

## 復活、そしてこれから。

香川県立三木高等学校 1年 多田 壮汰

### 1. 序論

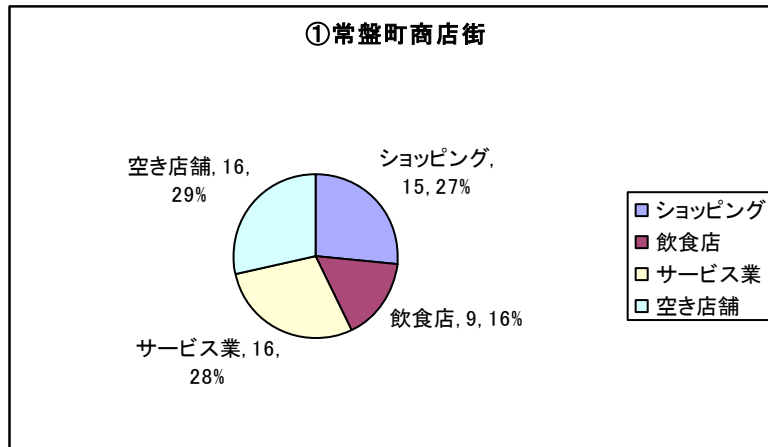
なぜ、本論で地方創生について論じる必要があるのか。まず、地方創生の必要性について述べていく。特定の地域を繁栄させ売買を行えばいいのではないか、このような意見を持つ人もいるだろう。確かに、このほうが効率的かつ利便的であるかもしれない。しかし、それでは地域内格差を生みだしてしまうのではないかと懸念する。また、地域の個性を消し、都市部でも地方でも利便性が変わらないという状況を生み出しかねない。そうなると、どうしても都市部のほうに人が流れていく。そこで、地域活性化の見本であると言われる丸亀町商店街を視察し、分野別に店舗数を数える。その結果から商店街が好調を維持できている理由を考察し、様々な人の立場から地方創生に向け何ができるか、論じていきたい。

### 2. 本論

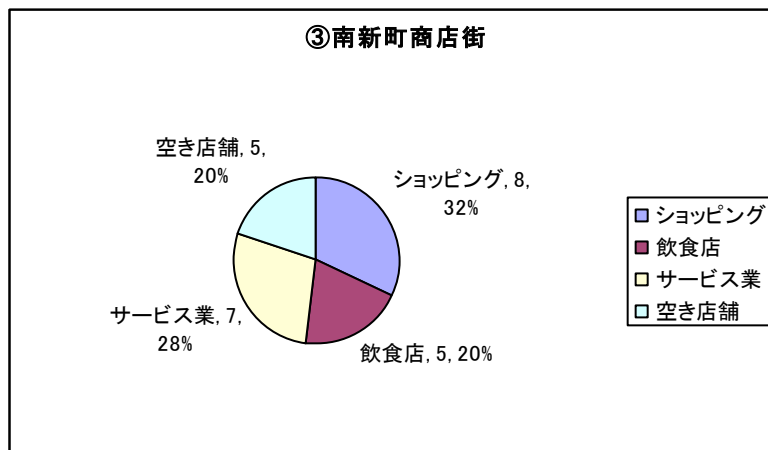
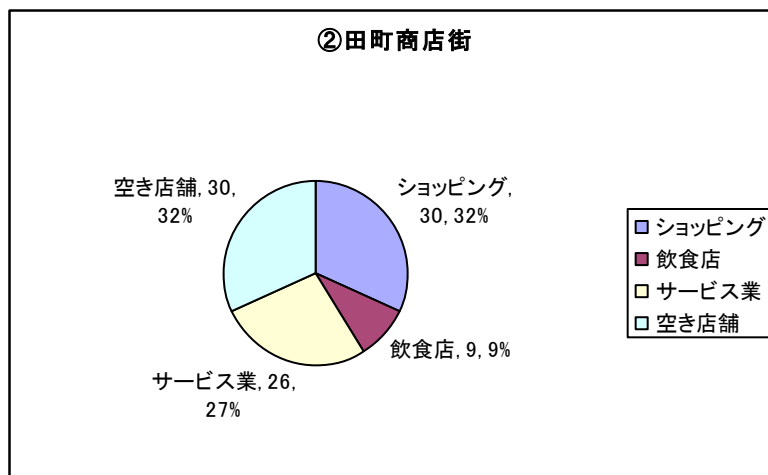
#### (1) 香川県高松市中心商店街の分野別店舗数

