

NO.312 新たな価値発見と出会いを促す取り組み

一星が丘テラスにおける企画の実施

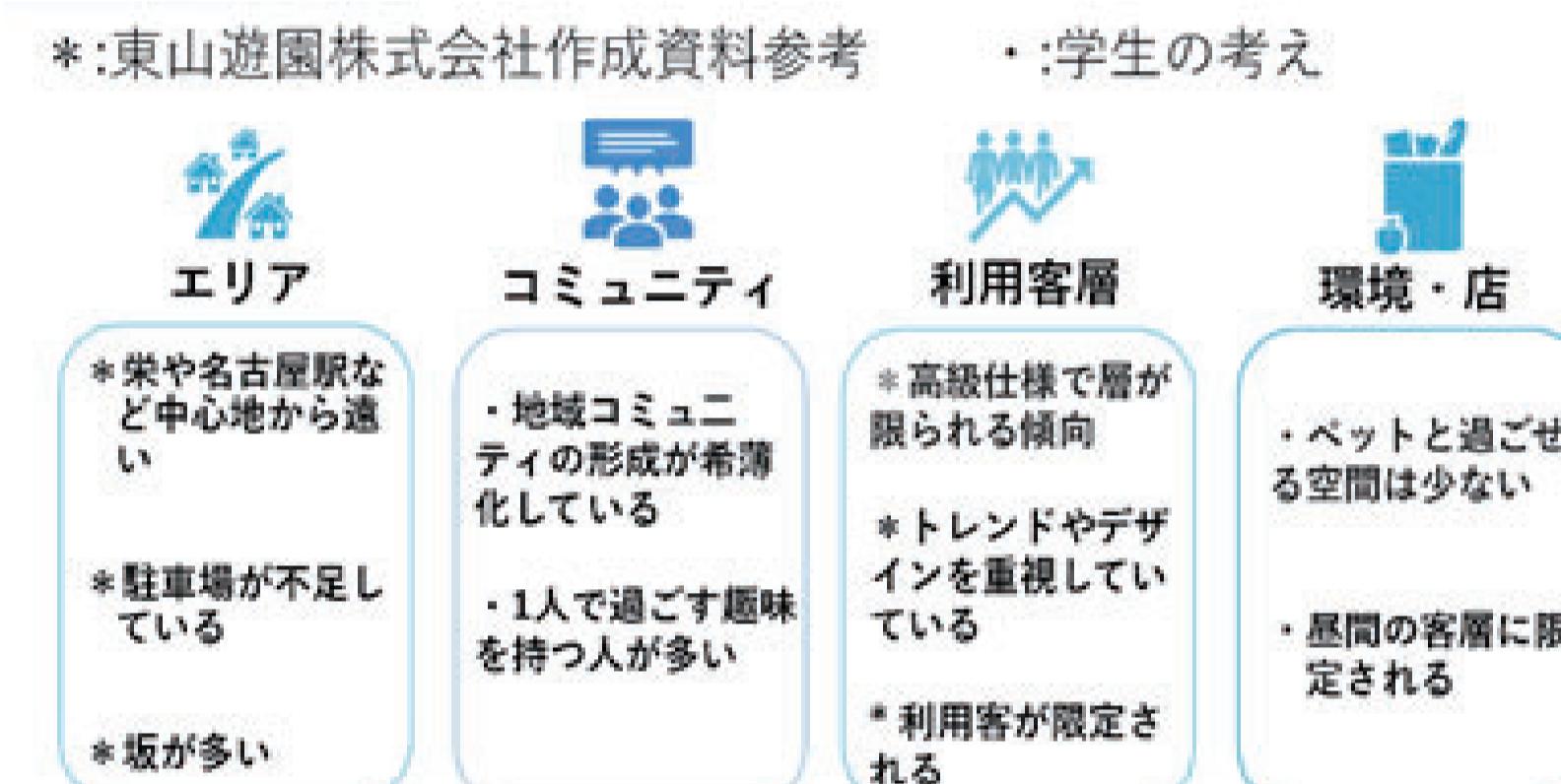
川野研究室（建築・住居分野）

A21AB033 大山茄瑠 A21AB047 加藤いろは A21AB135 宮永萌

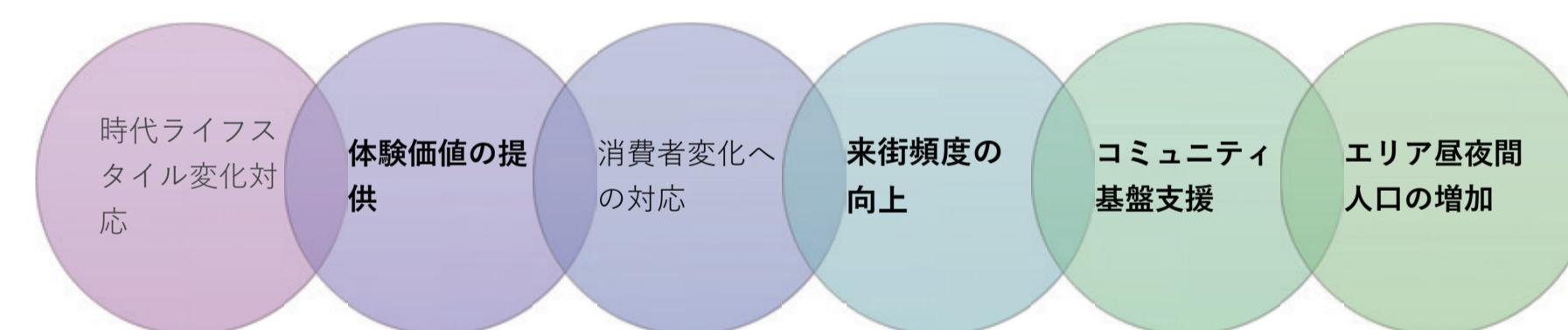
1 はじめに

1-1. 星が丘の現状分析

現在の星が丘エリアは、地域コミュニティ形成が希薄化し、1人で過ごす趣味を持った人が多い。また、トレンドやデザインを重視している点や、昼間の利用客に限定されていることが挙げられている（図表1-1）。そこで、星が丘エリアの目指す方向性をもとに「NEW NATURE・NEW ME」という開発コンセプトが掲げられ、新しい自分を見つけ、なりたい自分になれる街を目指している。



