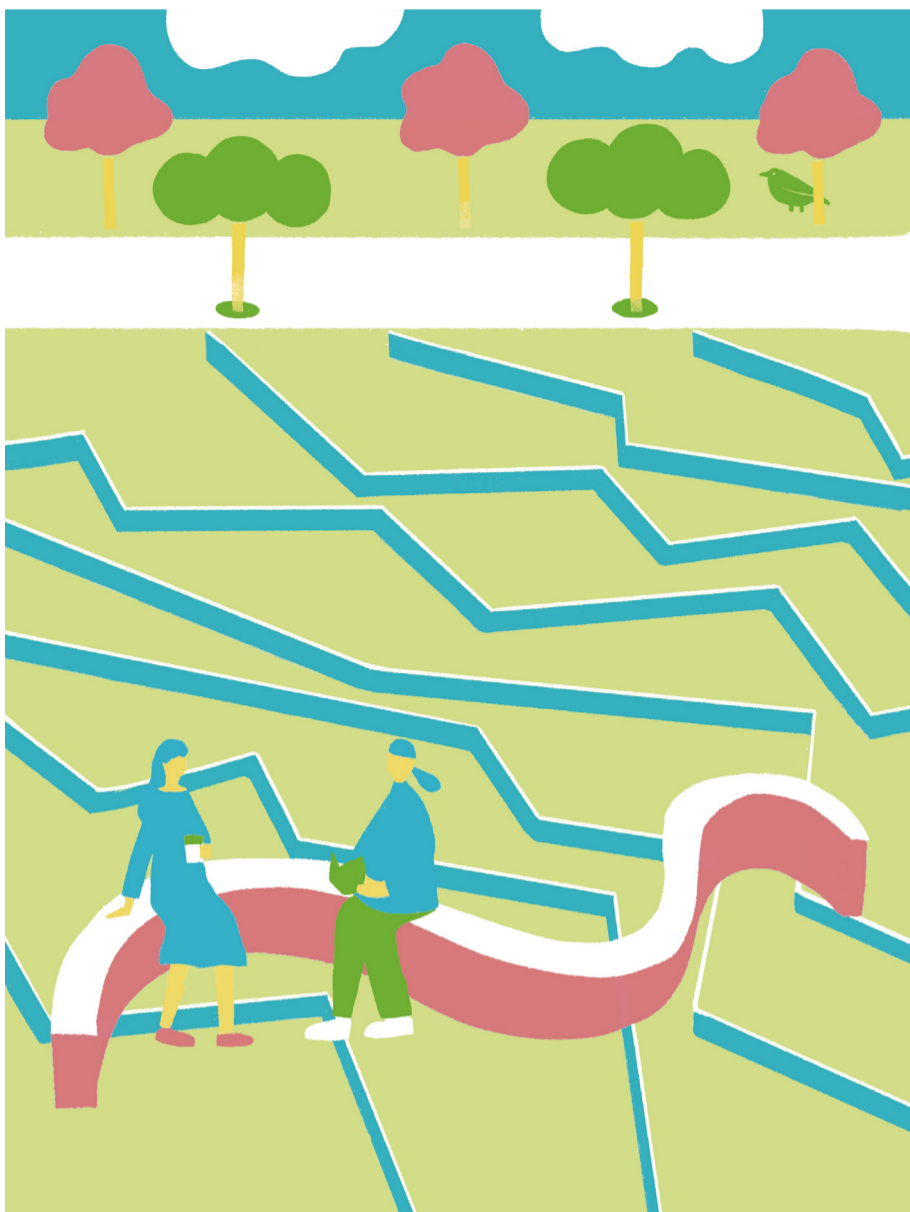


東ZINE



COVER



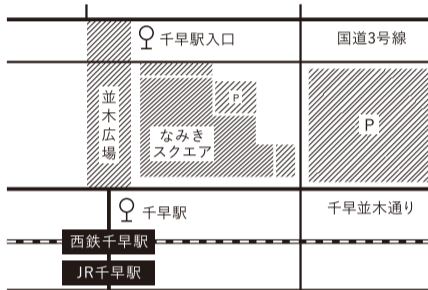
広々とした棚田状の芝生をはじめ、緑豊かな九州産業大学の庭園。学生だけでなく、地域にも開かれた憩いの場となっている。

