

商業施設共用部装飾ワークショップ@勝川 COMEET
-勝川駅前交流拠点の構築-

川野研究室（建築・住居分野）
A19AB077 鈴木英玲菜／ A19AB092 鶴見奈七美

1.はじめに

1-1. 勝川について

勝川は、名古屋から電車で 20 分程でアクセス出来る 為、名古屋市への玄関口として発展してきた。JR 勝川駅を中心に総合的な整備事業が行われてきた。また、国道 19 号線も市街地を通っており、車の利便性も高い交通の要所である。

近年では町おこし会社（株式会社勝川エリア・アセット・マネジメント）が駅前に空き店舗を活用した「ままま勝川」「TANEYA」をつくり、町の活性化に力を入れている。

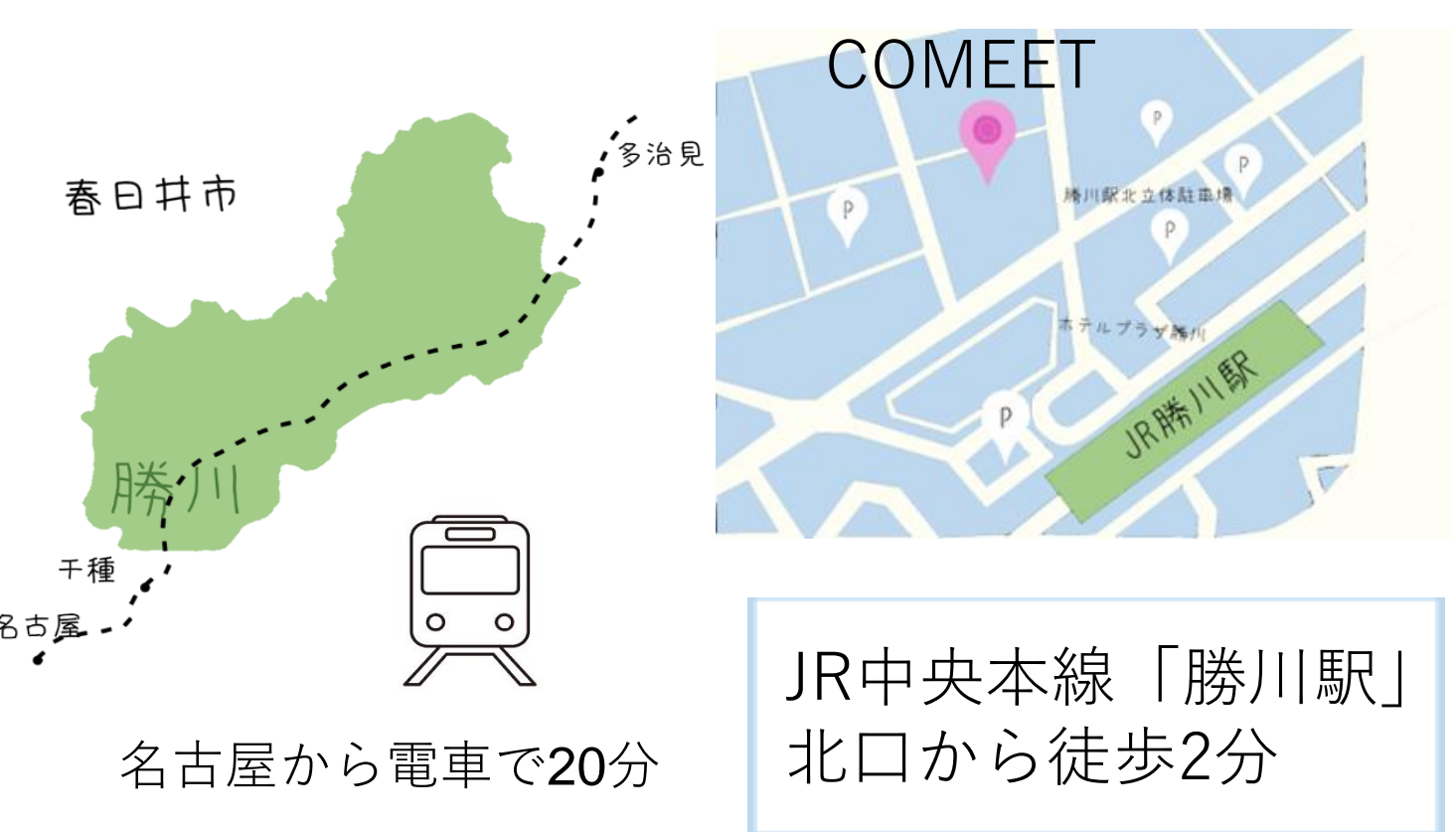
1-2. COMEETについて

COMEET は、大型スーパーが撤退後、街の拠点となることを目指して 2 年前にできた複数の店舗が入っている商業施設である。「通路」を「余地」とし、町の人々が気軽に参加できる場所を目指している。

COMEET の名前の由来は以下である。
CO：「共同」「共通」「相互」
→町の人と取り組む意思
COME：「来る」
→人がたくさん来る場所になってほしい
MEET：「会う」「出会う」
→人と人が出会う、知らないモノに触れるなど、さまざまな新しい出会いの機会

1-3. 川野研究室の取り組み

勝川駅前商業施設COMEETはオープンして間もないことから認知度が低かった。先輩方の取り組みとして、1年目(2020年度春)は椅子づくりなど、2年目(2021年度春)は認知度向上の為、モノづくり（DIY）ワークショップを実施してきた。



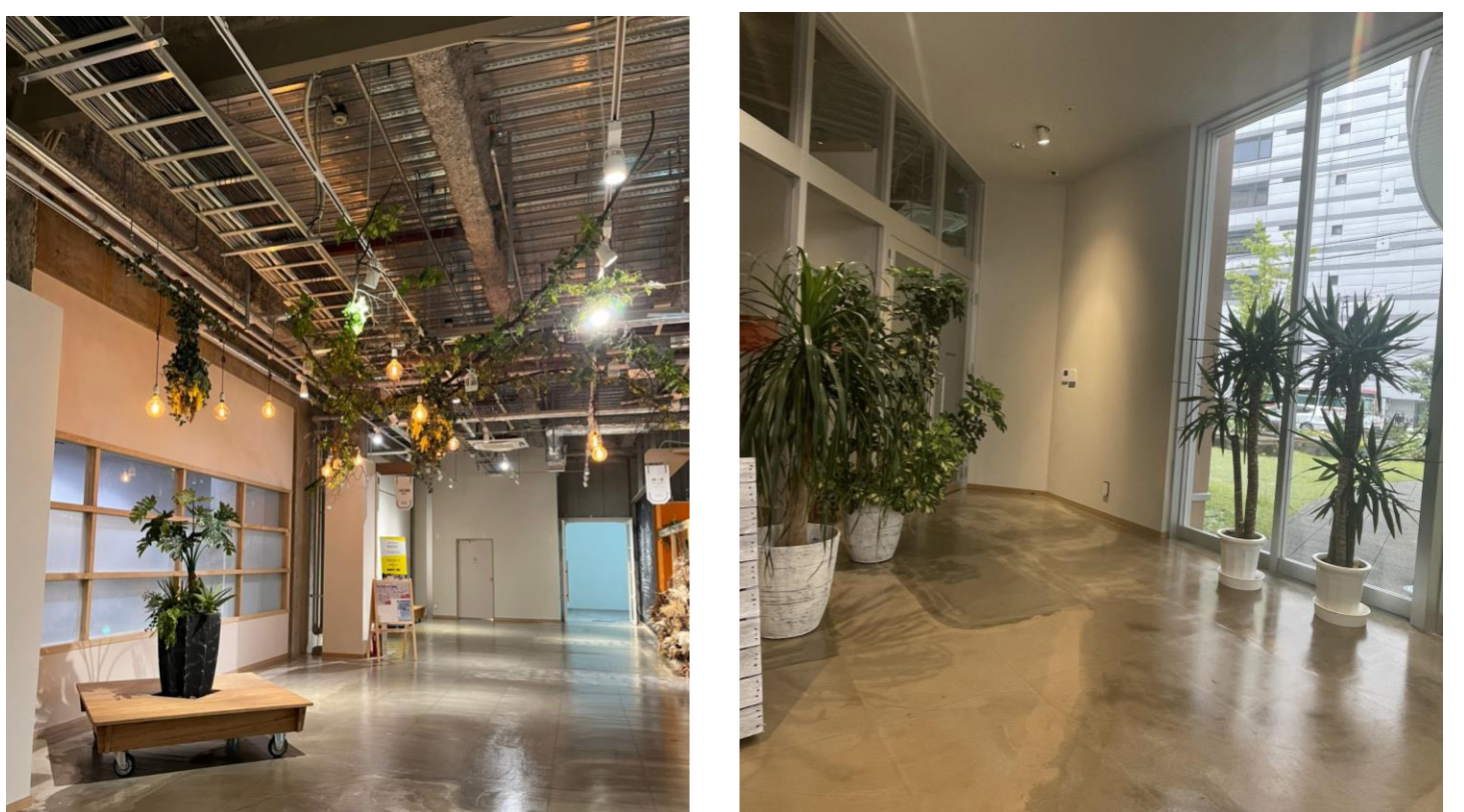
(図表 1-1：勝川の位置)(図表1-2：COMEETの位置)



