

3-1 利活用における3つの戦略

- 中央通りの賑わいづくりでは、その運営に関わる多主体が協働し、中央通りへの関係人口を増やしながら、質の高い利活用を持続的にやっていく必要がある
- ここでは、多様な主体の円滑な連携を促すために、“ニワミチ”で求められる利活用の方向性を3つの戦略として示す



戦略①

「みんなが気持ちよく過ごことができる」
居心地の良さの実現

当事者意識が育つと
さらに居心地が良くなる

居心地が良いと
何度も来たくなる



戦略③

「みんなで作くり、育んでいく」
インクルーシブな賑わいづくり

何度も来ると
当事者意識が
芽生える



戦略②

「使い続けたい、何度も来たい」
魅力的なコンテンツ・効果的な情報発信

利活用戦略と 景観形成戦略の関連

戦略①

「みんなが気持ちよく過ごことができる」
居心地の良さの実現



戦略②

「使い続けたい、何度も来たい」
魅力的なコンテンツ・効果的な情報発信



戦略③

「みんなで作くり、育んでいく」
インクルーシブな賑わいづくり



景観形成における 5つの戦略

戦略①

統一感・連続性
による都市軸の演出

戦略②

回遊を促す心地よい
アイレベルでの変化

戦略③

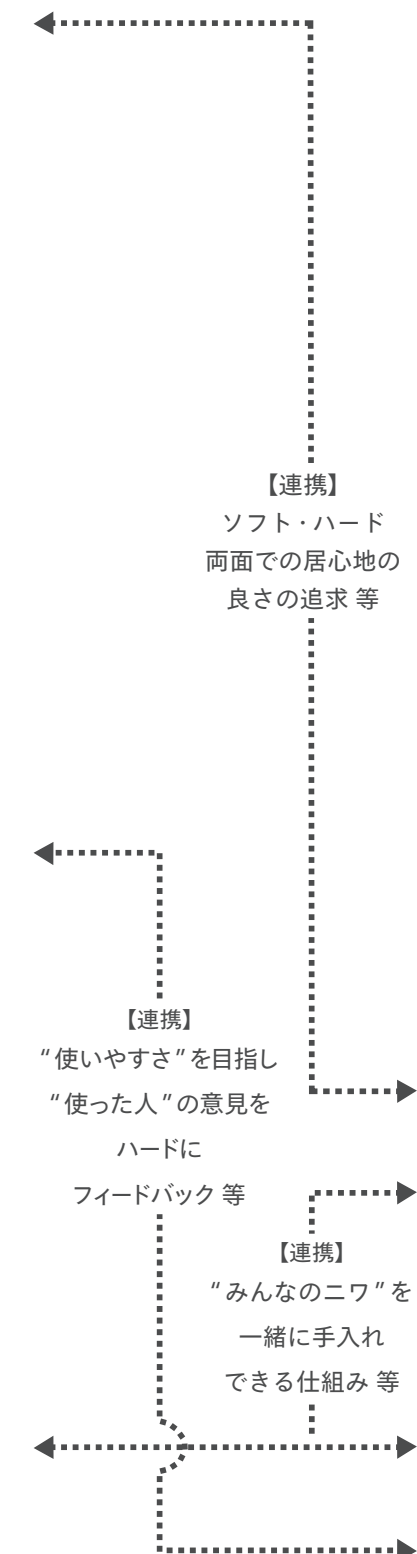
四日市の顔に
ふさわしい高質な設え
と四日市らしさの表現

戦略④

豊かで多様な緑の設え
による居心地の良い
空間づくり

戦略⑤

官民一体の賑わいを
演出する使いやすい
空間づくり



3-2 戦略①

「みんなが気持ちよく過ごることができる」居心地の良さの実現

居心地の良さの実現に向けて、ハード的な空間づくりに加え、
下記についての取り組みを行う

①「自分の好きなように自由に使う」を促す

「使い方」イメージを具体化・共有→「望ましい活用のシーン」の発信

- 多様なアクティビティを受け入れる場とすることで、自分の使い方を見つけることができ、居心地の良さ向上が期待できる
- さらに、自分に合った使い方を見つけやすくするために、今後、具体的な利活用の取り組みを通じて、中央通りの空間や公園での「このような使い方が良い!」という事例を「望ましい活用のシーン」として利活用戦略に追加する（下記参照）

望ましい活用のシーン



- そぞろ歩きしながらふらっと入れるお店で楽しめる
- 地域色ある品がセレクトされ「まちの顔」を体感できる
- 道・広場・店舗の区別なく豊かな滞留体験を得られる
- 子どもが楽しみ親も安心して時間を忘れられる場がある
- いつもきれいな場が保たれることでマナーが伝播する

そぞろ歩き # セレクトショップ # まちの顔
シビックプライド # オープンカフェ
こどもの遊び場 # 過ごす場を選べる自由度

望ましい活用のシーンの構成

イメージスケッチ／写真

ユーザー体験を示す文

キーワード

② みんなが使うことを意識し、それぞれが気持ちよく過ごすために 「利活用マナーの向上」を促す

- イベント実施時は、イベントの音量・音色に配慮する
※今後実際の運用を通じてルールを見直し予定
- 飲酒する場合は、法令を遵守しつつ、周囲に配慮して楽しむ
- 花火、焚火（BBQ等）については、管理者の定める場所やルールに従って行う
※都市公園法施工令第18条：公園管理者が指定した場所以外の場所で焚火をすることは禁止
- イベント会場等への来場方法について、イベント告知時に公共交通の利用を推奨するなど、会場までのアクセスにおいて危険や混雑等のおきない快適なイベント実施を行う
- スマートシティサービスによって、空き駐車場の状況についての周知を行う

