

商店街オープンセミナーinナゴヤ 記録



日時：2018年6月10日（日）14：30～16：30
場所：名古屋国際センター 5階 第一会議室

当日プログラム

14：00 あいさつ

14：35 事例紹介① 商店街のウチとソトをつなぐ～円頓寺商店街とナゴノダナバンクの取り組み～
市原正人さん（ナゴノダナバンク代表）

14：45 事例紹介② 応援の連鎖がまちを変える～油津商店街の再生に見る新しい地方創生のカタチ～
木藤亮太さん（日南市油津商店街元・テナントミックスサポートマネージャー）

15：35 ディスカッション

市原正人さん×木藤亮太さん×須澤篤さん（ボルダリングハウス「KNOT」オーナー）

16：25 商店街商業機能再生モデル事業の紹介

あいさつ 名古屋市市民経済局地域商業課 課長 大澤政充



本日は様々な立場から幅広く皆様にお集まりいただきありがとうございます。皆様は商店街に関心があるという方々なのだと思うと、大変心強いです。平成元年の頃、名古屋には商店街振興組合法に基づく商店街は150弱程ありましたが、現在は6割程度に減ってしまっています。名古屋はものづくりの地域であり、リニアの駅もできることから、全国的に見ればまだまだ元気な地域ですが、商店街にとっては厳しい状況が続いています。そうした状況を少しでも下支えできればと考え、「商店街商業機能再生モデル事業」を立ち上げました。本日は、そのキックオフセミナーです。講師には、円頓寺商店街をリノベーションで活性化に導いた市原さん、宮崎県油津商店街の再生に取り組み、素晴らしい成果を収めた木藤さんのお二人をお招きしています。後半のディスカッションでは、円頓寺商店街にボルダリングハウスをオープンした須澤さんにも加わっていただきます。本セミナーが皆様の今後のご活動のヒントになればと思います。

事例紹介① 商店街のウチとソトをつなぐ～円頓寺商店街とナゴノダナバンクの取り組み～

市原正人さん（ナゴノダナバンク代表）

私達が活動している那古野エリアは名古屋駅と名古屋城の間にあり、円頓寺商店街、円頓寺本町商店街とアーケードがある2つの商店街、町並み保存地区に指定された場所、堀川もある自慢のまちです。2005年頃、ちょうど愛知万博が行われていたころの円頓寺商店街のベストショットがこの写真です。日曜日でもほとんど人がいない、たそがれた感じのあるひなびたい商店街でした。



今回はテーマとしてウチとソトということで、3つの要素になぞらえてお話しします。1つ目の要素は「人」で、いわゆるプレーヤーと呼ばれる方々です。ウチ側に商店街を含んだ近隣の人達でまちの歴史や風習をよく分かっています。一方ソトの人間、よそ者は商店街の方々が持っていない専門的な知識をアドバイスしたり、客観的な視点を持っていたりしますし、地域の方々からはどうってことないと思っているようなことでもソトの人には魅力的に映ったりするわけです。

次の要素は「主」です。ウチ側は老舗や名物などそこにずっと存在してきたものが当てはまり、ソト側から個性やカリスマ性をもった商店主を誘致することも重要です。

3つ目の要素は「客」です。一般の商店街と同じように、元々は最寄品と呼ばれる日常で使うものを販売している店が多かったと思います。これに対し、円頓寺商店街は昔から買い回り品と呼ばれる商品を扱う店がたくさんあり、いろんな場所からお客さんが来ていました。ソトから来るお客様が求める商品として、専門性のある商品やここにしかない商品を扱う店を入れることが大事だと考えています。

ナゴノダナバンクの活動理念は、こうしたウチとソトの関係性を踏まえて、今まで長く続いてきた歴史に対し、次の世代につながるよう新しい刺激も入れながら地域の資産をつくることを目指し、空店舗再生に取り組んでいます。

那古野のウチ側の例を具体的にあげますと、例えば100年以上続く化粧品屋さん、80年前から自家焙煎でコーヒーをたてている小倉トースト発祥の喫茶店など名物や名物店主がいて、歴史的な町並みがあり、さらには今年で63回にもなる七夕まつりもあります。

