

中心市街地に様々な活動とそのアクターを呼び込む空間整備と組織づくり

～山形県鶴岡市山王商店街まちづくりの10年の取り組み～

## Improvement of Shopping Street Spaces and Building Organizations in an Attempt to Attract Various Players and Their Activities to City Centers - The Ten-Year Community-based Endeavor to Develop Sannou Shopping Street in Tsuruoka City, Yamagata -

川原 晋\*

Susumu Kawahara

### 摘 要

地方都市において、大規模な共同化事業などの大きな事業資金を持たない一般的な商店街における再生のモデルとして着目されている鶴岡市中心市街地の山王商店街再生の取り組みについて、その特徴、方法論を明らかにした。第一に、活動「舞台」としての都市のみち空間づくり、運用体制づくりを進めてきたこと、第二に、地域ニーズを受け止める拠点店舗の実現や、上記運営組織として、商店経営者有志によるまちづくり会社を組織化しつつ事業化するまちづくり市民事業を実施しその方法論を明らかにしたこと、第三に、そうした意識、活動の土壌を醸成するために、店主達が思いついたアイデアを小さなイベントとして実現するためにプロジェクト化し、これを通して地域に‘気づき’を生み、地域主体のまちづくりを展開したこと、である。

## I. はじめに

### 1.1 本稿の目的

筆者が10年間専門家として関わってきた山形県鶴岡市中心市街地に位置する山王商店街再生の取り組みは、地方都市において大規模な共同化事業等の事業資金を持たない一般的な商店街における再生のモデル、懐かしさのある商店街の雰囲気を残した再生のモデルとなる要素を多く含むものとして着目されている<sup>1)</sup>。

「商店街まちづくりに取り組む意義は、①まちの魅力を高めることによって集客し、それが個店の商売の活性化、さらには、まちの活性化に結びつくという経済的側面、②存立基盤が地域にある（地域あつての商売である）ことから地域活動を大切にしており、伝統的なお祭りや防犯などの地域活動の担い手として重要であるという地域社会的側面、③車を使って郊外ショッピングセンター等にいけない高齢者などの買い物弱者を支える場であるという、福祉的側面、④地域の文化的活動を支える公共空間や店が集まる場所であったという文化的活動の舞台としての側面などが挙げられ

る<sup>2)</sup>。本事例は、商店街が中心市街地再生の担い手として地域の経済活動や文化活動の要となるべく、ハードとソフト両面の基盤を整え、官民協働で役割分担をしながら多様な事業を有機的に連鎖させていく姿がある。本稿ではその取り組みの特徴、方法論を紹介することを目的とする。

### 1.2 山王商店街のまちづくりの概要

山形県鶴岡市の中心市街地に位置する山王商店街は、商店街が氏子となっている山王日枝神社と内川の間の約400m、約50店舗の商店街である。創業が明治期に遡れて、築50年以上の建物を有する店舗も多い。郊外における大型商業施設の立地や車社会の影響などで個店の売り上げは今も厳しい状況にあるが、1994年から始めたナイトバザールによる商店街活性化の取り組みの経験を活かして、商店街有志によるまちづくり委員会を中心に、市や大学の支援を受けながらまちづくりを進めてきた。現在、山王商店街再生のための三本柱事業として、①バザールの舞台として「みち広場」をつくる街路事業（市事業、一部商店街負担）、②商店街有志が設立した山王まちづくり（株）によるテナントミックス事業（ゾーン整備事業）、③山王ま

\* 首都大学東京都市環境科学研究科観光科学域 准教授  
〒192-0397 東京都八王子市南大沢 1-1(新10号館)  
e-mail: ssm.kawahara@me.com

ちづくり協定・ガイドラインに基づく個店改修，を順次進めてきた（図1）。市の中心市街地活性化基本計画に位置づけられた①②の事業が2011年度に一部完了した。テナントミックス事業「さんのう夢ほっと」のオープンで，欠けていた飲食系4店舗の新規出店を獲得した。また，無電柱化と歩車道全面にわたる無散水融雪道により，冬でも除雪車による雪だまりのない道に生まれ変わり，バザール・イベントの場としての「みち広場」機能の強化につながった。その結果，拠点施設以外でも，新規出店者もあり空き店舗もほぼ埋まった。若い世代が商店街に加わり，まちづくりに参加しているのは特筆すべき点である。

## II. 商店街まちづくりのミッションと戦略の共有

### 2.1 ナイトバザールの成功体験と危機感からまちづくり協定へ

現在につながる商店街まちづくりの起点は，1994年度に始めたナイトバザールの継続実績である。商店街の中に，それまで，都市計画決定されていた道路拡幅計画の事業化によって商店街を再生していくというハード整備先行の再生イメージに加えて，次第に，商店街という道空間を市民が楽しむ活用のイメージが共

