

平成 23 年度卒業論文

地方都市の中心市街地活性化について

北海道教育大学旭川校

教員養成課程 社会科教育専攻 社会学ゼミ

学生番号 8320

菅原 翔太

目次

はじめに	i
1 章 中心市街地をめぐる現状	
1-1 郊外化とモータリゼーション	1
1-2 ファスト風土	2
1-3 大規模店舗規制からまちづくり三法へ	4
1-3-1 百貨店法	4
1-3-2 大規模小売店舗法(大店法)	5
1-3-3 まちづくり三法	8
1-3-3-1 大店立地法	8
1-3-3-2 中心市街地活性化法	9
1-3-3-3 改正都市計画法	10
2 章 コンパクトシティ	
2-1 コンパクトシティとは	12
2-2 コンパクトシティの始まり	14
2-3 先進事例 - カールスルーエ市	14
2-3-1 建物緑化	14
2-3-2 都市交通	15
2-4 先進事例 - 青森市	16
2-4-1 コンパクトシティの取り組み	16
2-4-2 事業内容	17
2-4-3 課題	18
2-5 まとめ	19
3 章 旭川市の事例	
3-1 平和通買物公園の沿革	20
3-2 平和通買物公園をはじめとする中心市街地の現状	21
3-3 中心市街地活性化の取り組み	23
3-4 課題とまとめ	26
4 章 まとめ	
4-1 まちづくり 3 法による大規模小売店舗規制について	28
4-2 コンパクトシティについて	29
4-3 パークアンドライドについて	30
4-4 商業者および地域住民が協力したまちづくり	31
参考文献・参考 HP	33

はじめに

現在、地方都市の中心市街地において空洞化が進み、シャッター商店街が問題となっており、1970年代頃から市街地のスプロール化やモータリゼーションの進行により、郊外へ人口と都市機能が流出し活気を失っている。このころから郊外幹線道路沿いにロードサイド店舗などの大規模店が続々と出店し始め、いっそう中心市街地の衰退を顕著にしている。

しかし、これからの日本は少子高齢時代に突入すると言われ、今までの都市を拓ける都市計画の在り方を見直す時期に差し掛かっている。中心市街地の活性化を図り都市機能の集積を目指さなければ、地方都市を維持・発展させていくことは困難である。そうはいえども、地方にある100万都市などの大都市では周辺地域から人口が流入し、経済が活発化する見込みがあるなど、地方の中小都市とは置かれている状況が異なるものとなる。

本論文では地方都市の対象を中小規模の都市とし、それら都市の現状に焦点を当てつつ実際に行われている活性化策の事例を取り上げ、まちづくりの方向性について検証していく。

第1章では、中心市街地の現状と抱えている問題、大規模小売商業規制政策の流れについて見ていく。第2章では、コンパクトシティについてどのようなものなのか、その始まりや実際の事例を紹介する。第3章では、旭川市中心市街地の現状を踏まえ、中活基本計画の内容について考察していく。第4章では、大規模店舗規制やコンパクトシティ政策における課題を確認し、まちづくりにおける方向性を考察していく。

1 章 中心市街地をめぐる現状

中心市街地は商業機能や行政機能、居住機能などの都市機能が集積する地域の中心部分であり、地域経済にとって大きな役割を果たしている。しかし、近年ではその多くが郊外に移転している状況にあることから、中心市街地の空洞化が問題となってきた。

1-1 郊外化とモータリゼーション

日本の都市郊外の拡大の背景には、戦後の高度経済成長にともなう都市への人口集中、急増する都市人口へ対応するための郊外開発、それらを支えるモータリゼーションなどがある。

高度経済成長は、都市中心部への産業集積、人口集中を引き起こし、地価の上昇をもたらした。その結果、都市郊外においてニュータウンと呼ばれるような住宅地が次々と開発されていった。1960年代から1970年代にかけての人口集中地区(Densely Inhabited District)の面積と人口密度についてみると、面積は拡大しているが、人口密度は低下している。これからは、人口の増加に伴い新たな住宅地が郊外に建設され、人口が郊外に流出していく様子がわかる。

また、都市の郊外化と同時期に自動車が普及し始め、モータリゼーションが進行した。市街地では交通渋滞を解消するためにバイパスを建設するなど、自動車道路網が整備されていった。この交通インフラの整備を機会に、郊外のロードサイドに大型ショッピングセンターや家電量販店、娯楽施設などが軒を連ね、一大商業地域を築き上げた。更には、役所や病院、文化施設といったような公共サービスを提供する施設も敷地やコストを理由として郊外に転出させている。

このように、居住、商業、行政が郊外に移転している状況が、中心市街地の空洞化を進め、シャッター街が形成されるなど地域の衰退を顕著にしている。それに加え、近年ではどこの都市郊外も全国展開している大型ショッピングセンターなどによって占められ、郊外の「ファスト風土」化が進んでいると指摘されている。

表 1-1 DID 地区人口、面積および人口密度

調査年	人口	面積(km ²)	人口密度(1km ² 当たり)
1960	40,829,991	3,865.2	10,563
1965	47,261,455	4,604.9	10,263
1970	55,996,885	6,444.1	8,690
1975	63,822,648	8,275.4	7,712
1980	69,934,854	10,014.7	6,983

出典:平成 17 年国勢調査

表 1-2 自動車保有台数

	乗用車	貨物車	乗合者	特種(殊)車	二輪車	合計
1966 年	2,289,665	4,689,368	105,386	163,608	875,069	8,123,096
1971 年	9,104,593	8,542,360	190,066	351,661	730,340	18,919,020
1976 年	17,377,551	10,212,704	219,945	595,798	737,447	29,143,445
1981 年	23,646,119	13,303,204	229,429	794,025	1,019,246	38,992,023
1986 年	27,790,194	17,251,695	230,783	943,801	2,024,082	48,240,555
1991 年	35,151,831	21,146,204	245,844	1,213,569	2,741,402	60,498,850
1996 年	45,068,530	20,235,051	242,907	1,524,405	3,035,643	70,106,536
2001 年	52,449,354	18,064,744	235,550	1,754,311	3,021,014	75,524,973
2006 年	57,097,670	16,707,445	231,696	1,618,698	3,336,551	78,992,060
2011 年	58,139,471	15,137,641	226,839	1,646,018	3,510,804	78,660,773

出典:自動車検査登録情報協会

1-2 ファスト風土

ファスト風土とは、郊外のロードサイドに大型ショッピングセンターなどが出店することによって、本来地方都市がそれぞれ持っている固有の風土がファストフード店のようになり、画一的なものになってしまうということをあらわした、三浦展の造語である。

三浦展はファスト風土化の問題点について 8 点挙げている。

世界の均質化による地域固有の文化の喪失

本来風土というものはその土地土地の自然に制約され、その土地の産業、職業を規定し、そこからさらに生活や文化を規定する。ところが、その風土がファスト風土化することとは、日本の中の、もちろん世界の中の無数の地域の個性が失われ、文化が消滅することである。

環境・エネルギーへの負荷

郊外に住み、郊外で働き、郊外で買い物をするというライフスタイルは、自動車がないとありえない。しかし、そのライフスタイルは、石油を大量消費し、CO₂を大量に排出し、温暖化を促進し、環境に対して大きな負荷を与える。

しかも現在、日本の地方郊外のショッピングセンターは 365 日営業、フロアによっては 24 時間営業をしている。その間、広々とした空間を全館冷暖房しており、そこで使われる電気の量たるや想像を絶する。

繰り返される破壊による街の使い捨て

新しい郊外が形成されることによって、旧郊外は次第に廃れていく。比較的大規模なスーパーマーケットが閉店すると、そのまわりの専門店も次第に閉店していき、地域全体が

廃墟になっていく。さらに将来、今できたばかりの新しい郊外も、さらなる地域間競争によって衰退し、廃墟化する可能性もある。

流動化と匿名化による犯罪の増加

道路網の整備は、行政単位や地形に規定された地域の境界を越えて、人と物の移動を活発にした。各地域には、そこに住まず、働きもしない人々が、買い物のため、レジャーのため、あるいは仕事のために、大量に行き来するようになった。そもそも、なぜ犯罪は都市で多かったのかといえば、都市は流動的で匿名的な空間だからである。

大量浪費空間の突如出現による現実感覚の変容

田んぼの真ん中に、非常に短期間に、巨大なショッピングモールができ、その周辺にも大規模な量販店などが次々と出店すれば、その合計が何十万平米にもなる。そういう郊外農村部の変容ぶりは、おそろしく激しいものであり、そこに住む人々にとって、非常に大きなショックをもたらすのではないか。

手軽な大量消費による意欲の低下

地方のショッピングモールに行けば、CD店もあれば、書店や雑貨店などもある。地方の若者にとっては、このような拠点が地元に行けるのはうれしいに違いない。しかし、見方を変えれば、それは、なにも無理をして東京に行く必要がなくなったということである。つまり、意欲を持たなくても満足できてしまうのだ。

生活空間の閉鎖化による子どもの発達の阻害

ファスト風土は閉じた空間である。マイホームから必要なときだけマイカーに乗って、ショッピングモールに行って帰ってくる。それは一見、距離的にはかなりの移動をしているが、心理的には閉じた空間の中を行き来しているだけではないだろうか。極端な話、人間は一度も社会に触れず、他人とも出会わないのである。

地域文化の空洞化によるアイデンティティ危機から生まれるナショナリズム

現代においては、個人が自らのアイデンティティを確立しようとするとき、地域社会に規定されたいとは思わない。他方、地域社会自体が弱体化しているので、個人のアイデンティティを規定する力を持っていない。

では、どうなるのか。国家という本来最も個人から遠いものが、故郷も共同性も持たない個人を支え、彼に確かな自分らしさとアイデンティティを与えるように感じさせる可能性は少なくない。

都市郊外のファスト風土化が進むと中心市街地を衰退させるだけでなく、郊外自体の姿をも変えてしまう。ファスト風土には、マニュアル通りに動くパートやアルバイトなどによって運営されている全国規模のショッピングセンターや量販店が立ち並んでおり、そこには地域の個性を必要としていない。

このファスト風土化は都市郊外だけの問題ではなく、中心市街地でも同じ現象が起こりうる。都市郊外的大型ショッピングセンターに消費者を奪われたことによって、中心市街

地の商店主が商売をやめてその土地や建物を貸す不動産業を始めてしまうと、どうしても安定した利益を上げ、家賃を払い続けることができる大手企業に貸したいと考える。そして、全国規模の店が増えることによって、中心市街地も全国どこでも同じ景観となってしまうそのまちの顔がなくなってしまう。

商店街では、ものの売買には会話が発生しコミュニティが構築されていくが、ファスト風土にそれはない。あるのはマニュアルに沿った対応だけであり、コミュニケーションがなくなっている。コミュニケーションは人間の社会生活において必要なものであり、その機会が減るということは他者や社会とのかかわりが希薄化し、集団や地域としてのまとまりがなくなってしまう。

都市本来の景観が、ファスト風土化によって全国均一な景観に変わっていくということは、その地域の文化やそこに住む人々のアイデンティティが喪失していくということにもつながる。ファスト風土化はわれわれの内面までも変え、さらに地域性の崩壊を著しくしている。

