

中心市街地活性化法が施行になって2年が経ちますが、まちの中心を再生させるにも、まちの規模や中心市街地の機能の違いがあるため、どこかの事例をそのまま自分たちのまちに当てはめればよいというものではありません。当然、商業者の意識も人口30万人都市と、2万人程度のまちでは、大きな違いがあることでしょう。

各地での 多様な取り組み

ここでは、道外の商店街での取り組みや、中心市街地活性化法に基づく市町村での取り組みをいくつか紹介いたします。しかし、これはほんの一例。各地の環境を考慮しながら商業活性化のヒントや今後の取り組みの参考にしていただければと思います。

Report

1

[レポート]

大都市・東京の商店街 さりげない心遣いがある

「おばあちゃん原宿」



大勢の人で賑わう、巣鴨地蔵通り商店街。



高岩寺の中庭にある休憩所では、たくさんの方がベンチを利用している。



巣鴨地蔵通り商店街のイベント告知ポスター。

「おばあちゃん原宿」とは、東京・豊島区にある巣鴨地蔵通り商店街の通称で、今から15年ほど前に読売新聞の記者が名付けたものです。巣鴨地蔵通り商店街には、「とげぬき地蔵さん」の名で親しまれている高岩寺をはじめ、多くの神社仏閣があり、巣鴨は古くから信仰のまちでもありました。商店街は全長約800m、190店舗あり、業種としては菓子・食品が最も多く、次いで婦人・子供服、喫茶・飲食と続きます。商店街振興組合では800mの区間を3つに区切って、仲見世会、中央名店会、サービス会と3つの支部を設けています。JR巣鴨駅と都営地下鉄駅に近く、とげぬき地蔵さんがある仲見世会は第一支部地区で、参詣客が中心。その隣の中央名店会は、参詣客と地元客が混在し、駅から最も遠いサービス会は地元客が多いため、地元商店街の色彩が濃くなっています。それぞれの顧客層に特徴があるので、例えば地元客が多いサービス会ではサービス券を発行するなど、各支部が商店街活動を補完する仕組み

になっています。

巣鴨地蔵通り商店街では、さまざまなイベント活動も盛んです。毎月4、14、24日の4のつく日は縁日で、8m幅の道路に商店のワゴンと露店が混在し、大変な賑わいとなります。商店街の道路は毎日歩行者天国となっていますが、平日で1~3万人、縁日の人出は4万人とも6万人ともいわれています。このほかにも花まつりや抽選会、中元や歳末の大売出し、新年のおしるこサービスなど、毎月いくつかの催しがありますが、「いつも何かある」と思わせてくれることも、この商店街の賑やかなイメージを演出しているのでしょう。

「おばあちゃんの〜」という名がついているくらいですから、高齢者の姿は確かに多く感じられます。商店街を歩いて気付くのは、高齢者だけでなく、お客様に対するちょっとした心遣いです。まず無料で休めるベンチが設置されています。高岩寺の中庭、巣鴨郵便局前などにベンチがあり、疲れた時にはそこで休憩できるようになっています。都営地下鉄駅には改札を出るとすぐ目の前にイスとテーブル、無料のお茶サービスがあるいこいの広場も設置され、多い日には2,000人もの利用があるそうです。お茶はもちろん巣鴨地蔵通り商店街にあるお店のサービスで、テーブルの上にさりげなく店名が紹介されていました。また店先に出ている商品のPOPなどはできるだけ平仮名と漢字を使い、文字を大きく表示してあったり、舗道の段差も少なく歩きやすいなど、ちょっとした配慮がうかがえます。いちご1パック200円、ブラウス1枚1,000円など価格の安さにも驚きますが、190店が同居する商店街ですから、商店街内での競争が消費者にとってはプラスに作用している点もあるようです。

