

Area Innovation Review Mook 016

特 集

21 世紀の都市計画はソフトウェア開発

- 月1マーケットでまちに革新を起こす -

(AIR 2016年2・3月発行 vol.188 - vol.197 特集)



AREA INNOVATION REVIEW

(URL : <http://areaia.jp/>)

【 目 次 】

はじめに	p3
1. 自己紹介とこれからの都市計画に求められる考え方	p4
2. その課題設定に間違いはないか？	p7
3. まちに元気が無い本当の理由	p10
4. マーケット企画運営 10 のポイント（前編）—枚方宿くらわんか五六市を事例に—	p14
5. マーケット企画運営 10 のポイント（後編）—枚方宿くらわんか五六市を事例に—	p18
6. マーケットが生み出す3つの効果（その1）新しいチャレンジ	p22
7. マーケットが生み出す3つの効果（その2）市場の見える化とまちの期待値	p25
8. マーケットが生み出す3つの効果（その3）起業家の継続的な発掘	p29
9. エリア・イノベーション・トーク — 加藤寛之 x 木下斉 —	p33

<お断り書き>

本MOOKは、AIAの配信するメールマガジン『Area Innovation Review』の2016年2・3月度配信のvol.188～vol.197の特集記事を再構成したものを一部加筆修正したものです。その後、本文内にて紹介しておりますサイトや資料などのURLが一部切れてしまっている可能性があります。ご容赦頂きたく存じます。

はじめに

昨今、全国各地でマーケットが行われていますが、今回連載していただく加藤さんは8年近く前からマーケット事業に取り組んでいます。しかも、まちを変えていくためのマーケットです。単にフリーマーケットのように誰でもいいから来てください、ではなく、しっかり「まちを変えるために必要なマーケット」を各地で立ち上げ運営してきています。

なおかつ、それらを補助金依存ではなく、出店料をしっかりとった自主事業モデルで運営する形式をとっているのも特徴です。

実は商売の長い歴史をみれば、いきなり店をもつ、いわゆる「店持ち(たなもち)」になるなんてことはなく、やはり丁稚奉公や露天商などスタート段階があり、そこで経験をつみ、一定の売上を確保してから、店を出すのが基本なわけです。

しかし戦後のいい時代にはひとまず店を出せばどうにかなる!てなことで、商売=店を出すこと、になってしまい、今に至ります。しかもオリンピックなどを境目にして路上販売などが厳しく規制されるようになり、何かとやりにくい時代となりました。

結果として地域商業の新陳代謝がスローダウンし、既得権として既存店舗を持つ人達のがさばり、商売が落ち込んでも何も変えず、なおかつ物件が空いても店を貸さないみたいな人まで現れる始末。ということで、この構造を変えていくためのメカニズムとしてしっかりと、地域を変えるマーケットの健全な経営が必要になります。

加藤さんは21世紀の都市計画はソフトウェアといていまして、ハードウェアをいかに作るか、ではなく、ソフトをいかにつくり上げるか、についてちゃんと考えないといけない。これはとても重要な指摘です。月1のマーケットも単に集客イベントにしたら終わりです。そうではなく、ソフトウェアとしての機能を考えれば、作り方もマーケット一つとっても変わる。そのことを今回の連載を通じてまとめて頂きます!ぜひじっくりと皆様読んでみてください。

【 著者の紹介 】

加藤寛之(かとうひろゆき)／都市計画家

株式会社サルトコラボレイティブ代表取締役 / 株式会社ご近所取締役 (丹波市)

一般社団法人リイド理事 (大阪市) / ダーコラボトリLLP代表 (伊賀市)

AIA関西ブランチ事務局長 (東京都) / 株式会社RETOWN執行役員 (大阪市)

1. 自己紹介とこれからの都市計画に求められる考え方

みなさんはじめまして、株式会社サルトコラボレイティブの加藤です。

マーケットの話をする前に、まずは僕の自己紹介と考え方について書きたいと思います。全8回の連載を予定していますが、今回はしばし僕自身とサルトに関する話にお付き合い下さい。

