先≫

横浜市 都市整備局 地域まちづくり課

Email : tb-machizukuri@city.yokohama.jp

「ヨコハマ人・まち」のメールマガジンは地域まちづくりに関心のある方々への転送、お誘い大歓迎です。

メールマガジンの配信申し込み・停止は、　ヨコハマ人・まち　検索　クリック

平成 27 年 3 月発行

ヨコハマ人・まち

ーまちへ人がまちをつくるー

vol. 47

発行 : 横浜市 都市整備局 地域まちづくり課
TEL 045-671-2696　FAX 045-663-8641　Email : tb-machizukuri@city.yokohama.jp
取材・編集 : NPO法人　アクションポート横浜
TEL /FAX 045-662-4395　Email : info@actionport-yokohama.org

１Ｐ～３Ｐ　市民、企業、行政　トライアングルのまちづくり
４Ｐ　平成 26 年度　ヨコハマ市民まち普請事業二次コンテスト

市民 行政 企業 トライアングルのまちづくり

今回はまちづくりをテーマに、地域と企業が連携して取り組んでいる活動をとりあげます。まちづくりの主要な担い手は市民と行政と言われてきましたが、CSR(企業の社会的責任)の視点からも企業が参加したまちづくりが行われています。

色々な出会いがある いずみ野マルシェ

企業の屋上で小学生たちが養蜂体験中!

企業がつなぐ地域と農家のコミュニケーション

横浜駅から大和・海老名方面、そして藤沢方面とを結ぶ相模鉄道≪相鉄≫は、横浜市民に愛されています。平成25年に相鉄ホールディングス株式会社と横浜市が包括連携協定を締結し、環境未来都市※1のモデル地区に位置付けられた相鉄いずみ野線沿線を舞台に「多様な年齢層にとって住みやすいまちづくり」と「環境に配慮したまちづくり」を実現する取組を進めています。

●きっかけは会話から

その一つが、いずみ野駅北口に26年6月にオープンした商業施設「相鉄ライフ いずみ野」前で行われている「いずみ野マルシェ」です。泉区の大きな特色である農業が盛んなことを最大限に活用し、「マルシェ」を通じて食や農に関する新しいライフスタイルを発信しています。この取組には地元農家の方々も賛同して、マルシェで新鮮な野菜を販売し大好評。

また、横浜の地産地消の認知度向上を目指し活動している「横浜・地恵地楽（ちけいちらく）マルシェ実行委員会」が、地元野菜を使った料理の試食会を行い、こちらも大盛況。いずみ野マルシェは27年は年4回程度の開催を予定しています。

生産者の横山さんは**「いずみ野マルシェでは直接お客さんと話をして、反応もわかるし、野菜のこともお伝えできます」**と言います。

商業施設内のスーパーでは、日常的に地場野菜コーナーを設け、地元農家が生産物を直接卸しています。「《この前のキャベツ美味しかったわよ》という

地元の新鮮な野菜が手に入るマルシェ

いずみ野マルシェの主役３人 横山さん、椿さん、前原さん

反応があったり、《こういう料理法もいいわよ》と教えてくれたり、《作っているところを見たいから》と畑まで来てくれる人もいるし、とても楽しい」（横山さん）。地元の野菜を通じて、市民が泉区ならではの新しい食のライフスタイルをつくりだしているようです。

●農家× 企業がつくる出会い

「横浜・地恵地楽マルシェ実行委員会」代表の椿さんは、「もともと横浜野菜にはすごいポテンシャルがある。試食会などの機会を増やして、多くの人に横浜野菜のおいしさを伝えていきたい」と、こちらも相鉄いずみ野線沿線のまちづくりの動きを歓迎しています。

また、企業と連携する効果について、**「農家も飲食店も、個別では情報発信力が弱い。一緒に取り組むことで、広域的にＰＲすることができ、ありがたい」**とのことでした。

相鉄ホールディングスでマルシェの企画を担当している前原さんは言います。「この連携のきっかけは、椿さんが講師を務めている《はまふぅどコンシェルジュ講座》※2を受講し、農家の方々と知り合ったことでした」

企画を思いついた時にはすぐに、地域の料理人や農家の人の顔が浮かび、あっという間にプロジェクトが実現していきました。企業と地域の連携はまだ始まったばかりです。今後の広がりが楽しみです。

※1　横浜市は、環境問題や超高齢社会などの様々な課題に総合的に取り組んで活力ある都市をつくる「環境未来都市」として国から選定されています。

※2　横浜市では、地産地消をさらに充実したものにするために、横浜の「食」「食卓」と「農地や農業、農産物」をつなぐ人を育成する講座を開催しています。

ハチミツがつないだ企業・商店街・地域

都会の屋上でミツバチを飼い、ハチミツを生産するミツバチプロジェクト。横浜で「屋上でミツバチを飼っている会社」として知られるのは、港南区の株式会社キクシマです。社員は必ず一度はミツバチの世話をすることになっているそうですが、総合建設業であるキクシマがなぜミツバチを飼い始めたのでしょうか？

●よろず屋として地域と向き合う

10年前、一般社団法人横浜建設業協会では、建設業の活性化について議論をしていました。「もともと建設業は地域の便利屋として、地域のお客さんたちのために仕事をしてきた。もっと地域の声を聴き、ニーズに寄り添うことが、建設業の活性化につながる」という議論の中心にいたのが、キクシマの菊嶋社長でした。

一方で、当時、商店街も将来を模索していました。横浜市商店街総連合会、建設業協会、横浜市が連携し、３年間の商店街活性化事業を企画し、そのモデルとして、大倉山商店街で事業を開始しました。その活性化事業の一つが、市からの提案で始まったミツバチプロジェクトです。

このモデル事業をきっかけに、大倉山商店街では地域の中にまちづくりの拠点をつくろう、という話が盛り上がり、コミュニティカフェをつくりました。そこでハチミツや、ハチミツを使ったお菓子を販売し、事業の情報発信を担ったのです。

ミツバチを飼うことで、商店街、建設業者、地域住民がつながり、地域ブランドや拠点づくりにまで発展して、その後もしっかり地域に根付いています。

ミツバチを飼う株式会社キクシマの菊嶋社長

サンタとトナカイがもみの木をプレゼント！

「それまで建設業は商店街とはあまり接点がなく、地域の団体のこともほとんど知りませんでした。この事業で改めて＜地域＞と向き合うことができたと思います」（菊嶋社長）

●まちが元気になると、企業も元気になる

この大倉山のモデル事業がきっかけで、キクシマは港南区の本社でミツバチプロジェクトをはじめました。今は定期的に近隣の小学生を招いて、養蜂体験をしています。また、ハチミツを売ったお金でモミの木を購入し、クリスマスに地元の幼稚園や保育園にプレゼントするプロジェクトも始めています。

「企業の役割は企業の経営を円滑にして経済発展に寄与するということですが、その先の目的は、《まちをよくする》ことだと思います。まちや地域が元気になることで、企業も元気になれる。そして、企業が成長するには、多くの人たちからの支持が必要で、だからこそ企業の社会的役割をしっかり持って、それを発信しなければならないと思います」という菊嶋社長の思いを実現すべく、ミツバチたちはキクシマの屋上で元気に飛び回っています。

市民　行政　企業

もともと、企業活動を通じて地域に貢献する企業は、まちづくりには欠かせない存在でした。企業がまちづくりに意識的にかかわると、地域はさらに活性化します。それをさらに一歩進めて、**市民と企業、そして行政がトライアングルを組むことで、より大きな相乗効果が生まれます。この連携のトライアングルをみんなで増やしていきましょう！**