大都市・東京の商店街だからと一言で片付けられることかもしれませんが、お客様への気配りや高い

の心意気は、見習う点があるように思います。

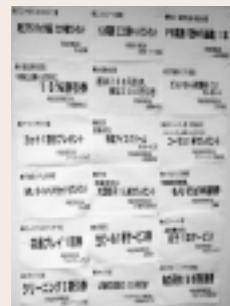
まちづくりに発展した商店街の取り組み

東京・新宿区にある早稲田大学をぐるりと取り囲む7つの商店街から構成される早稲田大学周辺商店街連合会。大学生が顧客の中心であるため、夏休み中が閑散としてしまう「夏枯れ」を何とかしようと95年に始めた「エコサマーフェスティバル in 早稲田」をきっかけに、エコをテーマに学生をも巻き込んだまちづくりへと発展した例として注目を集めている商店連合会です。このフェスティバルは、ペットボトルの回収機や生ごみ・発泡スチロールの処理機などを会場に設置して、参加者で会場から出るごみをすべてリサイクルしようと考えたもので、回収に協力すると商店街の割引券などが当たるというものでした。このイベントの成功を契機に、日常のリサイクルに取り組もうと、大学の教授らを巻き込んだ「ごみゼロ平常時実験」を行い、さらには95年末に大学周辺の商店街を母体とした市民団体「早稲田いのちのまちづくり実行委員会」が発足しました。その後、商店街沿いに空き缶・ペットボトル回収機を設置したエコステーションを設置したり、全国の商店街とネットワークを結び「全国リサイクル商店街サミット」を行うなど、エコやリサイクルをテーマに商店街活性化だけでなく、商店主が先頭に立って、まちづくりを担うまでになりました。

98年にできたエコ・ステーション1号館を訪ねて



都電早稲田駅のそばにある早稲田エコステーション1号館。



空き缶・ペットボトル回収機の当選賞品。



空き缶を回収機に入れると、上の画面でベースボールゲームが始まる。

みました。17㎡ほどの広さに空き缶・ペットボトル回収機が各1台、このほかに生ごみ処理機が設置されています。回収機は、缶やボトルを入れるとベースボールゲームが始まり、抽選で商店街の割引券などが当たるという仕組みで、フェスティバルで使ったものを恒常的に取り組もうということで設置されました。また最近では全国各地の名産品が当たることもあり、いずれも回収機から出てきた当選チケットに記載された店に足を運んで交換するというものです。エコステーションを利用する地元の方は、「北海道のラーメンが当たったり、もやしが出たり、高価なものでも当選するとうれしい」と空き缶とペットボトルを大きなゴミ袋にいっぱい持参していました。

早稲田の商店連合会では、インターネットによる情報発信も充実しています。今までの取り組みや、関わってきた人の情報が、「早稲田いのちのまちづくり」のホームページに掲載されています。エコ、リサイクルというテーマを取り上げたことも注目すべきですが、それだけでなく商店街という枠を越えて、住民や大学、学生が参加しながらまちづくりを実践していく、そんな理想の姿が早稲田のまちに息づいていました。また、同連合会の中心人物でもある早稲田商店会の安井潤一郎会長が呼びかけ、今年8月には全国約40の商店街がインターネットを利用して各地域の特産品を相互に販売する事業会社を共同で設立することも発表されています（北海道新聞：00年5月31日付）。

先見性が次代を左右する

東京には、このほかにも06年に「ダイヤスタンプ」事業を開始し、現在1店舗当たりの平均売上げ全国一を誇る世田谷区の烏山駅前通り商店街があり

ます。加盟店が1枚2円でスタンプを買い取り、買い物100円につきスタンプを1枚配布、お客さんは350枚スタンプが貯まると500円分の買い物ができるという仕組みになっていて、「烏山方式」と呼ばれるほど大成功しています。このスタンプ事業が開始されたきっかけは06年に大型店が出店したことでした。安売りしなくても満足してもらえるために、客を固定化するシステムとしてスタンプ事業が取り入れられたのです。

また、人口約33万人ほどの香川県高松市の中心市街地にある丸亀町商店街は自動車社会が到来することをいち早く予想し、07年から駐車場の整備をスタートさせました。08年、09年と駐車場が完成し、現在は3カ所、約450台が収容可能となっています。この駐車場の収入を財源に多目的ホールやポケットパークの整備も行っており、現在は中心市街地活性化基本計画に基づき、再開発事業にも取り組んでいます。

