

ショッピングタウン
研究会記念セミナー

200th
Anniversary

都市景観としての

街と商店街の未来

界隈の街並み魅力と融合した商店街の可能性



【問題提起】

商店街は「下町生活観光」で生き残るか

吉野国夫 (一財)大阪地域振興調査会 常務理事 (株)ダン計画研究所 会長

○ はじめに

もう一度原点に立ち戻って、「街＝都市」を見つめ直す。

商店街はこの40年間、衰退を続けてきた。消えた商店街、衰退して環境を阻害している商店街もあれば、業種業態を変えながら、しぶとく生き延びて、地域や広域からの観光客を吸引しながら持続している商店街もある。

その肝は何か？

1. 近年、商店街的な魅力は鉄道開発でも再発見されてきた。

下北線路街 BONUS TRUCK の挑戦

小田急線の地下化によって2020年に生まれた新しい「街」下北線路街は、街を一変させる開発ではなく既存の街を支援する開発がコンセプト。

2. 商店街とは何か

- ① 店舗が並ぶ空間 — 原点は点在から連続へ 今、裏通りを含めた面的な街へ
- ② 商店街組合などの制度的組織単位 — 行政の支援策は全てこの枠組み
- ③ 生活空間・社会 — 元来は職住一致(町家)が都市商業の原点。生活コミュニティが基盤。商店主の転出、家主化、町会や商店街組織に関わり続ける商店主が多いか否かで街は変わる。

3. 生活と観光

- ① 生活圏の中の商店街
近隣コミュニティ 町会 学校 (PTA) コミュニティセンター 福祉 祭り等
- ② 観光・集客スポットとしての商店街

4. タウンリゾートとしての商店街

- ① タウンリゾートとは何か
- ② 中間領域 融合領域の重要性

5. 本日のケーススタディ

【選定条件】 都市である事／ 路地のある界限空間／ 生活が根付いている町

- ① 神楽坂(東京) 路地の界限性 都心生活 歴史 魅力 商店街 社会関係資本
- ② 福島(大阪市) 町の変容 街道、門前町から近隣商店のある駅前商店街、飲食街
- ③ がもよん(大阪市城東区蒲生町) 下町生活と集客の商店街へのイノベーション

【開催概要】 ショッピングタウン研究会 200 回記念セミナー

■テーマ：都市景観としての「街」と商店街の未来

— 界隈の街並み魅力と融合した商店街の可能性 —

■日時：2023 年 10 月 3 日（火）午後 3 時～5 時（ハイブリッド開催 Zoom 併用）

■場所：聖天通劇場（大阪市福島区福島）<https://shoutendori-theater.com/guide>

■主旨：ショッピングタウン研究会は弊財団発足以来の歴史ある研究会であり、「都市の中の商店街」というテーマは約 40 年間取組んできた。当時の商店街は今どうなっているか？全国の駅前シャッター商店街化が加速するなか、大阪では街並みや界隈性のある「街」が人気スポットとして生き延びている。商店街とその裏通りを含めた飲食店や製造小売り店舗の集積が生活感を含めて「下町生活商店街」とでも呼べる観光コンテンツとして脚光を浴びている。これは全国的にも散見される事態であり、今後の商店街の行方を示唆しているかも知れない。本セミナーでは「街」の景観資源や生活感の魅力と融合した商店街の可能性を都市計画、商業の両面から語りながら、今後の商店街活性化に資する事を願って開催する。

■タイムテーブル：

時間	プログラム	内容・発表者（敬称略）
15:00	開 会	司会：大阪地域振興調査会 事務局主任 白庄司
	挨拶	大阪地域振興調査会 会長 石原 武政
15:05	導入スピーチ	問題提起「商店街は『下町生活観光』で生き残るか」 大阪地域振興調査会 常務理事 吉野 国夫
15:20	ケーススタディ	東京都 講演 1. Zoom 神楽坂 地域資源と社会関係資本を活用した商業エリアの活性化 山下 馨（粋なまちづくり倶楽部理事長 建築家）
15:35		福島区 講演 2. 福島界隈の魅力と聖天通り商店街の昔と今 堤 成光（ショッピングタウン研究会幹事）
15:50		城東区 講演 3. がもよんにぎわいプロジェクトの新展開（城東区） 田中 創大（R PLAY 株式会社）
16:07	パネルディスカッション	【モデレータ】大阪地域振興調査会 理事 藤岡 里圭 議論の進め方、論点について 3分
16:10		パネラー発言 I 3分×3=10 講演者
16:20		コメンテーター発言 @1~2分×7名=15 NPO 法人全国路地のまち連絡協議会（木村晃郁）、 NPO 法人まちづくり協会（増田 勝）Zoom 認定 NPO 法人日本都市計画家協会（山本 一馬） JUDI 関西（岸本 しおり） 大阪市（井尻 久貴） 大阪商工会議所（井上 毅） ST 研メンバー（角谷嘉則）Zoom 他
16:35		パネラー発言 II 調整
16:55		モデレータ&問題提起者トーク 3分
		モデレータまとめ 2分
17:00		閉 会

■プロフィール■

【挨拶・問題提起】

石原 武政 一般財団法人大阪地域振興調査会 会長 大阪市立大学名誉教授

1943年生まれ。神戸大学大学院経営学研究科博士課程退学後、大阪市立大学商学部を経て、関西学院大学商学部、流通科学大学商学部教授を歴任。著書に『マーケティング競争の構造』（千倉書房、1982年）、『商業組織の内部編成』（千倉書房、2000年）、『小売業の外部性とまちづくり』（有斐閣、2006年）『商業・まちづくり口辞苑』（碩学舎、2012年）など。

