

中心市街地活性化策

～広島県呉市への提案～

鬼塚 義弘 *Yoshihiro Onizuka*

(財)国際貿易投資研究所 研究主幹

地方都市の中心商店街の衰退が激しい。くしの歯が抜けるようにシャッターが降ろされ、閉店されたままの商店が目立つ。一般的には中心市街地が衰退してきた要因として次のことが指摘されてきた。

1. 大規模な商業施設の郊外立地が進んだこと。モータリゼーションの進展により駐車場を備えた郊外の大型店にショッピング客を奪われたこと
2. 中心地から比較的地価の安い郊外へと人口が移動したこと
3. 行政サービスや公共施設も郊外へと進出して生活に支障が少なくなったこと

などが挙げられている。

しかし本稿で取り上げた広島県呉市のケースでは上記のいずれも当てはまらない。中心市街地が衰退する理由はないと言えよう。しかし現実には平成9年から同16年にかけて中央地区商店街の売場面積では18.8%減少し、空き店舗率は12.4%（平成19年2月）に達している。

このように呉市の中心市街地が衰退する原因に該当しないでおお衰退していくとすれば、全国の中心市街地の商店街はより一層衰退化の病にかかっていると言えよう。

今回広島県呉市で現地調査を実施した。同中心市街地も他の地方都市と同様に衰退から免れていない。そこで呉市発展の歴史を参考にその活性化策を考えてみた。

1. 呉市の中心市街地

(1) 人口は増加している

呉市の中心市街地の最大の特徴は、人口は増加しているということである。一般に中心市街地衰退の背景には人口の減少、少子高齢化社会の到来がその一因と言われている。しかし呉市では平成10年から8年間で市全体の人口は3.9%減少したが、中心市街地は逆に8.9%増加している。その要因は、中心市街地へのマンション建設が進んだ結果である。平成7年からの10年間で10階建以上のマンションは18棟(878戸)建設された。さらに高齢者向優良賃貸住宅も平成19年に2棟(51戸)建設されたことにより、人口増が図られたといえよう。しかし、それにもかかわらず、衰退の道をたどっている。

(2) 公共公益施設の流出はない

中心市街地の衰退の一因として公共公益施設の郊外流出が言われているが、ここでも呉市は他の事例とは異なっている。公共施設の郊外への移転はなく、むしろ呉大学の呉キャンパスが新設されたり大和ミュージ

アムが開設されるなど、公共公益施設は増えている。

(3) 大型店は中心部にも進出

巨大ショッピングセンターの郊外立地も一般的に中心市街地衰退の一因といわれている。モータリゼーションの近隣で郊外に立地する大型店へのアクセスも問題にならず、むしろワンストップですべて購入出来る利便性が人を引きつけることとなっている。呉市の場合はどうであろうか。平成10年以降大型店は呉市に9店舗進出し、そのうちの3店舗は中心市街地への進出である。

このように見てくると、他都市でいわれる中心市街地の衰退の背景となっている原因の多くはあたらない。ということは衰退の原因は別にある、個別の商店自体に魅力が無くなってショッピング客が他の地域へ流出しているのかもしれない。

2. 観光客の誘導—点的存在から面的存在へ—

地域住民を中心市街地に誘導するにはイベントの開催、各個店の魅力

の向上等があげられる。しかしイベントは開催の資金、開催者のエネルギーにも膨大なコスト負担があり、しかも認知度を高めるには長い間継続して開催することが必要となる。しかし集客は他の地域からを期待せざるを得ない。

結局地域住民をどこの商店（街）が取り込むかということは「ゼロサムの原理」が支配するところであり、あるところが増加すればあるところが減少する。

そこで、地域のゼロサムから脱却するには観光客の誘導を図ることが重要となる。

呉市の歴史は海軍とともに発展してきた歴史である。中心市街地もまた海軍との関係をたちきることには出来ないであろう。そこで中心市街地の活性化には海軍の歴史を活用することしか策はないと思われる。つまり呉の歴史を生かすことを活性化のメインシナリオとして考えてみたい。

