

## 地域資源としての商店街再考

— マルシェ型イベント等の導入が物語るもの

弘本由香里  
Hiromoto Yukari



日本の各地でシャッター商店街化が進んでいる一方、マルシェ型イベント等に象徴される活動とともに、ストック活用やコミュニティ再生へと踏み出していく商店街もある。大阪市大正区での実践検証を踏まえ、各地の特徴的な取り組みに学び、地域資源としての商店街の今後へ、12のキーファクターを示す。

「ひろもと・ゆかり」  
大阪労ネットワーク(株)エネルギー・文化研究所研究員。住宅建築専門誌『新住宅』編集員を経て、1992年からCELにて都市居住文化やコミュニティ・デザインに関わる実践研究に取り組んでいる。共著に『大阪 新・長屋暮らしのすすめ』『地域を活かすつながりのデザイン』大阪・上町台地の現場から』共に創元社など。同志社大学大学院総合政策科学研究科嘱託講師。一般社団法人大正・港エリア空き家活用協議会理事なども務める。

### はじめに：社会の変化と商店街

日本の近代化は、明治・大正・昭和初期にかけて、極めて急速に進められていった。そのため、工業化する都市への急激な人口集中が起きた。また、第二次世界大戦後の戦災復興とそれに続く高度経済成長も、同様に都市部への激しい人口移動を伴った。

このふたつのピークを持つ都市への過剰な人口移動は、さまざまな歪みも抱えていた。ともあれ、密集する人々の暮らしを支えるために、数多くの小規模小売業者が生まれ、大小さまざまな商店街が各地に形成されていった。

高度経済成長期には大いに活況を呈した商店街だが、やがて、消費生活や交通事情の変化、流通改革や規制緩和による地域開発等の荒波を受けて苦境に至り、目下、

### 動機：マルシェ型イベント「のきさきあるこ」の実施

WeCompassは、2015年から大正区をフィールドに公民連携で活動を始め(2018年に一般社団法人化)、空き家活用によって地域を豊かにし、社会課題解決に資することをミッションとしている。その一環で、行政や大学等と連携し、空き家の実態調査にも取り組んできた。そのひとつに、三泉商店街があった。

三泉商店街は、JRおよび地下鉄大正駅から300メートルほどの徒歩圏に立地。明治43年に地主と有志が魚介・青物を商う共同市場の設置を出願し、地域の生活を支える商店街に発展。かつては100軒以上の店があったとされるが、現在は4割弱程度に減少。昭和30年代につくられたアーケードも老朽化し、半数以上が店を閉めるシャッター商店街である。居住実態を見ると、1階の店を畳んだ後も、元店主世帯が2階に住み続けている場合が多い。そこで、2019年に京都大学大学院



大阪市大正区・三泉商店街で開催したマルシェ型イベント「のきさきあるこ」で人気を集めた子ども夜店(写真は2020年10月撮影)。

工学研究科三浦研究室が、同商店街の店舗所有者を対象にアンケートとヒアリングを実施。1階の空き店舗または空き区画の賃貸意向を聞いたが、否定的な意識が強く見られた。一方、少数ながらも、シャッターを下ろした店舗の軒先を貸すことに対しては、比較的柔軟な考えも見られた。これらの調査の延長線上で、商店街関係者の理解・協力のもと、シャッター商店街の軒先を活用して、魅力的なマルシェ型イベント「のきさきあるこ」を行うこととなった。新たな賑わいを生み出し、潜在的な顧客・ニーズを顕在化させることによって、店舗所有者の

高齢化や人口減少や地域産業の衰退といった社会構造の変化の只中にある。個店の事業承継はままならず、シャッター商店街化が進んでいる例が少なくない。

筆者が理事を務める、一般社団法人大正・港エリア空き家活用協議会(愛称: WeCompass、代表理事: 川幡祐子)の地元、大阪市湾岸部の大正区・港区も、近代から戦後の高度経済成長期にかけて、大阪の発展を支えた工場が集積し、労働者のための住宅が大量に供給され人口も急増した。しかし、近年は人口減少や高齢化が顕著で空き家も増加。かつて工場労働者で賑わった、市内屈指の歴史を持つ商店街のひとつ、大正区の三泉商店街も、多くの店舗がシャッターを下ろした状態である。