有されはじめる。さらに，2000年前後の中心市街地活性化の戦略を具体的に検討するためのワークショップがまちづくりとして商店街再生を考える視点を生み出した。

その後，大規模店舗撤退後の跡地利用の検討をきっかけとして，山王商店街振興組合のプロジェクトチーム「山王まちづくり委員会」が早稲田大学都市・地域研究所の都市計画分野の専門家の支援を受けながら，山王まちづくり提言書（2003年），山王まちづくり憲章・まちづくり協定の締結（2005年）と成果を上げていく。これは，商店街が地域のためにどのような役割を果たそうとするのかを明文化し地域に示すという，まちづくりのミッションを地域と共有した時期であった。憲章の冒頭には，「山王を愛する気持ちを大切に，地域の暮らしと文化を支える商店街を維持・発展させる」と掲げられた。

### 2.2 まちづくり整備方針から3本柱事業を具体化

こうした取り組みの中で，憲章や協定に盛り込んだミッションの実現のための事業のニーズとシーズは蓄積されてきた。しかし，財政事情が厳しく道路拡幅事業は困難であった。この状況を打破するため，当初より取り組みを支えてきた鶴岡市は，大学の提案を受け，

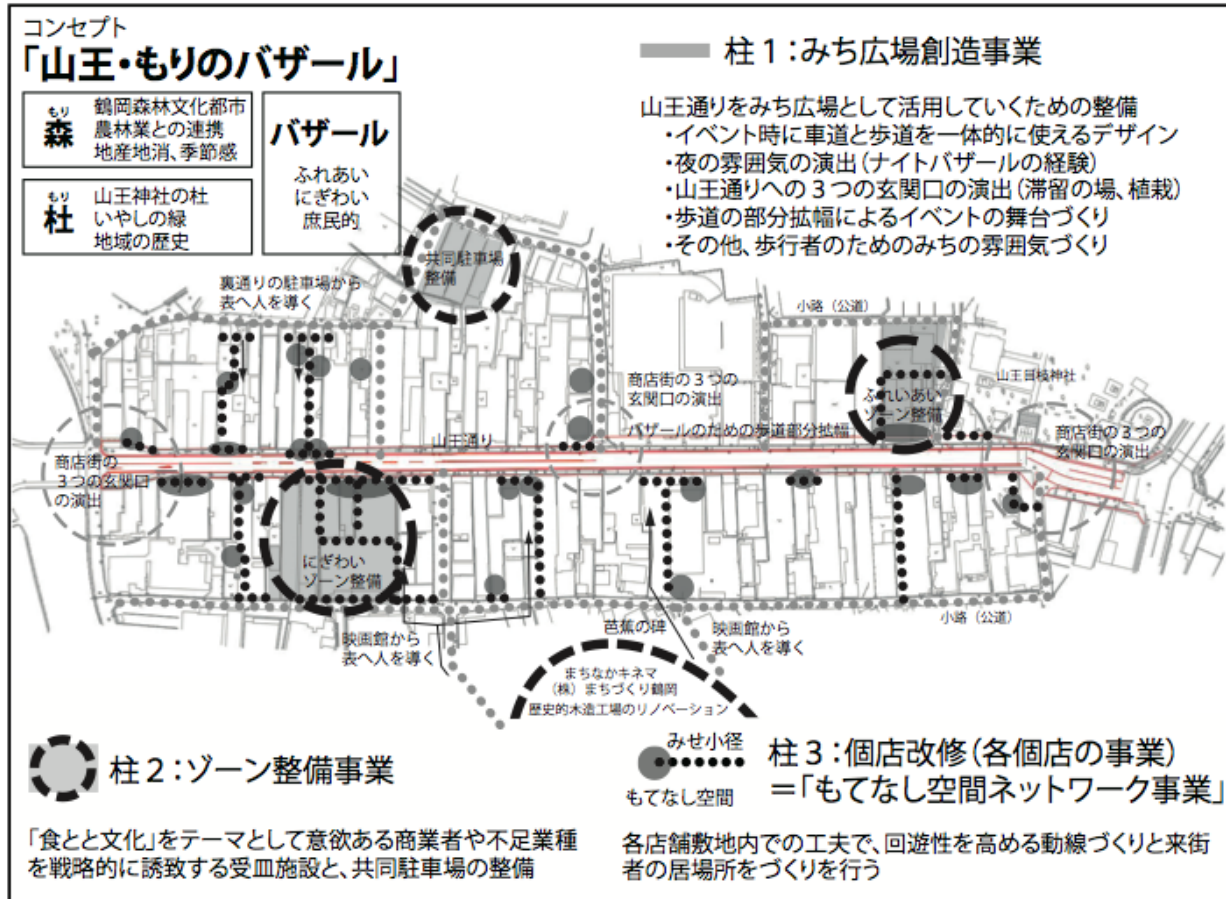


図1 山王商店街まちづくりの基本方針と3本柱事業

拡幅を行わないことで事業化が可能な代替案「山王まちづくり整備方針（鶴岡市素案）2006.01」を商店街に示した。これが3本柱事業の原型になる方針である。

商店街も苦渋の決断をして、これで進めることになった。そして、この提案を商店街の視点・動機に基づき、再構築しながら具体化させていった。個々の事業内容を検討すると並行して、それらが一体となった商店街再生のための戦略についても、SWOT分析などを行いながら、具体化、整合化させていった。具体的には、「山王日枝神社」と「ナイトバザール」を山王商店街の強みととらえ、「山王・もりのバザール」をまちづくりのコンセプトとして定めた（図1）。山王神社は市民に親しまれている場所であり、ナイトバザールは外部とのネットワーク力やイベント実行力を養う場であった。一方、山王商店街が存続していくための最大の脅威は後継者難による今後の空き店舗の増加にあること、生鮮三品を始めとする飲食料品店の不足が集客力を弱めていること、現状では店舗を誘致したくても誘致を進める条件が整っていないこと、などが共通認識として把握された。

これらの現状分析をふまえ、道路改修によって買物客が安全かつ快適に歩いて買い物ができる環境を整備しつつ、共同店舗及び共同駐車場を整備して食料品を中心とした業種の誘致を基本戦略として定めた。こうした取り組みは、新聞等のメディアに取り上げられ、また、商店街が協定策定後に立ち上げたサポーター組織「山王わくわく倶楽部（2005.12）」へのダイレクトメールを用いて地域の利用客にも伝えられた。



