ふるさと財団「地域再生マネージャー」情報

1. 基本情報

組織名・所属	株式会社POD					
役職	共同代表					
氏名	橘　昌邦	ふりがな	たちばな　まさくに	生年	1967年	
連絡先 住所	〒101-0053	東京都千代田区神田美土代町3-4 ニュー楓ビル9F				
連絡先 電話	03-5577-6464	携帯電話	090-5444-5192	メールｱﾄﾞﾚｽ	①	tachibana■podinc.jp

2. 経歴・取組内容、取組分野等

主な経歴・受賞歴

＜経歴＞
東京理科大学理工学部建築学科卒業

◆1995年　㈱アフタヌーンソサエティ入社
◆2004年　神田駅西口商店街振興組合・理事就任（2008年まで）
◆2006年　アーク都市塾都市開発ビジネスコース・コース指導（2008年まで）
◆2008年　東京理科大学工学部建築学科・非常勤講師（2011年まで）
◆2010年　POD設立　共同経営者として参画
◆2017年　横山町馬喰町まちづくり会社・顧問就任

主な取組内容、実績等

過疎地から都心繁華街に至るまで、多様な不動産プロジェクト、まちづくりプロジェクトに携わる。東京・神田において老朽ビルを活用した地域連携型シェアオフィス「REN-BASE UK01」を立ち上げ、ここを拠点に民間主導のビル空室問題と産業の衰退問題に同時に取り組む「家守型のまちづくり」を自ら実践する。
現在は官民問わず地域の再生やブランディング領域において、産業づくりや空き家空き店舗、公共空間,の利活用、施設やエリアマネジメントの企画、立上げ、運営など多岐に渡るプロジェクトに携わる。

◆早戸温泉つるの湯（基本構想）、みしま工人郷（計画、立上げ支援）
◆現代板家守事業（企画、実施）、CET（企画、実施）、神田技芸祭（企画、実施）
◆歌舞伎町版家守事業（計画、推進支援）、歌舞伎町タウンマネジメント（立上げ、運営支援）
◆築地食のまちづくり協議会（立上げ、運営支援）
◆庄内柿をテーマとした夢の倶楽ブランド商品開発プロジェクト（計画、実施支援）
◆中野セントラルパーク・ブランディングマネジメント（計画、立上げ、運営）
◆関内駅周辺地域再整備・横濱まちづくりラボ（マーケーティング検討、オープンイノベーションの仕組企画、運営支援）
◆日本橋問屋街（まちづくりビジョン、デザインコード、デザイン協議会、まちづくり会社）（計画、立上げ、運営支援）
◆ちりめん街道・中心市街地再興戦略事業（事業計画策定支援）
◆隅田公園・北十間川地域（ブランディング、エリアマネジメント、公共空間利活用）（計画、実施支援）
◆小田原・歴史的建造物利活用事業者選定等支援（事業者ヒアリング、利活用条件整理、選定条件整理、情報戦略作成）
◆小田原・まちなか再生支援（まちづくり組織の運営支援、空き家空き店舗利活用の仕組構築）

取組分野

最も専門性の高い分野	需要創造型のマーケティング手法を活用したまちづくり、地域振興
その他活動実績のある分野	運営実績に基づく地域価値向上に資するエリアマネジメント構築
その他活動実績のある分野	地域振興、まちづくりに資する公共空間利活用
その他活動実績のある分野	マーケティング手法を活用した商品開発とそのための能力開発
その他活動実績のある分野	リノベーション、建替等不動産事業を起点としたまちづくり、地域振興

3. 関連ホームページ

名称	アドレス
株式会社POD	http://podinc.jp/web/
まち未来千代田	https://www.mm-chiyoda.or.jp/story/7811.html

4.　ふるさと財団での実績

活用助成外部専門家	◆2005年～07年度　千葉県銚子市「銚子市産業再生マネージャー事業」
外部専門家派遣（短期診断）	
地域再生セミナー	
そのほか	

5.　財団報告書

名称	アドレス
平成17年度　地域再生マネージャー事業	http://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/pdf5/saisei mng tori 17.pdf

6. 写真・ひとことPR

＜ひとことPR＞

マーケティング手法やビジネスフレームワークを活用した地域振興のプロセス構築や商品・施設の開発、ブランディングに携わってきました。公民両域に渡りソフト、ハード問わず多様なプロジェクトに携わってきたことから、それぞれで培った知見を統合し、公と民、ソフトとハード、それぞれの特性を踏まえた事業の構築と推進支援を行います。

また、商店街理事や地域イベント事務局長などの地域活動、企業や飲食店の経営、施設の運営などの経験を踏まえ、経営と現場、さらに地域のそれぞれの視点から、現実的かつ実践的なプログラムづくりを行うのが得意です。

ただし、手法や体制は課題や資源に応じて決めるのが望ましいとの考えから、手法の押し売りは行いません。まずはきちんとクライアント及び地域のヒアリング、調査分析を行い、目的、目標を明確にした上で、それらに適した手法、推進体制を提案します。また、仮説を持ち、小さく試し、評価分析し、軌道修正し続けるサイクルをプログラムに取り入れるのも特徴です。