

2. 2 情報共有・連携を促進する場の運営

1) まちづくり Day の参加人数、参加者構成

①シンポジウムの参加人数等について

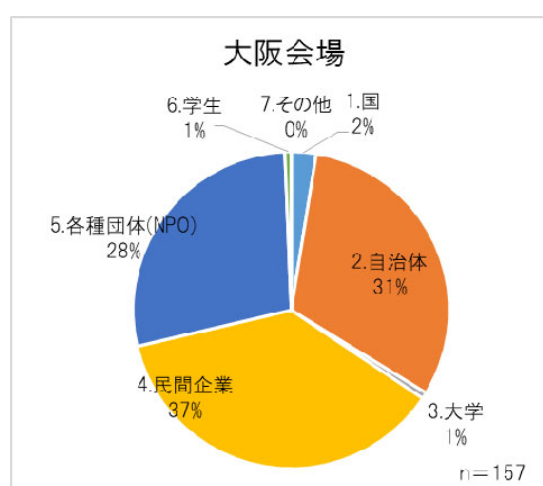
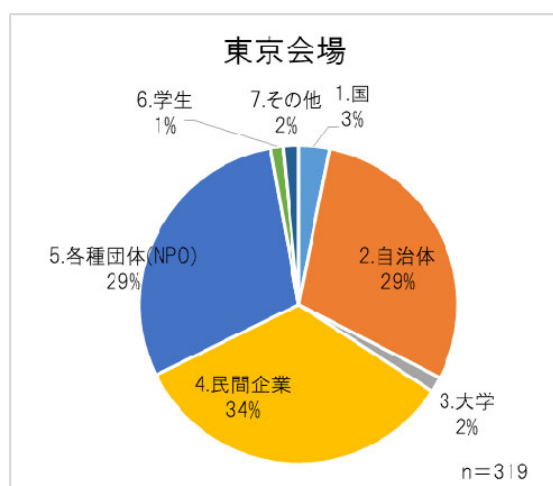
各会場への申込人数、参加人数を下記の表にまとめた。当日、キャンセルをする人が各会場で約2割見られた。実際の参加人数は、当初の各会場の定員（東京300名、大阪150名）を上回る結果となった。

会場・イベント	申込人数	参加人数
東京会場	408	319
大阪会場	181	157
懇親会（東京）	86	72

②参加者属性

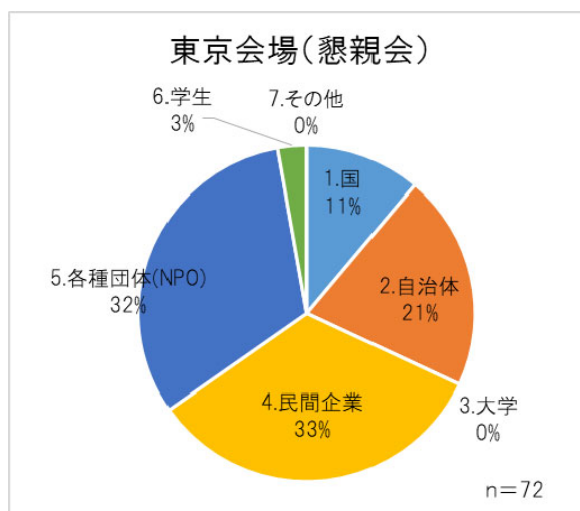
シンポジウム

東京・大阪会場ともに、民間企業の参加が最も多い。次に多いのが、地方公共団体、各種団体（NPO）で、それぞれ約30%の割合を占める。



懇親会

懇親会は、東京会場のみで実施されたが、参加の多い順に民間企業、各種団体（NPO）、地方公共団体となっている。



2) シンポジウム／第Ⅰ部 国土交通省講演資料

- 『「居心地が良く歩きたくなるまちなか」からはじまる都市の再生』
(国土交通省 都市局 まちづくり推進課 官民連携推進室長 三浦 良平)

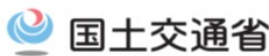
官民連携まちづくりDAY

「居心地が良く歩きたくなるまちなか」 からはじまる都市の再生

「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」提言
(概要と今後の取組)

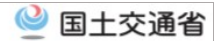
令和2年1月31日

国土交通省 都市局 まちづくり推進課 官民連携推進室長
三浦 良平



Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」について



- ◎企業のオープンイノベーションやスタートアップの拡大、女性・高齢者等の活躍など、都市経済・社会における「多様性」の進展を踏まえ、これらの集積・交流を通じた「イノベーション」の創出など、本格的な人口減少社会を迎える我が国における「都市再生」のあり方を検討。
- ◎産学官のメンバーで構成され、平成31年2月から全8回の議論を踏まえ、6月26日に取りまとめ。

座長：浅見泰司 東京大学大学院工学系研究科教授
座長代理：馬場正尊 東北芸術工科大学デザイン工学部
建築・環境デザイン学科教授
委員：秋田典子 千葉大学大学院園芸学研究科准教授
：姥浦道生 東北大学大学院工学研究科准教授
：金森 亮 名古屋大学
未来社会創造機構特任准教授
：三浦詩乃 横浜国立大学大学院
都市イノベーション研究院助教

【オブザーバー】

東京都都市整備局技監 上野雄一
大阪市都市計画局長 角田悟史
名古屋市住宅都市局長 光安達也
(一社)日本経済団体連合会産業政策本部長 上田正尚
(一社)不動産協会 副理事長専務理事 内田要
(独)都市再生機構 都市再生部事業企画室長 中山靖史

【関係省庁】内閣府地方創生推進事務局
国土交通省総合政策局公共交通政策部、
土地・建設産業局、住宅局、鉄道局

【事務局】国土交通省都市局

第1回(2月19日)：総論

第2回(3月5日)：都市の競争力・特性×まち

梅澤高明 A Tカーニー 日本法人会長
島原万丈 (株)LIFULL LIFULL HOME'S総研所長
七尾克久 三井不動産(株)日本橋街づくり推進部長

第3回(3月12日)：女性や高齢者等の活躍×まち

市川宏雄 (一財)森記念財団 都市戦略研究所 業務理事
岡本純子 (株)グローコム 代表取締役社長
田中元子 (株)グランドレベル 代表取締役
東浦亮典 東京急行電鉄(株)執行役員

第4回(4月12日)：スタートアップ×まち

入山章栄 早稲田大学大学院 経営管理研究科 教授
重松真理子 三菱地所株式会社 開発推進部都市計画室長
的野浩一 福岡市住宅都市局 イノベーション課長

第5回(4月19日)：まちをシェア×まち

石澤正芳 株式会社Mellow 代表取締役
三輪律江 横浜市立大学国際総合科学部都市学系 准教授
小泉秀樹 東京大学まちづくり研究室 教授

第6回(5月9日)：中間論点整理(骨子)の議論

第7回(5月30日)：地方都市に係るヒアリング

鶴殿 裕 日本商工会議所 地域振興部主席調査役
中山靖史 (独)都市再生機構 都市再生部事業企画室長

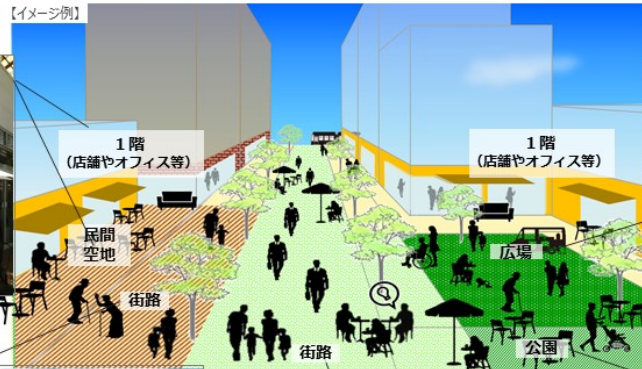
第8回(6月10日)：「中間とりまとめ」(案)の議論

1

「居心地が良く歩きたくなるまちなか」のイメージ

1階をガラス張りの店舗にリノベーションし、アクティビティを可視化
民間敷地の一部を広場化（宮崎県日南市）

【イメージ例】



2つの開発の調整により
一体整備された神社と森（東京都中央区）



駅前のトランジットモール化と広場創出（兵庫県姫路市）



道路を占用した夜間オープンカフェ（福岡県北九州市）



公園を芝生や民間カフェ設置で再生（東京都豊島区）

「居心地が良く歩きたくなるまちなか」形成のイメージ

※地域特性に応じた取組を、歩ける範囲のエリアで集中的あるいは段階的に推進
※人口規模の大小等を問わず、その特性に応じた手法で実施可能



「居心地が良く歩きたくなるまちなか」

Walkable

歩きたくなる

居心地が良い、人中心の空間を創ると、まちに出かけたい、歩きたくなる。

Eye level

まちに開かれた1階

歩行者目線の1階部分等に店舗やラオバがあり、ガラス張りで中が見えると、人は歩いて楽しくなる。

Diversity

多様な人の多様な用途、使い方

多様な人々の多様な交流は、空間の多様な用途、使い方の共存から生まれる。

Open

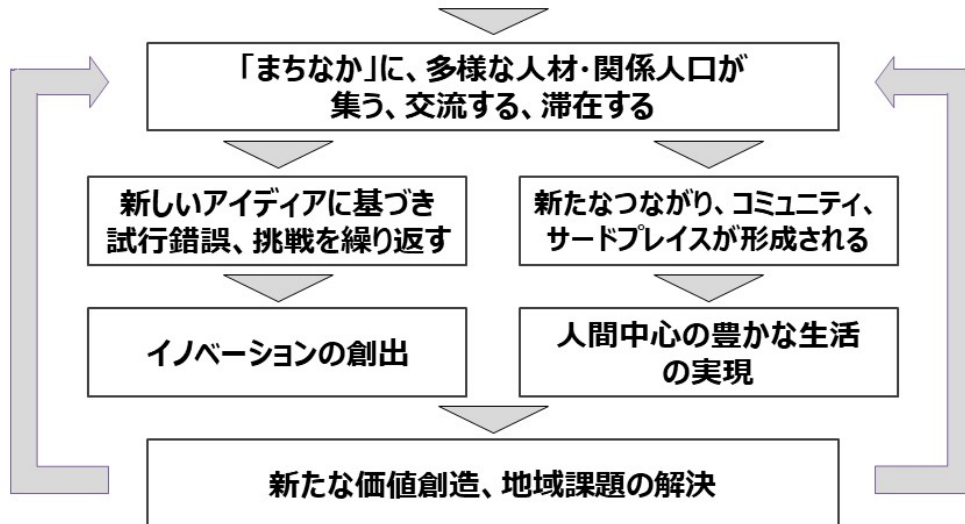
開かれた空間が心地よい

歩道や公園に、芝生やカフェ、椅子があると、そこに居たくなる、留まりたくなる。

都市構造の改変等

- **都市構造の改変**（通過交通をまちなか外へ誘導するための外周街路整備等）
- 都市機能や居住機能の**戦略的誘導と地域公共交通ネットワークの形成**
- **拠点と周辺エリアの有機的連携**
- **データ基盤の整備**（人流・交通流、都市活動等に係るデータプラットフォームの構築等）等

「居心地が良く歩きたくなるまちなか」からはじまる都市の再生
 官民のパブリック空間（街路、公園、広場、民間空地等）を
 ウォーカブルな人中心の空間へ転換・先導し、民間投資と共鳴しながら
 「居心地が良く歩きたくなるまちなか」を形成



ウォーカブル推進都市一覧(令和元年12月31日時点)

1 北海道札幌市	36 埼玉県さいたま市	71 東京都狛江市	106 静岡県熱海市	141 大阪府枚方市	176 山口県周南市
2 北海道旭川市	37 埼玉県春日部市	72 東京都多摩市	107 静岡県三島市	142 大阪府茨木市	177 徳島県徳島市
3 北海道室蘭市	38 埼玉県戸田市	73 東京都稲城市	108 静岡県島田市	143 大阪府八尾市	178 香川県高松市
4 北海道北広島市	39 埼玉県朝霞市	74 神奈川県横浜市	109 静岡県富士市	144 大阪府河内長野市	179 香川県丸亀市
5 北海道黒松内町	40 埼玉県志木市	75 神奈川県川崎市	110 静岡県焼津市	145 大阪府羽曳野市	180 香川県坂出市
6 北海道沼田町	41 埼玉県和光市	76 神奈川県鎌倉市	111 静岡県掛川市	146 大阪府高石市	181 香川県善通寺市
7 北海道東神楽町	42 埼玉県幸手市	77 神奈川県逗子市	112 静岡県藤枝市	147 大阪府大阪狭山市	182 香川県観音寺市
8 北海道土幌町	43 埼玉県杉戸町	78 神奈川県大和市	113 静岡県袋井市	148 兵庫県神戸市	183 香川県多度津町
9 青森県青森市	44 千葉県千葉市	79 新潟県新潟市	114 静岡県湖西市	149 兵庫県姫路市	184 愛媛県松山市
10 青森県弘前市	45 千葉県木更津市	80 新潟県三条市	115 愛知県名古屋市中区	150 兵庫県西宮市	185 愛媛県大洲市
11 青森県八戸市	46 千葉県松戸市	81 新潟県見附市	116 愛知県豊橋市	151 兵庫県西脇市	186 高知県高知市
12 青森県黒石市	47 千葉県野田市	82 富山県富山市	117 愛知県岡崎市	152 兵庫県加西市	187 福岡県北九州市
13 青森県十和田市	48 千葉県習志野市	83 石川県金沢市	118 愛知県一宮市	153 兵庫県新温泉町	188 福岡県久留米市
14 青森県むつ市	49 千葉県柏市	84 石川県小松市	119 愛知県半田市	154 奈良県大和郡山市	189 福岡県飯塚市
15 岩手県盛岡市	50 千葉県市原市	85 石川県加賀市	120 愛知県春日井市	155 奈良県宇陀市	190 福岡県田川市
16 岩手県花巻市	51 千葉県流山市	86 石川県野々市市	121 愛知県刈谷市	156 奈良県田原市	191 福岡県春日市
17 宮城県仙台市	52 千葉県八千代市	87 福井県福井市	122 愛知県豊田市	157 奈良県上牧町	192 福岡県古賀市
18 宮城県塩竈市	53 千葉県白子町	88 福井県大野市	123 愛知県安城市	158 和歌山県和歌山市	193 福岡県うきは市
19 宮城県柴田町	54 千葉県長柄町	89 福井県あわら市	124 愛知県犬山市	159 鳥取県鳥取市	194 福岡県川崎町
20 福島県会津若松市	55 東京都	90 福井県越前市	125 愛知県新城市	160 鳥取県米子市	195 佐賀県
21 福島県郡山市	56 東京都新宿区	91 山梨県甲府市	126 愛知県大府市	161 鳥取県境港市	196 佐賀県佐賀市
22 福島県須賀川市	57 東京都墨田区	92 長野県	127 愛知県知多市	162 島根県松江市	197 佐賀県基山町
23 福島県棚倉町	58 東京都品川区	93 長野県長野市	128 三重県四日市市	163 島根県江津市	198 佐賀県上峰町
24 茨城県水戸市	59 東京都目黒区	94 長野県松本市	129 滋賀県大津市	164 島根県津和野町	199 長崎県長崎市
25 茨城県下妻市	60 東京都大田区	95 長野県諏訪市	130 滋賀県草津市	165 岡山県岡山市	200 熊本県熊本市
26 茨城県笠間市	61 東京都世田谷区	96 長野県茅野市	131 滋賀県東近江市	166 岡山県倉敷市	201 熊本県菊池市
27 茨城県つくば市	62 東京都渋谷区	97 長野県佐久市	132 京都府京都市	167 岡山県高梁市	202 熊本県南関町
28 茨城県大洗町	63 東京都中野区	98 岐阜県岐阜市	133 京都府長岡京市	168 広島県広島市	203 大分県豊後大野市
29 茨城県境町	64 東京都豊島区	99 岐阜県高山市	134 京都府八幡市	169 広島県三原市	204 宮崎県宮崎市
30 栃木県宇都宮市	65 東京都荒川区	100 岐阜県関市	135 大阪府大阪市	170 広島県尾道市	205 宮崎県小林市
31 栃木県足利市	66 東京都足立区	101 岐阜県美濃加茂市	136 大阪府堺市	171 広島県福山市	206 宮崎県高鍋町
32 栃木県小山市	67 東京都八王子市	102 岐阜県各務原市	137 大阪府豊中市	172 山口県宇部市	207 宮崎県川南町
33 栃木県上三川町	68 東京都武蔵野市	103 静岡県静岡市	138 大阪府池田市	173 山口県山口市	
34 群馬県前橋市	69 東京都町田市	104 静岡県浜松市	139 大阪府泉大津市	174 山口県防府市	
35 群馬県館林市	70 東京都福生市	105 静岡県沼津市	140 大阪府高槻市	175 山口県長門市	

※ウォーカブル推進都市は随時、募集を受け付けている。

組織

有能な人材の活用、ものごとを早く決めることのできる組織

魅力的なデザイン

官民一体の空間デザイン、人にとって心地よい空間づくり、
空き地、空き床の上手な活用

プロモーションに強い

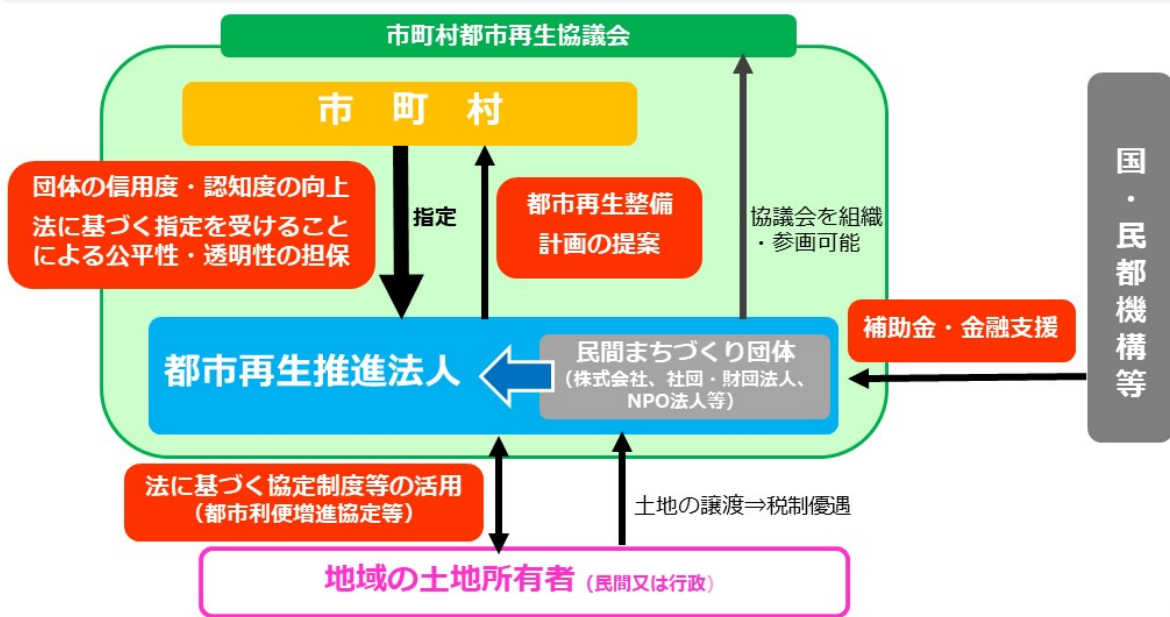
発信力（SNS等）、ロゴづくり、テナント誘致、市民や来街者
へのアプローチ

着実な財政運営（徹底したコスト管理）

収入から逆算して、どれだけ支出できるか考える

都市再生推進法人とは、都市再生特別措置法第118条に基づき、地域のまちづくりを担う法人として、市町村が指定するもの。（平成19年度～）

★指定された団体は、まちづくり活動のコーディネーターや推進主体としての役割を期待



都市再生推進法人等による公共空間等の活用手段

市町村が都市再生整備計画※に記載することにより、都市再生推進法人等は、土地所有者等との役割分担の下で、公共空間や民有地の占有・維持管理等を行うことができる。【都市再生特別措置法】

※ 都市再生整備計画：市町村が作成する公共公益施設の整備等に関する計画をいい、規制緩和制度や協定の活用にあたり必要となる。

【公共空間規制緩和制度の活用】

道路、河川敷地、都市公園の占有許可の特例を活用し、**広告板、オープンカフェ**等を設置



広告板・食事施設
<道路占有許可 + 都市利便増進協定>



オープンカフェ
<河川敷地占有許可>



サイクルポート
<都市公園占有許可>



【都市利便増進協定の締結】

都市利便増進協定等を活用し、**広場、並木、ベンチ、歩行者経路**等を管理・運営



オープンカフェ
<道路占有許可 + 都市利便増進協定>



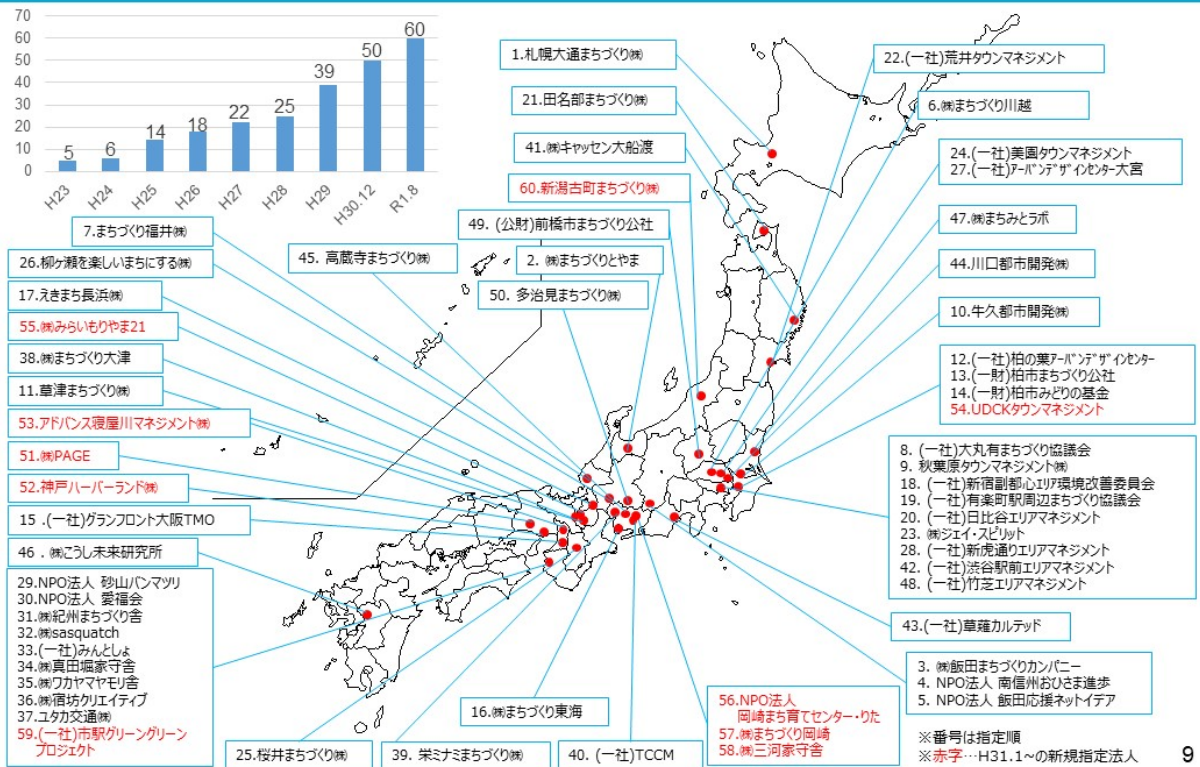
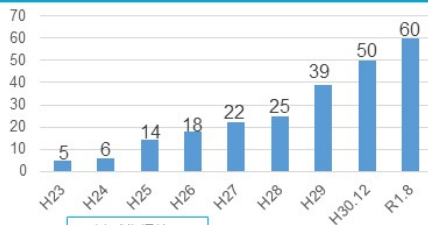
ミスト装置(条例広場内)
<都市利便増進協定>



地下歩道
<都市再生歩行者経路協定>



都市再生推進法人の指定状況 (全60団体・令和元年8月末時点)



※番号は指定順
※赤字…H31.1~の新規指定法人

官民連携まちなか再生推進事業

エリアプラットフォームの構築（官民の様々な人材が集積）

未来ビジョンの策定（エリアの将来像を明確にして共有）

ハード

「居心地が良く歩きたくなる」
空間の整備
まちなかウォーカブル推進事業
ウォーカブル推進税制

ソフト

官民連携による
持続的なまちづくり活動

公共空間等を活用した社会実験・データ収集

金融支援

公共空間の
利活用
まちなか公共空間等
活用支援事業

デッキを活用した
賑わい創出

※上記は、「官民連携まちなか再生推進事業」を中心に、ウォーカブル関連事業との関連性を示したイメージです。ウォーカブル関連事業の活用にあたり、必ずしも上記イメージのとおりとするものではありません。

(参考)官民連携まちなか再生推進事業

実施フロー	実施主体	補助対象例
エリアプラットフォームの構築	地方公共団体	エリアプラットフォームの構築・未来ビジョン等の策定
未来ビジョン等の策定		<ul style="list-style-type: none"> ○エリアプラットフォームの形成・運営に要する費用 ○未来ビジョン等の策定に要する費用（データ収集・分析、専門人材活用、勉強会・意識啓発活動等）
未来ビジョン等に基づく	エリアプラットフォーム	未来ビジョン等に基づく各種取組
①シティプロモーション・情報発信		<p>シティプロモーション・情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ○地域の魅力をPRする国内外でのプレゼンテーションやイベント等を実施 <ul style="list-style-type: none"> ○地域の魅力をまとめたパンフレットやウェブサイト等の作成・発信
②社会実験・データ活用		<p>社会実験・データ活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ○道路上でのオープンカフェを展開し、来街者調査を実施 <ul style="list-style-type: none"> ○低未利用地を活用した憩いの場の創出
③交流拠点等整備の実施	<p>交流拠点等整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ○既存施設のリノベーションによる国際交流創造施設の整備 <ul style="list-style-type: none"> ○民間都市開発事業において整備される国際競争力強化施設（国際会議場等） 	

※この他に、普及啓発を促進するメニューがあります

3) 第1部 官民連携まちづくりの先進事例の紹介

先進事例の紹介は、事前に作成した動画の放映によって行われた。先進事例は本シンポジウムのテーマである事業の創出、遊休不動産の活用、公共空間の利活用の観点から3事例が選び、動画を作成した。各動画は7分程度のものである。

動画を1本ずつ放映した後、東京会場のモデレータとパネリストがコメントをする形式となっている。大阪会場は、東京会場の様子を中継で見る形式をとった。

下記に、放映の順番に画面イメージを示す。

①公共空間の利活用：海の Apart マルシェ（福井県氷見市）



氷見市概観



うみの Apart マルシェ



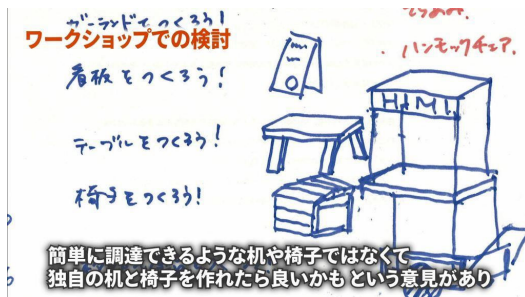
マルシェ開催時の商店街



キーマンインタビュー



マルシェ参加者インタビュー

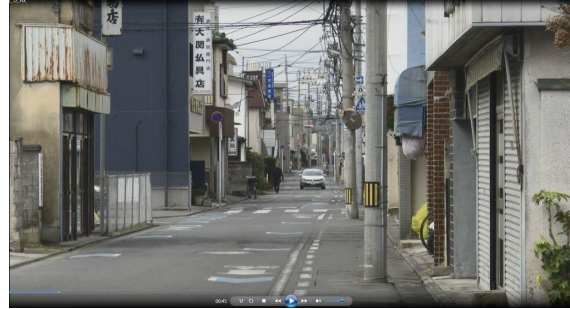


ワークショップで考えられた什器

②遊休不動産の再生：もみじ通りの再生（栃木県宇都宮市）



宇都宮市概観



もみじ通り

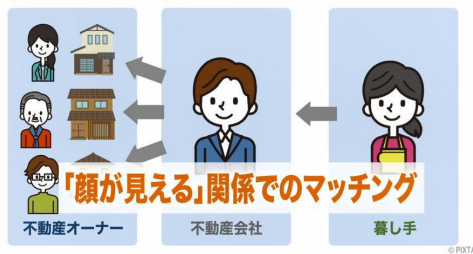


もみじ通り界隈に新しく出店した店舗



キーマンインタビュー

もみじ通りの不動産活用の流れ



流通していない空店舗の活用



空部屋を活用した民説民営の図書館

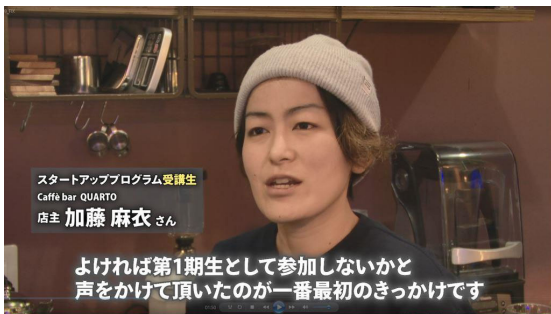
③事業の創出：99℃（静岡県熱海市）



熱海市概観



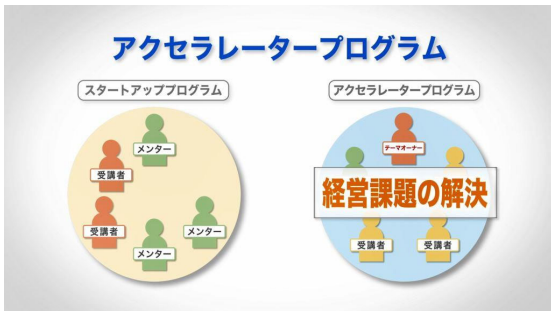
キーマンインタビュー



99℃受講生インタビュー



99℃受講生インタビュー



アクセラレータープログラム説明



熱海銀座再生等の空間再生との連携

4) 第 I 部 官民連携まちづくりの先進事例紹介 記録

■主催者あいさつ

司会：皆さま、お待たせいたしました。本日はご来場いただき誠にありがとうございます。ただ今より官民連携まちづくり DAY を開催いたします。本日の会議は平成 27 年度から毎年開催してまいりました都市再生推進法人等会議をさらに発展され、官民の垣根を越えたボーダレスの取り組みを全国へ広げることがを目的として実施されております。昨年度に引き続き今年も国土交通省と全国エリアマネジメントネットワークの共催で開催いたします。本日、司会を務めさせていただきます国土交通省都市局まちづくり推進課の塚田と申します。どうぞよろしくお願いいたします。初めに開会に当たりまして、国土交通省都市局長、北村知久よりごあいさつ申し上げます。

北村：ただ今ご紹介いただきました国土交通省で都市局長をしております北村と申します。どうぞよろしくお願いいたします。官民連携まちづくり DAY の開催に当たりまして一言ごあいさつを申し上げます。本日はここ東京会場へ、また大阪会場へも全国各地で官民の垣根を越えてまちづくりに取り組んでおられる熱い志を持った多くの方々にお集まりいただいたことに対し、厚く御礼申し上げます。また本日の開催に当たりまして、多大なお力添えを頂いた全国エリアマネジメントネットワークの皆さま、また関係者の皆さまに心より御礼申し上げます。



近年、エリアマネジメントや道路とか公園といった公共空間を活用するにぎわいづくり、また昨今頻発する災害への備え、これらの社会的課題に対する取り組み、こういったことに民間の担い手が主体となるまちづくりが広がっています。こうした動きをさらに促進するためには、異なるバックグラウンドを持つ官民の多様な主体が都市の将来像を共有し、垣根なく連携することが実現に向けた大きな方向性だと考えてございます。

国土交通省の都市局におきましては、昨年、有識者の方の懇談会を設けまして、その中で、『「居心地が良く歩きたくなるまちなか」からはじまる都市の再生』と、こういったタイトルの提言を頂戴いたしまして、これに基づき施策を検討してまいりました。先ほどまとまりました令和 2 年度の政府の予算また税制改正、これにおきまして、民間事業者が市町村の計画に基づいて建物、低層部のオープン化など、こういったことを改修する、こういった場合に予算、税制での支援をします。こういったような制度が認められたところでございます。さらに今国会におきまして、「官民連携による公共空間の改変とオープンスペースの提供の利活用を支援する」、こういったテーマで法制度を検討してございます。本日もご出席の皆さま方には、都市再生推進法人の指定を受けておられる団体からいらっしゃる方もかなりいらっしゃるというふうに伺っておりますが、この都市

再生推進法人、現在、都市再生特別措置法という法律に今は位置付けられてございますけれども、この度、この法人の業務の中にエリアマネジメントを正面から受け止めるような規定も入れたいというふうなことも考えてございます。これらの法律予算、税制のパッケージによりまして、「居心地が良く歩きたくなるまちなか」の実現、また官民の人材が集うコミュニティづくり、これを私どもとして強力に推進してまいりたいと考えてございます。

また、このような官民連携の取り組みを推進するために、平成 27 年度より全国エリアマネジメントネットワークの皆さまのご協力の下に都市再生推進法人等会議、これを開催しておりますが、さらに昨年度からは共催という形で実施させていただいております。都市再生推進法人の指定件数も昨年 60 団体に到達しまして、毎年着実に増加をしております。そして、第 5 回目となる今年には官民連携まちづくり DAY と題しまして、まちづくり組織の実践力の向上に向けて事業の創出、遊休不動産の活用、公共空間の利活用をテーマに実務的な取り組みやヒントを共有することを目的とし、本日企画したところでございます。

モデレータとしては、東京会場では保井美樹先生、大阪会場では嘉名光市先生をお迎えし、これからのまちづくりをリードするパネリストの皆さまと、第 1 部の先進事例紹介では事例を基に学ぶべきキーポイントについて、第 2 部のトークセッションではまちづくり組織の実践力向上について議論が交わされるものと伺っております。どうぞよろしくお願い申し上げます。

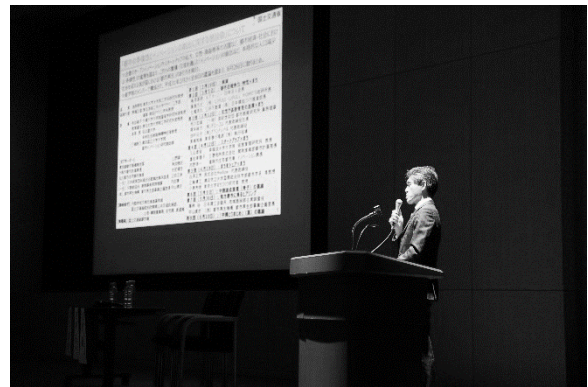
本日のこの会議をきっかけに、これからのまちづくりを担う民間や地方自治体の皆さまが出会い交流することにより官民がより連携を深め、「居心地が良く歩きたくなるまちなか」の形成につながる場になれば幸いですというふうに存じ上げます。終わりに、本日お集まりの

皆さまのますますのご健勝とご活躍を祈念申し上げます。私のあいさつとさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

■国土交通省講演

司会：ありがとうございました。続きまして国土交通省都市局官民連携まちづくり推進室長の三浦良平より、「居心地が良く歩きたくなるまちなか」からはじまる都市再生についてご説明いたします。よろしくお願いいたします。

三浦：皆さん、こんにちは。国土交通省まちづくり推進課で官民連携推進室長をしております三浦と申します。どうぞよろしくお願いいたします。今日は私からは 10 分間ほどお時間を頂きまして、現在、都市局で進めている施策の中で、先ほど局長からのあいさつにありました「居心地が良く歩きたくなるまちなか」、これに関連する動きを少しだけご紹介したいと思います。