（図表1-1：星が丘の課題）



（図表1-2：星が丘エリアの目指す方向性）

1-2. 企画の目的

「NEW ME」新しい自分の発見をテーマに、星が丘での新しい過ごし方を体験してもらう。また各企画を通じ、星ヶ丘の街全体に触れる機会を創出し、地域の魅力を再発見するきっかけを提供する。さらに、訪れる人々が新たな価値に出会い、興味や関心を深められる企画を通じて、街の新しい楽しみ方を提案する。

- 新規利用者を増やし、再来者の興味関心を高める
- 自身の成長を求める方々への価値や経験を高めると共に、同価値観同士のコミュニティの場を提供する
- 一時的な効果だけでなく、その後の利用に繋がる企画を行う

1-3. 位置付け・企画内容

【位置付け】

本企画は、単なる一時的なイベントに留まらず、再訪や継続的な利用を促す仕組みとして位置付けると共に、同じ価値観を共有する人々が交流できるコミュニティの場を提供し、新たな繋がりや体験の場を創り出すことを目指す。

東山遊園株式会社と打ち合わせをし、以下の3つの企画を実施した（図表1-3）。

【企画内容】

- 「フロッタージュで星が丘の街をスケッチしよう」
街歩きラリー（時期：10月5日・10月6日）
- 和紙ランタンワークショップ（時期：11月9日）
- 趣味交流棚（時期：11月5日～12月15日）



（図表1-3：各企画実施場所）



（図表1-4：スケジュール）

【スケジュール】

卒業研究として3回、ワークショップ・イベントを実施した。各イベントの際に東山遊園株式会社と打ち合わせを行い、企画内容、チラシ・ポスター・デザインを決定した。（図表1-4）。

連携先との打ち合わせ及び広報計画

2-1. 連携先・打ち合わせの内容

星が丘テラスの運営を行う東山遊園株式会社のテラス営業部担当者と連携した。

【第1回 打ち合わせ (6月6日)】

担当者に4つの企画を提案した。

- (1)ペットに関する企画
- (2)SDGsに関する企画
- (3)健康に関する企画
- (4)趣味を通じた交流棚の制作と運営



まち歩きラリー、ライトイベント、
趣味交流棚に決定。

【第2回 打ち合わせ (8月22日)】

趣味交流棚

- ・模型で棚デザインを提案した。

- ・企画後の棚の活用

街歩きラリー

- ・フロッタージュ場所

- ・参加特典の内容

- ・ポイントスタッフの人数の確認

【第3回 打ち合わせ (9月12日)】

街歩きラリー

- ・フロッタージュポイントの写真撮影
- ・企画全体フローの確認
- ・参加特典の詳細
- ・制作スケジュールと部数の確認

【第4回 打ち合わせ (10月10日)】

和紙ランタンワークショップ

- ・ライトのデザインイメージの提案

- ・ライトの形状について

- ・使用材料について

3つの試作品を提案し、和紙で作る星型の手持ちライトとなった。

【第5回 打ち合わせ (10月30日)】

和紙ランタンワークショップ

- ・受付場所やテーブルと椅子の数
- ・搬入の時間の決定
- ・雨天の場合の開催

趣味交流棚

- ・展示期間、場所の決定。
- ・展示期間中の管理

【第6回 打ち合わせ (12月18日)】

- ・展示していた棚の回収を行い、東山遊園株に棚を譲渡した。
- ・担当者にこれまで行ってきた3つの企画の良かった点と課題点の評価をいただき、各企画の成果と課題の振り返りを行った。

2-2. 広報計画

①ポスター

ポスターを制作し、企画の宣伝を行なった。(図表2-1)。



趣味の交換棚

様々な趣味を知って新しく夢中になれるこみみけよう。ハンドメイド、本、料理、ペットなど日常の軽い楽しみを紹介して、コミュニティを作ったりSNSなどでつながりましょう！

趣味交換棚の展示例 (ペット好きの本棚)



(図表2-1: 各企画ポスター)

②Instagram

川野研究室 Instagramを開設して、企画の宣伝を行った(図表2-2)。例えば、街歩きラリーでは特典のマグネットの制作過程の様子をストーリー投稿、和紙のランタンワークショップでのライト作り方リール動画投稿をした。趣味交流棚では企画宣伝の他に展示者の募集や展示者との連絡ツールとしてInstagramを利用した。

③大学HPと学科Instagramへの掲載

大学HPや生活環境デザイン学科Instagramへ企画内容を掲載し、趣味交流棚の展示者募集も行った(図表2-3)。



(図表2-2: Instagramの投稿)

(図表2-3: 大学HPと学科Instagram)

3 第1回企画 街歩きラリー

3-1. 実施概要

星が丘テラスで行われるミライテラスマルシェに参加する形で、フロッタージュで街にあるものに触れながら星が丘の魅力により気づききっかけに繋げる街歩きラリーイベントを行った。