吉野 国夫 一般財団法人大阪地域振興調査会 常務理事 (株)ダン計画研究所 会長

大阪市生まれ。1973年(昭和48年)ダン・アソシエイツ(アート&クリエイティブ 集団)主宰、翌年、株式会社ダン計画研究所を創業、現在会長。専門は都市政策、都市計画、まちづくり。国、地方自治体の委託調査・提言、企業の企画プランニングを手掛ける。

【ケース報告 講師・パネラー】

山下 馨 NPO 法人粋なまちづくり倶楽部理事長 建築家



1952年東京都生まれ。地元漆器店の次男として、親子代々神楽坂のまちづくりに関わる。東京大学工学部建築学科卒、大手建設コンサルタント企業を経て1985年に山下馨建築アトリエ設立し現在に至る。国登録有形文化財調査、コーポラティブマンション等の設計。東京大学大学院等の特別授業講師、春日部市都市計画審議会委員等を経て、粋なまちづくり倶楽部理事長、新宿NPO協働推進センター事業担当理事などを務める。

堤 成光 公益社団法人2025年日本国際博覧会協会 機運醸成局 地域・観光部地域連携課 参事



1985年大阪商工会議所入所。1992～1994年在ダッカ日本国大使館経済専門調査員、1997～2001年シカゴ日本商工会議所事務局長、流通・サービス産業部長、地域振興部長等を経て2019年4月～公益社団法人2025年日本国際博覧会協会。2021年～2022年関西大学商学部非常勤講師。著書に「奇跡の寄席 天満天神繁昌亭」(140B)がある。

田中 創大 がもよん古民家再生プロジェクト事務局スタッフ (RPLAY株式会社)



1995年京都府生まれ。大阪市城東区蒲生四丁目にて古民家再生プロジェクトに従事。現在15年目となり、手掛けた物件は合計40軒を超える。近年では、地域活性化を目的とした講演やセミナーなどに参加することも増加している。

【モデレーター】

藤岡 里圭 一般財団法人大阪地域振興調査会 理事 関西大学商学部教授



大阪市立大学大学院経営学研究科博士後期課程単位取得退学、博士(商学)。長崎県立大学経済学部、大阪経済大学経営学部を経て、2012年4月より現職。2022年4月より日本学術振興会学術システム研究センター専門研究員、同年5月より大阪大学大学院経済学研究科特任教授(常勤)。著書に、『百貨店の生成過程』(有斐閣)、Global Luxury: organizational change and emerging markets since the 1970s (Palgrave Macmillan) (共編著)など。

【コメンテーター】

- ①全国路地のまち連絡協議会 事務局長 木村 晃郁 (㈱アルメック国内事業本部 上席コンサルタント)



1985年株式会社都市計画同人入社。1998年住宅・都市整備公団出向。2013年株式会社アルメック入社。マスタープラン、地区まちづくり計画、中心市街地活性化、密集市街地の改善、市街地再開発事業などを主に担当。「路地からのまちづくり」共著(学芸出版社、2006年)。

- ②NPO法人まちづくり協会 理事長 増田 勝 (URマネジメント代表)



千葉県浦安市在住。九州大学大学院。博士(工学)・技術士(都市及び地方計画)。市町村の総合計画・都市計画マスタープラン・市民ワークショップ等の策定・支援にかかわる。協会ミニフォーラムを毎月開催中(現121回)。専門は都市政策、都市計画、地域づくり。主な著書「人口減少時代の論点90」(公人の友社・共著)他。

- ③認定NPO法人日本都市計画家協会 理事 山本 一馬 (街角企画(株)代表取締役)



技術士、認定都市プランナー、全国商店街支援センター支援パートナー、2004年街角企画設立、地域+コミュニティ・商業・産業・防災、教育等をテーマに市民とともにまちづくり、拠点づくりに取り組む。商店街にはまちの個性が集まり。

まちの個性は商店街が育む!との想いのもと、大阪をはじめ、各地の商店街の再生、活性化を手がける。

- ④JUDI関西 岸本 しおり (㈱ハートビートプラン アシスタントマネージャー)



1989年沖縄生まれ。2014年(有)ハートビートプラン入社。なんば駅前道路空間再編事業、岡崎市乙川リバーフロント地区かわまちづくりプロジェクト、豊田市都心地区広場の計画運営プロジェクト等、公共空間のリノベーションやエリア活性化等に関わる。趣味として、胃袋を掴む都市戦略を研究中。

- ⑤大阪市 井尻 久貴 いのしりひさたか (経済戦略局産業振興部商業担当課長)



1998年大阪市役所入庁。財政局やIR推進局、デジタル統括室などを経て、2023年から現職。主に税財政の企画調査やIR誘致、DX推進に関わる。

- ⑥大阪商工会議所 井上 毅 (流通・サービス産業部長)



1992年大阪商工会議所入所。2007年～2011年バンコク日本人商工会議所事務局長、2017年～2020年バンコク日本人商工会議所専務理事。2022年4月から現職。商店街振興、中小企業の販路拡大支援、繊維・ファッション産業振興などを担当。

- ⑦ショッピングタウン研究会メンバー 角谷 嘉則 (桃山学院大学教授)



1975年生まれ。2006年立命館大学大学院政策科学研究科博士後期課程修了、博士(政策科学)。立命館大学共通教育推進機構講師、桃山学院大学経済学部准教授を経て、2021年4月より現職。著書に『株式会社黒壁の起源とまちづくりの精神』(創成社、2009年)、『まちづくりのコーディネーションー日本の商業と中心市街地活性化法制』(晃洋書房、2021年)がある。



■ 記録要旨

開会挨拶： 石原武政（一般財団法人大阪地域振興調査会会長）



ショッピングタウン研究会の活動はかれこれ40年近くになります。財団機関誌の「街第1号」は1986年発行、以来、商店街問題を「街」という観点から取り上げてまいりました。