では、早速ですけれども、中へ入っていきたいと思います。先ほどの局長のあいさつにもありました有識者で構成された懇談会についてです。私たち都市局はコンパクトシティー・プラス・ネットワークですとか、再生緊急整備地域の指定ですとか、こういうことを通して都市の活性化等についてかなり真剣に進めてまいりました。しかし、ここの 1 行目に書かれているとおり、社会経済情勢等がかなりまた変わってきていると。これを踏まえて、それだけで本当によいのかと、こういう視点でこの懇談会を

開いてまいりました。去年の2月から6月末で、こういったテーマごとに有識者、実践者を呼んでお話を聞きながら議論を進めてきたということでございます。その結果、さまざまな議論がありましたけれども、結論として、これからの都市づくりはまさにテーマにありますとおり「居心地が良く歩きたくなるまちなか」をもっとどんどん進めていくべきではないかと、こういう提言を頂いたということでございます。具体的には、この絵のイメージのとおりですが、単なる街路、通行空間だけではなくて、もう少し滞在したり、場合によっては食事をしたり、いろんなことがあってもよいのではないかと。さらにそこに接している公園ですとか、広場あるいは民地側も含めて一体的にいろいろな活用、活動があるべきではないかという内容。さらにもっと言いますと、沿道の建物側です。こちら側も例えば1階部分、目の高さの部分はもっと街に開かれているべきではないかということで、かなり公共の持っているところと、民間の持っているところと一体的にどんどん活用されて、そのような「まちなか」がつくられることによって、都市の活性化が進むのではないかと。こういう提言を頂いたわけでございます。

それを言葉にしますと、次のページ。このようなことで整理されていますが、私たちは頭文字を取って“WEDO”と呼んでいますので、皆さんもどこかですでにお聞きかもしれません、Walkable とか Eye level とか Diversity とか Open な空間をもっとどんどんつくっていく、進めていくべきではないかと。そうしますと、今日のテーマですね。まさに官民連携まちづくりをしませんと、なかなかこういう空間は公共だけではできませんので、さらに今まで以上に官民連携を進めるべきではないかという内容にもなっているという結論でございます。

そうしますと、何がよいことが起こるのかというのを簡単にご説明したいと思いますが、そういう空間をつくるためには、先ほど言ったと

おり官民のパブリック空間を民間の投資と共鳴しながら、これは例えば先ほどの1階部分のガラス張り化みたいなもの、小さな投資ですけれども、そういったことも含めて共鳴しながら空間づくりをしていきますと、そういった魅力的な空間が広がっていくと、どんどんまちなかに人が出てくるのではないかと。そうすると、左側はイノベーションというキーワードが入っていますけれども、まちなかの活性だけではなくて新しいビジネスが生まれたり、あるいは国際競争力強化につながるようなさまざまな取り組みが生まれたりと、そういう効果が期待されますし、右側はむしろ今度はこの人々の心の豊かさですね。出会いがあって会話があって、コミュニケーションが活性化されて、場合によっては健康長寿の推進みたいなことにもつながるのでないかと、そういったさまざまな効果がきっと期待されるということで、この好循環が生まれるはずだと、そういった効果が期待されているというような取り組みの内容だと思っています。そういった施策に賛同する自治体さんはぜひ手を挙げてくださいと8月から募集をかけたところ、ちょうど12月末時点の集計ですけれども、今207団体。ちょっとすみません、字が小さくて見えないかと思いますが、一部都道府県も含まれますけれども、207団体ほどからご賛同いただいて、今、手が挙がっているということで、かなりの自治体もこの施策について関心を持っているんだなということは、これをもってしてもお分かりかと思えます。

実は官民連携まちづくりはこれまでもやってきましたけれども、改めて民の強みとは何だろうというところです。今日ご参加の方々には民間の方々もかなりいらっしゃいますので、改めて何をということかもしれませんけれども、行政の方々にはぜひこういうことを意識して官民連携まちづくりを進めてほしいということで用意しました。一つは組織と書いていますけ

れども、本当に機動力を持って、行政はなかなか手続きも大変で、実は内部調整も難しく、何をやるにも時間がかかるということが多々ありますけれども、民間の方々はもう即決、即行という形が取れるというのが強みかと思えます。

2 つ目は魅力的なデザインを彼らもかなりどんどん、行政ではなかなか気付かないところも含めて気を使いながら進めるということが得意かというふうに思えます。それと SNS 等での情報の発信です。これは言うまでもなくそういう強みがありますし、最後は、堅実な財政運営と書いてありますけれども、無理というか難しい、かなりハードルの高い投資をすることはあまりなくて、着実に進めていくというノウハウも彼らはかなり持っていますので、ぜひ民間のそういう強みを生かして、今日ご参加の行政の方々はその意識と一緒に仕事を進めていただければというふうに思えます。

都市再生推進法人の集まりでもある今日の場合ですので、改めてこれをご説明するまでもないのですが、都市再生推進法人をまだ考えていない、あるいは考えているんだけど取っていないという方々には、改めてここで簡単にご紹介したいと思います。真ん中にまちづくりをされている団体さんがここにいるんですが、彼らが都市再生推進法人という法人格を取得しますと、一番は信用力です。単なるまちづくり会社ではなくて、公的組織、具体的には市役所、町役場が認定した団体だという公的なしっかりした位置付けがなされますし、都市再生整備計画の提案制度ができますし、あるいは補助金、金融支援などの特別の措置がこの法人を取っていないと受けられないものも受けられます。また最後のほうは、法律に基づく協定制도가幾つかありますので、こういったことを活用するというメリットも出てまいりますので、ぜひこちらについてはご検討いただいて、都市再生推

進法人になっていただいて、ますますご活躍いただければというふうに思います。

実際はかなり全国で、次のページで 60 都市が出てきますが、60 団体が出てきますが、取得をして活動をされています。特に右側は、都市利便増進協定を締結するというのはやはり都市再生推進法人のメリットの一つとして、それを取得して、こちらが年度別に件数の推移を表していますけれども、この制度をどんどん活用して全国的にいろんな広がりがある今始まっていますし、左側は必ずしも都市再生推進法人に限った制度ではないですが、道路の占用許可をはじめ公園ですとか、水辺、河川の占用許可等についても、この特例を使って、この棒グラフのとおり数がどんどん増えていると、こんな状況が今現在の状況でございます。今ご紹介した 60 団体、東京とかこの辺に数が多いですが、北日本ですとか、ちょうど兵庫県よりも西のほうですが、まだまだ数が少ないので、ぜひ積極的にご検討いただければというふうに思います。

今日はちょうど予算も、令和 2 年度予算が 12 月でだいたい決着がつかまして、具体的にはこれから国会審議で額の確定等を進めていくわけですが、制度自体はもう認められたということになりますので、そのご紹介を簡単にしたいと思います。

われわれが官民連携まちづくりを進めていくにあたって、非常に大事なと最近改めて思っているのが、実は上の 2 つです。エリアプラットフォームの構築とビジョンの共有です。これは非常に大事なと最近気付きました。といいますのは、成功事例を見てみると、かなりそういう取り組みをやられていて、まずエリアプラットフォームというのは、一つの協議会のような場をつくって、まちの中の関係者が集まって議論をする、そういうものをプラットフォームと呼んでいますけれども、そういう場です。そこで何を議論するかというと、このまちを将来

どうしようかという議論をするわけですが、それで結論としてそのビジョンのようなものを掲げまして、策定しまして、みんなで共有すると。それをすることによって次に書かれているような、例えば具体的な社会実験はそのビジョンに沿って行われる。あるいはこれは主にソフト施策と書いていますけれども、ハード施策をいじろうと思ったら、また国の補助制度を活用しながら進めていくという形が取れますし、右側は、これは金融支援です。こちらも新しい制度が実は令和2年からできるのですが、低利融資も都市再生推進法人であれば、これを活用することができるということで、私たちもかなり予算的にも充実することができたなと思っていますので、令和2年度からはぜひこれを活用していただいて、積極的なまちに対して、投資も含めて展開していただければというふうに思います。

こちらは参考としてご用意しました。ちょっと細かいのでご紹介はしませんが、左側にエリアプラットフォームという言葉があります。通常であれば法人格ですとか市町村でないと、この補助金は受けられませんでしたがというのが従来の補助金なのですが、令和2年度からのこの補助金の特徴は、エリアプラットフォーム自体が補助事業者になれるということで、詳細はまだこれから財務省と詰めていかなきゃいけないのですが、いわゆるふわっとした協議会のような形の協議体であっても補助対象になれると、補助金を受けられるというのが大きな特徴になっています。

最後ですが、これはお手元にお配りした資料には入っておりませんが、今これからやろうと考えていることの頭出しといいますか、簡単にご紹介です。

私たち国土交通省と全国エリマネネットワークさんと共同企画で、こんなことができないかなということを考え始めています。ちょっと長くなりますので簡単にご紹介しますと、今まで

かなり公共空間、道路も街路も公園も広場も活用されて、さまざまな方々がそのパブリックな空間を活用していろいろなイベント、あるいは日常の姿を目指しての社会実験をなされてきています。ただ、残念なことに単体で終わっていると。なかなかそれが世の中に発信し切れていないのではないかとというところを少し懸念しています。ですので、できることであれば、実はミズベリングさんというのが、そういうつながりを持って全国展開されておりますが、同じようにわれわれ陸側のパブリックな空間の活用も、できるだけみんなでつながって一体性を持たせて、今回はここ、次はあちら、さらに次はそちらみたいな、そういうイベントのつながりみたいなことで、公共空間をはじめとしたまちなかの空間がこんなにたくさんいろいろ活用されているんだなという見せ方の工夫をしていきたいというふうに思っています。ですので、ちょっと名称もまだオープン・プレイス・キャンペーンのようなことで仮称ですけども、そういう見せ方の工夫をすることによって元気なまちなか、豊かなまちなかというのを広く国民の皆さん、あるいは海外から来られた訪日外国人客も含めて見せることによって、この取り組みを少しくローズアップしていきたいというふうに思っています。下のほうに具体的なスケジュールを書いていますけれども、2月、3月で詳細を詰めまして、4月から始まるイベントにはできるだけそれに賛同いただいた方々には入っていただいて、一緒になって盛り上げていければというふうに考えてございます。詳細はまた時期が詰められ次第ご紹介していきたいというふうに考えております。では、私からの最近の国土交通省の取り組みについてのご紹介を終えたいと思います。どうもありがとうございました。

■官民連携まちづくりの先進事例紹介

司会：ありがとうございました。今回のシンポ

ジウムは「まちづくり組織の実践力の向上に向けて」というサブタイトルの下、官民連携まちづくりに関する重要なテーマである事業の創出、遊休不動産の活用、公共空間の利活用に注目して先進事例の紹介や意見交換を行います。全国各地で展開可能なまちづくりの実践力の向上につながる実務的な取り組みやヒントを皆さまと共有します。今回のシンポジウムは東京と大阪の2会場で実施します。第1部の官民連携まちづくりの先進事例の紹介は東京会場からの中継を中心に行います。第2部の組織の実践力の向上のトークセッションは各会場でモデレータとパネリストの方によるトークセッションを行います。最後に両会場をつないで議論の内容を共有したいと思います。それでは、本日のメインプログラムを進めていただくモデレータとパネリストの方々にご登壇いただきます。まずは東京会場からです。

まず初めに本日東京会場の進行をしていただくモデレータ、法政大学教授、全国エリアマネジメントネットワーク副会長の保井美樹さまで。続きましてパネリスト3名の方々のご紹介です。まず初めにオープラスアーキテクチャ合同会社、代表社員の鈴木美央さまで。続きまして、株式会社まちづくりエイティブ、代表取締役の寺井元一さまで。最後にグッドモーニングス株式会社、代表取締役の水代優さまで。

続きましては、大阪会場のモデレータとパネリストの方々にご登壇いただきます。まず初めに本日の大阪会場の進行をしていただくモデレータ、大阪市立大学教授の嘉名光市さまで。続きましてパネリスト3名の方々のご紹介です。初めに株式会社アッドスパイス代表取締役の岸本千佳さまで。続きまして、有限会社ハートビートプランの園田聡さまで。最後に株式会社 NOTE、取締役副社長の星野新治さまで。

司会 それでは第1部、官民連携まちづくりの先進事例の紹介の進行を保井先生にお願いいたします。保井先生、どうぞよろしく願いいたします。

保井：ありがとうございます。皆さん、こんにちは。大阪会場の皆さまも、こんにちは。スクリーンには見えませんが、おそらく声は聞こえているものと思います。どうぞよろしく願います。今日は共催をさせていただいております全国エリアマネジメントネットワークを代表し、モデレータを務めさせていただきます。



このような会議を国土交通省さまとご一緒させていただくようになって、先ほども北村局長のごあいさつにもありましたけれども、4年目になります。最初の2年間は、都市再生推進法人会議という会議を国土交通省のほうで開催されるのに合わせて、全国エリアマネジメントネットワークも続きの時間に同じ会場でセミナーをさせていただくという形でしたけれども、当時は、受付も別、お金の回収も別みたいな、一緒にやっているようでまだ何かちょっと境界線があるような形でした。それが変わってきたのが去年でして、完全に同じ会議を共催をさせていただくようになりました。去年は「官民ボーダレスまちづくりミーティング」と名付けられ、ボーダレスをテーマに東京だけではなく幾つかの地方会場も結んで行う初めての試みを行いました。今年もそれを踏襲して大

阪と東京でともに進めてまいる形です。

ところで、このように4年間も続いてきているというのは、昨今のように、都市整備あるいはまちづくりを進めていく際に、行政だけあるいは民間だけで進めることは非常に少なくなり、行政、企業、それから市民が一緒になって進めていくことが当たり前になっていく中で、1年に一度こうやって大きな会場で集まって現在地を確認しながら、いわば同じ空間で同じ空気を吸って仲間を確認し、これから何をやったらいいんだということをとともに展望するような、何かそんな空気感を共有するような場になってきたのだらうと思っています。そして、それが非常に大事な機会として捉えられているからこそ、毎年続いてきているのだらうと思います。

去年の「官民ボーダレスまちづくりミーティング」では、大上段に「私たち官民でこれからの都市経営をどうするのか」みたいな議論をいたしました。それも大事な議論ではあったのですが、今年は、ちょっとテーマ設定が違ってきています。誤解を恐れずに申し上げれば、今日のテーマというのはどちらかというと、人が自然に集うようになる、先ほど“居心地がいい”という話がありましたけれども、そういうような場づくりの「事業」なのではないかと感じています。都市に欠かせない、しかし重厚長大な施設をつくってきたのがこれまでの都市づくりの大事な任務だったとすると、これからは、小さな、でも社会をつくっていく上で大事な「場」をいろんなところに積み重ねていくということが、いわゆる都市づくりの関係者、まちづくりの関係者であるわれわれにしかできない大変重要な任務になるのと思います。都市づくりとは違う分野、例えば教育では、コミュニティ・スクールといって学校だけじゃなくて外で学べるような仕組みをやったり官民連携でつくろうという動きがあります。福祉でも「地域共生社会」と呼ばれる分野では、福祉という

よりはまちづくり的な活動から始めて、新しい互助の仕組みを紡ぎ直そうという考えです。そうした多種多様な分野で、拠点づくりに近い考え方が出てきています。では、そういう拠点をどこに配置するのか、どういう事業スキームにするのか、どういうプレイヤーをどういうふうに集めていったらいいのかというのは、まさにまちづくりの世界でありまして、私たちがこれから考えていかなければならないことです。そういう様々な活動が展開される空間、そして、国交省のご説明にもありましたように、それを進める官民の連携、規制の見直しという流れは、すでに近年、大変顕著に出てきています。そういう経験を、このような年1回の会議の中で議論を通じて整理し、また次の年に官民が連携しながら取り組みをさらに進めていく。そういう流れを作るのは、非常に大事なことだと思っています。

今日はまたこういったそういう場づくりだけでなく、事業づくりを越えた新しい政策としてエリアプラットフォームという考え方が出てきていますけれども、そういうようなことに関しても、非常に先進的に取り組んでおられるご登壇者の方々をお呼びすることができましたので、ぜひ会場の皆さまと一緒に議論をしていきたいというふうに思っています。

第2部の冒頭で、Slidoという、皆さんのスマホを使って質問、コメントができる仕組みの使い方の説明が塚田さんのほうからなされると思うんですが、すでに、皆さまのお手元の資料にも使い方の資料が入っていると思います。QRコードが入っていて、それを読み取ればコメントができるところに行くと思います。これからの第1部、実は最初はスライド、映像を皆さんと一緒に見る時間です。そこでは、その実践者の方々に直接質問することはできませんけれども、第2部の登壇者の方々と一緒に議論することはできるかと思しますので、もし第1部のこれから見る映像の中で、こういうことを

議論してほしいというようなことがあれば、Slido を使っていただいてコメントを寄せていただけたらと思っています。

これから第1部と第2部に分かれるんですけども、第1部に関しましては、官民連携まちづくりの重要な視点である公共空間の利活用、それから遊休不動産の再生、地域を活性化する事業創出、それぞれのテーマを代表する事例を紹介する動画を事前に作っていただいていますので、それを皆さんと一緒に見ていきたいというふうに思います。それぞれの事例を見た後に、第2部の登壇者にもう登壇いただいていますので、感想等を頂きながら進めてまいりたいと思います。では、この出来たてほやほやの動画を見ていきたいと思っています。最初の動画は富山県氷見市のうみのアパートマンマルシェですね。よろしく願いいたします。

事例動画①：富山県氷見市／うみのアパートマンマルシェ



保井：最初の事例でした。何かとてもいい空間使いで、主催者の人は公務員の方ですね。普段から、仕事を越えて街で遊び、民間の人と交流しているのだろうな、なんて想像しました。感想をお聞きできればというふうに思います。マーケット絡みという、やっぱり鈴木美央さんに。後でご自身の話もしていただくんですけども、ちょっと感想をお聞かせください。

鈴木：素晴らしい事例だなと思うんですね。「氷

見にないようなものがある」とおっしゃっていたのがすごく印象的で、地域に入らせていただくとよく地域で「何もない町」ということをおっしゃる方が多いんです。本当は何もない町ということではなくて、そこにしかない人がいて、そこにしかないものがある。そこには必ず人や資源がある。それを使っていくツールとして例えばマーケットであったり、おしゃれなデザインであったり、ツールが幾つかある。そして、そのプロセス、ツールがあって、それをどんなふうにつくっていけばいいか、継続できる仕組みをつくっていくとか。例えばプロセスで言えば、今、自分が欲しいものをつくるという話とか自分たちでつくるということもありましたし、その中にはおそらくここでは出てきていないですが、失敗を許容するとかということもあると思うんです。こういうことが起きるんだということ認識しながら素晴らしい事例を見ると、またもう一步深く理解できるんじゃないかなと思いました。



保井：画面には見えないところで、失敗もいろいろあるんだろうなと想像してしまった感じですか。

鈴木：そうですね。そして失敗を失敗と言わないというか、失敗はまだその連続の中にあるだけと考えられる。例えば何か新しいことをやると、どこかから誰かが「こんなことが起きたらどうするの」と必ずおっしゃる方がいらっしゃるんですね。でも、起きたら考えたらいいとい

う考え方もできますし、よく言いますけれども「やめなければ失敗ではない」というのもそうですし、あまりそこにとらわれ過ぎずにそれも許容して、そういうことを言う人がいてもやっていいんだと、まず動かしていくみたいなことでできていくというところがあるんだろうなと思っています。

保井：ありがとうございます。他の方に後で伺います。では、2つ目の動画に移りたいと思います。次は、栃木県宇都宮市もみじ通りから、遊休不動産の再生についての動画です。お願いいたします。

事例動画②：栃木県宇都宮市／もみじ通り



保井：ありがとうございました。2つ目の映像でした。町の大家さんみたいな話でしたけれども、大御所しかいない町じゃなくて、ちょっと先輩がいると。要するにこの塩田さんをちょっと先輩と思う人たちがどんどん入ってきていると、そんなような話だったかというふうに思いますけれども、遊休不動産の再生事業といえば、今日は寺井さんに来ていただいています。寺井さん、少しコメントを頂けますか。

寺井：はい。こういう事例集は、昔に比べて取り扱いが難しいなと感じます。というのは、塩田さんがやっていることを特に何も考えず、ただ細部まで真似するとむしろ駄目だと思うからです。近年の事例というのはソフト要素が強

いわけですが、それで何が変わるかという、具体的な一つ一つの活動そのものをトレースするわけじゃなく、プロセスや考え方といった、目に見えなくて本質的なところを学んで真似することが必要になるんです。具体のアクションは各自がカスタマイズするとか、自分で解釈して行わないといけないから、アクションは事例と別のものになるべきなんですね。だから言い方を変えると、今の事例集というのは以前と違って、真似しちゃ駄目な教材みたいな要素があるということです。

じゃあ真似すべきプロセスや考え方というのは何なんだ、ということですが、塩田さんの事例を見て、僕の視点だと4つぐらい特徴だと思ったところがあったので、よい機会として、皆さんに伝えてみようと思います。まず1つは、例外のビジネス、今までとは違う構造のビジネスを志向なさっているということ。世の多くのビジネスと同じように、不動産ビジネスも万人受けや手離れの良さを狙うのが普通なんですけれども、明らかに真逆のことをやっていらっしゃる。皆さん気付かれたか分からないですけども、塩田さんは設計の方なので、設計して施工しないとお金が入ってこないじゃないですか。入居者が入るかどうかなんて関わらないほうがビジネスとして手離れがしやすいのに、塩田さんはそうしていない。おまけに、彼のビジネスは自分が良いと思う客と出会わないと設計すら始まらないということをやっている。となると、細部にわたっているんな契約のやり方とかも全部変わってきて、塩田さんのノウハウがないと他は簡単に真似できない。そういう例外のビジネスに意識的に取り組んでいるからこそ、その市場を塩田さんが独占的に取れているんだと思います。そこが一つポイントだなということですよね。

2つ目は、とはいいいながら、やっぱり手離れが悪いじゃんとか、大変そうだねと思う人はたくさん居ますよね。じゃあなぜ塩田さんが上手

くやっているかという、実は不動産や設計以外のことをすごく意識しているということです。「界限」という言葉が出てきていましたけれども、不動産をやっている人間にとって、こうなってくれたら一番いいのと思うのは、街自体の価値が上がってくれることなんです。私の事業エリアは松戸ですけれども、松戸がある日を境に、急に自由が丘や代官山になってくれているなら、そりゃ当然にビジネスが楽になるんです。自由が丘でスイーツ店とか、やりたいから高額の賃料や内装費を支払ってでも物件を借りたいという人とか、放っておいても来るわけじゃないですか。町のエリア自体、界限そのものに価値があると。塩田さんはただ設計をやったり不動産のことをやっているだけでなく、長期的にビジネスが成長するように、自ら主導して界限のことに工夫しながらやっている、大仕掛けをしている点もポイントです。

3つ目は、動画のなかで特徴的だと思ったのは、同様の事例のときに地域の方とどれだけ仲良くやっているかみたいなことが、これでもかとも出てくる事例もあるんです。しかし動画に出てきたのは「場所を貸してあげた」というお話でした。別に地域の人と仲良くやって借りを作ったとかじゃなくて、場所を貸して、貸しを作っているともとれる。町会とか地域の方とは仲良くしたほうが望ましいけれども、ただべったり付き合ったらいいわけでもないわけですよ。そのことをすごく意識的にやっているのかなと感じました。新住民にとって、自分が先輩になるんだという意識でやっていらっしゃる。いわゆる新しい地域の関係性、新しいコミュニティをつくるということを意識してらっしゃる、そして新住民は先輩の塩田さんに何かと相談するんでしょう。そのことが、塩田さんにとってお客さんの囲い込みだったり、販促活動にもなっているんじゃないでしょうか。ちなみに私はちょっと考えがあって、コミュニティー

という言葉は使わないと決めているんですけども。

さて4つ目が、彼にとってビジネスが何なのかという、コミュニケーションツールでもあろうかなと思うんです。もちろん持続性のためにビジネスは必要だけど、それだけじゃなくて、界限をつくって長期的に稼ぐために、常に関わっていくことを考えているように感じます。おそらく、設計が終わっても入居しても終わりじゃなくて、その後その人がお店を始めてからずっと何かいろいろ関わっていくことに関心が向いているのだと思うんです。そりゃ、熱狂的なお客やファンがつかますよね。

もはやそれは不動産や設計の世界を少し超えている感じがしますが、7分の動画のなかに彼がそういう不動産や設計やリノベーションなどごく分かりやすい活動以外でも、地道に工夫してやっていらっしゃることがよく伝わる動画だったなと思って。そんなことが皆さんの脳裏に浮かぶようであれば、事例から学びを持ち帰ることができるじゃないかなと思って、まずは僕の見方も参考にしてもらえたらとコメントしてみました。



保井：素晴らしい解説だったのですが、特に最後の部分がすごく大事なことだったと思います。事前に大阪会場の嘉名先生とミーティングした時に、嘉名先生がおっしゃっていたこととも通じます。不動産でも設計事務所でもないところ、それこそ手離れが悪いのに何でこれをやり切れるのかみたいな話です。ご自身が

設計事務所をそこで開いていращやることもありますが、自分の暮らす世界をどういうふうにつくっていきたいかが明確で、こういうお店があるといいとか、こういう界限になってほしいというようなものが見えているように思います。それを実現しようと思ったときに、設計事務所と不動産というようなビジネスの手法やツールを使いながら進めておられる。もちろん、朝起きたら自由が丘になっていたらいいでしょけれども、そうはいかないので、ビジネス手法はあっても進め方は結構地道にやっっていращやる。でも、それができるのは、自分の暮らしとも連動しているからなのかなと思いました。ありがとうございます。

今日は非常に盛りだくさんでして、事務局が非常に頑張ってくさんの材料を準備してくれています。もう一つ映像があるので見ていきたいというふうに思います。静岡県熱海市からです。人材育成プログラム 99℃というものが始まっているそうです。では、映像を見ていきたいと思います。

事例動画③：静岡県熱海市



保井：3つ目でした。熱海のまさに再生を長く実現されてきた先進者である市来さん自身が、今度は次の創業者を育てる人材育成をされている話。なかなか本気度が高い感じでしたけれども、水代さん、いかがでしょうか。

水代：すごい仕組み的には完成されているし、かなり正直レベルが高い案件だというふうに思いました。やはり皆さんUターンとかIターンとかとおっしゃるんですけども、そんなに簡単なものじゃないなというのが、いつも自分がやって思うところの実感でして、やっぱりUターンにしてもIターンにしてもお仕事とセットなので、その移住自体を担当される方が絶対に移住しなさそうな、ずっと地域にいる方というよりかは、こちらの場合のように行政のお金の使い方も良いなというふうに思いまして、いったんこちらに投資してメンターの皆さんをたくさん呼んで、その移住のつくり方をつくっていくということがすごい完成されていますし、ここまで連携が取れてくると他にもお仕事が、僕らもやってみて生まれてくる実感がありまして、この横軸の連携があるからこそ、例えばその場じゃないと結構SNSのマーケティングとか、みんな個人の事業がずっとやっけていても、なかなかそれは頑張り過ぎる問題にもつながっちゃって、せっかく思いのボリュームが大き過ぎるので結構しんどくなったりして、続けるということが難しくなってくる例とか、あと営業的な要素ですね、販路のプロデューサーみたいな、そういう新しい産業もここまで横連携が続くと、そういうのが生まれてくる要素がすごく多いですし、先ほど鈴木さんも図らずしもおっしゃったけれども、僕も、とはいえ、この事業者さんたちの失敗とか、すごくたくさんいっぱいあるんだろうというふうに思うんですけども、続けている限りそうじゃないというところと言うと、やっぱり失敗というのは、こういう地域のまちづくりというと基本的には全部ノウハウだと思っています。皆さんの中でも失敗というと、あくまで事業の失敗とか赤字とかということがパッと思い付くと思うんですけども、そうではなく、こういう言い方をすると行政は許可してくれないとか、警察も許可してくれないというようなこともありま

すし、もっと地域に入り込んでいくと、地域の町内会長、自治会長に言う前に実際に動くのは青年部だから先にそちらへ根回しをしておくとか、商店会の会長さんとか商店会を巻き込んだら、みんなに頼りにされている総務部長がいて、そこにまず先に一言言うという、その言う順番を間違えたら動かない問題というのがかなり地域の現場では多いので、そういったところのノウハウみたいなのところもああいふプラットフォームがあると、たぶん共有されていく可能性があるんだろうというふうに勝手に想像したんですけれども。すごくそういう意味でもレベルが高くて、みんなが楽しそうでいいなというふうに思いました。



保井：ありがとうございます。この映像もおそらく寺井さんがおっしゃった、このまま真似しちゃ駄目映像ということなのでしょう。アクセラレータープログラムを作ればいいんじゃない。おそらく入ってみると、今の映像からは見えないノウハウがいっぱい詰まっているでしょう。市来さんも「ただの空き店舗を埋めるプログラムじゃないよ」みたいなことは、くぎを刺していらっしゃいましたが、やっぱり本気で事業計画をつくるプログラムであり、それをローカルにやっていらっしゃることで、今、水代さんがおっしゃってくださったような、この地域の動き方みたいな、なかなか学ぶ機会のない情報なんかも共有されていくのでしょうか。こういうのは本当に映像だけでは見えないところだなという感じがいたします。

いずれにしても、いろんな事業の参考になる情報が満載の本日のプログラムでございます。第1部はここまででありまして、少しこれで休憩を挟んで第2部にまいります。ぜひこの休憩の間に第1部のことに関してのご感想等があれば、Slidoに少し入れていただければというふうに思います。では、第1部は終了いたしますので、塚田さんのほうにお返しします。

司会：保井先生、ありがとうございました。それでは、ここで15分間の休憩に入りたいと思います。第2部は15時20分から開始いたします。また、東京会場において1つお知らせがあります。モデレータやパネリストの方々の著作や、またエリアマネジメントに関する書籍を入り口のところで販売しておりますので、ご興味がある方はご覧いただければと思います。

5) 第Ⅱ部 トークセッション

(「まちづくり組織の実践力の向上」) 記録

【東京会場】

司会：皆さま、お待たせいたしました。これより第2部「まちづくり組織の実践力の向上」のトークセッションを開始いたします。第2部からは東京、大阪会場に分かれて進行します。セッションの途中で Slido というシステムを使い、会場からの質問をお受けいたします。入力方法については配布資料をご覧ください。セッションを聞きながら登壇者の方への質問をご入力ください。それでは、保井先生、嘉名先生、よろしく願いいたします。

保井：第2部を始めてまいりたいと思います。すでに Slido で幾つかコメントを入れてくださっています。今4つほど入っており、5つ目も入りましたね。これに「いいね」を押す機能もあるようです。「いいね」がたくさん付いたものが上に上がってくるという仕組みになっているようですので、もし他の方のをご覧になって、これは聞いてほしいと思われることがあれば「いいね」ボタン、この親指が立っているこのボタンです。これを押していただければと思います。よろしく願いします。

では、ここからは東京と大阪のそれぞれで進めていって、最後に東京と大阪でどんな議論がされたかを共有する形で進めていきます。それぞれが登壇者の方々と一緒に、今年のセッションのテーマである「まちづくりの実践力」について、いろんな側面から議論をしていきたいと思います。

では最初に、3人の皆さまから少し自己紹介も兼ねて5分ほどのスライドを作ってきていただいていますので、順番に進めていきたいと思います。

まず、鈴木美央さんからお願いします。

鈴木：皆さん、改めまして、こんにちは。鈴木美央と申します。私はもともと建築の意匠設計をやっておりまして、今は公共空間の活用、マーケット、親子の居場所というようなことを専門にしながら、行政の仕事と民間の仕事をだいたい半分ぐらいやっています。簡単にどんなことをやっているか。これを皆さんはご存じですか。これは横浜の大きな橋です。これは私が世界で一番好きな建築です。何でこの建築が世界で一番好きかというと、ここにいる人たちはみんな幸せそうなんです。自分の家みたいに使いこなしているんです。デートをしたり、1人ではだしになってのんびりしたり、グループで談笑していたり。私はこの建築を見て建築学生の頃に「建築は人を幸せにする力がある」ということを考えて、この建築を設計した設計事務所で働きたいと思って働きました。ロンドンの Foreign Office Architects という設計事務所です。そこで5年間設計をしていたんですけども、その時に設計した建物をざっと見せます。これはバーミンガムの駅です。駅の構内。これはロンドンの大学です。こちら側が02ドームといってロンドンオリンピックの体操の決勝とかをやっていた場所です。ここは現場を私が最後まで1人でやっていました。これは韓国の高層ビルです。何が言いたいかといいますと、とんでもない建物ばかり設計していました。設計をしろと言われてれば何でもチャレンジできるようなすごく恵まれた環境にいて、ボスが28歳で横浜大さん橋のコンペに勝っているの、若い時から責任のあるポジションで仕事をさせてもらっていて、23歳の時に50階建てのビル2本のプロジェクトリーダーとかをしていました。それぐらいすごく恵まれて、もう好き勝手にデザインをして、建築家としては本当に恵まれた環境にいました。いろんな挑戦をし

続けていました。ただ、設計者としてあらゆる手段で挑戦することができても、社会に対してできることの限界というのを感じました。

これは2つあって、1つは2008年のエコノミック・クライシス、世界恐慌の時に私はロンドンに行ったんですけれども、その時にたくさんのプロジェクトが止まりました。私が2年ぐらい徹夜していたプロジェクトもあっさり止まりました。そして私の友人たちはたくさん首になりました。仕事を失いました。仕事を失った人たちは、外国から来ている人が多かったので、アメリカ人はアメリカに帰らないといけな、ビザがなくなっちゃうからです。アメリカに帰らないといけな、韓国に帰らないといけな、日本に帰らないといけなというようなことを見ていて、何かやっぱり自分たちがやっているのは何なんだろうなというようなことを考えたりしました。

もう一つは、マレーシアで50階建てのビル2本のプロジェクトをやっていた時に、さっきみたいな建築をつくっている事務所なので、複雑なすごく変な形を設計していたんです。すごく複雑な形態を設計していて、この複雑な形態をどうやって設計しようかとクライアントであるシンガポールのディベロッパーと話していた時に、そのディベロッパーが、「マレーシアには安い労働力がたくさんあるから足場を付けて建てさせればいいんだよ」ということをおっしゃったんです。その時に何が起るかというのが想像できました。日本でもイギリスでも建設事故というのは必ず起きている。もう一度ちゃんと建築の可能性を考えようということ考えました。大きな建築をつくりだすことで生まれる可能性は確かにある。でも、それほどこの都市にでも、どの時代にでも当てはまるわけではない。全ての人が幸せな日常を送るために建築が社会に対してできることは何なんだろうかということを考えていた時に、今専門としている一つのマーケットというツールを見

つけました。



これはロンドンの一般的な道なんですけど、これが週に1度マーケットが開催されると、こんなふうに景色が変わります。機能とか景色が変わっているのというのは、大規模建築を建てているようなインパクトがあるんじゃないかということで、これについて研究を始めました。2012年からロンドンと東京の100事例を実地調査して400名のインタビュー調査を実行しました。研究として効果や形態などをまとめたんですけれども、博士論文としてまとめたんですけれども、言っているばかりじゃ何の説得力もないということで、実際にやってみようということで、2016年から今まで6カ所で公園、商店街、道の駅、それこそ何もない郊外のニュータウン、シャッター街化が進む商店街、人口4,000人の村の道の駅みたいな、本当にさっきもお話しした何もない場所みたいなところでマーケットをつくってきました。その中でちょっと一つだけ具体的に、じゃあ、いったいマーケットとは何をやっているんだみたいな話をちょっとお伝えさせていただこうと思います。研究と実践から考えたことです。

そもそもマーケットとは何かというと、まずは地域の魅力の発見である。地域には必ず何かしらの魅力があります。何もないと思っていた場所にも必ずあります。その魅力を発見してくる。そして、その魅力がマーケットの場に現れると魅力がビジュアルとして現れます。魅力がビジュアルとして現れると人が集う場が生まれます。人が集う場が生まれて初めて交流や体

