

# 接遇エンジニアリングが彩る天神ウォーカーブル

令和4年度市民まちづくり研究員 國谷 恵太

## はじめに

令和4年度市民まちづくり研究員に提示された題目『歩きたくなる福岡のまちづくり～居心地良く、アートあふれる空間～』には、ここ数年で都市構造が大きく変化する天神ビッグバンを研究対象にすることとした。天神ビッグバンの目標像として福岡市は『人を中心とした「歩いて出かけたくなるまち」に生まれ変わる』ことを掲げている。

We Love 天神協議会（以降 WLT 協議会と略記）により2008（平成20）年に制定された「天神まちづくりガイドライン」がすでにそうした追求課題を内包し（「天神」まちづくり憲章／2007（平成19）年4月17日制定）、社会実装化の役割を担っていた。すなわち、ガイドライン冒頭に掲げられた将来の目標像1が『歩いて楽しいまち』であり、目標像2が『心地よく快適に過ごせるまち』であることから、この二つの目標像を地域協議会がガイドラインを通してどう達成していこうとするかを検証することで当研究の視点場を定め、提言すべき事柄を探り、都市計画の基本軸に沿うかたちで施策を研究し、追加装備可能な策を提唱することとする。

\*

現在の街の様子を翻りみれば、私が日常的に目にする範囲において、建築、景観形成における方針は、加盟する協議会員の対象区域の街づくり事業へ協調性をもって適用、反映されてきたように映り、街ゆく人たちを歓迎しているように窺える。

他方、当初、3年ごととされていたアクションプランの策定は計画通りに捗らず、2020年にWLT協議会として活動経過した12年分の振り返りを行ない（「WLTアクションプラン2020」）、天神ビッグバンという街の大規模な改編にも合わせるよう2020年にガイドラインの改定へ着手している。基本コンセプトは踏襲し、10区分だった戦略を「賑わいプロモーション戦略」「都市サービス戦略」「アーバンデザイン戦略」「コミュニティづくり戦略」「地域インフラづくり戦略」の5つに集約再編するなど構成を見直している。大規模な都市再開発計画を踏まえ、そしてDX社会の急速な進展や従来の社会生活を制約する感染症への対処を織り込む街の耐性を含んだガイドラインへの変革を意識している。

基本的な姿勢を変えず、それをどう血肉化していけばコンセプトを街の隅々で体現していけるかに心が砕かれようとしているように窺える。「WLTアクションプラン2020」で示された新たな戦略区分で言えば「都市サービス戦略」「アーバンデザイン戦略」「コミュニティづくり戦略」「地域インフラづくり戦略」に向けて私の研究課題を見出し、エリアマネジメントにおける解決への手立てを提言できるものとした。

\*

なお当研究において、魅力あるまちづくりのエッセンスを凝縮している一級のテーマパークを視座として用いる。このテーマパークはわが国においては開業以来40年間に8億人の入場者を迎え入れ、そこで実践的な検証と研磨を日々繰り返してきた「歩きたくなる」「居心地良さ」への取り組み成果は優れて説得力を有しており、一つの指標に値すると考える。

# 1. 「天神ビッグバン」の都市計画関連情報の概観と整理

## (1) ビルの配置と特徴、街路・動線計画

当該エリア再開発の核となる天神ビッグバンボーナス認定ビル（天神 BBB）を中心に、それらのエリア内での位置関係、連鎖、個別の開発コンセプト・特徴を整理し、来街者が流動し滞留する要素を俯瞰してみる。

結論的に言ってしまうと、エリアの各ビルがゲストをもてなすことを考慮し、設計デザイン、ストリートファニチャーの配置を行なう姿勢を窺わせる。要は、これらビル個別の配慮を地域総体の魅力、居心地良さに昇華させる運用、運営術こそが問われる。それは、歩行者に敷地境界を意識させないもてなし姿勢、それでいてビル個別の特色を発揮させる運営と言える。ディズニーのパークではテーマエリアの境界を越える際、緩やかではあるが明快な変化をもたらすトンネル効果として、路面のデザイン変化、視界の転換、水の音等を用い、ゲストに歩を進めさせる。そうした工夫を実際の天神でどう行なうかである。

天神 BBB とは、魅力あるデザイン性に優れたビルを福岡市が認定し、インセンティブを付与する制度である。以下、福岡市ホームページ (<https://www.city.fukuoka.lg.jp/jutaku-toshi/kaihatsu/shisei/20150226.html>) の発表および関係各社のリリース内容を取捨選択のうえ斜体文字にて転載する。

### ●天神ビジネスセンター(2021.09 竣工)の主な特徴

- ・地下鉄天神駅に直結し、地上と地下を円滑につなぐアトリウムとバリアフリー動線を整備することで、地下鉄利用者の利便性・回遊性向上を図る
- ・明治通りと因幡町通りの交差点部をピクセル状に削ることでオープンスペースを作り出し、性格の異なる二つの通りをシームレスに繋ぎながら、明治通りの街並みと調和したオリジナル리티の高い多様性のある沿道景観を創出

### ●旧大名小学校跡地活用事業／福岡大名ガーデンシティ(2023.2 一部開所)の主な特徴

- ・日本で7番目となる「ザ・リッツ・カールトン福岡」は九州初のラグジュアリーホテル。

筆者コメント：インバウンド誘致における高額所得者向けのホテルがないのが弱点とされていた福岡市だが、これを解消するホテルとなることが期待される。ブランド力と機能集積が界限の人の流れを変える可能性がある。

- ・旧大名小学校南校舎のスタートアップ支援施設「Fukuoka Growth Next」と連携。企業の創業や成長、および人材の育成に適した環境を提供
- ・約 3,000 m<sup>2</sup>の広場では校区行事の活用を踏まえつつ、イベントホールとの一体的利用による憩い・賑わいの創出や、コワーキングスペースなどによる企業や人材の交流など、世界や地域との多様な交流拠点を目指す

### ●(仮称)ヒューリック福岡ビル建替計画(2024.09 竣工予定)の主な特徴

- ・四季折々に花の咲く植栽を低層部・中層部に設け、街に潤いを与える計画
- ・立体広場を配置、各交通機関と施設を立体的に結び、新たな地区ネットワークを構築
- ・建物コンセプトを「THE GATE」とし、天神地区への入口にふさわしい新たな賑わい拠点を形成。外壁パネルには、帯状に幾何学的な模様が連なるパターンを設け、陰影により表情を変える新たな街のシンボルを生み出す

筆者コメント：ゲストの引き込み部に壁面のセットバックを施し、木質系演出がもてなし姿勢を表現している。グランドレベルの公道との接地空間の作りは、中層部の植栽のイメージを引き継ぐ計画とされ、建物内部への歩行エリアの浸潤性を窺わせる。

- ・地上は明治通りとメルヘン通り交差点、地下は地下鉄天神駅コンコース最寄りになる箇所立体広場を配置。各交通機関と施設を立体的に結び、新たな地区ネットワークを構築し賑わいある立体広場を整備

筆者コメント：立体広場による来街者の視角の交差が「見る見られる関係」を形成し賑やかさを生み出し、そこへ自身を投影する来街者の意識行為を通して訪問価値を高める。運営サイドからは、交点での様々な仕掛け、催しが企画されよう。

#### ●福ビル街区建替プロジェクト／天神一丁目 11 番街区(2024.03 竣工予定)の主な特徴

- ・「創造交差点」をコンセプトとして、新たなビジネスや文化の発信の場を創出
- ・日本の伝統的な格子柄をイメージしたフレームデザインや西鉄電車のレールから発想を得た鉄の素材感。ビル内の様々な用途が交わり合う様子を視覚的に表現した外壁のグリッド形状。緑化による憩いの空間やビル利用者や歩行者が憩える広場・緑化空間、低層部の可視化による賑わい創出を計画。福岡の新たなランドマークとなる建築デザイン
- ・6、7階に天神交差点を一望する九州最大のスカイロビーを計画。オフィスエントランス、カンファレンス、コワーキングスペース、カフェ等を配置。各用途の動線を集中させることで偶発的な出会いを生み、新たなビジネスや文化が創出される場となることを目指す
- ・圧倒的な規模感と間口の広さ(幅約 100m、奥行約 80m、高さ約 96m)を活かし、様々な用途(オフィス、商業、ホテル等)を導入。多くの人が行き交い、交流できる場や市民が憩える広場を創出

#### ●(仮称)天神一丁目北 14 番街区ビル(2025.03 竣工予定)の主な特徴

- ・福岡市赤煉瓦文化館や天神地下街といった重厚で風格のある佇まいを次世代に継承する外観デザインを採用。魅力あるデザイン性に優れたビル
- ・明治通りから昭和通りをつなぐ新たな都市計画道路天神通線と一体となった、幅員 8m のゆとりある歩行者空間(プロムナード)を形成し、天神中央公園やアクロス福岡といった緑豊かな空間と連続するプロムナード沿いの常緑並木や、地上から地下までつながる壁面緑化を配置し、歩行者に潤いを提供
- ・緑と相性の良いレンガ積の列柱やプロムナードに面したカフェ、ベンチの配置など、来街者やオフィスワーカーが憩い、楽しめる空間を創出
- ・広範囲の壁面緑化や常緑並木の形成によりヒートアイランドの抑制をはじめ、CO<sup>2</sup>の削減、大気浄化といった様々な環境負荷低減に貢献

筆者コメント：明治通りから昭和通りを南北につなぐ動線が拡幅され、視角により数パターンの安らぎ景観が形成される計画となっている。地下鉄コンコースに接続する明治通り側の地上地下立体広場や、昭和通り側の地上広場には、ランドマークとなる壁面緑化や赤煉瓦文化館をモチーフとしたクラシカルな化粧壁、高さ 8m 以上のシンボルツリー、デザイン性の高いベンチ等が配置され、憩いや風格のある広場空間の創出が期待される。

#### ●(仮称)天神1-7計画(2026.03 竣工予定)の主な特徴

- ・建物外装に九州産材の直交集成板のパネルと植栽を配置。渡辺通りに面す低層部に V 字柱と吹き抜け空間が整備され、シンボリックでランドマーク性の高いデザインとなる
- ・低層部および地下には商業施設を設け、地上広場と地下広場を回遊性よく結ぶ

#### ●天神二丁目南ブロック駅前東西街区プロジェクト(2030.開業目途)の主な特徴

- ・天神発展の原点である新天町商店街を含む約 22ha の大街区一体的再開発は、低層部に地域の遺伝子を継承する商店街や商業施設を配する計画で、歩行路を縦横に配す