次に、那古野のソトの例をあげます。10年間でギャラリーショップ、スペインバル、女子大生が休学して起業したカフェ、ブラジル音楽専門CDショップ、メニューが1品しかない手打ちパスタ専門店、自然派ワインビストロ、創作懐石料理の店などの店舗を手がけました。中には工事に手間取った物件もありますが、こういった古い建物を資産として活用していくのは非常に重要だと思っています。さらに、アパートを1棟借りして北欧雑貨とワッフルの店やギャラリーの複合施設、愛知県の文化財建物の前の歴史的建造物の蔵を活用した奥三河の関谷醸造の日本酒バー圓谷、老舗喫茶店の西アサヒをゲストハウスとして開業したなごのやも手がけました。イベントについては、2013年に第1回円頓寺秋のパリ祭を開催し、その2年後にはパリで一番古いパッサージュ・デ・パノラマという商店街と円頓寺商店街が姉妹提携しました。那古野地区には元々娯楽施設が多くあったことをふまえて、週末にナゴヤカブキを公演するナゴヤ座を誘致し、ボルダリングハウス「KNOT」もできあがりました。



まちの魅力をいかに持続、維持していくのが課題で、那古野の現状に照らし合わせると、既存の特徴ある店の為に新規店の業態を慎重に見極めたりするなど「スピード感よりスローに物事を進めていくこと」が非常に重要だと考えています。同時に、本物のまち、本物の魅力をつくるために、空き店舗対策と同時に町家の居住促進も進めています。興味のある方は商店街に寄っていただけるとありがたいと思います。

事例紹介② 応援の連鎖がまちを変える～油津商店街の再生に見る新しい地方創生のカタチ～ 木藤亮太さん（日南市油津商店街元・テナントミックスサポートマネージャー）

日南市は、5万人の小さなまちです。名古屋市とは全然状況が違い、人口減少の中で若者のまちへの定着、仕事や働き場の創造をテーマにしながら取り組んできました。私は「応援の連鎖」とよく言いますが、周辺の住民が商店街やまちを応援し、連鎖反応のように広がっていくことに着目しました。少しだけ自慢させていただくと、昨年12月の記者会見で、安倍首相が油津商店街のことを3分間も話をしてくださいました。首相官邸HPにまだ動画が残っています。



商店街再生の前提として、以前のように商店街の中で溢れる人通りに対してモノを売る時代はとっくに終わっています。今の時代だからできる人や興味の集め方をして、最終的に商店街がどのように変わることができるかを議論してきたのが我々のプロジェクトです。油津商店街を紹介されている記事の中に、「たった3年で油津商店街が再生した」という記事と、「油津商店街は再生したわけではない」という全く逆のことが書かれた記事があり、一体油津商店街は再生したのかしていないのかどっちか、という話をこれからしていきたいと思います。

私は、4年間日南市と委託契約を結ぶ個人事業主となりました。テナントミックスサポートマネージャーという肩書でしたが、高齢化しておじいちゃんおばあちゃんが多い中で「90万円の人」と値段で呼ばれていました。5万人のまちで財政が厳しい中から90万円ものお金が一人の懐に入っていくのは非常に刺激的で、賛否いろいろありつつも市民がこの事業を認知しているのは大きいことでした。



この事業が始まった2013年は日南市の市長が変わった年でもありました。当時33歳と九州で一番若い崎田さんが4月に市長となり、私が着任当時38歳、もう1人29歳の田鹿さんという元リクルートの職員でマーケティング専門官の方がいました。田鹿さんは行政の事業の中にマーケティングの発想を仕掛けていこうと市長が連れてきた人材です。この3人の若い

世代がまちを変えていこうと始まりました。

私の志望動機は、まちに住んで根を下ろし、地域の方と一緒にまちを変えられることに魅力を感じたことにあります。小さなまちの公募ながら 333 人もの応募があり、その数字を聞いて諦めていましたが、運よく二次選考の 9 名の中に残りました。審査員の市民の方が 200 名くらい集まる中でプレゼンテーションをしました。後に選考理由を市の方に聞いたら、プレゼンテーション後の打ち上げで焼酎の注ぎ方が最も上手だったからと言われました。まちに入りこんで仕事をするため、コミュニケーション力や人間性まで判断されたということだと思います。