験が生まれる。交流や体験が生まれると自分ごと化するようになる。もう一つは、人が集う場に魅力があると魅力を認知し始めます。そして、この町には何もないと思っていたのに意外と面白い人がいるなというようなイメージが生まれます。町に対してポジティブなイメージが生まれて、さらに自分のこととして捉えるようになると、町を好きになって町の担い手になる。シビックプライドという言葉がありますけれども、シビックプライドを育むようなことというのをマーケットというのはできているんじゃないかなと思います。ちょっとこの辺は具体的に話したいことが山ほどあるんですけども、続きは本を今日販売してくださっているようなので、もし興味があればのぞいてみてください。

私が今一番興味を持っていることというのは、建築の設計を通じてもそうですし、公共空間の活用、マーケット、親子の居場所など全てを通じて考えていることは、個の集合体が町を面白くしていく。それに対して建築ができることは何なのか。今日のテーマで言うと、それに対してどうやって組織をつくっていくのか。どういう応援体制ができるのか。どういう仕組みを町としてつくっていけるのか。どうやったらうまくいくのか。さっきの「まねするだけじゃない」という話も、ヒントがいっぱいあったと思うんですけども、そういうことを今は考えていて、そんなことを活動しています。ものすごい早口で一生懸命しゃべってしまったんですけども、どうもありがとうございます。

保井：ありがとうございます。両極端ですね。超大きな建物の設計から小さなマーケットを生み出すところまで、町を変えていくと両方のアプローチを経験されているのですね。では、続きまして今度は寺井さん、自己紹介と活動報告をお願いいたします。

寺井：僕は20年ぐらい前になるんですけども、大学院を中退しまして、1社目のNPO法人を起業したところから自己紹介が始まります。そのとき就職氷河期だったんです。夢や希望を追いかけているが、今後どうやって食っていかんだみたいな同世代が非常に多くて、でも彼らが目標を捨てて、誰でも収められるような就職先に行くのも未来が先細りだと思っていました。なので同世代の若者がやっていた新しい産業、クリエイティブ産業などと言われるような分野、芸術だったりとかスポーツの分野だったりして、そういう人たちを支援するための事業で起業しました。具体的には、町自体が体育館とか美術館の機能を持っていったら、いろんな若者を応援できるんじゃないかということが最初の事業になっています。ただ、町というのはお金で買えるようなものじゃなかったんで、例えばこれは落書きがされているところを消していた時の写真なんですけれども、こういうNPO的な活動を通じて絵を描ける場所として使わせてほしいという依頼を行政にしていたんですね。それで行政側でも協力してくれる関係性ができて、実際に許可をとって壁画を描けるキャンバスに変えて、芸術家を支援しつつ、落書き問題の抑制にもなりつつ、民間企業の協賛が取れる事業になった。あるいは公園の使われていない場所でごみの問題が潜在しているような場所で、同様に……ごみを拾ったり公園のメンテナンスみたいなNPO活動をしながら、スポーツ会場としての利用を行政に折衝した。これは代々木公園の中で、今たぶん日本で一番大きなストリートバスケの大会が行われていますが、実は僕が主催者でして、ナイキというスポーツメーカーとずっと協賛関係で一緒にしています。つまり、まちなかでいろんなコンテンツを生み出す、屋外会場に強い特殊なイベント企画運営の事業者であったり、アートからストリートバスケその他の特殊なクリエイターをコーディネートできる事業者であったりす

る、といった強みで 20 代の時に事業をやっていました。これが僕の社会人生活の最初の 10 年でした。

とはいいいながら、こういうことをやればやるほど、いろんな法令の話だったりとか、地域との合意形成だったりとか、いろんな難しさをいっぱい感じるようになって、やればやるほどやれないことが増えてくるというか、怒られたりすることが増えてきて、これはあかんわと思って、町自体をつくったりとか、変えていくみたいなどころから向き合わなきゃいけないんじゃないかということが関心になっていきました。それで 2 社目として立ち上げたのが、まちづくりクリエイティブという株式会社です。その起業から今年で 10 年目になります。僕の思いからスタートした会社ですので、理念が変わっていきまして、日本のなかで自治区をつくるという理念を掲げて、しかもそれを持続的にするんだというコンセプトの会社です。千葉の松戸が本社です。

しかし僕は松戸に生まれたわけでも、住んでいたわけでも、さらに今も住んでいるわけでもなく、まったくよそ者なんです。けれども、その松戸というところをいろいろ調べた結果、この辺はいいぞと思って、地図に赤い丸がありますけれども、半径 500 メートル、コンビニの商圏ぐらいの小さなエリアだけをまちづくりして、自治区、つまり僕の考えでは政治・経済・文化、そういうものが自立的に回っていくような生態系をつくるんだみたいなことを事業化してきました。やったことは、地図にコンパスで円を引かまして、ここをロゴにして、今からここが変わっていくんだよということを示しました。もともと宿場町だった町なんですけれども、こんな町になりますというビジョンを掲げた瞬間は僕や知人の数人の世界だったんですけれども、そこから始めてまいりました。エリアブランディングをベンチャー企業として実践した形です。お持ちしたデータは 4 年近く

前なので今はもっと上振れしていますが、発足して数年で 200 名を超える方々を誘致して、150 名を超える方々が定着した。いろんな方々が僕らがつくった MAD City という概念の町に移ってきて、活性化のエンジンになっている。

具体的に祖業になっているのは空き家など中古ストック利活用としての転貸ビジネスです。築 100 年を越えるような古民家もあれば、50 年近いようなマンションや集合住宅、あるいは分譲マンションや工場跡地まで、バリエーションはほんとに多様です。ようは不動産市場ではゴミみたいな商品扱いされている物件を預かって、いろんなスキルをもったクリエイター系の入居者を迎え入れて収益が出るビジネスをつくったわけです。よく知られるようになったリノベーションをはじめ、小資本で中古ストックの利活用ビジネスを立ち上げるノウハウは相当に実践して溜まっていて、まちづくりとしては空家対策もそうですが、それ以上に町に人材を集めるという活性化をやっているということになります。見ていただいたとおり謎の職業というか、あまりこんなスキルを持った人はいないなみたいな人材を集めている。結果的にはこの町のエリアの中で、イベントを企画するにせよ何らか外注するにせよ、大概のことを MAD City のなかで依頼したり相談できるネットワークをつくって保有しているということになります。



実は最初のほうで、並行してやっていたのは、地域のアートプロジェクトみたいなイベント

企画運営や、町会などの組織づくりや事務局業務です。もともと渋谷でやっていた20代の経験が活かされたわけですね。これは松戸市の芸術イベントなんですけれども、そういうものを通じて、これは河川敷を結婚式場に変えましょうというプロジェクトで実際に結婚式が行われたんですけれども、こういう取り組みですとか。あとは道路の占有をかせかせていただいて、飲み屋街が道路を客席にして巨大な飲み屋になるというイベントもありました。今で言う公共空間の利活用みたいなことを先んじてやっていたわけです。

そんなことをやっていくと、町の中でもともとやっているようなこういう壁画みたいな話も含めて、実際に内装が変わっていく、屋外が変わっていく、お店のファサードが変わっていくみたいなことをやりながら、今はいろんな事業者が集まっています。今、松戸にアーティスト・イン・レジデンスができて世界中から芸術家がやってくるようなことが起きていますよとか。古民家の庭のほうでは40店舗とか50店舗が出るようなクラフトマーケットが定期的に立つようになりましてよとか。若い世代が立ち上げて新しい雰囲気のカフェさんもあれば、ダンス教室もあれば、写真館もあれば、アイドルもあればみたいなことで、いろんな人が集まってくるようなことが起きています。こういう路面の部分に関して、これは千葉大さんと一緒に関わって最初は勉強会を立ち上げるころからやったんですけれども、飲食店が実際にできていきますよというようなことが、今いろいろと起きています。最近だと、これはクラフトビール、松戸唯一のクラフトビール工場とお店ができました。住民の住居や事業者のオフィスや工房はもちろん、路面の店舗まで広がっています。で、そこに、これはさっきのクラフトビール工場の工事中のフェイスブック投稿なんですけれども、「一緒に何かやりたいです」と書き込んでいるのも入居者のアーティスト

です。実際に最近1月なんですけれども、ファサードづくりと一緒に仕事としてやりました。つまり不動産ビジネスだけでなく、事業創出やインキュベーションあるいはクリエイターのプロダクションのような、地域での仕事づくりにあたるビジネスが2つ目の軸になっています。

その軸では、マンションとかディベロッパーの方々とか、行政とのお仕事が増えています。BtoCの不動産業からはじめて、BtoBのビジネスインキュベーション業を展開しているんです。これはマンションの暮らしを豊かにするためのワークショップを一緒につくって行って、最終的に子どもたちと一緒に公園を変えていくというようなディベロッパーさん依頼の案件です。あとは、これは独自の屋台をつくって、自社転貸の物件で軒先から始まって庭に展開して開発して行って、町の公園とか所業施設の広場とか、そういうところに実際に持ち込んでマーケットをつくったときの写真です。行政関係の案件や、商業施設からの依頼案件だったりするわけです。どちらの事例も、その際に業務委託をしている事業パートナーが、不動産ビジネスにおける店子をはじめ地域のクリエイターや事業者として、地域経済をまちづくり会社が回すことに至っているわけです。

で、実は今ずっと松戸の話をしているんですけれども、実は全国3カ所で松戸をもとにした独自のまちづくりモデルの展開をやらせていただいています。最終的には自社事業を持続するところまでやるんですが、最初は初期投資も必要ですから、地元の行政や企業からコンサルティングの依頼を受けて、実証実験の展開に至るぐらいまでの案件をいただいています。これがビジネスの3つ目の軸です。これは佐賀なんですけれども、佐賀は焼き物のエリアなので、今はオリジナルの焼き物を作ったりも事業としてやっていると。ですので、エリアブランディングのコンサルをして、不動産から始まって

人が集まって、そこで産業をつくっていくみたいなことをやらせていただいている会社になります。コンサルもやれば、ラボ的な形で事業創出もやれば、不動産もやれば、人がそこに滞在するようなことで人を集めていくみたいなこともやっている、会社もエリアも、すごく小さい規模を専門にしつつ、領域的にはかなり総合的なまちづくりを行う会社です。

最後になりますが、コミュニティーという言葉について「僕は使わない」という話をしました。実際に大変な思いをして実践したわけですが、何が言いたいかというと、コミュニティーという概念はみんな気軽に使っているし、良いものだと思われているケースがたくさんあるんですけれども、きちんと取り扱わないとダメだということなんです。そもそも、その成立からして何か新しいことをやるには向いていない事情を持っています。今までもものを守っていかうとか、みんながやらなきゃいけないことを嫌でもやることに適した集まりなんです。これは大雨洪水時に川のせきを止めるため土のうとかを積んでいる様子の写真ですけれども、こういう作業にすごくコミュニティーは向いている。けれども、新しいことをやっていくときには全然違う仕組みが必要だということです。それをわれわれはアソシエーションという形で呼んで研究しています。作り方も、コミュニティーとアソシエーションでは違う。両者を事情に応じて使い分ける必要があります。そこで今から必要な人間関係づくりも踏み込んで対応できるようにする実践をしている。こんな事業を今やっております。

保井:長期間にわたるご経験を5分でまとめろというほうが無理があるんですけれども、まとめていただいてありがとうございました。質問もたくさん来ているようなので、後でちょっとまたお聞きしたいというふうに思います。先に進めたいと思います。水代さん、お願いいたし

ます。

水代:皆さん、こんにちは。グッドモーニングスの水代と申します。私どもは場づくり、まちづくり、コミュニティーづくりというのを事業にしております。そういったことを事業にするときに一番大事なものは何なのかということを一生涯懸命考えました。本当にメンバーはみんな若くて、こんなメンバーでみんなで行っているんですけども。じゃあ、地域で場をつくる、コミュニティーをつくるというときに一番大事なものを一個残せといたら、365回の気持ちいい「おはようございます」かなというふうに思いまして、グッドモーニングスという会社をつくらせていただいて今運営しております。私自身は食とカルチャーにこだわったクリエイティブな場づくり、まちづくりということと、あとは書籍の編集者のマインドで、街、場をつくるというようなことを事業として取り組ませていただいております。

で、どういったところをやっているかというのは濃淡あるんですけれども、いろんなところの本当に大都会の東京のど真ん中の丸の内から、いろんな三陸ですとか、熊本県の生産者といろいろと物を作ったりとか、いろんなことをやらせていただいております。



本社がありますのは、日本橋浜町でして、こちらのほうは街のリビングとして機能させておりまして、一緒に事業をつくったり、産業をつくったり、本来交わる人が、予定ではない方の交わりをつくって、新しいプロジェクトを起

こしたりとかということで、ようやくこちらに本社をつくってから 4 月にエリアマネジメント団体が皆さんの合意があってできるよというところで、この後、先ほどもありましたけれども、都市再生推進法人とかを目指してみんなで行けたらなというような場所でございます。

地域では会社の近くで、お店ではマルシェを年に 8 回、季節に 1 回やっております、こんなような感じでにぎわっているんですけども、例えばですが、にぎわっていると駐輪問題のマナーとか問題というものが出てきます。で、こういうものを自分たちが先に入らせてもらって、施工させてもらって、こういうふうにするんですけども、こういうふうにするだけだと意外に片手落ちで、目の前の商店街のご主人のケーキ屋さんのご主人とかからは、「自転車はどうするんだ」ということとかを言われますので、そういうときに行政の協力を得まして、このような右に、中央区の区道を借りて公式駐輪場として機能させたりとか、こんなようなことをやっております。

で、お店は 1 店舗ではあるんですけども、1 店舗の夏祭りをするというときは、なるべくみんなに楽しんでほしいなというふうに思いまして、1 店舗の夏祭りなんですけれども、お店の前を全部歩行者天国にする取り組みを地元の警察さんとかにもかなりご協力いただきましてしております。ただ、もちろんこういう夏祭りを 1 店舗だけでやるというのはかなりもちろん無理なことなので、どういうアプローチを取っているかということ、防災の啓蒙（けいもう）をしたいですか、地元の青年部、町内会の青年部の勧誘をしたいとか、またフードロスの問題にここで取り組みたいとかというように、自治体のご協力を得たりとかしてやっております。ここからも近いですけども、東京駅の西側の目の前、西側です。丸の内のほうでは 2003 年から場の運営をいろいろやらせてもらったり、コミュニティづくりをやらせ

ていただいたりとかしております。その今最新で自分たちが取り組ませていただいておりますのが、こちらの Marunouchi Happ というところで、丸の内自体が、大丸有エリアマネジメントさんができてコミュニティーが進化してきたよというところで、もちろんここでもコミュニティーづくりとかビジネスマン同士の交流みたいなことはしているんですけども、もっと丸の内仲通りですね。通りをもっと楽しんでほしいというふうに思いまして、お店の前はこんな感じなんです、通常時は車が通ったりということなんです、歩行者天国になっているので、この通り自体をもっと地元というか、働いている人たちに楽しんでもらえるような場を目指しています。なので、お店自体は 10 坪なんですけれども、通り 1.2 キロが自分たちの客席だというような思いでやっております。

例えばですが、これは普段の様子で、ここをこのようにビジネスの街なのでキャンピングオフィスにさせていただいたりとか、こんな形で施工させてもらって、こうやって会議とかをしてもらって、こうやって生産性とか働き方みたいなことの提案をしたりですか、あとはお店の前をこのように、ラグビーワールドカップが大変盛り上がりましたけれども、東京都さんから東京スタジアムの芝を張り替えるんですけども、何かうまい使い方はない？みたいなことがありまして、じゃあ、東京都さんにも協力してもらってこういう場をつくらうということで、こちらのほうも、毎週金曜日に地元の行幸マルシェというのがあるのですが、そこで余っているものを、フルーツとか野菜をピクルスとかジュースとかで販売したいということで協力を得ながら、このようなことをやらせていただいております。

もちろんなんですけれども、東京のまちづくり、場づくりだけではなくて、地域のみんなと色々なことに挑戦しています。ただ、地域のみんなと色々な販路をつくらうとか場を

つくったりする中で、先ほども出ましたけれども、これという正解はないので、こんなような、書いているものをいろいろ組み合わせながらやっております。あとは自分たちが自らこのように海の家を経営してみたりですとか、あとはこの三陸、東日本大震災のゆりあげ港朝市の場づくりだったりですとか、ウェブと一緒に作ったりとか、あとは募金をしまして、皆さんと一緒にウッドデッキを作って施行して、そこで競りの体験ができるようにしたりとか、そんなような形でいろいろな場づくりをやらせていただいております。

熊本県菊池市とはいろいろ取り組んでおまして、生産者の皆さんとか道の駅の皆さんと、こんなにメニューを作ったりとか、逆にメディアとか飲食のプロを呼んで自分たちの作ってきたお野菜とかを体験してもらう会を開いたりですとか。もちろんグラフィックとか他の媒体とどう連携するかみたいなこととかも、もちろん大事なことなのでいつも考えているんですけども。で、マルシェもずっとやっているんですけども、最近は普通のマルシェももちろん大事なんですけれども、これはB to B専門マルシェみたいなものも開かせていただいて、そのようなこともやったりとかしております。もちろん地域の魅力をいろいろ伝えたり、みんなで頑張ろうという中でいろいろやっているんで、このように自分たちでずっと撮影したり動画を作ったりもしますし、例えばこの菊池市とかだと、たくさん取れるのが菊芋とヤーコンだとかということになるので、そもそも作り方が全然分からないということで、それを現代風にどうアレンジすれば楽しく料理教室ができるだろうみたいなこととかもみんなで考えたりとかして、このような形で地域の場づくりはなかなかこれという必勝法はないんですけども、必敗パターンみたいな、コミュニケーションが不調だったり、メンテナンスがなかったりみたいなことはたくさんあるので、そん

な形で地域の仲間とはいろいろなものづくりとか、場づくりとか、販路づくりとかをやらせていただいております。僕もすみません。かなり駆け足になってしまいましたが、私のプレゼンテーションは以上でございます。

保井：水代さん、ありがとうございます。ドキドキするほど早口で多くのことを話してくださり、ありがとうございます。東京のど真ん中から小さな町までさまざまなエリアで取り組んでいらっしゃるようですが、おそらくグッドモーニングという言葉に象徴されるように、何か人と人が会話を通じてつながるような世界観と心地よい空間づくりを掛け合わせたようなビジネスという点では共通していますね。

プレゼンを頂いている15分の間に、たくさん質問が入ってしまっていて、どうしようか悩んでいるところなのですが、少なくともたくさん「いいね」が付いた質問については後でお聞きしていきたいと思います。

その前に、今日のテーマである「まちづくりの実践力」ということに関し、2つ議論しようと思っていたことがありました。一つ目は「実践力とは何ですか」ということです。ちょっとべたな問いなので、ちょっと違う聞き方で、これまで事業をされてきた時に、どういう苦境を経験し、それをどう乗り越えたのか、あるいは乗り越えられなかったかをお聞きしたいと思います。失敗談みたいな話こそ共有したいねということも事前に話したのですが、まだその答えを聞いていないんです。Slido. でいただいたご質問の中にも、失敗例や苦労話を教えてほしいというようなのがありますね。これについては、寺井さんが「悩んでおく」とおっしゃっていたので、寺井さんは最後にして、今お話しいただいた逆で水代さんからお話いただけませんか？

水代：基本的に皆さんも共感してくれると思う

んですけれども、95~99 ぐらいは苦勞で、たまたまというか、みんなで頑張ってきたことをこういう場ではどうしても話しがちにはなるんですけれども、やっぱり一番失敗というか、うまくいかないのは、僕もいつもコミュニケーションが不調であったり、メンテナンスが行き届いていなかったりするところが、やっぱり自分自身が失敗のところもそうかなというふうに思います。グラフィックも全部同じふうに統一したかったけれども、ある理由で諦めたりとか、ここは本当はみんなできれいにしてあげればよかったんだけど、できなかったみたいなこととか。あと、自分でやっていた海の家とかですと、最初のほうは地元の皆さんからも、どちらかという反対ばかりでお客さまも来なかったんで、そういったところもやっぱり創業のきっかけになったときに自らのほうが、日本は出入り口とか出入りと言いますけれども、入り出とか言う人はいないので、やっぱり自分のほうから出せなかったときというのはだいたい失敗しているかなというふうに、あいさつも含めてそうなんですけれども。出入りがとかとは言うけれども、入り出がと言わないのはやっぱり自らが出せなかったときというのはだいたい失敗していますし、コミュニケーションが何か本音と建前みたいなことになるときはうまくいかないんで、何かそういうところはいつも失敗するところです。



保井: そういうコミュニケーションがうまくいなくてお客さんが来ない、やっぱり本音、建

前は駄目だみたいな失敗を踏まえて今こうやっているみたいな、何かそういう学びを踏まえた行動みたいなことはありますか。

水代: 実際に海の家とかもうまくいったのは、子どもがはだしで走れる、ソフトとかじゃないんですよ。すごいDJを呼んでいるとか、すごいワークショップをいっぱいしているとか、みんなはそういうことをすごく言うんですけれども、その海の家で言うと、毎日バス停の掃除を絶対するとか、子どもが絶対はだしで走れるように瓶類の持ち込みだけはめちゃくちゃ厳しくするんですとか。今自分たちの本社がある浜町の例で言うと、もちろんソフトのほうとか、僕たちが呼んでくるクリエイターとかアーティストとか、そういったところはかなり皆さんの関心というのは集まってくるんですけれども、そういうところよりも地元のお祭りもそうですし、例えば僕らは地元の神社の管理とか掃除の係とかというのも、それは当番制ですけども、任されたりとかもしているんです。そういったところの土台の信頼づくりみたいなところなく、いきなり何かすごいアーティストを呼んできても、ミュージシャンだったら熱心なファンはすごいファンなんですけれども、うるさいと思う人ももちろんたくさんいるので、そういったところを、野球選手がキャッチボールが大事だとか、サッカー選手が止める、蹴るだとかというのと一緒だと思うんですけれども、何かやっぱりとがって突き抜けて、その時には「けしからん」と言われるんですけれども、そう言われるようなことやり通したい場合は、そちらの基本動作みたいなのが結構いつも大事かなというふうに、安心安全も含めてですけども思います。

保井: 事業をつかっていくときにも、結局は先ほどもおっしゃっていたような地元で信頼を得ていくとか、そのときにはこの人に先に行か

なきやいけないみたいな、さっきのお話もありましたけれども、そこら辺の土台づくりというのが、地域でやっていく上では欠かせないというようなことなんですかね。一方で、事業には新しさも必要で、その辺を突き抜けていくためには、何かここだけは外せないということもあって、それを通していく覚悟も必要になってくるということですよ。

水代：そうですね。なので、事業者ごと、われわれはわれわれで突き抜けてとがって行って、それは地域の仲間だったら生産から食卓までみたいところで、みんながそれぞれの事業は本気で磨いていこうよというのは必ずやっています。ただ、それぞれはそれぞれで、それは「けしからん」だったり、何かちょっとしたやっかみだったり、特に地域でプロダクトがうまくいったりとかすると、そういう事例がたくさんあるんですけれども、その縦軸はみんながそれぞれ自分たちのお客さまを見てとがらせていこうと。ただ、その縦軸以外の横軸は割とみんなが共有できるようなテーマだったり、例えば自分の先ほどの本社とかだと、じゃあ、みんなとがっていくだけけれども、フードロス、地元のマルシェでは全部自分たちで買い取って企業で売ったりとか、それぞれのお店がフードロス、食べ物を大事にする町だということ、それぞれがみんなで打ち出していこうとか、緑を打ち出していこうとか、横軸は割とみんなの共感しやすいテーマだったり、参入しやすいプラットフォームだったり何でもいいんですけども、昨日、盛岡から来たのでジャージャー麺でも博多のめんたいこでも何でもいいんですけども、何かそういう協力できるというか、地域の人が誇りを持てる、そこには食べ物を大事にすることには「けしからん」とはなかなか言われないので、そういった横軸のテーマをしっかりと、一見ライバル同士の事業者同士でしっかりつくって、斜めみたいなのところにいろんな

面白いプロジェクトが出るんじゃないかなというふうに、何か全員がオーガニックしている町だとか、宮崎県の綾とかはほとんどそうなんですけれども、そうすると JA さんとかで出てくる時点でもう消費者は、「あ、オーガニックかな」とかと思ったりするので、その横の連携と一事業者としてとがっていくというところを両方やっけていかなきゃなかなかうまく突破できないかなというふうには思います。

保井：ありがとうございます。たぶん水代さんという質問が次々に入ってきているので、いくつか取り上げたいと思います。朝市をブランディングするのに何かこつみたいなのはあるんですか、魚をブランディングしたんですかという質問が入っていますね。

水代：正直、今もソウルメイトですし、いろんなことをやったんですよ。でも、今は彼らのほうから教えてもらうことのほうが多いぐらい、そのプランしてからアクションしてエラーを起こすまでのスピードが異常レベルに速いので、何かみんなで飲みに行っていて、これがおいしかったら、「じゃあ、次の朝市の目玉商品にしよう」みたいなのが多かったりしたので、僕らが逆に朝市メンバーに自分たちしかできないこととかということで、例えばカナダの大使館とかにお話しに行っていて、彼らは木が大変必要だから提供してもらえないとか、あとは積水ハウスさんの CSR とかに、ここで積水ハウスが CSR として貢献すれば今後住宅の需要があったときにいい貢献があるはずだみたいなことで、材木をたくさん提供していただいたりとか、あとはその作った材木をみんなで自分たちも含めて一緒に施工して思い出の場所をつくったり、あとはクラウドファンディングとか募金とかの仕方とかということも多様になっているということ、そういう知見はなかなか現場でどれだけ破壊力がある商人が集まってい

でもないので、やったりですとか。あとロゴとかもやっぱりやり直そうとなるんですけども、グラフィックとかも。なかなかそれだと「そんなのにお金がかかるのが」と言われちゃうので、それは僕は編集だと言ったので、孫にかっこいいと言われるおじいちゃんのプロジェクトというプロジェクトの言い直しにして、孫がかっこいいというのは、やっぱりこういうグラフィックとか袋とかをちゃんとやらないといけないよねみたいなことで、ある程度間違っただけとは言っていないんですけども、編集というのをしながら、朝市のメンバーとかとはやっています。

保井:最初は水代さんたちの方から持ち込むけれども、あとは総力でブラッシュアップしていくみたいなプロセスですね。

もう一個、「いいね」も増えている水代さんへの質問があります。「地元がまちづくりに積極的ではない場合に地元に入らなきゃいけないとき、盛り上げるコツはありますか」と。こういうシーンはありそうですね。

水代:これは、とはいえ、何かあいつは訳が分からないみたいな、変態的な突破力のある人もいるのも事実なので、少なくともいいので、そのメンバーで本当に自分も含めてですけども、本当に自分が楽しいと思うことしかしてなくて、本当に心から楽しむということだと思います。本当に楽しそうにしていたら「何をやっているの」という人がいるので、そういう人たちに、僕のコミュニティーの条件は先輩、後輩と、先に入った人が偉くないというのをかなり大事にしていて、あとフラット感とかというのはすごい大事にしているので、その入ってきた時に、まるでその人たちが先輩であるようにどんどんやっていくとちょっとずつ仲間が増えるので、いきなりはトーンと何かコンセプトの力とか、もちろん信じているんですけども、

なかなかそこだけでは難しい部分があるので、まずやっている本人たちが心から、自分自身が本当にお客さんとして来ることとか、楽しいことしかそこではそのメンバーとはやらないと決めて、本当に小さいところから全部始めるんですけども、そこから広げていくような感じですよ。

保井:同じような質問として「初動期はどうやって進めるの」というのがありますが、まさに今お答えになったやり方でやっていくということですね。ありがとうございます。

では、鈴木さんにお聞きしていいですか。水代さんとのやりとりの中であった、きちんと目的を明確に、コンセプトをとがらせながら、地域にうまく入っていく方法や考え方は、まさに今日受付でも売っている美央さんの本に書いてあったところですけども、そういう中でもうまいかなかったり、これは困ったみたいな話は、どの辺りで起きるのでしょうか。

鈴木:そういう話をしたいんですけども、私は実はあまりないですよ。というのも、研究から入っているんで、実際に現場をすごい見えています。事例をたくさん見て、海外も国内もたくさん見て、自分の中でこういうものがつくりたいというのが割とあったので、失敗をしたという感覚がなかったのと。あと、建築の設計の仕事をしていたので、建築現場ではいろいろな事件が起きるじゃないですか。コンクリートが思ったより汚いとか。そういうことに日々対応しているんで、あんまり失敗と思わずその都度対応しているという感じでやっていけていたんですけども、予想外だったことがありまして、予想外だったことは、地域の人から警戒されるということです。一番最初につくったマーケットは自分が住んでいる場所で勝手につくったんです。今は仕事でも受けていますけれども、自分で勝手にやって、地域にとっていいことを

している、いいことをしているまでいかないですけれども、少なくともマイナスに捉えられるとは思わなかったんですが、意外と警戒されると。しかも、これを説得しようとしてはいけないということを学びました。やっぱり研究から入っているので知識がすごくあって、例えば商店街でマーケットをやるとなったら、商店街の人は反発したりするじゃないですか。それに対して、「いや、ロンドンでは商店街でマーケットをやると、マーケットで1ポンド使うごとに近隣で1.8ポンド消費しているんですよ」とか言えるんですけれども、そんなことを言ってもうっとうしいだけじゃないですか。だから、そういうことは言わずに、そうじゃなくて見せていくということが一番大事なんだろうな、ちゃんと見て感じてもらう。その間は怒られないように、迷惑を掛けないように、継続できるようにやって、見せながら感じてもらうというしかないんだなというのがありました。とがっていることをやろうとしているからなんだとは思いますが、その中で警戒されることは仕方ないと思っています。一度私が始めた地域のマーケットについて地域の重鎮の方が、「最初は地域のお祭りがあるのに勝手に何をやっているんだと思った」と言われたんです。最初はそういう捉え方すらしてしまう。でも、マーケットの現場を感じ取って、お孫さんが楽しんでいるじゃないですけれども、そういう姿を見て、何か若い人が楽しそうにやっているというのをちゃんと見ると理解してもらえらるみたい。説得しないというのが一つかなと思います。

保井：ありがとうございます。財源について幾つか質問が来ているんですけれども、鈴木さんがやられるマーケットの場合、いろんな場合があるんでしょうけれども、どんなパターンがあるのでしょうか。あるいは、これからやろうというような地域があった場合に、こういうふう始めていくといいよということがあれば教

えてください。

鈴木：一つ財源の話で、実は一番大きいのは什器。今まで事例で出てきたマーケットとかは、什器がみんなおしゃれなそろいの什器を作っていたりするじゃないですか。でも、私が関わる時は、どちらかという地域の魅力伝えるときが多くて、そういう場合は、什器は持ち込みのほうがいいと思っています。そうすると、その店舗店舗の個性が出るんですよ。マーケットが前に出るのではなくて、店舗店舗の個性が一つずつ出てくるんです。そして、かつコストダウンがめちゃくちゃできます。マーケットで一番コストがかかるのは什器です。什器を作るお金、運搬するお金、毎回立てるお金がかかります。これがなければ、ほぼお金なんてかからないです。保険とチラシの印刷ぐらいです。

そういうことを考えると、什器を持ち込みですること、お金に関してはかなり動きが良くなります。例えば、出店料を3,000円、30店舗ぐらいのマーケットとします。そうすると収入が9万円じゃないですか。その9万円のうち保険が2万円ぐらい、印刷が1万円ぐらいとかとすると、何だかんだ6万円ぐらい残ってきて、ちょっとした運営者の収入ぐらいにはなるんです。地域で、地域に何かやりたいという思いがある人とかが、そういうちょっとした収入を得ることができるという手法でもあるかなと思っています。たくさんもうけるためには100店舗以上とかスケールしないといけませんけれども、小さく地域の中でやっていくというのは、什器を持ち込みにさえすれば全然可能です。

保井：ありがとうございます。確かに私も学生と近くの団地なんかでやる時は、ほとんどコストゼロでやりますね。大学にコピー機ぐらいありますし、チラシを作れる子ぐらいいますから、小さくても始められますね。

次に、もっとも多くの「いいね」が付いているのが、プレイヤー、人材をどう見つけてくるかという質問です。これは鈴木さんだけに限らず、他の方にもお伺いしたいと思います。「ユニークな人材とどういうふう知り合うのか」、「そういう人材を見つけるのは、どこの部門がやるのか」、「行政が挑戦したいプレイヤーと地域をマッチングするということに取り組むべきか」といった質問があります。この辺のプレイヤーをどう見つけてくるのか、それは誰の役割なのかみたいな質問についてお聞きできますか。

鈴木:私の場合は行政のお仕事として最初に関わらせていただくので、やっぱり行政の方から聞きます。行政の方が「ちょっと変わった人がいる」みたいなことから、お話を聞きに行ったりして、最終的には行政の人より私のほうが信頼されるという関係を築くようにしています。そうすると、「私と一緒にやりたい」みたいなふうに言うてくださるようになって、そういう関係をつくって動かしていくというのが、まず一つだと思っています。入り口はやっぱり行政の方は情報をいっぱい持っていますし、例えば「馬小屋を改装して住んでいる人がいるんだよ」とかいうと、取りあえず行ってみようみたいな感じとか。そういうふうに情報は行政からでもいいとは思っています。そして、信頼されるということだと思っています。もう一つは、責任の度合いをコントロールするみたいなことも意識的にやっています。地域の人には結構能力を持った人、得意なことがある人が結構いっぱいいるんです。ただ、そこに自分の生活をリスクに置いてまでやりたくない、自分が何か責任ある立場にはなりたくないみたいな人はたくさんいて、その人たちに逃げ場をつくってあげながら仲間に入ってもらおう。「お子さんが熱になったら絶対に来なくていいから」みたいな感じでマーケットだったら、当日の朝にキャンセ

ルしても出店料は取りません。お子さんが熱なのに無理して来られたりしてもかわいそう、申し訳ないですとか、そういう自分がリスクを冒さずに自分が伸び伸びとできるふうにするので、いろんな能力のある人がどんどん集まってくる。

保井:人材の発掘だったり、つながって一緒にやれるようにしていくチームアップのプロセスですね。他の方もご発言、いかがですか。これは Slido でもっとも共感を集めている質問で、31も「いいね」が付いているんです。

寺井:プレイヤー人材のことでいうと、僕の場合はクリエイターの特性がある人たちとお付き合いすることが多いんです。そのときに、お金とか条件で釣って「ほら、おいでよ」と誘っても、良い人材は来ないんです。要は、人の用意した土俵に乗っているという受身な見え方自体がマイナスに影響したり、あるいは面白くない、ということを彼らは感じているわけです。面白さを共有して、主体的に自分がやってやろうという感覚を持ってもらうようにできなければ、強度のある芸術家やクリエイターと事業を一緒することは難しい。

で、これは某有名デザイナーの方が日本的なデザインの在り方についての考察で、神社の例を出してお話なさっていたのを読んだことがあります。なにかというと、海外にも宗教的な施設があつて、そこには真ん中に何かの像や宝物(ほうもつ)などがある。でも、日本は違ふと。それは、神社の本殿を開けると基本的に何もなくて、何もなくて掃き清めて厳重に戸締りしている。その周りに鳥居など配置してさらに囲っている。それはつまり、何もなくて誰も入れなくて見ることもできない、真空みたいな場所をつくって大切にしていると、自然とそこに神様が降りてくるという考え方だと書いてあったんです。それで、僕はクリエイテ

