

2012年(平成24年)5月24日(木)

地方行政 木曜連載

地域力と地域創造⑦

「歩ける」ことが商店街の活力に

若い人たちにぎわうまちづくり

金丸弘美

食総合プロデューサー

長崎を歩く

長崎市は年間約600万人が訪ねる観光地。そこで行われているのが、まちそのものをあらゆる角度から見てもらおうというユニークな観光スタイルの「長崎さるく」だ。「さるく」とは長崎の方言で「ぶらぶら歩く」という意味。歴史的な建造物やまち並み、それにまつわる物語をまち歩きにうまく取り入れている。

マップを片手に気ままに歩く45コース、地元ガイドの説明を聞きながら歩く29コースをはじめ、専門家による講座や体験を取り入れたメニュー、地域の郷土料理やもてなし料理を食べるメニューなど、長崎を楽しむためのあらゆるものがある。

ガイド付きに申し込み、解説を聞きながら歩いてみた。「さるく」は実に楽しいものだった。

一番人気は「龍馬が見上げた長崎の空」風頭から亀山社中跡へ。コースは、出島→(バス移動)→小川凧店→上野家墓地(上野彦馬)→坂本

龍馬之像→司馬遼太郎「龍馬がゆく」文学碑→展望台→亀山焼窯跡→若宮稲荷神社→良林亭跡→亀山社中記念館→龍馬通り入口(禅林寺付近)の約1・8km。

ガイドの案内があるので、坂本龍馬が歩いた道を、当時の出来事と重ね合わせて体験することができる。面白いのは、普通の路地や小川凧店のよな地元店舗などもコースに入っていることだ。何気なく歩いていたら、こうした観光スポットを見過ごしてしまうに違いない。

小川凧店の店主にずらりと並んだ凧を見せられながら江戸期の遊びを解説されると当時の情景が浮かぶようだし、路地に立ってガイドに「ここでおそらく龍馬が空を見上げたでしょう」などと言われると、思わず空を見上げてしまう。ほかにも幾つかのコースをガイド付きで歩いた。どれも充実したものだった。

学校の教科書に出てくる出島や異人館などが、歴史も踏まえてよく理解でき、何気ないまち並みや建造物などが素晴らしいものに見えてきた。そして、長崎のイメージが大きく変わった。

まちを案内する観光が定着

「長崎さるく」は、そもそも地域にあるものを使って新しい博覧会を開催しようという試みから始まった。市職員と住民が一体となって実際に市内各地を歩き、まち歩きが集客につながるかどうかの試行錯誤を重ねた。

やがて、さまざまな観光コースが生まれ、現在

では地元住民約400人がガイド登録している。まちを案内する観光スタイルが定着した。さらに、地元の商店街をマップに取り入れることで、にぎわいも生み出した。

長崎市は、古くから海外との交易があったため、いくつもの歴史的建造物が残っていることもあるが、それらを上手に使っていると素晴らしい。マップ化して地域が見える観光にしたアイデアが秀逸だ。既存の建造物をすべて取り入れ、歩いて見る観光資源にすることで、それぞれの建造物の保存にも力が入られている。

長崎さるくの龍馬コースを歩く参加者



何より、歩けることが商店街の活力につながっている。これが最も優れたところだろう。実は、長崎市内には空き店舗がほとんどない。

もうずいぶん前から、全国各地で商店街の衰退と空き店舗対策が重要な課題として浮かび、マスコミなどでも頻繁に取り上げられている。実際に各地に行ってみると、閑散とした商店街が圧倒的に多い。

商店街はなぜすたれたか

なぜ商店街がすたれていくのか。その原因は、全国各地でも同じようなまちづくりが行われていることにあると確信するにいたった。

地域の産業自体が衰退したために商店街がすたれたという所もあるが、多くは道路の拡幅と郊外への大型店の誘致、まち並みの画一化による個性の喪失が原因である。自動車中心の生活になり、「歩けない」商店街があまりにも多くなっていることに気づく。

