

まちづくり訪問記

～ ここにしかない商品・店に、感度が高い
顧客が集い、商店街が賑わう ～



柳ヶ瀬を楽しいまちにする株式会社
代表 岡田さや加 氏

岐阜市の柳ヶ瀬商店街が、面白いまちに変貌しつつあると話題です。

面白いまちづくりの仕掛人の一人、「柳ヶ瀬を楽しいまちにする株式会社(以下、楽しいまちにする会社)」岡田さや加代表にお話を伺います。



岡田氏は、22歳でワッフルの移動販売を始め、翌年に柳ヶ瀬商店街で飲食店を開業します。

移動販売で顧客を創ってからの開業は順調で、10店舗を越すFC展開へ事業を成長させますが、柳ヶ瀬への愛着から2008年頃より柳ヶ瀬商店街での店づくり、まちづくりに集中します。

店づくりでは「ツバメヤ」や「ミツバチ食堂」など集客力が高い飲食店を経営しています。

これら飲食店は「柳ヶ瀬プリン」や「大地のどらやき」などマスコミで話題になる人気商品を生み、「柳ヶ瀬プリンを食べに、柳ヶ瀬へ行く」等、新しい人の流れを創りました。

また、楽しいまちにする会社の代表や、柳ヶ瀬商店街振興組合連合会の副理事長を務めるなど、まちづくりのリーダーを担います。

岡田氏は多忙を極める中、快くインタビューに応じてくれました。

楽しいまちにする会社は「まちづくりとは、楽しいまちをつくる」事という理念をそのまま社名にしています。

この理念を実現するための主な活動と、活動の目的は次の2つです。

- 1 サンデービルディングマーケット(以下、サンビル)を開催して、顧客・出店者を集める。
- 2 空きビルをリノベーション(以下、リノベ)して、顧客・出店者が楽しめる場・まちを創る。



サンビルは、2014年9月から毎月第三日曜日に、商店街の空きビルやアーケード下を使うマーケット(市)イベントです。

サンビル開催日の訪問者数は約5千人。単なる通行者ではなく、滞在時間が長い顧客なので一日中、商店街は賑わいます。

顧客が増えると、出店希望者も増える。

サンビル出店者は毎月160店ほどあり、参加費として1回数千円を頂き、これで活動資金を賄えます。

サンビルの賑わいは、柳ヶ瀬商店街の実店舗への出店を増やす効果もあります。

サンビル出店者が実店舗へ出店するケースもありますが、実店舗の運営者がサンビルの賑わいに柳ヶ瀬の可能性を肌で感じて、新たな実店舗を出店するケースが多い。

サンビルは、顧客・出店者を同時に集める一石二鳥の仕組みと言えます。



空きビルのリノベは、次の2件が開業に至っています。

現在もフィルム映画を上映しているロイヤル劇場ビルをリノベした「ロイヤル40」(2017年開業)と、後述するファンドからの投資案件「マルイチビル」(2019年開業)です。

ロイヤル40には、実店舗の運営者がサンビルの賑わいに柳ヶ瀬の可能性を肌で感じて出店するケースが多く「BLUE BLUE GIFU」の出店は、大きな話題になりました。

BLUE BLUE は、芸能人も愛用する洋服等のブランドで、大都市で感度が高い若者が集うエリアにのみ出店しています。

そのブランド店が首都圏および政令指定都市以外で初めての出店地に柳ヶ瀬を選んだ。

感度が高い若者は、この意図を察し、彼らの中で柳ヶ瀬というまちの評価・ブランド力が高まっていく。

柳ヶ瀬商店街は、BLUE BLUE 出店を機に、若者で賑わう面白いまちへ変貌しています。



一方、マルイチビルは「大人の社交場・サロン」と位置づけています。

1階の「サロン・ド・マルイチ」は、柳ヶ瀬で長年愛され続けて2014年に閉店した老舗喫茶店「マルイチ」の看板商品と先代の思いを継承しつつ、柳ヶ瀬の未来を作るサロンのようなカフェとして開業しました。

サロンとして賑わうには、コトとヒトが大切です。

コトは、音楽会など文化イベントやトークイベントを開催しています。芸術作品の展示会などイベントによっては、2階の貸し会議室も併せて使います。

ヒトは、楽しいまちにする会社の社員が店長を担います。店長は展示作品のキュレーションや、顧客同士の交流を促す等「サロンのマスター」として活躍しています。





フランスのパリには、芸術家や文化を育むサロンのようなカフェが多く、それがパリのまちを面白くしていると言われます。

サロン・ド・マルイチも、柳ヶ瀬のまちを面白くするサロンのようなカフェと言えるでしょう。



これら2軒のリノベに加えて、様々なプレイヤーの取り組みもあり、まちの賑わい創出に向けて、リノベが活発化しています。

リノベは、まちづくりプレイヤー側にとっては、初期投資を小さくできる等メリットが大きい。

一方、貸し手である金融機関側にとっては「リスクマネー」という側面が強く、支援を躊躇する金融機関もあります。

そんな中、十六銀行は民都機構と連携して「じゅうろく・岐阜市まちづくりファンド」を2019年3月に組成し、2020年2月現在で既に2件(マルイチビルはその1件、もう1件は次回のまちづくり訪問記で紹介しします。)の投資を行っています。

同ファンドの狙いについて、十六銀行は次のような方針を掲げ、様々な取り組みを行っています。

岐阜市中心市街地も、他の地方都市と同様に、空き家など遊休不動産が増えています。地域金融機関として、遊休不動産を活用するリノベ事業へ、リスクマネーを提供することで、まちづくりプレイヤーによる小規模かつ多様性に富んだ投資を誘発していきたい。

面的な支援により、事業が連鎖することで、回遊性が生まれ、まちの価値向上に繋げたい。

岐阜市中心部の場合、多くのマンション供給の予定があり、新しい居住者がまちを回遊したくなるような魅力的な仕掛けを創出していくには、今がチャンスと考えています。

このような方針のもと、十六銀行は以下のような取り組みを行っています。

まず、上記のまちづくりファンドの創設です。

次に、柳ヶ瀬を楽しいまちにする株式会社への出資等によるまちづくりプレイヤーとの連携です。(同社への出資のほか、行員がリノベーションスクールに受講者として参加する等、地元のみまちづくりプレイヤーと深い関係を築いています。)

そして、行政との連携です、これは岐阜市中心市街地で数多く実施されている再開発事業等に関与し、岐阜市と密に連携してまちづくりを支援しています。

このほか、古民家再生事業を通じた観光振興や、古い町並みに調和させた和風ATMコーナーの整備などにも取り組まれています。



このような十六銀行の取り組みは、地域の賑わいを創出し、まちづくりの機運を高めています。

(当まちづくり訪問記は、2020年2月に現地で伺った話をもとに編集者の視点で、まとめたものです。)