

まちづくり訪問記

～ 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 ～



(株)オガール代表取締役 岡崎正信氏

岩手県の盛岡駅と花巻駅の間にある紫波中央駅から少し歩くと、オガール・エリアを一望できます。約 10.7ha の広大なオガール・エリアには紫波町の「役場、図書館、子育て応援センター」など公共施設と、病院、保育園、多様な商店など民間施設が整備されています。この整備事業は、紫波中央駅前都市整備事業(通称:オガールプロジェクト)といいます。オガールプロジェクトのうち、2012 年に開業したオガールプラザと、2016 年に開業したオガールセンターは、民都機構の「まち再生出資業務」が活用されています。



これらの施設はオガール広場を囲む配置になっています。広場にはベンチや植栽等が配置され、ベンチに座っていると、広場で遊ぶ親子たちの楽しそうな姿が目に入ります。また、施設内のオガール保育園や紫波町子育て応援センターから、子どもたちの元気な声が聞こえてきます。

市民のライフスタイルに必要な場が全て揃っていて「ここで暮らすと幸せだろうな」と感じます。そんな素敵なおまちづくり「オガールプロジェクト」を推進している(株)オガールの岡崎正信さんにお話を伺いました。要約をご紹介します。

岡崎さんのお話を一言で表現すると「**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**」となります。

高校生などが学業とビジネスを学ぶ「吉本・オガール地方創生アカデミー(仮称)」開校を計画

まちづくりが失敗する場合「前例を探して、そのまま真似る」ケースが多い。真似る内容が、商業や観光など景気や流行に左右される業種を中核的な施設に据えると、人口減少や景気悪化など時代の下降局面で、失敗の傷口を大きく広げます。

問題は、考える力と創造力の欠如です。岡崎さんは「自分で考えて、価値を創造できる人材を育てる教育」の必要性を痛感していました。そこで、オガールは紫波町と吉本興業さんと連携して、小学校の跡地を活用して、高校生などが学業とビジネスを学ぶ「吉本・オガール地方創生アカデミー(仮称)」を 2023 年 4 月に開校する予定です。創造する民間主導のまちづくりの第二弾ですね。

創造する民間主導のまちづくりの第一弾「オガールプロジェクト」で、岡崎さんが考えたこと

創造する民間主導のまちづくりの第一弾「オガールプロジェクト」は、紫波中央駅前という立地で約10.7haの広大な公有地での開発事業でした。岡崎さんが最初に考えたことは、日本および紫波町がどんな状況になっても、地元の人が必ず集まる「普遍的な集客装置」を、中核的な施設として創ること。欧米では、教会と広場です。日本の紫波町のような人口約3万人の地方小都市では、役場および図書館と広場です。

この組み合わせで普遍的に地元の人が集まれば、おのずとサービス業や商業が出店・投資します。考える「順番が大切」です。最初に、普遍的な集客装置。商業や地域外からの集客はその後です。

観光ではない業態で、地域外の人を集める集客装置「日本初のバレーボール専用体育館」

普遍的な集客装置で、地元の人を集めて、経営を安定化させた後「観光ではない業態で、地域外の人を集める集客装置」も用意します。飲食店などショップの売上・利用者を増やして、不動産価値を高めることが目的です。宿泊を伴う集客装置にすれば、ショップの売上・利用者は更に増えます。

そこで、オガールアリーナという日本初のバレーボール専用体育館と、オガールインという宿泊施設を2014年に開業しました。2つの施設は、学生や社会人などのバレーボール・チームの合宿によく利用されています。スポーツ施設と宿泊施設の連携で「合宿ビジネス」という需要を創造しています。



売上・利用者を増やすには、テナントミックス・施設連携と、営業という2つの仕掛けが必要

コンセプトの良い施設を作っても、待っているだけでは利用されません。売上・利用者を増やすには、テナントミックス・施設連携と、営業という2つの仕掛けが必要です。

テナントミックス・施設連携の例を挙げます。オガールセンター1階には、オガール保育園と、紫波中央小児科・紫波中央病児保育施設を誘致し、隣接して配置しています。

利用者の目線に基づいた配置により、それぞれの施設の価値・集客力を高めています。

また、産直施設「紫波マルシェ」は地元食材を主に扱うスーパーマーケット的な民間施設です。紫波マルシェで、ある食材のセールを企画すると、図書館にあるその食材を使うレシピ本のタグを売場に貼ります。こうして、マルシェは商品を完売できる、納入した地元農家の売上は増える。図書館は有効利用される。三方よし、ですね。



営業は施設を作る前に始め、テナント・賃料を決めてから、施設の仕様・整備費を導く



営業も「順番が大切」です。①営業は施設を作る前から始め、②テナント・賃料を決めてから、③施設の仕様・整備費を導く、という順番が大切です。

真似る官製まちづくりの多くは、この順番が逆です。先に施設の仕様・整備費を決めてしまうと、賃料が高くなり、営業をそこから頑張っても、テナントが入らないリスクが生じます。

オガールの施設は、テナント・賃料を確定してから、施設の仕様・整備費を導いた結果(鉄筋コンクリート 3 階建てという案もあったが)木造2階建てを採用しています。

パブリック・マインド(利他の精神)があるから応援される

オガールに出店している病院や商店などテナントの多くは、岡崎さんが施設を作る前から営業を行い、誘致しています。営業で成果を出すには「パブリック・マインド(利他の精神)」が必要不可欠です。

パブリック・マインド(利他の精神)は、一流の経営者が著した本に頻出する言葉です。利他の精神を要約すると、自分の利益(利己)より、他人の利益(利他)を重んじて、自己を捧げる行動原則のことです。利他の精神で行動していると、後で忘れた頃に、自分に利がやってくる。

岡崎さんは「コロナや不況など厳しい時ほど、多くの人は利己的に走り、失敗します。自分も皆も困っている時ほど、利他の精神で行動することを心掛けています」と言います。

228 万円の寄付(応援)を受けた岡崎さんのクラウドファンディング

岡崎さんのパブリック・マインドが伝わるエピソードを紹介します。岡崎さんは 2020 年 7 月 27 日から 8 月 2 日まで、オガールアリーナで岩手県の中学生ナンバーワンのチームを決める大会を主催しました。岩手県から男女各 12 校を招待します。通常なら稼ぎ時の夏休みに、晴れ舞台を失った中学生の為に、オガールアリーナで岩手県中学校バレーボール大会を主催する。まさに、利他の精神です。

この時期は、コロナ禍で学生のスポーツ大会などイベントの多くは開催が中止となりました。岩手県の中学生バレーボールを含め、最上級生は学生最後の晴れ舞台を奪われてしまい、岡崎さんは心を痛めていました。岡崎さんはこの企画をクラウドファンディングのサイトで「**岩手県の中学生バレーボールに晴れの舞台を与えたい**」と題して寄付を募ります。

260 人から 228 万円の応援が集まりました。また、クラウドファンディングを見た某 TV 局から岡崎さんへ「大会の全試合をネットでライブ配信したい」という応援もありました。

岡崎さんが企画するプロジェクトは、様々な形で多くの応援が集まり、新たな創造を生み、進化し続けています。その創造と進化は、岡崎さんのパブリック・マインドが支えているのでしょう。

(当まちづくり訪問記は、2021 年 11 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。)