

Community Park coconova (ココノバ)

地域住民の自由なチャレンジを受け入れる、共創型の「コミュニティパーク」

COMMUNITY PARK COCONOVA

A co-created "community park" that embraces the free challenge of local residents

○米ヶ田 里奈^{*1}, 林 萌絵^{*2}, 山田 あすか^{*3}
MEKATA Rina, HAYASHI Moe and YAMADA Asuka

Community Park coconova is a regional activity base like a park which supports residents' "want to try" in Nago City, Okinawa Prefecture. In this case, an entrepreneur renovated and opened a former medical clinic as a project of a town planning startup with an architect in the background that the opportunity of the regional development by the local inhabitant was damaged. The traditional culture of Okinawa, "Yuntaku" (meaning gathering and chatting), is scattered in open places such as parks, and it is intended to become a regional base with the transmission power to network the active community activities by the residents.

*Keywords : Community development, Community Hub, Community vitality,
Entrepreneurship*

まちづくり, コミュニティ拠点, 地域活性, 起業

1. 本稿の概要

本稿は、沖縄県名護市にて「民間主導でのまちづくり」を掲げ、誰でも利用できる公園のような場として、住民の「やってみたい」を後押しする地域活動の拠点「Community Park coconova (コミュニティパーク ココノバ)」(以下、ココノバと表記する)の施設計画や取り組みを報告する。ココノバは、2021年12月に閉鎖された元診療所の改修を経て、人々の「やってみたい」から生まれる主体的な地域活動の促進、そのネットワークの形成と増殖のハブとして機能している(写真1)。

施設の基本情報を以下に示す。

■基本情報^{注1)}

正式名称: Community Park coconova (ココノバ)

施設規模: 2階(公園, カフェ, テイクアウトフードショップ, コワーキングスペース, ギャラリー, 図書スペース。2階部分は立席で最大250人の利用が可能。)

所在地: 〒905-0011 沖縄県 名護市 宮里 1004 旧うりずん診療所

運営者: 株式会社 Social Design

建築設計者: 株式会社 CAT 加納佑樹, 孫瑠華, 関矢陽弘, kokiarchitect 松谷昂毅



写真1 外観

*1 東京電機大学大学院先端科学技術研究科建築・建設環境工学専攻 博士課程 / 日本学術振興会特別研究員 DC・修士(工学)

*2 東京電機大学大学院未来科学研究科建築学専攻 修士課程

*3 東京電機大学未来科学部建築学科 教授・博士(工学)

*1 PhD stud., Graduate School of Advanced Sci. and Tech., Architectural, Civil and Environmental Engineering, Tokyo Denki Univ. / Research Fellow of Japan Society for the Promotion of Science, M.Eng.

*2 Master stud., Architecture and Building Engineering, Graduate School of Science and Technology for Future Life, Tokyo Denki Univ.

*3 Professor, Dept. of Architecture, School of Science and Technology for Future Life, Tokyo Denki Univ., Dr.Eng.

工事種別：リノベーション

敷地面積：1839.25㎡

建築面積：512.0㎡

延床面積：延床面積：700.4㎡，1階 256.2㎡（うち厨房 39㎡），2階 444.2㎡

構造：RC造

開設：2021年12月

開館時間：火曜日～土曜日（10:00～23:00），日曜日（10:00～18:00）

なお、本稿は、以下の訪問時の記録、並びに公開されている関連情報を基に記述する。

■インタビューでお話を伺った方

北野 勇樹 氏（株式会社 Social Design 代表取締役）

加納 佑樹 氏（株式会社 Social Design 代表取締役，建築家）

具志堅 秀明 氏（ココノバの館長）

池原 愛麗 氏（ココノバの運営マネージャー）

訪問日：2023年07月09日

2. 立地の地域性

1) 名護市の市街地の特徴

沖縄県本島北部（やんばる地域）の中心都市に位置する名護市は、沖縄北部最大の人口を擁し、総人口は、昭和50年以降増加を続け、令和2年時点で約63万人である¹⁾。県都の那覇市から、約64kmであり、那覇空港からは沖縄自動車道で1時間程度の距離にある（図1）。ココノバが位置する市街地地域（名護、大北、大宮、東江）は、かねて沖縄本島北部の交通の要衝として栄え、公共の文化・コミュニティ施設や、スポーツ施設、観光施設、商店などの都市機能が集積しており、名護市の人口の6割が集中している²⁾（図2）。市街地の南側の



図1 名護市の位置

沿岸部には、「名護市庁舎」や「21世紀の森公園」などの行政機能や公共空間が、名護湾の海岸線に沿って計画されている。

海岸線から1ブロック入った場所にある商店街は、従前より国内で一般的に見られる商店街離れやCOVID-19の影響で観光客の減少と低迷が続いた影響もあって活気を失い、シャッター街化していた。沖縄の南北を縦断する国道58号線沿いにはグローバルチェーン店舗が立ち並び、モータリゼーションに最適化され中心を持たずに広がったまちは、地域住民による草の根的な地域振興の機会が損なわれていた³⁾。

