

## スイス、イタリアにおける町興しの事例研究

### 研究要旨

- 【目的】商店街の活性化事例として、町興しに成功している諸外国の例を調査し、成功の要因を探ることを目的とする。
- 【方法】フォックス・タウン（スイス）、ボローニャ（イタリア）を対象に、町興しの事例研究を実施した。
- 【結果】フォックス・タウンにおいては、近くにミラノなど大都市を有すること、スイスの VAT が、イタリアなどに比較して低く設定されていることが、競争力維持に有利に機能していた。豊かな歴史的資産を有するボローニャでは、自治体の積極的な関与のもとに、旧市街の再生に資源を集中投資すること、親企業とスピン・オフ企業群による、集積し、競争しながら相互に補完し合うネットワークが特徴である。この2つはボローニャ方式と呼ばれている。
- 【考察・まとめ】新都心の開発計画は、画一的になりやすく、旧市街と同様の都市の魅力を持たすことは困難であり、むしろ長期的な投資対効果は旧市街の再生の方が高い可能性がある。これについて、長期的な投資対効果の検討を可能にするモデルの開発が望ましい。

### A. 研究目的

商店街を通じた町興しは、種々の手法が可能である。ヨーロッパ最大のアウトレットモールを通じた町興しの成功事例であるスイスのフォックス・タウンと、都市再生の実験モデルとして有名なボローニャを対象に現地調査を実施し、成功要因と日本への導入可能性について検討する。

### B. 研究方法

文献調査および現地の訪問調査を実施した。実施期間は2013年1月5日から10日である。

### C. 結果

(1) フォックス・タウン  
フォックス・タウンは、スイス、イタリアの国境近くに位置し、ミラノからは車で45分、コモからは20分程度の距離にある。屋内型アウトレットモ

ールを中心に構成された比較的小さな町である。約160店舗が250ブランドを取扱い、レストラン、カジノも併設されている。ミラノからはバスツアーも行われている。

特徴は、①ミラノなど大都市から交通便利な位置にあること、②スイスのVAT(付加価値税)が7.6%と、イタリア21%、フランス19.6%、ドイツ19%などと比較して税率が低く、周辺国に比較してVATが低い分割安で購入が可能であるため競争力が大きなことである。

VATは、価格競争力に大きな影響を与える。イタリア在住者に対するヒアリングでも、ガソリンをVATが安いスイスに入れに行くことは日常的に行われており、また、EU諸国内では、国境を通過する際には、購入した商品を提示し付加価値税の差額分を支払う義務があるが、実際にはほとんど守られていない。EU外からの旅行者に対しては、

スイス国境に税関が設置されており簡単な手続きで Detax (VAT 払い戻し) ができるようになって

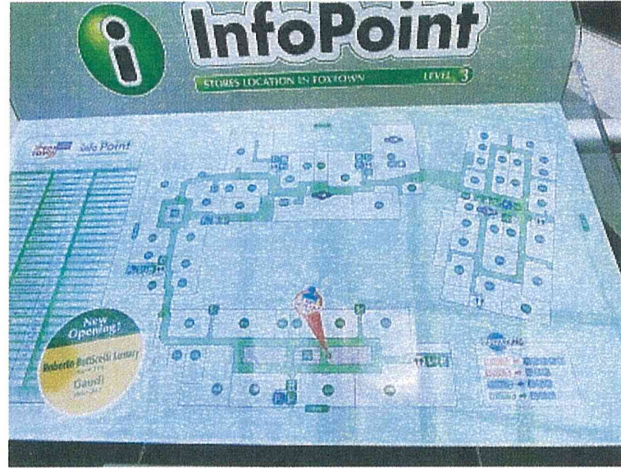


図1：フォックス・タウンの案内図

## (2) ボローニャ

### 1) 都市の概況

ボローニャは、エミリオ・ロマーニャ州の中心であり、人口は市内で 40 万人、広域では 100 万人、うち大学生が 11 万人を占める。旧くから交通の要害として発展し、ローマ、ミラノなどの大都市を結ぶ鉄道、道路のハブともなっている。1088 年にはヨーロッパで最初の大学が設置された。ボローニャ大学では、商取引が多かったため、ローマ法を教える法学が発展した。また、学生の組合 (university) が大学を作り、学長は学生代表がつとめ、教授を雇用する方式をとったため自治の気風が強かった。同時期のパリ大学が、ノートルダム教会の支援のもとで、神学を中心に発展したのとは対照的である。イタリアにおいても、食材が豊富で、食文化のレベルが高いと評価されている。街なみでは、テラコッタの赤い街並み、回廊を特徴とし、共産党の勢力が強い。学問都市 (ラ・ドッタ)、肥満都市 (ラ・グラッサ)、赤い都市 (ラ・ロッサ) の異名を持つ。

