

中心市街地の再生

The Regeneration of the Center City Area

長尾 治明
NAGAO Haruaki

1. はじめに

従来、中心市街地は「まちの顔」であり、都市としての魅力を形成していた。しかし、最近は集客力の低下、賑わいの喪失により一段と疲弊している。例えば、商店街ではシャッターが降りたままの空き店舗が増加し、人通りもまだらな状態である。また、歯が抜けたように空き地が発生しそのまま放置されているところも増えている。こうした中、国では中心市街地の活性化を図るため「中心市街地活性化法」を1998年7月24日に施行し、「市街地の整備改善」と「商業等の活性化」を柱とする総合的・一体的な対策を行い始めた。その具体的推進機関として、各市町村はTMO (Town Management Organization) を設立し活性化に取り組みを始めた地域が増えている。TMOは平成12年11月27日現在108団体に及んでいる⁽¹⁾。今日の中心市街地の衰退は社会問題にもなり、中心市街地の再生が緊急課題となっている。

本稿ではまず、中心市街地の衰退についていろいろな見解が示されているが、これらの見解を基に衰退の背景を検討することにする。次に、現在、どのような中心市街地再生の考え方が明示されているか、また中心市街地再生はどのような目的からどのような施策を展開すべきかを検討するために、現在、その具体的施策としてどのようなことが展開されているかについて分析することにする。最後に、中心市街地再生の現況を踏まえると、中心市街地再生を展開していく上でどのような留意点があるか検討し、21世紀の中心市街地再生の基本的枠組みについて考察することにする。

2. 中心市街地の衰退背景

周知のように、最近の中心市街地は衰退の一途にあるが、その背景要因としてどのようなことが考えられるか検討することにした。

中心市街地衰退の根本的な原因は、中心部人口の郊外流出に端を発していると言えよう。高度成長期の産業化の進展は都市への人口集中を引き起こし、地価の上昇を招いた。その結果、都市人口はモータリゼーションの進展に伴い、より安い土地や住宅を求めて郊外へ流出し、郊外はベッドタウンに変わった。例えば、富山市中心市街地の人口推移⁽²⁾をみると、1975年の3万4,738人が1988年には5,934人減少し2万8,804人となり、1998年には更に3,550人減少し2万5,254人となっている。富山市全

体の人口は増加傾向にあるものの、中心市街地の人口は減少している。このような現象は富山市中心市街地に限らず、全国各地の中心市街地で起きていることである。

次に、都心人口の郊外流出の進展により、都心と郊外地を結ぶ自動車道路網は次第に整備され、住宅地の郊外化は益々加速することになる。また、都市間の郊外地を結ぶ自動車専用道路網も充実され、車中心社会が形成されていった。このように、郊外の住宅地開発に伴って交通インフラが進展し、郊外の幹線道路沿いにロードサイド・ビジネスが誕生し発展していくことになる。郊外に巨大な無料駐車場を完備したショッピングセンターが相次いで登場すると共に、郊外のロードサイドには家電、靴、メガネなどの大型量販専門店やコンビニエンスストア、ファミリーレストラン等が出店し、新たな一大商業集積を築き中心市街地の商業集積に多大な影響を与えることになった。

更に、都心にあった民間事業所や病院等の公的事業所、また、地域によっては市役所、図書館、中央郵便局、美術館などの公共施設も敷地難等を理由に郊外へ移転しているところもある。この公共サービス施設や事業所の郊外移転も、中心市街地の衰退に大きく関連していると考えられる。

以上のように、中心市街地は地価の高騰に伴い、人口の郊外化が進み、それが道路網の整備やモータリゼーションの進展により加速化すると共に、郊外に新しい商業集積が誕生し生活の利便性が高まるなど、新たなまちが形成されることになった。また、公共サービスや事業所等が敷地拡大や建設コスト・維持コストの安さなどを求めて郊外へ移転した。

こうして、まちのスプロール化現象が進展し、中心市街地の衰退に拍車を掛けることになったのである。

中心市街地の衰退はその他にも、中小商店街の魅力低下、中小小売店の消費者ニーズへの対応不足、車社会への対応の遅れなどを指摘することができるが、これら以上に空洞化の進展が大きく影響し、まちの空洞化が中心市街地を衰退させていると言えよう。

3. 中心市街地再生の方向

現在、全国各地の中心市街地は衰退に歯止めをかけようと必死に取り組んでいるが、現在、中心市街地の再生の方向として、どのような考え方が明示されようとしているか検討することにしよう。

