



未来を創る財団

Newsletter MIRAI  
(future)

“A brighter future for  
the next generation”

みらい

No.10 Apr 2016

The Outlook Foundation

テーマ インタビュー： 浅草と地方各地「まるごとにつぼん」町おこし

水代 優氏 good mornings 株式会社 社長

取材：麻植 茂 構成：戸田佑也

地方各地 “地域の宝” 浅草へ「まるごとにつぼん」



さる 12 月 17 日に開業した浅草  
新名所「まるごとにつぼん」。

開発に携わった水代優氏を訪ね  
た。

—「まるごとにつぼん」の開発に  
携わるようになった経緯は？

「まるごとにつぼん」のデベロッパー  
である(株)東京楽天地に「想い」  
があったことが大きい。開発に取り  
組むメンバーが地域に恩返しをして  
いきたいという考えを持っていたの  
で、私も手伝いたいと感じ、今回の  
開発に携わった。



浅草六区にできた町おこし「まるごとにつぼん」には、全国から 50 のショップ、店舗が  
4つのフロアにおさまっている。開業 1 週間目という超多忙のなかの水代優氏に、快く取  
材に応じていただいた。

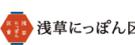
全国の地方を見て歩き、「地域の宝」を探してきた 1F 楽市の賑わい。全国各地にある「名店の2店舗目」のコンセプト。



水代氏は町おこしで全国各地に活動中。未来を創る財団のニュースレターへの寄稿もある。<http://goo.gl/3Q88QB>

## まるごとにつぼん

営業時間のお知らせ

4F	 縁道 NIPPON Dining	11:00~23:00
3F	 浅草につぼん区 NIPPON Local Gateway	10:00~21:00
2F	 和来 NIPPON Lifestyle Market	10:00~20:00
1F	 楽市 NIPPON Food Market	10:00~20:00

※一部店舗により営業時間は異なります。

 駐車場のご案内

### ー「まるごとにつぼん」各フロアのコンセプトは？

1階「につぼん食市場 楽市」は、全国各地にある名店の2店舗目というショップが多く出店している。

テナントの店舗については、デベロッパー側で全国の地方を見て歩き、「地域の宝」を探してきた。

そのときに入居してもらいたいと思うテナントの条件はいろいろとあるが、最も大きなポイントとして、「自分の店だけが潤えばいい」という考えのショップではなく、「自分の店だけでなく、自分の地域を売りたい」というショップに出店してもらっている。

また、総合的に地域の特産品を集めた「まるごとにつぼん 蔵」はデベロッパー自身が経営している。これは大きなポイントで、小売やスーパーマーケットのプロにはなかなかできない少量多品種の販売ができています。



2階「くらしの道具街 和楽」では、「くらし」というテーマで地域のおもしろいモノ、通販では買えないモノを取りあつかっている。デベロッパーが直接目利きに取り組んでいて、楽しみだ。

3階「浅草につぼん区」は、コミュニティづくりと情報発信の場としている。ここが最も集客力を求められるフロアである。JTB コミュニケーションズが中心となって魅力的なコンテンツをつくっている。このフロアでは、グッドモーニングスは多少役割が異なり、広報担当官としての位置付けが強くなっている。

また3階では全国各地の市町村の展示スペースがある。これは、一部の地域を除いて、元々つながりがあった自治体ばかりではない。自分たち自身でまちをPRし、地場産品を

販売したいという、熱意のある地域だけを選んで出展してもらっている。

4階「ふるさと食堂街 縁道」はいわゆる飲食店街だが、これも他の施設にあるようなありきたりのものではなく、地方のよいものを選んでつくっている。

また、これからの構想としてテラスを有効活用していきたいと考えている。



—「まるごとっぽん」は「地方」とどのような関係を築いていますか？

例えば、今ドバイをはじめとした中東で日本ブームが起きている。その中で現地の人に「おいしい」と評判で人気があるのがヨックモックだ。このような評価を受けると、東京にあるヨックモック本店にもプラスの影響があり、潤うことになる。

これと同じような考え方で、「まるごとっぽん」に出店することで、「うちの地域のあの店が、浅草で外国人にすごく受けている」と言われるようになると、その地域の誇りを取り戻すことにつながる。

地方との信頼関係のつくり方としては、いかに販路をつくって地方に儲けさせるか、ということがとても大事。集客をしっかりすれば反対はほとんどなくなる。儲かるんだということをしっかり形にして見せなければならない。



また、フランスの観光業を参考にしている。フランスでは、モノを買うことからコト・ライフスタイルを買うことに憧れが持たれている。日本でも、東京の人が地方に対して、そのライフスタイルに興味を持ってもらい、憧れてもらうことがこれから大切になると考えている。

例えば、熊本県の菊池溪谷エリアでは、子どもたちを巻き込みながら、桜というモノではなく、桜の植樹活動という体験を観光資源にしている。観光をモノからコトにしているいい例だろう。