日付：10月5日（土）6日（日） 時間：11時16時（受付15時迄）

場所：星ヶ丘バスターミナルの商店街・星が丘テラス・西山商店街

料金：無料

3-2. 実施目的

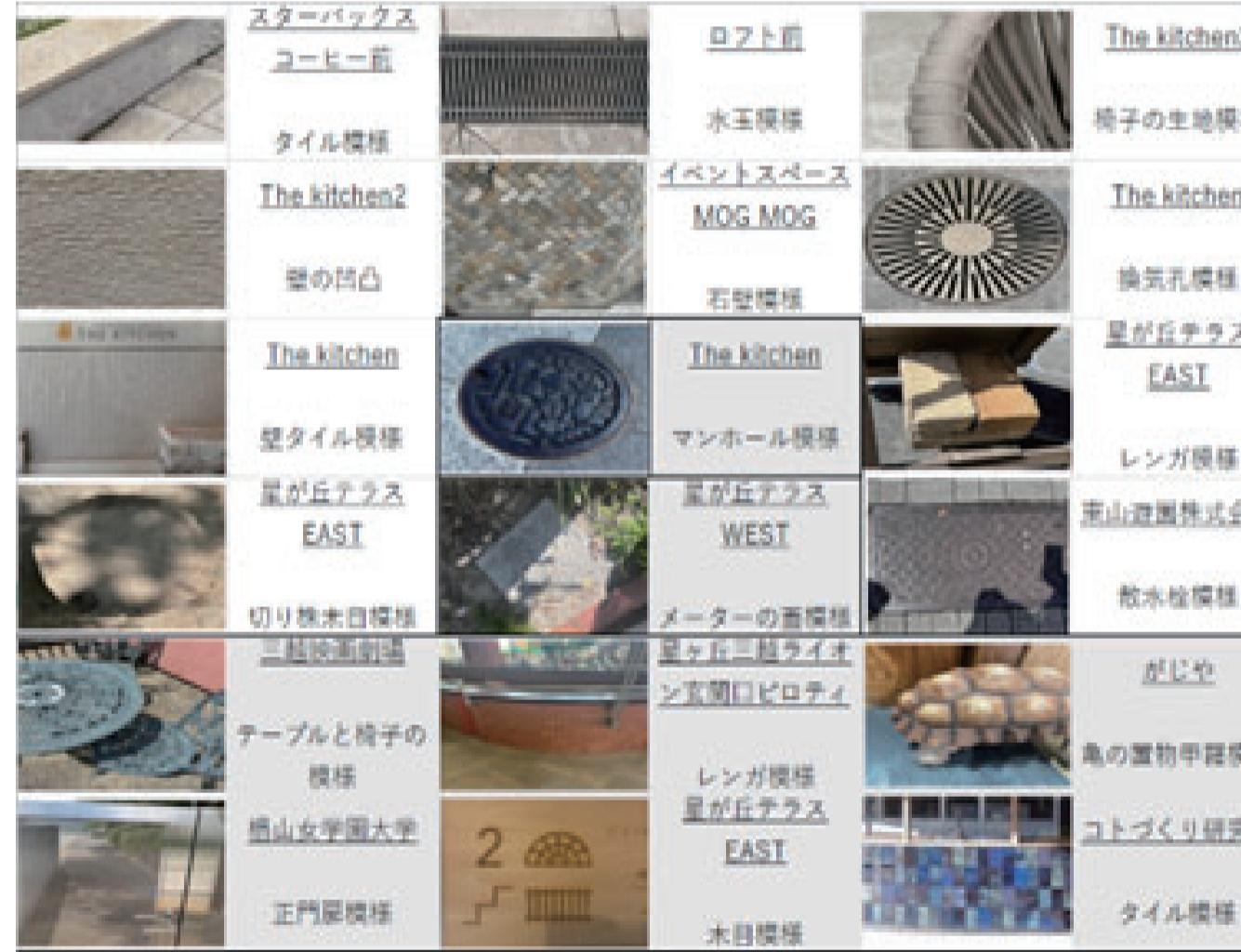
星が丘テラスだけでなく、星が丘の街全体に触れることができる企画を行う。街を巡りながら街のものに触れ、初めての方も星が丘の魅力により気づききっかけに繋げる。

3-2. 企画準備

フロッタージュポイントの検討では、24カ所を視察し（図表3-1）、①星が丘テラス-②相山女学園大学-③西山商店街間で繋ぐことができるということを判断基準として（図表3-2）、8カ所に決定した（図表3-1網掛け部分）。また、思い出に残すことができる事、フロッタージュしやすいことを考えB5サイズでフロッタージュ冊子を作成した（図表3-3）。