（１）海軍遺産モニュメントの設置

呉市は旧海軍の遺産ともいえる観光資源がある。平成 17 年の 4 月にオープンした大和ミュージアム（呉市

海軍歴史科学館）には戦艦「大和」（10 分の 1 のモデル）、「零戦」、人間魚雷「回天」等が展示されており、年間 100 万人を越す来訪者がある。また大和ミュージアムの隣には平成 19 年 5 月にオープンした海上自衛隊呉史料館（てつのかじら館）がある。ここでは実物の潜水艦を展示し、その内部も公開されている。その他旧海軍の遺産として明治 40 年竣工したレンガ造りの建築物である旧呉鎮守府庁舎（現、海上自衛隊呉地方総監部）が毎週日曜に一般公開されており、旧呉鎮守府司令長官官舎（現、入船山記念館）は国の重要文化財に指定されている。旧海軍墓地（長迫公園）は明治 23 年に海軍軍人などの埋葬地として開設され、戦艦大和戦死者之碑や個人碑がある。これらの遺産をめぐるループバスが土日祝日には 30 分毎に運行されており、そのループバスの一環に中央商店街を入れて観光客が一時散策できるようになっている。しかし年間 100 万人を超える観光客がありながら、中央市街地の商店街に彼らがこぞって入り込むようにはなっていない。やはりバスに乗って行くことでためらいが

生じるのも一因と考えられる。徒歩で 20 分くらいの距離にすぎないとはいえ、歩いていけるようにするには動機付けが必要である。大和ミュージアムから中央商店街の間に行くつかのモニュメントを設置し、そこをたずね歩くことで商店街へと自然に行きつくようにすることを提案したい。

モニュメント候補として堺川に残っている旧呉海兵団への工廠引込み線の鉄橋を整備再生し、海軍の遺産として活用する。さらに商店街までの道すじに番兵塔を復元、旧海軍ゆかりの遺産を展示することで導線を確保する。大和ミュージアムには未だ展示されていない残された財産が多く眠っているといわれる。これらを借り受けて展示することにより、楽しい散策の道となる。現在呉市では同様の趣旨で舟のイカリのモニュメントをいくつか置くことを計画しているといわれる。もちろんこのような企画は是非実現したい。しかし昔の思い出が語られる遺産には直接その見学者に語りかけるストーリーがあり、効果はより大きい。いわゆる商店街のミュージアム化である。

商店街の中の各店にもその一角に、旧海軍時代の遺産を飾るとよい。自店の所有物でなくとも全国から借り受けて展示することも考えてよい。貸し出した人々は全国から呉に観光に来るであろうし、その効果も大きいと考えられる。商店街をあげて旧海軍関係の「お宝グッズ」で埋めつくすことが観光客を引き込む力となるろう。

(2) 食の文化を売り出す

呉市には旧海軍時代の食文化が残っている。海軍コーヒー、海軍のビール、海軍ゆかりの肉ジャガなどである。またラーメンを含め、20 店を越すラーメン店もあり、観光客には喜ばれている。

一般的に日本人は旅に出ると食べることに熱心になる。例えば旅行の際、汽車や電車に乗り込むと何かしら食べはじめるのが日本人である。西洋人はまず電車の中では食べない。観光地にはその土地の特有の食べ物文化がある。逆にいえば、食べる文化がないと観光地には不適當だとも言えよう。

呉市にはもっと独自の食文化を観

光客に売り込む必要がある。さらにこれからもおいしい食を育て、売り出すことが重要である。

海軍の遺産展示と食の文化と相乗効果を生むようにして観光客の商店街への誘導を図る。そしてこれらを通じて現在点的な存在である観光資源を線的なものとして結びつけることが出来、かつ商店街にあっては面的な存在として機能するようになる。

3. 門前町の創出

(1) にぎわいのある巣鴨は門前町

全国の商店街で最もにぎわいのある商店街は東京豊島区巣鴨地蔵通り商店街といわれている。ここは「お年寄りの原宿」と呼ばれ、その基本コンセプトを「歴史と文化を大切にしたふれあいのある、人にやさしい街」としている。

