

# まちなかの自律的発展の促進方策に関する考察

河 藤 佳 彦

## A Study on the Policies Promoting the Self-sustaining Development of Downtown Area

Yoshihiko KAWATO

### 要 旨

近年、全国各地において「まちなか」の衰退が顕著になっている。そのため様々な活性化策が講じられているが、費用対効果、採算性、継続性、事業主体のあり方など多くの課題があり、成功事例は少ない。まちなかの活力の主な源泉は商店街であることから、本稿では、商店街の活性化方策について、商店街活性化事業の成功事例の分析によりその成功要因について確認しつつ、事業主体のあり方に重点を置いて考察する。

共通する成功要件は、商業者や地元の人々の主体性であり、「自立性と継続性」の確立である。すなわち、まず商店街の主たる構成員である商業者が主体的に事業に取り組むことが重要な要件となる。コミュニティの構成員を中心的なメンバーとするNPO法人や市民などの役割も重要である。自治体などの公的主体が中心となり商店街活性化の事業に取り組む場合には、商業者の積極的な参加を促進し、将来的には商業者や地元の人々が主体となり自立性が継続できる事業として引き継いでいく必要がある。

キーワード：まちなか、商店街、コミュニティ、自立性と継続性

### Summary

In late years the decline of “downtown area” has become pronounced throughout the nation. Various vitalization measures are taken to work on the issue, but there are few success examples due to many problems such as cost-effectiveness, profitability, continuity, and the roles of operating bodies. The purpose of this study is to discuss the roles of operating bodies by

analyzing the success examples in revitalizing projects of shopping areas serving as a dynamic source of downtown and confirming requirements for success.

The common requirements for success are self-sustaining attitudes of merchants and local people and establishment of “independence and continuity”. Merchants or major members of shopping areas are required to work on their business proactively. Incorporated non-profit organizations consisting of the community members as well as citizens also have important roles. In cases where a public body such as a local government takes the initiative to work on the revitalization project of a shopping area, active participation of merchants and handoff of the project to those merchants or local people should be promoted so that they can play the main role in the project with continued independence in future.

Key words: downtown area, shopping area, community, self-reliance and continuity

## 1. はじめに

近年、全国各地において「まちなか」の衰退が顕著になっている。「まちなか」の一義的な定義は見当たらないが、長崎市や宮崎県などの定義<sup>1)</sup>を踏まえ、本稿では「歴史や文化、商業・業務・サービスなど都市機能が集積している地域」として捉える。

まちなかの活力の主たる源泉は商業集積であることから、まちなか衰退の大きな原因は商店街を中心とする商業集積の衰退によると考えられる。商店街の衰退要因としては、大規模小売店舗の郊外立地の進展や商業者の高齢化と後継者難、人間関係の希薄化によるコミュニティの弱体化などが挙げられる。特に商店街はコミュニティ活動と強い相互依存関係にあるため、商店街の存立基盤としてコミュニティの形成が不可欠であると言える。このため、まちなかの再生と発展の方策には、商店街の活性化方策と合わせてコミュニティが再生することによる賑わいと魅力あるまちづくりへの視点も重要となる。

商店街の活性化には多くの地域で取り組みが進められているが、成功事例は少ない。その原因として、有効な事業メニューの不足や実施手法が未熟であることなどが挙げられるが、事業主体や連携のあり方が十分に確立されていないことも大きな要因である。商店街の活性化策においては、まず事業主体と事業の進め方を含めた基本的な事業フレームの確立が重要となる。

事業主体が、商業者やその団体、自立的活動に取り組む特定非営利活動法人（以下、「NPO法人」とする）などの民主導の主体か、あるいは行政などの公的主体かによって事業の進め方は異なるが、重要なことは、地域の各関係主体が本来の役割を担いつつ協働して商店街の活性化に貢献することである。

商店街活性化事業の望ましい事業フレームとは、商店会や商店街振興組合などの商業団体、商業者、コミュニティビジネスやまちづくり事業などに自律的に取り組むNPO法人などが、商店街

や地域コミュニティの再生事業に主体的に取り組み、自治体や商工会議所・商工会などの公的主体が助言やコーディネート、公益性を損なわない範囲での限定的な資金提供などの支援を行うものであり、それにより、事業の自立性と継続性が確保されることである。

近年多く見られる大学の関与については、専門性を活かした助言やコーディネートなど、公的主体としての事業支援が求められる。また、教育的見地から学生にボランティア参加やイベント企画などによる事業参画を促すことも、大学と商店街の双方に有効な方策といえる。

本稿では、商店街活性化事業の成功事例を分析し、その成功要因について確認する。また、事業の実施主体のあり方に重点を置いて考察を進める。そのため、まず先行研究により商店街の発展方策を捉える視点について確認したうえで、我が国における近年の小売業の動向と商店街の実態について分析する。次に、自治体や国により紹介されている商店街活性化の成功事例について分析し、共通の成功要因を抽出する。さらに、伝統産業を活用してまちなかの自律的発展のために積極的に取り組んでいる群馬県桐生市の桐生新町を事例として採り上げ、まちなかの自律的発展の方策について総合的に考察する。

## 2. 商店街の発展方策を捉える視点

まちなかの自律的発展における、商店街とコミュニティの活性化の一体的な取組みの重要性については、様々な研究において論じられてきた。藤津（2011）は、商店街やコミュニティの変化を概観したうえで、商店街問題をコミュニティ機能の再生支援の方向からも考えることの必要性に言及している。そして、活性化の要件について、次のように述べている。「①商店街振興組合の理事長など中核となるメンバーの強いリーダーシップ、②変化に積極的に対応する行動力、③地域活動は単なるボランティアではなく商店街の売上増加につながるものとする、④施策は助成金などを積極的に利用はするが自立し継続的に実行できるものとする、という基本姿勢などが共通している」。商店街運営におけるリーダーシップと行動力、収益性の確保、自立性と継続性が重要であることが確認できる。

また神戸（2012）も、商店街の活性化の要件について同様に論じている。「活性化事業の成果を上げるには、リーダーの存在とサポーターのネットワーク力が欠かせない。具体的には商店街の通常事業を担う理事会組織とは別に、タスクフォースである活性化委員会を理事会から選任された理事と若手事業者で立ち上げ、外部専門家の知恵とネットワークを借りながら、長期的な事業戦略とアクションプログラムを立案し、組合員を巻き込みながら事業展開を図る」。また、「その時、商業者と協力業者の従来型の事業推進では限界があり、まちづくりの観点から、地元の大学、NPO法人等と社会連携事業を積極的に取り入れると、事業に広がりが出てくる」としている。やはり、商店街の活性化には、事業者が主体性を持ち積極的に取り組むことが重要であると言える。その上で、商店街の外部からの多様な支援や協力を得ることが有効な手段となる。

