

2004年度国際学部

卒業論文

中心市街地衰退の原因と  
活性化の現状

宇都宮市を例にした市民が持つべき

未来の都市像の提案

宇都宮大学国際学部

国際社会学科

菊地史子

# 目次

はじめに	2
<b>第一章 宇都宮市中心市街地の存在意義とまちづくりの必要性</b>	
第一節 中心市街地の形成とその歴史的価値	3
第二節 中心商店街 - オリオン通り - 周辺の現状となぜ中心市街地のまちづくりは必要なのか	6
<b>第二章 中心市街地に対する活性化事業</b>	
第一節 宇都宮市の取り組み	12
第二節 公共と民間との協働 - 第3セクターの役割 -	14
第三節 成功している中心市街地活性化事業の特徴、そこから見える宇都宮市中心商店街の問題とは	16
<b>第三章 中心市街地活性化は誰の仕事か</b>	
第一節 商店街の声	18
第二節 聞き取り調査から見える宇都宮市中心商店街の実情	24
第三節 成功事例にあって宇都宮市の中心商店街に足りないものは	25
<b>第四章 宇都宮市が目指す都市像とは</b>	
第一節 なぜ中心商店街活性化は進まないのか	27
第二節 コンパクトシティの観点	28
第三節 宇都宮市の都市像を考える	30
おわりに	32
参考文献・データ出典・付録	35

# はじめに

---

宇都宮市のこれからを考えることがなぜ必要か。今まで 22 年間宇都宮市に住んできて、自分の住んでいる土地の価値というものを考えたことがあっただろうか。

日本全国、都市部の衰退化が取りざたされており、宇都宮市も例にもれず、中心市街地活性化事業というものが、早急に取り組むべき課題といったものに挙げられている。

宇都宮市においては、都心部の活性化事業が数多く取り組まれているにもかかわらず、回復の兆しがなかなか見られない事実がある反面、他の地域では、活性化事業が功を奏し、元気を取り戻しつつある都市や商店街が数多く報告されている。

こういった事実を受け、宇都宮市活性化事業の現在の状況と、それに取り組む人々の実情といったものを知りたくなった。そして、調査の結果から導き出されるこれからの宇都宮市の未来の都市像というものを考えていくことができればと思う。

本論文の第一章では、第一節において、宇都宮市の歩んできた歴史を振り返る。どのように宇都宮市は発展し、それぞれの時代の中心市街地がどのような必要性を持って、形成されてきたのか。そのようなことを振り返ることによって、現在の中心市街地の歴史的内包性を明らかにし、その価値を見出す。第二節においては、中心市街地の顔とも言える商店街の現状を把握し、まちづくりの必要性と方向性を述べる。

第二章では、中心市街地に対して行われてきた活性化事業について述べる。その事業は何が主体で、どのような効果を生み出したのか、またどういった面で評価されるかなどを探る。第一節において、宇都宮市の取り組みを整理し、第二節では、宇都宮市の第 3 セクターの役割を探る。その結果を基に、第三節において、成功している事例と比較して考え、宇都宮市の特徴と問題を見出す。

第三章の第一節では、商店街の中心人物の聞き取り調査から明らかにされた中心商店街の実情に迫る。第二節では、そこから見える商店街の実情と特徴を検証し、第三節において、成功事例と比較し、その事例にあって宇都宮市の商店街に足りないものは何かを探る。

第四章の第一節では、今までの結果から、なぜ中心商店街の活性化が進まないのかを検証する。そして、第二節と第三節において、今までの結果から導き出せる宇都宮市民が持つべき未来の都市像について言及する。そのときにあるべき市民の姿はどのようなものか、その姿になぜ近づいていかなければならないのか、到達するために必要なことは何かということ、基本概念として「コンパクトシティ」の観点を取り入れながら述べる。

おわりに、本論文に対するまとめと、これからの自分ができること、至らなかった部分について触れたいと思う。

# 第一章

## 宇都宮市中心市街地の存在意義とまちづくりの必要性

---

### 第一節 中心市街地の形成とその歴史的価値

#### (1) 宇都宮市 今の時代とこれまでの時代を結ぶもの<sup>1</sup>

宇都宮市の歴史を振り返ることは、これからのまちづくりを行うにあたって、何を中心に据え、どこに想像力を働かせていくかということを考えるとき、大いに役立つだろうと思われる。

宇都宮市は、二度の戦災に見舞われ、現在残っている歴史的な名所や文化財は非常に少ない。一つは戊辰戦争で街の大半が、そして太平洋戦争で半分以上が壊滅状態となってしまった。今では、かつて繁栄を極めていた二荒山神社(宇都宮大明神)が、当時の名残を多少伝えているに過ぎない。

二荒山神社付近を中心に宇都宮市の歴史を振り返ってみたいと思う。この付近は、数多くの神社や仏閣が建立され、それぞれの時代によって繁栄や没落を繰り返してきた。その繁栄の第一歩として、重要な人物は、宇都宮氏の初代の宗円<sup>2</sup>公である。1056年(天喜4年)、源氏の大勝利に貢献した恩賞として、宗円は宇都宮大明神(現二荒山神社)の神領の支配を任され、鬼怒川流域の下野国の中央から東部、常陸国西南部の一部の土地を手中にした。宇都宮市中心部に本営を構えた宗円は社務職検校<sup>3</sup>として、その周囲に権威を誇ったといわれる。宇都宮大明神の周りには次々と寺社が建立され、中世の宇都宮市は京都や奈良のような壮大な神社仏閣が建ちならぶ宗教都市としての色合いが濃くなっていった。宇都宮市の歴史は、宇都宮氏を中心とした神社や仏閣の繁栄の上に形成されてきたといえる。

その後、勢力を拡大するにつれて、様々な問題が発生し、鎌倉時代には、宇都宮家独自の法令を出すまでに至ったが、関東各地に戦乱が続き、宇都宮大明神とそれを囲む神社や仏閣は、戦火によってそのほとんどを消失し、宇都宮の町も荒廃してしまう。しかし、その戦中も、宇都宮家は、平城の宇都宮城を多気山に移し、関東最大級の山

---

<sup>1</sup> 漫画：広井てつお / シナリオ：島遼伍『まんがうつのみやの歴史』(宇都宮市市制100周年記念事業実行委員会, 第一版, 1996)

「宇都宮歴史再発見講演会・シンポジウム第1回、第3回資料」

[http://www2.ucan-ltd.co.jp/miya-aruki/01\\_all/03\\_act/05\\_kouenkai/index.htm](http://www2.ucan-ltd.co.jp/miya-aruki/01_all/03_act/05_kouenkai/index.htm) より要約し、まとめた。

<sup>2</sup> 父親は藤原兼房、曾祖父の藤原通兼は関白にまでなった家柄である。

<sup>3</sup> 神社の最高責任者(社務職)と付属寺院の最高責任者(検校)を兼ねたもの。

城の多気城を戦略的に利用した。下野地域周辺の支城のネットワークの中心にあったのが、平和なときには宇都宮城、戦いのときには多気城であった。

戦乱の世が終わり、いよいよ徳川幕府の天下統一、泰平の世がやってくる。この頃から、日本全国に都市ができ始め、これと同時期に宇都宮の町も現在の形に近づき始めた。主要道路の大幅な変更がされ、城の北西部にバイパス道を設けることで、通り沿いに問屋場などの商人町を集めた。奥州街道が不動前口で日光街道と分かれていたのを、材木町方面まで迂回させ、伝馬町口で日光街道と分岐させた。これによって城の北と西に市街地が生み出され商工業の発達を図れた。(図表 1)その沿道に、人々は集まり、「市」が行われ、賑わいは増していった。このとき、二荒山の丘陵の先端を切り崩して切り通しを開き、城西、南部からの外敵の危険性を軽減させた。最も備えの弱かった城西の武家屋敷町に、多数の袋小路を設け、たくさんの足軽屋敷をびっしりおいて外敵に備えていた。城内には合わせて一六基の二重三重層の櫓がそびえており、現存していたら間違いなく国宝級のものであったという。日本の歴史都市というものは、基本的にコンパクトに形成されていて、宇都宮の町も例外ではない。

宇都宮は、家康にとって、軍事上重要な地であった。関が原の戦い以後、家康の対奥州戦略、江戸の防衛という面において重要な意味を持つのが背景であると考えられる。

今日では、40万を超える中核都市になっている宇都宮の町は、江戸時代から戦前までの間に基本形態が形成されていった。二荒山神社からのびる番場通りを中心に商業が発達し、二日に一回の割合で「市」が開かれるほど、賑わいを見せていた。当時、これほどまでににぎやかな都市は少なく、「小江戸」と呼ばれるほどであった。今後商業都市として発展を遂げる基盤はこの辺りから蓄積されていったのではないかと。城下町では、戦略的に長屋や武家屋敷が連ねられ、内外ともに充実した機能を兼ね揃えていた。また、日光、奥州街道と江戸を結ぶ拠点の宿場町としても栄えた。

戊辰戦争(1868年)で、宇都宮の中心部はほとんど焼けてしまう。その後、その教訓から、防火の建物として、主要大通りには典型的な蔵作りの建物がずらっと並ぶことになる。もし、その町並みが今でも残されていたら、町を代表する情緒あふれる雰囲気漂う町並みになっていただろう。その当時、県庁は宇都宮市ではなく、栃木に作られた。宇都宮市に比べ交通の便が良く、県庁であったためである。栃木市の河岸から蒸気船が出ており、実際明治のはじめ頃は、宇都宮は栃木に全く敵わなかったという。当時、宇都宮から東京に行くには、乗合馬車で古河を経由して行くか、栃木まで歩いて行ってその後船で行くかしかなかったからである。

1884年(明治17年)、宇都宮市の転換期が三島通庸<sup>4</sup>によって引き起こされる。彼の手によって、多少強引ではあったが、県庁は宇都宮市に移されることになる。そのとき、交通の弱点を克服するために、鉄道の開通も同時に行われた。1891年(明治24年)に青森まで開通するまでは、「奥州ののど」「関東ののどぼとけ」「陸奥への入り口」といった言い方がされていた。東北へ向かう人の宿場として存在していたが、東北線全線開通により、その存在意義を問われることとなった。それと同時に、城跡は、陸軍部隊の駐屯地となっていた。本丸の東側を中心に市街地化が進む。

1896年(明治29年)、市制が施行される。宇都宮市は商都としての顔を持つようになる。しかし、日本は工業国への道を推し進めていたので、その方策に従った顔も持つことになる。宇都宮市の発展のためには、産業の勃興が必要であるとされ、生産都市として生き残っていくために、上下水道の整備が進められる。

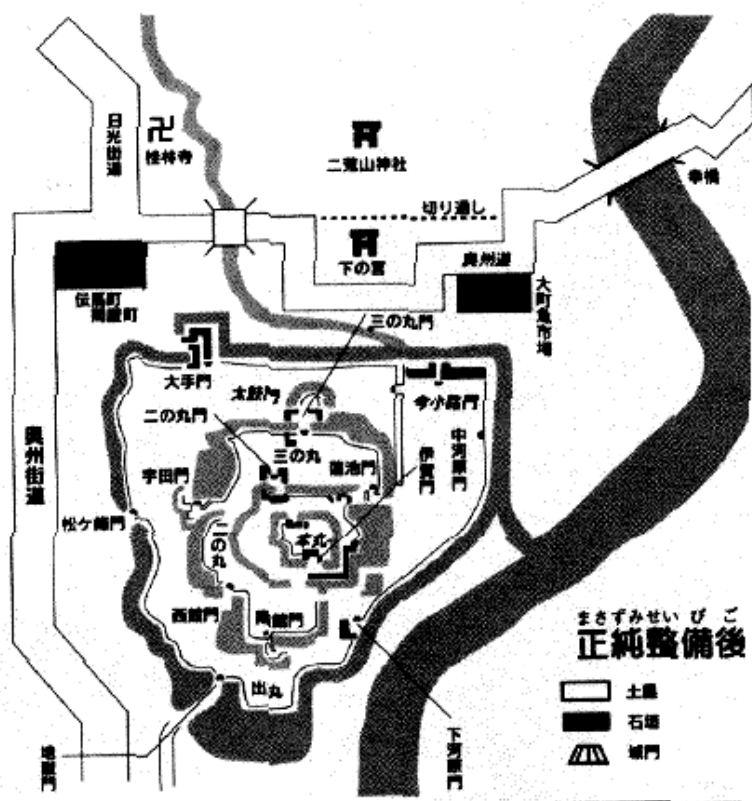
<sup>4</sup> 1883年(明治16年)10月～1885年(明治18年)1月(県令在職期間)その他の実績：県庁の改築、大通りの開通工事、新奥州街道(旧国道4号線)など。