写真1 ナイトバザール時の道路が広場となる様子

### Ⅲ. 地域ニーズから組み上げた活動舞台としての道のデザイン

#### 3.1 活動実績から「みち広場」の形をイメージ

山王商店街再生の三本柱事業の第1の柱である山王みち広場の整備は、道路全体が歩行者天国となるときもあるナイトバザールの経験から、道全体を地域の活動の場としていくことが目指された。みち広場での活動として想定したのは、ナイトバザールのときの商店街の様子である（写真1）。店舗前でのワゴンセールその他、歩道では外部から露店が出店し、市民によるフリーマーケットが行われ、神社境内や空き店舗ではコンサートや子供が楽しめる様々なイベントが行われる。また、年1回、歩行者天国となるときには踊り祭り「おいやさあ」の舞台となる。こうした活動を強化し、市民がこの通りで何かをさせてほしいと要望が来る空間と、これを支える組織を作ることが目指された。これにより商店街を今一度地域の人の関心が集まる場とすることで意欲ある出店者を呼び込み、既存店の活性化にもつなげるのである。

この「みち広場」事業は、道路拡幅の都市計画決定内容から現道幅で原則、家屋補償費なしへの計画変更により、市の財政難の中でも事業化に道筋を付け、一方で、歩車道ともに無散水融雪の導入、商店街イベント等を知らせるフラッグをポラードとともにデザイン化、街灯の「もてなしの行灯照明」化、歩道に屋敷敷用の固定穴を設置など、徹底した活動の舞台としてのデザインを行った。雪国の冬でも除雪の雪だまりができない街路は、「『春が来たみたい』買い物に好評」と新聞（庄内日報2012.1.15）でも報じられ、冬期も含め毎週末に実施される「山王ディバザール」事業や各種イベント活動の実現につながった。

まちづくりのための街路事業であるという鶴岡市の一貫した姿勢も、運用段階における警察協議や保健所協議、エリアマネジメント広告の運用面などで大きな助けとなっている。

#### 3.2 計画した活動舞台と活動支援装置

山王通りの街路事業は、市の財政難のなかでも事業に着手するために、建物補償費を必要としない現道幅員11mでの事業とし、わずか1.75mの歩道におかれていた電柱や街灯等は埋設や裏配線、民地に移動させ、車道を狭めて歩行空間を可能な限り充実させた。まず、道全体を広場として利用できるように、歩道・車道の段差は5cm（セミフラット）とした。そのために必要となった歩車分離のポラードは、もてなしの気持ちを