その時に取り上げましたのが福島で、200回記念を聖天通劇場で開催できることは非常に大きな意義があると思っています。日本で商店街が組織で活動することを始めたのは昭和の初期で、その当時の全国のリーダーがここにいました。呉服屋の中村金治郎さんです。聖天通は北の心齋橋と言われるほど賑わっていた商店街で、中村さんは「これからの商売はお客さんに満足をお客さんに売らなければならない」。たくさん論文も書かれており、全国的なリーダーだった。

商店街活動は戦前から始まって、戦後につながって今日に至っています。商店街は大変厳しい状況ですが、これからのことを考えていく礎になればと願って開催いたします。

モデレータ：藤岡里圭（関西大学教授）

まず、導入スピーチとして、大阪地域振興調査会常務理事の吉野より問題提起をお願いしたいと思います。

問題提起：吉野国夫（一般財団法人大阪地域振興調査会の常務理事）

私の本業はダン計画研究所で長年まちづくりを担当してきました。「商店街は『下町生活観光』で生き残れるか」というタイトルですが、観光をかなり広くとらえています。商店街は街に生まれ育てられ、街を牽引した存在でもあった。ところが今やシャッター通り、街の景観を阻害する存在とも言われます。

近年は高層マンションなど新しい開発もありますが、新しい住民も、観光で訪れる人にし

でも、現在の良いところだけを消費している。そういう存在が集まっているのが今の街で、商店街も自身の基盤でありながら使う事が先行し、自らそこでイノベーションを起こすなり、新しい芽をつくって育てる、といった視点が欠けているのではないかと思います。商店街の40年間にわたる衰退の中で、業種・業態を変えながら新しい商店街へと脱皮して、しぶとく生き延びている商店街もある。その肝は何か。街は最先端の開発もありますが、路地に代表される限界性や街並みも見直されています。商店街周辺の下町的な生活も重要な資源ではないか。ここを今日は議論したいと思います。

1. 近年、商店街的な魅力は鉄道開発でも再発見されてきた。一例ですが、下北線路街BONUS TRAUUCKが面白い。ここは本多劇場をはじめ劇場が8つあり、いろんなエリアに6つの商店街がある。周辺とのマッチングを考え街再生のハブになる。商店街とマッチングするような形で街並みが形成されている。
2. 商店街とは何か。生活空間・社会—元来は職住一致（町家）が都市商業の原点である。生活コミュニティが基盤。店主の転出、家主化が進んでいるが、町会や商店街組織に関わり続ける店主が多いか否かで街は変わる。本日はここに注目したい。

3. 生活と観光

①生活圏の中の商店街

近隣コミュニティ、町会、学校（PTA）、コミュニティセンター、福祉、祭り等。生活や近隣社会と商店街はどう関わっていくべきか。が問われている。

②観光・集客スポットとしての商店街。

商店街は地域の人にとっては生活圏の観光スポットであり、ユニークな店が出来れば広域から集客する観光スポットになる。それらが一定集まると地域の商店街となり広域の観光地にもなる。これが都市の下町や地方にも出現してきて、今後の可能性を秘めている。

4. タウンリゾートとしての商店街（1994年学芸出版社刊）

1994年に私が提言したもので、当時流行っていたアーバンリゾートを批判的に見てシティリゾートを提唱。場所的には都心の縁辺部、非日常空間と日常空間の間に着目。そこで中間領域や融合領域の重要性を指摘。まちそのものがリゾート資源になるとしたが、これは今でも通じる考えだと思う。余談だが、財団の機関誌『融』は融合の「融」から取っており、今では何でも融合の時代になってきた。

藤岡：ありがとうございました。

それでは、早速ですが、ご講演に入りたいと思います。最初は、粋なまちづくり倶楽部理事長の山下馨さま、Zoomです。どうぞよろしくお願いいたします。

ケーススタディ（講演）

講演1. 神楽坂 地域資源と社会関係資本を活用した商業エリアの活性化（Zoom）

山下 馨（粋なまちづくり倶楽部理事長 建築家）



長年まちづくりに取り組んできましたが、まちづくりは商店街や地域を潤すのか、と皆さんから質問されます。答えはイエスです。神楽坂は東京の山手線の中心に位置しており、東京駅や池袋などから10分程度でアクセスできます。歴史的には、江戸城の外堀に面したところがあり、神楽坂は城下町として発展しました。江戸時代は武士のまちで、その中に門前町があり商業でも栄えました。さらに花柳界の前身となる活動が加わり、江戸の中でも賑やかなところでした。

神楽坂は関東大震災で被害を受けなかったため、震災後は東京の街を応援する側に回っていたエリアです。ところが太平洋戦争で空襲に遭い、跡形もなく丸焼けになりました。そんな経緯をたどっているため、まちの発展のイメージは、江戸時代は活性化し、明治維新で武士たちがいなくなって落ち込んだ。関東大震災は追い風となったが、東京大空襲でどん底に落ちる。バブル経済以後、日本文化の見直し等の流れに、まちづくりの活動が加わり、現在その成果を受けて、また大きく神楽坂のリバイバルブームが起きています。

今の神楽坂は江戸時代から変わっていない街割りで、江戸時代の道が残っていて、そこに路地などが加わって回遊性のある街になっています。毘沙門天の前には風情のある路地があります。一方で、最近では花柳界の低迷もあって建物が空いて、その中にイタリアンやフレンチなどのお店が進出しています。

