

「花のまちづくり」と校区毎フラワーアップ戦略

— 福岡を花で美しく元気にするサポーターを育て、次世代へ繋ぐ —

木村 三重子 *Mieko KIMURA*

環境演出家[®]

NPO法人環境緑化を考える会理事長

要旨：九州新幹線全線開通、JR 博多シティ開業、天神都心部再生など、都心部の景観、風景づくりの再整備が進められている。2011 年の福博花しるべ事業で、都心部花回遊の理想景を垣間見た市民や来訪者には花風景が好評、継続への期待が多く寄せられた。福岡の都心部花風景づくりを官民共働で行う仕組みや「花のまちづくり」が継続する道筋づくりを、福岡で実践する草の根 NPO、団体、福岡市、(財)福岡アジア都市研究所 (URC)「花のまちづくり研究会」が一緒になって推進する「福博花のまちづくり」都心部花回遊の将来像を考察する。

■キーワード：校区、子ども、花文化、NPO、暮らし働き、共働

1. はじめに

福岡で活動する女性のキャリアを地域の社会貢献に活かす男女共同参画人材育成事業が、1998 年 6 月から翌年 3 月まで総理府（現内閣府）事業として開催された。当時のメンバーとして 20 名の仲間と学んだことがきっかけとなり、2000 年 4 月から天神北の街路花壇 58㎡を、市民花壇として福岡市から借り受けることから、フラワーアップ活動はスタートしている。天神北のスポーツクラブオーナービルの環境演出を任されていた仕事の延長線に、ビル前の花壇が荒れていたことがフラワーアップ誕生の発端となっている。

活動を始めるに前にいくつかの課題解決が行われた。

水やりの水提供や、みんなが活動時に集まる集会所、道具資材のバックヤード、トイレ、活動後の昼食場所など、活動をスムーズに続けるために解決しなければいけない大切なことが多くあったが、花壇前のビルオーナーの支援は大きな力となっている。夏には市民花壇にケナフや向日葵（ひまわり）の見事な花が咲き、やがて道行く人の目に止まり、ご近所さんが夏休みに水やりを手伝う

ようになり子どもたちも参加する、地域の老人会の取組みに育ち、フラワーアップ活動が小さなコミュニティを育み、花育てが人の心を繋ぐ初めの一步となった。

2. 活動の経過と報告

2.1. 第1ステップ

(1) 1999 年 9 月 福岡市と市民花壇借り受けの相談を行う。場所：天神北交差点スポーツクラブ前。路花壇 4 カ所 58㎡の環境美化。（相談時は 160㎡）

(2) 2000 年 4 月 1 日～2001 年 3 月 31 日までの 1 年間の植栽計画とスケジュールを提出し福岡市と市民団体との更新形式の借用契約書を交わす。活動経費は中央区地域振興課の活動支援を受ける。（年間 60 万～70 万円：3 年間限り）

(3) 市民団体名：フラワーアップネットワーク（女性 3 名、男性 3 名 計 6 名の有志で結成）

①活動名：フラワーアップふくおか 2000

②活動団体：フラワーアップネットワーク

③活動目的：市民有志が公共空間である街路花壇を市民花壇として福岡市から借り受け、自ら緑化活動を行うことで、福岡の環境美化に貢献する。

仲間づくりと都心部環境作りの一助を担う目的。

④活動場所：福岡市中央区天神4丁目 天神北交差点前街路花壇4カ所 58㎡

⑤活動日：毎月第2、第4土曜日 10:00～12:00

⑥キャッチフレーズ：フラワーアップふくおか～おでかけガーデニング in 天神～

あなたもお出かけガーデナーになりませんか？

⑦呼びかけはメンバーの知り合いを通じて毎回誘う。中央郵便局、周辺企業への案内チラシの配布、掲示、フリーペーパーでの告知などで参加を募る。フラワーアップメンバーは植栽計画、購入、苗の準備、花壇整備、段取り、活動指導、雨天時対策等、活動企画運営全体を担い、都心部での花植えをお出かけガーデニングとして参加者に楽しんでもらう仕掛けを作っている。1回の参加者は10名近く集まり、福岡市内はもとより、遠くは古賀市、春日市、小郡市からの参加もあり、次第に定着していった。フラワーアップは、老若男女問わず誰とでも何時でも何処でも、楽しみや大変を共に共有できる活動であり、意識付けや目に見える効果を花が美しく咲くことで実感できる草の根活動である。

