

【2012 はかたんウォーク 秋のスペシャルウィーク】

博多まちづくりシンポジウム

実施報告書



2代目博多駅



3代目博多駅



4代目博多駅

2013年2月

博多まちづくり推進協議会
 都市環境デザイン会議九州ブロック

目 次

1. 開催概要	2
2. プレワークショップ	4
基調報告『クリエイティブコミュニティ ～ビル再生の実践～』	5
中屋興産株式会社代表取締役 梯 輝元	
ワールドカフェ『はかたんビルを新たな手法で再生せよ！』	16
ファシリテーター 田坂 逸朗	
3. シンポジウム	20
基調講演『ビル資産価値を高め、維持する家守型まちづくりの挑戦』	21
株式会社 POD 共同代表 橘 昌邦	
パネルディスカッション	42
議論のポイント	42
コーディネータ 西日本新聞社 大久保 昭彦	
【話題 1】プレワークショップの報告	44
都市環境デザイン会議代表幹事 尾辻 信宣	
【話題 2】小倉魚町リノベーション事例	48
株式会社ワークスーパ／中屋興産(株)管理人 嶋田 秀範	
【話題 3】博多まちづくり推進協議会の取組み	58
博多まちづくり推進協議会事務局長 有隅 基樹	
ディスカッション	65
4. 参考資料	74
会場写真／新聞掲載（西日本新聞 11/20 朝刊）／フライヤー	

1. 開催概要

■シンポジウムの開催目的

九州新幹線全線開業、JR博多シティやキャナルシティ博多イーストビルといった大規模商業施設の開業から1年あまりが経過し、博多駅周辺地区はまちづくりの大きな転換期を迎えている。

『博多まちづくり推進協議会』は平成20年4月に設立し、官民が一体となったまちづくりに取り組むエリアマネジメントも一定程度定着しつつある中、次なる中長期的な展開を目指して平成24年度総会事業計画に「博多口周辺の活性化事業」を盛り込み、以下のような方針を示している。

- ・これまで「はかた駅前通り」などを中心に展開してきたにぎわい創出・回遊性向上イベントを周辺エリアに広げるにより、「面」のまちづくりを展開する。
- ・地域や事業者等との連携を通して新たな趣向の取り組みを展開・支援し、エリア全体のイメージと注目度の向上を図る。

『都市環境デザイン会議九州ブロック』では、成熟する社会・日本の都市環境において所有する不動産から使う不動産への転換が模索されている今、都市空間を創り出している仕組みや背景、および都市環境デザインの役割と有効性の再構築が課題となっている。また、博多まちづくり推進協議会が取り組んでいる全国でも先進的なエリアマネジメントについて、専門家集団である都市環境デザイン会議が如何なる役割を果たすことができるかを考えるきっかけとしたい。

そうした両者の視座を踏まえ、博多まちづくりシンポジウムでは、有識者を招聘した講演・ディスカッション、参加者によるワークショップ等を通じて、今後の「博多」のまちづくりの方向性を探ることを目的とし、シンポジウムを開催することとなった。

■主催 博多まちづくり推進協議会 / 都市環境デザイン会議九州ブロック

■協力 西日本新聞社

■後援 公益財団法人福岡アジア都市研究所

■開催概要

【プレワークショップ】

□日時：11月14日（水）15:00～17:00

□会場：西日本シティ銀行本店大会議室

□テーマ：クリエイティブ・コミュニティビルのつくり方

□内容：基調報告、ワールドカフェスタイルのワークショップ

□講師：梯輝元、田坂逸朗（ファシリテーター）

□参加者：20名

【シンポジウム】

□日時：11月19日（月）13:00～15:30

□会場：グランドハイアット福岡

□テーマ：都市型コミュニティの創造と再生～プラットホームづくり

□内容：基調講演、パネルディスカッション

□講師：橘昌邦、大久保昭彦（コーディネーター）、嶋田秀範、有隅基樹、尾辻信宣

□参加者：61名

博多まちづくり推進協議会は、博多駅周辺の企業、団体や自治協議会、ならびに学識経験者、福岡市などで構成する協議会として平成20年4月に設立され、住む人・働く人・訪れる人が主役となったまちづくりに取り組んでいる。

都市環境デザイン会議（JUDI=Japan Urban Design Institute）は、領域を超えて、力と知恵を結集すれば、より一層魅力のある素晴らしい都市がつくれるのではないかと、との思いから、多様なジャンルの都市づくりにかかわる人びとが集まり1991年5月に結成した学術研究団体。九州ブロックは、九州エリアをフィールドとして約20名の会員で活動している。

■サマリー

1. プレワークショップ

基調報告として、中屋興産株式会社代表取締役の梯輝元氏より、所有する中屋ビルで実践したビル再生の手法を報告いただいた。中屋ビルでは、3つのステージ（メルカート、フォルム、ポポラート）を掲げ、それぞれ若手作家や大学をはじめとした応援団とともに、段階的なビル再生を行った。

通常の不動産価値や経済原理だけでない発想で、戦略をたて、様々な協力者とのつながりで老朽化したビルを再生し、それを応用しながら街づくりへと展開していく手法が紹介された。

ワールドカフェでは、田坂逸朗氏のファシリテーションにより、参加者のディスカッションで博多のビル再生のアイデアが出され、大きくは次の6つに整理される。①ビルオーナーの意識付け・姿勢を変えるようなキッカケづくりが必要。②表通りは良いが、裏の暗いイメージを戦略的に変える取り組みが必要。③クリエイターやアーティストなど新たな人種を呼びこむことで今までにない地域ブランドを創出する。④博多らしさを追求した街なかでのきめ細かな空間づくりが必要。⑤様々な世代や地域、外国人とつながるネットワークづくりが必要。⑥博多にしかないもの、博多でしかないものなど博多の魅力を発見・発信する。

2. シンポジウム

基調講演では、株式会社POD共同代表の橘昌邦氏より、江戸時代の職能としてあった『家守』を現代版にした手法でビル・街を再生した事例を、神田を中心に紹介された。都市の空洞化の諸問題にさらされていた神田の本質を的確に捉え（ビル空室率の悪化、地場産業の衰退、商店街の消滅、都心の過疎化）、その上で、『現代版家守』の手法“三方よしのまちづくり”（貸し手によし：不動産の管理・運営、借り手によし：テナントの面倒、まちによし：まちの管理・運営）に取り組んでいる。まず拠点づくり・キックオフイベントから始まり、複線型の活動に展開していく方策（拠点の整備・連携、地域プロモーション活動、仲間づくり活動、ビジネスモデルづくり、お金の仕組みづくり、人材育成）へと展開していく事例が紹介された。その中で、「オーナーのためになるまちづくりが基本」、「ビル単体での再生には限界がある。まちのブランド化やイベント等ソフト事業による不動産価値の向上」、「クリエイター、若者、専門家などの活用」が重要だと強調された。

パネルディスカッションでは、西日本新聞社の大久保昭彦氏がコーディネータを務め、パネリストは基調講演の橘氏に加え、小倉魚町のリノベーション事例を紹介する嶋田秀範氏（中屋興産株管理人）、博多まちづくり推進協議会の事務局長を務める有隅基樹氏、都市環境デザイン会議の尾辻信宣氏の計5名で行われた。

その中で、博多は「持っている特徴・個性を出しきれていない。その分、可能性は十分ある。」、「ビルオーナーの資産が高くなるマネージメントと周囲との連携が大切」、「みんながウィンウィンになる取り組みが必要」、「クリエイターや専門家など、もっと沢山のプレーヤーに活躍してもらう」など、今後の博多のまちづくりについての様々な意見が示された。後半では、シンポジウムの企画を担当した尾辻氏より「博多らしい再生の手法を見出してもらいたい。」との期待が寄せられ、博多まちづくり推進協議会事務局長の有隅氏より「博多まちづくり推進協議会は、様々なプレーヤーの相談・提案の受け皿、プラットフォームとしての役割を果たしていく」との決意表明があった。コーディネータの大久保氏から、最後にシンポジウムの参加者へも「ともに博多のまちづくりのプレーヤーとして活躍することを期待したい」と呼びかけ、「その中心に博多まちづくり推進協議会があり、重要な役割を果たしてもらいたい。」と締めくくり、シンポジウムを終了した。

3. まとめ

プレワークショップとシンポジウムの2日に渡り、様々な講師による議論が交わされ、今後の『博多』のまちづくりにおける貴重な知見が得られた。特に橘氏が手掛ける『神田における家守型まちづくり』は都市再生のモデルとなる貴重な実践例として参考になる内容であった。このシンポジウムで得られた知見が、『博多』のまちづくりで活躍する各プレーヤーのヒント、キッカケとなることを期待したい。

2. プレワークショップ

■日時：平成 24 年 11 月 14 日（水）15:00～17:00

■会場：西日本シティ銀行本店大会議室

13:45	スタッフ集合
14:30	開場・受付
15:00	開会のあいさつ（博多まちづくり推進協議会 事務局長 有隅基樹氏）
15:10	基調報告 クリエイティブコミュニティ ～ビル再生の実践～ 【講師】梯輝元氏（中屋興産社長・北九州市小倉北区魚町三丁目）
15:40	ワールドカフェ 【ファシリテーター】田坂逸朗氏 【テーマ】『はかたんビルを新たな手法で再生せよ!!!』 （１）ワールドカフェの進め方 （２）各テーブルでのディスカッション （３）席替え・次のテーブルでのディスカッション （４）各テーブルでのお薦めの意見の抽出・発表 （５）ワールドカフェの意見のまとめ
16:55	閉会のあいさつ（都市環境デザイン会議九州ブロック幹事 新田裕司氏）
17:00	閉会

■基調報告

クリエイティブコミュニティ ～ビル再生の実践～

中屋興産株式会社 代表取締役 梯 輝元



梯輝元（かけはし てるもと）
2011年の6月にオープンしたメルカート三番街、
2012年4月にオープンしたポポラート三番街
のオーナー（中屋興産株式会社代表取締役社長）。
司法書士 行政書士 梯 輝元事務所所長。北九州市
生まれ。魚町商店街振興組合の理事長として魚
町銀天街の活性化に取り組んでいる。

クリエイティブコミュニティ ～ビル再生の実践～

中屋興産株式会社
代表取締役 梯 輝元

小倉の魚町商店街から来ました。北九州市は福岡市と比べて人口も減っている都市です。福岡市は西日本でも一番元気のある都市で、いまだに人口が増えています。そういったところに対して小倉から来て、何が言えるのかと思われるかもしれませんが、小倉も人口の最盛期は昭和40年代で、104万人ぐらいでしたが、その後だんだん減少し、今現在は97万人ぐらいです。高齢化率も政令市の中で一番高く25%を超えています。そういうことで非常に苦戦しているまちです。

そのためいろいろな計画を立て、旧市街地の活性化をやっており、その取り組みの一端を今日お話ししたいと思います。



これが小倉の中心市街地の地図です。赤く囲んであるところが中心市街地活性化基本計画のエリアで362haあります。北は国際会議場、西日本展示場というコンベンション施設です。JRの小倉駅があり、モノレールが中に乗り込んでいます。赤く塗ったところが中心商店街の魚町商店街、通称魚町銀天街と呼んでいます。そこは国道199号を挟んで、北側と南側で2つ商店街の組合があります。全長は北側が125メートル、南側が236メートル、商店街の組合員数は160名ぐらいです。

その南側、黄色く塗ってあるところは旦過市場で、北九州市の台所と言われている大きな生鮮市場があります。ここも今現在再開発の予定がありまして、特に神獄川に面して建っていますが、川に杭を打ちまして、その上に

木造長屋の市場が乗っかっており、河川法上、非常に危険なところでした。戦後すぐから、再開発の問題が持ち上がっているわけですが、戦後 60 年以上経ってまだできていない状態です。

商店街自体の人通りは、だいたい 1 日 17,000 人から 13,000 人ぐらいで、北に行くほど人通りが多くて、南に行けば行くほど人通りが減っています。

通りのいろいろなところで井筒屋やリバーウォーク北九州等の大規模商業施設に人が流れていくので、**南側の商店街まで来ると人通りが少なくなっており、通行量をどうやって増やしていくかというのが主な課題となっていて、その為いろいろな事業をやっています。**

特に私が理事長をしている南側の魚町商店街振興組合では、中心市街地活性化事業で、いろいろな補助金を活用してビルをいくつか建てたり、子どもの支援施設を造ったり、私どものメルカートやポポラートなどでいろいろな取り組み行って、なんとか通行量を去年の 8 月から今年は 10% ぐらいに増やしています。

北九州市は人口が減っていますが、その中でも商店街の通行量は増えています。ようやくいろんな取り組みの成果が出てきているところです。



魚町商店街の説明をします。これは昭和 26 年の写真です。**魚町商店街は、日本で初めて公道上にアーケードを造った商店街**として知られています。木組みで組んで、上にアーケードを造っている最中です。当時のお金で 5,000 万円ぐらいかかったと言われていますが、今で言う 5 億円とか 10 億円というそれぐらいの金額です。

当時、補助金とか無い時代に自分たちで造って、建築許可も下りないまま勝手に造っています。造りかけたあとで当時の東京の建設省で局長に直談判して、「許可をくれるまで帰らん。ここから飛び降りる」とかいろいろおどかして許可をもらったという商店街です。これは昭和 26 年の造っている最中の写真です。



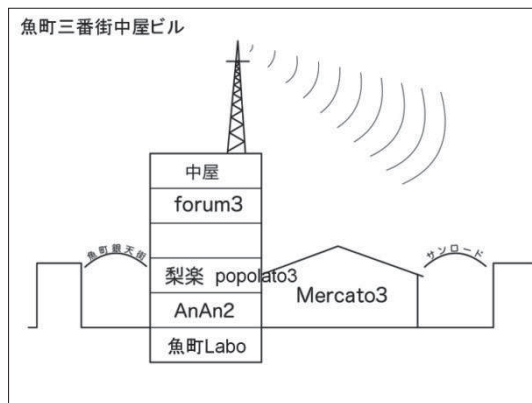
2 番目は**昭和 40 年代の写真で、魚町商店街が一番華やか**りし頃です。歩けないぐらいの人通りがありました。今は 1 万 3,000 人ぐらいの通行量ですが、当時はその 3 倍ぐらい、1 日に 4 万 8,000 人の通行量がありました。西日本でも有数の商店街でした。福岡市の新天町とか唐人町商店街とか、そういった商店街と並ぶような商店街でした。



これが一昨年の3月に造りましたジョイントアーケードです。1丁目と2丁目の真ん中に国道が通っていて、それをつなぐアーケードを造りました。総工費が1億8,000万円で私が実行委員長でした。補助金を国と県と市からもらいまして、6分の5が補助金でした。実質の負担が3,000万円。それも無利子で福岡県の高度化融資資金を中小機構を通して借りて造って、今返済中です。

なかなか国道上にはアーケードがかけられないのですが、鹿児島の天文館に実例が1つありまして、それを真似しました。**日本で2番目の国道の上にできたアーケード**です。

一番苦労したのは信号機を移設することでした。警察といろいろ打ち合わせをしました。信号機を一本移設するのに1,000万円ぐらいかかります。1本仮で建てて、信号機ができれば、それをのけてまた造るという2回作業をしなければならないので、結構な費用がかかっています。



私が持っている中屋ビルです。魚町商店街の一番南の方で、だんだん通行量が減っているところです。私の実家は昔、金物屋をやっておりまして、金物屋から電気屋を昭和40年代の後半から50年代までやっておりまして。最近は商店街では電気屋とか金物屋は成り立たなくなっています。郊外のショッピングセンター（ナフコとかに代表されるDIY）ができてきましたので、ビルを建ててテナント業に転身したわけです。

昭和46年にビルを建てました。地下から5階までのビルで、図のアンテナが立っているところは鉄筋コンクリートです。メルカート Mercato3 のところが木造の建物ですが、それを戦後買ってビルにくっつけた違法建築のようなことをしていました。

メルカートは建て替える予定で準備していましたが、このような不景気な時なので、ビルを建て替えて15年ぐらいの返済でやっていくのは難しく、とてもテナントが入るような状況ではありませんでした。

商店街の通行量が1日2万人ぐらいないと大手のテナントは入らないんです。大手の上場しているような会社はだいたい2万人ぐらいというのが最低ラインです。魚町はぎりぎりそれを切るぐらいで、なかなか大きなお店が入ってこれないということで、当初のメルカートのテナント業は四苦八苦しました。

その間、本体のビルには1階から4階まで婦人服の大型店が入っていきまして、結構手広く商売をされていました。しかしながら一昨年の12月に撤退することになって、ビルが空いてしまいました。

そこでいろいろ考えて、**ビルを再生するための切り口としては、1つは若い方、もう一つはクリエイティブな方と一緒にやることにしました。**地下1階と2階、3階

はまだ空いていますが、4階、5階は私の事務所で1フロアずつやっていくという目標を立てました。一度に大きな投資ができないので1フロアずつやって4年ぐらいで投資を回収するモデルでやっています。

どういう形でやろうかと考えたときに、東京の建築・都市再生のプロデューサーの清水義次さんという先生がおられて、その方が提唱されている『家守』という手法です。単にテナントを呼んで来てボンと貸す。オーナーは何もしなくて、家賃だけもらっていただければいいのですが、そういったことでは、商店街の中にはテナントが入ってきません。

魚町では、家賃がだいたい1坪が1万5,000円から2万円ぐらいします。北側が高くて3万円とか4万円、平気で今でもしていますので、なかなかその家賃体系では空いてしまったら入って来ない。特にうちみたいな1フロア106坪もあるようなビルだと、もう入り手がありません。

そこで、清水先生の指導を受けて、北九州市に小倉家守講座ができました。『家守』という手法を使ってビルを再生していこうということです。

家守とは？

江戸時代における長屋の大家の呼称。単なる借家管理や家賃徴収のみならず、借家人の生活の面倒、もめ事の仲裁、神事・祭りの世話、奉行所への取次、その他雑事などを地区マネジャーのような業務を行っていた。

「**家守**」というのは、江戸時代における長屋の**大家の呼称**です。単なる管理や家賃徴収のみならず、よろず相談とか借家人の面倒など全てを見ていた方を『家守』と呼んでいました。

現代版家守とは？

行政・地域住民と連携し、空き店舗、空きビルをリノベーションして、チャレンジショップ、スモールオフィスなどに転用して、その地域に起業家、個人事業者などを入居させ、新しい産業やにぎわいを起こし、地域を活性化しようとする者

それを『現代版家守』ということで、清水先生の考えを聞いて、こういうふうにやればビルは活性化できるのではないかと提案しました。**行政とか地域住民と連携して、空き店舗・空きビルをリノベーションして、チャレンジショップ、スモールオフィスなどに転用する。その地域の起業家、個人事業者などをミックスさせて新しい産業や賑わいを興して、地域を活性化させるという「現代版家守」の仕事です。**ということで、最終的な目標を作っておいて、そこに向かってどういう方向でやるかということをやっているわけです。

最終目標

多様な都市型産業の育成・集積化

飲食新業態
サブカルチャー
シェアオフィス
シェアハウス
製造型物販
デザイナー
クリエイター

最終的な目標としては、「**多彩な都市型産業の育成、集成化**」ということで、**新産業、新業態の飲食店やサブカルチャー、シェアハウス、シェアオフィスとか、そういうかたちで新業態を小倉で生み出していこう。その集積を持って、商店街を活性化していくという発想でやっています。**

テナントを呼んで来てテナントに入ってもらおうということは、なかなか今の時代は難しくなっていますので、そういったことを目指すのではなく、新たに起業してくれる、事業を起こしてくれる方を商店街に呼んでいこう。そのためにどうするかということです。それをやっていました。

平成10年ぐらいまではまだ景気がよかったので、南側でこういうことをやっていますが、北側にもう1軒うちのビルがあって、それは平成10年に建物、ビルを買いました。火事があって50坪ぐらい更地になっていましたので、その土地を当時の坪420万円（福岡市はもっとするでしょうけど）で、買って3階建てのビルを建てました。そこに大手の眼鏡屋さんに入ってもらい、今、運営しています。15年ぐらいの回収モデルです。土地から買ってビルを建てて、それを全部借金してやっていますので、15年ぐらい経たないと回収できません。平成10年ですから、まだ回収できていません。そういったことをやっても意味がないというか、もう回収できません。銀行もお金を貸してくれません。そこで、こういったかたちで都市型産業の育成に力点を移しました。



これが**メルカート**になる前の魚町サンロード商店街側の空き店舗で、建て替えるつもりでテナントにみんな出ていってもらい建て替えようと準備していました。景気が急に悪くなって、新しくビルを建てるとしても1億、2億かかるので、それもできないので、そのままにしていたということです。



それを建て替える。『リノベーション』という、清水先生に教えてもらった方法で改装して、新しく花屋や雑貨屋に入ってもらってビルを活性化しました。

外観はほとんど変わっていません。中はリノベーションということで、単に改装するだけではなくて、**新たな機能、性能をビルに付け加えて、ビルのストック活用に取り組んでいます。ビルの歴史的な価値や思い出を生かしながら、リノベーションという手法で改装して、新しく小分けして若い方に貸す。そうした活性化のモデルとして、去年の4月にメルカートを誕生させたところ。**



これは当時のフロアマップです。細かく分けて 10 軒のお店に入ってもらいました。これもテナントが決まってから、テナントの要望に従って区割りしました。「自分たちはこれぐらいのスペースがいい。これぐらいのスペースがあったらいい」という**要望を聞いてから、図面を引き、改装して、リノベーションをして貸し出しました。**

テナントが決まって、家賃も決まって、仮契約も済んでいますから、銀行もお金を貸してくれました。2,000 万円を4年ぐらいで回収するモデルでビルをリノベーションしております。



これは4階の図面で、4階は婦人服が入っていたのですが、それが出たあと、婦人服の事務所など事務機器とかをそのまま、シェアオフィスに貸し出します。机1つを1万 1,000 円で貸し出しました。

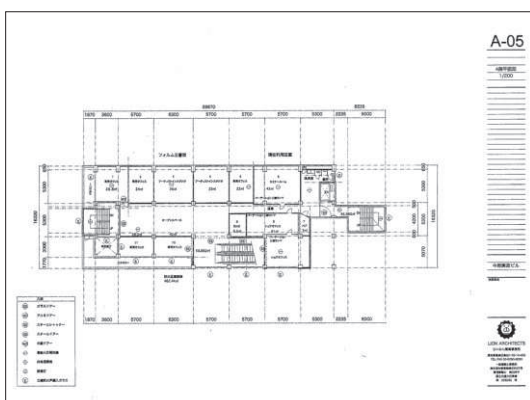
アーティストのスタジオやアトリエに貸し出すということで、これにかかったのは400 万円ぐらいです。これも3年か4年で回収するモデルで、ほとんど内装経費はかけていませんが、間仕切りを立て、テナントを呼んできて運営しています。

テナントをどうやって呼んできたかについては、北九州市は人口 100 万の都市ですから、起業したい人がいっぱいいます。それと起業を目指している人達はいろいろな勉強会をしています。例えば「朝会」とか。そういう所を私の友人が運営・コーディネートしていて、司法書士の私は時々、講師として呼ばれました。その折を見て、そこにいた方々に声をかけました。そんな訳で、最初のメルカートも1週間ぐらいでテナントが集まりました。

フォルムもそういった方の友達とか、知り合いに声をかけて、半分ずつやったのですが、これもすぐ埋まりました。



テナントを集めた後も、ビルの価値を上げるため、いろんな仕掛けを工夫しました。エレベーターギャラリーとか、いろいろなコンテストをしました。「三番街講座」と題した講座を、いろいろな方を講師として東京から呼んできて、やりました。講師の方には極力、エッジの効いた尖がった方を招き、そういう方々と後々までネットワークを持ち小倉と繋がるようにしています。それで次のイベントを仕掛けて、新しいものを作っています。





