



平成18年度 富山市青年元氣塾



「グランドプラザ」における協働での 元氣事業に向けて

「グランドプラザ」の有効的な運営方法や活用により、
文化・芸術・スポーツを通して、
富山にさらなる「元氣」と「賑わい」を創ることを目指して。



文化・芸術・スポーツグループ

郡 祐一郎 新村 弘之 杉田 広樹 古川 史典 増谷 智之 宮内 啓介 高野 真次

(順不同)

1 提言へのコンセプト

- ◎ 県内の文化・芸術・スポーツ分野のさらなる振興を図る。
- ◎ 中心市街地への永続的な集客と活性化を図る



グランドプラザ

平成19年、富山市の中心市街地に公共広場「グランドプラザ」が完成します。この公共広場は、壁、屋根とも総ガラス張りからなっており、ガラスのショーケースのような建築物です。この公共広場では、イベントだけではなく、気軽に立ち寄り憩えるようにするなど、様々な目的で訪れる来街者の拠点となるように目指して整備されるものです。

※イメージパース

2 現状

- ◎ 文化・芸術・スポーツ分野に関して、不特定多数の多くの聴衆・観衆への発表・活動の場が少ない。
- ◎ 中心市街地には、以前に比べて買い物客などの人が少なく、富山市の中心地としての求心力が低迷している。
- ◎ 中心市街地には、子供とゆっくり出掛けたり、安心して遊ばせたりできる空間が少ない。



施設概要 幅21m、奥行65m、高さ19m(倉庫兼可動式舞台設置)

グランドプラザに対する市民意識について

※当グループが独自に法人や団体、サークル、個人に対してのヒアリングを実施したもののから抜粋。

●個人、サークルからの声●

- ◎ どんなに素晴らしい施設でも使い方次第だと思う。
- ◎ 使用料を支払ってまで使用したいという人をどのように増やしていくかが課題。
- ◎ 「アマチュアの利用者による内輪盛り上がりの場」というイメージが定着しないようにして欲しい。
- ◎ 利用者(使用料を支払う個人・法人など)にとってあまり敷居を高くすると、市民にとって身近な場所で無くなる。
- ◎ 中心市街地に人があまりいないから不安。
- ◎ 時間に考慮しながらも個人的なパーティー(結婚式・二次会など)ができればいい。
- ◎ 定期的にコンサートやダンス大会などがあればいい。
- ◎ ファミリー層にとっては、小さな子供も楽しめるイベントがあれば有り難い。
- ◎ 気軽に芸術に触れ合える機会を持てるような、仕掛けをして欲しい。
- ◎ 堅苦しく無く、洗練でオシャレなイメージが持てると、若年層も集まり易いと思う。

●法人からの声●

- ◎ グランドプラザの存在は既に、新聞などを通じて知っているが、単純な営利目的で屋台や出店に参加する意向は現時点ではない。
- ◎ 県や富山市などが主催するイベントに協賛したりする形であれば参加したい。

※概要が明らかになっていない段階であるため、企業の関心度はあまり高くない回答が多かった。

3 問題点

現状では、グランドプラザ周辺に人がいない

- ➡ ◎ 「人が集まっている状態」を前提とした活用案ではあまり意味がない。
 - ・集客が見込めず、利用が期待できない＝宣伝、PR活動の場としての魅力がない。
 - ・市民活動の場としても魅力がない＝内輪盛り上がり終始してしまう恐れがある。

人を集めなければならない。

- ➡ ◎ ターゲット世代は？
 - ・再開発ビル(大和など)の完成で40歳台以上を中心とした集客が見込まれる。
 - ・若い世代。核家族化が進んだ今日、市街地に人をつなぎとめるにはその土地に対する愛着、面白さ、便利さが必要。グランドプラザはそのうちの面白さという魅力を担うのはどうか。