筆者の出身地・佐賀県唐津市でも、商店街は年々すたれ、空き店舗が増えている。郊外にはチェーン店が建ち並び、宣伝の看板も目立つ。もともとの商店街には景観が保護されていないため、思い思いの店舗が建っている。道路は車が中心となり、安心して歩くことができない。まち並みの無個性化と車優先のまちづくりから、郊外に人が奪われ、商店街は徐々にすたれていった。

唐津市だけのことかと思ったら、いずこも同じである。最近よく、歩いている子どもの列に車が

突っ込む事故が起こるのは、車を優先してしまっ
たまちづくりにあると言えるだろう。

まちの個性を大切にする欧州

海外、特に欧州に行くと、まち並みの美しさに
圧倒される。それは中心市街地から郊外まで徹底
されている。

イタリアとドイツでいくつかの市町村を取材し
たところ、そもそも商店街に車を乗り入れること
が規制されていて、歩くことが優先されている。
車が走る道路は商店街の周辺に配置され、「歩け
るまち」と明確に区分されている。

また、伝統的な建造物が大切にされる。まち並
みを構成する建物の色彩が決まっていて、それに
合わない色は使えない。自動販売機も看板も規制
され、まちの個性が大切にされている。

欧州では、まちや商店に対する規制が社会主義
的といってもおかしくないほど徹底している。そ
れを市町村がしっかりとマネジメントしているのだ。
日本とは対極にあると言ってもよい。

イタリアのスローフードの本拠地ブラでは、レ
ンガ造りの古い建造物が今でも使われている。多
くの建造物が昔のまま残っている。商店街は歩け
ることが基本。子どもやお年寄りが安心して通学
したり買い物したりできる。地元の商店が優先さ
れ、コンビニやスーパーなどがない。

ブラが特別なのかと思ったら、何とイタリア、
ドイツ、オーストリアなど欧州各国の5万人以下
の110都市が「スローシティー」として連携し

て基準をつくっているという。

5万人以上の都市、例えばイタリア・トリノに
行っても同様で、商店街を「歩ける」のは、当た
り前なのだ。

無個性な日本のまち

環境のまちづくりで知られるドイツのフライブ
ルクでも、商店街の中は歩行者優先のルールが習
慣化している。中心市街地への乗り入れも自転車、
路面電車、バスが優先される。

中心部では、農家が運ぶ野菜類や加工品が販売
される市場が、日曜を除いて毎日開催される。飲
食店は、市の人口に対して席数の規制があるため、
自由に出店することができない。ホテルも同様に
ベッド数が規制されている。また、ここでも自動
販売機は公共的でないとの理由から商店街には置
かれていない。

まちを歩いていて優雅な気持ちになる。それぞ
れのまちが実に個性的だ。まちづくりの素晴らし
さに感激するのは筆者だけではないだろう。結果
として、それぞれのまちがにぎわい、同時に観光
客もたくさんやってくる。

欧州旅行を経験した人たちは、日本のまちづく
りの無個性化を嘆くことになる。

人があふれる商店街は…

日本国内でも、人があふれている商店街は基本
的に歩ける所だ。東京なら品川区の中延商店街や
板橋区の大山商店街、世田谷区の下北沢商店街な

どである。

にぎわいがある商店街は、大きく分けると次のようなタイプが挙げられる。

一つは従来型の商店街だが、歩けることを優先し、かつ、さまざまな店舗が並んでいる所だ。

世田谷区の祖師谷商店街は、拡幅していない細長い道路に店舗が並び、日常的な物を歩いて購入できる。大阪市の天神橋筋商店街も、長いアーケードがあり、歩きながら買い物を楽しめる。

京都市の錦市場は、昔の市場をそのまま商店街にしている。道幅が狭く、そもそも歩きが優先。

海外の観光客には圧倒的な人気がある。東京・築地の場外市場もそうだ。狭い道に所狭しとさまざまな食材店、飲食店が並び、いつもゆっくり歩けないほど込んでいる。

ユニークなのは、横浜市の洪福寺松原商店街。

ここは朝から夕方まで道路を遮断して、歩ける商店街にしている。マグロの解体で有名な魚屋では、目の前で魚をさばいて販売しており、いつも長蛇の列ができていく。八百屋は、店頭にボール箱を並べ、道路にあふれんばかりの野菜を置いている。日常の必需品が手ごろな値段で、ぶらぶら歩きながら購入できる。