これが、婦人服が入っていたところを事務所にして、そのまま使っています。



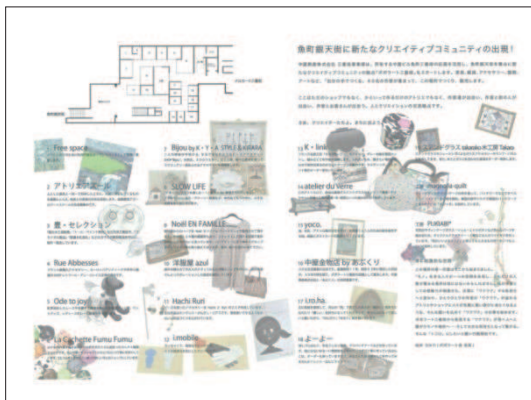
こういったかたちで、機材も白く塗ただけですが、そこもアトリエに使ってもらっています。絵を描かれる方は大きな作品を作られるときは、どうしても家ではできないのです。事務所の広いスペースがあるので、そこで絵を描いてもらっています。



きょうの題材になりますが、**ポポラート三番街**というところ。今年の4月にオープンしました。手作り作家のお店をいっぱい集めました。

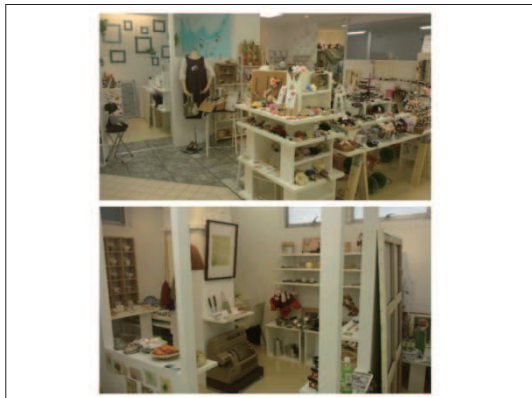
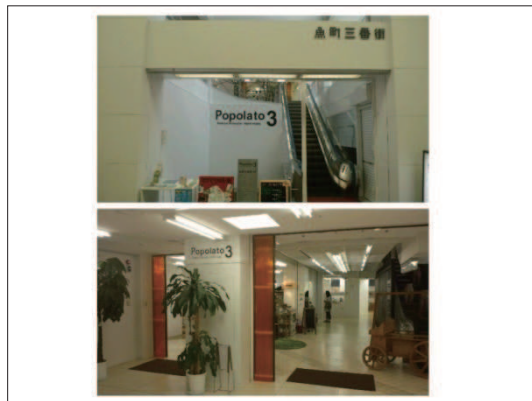
ただ、問屋さんから並べたものを売っていても意味はないし、売れないし、それなら別に郊外に行ってもいいわけです。手作りのものを買ってもらえればいいということで、作りながら売ります。**ギャラリー的に作っているところを見せながら、そこで商売をする。**そうしたいわゆるクリエイティングコミュニティとして、これを4月から運営しています。

これもテナント集めについては、いろいろなところで北九州市内のアーティストとかフリーマーケット参加者がいますので、そこで手作り作家さんに名刺交換をして、「このようなことをやります」と訪ねていきました。



あと、**商店街の中で「寄り道」という市を作りまして、そこに出店してもらって、売り上げとかを見て、よその方に入ってもらって今、運営しています。**

今、マスコミにも取り上げてもらっていて、屋間の情報番組とかで、福岡から月に1回か2回は必ず取材に来てもらっているような状況なので、それなりに繁盛しています。



メルカート三番街のコンセプト

- ・クリエイターのためのインキュベート施設
- ・リノベーションの価値を理解
- ・45歳以下のクリエイター
- ・家賃単価1㎡2,000円
- ・敷金礼金なし
- ・小分けして賃貸
- ・商店街の活性化に協力
- ・テナントが決まってから改装

フォルム三番街コンセプト

- ・段階的に改修、応募
- ・シェアデスク／オフィス
- ・共同会議室
- ・大学の部室
- ・無駄な設備、投資はしない
- ・ギャラリーエレベーター
- ・クリエイターアトリエ
- ・イベントスペース
- ・オルタナティブスペース
- ・三番街講座

これはポポラートの魚町側から見た外観です。

このフロアは100坪ぐらいあります。**できるだけ区画を小さく小分けにして、主婦の方でも貸し出しできるように広さにしています。**

そのフロアは、オープンなスペースにして、**その店舗運営は自治会方式**で、その中に町内会長みたいな方を決めて、その人が中心となって月に1度運営会議をやって、テナントの方々ご自身で考えて自分たちで運営してもらっています。私たちオーナー側もほとんど口出しすることなく、皆さんで運営して行って、スペースだけ与えて、「あとは勝手に教室を開いてください」とか、「いろいろなイベントをやりますので、自由に参加してください」とお願いする。そういったかたちで運営しています。

そうすると主婦の方達は商店街に来て、新たな顧客層となってくれるので、それなりに繁栄していて、商店街の通行量のプラスにも一役に買っているのではないかと思います。

中屋ビルでは、それぞれのフロアでコンセプトをたてて取り組んでいます。

メルカートのコンセプトは、クリエイターのためのインキュベートスペースとして造っているということです。

4階のフォルムは、シェアスペース、シェアオフィスの中心のスペースで、これもこういったコンセプトでやっています。特に大学のオフィスを誘致したことがポイントとなっています。工業系の大学が北九州に3つあるので、その大学の横断的なサークルに入居してもらって、その上で彼らに内装工事の一部をやってもらい、ペンキを塗るなどの対価を家賃にして払ってもらっています。

そういったつながりが結局、地下の106坪ぐらいのスペースに来年3月に北九州の10大学の共同の学園キャンパスを誘致することになりました。その共同学園キャンパスには文科省から予算をもらえることになり、家賃もそれなりに出してもらえ、よかったなということです。

ポポラート三番街コンセプト

- ・クリエイターのための店舗兼工房兼ギャラリー
- ・小分けしたオープンスペース
- ・自宅にいるクリエイターを商店街に呼び込む
- ・自治会組織
- ・リーダーを見極め、育成
- ・大きな黒板／MLで、情報共有
- ・自主セミナー開催
- ・講師派遣／イベント出店
- ・共同で店舗運営
- ・フリースペース／ギャラリースペース

魚町R計画基本構想

1. オープンマインド

1週間だけ、あなたのビルを安く貸してください。そこに現代芸術のアートギャラリーを開設します。そうすれば、多くの人がアートを見学に来ます。ついでにあなたのビルを見学します。もしかすると、あなたをビルを気に入って、借りたいという人が現れてくるかもしれません。ビルは、生き物です。ビルの中で人が動き回ること、呼吸を始めます。あなたのビルを活性化してみませんか？

魚町R計画基本構想

2. リノベーション

今あるものの価値を活かす、それがリノベーションの発想です。空きビルをスクラップ&ビルドするのではなく、ストック活用の観点から古いビルに新しい機能・性能を付け加えるリノベーションによって、ビルに新しい価値を創出します。改修費用を安く抑えることにより、リーシングを容易にします。

魚町R計画基本構想

3. 若者とネットワークを組む

若者は未来です。若者は将来に不安感を抱いています。

若者はイベントが大好きです。

若者とネットワークを組むことで、まちを新たな発想でデベロップメントすることが可能になります。

次に、**ポポラートのコンセプトは、クリエイターのための店舗兼工房兼ギャラリー**です。こういったコンセプトで運営しています。

最初に基本構想を練りまして、『**魚町R計画**』と自分で勝手に作りました。リノベーション、リボーン、といった意味を含めた計画として作りました。

1つ目はオープンマインドです。ビルを貸すということとはそれなりに広い心でやらないといけない。いろいろと細かいところで様々なことがありますから、細かなことを言っていたら、できないのでオープンマインドです。

それから**2つ目の手法としてリノベーション**という新たな手法でやっています。

3つ目は、若者のネットワークを組むということで、大学生のゼミを入れるなど、いろいろな場面で大学との連携を積極的にしています。大学生の卒論とか修論をメルカートを題材にやりたいという学生がいたら、全面的に協力して、あらゆるデータを提供します。

魚町R計画基本構想

4. クリエーションとの邂逅

クリエイターは、モノを創造します。モノが創造されれば、そこに文化が発生します。
文化が発生すれば、そこに人が集まります。
そこに人が集まれば、にぎわいが起こります。
にぎわいが起これば、商売が成り立ちます。
クリエイションとの邂逅で、まちが活性化します。

4つ目はクリエイション。クリエイターがものを創造して、ものが創造されれば、そこに文化が生まれて、文化が生まれればそこに人が集まる。そこには当然賑やかさが生まれます。ということで、クリエイションと街が触れ合うことで、まちが活性化するという構想で若いクリエイターに入ってもらおう。

何故、そうしたかということ、やはり新しいビルではなくて、古いままの設備を残したままだと、一般の人の印象はあまりきれいではない。ここみたいにきれいな設備があるわけではないのですが、打ちっ放しの何もしていないただ白く塗っただけのスペースに価値を見出してくれる人に提供することにしました。そういった価値を分かってくれる人は、クリエイターとかデザイナーと言われる方しか分からないということもあり、クリエイターの方を中心に集めました。

魚町R計画基本構想

5. まちをデザインする

デザインは、価値観の創造です。今までにない価値をそこに生み出します。創造の場というプラットフォームを形成すれば、そこにコミュニティが生まれます。
コミュニティには、アーティストと観客という関係を超えた連帯感が生まれます。
それが、ビジネスを生み出す源泉となっていきます。

それから**5つ目はまちをデザインする**ということで、デザインという観点です。今までにない価値をそこに生み出すために、デザインという観点からいろいろなものをデザイナーに手がけてもらう。例えばフライヤーをデザイナーに入ってもらって、デザインを管理・監修してもらう。うちのロゴなどもデザイナーの方に作ってもらって、それでやっています。

そういうデザイン性を重視した形でやるということでそれがまたビジョンになって、ビジネスを生み出す源泉になっていきます。

また、デザインとかクリエイションというところをお金に換えないとクリエイターも集まって来ないので、オーナーがきちっと対価を払ってその価値を認める。ウェブもそうですし、いろいろなフライヤーもデザインできる方に依頼する。依頼するときには、プレゼンテーションをしてもらったり、入札したり、競争させながらやる。

そういった方式でビル再生をやって、それが次の魚町の活性化に役立っているというところですよ。

ご清聴ありがとうございました。

■意見交換

司会 どうも、ありがとうございました。地元魚町商店街の理事長としてまちづくりを引っ張ってこれて、またビルオーナーとして実際にビルのリノベーションを実践的に取り組まれている様子が具体的に聞けたと思います。会場の方でご質問があるようでしたら、お願いします。

____ 国道の上のアーケードは、どのような意図で紹介いただいたのですか？

梯 あれは魚町商店街の取り組みを紹介する中で紹介したということです。アーケード建設自体は、特にまちづくりとか、リノベーションとか、クリエイティブシティーとかにあまり関係はありません。

_____ あれほど金を使うのであれば、もう少し使いようがあったのでは... というのでしょうか？

梯 それは違います。

北九州市から補助金をもらいまして、**リノベーションスクールを3回に分けて今までやりました**。10人ぐらいのグループを作りまして、魚町の空き店舗の案件を4つ題材にして、どのようなテナントを入れたらいいか、どのようなビルに変えたらいいか。オーナー側から課題を話して、それを持ち帰ってグループで検討してもらい、最終日にオーナーにプレゼンテーションするということをやっています。3回やりましたので、12の案件が出来あがっていて、今3つぐらい進行中で、3つは動きが決まっています。半分ぐらいが動き出しています。

来年3月にまた1回やります。来年度（平成25年度）は、2回程北九州市から予算をもらってやります。これも先日、市長に会いに行き、3回のリノベーションスクールで200人近くの雇用が生まれていますので、地域活性化につながるだろうということで、市長に説明し予算がついたところです。

_____ その予算を使って、オーナーに参加してもらっているということですか？

梯 そうです。オーナーも一緒に参加してもらっています。4日間あるリノベーションスクールの中で、当然案件となるビルをそれぞれのオーナーに見せてもらい、自分たちのビルがどういうふうと考えられているかを聴いてもらうと同時に、オーナー自身の意見はこうだと言ってもらう。オーナーも参加するシステムでやっています。

_____ 物件とオーナーへのアテンドというのは、市の担当課がやっているのですか？

梯 私たちがやっています。

_____ 地元の方ですか？

梯 私の知り合いとか友達とかです。オーナーに声をかけられるような関係の人でないとできないので、オーナー側から「うちをやってくれ。」と申し込まれるケースも出てきました。私がやったり、私のビルをコーディネートした建築士の嶋田であったり、九工大の先生方であったり、そういう方と打ち合わせしながら、どのビルをやるか相談してやっています。

_____ その接点づくりが一番難しいのではないかと思います... ？

梯 ビルオーナーしかできない話なので、**私どもは魚町生まれ魚町育ちなので**、いくらでも、出そうと思ったら出せると。

（基調報告終了）



■ワールドカフェ

はかたんビルを新たな手法で再生せよ！

～博多んビルをどおーするんヨ？～



田坂逸朗（たさか いつお）

1964 年福岡市生まれ。日本ファシリテーション協会監事やローカルアントレプレナーズスクール代表理事などを務めている。広告業界にてブランディングやマーケティングなどを学び 2001 年に独立。福岡大学・九州大学にて非常勤講師。2005～09 年天神の朝の魅力向上計画「朝カフェ」や 2011 年の福岡市「アジアのリーダー都市ふくおか！プロジェクト」ワールド・カフェなど、まちづくりに関するプロデュースを行っている。

ワールドカフェでは、田坂逸朗氏のファシリテーションにより、参加者のディスカッションで次のような博多のビル再生のアイデアが出された。次の6つに整理される。

①ビルオーナーの意識付け・姿勢を変えるようなキッカケづくりが必要。

- ・『きっかけ』をまずつくること
- ・減築して耐震力UP、環境をキーワードにビルを再生
- ・ビルオーナーのモチベーションを上げ心動かす協議プロセスが重要!!→ex.ビルオーナーへのプレゼン。
- ・（ビルオーナーと一般市民の）格差をどうやって埋めていくのか。→セミパブリックスペースは市民共有財産!!

②表通りが良いが、裏の暗いイメージを戦略的に変える取り組みが必要。

- ・優しい『人の目』が沢山感じられる。
- ・色使いで街のイメージを変える。
- ・裏を魅力的にすれば、もっと良い街になる。

③クリエイターやアーティストなど新たな人種を呼びこむことで今までにない地域ブランドを創出する。

- ・裏路地にクリエイター／アーティストの活動の場があるとイイ。
- ・人が集まる場所だから「シェアハウス・シェアオフィス」をつくとイイ。
- ・WEBクリエイター／WEB マーケター&ノマドワーカーが行き交う街になるとイイ。

④博多らしさを追求した街なかでのきめ細かな空間づくりが必要。

- ・表と裏への滲み出し、裏にはピカリと光るものをつくる。→回遊性が生まれる。
- ・滲み出す力（チカラ）→新しいアイデアの創出
- ・博多には「シンボリックな建物」「流行のお店」ではなく、この人がいる、行きたくなる店を増やす。
- ・「寄る」と「住む」の中間的な場所を大切に。
- ・サラリーマンのオアシスを目指せ!!九州の小奇麗な新橋

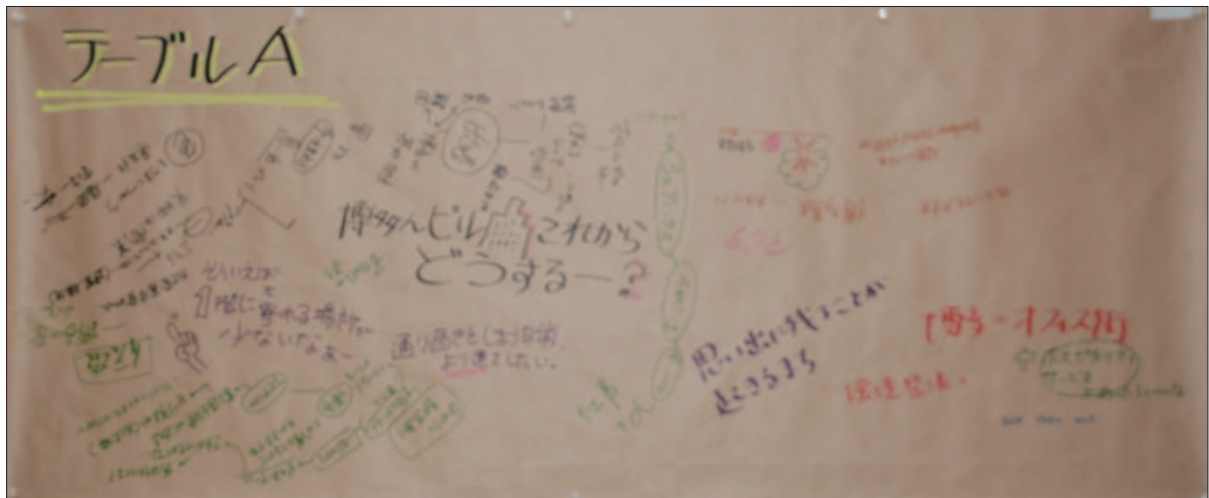
⑤様々な世代や地域、外国人とつながるネットワークづくりが必要。

- ・街中のいろんなビルといろんな人がつながる。
- ・つながる街・博多…アジア・ひと・天神・店員・仕事
- ・今までこのエリアに居なかった人達が動き回るビルを実際にやってみせると街が変わる。

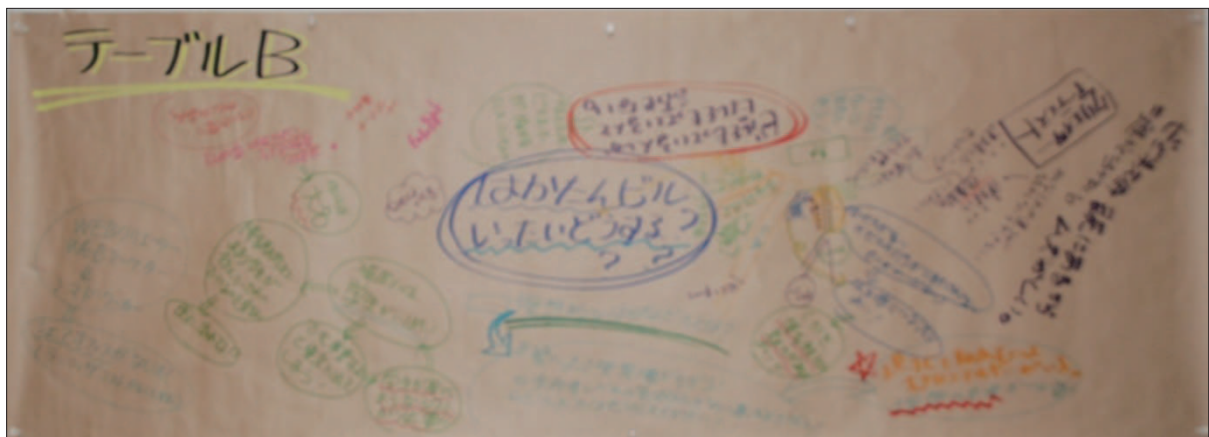
⑥博多にしかないもの、博多でしかないものなど博多の魅力を発見・発信する。

- ・地域間、都市間、商店相互間の激しい競争に勝つには特徴を出す。オンリーワンの要素とは何か。集客の為、過去・現在・未来を掘り起こす。
- ・博多でしか見られない触れられないモノって何？
- ・観光地（寺社他）をもっとPR すべき。
- ・駅で時間待ちの有意義な過ごし方をガイダンスする。→10 分・20 分・30 分の散策コースがあるとイイ。