文化による街の再生モデルはボローニャ方式と呼ばれ、2000 年にはヨーロッパ文化都市にも選ば

れている。



図2：赤い都市の異名を持つボローニャ

### 2) ボローニャ方式

ヨーロッパの諸都市では、歴史が古く、維持費が高く、権利関係が複雑なことが多い。このため都市再生は、郊外に新たなコンベンションセンターや新都心を開発することが多い。しかし、そのような新都心には、これまで旧市街に集積してきた小規模な商店や職人などがまとまった形で移動することができず、いったん、バラバラになってしまった後は、再生は困難なのが普通である。また、旧市街は空洞化し、寂れてしまうことが多い。このような反省に立って、ボローニャでは、公費を用いた旧市街の再生を行い、街の魅力であり、情報の発信源であり、競争力の源泉である都市への職人、芸術家、商店の集積を図る方策をとった。産業政策としては、大企業による大量生産に対して、むしろ、親会社からのスピンのオフを奨励した。同一分野における親会社と、そこから派生した中小企業群が、集積し、競争しながら相互に補完し合うネットワーク構築を図った (3C: cluster, competition, collaboration)。パッケージ産業、自動車産業は世界的にも競争力が高く、代表的な例である。また、イタリアでは地方自治体の権限が比較的強く、都市計画は市、産業政策は州が管轄する。ボローニャでは、中小規模への情報提供、

外国との商談の場設定などに自治体が積極的に関与している。この、旧市街の再開発、スピン・オフ企業群の育成を中心とする都市再生モデルをボローニャ方式という。

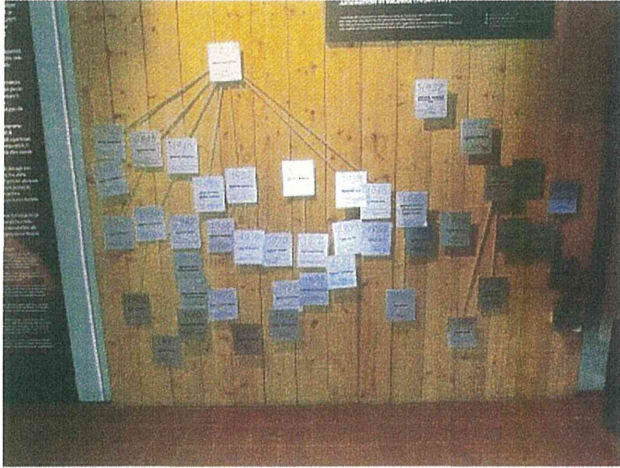


図3：1924年創業のIMA社とそこからのスピン・オフ企業群は、パッケージ産業において非常に競争力の高い企業群を構成している。

### 3) コオペラティブ（社会的協同組合）

イタリア憲法では「共和国は、相互性の性格を有し、私的投機の目的を有しない協同組合の社会的機能を承認する。法律は、最も有効な方法により、その増加を推進し、助成し、および適当な監督により、その性格と目的とを確保する。」として、コオペラティブ（社会的協同組合）を規定している。

コオペラティブは、イタリアでは非常に一般的な仕組みである。税率は一般企業の27~30%に比較して7~10%と優遇されている。赤白に分類されることが多く、それぞれ白はパチカン、赤は共産党との関係が深い。中小企業の保護の機能があったが、現在では最大なものも3万人を雇用しており、政治力が強いのみならず、ガバナンスが不透明で、コントロールが困難であるとの批判もある。

## D. 考察

フォックス・タウンにおいては、近くに大都市を有すること、VATが低く設定されていることが、競争力維持に有利に機能していた。日本では、沖縄で特定免税制度が設けられ関税が免除されている。しかしながら、①関税率は年々下げられ、むしろ消費税の比重が高まっているが、消費税は免税になっていないこと、②免税店の規模が小さく集積されていないこと、③対象者が本土からの旅客に限られ、割高な国内線料金を考えると、むしろ韓国など周辺国の方が魅力があること、から町興しへの寄与は小さいと考えられる。日本に導入を図るならば、大都市近郊、かつ消費税免除の特典を、たとえば東日本大震災被災地、東京近郊の離島などに与え、町興しを図ることなどが想定される。

ボローニャにおける、自治体の積極的な関与のもとに、旧市街の再生に資源を集中投資することは一向に値する。新都心の開発計画は、画一的になりやすく、旧市街と同様の都市の魅力を持たすことは困難であり、むしろ長期的な投資対効果は旧市街の再生の方が高い可能性がある。これについて、長期的な投資対効果の検討を可能にするモデルの開発が望ましい。

