

青葉通 仙台駅前エリア 未来ビジョン

Future Vision
for the Aoba street
Sendai Station Area



仙台の顔、多彩な表情のあるエリアへ
The Face of Sendai : Towards an Area with Diverse Expressions



青葉通仙台駅前エリア 未来ビジョン

仙台の顔、多彩な表情のあるエリアへ

—

Future Vision for
the Aoba street Sendai Station Area

The Face of Sendai :
Towards an Area with Diverse Expressions



はじめに
Introduction

青葉通仙台駅前エリアの未来を描くために
大切なことって何だろう？

かつて、伊達政宗公を筆頭に、人々が築いた仙台。
戦災によって焼失したまちに、人々が造った青葉通。
震災、コロナ禍、未曾有の事態を幾度経てもなお、
青葉通仙台駅前エリアは人々によって守られ、発展してきました。

今日、このエリアは、交通・経済・文化が共存し
様々な人々が行き交っています。
互いに影響を受け合いながら絶えず変化している様は
まるでグラデーションのようです。

グラデーションを生み出す「人々」は
たくさんの「ひと」からできています。
その一人ひとりの「ヒューマニティ」、
思いや考えや振る舞いがこのエリアを大きく変えるはずです。

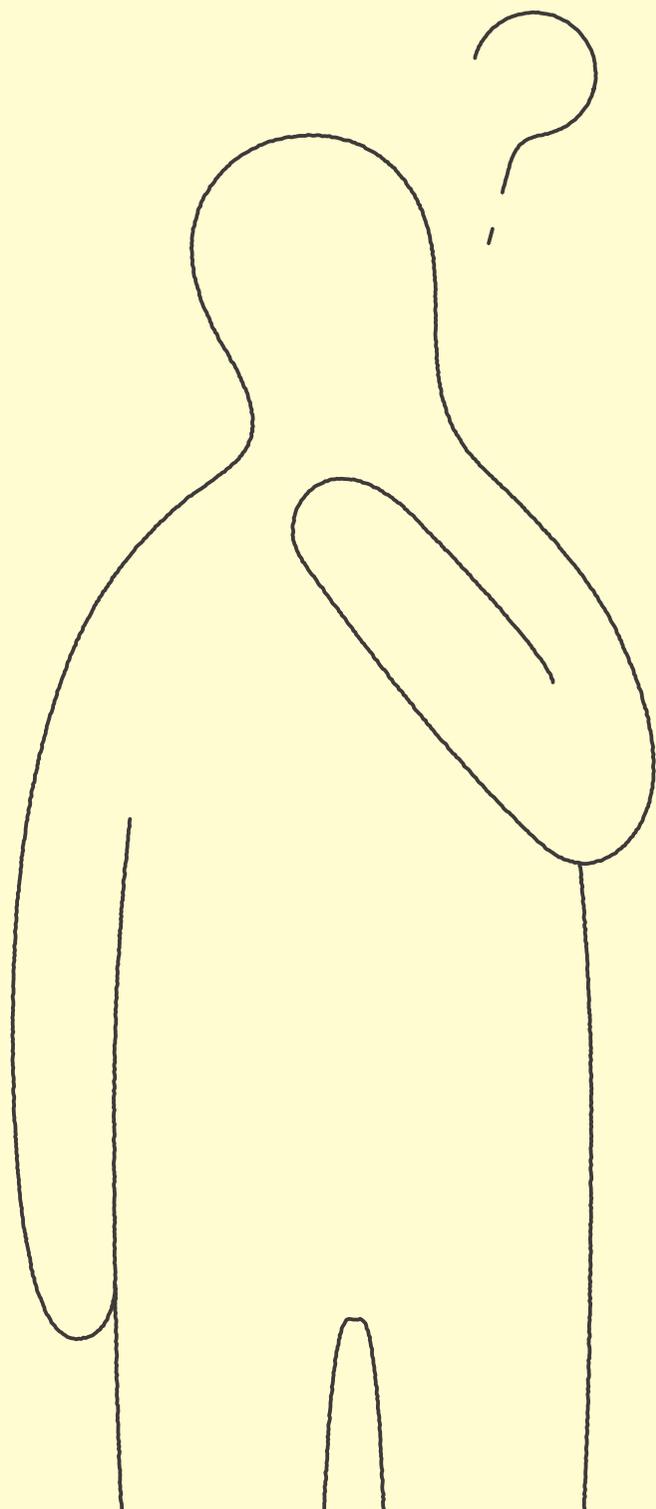
今、青葉通仙台駅前エリアは、
未来へのスタートラインに立っています。

「青葉通仙台駅前エリアの未来を描くために
大切なことって何だろう？」

これから先、何度も立ち止まって考えるであろうこの問いに
「グラデーション」と「ヒューマニティ」が
道標になると信じて、歩きはじめます。

未来ビジョンとは

What is the Future Vision?



私たち「青葉通駅前エリアのあり方検討協議会」は、学識経験者、商工関係者、沿道地権者、交通事業者、仙台市で構成している組織です。

公共空間を中心に、このエリアのあり方について官民が連携して検討を進めていくために、令和3年（2021年）6月に発足しました。協議会での議論をはじめ、市民参画イベントでの意見や社会実験の知見を踏まえて検討を重ねた内容を理念としてまとめたものが、この『青葉通仙台駅前エリア未来ビジョン』です。

未来ビジョンは描いて終わりではなく、実現するために取組を進めていくことが大切です。

まずは、この冊子を手にとってくださったあなたにもエリアの未来を想像していただくために、未来ビジョンを共有するところからはじめます。

ビジョン編

Part1 :
Vision

はじめに	03
未来ビジョンとは	04
青葉通の変遷	08
対象エリア	16
このエリアと周辺エリアの特性	18
このエリアの果たすべき役割	22
未来ビジョンの概念図	24
このエリアで大切にすること	26
ビジョン	28
エリアにヒューマニティが生まれる光景	30
ビジョンの実現に向けて	34
エリアの未来を考える座談会	36

