

第 部 いなべ市における調査報告

1. 中心市街地の現状

阿下喜商店街の小売年間販売額は、1991年から2002年の10年間で半減し、商業者も売上げ、来客ともに大きく減少していることに危機感を抱いている。

商店街を利用する機会が多い地区は、旧北勢町、旧藤原町である。しかし、旧北勢町においても同商店街における購買率は低下しており、桑名市等への購買力の流出が見られる。

同商店街の利用者の高齢化が進展しており、商店主達は、高齢者をターゲットとして考えている。

商業者は中心市街地商店街の強みを、「親身でフレキシブルな対応ができる」、「昭和の面影を残す、情緒ある風景」、一方弱みを、「自家用車、公共交通でのアクセス性が悪い」、「時間消費型の店舗（飲食など）が少ない」ことと考えている。

商業者は、阿下喜駅から商店街までは坂道が続くことに加え、「自家用車、公共交通でのアクセス性が悪い」という弱みがあることから、阿下喜駅と商店街の結びつきを強める何らかの対応が必要と考えている。

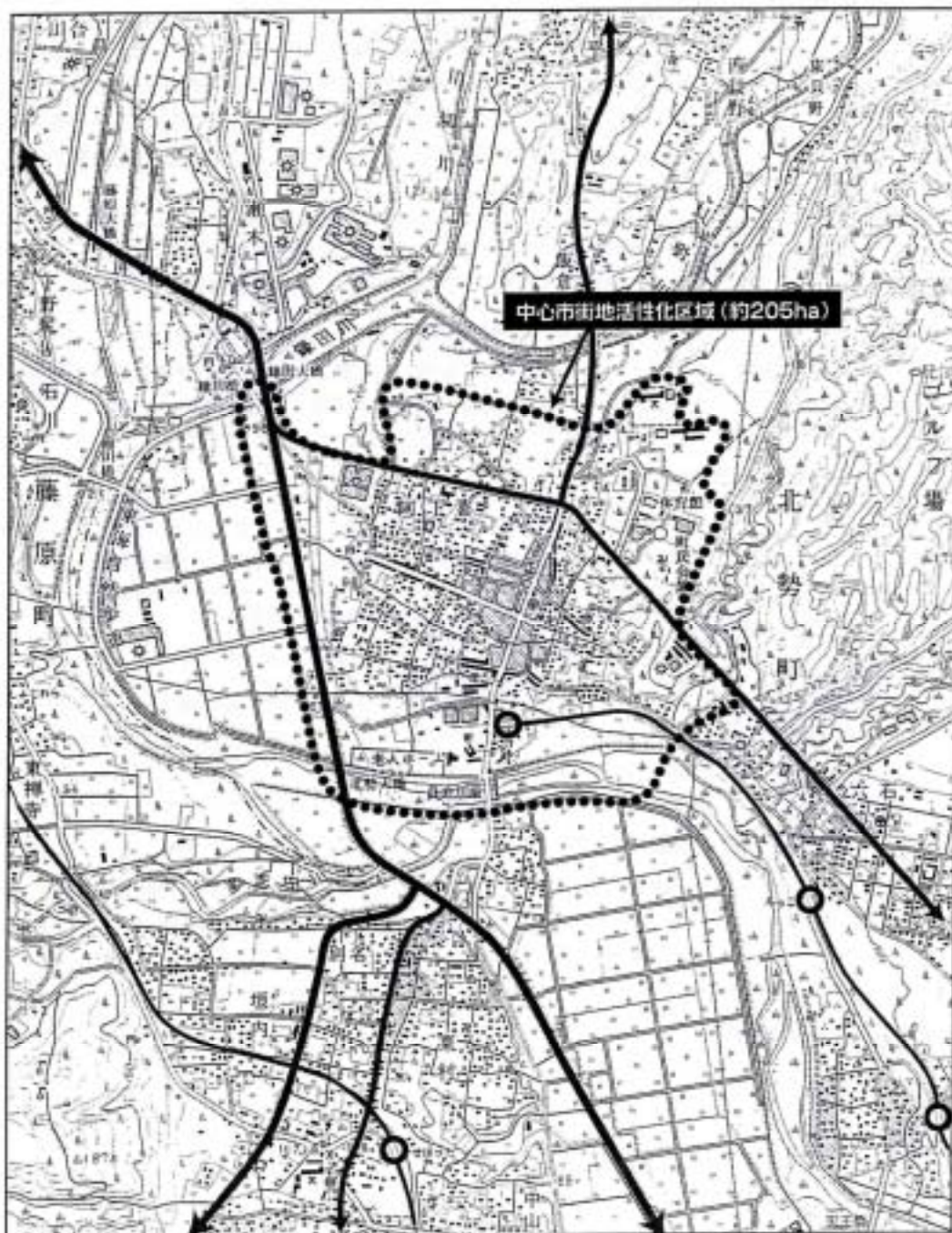
(1) 概要

いなべ市は、2003年12月に員弁郡の北勢町、員弁町、大安町、藤原町が合併してきた市である。三重県最北端に位置し、北部と西部は岐阜県・滋賀県、南部は四日市市、東部は桑名市に接している。