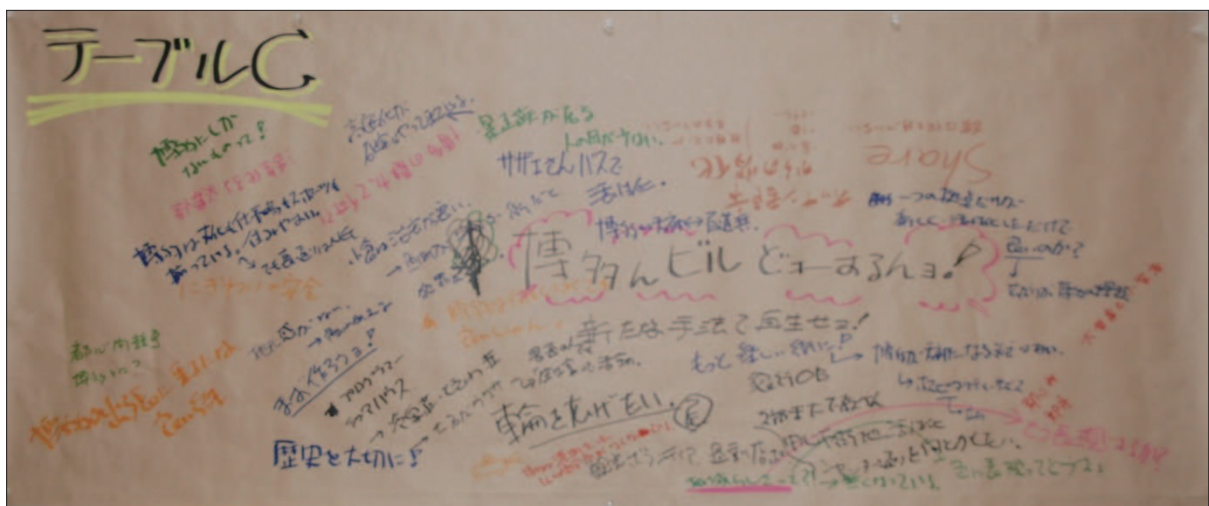
【テーブルA】の成果



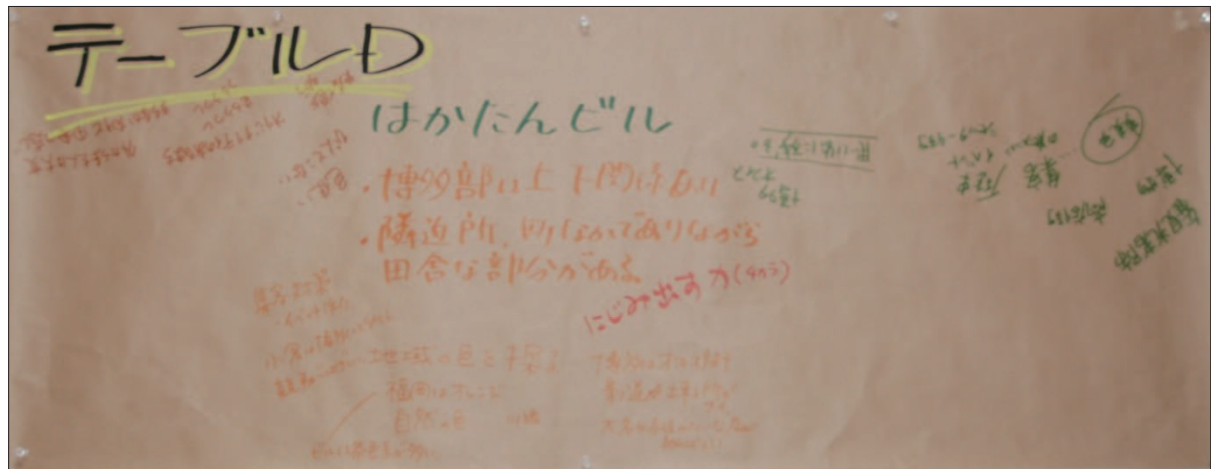
【テーブルB】の成果



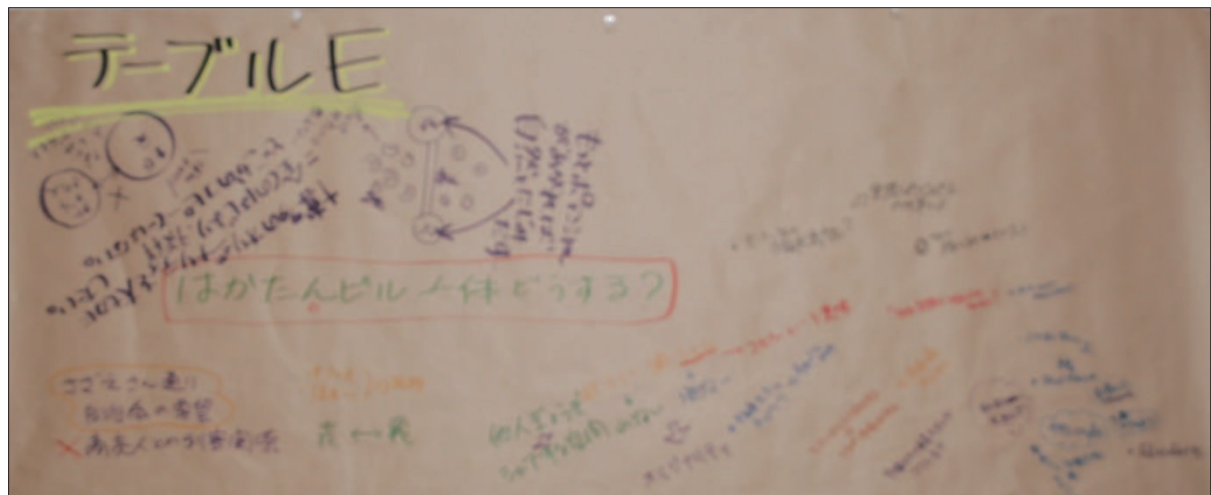
【テーブルC】の成果



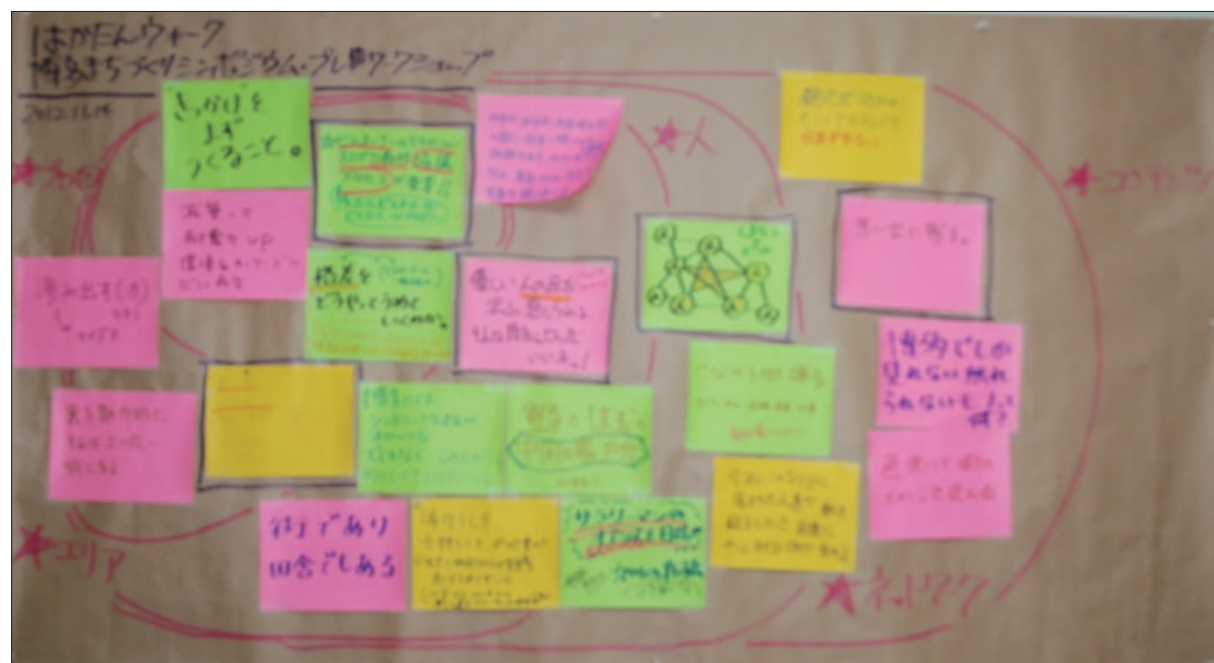
【テーブルD】の成果



【テーブルE】の成果



【まとめ】



3. シンポジウム

■日時：平成 24 年 11 月 19 日（月）13:00～15:30

■会場：グランドハイアット福岡

11:15	スタッフ集合
11:30	講師事前打合せ（ランチミーティング）
12:30	開場・受付
13:00	開会のあいさつ （博多まちづくり推進協議会事務局長 有隅基樹氏）
13:05	基調講演 ビル資産価値を高め、維持する家守型まちづくりの挑戦 【講師】橘昌邦氏（株式会社 POD 共同代表）
14:00	休憩
14:10	パネルディスカッション 【コーディネーター】大久保昭彦氏（西日本新聞・都市圏総局長） 【パネリスト】 橘昌邦氏（再掲） 嶋田秀範氏（㈱ワークスーブ／中屋興産(株)管理人） 有隅基樹氏（博多まちづくり推進協議会事務局長） 尾辻信宣（都市環境デザイン会議代表幹事） ■パネルディスカッションのねらい 大久保昭彦氏 ■【話題 1】プレワークショップの報告 尾辻信宣氏 ■【話題 2】小倉魚町リノベーション事例 嶋田秀範氏 ■【話題 3】博多での取組み・課題 有隅基樹氏 ■ディスカッション ■会場質疑
15:25	閉会のあいさつ （都市環境デザイン会議九州ブロック幹事 新田裕司氏）
15:30	閉会

■基調講演

ビル資産価値を高め、維持する家守型まちづくりの挑戦

株式会社POD共同代表 橋 昌邦 氏



橋 昌邦（たちばな まさくに）
株式会社 POD 共同代表。1967 年千葉県出身。株式会社アフタヌーンソサエティにおいて過疎地再生、都市再生のプロデュース、指導に従事する傍ら、神田において新たなタウンプロデュース&マネジメントの仕組みである「家守」を自ら実践。2010 年に独立、株式会社 POD を設立。「みしま工人郷」「早戸温泉つるの湯」「REN-BASE」「Central East Tokyo」「神田技芸祭」「歌舞伎町タウン・マネジメント」「吉本興業東京本部」「PARK OFFICE LABO」「中野セントラルパーク」など、多岐に渡るプロジェクトを手がける。



私は、東京にあります株式会社 POD という『不動産開発』『地域プロデュース』『事業開発』を手掛ける会社を、パートナーの神河と伴に 2010 年に立ち上げ、現在は 3 人体制で事業を行っております。

どんな仕事が多いかと申しますと、最近はタウンマネジメントあるいはエリアマネジメントと言われる仕事が増えております。こういうエリアマネジメントの立ち上げ、あるいは実際の現場の運営までやっている仕事が増えておりまして、東京では 5 力所ほど携わっております。クライアントは民間事業者から行政に近い方達まで幅広いです。

その一方でデベロッパーから頼まれ、大規模再開発のお手伝いもしております。ただし、それも敷地単体のみの再開発ではなく、周囲の街と一緒に良くしていこう、あるいは周囲のもともとあった街も一緒に良くしていこう、というものです。

今日は「家守」の話ということで、その中で少し絞られた話になってしまいますが、私が今までやってきたことを中心にお話しさせていただきます。

先ほど、プロフィールの紹介がありましたが、私はアフタヌーンソサエティという会社に 15 年程在籍しておりました。現在、小倉の方で進められています家守事業のお手伝いさせていただいているのが、アフタヌーンソサエティの代表で、私の師匠の清水さんです。3 年前に

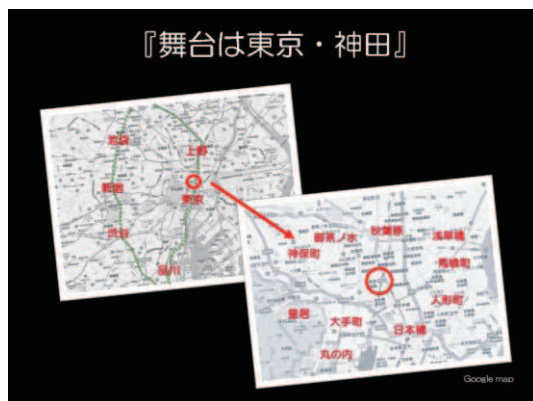
清水さんのところから卒業いたしまして、現在のPODという会社を立ち上げました。

「不動産価値を高める家守型まちづくりの挑戦」と今日は題させていただきました。

家守もいろいろな目的があると思います。まちづくりもそうなのですが、最終的に何を目的にするか、ということが重要になってきます。

神田でやった事例においては、最後に『不動産価値を高める』ということ、そして『地域の産業を良くしていく』ということ、この2つが大きな目的となっております。

それで、今日はこの目的に対して、『家守』が何を果たしてきたか、ここに特化した話をさせていただきたいと思っています。



舞台は東京の神田です。神田といいますと皆さんご存じかもしれませんが、山手線で東京駅より一つ北側にある駅です。隣接するまちとしては、南側に大手町、北側に秋葉原があり、ちょうど挟まれています。それから人形町や神保町。非常にキャラクターの濃いまちが周辺に存在します。

江戸時代は職人の町として栄えていたところですが、現在は、これだけキャラクターの濃いまちに囲まれながら、神田自体は実はほとんど特徴がないまちです。

ただ、江戸時代から続いている町割りのせいもあり、ペンシルビルが多いという特徴があります。しかも、関東大震災、あるいは戦後焼けてしまったということで、かなり早い段階で建物の不燃化が進み、不燃化という点では、非常に進んでいるのですが、それゆえかなりくたびれたビルが集成している場所になっています。

2002年秋 まちは衰退の危機にあった

- ビル空室率の悪化
- 地場産業の衰退
- 商店街の消滅
- 都心の過疎化

さて話は2002年秋に始まります。実は私は過疎地再生がもともと専門でした。初めは熊本の五家荘というところから始まり、奥会津の「つるの湯」というところで仕事をしていたのですが、ある日突然、清水さんから「神田に行け」と言われて行ったわけです。それまで私は神田というところは聞いたことはあっても行ったことはありませんでした。

世の中の方は「神田」というと神保町と勘違いすることが多いのですが、実は神保町から神田まで歩くと20分はかかるという具合で、むしろ隣町といってよい感じでは。神田の駅前に降り立って初めての印象は、とにかく駅前が、風俗店や消費者金融が多く、それら店舗のネオンがキラキラ輝いて目に映り込んでくるので、あまりいいイメージは持ちませんでした。

その神田で当時何が起こっていたかと申しますと、先ほど話したようにペンシルビルが非常に多く、さらに建物が老朽化し設備が古くなるなどの理由で、どんどんテ

ナントが出ていくという状況が起こっていました。

さらに 2003 年問題が拍車をかけました。大規模な再開発が都内でかなりの数完成し、そこに大きな会社が移動を始めました。そうすると、周辺で働く小さな会社も一緒に動くという連鎖があいまって、**ビル空室率がどんどん悪化**していきました。

一方、**地場産業の衰退**という問題もありました。。もともと、江戸時代から産業があった場所です。例えば印刷業、あるいは繊維業、こういったものがあつた場所なのですが、これもどんどん衰退していってました。

さらに**商店街の消滅**。これが一番ショッキングでした。地方でしたら、シャッター商店街といういい方がありますが、神田の場合はそれを通り越して消滅する商店街もありました。

結局この下に出ている**過疎化**というのが関係してくるのですが、どんどん人も住まなくなり、高齢化も進み、買い物をする人がいなくなる。

そうすると商店街が成り立たなくなるので、普通はシャッター商店街になるのですが、他の用途に建て替えるというニーズがあるので、旧商店街はなくなっていくわけです。まち自体のそもそもの姿を維持できなくなるというそのような状況に当時の神田の街は直面していました。



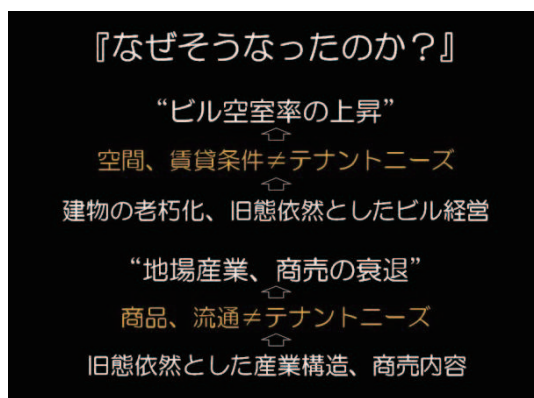
右上が当時の写真です。モノクロにして着色していますので、必要以上にイメージが寂しく見えるかもしれませんが、ビル空室というのがいろいろなパターンで存在していました。

1つはオフィスです。その他に倉庫。繊維業、特に問屋というものの集積があり、これらの倉庫部分が物流の変化などによりどんどん空いていったわけです。これらは不動産の流通市場に出ないため一見空室率はさほどでもないように見えますが、実は潜在的な空室率は非常に大きくなっていました。それから今まで住んでいた方が出て、そのまま放置されている建物です。

そういったものも含め、実際の不動産の流通の統計で出ない部分の空室率が相当数ありました。このまま進んでいくとたぶんスラム化する可能性もあるのではないかな。そのような危機感さえ感じる状況でした。

左下が当時、地元の不動産会社が調べたビル空室率をプロットしたものです。街全体に赤いプロットが染みのように打たれています。これだけビル空室があつたのです。

なぜ、そうなったのか？ これはちゃんと考えないといけないのではと思いました。安易に景気や 2003 年問題のを原因にしがちですが、実はもっと根本的な問題が 2つあります。



1つがまず**ビル空室率の上昇**につながるものです。それは、**建物が老朽化**に加え、**ビル経営は旧態依然**としたままという問題でした。

神田のビル経営者の多くがもともとは店舗や自宅をバブル期等に相続等の対策もあり建替えた方です。そのため、たまたまビル経営者になってしまった方が多いのです。

しかも、私が神田に出向いた当時、産業別の人口を神田で取りますと、既にビル経営の人口が一番になっていました。ですから千代田区としても、地場の産業活性化を考える上で、それまで対象としてこなかった不動産というものを考えていかなければいけないという機運が生まれ始めていました。

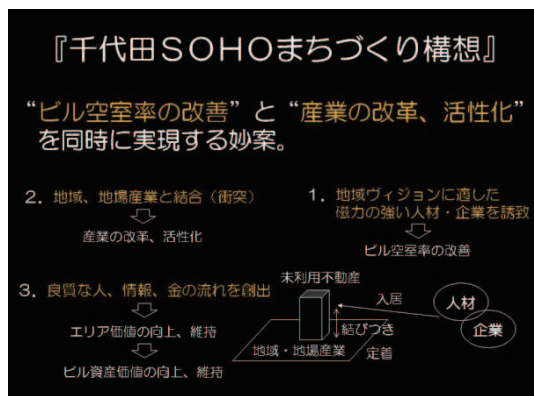
そのような素人が行うビル経営、建物の老朽化、そういったものが原因で空間や賃貸条件がテナントニーズと合わなくなっていきました。その上、リーシング方法や与信（信用度の問題を審査すること）も旧態依然としたもので、新たなテナントの創造ということはまったくなされていませんでした。

それまでの神田のオフィスビルは、実は法人ばかりを相手にしていました。非常に堅い傾向の借り主がお客さまで、今日話に出てくるソーホーワーカーのような人たちはまったく客としては見られていませんでした。

しかし、これらの堅い会社にとっては老朽化した建物というのは、やはり使い勝手が悪い。ビルの中にはエレベーターがないところが多く、また電気容量も少ないなど、どんどん堅い会社のニーズには合わなくなっていったのです。これがビル空室率の上昇につながっていった。

それから**地場産業の衰退**です。これは先ほどの素人が行っているビル経営と同じような話です。その原因は、**旧態依然とした産業構造**にあります。たまたまその商売が成功したため、時がたってもあまりブラッシュアップもせず、大した経営努力もなくしてしまっただけです。その結果、だんだん商売のプロが素人になってしまったという状況がありました。

商店街も含め地場産業の多くにおいて、商品やサービスが時代の変化についていけず、その結果顧客のニーズに合わなくなり、最終的に産業の衰退がはじまりました。



ですので、簡単にまちをよくするということで「空いたところを埋めればいい」という話ではなくて、**こうしたものをきちんとクリアしていかないと、実は根本的な問題が解決できないところがあるのです。**

そこで出てきたのが、「**千代田 SOHO まちづくり構想**」です。これは千代田区が音頭を取って、エリアマネジメントの小林重敬先生が座長になって、地域の方々の専門家を集めて考えた構想です。

簡単に言ってしまうと**ビル空室率の改善と産業の改革、活性化を同時にやっ**てしまおうという非常に都合のいい構想です。

どのような話かという、地域の未低利用不動産、具体的には空きビルや空き店舗、空き住居など、こういったあまり使われていない不動産を受け皿にして、ここに地域の産業に親和性の高い人材とか企業を集めてこようというものです。

ただし、一般的な企業を連れてくるのは先ほどの話で難しいですから、ソーホーワーカーという人たちがまず連れてこようという話になりました。

このソーホーワーカーが増えてくると、床がおのずと埋まりますので、ビル空室率が改善されます。

さらにその方々と地場の産業を結び付けて、ここでもいろいろな化学反応を起こし、地域の産業を変えていこうと、そのようなことを考えました。

結果として、このまちだけではなくて周辺地域も含め、その流れの中で**良質な人材、情報、金の流れというものが生まれてきます。それが結果として、エリアの価値を向上させ、最終的には資産の価値の向上、維持にもつながる**ということです。

とはいうものの、いきなり「ソーホーを誘致しましょう」という話になりましたが、では、どうやってやればいいのかということが課題になりました。

そこで3つ考えました。

最初は「**市場に連動した賃貸条件適正化**」というものです。これを考えなくてははいけません。

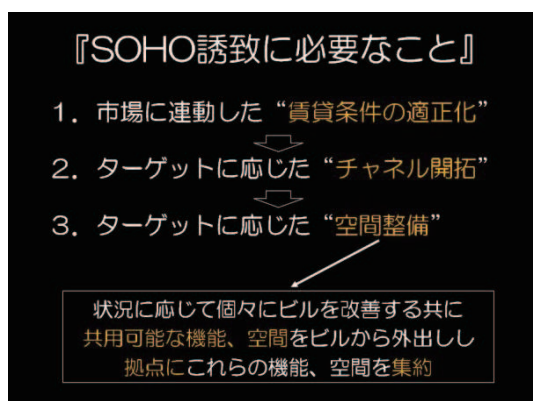
実は当時の神田は、今まで堅い企業を相手にしていたものですから、なかなかそれまでの賃貸条件を変えようとしなかったのです。また、いつかは景気がよくなってバブル期のように需要が上がるだろうとそのような期待も持たれていました。

ですので、市場価格とかけ離れた高い募集賃料で、しかも保証金を10カ月以上取るといった状況でした。さらに与信も非常に厳しい。そのような状況の中ではソーホーワーカーは絶対に入居できません。

そもそも賃料負担能力が低いわけですから、まずは賃料を下げてくださいとしました。ただし、ビルオーナーも事業としてビル経営をされていますで、その事業が成り立たないまで下げろという話ではありません。

これはビジネスですので、マーケットに応じた適正な価格にしてほしい。このことをまずお願いしました。

実は、**いきなりリノベーションどころという話よりも、それ以前に適正な賃料条件に変えるという部分をしっかりとやるだけで、空室率への改善につながる**ようになります。



次にやったことです。**ターゲットに応じたチャンネルの開拓**です。ソーホーワーカーの方々というのは既存の駅前の不動産屋を通してでは、残念ながら集まらない。特にクリエイターと言われる人たちに限定していくと、もっともっと違ったルートを開拓していく必要がありました。

従来のまちの不動産の場合は、駅前の不動産屋にオーナーが情報を出すだけというのがほとんどです。しかし老朽ペンシルビルの多くは賃料が低く仲介料をあまり取れないため、残念ながら不動産屋も積極的に情報を出すことはないのです。そのため、店頭でもネットでも、そのような物件はあまり情報を入手できない状況でした。そのような話がありましたので、従来の不動産屋ではないチャンネルの開拓をしましょうと。それが2つ目でした。

そして、3つ目です。ようやく「**空間整備**」という話になります。この2つをやった上で、では、必要な空間とはなんなのだというのをしっかりやってみましょうと。

ただし、これもオーナーによってはお金とかいろいろな事情があります。建物の耐久性を考えたら、10年、20年ももつような設備の投資をしてどうなのか。そのような話もあります。そういう建物の状況と事業性というものを客観的に踏まえた上で何をするべきか。

実際にきちんと見てみるとお金をかけて建築的な工夫をしないでも、そのまま先の2つで動いてしまうようなそのような物件も少なくありません。

一方でやはり老朽化していますので、建築的な面をきちんとやらなくてはいけないという物件もあります。長年もう少し不動産で商売をしたいという方に関しては、1つ課題になってくるのは耐震性の問題です。

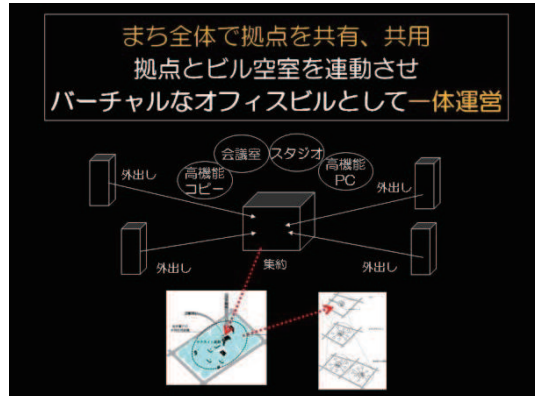
耐震補強をしっかりとやってしまうと非常にお金がかかりますし、改修にも時間がかかります。ですから、フルスペックでやるという方ももちろんいらっしゃるんですけど、耐震補強に関しては安全性の確保は当前として、その上でTPOに応じた工夫が必要になってきます。

さて、そこでこの空間整備なのですが、もう少し詳しく説明します。下のほうに「**状況に応じて個々にビルを改善する**」と書いてあります。「改善」と書いたのは、ハード的なやり方ではないやり方もあるので、「改善」という言い方をしています。

もう一つ問題なのは、ペンシルビルは非常に狭いビルですので、その中にフルスペックのオフィスを入れようとすると狭くなってしまうということです。そこで、オフィス同士で共有可能な機能や空間を外出ししてしまう、そのような発想が出てきました。

例えば、会議室あるいは高性能なプリンターといった

ものは普段小さなソーホーワーカーが1日中使うものではありません。ですから、こういうものに関しては外出しにして、まちのどこかの拠点に集約してしまおう。これをまち全体で共有、共用してしまおう、そのような発想が出てきました。



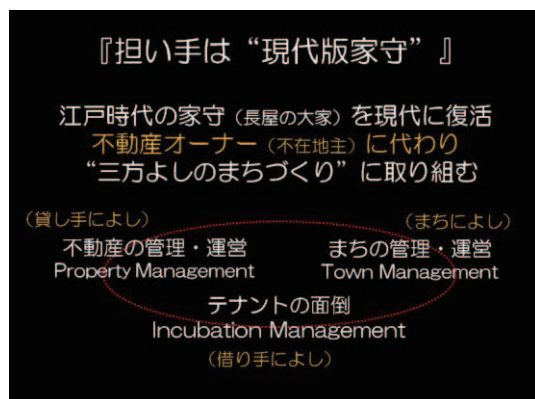
この**拠点とビル空室を連動させて、まち全体をバーチャルなオフィスとして一体化しよう**という、これが「ソーホーまちづくり構想」の特徴的な考え方になっていきます。

共有、共用の対象としては会議室、高機能コピーなどもありますし、そのほかスタジオ、高性能のPCなどもある。当時、神田近辺にデジタル系クリエイターを多く輩出し、卒業生向けのシェアオフィスを構内に設けている学校がありました。その校長と話をしたのですが、シェアオフィスを利用しているクリエイターは高度な映像編集が行える高価な機械を必要としており、これは個人や小さな企業で所有するのは難しいため、このような機器のあるシェアオフィスは利用価値が高いとのことでした。需要はまだまだ高まりそうだが、受皿がない間することで、同様の機能を有した拠点をまちの中に設け、周辺の空き物件にクリエイターに入ってもらい、必要に応じて拠点に集まってもらって仕事をしてもらえばいいのではないかと、そのような話も出てきました。

これはデジタル・クリエイターたちだけではなくて、いろいろな専門家に言えることだと思います。

こういう共有できるような機器とか、サービスを拠点において共有しましょうと、こういう発想が実は「千代田 SOHO まちづくり構想」の大事な考え方の一つです。

ところが、このやり方というのは従来型の不動産業者やビルオーナーが自分で行うになかなかハードルが高いのです。まず、第一に手間がかかりすぎてしまう。さらにお金のやりとりが面倒という話もある。そもそも誰もやったことのないやり方なので、良いか悪いかの判断も難しい。そのため、誰もやりたがらないという話になった。