（図表3-2：配布したポイントマップ）



（図表3-1：フロッタージュポイントの検討）

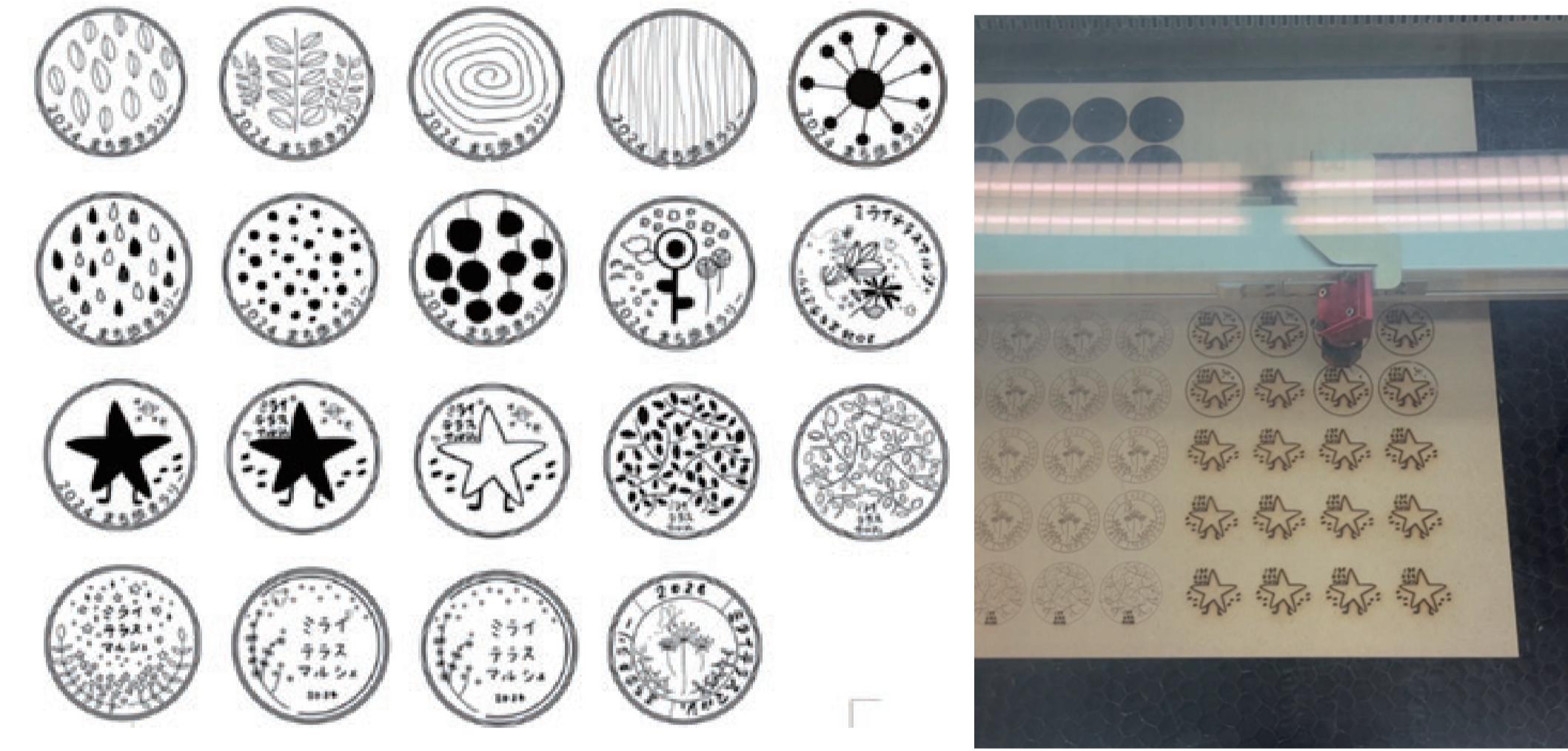


（図表3-3：フロッタージュ冊子）

3-4. 特典準備

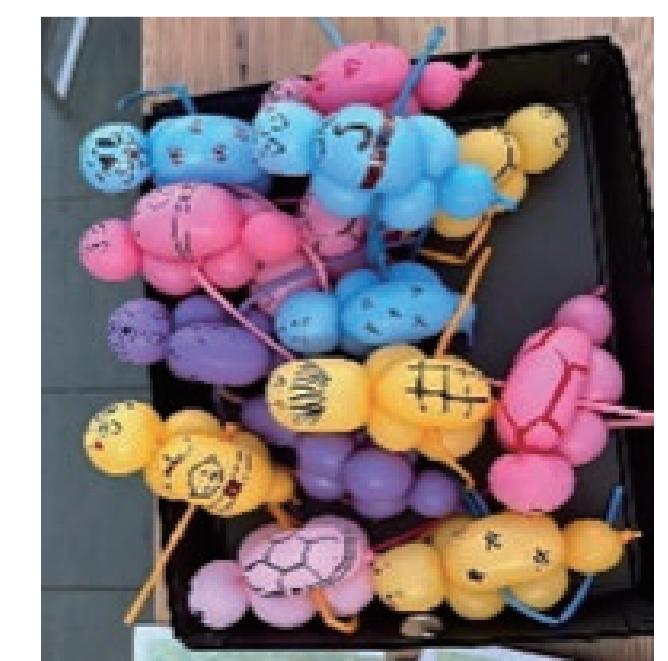
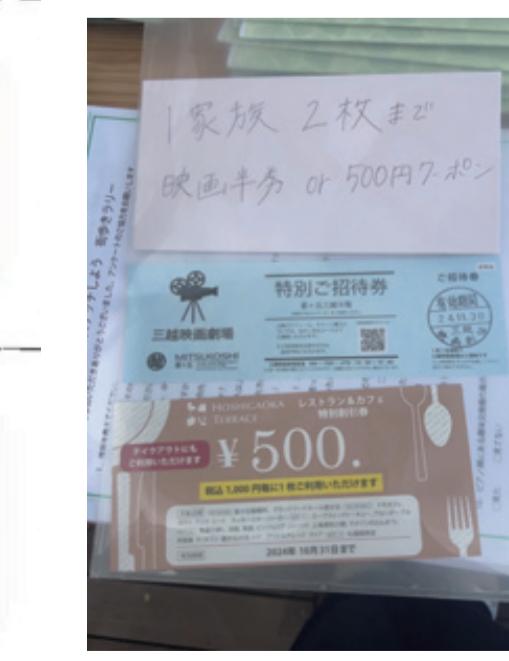
【マグネット】

星が丘を連想させることができるようなデザインにこだわり、自然や生きもの、星など、星が丘を象徴するマグネットを目指した。そこで、植物やチョウチョ、星に加えて惑星などの柄で制作することに決定した。細かいデザイン案の検討では、制作の簡単さ、見た目のきれいさを判断基準とし、19パターンの案（図表3-4）の中から4パターンに絞って制作することに決定した（図表3-5）。Illustratorでデータを作成した後、レーザーで加工をした（図表3-5）。その本体とマグネットを接着剤でくっつけ、乾燥させてから透明の袋に梱包して完成した（図表3-6）。



