

宇都宮大学 国際学部国際社会学科
2009 年度 卒業論文

中心市街地活性化における
パートナーシップのあり方
～ 青森県青森市・栃木県宇都宮市を事例に～

指導教官名 中村祐司
学籍番号 060153M
論文執筆者名 古川智美

要約

本論文では、中心市街地の実態を明らかにするために、青森県青森市と栃木県宇都宮市の中心市街地における取り組みを事例として取り上げる。これにより中心市街地活性化における行政、商店街、市民団体という三者間のパートナーシップのあり方について考察する。

第1章は中心市街地の実態についてマクロな視点で論じる。中心市街地には、商業、居住、交通、公益施設といった空間が広がっており、まちの顔として人々の生活に根づいていた場所であった。しかし郊外化が進み、中心市街地における人口密度の減少、シャッター通りへの変化などが起きている。このような現状の中、拡散したまちを一つのまとまりあるまちにするコンパクトシティという都市構想が話題に上るようになった。今一度各地の中心市街地はどうあるべきか、どのようなまちにしたいのかを見直すことが必要である。

第2章は行政、まちづくり会社、中心市街地活性化協議会といった三者のアクターの取り組みに焦点を当てる。取り組みを調べた上で、活性化に関わる事業の企画や発案は市民の意見を優先させ、行政はその企画を実現できるか否かを客観的に判断していくことが必要であると考えられる。

第3章は青森県青森市における中心市街地活性化の取り組みについて取り上げる。中心市街地には7つの商店街通りが存在するが、空き店舗が目立っており、衰退化は進行している。しかし、1998年に策定した中心市街地活性化基本計画に則って、市街地の整備や駅前再開発ビル「アウガ」、「パサージュ広場」の建設を行い、まちの景観を改良した。また、商店街で買い物宅配を行うNPO法人の活動もまちを元気にしていることが、調査を通してわかった。2010年12月には東北新幹線が開通し、新青森駅が開業される。青森のまちが新たな変化を迎える今こそ、事業を計画、実施する行政は十二分に市民や商店街の人々の声に耳を傾け、両者が納得し、理解しあえる夢のあるまちづくりを進めていくべきである。

第4章は栃木県宇都宮市における取り組みについて取り上げる。市街地を流れる釜川における行政、商店街、市民の取り組みや狙いはそれぞれ異なるものであったが、イベントの開催において協同して運営を行い、協議会を設立し、連携を取りながら、各々の取り組みに力を注いでいる。また、ユニオン通り商店街において新たな市民団体が参入したことで、ユニオン通りはさらに変化する可能性を持ち始めている。パートナーシップの輪を広げていくことは、宇都宮市のまちの魅力を生み出す可能性につながる。

第5章は第3章、第4章における事例研究を通して、中心市街地活性化に寄与するパートナーシップの存在意義を述べる。パートナーシップの構築により生じる効果と課題はそれぞれあるが、パートナーシップは人と人のつながりによって成り立ち、新たなまちの可能性を生み出すとともに失いかけていたものを蘇生させるという点で、一つの手段として中心市街地活性化に影響を与える。

目次

はじめに	5
第1章 中心市街地を取り巻く現状	
第1節 中心市街地の位置づけとは	6
第2節 中心市街地を構成する要素	6
第3節 全国レベルでみる中心市街地の現状	
(1) 人口密度の変化	7
(2) 商店街の現状とは～全国振商店街振興組合連合会「平成18年度商店街実態調査報告書(簡易版)」より～	8
(3) コンパクトシティとは	10
第2章 中心市街地活性化を担う様々なアクター	
第1節 行政による取り組み	13
第2節 まちづくり会社による取り組み	14
第3節 中心市街地活性化協議会による取り組み	15
第3章 青森県青森市における各セクターの取り組みから見る現状と課題	
第1節 青森市の概要と中心市街地の現状	
(1) 青森市の概要	16
(2) 中心市街地の現状	16
第2節 行政による取り組み	17
第3節 商店街による主な取り組み	20
第4節 「NPO法人SAN Net 青森」の活動を通して見る市民団体の姿勢	
(1) 団体の活動内容	23
(2) 活動から導かれる中心市街地活性化への貢献	24
第5節 パートナーシップの強化でより魅力的な青森のまちに	25
第4章 栃木県宇都宮市における各セクターの取り組みから見る現状と課題	
第1節 宇都宮市の概要と中心市街地の現状	
(1) 宇都宮市の概要	27
(2) 中心市街地の現状	28
第2節 釜川から市街地を盛り上げよう～三者それぞれの取り組みと狙い～	

(1) 釜川を知る～中心市街地の憩いの場～	．．．．．	29
(2) 行政の取り組みと狙い	．．．．．	30
(3) 商店街の取り組みと狙い	．．．．．	31
(4) 「宇都宮市民活動サポートセンター」の取り組みと狙い	．．．．．	32
第3節 ユニオン通り発信の新たな活性化への可能性	．．．．．	33
第4節 宇都宮市の事例から読み取るパートナーシップとは	．．．．．	35

第5章 パートナーシップは活性化において必要不可欠か否か

第1節 パートナーシップの構築から生じる効果と課題		
(1) パートナーシップの構築から生じる効果	．．．．．	37
(2) パートナーシップの構築から生じる課題	．．．．．	38
第2節 中心市街地活性化への手段としてのパートナーシップ	．．．．．	38
 おわりに	．．．．．	40
 あとがき	．．．．．	41
 参考文献・参考URL・参考資料・インタビュー協力	．．．．．	43

はじめに

近年、日本全国各地において郊外化、ドーナツ化現象といった拡散型都市構造が進行している。これは土地開発における森林破壊をも生み出す要因となっている。もともこの構造の始まりは、地方に住む人々が職を求めて都市に出稼ぎに行くという人の移動であった。そして人々は、企業やあらゆる施設が密集する都市部から少し離れた郊外に住み始め、そこから通勤・通学するようになった。住宅が集まる地域に新しく学校などの公共施設や病院、商業施設が建設されていき、また新たなまちが作られる。これがいわゆる郊外化である。

それに伴い、中心市街地の衰退化が進行した。商店街がシャッター通りと化してしまっただまちは現れ、クルマ社会によって人々は中心市街地よりも郊外の大型ショッピングセンターに出向く機会が多くなった。中心市街地の多くはかつての賑わいを失ってしまっているのが現状である。

しかし、再び中心市街地に活気を取り戻そうという動きが全国各地で見られるようになった。中心市街地活性化に向けて、様々な施策を行っている地方自治体が増加傾向にある。国も中心市街地活性化を奨励し、地方自治体が作成する中心市街地活性化基本計画の認定制度を設け、補助金を出すなど助成に努めている。郊外へと離れてしまった人々を中心市街地に呼び寄せ、元来のまちの復興を果たすことにより、新たなまちづくり・地域発展につながるのではないだろうか。

そのために全国各地の中心市街地で行政・商店街・NPOなどの市民団体が様々な取り組みを行っている。セクター間に協働という名のパートナーシップを構築し、取り組んでいるケースが多々ある。そこで、活動においてパートナーシップを構築する意義とは何か、中心市街地活性化のために取り組む上でパートナーシップは必要であるのかを、改めて問いただしたい。

第1章では、まず元来の中心市街地の存在意義とはどのようなものであったか、そして変わりつつある中心市街地の現状について、全体的な視点で述べていく。第2章では、活性化への取り組みを行政、まちづくり会社、中心市街地活性化協議会に焦点を当て、アクター別に検証する。第3章では2007年に富山市と共に全国で初めて中心市街地活性化基本計画の認定を受けた青森県青森市を事例として取り上げる。行政、商店街、市街地で活動する「NPO法人SAN Net 青森」の取り組みに焦点を当て、中心市街地におけるパートナーシップの強化の必要性を述べる。第4章では現在LRT導入計画を推進し、まちに大きな変化をもたらそうとしている栃木県宇都宮市を事例として取り上げる。中心市街地に流れる釜川を活用して、3つのアクターが行う取り組み、また新たな市民団体の活動に着目する。第5章では第3章・4章で挙げた事例をもとに、パートナーシップを構築する意義、中心市街地活性化との関連性について考察する。

第1章 中心市街地を取り巻く現状

都市における中心市街地とは本来どのような場所を指すものなのか。中心市街地が形成されてから、人々はどのようにその場所を利用し、運営してきたのだろうか。中心市街地の成り立ちを確認した上で、中心市街地の現状を把握する。

第1節 中心市街地の位置づけとは

「中心市街地の活性化に関する法律(中心市街地活性化法)」第2条において施策の対象として規定している中心市街地とは、第1に小売商業者と都市機能が相当程度集積しており、市町村の文化、経済等の中心となっている区域であること、第2に機能的な都市活動の確保又は経済活力の維持に支障を生じ、又は生じる恐れがある市街地であること、第3に活性化の効果がその地域だけではなく、その市町村や周辺地域に及ぶことの以上3つの条件を満たす区域をいう¹。また中心市街地は原則的に1市町村に1区域だが、合併市や政令指定都市など、地域の実情により中心市街地が複数になることもある²。

中心市街地が誕生した背景には江戸時代までの城下町であったという経緯もあるようだ。愛知県岡崎市にある中心市街地はかつて岡崎藩の城下町として、また東海道屈指の宿場町として発展してきた場所であり、現在では一時衰退化した中心市街地を盛り上げるために「未来城下町おかざき」と称し、9つの商店街が連携して活性化に取り組んでいる³。このように中心市街地は、江戸時代に遡るほどずっと昔から、商業や交通の拠点として人々が往来し集まる場所であったという歴史を持っている。そして人々は現在までその地を生活の拠点とし、守り抜いていくというものとして受け継いできたのではないだろうか。

第2節 中心市街地を構成する要素

次に、中心市街地を構成する要素についてまとめてみよう。第1節において中心市街地活性化法における中心市街地の定義を示したが、具体的ではない。中心市街地活性化の要素として、市街地の整備、商業・業務、交通アクセス、公益施設、街なか居住の5つが挙げられる⁴。つまり人、道路、公共交通機関のターミナル、商業施設、店舗、オフィスビル、病院、学校、役所、図書館、住宅などの要素が特に密集している地域を中心市街地と呼ぶのではないだろうか。

¹ 首相官邸 HP「中心市街地活性化に関する法律」p.1 より。
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/chukatu/kankeihourei1.pdf>
(2009年5月7日参照)

² 前掲 HP「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」p.8 より。
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/chukatu/kettei/090424kihon.pdf> (2009年5月7日参照)

³ 未来城下町おかざき HP「未来城下町とは...」より。
<http://www.okazakicci.or.jp/mirai/gaiyo.html>(2009年5月7日参照)

⁴ 国土交通省 HP「よくわかる中心市街地のまちづくり」3.中心市街地を生活拠点として再生しましょうより。
<http://www.mlit.go.jp/crd/index/pamphlet/03/index.html>(2009年5月7日参照)

しかし、人々が郊外に住居を構えるようになり、それに連なって商業施設や公共施設、病院なども郊外に次々と建てられる、スプロール化現象が起こっている。中心市街地活性化の観点から見ると、スプロール化現象は問題視され、コンパクトシティが推奨されている現在。

スプロール化現象は問題視する以前に必然の流れだったのではないかと思う。なぜなら、日本人は明治時代を築くと共に文明開化を果たし、以降急速な技術革新を次々に行ってきた。中心市街地の都市機能においてもハイテク化、システム化、モータリゼーションが進み、江戸時代の城下町にあったような人間味あふれるまちを失いかけているようにも思える。一概にこのことだけが原因とは言えないが、人々は自然やゆとりが持てる空間、人付き合いがじっくりできる空間を求めて郊外に移り住むようになったのではないかと考える。

現在の IT 化、利便化したまちの現状を受け入れ、今一度中心市街地に必要な要素は何かを考える必要がある。一番重要で欠かせない要素はずばり人だと考える。だが、住宅地を中心市街地に構えるのではなく、商店街の活性化、利便性のある交通ネットワークの構築、そして何度も足を運びたくなるようなまちの雰囲気作り、イベントの開催によって人を呼び寄せることが今の中心市街地に求められることではないかと思う。

第 3 節 全国レベルでみる中心市街地の現状

全国で、中心市街地の衰退化問題が社会問題化し始めたのは 1990 年代以降である。1990 年前後では、主に「規制緩和と都市改造」のもと「地上げ」「オフィス開発」が行われ、都心の定住者人口の減少やコミュニティが崩壊するという事態が生まれた。バブル崩壊後は、市街地に残された「地上げ」された土地や建物が利用されないまま不良債権として残存し、長期にわたってバブルの「傷跡」が残ることとなった。これに商店街の崩壊、地域経済の衰退、大型店の撤退、都市機能の郊外地移転が加わり、中心市街地の衰退化を決定的なものとした⁵。

本節では、人口の変化、商店街の現状、政府が「中心市街地活性化基本計画」を認定するにあたって基軸としているコンパクトシティについて述べ、これら 3 点の検証から、中心市街地の現状に迫る。

(1) 人口密度の変化

増加一辺倒だったわが国の人口は、2007 年の 1 億 2777 万人をピークに減少する動きを見せている⁶。人口の動きは、都市の規模によって異なるが、どの都市も確実に人口が減り始めている。

その中で市街地の状況はどう変わるのか。市街地の実態を明らかにしてくれる統計は、5 年ごとの国勢調査で作成される DID(Densely Inhabited District : 人口集中地区)である。

⁵(有)クッド研究所、(株)学芸出版社企画・編集『季刊まちづくり 2 0404』(学芸出版社、2004 年 3 月)p.12 参照。

⁶総務省統計局 HP「平成 20 年 10 月 1 日現在推計人口～全国：年齢(各歳)、男女別人口・都道府県：年齢(5 歳階級)、男女別人口～」より。

<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/2008np/index.htm>(2009 年 12 月 31 日参照)