そこでみんなで考えたのですが、こうなると新しい職業を作るしかない。そうして**クローズアップされたのが「家守」という職業**です。

これは江戸時代の長屋の「大家さん」と同義語なのですが、どのようなことをやっているかということ、まず、長屋の住人、つまりテナントさんの面倒をみていました。これがインキュベーションにつながっていくのです。それから江戸の長屋というのは、不在地主が多く、その地主さんに代わって建物の管理とか、差配をしていました。

そしてもう一つ大事なのが、江戸の町は、『五人組』と

いう制度があって、このメンバーとして町の管理、運営も行っていた。実は町奉行所は思ったより小さな組織で、町の運営、管理をすべてやるのは難しい。そのため、奉行所に代わって民間で一部公共的な管理・運営機能を担う『五人組』という制度が出てきたわけです。これらが実は本来の家守の役割です。今風に言うと、インキュベーション・マネジメント、プロパティ・マネジメント、そしてタウン・マネジメントとなるでしょうか。つまりこの3つの機能を有した職業を作ろうと考えたのでした。

『目の前に立ちはだかる課題たち』

- 不動産オーナーの“危機意識の低さ”
- 不動産オーナーの“資金力不足”
- 急増する“風俗、まち金業者”
- 地域の“情報発信力の低さ”
- 暗躍する“ファンド、フローカー”
- 地域不動産業者の“能力不足”
- 地域不動産業者の“抵抗”

ところが目の前にいろいろな壁が立ちはだかりました。例えば、最初にぶつかったのが、**不動産オーナーの危機意識の低さ**です。いずれ、バブルのころに戻るだろうと皆さん思われていました。この中で、賃料を適正化しましょうよと言ってもなかなか皆さん、相手にはしてくれません。

それから、**不動産オーナーの多くが資金不足**という問題もありました。いったい誰がお金を出すのか。特にリノベーションは担保価値がないため、借入も容易でない。このような話も非常に大きな壁です。

それから、**急増する風俗関係、まち金業者**。これは駅前の空き店舗は非常に立地がいいものですから、どんどんどんどん入ってきてしまうのです。こういう方々が入ってくるとイメージが悪くなって、さらにいいテナントが逃げていきます。この負の連鎖がどんどん起こってきた。

それから、**地域の情報発信力が一切有りません**でした。当時、雑誌とかテレビでも神田というのは、ほとんど取り上げられていませんでした。取り上げられても、せいぜい周辺の神保町だとかそんな辺りですね。

そういった町で何かをやったとしてもなかなかちょっとやそつとでは、情報も外に出ていきません。この情報発信力をどう強化するかというのも非常に大きな課題でした。

それから、**暗躍するファンド、フローカー**。実は立地はそう悪くないので、水面下でファンド、あるいはフローカーたちがそろそろ来て、いろいろ物件を物色していました。

実際、こういう状況が続いているとオーナーの中にも、かなり経営状況が悪くなっていて手放したいという方もいました。その手の話がある日突然成立してしまうと、知らないうちにビルがなくなって、縁もゆかりもない建物が建ってしまう。そのようなことも実は神田で起こっていました。

それから、**地域不動産業者の能力不足**。能力不足と言うと少し語弊があります。従来型の業務をされる能力はもちろんあります。ただ、新しいチャネル、そういったものに対して情報を流すとか、あるいはこういった新し

い仕組みで不動産を管理するような能力というのはもともと持ち合わせていませんので、これらの業者さんたちにどうお願いするかが悩みでした。

最後に、**地域不動産業者の抵抗**に遭いました。私どもからすると新しいテナントは紹介して入れる。それも、仲介料を取ろうというのではなくて、仲介料は地域の不動産業者とちゃんと組んでやろうと思ったのです。ところがどうもその辺を嫌がられました。何故かという、これは推測ですが、地域の不動産業者さんが一番お金になるのは、売買の仲介手数料なんです。賃料の低いオフィスの仲介はあまりお金にならない。しかも、入居者がなくても管理費はもらっていますので、ますます仲介は熱心でなくなるというわけです。

空室率の背景には、実は地域の不動産業者さんがテナントリーシングに消極的だったという問題があったのです。そこにメスを入れようとしたので、非常に大きな抵抗があったというのが当時の正直な話です。

『神田RENプロジェクト』

- 構想はできたものの、地域に担い手がいなかった
- そこで縁も所縁もない民間会社が自ら家守を実践することに
- 100%自己資金による、自社プロジェクトとして実施

さて、そこで「**神田RENプロジェクト**」を立ち上げたわけですが、立上は苦労しました。構想はできたものの、神田は呼び込もうとしていたクリエイターには注目すらされてなかった訳ですから、こんな難易度の高いことを**誰がやるか**という話になりました。

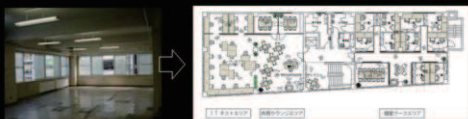
実は当初は、千代田区さんと地元の企業さんが中心でやるという話もあったのですが、諸般の事情でなくなってしまいました。そこで、当初コンサルタントとサポートする予定だった、私の前職のアフタヌーン・ソサエティーが自ら事業を行うことになりました。

正直驚きました。

結果としてRENプロジェクトは**民間型の100%自己負担のプロジェクトとして立ち上げる**ことになったのです。

『まずは拠点づくりから』

築48年の老朽ビルを
クリエイティブ分野のSOHO向け
シェアオフィスにリノベーション



“REN-BASE UK01”

RENプロジェクトで**最初に行ったのは拠点づくり**です。これは非常に大事です。まちを変えていくためにも、人やあるいは情報の流れを作っていくにはいけない。そのためには人が集まる場所がとても大事になります。そこで、老朽オフィスビルのワンフロアを使い、拠点となるシェアオフィスをつくりました。

お金はあまりかけられませんから、空間は極めてシンプルに造りましょうということになりました。不動産のオーナーにこのような事業を勧めるのであれば、事業性は大事なので初期投資は低くしたいということもありました。幸いにして民間100%の事業でしたので、「皆さんできますよ」ということができるようになった。その点はよかったです。

右下の図プランですが、共有部分を非常に大きく取っ

てあります。通常のオフィス経営で考えるとレントラブル比が非常に低い、つまり貸せる部分、お金になる部分が非常に少ないんですね。通常の不動産事業からすると違和感があったのですが、まち全体での取り込みをするという発想だったものですから、結局共有部分は広く取りました。



オフィス共用部と活動風景



- ターゲットはクリエイティブ分野のSOHO事業者
- 坪10万以下（含む設備、デザイン）で施設をリーズナブルに整備
- 状況に応じ変更可能な簡易なつくり
- ただしデザインクオリティは高く

- 長屋的運営により安全安心を実現
- サービスを簡素化する代わりに営業機会を提供
- クリエイティブ分野の活動に拠点を提供することで、ターゲットへの認知度を向上
- 商店街の理事を務めることで、まちと連携した活動を展開

ここで最初にやったのは、**工事前のキックオフパーティー**です。いきなり神田の情報発信力のないところで、このようなプロジェクトを立ち上げても、誰も見向きもしません。改装をする前はこんな空間でしたが、ここにいろいろなクリエイターたちをターゲットに集めました。

それから情報を広げていただくメディアの方々、あるいは行政の方、こういう方々をお呼びして、「これから面白いことをやるよ」ということでパーティーを行いました。

そして、できたのがオフィスです。非常にお金をかけずにやっています。どのぐらいのお金でやっているかというと、坪 10 万円を切っています。設備、空調も入れ直しているのですが、デザイン料を含めて、坪 10 万円以内でおさめています。

通常、当時ですとオフィスビルを普通のオフィスとして改装すると坪 20 万円ぐらいはかかりましたので、かなり切り詰めたわけです。このぐらいに収めないと事業性というのは、なかなか成立しないということもありました。

ターゲットはクリエイティブ分野のソーホー事業者に絞りました。それには理由がいくつかありました。1つはお金をかけると事業性がなくなってしまうのですが、しかし、一方でお金をかけなかったら、スペックの高いビルができません。ソーホーというつまりIT系やベンチャー系の人たちが浮かぶと思うのですが、これらの人たちはセキュリティを非常に気にされるので、おのずとスペックの高い空間を用意しなければいけません。ですから、彼らに対応をしたらお金がかかってしまうので彼らはあきらめ、多少空間の仕上げが粗くてもデザインセンスが良ければ受け入れてくれる、クリエイティブ分野のソーホー事業者にターゲットを絞り込みました。

もっとも情報発信力という点では、このクリエイティブ分野のソーホー事業者のほうが力があります。

特に日常的な情報発信力で言うとなIT系ベンチャー企業の方々が増えても、まちの中では大した変化は見えないですけれども、クリエイターが増えると神田のまちで何か変なことが起こっている、それがあからさまに分かるわけです。こういう目で見える変化を期待したということもあります。

そして、最後に地場産業との親和性です。こういった部分でソーホー事業者というのは今回、神田では対象としました。ただし、対象は場所によって違います。

東京の歌舞伎町というまちでも家守事業をお手伝いしましたが、歌舞伎町ではエンターテインメント系の人材を中心にターゲットにしています。住居中心のところでは、もっとターゲットは違ってきますし、地方の商店街ではまた違ってきます。適材適所ということを考える必要があると思います。

話をシェアオフィスに戻しますが、その特徴は「**坪 10 万円以下でリースナフルに整備した**」ということです。

さらに、**状況に応じて変化可能な簡易なつくり**にしています。特にシェアオフィスというのは、使っていく過程で使い方がいろいろ変化していくということが予測できていたため、間仕切壁などを簡易に造っておいて必要に応じてすぐ壊せて、自在化できるようなそのような作りにしました。

ただ、このようにお金をかけない中でも**デザインクオリティーだけは高くしよう**とそのようなことは試みました。なぜかという、先ほども述べましたが、ターゲットのクリエイティブ分野の方々というのは、空間の仕上げのクオリティがそれほど高くなくても、デザインセンスが良ければ結構気に入ってくれるのです。逆に、いわゆる一般のオフィスは敬遠する傾向が強いです。

その他、**長屋的な運営で安心安全を実現**するといったことや、**サービスを簡素化する代わりに営業機会を提供**するといったことも行いました。それから**クリエイティブ分野の活動に拠点を提供**するということで、**認知度を上げていく**といったこともしました。

最後には商店街の理事も務めました。実はシェアオフィスを運営していたら、ある日、商店街の会長さんがやってきて、「お前ら何やっているんだ。」という話になりました。話をしているうちに「橘、おまえも理事になれ」ということで、そもそもまちづくりが目的でしたので、私も「お役に立つのであれば」ということで理事になりました。普通の民間会社、しかも商店ではない企業の単なる一社員が理事をやるとするのは、極めてまれなことですが、**理事としていろいろなことをさせていただき**、商店街のいろいろな課題も見えてきました。また、商店街と連動した活動などいろいろやりました。

さて、**これを起点に複線型の活動というものが展開**されていきます。実はまちづくりというのは、生き物、生ものです。ですから、何が成功して、何が失敗するかと

『これを起点に複線型の活動を展開』

- まちづくり拠点の整備、連携
- 地域プロモーション活動
- 仲間づくり活動
- ビジネスモデルづくり
- お金の仕組みづくり
- 人材育成

というのは、はじめからなかなか分かりません。それで、とにかく複線型でどんどんやっていくことにしたわけです。具体的に何をやったかという、**まちづくり拠点の整備、連携**。

それから、**地域プロモーション活動**、知ってもらわなければ来てもらえませんので、プロモーション活動、そのようなものもしています。

それから「**仲間づくり**」、アフタヌーンソサエティだけでやるのはさすがにこのプロジェクトは荷が重い。とにかく企業から個人に至るまでいろいろな方々を引き釣り込もうとしました。

それから大事な**ビジネスモデルづくり**。これは事業として、きちんと回ることを見せないと不動産事業として誰も信用しませんので、ここはキチンとやろうとしました。そして、**お金の仕組みづくり**。そもそも神田を紹介してくれたのは日本政策投資銀行ということもありまして、「地元のビルオーナーさんと一緒にファンドを作しましょう」という話をしていました。

そして、最後に**人材育成**。現場の家守をやる人たち。家守は既存の職業とは少し違う能力を求められますので、人材の育成などもしました。複線型で実際にやったものを図にするとこのような感じになります。



民間一企業で、いろいろな方々に協力いただきながら、なんとか、これだけのプロジェクトをやりました。

『地域プロモーション活動の実施』



未低利用空間をギャラリー化



この中で1つ、**地域プロモーション活動の実施**を紹介します。「セントラルイースト東京」というイベントがあります。

ご存じの方もおられるかもしれませんが、東京の馬喰町境界です。ここは最近「**CET**」と雑誌等で呼ばれるようになっていますが、そのきっかけになったイベントです。最初に REN-BASE や神田にクリエイターを呼ぶこと考えたとき、本当にクリエイターは来るのだろうか？ということをしてもらっていた仲間たちに話をしたのです。

そうすると東京の西側でいろいろな活動をしている人たちが、実は閉塞感があるとの話になりました。

西側はどんどん賃料が高くなってくるし、普段、街なかやビル内の空間を使おうとしても自由度が低い。だから、もっと新天地を求めたいという話になり、一部の人は東京の東側へも進出し始めていました。

そこで、いろいろと話をして、「じゃあ、一緒にイベントをやっちゃおう」と。そのようなことで、この REN-BASE を拠点に、このまち全体を使ったアートイベントを仕掛けました。

イベント準備において一番最初にやったのは、**路上バーベキューパーティー**です。なぜ、このようなことをやったかということ、アーティストというのは、非常に変わった人種で、当時の地元の人の言葉を借りて言うと「エイリアン」と呼ばれてました。とにかく何をするか分からないということです。一方、私は仕事の不動産オーナーに場所を貸してもらおうという立場ですから、万が一何かとんでもないことをしたら、結果として取り返しのつかないことになる。そのため、とにかく最初にどのような人たちかお互いにお見合いをしようということで、路上バーベキューパーティーをやったのです。

実は周辺の町会で新しいマンションができるときに、新住民をどのように地域がなじませるかということで、同じようなことをやっていたのです。まちの町会の青年部が主催して、バーベキューパーティーを行い、新しく入ってくる人たちを呼ぶのです。そこで一緒に共同作業をして楽しく仲間になろうということです。この共同作業が大事で、そうすることでお互いのコミュニケーションがよくなるのです。それで、CET でもやりました。

実際にイベントはどのようなことをやったかということですが、簡単にいうと町中の**未低利用空間をギャラリー化**です。エリアは西は水道橋境界から、東は浅草橋、東神田の辺りまで。非常に広範囲にわたって百数十カ所、最大で150カ所ぐらいの場所を押さえてやりました。

10日間ぐらいということで、暫定的に空間を借りて

未利用空間をギャラリー化



行っています。場所としては、使われなくなった地下の倉庫とか、あるいは高等学校の裏庭とか、それから国土交通省が管轄している国道の真下の通路。とにかく使えるところはありとあらゆるところをお借りできました。しかも、条件としては、1万円プラス水道光熱費、これが最大です。「水道光熱費1万円を上限にプラス2万円で貸してください」と頭を下げます。ただ、貸す側のメリットもあると思います。比較的地元の不動産業者の協力も得られたということもあって、場所は集められました。非常にユニークなイベントだったものですから、情報発信というのはどんどんされて、いろいろな方ともつながっています。

シンポジウム、コンペ、ツアー、etc



ただ、展示だけでは面白くないですし、そもそもの目的はまちづくりでしたので、**シンポジウム、あるいはコンペティション、ツアー等**、行いました。まち全体にイベントが仕掛けられていることも合わせて相乗効果があったと思います。

商品開発、物販、出版、etc



それから大事な点。はじめに産業という話をしましたが、**商品開発、物販、出版**のようなことをリアルにここで行って、地元の方々にこのようなやり方もあるのだということを見せています。

イベント支えた若い力



もう一つ大事なのが人的リソースです。このイベントはディレクター陣だけがクローズアップされがちなのですが、実はディレクターたちは言いっぱなしで制作、運営の現場はほとんどやらないんですね。実際に現場で汗をかいていたのは私を含め数名で、そのほかに一緒にやっているスタッフは「インターン」と呼ばれる若い人たちです。「インターン」というのは、ものは言いようです。これはどうかと思いますが、**若い人を安易に使おうというそういう魂胆もある**。ただ、非常に彼らにとっても勉強になるようで、ディレクター陣たちも学生扱いせず、自分のスタッフと同じレベルで使うので、学生の顔つきも変わるんです。若者の顔つきが変わるのを初めて実感したイベントだったのですが、非常に多くの若者たちが、大学では勉強できないということで、この場に参加し、盛り上げてくれました。

このイベントはこれまで話した通り REN プロジェクトが起点となって始まったわけですが、これはアーティストとかクリエイターたちにはあまり伝えていません。

なぜ、伝えなかったかという、伝えすぎると興ざめということがあるからです。

これは私が地域再生にかかわる際のポイントなのですが、どの段階でどこまで情報を伝えるかということを中心に考えています。例えば、こういうアートイベントをまちづくり系の人間が旗振ってやったということだと、クリエイター達からするとそこにくっついていくというのはあまりく格好良くない。だから、あくまでもイベントのストーリーというのは、クリエイター達がこのまちを見つけ、住みつき、ここを変えていく。実際に世の中に流れている話というのも、これがベースになっています。

しかも、本人たちもすっかり初めのそういうことを忘れて、自分たちが「ここを見つけた」と思っている。それでいいんです。このレベルになってくると本当にこの人たちがまちに定着してくれます。

『イベントの本当の目的は？』

- 不動産オーナーに対し
新たな不動産活用の可能性を提示
- 不動産オーナーに対し
新たなテナント候補の素顔を紹介
- テナント候補に対し
地域と不動産物件を紹介
- 地場産業に対し
人材と協働の手法を紹介
- メディアに対し
新たなエリアの動き、可能性を発信

実際は、何を目的にしてきたか？という、1つは不動産オーナーに対して**新たな不動産活用の可能性を提示**したいということです。例えば、先ほど「暫定でやりました」と言いましたが、コンバージョンというのは、何も建築的なことを伴わないでできちゃうんです。暫定的にその不動産の使い方を変える。それだけでも使い手が見つかることがある。もちろんもっと手を加えることもあります。そのような今までやったことのないような不動産活用というのがどのようなものかというのを見せた。

それから、**新たなテナント候補**。ソーホーワーカー、特にデジタル・クリエイターの人たちというのは、これまで客として見られていませんでしたが、どのような人たちかというのをかなり近いところで、それも見てもらう。そのようなことも考えました。

それから一方でクリエイティブ系人たち、ソーホーワーカー、テナント候補の人たち。この方々に**地域を紹介する。あるいは不動産物件がこれほどあるのだということを知ってほしい**。こういうことお目的にしています。

そして地場産業に対しては、**人材とか協働の手法を紹介**しようということです。先ほどのような商品開発がその1つです。

そして、メディアに対して**新たなエリアの動き、可能性を発信**していくと。こんなことを実は裏では目的にしています。

『イベントから新たな展開へ』

未定利用不動産を受け皿に 新たな生活・仕事スタイルが登場



従来の不動産流通の枠を超えた ユニークな不動産メディアが登場



老朽倉庫ビルが クリエイターの活動拠点に変身



このイベントをやっていたら、いろいろな不動産利活用の形態が生まれてきました。これは未定利用不動産、要は空き家です。オフィスもあれば駐車場もあると思います。ここで新しい事務所を構える。それから家を作る。店舗を構える。いろいろなものが出てきます。それに伴って**新しいワークスタイルが出てきます**。

それから、「**従来の不動産流通の枠を超えたユニークな不動産メディアが登場**」しました。福岡に福岡R不動産というのがありますが、このモデルは東京R不動産で、セントラル・イーストの動きと並行するように立ち上がっていきました。どういうものかと言いますと、通常不動産を選ぶときはまずまちを選びます。そしてその不動産屋に行くというのが従来の見つけ方です。あるいはネットで検索する場合でもやはりエリアが先なんです。東京R不動産の場合は物件そのものの面白さをストレートに伝えることで、このプロセスを飛び越えてしまったのです。

今までの流通の段取りを全部飛ばして、物件そのものとそれらを探したいという人をダイレクトに結び付ける。そういうメディアになったということです。これは非常に画期的なことだと思います。

その次が「**老朽倉庫ビルがクリエイターの活動拠点に変身**」ですが、REN-BASE やCET を見てビルオーナーが自分のビルをやっぱり改装したいと言い出しました。このまま倉庫として活用していてもまちのためにもならないし、自分の商売もあまりいい展開にならないということで、大英断ですが、老朽倉庫ビルをクリエイター向けの賃貸オフィスにリノベーションしました。

ここで大事なことは建築的な知識をきちんと使っていることです。左の上の方の写真をみると分かりますが、建物に乗っかっている看板をこの工事の中で撤去しました。このことで荷重がぐっと減るのです。何が起こるかという、ガチガチの耐震補強をしなくてはいけなかったのが、2カ所のブレースだけで済んだのです。ですから、こういう減築などを行うことで、比較的安価に安全性の確保ということもできます。



学生男女10人が
地域密着シェアハウスを創造

面白かったのは**インターンで手伝ってくれた男女10人がまちに住みたいと言いだした**のです。それで私のところに家さがしを手伝ってくれてやってきたものですから、先ほどのイベントで暫定的に使った建物をオーナーと交渉して、2年間限定で使えるようにしました。これは、構造的にはやや不安な面もあり、2年以上貸すというのは私も認められないと思ったので、2年限定にしました。しかも不動産オーナーはいつ手放すか分かりませんから、いつでも退去してもらえそうな契約形態を選んで住んでもらいました。

実はこの契約はユニークな点がありました。特記事項に町会に入ってできる限り活動に参加するということが赤Kれています。その上で、町のと付き合い方などをオーナーとともに指導したわけです。もっとも彼らは自らそういう活動への参加を望んでおり、しっかりやったのですが、最初のうちは町会長が「不動産オーナーが入っているのだからおまえらは入らなくてもいい」と言い出したり、何やら怪しい宗教の集まりではといった疑いがかけられ、必ずしも順調な滑り出しとはいきませんでした。

ところが、だんだん彼がまじめに町会に参加していくうちに、たぶん区民体育大会あたりからだと思いますが、若い人たちがいなかった町会がいきなり体育大会で活躍したものですから、まちの人たちが喜んで、そのあたりからだんだん関係がよくなっていきました。そして最後は出ていかないでほしいという話にまでなりました。知らないうちに女の子3人が地域の消防団に入って、出初め式にも出ています。ここまで来ると町会員以上です。このような具合に、新しいコミュニティも生まれてきました。



スピノフイベントの登場

「**スピノフのイベント**」も登場しています。一般に伝わっているCET（セット）の話ではまず出てこないのですが、CETというイベントをどんどんやっているとクリエイターたちはどんどん高みにいきたいと欲するようになり、一方地元はもっと地元に着した企画が欲しいと望むようになりました

それゆえ、両方を一緒にやるというのはなかなか難しく、では、どうしたかということ、もう、私が怒られる覚悟で、地域イベントをやろうという話でディレクター陣を説得し、地域ごとのイベントを企画し、実施しました。そうして生まれたのが「神田技芸縁日」というものです。

どのようなものをやったかというと、例えば地域の空き店舗に、地元の神田の蕎麦屋10数店舗に集まってもらって、若旦那たちが同じ蕎麦を打って、それぞれ店の蕎麦つゆを持ち寄って、利きつゆをやるといった、そのようなことをやりました。

これはすごく人気が出て、いまだに神田で続いています。その他、地域の名人が先生の学校や大学の出張授業、DJと尺八のコラボによる路上クラブなどなど、面白そうなことでメディアに乗りそうなことはいろいろやりました。そのような具合のことをやったら、CETのディレクター陣から案の定怒られて、「そんなのはCETじゃない」と言われまして、これを契機に完全にスピンオフさせ、今の神田技芸祭りへと進化しています。

神田技芸祭りは今だに続いておりまして、年中行事になっています。この右側は千代田区のホームページなのですが、「夏祭り千代田」特集のトップに出てくるなど、認知されたイベントになっております。