服部（2012）は、商店街活性化に向けた民間の活力を第二の公共として導き、地域コミュニティの担い手として商店街を活性化する取組みに注目する。すなわち、まちづくり会社やNPO法人等による、コミュニティ支援機能や運営、地域のニーズにあったイベントの開催、また商店街へのニーズ調査、起業支援などの事業や組合活動への参加など、商店街と連携した取組みである。そのため行政は、参加と連携を促す重要な役割を担うとする。商店街の活性化のためには、社会の諸主体との連携も重要であると言える。

商店街活性化の具体的な事業については、神戸（2012）は「三種の神器」として、①まちなかバル、②100円商店街、③まちなかゼミを挙げる。そして、この三種の神器の特徴として、集客して商店街に賑わいを創出するとともに、個店へ入店させて売り上げに繋げる効果があることを挙げている。また、久繫（2012）は「日替わりシェフレストラン」の有効性について、市民の多様なニーズに応える特性があり、市民参加意欲と集客力が高いと評価している。商店街の活性化に有効な事業の可能性は、多種多様に存在すると言える。

一方、河北・浦山（2004）は、奈良県吉野郡吉野町の上市地区で取り組んだ無料で場やサービスを提供する地域交流施設づくりの社会実験を通して、地域交流施設のような空き店舗活用が地方小都市の中心市街地活性化に持つ効果や、その効果が発現するように開発した運営方法について報告しており、その中でも第一の課題として施設を維持する資金確保が挙げられている。すなわち、「自主財源を持たない運営組織が、単独で地域交流施設を管理運営することには限界がある。将来的には会費の徴収や収益事業の展開等による自主財源の確保が課題となる」としている。事業の継続的な実施のためには、資金面においても自立性が求められる。

実施事業については、商店街の個性や歴史、独創性に拠るところも大きい。しかし、先行研究からも、実施主体として商店街やその構成員である商業者が主体性を持って積極的に事業に取り組むことが重要であり、その上で地域の諸主体との協働関係の構築や公的機関からの支援を有効活用する必要があると言える。これを踏まえ本稿では、商店街活性化への取組みを成功に導くための諸要件について、資料分析と実地調査に基づき考察する。

### 3. 小売業・商店街の近年の動向

我が国の小売業と商店街の近年における動向を、国の統計資料により確認する。

#### (1) 小売業全体の状況

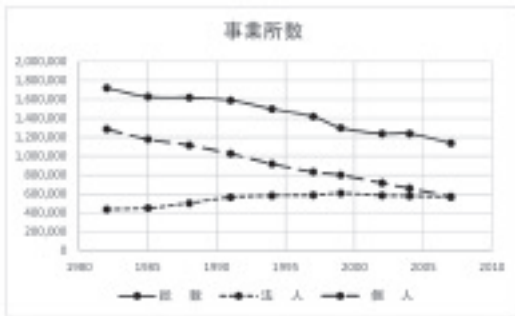
日本統計年鑑2014年（出所：商業統計調査）によると、1982年～2007年における小売業の経営組織別（総数・法人・個人）の事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積の推移は（図1）～（図4）のとおりである。

1982年と2007年の数値を比較する。総数においては、事業所数が大幅に減少している（33.9%

減)のに対し、従業者数、年間商品販売額、売場面積については、程度に違いはあるが全て増加している(従業者数19.0%増、年間商品販売額43.3%増、売場面積56.8%増)。各数値のこのような変化の違いは、法人経営と個人経営の動向の大きな差に要因があると考えられる。そこで、両者を分けて各々の動態を確認する。

- ① 事業所数では、法人経営が29.9%増加しているのに対し、個人経営は55.5%減少している。
- ② 従業者数では、法人経営が82.3%増加しているのに対し、個人経営は48.0%減少している。
- ③ 年間商品販売額では、法人経営が76.0%増加しているのに対し、個人経営は50.9%減少している。
- ④ 売場面積では、法人経営が133.3%増加しているのに対し、個人経営は39.0%減少している。

(図1) 小売業の経営組織別の推移 1



出典：日本統計年鑑2014年(出所：商業統計調査)

(図2) 小売業の経営組織別の推移 2



出典：日本統計年鑑2014年(出所：商業統計調査)

(図3) 小売業の経営組織別の推移 3



出典：日本統計年鑑2014年(出所：商業統計調査)

(図4) 小売業の経営組織別の推移 4



出典：日本統計年鑑2014年(出所：商業統計調査)

以上のことから、事業所の総数の動きは、個人経営の数値の動きを大きく反映しており、従業者数、年間商品販売額、売場面積については、法人経営の数値の動きを大きく反映していると言える。一般に、法人経営は主に百貨店やスーパーマーケットなど経営規模の大きな店舗(以下、「大型店」とする)の状況を示し、個人経営は主に商店街や中心市街地などの小規模商店の状況を示

すものと捉えることができる。したがって、動態変化の分析より次のことが言える。

①小規模商店の数は1980年代以降、大幅に減少している。それに対して大型店は漸増傾向にある。②小規模商店の数の大幅な減少と大型店の漸増という傾向を受けて、小規模商店の従業者数、年間商品販売額、売場面積の減少と、大型店の従業者数、年間商品販売額、売場面積の増加が見られる。ただし、大型店の従業者数と年間販売額は2000年以降、横ばい状態にある。

この2点のことから、我が国の小売業は、小規模商店の衰退と大型店の発展という二重構造により、従業者数や商品販売額を維持・発展してきたと言える。また、この状況は、まちなかにおける商店街の衰退と郊外型大型店の増加を反映している。

## (2) 商業集積地区（商店街）の動向

商業集積地区（商店街）の最近の推移を、1994年から2007年までの商業統計調査（二次加工統計表）に基づいて確認する（表1）。商店街数と商店数については減少が続いている。一方、従業者数と年間販売額については、1994年から1997年にかけて増加した後、減少に転じている。売場面積については増加傾向を示している。このように、項目により動態変化に違いが見られる理由として、商店街における大規模小売店舗（以下、大店舗とする）の存在が挙げられる。2007年における大店舗の数は、7,163である（2007年商業統計調査）。（表1）から同時期の商店街数は12,568であることを踏まえると、1商店街当たりの大店舗の数は0.57と少ないが、従業者数、年間販売額、売場面積の数値に大きな影響を及ぼす。

（表1）商業集積地区（商店街）の推移（小売業）

年	商店街数	商店数	従業者数(人)	年間販売額(百万円)	売場面積(m <sup>2</sup> )
1994	14,271	629,931	3,277,574	66,525,934	61,655,525
1997	14,070	619,983	3,340,810	70,035,211	67,120,765
2002	12,597	500,599	3,184,865	56,550,855	65,194,722
2007	12,568	427,463	2,942,776	53,139,659	66,434,451