日本全国の DID についてみると、人口も面積も、成長のピーク(1970 年代)は過ぎたが、今なお増加が続いている。しかし、人口密度は減少の一途をたどってきた。1960 年から 1995 年にかけて、DID 面積は 3 倍になったが、人口は 2 倍になったにすぎない。人口密度は、1990 年には 70 人/ha を割り、1995 年には 66 人/ha となった。以上は全国を一括して計上したもののなので、都市を規模別に分類してみると、DID の人口密度は、50 万人以上の都市を除いて、すでに低下を続けている。10~20 万人都市は 43 人/ha である。この市街地の低密度化に高齢化が重なる。65 歳以上の人口の割合は、2000 年は 17.0%であったが、2025 年には 25.8%となる⁷。

(2) 商店街の現状とは～全国商店街振興組合連合会「平成 18 年度商店街実態調査報告書(簡易版)」より～

中心市街地の重要な要素である商店街は、現在どのような状況にあるのだろうか。衰退化していると一般的に言われてはいるが、各々の商店街で状況は異なるであろう。実状を把握するために、全国商店街振興組合連合会が 2006 年に中小企業庁の委託事業として行った商店街の実態調査を基に、現状を分析したいと思う。

この調査は全国において、小売業、サービス業等を営む者の店舗等が主体となって街区を形成し、何らかの組織(商店街振興組合、事業協同組合、任意団体)を形成している商店街を調査対象としている⁸。

商店街の全体の店舗数の平均は 59.2 店であったが、商店街の規模によっても店舗数には差が出ることがわかった。最も多くの商店街が属していた「近隣型商店街タイプ」での平均店舗数は、53.7 店であった。「近隣型商店街」とは、最寄り品中心で地元主婦が日用品などを、徒歩または自転車などにより日常性の買い物をする商店街のことを指す。一方、百貨店、量販店などを含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離からの来街者が買い物をする「超広域型商店街タイプ」での平均店舗数は、84.4 店であった。また、「近隣型」に属するとして回答した商店街が 1431 あったのに対し、「地域型」、「広域型」と商店街の規模が拡大するにつれ、属する商店街の数は減少し、「超広域型」に属するとして回答した商店街は 66 であった⁹。このことより、回答した約半数の商店街が「近隣型商店街」に属していることがわかる。

商店街の空き店舗数の全体の平均は 5.3 店であり、空き店舗率は 2006 年度において 8.98%であった。図表 1-1 からわかるように、過去 4 回の調査で最も高い数値を示している¹⁰。だが、空き店舗が減っていると回答している数値が 1995 年や 2000 年よりも高くなっていることにも注目したい。これは 2003 年度までに中心市街地の活性化に取り組んできた成果の表れではないかとも読み取れる。

⁷ 社団法人日本建築学会 編『まちづくり教科書 9 中心市街地活性化とまちづくり会社』(丸善株式会社、2005 年 9 月) p.7 より。

⁸ 全国商店街振興組合連合会「平成 18 年度商店街実態調査報告書(簡易版)」(2007 年 3 月)p.4 より。8000 の調査票を発送したうち、有効回答率は 33.1%であった。

<http://www.syoutengai.or.jp/dataroom/data/h18jittaikani.pdf>(2009 年 6 月 22 日参照)

⁹ 同 p.6 より。

¹⁰ 同 p.8 より。

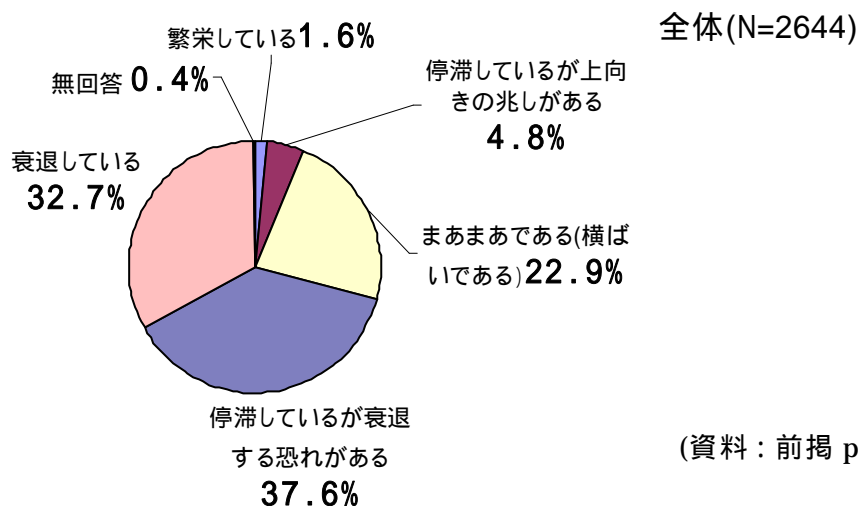
図表 1 - 1 空き店舗率と空き店舗の過年度比較

調査年度	空き店舗率	空き店舗の5年(または3年)前との比較			
		増えている	変化なし	減っている	無回答
1995年度	6.87%	46.0%	38.6%	8.4%	7.0%
2000年度	8.53%	43.7%	38.8%	8.1%	9.4%
2003年度	7.31%	36.8%	44.6%	11.2%	7.4%
2006年度	8.98%	37.1%	46.5%	11.3%	5.1%

(資料：全国商店街振興組合連合会「平成18年度商店街実態調査報告書(簡易版)」(2007年3月)p.8より。)

次に商店街の最近の景況についての回答では、「繁栄している」、「停滞しているが上向きの兆しがある」と答えた商店街が6.4%で、「停滞しているが衰退する恐れがある」、「衰退している」と答えた商店街は、70.3%だった¹¹(図表1-2)。やはり、多くの商店街が衰退化の危機に直面しているようだ。

図表 1 - 2 商店街の最近の景況



(資料：前掲 p.12 より筆者作成)

続いて商店街が抱える問題は何かという問いに対し、最も多かった回答は「魅力ある店舗が少ない」であった。二番目に多かった回答は「商店街活動への商業者の参加意識が薄い」、三番目に多かった回答は「経営者の高齢化等による後継者難」という結果であった。他にも「店舗の老朽化・陳腐化」、「核となる店舗がない」、「大型店との競合」などの問題が挙げられている¹²。

このような問題を抱えている商店街が多い中、繁栄していると回答した商店街の約半数が「通行量調査の実施」や「商店街のバリアフリー」といった取り組みを行っている。また、個店に向けた取り組みとして、「商品構成の見直し・変更」、「営業日の拡大」も行って

¹¹ 前掲 p.12 より。

¹² 同 p.13 より。

いるようだ¹³。しかし、これらの取り組みを実施していない商店街が大多数である。「通行量調査の実施」をしたところで、商店街の繁栄には直結しない。人の通りが少ない現状のまま、「営業日の拡大」を実施しても意味がない。衰退化を食い止めるための取り組みではなく、現状を維持していくための取り組みといえるのだろう。

アンケート項目の中から5つの項目をピックアップして分析してみたが、全国的に見ると衰退化している中心市街地が大半であることが読み取れる。しかし、独自の取り組みを行い、活性化に向けて努めている商店街が多いことも事実である。

(3) コンパクトシティとは

今や中心市街地活性化を考えるにあたって、コンパクトシティの概念はなくてはならないであろう。「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」においても都市機能の集積が盛り込まれている¹⁴。地方自治体が作成する中心市街地活性化基本計画においても、コンパクトシティの概念が基になっていることが多い。筆者が考えるコンパクトシティの端的なイメージは、中心市街地を中心として人々が生活する空間であるが、実態はどのようなものであるのだろうか。

コンパクトシティとは、郊外へと無秩序に低密・拡散してきた都市の発展方向を転換して、都市空間の全体構造(土地利用)を、まとまりのある(コンパクトな)形態に変え、維持・形成された活気ある中心市街地を指す。別の表現をすれば、従来、伝統的に都市が持っていたコンパクトさをできるだけ維持して、地域の空間資源・ストックを保全・継承・活用された都市である¹⁵。

コンパクトシティが持つべき空間的な基本要素は次の5点である。第1に密度が高い、より密度を高める。第2に都市全体の中心(シティセンター・中心市街地)から日常生活をまかなう。近隣中心まで、段階的にセンターを配置する。第3に市街地を無秩序に拡散させない。市街地面積をできるだけ外に拡張しない。第4に自動車をあまり使わなくても日常生活(通勤、通学、買い物、通院など)が充足でき、身近な緑地・オープンスペースなどを利用できる。循環型の生態系が維持され、都市周辺の農地、緑地、水辺が保全活用される。第5に都市圏はコンパクトな都市群を公共交通ネットワークでむすぶ¹⁶。以上の5点を可能とする空間がコンパクトシティを形成する。

¹³ 前掲 p.15 より。

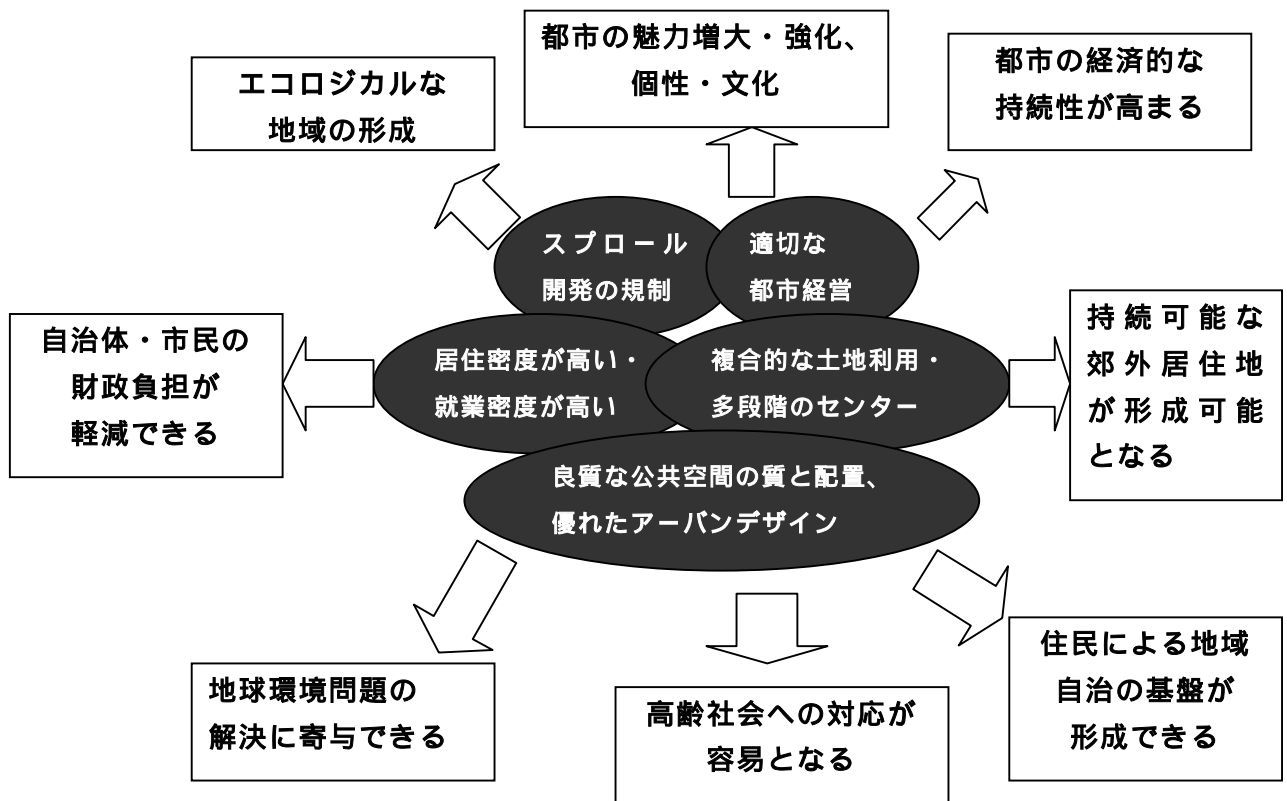
¹⁴ 首相官邸 HP「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」(2009年4月24日)より。<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/chukatu/kettei/090424kihon.pdf>
(2009年7月6日参照)

¹⁵ 海道清信『コンパクトシティの計画とデザイン』(学芸出版社、2007年12月)p.14より。

¹⁶ 同 p.14 より。

コンパクトシティの特性と期待される効果をまとめたものが図表 1 - 3 である。

図表 1 - 3 コンパクトシティの特性と期待される効果



(資料：海道清信『コンパクトシティの計画とデザイン』p.52
図表 1・16 をもとに筆者作成)

5つの特性から8つの効果にいたるまでのプロセスが、コンパクトシティ政策へとつながる。例えば、生活圏の中に必要な施設を立地することで、公共交通のネットワークを充実させることができる。徒歩や自転車が有効に活用できることで、排気ガスによる大気汚染減少、化石燃料の浪費を防ぐ。また、都市開発による自然の改変を少なくすることで、農地や自然を保全できる¹⁷。

上記の図表からもわかるように、コンパクトシティは様々な効果をもたらしてくれる魅力あふれる都市像であるように思える。しかし、住環境の面では騒音や交通混雑、地価の上昇、オープンスペースの削減、景観阻害、犯罪の増加、プライバシーの侵害などといったマイナス作用も懸念される。メリットは広域にデメリットは近隣でということでは、コンパクトシティ政策は人々に受け入れられない¹⁸。よって、これからコンパクトシティ政策を推進していくにあたって、これらのデメリットをデザインやプランニングによって、いかに改善していくかが課題となる。

¹⁷ 前掲 p.52 より。

¹⁸ 同 pp.52-53 より。

ヨーロッパから発信されたコンパクトシティという概念ではあるが、日本ももともとコンパクトシティの形態をとっていたのだ。居住空間では親密な地域コミュニティを築き、商業施設は商店街や駅周辺に集中していた。環境問題や少子高齢化問題を抱え、より複雑になってしまった日本の現代社会は、今日新たなコンパクトシティを生み出そうとしている。中心市街地の活性化に大きく寄与する政策であることには間違いないが、拡散型へと移行して作り上げられた都市への対応はどうするのか。野放しにして、廃れたまちに変えてしまうのか。それとも、中心市街地と双方バランスのよい都市経営の実現を可能にする案を打ち出すのか。コンパクトなまちづくりを実践していく地方自治体には、都市全体を見据えた基本計画づくりが求められる。