1-3 大規模店舗規制からまちづくり 3 法へ

1-3-1 百貨店法

日本における百貨店の創立は1904年の三越呉服店の設立と翌年のデパートメントストア宣言が始まりといわれている。当初、百貨店は富裕層向けの高級品を中心として取り扱っていたのに加え、下足預かりの制度によって誰でも気軽に立ち寄れる場所ではなかった。しかし、大正時代以降に新規百貨店の参入や百貨店の取り扱う商品の拡大、大衆化路線への転換が進み近代百貨店としての形態が整えられた。この百貨店の大衆化路線を象徴する出来事として、それまで利用者を限定していた下足預かりの禁止が挙げられる。

百貨店の大衆化路線への転換は、中小小売店の領域へと進出していくことを意味しており、百貨店と中小小売店の両者の間に摩擦を生みだし、世界的不況による経済の悪化を境により激しい競争となった。中小小売店は経営悪化を改善しようと様々な策を立てたがあまり効果が上がらず、経営を圧迫している要因を百貨店に求めていくようになったのである。

政府は百貨店と中小小売店の対立を解消するために、1937年に第一次百貨店法を制定した。第一次百貨店法の内容としては、百貨店の定義、新設・拡張・出張販売、閉店時刻・休業日、百貨店組合、諮問委員会などに関する27条からなる。

百貨店は、同一店舗内において衣類や食料品類、住居用品類、その他雑品類の中から2種類以上を取り扱い、売場面積は大臣指定の都市では3000平方メートル以上、その他の地域では1500平方メートル以上とされた。また、百貨店の開業や拡張、出張販売については許可制となり、一定の基準や条件を満たさなければこれらは認められなかった。しかし、当時の社会状況は第二次世界大戦が始まる時期で統制経済が進められていたために、百貨

店法の規制の実体はほとんどなく戦争終結後に占領軍によって廃止された。

戦後の混乱が収まり、朝鮮戦争の特需を契機として日本経済の復興が進む中で新規百貨店の建設や既存百貨店の拡張が再開された。これにより、再び百貨店と中小小売店との間の摩擦が大きくなり、百貨店を規制する新たな法律制定に向けた運動が展開されることとなった。

そして、1956年に百貨店業の事業活動を調整し、中小小売店の事業活動の機会を確保することを目的とした第二次百貨店法が制定された。第二次百貨店法は第一次百貨店法を引き継いだものであり、24条で構成されている。

第二次百貨店法では、百貨店を新・増設または合併するときに百貨店審議会が百貨店所在地の商工会議所や利害関係のある事業者の意見を聞き、それを基に通商産業大臣が許可・処分することと定められている。その百貨店審議会の会長及び委員は、学識経験のある者から任命されると新たに規定された。

1-3-2 大規模小売店舗法(大店法)

日本経済は朝鮮戦争特需を契機に上向きとなり、1955年頃には戦前の水準に回復し高度経済成長の時代へと突入する。高度経済成長期はエネルギーが石炭から石油へと変わり、重化学工業を中心として発展し三種の神器と呼ばれるような耐久消費財が大量に生産され、急速に普及した。その中で、商品流通の変革を進めたのはスーパーマーケットの成長であった。

スーパーマーケットという業態は1930年にアメリカで生まれたと言われており、ローコスト、セルフサービス、高回転経営により低価格で商品を提供していた。その後、チェーン展開や郊外立地、駐車場を併設することで急速に発達した。日本では1953年に初めてのセルフサービス店である紀ノ国屋が開店し、それ以降全国にスーパーマーケットという業態が広まっていき、チェーン展開する企業も現れた。

百貨店法の下でのスーパーマーケットは、流通近代化の担い手としてとらえられており、政府は法的規制に消極的な態度であった。そのため、スーパーマーケットの大型店化や全国規模のチェーン展開が推し進められた。しかし、このような状況が進んでいく中で生じたのが疑似百貨店問題である。大型スーパーマーケットを経営する際に、実際には百貨店法の定める床面積を超えていながら規制を免れるために、各階ごとに別系列の企業で店舗を運営するということが行われるようになり、規制を求める声がしだいに大きくなっていった。

1972年に産業構造審議会が答申で、大規模小売店と中小小売店の調整は必要であるが、大規模小売店の自由な参入を図り、流通近代化を通じて消費者利益の確保が重要な課題だと示した。この答申に沿って通産省が大規模小売店舗法原案を作成し、1973年に修正案が国会に提出され翌年施行された。

大店法は4章21条で構成され、大規模小売店の事業活動を調整し、中小小売店の事業機

会を確保すること、そして消費者利益の保護を目的とした法律である。その特徴として基準面積以上の大規模店の新・増設は従来の許可制から届出制とすること、同一建物内の店舗面積が基準を超える大規模店すべてが規制対象になったことがあげられる。

大店法では、消費者利益の大義名分のもと、流通近代化を推進するために大規模小売店の新・増設に対する規制を許可制から届出制に緩和された。ただし、届出制とはいえ大規模店の面積、閉店時刻、休業日数などに対して通産省が審査をし、勧告を行うことができたため許可制と変わらない運用をすることもできた。

しかし、同一建物内の店舗面積が基準(東京都特別区や政令指定都市では 3,000 平方メートル、その他は 1,500 平方メートル)を超える大規模店すべてが、つまり企業から建物へと規制対象が変化したのである。その結果、それまで規制を免れていたスーパーマーケットも規制対象になったが、同時に中小小売商が集まって販売する共同店舗も規制対象に含まれるようになった。

大店法成立と同時期に第一次オイルショックが起こり、日本経済を直撃し高度経済成長が終了した。その後、第二次オイルショックが起こり、1980 年代まで不況が続くこととなる。この時期、百貨店は売上高の不振などにより吸収合併されるものもあり、相対的にスーパーマーケットの地位が上がった。スーパーマーケットも不況の影響から大型店の出店数を抑える一方で大店法による規制面積以下の規模での出店を拡大し、大規模小売店と中小小売店との対立を激しくさせ、大規模小売店に対する反対運動が広がりを見せた。

大店法の改正を余儀なくされた政府は、1978 年に大店法改正案を国会に提出し翌年から施行された。その主な改正点については次のとおりである。

第一に、改正前の大店法における規制対象であった大型店を第一種大規模小売店とし、新たに店舗面積が 500 平方メートル以上 1,500 平方メートル未満の店舗について第二種大規模小売店と名付け、規制対象とすることにより規制範囲が拡大された。第二に、第一種大規模小売店舗の新・増設に対する調整や勧告については通産大臣が権限を持つが、第二種大規模小売店舗においては都道府県知事が権限を持つこととなった。そのため、都道府県レベルでも大規模小売店舗審議会を設置できるようになり、地方の権限が強化された。

これらの規制強化によって大規模小売店と中小小売店との対立緩和を図ろうとしたが、それでも大規模店出店反対運動は続き、地方自治体では独自に大型店出店凍結宣言が発せられる事態となった。このような状況の中で、1981 年に通産省は大規模小売店舗の出店自粛指導はじめ、大規模小売店の出店ペースは抑制されることとなった。

1980 年代後半に入り、バブル景気にみられるように日本経済が上向きになり始めたころ、小売商業の置かれる状況が変わりつつあった。大店法による規制面積以下のコンビニエンスストアの進出による小規模零細小売商の衰退や、流通規制緩和議論の始まりである。

1989 年から 1990 年にかけて、アメリカとの貿易摩擦を背景として日米構造協議が計 5

回行われた。この協議では、内外価格差や排他的な商慣行、流通制度などについて議論され、特に大店法に関しては 1985 年の日米貿易委員会以降から対日進出を阻害するという理由で見直しを求められていた。そして、1990 年に行われた第 4 回協議における中間報告で、大店法の規制を 3 段階で緩和していくこととなった。

第一段階は、規制緩和に向けて行われる法運用適正化である。まず、第一に届け出に基づく審議など出店調整にかかる期間を 1 年半以内とする。第二に出店処理状況の公表や行政指導による出店抑制の廃止など、出店調整手続きの透明性確保により適正化を図る。第三に店舗面積の 10%もしくは 50 平方メートル以下の増床については調整手続き不要とする。第四に輸入品売場について 100 平方メートル以下の増床について調整手続き不要とする。第五に規制対象となる営業時間や休業日数について、閉店時刻を午後 6 時以降から午後 7 時以降に、休業日数を月 4 日未満から年間 44 日未満へ緩和する。また、地方自治体の独自規制については、行き過ぎた規制の是正指導を行うこととなった。

第二段階は、通常国会における大店法改正案提出をめざし、そのための法案準備作業に着手することである。法改正にあたっては、消費者利益の十分な確保、手続きの迅速性や明確性、透明性の確保、輸入拡大の国際的要請への配慮という視点から検討する内容として(i)一層の輸入拡大を目指した出店調整手続きにおける輸入品売場に関する特例措置の導入、(ii)出店調整処理期間の短縮(1 年程度を努力目標とする)、(iii)出店調整手続き・機関の明確化・透明化、(iv)地方公共団体の独自規制の抑制、(v)その他である。

第三段階は、上記の大店法改正から 2 年後に更に大店法の見直しを行い、特定地域に関する規制の撤廃を含め、必要な検討をするという旨を明記するということである。

この日米構造協議を受け、通産省は大店法の運用適正化を盛り込んだ通達を出し、また自治省も地方自治体の独自規制は正に関する通達を出した。実質的な規制緩和に対して、大規模小売商は歓迎したが、中小小売商は反発した。しかしながら、この通達を契機として大規模小売店規制緩和がその後より推進されていく。

1992 年には第二段階として再改正大店法が施行された。再改正点としては、第一に第一種大規模小売店と第二種大規模小売店の境界面積の規定を 1,500 平方メートルから 3,000 平方メートル(東京都特別区及び政令指定都市は 6,000 平方メートル)に引き上げられるということ。第二に大型店の出店調整を大店審に一本化するという。第三に地方自治体が大規模小売店に対して独自規制をする場合は大店法の趣旨を尊重することが明文化された。

上記のような大店法再改正によって大規模小売店の出店が容易になったことは確かである。その影響を最も受けるのが中小小売店であり、売上高の減少や閉店に追い込まれる商店も少なくなかった。

大店法をめぐる議論が展開される中で、政府は 1997 年に産業構造審議会流通部会と中小企業政策審議会が大規模小売店舗にかかる施策やまちづくりなどについて討議を行った。その中間答申で、大店法の見直しと大規模小売店舗立地法(以下、大店立地法)の制定、都市計画法の改正、中心市街地活性化法の制定などの提案を行った。そのうち大型店に関する

政策転換の必要性として、大型店の出店に際して生じる交通渋滞や駐輪・駐車、騒音、廃棄物などの問題について、社会的要請に応えられるシステムになっていないとし、環境変化の下で大店法の有効性が低下していると指摘した。

大店法の廃止に強い反発がありながら、1998年に国会で大店立地法案、中心市街地活性化法案、都市計画法改正案について審議を始め、可決された。これにより、店舗面積や営業時間などの経済的規制から周辺環境への配慮という社会的規制へと転換され、中小小売商の事業機会の確保よりまちづくりという観点が重視されることとなった。