(図表1-3：施設内マップ)



(図表1-4：COMEETのロゴ)



(図表1-5：COMEET内観)(図表1-6：COMEET入口付近)

1-4. 企画の位置付け・目的

現地調査や関係者との打ち合わせにより、「まだまだCOMEETの施設認知度が低い」「気軽に立ち寄れるスペースになっていない」「閑散としている」点があげられた。

そこで、今年度はモノづくりの楽しさを知るきっかけづくり、みんなで作り上げる、再度訪れる楽しみ、「気軽に立ち寄れる交流拠点づくり」を本企画の目的とした。

従来の体験型WSと異なる点は、リピーターを増やす事を意図した年間継続企画である点、施設通路のほぼ全体を装飾する点、フォトスポットになる事を目指す点等である。

1-5. 企画の内容

本企画の目的を達成する為、以下の具体案を考えた。

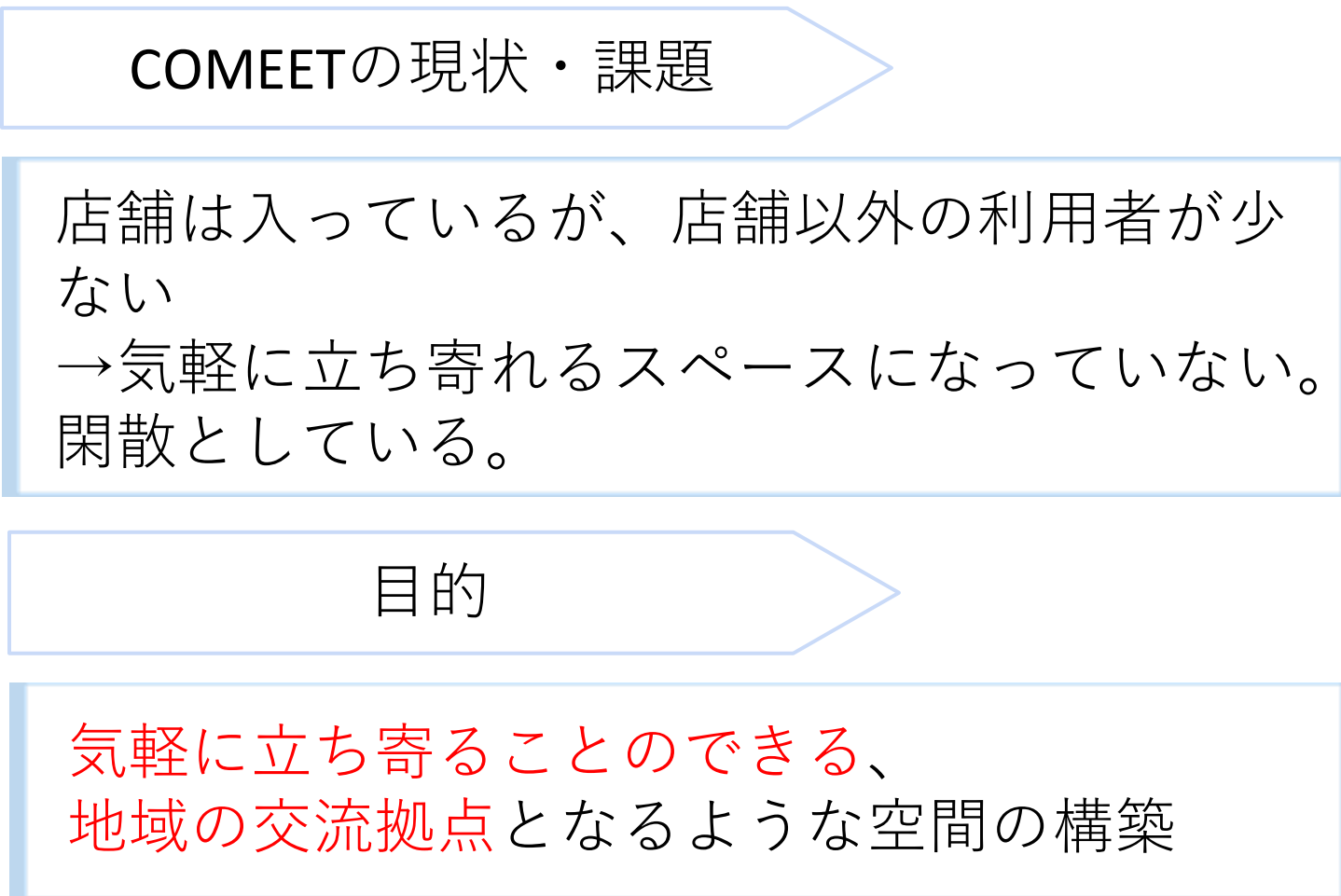
季節毎に移り変わる COMEET 内共用部の通路装飾を、素材を活かしたモノづくりWSとして行う。全 4 回 COMEET の共用通路の黒板前で実施。

1-7. スケジュール

7 月から 12 月にかけてワークショップを計 4 回開催した。それぞれのワークショップを開催するまでの期間は準備期間とした。

日付	WS	打ち合わせ・準備内容
4月		Zoom打ち合わせ
5月		
6月		現地調査/Zoom打ち合わせ /第1回WS準備/カワイ建築訪問
7月23日	第1回WS(テーマ：海)	↓
8月		第2回WS準備
9月17日	第2回WS(テーマ：空)	↓ /チラシ配り/第3回WS準備
10月22日	第3回WS(テーマ：ハロウィン)	↓
11月		第4回WS準備
12月3日	第4回WS(テーマ：クリスマス)	↓

(図表1-8：企画の年間スケジュール)



(図表1-7：課題と目的の整理)