私自身は本当に最初しか手伝うつもりはなかったので、2年目から完全に手を引いています。私がいないと回らないという仕組みを作ってはいけないと思っていますので、常々このようなかたちで次の人に引き継ぐようにしています。

商店街の面的な連携の兆しなどが出てきました。今のイベントをきっかけに、いろんな理由で喧嘩していた神田にある7つの商店街が、まとまり始めたのです。先ほどのRENベースでは、私が出張している間に、知らぬうちに商店街サミットなるものを開きまして、「行政任せではしょうがないから、タウンマネジメントを自ら立ち上げよう」と活気づいているなど、そのような感じの機運も出てきています。

こういう活動を通じて、**いろいろなメディア掲載**というものが行われてきました。これも目的としてきた1つですが、どんどん情報発信が増えていきました。

アート集積から最終的にはエリアブランドというものに発展しています。

これが2010年の雑誌です。確かブルータスだったと思いますが、右下のほうには「今や東京アートタウン!？」と評されています。もっともビックリマークとはてなマークが出ていますが。

そこまでくるには、2003年から始めて足かけ7年、非常に歩みが遅かったですが、神田（馬喰町）界隈をブランド化するまでは出来たのではと感じています。





それまでの流れを写真で簡単にまとめたのが、左のスライドです。左上の工事前のプレイベントから始まって、最終的にアートエリアと地域ブランド化するところまでとなっています。

まちづくりの目的がここには出ているのですが、これは少し細かいので、あとでご覧ください。

『家守型まちづくりのポイント』

- まちづくりの目的（誰のための、何のための）を明確にする
- 地域が現在のようになった理由を客観的に把握し、課題を抽出する
- 将来のリスクを客観的に把握し、予め対策を考える
- 個々にすべきことと集まってすべきことをきちんと区別する

- 地域の将来ビジョンを具体的に描き、そこに到達するまでのプロセスを考える
- マーケティングの手法に基づき、対象とすべきターゲットをプロセスごとに想定する
- ターゲットたちの気持ちをどのように動かすかを考え、この流れに沿ってシナリオ、アクションプランを考える

- 地域の未定利用不動産を資源化する
- 実現するための体制を整える（無理ならシナリオを修正する）
- 阻害要因がある場合は、それに対する配慮を行う
- 自ら汗をかくと共に人の力も大いに使う
- 専門家の力を適宜に活用する

実は続編があります。ここに書きそびれているのですが、2、3分でお話しさせていただきます。

神田での家守型まちづくりは、7年かかってしまったのですが、なんで7年かかったの？という話があると思います。

これは当初、実はある段階からきちんと資本を入れて、地元のお金のない不動産オーナーたちに対して援助しながら、もう少しドラスチックなかたちでまちづくりを進めていきたいと考えていました。水面下で、C E Tの枠とは別に心あるデベロッパーと組んで、小さなエリアに限定してまちをよくしていこうと考えました。いろいろな不動産の利活用、あるいは建て替えも含めたミニ開発

というものをやろうということで準備していたのですが、そのデベロッパーが倒産しまして、残念ながらこの話は流れてしまいました。

実はその担当者が今一緒にやっているパートナーで、そのリベンジをやろうというふうに思っている次第です。

それから産業の方の話。これもやっている最中に中央区さんから話があって、地元繊維業界の方々に経営改善の提案してほしいということで話に行っております。ただし、残念ながら当時、繊維業界は文化服装学院と組んで学生のイベントを一生懸命やっていて、ここに後から加わるのはタイミングが悪いということで機会を逃してしまいました。

残念ながら最終的に不動産オーナーのためになるようなまちづくり、あるいは産業を変えていくという部分が、CETの中ではやりきれていないというのが正直なところです。

その後、**歌舞伎町**に請われて、同じようなプロセスでやっています。ただし切り口は違います。最初に地域へ乗り込んだのは、エンターテインメントの人たち。そして様々なイベントの情報発信をやったのですが、歌舞伎町では負の情報発信力が強すぎて、すぐ打ち消されてしまう。それで拠点型の目立つアクションプランをやっていこうということで、やったのが**廃校になった小学校を受け皿にした人材・企業の誘致**。私が中心になって誘致の調整したのですが、結果、吉本興業がやってきてくれました。

そのようなかたちのプロジェクトをやってきましたが、自分が描く『家守』というものはなかなか実践できず、そのためPODという会社を作り、個人等の中小不動産オーナーのお手伝いができるような仕組み作りを進めている最中です。

例えば、**大宮**というまちがあるのですが、この駅前の繁華街のソーシャルビル。1、2階がキャバクラ、4階がホストクラブです。この3階が空いていてここを我々がオーナーの賛同の下、借り受けて、コラボレーション型のミニ飲食横丁を作る計画しています。我々はテナントの代行として施設を整備し、運営かを行うこととなります。まさに**飲食版の家守事業**です。そのようなこともやり始めているところです。

あるいは**神田**の方では、当時から付き合いのオーナーから相談があって、ビルのワンフロアをシェアオフィスに変えるプロジェクトも始めています。ただし、神田の場合、深刻なのは3.11の問題です。**3.11以降、耐震の問題が非常に大きくクローズアップ**されました。当時は中小ビル（特に小規模ビル）だけが非常に空室化すると

言われていたのですが、中規模から大規模のビルに至っても、旧耐震の建物に関しては、テナントが入らないという状況がかなり出てきていました。

こうなってくると事は深刻で、先ほどのようなもう少しドラスチックな不動産活動もしなければいけないということをヒシヒシと感じています。

もちろん、オーナーの状況にもよりますので、お金をかけずにやることもありますし、逆にしっかりお金をかけて優良な不動産運営もやらなければいけない。そのようなこともあります。

最後に言わせていただきたいのですが、不動産というのはまちとかかわるものだということです。例えば不動産情報誌、東京などでは、駅によって、平均賃料が出てしまうのです。この駅だといくらということです。これはどういうことかということ、そのまちのエリアの価値以上には賃料を払わないということなのです。**ビル単体で一生懸命頑張ったとしても、残念ながらエリアの価値が低くイメージの悪いところで、いくらいいビルを造ってもエリア価値以上には価値はあがらないし、賃料も上がらない。**

ただ、ビルを駅に直結してしまえば別です。これをやったのが六本木ヒルズとか、ミッドタウンです。あれは駅とビルを直結してしまったので、六本木の危険な場所を通らずにビルに行けるんです。ということは、あそこは六本木ではないのです。

そのようなことをしない限りはやはり場所をよくしていかないと不動産の価値というのは上がりません。**まちで商売をするのであれば、不動産の価値をしっかりと高めるといって、まちと伴に一緒によくしていくことをやっていただければと思っています。**

以上、私が神田でやってきたことの話をしました。ご清聴、ありがとうございました。



■パネルディスカッション

都市型コミュニティの創造と再生 ～プラットフォームづくり～



■議論のポイント

コーディネーター：西日本新聞社 大久保昭彦



大久保昭彦（おおくぼ あきひこ）
西日本新聞社都市圏総局長。1961 年熊本市出身。
88 年西日本新聞入社。主に政治・行政分野を取
材し、東京支社で自民党、民主党、本社で福岡市政、
福岡県政、地方分権などを担当。博多まちなか支局
長、報道センターデスクを経て2011 年より現職。

大久保 あらためまして、こんにちは。博多まちづくりシンポジウムのパネルディスカッションの進行役を仰せつかりました西日本新聞の大久保です。よろしくお願いします。

「あんた、博多、好いとろーが。シンポジウムやるから、手伝いない（手伝いなさいよ）。」と言われて今日こちらに座ることになりました。一応看板にもシンポジウムの協力に西日本新聞も入れていただきましたが、私は市民ボランティアとして、また単なる「博多好きの福岡市民」ということで、このパネルデ

ィスカッションのコーディネータのお手伝いをさせていただいております。

私自身も詳しくはありませんので、今日おいでいただいている専門の皆さんには、話をできる限り私どもに分かる範囲で噛み砕いて話していただくようにするのが、今日の私の役割かと思います。

私は「博多まちなか支局長」として 2005 年から 3 年間仕事をしたことがあり、その頃から博多を見続けてきた一人です。私が博多のまちに関わらせていただいた頃は、今たくさんの方が集まっている JR 博多シティーができる前で、これから変わっていく博多のまちをどうやっていこうかとみんなが議論を始めた段階でした。またその時に、今日のシンポジウムを主催している「博多まちづくり推進協議会」を立ち上げる初期の頃に、そのお手伝いを少しさせていただいた経緯があります。

JR 博多シティー、博多駅、それに付随して沢山の新しいオフィスビルやマンションがこの界隈にできました。最近、地価公示や基準地価というものが国土交通省から発表されましたが、すごく**博多駅界隈だけが日本の中で異常に地価が上昇している**と話題になりました。**それぐらい日本中で今注目されている地域なんだろうと思います。**

だからこそ、「**もっと今よりもいい街に**」ということを私たちは強く願っています。これからも、例えば**博多駅の横にある博多郵便局の建て替え**だとか、それから**8 年後には今の福岡市の地下鉄七隈線が博多駅まで通じます**。そして今日の会場となっているキャナルシティ博多のすぐ近くに中間の駅ができるだろうと言われています。また、ドンドン一帯が変わってくる。予定では 8 年後ということで少し先のように思えますが、意外と近い、間近に迫った将来なのではないかと私自身は思っています。

その時になって、いつの間にかできてしまったということではなく、その時に向けて私達が今の時点で、**2012 年秋の今の時点で何を考えたらいいかというヒントが、今日のシンポジウムの中で少しでもつかみとっていただければと思っています**。そういう観点で話を進めていきたいと思っています。

難しい話ばかりなのは苦手なので、楽しく分かりやすく話を進めていきたいと思っていますので、よろしくお願いいたします。

それでは、橘さんに基調講演をしていただきましたので、その他の登壇してもらっている 3 人の方にそれぞれの立場からの話題提供をしていただきたいと思います。

また、途中休憩時間を 10 分間程挟みますので、その時に後ろに掲示してあるプレ・ワークショップの成果をご覧くださいと思います。これは今日のシンポジウムに先立ちまして、先日 11 月 14 日、ワークショップをやった時の成果です。博多駅近辺をどのような街にしたいか。この先、何が必要かというようなことにつて、いろいろな意見を書いていただきました。

そのプレ・ワークショップの概要について、企画を担当した都市環境デザイン会議九州ブロックの尾辻さんより報告をお願いいたします。

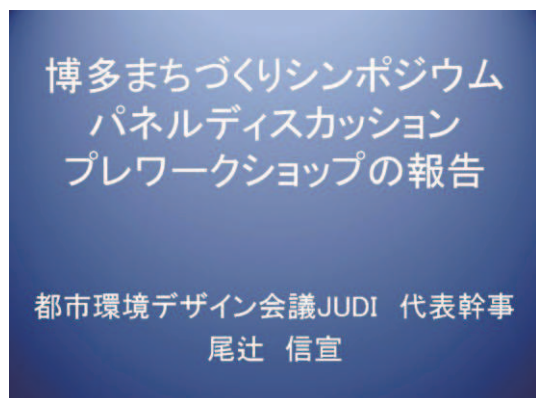
■【話題1】プレワークショップの報告

都市環境デザイン会議代表幹事 尾辻信宣



尾辻信宣 (おつじ のぶひろ)
合同会社G計画デザイン研究所代表社員、JUDI 代表幹事。1965 年鹿児島県出身。1989 年大分大学工学部建設工学科卒業。1990-2000 年都市環境研究所(東京)、2005-2008 年九州大学大学院都市・建築学部門テクニカルスタッフ。広域地域振興計画、景観計画、市街地再開発事業など様々な「まちづくり」を専門とする。2009 年より現職。

尾辻 都市環境デザイン会議の尾辻です。先週 14 日水曜日に博多まちづくりシンポジウムの前振りとして、プレワークショップを行いました。その概要について報告させていただきます。



約 20 名の参加でしたが非常に熱心な討議が行われました。後ほど、会場後ろのパーティションに貼っていますプレ・ワークショップの成果・模造紙をご覧くださいのですが、そこにあるとおり、沢山のアイデアを出していただきました。プレワークショップは西日本シティ銀行の本店の大会議室で行いました。普通我々一般人にはなかなか入れるようなところではないところです。大学の建築学科出身の私としては、建築家磯崎新氏が設計した建物ですから、それだけでも貴重な体験となりました。そのような会場がワークショップの会場として使えるのだから、それだけでも博多駅周辺地区というのは非常をうらやましい所だなとワークショップを主催しながら感じていました。



全体のプログラムは、基調報告を今日のパネリストとして登壇いただいている嶋田さんのパートナーであり、**北九州小倉でビルオーナーとして地域の活性化、あるいはビル再生事業のキーマンとして活躍されている「梯さん」**に講師を務めていただきました。

1. 基調報告 クリエイティブコミュニティビル再生の実践

講師：梯元輝氏



2011年の6月にオープンしたメルカート三番街、2012年4月にオープンしたポポラート三番街のオーナー（中屋興産株式会社代表取締役社長）。司法書士 行政書士 梯元事務所所長。北九州市生まれ。魚町商店街振興組合の理事長として魚町銀天街の活性化に取り組んでいる。

1. 基調報告『クリエイティブコミュニティビル再生の実践』の概要

- 自身が所有する『中屋ビル』を単なる建替えや改修でない、『多様な都市型産業の育成・集積化』を目標にビル再生の新たな手法を模索し、実践した。
- メルカート三番街：クリエイターのためのインキュベーション施設
- フォルム三番街：シェアデスク／オフィス、共同会議室、他
- ポポラート三番街：クリエイターのための店舗兼工房兼ギャラリー

■魚町R計画基本構想

1. オープンマインド
2. リノベーション
3. 若者とネットワークを組む
4. クリエーションとの邂逅（かいこう）…めぐりあい
5. まちをデザインする

梯さんは、小倉北区魚町商店街で自社の所有する中屋ビルを使って、さまざまな取り組みをされています。

その中で、所有するビルのリノベーションを「メルカート三番街」、「フォルム三番街」、「ポポラート三番街」と称して、非常にユニークなインキュベーション施設の誘致等に取り組まれているということでした。また**単なるビル再生にとどまらず、周辺の魚町商店街のまちづくりに**についても「**魚町R計画基本構想**」として提唱し、**取り組まれています。**

2. ワールドカフェ 『はかたんビルを新たな手法で再生せよ！』 ファシリテーター：田坂逸朗氏



1964年福岡市生まれ。日本ファシリテーション協会監事やローカルアントレプレナーズスクール代表理事などを務めている。広告業界にてプランニングやマーケティングなどを学び2001年に独立。福岡大学・九州大学にて非常勤講師。2005～09年天神の朝の魅力向上計画「朝カフェ」や2011年の福岡市「アジアのリーダー都市ふくおか！プロジェクト」ワールド・カフェなど、まちづくりに関するプロデュースを行っている。

■ワールドカフェでの意見

【博多のイメージ その1】

- ・博多＝オフィス街＝遊ぶところがない。
- ・出張の場所・支店のある場所・ホテルの多い場所。
→出張に来るには良い街。
- ・巨大ターミナル博多駅の前で、特にほっといても大丈夫な街。
- ・博多は文化も仕事場もスポーツする場所も揃っていて住みやすい。でも裏通りはダメ。
- ・通りを歩いていて寄っていく場所が少ない。（特に1階）
- ・地元感がない。人と人とが触れ合えるような雰囲気がない。

その基調報告の後、梯さんの小倉での実践例を参考にしながら、**博多駅周辺地区、あるいは博多にある仮想のビルをどういった手法で再生できるか!?**というのをテーマに『ワールドカフェ方式』のワークショップをおこないました。**ワークショップのファシリテーターを日本ファシリテータ協会の田坂さんに務めていただきました。**

ワークショップでは、まず最初に、各自が感じている博多のいろいろなイメージを出し合いました。その出していたいただいたイメージは、改めて感じさせられることもありましたが、博多のまちのこれからを考える上で大事な視点が出されました。例えば「地域の歴史を大切に」、「意外に博多駅周辺は田舎だ」といったご指摘がありました。

そうした意見は、短い時間でのごく少人数の参加者によるワークショップだったのですが、今日のシンポジウムの議論や今後のまちづくりの取り組む指針等のベース、素材になるのではと思っております。是非生かしていただきたいと思います。

■ワールドカフェでの意見

【博多のイメージ その2】

- ・古いビルが多い。ビルの下層が活かされていない。(賑わいがない。)
- ・福岡には学生がいっぱいなのに、博多や天神に残らない。→卒業すると東京・大阪へ。
- ・もっと歴史を活かすべきだ。
- ・博多部は上下関係がある地域。
- ・隣近所、街なかでありながら田舎な部分がある地域。

■ワールドカフェのまとめ

●意識付け・姿勢を変える

- ・『きっかけ』をまずつくること
- ・減策して耐震力UP、環境をキーワードにビルを再生
- ・ビルオーナーのモチベーションを上げ心動かす協議プロセスが重要!!→ex.ビルオーナーからビルオーナーへのプレゼン。
- ・(ビルオーナーと一般市民の)格差をどうやって埋めていくのか。→セミパブリックスペースは市民共有財産であることを共通の認識とすべし!!

■ワールドカフェのまとめ

●イメージ戦略

- ・優しい『人の目』が沢山感じられる。そんな博多んビルがイイね!!!
- ・色使いで街のイメージを変える。
- ・裏を魅力的にすれば、もっと良い街になる。

●新たな人種を呼ぶ。

- ・裏路地にクリエイター／アーティストの活動の場があるとイイ。
- ・人が集まるところだから「シェアハウス・シェアオフィス」つくるとイイ。
- ・WEBクリエイター／WEBマーケター&ノマドワーカーが行き交う街になるとイイ。

■ワールドカフェのまとめ

●街なかの空間づくり

- ・「表と裏へのしみ出し」裏にはピカリと光るものをつくる。→回遊性が生まれる。
- ・しみ出す力(チカラ)→新しいアイデアの創出
- ・博多には「シンボリックな建物」「流行のお店」ではなく、この人がいる、何でもできる街になる。
- ・「寄る」と「住む」の中間的な場所がある。
- ・博多らしさ、天神らしさが必要か？
- ・サラリーマンのオアシスを目指せ!!
→博多駅周辺は九州の**小奇麗な新橋**

そこで出された意見を咀嚼してまとめさせていただくと、次の6つのポイントに整理されます。

1つ目は、**意識付け・姿勢を変える**ことが大切ということです。まず、きっかけを作る。まず自分から作るという始める意識をもつことが大切。あるいはビルオーナーの立場に立ってモチベーションをどう持っていくか。全体の雰囲気はどう作っていくかが大切。そういう意見がありました。

次に2つ目は、**イメージ戦略**が大切なのではということです。ビル群が多く建ち並ぶ博多駅前周辺ですが、そんな場所でも、来街者に対してやさしさを感じられる街のイメージ作り、ビルのデザインであったり色づかいであったり、そんなイメージを大切にすると発想が重要だとの意見がありました。

3つ目は、**新たな人種を呼ぶ**ということでした。博多駅前周辺には専門学校が多いこともあり、クリエイターの目を付けやすい場所が所々にあるのではとの意見でした。

4つ目は、**街なかの空間づくり**を考えてみる。博多駅周辺だと表通りにすごく注目するのですが、裏通りにも目を向け、裏側にしみ出す、裏通りとの回遊性を考えることも大切なのではとの意見です。あるいは博多らしさ、天神らしさを考えつつ、オフィス機能が中心の博多駅周辺ですから、サラリーマンのためにどんなオアシス空間・機能を提供できるか。そんなご意見がありました。

その中で、『博多駅周辺はきれいな新橋』との意見があり、このフレーズを基に博多駅周辺の空間を考えてみるのも面白いのではと感じました。

■ワールドカフェのまとめ

●つながるネットワークづくり

- ・街中のいろんなビルといろんな人がつながる。
- ・つながる街・博多...アジア・ひと・天神・店員・仕事
...毎日を楽しみたい！
- ・今までこのエリアに居なかった人達が動き回るビルを実際にやってみせると街が変わる。

5つ目は、人と人が**つながるネットワークづくり**ということです。3.11の震災以降、人と人のつながりが省みられていて、福岡・博多駅周辺でも大切なことなんだという意見です。ビルとビル、その中には沢山の人が活動している。仕事をしていたり、住んでいたり、商売してたり、そういう人達同士のつながり、ネットワークづくりというのが必要なんではないか。博多駅周辺だからこそ、いろんなつながりがあってもいいし、作るべきではとの意見がありました。

■ワールドカフェのまとめ

●博多の魅力・特徴を活かす

- ・地域間、都市間、商店相互間の激しい競争に勝つには特徴を出す。オンリーワンの要素とは何か。集客の為、過去・現在・未来を掘り起こす。
- ・博多でしか見られない触れられないモノって何？まずはそこから考える。
- ・観光地(寺社他)をもっとPRすべき。観光の目玉が少ない。
- ・駅で時間待ちの有意義な過ごし方をガイダンス→10分・20分・30分の散策コースがあるとイイ。
- ・住んでいる人、サラリーマン、学生のそれぞれが思い出に残る場所・モノを仕掛ける。

最後になりますが、**博多の魅力・特徴を活かす**ということです。

地域間・都市間、あるいは商店などの激しい競争にさらされているのが博多ですが、オンリーワンの要素を活かしていく。その為に何を目指すかということが重要になっていると思われます。例えば、観光を目玉に、歴史や文化の資源を活用する等、そのPRなどの利活用が重要になるとの意見がありました。

以上がプレワークショップの概要となります。

大久保 博多駅の前にある西日本シティ銀行、日本的に著名な建築家である磯崎新さんが建築した赤煉瓦の建物、昔の福岡シティ銀行で行われたプレワークショップについて報告していただきました。そのプレワークショップの議論、討論の成果が後ろに掲示してあるので、後ほどご覧になってください。

次に事例、事例報告として、北九州小倉のビルのリノベーションを手掛けられている嶋田さんに話していただきます。嶋田さん、よろしくお願いいたします。

■【話題2】小倉魚町リノベーション事例

株式会社ワークスプ／中屋興産(株)管理人 嶋田秀範



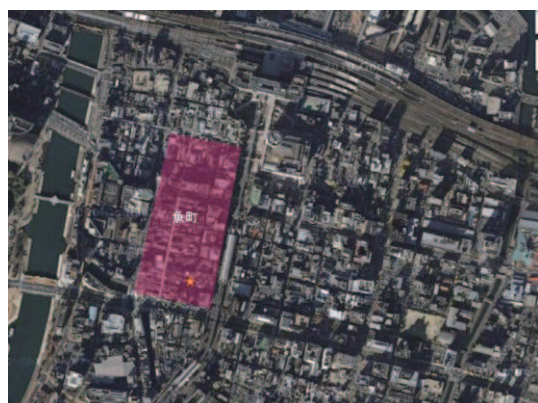
嶋田秀範（しまだ ひでのり）
株式会社ワークスプ／中屋興産株式会社三番街事業部・管理人。1953年北九州市生まれ。広告代理店勤務の後、化粧品通販会社役員を経て、独立、商業施設のリーシング、リノベーションの手法を用いて街づくりを行っている。

嶋田 嶋田です。橘さんが日本全国のいろいろな案件、老朽化したビルの再開発を中心に行なっているということで、リノベーションというのは建築だけではないとうご指摘があったかと思います。まさにそうだと私も思っています。それは建築というよりも、どう外部環境を最初に決めていくかということです。再生するビルの中身を決めていきながら、街の再生にどうつなげていくかにあるのではないのでしょうか。

私が紹介する**小倉北区にある魚町のプロジェクト**ですが、3つのプロジェクトからなっています。**メルカート三番街、フォルム三番街、ポポラート三番街という1つのビルの中に3つのそれぞれ異なるステージをつくっています。**

この3つのそれぞれの物件に対して我々が1つのチームを組織し進めています。そのチームのメンバーは、ブレ・ワークショップの講師として呼ばれた中屋興産株式会社代表取締役の梯さんです。梯さんは司法書士であり、このプロジェクトのビルオーナーでもあります。

