

今月の一言 オバマ新大統領の登場で「環境ニューディール」が注目を集めています。環境負荷低減と景気対策を両立させる施策展開が重要です。CO₂ 排出量に大きな影響を及ぼしている建築ストックを対象とした実効性の高いビジネスモデルの充実が喫緊の課題です。(松縄 堅)

Topics

- 山村上席研究員が、2月20～21日に韓国高陽市で開催される韓国最大の建築総合展示会「キョンヒャンハウジングフェア」のフォーラム「GREEN FORUM 2009」で、CO₂削減とヒートアイランド抑制のためのまちづくりについて講演します。
- 2月25日に開催する第14回NSRI都市・環境フォーラムは、海道清信氏(名城大学都市情報学部教授)によるご講演「コンパクトシティは可能か」です。詳細は<http://www.1k.mesh.ne.jp/toshikei/>まで。

シナリオ・プランニングによる まちのブランディング

百年に一度といわれる急激な景気変動の中、まちづくりを取巻く社会・経済環境の変化をシナリオとして想定し、シナリオに応じたまちづくりの戦略オプションを用意することで不確実な将来に備えようという、シナリオ・プランニングによるまちづくりが、これから一層重要ではないかと考えています。

すなわち、これからのまちづくりが目指すビジョンの構築と、ビジョンの実現に向けて影響を及ぼすと思われる情報収集を通じて、想定される将来のまちを取巻く社会・経済環境を複数のシナリオにまとめ、各シナリオに応じたまちづくりの戦略オプションを検討し、保持することが考えられます。

ブランディングに向けた戦略オプションの策定

特に、都市・地域の価値向上のためのブランディングを進めていく上で、都市・地域をとりまく経済・産業構造の大きな変化が内部環境や外部環境によっては、これまでとは異なる戦略オプションの選択可能性も視野に入ってくるものと思われます。

2006年に公開された映画「フラガール」は、現在の福島県いわき市にあった常磐炭鉱で働く人々を描いた映画でした。石炭が黒いダイヤと呼ばれ、日本経済を支えていた状況から、エネルギー事情の変化により石炭採掘の採算が悪化する中、坑道から湧出する温泉を利用して、常磐ハワイアンセンターを建設していく姿を描いたものでした。

まちが保有する資産を見極め、有効に活用することにより、経済・産業構造の変化がもたらした危機から、新たなまちづくりへと転換し、新たなブランドを構築した好例といえます。

景気の悪化は、とすれば縮小均衡やリスク回避的な足元重視の考えに拘りがちになりますが、変化を新たなビジョン構築の機会と捉え、ブランディングに結びつく戦略オプションを用意していく時期と考えることも重要と思われます。

例えば、景気の悪化による土地価格の下落は、民間開発や投資を減速させるといった、地域経済に大きな負の影響を及ぼします。しかし、その一方で、地代負担力が低く、これまで実現が困難であった施策を実行する機会と捉えることもできるのではないのでしょうか。

かつては中心市街地に立地していたものの、機能や規模拡大のために郊外に移転した公共施設をもう一度中心市街地に再移転し「公共交通利便性の高いところで公共サービスを提供する」といった取組みから、中心市街地の活性化と市街地のコンパクト化を実現していくことなども議論できるのではと思います。

このような取組みは、環境負荷の小さな都市を構築するために個々の開発や地区単位での取組みのみならず、広域的な地域構造を変えることにより環境負荷軽減にも貢献する、次代に向けた持続可能なまちづくりへの取組みと軌を一にしたものに繋がるのではないのでしょうか。

インターネットによるブランドの原石探し

また、経済構造や社会情勢が変化する中で新たなまちの価値を発掘し、都市・地域のブランディングに生かしていくこともこれまで以上に必要になってくると思われます。

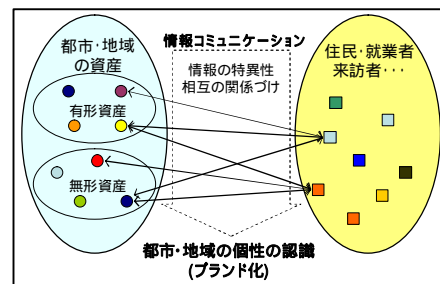
例にあげたいわき市での取組みでは、湧水(温泉)という有形の資産が活用されることにより、新たなまちの価値を生み出しましたが、必ずしも空間や施設といった有形の資産だけではなく、サービスやコミュニティなどの無形の資産にブランドの原石が潜んでいる可能性があります。

今やインターネットを利用することが、日常生活の一部となり、個人レベルでもホームページやブログを使って情報を頻繁に発信し、相互に交流する時代となりました。

インターネット上でまちやイベントなどがどのように評価されているかを知ることでもできるようになりました。例えば、Googleトレンドや、Yahoo! ブログ検索を利用し、まちやイベントの名前で検索することで、どの位の人たちが関心を持ち、どのように評価しているかを捉えることができます。

意外なモノやコトが評価されており、人々の評価の中に埋もれたコンテクストを探ることで、新たなまちのブランド構築の原石が発見できるかもしれません。

(朝倉博樹)



情報コミュニケーションによるブランドの認識・形成

定期配信をご希望の方

定期配信を御希望の方は、下記メールアドレスまで。
(chihiro.kimura@nikken.co.jp 担当: 木村千博)

編集後記

昨シーズンに比べ高機能マスクの種類が増え、選ぶのに困るほどです。通勤時にはマスクが欠かせなくなりました。早くこの時期が過ぎてほしいと願うばかりです。(K)