## （２）道路と公開空地の利活用計画

『福岡市地域まちづくり推進要綱』に基づき WLT 協議会は「公開空地等活用計画」を登録。まちづくり財源にそうした場所からの収益金の一部を当てている。ビッグバンにより新たに生まれる公開空地においても同様の戦略を採ると見込まれる。ただ、スペシャルイベントの開催による一定の収益を得る方法とは別に、恒常的に公開空地を来街者の交叉する場所、情報を交換しあう場所とするための施策が WLT 協議会において望まれており、編み出されていくことが「歩きたくなる」「居心地良い」まちづくりを底上げすることとなる。

公開空地やそれらを結ぶ公道、通り抜け道については、天神 BBB の完成前の建物概要や特徴から推し測るしかないが、いずれも“Walkable”を考慮した記述であることから、また完成予想パース図の緑陰を意図した空間演出からも、まち全体としてシームレスな魅力づくりに貢献しようとする姿勢が各所で窺える。

## （３）アイストップ事象の発現予測

街なかの各種アート制作物が、配置される場所、高さ、印象度によっては来街者へのアイストップとなり、その場所への吸引力を発揮するものとなり、また街を回遊する際はそれらへの見通しが自身の位置を測る羅針盤の役割を果たすため、風景へ埋没せず、かつ風景への親和性を発揮するものであることを望む。現時点では内容も位置も不明。

なお、羅針盤の役割は天神 BBB も優れたデザイン性から存在感、求心力を示すものとなることが想定され、それらビルの多くが地下鉄駅への結節点を有することから自ずと来街者の街なか周遊を規定することが予想される。駅へのアクセス道との接合空間には、空間の転換を意識させるデザインや装飾が成されるであろう。

仮にまち歩きツアーが計画される折には、各ビル外観を視覚的に印象深く眺めさせる地点、屋内のデザイン性に富む空間と案内客を劇的に遭遇させる誘導手順などが十分に検討されることを望む。

## 2. 「天神まちづくりガイドライン」の進展と反映実態確認

### （１）空間意匠の側面から

街の景観づくりは「天神まちづくりガイドライン」で戦略3に該当する。WLT 協議会と連携を密にする天神明治通り街づくり協議会（以下 MDC と略記）が「天神明治通りグランドデザイン実現の手引書」を 2011（平成 23）年に策定し、幹線道路沿いの景観を誘導してきた経緯から、同じ天神ビッグバンエリア内で「歩きたくなる」「居心地良い」街景観を生みだそうとする方向性を確認する。

そもそも「天神（明治通り・渡辺通り）地区」は 2000（平成 12）年 3 月に都市景観形成地区の指定を受け、当該ゾーンの景観形成方針・基準に則って現在の景観が誘導されてきた。景観形成の方針として「美しさ、風格、賑わいの感じられる開かれた空間の形成を図る」「緑やオープンスペースのネットワークを構築することにより、快適で回遊性の高い豊かな歩行者空間の形成を図る」「多様な人の交流に対応し、ぬくもりが感じられ、安全で魅力あるアメニティ空間の創出を図る」の 3 つが掲げられ、それを規定する建築基準が、建物壁面のセットバック、低層部のデザインコントロール、サイン計画等として定められている。詳細は関連資料の参照を願いたい。総じて、街の格をゆるがせにしない景観形成の基準と賑わい創出の手立てを示している。

現在はオフィスビルが連なり低層部も業務用途がほとんどで、不特定多数の来街者が出

入りする店舗や文化施設は数少ないものの、天神ビッグバンによりビルの建て替え工事が促進され景観形成方針・基準が反映されるにつれ意図した景観が年数を経るごと徐々に形成されることが期待される。

ただし、整った「VISTA（枠構えされた見通しの景色）」が街の風格を帯びさせることとは別に、「歩きたくなる」「居心地良い」魅力づけは人心を捉える即時性ある手立てが必要であるから、低層階へはそれに適う“柔らかな”空間意匠と商業・文化系テナントの入居を付帯していくことが求められる。その際、MDCのデザインガイドラインは個別の建築案件への適用を強制しないとしているが、景観のディテールに少なからず踏み込んだ指標、ヒントを添えてよいと考える。例えば、セットバックの設えについては効果的な3つの要素（後述）があることを示せば有効な用途誘導へも結びつく。

ここまで見てきたように、空間デザインにおいては汎用的な対処が成されている半面、そうした空間を高高度に機能発揮させるヒューマンウエアデザインについてももう少し目を向けられてしかるべきと考える。歩行者にとって好ましい外形的な大道具は再整備されつつある。そこへ「歩きたくなる」「居心地良い」を付与する小道具、小細工を足し加えることが肝心となる。そしてそれを存分に駆動させるにはヒトによる関わりが欠かせない。国土交通省の『居心地が良く歩きたくなるグランドレベルデザイン』と題する冊子（令和3/2021年）でも「居心地が良く歩きたくなるまちなかに共通するキーファクター」として「多様な人の多様な用途、使い方」が挙げられている。

## （2）運営サービスの側面から

「WLTアクションプラン2020」の記述から窺えるよう、天神のまちづくりはスペシャルイベントによる集客に依存した賑わいづくりに終始したきらいがある。反省点として、恒常的に街の限界性を生み出すことを課題に上げている。「天神まちづくりガイドライン」の進展と反映実態に関わる言及は、アンケート調査の結果から読み取ることもできよう。

WLT協議会が発行するWEB媒体「天神サイト」では「天神ビッグバンで、まちはどう変わる？ユーザー意識調査！」と銘打ち2021（令和3）年12月9日（木）～22日（水）でアンケート調査を実施し、106のサンプルから取りまとめた結果を2022（令和4）年1月3日HP上で公表している（<https://welovetenjin.com/bigbang/info>）。筆者は7つの設問のうち「歩きたくなる」「居心地良い」に関係する5つの回答から下記に考察する。

設問3から見えてくるのは天神境界を歩く人々は圧倒的にレジャー客が多いということ。レジャーの概念は領域が広く、1日24時間から仕事をしている時間と睡眠をとっている時間を除いた時間に人々が選択的に行なう行為全般を指すことから、本来の目的を達成すること以外に時間的・経費的余裕が生じれば、他の消費行動を誘発させる余地のあるマーケットと言える。レジャー種により「歩きたくなる」「居心地良い」まちの＜力点＞＜支点＞＜作用点＞をペルソナごとに俯瞰してみることは次章で試みる。

設問4はグーグルマップの類と思われる。他にも地元の店舗やイベントの情報を配信する天神専用のアプリが存在するかもしれないが、そうしたネット情報の活用率を問うたもので、天神来街者の多くがそうしたツールに頼らず、自身の目的地へ問題なく到達していることを示している。要は、大半の人が使用していないことを示している。事実、全国の観光地で制作され頒布の試みられる街歩き関連アプリのD/L率は低いと言われる。

ただし、回答者の多く人たちがこの街に長く慣れ親しんだ方々であり、目的的な来街では自身の記憶や直感で事足りているが、元々の用事にながしかの追加が生じたり、ついでの歩行が求められたりする際にはそうしたアプリを気軽に使用する立場であることをこの回答結果は否定しない。すなわち、ながしか付加的な消費行動を地元の方々に引き起こすには、改めて街情報を検めるアプリがあればそれを有用なものと認識し使い得ると捉

える。適宜に更新され提供される有益な手元情報は、それがスマホアプリによるか口伝えの評判によるものかどうかは別とし、将来的な投入検討を排除すべきではないと考える。

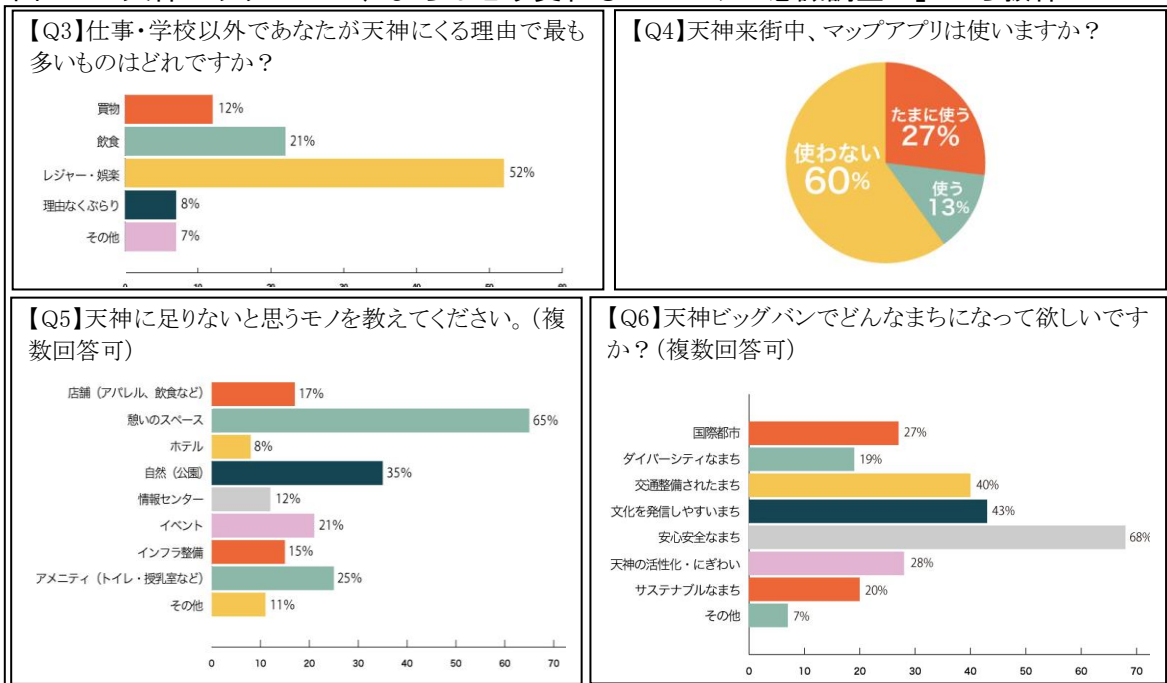
設問5は憩いのスペースが足りないと訴える。回答者の65%が現在の街の姿をそう捉えている。しかし、それは回答者が憩いのスペースはいかにも憩いのスペース然として存在するものと認識しているせいではないのだろうか。自然（公園）が足りないモノとして2番目に挙げられているのがその証左に思われる。

