

■まちづくり勉強会（第1回から第4回まで）

中心市街地まちづくり勉強会は、市街地再開発事業（再開発ビル建設）の検討が難航する中、27年9月に商店街の皆さんと行政と一緒にもう一度中心市街地の再生を考えるとところからスタートしました。その後、回を重ねるごとに、関係機関や事業者、市民へと参集範囲を拡大し、新しいまちづくりの取り組み方を模索してきています。



平成27年度（全3回）

主催：駒ヶ根市 進行：公益社団法人 全国市街地再開発協会

○第1回勉強会（H27年9月30日開催）

第1回 勉強会

9月30日開催

○市街地再開発事業は現状では難しい

- *近年、地方都市においては、市街地再開発事業等の大型ハード整備は難しい状況にある。（保留床処分のリスクが大きい、継続的維持管理が困難）
- *今年度、駒ヶ根市では、中心市街地についてデベロッパーへのヒアリングを実施したところ、参入事業者がいらない状況であった。

○まちづくりには「市場性」が必要

- *現在のまちづくりの考え方
 - ・「市場の見極め」が必要（行政と地権者だけでなく、市場性が事業成立のカギ）
 - ・「量」より「質」が求められる時代
 - ・地元の熱意が不可欠

○「地域ブランディング」で、まちの価値を高める

- *まずは、地域のブランド力を高め、「民間事業者が参入したくなるようなまち」にする必要がある。まちの価値が高まり市場性が生まれれば、大型ハード事業にも取り組むことができる。

《今後のまちづくりの実施に必要な視点》

1. 「まちづくり」とは？
2. 「再開発事業」とは？
～まちづくり手法のひとつとして～
3. 駒ヶ根市中心市街地について
4. 意見交換

○第2回勉強会（H27年11月26日開催）

第2回 勉強会

11月26日開催

○「地域ブランディング」について詳しく学ぶ

- *第1回目参加者アンケートの結果では、「協働してまちの価値を上げる」「地域ブランディングを詳しく取り上げて欲しい」という回答が多かった。

○全国の地域ブランディング事例

- *まちの統一感の演出、地元の活動（静岡県藤枝市）
- *昭和の町～古い街並みを逆手に（大分県豊後高田市）
- *しまなみ街道～自転車のまち（広島県尾道市⇄愛媛県今治市）など

○駒ヶ根市の地域ブランディングへの取り組み（ひとつの提案として）

- *山岳観光都市である駒ヶ根市。中心市街地にとっては「観光客にとっては「観光客」でまちを補う ⇄ 「もう一度来たいくなるまち」
- *山を目指す観光客を取り込めるような「地域ブランディング」はどうか？
- *今の商売はそのまま続けながら、街にきている観光客にも少し目を向けてみてはどうか？
- *地域ブランディングの組み立て
 - ①まちづくりのテーマ、ターゲットを決めよう
 - ②アクションを起こそう
- *ひとつの提案として...
 - ・テーマ：もう一度来たいくなるまち
 - ・ターゲット：ライトに登山を楽しむ層（山ガール、高齢者同好会、若者、外国人バックパッカーなど）
 - ・アクション：街並み景観形成（統一感の演出、できることから修景等）
心に響くホスピタリティ（街もてなしの強化）
必要層への対応、各店舗でできる取り組み
ナショナルブランドとのコラボ 等

1. 前回のまとめとアンケート結果について
2. 地域ブランディングの事例紹介
3. 駒ヶ根市中心市街地活性化プロジェクト（提案）
4. 意見交換

Q2 今後必要だと思う活動

※「協働してまちの価値を上げる」

Q4 今後の勉強会に望むテーマ

※「地域ブランディングを詳しく」

○第3回勉強会（H28年2月18日開催）

第3回 勉強会

2月18日開催

○「場」をつくり、意思統一を図る

- *現在は、それぞれの団体や行政がばらばらに行動してちぐはぐな結果になっている。
- *みんなで考える「場」(プラットフォーム)をつくることで、意思統一ができるようになる。
- *「場」には、「コンテンツ」(何をやるか?)と「主役」(誰がやるか?)が必要。この二つが揃うことでプロジェクトが進められるようになる。

実例研究から (タウンマネージャー 青木伸朗氏)

- *金山杉を活用したまちづくり (山形県金山町)
- *G 次産業化を視野に入れた場所づくり (埼玉県寄居町)
- *芸術家の滞在支援から外国人移住、サテライトオフィスの集結へ (徳島県神山町)
- *リゾート コンパニオン都市 (アメリカ・アスペン)
- *既存建物のリノベーションによる再生 (山梨県甲府市)
- *まちづくり組織を活用したブランド化 (東京都自由が丘)

勉強会とワークショップの関係イメージ

来年度は…

○「勉強会」と「ワークショップ」の二本立て
同じベクトルを持って進むための取り組み

- *第2回目勉強会の地域ブランディングの具体的な提案はあくまでひとつの提案。
- *駒ヶ根市の中心市街地を自分ならどう考えてブランディングしていくか。もう一度、自分たちがどんなまちにしたいのか、何をやりたいのか、「総論」を固める。
- *「総論」に基づいて、それぞれの立場の人達が取り組むべき「各論」に進んでいく。
- *なにより「同じベクトルを持って進んでいく」ことが重要。
- *情報共有と意思統一を図る「勉強会」と、やれると思う人から始める「ワークショップ」の開催。
- *地域ブランディングの組み立て手順に従って、「まちづくりのテーマ」と「ターゲット」を決める。

地元、関係者、行政がひとつになって、目指すべきまちの姿を共有しながら、まちの価値を高める「地域ブランディング」を一緒に進めていきましょう。

平成28年度

○第4回勉強会（平成28年5月31日開催）

1. 昨年度の振り返りと今年度の目標について
2. 基調講演「多様な主体の連携で創る まちのブランディングと情報発信」
まちとひと 感動のデザイン研究所 代表 藤田 とし子 先生
3. パネルディスカッション
駒ヶ根市におけるブランディングとは？
4. 質疑応答
5. 今後の予定について
スケジュール
ワークショップへの参加者募集について

基調講演のポイント

- 地域活性化＝「集客≠目的」「集客＝手段」
- もうかる商店街にしよう
- 「誇りや愛着」をもてるまちに！！
- (イメージUP)＝「人はイメージで行動する」

↓

パネルディスカッションのポイント

- さまざまな人や組織が、それぞれの活動を展開してきた！
- つるし飾り(あついこまがね) ソースかつ丼 花のまち 手づくり品のまち 子育て地蔵寺すくすく緑日 KOMA夏！！ 播州赤穂との交流 こまちバル...
- かつては地元の人でにぎわい、登山客でもにぎわっていた

↓

御旗のもとに！

『テーマ』を意識することで
エネルギーが集約されていく