市との契約では 4 年で 20 店舗というノルマ設定でしたが、結果として 29+α の新しいお店や企業の事務所などが誕生しました。通行量を行政が計ったところ、元々数が非常に少ないこともありますが、店ができてくるにつれ人通りが少しずつ増えていきました。喫茶店跡が ABURATSU COFFEE に、呉服店の建物跡が豆腐屋に変わりました。建物が解体された空き地に貨物用コンテナを並べて ABURATSU GARDEN という区画をつくったり、スーパーマーケット跡をリノベーションして中庭とあぶらつ食堂という屋台村と Yotten という市民が集まる場所をつくったりしました。

取り組みの詳細をお話ししますと、1 つ目のキーワードは「覚悟」です。ABURATSU COFFEE という店をつくるには 1,000 万円の予算が必要で、市の補助金が 200 万円、残りの 7~800 万円を確保しなければいけません。そこで地元の商工会議所の事務局局長だった黒田さん、宮崎市で飲食店を経営されていたアドバイザー的な村岡さん、そして私の 3 人が 30 万円ずつ出し合って 90 万円で油津応援団という株式会社を立ち上げました。我々が自己資金を出して銀行



から資金調達してやっていることが市民に広がっていくと「こいつらは覚悟を持ってやっている」と認識され、市民出資が増えました。現在までに 47 名の方に 1,600~1,700 万円もの出資をいただきました。純粋に市民の応援の力によるまちづくり会社は少ないと自負しております。お金が集まると同時に人材も集まってきて、今メインでやっている人間は 30 代前半の若手です。3、4 年のうちにできた店も 30 代~40 代前半の若い世代の人達の店が多いです。一人一人いろんなエピソードやストーリーがあります。我々はこういう動きを「店舗誘致」とは呼ばずに「起業家支援型のお店づくり」と呼んでいます。

2 つ目のキーワードは「減少」です。スーパーマーケット跡の改修では、一続きだった建物を減築して中庭をつくり、一方にはステーキ店、焼き鳥店、中華料理、和食、フィリピン料理、ピザ屋などお店を誘致し、お店と 5、6 m 離れた反対側に Yotten という交流スペースをつくりました。入口周りは子ども達が無料で遊べる空間になっており、その奥は 1 時間当たり 1,200 円、1,500 円で借りられる 2 つのレンタルスペースになっています。子ども会、同窓会、忘年会、新年会などの宴会需要や、習い事、教室として使われることも多くなっています。女の子達のダンス教室の横で自治会長達が新年会をやっていて、女の子達がおじさん達に向けて 2 曲くらい踊り、お年玉をたんまりもらって帰るといような交流が生まれました。女の子達も 2 年、3 年続けていると歌も踊りもどんどん上手になって、僕らの知らないうちにアイドルグループ「ポニートポニート」としてデビューしていました。「あなたのハートを一本釣り」というのがキャッチコピーです。彼女らは曲と曲の間に必ず商店街の宣伝をしてくれ、最近秋葉原にまで呼ばれて油津商店街の宣伝をして帰ってくるということもやってくれました。

3 つ目のキーワードは「外から人を集める」です。中国からのクルーズ船が油津港にも年間 30 隻程

度入ってきます。クルーズ船の乗客や乗務員を相手に商売していますが、乗務員は便が変わっても何度か訪れてくれてリピーターになっています。他には広島カープに注目しており、商店街からたった5分と近くにある天福球場がカープのキャンプ地に選ばれています。最初はランチマップをつくり、商店街入口の空きスペースに資料館「カープ館」をつくりました。さらに便乗して、勝手にカープの「C」を入れたパンケーキを出すお店、赤いプリンを出すお店、赤いカクテルを出す夜の店など、まちをあげてカープを応援に来た人達をおもてなししています。