資料編

Part2 :
Data and References

資料編について	44
協議会のあゆみ（年表）	46
協議会のあゆみ（2021–2022）	48
エリアづくりに向けた3つの視点（2021）	50
エリアに求められる機能（2021）	51
市民参画イベント「MACHITO SENDAI」（2022）	52
青葉通仙台駅前エリア社会実験「MOVE MOVE」（2022）	56
協議会のあゆみ（2023–2025）	60
社会実験後のつながりづくり（2023–）	62
MOVE MOVE ARCHIVE BOOK（2024）	64
MOVE MOVE ARCHIVE BOOK〈意見交換会を通して見えたこと〉	66
トークイベント「居心地の良いまちって何だろう？」（2024）	68
協議会の開催状況	70
未来ビジョンのとりまとめ（2025）	72
エリアの果たすべき役割に関する補足	74

1946年から戦災復興事業の目玉として、戦災で焼失した城下町の屋敷跡に道路が整備されました。仙台駅前から東二番丁通までは幅員50mとなり、その広さから「飛行機の滑走路でも作るの!？」と市民に驚かれたといいます。この通りの名称が河北新報社の市民公募で決まり、「青葉通」となりました。





SONYの大看板が目を引く建物は、「さくら野百貨店」の前身「丸光百貨店」です。屋上には遊園地もあり、家族連れでにぎわいました。通りの左側にあるのは、東北地方初の洋式ホテルとして開業した「仙台ホテル」。皇族やアインシュタインも泊まったという、当時最も格式高いホテルでした。



2009年に仙台ホテルが閉館し、後に都市型商業施設「EDEN」が開業。2017年には、さくら野百貨店が開店しました。



2020年、旧仙台ホテル、旧さくら野百貨店の敷地で沿道開発の機運が高まりました。翌年、このエリアの公共空間のあり方を検討する官民連携の組織「青葉通駅前エリアのあり方検討協議会」を設立し、2022年には、このエリアのビジョン策定に向けた社会実験「MOVE MOVE」が仙台市主催で行われました。そして2025年、このエリアの未来ビジョンを策定し、未来に向けた取組が進んでいます。

対象エリア

Target Area

未来ビジョンで「青葉通仙台駅前エリア」と呼ぶエリアは、青葉通にあり、仙台駅に隣接しています。駅に降り立つ人の目に入り、仙台の第一印象を決める「仙台の顔」となるべき空間です。

青葉通はここから青葉山へと伸びており、杜の都を象徴するケヤキ並木が立ち並ぶ、仙台を代表するシンボルロードの一つです。



このエリアと周辺エリアの特性

Characteristics of the Target Area and its Surrounding Areas

このエリアと周辺エリアには、3つの特性があります。

特性①

仙台を印象付ける、まちなかや青葉山につながる「仙台の顔」

このエリアは、青葉通の風格があるケヤキ並木をはじめ、仙台の第一印象を決める「仙台の顔」としての象徴的な特性があります。また、アーケード街、定禅寺通をはじめとしたまちなかや青葉山、東北各地へとつながる特性もあります。

特性②

交通・経済・文化といった要素の異なる価値が共存

このエリアと周辺エリアは、鉄道やバス、タクシーが集まる交通結節点であるとともに、ファッションやサブカルチャーの店舗を含む多様な商業施設、オフィスが集まっており、交通・経済・文化といった要素の異なる価値が共存しています。

特性③

様々な人が行き交う

このエリアとその周辺には、仙台駅東西自由通路とペDESTリアンデッキがあり、まちなかで最も様々な人が行き交っています。まちなかの他エリアと比較して、特に10代～30代の若い世代が多く集まっています。

交通・経済・文化といった要素の異なる価値が共存（特性②）



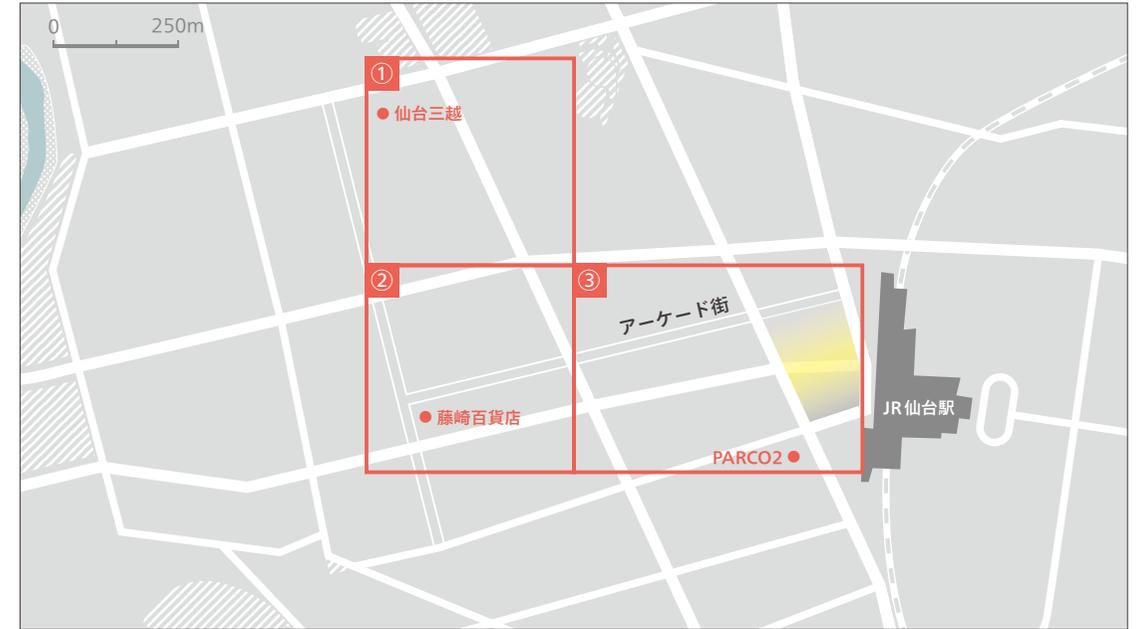
様々な人が行き交う（特性③）



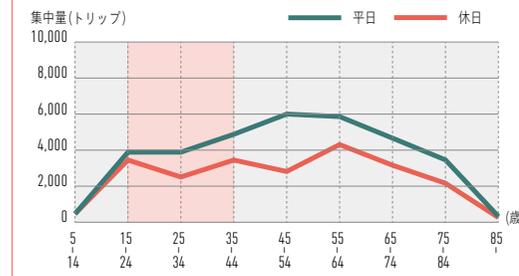
仙台駅東西自由通路



ペデストリアンデッキ



① 一番町北側

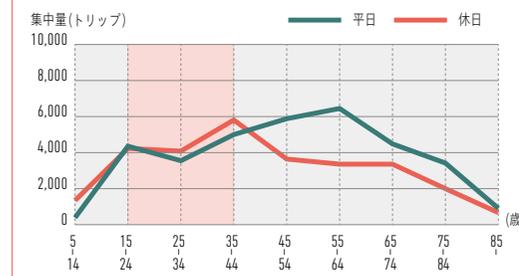


都心着トリップのメッシュ別年齢層構成 (グラフ)