概ね700mのコア部分とその周辺部分で新しいお店が展開しています。商業軸の周りは飲食街が広がり、チャレンジショップも展開しています。お店の規模は、商店街は約500店舗で、周辺の100店舗ほどが加わり全部で600ほどのお店が広がっています。1丁目から5丁目の商店街は昔ながらの「神楽坂」の名前を大事にする商店街で、6丁目の振興組合は新しくできた近隣の生活を支えるための近隣型の商店街という性格を持っています。

一時期、花街が神楽坂エリアの4分3ほど占めていました。江戸時代からの老舗も多く、周辺は住宅地になります。まちボス的な存在はいなくて、フラットな展開をされているという感じです。最近ではNPOと連携した地域の活性化活動となっているのが特徴です。

JRの最寄り駅の乗降客数は16万/日ほどあります。これにメトロを入れると20万人/日の入込数になっていると思います。商店街の入込数は1日当たり1万人から1万5千人、イベント時は3万人から4万人になります。

まちづくりから見た商店街の問題は、店主の高齢化や相続問題、事業承継問題などがあり、商店街全体としては運営に携わる新たな人材や新たな担い手が必要となっています。街の中を通過する大きな都市計画道路の計画があります。それが街を分断し、商店街を分断することになります。20年前以前にも地元中心のまちづくり活動がありました。残念ながら東京は都心が空洞化し、郊外が発展する時代でした。1990年代にバブル景気が終わり、その後、先ほど申し上げたまちの問題がどんどん浮かび上がってきました。

まちの課題はハード・ソフトを含めたくさんありますが、欠かせないのは、担い手、すなわち“人”だと思います。神楽坂には地域資源がたくさんあり。コミュニティもしっかりしています。そういったものとまちの界索性、空間的な魅力をうまく合わせ、まちの魅力をつくっていく。集客するためにまちを整える。文化的な取り組みやイベント、啓蒙活動、誘導など、あくまで神楽坂の文脈に沿った形にしていく。スクラップアンドビルドでは無くしてリノベーションで攻めています。

緩やかなルールづくり、「神楽坂のまちづくり憲章」もあり、まちの人たちが「神楽坂らしさ」をキーワードに洗い出しを行ったりしています。まちの意見を集約するためにシンポジウムやワークショップなどを繰り返し行っています。単に商店会だけではなく、実行委員会。ここにはNPOやボランティアも加わります。「商業から神楽坂らしいまちへの展開」というところでは、来街者を巻き込んで行動パターンを拡大する。神楽坂に出店する者もまちのブランドイメージに合った出店を求めています。

組織的には、商店街だけが商業エリアを担っているわけではなく、お客さん自身も協力者になって、いろんな関係者がイベントにかかわっている状況です。

では具体的にどんなことをやっているか？

まちらしさ、文化や娯楽に関しては、担い手の多さです。伝統芸能関係者、落語家さん。まちを着物や浴衣を着て盛り上げる来街者。子どもたちも落語や講談も勉強する。まち全体を舞台にした「神楽坂まち舞台・大江戸めぐり」は大きな伝統芸能のイベントです。

景観に関しては、神楽坂らしいたたずまいを残すための取り組みや、路地を保全するための路地シンポジウムや「全国路地サミット」等にもかかわっています。



地区計画については、初めは3、4、5丁目から始まって、今は周辺に拡大している状況です。勉強会や道路拡幅の意見聴取、セミナーも開催しています。

まちの中に黒塀を持つ建物も増えてきました。ビルのファサードを調整して神楽坂らしさを出す。ちょっとしたオープンスペースにはまちのギャラリーなども設置しています。

登録有形文化財として古い建物を大切にしている、合計で7つ登録しました。

この神楽坂「らしさ」が何をもたらしたか。

商業だけではまちの魅力は十分伝えられなかったのですが、文化的なものや景観、神楽坂を回遊する人たちが登場し、神楽坂を好きな人が増えてくる。その人たちが「らしさ」に引きずられて、まちのファンになり、結果的にはお店のお客さんになっていく。

人口も増えています。商業も拡大しています。誘客エリアも拡大しています。何よりも、お客さんたちが情報を発信してくれるので、コマースからPRの時代に入ってきている。神楽坂好きの人口も増え、結果的に業態も変わってきます。情報量、情報の発信力が格段に以前と違う。これがPR効果をまちにもたらしている。

お客さんが増えることで神楽坂も変わってきます。お客さんが商店街の性格を変えてし

まうのはやむを得ないことですが、だからといって神楽坂らしさを壊してはいけない。あくまで神楽坂らしさが好きなお客さんを呼び集める。神楽坂らしさに共鳴する来街者が、神楽坂らしい新しいマーケットにまちを誘導する。この流れに持っていきたい。

一方、神楽坂人気がいろんな問題を引き起こしています。家賃高騰、チェーン店の増加、老舗店が苦戦する。神楽坂らしさを考えずに好きなことを始めると神楽坂のイメージが混濁してくる。

都市計画道路を東京都が我が物顔で進める。暴走していると思いますが、まちの言うことは聞いてくれないので困っています。その他、高齢者や経済弱者が地価高騰で追い出されるという問題、テナントミックスの問題など、様々な問題も抱えている。うまくやらなければ神楽坂らしさにたどり着けないと思います。「神楽坂よ、何処へ行く？」と書きましたが、今は立ち止まって、もう一度、次の10年を見直す時期になっています。振り返れば20年、30年まちづくりをやっていますが、10年おきに見直しするようしてもいます。

神楽坂は観光地ではありません。都心のオアシスのような場所、東京都民のためのオアシスです。ですから、都民のための商店街になってくると思います。江戸時代の古いまち、歴史文化地区という役割もあります。商店街自体も役割が拡大すると思っています。今後も、神楽坂らしい神楽坂を目指すため、地域資源を利用し、関係者、人々、社会関係資本を増やすことで、神楽坂を前進させていきたいと思っています。