演出するフラワーポットと、バザールの時のような賑わいを演出するのぼり旗を組み込む「イベント配慮装置」としてデザインした。イベント時にのぼり旗を電柱などにくくりつけるのは決して景観上美しいものではないので、当初から通りを演出するアイテムとして、神社の参道の雰囲気も想起できるよう旗も一体的にデザインしたのである。現在、平時、ナイトバザール時ののぼり旗、連携してまちづくりをしている「まちなかキネマ」ののぼり旗の4種類の旗が頻繁に差し替えられ、常に通りで何かが起こっている雰囲気をつくりだしている。

さらに、通りの中でも4つの場所を特別な活動舞台として計画した。1つは、すでにセットバックがほぼ済んでいた片側約150mの区間だけは道路幅員を拡張し、歩道を約6mとしてバザールを行うための場所とした。ここに予め露店用テントの設置用の穴を設け、テントを特注した。また、ばらしたテントのフレームや幕をしまう場所を、隣接する「さんのう夢ほっと」内に設け、イベント支援空間としての機能も持たせた。これらは、テント設営の大変さや鶴岡特有の強風に弱かったのを改善し、露店設営が容易にかつ整然とできるよう議論した結果である(写真2)。残り3つは商店街の玄関口となる場所である。このうち2箇所にはシンボル樹と縁台的ベンチを用意し、これまで通りなかった公共的な休憩の場を設けた。イベント時にはこの縁台はコンサートなどの舞台ともなっている。



写真2 毎週末、歩道上に展開する露店

#### IV. まちづくり市民事業：事業主体の組織化からつくった拠点形成事業と展開

##### 4.1 テナントミックス事業の概要

第2の柱のゾーン整備事業は、山王まちづくり株式会社が商店街地区の3箇所において、地域に必要とされる店舗を生み出すテナントミックス事業を主要素と

した拠点整備と各種の活性化イベント事業を行うものである。

このテナントミックス事業の第一段として、地域を支える商店街として欠けている飲食、食料品の店舗を誘致するために、低利用地を土地の交換分合で集約して事業化した。4店舗の飲食店、喫茶店が入る「さんのう夢ほっと」として、2011年5月にオープンした。鶴岡市内の地域外からの力のある飲食店、東京からのIターンで入ってきた経営者など、新しい意欲あふれる経営者が山王商店街に加わった。

##### 4.2 実現に向けての事業体の組織化の経緯と体制

実現にあたっては、まず、それまで検討してきた組織である商店街振興組合のまちづくり委員会ではなく、より機動力と実践力のある有志で事業計画を策定する主体「LLPアクティブ山王」を設立した。これはいきなりリスクを背負う事業会社としないことで事業に向けての取り組みのハードルを下げる意図もあった。

その後、この組織は「山王まちづくり株式会社」へと発展し、ここがその後のハード・ソフト各種の事業主体となる。例えば、街路の竣工後、「山王ディバザール」事業や「さんのう夢屋台(夜間)」は、歩道における出店管理やPRを山王まちづくり(株)が行い、庄内地域の農協(JA)や各種組合の店や市民が出店するシステムを確立させている。また、踊り祭りなど次々と企画されるイベントは、商店街内の店主たちや市民が理事を務める「NPO公益のふるさと創り鶴岡」が核となり、様々な市民グループが実施部隊になっている(図2左側)。

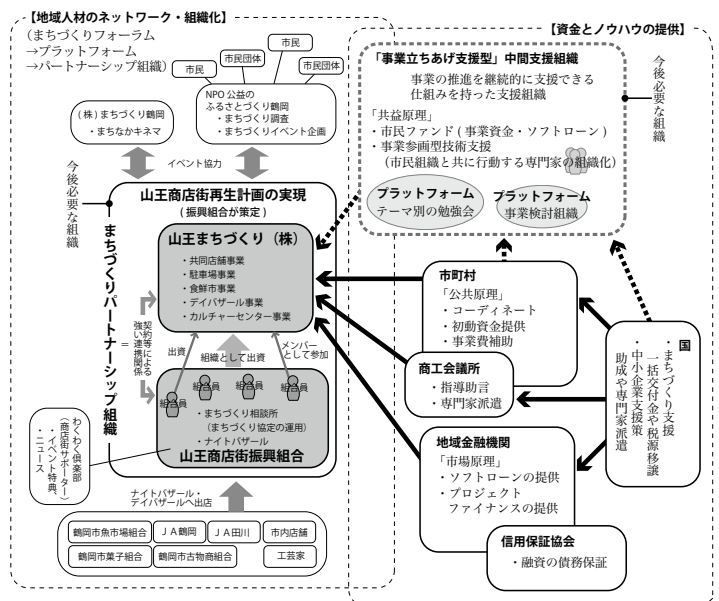


図2 山王商店街まちづくりの拠点事業、イベント実施体制

こうした、運営する体制をしっかりと作りながらハードとしての空間整備を事業化してきたことが、全国の中活計画実施地区の中でも数少ない歩行者交通量が増えた商店街となり、空き店舗も埋まり若い世代の活躍する場を生んでいる成果を出している要因と考える。また、こうした体制に至るまでには、空間計画から事業計画、補助金獲得等を支えたまちづくりコンサルタント等の専門家チームや行政、地域の金融機関の存在がある（図2右側）。