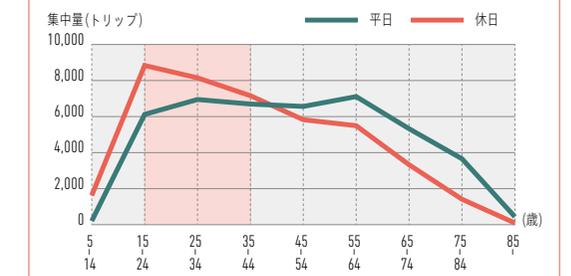
p20の写真やこれらのグラフから、このエリアはまちなかの他のエリアと比較して、特に10代から30代の若い世代が多く集まっています。

※ 2017年 (平成29年) 10月-12月の実施データを元に作成

② 一番町南側



③ 仙台駅西口



まとめ

このエリアと周辺エリアには特性①～③があることから、総じて「多面的価値」があるエリアといえます。特性①～③をいかしあうことで、このエリアと周辺エリアの価値を向上させるポテンシャルがあると考えます。

このエリアの果たすべき役割

The Role this Area should Fulfill

このエリアと周辺エリアの特性である多元的価値を踏まえ、このエリアが果たすべき役割は3つあります。

役割 ①

「ひと中心」のゆたかな表情を生み、仙台の印象を創り出す

仙台駅に降り立った人が目にしやすく、「仙台の顔」として印象を与えるエリアです。従来このエリアは、交通利便性を重視した利用が中心でしたが、今後は沿道開発と一体となり、ひとの活動、交流、滞在を盛んにして「仙台の顔」としての表情を生み出し、様々な人を惹きつけることが必要です。

役割 ②

訪れる人が他エリアへ回遊できる起点となる

アーケード街や定禅寺通などのまちなか、青葉山といった魅力的なエリアへ回遊できる起点となるためには、このエリア自体の魅力を高め、人を惹きつけ、訪れる人を増やすことが必要です。それにより、ペDESTリアンデッキや仙台駅東西自由通路を利用する人々に加え、郊外の大規模商業施設を訪れる機会が多い子育て世代など、まちなかに訪れる機会の少ない層にも足を運んでもらうことが期待できます。また、このエリアに戻ってきた時に、改めて仙台に対しての印象を深めることができ、再訪にもつながると考えます。

役割 ③

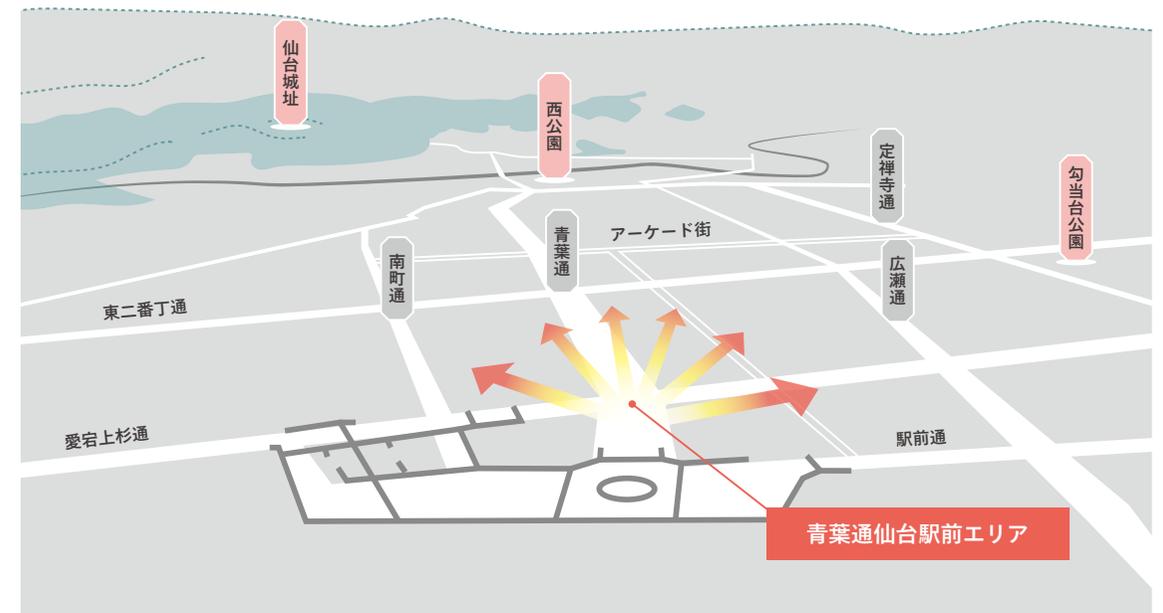
様々な人が多元的価値をいかして挑戦できる場となる

このエリアに関わる様々な人が交通・経済・文化といった多面的な価値をいかし挑戦できる場になることで、エリア価値の向上につなげることが必要です。

まとめ

このエリアがこれら3つの果たすべき役割を担うことで、エリア価値が向上し、様々な人にとって魅力的なエリアになると考えます。

ペDESTリアンデッキから青葉山方面を見た鳥瞰図



未来ビジョンの概念図

Concept Diagram of Our Vision

これまでに示した特性や役割を踏まえ、
青葉通仙台駅前エリアの未来ビジョンを掲げます。

土台となる2つの背景

1. 「多元的価値」のあるエリアの特性

- 特性① 仙台を印象付ける、まちなかや青葉山につながる「仙台の顔」
- 特性② 交通・経済・文化といった要素の異なる価値が共存
- 特性③ 様々な人が行き交う

2. このエリアが果たすべき3つの役割

- 役割① 「ひと中心」のゆたかな表情を生み、仙台の印象を創り出す
- 役割② 訪れる人が他エリアへ回遊できる起点となる
- 役割③ 様々な人が多元的価値をいかして挑戦できる場となる