しかしこの商店街にはとげぬき地蔵のある高岩寺、江戸六地蔵尊の眞性寺と猿田彦大神庚申塚が存在し、参詣客でにぎわう門前町であった。特に1、5、9月の24日の例大祭には15万人の人出となるほど大盛況である。お寺と地元の協力関係が良好

で、お寺の伝統行事に積極的にかかわると同時にその繁栄が町の振興に貢献するというで相互に活動を共にしてきた。

単なる門前町は全国に多数ある。しかし巣鴨地蔵通りはお寺の伝統行事をいわばイベントとして活用している。さらに縁日などをイベントとして組み込み、独自のにぎわいを招いている。

(2) 大和神社の分祀

お寺や神社の参拝をイベントとして活用することは中心市街地の活性化戦略として有効と考えられる。

それを呉市の中心市街地の活性化にも応用してみる。

呉には大和ミュージアムがあり、年間100万人を超える観光客が訪問している。彼らを単なるミュージアムの訪問者としてだけでなく、神社仏閣への参拝をイベントとする参加者として位置付けることを考えたい。観光客はイベントとして神社仏閣詣を楽しむことへの抵抗は大きくない。そこで「戦艦大和」と関係の深い奈良の大和神社の分祀を提案したい。具体的には大和神社を重点整備地域

の一角に招致し、大和ミュージアムから大和神社までを遊歩することによりその途中にある商店街を参道として活用することで観光客の誘導を図る。

大和神社（おおやまとじんじゃ）は奈良県天理市新泉町星山にある神社で、創建は紀元前 86 年である。

戦艦大和には、同名であることから当社の祭神の分霊が艦内で祀られていた。戦艦大和は昭和 20 年に沖繩沖で沈没したが、そのときに亡くなった 2,717 名の英霊が末社・祖霊社に合祀されている。昭和 44 年、境内に「戦艦大和記念塔」が建立された。

さらに昭和 47 年 9 月 24 日、巡洋艦矢矧外駆逐艦 8 隻の戦没将士英霊をも合祀して、坊の岬沖海戦の全戦死者 3,736 柱が国家鎮護の神として祀られている。

毎年 4 月 7 日、戦艦大和第 2 艦隊慰霊祭を命日に合わせ取り行っている。

4. 日本文化の情報発信地となる

今、海外の人々にとって日本の文化はとてまかつこよく、クールとみ

なされている。日本食、錦鯉、盆栽、マンガなど日本の文化が評価され、その愛好家は世界中にちらばっている。日本は日本文化の愛好家にとって聖地であり、一度は行ってみたいところとなっている。

そこで呉市が日本文化の情報発信基地となり、海外からの観光客の誘致を図りたい。そのために、聖地となるべき小型のミュージアムを設立することをすすめたい。

その事例として京都に 2006 年 11 月にオープンした「京都国際マンガミュージアム」を紹介する。

(1) 京都国際マンガミュージアム

ここは昭和初期に建設された小学校を改装して 2006 年 11 月にオープンした。マンガと関連資料約 20 万点を所蔵している。

2007 年夏、同館が国別の調査をしたところ、海外から 3 万人の来訪者があった。多い順にフランス 16%、米国 15%、イタリア 10%と欧米諸国が続いた。来訪した大学の研究者や博物館員はドイツ、スイスなど 10 ヶ国に及び、フランスやオランダの大使館職員らも視察していた。

同館は外国人来訪者に対応するため、当初日本語のみだった館内の案内表示やリーフレットを5カ国表記に変更。12カ国で翻訳された日本マンガ本など1,340冊を「マンガ万博」として新たに設置するという。

同館では「海外ではマンガに触れて日本に興味を持つ人も増えており、わが国のサブカルチャーの代表格として評価されている。海外のマンガもまとめて読める国内唯一の施設として、ファンの裾野を世界に広げていきたい」と話している。

(出所) MSN 産経ニュース

マンガの事例を紹介したが、その他に以下の候補の実現を考えてみたらどうだろうか。

(2) 盆栽ミュージアム

盆栽の愛好家は世界中にいる。「BONSAI」として名が通っている。ミュージアムには日本各地から名品を集めて展示する。また盆栽用の器具道具、鉢等、総合的なミュージアムとする。また作り方のレクチャーが出来る BOBSAI SCHOOL を併設する。世界中の盆栽愛好家の生聖地