大店法は百貨店法と比べて大規模小売店に対する規制が緩和されたことはたしかであるが、中小小売店との摩擦を調整する役割は多少なりとも担っていた。しかし、それでも百貨店法では中小小売店の保護という目的から行われていた規制が、大店法では流通の近代化や消費者の利益という観点が取り入れられ推し進められた。その結果、その観点到当てはまらない中小小売店、とりわけ零細小売店の売り上げが落ち込むこととなった。

他方、大店法を逃れるために多くの小型チェーン店やコンビニエンスストアといった業態が発展することとなった。特にコンビニエンスストアはもともと大規模小売店の関連会社であり、その点を考えると小売商業の業界再編成のきっかけとなった法律ともいえる。

1-3-3 まちづくり 3 法

バブル期から始まった中心市街地の地価高騰やモータリゼーションの進行は大型店や公共施設を郊外に出店・移転させる要因となり、中心市街地の空き店舗、空きビルを増加させた。そして、郊外では大型店に対して駐車場不足や交通渋滞、廃棄物、騒音などの環境問題が発生し、地域住民に配慮した枠組みの制定が求められていた。

その結果、1998年に大店立地法、中心市街地活性化法、改正都市計画法の3法が制定され、大店立地法は2年後から施行された。これら、いわゆるまちづくり3法により小売商業の調整が行われていくことになった。

1-3-3-1 大店立地法

大店立地法は21条構成で、大店法から法律の趣旨が大きく変わっている。主な変更点は以下の通りである。第一条の目的において、中小小売業の事業機会の適正な確保という文言がなくなり、周辺の地域の生活環境の保持が明記された。第三条の基準面積において、都道府県が基準面積を超える他の基準面積とすることが適切であると認められる区域があるときは、条例で基準面積を定めることができる。第五条の大規模小売店舗の新設に関する届出において、当該大規模小売店舗の所在地の属する都道府県に届け出ることとなり、休業日数や閉店時刻などの内容の届出が不要となった。第十条の生活環境の保持の配慮において、届出をした者は周辺の地域の生活環境の保持について適正な配慮を行い運営しなければならない。第十三条の地方公共団体の施策において、自治体独自の施策は、周辺の

地域環境を保持するという趣旨を尊重して行うこと。

大店立地法では、周辺の環境に対して配慮をしなければならなくなったために新たな規制となりうるが、大店法と比べても出店調整に手間がかからなくなり大規模小売店の出店が容易になったことは確かである。そして、とりわけ駐車場・交通渋滞問題や騒音問題などの生活環境について配慮して出店しなければならないから、人口密度が高く広い土地の確保が難しい中心市街地よりも郊外への出店が促進される。その結果、中心市街地の衰退・空洞化がさらに進み、目的にある小売業の健全な発達が図れなくなっている。

都道府県は市町村等の意見を踏まえ、大型店に対して改善が必要であるときには勧告を行うことができる。しかし、大型店側がそれに従わない場合であっても罰則等は規定されていない。また、独自規制について地方自治体が地域的な需給状況を勘案して条例を制定することはできないことになっている。それゆえ、大規模小売店と中小小売店の利害調整やまちづくりという観点について不十分な点があり、法体系の整備が必要である。

1-3-3-2 中心市街地活性化法

中心市街地活性化法は 41 条から構成され、第 1 条で中心市街地の整備改善や商業等の活性化を推進することにより、地域振興、国民生活の向上に寄与することを目的としている法律である。続く第 2 条では、中心市街地とは都市の中心の市街地であり、都市機能が相当程度集積していることや都市活動の確保または経済活力の維持に支障が生ずる恐れがあること、市町村及びその周辺の地域の発展にとって有効であることなどの要件に該当するものであると位置づけられた。

同法の仕組みは、まず国が基本方針を策定し、市町村がその基本方針に基づいて中心市街地について市街地の整備事業や商業等の活性化事業などに関する基本的な計画を作成し、国と地方が一体となって事業を進めていく。そのため、中心市街地活性化推進室が設置され、市町村からの相談の対応や先進事例の情報提供、関係省庁間の連絡等の業務を行っている。

具体的な事業のマネジメントを行っていくのが TMO(Town Management Organization)である。TMO の主体は商工会議所や商工会、第 3 セクターなどで、基本計画に沿って TMO 構想を作成し、市町村の認定を受ければ正式に設立されることとなる。その後、取り組むべき事業内容や目標、資金などを精査し TMO 計画をまとめる。その計画が経済産業大臣によって認定されると補助金を得ることができる。

TMO には中心市街地活性化を推進していく際に、協議会を開催することなどにより地元住民や商業者の合意形成を図っていくことや空き店舗を活用する取組、市街地再開発等を市町村に働きかけていくことが期待されている。しかし、多くの TMO で専属の職員を配置する資金がなかったり、TMO 活動を担う専門家やリーダーシップのある人材が確保できなかったりと事業推進が困難な状況にある。

実際の中心市街地においても「平成 21 年度商店街実態調査報告書」で、商店街の景況と

して「繁栄している」と答えたのが 1.0%(前回 1.6%)、「繁栄の兆しがある」と答えたのが 2.0%(前回 4.8%)、「衰退している」と答えたのが 44.2%(前回 32.7%)となり、依然として商店街の置かれている状況は厳しいものとなっている。そのなかで、主に商店街への来街者数の減少要因として挙げられているものは、魅力ある店舗の減少や近郊の大型店の進出であり、大規模小売店の郊外立地や中心市街地からの撤退に関する政策が求められているといえる。

1-3-3-3 改正都市計画法

都市計画法が制定されてから 30 年が経過する間、モータリゼーションの進行や急速な都市化を背景として都市機能が郊外へ無秩序に拡散し、中心市街地の空洞化や環境問題などが生じ社会環境が大きく変化してきた。このような状況に対し、これまでの都市拡大とするまちづくりの考え方を転換し、地域の実情に合ったまちづくりを促進するために見直しが行われた。

1998 年の改正では用途地区内に設定することができる特別用途地区について、その類型を法令などにより限定せず、市町村が地域の実情に合わせて定められるようにした。特別用途地区の種類を設定する際には、従来の特別工業地区や商業専用地区、娯楽・レクリエーション地区など 11 の類型も典型的なものとして活用を図るほか、地域の創意工夫を生かした自由な運用ができるようになった。これにより、地域に応じた大規模店の立地調整が行われることが期待された。

その後、2006 年に再改正が行われ大規模店に係る立地規制が新たに追加されることとなった。その内容は、広域にわたり都市構造に影響を与える大規模集客施設(床面積 1 万^m²を超える店舗、映画館、アミューズメント施設、展示場等)の立地にあたって、都市計画手続きを経ることとなり、立地可能な用途地域が限定された。また、市街地調整地区において病院や福祉施設、学校などの公共公益施設を立地する際にも開発許可が必要となった。

表 1-3 改正に伴う変更点

改正前			改正後	
用途地域	50 ^m 超不可	第一種低層住居専用地域	同左	用途地域
	150 ^m 超不可	第二種低層住居専用地域		
	500 ^m 超不可	第一種中高層住居専用地域		
	1500 ^m 超不可	第二種中高層住居専用地域		
	3000 ^m 超不可	第一種住居地域		
	制限なし	第二種住居地域	大規模集客施設については、用途地域の変更又は用途を緩和する地区計画決定により立地可能	
		準住居地域		
		工業地域		
		近隣商業地域	制限なし	
		商業地域		
準工業地域				
用途地域の変更又は地区計画決定が必要	工業専用地域	同左		
原則不可(ただし計画的大規模開発は許可)	市街化調整区域	大規模開発も含め、原則不可 地区計画を定めた場合、適合するものは許可		
制限なし	非線引き都市計画区域、準都市計画区域の白地地域	大規模集客施設については、用途地域の指定により立地可能。非線引き都市計画区域では、用途を緩和する地区計画決定でも立地可能。		

出典:まちづくり三法の見直し

2 章 コンパクトシティ

高度経済成長期に大都市のみならず地方都市においても、人口増加に対応するために郊外にニュータウンと呼ばれるような市街地が開発された。市街地は徐々に拡大し、モータリゼーションの進行が交通インフラの整備を促し、郊外のバイパス沿いが開発のターゲットとなった。また、バブル経済期には都市中心部でオフィスの需要が高まり地価高騰をもたらした。その結果、中心市街地の都市機能の移転や居住人口が減少し、中心市街地空洞化が問題となった。その後まちづくり 3 法が制定され、その中でコンパクトシティという考え方が取り上げられるようになった。

2-1 コンパクトシティとは

コンパクトシティとは、基本的には人が徒歩や自転車で移動できる範囲を基準としたまちづくりであり、地域コミュニティの維持発展と地域社会の持続的発展を目指した集積型の都市である。鈴木浩氏はコンパクトシティのイメージを次のようにまとめている。

車社会を前提とした都市のあり方から軌道修正をはかる。

商業業務系を中心とした市街地であれ、工業地区であれ、あるいはまた住宅地であれ、都市的な土地利用として空洞化を抑える。

中心市街地において商業業務機能や公共公益機能の適切な配置を図るとともに、既成市街地における居住空間に集積を誘導し、賑わいと歩いて生活できる市街地エリアを広げる。

周辺の農業的土地利用や農業風景を維持し発展させていくエリアとの共存・共生の関係を確立し、これまでのような近郊農村地域に対して市街地の影響を与えない方向を明確にする。

コミュニティにおける安全・安心に居住、生活環境の形成を基礎に据える。

資源問題、環境問題に適切に対応したサステイナブル(持続可能)な都市形態とマネジメントを明確に位置づける。

これまでの自然や環境に対して敵対的であった都市の姿やその政策を根本的に修正する。

人口減少、少子高齢社会へ突入するという社会状況に直面し、それにあわせてまちを縮小させる方法を考えなければならなくなった。それは、人々の賑わいと交流のある中心市街地があり、職場と住宅地が徒歩や公共交通機関などで通うことができ、また周辺の農村

や自然環境との共生によって、持続的な発展が望める都市である。

海道清信はコンパクトシティの実現によってどのような効果が見込めるのか、次のようにまとめている。

表 2-1 コンパクトシティによる効果

関 利 用 促 進 に よ る 効 果	自動車利用の抑制と公共交通機	自動車交通にともなう化石燃料消費、CO₂ ガス発生の削減。その結果、国連の地球気候変動パネルで示された地球温暖化を防ぐための CO₂ の削減目標の達成に対応できる。 自動車の交通量や走行距離を減少させ、大気汚染や騒音、交通事故の危険を減少させ、道路混雑も緩和される。自動車のための空間を減少させ、快適で効率の高い都市空間を作り出すことができる 密度が高ければ、公共交通の必要性和成立可能性が高まる。利用しやすい公共交通によって、毎日の移動が車に依存しなくても可能となり、施設やサービスへの到達のしやすさや移動性が改善され、社会的な公平さを維持増進できる。
を 抑 制 す る 効 果	都市への外延的開発	都市の郊外開発を抑制することにより、農地や農村景観、自然環境を保全できる。 郊外に立地する商業施設などを抑制することにより、都市のセンター地区の商業その他の活性化を維持増進できる可能性が高まる。 密度が高まると、都市の基盤施設(インフラ)を整備・管理するための公共投資の費用効果が高まる。 望ましくない単調な郊外住宅地の拡大を防げる。
る 効 果	市街地内の高度利用、複合機能の配置によ	高度な都市開発、インフラと既存開発地の再利用によって、既存の都市、特に市街地中心部の活性化、歴史的な市街地環境などの都市の個性の維持再生が図られる すでに多くの投資が行われた市街地にある低未利用地や使われていない建物を有効に活用でき、社会全体としての無駄を防げる 複合用途を配置することにより、高密度な居住が可能となり、移動距離を減少できる。自動車に依存せず徒歩と自転車利用によって、地域のサービス施設が利用可能となる。 高密度な建築により、施設コストの低減とエネルギー消費を削減できる。 近隣にいろいろなタイプの住宅が供給されれば、いろいろな社会的階層の居住者がともに生活するコミュニティが形成され、地域社会が安定する。 コミュニティと近隣の活動が強まれば、生活の質が向上し、安全力と活力が増し、ビジネスやサービスにとっても好ましい。