自由回答にある「スタートアップ系のような意識の高くないwifi完備のカフェ（30代男性・会社員）」に対しては、確かに回答意見のとおり、肩肘張った緊張感漂う空間より、少し敷居を低くした気楽な空間が求められるだろうし、そこでのコミュニケーション喚起の手法も検討されるのがよいと考える。「回遊性と車道、歩道の道幅。（40代女性・会社員）」に対しては、回遊性のルートやコースを設定する際に、最短距離を辿る順路設定ではなく、少々迂回しても街の物語をより分かりやすくトレースできる、視角効果でも納得させうるコースデザインが肝要となる。「天神界限はベビーカーでの移動がしづらく子連れで出かけづらいのでベビーカーでも通りやすい広い歩道や店内通路、エレベーターの確保（30代女性・会社員）」については設問7の「階段や段差が多いのでエスカレーターやエレベーター、スロープを増やす（30代女性・会社員）」にも通ずる意見である。

設問6では「安心安全なまち」を求める声が多く「文化を発信しやすいまち」がそれに続く。自由回答の設問7「もし、アナタが天神を変えたとしたら、どう変えたいですか？」への下記意見は、そうした観点に重なる回答と言える。

「階段や段差が多いのでエスカレーターやエレベーター、スロープを増やす（30代女性・会社員）」に対しては、ハード面における段差解消により問題解消とはならないことを指摘したい。むしろ施設面で万全を期したと考える油断からソフト面への心配りが欠け落ちてしまう傾向が一般的にみられる。実はHCP対応では、そうした箇所での最後の一押し、一手間が来街者の好感度を高めることになる。施設的にバリアフリー対応できているうえで、そうした声掛け、配慮といったヒューマンウェアを通じて居心地良さに変換するのである。

図1 「天神ビッグバンで、まちはどう変わる？ユーザー意識調査！」から抜粋



※出典：<https://welovetenjin.com/bigbang/info>

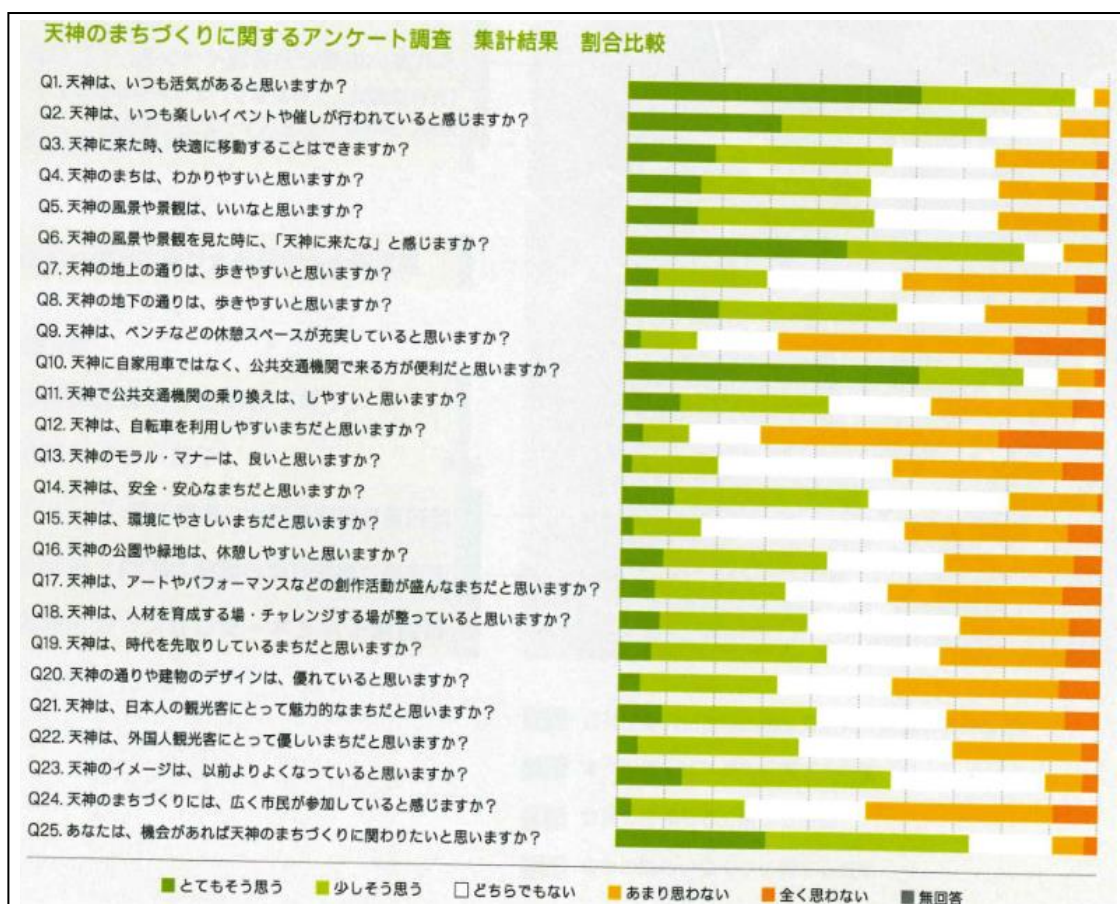
「国・人種など差別の無い音楽があふれる街（50代女性・公務員）」では、文化活動の盛んな福岡市であり、そうした基盤は多様に育まれてきている。そうした活動の舞台を、街なかへ敷衍する活動は街のコンテンツ充実にも適い、公開空地の活用にも資することとなる。空間や施設の利用システムを整備することで、ヤル気ある人々を後押しするのがよい。

上記のアンケート結果と併せ、2019（令和元）年5月30日（木）～6月9日（日）にWLT協議会が実施したアンケート結果（図2）を見ると、二つの設問への満足度が低い。

設問9「天神は、ベンチなどの休憩スペースが充実していると思いますか？」への否定的回答には、設問16の公園や緑地が休憩しやすいところという認識からの反作用的な回答とも受け取ることもでき、腰をおろして気安く休憩できる場所が回遊エリアに乏しいという印象が含まれていると窺える。

解決に向けては、そうした固定観念から一步踏み出させ、通りの各所や街かど、店の軒先、木陰など街なかに、ポケットパークほどの面積も設えも無く、かしまらない小さな安楽スポットを配置するのがよいと言える。座れる、日差しを避ける役割を二義的に果たしてしまう空間配慮といえる。「休憩＝公園」と考えるのではない。腰かけやすいスポットを適宜に散在させるのは休憩スペースを設けることとある意味同義である。エリア内各所にほんのわずか身体を休める“点”を設けることでアンケートに見る不満は解消されると思われる。

図2 「WLTアクションプラン2020」で集計されたアンケート467件の結果  
（調査方法：グーグルアンケートフォームをメール等により会員企業や一般の方へ配信）



※出典：「WLTアクションプラン2020」

### (3) We Love 天神協議会の取組み経緯

「天神まちづくりガイドライン」(2008年4月制定)では10に区分した戦略領域で多様な活動に取り組んできたが、戦略ごとに量や質にばらつきがあり、担い手を均等に割り当てることができなかったとWLT協議会自身が2020(令和2)年の改定準備段階で振り返っている。ガイドラインでは、3年ごとにアクションプランを策定し、定期的に評価・検証していくとしていたが、地域で従前から取り組んでいた催しの手直しであったり、必ずしも戦略の意図に沿ったものでなくても助成事業として実施できる社会実験や商業イベントの五月雨式の投入であったりしたことへの反省が窺える。

前出(1)(2)の項で見てきたように、エリアのハード面は建物壁面のセットバックやファサードを揃えることが目標に設定されている。しかしその達成状況はビルの建て替えが面状に進展していかないと成果として見えてこない。とはいえ、建築の指標が規定書き上では整っている分、ソフト面での追随、具体性が余計に心もとなく感じられる。

「天神まちづくりガイドライン」に基づくWLT協議会の2020年までの戦略展開から2022(令和4)年以降の事業継続やコンテンツ新創出の予兆を探るのに、既存戦略の実施状況を概観してみると、非日常的な目録が多く並ぶ。こうした取り組みは継続を目指す一方、初期より掲げられる将来の目標像下記2つへ近づくには、日々のルーティーンワーク的な「歩きたくなる」「居心地良い」と思わせる取り組みをエリアのあちこちの小空間に内在させるソフト施策の充実が望ましいと考える。そうした施策へ至る行程に「歩きたくなる」「居心地良い」の主体者がいかなるものかを改めて観察してみることが求められよう。

- ・将来の目標像1：上質に洗練され、いつも賑わいがある『歩いて楽しいまち』
- ・将来の目標像2：環境に優しく安全安心、だから誰もが『心地よく快適に過ごせるまち』

## 3. 消費者・生活者目線から街回遊のストーリー

### (1) 「歩く」「居心地良い」のペルソナ；歩行者とは何者か？

人が歩きたくなるにはモチベーションがなにがしか胸中にある。それを本人が意識しているようがいまいが、「～したくなる」には脳からの指令がなくてはならない。人が居心地良く感じるにはホスピタリティーがなにがしか時空にある。「なんとなく」の背後には自然発生的な趣きか、計算ずくの設えがあったりする。

ここでは、六何の法則アドバンスト版、7W2Hにて天神への来街者の群像を俯瞰観察し、特定の行為にいたるモチベーションを喚起し、滲みわたるホスピタリティーを生起する術の着想に至りたい。当研究では、歩行者個々の実測を行っていないが、こうしたマトリックス分析から歩行者の行動原理や行動心理の糸口を掴み、帰納法的にモチベーションの増幅術あるいは確定術、そして最適なホスピタリティー像の再構成術の案出を試みる。

いくぶん強引ではあるが、そこから「歩きたくなる」「居心地良い」の情動の片々を見出し、それらを最大化させる<力点><支点><作用点>をどのような事象として収斂できるかを検討したい。

さしずめ想定できるのは、歩行者を「なにかしらの目的をもって歩いているのか」、「目的なくさまよっているのか」に二分することである。有目的の歩行者なら、その目的とは別に、他の目的を思い至らせる工夫を施すこととなる。曖昧目的の歩行者なら、ぼんやりを焦点化させ特定の目的を思い至らせる工夫を施すこととなる。無目的の歩行者なら、ささやかでよいから何か目的を思いつかせる工夫を施すということになる。次頁、次々頁の表中左記番号が後段になるにつれ目的が希薄になると見積もる。



