

元気なまちづくり

快適に暮らせるまち、価値あるときを過ごせるまちを目指して

長野県商店街振興組合連合会

快適に暮らせるまち、価値あるときを過ごせるまちを目指して

商店街振興組合は、中心市街地に立地しその街のなりたちと共に歩んでまいりましたが、今、コミュニティの再生を望む声が多く聞かれるにいたり、共に生活する立場から今後とるべき方向を明確にすべく長野県商店街振興組合連合会に政策検討委員会を設置し議論を重ねてまいりました。

今、振興組合に求められている課題は、「中心市街地を元気にする」ことであると結論づけました。

かつて商店街は、「まちの中核」であり「情報、文化」発進の場であり、「賑わいと交流」の場としてその役割を果たしてまいりました。

しかしながら、中心市街地を取り巻く環境は、居住人口の減少、いまだ続く景気の低迷、個人消費の萎縮や金融不安の増大、大型店や専門量販店の郊外出店、大型核店舗の中心市街地からの撤退、業態間、地域間競争の激化等、年々悪化の一途を辿るとともに、街の空洞化がますます進行しています。加えて、近年スーパーやコンビニエンスストア、大型チェーン系店舗等の組織への未加入のケースが増え街を維持する経済的、組織的基盤が脆弱となり活力を失いつつあります。

都市の将来に目を向けた時、「人口減少」の問題「肥大化した都市機能維持」の問題「都市財政基盤の弱体化」の問題「コミュニティ機能維持」の問題等商業者の立場として見過ごすことの出来ない現実が山積みされています。

明治以来増加を続けた日本の人口も今後は減少に向かい、人口減少の速度も一説によると2050年に5000万人の減少すら想定されています。

人口減少がもたらす影響は莫大で、政策検討の中心テーマとなりました。

なぜ「中心市街地が重要」なのか、なぜ「中心市街地が元気」にならなくてはならないのか、それは人口減少を見据えると現状の都市機能をだれが活かして支えるのか、今から真剣に考えておかなければなりませんし、中心市街地が歴史的に果たしてきた財政的、都市機能的な価値を見直し活用するにあると考えます。

さて中心市街地の活性化は、ただ単に地域商業の活性化の視点だけでとらえることなく「地域社会の問題」として位置づけ対応することが求められます。実際、全国各地においてイベントや祭り、文化継承、防犯や環境問題、高齢者福祉や子育て支援等の活動を地域全体の問題として、商店主のみならず地域住民が共に担っている事例が増えつつあります。

また、街は「すべての人々に開放された空間」として業をなす者、すべてが公平に義務を果たすことを期待し自らを高め、人々に奉仕し、コミュニティ再生に努力し、共に賑わいを創造してゆく場であることを目指し、以下の事項を提案いたします。

- 1 「コンパクトシティ構想」の提案
- 2 「地域内循環経済」構築の提案
- 3 「中小企業振興基本条例」制定の提案
- 4 「コミュニティ提携事業」取組の提案
- 5 「元気商人育成塾」事業の提案
- 6 「組織強化」事業の提案

※ 標題の「快適に暮らせるまち、価値あるときを過ごせるまちを目指して」は、塩尻市中心市街地の活性化ワーキンググループの提言による「活性化の玉手箱」の、まちの将来像より引用させていただきました。

1 「コンパクトシティ構想」の提案

我が国の都市は、人口・産業を都市の周辺に広げる形で膨張・発展してきましたが、人口が激減するこれからの時代においては（2050年には人口が5000万人減る）、インフラ整備の集約された中心市街地に都市機能を集中させる必要がある。これによって下記などの効果があります。

① 行政コスト

なぜ、中心市街地が必要なのか。端的に言ってしまえば、市町村財政の5～7割が、そこから上がる固定資産税で占められるからです。一方郊外への大型店のこれ以上の出店は道路や公共下水道等に莫大な公共投資を必要とし、住民へのコスト（増税）として跳ね返ってきます。日本の様な狭い国で、これ以上のインフラ整備は人口減少に伴う消費構造変化も含めて考えると、無駄な投資であると考えます。