コオペラティブは、イタリア独特の制度であり、日本ではNPO、確認会社（1円企業）などが比較的類似の仕組みである。NPOは増加傾向にある、社会的にも認知されつつあるが、確認会社については未だ十分に普及していない。あらたな組織形態の導入を日本に図るか否かについてはさらなる検討が必要である。

## E. 参考文献

- 1) 星野まりこ：都市を創る市民力 ボローニャの大実験、講談社、2006、東京
- 2) 井上ひさし：ボローニャ紀行、文藝春秋、2008、東京

## E. 研究発表

1. 論文発表

なし

2. 学会発表

なし

F. 知的財産権の出願・登録状況

なし

### 「活性化」とは何か

#### 商店街の衰弱・不活性化に抗する活動をめぐる聞き取り調査から

##### 研究要旨

【目的】 地域や商店街の活性化をめぐる活動において、住民は何を求め、それはどのように支援されるのかについて、巡見・視察と聞き取り調査の結果から分析し、問題提起を行う。

【方法】 以下の地域および商店街の活動について、視察と聞き取り調査を行った。

滋賀県生活衛生営業指導センター主催による地域連携事業の会合（映画を中心とした町おこし事業との連携）、沖縄県那覇市の新旧の商店街として栄町市場商店街と泉崎一丁目商店会、戦後の嘉手納基地とともに成立した沖縄市の中心市街地（胡屋十字路を中心とした商店街区）、台湾・台北市では、日本統治時代からの繁華街である西門町、日本統治時代に日本人町のあった圓山、郊外の新興開発地である西湖の三地域。

【結果】 各地域の成立・現状と、活性化を目指した活動を整理した。滋賀県彦根市では、地域の有志が担う活動をゆるやかに支援することで、まちの活性を模索する。人が集まり模索する過程が重視されていた。那覇市の新旧の商店会でも、人同士交流や結びつきが重視されていた。こうした活動をする事自体が、人々の連携を強化している側面がある。一方、沖縄市のように行政主導の活性化においては、行政施策の中心からのまなざしが強く顕れやすく、住民の目線に近づきうるのかは疑問が残った。台湾でも、交通路線の形成に伴い、商圈の再生や再編が模索されている。現在は若年層の囲い込みが課題とされているが、年配層や今後の顧客の高齢化との折り合いをどのようにするかが課題とされはじめる時期であった。活性化の活動が盛んな地域とは、必ずしも大きな成果が達成されているわけではないが、いずれも当事者が強い問題意識を持ちながら課題に立ち向かうことで、人を巻き込みながら連帯の拡大に成功していた。

【考察】 地域の商店街という特権は、交通インフラの普及による場所性の解体により脆弱化している。都市の空間構造が変化した現在、繁栄期の復興を目指す試みは失敗に終わるであろう。地域の資源を蕩尽する観光化も、長期的な成功の維持は簡単ではない。大手資本との対抗が現実のものである以上、人と物を効率的に結ぶ関係ではなく、人と人・人と物を結ぶメディアとしての市場（いちば）の魅力を復興することが可能な生き残り策かもしれない。活性化は、成果を求める思考ではなく、その過程を生きる思考のなかで評価するべきではないかと考えられる。

#### A. 研究目的

人口増加期に形成・発展した各地の商店街から客足が衰え、その危機が叫ばれるようになって久しい。この「衰退」に抗して、生き残りを目指した活動が各地で活性化している。これらの活動は、

個別の商店街で完結した活動から、より広域の地域を含めた「まちおこし」に至るものまで多様である。しかし、すでに経済規模の拡大に無限の期待を寄せられる時代ではない。身を削る競争を零細の商業店舗に課し続けることも好ましい未来を

生むことはないであろう。では、「活性化」という結果あるいは状況をどのように考えればよいのだろうか。

本研究では、活性化を模索し活動する地域を訪問し、当地での聞き取り調査から、「生活者の視点」を鍵としながら問題提起を行った。

## B. 研究方法

はじめに「生活者の視点」から触れていく。

20世紀の都市地理学や都市社会学では、形成期の都市を1つの閉じた生態と捉える視座が台頭した。その代表はバージェスが示した同心円状の空間構造モデルである。19世紀チューネンの農業立地論にならって、経済的中心地からの距離を関数として都市内の土地利用・立地の合理性が論じられた。その後、扇形モデルや多核モデルなどの改良モデルも提示されたが、それらを含めて、その基本の枠組みは機能的効率を含めた経済合理性に集約されている。

