

あんじょう + 20min 広場



三河安城を取り巻く状況 市民協創の街づくりで、駅周辺の魅力作りを進める段階

三河安城のあゆみ
「日本のデンマーク」と称されるほど市民が育てた農業都市であり、自動車産業の広がりで多くの人が集まる街に成長した工業都市でもある安城。そして、市民の声によって新幹線駅となった三河安城駅。これからの街づくりも市民が中心となって進められる「市民協創の街づくり」が期待される。

三河安城駅の地理的課題
●公共交通利用の少なさ
自動車の交通分担率が69.7%を占め、公共交通は10%に満たない地域であるため、鉄道駅周辺が発展しないという課題がある。
●新幹線の通過利用
近隣の名古屋駅の利便性が高く、東海道新幹線の乗降客数は1日平均3,500名程度と少敷。

三河安城駅周辺の現状
民間施設や高層マンション等が立地しており、周辺に一定の人はいるが、鉄道・バスの利用者は1万人/日程度と限定的である。さらに、土地区画整理事業で作られた駅前広場は、特微・魅力的な施設の不足や活動施設の難しさから、賑わいにかけている。日常利用者が滞在したいと思える場と仕掛けが必要である。

コンセプトと設定理由 定刻前の「プラス20分」を三河安城で使いたおす！ 安心して乗車でき、安城を好きになる駅前広場へ

三河安城駅の周辺には、駅利用者が集まるだけではなく、その地域で住む人・働く人がたくさんいます。そして、街を良くしたいという想いから、主体的に集い協創する市民もいます。それらすべての人が、三河安城という場に可能性を感じ、日常生活に「プラス20分」の価値を得られる空間を作りたい。そこで、在来線駅と新幹線駅の中間に位置する失総公園に、駅ならではの利便性と安城市民で作る魅力を掛け合わせ、ちょびり暮らしを良くできる駅前広場を作ります。

利用者のニーズ	駅前広場での提供価値
三河安城駅周辺で働く会社員 バスや電車で通勤しているが、退社後に、便を待つ時間を過ごせる場所が少ない。 お昼休みにつづけるスペースもない。	終業後・休憩中の「+20分」を使いたおす！ ●バスや電車の乗車を待つ軽食やカフェを楽しめる ●お昼休みに会社の同僚と喫食できるスペースにも ●安城の美味しい農産物や手紙に受け取れる機能も用意
三河安城駅から出勤する会社員 三河安城駅で通勤・出張することが多いが、電車で乗り遅れるのが不安で、結局駅前の待合室で時間を潰している。	通勤前の「+20分」を使いたおす！ ●朝の通勤前に立ち寄り、PC作業や読書ができる場 ●朝食やカフェが楽しめるキッチンカー・ブースも用意 ●電車やバスの時間が遠慮で分かる仕掛けもあり安心！
三河安城駅周辺に住む主婦 子育てをしていると、子どもと通わせる場が欲しい。車で送迎するの面倒だし、駅前にも子どもと楽しめる場が欲しい。	休日の「+20分」を使いたおす！ ●子どもと一緒に居外で遊ぶスペースを用意 ●イベントやアプリで遊びながら家族全員楽しめる ●三河安城で行われるイベントが一目でわかるボードも