そして私ですが、リノベーションの中でリーシングを担当しています。いわゆるテナント誘致を担当しています。それともう1人建築家として、ライオン建築事務所の嶋田が関わっています。この3人のチームでプロジェクトを進めています。



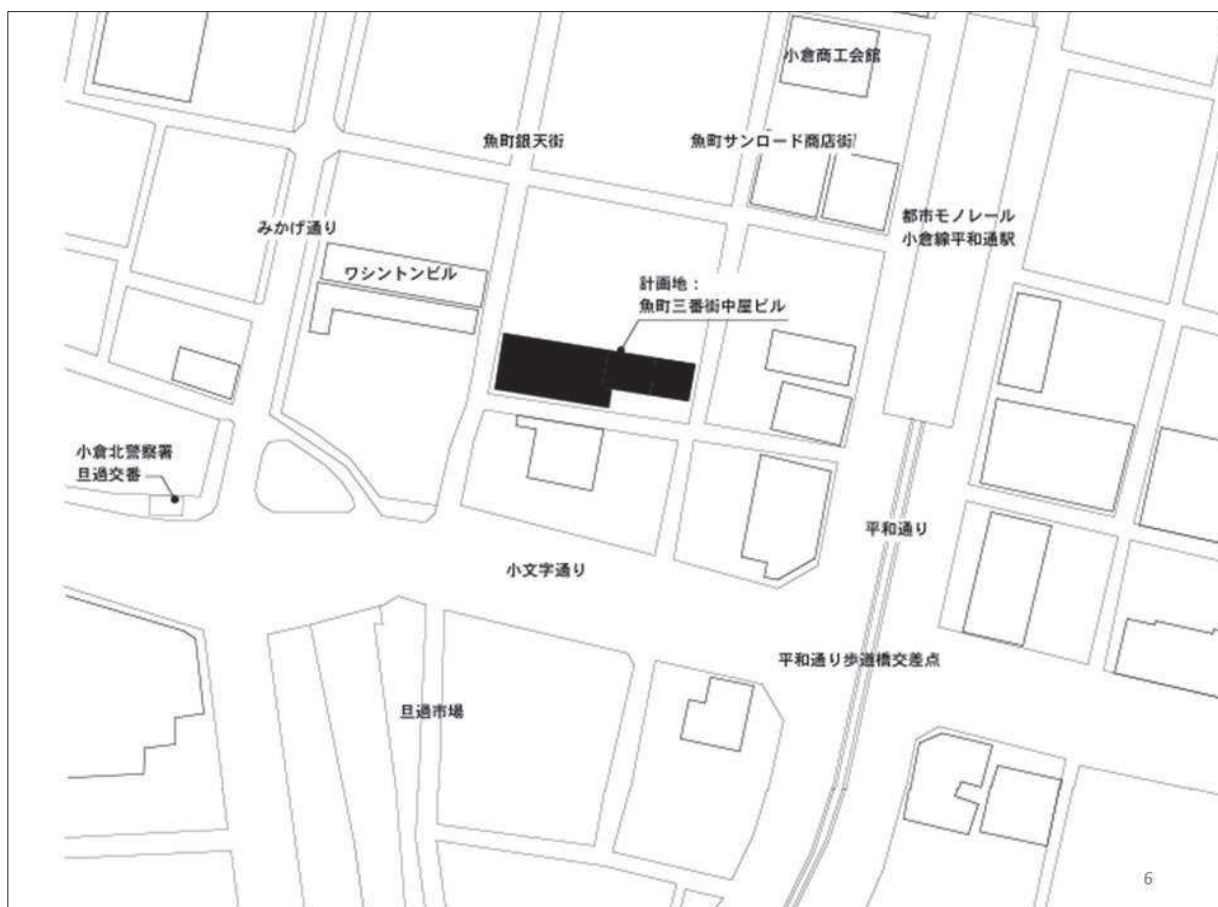
小倉の町の中心市街地は、駅からモノレールが通る大通り、それと銀天街、それとサンロード商店街の3つの筋から成っています。その中に魚町という、スライドの航空写真の薄い赤で塗られたエリアで、リノベーションを進めていこうということで、そのエリアの星マークの『魚町』と書いているところ、ここが中屋ビルです。ここで具体的に3つのプロジェクトを進めているところです。



中屋ビルは魚町銀天街とサンロード商店街に挟まれているのですが、2つのスライドの写真が『魚町銀天街』と『サンロード商店街』です。魚町銀天街とサンロード商店街を結ぶ物件が魚町三番街で、ビルの中を通り抜けるようになっています。

昔、リノベーションする前は寂れた雑居ビルでした。

地図の黒く塗った部分に5階建ての中屋ビルがあって、右側の低層の建物は木造2階建てのビルです。この**木造の2階建てのビル**から「メルカート三番街」として**最初のリノベーション**に着手しました。

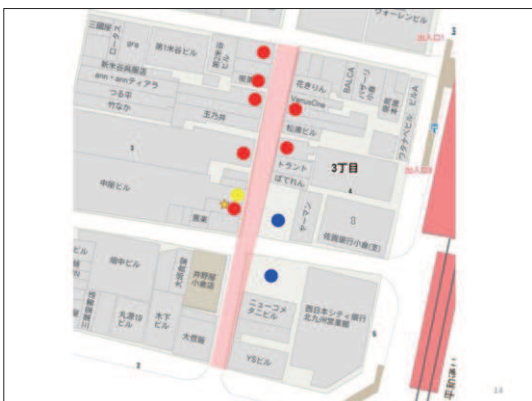




当時の通りは、シャッター街になっていました。反対にある銀天街の通りはすぐく店舗も入っていて、人通りも多いです。反対側のこちらの通りは、銀天街からわずか 20 メートルしか離れていない筋ですが、ほとんど人通りがありません。

もとのビルは **10 年間放置されていた場所です。**

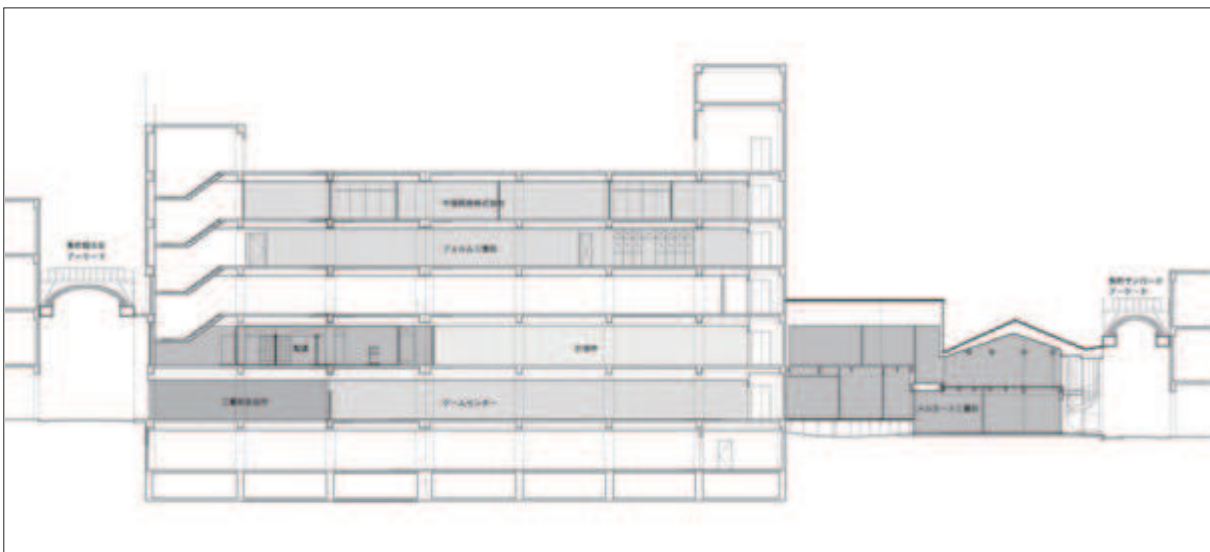
ここをなんとか、若いクリエイターが集まるような場所にしたいということでした。この中にはいろいろな荷物があったのですが、全部処分しました。



このエリアの赤丸でプロットしているビルは空きビルで、シャッター街になっていました。それと青丸のマークが駐車場です。数店舗のビルを除いて半分ぐらいはシャッター街になっているところです。

その場所に 10 店舗を入れました。

右側が木造の低層建物の部分です。通り抜けの通路に面して、1 店舗、1 店舗が見えるように配置し、リノベーションをやりました。

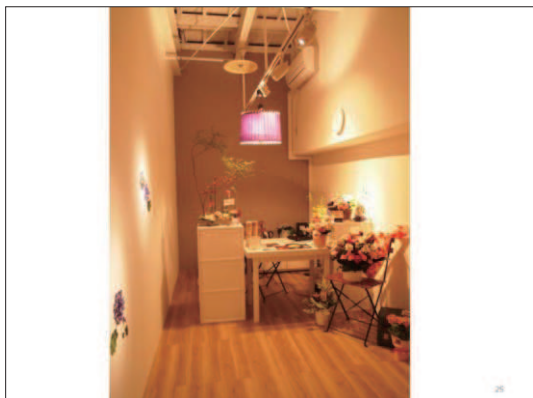




これはカフェです。
それと2階には昭和の雰囲気を出す食堂にしています。



これは照明のデザイナー、クリエイターの方が活動されているお店です。

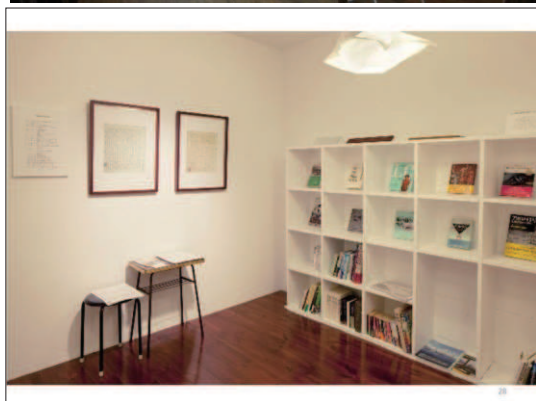




ここは建築家の方とデザイナーの方がコラボしてやっているお店です。

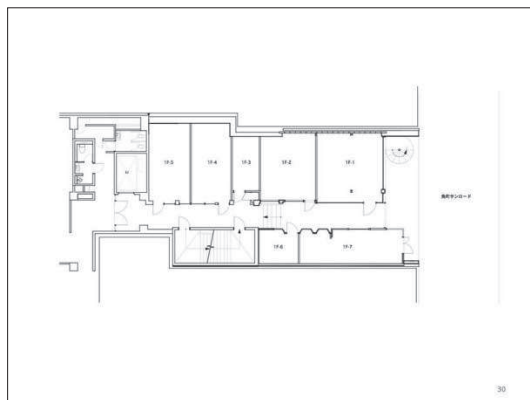
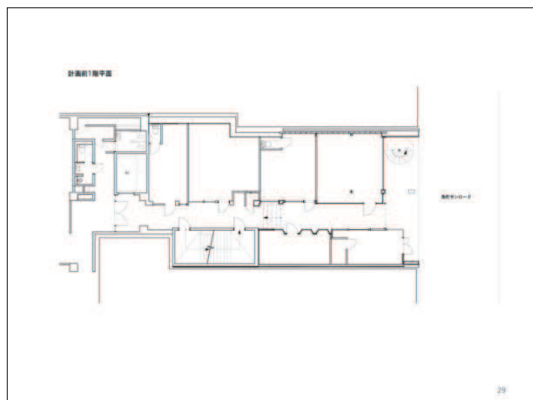


こちらはハンドメイドの洋服を作られている方がやられているお店です。



ここは図書室・アーカイブ室といって、街の方に自由に使っていただくというスペースを設けています。

もともと1階の6つのスパンになっていたところを7つに分けて、全部に入店していただきました。



2階はもともと梯さんのお父さんがお住まいになっていたのですが、3つに区画し店舗に入居していただきました。



フォルム三番街はもともと5階建てのビルに 30 数年間入居されていた婦人服の和光が撤退されるときに4階がバックヤードになっていました。そのバックヤードにお宝ものの事務機・備品がございました。その事務機・備品を再利用し、メルカートのリノベーションに活用しています。そうした歴史もメルカートの中に取り込んで空間の演出を行っています。

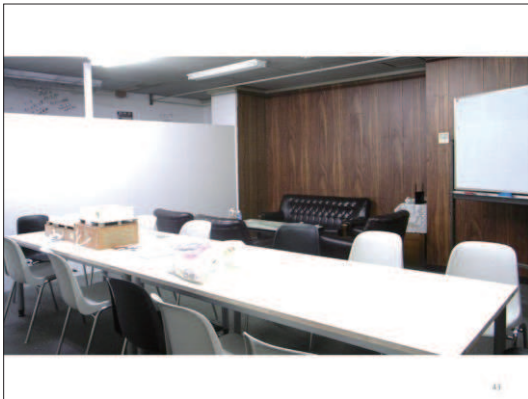
そのようにメルカートのオープンには、入居される皆さんが自分でペンキを塗るとか、昔の什器・備品を使って、手作り感・歴史を感じさせる店舗作りをしてオープンさせました。



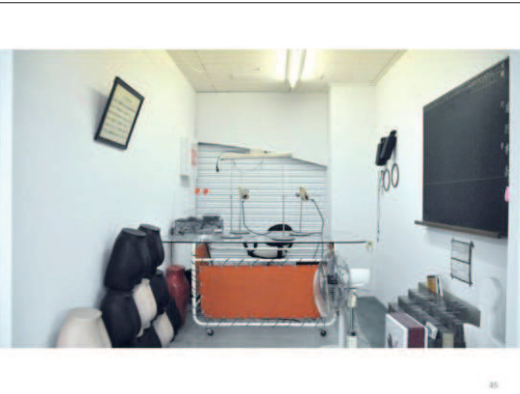
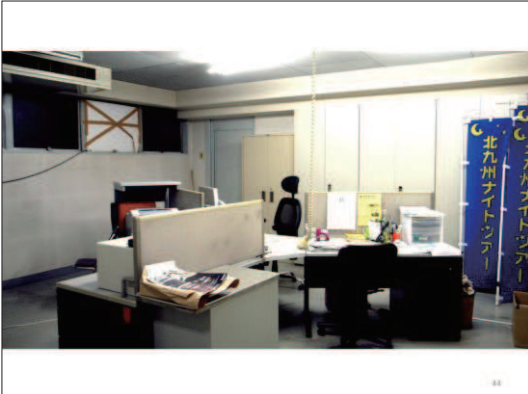
次にフォルム三番街ですが。

このフォルム自体がそのまま残っておりまして、その場所をシェアオフィスにしようということでリノベーションしました。

メルカートをオープンさせるときに、ここの部分をお片付けプロジェクトと称して安価な費用でリノベをやりました。クリエイターの方に入居していただき、その家賃を原資にしながら、スパン一つずつゆっくりと工事を進めていきました。



このフォルム三番街に関しては、オーナーにいくばくか投資いただいています、ほとんど家賃収入によって、シェアオフィスへのリノベーション費用を捻出しました。
シェアオフィスの他にセミナーができる会場を設け、画家やアーティストの方々の入居が増えています。

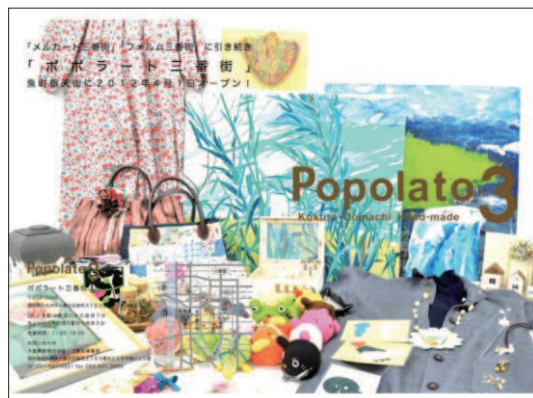


Popolato 3

こうしてクリエイターの方にも入居していただいたので、その次の**ポポラート三番街**という**文化的な施設を中心としたリノベーション**を進めました。ポポラート三番街はリノベの第3弾として始めました。

このポポラートは、もともとこの場所でリノベーションのシンポジウムを行った時にすごく人が集まりました。

日本全国からいろいろな建築家だとか、学生とか、そのような人が集まる、集う場所ということで、「ポポラート」というネーミングにしています。名前の意味はイタリア語で「人が集まる」ということで、ポポラート三番街にしています。



このポポラート三番街のコンセプトは、**手作りの作家を集めようということ**で、**いろいろな小さな店舗とアトリエを募集して約 20 店舗をこの中に入居いただいています。**

1フロアが約 120 坪ですが、そこに 20 店舗入っていますから、共用の通路・動線のスペースを除くと、1つのブースはだいたい3坪から5坪程度です。



これが店舗の中の状態です。戸しか写っていませんのでよく分からないかと思いますが、真ん中の共用通路に面して、できるだけオープンなスペースにしてレイアウトしています。





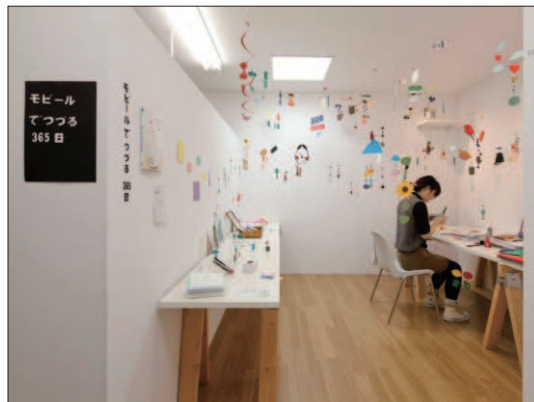
皆さん、一つ一つのスパンに1人が借りるのではなく、コラボレーションしていただきながら、家賃も分散して借りていただいたりしています。

1人ではなく**3坪の中に5人の方でシェアして、5人が毎日代わるがわるスタイルを変えて営業されています。**皆さんでシェアしながら魚町に出店できるよう、できるだけハードルを下げているのが特徴です。



これはビルの内観です。黒板を中央に置いて、入居されているお店同士のコミュニケーションを図るようにしています。今年の4月からオープンしたばかりなのですが、皆さん、知らない方同士が集まってきているので、お互いが演出しながら、この場所をステージに見立てて共有してもらっています。

この場所では、いろいろなイベントをやっているということで、この黒板にそれぞれの作品とか、いろいろな商品の紹介、セミナーだとかの告知をやってもらっています。そういうものをドンドンここで表現することで、お客さんにアピールしながら、お店同士のコミュニケーションもこの黒板を活用していただいています。



このポポラートに入居されている方は、ハンドメイドの方が多いのですが、絵を描いている方、スタンドグラスを作っている方、イヤリングとか、消しゴムハンド、カルトナージュだとか、それぞれ皆さんが教室をやられている方です。もともと自宅で教室をなさっていた方に声かけをして、魚町の中でクリエイティブな場所を作ったら面白いのではないかとということで、ハンドメイドの作家、クリエイティブな方々を中心に店出していただいています。

その為には、**店舗を小さく区画したり、1つの店舗を数人でシェアしてもらう等、できるだけ賃料を安く、それぞれの負担が軽くして、入居いただくハードルを下げてやっています。**



これはギャラリーエレベーターといって、入居されている作家の方がエレベーターのスペースをギャラリーに見立ててやったイベントです。こうしたいろいろな取り組みをやりながら、このビル全体を活性化させています。こうしたイベントが次のリノベーションへのきっかけにつながるので積極的に取り組んでいます。



オーナーと私ともう1人の嶋田の3人で、このリノベーションのプロジェクトを始めたのですが、今は他のビルのオーナーが「自分のビルもなんとかリノベーションができないか」といった相談があって、いろいろななかたちで横の広がりができました。**小倉北区の魚町界隈では、リノベをはじめとした活動の輪が広がりつつある**というのが現状です。

魚町の事例を通して分かったのは、一気に造ってしまうというのではなく、いろんな人の手を借りながら少しずつワンフロアずつやっていくということが、一番結果としていいのではないかと感じています。

それとワンフロアずつやることによって、お客さんもそれぞれがその時々で新たな発見を感じられているようです。そして、私どもがテナントとして誘致した方というのはほとんど手作りの方で、大手の方ではないのです。全国ネットで店舗展開をなさっている方ではありません。

地元の起業家、北九州在住の、北九州でものづくりをなさっている方、その方のステージとなっている中屋ビルでの3つのプロジェクト「メルカート三番街」、「フォルム三番街」、「ポポラート三番街」を紹介させていただきました。

後ほどまた、いろいろお話しさせていただきたいと思います。どうも、ありがとうございました。

大久保 嶋田さんから、小倉の魚町商店街でのリノベーションの取組みについてお話がありました。私は全然詳しくないのですが、この魚町商店街は、昭和 26 年に日本で初めて公道の上にアーケードを架けた商店街だそうです。それだけかつては活気のあった商店街だったのですが、今は北側にある JR 小倉駅のほうに少し押され気味で、南北に伸びている商店街の南側が少し低迷気味だということで、その起爆剤になりつつあるプロジェクトだと伺っています。

橘さんから、千代田区神田の話があって、今、嶋田さんから小倉の話がありました。そうした他の事例をみたときに今、この足元の、博多駅界隈でどういうことを考え、やっていくべきか？そんな視点で、この博多まちづくり推進協議会の事務局長をやられている有隅さんのお話をお願いしたいと思います。

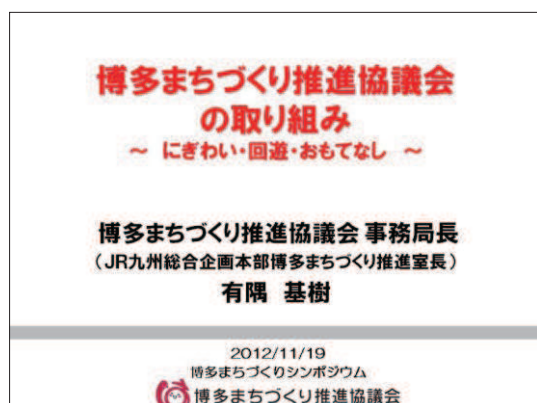
■【話題3】博多まちづくり推進協議会の取り組み ～にぎわい・回遊・おもてなし～

博多まちづくり推進協議会 事務局長 有隅 基樹



有隅基樹（ありすみ もとぎ）
博多まちづくり推進協議会事務局長（九州旅客鉄道株式会社総合企画本部博多まちづくり推進室長）。
1995年早稲田大学社会科学部卒、九州旅客鉄道株式会社入社。総務、事業開発関係業務を経て、2006年新幹線鉄道事業部企画課長、2008年総務部人事課副課長、2010年博多まちづくり推進室副室長を歴任、2011年より現職。

有隅 博多まちづくり協議会の有隅です。よろしくお願いいたします。



私からは総合的なまちづくりの視点で見た博多のまちづくりについてお話させていただきたいと思います。

まちの変遷、協議会の主な活動、それと課題、こういったことを中心にお話をしたいと思います。



まちの変遷です。ご覧になったことがある方もいるかもしれませんが、これが昔の博多駅です。今の場所に移転する前です。実は今の地下鉄の祇園駅付近に2代目の博多駅がありました。現在の博多駅はこの写真の中の奥の方にあります。**当時、周辺は田んぼだったようです。**大博通りがこの矢印のように走っています。当時は当然、ありませんでした。こういった状況の中で、現在の博多駅、駅周辺地区における活性化につながるまちづくりが始まったということです。



こちらが**2代目の博多駅**の写真です。まだまだ**チンチン電車**が目の前を走っています。現在の位置に3代目の博多駅ができる直前です。2代目博多駅から3代目の博多駅を見たのが下の写真です。



昭和 37 年頃に行っている**区画整理の様子**を映した写真です。周辺の田んぼをこういったかたちで整備しました。周りはほとんど何もない状況です。



これが昭和 45 年、3代目のJR博多駅開業後の写真です。こういったかたちで通りが通っています。もう**今の通りの骨格がほとんどできています**。大博通りがあり、博多駅前通りがあり、住吉通りが東側、写真下の真ん中から左下へと伸びています。右側が筑紫口になります。



これは昭和 45 年頃の筑紫口側から望んだ博多駅です。まだ新幹線が通っておりませんので、在来線がダイレクトに見えています。



博多駅から見た大博通り(昭和45年)