イブな人材とどうやったら出会えるかというのは、そのデザインに近いと思っています。

「ここに来たら、こんな待遇やサービスがあるよ」と釣るんじゃないで、何か落とし穴みたいなやつを延々とずっと掘り続けてボーッとやっていると、「俺が好きで関わりたくなかった」と思ってくれるクリエイターから連絡がきたり、会えたりするということです。だから、僕らのやっていることと言うと、本当にぼろい物件を本当にぼろいまま貸す。つまり「この物件を使いこなすことができるとしたら、その方は本物の強者だと思っているよ」みたいなことを伝えながら、ぼろいお部屋の情報をウェブサイトアップするということなんです。一方で、クリエイティブな人材をわが地方に誘致しようとか、そういう話をしばしば聞くんですが、そういうときに部屋をきれいに直していろいろ付加価値を盛りだくさんにしていたりすることが多くて、それって少しズレてるんじゃないかなと思います。何かデザインするというと、いろんなものをきれいにしたり分かりやすくすることだと思っている方々もいて、それは商品開発の一部としてはそういう側面もある。しかしクリエイティブな人材ということについては、デザインしていなさそうで実はそういう真空地帯みたいな環境を周到にどう整備するか、といったことがデザインの本質になる。松戸や武雄でも、「ここに何かあります」ということだけを僕は言っていて、その根拠を蓄積して伝えたり、あるいは実際に何かはじまった時に支える準備はするんですが、何が面白いかは主体的にそのクリエイターや芸術家が見つけるものだと思います。例えていうなら、何があるかはわからないけど、何があるのか見てみたくて廃墟とかに入りたくなる人とかっているじゃないですか。そういう人を待ち構える壮大な仕掛けを町に用意していく発想のデザインが、実は今までのきれいなものをつくっていきましようとかカッコいいロゴをつくりま

しょうというデザインとまた別に、重要になってきているんじゃないのかなと思います。



保井：寺井さんは、今まで一番つらかったお話は何ですか。あるいは失敗談とっておられることを教えてください。

寺井：地域の仕事をするようになって、やっぱりコミュニティーのすごさはいっぱい感じさせていただいて、めちゃくちゃ面白いとか、こんなことができるんだとか、松戸に来ていっぱい思ったんですよ。一方で挫折というものも、そういったコミュニティーにまつわるものが多いですね。

保井：そのコミュニティーとアソシエーションがについての質問が幾つか来ています。

寺井：僕の認識でいうと、フリーライディングを許さない仕組みがコミュニティーということ。大雨洪水の河川増水の時、堤防に土嚢を積むなんて誰もわざわざやりたくないし、誰かがやってくれるなら家で寝ていたい。でも誰かがやるしかないし、人手が足りるなんてことはないわけですから、そうなるつまり皆でやるしかない。そういった、嫌だし面倒だしやらない、という姿勢を許していたら成り立たないものがまちにはたくさんあって、でもそれは大切なものなので守り続ける必要がある。その仕組みというのが、コミュニティーの本質なん

だろうなと思います。なので、閉鎖性がある、足抜けすることによってデメリットが生じるような仕組みになっている。質問を見ていると、いろんなコミュニティーがありますが……みたいに仰る方がいらっしやったりもするんですけども、それは人間関係を表現するときに、全てざっくりコミュニティーだという使い方をなさってるのかなと思います。コミュニティーは閉じていかなければ、フリーライディングを防いでとにかく何かを守るという良さが生かされないの、それと違う人間関係は別の言い方でちゃんと整理したほうがいいと僕は思ってるんです。それで、コミュニティーの力はすごく強いので、僕が渋谷でできなかったことを、千葉の松戸でやれるんじゃないかという夢を抱いて取り組んで、実際にやれたことはいっぱいあったんです。それはコミュニティーの人たちの下支えとか、実はその人たちが歴史的にそういうことを「俺らもやっていたよ」みたいなことを言ってくれたことによっていっぱい起きました。その流れで僕も取り組みたいことがどんどん湧きまして、結果的には複数の町内会をベースに地域団体を新しく再編して事務局をやりました。その団体が地域の経営の母体として、新しいソーシャルビジネスを生んでいくことに取り組むぞということで、いろんな仕掛けをどんどんしていったんです。けれども、最終的にはその事務局から僕が降りることになるということが起きて、地域の方にも入れ替わりも相当あったんですけども、その時になってやっと、新しい取組をここで実現するのはすごく難しいということを感じました。関わった人たちがなぜ分かってくれないのかとしたりもしたんですが、新しくこれをやるべきだという理屈を言ったところで理不尽に感じる反論をされて、ある種の脅かしめいた言い回しをされることもあって、それはビックリしたし精神的につらかったですね。僕は何のためにやっていたんだろうというか、1人でやって

きたようなところから地域の方々とつながったかな、夢が見られるかなと思ったら、その夢じゃないよみたいな話になって。

しかし最終的に納得したのは、先にお伝えしたように、コミュニティーは新しい取組を応援するものではそもそもなかったのだから仕方ない、ということでした。その時にいろいろ考えていったらアソシエーションという言い方がある、「コミュニティーだけじゃないぞ」みたいなことを言っている社会学者がいたところから、これをまちづくりに取り込まなきゃみたいなことを思ったのが5年ぐらい前です。アソシエーションというのは出入り自由で、何らかの共通の関心をもとに繋がる集まりなんですね。なので多くのサークル活動はアソシエーションですし、もっと言えば国家自体もアソシエーションだということになっています。ただし、アソシエーションを語るためには、自立しなきゃいけないです。コミュニティーは入るも出るもなく強制参加だけれど、みんなと仲良くやっていたら生きていける世界でもある。しかしアソシエーションは違います。自分たちがまず自立したり持続的にならないと、何もできない。コミュニティーとの距離をいちど取ろうと思った時期は、結果的に松戸市のお仕事がいちど整理されるタイミングでしたから、改めて持続可能であることを当然のように引き受ける会社になろうと考えて。農耕民族の始まりにでもなった気持ちでこつこつ耕して植えてやろうみたいに思って、いろんな事業を仕込んでいったわけです。まちづくりの会社やコンサルというといつ居なくなるか、といったことを地域の方に言われるのが常なんです、お陰様で松戸では事業が一定回っているの、今は出ていけと言われても出ていかないようになりました。

一方で、その松戸のコミュニティーに属していた、というより中心にいらっしやった方なんです、あの方がいてくれたから自分たち会社

の今がある、みたいな方がいます。この方は不思議なことに、僕の言っていることは全部分かっていたんですよ。細かい理屈じゃなくて、すごく大枠で理解していただいていた気がするんです。何かしていることに対して、今すぐどうこうならないけれども、壮大な仕掛けをしているんだな、要するに最後こうしたいんだね、といった肯定をしてくださっていて。いま思うと、コミュニティの中心にいたけれど、個人として信頼をしてくださっていたわけだし、僕ら自体に興味関心を持ってくださってアソシエーション的な関係性があったのだと思います。僕はそれで大変救われました。

今日の会に当てはめると、やっぱりその信頼を付与するとか、後ろ支えになる力はものすごく重要だけれども、コミュニティとアソシエーションの話をしているのは、そういった問題について行政や地域の方が意識してくださると良いなと思っているということです。そういった信頼付与は、一番その方々が持っている力なのに、それを意識してらっしゃらないことも多い気がするので、まずそこから話ができればいいのと思います。

保井：ありがとうございます。私もちょっとだけご一緒した時期がありましたけれども、つらい時期だったんですね。

その辺は懇親会でお聞きしましょう。そういう地域に入って事業をやろうとしている人たちがつらい事態に陥らないためにも、地域の行政ができることがあるんじゃないかと、その辺についての質問もあります。例えば、行政と民間の関係とか、財政負担の在り方などについて行政が担えること、そもそもそういうエリアマネジメント的な機能を行政が担うことは可能だと思いますか、という質問もあります。その辺の行政との連携について、寺井さんの場合はどういうふうに関係が展開されてきて、どう変化しているか、どんな課題感を持っていらっしゃるか。

そんなあたりをお聞きしてみてもいいですか。

寺井：さっき僕は事例紹介の時に、今や、真似しちゃう駄目な事例集という側面もある、と言いました。まちづくりにおいても、デザインとか映像・音楽やアートと同じように、他者を真似するのでは上手くいかないのは間違いなくて、少なくとも違うことをやって差別化しないと上手くはいかない、といった状況があると思います。そもそもエリアマネジメントという期待にもっとも適した団体は、規模や財源や信頼といった面から考えると行政だと思います。しかし、それでは上手くいかないというざっくりした合意があるというのは、裏返せば、差異化を図ることや試行錯誤する柔軟性や、真似ではない独自性を目指しましょうといった場面においては、行政という官僚組織にはそういったソフト面に対する根本的な難があるのだと思います。だから弊社で行政関係者とお話していて、僕らが「不動産をやっているとかイベントをやっている会社じゃないです」といったところで、わかったわかったと頷きながら、最終的にピンと来なくて不動産やマーケットをやってくれるのかどうかみたいな話になったりもするわけです。クリエイティブといった言葉で表されるような、目に見えない施策について分からないように組織ができてしまっていて、職員を教育したり、慣らしていくから、変わらない。そのことを自己解決いただく必要はなくて、自分たちは組織の成り立ちとして向いていないということに納得してほしい。そうすれば一つの案件を一緒にやるにせよ、役割分担や相互の尊重が進んで、結果的に取組の成果が増すと思うんです。

保井：質問を見ていると思いますし、例えばこのエリアプラットフォームでも言われる地域のビジョンをつくるようなときにも感じるの

ですが、「これは行政ですか」とか「この事業は民間ですかとか」とか、財源や役割を行政か民間かで二分しようとする傾向があります。けれども、今のお話なんかをお聞きすると、こんなことをやりたいんだという人が出てきたり、あるいは行政からこんなことをやれないかと提案が出てきたりする中で、そのままやるというよりは、官民でいろんなやりとりをしながら、事業のスキーム自体も工夫してやっていくみたいなことが必要ではないかと。何か、これは行政、これは民間とか簡単に分けられるものじゃないんだという話に聞こえたんですけども、どうですか。



寺井：そうですね。最初から事業を計画して座組をカチカチに決めて、それをただやるということではなくて、走りながら考えるというか、一緒に実験できればいいと思うんです。実証実験という言葉がありますが、ややもすると実証実験で失敗したら不味いと言った話もあります。行政予算は税金だから失敗は許されないという理屈はある。でも実験だから失敗したほうがいいはずなんです。いろんなマルシェとかイベントごとがあるときに、僕は1回目のお客さんが3人でも5人で10人でもいいじゃないか、と言うんです。最初から100人1000人来ないと失敗ですと言われたら、安定の、いつもの企画をやりましょう、そうすればあの人とあの人たちが来て動員をどうかけて……とかそんな話になるのが当たり前で。でもそうすればその

ときは100人来るかもしれないけれど、増えるわけじゃなくてジリ貧じゃないか、ということがあるわけですね。だから一緒に失敗して学ぶつもりで、実験なら本当に実験をしよう、本質的に大切なことをしたい、その本音の議論をさせてください、ということになるんです。

保井：そうですね。私も幾つかの地域で経験がありますけれども、例えば目指すもの、鈴木さんのおっしゃるコンセプトとか目的の立て方、それに評価の仕組みなどを議論し、工夫していくことで官民が一緒にやれるようになったりすることもあるでしょう。何かそんなやりとりがいろいろありながら、できるものもあればできないものもあるみたいな地域のプロセスが必要なのかなとかと思ったんですけども。

寺井：そうですね。だから、悩んでいる時点で話をさせてよ、ということをお伝えすることが多いですね。行政さんから「これがこれだからこれでこうやってこうなって集客したらこうなると思うのでお願いします」みたいな全部決めておきましたみたいなことを言われても、別に全然面白くないし、そもそも僕らから見たらいろいろと無理筋だし大元から変えようよ、それすら言えないならやる気が起きないよ、ということはある。

保井：アーティストと同じですね。

寺井：そうです。だから、最初に一緒に悩ませてくださいと。別にそんな偉そうなことを言いたいわけでもなくて、一緒に悩むところがやりたいし、そこがやっぱり差異化を生むとか、アイデアの世界、クリエイティブの世界だと思うから、そこに関わらせてよという、そういう関わりのときに、お金がもうからないところはやっぱり行政が最初の初期投資をやってくれた

らいいとか、ビジネス的には結果的にそうなることが多いですけども、ゼロベースでいろいろと一緒に考えられるようなことが本当は望ましいんじゃないですか。

保井：確かに。重要なポイントだと思いました他の方も大きくうなずかれました。行政との関係に関して、何か発言がおりますか。

鈴木：行政と仕事をすると、KPI がやっぱり求められるじゃないですか。説明責任、税金を使った仕事だからということで。KPI はちゃんと定めないとすごく危険だと思うんです。私は今、埼玉県の商品街支援の仕事をしているんですけども、みんなイベントの来場者数と空き店舗が何店舗埋まったかを書くんです。でも、イベントの来場者数なんて本当におっしゃられたとおり何の意味もない。もし人が多い空間が良い空間だとするならば、新宿駅や渋谷のスクランブル交差点が日本で一番いい空間になってしまう。もちろん数値化から逃げてはいけなと思うんですよ。例えばマーケットだったら、売上げを換算してみるとか、その売上げの中でも地域の経済がどれだけ回っているか、地域の仕入れ、地域の人が働いているのがどれぐらいか、そういうのをちゃんと換算する。スーパーマーケットとかと比較して、マーケットのほうが地域の経済が動いているといたりする。KPI をちゃんと定めないと、思考停止にもなってしまいますし、もっと恐ろしいのは、「今年は空き店舗を3店舗埋めます」みたいな目標を立てるのは無責任じゃないですか。事業自体が3店舗を頑張ろうと言っている勢いで、背中を押しちゃう可能性があって、その功罪というのは行政の仕事をするときにはしっかり考えないといけない。おっしゃられたとおりその設計からちゃんと入って、何が問題なのか、どうやってアプローチするのかから入って、そこにクリエイティビティが現れていく

ところなんだろうなと思います。



保井：水代さんもありますか。

水代：エリアマネジメントを行政が担うことが可能かどうかというところだと、両輪みたいなもので、それだけだと難しいとは思いますが、ただ、いないとできないのも事実だと思うので。ただ、町にはエリアマネジメントという組織とか考え方が絶対に要すると思うんですけども、その前に一点突破で町をリノベーションしようとしている事業者さんとか、プロデューサーとかがかなりいると思うので、そういった方を守っていったらあげの仕組みというのがすごく大事ですし、意味が分からなくても何となく人が集まっているところにはやっぱりその人の魅力的なものがあるので、そういったところを理解してあげながらやっていくと、さっきの面白い人が見つけられないという一番大きいやつもあるんですけども、そちらにもかなり通じると思うんですが、そちらは現場を持っている人とか、小さくても、さっきの「3人でも5人でもいいからやっちゃおうよ」という経験によって、本当に5人、10人だったときにやり切れなかったことってめちゃくちゃよく分かるんです。本当はグラフィックをやりたかったけれどもできなかった、ホームページを作りたかったけれどもできなかったというときに、今度はそれを消費者として体験するときに「あ、この人たちはこれをやり切れているんだ」というところの学びというのが全然大きくなって

いって、それが大きくなっていくと、自分たちとかだめちやくちや大きいフェスティバルとかマルシェとかをやっている仲間とかで、そのコンテンツ、すごいおしゃれな出展者ばかり集めてすごいとか、こんなミュージシャンを集めてということより、女性のトイレが何でこんなに人が来ているのに並んでいないのか分からないとか、さっきの消防と警察の調整、どうやったら保健所がこんなブースを許可してくれたんですかみたいなことを聞かれたほうが、僕らプロデューサーサイドとしてもめっちゃくちゃうれしいんです。そうすると、その瞬間にそれが仲間になって、共通言語がないとなかなか面白い人たちは見つからないので、ただ共通言語があると、そういえばあの時あそこで、長門で誰々がこんなことを言っていたなとか、熊本の菊池市でこんなことを言っていたなというところで、ここだったらこういう人がいますよというところのお互いの人材の交流みたいなのも始まっていくので、何かその共通言語を持つためにそちら側に、自分の、リスクと言ったので、リスクが少ない範囲で飛び込んでみるということというのは、最近手づくり市ですとか、マルシェとかフェスとかいろんなものがありますので、そこでちょっと自分が事業者側のほうとしての目線を持つというだけで、かなりその面白い人探しというのは変わってくるかなというふうに思います。

あと、行政との取り組みという意味では、皆さんがすごい大人だなと思うんですが、僕は基本的には別に必要としていないわけじゃないんですけれども、今まで頂けたことがないというか、どちらかという、こんなふうに町を面白くしたいとか、こんな場でみんなでしたいといったときに、ただ規制緩和ですね。そこでは相当助けてもらっています。最初に話した事例みたいに、1店舗の夏祭りだけでも歩行者天国にしたいんだと言っても、普通は「は？」となると思うんですけれども、そういったとき

に、僕は町を一点突破でリノベーションしようとしているので、そういうときに何かできることがないかというのを寄り添っていただくということがすごく大事です。あとはさっきの「悩みの時点で言ってください」と言ったのとまったく一緒なんですけれども、僕ら自体も案件をいきなり、公示とかも見たこともないですし、なかなかそういうところで、じゃあ誰々さんにこの町を気に入ったからプレゼンしようとかというよりは、そういう仲間同士とか行政の方も含めて、悩みみたいなものの相談みたいなところを聞いていくところから僕らも事業になっていったりとかするので、悩んでいた、相談事がお互いにもっとできるような仕組みというのができたら、結構もったいい組織になるんじゃないかなというふうに今の皆さんのお話を聞いていて思いました。



保井：水代さんは、やっぱり民間ベースで、ときには市民も一緒に取り組みながら、行政とは規制緩和とかそういうお金以外のところで関わっていくことが多い感じですか。

水代：そうです。さっきの市場とかでも、普通に県の道路だったりしたんですけれども、そこもその施設の一部として認めてもらうとかというような協力もありますし、こちらからしたら、そこでつながることによって事業を創出するようなチャンスがある企業とかを自分たちがうまくつないでいけなかったりとか、百貨店さんのお中元とかお歳暮とかは非常にとがった

商品を探しているのです、そういうところをうまく自分たちがつないで、そういうものをつくっていくとか、そういった形で結構あんまり行政さんはどちらかというと、ルールをちょっと改正してくれないかというところのお願いだったり。あとは、これを香港で彼らが売れるかどうか分からないけれども行ってみたいというから、その行く事業者さんの交通費を出してあげてくれませんかみたいな話はもちろんあるんですが、自分たち自体はそういう民間の企業をどれだけ巻き込んで、行政の方にどれだけルールのほうで頑張ってもらえるかというところで、今のところは頑張っているんですけども。決して、ただそれがというわけではもちろんないんですけども。

保井：ありがとうございます。早くもあと 10 分を切っています。今日のこのセッションは、国土交通省さんとしては都市再生推進法人という、いわば今話してきたような役割、つまり行政と一緒にまちづくりを考え、事業でも行政と役割分担をしながらともに良い都市をつくっていく意思を持つ民間のまちづくりパートナーを増やしていきたいという思いがあるわけで、ただ今議論してきた規制緩和とか空間の使い方とかの法制度を見直し、より使いやすくしていこうみたいな動きもこれに連動してくるわけです。この辺の制度について、現場から見ても何かお考えがあればお話してください。国はそう言っているけれども、なかなか地域レベルでは上手くいかないとか、こういうふう悩んでいるとか、そんな話を、それぞれの方から頂きたいと思うんですが、どうでしょうか。鈴木さんからいいですか。



鈴木：空間に絡むことをちょっとお話しさせていただきます。質問の中にもマーケットの設計の話があったんですけども、私はこの質問がすごくうれしくて、公共空間の設計というのは絶対に建築家が入るべきです。その場を良く見せる、良く見えるということに関してはちゃんとトレーニングされてやってきた職能というのがあります。マーケットをやろうと思ったりイベントをやろうと思ったら、テントを立てればできちゃうんですが、それだとその場所の魅力とか、そこで起こしたい効果というのは起きない。例えば私がやっているマーケットでは、市が持っている近隣公園を借りているんですけども、近隣公園なので結構広い広場があるんです。広い広場があるんだけど、その広場が魅力的なので、その広場の真ん中にはマーケットを設置せずに、あえて端っこに設置しています。端っこに設置することで公園がもともと持っている広い広場が見えるようにしています。そうするとどうなるかというと、郊外のニュータウン、団地の中にある近隣公園なのに 4 時間で雑貨が 1 店舗で 15 万円を売り上げたりします。それはかなり驚異的なことです。埼玉です。そんなことはなかなかないんですけども、売り上げが結構上がっている、他の出店者さんも他のマーケットより売り上げが高い。終わってからもごみも一切出ていない。何でそうなったかという、やっぱり空間の設計を徹底してやっているからなんです。それは大きなレイアウトもそうですし、私が朝来てテントが

並んでいるのを見て、このテントをあと1メートルずらしたら入り口からきれいに見えるとかといったらお願いするんです。「ちょっとすみません、1メートルずらしてください」。そういう判断は、公共空間を使っていくときにはなくてもできてしまう部分があるんですが、絶対に考えたほうがいいですし、専門家を入れたほうがいいと思います。

保井：規制のことについては、警察や保健所との協議の進め方など、鈴木さんが本に非常に分かりやすくまとめてくださっていましたけれども、何か落とし穴みたいなのがあったりしますか？

鈴木：あとは、道路活用をするときの警察協議が皆さん一番苦しいと思うんですけれども、結局、突破口は顔が見える安心感なんだろうなと思っていて。結局、地域にこの人を通せば大丈夫みたいな人がやっぱりいるんです。バスですら簡単に止まったことがあります。ある人を通せばバスでも、「ここでやろうと思うけれども、これはバスがあるから難しいですよ」と言ったら、「電話するから大丈夫」とその人が言ったら、バスが止まったんです。そんなことがあっさりあったりする。そういう人を探すためにわざわざその町を飲み歩いたというような方もいます。そうやって地域の重鎮を探すとか、結局なかなか、はね返されることが多いんですけども、突破出来る人を探すというのが一つかなとは思っています。

保井：規制は規制だけれども、それを突破できるようにするには、地域の重鎮と、いわゆるとがったコンテンツを提供できるプレイヤーと。両者をつなげるのは、行政が果たすことのできる役割の一つですか。

鈴木：そうですね。タグを組んで信頼関係を

つくります。

行政はそういう重鎮の方ともつながっているので、すごく大事なことかなと思います。

保井：ありがとうございます。寺井さんはいかがでしょう。これから大阪と映像をつなぎますので、その前段階としては、最後のご発言になるかもしれません。

寺井：まちづくりやエリアのこと、つまり概念として大きな事業をやっていきたいと思いますとき、一番重要なポイントは、雰囲気や空気の話だと思うんですね。関係者のなかで、好循環が生まれるか悪循環が生まれるかが分かれ目になる。それで、エリアマネジメントの現場では悪循環が起きていることが多かったし、今もそのリスクが大きいと思うんです。都市再生推進法人のこと、国としてはかなり柔軟に、積極的に活用してほしいという気持ちがあると思いますが、自治体からするとそこで縦横無尽に使ったら怒られるかもしれない、リスクを取りたくないから恐る恐る、あるいはガチガチに付度して運用しちゃう。その悪循環が、国と自治体とまちづくり会社を巡って張り巡らされているような気がしていて、それを一回取っ払うみたいな仕組みづくりみたいなことは意識的にみんなでやれたらいいのになと思うんです。新たにメニューに加わるエリアプラットフォーム、これが今までも散々やってきた、〇〇協議会をつくるための合意形成の支援の焼き直しにならないように運用してほしい。最近になって少し盛んになってきた、ラボのような取り組みなど、いろんな多様な人が本当に思っていることややりたいことを話し合い、突破口を見つけていけるような仕組みになるんだったら、それはすごく大切なスタートになるんじゃないかと思いました。

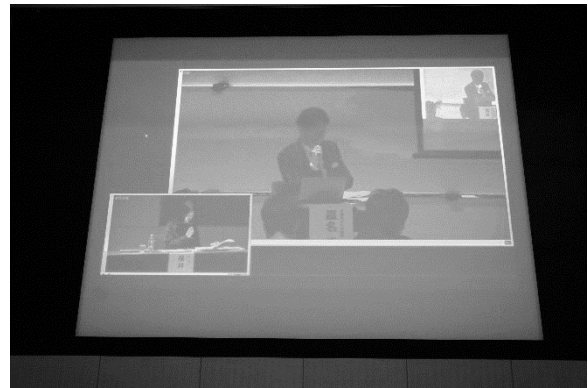
水代：都市再生推進法人のお話ということで、

結構皆さま、行政の方もいらっしゃいますし、さっきのKPIの病もそうなんですけれども、僕も冒頭で自分たちの本社がある日本橋浜町のことを愛していて、4月についてエリマネ団体ができて、もちろん都市再生推進法人を取得するような動きというのは目指して行くんですが、頭が良ければいい人ほど、それが目的じゃないですから、都市再生推進法人を取りなさいと言われて、取ることが目的、エリマネ団体とつくりなさいと言われて、つくることが目的、その仕様書とかもそうなんですけれども。そうじゃなくて、その手前のワクワクとドキドキというか、この町がこんなふうになったらいい、こうしたい、こういうコミュニティーを再構築したい、こういうプロジェクトを起こしたい、そんなみんなの夢とか思いとかやりたいことを形にするための組織のフォーマットなので、まず都市再生推進法人を取ることというふうになると、先ほどの仕様書の話とかになると思うんですけれども、やっぱり現場の運用に則した形で、みんながやりたいこととか、それが一店舗とか、一事業主とか、一まちづくり会社じゃできないことをこの組織で実現して、みんなにまたこういう場で都市再生推進法人を取ったことでこんなことができましたよということが発表できるような形にしないと、どうしてもその病に優秀な人ほど、僕と一緒に事業をやっていて陥りがちというか、その企業だったり行政だったりを目指してしまうと、目標というところが、それも絶対に要るんですよ、なので、みんなで目指せばいいんだけど、その前に何でこれを取って、これで何を実現したいんだっけということは、NPOもそうだし、一般社団もそうだし、僕らみたいな中小企業もそうだし、大企業もそうだし、それぞれの役割があるので、掛け算の仕事なので、さっきのエリマネの話も行政がゼロだったらどれだけ頑張ってもアウトプットがゼロになる例もたくさんあるので、何かそこはみんなも忘れないで、自分も頑張る

うと思っているので自戒を込めて言っているんですけれども、そこが目標じゃないと、町を良くしたいとか、コミュニティーを再構築したいとか、地域の価値を上げてみんなで利益を享受したいとか、たくさんお客さんが来て、その事業主さんたちが楽しい町になるというようなことを考えながらやっていかないといけないんじゃないかなというふうに思います。

保井：ありがとうございます。時間が過ぎているので、ここからは大阪と映像をつなぎながら議論をしていきたいと思います。結構、今議論してきた、地域の力や魅力を研ぎ澄ませていく方法をどういうふうに、しかも官民が一緒になって進め、盛り上げていくのか。人的なリソースをつないでいく、それから規制の話、財源の使い方を工夫していくのか、というような話はおそらく大阪でもあったのではないかと思います。あとKPIや評価の話も、大阪でもきっと議論になっているのではないかと思います。

ここで、大阪につなぐことはできますか。どうでしょうか。聞こえていますか。



嘉名：聞こえていますよ。大丈夫です。

保井：もう待っていましたか？今、一段落つきましたので、大阪と東京の両方で議論の内容を互いに紹介していければと思います。

東京のほうは結局、大阪との話の論点まで整理する時間はなかったんですけれども、会場から、すごくたくさんの質問を頂きまして、それらをピックアップしながら話を進めてきまし

た。今日のテーマは官民の連携ですけれども、なかでも、エリアマネジメントとか地域をつくっていくみたいな役割は、実は行政がやらないといけないことではないか、しかし、今日の東京会場の3人の方々のように、これまでと違う、いわば内容が「研ぎ澄まされた」事業を一生懸命やり抜こうとしている人たちのようなことを行政ができるのかというと、なかなかそこは不得手であると。だから、一緒にやっていくのがいい。ここが議論のスタート地点になりました。

ところが、やっぱり実際にやっていくときというのは、地域のカオスというか、あるひとに言うと話が通るけれども、このひとを通すと話が通らないみたいな俗人的な話もよくあることで、そういう地域のカオスなところも含め、意思決定とか事業の進め方に関して一緒に悩んでくれること、それから財源、スタートアップの時の財源もそうですけれども、財源とか制度の活用もお互いから一方通行で、「これをやるから認めて」とか、逆に行政のほうから「こうこう決まっているからやって」みたいなことではなくて、できるだけ一緒に悩みながら進め方、制度の活用等も進めていくというようなこと。つまり、一緒に悩みながらつくり上げていくことというのが官民の関係として大事なんじゃないかという話が出ました。

そういうことを考えると、都市再生推進法人というのは、そこまでのまとめはしていなかったんですけども、今日の登壇者のような方を行政が思い切ってちゃんとパートナーとして認め、公式に意思決定をする、その手段なのだろうと思いますし、そういう認定を通じて、行政が民間の活動の後ろ盾となり、一緒になって空間の使い方、そこにおいてはデザインの力が非常に大事だということも出ましたがそういうことを考え、人をつないで事業を共につくりあげていくということだと思います。今日は、そこら辺のプロセスについてのいろいろな

悩み、失敗談、成功談が出たというのが東京の状況です。

それから一緒にやっていく上においては、今までみたいに来場者数とか空き店舗率みたいな、ありがちなKPIじゃなくて、そのKPI、評価の方法なんかも一緒に考えて、事業を進め評価をしていくというようなことも大事なんじゃないかというようなことも出ました。

この辺の行政と民間との関係づくりについて大阪でどんな議論があったかもお聞きして、少し補足的な議論ができたと思います。

嘉名：じゃあ、私のほうから少し大阪の議論をしたいと思います。大阪のほうでも基本的にほぼ同じ感じかなと思いますけれども、例えば実践力という意味においては、例えばこれはハートビートプランの園田さん——面白い人リスト100人を用意してくれとか、それから岸本さんのほうからだと借りたい人をストックできるリーシング力、つまり自分の中にリザーブリストみたいなものをいっぱい持っているということが大事、引き出しを持っているということが大事で、たぶん東京の会場では「とんがった」というような話だと思うんですけども、大阪のほうだと「癖のある」みたいな、そういうものをいっぱい見つけていくということが大事だということが前半の議論としてはありました。それから、うまくいっているところとうまくいっていないところの違いみたいな議論があって、「何かこの地域を再生するために手伝ってもらえませんか」みたいなご相談を受けることは非常に多いんだけど、うまくいくかいかないかというようなケースの違いで言うと、やっぱり地域の人たちが本気で考えているかどうか、地域の人たちがちゃんとコミットする、最後まで責任を持って関わる。つまり任せる感じで頼みに来るのではなくて、自分たちも当事者として関わるという意味があるかどうか、その辺りが非常に重要だという

ようなことでした。

法規制上の話とかは、おそらくたぶんあんまり課題としてはないというか、やろうと思えばできることはかなりあって、むしろそういうイベントなり利活用というのをどういう目的でやるのかというのが、最近は問われているのかなということでした。先ほど保井先生からもKPIの話がちらっと出ましたね。来訪者数とか通行量とか空き家の数とか、やっぱりそれは大阪のほうでも違うだろうという議論が出ました。例えば星野さんのところの篠山ではマルシェというのをやっているんだけど、マルシェというのは別に人を呼ぶためにやっているのではなくて、テナントを見つけるための、要は篠山にお店を出そうかという人たちを見つけるための機会としてやっているというようなことで、やっぱりにぎわいとかイベントとか集客ということで目的化してしまうということを考え直したほうが良いというような議論が出ていました。



保井：ありがとうございます。何かお互いに聞いてみたいこととかはあったりしますか？

嘉名：どうですか。岸本さん、園田さん、星野さん、もし何か東京に聞いてみたいということがあれば。突然、こういうのは突然やってくるんです。

保井：特にでなければ、今日は国交省さんのほうからいろんな今後の施策のご説明があっ

て、特に寺井さんから最後にエリアプラットフォームなる新しい言葉が出てきたけれども、これが単に協議会を1年回して終わりになってほしくはないというようなことで、少しラボ的な取り組みをしたらどうかとか、アイデアが出てきていたところでしたので、せっかくの機会を次につなぐという意味で、来年もこういう会をやるかどうか分からないですけども、WEDOの政策とか、このエリアプラットフォームとか、こういうのに対しての期待とか何か、こうはなってもらっちゃ困るみたいな話とかを少し共有したらどうかと思います。大阪のほう、先いかがですか。

嘉名：大阪のほうで、やっぱり質問であった話に絡めて言うと、皆さんのような方々に仕事を発注したいと思う行政マンから質問で、だけど、行政というのは公募で発注するしかないので、公募じゃないか、公募じゃない方法、要はこの人にやってもらいたいという人に必ず頼めるかどうか分からないというようなところが悩みだと、最悪入札になったりするので、それをどういうふうに解決したらいいですかという、すごく分かりやすい質問が来たんですが、その時にちょっと星野さんからいいヒントを頂いたのは、例えば行政と信用金庫さんとそれからNOTEさん。

星野：銀行とか、地銀さんとか、あとは地域のそういった企業さんでも新聞社さんとか、そういう信用力のある地域のことを考えるような会社さんと一緒に組んでやっていくとか。

嘉名：そういう形で枠組みをつくって、そこで何かやるというとブレークスルーできるんじゃないかということをおっしゃっていて、それはまさに地域プラットフォームという仕組みそのものかなというふうに私は思いましたので、そういう都市再生推進法人あるいはプラッ

トフォームみたいなものをうまく使うことで、官民連携というのはいまのステップにいけるみたいな、発注みたいなことが伴うみたいな関係から違うスタイルになるというのは、あり得るのかなというふうに思って聞いていました。



保井：ありがとうございます。公募の仕組みというのは確かにありますね。水代さんが何かすぐくうなずいていらっしゃいますけれども、何かご意見がありますか。

水代：すいません。公募とかあまり、さっきからそうなんですけれども、個人的にはしたことはないんですけれども、もちろんそういう形でコンペには出たことはあるんですけれども、やっぱりその担当者の思いがあって、自分たちもじゃあやりましょうかといって出るんですけれども、何か判定する人がその担当者さんじゃなくて、すごい偉い人たちが、で、自分の言っていることが何を言っているのか全然伝わらなくてみたいなことはあるのはあるので、そこでそんなにいつも仕様書をチェックしたり、何かそういうところのホームページにいつもアクセスしたりとかしているわけではもちろんないので、なので、民間の力をもうちょっと活用して、その民間の人がビジネスしやすいサポートをできるというのが、僕は今のところ向いているんじゃないかと思うんですけれども。なので、逆に教えてほしいです。皆さんがそういう状況でも、ちょっと皆さんはたぶん共通で危

なそうというか、発注先としてはいったんリスクだと思うんですよ。ただ、そこをどうやって突破し切っているというか。

だって、発注側からしたら、決して全員ここにいる方はたぶん、あんばいではないじゃないですか。なので、そこは逆にどういうふうに切り抜けているのか、教えてもらえたら、言えないかもしれないですけども。

保井：そうですね。わたしも公募については、大阪会場の園田さんと一緒に取り組んだこともありますし、公募要領を作ったりとか、その前の基本的な考え方をまとめるところに立場上入ることが結構あります。嘉名先生もそうだと思います。そして、その段階は結構大事だと思っています。確かに、担当者の思いだけで突っ走ると、最後まで思いが届かないかもしれませんね。だから、そこはちゃんと基本的な考え方とかに可視化する。それから、さらに募集要領とか公募した時の例えば採点基準に反映する。例えば、整備と運営を一体だと考えているのであれば、運営を重視するとか、そこでのコンテンツの独自性であれば、その地域でしかできないこととか、いろんな表現の仕方はあると思うんですけれども、そういうところを重視する姿勢を、ちゃんと公募要項に見せる。結構そこは工夫して作り込んでいくことを、わたし自身、結構大事にしています。