特徴的な機能と安城らしさ あんじょうに乗り（じょうしゃ）できる！



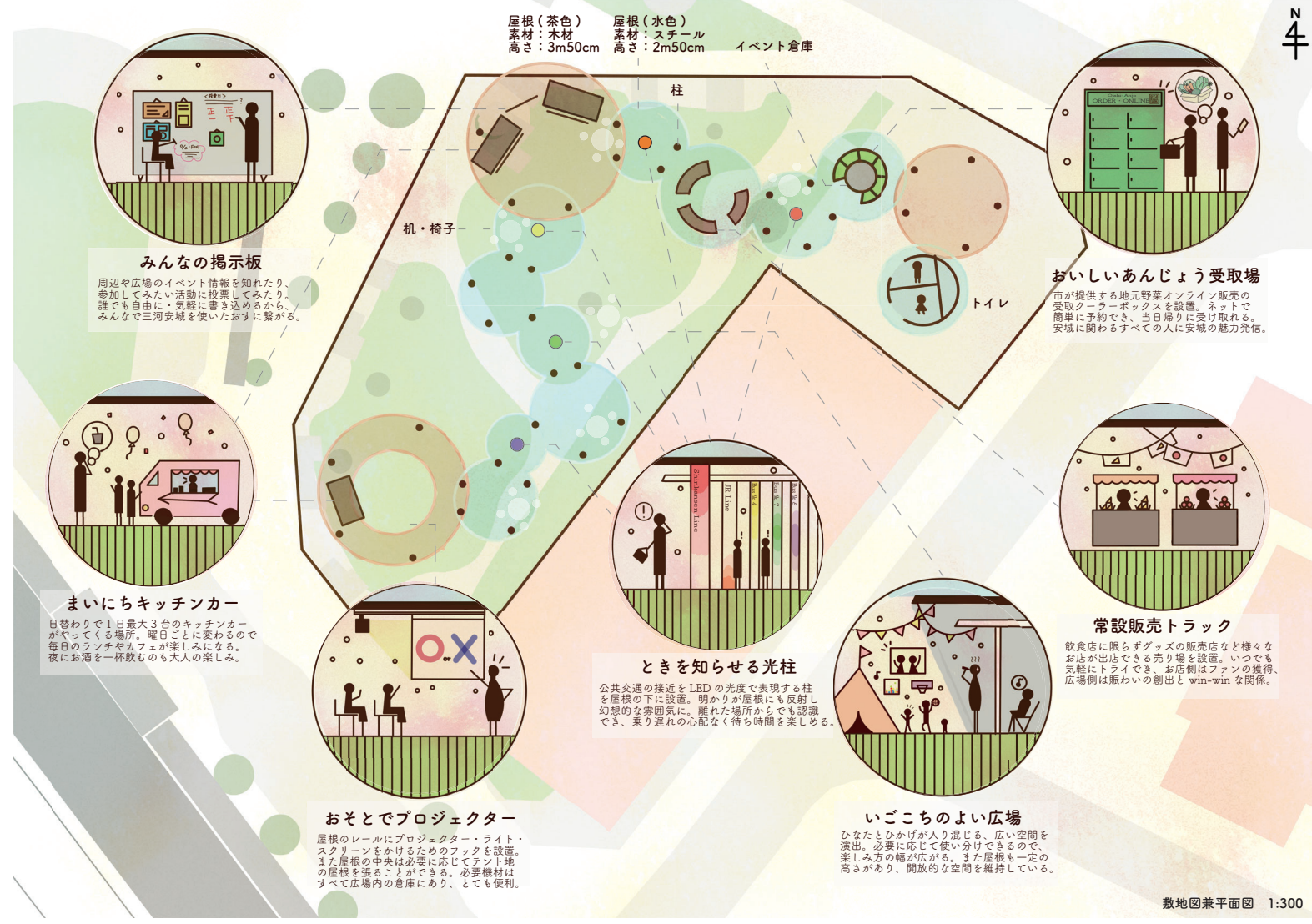
将来的に目指す姿
市民活動の活性化
イベント実施の掲示板からスタートした掲示板が、市民協創の場へ進化！
市民活動をもっと活性化させるべく、市民協創の場へ進化！
「抱えてる課題を一緒に解決してほしい」といった願いを共に実現する場へ。

掲示版を通じたつながり
月1開催からスタートした「三河安城の日」を徐々に毎週土曜日開催へと拡大する。
市内の三人が安城に滞在し、消費を行う。その結果、地域野菜などを市内居住者に販売する機会が回り、それら資金の源泉として、更なる活動が生まれる好循環を生む。

市外来訪者を増やす
月1開催からスタートした「三河安城の日」を徐々に毎週土曜日開催へと拡大する。
市内の三人が安城に滞在し、消費を行う。その結果、地域野菜などを市内居住者に販売する機会が回り、それら資金の源泉として、更なる活動が生まれる好循環を生む。

人が集い、金が循環する
イベントやおいしいあんじょうから、市民協創の場へ進化！
市内の三人が安城に滞在し、消費を行う。その結果、地域野菜などを市内居住者に販売する機会が回り、それら資金の源泉として、更なる活動が生まれる好循環を生む。