第2章 中心市街地活性化を担う様々なアクター

現在中心市街地活性化に向かって、行政機関だけでなく、民間の団体も懸命に取り組んでいる。民間の団体として、ボランティアとして活動する NPO 法人やまちづくり会社と呼ばれる民間の企業、財団法人などが挙げられる。各々が一つの中心市街地を盛り上げるために、そのまちの特色を生かしたオリジナルの活動を考え、時には行政と民間が協働体制をとり、活動している。すべての機関・団体の存在が中心市街地活性化に向けては必要不可欠とされるはずだ。

本章では行政、まちづくり会社、中心市街地活性化協議会の取り組みに焦点を当て、どのような役割として位置づけられているのか、またそれぞれの連携はなされているのかについて探っていく。

第1節 行政による取り組み

政府の中で中心市街地活性化に中心的に取り組んでいる機関は、内閣官房に設置されている中心市街地活性化本部、経済産業省、またその傘下にある中小企業庁や経済産業局、そして国土交通省である。中心市街地活性化本部は地域から見て分かりやすく、より効果的な取組を実施するため、2007年10月9日の閣議決定により、地域活性化関係の他3本部(都市再生本部、構造改革特別区域推進本部、地域再生本部)と統合された。特段の事情がない限り合同で開催することとし、これを「地域活性化統合本部会合」と称している。また、地域の再生に向けた戦略を一元的に立案し、実行する体制をつくり、有機的総合的に政策を実施していくため、4本部の事務局を統合し、「地域活性化統合事務局」を新たに設置した¹⁹。

中心市街地活性化本部においては施策で重要なものの企画及び施策の総合調整を行う。さらに、「中心市街地活性化に関する法律」第9条に基づき内閣総理大臣の認定を受けた基本計画における進捗状況等の把握に努めるとともに、中心市街地の活性化に資する施策の見直しなども併せて実施する。各府省庁においては、本部を中心に緊密な連携を図り、地域の自主性及び自立性を尊重しつつ、中心市街地の活性化に関する施策を効果的かつ効率的に推進する。また、経済産業局や地方整備局をはじめとする各府省庁の地方支分部局において、市町村の中心市街地の活性化に関する取組に対して、適切な支援や助言等を実施する²⁰。

具体的には、経済産業省や中小企業庁は、地方自治体が基本計画を検討する際にセミナーやシンポジウムを催す。そして基本計画が認定された自治体に対して、国土交通省などの省庁が様々な事業の支援を行う²¹。これは市街地の整備改善や商業の活性化、公共交通

¹⁹ 首相官邸 HP「地域活性化統合本部会合」<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/>より。(2010年1月3日参照)

²⁰ 前掲 HP「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」(2009年4月24日)p.3より。<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/chukatu/kettei/090424kihon.pdf>
(2009年5月25日参照)

²¹ 中心市街地活性化協議会支援センター HP「中小企業基盤整備機構の支援策」より。

などのあらゆる項目において資金補助をする支援が多いことがわかる。やはり、地方自治体や地域住民が自ら計画を立て、実行するというのが中心市街地活性化の原理であると思うので、政府としての施策は事業に対しての資金補助や、まちづくりの基本的方針を講ずるセミナーを開く程度で適切だと考える。

次に地方自治体における行政の役割について述べる。地方自治体はコンパクトなまちづくりを強力に推進し、その方向性に基づいて、中心市街地活性化基本計画を作成する。都市機能の適正立地と中心市街地への集中投資を図るとともに、民間投資を後押しする仕組みを構築する²²。行政側からも事業やイベントなどの企画・提案をするとともに、民間側から提案された施策に協力的でいることが理想であると考え。ただし、行政側からの計画を強制的に行うことは適切ではない。市民が利用する中心市街地なのだから、市民の意見を一番に組むことが重要である。

2009年3月の時点で基本計画が認定されている自治体の数は77となった²³。

第2節 まちづくり会社による取り組み

まちづくり会社は、地域密着型のディベロッパーとして、公益性と企業性を併せ持ち、行政や民間企業だけでは実施が難しい「開発」に取り組むことが期待されている²⁴。活動事例として、先進的にあらゆる事業に取り組んでいる長野県飯田市に設立された「株式会社飯田まちづくりカンパニー」の取り組みを挙げる。

長野県飯田市はかつて「商都飯田」として栄えた城下町だったが、1970年代後半から人口の流出や高齢化が著しく進み、さらに郊外の大型店の影響で市中心部の商圈が縮小し、店が減って商店街組合などの組織化も出来なくなった。このような中で飯田の商業者たちの勉強会から生まれたまちづくり会社「飯田まちづくりカンパニー」は「住み残る」をまちづくりのコンセプトの一つとして、居住機能や生活機能の再生を柱とした再開発事業を地権者と協働で実施した。現在、「飯田まちづくりカンパニー」は商業者や市民と連携しながら、高齢者向けの賃貸住宅など様々な再開発事業のプロデュースや、地域再生のためのファンドの設立など、自立したまちづくりを進めている²⁵。

<http://machi.smrj.go.jp/support/smrj.html> (2009年5月25日参照)

²² 国土交通省 HP 中心市街地活性化のまちづくり「よくわかる中心市街地のまちづくり」4. まちづくりを進めるのは地域のみなさんですより。

<http://www.mlit.go.jp/crd/index/pamphlet/04/index.html> (2009年5月25日参照)

²³ 前掲 HP「リンク集認定自治体」より。

<http://www.mlit.go.jp/crd/index/links/index.html#autonomy03> (2009年5月25日参照)

²⁴ 前掲 HP「よくわかる中心市街地のまちづくり」5. まちづくり会社がまちの魅力を高めますより。 <http://www.mlit.go.jp/crd/index/pamphlet/05/index.html> (2009年5月25日参照)

²⁵ 同上。

第 3 節 中心市街地活性化協議会による取り組み

中心市街地活性化協議会は、中心市街地活性化に関する事業の総合調整や事業の推進に関する事、及び市町村が策定する基本計画の実効性に寄与することなど、まちづくりを総合的に推進する組織である²⁶。協議会を組織するためには、中心市街地整備推進機構やまちづくり会社といった、都市機能の増進を総合的に推進するための調整を図るのにふさわしい者と、商工会または商工会議所、公益法人または特定会社といった経済活力の向上を総合的に推進するための調整を図るのにふさわしい者の双方が、それぞれ1つ以上参画し、協議の上、規約を定め、共同で組織しなければならない。また協議会は、その運営を安定化させ、確度の高い成果を追求し、中心市街地活性化のトータルコーディネーターとしての有効な機能を果たすために、上記の協議会を組織できる者に加え、地域の多様な関係者が参加できるようになっている。例えば市町村といった地方自治体や基本計画に記載された事業を実施する者が挙げられる。地域住民の代表者、まちづくりに取り組んでいるNPO 団体も参加可能である。全国各地の市や地区で協議会が設立されている。

協議会の運営にあたっては以下の8点が重要となる。地域の「強み」、「弱み」の状況をよく把握する。中期的な目標をしっかりと立てる。協議会の体制、運営方法を確立する。協議会メンバーの役割と権限を明確にする。タウンマネージャーの役割、権限を明確にする。行政やNPO など多様な参加者と連携する。最初から大きな成果を求めず、小さい成功事例を積み上げていく。毎年事業評価とそれを踏まえた計画の見直しを実施する²⁷。

協議会はまさに行政と民間を連携させる場である。しかし、あくまでも組織を立ち上げるのは民間の団体であり、行政機関は参加者として位置づけられる。

三者の本質や取り組みについては、行政はあくまで後援的な役割を担い、まちづくり会社や民間の企業、NPO 団体など市民が主体となることが重要であると考えられる。行政の支援が資金援助だけに留まってしまうのは問題であるが、活性化に関わる事業の企画や発案は市民の意見を優先させることに徹し、その企画を実現できるか否かを客観的に行政は判断していくことが必要ではないだろうか。

²⁶ 中心市街地活性化協議会支援センターHP「中心市街地活性化協議会とは」より。
<http://machi.smrj.go.jp/about/index.html> (2009年5月25日参照)

²⁷ 前掲HP「協議会関連」を参照。http://machi.smrj.go.jp/about/qa_conference.html(2009年5月25日参照)

第3章 青森県青森市における各セクターの取り組みから見る現状と課題

本章では、青森県青森市の中心市街地活性化の取り組みについて取り上げる。青森市を取り上げた理由として、中小企業庁が2006年に刊行した「がんばる商店街77選」の中に、新町商店街が選定されており、行政・NPO等との連携事と事業の概要に記されていたことに目をつけたことがきっかけだ。青森市は2007年に全国で初めて、富山市と共に中心市街地活性化基本計画が認定された都市である。また、駅前から導かれる商店街の大通りに、自分自身が実際に何度か訪れて、魅力を感じていたまちであることも事例として取り上げた理由の一つとなっている。

現地調査で自分が見たまち、インタビューを通して知ったNPOの考え、そして行政の考えを述べ、青森市の中心市街地活性化におけるパートナーシップの構築とはどうあるべきか、これから活性化を成し遂げるためには何が必要なのかを考えていく。

第1節 青森市の概要と中心市街地の現状

(1) 青森市の概要

青森市は青森県の県庁所在地であり、人口約31万人、面積約824平方kmの都市で、面積の7割強を林野が占め、人口30万人都市としては世界的に有数の豪雪都市である。青森県のほぼ中央に位置し、北は陸奥湾に面し、東部と南部には奥羽山脈の一部をなす東岳山地、八甲田連峰、西部には津軽平野、津軽山脈、梵珠山など雄大な自然を有している。主な産業は商業・流通業で、りんご生産量全国第2位、カシス生産量全国第1位と、特産品の生産に力を入れている。観光面では、毎年8月2日から7日まで中心市街地で行われる「青森ねぶた祭」が県内最大の観光資源となっており、国内はもとより世界各地から350万人を超える観光客を迎え、勇壮盛大に開催されている²⁸。また2006年からゴールデンウィーク期間に行われている「AOMORI 春フェスティバル」は、ねぶた祭と並ぶほど中心市街地を賑わすイベントである。

そして2010年12月には東北新幹線が青森市まで開通し、新青森駅が開業される。本州最北端の交通の要所としての重要性が高まる都市である。

(2) 中心市街地の現状

青森市の中心市街地には7つの商店街通りがある。その商店街における14地点で調査を実施した歩行者通行量の推移(図表3-1、3-2)と空き地・空き店舗の推移(図表3-3)より、衰退化しているまちの現状を探る。歩行者通行量の推移については、平日と休日にデータを分け、通行量の数値は1日の平均通行量を表す。

図表によると通行量は平日、休日ともに減少傾向にある。特に休日の減少率に着目すると、2009年の通行量は11年前の1998年の通行量の半分以上という数値を表している。要因として考えられることは、やはり郊外に大型ショッピングモールが建設されたことや、2009年に関して言えば、休日における高速道路料金の無料化により、市外に出かける市民

²⁸ 青森県青森市「青森市中心市街地活性化基本計画」(2007年2月)p.1より。

が増加したことも考えられる。空き地・空き店舗の推移においても 1998 年に比べ、2004 年には店舗数が 100 店舗以上増えたにも関わらず、空き地・空き店舗数が増加したため、空き地・空き店舗率はあまり変化がない。その上 2004 年以降は空き地・空き店舗率が上昇傾向にある。中心市街地の衰退化を顕著に表していると言える。実際筆者が平日に市街地を訪れた際も、晴天の昼間であったのだが、人通りは非常に少なかった。

図表 3 - 1 平日における青森市中心市街地歩行者通行量の推移(2009 年 8 月時点)

平日	1998 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年
14 地点の合計(人)	78,934	61,030	59,090	61,150	54,320	53,890	48,562
対前年比		100.1%	96.8%	103.5%	88.8%	99.2%	90.1%
対 1998 年比		77.3%	74.9%	77.5%	68.8%	68.3%	61.5%

(資料：青森市経済部商店街振興課「中心市街地統計情報」²⁹をもとに筆者作成。)

図表 3 - 2 休日における青森市中心市街地歩行者通行量の推移(2009 年 8 月時点)

休日	1998 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年
14 地点の合計(人)	70,046	44,346	43,548	41,022	39,064	35,970	33,652
対前年比		98.9%	98.2%	94.2%	95.2%	92.1%	93.6%
対 1998 年比		63.3%	62.2%	58.6%	55.8%	51.4%	48.0%

(資料：同上。)

図表 3 - 3 青森市中心商店街空き地・空き店舗の推移(2009 年 10 月時点)

7 商店街の合計	1998 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年
店舗数	390	512	514	515	514	511	511
空地	10	5	8	5	8	3	3
空き店舗	29	37	47	46	67	69	83
空地・空き店舗率	10.0%	8.2%	10.7%	9.9%	14.6%	14.1%	16.8%

(資料：同上。)

第 2 節 行政による取り組み

本市の人口は、1960 年代後半以降の人口増加に伴い、郊外化が進行し、中心市街地の空洞化が生じた。具体的には、1970 年から 2000 年までの 30 年間で中心市街地を含む既成市街地から郊外部の新市街地へ約 1 万 3 千人の人口が流出し、郊外部全体で約 7.1 万人が増加した³⁰。

中心市街地の衰退や環境との調和が重要な都市づくりの課題となってきたことから

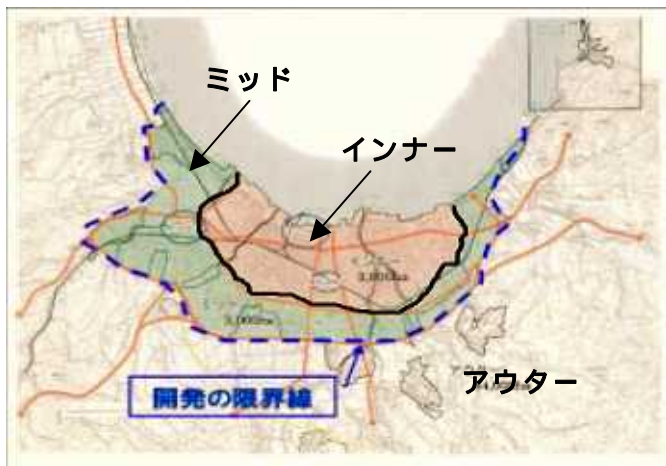
²⁹ 青森市 HP「中心市街地統計情報」より。

<http://www.city.aomori.aomori.jp/view.rbz?nd=1142&ik=1&pn=116&pn=119&pn=1099&pn=1142&cd=1881>(2009 年 12 月 13 日参照)