2) 名護への移住者とその影響

名護市全体の転入者の状況は、県内・県外からおり、社会増加数は2015年時点で+673人である⁴⁾。市街地は、家賃の安さなども関係して、二拠点或多拠点生活をしている人が、比較的多い地域とみられる。北野氏によると、移住者は、①PCひとつで仕事ができるデジタルノマド、②マッサージ師やヨガ講師など、自分のスキルをその場で発揮しての商売が成り立つ人、などで、いずれも居住地に依拠せず生計が立つ人である。市街地では空き家がみづかりにくい状況にあり、現在、試験的にアパートを借りて4部屋のマンスリー賃貸のシェアハウス運営をしている北野氏は、移住者への短期賃貸の需要を感じている。ココノバを中心とした徒歩10分圏域には、移住者に向けた单身者用のアパートメントが集まっており、移住者をはじめ住民が集まれ、新たな活動が生まれるような場所のニーズがあったと考えられる。

3. 運営について

1) 開設経緯

コロナ禍の中で、新しい居住の形や地域コミュニティ

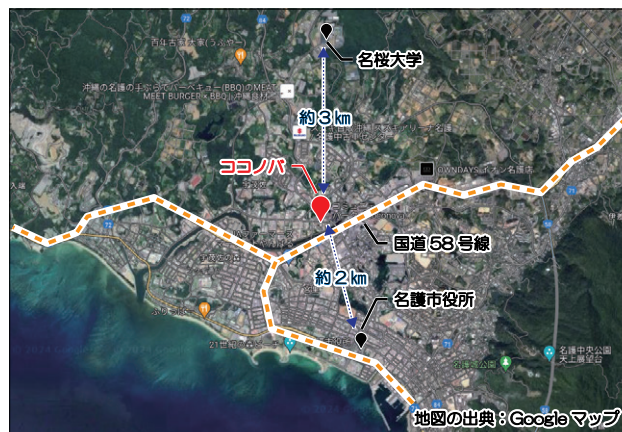


図2 ココノバの立地周辺図

を核にした、新しい価値を作り出したいと考えた建築家・加納佑樹氏と、起業家・北野勇樹氏は、まちづくりスタートアップのプロジェクトとして、2021年12月に閉鎖された元診療所を借り、改修して本事例を開設した。利用している建物は、北野氏が偶然通りかかった際に見つけ、市内でも珍しいキャパシティの大きい空間を有していたことに空間の成長可能性を感じて選ばれた。元々世界一周をしていた北野氏は、国内の旅で立ち寄った名護市には公園やビーチをはじめとした公共の場所の豊富さを魅力に感じ、名護に移住して事業を始めた。移住後も名護を拠点として沖縄各地や国内での複数の事業を展開しており、ココノバはその一つであり拠点である。

2) イニシャルコストについて

スタートアップで、オンラインサービスやアプリ開発などで4年間会社経営をしていた北野氏は、ファイナンスの知識が豊富で、投資家からの資金調達を得意としている。イニシャルコストは、自己資金並びに出資金と、地銀からの借り入れであった。最初期にはボトムアップを重視していたこともあり、行政からの支援を受けていないが、現在は助成などとの連携に積極的である。

コロナ禍の「人の集まる場所を閉じていくような流れ」のなかで、逆に「人が集まる場所」の重要性を痛感し、同時にそうした場所の価値が再認識されている動きもあるように感じられた。そこで、人が集まる場所の設置を構想し、その考えに賛同する投資家計20人、計3000万円程度を集めてその実現にこぎ着けた。北野氏は、県外のソーシャルグッドに投資する投資家を中心に、SNSなどを用いてアポを取り、プレゼンを行ったという。

3) 運営の全体スキームと、今後の見通し

ココノバは、営利事業の組み合わせで生じる余剰的な部分を自由に利用可能な場所や時間として開き多様な利用の呼び込みを図る形態で場所運営がなされている。価格設定は、半地下に位置するカフェの価格がドリンク一杯600円程度と比較的高めだが、バー利用に際してのチャージ料がないなどと、全体的には低めに設定されている。これは、名護の外を巻き込んだ事業展開によって、地域外から入るお金を取り込み、地域内で取り込むお金は最小限に抑えるといった方針で、ココノバの運営が回されているためである。

具体的には、株式会社 Social Desing（以下、ソーシャルデザインと表記する）に20～30人の投資家があり、その出資金を中心に運営が回っている。

また、仲間内で起業相談に乗ることの多い北野氏には、その相談に相まって、[web ページ作成]、[名刺作成]、[ブランディングのサポート] …と芋づる式に仕事が増えていく状況があり、こうした発注のされ方による売り上げもある。ゆくゆくは、こうした仕事に対応するためのIT サービス化も考えられている。