（図表3-4：マグネット案19パターン）（図表3-5：レーザー加工）（図表3-6：完成マグネット）
【その他】

西山商店街来訪者へのコトづくり研究所200円クーポン券を利用期限当日として配布した。また、東山遊園株式会社から500円クーポン券50枚と三越映画劇場の映画半券50枚（各日25枚ずつ）をいただき、一組あたり2枚の配布とした（図表3-7）。当日には参加者全員に、協力店舗がじやの亀“蛾次郎”をモチーフにしたバルーン（図表3-8）とチエキもプレゼントした。バルーンは、子どもたちが手首に装着して街歩きラリーを楽しんでいる様子が見受けられた。



（図表3-7：クーポン）

（図表3-8：バルーン）

3 第1回企画 街歩きラリー

3-5. チラシ・ポスター

チラシ・ポスターは、街歩きラリーを楽しみながら星が丘の街の魅力を知っていただきたい思いから、東山遊園株式会社、星ヶ丘三越、がじや協力の下、魅せ方にこだわった。色は星が丘の自然を表現する緑とし、柄デザインは街にある柄をモチーフとした。裏面には、フロッタージュポイントの写真や説明を入れた街歩きマップを掲載。チラシとしてA4両面を400部、ポスターとしてA2表面を2部制作。当日に、受付・フロッタージュポイントの2店舗で参加者に配布した(図表2-1)。

3-6. 当日の様子

【1日目】近隣の方や親子連れ、友だち同士の参加者が目立った。また、参加できなかった方で2日目に参加するためチラシを持ち帰りたいと声を掛けてくださる方もいた。

【2日目】近隣の方や親子連れ、友だち同士の参加者が目立った。中には2世帯5人家族全員でフロッタージュをしてくださる参加者もいた。1日目より参加者は半数ほどと少なかった。

【両日共通】参加者のほとんどの方は、受付で街歩きラリーの説明をした際に、領きながら興味津々に楽しみにしてくださる様子が見受けられた。多くの方が5カ所以上フロッタージュし、嬉しそうに景品を選ぶ様子がみられた。しかし、西山商店街の模様をフロッタージュしている方はほとんど無く、その理由として「西山商店街は遠くて行けなかった」という方が多かった(図表3-9)。

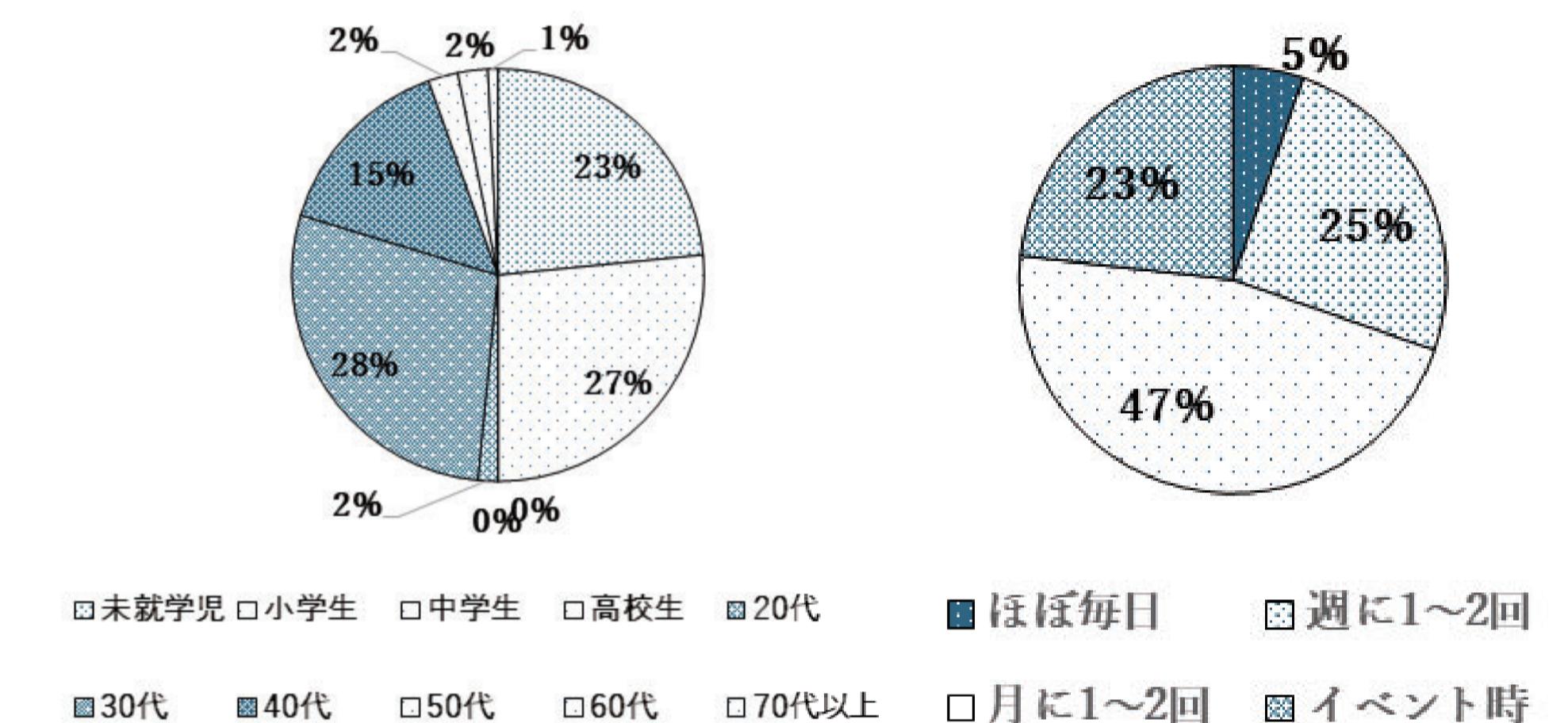


(図表3-9：当日の様子)

