

## 特別寄稿

# 地方都市における賑い創出の誤謬と商業の役割

The Mistake of Prosperity Creation and Commercial Role in a Local City

小川 雅人\*

はじめに

I. 地方都市商業の再生に向けた誤謬

II. 誤謬の前提

III. 誤謬を避けるための商業の役割

おわりに

—福井のまちづくりについての私見—

全国の地方都市で中心市街地再生が思うように進んでいない。中心市街地だけの問題ではなく、地方都市全体の問題といえる状況にある。その状況は「合成の誤謬」あるいは「囚人のジレンマ」が起きているのではないかと思われる。個別の合理的行動が全体としての合理性に結びつかないことを示す考え方がこの二つのモデルである。最大の理由はまちづくり各主体間の意思疎通、情報共有ができていないことである。国や自治体の支援策もできている。中心街の賑わいを作ること自体に商業者や行政等の各関係者に大きな反対があるわけではない。そこで生活する多くが反対あるいは無関心というわけでもない。地域商業の再生に多くの課題があるのは事実である。しかし、どれも実行不可能な課題とは思えない。でも何故かなかなか再生に向け進まない。地方都市にとってどのように商業が役割を果たすか、長野県佐久市の岩村田本町商店街を例に地域商業のあり方を考える。

**キーワード：**まちづくり、地域商業、誤謬、地域内産業連携、都市の個性

---

\* 福井県立大学地域経済研究所

## はじめに

筆者の主な研究対象である地方都市商業に関して全国の多くの地方都市を見てきた。東日本大震災の被災地域では仮設の商店街ができて高齢の住民も買い物ができる喜びでいた<sup>1</sup>。都市の限界集落ともいえる古い団地では地元の商店街が宅配のサービスやコミュニティレストランを開設していた<sup>2</sup>。このように小売業が地域の中で生活に欠かせない機能を果たし、喜ばれているのを見て改めて小売業の重要な役割を認識した。しかし、近年の状況を見るに小売業の機能が著しく低下している。全国的に中心市街地でさえも多くの地方都市で空洞化、賑わいの喪失、本来の商品供給機能にも大きな課題を抱えている。人口減少が著しく、急速に高齢社会が進展している時代に地域社会で生活を維持するための課題は多い。小売商業においても然りである。

地域社会での小売業が果たすべき役割とあり方について、筆者自身もまだ明確な結論を出すに至っていないが、短期的な方法論では解決できないことは確かである。これまでの研究成果をもとに再生できない要因について見るとともに、地方都市小売商業のあり方について考えてみたい。

### I. 地方都市商業の再生に向けた誤謬

何故、全国の地方都市で中心市街地再生が思うようにいかないところが多いのか、中心市街地だけの問題ではなく、地方都市全体の問題といえる状況にある。そこで経済学、社会学でよく用いられる概念でその説明を試みる。その状況は「合成の誤謬」<sup>3</sup>あるいは「囚

人のジレンマ」<sup>4</sup>で説明できそうである。アダム・スミス (Adam Smith) の「神の見えざる手」は各個人の最適な行動が全体最適に収斂する考え方である。しかし、個別の合理的行動が全体としての合理性に結びつかないことを示す考え方が二つのモデルである。本稿ではまちづくりにもこれらのモデルで示す状況が起きているのではないかと考える。その最大の理由は各主体の意思疎通、情報共有ができていないことである。

まちづくりについてこの考え方を当てはめてみると、多くの地方都市では国からの支援を受けるための中心市街地活性化基本計画<sup>5</sup>を策定し進めている。中心街の賑わいを作ること自体に商業者や行政等の各関係者に大きな反対があるわけでもない。中心市街地だけでなく、それ以外の商店街でも同様である。また、そこで生活する多くが反対あるいは無関心というわけでもない。住民にとっては直接の利害関係がないために意見表明や行動する機会を持たないだけである。もちろん、まちづくりの関係者である国の支援制度の不備、商業者の参加意欲の不足、市民意識の欠如、自治体・支援機関の実践力不足など多くの課題があるのは事実である。しかし、どれも実行不可能な課題とは思えない。むしろ、各関係者が「よりよき」わがまちを実現するため様々な取組をしている。でも何故かなかなか再生に向け進まない。

これは、関係者の思惑の違いだけではない。支援する行政にも課題がありそうである。まちづくりという数十年かかることを覚悟しなければならぬ。計画実現について数年というのは短期的な成果を求めすぎではないだろうか。そのため各部署や支援機関で実施す

