

活性化についての提言

1、はじめに

道路交通網が整備され、大型店舗をはじめ数多くの郊外店がその道路沿いに開店し、住宅も郊外に次から次と建設されることにより、郊外の利便性は、既存の市街地よりも大幅に増すこととなった。

人はなぜ、既存市街地ではなく郊外の新たな町並みに集まるのか。

理由としては次のようなことが考えられる。

- ①、交通手段として乗用車を用いることが多くなり、大駐車場が完備されている郊外のほうが便利である。
- ②、既存市街地に自動車で向かうと交通渋滞に巻き込まれることが多く、駐車場は有料である。しかも機械式駐車場の場合、一度自動車を預けてしまうと、途中でなかなか開け閉めすることが出来ない。
- ③、郊外型の店舗は駐車場が近いため、雨降りでも濡れることが少なく、店舗内では交通事故にあうこともなく安全である。
- ④、多くの品を買い物する場合、それを持ち運ぶことは大変であり、駐車場が近いことは便利であり、遠いことは敬遠される。

上記のような理由がよく述べられるが、果たして本当にそうであろうか。

人は自然の雨風や寒暖に接することを、必ずしも嫌うものではないし、自然の太陽を浴びながら、町を闊歩することを嫌うものでもない。アーケードが自然の光を遮り、かえって街のイメージを暗くさせていると感じさせることすらある。

駐車場の問題は、数々の取り組みによりかなり緩和されている。安全の問題も危険を感じさせるほどのものでなければ、十分受け入れられるであろう。

私は、過去において既成市街地が郊外との競争に勝てなかった理由の殆どは、地価の高さにあったと思う。

地価が下落したことにより、既存市街地の復権がなされている。

東京の場合は、既存市街地に高層マンションと高層オフィスビルが林立し、郊外の分譲住宅等が不況に喘いでいる。

空洞化が問題なのではなく、一極集中が問題となっている。

岐阜市においても、J R 岐阜駅の周辺にマンションが建設され、竣工時満室という人気を誇っている。

既存市街地の活性化は、新たな展開の時代に入っている。

2、中心市街地の活性化

なぜ、中心市街地を活性化しなければならないのであろうか。

郊外が発展したことにより、中心市街地で商売を営む人の経営が悪化したからではないだろう。中心市街地活性化の問題を単に、中心市街地の商店街振興施策の問題にしてはならない。行政が無条件に中心市街地の商店街の振興をしなければならない理由は、何処にもないのである。

中心市街地とは行政が指定した地域となっているが、法律的な定義はともかくとして、町の表玄関としての価値を持たない市街地は中心市街地とは言えないのではないか。

J R等の駅はなくなり、市役所や商工会議所等の官庁関係すらも郊外が便利だと出て行ったとしたら、そこは何を持って中心市街地と言うのであろうか。昔から、城が移転すれば、その城を中心にして新たな町づくりが行われてきた。それが自然ではなかろうか。

3、中心市街地の利便性

東京を見てみると、地下鉄、私鉄、J Rと公的交通機関網は広範囲に整備され、快適にすばやく、自動車を使わないで都内を移動することが出来る。

都内に高層オフィスビルが建ち並び、ますますビジネスの中心地となり、そこに通勤する者は、通勤時間を短縮するために都内のマンションにこぞって住むことを求めるようになる。

土地価格の下落によって物件に値頃感が出来、中心市街地の利便性が郊外の利便性に勝ることとなったからである。

利便性が勝るかどうかは、利便性を得るために必要とされる対価との比較によってなされる。費用対効果である。前述したような郊外の利便性は、郊外の土地の価格が、中心市街地の土地よりかなり安かった時期のことであり、土地価格の下落によってその利便性は薄れてしまった。