出典：商業統計表（二次加工統計表）各年。

この状況を見ると、商業集積地区（商店街）全体としての売場面積は維持されていることから、消費者への商品供給力は保持できていると考えられる。しかし、商店街数と商店数の減少が商店街の衰退を反映している点において大きな問題を内包している。商店街には、商品の需要供給の量的充足に止まらない、次のような多様な重要性がある。

①商店街は本来、コミュニティの存続と表裏一体の関係にある。すなわち、人々が日常生活に必要な食材や生活用品を購入し交流する場であり、コミュニティ再生に重要な役割を担う。②商



店街は地域ブランド形成の重要な拠点となる。商店街に、地域の特産品を取り扱う店舗やレストランを集めたり、地場産業や歴史・文化とゆかりのある歴史的建造物を保存・活用したりすることにより、まちのブランド化を図る中核的な役割を担うことができる。

また、商店街における大店舗の量的貢献の大きさを踏まえると、商店街の新たな発展には、大店舗と小規模商店の共存共栄が必要と考えられる。すなわち、大店舗の集客力を商店街の小規模商店が共有できれば、商店街の繁栄に繋がることが期待される。

## 4. 成功事例の分析

商店街活性化の成功要因を検討するため、自治体と国が公表している2つの成功事例集から、独自性の高い事業を展開している事例に着目して分析を行う。分析対象とする事例は、大阪府による「クローズアップ商店街」の25事例（大阪府、2014年2月8日取得）から3事例（表2）、中小企業庁による「新がんばる商店街77選」（中小企業庁、2009年6月）から2事例（表3）を抽出する。そして、各々の事例の特色と成功要因について考察する。

### （1）事例分析

「クローズアップ商店街」（大阪府）（表2）の事例の特色と成功要因は、次のように分析される。

- ① 野崎参道商店街：商店街自身による多彩なイベントの実施や放送拠点の設置に加え、地元大学の活性化事業を受け入れている。国事業の活用による資金や地域の大学との連携など外部資源を積極的に導入しているが、その実施主体は商店街である。商店街は、組織の強化や事業経費の節約に取り組み事業促進を図っている。
- ② 柏里本通商店街：商店街による施設整備が中心である。買い物客の利便性を重視した施設整備により、コミュニティの拠点づくりと通行量の増加を実現している。
- ③ 美原本通り商店街振興組合：商店街が振興組合の設立により組織強化と意識向上を図った上で事業主体となり、地元の農家や高校、地域団体などとの多彩な連携事業を展開している。

次に、「新がんばる商店街77選」（中小企業庁）（表3）の事例の特色と成功要因は、次のように分析される。

- ① まろにえ21（東武駅前商店街）：注目されるチャレンジショップについて、「かぬま i タウン」（鹿沼商工会議所・鹿沼TMO）<sup>2)</sup> は、次のように紹介している。2008年に中小商業活力向上事業補助金を活用し、商工会議所と連携して地元大学生がチャレンジショップを立ち上げた。2009年からは緊急雇用創出事業補助金を活用して商店街が営業を引き継ぎ、「まろにえばちゃんショップ」がオープンした。商店街活動の一環として商店主達が全面的に支援することで、毎日90人の来店客がある商店街の「止まり木のようなお店」に育ち、2012年から従業員が店舗を引き継ぎ独立することが出来た。この事例では、商工会議所と地元大学の連携事業で

あるチャレンジショップに対する商店街の支援が取組みの発端となっているが、商店街がこの取組みを自己の事業として主体的に捉え、従業員が店舗を引き継ぐ自立性の高い事業に発展していったことが大きな成功要因となっていると考えられる。

- ② 岩村田商店街振興組合：当商店街は、「地域密着顧客創造型商店街」を事業理念に掲げて主体的な取組みを行っている。すなわち、地域住民や来訪者のニーズに沿って空き店舗を様々な用途にリフォームして活用している。商店街とコミュニティの密接な相互関係の創出による、共存共栄を目指す取組みであると言える。

(表2)「クローズアップ商店街」(大阪府、一部抜粋)の紹介事業の比較

	商店街	取組み内容	取組み効果	成功要因
1	野崎参道商店街：大東市(店舗数70店)	◇多彩なイベントの実施(野崎寄席等)。 ◇放送拠点「NoZaKi ほんわかスタジオ」の設置と放送。 ◇地元大学生の活性化事業の受入。	◇新規出店：7店舗。 ◇組合員数の増：10店舗(新規出店者を含む)。 ◇来街者数の増：20%増。	◇やる気のある理事長の就任とその積極性に触発された前向きな理事、組合員の結集。 ◇国事業の積極活用で、組合経費の支出を無くしたことにより、新規事業への組合員の反対がなかったこと。 ◇放送機材の無償調達と多彩な手作り番組を中心とした経費の抑制。 ◇落語の演目の舞台であることの縁による寄席の誘致の成功。 ◇近隣に立地した商業専門講座(経営学部)を持つ地元大学との連携。
2	柏里本通商店街：大阪市(西淀川区)(店舗数31店)	◇コミュニティ施設設置事業。 ◇安癒和(やすいな)地蔵(※1)の設置。 ◇アーケード改修事業。 ◇地域団体への商店街活用を推進。	◇来街者とのコミュニケーション機会の増大。 ◇駅からの人の流れに変化(通行量の増加)。 ◇地域団体(近隣学校、PTA等)との連携による商店街イベントの増加。	◇休憩スペースやトイレを設置し、商店街で買い物する際の懸念材料を解消。 ◇商店街シンボル「安癒和地蔵」の設置。 ◇アーケード改修により、商店街が明るくなり、JR塚本駅からの通行ルートとして利用される機会が増加。 ◇アーケードにLED照明を使用し話題性をアップ。さらに照明の色に意味を持たせることにより、来街者の興味を増幅。 ◇商店街を地域団体の活動の場として提供。
3	美原本通り商店街振興組合：堺市(美原区)(店舗数32店)	◇振興組合の設立(組織強化)。 ◇地元農家や地元高校と連携した「美原本通りマルシェ」(※2)の開催。 ◇サマーフェスタ「みっばら」の開催。 ◇地域ふれあいサロン「みっばら」の開催。 ◇マスコットの着ぐるみ作成と地域団体によるテーマソングやダンスの提案。	◇組織強化(振興組合の設立)による組合員の意識向上。 ◇300人以上の集客効果「美原本通りマルシェ」。 ◇スーパーの再進出。 ◇地元農家や高校、NPO法人、サークルなど様々な地域団体との連携機会の増加。	◇組織力の強化(振興組合の設立)。 ◇美原本通りマルシェと100円商店街の相乗効果。 ◇地元農家や農芸高校との連携。 ◇お客様ニーズへの対応(行動力)。 ◇子育て世帯の来街機会の創出。 ◇NPO法人や地元サークルとの連携。

注(※1) 安癒和地蔵の名の由来：商店街は、安全・安心で、休憩所で気持ちを癒してもらい、和やかに過ごしてもらいたいという願いと商店街での買い物は、「安いな」と言う意味の語呂を掛け合わせて命名。

