

「魅力ある商店街 づくりセミナー」

平成22年3月9日(水)に(財)ひょうご産業活性化センター主催で、小売商業を取り巻く厳しい環境の中、地域の人材を発掘して活動されている事例を紹介することで、新たな商業活性化の取り組みのヒントを得ることを趣旨とした「魅力ある商店街づくりセミナー」が開催されました。

セミナーではNPO法人「地域産業おこしに燃える人の会」理事長の関幸子氏と、「長浜まちづくり株式会社」コーディネーターの吉井茂人氏により、それぞれの地域での取り組みについて講演が行われましたので、その概要を紹介します。

1. 地域・新ニーズが求める商店街の役割：関 幸子氏

関氏は東京都三鷹市にて「株式会社まちづくり三鷹」を立ち上げ、その後千代田区の秋葉原にて「秋葉原タウンマネジメント株式会社」を立ち上げた経験から、地域経済の活性化と商店街の活性化は不可分として以下のような「地域経営の5つのステップ」を提示されました。



(1) 現状分析と課題の把握＝答えは足元にある

地域経済の活性化の取り組みでは、まずは現状分析が必要です。その上で雇用や医療、年金、教育などの社会制度の変革が不可欠です。

そして、官と民がそれぞれのノウハウを持ち寄って協働領域の拡大を図ることが必要。また人口減少社会の中での経済発展として、世界市場に対して官民が連携して対外戦略を組み立てることも不可欠であると考えます。

(2) 将来像の明確化＝どんな社会、どんな地域をつくるのか。戦略、政策の決定

地域においては「自分たちが住み続けたいと思う具体的な将来の都市像」を明確にすることが必要です。その上で新しい価値観、評価軸の基、地域の10年先、20年先を見越した新しい戦略を考えるべきでしょう。

また、地域再生を従来の工場・企業誘致という手法ではなく人や企業家を誘致することを目指し、そういう人たちを受け入れられる地域社会を創ることが必要です。

(3) リーダーの存在、政策、戦略＝情報を共有する、情報を発信する

変革期にある中では組織よりも個人の力量が問われます。そのため、人材を如何に創出するかが重要です。組織の中でのものを観察して学び、人と会話し、文章を書いて企画し行動するというサイクルを回すシステムから優秀な人材が創出されます。

また、行動しようとする人材の芽を伸ばすこと、その芽をつぶさないという姿勢が組織には必要です。

(4) 主体と協働体制の構築＝応援団の形成・地域との連携、地域との共存

産業振興の手法として、地域の強みである既存産業の一層の高度化や社会インフラの24時間稼働などの最大活用、医療など新技術による新産業の創出等が必要です。

そして、地域が強みを活かすために障害となる法律・制度を変える、技術で世界標準を取る、公共事業のノウハウを販売するなど従来との発想の転換が必要です。また地域金融に取り組むことで、地域内で資金が循環する仕組みを強化することも検討すべきと考えています。

(5) 具体的事業展開＝ともかくやってみる。ノウハウの地域化

三鷹市では、地域産業の活性化を地域住民に自立的に事業を起こしてもらうことで地域内に資金の循環を生み出しました。商業の活性化の視点を根本的に変え、従来の空き店舗を埋めるのではなく、駅前^(*)にSOHOを集積するなど創業を徹底的に支援することで現存する商店のお客様を創出し、売上をあげることを目指しました。

いずれにしても、市民の力を活用することが必要です。そのためには地域産業の活性化では自治体の情報を市民に届け、自治体と市民との合意形成の仕組みが必要となり、地域社会をどう変革していきたいのか、どのような街を創っていきたいのかを明確にすることで戦略・戦術が観えてきます。その将来像なくしては地域や商店街の活性化はないでしょう。その基盤となるのが行政の中間組織の意識改革です。

※SOHO（ソーホー）とは、文字どおりSmall Office / Home Office workers・placeaの略称。企業のテレワーカー、独立した小規模事業者及び個人事業者、在宅、副業型ワーカーを指す。業務でインターネットなどIT、デジタル情報通信を積極的に活用する「時間と場所に制限されない新しいワークスタイル」とされる。

2. 「地域環境・地域産業を活かした商業空間づくり」：吉井 茂人氏

吉井氏は長浜商工会議所勤務時代に商業近代化地域計画や市街地核再生プロジェクト構想を担当し、各商店街のCI^(*)事業、将来計画策定をするとともに、事業の具現化に携わり、現在も長浜まちづくり(株)において中心市街地の再生と都市活性化において活躍されています。

地方都市では地域全体が活性化しない限り地域商業の繁栄はあり得ません。そこで長浜市は昭和50年代に都市活性化の4項目を提案し、更に中心市街地活性化の計画を作成して、その事業を強い意志で実行してきました。また、計画を立案しただけで終わらず、その事業の一つでも二つでも実行していくことが重要です。

20年間の商業空間の変化では「計画の立案」と「ローコストでの事業展開」を軸に、商店街が主体となって古い町屋を修復・再生してきました。またアーケードの撤去や改修、電柱の移転による車道の拡幅などを行いました。

まちづくりの取り組みでは行政と民間の両方が投資し合うような事業をいかに構築していくかが重要です。そのため、地域事業者や住民自らが組織を立ち上げて、「黒壁」のような様々な事業に自ら出資して取り組んでいます。つまり地域住民が「街」に資金と頭脳を投資して街の再生を行っていることが長浜市の強みと言えます。

今後のまちづくりの方向性は、緑あふれる自然を背景に住・教育・憩い・労働環境等の基盤の整備であると考えています。

(中小企業診断士 齋藤 悠実)

※CIとはコーポレート・アイデンティティcorporate identityの略。企業の理念から営業など日常の諸活動までをコミュニケーションの視点から統合し、どの活動も自社を体現する同一性あるものとして表現することを意味する概念