2. 第 1 回ワークショップ

2-1. 第 1 回ワークショップ概要

日程：7 月 23 日(土) テーマ「海」
時間：10 時 00 分～15 時 00 分

2-2. 体験実施内容

- ・くらげづくり(吊り下げ)
- ・木の箱装飾パーツ制作

2-3. 事前準備

試作品を作成し、改良を重ねた。くらげを吊り下げた際の大きさやフォルム、数を検討。レーザー加工機でのパーツ制作。又くらげの制作手順書を作成した。

2-4. 成果・当日の体験の様子

体験人数はくらげ制作が 28 人、活用依頼のあった木の箱装飾が 17 人、両方参加が 11 人だった。

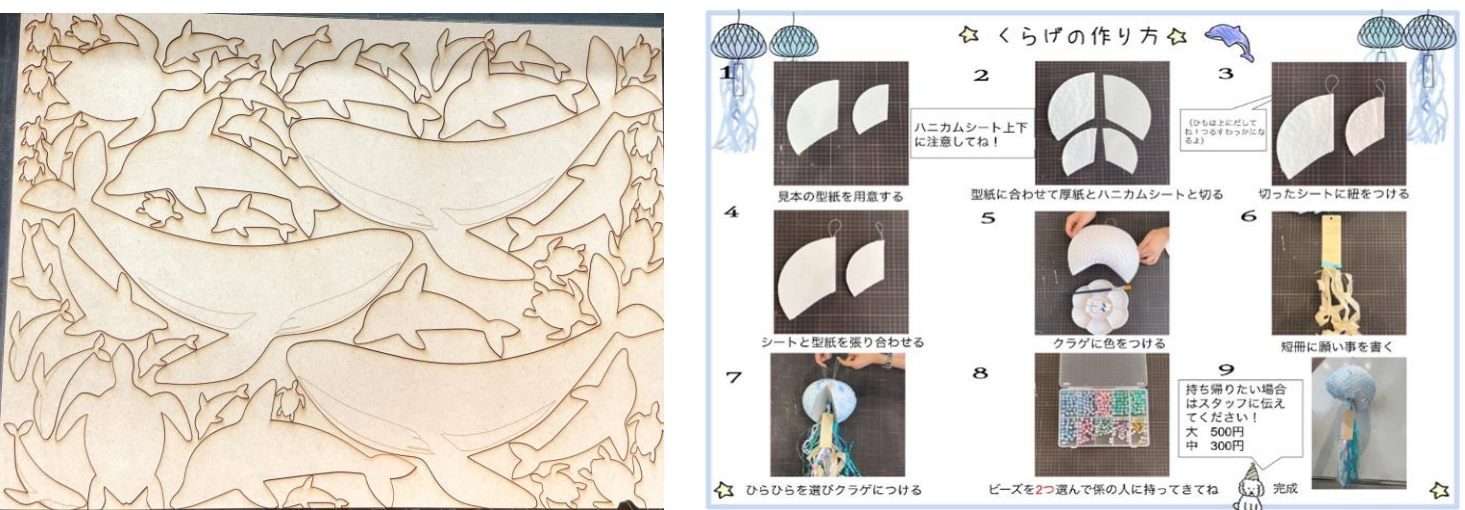
くらげ制作は工程数が多く難しいと感じる方もいる一方、自分のくらげを見つけてくれる様子も伺え満足感があった。くらげの総数は合計 70 個作る事が出来た。体験時のテーブルを 2 つに分け、密を避けるよう意識した。



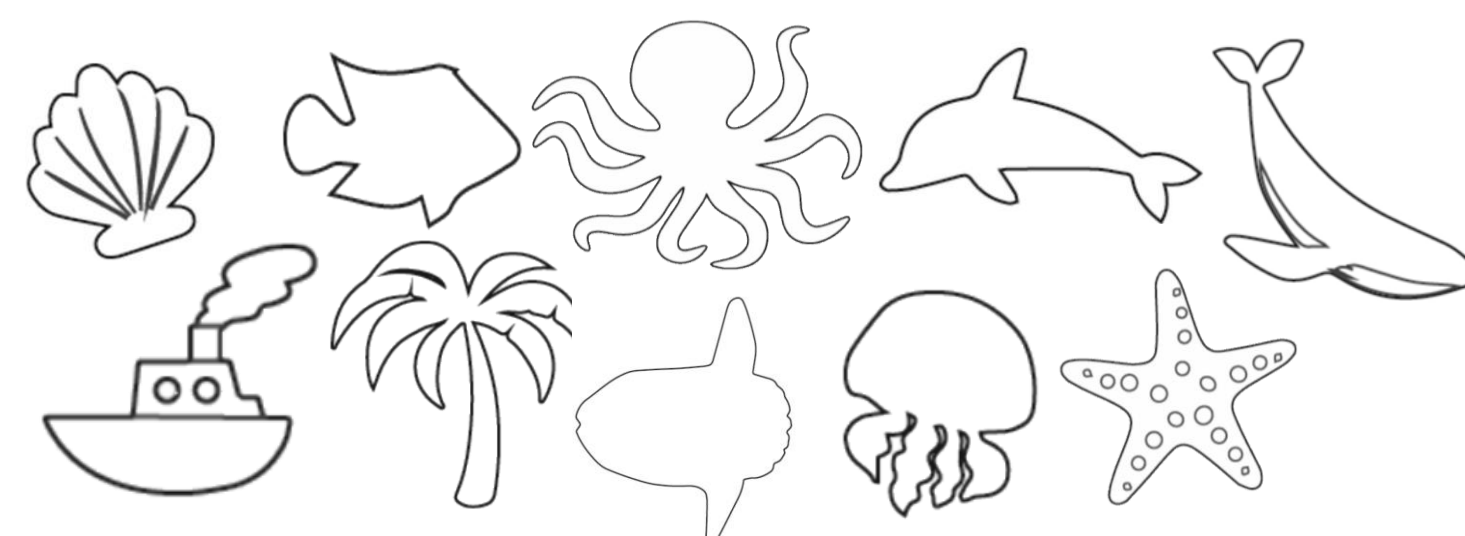
(図表2-5・6・7 当日写真 ① ② ③)

2-5. アンケート

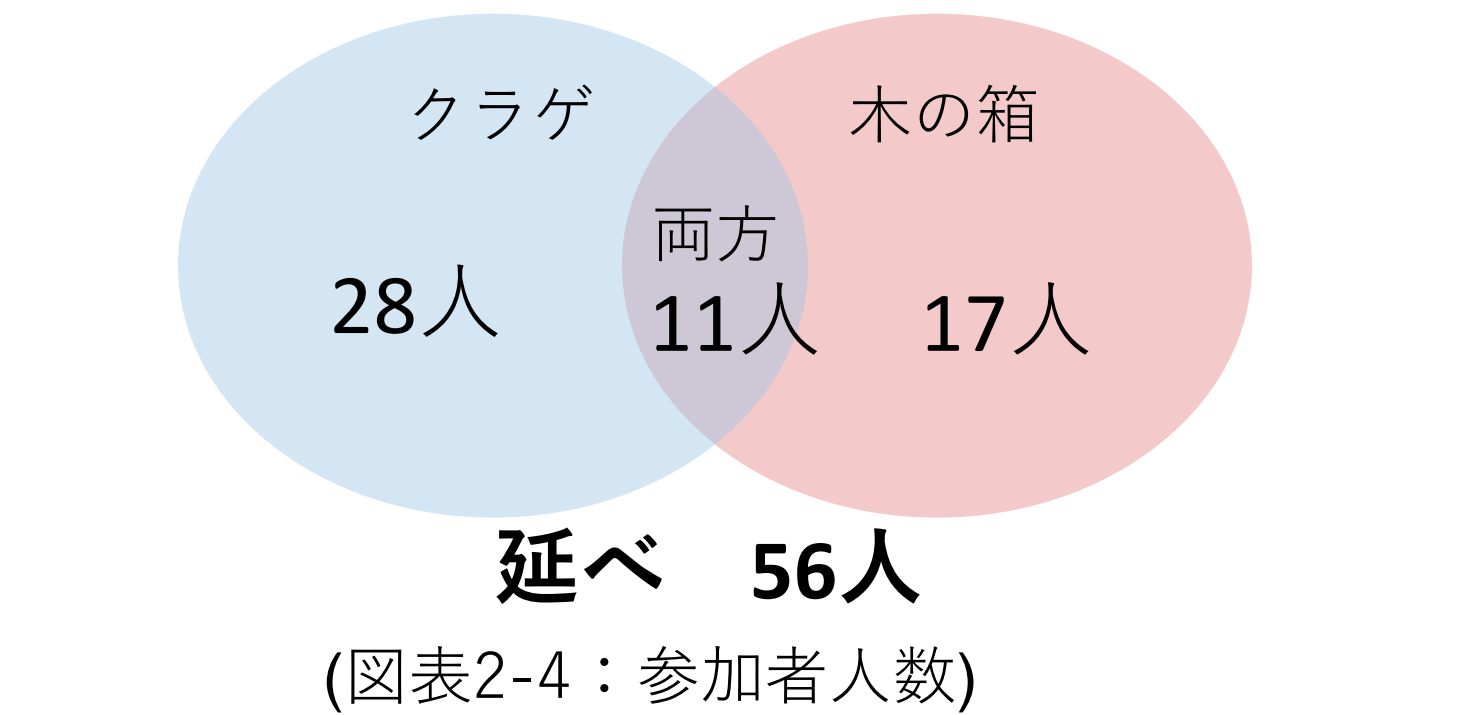
- ・初回イベントという事もあり、たまたま通りがかり参加してくれた方が多くいた。
- ・昨年の WS に参加していた方は約 3 割だった。
- ・企画の認知度が低い為、情報発信を再度検討しなければならない。