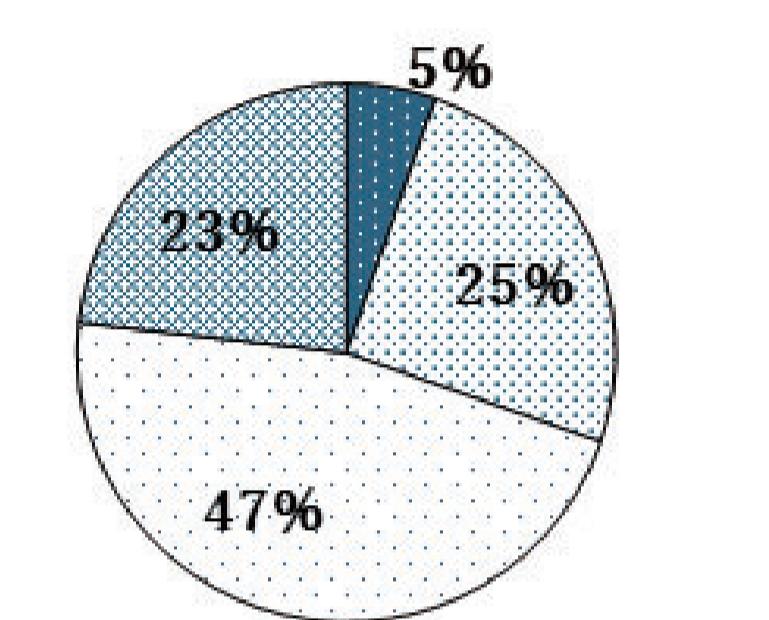
3-7. アンケート

中学生以上の方にアンケートを実施した。星が丘に来る頻度は月に1～2回が多数であった。参加者は未就学児、30代、小学生の順で多かった。参加した理由では“子どもも楽しむことができる企画”的回答が多数であり、親子で楽しんでもらえる企画となつた(図表3-10)。

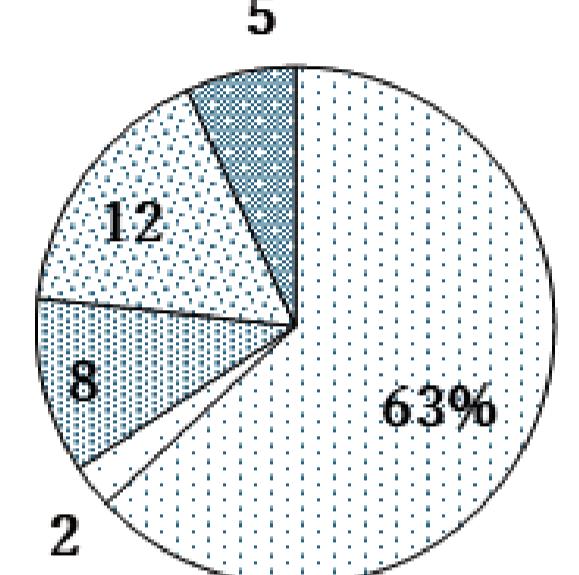
【星が丘に来る頻度 (%)】



【参加者年齢 (%)】



【参加理由 (%)】



□子どもが楽しめる企画
□西山商店街に行ってみたい
□星が丘の街を知りたかった
□歩くことが好き
□その他

(図表3-10：アンケート結果)

3-8. 企画の反省・評価

全日程で128人程の方に参加していただいた。マルシェ自体の参加者は少なく、2日目の参加者が少なかった。そのため、チラシを事前に配布するなどしてより多くの方に認知していただききっかけをつくるべきであった。Instagramでは、ストーリーでお子さまの写真とともに感謝のお言葉をいただいた。通りすがる人の中には、「何円ですか」や「バルーン作れますか」といった質問をされる方が多く見受けられたため、"参加費無料"や"隣のバルーンブースとは別"だという標識をつくる必要があった。景品配布数は2日間で、マグネットは90個、500円クーポン券は60枚、映画半券は15枚、コトづくり研究所200円クーポン券は2枚であった。マグネットの星デザインの人気が高く在庫が無くなったため、もう少し数を増やしても良かった。また、西山商店街は遠いという理由から行く人が少なかったが、認知してもらうことはできた。参加者が少なかった2日目にはクーポン券に余剰が生じた。参加後、参加者にはアンケートの回答をしていただいたが、アンケートスペースや椅子等が十分でなかった。今後は、場所を十分に確保することが求められると考える。

第2回企画 和紙ランタンワークショップ^o

4-1. 実施概要

星が丘テラススパークリングナイトと同時開催し、ランタン作り体験を通じて、夜の星が丘の魅力の発見を促す企画を実施した。

日時：11月9日 13時～17時（受付16時30分まで）

場所：星が丘テラス WEST ウッドデッキ

参加費：300円（税込）所要時間：約20分 先着30個

特典：参加者全員にチェキで記念撮影とプレゼントを実施した。

4-2. 実施目的

星が丘は夜間利用客が少ないことが課題の一つであった。その為、昼間にライト制作ワークショップを体験してもらい、昼から夜にかけて星が丘エリアを堪能してもらうことで夜の星が丘の魅力に気付く狙いで企画を行った。また、主催者が行うだけのイルミネーションだけでなく、街の人も参加できることを目指すイベントとする。