初年度の参加者は延べ360名、活動24回、維持管理作業従事者1名、実動320日であった。活動経費は68万円（中央区地域振興課）活動経費は花壇整備費実費（年間4回植栽費）。参加者お茶代、セミナー開催費、報告書作成費、通信費、活動交通費等に使用。

2.2. 第2ステップ

2000年4月から有志で始めたフラワーアップ活動は、3年目2002年に活動の場を天神北の街路花壇整備から、大名小学校の校庭へと活動の場を移した。街路花壇づくりを一緒に行った大名校区老人会のメンバーと児童が主役。花を学校で児童と共に育てる世代間交流を目的として、中央区の地域支援を受けた。私たちは事務局や企画運営など、専門家として活動サポートを担った。



写真1 全校児童120名と一緒に花壇づくり

2004年、2005年は全国都市再モデル事業の福岡事例としてフラワーアップ活動が全国に注目されたことから、「美しいまちづくりふくおか」事業へと繋がった。会場となった大名小学校は福岡都心部の繁華街にあり、深夜まで多くの人通りで賑わう一方、道路のゴミやタバコのポイ捨て、放置自転車などが多く「美しくない」と指摘されている。そこに美しい花壇をつくることで、まちも人々の気持ちも美しくなることが期待された。都市緑化ふくおかフェアへ連動させる企画でもあった。花壇作りに先立っては、NPO法人日本都市計画家協会伊藤滋会長が、全校児童とPTA関係者やフラワーアップメンバーに「まちを美しく元気にしよう」というテーマで講演を行った。

同日、講演後「フラワーアップ+美しいまちづくり」の実践活動として、小学校の通りに面した接道花壇づくりを「美しいまちづくりふくおか」の実践として全校児童が行った。地域の方々や校区の大人たちはサポーターとして子供達を見守った。

こうして、フラワーアップふくおか活動は小学校校区単位で「子どもから大人へ」「学校から地域へ」と人の笑顔が紡ぎ出す「花壇づくりや見守り」が人もまちも元気にする「美しいまちづくり」へ展開した。



写真2 伊藤滋先生の児童への講話風景



写真3 外向き花壇づくりの様子

2.3. 第3ステップ

「アイランド花どんたく」はアイランド中央公園で2005年9月8日～11月20日まで76日間開催。115万人の人出で賑わう市民参加緑化イベントとなった。ここでは緑化関係者、企業、専門家の緑化推進事業のお披露目の場としても多くの洗練された展示や研究発表があった。「博多からアジアへ」と期間中のプログラムで多くの専門情報も発信された。

福岡市では都市緑化推進のマスコットキャラクターをグリッピーと名付け、花と緑の妖精としてデビューさせる。子どもから大人まで大人気で、現在も緑化行事には欠かせない人気者である。緑化活動を市民活動として都市緑化推進の担い手となるボランティア育成の事業も多く実施されており、緑化フェアの大きな力となっていた。会期中には会

場で活躍する多くのボランティアスタッフの方々が公園中の花壇管理を担いフェア終了後は、地域の花づくりボランティアとして現在も多くの方々が活躍されている。



写真4 緑花なんでも相談コーナーで活躍の様子

また市民参加型のイベントを手作りで行い、平日に多くのステージイベントも数多く開催された。市民フォーラム・環境緑化シンポジウムを有志で企画運営。フラワーアップ活動の成果と美しいまちづくりとして校区毎に活動する意義を発信する機会となった。市民、企業、専門家、行政が其々の立場で花と緑のまちづくりの関わり方を話し合い、共に関わる大切さを確認し合うステージとなった。