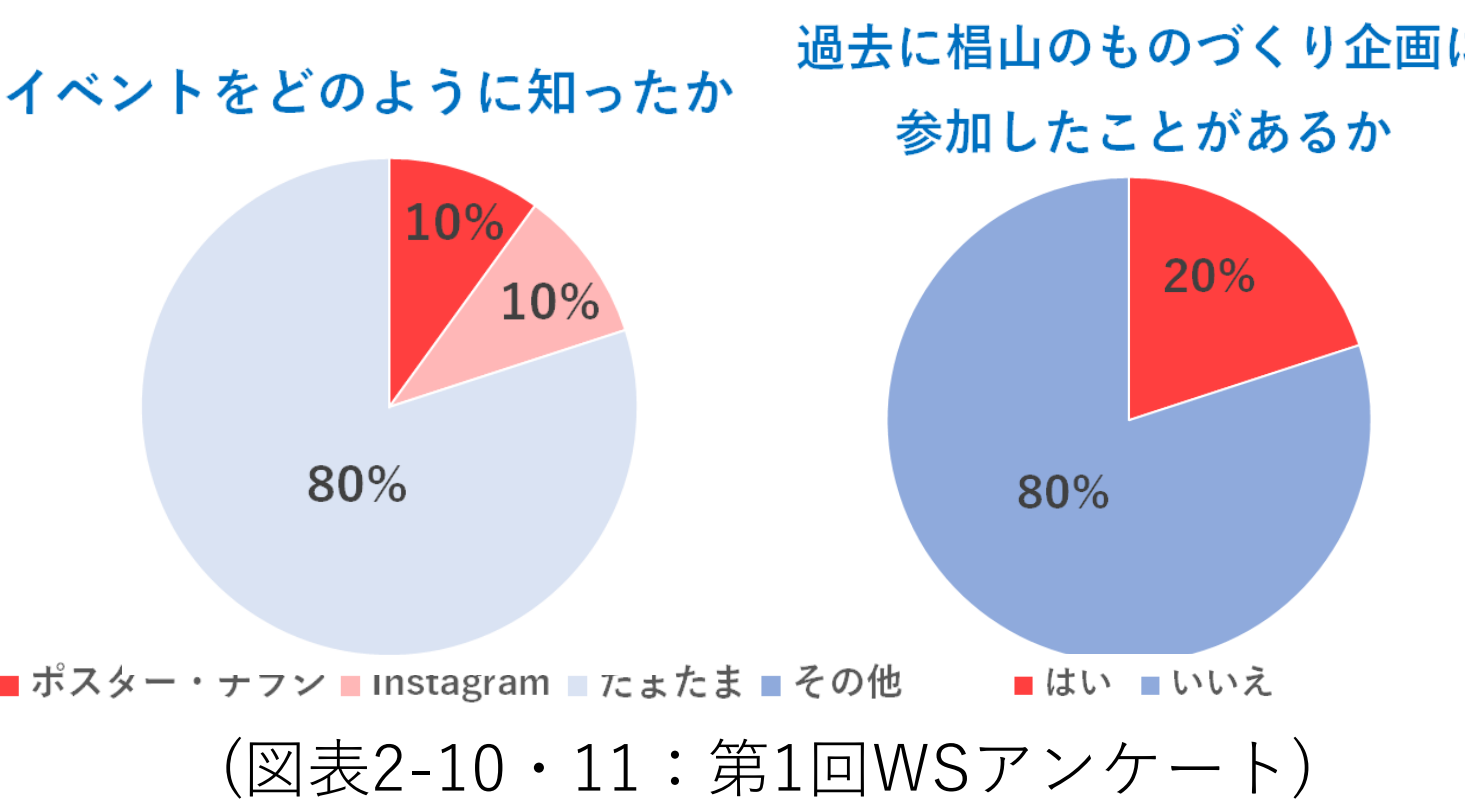
(図表2-1：木のパーツ) (図表2-2：手順書)



(図表2-3：illustratorデータ)



(図表2-8：クラゲ完成) (図表2-9：当日の完成風景)



3. 第 2 回ワークショップ

3-1. 第 2 回ワークショップ概要

より多くの人に来てもらう為、毎月第三土曜日に勝川駅周辺で開催される「勝川弘法市（こうぼういち）」というイベントに合わせて開催した。習い事帰りの方の参加希望もあり、16 時までの開催とした。

日程：9 月 17 日(土) テーマ「空」
時間：10 時 00 分～16 時 00 分

3-2. 体験施内容

- ・星のモビール制作
- ・木の箱装飾パーツの制作

3-3. 事前準備

レーザー加工機でのパーツを制作した。空がテーマだったのでアクリル板も使用し試作を繰り返し改良した。

3-4. 成果・当日の体験の様子

体験人数はモビール制作が 17 人、木の箱装飾が 25 人、両方参加が 12 人だった。

リピーターの方が、「筆を使って色を塗る作業をきっかけに、子どもがお絵かきが好きになった」「自宅でも色塗りをする機会が増えた」と言ってもらえた。



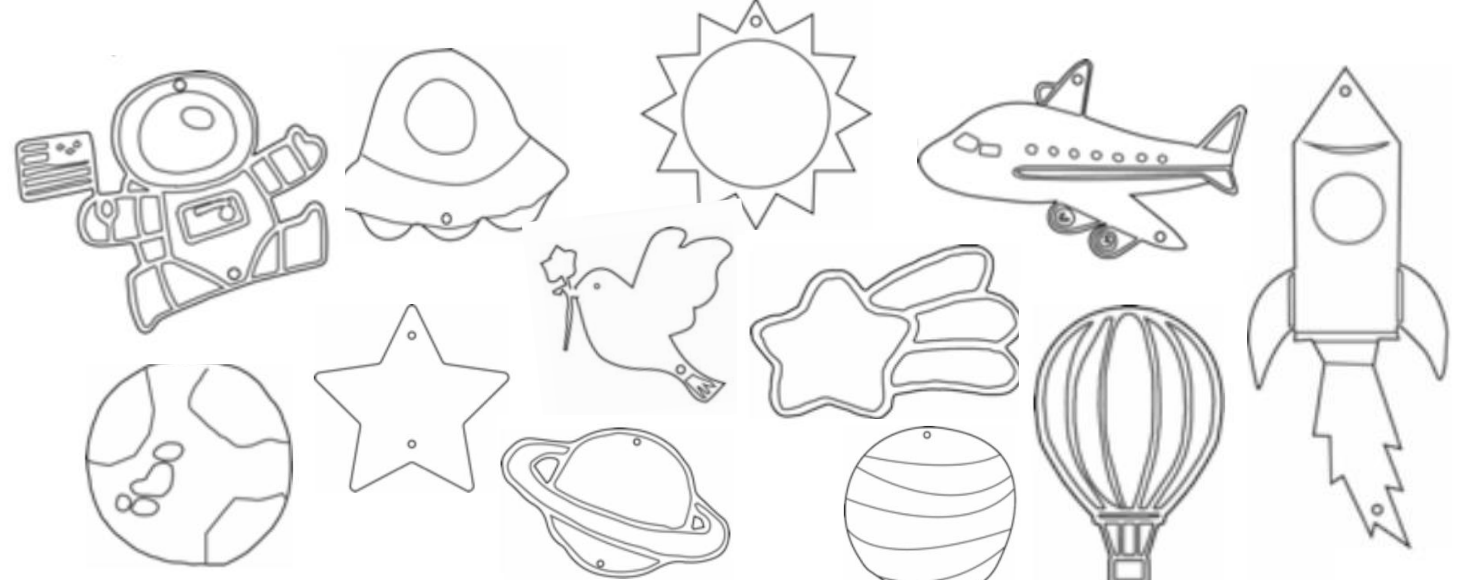
(図表3-5・6・7：当日写真 ① ② ③)