る施策は個別の施策毎に成果が問われる。個別の行政需要に基づく施策は決して費用対効果だけの視点では解決しないことは周知の事実である。実施している施策が相互に関連し相乗効果をもたらすのである。例えば、地方都市では移動手段の不備が深刻である。公共交通の縮小により、いくつかの都市ではデマンドバス、タクシーの共同利用等地域で知恵を絞って移動手段の改善を図っている。しかし、公共交通が維持できなくなっている、あるいはかなりの減少せざるを得なくなっているのは中小規模の都市でも同様である。個別事業毎の費用対効果の基準では公共交通は存続できる所は少ない。公共交通は維持するには基礎的自治体にとって非常に大きな財政負担である。しかし、交通不便→出向回数減少→商店の利用減少という悪循環に陥っていないであろうか。市民生活はどれも切り離せない。全体に利得を如何に増やすかというより高位の判断が必要である。例えば、鹿児島では、商店街の負担で路面電車を無料にすることで商店街への来街者が5割増え、商店街も潤った例もある<sup>6</sup>。駐車料金無料で来街者が増えた例は、福井、富山等数多い例がある。金沢でもまちづくり会社の繁華街を回る200円の「まちバス」で来街者が増えた例など交通は来街の大きな手段で得ることは実証済みである。富山市のLRT、松山の坊ちゃん列車など公共交通が賑わいに効果があることは論を待たない。また、福井でもコミュニティバスや住宅地と郊外の大型ショッピングセンターを結ぶ交通についての分析もある<sup>7</sup>。強調したいのは賑わいにはアクセスビリティは欠かせないが、個別事業だけ見れば利得は必ずしもプラスではないかもしれない。個別

の政策や活動の一つ一つの利得は少なくとも全体として利得が大きければ、政策効果はあると見るべきである。特にまちづくりには時間がかかる特に個別事業が短期に成果が出なくとも長期的視点で見ておかねばならないことを強調しておきたい。

## II. 誤謬の前提

全体利得を増加するのに、決定的な課題がないに拘わらず中心街・商店街が疲弊しているのは、基本的に少なくとも要因が2つほどあることを確認しておきたい。

第1は、中心街・商店街の再生は都市が活性化した結果である。地域社会は人の生活の場である。そのまちで住み続けるためには生活の糧を得る場がなければならない。そのためには地域経済が元気なことが必要である。当然、大工場や地場産業があるのは望ましいことであるが、すべての都市で期待できるわけではない。加えて工場誘致に成功してもグローバル競争で撤退することもよくある。地産地消や6次産業化で農業や観光など小さいビジネスが連携しあう地域内循環経済が地域経済を元気にする力の一つである。女性や高齢者等も加わることで、地域の消費の促進が期待できる。活動が持続することにより地域経済が活性化するのである。

第2は、消費者の多くが、より低価格で高品質(鮮度・安全安心)の商品を求め、場所(立地・店舗)を選択し、都合のよい時間に買い物する。それらに加え、購買決定に大きい要因は接客である。これらは商店経営、マーケティングの基本である。顧客の視点が大きく欠落している商店街・商店が多すぎる。郊外

型大型店との違いを明確に意識しなければならない。交通体系が高度に発達した今日、1時間から1時間半もあれば、全国どこへでも大きな都市の繁華街に行けないところはほとんどない。例えばファッション品の購買にも行動範囲の広い若い層は簡単に移動する。大都市と同質的な都市を志向せず、地元の顧客を大切にす経営を徹底することが必要である。同質的な都市はより大きな都市に吸収されるストロー現象による都市の序列化が進むことは経済地理学でも実証されている<sup>8</sup>。

これまで、これらの視点は必要であるという認識はあるもののまちづくりとの関連を持って議論されてきたことは少ないように思える。この二つの視点でもう少し詳細に見ていこう。

## 1. まちづくりのための地域内産業連携

このまちづくりの活動を推進するためには、地域経済の活力を生み出すあるいは維持することが必要である。しかし生産だけ、消費だけの「まち」ではない。地域の生活のための活動全体が活力向上になる必要がある<sup>9</sup>。

まちづくりを通じて地域社会を持続可能にするには地域内の産業の結びつきが必要である。それは地域資源の活用による生活と雇用の確保のためである。住民が如何に住み続けたいと思っても生活の糧は必要である。その地方の税収も必要である。今日、大きな企業誘致などでも雇用と税収は確保できても経営効率悪化によつての撤退は珍しくない。できれば地元の企業が継続できることが必要である。そのためには資本財産業や生産財産業も重要であるが、消費財産業がより望ましい。

生活密着した製品を地域の原材料で生産し、地域を中心として流通させ消費する地産地消・地産地商も推進しなければならない。農林水産省の6次産業化法の趣旨は「雇用と所得を確保し、若者や子供も集落に定住できる社会を構築するため、農林漁業生産と加工・販売の一体化や、地域資源を活用した新たな産業の創出を促進するなど、農山漁村の6次産業化を推進する」<sup>10</sup>としている。農水省の主要施策で農業振興という側面は強いが、農林水産業の経営安定化、食糧の安定的供給確保を通じた定住できる社会構築で、いわば生産→加工・流通→消費という縦の流れは、より推進する必要がある。産業連携として観光業、生活の関連したサービス業などは雇用の吸収力を持つ地域の重要な産業を結びつけていくことは必要である。現在各地で地域の農家だけでなく小さな工場、商店も加わり、観光や旅館などのサービス業の結びつきによる地域づくりのビジネスは各地で展開されている。