旧博多駅付近
土地区画整理事業、博多駅移転と山陽新幹線博多開業により、
新たな市街地形成が加速され、
九州を代表する **ビジネスゾーン** に変貌・発展した。

博多まちづくり推進協議会の沿革	
H20. 4	「博多まちづくり推進協議会」の設立
H20.10	社会実験「はかたんウォーク」
H21. 4	「博多まちづくり宣言」
H21.10	まちづくりイベント「はかたんウォーク」
H21.12	「博多まちづくりガイドライン」
H23. 3	九州新幹線全線開業
(会員数)	
109会員(設立時)→ 162会員(H24.9.20現在)	

こちらが博多口側です。朝日新聞が入っている朝日ビルは、当時からこういうかたちで、今と同じです。

大博通りの向こう、ずっと先には海が見えます。私たちが思っている以上に博多駅、福岡という街は、海から近い街なのだなということが、この写真を見るとあらためてよく分かる1枚です。

そういったかたちで、**土地区画整理事業、博多駅移転、山陽新幹線開業の一連の歴史を通して市街地形成が加速されていきます。**当時の**博多駅周辺地区はビジネスゾーン**を中心にまちが形成されています。

一方、現在は **JR 博多シティーや、キャナルシティー博多およびイースト等の大規模商業施設ができ、商業施設の集積も増えてきました。**こういった現状にあるのが今の博多駅周辺地区だと考えています。

それでは、協議会について簡単に触れたいと思います。**平成 20 年4月に博多まちづくり推進協議会が設立**されました。その後、**平成 20 年 10 月に社会実験「はかたんウォーク」**ということで、13～14のメニューを展開しました。オープンカフェとか、第2タクシープールを作ったらどうかとか、自転車で専用レーンの設置とかといった取り組みをしたのが、社会実験『はかたんウォーク』です。

その後、「**博多まちづくり宣言**」を**平成 21 年 4 月に定め**ました。「住んでよし、働いてよし、訪れてよし」、そういった皆さんが主役のまちづくりを進めていこうということを謳ったのが「博多まちづくり宣言」です。

その半年後に、社会実験の経験を参考にして、まちづくりイベントに姿を変え同名の「はかたんウォーク」ということで秋にイベントを実施しました。これは九州新幹線全線開業以降は、春、秋の年2回に分けて実施しております。

21 年 12 月には、「博多まちづくりガイドライン」を策定しました。

このガイドラインでは「にぎわい・回遊」「交通」「歴史・文化」「環境緑化」「安全・安心」の5つのテーマと、主要な通りの性格を考慮した方針と方策を定めています。

この中で「駅からまちへ、まちから駅へ、歩いて楽しいまち」を目指そうと謳っています。そうしたガイドライン等を策定しながら、**23 年 3 月に九州新幹線全線開業**を迎えたところです。

設立時は 109 の会員でしたが、この9月の時点では 162 会員となり、約 50 会員以上増えたという状況です。

博多まちづくり宣言（H21.4月、目標と指針の共有）

事業者、住民、働く人、行政、来訪者が「丸」となって
「住んでよし、働いてよし、訪れてよしの魅力あるまちづくり」
 を進めるための指針を共有。

（第1条）創ろう 活気と文化を感じるまち
 （第2条）活かそう 出会いと希望に満ちたまち
 （第3条）守ろう やさしさも厳しさもあるまち
 （第4条）広げよう 緑と青空のつくまち
 （第5条）つなごう 九州・アジアそして世界の人と人

博多まちづくり宣言 についての内容です。詳細については協議会のホームページから「博多まちづくりガイドライン」の冊子 PDF をダウンロードしていただき、冒頭に博多まちづくり宣言の全文が掲載されていますので、そちらを参照ねがいます。

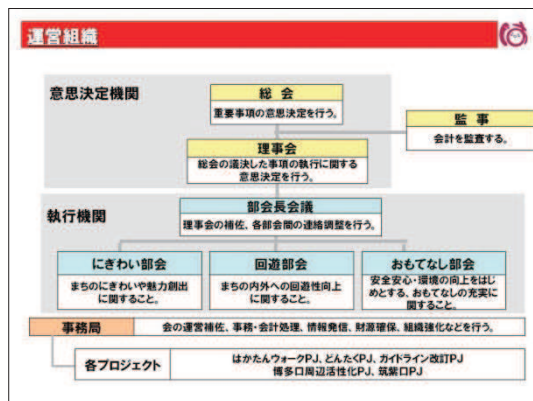
博多まちづくりガイドライン（H21.12月、将来像の策定）

「駅からまちへ、まちから駅へ、歩いて楽しいまち」という博多のまちの将来像をめざして、「にぎわい・回遊」、「交通」、「歴史・文化」、「環境・緑化」、「安全・安心」の5つのテーマとそれにあわせた方針と方策を策定。

～ 駅からまちへ、まちから駅へ、歩いて楽しいまちをめざして ～

こちらが**博多まちづくりガイドライン**です。

ガイドラインについては、現在、改訂作業を行っております。これからいろいろなまちづくりの動きがあります。天神と博多を結ぶ道路の景観整備とか、地下鉄七隈線延伸・地下鉄駅の開業とかがございます。そうしたまちづくりのいろいろな動きを反映して、このガイドラインも新たなものに変えていくべきではないかということで改訂作業を行っています。



次に**運営組織**です。総会、理事会、よくある組織です。任意団体ですので、こういった組織構成になっておりまして、執行機関として「にぎわい部会」「回遊部会」「おもてなし部会」の3つの部会を設置しております。それぞれ、にぎわいに関すること、回遊に関すること、安全安心や環境向上・おもてなしの充実、こういったことを考える部会です。この3つの部会を基本にして、その下で各プロジェクトを実施しています。具体的には「はかたんウォークPJ」「どんたくPJ」「ガイドライン改訂PJ」「博多口周辺活性化PJ」「筑紫口PJ」といったプロジェクトで推進しております。

「はかた駅前通りどんたく広場」

平成23年5月、福岡市民の祭り振興会と博多まちづくり推進協議会が協力し、24年ぶりに、はかた駅前通りでどんたく広場を開催。平成24年5月にも開催。

次に具体の活動について紹介させていただきます。

「はかた駅前通りどんたく広場」です。昨年の平成23年5月に福岡市民の祭り振興会が主催する市民の祭り『どんたく』が50周年記念ということもあり、またJR九州新幹線全線開業・新博多駅ビル開業の記念事業という位置づけで、**25年ぶりに博多駅前通りを歩行者天国にして「どんたく」祭りを開催しました。**前年にディズニー・パレードをさせていただいたのですが、それに続いて今年はHKT48さんに出演していただいて、まちのにぎわいを作り出しました。

「冬のファンタジー・はかた」

博多まちづくり推進協議会が、はかた駅前通り、大博通り、住吉通り等の街路樹をイルミネーション。JR博多シティ、キャナルシティ博多と連携することで、夜の博多のまちが「白」を基調とした100万球を超えるLEDで幻想的に包まれる。



JR博多シティ

博多駅周辺街路樹

キャナルシティ博多

また、先週金曜日から開催いたしましたイルミネーション「冬のファンタジー・はかた」。こちらもJR博多シティ、キャナルシティ博多の各商業施設のイルミネーションと、私どもが公共空間の街路樹イルミネーションを行うことで、それらをつなぎ合わせて博多駅周辺のイルミネーションを面的に展開し、より魅力的なイベントになるよう取り組んでおります。今年も100万球を超えるイルミネーションでまちが彩られています。

「はかたんウォーク」

春・秋に、にぎわい創出や回遊性の向上、地域との連携を目的に、寺社でのコンサート、オープンカフェ、博多まち歩きマップの発行、スタンプラリー、など、様々なメニューを実施。今回初めて、「秋のスペシャルイベントウィーク」を実施。



寺社コンサート



大道芸フェスティバル



オープンカフェ



博多灯明ウォッチング

次に、「はかたんウォーク」です。これは春と秋に2回やっておりますが、寺社コンサート、オープンカフェ、大道芸フェスティバル。あと地元主体で行っている灯明ウォッチングと連携した取り組みがあります。スライド中央にあるのが、博多まち歩きマップで、博多の魅力を来街者の皆さまにお伝えしていくということで、こういった印刷物を作っております。

「その他の取り組み」



多言語への対応



クリーンデイ



博多の歴史探訪企画



植栽管理事業

その他の取り組みとして、スライド左上にあるのが、博多のまち歩きマップの韓国語バージョンです。その横にありますのが、指さし会話シート。博多のまちを訪れる海外からの観光客の中で、韓国からお見えの方が非常に多いということもありまして、こういった韓国語版の観光パンフレットを作成しています。

右上の写真はクリーンデイの清掃活動の写真です。先日スペシャルクリーンデイということで実施いたしましたが、約400名弱の方々に博多周辺地区での清掃をご協力いただきました。天神・博多地区で一斉クリーン作戦ということで、両協議会と博多警察署、商工会議所が協働して、合わせると約600名の方々が一斉に清掃活動を実施いたしました。

左下は、住吉神社に協力いただきまして、博多の歴史探訪企画ということで、いろいろなテーマを設定して、実際に歴史的な施設やお寺とかを巡りながら、博多の歴史を体感していただくという企画をしております。

また、右下は植栽管理事業ということで、花を植えて楽しんでいただく取り組みです。

「博多まちづくりガイドラインの改訂」

博多駅周辺地区を取り巻く環境の変化や具体的なアクションプランの追加、福岡市の各種計画改定との整合を図るため、「博多まちづくりガイドライン」の改訂を進める。



まちの変化に対応

天神地区との連携

●天神地区と連携した福岡都心部の活性化の取り組み

- ・2011年度にWeLove天神協議会と共同実施した「福岡誘客のための各都市意識調査」を踏まえた共同イベント等の具体策の検討。
- ・福岡県外や九州島外からの広域集客を目的とした、情報発信の連携、強化。既存事業や大型イベントでの連携も検討、深度化を図る。



大型音楽イベントとの連携



共同制作したイルミネーションマップ



両協議会が連携し、事業や情報発信の強化を図る。東京、札幌、 부산ではなく、「福岡」を選んでいただく。

今年度、私たちが取り組む大きな課題として、**新たなまちづくりへのチャレンジ**を掲げて取り組んでおります。

その1つ目のチャレンジとして、先ほど簡単に申し上げました「**博多まちづくりガイドラインの改訂**」に取り組んでいます。今改訂作業中で、来年12月ぐらいに改訂作業ができあがる予定です。今後、起きるまちの変化に対応するためのガイドラインを策定します。

2つ目のチャレンジということで、これは**天神地区との連携**になります。天神地区のエリアマネジメント組織で、「WeLove 天神協議会」があります。私たちと同じまちづくりに取り組んでいる組織ですが、それぞれの力で別々に取り組んでいても力が微力だろうと。それならば何か協働のイベントをするなり、方法・展開、情報発信をするにしても、お互いに協力することで、2倍、3倍のパワーが発揮できるのではなかろうかという観点から **WeLove 天神協議会と積極的に連携を図っている**ところです。

制作物としては一番右端にあります「天神博多まち歩きマップ」とか、イルミネーションの協働事業として「福岡 光のコンチェルト」ということで協働して取り組んでいます。コンチェルトは協奏曲ですから、競技の「競争」、「争う」の「競争」ではなくて、ともに協調しようということで、「天神」と「博多」というそれぞれの名称もなくして、福岡という総称できる統一の表現にして、「福岡 光のコンチェルト」と銘打ったイルミネーション事業を協働して取り組みました。

そういった取り組みをしながら、海外からの観光客に東京・札幌・釜山ではなくて、「福岡」を選んでいただきたいということを考えています。

集客・まちの魅力の底上げ（にぎわい、回遊のさらなる向上）

●博多口周辺の活性化事業

- ・これまで「はかた駅前通り」などを中心に展開してきたにぎわい創出・回遊性向上イベントを周辺エリアに広げることにより、「**画**」のまちづくりを展開する。
- ・地域や事業者等との連携を通して**新たな趣向の取り組みを展開・支援し**、エリア全体のイメージと注目度の向上を図る。

⇒「秋のスペシャルイベントウィーク」を開催。



これからは「**画**」のまちづくりを展開

3つ目のチャレンジです。**博多口周辺の活性化事業**です。私どもは点と点をつなぐ線のにぎわいづくりをやってきました。それをさらに一歩奥に入った路地にまでにぎわいを生み出せるような、そういった面の滲み出しというか、**面のまちづくりができないか**ということで、**博多駅周辺活性化プロジェクトを今年度立ち上げたところ**です。

ただ、私どもが今取り組んでいる中で、住んでいる人、働いている人、訪れる人が一緒になったまちづくりを進める中では、私ども協議会だけではどうしても力不足なところがある。そういった建物のオーナーの皆さま方ですとか、地域の住民の方々、また、観光客の皆さま方にもお力添えをいただく中で、こういったにぎわいづくりをしていかなければいけないと考えているところです。

それに関連して、今回の秋のスペシャルイベント、今日のシンポジウムを企画させていただいたところです。具体的な方針とか、どういうふうな取り組みをすれば、面的なまちづくりができるだろうか？面的なにぎわいづくりができるのだろうか？と今、模索しているところです。

私どもの取り組み、課題について、お話をさせていただきました。以上でございます。

大久保 ありがとうございます。今の有隅さんの発表については、今日、参加いただいている方々も関わりがお有りだと思うので、今の現状はこのような感じだということを改めてご認識をしていただけたのではないかと思います。

■ディスカッション

大久保 今回のそれぞれの3人の発表を聞いていただいて、橘さん、特に最後の有隅さんの博多駅前活性化プロジェクトの話をしてもらいましたが、**博多の可能性について、橘さんが進めておられるようなまちの再生の観点から、あるいは方法論など、感想も含めてご意見をお聴かせください。**

——**博多の特性を発揮できていないのでは?! その分、博多には可能性がある。…プロセスを踏んで進めることが重要。**



橘 まさに博多の可能性ですが。地価を見ると、その期待がおそらく非常に高いのだということが分かります。また、それが**地価の上昇という期待感**にもつながっているのだと思います。一方で、**博多としての地方性、特殊性をまだ十分に生かしきれていない**などというのを感じます。

そういう意味からいうと、まだまだこれからいろいろなことがやられるだろうし、いろんな考え方があるのではないかと思っています。

以前も博多に来たことがあるのですが、ざっくりこのまちを見ていますと、**表通りに面しているところと裏でずいぶん趣が違**うなと思います。これを表と裏とで別々に何かやるというよりは、それぞれ場所の特性というか、それを組み合わせて何かやる。

それからプロセスがあって考えるというのがもう一つ大事かと思います。たぶん最終的に目指すビジョンというのは、既に協議会で取り組まれている、あるいは検討されている中にあるんだと思いますが、それに向けて例えば**どうプロセスを組んでいくのか**、あるいは中をどう見ているのか、それがどういうふうに相乗効果を出していくのか。そのようなところをきちんとやっていかれると非常に面白いまちになっていくのかなと思います。

ただ、これをビジョンを持たずに進めていってしまうと、一歩間違うとどこにでもあるような普通のまちになりかねないと思います。ビジョンについては逆に協議会が作られてしっかりと進められているということですから、そういう意味では他の街のようなかたちにはならないと思います。そうは言ってもきちんとプロセスを踏んで進めていかれることが肝要かと思います。

大久保 橘さんのお話は「非常にこの博多駅周辺の界限というのは、可能性を秘めた土地であって、方法を間違わないようにみんなで考えていきましょう。それが必要ではないでしょうか」というご指摘でした。

それぞれ具体的な取り組みの話をしていただいたのですが。嶋田さん、具体的に商店街の中でリノベーションの新しい試みをここ2年ぐらいの間にされてきて、小倉の魚町の地域に与えた影響はどうでしたか？具体的な事例＝中屋ビルでの3つのプロジェクトを通して、手応えのようなものを感じたのでしょうか。魚町でのチャレンジは、もっと広がりを持っていけそうだとお感じでしょうか？

——**まちの危機感とオーナーの覚悟の下でプロジェクトを始動。今では「北九州リノベーションスクール」を母体に活性化が波及している。**

嶋田 もともと小倉のまちというのは、博多の街や天神の街と較べて、大きなデベロッパーや企業、そして大規模な開発はあまりありません。小倉の街を見ていただくとお分かりになると思いますが、小倉駅にあるアミュプラザ、それと古くらの繁華街の銀天街、それに井筒屋があります。昔の話ですが、駅前には「そごう」があったのですが撤退して今はありませんから、拠点となる商業施設はこの3カ所しかありません。そのうちの一つが銀天街となっています。この銀天街はほとんどが個人のオーナーで、その為、中小のビルが多い。中小雑居ビルが集まって一つの塊となっています。いわゆる地方の商店街、繁華街です。今回、私は梯社長の**ある種の危機感とオーナーとしての覚悟の下で、何か新たな試みをやろうということ**

でお手伝いし、3つのプロジェクトを始めたということです。

今日は3つのプロジェクトの成果をある程度話すことができたのですが、このプロジェクトを始めるにあたり、それが形になるまでは実際のところ、何をやっていたのだろうか？不安や挫折は無かったのだろうか？そんなことを皆さん方は疑って見ておられるのではないかと私は感じています。けれども、そうした疑いは不要で、**段階、段階でのステージがきちんと出来上がると、必ず動き出す**ということです。今、魚町の現場がどうなっているかと申しますと、中屋ビルだけではなくて、**他のビルオーナーのリノベーションが動き出して、既にできあがったものもあります**。

それがどうしてできあがってきているかと言いますと、「北九州リノベーションスクール」というのがありまして、そのスクールをやることによって、いろいろな建築家とか、いろんな学生さんとか、いろいろな方が来られて、ビルオーナーの案件をスクールの教材として出して、扱っています。それをきちんスクールの中でオーナーにプレゼンテーションして、このビルの価値観をどう高めていくのかということをおオーナー、専門家、サポーターのそれぞれで真剣に考える、そうした仕組みができあがっています。それをドンドン実行しているところです。

私どものメルカート、ポポラート、フォルムというプロジェクトのステージを皆さんに見ていただきましたが、それ以外にも自分の物件をリノベスクールの教材に提供したいというオーナーが出てきていて、それがまちづくりの一環として、活性化の仕組みとして、魚町界隈のエリアに浸透しつつあるということになっています。

そういう過程の中で、ほとんどオーナーさんの意識が変わってきた。自分のビルにナショナルチェーンの店が入居しているが、いつその店が撤退してしまうかわからないという危機感が現状、高まっていると思います。そういったことで将来を考えた時に、どういった方にお貸しして、それをどう継続をしていくかということをお小倉のビルオーナーの多くの皆さんが意識したと感じています。

というのは、私も中屋興産ビルでのリノベのプロジェクトが出来上がって、いろいろな街の方と話す機会が増え、いろいろな街のイベントにも参加して、いろんなビルのオーナーさんのそうした悩みをお聞きしました。**小倉のビルオーナー一人一人が自分のビルをどうしていくかということを真剣に考え出した**と、そう感じています。



大久保 梯さんというビルオーナーが覚悟を決めて取り組んだところにいろいろな人が共感をして、自分のところもということで、リノベの輪が広がりつつあるということです。

これは橘さん、いくら覚悟を決めても、慈善事業でまちづくりをやっているわけではないので、みんなしっかり儲けないとダメですね。

——一番の目的は、ビルオーナーの資産を如何に高くなるようなマネージメントしていくか。その為に周囲との連携が大切。

橘 目的はそうだと思います。神田の家守をやったときにも**一番の目的は、ビルオーナーの資産を如何に高くマネージしていくか**。そここのところをしっかりと考えて取り組むことが、事業としては非常に大事だということです。

ただ、博多のオーナーがどのような方々か、私はまだ詳しく知らないのですが、博多の話ではオーナーの中にあまり不動産の知識をお持ちでない方も、いらっしゃるのではないのでしょうか。ですから、小倉の場合ですとそういう嶋田さん、梯さん、あるいは仲間の建築家の方々がいらっしゃってお手伝いをされているということですから、博多でもそういう方々、例えば、**主催されているまちづくり協議会とかに関わられている専門家の方がいらっしゃると思いますので、そういう方々の力を借りるというのが大事だ**と思います。

実は東京で、私はとあるディベロッパーのコンサルティング、プロデュースを手掛けておりまして、「周辺のまちと一緒に、しっかりまちを作っていきたい」というそのディベロッパーには意識がございます。そういう企業は、周辺と無縁に開発するのではなく、片方では、まちの既存のストックを活かしながリノベーションでよくしていき、その流れを作りながら、一方では大きく形を変える再開発の手法を使いながらしっかりと空間整備もやっていくということをやっています。たぶん、博多の駅周辺の場合は、どう考えても大きな再開発というのは何処かしら話としてあがってくると思いますし、そこは**周辺と一緒に、しっかりと協力関係を築きながら、事業としてうまく回っていく流れをつくる。一方でリノベのような手法を使いつつ、きめ細かな街づくりをやられたら良いのかなと思います。**

大久保 その地域にはそれぞれの特性があって、それぞれにあった手法を地域がまとまって協力して取り組むことが大事だというご指摘だと思います。

私も東京に勤務していた時代に千代田区を取材したことがあります。千代田区というのは住民票を持っている人が45,000人しかいないのです。今でしたら市にもなれないような人口規模なんですが、昼間人口は100万人いるんです。ですから昼と夜でとても違って、日本で最初にタバコのポイ捨てに罰金条例を作りましたが、それは要は住んでいない人がタバコの吸い殻を捨てていって、それを住んでいる人たちが片付けなければならないという、あまりにも割に合わないという地域住民からの意見が出て、そういう条例がつくられたところです。神田で橘さんがプロジェクトをされたときは、やはり地域住民が少ないという千代田区ならではの難しさなどもあっただろうと思います。

有隅さん、小倉と神田の話を聞かれて、今の博多駅周辺地区との地域事情とはまた特性が違うでしょうから、それに応じたことを考えるべきだろうというご指摘ですが、今の橘さんの話を聞いてどのように思われますか。

——住んでいる人、働く人、訪れる人、みんながウィンウィンになるような取組みが大切。

有隅 今のお話は、まさにおっしゃるとおりだと思って聞いておりました。私どもの協議会は住んでいる人、働く人、訪れる人というのは、フィックスしてあるのです。やはり**みんなが、ウィンウィンになるような仕組み、まちづくりが目指す1つの目標、あるいは理想像を掲げながら取り組むことが大切だ**と思っております。

博多の街なかでは、住んでいる人、働く人、訪れる人がいろんな活動を今はそれぞれ関係なく行われていることが多いと思うのですが、それぞれの人達がそれぞれに主役となるようなまちづくりをするためには、どういうふうなプロセス、仕組みがいいのか。具体的な方策は何なのかということが、今日、橘さんや嶋田さんの話を伺いながら、いくつかヒントがあったのではと感じました。

大久保 このリノベーションというのは、1つのまちづくりの手法であって、建物を一から作り直すのではなく、橘さんが紹介されたお祭りやイベントといった複線を仕掛けつつ、地域、まちの産業・機能から変えて、老朽化した建物に新たな価値を生み出していく、1つの起爆剤というか、地域再生の仕組みだったと思います。また、既存の建物を活用するというのが最終目的ではなくて、その再生を通してまちのにぎわいを作っていくことが重要なんだということだと思います。

まちづくりの話に広げていこうと思いますが、その前に1点だけ、橘さんの話の中で、個人的に気になったのですが、雑居ビルのリノベーションを考えられていて、1階・2階がキャバクラで4階がホストクラブの3階を飲食にしようという話がありました。まったく個人的な話なのですが、これはどのような食べ物屋さんが入るのが一番いいのでしょうか。これはただ、順番待ちをする人たちが来るのではないだろうかという気もするので、その辺を教えてください。

橘 これをお答えするには、前説が必要になります。なぜ、この話になったかというと、実はこのビルはもともとパチンコ屋さんが使っていたのです。これが潰れてしまいまして、お客さんが入っていませんでした。そこで、たまたまうちのメンバーの1人に、日本で一番キャバクラをデザインした男がいて、彼がキャバクラの経営者から頼まれて1階の店舗をデザインしたのです。

そこから、オーナーの信頼を得て、うちで管理も任せられました。ところが4階にホストクラブが入っていて、これが入るとなかなかいいテナントさんが入らないのです。どうしようかと悩んだ揚げ句、1階のキャバクラの経営状況が非常によかったので、2階まで店舗を広げるということになりました。