これら商店街の取り組みのなかで、学ぶべき点は常に将来を見据えていることのように思います。次はどんな時代になるのか、新しい店が出店すれば商店街はどうか、次代に商店街が生き残るためにはどういった理念で取り組むのか——。法律がどんなに整備されても、市場経済のなかでは、消費者と事業者という図式は崩せません。しかし10年後、20年後に生き残っているということは、そこに住む人、利用する生活者が商店街の価値を見いだせるかどうかということが重要で、その答えはみんな考えていくことのように思います。

TMO を考える

背伸びせず、手作りで活性化を進める遠野市

岩手県遠野市は人口約2万8千人、柳田國男の



遠野のイメージを継承する町屋建築を整備するファサード事業も行われている。

「遠野物語」の舞台として知られ、民話の里をモチーフに風情ある街並みが残されているまちです。中心市街地活性化法で注目を集めているTMO（タウン・マネージメント・オーガナイゼーション）の第1号が、この遠野市で'88年11月に認定されています。TMOは中心市街地活性化基本計画に基づいて商業の活性化を図るため、地元商業者等のコンセンサスを得ながら、中心市街地の商店街全体に関する統合的な計画を作成、推進する組織です。

遠野市では中心市街地活性化法ができる以前に、商工会とともに既存の中心市街地の再活性化を模索しており、区画整理事業と合わせた景観統一の構想がありました。これは'88年から岩手県建築士会遠野支部が参加して官民一体で取り組んだコミュニティマート構想というプロジェクトの一部で、この構想のなかでは、大工町通りの環境整備としてすでに成果が現れているものもありました。そこへ活性化法の成立を受け、過去の調査、研究の成果を基本計画に盛り込んだ格好になったのです。

TMOを担う組織としては、物産館と地ビールレストランを経営している第三セクターのまちづくり会社と商工会が検討されましたが、企画力や人的な能力の点を考慮し、長く地元の商業者たちとも接触があることから商工会が受け皿となりました。またTMOを支援する組織としては、重要事項を決定する機関として、商店街の代表者と若手、大型店、市内の商店で利用できるポイントカードを運営する振興協同組合、まちづくり会社などで組織する中心市街地活性化連絡協議会があります。毎月1回定期的に会合を開き、行政からの助言や、各種の調整がこの場で行われています。昨年、商店主の提案がき



すでに景観統一されていた遠野市大工町では舗道に木が使われており、建物の景観とともに情緒ある雰囲気を作り出している。



遠野市の止まり木事業では、座ると商店側を向くベンチを設置。商店街のPRや民話の流れるスピーカーも組み込まれている。

っかけとなった止まり木設置事業や中心市街地商店街が合同で取り組んだ商品券事業などを行いました。今年度はさらに空き店舗対策として観光案内と民話が気軽に聞ける「語り部案内所」やチャレンジショップ事業、中心部と周辺住宅地を結ぶ無料循環バスなどを手がける予定です。

「活性化法は人口10万人程度の都市を想定したものだと感じていますが、遠野市では大きな事業をやる予定はありません。自分たちができることを手作りで進めることが基本です」と遠野市産業部商工観光課の菊池係長。基本計画の策定中に商店街向けに作成したミニ情報紙や、現在市内全戸に折り込みしている「TMO情報」もすべて手作り。「市民がどこまで理解してくれているかわからないけれど」とおっしゃいますが、住民の意識改革も小さな積み重ねからだと感じました。また行政側とTMOである商工会との連携が非常に良くとれており、「行政は人的支援はしておらず、側面支援だけ」と言いますが、例えば今回の取材でも商工会で会議があり対応できないということで、いち早く市と連絡を取り合い、商工会の代わりに行政が対応してくれるなど、相互の情報交換の速さと連携の強さが印象に残りました。また菊池係長は「行政主導でなかなか民間主導にはならない。商業者がやりたいことを具現化するための計画だと説明してもなかなか受けとめてもらえない。しかしこの計画や取り組みがそのきっかけになるように、各種事業も手を上げたところだけに取り組んでもらっています」と、運営上の苦労やその対策を語ってくれました。