表 1 天神へ出歩く人びと百態 《人はなぜ歩くのか?》

様態/行為	Who	With	Whom	Where	Why	What	When	How	How much
1. 通勤	気ぜわしい私	手製の弁当	同僚と比較	仕事場	給金	時間給、能力給	9 to 5	電車駅	定期券
2. 通学	遅刻しそう私	化粧用品	友人に自慢	学校	履修	カリキュラム	8 to 3	電車駅	定期券
3. 通院	よろける私	年寄り	医者	病院	健康不安治療	施術・薬	日中	バス停	交通系C
4. 介護	当番の私	家族	HCP	費用施設	リハビリ	車椅子	昼	介助専用車	回数券
5. 買物A(嗜好品)	楽しみに私	モデル写真	美容師	デパート	選択幅大	ブランド	昼	駐車場	交通系C
6. 買物B(美容)	高のぞみな私	友人	カシマ店員	専門店	馴染み	美容、美顔	昼	指名制	定期券
7. 買物C(衣料)	少し不安な私	同僚	顧客	取引先	交渉	盲検の選択	昼	何度も試着	交通系C
8. 業務A(営業)	手練手管の私	自転車	配達回収補給	指定先	依頼受注	調理済み食物	最短期間	街頭指導員	能力給
9. 業務B(配送)	物を守る私	草花育成状況	事情通な友	公道	検査結果	街の保守管理	日中	手作業	博愛精神
10. 業務C(保全)	道を守る私	十分な資金	道行く人	飲食店の高い店	食べ歩き	産菜心満喫	夜	ハイヤー	交通系C
11. 食事A(豪華)	見栄を張る私	美味しい私	抜ける私	ランキング順	Takeout 巡り	定番メニュー	旬食材	待ち行列辟易	現金
12. 食事B(グルメ)	評判重視の私	ちまたの噂	自慢り友人	路面店	コース追求	ワンハンド食	日中	徒歩	電子決済
13. 食事C(話題)	評判重視の私	500円破産	キッチンカー	公園ベンチ	誘導と友情	質と量	正午前後	日替わり	1000円
14. 昼ご飯を買う	候約中の私	握る手と手	LGBTQ恋人	手を繋げる道	約束	学業や趣味	夜	傘や腕、肩	笑顔ただ
15. デートで歩く	心弾む私	自前の道具	同好者	貸室	向上心	新人の評定	夜	前評判	月謝
16. 習い事へ行く	未熟な私	スマホ	運命の友人	交差要衝	約束	期待<実際	押し気味	ご機嫌伺い	謝礼
17. 待ち合わせ	早く着いた私	スマホ	依頼人の要望	事前プラン	実査の大切さ	成果報告	依頼人が一日	徒歩計測	経費
18. 人を連れて歩く	案内役の私	依頼人	アボ先	下調べ先	祝儀・宴会場	祝い・お悔み	昼・夜	徒歩計測	相場
19. 調べごとで歩く	調査員の私	家族	親戚・友人	式場	祝儀・宴会場	祝い・お悔み	昼・夜	徒歩計測	相場
20. 冠婚葬祭	ハレ/ケの私	家族	親戚・友人	式場	祝儀・宴会場	祝い・お悔み	昼・夜	徒歩計測	相場
21. 健康保持A	健康な私	筋力	老化予防の私	散歩経路	カラオケ消化	Fitness City, P	昼	ルーティン	無料
22. 健康保持B	健康な私	満腹の胃袋	酒の友	散歩経路	腹ごなし	ダイエット夢	夜	次回ネタ探し	衝動買い
23. 健康保持C	健康な私	目標数値	設定値	店への道なり	腹ごなし	ダイエット夢	夜	次回ネタ探し	衝動買い
24. 観光訪問	Englishな私	ナビアプリ	地元の同行者	定番	旅みやげ	手荷物携行	自由時間	バスや徒歩	交通系C
25. 宿泊先へ向う	個人旅行の私	同様の友人	初見の同行者	都心拠点	九州一周旅行	足取り軽快	空港到着後	トリバコ	お値打ち
26. 宿泊先へ向う	荷物解放の私	自由な両手	新物購入可能	交通拠点	歩きやすさ	足取り軽快	旅行前後	ナビ情報	サイズ毎
27. 足跡をたどる	こだわりの私	AI音声ガイド	作中人物	所縁の地、景色	追体験・巡礼	描写の風景	写真可能時間	タクシー	企画運賃
28. 美術品鑑賞	教養人の私	事前の知識	作者の意図	開演地	敬智へ遭遇	アート	休日	電車、バス	交通系C
29. 観劇へ行く	追っかけの私	一張羅	でまこ	劇場S席	生きがいが	ファングッズ	博多公演日	Web予約	全財産
30. スポーツ観戦	輩ぶる私	勝利願望	サポーター	スタジアム	ひいき心	応援グッズ	休日	臨時運行バス	乾杯
31. コンサート入場	心湧き立つ私	友人	推しの演者	アリーナ	偶像崇拜	応援グッズ	休日	臨時運行バス	乾杯
32. 祭り見物	血沸肉躍の私	スマホ録画	推し舞台の派	最前列	土地っ子	応援グッズ	休日	臨時運行バス	乾杯
33. 興行催事参加	ニツツな私	思い入れ	仲間づくり	場末の小屋	社会認知欲求	祭の後の静寂	休日	臨時運行バス	乾杯
34. デパート催事へ	金主	ポイントな私	近所誘い合せ	賑わう催事場	最先端欲求	隠れた宝探し	休日	臨時運行バス	乾杯
35. 商店街セール	ポイントな私	ポイントな私	近所誘い合せ	還元率したい	生活防衛	軍需のこやし	限定期間	電車、バス	支援金
36. 店特別セール	優待に弱い私	招待券	自分本位	特別会場	大福値引き	ブランド品	半期に一度	人を押しのけ	有り金
37. 競艇等に賭け	目利きの私	予想紙	抜け駆け車独	現場 or 場外	一揮千金	はずれ券	閉催日	紹介制度	予定額
38. 骨董品めぐり	鋭い鑑定眼	妄想	共感者	交際の紙札	趣味兼蓄財	掘り出し物	閉催日	安価な駐車場	元手
39. 映画鑑賞	現実逃避の私	妄想	共感者	暗くて涼しい	話題に遅れず	観劇後の余韻	120分	コネサー伝聞	元手
40. AlterConvention	一息つく私	会議要録	会議参加仲間	事前の仕込み	第一目的	観劇後の余韻	120分	After Cinema	論評会
41. 写真を撮りたい	SNSの私	スマホ	いいね!	面白い背景	第一目的	観劇後の余韻	120分	After Cinema	論評会
42. 舞台めぐり	博多ゾウの私	外來の友人	馴染みの店主	道路脇	ほろ酔い気分	添え文の巧拙	After 5~深夜	送信ボタン	巨万の高
43. 飯促活動	頒布品重い私	ノルマ	同行く人々	交通結節点	頒布効果	評価各様の味	日暮れ~深夜	着順の席取り	安価に
44. デアティー参加	うら覚えの技	ダンスな私	会場調音相手	公共ホール	手をかかげず	試供品	外食~翌朝	声掛け	歩合給
45. 子どもの面倒見	爺婆な私	生意気な私	共働きの両親	キャッツシア	手をかかげず	安心安全	不定期	公共交通	交際費
46. 入院者見舞い	いつかは私も	手土産	ベットの画親	入院病棟	様子伺い	安心安全	日中	割引運賃	預り金
47. 放課後の帰路	鬱憤晴らし私	着替え	しめし合わせ	先生の死角	様子伺い	安心安全	許可時間内	割引運賃	マスコット消費
48. 練習試合の帰り	捻挫した私	湿布	チームメイト	マック	次回戦会議	割引クーポン	日暮れ前	群れられる所	戦費

49. 鉄道駅へ	沿線への私	My自転車	ツリーング	各沿線ガイド	西鉄Cycle Train	行動範囲拡大	土日祝の特色	事前予約	共通決済
50. 路線バス乗場	系統に迷う私	車窓の街なみ	シニアバス	どこでもドア	交通インフラ	驚異の通行力	運行状況表示	催事特別運行	共通決済
51. 交通結節点へ	要領の悪い私	ガラケー	待ち合わせ人	不案内な土地	乗り継ぎ失敗	地下商店街	脇目を見ず	急ぎ足	時間浪費
52. タクシー合いに	歩き疲れた私	大きな荷物	役立たぬ同伴	右左往	場所不案内	RFIDカード外	渋滞時間帯	アプリ使えず	電子決済
53. 人に会いに	半人前な私	なにかの用事	役所	ランデブー地	車検で不可	用向きの処理	先方の都合	訪問	交通系IC
54. 役所へ手続き	転居者の私	身分証明	担当窓口	役所	日教組限	雑多作業判明	土日祝除く	車いす難着待ち	現金
55. Walkイベント	健脚自慢の私	いつもの仲間	地元への引率	設定ルート	安上がりの喫茶	参加記念品	早朝〜星過ぎ	JRや西鉄企画	参加費
56. おつかい	権利主張の私	横断幕、札	動員された人	車道脇	外観的訴求	警察へ届け出	制限時間内	警察と行動	広報効果
57. ホラアリアへ	ついて狙う私	かねての情報	依頼主	不慣れた階層	ほぼ同方向	BigBang 祝儀	時間捻出	準備済み	預託金
58. 夜遊びに	社会還元私	SNS情報	SNSつながり	戦略的な地点	人的インフラ	利便の探索	夜遅く	創意工夫	事前調達
59. 利便の提供先	虚てる私	スマホ画面	気前いい人	公的拠点	公共インフラ	WiFi、電気	anytime	無料	記憶なし
60. Window Shop	消費欲求の私	キックボード	フェイスブレイ	店のほしご	新出店、新装店	想定外情報	日中	給水施設も	貯金
61. 施設見学	教育者の私	子どもたち	施設管理者	街なかの工房	手仕事大好き	学習単位	課外授業	スクールバス	材料費
62. 絵を描きたい	語りたがる私	自説の主眼	道行く衆鳥	立ちこ	肉声表現	正味の記憶	日中	徒歩	遺品迷惑
63. Performance	ダンスな私	音楽	スカウトの目	街頭	肉声表現	活動紹介	警備時間	抗声器	チラシ代
64. テーマを追求	問題意識な私	解決課題	一人一花運動	自慢の氏家庭	アウハウ伝説	一通りの魅了	テーマ合致時	道順に沿って	関連動機
65. 街景を眺め	建築趣味の私	Mapと双眼鏡	適切な助言者	戦略的経路	赤くテーマ道	人との親和性	暮らしの時間	スケール感	B/C
66. 街風情に触れ	感傷に浸る私	予備知識	コンセプト	名建築喜匠	街の将来展望	知識の伝達	本音の未知	手土産	Chara代
67. BigBang見物	気がはやる私	ビル建築概要	建設作業員	仮囲い越し	変革の体感	工程の確認	定期的訪問	定点観察写真	証品
68. 氣になる見物	確かめたい私	得心欲求	築信欲求	アイストッパ	興味喚起	ランタイム	目撃時	一踏速連	証品
69. 賑わいが好き	賑わいがりの私	喧騒	道反対側の友	人だかり	孤独の防止	物見遊山	サイレンの音	人ごみ最前列	冷房房
70. 世相観察	世相観察の私	愛大	過ぎゆく顔々	横断インフラ	楽しい効果	下の裏戻り	時間をかけず	歩数を少なく	予防注射
71. 出会い探し	転機したい私	自己表現	有象無象	趣味嗜好の場	交友幅拡大	流着言語	口	声掛け	交際費
72. 世相観察	ネタ探しの私	メモ帳	今どきの人々	街の辻辻	情報の海原	思わぬ発見	背の口	聴め、聴き耳	人生訓
73. 懐かししの再訪	回想癖の私	懐かしな記憶	記憶の中の人	食い違ふ記憶	街区の変化	街の「記号」	時空旅行	町割り痕跡	寂寥の涙
74. 下見のため	企画を持つ私	記録帳	仲間	雑踏	際立つ動線	Raison d'être	繁忙時間帯	雑踏を無音化	非接触
75. 道を見失って	トホホな私	自己嫌悪	迷惑の連れ	ラビリンス	方向音痴	地図が読めず	実施予定時間	複数回訪問	B/C
76. モデル探し	街頭流しの私	著名人の名前	声掛け待ち	目抜き通り	字卒の不確実	古着探し	時間観念喪失	引っ込み思案	物怖じ
77. 客をキャッチ	自慢の小屋の私	代用の靴	腐の甘い蜜	暗黙の稼働域	私利のえじき	らしい名刺	休日	裁縫技術習得	将来回収
78. 靴を履らしに	住人なの、私	クロックス	軽い会釈	馴染んだ街筋	長く履きたい	新購入の靴	修理店営業中	調査協力口実	分げ前
79. 未来探し	起業狙いの私	ノートPC	クラリアント	スバー	日用品購入	希にデパート	不夜城の都会	余所者を避け	セールの品
80. 居場所を求めて	心身困憊の私	趣味嗜好	匿名性社会	喫煙、仮眠所等	家に居づら	手触み	契約時間内	Action	閉店
81. 香りに誘われ	酒をたどる私	得意	味着(みらい)	溜まり場	あうんの共感	相互依存	いつとき	深呼吸	閉店
82. 時間つぶし	アボのある私	第六感	約束の時刻	穴場	探索心	美味しいもの	空欄時	風向き	大人買い
83. あてなく	空疎な私	もう一人の私	目覚める私	成り行き任せ	時間厳守	美意識	アボ時間前	ふらふら歩き	喫茶
84. あてなく	空疎な私	もう一人の私	目覚める私	成り行き任せ	時間厳守	美意識	アボ時間前	ふらふら歩き	喫茶

