

「人が集う広場」の整備と魅力的な地域イベントにより来街者増効果



取組の背景

次の100年を見据えたまちづくりへの取組

歴史ある高松丸亀町商店街では、1988年の400年祭りを機に「次の500年祭を迎えることができるのか」という懸念があった。すでに当時から商店街の通行量には陰りが出始め、このまま衰退していくのではないかと危機感を組合員は持っており、「向こう100年を見据えたまちづくりをしよう」という考えのもと、「人が住み、人が集うまち」を目指して再開発事業に着手した。

再開発前のマーケティング調査では、「商店街に行きたくない理由」として「休憩する場所がない」という声が多く挙がり、公共広場の整備が一つの課題であった。また、当時は商店街自身が主催者となって、様々なイベントを開催していたが、集客から売上に繋げるのは各個店の役割であると考えていたため、人が集っても売上が増えず店舗の繁栄に繋がらなかった。イベントを企画しても少人数の役員で実行せざるを得ない状態で、本業の商売が疎かになってしまうという本末転倒の悪循環に陥っていた。

取組の内容

民地を提供して整備した公共広場の活用効果

居心地の良い町を作るには、美しく居心地の良い風景や環境を作る事が大切と考え、8mであった街路にある建物を、左右1.5mずつ後退させ11mに拡幅。民地を道路の一部として提供することで街路樹や花壇やベンチの設置を可能にした。商店街の通路であった道路を遊歩道のような整備とすることで、ゆとりをもって商店街内を回遊することが可能になった。

また、まちのにぎわいのためには人々が集まり出会うの場となる「広場」が不可欠であると考え、2007年に高松丸亀町番街前ドーム広場を竣工。再開発前は130㎡だった場所を、後退させた民間の土地で包むことで500㎡まで拡張することができ、様々な使い方が

可能となった。

例えば、毎年10月の最終日曜日に開催されているハロウィンイベントは、ファミリー層に商店街の魅力を伝え、活性化に繋げようと毎年開催されているもので、昨年18回目を迎えた。「トリック・オア・トリート」と呼びかけるとお菓子をもらうことができたり、仮装フォトコンテストが開催される等、家族連れを中心に思い思いに仮装をした4,000人も参加者を集めるイベントとなった。

また、香川ウエディング協議会は商店街を舞台とした結婚式、「ザ・ウエディングアベニュー」事業を企画。商店街で結婚式を挙げることで、地元へ愛着を感じてもらい、家族で商店街に通ってもらうことを目的としたイベントで、事前に県内の子どもたちから「やってみたい結婚式」を募集する「夢の結婚式コンテスト」を実施。最優秀賞に選ばれた「おおきなケーキのけっこんしき」を挙行した。地元のブライダル学科で学ぶ学生もスタッフとして参加し、生歌や演奏、プロのカメラマンによる記念撮影等で盛り上げながら式が進められ、地域一丸となって幸せを祝福する挙式となった。

このような取組を通じて、ドームを中心に「人が集う広場」が創出されている。



仮装した大勢の参加者が集うハロウィンイベント

取組の成果

公共広場を活用したイベント効果で来街者増加

以前は、休日より平日の歩行者通行量が多かったが、ドーム竣工後は休日の方が多くなった。2017年の休日の通行量調査では、2007年比で、ドーム近くの丸

丸亀町(北)で118.2%、丸亀町(南)でも111.4%の伸び率を記録。これはドーム竣工とともに、イベント開催が大きく寄与していると思われる。特に昨年18回目を迎えたハロウィンイベントは毎回1,500人の子どもを招待する一大イベントで、毎年20,000人以上の通行が確認されている。

当初組合自身による主催が多かったが、認知も広まり、現在では行政・民間企業・NPO法人・学生等幅広い主催者が、年間約200イベントを開催している。

また、商店街がメイン通路としての役割を持つようになり、時間をかけて散策できるようになった。ベンチでは休憩をしたりお喋りをしたりと市民の憩いの場となっている。



広場を活用したイベントの様子

実施体制

壱番街のテナントの運営管理やドームで開かれるイベント、販促等を企画・実行するために高松丸亀町まちづくり会社を設立。イベントをやりたい市民をサポートするために、イラストレーターやイベントのプロ、音響装置のプロを雇用し、サポートする体制を整備した。

また、駐車場収入を住宅整備や地域医療の再生等に活用する商店街振興組合による再開発事業への取り組みの結果、まちの居住者が増加している。居住者増加により、商店街内の商業が活発になり、イベント参加のついでに買い物もしてくれるといった仕組みも構築することができた。これらの仕組みが連動して、よいスパイラルを生み出すことに成功している。

キーパーソンからのコメント

まちづくりの大前提はコミュニティーの現存

商店街の再生計画が軌道に乗った最たる要因は、400年間脈々と、地域のコミュニティーが現存していたからです。どれだけ優れたリーダーがいても、行政の支援があっても、地域のコミュニティーが崩壊していれば再生は不可能です。地元に対する熱意を持つコミュニティーの存在と、それを結びつけ昇華させる触媒(専門家)の存在こそが、まちづくりの必須の条件です。少子高齢化と言う地殻変動が起きている中で、これからの

商店街のあり方を模索してきました。商店街は単にモノを売買する場所ではなく、地域の人々にとって暮らしやすい場所であるべきだと考えます。そして地域の人々は、地域に対して責任を負う「本気」の覚悟が必要であり、「何をすべきか?」という結論を早々に出し、それを「どう乗り越えるか?」という議論に移行しなければなりません。少子高齢化という時代のうねりの中で、多くの時間は残されていません。



高松丸亀町商店街振興組合
理事長
古川 康造

商店街の概要

高松丸亀町商店街は、高松中心市街地に位置する全長470mの買回品中心の広域型商店街であり、丸亀町の開町以来400年以上の歴史を有する。

地域の一番商店街としての地位を誇ってきたが、瀬戸大橋・明石海峡大橋の建設を契機とした県内客の県外流出、相次ぐ郊外型ショッピングセンターの出店等により、売上は減少傾向にあった。そのような中、同商店街は、生き残りをかけて、再開発に取組んでいる。実現しようとしているのは、人が住む商店街。人口減少が進む高松中心部に再び定住人口を取り戻すため、集合住宅や診療所等の機能を整備している。再開発事業は、7街区の内、すでに4街区で再開発が実現し、残りの街区も早期着工を目指している。

- 所在地 香川県高松市丸亀町
- 人口 約42万人(高松市)
- 電話/ 087-821-1651
- FAX/ 087-823-0730

- URL <https://www.kame3.jp/>
- 会員数 100名
- 店舗数 221店舗(小売業194店、飲食業25店、その他2店)

- 商店街の類型 エリア価値向上型
- 主な客層 主婦、高齢者/40歳代、50歳代