

ちの を 編む

2017年3月11日(土)
会場:茅野市民館イベントスペース

ゲスト

加藤寛之

Hiroyuki KATO
都市計画家・(株)サルトコラボレティ
ヴ代表取締役

1975年千葉県千葉市生まれ。立命館大学政策科学部卒業。2008年株式会社サルトコラボレティヴ設立。丹波市、伊賀市、枚方市、大阪市等で地域に新しいチャレンジを生み出す月1マーケットを開催。衰退地の潜在的な魅力を守り育てつつ、エリアの期待値を高めることにより、リノベーション等のリスクテイクが可能になるまちづくりに取り組む。

第4回

まちの「兆し」から「ファンづくり」

(ゲストトークより)

20世紀につくったものを21世紀に使いこなすという意味での都市計画家。地域にあるものをどういう視点でとらえ、どう生かすと地域が変わるのか、まちの「期待値」をあげる。地方の衰退の速度は速くまったなしの状況だが、仕組みをつくれれば変えられる。まちに元気がない理由を原因ではなく現象で取り上げてしまいがちだが、本当の理由は、まちに求められている価値が変化したということ。まちの要素を再評価して新たなチャレンジが生まれる仕組みをつくり、新たなまちの価値を創造する。まちなかにあるものに、まちの「兆し」がみえる。兆しのさきにある未来を想像し、将来のまちのファンを設定してみる。個店でなくエリアを対象として、ファンの視点で丁寧にその魅力を発信する。事業が成功したかどうかの判断はそこ。勘違いせず現在地を知ること。みんなのためではなく「ファンづくり」に絞り、結果みんなハッピーになるようなプロセスを踏むのが大事。種をまく人＝「シーダー」を探し、どこへ向かえばいいのかポジショニングする。集客ではなくファンづくりにつなげる。新しいお客さんを創造し「見える化」しないと。そのため新しいマーケットづくりが最優先。



茅野の「兆し」? 「シーダー」は?

(参加者のクロストークより)

三浦 加藤さんは足をつかってマーケティングする。そういうのが好きだというのが伝わってくる。

加藤 イベントをやって集客があっても次の日のお客さんにならない。プラットフォームをつくる。

三浦 茅野の「兆し」は?

北原 応援する力が必要。商圈について、場所ではなく「シナリオ」というところに同感した。

八木 「シーダー」の考え方は合点がいった。ではどう見極めるのですか?

加藤 茅野の要素を500くらい出すと「こういう人?」というのが出てくる。

三浦 茅野も縄文のほかを見つけないと猶予がないのでは。新しい「シーダー」がないと。

加藤 縄文もひとつの要素で魅力だが、だれも良くも悪くもならないスケープゴートにしないこと。「だれに向けて」発信するのか。ほかにもある茅野の魅力が消えてしまわないように。

辻野 本質的なところにあるものを未来へ。新しい価値を生む感性を地域で持つことが必要と思っている。

参加者 「シーダーを探せ」は響いた。フェスは楽しいが、実生活に取り込むにはどうしたら? という視点。