こうしたモデル化に対して、ポストモダン派の地理学や社会学からは、任意の経済圏の分節が空間の物神化に至っているのではないかという懐疑や、議論が政治経済的序列の保持を前提として権力的視座の再生産に陥ってしまう点に批判が向けられた。また、場所に付与される文化的価値や感情など実際にまちに生きる人々の視点の看過も指摘され、多様性を前提として、社会階層・ジェンダー・エスニシティなどによるリアリティの差異に注意を払う研究態度も登場した。こうして、前者は鳥瞰的に見定める権力者の視座、後者は「地を這うもの」「虫の目」などの修辞とともに生活者の視座として対置されたのである。

むしろ、この視座の対置は単純かつ固定的なものではない。フィールドでは、さまざまな場面で権力的視座の体現や他者から向けられたまなざしを内面化した自己の表出に出会うのであり、利害関係の交渉を通じて複雑に入り組んだ視座が露見する。こうした多声的なリアリティを丁寧に把握

するには、地域の人々との綿密な関係性を構築しうる期間を有したフィールドワークが欠かせない。それを怠ることは、単純な図式を強化する怖れを大きくする。しかし、今回はミッションの提示からの時間が限られていたこともあり、巡見調査以上の時間を割くことができなかった。そのために、訪問地域における情報収集において発せられた、経済的合理性を訴求するもの言いに対置されるような言説のいくつかを拾い上げて生活者の視座の表れとすることで、「活性化」の可能態の考察に結びつけていく。

なお、調査は以下の地域で行った。滋賀県生活衛生営業指導センターは独自の地域連携事業として、彦根市で行われる映画ロケを支援する街の活性化の活動を応援している。今回は、指導センターと生活衛生営業の業界代表者と活動者たちとの連携を目指した会合に臨席した。また、沖縄県的生活衛生営業指導センターの活動に関するヒアリングと、那覇市の新旧の商店街としてモノレール安里駅に近い栄町市場商店街と市役所に近い泉崎一丁目商店会の巡見と当地での聞き取り、戦後の嘉手納基地とともに成立・成長した沖縄市の胡屋十字路を中心とした商店街区とコザ十字路近くのコザ銀天街（コザ十字路市場）の巡見と当地での聞き取り、台湾・台北市では、若者の集まる繁華街の西門町（西門街区）、日本統治時代に日本人街のあった圓山の圓山商圈（商圈は日本の商店街・商店区にあたる）、台北郊外の新興開発地域である西湖商圈での関係者からの聞き取りを行った。

## C. 結果

各地域での聞き取り調査から、各地域の概要と、この報告に関与する言説をピックアップして提示する。

### （1）滋賀県生活衛生営業指導センターの会合

彦根市の花しょうぶ通り商店街（旧・上恵比須商店街）の有志が中心になり、彦根市で行われる映画ロケを支援する活動が行われている。これに

より地域が「盛り上がる・元気になる」ことを期待している。活動は有志のボランティアであり、一部の参加者に負担が偏る側面もある。しかし、NGOのような組織の固定化は考えておらず、イベント毎に参集するような緩やかな連帯のもとで活動の継続を目指している。会合では、この活動が紹介され、生衛業の組合代表者たちにも協力の可能性を検討して欲しいという旨が伝えられた。

会議では、「求める結果は何か」「どうなったら元気になったと言えるのか」「積極的な誘致はしているのか」などの質問が寄せられた。活動の具体的な成果や目標についての問いである。外部からの支援を受ける以上は、具体的な成果を示し、それを加速する誘致活動も期待されるのではないかというものの言いは、中心からの視座としては間違いない。しかし、出席者の回答は、具体的な成果を求めた活動ではなく、その時々で参加者自身がやりがいを感じながら活動できることを重視しているという。また、彦根市は彦根城とその城下町の風情を残す地域で、映像作品の舞台に用いられることが多いそうだが、積極的にこれを売り込むことはしていない。あくまでも、何かの機会が生じたならば参集するというスタンスであった。

彦根市には「ひこにゃん」という人気のゆるキャラがあり、彦根城では連日パフォーマンスが行われている。平日の午前中でも、その登場を期待する人々が参集している。そのパフォーマンスに際して、スタッフから「無理をせず、ほどほどの、ゆるい」演技なので、あまり期待しすぎずに「あたたかく見守ってほしい」という主旨が強調される。会合では、これを引き合いにして、銘々が無理をしないレベルで工夫をして活動に関与することで活動を継続させて、めぐりめぐって地域の活性化になればよい。また、無理をしない程度に「ゆるり」と、余裕のある人が応援をしていこうというまとめが提示された。

