

# KN グローカルリサーチレポート

2016年9月  
No.5



リオデジャネイロ オリンピック、感動しました。日本は「逆転」や「復活」で史上最多のメダルを獲得しました。「絶対に勝つんだ」と最後まで諦めないで攻め続ける。そこに、対戦相手との差が出たようです。限界を超えた日々の練習や、繰り返して何回もデータを分析し直前まで修正していく等々、私たちが目にすることの無い4年間の地道な努力がメダルへ繋がったのです。

強いリーダーシップ、相手より先に諦めない、日々の仕事がデータによって科学的に証明される事など、私たちのビジネスにも大変参考になります。

パラリンピックが間もなく始まります。障害に負けず、逆境に挑戦する選手たちを応援しようと思います。

---

## 浜松市立地適正化計画

---

前号では「路線価」を取り上げ、浜松駅前の地価の推移などを報告した。

現在、浜松市内の人口も既に減少し始めており、空き家や空き室が目につくようになってきた。今後の浜松地域の地価はどうなるのか、浜松市の政策から考えてみる。

### 【コンパクトなまちづくり】

平成26年12月に策定された「浜松市総合計画 基本計画 浜松市未来ビジョン 第一次推進プラン」（計画期間は平成56年度まで）には、まちづくりの基本的な考え方として、～コンパクトでメリハリの効いたまちづくり～が示されている。「市民が**居住するエリアを、公共交通の結節点や道路・鉄道の沿線に集約**します。これらの居住エリアは、農業や工業などの**産業を振興するエリアと、自然環境を保全するエリアとを明確に区分**し、市域全体にわたり、**人口密度にメリハリをつけた拠点ネットワーク型都市構造**を目指します。人口密度を高めることにより、店舗や病院などの民間活力を誘発し、便利で快適なまちへと移り変わる好循環を生み出します。また、道路や下水道などの公共インフラについても見直しを進め、人口規模に応じた最適化を図ります。」との記述がある。

### 【立地適正化計画 基本方針】

浜松市では、この総合計画に基づき、平成30年度までに「浜松市立地適正化計画」を策定する予定で、今年度はその「基本方針」が定められる。この基本方針では、コンパクトなまちづくりを推進するため、「都市機能誘導区域」と「居住誘導区域」を設定し、それらの区域に、政策的に人々の活動を誘導するとしている。例えば、「居住誘導地域」は、①生活利便性（鉄道駅やバス停の徒歩圏内で、一定の都市機能の集積が見られる地域）や、②新たな産業集積（新都田地域への工業集積による新たな居住ニーズに対応する地域）等に設定され、居住が促進されるが、③災害リスク（例えば地すべり防止区域や浸水想定区域など）のある地域は、新たな居住が制限される事も予測される。

来年度以降、具体的な区域の設定と、その区域に機能を誘導するための諸施策が決まっていくようである。私たち市民一人一人は、行政の政策に合わせて、各人の不動産をどうしていくか、早めの対応が必要となってくるであろう。

## \*\*\*\*\*~~バンコクの風~~\*\*\*\*\*

日本人は几帳面だと言いますが、果たして他の国ではどのような違いがあるのでしょうか。

空を見上げると、答えが一つありました。電線です。タイオフィスの目の前の風景ですが、電線がこんがらがっています。工事に来た人が、どんどん増やしてしまい、どれがどこに繋がっているのか、もはや分からないそうです。そして余った電線は輪っかにして、そのままぶら下げていきます。こんな状態でも、普通に電気が供給されています。

仕事の面でもビックリするような文化の違いがありますが、この電線を見ていると「何とかなるよ」と言われているような気分になります。(バンコク・影山)



### リーンスタートアップ ⑤ Get out of the building →インタビュー その1

顧客にインタビューをする事で、ビジネスモデルキャンパスの「仮説」が顧客ニーズに合っているか否かを検証することができる。リーンスタートアップでは、この仮説検証のための顧客インタビューが大変重要である。

ビジネスモデルキャンパスに書き出した CS(顧客)と R\$(収益の流れ)について、「この人たち(CS)はサービスを欲しているか? 対価としてお金を払ってくれる(R\$)か?」をインタビューで検証する。オフィスから飛び出して、まず 10 人にインタビューしよう。インタビューを繰り返すと、顧客が何を望んでいるのか、顧客の何を解決することがビジネスになるのか、自分の「仮説」を、顧客の視点と発想で考えることができるようになる。

インタビューのステップは、①インタビューの目的を明確にする、②インタビューの台本を作る、③インタビューの相手を見つける、④インタビューの実施、⑤結果を整理し振り返るの 5 段階から成る。

インタビューをすると、当初の仮説では全く予想していなかった「**気づき** (自分が全く知らなかったこと)」を得られる。顧客の深層心理を掴み「**インサイト** (消費活動や購買意欲を促す潜在的な欲求=購買行動の裏にはどのような心理が働いているのか?)」を得て、「**ピボット** (一步 立ち位置をずらす)」し、「仮説」を修正して、ビジネスモデルキャンパスを再構築=書き直していく。



執筆 = 西川公一郎 : 元浜松市議会議員、防災士  
(公社)子どもの発達科学研究所 事務局長  
(一財)日本総合研究所 客員研究員  
浜松市中区 在住 ko-ichi@24kawa.org