どうすれば人が集まるか？

- ➡ ◎ (例えば) 集客能力があるのは、著名人や有名アーティストなどは集客力が抜群。
 - ・富山市や市民が一丸となって積極的に有名アーティストの来場を働きかけ、「グランドプラザはよく大物がくるところ」とイメージを植え付ける。
 - ・イメージによって市民に使ってみたいと思わせ、実際使いやすい施設であるが理想。
(例えば 日本武道館＝アーティストのあこがれ)
- ➡ ◎ 文化・芸術・スポーツなどの多彩なイベントが定期的に行われる
 - ・様々な趣味を持つ、幅広い客層を集客できる。

4 運営形態やルール作り(一部方針として決定済み)

- ◎ 市民コーディネーターやディレクターを中心とした合議制(富山市も参加)でグランドプラザの活用方針や活用スケジュールを決定する。
- ◎ ディレクターは例えば「文化(サークル、華道、茶道など)」や「芸術(美術、劇など)」、「スポーツ(プロスポーツ、市民参加スポーツなど)」のジャンル別に2～3名ずつ任命し、市民コーディネーターやディレクター間でバランスのとれたスケジュール立てや運営が理想(視察に行った金沢市民芸術村での運営がこのスタイル)
- ◎ 文化・芸術・スポーツといったジャンルでの使用には料金もしくはは待遇など何らかの優遇を図っていただきたい。
- ◎ グランドプラザのルール作りについても、金沢市民芸術村のように使用者の自主性を尊重しつつも、責任と使用内容のクオリティをしっかりと求めていく方針が必要である。

永続的な運営に向けて

収益

- ➡ 法人や団体もしくは個人から宣伝、PR活動の場としての利用を促し、利用増を図る。
- ➡ 市民への利用を促すため、目的(営利または非営利かの区分)、曜日、時間帯を考慮した上で使用料を設定し、利用し易い料金設定を目指して欲しい。

広報

- ➡ グランドプラザのホームページ開設。ホームページは大きなインパクトであり、オープン1カ月間から開設する。メールマガジンの活用(パソコンとモバイル両方で閲覧可能が必須)を図る。
 - ・イベント情報や施設空き情報の提供
 - ・各活動主体のネット上の交流の場としても活用
- ➡ 富山市の広報紙内に毎月「グランドプラザコーナー」を設け、予定されているイベントや利用案内などの情報発信を行う。

5 具体的活用案

1.

来県する著名人や有名アーティストがそれぞれのコンサートや用事の空き時間などを目掛けて、グランドプラザに来場してもらうことを働き掛ける。そして、ミニライブの場所として提供し、その際の使用料は無料もしくは格安に設定する。

➡ 富山市とグランドプラザで積極的に働き掛ける。

- ・利用者側には、多くの市民と触れ合うことができると共に、富山市の試みを記憶させて「富山のユニークな試み」として富山の印象を強くしてもらうことが期待できる。
- ・グランドプラザは利用者側へ施設を無料提供⇒無料提案。
イメージ作りへの投資。市民へクオリティの高いパフォーマンスを提供。
集客効果とグランドプラザへの愛着増進を図る。

※「ゲリラライブ」や「ゲリラトークショー」などといった催しの形態であり、市民に案内をするタイミング等についての集客方法の検討が別途必要

2. フットサル場としての利用

現在、富山県内にフットサルチームは急激に増えており、幅広い世代のスポーツへと大きく変わろうとしている。しかし、県内にフットサルを行える場所は以外と少なく、場所を求めて探し回っているのが現状。

- ➡ **スポーツショップなどがフットサル場として借り受け(施設使用料収入)**
 - ・利用者はスポーツショップへ利用料支払い
 - ・グラウンドプラザの使用料金を低く設定し、フットサル利用者への利用料金を低めに設定できることで利用の増加を図る。
- ➡ **利用前後に中心商店街のお店でのショッピングや飲食店(にぎわい横丁を含め)への来店・接触度が格段に上がる可能性は高い**

3. ふれあいイベント

→ 県内のプロスポーツチーム（富山グラウジーズや富山サンダーバーズ、JFLチームなど）との市民交流会の場として提供、スポーツ振興につなげる。

親近感 → 会場へ足を運ぶ → グランドプラザでのふれあいイベント → 集客!