総合的な効果	年齢や所得などで自動車を利用できない人々にも居住可能な都市、地域を実現でき、社会的公平さが達成できる。 全体として高い生活の質が実現できる。 全体として、都市の魅力が高まり反都市的な傾向を防げる。 全体として都市の居住、経済、環境が高められ、持続可能な都市・地域となる。 密度の高い都市は、経済的にも安定している。
--------	--

出典:コンパクトシティ-持続可能な社会の都市像を求めて

2-2 コンパクトシティの始まり

1972 年にローマクラブが発表したレポートで、サステナビリティ(持続可能性)がはじめて提唱され、ローマクラブは「成長の限界」という概念を示し、人口、環境汚染、資源消費などの点で現在のような成長が続けば、今後 100 年の間に地球上での成長が限界に達し、人口や産業の減衰が起こるだろうと予測した。

サステナビリティという言葉が概念として広く用いられるようになったのは、1987 年に国連の環境と開発に関する世界委員会(ブルントランド委員会)が発表した報告書「われらの共通の未来(Our Common Future)」以降である。この報告書の中心的な概念である持続可能な開発(Sustainable development)を「将来の世代の欲求を満たしつつ、現在の世代の欲求も満足させるような開発」と定義し、環境保全を考慮した節度ある開発が重要であるとした。その後 1992 年にブラジルで開かれた国連環境開発会議(地球サミット)で採択され、サステナビリティは世界的に知られることとなった。

このサステナビリティを実現できるような都市空間として提起されたのがコンパクトシティである。コンパクトシティという言葉が初めて使われたのは、1974 年の建築都市計画の専門家であるダンツィクとサアティの著書『コンパクトシティ』である。コンパクトシティの概念が生まれた背景は、モータリゼーションの進行による都市の拡散や環境意識の高まりがあった。しかし、ここで示されたモデルはエネルギー効率優先の人工的な空間であり、生活に適しているものではないという意見があった。

1990 年に EC 委員会で『都市環境に関する緑書』が公表され、ここからサステイナブルシティを EC のまちづくりの戦略とし、スプロール化を抑制し公共交通を促進するなど、エネルギー効率が良い都市形態としてコンパクトシティが推奨された。その 2 年後には国連のリオサミットが開催され、持続可能な開発が国際社会において共通の認識となったことで、コンパクトシティが注目を集めることとなる。

その後、1998 年に EU 委員会内部の専門家グループが『EU における都市アジェンダにむけてについての意見書』を提出し、環境問題に重点的に取り組むべきと指摘し、サステイナブルな都市像としてコンパクトシティを提案した。これにより、国際社会でもコンパクトシティが政策として推奨されるようになった。

2-3 先進事例 - カールスルーエ市

カールスルーエ市とは、ドイツ南西部のバーデン・ヴュルテンベルク州に位置する都市である。人口は約 28 万であるが、市内には州政府機関や州立劇場、州立図書館、憲法裁判所など主要な機関が数多くあり、同州の中心的な都市のひとつとなっている。カールスルーエ城を中心に扇状にまちが広がり、その形と緑の多さから緑の扇の町と呼ばれる。

2-3-1 建物緑化

ドイツでは 1980 年代以降から屋上・壁面緑化が注目を浴びるようになり、同時に国内の環境汚染対策が本格化し、国民の環境意識が高まり始めた。それから 20 年以上たった現在、屋上・壁面緑化は建築のスタンダードとなり街並みに溶け込んでいる。

カールスルーエ市公園局は私有地の緑化を推進するために、毎年秋に中庭コンテストを開催している。コンテストは地表部分だけではなく、壁面や屋上など立体的な空間全体が審査される。コンテストは優勝を狙うものではなく、中庭を所有している人の自覚とやる気を高めるためのものである。

コンテストが始まったのは 1977 年であり、当時経済成長にともなう環境の悪化により都市気候や緑地整備に問題を抱えていた。市が直接整備できる公有地だけでなく、私有地の緑化を推進していくためにコンテストが生まれたのである。中心市街地になればなるほど、スペースの経済価値が高くなるため、駐車場や住宅を建てる場合が多いが、緑地を整備する意義も高い。市街地の緑の効果は多様で、空気の浄化、都市温暖化の抑制、自動車の騒音の軽減などが期待されている。

図 2-1 中庭緑化



出典:カールスルーエ市 HP

2-3-2 都市交通

モータリゼーションが進む 1960~70 年代、ドイツではかなりの自治体がトラム(路面電車)を廃止し、都市交通の主軸をバスと乗用車に切り替えた。その結果、際限なく車が増加し

騒音、交通渋滞、排気ガス、歩行者の安全など様々な問題が発生した。カールスルーエ市でもトラム廃止論が持ち上がったが、現在まで途切れることなく続いている。

ドイツでは鉄道、トラム、S バーンという複数の公共交通機関が整備されている。鉄道は日本の JR に相当し、距離の長い都市間を受け持つ。トラムは街の中の数キロ程度の短い距離を受け持ち、都市生活の足となっている。S バーンは鉄道とトラムの中間に位置する近距離都市鉄道であり、隣接する都市と都市とを結んでいる。

一般的に S バーンは鉄道の線路上を走り、車両も鉄道用に作られている。ところが、カールスルーエ地域では S バーンは都市と都市の間は鉄道の線路を走り、カールスルーエ市街地に近づくともトラムの線路網に入って街をトラムのように走り、郊外に出ると再び鉄道に戻る。この鉄道とトラムが融合したシステムはカールスルーエモデルとして知られ、郊外から中心市街地まで乗り換えなしで移動することができるのが特徴である。

システムの秘密は、地域の公共交通機関を束ねる交通連盟、カールスルーエ地域ならば KVV(カールスルーエ交通連盟)の存在である。KVV はカールスルーエ市を中心に、中心 7 つの自治体が共同管理している会社で、管轄区域内の S バーン、トラム、バスの乗車券発行やダイヤの調整などを行っている。したがって、乗車券 1 枚で区域内の S バーン、トラム、バスに乗ることができる。

市のメインストリートは 70 年代から車の乗り入れが禁止され、現在は S バーン、トラム、歩行者だけの、いわゆるトランジットモールとなっている。中心市街地へ行くときは、最寄駅に隣接した無料駐車場に車を止め、公共交通機関を利用するパークアンドライド(P&R)が取り入れられている。

2-4 先進事例 - 青森市

青森市は人口約 31 万人、面積約 824^{km²}の都市で、有数の豪雪都市である。第二次世界大戦で市街地の大半が焦土となったが、戦災復興土地区画整理事業で今現在の中心市街地が形成され、北海道と本州とを結ぶ拠点として発展した。

2-4-1 コンパクトシティの取り組み

1965 年以降、青森市は人口増加に伴い、郊外に住宅地を開発して都市を拡大させていった。その結果、郊外へ公共施設や大型店が移動し、人口移動を加速させ、中心市街地の空洞化を促進した。また、これまで郊外に住宅地や商業地の開発を進めてきたことで、インフラ建設や道路整備などのコストが発生した。とくに青森市は豪雪地域であるために除雪費用が巨額なものとなり、財政に大きな負担を与えていた。これらがコンパクトシティを打ち出した要因であった。

1999 年に青森市は都市計画マスタープランを策定し、そのなかでコンパクトシティの形成を基本理念に採用し、中心市街地活性化を目指すこととした。コンパクトシティ形成に向けた都市整備の主な柱として、無秩序な市街地拡大の抑制、効率的で効果的なインフラ

整備、既存ストックの有効活用、中心市街地の拠点性の向上、都市機能の集約化・複合化とアクセシビリティの向上、公共交通の有効活用、自然・農業環境との調和などが挙げられている。

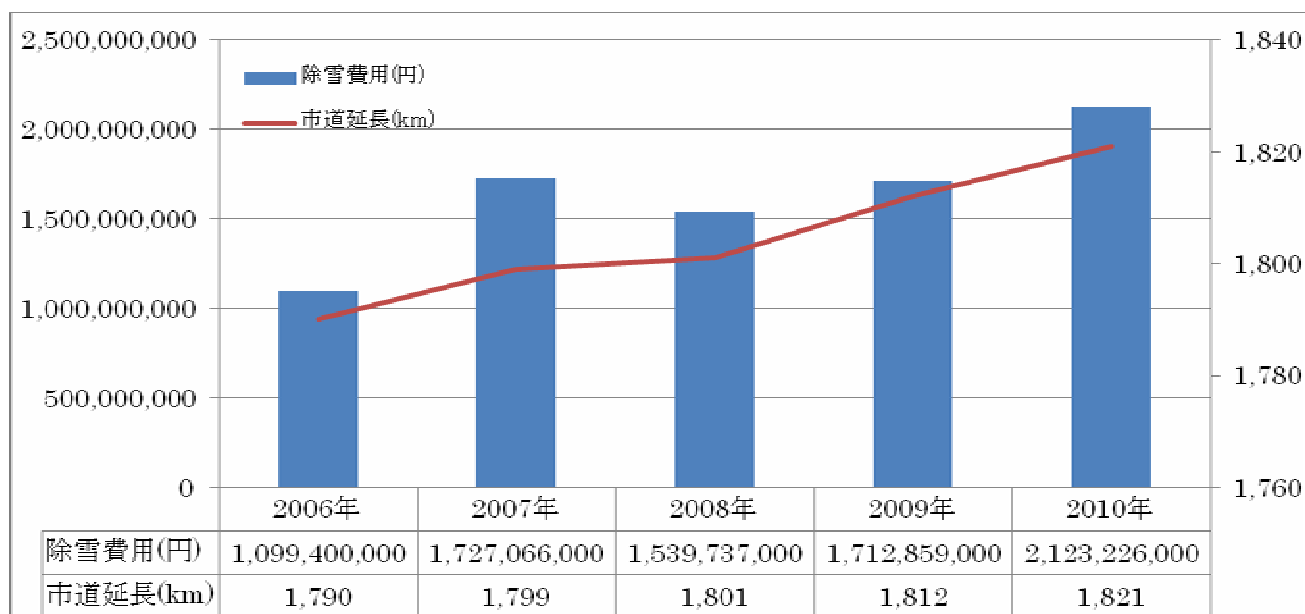
都市計画マスタープランでは、市を「インナー」「ミッド」「アウター」の3つに区分し、それぞれの特性に応じたまちづくりが進められた。インナーは中心市街地を含む既成市街地で、都市整備を重点的に行い市街地の再構築を進めるエリアで、アウターは外環状線の外側のエリアで、自然環境、営農環境の保全に努め、開発は原則として認められないエリアである。ミッドはインナーとアウターの間のエリアで、宅地の供給を行うストックエリアとして土地区画整理事業により面整備が図られる区域と位置づけられ、それぞれの地域の整備基本方針が示された。