さらに言うと公募・選定後に事業が進んでいく間での評価も、何かパツツと来場者数とか歩行者数だけで追えることはあり得なくて、年度ごとにも見なきゃいけないポイントが違って来ると思います。来場者数よりひょっとしたらSNSで「いいね」が付いた数で見た方が場所への共感を示すかもしれないですし、評価のやり方も工夫することで、ちょっとずいぶん違うのではないかと思います。

でも、いずれにせよ公募にすると勝った負けたになってしまうので、さっき NOTE さんがお

っしやられたみたいにプラットフォームをつくって、そこが事業体になっていくみたいなことも私はやりたいなと思っています。特に Park-PFI に何回も関わると、地域が二分されかねない状況を目の当たりにすることもありました。なので、公募を越えて行政も絡みながら地域で SPC みたいなのを組んで、関係者が参加しながら事業をやるような仕組みづくりみたいなことができないかなと、今考えたりしています。そういう事業ができるプラットフォーム、それは寺井さんがおっしゃったさっきのラボ的な取り組みなのかもしれません。それらもエリアプラットフォームのなかでできたらいいんじゃないかと思いました。

寺井：仕様の作り方はたぶんこれまで以上に難しくなっていくんでしょうね。行政がクライアントとしてこれをやってくださいといったら、民間側も思考停止して、ただやればいいという話になりがちです。でも、本当にやりたいことはなんですかというところから話し合う機会でもあるわけじゃないですか。今年度、弊社は松戸市さんと一緒にやらせてもらっている、松戸をおしゃれにするにはどうしたらいいかというお題の事業がありまして、いわゆる企画競争入札だったんです。それで、そもそもとしておしゃれになりたいというお題を出すこと自体がおしゃれじゃないです、というところから僕のプレゼンを市の審査メンバー相手に敢行しまして。失笑がありながら、それで選んでいただいたんですが、そこを話さずに受託していたら恐ろしいことが起きていたなと後で思いました。そこで臆せず本音をお伝えしたうえで選んでいただいたから、その後も本質に迫る事業をやれている気がします。公募というのは民間からしても失注可能性があるだけに面倒なんですけど、僕はそれも悪くないと思うところもあって。というのは企画競争入札となると対面審査のプレゼン機会が用意されることが多い

ですが、それって行政と民間の対話機会として貴重だと思うんです。仕事の受注だけ考えると、無理せず仕事が取れそうな、要するに安牌のような案を誰もが出しちゃうわけですが、失注するとしても最低限の仕事になるなら、もっと本音でこういうことを言いたいという民間事業者は多々居ると思います。提案機会自体に小さいお金でも付けてもらって、それ自体が最低限の仕事になれば、例えば僕らなんかは失注してもいいから本音で伝えてみようと思えるんですね。そんな仕組みが作れたら、行政側にもいまと比べて10倍20倍の本音の提案が来るかもしれない。そこから選べば、少なくともヒントはたくさん集まるし、選ばれる提案のクオリティも上がるし、行政民間の信頼関係がある形で事業ができるんじゃないか。公募についての話が出てましたが、うまく公募回避するというのもありながら、むしろ公募の流れそれ自体はそれでいいから、予算を勝者総取りにしない新しいやり方もあるんじゃないかと、そんなことを思ったりもしました。

保井：ありがとうございます。「忖度しながら仕事するやり方は、もうやめようよ」とさっきから寺井さんがおっしゃっているところなんですけど、どうでしょうか。大阪のほうから一言、最後になると思いますので、ご意見を頂ければと思います。

嘉名：だから、やっぱり皆さん本気で付き合ってもらえるところとならいくらでも心中しますという方たちばかりなので、そういう地域であれば必ずチャンスはありますよというような、どちらかというと根性論的な話が盛り上がってはいました。ただ、そういう人たちをどうやって集めるかというときに、先ほどの VTR でいうと熱海のような事例であるとか、それから大阪だったら例えば和歌山というところでリノベーションスクールをやっているとか。つ

まり、セミナーみたいなことをやるときに、やる気のある人を集めるような機会をつくると向こうから寄ってきてくれるみたいな、そういうのをつくっていくとどんどんまちづくりの層が厚くなっていくんじゃないかという議論はしていました。

保井：登壇者の方はよろしいですか。もうあと2～3分です。

嘉名：園田さん。

園田：今の寺井さんの話、まさにすごくおっしゃるとおりだなと思っていて、こちらの議論でも最初に私も言わせていただいたんですけども、官民連携でやるのであれば民間の方々を本当に信頼していただいて、権限委譲をしていただきたいと思うんです。最終的には民間の方が事業をされるわけで、やっぱりそこでは相当な覚悟とリスクを持ってやられるので、リスクテイカーがやると言っているんだから、それを信じてもう任せると。最終的に規制緩和のときも結局そのリスクのところは行政側に来ると思っているからそれ以上は緩和できませんみたいな話もあるんですけども、全部自分でけつを拭くと言っている方がせっかくいてくれるんだったら、それが成立するようなことをどれだけできるかというところを本当に腹をくくっていただく必要があると思いますし、逆にそれができる行政さんがいらっしゃれば、絶対にそういうところに魅力ある事業者さんが集まってきて、この町だったらできるということでよりいい環境ができていくと思います。そういう本質的なところをぜひこういう場とか、これからつくられるプラットフォームとか、そういうところでもご議論いただけたらうれしいと思いました。

星野：まさしく私も同じことを考えていまして、

やっぱりわれわれがまちづくりに入るときは、事業も含めて結構入り込んだりするので、はしごを外されるのは一番痛手なんですよ。結構がつりいっちゃうので、外されて結局やらないみたいな話になると「うーん、困った、人もかけて、力も入れたのに」みたいなところはやっぱりあるので、そこは信頼関係を持ってタッグを組んで、視線を同じにして一緒にやっていくという必要があるんで、そこがある程度信頼関係を持って懐深くいただけると、われわれも2倍ぐらいで入っていくみたいなことが起きていって、ある意味、費用対効果がめちゃくちゃいいんじゃないかなと思うので、逆に僕らを働かせるような何か、やる気を出されるような仕組みをつくっていただけたら結構頑張っちゃうたりするので、たぶんパネラーの皆さんはだいたいそういう性質にあるんじゃないかなと勝手に思っております。

岸本：私も皆さんと一緒になんですけれども、今日の感想にも近いんですが、官民連携ということで、その民を、民間一事業者を行政の人が信じるといのにまだ時間がかかるようであれば、やはり地域に信用のある企業、電鉄とか、私も信金さんには京都でお世話になっていて、結構人の紹介のつなぎ役みたいなのを実質的にやっていたりするので、そういう新聞社とか工業組合と、その民でもいろんな規模というので関わり方をつくるというのも大事だし、民間でもさっきの氷見市の方は商工の観光の方だと思っておりますけれども、その都市系だけで解決するんじゃなくて、商工の人たちとかと官の中でも連携をつくっていくというのが、すごい大事なのかなというのは今日、終始思いました。



保井：東京側も鈴木さん、一言いかがですか。

鈴木：官民連携という話で今日は結構、民の話が多かったと思うんですけども、私は官の力も信じていて、公共がやる理由みたいなこともあると思っていて、例えばロンドンでマーケットはロンドン市が施策としてやっています。ロンドン市がやると言って行政区のバラが直接運営している。なぜロンドン市がマーケットをやっているかという理由の一つに低所得者層の食生活を支えるというのがあるんです。低所得者層が野菜とか果物を買うためには、スーパーマーケットよりマーケットのほうが安いんです。そのためにそういう場が必要だと言って、公共だからできる、弱者を支える部分がある。もちろんマーケットの開催の理由はタウンセンターのにぎわい向上、観光資源、ビジネス、経済に乗っている部分もあるんですけども、そうじゃない部分も一緒に乗せて考えるというのも一つの可能性なのかなと思っています。

保井：ありがとうございました。ほぼ時間になってしまって、嘉名先生、こちらで終わっても

よろしいですか。

嘉名：はい、結構です。どうもありがとうございました。

保井：ありがとうございます。大変盛りだくさんで、ご質問も本当に山ほど頂いたんですけども、カバーできなくて申し訳ありませんでした。

最後に、大阪会場から提起されましたけれども、行政の中のどの部署がやるんだとか、あるいは、部署のつくり方、連携の持ち方とか、あるいは人の異動とか、行政の中の話についても、もう少し議論できたらいいかなと思いました。ぜひ、またそういうことも機会があれば、また次回にお話したいと思います。会場の皆さまもご参加くださっただけでなく、コメントをたくさん頂きまして、本当にありがとうございました。ここで聞けなかった話は、懇親会は事前申し込みなのかな、そこで聞けるとお思いますので、よろしくをお願いします。

では、登壇者の皆さまに大きな拍手をよろしくお願いたします。（拍手）

司会：保井先生、嘉名先生、それから東京、大阪のパネリストの皆さま、長時間にわたり大変有意義なトークセッションをありがとうございました。保井先生、嘉名先生、パネリストの皆さまには、いま一度大きな拍手をお願いいたします。（拍手）

以上をもちまして、官民連携まちづくり DAY を終了させていただきます。

【大阪会場】

嘉名：それでは第2部のトークセッション、大阪会場を始めたいと思います。よろしくお願いします。

まず、私のほうからパネラーの紹介をします。まず、岸本さんです。（拍手）それから、園田さんです。（拍手）そして、星野さんです。（拍手）大阪は、この3人でやりたいと思います。最後に、私は大阪市立大学の嘉名でございます。よろしくお願いします。（拍手）

第2部はトークセッションで、「まちづくり組織の実践力の向上」をテーマにやるということです。冒頭にも、こういう官民連携のまちづくりの取り組みが4年目だという話がありました。今、各地で、実はいろんなまちづくりが起こっています。それから、公共空間の活用であるとか遊休不動産の活用、そして新しくビジネスを生み出していくみたいなことも、各地で行われています。

今回のキーワードとして、非常に重要なのは「実践力」です。つまり質の高いもの、あるいは一度できたものが、そのまましぼんでいくようなことではなくて、続けていけるみたいな。この「実践力」という言葉、ここを突き詰めていければと思っています。

それで、今日は、3名の方、岸本さん、園田さん、星野さんにおこしいただいていますので、まずはパネリストの皆さんから話題提供をしていただきたいと思います。それでは、早速ですけれども、岸本さんから、大体5分程度の話題提供を、順番に行っていただきたいと思います。よろしくお願いします。



岸本：岸本です。よろしくお願いします。

プロフィールにあるように、大学で建築を学び、不動産のプロデュースの仕事を前職から始め、今、この仕事を10年ほどやっています。今は独立して、京都を中心に、関西圏や東京など、全国で仕事をしています。

不動産の活用のプロデュースとは、運営管理がメインになりますが、不動産の賃貸の検索サイトの運営や、最近では、不動産オーナーや企業のコンサルティングにも関わっています。書籍も、いくつか出しております。

仕事の流れは、一般的には、建物を持っている方からの相談に関わるプロフェッショナルは、相談内容に応じてバラバラですが、私の場合は、この流れを全部、ひとつの会社でやっています。基本的には、建物を持っているオーナーから相談を受けて、企画をして、設計もする、仲介や募集と管理運営までを一貫して、自分のところでやっています。工事だけ、その都度、その建物に合う工務店をお願いしています。

最近では、管理自体を、2、3年たったら、オーナーにどんどんシフトチェンジするような契約をすることもあります。

オーナーの悩みと、社会的な課題というのは、ちょっと似ているところもあり、また、普段仲介と管理をしていく中で、使い手のニーズとか、時代のニーズというのを、一番、よく捉えられる位置にいると思っているので、建物をただり

ノベーションしているというよりは、それを掛け合わせて、社会課題の解決や、不動産のプランニングをやっています。

企画を考える場合は、街とか場とか人というのを意識して、企画の提案をしています。それを、エリアに派生していくというような循環した開発というのを、小さい規模でやっている状況です。

時間が限られているため、事例を1つだけ。京都の西陣のエリアで、結構古い木造戸建群の空き家の相談について紹介します。私の仕事の場合は、建物1軒というよりは、複数の建物の場合が多いです。今回の場合は個人オーナーが7軒全部を所有されています。7軒の空き家は、ちょっとエリアの性格が異なる3つの群に分かれていて、これらをどうしたらいいかというような相談です。特に「何をしてほしい」ということはなくて、「どうしたらいいか」という、ざっくりとした相談で、基本的には、こういう相談が多いです。

西陣というのは西陣織の町ですが、もともとそういう織物業をされていたので、職住一体が町を支えてきた。ただ、駅力とかはなく、一番近い最寄りの駅でも、徒歩で20分ぐらいかかり、利便性が低い。商業地域というよりは、住む町として育ってきたところがある。それを逆手にとって、住みながら働いて暮らしたいというような価値観が、今は非常に多いので、そういう人を募っていこうということで、店舗兼住居のようなものを中心にした企画にしました。

あと、民泊反対という張り紙とかが、結構まちなかに張ってあり、そういう町に、あえて宿泊施設とかを企画するのではなく、エリアに沿うものやっぺいこうということで、コンセプトを決めました。

エリアごとに特徴を分けていて、工房兼住居であったり、店舗というものをつくったりしています。入居している方は、アンティークのペーパーのショップであったりとか、着生植物と

いう特殊な植物のショールームだったりとか、かなりとがった店舗の方々が入ってきましたが、入居者の空気感というのは、きちんとチューニングするようにして集めています。

工事中から入居者の募集に着手して、この状態で入居者に引き渡しをしています。思ったよりも内装とかをできる人が多かったので、工事内容も、多少調整しています。こういうマーケットを完成のときに、お披露目も含めてやりました。この時はもう入居者も決まっていたのですが、ここでこういうことをやっていますということを知ってもらうとか、安心してもらうために、こんなマーケットをしたというのがあります。こういう屋台も自社でつくって販売しました。

投資回収も、7軒全体で5年以内にできるように、収支を合わせています。逆に、この収支に合わせて工事費を調整しています。借りたい人が思ったより多かったのが、現在、借りたい人をストックしている状況です。もうちょっと、これにちゃんと取り組んだほうがいいのではないかとことに気づき、地元の信用金庫とか行政とも相談して、個人の持っている空き家物件を掘り起こして、職住一体の物件をつくっていくということを、今、積極的にやっているところです。

こういう職住一体の店舗を探しているお客さんも非常に多いので、そういう方のための物件サイトをオープンしました。賃貸のインタビューというのも、今、つくっているところです。今は、ニーズがあるだろうと思うことに対して、仕事をつくっていくというような、仕事のやり方をしています。以上です。ありがとうございました。（拍手）

嘉名：ありがとうございました。

私は、岸本さんのことは、実はこの本業のことよりも、『もし京都が東京だったらマップ』という本で知りました。実は、学生がレポート

課題を出したときに、これを使って書いてきたのがきっかけです。面白い人だと思っていたら、実は、こんなことをやっていたということでありました。

ストックできるリーシング力、どうやってリーシングするメンバーを見つけているのかとか、いろいろ聞きたいことはあると思いますが、それはまた後ほど、実践力のコーナーでお願いしたいと思います。

では続きまして、園田さん、よろしく申し上げます。

園田：皆さん、こんにちは。ご紹介いただきました、園田と申します。

私はハートビートプランという、大阪に拠点をもちます、都市デザインのコンサルタント事務所に勤めています。代表ではなく、普通の会社員です。

私たちの事務所は、今年で16年になりますが、大阪を拠点に西日本を中心に、いろいろなプロジェクトに携わっている中で、大体、クライアントで言うと、行政が半分、民間が半分といったところで、主に公共空間などを中心に、そういった都市空間で、それをどう活用していくのかとか、魅力的にしていくのかということのお手伝いをしています。

いくつか紹介させていただきますと、これは嘉名先生も含めて、大阪の府、市、経済界の皆さまが取り組まれていた、水都大阪の事業です。私自身は途中からですが、大阪の川口というところで、中之島漁港というプロジェクトをやっています。あと、先ほど、冒頭で国交省の方からありましたウォーカーブルの案件でいきますと、今年度からですが、姫路市から依頼をいただいた取組です。姫路城に続く、大手前通りというところの魅力向上事業ということをお手伝いしたりしています。

また、「あそべるとよたプロジェクト」という取組もやっています。先ほどのウォーカーブル

のちょっと前に、国交省でも進められていた、プレイスメイキングという都市デザインの概念がありまして、私自身はそれでドクター論文を書いて、それから実務のほうへ出てきたということもありまして、愛知県豊田市では、そういったプレイスメイキングの考え方を基に、いろんな取り組みをしています。

今日は、あまり詳細のお話はできないですが、2つほどご紹介したいと思います。1つはトヨタ自動車のおひざ元の豊田市です。市では、車から人へのシフトチェンジとして、メインの駅前を、将来的には、歩行者専用空間にする計画をつくりました。まずは、土木の設計とかをする前に、そういった活用の社会実験を行って、その結果を設計にフィードバックするという計画でした。つくってから使うのではなくて、使うことを暫定的にやってみてから、それに適した器としての都市空間をつくるというフェーズで計画を進めるということです。

このお手伝いをしている中で、これも暫定事業ですけど、芝生の広場と、この芝生を民間で管理するための拠点施設に飲食事業者に入ってもらっていただき、カフェなどの収益事業をやる中で、その売上の一部を、この広場の維持管理費に還元するというをやっています。

この広場の利用の申し込み自体を市役所でするのではなくて、公募で決まった事業者が書類を持っていくと申し込みができるとか、そういったスキームをつくったりしています。

私たちは、このような豊かな生活のシーンを「Public Life」と言っています。そういった、街中に豊かなシーンをどれだけつくれるかということ、行政、それから地元の事業者と組んで、私たちは、あくまで伴走役、もしくは通訳として、そういったお手伝いをやっていくというような取り組みをしています。

ちょっと細かいですけど、公民連携の事業スキームということで、いろいろな公金と、民間の自己資金の扱い方とかの整理をしたり、

事業評価のチェックを外部で入れたりとか、そういったスキームの構築ということもやっています。



もう一つが、公共空間で民間事業が収益を上げて公共に再投資するというのではなく、このコンテンツ・ホルダーの方と、規制緩和をして面白いシーンをつくらうということを今やっています。

ここは、駅前の広場にスケートパークをついたのですが、このときはいわゆるステーキホルダーの方と物事を決めていくのではなく、「コンテンツ・ホルダー」と呼んでいるのですが、スケボーチームのリーダーとか、フットサル場の経営者の人たちとか、街中でボールがけられて、スケボーもできるような場所をつくりたいと願う方々と一緒に、実験をしながらそういう空間をつくって、意思決定をしていくという進め方をしました。

ルールも、自治的にやろうということで、ボール遊びもできるし、スケボーも、BMX もできます。たき火も、バーベキューも許可なしでできます。その代わり、自由と責任という考え方、つまり、広場を使う一人、一人が、自己責任でやっていいことと、悪いことを判断し、広場を守っていきましょうというようなことをやったりしています。

このようなプロセスを、一緒にデザインしていく仕事を、この「PLACEMAKING」という

考え方でやっています。これは、今までよくあるような、行政の計画策定、それから整備事業、次に管理、そして活用段階で指定管理者制度などが加わって、最後に利用者の皆さんの手元に都市空間が届くということではなくて、埋もれているニーズとか、ウォンツに対して、適切なソリューションの検討と、それを誰がやるかという事業者を見つけ、それにマッチした最適な空間と運営の最適解をつくって、最終的に行政計画に位置付けるという、逆のベクトルで物事をつくっていくというのが、これから必要なんじゃないかという提案をしているものです。

公民連携でやる中でも、こういうようなかたちで、公共空間が、施設も含めたいろいろな場所が、皆さんの居場所になっていくことが、最終的に、住んでいる方にとってプラスになると考えています。生活の質が向上して、シビックプライドが生まれるという循環の中で、これからの人口減少社会の中でも、都市間競争を勝ち抜く、選ばれる都市になっていくと考えています。

私からは公共空間の活用とか、そういった観点で、いろいろとお話をさせていただければと思います。以上です。（拍手）

嘉名：ありがとうございました。

園田さんは、私もずっとよく知っている人ですが、あまりまとまってお話を聞くことがなかったので、大変、勉強になりました。

ハートビートプランでは、官の仕事、役所の仕事だけじゃなくて、民間の仕事もやっていて、地域の人とかと一緒に、つなぎながら考えていく、まさに、顔が見えるというようなプログラムをつくっているのが特徴で、それが官民連携の街づくりの中で、非常に重要だというお話だったと思います。

実際には、いろいろ規制の問題とか、利活用に対して、いろいろ協議が大変とかがあるとは思いますが、そのあたりは、また実践力のとこ

ろでお話いただければと思います。

それでは、最後に星野さんのほうから、話題提供をよろしくお願いします。

星野：初めまして。株式会社 NOTE の星野と申します。

私は、田舎専門でやっているため、もしかしたら畑が違うのかもしれませんが、遊休資産を活用した価値づくりといことをやっております。私自身の説明は、皆さんのお手元にあると思うので割愛しますが、一般社団法人と株式会社の両方に携わっております、そのほかに、各地域に会社があります。それは後でご説明します。

まず、篠山という場所で活動しておりますが、京都、大阪、神戸から1時間ぐらいの田舎です。ど田舎です。われわれは、「NIPPONIA」という事業をしています。これは歴史的な資源を活用して、観光をベースにした分散型の開発をするという取組で、街全体で、宿泊施設、商業施設、飲食店などを開発していく事業です。

こういう建物をデベロップしています。これは、もう20年ぐらい空き家になっている建物です。この中を、こういうふうのリノベーションして、活用していく、これは酒蔵ですけれども、酒蔵をレストランにしました。

ここでは、地域の丹波焼の器の上に、但馬牛の料理が出てくるというような、地域を表現した料理を提供しています。これも、一つの産業と考えています。また、こういう田舎で、限界集落をデベロップして、滞在施設にしたりもしております。田舎では地域になりわいがなくて衰退していますので、やはり、そこに働く人が生まれる、なりわいが生まれるというものをつくっていくという仕事をしています。

われわれは、「なつかしくて、あたらしい、日本の暮らしをつくる」をテーマにしています。ちょっと大仰ですけども、基本的にはなくなっていく、どんどん空き家になって、失われて

いく日本の街並み、建物、文化、祭りとか、そういったものを残していくためには、どうしたらいいか。そのために、われわれは文化資産を活用したビジネスと、エリアマネジメントをそこに埋め込んでいくという事業をやっています。

一般社団法人と株式会社がありますが、株式会社では事業をしており、一般社団法人では調査研究、制度設計などそういったものの普及啓発等の取組をしています。基本的には、地方・田舎専門の地域デベロッパーということで、エリアの開発、企画、計画、戦略を立てて、それに対して、事業体を必ずつくりだすということをやっています。新しい会社で資金調達をして、事業者のマッチングなどを行っています。私の肩書がいろいろ多かったのは、各地でコミットした事業をやるために、各地に会社をつくっているためです。

やっていることは単純で、古民家などのある用途で活用することによって、そこに事業が生まれる。逆のパターンもあります。例えば、シェフが来たから、カフェをつくるというパターンとか。空き家を活用して、そこに若者などの地方回帰を生んで、雇用と産業を地域で小さくつくっていくという、そういう事業をやっています。

なぜこんなことをやっているかという、これは、日本の人口です。江戸に3,000万人だった人口が一気に増えて、急激に落ちていくというようなこんな時代に、僕らは、特にこれから子育てをしていきながら、生きていかなければならないなかで、特に地方では、どういうふうに生きていったらいいのだろうと思っています。これからの考え方は、これまでの時代の考え方とは違うふうに、変わっていくだろうと思っています。

そんな中で、われわれのおひざ元、篠山でも、歴史地区でも歯抜けになるぐらい空き家が増えています。一方で、今、国は観光産業を非常

に推して、訪日外国人観光客数を、今、多分 3,000 万人ぐらいなのを、2020 年に 4,000 万人、2030 年に 6,000 万人にしようという目標を立てています。産業自体も、「自動車産業と同じぐらいの、15 兆円ぐらいの産業を目指す」と言っていますので、地域資源を持っているわれわれ地方としては、ビジネスチャンスだと思っており、この市場をどう狙っていくかということが重要と考えています。

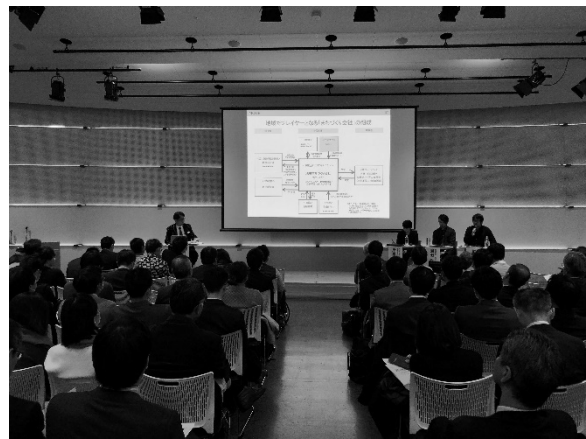
国の資料によると、定住人口が 1 人減った分、どう地域経済を考えていくかという、国内旅行者だったら 25 人必要ですが、外国人旅行者なら 8 人分でカバーできるところが述べられています。外国人旅行者を 8 人泊めると、1 人のひとがそこに 1 年間定住しているのと同じぐらいの効果があるということです。

実際に、これは事例ですが、篠山の城下町全体をホテルにするというプロジェクトをやっています。目的は、城下町のホテルをやりたいのではなくて、その地域を再生するために、そういった機能を入れているということです。こういった古い空き家を、ホテルに改修していくというようなプロジェクトです。

デベロップの考え方ですが、分散型で、面的にとらえてやっています。1 期目が 4 棟 11 室から始めました。徐々に、空き家を任せてもらえるようになり、今は、4 期目で 9 棟、21 室のホテルになっています。また、ホテルだけでなく、地域のお店とか、新しくわれわれが誘致した事業者だとかが入って行って、町全体で、古いものから新しいものまで楽しめるようなデベロップを目指しています。

先ほど言ったように、基本的にはその地域にまちづくりの会社をつかって、そこにわれわれも出資したり、コミットして役員で入ったりしながら、地域の人と一緒に、必ず会社をつかってやっています。最近では、自治体とか、地銀、新聞社などと連携した取り組みも多いですし、JR 西日本からはご出資いただいて、一緒に取

り組んでいるという状況です。



これから全国に、この取り組みを広げていく予定で、現在、全国で大体 15 カ所ぐらいあり、今年は、さらに 10~20 カ所ぐらい増やしていく予定です。

とにかく、建物をつくりたいのではなくて、地域にこういった働く人が増えていくこと、新しいなりわいと暮らしをつくるということが重要であり、そういったシーンをどうつくっていくかということです。各地域に特徴がありますので、その地域の特徴に合わせた、魅力的なコンテンツをつくっていくことをやっています。一応、ブランドサイトもありますので、もしよければ、見ていただけたらと思います。以上です。ありがとうございました。（拍手）

嘉名：ありがとうございました。

私の中では、篠山の古民家を再生した「集落丸山」の話が有名だと思っていましたが、今日、話を聞いていると、今それが、もうどんどん、どんどん各地に広がりを見せてきているところでした。また、まちづくりの会社の体制やスタイルみたいなもの話もありましたが、そのあたりについては、また後で、少しお話を聞かせていただければと思います。

それでは、トークセッションに入っていきたいと思いますが、その前に、先ほど冒頭に、事務局のほうからも話がありました質疑応答の方法についてですが、配布資料に Slido の使い

方が入っていますので見ていただき、もし、この人にこんなことを聞きたいとか質問があれば、皆さん、どんどん、どんどん、入力してください。また、いわゆる Facebook とかと同じで、ある人の質問に対して「いいね」を押せるので、時間の範囲内で、いいねが多いものを中心に、皆さんからの質問を、コメンテーターの方に投げっていくようなかたちにしたいと思っていますので、ぜひよろしくをお願いします。

それでは、トークセッションで何をお話するかということですが、冒頭で申し上げたとおり、今回のテーマに、「実践力」というキーワードが出てきています。今回は、テーマとして、公共空間の利活用と、遊休不動産の活用、それから、地域における事業創出、ビジネスを生み出していくことのきっかけ、あるいはそれを組み合わせることで、地域をどう活性化していくか。実際に取り組まれている方々に、話題提供をしていただきましたが、東京会場でもキーワードで出てきた言葉で、「失敗」というのがありました。

おそらく、かなり目に見えない失敗や、うまくいかなかったみたいな経験もあるかと思われる。とかくこういうシンポジウムやフォーラムみたいなところでわれわれが話をしている内容は、うまくいったこと、成功したことを、結果としてお伝えすることが多いです。もちろん、それはそれで非常に重要なことだけれども、いざ、参加された皆さんが自分の地域で何かやろうとすると、ちょっと違うというか、細かいところが違うことがよくあると思います。

もちろん、東京会場でもコメントがあったように、同じ地域は2つとないわけですから、当然、どこかでやられていることをそのまままねても、うまくいくはずはないです。うまくいくはずはないですけれども、やはりそうは言いながら、実践力、うまくいくためのヒントみたいなものを、ぜひ、お知恵としていただきたいということだと思います。あるいは、皆さんとそ

のあたりを、どうすれば突破できるのかみたいなことから、まずはやっていきたいと思います。

岸本さんから、いいですか。「実践力」というキーワードで、失敗も含めた自分自身の経験とか、あるいは、そういうことを特徴付けるような事例とかエピソードみたいなものを、まずはご紹介いただければと思います。

岸本：実践力、なるほど。私は不動産の仲介とか運営、企画もやっていますが、「いまだに仲介もやっているのですか」とか、よく聞かれます。ずっと仲介をやっていると思っている理由の一つに、関わり続けることで、そのその時々ニーズとか、そのエリアの特徴とかというのを知ることができるからです。

仲介というものは、すごくドライな仕事に見えがちですけれど、仕事を通してニーズをストックしておく、いざ、何かプロジェクトが始まる時とかに生かされたりします。地道なヒアリングであるとか、運営している中でのオーナーの声とかというのを、ちゃんとまとめておくこと、体に入れておくということを、大事にしているところです。

なので、今は、先ほどの物件もそうですが、ほとんどの物件は、一般の賃貸の検索サイトとかで入居者の募集をしたことはありません。知り合いの知り合いとか、本当にチラシをつくって、そのエリアの方々に配ってもらうとか、そういう結構、地道なリーシングをやっています。数が多かったらいいというわけではないので、自分たちが借りてほしい人とか、情報を届けた人にきちんと届くような、リーシングの仕方を整備するというのを、気を付けているところです。

嘉名：先ほどの話題提供にあった、「ストックできるリーシング力」と書いていたリストを、ちょっとほしいという感じがしました。あれは、どうすれば、あんな分厚い、良いリストが手に

入るのでしょうか。そこには、実践力のようなものがあるような気がします。

岸本：そうですね。やはり、一日、二日でできるものではなくて、関西に帰ってきて5年ぐらいたちますが、やっとそういう借りる人もたまってきた、ある程度、入居希望の待ちがあって、こういう物件があったらご紹介できるという人が増えてきたということはありません。

嘉名：そのために、特別、何かをやっているというわけではないのですか。

岸本：自分の得意な分野みたいなことに対しては注意するようにしています。職住一体の物件サイトをつくるのは、やはり店舗兼住居を探している方が、問い合わせとか、知人ベースでもすごく多いので、それと、京都という町にも合っていて、今後の時代性にも合っていると思うので、そういうところを強化していこうと思っています。どんどん、自分の得意なところと、町が得意なところを伸ばしていくというような仕事の仕方をしていきたいと思っています。

嘉名：なるほど。

では、もう1つ、質問をさせていただきますが、大家さんは、京都の方でしょうか。大阪の人は、京都の人をめっちゃ怖がるんですが、京都の大家さんは、かなり保守的な人が多そうな気がしています。

岸本：大家さんは、京都の方ですね。基本的には、京都の方は厳しいかもしれませんが、基本的に個人の投資家というよりは、所有者の方、地主さんから相談を受けることが多いですが、やはり、京都に最初に来たときは、結構、失敗をしました。登記簿謄本を調べて、気になる物件とかにお手紙を出したりとかをやったりしましたが、やはり京都では、そういうのは結構

煙たがられるところがあります。

嘉名：いわゆる、怪しいやつに思われたってことですね。

岸本：はい。なので、こういうことをやっていると伝えた上で、必要な時にあちらから来てもらうようにするほうがいいと思いました。

京都以外でもやっていますが、すごく信頼できる人がお勧めしていることに対しては、京都の方は信頼してもらえるように思います。そういう意味では、本を書いたりして、理解してもらえ人の数を増やすといったことでは良かったかと思っています。

嘉名：なるほど、分かりました。また後ほど、さらに深掘りして聞きたいと思います。

では、続いて、園田さんはどうでしょうか。「実践力」についてですが、公共空間の活用は、うまくいかなかったり、協議していく中で、やはりそれは駄目みたいなこともいっぱいあると思うし、1回目は成功したけれども、2回目に同じことをやると、駄目だったみたいなこととか、多分、いろいろなことを経験されていると思いますが、いかがでしょうか。

園田：では、うまくいかなかった時の話をします。やはり一番は、なぜやるかということ、最初に、みんなですっきり共有して始めないと、当たり前の話ですけれども、うまくいかなることが多いと思います。

先ほどの先進事例の動画にもありましたが、始めること自体は、そんなに難しくはないのですが、それを続けていく段階で行き詰まることによくあります。社会実験自体は、あくまで実験なので、別にそれをずっとやっている必要はなく、本来は役目を果たしたら終わるべきものなのです。しかし、継続的にその取組を実施していくとなった場合でも、公共空間は基本的

には行政が土地所有者なので、異動の際に担当への引継ぎがきちんとされないと、当初の思いとか、目的がきちんと引き継がれず、たまたま方が分からなくなって、頑張っ続けてること自体が目的化してしまい関係者が疲弊するケースがよくあります。そういうのは、失敗というか、非常に疲れますし、結果、街に対して、あまり意味がなくなってしまうということになります。そうならないように、常に「なぜやるか」ということを関係者の方々と確認しながら進めていくことを意識しています。

あと、「実践力」というところでもう一つ話をすると、僕も建築出身なので建築を扱われているお2人の話を聞いていると、分かるのですが、建物をつくるときは、特に住宅の場合、どういう家族構成で、子どもさんの趣味が何であってなど、その空間を利用する人の情報や要望を細かくオーナーにヒアリングをして、それでオーダーメイドの空間をつくるというのが当たり前の話だと思います。しかし、それが公共空間になった途端に、「みんなの意見、市民の意見」と言って、誰のためだかよく分からない、最適解がないものをつくることになりがちです。

活用の時も、すごく大事なことは、誰と決めるか（意思決定するか）ということ、行政や主要な関係者と最初に共有しておくことです。例えば、先ほど紹介した「コンテンツ・ホルダー」について言えば、豊田市の場合は人口が約43万人おりますが、駅前の約1,000㎡の広場をどうするかということを決めるのに、43万人で話し合う必要が、本当にあるのかどうかということです。

大勢の意見を聞いて折衷案で整備を行うと、ただ芝生を張ってそれで終わりみたいな話になってしまう危険もあるので、最初に検討メンバーを公募した上で、このコンテンツ・ホルダーの方と決めるのだ、ということ明確にして進めました。公募において「この内容を、この

方法で決めます」と言った以上、結果的に、パブコメもやっていません。その手続きの中で意思決定をし、行政もきちんと改修することを決めています。公共であっても、きちんと顔の見える関係をつくっていくということが、「実践力」という意味では、大事なのかと思っています。

嘉名：豊田市の事例がありましたが、あそこは、広場は何個ありますか。かなりいっぱいありますよね。

園田：駅前に結構あります。行政の土地もありますし、再開発が駅周辺でいくつもありますので、再開発事業ごとに、民間の広場が複数あるといった状況です。

嘉名：よく陥りがちなのが、全部カフェになるとか、全部フリマになるみたいなパターンだと思いますが、そのあたりは、そうならないようにコントロールしているという感じですか。

