

■専門委員研修会概要録

日時 令和2年9月29日(火)午後3時
会場 ホテル 1-2-3 前橋マーキュリー

今年度事業計画においては、「真の理想の都市」をテーマとした調査・研究活動の推進を取り上げ、持続可能な、人が住みたくなるまちの創造を目指し、エリア内各地域で個別に実施されているまちづくり等に関する情報交換やタウンウォッチングなど調査・研究活動を推進することとしている。そこで、今回は前橋市におけるMDC(Maebashi Design Commission)の民間主導によるまちづくりの動きをテーマに研修会を企画した。その概要は以下のとおり

テーマ MDC(Maebashi Design Commission)のまちづくりへの取り組み

講師 一般社団法人前橋デザインコミッション

企画局長 日下田 伸氏 【プロフィール別掲】



講演概要

- MDC(Maebashi Design Commission)がターゲットにしているのは、大前橋ではなくて、小さい前橋。駅前から県庁、市役所、そして中心市街地を中心とした158ヘクタールの、いわゆるまちの中をどう生かしていくか、どう残していくかというのがテーマ。
- 前橋ではアーバンデザインという考え方があり、グリーン&リラックスというコンセプト、太陽の会のような活動を含めて、いろんな動きが起こっている。多くの地方都市が没個性化していることが魅力を失っている原因で、今はむしろ、個性をどう創って、まちを生かしていくかが大切。
＜スライド1「働く目的は何か？」 スライド2「国民生活の構造的停滞」参照＞
- まちづくりの一つの重要な視点に、そこで働くというポイントがある。内閣府が「国民生活に関する世論調査」を継続的にやっているが、一番上はお金を得るために働く。次が生きがい、次は社会の一員。一番下が自分の才能や能力。本当にお金が1番だと考えて日本人は働いてきたのか。内閣府の過去のレポートでは、97年はお金を得るために34%、生きがいは33%。99年では、むしろ生きがいのほうが多かった。バブルが91年に崩壊して、現実に痛みが国民に染みわたってきたのは2000年。同時に成果主義が定着し始めていったということも含め、お金を得るために、生きがいを上回ったのではというのが私の仮説。また、国民生活の構造的停滞や2011年の東日本大震災は典型だが、社会的ショックがあるとマインドが変わる。今のコロナの状況は日本の働き方観に大きな影響を与えているのではないかと。
- 前橋のまちで働くということは、お金を得るために働くというより、自分の能力や才能を発揮するための場というような取り組みを、アーバンデザインとかグリーン&リラックスでは謳っている。まちなかをどうするかは、市の総合計画のもとに、それをシャープにした「めぶく。」というビジョンをつくって、その下にアーバンデザイン、あるいはグリーン&リラックスという具体的な、なりたい生活・姿を選んであり、それを推進するのがMDC。
- みんな「まちが元気になったらいいよね」、そこは同じ。でも、みんな思っているにぎわいの形がちょっと違っている。たぶんここにある一つひとつの取り組みごとに、相互間で議論されることはないままに、どこでもまちづくりは起こりがちで、下流からではなく、やはり上流工程をしっかりとやる。どんなまちにするかの共通認識、これがアーバンデザインでありグリーン&リラックス。

<スライド3「たとえば中央通り商店街」参照>

- 前橋の中心街ってそんなに駄目なのかっていうと、けやきウォーク、南モール、売り場面積に対しての販売額をざっと見ただけで言えば、そんなに負けていない。高いポテンシャルを持っている。現実には中央通りは結構人が並んでいたりして、7月の4連休のときは、とてにぎわっていた。SNSを使ったマーケティングに成功して、もう毎日列が絶えない状態が続いているお店もある。モールとの勝負ではなく価値を描く。マスマーケティングじゃなくて、しっかり前橋市民にフォーカスする。

<スライド4「MDCの役割」参照>

- どんなまちにするかの共通認識が、アーバンデザインであり、グリーン&リラックス。MDC がどんなことをする組織かは、ファシリテーションとマーケティング機能。個別事業を貫く共通認識を作り出す手伝いがファシリテーションで、マーケティング機能というのは個別事業の勝率をあげるということ。
- マーケティングプロセスで、スタートにはどんなまちになりたいか。今日は働く目的を参考にしたとおり、目的を選択してシャープにしていく。調査するまでもなく、少なくとも自分たちのまちの中にどんな資源があるか、まちの人はみんな知っているはず。ただ、自分たちの強さを客観的にどう見られているのかわかるのは、ちょっと難しいかもしれない。だから、そのことをお手伝いするのが、私たち MDC の仕事。
- MDC は合理的ファシリテーションと科学的分析による支援を行うということを考えているが、科学的分析として、バーチャル前橋みたいな、デジタル環境でこのまちの状況を俯瞰できる状況をつくり、それに ICT による動態モニタリングと分析を加えていくことを考えている。
- MDC が皆さんに役立つ存在として信認されることが必須。中長期を見通せる地域の戦略スキル向上と、個々のプレイヤーの戦略立案支援、全てのプレイヤーへのマーケティング支援をしていく。その中で、全ての挑戦者の勝率を上げる。勝率が1%でも2%でも高ければ、「前橋って、なんか行くとチャンスがあるまちだよ」っていうムードが生まれる。まさにそのことが「めぶく。」だと思っている。

.....

◇講師プロフィール

学 歴

鹿児島県立屋久島高等学校、筑波大学第二学群農林学類生物生産組織学専攻、
日本大学大学院総合社会情報研究科(修士:開発経済学)

主な職歴

清水建設、東横イン、星野リゾート、ファーストエスコ(現エフオン)等

キャリア概要

東京生まれながら中学時代に一家で屋久島に移住したことで、環境と地域社会に関心を抱き筑波大学で農学を学ぶ。

ゼネコンでは環境ビジネスと新しい社会開発領域のコンサルティング・サービスの立ち上げに参画。仕事の傍ら学んだ大学院で、東横インの創業者と出会い12年務めた清水建設から転職。経営戦略責任者として、まだ40店舗規模だった同社のビジネスモデルのブラッシュアップを推進。大型リゾート再生で実績を上げはじめていた星野リゾートでは、投資家と組んで中小旅館をターゲットとした「旅館再生」スキームを立ち上げ、初代の事業責任者となる。ゴールドマンサックスをパートナーに得て、8旅館の再生に着手。その後、オリックス系ファンドによるスキー場再生事業、上場土木ゼネコンの新規事業開発、上場環境ベンチャーのバイオマス発電事業の立て直し、介護ビジネス、住宅会社等で主に経営企画室長ポジションを歴任。コンサルタントとしてPanasonic系工場設備会社の経営戦略やTOTOのIT戦略を担当。

20年5月よりMDC企画局長として前橋中央通り商店街で平日を暮らす。