カープが2年前に25年ぶりに優勝した時は、商店街でパブリックビューイングをし、次年には球場から商店街への道を赤く塗装して「カープ一本道」としました。また、クラウドファンディングを使ってJR油津駅の建物を赤く塗ってカープの「C」マークを無償で使わせていただき「カープ油津駅」が誕生したのです。

東京からIT企業のオフィスも商店街に誘致しました。現在までに8社を誘致しましたが、若者の流出を防ぐために地元採用にこだわり、1社平均10名程度、70~80名の雇用が生まれました。また、新規企業には女性の割合の方が多く、その要望に応じてIT企業の向かい側に保育園が立地しました。もはや商店街とは言えないかもしれませんが、本当に必要な機能が集まり始めたと言えます。最後にできたのがゲストハウスです。これはビジネスプランコンテストで、大学生が地域課題を見つけて提案するというもので、名古屋大学の奥田君のプランが採用されました。彼は提案したら名古屋に帰るつもりだったと思いますが、おまえやればいいじゃないかという話になり、1年間休学してゲストハウス立ち上げ、半年間経営しました。補助金、クラウドファンディング、銀行からの投資ファンド、個人や地元企業の出資により大きな借金をさせずにつくることができました。

例えば、ある動画で小学生は「まちが少しだけ活性化した」と言うんです。僕らがあれだけ頑張っても少しだけとしか評価されていませんが、まちが変化したことは子ども達に確実に届いています。将来のまちを担う次世代によい形でバトンタッチできるかが最大のポイントだと思っています。最後に、冒頭でお見せした2つの記事に戻り、再生したのか再生していないのか一体どっちなんだという話をします。かつての商店街は八百屋、魚屋、金物屋、布団屋など当時のライフスタイルに根差した店がたくさん並んでいたが、それがゼロになったという出発点はどちらも同じです。ところが再生には、昔のよかった頃に戻ろうという意味がある一方、昔のように人を集めるのは無理だが歴史や文化も重んじて今の時代に合わせて新しくデザインし直せばよいという考え方もあり、私は後者の立場です。とはいえ、再生しても人口は減って商店街に人通りは増えないし、商店街のことばかり発信していると商店街以外の



人達はしらけてしまいます。若い人達に訴えかけ、働く場所をつくったことは商店街の周りの人達にも共感が得られ、結果的に応援の輪が広がっていったのだと思います。空き店舗活用だけでなく、アイドルの子達が踊っているのを楽しむなど、面白いことをやっているまちを目指してブランディングし試行錯誤した結果が、自慢できる油津商店街につながったのだと思います。どうもありがとうございました。

ディスカッション 市原正人氏×木藤亮太氏×ボルダリングハウス「KNOT」オーナー

—— これからディスカッションを始めます。初めに須澤さんから自己紹介をお願いします。——

須澤：ボルダリングハウス「KNOT」の須澤と申します。出身はディズニーランドで有名な浦安市です。サラリーマンを経験し、今年3月末にジムをオープンしました。よろしくお願いします。

テーマ1「商店街×オープン」

—— 「オープン」はこのセミナーのテーマであり、「店を開ける」「活動をスタートする」意味です。商店街に関わるようになったきっかけや商店街の魅力についてお話しください。——

市原：私は本業が設計事務所です。約20年前に古民家の改修の設計をすることで那古野に関わりました。円頓寺商店街は、高校時代にちらっと来たくらいで、その後数十年経った後に見たら、非常に大人な感じの商店街で面白さがありました。その当時人通りはほとんど無く、寂しい状態だったのですが、店はどこに行っても人がいっぱいでした。いろんな店のご主人が面白く、しかも個性的な方が多くて、他人にもっと教えてあげたいと思うようになって関わったのがきっかけです。

木藤：僕の場合は特別で、たまたま公募を経て油津商店街に関わりましたが、商店街は世の中のいろんなまちづくりプロジェクトの中で相当難しいとされているプロジェクトなのかと思います。最初に油津に行った時、ある意味自分に本当にできるかな、という思いと、一方で武者震いというか、これをやってしまった時にはすごいことになるんじゃないかという2パターンがありました。