未来ビジョンの基盤となる思想

エリアの特性をいかし、役割を果たすためには、単なる空間整備や機能配置だけでは不十分です。
様々な人が集まり、異なる価値が共存するこのエリアでは、それらをどのように調和させ、
相乗効果を生み出していきたいのか、基盤となる思想が必要です。

また、従来のエリアづくりでは、経済効率や利便性が重視され、ひとの感情や体験、
つながりといった人間本来のゆたかさが置き去りにされがちでした。
このエリアのように様々な人が行き交う場所では、ひとの心理や行動に配慮したエリアづくりが不可欠です。

従って、このエリアで大切にしたい2つのこととして、多様な価値を前向きに融合させる
「グラデーション・ポジティブの心構え」と、人々の感情やつながりといった
「ヒューマニティを大切にしたい考え方」を掲げ、未来ビジョンの実現を目指します。

このエリアで大切にしたい2つのこと

その1

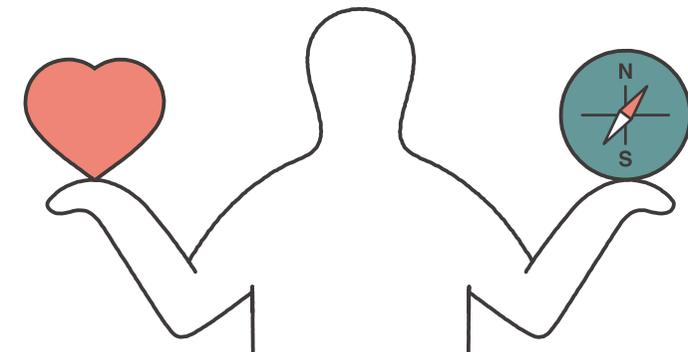
グラデーション・ポジティブの心構え

多面的価値や変化に対して寛容さと柔軟さを持ち、
いかしあうことで新たな価値を生み出せるよう前向きに挑戦しようとする心構え

その2

ヒューマニティを大切にしたい考え方

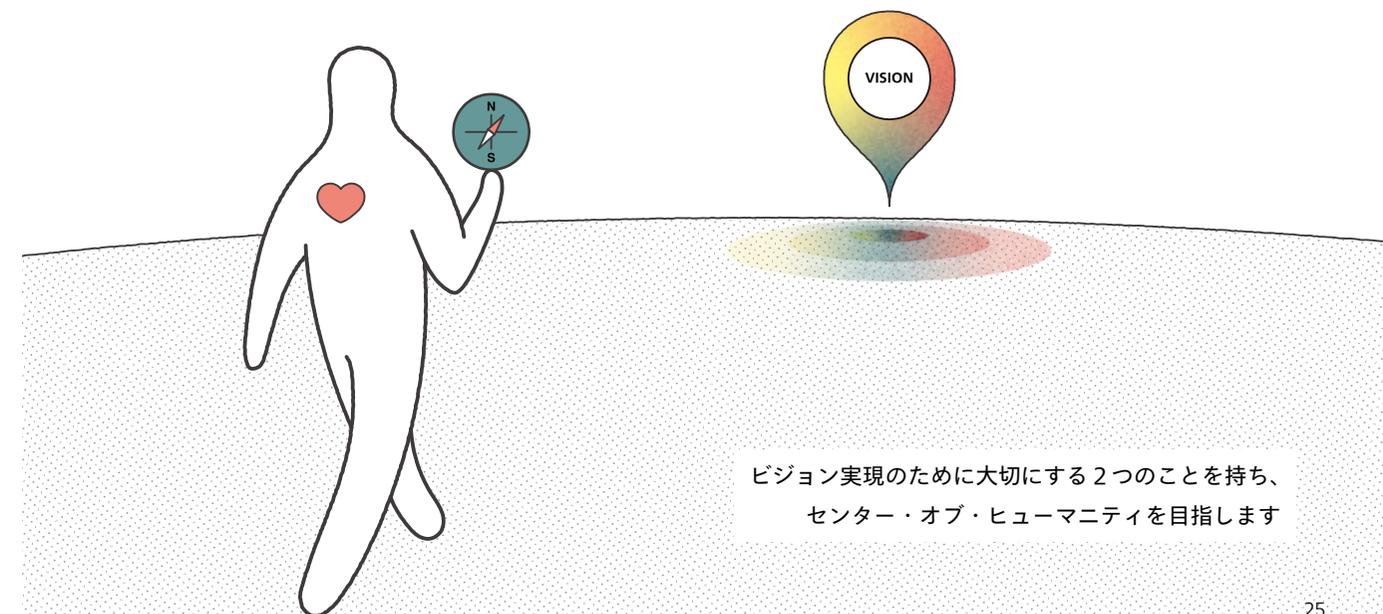
ひとの感情、人間性、ひととのつながり、すなわち
ヒューマニティを大切にしたいという考え方



ビジョン

センター・オブ・ヒューマニティ

あらゆるゆたかさが生まれ、仙台への愛着の起点となる唯一無二の場所



ビジョン実現のために大切にしたい2つのことを持ち、
センター・オブ・ヒューマニティを目指します

グラデーション・ポジティブの心構え

The Mindset of Embracing-Gradients

多角的価値や変化に対して寛容さと柔軟さを持ち、
いかしあうことに前向きに挑戦しようとする心構え



このエリアでは、二つのことを大切にします。
一つ目は、「グラデーション・ポジティブの心構え」です。

このエリアは、交通・経済・文化といった要素の異なる価値が共存する多角的価値があり、異なる目的を持つ様々な人が行き交い、環境が絶えず変化しています。

この特性をいかしてエリアの役割を果たすためには、多角的価値や変化に対して寛容さと柔軟さを持ち、いかしあうことに前向きに挑戦しようとする心構えが大切です。

これが、グラデーション・ポジティブの心構えです。

例えば、このエリアで事業を行う者がいます。単独の取組でも利益を生み出し、エリアに経済効果をもたらす可能性はありますが、異なる価値観に寛容さと柔軟さを持って向き合い、

異業種や異分野との連携に挑戦することでイノベーションを生み、より大きな経済効果をもたらす可能性が高まります。

経済面が発展すると、さらに様々な人がこのエリアを訪れるようになり、交通機関や公共空間を利用する人が増加します。

交通機関や公共空間も、単独で利便性を向上させるだけではなく、グラデーション・ポジティブの心構えで多角的価値をいかしあうことで、快適さを向上させたり、文化が生まれる可能性も高まります。