(1) コンパクトなまちづくり

第一に、「コンパクトなまちづくり」という方向が提示されている。これは、今日のスプロール現象は社会的コストの増大につながるのではないかと指摘から打ち出されている再生の考え方である。つまり、スプロール現象は2つの社会的問題を内在しているという指摘がある。そのひとつは、スプロール化に伴って社会的インフラ・コストが派生するということである。スプロール化が進むことによって、道路を新設したり改修したり、上下水道を整備したり、あるいは電線を引くということなどを行わなければならないし、その後のメンテナンスも必要になるし、そのコストもかかる。更に、まちの拡大に伴って低密度配置になるからオペレーションも非効率になり、それだけ余分なコストもかかることになる。

もうひとつは、スプロール化の進展により施設配置は分散型になるから、移動の手段はマイカー依存にならざるを得ないという指摘がある。このことは環境問題と密接に関連しており、自動車から排

出される二酸化炭素はオゾン層破壊の原因のひとつであると言われている。今後、現在の自動車が電気自動車に代替されるか、ガソリンに代わる新エネルギー開発が行われない限り、自然環境に悪い影響を及ぼすことになる。また、マイカーを利用して訪れるショッピングセンターやショッピングモールは照明や空調もすべて全部人工で行うエネルギー多消費型施設になっている。このことも長期的に考えると、エネルギー多消費につながり、今後のエネルギー問題において好ましくないということになる。このような視点からも、社会的負担コストの増大が懸念されている。

最近のスプロール現象は今後も継続すれば、まちの拡大に伴って社会的コスト負担が地域住民に重く押し掛かることになる。こうしたコスト削減を積極的に図るために、高密度なコンパクトなまちづくりを目指し、その方向において中心市街地を再生していくべきだという考え方が示されている。

(2) すべての人にやさしいまちづくり

第二に、「すべての人にやさしいまちづくり」の方向が提示されている。これは、ユニバーサル・デザインの思想に基づくまちづくりということで、1980年代にアメリカで誕生した考え方である。つまり、ユニバーサル・デザインとは、「障害など何らかのハンディキャップのある人々を始め、すべての人々に利用できる建物や商品、環境を計画、設計、整備することであり、かつ美的感覚にも耐えられるデザインのことである。⁽³⁾」という定義がなされている。この考え方をまちづくりに応用し、すべての人が安全、快適、健康に暮らせるまちづくりを目指そうというのである。具体的には、以下のようなまちづくり構想ということになる。

すべての人とは、「老若男女、何らかの障害をもつ人、荷物をたくさん抱えている人、日本語を知らない外国人、妊娠している女性、一時的にけがをしている人、保護者を必要とする児童など」を指す。そして、彼らの誰に対してもやさしいまちづくりを実現していくことになる。例えば、中心部の拠点に電動スクーターや車椅子などを常備し無料で貸し出すなどのタウンモビリティを実施するとか、買った荷物を一時的に預かるサービスや自宅まで無料で届ける宅配サービスを実施することなどが考えられる。また、高齢者が抵抗なく、歩ける距離は持病のない人でも約100mという調査結果もあるので、適度な間隔にベンチ等の休憩所を設けることも必要になる。更に、車道と歩道を区別し、歩行者が安全に歩けるように整備することも必要な施策である。

これまでは、ややもすれば健常者を対象にしたまちづくりが展開されてきたが、今後のひとつの新しい方向として、誰もが機会均等に過ごせる、楽しめるまちづくりが問われている。こうした方向の中で、中心市街地を再生していくパターンも想定される。

(3) 地域資源を活用した個性的なまちづくり

第三に、「地域資源を活用した個性的なまちづくり」の方向が提示されている。これは、全国各地で最も多く取り組まれている再生の方向だと言えよう。ここでは、地域資源を2つの資源に大別して、考えてみることにする。ひとつは、例えば札幌の「大通り公園」の雪祭りに見られるように、地域の地勢や気象条件などの自然条件を旨く活用した再生の方向がある。もうひとつは地域の歴史や伝統、文化、祭り、地場産業等のその地域で培われてきた資源をまちづくりに再活用しようという再生の方向がある。これには、鳥取県境港市⁽⁴⁾のように、郷土出身の水木しげる氏の漫画に登場する妖怪を題材にしたまちづくりを展開しているところがある。当地では、境港駅から商店街へ続く道沿い800mに

渡って80体の妖怪を配置し、「水木しげるロード」と称している。また、その商店街では、鬼太郎グッズショップや鬼太郎プリクラ、鬼太郎茶屋、鬼太郎焼き（大判焼）、鬼太郎・目玉おやじ・ネズミ男・一反木綿・砂かけ婆などを形とったパンなどを売っているし、ショッピングをしながら妖怪たちと記念撮影を楽しめる工夫もしている。また、長野県小布施町⁽⁵⁾は人口約1万2千人が住む小さなまちであるが、栗と北斎のまちとして観光客で賑わっている。街中には、特産の栗を利用した「栗菓子店」や栗ご飯を食べられる「しゃれたレストラン」があるし、北斎の肉筆画だけを集めた「北斎館」もある。こうした地域の産業と文化をまちづくりに利用しながら、更に、まちの魅力を増すために「街並み修景事業」にも取り組んでいる。