³⁰ 前掲「青森市中心市街地活性化基本計画」p.3 より。

1999年6月に都市づくりの基本理念を「コンパクトシティの形成」とし、「青森都市計画マスタープラン」を策定した。具体的には、都市を「インナー」、「ミッド」、「アウター」の3つに区分し(図表3-4)、地区の特性に応じた土地利用の整備推進を行い、都市づくりの方向を市街地の内側に向ける、機能的で効率的な都市構造を形成するように定めた。中心市街地は「インナー」に属し、概ね1970年頃からの既成市街地、街なみの老朽化が進む密集市街地や中心市街地を含むエリアで、都市整備を重点的に行い市街地の再構築などを進めるエリアとして方針を位置づけた³¹。

図表3-4 「青森都市計画マスタープラン」による「インナー」、「ミッド」、「アウター」の区分



(資料: 青森県青森市「青森市中心市街地活性化基本計画」(2007年2月)p.5 図1-6より。)

「青森都市計画マスタープラン」を策定する前に、本市は1998年11月に中心市街地再活性化基本計画を策定しており、「交流街づくり」「街の楽しみづくり」「街ぐらし」の3点を再活性化の方針として定め、目標として「ウォークブルタウン(遊歩街)の創造」を掲げた³²。

その基本計画に則り、市街地整備や商業活性化に関わる様々な事業を展開した。まず市街地整備において、大きな成果を上げた事業が「アウガ」の建設である。駅前再開発事業として、2001年1月にオープンした。総事業費は約185億円、公共施設と、物販、生鮮市場などの商業施設が入居し、来場者数は年間約600万人を数え、中心市街地活性化の大きな拠点施設となっている。

特に5~8階に併設している、図書館や「男女共同プラザ」などの公共施設は休日もビル全体に合わせた形で運営し、市場で買い物をしたあとでも読書できるよう利便性に配慮し、冷蔵ストッカーも完備している。その結果、図書館の利用者は、中心市街地から約2km離れた地区にあった旧図書館に比べると約4倍の増加となっている。そのほか2005年度から地元商店街が市から受託運営している、0~3歳までの子供連れの家族が互いに交流する

³¹ 前掲 p.4、青森市「コンパクトシティの形成と中心市街地活性化の取組み」p.9より。

³² 前掲「コンパクトシティの形成と中心市街地活性化の取組み」p.10より。

つどいの広場「さんぽぽ」があり、1日平均60人が利用し好評を得ている³³。

街の人の声を聞くと、近年「アウガ」の収益は低迷しているようだ³⁴。しかし、商業施設という目的だけではなく、公共施設としての役割も果たす混合型の施設を建てたことは、意味の大きいことだと思う。人々が必ず街を訪れた際に立ち寄る場所であり続けることが「アウガ」の使命なのだと思う。

また、広い通りに面した商店街の裏道を活用し、全く新しい界隈を形成しようとする構想を実現するためのリーディングプロジェクトとして、中心商店街の一角の空きビル用地を市が取得し、賑わいの創出と起業意欲のある人を育成する「パサージュ広場」(図表3-5)を整備した。起業家の育成には地元商業者等が出資し設立した民間会社(有)PMO(Passage Management Office)があたり、2000年～2005年の間で16名が修了し、そのうち7名は当該地区において開業しており、地区の賑わいにも多大な貢献をしている³⁵。

他にも海水熱源や地熱利用により歩道の融雪施設の整備を進めるとともに、電線類地中化の導入も進めている。大通りの歩道にはお年寄りが気軽に利用できるように、ベンチが一定の間隔を置いて設置されている。2006年1月にはクリニック、ケアハウスを併設したシニア対応型分譲マンション「ミッドライフタワー」が駅前に完成し、高齢者への都心居住提案がなされた³⁶。現在、商店街沿いに新たに高層マンションの建設が予定されている。

図表3-5 パサージュ広場



写真：筆者撮影(2009年8月25日)

³³ 前掲「青森市中心市街地活性化基本計画」p.8より。

³⁴ 青森市「まちまちプラザ」スタッフの方への筆者インタビュー調査より。(2009年8月25日実施)

³⁵ 前掲「青森市中心市街地活性化基本計画」p.9より。

³⁶ 同 pp.9-10より。

商業活性化の対策として行ってきた取り組みは、中心市街地において新たに事業を始めようとしている団体や、空き店舗を利用する中小企業に対して事業の補助金を出している。

2007年2月に新中心市街地活性化基本計画が国に認定され、2012年3月までの見通しを持ち(図表3-6)、事業を進めることとなった。

図表3-6 青森市中心市街地における評価指標

区分	方針	評価指標	現況値 (2005年)	目標値 (2011年)
目標1	街の楽しみづくり	歩行者通行量 (主要14地点)	59,090人	76,000人
目標2	交流街づくり	観光施設年間入込客数 (主要3施設)	696,312人	1,305,000人
目標3	街ぐらし	夜間人口	3,346人	3,868人
目標 4-1	商業の活性化	空き地・空店舗率	10.70%	8.80%
目標 4-2	商業の活性化	小売業年間商品販売額	685億5,300万円	685億5,300万円

(資料：青森市「コンパクトシティの形成と中心市街地活性化の取り組み」p.17より。)

計画されている主な事業には、実物の大型ねぶた、ねぶた祭の歴史・文化制作の様子などを紹介し、通年でねぶた祭の魅力が体験できる文化観光交流施設整備事業や、駅周辺の総合交通ターミナルの整備、居住者の交流拠点となりうる温浴施設・立体駐車場整備事業などがある³⁷。

行政側の事業はやはり都市整備に重点を置いているようだ。しかし、整備を進めたところでそれらを利用する市民がいなければ意味のないものになってしまう。事業計画においても市民や民間企業などとの連携・議論を十分に行っていくことが重要である。

第3節 商店街による主な取り組み

青森市の中心市街地には、7つの商店街が点在している。各商店街において振興組合を組織立て、ホームページの作成・運営など、様々な活動を行っている。2008年からは商工会議所が主催となり、市内にある駅東地区以外の商店街も集まって懇談会が催されており、商店街同士の情報交換などがなされている。

7つの商店街の中から、新町商店街を取り上げる。新町商店街は、駅の正面口を出て目の前に開かれるメインストリートを形成するアーケード街であり、様々な店舗が軒を連ねている(図表3-7)。「アウガ」や「パサージュ広場」もこの通りにある。先述した通り、2006年には「がんばる商店街77選」に選定され、魅力ある商店街づくりを行い、中心市街地活性化をリードしているといっても過言ではないだろう。

³⁷ 前掲「コンパクトシティの形成と中心市街地活性化の取り組み」p.18より。

まずハード面の取り組みとして、街路に電線地中化（キャブシステム）を採用した際にできた配電盤の側面スペースがむき出しにならないよう2基を商店街情報ボード、1基をねむのき会館障害者関連情報ボード、29基をアートパネルにしており、写真・絵・版画・俳句などを月ごとに変えて展示している(図表3-8)。

街路にある消火栓には、消防署の承認を得て、青森出身の絵本作家沢田としき氏デザインの鮮やかな絵が描かれている³⁸。バリアフリー対策として、横断歩道と歩道の段差をなくし、歩行者が気軽に腰を下ろして休めるように、ベンチをたくさん設置するなどの歩道整備は、行政の事業計画に基づいて実現したものである。このように、目に見える街路というハード面において行政、商店街両者が街に訪れる人々のためにを思い、街を活気付けさせるために様々な工夫を凝らしていることがわかる。

図表3-7 新町商店街



写真：筆者撮影(2009年8月25日)

図表3-8 アートパネル



写真：筆者撮影(2009年8月25日)

また商店街の中ほどに位置している「まちまちプラザ」では、商店街の総合案内を担っており、イベント情報やお店の情報などを得ることができる。他にも休息場所として利用することができたり、電動スクーターのレンタルもできる³⁹。この施設は商工会議所や商店街振興組合の人々で組織される「青森市まちづくりあきんど隊」が開設したものであり、1999年に開業された。実施主体は新町商店街振興組合である⁴⁰。筆者が実際にこの施設を訪れた際に商店街に関する様々な情報を得ることができた。そこで知った取り組みが「しんまちの逸品」と「縄文スタンプ」である。

「しんまちの逸品」とは、商店街の各店舗がこだわりの逸品を作り、リーフレットで商品を紹介している。また、一方的に商品を紹介するだけでなく、商店街では逸品を実際に楽しんでもらうために「お店巡りツアー」を行い、地域住民に各店舗を案内し、逸品を実感してもらうことで新規顧客の開拓にもつなげている。このツアーの参加をきっかけに、住民同士の横の繋がりができることも多いようである⁴¹。毎回50店舗ぐらいが逸品を紹介

³⁸ あおもり・しんまち・青森市新町商店街振興組合HP「街路の工夫について」より。

<http://www.jomon.ne.jp/~sinmati1/>(2009年11月2日参照)

³⁹ 前掲HP「利用できる便利なもの」より。<http://www.jomon.ne.jp/~sinmati1/>(2009年11月2日参照)

⁴⁰ 財団法人国土技術研究センターHP「まちまちプラザ(空き店舗を利用した商店街の活動拠点)」より。<http://www.jice.or.jp/jishujigy/townmobility/data/office5.html>(2009年11月2日参照)

⁴¹ 街元気 - まちづくり情報サイトHP「実践高度化研修 in 青森市 2008」より。

http://www.machigenki.jp/index.php?option=com_content&task=view&id=212&Itemid

している。

続いて、「縄文スタンプ」とは縄文スタンプ加盟店で 100 円買い物する毎にスタンプ 1 枚をもらい、それを集めて、450 枚集めると 500 円分、300 枚集めると 300 円分の買い物ができるというポイントカードである。縄文スタンプ加盟店は現在 50 ほどあるのだが、新町商店街だけではなく、他の 6 つの商店街からも参加している店舗が多々ある。また、500 円分貯まった場合、買い物に使うだけではなく、指定の金融機関に預金することもできる。スタンプを貼る冊子の集めた数に応じて、観劇や旅行などのイベントにも参加できる⁴²。

しかし、「まちまちプラザ」運営者に話を聞いたところ、市民が活用してくれているが、それほど人気はないという⁴³。商店街の店舗を利用する客数自体が少ないことが大いに影響しているのだろう。また、「縄文スタンプ」自体の周知率も少ないように思える。商店街独自のオリジナリティある取り組みであるからこそ、店頭にはポスターを大きく掲示するなど、加盟店の積極的な宣伝力があれば、効果は違うはずだ。

四季折々のイベントは商店街を活気付け、商店街の人々も通りを大いに盛り上げる。春は「AOMORI 春フェスティバル」が開催され、主催の実行委員会は商工会議所が事務局となって組織されている。夏は「ねぶた祭り」があり、冬は 2 月上旬に開催される「青森雪まつり」にあわせて、「雪だるまロード」を展開する。商店街の人々が、歩道上に雪像を作ると同時に、できればのコンテストも行っている⁴⁴。

また地産地消を推進するという目的で東青地域県民局と中心商店街との協働体制で「しんまち新鮮産直市」を 2008 年度から実施しており、毎回賑わいを見せている。県産の農産物や手作り加工品を産直価格で販売している。市外である下北地区からも、足を運んで販売しに来る人もいほどの反響があるイベントである。他にもビアガーデンを開催したり、フリーマーケットを行ったりと、精力的な商店街の働きが伺える⁴⁵。これらのイベントには新町商店街以外の商店街も精力的に働きかけているようだ。

実際に筆者が商店街を歩いて感じたことは、平日の商店街は人通りが少なく、穏やかな装いをもつ商店街だということだ。空き店舗もいくつか点在しており(図表 3 - 9)、裏通りに展開する商店街ほど衰退化の色を隠せずにいる。しかし、定期的に商店街振興組合や商工会議所が主体となってイベントを開催することで、市街地に人を集め、その度に街を賑わせていることも事実だ。行政とのパートナーシップもその面においては、しっかりと構築されているようだ。これからもイベントをきっかけに、多くの人々が市街地に来る楽しさ・喜びを感じ取れるような働きかけを続けていくべきだと思う。

[=144](#)(2009 年 11 月 2 日参照)

⁴² あおもり・しんまち・青森市新町商店街振興組合 HP「縄文スタンプとは？」より。
<http://www.jomon.ne.jp/~sinmati1/>(2009 年 11 月 2 日参照)

⁴³ 青森市「まちまちプラザ」スタッフの方への筆者インタビュー調査より。(2009 年 8 月 25 日実施)

⁴⁴ あおもり・しんまち・青森市新町商店街振興組合 HP「しんまちの年間イベント」より。
<http://www.jomon.ne.jp/~sinmati1/>(2009 年 11 月 2 日参照)

⁴⁵ 青森県庁 HP「中心商店街との協働による地産地消推進事業(2009 年度)」より。
<http://www.pref.aomori.lg.jp/kensei/seisaku/chisan09.html>(2009 年 11 月 2 日参照)

図表 3 - 9 空き店舗が目立つニコニコ通り



写真：筆者撮影(2009年8月25日)

第4節 「NPO 法人 SAN Net 青森」の活動を通してみる市民団体の姿勢

青森市の市街地で活動する市民団体の中から、「NPO 法人 SAN Net 青森」を取り上げる。商店街との関わり、中心市街地に拠点を置く意義、活性化に対する思いをインタビュー調査によって明らかにする。