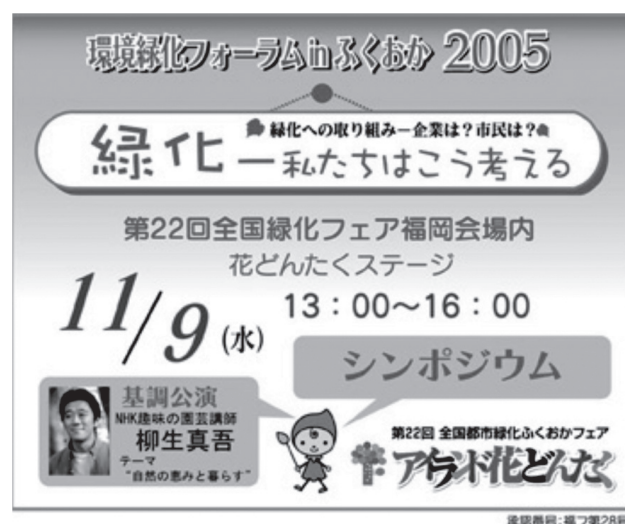


写真5 市民フォーラム・案内チラシ



写真6 市民企画：公開シンポジウムの様子



写真7 次第に人が増え立見が出る好評ぶり

このシンポジウムがきっかけとなり、「環境緑化を考える会」を2006年2月に設立。フラワーアップふくおかを校区緑化推進の実践活動として福岡市内の小学校で始めている。

児童が自ら通りに花を植え世話をし見守る、地域や大人たちはサポーターとして関わる。「花と子どもたちの笑顔の連鎖」が「校区中に元気の連鎖を生み、子どもから大人への笑顔の循環」で暮らしの元気を花の力を借りて行っている。

都心部の花風景づくりから発信する花のまちづくりへ繋がる可能性は高い。2010年、2011年の活動は7校に増え長年の活動は少しずつ広がっている。フラワーアップスクール&福博花しるべ事業とのコラボレーションは、10年前に天神北の街路花壇から始まった小さな活動。それが10年後には小学校からまちの通りや公園につながる花のまちづくりになった。「花と子どもが主役」「大人たち

はサポーター」として笑顔の連鎖を都心部の「こころの風景づくり」に活かせないかと考える。

フラワーアップ戦略とは、小学校区を美しいまちづくりコアとし、花や緑を児童が自ら育て見守る活動を通じ、ポイ捨てゴミやいじめをなくし、安全安心で元気なまちにする事をフラワーアップ戦略として、学校、地域、企業、NPO、行政と一緒にサポートする暮らしの風景づくりである。