園田：そうですね。先ほど言った、「PLACEMAKING」の中に、「The Power of 10」と言う考え方があって、改修する対象の広場が1カ所だとしても、それだけでは最適解を見つけるのは結構難しいので、最初に周辺の類似のものを10カ所ぐらいピックアップして、いろいろ全部を見たときに、適正かどうかを判断するというものです。

先ほど話をした、芝生の広場でうどん屋さんをやったのはそういう考え方も踏まえています。ここはカフェでもいいかもしれませんが、再開発ビルには若い子が行くような新しいお店があっても、背広のおじさんが気軽に行けるような場所がないような状況から、公募事業者の方が中高年の方や親子連れが気軽に来られるところをつくるために、カフェじゃなくてうどん屋さんになりました。

スケボーをやったりするのも、まちなかに1カ所ぐらいスケボーをやれる場所があってもいいよねというような話で、全体の中で最適が取れていれば、個別はいろいろであっても、いいのではないかというような話はしました。

嘉名：なるほど。あともう一つ、コンテンツ・ホルダーの説明で、何か、皆さんで話し合っているところがありましたが、めちゃくちゃ面白いと思いました。子育てママ、PTA、このあたりはどこでもいそうだけど、森林組合とか、スケボーのお兄ちゃん、それから囲碁クラブはなぜみたいな。こういう人を、どうやって見つけてくるんですか。

園田：こういう人達は、いろいろ紹介してもらった方々ですね。でも、最初に、市の若手職員の方に、「面白い人リストを100人分つくってください」というのを言いました。僕だけじゃないですけども、行政も含めて、みんなで手分けをして、話をしに行ったり、飲食店だったらご飯を食べに行ったり、飲みに行ったりといったことをやりました。

コンテンツ・ホルダーの方がいいと思うのは、動機が明確なことだと思います。例えば子育てママの場合は、子育て支援施設とかは立派なものがあるのですが、晴れた日に安心安全に外で遊ばせてあげようと思うと車で遠くの公園まで行かなきゃいけないとか。

フットサル場の方は、市内の公園が全部ボール遊び禁止だから、毎年グランパスが最下位争いなんだといった危機感を持っていたり。スケボーチームも、まちなかのスケーターは大体友達だから、俺が全部そういう仲間を仕切るからやらせてくれと。囲碁クラブの方は、普段は室内でやっているけど外で囲碁を打ったら気持ちいいみんなに知ってもらえるかな、みたいな。高齢の方がいらっしゃっていいと思ったのは、彼らは週末や休日ではなく、平日の昼間に

広場でやりたいと言ってくれたことです。

嘉名：なるほど。平日の昼間は、一番人がいない時だから、逆にいいんですよ。

園田：そうなんです。だから、平日の昼間、おじいちゃんたちが囲碁を打っていて、夕方になると、子どもたちがスケボーをしに来てみたいなシーンが、イベントじゃなくても、日常でできてくるというのは、こういうメンバーだったからなのかと思います。

嘉名：なるほど、ありがとうございました。これは、面白い人リストを100人つくってください、というところは、皆さんがメモるところです、という感じですかね。

それでは続いて、星野さんに聞きたいと思います。最近、やはり空き家の活用はすごく注目されていて、おそらくNOTEにも、山のように相談が来ているとは思いますが、「何かに、使ってほしい」といった漠然としたことをおっしゃる方も多いのではと思われまじ、一方で、ちゃんと事業としてうまく回るところと、そうでないようなところが、多分、ご経験から言えることもあるように思いますが、そのあたりについて少し教えてください。

星野：一言で言うと、地域のコミットだけだと思います。われわれによくそういう依頼が来る時は、企業誘致みたいに、NOTEが来てくれたらホテルができるのではないかとされていて、相談されることがすごく多いです。僕らは、あくまで先ほどお伝えしたとおり、地域の人間でもないですし、やっぱり地域のことは、地域の方が一番ご存知で、思いも強いので、その地域の行政も住民も一緒ですけど、自分たちの町を自分たちでどうにかしたいという思いがそこにはないと、われわれがお手伝いできるところは、逆にないと思っています。

われわれは、やはり土地勘もなければ、そういったつながりもないので、そういったところは、地域の方にやってもらいたい。お金のところとか戦略のつくり方とか、建物はどう使って、いくらぐらいお金がかかるのかとか、そのお金はどうやって引っ張ってきたらいいのかといったところは、われわれの得意分野で、仕事としてやっているのだから、そこに対しては、お力添えはできるんですけれどね。

なので、地域側にコミットがない場合は、お引き受けしない場合もあります。先ほども言ったように、地域と一緒に会社をつくったり、結構、本気で身をささげているので、途中で地域側に引かれてしまうと。

やはり地域側にも、ちゃんとそれを受けて、一緒にやるという胆力がないと、難しいかと思えます。

嘉名：その胆力を持っている、あるいは、コミットすると言っている、人や、その地域というのはどのような特徴とかがありますか。

星野：いろいろな場合がありますが、熱血行政マンが、「ここを何とかしたいんだ」と言って、相談してくるパターンがあります。

嘉名：熱血行政マンですね。

星野：はい。役所内を説得しつつ、「地域に、こんな人がおるからたきつけてくれへんか」と言う場合もありますし、逆に、地域で活動されていて、今までいろんな活動をしてきたけれども、やはり出口が見えないと。1軒、2軒、ちょっとカフェをやったり、ゲストハウスをやってはみたけれども、やはりそれだけだと、どんどんその運営だけに必死になってしまい、町全体として、なかなか良い方向に向かわないといった悩みを持たれていて、もう少し面的に、ちゃんと取り組みたいといった相談などです。

大体、この2パターンで、地域の方から相談が来たら行政と組むようにしますし、行政の方からだったら、地域のキーマンを探しだすアプローチをとっています。

嘉名：建物を持っておられる方からの相談とかはどうでしょうか。

星野：そのパターンもあります。建物を持っている方が、その地域への思いのある方というパターンもありますし、建物を持っている方に会いに行ったら、今、この人が活動をしているから、この人と一緒に何かできないかといった、つながりができることもあります。

だやっぱり1軒だと、われわれの場合は難しいところがあります。やはり面としてやらないと、なかなか魅力が出せなかったりするので。その時には、必ず1軒のご相談でも、周りにそういう建物はありませんかとか、そういう活動をしている方はいらっしゃいませんかとか、そういう探りは必ずするようにしています。

嘉名：篠山のケースについて少し教えていただけますか。

星野：篠山は、ある意味、ここから始まったと言える場所であり、もともとわれわれがいたので、今となっては特殊なケースです。あそこの家が空いたから、こういうものがあつたらいいみたいなプランを、先ほど、園田さんがおっしゃっていたように、勝手に考えて、何となくプランを書いて、概算まで出しておくと、家賃も大体出るので、今の人が出たらこれぐらいで貸せるとか、そういう人が来たらいいなと思っていると、何となく周りに情報が伝わるので、そういう人が来たりとかしました。

ただ、やはり家賃相場があるので、それに沿ったかたちはとりました。あとは、イタリアンのシェフが来たらいいと思っていたけれども、

カフェオーナーが来たら、ちょっとプランを変えればいだけなので、そのときに合わせましたが、全体としてどういう町であるべきかという妄想、僕らはこのことを「妄想」と言っていますが、必ずどうあったらいいかというプランをつくっています。

嘉名：行政からの場合、まちづくりの構想があってというところから、相談がスタートしていないということなんですか。

星野：そういう場合は少ないです。最近だと、行政から「こういうまちづくりをやりたいけど、どう戦略をつくったらいいか」といった、戦略づくりから関わらせてもらうこともあります。

それに基づいて、デベロップ事業化をしていくこともありますし、行政によっては、例えば、市民のための住宅があるのだが、その扱いについても困っていて、そういうことも含めて、面として考えたいなどといった相談もあります。まず、戦略をつくるフェーズから、コンサルとして関わらせてもらいますが、ただ、コンサルで終わってしまうのは嫌なので、だったらちゃんと事業化する方向を考えましょうということを、いつも考えています。

嘉名：分かりました。ありがとうございました。

いろいろパターンのケースがあるということでしたが、一言で言うと、地域のコミット力、それから、妄想が大事ということでしょうか。ありがとうございました。

時間も残り少ないので、もう一つの話題のほうに行きたいと思います。今回は、官民連携まちづくりですので、官民連携のあり方という話に、少し話の方向を移していきたいと思います。

第1部の中でも、「プラットフォーム」といったキーワードがありました。多分、会場の中にも行政の方がたくさんいらっしゃると思いますが、民間で、まちづくり組織とか、

エリアマネジメント団体とか、いろいろな主体が活動しようとしている時に、行政はどのような支援ができるのか、行政はどのようなパートナーシップができるのかといったことについて、少しお話を移していきたいと思います。

例えば、公共空間の利活用は、非常に分かりやすいと思います。規制があるから使えないということなら、それを緩和していったらどうかといったこともあるでしょうし、遊休不動産の活用というケースで言えば、やはりどこのものか訳の分からないものには貸すことはできないといった話の中で、少し信用を補完してあげるといったところもあると思います。

それから、先進事例の動画で紹介されていた熱海の事例もそうですが、新しくビジネスを生み出していくような取組で言うと、どちらかと言うと都市計画よりも、産業振興といったとかといったジャンルの人が、ビジネスを起こしていくことにサポートをするなど、多分、支援のやり方はいろいろあると思います。

行政、あるいは官民連携といった視点で、どのようなサポートが考えられるか、若しくは皆さんが期待することでもいいし、どういう枠組みや関係性があるとうまくいくのかといったことなどについて、少しコメントをいただけますか。では、今度は、園田さんからよろしいでしょうか。

園田：公共空間の場合、規制緩和もそうですが、いろいろな視点があると思います。その中で先ほどの話の続きとして、誰がどのように決めるかということについて、権限委譲ということについてひとことお話したいと思います。

官民連携の場合、民間の方がやりたいことと、行政が公益性とか公共性の中で主としてやるべきことが一致しているからこそ、連携ができるのだと思います。その信頼関係がきちんとできていれば、その事業の当事者にできるだけ判断や権限を渡してほしいと感じています。事業

を実際にやろうとする際、制度がハードルになる例として、今ある道路の規制緩和などは国交省の方でもいろいろやられています、実は警察関係とか、建築がらみでは建築基準法の問題が出てきたりとか、保健所との協議では食品衛生法の問題が出てきたりとか、実はそういった分野で検討が立ち往生することがあったりします。

公民連携として一緒に事業を行う民間の方をイメージをした時に、何が本当にネックになっているのかということ、きちんと一緒に、行政の方も伴走してそのことを捉えてほしいと思います。規制の緩和や調整は、一民間の事業者が窓口へ行って解決できることではなく、行政でなければできないことですので、そこで官民連携の強みが発揮されます。そういった点では、豊田市もそうでしたし、先ほど紹介した姫路市もそうですが、行政の方は、もしやりたいと思うことや、みんながやるべきだと思っていることができないのであれば、既存の条例や法律自体が間違っているのかもしれない、と、それぐらいの思いでやってくださいました。

行政の方も、本当に信頼できる民間の方が見つかったときには、その方のやりたいことを最大限実現するということを判断基準に置くような、そういったところこそが官民で連携することの意義ではないかと思います。

嘉名：なるほど。やはり素晴らしい行政のサポートがあってこそですね。

園田：そうです。本当にそうだと思います。

嘉名：ということは、「無理です」と言われたことが、あまりないといった感じですか。

園田：行政からですか。

嘉名：はい。「それはちょっと無理、無理、無

理」といった感じのことを。

園田：毎回、言われます。基本的には。

なぜ無理かという理由について、やはり都市の経営者、経営体として、行政がやるべき投資とか、それを抑制しているものが、行政の中にルールとしてあって、それでやりたいことができないのであれば、「もう一回、再考の余地はないですか」と言ってみたりします。まあ、2回目も大体、「余地はないです」と言われるんですけどね。

しかし、なぜやるのかとか、そういうことを考えてずっと議論をしていくと、どこかのタイミングで、確かにそれは、もしかしたら、今、常識と思っていたことが、その判断基準が昔のもので、そういうことが正しかったときの常識であって今は違うのかもしれない、といったように、理解いただけることがあったりするんです。

嘉名：先ほど星野さんから、すごくやる気のある行政マンが大事だということがありましたが、それは、やはり個人の力なのでしょう。行政マン個人の力なのか、それとも最近、行政自体もすごく変わってきていて、どんどん官民連携みたいなことを積極的にやろういったことになってきているのか。そのために、変えるべきところは変えてもいいということが、結構自然に、普通になってきたということなのか。そのあたりについて、星野さんはどうですか。

星野：両方あるかと思います。昔の地域活性の例で言うと、本当に一人の、そういうスター公務員みたいな感じの人の力だと思いますが、最近、そうでもないかと思ったりもしています。

やはり、そういうことへの理解があったり、特に、僕らと同じ世代ぐらいの行政の方が、役職に就きはじめて、何かを一緒にやろうという時に、僕らは武器を渡してあげて、一緒にやっ

ていくという場面が、結構出てきている中で、その上司も、結構、しっかりチームとして理解がある場合が多いので、総じて、理解が高まってきたのではないかと考えています。

嘉名：私は大学の先生という立場から学生を見ていて、やはり、学生は、基本的に仕事というものは探すものではなく、会社に入ることだという意識が、すごくあるように思うことがあります。そうではなくて、仕事というのは、別につくってもいいわけです。本来は、自分に合った仕事を、自分でつくればいいとわけですから。

多分、民間や地域に住んでいる人たちだけでなく、役所の人たちもそういう意識に変わってきているように思います。最近、役所の若い人で、すごく元気な人が多くて。

星野：多いと思います。

嘉名：そうですね。役所の仕事を通じて、自分の自己実現みたいなことにつなげていくとか、それが地域貢献につながればいいと思います。そういう人とうまくつながっていくことが、重要ではないかと思っています。

岸本さんは、行政とのつながりについて、どうですか。

岸本：期待することも含めて、2点あります。

1つは、先ほどおっしゃっていたように、信用というものは、すごく大きいと思っています。今、京都府からの委託で、お年寄りの家の1室に学生が住むという、京都ソリデール事業というのをやっています。

この住まい方みたいなことは、前職ぐらいから考えにありました。同業者でも、同じようなことを考えるところが結構ありましたが、なかなか民間事業者が、個人のお宅の1室を貸すということは、やはりこのシステムをつくること自体に、結構、ハードルが高かったんです。

嘉名：なるほど。

岸本：今回は、京都府と一緒に事業をやっていますが、やはり行政の取組ということで、特に、お年寄りにまずアプローチをするというところで、すごくやりやすかったというか、信用度というところでかなり助かっていると思っています。行政の方とうまく住み分けと協業ができていて、すごく良かったという一例です。

もう一つは、やはり法規制の緩和ということ、いろいろなプロジェクトをやるたびに、あったらいいのになと思うことがすごく多いです。例えば京都だと、第一種低層住居専用地域の用途地域がすごく多く指定されています。この用途地域の用途の制限に関して、例えば、店舗等の兼用住宅は、その部分が50㎡以下と規定されています。その法律を検討していた当時は、その制限で良かったと思いますが、もう時代も変わってきていて、今となってはどうかと思うことがあります。

制限によって、店舗ができなかつたりとかしますが、エリアの現状は、制定した当時の状況とは違ってきたりしてきている中で、この用途地域による制限に関する規制は、問答無用で攻略方法がなく、規制に「駄目」とひっかかってしまったら、なすすべなく駄目になってしまうので。結構そういう最初の段階で、検討の余地がすごく減ってしまうことがあります。

全部が全部、緩和する必要はないですけども、戦略にのっとって、一部については、もう少し緩和するといったことが、今後行われてくると、遊休不動産の適切な活用なども広まっていくと思います。

嘉名：なるほど。建物の用途の制限とかそういうことは、行政でしか変更できませんから、そういったことをどう緩和していくかみたいなことですね。多分、それは建物単体でやって

いくというよりは、このまちがこれからどうあるべきかみたいなことと一緒に考えていかないと、なかなか用途の変更にはつながらないと思います。確かに、そういうことは、行政とうまくパートナーシップを結んで検討を進めていく必要があるかと思っています。

あと、組織や主体のあり方に関連して、もう一つ、ぜひ皆さんに、正直な話を聞きたいと思っています。それは何かと言うと、お金の話と絡めて、星野さん、園田さん、岸本さんに、もうかっているかどうかといった感じの話を、していただきたいと思っています。

つまり、官民連携の取組は、お金をどうやってどの程度稼ぐかといったことがちょっと難しいと思っています。つまり、公益性を問われるため、もうけることではないといったことと、一方で、民間の事業者として、当然、収入を上げていかないと、給料がないといったこともあるわけです。多分、収益を上げすぎると、おまえらは儲けすぎだといったことになったり、どうせおまえらは、儲けるためにやっているだろうといたことに、すぐになってしまう。このあたりのバランスいい儲け方みたいなことについて、少しお話を伺いたいと思います。

先進事例の動画で紹介されていた熱海の市来さんもですが、星野さんは、先ほど話にもありましたが、一般社団法人と株式会社の2つの顔をお持ちですが、そのこの整理の仕方や、仕分けの仕方というのは、どうなんですか。

星野：もともとは一般社団法人で、空き家の改修を非営利の事業としてスタートしました。ただ、それだけでは間に合わないのと、あとは、投資や融資とかを受ける際、結構、数千万円～数億円単位でのファイナンスが必要で、そういった投資のためにも、株式会社を立ち上げました。

一般社団法人のほうは、こういった活動を全国的に広めていく研究開発、ネットワークづく

りといったどちらかという公益事業をやっており、収益事業のほうは、完全に株式会社のほうでやっていくというようなわけになっています。

嘉名：つまり、民間としての部分と、官民連携というか、公益性を持った部分の両方を、うまくつながるような枠組みつくって、やっているということなんですね。

星野：そうです。そこは結構、難しいところです。

嘉名：難しいですね。二重人格にならないといけないところとかが。

星野：そうです。株式会社のほうで案件を受けているが、その施設は公益性が求められる市の施設であつたりとか、そういうこともあります。

嘉名：なるほど。園田さんはどうですか。

私も水辺の利活用とか、御堂筋とか、道路空間の利活用とか、いろいろお手伝いをする事が多いですが、道路空間の利活用で言えば、例えばエリアマネジメント広告を出して利益を上げて、それを活動原資にまわしたり、オープンカフェの売上を、財源として活用する話はよく聞きます。

多分、もうけることと、公共空間の活用との関係について、いろいろ考えるところがあると思いますが、そのあたりはどうですか。

園田：今日は、全国エリアマネジメントネットワークの皆さまもいらっしゃるということで、すごく通じる話があるかと思いますが、個人的な意見としては、やはり公共空間単体だけを取り上げて、そこだけで稼ぐということは、相当、特殊なところじゃない限り、もう無理だと思っています。

それよりも、公共空間を使うことの意義とは何かというと、例えば、先ほど事例で紹介した姫路市の場合は、大手前通りという道路空間が対象です。道路空間で何をやるかを、誰と話すかと言えば、当然、沿道のビルオーナーとか、1階のテナントと、一緒に考えることになります。

例えば具体的な例で説明すると、沿道に飲食店が仮にあったとして、道路空間を規制緩和で使えるようになり、いすやテーブルを出せることになった場合、いすやテーブルを出すこと自体は何も利益を生まないですが、飲食店にしてみれば、建物の賃料より、かなり安い金額の道路占用料の一部を払うことで、客席を増やせるわけで、ランチタイムなどのピーク時に、満席で断っていたお客さんにそこを利用してもらうことで機会損失がなくなり、利益として返ってくるのが考えられます。もしそうであれば、道路空間の利用の一環として、いす等の出し入れを手伝ってもらうといったことも考えられます。また、公共空間である道路空間が使えることが、すごく有利に働くテナントに対しては、ほかのテナントなどと比べて、賃料設定を高くできれば、最終的には、ビルオーナーにとっても、高い賃料で魅力的なお店が来てくれるといった効果も考えられます。

つまり、活用できる公共空間だけで考えるよりは、沿道の建物のオーナーや事業者もセットで考えれば、成立するようになるのではないかと考えています。

嘉名：つまり、星野さんがやっていることとや、岸本さんがやっていることなどもそうだと思いますが、要するに、まちの価値全体が上がることで、その取組の投資分を回収するといった考え方に転換するほうがいいということですかね。

園田：そうです。よく例えるのは、街中が一つ

のショッピングセンターだとしたら、公共空間は共用部になります。最近よく、百貨店とかでは、レンタル比を下げてでも共用部を広くして、そこにいすやベンチを置いて、一回休んで、もう一周回ってもらうといった、滞在時間を延ばして、消費機会をつくるようなことをやっています。

その共用部のお金は、テナントの皆さんが共益費として払っています。つまり、そのいすからいくらもうかるかではなくて、そうすることでショッピングセンター全体として、売上が増えるから、共益費を出してでも、みんなでマネジメントしようということであり、このことをまちに置き換えると、つまりそれがエリアマネジメントなのかと思います。

嘉名：例えば、そのことを役所の道路担当の人に話をした場合、うまく通じないこともありませんか。

園田：あります。このことは、皆さんもお悩みだと思いますけれども。

嘉名：多分、役所の人には縦割りのために自分の権限が決まっているから、そのことを分かったとしても、なかなか動くことが難しいことも考えられます。

やはり、皆さん自身が、役所の人自身が、まちの経営者の立場に立って考えるといったことが、非常に重要になってくるということですかね。

園田：おっしゃるとおりだと思います。経営の視点というものも、持っていただけたらと思います。

嘉名：岸本さんはどうですか。

岸本さんのビジネススタイルは、園田さん、星野さんちょっと違って、一つの会社で、いわ

ゆる一气通貫でやっているところかと思いますが。

岸本：設計とか不動産の仕事というのは、どうしても単発の、瞬間的な仕事の仕方になってしまい、そもそも疑問を持っていましたが、ずっと関わることで、結果的にちょっとずついろんな仕事で収益を生んでいたりしています。先ほどの先進事例の動画で紹介されていた塩田さんもそうでしたが、その後のリニューアルもやることになったりとか。

単発で見るとそれほどでなくても、長く関わっていけるような仕事をいろいろつくっていくということは、やはり面倒なところもあると思うので、参入者が少ないというか、大企業はなかなか難しいといったところもあると思います。

あとは、最近では、大きい会社が企画分野を社外に依頼する傾向があります。東京だと、電鉄系の会社などでは、子会社とかグループ会社とかに、結構、企画のところをお願いしたりしています。

嘉名：ホールディングスみたいな感じですかね。

岸本：そうです。企画の会社もグループ内などに巻き込んでいるということが多いです。私もそれに近いというか、同業者のちょっと大企業のコンサルみたいな仕事をやったことがあります。そこでは、今までの経験の蓄積から、人材について、どういう人がいればいいかといったバランスとかを企画するというか、コンサルティングをすることでしたが、そういった分野についても、今後は価値として認め、ちゃんと対価としてお金がもらえるようになっていったらいいと思います。

嘉名：いわゆる、一般的な仲介サイトには載らないような物件を扱っているということでは

よいか。

岸本：はい、そうです。

嘉名：塩田さんだと、「くせのある物件」という言い方をしますが、そういった物件は、やはり手間がかかったり、一般的には流通しない分、利ザヤ的にはちょっといいところがあったりするのでしょうか。ゲスな質問でもうし分けないですが。

岸本：そうですね。本当に市場価値がないとオーナーは思っているんで、それを前提に変なリフォームをしたりしている場合があり、私としては、若干やりにくかったりすることがあります。

今より価値が下がることはないので、どれだけプラスに、家賃とか、入居する方とかを持っていけるかというのがポイントだと思っていて、そんなに悲観的な仕事ではないと思います。

嘉名：だから、借り手も貸し手も、ウイン・ウインの関係が成り立つということでしょうか。なるほど。ありがとうございました。

そろそろ、時間があまりなくなってきたので、先ほど言った、Slidoを使った質疑応答に移っていきたいと思います。今、私の方で拝見しながら、どれにしようかと考えていたんですが、一番、質問が多い内容が、2つぐらいあります。まずはその2つについてやりたいと思います。

1つ目は、市役所の職員の方から、「街に人を呼び込むのに、どうしてもイベント頼りになっている現状があります。イベントは打ち上げ花火のようになってしまい、はやりすたりがあると思います。持続可能なものにするには、どうしたらいいでしょうか」という質問です。

それから2つ目ですが、これはちゃんと答えたい感じがするのですが、同じく市役所の職員の方からで、「本市では、中心市街地のに

ぎわいを創出するための事業について検討を進めているところです。本日の事例では、意欲のある民間の力が大きな役割を果たしていることが伺えましたが、意欲的な民間組織、市民が、現状で地域にいない場合は、どのように探せばいいのでしょうか」という質問です。

この2つは、役所の人にとって、かなり重たい問題意識というか、かなり悩ましいところかと思いますが、このあたりについて、皆さんから少し言えそうなことはありますか。例えば2つ目の、意欲的な民間組織、市民が現状で地域にいないような場合は、どうすればいいですか。どうですか、岸本さん。



岸本：「見えていないだけ？」と質問の続きに書いてありますが、やはり見える人を探すことも重要かと思っています。先ほどの、先進事例の氷見市とかもそうですが、担当者の方がいいと思えるものが、ターゲット層とずれていないということがすごく重要だと思うので、場合によっては、リアリティーが持てる世代とかに、見える人を探す側の人も変えるといったことも重要かと思っています。

嘉名：園田さんは、どうですか。

園田：私も同感です。本当にそうだと思います。多分、見えていないだけだと思いますし、あと

は、お願いしに行くものでもないと思います。役所の方が「やってください、お願いします」といったところで、だれも引き受けてくれないと思います。そもそもその考え方が違っていると思います。

行政が、特に公共でやる時に気にすべきことは、マイノリティーの方々に対して、どうかということだと思っています。先ほどの豊田市の事例だと、別にスケボーじゃなくてもよかったのですが、スケボーはオリンピックの正式種目にもなったのに、しかも別に法律で禁止されていないのに、日本は、大体、条例の縛りでできなくなっている。彼らは別に悪いことをやっているわけじゃないのに、まさに居場所がない。

それなら、そういう人たちのところに行って、どうすればいいのかといった議論をした時に、あのスケートパークは有料化したところで大したビジネスにならないと思うので、やはり無料で使える場所として公共じゃないとできない、経済価値以外の価値を判断基準として動ける公共だからこそやるべきではないかとなったんです。それだからこそ、やることに意味があると思いました。

そういった方々は、一定数いて町で普通に生活していますが、市の広報に記事を載せたというだけでは、当然、その情報は誰も見ていないし、ワークショップをやったとしても、平日の9時から5時の間にやるものは、僕らすら、仕事じゃなければ行けないですから。

ならば、個人でまちに出ていったりしないのだめだと思います。例えば、その方に趣味があるのであれば、趣味の範囲でそういったつながりの方々から話を聞いてみるとか。まちで何かをやろうとしたときに、今は何ができないから面白くないとか、そういったことを言っている人は結構いると思います。僕らも何かノウハウを持っているというよりは、仕事をするそのまちで、ひたすらいろんな方にお会いして、話を聞くということから始めます。ある意味、そんな

なに難しいことではないのではないかと
いった気もしますが。

嘉名：星野さんはどうですか。

星野：そうですね。本当に、目に見えていない
だけという可能性はあると思います。本当にい
ない場合もあるかもしれないですが、見えてい
ないだけという場合の方が多いかと思ひます。

なので、われわれも最初に、意欲的な人が全
然いないといった場合には、まずセミナーみた
いなものを開催して、何回かセミナーをやっ
ていく中で、そこに来る人の中から、やりそう
な人とかを見つけ出すことをやったりします。

嘉名：なるほど。

星野：見ていないということは、今は、顕在化
していないだけの場合も多いです。

嘉名：皆さんは、リノベーションスクールとい
うのを知っていますよね。私は、実は昨日、和
歌山市の職員のひとと、研究会みたいなことがあ
った後に、話をした時に、和歌山のまちは、今、
リノベーションスクールで、すごく活性化して
いて、星野さんがおっしゃったことに近いかも
しれませんが、何かをやりたいと思っている人
に、手を挙げてもらうチャンスをちゃんとつく
っているということの重要性を感じました。そ
ういう場をつくと、何かやりたくて、もやも
やしている人がやってくるということです。

先ほど先進事例で紹介した熱海の例も、そう
いうひとつの方法だと思ひます。それから、園
田さんがおっしゃっていたような、100人リス
トもそうだし、岸本さんのリーシング力のリス
トもそうですが、何かそういうものをつくって
いくという方法もあるし、向こうから寄ってき
てもらうというか、集まってきてもらうような
機会をつくるという方法もあるかと思ひます。

それでは、もうひとつの方の質問についてい
きましょうか。町に人を呼び込むのに、どうし
てもイベント頼りになってしまうといったこ
とについてどうすればいいか。また、持続可能
なものにするにはどうすればいいかといった
質問ですが。これは、先ほどの先進事例の氷見
市のところでも、同じような話があったとは思
いますが、どうですか。

イベントと言うと、やはり園田さんになるの
かな。そのあたりのコツとかはありますか。

園田：僕らもまちに行くと、よく「イベント屋
さん」と言われますが、ゴールの設定の問題で
はないかと思ひます。なぜ、それをやるのかで
す。例えば、「人を呼びたいからです」といっ
た返事があれば、僕らの委託費に何百万円も使
っているのを芸能事務所とかに払って、EXILE
だとかAKBとかに来てもらったら、人は来ま
すが、そういうことじゃないですよ、と
いったところから、話をはじめます。

人がなぜまちにいないと駄目なのかといっ
たことへの考え方として、それこそ、今日、す
ごくじっくり思ひったのが、星野さんがおっしゃ
っていた、なりわいをつくるとか、働くことを
つくるために、まちの人、つまり昼間人口がい
なければならぬといったこともあるかと思
ひます。

住む人を増やすことだったら、先ほどの若い
彼らが、将来住民になってくれたら、住民税と
して返ってくるのです。スケボーの彼らも同じ
です。名古屋にわざわざ行かなくても、豊田で
できるんだしたら、豊田に住んでくれるかも
しれませんが、5年、10年のスパンで投資を回収
すると思ひえば、行政がそこで、イベントをやる
ことが悪いわけではなくて、イベントをやるこ
のゴールが何だったのかということ、ちゃんと
振り返ることができれば、別に、単発で、イ
ンパクトを与えるイベントも、意味があると思
ひます。

ただし、例えば、先ほどのなりわいみたいに、定常的に新しい人が、少しずつでも入ってきて、生活するというのであれば、当然、イベントだけでは成立しないことは、いうまでもないかと。

星野：そういう意味で言うと、篠山の場合、ササマルシェというイベントをやっていたんですが、その目的は明確です。すごくおしゃれなイベントをやることで、そのエリアはもちろん、篠山というまちのテイストの価値を上げることと、もう一つは、もうテナントを誘致するということです。その人がこのまちで、試しで出店してもらい、このまちはいいと思って入ってもらうためのきっかけづくりと考えています。つまり、イベントが目的ではなくて、イベントの先にあるリーシングみたいなものを見据えています。

嘉名：役所の場合、都市再生整備計画という計画を作成します。今、学生と一緒にこのことを研究していて、都市再生整備計画の目標に、「にぎわい」といったことを、多くの自治体が掲げていて、その状況をどうやって測定するかというと、これも大半の自治体が通行量を設定していました。通行量を指標にすると、結局、イベントで人が増えたといったことが多く、やはりそこが目的じゃないということからはじめなければと思います。

今、星野さんがおっしゃったことはまさにそれで、テナント誘致といった目的達成のための手段だと考えれば、イベントの開催によって、篠山っていいところだな、ここでお店を借りようかなといった人を、増やすといった視点も必要になるといったことですよ。だからこと、この発想の切り替えが、とても大事だという気がします。

さて、まだ質疑応答の時間はあるかな。それではもう1ついきましょう。ちょっと面白いと

思った質問があったのでこれにしたいと思います。「行政は、公募で事業者を決めることが原則で、皆さんにぜひ頼みたいと思っても、それはできないことが多い。どうしたらいいでしょうか」といった質問です。これはどうですか。

園田：個人の意見ですよ。

嘉名：もちろん、個人の意見ということで。

園田：それは、公募の設計が悪いと思います。仕様書と募集要項の設計の際に、それがきちんと見えているのであれば、その人が提案したときに必ず良い評価をしてもらえるような設計をしておけば、それは成立すると思います。公募でやること自体、すごくいいと思っていて、もしその想定しているところより良い提案があれば、本来は、より良いものが採用されていくというシステムなので。

だから、裏側で変に工作することは当然できないので、どうしたらその人たちが、きちんとした適切な審査基準で評価されることになるのか、先ほどおっしゃっていた通行量のような指標で評価することはまさに悪い例で、評価の指標をどう設定するかといったことは、事務の方でもまだまだやれることは、結構あると思っています。

嘉名：なるほど、そのあたりは星野さんとかは、どうですか。

星野：われわれの場合は、公募では仕事はあまり受けられない状況になってきています。そういった場合は、しっかり行政と連携協定などを結ばせていただいて、もし、地銀とかと連携する場合は、その枠組みの中にそういったところも入れることをしっかり取り組んでいただいた上で、随意契約で取り組むことが、最近増えてきています。

事業によっては、しっかりとした体制をつくってからでなければ難しい場合もあり、われわれとしては、そういった案件に公募をだすための労力を、今はかけられないということが実情です。ただし、そこは、そういうお願いをしてやらせてもらうということもありますし、逆の言い方をすると、ある程度、そこを調整していただくと、その後の事業が、多分、地域でも調整できるということにつながり、成功率が非常に高まることも期待できます。

嘉名：なるほど。ありがとうございます。

今日は、なかなか実践力という意味では、良い回になっていませんか。自分で言うのはだめですね。すみません。

でも本当に、なかなか良い議論ができたかと思います。岸本さんはどうですか。公募みたいなことは、あんまり関係ないですか。

岸本：公募ではないかたちで、仕事をお願いされる場合がありますが、多分、それはすごい水面下で、行政の方が頑張ってくださっていると思います。

嘉名：なるほど。ということで、仕事の依頼方法はいろいろあるということですね。

それでは、そろそろ東京と中継が再開されるということなので、少し、スタンバイしましょうか。

(東京会場に合流)

6) 第Ⅱ部 トークセッション（「まちづくり組織の実践力向上」）会場からの質疑応答

①参加者による質問の提出方法

質疑応答には slido という web ベースのプラットフォームを活用し、会場参加者からスマートフォンを使って質問を入力してもらった。東京、大阪会場でそれぞれ投稿するページを分け、事前配布資料に、すぐにアクセスできるように QR コードを載せた。

同様の質問に対しては、「いいね」ボタンを押すことで、関心が高い質問が投稿画面の上位に示される。

会場では、モデレータが第二部の中で、参加者の関心が高い質問を中心に取り上げ、パネリストが回答をするという形式がとられた。

Slido : <https://www.sli.do/jp>

②会場からの質問

下記に、各会場から寄せられた質問を記す。質問がまちづくりの推進に関するものと官民連携をどう進めるか、という内容が多かったため、まずこの二つに分類した。まちづくりの推進に関しては「体制・組織」「事業」「人材・コンテンツ」「資金」「合意形成」の5つにさらに分類。どこにも入らない質問を「その他」とした。これらを下記の表の「分類」に示した。