..... 7W2H おのおのを収斂する最大公約数 .....

!	街の権の深さ	誰もが主体	自身の強調	客体の反映	背景装置	転換の希求	成果の実感	24時間	自らの足で	対価
---	--------	-------	-------	-------	------	-------	-------	------	-------	----

(2) 「歩きたくなる」「居心地良い」の〈力点〉〈支点〉〈作用点〉

①歩行者プロフィールを想定し、7W2Hおのおのを収斂する最大公約数

!	街の懐 の深さ	誰もが 主体	自身の 強調	客体の 反映	背景 装置	転換の 希求	成果の 実感	24 時間	自らの 足で	対価
「歩きたくなる」「居心地良い」の〈力点〉〈支点〉〈作用点〉を担うキーワード										
	ア	イ	ウ	エ	オ	カ	キ			
💡	街なかの多様なシー クエンスを演じ る主人公としての 私	良くも 悪くも 都市の 匿名性	見る見 られる 関係の 構図	相応し い舞台 としての 修景	秩序と 混沌が 生む第 一步	来街者の状況に見 合った臨機応変な 接遇エンジニアリ ング	歩いて心地良い 物語消費に糸目 はつけず			

ア 街なかの多様なシークエンスを演じる主人公としての私

映画用語で言う【sequence】は物語を構成する単位で、いくつかのシーンを連続させエピソードを形成する。造園・景観用語としては特定の景をその場面だけでなく、関連づけて連続させて展開することをいう。ここでは、街なかでのささやかな出来事に中心的に関わる個人の主観的目線とする。

イ 良くも悪くも都市の匿名性

地域社会における知己関係はコミュニケーションの要諦を成すが、それはときに過干渉で鬱陶しい。都会に暮らすメリットとして、そうしたムラ社会的な近所付き合いを嫌い、他者に無関心を装う都会の生活スタイルを享受できることがある。他者の目を気にしないですむ一方、他者を不特定多数のオーディエンスとみなすことも可能となる。

ウ 見る見られる関係の構図

渋谷パルコの開業以降、公園通り沿いに歩く若者たちは「見る見られる関係」の象徴となった。往来する人々が洒落た路面店を利用する様子は、店舗側そしてトレンドを追い掛ける人たち双方の情報受発信の場としてもはやされた。地方都市でも街は劇場となり、サンシェードの下のオープンカフェは今日でも恰好のショーステージである。

エ 相応しい舞台としての修景

当人が意識していようがまいが、演じる自分がある以上、それに相応しい情景の中であることが望ましい。他者の目に触れることがないにせよ、自らのモチベーションを高め、プライド保ち、納得の行動を起こさせるに足る舞台背景は有用である。そうした自らの舞台をどう捉え準備するか、新しいビルの作り出す空間が来街者を誘う。

オ 秩序と混沌が生む第一歩

そびえるビルは創意工夫を盛り込まれ、コンクリートとガラスの巨大な構造物ではあるが、入居者や立ち寄り来街者を柔らかに引き寄せたり不意に驚かせたりする空間を計算し尽くしているはずである。他方、ビル足元に隣接する従前の街は年期を重ねた小住居兼店舗、脈絡を欠くテナント群、路地だったりする。個性が入り乱れ濃度が異なる街の風情は、浸透圧のごとく人の流動を生みだし、リズムの変調は面白みを発揮する。

カ 来街者の状況に見合った臨機応変な接遇エンジニアリング

WLT 協議会が継続的に開催してきた集客イベントは、感染症防止対策を講ずることと合わせ、大型かつ集約型で推移してきたこれまでの展開を今後は恒常的に集客の凶れる戦略へ力点を移そうとしている。こじんまりした居心地良さの多地点出現を想起する。

キ 歩いて心地良い物語消費に糸目はつけず

ディズニーのアトラクションではゲストをプレショー⇒メインショー⇒ポストショーの順で迎らせながら、待ち行列の長さや時間を感じさせず、施設が意図する物語をゲストの脳裏に好ましく摺りこんでいく。その胸躍る冒険の記憶はポストショーに続く物販エ

リアで揺り戻され、思い出を刻印する商品を手にとらせ購入させる。実生活におけるその商品の有用度は顧みられない魔法の刹那である。歩きたくなったり居心地良く感じたりする時間と空間はそうした趣きの延長にあるとも言え、記憶の所有を願う心に現世の貨幣を惜しげもなく投げさせる。

## ②「接遇エンジニアリング」とは

接遇エンジニアリングを「ゲストをもてなす際の外形的な所作、振る舞い、仕掛け」と定義する。スタッフによるゲストへの接遇時における姿勢や動作、手順や運用システムを定型化、定性化し、従事するスタッフが大差なく来街ゲストへサービスを提供できることを目的とする。街を舞台芸術になぞらえれば、主人公を引き立てる脇役や舞台美術係と喩えることもできる。

多様な目的で来街する人たちへの接近方法、情報提供方法、誘導方法、パーソナルスペースへの配慮、ボディランゲージなど、ヒューマンファクターによる街の意味づけ、魅力づけと捉える。展開するサービスにムラが生じる個々人の才覚やセンスによる内発的なもてなし精神の発現に頼るのではなく、関係者ができるだけ等しく高いスペック水準でエリアの矜持やホスピタリティーを表現し来街者へ伝えようとする。

こうした美意識を備える接遇エンジニアリングにより、来街者へは対応を受けた現場を越え、街全体の好印象を記憶に刻み持ち帰ってもらえることとなる。

## ③てこの原理の複合作用で「歩きたくなる」「居心地良くなる」

「シークエンス」「匿名性」「見る見られる関係」「修景」「秩序と混沌」「接遇エンジニアリング」「物語消費」を、小さな力で大きな物を動かす“てこの原理”の<力点><支点><作用点>になぞらえる。「歩きたくなる」「居心地良い」とは多分に心理的作用であって、無意識の行動パターンを理解し、感性に訴えかける空間的な仕掛けを主には<力点><支点>とし、対人サービスを<作用点>とし考察結果を下記のとおり示しておく。

表2 てこの原理の3点と「歩きたくなる」「居心地良い」キーワードとの相関

てこ	要諦	説明と例示	ア～キの該当
力点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景観</li> <li>・ 情報</li> <li>・ 出来事</li> <li>・ 音</li> <li>・ におい</li> </ul>	<p>人を動かす最初の力点となるのが結局は「情報」。景観は直感的な視覚情報であり、スマホアプリはネット経由の玉石混交の情報である。</p> <p>レジャー活動においてそもそも天神に向かって自宅を出発させる動機となるのも情報である。以前に街へ出掛けた際に仕入れた情報の発芽であったり、直前にメディアから流れ出た情報に促されてであったりする。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 視覚情報例：ビルデザイン、ビル配置、見え方</li> <li>・ ネット情報例：イベント情報、セール情報</li> <li>・ ランドマーク例：視覚的、感覚的に自分の居所を把握できる羅針盤的風景（銀座の和光、アクロス福岡、TDLのシンデレラ城）</li> </ul>	<p>㊦ ㊧</p>
支点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人の出現</li> <li>・ 二次情報</li> </ul>	<p>導かれ関係性の生じる歩行空間と公共空間</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 動線例：結ぶ動線、通り抜け道、地下道連結、起伏、曲がり角、仰角、俯角、対比など</li> <li>・ 空間例：公開空地、吹き抜け</li> </ul>	<p>㊨ ㊩ ㊪</p>
作用点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 対人サービス</li> <li>・ 場の手当て</li> <li>・ 接遇の所作</li> <li>・ 新たな情報</li> </ul>	<p>来街を価値あるものと評定するのは主体者たるヒトである。その来街者一人ひとりに対し最終的な評定判断を促しうる行為、手当て、所作を&lt;作用点&gt;とする。期待を上回る価値との交換が感じられると喜びが生じ、次回訪問への強い動機づけとなる。</p> <p>サービスシステム例：エリアスーパーバイジングの諸事手当て例：先回りの情報配置、先回りの接遇態勢</p>	<p>㊫ ㊬ ㊭ ㊮</p>