4、岐阜市

中心市街地の利便性が公的交通機関の整備状況にあると考えると、東京と岐阜市とでは雲泥の差がある。

岐阜市の公的交通機関は、路面電車とバスである。

バス路線が新設されると新しい町が作り出されるかといえば、その力は弱い。名古屋市が南へ南へと発展していく大きな要因の一つは、地下鉄網の整備発展である。

岐阜市に地下鉄を走らせることは資金力から言って出来ないであろうし、モノレール構想もあったが、これも同様になかなか実現できるものではないであろう。

このように考えると、岐阜市の中心市街地はJR岐阜駅と名鉄新岐阜駅を中心に考えざるを得ず、その影響が及ぶエリア内となっていく。

その範囲はどのくらいであろうか。

JR岐阜駅から柳ヶ瀬までは北に約1kmである。

柳ヶ瀬(西柳ヶ瀬を除く。)は南北に約300m、東西に約250mである。

名古屋の栄と比較すると、名古屋三越からパルコまで約700m、エンゼル広場から白川公園までが約900mである。

柳ヶ瀬だけを一エリアとして考えると小さく、駅前エリアと柳ヶ瀬エリアを一つとして考えると大きい。

しかし、駅前エリアと柳ヶ瀬エリアを二つと考えると、点と点を線で結ぶこととなり、力は弱くなる。二つのエリアを有機的に結合し、面として捉えられるようにすることによって中心市街地としての力は強くなる。

5、岐阜市の中心市街地

岐阜市の中心地のマンションに住む人は、東京のように職場までの通勤時間を短縮するためにマンションを購入しているとは思われない。なぜなら、岐阜市の中心市街地は、東京とは比べ物にならないほど小さく、郊外から中心市街地に入るのにそれほど時間はかからないからである。

私は次のように考える。

- ①、岐阜市は岐阜市として、小さいながら快適な市街地を形成していて、岐阜市の市街地でも十分楽しめる環境が整っている。
- ②、名古屋市まで快速電車で18分という近さにあり、名古屋の中心市街地に出るには、場所によっては、名古屋市に住むよりも時間的に近い場合が多々ある。
- ③、自動車に乗って郊外に出ることは時間を要せず、郊外店でショッピングすることもレジャーを愉しむことも、郊外に住むのと変わらないように出来、何ら不都合はない。

- ④、土地等の価格の下落により値頃感がある。
- ⑤、マンション生活をするならば、郊外のマンションより快適である。

6、岐阜市の中心市街地の活性化

中心市街地にマンションが建設され、そこに多くの人に住むこととなれば、それで一つ活性化が進んだことになる。人の住まないところに活気はない。

さて、J R岐阜駅前に問屋町があるから岐阜市は発展しないと、よく言われる。

しかし、岐阜駅前が再開発され、綺麗に整備されれば、岐阜市は発展するのだろうか。

岐阜市よりも駅前が綺麗に整備されている都市は幾つもあるが、それらは岐阜市より賑わっているのであろうか。綺麗に整備された駅前のビル群に、むなしくアナウンスが流れる光景は、意外と多いのではないか。岐阜市は他の都市より、結構、賑わっている。

岐阜市が最高に賑わっていたのは、問屋町が最盛期の頃であろう。

問屋町が賑わっていて、他の地域から多くのアパレル業者が来て、柳ヶ瀬が賑わい、鶯飼が賑わった。

岐阜市には問屋町という、巨大なアパレル産業が街中にあったのである。

岐阜駅前の賑わいが無いのは、問屋町があるためではなく、昔のような大きな求心力を持たない問屋町があるからである。

問屋町は岐阜市の発展の原動力であったし、岐阜駅前の個性でもあった。駅前が整備されることにより綺麗にはなるが、その一時代を築いた産業がなくなっていくのであり、個性がなくなっていくのである。問屋町がなくなり駅前が綺麗に整備されれば、全てが解決するなど安易に考えてはいけないのである。活性化の問題は、その後からやってくる。

岐阜市の中心市街地には、市役所、総合庁舎、商工会議所、地元有力地方銀行の本店等が頑張っている。J Rの駅があるだけでなく、城下町としての中心市街地の役割も担っている。