北野氏は、民宿やゲストハウスの運営を通して不動産活用の経験も豊富であり、その経験を活かした事業も考えている。例えば、良い土地を持っていても、売る相手がいない人や、その使い道がわからない人に対して、土地の事業計画を提案し、地銀などのステークホルダーも巻き込んで事業展開をしていくためのコンサルのような事業である。今後、この地域には、古着屋やカフェ、事務所が増えていくと見通している北野氏は、不動産事業、事業展開のコンサル、さらにウェブサービスも提供できると、資金調達のためのビジネスとして軌道に乗ると考えている。

最近では、ココノバの近隣の不動産会社の独立に当たって、その内装工事とweb ページの作成の発注があった。ココノバによって、ソーシャルデザインの事業内容は拡がりをみせている。

4) 出資の詳細

ソーシャルデザインは大株主をもたず、全員がマイクロナ株を持っている。投資の上限300万円とし、一口50～300万円と、投資の敷居を低く設定することで、小口で誰でも参加できるコミュニティ・サロンを目指している。今は、この投資家同士のコミュニティ運営が会社の根幹になっており、投資家から事業の仕事を貰ったり、それを手伝ったりなどして、良い関係が築けている状況にある。出資してもらうためのアプローチとして、名護でソーシャルデザインの実践を実際にみってもらうことは重要であり、ココノバにはフラッグシップ的な役割がある。

■投資家の呼び込み 現在、投資家や外資の企業に勤めるサラリーマン、定年退職した人など、様々なバックグラウンドの人が投資に参画している。最初期は、県外の投資家を中心にプレゼンをしていた北野氏だったが、ココノバ開設後に利用者との関わりから地元の人にも株式を買ってもらえる可能性を感じた北野氏は、県内の人にも出資のアプローチをしている。

■現在の状況 最近加わった投資家らは、名護の、テーマパークができる／新築が数多く建設されている／分譲が売られている／賃貸は空きが少ない／店が増

えている、などといった今のまちの様子と、ソーシャルデザインの、設計／コミュニティづくり／工事ができる、といった事業発展性に可能性を見出し、出資に繋がっている。

5) コンセプトと改修時の様子

コンセプトは、「個人個人のやりたいことの発露～実現までを叶える場所」と、「屋内公園」である。沖縄では「ゆんたく（集まっておしゃべりするの意）」という言葉があり、民家の中や軒先で集い会話を楽しむ行為が昔ながらの文化としていまも残っている。ココノバの活動を支える空間は、「屋内公園」の各場所での多様なゆんたくや、人々の主体的な参加が促されるような設えの工夫がなされている。

空間は、代表取締役で建築家の加納氏を中心に設計された。具体的な改修された部分とその詳細を、図3に示す。改修に必要な工具は、具志堅氏とその友人らによってつくられた。旧診療所の建物は、度重なる改修によって設備や内装に統一性がなかったため、その必要機能、設備、構造体の詳細を確認しながら、スケルトンに解体された。その後、この大空間を仕切るための可動式家具がつくられた。加納氏らは、リノベーションをしていく中で地域に溶け込んでいくことや少しずつの変化を意図して、旧診療所の看板を残しながら、上書きするように歴史を残しつつ改修を進めた。本開設までの間に、建物の仮設的な使用によるフリーマーケットやワークショップの開催を通して、設計内容やビジョンの共有による地域住民との関係構築が図られた。

6) スタッフについて

専属スタッフは2名で、館長の具志堅氏と、運営マネージャーの池原氏である。北野氏は、「来る者拒まず、去る者追わず」の精神で、プロジェクトが進む中で自然と仲間になった二人を、運営の中心に据えている。池原氏は、読谷村の出身で、大学入学を契機に名護に住み始めた。元々具志堅氏の知人で、SNSを通してココノバ

の立ち上がりを知り、そのコンセプトに共感したことがきっかけで、ココノバの改修途中からスタッフになった。その後ココノバの運営で培ったSNS運用や動画編集などの技術は、ココノバ外での仕事にも繋がっている。カフェやバーの店長並びに保育士補助として働いていた経験のある池原氏は、「こどもの居場所づくりがしたい」という思いを持っており、ゆくゆくはココノバでこどもの親のやりたいことをサポートしつつ、こどもを預かるようなプログラムも実施したいという。また池原氏は、ココノバ近隣への挨拶周りや、市内の学生とココノバに集まる大人を繋げるなど、ココノバと地域住民のつなぎ目のような役割を担っている。