3-5. アンケート

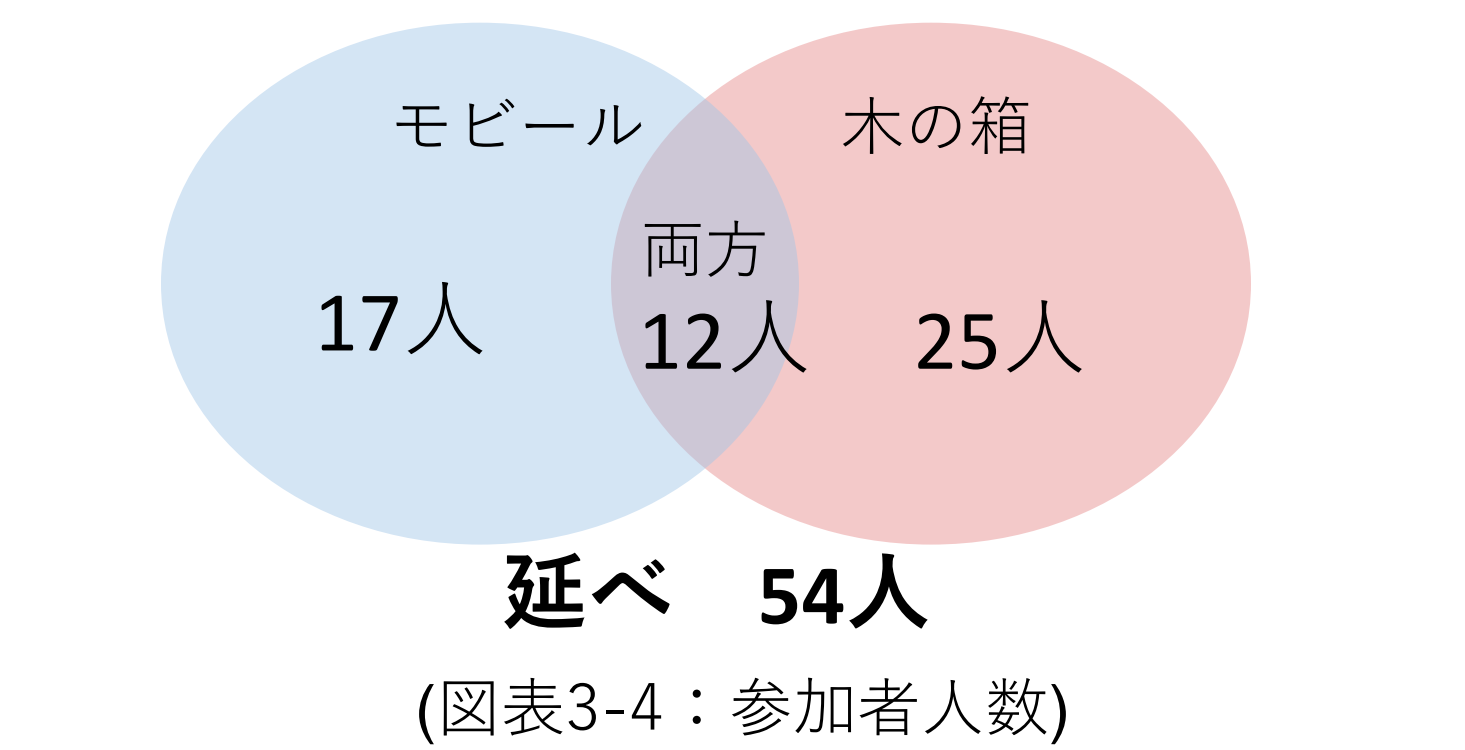
- ・イベントをInstagramで知り訪れてくれた方がいた。
- ・過去にイベントに参加したことのある方が増加した。
- ・チラシ配布をした為、チラシを見て来てくださった方が増えチラシの効果を感じた。



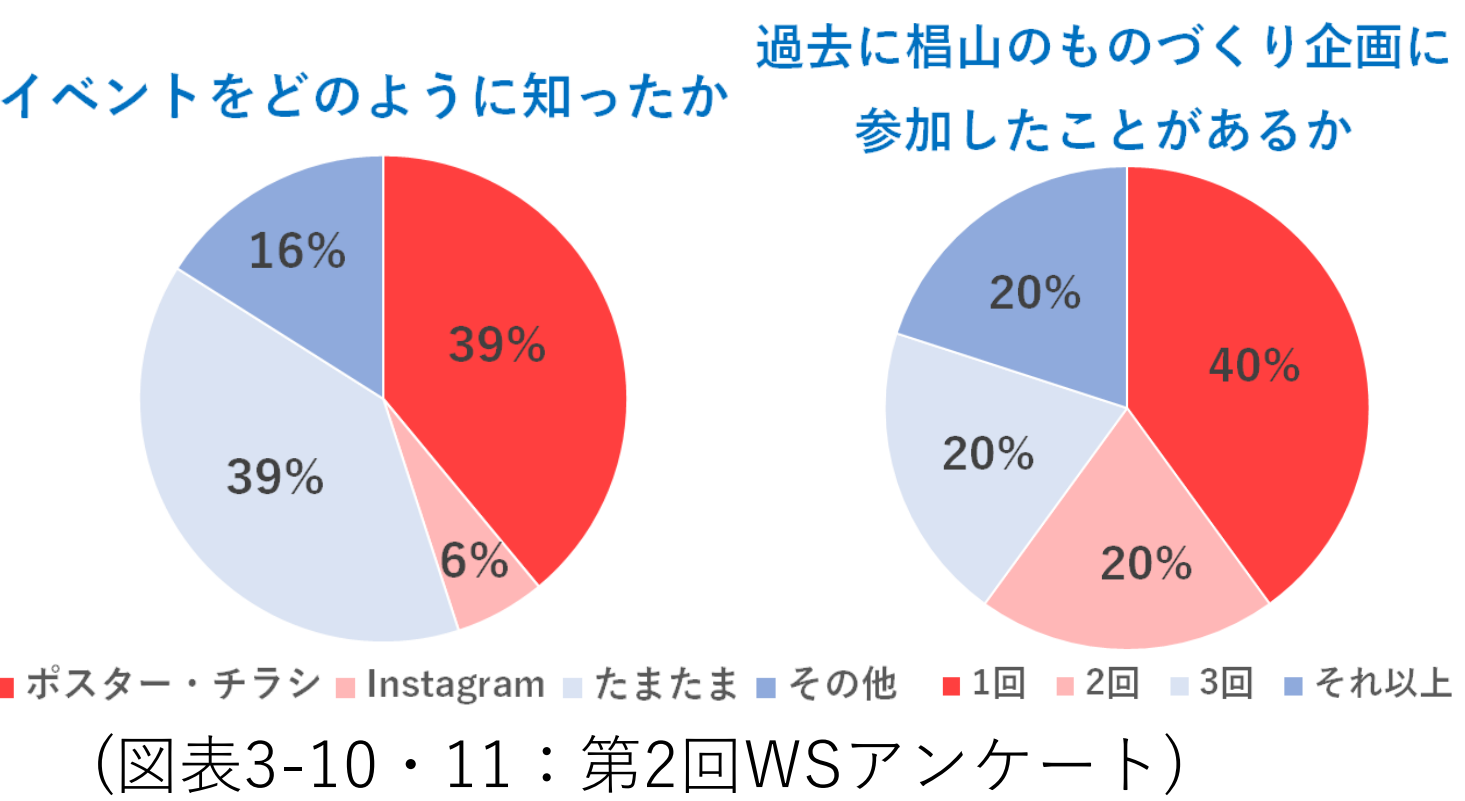
(図表3-1：モビール試作品)(図表3-2：アクリルパーツ)



(図表3-3：illustratorデータ)



(図表3-8：当日の様子)(図表3-9：当日の完成風景)



4. 第 3 回ワークショップ

4-1. 第 3 回ワークショップ概要

第 2 回同様より多くの人に来てもらう為、勝川弘法市に合わせて開催した。

日程：10 月 22 日(土) テーマ「ハロウィン」
時間：10 時 00 分～16 時 00 分

4-2. 体験実施内容

- ・ペーパーファン
- ・おばけの制作（吊り下げ）
- ・木の箱装飾パーツの制作

4-3. 事前準備

ペーパーファン、おばけの試作、改良を重ねた。レーザー加工機で木の箱装飾パーツとペーパファンに使用する顔のパーツを制作した。ペーパーファンはこども達が作りやすいように、画用紙の折り目に点描した。

4-4. 成果・当日の体験の様子

当日勝川弘法市のハロウィンイベントがあり、想定を超える参加人数となった。体験人数は吊り下げが 80 人、木の箱装飾が 77 人、両方の参加が 25 人と、延べ132 人の沢山の方に参加して頂いた。