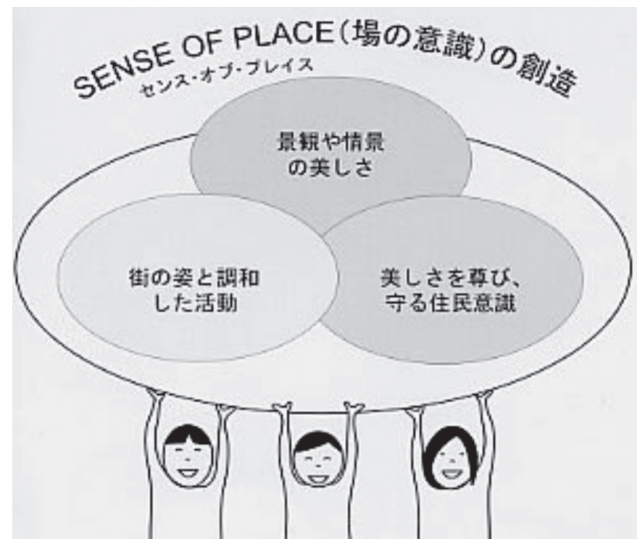


図1 まちを美しく元気にする拠点創造（校区）

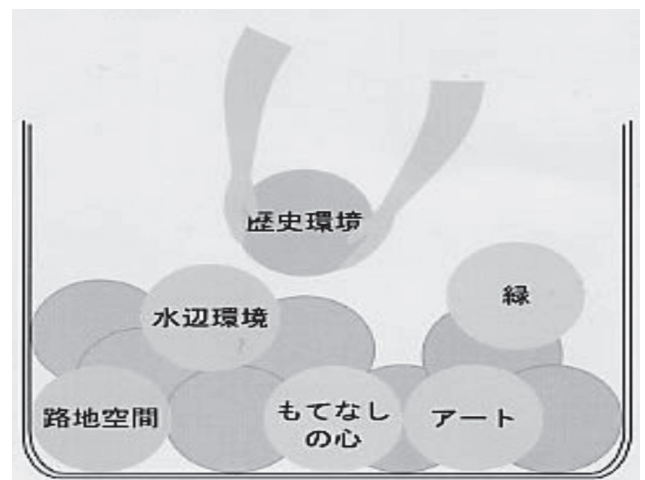


図2 それぞれの校区にあるブランド探しと磨き上げ

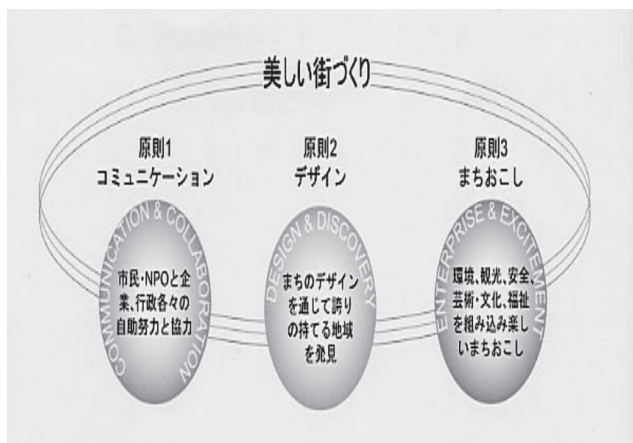


図3 美しく元なまちに必要な3大要素
(図1～3 出典:美しいまちづくりガイドライン)

3. まとめ

2011年3月11日14時46秒、東日本大震災発生。未曾有の大震災を受け、日常をなくし、暮らしが根底から崩れた。震災被害復興が叫ばれる今、私たちに出来ることは何かを出し合い、行動を始めていく。

3.1. 花の力で子どもたちの笑顔を取り戻すこと

笑顔の交流は「フラワーアップスクール：宮城と福岡の花とも交流」として動き出している。2011年5月にエールメッセージと共に向日葵の種を10校の小学校で児童達が植え育てた。夏に見事な花が咲き、秋に収穫。2012年5月に宮城県の4カ所の学校や仮設住宅、保育園、病院、商店街へと届ける。福岡と宮城の子供達が同じ季節の花を育て合う花とも交流。日々の暮らしにもう一度、花のある風景をみんなで取り戻したい願いが込められている。一過性ではなく、児童の成長に合わせた継続活動として「花と子供が主役」となり、宮城と福岡の子どもたちの活動を通じた復興まちづくりでの継続プログラムの組立てを検討している。