のサイクルが効果的

→ 国際的なスポーツ試合などをグランドプラザの大型ビジョンで観戦・応援（入場無料）するパブリックビューイングを実施する。

→ 月に一度は、子供を対象にしたイベントを開催し、グランドプラザへの来場機会と愛着の増進を図る。→ 子供が喜ぶキャラクターショーなどを実施。（例えば「子どもの日」を設定する）

4.

ガラス造形品や近隣美術館作品の出張展示やワークショップなど

➡ 興味はあるけどなかなか美術館に足を運べない方は多く、潜在的な美術ファンや大和のメイン客層、市民にクオリティの高い美術品に触れる機会を提供する。

- ・街の中に芸術があることによる意識の底上げ＝文化振興
- ・五感を使って"体験"できる展示が理想。ただし、展示品の展示方法や管理などの課題もある。

➡ ガラス作家や美術工芸作家によるワークショップの開催

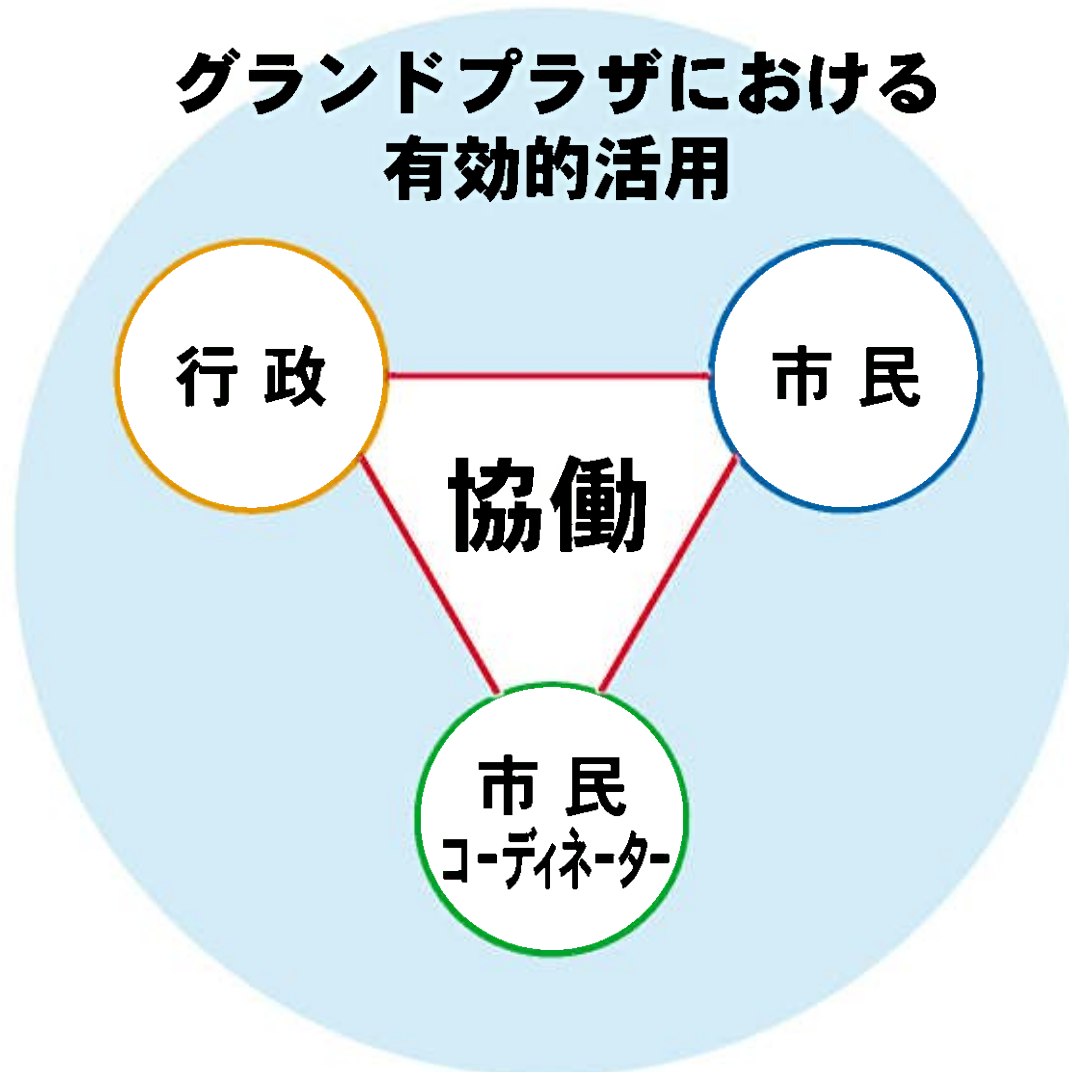
- ・子供から大人まで普段は見ることの出来ない創作現場の鑑賞や作家からの直接指導で市民の美術に対する親近感と愛着につとめる＝文化振興

