

青森

まちなかマーケティング市民委員会代表

変える街の元気印たち

△昨年2月、青森市ととも  
に国の「中心市街地活性化基  
本計画」認定第1号となつた  
青森市。自標の職住近接型都  
市「コンパクトシティ」を美  
現させるためには、中心市街  
地にある既存の施設や観光資

職住近接都市実現へ

源を、いかに有効利用するの  
がカギ。今年に入り、市内中  
心部約9300世帯に「ま  
ちなかハッピーズ」アンケ  
ー「を送付した」  
これまでアンケートで聞く  
ことといえば、「街の中にあ  
れがほしい、これほしい」

という、ないものねだりにな  
りがちでした。「ハッピーズ」  
とは、街中で感じる楽しさや  
うれしさ、あつまじさ、建群  
を「心地よい」などの声。  
現在の街中にあるすてきなも  
のを使い勝手がよいものを奉  
りつくりたい。体系的に共有す  
る中で、価値を高めていきたく  
いと思っています。

△青森市中心市街地は宮城  
県栗原市や東京都三鷹市とと  
もに、慶応大・コ・モビリティ  
社会研究センターが行ってい  
る研究の対象地域。コ・モビ  
リティ社会とは「子供から高  
齢者まですべての人が生まれ  
生きと暮らせる近未来型の社

会」の意味だ。  
慶応大が持つノウハウを  
りて調査結果を集計し、ま  
じくりを進めていきます。  
ンケートやグループインタ  
ューを行う「茶話会」など  
マーケティングを駆使し、街  
眠っているものを引き出す  
技術を使って細い道に、  
もが住み良いコミュニティ  
づくりにつなげていきたい。  
中心市街地には少子高齢化  
対応したマンションが増え  
ついで住み家として住む人  
増えた。昔ながらの住居が  
くさんあります。ところが、  
高齢者が生鮮食品を手に入れ  
スパーなどは意外と少な

△市民委員会は、「まちな  
か」を企画し、生活する上で  
の価値を高めることを目的と  
した市民の集まり。青森商工  
会議所などで構成する市中心

工藤 健さん(51)



「私もこの街の良さを再発見したいですね」と笑顔で語る工藤健さん(青森市新  
町1のアフガ)。

△「私もこの街の良さを再発見したいですね」と笑顔で語る工藤健さん(青森市新  
町1のアフガ)。

本記事は、毎日新聞社の許諾を得て掲載しています。