岐阜市の中心市街地は、まだまだ力強い。

今後も中心市街地が中心市街地としての役割を担い続けていかない限り、中心市街地の発展はありえない。

7、公的交通機関

①、バスについて

市営バスの民営化が、決定した。

民営化の理由は、その採算性が主である。

民間会社になれば人件費も安くなり、経費節減となるからである。

バス路線には黒字路線と赤字路線があり、黒字路線は、通勤通学に利用する乗降客の多い路線であり、その人たちは固定客である。

バス会社としては、固定客を大切にすれば黒字経営が出来ることとなるが、岐阜市としては他の市民の足としても充実を図って欲しいと思っている。

バスを日頃利用しない者にとって、バスを利用しない理由の大半は、どのバスに乗ってよいか分からない、どのくらい料金が掛かるか分からないことにある。

「〇〇行き」と書いてあっても、大回りして何処へ連れて行かれるか分からないとの恐怖心、乗ってから、お金は幾ら準備しなければならないかとの不安感は大きい。

コミュニティバスの柳バスの良かったところは、バス路線がシンプルであったこと、料金が無料であったことから安心感があったことである。無料でなくてもワンコインであれば料金設定は明解である。

また、柳バスは長い間バスを利用したことのなかった人にバスに乗る機会を与え、バスも悪くないかなと思わせた。多少は潜在需要を増やしたのではないか。

バスに乗ることを敬遠してしまう上記の恐怖心や不安感の問題点は、携帯電話のインターネットサービスで解消できると考える。

バス停に番号を符って、携帯電話からインターネットで「行きたいと思うところ」と「今いるバス停の番号」を入力して問い合わせると、「何行きに乗ればよいか」ということと「その料金」を教えてくれるサービスがあれば、バスに乗る抵抗感は随分なくなるように感じる。

カーナビの充実している現在、それほど難しいプログラムとは思えないのだが。

②、路面電車

路面電車を存続するか廃止するかが論議されている。

路面電車は公的交通機関である。

その観点で考えると、路面電車は「存続」か「廃止」ではなく、「発展」か「廃止を含めた上での縮小」になる。

様々な交通実験がなされているが、「発展」となれば、例えば、線路を拡張して長良橋まで走らせ、イベント村経由とする巡回線とするとよいと考える。停車駅

を大幅に減らしエキスプレスにして、駅から長良川やイベント村に一番早く行くことが出来る交通機関とする。

路面電車を積極的に走らせることで、自動車を運転する者からの批判に耐えられないようであれば、縮小か廃止であろう。

文化遺産であるからとの理由で、イベントに利用することで存続を計ることは、社会性、経済性から考えて無理がある。企業としては、その目的で存続を求められても困るだけであろう。

採算性も考えた上で、公的交通機関として成立しうる案を提示しない限り、企業は話の舞台に上がることは出来ないはずである。

路面電車は古い建物のような遊休資産ではないのである。

8、岐阜市と名古屋市

郊外か中心市街地かとの対立軸は、土地の価格下落によりかなり薄れてきたことは前述した。

問題は、名古屋市と岐阜市とがJRの快速電車で、わずか18分で結ばれていることから、岐阜市の購買力が、名古屋市に大幅に流れてしまったことにある。

岐阜市の郊外店と中心市街地の商店街との棲み分けは、ある程度出来ても、中心市街地の商店街で買い物をしたいと思った人たちは、岐阜市の中心市街地に買い物に出るのではなく、名古屋市に買い物に行ってしまうこととなった。

名古屋市については多くを語る必要はないであろう。

JR名古屋駅にセントラルタワーズが出来て、JR高島屋がオープンして以来、名古屋の百貨店どうしの戦いが激烈化して、名古屋駅前と栄地区の巨大商業集積地がますます巨大化することとなった。