ありがとうございました。

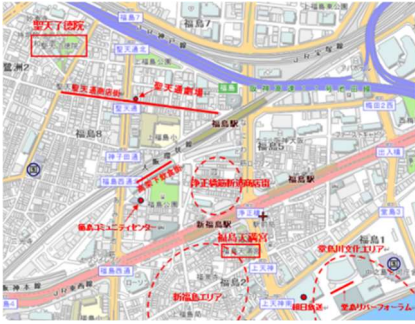
藤岡：ありがとうございました。続きまして、ショッピングタウン研究会の設立以来のメンバーで現在は幹事の堤様よろしくお願ひします。

講演2. 福島界隈の魅力と聖天通り商店街の昔と今

堤 成光 (公益社団法人2025年日本国際博覧会協会 機運醸成局 地域・観光部地域連携課 参事)

ショッピングタウン研究会で最初に見学したのが福島の聖天通商店街だったと記憶しています。聖天さん、今の了徳院に行って松尾芭蕉の句碑を見たことを鮮明に覚えています。商店街に関しては、北の心齋橋と言われた時代を経て、バブルの直前で商業的にも景気がよくない時期で、当時、店主とのヒアリングで「昔はよかった」という話があったと記憶しています。最近、聖天通商店街の草野会長さんからお話を伺い、意外だったのは、「商店街が最も栄えたのは1990年代だった」ということです。われわれが訪問した86年頃は複数の店主から「よくない」と聞いていたので、その5年後が一番よかったというのは意外でした。

地域の特徴は梅田から一駅西であるということ。鉄道の駅がたくさんあって、JR福島(環状線)、下は東海道本線が走り、南にはJRの福島駅、その横に阪神の福島があります。阪神の駅が、地下駅に変わったことで空き地ができ、ホテル阪神が1999年に開業しています。地域の観光資源的なものとしては聖天通商店街や聖天さんがあり、戦後もお客さまが多かった。聖天通と福島天満宮は南北の集客拠点だったと言えるのかと思っています。



浄正橋の交差点の北に浄正橋筋商店街があります。この商店街の西側に浄正橋筋新道商店街など東西に走る路地通りが4本あり、レストランやバーで賑わっています。人気の飲食店があり、若い人たちが集まる地域になっていますが、38年前には見られなかった風景で、最近の動きではないかと思います。福島駅の高架下も近年かなり開発されています。近年できた居酒屋さんも多く、その北側に福島阪神クレセントビルがあります。さらに2019年にホテル阪神アネックスの別館ができ、57の飲食店が入った「ふくまる通り」ができました。これにより駅前の高架下の街並みもきれいになり、梅田からの流れがさらに西に伸びてきたのが現状です。仕事の関係でいろんな商店街で事業を行いました。浄正橋筋商店街、福島商店通商店街の2つの商店街は非常に人通りが多く、全国的にも特色のあるポイントだと思います。昼間は閉まっている店が多いですが、5時以降になると店の明かりが目立つような普通の商店街とは逆です。



また、福島商店通商店街はたくさんの占い師による「売れても占い商店街」で名をはせた商店街です。最近では大阪観光局と連携して修学旅行の「商い体験」、各地の物産を大阪に持ってきて売るといった「商い体験」があり、収益も出ているそうです。振興組合に組織替えされましたが、会長からは組合の経営もうまくいっているということ。聖天通劇場の前に伝統野菜ミュージアムがあり、大阪の伝統野菜を栽培しています。オーナーが若い飲食店経営者にお店を貸すなど、商店街の活動を通して、飲食のまちとして今かなり注目を集めているのが今の聖天通エリアの状況ではないでしょうか。

講演3. がもよんにぎわいプロジェクトの新展開（城東区）

田中創大（がもよん古民家再生プロジェクト事務局スタッフ）

蒲生4丁目、通称がもよんは大繁華街京橋の東側に位置し、鶴見緑地線と今里筋線の2線が通っており、国道1号線もあるので、交通量の多い、利便性の高い地域です。古民家を改修が現在、のエリア内に飲食店や物販店が合計35施設あります。

地域の南側に古民家が集約されています。北側はマンションが多く建ち並んでおり、現在進行形でマンションがどんどん建っています。その家族連れが古民家レストランを利用したりママ友とのランチをきっかけに家族連れで訪れるといった循環になっています。

第1号はボロボロの築100年を超える米蔵の物件、所有者さんは悩んでいました。壊してしまうのは簡単ですが、建築基準法的に同じものは建てられない。残したいがどうすればよいかわからない、とのご相談。結果イタリアンのお店にしました。米蔵は天井が低くて使いにくいので地面を掘って高さを確保しています。



古民家のカフェは世の中にたくさんありますが、狭かったり隙間風が入ってきたりといった問題を抱えていたりしますが、私たちは安全性・快適性を担保する建物にしています。

アフタヌーンティーのお店、築80年焼き鳥屋さん、おでんの居酒屋、ハンバーガーショップ、カフェなど。最新のものでは、今年6月にオープンした、8年連続ミシュラン一つ星を獲得された方が営む和食料理店です。



また、昨年オープンしたガモヨンブリュワリー、マイクロブリュワリーです。住宅街の路地の中に建っています。運営しているのは就労支援の事業者です。同じ蒲生4丁目のエリア内でパン屋さんを営んでおり、一個150均一にしています。エリアを開発

していくと地価が上がり、既存の住民が住みにくい地域になってきたので、あえて地元の住民や昔から住んでいる高齢者、経済的に難しい方にパンを提供できるようにとの思いです。新しく飲食店や物販を始めたい方から相談があったときに、古民家の改修以外に、既存の飲食店と新規の店をつなぐコミュニティの集まりも運営しています。既存のお店の人に新しくお店がオープンすると知らせると、既存のお店が常連さんに新しくオープンしたお店を紹介してくれるので、口コミで宣伝できます。口コミがネット以上の効果を発揮して、オープンした頃には住民の方はすでに知っている。そんな体制になっています。

