

足利商工会議所における地域パワーアップ支援事業「まちおこし探偵団」*
—「まちづくり」から「まちおこし」への転換—

Support Projects for Vital of Communities by Ashikaga Chambers of Commerce & Industry*

中島 桑雄**

By Kumeo NAKAJIMA**

1. はじめに

わが国におけるまちづくりの手法は、特に地方においては、道路を中心にした区画整理とゾーン化をフレームにした再開発方式が主流であった。それはともすればハード中心なまちづくりであり、その地域の歴史・風土、経済活動、そこに住む人々の気持やライフスタイルにかかわりなく、全国一律のマニュアルにそったものだった。明治以降日本中の町は近代都市を目指し、欧米の都市を見本としてまちづくりを進めて来た。勿論明治、大正期には、まだ旧幕藩体制の地方文化が色濃くのこり、それはある種の精神文化として藩校から各地の旧制中学へと受け継がれ、まちづくりにおいても「和魂洋才」の特徴ある地方都市が形成されてきた。

しかし第二次世界大戦において敗戦を迎えた日本は、一挙に都市近代化のマニュアルの道走り始めた。各地方都市はそろって銀座をつくり、ガソリンスタンドとコカコーラのマークが地方の景観を壊し、同じような都市が日本中に現出した。ナショナルチェーンの大型店が益々地方都市の特色を喪失させ人々のライフスタイルさえも全国画一化した。

第二の変革の波は、モータリゼーションの進展による、大型店の郊外化である。結果として中心街が空洞化し、その衰退は中心街の居住人口の激減と高齢化をもたらし、かつての老舗商店街、繁華街はシャッター通りと化し、地方都市はその中心、顔、シンボルを失い崩壊の一途をたどっている。加えて広域のマーケットをターゲットにした巨大店舗（アミ

ューズメント施設）の出現は地域内競争から都市間競争を飛び越えて都市のサバイバルゲームへと向かいつつある。

ここにおいて「まちなか再生」は、地方は勿論国家的課題となって様々な施策がうちだされているが、その実施においては、モデルやマニュアルに沿ったハードを中心とした従来型の開発を踏襲している。またまちなか再生の新手法としてアメリカ各地のダウンタウン再生にもちいられた住民のパートナーシップに基づくTMO等による新しいまちづくりが提案がされているが、行政側も住民側も長い間行政（国・建設省）主導のまちづくりに慣れ親しんできた経過のなかで、なかなかこの手法になじめないのが現状である。この手法を成功させるためには地域の住民や民間企業がリスクを負ってもまちづくりを自ら実践し投資する環境を行政がつくり、住民にやる気と自信を持たせることが肝要である。そしてその実践にあたっては様々なサポートを行い、必ず成功へと導かなければならない。こうした土壌がなければ住民主体のまちづくりは決して実ることはあり得ないであろう。

2. 「まちおこし探偵団」の発想

かつて竹下登内閣の時にふるさと創生事業というのがあった。全国の市町村に一律に一億円を配布しそれぞれが自分の町を創生する事業を行えということになって大変な騒ぎになった。大きい都市はさほどでもないが、小さいまちにとっては大変な金額であった。なによりも自分たちで自分の地域のことを考え実行するというには、この国においては始めてのことであり、どうしてよいかわからなかった。多くの市町村は住民からのアイデアを募集した。

*キーワード：まちづくり、支援事業、まちおこし探偵団

**足利商工会議所専務理事

(〒326-8502 栃木県足利市田中町31-8、
TEL0284-71-1354 FAX 0284-72-6294)

てのギャラリーや新しい店づくりを計画。地域全体の再生計画にも取り組んでいる。

他の主な探偵団を紹介すると

□足利尊氏ら一めん会

統一メニュー「尊氏ら一めん」の開発、各店の売上増はもとより、観光振興にも寄与しようとする飲食店グループの探偵団。のぼり旗や観光マップの共同作成、スタンプラリーの実施や様々なイベントにも参加、地元ケーブルテレビでもお店紹介をしている。