ペーパーファン制作は折り紙のように小さな子から大人の方まで楽しく参加して頂き、それぞれの表情をした飾りが出来た。おばけの吊り下げは短時間で出来とても好評だった。

4-5. アンケート

・当イベント前に第 2 回デザインのチラシを勝川駅周辺のこども関連施設(8施設)に配布した為、約 7 割がチラシをきっかけに訪れてくれた。

・弘法市に訪れた方が沢山来て頂き、新たに COMEET を知るきっかけをつくる事が出来た。



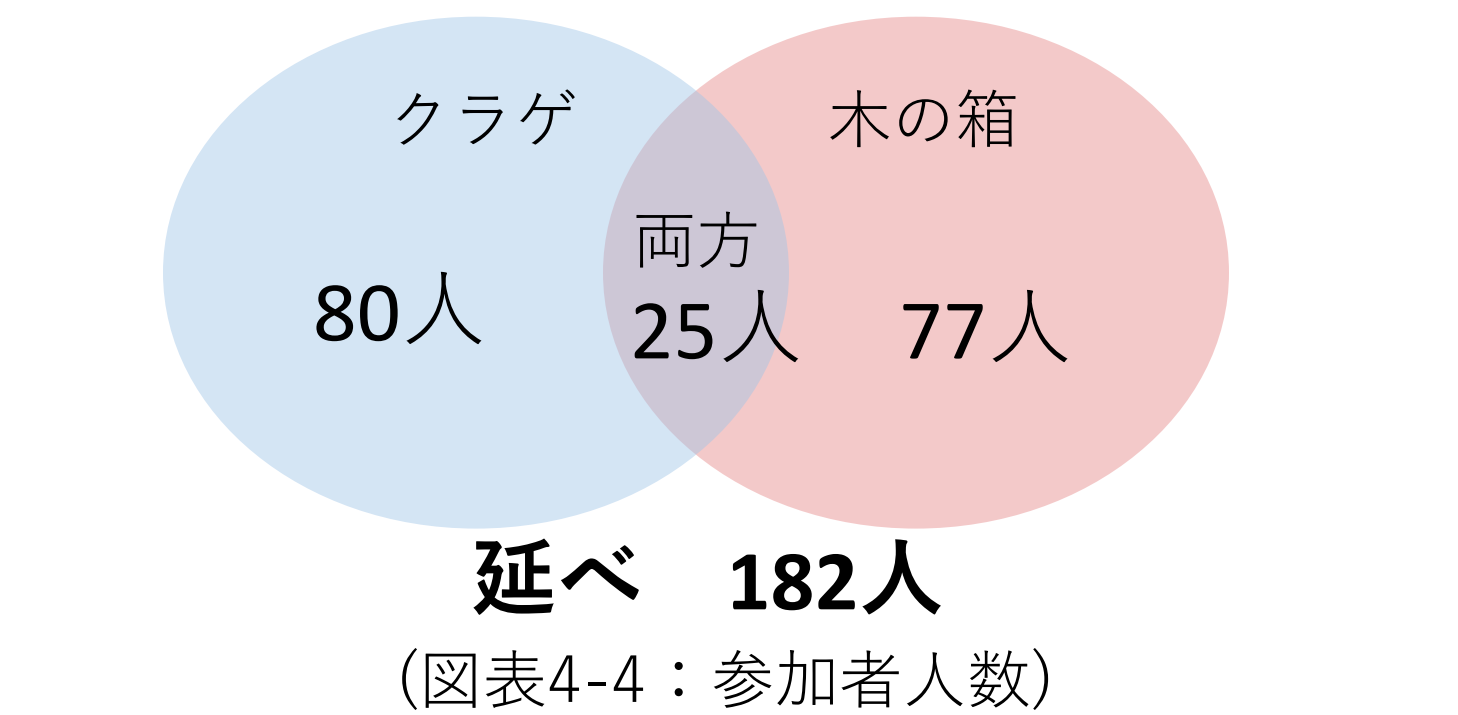
(図表4-1：試作品)



(図表4-2：木のパーツ)



(図表4-3：illustrator データ)



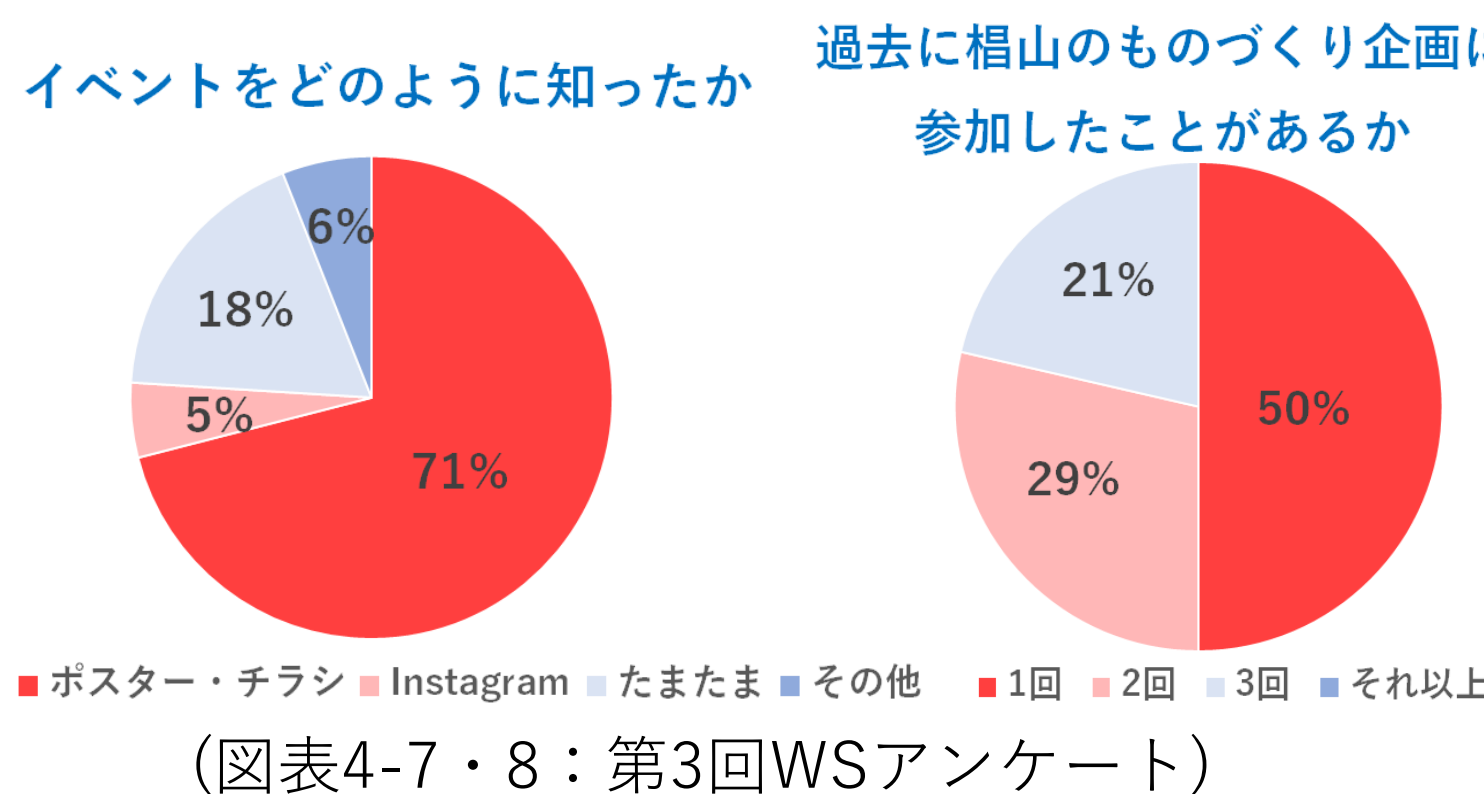
(図表4-4：参加者人数)



(図表4-5：当日の完成品)



(図表4-6：当日の様子)



(図表4-7・8：第3回WSアンケート)

5. 第 4 回ワークショップ

5-1. 第 4 回ワークショップ概要

日程：12 月 3 日(土) テーマ「クリスマス」
時間：10 時 00 分～16 時 00 分

5-2. 体験実施内容

- ・クリスマスリース制作
- ・オーナメント制作

5-3. 事前準備

クリアボール、クリスマスリースの試作、改良を重ねた。カワイ建築から頂いたかなな屑を使用しボリューム感を検討した。また、レーザー加工機でオーナメントパーツを制作、クリアボールの中に入れる事が出来るようにした。