一方、各地の商店街に目を向けてみると、同様に厳しい社会環境に置かれながらも、マルシェ型イベント等に象徴される活発な活動を展開し、空き店舗・空き家等の活用からエリアリノベーションを目指す取り組みも見られる。WeCompassでも、2019年から2022年にかけて、京都大学

大学院工学研究科三浦研究室や地域の方々と協働し、大阪市大正区の三泉商店街をフィールドに、空き店舗・空き家活用を目的としたマルシェ型イベントを試みた。

2021年には新型コロナウイルス感染症の影響で、同イベントの開催を見送ったが、その間に公益財団法人アーバンハウジングの調査研究事業の委託を受け、WeCompassと大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所が共同で報告書「商店街等におけるストック活用とコミュニティ再生に関する調査研究——マルシェ型イベント等の導入の効果とスキームのあり方を入り口に——」[\*]を取りまとめた。三泉商店街でのマルシェ型イベントの実践検証を踏まえて、持続的に発展させていくためのスキームや、エリアの価値向上につながるマネジメントの仕組み等について、各地の特徴的なケースのヒアリング調査を通してキーファクターを探った。同調査研究の一部を紹介し、地域資源としての商店街を再考するための視点を共有する機会としたい。

気持ちを進め、新規事業者の出現を促し、活性化につながることであればと考えて、協働で取り組んだものである。

実施してみると、予想以上に子ども連れの若い世代の来場が多く、身近に魅力ある場や商品があれば人が集まり、子どもたちの遊び場や多世代の表現の場が求められていることもわかった。イベント後、いくつかの新規出店も見られるが、既存店主の高齢化や後継者難で閉店する店もあり、一進一退という状況である。

### 着目：変革を導く外部のコミットメント

商店街では家族経営の小規模な個店が多く、事業承継の難しさを抱えていることが多い。店主も商店街組織も高齢化が進み、商店街組織だけで変革の力を生み出していくことは容易ではない。しかし、こうしたボトルネックの克服に向けた取り組みが生まれている例もある。店主や商店街組織が危機感や当事者意識を持つことは不可欠だが、加えて鍵となっているのは、

外部からの心あるコミットメントや、商店街組織の意思決定を担う役員の主体的な世代交代や、商店街の枠を越えた多彩な職能のネットワークが活かされていることである。

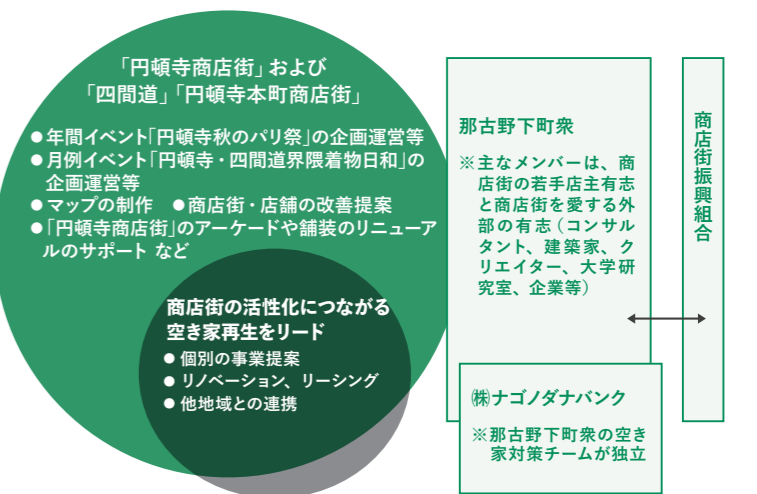
こうした商店街の変革の現れのひとつとして、マルシェ型イベント等の取り組みが見られ、ストック活用やコミュニティ再生につながっている場合もある。そこで、起動力となっているオーガナイザーやキープレイヤーが、外部からコミットするきっかけとなり得る特徴的な7つのファクター「①災害復興や都市政策に則った行政のリード」「②まちづくり会社によるマネジメント」「③店主と外部有志による連帯」「④特区制度やPFI事業との連携」「⑤不動産活用と地域プロモーション」「⑥ストック活用ビジネスの地域展開」「⑦新業態の福祉事業の地域展開」を想定し、それらのファクターのいずれか(複数の場合もあり)に合致する、以下の8つのケース(アーク)をピックアップした(52頁・表1参照)。

