

スイーツガーデン構想についての見解

検証結果より、スイーツに限定したストリート（空き店舗対策）部分については、採算性の問題から、引き続きぎふの中心市街地に落とし込むことが難しい状況が続くと予測される。但し、スイーツが賑わい創出に有効なコンテンツであることは既に実証されているし、柳ヶ瀬123をはじめ、ヤナカフェなど、スイーツを使ったまちづくりが市民に引き継がれていることから、「スイーツが切り口」という部分は成功事例であることは間違いない。今後は、「スイーツガーデン構想」のストリート（空き店舗対策）を見直し、柳ヶ瀬の魅力、人材不足の解消の部分に重きを置くことで、中心市街地に更なる賑わいをもたらすきっかけづくりを行っていく必要がある。

スイーツガーデン構想の進化

現状	空き店舗対策
進化後	まちの魅力ブランディング
現状	ターゲット：若い女性
進化後	多種多様な魅力による幅の広いターゲット選定、特に子どもを連れた家族を主要ターゲットに
現状	中心市街地の定義：岐阜駅北～市役所
進化後	より多くの魅力（人）を巻き込むため岐阜駅～長良川まで
現状	スイーツに関する店舗のストリート
進化後	中心市街地のごちゃ混ぜしたワクワク感を感じるまちで、いつ行っても多種多様な魅力を発見でき、市民の夢が実現するまちへ。
現状	第三者による共同カフェテラス
進化後	カフェにこだわらない“まち”の魅力を活かした多種多様な魅力の玉手箱づくり
現状	菓子作り体験スペースを常設
進化後	体験型のコンテンツを誘致する
現状	専門学校と連携したひとづくり・まちづくり
進化後	当事者（地元の人、コンテンツを扱う人、商売に係わる人、まちづくりを志す個人）の育成、支援、繋ぎ役に。特に世代交代が進み、まちづくりのために動き出した若い人材の活動支援。

【空き店舗対策の結論】

過去開催した「スイーツフェスタ」によって、スイーツというコンテンツがまちに賑わいをもたらすことが実証できた。また、空き店舗対策の理念は空き店舗ツアーやワンストップ相談窓口など形を変えて岐阜市にぎわいまち公社や岐阜柳ヶ瀬商店街振興組合連合会に引き継がれた。しかしながら、過去5年間の結果から、空き店舗をスイーツ店で埋めるといった当初の目的は、家賃や人通りなど事業不採算の問題から、現状では達成が難しいと言わざるを得ない。岐阜青年会議所は今後、柳ヶ瀬に引き継がれた空き店舗対策を切り離し、「スイーツを切り口とした中心市街地活性化」に重きを置いたまちづくりを行うことで、ぎふの中心市街地に継続的な賑わいを創出していきます。

ぎふブランドデザインの検証

今後、スイーツという切り口でまちづくりを進めていく上で、何が足りないのかをブランディングという立場から検証を行った。

検証① 当事者と共に夢（理念）を共有することが、岐阜JICと同じ立場の主体者を育くむことに繋がるのではないか。

検証方法 「スイーツフェスタぎふ2012」では、市民の主体性を育むために協力者から主体者への進化を目指してまちづくり実行委員会を設置した。

検証結果 フォーマルな組織が議論を進めて行く過程で当事者からやってみたい夢が提案され、何時しか企画、運営まで行うようになっていた。結果として、楽しいお菓子作りやぎふのコーヒーなど、当事者が自身の夢と一致する事業では自然発生的にインフォーマルな組織が誕生、主体者としての積極的な活動が見られた。

やりたい“夢”を語りだした当事者が、事業を作り込む過程で主体者として活動を始めた成功事例。

岐阜青年会議所は、ぎふのまちに賑わいを取り戻すため、引き続き「ぎふブランド」の創出を目指していく。そのためには、当事者と夢を共有し、夢や志を持つ個人や団体をぎふの中心市街地に繋げる役割を担うことこそが、「ぎふブランド」を生み出していく力が向上していく“独創的なまち”を育むことに繋がる。

検証② ブランドの送り手と受け手の夢の共有化。

検証方法 スイーツフェスタのアンケートより送り手と受け手の夢が一致しているか検証を行った。

検証結果 スイーツガーデン構想のターゲットは、若い女性であるものの、来場者で31～40歳の割合が約4割、家族連れの割合が約6割であったことから、岐阜JICの夢と若い女性の夢との間で乖離が生じていると考えられる。今後は、ブランドの送り手と受け手が夢を共有するために、若い女性にこだわる事なく、柳ヶ瀬が多種多様な“夢”を実現できるまちとして幅広い市民に対して中心市街地のワクワク感を創出していくことが期待される。

今後「ぎふブランド」を育てていくためには

岐阜青年会議所が「ぎふブランド」創出を目指して「スイーツフェスタ」に取り組んできた結果、ぎふの中心市街である柳ヶ瀬を核として、数多くの協力者とサポーターが集った「まちづくりの輪」ができた。今後は、中心市街地の人びと、スイーツ店経営者、志を持った個人、ぎふの魅力を持った団体など、幅広い当事者が協力者から真の主体者へと進化していくために、岐阜青年会議所は当事者と一体となって夢を創造する所から始める必要があるのではないか。ブランドの受け手である市民の夢まで含めて多種多様な夢の繋ぎ役を担うことこそが、今後、ぎふの中心市街地である柳ヶ瀬と岐阜青年会議所に求められてくるのではないだろうか。当事者が、ぎふのまちに賑わいを創出するという同じ夢に向かって一生懸命汗をかくその先にこそ、市民の主体性が育くむ「ぎふブランド」が創出されると考えます。