そのような中、いまだ商業都市を脱皮できない宇都宮市は、消費集団確保のために、軍隊の誘致を図る。軍隊は商工業界に多大な恩恵を与え、軍諸施設の整備も進められ、宇都宮市は軍都としての顔も持つことになる。軍隊を駐留させる目的の一つとして、その頃観光地として、華族や士族などから注目を集めていた塩原を護るという意味合いもあったということも考えられる。短期的な視野を持ってしか、都市計画が進められず、場当たりの対応しかできていない。まだ、それほど、都市の本質、存在意義というものが注目されていなかった時代だったということがうかがえる。

1907年(明治40年)、日露戦争終焉と大正期に入るにつれて、人が移り住み、都市が膨張し始め、それに伴う様々な都市問題が発生する。この頃から、二荒山神社近辺に、大型商業施設ができ、人々の人気と注目を集め、その付近が一等地となってくる。この時期の都市の課題となっていたことは、生産都市への早期転換であった。小売、小商売が本体で生産的企業がないことが、市の将来性を望めない原因とされていたからである。

昭和初期から、いよいよ東京からの資本が流入してくる。東武が、東武沿線上のまちづくりを進め形にしたことは評価されるべきところではあるが、これによって地元資本の弱体化が始まるのは宇都宮市民にとってはゆゆしき問題である。このような中、1929年(昭和4年)、宇都宮市の「都市計画概論」が初めて作られる。しかし、戦争の始まりとともに、計画倒れに終わってしまう。

戦後、壊滅状態に近かった宇都宮の町は目覚ましい速さで復興の道をたどる。しかし、この復興事業によって、宇都宮市が今まで蓄積してきた歴史的価値や文化的価値が考えられ、残されることはなかった。日本全体の問題ではあるが、現在言われている画一的な都市計画、まちづくり、といわれる始まりの第一歩を記すことになった。



図表 1：宇都宮城周辺の様子

「宇都宮発見 Home Page」<http://www.bekkoame.ne.jp/~koba-hiro/khome/map.html> より

## (2) 宇都宮市中心市街地の歴史的価値と必要性

今、言われている二荒山神社を中心にした中心市街地の場所は、多くの歴史・文化を内包している城下町であった。しかし、その価値は、時代の流れや戦争の被害など、繰り返される没落と振興の永い時を経て、忘れ去られてしまった。

都市というものをどのように捉えるか。それは、生産するだけの場所ではなく、人、モノ、時間、文化など様々な要素が交錯する場所でなければならない。宇都宮市に住んでいる意味、価値、誇りを持ち続けなければ、都市の存在意義といったものはなくなってしまう。その多様な要素を今に数多く残し、伝えられるだけの知識の集積と誇りを持っているのが、二荒山神社のふもとに栄えてきた商業集積地の人々であり、中心市街地の人たちである。

宇都宮市中心市街地の歴史的価値をもう一度見直し、周知し、認めていくことで、宇都宮の町を感じさせるものをたくさん発見できる。そうすれば、それは宇都宮市を案内する時の顔となる。その顔となるものを大切にし、長い間親しむことで、地域の歴史・文化を大切にするとともに、新しい文化が育つ土壌になる。

今まで、日本の都市計画というものは、産業中心に考えられてきた。今、やっと時代が追いついてそこに文化を入れ込む作業が始まったといえる。その文化というものは、歴史を振り返れば必ずあるものである。その発見された文化を今後のまちづくりにどう生かしていくか、そこに、宇都宮市独自のまちづくりというものが生まれてくる。その意味で、歴史的価値を認め、宇都宮市中心市街地を残し、これからを考えていくことは、宇都宮市全体、ひいてはその宇都宮市とともに関係を築いてきた周辺の市町村、いわゆる栃木県全体にとって必要なことだといえる。

## 第二節 中心商店街 - オリオン通り - 周辺の現状となぜ中心市街地にまちづくりが必要なのか

### (1) 中心市街地、中心商店街オリオン通り周辺の状況

目で見える変化としては、駅前大通りを中心とした商業集積地区に、シャッター通りと言われるほど、空き店舗が増えてしまったことが挙げられる。大通りに並行して位置するオリオン通り商店街においても、売上げが減り経営が苦しくなっているという声も聞こえてくる。図表2にオリオン通り周辺の空店舗数などの状況を抽出した。図表2から見えることは、大型店の進退が、商店街の賑わいに多少なりとも関わっているということだ。大型店を除く空き店舗数はむしろ減少傾向にあるものの、いまだに中心商店街の回復の兆しが見えてこないのは問題である。大型店に影響を受け、商店街自体が弱体化してしまっているという表れではないか。

モータリゼーションに伴う道路整備の結果、特に、都市を取り巻く幹線道路の整備により、郊外に商業・業務機能が移転しやすくなり、住環境も整備され、郊外も市街地化されてきた。それによって、それらの対応に遅れ、改善するにしても土地や時間の関係でできない中心市街地から、人々が郊外に移り、その上、サービス機能さえも郊外化するようになっている状況下、中心部が停滞・衰退していくことを防げなかった。

では、なぜ、防げなかったのだろうか。その理由は、人々の意識に関係している。都市に対する思いや大切にしなければならぬもの、都市の環境、将来を見ていない人が多すぎる。

かつて、宇都宮市の復興の礎となり、常に最先端の情報を発し続けてきた中心市街地は、今危機に瀕している。その中心でもあり、賑わいの象徴とされるのは、商業集積地、つまり中心商店街である。そこは、人々の生活に深く関わり、商売という一面のほかにも様々な構成要素を含み、一つの社会を形成してきたといえる。その中心商店街は、不景気のおおりの受け、相次ぐ大型店の撤退、郊外店の大規模な進出、ハード・ソフト両面の衰退化、少子高齢化、事業主自体の生活圏の移動など、内外の問題を抱え込みすぎて、身動きの取れない状況まで追い込まれてしまった。かつて、青年会として、商店街の発展に尽力してきた人たちは、まだ気持ちの方では若いままで、今でも商店街のために何かできることはないかと言うことを模索し続けているが、寄る年波には勝てない。後継者がいるとはいえ、その気持ちや町を思う気持ちまでも伝承されるとは限らない。人々の気持ちは、もう中心市街地から離れてしまっているのだろうか。どうしたらその気持ちを取り戻すことができるのか。

#### 大型空き店舗面積

	空き店舗面積		全体比率	
	(㎡)	(坪)	比率	増減
旧十字屋	6,500.00	1,970.00	7.46%	-2.04%
旧上野百貨店本館	5,248.00	1,590.00	6.03%	-1.64%
旧上野百貨店新館	8,696.00	2,635.00	9.99%	-2.72%
旧西武百貨店	19,688.00	5,966.00	22.61%	-6.16%

全体比率とは、空き店舗に対する大型店舗の比率である。

#### 通り別空き店舗面積、店舗数

	空き店舗面積(㎡)		空き店舗面積(坪)		店舗数		全体比率		備考
	店舗面積	増減	店舗面積	増減	数	増減	比率	増減	
江野町広小路	6,500.00	0.00	1,970.00	0.00	1	0	7.46%	-2.04%	十字屋
大通り	32,656.40	-2,216.39	9,894.66	-671.71	103	-12	37.50%	-13.45%	上野百貨店
オリオン通り	284.82	-961.78	86.30	-291.40	3	-2	0.33%	-1.49%	
バンバ通り	19,750.47	-227.61	5,984.93	-68.95	2	-4	22.68%	-6.51%	西武百貨店

#### 通り別空き店舗面積、店舗数(大型空き店舗除く)

	空き店舗面積(㎡)		空き店舗面積(坪)		店舗数	増減	全体比率	
	店舗面積	増減	店舗面積	増減			比率	増減
江野町広小路	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0.00%	0.00%
大通り	18,712.40	-2216.39	5,669.66	-671.71	101	-12	86.27%	12.35%
オリオン通り	284.82	-961.78	86.30	-291.40	3	-2	1.31%	-3.09%
バンバ通り	62.47	-227.61	18.93	-68.95	1	-4	0.29%	-0.73%



<u>中心市街地の総空き店舗数</u>	141 店舗	6ヶ月前調査より 42 店舗の空きが減少 (23%解消)
<u>空き物件数</u>	67 物件	6ヶ月前調査より 8 物件減少(11%解消)
<u>その他空き店舗数</u>	51 店舗 (- 4 店舗)	
<u>空き店舗面積</u> (大型空き店舗除く)	21,690 m <sup>2</sup> (- 6,621 m <sup>2</sup> )	23%の空き店舗面積が減少
<u>空き店舗面積</u> (大型空き店舗含む)	87,074 m <sup>2</sup> (+ 18,630 m <sup>2</sup> )	27%の増加 ロビンソン百貨店の閉店が非常に大きな影響を与えた。

全体の空き店舗面積 87,074 m<sup>2</sup>に対して、大型空き店舗の占める割合は 75.09%と 6ヶ月前調査時の 58.64%に比べ、16.45%の増となってしまった。大型店舗の中でも大きな店舗が空き店舗となった背景が結果として現れている。

図表 2：オリオン通り周辺の状況抽出と総空き店舗数など(2003年10月調べ)  
「まちづくり推進機構ホームページ」[http://www.ucatv.ne.jp/~u\\_kikoh/](http://www.ucatv.ne.jp/~u_kikoh/)より作成

## (2) 宇都宮市中心市街地と構成要素<sup>5</sup>

宇都宮市によると、中心市街地の区域は、高次の商業・業務機能や都市機能を持った、古くから市の顔として発展してきた二荒山神社を中心とする地域と、西は東武宇都宮駅周辺、東は JR 宇都宮駅周辺に広がる範囲に立地している。駅前大通りの沿道は、宇都宮市民にとって中心市街地というイメージが強い地域といえる。

具体的には、都心環状線の内側に加えて、県庁・市役所等の行政機能、御本丸公園・八幡山公園等の中心市街地と一体性のある緑の空間を含めた 370ha の区域である(図表 4)。

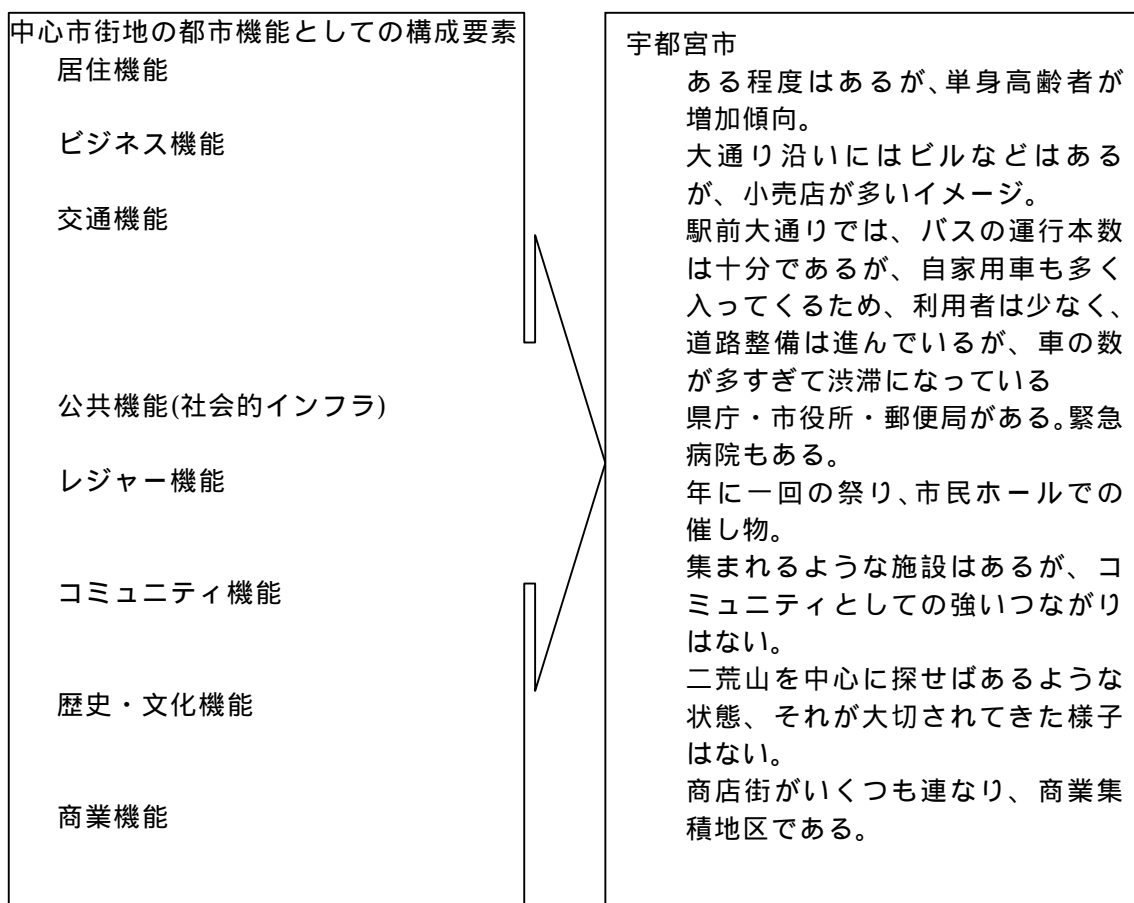
宇都宮市中心市街地の都市機能としての構成要素はどんなものがあるか。図表 3 に市民としての筆者のイメージを図化した。構成要素は、居住機能、ビジネス機能、交通機能、公共機能(社会的インフラ)、レジャー機能、コミュニティ機能、歴史・文化機能、商業機能の 8 つある。宇都宮市中心市街地はこの機能をどの程度持っているか。居住機能は、ある程度はあるが、単身高齢者が増加傾向にある。ビジネス機能は、大通り沿いにはビルなどはあるが、ビジネス街というよりも小売店が多いイメージであり、商店街としての要素が強いのではないかと。交通機能は、駅前大通りでは、バスの運行本数は十分であり、公共交通が発達しているように見えるが、利用者が少なく、また、違法駐車などによりスムーズな運行が阻害されている場合もある。自家用車が多く入ることで、駐車場不足や渋滞などといった問題が発生し、道路、駐車場整備だけでは解決できない問題になっている。公共機能(社会的インフラ)は、県庁・市役所・郵便局などがあり、集積している。緊急病院もあるが、大きな病院は最近郊外に移転してしまった。レジャー機能は、年に一回の祭り、市民ホールでの催し物、商店街が行うイベントくらいしかない。コミュニティ機能は、集まれるような施設はあるが、中心市街地全体としてのコミュニティとしての強いつながりはないのではないかと。歴史・文化機能は、二荒山を中心に探せばあるような状態であ