岐阜市近郊の人は、バスを柳ヶ瀬で降りることなく駅前で降り、JRに乗って名古屋へ行ってしまふ。

岐阜市以外のJR線沿い都市の人は、JRに乗って岐阜市で降りることなく名古屋まで行ってしまふ。

名古屋市の魅力に、岐阜市が勝てなかったのである。

岐阜市の中心市街地の活性化は、郊外店との対立軸で考えた従前どおりの考え方では出来ない。名古屋というものを見据えた上での施策を考えないと活性化は出来ない。

9、名古屋との差別化

「岐阜市は名古屋市に近いから駄目になってしまった。」と言われる。

しかし、ほんとうにそうなのだろうか。

東京の池袋駅から30分ぐらいの所に川越市がある。人口30万人ほどの中核都市である。川越市は小江戸の都として知られていて、蔵造りの町と言われている。

実際、行ってみると、駅前に長いショッピングモールがあり大盛況である。何処から人が湧き出てくるのかと思うほどである。

もともと、川越、湯布院、長浜は、交流人口の多いところで有名であるが、川越市には少し驚いた。

その話をすると、「近くに東京があるからだ。」と言う。

ならば、「近くに名古屋があるから岐阜は大盛況。」になるはずである。

どのような状況であっても、それをメリットに出来るものとデメリットにしか出来ないものがある。

岐阜市はどうも後者のようである。

川越市と岐阜市とはどこが違うのであろうか。

それは、川越市は東京にない町づくりをしたこと、逆に、岐阜市は名古屋に似た町づくりをしたことにあると思われる。

岐阜市内大型店舗は、高島屋、岐阜メルサ、パルコ、ロフト、新岐阜百貨店、どれをとっても名古屋にあるものばかりであり、スケールは名古屋のほうが遥かに大きい。(もともと、岐阜市に先に出来て、名古屋市に後で出来たものもあるのであるが。)

市町村合併により大都市となり、名古屋とガップリ四つに組む方法もあるが、普通は、中小企業は、大企業に対して製品差別化戦略か市場細分化戦略を取るものである。

岐阜市を中小企業と考えれば、名古屋市と違う個性のある町づくりを考えることが必要である。

10、「ターゲットは名古屋」

どのような施策を並べてみても、それは手法に過ぎない。

明確な方針、目的を持った上で施策を利用しないと大きな効果は現れない。

町づくりの施策論より、どのような町づくりをするかという「戦略論」が必要である。

その戦略は「ターゲットは名古屋」である。

名古屋市とは違う町づくりを考え、名古屋の人が日常的に岐阜に遊びに来る、ショッピングに来るような魅力ある町にしなくてはならない。

それを共通のテーマにして、町づくりの方向性を考えるべきであるし、活性化を考えるべきである。

また、それをキャッチフレーズにして、様々な施策を実行し、名古屋市内でアピールすることにより、名古屋の人からも「岐阜市が名古屋市に挑戦してきている。岐阜市が意識して変わろうとしている。」と興味をもたれることとなり、岐阜市への認識を変えさせることが出来る。

岐阜市の人、自分を卑下することが多い。

新しい斬新な施設が出来ても、「岐阜に似つかわしくない。」との意見が出る。

名古屋コンプレックスが強いのではないか。

お祭りを見ても、名古屋のお祭りに似たものが多い。

それらを弾き飛ばすには、名古屋に対するチャレンジ精神の高揚しかない。

名古屋市といっても、大変広い。柳ヶ瀬はJRセントラルタワーズや栄とは似てはいないが大須商店街とは似ている。名古屋港近辺も違う賑わいとなっている。

名古屋の人が、それら周辺の地域も視野に入れた上で、岐阜市を日常的に遊びに行きたいと考えるようにするには、よほどの個性がなければならないことになる。

これからの町づくりやイベント企画は、名古屋を意識しながらオリジナリティを大切にすることが必要である。

11、オリジナリティ

①、川原町屋

川原町屋が話題を呼んでいる。

長良川の近くにある昔ながらの紙問屋の建物を改造して、喫茶店、小物売りの店となっている。

喫茶店は蔵を改造したものであるし、中庭は日本風パティオであろうか。二階に上がれば昔ながらの座敷から、緑豊かな金華山と岐阜城が望める。

様々なイベントも企画されている。

私も訪れてみたが、本人の思い入れが随所に見られ、大変個性的で面白い空間

となっている。

収支はどうか分からないが、賑わいを見ている限り、成功と言えるであろう。商店街振興という、すぐ「物産館をつくれ。」「資料館をつくれ。」という。そして、行政が主導すると、どこかにあるような施設となってしまう。