◎「グランドプラザ」から音楽サークルや劇団を生み出す

グランドプラザの完成を記念して、「グランドプラザ劇団(仮称)」やバンド、サークルを結成し、市民に多様な文化活動の場を提供する。そして、それらのグループが1年に1、2回程度の公演をグランドプラザで行うのも良い。

6 まとめ(提言)

①運営は市民が中心となっていく＝「協働方式」



②単なる「道」から「場」へ

- ・グランドプラザは、単なる通りとしての「道」ではなく、市民の交流と喜びや元気を分かち合うことのできる「場」として確立させることが重要。

③文化・芸術・スポーツの活性＝元気創造＝グランドプラザの賑わい

- ・グランドプラザが文化・芸術・スポーツに力点を置いていただきたい。高い質の音楽や芸術、文化に身近に触れ合うことができ、またそれらの活動に取り組む方々に良質な場と機会を提供することは、富山県全体の文化振興と健康増進に繋がると共に、その「元気」が必ずまちに活力を生み出す。
- ・「グランドプラザ」ができたからこそ**「文化」「芸術」「スポーツ」に取り組む方々が、楽しく自由に活動することができる**

⇒まちに「元気」という大きなインパクトを生み出す

そのためには「高いクオリティ」と「オシャレ」、「親しみ」といった強いイメージ作りが大切。

※また、オープン後1年間はしっかりとした広報活動が重要⇒「何事もはじめが肝心」

④子供に優しい空間作り

- ・富山市の将来を担う子供たちにグランドプラザを好きになってもらいたい。
また、親が連れて行きたい場であって欲しい。

まちなかにおいて子供を安心して遊ばせたり、キャラクターショーや様々な親子教室を提供することで子供たちに豊かな感性とまちなかへの愛着心を育むことのできる空間作りが必要。

それが今後は親の安心に繋がり、親のまちなかへの愛着に変わり、まちなかへの居住。

まちなかの人口増と活性化＝最良の好循環が生まれる

◎未来の新聞で「グランドプラザ」の大きな記事が掲載されました。

あくまで想像です！

〇〇新聞朝刊

2017年9月24日 日曜日



グランドプラザ アニバーサリーイベント開催

西町総曲輪のグランドプラザ10周年を記念した「グランドプラザアニバーサリーイベント」が23日開催され、記念式典や市内の音楽グループなどによるステージなど多彩な催しが行われ、晴天にも恵まれ終日大勢の来場客で賑わった。