<sup>5</sup>参考：「宇都宮市都心部活性化推進室ホームページ」

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kikaku/toshinbu/index.htm>

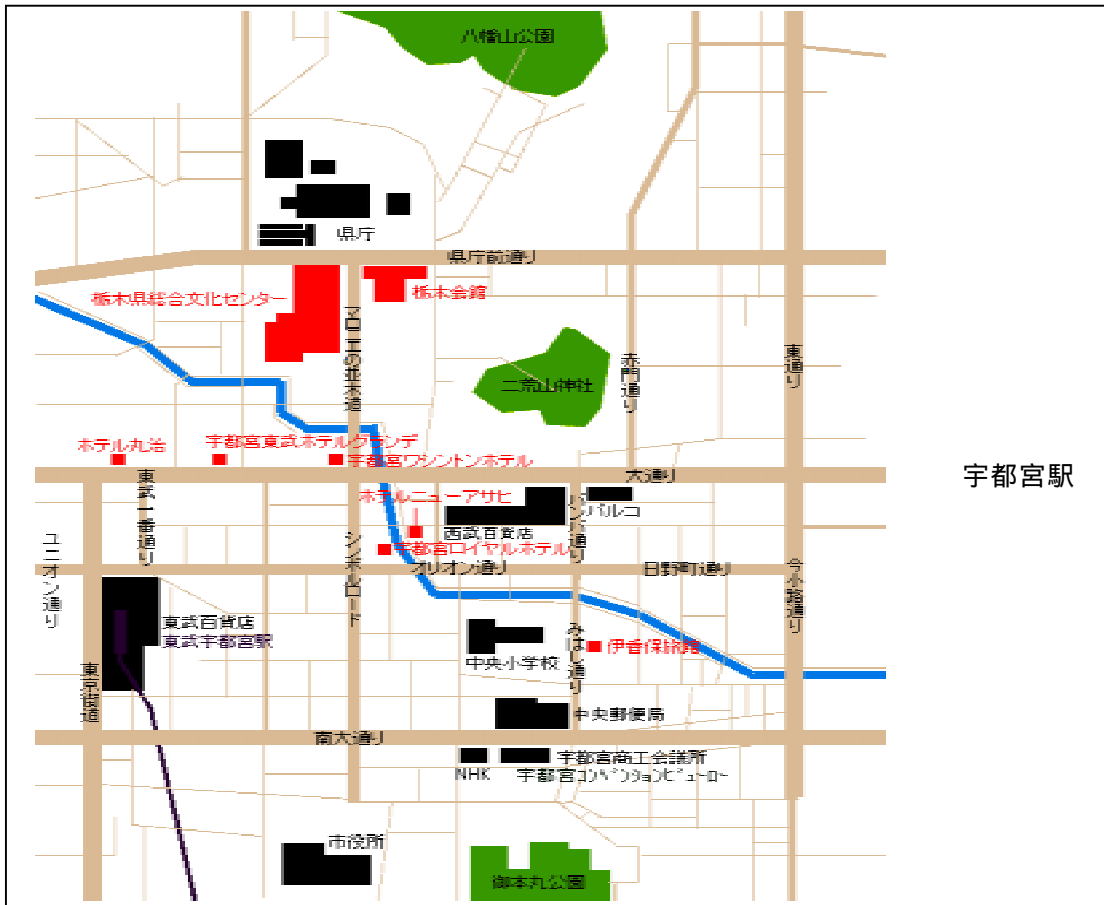
前田進『中心市街地商店街の活路 - 生き残る街と商業の技術と戦略 - 』53 頁(ぎょうせい, 第 1 版, 1998)

り、それが大切され、残されてきた様子はない。しかし、最近になって、その価値を見直そうという動きが出てきている。商業機能は、商店街がいくつも連なり、商業集積地区であるといえ、基盤としては、発達しているといえるのではないが。



図表 3：宇都宮中心市街地の構成要素

前田進『中心市街地商店街の活路 - 生き残る街と商業の技術と戦略 - 』53 頁(ぎょうせい, 第 1 版,1998)を参考に筆者のイメージを作成。



図表 4：宇都宮市中心市街地概要

「宇都宮観光コンベンション協会ホームページ」

<http://www.utsunomiya-cvb.org/cdata/data/koutsuu/chushin.html> より

### (3) オリオン通りにおけるまちづくりの必要性<sup>6</sup>と方向性

現在のオリオン通りは、最近どこの都市でもいわれつづけている中心市街地衰退の例にもれず、衰退しつづけている。その原因はさまざまなことに起因していると思われる。後継者不足、駐車場不足、商店街自体の老朽化、テナントの増加(店主がオーナーになることで、商店街に対する気持ちが薄くなる)、店と自宅が別であること、店主の年齢層の違い、店主同士の温度差、などである。

このことは、特にオリオン通りだけに存在する問題ではない。しかし、確実に解決していかなかったら、オリオン通りの存在の意義、必要性というものがなくなっていくのは間違いない。

その前に考えておかななくてはならないことは、オリオン通り、そしてその周辺一体の中心市街地というものは果たして今の宇都宮市に必要なものなのかということだ。

高齢化社会に向けて今のまちの構造を考えて見たとき、車中心の社会であることに恐怖すら覚える。若い世代にとって、車に乗ることは当たり前であるが、高齢になっ

<sup>6</sup> 参考：前田進『中心市街地商店街の活路 - 生き残るまちと商業の技術と戦略 - 』27-40 頁(ぎょうせい, 第1版, 1998)

たときはどうだろう。車を乗り回すことに限界を覚える人もいるだろう。そのようなとき、人々はどのように住むところを考えるか。公共交通、アクセスが発達していて、近くに生活できるだけの商業施設が有り、なおかつ人々の目の触れるところで生活したいと思うのは、めずらしいことではない。そういった面で、一番の候補として上げられるのは都心のマンションではないか。しかし、現実的に考えて見たとき、宇都宮市にいる高齢者が大挙して都心に生活の場を求めていくことは、不可能であるし、考えることも現実的ではない。高齢者が暮らしやすい町、その可能性がまだ中心市街地周辺の環境には残っていると思われる。そこには、面的な商業地域が有り、県庁や市役所など公共施設も有り、土地の付加価値としては十分である。中心市街地というものは、長い時間をかけて都市機能を整備してきた場所であり、そういった歴史をも内包しているのである。自治体としての機能だけでなく、文化、情報、人が、交流・交錯するものが都市機能だといえる。それを考えた上で、現在の宇都宮市中心市街地に足りないものは、住みやすい住居、土地、住みたくなる環境である。

高齢者が暮らしやすい町とは、すべての人にとって暮らしやすい町で魅力的なまちであるはずだ。中心市街地は、本来、そういった役割を担うべき場所である。その役割を果たすことができるようになれば、宇都宮市の人々だけでなく、周辺の市町村に住む人々にも魅力的で、住んでみたい場所になるはずだ。遠くの東京より近くの宇都宮である。

このことから考えていくと、オリオン通り周辺の中心市街地活性化は、宇都宮市の最重要課題であり、今の社会状況にも適応していく。

現在の宇都宮市オリオン通り周辺の中心市街地に現存するものと、これから創らなくてはならないものを整理し、考えることは、これからの宇都宮市のまちづくりに必要だ。どのような形で進め、立て直し、作っていくかと考えるきっかけに役立つ。

人間は一人では生きてはいけない。自分のことだけを考えて生きるのは、今の時代においては、通用することかもしれないが、そのうち必ず、自分も人に頼らなければならぬときがやってくる。そのとき、自分の周りの地域がすかすかの中身の何も無い土地だったら、どうだろう。そうならないためにも、今、できることから始めて、隣の店はライバルではなく、一緒に共存していく道を探していくほうが、これからの生き方としては理に適っているように思える。そう考えていくと、今衰退していく中心市街地を、自分たちの地域にあった、活気のある町にしていくことは、その地域に住む人々の未来をも担っていくことにもつながり、なおざりにはしてはおけない問題であることは間違いない。行政が作るまちづくりの時代は終わった。今こそ、地域に住む人、そこで商売をしている人、買い物する人、様々な人が一緒になって動き出すときである。

以上のように考え、本文におけるまちづくりが目指す方向性を定めたいと思う。歴史、文化を背景に、公共施設や商業集積地等を持つ地域、いわゆる中心市街地を中心とした集約型の都市を目指す。そこでの基本概念として「コンパクトシティ」を挙げる(第四章第二節で詳述)。都心商業の衰退とその対策からこれからの宇都宮市が目指す「都市像」とビジョン、あるべき姿を探る。

その「コンパクトシティ」を念頭に置きながら、宇都宮市のまちづくりに生かすにはどうしたらよいかということを検証していく。その作業を通して、「宇都宮の都市像」を考える。その上で、宇都宮市民がどうあるべきか、どう自分たちのまちづくり、都市計画に関わっていかなければならないのかを探る。

## 第二章

### 中心市街地に対する活性化事業

---

#### 第一節 宇都宮市の取り組み

##### (1) 宇都宮市の中心市街地に対するこれまでの取り組み

近年の都心部活性化施策の取り組みについて紹介したい。1999年(平成11年)3月に「宇都宮市中心市街地活性化基本計画<sup>7</sup>」の策定、同年10月に「宇都宮まちづくり推進機構<sup>8</sup>」の設立、2000年(平成12年)5月に「中小小売商業高度化事業構想(TMO構想)の認定<sup>9</sup>」(商工会議所がTMO機関)され、2002年(平成14年)8月に「都心部グランドデザイン<sup>10</sup>」の策定がされた。同年に宇都宮まちづくり推進機構と宇都宮商工会議所等と協議が行われ、パブリックコメントも実施された。

宇都宮市役所のホームページからの情報によって、実際に行われている事業と、再開発事業としてのハード面の整備、補助・支援事業を分類した。(図表5)

##### (2) 宇都宮市ホームページの公開情報から読み取れること

まず、主体があまりはっきり書かれていない。現在行っている事業なのか、補助するための事業なのか、行政の行う都市再開発事業なのかということが、このホームページを見てもすぐには理解できない。市自体がどのように動き、どこまで行政以外に求めているのかが非常にわかりにくいところがある。

ハード事業においては、その地域の施工前と施工後の写真を掲載しているだけにとどめており、その事業が行われる際にどのような活動が行われてきたかということには、少しも触れていない。