※表は筆者作成

## 4. 「天神ビッグバン」 × 接遇エンジニアリング

### (1) 「アート」の定義と「アート」との邂逅

#### ① 「アート」の定義

「Art」は「美術品」として広く解釈され、「Artistic ; 芸術的」で可視的な事物が先ずは想定される。今年度の研究副題「アートあふれる空間」はそうした美術作品、特にパブリックアートが街なかに多数配置される様を想起させようとするものと推し測る。ただ、芸術には茶の湯や歌曲、舞踏のようにヒトが一期一会の表現媒体となって表出するものもある。美術品の良否、価値については主観的な側面は否定できず、名のある評定者による鑑定が社会的な価値を決定づけることが定石であり、時代の変遷、社会動静により価値は変動する。アートなのかデザインなのかデコレーションなのか、見方も曖昧になる。

あるいはまた「Art」に「Artificial ; 人工の、人為的な」「Artful ; 巧みな」が派生語としてあるように、アートは“人智が及ぼす感銘”の意味合いを広義に併せ持つ。現代アートの1ジャンル、インスタレーションについては作家が作品を据え付ける「場」との対話を通じて生み出す制作工程をも含む思念表現であり、アートの捉え方を押し広げている。したがって当研究論文において「アートあふれる空間」とは来街者にながしかの感銘をもたらす事物、事象と捉えることとする。

天神ビッグバンボーナスを勝ち得て新たに建設されるビルは、魅力あるデザイン性に優れていると福岡市が認定したもの。外観や内部空間の構成、内外装に人々の目を引き、強い印象を呼び起こす仕掛けが完成時には成されると推察される。公道や地下街との接続箇所といった来街者の交差空間においてもアイデアと技法を發揮し、賑わいと人さばきを共存させる工夫がなされるはずである。それらは自らを芸術作品とは称しないが、建築設計に携わる人たちの矜持が随所に見てとれ、その真意と技巧を理解すれば感銘に及ぶものでさえあろう。そうした空間造形もアートとしての素養を十分に備えていると解釈したい。

また、建築意匠に見られるアートに加え、人の所作についてもアートを見出す。書家が作品をものす際の筆さばき、茶人が客人をもてなす際の作法、立ち居振る舞いを際立たせる服飾など、喩えるなら舞踏と同様にアートである。接する相手を遇す類のこうした生身の人による所作が街なかのハードと親和するとき感銘を生む。それは「歩きたくなる」「居心地良さ」とも換言できるまちの一局面に向けた評価ともなる。

#### ② 「アート」との邂逅



BBBのビルがアート性を備えた外観、内部空間を持ちうることを前提とすれば、明治通り、渡辺通りの二つの幹線道路が交差する界隈が天神のランドマーク、アイストップを濃厚に形成することになる。したがってこれらビルが内包し接続する空間の景観を、来街者と引き合わせる事がアートへの気づきをもたらす。一般的には公開空地の位置、形状、そして公道からの引き込み動線になるが、そうした諸条件を勘案しつつ、アート空間と来街者との効果的な引き合わせ、出合わせ方を手当てする余地が生じる。

そうした対象へ、離れた位置から徐々に近づけ見せていくのがよいか、異なる視界から突如新たな視界を開かせ、その中で遭遇させるのがよいか、アートをアートとして引き立てる動線づくり、案内術は工夫の範囲である。遠方から見通せる場所や道筋の探知であり、見え隠れしながら次第にその姿を明らかにしていく動線なのか、何かを通り抜け、いくつかの道をたどった先に意表を突くように眼前に立ち現われる動線を選ぶか。建物躯体によるそうした操作ができないときは話術、植栽や衝立を効果的に配置することにより視界を遮断したり分断したり、ある程度コントロールできる。見降ろす、見上げる、覗きこむ、振りかえり見る等々、目線の振り方の違いでもアートへの印象を左右することができる。

## (2)「歩きたくなる」起承転結の編纂






「歩きたくなる」とはすなわち、魅力ある情報をタイミングよくヒトに与えることである。第3章で検討した<力点><支点><作用点>を天神の現状の姿、天神ビッグバンで立ち現われる新たな街の姿へ投射しつつ、それぞれのシーン、シークエンスで使える技法について以下①～⑤に述べていく。定常的に考えられる「歩く動機付け」を系統別に列記し、街の「所作」「ふるまい」について言及する。また、前章で検討した「てこ要素」を併記する。

### ①歩く動機付け：空間誘導系

【視点場】…     / 力点 or 支点 or 作用点





街なかの何にせよ、それをどこからどう見るかが印象を大きく変える。歩行者の水平視野、俯角、仰角を先ず念頭に置いて、対象物の設置を考えることは大切。例えば街歩きのルート設定において訪問ポイントそれぞれに印象を増幅する手立てとして、視覚効果を増幅する俯角、仰角のほか、風景の奥行き、見通し、地面の起伏（エレベーション）、湾曲、鉤型辻角、遮蔽物、チラ見せ効果等も考慮したい。天候次第で雨よけ、日よけも利用可能。

起点から終点までを最短距離で結ぼうとするのではなく、多少距離は延びてもストーリーを構成しやすい訪問順を重視するほうがよい。そして対象物との邂逅、初見の仕方を通して街歩きプログラムを盛り上げる。対象物を見るのにも多様な方法がある。徐々に近づいていって見る、視線を突然上げて見る、斜面を登りきって見る、角を曲がった途端に見える、遮蔽物が途切れて突如として見える、暗がりから出て見る、ふと後ろを振り返って見る、穴を覗き込んで見る、股の下を通して逆さまに見る、うつ伏せに寝て下を見る、仰向けに寝て上を見る、真下から上を仰ぎ見る、高みから下を俯瞰する等々、見せ方を様々に工夫することで対象物は際立ち、ちょっとした動作が伴うことによってゲストも印象を強く刻む。天神ビッグバンエリアにおける新たなランドマーク候補がアイコン、アイキャッチャーになる仕立て上げはこうした街あるきのルート設定やガイディング技法によって可能である。また時間帯を限定すれば、例えばロウソク岩やダイヤモンドリングのような瞬間的な邂逅価値を付加できる。

【左旋回（リングワンダリング）】…      / 力点 or 支点 or 作用点

回遊性には一巡してスタート地点へ戻ってくる意味合いもある。移動し続けることに価値や意味があることを連続体験で織り込むことが大切。歩行者は概して大きく左回りで空間を巡ることが知られている。そうした流れに沿って、街のストーリーボード的な事象を配置していくことも来街者の歩を進めさせる方策となる。

そうした一つ一つの場面がシークエンスであり、そのそれぞれにトピックを持たせ物語に織り上げるのが肝要。エリア内の店舗の入れ替わり、更新はそうしたトピックとなる。

【休息】…      / 力点 or 支点 or 作用点

前出2章のアンケート調査でベンチなど休憩スペースが少ないという不満が見られた。これには新たに公園やストリートファニチャーを増やす対処法ではなく、街なか沿道に既存の花壇等の淵に厚みと平らかさを加え、清潔さを誇示することで十分に応えられる。座っても平気と思わせる清潔さ、そこへ腰を下ろす人をとがめない街の眼差しが休息ポイントを現状のハードで自然増殖させることができる。車道脇に「パークレット」や「アーバンテラス」的な設えをわざわざ新設しなくても、既存ストックで寛いでいただける。

また、「歩きたくなる」「居心地良い」を併せ持たせられるのが沿道各店舗のセットバック空間に3つの要素を備えさせることである。一つは、店舗前の空間に木質感を帯びさせること。一つは、ベンチや草花による歓迎の意思を表示すること。一つは、透かし見える店内の明るい照度で安心感を設えること。天神 BBB ビルのパース図を見ると、規模こそ違うがアイレベルではそうした思想を窺うことができる。

### 【トンネル効果】… ア イ エ オ キ / 力点 or 支点 or 作用点

トンネルやゲート、アーチをくぐることにより歩行者は意識のディメンション（位相）を変換することができる。歩く楽しさ、興味を変換させ、継続させるのに有効な空間効果。

新しいビルの通り抜けはこうした意識を持たせやすい。音や色、光などで変化を増幅することもできる。街の回遊にメリハリをもたらすし、管理者の異なるビルを来街者に巡らせるのにも有効な空間となる。こうした変化は歩行者に疲れを感じにくくもさせる。

天神地下街はまさにトンネル効果をもたらす空間となっている。統制された意匠表現が成され、歩行者はテーマ性を備えた空間へ足を踏み入れた途端に気分を一新させる。夏は冷房、冬は暖房により、外気との落差から歓迎感をも覚える。

歩行者を設定済みのテーマへ没入させることは、意図するイメージを伝えやすいことだ。同地下街の平行の道筋はどちらも双方向で歩行者は自由に歩くことができるが、ほぼ強制動線に近く、商店街としてのメッセージ、ストーリーを伝えやすくなる。

新天町商店街もアーケードによりトンネル効果を発揮している。また平行するサザン通りと合わせ、西天神通りと天神福岡駅を両端のアンカーとし、歩行者を動かしている。

### 【ラビリンス】… ア イ ウ エ オ カ キ / 力点 or 支点 or 作用点

1985年、米国サンディエゴの複合用途開発ホートンプラザで始まったラビリンス式回廊は来場者を楽しく空間を巡らせ滞在時間を延ばし消費を促す効果が注目された。こうした動線づくりはわが国の複合商業施設においても多数導入された。近年は通販興隆によって買物に出歩くことが減衰している向きもあるが、人々が街へ繰り出す喜びを見出す限り、わずかばかり歩行を幻惑することは歓迎もされよう。リッツカールトンホテル福岡の足元、FGN との間の公開空地を通り抜けてつながる南側の大名街区は、このホテルの客層を考えれば、「魔都」の表現は大袈裟だが、ホテル内とは漂う気配が大転換する魅惑的な迷宮空間になると想像される。歩いて楽しいまちとは、一つに、単調さを避けることにある。視界の変転、気持ちの切り替え、商業空間、親水空間、広場空間、文化的空間など多様な空間を連続させれば、楽しさを生み出す。