個人の才覚と長年の思い入れがなければ、オリジナリティ高い町屋は完成しない。

これからの町づくりは、商店街振興のために歴史的建物をどのように利用するかとの観点ばかりで考えるのではなく、個々人のお店への思い入れを大切にしたい店作りをし、自然に古いものと新しいものが融和するようなオリジナリティ溢れる町づくりを目指して欲しい。

②、路面電車の利用

本巣郡北方町に廃車となった路面電車を店作りに使った手作りパン屋がある。店の名前は、「歩絵夢（ぼえむ）」という。

廃車となった路面電車等を利用して、ラーメン屋とか居酒屋をしているものは、以前にも目にしている。しかし、それらはそのまま屋外に置かれ、建物として利用されている。

風雨にさらされスクラップらしさばかりが、目立つようになる。

この店は、一部ガラス張りの建物の中に、綺麗に塗り替えた電車を置き、内部造作の一部として使っている。そこが新しい趣を創っている。

路面電車にイベント性を求めるのであれば、このような使い方になるのではないか。

岐阜市内には個性的で目印になるような、大きなモニュメントがない。

新たに造れば莫大なお金がかかる。廃車となった路面電車を、色々な色に塗り替えて街中の何箇所かに設置すれば、それだけで「岐阜市は路面電車の町」なるイメージを持たせえるモニュメントが出来るのではないか。

③、古い町並みや古い建造物

古い町並みや古い建造物を持つ地域は多い。

それぞれが、その古い町並みや古い建造物を利用した町づくりを考えている。

その際、多くの市町村がどのように町づくりをしようかと、有名な観光地をはじめ、色々な町を視察し、それを参考にして考える。

確かにモデルとする地域があれば、合意も得られやすいであろうが、何処へ行っても似たような古い町並みや建造物となってしまう。

古い町並みや古い建造物は、決して珍しいものではないのである。

同じような整備をしては、個性もなくなってしまう。

ひょっとしたら、手付かずのままのほうが個性的となる日は、近いかもしれない。

古い町並みや古い建造物を利用した町づくりは、どこかにオリジナリティを意識して事に当たらないと、「わざわざ遠くから来たけれど、近所の古い町並みと変わらなかった。」ということになりかねない。(かなり、現実味のある話である。)

④、著名な設計士が設計した建物

著名な設計士が設計した斬新な建物、岐阜市民はそれを誇りにして話題にすることは少なく、斬新であれば「岐阜には似合わない。」と言い、素敵な建物であっても、中は迷路のようだとか殺風景だとか批評する。

迷路のようだとか殺風景だとか言うのであれば、生活雑貨屋かホームセンターで調度品等を買って工夫をすれば、幾らでもイメージを変えることが出来るのではないか。建ててしまえば終わりではなく、その後の工夫があってはじめて、施設は生きたものになるのである。

如何に事前に綿密な設計を練ろうとも、完璧な施設など造れない。町や施設の快適さは、その施設等を造った後の十分なアフターケアがないと生まれてこない。

「作ったら終わり。」とのスタンスからは発展はない。

⑤、アクティブG

JR岐阜駅の高架下施設である「アクティブG」は岐阜市の玄関口である。

二階の飲食街はそれなりの賑わいがあるが、三階の物販街は苦戦していると思われる。

三階は単なる商業施設ではなく、「匠工房」として「ものづくり」の情報発信基地の役割のあることも分かっているが、各店の採算が成り立たなくては理念倒れとなる。三階を訪れた人の殆どが、この街は何を訴えようとしているのか分からないと感じているのではなかろうか。幾ら良いイベントを企画して人を集めても、購買力は上がりそうもない。

