

# 船場コンシェルジュ ～出会いが紡ぐ船場ブランド～

船場に人はいる。出会いの場もある。街づくりの活動もある。

では次の10年に何が足りないのか。様々な活動や交流、繋がりが個々のもので完結していないだろうか。

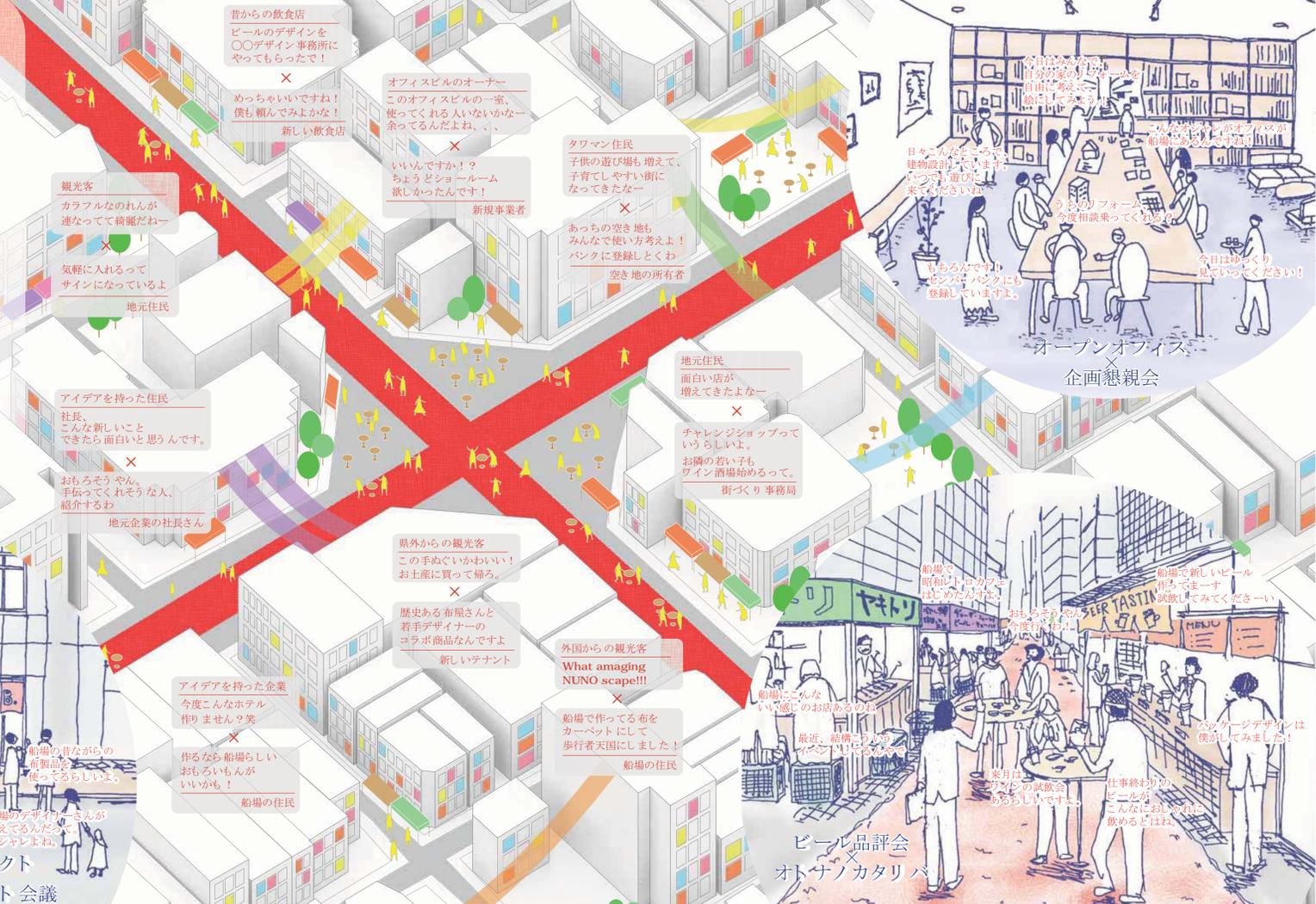
もっと大きな、船場全体を巻き込むようなそんなヒト・コトのネットワークが必要ではないか。