## (2) 沖縄県那覇市・栄町市場商店街

那覇市安里地区の栄町市場は、戦後の公設市場から発し、その後行政から承認を受けて市場として存続してきた。庶民向けの社交街が隣接し、かつては活気のある地域であったという。市場の設備は古く、昭和30年代頃までの風情を残している。しかし、近隣へのスーパーマーケットの展開や市場内の店舗主の高齢化などから寂れていた。これに抗した栄町市場振興組合の働きかけによって、空き店舗に新しい世代の飲食店・居酒屋が開店し、地元住民の音楽活動を組み合わせたイベントなどを通じて活性化を模索している。

訪問時の日中の客層は高齢者が中心であった。数名の高齢者の話では「昔ながらの市場の方が話もできて落ち着くので訪れている。スーパーではものを買うだけでつまらない。もっと若い人も訪れて、賑やかに繁盛して欲しい」という。とはいえ、その方々の子ども世代（中年層）や孫たちは「古くさく汚らしい」市場を嫌ってスーパーマーケットで買い物を済ませているという。

栄町商店街では、古い市場の風情を街歩きの観光資源として訴求している。実際に、猥雑さの魅力に惹かれて集まる人も少なくないという。しかし、それが小売店の売り上げを大きく押し上げるかといえば、大きな期待は難しい。販売される商品に強い独自性があるわけではないからである。

では、古い「市場」という空間そのものが持つ魅力は何だろうか。一般に、市場では、顧客と店舗が「馴染み」の関係で結ばれることが多い。客は、市場内の馴染みの店を廻りながら、会話を楽しみ商品を購入する。購買と交流は切り離せない関係に配置されている。比較的若い店主の装飾品の店の前では、訪れた女性が「前に来たときにも気になっていた」と声をかけながら商品に触れ、店主も（社交辞令かもしれないが）「前に来たときのことを覚えている」と応えながら、店の奥に客を招き入れて茶飲み話をはじめていた。

市場には、新しい小さな居酒屋が作られており、夜の飲食店の開店時間には比較的若い世代も多く

訪れるとのことであった。こうした飲食店への期待には、小さなカウンター越しの店主との交流も含まれている。昼間の市場と夜の居酒屋では顧客層は異なるが、その空間に求める期待は身体的な接触を感じさせる交流という共通の要素を持っていることが指摘できるであろう。狭い市場空間でのライブイベントなども同様の経験になっているのではないだろうか。それは顧客が喜ぶだけでなく、店側の人間も活性化される状況であろう。また、親密さを築く交流では、身体距離は重要な要素である。小さな路地と店舗がこうした接触を助長する側面があるのかもしれない。

### (3) 沖縄県那覇市・泉崎一丁目商店会

那覇市泉崎一丁目には那覇バスターミナルや那覇市役所がある。市役所の建て替えのために仮庁舎が3キロほど離れた新都心（おもろまち）に一時移転していた期間に、地域の店舗の顧客が減少した。市役所への陳情に際して個人では相手にされなかったことから、区域に散在する店舗の連携のために3年前に商店会が設立され、以後は店舗だけではなく地域で商業活動を行う企業も地域活動に参加するようになった。連携の象徴として商店会ののぼりを立てて、地域の清掃やタバコのポイ捨て対策などの環境美加を中心に活動している。商店会を結成してからは、市や企業との交渉も捗るようになったという。

地域をとりまく社会状況はつねに変化しており、その中で商店は存続をかけた取り組みを継続する。鉄道がなく公共交通をバスに依存してきた沖縄では、那覇バスターミナルは交通の要所であった。しかし、自家用車の普及と沖縄都市モノレール線の開業（2003年）により、利用客は大きく減少した。市役所の一時的移転も、小売店には大きな影響を与えた。こうした環境の変化に対して、ネットワークを保持することが存続の可能性を大きくしたともいえるだろう。清掃活動やのぼりの設置に直接的な経済効果を読み取ることはできないが、

それをきっかけにして地域の異業種間の人的交流が生じたことが重要であったという。ほかの店舗を訪れ合うことも生じて、地域への愛着を促進したのではないかという。

### (4) 沖縄県沖縄市・胡屋エリア

沖縄市は、那覇市からバスで50分ほど、戦後の嘉手納基地の設営に伴い形成された新興都市である。県外・県内からの移住もあり現在も人口は増加しているが、中心地域の居住人口は減少傾向にあり空洞化が加速している。嘉手納基地から胡屋十字路に至るゲート通りの東側500㎡のエリアは中心の商店街区として発展した。サンシティ、一番街、パルミラ通り、Jパレード通り、コザSC通り、中央パークアヴェニューの商店街があり、ゲート通りの西側には日本人向けの飲み屋街・中の町社交街区がある。