5-4. 成果・当日の体験の様子

体験人数はクリスマスリース制作が 3 人、オーナメント制作28人が、両方参加が 17 人だった。

COMEET に既存のクリスマスツリーがあった為、皆オーナメントをツリーにかけ楽しそうに作業していた。クリアボーの制作は個性豊かに様々な提案を楽しんでいた。持ち帰りは有償としたが、自ら作成した作品をお小遣いで購入するこどももいた。

5-5. アンケート

・イベントを知った媒体は、「その他」が前回の 8 人から11 人へと増加したが、前回参加した方の紹介で訪れた方が増加した為である。

・イベントの参加回数は、「それ以上」の割合が最も多く、リピーターの方が増加していることが分かる。



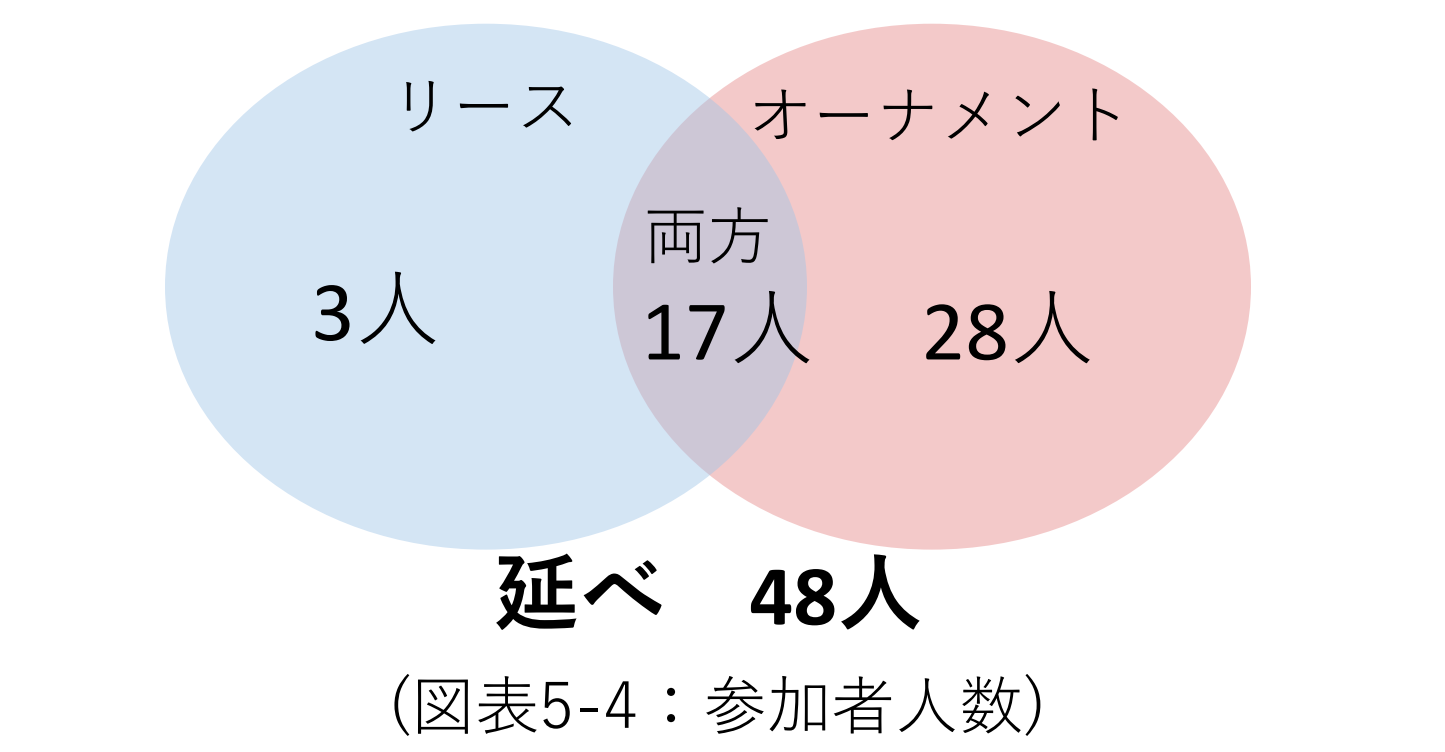
(図表5-1：試作品)



(図表5-2：木のパーツ)



(図表5-3：illustrator データ)



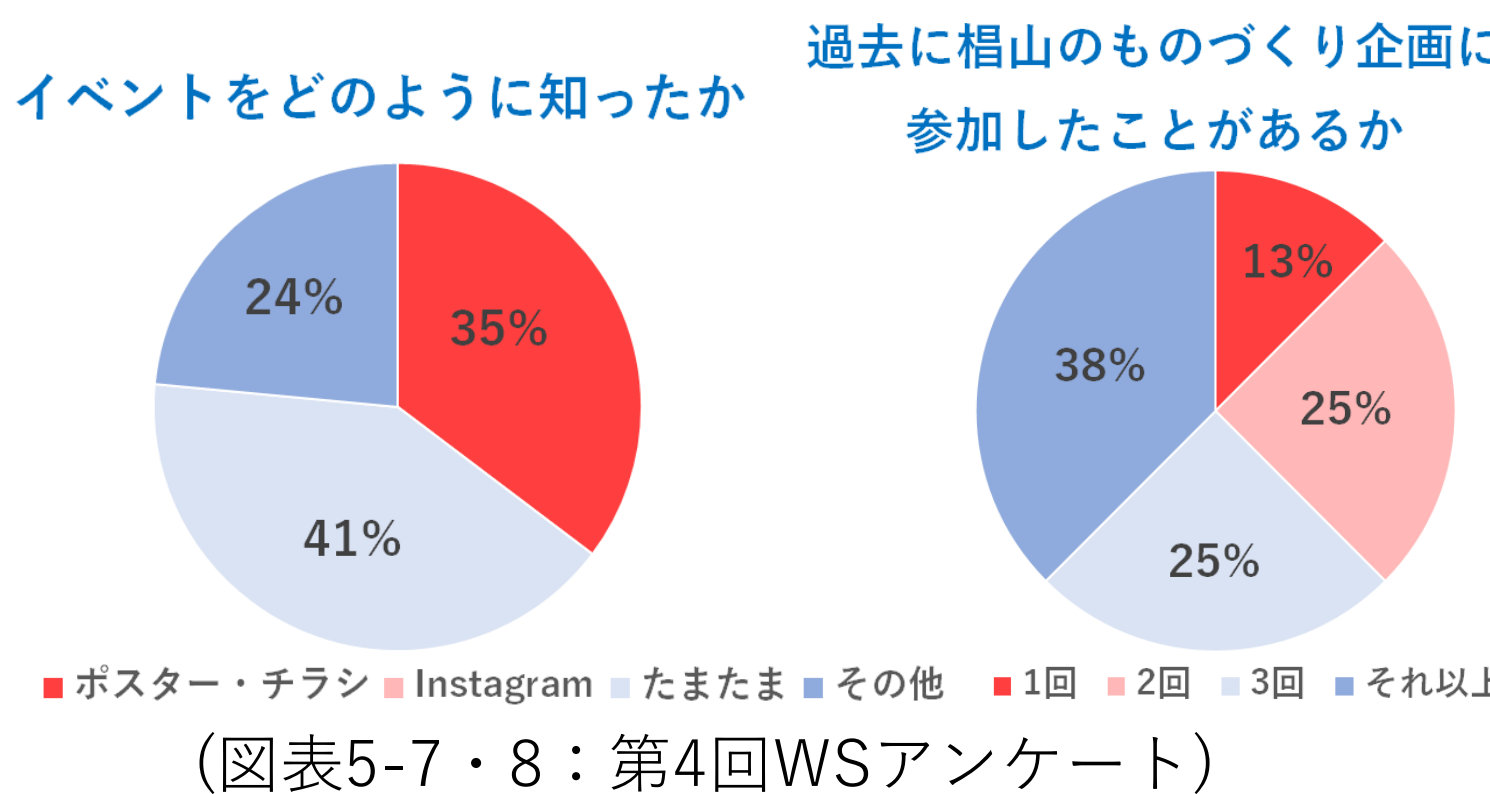
(図表5-4：参加者人数)



(図表5-5：当日の完成品)



(図表5-6：当日の様子)