現代社会は、補完性原理の政策理念に基づく役割を行政から市民まで広く求めている。行政体の違いによる役割分担、さらには地域社会にも「公助、共助、自助」という地域住民についても役割意識が必要である。地方は自立しなければならないのである。そこで最も重要なのが地域コミュニティの維持である。お互い助け合える地域づくりである。ボランティアでなく、活動が維持できる程度の収益をあげるコミュニティビジネスなどが必要となる背景である。このことは従来、公が行ってきたところをコミュニティで支えようとする試みであり、住民の自覚と自律が問われることである。すでに、全国にその事例は数多くあり、元気な地域の原動力となっている。

介護、環境などの特定の領域や観光や農業、製造業など特定の産業だけを意識しているのではない。地域社会で関わる様々な産業を包含した地域の活性化を考えている。とくに地方都市においては自然環境や歴史・文化環境などの地域資源を活かすことが重要であり、本研究についても多くの事例がある。例えば、安全安心な農産物の生産から加工食品としてもブランド化、様々な市場への販売、宿泊や農家レストランや、農業公園を積極的に展開し、都市との交流を促進する。すなわち地域での生活と産業が観光にも発展するのである<sup>11</sup>。全国で展開している例として体験民宿、直売所、農家レストラン、体験活動等を取り上げ、新しい農村、都市農村交流ビジネスの展開状況と課題を提起している。ビジネスと呼ぶのは続けるための原資となる一定の収益を確保する必要があるからである。

## 2. 商店経営とまちづくりのための「個性」

商店として顧客のニーズを前提とした経営は前提である。常に顧客の視点で経営を推進し、自社のコンセプトを明確にすることは経営の責任である。自社の経営課題は自社が自ら解決していかなければならないのである。ノブレス・オブリージュ(*noblesse oblige* フランス語)という言葉がある。日本語で「位高ければ徳高きを要す」と訳される。経営の社会責任について改めて確認しておきたい。山城章(1970)は、企業の社会責任<sup>12</sup>について3つあげている。①社会性…対内的責任、経営の充実・発展による責任である。②公益性…対外的責任、「みんなの利益」地域社会に対する責任で、ステークホルダーに関する責

任(企業自身も含む)、メセナ、協賛、環境対応だけではない。③公共性…対外的責任、市民としての「善」、「害」を拒否する責任である。これは規模の大きい企業を想定しているが、経営責任は規模の大小ではない。最も重要なのは存続していくことの責任である。この企業、この店がなければ困ると思われる責任である。従業員のいる企業はその家族、取引先の関係者など多くの人に対する責任がある。そして儲かった利益は、もちろん企業の再投資に利用するが、配分は利害関係者すべてに必要である。そして社会的に善であることは、当然である。

まちづくりについても、公的、私的を問わず、当面の利益獲得の手段では決してない。孫・子の代のことを考え、長期的視点で考えなければならない。また、考えるだけでなく行動しなければならない。「まちづくり」は、地域に誇りを持ち住み続けるための住民等の地域活動である<sup>13</sup>。補助金によるイベント実施中には多くの人出がある。街区整備でモール化されても、完成当時はかなりの賑わいが創出されることは多くの都市で見られる。しかし、イベントでもそれが過ぎれば閑散とする例、モールにしても数年でモール化以前のようにになってしまう例はあまりに多すぎる。頑張って実行した人も徒労感を感じまちづくり意欲が減退してしまうのは看過に耐えない。まちづくりが持続的であることが必要と経験を通じて強調する現場の声がある。後に詳述するが、長野県佐久市の岩村田本町商店街<sup>14</sup>の阿部理事長によると「イベントでは商店街の活性化はできない。継続的に人々を呼べる商店街にしなければならない」という。住民の要望に応じて商店街が食品スーパーを開設し

たり、便利施設等を設置した。その一方、各個人の経営力が向上し、地域に必要なとされる商店・商店街として持続性ある活動をしている。同商店街の食品スーパーでは地元で生産された食品を加工販売するなど地産地消の地域内循環経済の一翼を担っている。

「まちづくり」についての議論については小川(2010)を参照していただくとして、ただ、「まちづくり」という言葉には、特定の地域、たとえば賑わい創出のための駅前を中心街の活性化などを指すことが多い。しかし、地域を限定的に捉えるのではなく、まして都市計画的な整然とした街区整備だけを意味しない。結果として中心街が賑わいの場となることはあってもその賑わいを作ることが目的ではない。

行政の支援も「まちづくり」については、政府による、まちづくり三法や地域商店街活性化法などの支援策は市街地の賑わいについての支援である<sup>15</sup>。また、まちづくり三法の一つである中心市街地活性化法で求める活性化計画についても計画内容は限定的に示されており、地域の特性についての計画は限定的な項目の範囲においてである。また、政府機関による具体的な支援も、まちづくり組織の発展段階を根拠が不明確なまま単純に分け、その段階毎に支援するとしている。都市の発展は同じような段階を踏むわけではない。そもそも、どのまちも中心街の賑わいが必ず必要などところだけではない。どのまちも中心街が賑わう必要があるのだろうか。地方都市ではマイカーによる郊外型への購買行動のライフスタイルが一般化している。すぐに都市機能を中心部に戻すことは不可能である。個性を重視し長期的展望でまちづくりをすすめ