#### 4.3 みち広場の背景・袖舞台としての拠点整備も意図

活動拠点となる場のひとつ「さんのう夢ほっと」の整備にあたっては、山王商店街の氏神であり、商店街の歴史を語る上でも重要な山王日枝神社の緑を、みち広場という舞台の背景として引き立てることも重要な目標であった。無電柱化とあわせ、夢ほっと整備に関わる周辺建築の移転、建て替え時の建物配置により、神社の緑や鳥居が見えるようにした。これらは、みち広場の背景や袖舞台としての整備を意図した形である。

また、後述する「もてなし空間」のモデル、町並み形成のモデルとなる事業となることも意図した(図3)。

## V. もてなし空間ネットワーク：個店改修の連鎖から生み出す回遊空間形成

### 5.1 もてなし空間ネットワーク事業の意図

第3の柱である個店の改修は、まちづくり協定に基づき山王商店街の個々の店が取り組む改修のなかで、町並み形成と、公共的な「もてなし空間」を建物内外に生み出し、この空間を活用して、隣接して開設された鶴岡まちなかキネマと連携したイベントの開催や販促活動等のソフト事業を行う、やはり、ハード面ソフト面を含む事業「もてなし空間ネットワーク事業」を計画している。みち広場としての街路事業が完了したのをうけ、2012年末現在、数店舗が事業段階に入った。

みち広場の背景としては通りの町並みも重要だが、山王商店街では意匠としての町並みというより、通りの活動を支え、店の活動とつなぐ中間領域としての店先空間を「もてなし空間」と呼んで生み出そうとしている。街灯を店先の行灯照明として再整備したのもそのためであり、必ずしも買うつもりがなくても店に入りやすい仕掛けでもある。もてなし空間の実現のために、協定にもとづくデザイン協議やモデル作成をこれまで行ってきた。



図3 ゾーン整備事業「さんのう夢ほっと」の整備意図



## 5.2 「協定に基づく個店改修」を目指した取組み経緯

### ①「まちなみ・家づくり研究会」

山王商店街では、2005年12月に法律等に基づかない自主的なルールである「山王まちづくり協定」を締結し、これからの商店街まちづくりの精神と大きな町並み形成の方向性を定めた。しかし、歴史的な意匠が残っている町並みではなかったため、協定には建物ファサードの意匠に関する具体的な推奨例（＝デザインガイドライン）を盛り込むには至らなかった。また工務店による設計施工が一般的な地域であるため、力量のある建築家に設計を依頼することはなく、協定で手続き定めたときに想定していた店舗計画についての創造的なデザインを検討する協議は、実際には難しい状況にあった。そこで、2007年度に地元建築士や工務店と商店街の店主等をメンバーとする「まちなみ・家づくり研究会」を立ち上げ、ワークショップ形式で、参加者の店舗を対象として店舗改修のイメージを議論し、試し設計を行った。設計者と店主のマッチングを目指すともに、より具体的なデザインガイドラインの芽を探った。その結果、「遊動空間形成ガイドライン案」を作成した（図4）。

### ②「個店計画集」

これを活用して、さらに2008年度には、建て替え意向のある店主を募集し、個店改修計画の数を増やし「山王個店計画集」を作成した。地元建築士会青年部を中心とするNPO鶴岡城下町トラストの建築士7名、早稲田大学建築学科OBの若手のまちづくり研究会である「まちの活性化委員会」に計画を依頼した。商店街のまちづくり活動の一環として、設計体験をするという位置づけにより、設計の専門家と相談する敷居を低くした。本計画案集の作成意図は次の3つである。