全体の機能配置と利用イメージ 日常の「プラス20分」を彩る仕掛けで溢れる駅前広場は、毎日行ってもわくわくが止まらない



行動変容のロードマップ

利用者の広場活用フェーズ	利用者の行動	利用者の心情	事業実行者の取り組み
1 駅前広場への来場	●SNSや市広報誌、知人からの口コミなどを通じて、三河安城駅前広場の取り組みを認知する。 ●インターネットで検索し興味を持ち、通勤前後や休日に訪問してみよう。	「三河安城駅ではこんな取り組みをしているんだ。継続的に使ってみよう！」 「正直、大したことないかも...でも一度足を運んでみよう！」 「行ってみたい！」	●安城市の公式LINEアカウントや広報誌「広報あんじょう」等を通じて、市民への認知を広げる。 ●インターネットや公式SNSなどを展開し、認知してもらった際に詳細な情報を提供する。
2 駅前広場利用の習慣化	●キッチンカーでの飲料・食事提供を、出勤前やランチタイムに活用。通勤後に「おいしいあんじょう」を通じて、毎日の食事で食べる野菜を調達する。	「日によって違うキッチンカーが出てくるので、継続的に使ってみよう！」 「朝コンビニ行く時間ないけど、ここならササッと買える」 「美味しい野菜を継続的に買いたい！」	●キッチンカーの事業者の種類を増やし、繰り返し利用しても飽きない体制を実現する。 ●「おいしいあんじょう」に連携し、無人マルシェにて安城産の野菜を継続的に提供する体制を整える。
3 駅前広場開催のイベント参加	●駅前広場に設置された黒板でイベント開催の情報を入手。 ●友人からの誘いを受けてイベントに参加する。 ●日常利用のついでにイベントに参加してみよう。	「へー、こんなイベントも駅前広場で開催しているのね」 「自分の興味と合うイベントをやってみよう！」 「参加してみよう！」 「時間もあるし、ついでに参加しよう！」	●黒板にイベントの情報を掲載できるように、イベント実行団体に呼び掛ける。 ●SNSなどで告知し、イベント開催について周知する。 ●キッチンカーなど日常利用者が目につくところに、イベント情報を掲示する。
4 継続的な参加によるファン化	●企画情報を発信するSNSをフォロー。 ●イベント参加後に、黒板を通じて参加者と運営者が継続的に交流する。 ●複数回参加する中で、運営者とのつながりが深まる。	「また面白そうないイベントやってみよう！」 「イベントに参加した感想を、周囲の人と共有したい！」 「イベント運営は面白そうだな」 「自分も作り手になりたい！」	●黒板にイベントの感想を記入する場所を用意する。 ●イベント運営に参加者との交流を積極的に行うよう意識づける。 ●複数回参加してもらったことの特典を用意し、繰り返しの参加を促す。
5 イベントの作り手への変化	●イベントを考案する食事に参加し、楽しさを体験する。 ●イベントづくり体験会に参加し、一つひとつの作り手側として関与する。 ●市民団体などに所属し、作り手になる。	「ラフな環境でイベントに参加するのは楽しかった」 「イベント参加者が満足してくれて、やりがいを感じた！」 「実際にイベントを作る側になって頑張ってみよう！」	●食事会のセッティングと参加の呼びかけ。 ●イベント開催の意欲がある人に向けて、使用場所に関する情報提供を行う。 ●本人の活動希望を汲み取り、活動内容が合致する市民団体とマッチングする。

駅前広場の日常利用から、街の賑わいの作り手へ進化するモデル

事業スキーム（運営体制・資金調達）	資金調達体制と運営組織の設置
ステークホルダーと運営体制 全ての人がWin-Winになるモデル	運営組織の人員費 1日1万円×365日 ＝365万円 施設整備費（メンテナンス） 月10万円×12か月 ＝120万円 ※初期設備の建設 ※安城市からの補助金を活用 ※JR東海と連携して無償実施
運営組織 （駅前広場・コミュニケーター）	収入の部 キッチンカー土地費用 1日5,000円×3か所 ×365日＝547.5万円 おいしいあんじょう利用料 ※平日の10%を専任収入とする。 1,000円/人×10人/日 ×365日×10%＝36.5万円 イベント実施手数料 年間80日/年 ×5,000円/日＝40万円
485万円/年	624万円/年
初年度から約140万円の収益を生む事業スキーム この収益を原資に新たな企画を次々展開します！	事業スキームを実現する運営者は「駅前広場・コミュニケーター」として活躍してもらう。地域の高齢者を中心となり、市民・利用者と企画者、さらには民間企業や行政をつなぐ役割を果たす！