(1) 団体の活動内容

「特定非営利活動(NPO)法人 SAN Net 青森(サンネット青森)」(以下「SAN Net」)は、精神障害者の生活支援を目的に立ち上げた団体である。1999年に代表である根本あや子氏をはじめとする10人で市民団体「サンネット」を設立したことが、SAN Netの始まりである⁴⁶。8年間「オープンスペース」と呼ばれる場所を提供し、誰でも立ち寄って交流できる場を設け、NPO活動を展開してきた。2007年からは障害者自立支援柱事業「地域サービスセンター-SAN Net」と「ワーカーズコレクティブハウスひいらぎ」の二つの事業を運営している。

まず「地域サービスセンター-SAN Net」とは、この団体活動の母体ともなっている。就労継続支援B型事業⁴⁷を行っており、事務所は新町商店街のビルの一角に構えている。NPO事務所も兼ねているため、商店街や市民活動関係者などとの交流の場でもある。「地域サービスセンター-SAN Net」の具体的な事業内容として、2000年から行っている買い物宅配サービスがある。黄色い台車を引いて、二人一組で商店街の各店舗からの集荷と宅配する軽トラックへの荷物引渡しの作業を利用者が行っている。新町通りなど7商店街の加盟店約160店で一個300円で受け付けている。旧青森市の範囲なら、午後4時まで申し込むとその日のうちに買った荷物が届く⁴⁸。

⁴⁶ 特定非営利活動法人 SAN Net 青森 HP「沿革」より。

<http://www.npo-sannet.jp/aboutus/enkaku.html>(2009年11月16日参照)

⁴⁷ 一般企業就労が難しい方、離職された方、仕事をすることで社会的自立を目指したい方へ、働く場を提供するとともに、知識及び能力の向上のために必要な訓練を行う事業。(レインボークラブHP「就労継続支援事業B型」より。

<http://www.r-club.jp/project/keizokusien/index.html>(2009年11月16日参照)

⁴⁸ 東奥日報 2005年12月16日掲載記事「黄色が目印 宅配サービス」より。

<http://www.npo-sannet.jp/tunagari/tunagari3.html> (2009年11月16日参照)

他にもメインの事業として、週二回新町商店街と本町公園において花の水やりや手入れを行っている。また近年始めた新たな事業として、同じ NPO 法人である「生き粋あさむし」が運営している浅めし食堂と協働して、手作り地産地消弁当を浅虫から新町近辺に住む人々に宅配している。宅配を SAN Net が担っている。栄養を考え、「生き粋あさむし」の農園で採れた新鮮野菜を使用している弁当メニューであり、弁当箱も使い捨てではないエコな宅配弁当を味噌汁付き宅配料込みの 650 円で提供しており⁴⁹、魅力的な事業だと言える。

「ワーカーズコレクティブハウスひいらぎ」は、日中に就労あるいは就労継続支援等のサービスを利用している方が地域で暮らしていくための支援をするグループホーム（生活援助事業）である⁵⁰。

これらの活動の他にも SAN Net についての講演活動、他の NPO 団体との交流なども精力的に行っているようである。

(2) 活動から導かれる中心市街地活性化への貢献

SAN Net の設立目的はあくまでも精神科に通院する人々が気持ちよく暮らせる地域社会を目指して支援を行っていくことである⁵¹。利用者の人々と中心市街地のなかで仕事を探し、その作業を通して商店街の人々や市民との交流、ネットワークが生まれる。実際にリアカーを引いて宅配サービスを行っている中、ねぎらいの言葉をかけてくれる街の人もいるようだ。自らが街の中に拠点を構えることで、このようなネットワークを築くことができ、またそれが派生して宅配サービス、花の手入れというような中心市街地活性化への効果をあげている。宅配サービスに使用されるリアカーの置き場に困っていたときも、ある地方銀行が置き場を快く提供してくれたこともあったという⁵²。

団体としての活動の中で、まちを活性化させようという意識はあるのか、という問いに対して根本氏は、まちの中で活動をしているという点で意識は高いと答えた。このようにまちに関わるすべての人々の意識の向上が、真の中心市街地活性化につながるはずだ。また、商店街の人々だけではなく SAN Net のような市民団体と手を組み、宅配サービスや花の手入れなどの美化活動に取り組むというようなネットワークの形成が、これからも活性化に影響してくると言えるだろう。実際に SAN Net がこれほどまで商店街において大きな存在になることについて、当人たちも予期しなかったのではないだろうか。

インタビューを通して利用者の人々に話を聞いたところ、活動を楽しみながらやっている印象を受けた。自分たちは目の前にある仕事を楽しみながら一生懸命行っているだけであり、中心市街地活性化という枠にはめられた目的意識などは話を聞いていて微塵も感じなかった。楽しんでまちの中で活動し続けるという彼らのスタンスが、まちを自然と明る

⁴⁹ 「特定非営利活動法人 SAN Net 青森」代表理事根本あや子氏へのインタビューより。(2009 年 8 月 26 日実施)

⁵⁰ 特定非営利活動法人 SAN Net 青森 HP「ひいらぎ」より。
<http://www.npo-sannet.jp/fukusi/hiiragi.html>(2009 年 11 月 16 日参照)

⁵¹ 前掲 HP「私たちの理念・めざす姿」
http://www.npo-sannet.jp/aboutus/aboutus_top.htmlより。(2009 年 11 月 16 日参照)

⁵² 「特定非営利活動法人 SAN Net 青森」代表理事根本あや子氏へのインタビューより。(2009 年 8 月 26 日実施)

く元気づけるのであろう。今後の SAN Net の取り組みに期待したい。

第5節 パートナーシップの強化でより魅力的な青森のまちに

これまでの節で行政、商店街、NPO 法人の取り組みについて述べてきた。各々が今まで取り組んできた証はしっかり現在のまちに刻まれているはずだ。だが時は流れ、市民も環境も世相も変化する。あわせて、市民が求める中心市街地像も変化する可能性を秘めている。

2009年4月に行われた青森市長選挙において、市長を5期務めてきた佐々木誠造氏を破り、青森市議会議員などの経歴を持つ鹿内博氏が初当選を果たし、新しい市政がスタートした。これまでの20年間、佐々木氏が推進してきたコンパクトシティ形成のための事業を一度見直し、また新たなまちづくりを目指す意向を示しているようだ。そのため、8月末時点ではまだ確固とした方針、計画が定まっていないうであり、2009年内に方針を固めるとのことであった⁵³。

佐々木前市長が推進していた中心市街地活性化には、商工会議所や青森市中心市街地活性化協議会の役員として活躍し、また「青森市まちづくりあきんど隊」を立ち上げた加藤博氏の熱意と行動力が大きな影響力を与えていたようだ。行政と商工会議所は強いつながりを持ち、協働体制がなされていた一方、市民の声は商工会議所の意見として通っていたので、NPO 団体などの市民の声は反映されていなかったようである⁵⁴。しかし、この協働による取り組みの実績が現在の商店街の基盤を築いていることには違いない。2006年から開催されている「AOMORI 春フェスティバル」の運営においても、商店街の人々の働きは必要不可欠であったであろう。

現市長の鹿内氏は市民の声を市政に生かそうと試みている。それが「あおもり市民100人委員会」である。市が設定した重要な政策課題等に関する案件に対し、100人全員から自由な意見、提案を受けるという広聴の一環とした委員会である。委員は半数を公募し、残り半数を市各部局からの推薦による委員としている。2009年11月16日現在までに4回の委員会が開催されている⁵⁵。第2回、第3回の委員会の案件は「青森駅を中心としたまちづくりの方向等について」であり、青森市のホームページ上においても委員の意見や提案が閲覧できた。この委員会は市長と市民、行政と市民がより身近に感じながら、共にまちを作っていくという実感を持たせる施策であると思う。

2010年12月には東北新幹線が開通し、新青森駅が開業される。青森のまちが新たな変化を迎える今こそ、事業を計画、実施する行政は十二分に市民や商店街の人々の声に耳を傾け、両者が納得し、理解し合える夢のあるまちづくりを進めていくべきである。そして、事業が終了した後の未完成のまちをどのように変えていくかは市民次第なのである。市民

⁵³ 青森市役所経済部商店街振興課 川島氏への筆者インタビュー調査より。(2009年8月26日実施)

⁵⁴ 「特定非営利活動法人NPO推進青森会議」理事小笠原秀樹氏への筆者インタビュー調査より。(2009年8月25日実施)

⁵⁵ 青森市HP「あおもり市民100人委員会の概要」より。

<http://www.city.aomori.aomori.jp/view.rbz?nd=1477&ik=1&pnp=116&pnp=438&pnp=1477&cd=2516>(2009年11月16日参照)

が商店街に出向くこと、行政職員が商店街のイベントにボランティアとして参加すること、「あおもり市民 100 人委員会」に応募し、自分が思い描くまちについての意見を市長にぶつけること、このような双方の歩み寄りがパートナーシップ⁵⁶であり、青森市がより魅力的なまちになるために必要なことの一つであると考え。

⁵⁶ 第 5 章(p.37)で詳述。

第4章 栃木県宇都宮市における各セクターの取り組みから見る現状と課題

本章では、栃木県宇都宮市を事例として取り上げる。第3章で取り上げた青森市と同じく県庁所在地の都市ではあるが、人口の規模も違い、市街地の構図も異なる。宇都宮市を取り上げた理由は、LRT(Light Rail Transit：低床式車両(LRV)の活用や軌道・電停の改良による乗降の容易性、定時性、速達性、快適性などの面で優れた特徴を有する次世代の軌道系交通システムのこと⁵⁷⁾導入を柱に、新公共交通ネットワークを市街地中心に拡げていくという興味深い計画を打ち出していることや、まさに魅力が多く存在するという可能性の高さが見込める都市であると考えたからだ。

行政・商業者・市民は中心市街地において、どのような取り組みを行っているのだろうか。三者で連携している事業についても取り上げ、宇都宮市における中心市街地活性化とパートナーシップの関係性を探る。

第1節 宇都宮市の概要と中心市街地の現状

(1) 宇都宮市の概要

宇都宮市は栃木県の県庁所在地であり、2007年3月31日に隣町であった上河内町、河内町と合併⁵⁸⁾、人口約51万人、面積約416平方kmの都市となった⁵⁹⁾。宇都宮市は、東京から北へ100km、栃木県のほぼ中央に位置している。北西に遠く日光連峰を望み、近くは大谷、古賀志、鞍掛の丘陵が伸び、東に鬼怒川の清流、中央に田川、東南には関東平野が開け、美しい自然に恵まれている⁶⁰⁾。

宇都宮市の歴史は古く、その昔、蝦夷平定のため、この地に足を踏み入れた豊城入彦命(とよきいりひこのみこと)が開祖といわれており、これを祀った二荒山神社の門前町として栄えた。平安末期には、宇都宮城が築かれ宇都宮氏の城下町となり、江戸時代には、奥州、日光街道の要として参勤交代や日光見物の旅人でにぎわい、“小江戸”と呼ばれるような繁栄ぶりを示した。1945年、戦災で市街地の大半を焼失し、大きな被害を受けたが、いち早く復興し、以後、工業団地の造成など積極的な産業振興策を推進し、近代的な商工業都市の基礎を整えた⁶¹⁾。

餃子の消費量と専門店が多いということで全国的に有名であり、栃木県内の日光や那須を訪れる観光客も足を運ぶまちである。

⁵⁷⁾ 国土交通省道路局 HP「LRT(次世代型路面電車システム)とは」より。

http://www.mlit.go.jp/road/sisaku/lrt/lrt_index.html#2(2010年1月4日参照)

⁵⁸⁾ 宇都宮市総合政策部地域政策室「宇都宮市中心市街地活性化の取組」(2009年4月)p.1より。

⁵⁹⁾ 宇都宮市 HP「宇都宮市の人口・面積など」より。

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/gaiyo/shinogaiyo.html>(2009年12月4日参照)

⁶⁰⁾ 前掲「宇都宮市中心市街地活性化の取組」p.2より。

⁶¹⁾ 同 p.1より。

(2) 中心市街地の現状

市街地の構図は青森市と異なり、JR 宇都宮駅西口からまっすぐ伸びる大通り沿いにはオフィスビルが立ち並んでおり、大通り沿いにそびえる二荒山神社の付近には表参道スクエアや宇都宮 PARCO、駅から西方向に約 1,3km 離れた地点にオリオン通り、ユニオン通りといったアーケード街、東武宇都宮駅付近の東武百貨店が存在する。大通り沿いにはオフィスビルだけではなく、昔からの商店も軒を連ねている。オリオン通り(図表 4 - 1)、ユニオン通り内も空き店舗が目立つようになり、中心市街地の衰退化は進行している。

図表 4 - 1 オリオン通り



写真：筆者撮影(2009年10月12日)

第3章の青森市同様、歩行者通行量の推移(図表 4 - 2、4 - 3)と空き店舗数の推移(図表 4 - 4)のデータをもとに中心市街地の現状について述べる。対象エリアは中心商業地出店等促進事業補助対象区域⁶²とする。

歩行者通行量において、平日は 1999 年以降減少傾向にあることがわかる。休日においては 2003 年、2005 年の減少幅が大きい点が特徴的だ。空き店舗数は年々減ってはいるが、数として決して少なくはない。

宇都宮 PARCO、東武百貨店、そしてオリオン通り、ユニオン通りといった大きい商業地を築いている宇都宮市においても、衰退化は進行していると言える。宇都宮市の特徴として、クルマ社会である点、また、自転車を交通の便として利用する市民が多い点が挙げられる。

⁶²宇都宮商工会議所 HP「中心商業地出店等促進事業補助金対象区域マップ」参照。
http://www.u-cci.or.jp/sinkisyutten/area_map.html(2010年1月5日参照)

図表 4 - 2 宇都宮市中心市街地歩行者通行量の推移(2007年7月時点)

平日	1999年	2001年	2003年	2005年	2007年
17地点の合計(人)	94,333	92,721	83,234	72,618	69,823
対前回比	1,6%	- 1,7%	- 10,2%	- 12,8%	- 3,8%

(資料：宇都宮市、宇都宮商工会議所「平成19年度商店街通行量・来街者実態調査」(2007年11月)⁶³p.4より。)