---

<sup>7</sup> モータリゼーションなどの伸展による、郊外部への都市機能の分散にともなって、中心市街地の衰退に対する、一体的、総合的な取り組みが必要になってきたため、国の基本的方針に基づき策定されたもの。

<sup>8</sup> 中心市街地活性化に対する、公共と民間の共通認識が必要だという思いから、相互の役割分担と責任をもって活動していく第3セクターとして設立された、公共と民間が一体となった組織。市、商工会議所、商業者、地元企業等からなる。

<sup>9</sup> 中心市街地の活性化、特に商業の活性化を推進するための、ソフト事業等の円滑な運営を図るための組織(TMO)を商工会議所が設立。

<sup>10</sup> 前掲1を基に、より具体的な都心部(中心市街地)の姿と戦略的事業の大枠を示したもの。

また、支援や補助事業は多く出されているが、この制度自体、活用されているのかも疑問であり、どのような人が利用し、どういった成果をあげているかということもはっきり明記されていない。

補助する場合など、なにか目的があって補助するのだから、まず、目的の内容を明記してほしい。例えば、特定優良賃貸住宅の供給促進といわれても、すぐには理解できない。ここで、まず言わなければならないことは、「中心市街地に住む人を増やしたい」ということである。そして、居住空間確保のために、住宅の賃貸基準の引き下げと、補助を行う制度があるということを説明すればいいのである。

まず、市が、どのようなビジョンを持ってそのような制度を作ったかを市民に伝え、理解させてからの方が、市民側もそのビジョンを持てるだろう。まちをどのように成長させていきたいか、そのために補助するということを明記してほしい。そういった、はっきりとしたビジョンを見せていけば、市民側も想像しやすいし、意見も出やすい。そうしたところからも、市民協働のまちづくりへの足がかりとしていけばよいのではないか。逆にいうならば、そういったビジョンがはっきりと示せていないからこそ、市民の関心もどんどん市から遠ざかってしまい、市全体の活力も低下していつてしまふと考えざるを得ない。

また、それぞれの事業がそれぞれの課で行われているので、(例えば、都心部循環バスの運行の所管課は都心部活性化推進室、都心部道路景観整備事業の所管課：街路課など図表5参照)、全体像が見えにくい。それぞれの事業同士が相互の作用をもたらして、全体に中心市街地にどのような効果をもたらしているかということ、もっと情報公開しても良いように思えた。

実際に現在行われている事業【都心部活性化推進室、交通政策課、街路課、商業観光課、河川課、公園緑地課宇都宮城址公園整備室・文化課】

- ・ 都心循環バスの運行
- ・ 自転車の利用・活動の促進
- ・ 都心部道路景観整備
- ・ 釜川プロムナード整備事業・活用
- ・ 宇都宮城址公園の整備、それにともなう歴史軸の整備

ハード面の整備(予定含む)【都市再開発課、都心部活性化推進室、地域政策室】

- ・ 市街地再開発事業の推進。駅周辺の大規模商業施設や高層マンション、宿泊施設、中心市街地における商業、業務、公共公益施設、の開発事業の推進土地の合理的かつ健全な高度利用により、都市機能を更新し、安全で快適な都市環境と機能的な市街地を形成するため。
- ・ 中心市街地公共施設の整備。「公共交通の利便性」「各種機能の集積」等“賑わいの拠点”として、中心市街地の特性を活かして中心地区に新たな市民サービス機能の充実を図る。
- ・ 宇都宮駅東地区整備事業。私有地及び鉄道施設跡地等の有効活用。公共と民間が一体となって 21 世紀の宇都宮のまちづくりをリードするシンボル性のある都市環境の整備を目指す。

補助・支援事業(支援事業として存在はするが、実際に活用されているかどうかは明記されていない)【住宅課、商業観光課、都心部活性化推進室】

- ・ 都心部の居住促進のため、認定基準の緩和(宇都宮市特別優良賃貸住宅\*のみ)と建築費に対する上乗せ補助。ファミリー向け、高齢者向け住宅増加がねらい。
- ・ 中心市街地出店等促進事業(商業観光課)商業と活性化を図り、商業の振興に役立てることを目的に経費を補助。空き店舗新規出店促進事業(チャレンジショップ)、空き店舗を利用した商店街のイベントまたは、地域情報の提供等事業。
- ・ 魅力ある商店街等支援事業(商業観光課)魅力を高めるための販売促進事業に要した経費の一部を補助。特定地域での共同事業、中心市街地のライトアップ、商店街の活性化、近代化のための計画、街並み整備に係る地区協定等の策定事業。
- ・ 旧公益質屋の活用に対する支援。国の登録文化財である「松が峰教会」を眺めるビューポイントとして、市民の憩いの場として 16 年度秋のオープンを目指す。民間が整備、管理、運営の主体、行政は環境整備等を支援。大谷石蔵の活用モデル事業として、活用、支援。

\*一定の基準を満たす住宅を「With “U” ホーム」として認定し、建築費と家賃減額費用に対して、補助金を出すことにより、ファミリー世帯向けの良質な賃貸住宅の供給を促進しようとする制度

#### 図表 5：中心市街地に対する事業の分類

「宇都宮市都心部活性化推進室のホームページ」

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kikaku/toshinbu/top.htm> より作成

## 第二節 公共と民間との協働 - 第 3 セクターの役割 -

宇都宮市によると、宇都宮市のまちづくりの推進体制として、重要な役割を担っているのが、「TMO(宇都宮市マネジメント機関)」「宇都宮まちづくり推進機構」である。活性化事業を実現していくためには、県・市・商工会議所・地元企業・関係団体・市民・商業者等が協力していくための体制作りが不可欠であるとし、その体制を牽引する存在として、この二つを位置付けている。

商工会議所は、TMO(タウン・マネージメント・オーガニゼーション)を設立した。活動の目的は、中心市街地活性化、特に商業の活性化を推進するためのソフト事業等の円滑な運営を図ることである。

現在、宇都宮商工会議所が取り組んでいる中心市街地活性化事業<sup>11</sup>は、「餃子のまち宇都宮の定着、それに関連したイベントや事業」「空き店舗の利用促進事業のチャレンジショップ」が主なものとしている。2000 年度に策定された TMO 構想計画に基づいて、'01 年から'02 年にわたって、空き店舗対策として、餃子にちなんだチャレンジシ

<sup>11</sup> 参考：「宇都宮商工会議所ホームページ」<http://www.u-cci.or.jp/>

ヨップ事業を行い、内外から客を集めた。また、中心市街地の駐車場対策として、4ヶ月間都心循環バス実験運行事業を行い、実際に循環バス「きぶな<sup>12</sup>」の運行に結びついている。また、'99年に青年部が企画した、「番場通りに仲見世を復活させる」といった、イベント事業を断続的に行っている。

事業の内容や成果は評価され、その事業を行っている間は、目は一斉に中心市街地に向くが、その一時だけの成果に終わってしまっていないだろうか。こういったことをたたみ掛けるように行って、中心市街地の活性化事業をこれだけやっているといった意識が市民にも浸透するようにしなければならない。

その意味では、餃子のまち宇都宮のイメージ定着の際に見せた商工会議所の大きな働きには今後も期待したい。「宇都宮＝餃子」というイメージだけでは終わらせず、観光客に対する餃子マップの作成など、実質的な作業を行い続けることで、観光客にとっても、市民にとっても、「宇都宮＝餃子」というイメージを定着させた。連続的にアピールを繰り返し、それに伴った実質的な取り組みが重要であるという好例ではないだろうか。

しかし、商工会議所の中心市街地活性化は、あくまで宇都宮市活性化の一事業として位置付けられているように感じた。他にも、雷都宇都宮といったキーワードの定着事業や工業系企業のポータルサイトを運営するなど、様々な幅広い事業に携わっており、中心市街地活性化にばかり目を向けていられないのが現状ではないだろうか。

そのため、「宇都宮まちづくり推進機構<sup>13</sup>」といったような第3セクターの働きが必要になってくる。中心市街地活性化事業に集中的に取り組める事業体として、商工会議所と連携して、知恵を補完し合い、実際に行動を起こす存在として位置付けられているのだろう。そういった意味で、「宇都宮まちづくり推進機構」の存在は今後の中心市街地活性化において必要不可欠な重要な存在になることは間違いない。

「宇都宮まちづくり推進機構」は、宇都宮市によって公共と民間が一体となった第3セクターとして、1999年(平成11年)10月5日に設立された。市が事業費の二分の一以上の負担をするが、地元企業・団体、市民・商業者からも会費を拠出している。そうすることで、地域・民間が活動の中心となり、その主体の事業体として運営されている。宇都宮市のまちづくりを推進するための検討組織として、推進機構の中に委員会と部会を設置している。当面の緊急課題に中心市街地活性化を挙げ、早急に取り組むべき課題の抽出、具体的な成果の見える効果的な事業の展開に取り組んでいる。

スピードと実践による事業展開、まちの資源を生かす、時代を担う若者の活用と育成、推進機構の存在価値とアピール強化を軸にして、活動を行っている。役員会、運営委員会、委員会、部会などの会議を積極的に開催し、テーマ別の部会等再編による事業活動に取り組む。自由事業の実施として、活性化事業(夜間計画創出事業、街なか緑化事業等)、調査研究事業(大通り沿道機能戦略事業化プラン策定事業、まちの資源同士の複合的連携・活用、ネットワーク化の仕組みづくり等)、人材育成事業(まちづくり講演会の開催、学生の新たな参加システムの構築等)、広報宣伝事業(ホームページの充実、まちづくり通信の発行等)などが行われている。まちづくり支援事業としては、活性化支援事業(活性化支援制度の創設)による支援、事業後援の推進、学生参加支援事業(まちづくり交流センター事業、新たな事業チャレンジへの仕掛け等)に取り組んでいる。

また、委員会の中の分科会は、名ばかりの各分科会ではなく、実際に、大学教授や民間企業の社長など、幅広い人材を集め、議論を進めていると感じる。ただ、そのこ

<sup>12</sup> 2001年度に実験運行が実施され、翌'02年度から「関東自動車株式会社」より、運行開始、現在も運行中である。乗車料金100円、運行間隔15分で運行している。

<sup>13</sup> 参考：「宇都宮まちづくり推進機構ホームページ」[http://www.ucatv.ne.jp/~u\\_kikoh/index.htm](http://www.ucatv.ne.jp/~u_kikoh/index.htm)



とが、一部の住民しか知らず、市政に反映されているかという確認ができないのが残念なところである。

### 第三節 成功している中心市街地活性化事業の特徴、そこから見える宇都宮市中心商店街の問題とは<sup>14</sup>

最近、中心市街地活性化の動きは活発化を見せており、全国各地の今まで衰退していた地域で喜びの声が聞こえてくるようになった。各地からの視察を集め、賞賛の声を浴びている地域の存在がクローズアップされている。宇都宮市もその波に乗りたい、そうやって、各地に視察を派遣し、成功の秘訣を模索している。

成功している商店街に共通しているものは何であろうか。この節ではそのことを取り上げ、宇都宮市に足りないものを探るのが目的である。

「成功している商店街＝今までの画一的で行政任せのまちづくりを整理し、見直し、自分たち地域にあったまちづくりの視点を見出した地域」であるといえる。成功を挙げるまちづくりに共通して見られることは、まず、主体が「市民」であることである。動き出すきっかけは、反対運動などであり、今まで日常的にあると思われていたものが、突然失われそうになってはじめてその価値に気付き、市民運動などの形になることが多いようである。

そこで、自分たちの「地域の個性」を見つめなおし、実際に歩くなどを第一歩として、地域の価値を発見・維持・展開することを考え、本物の地域の価値であることをみんなで認めることが、まちづくりの実践につながる。その例として、鎌倉鶴岡八幡宮の裏山、小樽運河、湯布院などが挙げられる。個性を見つけ、育て、他人にも認めさせることが大切である。それが、地域市民の誇り・観光資源・まちの発展につながる。その点で、客観的にすぐ見てわかるように量を求めがちになってしまうが、質を重視する。質は、目と心を十分に使って評価されるからである。

また、その町が築いてきた歴史の価値を認めることもまちづくりには欠かせない。新しいものを排除するという考え方ではなく、変化に対し、どの点にこだわりを持って守っていくかという理念が重要なのである。

成功している多くの例は、これらのことに気付き、市民の手でまちづくりを実践している。それでは、宇都宮市はどうであろうか。

まず、主体であるが、まだまだ市民とはいえない。動き始めているのはまだ少数であり、大きな動きになってまちづくりという方向には向いていないようである。きっかけとしても、漠然とした中心市街地の衰退などであり、その場所が宇都宮市にとってどのような場所であり、どうして残していかなくてはならない存在なのかということも、ほとんど注目されていない。