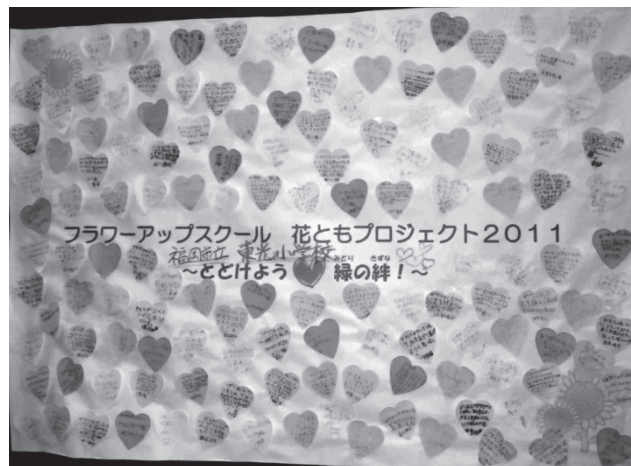


写真8 花とも交流：児童達のエールメッセージ

「美しいまちづくり」「美しい花のある風景づくり」が地域づくりに繋がり、都心部緑花が環境や景観づくりに不可欠な都市デザインとなる。校区毎のまちの良さを生かして「花の演出」が小さな仕事になる道筋づくりを検討し、市民事業での花文化推進が、まちや暮らしのブランド化に繋がるのではと考えている。



図4 都心部回遊ルート上で花巡りを検討
出典:URC「花のまちづくり“福岡”」

九州新幹線全線開通記念イベントとして博多天神間の通りや公園に10万本のチューリップを咲かせる福博花しるべ2011「花のおもてなし」ロードは市民参加で彩りを添えた。

来訪者にも大いに楽しんで貰った。市民は花のまちづくりの理想景を身近に見て喜んだ。

1年限りの記念イベントだったが、市民にも来訪

者にも好評で今年も開催が望まれて、福博花しるべ2012が「花のまちづくり福岡」の春を彩る花回遊への芽吹きがある。



写真9 URC都市セミナー「花のまちづくりシンポジウム」
2011年10月29日

3.2. 若者たちへ送り継ぐ仕掛けと「花のまちづくり」が校区毎の元気づくりになるには

NPOで活動する前から、花のまちづくりを地域活性化に活かす地域コーディネートや園芸療法、環境演出など農業振興での花卉流通など、花に関わる仕事を他地域でいくつか受け持っていた。そこで感じたのは、実践に落とし込むつなぎ方が行政施策には少ないということ。調査・研究の結果から実施計画へと繋いでいく社会実験や試行への施策が少ない。官民共働で日常の実践へと育てる落とし込みまで育てられればと思う。

花のまちづくりや花風景づくりが地域の活性化や人の繋がりとになれば、心地よい地域コミュニティへの推進役を担えるだろう。NPOやボランティア、地域住民だけでは美しいまちづくりを仕事にする若者は育たない。どうしたら若者が自分の生まれ育った町、働く地域で緑花を経済媒体として活用し、誇りをもって活躍することが出来るのだろうか？地域を花や緑で美しく演出することで若者の仕事生まれる仕組みを考え、共働意識で研究開発していく必要がある。

4. おわりに

4.1. 福岡の現実と「花のあるまちづくり」戦略提案

古来、福岡は植木の名産地、老舗的なブランド性を持っている。花卉生産に関しては多くの日本トップ、グランプリの受賞者も数多い。名立たる生産者が多く活躍され、全国でも毎年1、2位を競うほどのブランド県である。しかし、市民の花消費率は全国ワースト5位という残念な落差が驚くべき現実である。

表1 福岡市花卉生産ランキング（平成21年度）

区分	福岡県(億円)	全国(億円)	全国(%)	全国ランク(位)
農業産出額	2,179	84,736	2.6	16
米	436	19,014	2.3	16
麦	61	754	8.1	3
野菜	658	21,105	3.1	11
果実	224	7,410	3.0	10
花	200	3,656	5.5	2
工芸農作物	39	2,649	1.5	14
畜産	394	25,882	1.5	21