注(※2) マルシェ：市、市場

出典：「クローズアップ商店街」(大阪府 (<http://www.pref.osaka.lg.jp/shogyoshien/shogyoshinko/closeup.html>), 2014年2月8日取得)より作成。



(表3) 「新がんばる商店街77選」(中小企業庁、一部抜粋)の紹介事業の比較

	商店街名	取組み内容	取組みの効果	成功要因 <sup>*1</sup>
1	まろにえ21 (東武駅前商店街): 栃木県鹿沼市 (店舗数15店)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇商店街の空き店舗を利用し、2008年から地元大学生がゼミ活動の一環として経営する通年営業のチャレンジショップ(商業者・大学生・商工会議所の三つ巴)を営業。</li> <li>◇商店街の各店にチャレンジショップの割引券を設置。</li> <li>◇商店街をショッピングモールに見立てたチラシを作成し、商店街の回遊性を高める。</li> <li>◇夕顔とネットの有料配布とチャレンジショップを投票所とした夕顔のフォトコンテストの実施。</li> <li>◇商店街をあげてのイルミネーションによるライトアップ。営業時間外の人通りにより防犯面の効果もあり。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇大学生によるチャレンジショップのある商店街として、商店街の集客力・知名度の向上。</li> <li>◇商店街組織、商業者個人に新たな発見があり、経営力の向上に寄与。</li> <li>◇近隣商業者からの注目度が高まり、商店街組織の拡大が期待される。</li> <li>◇大学生がブログにより商店街の情報を発信している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇商工会議所により、地元大学がゼミ活動の一環として経営する地産地消の飲食店、新名物「にら焼きそば」を提供するチャレンジショップが開業。</li> <li>◇商店街をあげて経営のバックアップをしており、よそ者・若者と商業者が日々膝を突き合わせて活動している。</li> </ul>
2	岩村田商店街振興組合:長野県佐久市 (店舗数47店)	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域密着顧客創造型商店街を目指して各種取組みを実施。</li> <li>◇2002年 地域住民とのコミュニケーションの場として、空き店舗を活用した地域コミュニティ施設「おいでなん処」を開設。</li> <li>◇2003年 空き店舗を活用し、振興組合直営の地域密着型食料品店舗「本町おかず市場」を開設。</li> <li>◇2004年 商店街のコンセプト「手作り、手仕事、技の街」をもとに、空き店舗を活用したチャレンジショップ「手仕事村」を開設。</li> <li>◇2006年 「安心して子育てができる街」をコンセプトとして、空き店舗を活用し商店街としては全国初の「子育て村」を開村、協賛店から会員への各種サービス・特典を提供するほか、商店街のプロの技を活かした体験講座型イベントを開催するなど子育て世代への支援事業を行っている。</li> <li>◇2009年 子育て支援と空き店舗活用の一環として、地元の学習塾に運営を委託し、「自主学習ができる子どもを育てる」をコンセプトに小学生を対象とした基礎学力を身につけるための学習塾「岩村田学習塾」を開設。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇「おいでなん処」は買い物のおいで場、地域のサークル活動・イベント・催事等、地域住民との交流の場として多くの人が利用。</li> <li>◇「本町おかず市場」は、生鮮三品の供給不足の補完、お客とのコミュニケーションによる商店街の核としての役割。店舗づくりや資金繰りなどの勉強会の積み重ねによる組合員同士の一体感や責任感の醸成。</li> <li>◇「手仕事村」は、卒業生が街区内の空き店舗に独立開業したことによる、空き店舗の解消。若い創業者の新しい業種業態の創出による、商店街のリフレッシュ。</li> <li>◇「子育て村」は、商店街のイメージアップに貢献。また、協賛店は、子育て支援に視点を当てた自店の商品やサービスの情報発信により、消費者との繋がりを深化。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇「手作り、手仕事、技の街、地域と共存し、共に生き、働き、暮らす街をつくる」をコンセプトに、商店の利益より地域住民の利益を考え地域密着顧客創造型商店街であること。</li> </ul>

注(※1): 成功要因は、出典資料中の「ここがポイント」の記述による。  
出典: 「新がんばる商店街77選」(中小企業庁、2009年6月より作成)。

## (2) 事例分析に基づく成功要件に関する考察

事例分析を踏まえると、商店街活性化の成功の最も重要な要件は、商店街の主体性であると言える。分析事例の中でその主体性が顕著に見られるのは、岩村田商店街の事例である。柏里本通商店街についても、主体性が強い取組みと言える。

他の事例では地域の多様な団体との連携も重要な要素になっているが、連携の中核はやはり商店街である。「まるにえ21」は、商工会議所と連携した大学のチャレンジショップを商店街が積極的に支援・活用して、商店街の活性化とコミュニティの再生を図っている。さらに、商店街が事業を引き継いで自立性を確保していることから、大学と連携した商店街の自立的発展の望ましい先行事例と言える。

## 5. 群馬県桐生市・桐生新町における取組み

伝統産業に由来する個性を活かしてまちなかの活性化に取り組んでいる、桐生市桐生新町における取組みに着目し、実地調査やヒアリング調査に基づき、その現状と可能性について考察する。

本稿で着目する桐生新町は、1591（天正19）年から、徳川家康の命を受け町づくりが行われた地域であり、現在の桐生市本町一丁目から六丁目までと横山町を含む範囲である。桐生の町の礎ともなった地域であり、その歴史的蓄積に由来する個性をまちの活性化に活かす取組みを行っている。桐生新町は現在の正式な町名ではないが、現在も特に歴史的な町並みが残る本町一、二丁目を中心に使われている<sup>3)</sup>。

桐生新町は絹織物を地場産業として持つ在郷町であることから、特産品の絹製品や歴史的建造物の存在、天満宮を中心として開催される市や町ごとに継承されてきた祭りといった伝統文化を個性として捉えることができる。

### （1）桐生市と同市の商業の概要

桐生市は、2005年に新里村、黒保根村と合併し、現在の市域を形成している。合併前後とも現在の市域について、人口と小売業の推移を確認する（図5、図6）。

人口は、1970年代半ばをピークとして減少を続けている（図5）。それに対応するように、小

（図5）桐生市の人口の推移



出典：桐生市『桐生市都市計画マスタープラン』  
2009年10月、出所：国勢調査各年、2010年国勢調査

（図6）桐生市の小売業の推移



出典：桐生市『桐生市都市計画マスタープラン』  
2009年10月、出所：商業統計調査

売業も1980年代以降、店舗数は減少を続けており従業者数も減少傾向にあり、桐生市の地域経済は厳しい状況にあると言える（図6）。

## （2）桐生新町の地域資源

桐生新町の地域活性化に役立つ地域資源として、次のような有形・無形の資源が挙げられる。

### 1）文化財（有形資源）<sup>4)</sup>

桐生織物記念館、矢野園「矢野本店舗及び店蔵」、有鄰館「旧矢野蔵群」、無鄰館「旧北川織物工場」、群馬大学工学部同窓会記念館、ベーカリーカフェ レンガ（旧金谷レース工業株式会社）、桐生倶楽部会館、旧曾我織物工場、金善ビル（建設1921年～1925年頃の初期の鉄筋コンクリート製ビル）など

