

まちづくり訪問記

ー まちづくりは、なぜ女性が活躍しやすいのか？



2023年3月



一般財団法人民間都市開発推進機構
Organization for Promoting Urban Development

都市研究センター
Urban Research Center

はじめに

まちづくり訪問記とは～民都機構が関与するまちづくりのお話

まちづくり訪問記とは、民都機構が関与するまちづくりの現場を訪問し、まちづくりで活躍する方々にお話を伺い、まちづくりの知見を「訪問者の視点で」まとめたものです。

訪問者の視点とは～質(スペック)よりも、共感(応援)される特性に着眼

訪問者(久繁哲之介)の視点とは、質(スペック)よりも、共感(応援)される特性に着眼しています。まちづくりは、商品づくりに似ています。どちらも質(スペック)の高さを目標に作られ、質の高い商品・まちは多い。しかし、売れる商品(人が集まるまち)は一部に限られる「独り勝ち現象」が見られます。例えば、スマホという商品なら、iPhone(世界シェアは約28%だが、日本市場シェアは約65%と高い)。まちは東京一極集中。

そんな中、まちづくり(商品づくり)は今後、質(スペック)よりも、共感(応援)される特性・個性を創るとよいと考えます。この詳細は巻末の「まちづくり訪問記トリセツ(まちづくり6箇条)」をご覧ください。

本書は～紙芝居のように、写真を眺めて楽しみ、さらっと30分で読めて役にたつ

まちづくりの事例集や書籍は、難しい専門用語や固い表現が連なり「まちづくりは難しい、関心をもちにくい」という方もいます。そこで本書は、紙芝居のように「写真を眺めるだけでも楽しみ、さらっと読めて役にたつ」内容に編集しています。構成は事例8件、各事例は基本3頁に写真7枚程を配置しています。

例えば、事例1の冒頭写真。名古屋の名物「鉄板ナポリタン」は、こんな感じ、と分かります。その鉄板ナポリタンを食す女性は、事例のタイトル「空き店舗35軒を再生」した主役の一人です。

空き店舗を35軒も再生するのは、かなり難しい。再生する施設は歌舞伎小屋など、イノベーティブです。35軒の空き店舗を貸してもらえる信頼感も素晴らしい。

なぜ彼女は、このようなイノベーションを実現できたのか？ 多くの方々と「共感(応援)される・する」関係を築いているからです。



まちづくりは～女性が活躍しやすい

まちづくりは、女性が活躍しやすいようです。事例8件のうち半分の4件は、女性が主役です。彼女たちは遊休不動産の再生に取り組みつつ、表紙写真(左:円頓寺商店街。右:柳ヶ瀬商店街)のような「まちを楽しむ仕掛け」を併せて実践しています。顧客ニーズがよく分かっているし、顧客と共感(応援)しあう姿勢に感心します。

それでは「まちづくりで、共感(応援)しあう作法」を探る旅を始めましょう。

目次

はじめに	1
事例1 35軒の空き店舗を再生し、面白いまちに進化した那古野のまちづくりに、 空き家活用法を学ぶ（愛知県名古屋市）	3
事例2 真似る官製まちづくりから、創造する民間主導のまちづくりへの進化を支える パブリック・マインド（岩手県紫波町）	6
事例3 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 （岐阜県岐阜市）	9
事例4 多様な人が多様に使えるダイバーシティな施設が、ウォーカブルな街を創る （岐阜県岐阜市）	12
事例5 OL(会社勤め)をしていた姉妹2人が、ゲストハウス運営に挑戦！ （兵庫県豊岡市）	15
事例6 城崎温泉はインバウンド(訪日観光客)の宿泊者数が2011年から5年で 36倍も増加！（兵庫県豊岡市）	18
事例7 共存共栄という理念、まち歩きを楽しめる(ウォーカブルな)まちづくり （兵庫県豊岡市）	21
事例8 谷根千の魅力を探る（東京都台東区）	24
まちづくり訪問記トリセツ（まちづくり 6 箇条）	27
おわりに(謝辞)	34