この他にも、地域資源には地域特有・固有の資源がいくつも考えられ、いろいろな活用法・利用法が想定できよう。その意味では、中心市街地の再生の方向を考えると、地域資源は最も差別性、独自性の高い魅力として表現できる部分である。

(4) 公共交通システムを活用したまちづくり

第四に、「公共交通システムを活用したまちづくり」の方向が提示されている。これは、環境問題への関心の高まりや本格的な高齢化社会の到来に伴って、都市の公共交通の在り方が見直しされ始めたことがきっかけになっている。具体的には、コミュニティバスの運行、LRT (Light Rail Transit) の導入、パーク・アンド・ライドの実施、レンタサイクル・レンタバイクの活用などといった施策をまちづくり、中心市街地の再生にどのように活用できるかということになる。

コミュニティバスについては、高齢化の進展に伴って路線バスの問題点 - 幹線道路しか走らない、本数が少ない、停留所の間隔が遠い、ステップが高い、吊革が高いなど - が検討されるようになり、その運行に着手した地域が誕生した。例えば、取り組みの早かった東京都武蔵野市吉祥寺⁽⁶⁾では、交通至便な市でありながらも、駅から1km以上離れ、バス路線からも外れている地域が市内に5ヶ所もあることが分かったため、バス停から300m以遠の地域を「交通空白地域」、バスの便が一日100本以下の地域を「交通不便地域」と名づけ、その解消を目指して「ムーンバス」を2路線で運行し始めた⁽⁷⁾。利用者の評価は高く、「各年齢層とも外出回数が増え、高齢者になればなるほどその比率は高く、80歳以下では70%の人が、65歳以上では53%の人が、外出回数が増えた」⁽⁸⁾と回答している。

このように、コミュニティバスの運行は中心市街地の活性化において、交通空白地域や交通不便地域の利便性向上につながっていると共に、交通弱者の外出機会の向上に寄与していることが窺える。

次に、LRTについては1997年7月に熊本に導入されたが、従来の路面電車に乗り降りしやすいLRT車両を導入した状態に留まっており、LRTを活かしたまちづくり、「トランジットモール」の導入までには至っていない。先行するヨーロッパのように、都心部の一部を自動車の乗り入れ禁止とし、電車と歩行者のみが歩ける空間になっている中心市街地はまだ見当たらない。また、パーク・アンド・ライド導入と共に、LRTを活用したまちづくりを実現していくことも重要な視点である。都心部へ入る直前の郊外の最寄駅に駐車場を整備し、自宅から自動車で来た人は駅周辺の駐車場に車を止めて、LRTで都心部へ向かうという方式で、郊外と都心部を直結することがこれからの効果的な公共交通システムの在り方と言えよう。更に、例えば大阪府大東市JR学研都市線住道駅で実施されているレンタサイクル「駅リンくん」が併用されることによって、LRTによる都心部への交通アクセスはその効果が増幅されることになるであろう。

これからのまちづくりの方向として、公共交通システムを有効に活用したまちづくりも模索されており、そのような視点から、中心市街地の再生を検討することも考えられる。

以上のように、中心市街地再生の切り口を現実の取り組み状況から分析すると、4つの考え方が提示できる。

4. 中心市街地再生の目的と具体的施策

(1) 中心市街地再生の目的

前項で検討したように、中心市街地再生は大別すれば、「コンパクトなまちづくり」「すべての人にやさしいまちづくり」「地域資源を活用した個性的なまちづくり」「公共交通システムを活用したまちづくり」のいずれか、あるいはこれらの組み合わせの中で、実現していくことが問われている。次に、重要なことは、中心市街地再生の目的を何に設定するかということである。今日の現状を考えると、根本的な衰退原因は空洞化の進展により中心市街地の居住者の少なさにあると言える。従って、再生の目的として重要なことは「居住人口を増やす」ことにある。言い換えれば、都心部の活力を取り戻すために必要なことは都心部に住む人を増やし、自立できるまちづくりを展開することである。都心部で生活し、都心のことを真剣に考え責任の持てる人を一人でも多く増やし、都心部の主体者をつくることにある。都心部で生活する人が増えれば、一人々々の交流も多様に広がり、地域コミュニティが形成され活発化していくことになる。また、都心部の居住者が増えれば、中心市街地の商業・サービス業の振興にもつながり、賑わいづくりに効果的である。