千葉県千葉市出身。1975年生まれなので、今年厄年。早く厄払いに行こうと思いつつ、旧暦だとまだだよな、などと悠長に年始が過ぎ去ってしまいました。2月に入りましたし、早めに厄祓に行きたいと思います。
笑

さて、サルトはもともと学生時代からまちづくりに関わり、その後2000年に仲間と立ち上げ、2008年に僕が代表となり株式会社化しました。会社にした時、立ち上げ当時のメンバーは僕だけでした。その後スタッフの増減はありましたが、現在は再び1人となりました。

色々な場所で色々な仕事をしているので、どうやって回しているの？と聞かれるのですが、現在は各地域で会社を設立して、現地採用し、そのスタッフと共に仕事をしています。ライフワークのように仕事をしている兵庫県丹波市・大阪府大阪市芦原橋・三重県伊賀市でそれぞれ会社を立ち上げています。

そもそも、私の会社名にもある「サルト」はイタリア語で「服の仕立屋さん」という意味です。それにちなんで会社ロゴは針のマークです。僕らは、仕立屋さんがお話をするように、プロとして、地域にあったまちづくり、つまり人と資源（まちのコンテンツ）をつなぎあわせることによって、まちを動かしていきたいと思っています。

○ 21世紀の都市計画家とは

僕は自分自身を「都市計画家」と自称しているのですが、それは僕の師匠である立命館大学教授でまちづくりの老舗・株式会社COM計画研究所代表高田昇（ススム）先生が自身のことを「都市計画家」としていたからです。彼に10年間学び、僕もそうなりたいなど。

20世紀の都市計画は建設することがメインでした。でも21世紀の都市計画はそれら作られたものを使い倒すこと、使うための仕組みを考えることが「都市計画家」に求められていると思います。それが、建築も土木も門外漢な自分が「都市計画家」であると考えた所以です。

遊休不動産のリノベーションや商品開発も仕事の中でしていますが、モノを使い倒す仕組みを作り出し、元気の無くなったまちを元気にしていく。それがサルトの仕事です。つまり、まちでソフトウェアを作り出す

ような感じになります。

僕は最近このソフトウェアを作り出すという分野は面白いなと思い、みなさんも使っているスマホのアプリ開発についていくつか本を読んでみました。そしたらまさに自分がしていることと非常に似ていることに気がついたんです。

特に影響を受けたのは「リーンスタートアップ」ですが、僕が目にしたのはその中に出てくる「アジャイル開発」です。もちろんこの開発手法のすべてがあてはまるわけではないのですが、基本的な考え方がとても僕自身の仕事の手法と似ています。

そして驚いたのが、「アジャイル開発」は、経営学者であるあの竹内弘高さんと野中郁次郎さんが1980年代に日本の製造業の開発現場のイノベーション手法を「スクラム」と論理化したのが元になっていたのです。いやあ、びっくりしました。

少し話が逸れましたが、この「アジャイル開発」が、いままでの手法とどう違うのか。それは要求される質のレベルまで満たなくても、又は要求される質のレベルが未知の時は、とにかく実行して検証してみよう、というものです。

みなさんのスマホのアプリは購入後もよくバージョンアップされますよね。ユーザーが本当に使うかどうか分からないけれど（要求される質のレベルが分からないけれど）、ひとまず使ってもらおう。もし気に入って使われていたらそのままだし、使われていなかったら改善する。

アジャイル開発の特徴は、まずは使ってもらえるものを世に出し、使ってもらってから検証しようという考え方です。ユーザーにアンケートをして何が欲しいのか聞くのではなく、ユーザーを想定しつつ、実際に試してもらい仕組みをつくるわけです。

○ 墓標開発はウォーターフォール型

一方で、ファミコンのゲーム等、完全完結型ゲームはウォーターフォールという手法で作られます。ユーザーが何を求めているのか、入念に調査・分析して、満を持して販売するわけです。なんとなくちょっと怖いんですよね。この手法。

でも、A I Aが各地の再開発墓標をあぶり出していますが、特にハード系のまちづくりは、まさにこのウォーターフォール開発です。ステークホルダーの意見を聞いて、みんなを公平にしつつ、非常に高いレベルで要求される質を満たすために、調査・分析・計画をします。