4. 利用者像と、各場所の活動と使われ方や空間づくり

1) ココノバの利用者の様子

ココノバには「これをするための場所」という決まりはなく、公園のように様々な活動を受け入れている。ココノバでできることとして「ふらっと来る、居る」「イベントに参加する」「場所や棚を借りる」そして「企画してみる」⁵⁾が挙げられる。具体的な利用者像は、写真2の場所で読書や卓球、飲食などして公園のようにこどもやペットと自由に過ごすために、ふらっと立ち寄る人である。また定期的に開催されている様々なイベントに参加する人や、お店を持つまでではないが自分の作ったものを販売したい人、自分の技術でワークショップを開催する人である。施設内には、こうした多様なチャレンジと活動を受け止める仕掛けが設えられている。

2) 2階のメインフロアについて

コンクリート打ちっばなしの壁面に大きな窓から光が差し込む2階広場は、屋内の公園と見立てられた本施設のメインフロアである（写真2・図4）。先述の通り、ゆんたくをするための小さな場所の集積が、公園のような開かれた場所に散らばっている風景が空間のコンセプトである。大きく開けた空間には、リノベーション時の廃材を利用して作られた棚やテーブルがあり、温かみを添えている。利用者が入りやすい雰囲気にし、参加の容易性の確保に繋げるため、施設の窓を閉じずに屋外に面した空間計画がなされている。施設内のアクティビティが外へ飛び出すように店舗営業時に使われる棚やカウンター、ベンチ、モバイルサウナや屋台などの家具や設備は全て可動式になっており、活動内容に応じて小さな場所を主体的につくれるような設えが配され、柔軟で流動的な空間利用を可能にしている。図3中の可動

建物内装	可動式家具	看板・スロープ
		
元診療所の内装が解体された。解体後のスケルトン空間には、建築的な改修をせず、可動式の家具で空間を緩やかに仕切る方法によって、活動場所がつくられた。	コンクリート造の多い沖縄で広く流通するコンパネや単管パイプ、花ブロックやコンクリートの研ぎ出しなどが利用されている。全てモジュールとして設計されている。	沖縄の文化の一つのストリートカルチャー性が取り込まれ、沖縄のアーティストによるグラフィティが配されている。外観は経年と共に変化する様が目指されている。

図3 改修された部分とその詳細



写真2 メインフロアの2階の内観



写真3 「うちなーぐちゆんたく会」の様子



写真5 入口に置かれた様々なブックレット



写真4 入口で示されるココノバのコンセプト



写真6 「人がちゃ」の利用方法

式家具の配置は一例であり、その日の活動内容に応じて場所がつけられている。全ての家具は、モジュールとして設計されていること、また単管パイプやコンパネなど地域にとって汎用性の高い素材が用いられていることから、必ずしも専門家でなくとも容易に製作できる³⁾。

各場所の利用に際しては、有料での予約使用をしている団体・個人がいない場合には、無料で誰でも自由に好きな場所を利用でき、その方法は公園のそれと同じである。2FでPCを使った作業している人らは、その開放的な空間を好んでおり、作業している利用者同士でのお互いの仕事について尋ね合うようなコミュニケーションが生まれている。

一方、イベント開催などで、場所と人数（使いたい規模）を指定して予約すると、それに応じたレンタル料が発生する。筆者の訪問時には、フロアの一角で、フロ

アのレンタル利用によって、地元の有識者が仲間と共に沖縄の方言を使っておしゃべりをする「うちなーぐちゅんたく会」が開催されていた（写真3）。

■入口付近 ココノバのコンセプトが一目でわかる看板や、様々なブックレット、また「人がちゃ」と名付けられたガチャガチャが設置されている（写真4・5・6）。「人がちゃ」は、200円支払うと、事前に入れられた自己紹介（自分の名前とSNSのアカウントなどが書かれたプロフィールなど）のメモが出てくるもので、利用者は「偶然の出会い」を楽しみながら人と繋がることのできるという仕掛けである。ココノバには建物の解体中にスタッフによって拾われた看板猫「しらすさん」がおり、一部の利用者は、猫との触れ合いによって滞在時間が延びている。また、猫との触れ合いを目的に、散歩がてらココノバへ来る人もいる。