とする。

(3) 錦鯉ミュージアム

ニシキゴイの愛好家も世界中にいる。最近ではイスラエルで養殖がさかんになり、欧米への輸出がなされているが、何といたっても日本が本場である。

世界中の愛好家が渉外一度は日本へ行って最高級の鯉を見たいと言って、呉に来訪することを夢みたい。

(4) 日本酒と肴(おつまみ)ミュージアム

日本酒も近年愛好家が増えている。日本食は日本料理の世界的な普及に伴い、白ワイン感覚で愛好されるようになった。

そこで日本全国から銘酒を集め、ミュージアムを作る。そこでは酒のおつまみとしてちょっとした日本料理も用意する。呉に行けば日本中の銘酒が飲めるとなれば外国人だけでなく日本人も多く集まることは確実である。

以上考えついたアイデアを述べたが、もっと外にもあろう。斬新なア

アイデアに期待したい。

また、呉から30分の広島には世界遺産が2カ所ある。安芸の宮島と原爆ドームである。世界からやってくる日本文化愛好家に呉に来訪するついでに、世界遺産が2カ所見学出来るということで呉の利点がある。

5. 日本全国から客を呼べる店

(1) 古書の町「ヘイ・オン・ワイ」

古書の町として海外で町おこしに成功した事例がある。

イギリス、ウェールズの片田舎に「ヘイ・オン・ワイ」という古書店の集積地がある。1962年にその第一店が開かれ、その後続々と増え続け、1998年には30軒の古書店と多くの骨董屋がある町となり、年間100万人もの人が訪れるようになったといわれる。

またヘイ・オン・ワイに倣ってヨーロッパの国々でも古書の街を作ろうとする動きが出て来た。ベルギーのアルデンヌの中心にある人口わずか450人の「ルデュ」もその一つである。

かつて1960年代都市部では製鉄業など工業が盛んだった時代、若者達は町に職を求めて次々とルデュの村を離れていった。そんな過疎に悩まされ、地図から消えかかった村が今やベルギーの中でも数多くの観光客が訪れる村の一つとなっている。

イギリスのヘイ・オン・ワイが古本によって活気を取り戻した町であることを知り、それに習ってルデュの村の立て直しを計画した。

この計画を皮切りとして1984年、最初の「本のフェスティバル」が開催され、15,000人が訪れるという大盛況に終わった。その後本屋が次々とこの村に移り住み、ルデュは世界で2番目にできた「本の村」として知られるようになっていった。さらに製本などの職人や食べ物屋なども移り住み、ルデュは古書の町として成功を収めることとなった。

南フランスのモンリュウも同様に古書の町として有名である。

(2) 高遠本の家

日本でも同様の試みがある。

長野県伊那市高遠で2007年7月に、100年以上前の民家を使った古書店

「高遠本の家」がオープンした。首都圏でネット古書店を営む6人が共同経営する。

店内在庫は約5,000冊。客は広い和室でコーヒーを飲み、くつろぐことも出来る。

2005年、共同経営者が英国のハイ・オン・ワイを訪ねたのが出発点となった。

日本でも本の街を作ろうと構想を練り、物件の情報を集めた。そして自分たちで本棚や看板をしつらえ、手作りで開店にこぎつけた。

ほとんど宣伝していなかったが、伊那市や岡谷市など近隣を中心に口コミで客が来るようになったという。

さらに2008年4月、ついに高遠2軒目の古書店がオープンするに至った。

以上を見てみると、たとえ片田舎でマーケットが存在するとはとても考えられなくとも成功する事例があるということである。世の中には「ある商品」を買いたいと切実に願っている人がいる。そのような人は場所がどこにあろうと厭わない。

このように関西地域から全国にかけて客を呼べる店を開く人に対し支援する政策に変更することを提案したい。例えば海軍関係や広い意味で海洋に係る図書の集積地を目指すことを提案したい。