

## チャレンジ！！オープンガバナンス 2016 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注)	No.	タイトル	自治体名
	19	シビックプライドの醸成	横浜市
アイデア名 (公開)	害をアートに。そして誇ろう。		

(注) 地域課題タイトルは、COG2016 サイトの中に記載してある応募自治体の地域課題名を記入してください。

### 1. 応募者情報

チーム名 (公開)	電柱チーム		
チーム属性 (公開)	<input type="radio"/> 1. 市民によるチーム <input checked="" type="radio"/> 2. 学生によるチーム <input type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム		
代表者情報	氏名 (公開)	沖田智紀	

#### ※ 公開条件について

次ページ以降の「2. アイデアの説明」でご記入いただく内容は、内容を確認した上で、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示—非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。

(具体的なライセンスの条件につきましては、

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)

#### (注意書き)

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2016\_応募用紙\_具体的チーム名\_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2016 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin\_padit\_cog2016@pp.u-tokyo.ac.jp

<公開非公開など>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、代表者氏名、「アイデアの説明」は公開されます。

3. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)

4. この応募内容のうち、「審査項目自己評価」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

5. 「アイデアの説明」中に、文章、写真、図画などで応募したチーム以外に知的所有権が属する箇所がある場合には、法令に従った引用や知的所有権者の許諾を得るなどをした旨をそれぞれ注として書いてください。「審査項目自己評価」中も同様をお願いします。

<チームメンバー名簿>

6. チームメンバーは別紙のエクセルファイルに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は COG 事務局からは非公開です。詳細は別紙をご覧ください。)

## 2. アイデアの説明（公開）

データや資料を活用して課題の具体化とその解決につながるアイデア（公共サービス）のストーリーを語ってください。

### (1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、だれがする、何を、どこでする、いつする、どのようにするものなのかを考えて、各要素を入れて内容を描きストーリーを整理していくとよいでしょう。以下の欄内でご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

**【プロセス】** まず、横浜市内は道幅が狭い道路が多く、その狭い道路に立つ電柱が交通事故の危険性を高め、さらに街並みの景観としてもマイナスであるということに目をつけた。この課題は横浜市だけの問題ではなく、対策として電柱の地中化が実施されている地域も少なくないが、実際はハイコストであり現実的ではない。我々は、これらの電柱を無くすのではなく、存在意義を変えることに着手しシビックプライドに繋がるアイデアを考えた。

**【コンセプト】** 横浜市内にある自治体・学校・企業、がその構成員に写真を募集した上、区単位で集約しモザイクアートを作成過程やその成果物を通して、参加者が横浜市に帰属意識・愛着を持つようになることを目指した。これはいわゆる「シビックプライド」を生み出し、構成員一人ひとりの市民活動への積極的な参加を誘発し、ひいては市民同士の横の繋がりや自治体・学校・企業の良好な関係を構築するものに発展するだろう。横浜市のこの取り組みは市民の定住化を図ることができる。

#### 【本企画のポイント】

1. 住民の思い入れのある写真一枚一枚が街の景観の一部となることで、住民に街に対して愛着を持たせる。
2. 参加企業、学校、行政が「モザイクアートの作成」という共通目標を持ち、産学官の協働を図ることにより協力団体として親近感・団結意識をもつ。
3. 企業の広告とコラボレーションさせることによって宣伝効果を齎せた。

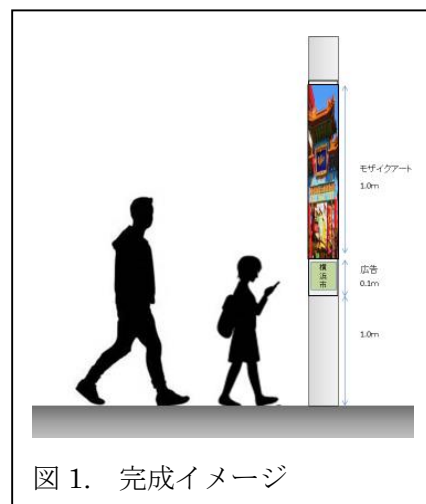
#### 【アイデアの内容】

**<モザイクアートのデザイン>**モザイクアートで横浜の名所名物を表現する（図1）。50cm×1mの大きさに参加団体が募集した写真約2220枚（1枚当たり1.5×1.5cm）でモザイクアートを作成する。さらにその下10cmに企業の広告スペースを設ける。