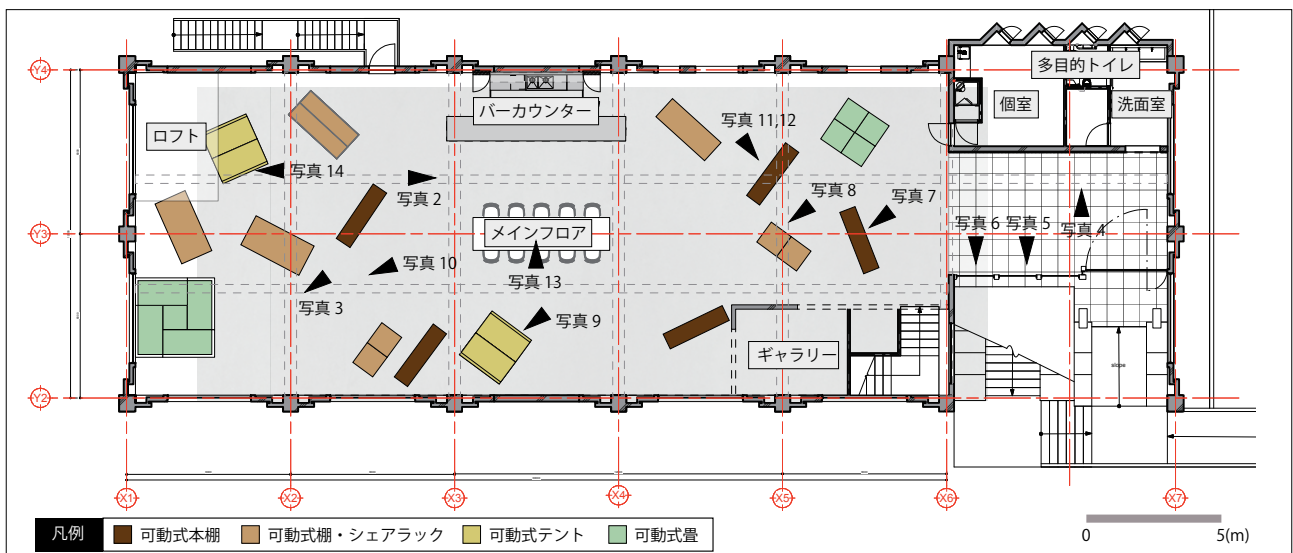


図4 2階平面図 注2)

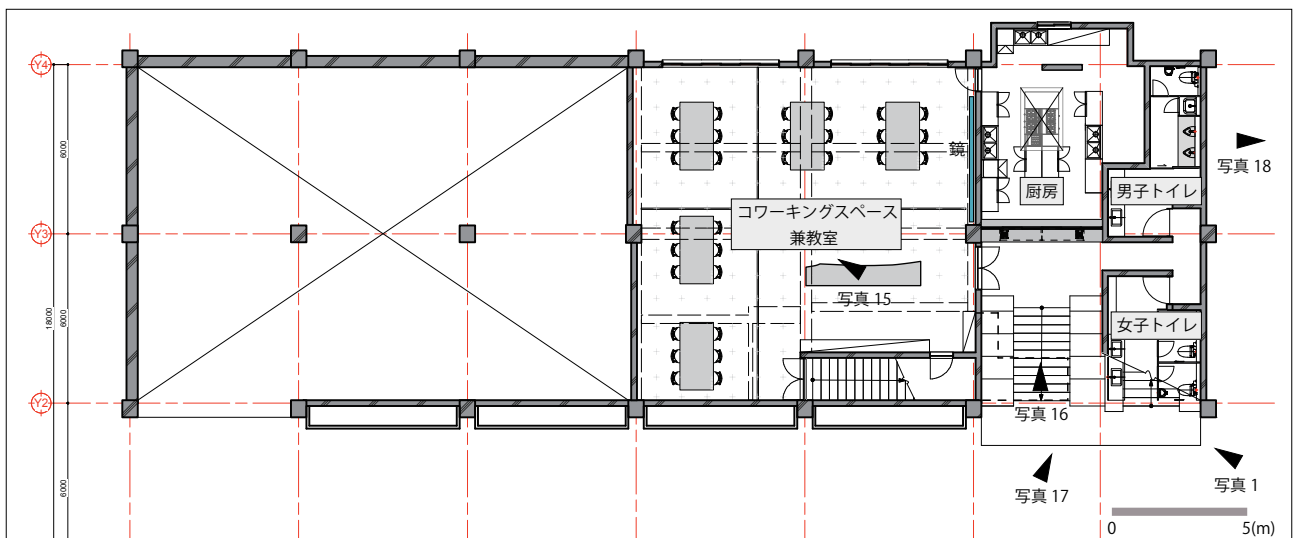


図5 1階平面図 注2)

■可動式棚・シェアラック 棚とラックを用いて、ハンドメイドのものなどを、ココノバで委託販売している。「棚貸アパート」と名付けられた可動式の棚は、販売者が1棚500円/月とその売り上げの20%をココノバに支払うことで、利用できる(写真7)。見学時には、名護市内の就労支援事業所による雑貨などが販売されていた。「シェアラック」は、1000円/月と売り上げの20%を支払って利用でき、2～3事業者が古着やターバンなどをラックを共有しながら販売している(写真8)。