### 2）桐生新町重要伝統的建造物群保存地区（有形資源）<sup>5)</sup>

保存地区の範囲：桐生市本町一丁目及び二丁目の全域、並びに天神町一丁目の一部  
面積：約13.4ha、保存物件：建築物171棟、工作物169件、環境物件（樹木）8本

### 3）地場産業と生活活動が一体として共存してきたまちの集積（有形資源・無形資源）<sup>6)</sup>

江戸時代初期から近隣では絹織物が農閑期の産業として営まれており、江戸中期には「飛紗綾」の生産などにより飛躍的に発展した。絹織物の生産は、明治期から昭和初期にかけて最盛期を迎え、桐生における基幹産業にまで発展した。そのため、桐生新町には、江戸後期から昭和初期にかけて建てられた主屋、土蔵、ノコギリ屋根の工場など、絹織物業に関わる様々な建造物が現存しており、それらが一体となり、絹織物の製織町として特色ある歴史的な環境を形成している。また桐生新町には、買継商などが構えた事業所や織物業に携わる人々のための飲食や日用品などを扱う店舗も数多く集積していた。こうした町並みを、桐生新町は今日に良く伝えている。

この複合的な集積は有形資源であるが、歴史的経過のなかで地場産業が商業や居住など生活活動と一体となり共存してきたことにより醸成された特有の文化や雰囲気はまちの個性として捉えられ、無形資源としての意義も強い。

## 4）まちの事業者・事業者・市民による多様な主体的活動の存在（無形資源）

### （a）桐生新町の伝統文化<sup>7)</sup>

桐生新町には、江戸初期から約350年にわたり続いている地区の伝統的な行事として「桐生祇園祭」がある。祭りの期間は旧暦の6月20日から25日の6日間で神輿渡御や鉦、屋台が繰り出す盛大な年中行事とされてきた。現在は、8月初旬の「桐生八木節まつり」に合わせて行われ、本町一丁目から六丁目までの各町内が年番で持ち回り、神輿渡御など祭りの運営が行われている。

### （b）桐生三大市（第1土曜日開催）<sup>8)</sup>

① 古民具骨董市 1993(平成5)年から開催されている骨董市。毎回約80店舗もの出店があり、今では東京東郷神社、川越骨董市と並び関東三大骨董市と言われるようになっている。陳列品

は鉄瓶、火箸などの生活道具から古書、カメラ、陶磁器、版画、刀剣まで幅広く、多様な年代の人々で賑わっている。開催日：毎月第1土曜日の日の出から日没まで、場所：桐生天満宮境内（天神町一丁目地内）

- ② 買場紗綾市 江戸時代中期に盛んになった「紗綾織」に因んで、天満宮境内で開かれていた絹市を「紗綾市」と呼ぶようになった。1883（明治16）年に買場通りの物産売買所に開催場所を移した。この物産売買所を「買場」と呼び、織物や日用雑貨の取引で賑わったという。本町一丁目の古い町並みの魅力を背景に、この「市」を復活させ観光・経済効果を呼び込むため、1996（平成8）年3月から開催されるようになったのが「買場紗綾市」である。当日は、車両乗り入れが規制された道路の両側に繊維製品や生活雑貨などを売る露店が並ぶ。開催日：毎月第1土曜日、場所：本町一丁目地内、主催者：買場紗綾市実行委員会
- ③ 桐生楽市（旧楽市莫塵座）本町三丁目の通り沿いに約80店舗ほどの露店が「我が店の逸品」を並べる。いわゆるフリーマーケットだが、品物は着物から骨董品、陶磁器、刀剣、食品など多種多様で、通りを歩いているだけでも楽しめる。開催日：毎月第1土曜日 午前9時頃～午後3時頃、会場：本町三丁目通り沿い、主催者：本町三丁目商店街振興組合

### （3）「NPO法人 本一・本二まちづくりの会」と「買場紗綾市実行委員会」

桐生新町における自立的なまちづくりの具体的な事例として、「NPO法人 本一・本二まちづくりの会」による重要伝統的建造物群保存地区（以下、「重伝建地区」とする）指定への取組みと、「買場紗綾市実行委員会」による買場紗綾市開催を挙げることができる。両者の取組みは、同時並行的に密接な関係を持ちつつ地元の人々によって進められた。その成功理由について考察する。このため、桐生新町の重伝建地区の指定において重要な役割を果たしてきた「NPO法人 本一・本二まちづくりの会」の理事長と「買場紗綾市実行委員会」の委員長を務めるM氏に、2014年6月10日、ヒアリング調査を実施した。その結果は、次のとおりである。

#### 1) 重伝建地区の指定

1990年度に群馬県が実施した近代化遺産総合調査により、群馬県には多くの近代化遺産が有ること、その約1割が桐生市に存在することが分かった。桐生新町の名士達が、古い街並みの中に多く残る蔵を保存・有効活用することを市長に働きかけた結果、1990年度に地元の住民や桐生市の都市計画、文化財保護の担当者などが公民館に集まり「蔵活用会議」が開催され、蔵の活用に関する検討が始まった。当時、本町二丁目の矢野園から店蔵群（現在の有鄰館）について桐生市や地元による使用の提案があり、それを受けて土地と建物群が桐生市の所有となった。これにより、まとまった数の蔵の活用可能性が現実化した。そこで、市の文化財保護課において利用方法の検討が始まり桐生市の方針の大きな流れになった。桐生市は群馬県や文化庁とも連携し、市民参加のフォーラムなども実施された。

一方で、当時、町内の道路拡幅事業が進められており、二丁目の手前の有隣館付近まで進んでいた。引き続き一丁目まで拡幅予定があり、地元も道路拡幅に肯定的であった。しかし、既に道路拡張を実施した地域の状況から、道路の拡張だけではまちの賑わい創出効果は得られないことが分かってきた。このため本町一丁目・二丁目では、伝統的建造物が残る「本物の街並み」を保存することを選択して重伝建地区について学ぶようになった。桐生市では1990年頃から1996年頃まで文化財保護課を中心に先進事例の研究などを行い、重伝建地区の指定を目指す活動をサポートした。

しかし、地域内には都市計画道路があり、当該地域のまちづくり業務はその後、都市計画担当部署に移管された。担当部署が替わったことで、桐生市の対応は重伝建地区の指定を目指すことに消極的になり、また、重伝建地区の指定を受けると様々な制約を受ける<sup>9)</sup> ことなどから、地元の住民も全ての者が賛成ではなかった。