そもそも、今話題になっている「地方創生」は、地方の人のためではなく、東京の人々のために取り組むものだと思う。

これまで当社では東京の中でサードプレイスをつくってきたが、これからは地方に第2のふるさとをつくっていくことが大切だと考えている。

東京の人には東京から離れた関係地や心のふるさとが必要なのだと思う。その機能を一つのふるさと、出身地の故郷だけに託すのは荷が重い。皆、ふるさとに対する思いはさまざまある。第2のふるさと、だからこそできることがある。



一グッドモーニングスは「まるごとにつぼん」内に直営のカフェを出店している。これはどのような意図で？

自分たちが訪れておもしろかった地域を東京の人たちにつなげる場として考えている。移住や雇用という形ではなく、気軽に「つぎに行く場所」として地域を見てもらうきっかけの場になればと思い、運営している。

店内で地域のプロモーション映像を流しているが、これも自分たちが実際に訪れ、本当におもしろいと感じた部分をピックアップして制作している。

一外国人観光客への対応はどのように考えていますか？

特別、外国人のみに焦点を当てていくことは考えていない。

インバウンドに注目が集まっているが、その消費を取り込もうとしている人はみなイメージがぼやけているように思う。「爆買いの中国人」と「その他」程度の認識しかない。それでは地域とのつながりはつukれない。たった一人の人に訴えかけ、その人に響かなければ、マスの人々にも響かない。まずは自分たちの近い人たちからつながる、交流していくことが必要になる。



その意味では、足元の商圈 2, 3km の人たちにどう愛されるかがとても大切だと認識している。そのために、地元町内会会長を Web で発信するなどの取組をしている。

地元の人が行かない場所になってしまうと、一気に光が失われてしまう。逆説的だが外国人をおもてなしするためには、地元の人に徹底的に愛されるが必要になると思う。

一地域を活性化したいというとき、どのような取組が必要になるか。大切なことはどのようなことでしょうか？

地域で奇跡を起こす条件は、一人の「変態」がいること。そして、その一人の変態を支える3人がいればいい。ヨソモノ×ワカモノ×バカモノ×地域の掛け算が大切。少し無理そうなところから始めないとおもしろいものができず、70~80点にしかならない。はじめは怒られるくらいの仕組みでないとおもしろくならない。

観客席から意見を言う人はたくさんいる。しかし、プレーヤーとして活躍する人が少なければ地域での取組はなかなか進まない。自分自身がピッチに立って見ないとわからないこと、自分の手足で乗り越えないといけないことが山のようにある。



アイデアは誰でも持っている。もちろんアイデアに対して敬意は払うが、形になるアイデアは1000個のうちの1個。「本当にお金と時間を払う価値のあるものか」というところで10分の1に減り、行政手続き等のハードルを越えるまでにまた10分の1になり、さらに経営的に回せるのはその10分の1になる。

「地域おこしをしたい」と思って私のところに相談に来る人の多くが「市（行政）が自分に任せてくれればうまくやれるのに」と言っている。それは半分正しいが、半分は考え違いをしている。相談に来る人のノウハウは何かと言えば、大抵コンテンツとなるアーティストなどとのつながりがある、というだけ。

地域おこしを進める上で、要求される対応は大きく分けて4つ。1) 行政手続き 2) 地元で愛されるか・地元を活かせ 3) 広報・プロモーションのチューニング 4) ファンドレイジングである。

これらの対応をそれぞれしっかりできるかどうかがとても重要になってくる。

集客で言えば、まずは女の子を惹きつけることが重要。そうすれば後から男の子も誘われてついてくる。さらに、農林水産業で言えば、これからますます3次産業化、情報化が進んでいく。その時、本当においしい体験をしたければ、地方の現地に行って、現場を見て・知って・感じる必要がある。こうした意味でも地方には可能性があると思う。

まずは自分たちで行動するつもりがあるかどうか、それが最も大切である。

そして認知度が高まり、流行るまでは「自分たちの地域はすごい」と自分たちで言い続けるしかない。

水代氏は、執筆いただいた「みらい」5号と同様、ブレない言葉で締めくくった。 T



取材協力:

水代 優氏 good mornings 株式会社 社長

取材: 一般財団法人 未来を創る財団 麻植 茂

構成: 株式会社あらまほし 戸田 佑也

<http://aramahoshi.jp>

## 人物プロフィール：

### 水代 優氏

インテリアショップ「IDEE」にて、カフェの立ち上げやイベント企画等に携わる。

2012年、good mornings 株式会社を設立、代表取締役就任。

主な事業は、クリエイティブな空間作りを通じて、まちの価値を高めること。食とデザインにこだわった「場作り」を通じて、地域コミュニティの拠点を生むこと。全国各地の企業や自治体のコンサルティング、また地方の名品を世界に発信するウェブマガジン等メディア制作も積極的に行っている。



当財団では、第一線で活動される気鋭の執筆者に依頼し、時代を拓く提案、提言をニュースレターとして発信しています。ご意見をおよせください。

一般財団法人 未来を創る財団：[abrighterfuture@theoutlook-foundation.org](mailto:abrighterfuture@theoutlook-foundation.org)

<http://www.theoutlook-foundation.org>

© 2015 The Outlook Foundation, All rights reserved.