もうひとつの再生の目的は「交流人口をいかに増やすか」ということにある。都心という性格を有する以上、中心部への来街者を一人でも多く増加し、まちの顔としての役割を再構築する必要がある。そのためには、郊外あるいは周辺部に存在しない魅力をどのようにつくるかということが課題になる。中心市街地としては都心部の魅力づくりに英知を絞ることになるが、極論すれば、中心市街地の賑わいをどのようにつくるかということが再生の大きな目的になる。

中心市街地再生の目的は当面、以上の2つに設定し、それぞれの具現策を検討・実現していくことにある。

(2) 中心市街地再生の具現策

中心市街地再生の具現策として、全国各地でいろいろな施策が推進されつつあるが、そのすべてを網羅することは不可能であるから、「中心市街地活性化のすすめ」⁽⁸⁾で紹介されている事例を参考に、再生目的に従って整理することにする。

居住人口の増加策

これについては、新たな居住者の受け皿となる住宅供給をいかにやっていくかということがポイントになる。現在、住宅供給のひとつの方向を示すものとして、高齢者に配慮したシルバーハウジング⁽⁹⁾等の供給を進めているところがある。例えば、団地内に生活相談室及び地域集会所を配置し、団地内のみならず地域とのコミュニケーションを図っている団地がある。この他にも、バリアフリー対応型住宅とか、保育所やサービスセンターを併設した住宅開発とか、高齢単身者等が孤独に陥ることなく積極的に協同生活の安心が得られるように工夫された住宅として「コレクティブハウジング」

(10)の導入を行っている地域もある。

このように、これからの高齢化社会を見据えて、高齢者向け住宅供給を積極的に推進している中心市街地がある。また、多世代交流都市拠点づくりという構想の下で住宅供給を行っているところもある。

今後、住宅供給において考慮しておいた方が望ましい点として、次のようなことがある。例えば、ファミリー世帯向けマンション住宅の場合、子供が成長し自動車免許を取得した時の駐車場スペース、あるいは、来客用の駐車場スペースをどのように確保するかということも視野に入れて住宅開発を行う必要がある。また、潤いのある生活や安らぎを求める人が多くなっていることから、自然環境に配慮した住宅供給ということも重要な視点である。

交流人口の増加策

交流人口を増加するために必要なことは、中心市街地の魅力をいかに向上できるかにかかっている。中心市街地に魅力があれば、多くの人々が来街し賑わいを醸し出すことができる。そこで、問題になってくるのは、魅力の向上をどのような側面で構築できるか、あるいはどのような側面で構築していくかということになる。

魅力をどのような構成要素で組み立てるのかについては、いろいろな見解があるだろうが、ここでは、ATCM(The Association of Town Centre Management)⁽¹¹⁾が長年の調査研究の成果から提唱している「アクセシビリティ(まちへの行きやすさ)」「アメニティ(快適性)」「アトラクション(魅力的仕掛け)」の3要因を重要な要素として捉えることにする。以下では、これらの要因を充たす戦術を考えることにする。

1) アクセシビリティ

まず、中心市街地の魅力を向上するために、中心市街地に向けていかに行きやすい環境整備が行われているか、この側面からの施策が重要である。郊外の住宅地と中心市街地を結ぶ道路やバイパス・環状道路等の整備を行うと共に、市街地内の交通渋滞を解消できるように、適切な駐車場の配置や案内システムの整備を図る必要がある。例えば、茨城県岩井市において実施されているように、中心市街地を通る道路を拡幅し、車で目的地までスムーズに行けるようにするとか、大阪府八尾市のように、2階にコミュニティホールを併設した立体駐車場の整備を行うとか、岐阜県恵那市のように、駅前の観光バスの駐車場を併設した立体駐車場を整備し、新設する「中山道広重美術館」まで観光客に歩いてもらうことによりその間に位置する中心市街地の活性化を図るなど、いろいろな施策が展開されている。

このように、自動車客の利便性を高める一方、公共交通システムによる中心市街地への利便性の向上策を具現化する必要がある。例えば、山梨県甲府市、東京都武蔵野市吉祥寺、石川県金沢市のようにコミュニティバスを運行するとか、熊本県熊本市にみられるようにLRTを導入するとか、岡山県岡山市のようにトランジットモール実験を行ってみるとか、公共交通による利便性を高めている地域もある。

2) アメニティ

次に、中心市街地においてどれだけのアメニティが提供されているか、来街者にとって非常に重要な側面である。これは、中心市街地の環境整備がどの程度進められているかに係わりをもち、どちらかといえば、ハード事業的色彩の濃いものが多い。具体的には、快適性のある空間演出策としては次