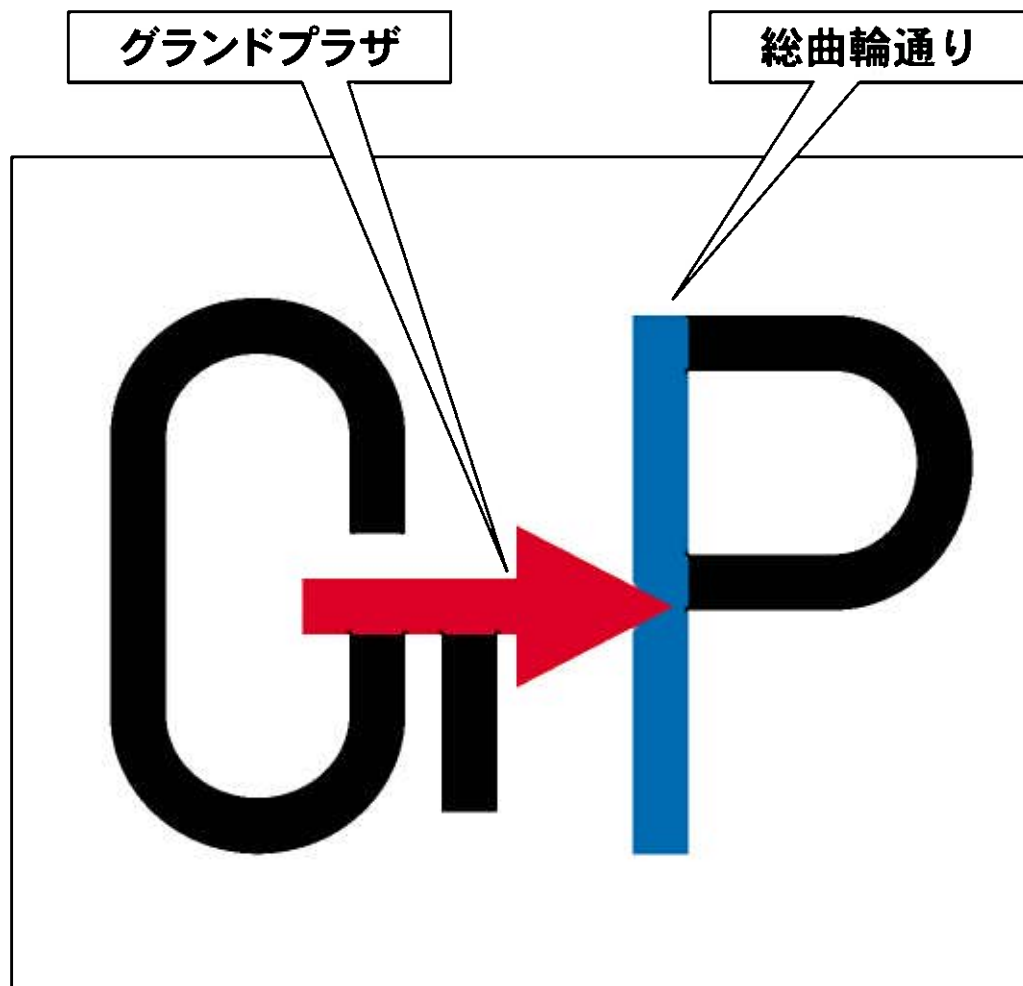
グランドプラザは今から10年前の07年9月に完成し、オープン後から個人や企業などによって頻繁に利用されると同時に、国内外の有名アーティストがよく訪れる場所としても有名で、まちなかにある公共スペースでは全国的にも有数の賑わいのある施設となった。施設の成功に成果を挙げた、運営組織と利用者との「協働運営方式」はいまや「富山型協働モデル」と呼ばれ、自主性のある施設利用と収益性を追求した取り組みが利用者増に貢献し、音楽やスポーツイベントなど多数の催しや個人・団体の利用が進んでいる。また富山市が進めてきた「まちなか居住」政策の成功と重なって、さらなる利用者や来場者を増やすことにも繋がった。

来場者の一人で近くに住む主婦は、「グランドプラザでは、いつも楽しいイベントがあるから良く来る。子供も安心して遊ばせることができ、近くにはたくさんのお店があるから便利」。また、金沢市から遊びにきたカップルは、「たまに富山市に遊びに来る。グランドプラザ前を通る新しい路面電車に乗ると、駅からも近く快適だった。ここはオシャレだし、近くには好きな洋服のお店も多いので気に入っている」と笑顔で話した。

富山市では市民に喜んで利用してもらったことのできる施設運営と、近年の子供の増加傾向とまちなか人口の増加をこのまま順調に維持していく方針で、これらについても「富山型協働モデル」を活用して推し進めていきたい考えだ。



◎最後に「グランドプラザ」のイメージマークを考えてみました。



矢印はグランドプラザからの人の流れを作るという意味。
赤色は刺激を意味する。

杉田さんによる斬新なデザインです。

ご清聴ありがとうございました。
ならびに富山市の担当課職員の皆様と青年元気塾の他のメンバーの皆様、
一年間ありがとうございました。