なければならぬ。高速交通網の発達や郊外大型ショッピングセンターの出店などで、都市間競争が進み、終焉する方向が見えてきている。都市の序列化は既に決定的になっている。

ジェイコブスは、『アメリカ大都市の死と生』で、人間的な魅力ある都市の特徴として多様性<sup>16</sup>がなくてはならないと主張している。ジェイコブスのいう多様性は、都市の生態系を維持するために必要であるという。その多様性の意義を「時間をかけて有機的に発達し、その各種の構成要素は、複雑な形で相互依存しています。自然の生態系、都市の生態系どちらも生命と生活手段の多様性のためにニッチが多ければ多いほどその生命を要する力は大きいのです」(p.15)と表現している。そのためには次の4つの条件が欠かせないといっている<sup>17</sup>。①できるだけ多くの都市機能が確保されている ②街路が折れ曲がっていること ③古い建物が残っていること ④人口密度が十分に高いことである。①の多くの都市機能の確保は、都市の個性を主張することが必要であることを求めている。ジェイコブスのいう「多様性」、本書では「個性」というが、この個性が持続的まちづくりの目指すべきテーマの一つである。

また個性が希薄になっていることは多くの地方都市の中心市街地について見ておかねばならない。全国の地方都市の空洞化を解消するためとして推進されているコンパクトシティを目指したまちづくりは、避けては通れない重要な課題を抱えている。郊外に拡散した住宅や商業施設を数年間で戻すのは不可能だからである。この状態はすでに住民にとって日常化した地域コミュニティとなっているか

らである。しかし、消費生活においても買い物場所は商店街に変わって郊外の大型店が機能しているならその郊外の大型店を利用せざるをえない。高齢社会となりマイカー移動が困難となる住民が増えるなら従来のバス等の公共交通も生活住区と大型店とのルートを作る、増やすといった施策も必要となる。個性軽視の施策の「つけ」とでもいえよう。まちづくりは前記したように「地域住民等」の「自律的」で「継続的」な活動である。まちづくりが一過性で終わらない持続的な地域活動であるためには、住民等が地域に住み続け、働き続けなければならないし、住民・生活者だけでなく、そこで働く人、経営者などをはじめとして、行政などの公的セクターも含めて自律的で継続的な地域社会を自らが中心で進めることである。

また、まちの個性についてももう一つ指摘しておきたい。地域経済の内発的発展の考え方である。経済のグローバル化により地方都市は財政事情が逼迫する中で独自の地域経済の活性化を図っている。特に重視し始めたのは地域経済の内発的発展<sup>18</sup>を目指す内発型経済循環<sup>19</sup>の視点である。経済の拡大期には工場誘致、大型郊外開発など県外資本を中心とした外発型地域発展により地域経済活性化を図ってきた地方都市が多い。しかし、地方都市経済を牽引してきた製造業においても工場の海外移転など地場産業がグローバル化の進展とともに衰退し、地域活性化が持続できているところは少ない。また観光の分野でもリゾート法の時代に見られた外発型開発として拠点開発方式の県外資本のテーマパーク、ゴルフ場、大型観光ホテルなどの大型リゾート施設が各地で建設された。しかし、バブル経済

崩壊以降、経営破綻した例は枚挙に暇がなく、いまだに廃墟と化した大型構造物が残る地域も少なくない。ジェイコブスのいう「移植工場」による外発型地域発展の限界は各地方都市において大きな反面教師となった。改めて地域内の資源を活用した地域開発を推進しはじめたのは当然といえる方策である。また、宮本憲一(1989)<sup>20</sup>は外来型開発の拠点開発方式の弊害について検証し、内発的発展の原則についてまとめている。

- ①地域開発が、大企業や政府の事業としてではなく、地元の技術・産業・文化を土台にして、地域内市場を主な対象として地域の住民が学習し計画し経営するものであること
  - ②環境保全の枠の中で、開発を考え、自然の保全や美しい街並みをつくるというアメニティを中心の目的とし、福祉・文化の向上、地元住民の人権の確立までを視野に入れた総合的な目的を持っていること。
  - ③特定業種に限定されることなく、地域に複雑な産業連関が生まれること。
  - ④住民参加の制度をつくり、自治体が住民の意思を体して、その計画にのるよう資本・土地利用を規制しうる自治権を持つこと
- この宮本に内発的発展の考え方は、地域社会における発展策として交流ビジネスを展開することに意義と同様の趣旨を示している。各地方都市でエコグリーンツーリズムやエコツーリズムなど地域が主体となって地域の資源を活かした「産業」として発展しているのである。