**<対象>**30歳～50歳の子持ち層を対象にすることを検討した結果、子供にも愛着を持ってもらうために、子供から親世代まで幅広く対象とすることにした。

**<体制>**横浜市が主催し、応募要項を指定したうえで市内18区に実施を依頼。各区は応募された写真を市販のモザイクアート生成アプリでモザイクアートを作成。

**<実施期間>**2017年6月から東京五輪が開催される頃までの2020年の5月までを本企画の実施予定期間としている。およそ4か月で一連の企画を終えられるので、期間中に9回実施でき、より多くの市民を巻き込んで行う機会を作れるだろう。



時期	作業工程
6月中旬	写真の募集を始める
7月上旬	どんな絵にするか案を考える
8月中旬	市の許可をとる
9月上旬	作成
9月下旬	電柱に取り付ける

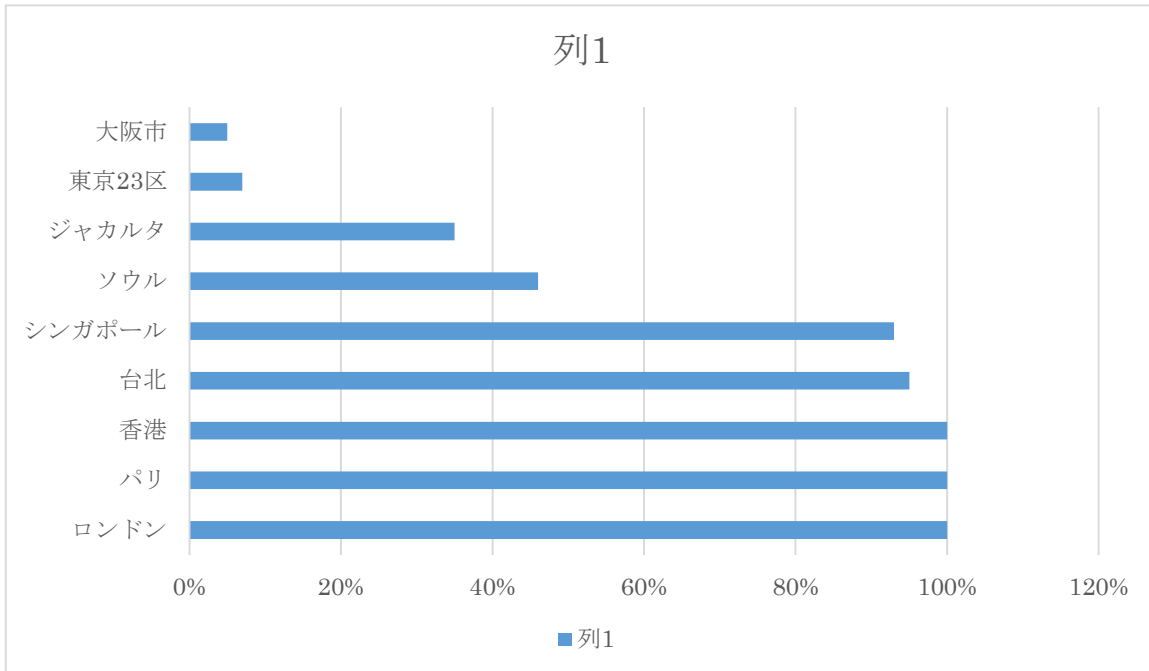
## (2) アイデアの論拠（公開）

アイデアの論拠（なぜこのアイデアにするのか）を、それをサポートする数値データ（実績、統計やアンケートなど数字であらわされるもの）や証拠（資料や計画、既存の施策など）（以下：総称して「データ類」といいます）などを含めつつご記入ください。数値データや証拠は出所を明らかにしてください。以下の 2 ページの欄内におさまるようお願いします。

### 1.電線地中化の費用

一般的に歩道の下に電線を埋設するには1キロあたり5~7億円の費用が必要といわれている。  
(「電線地中化は10倍のコスト」「景観向上や災害対策に」無電中化の利点と課題 より)

