

今回のデザイン会議は、エフピコRiM再生事業運営事業者の公募に向けた議論を行いました。その他にも、新しい生活様式に沿った働き方の変化をチャンスと捉えて駅前再生を進めていくため、「福山における新しいオフィスの可能性」や「新しいにぎわい」について議論を行いました。

エフピコRiM再生事業運営事業者公募要項の骨子（案）について

1. エリア価値を上げる

- 単なるテナントの入れ替えではなく、RiM再生を通じて周辺のエリア価値を上げていかなければならない。エリア価値を上げるためには、オープンスペースや公開空地などのRiMの外周部分の使い方が重要になる。
- RiMの施設とセットで駐車場経営が含まれているので、駐車場の売上をRiMやエリアの再生に回すという考え方が望ましい。



2. 社会状況の変化への対応

- 暮らし自体が変化していく社会状況の中で、それに対応していくような再生プロジェクトにするべき。
- 今回のコロナでも分かったように、社会の状況はどんどん変わっていくため、2～3年間の調整が可能な条件を含めた提案を求めた方が良い。

3. 収支や利用状況の検証

- 7年間の収支や利用状況を毎年検証することが重要ではないか。その結果、7年以降も契約が更新可能となる事が望ましい。プロセスの考え方を評価した方が良い。
- 5年経過くらいの時に次にどうするのかといった検討と、7年後の対応を判断する方が現実的だ。

4. パートナーの選び方

- この要項は「福山の未来を育てる」ためのものなので、一緒に育てていくことが出来るパートナーを選んでいかなければならない。
- 地元の資金力がまだ十分でない方の参画が可能となるように、フォローアップできる環境を整備するなどの内容が盛り込まれていれば、これから羽ばたこうとしている地元の事業者も参画しやすい。

5. 原状回復の費用

- 7年で打ち切る計画であれば、原状回復などの費用も予め要項で明らかにしておいた方が良い。



福山における新しいオフィスの可能性について

1. 新しい働き方のスタイル

- オンライン業務によって、新しい働き方のスタイルが生まれてきている。コロナ禍でのリモートワーク、在宅勤務、副業を認める機運など、新たな働き方を見据えた事業所誘致に取り組むことが必要だ。

2. 福山市で働きたくなる環境づくり

- 地元で働いている人たちが気分転換出来るような環境にしなければ、地元で働いている人達が外に出て行ってしまう。地元の人達がよりワーケーション感覚で働き、クリエイティブな発想が出来るような人材になっていかなければならない。
- 働くことだけでなく、暮らしのスタイルも提供していかなければならない。シアトルやベルビューのような自由に働ける空気感を日本で一番作れる可能性があるのは瀬戸内だ。瀬戸内のロケーションを生かした企業誘致を考えた方が良い。



3. 柔軟に使える小さなプライベートスペース

- 家の中でリモートワークが出来ない事が多い。屋外にオフィスではなく、幅広に柔軟にプライベートワークが可能なスペースをつくる必要がある。
- これまでは皆が集まり同じ場所で一斉に働いていたが、これからの時代に適しているのは小さな形で構成されている状態だ。多様性が生まれ、リスクも分散できる。小さなスペースでもオフィス環境として使える場所が増えると良い。

4. エリア全体で受け入れる

- ワーケーションでは、新しい滞在の概念が必要。数か月滞在するとホテルや住宅では費用や各種手続きが必要になるため、その費用や各種手続きを支援できると良い。例えば、空き室の多いホテルに滞在してもらい、食事は地域の方と連携して提供するなどして、エリア全体でおもてなしをすると良い。

5. 差別化を図る

- ワーケーションのオフィスはシェア型になる場合が多いので、どういった人達が集まる場所なのかというコンセプトを打ち出すことにより、差別化を図ることが大事だろう。
- 首都圏等から企業を誘致するためには、福山市のセールスポイントを明確にした方が良い。福山市の強みは多種多様な製造業が集積していることだ。進出した企業とのマッチングの成功事例を作り、それをPRすると良いだろう。

6. オンライン環境の整備

- 現在オンライン教育がスタートしているが、経済的に厳しい家庭の子は通信容量が無いので、オンラインがあまり使用できないということが起きている。これまでインフラ整備をしてきたように、全市内にWiFiを整備することが、これからの大きな公共事業ではないか。



新しいにぎわいについて

量から質へ

- それぞれが行きたいところを自由に決められる社会を考えたとき、皆が1つの場所に集まり同じ方向に向かうようなまちより、多目的で選択肢があるまちの方が持続可能なまちになると思う。人がたくさんいることが最適解ではない。
- 福山駅前再生ビジョンで示す「にぎわい」は、量的なものではなく、人や企業を惹きつける質ではないか。
- 「にぎわい」という言葉は人が増えているイメージが強い。人の密度が高まるかどうかは結果。今はプロセスの時代で、コンテンツが人を集めるものでなくても、経済的に活動できるコンテンツもある。人が集まるのが幸せではないし、結果集まるかもしれないが、集まらなくても幸せな状態になることをどう作っていくかを目標像にした方がいい。