「食」も「ものづくり」と考えれば、「パン工房」「そば工房」「とうふ工房」等、

需要のありそうな工房を開いてもよいのではないか。

ホリプロが進出し、ぱるるプラザ、ハートフルスクウェア等と連携して、大学の移動講座等、総合的な企画をすれば、このエリアが強力なアカデミックな集積地になると思う。

アクティブGは岐阜の玄関口である。

多くの人が集まることは重要である。名古屋から遊びに来た人にとっても、大切な第一印象を与える場所である。名古屋の人にとっても魅力ある企画をし、名古屋にもPRする必要がある。(現在でも意欲的な企画がなされていると思っている。)

企画は単発的なイベントではなく、定期的なものがあると良い。

例えば、岐阜の隠れた財産として、質の高い小劇団が幾つかある。

以前、アクティブGで上演されたことがあるが、盛況であったと理解している。

劇団にとっては、演劇をするには大変やりにくい会場ということであるが、小さな空間での体当たり演劇が、アクティブGで定期的に見られるとしたら、贅沢なことである。

同様に本巢の真桑文楽等を演じたりすれば、名古屋の人たちにとっても注目すべき所となるであろう。

メジャーなものばかりを集めることが良い企画だとは言えない。

メジャーなものに憧れつつもメジャーなものに飽き飽きしている若者達が、多いのであるから。

⑥、岐阜市の水

岐阜市の地下水が広範囲に汚染された。

「岐阜市の水は綺麗」との市民の神話は壊れた。

この神話も岐阜市のオリジナリティであり財産であった。

簡単に、長い間培ってきた財産を壊してしまった。

市民から寄せられた「ぎふ三十六景」の候補の中には、金華山や長良川にまつわるものが多い。岐阜市民の心にはなくてはならないものなのであろう。

これも大切なオリジナリティである。活性化の名の下に簡単に壊さないで欲しいと切に願うものである。

⑦、巨大なホテルの誘致

活性化の名のもとに巨大ホテルを誘致し、過剰供給となって老舗ホテルや旅館が廃業倒産した。誘致した巨大ホテルも経営危機となり、行政の多大な支援を受けることとなる。

老舗旅館やホテルは、過去長い間、地元で税金を払い続けて来た。その結果、その税金を使って巨大なライバルを誘致され、廃業倒産となった。彼らには何らの補助も支援もない。

誘致された巨大ホテルは、地元で殆ど貢献がないままに経営危機となり、潰すわけには行かないとの理由で、行政から手厚い支援を受けている。

この不公平はなんだろうか。

中小企業は自由競争がますます激化して大変だというのが、実際は、巨大なものに対する支援がますます手厚くなり、力のない中小企業にさらなる不公平競争を強いて、窮地に追い込んでいるのが実態である。

これもその一例である。

⑧、創業支援、地域活性化政策

創業支援、地域活性化をうたい文句にしていながら、行政そのものは、地域の企業を積極的に登用することが少ない。人材等の登用もそうである。中央の大手企業の製品を推奨し、結果として、県下市町村から地元企業を締め出し、窮地に追いやってしまった例もある。

地元企業に大幅な特権を与えよと言っているのではない。

公平を期しているというのであろうが、実績の多さばかりを評価の対象にすれば、県外の大手企業には叶わない。結局、県外でたくさん実績を作ってこいと言うことになる。それでは、県内企業を育成しているとは言えないであろう。

チャンスを与えない限り、ノウハウの蓄積は出来ない。

人材はどうであろうか。人材は県下にいないのであろうか。

県下有力企業のリタイア組も多いはずである。人材がいないとは思えない。

形より中身が大切な時代である。個性と思い入れが大切な時代である。地元のやる気のある人材を登用すべきである。

⑨、空き店舗対策、チャレンジショップ

チャレンジショップ。家賃は安くてもお店を出す者にとっては一大決心、仕入等を考えれば投資も決して少ないものではない。

チャレンジショップを、手軽な空き店舗対策とは考えないで、新規創業者の勉強の場、飛躍の場、商店街の新名所と考えて、もう少し工夫がなされても良いのではないか。フリーマーケットの方が儲かるのではないかと思ってしまう、出店者が気の毒になってしまう。