### 2 . 欧米やアジアの主要都市と日本の無電中化の現状



世界と比べると日本は圧倒的に電柱が多くたっていることが分かる。

### 3.写真を使うことのメリット

心理学のジャンルで、写真の撮り方、感情、被写体についての詳述を探るのは困難と思われたため、写真論で、見る・見られる、主体・客体といった言及がなされている資料。

・『明るい部屋；写真についての覚書』 ロラン・バルト／著 みすず書房 1985

稀代の思想家が「写真」という行為、現象について思索しているもの。引用されることが多い写真論。

・『明るい部屋の謎；写真と無意識』 セルジュ・デュスロン／著 人文書院 2001

精神科医である著者が、ロラン・バルトの著作『明るい部屋』について批判したもの。

・『現代写真のリアリティ』 京都造形芸術大学／編 角川書店 2003

カメラが封じ込めた光の痕跡が何を表現し、どんな現実を生み出しているのか。身体、性、記憶など多様な視点から探る写真表現の現在を語っている。

・『写真に帰れ；伊奈信男写真論集』 伊奈信男／著 平凡社 2005

歴史的に振り返る写真論。

・『写真、その語りにくさを超えて』 日本記号学会／編 慶応義塾大学出版会 2008  
記号論の立場から写真論を展開する。写真家が自作を解説している。

・『写真の力』 飯沢耕太郎／著 白水社 1995  
死者、フリークス、狂気、少女、ボンテージ、戦争、ルイス・キャロルなど《逸脱の写真史》とその《力》を解明する評論集。

#### 4.モザイクアートの成功例

京都府京都市 ～新町モザイクアートまつり～

神奈川県厚木市 ～4000人の笑顔とマイブームが詰まった大輪のバラが出現～

岩手県盛岡市 ～SNSをフル活用、祭りの集客も同時にGet!のモザイクアート～

NY市 East Village ～街にモザイクアートを造り続ける、地元愛溢れるおじいちゃん～

山口県長門市 ～ふるさとの偉人をかまぼこ板2万枚で再現～

### (3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現にいたるプロセスとマイルストーン等、アイデア実現までの大まかな流れについて、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

横浜市の電柱の数：193164本（横浜市 HP）

この中の4つに1つの割合でモザイクアートを貼る

\*紙

500×1000mm(1個の大きさ)をA1の紙(594×841mm)で作る。

A1 ロール紙 594mm×45m 2本セット ¥2100 (Y!ショッピング)

→紙代；およそ¥904000

\*ラミネート

A4 ラミネートフィルム 100枚 ¥990 (Y!ショッピング)

→ラミネート代；およそ¥3600000

---

紙代(¥112697)+ラミネート代(¥450000)=全体費用¥4504000

この費用は企業(団体)が負担する。

ネットで注文し、約1週間で届くことを前提とする。

①参加企業と学校を募集する。

行政が18区それぞれの区から、企業と学校を1つずつ選抜。

②住民から写真の募集をする。(最低2222枚)