4-3. ポスター

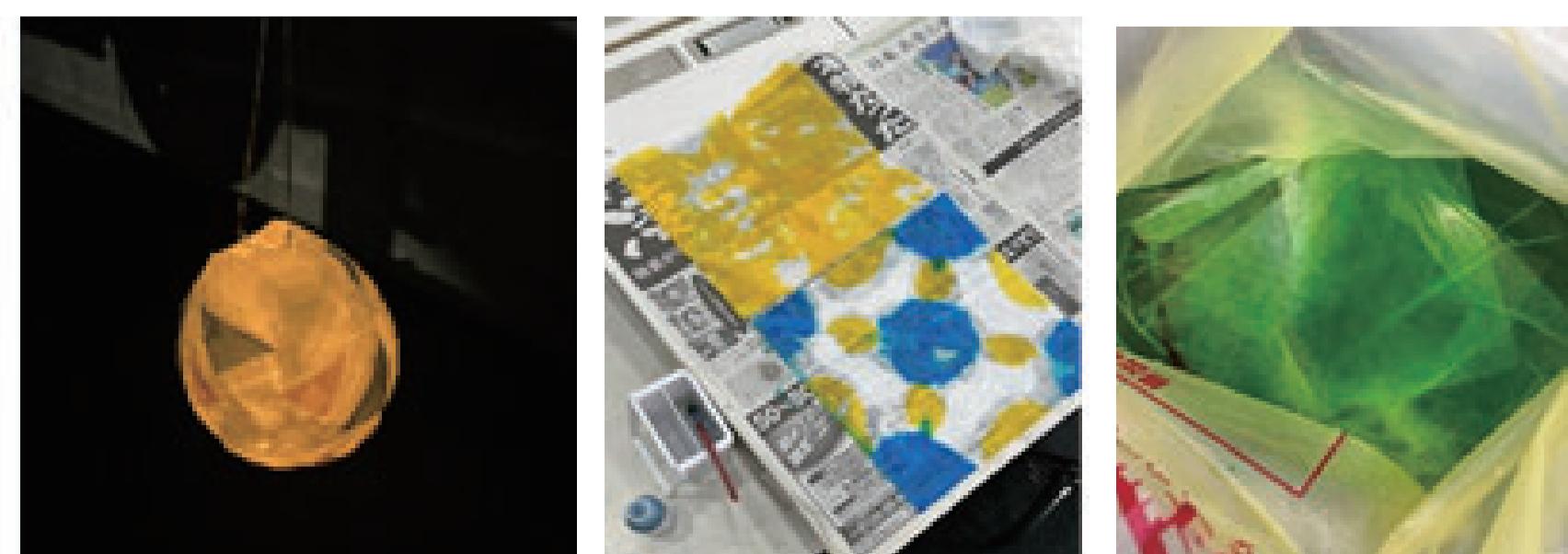
当日受付に掲示する為のB2サイズポスターを制作した。夜に作ったライトがどのように照らされるのか参加者に分かりやすくして興味関心を引くデザインとした。また、最新の情報やその他の企画の紹介の為に川野研究室公式Instagramの紹介を記載した（図表2-1）。

4-4. 企画準備

試作品を3案つくり（図表4-1）、ワークショップで使用する材料として和紙、麻紐、小型照明、電池を用意した。カラー和紙を30枚と白紙の和紙を染料液に浸し、模様をつけ25cmの正方形に切ったものを15枚用意した（図表4-2）。企画宣伝のため、川野研究室Instagramでランタンの作り方をリール動画で投稿した。



（図表4-1：試作ランタン）



（図表4-2：和紙の染色）

4-5. 当日の様子

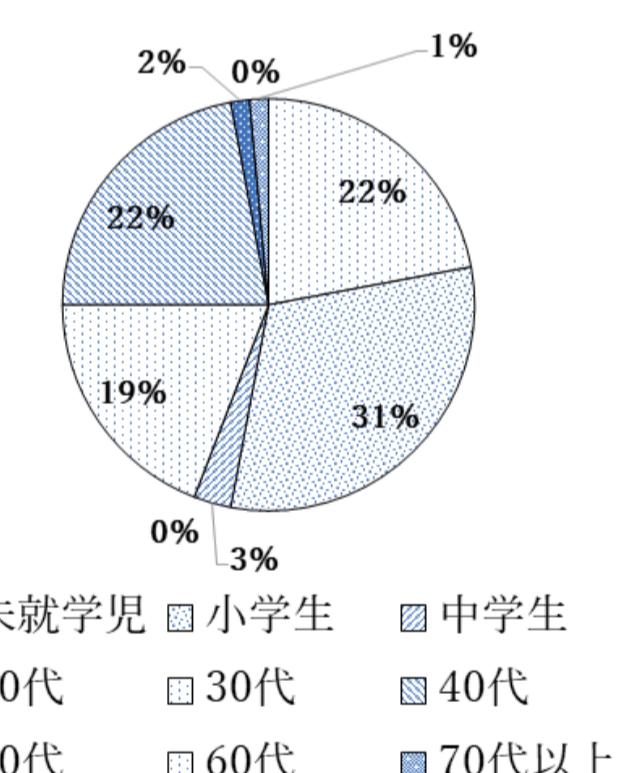
13時～14時頃の参加者が多かった。特に子ども連れの家族で子どもだけの参加が多くみられた。染料液で染めた和紙の人気が高く、15時前には無くなった。参加者は、ワークショップ終了後に制作したランタンを光らせ星が丘テラスを楽しんでいた。（図表4-3）