地元では本町一丁目・二丁目の有志12～13名が集まり、2000年に任意団体「本一・本二まちづくりの会」(以下、まちづくりの会とする。2009年にNPO法人となった。)を立ち上げた。まちづくりの会は、2001年度からは群馬県による「まちなち再生総合支援事業」も活用して、まちづくりの検討を重ねた結果、「重伝建地区」の指定に取り組むという結論に達した。そして、2007年度に「桐生新町基本構想」、2008年3月に「桐生新町基本計画」を作成した。また、2007年に重伝建地区指定に必要な同意書をまちづくりの会で作成、地区住民に諮ったところ7割を超える賛成を取り付けることができ、それを市に提出した。これにより市の方針も重伝建地区指定の方向に向かい、2012年に本町一丁目・二丁目を主とする地区の、国による重伝建地区採択が実現した。

## 2) 買場紗綾市

買場紗綾市が始まったのは1996年3月である。買場紗綾市の開催が直接の目的ではなく、重伝建地区の指定による町並み保存を実現するためには、地域外から人々が来訪し経済効果を生む取り組みが必要ということで始められた。

### ① 実施の経緯

1995年12月に、本町一丁目のみではあるが、町会と顧問の有志が連名で桐生市に重伝建地区指定の要望書を出し、同時に買場紗綾市の準備を進めた。重伝建地区の指定を目指した取り組みであり、その指定までに長期間を要したことから、結果的に買場紗綾市も長期にわたり継続することになった。今では、買場紗綾市自体を積極的に推進していく方針である。

買場紗綾市は、約18年で開催回数は220回を迎えた。買場紗綾市による地域活性化の効果は、地元のみならず地域外からの来訪者にも実感されている。重伝建地区に指定されてからは、桐生市にも頻繁に桐生新町の町並みや活動をPRしてもらえるようになった。

### ② 出店者と来客者

買場紗綾市の出店者の約9割は、桐生市内の事業者である。可能な限り繊維関係の事業者に出



店依頼しているが、屋外であるので日光対策など商品の品質管理など難しい面もあり全てが繊維関係者というわけではない。場所が狭くて制約があるが、最近では34～35店舗が出店している。

買場紗綾市の来客者は市外からも多く、その範囲は太田市、埼玉県、東京都、新潟県など遠方にわたる。当初にNHKの番組に採り上げられたことも効果があった。市外からの来訪者によると、地域の文化や歴史の雰囲気惹かれるのであり、寛げることが良いとのことである。このため、雰囲気を楽しんでもらうことを大事にしており、休憩所としての「買場ふれあい館」も地主から建物を安価に賃借し設けている。来客者の多くが地元の特産品などを購入している。買い物も来街の目的の一つでありリピーターも多い。

### ③ 地域間連携

重伝建地区に指定されている他の地域との連携も展開している。その主要な相手方が川越市である。川越市への訪問ニーズは、重伝建地区を有する都市という点だけでなく伝統的な地場産業として織物業を有する点においても桐生市と重なるので、観光客の誘致において連携の意義がある。川越市は明治時代、木綿の織物市場を作る際に桐生市と足利市の先例を参考にして作った。川越市の木綿市場は衰退したが、残った建物を10数年前に川越市が買い取った。その利用方法が検討される中で、桐生市の買場紗綾市に関心が持たれ招請された。以後、交流を続けており、買場紗綾市の仲間も昨年までの約10年間、出店してきた。重伝建地区の指定と織物業が共通しており、地域の連携を深める要素になっている。昨年から川越祭にも参加して出店している。

群馬県吾妻郡中之条町六合地区赤岩集落（以下、赤岩とする）も、重伝建地区に指定されている。買場紗綾市のメンバーで赤岩を研修旅行で訪れた際、買場紗綾市での出店を招聘したところ実現した。毎年12月に出店して特産の花豆を販売しており、大変人気で売れ行きが良い。買場紗綾市からも、9月に開催される赤岩地区の「ふれあい感謝祭」に桐生の商品を持参する。商売というより交流が主な目的である。

## （4）株式会社 桐生再生

「株式会社 桐生再生」（以下、桐生再生とする）は観光振興事業を中心に取組みを進めており、その特色としてNPO法人から出発して株式会社に移行した。NPO法人発足の概要について確認したうえで、事業の現状と課題、将来展望などについて、2014年6月10日に実施したヒアリング調査に基づき確認する。

### 1) NPO法人からの出発

桐生再生はNPO法人から出発した。その概要は次のとおりである。

認証年月日：2008年5月23日、名称：特定非営利活動法人 桐生再生、定款に記載された目的：桐生市の近代化遺産を活用し、桐生市の観光の拠点作りや、拠点をリレー的に観光案内するシステム作りをし、桐生市の企画する各観光イベントに協力し、また地元企業への支援を行い、もっ



て桐生市の活性化に寄与することを目的とする。なお、設立メンバーは、群馬県立桐生高等学校卒業生のプレ団塊の世代10名である<sup>10)</sup>。

## 2) ヒアリング調査の結果

### (a) 観光ガイドに関する基本的な考え方

桐生市には、富岡市における富岡製糸場のように、観光の中核になるものがない。そこで、観光資源としてノコギリ屋根の工場をはじめとする歴史的建造物を活用することを重視しており、まちなか散策のコースを設定し観光ガイドを実施している。年間1400～1600人の実績がある。事業を始めて約5年が経過した。大変話題になり、旅雑誌にも掲載されJRとも年間契約を行っている。観光の拠点にするため、築140年の蔵がある築100年の古民家を買取り整備した。また、総務省の地域循環創造事業の資金によりEVバス(電気自動車バス。EVはElectric Vehicleの略称。)eCOM-8を3台購入し、ノコギリ屋根の車庫を作った。

しかし、ハードである施設を作るだけでは活性化効果は期待できない。地域資源を結びつけるソフト面でのインフラ整備と来訪者をもてなす人材が必要である。桐生市民が自ら観光客を受け入れてガイドすることにより、地域個性を紹介することが重要である。すなわち、単一の観光施設に頼るのではなく、既存の多数の伝統的建造物群を有効活用する。桐生再生が実施する観光ガイドでは、観光客を観光施設間で安全に移動させ、その間に概要案内のみ実施し、各観光施設では詳しい専門家が説明する。観光客の満足が得られる観光ガイドを、地域内部の人材の分担と連携で実現できる体制づくりが重要となる。

### (b) NPO法人から株式会社への移行

NPO法人から株式会社には2013年に事業を移管し、NPO法人は2013年末に解散した。資本金2060万円、正社員2名、アルバイト事務員1名である。事業運営に法人による資産の保有と資金を借り入れる必要が生じ、NPO法人では銀行の融資が困難であることから株式会社に移行した。また、株式会社への事業移管には、次のような実質的な理由がある。