1) まちづくり協定と遊動空間形成ガイドラインにもとづく計画が、店主の方々の意向や諸条件を踏まえ

てどのようなものになるのかを具体化すること。

2) 個店により実現される共空間（＝公共空間と私空間の間の中間領域）の集積として、商店街全体の回遊性がどのように変わるかの全体像を地域内外に示すこと。

3) 歩いて楽しい商店街形成、中心市街地活性化に寄与する公益性の高い建て替え・改修に対しての、公共支援を要望すること。

2008年度の作業の結果、総延長400m、49店舗（作成当時）のうち、10店舗の改修計画が集められた。

### ③「もてなし空間ネットワーク事業」の構想へ

2008年度末までに蓄積された個店改修計画の多くは、今後も店を継続させていきたい、発展させていきたいと考えている意欲ある店主との協議の結果であり、今後の経営意向などがかなり反映された計画となっている。ただし、建て替え・改修の費用の検討については、大掴みにとどめておいた。なぜなら、費用を中心に考えると、当初、希望のある案に膨らまなかったためである。しかし、同時並行で進んでいる行政による街路事業の完成に合わせて、個店改修を進める時期が見えてきたため、2010年度は、費用面、合わせて助成面も含めて、検討を行った。またこの事業では、それまで共空間といていた屋内外の中間領域を「もてなし空間」と名付け、まちの滞留の場所、賑わいを生み出す場所として、単に個店の努力により、スペースを生み出すだけでなく、ここに商店街全体としてソフト事業を仕掛けていくことを構想した。

2010年1月より、「回遊型の誘客をめざす個店ソフト事業・改修研究会」の開催し、もてなし空間の活用方法を商店街振興組合有志で検討した。その結果、まちづくり会社の事業として周辺映画館との連携事業を、個店のもてなし空間を活用して行うなど、複数の事業アイデアが生まれた。

もてなし空間も、助成対象となりえる公共性の高い

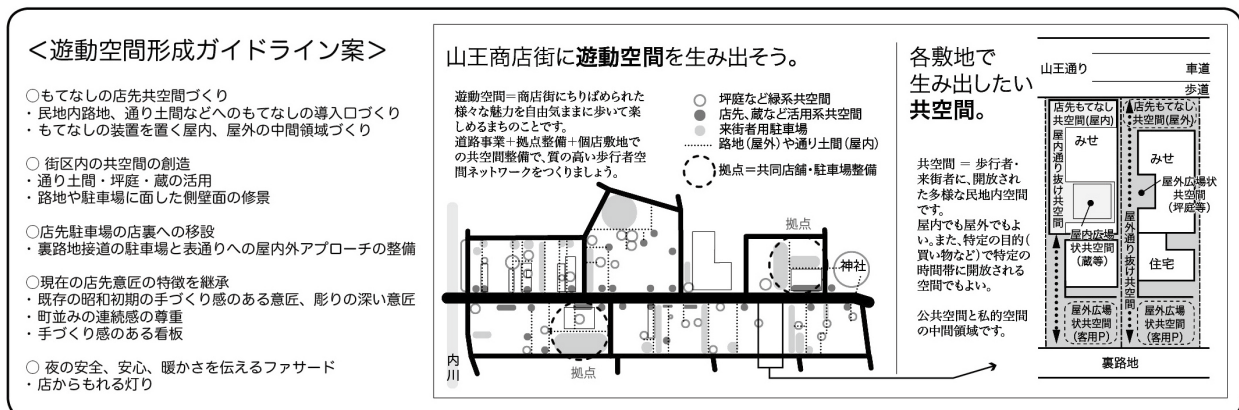


図4 個店改修による共空間（＝もてなし空間）の創出とその連担による回遊性向上のためのガイドライン

部分と個店による自主事業とすべき部分を切り分け、しかし商店街全体として、回遊性の高い空間を生み出せるものとした。

### 5.3 小括

一連の取り組みを通して、建築設計料という費用に抵抗があり、また長年つきあいのある工務店への設計施工発注が一般的であった商店街において、これまで商店街まちづくりに関わり、まちづくりの方向性を十分理解している地元の建築士グループ（NPO鶴岡城下町トラスト）に設計の場を作ることができた。その結果、「もてなし空間ネットワーク事業」という共通の空間像、商い像を各店舗経営者に働きかけながら設計をまとめ上げることにつながった。計画があがってきから計画・デザインの協議をする、というこれまで想定していた計画協議の形から一歩踏み込んだ個店計画の誘導方法や、創造的な空間形成を進めることにつながるめどがたったことは大きな効果であると考えられる。

## VI. 商店街の枠を越えた新しい活動体制とプロモーションへ

こうしたみちみち広場等の舞台を使いこなす組織も必要である。これには自らが活動を行う場合と、外部の人が活動をするのを支える場合の2つがあり、活動を拡大するには特に後者が重要である。ナイトバザールを長年実行してきた商店街が有する運営技術は、一連の事業後はさらに発展している。H23年度より、山王商店街では、周辺地区でまちづくりに取り組むNPOやまちづくり会社、大学と協働で「イチローチまち・川プロジェクト実行委員会」という組織を立ちあげ、より広域的なエリアマネジメントやエリアプロモ