各駅に設置するポストへの投稿

ネット投稿

③デザインを考える

選抜された企業が学校に行き、学生と共にモザイクアートの案を考える。

学校側は授業の一環として行い総合学習の時間を利用する。

学生が企業と触れ合うことで、社会のことを知る機会にもなる。

④企業が絵の案について行政(区役所)へ発案。

⑤モザイクアートの作成

無料アプリ(ex. Hockneyizer Image Mosaic Generator)を使って

モザイクアートを作成する

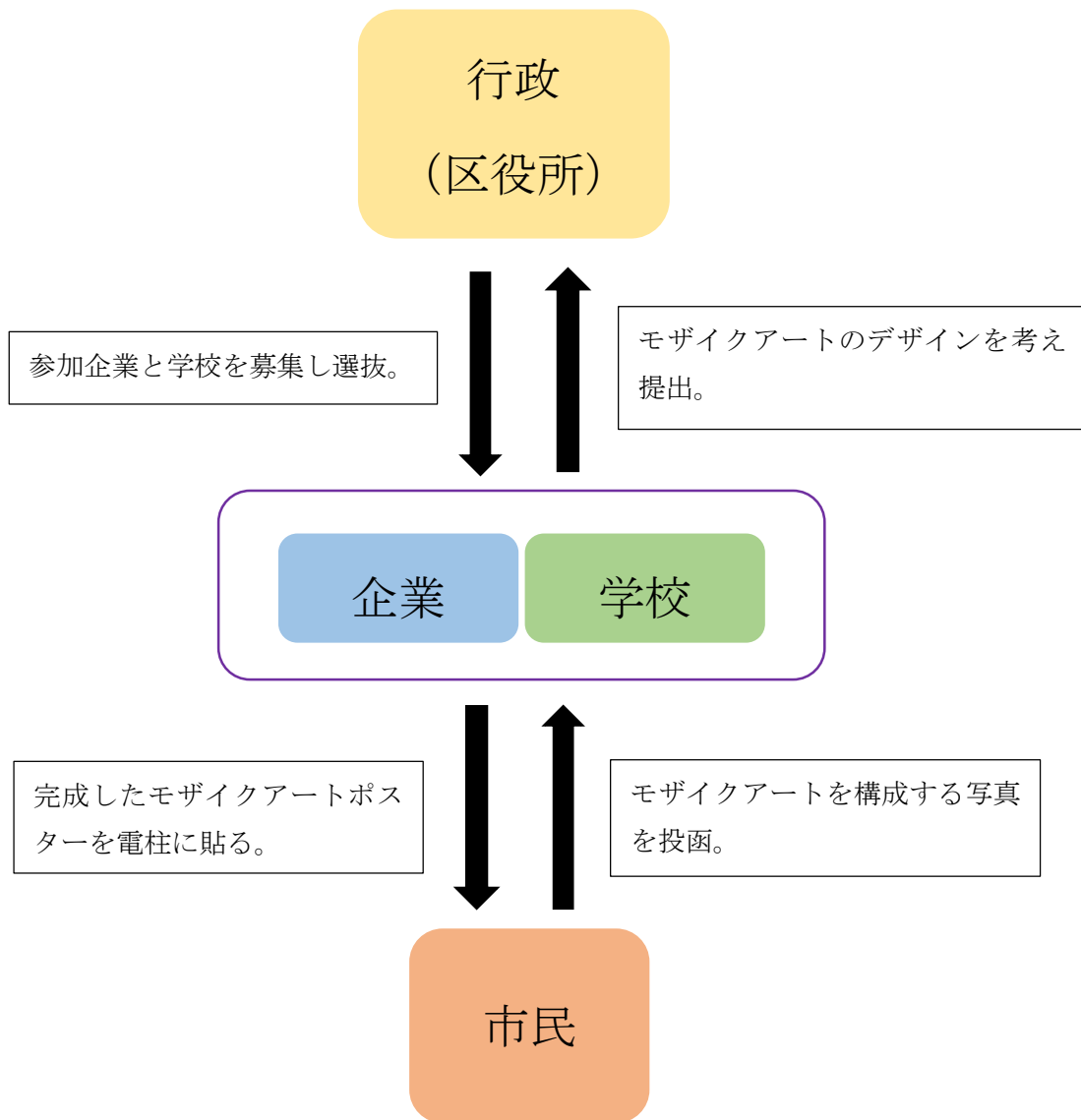
→2222枚の写真をそれぞれ1.5×1.5cmに縮小させ

0.5㎡(50×10cm)のモザイクアートを作る

⑥18区すべての代表者で交換会を行う

⑦全ての区が作成した 18 種類のモザイクアートを、区ごとに均等に電柱に貼る  
参加した企業(団体)と生徒によって行う

この①～⑦を繰り返す



#### (4) そのほか (公開)

アイデアのアピールポイントや、アイデア実現に当たっての制約があればそれとその当面の解決方法、さらに将来の発展可能性 (例えば「将来的に xx という制約をクリアできれば、追加で○○ということが実現できる」など) について、以下の

欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。

#### 実施期間

2017年6月～2020年5月

2020年のオリンピックに向けて東京都は無電中かを進めようとしている。それに伴い横浜市も無電柱化がすすめられている最中である。無電柱化を行うためには、多くのコストと時間が必要である。無電中化が進むまでの期間を利用して電柱の新たなデザインを考えた。無電柱化が進んでいなければどの道でも電柱は見受けられる。しかしながら、そんなにも多く存在する電柱を利用して何かをアピールもしくは発信していることは多くない。稀にチラシが張られていることが見られるが、これといって歩行者が目を引くようなものではないと考えている。そこで私たちは、このプロジェクトを企画した。

#### 制約

将来的に無電柱化を2020年5月までにある程度進まないこと。

無電柱化が進んでしまうと対象地が持てないため。

街を歩いても電柱のない道は存在しないのではないかと思うほど、どの道に存在している。これらの電柱を活かし道の利用者が情報をキャッチする機会を増やしたいと考えた。

発信する情報として住民参加を軸に置きました。住民参加を軸に置くことにより友達、近所の知り合いなど身近な人が発信していると興味を持つ機会が増えると考えました。また、学校と企業の間には横浜市旧力があることに掘り円滑にプロジェクトが進むと共に、学校・企業・行政が合同で行うためあらゆる側面で効果が期待される。

学校：生徒たちの社会性の向上。学校の枠組みを越え広い視野を養える。

企業：宣伝効果。横浜市内の企業協力の促進。競争力の促進。

行政：市民参加型を促進。

市民がまちに対して行動を起こすことは、将来への期待も高まることにもつながる。また、住民参加のまちづくりが本格的に始動できると考える。将来への希望をもつことはその後も自分たちの手でこの街をよい方向へ変えていこうという感情を生み、シビックプライドにもつながる。