ボランティアによる観光客の受け入れも大事だが、雇用と税収が発生するなかで地域貢献できることが重要である。その実現のためには、適正な対価によるサービスの提供を希望する人たちを数多く集めることが必要となる。その手段として、旅行会社など観光事業のプロを対象として事業を拡げていくことが必要だが、そのためには対価に見合う充実したサービスの提供が求められる。株式会社が事業を実施することにより、それが可能となる。

観光ガイドについては、無償または安価に受けることを希望する人たちと、レベルの高いサービスを適正対価で受けることを希望する人たちの両方への対応が共に大事であることから、多様なメニューと対応体制を整えることを目指している。このため現在は、桐生市の観光振興施策としての委託事業である無料観光案内と併せ、古民家での食事なども取り入れた有料観光案内も実施している。

## (5) 民間事業者の取組み<sup>11)</sup>

市民が自らの有形資産（国登録有形文化財）を活用してまちの個性づくりに貢献している事例として、「無鄰館（旧北川織物工場・母屋）」がある。

旧北川織物工場は、1916（大正5）年に中核に当たるノコギリ屋根工場が建設され、その後事業拡大による増築を経て、1921（大正10）年にほぼ現在の形に整えられたと考えられる。旧北川織物工場は現在「無鄰館」と名付けられ、所有者の建築設計事務所のほか、彫刻家、画家、テキスタイルプランナーやテキスタイルデザイナーなどの造形作家たちが創作工房として利用しており、作品の発表の場としても活用されている。

## (6) 桐生新町の更なる活性化方策に関する考察

三大市と桐生再生の取組みに代表されるように、桐生新町では、民間主体の主導でまちづくりが進められている。また、三大市が毎月第一土曜日に同時開催されることや、桐生再生のまちなか観光事業が地域の関係諸主体と連携して実施されるなど、連携により事業の充実が図られていると言える。

桐生新町の取組みの重要な成功要因は、地域の独自性を探求し有効活用できたことに由来する。桐生新町では、織物のまちという歴史的土壌をソフト面の地域資源として捉え、伝統的建造物群という産業遺産をハード面の地域資源として捉え、観光資源として再生させた。これは、地域をブランド化<sup>12)</sup>することにより、観光地として振興する取組みとして捉えることができる。また、地元の有志の人々が強いリーダーシップにより事業を牽引してきたことも重要な成功要因である。桐生市による一律の開発計画に甘んじることなく、地元有志がNPO法人を立ち上げ、群馬県の支援事業を活用して「桐生新町基本構想」から「桐生新町基本計画」を作成し、重伝建地区の指定を実現した。こうしてブランド化されたまちで、地域内外の人々が活動し交流することにより、経済的な波及効果と賑わいの両方が創出され、地域活性化が実現されている。

桐生新町においては、有形・無形の個性豊かな地域資源が存在する。また、それを生かしてまちの活性化に取り組むまちづくり団体や民間事業者が存在する。まちの自立的で継続的な発展を促進するためには、市民や民間事業者が主体的に地域資源を活かす取組みを続け、地域内経済の活性化やまちの賑わいづくりを図ることが重要となる。

公的主体としての桐生市にも、民間主体の取組みを円滑に進めるために、関係主体間の交流・連携のコーディネートなどの支援策の実施が求められる。桐生新町における桐生市の役割について、現在の取組みを踏まえ検討する。

### 1) 法制度面における支援体制の整備

桐生市は2008年に、桐生市伝統的建造物群保存地区保存条例（平成20年9月29日桐生市条例第35号）を制定し、2012年1月には、桐生市桐生新町伝統的建造物群保存地区保存計画を策定

している。先述のとおり、国による重伝建地区の採択までには「NPO法人 本一・本二まちづくりの会」が大きな貢献をした。しかし、その取組み成果を条例や保存計画といった公的制度として位置付け、国の採択に結びつけられるのは、公共主体としての桐生市である。

## 2) 桐生市指定重要文化財 旧矢野蔵群（有鄰館）の活用

有鄰館の施設の歴史や用途について確認する（有鄰館案内板：2014年1月10日確認）。

所在地：桐生市本町2-6-32、指定年月日：1994年10月14日、所有者：桐生市、敷地面積：3765.30m<sup>2</sup>、附指定：神社、建築構造：煉瓦蔵、土蔵他、建築年代：1843（天保14）年～1920（大正9）年、施設内容：煉瓦蔵、醤油蔵、塩蔵、酒蔵、穀蔵、仕込み蔵、ビール蔵、洋酒蔵など、歴史と用途：有鄰館は、1717（享保2）年に現在の株式会社矢野の創業者である近江商人の初代矢野久左衛門が来往し、2代目久左衛門が1749（寛延2）年に現在地に店舗を構えて以来、桐生の商業に大きく貢献してきた矢野本店の蔵群の総称である。

この蔵群は酒・醤油・味噌などの醸造業が営まれていた頃の建物で、江戸時代から大正時代に建築された蔵9棟と神社2棟が桐生市指定重要文化財になっている。同一敷地内に現存する蔵群としては桐生市内では最大の規模をもち、まち並み保存の拠点としても位置づけられている。（中略）独特の空間を演出し、コンサートや舞台、ギャラリーなど多目的に活用されている。

当該施設は規模も大きく、在郷町としての桐生新町の特徴を代表する施設であると言える。市が所有するこの貴重な施設の有効活用は、まち全体の活性化に大きな役割を果たす。市民や商業者などが有効活用できるよう、総合的な企画力を強化していくことが求められる。

## 3) 伝建まちなか交流館の有効活用

桐生市が設置・運営しており、建造物の修理や修景など伝建に関する全般的なことや、都市計画に関する相談、建築や耐震に関する相談、空き家、空店舗、文化財などに関する相談、来街者案内を実施している<sup>13)</sup>。

桐生新町は、市役所から距離が離れていることから、まちづくりに関する市の窓口が地元設置されていることは有意義なことである。しかし、地域外からの来訪者の増加を促進するためには、有鄰館の有効活用と併せ、情報提供やレンタサイクル、レスト機能の提供など、来街者に対する補助・支援機能の拡充が求められる。

桐生新町は、多様で個性的な地域資源を擁しており、現在でもそれらが民間主導により顕在化し地域の活力創出に大きく貢献している。しかし、地域資源の有効活用の可能性が多く残されている。桐生市の取組みについても確認したが、その充実・発展が必要である。桐生市伝統的建造物群保存地区保存条例の制定や保存計画の策定に基づき、その内容の具体化のための制度面・資金面・人材面の支援、有鄰館や伝建まちなか交流館の一層の有効活用方策の創出などが求められる。

さらに、桐生市内には地場産業である織物業に由来する工場や関連建物など、歴史的遺産が数多くある。これらの地域資源とのネットワークを形成するための計画づくりや支援施策の展開が求められる。