地域の個性を再発見する作業というものは、「宇都宮まちづくり推進機構」の手によって、少しずつ進められており、中心市街地の歴史的価値を何とかして活性化に結び付けられないかという動きが高まってきている。ただ、その動きが広く市民に受け入れられ評価されているのかということは、まだ結果には表れてはいない。また、商工会議所の努力により、「宇都宮＝餃子」というイメージは内外に広く周知されるように

<sup>14</sup> 参考：田村明『まちづくりの実践』50-56,61-64,92,120-122,146頁(岩波新書,第1刷,1999)

なった。今後必要なことは、そのことが宇都宮市民の誇りにどう結びついていくかということである。

歴史の価値を再発見する事業は進んでいるものの、やはりそれが受け入れられる基盤というものが宇都宮市にはまだできていなく、今までの画一的な都市計画の弊害がまだ色濃く残っているようだ。自分たちのまちが歩んできた歴史的背景を学ぶ場というのも、まだ少なく、市民の意識というものができ上がっていない。極論かもしれないが、市民というよりも住んでいるだけの住民が多いのではないだろうか。

# 第三章

## 中心市街地活性化は誰の仕事か

---

### 第一節 商店街の声

調査の目的として、まちづくりとしての商店街への考え方、商店街内部の協力(集まりや活動)の実態を知ることには焦点を当て、2004年11月上旬に二回にわたって聞き取りを行った。以下は、その際の意見内容を、(1)まちづくりとしての商店街づくり、(2)道路・駐車場の整備など周辺環境のまちづくり、(3)商店街の将来について人々の意識の中のまちづくり、(4)現段階において商店街全体を良くしていこうといった考え方の浸透はあるか、(5)集まりの実態、(6)オリオン通りのもう一つの組合・オリオン通り商店街振興組合との協力、(7)商店街の負担金、(8)外部の組織とのつながり、(9)宇都宮市の今後、という9つの項目ごとに整理したものである。

長谷川正氏【オリオン通り曲師町商業協同組合副理事・(有)長谷川時計店(1928年(昭和3年)3月創業)】

広瀬一郎氏【オリオン通り曲師町商業協同組合理事・オリオンパートナーシップ(元青年会)・(有)ミスズ洋裁店】

以上2名(以下敬称略)

#### (1) まちづくりとしての商店街づくり

商店街に対する視点の違い、関わる立場の違いが大きい。既婚者(子供有)と独身者では考え方は全く異なると思ってよい。既婚者は子供のために周辺環境の社会を考える目を持っている。しかし、独身者になると子供や社会に対しての接し方、コミュニケーションのとり方が上手ではなく、なかなか商店街全体のことを意識できない。

どちらにしても人が住んでいないことには話が始まらない。人を住まわせる工夫が必要だ。ファミリー層がやってきて、それぞれの世代で楽しめるような商店街にする必要がある。子供、働き盛り、高齢者といった連続した年代がいることが重要だ。商店街自体に人が住んでいる例は珍しく、異なる場所、郊外などに家を構えているのが普通である。そういった生活圏の広がりが中心部の衰退につながっているのは間違いない。その人たちを町に呼び寄せ、歩いて暮らせるまちづくりを目指せば、人々はこの中心部に価値を見出してくれるのではないか。

ベンチやテーブル、休憩場所について、なぜないのかという意見がよく出るが、原因があってなくなったのであって、決して考えていないわけではない。その原因はいくつかあり、ベンチとテーブルを置いておくと毎日同じ人がずっと座っている状態になってしまうということ、今設置すると、ホームレスの居場所になってしまうこと、そして一度ホームレスが座ったところというのは、一般の人は決して近づかないということ、その諸々を管理するのは全て商店であり、負担が大きすぎるといこともあげられる。結局溜まり場になってしまっただけで、あまり回遊できる場所の休憩所という役割を果たせなくなってしまっていたからである。同じ理由により、ゴミ箱や灰皿も撤去された。

オリオン通りを生活道路として使っている人々をいかに引き入れるか。通行量だけは北関東一である。実際年代が上になればなるほど「人が通っているから大丈夫」といった見当違いな安心感を持っている人も少なくない。個々の店において世代間の意識の統一がなされていないのも確かであり、店自体が一丸となって客を引き入れる努力ができないのが現状である。なので、そのような努力は一切行われていないといつてよい。世代間の意思の違いは店によっての前向きさに大きく関わる。

他にターゲットとなりうるのは年金生活層である。商店街はすでに超高齢化社会になっている。祖父母は孫には甘いものである。その方々にいかにして買い物を楽しんでもらうか。商店街を社会に溶け込ませ、各世代がそれぞれに楽しめるようになれば、年金層の購買意欲は高まるのではないか。そのために、今必要になってきているのは、交通弱者のための交通手段である。今、一番有効かつ可能性として大きいものは LRT<sup>15</sup> である。しかし、実際の話では中心市街地を LRT の回遊スペースとして整備するのは、第二期であり、今のところ考えられているのは、第一期としての鬼怒川にかかる橋の渋滞緩和と東京から工業団地に行く人々(東京投資)のためというのが一番の理由になっている。そのため、その話のまま、LRT 導入をすすめるのであれば、オリオン通りにとっては、全く必要のないものとなる。なぜならば、その話は多くの予算を出費し、第二期になるころには話し自体が立ち消えになっている可能性を否定できないからである。(広瀬氏)

## (2) 道路・駐車場の整備など周辺環境のまちづくり

行政が打ち出すまちづくりでの商店街活性化は難しい。理由として挙げられることは、実践的ではない、机上のプランが多くなってしまふということだ。道路整備などは年月が多かかり、今すぐに状況が変化するというわけではないので、商店街全体の気持ちとしても、結局気持ちがついていかない。勉強会などでもコンサルタントを呼んだりするが、そのコンサルタントの理想の話になってしまう。先ほども言ったように根本的な解決にはつなげていかない。(長谷川氏)

---

<sup>15</sup> ‘Light Rail Transit’ 現在宇都宮市で導入が検討されている新交通システムであり、従来型の鉄道とバスの中間の輸送力を持つ、線路などの軌道を走行するタイプの公共交通である。

「宇都宮市公式サイトうつのみや」

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kikaku/shinkotsu/nani.htm> より

### (3) 商店街の将来について人々の意識の中のまちづくり

商店街の人々の意見を求めて、一同に会して意見しあって希望や不満を共通化したら、商店街としてのまちづくりにつながると思うが、現実的には、みんなが一堂に会することはほとんどなく、意識の統一は難しいといえる。

ハード面だけの整備では、今までの郊外の大規模ショッピングセンターの進出を見ると到底間に合わない。

だからこそ、意識面のソフト面が重要になってくる。もともと商店街というものは、自然発生的な街の始まりであり、そこから文化が生まれ育ち、外部に発信するというのが、本来の流れである。大規模ショッピングセンターの登場でそのような流れが無視され、物の売買だけ、利益のあるなしだけが重要視されるようになってきた。しかし、文化的なつながりや育つ場所というものは大切であり、その面でオリオン通りは貢献してきたといえる(ジャズなど)。そういったソフト面は、商店街の特徴として認識され、アピールされる場所であるはずだ。(長谷川氏)

### (4) 現段階において商店街全体を良くしていこうといった考え方の浸透はあるか

個店の努力はしているだろう。しかし、それが商店街全体のために動いているのではないので、そのような考えはまだ浸透していないといえる。言い換えれば、自分勝手な店、自分の店しか考えてない店が多い。また、テナントと自店の違いというものもある。やる気がないというわけではないが、力を入れるところが変わってしまう。本社との関係、売上げ、商店街全体の活動とは別のところであるだろう。

また、大規模店の進退によって、商店街の雰囲気は変化している。大規模店の食品売り場が重要になる。食品は毎日必要なもの、毎日買い物に来てその後に商店街の中をブラブラする際に必要だと思う。しかし、商店街の中の食品を扱っている店舗にとっては厳しい。長崎屋(宇都宮にぎわい特区<sup>16</sup>により出店)によって少し取り戻した。

今と昔の人々の変化によって、それぞれ対応しなくてはならない問題が増えた。昔は市街地から中高年がやってきて、身の回りの最寄り品、肌着などが売れていたが、今の状況は、若い人の通行量が多いため、ファッション衣料などが良く売れる。休みの日には、小学生・20代・50代過ぎの人たちが多い。

その対応は、個々の店舗の対応に任せるしかない、個店の努力は、品揃えや対応・ソフトの面で、その人たちがいかに引き込むかであり、商店会のやるべきことは、いかに商店街に人を集めるか、ということだからである。

商店街の売上げは全体的に下がっている。需要がないこと、日本の経済低下、大規模ショッピングセンターが点在していることなどが理由としてあげられる。その他の理由としてあげられるのは、人々の意識であるだろうか。

各個店の売上げを上げるにはどうしたら良いか、それは商店街の問題ではなく、やはり各個店の問題としてその店が経営をどうしたら良いかということになってしまふ。だから、会合にきてても意味がないと思ひ、金のかかるイベントは敬遠しがちになってしまうのだろう。テナントに入っている店の店長などは本店の意向や決済証明、

<sup>16</sup> 地方公共団体や民間事業者の自発的な立案により、地域の特性に応じた規制の特例を導入する特定の区域(構造改革特区)。2003年8月29日認定。  
「構造改革支援サイトみんなの特区」[http://www.21ppi.org/mintoku/data/profile/02\\_0\\_008.html](http://www.21ppi.org/mintoku/data/profile/02_0_008.html)より

自分の店舗の売上げなど、個人で決められる権限が少ないことなどもあり、やはり会合などには参加してこない。(長谷川氏)

まちづくりと店づくりはまったく別の方向を向いているということを念頭に置かねばならない。まちづくりに本気で関わろうとすると、結局店にかける時間が少なくなってしまい、店自体がつぶれてしまう可能性がないといえないのが現状である。

隣同士の店や商店街の個々の店はそれぞれにライバルなので、今のところ表面上さえも協力しようという気がない。また、商店街自体に今の状況を何とかしようと活発に行動しようとする人が少なく、年齢的な問題からも将来性を考えての店作りや商店街全体のことを考えている人は少ない。

よく、店それぞれが充実していれば商店街自体も活性化するのではないかという意見もいわれるが、それも難しい。その理由は、昔からの商店の店主という人が全体的に少なくなっており、店をテナント化し、オーナーに転ずる人が多くいるためである。オーナーになってしまうと、自然と商店街のために何かしようという気持ちはだんだん薄れてくるのは仕方のないことだろう。そして、テナントに入る若い世代の店主は、結局組合などにも顔を出さず、なかなかコミュニケーションがとりにくい。また、短い期間だけの店長であった場合はさらに、商店街との関係は薄くなる。(広瀬氏)

## (5) 集まりの実態

年1回のオリオン通り曲師町商業組合の総会、毎月2回の理事会である。理事会は12人で行われ、その内容は、催事についての取り仕切り、広場の管理・運用、場所の貸し出しの審査など外部との関わりのこと、それ以外は内部の意思統一を図り、商店街を今後どうしていくか、現在の問題としては郊外大型店との差別化、そして将来的な長期的なまちの存続などを議題として話し合っている。商工会や市役所と協働してやっていくことは不可欠なので、要望として出し続け、問題を風化させないようにしている。

しかし、その理事会も一方で、馴れ合いになってしまっているのも否定できない。商店街の展望に対する意識の統一を図るのは難しく、個々の店の考え方について(意識ややり方、参加具合)や具体的な話(実際に動く、金を出すこと)、つまりは込み入った話をするのを避ける傾向にある。何もやってないということを言われるのを避けるためだけに、口は出すが、金は出さないと感じるのが本音である。

自分は会計を担当しているため、実際に動いて、店に働きかけに行くことが多い。その際に、自分のことが、組合に雇われ、組合から金をもらって動いている人だと思われることも少なくない。そういう人を雇って事務処理を運営している商店街も実際にはあるが、オリオン通りの場合はそんなことは一切なく、自分の店にいる時間が少なくなろうとも、商店街のために、いわば無償で働きかけをしているといっても過言ではない。商店街の今後、まちづくりとしての商店街に興味があるのは、今のところ二人くらいだろうか。それぞれの店主の意識改革は相当に難しい。一言で言ってしまうえば無理なのである。強力にまちづくりとしての商店街を推し進める自治体職員でもない大きな変化は望めない。(広瀬氏)