それで、3階にとっても多くの人が入り出す店舗を作ったら4階が出ていくのではないかと、そのようなことを考えています。大宮の駅前の繁華街のど真ん中なので、そういう意味から言うと周辺にも居酒屋とかいろいろなものがありますので、そこそこいろいろなジャンルが成立するとは思いますが。そうはいても、他と同じようなことをやっていると面白くないです。我々が考えたのは、屋台村の屋内版です。具体的なイメージで言うと、コテコテの昔ながらの屋台村ではなくて、もう少し女性に人気が出るというか、ターゲットを女性に絞って、建物のイメージを変えるような方向性を今、考えているという次第です。



大久保 1、2階にキャバクラが入っている建物の3階に女性はなかなか行きづらいのではないかと思います。これからの行方を少し楽しみにしたいと思います。

それから、もう少し有隅さんに伺いたいのですが、地域連携の話がありました。「福岡 光のコンチェルト」等でしょうか。今、いろいろなところにイルミネーションのパンフレットが置いてあります。これを見ると、確かに天神とか博多という文字はないのです。私は印刷ミスではないかと最初思ったのですが、全部横並びで紹介してあります。ただこういったものは今までありませんでした。私たちマスコミはすぐに天神と博多が戦争していると書きたがるのです。そういう意味ではこのような発想はなかったと思っています。ということは、これは、WeLove 天神協議会と一緒に作られたのですか？

有隅 そうです。**WeLove 天神協議会とイルミネーション事業者との協働事業**です。JR 博多シティー、キャナルシティー博多とかそういった方々と意見交換をさせていただきながら作り込みました。もともとは私どもが単独でイルミネーション事業をやっていました。球数にすれば30万球超のイルミネーションで、場所は街路樹のみです。それだけをPRして、本当に皆さんに来ていただけるのか。単純にそういうところからスタートしたのです。天神だけでも100万球あるとのこと。われわれと博多シティー、キャナルシティー博多と合わせれば100万球は十分にあります。それならば、2つ合わせて200万球でPRしたらいいのではないかと。ではその場合、何処にPRするのか。イルミネーションでアピールするのは、福岡近郊ではなくて、県外であり、本州などからの遠方の来街者、観光客です。

そういった**県外から集客を両方合わせた規模でアピールすることで、天神・博多の2つを含む「福岡」にお越しいただく人を増やす。マーケットの規模を増やしていく**。こういうことがまちづくりの取り組みの1つ手法になるのではないかとということで、この協働事業、地域連携を去年からスタートしています。

大久保 いよいよクリスマスが近づいてきているので、まちがすごく華やかになってきています。その光のコンチェルトも、皆さん楽しんでいただければいいだろうと思います。

それでは、先ほど休憩時間に会場の皆さんからメモにいただいた質問にお答えする時間を取りたいと思います。勝手ながらコーディネーターの方で選ばせていただいたものを質問させていただきます。

これは橘さんにですが、先ほどの基調講演の中で、「クリエイター、アーティストの人たちを集めてそこに定着させて、そのうちに自分たちがこのまちを見つけて、主体的にまちを変えていったという、言葉は悪いですが、橘さんがそう仕向けた。そういうふうにならせた。」というお話だったのですが。この質問をされた方は、「そういう意識は大事で、自身もそう思う。ところで具体的にはどうやってそういうふうにしていったのか？仕向けたのか？」というお尋ねです。

—— 性格のいいクリエイター、まちと親和性の高いクリエイターを選び、彼らに任せる。仲間・プレーヤーを増やすことが大切だ。

橘 まず、あの街に、神田のあのエリアにもともと興味を持っていた連中がいました。その彼らとよく話をして人選をしました。**一番最初に気をつけたのは性格のいいクリエイター、それからまちと親和性が高いクリエイターを選ぶということです。**ここを間違ってしまうと、先ほどの話は成り立ちません。そういう人たちをまず連れてきて、私自身があまり多くを言い出してしまうと、結局私がやらざるを得なくなるということになってしまいますので、イベントの中身自体は彼ら中心で全部まとめてもらっています。

私がやったのは街との調整とか、あるいは不動産を集めてくる。その部分だけです。ですから実際は彼らが起点になって、そこから先の人達は私もほとんど見えないんです。基本的には、ディレクター陣たちが声をかけて集まった人達でやっています。そういう意味から言うと私自身はできるだけ存在を無くすようにして、なるべく他の人達が自らがやったのだと思わせることが大事なんだと思います。

大久保 本当は黒子がいるけれど、まさに黒子として、それは見えないようにして、表に出た人が気持ちよくいろいろな活動ができるような、そういう仕組みですね。そういうものが場所場所で、地域地域で持てるかどうかということだなと思います。橘さんのようなプロデューサーはやはり必要不可欠なんだなと感じました。

嶋田さん、同じようにクリエイターの方々を集めてやられていますが、これを束ねるというのはなかなか難しい仕事ですか。

嶋田 小倉の魚町の中では、私どものビルで三番街事業部があります。その事業部自体がいろいろなイベント、セミナーをやるなど、先ほどミニ FM ラジオのことを言いましたが、ある東京のラジオをやられている方を呼んで、新しいミニ FM ラジオを作ろうという講座をやりました。そのラジオ講座で集まった人たちが今、ラジオをそのまま継続して、イベントなどでラジオブースを造って活動をしているというものもあります。

商売に関するお話だとか、そういったセミナーだとかレクチャーとかいろいろなかたちでビルの中で、まちの方をどんどんビルに吸収していきながら、まち自体をよくしていこうということです。ですから、街の仲間を作る、ある種のコミュニティーをつくることをやっています。そういうものを**中屋ビルから発信しながら、いろんな人をどんどんまちの中に集めて、仲間を作っていくことに力を入れながら活動しています。**

小さなエリアからどんどんと進めていくということで、一つ一つのリノベーションを取組んで、それを大きな1つのステージに仕立てていこうという試みを今しています。

大久保 もちろん、そこにおられる方なのでしょうけど、北九州市の小倉北区魚町で言えば、中屋ビルという場所のエネルギーがどんどん人のつながりを増やしていく。それがまちづくりの起点になっていくのだろうという話だったかと思います。

今の話に関連するのですが、有隅さんにお尋ねです。「今後の博多のまちづくりの方向性で、線から面へという話があって、具体的な展開として、線から面に広げていくというのは、どのようなお考えがありますか」という少し難しい質問ですが。

有隅 具体策というのは、今から当然考えていかなければいけないと思っていますが。今日のシンポに参加して、**プレーヤーをいかに増やしていくか**ということが1つキーワードになっていくのではないかと感じています。

これまで私どもの協議会は、自分たちで取りあえずにぎわいを何か作っていこうとか、自分たちが主体的にやってきたというのが、これまでの取り組みだったのです。今日の話だと、いろいろな人たちを巻き込んで、一緒に取り組むプレーヤーを増やしていくということが私たちの取り組みに更に広がりを与えていくのかなと思います。それで、そのための必要な方法は何なのか？ということが問われると思うのですが。

今日いただいたお話では、ビルオーナーの方々の取り組みというのがきっかけになると思いますし、また、地域の方々の自発性、例えば環境問題への取り組みとか、そういったものをもっとやりたいという声もあるかもしれません。安全安心というものもあるかもしれないし、そういった**我々がということではな**

くて、我々と一緒にやっていただけるようなプレーヤーをどうやって見つけていこうか。そのための取り組みが、私たちが取り組みたいものになるのではと感じながら聞いておりました。

大久保 今プレーヤーを増やすという話がありました。先ほど、博多のまちづくりの考え方として、「住んでよし、働いてよし、訪れてよし」ということですから、そういうプレーヤーの方々の範囲、活動分野、活躍できる分野は、たぶんこの博多駅前地区には沢山あると思います。それぞれの立場でプレーヤーが出てくれば、本当にもっともっと今から面白くなるのではないかと思います。

――点から線へ、線から面へのまちづくりの展開

大久保 これは橘さんへの質問です。今の有住さんに答えていただいた「これからの博多まちづくり推進協議会の活動」に関連して、点とか線とかまでの取り組みはイメージできるのですが、面に広げることに有隅さんはプレーヤーを増やすことだろうという話がありました。博多以外で面へ広げる取組みをした何か事例は？」ご自身はありますか。

橘 先ほどの**神田はまさにそのプロセスを歩んでいます**。実際、私が入っていった頃は、実は神田の7商店街は仲が悪くて、特に駅の東口で、JRが高崎線を入れるということで重層化の工事をするという話が持ち上がり、これに対して賛成派・反対派に地域が真っ二つに分かれていたのです。私は西側で賛成派の方だったのです。話し合えば両者合意出来るだろうと当初は思われていたのですが、拳を挙げたらおろしどころがなくなったので、どうしようかという賛成派・反対派のそれぞれの面子が立たずにいたところで、商店街の理事長が「そろそろ商店街の時代ではないだろう。結局、情報発信力を見ても、皆でまとまってやっていくべきだろう」という話がありました。それからそのまちの方向性を考えた場合でも、線でやっていたら、たぶん限界がある。そういうことから、「一緒にいろいろやっていきたい。ついては反対側と仲良くするために、おまえらちょっと智恵を出せ」というかたちで私に依頼がありました。

それでやったのがさっきの神田技芸祭です。実はそういう意図がありましたので、逆に面に展開するというよりも、根っこのほうで感情的な乖離がありましたので、かなり劇薬的にやりました。まず最初に、賛成派の商店街長、あるいは町会長をみんなそろそろ連れて、オープニングを反対派のど真ん中でやったのです。反対派も主催者になっているものですから、一応青年部の暴発というかたちで祭りをやっていますから、大人たちもそれを認めざるを得ないということで、ここに町内会の人達も商店街の人達も勢揃いして集まりました。面白かったのは、このようなことは神田では今までかつてなかったこととして、当時経産大臣の与謝野馨さんが秘書を通じて挨拶を持ってきたり、区長が私服でお忍びでやってきたりしました。

そういうことがきっかけになって、先ほど話した「商店街サミット」というものが起こり、全体として何かやらないといけないということになりました。実はそのJRの重層化に伴って、JRとまちでいろいろ相談して、JRの駅の中でまちの情報発信の拠点を作らせていただくというようなJRから提案をいただいたりしています。

そういうプロセスを踏みながら、神田も1つの面的な広がり、そして、それを支えていく組織を作るところまでできております。

大久保 点から線、線から面というのは、例えば地図に見られるような点・線・面というのがありますが、今の神田の話を聞いていると、人脈というかそちらの広がり方、点、個人から、仲間ができて、それがもっと巻き込んでという、そういう点・線・面の関係・つながりもあるのではないかというお話を伺っていました。

それから少し具体的なことで、これは橘さんにですが、「コンサル業務としての収入、手数料はどのようにして出るでしょうか」という質問がありまして、これは事前に私も同じことをお聞きしました。コンサルというのは、今やっていないのですね。

橘 厳密に言うと、コンサル業務は0ではないのですが、**私どもはキチッと数字に対して責任を取りたい**

というのが、私もパートナーも強く思っているものですから、コンサルを制作業務として受けるということが多いです。そういうことなので私たちは、プロジェクトの中で結果を出せなければそれでクビです。例えば業務の中でエリアマネジメントの運営も、今、東京で請け始めていまして、これに対しても数字に対して責任を持っていますし、そういう意味から実際の制作コスト、あるいは運営するという実働の部分を含めてお金をいただくということが今多いです。

大久保 「相談に乗って、渡してそれで終わり」というのではなくて、その後もずっとやっていくというかたちですね。

橘 逆に**コンサルでやる場合には、私がいなくては回らないという仕組みは絶対に私は作らない**のです。ですからある段階でフェードアウトして、一部の地元の方が中心で動くようなかたちになるようにしています。この場合にはお金としては、行政からいただくことが多いです。

大久保 今の橘さんの話は、私達がやるいろいろなイベント、お祭りなどでも同じことが言えると思います。福岡市から補助金が出たから、そのイベントをやろうかと言って、何年かやるのだけれど、補助金なくなるからもう終わりにしようということになります。**本当にみんなが必要だとか、楽しいと思ったら、補助金がなくても続けられる仕組みだとか、お金の手当は自前でするだとかというのを考えていくのが本**当ではないかと思うのです。

金の切れ目が縁の切れ目ではないですが、そういうことは、世の中沢山あります。まちづくりというのは住んでいる人、働いている人が長く続けなければ意味がないと思いますので、もし自分が抜けても、それは仕組みとしてきちっと回っていくような仕組みを作ると橘さんの話は、非常に参考になる本質をついた話ではないかと思います。

尾辻さんのところには、なかなか話を持っていきませんが、今日のシンポジウムの全体の企画を尾辻さんに考えていただいたので、今までの皆さんの話を聞いていて、どのような感想やご意見を持たれていますか。

——博多の特性にあてはめた戦略が必要だ。

尾辻 今回、私はこのシンポジウムの企画・立案を担当させていただきました。

『都市型コミュニティの創造と再生』と銘打っているのですが、お題が少し大きすぎて漠然としていたように思います。また、我々を含め、会場にお集まりの皆さんが一番聴きたいポイントは、橘さんや嶋田さん、有隅さんが取り組んでいる中での具体的な方法論や赤裸々な話なのではないかなと。ただ、こういう会場とステージの形式だと限界があると、やや反省しています。

もっと橘さんやパネリストを囲んで、橘さんがやってきた『家守』のプロジェクトについて、ざっくばらんな会、あるいはひざを突き合わせての意見交換会のような仕立てをした方が良かったのかなと。コーディネートの大久保さんや皆さんに少し申し訳ないような気がしています。ステージ上よりかは、ラフな会場の方が、もっと橘さんの経験談が沢山聴けたんじゃないかと思います。

ただ、私が意図したのは今の博多駅周辺について、ハードの空間をきれいにしようだとか、商売繁盛となるような販売促進活動をどうするだとかではなく、不動産価値を高める仕組み・仕掛けの手法を学びたいということで、今回、橘さんをお呼びしました。

また、シンポジウムに先立ち開催した「プレワークショップ」では、オーナーあるいは働き手、来街者など博多の当事者である参加者が、まちの活性化のアイデアを出すことで、仕組みづくりの輪が少しでも出来れば、あるいはキッカケとなればとの思いで企画しました。当日は 20 名の参加者で小人数だったのですが、いろいろなアイデアが出されました。

今日聴いた橘さんの神田の話や嶋田さんの小倉のリノベーションの取組みは非常に参考になるのですが、果たしてその方法がそのまま、博多駅周辺に当てはまるのか？**博多駅周辺、特に博多口の界限は、独特な都市空間・街の造りだし、まちが出来た経緯も歴史や代々の駅の移設など、他とは違う地域性をもっている**と思います。また、今日の話聴いて、明日から博多の街の不動産活用について、ビルの建て替えある

いはリノベーションとか、資産価値を守る方策っていうのは、すぐにどうしようということにはならないと思います。それぞれ、**今日聴いた橘さん、大久保さん、嶋田さん、有隅さんの話のポイントを、博多ならどうしようか、自分の資産を使うとどうだろうか、どんな知恵があるだろうか？**といった具合に、**もう少し個々人に置き換える作業が必要なのかな**と思いました。企画をした者として、お恥ずかしながらそのように思いました。

それと、私自身はどちらかというとまちづくりや都市計画、再開発事業等で補助金をもらいながらお手伝いする仕事を中心にやっているので、非常に橘さんの今日の話は身につまされるような感じで聴いておりました。特に今日のスライドの中で、ソーホー等のテナント誘致に必要なこととして、やはりビルオーナーに最後まで責任を持ってやる、そういう覚悟で関わる。また自分がいなくても回る仕組みをちゃんとつくる。といったように、地元本位で取り組まれている姿勢は素晴らしいと思いました。

また、市場の実勢価値に置き換えて不動産を評価し、それをオーナーに説明、説得する。そして地域の賃貸条件を正常化し、街の不動産を整え流動化・活性化させる。クリエイターや新産業など具体的なターゲットを定めて、イベントやメディアなどそれを実現するための様々なツールを投入するなど、幅広い実践・取組みの話が聴けて素晴らしいと思いました。

実際の**ビルオーナーとか、地元の方に対して、まちづくりの具体的な将来イメージと、そこに到達するプロセスを明確にし逐次説明しながら、それぞれの主体が連携し、輪となり進めるというのが博多の今後のまちづくりにとっては、特に必要なのではないかな**と感じました。エリアマネジメントとしては先進的な取り組みを博多まちづくり推進協議会では既に行われているし、神田や小倉を参考にした博多独自の取組みは十分出来るのではと感じました。そして、そこに踏み出すキッカケが今日のシンポジウムになれば良いなと思いました。少し企画者として取り繕うような感想的な話になりましたが、そのように思いました。

____ **これからの「博多まちづくり推進協議会」の役割と、様々なプレイヤーの参画に期待したい。**

大久保 はい、ありがとうございました。ほとんど今日の議論を総括していただいたような話をいただきました。

あと、具体的な質問に答えていると時間がないのですが、例えば、「不動産の仲介業者さんをうまく活用するにはどうしたらいいでしょうか」、「中古物件が必要な不動産業務の新しい可能性はどうでしょうか」というようなお尋ねがあります。たぶんビルをはじめ既存の建物をお持ちの方は、いろいろな疑問があり、誰かに相談したい、誰かの話を聞きたいという思いをお持ちの方が沢山いらっしゃると思います。そのような時には、よろず相談窓口、頼りになる案内人のような存在として、有隅さんが中心となっている「博多まちづくり推進協議会」へ気軽に尋ねてください。

今日のシンポジウムのテーマは、『都市型コミュニティーの創造と再生 ～プラットホームづくり～』としているのですが、この**博多駅周辺地区のフラットホームは、皆さんがいろいろな相談を持ちかけたり、いろいろなことをやりたいと思った時に、相談・提案する受け皿、それがフラットホームであり、博多まちづくり推進協議会ではないか**と思います。

そういった期待も含め、有隅さんに決意表明をお願いできればと思います。

有隅 これからの博多駅周辺地区の取組みを考えた場合、やはり人的なネットワークというのがベースにあると思います。私たち協議会も専門家集団ではないので、あくまでもエリアマネジメントに属している会員が一つにまとまって協働してやっているということで、専門知識を備えているのかというと必ずしもそうではありません。

街なかの活動として、アーバンデザインですとか、景観、建築、不動産、都市経営等いろいろな分野・ジャンルがあります。そういった分野・ジャンルの**専門家との協力関係を築きながら、私たち自身も勉強しながら、や**



っていく必要があるのだなというのが、私が今日感じたまず1点です。

それともう一つ、博多の登場人物・当事者である**住んでいる人、働く人、訪れる人。そういった人達にもプレーヤーになっていただきたい**なと思っています。もちろん様々なサービスを受ける側でもあるのですが、この中の多くの人達がプレーヤーとなっていていただくことを期待したい。また、行政の方々にも今後ともご支援いただきたい。要は**みんなが連携・連帯しながら進めていくということが大事**ではなかろうかというふうに感じたところでした。

それで、決意表明ですが、博多の場合は、家守型ではなく、もしかしたら私たちの役割は「街守（マチモリ）」ということなのかもしれないです。今の私どもはそこまでそろってないかもしれませんが、**いろいろな方々が博多のまちでやりたい。何か取組んでみたい。チャレンジしてみたい。そんな時に相談相手になってくれるようなそういう協議会で在りたい**と決意したいと思います。以上です。

大久保 ありがとうございます。私が皆さんの話をお聞きして、自分が尋ねたいことをお尋ねしていたら、あっという間に時間が過ぎてしまいまして、定刻になってしまいました。先ほど、尾辻さんから今日の議論の総括をしていただきましたので、私の方から特にコメントするということはありません。

話がずっと出ていましたように、今日**ここにお見えになっている皆さんがプレーヤーとなり、自分の活躍の場がどこか、どこで力を発揮することができるのか**ということを考えていただければ、非常にうれしいと思います。そのときのきっかけとして、仲介役・相談相手となるのが「博多まちづくり推進協議会」ではないかと思います。

それでは今日のパネルディスカッションはこの辺で終わらせていただきたいと思います。

4. 参考資料

■会場写真

【シンポジウム会場】



■フライヤー



博多まちづくりシンポジウム・プレワークショップ クリエイティブ・コミュニティビルづくり方

- 日時：11月14日（水）15:00～17:00（開場・受付 14:30）
- 会場：西日本シティ銀行本店（博多駅前3-1-1）7F大会議室
- 概要：「都市型コミュニティのプラットフォームづくり」をテーマにした、ワールドカフェスタイルの参加型イベント。
- 定員：30名（先着順、要申込み）
- プログラム：
 - 15:00 開会
 - 15:10 基調報告
クリエイティブコミュニティビル再生の実践
ー事例『ポポラート三番街』ー
【講師】梯輝元氏（中屋ビルオーナー・北九州市魚町銀天街）
 - 15:40 ワールドカフェ
【ファシリテーター】田坂逸朗氏（田坂逸朗ファシリテーター事務所）
【課題】『はかたんビルを新たな手法で再生せよ!!!』
 - 17:00 閉会

博多まちづくりシンポジウム 都市型コミュニティの創造と再生～プラットフォームづくり

- 日時：11月19日（月）13:00～15:30（開場・受付 12:30）
- 会場：グランドハイアット福岡
- 概要：既存ストックを活かした民間主導によるネットワーク型地域活性化の処方箋を学び、議論します。ビルオーナーさんや、出店検討者のみなさんにも聞いて頂きたい内容。
- 定員：150名（先着順、要申込み）
- プログラム
 - 13:00 開会
 - 13:05 基調講演
『ビル資産価値を高め、維持する家守型まちづくりの挑戦』
【講師】橘昌邦氏（株式会社POD 共同代表）
 - 14:10 パネルディスカッション
【コーディネーター】大久保昭彦氏（西日本新聞・都市圏総局長）
【パネラー】橘昌邦氏（再掲）
嶋田秀範氏（㈱ワークスーパ/中屋興産㈱管理人）
有隅基樹氏（博多まちづくり推進協議会事務局長）
尾辻信宣氏（JUDI 代表幹事）
 - 15:30 閉会

◆申込方法：

下記申し込みフォームをご記入の上、JUDI九州(judi-q@or.tv)まで送信ください。定員になり次第、申込みを締め切らせていただきます。
※11/19シンポジウムにつきましては、当日会場での受付も承ります。
【参加申し込みフォーム】

- ・参加企画：11/14 プレワークショップ or 11/19 シンポジウム
(参加する企画の名称を記入してください)
- ・氏名：
- ・所属：
- ・メールアドレス：

◆問合せ：judi-q@or.tv / 尾辻信宣 092-791-7661（G計画デザイン研究所）

- 主催：博多まちづくり推進協議会 都市環境デザイン会議九州ブロック
- 協力：西日本新聞社
- 後援：公益財団法人福岡アジア都市研究所

STAFF

有隅 基樹	博多まちづくり推進協議会	事務局長／九州旅客鉄道株式会社	博多まちづくり推進室
溝口 直美	博多まちづくり推進協議会	事務局／福岡地所株式会社	開発事業本部／企画統括
井下 普喜	博多まちづくり推進協議会	事務局／九州旅客鉄道株式会社	博多まちづくり推進室
杉山 奈都女	博多まちづくり推進協議会	事務局／九州旅客鉄道株式会社	博多まちづくり推進室／総合司会
新田 裕司	都市環境デザイン会議九州ブロック	幹事／株式会社アービカルネット	企画立案運営
尾辻 信宣	都市環境デザイン会議九州ブロック	／合同会社 G 計画デザイン研究所	企画立案運営
岩永 秀樹	都市環境デザイン会議九州ブロック	／株式会社オオバ	
高橋 泉	都市環境デザイン会議九州ブロック	／Architecture@ism	一級建築士事務所
日高 圭一郎	都市環境デザイン会議九州ブロック	／九州産業大学工学部建築学科教授	
山本 英治	都市環境デザイン会議九州ブロック	／株式会社福山コンサルタント	

【2012 はかたんウォーク 秋のスペシャルウィーク】

博多まちづくりシンポジウム

実施報告書

2013.02

博多まちづくり推進協議会
都市環境デザイン会議九州ブロック