■可動式テント 月2～3回程度、不定期で週末にココノバが主催するフリーマーケットの出店者に利用される(写真9)。フリーマーケットでは、雑貨販売、マッサージ店、軽食・飲食提供などがある。その店舗数は多い時で20～30人、少ない時で2～3人と、振幅がある。最近の常連の出店者は、カイロプラティックを出店する人で、月に2回程度フリーマーケットに参加している。出店者の参加料金は、その提供内容がマッサージや雑貨販売の場合は2000円/日、ドリンク、スナック、ドライフルーツなどの軽食販売の場合は3000円/日、カレーなどメインの飲食販売の場合は、4000円/日である。



写真7 可動式棚（「棚貸アパート」）

■ギャラリー 利用料は、10日間で2万円である。これまで駆け出しのカメラマンや絵描きの展示会が開かれ、彼らの次の仕事づくりに繋がっている。

■可動式本棚 全て「思い出書店」というプロジェクトによる本が設置されている(写真10・11)。古本屋を開きたいという思いを持っていた主催者は、ココノバのスタッフの誘いに応じて施設内に本を置き始めたことを機に、利用者同士が本を交換することで本を巡らせる活動を趣味で行っている。利用者は、持参した本に、自身の思い出を書き込んだ帯を巻いて、施設内の本棚に置かれた本と交換する(写真12)。毎週金曜日には、図書司書や学生を中心に本好きの人が集まり、各自が読んだ本について話しながらお酒を飲む会「ブックナイト」が開催されている。

■バーカウンター 「よいあそび Bar」と名付けられたフロアの中心に位置するバーカウンターは、お酒を介したコミュニケーションの促進によって、名護カルチャーの発展や醸成を目的に設置された(写真13)。ここでの主なイベントは、「DJナイト」、「アコースティックナイト」と「ミュージックナイト」である。いずれのイベントも、参加料は1ドリンクの注文で、チャージ料はない。「DJナイト」は、DJの初心者からプロまで



写真9 可動式テント



写真8 シェアラック



写真10 可動式本棚

が気軽にDJに挑戦できる会で、定期開催されている。「アコースティックナイト」は、不定期で月1回開催されるオープンステージで、投げ銭も行われる。「ミュージックナイト」は、週1回、音楽好きの人による音楽を楽しむための会である。参加者は、三線、ギター、ウクレレ、トランペット、サックス、バイオリンなどの奏者であり、ココノバでの楽器を持ち寄ってのセッションによって交流が生まれ、ココノバ外でも、互いの演奏会に招待し、活動を応援し合うようなコミュニティが生まれている。先述のフリーマーケット開催時には、「ミュージックナイト」の参加者による演奏枠が設けられている。これらのイベントでは1歳児～小学生の子連れでの参加者も比較的多く、スタッフが見守る中で、バーカウンターにて会計やドリンクづくりの手伝いをするこどもがいる。バーの店長を務める池原氏は、定期開催される各イベントが、利用者の「やってみたい」を育み、その実現をエンパワメントするネットワークが生まれることを企図している。

■ロフト 可動式の本棚を全て統合すると、ロフトに上るための階段になる。開設当初は、空中オフィスや、本をゆっくり読める場所、といった使われ方のアイデアがあった。実際には、本棚が階段用に集約されると2階

のメインフロアが空虚になることから、ロフトは普段使われていない(写真14)。

3) 施設1階について

平面図を図5に示す。

■コワーキングスペース兼教室 集中して作業を行いたい時や会議などで利用されるコワーキングスペース「seeds (シーズ)」が常設されている(写真15)。PCを使った作業は施設内のどこでもできるが、2階のメインフロアは、Wi-Fiあり/空調と電源なし、1階のコワーキングスペース兼教室は、Wi-Fiあり/空調と電源あり、と本スペースは設備が充実している。個人でのコワーキングスペースのドロップイン利用は、500円/時、2時間以降は1300円でドリンク購入すると1000円である。個人での月額利用は、名護市民の場合、7000円、それ以外は10000円である。ドロップイン利用は、1～2人/週で、月額会員は2～3人である。「seeds」から法人登記に利用できる住所や電話番号の借用、郵便物の受け取り依頼ができるバーチャルオフィスとして契約している法人は、5～6社であり、従業員は作業スペースとして、本スペースを使用できる。室内の壁画は、壁画のドローイングに挑戦してみたいという思いをもった利用者によって、描かれた。ここ