のようなものがある。

- ・ 歩きやすい環境の整備...コミュニティ道路の整備、歩道の拡幅、回遊ルートの設定、街路灯の設置、アーケードやファサードの改修など。
- ・ 憩い、休息の場の設置...公園、広場、カフェテラス、公衆トイレ、ベンチ、荷物預かり所、授乳室など。
- ・ バリアフリーへの対応...電動スクーターの貸し出し、出入り口の段差解消など。
- ・ 景観形成への配慮.....電柱の地中化、街並みの統一、駐輪場の整備など。
- ・ タウンアイデンティティの活用...まちの統一看板・統一デザインなど。

3) アトラクション

中心市街地の魅力向上において、アトラクションは変化を提供するという機能を果たしていると言える。その意味では、魅力的な仕掛けをどのように創作・演出するかによって、吸引力に大きな違いが生じ、来街者に直接的に影響を与える要因である。全国各地で繰り広げられている施策として、以下のものがある。

- ・ 商業施設の整備.....空き店舗・空きビル等の活用によるテナントミックスの実現、再開発や大規模空き地の活用による核テナントの誘致や共同店舗の整備、パティオ事業
- ・ 生活・交流の拠点整備...公共サービス・公的集落施設の充実・強化
生涯学習センター、福祉会館、音楽ホール、美術館、図書館、コミュニティセンター、展示場など
民営サービス業・サービス機能の充実・強化
コンベンション施設、貸し会議室（稽古ごとや趣味を楽しむ場）、温水プール、ヘルスクラブ、フィットネスクラブ、診療所、カルチャーセンター、映画館、保育所、託児所、画廊・貸し画廊など
- ・ イベント開催.....お祭り、街角コンサート、大道芸大会、朝市、フリーマーケット、リサイクルショップ、リサイクルガレージショップなど

5. 中心市街地再生上の留意点

現在、全国各地の中心市街地において活性化、あるいは再生を図るために、さまざまな施策が具体的に展開中であることは前述した通りであるが、中心市街地を再生する際、どのような点に留意しなければならないか、いくつかのポイントを指摘すると以下のことが挙げられよう。

まず、中心市街地の再生、あるいはまちづくりにおいて最も留意しなければならない点は「戦略発想」が問われているということである。イギリスには、中心市街地活性化を全国的に推進しているATCMという組織があるが、イギリスの多くの都市では、当機関が提唱している「タウンセンターマ

ネジメント(TCM)戦略」に沿って再生の取り組みが行われている。TCM戦略⁽¹²⁾立案のプロセスは右表に示す通りである。

右表において、最も重要なステップは「SWOT分析」である。この分析の狙いは戦略を策定するに当たり、事前調査、市場調査、健康診断によって得られた「まち」に関する各種資料や情報を分析・整理し、「まちの強み」「まちの弱み」「まちのチャンス」「まちの脅威」の視点から総合的に把握することにある。

現在、日本においても中心市街地の再生、活性化にむけて「TMO」に大きな期待が寄せられているが、まさに、TMOはマネージメントという名称がつけられているように、まちをマネージメントしていかなければならない。それを遂行していくためには、戦略発想が根底にないと旨くマネージメントができないことになる。

中心市街地再生において、戦略発想は必要不可欠な考え方である。誰にでも、「どのようなまちづくり、どのような再生の方向を目指そうとしているか」理解してもらうために、再生戦略は重要な意味をもつことになる。また、具体的な施策を考える上でも、戦略は必要になってくる。極論すれば、再生戦略は中心市街地のバイブルとして位置づけられる。

これに関連して留意点を補足するなら、各地の地域特性、地域事情を活かした独自性のある再生戦略を策定し、推進していくということがある。つまり、前述したSWOT分析における「まちの強み」を真剣に考え、それをまちの魅力として前面に出し追求していくという姿勢が重要である。

次に、事業計画、事業実施上における留意点を挙げると、多様な組織や個人との協同事業として事業の企画・推進を図る必要がある。できる限り、直接コストを下げる工夫をして、背伸びをしないで、できることから着手していくという方針が大切である。これからのまちづくりは、急激な再生を図るのではなく、持続性のある発展を遂げられるようなまちづくりを指向すべきである。

以上の点に留意しながら中心市街地の再生を推進していくことに関しては周知の部分であろうが、最も基本的な命題で、日本において最も欠落している点として、地域住民・地域関係者のまちづくり