事業スキームですが、主に改修した古民家を借りるテナントと古民家の所有者さんとの間に入って調整するという仕事をしています。所有者から建物を預かって、改修して貸すサブリースの形でやっていますが、店舗だけで住居は一切やっていません。建物を貸して人が住んでしまうと入れ替わりができなくなるので店舗に限定しています。

イベントスペースを用いてざっくばらんに近況報告をしています。古民家と古民家以外のお店も含めてのミーティングです。例えば近くに焼き鳥のお店ができた。税金対策はどうするかなど、商工会的な役割も果たしています。

飲食店は面積が小さく、多くは個人事業主で経理がわからない方がほとんどなので、つまずいて事業から撤退しないようにミーティングを設けています。税金対策や、コロナのときは補助金をもらうためにはステッカーが必要なので、ステッカーの申請の周知活動も私たちの仕事になります。

最近、がもよんの中でブームを起こした「がもよんファーム」です。住宅街のド真ん中にある畑で、一区画2m×2.5m=5平米で、それが29区画あります。2018年から運営していて現在5年目ですが、5年連続空き区画なしで、今も問い合わせが毎月あります。ゲストハウスも運営しています。これが内装です。寝室ですが、真っ赤な壁に墨絵を描いてアッパー層を狙ったデザインになっています。遠方からの来街者にまちを1日丸ごと楽しんでもらうためにご用意しました。時間が来ましたのでここで終えさせていただきます。

パネルディスカッション



藤岡：それでは、パネルディスカッションに入りたいと思います。

山下さんのお話の中では、まちがまちを望む消費者を育てなければならない。堤さんの話の中では、通常とは違う、夕方から若い人がやってくる商店街のあり方。がもよんの話では、地価が上がって昔から住んでいた人たちが住みにくくなることに対してどう対処するか。そういうことがお話の中に含まれていました。

吉野さんの問題提起にありました、タウンリゾートとして商店街のあり方に対する回答になるのかと思ったのですが、その辺りも含めて、それぞれ補足すべきことがあればお話しただければと思います。

それではまず、山下さんお願いします。

山下：神楽坂では手探りでやっています。計画を立てるとというのは、商店街や都心のド真ん中ではうまくいかないの、やりながら考えるということですが、振り返ってみると、ソーシャルマーケティングも含めてマーケティングやPRをちゃんとやることだと思います。

堤：月亭八方さんは、聖天通り商店街で、しばらくの間、寄席を開席していました。私は、たまたま天満天神繁盛亭にかかわりましたが、劇場や寄席ができるまちは特別な魅力があるのではないかと経験上で感じているところです。

有名な天神橋商店街の故土居会長さんは、「まちには文化がなければいけない」との信念のもと商店街事業を進めておられました。聖天通には了徳院や天満宮もある。歴史的なレガシーが残っていると思います。

藤岡：ありがとうございます。ここからはコメンテーターとして、ショッピングタウン研究会メンバーの角谷さん、イギリスからZoomでお願いします。

角谷嘉則（桃山学院大学教授 現在ケンブリッジ大学客員研究員）：Zoom

3つの商店街はいずれも飲食店が増えているということでしたが、商店街実態調査報告書によると、令和3年の時点では少し減ったという商店街が多くなっています。コロナ禍ということもありますが、気になるところです。2つ目は、観光、イベント会場、夜の経済は商店街にとっても重要で、これはイギリスも日本も同じだと感じました。

3つ目はエリアマネジメントで、私の研究関心でもあります、がもよんについてはテナント会や大家さんとの契約など、エリアマネジメントを行うモデルの一つになるのではないかと感じている次第です。リノベーションや住宅については触れていませんでしたが、そういった視点で見えていくと今後の商店街のあり方の一つの方向性が示されるのではないかと考えた次第です。ありがとうございました。

藤岡：ありがとうございます。それでは、木村さまお願いします。

木村晃郁（全国路地のまち連絡協議会 事務局長）：

私は新宿で働いています。新宿といえば新宿ゴールデン街や思い出横丁で、路地というか横丁というか、バラック街というか、闇市というか、そういうものが残っていて賑わっています。ラッシュ時のような感じで、夜 11 時頃には欧米人だらけです。今や商店街は物販では厳しいのではないかと感じています。ネットショッピングになっています。神楽坂も福島も、がもよんも飲食店街ですね。新潟の沼垂テラスは、新しくできたというか、昔からあった商店街をリノベーションして、飲食とクラフト系で多くの若者を集めています。

私が感じているのは、最近「自分が大好き」という消費、自分へのご褒美のための消費で、例えば小物で自分好みの空間を作る。大量生産・大量消費ではなく、自分オンリー、自分へのご褒美。あるいは自分の隠れ家的なところが注目されていると思います。

藤岡：ありがとうございます。続きまして、増田さまお願いします。

増田勝（NPO 法人まちづくり協会 理事長 増田（UR マネジメント代表））：

まちづくりの視点から商店街を見たときに、実際、誰が地域を動かしていくのか、地道に地域で動かしていくエネルギーが大切だと思っています。

一つは特に人の問題で、今の若い人はまちにかかわることに興味を持っている。大学で地域にかかわる勉強を教えていることもあって、若い人たちは今までとは違うまちとのかかわり、期待を持ち始めているのではないかと感じています。