その後、2006年に改正された中心市街地活性化法に基づく中活基本計画を策定し、翌年内閣総理大臣から富山市と同時に全国で最初の認定を受けた。計画では、目指すべき中心市街地を、歩いて暮らすことのできる質の高いウォークアブルタウンの創造とされた。そしてウォークアブルタウンの創造へ向け、多くの市民が賑わう中心市街地、多くの観光客を集客する中心市街地、歩いて暮らしやすい中心市街地、中心市街地の商業の活性化という4つの目標と5つの数値指標が掲げられた。

具体的な数値目標は、2011年までに 中心市街地の歩行者通行量を7万6000人に増加させる、年間観光施設入込客数を130万5000人に増加させる、中心市街地夜間人口を3868人に増加させる、空き地・空き店舗率を8.8%に減少させる、中心市街地小売業年間商品販売額を685億5300万円とすることとしている。

具体的な事業として、青森駅周辺総合交通ターミナル整備事業やアウガの公的施設活用事業、パサージュ周辺地域活性化事業などが策定されている。

グラフ 2-1 青森市の除雪費用および市道延長推移



2-4-2 事業内容

青森駅周辺総合交通ターミナル整備事業

2010 年の東北新幹線全線開業による交通環境の変化に対応するために、駅周辺の機能の更新が求められていた。青森駅前広場は駅に起因する交通だけではなく、広場を通り抜ける通過交通も多く、歩行者の安全確保が課題となっている。また、広場はバスターミナルの機能も担っているが、バス停が分散しているためその集約が課題となっている。

そのため、駅前広場の自動車交通の整理を行い歩行者の安全を確保し、歩きやすい快適な環境づくりを行う。さらに、バス案内機能と観光案内機能をもつ観光交流情報センターを設置し、公共交通ターミナルとしての利便性向上を図る。

アウガの公的施設活用事業

青森市は 1998 年策定の旧中活基本計画で、駅前再開発事業としてアウガを建造した。アウガは 2001 年にオープンし、地下に新鮮市場や飲食店、1~4 階に商業施設、5~6 階に男女共同参画プラザや AV 多機能ホール、6~8 階に青森市民図書館が入っている。

しかし、2008 年になるとアウガを運営する第三セクター青森駅前再開発ビル株式会社(筆頭株主青森市)が債務を抱え経営危機に陥っていることが判明した。青森市は同社の約 23 億円の負債を約 8 億で買い取ることを金融機関に提示した。金融機関は約 15 億円の債権放棄に応じ、青森市は長期にわたって債権を弁済していくこととなった。そのため、アウガ内の図書館などの公的施設が立地するフロアの有効活用など、市民満足度や集客力の向上を図り新たな施設を呼び込む必要性があり、施策を検討する。

パサージュ広場

パサージュ広場は、アウガ同様旧中活基本計画によって 2000 年に駅前地区に整備された。中心市街地には路地や小径があることから、それらをつなげて歩いて楽しめる新しい都市空間を創出し、市民の交流を促進させるという広場である。

パサージュ広場には実験店舗が設置され、将来中心市街地に出店を目指す商業者を育成する支援を行っている(商業ベンチャー支援事業)。運営は地元商業者等の出資により設立された民間会社(有)PMO(Passage Management Office)が担っている。

2006 年のリニューアルを機会として、隣接地で構想されていた民間開発を、パサージュ広場との一体空間形成となるよう働きかけ、協調開発が行われることとなった。

2-4-3 課題

青森市は、早くからコンパクトシティをまちづくりの理念として打ち出し、中心市街地の活性化に取り組んできた。今年度は、中活基本計画の計画期間最終年度であるためにそ

の成果が期待されるが、現状はいぜんとして厳しいと言わざるを得ない。

歩行者通行量は近年減少傾向が続き、目標値の 7 万 6000 人/日に対して 2010 年は約 4 万 8000 人/日であった。ほかにも年間観光施設入込客数は 2007 年の計画がスタートして以降、約 70 万人前後で推移するなど、目標値の約 130 万人とは大きな差があり、目標の達成は難しい。

ウォークアブルタウンの創造に向け、中心市街地活性化のためにアウガやパサージュ広場の整備を行っているものの、数字を見る限りその効果はまだ薄いように思われる。それを踏まえ、今後も長い目で見て対応していくことが必要である。

2-5 まとめ

以上、コンパクトシティの概要とカールスルーエ市、青森市の事例を見てきた。そこから見えるコンパクトシティ政策の意義についてまとめる。

第一に、環境問題・資源問題に対応するものであるということ。人口の増加に伴う郊外開発やモータリゼーションにより、自動車のない生活は難しい状況となっている。それが石油などの資源を大量消費し、環境に負荷をかけている。都市が拡大したエネルギー大量消費社会から脱却し、徒歩や公共交通機関で生活できるような都市空間の整備が求められる。また、将来の世代に負担をかけないよう、環境保全、資源の節約に取り組んでいくことが必要である。

第二に、少子高齢社会に対応するものであるということ。現在、日本では人口減少期に突入し、これまでの都市を拓げる政策の在り方を見直さなければならなくなった。これからは高齢者が増加し、拓がった都市では自動車を運転できなくなった人の移動性に問題が生じる。しばらく人口増加が見込めない今、年齢層や住民数に合った都市形成をしていかなければならない。

第三に、中心市街地活性化を実現するものであるということ。都市が拡大するにつれて住宅や公共施設が郊外へ移転し、郊外型大規模店の進出により中心市街地の空洞化が問題となっている。コンパクトシティを導入することにより郊外に移転した都市機能を中心市街地に集積させ、居住人口や人通りの回復が期待できる。

第四に、増大する行政コストを抑制する効果があるということ。都市が拡大するということは、道路などのインフラ建設やそれを維持・管理するコストが増大するということがある。特に、北海道・東北地方など降雪地域では、都市が拓がれば拓がるほど除雪費用がかさみ財政を圧迫する。中心市街地の衰退や人口減少などにより税収の増加も期待できないため、ますます行政コストの抑制を図っていかなければ思うような政策が実行できないということになりかねない。そのため、特に降雪地域においてはコンパクトシティを導入する意義はより強いように思われる。

3 章 旭川市の事例

旭川市は、北海道の中央の上川盆地の中心部に位置する。戦前に旧陸軍第七師団が置かれ、軍都として発展した。家具や旭川ラーメン、酒造などで有名であり、近年では旭山動物園によって観光客数が増加している。

3-1 平和通買物公園の沿革

平和通買物公園とは、JR 北海道旭川駅前から 8 条通りまでの約 1km にわたる歩行者専用道路である。旭川駅から旭橋に至るメインストリートは、戦前に第七師団が置かれていたために「師団通」「師団道路」という名称がつけられていたが、第 2 次世界大戦の敗戦により第七師団は解体され、平和への思いから「平和通」という名称に改められた。

平和通買物公園は五十嵐公三氏の構想から始まった。当時、会社経営者であった五十嵐氏は、旭川の商業は現状のままでは伸び悩む時期が来るであろうことを危惧し、平和通の商店街の体質を改善しなければならないと考えていた。モータリゼーションの進行により道路という道路は自動車に占領され、騒音と排気ガスが充満し、交通事故も増えていた。買物公園構想は、このような自動車の氾濫によって人間が邪魔者扱いされている主客転倒の現実にたいして、人間性の回復を主張するものであった。

1963 年、五十嵐氏は旭川市長選で当選し、翌年には旭川市の近代的なまちづくりのビジョン策定の作業を開始した。その項目の中で「ショッピング地域の街路燈の設置、緑化推進、交通規制により、楽しみながら買い物ができる環境の整備を推進し、とくに平和通り商店街を買い物公園として造成」することを明らかにした。

しかし、商店街の大部分の人々が買物公園計画に対して関心を示しながらも、商店街全体の協調性などに不信感を抱いていた。また、警察署や消防署などの関係官公庁の関係者も非常に困難であるという意向をもらしていた。

それでも、五十嵐氏および平和通り買い物公園企画会議の役員は、問題があることは当然のことという考えのもと、商店街への呼びかけ、関係官公庁へ協力援助の陳情を行い続け、ついには約 2 週間の買物公園実験を行うにいたった。

買物公園の実験は、旭川市民のみならず北海道各地から大きな反響を呼び、多くの視察

者が訪れた。建築学や都市計画を専門としている京都大学の上田篤教授は会場を訪れ、「実験は一応成功といえよう。いろいろ課題はあるが、本格的造成に努めるべきだ」とコメントした。

旭川市は 1970 年度当初予算に、いよいよ実施設計に入るべく調査費を計上し、京都大学上田篤教授グループに委託した。また、平和通を国道および道道から指導に移管すべく、関係官公庁との話し合いが行われるなど準備が進められた。その結果、1972 年に日本初の恒久的歩行者専用道路を開設し、平和通買物公園と名称を改められた。

1998 年には買物公園の老朽化に伴う整備事業により、段差の解消、ロードヒーティングの設置、電線類の地中化などが行われ、より高齢者や障がい者が歩きやすく、またイベントの行いやすい環境づくりが進められた。

3-2 平和通買物公園をはじめとする中心市街地の現状

旭川市中心市街地の状況は、郊外型大規模店舗の増加に伴い買物公園における歩行者通行量が減少している。旭川商工会議所の調査によると、買物公園の歩行者通行量(日曜日 1 日当たり)は、11 地点合計で 1979 年(昭和 54 年)に 40 万 8132 人から 1989 年(平成 1 年)には 24 万 4140 人に減少し、2008 年(平成 20 年)には 13 万 4156 人とさらに半減している。

中でも、旭川駅から 4 条通りまでと 4 条通りから 8 条通りまでのブロック間で、通行客数に差が出ている。旭川駅前には多くのデパートや飲食店が立地しているのに対し、駅から遠いエリアでは再開発が進まず、2008 年にはゲームセンターやボウリング、映画などのアミューズメント業を行うスガイが撤退し、集客能力がなくなっていることが要因だと考えられる。これは、いわゆる南北格差と呼ばれ、この差は大きくなっている。

平和通商店街の小売業を見てみると、売り場面積の推移はほぼ横ばいの状況であるが、事業所数、従業員数、年間商品販売額はすべて減少している。年間商品販売額については、2002 年から 2007 年の間に約 25%減少しており、小売業の経営が厳しくなっていることがうかがえる。

