



三上社長にきいてみた。

シリーズ「まちづくり考」その二

～「まちづくり」から「まちつかい」へ～

前号に引き続き「まちづくり考」待望の第二弾！！

このシリーズは、様々な観点から三上社長のまちづくりへの考えを聞いていくコーナーです。

1. 私たちの使命

「私たちミカミは「まちづくりのパートナー」として、より豊かな未来を提供します」。

ホームページ冒頭のフレーズである。確かに、私たちは地域に根差したコンサルタントとして、地域社会に豊かな未来を提供する使命がある。それは事実である。でも、ちょっと振り返ってみて、果たして私たち都市プランナーは、地域を元気に出来たのであろうか。地域を幸福に出来たのであろうか。

私自身、都市計画やまちづくりの専門コンサルタント歴37年、また17年前には地域の仲間たちとまちづくりNPOを設立、多様な地域振興に貢献してきたつもりではある。そして、ふるさと意識、郷土愛、地域に対する誇りのようなものを醸成することに、少しは貢献出来た、とは思う。しかし、地域に元気はない。人々に幸せの実感はない。はっきり言って、地域は見事に衰退してきた。これが地方の現実だ。私たちを含め、全国の都市プランナーと称する輩は、一体何をしてきたのであろうか。

2. 幸福を感じる街、とは

世の中には「住みよさ」とか「ブランド力」についてのランキングが多数出回っている。その殆どは、外部の視点からの評価であったり、施設の整備水準を競うものであったりする。地域が元気であるか、地域の人々が幸せを感じるかどうか、それを測るモノサシとして、そんな外部視点の指標が役に立つのであろうか（と、「地域ブランド調査」で毎年最下位の茨城人として思う）。※2020年9月18日時点

国民総幸福量世界一のブータン。実に国民の97%が「自分は幸福だ」と感じている。でも映像でブータン人の暮らし振りを見て、私たちは「その国で暮らしたい！」と思うかと言うと、それはちょっと無理。せいぜい観光でいきたい程度。でもブータン人は満足している。幸福か幸福でないかは、外部の視点、外部の評価ではなく、もっと内輪の、自己満足的なものであるようだ。

一方、欧州の街角に立つと、私たちはそこでの人々の暮らしに憧れる。「あんな暮らししたいな」と思う。しかし欧州人にしてみれば、それはわざわざ観光用に着飾ったものではなく、自分たちの日常を見せているに過ぎない。つまり、ブータン人にしても欧州人にしても、彼らを見て分かることは、前号でも指摘した「自分たちの地域の衣食住を勝手に満喫することが大切だ」と言うこと。

3. 「まちづくり」から「まちつかい」へ

改めて、幸福とは何か。どうやら外部の視点でもなく、施設の整備水準でもない。地域に存在するモノを如何に活用し、暮らしの中に取り込み、満喫するか。そう言うことのようなのだ。

今までの都市プランナーの仕事は、インフラ等の施設の整備水準を高めることが中心であったが、これからの時代は、人口減少でモノ余りの時代でもあり、モノを作ること（アウトプット）よりも、今あるモノを如何に活用するか、そしてそれが地域の人々の幸福に繋がる（アウトカム）かどうか、その仕掛け・仕組みづくりが大切になる。

モノを作る「まちづくり」から、今あるモノを活用するための仕掛けを考える「まちつかい」へ。この「新しいまちづくり」へ、頭と技術の切り替えが勝負どころとなる。

