

主席 清水秀幸
主研究員

清水秀幸



稿 寄

人口減少社会と
地方都市の活力再生 ⑦

と、SMやコンビニの誕生は至極必然性に満ちていることが理解できる。顧客の欲求や利便性の追求といった商人の基本的なあるべき姿勢を見失い、既得権益にあぐらをかいている状態の中に商店(街)としてのオリジナリティやイノベーションが起る筈もない。

一方SMやコンビニは同業者間の激しい競争の中で、いかにして生き残れるかの術を日々探求している。その

して、その基本軸は、あくまで日々の顧客の欲求をいかに掴むか、ということ。そして今は、顧客の心理をいかに先取りし、トレンドを創れるか、という分野の研究実践へと到達している。

巨大資本を背にSMやコンビニのように多くのバックデータを集積し、媒体をフル活用してトレンドを創造する、ということ筆者は商店街に求めているのではない。以前にも

述べたように、彼ら自身にはせめて生き残るための「変化への対応」を期待しているのである。

今では「ユニクロ」ブランドで世界進出を果たしたファーストリテイリングの柳井社長ですら、その出発は商店街の一角のさびれた店の再興が発端であったことを忘れてはならない。

をリーダーとするセブーン・イレブン・ジャパが、アメリカのセブーン・イレブン本社を呑み込み、親会社のイトーヨーカ堂さえも凌駕して、世界に冠たるコンビニに成長した勝因も、リストラされた連中の「反骨精神」が成し得た術(わざ)であったことも、商店再興のモチベーションにしたいのである。

また長野県坂城町出身の鈴木敏文氏(現セブン&アイHD会長)地方自治体の財政規模縮小という時代背景の

中で、中心市街地に再びスポットライトがあたり始めている。「みんなのための中心市街地」という公共財の認識が高まることで、街づくりにおける役割分担、つまり公共が舞台(施設)を整備し、民間事業者(商人)あきんど)が芝居(商業活動)をするための条件が今整いはじめている。今が絶好のチャンスである。

それだけに、あきんどの「やる気」と「取り組み」が中心市街地の再生、活性化の実現に求められているのである。また大切なことは、それを後押しし、

補完する「地域の総合力」の存在である。地方自治体は云うに及ばず、商工団体、金融機関、そしてそれらを調整するTMO(街づくり会社)のバックアップが再生、活性化実現の鍵をにぎる。

4 (5)アイデンティティーの確立

そうした場合、中心市街地の全ての協力が得られる「体制づくり」が最善の方法としてあげられるが、既に店じまいをしている、また後継者が不在等の実情をどう捉えきるか、が大変重要な問題となる。

そこで商店主に求められるものは、「意識の転換」である。つまり、資産の所有と利用の分離、一定期間を定めた借地、借家の工夫、またその資産を処分(所有権移転)した場合の負担(税)の軽減といった具体策の必要性を持ち合わせる必要がある。

せんじつめれば、キーワードは「意欲ある人は外からも参加し易く、内部の人が安心して資産を託せる仕組み(環境)を創る」ということになる。それらを地域を挙げて取り組み、TMOの指導力や調整機能を導入した、より強固な方策を一回

となつて検討していくことが重要となっていく。加えて、中心市街地は公共交通機関の結節点に隣接していることから、高齢化、環境整備問題(CO₂)対策等の観点からも、来訪者の増加に資するための公共交通機関との連携も課題となる。

とも大変重要になる筈である。そこに住む人々が総力戦で再興を期し、地域への自信と愛着を取り戻し、1つのアイデンティティーを確立することが魅力の向上につながり、人を呼び戻す最善の道と考える。

清水 秀幸氏(しみず・ひでゆき) 1952年長野市生まれ、76年明治大学政経学部政治学科卒、同年守谷商会入社、2006年6月取締役就任。各支店長、営業本部長を経て、退任。13年7月にさくら都市総合研究所を設立し、現在社長。

4 (4)商店(街)に期待するもの

こうして商店街の成り立ちや今日に至る経過を踏まえ、その衰退の原因を探ってみる