この地域は、米軍の基地景気によって形成された。しかし、現在は嘉手納基地の米兵に夜間外出禁止令が出されているために、米兵向けの飲食店街は閑散としている。ほかの商店街も客足は遠のいており、現在はシャッター街と化している。沖縄市が実施した通行量調査によると、商店街の歩行者数は20年前と比べて1/3程度にまで減じている。今回訪れた土曜日曜も、歩行者はほとんどいない閑散とした状況であった。

こうした現状に抗して、沖縄市は平成22年から「コザらしい生活ができるまち・商店街から交流街へ」をテーマにして中心市街地の活性化に向けた取り組みを開始した。老朽化していた商店街のアーケードが改修され、長期空き店舗の再生（植物工場としての利用、コザ商店街連合会による商店街の交流や情報発信・無料休憩所とトイレ・有料レンタサイクルなどを提供する「商店街交流広場コザBOX」の設置）の試みも行っている。

中心街の活性化のために、巨大な複合施設も整備された。1997年に沖縄市の第三セクターが地域の一角に地上5階建ての商業複合施設「コリンザ」



を建設した。しかし、十分な集客は果たせず、2008年には商業テナントは全て撤退し、第三セクターの経営も破綻した。現在は、市の施設の移転や拡充などによる再生を模索している。また、2007年には地上9階地下1階の音楽複合施設「ミュージックタウン音広場」を胡屋十字路に開設、その背景には、この地域が米兵との交流からライブハウスが栄えて、有名バンドも多数現れたような沖縄ポップミュージックの形成に大きな影響を与えた土地柄という自負がある。現在も、連日のようにライブイベントが行われ、その時間には若者が集まっている。しかし、それ以外の時間帯やテナントは閑散としており、中心街への集客という期待に応えうるかは判断しにくい。集まった若者を迎える商業施設が商店街に登場するようになると、変化が現れるかもしれない。

地域の人の話では、日常の買い物は近隣のスーパーマーケットを利用し、ちょっとした買い物は北谷町美浜のショッピングセンターや、駐車場のある周辺の商業施設を利用する。上記の商店街でもいくつかの飲食店は利用することはあるが、駐車施設の自由度も少なく、魅力のある店が少ない。店舗数も非常に少ないので散策の魅力もないので利用する機会が殆どないという。また、少し離れた場所に店舗を構えた方の話では、中心街は賃料は高いのに訪れる歩行者は少ないので、現状ではメリットはないという。

観光化の試みについても触れておくと、沖縄市は、戦後からエイサー（地域の伝統舞踊）を復興のシンボルに位置づけた活動を行ってきた。近年、そのエイサーの踊り手をキャラクター化（「エイ坊」）して、街中にその像や図案を設置している。また、観光客向けとして、商店街や観光施設周辺を無料 Wi-Fi サービスエリアにして、店舗を紹介するスマートフォン用のアプリ「KozaApps」も配布している。

また、沖縄県では、沖縄戦の記憶を平和教育の資源として、修学旅行の招致を積極的に行ってき

た。しかし話者の高齢化などから、新たな教育資源が模索されている。沖縄市では、米軍基地と歩んだ戦後沖縄史に着目して、商店街の一角に沖縄市の戦後史資料館（ヒストリート）を設置、商工会議所では1970年9月のコザ暴動を紹介するスマートフォン用のアプリ「コザ暴動」も配布している。

地域アイデンティティを掘り起こしながら、数々のイベントを企画し、中心街の復興を目指そうという試みは行政の主導下で行われている。イベント中心とした招客は、華やかな成果を彩るには良いのかもしれない。しかし、基本的には一過性の祭礼的性格が強く、生活空間としての中心地域の再生という視座がどの程度あるのかは疑問も呈せざるを得ない。

#### （5）台湾・台北市西門街区

台北市西門町は、日本統治時代から下町の繁華街として栄えて、戦後も古い町並みを抱える商業区域として地元住民に認知されてきた。台北に最初の百貨店が建設されたのも、この地域である。しかし、1980年代までの台北市内の公共交通はバスとタクシーであり、外からの観光客が気軽にアクセスできるエリアではなかった。1980年代から台北市東部の新市街（東区）の開発が進み、街並みの整備された商業地域として多くの観光客を集めるエリアになった。また、台北市内の多様な商業地域との競合も進み、西門町の衰退が指摘されるようになった。これに抗するために、台北市の地下鉄建設計画とともに再開発が計画され、道路・街灯の整備と車両の乗り入れ制限によって、歩行者を優先した商業街路化が進められた。下町という立地から高級店はないが、小さな間口の店舗には若年層をターゲットとしたテナントも集まり、昔ながらの台湾の屋台料理からファストフード店まで、多様な店舗が混在する。2000年の台北捷運（通称：MRT）西門駅（板橋線・小南門線）の駅開きとともに、観光客は増加した。現在は、