東京会場

No.	分類	質問	「いいね」の数
1	人材・コンテンツ	事業を担うユニークな人材とどのように知り合うのでしょうか。そもそも、そのような人材は、行政との関わりを求めているように思います。また、行政の中でも、商工部門は既存の商店街の生業を守ることに注力しており（有権者との関係？）、新しい人材の発掘を担当する部署が存在しないことが現実です。	30
2	資金	行政と民間のエリマネにおける財政負担のあり方について各委員のご意見をお伺いしたいです	18
3	合意形成	鈴木さんの「地域に警戒される」については、行政としても強く痛感しています。特に昔からの有権者に警戒、反発されると、議員の力が働くことも少なくありません。新しいことの導入に際し、理解してもらうために気にかけていることなどがあればご教授ください。	15
4	組織・体制	エリアプラットフォームは一応ありながら、未来ビジョンを策定したりアップデートするのが難しいと感じています。再開発や中心市街地活性化の事業とセットではないケースやエリマネ団体の自立が求められるフェーズにおいて、未来ビジョンを策定、アップデートするための、体制構築や計画策定費用の捻出についてアドバイスがあればお願いします。	14
5	その他	まちづくりを進める上で、成功例を挙げるだけでなく、こうした点に苦労してこうして克服したとか、小さな失敗をどう回避したとかがあると良いと思います。また、自分たちの町ではこうした点が上手くいっていないなどを集め、他の町はどう克服したかをマッチング出来たらと思います。	13

6	官民連携	エリアマネジメントは行政が担うことは可能だと考えますか？	12
7	人材・コンテンツ	町の道路や商店街でマルシェ・マーケットを行う際に空間(レイアウト)設計の専門家は必要ですか？また必要な際はこういった方が専門家となり、どの様に検索すれば見つけることができるのでしょうか？	11
8	人材・コンテンツ	東京都内ということもありますが、町会の仕事は一線を退いた方がやると言う意識を持つ方が多いようで、なかなか現役世代には敷居が高く感じている方が多いように思えます。自分もまちづくりに参加できると言うきっかけづくりのヒントなど有れば、教えてください。	11
9	その他	官民連携の事例紹介では地方のものが多く感じますが、いわゆる下町のような住宅が密集している場所の中の街区公園などでやっているものは何かあるのでしょうか？	10
10	官民連携	団地や街の再生に取り組んでいます。その街に住んでもらうには、街の魅力向上が大切なことは街の皆さんの意識はありますが、行政がもっとリーダーシップをとってくれと、団地や街の方がなかなか自分ごととして捉えることができずに苦慮しています。地元の方が自分ごととして捉えるための仕掛け、秘訣はありますか？また、その専門家はいますか？	10
11	その他	公共空間を利用する際の行政や警察への許可申請の煩雑さや特権意識に辟易する事があります。国のレベルでの規制緩和や道路、歩道の民間管理システムなど現在の状況をご教授願いたい	8
12	組織・体制	各エリマネ団体により異なるかとは思いますが、皆さんがどのようなスキームで運用されているのか？に興味があります。特に活動資金について。	7
13	その他	企業が街づくりに関わる際の心構えで大事なことは何でしょうか	5
14	官民連携	公共空間をアートで満たしていく事は非常に興味深いと思っておりますが、例えば町の景観を阻害しているような首都高の壁面、あまり使われていない公園などをアート空間として利活用するには、行政や地元などとどのように進めて行くのでしょうか？	5
15	官民連携	まちづくり(官民連携)を行政と進めるにはどの部門が相応しいと思えますか？都市計画、土木、観光、商工？	5
16	合意形成	なにか新しい建物や事業をするときに、とがったアイデアはどんどん削られていき、最終的に特徴のないものができあがってしまうことがよくあるのですが、社内や地域との合意形成の際に気にかけていることはありますか	4
17	その他	良いまちが個別ビジネスの積み上げなのは重々承知している一方、人口減・経済宿退の速度に抗う規模にするには弱いとも感じてしまう。何がまちづくりの規模・実効性を高めると思えますか？	4
18	その他	行政がエリアマネジメントを仕掛けていく際には、勝手にやるというのは難しいかと思えますが、人を動かすためには魅せる説得力以外に信頼、機運をあげるには何かあると思えますか？	4

19	その他	そもそも「エリアマネジメント」って何？タウンマネジメントとの違いは。言葉だけが先行しているように思います。共通の定義はあるのでしょうか。	4
20	その他	アメリカなどの海外のエリマネの取組を、仕組として日本に应用するために、まず何から整理すべきなのでしょう。ヒントをいただくと幸いです。	3
21	その他	「ツール」として、芸術やスポーツがありますが“まちづくり”や“エリアマネジメント”には「ツール」がゴールと思えるように感じるがありますが、必要なのはそのまちのポテンシャルやノウハウ、需要と供給、人が本気で求める機運だと考えます。ただ、鶏と卵のようでどっちも一緒に行うことが大事なのかなと感じました。	3
22	その他	寺井様のお話は、リチャード・フロリダの主張を、まさに実践されていると思われ、とても興味深かったです。こうした活動が、地域 GDP (GRP) に与える影響を可視化できていたら、教えて頂ければ幸いです。	3
23	人材・コンテンツ	地元がまちづくりに積極的ではない場合に、地元に入って盛り上げていくコツやノウハウを教えてください	3
24	組織・体制	寺井さんに質問です。コミュニティ（プラットフォーム）化すると、尖った取り組みが阻害されることにもつながるとのご発言に共感しました。今までのカチコチの協議会ではなく、チャレンジや失敗も許容されるようなゆるい集合体の可能性について、お考えをいただきたいです。	3
25	人材・コンテンツ	土囊積みを例にしていた既存のコミュニティと、クリエイティブな人間関係との違いについて、もう少し詳しく教えていただきたいです。	3
26	その他	寺井さんに質問です。なぜ松戸なのでしょう。やり易い都市、やりにくい都市はありますか？	3
27	その他	高齢化率 50%越え、自治会はシルバーデモクラシー化、少ない若者は生活に余裕が無く、まちづくり活動が盛り上がりません。何かアドバイスはありませんか？	3
28	その他	人口減していく中で関係人口がキーになると思いますが、こういった連携がはかれるでしょうか。	2
29	組織・体制	男性が主催者である事例が多いのはなぜでしょうか。	2
30	資金	今後地方自治体では、（多分）扶助費の比率が上がり、まちづくり系の助成は減る方向で、自ら稼げるサステナブルな事業展開が求められて行く様に思いますが、1 番目のスライド例の場合、公民含めた協賛、補助と稼いだ資金との比率や内容が知りたい	2
31	事業	まちづくりをビジネスとして捉えたときに事業スキームを考える上で大事にしていることは？まちに賑わいがうまれると、ご自身のビジネスも儲かるという仕組み？	2

32	人材・コンテンツ	エリアマネジメントは、事業者にしても個人にしても、誰かの想い、ボランティア精神、持ち出しに頼るのは持続可能ではありません。活動の原資を生み出す仕組み、担い手をどうつくるかが、課題です。	2
33	合意形成	推進法人です。現在エリアにおける将来ビジョンを作成めざし、エリアプラットフォームを形成して議論を深め、共有をはかる方法で進めていますが、多様なステークホルダーの利害があるなかで一番大切なことは何だと思われますか？	2
34	官民連携	「公共」といっても、常に行政からの枠組みにはめられる日本の公共空間には疑問があります。新たに美しい「まちづくり」をする以前に、規制緩和なども解決策としてありえるのではないのでしょうか。官民連携の活動をされているなかで、そうしたことについての考えを伺いたいです。	2
35	人材・コンテンツ	なぜストリートバスケットのイベントを始めたのですか。	2
36	事業	今後エリア再生のために新たにチャレンジしたいこと、取り組みたい事業企画など、お考えがありましたら教えてください。	2
37	資金	地域で活動していて、フリーライダー対応をどのように考えますか？BIDのような仕組みについてどう思いますか？	2
38	組織・体制	行政などが発端となった取組が地元で根付く、継続するにはどのようなことが必要でしょうか？色々な取組を行っても行政等の手を離れるとどうしても沈下してしまいます。	2
39	その他	今日話を聞いていて、ウォークブルとか、界隈性って空間のはなしではないと思います。国交省の施策は的がかなりズレてるのでは？経産省と一緒に考えるべき。	2
40	その他	坂道でも歩行者天国の許可は得られますか	1
41	その他	建築協定、地区計画と言う規制がある街区の事例はないのでしょうか？この制度が時代の変化にそぐわなくなっていないか？	1
42	官民連携	公共空間を使う際に、行政側にはどのようにアプローチしたのでしょうか？その際に協力はスムーズに得られたのでしょうか？	1
43	その他	コミュニティが閉じているか開いているかの違いではないのでしょうか？その意味で、どう開いたコミュニティを作るかではないのでしょうか？	1
44	その他	既存のボランティア活動や町会活動との違いをひと言で言うと何でしょうか	1

45	組織・体制	成功経験を繰り返して、ネットワークや地元の信頼を得て、徐々に活動を大きくしていくと思いますが、初動期は事業規模も小さく、失敗も多いと思います。どのようにして初動期を乗り切ったのか教えていただければ幸いです。	1
46	合意形成	人口減少により都心部と言えどもサービス業主体の地域ではマーケットはシュリンクし、賑わいや不動産価値は減少していく。でも地元はその危機感がない。これだけやってくれればい。ってな感が強い。公共空間の活用、ビルのリノベーションを提案してもなびいてくれない。山はどうしたら動くのか？	1
47	官民連携	エリアマネジメントは官民連携と言いますが、官はスタート時の協議の場づくり、規制緩和、財政負担をして、後半は出来るだけ自由に民間にやらせ、官側は口を余り出さないことが成功の秘訣だと考えます。民間は集客力が上がり、様々な事業がその地域に生まれて収入が増えていけば成功で官は最終的には租税による収入が期待できるのですから。	1
48	その他	今回は行政の方に聞いてもらいたい内容です。来られてます	1
49	人材・コンテンツ	水代さんへ、朝市を盛り上げる為にどんなことをしましたか？	0
50	人材・コンテンツ	魚をブランディングしたりしましたか？	0
51	資金	活動資金の調達に苦労しています。官民と言われますが行政からの情報提供が少なく、各部門が縦割り故の弊害があり、まちが持つ課題の共有が見えない。	0
52	その他	1) 地域の価値向上と 2) 活動の継続性・事業性と 3) 担い手の報酬・満足度のバランスについて、どのように考えますか？	0

大阪会場

No.	分類	質問	「いいね」の数
1	人材・コンテンツ	市役所の職員です。本市では、中心市街地の賑わいを創出するための事業を行おうと、検討を進めているところです。本日の事例では意欲ある民間の力が大きな役割を果たしていることがうかがえましたが、意欲的な民間組織、市民が現状で地域にいない(見えていないだけ?)場合はどのように探せばいいのでしょうか。	16
2	その他	まちづくりを請け負ったとき、コラヤダメだーと思った事はありますか？具体的にどんな点ですか？	11
3	官民連携	アパルトマルシェについて。道路空間の利用にあたり、どんな行政の制度を取り入れてますか？また、警察協議での課題や課題解消方法があれば教えてほしいです。	7

4	人材・コンテンツ	市職員として、公私混同でまちづくりに取り組んでいます。私の部分で、エリアマネジメントを行っていく上で、どのようなパートナー(職種)と組むといいなどはありますか？例えば、不動産屋、設計士、デザイナーなど。	6
5	人材・コンテンツ	まちをよくしたいと熱狂しています。ビジョンを掲げて進めていきますが、どのように仲間を見つけたり、地域の方を巻き込んで行けばいいのでしょうか？	6
6	人材・コンテンツ	園田さんにお聞きしたいのですが、コンテンツホルダーの方々はどのように探すのでしょうか？コンテンツホルダーの方をまちづくりに巻き込んでいく時のコツなどあれば教えてください。	6
7	人材・コンテンツ	行政は公募が原則なので、頼みたい人に頼むことが難しく、公募では思うようにいかないですが、アドバイスを。	6
8	その他	商店街の復活のために何かを始めたいのですが、建築家でもなければ不動産業でもなく、何から始めれば良いのか悩んでいます。事例はよく建築関係の方が多く思うのですが、シロウトで始めるには、まず何を学べば良いのでしょうか？自分が育ったまちを再生させたいという気持ちだけ持っています。	5
9	官民連携	官民連携のまちづくりの事例紹介では、行政財産、普通財産を官民連携でまちづくりを進められる事例が多いですが、民間所有地で官民連携して、駅前広場の整備などされた事例があれば教えてください。もし無ければ、官と民の役割分担はどうすれば事業を進められるのでしょうか。ヒントがあればご教授お願いします。	5
10	事業	星野さんに質問。まちづくりと事業性を両立させる良い方策はありますか？不動産開発は事業性が重視される傾向が強いが、まちづくりは事業収益が生まれにくいと感じています。	4
11	その他	手掛けられたエリアの活性化は持続していますか？皆さんの手離れ後の活性化の持続にはエリアの住人が自分ごと化することが重要と考えますが、そのために意識的に行われていることがあれば教えてください。	3
12	その他	プレイヤー目線で、こんな地域で取り組みたい、こんな地方公共団体と組みたいなど、どういう視点で選ばれていますか？	3
13	事業	篠山等で古民家をリノベして小規模の宿泊所をされていますが個々の施設で採算は合うのでしょうか？	3
14	人材・コンテンツ	面白い人リスト100の話すごく興味あります。様々な方がいらっしやっただと思いますが、話し合う場に来てもらうためにどのようなアプローチをされているのでしょうか。	2
15	人材・コンテンツ	まちづくりのキーパーソンをどの様に探せば良いのでしょうか？	2

16	人材・コンテンツ	市の職員です。官民連携でのまちづくりを進めていく中でエリアによってプレイヤーがいるところや熱量があるところは進めていけますが、プレイヤーがいない(熱量がない)地域だが行政としてはテコ入れしたいエリアについてどう地域とともに進めていけばいいのか教えてください	2
17	その他	再開発とエリアマネジメントのバランスについて、大きな再開発と小さな再開発(リノベーション)のバランスが大事だと思いますが、各人が取り組んでいる地域でもし、巨大資本による開発やタワマン乱立と向き合うことになったときどうするか知りたい。	2
18	その他	市街化調整区域内の田園集落で空き家が増加傾向にあります。観光資源がさほどありませんが、里山としての魅力はあり、日本の暮らしを体感できる地域でもあります。古民家を用途変更するなど都市計画法上の課題の解決策、事例などがあればご教示ください。	2
19	人材・コンテンツ	行政の人と出会ってこの人はいい、この人はダメだ、と思う事ありますか？どんなところですか？	2
20	その他	地方都市と違い、大阪だと家賃相場が高く、大地主さんが市場に出していない不動産を所有しており、空き家・空き店舗が増えてます。どのようなアプローチで、空き家・空き店舗の解消に繋げていけばよいでしょうか？	2
21	人材・コンテンツ	まちにいる“やってみたい”くらいの気持ちを持っている人が“やりたいから実践する人”になるためのきっかけづくりやサポートについてお聞きしたいです。	2
22	その他	小さく進めるために、社会実験が必要ですか？	2
23	官民連携	市役所職員です。市役所の構造として大きな変化や緩和をすることに非常にブレーキがかかりやすいイメージがあります。パネリストの皆様の事例として行政の重い腰を挙げさせたテクニックをご教授ください	2
24	その他	【岸本さんへ】届けたい人への届け方の工夫はありますか？	1
25	その他	魅力的な街の紹介が多いですが、マンション開発によって、それが壊されたり、地価が高騰し、阻害されるエリアも出てきます。WEDO の考え方では、グランドレベルをガラス張りにすると良いと挙げられてますが、居住者しか利用できないマンションのエントランスになっている地域が多いです。地区計画で防ぐ事は可能ですか。	1
26	官民連携	市役所の職員です。官民連携の事業を始めるにあたり、官の側に有れば良いと思うプラットフォームみたいなものは有りますか？事業者側から官に事業提案するとき、官がどのような準備をしていけば良いか、ということが知りたいです。	1

27	その他	鉄道高架下がさみしく、賑わいがないことに悩んでいます。JR などへの働きかけなどの事例はないですか？	0
28	事業	街の不動産や公共空間の利活用をする上で、仕事の受注はどのようなプロセスを経て行なっているのでしょうか。積極的に空き家オーナーへの営業をしているとか、もしくはまずはつながりを作ってから自然と仕事になっていく、など。	0
29	事業	岸本さんに質問です。借主との関係性は仲介、管理のみでの関係なのか設計契約等を結んでいるのでしょうか？	0
30	事業	園田さんの事業は官民連携だと思いますが、星野さんはサブリース契約をしている段階で大手アパートメーカーと代わり無いように思います。岸本さんの事業は不動産屋と代わり無いように思います。星野さんと岸本さんに質問ですが、官民連携という点で詳しく教えてください。	0

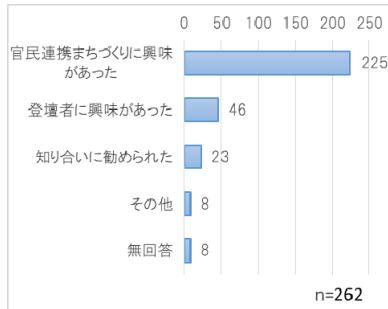
7) シンポジウム/参加者アンケート結果

下記に会場で収集したアンケートの結果を示す。

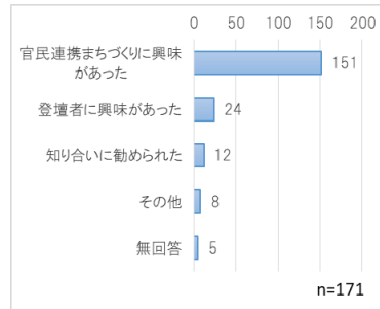
Q1. 本日のシンポジウムに参加した理由は何ですか？

官民連携まちづくりへの関心が最も多く、同テーマへの関心の高さが伺える。

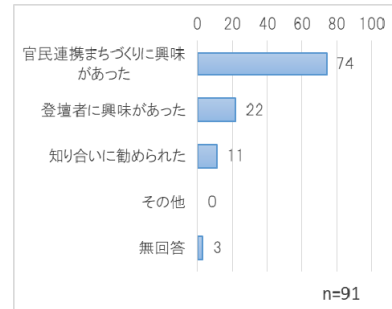
全体



東京



大阪



【その他】自由回答

登壇者の名前を挙げる人が多い。

東京

- ・ 保井先生（他 4 件）
- ・ 鈴木氏（他 2 件）
- ・ 寺井氏/MAD CITY（他 2 件）
- ・ 水代氏
- ・ 園田氏
- ・ NOTE（星野氏）
- ・ 都市再生推進法人
- ・ 来年度施策に関する情報収集、同業者等の交流
- ・ 行政からの紹介
- ・ 会社で

大阪

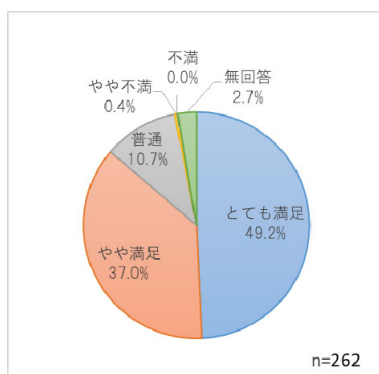
- ・ 嘉奈先生（他 4 件）
- ・ 星野氏/NOTE（他 1 件）
- ・ 園田氏（他 1 件）
- ・ 岸本氏（他 1 件）

Q2. 官民連携まちづくりの先進事例紹介（第1部）の動画の内容・時間はいかがでしたか。

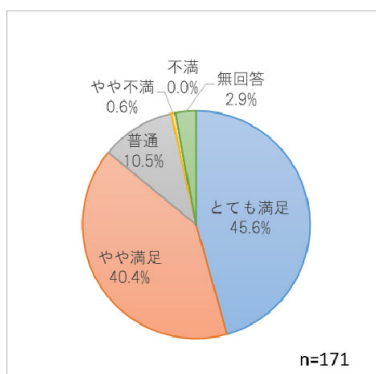
全体的に満足度を示す人の割合が約85%と高く（「とても満足」と「やや満足」を合計）、東京、大阪会場とも傾向は同じである。

◇内容

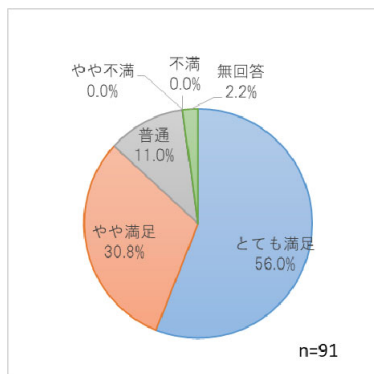
全体



東京



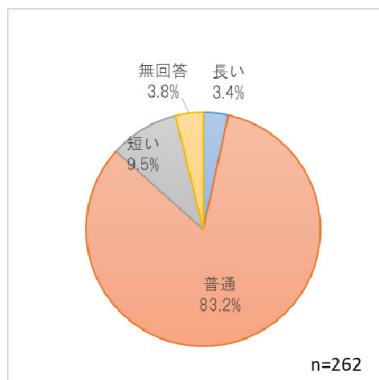
大阪



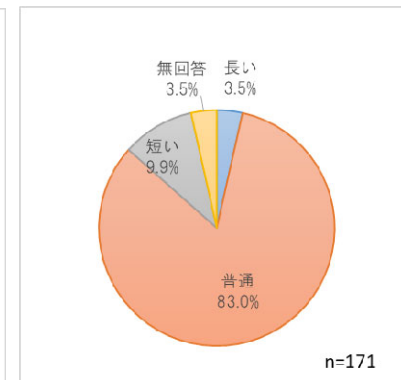
◇時間

第1部の時間に対しては、約80%の人が「普通」と回答し、開催時間の長さが適切と認識されていることがわかった。

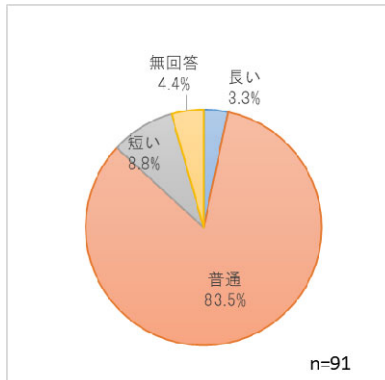
全体



東京



大阪



【印象に残ったお話やキーワード】自由回答（主なコメント）

東京、大阪ともケーススタディの都市に対する関心の高まりがみられる。動画に対する登壇者のコメントの中では、失敗を恐れない、他の事例の単なる模倣ではいけない、界索性、エリアプラットフォーム等への関心がみられる。また動画を用いた事例紹介についてわかりやすく、よい、という意見が寄せられた。

東京

<動画に取り上げられたケーススタディについて>

- ・ 氷見に無いようなオシャレな店がマルシェにある（笑顔） 限界をどうしたいかを最も考えることは他人事ではなく自分事。 そっくり真似をすると失敗する例もあり、自分なりに解釈してまちに持ち帰る。（氷見市の事例へのコメント他7件）
- ・ 顔が見える相手なら貸せる（安心感が大事）（宇都宮市の事例へのコメント他3件）
- ・ 熱海の99℃の話に行く前になぜ宿泊客が戻ってきたのかの分析情報が欲しかった。コーヒーショップも通りをうろつく人が増えたことで成り立っていることが推測できるので。（他、熱海市の事例へのコメント他2件）

<動画への登壇者のコメントについて>

- ・ 民をもっと信じて。失敗を許容する。何もないまちはない、そこにしかない人や資源が必ずある。
- ・ エリアプラットフォーム
- ・ コミュニティとアソシエーション
- ・ まちづくりに関わる人を増やしていく仕組みが重要という話
- ・ 限界やまちの「価値を上げる」事を目的とされている旨のお話（限界に関するコメント他5件）
- ・ クリエイターを守る、コンテンツを育むといった行政では気付かないアドバイスをもらえた。暮らしの場を作ること意識したい。楽しいと思うことをする。
- ・ 失敗の原因：コミュニケーションの不調。説得してはいけない。信頼を失うと失敗する。（他類似1件）

<動画を用いたことへの感想>

- ・ 動画で始まるのは時間も有効に使え、良かったです。
- ・ 動画のプレゼンがとても良く出来ていて、時間も適切でわかりやすかった。（他類似1件）
- ・ ぜひもう一度動画を見たいです。周りの人にも見せたい
- ・ 少し綺麗に編集されすぎている印象でした。

大阪

<動画に取り上げられたケーススタディについて>

- ・ 熱海は10年ほど前に温泉街が廃れていっているというニュースを見ていたが、廃れて終わるのではなく、より先の未来を見て今を動いていて、結果も見えだしているという流れを見てすごいなと思った。(他、熱海に関するコメント2件)
- ・ 借り手のニーズからオーナーにアプローチする方法 (他、宇都宮に関するコメント3件)
- ・ 富山氷見市のマルシェ事例→街の担い手、来街者双方が”遊び場”を楽しんでいる点が印象的だった (他、氷見市に関するコメント3件)

<動画への登壇者のコメントについて>

- ・ 先進事例の”真似っこではダメ” (他、類似コメント3件)
- ・ エリアプラットフォーム
- ・ 失敗とはノウハウ (他、失敗に関するコメント2件)
- ・ 民を信じることが大事
- ・ 界隈性の価値を上げる (他、界隈性に関するコメント2件)

<動画を用いたことへの感想>

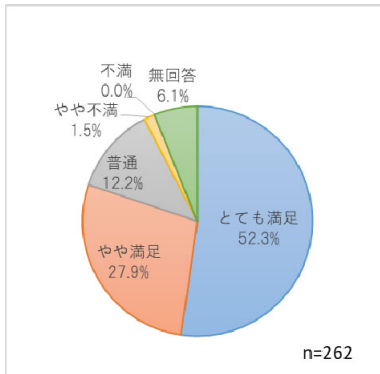
- ・ 動画としてコンパクトにまとめられており、わかりやすかった。

Q3. トークセッション（第2部）の内容・時間はいかがでしたか。印象に残ったお話やキーワードは？

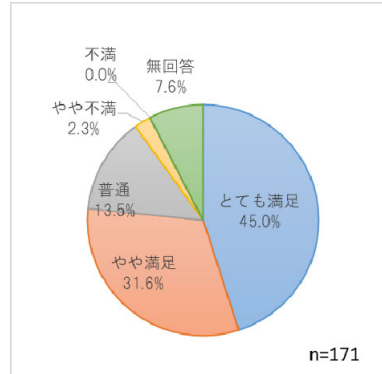
全体では、満足と感じている人が全体の約80%と高く、東京と大阪会場でも大きな違いは見られない。

◇内容

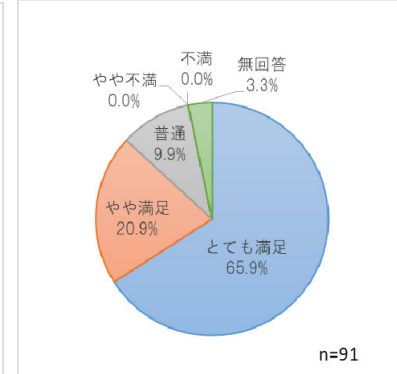
全体



東京



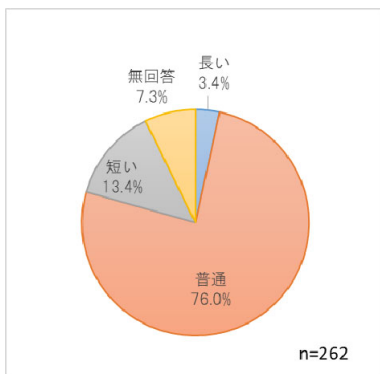
大阪



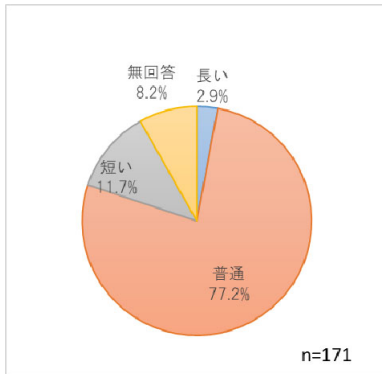
◇時間

全体では76%の人が「普通」と回答しており、トークセッションの時間の長さが適切と認識されていることがわかった。東京と大阪でもほぼ同じ傾向がみられる。

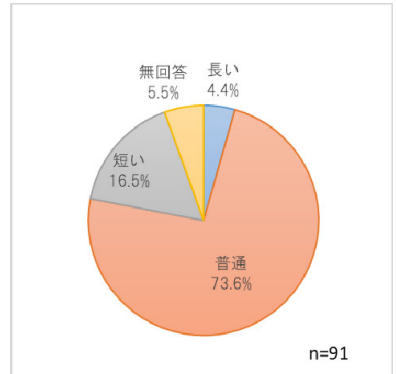
全体



東京



大阪



【印象に残ったお話やキーワード】自由回答（主なコメント）

第2部はそれぞれの会場での開催となったために、会場ごとに異なるキーワードが見られた。東京会場ではKPIの弊害、コミュニティとアソシエーション、「説得はしない」等が挙げられた。大阪会場では「面白い人100人リスト」、まちづくりを行ううえでのコンテンツホルダーの重要性、行政の関わり方、コミットメント等が挙げられた。その他、第2部の進め方に関して、スマートフォンで質問を投稿するSlidoの導入への肯定的なコメントがあった。パネリストのプレゼンが早くてわかりにくいという意見もみられた。

東京

<パネリストによるディスカッションの内容>

- ・ KPIの病い。地元の本気度。プラットフォームの形骸化、言葉だけでないものとしなければならない。(KPIに関するコメント他8件)
- ・ 限界で考える。(他1件)
- ・ 開かれたコミュニティは無い。アソシエーション。人と違うとがったことを行政と一緒にやっていくこと。地域の人に任せるではなく当事者として関わる意思があるかどうかのポイント(コミュニティとアソシエーションに関するコメント他8件)
- ・ 官民連携のやり方。鈴木氏の「説得はしない」
- ・ 行政としては活動に対する理解が必要なのだと思えた。(類似コメント他2件)
- ・ 契約の問題は難しいが行政として頑張りたい
- ・ 団体や法人を作ることが目的ではない。何をやりたいのか、まちを良くしたいという思いが大事
- ・ 鈴木美央さんの話→自分の収入の多い仕事をなげうっても、まちづくりにのめり込むきっかけと現状の生き生きした姿(類似コメント他2件)

<第2部の進め方について>

- ・ Slidoが良かったです。
- ・ 自己PRのプレゼンは早すぎて頭に入らない。大阪との同時シンポは面白い。(プレゼンの時間の長さに対するコメント他2件)

<登壇者の人選について>

- ・ 鈴木(アーキテクチャー) 寺井(アート) 水代(食) この3人が全く新しい世代の実践家たちの姿を知ることができて新しい風を感じた。役人的な語り口に染まっていないフレッシュさ! かなり民間より。人選が素晴らしい。

大阪

<パネリストによるディスカッションの内容>

- ・ 「面白い人リスト 100」は非常に参考になった。(類似コメント他 6 件)
- ・ 公共空間の利活用で、駅前広場で自治的運営を豊田市で行っている事例では、様々なジャンルの方をコンテンツホルダーとして話し合いに入れて、その意見をうまく反映しているのが印象的でした。(コンテンツホルダーに関する類似意見他 3 件)
- ・ 園田さんの「なぜやるのか」を共有することの重要性のお話など非常にためになりました。(類似コメント他 2 件)
- ・ コミットしてくれる行政でないと受けない。(類似コメント他 3 件)
- ・ 官がもっと広いルールで受け入れる体制を作るべき (類似コメント他 3 件)
- ・ 町全体を一つのホテルに。セミナー開催して人を捕える。

<第 2 部の進め方について>

- ・ ただ事例の紹介をするだけでなく、実践という観点で掘り下げていて勉強になりました。(類似コメント他 1 件)

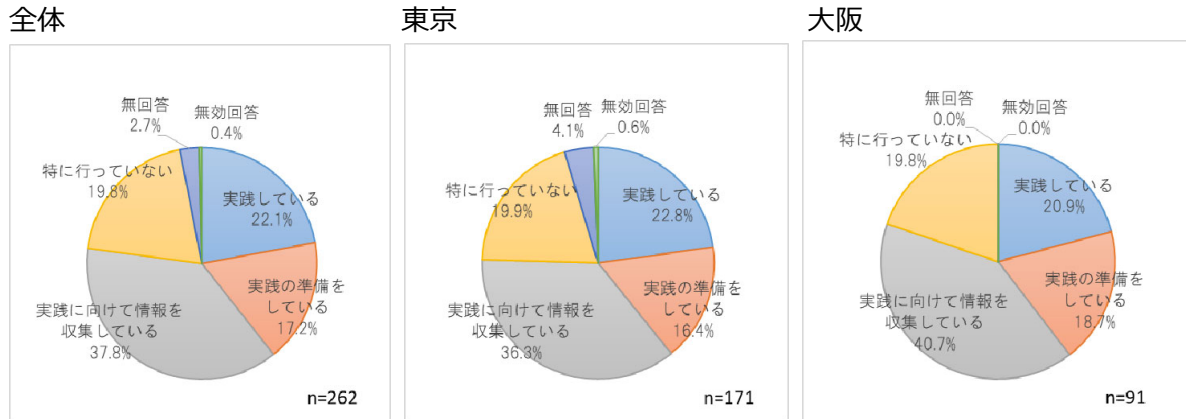
<登壇者の人選について>

とくになし

Q4. 今回のシンポジウムのテーマである (A)公共空間の利活用、(B)遊休不動産の活用、(C)事業の創出に関するご自身の取組の程度について

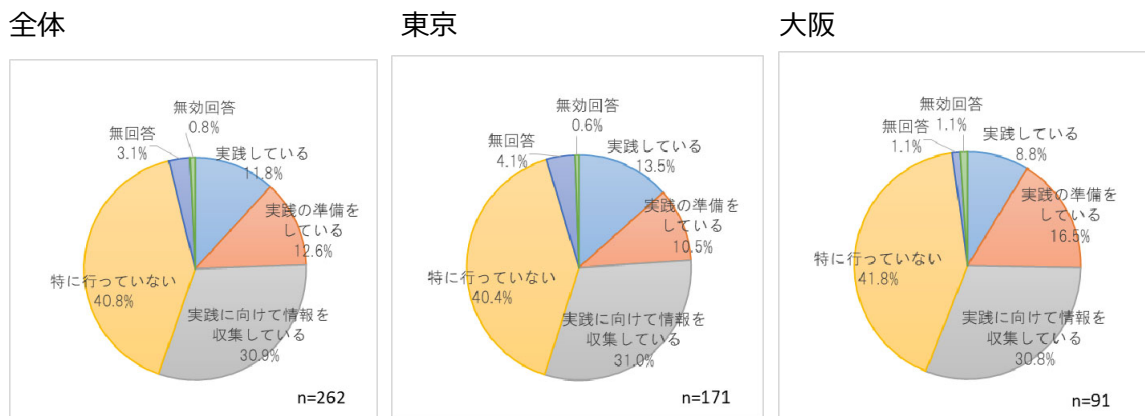
(A) 公共空間の利活用

公共空間の利活用に関しては、全体では「実践に向けて情報を収集している」人が約 38%と最も多く、次に「実践している」が約 22%、「特に行っていない」が約 20%の順に多く、本イベントを情報収集の場ととらえている人が多いことがわかる。東京・大阪の傾向もほぼ同じである。