出典：平成20年 生産農業所得統計 農林水産省

表2 全国切花年間消費額ランキング（平成19年）

（4）都道府県庁所在都市別1世帯当たり年間購入額の推移（農林漁家世帯を除く二人以上の世帯）

ア 切 花		単位：円										
区 分	学年	昭和55年	60	平成2年	7	12	15	16	17	18	19	平成19年 順 位
全 国	都市	6,289	7,952	10,788	12,822	11,551	11,036	10,669	10,582	10,625	10,929	-
北 海 道	札幌	5,309	6,328	8,930	11,602	11,292	9,871	9,816	9,159	10,587	10,177	-
東 北	仙台	5,110	5,889	8,355	12,913	10,643	8,708	9,413	8,497	11,603	10,760	25
東 北	青森	8,053	9,332	13,970	17,123	14,903	13,850	14,181	13,874	14,429	16,076	-
東 北	岩手	6,279	10,638	10,798	12,918	13,993	12,837	14,544	12,321	15,721	12,553	14
東 北	宮城	7,840	11,161	12,465	14,083	14,465	12,626	15,130	12,475	12,215	13,690	6
東 北	秋田	10,439	14,342	14,488	21,063	18,769	13,736	16,397	15,944	16,012	15,331	2
九 州	福岡	5,933	7,673	9,995	12,602	10,465	11,041	9,697	10,880	9,857	9,475	-
九 州	佐賀	5,327	7,387	8,445	10,934	8,265	11,213	8,675	10,148	9,319	8,563	40
北 海 道	旭川	9,782	8,561	10,403	12,678	13,361	11,271	10,431	11,847	10,682	10,840	24
北 海 道	札幌	7,084	18,134	16,142	12,811	11,621	10,206	11,694	8,752	10,724	10,287	29
東 北	仙台	6,153	8,595	10,729	9,731	10,022	10,926	7,678	7,687	9,085	9,078	35
東 北	仙台	5,536	9,944	9,158	8,952	7,883	9,058	7,039	8,811	8,055	8,959	41
東 北	仙台	5,351	6,928	7,914	9,756	9,109	9,843	9,516	10,542	8,298	8,894	37
東 北	仙台	14,325	16,722	16,731	24,817	20,368	16,147	15,522	15,766	14,024	15,237	3
沖 縄	那覇	3,114	3,583	6,144	5,939	4,883	4,328	4,211	3,642	5,220	4,239	-
沖 縄	那覇	4,136	5,292	6,895	7,448	6,889	4,828	4,501	5,091	4,481	5,991	47

出典：総務省統計局「家計調査年報」P119

生産性を高め、消費量を増やすにはどうしたらいいか。花の福岡ブランドを市民向けに多く啓発・発信し、花流通と消費、生産者から消費者までの情報や思いを繋げる花流通循環を「花のまちづくり」に活かす仕組みが継続への課題となる。この仕組みには若者の雇用や、子育て中ママさんの暮

し働きなど、生産性を高めることとブランド性の活用による、地域発の「花のあるまちづくり」戦略として提案したい。

4.2. 地域に息づく花文化から手仕事を創る

花壇活動は老若男女問わず誰でも参加できることからボランティア型が多く、無償の働きが現状である。有志市民の無償の働きと精神の素晴らしさを横に置き、持続性、生産性のある地域づくりとして、花と緑を活用し「地域の美しさと元気づくり」を若者の仕事場づくりとして捉えるべきだろう。そして、地域に息づく「花文化」や「もてなしの心」を見つけ出し、その環境をより良く演出するスキルが求められ、新しい暮らし働きや手仕事となり、地域の力となって輝きを増す。