TCM戦略立案プロセス

ステップ1: 「まちづくり」に関わる有力者の発見

有力者の例: 大規模な投資を行う大手小売業者、長期の賃貸契約をする大手小売業者、商工会議所、商店街組合、地権者、金融機関、民間駐車場経営者等。

ステップ2: 「まち」の事前調査

目的: 各有力者の政策決定者は誰か。彼らの関心や動機づけの要因。

内容: まちにいる理由、現在の商売の状況、まちへの改善要望、競合するまち等。

ステップ3: 専門家による市場調査

目的: まちの顧客である住民(利用者)と非利用者)の意見・要望を戦略に反映させる

ステップ4: 町の健康診断

目的: まちなか現状と潮流を知る。診断は定期的に実施し、監査基準として用いる。

内容: 集積率の高い場所、人口減少エリア、競合する町の計画等。

ステップ5: SWOT分析

Strength: まちの強みは

Weakness: まちの弱み

Opportunities: まちのチャンス

Threats: まちの脅威

ステップ6: 行動計画の策定

(出所) 日本能率協会総合研究所

意識の低さという点がある。これからの中心市街地再生において留意しなければならないのは地域住民等の意識の向上を図るところにあると言える。従来、まちづくりは行政の手に委ねられ、行政のリーダーシップによって実現されてきたが、これからは地域住民等の手によってまちづくりを推進していくという考え方が問われているということを改めて、地域住民等に認識してもらう必要がある。そのために、まちづくりの各種情報を地域住民等に開放すると共に、地域住民等の意見や考えを定期的に収集していく仕組みを工夫していくべきである。中心市街地の再生は供給側（商業者等）の論理で構築していくというより、市場側（地域住民等）の論理で構築していくことが益々、重要な意味をもつようになっている。

6. 総括 - 中心市街地再生の基本的枠組み -

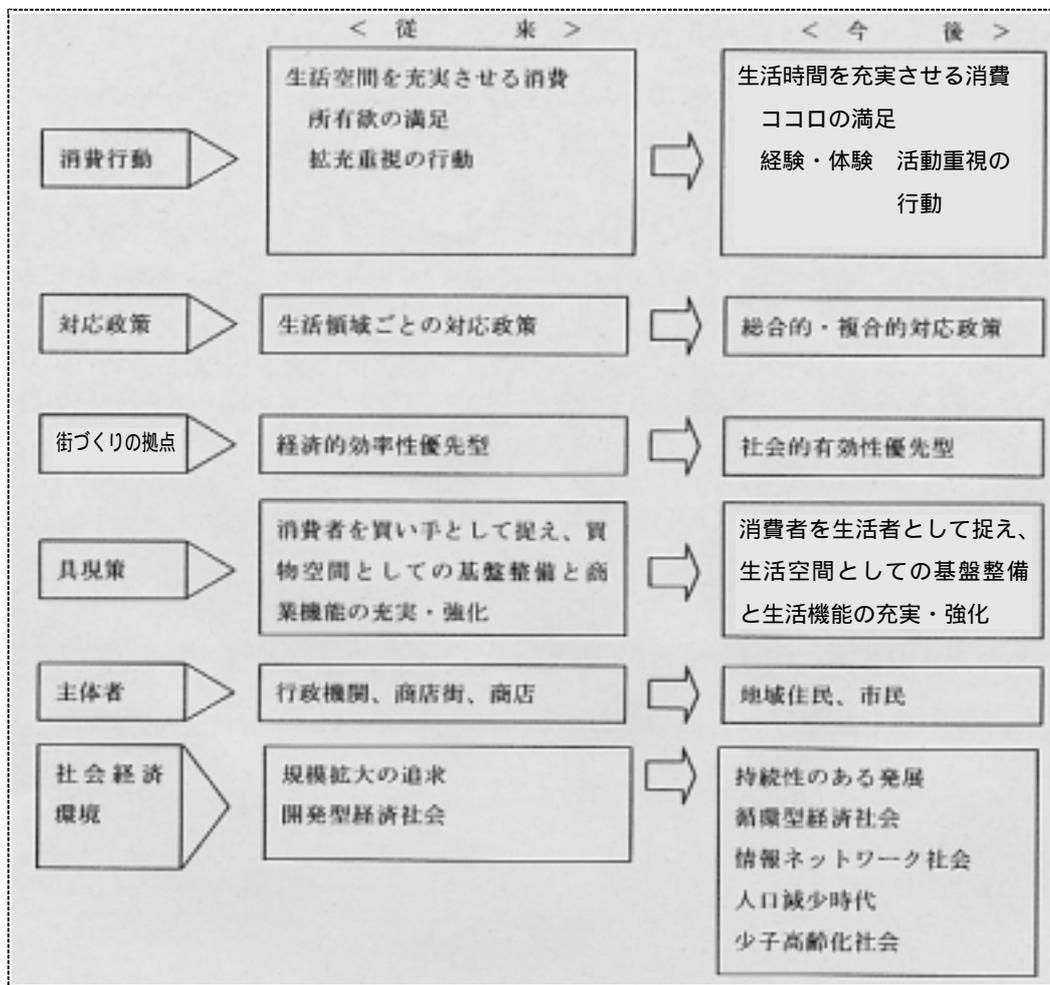
中心市街地再生の現況について検討してきたが、これからの中心市街地の再生はどのような枠組みの中で検討していくことが問われようとしているかを従来と今後の対比で若干の考察を加えることにする。

