

## 令和6年度 アーツ前橋事業評価調書

資料 2-(2)

基本事項	事業名	MUJI for Public Space in Maebashi 「うすい店」展 -無印良品とDDAA LABが考える、建築プロセスのハッカビリティ-																		
	会期	2025年1月25日(土)～3月23日(日)						開館日数	57 日間											
	会場(ギャラリー)	1階						実施方式	04その他											
	観覧料	無料						出品点数	8点											
	担当者	高橋由佳、宮本武典																		
	目的 (一覧表)	当館は前橋市中心市街地のにぎわい創出を目指して、2023 年から「無印良品」を運営する株式会社良品計画との協働を開始し、同年11 月に建築家・元木大輔氏によるデザインリサーチのワークショップ「MUJI for Public Space in Maebashi」を県内の若手デザイナーや学生を対象に実施。本展は、2023年のワークショップと2024年11 月に前橋中央通り商店街で行われた「うすい店」の試験設置(11/19～24)を経て、これからの前橋のまちづくりに極薄建築「うすい店」を提案する展覧会である。																		
	キーワード	建築、デザイン、都市開発、タクティカルアーバニズム、ハック																		
	他団体との連携 (共催、協力等)	株式会社良品計画、DDAA LAB																		
	参加作家	DDAA LAB																		
① 投入 (支出) ・ ③ 結果 (収入)	印刷物等	ポスター (B2)	チラシ(A4)	館内マップ	セルフガイド	リーフレット	図録													
			12,000 部																	
	収入／支出	収入(A)	支出(B)	収支比率 (A)／(B)	入館者一人 当たりコスト	収入内訳														
						観覧料	助成金	他												
		予算	745,000 円	1,490,000 円	50.0%	298 円		745,000 円												
		決算見込	732,250 円	1,464,501 円	50.0%	240 円		732,250 円												
		差額	-12,750 円	-25,499 円	0.0%	-		-12,750 円		0 円										
	予算／決算		98.3%	98.3%	100.0%	80.6%	#DIV/0!	98%	#DIV/0!											
② 内容 ・ 活動	〔②内容〕 事業の概要	事業の概要 (転記)	当館は前橋市中心市街地のにぎわい創出を目指して、2023 年から「無印良品」を運営する株式会社良品計画との協働を開始し、同年11 月に建築家・元木大輔氏によるデザインリサーチのワークショップ「MUJI for Public Space in Maebashi」を県内の若手デザイナーや学生を対象に実施。本展は、2023年のワークショップと2024年11 月に前橋中央通り商店街で行われた「うすい店」の試験設置(11/19～24)を経て、これからの前橋のまちづくりに極薄建築「うすい店」を提案する展覧会である。																	
		・広報戦略 ・新たな試み (転記)	・展覧会開幕前に「うすい店」の試験設置を行い、取り組みに対する認知拡大を行う ・関連イベントとして著名な建築家である藤本壮介氏との対談を企画 ・2023年のワークショップ参加者に向けて展覧会の開催を周知 ・前橋のまちづくりに関わる方々に個別メールを送信し展覧会の開催を周知																	
	〔②活動〕 主な取組(手段)の 結果 ・メディア等広報実績 ・新たな試み 図録 関連イベント 助成 など ●指標 来館者反応 手ごたえ アンケート	広報実績 [新規掲載や 効果が大き かった媒体な ど、特別な案 件]	・上毛新聞、mebuku新聞等の地域媒体のほか、毎日新聞やFM群馬のゴールデンタイムの番組で取材を受け「あらたなまちづくりの取り組み」として紹介された。 ・TECTURE MAGというオンライン建築メディアのほか、建築雑誌「GA JAPAN」の藤本壮介氏による連載内にて、「うすい店」がもたらす都市開発のあたらしいプロセスについて言及された。																	
		入場者数(参考数値) 上段:人数(人) 下段:割合(%) ※色付きは有料観覧者	一般	学生	65才以上	団体	高校生以下	招待券	割引等	他	イベント									
									6,000	100		6,100								
			0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	98.4%	1.6%		107								
	一般指標	指標	目標値		達成値		達成率		特記事項											
		入場・参加者数	5,000 人		6,100 人		122.0 %													
		展覧会満足度	80 %		77.2 %		pt		アンケートに、「満足」、「やや満足」と記入があつた割合(無回答を除く)											