古き良き船場が、船場を誇りに思い築き上げてきた「船場ブランド」

それをもう一度、船場に関わる全てのヒト・コトで「船場ブランド」を共有していく。

そんな街を、新しい出会いで紡いでいく。

そのサポートを、センバ・コンシェルジュにお任せください。



## 1 CONCEPT 船場だから、という気概こそが「船場ブランド」

■地域のネットワークと信頼による「船場だから」という思いを大事にします。ビジネスの中心であった時代、船場には商いを安定的に営むための必要な協業や顧客の「ネットワーク」とそれを裏打ちされた「信頼」があったといえます。そういったネットワークや信頼が町衆の業務・精神の支えとなっており、「船場だから、ここぞやろう」、「船場だから、ここに住もう」といった思いを生み、「船場ブランド」を構築してきました。

現在、船場のまちは、古くから商いを行ってきた人、大企業、マンションの新居住者など、様々な人たちが活気づいています。その中で、商いを行ってきた人たちが感じている「船場だから」という思いをどくらいの人たちには感じられているのでしょうか。

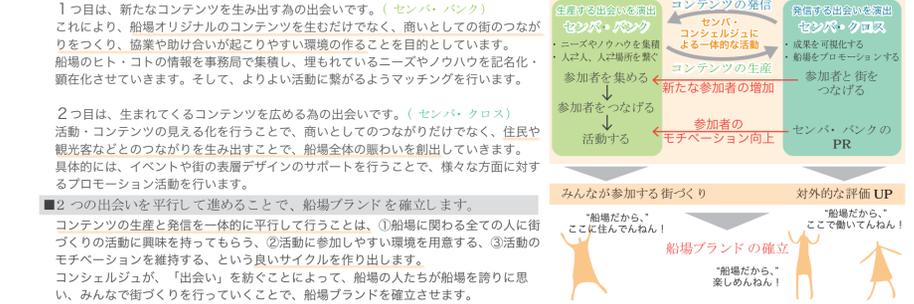
■これからの未来に、船場に関わる全ての人に「船場ブランド」を継承します。次の10年を見据えた時、街にもう一度「ブランド」力を生み出す為には、新しく船場に来た人、これから来る人にもこの「船場だから」と感じてもらえることが、なによりも重要だと考えます。

「船場だから」という思いを街全体で共有していくことで、船場ブランドが高まり、もう一度、船場にかつてのようなつながりによる活気をもたらされたいと考えます。その為には、人がつながれる環境を作ることが重要であり、船場を取り巻く人に実益をもたらす「出会い」を演出していく必要があります。

## 2 METHOD 2つの出会いを紡ぐセンバ・コンシェルジュ

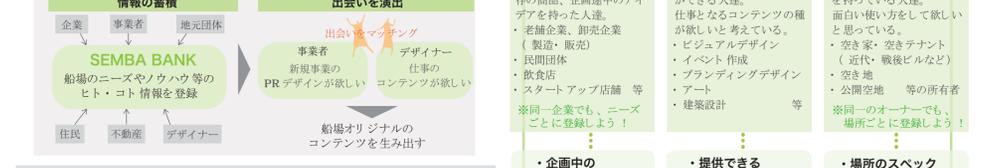
■街全体の有意義な出会いをサポートするセンバ・コンシェルジュを作ります。街全体の出会いをサポートする事務局として、センバ・コンシェルジュを提案します。船場の様々な団体、企業、住民をはじめ、船場で新しく事業を始めたいと考えている人たちの中心にコンシェルジュを位置付けることで、新しい「出会い」を演出し、これからの街づくりのお手伝いをします。

■コンシェルジュが2つの「出会い」を演出・サポートします。センバ・コンシェルジュは、2つの出会いを演出する事務局として働きます。



## 3 MEETING-1 センバ・バンク：コンテンツを生み出す出会い

■船場のヒト・コト情報を集積し、出会いをマッチングします。▼センバ・バンクとは、船場のヒトやコトの情報を収集・蓄積し、船場のニーズやノウハウを顕在化します。さらに、蓄積したヒト・コトに対し、積極的に船場の場を演出することで、街づくりのプレイヤーが活動しやすい環境を整備し、船場ブランドといえるオリジナルコンテンツを創出します。