ーションに取り組んでいる。そのきっかけは、3つの玄関口の一つ内川の大泉橋の橋詰にあり、地域のランドマークとなっていた旧イチローチ商店の空き店舗化に伴う再生の機運であった。テナントミックス事業で実績のある山王まちづくり（株）が建物管理主体となり、NPO公益のふるさと創り鶴岡がソフト事業の運営主体となるというスキームができつつある（図5）。この空き店舗を、商店街内外の様々な活動コミュニティが参画する地域まちづくりの拠点として、また、地域外への発信を意識した「プロモーション施設」として活用する取り組みが始まっている。例えばロゴを作成して（図6）、地域の環境を活かした様々なイベントを企画し、また、これまでバラバラに見えていた既存のイベントを、地域の連続イベントとして構成しようとしている。これらの活動の推進役・まとめ役・調整役となるストリートマネジャーと呼ぶ専属スタッフの育成も若手を採用して進行中である。このように活動舞台としての道づくりは、ハード・ソフト両輪で進められているのである。

○シンボルマーク：  
木造3階建てのイチローチ商店のシルエット。これは山（屋根）、川（まち・暮らし）、橋（人や生活をつなぐ場、絆）という3つのシンボルによって形くられています。



図6 イチローチまち・かわプロジェクトの理念とロゴ

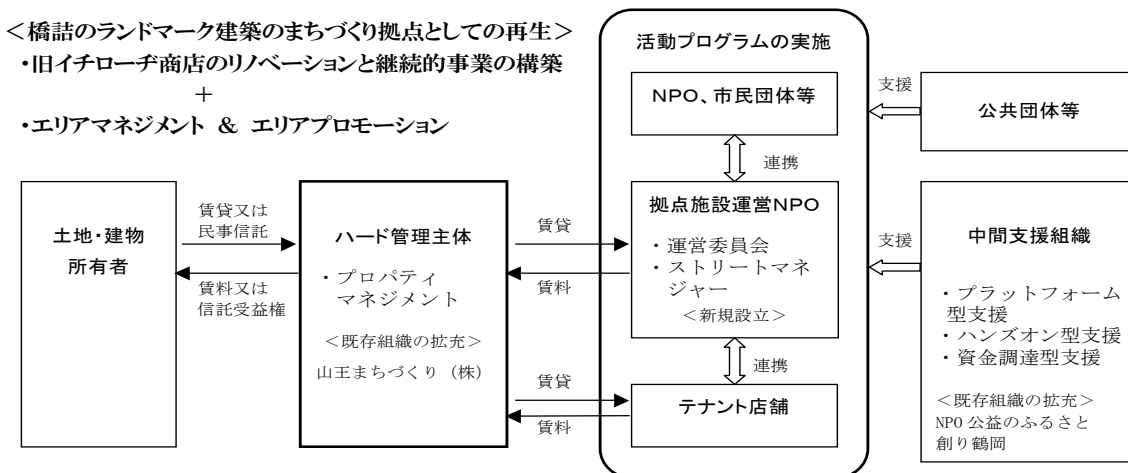


図5 まちづくり市民事業による旧イチローチ商店の改修、運営の体制

## Ⅶ. まとめ：中心市街地再生のための3つの方法論

最後に、これまで述べた鶴岡市山王商店街を中心とする取り組みから特筆できる、主に商店街活動を中心とした中心市街地再生のための3つの方法論を整理しておく。

### 1) 活動「舞台」としての都市のみち空間づくり、運用体制づくり

鶴岡山王商店街のみちづくりの経験から、都市の目抜き通りや商店街のみち空間は、人や車の交通機能を中心とした「道路 Road」ではなく、人の活動空間としての「街路 Street」としての性格をはっきりさせた空間整備を行い、ここを使いこなす市民による運用体制づくりをセットで進めるべきであるとの思いを強くしてきた。実現のための方法は、まず、地域の人との議論からバザールや各種イベント等の活動の形をデザインする。そこから、交通量を減らすための交通マスタープランレベルの変更検討から、車が走りづらい舗装デザインや活動を支える照明やサイン、仮設の屋台などの設置までを設計し、公共事業と商店街出資事業とを合わせて実現する方法である。また、この空間を使いこなす「まちづくり会社」や「ストリートマネジャー」の育成である。また、店づくりにおいても、みち広場と一体となった「舞台」をつくる視点から、中間領域をつくることを地域の建築家と共に試行してきた。また「裏舞台（楽屋）」的な場の必要性や、「背景」としてのまちなみ景観や眺望景観をしっかりと整えていくことも活動舞台を活かす構成要素として捉える理論である。いくつかの景観法に基づく景観アドバイザーなどの立場でも、こうした考え方を伝えてきた。