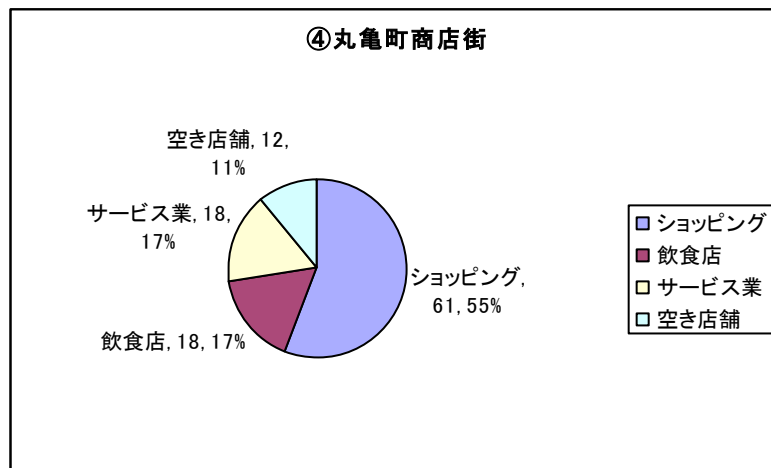
8つの商店街（常盤町商店街、田町商店街、南新町商店街、丸亀町商店街、兵庫町商店街、片原町商店街、ライオン通り商店街、常盤新町商店街）を4時間歩き、分野別店舗数を計測した。数値には多少の誤差があることが予想されることを留意してほしい。

	ショッピング	飲食店	サービス業	空き店舗	合計
①常盤町商店街	15	9	16	16	56
②田町商店街	30	9	26	30	95
③南新町商店街	8	5	7	5	25
④丸亀町商店街	61	18	18	12	109
⑤兵庫町商店街	28	20	22	16	86
⑥片原町商店街	42	25	23	22	112
⑦ライオン通り商店街	23	85	13	33	154
⑧常盤新町商店街	2	40	3	11	5

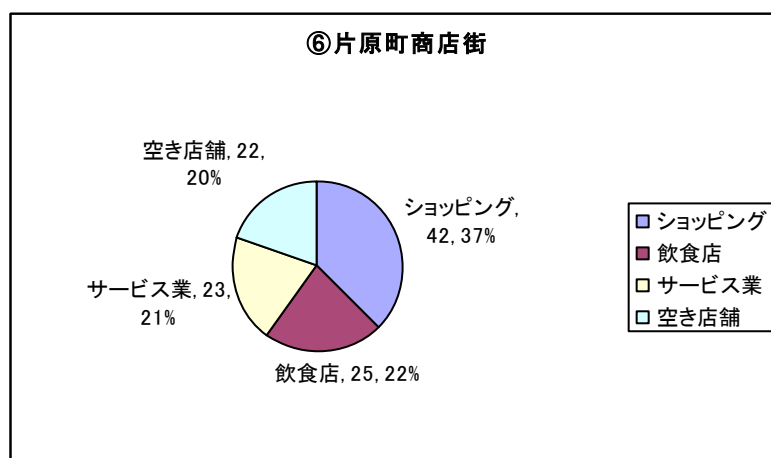
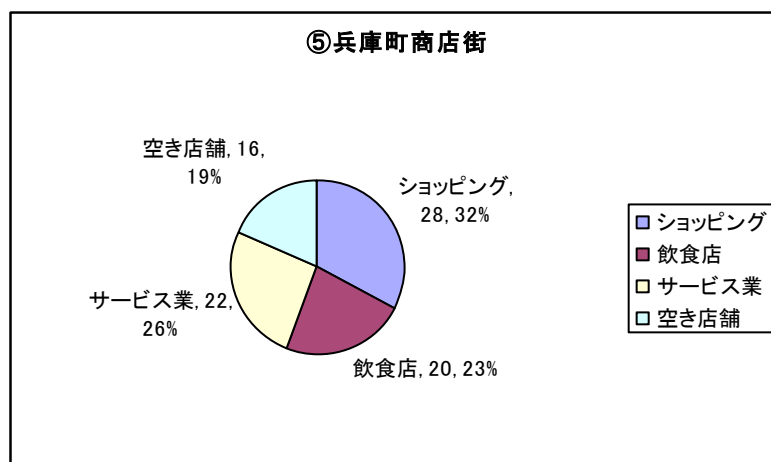