いなべ市の中心市街地は、旧北勢町に位置する阿下喜地区である。当地区には阿下喜商店街があり、かつては商業機能が集中し、住民の生活・交流の場として各種機能を担ってきた場所である。しかし、近年のモータリゼーション、少子高齢化などの進展により、中心市街地の空洞化や商業に関する経済活動の衰退が見られる。

なお、旧北勢町の中心市街地活性化基本計画に記されている、中心市街地のエリアは以下のようになっている。

図表 いなべ市 中心市街地のエリア



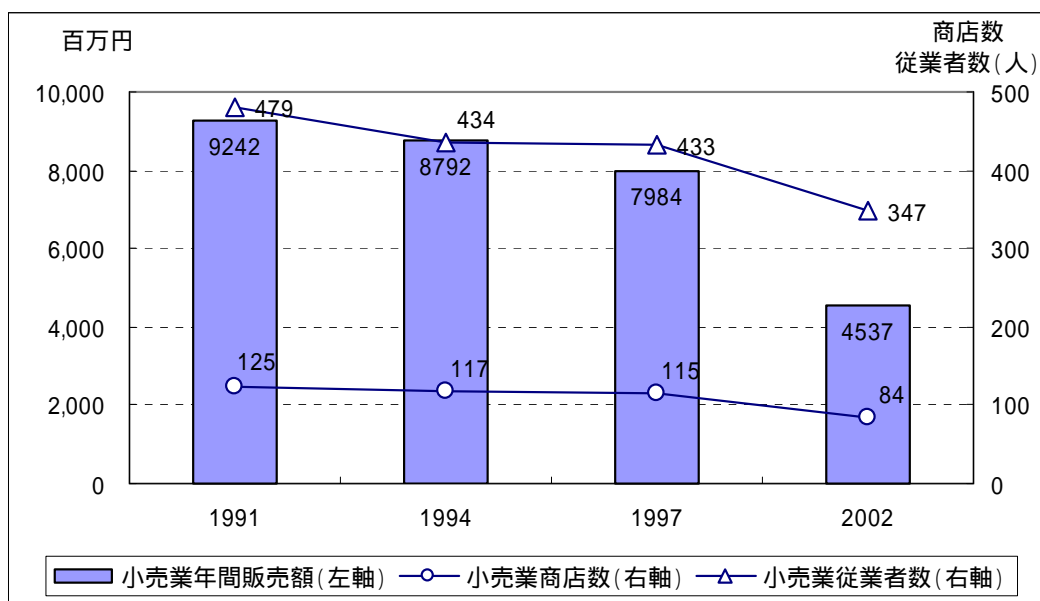
資料：「北勢町中心市街地活性化基本計画」より引用

(2) 商業の動向

中心市街地の動向

阿下喜商店街における小売業年間販売額、小売業商店数、小売業従業者数全てが、1991年から一貫した減少傾向にあり、1991年に、92億円であった年間販売額は、11年後の2002年には、約半分の45億円にまで減少している。小売業年間販売額に関しては、特に直近の4年間（1997年～2002年）における減少が著しい。2001年に、大型小売店（マックスバリュ）が同商店街の近隣に出店したことによる影響と考えられる。

図表 阿下喜商店街の小売業の推移



資料：経済産業省「商業統計表」より作成

三重県買物傾向調査によれば、いなべ市、なかでも阿下喜商店街の地元である旧北勢町の地元購買率でも、1992年（57.7%）から2001年（18.7%）と著しく減少しており、購買力が桑名市や同市内の旧大安町に流出していることが分かる。

