

札 幌 大 学

法学部自治行政学科開設記念「まちづくり懸賞論文」

『住めたらいいな・・・、こんなまち！』

佳 作

【論文テーマ】

町づくり 青森市新町商店街に見るオリジナリティとコミュニケーション

【応募者】

立命館慶祥高等学校

番地 祥江さん (3年)

平成 18 年 10 月

札幌大学「まちづくり」懸賞論文

町づくり - 青森市新町商店街に見るオリジナリティとコミュニケーション

私の地元は青森県青森市である。最近その中心市街地にある新町商店街が、昔に比べ活気がなくなり、閉店の看板が目立つ。商店街から若者の足が遠のいて久しい。

その一方で、その裏にある車もなかなか入れないほど狭い裏通りで、名前もついていないのだが、休日になると若者でごった返す通りがある。

シャッター通りと呼ばれる商店街の中にありながら、なぜそこが人気を集めているのか。そこには、3つの特徴がある。それは、「大型店舗にはないオリジナリティを持ったお店がある」ということと「通りが狭いという立地条件」、そしてその「狭さが生む親近感」である。車がやっと通れるくらいの狭い道路を行き交うのは、ほとんどが自転車か徒歩の若者である。彼らは、自分だけのオリジナルのものに出会うため、自分の足でお店まで出向く。お店の人との会話から、また新しい情報を仕入れ、探し回る。その時に、車での移動では味わえないコミュニケーションが生まれる。車で移動ができないことは不便だが、裏通りにおいては、これが集客にうまく作用しているのではないだろうか。「探せばもっと面白い店、商品があるのでは？」という好奇心は、自分の足で稼いで、「自分だけの、オリジナルなものを見つけることができる」という喜びに変わる。そこから、お店の人との間に会話が生まれ、オリジナルと一緒に共有するといった親近感が生まれる。これが、お客さんにまた行きたいと思わせる魅力なのではないだろうか。

若者だけでなく、どの年代でも楽しめる、街全体に遊び心のある商店街だったら、人の足が遠のくということはないだろう。例えば、青森市の商店街は大きな通りは駅からまっすぐに伸びているが、その通りを少し曲がると狭い通りに入る。この通りを工夫することでお客さんに「また行きたい」と思わせる、ワクワクする商店街にすることができる。1つの商店街でも色々な表情を持った商店街が存在したらどんなに楽しいことだろう。

そこで、そのような商店街を、お客さんとお店の人が共同で作ることを提案する。商店街を、1つの村のように見たと、ブロックごとに地域に住むみんなの手で創り出していくのである。例えば、お年寄りを対象とした通りならば、暖色系の色合いで落ち着いた雰囲気演出し、休憩スペースをたくさん設ける。また、若者向けのお店が集中する通りならば、にぎやかで楽しげな印象を抱けるよう、壁や道路の装飾をスプレーペイントなどで自由に演出する。親子連れを対象とするならば、スタンプラリーや、遊具施設の設置といったように、狭い通りに分かれるという立地条件を、最大限に活かした街を作るのである。

青森市では中心商店街の再生、活性化対策の一つとしてタウンモビリティ事業を導入し、お年寄りなど「すべてのひとにやさしい」まちづくりを進めている。しかし、若者の足が遠のいてしまっただけでは、せっかくの活性化対策もすべての人を対象にしたものものとはいえない。

どの年代でも楽しめるような、いわば隠れ家的な通りの演出こそ、今の新町商店街に必

要なものだと考えた。壁や道路など、商店街の中に同じ雰囲気を持った空間をみんなで作ることで、「ここにしかない街」というオリジナリティを、また「自分たちの手で1つの街を作る」ということでコミュニケーションが生まれる。

最近、郊外型大型店舗の進出で、商店街からますます人の足が遠のいている、という記事をよく目にする。ライフスタイルの変化、モータリゼーションの影響からも、駐車場を完備し、買い物が1つの店で1度に済む、というのは大型店の大きな魅力である。しかし、大型店にはない商店街の魅力、というものもある。

大型店舗に対抗するためには、マニュアルにない、オリジナリティあふれる品揃え、隠れ家的で、そこで出会える人や物との出会いが楽しめるような街づくりが求められる。「みんなの商店街」という意識が、そこに住む若者、お年寄り関係なく、全ての人の心の中に生まれ、オリジナリティとコミュニケーション、この2つが共存したならば、多くの年代が楽しめる商店街が生まれるであろう。