(図表5-7・8：第4回WSアンケート)

6. 広報・PR

6-1.ポスター・チラシ

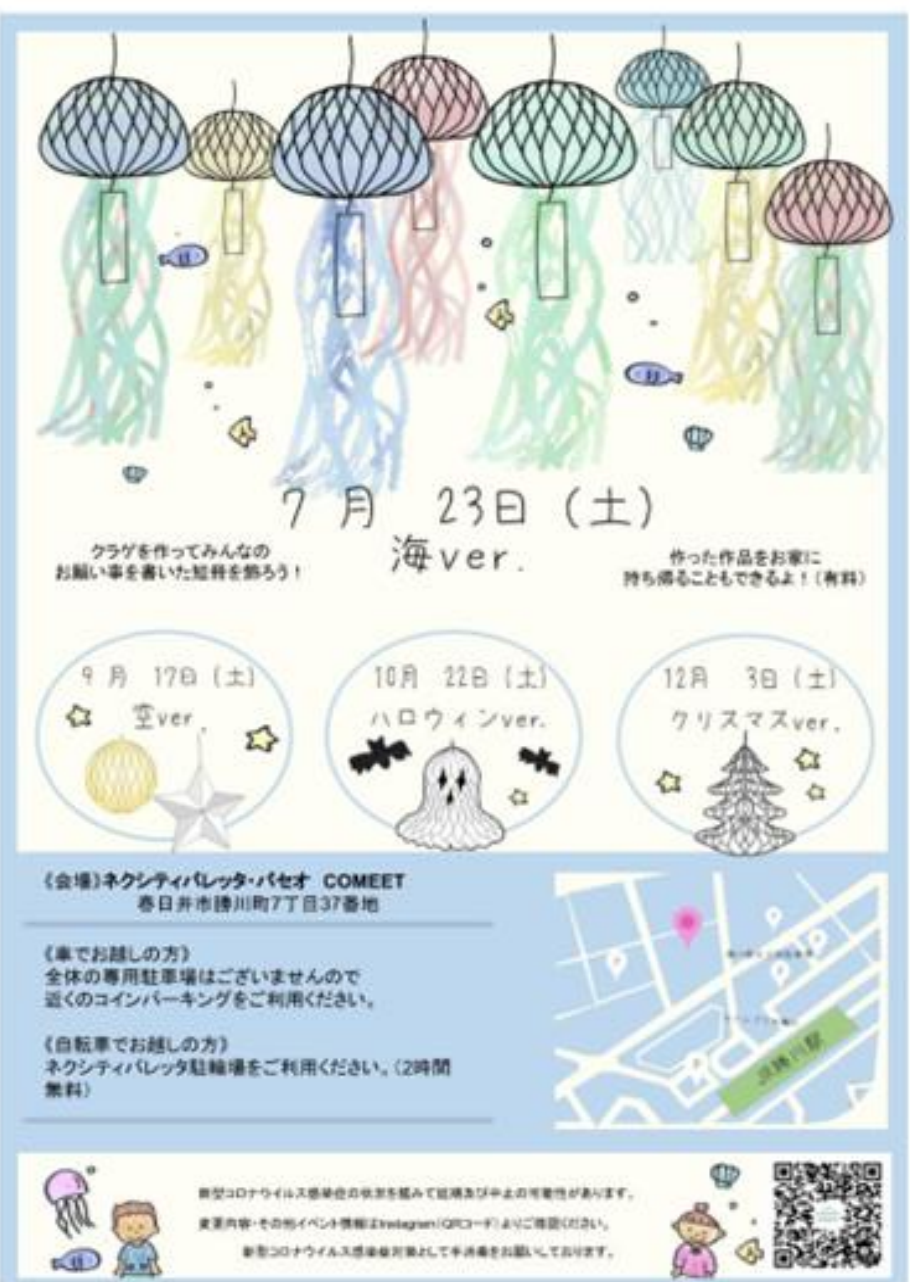
宣伝用チラシとして、ワークショップ情報を記載したチラシを制作し COMEET のテナントに第 1 回のデザインを100 部、第 2 回デザインを 100 部、勝川駅周辺のこども関連施設に計 400 部配布した。

ポスターは、チラシを A1サイズにし、COMEET 正面入り口に設置した。第 1 回デザインは表裏に第 1 回ワークショップの情報を掲載していたが、第 2 回デザインでは、今後の日程を把握しやすくする為、表面のみにし、全 4 回のワークショップの情報を掲載した。

また、チラシの記載内容は「タイトル・日時・場所・対象・イメージ・Instagram の QR コード」である。さらに、7 月 12 日（火）にCOMEET 周辺でチラシを 60 枚手渡しで配布した。



(図表6-3・4：第1回チラシ表・裏)



(図表6-5：第2回チラシ)

6-2.名刺

チラシに加えて私たちの事をより知ってもらう為に、名刺を作成し、チラシと共に配布した。



(図表6-6：名刺表)



(図表6-7：名刺裏)



チラシのメインのイラストは、1年の季節を感じられるものとした。

(図表6-8：メインのイラスト)

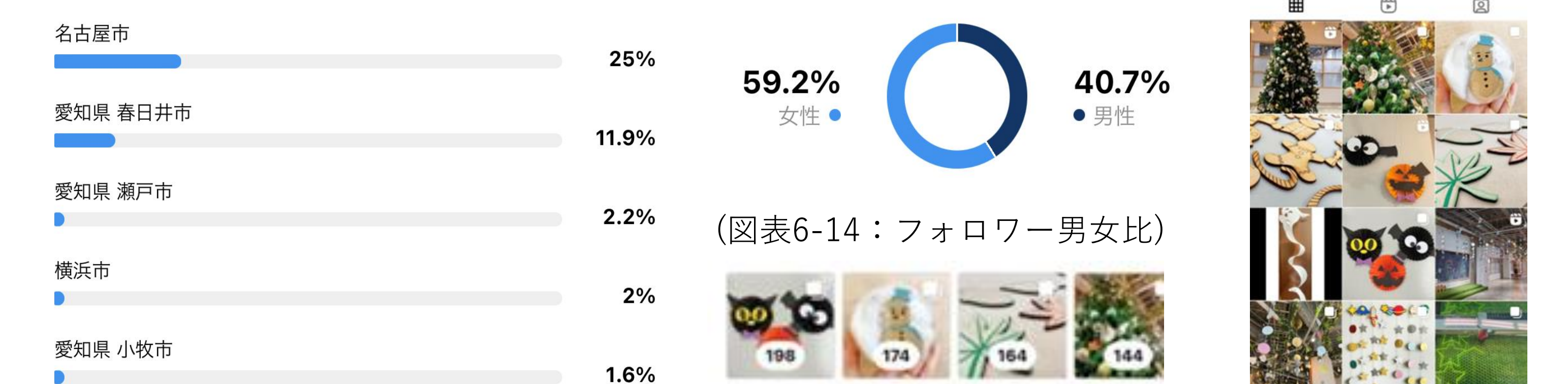
6-3.Instagram

写真や動画を使い情報を発信する事で分かりやすくイベント情報を伝えたいと考え、新たに Instagram のアカウントを開設した。情報発信の内容は、チラシ配布のお知らせ、試作品や事前準備の様子、ワークショップ開催日の成果である。

○フォロワー数：497 ○投稿数：24



(図表6-9：Instagramロゴ) (図表6-10：プロフィール) (図表6-11：投稿) (図表6-12：QRコード)



(図表6-13：フォロワー地域)

(図表6-14：フォロワー男女比)

(図表6-15：投稿閲覧数)

7. まとめ

・全4回のイベントで延べ340人に参加頂いた。

・COMEET の認知度の向上や地域の方々の交流拠点となることを目的として開催した。

・実際に初めて訪れるきっかけを作り、リピーターの方も生まれ「気軽に立ち寄ることのできる交流拠点づくり」に貢献することが出来た。

・イベントを通して家では始めづらい作業などもあり、ものづくりの楽しさを改めて感じるきっかけづくりに繋げる事が出来たと思う。WS当日や後日通路で写真を撮る姿も見られた。

・勝川周辺のこども達と沢山コミュニケーションをとる事が出来、こども達からのお手伝いがしたいという声を頂けとても良い経験となった。

・より多くの人が今後も継続して COMEET に訪れてほしい。



(図表7-1：全4回の集合写真)