### Ⅲ. 誤謬を避けるための商業の役割 —長野県佐久市岩村田本町商店街の事例<sup>21</sup>として—

岩村田中央商店街<sup>22</sup>の立地する長野県佐久市岩村田は、長野県の東側に位置し群馬県との境にある。長野新幹線佐久平駅や上越道佐久ICがあり、交通の便が優れている。歴史的には中山道の宿場町として栄え、商業的にも賑わいを見せた。佐久平駅の近くには新幹線開業後まもなく、ショッピングセンターイオンが出店した。立地は住宅を中心とした昔ながらの街並みで老舗の多い伝統的な商店街である。

老舗の多くは造り酒屋、信州味噌、和菓子など手造りにこだわる伝統のある店が多い。商店街のコンセプトとしても「手造り 手仕事 技(わざ)の街」をコンセプトとして発展を期している。佐久市は、2011年9月で人口は100,803人である。市役所によると佐久市自体としては商圏人口として25万人程であるが、商業地は4箇所に分散する都市構造で特に中核という地区はない。

岩村田本町商店街は、佐久平駅より車で7～8分に位置し、中山道道沿いの220mに伸びる商店街で、長野オリンピックの開催を契機に、1996年頃に相次ぎ開業した長野新幹線佐久平駅と上越自動車道佐久ICにより、郊外の新たな交通の要所において、イオンなど大型店をはじめとした商業の集積が進展した。

15年程前の立地環境の激変は岩村田本町商店街にとって危機的状況が迫っていた。将来に不安を感じた当時30歳代の若手経営者や後継者グループによる商店街組織改革の機運が高まり、大変な軋轢のもとで商店街運営の代替わりを図った(阿部理事長談)。幹部が

総入れ替えになり、理事の平均年齢が36.7歳という全国で最も若い商店街振興組合が誕生した。

若手の企画・行動力を活かし、商店街への集客を図るイベントに取り組んだ(日本一長いなりずし、日本一長いロールケーキ)。イベント時には商店街通りに人が入りきらないほどの集客があり、イベント自体は大成功であったが、一方で売上に結びつかず、空き店舗は増えていった。「商店街の売上に繋がらないイベントは意味がない」として方針を転換し、魅力ある個店の集まりとしての商店街を目指した。個店の魅力向上に取り組む中で、商店街が存在感を発揮して勝ち残るには、地域とともに生きる店づくり、商店街づくりが原点であると考え、商店街活動の中核にすえた。

#### 1. 地域社会との関係性

岩村田本町商店街は、様々な地域社会の組織と関わっている。商店街のコンセプトとして常に地元密着で地域とともにという理念から、住民の要望を非常に重視している。地元高校との関係強化、子育て・教育など地域団体との連携による活動、地元神社との連携、ショッピングセンターイオンとの連携をおこなっている。ワオンカードと商店街ポイントカードの共通化、また、「本町おかず市場」の不足商品をイオン経由で調達することなどである。岩村田本町商店街では、これらの事業を通して、地域の人々に利用してもらえる店舗にするためには、地域に密着した店舗運営を心がけ、顧客とコミュニケーションを積極的に図ることが重要と考え、日々買い物に来



る客とともに「地域と共に生き、暮らす店舗づくり」を進めている。

## 2. 商店街の機能展開

日本一イベントが個店の活性化に思った程度に立たなかったことを真剣に受け止め、「各店がアイデアや個性、技を出し合い、魅力ある店舗づくりを進めていくことが商店街の活性化につながる」(阿部理事長)として魅力ある個店経営を商店街で支援する活動をはじめた。中小企業診断士らの指導のもと、個店の魅力向上に取組み、意識変化を促している。

商店街に必要な業種として食料品店「本町おかず市場」を商店街で開設した。商店街にあったスーパーが撤退し、顧客の要望として「日常の食料品を買える店が欲しい」という声が多かったからである。しかし、商店街に出店してくれる食料品店が見つからず、自分たちで2003年4月開店した。安全安心の「地産地消」をかせげ、手づくりの惣菜を常時50種類そろえた。地元の特産品をつかった新しいメニューの開発もしている。いまや「地域の台所」と商店街は評価している。

「本町おかず市場」事業は非常に重要な事例である。2002年から「経営の勉強会」を行ってきたこともふまえ準備を始めた。勉強会は12回行った。勉強会は「単に本町おかず市場の成功に導くためだけのことではなく、共に生きていく者として、各店の見直しや改善をし、いかに顧客に必要とされる店にしていくか、いかに向上していくかを学ぶ」(商店街資料)ことを目的とした。

商店街が主体で空き店舗対策としてこのような店づくりに取り組むケースは全国的にも

非常に珍しいことである。成功させるため、野菜の専門家、惣菜の専門家を募集し、また愛される「名称」を決めるために2003年1月にチラシを発行した。名称は「本町おかず市場」と決定した。材料は地元の無農薬野菜だけを使い、また肉や魚、卵などは生産者がはっきりわかる物だけを使い、安全と健康を第一に考えた惣菜を作るため店内に厨房を作った。商店街では近隣の消費者の冷蔵庫代わりになる店舗を目指すことを理事会で決定し、開店準備にとりかかった。不足する商品についてはイオン佐久平店と協定し商品の供給を受けることになった。