### 【パブリックアート】… ア エ カ / 力点 or 支点 or 作用点

いわゆるアート作品に依存するのではなく、街の修景をアートと捉え、これを活用してまちの回遊性、物語性を発揮させる方途を探るのだが、生身の街はとかく「不連続の連続」であり、一つのフィロソフィーで垂直統合も水平統合もしがたいのが実態である。そのなかでパブリックアートの役割はインターバル空間を芸術の持つ浸潤力で意味づけることだと考える。その意味で、据え付け型のアート作品に拘泥せず、ヒトが媒介することで意味を持ち効能を発揮するアート活動へも機会を供与すべきと考える。ダンスパフォーマンス、大道芸、ファッション披露、スケッチ愛好者、オープンガーデンといった創作活動を、臨機応変に街なかへ現出させることを通じ来街者の回遊行動を活性化させることができる。

## ②歩く動機付け：オペレーション系

### 【街のクリーンナップ】… ア ウ エ カ / 力点 or 支点 or 作用点

ゴミの落ちていない天神の街は来街者への歓迎表明であり、「歩きたくなる」「居心地良い」の筆頭の具体策となる。先に述べた公園に頼らない街なかの“お休み処”の増殖は街の辻辻のクリーンナップ活動にかかっていると言える。沿道の随所に設けられた花壇、植栽ポットの淵に申し訳なさそうに腰かけている旅行者風情を見掛けるが、これを堂々と心地良く座れるよう仕立て直すだけで、街の心地良さは格段に上がる。サザン通りに設けられているボンエルフの“パークレット風”でも、草に隠れそうになった座部を清潔に保ち歩行者にしっかり見せるだけで街のおもてなし姿勢を訴えることができる。ゴミを手を持ったまま歩いている人を見かけたら声を掛けてそれを受け取ることも積極的なまちづくりの姿勢を示すこととなる。クリーンナップ活動の“見える化”が勘所となる。

### 【待ち行列の差配】… **イ** **ウ** **カ** **キ** / 支点 or 作用点

街なかの評判店にできる客の長い待ち行列は人気のバロメーターとみなされるが、配慮を欠く待たせ方は誰にとっても不快なものとなる。ときに隣接店へ迷惑を及ぼし、通行人の妨げにもなる。心地良くはできないまでも、こうした待ち行列を工夫することで苛立を和らげ、待ち時間を運営側にも利のあるものに行っているのがディズニーのテーマパークだ。

Queue line と呼ばれる工夫に満ちた待ち行列の考え方は街なかの混雑の緩和術としても有効である。並んで待つ人たちを退屈させないよう楽しいガイダンス機能を発揮し、適切な先渡し情報で事前準備をさせ、メインショー前のプレショーと位置付ける。迎える側には事前の情報提供によりスムーズな入場手続き、受注、商品提供、決済をもたらす。個人客とグループ客とを分けて整理すれば、店内の席を効率よく運用することができる。

天神の店舗に十分なキューエリアを設定できる場所は少ないだろうが、そうした観点で周辺の店舗同士が協力し合い、ビジネスチャンスシェアできれば、出入り口を塞ぐ云々で不協和音を奏でないで済むはずだ。昨今はスマホで事前予約できるし、整理券でも対応できるが、適切な待ち行列で店の繁盛具合を見える化しながら、待ち客に苦痛を感じさせない技術がエリアオペレーションの取り組みとして大切だ。

### 【ボランティア】… **ア** **イ** **ウ** **エ** **カ** / 力点 or 支点 or 作用点

ボランティア人材への統制のない依存はブランド保持に適合しない。博愛精神や街に関する情報量、接遇能力の度合いに個人差があり、サービス品質の不均一はゲストに混乱や迷惑をもたらしかねない。その発揮し方も個人に委ねられ、街という集合体として価値を正しく表現しがたい。無報酬は無責任に陥りやすく、責任の履き違えで自分主義、派閥や流派がけん制しあい、突出した要員ばかりもてはやされ当たり前の働きをする要員が霞んでしまい、古株と新顔とで情報の共有もままならない。

こうした負の面が出ないよう、まちづくりに貢献しようとするボランティアを適切に統制するシステムが必要になる。街なかで活躍する実働部隊の創出と運用にはエリアマネジメントは言うまでもなく、街なかで来街者を接遇する要員の採用、コミュニケーション術やガイド術の教育訓練、OJT、リカレントが重要だ。個々人の人間力に任せるファジーな行動規範ではない、しっかりしたプロトコル、マニュアルを用意したい。こうした要員が来街者の生の声、要望を聞いていることから、彼らからの情報をエリアマネジメント全体へ還元していくシステムもサービスの質や士気を高めるものとなる。

### 【歩行路における交通整理】… **ア** **イ** **ウ** **エ** **カ** **キ** / 力点 or 支点 or 作用点

路上の何らかのトラブルにより歩行者の流れに支障が生じた場合、保全措置や迂回案内、管轄者への通報等、エリア全域を俯瞰する適切な対処が上記の要員には望まれる。

### 【コスチューム】… **ア** **ウ** **エ** **カ** / 力点 or 支点 or 作用点

ボランティア活動自体が本人にとって有意義で誇らしく楽しくあるためにもコスチュームにも十分な配慮が必要だ。馬子にも衣装の格言の通り、自身を規定する服装をすることで任務に対する精度が高まる一方、視認しやすく馴染みやすいコスチュームは来街者からみても、外部発注された警備会社の制服や私服の上にビブや腕章を着用しただけの“なんちゃって”制服の係員に対するより声を掛けやすく、接し方も穏やかになる。上等で品格ある衣装・装備にはウェアブル通信カメラによる遠隔支援も可能。コスチュームは服飾であり、アートの一端にあることも付言したい。

### 【声掛け】… **ア** **イ** **エ** **カ** / 力点 or 支点 or 作用点

「こんにちは」は相手から発声を引き出す言葉である。「いらっしゃいませ」では一方通行に終わりコミュニケーションにつながる会話を引き出せない。「こんにちは」に続け「お困りですか?」「今日は遠くからお越しですか?」といった語を継ぐのも相手によって有効。集合写真でシャッター係を決めかねているグループがあれば「みなさんご一緒でお撮りし



ましよう」と声を掛けるのもコミュニケーションの切っ掛けになる。今どきはスマホの自撮りが当たり前だが、写真の構図や収まる人数に制限が生じるし、なによりこの声掛けが相手のちょっとした質問や相談を引き出すことともなり、ホスト側が適正な情報を提供する機会となる。しかしこれは前述の接客要員が街に散開していることである。

#### 【切っ掛けづくりの紙媒体等】… **カ** / 作用点

ポケットサイズの簡便なマップ等は接客要員と来街者が最初にコミュニケーションを取るためのツールとして有効であり、声掛けの際にも分かりやすい所作となる。スマホ万能のご時世とは言え、手渡しで情報を提供できることが街なかでのコミュニケーションを円滑にする。またその場で追加情報を書き入れることができる。スーベニア配布も有効。

#### 【ウォーキングアプリ】… **イ キ** / 支点 or 作用点

音声ガイドを果たすウォーキングアプリは自説を唱えるおしゃべりなガイドさんと違い、誰に気兼ねなく使うことができる。必要とあれば何度でも同じ説明を嫌がらずしてくれる。

GPSによる位置情報に連動していれば、目的地までの距離、目印、曲がる角を丁寧に教えてくれる。位置精度の高さから、市井の事業者の広告も歩行の進み具合に応じて入れられることから、広告収入をエリアマネジメント資金に充てることも考えられる。

ただ、こうした専用アプリをDLする率は必ずしも高くない。来街者にはスマホから視線を上げて街を歩いてほしいものである。

#### 【エリア内各所の人出予測】… **ア イ ウ エ オ カ キ** / 力点 or 支点 or 作用点

要員を巡回配置するのに、来街者が何処にどのタイミングで増え、どう行動するかの予測が大切。事業者の催事等を事前把握し、街の息遣いに臨機応変に対応できることが重要。

### ③歩く動機付け：メンタル系

#### 【お徳感】… **イ キ** / 支点 or 作用点

歩く動機付けはつまるところ情報の提供である。消費経済の社会に生きる市民にとって“お徳情報”は最たるものである。買い物ごとに溜まるポイント、景品との交換機会、有効期限、スマホ宛てのセール通知、フリー情報誌の特典クーポンは欲情を突き動かす。

#### 【時代に随伴】… **ア イ ウ エ オ カ キ** / 力点 or 支点 or 作用点

トレンドに遅れないよう、SNSに「いいね」が押せるよう、話題の場所、食べ物をフォローしに出掛けられるのが九州一の繁華街、天神だ。例えばサブスクの衣料品サービスで、出掛けさえすれば候補を試着し着心地を確認できるとしたら、あるいはプロモーション参加の機会が得られるとしたら、自宅のタブレット画面で留まっては居られないだろう。

#### 【おいしそう】… **ア イ ウ エ オ キ** / 力点 or 支点 or 作用点

デパ地下のスイーツ販売エリアへ足を踏み入れると、にわかには元気づく。街なかも同様、美味しいと評判の店を巡り歩く行為は原始的なエネルギーによる。とくにクラフト性あるワンハンドの品々をまち歩きの推進力にするのは古今東西、定石かもしれない。

#### 【ハプニング】… **ア イ ウ エ オ カ キ** / 力点 or 支点 or 作用点

予期せぬ出来事、ハプニングは、それが危険を漂わせないかぎり、群衆を生み、ときに乱舞させる。街を訪れた理由とは別に期待外の喜びを遭遇者に与え、しばらくその渦中に留まるために一緒に動きまわったりする。仕組まれたハプニング、ハプニングに見せかけたアクティビティ、イベントもエリアマネジメントによるまちづくりなら可能である。フラッシュモブはそうした試みであり、仕掛ける側も、突如、巻き込まれる側も一期一会的な時間を共有し楽しむこととなる。個店単位でも、例えば店舗スタッフとじゃんけんで記念品がもらえる機会に遭遇すれば、それは愉快的なハプニングアトラクションである。

#### 【音場づくり】… **ア イ ウ エ オ カ キ** / 力点 or 支点 or 作用点

ダンスブルな曲が流れ自由に踊れる空間を設定すれば、ストリートダンス愛好者に格好のステージとなり、固定ファンや通りがかりを鑑賞者としてそこへ誘う動機付けとなる。

超志向性スピーカーにより音場を限定する方法もある。また音場を機動性をもって適宜に移動させることで、人溜まりを制御することも可能となる。2024年パリ五輪ではブレイクダンスが正式競技となり、日本代表は有力なメダル候補とされる。異端視されてきた感のあるストリート系ダンスが市民権を得て、その表現力が街の賑わいに有用視されよう。