中心市街地区(中央地区+大成地区)の居住人口について見てみると、横ばいから減少傾向が続いている。まちなか居住は、消費者の確保やコミュニティ形成のためには重要であるが、まちなか居住対策を講じなければ減少傾向に歯止めをかけることはできないと考えられる。

中心商店街衰退の原因として、郊外ニュータウンの開発により市街地が拡大したことや、モータリゼーションの進行、郊外型大規模小売店の増加などが考えられる。とりわけ郊外型大規模小売店の増加は、中心市街地から買い物客を減少させ、空洞化をもたらしている。

1981 年と 1990 年に、ニチイ旭川店(現イオン旭川春光店)、サティ永山店(現イオン旭川永山店)が、1996 年にダイエー近文店(閉店後ヤマダ電機が出店)が、近年では 2004 年にイオン旭川西ショッピングセンターなどが出店している。これらの郊外型大規模小売店の出店が進み、中心市街地の百貨店である丸井今井旭川店が閉店するなど衰退が顕在化してい

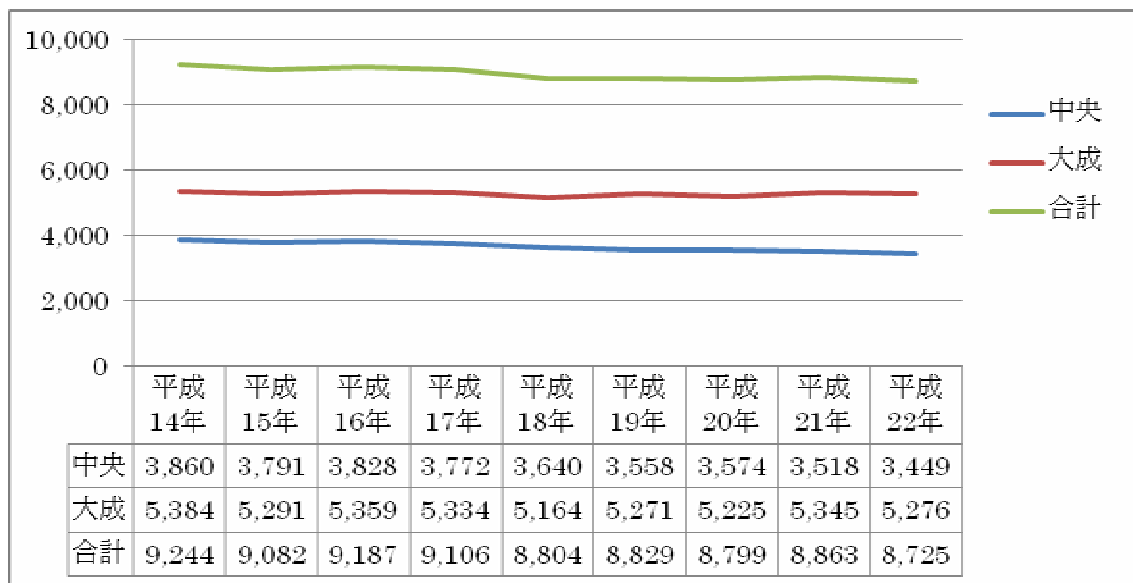
る。

表 3-1 買物公園通行量 日曜日の推移

調査地点 \ 調査日	S54 年 7 月 15 日(日)	H 元年 7 月 9 日(日)	H10 年 7 月 19 日(日)	H15 年 7 月 13 日(日)	H20 年 7 月 13 日(日)
宮下通(西武 B 館)	51,037	29,508	24,355	24,600	22,915
1 条通(西武 A 館)	56,364	33,312	33,850	44,184	21,898
2 条通左(丸井)	71,048	42,072	40,932	45,360	25,848
2 条通右(マルカツ)	61,108	40,272	34,238	26,172	21,233
3 条通(オクノ)	54,828	41,256	28,390	24,384	15,691
4 条通(ゲオ)	45,412	23,256	20,014	14,820	11,885
5 条通(秋田堂)	30,268	11,940	10,476	8,640	5,494
6 条通(須貝ビル)	16,303	10,536	10,862	9,372	3,619
7 条通(青木薬局)	11,344	5,676	4,584	4,452	2,393
8 条通右(川村薬局)	6,680	4,080	3,060	2,808	2,138
8 条斜線(矢口歯科)	3,740	2,232	2,050	1,656	1,042
合計	408,132	244,140	212,811	206,448	134,156

出典:商店街通行量調査報告書

グラフ 3-1 中心市街地区の居住人口



出典:統計でみる旭川

表 3-2 買物公園空き店舗数推移

	2002年	2004年	2006年	2011年
平和通買物公園の空き店舗数	62	72	68	107

出典:旭川市中心市街地活性化基本計画

表 3-3 平和通商店街の商業

	事業所数	大店舗内事業所数	従業者数(人)	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)
H14 年	229	163	1,771	46,369	73,075
H16 年	215	137	1,673	44,435	79,723
H19 年	185	137	1,405	34,643	76,211

3-3 中心市街地活性化の取り組み

旭川市では、2000 年に中心市街地活性化基本計画を策定し、市街地整備や商業の活性化を図ろうとした。そこでは、基本方針として 都心部における交通アクセスの改善と利便性の向上、 都市機能の充実と魅力ある商業空間の整備、 快適な都心居住環境の整備と交流の場の創出が挙げられた。その基本方針に従い行われた事業は、旭川フードテラスの設置、市街地におけるロードヒーティング整備、イルミネーションの設置、昭和通線整備、旭川鉄道高架事業などである。

これらの事業により、街なかの通行量の増加や賑わいづくり、4 条より北側の集客力の向上が期待された。しかし、これら事業の効果は限定的で、先述の通り買物公園における歩

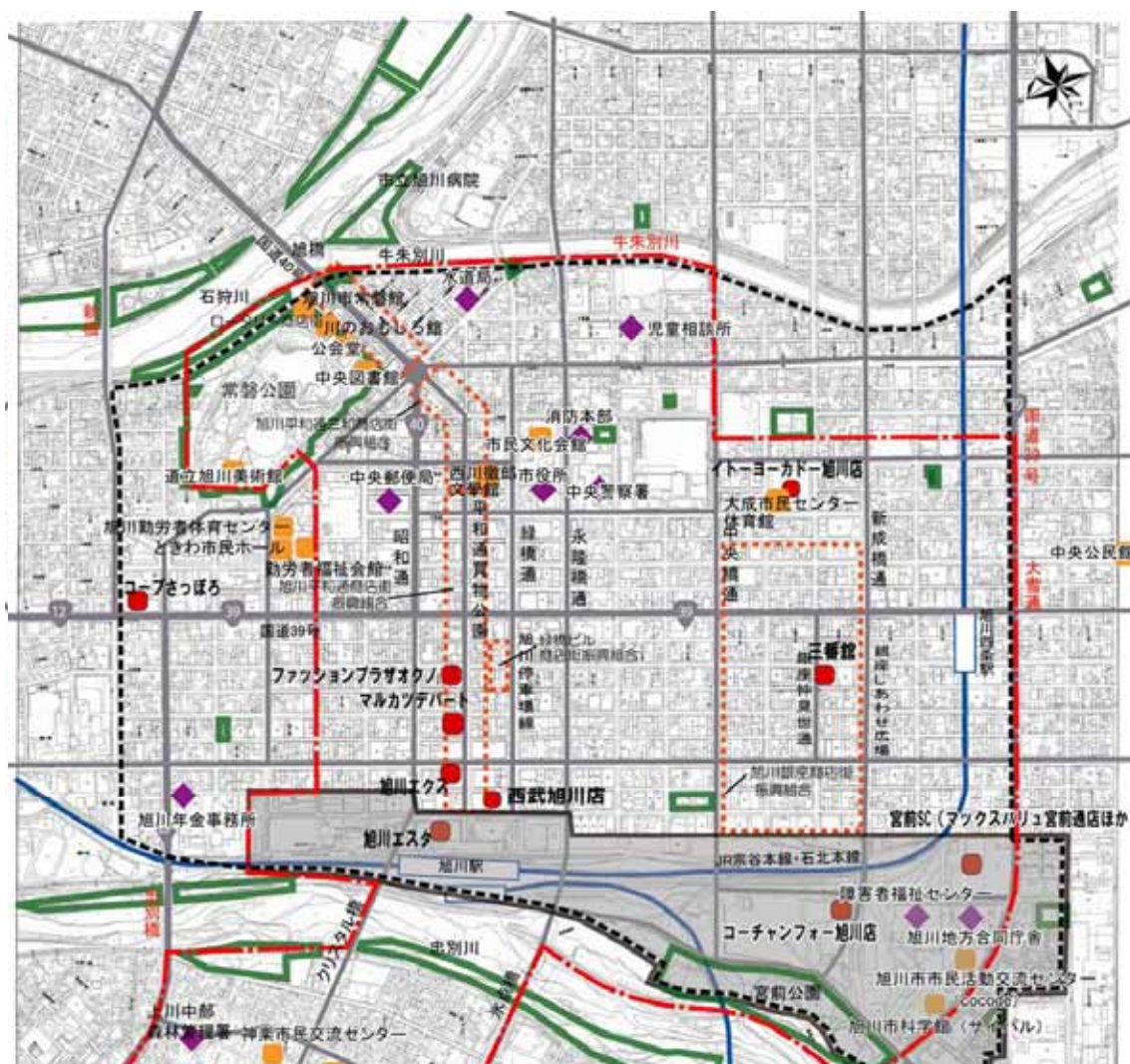
行者通行量や小売店販売額が減少しており、2009年に丸井今井旭川店が閉店に追い込まれるなど中心市街地活性化は達成できなかったとは言えない。

中心市街地の衰退が進行するなかで、旭川市は新たに中活基本計画を策定し、2011年に内閣総理大臣から認定を受けた。その計画のコンセプトは、「歩行者空間『買物公園』が奏でる『集い』のシンフォニー～買物公園を中心軸とした機能集積の促進と、そのための近隣地区との連携・交流」であり、それを踏まえ7つの基本方針が設定されている。買物公園の中心核としての生活交流拠点を形成する、買物公園を軸とする時間消費型の回遊空間を創造する、まちなか居住を推進し、定常的賑わいを創造する、商店街、市民、行政の協働により、継続的にイベントを開催する、観光客を中心市街地に呼び込み活性化を推進する、自然環境と共生したまちづくりを展開する、まちなかのエリアマネジメントを強化する、である。

計画の期間は2011(平成23)年3月から2016(平成28)年3月までの5年1か月であり、次の数値目標が設定されている。平和通買物公園における一日当たりの歩行者通行量を14万5000人に増加させること、中心商店街地区人口を1万人に増加させること、旭川観光情報センターの利用客数を6万人に増加させること、である。

なお、中心市街地として事業を展開していく区域は、北側が牛朱別川、南側が国道237号、西側が常盤公園、各条5丁目、国道237号、東側が国道39号であり、面積は382haである。