このように、様々な価値がグラデーションのように重なったり連なったりして互いに良い影響を与えあうことで、エリア全体に好循環が生まれ、エリアの価値向上にもつながります。

ヒューマニティを大切にしている考え方

The Importance of Humanity-Centered Thinking

ひとの感情、人間性、ひととのつながり、
すなわちヒューマニティを大切にしている考え方



このエリアで大切にしていること、二つ目は、「ヒューマニティを大切にしている考え方」です。これは、エリアづくりにおいて、ひとの感情、人間性、ひととのつながり、すなわちヒューマニティを大切にしているという考え方です。

例えば、このエリアを訪れたひとのなかに「少し休みたい」と思ったひとがいるとします。エリアに座ることができる場所があったら、そこに座って休憩することができます。ここまでは、従来のエリアづくりです。

では、「ゆったりくつろぎたい」と思うひとにとってはどうでしょうか。座れるスペースがあったとしても、人が密集していたり、騒がしかったりするとゆったりくつろぐことはできません。

同じエリアに居るひとの気配を感じながらも、他のひとからの視線は気にならず、パーソナルスペースを確保できる場所ならゆったりくつろ

ぐことができるかもしれません。この場所の色や質感、明るさ、音や香りも大切な要素です。

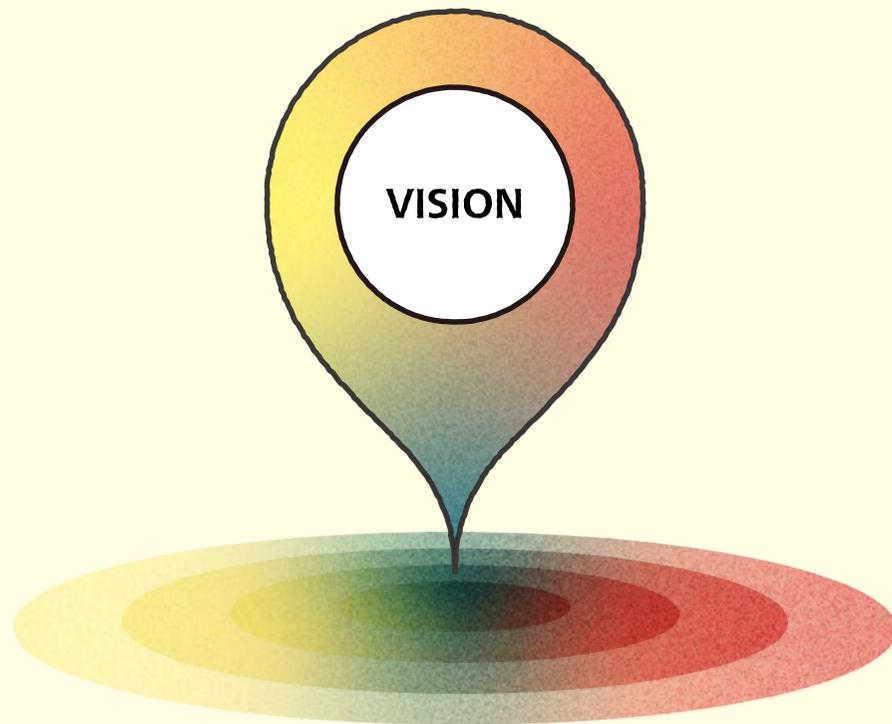
このようなエリアでは、居心地の良さや安心感から気持ちの余裕が生まれ、周りを眺めるなかでの新たな発見や近くにいるひととの会話、楽しさや喜びといったゆたかさを生み出します。

このエリアを通過するだけだったひとにも休憩や購買への欲求を生んだり、バスを待つために滞在しているひとが有意義な時間を過ごすことができたりと、経済や交通面でもゆたかさを生み出します。

このように、ひとがどのような感情でどのように行動するかと連動してエリアの状態も変化します。その結果、あらゆるゆたかさが生まれ、エリアはより良い状態となり、エリアの価値向上にもつながります。

ビジョン
Vision

センター・オブ・ヒューマニティ The Center of Humanity



あらゆるゆたかさが生まれ、
仙台への愛着の起点となる唯一無二の場所

グラデーション・ポジティブの心構えとヒューマニティを大切に
する考え方で目指していく青葉通仙台駅前エリアのビジョンが「**センター・オブ・ヒューマニティ**」。

多角的価値をいかしあい、あらゆるゆたかさが生まれ、仙台への愛着の起点となる唯一無二の場所です。

あらゆるゆたかさが生まれる中心になることで、このエリアに集まるひとの記憶に残る体験が生まれ、それがエリアへの愛着、ひいては仙台への愛着の起点となります。その愛着は、ひととのつながりのなかで相互に良い影響を及ぼし合いながら、さらにまちなかへとひろがっていきます。

ビジョンに向かう過程で、エリアとして求められることも環境も変化していきますが、「ヒューマニティ」は普遍的です。普遍的でありながら、エリアのひとの数だけ「ヒューマニティ」の答えがあって良い。

ヒューマニティを大切にしながらあらゆるゆたかさを生み出し続けていくことで、このエリアは仙台への愛着の起点として、唯一無二の場所になれるのです。

エリアにヒューマニティが生まれる光景

Scenes Where Humanity is Fostered in the Area



仕事終わりの リフレッシュ

シンイチ（仙台駅前会社勤務・42歳）

シンイチは、激務で気持ちが休まらない日々を過ごしている。残業後、コンビニに寄りバス停に向かう時、目に入ったこのエリアに立ち寄ってみることにした。空いているスペースに腰掛け周りを見渡すと、人々がくつろいで談笑している。見上げると、沿道のケヤキ並木が風に揺れて心地良く思わず深呼吸した。バスが来るまで少しここで過ごそう。缶ビールが最近で一番美味しい。

このエリアで実現したいヒューマニティが生まれる光景を、様々なひとにまつわる8つのストーリーと共に描きました。



買い物の合間の ひとやすみ

アサミ（主婦・29歳）
ヨシキ（夫・31歳）
アオ（息子・3歳）

アサミは、家族で家電を買いに仙台駅前に来た。買い物を済ませるとアオがぐずり始めた。するとヨシキが「青葉通仙台駅前エリアで休めるみたい」と言うので行ってみる。そこでは家族連れも多く、子どもたちが走り回っていた。それを見たアオも駆け出す。「アオに目も届くし俺は休める。ゆっくりしてきて良いよ」とヨシキ。アサミは久しぶりに自分のための買い物を楽しんだ。