この商店街の最も注目すべきは、危機感を持つ若手後継者が商店街運営の責任を持ったことである。1995年大きな環境変化に対して危機感を持った若手経営者や2世の集まりの青年会を中心に商店街組織改革の機運が高まった。商店街の中にあつた2つの組織をひとつに統合し、1996年5月、商店街の長老格の幹部との徹底した話し合いを行い、若返った組織の岩村田本町商店街振興組合を設立した。地元在住の放送作家等からイベント企画の指導をしてもらい、商店街のシンボルマークを岩村田の鼻顔稲荷神社にちなみ、招きぎつねの「いわんだ君」に変更した。

この商店街の組織機能のもう一つの特徴は、1理事二役制をとっていることである。これは若返った理事の教育も兼ねて、開設した施設運営について本来の自分店舗以外に運営責任者として役割を担ってもらうのである。例えば、本業の文具業の経営者は「本町おかず市場」の運営の責任者でもある。理事はすべて本来業務以外に商店街の重要な役を兼務することで、経営についての勉強と組織の責任

を勉強することになった。

### 3. 商店街活動

#### ①手仕事村

岩村田本町商店街は商店街の社会機能として地域に対する多くの役割を担っている。「本町手仕事村」もその一つである。地域で起業したい人はいたが、チャレンジショップなどの支援できる場所はこの地区にはなかった。働く場や技術を磨く場として岩村田本町商店街振興組合が「本町手仕事村」への参加を募集した。この商店街のコンセプトである「手造り・手仕事」にあった施設として開設した。2.5坪のミニショップ開業支援の企画に応募し、組合の審査を通過した手技系の6つの小さな店が入居した。商品の販売だけでなく、店舗内でいつでも制作を行っていて、手仕事でできあがった商品をその場で販売もしている。

#### ②岩村田寺子屋塾、子育てお助け村

長野県佐久地域は、かねてより教育熱心な土地柄である。岩村田地区の商店街が連合して、街で子育て世代を応援するのが、「子育て村」である。商店街での買い物や美容院の間の一時的預かり、子育て相談など、若年層の母親にとって駆け込み寺のような存在となっている。小学生に学習の機会も支援しようとして立ち上げたのが「岩村田寺子屋塾」である。これは地元の塾と連携して開設したものである。これは補助金をもらわない商店街単独予算の事業である。この寺子屋塾は、小学生の子どもたちが、個々の能力や各自の必要性に応じた、個別指導教育を受ける場としてばかりでなく、高齢者を交えて、伝承したい

文化・風習を三世代、四世代にわたって学び、自発性、社会性の備わった子どもになるための学びの場として運営している。

#### ③高校生チャレンジショップ

商店街近辺には、岩村田高校、佐久長聖高校、北佐久農業高校があることから、高校生に商売の楽しさ、商店街の魅力を伝える場として「高校生チャレンジショップ」を提供している。高校生が創った食料品や工芸品、日用品なども展示販売している。

#### ④青春食堂

地元ブランド米の米粉を使い、米粉うどんという新たな地域ブランドの創出を図る。高校生と連携したメニュー作りや新商品の開発を行う。同店ではターゲットを決めた「タイム戦略」としてランチタイム、部活後の高校生タイム、夜の大人タイムを実施し、幅広い集客を図っている。

#### ⑤地域コミュニティ施設「おいでなん処」の開設

岩村田周辺地区には公民館がなかったため、地域に役立つ商店街活動として「現代風縁側・井戸端」をコンセプトに、空き店舗を活用して、バスの待ち時間や買い物の休憩場所、地域サークル活動、展示販売会場等として活用ができるコミュニティ施設を整備した。地域住民のコミュニケーションの場として空き店舗を活用したコミュニティ施設を開設した。月20～30回、年間約6,000人が利用している。また、買い物の休憩所、バスの待合所としても利用されている。

## おわりに

### —福井のまちづくりについての私見—

福井のまちづくり、特に駅前商業の活性化については広域的に拡散した都市機能を背景

とした活性化計画づくりが進んでいる。当面の計画推進のために日夜たゆまぬ努力をしている関係者の方々に心から敬意を表するものである。しかし、このように拡散した都市の活性化は至難である。

福井のまちづくりについてこれまでの経験からいくつか私見を述べておきたい。

第1に、公共交通機関の意義である。近県の状況を見ると、全国ではじめて中心街活性化基本計画(以下 活性化計画)が第1号で認定された富山市をはじめ、福井市でも活性化計画によるまちづくりが進んでいる。富山市では総曲輪商店街のグランドハイツなどイベント開催時には集客拠点として目を見張る集積力を持ったが、周辺の中央通りを含む他商店街への波及効果には大きな課題がある。その一方でLRT<sup>23</sup>等の公共交通機関は全国的な注目を集め住民の移動手段として大きな効果を上げている。特にこの移動手段の整備は既存の都市交通を「串」、各地区の商業を「だんご」として各都市の商業と富山市中心街を公共交通機関の活用で「串」で「だんご」を結ぶ、都市計画を進めている。まだ効果を確認するには早計であるが、近接の都市として参考とすべきであろう。