市原：公募とはいうものの、応募しようと思った動機があるんじゃないですか。

木藤：商店街という場所には関係なく、4年間同じ場所に住んで仕事ができるプロジェクトというところがポイントでした。前職はコンサルタント業で、福岡から他のまちに通い、そのまちに自分が年間を通して時間をほとんどなかったわけです。地域づくりとか地域の課題が本当に解決できているのかと悩んでいる中で、たまたまこのプロジェクトを見つけたのがきっかけでした。今までも油津商店街はいろいろなコンサルタントの先生が関わっていましたが、なかなかうまくいきませんでした。最初私が行った時も、また一緒にじゃないか、と思われた人もいましたが、子ども3人と嫁さんと5人で引っ越し、ちょっと内側に入れたようなところがあります。

市原：僕自身も10年くらい前に商店街に店を持ち、よそ者からちょっと内側に入りました。そうすると商店街を含め地域の方々の接し方が少し違いました。住むことは重要です。

須澤さんがナゴノダナバンクに出店したいと言われたのは2年くらい前でしたね。なぜ商店街に出したいと思ったんですか。

須澤：ボルダリングを家族共通の趣味でやっていたので、いつかボルダリングジムを開きたいというのがずっとありました。ジムは、名古屋市内で15店舗、愛知県下でも30店舗くらいです。名古屋駅や栄につくるのではなく、商店街に出すことにより、野球やサッカーのように身近なスポーツとして定着させたい。それには商店街でやるのが一番で、商店街でボルダリングをやるのは珍しいので、全国的にモデルケースになれば面白いのではないかと思います。

市原：大きくなったらプロ野球選手になるんだ、みた



いな感じですね。実は娘さんが強化選手なんですよ。

須澤：商店街サポートのクライマーが出たらすごいなと思いました。娘は大会で頑張っています。娘のためというのもあるし、家族でやっているの、家族でやっている楽しさを皆さんに分かってもらいたいと思っています。

木藤：「身近さ」と言われていましたが、店を構える前は商店街をどのように見ていたのですか。

須澤：商店街に近い幼稚園に娘が通うようになったのが14年前、その頃は寂しいという状況でした。私は転勤で5年ほど名古屋を離れていまして、戻ってきたらいい店が商店街に増えていました。しかもアーケードに対してオープンな感じでした。うちのジムは入口がアーケード側でなく路地側にあります。アーケード側はボルダリングを登っている人しか見えないようになっています。おばあちゃんやお子さん達がずっと見えています。見ることもスポーツだと思っています。

市原：油津商店街の交流スペースの関係性と似てますね。

木藤：一方で商店街は面倒くさいと思わなかったですか。やかましいおっちゃんなどいませんでしたか。

須澤：逆です。すごく皆が温かい。ゆっくりという話があったじゃないですか。1年に1店舗ずつのペースです。しかも外から来た方が多いのですごく温かく迎えてくださいます。商店街自体もうちは12時まで営業ですけど、飲み屋が3～4時までやっています。

市原：確かに温かいというのがあります。自分達のテリトリーに新しく家族できてくれていることに対し、温かく包み込んで迎える下町的なイメージがあるんでしょう。僕自身も商店街に携わり始めた頃は閉鎖的な感じはそんなにしませんでした。

テーマ2「商店街×アクト」

—— 「アクト」について、実行する上で苦労した話や面白い話、須澤さんからは店を開いてから気付いたことがありましたらお話してください。——

木藤：オープンしてからのフェーズがすごく大事です。店がオープンして半年は話題性もあって人が来ますが、2年以上経ち少し落ち着いてきており、そこからいかに維持できるかが大切だと思います。私が誘致した店も2つ撤退していますが、そこに新しい店を引っ張ってこようという動きもしていて、2店舗減りましたが3店舗増え、店舗の後はIT企業のオフィスになったりと活用されていきます。もちろん店がいい状態で続くようにサポートすることも大事ですが、一方で新陳代謝が起きたときの対応も大切だと感じています。

