

## 水辺を活用したエリアマネジメント事例：竹芝夏ふえす

森記念財団 研究員  
滝 典子

ウォーターフロント…そう聞くとサンフランシスコのフィッシャーマンズ・ワーフ (Fisherman's Wharf) やロンドンのドックランズ (London Docklands) のようなオシャレな海外都市をイメージするかもしれない。日本語に直訳すると、「河岸」、「水辺」となるウォーターフロントであるが、近年環境にやさしい舟運交通が見直され、地球温暖化の影響も相まって積極的に活用されるようになってきている。



竹芝エリア

(出典)東急不動産株式会社、鹿島建設株式会社プレスリリース資料

その一例として挙げられるのが、港区竹芝エリアにある竹芝ふ頭(デッキ&マストの広場)を活用した「竹芝夏ふえす」である。このイベントは、東急不動産株式会社と鹿島建設株式会社が共同で開発する「(仮称)竹芝地区開発計画」の一環で、一般社団法人竹芝エリアマネジメント(以下、本エリアマネ団体)が主催する。



竹芝まちづくりサロン

(一般社団法人 竹芝エリアマネジメント)

本エリアマネ団体は、東京都が進める都市再生ステップアップ・プロジェクト(竹芝地区)の開発を機に、2013年9月に設立された竹芝地区エリアマネジメント準備室の次のステップの組織として、2017年3月に設立された同組織は、[竹芝地区まちづくり協議会](#)の事務局として、エリアマネジメント全般に携わり、清掃活動や地域密着講座を行っている。また、竹芝のナイトライフを盛り上げる取り組みとして、旧芝離宮恩賜庭園を活用した賑わい創出イベントを開催している(今年は5月25日~26日)。

立地条件を見てみると、竹芝エリアはお台場からほど近い。さらに、旧芝離宮恩賜庭園や劇団四季東京公演本部、竹芝ふ頭といった観光資源を十分に有しているようではあるが、実は思うように集客が見込めていない、エリア内のオフィスワーカーがエリアの魅力を認識できていないという課題を抱えている。その打開策として打ち出されたのが、この「竹芝夏ふえす」である。今年は台風の直撃により中日が荒天であったにもかかわらず、昨年に引き続き3日間の合計で約5,200人の来場者を記録した。4回目の開催にしては定着し、成功しているイベントといっても過言ではない。その背景には、一体どのような取り組みがあったのであろうか。

### ■地域活性化を目指して

地域活性化を目指し、公共空間である竹芝ふ頭を活用する社会実験として始まった本イベント。それを定着させ、認知度を高めるためには、まずエリアの関係者による理解と協力を得ることが第一条件である。そのため、竹芝エリアの開発に携わるデベロッパーが主体となり、うまくエリア内の飲食店や高校(芝商業高等学校)を巻き込んだ。高校生は今年、オリジナルのノンアルコールドリンクを安く販売し、合唱で会場に彩を添える等、エリアの盛り上げに一役買った。

### ■若者をターゲットに

竹芝エリアへのアクセスはお世辞にも容易とは言えない。都内の他のエリアで開催されるイベントと比較しても、本イベントの主な来場者はエリア内のオフィスワーカーで、仕事終わりに立ち寄り楽しむという印象を抱いていた。しかし、現実はずしもそうではなかった。



運営側にエリア内の高校生を巻き込んだことは前述の通りだが、参加する若者側から見ても魅力的な点がいくつかある。本イベントの期間中も運航されていた[東京湾納涼船](#)への乗船を待つ長蛇の列を見ていると、圧倒的に浴衣を着た高校生や若者が大半を占める。都心でありながら手軽に非日常を楽しむ機会を安価に(中高生は1,050円、浴衣着用の大人は1,600円)提供することで、うまく若者の支持を得たように見える。

また、インスタ映えするサービスの提供も若者の支持を集めた理由だと考えられる。協議会の有志が中心となって開発した「マリン・ナイトビュー」という主催者オリジナルのカクテルも販売した。インスタ映えはもちろんのこと、SNSを活用していない人にも十分に竹芝らしさを楽しんでいただけの工夫が盛り込まれている。このカクテルを提案した協議会会員でもあるホテルインターコンチネンタル東京ベイによると、カクテルの爽やかなブルーは島しょを想起させる波、アラザンは波の煌き、そして目を引く黄色い金魚草は海を泳ぐ魚を模したという。東京ではあるが、遠い島しょの魅力を込めた看板商品の一つと言える。



