

地域活性化を再考する

1. 地域活性化とは何？

まだ「地域活性化」という言葉がそれほど一般的ではなかった1980年代前半、学生であった私は当時人気のあった土地利用モデルを卒業論文のテーマに選んだ。その際、指導教員からはそれを用いて既に地盤沈下のはじまった京阪神都市圏の活性化に寄与できないかという難題をいただいた。結局私の卒論で社会のお役に立つようなことは何もできなかったが、地域の活性化とはそもそも何だろうかという議論はその時にさんざん行った。それは、商業の売上があがることなのか？ 建設業にたくさん仕事が回ることなのか？ まちなかが人で賑わうことなのか？ 笑顔で暮らす人が多いことなのか？ その適切な回答を見つけることは実は簡単ではなかったことを思い出す。

その後、時代を経るにつけ、社会では中心市街地の衰退問題などがクローズアップされ、地域活性化が重要な課題としてよく取り上げられるようになってきた。反面、自分はさまざまな業務や雑務に追われる中で、正面からこの問題を扱うことをむしろ避けるようになっていった。今回ここに執筆の機会をいただくことは、机の奥深くにしまっていてやらずに隠しておいた宿題を、久しぶりに机上に並べられた気持ちである。そんな気持ちのなかで、数年前に調査を行った岡山県倉敷市の事例を紹介させていただくことで、ここでの応えに代えたいと思う。

2. 居住者シードバンクのはなし

岡山県倉敷市の中心市街地ではここ数年、地産地消のコンセプトに基づく生鮮食品の販売を中心とした日曜朝市を新たに開催している。かなりの賑わいなので、試しに一度来訪者の全数カウント調査を研究室で実施してみた。その結果、開催日には3時間の間に1万人もの買物客が会場を訪れていた。ちなみに旭川の旭山動物園は1日の来場者数が6,000人程度というから、倉敷朝市の時間単位での来場者密度は結構すごいということになる。

なお、岡山県居住者の現在の平均的な生鮮食品購入のための買物行動では8割以上が自動車を利用している。それに対し、この朝市を訪れる買物客の自動車利用率は4割にも満たない。詳細な調査を加えたところ、徒歩や自転車でも会場を訪れる買物客の過半数は自動車を保有していることが明らかになった。すなわち、彼らは自動車を保有していないから自動車に乗って来ないのではなく、自動車を保有しているのにそれを敢えて家に置いてやってくるのである。ちなみにこの朝市会場では自動車利用者のために無料駐車場も準備しているが、そこが満車で入れないというわけではない。また、特に自動車利用による来訪を控えるようなキャンペーンを行っているわけでもない。都心に新しく発生した朝市という商業機会に対し、多くの買物客はあくまで自主的に自動車を家に置いてやってくるのである。

筑波大学大学院 システム情報工学研究科
教授

たに ぐち まもる
谷 口 守



この倉敷朝市の盛況を見るにつけ、私は「シードバンク」という生物学のキーワードを思い出す。それは、環境の変化によって特定の植物が絶滅したように見えても、数十年間の間は土壌中にその植物の種子が生きて残っているという話である。その土壌を本来の環境状態にかえしてやれば、たとえかなりの時間を経ているとその特定植物を再生できるのだ。具体的にこのような種子を含んだ土壌は「土壌シードバンク層」と呼ばれている。これと同じように、都市の中にはまだ一定の環境が整えば、たとえ自動車を保有するようになっていても、自動車利用を控えて中心市街地の商業施設を訪れる「居住者のシードバンク層」がかなりの厚みでまだ潜在していると考えた。彼らの目を覚ますことができるのであれば、中心市街地の再生を通じた地域活性化は可能である。

3. やる気の活きる仕組み

多くの中心市街地は一見死んでしまったように見えるが、そのうち多くはまだ完全に死に至った訳ではない。倉敷朝市の場合、自家用車があるのにそれを家に置いて来訪したシードバンク層は全員老人というわけではなく、うち半数は40歳代以下であった。若年層も環境さえ整えば、また行動を変えるのである。倉敷朝市を観察して感じingことは、提供される商業機会そのものが若者にとっても、高齢者にとっても、それぞれに魅力的

であるということである。そのような状況を実現するため、喜んで人に来てもらうための新しいアイデアがスタッフの間でよく練られていることが感じられる。学生時代に取り組んだ私の土地利用モデルなどの机上の論理が、如何に地域の活性化に対して何の意味も持たないかということに改めて思い知らされた。

同時に、学生時代に拘泥した「活性化とは何か」という書生論についても、倉敷朝市を見ることで以前には得ることのできなかった一つの結論に行き着いた。今では活性化とは「やる気のある人が何かに邪魔されないこと」ではないかと思っている。倉敷朝市ではアーケード内の中央部分に安い出店料で自由に店舗が出せる。アーケードに元々入っているシャッターをおろしたままの店舗にその出店は邪魔されない。売上や賑わいといった定量的な指標は、あくまで結果としてついてくるものである。たとえ売上や賑わいがあっても、やる気のある者を邪魔する構造があれば、それは活性化とは呼べないのではないか。さて、このように活性化というものを捉えた時、皆さんのおられる組織ははたして「活性化」しているかどうか、ぜひ一度考えてみてください。