放課後のひととき

アヤナ・ミク（青葉区の高校2年生）

アヤナは、ミクの部活後に仙台駅前で会うことになった。駅前にはたくさんお店があるけれど、毎回入るのは正直お小遣いのキツイ。すると、ミクから「ペDESTリアンデッキを降りてすぐの青葉通にいるよ」と連絡が。行ってみると開放的な場所。練習終わりのミクが涼んでいる姿があまりに気持ち良さそうなので思わず写真を撮った。リラックスしてただ座って話せるのが嬉しい。



観光で来た ひととの交流

トシロウ（自営業・70歳）

トシロウは散歩でよくこのエリアに立ち寄る。一息ついていると、バックパッカーに話しかけられた。サムライ文化が好きで伊達政宗公の像を見にフランスからやってきたという。スマホを駆使してカタコトの英語で像のある場所を教え、横丁の行きつけのお店も紹介した。「あなたのお陰で仙台がもっと好きになった」ととても喜んでくれ、SNSのアカウントを教え合った。

エリアにヒューマニティが生まれる光景

Scenes Where Humanity is Fostered in the Area



出張先での気づき

タカヒコ（東京勤務・45歳）
ササキ（仙台起業・37歳）

部下だったササキが会社を辞めUターンして仙台で起業した。仕事の相談があるというので、タカヒコは東京から仙台に赴く。打ち合わせに指定されたのはこのエリア。「駅前は常に変化していて、毎日違う風景が見られるのが刺激的なんです」とササキ。近くでは、学生が自分の研究について英語で話していて国際都市の雰囲気もある。新しいキャリアを仙台で考えるのも良いかもしれない。

このエリアで実現したいヒューマニティが生まれる光景を、様々なひとにまつわる8つのストーリーと共に描きました。



学びの機会

ミン（中国人留学生・24歳）
ヨシダ（大学教授・50歳）

ミンは、駅前の沿道ビルで全国から研究者や学生が集まる研究発表会に参加した。発表後に他分野の研究をしている他大学のヨシダ教授と話が盛り上がる。教授が乗る帰りの新幹線までの時間、このエリアで話し込んだ。交流機会があり、ひとと話して学べる環境がある仙台はとても楽しい。



子育ての余白

コウタ（フリーランス・33歳）
アイ（娘・4歳）

仕事終わりのコウタは、娘のアイの保育園のお迎えに来た。アイを抱っこして歩いているとクライアントから電話が。ちょうどこのエリアを通りかかり、一先ずアイを座らせる。すると、隣にいた女子高生達がアイの相手をしてくれたお陰で、電話をかけ直すことができた。急ぎの用件だったのでとても有難い。少しだけ彼女たちと他愛もない会話をしたのも息抜きになった。



友人との語らい

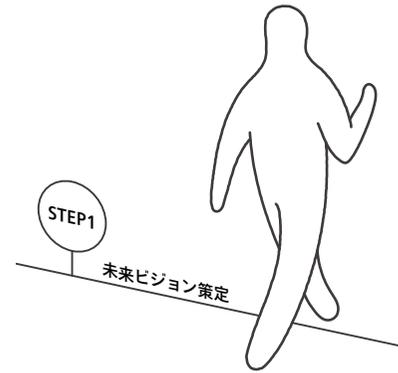
ケンイチ（ミュージシャン・29歳）
ハル（公務員・29歳）
リン（画家・25歳）

ケンイチは、久しぶりに学生時代の友人ハルとそのパートナーのリンと会うことに。気持ちの良い季節なので、おつまみとドリンクを駅前で購入してこのエリアで落ち合い、昔話やリンの故郷の話などで盛り上がった。「お店や家も良いけれど、ここは夜風やまちなかの空気を感じられるね」と二人とも心地良さそう。しばし、それぞれが楽しい夜に浸った。

ビジョンの実現に向けて

To Achieve our Vision

未来ビジョンの策定は、ゴールではなく最初の一步です。
ビジョン実現に向けて、2つの取組を進めていきます。



取組 1

グラデーション・ポジティブ、ヒューマニティを大切にする

「空間・仕組み・つながり」づくり

官民が一体となった空間づくり、運営などの仕組みづくりを進めるためにも、関わりたいひとが自然に関与できるつながりづくりを検討段階から組み込み、継続して行います。

取組 2

誰もが興味を持ち、関わりたくなる

「ブランディング・マーケティングに基づく戦略的なエリアプロモーション」

ブランディング・マーケティングに基づき、取組の過程を積極的かつ戦略的に発信することで、仙台のイメージを一層向上し、絶えず期待感を持たせます。

2025年



STEP 2, 3

沿道開発の動向を考慮しながら、沿道開発事業者とともにビジョン実現に向けた取組を進めます。また、エリアマネジメントを行う組織の育成を進めます。

STEP 4

運営母体が主体となり、沿道事業者、官民の関係者、プレイヤー、その他挑戦したいひとと共に取組を進めます。

空間づくり・仕組みづくりで意識すること

近年の社会変化のスピードに的確に対応するためには、機敏で柔軟な姿勢が求められます。そのため、空間づくり、仕組みづくりにおいては、状況や変化に応じて柔軟な検討を重ね、絶えず見直ししながら、段階的に取組を進めていきます。

つながりづくりで意識すること

人々が共通の関心や目的を持ち、支え合いながらつながることで、市民・企業・行政など価値観や所属が異なるステークホルダーとの交流と協力関係を築き、持続可能なエリアづくりの基盤となることを意識します。

エリアプロモーションで意識すること

一貫性のあるブランディングを軸に、ターゲットごとに適したプロモーションを展開します。ストーリー性のある企画を交えながら、継続的な発信を通じて関心を高め、エリアへの期待感、持続的なつながりを生み出します。



左から
奥口文結 / 奥村誠 / 梶田響 クレア / 岩間友希

エリアの未来を考える座談会

Roundtable Discussion on the Future of the Area

未来ビジョンの策定に向けて議論を重ねてきた協議会委員と、2022年にこのエリアで実施した社会実験に参加した大学生が、エリアの未来について話す座談会を行いました。未来ビジョンが生まれたプロセスを知ることによって理解を深め、エリアの未来を一緒に考えていただけたら幸いです。