まず、市場を代表する消費者の消費行動は「生活空間を充実させる消費」から「生活時間を充実させる消費」に変化しているという捉え方ができる。換言すれば、所有欲の満足からココロの満足を問うようになっており、拡充重視の行動から経験・体験型の活動重視の行動に変容していると言える。こうした市場の変化に対応するために、政策面は「生活領域ごとの対応政策」から「総合的・複合的対応政策」に移行しつつあるという見方ができる。例えば、従来、商業問題は商業政策、交通問題は交通政策、住宅問題は住宅政策などというように、生活領域単位の個別対応、要素別政策であった。しかし、これからは従来の商業問題、交通問題、住宅問題等は中心市街地の再生という横断的なテーマの中で取り扱われることになり、総合的、複合的な問題の中で従来の個別問題が処理されていくことになる。またそれに応じて、まちづくり - 中心市街地の再生 - の視点は「経済的効率性優先型」から「社会的有効性優先型」へと変遷していくことになるであろう。従って、具体的な施策は従来、消費者を買い手として捉え、買物空間としての基盤整備と商業機能の充実・強化に専心してきたが、これからは、消費者を生活者として捉え、生活の空間としての基盤整備と生活機能の充実・強化ということを推進していくことになる。

次に、中心市街地再生（まちづくり）の主体者は従来、行政機関、商店街、商店などといった行政及び供給者側のリーダーシップに依存してきたが、これからは地域住民を始めとする市民がリーダーシップを発揮していくことになる。

更に視野を広げて、マクロな社会経済環境の潮流を考えると、従来は「規模拡大の追求」「開発型経済社会」という特徴を有してきたが、これからは情報ネットワーク社会、人口減少時代、少子高齢化社会の到来によって、「持続性のある発展」「循環型経済社会」を目指すことになるであろう。

以上のことを鳥瞰すると、今後の中心市街地の再生は、生活時間を充実させることに価値をおく生活者を理解し、市民参加型のまちづくりを指向することが非常に重要なテーマになる。しかも、再生の方向は社会的有効性の視点から見極めることが大切になり、総合的・複合的な対応策が求められることになる。今後は、このようなことを念頭に置きながら中心市街地の再生を図っていくことが期待されている。



注

- (1) <http://www.ias.biglober.ne.jp/madoguchi-go/frame/f-shiryo.htm>
- (2) 中田繁政「富山市中心市街地の活性化を考える」『北陸経済研究』(北陸経済研究所) No.253,1999.7
- (3) 工藤武重「21世紀に向けて街づくり」『生活起点』(セゾン総合研究所) 1999.2
- (4) <http://www.sakaiminato.net/>
- (5) ㈱ア・ラ・小布施の配布資料
- (6) <http://www.city.musashino.tokyo.jp/japanese/index.html>
- (7) ムーバスの運行概要及び運行実績は以下の通りである
(出所: <http://www.city.musashino.tokyo.jp/japanese/index.html>)

ムーバス路線概要 (1・2・3号路線対比)

項目	1号路線	2号路線	3号路線 (城南・東循環)	3号路線 (城南・西循環)	
1 路線距離	4.2km	5.2km	3.1km	3.8km	
2 停留所数	18箇所	24箇所	13箇所	18箇所	
3 運行間隔	15分	13分	20分	20分	
4 循環時間	25分	34分	15分	15分	
5 便数	循環便	45便	52便	41便	
	途中止り	0便	3便	1便	
6 運行時間	始発	8:00	8:03	7:00	
	終発	循環便	19:00	19:06	20:20
		途中止	—	19:38	20:40
7 乗車料金	100円(小学生以上均一)				
8 ダイヤ数	4	6	2	2	

ムーバス運行実績 1号路線 (東循環)
(運行開始・平成7年11月26日以降)

年度	年度合計	1日平均
平成7年度	105,406人	830.0人
平成8年度	378,925人	1,038.2人
平成9年度	401,306人	1,099.5人
平成10年度	433,547人	1,187.8人
平成11年度	428,419人	1,170.5人
平成12年度	291,428人	1,194.4人