② 環境問題

21世紀は自然と人類の共生の時代だと言われています。もうこれ以上、ゴミ、CO₂ 産業廃棄物等を出すことは、自然を次世代に安全な状態で引き渡すことが我々の責務であると考えれば当然出来ない筈です。オーバーストア・物余り・デフレ・全国至るところ同じような店が並ぶ風景、小商圈化、効率主義等戦後一貫して続いてきた郊外開発型の多店舗化商法の限界点、ターニングポイントが来ていると思います。 ③

都市間競争（地域間競争）

平成の大合併により、地方分権化は、より加速されてゆきます。後9年経つと長野新幹線が北陸、金沢まで結ばれます。こうした高速交通網の進化により、個々の街の生き残り策が一層重要となるとともに「各々が個性を発揮したまちづくり」が求められています。

具現化の提案

(1) 市街地拡大抑制と中心市街地機能の再整備

(2) 住宅、職場、公共機関、施設、商業立地、憩いの機能

2 「地域内循環経済」構築の提案

今までは公共と市場が地域を支えてきましたが、これからは公共と市場に加えて地域力と市民の四つの力が働くことが望まれます。全国ネットワークの銀行、大型店、大手建設会社等の大企業は中央にお金を吸い上げていってしまうので、地域ではお金が回りません。そこで地域内での「循環経済システム」の形成を推し進めていかなければなりません。

銀行の支店レベルで預金の何割かを地元に戻元、あるいは預金残高を地元に戻元。大型店については、どのような地域貢献をするのか、撤退する時の条件、撤退をどう考えているのか。大手住宅メーカーは基礎だけ地元の業者にさせて、あとは本社にもっていってしまう。地元の大工さん（業者）に建築をお願いすることが、お金の地域内循環につながります。

世帯数を50で割ると、その地域の年間の住宅建築戸数が割り出されます。

例えば、30万世帯の都市の場合

$300,000$ （世帯数） $\div 50 = 6000$ （建築戸数）

住宅建築戸数6000戸、建築平均単価を2500万円とすると

6000 戸 $\times 2500$ 万円 $= 1500$ 億円となります。

地元の建築業者をお願いすると1500億円が地元で循環します。

某市では地元建築業者を使った場合に施主に50万円の助成金をだしています。

地元の業者（商業、工業、建設業、農業、サービス業等）の活用、利用が地域経済の再生発展につながります。

3 「中小企業振興基本条例」制定の提案

地域文化の中心である中心市街地は、近年コミュニティの衰退、伝統文化の継承が困難となっています。商業者もまちの伝統、文化の継承を担っていますが、地域住民や行政などと連携し、それぞれの立場の人々がその責任を果たすことが求められています。そ

のためには、さらに中心市街地に出店しているチェーン店等にも地域のイベントやコミュニティ活動を推進している商店街への参加、協力が必要であり、その加入推進のためにも条例の制定が望まれているものであります。（別紙参考資料1）

4 「コミュニティ提携事業」取組の提案

① まちの機能

基本的には商圈人口の5%をグリップするだけの“専門性+ホスピタリティー+人間力+Web+元気”が大切です。20人に1人だけ街に出ればまちは充分賑わうのです。また空店舗は商店街のイメージをダウンさせます。地権者とよく話して、まず、空店舗が一店もない街づくりを目指しましょう。そして一旦賑わいが生まれると、その賑わいを求めてギャザリング効果（人を集める効果）が生まれます。これを「雑踏を消費する」と呼びます。これらの街は、単に物を売る場でなく、その業種、業態を問わず、限りなくサービス業としての要素が求められています。すなわち街は買い物・コミュニケーション・文化の継承・人間性の回復等も含め多機能な要素がもたらされ、人が集うための条件とみなされます。