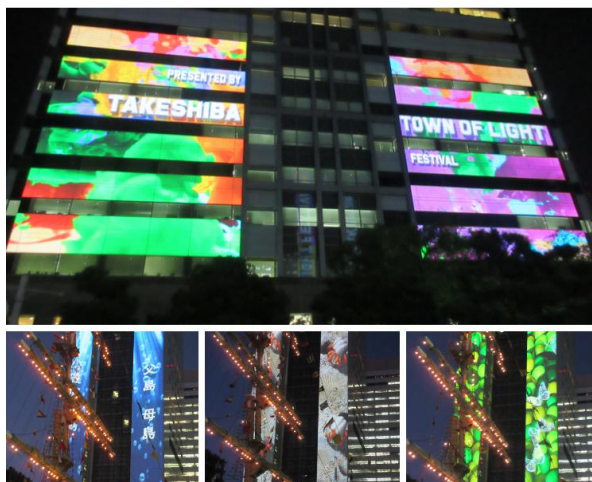
オリジナルカクテル「マリン・ナイトビュー」

さらに、ハッシュタグをつけて SNS に投稿すると、特定の屋台で使用できる 300 円割引クーポンがいただけるのも嬉しい。若者の好みを取り込み、SNS でフリーの宣伝をしてもらう手法は、エリマネ団体が運営するイベントでは恒例となってきている。

### ■島しょの認知度向上に貢献

プロジェクションマッピング「竹芝 Town of Light Festival」は非常に完成度が高い。それは使用された機材を見ても明らかだ。担当者によると、非常に明るい大型プロジェクターを 20 台以上使用したという。あの有名ホテル「マリーナ・ベイ・サンズ」エリアで行われているプロジェクションマッピングを手掛けるヘキサゴングループとヘキサゴンジャパンが今回のイベントをサポートし、照明・音響含め同等レベルの機材を用意したというのだから驚きだ。

特に今年是小笠原諸島返還 50 周年を迎え、その小笠原の魅力をも 50 の色で表現した「OGASAWARA 50 COLORS」をテーマとしたプロジェクションマッピングを披露した。その他、竹芝ふ頭から出発する島しょの名前や特徴が映し出され、竹芝と島しょのつながりをごく自然形で周知した。本事業には、公益財団法人東京観光財団「水辺のにぎわい創出事業助成金」が活用されており、水辺の活用への力の入れようをうかがい知ることができる。



プロジェクションマッピング「竹芝 Town of Light Festival」



イベント会場の様子

一方会場のステージでは、島しょ出身のミュージシャンを含むグループが 21 時(イベント終了)までライブを行い、老若男女が集う会場を大いに沸かせた。複数日にわたるイベントでは、たいてい同じゲストが何度もパフォーマンスをすることが多い。しかし、3 日間にわたって開催された本イベントでは、毎日異なるゲストがパフォーマンスを行い、何度来ても飽きない工夫も見て取れた。

また、伊豆諸島の食材を使用した料理や島しょにゆかりのあるドリンク(焼酎、ジュース等)を提供する屋台も出た。夏のイベントはどこも盆踊りや屋台と似たり寄ったりになりがちだが、島の素材にこだわったお店を多く出している点は竹芝のユニークさであり、売り出している強みだと思われる。



屋台

## ■まとめ

竹芝ふ頭からはレインボーブリッジが臨め、夜景を楽しむには格好のスポットである。それにもかかわらず、イベント開催時以外は人気の感じられない、いささか寂しい場所である。しかし、本エリア団体の活動の成果もあり、ここ数年で急速に本イベントの定着と竹芝ふ頭を含めたウォーターフロントの認知度向上が進んでいる。

水辺を始め、島しょやふ頭等、竹芝には売りとなる要素が多くある。竹芝ふ頭再開発事業によってオフィスビル、ホテル、レストラン等が海上公園と一体的に整備されたのに加え、本事業では、今後業務棟(A 街区)と住宅棟(B 街区)からなる延べ床面積 20 万㎡の国際ビジネス拠点が整備される。そして 2020 年には、浜松町駅から竹芝ふ頭へ直結する歩行者デッキが開通する予定となっている。今後、地域の力をますます取り込むことで、賑わい創出が期待できる注目のエリアであると言える。