図 3-1 中心市街地の区域図



出典:旭川市中心市街地活性化基本計画

この中心市街地活性化対象地域は各エリアの性格に合わせて 4 つの地区に分けられ、それぞれが役割を持っている。活性化を目指す方向性は以下の通り。

中心商店街地区

中心商店街地区の範囲は買物公園および周辺商店街、旭川駅周辺など、活性化の中心となる地域である。4 条以南のエリアではデパートなどの大型店が多く立地しており、買物や食事など多様な目的を持った人々で賑わう。またバスやタクシー乗り場が集中する交通拠点ではあるが、まとまった規模の駐車場がないために自動車での来街者に不便である。4 条以北のエリアはほとんどが小さな店舗であり、買物公園に隣接するホテルに観光客が宿泊するが、歩行者通行量も少なく賑わいもない。そのため、4 条以南からの回遊を高めることが求められている。

常磐公園地区

常磐公園周辺には美術館や川のおもしろ館、中央図書館など文化・芸術関係の施設が多く立地している。また河川敷にはイベントが行われる広場があり、季節によって人が多く集まる。そのため文化・芸術をテーマとした機能集積により、さらなる集客力の向上が目指されるが、駐車場の不足や施設の老朽化が進むなど施設の充実を図っていく必要がある。

神楽地区

神楽地区は市民交流センター、大雪クリスタルホール、大雪アリーナ、地場産業振興センターなどのコンベンション会場が集積している地区である。そのため、南北を結ぶ道路を整

備することにより、コンベンション参加者の中心市街地への誘導を促していき交流を強化することが目指される。

北彩都地区

北彩都地区は国の合同庁舎や大型書店、科学館、市民活動交流センターなどが立地している駅東側の地区である。様々な施設が立地する地域の特性を活かし「広域的な集客機能の形成により中心市街地再生のエンジンとなるまちづくり」が目指されている。各種公共施設の集積により新たな中心市街地区拠点の形成とともに、自然環境を活かして北彩都ガーデンを創出し、市民をはじめとして旭川駅を利用する旅行者等においても楽しむことができる憩いの場の整備が行われる。ただし、既存商店街と競合せず、相乗効果を生み出せるように配慮した開発を行わなければならない。

この特性に基づき中活基本計画で行われる主な事業は次の通りである。

表 3-3 主な事業

事業名	内容
旭川駅周辺土地区画整理事業	北口広場にバス停、タクシー乗降場及び駐輪場、駐車場、イベント広場を整備
	南口広場にタクシー等乗降場、待機場を整備
都市計画道路整備事業	昭和通の延長とクリスタル橋の整備
観光情報センター整備事業	旭川新駅舎東側高架下に観光案内、休憩、物販等の機能を持つセンターを開設
観光バス駐車場設置事業	駅南地区に観光バスに対応した大型バス駐車場を開設
まちなか交流館運営事業	4条買物公園の空きビルに地場産品販売、若者の居場所づくり等の場の運営
都市型レンタサイクル運営事業	駅前広場を中心に、各要所にレンタサイクルポートを設置
(仮)中心市街地団地整備事業	子育て世代や高齢者・障がい者世帯等対象の市営住宅を建設
中心商店街出店促進事業	出店希望者に対しての家賃補助、環境整備等実施
駐車場・公共交通機関等の買い物割引制度	一定額以上の買い物に対する公共交通機関利用促進のためのサービス制度の構築
(仮)中心市街地循環バス運行事業	中心市街地区内を循環するコミュニティバスの運行に必要な施設整備等

3-3 課題とまとめ

これから中活基本計画に基づく中心市街地活性化のまちづくりが始まるが、それに対する課題を検討していく。

第一に中心市街地における交通についてである。平和通買物公園は、全国初の恒久的歩行者専用道路として 1972 年にオープンした。原則として歩行者の通行のみ許されており、自動車及び自転車は乗り入れできないこととなっている。ところが、自転車の乗り入れ禁止の意識が市民に徹底されておらず、現在でも買物公園通りでの自転車通行、駐輪が後を絶たず、景観を損ねるばかりか通りの幅を狭め、歩行者の自由な回遊の妨げとなっている。

中活基本計画では旭川駅周辺の開発により南北を結ぶ道路の整備、駐車場、駐輪場及びレンタサイクルの設置が予定され、これまで以上に郊外、市外から中心市街地への来街者が増加することが予想される。これまでと同じ状況が続けば、歩行者と自転車が接触する事故が発生する恐れがあるが、買物公園への自転車乗り入れ禁止を旭川市民のみならず、観光客にも広めることは難しいことである。

第二に中心市街地への住み替えに関してである。中活基本計画では、中心市街地の居住人口が微減している状況から、宮下通りに市営住宅を建築することが計画されている。その市営住宅により整備される戸数は約 150 戸であり、そのほかのマンション住宅建設に関しては民間事業者の進出促進を図るとしている。

コンパクトシティ形成にあたって、まちなかへの居住機能の集積は行っていく必要があるが、公営住宅に関して言えばその多くが豊岡や東光、永山、春光、緑ヶ丘などの郊外のニュータウンに立地している。それらの郊外に住む人々をまちなか居住へ誘導するためには、まちなかの有利な条件づくりをする必要がある。それは利便性の高さであり、中心市街地の衰退とともに利便性の低下も招き、まちなか居住に対する魅力も失われている。ただやみくもに住宅建設を行ったとしても、住みやすい環境づくりが図られなければまちなかへの住み替えは進んでいかない。

第三に中心市街地における商業振興についてである。中心市街地の活性化は商店街の盛衰に左右されるといっても過言ではない。商業機能に活力があれば、自然と人が集まり魅力あ

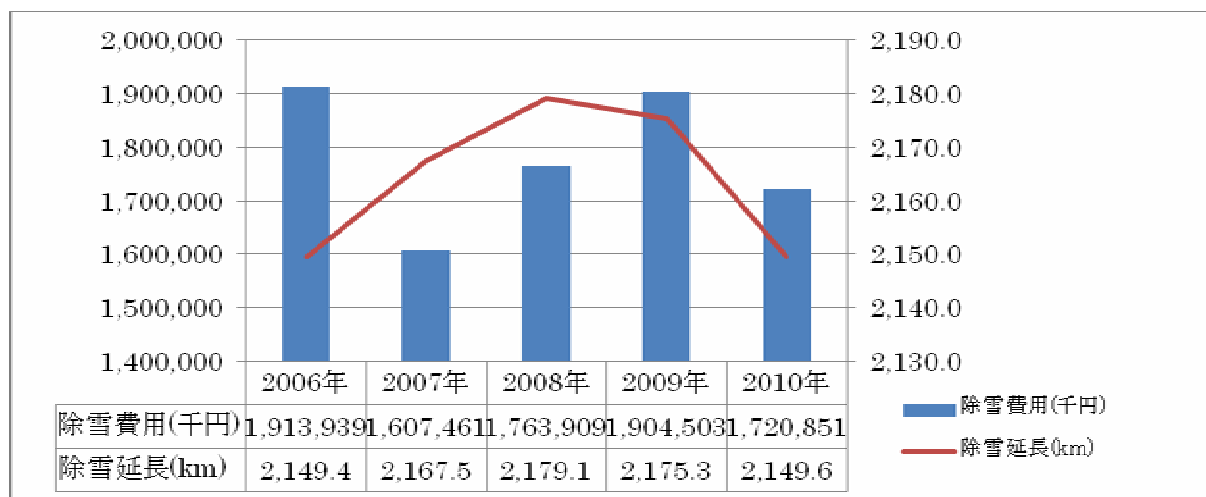
る商店街が形成されていく。したがって、中心市街地の既存商店が独自の個性を打ち出すと
いったことや、空き店舗対策をしていかなければならない。

ただ、それらを行っていかねばならないのは商店街や民間事業者である。行政は課税
優遇や家賃保証などの金銭的側面からの支援はできても、実際に事業や新規参入をするかど
うかは事業者の判断頼みとなる。これに関して、前述の青森市で地元商業者などの出資によ
りパサージュ広場を整備し出店希望者の育成・指導を行っている例も存在する。このよう
な商業者の取り組みも中心市街地活性化にとって重要となってくる

以上、旭川市の中活基本計画についていくつか課題を挙げてきたが、この中活基本計画
の活性化効果については疑問が残る部分がある。それは 4 条以北の位置づけである。中活
基本計画では、活性化事業の多くが旭川駅周辺や北彩都地区に集中しており、来街者の増
加が見込まれている。しかし、4 条以北のエリアに関しては核となる拠点も再開発事業もな
く、「北の恵み食べマルシェ」などのイベントを支援することとなっているが、一過性の効
果は期待できても一年中持続させることは難しい。人をひき付ける材料がないため南北格
差が解消される可能性は低く、広い中心市街地全体をカバーするような計画ではないよう
に思われる。

また、中活基本計画にはコンパクトシティが目標として掲げられているが、都市計画マ
スタープランによる郊外のゾーニング規制などは行われていない。中活基本計画だけでは
郊外開発を規制することはできず、郊外開発がこのまま続いていくようであればコストの
増大は避けられないため、コンパクトシティ形成のための政策実現は難しい。中活基本計
画と都市計画マスタープランとがセットになってまちづくりを進めていかなければならな
い。

グラフ 3-2 旭川市の除雪費用および除雪延長推移



出典:旭川市 HP

4 章 まとめ

4-1 まちづくり 3 法による大規模小売店舗規制について

現在、大規模小売店舗の出店を規制する法律は、まちづくり 3 法の中の大店立地法と都市計画法である。大店立地法では大規模店の出店に際して、周囲の生活環境に配慮しなければならないという社会的規制が設けられ、都市計画法では床面積 1 万^{m²}を超える大規模集客施設が立地可能な用途地域が限定された。

しかし、これら法律の効果については疑問が残る。まず大店立地法についてであるが、大店法のような店舗面積や営業時間の縮小といったような規制はなく、交通渋滞や騒音問題などの生活環境への配慮という規制に目的がシフトし、中小小売の利益が二の次となったことである。もちろん、地域の生活環境への配慮も重要ではあるが、そのために広大な土地を確保できる郊外への出店や中心市街地の大規模店の閉店が促され、中心市街地のまちづくりに悪影響を与えることとなった。

そして、都市計画法についてである。基本的に床面積 1 万^{m²}を超える大規模集客施設が立地できる区域は商業地域、近隣商業地域、準工業地域に限定されているものの、都市計画は市町村ごとに定められる都市の開発方針であるため、市町村ごとに異なるものとなる。つまり、各市町村の裁量によって大規模店の出店の可否が決まり、郊外大規模店により中心市街地の空洞化が問題となっているまちでは制限を厳しくする。一方で、基幹産業がなかったり雇用がなかったりするまちでは大規模店の誘致に積極的に動くということもできる。

その際、問題となるのが近隣自治体との調整や地域産業への影響である。大規模店は広大な駐車場が設置されている場合が多く、広範囲から人を集めることができるが、それゆえ購買客を奪ってしまい近隣自治体が思うようなまちづくりができない場合があると考えられる。また、安易にまちおこしのために大規模店を誘致することは、地域独自の産業を衰退させまちのファスト風土化を引き起こす要因ともなる。

それでは、大規模店に対する規制を強化すべきか。出店規制の強化により大規模店の出店ペースを抑制することはできるかもしれないが、それでもすべての大規模店に対して出店禁止にすることはできない。また、すでに中心市街地に影響を与えている既存の大規模店に対して規模の変更や撤退などの規制を行うことも難しく、単に規制を強化するだけでは効果は薄いように思われる。