山下さんからありました PR の問題も、若い人たちは SNS など、生まれたときからあり、自分なりのネットワークをつくって商売をしていく環境を自らつくっていく。それを大きな商業施設ではなく小さいところでやっていく。実際にやる人と動かしていく人がうまくつながっているのがポイントだと思います。新しいプレイヤー。新しいルールや価値観を持って、自分も楽しく、自己実現にもつながるような商売、そういう価値観、ニューバリューがキーワードだと思います。

そういう仕組みを持っていると界限として楽しい空間ができてくると感じました。それがまさにご報告のあったそれぞれの事例の中で学ばせていただいたことです。

藤岡：ありがとうございます。山本さんお願いします。

山本一馬（日本都市計画家協会理事 街角企画（株）代表取締役）：

どこにでもあるようなお店が集まっている商店街、その活性化を考える時に大事なものは、商店街の方と地域の方とがうまくコミュニケーションをとりながら、何が求められているのか、何をやりたいのか。こうあればよいという商店街をつくっていくことかと思っています。とはいっても商店街の方は「そんなことを言われてもできない、商売以外のことはできない」と話されるのが現実です。

何年か前に大阪市内の 5 つか 6 つの商店街で、活性化というよりも、商店街としてコミュニケーション力と体制づくりのお手伝いをさせていただきました。そのときはテナントミ

ックス、店舗誘致は無理で、隣の商店街と一緒に取り組む。学校と一緒に取り組む。外国人がいる地域であれば一緒に取り組む。といった取り組みをしました。

社会も大きく変わり、行政と連携できるところもあれば難しいところもあるので、連携できるところがうまく結びついて、商店街として地域の人たちと話し合いながら取り組めるように、マネジメント力をつけていくことが一つの手段なのかと思っています。

藤岡：ありがとうございます。岸本さんお願いします。

岸本 しおり (JUDI 関西 会員 (有)ハートビートプラン アシスタントマネージャー)：

JUDI 関西に所属しています。今日の話をお聞きして興味深かったのは、ネットもなくショッピングモールもなかった時代に、商店街はお店が群をなしていること自体に利があり、意味があったことです。今の時代は、強い個店であれば自らの力で SNS 等を使ってお客を引っ張ってこられるので、商店街としてまちの中にネットワークをつくる意義がどこにあるのか、あらためて考え直す必要があると思いました。

藤岡：ありがとうございます。続きまして大阪市の井尻さんお願いします。

井尻久貴 (大阪市経済戦略局産業振興部商業担当課長)：

今年度から取り組みを始めている事業があります。商工会議所と大阪市の商店会連合と実行委員会をつくり、空き店舗を活用した再生事業を今年度から始めています。その取り組みは大きく2つあります。一つは空き店舗対策です。昨年の調査では市内の商店街の空き店舗率は55%、全国の商店街の空き店舗率は43%で、周辺の商店街でもシャッターが閉まった商店街に変わりつつあります。魅力のある店舗に入っただいて、その店舗を核として商店街、ひいてはエリア全体を活性化していく。そういう取り組みになります。

もう一つは、まちづくりコーディネーター養成講座を9月から始めています。商店街にかかわりたい、まちを活性化したいという方に参加していただき、商店街の空き店舗を活用した事業プランができないか、ワークショップ形式で行っています。人づくり、商店街の担い手づくりなどの取り組みも含めて商店街活性化に寄与すればと思っています。

藤岡：ありがとうございます。会場では配布してもらいましたが、Web でご参加の方で興味がありましたら、事務局にお伝えいただければ対応させていただきます。

続きまして、大阪商工会議所の井上さまお願いします。

井上毅 (大阪商工会議所流通・サービス産業部長)：

商店街振興事業ですが特に2点、力を入れています。1点はストーリー性のある情報発信が大事だということで、商店街と周辺の神社との連携、今年は玉造にある三光神社と比売許曾神社と玉造の商店街が連携して、神社で御朱印をもらうと商店街で割引が受けられるという事業を始めています。

2点目は情報発信、SNSなどICTで情報発信をしていく。本日、会場の方にはチラシを配っていて、「商店街シンポジウム大阪2023」を10月13日に予定しています。特に力を入れているのはGoogleマップを活用した集客です。Googleマップは何で店舗にたどり着いたかという情報も取れるので、分析も含めて活用していく。そういう事業をしています。

藤岡：どうもありがとうございます。

それでは、今までの議論を通して、それぞれ3つのご報告の中で、従来から地元にいる方と外からテナントとして入ってくる方、あるいはお客さんとして飲食店に来られる方、外から来る人との関係性をつくるのが重要だと思います。時としてオーバーツーリズムになるなど、軋轢を生むことにもつながると思いますが、山下さんいかがでしょうか。

山下：観光というオーバーツーリズムは今のところはあまり気にしていなくて、まち側で自分事として動ける人、という感じで巻き込んでいます。古いまちなので、従来は地元の人で自分たちで考える。ボランティアや大学生などが入ってきても、一応は相手にしますが、仲間になろうという動きはなかったと思います。ところが今はまちを開いたということです。神楽坂のまちを好きになってくれる仕掛けをして、それを面白がって来てくれる人がいると、その人たちを自分たちの仲間にしていく。それがうまくいき始めています。

社会関係資本という言葉を使っていますが、それができたので、神楽坂は地元の人たちだけでがんばるという時代は終えて、公共の中のある役割を担う。開かれた商店街というよりも商業を楽しむ。そうやってきたのだと思います。まちを開くことに、古い商店街の人たちは覚悟を持てるか。そういうところなのかと思っています。