また、チャレンジショップを新規創業者のためのものだけと考えず、中心市街地で実験的に営業してみたいと思っている県内外の企業にも積極的に出店を認めるべきである。

その際には、その商品、企画等の審査をすべきであろう。

空店舗活用支援事業の補助対象事業者は商店街組合等となっている。不動産取引はトラブルの多い難しい取引である。素人の役所や商店街組合等が行えば、勢い消極的にもなるであろう。(社)宅地建物取引業協会等が行えば、専門家集団の公益法人であり、安心で、より積極的に行われることとなるだろう。これにより補助事業対象者を個人にすること等、可能性も広がる。

⑩、NPO法人ぎふまちづくりセンター

NPO法人ぎふまちづくりセンターが出来て、3年目になった。

地元有力地方銀行が中心となって設立され、その銀行の補助金と施設及び人的支援を受けながら活動してきた。岐阜市からも補助金を受けている。

理事長は大学の若き教授でありボランティアである。活動は多くのボランティアに支えられながら、次第に活況を呈してきた。

しかしながら、当初の予定通り、3年で岐阜市の補助金は打ち切られることとなりそうである。

何故だろう。費用対効果を考えれば十二分に成果は上がっている。そもそも、殆どボランティアに依存している組織の人件費等は最小限である。補助金の金額も市政に圧迫をかけるほどのものでもない。補助金を徐々に減額するというのであれば、理解できないわけではないが、一度に打ち切る必要性は考えられない。

ボランティア団体は、オリジナリティの宝庫である。

これでは、民間から沸きあがった「岐阜を活性化しよう」という意欲すら削いでしまう。

あまりにも勿体無いではないか。

⑪、オリベイズム

「オリベイズム」は、陶磁器産業やアパレル産業にとって、ブランドを上げるのに大いなる成果をもたらしている。それは、単なるブランドだけではなく、創意工夫、オリジナリティのキャッチフレーズでもある。

「オリベイズム」を直線的に、東濃地域やアパレル産業の振興策だけと考えないで、町づくりにも積極的に取り入れていくことが必要なのではないか。

「オリベイズム」は長期的な戦略であるのに対し、「ターゲットは名古屋」は中期的な戦略である。そして、その求めるものは、創意工夫、オリジナリティであることは同じである。

12、最後に

JR岐阜駅南口は大変大きくなり、綺麗になった。しかし、利便性はかなり悪くなったように思う。

以前は、自動車で駅舎に横付け出来、雨が降っても、殆ど雨に濡れることなく同乗者を降ろすことが出来た。今は、乗降場所が駅舎からかなり離れているため、雨が降っている場合は傘なしでは行けない。

雨が降っているために自動車での迎えを頼んだ場合、乗降場所が遠いため迎えが来たかどうかは駅舎からは分からない。そのため傘を差しながら雨の中を待たなければならない。傘がない場合は処置なしである。

仕方がないので殆どの人が、駅舎に近い屋根のあるバスの駐車場で待つこととなる。

バス停が迎えの乗用車で大混雑することとなり、行政は、ここはバスの停車場であるからと自動車が入れないように締め出してしまった。

交通はますます混雑し、どうしようもない状態である。

この状態が一向に改善されないのは、きっと完成させるまでがすべてであり、その後の使い勝手がどうだとか、そのため改善しなければならないところがないか等を自らが検討したりする気持ちも予算もないからであろう。自らのした仕事に不都合がないかどうかを注視することは、民間ならば当然の仕事である。

行政は変わった、一所懸命仕事をしていると言う。

しかし、組織の一員として、ただ個を殺して一所懸命仕事をさせていていいのだろうか。

担当する者達の個々人の思い入れもなくていいのだろうか。

担当する者達の個々人の思い入れがあって初めて、創意工夫のある快適な町が創られるのであると思うのだが。

「官僚は組織で動くのであるから、個人責任を問うのはおかしい。」と自ら言う官僚がいる。

個人責任のない仕事に、如何ほどの価値があるというのであろうか。

岐阜市が今後どのような方向性を示し、いかなる姿を私たちの前に見せてくれるか、これからも関心を持って見守っていきたいと思う次第である。