## 令和6年度 アーツ前橋事業評価調書(2)

③ 結果	事業名	MUJI for Public Space in Maebashi 「うすい店」展 -無印良品とDDAA LABが考える、建築プロセスのハッカビリティ-			
	進捗管理 [スケジュール観]	A.概ね円滑に進んだ B.遅延気味であった			
④ 成果	観覧者層のターゲット	前橋市在住者、まちづくりに関心のある方々			
	成果	本展は同時開催の「はじまりの感覚」展と同じアンケートで集計されているため、詳しい来場者の実情は測れないが、アンケート結果は、前橋市内が41.5%、群馬県内26.1%、群馬県外29%となった。一つ前に開催したリキッドスケープ展で県外からの来場者が多かったことに比べて(市内31.5%、県内24.7%、県外が40.9%)、本展ではねらい通り、再開発やシャッター店舗の今後に関心を寄せる市内在住者が多く訪れた。			
	ねらい1 (転記)	シャッター店舗の新たな活用方法を提案する			
	成果	アンケートでは「興味深いテーマで面白かった」、「うすい店、わくわくした」、「こんな街にしてほしい」など、ポジティブなコメントが多く寄せられた。まちなかに実在する店舗の模型を忠実に再現し、「うすい店」のデザイン提案を行ったことで、街の人々にとって現実味のある提案として受け取められた。			
	ねらい2 (転記)	再開発プロセスをハックするための具体的な方法を提案する			
	成果	'うすい店'のコンセプトは、まちの方々だけではなく、実際に再開発の基礎設計を担う藤本社介氏と平田晃久氏からも高い評価をいただいた。「作って終わり」の従来型の再開発プロセスではなく、街の人からのフィードバックを受けながら再開発の計画自体を変えていく「うすい店」を通じた再開発のプロセスは、現在、実現に向けて関係者内で議論が進んでいる。			
	ねらい3 (転記)	まちなかで今後実際に起きる事象に対して、文化施設ならではの視点を提供する			
	成果	アンケートでは、「子ども時代を前橋で過ごしたときに馴染んでいた店舗が新しくよみがえるプレゼンテーションに感動した。ひとつでも多く具体化してほしい。」というコメントもあった。進化を続ける前橋の街の状況に応答するように、文化施設ならではの視点が提供できる展覧会となつた。			
	<1~6は、記入項目の例・無い場合は削除。独自の評価項目の設定可。記入日を記載> 1参加作家のその後の活動を評価 ⇒後日、記入。				
⑤ 波及効果	個別評価  ※記入日を()内に入れてください  ※概ね1年経過毎に再確認して修正	2. アーツの事業に対して、誰がどのような価値を見出したのかを評価 ⇒前橋のまちなかで活動する方々、商店街の方々、県外のまちづくり関係者が「まちづくりにおける斬新な提案」として評価した。  3. 事業関係者(作家、運営、イベント参加者、地域住民)たちとの間で生まれた交流やその後の関係性の構築を評価 ⇒展示内ではあくまで「架空の提案」であった「うすい店」だが、再開発の関係者の目に留まり、実際に再開発のプロセスの一部として実装することが検討されている。  4. 事業の実施に伴う波及効果 ⇒地元媒体だけでなく、建築系メディアにも取り上げて頂くことができた。  5. 地域資源の活用という点での効果 ⇒商店街に存在するシャッターが閉まっている店舗を資源に、まちなかに新たなにぎわいと風景を生み出す方法を提案した点で前橋の街づくりに新たな視点を提供した。  6. 意図せざる(思わぬ)効果 ⇒後日、記入			
	効率性 ①:③ 事業が効率的だったといえるか	1.非常に良い	2.良い	③普通	4.劣る
	合目的性 ②:④ 事業の目的を達成したといえるか	1.非常に良い	②良い	3.普通	4.劣る
	事業の将来性 ②:⑤ 館の事業に対し将来性があるか	1.非常に良い	②良い	3.普通	4.劣る
	社会的将来性 ③:⑤ 社会への影響に将来性があるか	①非常に良い	2.良い	3.普通	4.劣る
	課題・改善点	・実際にまちなかに存在する店舗を舞台に「架空の提案」を行う展示であったため、店舗オーナーへの企画説明や許可どりを丁寧に実施する必要があったが、そのための時間や段取りが十分に行えなかった点があった。 ・上記は、3者協働企画であったため、企画の決定や段取り、意思疎通に通常の展覧会よりも時間を要することが多かったことに起因している。今後、協働で企画を行う際は、2社以内で実施するか、3社以上で実施する場合は意思決定者を明確にした上で協働を開始することが望ましい。			
	引継ぎ事項 (特記事項)				
自己評価 (担当者)	館長 副館長	本展は当館が位置する中心市街地の活性化に寄与する企画として、関係者から好意的な意見が聞かれるなど意義深い展示であった。入館料無料ゾーンのため、観覧者数も伸び好評であったと捉えることができる。予算が少なく、展示ボリュームも多くないこともあり、アンケートでの満足度は高くなかったが、今後の展開に期待がもてる企画であった。			
	運営 評議会				