一方、近代的な設計で、デザイン性を優先した欧州のようなまちづくりをしているのが、高松市の丸亀町商店街や東京・丸の内の商店街だろう。

伝統的な木造建造物を活かしてにぎわいを生み出しているのが、大分県臼杵市、愛媛県内子町、岐阜県高山市、滋賀県長浜市、埼玉県川越市など

だ。いずれも古い建造物を壊さずにリニューアルし、昔の景観を保ちつつ、個性的なまちづくりをしている。そして、やはり歩けるまちである。

住民の自主的な動きが個性を生みだし、にぎわいにつながっているのが、熊本市の上乃裏通り商店街と、熊本県阿蘇市の一の宮門前町商店街である。

熊本県上之裏通りの古い建造物を活かしたケーキショップ



古いまち並みを残す

熊本市の中心商店街は「上通り」。その裏通りにある「上乃裏」には、古い木造の民家や旅館などを改装した料理店や居酒屋、雑貨屋、ブティッ

ク、カフェ、美容室、花屋など、若い人たちが経営する約90店が軒を連ねる。古いままのまち並みが残り、景観を壊さずに情緒豊かな空間ができた。

まちづくりの中心になったのは、サンワ工務店（熊本市）の山野潤一さん。若い人たちが個性的な店を出すのを手伝いながら、裏通りを活気づかせたのである。

一の宮門前町商店街は、阿蘇神社の周辺に28軒ほどの店舗が集まった商店街。ここに年間25万人が訪れる。

阿蘇神社の景観に合わせるように、商店街が主体的に木造の店舗とし、まちのデザインをつくり上げている。看板も木造だ。阿蘇山から豊富に湧き出す水の鉢が商店街の所々に置かれ、春には桜が咲き誇るなど、心憎い演出がされている。

商店は、それぞれ話し合っって店舗ごとに名物を作り出し、客が歩きながら楽しめるまちづくりを進めている。例えば、神社前の時計店は木造のしつくりした建物で、店内には大きな木製のテーブル、壁にはアンティークの時計がディスプレイされている。店内に入るとお茶を出してくれる。

かつては普通の時計店だったが、古物商の資格を取得して昔の時計の修理と販売を始めたところ、全国から修理の依頼が来るようになった。

また、商店街の2代目若手グループ「若きやもん会」の代表で精肉店を営む杉本真也さんは、木造でしつくり壁の店舗に改装し、馬肉を使った「馬コロッケ」を売り出してヒットさせた。他の

店も、ケーキやいなりなど個性ある食べ物を打ち出し、多彩な商店街に生まれ変わった。

阿蘇神社前の時計店



洋裁学校跡が複合施設に

中でも注目されるのは、商店街のすぐ近くにあった旧洋裁学校跡が、いくつもの店舗になってよみがえったことだ。ここを購入したのは、定年退職した大木英夫さんと妻の菊子さん。しかし、その使い道に困った。そこで相談したのが、前述のサンワ工務店の山野さんだった。

山野さんは、アンティークショップを出したが

っていた女性を紹介。洋裁学校の建物をそのまま活かしたショップが生まれた。それに触発されて、大木さん夫妻も流しソーメンと白玉の飲食店、それに骨董店を始めた。さらにカフェや雑貨店なども敷地内にでき、複合施設として生まれ変わった。

旧洋裁学校そのままのアンティークショップ



同じようなまちづくりは、奈良県や京都府、また三重県伊勢市などでも行われている。古い町屋を、外見はそのままにして改装し、まちに馴染んだ店舗を生み出す所がいくつかある。

こうしたまちは、どこも若い人たちにぎわっている。これからの商店街の活力は、歩けること、

デザイン性が優先されること、まちの個性が發揮されること、日常の買い物ができ、飲食店がそろっていることだろう。

(「地方行政」(時事通信)より)