新幹線に関しては富山市も金沢市も新幹線と商業について以前から大変な議論を進めている。近接の都市との違いはもちろんのこと東京との違いを意識した議論を進めている<sup>24</sup>。都市間競争は前記したように同質的都市機能を持つ都市同士は都市の序列化が進むのは実証済みである。同質的ではない都市の個性が求められるのは当然である。新幹線整備など移動手段としてのアクセスの改善は人々の広域移動には大変利便性が高くなる。ただ、経

済的には流出と流入は単純ではない。まちづくりに関しては都市の特徴は同質的であってはならないことはハッキリしている。

第2は、まちづくりの長期的視点の意義である。都市構造の変化は長期間かかるが、変化し続けている。県庁の移転(1923年)、福井城址の堀の埋め立てがあり中心部の変化が始まった。福井駅前の旧県庁跡地に県下初の百貨店「だるま屋」が開店したのは1928年7月6日である<sup>25</sup>。さらには1945年7月19日の福井市の大空襲、1923年の6月28日の福井大震災により街のほとんどに壊滅的被害があり、県庁の移転時期から見ても100年ほど前からみると街自体が大きく変化した。福井JCのシンポジウム資料<sup>26</sup>では、大きな建物はほとんどが移転を経験し、だるまの开店により駅前に商店街が形成されていったと分析している。福井の中心部も時代の変化による都市構造の形成には数十年の期間を経ている。まちづくりはそのくらいの長期的視点が必要なのである。

福井市中心部についても将来、孫・子にとっての街という視点から、街は変化することを前提としてあまり高層な建物でハードな街にするより、多様な用途に向く低層な建物の方が望ましいと思う。これも将来の視点であるが、文化的施設や官公庁は建て替えが必要な時に中心部に移転することが必要であろう。強調したいのは住民にとって住みやすい、使いやすい街にするかということなのではないであろうか。

第3は、住民の意識と共同の意義である。

自律的で持続可能な地域社会を作るためには市民・住民の地域に対する思いがなければならぬ。「市民・住民の意識が高まり」は

まちづくりの原点であり到達点でもある。我が国は3.11大震災だけでなく、大きな災害など地域の危機的な状況では目的に向かい住民の意識はまとまり、非常に大きな活力となることをこれまで多くの経験をした。しかし、長期的展望が必要で当面の危機感を共有できないまちづくりには住民の一致団結は難しい。村上敦(2007)はドイツ人気質と市民意識の向上について「社会や体制がどうあれ、自身の理念と理想を追い求め、実行するパイオニア達の存在がドイツでは際立っている事実だけがここでは意味がある。彼らはどのようにすれば社会の意識、つまり他人の意識が高まるかなどとは考えない。自分の理想に向かってただ行動するだけである」<sup>27</sup>と記している。できるだけ多くの人に意識を向上させようとするより、自らの信念で行動することが重要である。結果としてより多くの人の共感を得ることになる。

## 付記

福井県立大学地域経済研究所に勤務して10年になる。この3月で定年退職である。「もう10年か」という感慨とともに実に充実した期間であった。遠い先祖は福井出身であるといっても、私自身には未知の地であった。全国の地方都市を数多く訪問したが、福井という都市に生活してみても住みやすさを実感した。福井市を都市という視点で見ると人口規模、都市の地理的広がりには生活するには丁度よく、都市施設を利用するのにマイカー移動でどこへ行くのも便利で生活環境は整っているといえる。自然環境は豊かで、食べ物は実に美味しい。できればずっと住み続けたいと思っているが、本拠地を移さざるを得ないの

は残念である。

この間まちづくりについて研究する機会が得られ、まちづくり研究会を組織し、多くの研究者、実務家との焦眉の機会を得た。何物にも代え難い財産である。特に2013年春の『持続性あるまちづくり』はまちづくり研究会の成果である。この間、何冊かの著書を発刊でき、また、博士学位を取得できた。改めて地域経済研究所の南保教授をはじめ同僚教員、県の商業担当各位、まちづくり機関の皆様、まちづくりを推進している商業者の方々に改めてお礼を申し上げたい。

## 参考文献

- 井上和衛(2004)『都市農村交流ビジネス—現状と課題 暮らしの中の食と農—』(筑波書房)
- 岡田知弘(2005)『地域づくりの経済学入門』自治体研究社
- 小川雅人(2010)『地域小売商業の再生とまちづくり』創風社
- 小川雅人(2011)『地域における商店街の経済的・社会的機能の見直しと商店街組織の連携のあり方』千葉商科大学大学院政策研究科博士課程 博士論文
- 小川雅人編著(2013)『持続性あるまちづくり』創風社
- 山城章(1970)『経営原論』丸善
- 宮本憲一(1989)『環境経済学』岩波書店
- 村上敦(2007)『フライブルグのまちづくり』学芸出版社
- 吉田晴生(2006)『観光と地域社会』ミネルバ書房
- Jane Jacobs(1961)“THE DEATH AND LIFE OF GRAEAT AMERICAN CITIES” The random