写真11 「思い出書店」

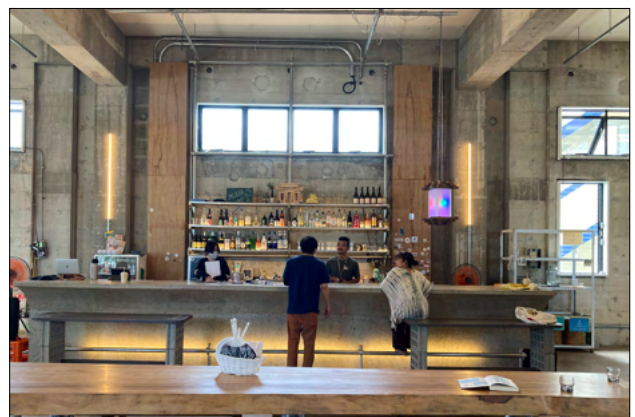


写真13 バーカウンターの様子



写真12 「思い出書店」で交換される本の書き込み

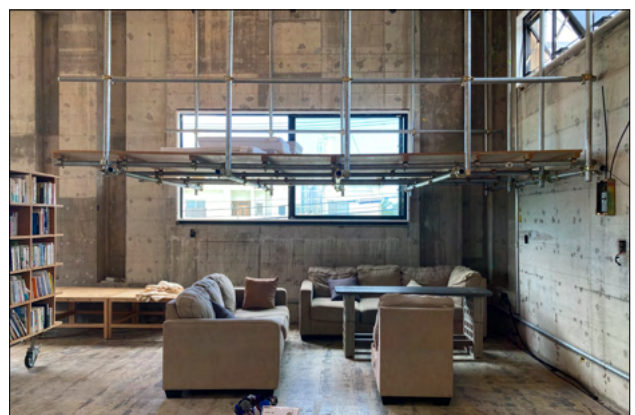


写真14 ロフト

での主なイベントは、「ココビズ」と呼ばれる、ココノバと主催者の協働での定期開催のビジネススクールである。起業に当たり必要な、コンセプトメイキングやブランディングの方法などのレクチャーが受けられる。参加者として主夫／婦や、学生らが集まり、主催者は起業の相談を受けている。また、コワーキングスペースに設置された鏡を利用して、コワーキングスペースの営業時間外の日や時間帯（夜）に、ヨガ、ダンス教室、キックボクシング、のスクールが本スペース全域を使用して開かれており、ココノバは主催者に場所を貸している。スクールへの参加費は、ココノバに支払われる 500 円の場所代、並びに主催者が設定した講習費の合計である。例えば、キックボクシングは参加費が 1500 円で、うち 500 円はココノバへ、うち 1000 円は主催者へ、支払われている。スクールの参加費は、おおよそ 1500 ～ 2000 円である。

■テイクアウトフードショップ 半地下部分には、ソーシャルデザインが運営するコーヒーと総菜を提供する店「sōen（ソーエン）」と、これと調理場をシェアし共同営業する「イタリアンと創作料理 TI VOGLIO BENE」（以下、ティ ヴォーリオ ベーネ）の二軒のテイクアウトフードショップがある（写真 16）。イベント

時には、二軒がコラボメニューをつくっている。ティヴォーリオ ベーネを主催するシェフ歴 20 年のサトウエディ氏は、食を介したコミュニケーションの醸成を目指して、ココノバでの活動に参加している。

4) 外観と外部空間について

■外観 診療所の看板がそのまま残され、改修前との大きな変化はないとみられる点が特徴的である（写真 1）。ココノバの看板はない。外観は、経年と共に変化していくことや沖縄文化のストリートカルチャー性を取り込むことが企図されており、グラフィティ用の壁面が配されている（写真 17）。

■外部空間 現在は、ビアガーデンが計画中で、テントを使った外でお酒が飲める場所づくりが行われている。他、軽トラックの後ろに付けて移動できる可動式サウナが設置されており、利用料は 288800（円／日）である（写真 18）。

5. 総括

都心部の大きなグローバルチェーンの中での生活は、市民がまちに関わっている実感を得づらく、彼らの主体的な活動の意欲や機会が育ちづらい。ココノバは、人口規模の小さいまちに住まう市民の「まちに主体的に関