藤岡：ありがとうございます。神楽坂の場合、そこにたどり着けた最大の要因は何だったとお考えですか。

山下：つなぐ人間が増えてきたからだだと思います。最初は私たちのNPOも警戒されていました。まちの中に入っていくのが大変でした。やたら、あちこちで謝っていました。謝りながら、まちの人たちを巻き込んだ勉強会ということで、まちのキーマンが味方になってくれました。われわれが仕掛けるイベントにボランティアの人たちも参加し、ボランティアの人たちがまちの人たちとつながる場ができていく。それを繰り返してきました。少しずつ少しずつ開く状況をつくってきて、いくつかの大きなイベントで大きく開かれてくる。それを繰り返してきたのがこの10年間だったと思います。

藤岡：ありがとうございます。堤さん、いかがですか。

堤：商工会議所で商店街振興に4年ほど携わりました。大阪市内の多くの商店街とお付き合いさせていただき、商店街の活性化策、事業を各商店街と一緒に実施しました。

当時、100円商店街などの活性化策は「頓服薬」であり、「まち、商店街は、文化を育て

ていかなければならない」と言われました。イベントは、一時の盛り上がりもあり、商店街の方々が協働して実施することで商店街にプラスになりますが、継続性は低い。結局、まちづくりとイベント的なものとの合わせ技で商店街振興を目指す必要があると思っています。ただ、最近では、商店街で中心になって活動される方が少なくなっているようにも感じています。

もう1点、商店街組合の事務局がある商店街は限られています。千林や黒門など大阪市内でもそれほど多くはない。商店街事務局があって、事務局を大事にしている組織は活動も活発で、商店街全体の雰囲気も良い。これは私が商店街活動をする中で間違いないと確信できたことであり、理由はわかりませんが真実だと思っています。私自身が商工会議所という団体の職員であり、「事務局の立場」から実感していることでもあります。

藤岡：ありがとうございます。続きまして、田中さんお願いします。

田中：現場としても、飲食店とのネットワークは、まちづくりを行ううえで、最先端の情報やまちの変化を共有して押さえておくために開催しています。仕事としてやらなければいけないからではなく、自覚を持ってやっているところがコツになるのかと思います。商店街の方と話をして摩擦があると感じるのは現在の不動産価値。一般から見たときに認識に差があります。昔から商店街におられる方は、商店街が賑わっていた時代の認識があるので、土地の価値を高め想定されますが、一般から見ればそれだけの価値はないのですね。商店街との関係性も模索中ですが、認識の違いを乗り越えないといけないと思っています。

藤岡：ありがとうございます。では問題提起者の吉野さん、これまでの議論を踏まえて整理していただければと思います。

吉野：今日の議論ですが、まず、神楽坂は規模も大きく完璧に成功しすぎていると思ったのが率直な印象です。NPOが地域に入るのに10年かかったということですが、取組みが全部実を結んでいる。今はむしろ成功したことによる逆作用、賑わえば当然土地の価格も上がり、土地の価格が上がると住みにくくなる。逆作用が大きな問題になっている。一方で、道路拡幅や超高層マンションに対しては、きっぱりと保全の立場を明確に打出されている。いわゆる商店街活性化は商店街活性化として対置されたり議論が完結することが多いので大変参考になったと思います。

福島では生活に根付いている点です。福島のオーナーの方は家主化して商店自体は経営されていないのですね。しかし商店街組合や地域の自治会にはずっと参加して活動されている。100人の商店街組合員として、地域の自治会役員として関わり続けられ、まちのことに真剣に取り組んでいる。この地域を愛しているということが福島を単なる集客スポットだけではない深みのある街にしている基盤ではないでしょうか？

また、がもよんは「にぎわいプロジェクト」の中心エリアは全て一人の地主さんがお店をされる方に定期借家に入って頂いているのです。そこにある住宅は旧来からの居住者な

のです。商店街は東エリアにあって、来街者はその二つを巡回するのです。またそこは住居と路地のある界限空間を基盤としています。そこがベースです。今後のまちづくりにおいてもその良さと、限界をどうバランスをとって進めていくかが課題になろうかと思います。

居住者が求める街の将来像と賑わいをさらに高めたい事業者との関係性をどうすり合わせるか？この辺りは3つの事例の共通項になる課題であると思いました。本日はそこまで議論が出来ませんでしたが、今後の課題とさせていただきたいと思います。

藤岡： ありがとうございます。今日は、商店街に既存の考え方とは違う楽しさを持ち込んでくれる人がいて、その人たちがまちを変えていくことに成功した事例をご紹介いただきました。違う考え方を持ち込むことによって前に動き出すということだと思いますが、それは同時に異なる考え方の人をいかに受け入れるかということであり、そこにコミュニティをつくる難しさがあるのではないかと思います。ショッピングタウン研究会も違う考え方の人たちが集まって面白いことをしようというのが創立時の考え方で、今後もこの考えを守っていきたいと思います。本日はどうもありがとうございました。（文責：事務局）

【コラム】 聖天通り劇場のオーナー兼俳優・永井秀樹



私は長男なので家を継ぐことになり、たまたまこの土地があったので劇場を建てました。劇場は儲からない商売で、トントンだったら大成功と言われるような商売です。劇場を建てたときに周りの商店街の人たちがとても喜んでくれて、応援してくれるのはうれしいことです。ここは飲食ばかりなので、異質なものが入ることによって違う化学反応が生まれたらということで、これからやっていこうと思っています。演劇だけではなくて、こういう会で使ってもらえるとありがたいので、また声をかけてください。

ショッピングタウン研究会 200 回記念セミナー

都市景観としての「街」と商店街の未来

— 界隈の街並み魅力と融合した商店街の可能性 —

発行日：2023 年 11 月

編集者：ショッピングタウン研究会 200 回記念セミナー編集チーム

発行者：(一財) 大阪地域振興調査会事務局

発行

主 催：（一財）大阪地域振興調査会

後 援：大阪商工会議所

事務局住所：大阪市中央区大手通1丁目2番10

<https://www.daichishin.org/>