■表1:「商店街等におけるストック活用とコミュニティ再生に関する調査研究—マルシェ型イベント等の導入の効果とスキームのあり方を入り口に—」の調査対象一覧

所在地(自治体名)	商店街名	ヒアリング対象者(肩書きは2021年度調査時)
(ア) 兵庫県神戸市	新長田地区の商店街	中川欣哉氏(新長田まちづくり(株)代表取締役社長)、新良恵子氏(同営業部運営グループエリアマネジメント担当チーフマネージャー)
(イ) 愛知県名古屋	円頓寺商店街/円頓寺本町商店街/四間道等	高木麻里氏(那古野下町衆、円頓寺商店街振興組合前理事長、はきもの野田仙店主)、田尾大介氏(円頓寺商店街振興組合理事長、(株)ツーリズムデザイナーズ代表取締役)
(ウ) 兵庫県尼崎市	杭瀬中市場を含む再生区域	若狭健作氏(㈱地域環境計画研究所代表取締役、杭瀬アクションクラブメンバー)
(エ) 和歌山県和歌山市	ぶらくり丁/北ぶらくり丁等	吉川誠人氏(㈱紀州まちづくり舎代表取締役、NPO法人にこにこのうえん理事長)
(オ) 大阪府八尾市	八尾ファミリーロード等	新井千春氏(㈱SORASIA代表取締役、ヤオオタイヤマーケット事務局)、谷拓也氏(同社 リーラが運営)
(カ) 香川県丸亀市	通町商店街	紀伊孝彦氏(丸亀市通町商店街「シャッターをあげる会」会長、まるがめ世話やき隊代表、秋山興産(株)勤務)、三谷幸弘氏(同「シャッターをあげる会」副会長、三谷時計店主)、ほか同商店街関係者等7人
(キ) 大阪府柏原市	柏原駅前大正通り	柏元真理子氏(大正通りポケット・大正通りネストオーナー(㈱滋賀建物管理)、をかしわらマルシェ実行委員会)、佐藤祥太氏(をかしわらマルシェ実行委員会代表、公務員)
(ク) 岡山県岡山市	表町商店街	木庭康輔氏(㈱ありがとうファーム代表取締役)、馬場拓郎氏(同パートナーシップ推進室取締役副社長)

(2021年度調査報告書\*から)

■図1:名古屋市西区・円頓寺商店街の活動を支える体制



若手店主有志と多彩な職能を持つ外部のキーパーソンが「那古野下町衆(那古衆)」を立ち上げ活動。商店街振興組合の世代交代も実現。那古衆の空き家対策チームを母体に発足した「ナゴノダナバンク」が店舗誘致等を担い、連携してエリア再生をけん引している(2021年度調査報告書\*から)。



パサージュ風にリニューアルされた、名古屋市西区・円頓寺商店街のアーケード空間。新規出店が相次ぎ、高いデザイン性で注目のエリアに(写真は2021年10月撮影)。

とに、マルシェ型イベント等の企画・運営に関わる、主要なオーガナイザーやキープレイヤーを絞り込んでヒアリングを行った。

**フォーカス:注目した主な事業等**

表1の(ア)〜(ク)の調査に当たって、商店街の変革の現れともいえるマルシェ型イベント等、以下のような事業に注目した。

(ア)まちづくり会社による新長田地区での商店街活性化の取り組み。丸五市場での「丸五アジア横丁ナイト屋台」の開催を通じた出店促進(イ)「円頓寺秋の祭り」をはじめ、円頓寺商店街と那古野エリアの活性化をけん引する「那古野下町衆」の取り組み。同エリアの空き家活用を進める「ナゴノダナバンク」によるリノベーション事業(ウ)兵庫県の「商店街の活性化とまちの再整備によるにぎわいのま

ちづくり事業」に位置づけられ、店主や有志が協働で取り組む杭瀬中市場の再生(エ)和歌山市のリノベーションから始まった商店街周辺の空き家再生の波及。「ポポロハスマーケット」を経て、まちなか再生や本町公園PFIへの事業展開(オ)伝統的な商店街行事「お逮夜市」への若年世代誘致や「八尾こども商店街」の開催、拡大版「ヤオオタイヤマーケット」の開催支