(1) 試行方法・試行内容

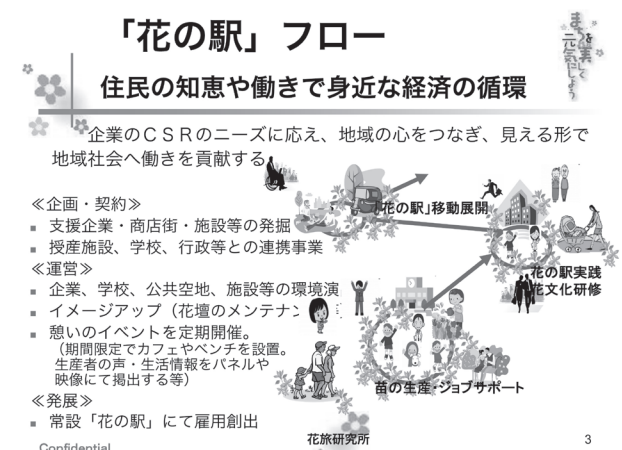
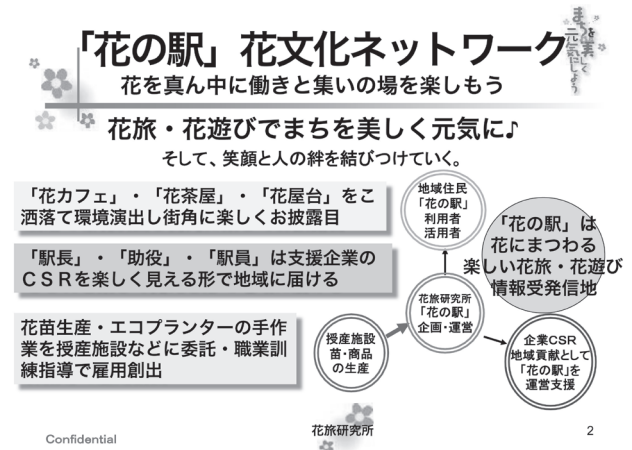
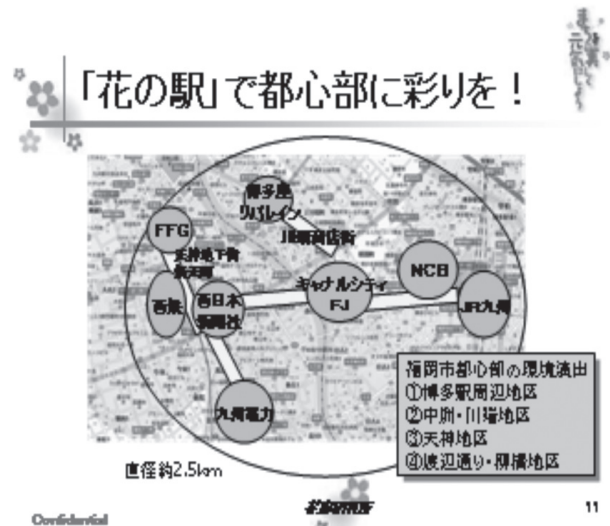
- ①地域づくりのコアを小学校校区とする。
- ②校区コモンズ「花の駅：仮称」の従事者育成
- ③職業訓練の場として「花の駅：仮称」の設立
- ④コア「花の駅：仮称」とサテライト「校区花の駅」
- ⑤継続事業拠点づくりと体制づくりで校区情報受発信

(2) 内容

- ①「花の駅：仮称」を開設し事業展開スキームを提示
- ②職業訓練はプログラム研修と現場就業体験で実施。
- ③「新しい公共」・「校区コモンズ」づくりに合わせたタスクホースの確立、役割分担と数値化、手仕事創出
- ④まちの様子と花マップ 過去、現在、未来、(基礎力)
- ⑤校区データによる特色とコモンズまちづくり試行

まちを花や緑で美しくデザインして景観を良くし、住民参加イベントや、通りの賑わいづくりで「まちを元気にする住民主導のまちの営みづくり」をブランド化することで経済性を生み、持続性を維持する仕組みが必要である。「花をメディアとし

た地域活性を若者の仕事として都心部の花風景づくりから発信する花文化観光推進に活かしたい。



参考資料：

「花のまちづくり“福岡”」((財)福岡アジア都市研究所、2011年3月)
「地域活性学会第3回研究大会」論文集 大会テーマ「地域再生への道—3.11大震災後の地域づくり」(地域活性学会、2011年7月)
「自然に抱かれたくらしと地域ブランド」(都市開発研究所、2011年5月)