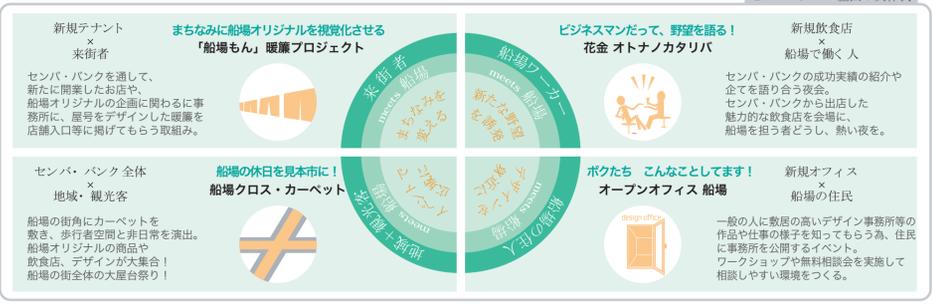
■センバ・バンクとは①：船場の中のヒト・コトの情報を蓄積します。▶船場の中にある、またはこれから船場に来ようとしているヒト・コトの情報を、右図のカテゴリで分類・登録し、事務局で共有しやすいプラットフォームを構築します。ここでいうヒトとは、何か協力してほしいことがある事業者や一般人、団体などです。コトとは、その協力してほしいニーズや提供できるノウハウなどです。

■センバ・バンクとは②：コラボレーションを起こす出会いを演出します。▼蓄積した「ニーズ」や「ノウハウ」を元に、バンク登録したヒト・コトどうしの出会いの場を設け、コラボレーションの機会を創出します。船場の中でのニーズ・ノウハウの需要供給をマッチングすることで、商いとして有意義な出会いを生み出し、積極的なコンテンツ作成の場を作り上げていきます。また、出会いの場は様々なバリエーションを設け、専門的な話し合いから、気軽に誰もが参加しやすいものまで、より多くの人が関わる事ができるものとします。



## 4 MEETING-2 センバ・クロス：コンテンツを広める為の出会い

■船場内外問わず様々な人たちにに向けて、コンテンツを発信する為の出会いを作り上げます。センバ・クロスとは、センバ・バンクで生まれたコンテンツを船場内外問わず広める為、イベントや街の表情デザインを企画・運営していく活動です。コンテンツの発信を個別に行うのではなく、コンシェルジュが取りまとめ役となり協働して行うことで、プロモーション力の大幅な向上を図ります。こうした街の賑わい、街の変化の「見える化」に注力することは、船場に住民や働く人だけでなく、船場と関係のなかった人たちにも、新しい船場を感じてもらえることができ、船場全体の街づくりのモチベーションを高めることに繋がります。



## 5 FUTURE (10 years later) 24時間365日活力に溢れ、みんなが誇れる街へ

■平日昼間だけじゃない、休日も朝も夜も活力のある街を目指します。2つの「出会い」を演出することで、これまで変わることのなかった人たちに繋がりを生み出すことができます。例えば、新しいお店が出来たり、イベントやWSが発生することで、朝活・夜、さらには休日に楽しめるコンテンツが増えることで、平日の昼間に働くという船場のイメージが変わっていきます。

■船場に居ることによってメリットを感じ、船場に居ることを誇れる街に。働く人、住民、また住みながら働く人、そういった人たちのネットワークが生まれていくことで、街が居心地の良い場所になるだけでなく、新しい事業のチャンスや街づくりへの関心が高まっていきます。この新しい機会を生むネットワークが、船場に関わる全てのヒトや地域の信頼を生み、船場に居る安心と誇りに繋がります。

■「出会い」をきっかけにして、「船場ブランド」を確立させます。今回提案しているコンシェルジュが2つの「出会い」を演出することは、あくまできっかけ作りです。10年後の街づくりの目標は、船場という地域が一体となって、みんなで街を作っていくこと、そして、みんなが誇りに思える街にすることです。それが、「船場ブランド」を確立させる最善策と考えています。