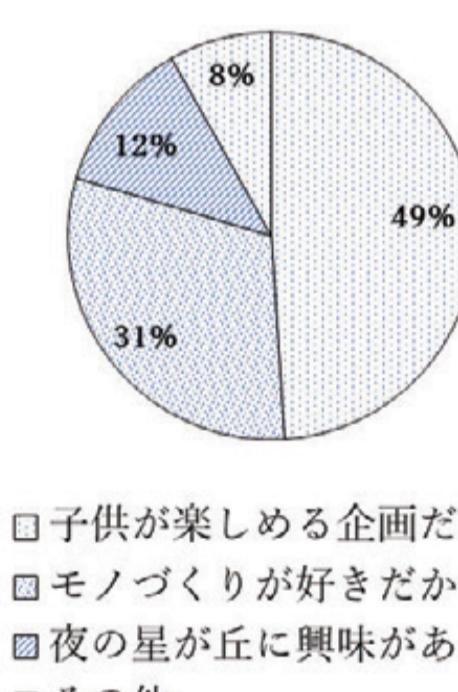
（図表4-3：当日の様子）

4-6. アンケート

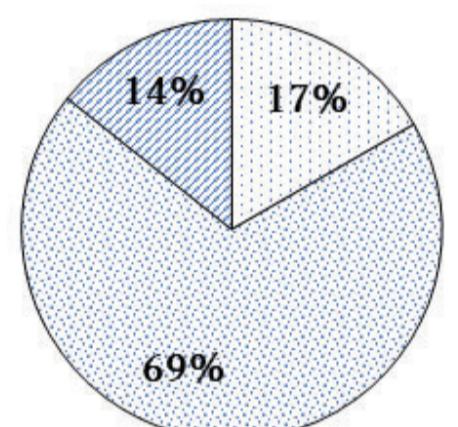
【参加者年齢（%）】



【参加理由（%）】



【星が丘利用時間帯（%）】



（図表4-4：アンケート結果）

4-7. 企画の反省・評価

受付終了時間を来場者のピークに合わせることで、多くの子どもから大人まで街の人が楽しめる企画となった。反省点は、子ども連れの家族が多くテーブルの数が足らなくなってしまったことだ。材料についてはランタンの和紙の色味を増やすべきだった。また、16時からの来場者に合わせて受け入れ人数を増やすべきだったと考えられる。

アンケート結果より、参加者は未就学児や小学生の親子が多く、夜間利用が少ないことが分かった。子どもと体験できる夜のイベントに参加したい人が多くいることから今後も親子で参加可能な夜のワークショップを実施することで夜間利用客向上に期待できる。

第3回企画 趣味交流棚

5-1. 企画概要

星が丘テラスに趣味交流棚を設置した。第1回～第3回の期間に分けて、それぞれ趣味のものやことを展示し、棚を通じて交流を促す企画を実施した。

5-2. 企画目的

星が丘テラスが掲げる「NEW ME」という目標に向けて、同じ価値観を共有する人々のコミュニティの場を提供し交流する。長期間企画を実施し、棚を通じて、新たなコミュニティの交流に繋げる狙いで企画を行った。

5-3. 企画準備

企画で使用する棚 (W350*D300*H1500) を2台制作した。棚デザイン案の検討では、持ち運びの利便性、使用のしやすさ、サイズのバランスを判断基準とした。18パターンの棚デザインイメージ案の中から、ダンボールを使用する棚を制作することに決定した（図表 5-1）。



（図表 5-1：試作ダンボール模型）

5-4. ポスター

当日掲示する為のB2サイズポスターを制作した。趣味交流棚を通じて、どのように交流するのか分かりやすくし、興味関心を引くデザインとした（図表 2-1）。

5-5. 展示について

【第1回】日付：11月5日（土）～11月17日（日）

場所：星が丘テラス『THE KITCHEN2』1階

展示：レシピ、本、ペット、ネイル、消しゴムハンコ

【第2回】日付：11月18日（土）～12月1日（日）

場所：星が丘テラス WEST M2 スペース

展示：レシピ、本、ペット、手芸

【第3回】日付：12月2日（土）～12月15日（日）

場所：星が丘テラス『THE KITCHEN1』

展示：レシピ、クリスマスリース



（図表 5-2：完成した趣味交流棚）



（図表 5-3：展示の様子）

5-6. 企画の反省・評価

第1回～第3回展示を通して、11の方に参加していただいた。Instagramからの応募が少なかったため、他の企画の際にお声がけして、より多くの方に認知していただききっかけ作りが必要だと感じた。展示者からは、長期間展示してあるため多くの人の目に入り、交流がしやすいなどの評価をしていただいた。一方で、交流が把握できない趣味の展示もあったため、具体的に交流の有無が示せる方法を考えるべきであった（図表 5-4）。

展示内容	第1回	第2回	第3回	アンケート評価
レシピ	○	○	○	・第1回のレシピをもらい作ってみた。自分のお気に入りのレシピも共有することができて楽しかった。
本	○	○		・実際に星が丘テラスに見に行った時に本がなくなっていたので誰かが本を読んでくれている感じた。どこかで友達になれた気がして嬉しかった。
ペット情報	○	○		・犬の散歩コースの情報を実際に書いてくれて交流ができそうと感じた。
セルフネイル写真	○			・友達と棚を見に行った時に、その子が「かわいい！やつほしい」と言ってくれて自分の趣味を始めたと今以上に思った。
消しゴムハンコ	○			・白紙の本に絵やハンコが押されて本が出来上がっていくことが交流できたと感じた。
手芸		○		・実際に交流できたと感じることはなかったが、手芸品をみんなに見てもらうきっかけになったことが良かった。
クリスマスリース			○	・交流ができたと感じることは少なかったが、展示中にリースや活動についてコメントを書いてくれる方がいたことが交流できたと感じた。

（図表 5-4：展示内容と企画評価）

6 おわりに

6-1. 企画全体の反省・評価

本企画では、星が丘の課題に着目し、企画を実施した。第1回目では、街を巡りながら星が丘の魅力に気づいてもらう街歩きラリーイベント、第2回目の夜の街を照らすランタンワークショップを実施した。最後に第3回目の棚を通して、新たな価値観を見つける趣味交流棚などの企画を行った。それにより、星が丘テラスだけでなく街全体に触れ、新たな出会いに繋げるきっかけを提供した。また主催者だけではなく、街の人も気軽に参加することのできる企画を実施した。そこで昼間だけではなく、夜の街としての星が丘の魅力も伝えることができた。そして、本企画をきっかけに今後の星が丘が魅力的な場所になることを願っている。