市原：円頓寺の場合は営業している店もまだ残っているので、そこを大切にしたいと思っています。木藤さんの場合は4年で30店舗近い数で、かなりのスピードだと思います。円頓寺の場合は、ピークが昭和40年前後でゆるく衰退してきており、商店の人達にとっていきなり盛り上がり元に戻ってしまうとまちが変えられてしまった感じになるので、同じようなスピード曲線で進めてきた結果、10年近くで25～30店舗、年間3店舗のペースとなりました。古い店と一緒にこのエリアで商売を一緒にやっていく形だと思っています。

木藤：僕も理想的なまちづくりのスピード感は今のテンポだと思います。油津の場合は下降速度が速いので、ショック療法とまではいかなく



てもガーンとやることでまちが変わるというきっかけをつくった4年だったと思っています。今からがすごく大事だと思っています。

市原：いろんな商店街があるでしょうが、その商店街に応じた実行の仕方や関わり方などいろんなパターンがあるのだと思います。須澤さんは、商店街ではボルダリングを主に商売されるのでしょうか、何か他に実行したいことはありますか。

須澤：ボルダリングだけでなく、例えばヨガ教室やストレッチなどいろいろなスポーツをやりたいです。

木藤：アイドルグループは育てないんですか。

須澤：商店街でごえん市というのを毎月やっていて、小学生アイドルが毎月屋外で歌って、うちの店の前でガンガン踊っています。そういう人達がこのボルダリングを宣伝してくれて、円頓寺に通っていた方がボルダリングをやってみる一方で、ボルダリングをやっていた人もうちの店目当てに円頓寺商店街に来ていいところだと感じてくれるというつながりができています。

木藤：いるんですね。同じようなことをやっていますね。うちのグループを連れて来て対決しましょう。

市原：新しいコンテンツが商店街に入ること、今まで商店街に来たことのない人達がきて商店街を知ってもらうということですね。ボルダリング協会では須澤さんはマニアックな位置づけをされているようですね。セットがマニアックらしくて、玄人っぽい人に受けがいいらしい。

須澤：岐阜や三重など遠方から来られる方が多いです。名古屋駅から歩いて15分程度なので、出張で来られた方などがいます。

木藤：須澤さんが組んだものを登りたいということですね。

須澤：建屋自体が名古屋市の地域登録建造物資産なので、結構重要な資産でした。木造建物でリノベーションするということで、普通はボルダリングの壁というと単管パイプの上に板を貼るくらいなのですが、うちはオール木造でつくっています。全国的にも非常に珍しいです。

市原：見えないところにもこだわりがあり、ある意味円頓寺商店街らしいかもしれないですね。こだわった店は今後も集積していきたいです。

—— ここで参加者から事前にいただいた質問にお答えいただきたいと思います。よそ者という立場で事業を始めた時の最初の困難と解決方法についてお聞きます。——

木藤：私も完全によそ者で、私がやろうとすることと、元々商店街にいらっしゃった方のギャップは今でもあります。去年、商店街の年配の方達のインタビューで「まちは変わった。若い人達も増えたし人通りも変わったが、自分達の店には何も変化がなかった」という新聞記事が出ました。皆さん商店街のよく知っているおじさん達なので、正直なことだと思います。そういうギャップがあるのを前提として、我々よそ者は関わっていかないとはいけません。そういうギャップや隙間を無理やり埋めるのではなく、しっかりコミュニケーションをし続けながらやっていくことが大切だと実感しました。

市原：私は木藤さんとは違い、誰かに依頼されて始めたわけではありません。最初に空き家情報をデータベース化したりすることをやってみようという軽いノリで始めましたが、空き家や空店舗を何とか活用したいと思っている人がほとんどいない地域で不可能だとすぐ気付きました。い



ろいろ考えた結果、ゴールをこうしたいから最初からそれを用意してぶつけようと思いました。この空き家で改修にかかるコスト、こんな店をつくる、そのために家賃をこれくらいにするなど資料を全部セットして所有者のところに伺いました。