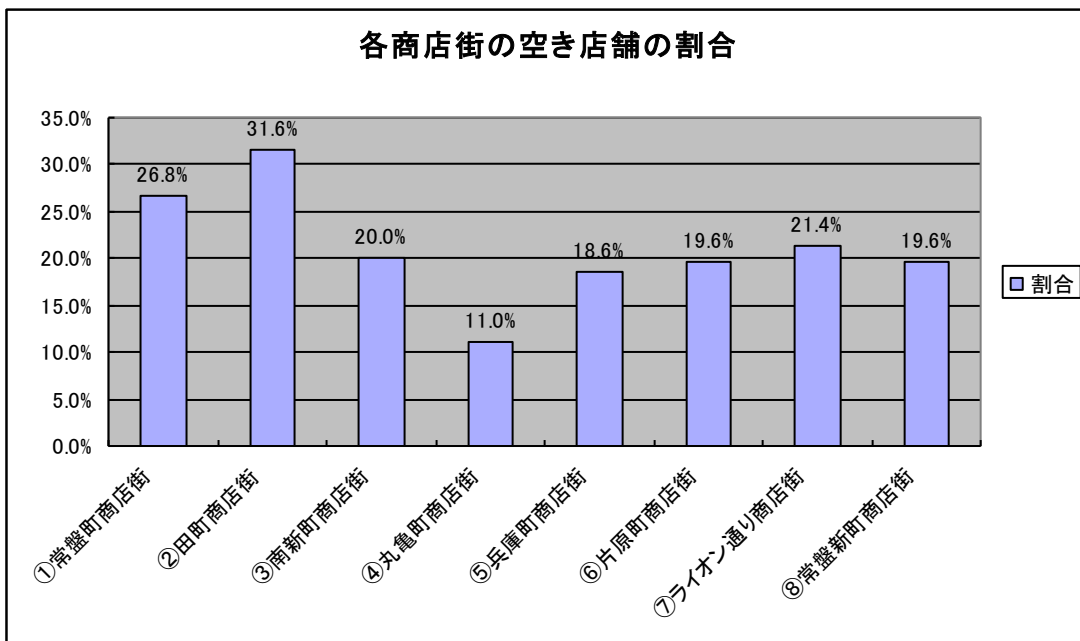
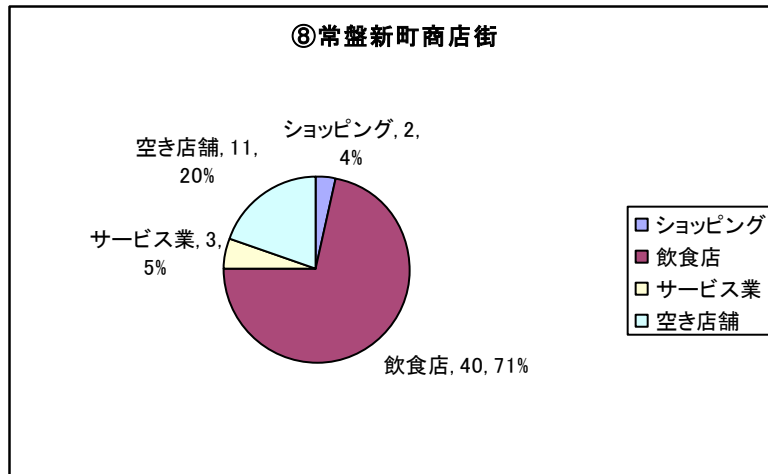
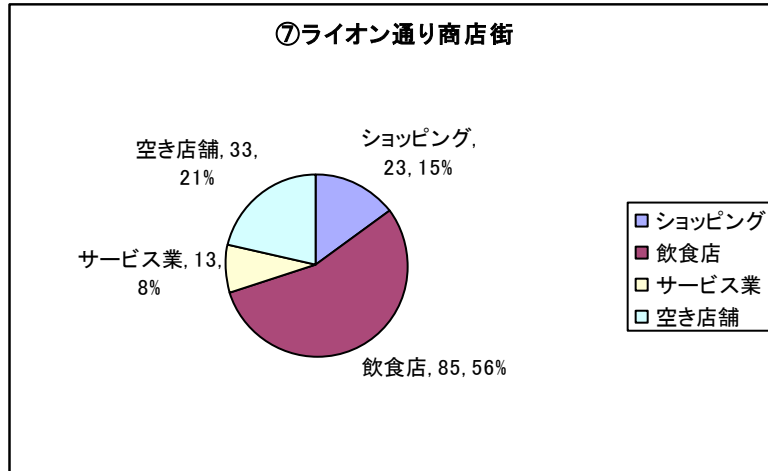
昭和 45 年の顧客動向実態調査の資料をしてみると、南新町商店街と丸亀町商店街と並んで、多くの人通りが見られた。しかし、現在は空き店舗が目立ち、栄えているとは言えない。