- House Publishing Group 山形浩生訳(2010)  
『新版 アメリカ大都市の生と死』鹿島出版  
会
- 注)
- 1 例えば2011年9月に福島県いわき市久之浜町では仮設店舗での「浜風商店街」が開設された。最近の仮設店舗では、会津美里町の仮設店舗「みんなのお店 きずな」が美里町町役場と同商店会が設置運営している(中小機構ホームページ 2013年2月27日)。
  - 2 いくつも事例はあるが、例えば東京都立川市の商店会ロードにはコミュニレストラン「さら」が開設され宅配もしている。
  - 3 合成の誤謬とは、経済学で主に用いられる概念で、何かの問題解決について、各主体が正しいと思う行動をとった結果(個別利得)は、全体として(全体利得)みると悪い結果を招いてしまうことをいう。(「大辞林」三省堂)
  - 4 個別合理性が必ずしも全体合理性に結びつかないことを示すゲーム理論の考え方。例えば2人の囚人が全く情報共有できない状態で無実を主張しあうか、もう一人の囚人の罪を申し出て、自分の司法取引で軽くするかという場合、各囚人の最適判断はともに相手の罪を申し出て、少し自分のでも罪を軽くしようとする(ナッシュ均衡)。結果としてともに無罪を主張しあうより、ともに無罪より重い罪となる。(「大辞林」三省堂)
  - 5 中心市街地活性化を含むまちづくり三法の課題については小川雅人(2010) p.47 第2章に詳述してあるので参照されたい。
  - 6 小川(2010)p.38
  - 7 小川編著(2013)p.55~p.78
  - 8 例えば、都市の序列化については山川充夫(2004)『大型店立地と商店街再構築』八朔社に詳しい。
  - 9 小川(2010)「第8章 地域内循環型経済とまちづくり」(pp.171-196)参照のこと。
  - 10 農林水産省ホームページ 2012年12月14日
  - 11 例えば、井上和衛(2004)では、新しい農村でのビジネス興しは、就業機会の増加、所得向上にもつながるものとして期待されるとしている。
  - 12 山城章(1970)
  - 13 小川(2010)の序章、第1章にまちづくりについての議論の整理とまちづくりの定義をしている。参照されたい。
  - 14 長野県佐久市の岩村田本町商店街は、長野オリンピックを契機とする佐久平駅周辺の急速な開発による商店街の衰退に歯止めをかけるために日本一長いロールケーキなど日本一イベントを次々に実施した。その時は全国的にも話題になった盛り上がりを見せたが、それが済むともとの閑散な状況になった。イベントでは商店街の活性化はできないとして、個店経営の向上、地域の要望に応える活動を次々に実施し、活気ある商店街活動を続けている。小川(2011) pp.121-123
  - 15 小川(2010)第2章に詳述
  - 16 Jane Jacobs(1961)山形浩生訳(2010) pp.15-16
  - 17 Jane Jacobs (1961) 山形浩生訳 (2010) pp. 166-176

- 18 内発的発展については吉田晴生(2006)において内発的発展についての議論を整理し紹介している。その中に鶴見和子の「内発的発展に向けて」(『現代国際関係論』1980年)「内発的発展」と「外発的発展」を区別したパーソンの論文を紹介し、同論文において内発的発展においては地域社会における暮らしのスタイルや生活感覚の価値観についても各活的な生活様式化の見直しを提案している。
- 19 岡田知弘(2005)によると地域内循環経済を地域経済論からは地域内経済的のとして「当該地域の経済活動が拡大再生産し、雇用の規模や所得の循環が持続的に拡大し、一人一人の住民の生活が豊かになること」である。ハード事業に支援する交付金等は地域内再生産、経済循環に結びつきにくく、一過性で経済は持続しないのである。
- 20 宮本憲一(1989)岩波書店
- 21 小川(2011)第4章参照のこと
- 22 ヒアリングは2011年9月27日, 28日, 阿部理事長, 中村副理事長, 他理事3名
- 23 Light rail transit の略で明確な定義はないが、輸送力が軽量の低床等の新型路面電車を指す。
- 24 筆者も勉強会に呼ばれ、ともに考える機会が数多くあった。ともにまちづくり会社である(株)金沢活性化センター、(株)末広開発が研究、勉強会の拠点となっている。
- 25 隼田嘉彦他著(2000)『福井県の100年』山川出版社
- 26 (社)福井青年会議所 地域ブランド創造委員会シンポジウム(2009年4月)「市街図で見るエキマエの変遷」
- 27 村上敦(2007)p.254