木藤：少し似たところもあります。私は行政から雇われて4年で20店舗をつくる人だ、という看板で不動産を持っている人に交渉しに行きました。ただ単にいくらで貸してくれるんですかという情報収集でなく、活用する目線で見られるので、意外と話ができました。

市原：僕はそういう看板がなかったので、おまえは一体誰だということを言われました。まずは顔を売ることが先でした。用もないのにウロウロしたり、自分の所有物でもないのに草を取ってみたりしました。年1回の商店街の七夕まつりのつるし飾りは一般の方も参加できたので、よそ者の状態のときから毎年つくっていました。

テーマ3「商店街×コネクト」

—— 3つ目の「コネクト」について、商店街と店、商店街と人などいろんなつなげることに関するエピソードをお聞かせください。 ——

須澤：こだわりは木造住宅で、少なくとも50坪、高さは5mくらい欲しいと言いました。たまたまタイミングよく物件が見つかり、2階をぶち抜いて鉄骨のやぐらを建てたのですが、それ以外は既存の物を大切に、廃材を使った棚を作ったり、屋根はそのまま残したりしています。昨日も少し雨漏りしてお客さんに迷惑をかけたが、それでもお客さんに理解していただいています。

市原：築80年の木造2階建てのレコード屋の跡で、2階がピアノ教室だったりして子どもの頃そこに通った思い出があるなど工事中にいろんなコミュニケーションがそこで生まれます。正直、建物を壊して5mの空間を新築した方が早いのですが、それでは昔の思い出も一緒に潰してしまうので、コミュニケーションも生まれません。大変な工事でしたが、あえて残してつくりました。

—— 参加者から事前にいただいたご意見では、商店街づくりに対して様々な視点があるようで、どうい商店街にしようと思って取り組んでいらっしゃいますか。 ——

市原：取り組んだ当初はアートが溢れる商店街にしようとかいろんな構想がありました。僕は病院の建築もやっているのですが、厚生労働省の指針が毎年変わるので「10年間使う病院建築」をつくるのではなく「2年に1回程度、指針に合わせてサービスを与える医療施設」を建築することが多いです。商店街再生やまちづくりも同じような感覚だと思います。大きな目標を立てずに1年、1か月後こんな形になったらいいんじゃないという軽い形で考えています。

木藤：僕も全く一緒です。最初に4年後の商店街の姿をプレゼンしろというお題に対し、僕は1人だけ4年後の画を見せず、4年間何をするかをしっかり見せました。4年間しっかり地域の方と対話して、そこでいろいろ得たものとか見聞きした情報から一つ一つ進めていけば、油津の4年後として相応しい状況になるのではないかとしか言いませんでした。コンサルタントに勤めていた頃は、最初にきれいなパースを描いてこんなまちにしましょうと提案していました。でもその店は誰がしているのか、そこに誰が歩い



ているのか無責任な画でしかありません。プロセスが大切ですので、僕は一つ一つ着実にして出来あがっていくものだと思います。4年前にカープが優勝したり、IT 企業が入るなんて思ってもいませんでしたが、柔軟にやってきた結果だと思います。

市原：飲み屋街で活性化したという話がありましたが、地域の人達がこういうまちにしていきたいという気持ちがきちんとあって強く表に発信していけば、いろいろな飲食店や飲み屋がいっぱい集まったとしても、まちに必要とされる飲み屋が残っていくと思います。人気が出てくると出店したい人がたくさん出てきますが、地域の人が強い意志を持ってそういうまちでありたいという気持ちがあれば淘汰されていく気がします。

木藤：私が誘致した中で減った2店舗はフランチャイズ・チェーン店でした。他はほとんど個人事業主でした。その違いは、個人事業主の店はお客がアドバイスすると、次に来た時にはメニューが出来あがっていますが、チェーン店はなかなか変えられません。

市原：地域のコミュニティの大きさにもよると思いますが、比較的小さなコミュニティであれば、顔が見える商売だと俺が育てた店のような形でサポーターを増やすことができます。