4-2 コンパクトシティについて

カールスルーエ市と青森市、旭川市のコンパクトシティの取り組みについて見てきたが、両者の間にはコンパクトシティ化を進める動機に違いがみられる。カールスルーエ市をは

はじめとするヨーロッパでは、サステナビリティという資源や環境問題などの国家レベル、国際社会レベルの問題解決のために提起された考え方である。一方で日本におけるコンパクトシティ論の始まりは、主に中心市街地活性化や行政コストの削減などの一つのまちの問題を解決するため、という色合いが強いように思われる。

日本においてもコンパクトシティが都市政策の中に取り入れられるようになってきている。しかし、それは中心市街地活性化が最大の目的であるが、もっと大きなスケールで議論されなければ地域住民の協力が得られない場合がある。

NTT データ経営研究所の中心市街地の必要性に関するアンケート調査(2008 年)によると、中心市街地に賑わいが戻り、多様な施設が集積し、歩いて暮らせる便利な街になった場合の街なか居住について、「条件が合えば住みたい」が 51%で最も多く、「積極的に住みたい」と合わせると 62%に上がる。それに対し、「積極的に住みたいとは思わない」「住みたくない」を合わせると 16%と、大きな差がある。つまり、コンパクトシティが実現された際には街なか居住が進む可能性があると思われる。

一方で、中心市街地活性化の必要性について、「税金を投入してでも積極的な活性化を実現すべき」が 20%に過ぎず、「税金を投入してまで活性化する必要はない」が 25%、「中心市街地の当事者が費用を自己負担して活性化を推進すべき」が 18%に上った。したがって、中心市街地活性化の必要性については幅広い人々の共通認識とはなっていない状況である。コンパクトシティの課題は、すでに広がった都市構造をこれからコンパクトな集積型都市に再構築できるのかが不透明であり、コスト負担に賛同を得られないということであろう。目指すべき都市像がコンパクトシティであるということは理解を得られていても、政策段階の合意形成を得るのは難しいところである。

また、都市の財政危機の影響も、コンパクトシティとの関わりが大きい。郊外へ開発がすすめられた都市では、道路などのインフラ整備やそれらの維持管理費がかさみ、財政状況を圧迫している。特に降雪地域では道路が延びれば延びるほど除雪費用が掛かり、より効率的な都市の形成が求められている。

ヨーロッパと日本とではコンパクトシティ政策のあり方に違いがみられるものの、目指すべきところはサステナブルシティである。ただし、日本で課題となってくるのはより大きなスケールとしてコンパクトシティ化を議論できるかどうかであり、自治体のみならず住民や商業者などの共通理解と協力が必要である。

4-3 パークアンドライドについて

パークアンドライドとは、中心市街地に向かう自動車を郊外の鉄道駅やバスターミナルに隣接して設けられた駐車場に止めさせ、公共交通機関を用いて目的地へ向かう方法である。これにより、中心市街地の交通渋滞緩和や歩行者の安全性向上などが期待される。日本では鎌倉市や金沢市などでパークアンドライドの取り組みが進められ、地域住民や地元商業者を巻き込んだまちづくりを行っている。

ここでは鎌倉市の事例を紹介する。鎌倉市は、年間観光客数約 1,900 万人が訪れる日本有数の観光地である。特に鎌倉幕府が開かれた地周辺の鎌倉地域については、観光目的の自動車が流入し日曜・祝日のみならず行楽シーズンの平日にも交通渋滞が引き起こされており、交通問題の解消が求められていた。ところが、鎌倉地域の都市構造は鎌倉幕府成立から大きく変わっておらず、道路の拡幅や新たに道路を建設することは歴史的環境の保全から制約され、道路整備による交通問題解消はできないこととなっている。

そこで鎌倉市は 1995 年、市民公募や自治会、学識経験者などからなる鎌倉地域交通計画研究会を設置し、パークアンドライドを含む TDM(交通需要管理:Transportation Demand Management)施策の提言を行った。その基本的な考え方は、自動車利用の抑制と公共交通への転換、歩行者・居住環境の向上である。

研究会の提言のもと、鎌倉市は 1996 年 11 月 23~24 日の土日 2 日間にわたり、七里ヶ浜パークアンドライド交通実験を行った。そのシステムは、駅やバス停付近の駐車場の駐車料金と江ノ電全線が一日利用できるフリー切符をセットで安価に提供するものであった。その実験では、駐車場の利用者が 700 台以上にも上り、利用者に行われたアンケートでは 97%の人が「非常に良かった」または「良かった」と答えた。その結果を受けて、2001 年から七里ヶ浜と由比ガ浜においてパークアンドライドが本格導入され、現在までに江の島、稲村ヶ崎と合わせて 4 つの地域でパークアンドライドが行われている。

さて、このパークアンドライドという考え方は、鎌倉市では観光客などの自動車による交通問題の解消ために用いられた。この考え方は自動車交通抑制だけではなく、コンパクトシティ化と合わせて中心市街地活性化にも用いることができ、旭川市においても有効なものと思われる。先述のように、平和通買物公園は恒久的歩行者専用道路ではあるが、現状では自動車道が十数本も横断し、また自転車も通行禁止ではあるがそれが守られておらず、完全なる歩行者専用道路とはなっていない。

旭川市でもパークアンドライドを導入するとともに、国道 39 号以外の買物公園を横断する自動車道における自動車の通行を制限、また自転車についても施策実行時に通行禁止を広く告知し新たなスタートを切ることにより徹底を図り、トランジットモール化することで、歩行者の自由な回遊と安全を確保するべきではないだろうか。自動車や自転車が排除された歩行者主体の空間が創造される結果、ベンチやテラスなど一息つける場所やイベントスペースなども設置できるために長い滞在時間を確保できる可能性がある。

さらに公共交通機関を整備し、買物公園や北彩都地区、常磐公園、市役所、病院、住宅地など中心市街地周辺の拠点を結ぶ循環バスを運行することができれば、季節に関係なく小さな子供や高齢者、主婦の方々でも気軽に立ち寄ることができる。ここでは、バス一本で生活に必要なすべての場所へと行けることが重要であり、乗り換えが発生してしまっただけでは郊外と利便性という点ではあまり変わらない。

すべての人が快適に過ごせる空間の創造は、郊外から人を呼び寄せる。呼び寄せるとは郊外からの来街者という意味でもあり、郊外から中心市街地へ住み替えるという意味でも

ある。特に住み替えに関しては、先にも指摘した通り利便性の高さが住み替えの一つの条件ともなる。公共交通機関の整備や歩きやすいまちづくりを行っていくことはまちなか居住推進にもつながり、それを実現させる一つの可能性がパークアンドライドである。

4-4 商業者および地域住民が協力したまちづくり

行政の立場から中心市街地活性化事業を行っていく場合、できることは制度や環境整備などの下地づくりであり、最終的に中心市街地活性化を達成していくのは商業者であり地域住民である。

人をひき付けるためには、まず商業者が努力をして人が集まれる拠点をつくり、まちを活性化させていくことが重要である。中心市街地衰退の要因として郊外の大規模小売店を挙げたが、それを言い訳として商店の魅力を高めることをしないということは競争をあきらめたということである。たしかに、中心市街地の衰退とともに商店街の商店も疲弊し、新たに魅力を高めるような取り組みができない場合がある。そのような場合は行政の協力を得ながら、複数の商業者が集まって事業を展開したり、商店街振興組合が中心となって事業を展開するなどしていくべきである。あくまで商店の経営を行政にゆだねるのではなく、自分たちで変えていこうという姿勢が重要なのである。青森市の将来の商業者の指導・育成を行っていくパサージュ広場の事例など、すでに積極的に動いている自治体・商店街は少なくない。守りに走ればそこに待ち受けるのは衰退である。

もう一つ、中心市街地活性化に必要な要素が地域住民である。中心市街地を利用するのはほとんどが地域住民であり、多くの人が集まり利用することにより賑わいが増え、活性化していく。したがって、なるべく多くの人々が中心市街地に関わり維持・発展に協力していくべきなのである。それは中心市街地の商店街を利用するでも、イベントに参加するでも、自分ができることを行っていけばいい。

しかし、一方では中心市街地活性化のために多額の税金が投入されることに疑問をもつ人もいるだろうし、中心市街地の置かれている現状や守っていかなければならないことに興味を持っていない人もいるだろう。それらの人々の理解を得、まちづくりに巻き込んでいくことが円滑な活性化につながる。そのために、自治体はまちづくりの理念を広く広報するとともに、商業者、住民同士でも中心市街地の重要性を訴えていき、どのような都市をつくっていくか幅広い合意形成を行うことができれば不満も無駄もなくなってくるだろう。

現在の都市構造は、数十年もの長い時間をかけて形成されてきた。それを新しい都市構造に再構築するにはまた長い時間がかかる。それは10年かかるかもしれないし、30年かかるかもしれない。行政、商業者、地域住民の3者がそれを理解し、無理のないサステイナブルシティの実現に向けた方法を考えていくことが望まれる。

参考文献

- ・ 加藤義忠・佐々木保幸・真部和義,2006,『小売商業政策の展開』同文館出版.
- ・ 三浦展,2006,『脱ファスト風土宣言』洋泉社.
- ・ 鈴木浩,2007,『日本版コンパクトシティ』学陽書房.
- ・ 海道清信,2001,『コンパクトシティ - 持続可能な社会の都市像を求めて』学芸出版社.
- ・ 衣川恵,2011,『地方都市中心市街地の再生』日本評論社.
- ・ 都市計画中心市街地活性化法制研究会,2006,『概説まちづくり三法の見直し』ぎょうせい.
- ・ 松田雅央,2004,『環境先進国ドイツの今』学芸出版社.
- ・ 五十嵐広三,1970,『市民運動の証言』鶴書房.
- ・ 五十嵐広三,1974,『北斗七星』五十嵐広三の本を出版する会.
- ・ あさひかわ社,2002,『郷土誌あさひかわ 438 号』.
- ・ 旭川商工会議所,2008,『商店街通行量調査報告書 平成 20 年』.
- ・ 旭川市,2011,『旭川市中心市街地活性化基本計画』.
- ・ 青森市,2007,『青森市中心市街地活性化基本計画』.

参考 HP

- ・ 旭川市 HP <http://www.city.asahikawa.hokkaido.jp/>
- ・ 統計で見る旭川
http://www.city.asahikawa.hokkaido.jp/files/soumu_soumu/toukei/index.htm
- ・ 青森市 HP <http://www.city.aomori.aomori.jp/>
- ・ 鎌倉市 HP <http://www.city.kamakura.kanagawa.jp/index.html>
- ・ カールスルーエ市 HP <http://www.karlsruhe.de/>
- ・ 財団法人自動車検査登録情報協会 <http://www.airia.or.jp/index.php>
- ・ 経済産業省 <http://www.meti.go.jp/>
- ・ 総務省統計局 <http://www.stat.go.jp/index.htm>
- ・ 株式会社 NTT データ経営研究所 <http://www.keieiken.co.jp/>
- ・ 中小企業庁 <http://www.chusho.meti.go.jp/>