【ご優待】… **ア イ ウ エ カ キ** / 力点 or 支点 or 作用点

「いまだけ、ここだけ、あなただけ」は顧客心理をくすぐる極意の一つ。特別入場、特別拝観、特別料金、VIP 待遇という誘い文句に誰しも心を動かされる。まちづくりにおいてこの特別感を醸す一つが「バックヤードツアー」である。普段は立ち入ることのできない場所へ特別に案内され、優待的なサービスを受ける体験は、強い思い出となることに加え、その場所、実施者に対して理解を高め特別な好感を抱くこととなる。来場を促すため事業者個別になされている優待企画だが、一体の街として消費者を振り向かせ、参加させ、歩かせるのに趣向を凝らした「バックヤードツアー」を適宜に実施することを薦めたい。

【HCP への手助け】… **ア イ ウ エ カ** / 力点 or 支点 or 作用点

バリアフリーがハード面で進んだ街であっても、人の手によるわずかの介助が街訪問の印象を優れて高める。例えば車椅子が段差を乗り越えようとしている場面に出くわしたら一声掛け、正しい技法によって後方から腰で優しく一押しする。またスマホの操作で苦勞している場面を見掛けたら手助けを声掛けしてみる。こうした振る舞いは、身体に障害を持つ人、ベビーカーを押す人、体力減の高齢者等の当事者ばかりでなく、付添者あるいは周囲の通行客へもホスピタリティー精神を伝播し、街への評価を高めることとなる。

【目移り】… **エ オ** / 力点 or 支点 or 作用点

単調な風景の連なりに人はたちまち飽きる。天神の商業地はバナー広告やサインを揃えエリアの統合性を見せる一方、店舗個々がディスプレイや動線を工夫し集客に努める。多店舗で成す前面ファサードにメリハリが効いていれば、来街者の目線は次々に移ろい、飽きを感じさせず歩かせることができる。その意味からも建物壁面のセットバック空間の設え方は、個性を打ち出せ、歩行者の目線を引き寄せるものとなる。

④歩く動機付け：物語消費系、イミ消費系

【テーマ追求】… **ア イ ウ エ カ キ** / 力点 or 支点 or 作用点

ある主題に沿って行程を組み、街を巡ることは一般的な旅行形態である。建築様式や史跡を代表格に、個々人の趣味嗜好、関心事によってそれは千差万別である。近頃はアニメ聖地巡りを侮れない。まちづくり、まちおこしと連携してアニメ制作者と戦略的にまちの風景や名物をアニメシーンに組み入れ、それをオリエンテーリングもどきに巡らせようという試みは全国でみられる。かつての大河ドラマ、韓流ドラマより巧み。

それまでとは毛色の違う歩行者が街なかに現われるようになり、当初は市民に戸惑いの顔も見られるが、慣れてしまえば却って、新種の顧客獲得術を学ぶ商業者も現われ、街に新風を送りこむこともある。

⑤歩く動機付け：時間誘導系

【時間指定の優先入場】… **イ カ** / 支点 or 作用点

長蛇の待ち行列必至のアトラクションでファストパスが発行されるようになって久しい。待つことに費やしていた時間を他に振り向けることができるようになったのは、客側にも事業者側にも好ましい。街なかの店舗の場合、この浮かせた時間をどう使うか。

向こう三軒両隣の店舗が同業でない場合、連携による時間差キャンペーンで待ち客を預り、ついで買いを促すことも可能だ。待ち時間が比較的長い場合、界限の無料給水スポット、無料給電スポット、無料トイレ、授乳室、オムツ替えスペース等を紹介し、近所を探索させ、次回以降の訪問を気安いものとしておくこともできる。

### (3) 「居心地良い」時間と居場所とコミュニケーション

「居心地良い」とは十人十色である。旅、買い物等の経験値、修得している情報量、感性等にもよるが、「居心地良さ」は事前の期待値と事後の評価点との差異にも影響される。

空間的には「小ぢんまりした」、対人的には「親切心」が快適さや楽しさをもたらすとされるが、ヒトによる不干渉を心地良く感じる状況もある。空間の有り様、時間の流れ様、対人サービスの質と量そして距離感がその時々居心地良さを構築する。

街なかにおける居心地良さとは、端的に表現すれば「誰にとがめられることなく」「座っていられる」ことではないか。専用の椅子やベンチといったストリートファニチャーにこだわらない。花壇や植栽柵の淵に十分な厚み幅があり、清潔な平面を備えていれば、そこへしばらく座って休息を取ることができる。管理者側のそうした行為をとがめる目線ではなく、それを微笑ましく、街の経営観点からは商機を生む好ましいものと捉える態度があれば、十分に居心地良い時間を街なかで提供しうる。「テラス」などと洒落た空間をわざわざ設けずとも、「パークレット」と呼ばれる追加措置を道端に講ぜずとも、現状の街なか、沿道にある利用可能な植栽柵や壁面の凸凹等に少々手当てすることで十分に足りる。

鳥の糞が落ちないように頭上に架線のない場所を選び、また一日の何度かそうした箇所を丁寧に拭き掃除するなど、ヒューマンウェアな対応とその清掃行為をことさらに“見える化”することによって、極小ながら有用なポケットパーク風情が天神の各所に多数生まれ出ることとなる。

上記のそうした人的サービスを通して街側と来街者側との間に生じる自然な応答がコミュニケーションの基礎であり本質となる。「いらっしゃいませ」ではなく「こんにちは」から始める最初の声掛けによって発展させられるコミュニケーションがゲストの居心地良さを増幅することがしばしばある。街なかを展開するコンシェルジュ要員が“良質なお節介”の主体となり、最初の「こんにちは」で会話の口火を切ることにより相手の応答を引き出し、質問や要望、感想など街のマーケティングに役立つ顧客情報を得ることにつながる。こうした要員は街の案内、防災防犯パトロール、ゴミ拾い、キャッシュレスなど IT サービスに戸惑う来街者への手助け、写真撮影の補助などを言わば「都市サービス」として提供することとなる。プッシュ型のホスピタリティー（＝良質なお節介）でコミュニケーションを図ることによりエリアの居心地良さをもち受け取ってもらえる。

## 5. 歩くほどに楽しさと心地良さに行きあう福岡のまち／おわりに

### (1) 「天神まちづくりガイドライン」への捕記要点

国交省 2021（令和 3）年刊の『居心地が良く 歩きたくなる グランドレベルデザイン』では、今日のまちづくりにおいて基本セオリーとなっている技法を網羅し、その成功事例とするものを紹介している。天神へはそうした取り組みが既に導入されており、さらなる進展、飛躍へ天神の街は準備が整いつつあるというわけである。

ただしそうした技法の多くはアーキテクチャーであったりテクノロジーであったりする。これらを場所や時間に合わせ柔らかに駆動させる推進力が要る。首尾よく稼働させる背後に多彩な人的取り組みが恒常的に成されることを見出すことが重要である。

また、国交所冊子の副題が「事例から学ぶその要素とポイント」であることから分かる通り、結局は国津々浦々、地域それぞれの事情を反映して知恵を出し合うことが大切と示す。注意しなくてはならないのが、成功事例としてもてはやされるものも普遍性を担保されるものではなく、数年後には気配さえ失われるものがあることを知ることである。

ハードが時代の要請にたとえ追いつかなくなっても、あるいは先走っても、その時空を「居心地が良く」「歩きたくなる」環境へ留めるのはヒトの介在、すなわちヒューマンファクターがハードへ適切に関与している場合である。これはハード偏重のまちづくりで見落とされがちな点である。そのヒューマンファクターもスタッフ個々人の能力、機転、情報量に委ねられてしまうと、エリア全体としての品質の一貫性が保てないばかりか、優れたスタッフ個人の働きが標準的な働きをするスタッフの能力を低く評定させかねない不利益を招く。そのためにエリアマネジメントの観点から地域全体の持ち味、魅力を恒常的に引き上げ、ゲストへ好ましい経験と情報を的確に持ち帰らせる現場現場のオペレーション、接遇エンジニアリングが重要になってくるのである。

## （２）街なかのアート戦術実装のための戦略提言

「コレクティブ」という概念が「WLTアクションプラン 2020」で新たに登場している。「collective」とは英和辞典に「集合的なさま／組織的であるさま」とあり、2008（平成 20）年の「天神まちづくりガイドライン」で掲げられた目標の一つ「おとなのまなざし戦略／ボランティアセンターの設置」を進展させるものと思われる。人的なまちづくり支援として同じく「天神まちづくりガイドライン」で「毎日がフェスティバル戦略／天神コンシェルジュの整備（天神おもてなし学校の実施）」が掲げられていたが、これらは案内所によるインフォメーション提供に重きを置いたものようであり、13 年間の活動を踏まえ、より機動性と有機連携性のあるボランティア組織の必要性が改めて認識されたと思われる。

そこで当論文のまとめに、ボランティア参加という人的なエリアマネジメントを考えるうえで天神ビッグバンエリアを一つのテーマパークと見立て、そのオペレーション方途について提言したい。各々に建築確認済み・着工の造形ではなく、散發するイベント管理でもなく、フィロソフィーの透徹される一級のパークオペレーションを備える街としての振る舞いである。もとより独立した事業者が様々に集合し覇を競い合う天神エリア全体を一体経営できない以上、来街者をもてなす意志を明快に発揮するエリアマネジメントは、統制のとれた街のオペレーションによってカバーすることとなる。圏域を一つのパーソナルキャラクターとして演じさせるには、ビル個々に設えられた空間や公開空地、動線を、人による運営の機知で結びつけ関連付け、外来者を流動させることとなる。

エリアマネジメントの関与を明朗に表徴させる。そこで「コレクティブ」が果たす役割の大きな一つが、街なかの現場を総覧的に巡回監督し、街区の持ち味と来街者との仲立ち役を能動的に果たし、再訪を楽しみにするファン層を広げていくことである。固定の案内所で情報を提供したり街のマナー順守を警邏したりする受け身のサービスとは別物。「コレクティブ」を担う要員はユーティリティプレーヤーとして街なかの修景、クリーンナップ、巧みなゲストコントロール（人さばき）、親身な案内術をコミュニケーションツールに接遇エンジニアリングを駆使し、“歩きたくなる”“居心地良い”街の実装を進めていける人材の宝庫であってほしい。

＊

「WLTアクションプラン 2020」では「リビング・ラボ」という市民やユーザーが参加して新しい製品やサービスを開発する共創活動を行なうとしている。そこで上記スーパーバイジング（エリア巡回監督と適切な処置対応）、ユーティリティプレーヤーのプロトコルやマニュアルを、“接遇エンジニアリングの可視化”を意識して練り、「コレクティブ」がその実装部隊として創設・活動されることを希望する。アートに匹敵する“表現”のあふれる街がそこに生まれる。

《了》