木藤：夜の店で活性化するのはいいですが、チェーン店の看板が並ぶことと、地域の人間の若い子達が起業した独立した店が並んでいるのでは違います。どちらがよいのかという話になると思います。

——（会場から）木藤さんにお伺いしますが、油津の商店街はどういう商圈になっていて、特に地方だと車の文化なので駐車場や電車がどれくらい使われるかをどういうふうに捉えて対応されたのですか。——

木藤：日南市は地方なので、名古屋以上の車社会でほぼ 100%車です。最初に僕が行った時にも商店街のおじさん達は「駐車場がないから人が来ない」と一生懸命言っていました。それは前後逆で、店をつくって魅力が高まって人が集まれば、その台数に応じた駐車場をつくっていけばいい話です。事業の中でも最初に駐車場はつくりませんでした。最終的には中活事業が入って立体有料駐車場が 70 台分くらいできましたが、周りは無料駐車場だけで、有料駐車場はあまり使われていません。駐車場があるから来るというのは、違う気がします。

市原：那古野で 10 年前に円頓寺商店街の入口に駐車場ができた時には「お店として使わせてもらえばいいのに」と言われていましたが、今では「あの駐車場は便利だね」と変わってきています。人が来ることによって駐車場の必要性が出てくることがあります。

——（会場から）木藤さんにお伺いしますが、(株)油津応援団を作って自分の覚悟を見せたという話をされていたのですが、借金をして行うのは怖いことだと思い、その時にどういった見通しがあってそのような行動に移れたのですか。——



木藤：見通しはほとんどなかったです。僕がなぜ踏み切れたかという、周りで応援してくれる人がいたからです。よそから行って一番怖かったのは、僕が孤立してしまうことでした。まちを変えたいとか、少しでも良くしたいと考えている人が実はたくさん潜在していて、僕が行くことでそういう人達が周りに集まってくれて応援してくれました。特に一緒に会社を作った黒田さん、村岡さんという人達は、しっかりとそ

の辺の計算も。黒田さんはもともと会議所において、中小企業診断士の資格ももっているのです、事業プランニングみたいなこともサポートとしてやってくれますし、仲間がいたから何でもできるかなというところだったかなと思います。この間市原さんが油津に来てくれた時にそういう人達と一杯飲みましたが、みんなすごく濃かったですよ。

市原：夜中まで帰してもらえないですよ。

テーマ4「商店街×プロデュース」

—— 最後に「プロデュース」について、仕掛け人のお二人から見て、今商店街をリノベーションすることの意義について一言ずつお願いします。——

木藤：リノベーションについて、ただ新しいことをするだけでなく、今までの流れの中で新しいものを生んでいく必要があります。ABURATSU COFFEE をつくる際にこだわったのは、皆さんが慣れ親しんだ空間を残し、「油津」を名前につけ、地元の人に働いてもらうということです。当初、喫茶店には有名店が入ると思われており、拍子抜けした方が多くいたようです。いくら有名な店でもよそ者ばかりではいつかゼロになってしまうから、まちの歴史の中で変えていくべきで「油津」を掲げました。去年、なんと天下のスターバックスから問い合わせがあり、エリアマネージャーをはじめ 20 人程が研修に来ました。今まで新しい動きは東京、大阪、名古屋で生まれ、地方はそれをもらう立場でしたが、今では地方に解決策や新しいものがあるのではないかと、そこから外に広がるものがあるのではないかと考えています。

市原：私は、円頓寺商店街の歴史を次につないでいくためにリノベーションの手法を使っています。那古野界限では古いものが次の世代に良い形でバトンタッチされていく方が合っており、それがエリアの魅力だと思います。一概にリノベーションがいいとは思わず、それぞれの商店街に良い方法があると思います。ただ、名古屋には古く歴史のある商店街が多いと思うので、同じ手法が使えるところが多いのではないかと考えています。



商店街のウチとソトをつなぐ
～円頓寺商店街とナゴノダナバンクの取り組み～



MASATO ICHIHARA

VS

RYOTA KITO

Carp

応援の連鎖がまちを変える

～油津商店街の再生に見る新しい地方創生のカタチ～