図表 4 - 3 宇都宮市中心市街地歩行者通行量の推移(2007年7月時点)

休日	1999年	2001年	2003年	2005年	2007年
17地点の合計(人)	127,041	143,246	109,902	80,018	82,162
対前回比	0,2%	12,8%	- 23,3%	- 27,2%	2,7%

(資料：同上。)

図表 4 - 4 宇都宮市中心市街地空き店舗数の推移(NPO法人まちづくり推進機構調べ)

	2003年	2005年	2006年	2007年
空き店舗数	141	98	93	90

(資料：宇都宮市 HP「都心部のデータ(人口、商店数等)」⁶⁴より。)

第2節 釜川から市街地を盛り上げよう～三者それぞれの取り組みと狙い～

(1) 釜川を知る～中心市街地の憩いの場～

釜川(図表 4 - 5)は、宇都宮市野沢町の東弁天沼・西弁天沼を源とし、市街地を経て中河原町地先にて田川に合流する延長 7,3km、流域面積 6,4 平方 km の一級河川である。市の中心部を流れていることから、昔から市民の生活とも深い関わりを持ち、1950 年代頃までは川沿いに染物屋、うなぎ屋、水車などが多く見られた。

しかし地域開発が進み、雷雨のたびに釜川は氾濫を繰り返すようになった。そこで改修工事の話が持ち上がったが、大雨などの事態でも洪水が起きないようにするためには現在の 3 倍の川幅が必要であり、そうすれば既にある宇都宮の町並みが変わってしまうという事態に陥った。そこで、新たな解決策として考え出されたのが河川の二層構造であった。地上に流れている川の下に大きなもう一つの水路を作り、大雨で川が増水したときには、下段水路へ水が落ちる構造になっている。西田橋(図表 4 - 6)から今小路橋間が二層構造になっている⁶⁵。1974 年に改修事業計画が決定し、総事業費約 150 億円が費やされ、1991

⁶³宇都宮市、宇都宮商工会議所「平成19年度商店街通行量・来街者実態調査」(2007年11月)より。

http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/dbps_data/material/_localhost/keizai/shokoshiko/shoutengaituukouryouraigaishajittaichousa.pdf(2009年12月9日参照)

⁶⁴宇都宮市 HP「都心部のデータ(人口、商店数等)」より。

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/machizukuri/shigaichi/001747.html>(2009年12月9日参照)

⁶⁵ 特定非営利活動法人宇都宮まちづくり市民工房『わ・わ・わあ 2009年4月/50号』(2009

年度に完成した⁶⁶。改修事業計画には溢水被害の解消だけではなく、やすらぎとうるおいのある水辺空間の創設が盛り込まれ、川沿いには全長 1,9km のプロムナードが完成し、歩く憩いの場となっている。

しかし、釜川は全面がコンクリートに覆われているため、自己浄化作用がないという問題があり、にごりが発生してしまう。今まで礫間浄化(炭・活性炭など)、植物や微生物(EM 菌)による浄化など色々な試みをしているが、抜本的な解決には至っていない⁶⁷。

図表 4 - 5 釜川優橋付近(二層構造部分)



写真：筆者撮影(2009年12月9日)

図表 4 - 6 釜川西田橋付近(非二層構造部分)



写真：筆者撮影(2009年12月9日)

(2) 行政の取り組みと狙い

釜川自体の管轄は市役所内で河川課が行っている。第一に維持・管理を掲げ、本来の治水機能を維持すると共に修景施設の点検・修繕を行っている。また、オアシスとして植樹した緑も年月により成長しており、社会の変化とともに市民の意識も変わり、現在のニーズに合わせるよう周辺環境の整備などを行っている⁶⁸。2003年度には釜川プロムナードの整備事業として600万円の予算が組まれ、翌年広場の整備工事が行われた⁶⁹。

また、総合政策部の地域政策室では「釜川プロムナードを活用し、都心部の快適性や回遊性の向上を図る」という目的で、「NPO 法人宇都宮まちづくり推進機構」などと協働し、2007年3月から「釜川プロムナードふれあいまつり」を開催している。「NPO 法人宇都宮まちづくり推進機構」は公共と民間が一体となった第3セクターとして活動する組織であり、専門性のある知識や経験をもつ企業や市民が会員になり、構成されている⁷⁰。行政と民間の中間組織であるため、「ふれあいまつり」に関しては、市民団体との協働で主催しているというよりは、市が主催しているというスタンスに近いのではないかと考える。2005

年3月25日発行)p.4より。

⁶⁶ 釜川とっておき情報 HP「あばれ川から、市民の憩いの場へ！」より。

http://kamagawa.com/modules/safety/index.php?content_id=2(2009年12月10日参照)

⁶⁷ 前掲『わ・わ・わあ 2009年4月/50号』p.4より。

⁶⁸ 同上。

⁶⁹ 宇都宮市 HP「新規・拡充等の主な施策事業」より。

http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/dbps_data/material/_localhost/sougouseisaku/kohokocho/kishakaiken_koho/2003/0302_yosan_03-2.pdf (2009年12月7日参照)

⁷⁰ 特定非営利活動法人宇都宮まちづくり推進機構 HP「組織概要」より。

<http://www.machidukuri.org/about/>(2009年12月7日参照)

年9月からは毎月第一日曜日に清掃活動も行っている⁷¹。

河川課、地域政策室、「NPO法人宇都宮まちづくり推進機構」によって、「釜川プロムナード整備協議会」を設立し、「ふれあいまつり」の主催にも携わっている。

行政の釜川を活用する狙いは、市街地にある釜川に人を集めることにより、活性化につながるという点、川を整備する責任の2点が挙げられるのではないかと考える。

(3) 商店街の取り組みと狙い

釜川沿いには、オリオン通りの商店街を含め、様々な店舗が軒を連ねている。釜川と生活を共にしてきた商店街の人々は、生活用水路として利用してきた釜川の中心市街地における存在意義を見抜いているのではないかと思う。

商店街の人々は「プロムナード整備協議会」を通じて、月に一度の清掃活動や「ふれあいまつり」に参加している。しかし、自分の店の営業外での活動ということで、すべての商店の人々が積極的にイベントや清掃活動に取り組んではいないという。イベントは一過性にすぎないものであるが、それを定期でも不定期でも継続すること、そしてそのイベントをきっかけに市民が釜川を知り、市街地にも足を運ぶようになるという狙いがある。イベントだけではなく、文化的なものを釜川と融合させるという狙いで、釜川プロムナードにおける写真展などを取り組みの案としても考えているようである⁷²。

商店街の人々が今まで行った取り組みとして、一ツ橋付近にある「ふれあいの滝」(図表4-7)の復活がある。近隣住民の「音がうるさい」などといったクレームによって、一時停止していたものを商店街の人々が釜川の大事な要所として復活させようと、市長に案を提出し、その2ヵ月後に「ふれあいの滝」は復活した。

中心市街地に流れる釜川が改修工事によって全国初の二層河川となり、後にプロムナードが整備され、「これを活用しなくてはもったいない」という意識を、釜川プロムナード整備協議会会長である広瀬氏は持っている。そして市街地を流れるオアシスとしての釜川への期待を込め、これからも商店街の人々は取り組んでいくのだろう⁷³。商店街の人々の釜川依存度は高いものではなく、広瀬氏によると「まちづくりはひとづくり」であるため、まず自らの商売力で商店街や市街地を盛り上げようという意識が高いのだと思われる。

⁷¹前掲「宇都宮市中心市街地活性化の取組」p.11より。

⁷²釜川プロムナード整備協議会会長、「(有)ミスズ洋装店」経営者広瀬一郎氏への筆者インタビュー調査より。(2009年12月9日実施)

⁷³同。

図表 4 - 7 ふれあいの滝



写真：筆者撮影(2009年12月9日)

(4) 「宇都宮市民活動サポートセンター」の取り組みと狙い

「宇都宮市民活動サポートセンター」は市民活動を活性化するために、様々な支援を行っている中間支援組織であり⁷⁴、「NPO 法人宇都宮まちづくり市民工房」が市から委託されて運営を行っている組織である。

サポートセンターではボランティア体験プログラムとして、「釜川コケ落とし大作戦」を2006年5月から事業として行っている。年に6回ほど開催しており、2009年10月までで25回という実績を持つ。サポートセンターには「ボランティアをしてみたいけど、何をしたらいいかわからない」、「気軽にやれるボランティアはないか」と訪れる市民がよくいるという。このようなボランティア初心者に向けて実施している体験プログラムである。

参加者は小学生、中学生、高校生から、CSR(Corporate Social Responsibility：企業の社会的責任⁷⁵)の目的で参加する社会人、中高年の人々、外国人の人々と年齢、国籍問わず、幅広い層の市民が参加している。多い人数のときは50名近くが参加するが、少ないときには6,7名の参加者で行ったこともあるという。大体2時間ぐらい川をデッキブラシで掃除するという、気軽に参加できる活動である。ゆえに4年間継続している事業であり、リピートの参加者が現れるのではないかと思う。

また、サポートセンターが主催となって「釜川意見交換会」を開いている。この会は飲食をしながら、夕方以降に開催されるものであり、釜川について雑談するというようなスタンスで行っているようだ。釜川に関わる団体・個人同士で情報交換をする場所をつくることで、個人や団体同士が協力できる横のつながりを作ることを目的としている。市役所の方や商工会議所の方などが開いている「プロムナード整備協議会」のような確たる会議とは違ったニュアンスで行う会ではあるが、この「意見交換会」によって参加者同士が打ち解けやすく、新たな取り組みや、独自で行っていた事業が理解を得てやりやすくなる

⁷⁴ 宇都宮市民活動サポートセンターHP「サポセン紹介」より。

<http://www.usaposen.net/>(2009年12月7日参照)

⁷⁵ 日本の人事部 HP「CSR | 人事労務用語辞典」より。<http://jinjibu.jp/GuestDctnr/dtl/5/>(2010年1月5日参照)

いう。地域の人々が応援してくれる土壌がこの会によって築けているようだ⁷⁶。

サポートセンターの狙いは、釜川を掃除するという活動が入り口となって、参加する市民が他のボランティア活動にも興味を持ち、活動してもらう点が大ききようだ。ボランティア活動に対して敷居が高いと感じ、始める前に躊躇してしまう人が多いように思えるが、「コケ落とし大作戦」はそのハードルを低く設定し、ボランティアを気軽に始めるきっかけを与えてくれている。

「コケ落とし大作戦」を始める前にも、釜川沿いの商店主が清掃活動を独自で行っていたが、1つの団体では肉体的にも精神的にも辛くなってしまう。そこで様々な人を巻き込んで、取り組みを継続することで地域は変わるのではないだろうかという意志を持ち、市民主体の活動を展開している⁷⁷。

第3節 ユニオン通り発信の新たな活性化への可能性

ユニオン通り(図表4-8)は、JR宇都宮駅より西約2kmに位置し、東西約400mの直線型商店街で、中心商店街の一部となっている。若者が多いというこの通りの特徴は、通りの西端に専門学校があり、更にその西側が宇都宮の文教地区として、6高校が集中しているという地理的要因が大きいのだが、逆に言えばこの特徴をうまく活かして街作りを進めているのが、ユニオン通り商店街の特徴であると言える。1952年、4つの町内が一つに団結して当商店街が生まれた。ユニオンとは団結の意味である。1973年から1974年にかけて道路及び街路灯を整備したが、老朽化により、再整備が必要となったことから、会員が議論を重ねた結果、1991年に商店街振興組合が設立された。整備後の街路は「天の川」のイメージで、御影石によるインターロック方式を採用し、明るく歩きやすい石畳となった。数年前からは、コミュニティ機能に力を入れており、2001年に「ポケットパーク」を整備、2003年に同パーク内にモニュメント「ユニオン」を設置し憩いの場となっている⁷⁸。

飲食店、美容室、ファッションショップが立ち並んでいる中、こざっぱりとした外観、かつ全面ガラスドアでオープンに門戸を開いている店舗がある。それが「ユニオンスタジオ」である。スタジオの中はさっぱりとしたデザインとなっている。中央に大きなテーブルが置いてあり、その上にテーブルを端から端まで覆い隠すほどの模造紙が置いてある。模造紙には会議で使われたメモや、スタッフへの伝言、中には小学生の落書きなども書かれていた。通りを登下校で通る小学生が書いていったのであろう。誰もが立ち寄りやすい空間を提供している。壁側には全国各地の情報誌や、フリーペーパーなどが置かれ、自由に閲覧できる。未完成のように見える内装ではあるが、これからいくらかでもアレンジの仕様がするという、スタジオの活動スタイルを表しているように感じた。

「ユニオンスタジオ」がユニオン通りに設立されたのは、2009年10月1日である。6

⁷⁶宇都宮市民活動サポートセンター事務局スタッフ小倉克洋氏への筆者インタビュー調査より。(2009年11月26日実施)

⁷⁷同。

⁷⁸ 中小企業庁 HP：がんばる商店街 77 選「栃木県宇都宮市宇都宮ユニオン通り商店街」より。

http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/shoutengai77sen/nigiwai/3kantou/1_kantou_07.html(2009年12月10日参照)

人のメンバーによって、このスタジオが始動した。東京でまちづくりの会社を運営しているまちづくりプランナー、建築士、カフェ経営者など元々交流のあったメンバーが同年9月に組織を設立し、プロジェクトに取り組むこととなった⁷⁹。

「温人知域～ひとをたずねて、ちいきをしる～」をプロジェクトの頭に掲げ、地域を知り、商店街の営業者同士をつなぎ、外に発信するという活動目的を持つ。ユニオン通りに特化する理由は、100%オリジナルショップで構成されるこだわりを持っている商店街として魅力的であるということだ。そのような各々がこだわりを持ち、経営している店舗が集まる商店街だからこそ、商店街の中でのつながりを強化することで、新たにまちは変化するのではないかという期待を持てる。まずはフリーペーパーを作り、近隣住民に手渡しをして配布し、商店街の店にも置いてもらい、情報を発信する。そして、フリーペーパーを通して、スタジオの存在も認めてもらい、将来はユニオン通り内にある店舗のデザイン・広報支援の受注を行うというビジョンもあるようだ。県内のデザイナーをボランティアスタッフとして呼び、デザイン・設計の専門家として商店街のビジョンを提案していくという案も考えているようだ⁸⁰。他には「まちづくり×社会企業」というテーマでトークイベントを開催するなどして、商店街の人々や市民がまちづくり、商店街活性化のヒントを享受する機会を作り、発信している。