理事会の中でそれぞれが担当を決めてまちづくり等の情報収集し、その後理事会で報告会等を行い、情報の統一を図っている。イベントなども担当を決めて行っている。副理事という立場上では、全般的に様々なことに関わっている。

先進商店街視察に行くことなどは、理事会で話し合っただけで決定している。その後、みんな報告会などを行っている。商工会議所から、変わったイベントなどの情報などが入ってきたら、視察に行って目で見て感じてくる。そのことにより個々の意識は変化してくる。その案を自分のところ(オリオン通り)で取り入れるかを話し合っている。アーケードを作るときも視察にたくさん行って熟考した。

しかし、商店街のまちづくりの仕方や今後について、深く話す相手はあまりいない。やはり、立場が違う者同士深く込み入った話はできない。まず、集まりに参加する人が集まらないといった事実もある。理事会においても来られない人もいる。

しかし、集まるときは集まる。会費を上げるといって集まる(5% 600~1000円)。お金がかからないもの、忘年会など無料の時は来る人は多い。そのようなときに話す話題は、アーケードが暗い、夜が物騒、スケボーのやつらが...、などという不平不満になってしまい、商店街全体の話にならない。まちづくりについての話題をそのようなときにしてくれという要望もあるが、酒が入っているときに話すのは良くないと思う。

お酒が入らない席での無料の集まりは開かれることはないだろう。理事会ですら都合を合わせられない人がいるのに、人が集まるとは思えない。自分に都合が悪いことが起きたときは協力を仰ぐが、それ以外のときには顔も出さない人も多いので開かれることはないだろう。(長谷川氏)

## (6) オリオン通りのもう一つの組合、オリオン通り商店街振興組合との協力

ないに等しい。こちらからの働きかけをしてみても、経済規模などの理由により断られることが多い。実際は、内実を知られるのが好ましくない、またイニシアティブをとれずにこちらからの働きかけにより動くのが気に食わないというのが本音ではないか。そのために、まず、商工会議所に要請し、そこからの働きかけであるという名目を作ってもらって、やっと二つの組合同志が参加するというのが現状だ。その働きかけにより、勉強会や講演会などにある程度の人が集まり、表面上はうまく行っているように見えるが、結局成果が上がった例は一つもなく、分厚い記録や報告書だけが残っている状態である。

商店街のあり方は実際に大きく異なる。振興組合は、東武百貨店という大きなバックスポンサーがついており、それに大きく寄りかかっている部分も少なくない。(広瀬氏)

## (7) 商店街の負担金

宇都宮商店街連盟(商工会議所内に窓口があり、半官半民的な団体)、栃木県中小企業中央会(半官半民) 会費、運営会費や職員などの給料に使われる。

そのほかには、アーケード使用料がある。10年前商店街全部の許可を得て立替、その後20年の間に、その費用を個々の商店が少しずつ負担し国や県に返している。

組合費、自治会費は、イベントの運営費、年間の行事によって変化する。オリオン通りは市内の商店街の中で一番イベントが開かれているだろう。そのイベントの主催者の七割は組合で、あとは、公的なもの、民間企業のものである。営利目的のもの、組合に不利益となるようなものは誘致しない。主催が組合ということはその分負担金も多くなっていくということである。

宇都宮まちづくり推進機構(第3セクター、半官半民)は、会員制であり、企業など団体1口5万、個人1口1万ずつ払う。継続して行われる可能性があるイベントにのみに対して、第一回目開催時のみ補助金をだす制度になっている。

このように、個店の負担する金ははっきり言って少なくない。しかし、イベントなどを開くことに反対する人はいない。それは、自分は動かないけど、金だけ出してあげばいいという気持ちの表れではないか。一応、商店街のイベントに関わって、人を集めたということだ。そのイベントをやって、本当に効果が出ているのかということに気がする人はいない。実際のところは、人はそのイベント目当てに集まっているのであって商店街を楽しもうとして集まってきているのではないということはいえる。イベントは商店街には金を還元してくれない。(広瀬氏)

## (8) 外部の組織とのつながり

まちづくりをやりたいという人々は大勢いる。今の状況は、自分が働きかけを行って、協力を要請している。やりたい人とやってほしい人との間に入って調整や要請を行う組織があれば、大いに助かる。(広瀬氏)

昔参加していたものに、宇都宮商業近代化計画、TMO協議会がある。

その内容は実行的なものではなく、計画や話し合いの場になってしまっている。10年に一度の間隔でこのような会議が開かれているが、話されている内容にはあまり変化が見られなく、問題の根本は30年経った今でも解決されていないのではないか。

現在では、商店街連盟には加盟、参画している。宇都宮まちづくり推進機構(第3セクター)にも他の理事が参加している。(長谷川氏)

## (9) 宇都宮市の今後

宇都宮市は煙突のないまちとして、栃木県の中に存在してきた。いわゆる商業を中心に発展してきたといえる。高校ができた順序からもそれがいえる。最初にできたのが、宇都宮高校、次が宇都宮農業高校、その次が宇都宮商業高校である。宇都宮市の呼ばれ方は、県都、軍都、商都である。

その一方で、足利市は工業を中心に栄えてきた。現在にもその名残が銀行名として残っている。なぜ、宇都宮銀行がなくて、足利銀行なのか。この疑問は、商業より、工業に重きを置いて、発展してきた栃木県の様子をあらわしている。

宇都宮市が商業の発展をなくして何が残るのか、そういった意味でも、まちづくりやそれに伴った商店街の活性化は考えなくてはならない要素である。(広瀬氏)

宇都宮市の商店街には、意思統一が必要である。

全体として動くことがなかなか難しい今の状況で、みんなが同じ方向を向くということは、それぞれの売上げが伸びることに尽きる。大型の郊外店やチェーン店とは違って、上から下へのコントロールというものが無いので、一つとして動くことが困難になる。横同士のコントロールというものは理事会だけでできるものではない。

理事会としては、みんなの意見を聞いてみんなの商店街にしていきたいという思いがあるがその思いがなかなか浸透しない。集まりに出ないのに、理事会は何をやっているのだ、何とかしてくれないのか、という意見が出るのは全体としてみる商店街の



視点が浸透していない証拠である。誰かが何とかしてくれるという意識が拭いされないのが現状である。

イベントなど、一斉に動き出すことができない。商店街が一つとなってまとまっていないので、それぞれの利害が一致しなく、参加する店にむらが出てしまう。自分の利になることはするが、マイナスになることはしないのが商人の性である。イベントをやることは商店街としてはプラスだが、それが個店の利益につながるかどうかははっきりしないので、金を出したくないという人が多い。だから、理事会中心に動くことが多く、意識の面でも差が出てしまっている。イベントをやったという事実は残るが、それが継続したり、商店街の目玉となったり、利益が個店に還元されたりすることはめったにないのが原因であるともいえる。(長谷川氏)

## 第二節 聞き取り調査から見える宇都宮市中心商店街の実情

聞き取りをさせていただいた二人の話から見てくるとは、中心商店街の活性化は、まだスタートラインにも立っていないということである。まちづくりの視点からの中心商店街活性化といったものの目的が、まだ誰にも浸透していないような感覚を受ける。商店街というものは、商売を目的に発展してきたものであるといった前提があるものの、中心市街地活性化において、大きな役割を担わなければならないということは、実際にその立場にいる人々の側からすると受け入れがたいことのような印象を受けた。

今回、お話を聞かせていただいたお二人は、その役割の責任を果たそうとする人の代表である。その人の口から、商店街の中に、まちづくりや、中心市街地活性化全体のことを考えている人は少ないといった言葉が聞こえてきてしまう。このような現状をどう捉えればいいのか。

まず、そこに暮らす人の視点で考えてみる。商店街の人にとって、生活の場がそこにはないといったことがまちづくりの視点で商店街を見られないことの原因ではないか。生活圏が車によってどんどん郊外化し、郊外でも、中心部と同じようなサービスが受けられる。生活の場の広がりによって、中心市街地に住む人々にとっても、その空洞化などの問題がどこか他人事のように感じてしまうと考えられる。しかし、車に乗ることができなくなってしまった高齢者が中心部に取り残されているといった問題も同時に引き起こされてしまっているということも事実として受け入れなくてはならない。

商店街を構成する人が変化してしまったということも問題である。テナント化が進むことで、そこを生活する場ではなく、商売する場とする傾向がますます強くなっている。年に一度の商店街の集まりにさえ顔を出さない店があるといった事実がそれを裏付けている。

しかし、その集まりも慣例化し、話し合いの内容も踏み込んだ話題ができていないということも事実としてある。先進商店街などの視察や情報収集などは活発にされているらしいが、そのことが実際に自分たちの手で動かなければ手に入らない結果だということが浸透していないのではないか。

また、それぞれの店で負担する金がだんだん増えているといったことも気になるところだ。近年、まちづくりが活発に議論されるようになってから、第3セクターや他

の組織などの動きも活発になってきている。それらの組織に支払う金が、少しずつではあるが、増えているのは確実だ。こういった動きは、金さえ払えば誰かが何とかしてくれるといった考え方につながってしまうのではないか。自分たちの問題をどこか人任せにしてしまっているような感覚を受ける。

隣の商店街とさえ協力体制ができていないことにも驚きを覚えた。働きかけを行っているものの、隣の商店街はその要望にこたえてくれないのである。地域ぐるみのまちづくりといった視点がまだないのだということが明らかである。

今後の商店街の活性化に欠かせないものは、長谷川氏もおっしゃっているように、内部の意思統一である。それに加えて言うと、自分たちが住み、生活の場になっている地域に対する責任感が必要だ。やればやるほど赤字になるイベントを、誰もやめようと言わない自分たちの商店街に対する関心のなさを、まずどうにかしなければならぬのではないか。

### 第三節 成功事例にあって宇都宮市の中心商店街に足りないものとは

まず、何よりも足りないことは、関心である。自分たちが生活している場が、今どのようなことに陥っているか、その場所がいかに宇都宮市によって大切に重要な場所であるかといった意識である。

成功を収めている商店街に共通してあることは、何よりも関心の高さであり、自分たちのまちを自分たちの手で何とかしなかったら、誰がやってくれるのだといった危機意識の高さである。

その危機意識や関心を高めるために、成功例では、まず簡単に集まれる場所での話し合い、それもそこまで堅苦しくならないような、誰もが発言できる場というものがたくさん作られている。作られただけではなく、そこに多くの人に関心を寄せて集まってきたというのも、成功につながることなのだろう。その場所では、自分のまちに対する危機意識や自分たちが何とかしなければといった感覚が自然に育まれていったのだと考える。

そのような土壌ができて初めて、みんなを引っ張っていけるリーダーとなる存在というものが際立ってくる。その土壌がないままでは、いくらリーダーをできる才覚がある人でも、結局誰の協力も得ることができず、結果はついてこない。その土壌があるからこそ、リーダーという存在が生まれるのかもしれない。リーダーは、熱心な商工会議所の職員でもいいし、役場の職員でも、商店街の中の有力人物でも誰でもよいのである。先導を切れる人物が、成功している商店街には共通して存在しているのである。

そして、まちづくりの視点での商店街活性化というものが必要である。その視点をみんなで考える必要がある。その作業は、最初は歴史を振り返ることでもよい。自分たちが今存在しているところには、必ず過去があり、現在は必ず未来につながっている。過去を振り返ることで、大量消費社会の中で身につけてしまった自分勝手な感覚というものを見直すきっかけにもなるはずだ。その考えは、自分たちのまちをこれからどのように後世に残していくかといった考えにつながらなければならない。その感覚にならない人がいるとするならば、日本の未来はなく、人間は滅び行くだけの存在

となってしまうても仕方がない。人間は、反省し、過去の過ちを未来で償える知恵というものを持っている。その知恵を、まちづくり・地域づくりといった観点から、今こそ使うべきである。

まちづくりは、言うまでもなく、そこに住む地域市民の仕事である。しかし、そのことは、その人たちだけの問題ではなく、都市に住む市民全員の問題である。その地域を必要としている全員の問題であることを忘れてはならない。ただ、さまざまな意見を聞き、いろいろな人々の協力を仰ぎながら、実際に行動を起こし、結果を挙げなければならないという責任を負うのが、その地域を昔から発展させ、人を集めてきた商店街の人々であることも間違いはないのである。

## 第四章

### 宇都宮市の目指す都市像とは

---

#### 第一節 なぜ中心商店街活性化は進まないのか

なぜ、中心市街地の活性化が進まないのか。その理由は今まで述べてきたように、関心の低さ、危機意識の足りなさ、都心部の歴史的価値に対する認識の低さといったものが挙げられる。また、その地域にかかわる人々が、まだ自分たちのビジョンやその地域に住んでいる価値や理由を考えないただの住民であり、自分の住む地域に対する高い意識を持った市民になりきれていないといったことが挙げられる。

