



# 中心街に機能集積させ、シャッター通りと決別を

## みんなで暮らしの広場築こう

西郷 真理子 都市計画家



「シャッター通り」の呼び名に代表される地方都市の中心街地商店街の凋落が指摘されて久しい。だが、高松市の丸亀町商店街では「住」「学」「遊」「憩」などをテーマとしてコンパクトシティすなわち持続可能な都市開発という新しい発想で復興を進めている。

商店街が大型店と同じ品物で競うという発想から転換す

ることが、何よりも肝心である。2011年が始まった。全国で商店街から逆襲の動きが上がる一年としたい。「品そろえが少ない」「価格が高い」「サービスが悪い」。中心街の再生を考える際、決まり文句のように言われる弱さだ。だが、こうした発想は郊外の大規模店との比較を念頭に置いたものだ。たとえば、従業員1人当たりの売り上げを比べると、大型店は3000万、4000

万円で、商店街の1000万円程度に比べ、はるかに大きい。これをもって効率や生産性が比べられ、「商店街の生産性を高めよう」という発想になりがちだ。ところが良方を委ねれば、この数字は別の意味を持つ。つまり、商業を維持するために従業員1人当たりには投じられる経費もまた、大型店では商店街をはるかに上回っている事実である。雇用問題と捉えれば、商店街は同じ売り上げで、大型店の何倍もの雇用を生み出すことができる。これを「数字のマジック」に終わらせないため大切なの

が、懸念となる市民それぞれの目線にならないことだ。つまり、「商店街が大型店と同じ品物で競う」という競争に陥らないことである。高松市のメインストリートをなす40年以上の歴史ある丸亀町商店街は、土地の所有はそのままにして、利用はコンパクトシティ(商店街)が共同で行う「土地の所有と利用の分離」という発想で、まちづくり(再開発)を進めている。共同で利用するために、道路と敷地を一体的に活用して、人々が楽しめる広場のような快適な空間が実現でき

た。また、中庭、テラスなどが随所にあり、子供からおばあちゃんまでコミュニケーションが弾む居心地の良い空間となっている。美しい町並みも創り上げた。

\*

そこでは意欲ある起業家が集まり、新しいビジネスモデルを構築しようと試みが続いている。地産地消の食品店やレストランを再開発ビルに集積させ、地元起業家、経営者、農家、専門家などがチームを組み、連携にあたりている。さらにクラフトマンなど連携し、生活雑貨、ファッション、食材、料理教室、カフェなど「讀岐」ブランドにこだわった生活提案型ショップもオープンした。まさに、商店街が暮らしの広場となっているのである。地域で多くの人が起業して

いくためには、中小企業の集積が不可欠だ。中小企業が頑張ることで地域社会は活性化し、雇用も生み出される。「シャッター通り」と言われ守勢に回っていた商店街、中心市街地こそが、そのような機能集積の場として、表はらってつけなのである。丸亀町に限らず、全国のさまざまな都市で新しい発想から商店街の復興が始まっている。流通のグローバル化が進むにつれ、肝心なことを忘れてはならない。共通しているのは地域固有の「ライフスタイル」のブランド化だ。商店街の復興はコンパクトシティの実現であり、地域の再生そのものであることを強調したい。さいごに、まことに、高松などでまちづくりを支援。「まちづくりカンパニー・シアネット」代表取締役。

「これが言いたい」は毎週木曜日に掲載します