東京原宿の竹下通り商店街のような若者向けの活気のある商業区になっている。

こうした商業区の活性化を維持する専門のスタッフにおいて、イベントの働きかけや協賛などを行っている。連日のように大道芸や音楽のイベントを行うだけでなく、地域の歴史を紹介する展示館を設置するなど、多様な創意工夫が実践されている。外国人観光客向けのパンフレットやホームページもあり、国内外の観光客をターゲットにした商業区域になっている。ただし、観光地区となっているために、飲食業を除けば住民のための商店街という機能は果たしにくい。かつての年配層の顧客や近隣住民は、地域に隣接するスーパーマーケットや西門町周辺に点在する古い商業区を利用するようである。

#### (6) 台湾・台北市圓山商圈

圓山は台北市北部・基隆河沿いの町で、孔子廟などもあり古くから栄えた地域である。対岸には日本統治時代に台湾神社がおかれていた（現在、その跡地には圓山大飯店がそびえる）。圓山商圈は圓山駅（MRT 淡水線）の南西側の線路沿いの区画に位置する。圓山駅の東側は、2010年に国際花卉博覧会も開催された広大な公園エリアであり、博物館なども設置された風致地区になる。この区域は、バス路線の主要路からは外れた一角であり、1997年の鉄道開通によって商圈として有利な立地を獲得したと考えられる。

圓山商圈の活性化の活動は、地域の実業家が有志を巻き込んでボランティアで行われている。商圈の促進会を設立、ホームページを作成して芸術などの情報発信をしながら、商圈への来訪を目指した活動が行われている。地域の住民は高齢化が進み購買力は落ちており、若年層は鉄道などの交通を利用して域外で買い物をする。促進会の喫茶店には、ギャラリーとイベントスペースを設置して、現在のターゲットである若者層の来訪を促し

ている。地域で増加が予測される高齢者への対応は、今後の課題であるようだった。

この区画の飲食店のほとんどは、昔ながらの台湾の屋台料理である。地域の年配層は昔ながらの味を好む。しかし、近年はこうした味を好まない若い世代も増えている。そのために、若い世代向けの料理も出す店舗ができてきた。案内していた店舗では、台湾式の麺食とイタリア式の麺食をメニューに並べていた。また、行き交う人に無料で冷茶を提供するなど、人を招き入れるための工夫をしていた。

#### (7) 台湾・台北市西湖商圈

台北市北東部、郊外の新興開発地域で、2009年に MRT 内湖線が開通して西湖駅が開設された。西湖駅の駅ビルには、近隣にあった公設市場（西湖市場）が移設され、フードコートも併設されている。訪問した西湖商圈は、駅の北側に位置している。

西湖駅と基隆河に挟まれたエリアはビジネス地域とするべく 1995 年からビル街が建設された。現在は、内湖サイエンスパークと称してハイテク関連企業の工業ビジネス団地になっている。それとともに、COSTCO（コストコ）などの大手商業資本も進出している。この工業団地は、鉄道路線の延長とともに、さらなる拡大が目指されている。

駅の北側と後背の山地に挟まれたエリアは、かつての農地から、台北の経済成長を支えるべく建設された住宅団地街である。台北中心街を結ぶバス路線ができてから人口が急増した。4階までの階段のみの低層団地が多く、老朽化が目立っている。ただし、ビジネス街の形成とともに、近年では新しい高層マンションも建設され、若年人口も増加しているという。

西湖商圈の店舗は、昔ながらの台湾の商業店舗・飲食店が多く、従来の地域住民が中心購買層になっている。南北のエリアで格差があり、商業圏の交流を期待したいが、現状は活発ではない。

圓山商圈と同じく、年配層と若い世代の需要の溝をどのようにするかも課題になっているという。住宅街の中の地域のカフェに案内していただいた。メニューは一般のファストフード店と変わらないが、地域には大手資本のファストフード店は進出しておらず、住民の需要があるのだという。

#### D. 考察

地域の商店街という特権は、(そこでしか買えないという)住民の移動に制約があるときに付与される市場の場所性(特定市場としての特性)によって維持されてきたと考えられる。しかし、交通インフラの変化(拡充)は、その特権的な場所性を喪失させてきた。沖縄市のように、自家用車の普及によって地域を越えた移動の自由が高まれば、旧来の中心街という位置づけが意味を持つ可能性は少ない。多元化した価値空間を自由に移動できる可能性を多くの住民が保持しているからである。それは狭く閉じた共同体的な地域空間を前提として成立してきた中心と周縁の非対称的な関係を無化する潮流にもなる。