写真 15 コワーキングスペース兼教室の内観

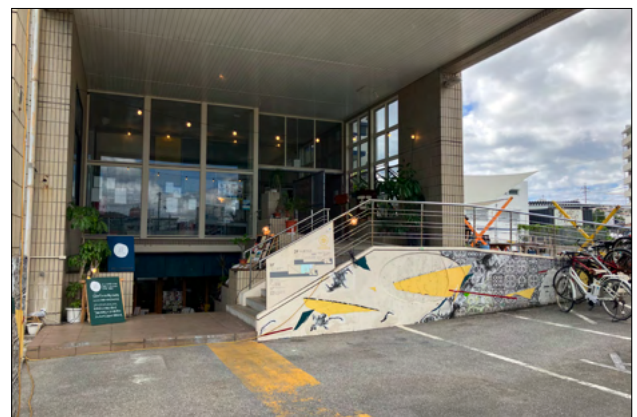


写真 17 建物の入口付近の様子



写真 16 テイクアウトフードショップの様子



写真 18 軽トラで移動できるサウナ

与する感覚」の醸成が、広義の意味での地域活性に繋がっていくことを予感させる、先駆的な事例であった。

こうした主体的な市民像を、ここを運営するソーシャルデザインは「まちの帰属者」と表現している⁶⁾。「まちの帰属者」を増やすためには、まずまちを形成する人々と繋がることが重要であろう。ココノバは、誰もがその場に無料で居ることができ、各イベントへの金銭的な参加ハードルも低いため、利用者は他の利用者と、自身の興味・関心事にアクセスしやすい。こうした人の主体的な活動をエンパワメントする公共の場所をつくる試みは、名護の外から「外貨」を取り込む運営スキームによって達成されている。ココノバでの日常的な滞在や各イベント参加を通して、利用者の活動発展やコミュニティ醸成が成されている実態から、「居られる」「居合わせられる」「集える」場所が、広義の他者との関係づくりとその促進に発展する大きな可能性を示している。

こうした、私設公民館と呼べる事例は日本でも各地でつくられ始めている。その運営においては、①公的事業を恒常的な委託として引き受けたり居場所事業としての補助を得て運営資金とする（いわゆる居場所事業）、②主たる営利事業を他に持ちつつ部分的に居場所事業に関する補助金を得る、③営利事業の組み合わせで生じる余剰的な部分を自由に利用可能な場所や時間として開き多様な利用の呼び込みを図る、④営利事業を基盤に社会貢献の一環としてオフィス等の一部を公共の用に供する（いわゆるオフィスの住み開き）、などそれぞれの工夫が見られる。

本事例ココノバはこのうち③に該当する。空間に明確な区切りこそないが概念的にはテナントビル・テナントスペースのような状況で、複数の事業があればこそ、その中間領域に該当する「余裕の空間（共有部分）」を状況に応じて使いこなすことができる構成と理解できる。ココノバでは、こうした特性を活かし、運営面として以下の特徴を指摘できる。

- (1) すべての人に開かれた場所として
 - (2) 利用者の自主性を尊重し、育む観点から
 - (3) コミュニティ活動を受容する器として機能している。
- また、建築的な特徴としては以下を指摘できる。
- (4) 建設時の役割を終えた建築が、各地区のニーズを満たす新しいまちの拠点に再生されており、
 - (5) 参加の容易性の確保に繋る、屋外空間に面した活動空間が計画されており
 - (6) 利用者の活動に応じた自主的な場づくりを促進する、

柔軟で流動的な空間利用ができる。

ココノバでの利用者の主体的な活動は、可動式家具によって、建物内部の各場所にとどまらず、建物の外部へも展開されている。活性化した活動の主体は、近隣の大学など地域の様々な拠点へと活動を拡げていき、市民同士のネットワークを構築していく。ココノバはこうした発信力をもった地域拠点となることが企図されており、ココノバでスキルや人的ネットワークを得た事業家によるミクロなまちづくり活動は、新たな名護カルチャーへと成長することが目指されている。

謝辞

本研究にご協力いただきました皆様に、篤く御礼申し上げます。なお、本研究は、東京電機大学総合研究所研究課題 Q23E-03 「「付加的空間の開かれ」を含む、個性化・包摂化・コモنز化による公共機能再編の検討（研究代表者：山田あすか）」の一環として行われました。

【注釈】

- 1) 設計者の加納氏から直接入手した情報を基に、記載している。
- 2) 各図面は、インタビュー時に本事例設計者の加納氏から提供されたものに、筆者が加筆をして、記載している。

【参考文献】

- 1) 名護市, “人口・世帯の状況－人口の推移と将来推計”, 資料 No.1-1 統計データ分析, < chrome-extension://efaidnbmnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.city.nago.okinawa.jp/articles/2023033100019/file_contents/No1-1.pdf >, 2023.03.03. 参照
- 2) 名護市, “地理情報－名護市 5 地区の特徴”, 資料 No.1-1 統計データ分析, < chrome-extension://efaidnbmnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.city.nago.okinawa.jp/articles/2023033100019/file_contents/No1-1.pdf >, 2023.03.03. 参照
- 3) CAT, “coconova “Community Park” | 地域共創型のコミュニティパーク”, CATweb ページ, < https://www.catarchitecture.net/works/coconova >, 2024.03.03. 参照
- 4) 名護市, “図一転入者・転出者の 5 年前の居住地（2015 年）”, 第 2 期名護市まち・ひと・しごと創成人口ビジョン総合戦略, “< chrome-extension://efaidnbmnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.city.nago.okinawa.jp/machidukuri/2022040100043/file_contents/00.pdf >, 2023.03.03. 参照
- 5) 株式会社 Social Desing, “できること”, Community Park coconova web ページ, < https://social-design.town/coconova >, 2024.02.25. 参照
- 6) 株式会社 Social Desing, “Our approach”, 株式会社 Social Desing Web ページ, < https://social-design.town/who-we-are >, 2023.03.03. 参照