「ユニオンスタジオ」のような仕掛け人が商店街の中に登場したことで、何らかの変化がもたらされるはずだ。「ユニオンスタジオ」メンバーの岩井氏は「形骸化されたものにはよそ者がけしかけて、変えていくことが必要だ」と指摘する。確かに形骸化されたものの中に存在する人々はその状態に甘え、当然のものだと思い、疑問すら感じなくなってしまう恐れがある。その点、「よそ者」は客観的に捉え、新たなフィールドで今までの固定観念などに縛られることなく、自由自在に物事に取り組むことができると考えられる。しかし、その形骸化されたフィールドの経緯を熟知することを要さなければ、また同じ事態に陥りかねない。そのため、スタジオはまず地域を知るということを最優先させているのではないかと考える。「よそ者」である「ユニオンスタジオ」のこれからの取り組みに期待したい。

図表 4 - 8 ユニオン通り



写真：筆者撮影(2009年10月12日)

⁷⁹ 「ユニオンスタジオ」メンバー吉田仁美氏への筆者インタビュー調査より。(2009年12月11日実施)

⁸⁰ 「ユニオンスタジオ」メンバー「特定非営利活動法人宇都宮まちづくり市民工房」理事岩井俊宗氏への筆者インタビュー調査より。(2009年11月26日実施)

第4節 宇都宮市の事例から読み取るパートナーシップとは

釜川プロムナードの活用において、行政・商店街・市民団体の活動する意図や狙いはそれぞれ異なったものであった。しかしその中でも、行政と商店街の人々が中心となって協議会を設立し、「ふれあいまつり」や月に一度の清掃活動を協同して行っている。また、市民団体が主催し、一般市民や企業をボランティア参加者として巻き込んで、川の清掃を行っている。両者は活動自体を分けて別々に行っているが、三者がつながっていることは事実だ。市民団体は協議会に参加し、団体独自のブログにおいて「ふれあいまつり」の記事を載せている。「釜川意見交換会」では、市民団体と商店街の情報交換がなされ、親交を深める機会になっている。

このようなつながりが生まれる要因は単純なことで、人と人とのつながりである。市民団体がボランティア活動として、釜川で「コケ落とし大作戦」を行う。すると、釜川を管理している河川課とのやりとりが必然と生まれる。釜川沿いに店を出す商店街の人々がその活動に目をつけ、交流が生まれる。このようにパートナーシップの構築は、自然になされるものではないかとも考えられる。「宇都宮市民活動サポートセンター」の小倉氏が「友達の輪を広げるように」と指摘するが、まさにその通りではないだろうか。友達になったきっかけや理由というのは、わざわざ互いが目的を持って友達になるというパターンより、何となく、気づいたら友達になっていたというパターンの方が多いのではないかと思う。今回の釜川におけるパートナーシップは後者のパターンによって構築されたものではないだろうか。三者それぞれ取り組む狙いや目的は異なるものがあつたが、結果的に釜川はきれいになり、それぞれの活動によって釜川の認知度が高まっていることは共通して言えることだ。今後も「ふれあいまつり」や「コケ落とし大作戦」を継続させ、釜川がより脚光を浴び、パートナーシップの輪が広がることを期待したい。

一方「ユニオンスタジオ」において、これからどのようなパートナーシップが生まれるかは未知数であるが、様々な可能性を秘めているのではないかと思う。まずはユニオン通り内の商店街の人々をつなぐという目的よりも、商店街の人々とスタジオのパートナーシップが構築された場合に、イベントの開催だけにとどまらず、商店街の外観ががらりと変わるのではないかと予想する。現在のままでも味わい深い商店街という印象を受けるが、スタジオによる店舗のデザインや広報支援が実現した場合、更なるオリジナリティー性を持ち合わせることができないのではないかと思う。

また、この「ユニオンスタジオ」は今まで通り内に存在しなかった事業団体であり、「よそ者」の性質が強いという点に着目したい。昔からユニオン通りに店を構えている商店街の人々は、最初は物珍しさもあるだろうが、敬遠した目で相手を見てしまいがちであろう。そのゼロからのスタートでいかに交流を深め、お互いに理解することができるかが重要である。筆者がスタジオを訪れた際に、店舗の大家である老婦人がスタッフの吉田氏と楽しそうに会話をしていた。大家が差し入れをよく持ってきてくれるらしい。このような交流、フリーペーパーの作成における取材によって、商店街の人々とのつながりが始まる。

そして、スタジオが発行するフリーペーパーによって市民がユニオン通りに足を運ぶようになり、市民と商店街の人々とのつながりが生まれるのではないだろうか。また、スタジオが主催するトークイベントによって、ユニオン通りなどの商店街で開業したいと思う

商業者が生まれ、商店街の人々と新たな商業者がつながる可能性を広げる。つまり、「ユニオンスタジオ」は自らの活動目的である地域をつなげる、地域の人と人をつなげる、地域内のパートナーシップを築く働きを、まず自らが先行き、様々な方法によってパートナーシップの輪を大きくする可能性を持っているのではないだろうか。

第5章 パートナーシップは活性化において必要不可欠か否か

本章では、第3章の青森市、第4章の宇都宮市における事例研究を通して、パートナーシップを構築して活動に取り組んだ場合に生じる効果(メリット)と課題(デメリット)を考察し、中心市街地活性化に寄与するパートナーシップの存在意義を筆者の意見として述べ、結論づける。

第1節 パートナーシップの構築から生じる効果と課題

パートナーシップ(partnership)とは、提携、友好的な協力関係、連合といった本来の意味を持つ⁸¹。ただ単に「共同」して取り組むということではない。「協働」して取り組むということではないだろうか。故にパートナーシップを築くことは大変難しいとも言える。共通の課題領域の中で、目的意識を共有し、パートナーとしての相手の特性を認識し、尊重しあうことで、対等の関係を保ち、協力・協調して活動することを要件として満たす⁸²ためには、パートナーシップを築く過程や結果の中で様々な効果と課題が生じると考えられる。

(1) パートナーシップの構築から生じる効果

中心市街地活性化における活動に取り組む際に、パートナーシップを生かすことで生じる効果は3点あると考えられる。

まず、異なる特性を持ったアクターが協働するという点で、それぞれの特性を生かした役割を担い、作業分担することができ、効率的に活動することができるという点である。行政は公的な面でのサポートや事業の運営、計画に徹し、商業者は販売力、営業力を生かし、市民団体は実行力や前者にはない発想力、即戦力、ネットワークの軽さを生かす。これらの特性を認め合い、持ち寄ることが活動の強みとなって前進するのではないだろうか。

次に新たな活動への切り口となる点が挙げられる。「三人寄れば文殊の知恵」と言われるように、単体では成しえないような考えや案を出し合うことで、ステップアップの力になるのではないだろうか。

最後に地域としての団結力、統一感が生まれるという点である。どのアクターも市民であり、住民の一人である。活動の土壌は自分たちが住む地域であり、活動の根源は地域のため、地域に住む人々のための活動である。このような共通意識をパートナーシップの構築によって、再認識することができるのではないだろうか。また、パートナーシップを築くことで更なるつながりを築くことができる。パートナーシップの輪を広げることができるのだ。それにより、取り組みへの新たな可能性を展開することができるのではないかと考える。

⁸¹ 集英社『国語辞典 第二版』(1993年2月25日)p.1376より。

⁸² 特定非営利活動法人 NPO 推進青森会議「行政セクターと NPO(市民)セクターのパートナーシップ推進に関する調査研究報告書」(2002年3月)pp.5-6より。

(2) パートナーシップの構築から生じる課題

パートナーシップを構築することで、効果と共に課題や弊害も生じうる。まずは、活動における責任問題である。対等に働くパートナーであるゆえ、責任も平等に分配すべきなのか、それとも一方が責任を負うのか。その解決策として「釜川プロムナード整備協議会」のような、パートナーシップによって構築される組織を新たに作る事が、一つの手段である。活動の責任は組織が一任するという意味で、パートナーシップを組んだ両者が負うことになる。

続いて、活動していく上で考えや意見の相違が生じる場合も考えられる。そうなった場合には、双方が納得できる解決ができれば最善ではあるが、パートナーシップが破綻してしまう可能性も生じる。活動をより良く運営していくために築いたパートナーシップが、弊害となってしまふことも考えられる。それを防ぐためにも、活動の共通意識、目的を認識することや互いの存在、考えを理解し、尊重することが重要である。

また、パートナーシップの構築には時間や労力を掛ける必要が生じる。栃木県鹿沼市の市街地において「ネコヤド大市」というイベントが2005年から月に一度開催されている。鹿沼市役所付近の入りこんだ細い路地で開催され、空き家となっている家屋内において、チャレンジショップを展開する。出店者が多いときにはその一つの家屋だけでは収まらず、市街地の空き店舗や公園を使用する。

その際に自治会や市役所との交渉が必要となる⁸³。主催者の風間氏は、真っ向から市役所や自治会に許可を取りに行くよりも、身近に住む一人一人に話をし、つながっていくことで許可が取りやすくなると話す。結果、出店場所の確保だけではなく、市役所の駐車場をイベントのために使用することも可能となった。風間氏は一人一人に話を持ちかけることは大変ではないと指摘するが、根を張るといった基盤作りが一番重要であるため、時間や労力を惜しまずすべきであると思われる。

これらの課題を解決し、乗り越えてこそ、パートナーシップを生かした取り組みができるのではないかと思う。課題を解決するために当事者ではない中間組織、いわゆる第3セクターにアドバイスを仰ぐことや、「釜川プロムナード整備協議会」のように新たに協同体を組織する方法が考えられる。

第2節 中心市街地活性化への手段としてのパートナーシップ

中心市街地活性化は目的論ではなく結果論だと考える。中心市街地を構成する商店街、人々、自然、建造物、交通機関といったあらゆる要素が生き活きとした状態であることが活性化である。しかし中心市街地で行われる取り組みは、すべて活性化のために行われているものではない。それぞれがまちのため、自分のため、生活するためといった独自の目的を持って活動しているだけなのだ。パートナーシップによる活動も同じである。それぞれ独自の目的を持って活動していた人や団体同士が、あることをきっかけとしてつながり、双方の活動に興味を持ち、一つの活動と一緒に取り組むようになる。このような自然に発

⁸³ 「cafe' 饗茶庵本店」「日光珈琲 饗茶庵」経営者風間教司氏への筆者インタビュー調査より(2009年12月3日実施)。

生するパートナーシップの構築、取り組みというものが、結果として中心市街地を活性化していくのだ。

しかし現在、行政は活性化を目的として事業を進めている。まちづくり会社や中心市街地活性化協議会もまた同じである。中心市街地が衰退化しているという現状を立て直すために、これらのアクターは取り組んでいるが、活性化を真の目的とはしていない人々の取り組みこそが活性化の原動力であるということを認識すべきである。

パートナーシップの形態は今や多様化しており、行政と商店街、行政と市民団体といった2者間だけのものではない。異なる目的で設立された市民団体同士での連携、また市民団体と企業との連携、そして産学官連携といった形態で事業に取り組んでいるケースも多くなっている。よって、中心市街地活性化における理想のパートナーシップ形態を述べるのは難しい。だが、このようにパートナーシップの形態が多様化したからこそ、活動の内容も多様化し、活性化への新たなアプローチを生むに違いない。しかし、複雑化してしまい、事態を悪化させてしまう恐れも生じうる。よって、多様化することに意識を向けるのではなく、取り組み自体に意識を向け、パートナーシップの必要性を熟考した上で構築することが重要である。事業の規模が大きければ大きいほど、その重要性は高まる。

中心市街地活性化において、パートナーシップは必要である。パートナーシップは人と人のつながりによって成り立ち、新たなまちの可能性を生み出すとともに失いかけていたものを蘇生させる。新たな可能性とは、「ユニオンスタジオ」がユニオン通り内に新たな商業者を生むことや、SAN Netの宅配弁当がご当地名物になること、また失いかけていたものとは暴れ川であった釜川を改修し、清掃活動を続け、市民のオアシスとして脚光を浴びるようになるといったことではないだろうか。どの活動の結果も活性化につながるものと言える。

また、結果が予想通りのものにならなくとも、取り組んだという事実や実績が活性化につながるのではないだろうか。パートナーシップの構築による活動は、活性化へと様々なアプローチを導き出す可能性を秘めている。中心市街地活性化におけるパートナーシップは、本質として多様的で、人と人のつながりによって成り立つという意味で必要不可欠なものであり、活性化にとって一つの手段であると位置づけることができるのではないだろうか。

おわりに

現在、全国各地で中心市街地の衰退化が進行している。この現状の下、行政、商店街、企業、市民団体といった様々なアクターが、中心市街地において活動し続けている。

地方自治体はコンパクトなまちづくりを指針として中心市街地活性化基本計画を作成し、道路の整備や公益施設の建設、商店街の空き店舗に対する助成など、主にハード事業を行う。商店街はイベントの開催や店舗紹介のリーフレット作成など、各商店街でオリジナリティー溢れる取り組みを行い、人々を商店街に呼び込む取り組みを行っている。中心市街地で活動する市民団体は、独自の活動目的のために活動し、活性化を目的として活動している団体だけが市街地に存在するわけではない。

このような独自の目的の下、活動していたアクター同士がパートナーシップを構築し、中心市街地において活動するというケースが各地で見られる。例えば、青森市新町商店街の人々と「NPO 法人 SAN Net 青森」における買い物宅配の取り組みや、宇都宮市とオリオン通り商店街の人々の釜川清掃活動や「釜川プロムナードふれあいまつり」の開催などが該当する。協働して取り組んでいる活動に対する狙いや思いはそれぞれ異なるかもしれないが、結果としてその活動は中心市街地の活性化につながる活動となる。