### 2) まちづくり市民事業～地域ニーズからの事業化～

もうひとつ、鶴岡まちづくりから理論化したのが、「まちづくり市民事業」である。公共的平等性を必要とする行政事業や、市場主義に基づき利益を追求せざるを得ない民間企業の事業では行うことができず、抜け落ちてしまった地域でどうしても必要な社会的なサービスを、市民の力で事業化するのが「まちづくり市民事業」である。コミュニティビジネスと近いが、ビジネスとして成立させるのはもちろんであるが、まちづくりのミッションを果たすことに重きがおかれた事業化であり、複合的な事業収入やボランティアな支援も事業スキームに組み込まれる事もあるのが特徴である。山王商店街の拠点整備事業や、他地区の事例を参照しながら早稲田大学都市地域研究所での共同研究を通して、まちづくり市民事業の事業化の「プロセスデ

ザインや体制のモデル」を理論化した<sup>2)</sup>。高松市の丸亀商店街のような大きな事業資本を持っていない多くの商店街において参考になると考えている。

### 3) イベントで地域に「気づき」を生み、地域主体のまちづくりを展開

鶴岡まちづくり10年の間には、議論のなかでつぶやかれる様々なアイデアを、まちづくりの大きな目標の中に位置づけて、責任者、予算と期間を定めて試行する「プロジェクト化」を通して、地域に気づきを生み、まちづくりを進める方法論をとってきた。地域側にそうした経験が少ない場合は、初動期は大学など外部の人間が「プロジェクト化」を実践し、これを徐々に地域側が担っていくように意識醸成、技術移転していく方法が有効である。

商店街再生には、最終的には意欲ある商業者、魅力のある商いを行う商業者が集積することが必要であり、店主も高齢化する中では、やはり新規参入が必要である。ただし新規参入者には中心市街地の商店街に期待される地域を支える様々なまちづくりの担い手として意識を併せ持つ人であることも望まれる。本事例からは、商店街まちづくりでは、こうした意識・意欲ある新規参入者を惹きつけるための、既存商店街の空間と組織の改良が大きな効果を発揮することを示している。すなわち、ハードとしての魅力的なみち空間、テナント空間、ソフトとしての多様な活動を支援する運営組織という基盤整備の両輪により魅力的な商業空間・活動空間としてのまちのイメージ・ブランドが醸成されることの大切を示していると言えよう。

謝辞)

山王商店街まちづくりに10年近く関わり、多くのことを試行させていただき、学ぶことができました。共に活動をしてきた三浦新様（山王商店街振興組合理事長）他商店街の皆様、鶴岡市役所の皆様、NPO 城下町トラストやNPO 公益のふるさと創り鶴岡の皆様、都市計画コンサルタントの鈴木進様ほか多くの関係者の皆様に感謝いたします。また、こうした機会を与えていただき、多くのご助言と、長期にわたり活動費を支援していただいた早稲田大学建築学科教授 佐藤滋先生にも御礼申し上げます。



注)

- 1) 中小企業庁が選定する「新・がんばる商店街77選」に選出されたこと(2009年3月31日に発表)や、筆者が「中心市街地に様々な活動やアクターを呼び込む空間整備と組織づくり～山形県鶴岡市山王商店街まちづくりの10年の取組み」に対して、日本都市計画家協会から「都市計画の理論と実践」による活動を評価する楠本洋二賞・優秀賞を受賞したこと(2012.9.30)等。なお、山王商店街のまちづくりの経緯は、米野・川原他(2009)5章で詳説している。
- 2) まちづくり市民事業の事業化の方法論については、佐藤・川原他(2011)に詳しい。
- 3) 川原, 佐藤(2006)

#### 参考文献

- 米野史健, 川原晋他(2009)「住民主体の都市計画～まちづくりへの役立て方」, 学芸出版社, 2009.03
- 川原晋(2011), 『もてなし空間ネットワーク事業』～商店街の個店改修計画の蓄積からの構想～ 日本建築学会大会建築デザイン発表梗概集, pp. 22-23, 2011.09,
- 佐藤滋, 川原晋ほか(2011), 「まちづくり市民事業 新しい公共による地域再生」第9章 まちづくり市民事業の到達点/第11章 まちづくり市民事業の形成プロセスと各担い手の役割, 学芸出版社, 2011年3月
- 川原晋, 佐藤滋(2007), 商店街組織のまちづくりマネジメント力を育むまちづくり協定策定プロセスの開発 -協定策定と並行した実験的企画の実施によって生まれる「気づき」の効果-, 日本建築学会計画系論文集 616号 PP. 113-120, 2007年6月