らマルシェ」による地域活性化(ク)岡山市中心部に位置する表町商店街での就労継続支援A型事業所による、地域に開かれたアートや飲食等新たな福祉事業の展開と波及

**まとめ:商店街の今後に向けて12のキーファクター**

紙幅の都合で詳細な報告は割愛するが、上記の調査を通して、地域資源としての商店街の今後に向けて、マインド、スキーム、ネットワークのありようなど、以下の12のキーファクターを見出した。

**①店主の主体性は商店街再生の必須要素**

外部との連携やネットワークも、商店街当事者の主体的な関与や、第三者が当事者に転じていくダイナミズムが体现されてこそ有効に機能している。

**②理念の共有化が関係者と空間を再生する**

不動産所有者と商店街内外の関係者のマインドとビジョンがポジティブに相互浸透すると、再生の強力なエンジンとなり効果的なプ

ロジェクトが生まれる。  
**③後継者は既存と新規をつなぐ重要な資源**  
 老舗・既存店舗と、新規店舗や外部人材を橋渡しして、活かしていくことができるのが、地域に根を持つ老舗・既存店舗の若手後継者の強み。  
**④空き家所有者への能動的な働きかけ**  
 ネットワークとなっている空き家・空き店舗所有者の意識を変えるには、経営面からリアリティのある具体的な提案が、機動的に行われなければならぬ。  
**⑤新規出店者を受け入れる環境の整備**  
 安い賃料設定、借りやすい条件の工夫、ローカルなディベロップメントによるサブリースと起業・経営支援、地域につなぐプラットフォーム運営など。  
**⑥今日的なニーズに合わせた業態への転換、事業継承**  
 老舗のコンテンツの現代風カスタマイズや、第三者による名物店の事業継承等が奏功している例もある。  
**⑦商店街を盛り上げる新たな業態**

障がい者やシングルマザー等が働く店舗や、コワーキングやシェアキッチン等の登場で商店街が多様な人の交流の場に。  
**⑧行政サポートが手厚ければ手厚いほどいいわけではない**  
 手厚すぎる補助等は主体性を損ないかねず、経営努力や健全な競争を促す支援が必要。  
**⑨効果を上げるために商店街にこだわらずエリアを拡大**  
 商店街の自助努力に限界がある場合、エリアを周辺に拡大しエリアリノベーションの効果を引き出す。  
**⑩駐車場や空き地を組み合わせて新たな空間的魅力を演出**  
 空間資源として、駐車場・空き地・庭・脇道などを活用することで、新たなイベントやビジネスや客層を呼び込むことができる。  
**⑪マルシェ等のソフト事業の効果と継続性**  
 ソフト事業の開拓は信頼関係やネットワーク形成につながるが、継続のためには、参加者のモチベーションを高める仕掛け等が不可欠。  
**⑫商店街は若者・多世代を吸引す**

**る原風景**

レトロな空間は若年世代の志向にもなじみやすく、商店街での幼時の思い出が多世代連携を支えている例も多く見られる。

コロナ禍によって働き方や住まい方にも、少なからず変化が起きているなかで、ウェルビーイングを支える場として、ゆるやかなつながりを担保できる、暮らしに身近なオープンスペースとして、商店街の多面的な存在価値への気づきも生まれてきている。こうした地域資源としての商店街の価値を發揮していくためにも、①〜⑫のキーファクターを体现・媒介する、いわば広義の「コミュニティ・ベースド・ディベロップメント」でいこうべき、地に足のついたオーガナイザーやキープレイヤーの重要性が浮かび上がってくる。

注 \*「商店街等におけるストック活用とコミュニティ再生に関する調査研究—マルシェ型イベント等の導入の効果とスキームのあり方を入り口に—」報告書は川幡祐子(一般社団法人大正・港エリア空き家活用協議会代表理事)と弘本由香里(大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所研究員)が共同で執筆し、公益財団法人アーバンハウジングが2022年3月付で発行。同報告書の閲覧等についてはお問い合わせは、同財団<https://www.urban-housing.or.jp/inquiry/>。