そうなってしまう原因として、ただ一概にそこに住む人々のせいとして片付けてしまうことは、あまりにも単純で意味のないことではないか。

ここで、考えられるのは、日本人の都市計画のあり方、都市に対する意識の低さというものが挙げられる。成功してきた商店街や都市の人々は、自分の手でそれらの問題を整理し、昇華させ、自分たちの都市像というものを持つことになった。

自分たちの都市、町のあるべき姿、残すべき都市の姿さえはっきり認識できれば、今住んでいる地域を考え、自分たちの手で変えていくことは可能ではないのだろうか。今まで、地域活性化、まちづくりとしての商店街活性化などがなかなか進まなかった理由は、そのビジョンがあいまいにされ、何が目的かといったことをはっきり認識できなかったからではないかと考える。

そこで、そのビジョンとしてはっきり認識しなくてはならないことは、「コンパクトシティ」の考え方である。この考え方は、市が出しているマスタープランにも言葉としてかかれてはいるが、それが実際に宇都宮市のまちづくりにどう生かされ、その後、どうなるのかといったところまで話は進められていない。

ここでは、その考え方を、宇都宮市のまちづくりにどう生かせるのかを検証していきたいと思う。

## 第二節 コンパクトシティの観点

### (1) コンパクトシティ

コンパクトシティは、「持続可能な都市発展の基礎づくりを進めると共に、個性豊かで触れ合いに満ちた自主的な生活圏が相互に連携し、多重にネットワークする都市づくりを市民・事業者と市との協働のまちづくりによって進めるものである」と表現されている。イメージとしては、人と自然、人と人が共生できる都市、必要なサービスの大半は生活圏で利用できる、自律的なまちづくり、成長管理、交通、緑、情報など多主ネットワークを形成することである。

コンパクトシティの考え方が提唱されるようになった背景は、欧州においては、地球環境問題に対応するために、自動車から排出されるCO<sub>2</sub>削減が大きな狙いとして始まった。土地利用計画、交通計画を柱に据え、環境計画との統合、住宅政策との連動、都市の強化、再生政策などによって、都市の活性化・維持と再生、田園や自然環境の保全力ともあわせて達成させようといった、多様な目的のもと、提唱されるようになった<sup>17</sup>。

日本において、都市計画といったものは、常に公共事業的手法として行われてきた。そのため、また新たな公共事業として「コンパクトシティ」を形成しようとする傾向が強い。その点、欧州においては、民主的な手続きで策定された都市計画に基づく厳格なコントロールができ上がっているため、市民の動きとして、「コンパクトシティ」の取り組みを受け入れられやすい背景がある。この「コンパクトシティ」の考え方の大切なキーワードとなることは、公共事業のようにハード事業を進めるだけではなく、市民が自ら動いてその形を目指すといった動きそのものにある。

農業用地との問題も日本では挙げられる。わが国は、食糧のほとんどを輸入に依存しており、また農業従事者の高齢化問題も深刻になってきており、職業としての農業に対する将来性というものが見込めなくなっている。そのため、農業用地を今の状況のまま、残していくことが困難になってしまっており、国の方策も緩和されてきたことから、農地を資産として転用する例も増えてきており、ますます開発コントロールというものが困難になってきている。<sup>18</sup>

問題は山積しているが、日本社会はいま、大きな転換期を迎えている。急速な高齢化、少子化、全国人口の減少、地球環境問題への対応、自然環境の保全と再生、持続可能な開発、都心部の衰退、など都市計画の関わる分野は多種多様にわたっている。

これからの社会の目指す姿として、これまでの成長・拡大だけを続けてきた都市化社会から、持続可能な成熟した都市型社会に移行しなければならないといわれている。成熟社会とは、大量生産大量消費を繰り返してきた社会から脱却した、多様性と個性、歴史性と文化が認められ、貨幣的な価値よりも、普遍的で人間的な価値が重要視される社会のことである。

都市型社会とは、都市を中心に置きはするものの、農村や山村や多くの自然的な地域を無視するというのではない。都市がそれらの地域とお互いに支え合い、補完し合って存在するということである。都市が、環境、資源や経済を一方的に消費するのではなく、都市が様々な要素を取り込んで、独自の文化を持つということである。

<sup>17</sup> 参考：海道清信『持続可能な社会の都市像を求めて コンパクトシティ』224頁(学芸出版社，第1版，2001)

<sup>18</sup> 参考：同 227頁

日本型コンパクトシティの狙いとして、活気と安らぎのある都市、経済的、社会的、環境的に持続可能な(サステナブル)地域づくりである。基本的コンセプトとして、わが国の都市空間が持つ伝統的な価値を継承し、質を高めることが重要である<sup>19</sup>。

## (2) 都市像を考えること

まちづくり関連の勉強をしていると、必ずといっていいほど、あるべき「都市像」という言葉が見かける。この「都市像」とは何なのだろうか。都市の形態、密度、土地利用、自然環境といった空間的要素(ハード)と、歴史、文化、人々の交流、知識、ライフスタイルといった要素(ソフト)の集積で成り立っている。それらが、バランスよく、コントロールされた人々の集積地域というものが都市の姿である。ヨーロッパの多くの都市では、それぞれの都市、その中で暮らす市民が明確な都市像を持っているため、第二次大戦の復興の際、戦前の姿を大切にし、復元された町が多くある。その点、日本において明確な都市像を持っている地域はそれほど多くない。その一つの背景として、第二次大戦で、210都市が戦災を受け、115都市が区画整理事業などの復興事業の実施により、伝統的な都市構造が大きく変えられたことがあげられる<sup>20</sup>。

このことが、前述した復興の影にあたるどころである。また、戦後の急成長の中で、整備され、求められてきたものは、主に経済活動の場としての都市であり、土地利用や開発に対するコントロールは二の次になってきた<sup>21</sup>。

そのため、日本における「都市像」というものが明確にならず、これからのまちづくりに欠かせない視点が、人々の生活の場、文化の集積の場としての都市の存在というものだということをはっきり認識していない。都市自体が抱える問題の所在を明らかにし、独自のまちづくりというものはじめようという視点にいまだに移行できないでいる。このビジョンを打ち出し、伝え、分かち合っていくのが、行政であり、それに対し答えを出すのが市民である。

その先駆者として、だんだん動き出しているのが、商業集積地区に暮らす商店経営者である。「都市像」いわゆる「都市の顔」を考えた上で、歴史的集積を重ね、長い年月をかけて栄えてきた町の中心に暮らす人々は、誇りを持って生きてきた。今まで、なおざりにされてきた、文化や歴史、都市の顔というものをずっと守ってきたのが中心部であり、その誇りと情熱にかけて、戦い始めている。その意味での中心市街地活性化事業というものは、その都市が生きるか死ぬかの問題であり、いつまでも成功しなかったら、その都市の終わりを意味する。

戦わなくてはいけないのは、商業集積地区に暮らす人だけではない。宇都宮市に住んでいる以上、都市の存続は市民全体の問題であり、責任を持って取り組むべき問題である。その問題に関心がないという人は、どの都市にも住む資格がない。今こそ、市民の意識を高め、日本の歴史と文化に裏打ちされた「都市像」というものを、地方の都市から考えていかなければならない。

---

<sup>19</sup> 参考：前掲 255 頁

<sup>20</sup> 参考：同 15-16 頁

<sup>21</sup> 参考：同 209 頁

### 第三節 宇都宮市の都市像を考える

都市空間というものは、『人類が生みだした総合的な空間芸術であり、それぞれの地域の歴史や文化、自然条件を読みといて、豊かな生活空間をうみだす「空間の論理」』<sup>22</sup>であり、それにかかった方法で、都市の構成要素を考えなければならない。

その要素を考えたとき、建物というのは、大きな要素を占める。ヨーロッパのあの重厚な町の雰囲気などは、建物によるところが大きい。安易な建て替えをせず、維持していくことができたのは、社会や地域の価値観や文化によるところが大きい。日本においても、都市の景観、文化、雰囲気などを作り上げるときに考えなくてはならないことだ。日本は、建築資材や、感覚の問題で、建物の更新が、まちづくりのすすむ諸外国に比べてみても15年以上は早い。歴史的に形成されてきた市街地中心部を区画整理事業などで大幅に改変しつづけている国は先進国では、日本以外にあまり見られない<sup>23</sup>。それぞれの持つ歴史や文化空間の特徴があまりに軽んじられてきた都市計画が行われてきた結果である。その結果、日本の都市は、画一的で、豊かな生活を育む場所としての意味を失ってきた。

宇都宮市はどうだろうか。図表6を見ても明らかなように、スプロール化が進んでいる。歴史や文化が無視され続け、画一的な自動車依存型の都市計画が推し進められ、道路が何より優先されて作られた結果である。郊外に生活圏が移り、サービスも中心部と変わりなく受けることができる。その結果、中心部に人はいなくなり、自動車を利用して悠悠自適に暮らせる郊外の生活のほうが魅力的になってしまった。今、中心市街地活性化事業が活発化している中で、この状況をどう捉え、何を目的に都市計画を見直していくか。

前述したコンパクトシティの方向性に従って、宇都宮市の都市形態を考えてみると、どのようになるだろうか。基本的な考え方である、「密度を高めて徒歩圏内で日常サービスを受けられ、公共交通が成立しやすいように、地域を再編成すること」は、中心市街地活性化に向け取り組まれている課題に沿っているようだ。その考え方の行き着く先は、「コンパクトシティによって自動車依存社会を克服する」ことである。交通のニーズに柔軟に対応できる都市、「要求対応型交通(DRT)」が今後目指していくべき望ましい形である。例を挙げると、ミニバス、タクシー利用を基本として路面電車などの高速交通機関、自転車、徒歩の交通手段によって他地域への移動を可能にする都市形態である。中心市街地をコンパクトシティのセンターと考えるならば、その多種多様な交通手段で結ばれた地域はサブシティである。その沿線に無秩序に町を形成するのではなく、ある程度まとまった集合体を、計画的に配置していく。<sup>24</sup>

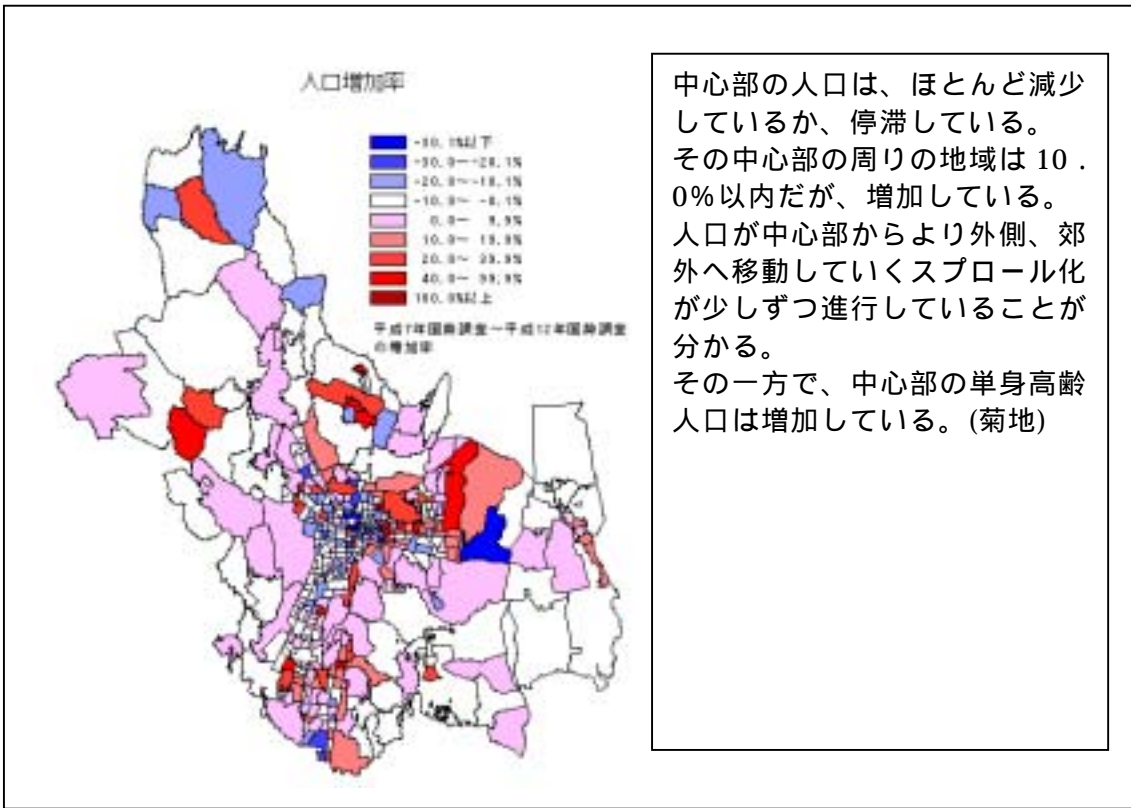
その結果、自動車に依存しなくても良い生活圏が形成され、より人間的で、コンパクトな生活圏といったものが形成されるはずだ。