② まちの役割

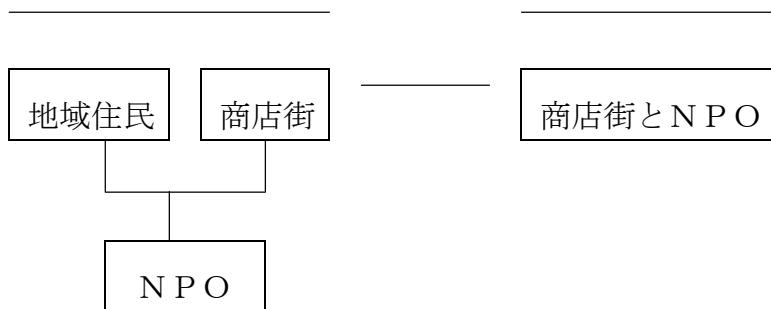
街の再生には、簡単に街だけを考えるのではなく、まず地域を考えてから、その中に位置する我が街と言う発想が不可欠です。もう昔の様に街単体で物売りだけに専念出来る時代は終了したのです。自然発生的に出来た商店街からこれからの時代を考えての生活支援型で地域住民に愛される商店街へ。

③ まちづくり

元気な個店なくして商店街等の発展はなく、元気な商店街なくして「まち」の賑わいはないのです。地域に根ざした我々中小小売業は、前記した如く「まちづくり」に積極的に取り組み、地域社会の一員としての役割を担って行く事が肝要です。

④ 連 携

地域コミュニティ崩壊が叫ばれています。そういう中で地域の核である商店街が地域の核でありつづけるためにも、商店街が地域との連携・協働体制をとることによって地域住民とのコミュニティの再構築に取り組んでいく必要があります。そこで、昨今新たな地域活動の母体となりつつあるNPOと商店街の連携をとりコミュニティ機能を高めていくことが重要といえます。商店街とNPOの連携による福祉、情報化、



5 「元気商人育成塾」事業の提案

これまでに述べてきたそれぞれの提案を具現化する仕事は誰がやるのでしょうか？

それは行政やNPOが主体となってやる仕事ではなく、まずは中心市街地に店を持っている私たち商人が主体的に動かねばなりません。中心市街地で店を開き、中心市街地に住まいを持ち、中心市街地の良さを知っている私たちこそが、「コンパクトシティ構想」の必要性を身をもって訴えられるのです。

「中心市街地を元気にする」ためには、まず「中心市街地の商人が元気」でなければ始まりません。それでは「元気」とはどのような状態なのでしょうか？

- ① 中心市街地の商人が健康で、元気でやる気に満ち溢れている。
- ② 中心市街地の商店にお客様が来ていただき、儲かっている。
- ③ 中心市街地の商店街が、賑わいのある商店の集合体で元気である。

つまり、一番の基本は商人であるわれわれが「元気」であるということです。
そこで、今一度原点に戻り「元気な商人を育成する」事業が今こそ必要であると考えます。

県振連青年部の研修で講師をつとめていただいています服部年明さんからは、「小売業は変化対応業である」と教えていただいています。時代の変化に対応できなくなった企業は、大小を問わず淘汰されていっています。中心市街地の商店の経営が厳しいのも、「中小零細企業だから衰退している」のではなく、「変化に対応できないから衰退している」のです。

そこで「Change is Chance（変化はチャンスだ）」と信じ、勉強をし、自分自身、そして自分の店を変えていこうと思っている商人が自ら学び実践していく場所、「元気商人育成塾」開催を提案いたします。

この塾の構成メンバーは、自発的に学びたい商人の少数精鋭とし1年間で成果をきちんと挙げていくことを目標とします。塾では、商人道の精神を学び、そして、商人にとってもっとも必要な数字・係数に精通することを通じ、お客様に支持され賑わうために自分の店をどう作っていくかという実践を行います。そして、そのために必要な講師は中小企業・長野県とにもご協力を頂きます。

塾1年間の卒業後は、メンバーはサポートメンバーとして塾の運営に携わり、塾のネットワークを広げていきたいと考えます。大分の「豊の国の商人塾」のように塾の卒業生が、長野県の商人・商店・商店街のリーダーに育っていくことを目的とします。

6 「組織強化」事業の提案

商店街振興組合は、商店街振興組合法に基づき構成された法人格を有する団体です。

今日商店街は、元気商人の集団となることが求められています。商店街組織が地域コミュニティの核として賑わいと交流の場づくりに力を発揮するためにもまず組織の強化を計らなければなりません。

- ① 地域コミュニティへの貢献
- ② 来街者の満足度を高める
- ③ 地域文化の創造、保護、継承、観光と商業
- ④ 自助努力と自己研鑽
- ⑤ 有効な事業推進に備えた財政基盤の強化