TMOをどう運営するのが鍵

法律に基づくTMO認定の第一号は遠野市ですが、TMOの視点を持ったまちづくり会社としては、佐



遠野市で計画策定中に商店街向けに発行した情報紙(左)と、現在市民向けに発行されているTMO情報(右)は、ともに手作り。

賀県佐賀市の「(株)まちづくり佐賀」(99年3月にTMOに認定)や岡山県津山市の「津山街づくり(株)」(99年2月にTMOに認定)などがあります。どちらも設立は活性化法施行以前で、第三セクター組織、現在は再開発ビルの管理運営なども行っています。また今やまちおこしの成功例として有名な滋賀県長浜市も、88年にまちづくり会社「(株)黒壁」が設立されたことが、その第一歩でした。

TMOは、まちをマネジメントする組織ですから、うまく機能すれば中心市街地活性化だけでなく、広い意味でのまちづくりが実現できるのでしょうか、現実はその課題も見えてきているようです。財源の確保難や専門スタッフの不在、人材育成の難しさなど、あるまちではTMOを認定すれば「仕事が増えるだけ」といった声も聞こえています。

TMOはつくるのが目的ではありません。まちづくりの現実と課題を受けとめて、自分たちのまちでは本当にTMOが必要なのか、自分たちの身の丈に合った組織はどんなものかを、行政、商業者、住民がともに柔軟な発想で考えることが、求められているような気がします。

中心市街地活性化に即効薬はない 10のまちがあれば10の活性化方策が

ここに紹介したほかに、多くのまちで、中心市街地や地元商店街の活性化に向けた取り組みがあります。中心部に定住人口を増やそうと、居住マンションと商業施設を組み合わせたり、空き店舗を商店街が運営する飲食店に衣替えしたり、商店街利用者が気軽に集えるパティオ(中庭)を整備したり、ホームページ開設で売上増をめざしたり、商店街の女性たちが自発的に売上の高い店の接客を学ぶなど、ハードの再整備、ソフトの充実と、その取り組みも

さまざまです。

国の活性化法では、13省庁が一体となった関係省庁連絡協議会が設置されており、各省庁を横断的に取り込んだものになっているといわれていますが、現実的には既成の補助金が継承されている場合が多く、さまざまな制約があるため、活用しにくいといった声も聞こえています。また商業という視点では、店主同士や隣接する商店街が競合相手であるなど、一つのまちのなかでは商業者同士が手を組んで横の連携を取ることが、難しい側面もあるように思います。しかし都市基盤整備と商業の両輪を組み合わせ、生活者がまちの顔と思える中心市街地を形成することが、ゆくゆくは総合的なまちづくりにつながっていくのではないのでしょうか。そのためにも商業者、行政、生活者の横の連携はもちろん、それぞれの意識が生活者側にプラスになるような仕掛けづくりなど、ネットワークとマネジメント機能が重要になってくるように思います。

現在中心市街地活性化基本計画を提出しているまちは、法律が施行される以前から、まちをどうするか、商業をどうするかといった視点で、さまざまな取り組みをしていた市町村が少なくありません。遠野市、高松市、長浜市、佐賀市、津山市もそうですが、自分たちが考えていたまちづくりに基本計画を連動させながら、効果的に制度を活用しています。まちづくりの視点が定まっていれば、どんな制度を活用しようと、結果は同じはずです。

10のまちがあれば、すべてのまちに一つひとつ活性化方策があるはず。自分のまちはどうあるべきか、今何が最も問題か、どこを改善すべきかを探し出し、そのために何をすべきかを、そこに住む人、商業者自らが行政とともに考えることが、重要ではないのでしょうか。



全国で2番目である秋田市のパティオ事業は、商店街の商業者らが事業共同組合を設立して実現した。