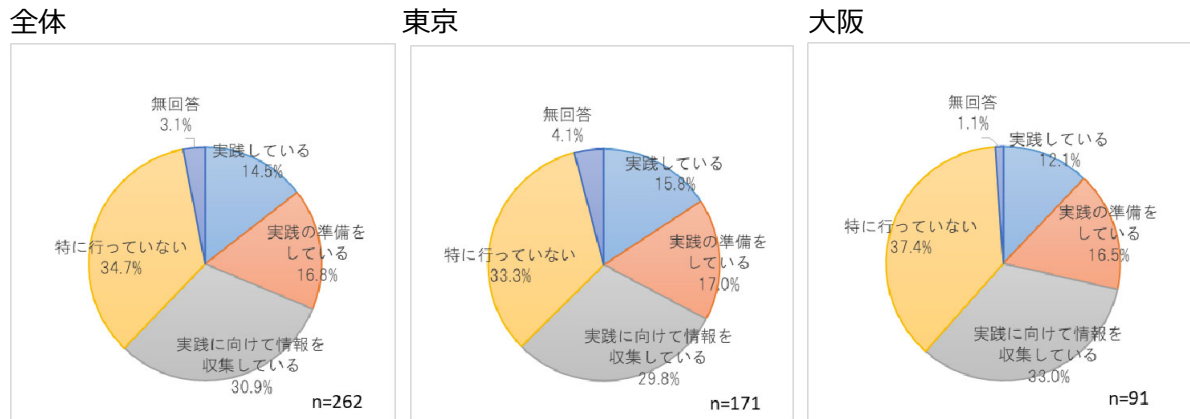
(B) 遊休不動産の活用

遊休不動産の活用については、全体では「特に行っていない」が約 40%と最も多く、次に「実践に向けて情報を収集している」が約 30%、「実践の準備をしている」が約 12%の順になっている。東京と大阪の傾向もほぼ同じである。



(C) 事業の創出

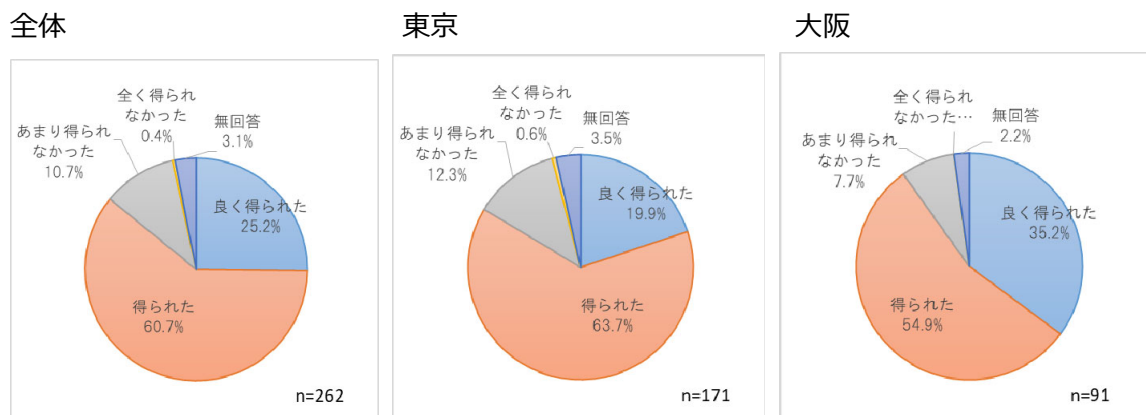
事業の創出については、全体では「特に行っていない」が約 35%と最も多く、次に「実践に向けて情報を収集している」が約 30%、「実践の準備をしている」が約 17%の順になっている。東京と大阪の傾向もほぼ同じである。



Q5. 本日シンポジウムに参加し、Q4 の 3 つのテーマそれぞれに対する実践力の控除に繋がる実務的な取組事例やヒントを得ることは出来ましたか。

(A) 公共空間の利活用

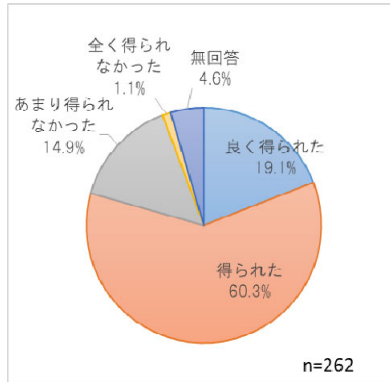
全体では理解が高まった人が約 85%（「良く得られた」と「得られた」の合計）と圧倒的に多く、本イベントにより、公共空間の利活用に関する理解が高まったと考えられる。大阪では、東京と比較すると「良く得られた」と回答した人の割合が 15%以上高いという特徴が見られた。



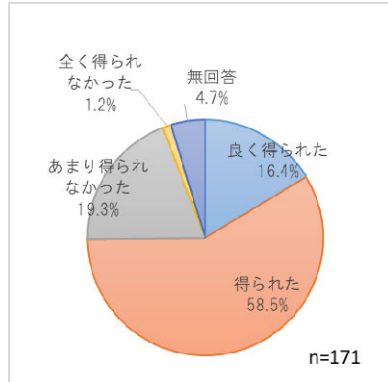
(B) 遊休不動産の活用

全体では理解が高まった人が約 80%と高い。大阪会場のほうが、東京会場に比べると「良く得られた」「得られた」とする人の割合がそれぞれ 5%以上高い結果となっている。

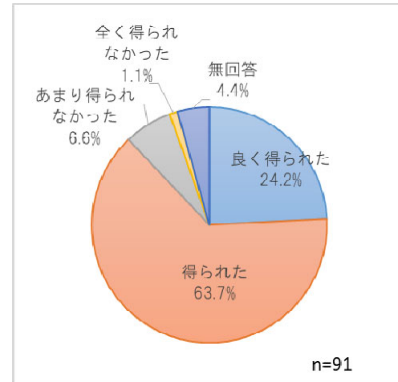
全体



東京



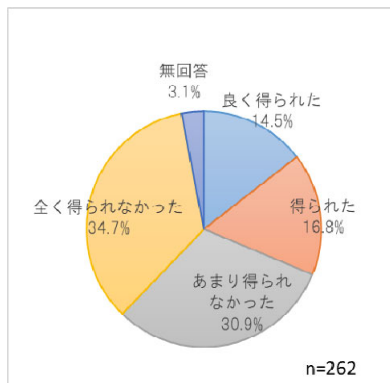
大阪



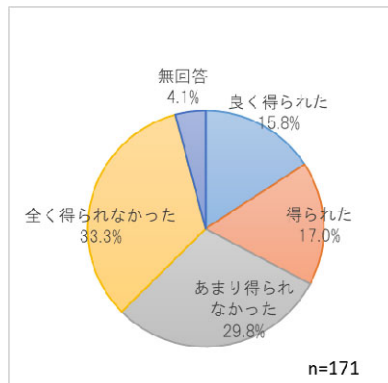
(C) 事業の創出

全体では、理解が得られなかったと回答した人が約 65%と過半数を占めており、他の 2 つのテーマと比べると理解度が低い。大きな傾向に違いはないが、東京の方が大阪よりも約 5%、何らかの理解が得られた人の割合（「良く得られた」「得られた」）が多い。

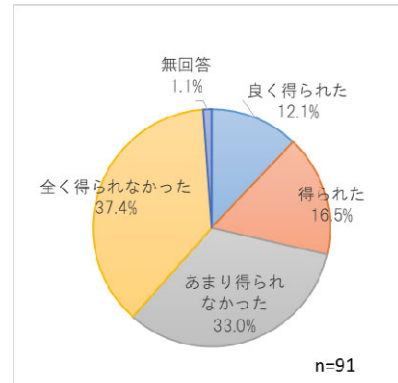
全体



東京

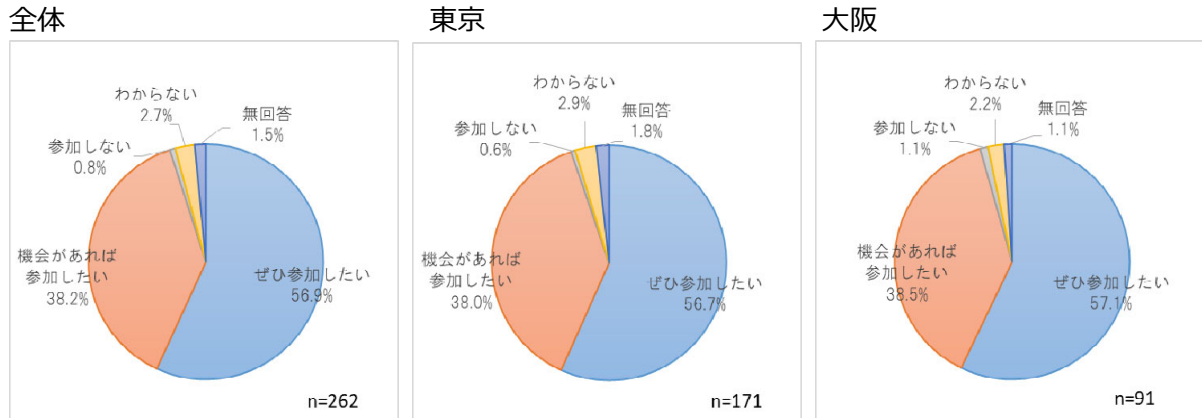


大阪



Q6. 今回のような「官民連携まちづくり」のシンポジウムにまた参加したいと思いますか。

全体では、今後も参加したいと考えている人（「ぜひ参加したい」と「機会があれば参加したい」の合計）が約95%を占めており、「官民連携まちづくり」イベントへの今後の期待の高さが伺える。東京と大阪の傾向はほぼ同じである。



Q7. 今後扱ってほしいテーマがあればお書きください。

東京、大阪ともに多い意見としては、官民連携の具体的な進め方や実践事例、特に行政側からの視点での事例紹介や、エリマネ、公共空間の利活用事例、環境問題やスマートシティ等の異分野とまちづくりの融合への要望が見られた。

東京

<官民連携>

- ・ 都市再生推進法人になって良かったこと、イマイチなこと。
- ・ 官民連携、民間活動の支援 規制緩和
- ・ 行政側の官民連携実現
- ・ 行政側のかかわり方の事例
- ・ 実務レベルでの行政としてのかかわり方。
- ・ PFI の継続性、更新時の事例（そろそろ色々な結果や経過を見直す時期かと思います）
- ・ 民間企業と行政の連携協定、締結に至るまでや締結後の取り組み等（類似コメント他1件）

<エリマネ>

- ・ オフィス街でのイベントの創出、街路空間の利活用によるエリマネ。
- ・ そのまちに存在する企業が主体となったエリマネ的活動の事例（アドバイザー的な人が入る形でない、企業が自主的に取り組む例）

<公共空間の利活用>

- ・ 廃校利用
- ・ エリアマネジメント、公共空間（河川空間、道路空間、港湾空間、鉄道空間等の利用）民間空間の公的利用、民間インフラの公的利用
- ・ 道路上空間の利用方法

<まちづくりとその他のテーマの融合>

- ・ クロスフィールド（異分野）的見地からのテーマ設定「観光×まちづくり」「文化×まちづくり」
- ・ まちなみ景観づくり。スマートシティとエリアマネジメント。居場所の魅力（タイポロジー）
- ・ 街区、通りレベルのマネジメントから地区レベルのマネジメントにどのようにつなげていくのか？（交通、アクセス、福祉、教育等との連携）
- ・ 関係人口
- ・ 自然環境の改善と町の魅力化のような環境問題にコミットでき、かつまちづくり都市計画に成功した事例と知見を知りたいです。

<シンポジウムの在り方に関する提言>

- ・ 例えばパネリストの一人一人の事例をもっと深く知りたい。聞きたいと思うので分化的な型で深く話を聞くなどの事がいいかな。行政側のアプローチ事例があっても面白い。
- ・ もう少しテーマを絞って財源や組織化、活動の中での課題、失敗、ブレイクスルーの事例など、ポイントを絞ってみてはどうかと思います。
- ・ 事例発表をもう少し聞きたいです。エリマネ会社の方のパネラーがあればなおうれしいです。
- ・ 行政の立場からもパネリストを出して欲しいかった

<その他>

- ・ エリアプラットホーム
- ・ 地域公共交通の再編
- ・ ちょっと前と違って行政主催のシンポジウムでとかく重鎮と呼ばれるような人が来るが多かったが、明るく軽く体験を語る登壇者を呼んでいる
- ・ 漁師の6次産業についてとても興味があります。みなと、漁師町の活性化や新しいまちづくり。
- ・ WEDOの具体的な内容を実感できる方法でテーマにしてほしい。プレイスメイキングの実践的な手法について（プレイスメイキングについては他1名）

大阪

<官民連携>

- ・ 企業と行政との官民連携（不動産、ゼネコン等ではなくメーカー等）
- ・ 役所のルール、条例、法律で時代にマッチしてないもの。まちづくりの弊害になるもの。役所へお願いしたいこと→これらの民間の” 想い”

<エリマネ>

- ・ エリアマネジメント

<公共空間の利活用>

- ・ 公共空間の利活用
- ・ 水辺の利活用
- ・ 公共空間の利活用に関しては定期的にテーマに上げてほしい。再開発期間中の街のにぎわい創出策
- ・ 地方都市での公共空間の利活用の実践事例。

<まちづくりとその他のテーマの融合>

- ・ 環境や緑地を含めたまちづくりデザイン

<事業性・継続性>

- ・ まちづくり事業性の両立
- ・ 継続していけるための人、お金、仕組みについて。
- ・ 収益の産み方、持続し続ける公的広場の経営の方法

<シンポジウムの在り方に関する提言>

- ・ 行政側で官民連携を頑張っている方に来ていただき、行政の方に聞いていただきたい。

<その他>

- ・ 失敗事例に特化したシンポジウム
- ・ タクティカルアーバニズム。コンパクトプラスネットワークと官民連携事業による遊休不動産活用等との関係性。
- ・ 海外事例
- ・ 日本遺産認定権後の活用方法

Q8.本日のシンポジウムについて、ご意見・ご感想などをご自由にお書きください。

東京、大阪ともに、パネリストの人選や2会場での開催、動画による事例紹介に肯定的な意見が見られた。また、共通してパネリストに公共の人がいたらよかったのではないか、という示唆があった。一方で、少数意見ではあるが、2会場での開催の妥当性への懸念を表明する意見もあった。

東京

<パネリスト・トークセッションについて>

- ・ トークセッションは現在自身が直面している課題に対してのヒントが多くあり、非常に勉強になった。
- ・ 幅広く今日的テーマの話聞いて良かった。パネリストが民の事業主体というよりは、それを支えるプロの方々（寺井さん除く）だったので、民側とiiつつ、民（支援）的なお話として読み替えながら聞いていました。次回は民の人の話聞きたいです。
- ・ 予定調和ではない。またパネラーの方の想いのこもった発言が非常に良かった。大変勉強になった。（類似コメント他2件）
- ・ 新しい考え方が生まれました。方策に活かしたいと思います
- ・ 大変勉強になりました。国土交通省の意気込みが感じられる良いイベントだったと思います。（類似コメント他6件）
- ・ 個性豊かな、実践力のあるパネリストの話は非常に面白かった。パネリストの一人に行政例の方、都市再生推進法人の方を入れても良かったのではないかと思います。
- ・ トークセッションに参加された方々の話をもっと詳しく聞きたかった。失敗事例をどう克服していくのかの話をもっと聞きたかった。個々の事例は多くがマーケットであった。マーケットで出発するとまちづくりにつながるという理解が私には得られなかった。この辺りを詳細に理解できる事例の説明を詳細に聞ける場にさせていただけるとありがたい。
- ・ 鈴木先生と水代先生の話が良かったです。個人的には鈴木先生の話をもう少し聞きたかったです。寺井先生の入札に対する意見が特によかったです。（色んな意見を言うことは賛成です）
- ・ シンポジウムの終盤で話題となった人間関係や信頼関係については私も考えている。行政職の意識改革が大切であると思った
- ・ パネラーの方々のビジネスモデルを詳しく知れば良かったと思う。次に各々のイベント事業の仕組み or 金の回り方が分かれば良かったのでは→その方が本当の苦労が共有できると思います。

<テーマ設定について>

- ・ 一つ一つの事例が短時間過ぎて何も残らない残念！参加者が質疑応答できる方法は良かった。タイトルの内容で思っていた内容とトークの内容の話題が違っていた。公共空間とかのマーケットや空間づくりのイベントの話ばかりだった。初歩的な内容だった。
- ・ かなり限定的（空間的、手法的）な話を中心である印象でした。”まちづくりの実践力の向上”というテーマであれば、行政、地元サイドの実践者の声も必要だと感じます。推進法人の今

後の展開等について話が聞けると期待していたので、少し残念でした。

- ・ テーマが今一つ整理されていない感じがしました。

<官民連携・都市再生推進法人について>

- ・ 行政主導ではセンスの良いものが作れないと思った。クリエイターを引き込むこと。生まれたコンテンツを守ることを行政が行えるように仕組みを作りたいと思った。
- ・ 当社が地元商店街の有志 6 人で立ち上げた完全民間のまちづくり会社であり地方公共団体や地元企業なども巻き込んだまちづくり協議会を主催して、公共空間利用の社会実験などの行っているの、あまり大きな気付きや情報収集は出来なかったが、行政に意識を変えていくには良い企画だと思う。
- ・ Q3 のコメントにも書いたが、もはや官民連携とか行政的な枠組みにとらわれない自由な動き！KPI の病い!!役所こそまちづくりを阻害する要因ではないか？もはや補助金漬けでダメにしていく
- ・ エリマネや推進法人の立ち上げが目的ではないというのは全国に共通する課題であり認識すべきことだと思いました。まちをどうしたいか、という大目的を達成するためのツールとして、推進法人とうをとらえること。そのように解釈すべきということも国が伝えるべきと思う。その点今日は良い機会と思いました。
- ・ 地域がどれだけ主体性を持って取り組めるかが大事だと感じました。意識改革のために何ができるのか考えていきたいと思います

<シンポジウムの進め方に関する意見>

- ・ 生の意見を slido を通して、即疑問提起、回答が聞けて面白かったです。(類似コメント他 1 件)
- ・ トークセッションのパネリストの自己紹介部分をもう少し時間をとってもらえると面白かったと思います。
- ・ テーマが大きいのでもう少し具体的な話を聞ければと思いました。
- ・ 大阪との意見の対比などをもっと時間を長くやってほしかった。
- ・ パネラーに行政が入るとさらに深い話が聞けたと思う。スライドだけでなく映像があったことでとても良かった。
- ・ 空間利用の動画はパワポ説明よりもイメージが伝わりやすかった
- ・ 現場の生の声が聞けて良かったです。VTR について HP にアップロードしてくれると共有できると思います。次回も期待しています
- ・ 室長さんのプレゼン内容とトークセッションの内容に流れがあったのかよくわかりませんでした。昨年のようにホワイトボード等にまとめてトーク内容を整理していただけるとわかりやすいと思いました。大阪の会場と分けて最後に共有するほどのそれぞれの会場に違いや何かが生まれるほどの価値があったのか疑問がありました。東京と大阪でまちづくりに違いがあるのか、テーマを変えるなど工夫が必要かと思いました。
- ・ 国交省室長の説明時間が短かった。10 分→20 分くらいにすべき
- ・ 大阪会場との連携があまりよくわからなかった。何が目的だったのか。

<その他>

- ・ 地域がどれだけ主体性を持って取り組めるかが大事だと感じました。意識改革のために何ができるのか考えていきたいと思います

大阪

<パネリスト・トークセッションについて>

- ・ 東京・大阪 2 会場でリアルに情報交換できるのは良い。嘉名先生のコーディネートが秀逸でした！イベントの本質を考えさせられる良い機会となった。(類似コメント他 2 件)
- ・ コンパクトにまとめられておりわかりやすかった。
- ・ 園田さんの「なぜやるのか」を共有することの必要性。他の 2 名の方のお話も非常に実践的で面白かったです。
- ・ 参考になる意見が多く今後の仕事に活かしていきたいと思う。行政は縦割りでこのようなまちづくりのシンポジウムも本市（大阪市）なら都市計画局の範疇にとどまっているのが残念で、公共空間を管理している建設局や都市整備局ちゃんと周知してもらい、市として全体的に官民まちづくりの理解度を高めていきたいところです。
- ・ とても良いシンポジウムで勉強になりました。特に実践するための「考え方」を学べたのがとてもよかったです。事業者が言いたいことを好きに言う場作りを行政が作れたら良いのでは、と思いました。官民連携のためには、信用が必要というのも印象に残りました。

<テーマ設定について>

とくになし

<官民連携・都市再生推進法人について>

- ・ 聞きづらいこと、行政として知りたいことを素直に聞いていただいて非常に勉強になりました。
- ・ 官民連携ではあるが、民側からの話が聞けて行政の緩和について考えさせられることがあり大変参考になりました
- ・ 官民連携としながら官に近い意見が多い印象を受けた。冒頭の国交省からの話も民間の事を彼らと呼んでいる時点で官を相手に話していることが分かり残念だった。うめきたの資料が何故配布されたのか、本日の内容とは関係なく感じた。
- ・ 官民連携の位置づけがより深く分かりました。共有部にお金をかけるというフレーズが響きました。

<シンポジウムの進め方に関する意見>

- ・ 事例紹介で動画を通じて取組んでいる人の生の声、想いが聞けたのが良かった。通常は発表する人がパワポで内容、写真を紹介することが多いので…議論内容が堅苦しいものでなく、ためになる内容が多くて楽しかったです。
- ・ 官側の方に登壇いただきたい

- ・ 園田さんの「なぜやるのか」を共有することの必要性。他の2名の方のお話也非常に実践的で面白かったです。
- ・ 東の1部西の2部の攻勢が面白かった。西のパネルディスカッションはとても良かった。

<その他>

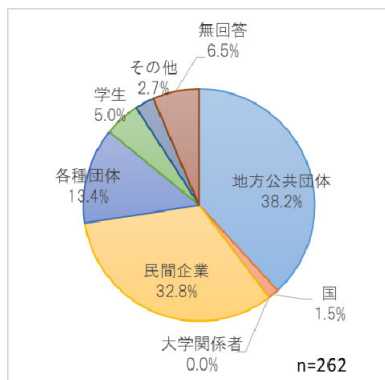
- ・ 全国の様々な事例を知ることができて良かった。皆さんの悩みもよく分かった。手段が目的化すると失敗する。

I. アンケート回答者の属性

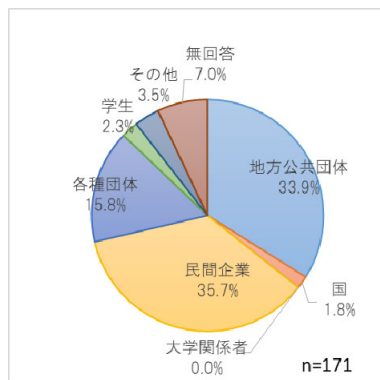
●職業

全体では地方公共団体が約38%、民間企業が約33%、各種団体が約13%の順に多い。東京と大阪会場では多少違いがあり、東京では民間企業の割合が最も多いが、大阪会場では地方公共団体の参加が最も多かった。

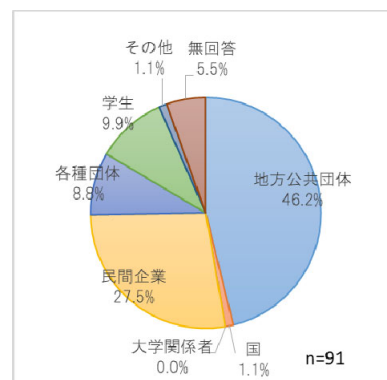
全体



東京



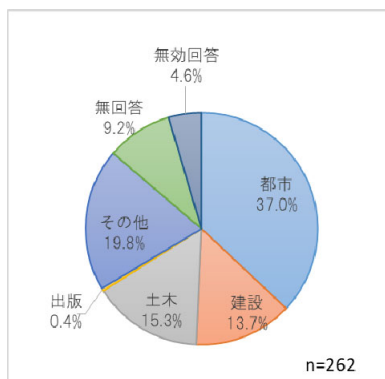
大阪



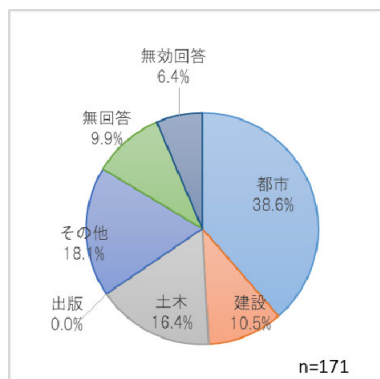
●専門

全体では「都市」が約37%、「その他」約20%、「土木」約15%の順に多い。東京・大阪でもほぼ同様の傾向がみられる。

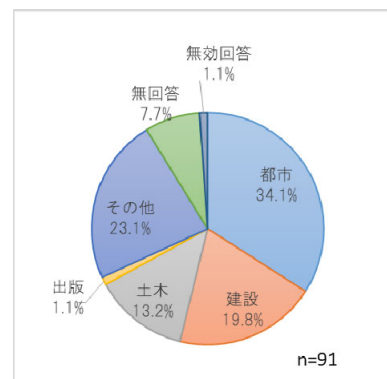
全体



東京



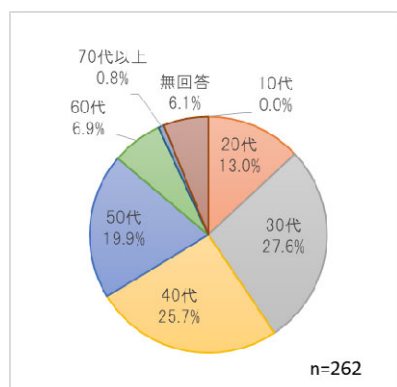
大阪



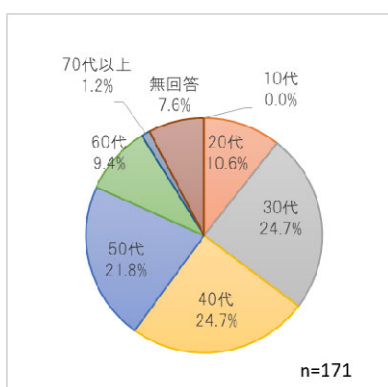
●年齢

全体では10代の参加者はいないが、20代以上の参加者が見られた。最も多いのは40代の約26%、次に30代が約28%を占めている。大阪会場では20代と30代の合計が過半数を超えており、比較的若い世代の参加の高さが伺える。

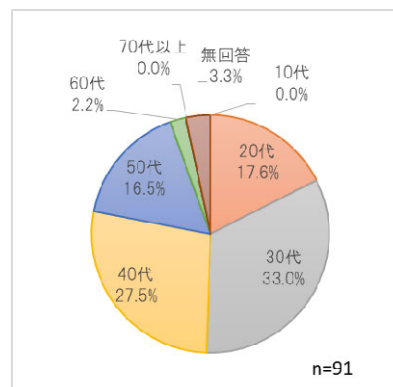
全体



東京



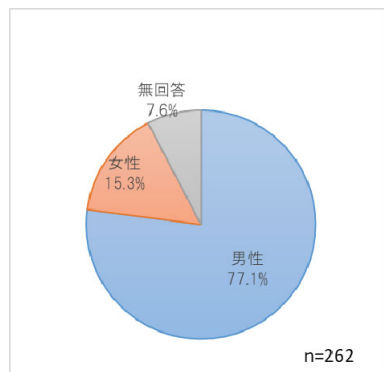
大阪



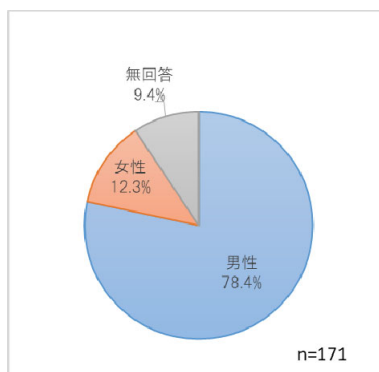
●性別

全体では男性が約8割の参加を占めている。東京・大阪でも同様の傾向がみられる。

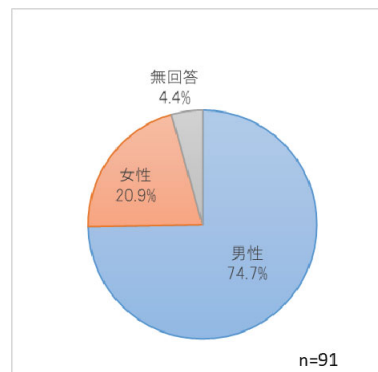
全体



東京



大阪



8) シンポジウム開催を通じて得られた知見の整理

第2部のトークセッションは、東京と大阪会場において、それぞれのモデレータとパネリストによりトークセッションが行われた。トークセッションの最後に、本シンポジウムのテーマである官民ボーダーレスのまちづくりの推進に必要なことを、両会場を同時中継でつないで紹介を行った。東京、大阪のモデレータの結論によると、東西の議論の要点はおおよそ一致していることがわかった。

- ①民間による「とがった」「癖のある」まちづくりを受け入れ、一緒にやっていくという官の姿勢
- ②民間と協働する場合の目標値の設定の仕方の改善の必要性
- ③優れたアイデアを持つ個人や信用力のある老舗の企業等の様々なプレーヤーからなる地域プラットフォームの必要性

①民間による「とがった」「癖のある」まちづくりを受け入れ、一緒にやっていくという官の姿勢

i) 知見の整理	
○ 「とがった」「癖のある」まちづくり	
<ul style="list-style-type: none">・パネリストの方々の各地域における取組や動画で取り上げた先進事例などのいわゆる成功しているまちづくりを、東京会場では「とがった」、大阪会場では「癖のある」と評している。・「とがった」「癖のある」はほぼ同義で使われ、実際の議論の中では、いずれも「その地域でしかできない」「人と違うことをする」という肯定的な意味で使われており、現在のまちづくりにおいて必要な概念として、登壇者の中でとらえられている。	
○ 地域づくりにおける官民のかかわり方	
<ul style="list-style-type: none">・本来であれば地域づくりの担い手は行政であるが、行政は「とがった」ことを実践するのは不得手であり、民間と一緒に実行する必要があるというところが、官民連携まちづくりのスタートであるとの認識。・「とがったこと」を実践する本日のパネリストのような実践者を、行政がパートナーとして正式に認めて、一緒に実践していく姿勢が大切である。・都市再生推進法人制度は、行政がやる気のある民間事業者をパートナーとして任せるための一つのツールである。	
ii) シンポジウムにおけるパネリスト等の発言のポイント	
保井氏 (法政大学)	<ul style="list-style-type: none">・「とがった」事業や「人と違うことをしないといけない」という時代において、行政がそういったことをするのは得意ではない。だから民間と一緒にやっていくということがスタート地点。・そのようなアイデアの実現のために、民間だけではできないことに対して、行政と一緒に悩み、解決策を考えていく姿勢が必要。行政から「こうこう決まっているからやって」、或いは民間から「これをやる

	<p>から認めて」という一方通行のコミュニケーションはよくない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（今日の登壇者のように）各地域で先進的なまちづくりに取り組んでいる人を行政が思い切ってパートナーとして意思決定をする手段が、都市再生推進法人なのではないか。
<p>嘉名氏 （大阪市立大学）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「面白い人リスト 100 人」（園田氏）や「借りたい人をストックできるリーシング力」（岸本氏）のような、自分の中に「ひきだし」をたくさん持っている人が重要である。 ・まちづくりがうまくいっているところは、地域の人の本気の度合いや責任感が強い場所である。

②民間と協働する場合の目標値の設定の仕方の改善の必要性

<p>i) 知見の整理</p>	
<p>○行政の仕事を民間のまちづくり組織が実施する場合の KPI の設定の不適切さ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政の仕事を民間が受ける際に、往々にして KPI を求められる。 ・しかし、イベントの来場者数や空き店舗解消率等の一律の基準が設定されることが多く、その KPI が本質的な課題の解決と結びついていないことが多い。 <p>○KPI、或いは評価方法を官民一緒に検討する必要性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間の事業に対して、何を評価するかということも含めて、官民できちんと話し合っ、適切な評価方法を決めていく必要性が指摘された。 	
<p>ii) シンポジウムにおけるパネリスト等の発言のポイント</p>	
<p>鈴木氏 （オープラスアーキテクチャー）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・埼玉県商店街支援の仕事を行政から受けているが、KPI がイベントの来場者数や空き店舗の解消率などが一律に考えられがちである。しかし、イベントに人が多く来ることを是とすると、例えば渋谷のスクランブル交差点がよい空間となってしまう。 ・但し数値化することは重要である。その方法に工夫が必要。例えばマーケットの場合は、売上の地域経済への貢献や、地域内調達、地域雇用の創出等、大手スーパーマーケットと比較しての優位性を検証することは必要。
<p>嘉名氏 （大阪市立大学）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・人と違うことをやるようなまちづくりにおいて、来訪者数とか通行量とか空き家の数を KPI にするのは適切ではないのではないか。 ・「都市再生整備計画」の中における賑わいの基準が、たいていのケースでは通行量になってしまっている。賑わいやイベント、集客をまちづくりの目的にしない方がよい。
<p>星野氏 （NOTE）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・丹波篠山でもマルシェを実施しているが、その目的は集客ではなく、むしろ篠山に出店してくれそうな人を探す取組として実施している。

③優れたアイデアを持つ個人や信用力のある老舗の企業等の様々なプレーヤーからなる地域プラットフォームの必要性

i) 知見の整理	
<p>○公募や入札の弊害</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会場参加者の行政の担当者からの質問で、地域特性を生かした面白い取り組みをするような民間の人や事業者に仕事を発注したいと考えても、現実的に選定が公募や入札になるので必ず発注することができず、難しいという意見が挙げられた。 ・民間側からも同様の意見が聞かれた。そもそも公募情報を追っていない、それなりの勝算がないと、準備等も大変なので参加しないというミスマッチが見られる。 <p>○地域を思う関係者が自由に意見を述べる場（プラットフォーム）の必要性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政に対して思いや考えのある事業者がプレゼンをする場所が必要。 ・地域の中ですでに信用力がある信用金庫、地方銀行、新聞社等と、新しい考えを持った民間事業者がパートナーシップを組む方が、行政との関係も気づきやすいのであれば、既存事業者とのマッチングを行うということも一つのプラットフォームの在り方としても考えられる。 	
ii) シンポジウムにおけるパネリスト等の発言のポイント	
嘉名氏 (大阪大学)	<ul style="list-style-type: none"> ・公募で発注すると、行政側から頼みたい人に頼めない。入札になった場合の解決方法が知りたいという質問が会場からあがった。 ・その質問に対して、星野氏からいいヒントをもらった。
星野氏 (NOTE)	<ul style="list-style-type: none"> ・銀行・地銀、新聞社等、地域の中で信用力があり、かつ地域のことを考えているような企業と、一緒に組んで枠組みを作ると進めやすいことがある。
岸本氏 (アッドスパイス)	<ul style="list-style-type: none"> ・京都においては、信用金庫等と連携して人の紹介やつなぎなどをしてもらって、空き家改修事業などが進むこともある。 ・新聞社や工業組合等、民間の側でもいろいろな規模の企業や団体とかわりを持って事業をしていくことが大切である。
寺井氏 (まちづくりクリエイティブ)	<ul style="list-style-type: none"> ・仕様の作り方が難しく、仕様書にすると本当にまちにとってやるべきことが分かりにくくなることもある。例えば、松戸をおしゃれにしたいという行政からの要望に対して、その考え自体がおしゃれじゃない、ということ行政に理解してもらう必要がある。 ・入札で仕事をとれなかったとしても、思うことをもっと正直に行政側に伝える場が欲しい。いろいろな事業者にもっと話をさせて、意見交換をした方が行政や民間にとっても、最終的にはよりよい開発につながると思う。プレゼンをしたい人もいるはずで、そういう人たちに少しでも予算をつけてくれると、民間側としては助かる。
園田氏 (ハートビートプラン)	<ul style="list-style-type: none"> ・園田氏らがまちづくりを行うときは、事業も含めて入り込むことが多い。 ・途中で「はしごを外される」のが最も痛手になる。

<p>水代氏 (グッドモーニング ス)</p>	<ul style="list-style-type: none">• 担当者の熱意に押されて行政主催のコンペに出たことはあるが、実際には選ぶ人は関係ない人や担当である場合が多く、自分たちの熱意が評価されないことがある。• 民間の人がビジネスをしやすいサポートの仕方を行政側でも考えてほしい。
---------------------------------	---