平成12年11月30日現在

ムーバス運行実績 2号路線 (北西循環)
(運行開始・平成10年3月8日以降)

年度	年度合計	1日平均
平成9年度	26,737人	1,114.0人
平成10年度	470,332人	1,288.6人
平成11年度	608,932人	1,663.7人
平成12年度	442,321人	1,812.8人

平成12年11月30日現在

(8) <http://www.city.musashino.tokyo.jp/japanese/index.html>

(9) 「中心市街地活性化のすすめ初版」「中心市街地活性化のすすめ2000年版」中心市街地活性化関係省庁連絡協議会発行

(10) シルバーハウジング等とは、「高齢者のための生活支援サービス(安否確認、生活相談など)付きの公共住宅」のことである。

(11) コレクティブハウジングとは「個人のプライバシーを確保するための私的な住居を持ちつつ、食事や団らんなどお互いを支えあう協同生活の場を組み込んだ協同居住型の集合住宅」のことである。

(12) <http://www.jmar.co.jp/kokyo/tcm/index.html>

(13) <http://www.jmar.co.jp/kokyo/tcm/2.html>

参考文献

- 原田英夫 『ポスト大店法時代のまちづくり』日本経済新聞社 1999.4
- 長谷川百合 「ハード・ソフトが融合したまちづくりをめざして」『生活起点』セゾン総合研究所 1999.2
- 五十嵐敬喜 「町をつくりなおす」『NC JOURNAL』(協)エヌシー日商連1998.9
- 五十嵐敬喜 「なぜ、中心市街地の再生、活性化にまちづくりが必要なのか」『NC JOURNAL』(協)エヌシー日商連1999.5
- 石原武政 『まちづくりの中の小売業』有斐閣選書 2000.6
- 石原武政・石井淳蔵 『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社 1992.1
- 小西滋人他 「地方都市の都心活性化対策についての基本調査報告書」社団法人北陸経済調査会No.56 1999.6
- 工藤武重 「21世紀に向けて街づくり」『生活起点』セゾン総合研究所 1999.2
- 藻谷浩介 「中心市街地の空洞化問題を考える」研究会資料レジメ 日本政策投資銀行
- 村橋正武 「地方都市における街づくり」(街づくり講演会)富山地下街協議会 1999.7
- 中田繁政 「富山市中心市街地の活性化を考える」『北陸経済研究』財団法人北陸経済研究所 1999.7
- 長尾治明 「商店街再生の方向」<http://www2.tkc.pref.toyama.jp/study/T0000181/IK0022/2000.4>
- 長尾治明 「中心市街地再生への方向」『中小流通業革新への挑戦』久保村隆祐・流通問題研究協会編 日本経済新聞社 1999.6
- 長尾治明 「地域に活力を与えるタウンマネジメントの取り組み」(講演会レジメ)タウンマネジメント・フォーラム 2000.8.2
- 日本政策投資銀行「中心市街地の商業機能強化とタウンマネジメント組織」ニューヨーク駐在員事務所 1999.4
- 日本政策投資銀行「米国中心市街地活性化事例調査」ニューヨーク駐在員事務所 1999.6
- 野口和雄 「地域中小小売業者とまちづくり」『NC JOURNAL』(協)エヌシー日商連 1999.7
- 野口和雄 「活性化法と立地法施行後の状況」『NC JOURNAL』(協)エヌシー日商連 1999.7
- 大西隆 「中心市街地活性化の動向と展望」(財)岐阜県産業経済研究センター 1999.3

- 大角美代子 「海外中心市街地活性化事例から学ぶもの」『楽市楽座』 2000.9
- 関根孝・横森豊雄 『街づくりのマーケティングの国際比較』同文館 1998.4
- 白石正明 「人間に安全、快適なまちづくり」『生活起点』セゾン総合研究所 1999.2
- タウンマネージメント推進協議会 「タウンマネージメントガイドブックPart Ⅰ」
- 田村馨 『都市のマーケティング』有斐閣選書 1997.10
- 谷口正和 「商店街活性化とコミュニティ・ビジネス」<http://www.srn.ne.jp/cbn/97HP/taaniguti.htm>
- 富山商工会議所 「富山TMO 構想 - 報告書 - 」 2000.3
- 矢作弘 『都市はよみがえるか』岩波書店 1999.1
- 山口喜久男 「ポスト大店法と商店・商店街の活性化」『NC JOURNAL』(協)エヌシー日商 1998.5
- 横森豊雄 「日本のタウンマネージメント・21世紀への展望」(講演会レジメ)タウンマネージメント・フォーラム
2000.8.2