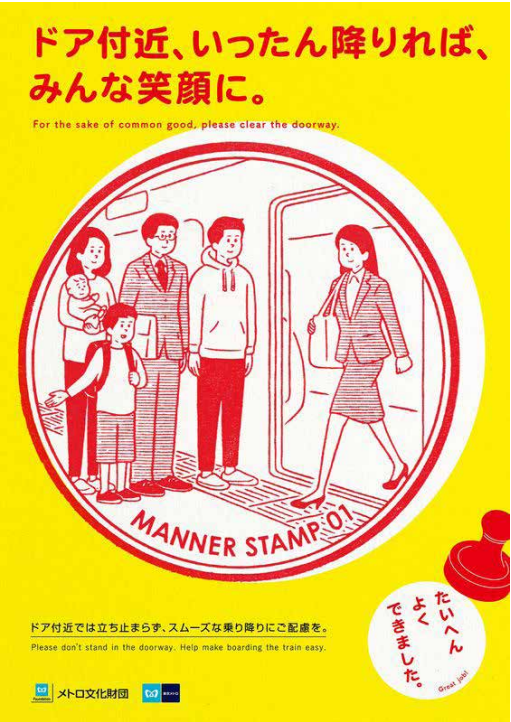
マナー向上を促すサイン・表示

- 通常の禁止サインではなく、キャッチコピーとアイコンといった表示でマナー向上を促す
- 禁止ではなく、呼びかけ的なコピーを用いる



出典：日本たばこ産業株式会社
マナーグラフィック
引用：日本たばこ産業株式会社HP
<https://www.jti.co.jp/coexistence/manners/approach/graphic/index.html>

出典：公益財団法人メトロ文化財団
マナーポスター
引用：公益財団法人メトロ文化財団HP
https://www.metrocf.or.jp/jigyoku/manner_poster/2017.htm



3-3

戦略②

「使い続けたくなる、何度も来たくなる」

魅力的なコンテンツ・効果的な情報発信

ニワミチのファンを増やし、使い続けてもらうために下記の取り組みを行う

①「興味を持ってもらう」ための質の高い情報発信

「四日市の魅力を知る・感じる」ディレクションができる
デザイン人材との積極的協働による魅力的なコンテンツ
による情報発信

- NYP内の四日市の魅力をディレクションできる人材、
デザインの専門性を有するデザイナー人材と積極的に協働し、
魅力向上をはかり、利用者数拡大を目指す

②「多様な過ごし方の幅」を知ってもらうための
情報発信

タイムリーな情報発信

- スマートシティポータルサイトやデジタルサイネージなど
で中央通りで行われているイベント等のタイムリーな
情報を掲示する
※ SNS の活用については今後要検討

③「日々の変化を感じる」利活用マネジメント

- 市民が日常と非日常を体験できるように積極的な“いち”
やイベントの運営
- 何度も来たくなるためには、季節・日時の変化を効果的
に演出するのが望ましい
 - そのため、積極的に“いち”やイベントの運営を行う

経済産業省発行
インタウンデザイナー活用ガイド
2023.3に発行された地域の課題解決
にデザイナーの力を積極的に有効活用
することを薦めている



社会実験時の広報、
SNSでの発信

- 広報に関しては、デザイナーと協働
してビジュアルのトータルディレク
ションを行った
- Instagram,X（当時Twitter）
,Facebookでタイムリーな情報発信
を行った（のべフォロワー2300人程度）



3-4 戦略③ 「みんなでつくり、育んでいく」 インクルーシブな賑わいづくり

市民の関わるきっかけや関わりしろをつくり、当事者意識を醸成する下記の取り組みを行う

①「みんなが使いたくなる」 ための情報発信

実際に使った実績をアーカイブ
化し、発信
イベント利用者等の使用時の状況
写真や使用後の感想をアーカイブ
化し発信していく

スマート機器による場所情報の発信
AIカメラや環境センサーにより取
得する歩行者交通量や温度等の環
境情報を公開し、使いたい人が場
所の情報を入手できるようにする



“はじまりのいち”社会実験 2022 での
活用の様子

- 社会実験では59の事業者が出店し、12の
イベントが開催された
- 休祝日の歩行者交通量は2～10倍となった
- 一方、一部の利用者のマナーの問題も顕在
化した

② “ニワミチ”に対しての当事者意識を育む体制・仕組みづくり

多様な主体の“手入れ”を受け入れる体制・システムづくり

- 自分たちが“ニワ”を自ら手入れするなど、市民活動の場としていき、場に対する愛着を育むことをめざす
- 緑の維持管理等について、官民協働で育てていく仕組み・体制づくりを目指す

③「市民の日常生活の憩いの場」を意識した利活用マネジメント

オープンスペースでの利便性や快適性を向上するアクティビティを受け入れる

- 収益事業に限らず、市民の日常生活の憩いの場として、多様なアクティビティを受け入れる空間
となることをめざす
- 多様な地元の事業者が出店できる“いち”のようなイベントを実施し、使う人の門戸を広げつつ、
市民との距離感を縮める



市民みんなで楽しむ参加型グリーンプロ
ジェクト
GREEN COMMONS
神戸市東遊園地内の「学びの庭」で市民ガ
ーデナーを育成するプログラムなどが2022
年から実施されている