歴史的背景を振り返る作業も、日本人らしい生活、宇都宮市の市民としての生活とは何であったかということの思い出し、自分たちがなぜここに存在し、町というものを形成してきたかということの思い出すために必要なことである。町を膨張させ続け、自分勝手に破壊を繰り返してきた今までの時代を反省し、新たな時代への転換期に立つ心構えとして、自分たちが目指すべき都市の姿というものを市民一人一人が認識しなければならない時代がやってきたといえる。

<sup>22</sup> 引用：同 191-192 頁より。

<sup>23</sup> 参考：前掲 191 頁

<sup>24</sup> 参考：同 244 頁,246 頁



中心部の人口は、ほとんど減少しているか、停滞している。その中心部の周りの地域は10.0%以内だが、増加している。人口が中心部からより外側、郊外へ移動していくスプロール化が少しずつ進行していることが分かる。その一方で、中心部の単身高齢人口は増加している。(菊地)

図表 6：宇都宮市の人口増加率  
「宇都宮市統計データバンク」  
[http://www2.city.utsunomiya.tochigi.jp/DataBank/main\\_8.htm](http://www2.city.utsunomiya.tochigi.jp/DataBank/main_8.htm) より作成



# おわりに

---

## (1) まとめ

本論文では、宇都宮市活性化事業の現在の状況と、それに取り組む人々の実情といったものを、なるべく市民の目線から述べてきた。そして、聞き取りや取り組みの結果から導き出された、これからの宇都宮市の未来の都市像というものは、市民と共に成長し、歴史的価値を大切に内包した、コンパクトシティであると考えている。そのための第一歩として、市民の意識の変化が不可欠であると述べた。そして、その結果、現在の人間にだけ都合の良いように配置された都市構造は見直され、自動車依存が克服できるような新たな都市の形が生まれるだろう。

第一章では、宇都宮市の歩んできた歴史を振り返った。宇都宮市は、それぞれの時代で、関東において重要な都市として発展してきた。振り返れる作業によって、その歴史を内包してきた中心市街地といったものは、「歴史」というキーワードを軸として生まれ変わることができるということが明らかになった。そして、市民の手で生まれ変わることで、後世に残せる新たな宇都宮の顔として再生させる必要があり、まちづくりとして取り組む必要性にも言及した。

第二章では、中心市街地に対して行われてきた活性化事業について述べた。その活性化事業は、まちづくりが考えられるようになった当初は、行政が主体で取り組まれてきたといえる。しかし、効果をあげるためには、長い時間と労力が必要であり、その他の多くの事業をかかえる行政だけの手には負えなかったのではないかと考える。そのため、第3セクターが設立され、その働きに注目が集まり、大きな役割を担うようになった。しかし、活性化事業として頻繁に行なわれている活動が、市民を巻き込んだ大きな動きになっているとは言えず、また、市民側の認識としても、行政が何とかしてくれるだろうといった考え方を捨てきれずにいるように感じた。中心市街地活性化が宇都宮市に必要なものだということを認識できていないというのが現状であり、市民が積極的にまちづくりに参加するといった基盤がまだできていないといえる。

第三章においての、商店街の中心人物の聞き取り調査から明らかになったことは、まだ、中心市街地活性化の中心となるべき商店街の活性化がスタートラインにも立っていないということだった。商店街で商売を営む人々の生活圏が変わり、そこを生活の場として本気で考える人が減少したというのが原因である。まちづくりが成功している商店街と比較するとそれがもっと明らかになった。まず、商店街活性化に取り組む人、関わる人の内部の意思統一が必要であり、それができないと、都市のまちづくりの問題として市民全体が取り組むべきことだという考え方にすら到達できない。

第四章では、今までの結果から、なぜ中心商店街の活性化が進まないのかを検証した。その結果、日本人が持つ都市に対する考え方や都市計画のあり方に問題があるということが明らかになった。そのため、自分たちの都市、町のあるべき姿、残すべき都市の姿のはっきりとしたビジョンが見出せず、その結果、画一的な都市開発が進め

られ、地域の個性や残すべき姿というものが失われ、その都市に住む意義さえ持つことが困難になってしまった。そこで、そのビジョンをはっきりさせる必要があると考える。宇都宮市民が持つべき未来の都市像は、宇都宮市としての特徴を見直し、自動車依存から脱却し、都市をコンパクトに形成し、住むべきところと自然や歴史を残すところなど、住み分けができる都市にするということだ。そのときにあるべき市民の姿は、都市の存続が市民全体の問題であると認識し、その問題に責任を持って取り組んでいこうとする姿である。

そこまで到達するために、まず必要な第一歩としては、関心を持って自分が住む都市や土地、地域のことを考えるということだ。当たり前のことと思われるかもしれないが、意外にできていない人が多すぎる。関心を持って自分の住む都市を見直し、土地や地域のつながりや歴史を感じ、新たな発見をすることが、これからのまちづくりを大きく動かす原動力になっていく。その気持ちがあるからこそ、その都市に住む市民でいることができ、その市民が住み形成していく都市は、未来へと存続させるべき都市の形に成長していくのである。

## (2) あとがき

都市のことを考えるときに、そこには必ず「人」というものが存在する。すべての都市は、「人」が集合して創り出し、「人」が残し、あるいは破壊していくかの選択によって、形成され、成り立ってきた。21世紀を迎え、成熟した社会を迎えようとしている私たちは、20世紀から引き継がれてきた都市にどのような価値を見出していくのだろうか。果たして、日本には、引き継ぐべき都市というものがあるのだろうか。日本においてのまちづくり、都市計画の本質といったものが見直され始めてから、まだ日が浅く、都市のあるべき姿や市民の役割について、実践し、関わらなければならない人にまで、まだ浸透していないのが現状だ。

宇都宮市民である私にできることはなんだろうか。この研究を通して、宇都宮市、中心市街地が持つ土地の歴史的価値、残していかなくてはならないもの、伝えていかなければならないものといったものが多く残されていることに驚きと喜びを覚えた。また、それを保全し、まちづくりに生かそうといった動きがあることも知ることができた。そういった運動が、評価され、市民に多く浸透するように、自分もその動きに参加していきたい。他にも、多くの成功事例にあっ町な市民運動が活発化するような働きかけをできる範囲で行いたい。

ただ、欲を言えば、もう少し聞き取り調査の数を増やしたかった。もっと、その地域の実情を細かく調査し、話を聞くことで、良い点や悪い点をもう少しはっきりと浮き彫りにしたかった。

この研究をするに当たって、まちづくりという分野の広さ、自分のまちづくりに対する考え方の甘さを痛感した。まちづくり、いとことで簡単に表されている言葉だが、その意味は、限りなく深い。まちをつくるということ、それは、器があればいいだけでなく、その器の大きさや中身、多すぎても少なすぎてもいけない、熱すぎても冷たすぎてもいけない、といったようなとても繊細で芸術的な作業なのではないか。その作業をするために、今まで多くの人間の英知が使われてきた。その英知は継続して使われ、変化させ続けることが必要だ。地球環境において、まちをつくるといった作業をはじめた人間というのは、とてつもない膨大な作業を今までも、これからも背負い続けていくのである。

ずっと自分が暮らしてきた宇都宮という地域を、卒業研究として取り組めたことを誇りに思う。そして、最後になりましたが、この研究をするに当たって、協力していただいた商店街の広瀬さん、長谷川さん、また、指導教授の中村祐司先生、参考文献集めに協力してくださった陣内先生、本当にありがとうございました。

## 《参考文献》

漫画：広井てつお / シナリオ：島遼伍 『まんがうつのみやの歴史』(宇都宮市市制 100 周年記念事業実行委員会, 第一版, 1996)

海道清信 著 『持続可能な社会の都市像を求めて コンパクトシティ』(学芸出版社, 第 1 版, 2001)

田村明 著 『まちづくりの実践』(岩波新書, 第 1 刷, 1999)

中沢孝夫 著 『変わる商店街』(岩波新書, 第 1 刷, 2001)

原田英生ほか 「再生 中心市街地 欧米のタウンマネジメントに学ぶ」 ジェトロセンサー 6 月号 8 頁以下(2000)

船橋綾乃ほか 「本格化した地域主体のまちづくり」 ジェトロセンサー 6 月号 43 頁以下(1999)

前田進 著 『中心市街地商店街の活路 - 生き残るまちと商業の技術と戦略 - 』(ぎょうせい, 第 1 版, 1998)

三橋重昭ほか 「特集タウンマネジメントのゆくえ」 企業診断 46 巻 8 月号 18 頁以下(1999)

矢作弘 著 「地方都市再生への条件」 岩波ブックレット NO.479(1999)

## 《参考 URL・データ出典》

「宇都宮歴史再発見講演会・シンポジウム第 1 回、第 3 回資料」  
[http://www2.ucan-ltd.co.jp/miya-aruki/01\\_all/03\\_act/05\\_kouenkai/index.htm](http://www2.ucan-ltd.co.jp/miya-aruki/01_all/03_act/05_kouenkai/index.htm)

「宇都宮発見 Home Page」  
<http://www.bekkoame.ne.jp/~koba-hiro/khome/map.html>

「宇都宮市都心部活性化推進室のホームページ」  
<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kikaku/toshinbu/top.htm>

「宇都宮観光コンベンション協会ホームページ」  
<http://www.utsunomiya-cvb.org/cdata/data/koutsuu/chushin.html>

「宇都宮商工会議所ホームページ」  
<http://www.u-cci.or.jp/>

「まちづくり推進機構ホームページ」  
[http://www.ucatv.ne.jp/~u\\_kikoh/](http://www.ucatv.ne.jp/~u_kikoh/)

「宇都宮市公式サイトうつのみや」

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kikaku/shinkotsu/nani.htm>

「構造改革支援サイトみんなの特区」

[http://www.21ppi.org/mintoku/data/profile/02\\_0\\_008.html](http://www.21ppi.org/mintoku/data/profile/02_0_008.html)

「宇都宮市統計データバンク 宇都宮市の人口増加率」

[http://www2.city.utsunomiya.tochigi.jp/DataBank/main\\_8.htm](http://www2.city.utsunomiya.tochigi.jp/DataBank/main_8.htm)

## 〈付録〉

< 聞き取り調査内容 >

- 1) 創業して何年ですか。何代目ですか。
- 2) 店を継ぐ後継者はいますか。
- 3) 自分の店と商店街の関係はどのようなものがありますか。  
組合に参加しているか(総会、理事会)、イベントなどの協力・参加はあるか、半官半民の団体(宇都宮商店街連盟や宇都宮まちづくり推進機構)の行う講習会や勉強会に参加するか、など
- 4) まちづくりには興味はありますか。
- 5) 何らかのまちづくりに関する集まり、団体に参加していますか。それはどのような団体ですか。
- 6) 参加している人は、今までに関わったり、協力したりしたことについてお聞かせください。
- 7) 参加していない人は、今後、そのような集まりや団体に参加したいと思いませんか。参加するならば、どの程度自分の時間を割けると思いませんか。
- 8) まちづくりと商店街活性化にはどのような関係があると思いませんか。  
道路・駐車場の整備など周辺環境の面、商店街の将来について人々の意識の面、
- 9) 今、中心市街地は空洞化しているといわれていますが、実際にはどう思われますか。
- 10) 空洞化しているとするならば、何が原因と思いませんか。
- 11) 大形店の進退によって商店街全体の雰囲気や賑わいが変化していると思いませんか。
- 12) 商店街の雰囲気は昔と変わりましたか。どのように変わりましたか。
- 13) 今後、もとの賑わいを取り戻したいと思いませんか。
- 14) 取り戻すためには何が必要と思いませんか。
- 15) 最近、商店街がもとの賑わいを取り戻したという他の地域の代表的な例は知っていますか。
- 16) そういったことを話し合う相手はいますか。
- 17) 宇都宮市の商店街には何が必要で何が足りないと思いませんか。