□緑がおいしい北の郷探偵団

北関東横断道路が建設予定の足利北部の豊富な自然や文化・歴史資源を大切にしながら、ふるさとづくりを進めるグループ。「資源マップ」<緑がおいしい北の郷>の作成や桜の苗木植樹。お寺でのオカリナ演奏会、地域の史跡をめぐるウォークラリーの開催、地域の民話、伝説、昔話を冊子にまとめるため、その収集活動を続けている。

□足利EM普及探偵団

有効微生物群（EM菌）の特性を調査・研究し、環境保全を目指すグループで、会議所会員以外に一般主婦まで53人の大探偵団。家庭から出る生ゴミ堆肥化の運動には市当局も支援、EMストックアの購入3/2補助をおこなっており現在までの補助を受けたストックア総数は1,000人に及んでいる。環境教育推進事業にも取り組み小学校の給食生ゴミの堆肥化とケナフの栽培。河川浄化や飲食店の生ゴミの取り組みなど広範囲な活動を続けている。

□ビバ・イタリアーナクラブ

中小企業のモノづくりを北イタリアに学ぼうと過去5回に渡って足利商工会議所が視察団を派遣したがそのメンバーによって結成されたもので、引き続き情報交換や取引の斡旋などの活動を行っている。1998年足利商工会議所とイタリア・コモ県商工会議所との間で協定書が締結された。

□電気の達人探偵団「ピカット」

市内に点在する家電品小売業者の若手グループが大型ディスカウンターにはできない専門家としてのきめこまかいサービスをメーカー系列にとらわれず共同で行おうというもので、合同展示即売会、新製品、新技術の勉強会、共同仕入れを実施している。

□いしたみ通り研究会

足利のシンボル足利学校と鑊阿寺の周辺道路が歴史

的地区環境整備街路事業により石畳に整備されたことから、この環境の中で商業者が地域住民との共生によるまちづくりを進めているグループ。住民組織「いしたみの会」を発足させ、その実行部隊として様々な行事をおこなっている。観光と結びついた新しいまちづくりに向けて、運動を推進している。

□のうすの会

足利市の北部地域の商工業者7社によって設立。新製品開発と観光PR事業を実施し、七福神キャラクターを活用して、北部商店会の設立を目指している。

□陣屋大門通り研究会

中心街にある旧足利藩戸田家の陣屋門の保存と陣屋大門通りを中心とした路地の再生を通して地域の活性化を図ることを目的に市内の建築設計グループと住民が研究会を発足させた。地域の歴史の勉強会を重ね、陣屋跡関連の案内高札や路地経路の標識設置。中心街の観光、歴史・文化スポット21カ所にオリジナルスタンプを設置、路地遊歩案内図の作成スタンプラリーを実施。月一で青空市も開催している。

□Piede探偵団

イタリア語で足の意味のPiedeはビバ・イタリアーナクラブのメンバーの中から足利でハイデザイン、高品質の新製品開発を目的に結成された。一年間アンテナショップ「バナナ」を運営した。現在は新素材、新製品の開発を精力的に進めている。

□プロジェクト21探偵団

IT関連のソフト業者によってメディアミックス（印刷・CD・ROM・ホームページ）の企画や制作と異業種交流を軸としたニュービジネスの創造を行っている。足利商工会議所が実施するパーチャルモール「足利リンクタワー21」の構築をおこなった。

□いいともネットワーク探偵団

異業種企業がネットワークし、新規開拓、新分野進出、会員カード及び共同PRパンフレットを作成し、利用者へのサービス向上と会員増強を図っている。

□わたらせ御用聞き

日常生活に不便を感じている生活者に温もりの伝わる商品の手渡しやサービスを行い、商売の原点である御用聞きを通じて、潤いのある生活を提供しようとする市内商店のグループ。共同商品カタログ、チラシの発行、商品の共同宅配、出張サービスの実