沖縄市の中心商業区活性化の構想が人を集めれば購買は生じるというものであるならば、旧来の(すでに無意味になった)中心の優位性を前提とした序列的な枠組みを呼び起こすことにしかない。アーケードの修復が象徴するのは、賑やかだった頃の商店街の再現という既得権を保持する者たちのノスタルジックな願望に、地域の生き様を押し込めることであろうか。これが「商店街」ではなく、例えば植物工場群のような異なる産業形態への変貌を積極的に見据えているのであれば、その地理空間で生きる人々の活性化の可能性は残されている。空間構造の変貌にいかにか地域が適応していくかが課題となるはずである。

彦根市の活動が、参加者の生活基盤を損なわないボランティアである点は、むしろ重要であろう。様々な意志を持つ行為主体が「地域が元気になれば」という働きかけをする。参加者の充実を前提

として、関与したプロジェクトの成功を支援するプロセスを大切にする。その点では、サークル活動と矮小化されるかもしれないが、ここに目に見える成果を要求することは効率性を意識させて活動を萎縮されることにしかならないかもしれない。そこでは、それを業態とさせるような圧力に変わる恐れすらある。うまく行かぬことも含めた生き様として許容するなかで支援する可能性を、行政の機能の中に組み込むことが求められているのかもしれない。

個別的な嗜好の選別に応えるには、店舗が特化した魅力を持つ必要がある。しかし、住民の嗜好が多様化しても、商店街を形成する零細の中小業者にとって、時代状況の変化に適應するリノベーションを繰り返すことは難しい。インフラはすぐに陳腐化する。レジャーランド化した消費空間を創設し維持するには、頻繁なリノベーションを可能とする戦略と豊かな財源が必要である。また、可変的な対人コミュニケーションを廃することで、人と物の結びつきを効率的に成立させる形態は、大きな資本が特異とするところである。企業努力などという拘束の暴力性を持った言葉を投げかけることは、疲弊を生むだけであり、ここに零細業者が太刀打ちできる可能性はない。購買は異化された地理空間や社会空間の浮遊の中で行われる。そうであるならば、対面的な関係の中で消費を行う、人と人・人と物を結ぶメディアとしての市場(いちば)の魅力を復興することが可能な生き残り策かもしれない。栄町市場商店街の試みとは、そのような市場の特性を再生する試みとも言えないだろうか。

まちおこしの発想の多くは、多地域との関係性の中で規定される「伝統」や「特産」という記号によって独自性を主張することに偏ってきた。それは望ましい他者像を演じさせる観光という営為が孕んだ非対称的な関係性の中で、他者の(中心からの)まなざしを内面化して(周縁化した)自己を表出する営為の中にある。しかし、地域の観

光資源を発掘しては蕩尽するという生産様式では、  
近代の資源消費モデルから脱することはなく、い  
ずれ資源の枯渇にいたるという可能性を考慮して  
おくべきであろう。また、祭礼が日常生活を活性  
化する機能を有することは文化研究の多くが明ら  
かにしてきたことであるが、その資源化が地域の  
日常生活にどのような積極的意味を保持しうるの  
かは慎重に吟味する必要がある。祭礼の更新力の  
源が非日常性にあるのであれば、その日常化（い  
わば陳腐化）は地域の再活性力そのものを奪い取  
ることにもなりかねないからである。

商店街の形成は、経済成長期の住宅地域形成と  
密接な関係がある。商区の形成は、行政が課す都  
市計画に沿った土地利用の制約にも呼応させられ  
てきた。こうした社会状況への適応の過程として、  
商店街の形成は理解することが可能である。そし  
て、商店街をとりまく社会環境が現在も変化し続  
けている以上は、今後もその姿を変え続けていく  
ことを前提として考える必要があるだろう。それ  
は商店街を閉じた生態として物神化するのではな  
く、多様な商業形態や産業あるいは他地域との複  
雑な接続のなかで、顧客や住民との関係性の変貌  
を柔軟に捉えながら、そこに関わる人々の生き様  
として理解していく必要がある。そこで求められ  
る「活性化」とは、経済的な序列に従った結果を  
求める思考ではなく、多様な状況を生き抜く過程  
を捉える思考のなかで評価すべきではないかと  
考えられる。

## E. 研究発表

### 1. 論文発表

なし

### 2. 学会発表

なし

## F. 知的財産権の出願・登録状況