現在、最も栄えている商店街といえる。全国的に衰退が進む商店街の中でも、「復活」の象徴としてよく知られている。





## (2) 丸亀町商店街が「復活」できた理由

丸亀町商店街は、何の苦勞もなく現在の状態を維持できているわけではない。1990年代半ばに一日3万8000人あった通行量は、2005年にはその4分の1の9500人まで減少している。商店街が打撃を受けた理由としては、バブル崩壊や瀬戸大橋の開通が挙げられる。その状況を打破できたのも、ひとえに商店街全体の連携によるという。改革が始まったきっかけは、バブル全盛期に前理事長が「(高松丸亀町商店街は)持って15年、早ければ10年」と言い出したことだ。多くの商店街が、すでに始まっていた衰退の兆しに気付かなかったか、気付いても見ないようにしていた中、現理事長たちは本気で改革に取り組み始めた。当時の高松丸亀町商店街の一番の悩みが、業種の著しい偏りだった。ファッション関係の店は多いが、生活を賄う衣食住を満たす店の不足は明白だった。そのため、商店街全体でテナントミックスを行わなければならなかった。しかし、問題となったのは個々の店主たちの合意だった。そこで、現理事長たちが採ったのは、定期借地を用いて商店街を丸ごと新しくしようという方法だ。具体的には、土地の所有と利用の分離に挑んだ。そのかいあって、テナントミックスを促すことに成功し、衣食住と共に医療を充実させた。

## (3) 地方創生に向けて

その場限りの利益ではなく、継続的かつ様々な人の立場で考えることが必要だと考える。そのため、5つの立場から考えていく。1つ目は商業主だ。ともかく、ボランティアではないので儲けが無ければ生活できない。地域全体が栄えていくためには、商業施設が不可欠であるため、商業主同士が協力していくべきだと考える。例えば、共通の買い物カードを作り買い物した人にポイントをあげ、たまったら特産品の景品を渡すなどがある。また、異なる業種がコラボして一つの店を作るのも良い手だと考える。具体的には、八百屋の食材を使って飲食店が料理を提供し、飲食店の内装や制服は被服の店がデザインし、その広告を地元の学生に考えてもらうというものだ。

2つ目は、行政だ。役所などは市民が利用する頻度が高い為、広告などを積極的に掲示する。また、最も影響力があるため、広報誌などでイベント情報、定住促進に向けての情報を公開していく。また、効果的に補助金を給付して援助する。

3つ目は、観光客だ。この立場の人への地方の目的は、観光に来た人に再度足を運んでもらう、あわよくば定住してもらうことである。そのために、分かりやすく魅力を発信していかなければならない。それには体験施設が最も効果的であると考え。香川県で言うと、うどん打ち、盆栽、うちわ作り他である。

4つ目は、地域住人だ。観光客とは異なり、その地域が継続的に生活する場所の人たちである。地域の住人を蔑ろにすると衰退が進んでしまう。そのため、病院やスーパー、公共交通手段の整備をすることが重要であると考え。

5つ目は、筆者のような地域の学生だ。客としてイベントに参加する、買い物をするのはもちろんのこと、商業主や行政と連携していくのも良いと考える。商品パッケージや広

告、イベント内容を考えることで、地域の新たな魅力発見へと繋がる。

### 3. 結論

#### (1) 要約

本論では、まず、高松市内の 8 つの商店街の分野別店舗数を計測した。次に、その結果からなぜ丸亀町商店街が復活できたのか、資料等を活用して調べた。時代の流れを読み、早々に土地の所有と利用の分離を実現させ、現在まで好調を維持していると分かった。最後に、地方創生に向けての提案を 5 つの立場を踏まえて示した。

#### (2) 結論

現在上手くいっている場合でも長期的な目で見るとどうか等、視野を広くして地方創生について考えていかなければならないと考える。また、効果的に進めるためにはアプローチする人の立場に立って、作戦を変更するという柔軟性も大切だと感じた。

### 4. 文献

- 昭和 45 年 高松市商店街顧客動向実態調査 (高松市商工観光課・高松市商工会議所)  
中央公論・平成 27 年 2 月号 脱「地方消滅」成功例に学べ <p. 32~39>  
商業界・2014 年 9 月号 人は宝 <p.38~43>  
実践！地域再生の経営戦略～全国 36 のケースに学ぶ地域経営～ <p.314~324> (出版：社団法人金融財政事情研究会 編著：株・日本政策投資銀行地域企画チーム)  
地域商業の底力を探る～商業近代化からまちづくりへ～ <p.158~189、p.197~200>  
(出版：白桃書房 編著：矢作敏行、川野訓志、三橋重昭)