なみきスクエア

なみきスクエアクラブの活動拠点、なみきスクエアは、東市民センター、千早音楽・演劇練習場、東図書館、証明サービスコーナーなどの機能を持つ複合施設です。

ACCESS

〒813-0044 福岡市東区千早4丁目21番45号
JR鹿兒島本線「千早駅」下車 西口より徒歩約1分
西鉄貝塚線「千早駅」下車 西口より徒歩約1分



東ZINE vol.11 2026年3月20日発行 発行：なみきスクエアCLUB TEL 090-7458-3470 HP <https://www.namiki-sq.jp>

松香台校区

九州産業大学「地域共創ゼミナール」

九州産業大学の教授・山下永子さんが指導に当たる「地域共創ゼミナール」。学生による地域づくりの入門編ともいえる授業であり、自分たちのまちをより良くしていくのは、住民一人ひとりの考える力だと気づかせてくれます。

聞き手：重村直美



九州産業大学
地域共創学部
地域づくり学科
教授



山下 永子さん

福岡県久留米市出身。熊本大学文学部地域科学科卒、熊本大学大学院社会文化科学研究科公共社会政策学専攻修士後期課程修了、(博士：公共政策学)、オーストラリア私立ボンド大学大学院 BBTグローバルリーダーシップMBAプログラム修了(MBA)。様々な企業で都市開発や地域づくりに携わった経験を活かし2015年4月に九州産業大学准教授、2020年4月教授に就任。

地域づくりに携わる若者を育てる

学生時代はバブルの真っ只中。変わりゆく福岡のエネルギーを間近に感じながら都市社会学を専門に学びました。1990年代の後半にマーケティングリサーチの仕事に就き、アイランドシティや香椎パークポートの地域開発の調査を行ったのが、東区を知る第一歩でした。
現在、九州産業大学の地域共創学部地域づくり学科で、地域づくりに関する企画・マネジメント業務を担える人材の育成に携わっています。

「地域共創ゼミナール」の目的

「地域共創ゼミナール」は、2年次の学生が受講する授業。ガーデンズ千早との協働の一環として、学生たちが地域交流のためのイベントを提案しています。
この授業ではまず、一人ひとりの学生が、ちはや公園の周辺を歩いてまちの課題を発見し、課題を書き込んだ地図を作成。この地図をベースに課題を解決するためのイベントを考え、



住民の方々にプレゼンテーションをします。千早に面白い交流が生まれるように、住民の皆さんから「いいヒントになったね」と共感していただけるように、学生たちは私にゲキを飛ばされながら、約3カ月をかけて試行錯誤を重ねています。

マーケティング思考という考え方

私の授業に欠かせない要素のひとつに、マーケティング思考があります。マーケティング思考とは、世の中に新しい商品や価値、仕組みを提案する際に、より効果的なアプローチ方法を戦略的に構築していく手法。市場は何を求めているのか、



自分の強みは何か、ターゲットをどこに絞るか……あらゆる角度から調査や分析を重ね、想像力をフル回転させてターゲットの共感を得るためのプランを練っていきます。自分だけの価値観にとらわれていては、マーケティングは成り立ちません。自分とは異なる価値観を持つ他者の声に耳を傾け、課題を解決するために考え続ける。想像力と根気が求められる学問です。

考えることを放棄しない

専門的に学んでいなくても、私たちは日頃から無意識のうちにマーケティングをしています。たとえば、就活や婚活。自分の個性や嗜好を強みにして、相手の共感を得るにはどうすればいいか、ものすごく考えて行動しますよね。マーケティング思考は現代を生き抜くための術でもあるんです。

今、分からないことはインターネットですぐ調べられるし、面倒な仕事はAIが解決してくれる時代です。でも、考えることを放棄しないでほしい。マーケティング思考に最適解はあっても、正解はありません。たとえ思い通りの結果が出ないとしても、あなたが考えたことそのものに価値があるんです。

自分のまちを成熟させるのは、自分

まちづくりに同じことが言えると思います。個人的に感じがいいなと思えるまちには、どこかホッとするウェルカムな雰囲気は流れています。では、誰がその雰囲気を作っているのでしょうか？住んでいる方一人ひとりなんです。今、自分が住んでいる場所に対して、「自分のまち」という認識を持っている方がどのくらいいらっしゃるでしょう。駅や商業施設が近いとか、利便性だけに注目するのはではなく、毎日快適に楽しく過ごしているか、そうでないとしたら何が欠けているのかを、一人ひとりが考える。「地域共創ゼミナール」のように地図を作ってみるのもいいかもしれません。そうやって自分たちで課題を見つけて解決方法を考えて動いていくことが、自分たちのまちの成熟につながります。

「くまもん人気をマーケティングの視点で科学することもあります」と山下先生。研究に携った2ショット、カワイイ!



