

一步先の公民連携

「オガールプロジェクト」

特集

開館から丸3年で来館者100万人。人口3万3000人の町なかにある「オガールプラザ」の誘引力が、ここ数年全国の注目を集めています。その背景にあるのは2009年から進めてきた「オガールプロジェクト」。一般的に知られるPPPのさらに先を行く独自の取り組みの核にある姿勢を学ぶべく、同プロジェクト代表・岡崎正信さんのもとを訪ねました。

世界に通じるメンバーをそろえた「デザイン会議」で創りあげた、魂のこもったディテールが散りばめられたオガールプラザ

紫波町における PPPのはじまり

2009年、紫波町は駅前町の町有地10.7haを中心とした都市整備を図る、紫波町公民連携基本計画を策定。紫波中央駅前都市整備事業「オガールプロジェクト」をスタートさせました。そのベースにあるPPP（パブリック・プライベート・パートナーシップ）とは、公と民が連携して公共サービスの提供を行うしくみ。同プロジェクトのリーダーである岡崎正信さんがPPPに着目したのがきっかけです。

7年間、東京で国の行政機関に勤務したのち、実家の建設業を継ぐために帰郷。しかし、建設業界の厳しい現状を目の当たりにし、将来に危機感を持った岡崎さんは、町の活性化を提案できる建設会社になる糸口として、2006年から東洋大学大学院でPPPについて学び始めます。ちようどその頃、当時の紫波町長から声をかけられたのでした。



「地方創生の本質は、仕事」と岡崎さん

「これから先、人口減少に伴って税収も減っていく。しかし、住民の行政に対する要望は膨れ上がっていくでしょう。そこに生まれるギャップを埋める取り組みに、民間の知恵や資金力を活用しようというのがPPPの発想です。紫波町も1998年に28.5億かけて紫波町駅前の土地を買ったものの、その年が税収のピーク。施設建設に資金を投入できず12年間も更地のままでしたが、当時の町長が公民連携によって何とかこの土地を活用しようとした。それがオガールプロジェクトです。『岡崎君土地はあるよ』って言われました（笑）。しかし、私一人が声をあげたところで、公の中に自分と考える共有できる人間がいなければ、ムーブメントは起きない。一緒にやるならば、地主＝紫波町の覚悟を示してほしいと伝えました」。

そして、半年遅れて町の職員が同大学院に送りこまれたのです。

オガール独自の公民連携

「従来型のPPPは公が民に対し仕事を発注する形でした。でも、紫波町の場合は民にすべてが委ねられています。紫波町が全国的に有名になった唯一無二の理由は、行政が民に委ねる覚悟を持ったこと。公ができることは、民間活動がスムーズにいくように制度設計を見直し、預かった税金の再配分をすることです。プロジェクト遂行を担うオガール紫



「紫波町立図書館」。スタッフが自主的に企画を催すことで、オガールプラザに人を呼び込む吸引力になっています

波株)の役割は、事業計画を立てて資金調達し、民間企業との交渉、テナント集め等整備事業を進めること。予算の無駄をそぎ落とし、お客が集まるしくみをつくりあげることです。

こうして、補助金を1円も使わず、銀行からのシビアなチェックを何度も何度も受け、共有床面積わずか14%という無駄のない建物・オガールプラザが完成。建設後は図書館と地域交流センターを紫波町に売却、それ以外の施設を民間が所有し、紫波町に固定資産税と土地代を支払っています。町はその土地代と固定資産税を原資に図書館を運営。「稼ぐインフラ」という、公民連携のなかでも先駆的なスタイルを実現しているのです。



仕上げをせず、排管むき出しの天井は予算削減のため。しかし、これに対するクレームは一つもないとのこと

2012年にオガールプラザ、2014年に宿泊施設やアリーナを備えたオガールベースがオープンし、真剣に事業として取り組んだ結果、現在オガールプラザで105人、オガールベースで65人の雇用が生まれ、産直マルシェで290人の生産者所得向上という成果が出ています(27年4月)。

「まちづくりを担う企業は一般の民間企業と違い、儲けた利益をこのエリアに再投資するのが基本。利益を再投資してお客さんの誘致につなげ、魅力的な空間づくりに努めていくのがスタンスです」。

今、世の中を駆け巡る「地方創生」というキーワード。それに対して岡崎さんは、「いくら、地域に子供がたくさん誕生しても、仕事がない『住む』ことはできない。雇用がない↓人の流出↓雇用環境悪化

の負のスパイラルを解決していくのが地方創生の本質」だと強く語り、まちづくりという紫波町の活性化とは、産業と雇用開発の2点しかないと言いつつ切ります。

デザインの重要性

プロジェクトを進めるにあたって、前町長はその趣旨を理解してもらったため、自ら100回以上も出向いて住民説明会を行いました。ただ、集まる世代は固定化しており、まちづくりに興味のない大多数派「声なきマジョリテイ」に対するアプローチが必要でした。それこそが、自分の役割と岡崎さんは話します。

「街のあり方に関心のない若い層も、おいしい食べ物、かわいい女の子やカッコいい男性に会える、カッコいい都市空間などへの関心は高い。その欲望をくすぐるため、オガールプラザ建設にあたって大事にしたのが『デザイン』です。多くの人を呼び込み、テナントに潤ってもらうためには、カッコ良さが重要。カッコ良さが必要とされる正義だと思っています」。

岡崎さんを含む外部の専門家による「デザイン会議」では、声なきマジョリテイをターゲットに4つのコンテンツを軸にした都市計画を構築。健康志向を踏まえたワイン、コーヒー、自転車、オガニックはどれも紫波の資源であり、人を呼び込む価値につながっていくはずだ。レ

スponsもすでに表れており、例えば、オガールベースは、「週刊プレイボーイ」の誌面企画で日本一無料朝食が充実しているビジネスホテルとして紹介されたのだとか。

「ここは紫波マルシェと連携して地産地消の朝食を提供していますが、今後は一般客にも開放してランチバイキングをやる予定。マルシェの野菜を上手に仕入れて弁当も販売していきます。事業利益を追求する方策の一つですよ。また、敷地内にロンドンでは良く知られた『チャリカフェ』もオープンしたい。将来的には紫波町ロードレースを、ここから始められたらカッコいいですね」。

岡崎さんのストーリーは広がっていきませんが、その根本にあるのはあくまで建設会社の経営者として、従業員を守ること。事業として真剣に利益を追求するには、街全体がもと元気になる必要があると感じた故の取り組みです。

「本来、活性化は行政がすべきことではない。稼げる民間企業だからできるのです。紫波の場合に限らず、あらゆるプロジェクトに共通するのは、外部の無責任なコンサルタントに任せずに、住民自身、事業を展開できる人が将来図を描くこと。今、話題のILCについても研究施設は別として、そこに広がる街は完全に民間資金でつくるべきです。そしてその方がよほど素敵な街になると思っています」。