〈座談会メンバー〉

奥村 誠（協議会座長・東北大学災害科学国際研究所教授）

岩間 友希、奥口 文結（協議会委員・将来ビジョン検討事務局）

梶田 響 クレア（東北大学文学部3年）

ビジョン検討の足掛かりは社会実験

奥村 都市空間は、地権者の意向だけではなく事業者の視点も重要で、双方がその地域の個性をちゃんと読み解いた戦略を立ててまちづくりをすることで発展し、地域の個性もより際立つんですね。ところが、駅前というのは放っておいても人が集まる場所だったので、特に戦略を立てなくても十分に儲かる時代がありました。

今、時代が大きく変化していくなかでこれまでの考え方が当てはまらなくなってきましたが、残念ながら今もそれを追い求めている人が多いように感じます。このエリアでも、皆どうすれば良いか悩んでいたというのが2021年時点の実態でした。

奥口 そんななか、未来ビジョン検討の足が

りとなったのが、2022年の社会実験です。岩間さんは準備事務局の一員だった当手を振り返っていかがですか？

岩間 初めは文化祭の準備のような感じで大変でしたが、期間の中盤になってくると楽しむ余裕が出てきましたね。普段のこのエリアとは違った層の方がいらして楽しんでいる姿がたくさん見られたのは印象的でした。一方で、普段から利用している方にとっては少し刺激が強い空間だったとは思っています。現地にはいろんな声が届いて、価値観の違いの難しさを感じていました。

奥村 期間中は私も訪れましたよ。ここで過ごしていた人達は楽しそうにしていましたね。私自身は、ゆったり過ごしたいなら他のエリアの方が良いのではないかと考えていましたが、こ



の辺りでゆったり過ごせるところがないからこそ、ここでそのように過ごしたい人が多いことはよく分かりました。

奥口 社会実験の効果検証をしていくなかで、皆さんが何となく居心地の良いところを求めていることがわかった一方で、このエリアがあるべき姿についての議論を何度もしていきました。

はじめのキーワードは「まちあわせ場所」

奥口 はじめに考案したビジョンは「心が動く『まちあわせ場所』をつくり、これぞ『仙台的顔』と世界に誇れる表情を育てる」でした。これは、社会実験の効果検証で見えてきたニーズの一つである「仙台駅前に居心地の良さを感じられる機能や空間がほしい」などを踏まえています。

また、仙台駅に伊達政宗公の像があった頃は「伊達像前」が、現在はステンドグラスの前がシンボリックな待ち合わせ場所になっていることを踏まえると、このエリアを昔から知る方にとっても馴染めるキーワードなのではないかと考えました。岩間さん、協議会委員としてその辺りはどう受け止めましたか？

岩間 「まちあわせ場所」というキーワードは、このエリアを回遊の起点にしたいという意味で掛け言葉にしているのが面白いと思っていました。でも、私は非公開イベントを運営しながら一般の方々の声を聞く立場でもあるので、一般的な待ち合わせ場所をイメージする人も多く、キーワードの意図を伝えきれないのではとも思っていました。

実際にフィールドワークで青葉通を歩いた時に、「沿道のケヤキ並木が綺麗な」とか、「高層ビルは都会感があるな」といったことに気付く場所で、スポットというよりは歩かせる場所なんだということは感じました。

奥口 まちあわせ場所というキーワードを改めて考え直すと共に、改めてこのエリアの特徴は何かという議論に戻ってきて、特徴を一つに括れないのが特徴なのではないかという結論に達しましたね。

商いをされている方もいれば、交通機関に携わっている方もいて、エリアに多様なひとが行き交っているという、良い意味でカオスな感じが魅力なのではないかと。

それで、このエリアの特徴を「多元的価値のあるエリア」としたんです。

多様性ではなく、グラデーションにした理由

奥口 今、様々なシーンで叫ばれる「多様性」については、このエリアでも考えるべきテーマでした。でも、キーワードには、多様性ではない表現を使いたいという思いがあり、採用したのが「グラデーション」です。

多様性は、色々な価値が点在し、それぞれがそれぞれで良いと一般的に捉えられていることが多いように思います。グラデーションは、お互いに重なる部分があって、影響を及ぼしあっている様子。これを前向きに捉えていこうという心構えを「グラデーション・ポジティブ」という言葉を使って表現しました。

奥村先生はこの言葉をどう捉えましたか？

奥村 私と他のひと、それぞれの周りの広がり重なって、誰もが孤立せずにその広がりの中にいるというイメージでしょうか。まちに多様なひとがいる以上、すべての人に100%合わせることは不可能です。

でも、誰もが80%位の満足を感じるようにすることはできると思いますし、それによって新しいことへの出会いを生み出すと思うのです。それぞれが自分にカスタマイズされたところに



閉じこもってしまうと、新しいことが生まれません。周りには、私とはちょっと違うひとがいたり、私が知らなかったことが起こっていたりする、その状態こそがまちらしさだと思いますね。

奥口 これは、経済に関してもいえることではないでしょうか。商売は、事業者が100%、もしくはそれ以上を目指して利益を上げていく世界ですが、このエリアで営むには他との共存も必要です。

一方で、協力し合うことで相乗効果でさらに利益を上げられるかもしれませんし、そういうことが盛んに行われることでエリア価値が上がるのではないかという期待も込めているんです。

岩間 私がグラデーション・ポジティブという



言葉が好き理由は、AIにはできないことをしようってことだから。個人に最適なものを作るのはAIの得意技ですが、そればかりやっていると、どんどん偏って新しいことが生まれにくい。

化学反応が起こせるのは、AIより不器用な「ひと」だからこそだし、ペDESTリアンデッキの上だけで一日4万人以上が行き交うこのエリアでは、思ってもみないことが起きることを大切にしていって良いんじゃないかと思っています。

グラデーション・ポジティブって「あなたはマジョリティ、私はマイノリティ」みたいな分け方をしていないから、皆どこかしら異質なものを持っているなかで、それが合体すると面白いということ表現できているなと思います。



「ヒューマニティ」って何？

奥口 エリアづくりにおいて、具体的に何を軸に据えるのかについてもたくさん議論しました。何十年先も普遍的でなければならぬ一方で、場合に応じて変わっていくことを良しとするものにもしたい。

