

青森新町商店街の活性化

(1) シャッター街となってしまった地元商店街

かつては賑わっていた商店街もいまや閑散とし、人々は郊外の大型ショッピングセンターへと買い物へ出かけるという光景は私の出身地、青森市でも広がっている。青森駅前に位置する新町商店街は今やシャッター街といっても過言でないであろう。両親や祖父母から当時の賑わいを聞いてみてもその面影はない。帰省のたびに商店街を歩いてみれば、駅前の店がだんだんと少なくなっているのを実感する。

駅前という好立地にある新町商店街はなぜ衰退していったのだろうか。その歴史を見ていくとともに、どのような対策が取られてきたのか見ていく。そして新町商店街活性化のためにはどうしたらよいか、青森市民の一員として考察してゆく。

(2) 新町商店街とは

青森市新町商店街とは青森駅の東側に位置し、駅から直線約1キロに渡るアーケード街である。夏に開催されるねぶた祭りでは、約1キロに渡る商店街通りもねぶたの通り道となり、多くの観光客が押し寄せる。この新町商店街はかつて青森市の中心市街地として発展してきた。しかし、青函トンネルの完成とともに青函連絡船が廃止されたことや郊外への大型ショッピングモールの進出により、来訪者数は激減した。そこで市は平成13年に官民複合再開発ビル「アウガ」を設立する。このアウガは生鮮市場や若者向けのファッション店舗だけでなく男女共同参画プラザや図書館が入っており、郊外へ流出した人々を呼び戻し、街の再計画の起爆剤となることが予想された。商店街もこの動きに合わせ「人と緑に優しい街づくり」というコンセプトを掲げ「福祉対応型商店街」を目指す。具体的にはバリアフリー化や自転車専用道の整備を行った。人々の憩いの場となるようにベンチや水飲み場の設置も行われた。また、商店街にゆとりと憩いとなる空間を提供したいということで「パサージュ広場」という多目的広場もオープンした。この広場には様々な仮設店舗が設置されており、商店街で昔ながらのお店が並ぶ中、いかにも若者が出しそうなユニークな店舗も並び、新町商店街に彩りを与えている印象を受ける。

しかし、このような取り組みもシャッター街の活性化には繋がったとは言い難い。なぜなら街の活性化のために建てられた商業ビル、アウガは長く赤字続きであり、集客に繋がっていないからである。この夏帰省した際に立ち寄ってみたが、1階入ってすぐの一番目立つ部分に店舗はなくならなうであった。2階もほとんどお店がなく、これでは誰も来ないことが納得できる状態であった。

その他、新幹線開通ということでねぶたの紹介施設「ワラッセ」や青森県産の商品の物販を行う「A-FACTORY」を開設したものの新幹線の到着駅である新青森駅ではなく、青森駅付近に開設し、交通の便を考えても不便であり、観光客誘致のための得策とは言いがたい。

(3) 市民たちの活性化活動

このような状況に対して、新町商店街に携わる市民たちや、官民一体での活性化活動を行っている。官民一体のイベントとして行われるのが「春フェスティバル」である。こ

れは 2005 年に始まったお祭りであり、比較的新しいお祭りであるにもかかわらず、ゴールデンウィーク中に行われる一大イベントとして定着してきている。よさこいグループによる踊りや、小学生の吹奏楽の演奏、ねぶたの運行などが行われる。B 級グルメの催しや、ゆるキャラ選手権など幅広いイベントが開かれる。よさこいには大学サークルや公民館などで行っている人たちなども参加し、市民も祭りを盛り上げる参加者として気軽に参加できる。私も家族と毎年行き、見ても楽しい、盛り上げ役として参加しても楽しいという素敵なイベントであると感じる。青森市民も観光客も訪れるイベントの一つである。

また、新町商店街では日常的にも様々なイベントを行っている。このレポートを作成するにあたり、初めて新町商店街のホームページを見たが、実に多くの企画を行っていた。お店回りツアーを行ったり、ブログを通して「しんまちの逸品」を紹介したりしていた。

今年の夏には「あおもりバル街」というイベントがあり、チケットを購入すると商店街の参加店の中から 5 店舗自由に選ぶことができ、そこでは美味しいお酒と料理がいただけるというイベントであった。私の友人が、実際に参加し「普段いかない商店街に美味しいお店がいっぱいあって再発見だった」という感想を言っていた。

以上から、今の新町商店街の課題について考える。「春フェスティバル」に関しては大きなイベントであるため一時的な集客率は高いが、その後の街の活性化に繋がっているかと問われれば疑問符が付くところである。日常的なイベントに関しては、様々な企画をしても市民や若者の十分な周知には繋がっていないのではないかという問題点がある。

(4) 思い出の商店街

今や廃れてしまった商店街ではあるが、そこには人々の思い出というものが詰まっている。赤字続きのアウガの図書館は受験生にとって絶好の勉強場所であり、私もよく友達と勉強したものだ。私の母や祖母が商店街を通るたびに「あのときはここも凄かったのよ」と語るの、商店街にその人の思い出が映し出されているからではないだろうか。それでは、思い出の詰まっている新町商店街を残し、復活させるためにどうしたらよいだろうか。

まず市に関しては、目的に沿った経営をしなければならいと考える。街を活性化するためにアウガ、ワラッセ、A-FACTORY を設立したが、結局お客さんを集められていない。何を目的としてそこに設置したのか明確ではなく、そのため、誰にどんなものを提供するかというビジョンが非常に曖昧である。どんな目的で設立したのかということに立ち返り、何を提供していったら人が集まるのか再検討していく必要があると考える。

商店街の継続的な運営に関しては、市民レベルのイベントが重要である。日常的に商店街に足を運んでくれる人を増やすためにも、若者の関心を地元商店街に引き付けていく必要があると考える。私の友人の例のように若者の興味関心は外へと向き、「地元商店街は何もない」と思っている人が大半であると思う。彼らの地元に対する発見を促すためにもスマホやネットでの情報発信が必要である。青森県は高齢者がおいため新聞や広報などの紙媒体での宣伝が多いが、今の若者はほとんど見ないであろう。集客率の高い大きなイベント、例えば「春フェスティバル」などのチラシに QR コードなどを設置し Facebook やツイッター、公式ホームページの閲覧に繋げて行けばよいのではないだろうか。

思い出の詰まった商店街を再び復活させるためには幅広い世代にわたる市民関心をあつめることが必要ではないだろうか。