中心市街地においてパートナーシップを構築し、活動することは有意義だと考える。今や全国の商店街には空き店舗が多く存在し、商店街内において、商業者と消費者の交流、商業者同士の交流までもが希薄化している。世の中を見ても、近所付き合いの希薄化や家で引きこもりをする若者など、人とのつながりを面倒なものに感じ、むしろ人から離れていく人が増えているように感じる。そのような中、異なる特性を持ち、活動する団体や人々がつながって一つの活動を協同して行う。結果、単体では成しえなかったことができる。それが成功であれ、失敗であれ、活動したことに意義がある。全国各地で行われているパートナーシップによる取り組みが、まちの元気を引き出し、中心市街地活性化につながることを望む。また、人と人のつながりの大切さに触れる機会を与える取り組みであるということを忘れてはならない。

あとがき

やっとここまでたどり着いたという感じです。4月から取り掛かり始めて、最初はテーマもはっきりしないまま走り出しました。しかし、事例調査を行い、枚数を重ねていくうちに、問題意識や自分の書きたいことが明確になっていきました。よって、自分の卒論ははじめにからおわりにまでが成長の証として刻まれているような感じがします。卒論における反省点は多々ありますが、このような未熟な論文が大学4年生の自分自身を表しているのではないかと思えます。

思えば2年生後期に受講した、中村祐司先生の「地方自治論」で提出したレポートテーマも地元八戸市の中心市街地活性化でした。3年生の前期演習では、宇都宮市のLRT導入計画について調査し、レポートを書きました。

私はなぜここまで中心市街地活性化にこだわるのでしょうか。自分でもよくわかりません。しかし、まちには楽しさが詰まっているという意識は常に持っていて、まちが大好きだということは断言できます。

全国の多くの中心市街地が衰退化の岐路をたどっています。しかし、まちを訪れる人々は「何を買おう」「何しよう」「何食べよう」と期待を持ち、胸を弾ませて訪れる人々が多いのではないかと思います。だから、まちはこれからも私たちに期待や夢を持たせてくれる場所であり続けなければなりません。ディズニーランドに劣らないくらいの夢を与える場所になる可能性を、まちは秘めていると私は思います。

また各地域によって、まちの表情は異なるという点にもとても惹かれます。伝統や歴史から生まれる地域性、人間性が各地域で異なるため、自然なことではあります。その表情をどのように魅せるかが活性化にとって重要なことなのだと思います。全国各地の市街地を訪れ、楽しむことが私の将来の夢の一つです。今回青森市と宇都宮市を事例として取り上げたおかげで、居住して4年目になってもなかなか親しみを持てなかった宇都宮市が好きになりました。残り少ない月日ですが、もっと宇都宮市のまちの楽しさ・面白さを発見したいです。

宇都宮市に親しみを持てるようになったこと、まちづくりに更なる興味を抱くようになったこと、人と話すことや出会うことを改めて楽しいと感じたこと、卒論を無事に書き終えること。これらが実現したのは、インタビューに答えて下さった多くの方々のご協力があったこそだと、改めてしみじみと感じます。青森市役所経済部商店街振興課 川島氏、青森市「まちまちプラザ」スタッフの方、「特定非営利活動法人 SAN Net 青森」代表理事 根本あや子氏、「特定非営利活動法人 NPO 推進青森」会議理事 小笠原秀樹氏、「釜川プロムナード整備協議会」会長兼「(有)ミスズ洋装店」経営者 広瀬一郎氏、「宇都宮市民活動サポートセンター」事務局スタッフ 小倉克洋氏、杉山里恋氏、「ユニオンスタジオ」メンバー 吉田仁美氏、「ユニオンスタジオ」メンバー兼「特定非営利活動法人 宇都宮まちづくり市民工房」理事 岩井俊宗氏、「cafe' 饗茶庵本店」「日光珈琲 饗茶庵」経営者 風間教司氏、宇都宮市役所総合政策部地域政策室 早川光夫氏、この場を借りて改めて感謝の意を込めてお礼申し上げます。突然の訪問を敢行したり、約束の時間に遅れてしまったりと大変失礼極まりない学生を、優しく迎えて、真剣にお話して下さったすべての方々に感謝します。ありがとうございました。

最後にゼミの皆さまへ。

まずは3年生の滝田さん、平田さん、赤澤さん。ジョイント合宿お疲れ様でした。去年の自分たちよりも、一生懸命取り組んで、素晴らしい発表をしていたと思います。夜遅くまで準備に励むその姿勢に、やる気をわけてもらいました。ありがとう。ジョイントやまちづくり提案での経験が必ず、来年の卒論執筆において力となって活きると思います。残り少ない月日ですが、仲良くしてください

続いて今一緒に卒論を書き上げて、ほっとしている4年のみんな。米田さん、高橋さん、高荒さん、倉井くん、郡司くん、横澤くん、6人も同学年のゼミの仲間がいてくれて本当に心強かったです。楽しかったです。卒論のことだけでなく、就活のことやその他諸々、意見や考えを交換し合い、活動を通しての苦労や楽しさを分かちあいましたね。2年間ありがとう！卒業まで残り少ない日々ですが、学生生活最後まで楽しもうね

そして院生の皆さま。3年生の頃からお世話になっている大宅さん、篠田さん、今年から社会人院生としてゼミに参加していただいている舘野さん、中山さん、留学生のハクさん、チンさん、毎回ダメダメな自分の卒論発表を聞いて、ご指摘やアドバイスをくださり、ありがとうございました。

最後に中村祐司先生。先生のゼミに入って本当に良かったです。先生が講義する授業はもともと興味がある分野ではありましたが、ゼミに入って1年半、ジョイント、まちづくり提案、卒論、スポなかクラブの活動を通して、自分が将来やっていきたいことを見出すことができました。進路の面ではご心配をお掛けしてしまいましたが、先生のゼミに入っただからこそ、まだ確固たる道ではないですが、光に向かって歩み出すことができます。他にも様々なことをこのゼミで学ぶことができました。大変お世話になりました。ありがとうございました。

皆さまに支えられて卒論を書き上げることができた今、私はとても幸せです。ありがとうございました。

2009年12月13日

古川智美

参考文献・参考 URL・参考資料・インタビュー協力

参考文献

- ・(有)クッド研究所、(株)学芸出版社 企画・編集『季刊まちづくり 2 0404』(学芸出版社、2004年3月)
- ・社団法人日本建築学会 編『まちづくり教科書 9 中心市街地活性化とまちづくり会社』(丸善株式会社、2005年9月)
- ・海道清信『コンパクトシティの計画とデザイン』(学芸出版社、2007年12月)
- ・集英社『国語辞典 第二版』(1993年2月25日)

参考 URL

- ・首相官邸 HP
「中心市街地活性化に関する法律」
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/chukatu/kankeihourei1.pdf>
「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」(2009年4月24日)
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/chukatu/kettei/090424kihon.pdf>
「地域活性化統合本部会合」
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/>
- ・総務省統計局 HP「平成20年10月1日現在推計人口～全国：年齢（各歳）、男女別人口・都道府県：年齢（5歳階級）、男女別人口～」
<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/2008np/index.htm>
- ・中心市街地活性化協議会支援センターHP
「中小企業基盤整備機構の支援策」
<http://machi.smrj.go.jp/support/smrj.html>
「中心市街地活性化協議会とは」
<http://machi.smrj.go.jp/about/index.html>
「協議会関連」
http://machi.smrj.go.jp/about/qa_conference.html
- ・未来城下町おかざき HP「未来城下町とは...」
<http://www.okazakicci.or.jp/mirai/gaiyo.html>
- ・国土交通省 HP
「よくわかる中心市街地のまちづくり」3.中心市街地を生活拠点として再生しましょう
<http://www.mlit.go.jp/crd/index/pamphlet/03/index.html>
「よくわかる中心市街地のまちづくり」4.まちづくりを進めるのは地域のみなさんです
<http://www.mlit.go.jp/crd/index/pamphlet/04/index.html>
「リンク集 認定自治体」
<http://www.mlit.go.jp/crd/index/links/index.html#autonomy03>
「よくわかる中心市街地のまちづくり」5.まちづくり会社がまちの魅力を高めます
<http://www.mlit.go.jp/crd/index/pamphlet/05/index.html>
- ・国土交通省道路局 HP「LRT(次世代型路面電車システム)とは」
http://www.mlit.go.jp/road/sisaku/lrt/lrt_index.html#2
- ・全国商店街振興組合連合会「平成18年度商店街実態調査報告書(簡易版)」(2007年3月)
<http://www.syoutengai.or.jp/dataroom/data/h18jittaikani.pdf>
- ・青森市 HP

- 「中心市街地統計情報」
<http://www.city.aomori.aomori.jp/view.rbz?nd=1142&ik=1&pnp=116&pnp=119&pnp=1099&pnp=1142&cd=1881>
- 「あおもり市民 100 人委員会の概要」
<http://www.city.aomori.aomori.jp/view.rbz?nd=1477&ik=1&pnp=116&pnp=438&pnp=1477&cd=2516>
- ・あおもり・しんまち・青森市新町商店街振興組合 HP
「街路の工夫について」
<http://www.jomon.ne.jp/~sinmati1/>
「利用できる便利なもの」
<http://www.jomon.ne.jp/~sinmati1/>
「縄文スタンプとは？」
<http://www.jomon.ne.jp/~sinmati1/>
「しんまちの年間イベント」
<http://www.jomon.ne.jp/~sinmati1/>
- ・青森県庁 HP「中心商店街との協働による地産地消推進事業(2009 年度)」
<http://www.pref.aomori.lg.jp/kensei/seisaku/chisan09.html>
- ・財団法人国土技術研究センターHP「まちまちプラザ(空き店舗を利用した商店街の活動拠点)」
<http://www.jice.or.jp/jishujigyo/townmobility/data/office5.html>
- ・街元気 - まちづくり情報サイト HP「実践高度化研修 in 青森市 2008」
http://www.machigenki.jp/index.php?option=com_content&task=view&id=212&Itemid=144
- ・特定非営利活動法人 SAN Net 青森 HP
「沿革」
<http://www.npo-sannet.jp/aboutus/enkaku.html>
「ひいらぎ」
<http://www.npo-sannet.jp/fukusi/hiiragi.html>
「私たちの理念・めざす姿」
http://www.npo-sannet.jp/aboutus/aboutus_top.html
- ・レインボークラブ HP「就労継続支援事業 B 型」
<http://www.r-club.jp/project/keizokusien/index.html>
- ・東奥日報 2005 年 12 月 16 日掲載記事「黄色が目印 宅配サービス」
<http://www.npo-sannet.jp/tunagari/tunagari3.html>
- ・宇都宮市 HP
「宇都宮市の人口・面積など」
<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/gaiyo/shinogaiyo.html>
「都心部のデータ(人口、商店数等)」
<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/machizukuri/shigaichi/001747.html>
「新規・拡充等の主な施策事業」
http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/dbps_data/material/localhost/sougouseisaku/kohokocho/kishakaiken_koho/2003/0302_yosan_03-2.pdf
- ・宇都宮市、宇都宮商工会議所「平成 19 年度商店街通行量・来街者実態調査」(2007 年 11 月)
http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/dbps_data/material/localhost/keizai/shokos

hinko/shoutengaituukouryouraigaishajittaichousa.pdf

- ・釜川とっておき情報 HP「あばれ川から、市民の憩いの場へ！」
http://kamagawa.com/modules/safety/index.php?content_id=2
- ・特定非営利活動法人宇都宮まちづくり推進機構 HP「組織概要」
<http://www.machidukuri.org/about/>
- ・宇都宮市民活動サポートセンターHP「サポセン紹介」
<http://www.usaposen.net/>
- ・中小企業庁 HP：がんばる商店街 77 選「栃木県宇都宮市 宇都宮ユニオン通り商店街」
http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/shoutengai77sen/nigiwai/3kantou/1_kantou_07.html
- ・日本の人事部 HP「CSR | 人事労務用語辞典」<http://jinjibu.jp/GuestDctr/dtl/5/>
- ・宇都宮商工会議所 HP「中心商業地出店等促進事業補助金対象区域マップ」
http://www.u-cci.or.jp/sinkisyutten/area_map.html

参考資料

- ・青森県青森市「青森市中心市街地活性化基本計画」(2007年2月)
- ・青森市「コンパクトシティの形成と中心市街地活性化の取組み」
- ・宇都宮市総合政策部 地域政策室「宇都宮市中心市街地活性化の取組」(2009年4月)
- ・特定非営利活動法人 宇都宮まちづくり市民工房「わ・わ・わあ 2009年4月/50号」(2009年3月25日発行)
- ・特定非営利活動法人 NPO 推進青森会議「行政セクターと NPO(市民)セクターのパートナーシップ推進に関する調査研究報告書」(2002年3月)

インタビュー協力

- ・青森市役所経済部商店街振興課 川島氏(2009年8月26日)
- ・青森市「まちまちプラザ」スタッフの方(2009年8月25日)
- ・「特定非営利活動法人 SAN Net 青森」代表理事 根本あや子氏(2009年8月26日)
- ・「特定非営利活動法人 NPO 推進青森」会議理事 小笠原秀樹氏(2009年8月25日)
- ・「釜川プロムナード整備協議会」会長「(有)ミスズ洋装店」経営者 広瀬一郎氏(2009年12月9日)
- ・「宇都宮市民活動サポートセンター」事務局スタッフ 小倉克洋氏(2009年11月26日)
- ・「宇都宮市民活動サポートセンター」事務局スタッフ 杉山里恋氏(2009年11月21日)
- ・「ユニオンスタジオ」メンバー 吉田仁美氏(2009年12月11日)
- ・「ユニオンスタジオ」メンバー「特定非営利活動法人 宇都宮まちづくり市民工房」理事 岩井俊宗氏(2009年11月26日)
- ・「cafe' 饗茶庵本店」「日光珈琲 饗茶庵」経営者 風間教司氏(2009年12月3日)
- ・宇都宮市役所総合政策部地域政策室 早川光夫氏(2009年11月25日)