## 6. おわりに

本稿で採り上げた商店街活性化の成功事例の事業や関係者は多様であるが、商店街やまちなかの活性化の成功に共通する要件は、商業者や地元の人々の主体性であると言える。そして、まちの活性化の本質的な要件は、「自立性と継続性」である。このため、まず商店街の構成員である商業者が主体性を持ち事業に取り組むことが重要となる。コミュニティの構成員を中心的なメンバーとするNPO法人や市民などが主体的な役割を担う場合や、パートナーとして重要な役割を担う場合もある。

自治体や大学などの公共主体が事業主体となる場合は、資金供給が継続的に行われたい限り事業は終了するため、商店街の活性化効果も継続しない。その取組みに商業者が賛同し当該事業を引き継ぐものでなければ、商店街の自立的で継続的な活性化は期待できない。

ただし、国や自治体など公的主体による資金的支援の意義が否定されるものではない。商店街は地域振興の経済的源泉であると共に、コミュニティ振興の重要な拠点でもある。その振興を図ることは、国や自治体の重要な役割となることから資金的支援も有効である。しかし、地域の自立的・継続的な発展を確保するため、コミュニティの構成員による主体的な取組みに対する側面的な支援の立場を採ることが必要となる。

教育・研究機関である大学に対しても、次のような取組みにより、商店街の活性化への貢献が期待される。①商業者を主体とする人々が商店街の活性化に取り組む際に、その方策について専門的な助言や情報を提供すること。②商店街活性化に関する研究を実施すること。そのための社会実験を、研究費を資金として実施する場合がある。これは、効果が短期的な場合であっても社会的な意義がある。できれば、自立的な商店街の発展方策に繋がる研究テーマであることが望まれる。③商店街活性化に関する大学教育の学習・研究の場として、商店街に活動拠点を設けること。学生にとっては、商店街や商業者の現状や取組みを実感することができ、実践的な学習研究の機会を得ることができる。商店街の商業者にとっても、学生との交流の場を持つことで新規性への刺激を受けることができる。また、学生のキャリア教育を商店街と連携して実施することも考えられる。その場合、厳しい競争環境のなかで一所懸命に商売に取り組んでいる商業者に、自立的な商売の方法と心構えを学ぶカリキュラムとすることが求められる。

商店街活性化に必要な基本的要件は、商業者をはじめ地域コミュニティの構成員が中心となり、取り組む事業の内容に応じて公的主体と連携することである。公的主体が中心となり商店街活性化の事業に取り組む場合も、商業者の積極的な参加を引き込み、将来的には商業者が主体となる事業として引き継いでいく必要がある。

本稿では、まちなかの自律的発展の方策について、その中核となる商店街の取組みを中心に検討し、商店街の活性化には商業者の主体性が重要な要件になるとの結論に至ったが、それを商業

者の自主性のみになんてしても一般化させることは容易ではない。公的主体が、商業者の主体性を尊重しつつ商店街の活性化を側面的に支援する方策を確立していく必要がある。

(かわとう よしひこ・高崎経済大学地域政策学部教授)

#### 注

- 1) 長崎市による「まちなか」の定義は、「西坂公園・新大工・南山手に囲まれた、歴史や文化、商業・業務・サービスなど都市機能が集積する面積約240haを「まちなか」と定めています」としており、商業を中心とした機能に加え、地域コミュニティと密接な関係にある歴史や文化も重要な要素になっていると言える。また、「宮崎県まちなか商業再生支援事業実施要領」(2009年4月1日)における「まちなか商業」の定義は、「地域住民の身近な買い物の場であるとともに、地域の伝統行事をはじめとする地域コミュニティの核となる、商店街等を中心とする地域における商業活動をいう」としており、まちなかについて、商店街、地域コミュニティが重要な要素になっていると言える。両者から、商店街と地域コミュニティが「まちなか」にとって重要な要素であることが読み取れる。 出典：長崎市 (<http://www.city.nagasaki.lg.jp>、2014年7月5日取得、「宮崎県まちなか商業再生支援事業実施要領」(2009年4月1日))
- 2) かぬま i タウン(鹿沼商工会議所・鹿沼TMO) ([http://www.kanumaitown.com/shop\\_info/shop\\_info.php?shop\\_id=00011059-01](http://www.kanumaitown.com/shop_info/shop_info.php?shop_id=00011059-01)、2014年2月10日取得)
- 3) NPO法人本一・本二まちづくりの会「桐生新町の町並み」(2013年5月取得)による。
- 4) 佐々木正純編著(2008)による。
- 5) 上掲3)による。
- 6) 上掲3)による。
- 7) 上掲3)による。
- 8) 桐生市 (<http://www.city.kiryu.gunma.jp>)、2014年1月12日取得)による。
- 9) 建造物等の外観を変更(新築・増築・修繕・除去等)するときや土地の造成、樹木の伐採などを行う場合は、許可が必要となる。 出典：桐生市パンフレット「伝建群をめざして：歴史を活かしたまちづくり」2008年8月1日
- 10) 群馬県 (<http://www.npo.pref.gunma.jp/db/npo/view.php?id=614>、2014年5月10日取得)、株式会社桐生再生 (<http://saisei.kiryu.jp>、2014年7月1日取得)による。
- 11) 上掲4)による。
- 12) 田中(2012)は、ブランドを「特定の商品とその表象について消費者がもつ認知システムとしての知識」と定義している。また、ブランド・エクイティについて「企業にとってブランドは資産」であることを意味するとしている。
- 13) 桐生市 (<http://www.city.kiryu.gunma.jp>、2014年1月12日取得)による。

#### 【参考文献】

- 河北裕喜、浦山益郎「地方小都市における空き店舗を活用した地域交流施設の効果と持続的に運営するための課題：奈良県吉野町上市地区の社会実験を通して」『日本建築学会技術報告集』第20号、2004年12月、pp.319-324
- 神戸一生「商店街活性化事業の変化と支援策の課題」全国市議会議長会編『地方議会人』第43巻第7号、2012年、pp.17-21
- 佐々木正純編著『きりゅう百景：人と糸が織りなすまち桐生 風景選集』佐々木正純、2008年
- 田中 洋編著『ブランド戦略・ケースブック：ブランドはなぜ成功し、失敗するのか』同文館、2012年、pp.11-12
- 服部年明「商店街活性化への支援と人材育成」全国市議会議長会編『地方議会人』第43巻第7号、2012年12月、pp.22-27
- 久繁哲之介「コミュニティの場として商業施設を再生(4)：空き店舗は1日でも貸す「日替わりシェフレストラン」『地方行政』第10328号、時事通信社、2012年、pp.2-6
- 藤津勝一「商店街活性化に求められるコミュニティ支援機能：地域ニーズへの対応で展開を目指す商店街事例」信金中央金庫 地域・中小企業研究所編『信金中金月報』第10巻第8号、2011年8月、pp.25-47