そこで、色々なまちづくりで謳われている「人が中心」という考え方からさらに一歩踏み込んで、ひとの感情や、ひとと関わり合うことによ

てゆたかな気持ちになることを大切にすること、それは「ヒューマニティ」なのではないかと考えたのです。

奥村 バスを待つ、買い物をして帰るといった簡潔な目的だと多様な表情は生まれにくいですが、個人でゆっくり過ごしたいひとや、誰かと交流してみたいひとにとっても選択肢があるエリアを作っていくことが、ヒューマニティに繋がっていくのではないかと思いますね。

特に、観光で訪れたひとにとっては、仙台に降り立つ時よりも離れる時に「こういう良いことがあったな」と思い出してもらえるような場所こそが必要。

そこに色々なストーリーができて、そのストーリーがちゃんと他のひとに伝わり残していけるような場所が欲しいなと思います。

仙台の第一印象は「社会実験」

奥口 ここからは、梶田さんにも加わっていただきます。梶田さんは、冒頭で話をした社会実験に来てくださっていたそうですね。

梶田 はい。ちょうどその日は友人と食事をした後、仙台駅周辺をぶらぶら歩いていたんです。すると、普段は見かけない椅子が並べられ、地面には芝生が敷かれているエリアを見つけました。気になって近づいてみると、焚き火が行われていて、様々な年代の方々が集まっていたんです。

皆さん楽しそうで暖かそうだなと思い、友人と一緒に輪の中に入りました。明るいうちに訪れたのに、気づけば暗くなるまで2~3時間はそこに居ました。

奥口 当時は大学一年生だったんですね。



梶田 はい、東京から大学進学で仙台に来ました。引っ越してきてまだ数カ月で、私にとって仙台の第一印象は社会実験なんです。仙台ってこんなにオープンなまちなんだと、すごくびっくりしたのを覚えています。

奥口 焚き火に参加するのにハードルはありませんでしたか？

梶田 参加のハードルが高いと感じることはありませんでした。むしろ、日常に溶け込んだ空間で、気軽にふらっと立ち寄れる雰囲気があり、出入りが自由で拘束されないのが心地良かったです。

ちょうど近くに座っていた社会人の方が今のインターン先のenspace社員で、話しかけてくださったのをきっかけに、学生インターンを募集していることを知りました。私は元インターンを探していたので、後日会社にお邪魔し、今もインターンを続けています。

岩間 県外から来た方のフットワークって、想

像以上に軽いと感じます。右も左も分からないまちだからこそ、新しい出会いが欲しいひとや、あわよくばお仕事になったら良いなと思っているひとは相当数いると思います。

特に学生さんは、ネットやSNSを見慣れすぎて、そこでは出会えないものと出会いたいという気持ちは結構強いように感じますね。

誰にとっても入りやすく、出やすいエリア

梶田 先程の「ヒューマニティ」の話聞きながら、自分にとって住みやすく、心地良いまちはどんなまちだろうと想像していました。そして、ずっと住み続けたいと思えるかどうかは、やはり「ひと」が大きな要素なのかなと感じました。

私は幼少期をシンガポール、高校時代を東京で過ごしましたが、それらの時期と比べても、仙台では多様なひとと関わる機会が多いです。大学の友達や教授に限らず、バイトやインターン先のお客さんや社員さんとも日々コミュニ



ケーションを取るなかで関係が築かれ、それが私にとって心地良さに繋がっています。

そんなふうに、仙台が他の人にとっても心地良いまちであったら良いと思う一方で、このエリアで社会実験が行われたり、多くの方が活動に取り組んでいたりすることを、意外と知らない友人も多いと感じました。

もっと活動が認知されて広がると嬉しいので、例えば、社会実験の焚き火のように、活動の場を日常に浸透させる工夫をして、参加のハードルを下げることも効果的なのかなと思います。

岩間 エリアづくりには関わる色々なレベルがあると思っています。何も、勉強会でがっつり学ぶようなことまでなくて良い。特にこのエリアでは、ただ知らない人と出会って話すだけでも良いと思うんです。

「私もこの通りに勤めているんですよ」みたいな話をして、相手の顔や表情が分かるだけで話が盛り上がると思うので、色々なつながりやレイヤーを作れたら良いと思います。

奥村 逆説的ですが、ちゃんと逃げられて、気分が乗らない時は参加しなくても許されるけれど、できることがちゃんとあるような場所が大事な気がします。活動にのめり込むひとは、周りとの温度差が縮まらないままになってしまうこともあります。

「これに参加してください」ではなくて、「良いと思ったら参加してね」とか「良いと思わなくても良いし、帰りたくなったら勝手に帰っても大丈夫だよ」というようにしないと、開いた場所にならないと思います。

未来ビジョンを通して描くそれぞれの未来

奥口 最終的に、このエリアで目指していきたいビジョンとして策定したのは「センター・オブ・ヒューマニティ」です。

これは、エリア全体のビジョンとして考案した造語で、自由に解釈を広げられる言葉として設定しています。これを一つのテーマとして市民の皆さんにも受け取っていただき、グラデーションを良しとして、ヒューマニティを大切にしながらそれぞれがエリアの理想を描いてくれたら良いという気持ちがあります。

現状はここからのスタートです。

岩間 長らく協議会委員としてこのエリアに関わり、本当に議論をし尽くして今出せる最適解が出ていると思うので、この冊子を読んでもくださる皆さんにもジレンマとチャレンジが伝わると嬉しいです（笑）。

皆、本質的な意味で流行っているまちが人を惹きつける理由を考え続けてほしいと思うんです。このエリアは人を惹きつけるポテンシャルがあると思っているので、それが結果として機能にいきてきたら良いと思いますね。

梶田 私の周りでは、就職で関東や関西へ行くひが多いのが現状です。仙台に住んでいなくても、仙台が将来の転職先の候補や旅行の行き先になるように、皆の心に残る場所になったら良いと思っています。

この未来ビジョンが今後のこのエリアと仙台に対してどう影響していくのか、すごく楽しみにしています。

奥村 仙台と関東の他県を比較すると、職種の多様さや通勤時間の短さから、はるかに都会的といえます。さらに、事業者目線では、このエリアの徒歩圏内に地価が安いエリアも多いので、事業にも挑戦しやすいはずですよ。

まちの本質は新しいことに出会えることだし、新しいことを創ることにチャレンジできることだと思うので、エリアビジョンによって、エリアが発展し、本当の意味で都会になってほしいと思います。