施。

□JR足利駅前Eビジネス研究会

駅前の商店が連携しITに関する勉強会を実施しながら、インターネットによる仮想商店街を構築、顧客開拓を進めている。

□福祉介護機器等開発研究会

市内のモノづくりの機械金属・プラスチック関係の企業と介護機器の販売、幹旋業者が一体となって新製品の開発を進め、商品化に取り組んでいる。

□足利葬祭サービスさくら会

市内の葬祭関連業者が業種を超えた連携により、大手進出葬祭業者のリベートシステムを廃して地域に根ざしたコミュニティービジネスとして発足した。

□足利手打ち蕎麦切り会

蕎麦どころで有名な足利をさらにPRするために市内蕎麦店10店で結成。パンフレットやマップの作成、新蕎麦の試食会を実施する。

以上現在17の探偵団が活躍中で、すでに発展的に解消した4探偵団もそれぞれ会社をつくったり、新しい探偵団に合流したりして、街のいたるところで活動が続けられている。

4. 微風発電・まちおこしの小さい風

日本のまちづくり手法ではなじみの薄い住民参加の仕組みをどう取り入れていくかが、21世紀の都市づくりの課題である。探偵団の仕掛けのなかにそのキーワードがある。

探偵団結成のモチベーションは、大きく分けて二つある。一つは自分たちのまちを良くしたい。資源を発見してPRしたいという言わばボランティア、奉仕系である。そしてもう一つは新産業、新商品、新商売、新市場を見つけたいという起業型、ニュービジネス希求型である。

しかしこの二つ型のグループには実は共通した最も重要な機能が備わっている。それはその最初の立ち上げのキーマンの7人が商工会議所の会員、すなわち経済活動をしている小規模企業の経営者であることである。このことはこの活動をよりプラクティカルな実践的なものにし、年10万円という小額の補助金をその3倍以上の事業として実行して拡大再投資していくマネージメントが可能である。ボラン

ティア系においても事業経営者は元来ボランティアへの参加希望があるのだが、利潤を目的の企業活動となじまないという遠慮（不思議なことだが企業は悪とする精神風土がある）があり、しかもボランティアは儲けてはいけない、非効率でも仕方がないと考えられている。これが一般市民、主婦やサラリーマンと共同で事業を行ううちに新たな展開を見せ、最近注目されているコミュニティビジネスやSOHOへの可能性を見出してきている。つまり企業的発想を取り入れることにより成果が具体化されることで、再投資と事業拡大への意欲が醸成される。

もう一つは参加への「軽さ」である。一般の市民も中小企業の経営者も誰でもがわが町を愛する気持はある。出来ることなら街のために何かをしたい、自分なりのアイデアや専門知識、提案も持っている。しかしそのための時間やお金、仲間がいない。だからといって自分一人で生活まで賭けるリスク負ってまではしたくない。そんな人たちが気軽に楽しく参加できるシステム、個人の生活や企業を侵さない範囲で活動ができるシステムなのである。

今までのように行政が市民になにをやるかでなく、市民が町のために何をやりたいかのニーズを汲み上げ、その実現のための行政が環境を整備し、支援する。経済活動に適した環境が整えば民間はリスクを負っても喜んで投資し、まちを活性化させる。従来の行政主導のまちづくりからニーズやマーケット主導のまちづくりに転換することが求められている。

「まち」は生きものである。そこに人が住み、働き報酬を得て（経済活動）、消費し（生活）、再生産され、再投資され、循環してオートマチックにダイナミックに生きつづける。人々が生きつづける仕組み（食いつないでいく装置）が町にセットされなければそのまちは死んでしまう。

「まちづくり」から「まちおこし」への転換。始めにコンセプトやシーズやハードがあるのではなく、マーケットがありソフトとニーズがまちをつくるのである。住民や企業と行政のパートナーシップとその役割分担が見出されて始めて、最適なまちづくりが実現されるのではなからうか…。

それはまちおこし探偵団のような小さいけれども、町じゅうで吹く風で起こす「微風発電」によるのみ可能となるに違いない。