

学生と教員の見方



【アピールポイント】
趣味は旅行です。観光地だけでなく地元の人のおすすめを聞いて街歩きすることが最近のマイブームです。

【学生の見方&考え方】
(4年 高屋敷華子)

かみのやま温泉駅西側の温泉街は空き家・空き店舗が目立ち、歩いている人ほとんどみかけない。そんななか、空き家を改修した地野菜料理店「厩戸」や、空き店舗を改修したそばとカフェの店「harappa」など、NPO法人かみのやまランドバンクが起業支援した店はいずれも個性的で魅力的だ。

かみのやま独自のエリアマネジメント

活用を重点的に進める「ランドバンクエリア」を設定した。エリア内の要所にある空き物件の望ましくない利用を防ぐため、NPOが率先してこれを賃借・購入して管理する。

これを「ゲリップ」と呼んでいる。ゲリップした物件は、このエリアを楽しくしてくれる事業者を選定して転貸する。こちらは「セレクト」であ

る。私はこれまで、空き物件は、地域の魅力向上のため、住民・事業主・地権者等が主体的にさまざまな取り組みを企画・運営すること。しかし実施するのは容易ではない。各主体が勝手な取り組みをすれば地域の魅力は半減する。チームワークが不可欠である。

代表的事例のほとんどが都会の取り組みであり、衰退する地方都市での難しさが逆に示されている。自主的に動ける主体が現れにくいのである。人口3万人を切っている上市市は、無理な出店とは、提供する超難関といえる商品やサービスの魅力と

る。実際に2005年から中心市街地活性化に取り組んでいるが成果は一向に現れなかった。一方、困難な取り組みを長年粘り強く続けた結果、覚悟ある担い手が明確化し、自然とチームワークが築かれていた。2019年、現在さらに4店舗のNPOかみのやまランド

事業者を選定して転貸

「早く」より「人選び」重視で

適切なテナントがいなければ、マルシェ(屋台市場)を定期的に開催して活用している。面白いのは、マルシェに継続的に出店する魅力的な事業者を、NPOがクリップ物件のテナントと選定している。このエリアを楽しくしてくれる事業者を選定して転貸する。適切なテナントがいなければ、マルシェ(屋台市場)を定期的に開催して活用している。面白いのは、マルシェに継続的に出店する魅力的な事業者を、NPOがクリップ物件のテナントと選定している。

感が少しずつ実現するのが取り組んでいるが成果は一向に現れなかった。一方、困難な取り組みを長年粘り強く続けた結果、覚悟ある担い手が明確化し、自然とチームワークが築かれていた。2019年、現在さらに4店舗のNPOかみのやまランド