以上のように、1990年代以降、いなべ市の中心市街地においては、商業活動の衰退が著しく進行しており、何らかの対応策が求められている状況にある。

図表 いなべ市の地元購買率の推移

	地元購買率				主な流出先			
	1992	1995	1998	2001				
旧北勢町	57.7%	33.2%	31.8%	18.7%	桑名市(38.9%)	旧大安町(20.9%)	四日市市(7.0%)	名古屋市(5.6%)
旧員弁町	52.7%	53.1%	21.0%	13.7%	桑名市(30.2%)	旧大安町(24.9%)	東員町(12.7%)	四日市市(9.0%) 名古屋市(5.5%)
旧大安町	30.8%	47.2%	50.4%	44.4%	四日市市(20.5%)	桑名市(17.5%)		
旧藤原町	10.4%	8.4%	7.1%	6.3%	旧大安町(28.5%)	旧北勢町(19.9%)	桑名市(19.7%)	四日市市(12.9%)

資料：三重県買物傾向調査報告書（平成14年3月）

商業者の意識

1) 調査の状況

北勢町商工会阿下喜支部に、商業者アンケート（聞き取り調査）を実施した。

2) 聞き取りアンケートから確認された商業者意識

売上げ、来客数ともに減少が続いている状況

売上げ・来客数ともに5年前に比して「減少」あるいは「やや減少」が多い。3年後の見通しは、希望的には「横ばい」だが、冷静には「やや減少」。

「あじさい祭り」や「八幡祭り」といったイベント時には、阿下喜にも市外から多くの人が来訪する。しかし、昔はお祭りに来た方で、ついでに商店街で買い物や飲食など消費をして帰ってくれる顧客が多く、波及効果があったが、現在は飲食店も少なくなっており、立ち寄って消費する顧客も少ないとのことである（祭りを「ハレ」の時と考えて、思い出や記念に消費するという傾向が今は少なくなっている）。

北勢町、藤原町が利用者の中心

来客層の大半は、北勢町（地元）ないし藤原町の居住者である。一部、旧員弁町、大安町からも集客しているが、員弁町は桑名の商圈影響が強く、大安町にはロードサイドにジャスコがあるため、阿下喜の商圈にはなっていない。

利用者の高齢化

現在の主な顧客は高齢者であり、大部分が、昔からの店主や旧店主との付き合いを大切にして、未だに来訪する人達である。商業者は、若い人にも来訪して欲しいが、上記主要な顧客層への対応をおざなりにすることはできないとも考えている。若者への対応は大型店が安さや頻繁な流行の変化として対応すればよいと考えており、むしろ、若向けの店舗や商品構成よりも、現在の顧客満足が高まるような工夫を心がけたいとのことである。

親身でフレキシブルな対応ができるという「強み」

高齢の顧客に対する対応力では、商店街に強みがある。

電気店の高額商品などについては、使い方の指導や壊れたときのアフターサービスを心配する顧客が、特に高齢者に多く、顧客が必要と考えるだろう機能に十分な製品を勧めることで、信用を得ている。単に売って終わりではなく、買い物以外でも気軽に店に立ち寄ってコミュニケーションし、帰る顧客も高齢者におり、そのような時に、帰りは車で自宅まで送っていく商業者もいる。このように顧客と接することで、深い付き合いとなるが、顧客のニーズを的確に把握できるので、本当に必要な商品を推奨できる。

顧客がアフターサービスを求めて来たときも、親身に対応し、商店街内で購入した物の修理や不具合の解消などは、即対応し不便を解消するよう心がけているとのことである。

これに対し、大型店は、修繕が終わるまで時間がかかったり、売ることに重視でアフターサービスには十分に対応できていないと、商業者は感じている。

今後、高齢社会が本格化すれば、現在のお得意さん以上に新たに高齢者となる人達にも、親身な対応とコミュニケーションは、大規模店にない強みとなる。本当に必要な、商品知識や推奨商品について、勉強し真摯に対応できるという点は、商店街の強みである。

アクセスにおける「弱み」

自家用車、公共交通共に、交通アクセスの利便性が低い。

自家用車を利用する人にとっては、駐車場の少なさと路上駐車ができない狭い幅員から、不便を感じる人が大規模店に行ってしまう。ちょっとした買い物にも、自家用車を使う現状では、自家用車によるアクセスが悪いことは「弱み」である。

公共交通に関しては、以前は、路線バスは商店街内（本通り商店会）のバス停に停車していたが、現在は新しく整備された道路経由に路線を変更している。そのために、阿下喜駅や駅前のバスセンター、あるいは病院などから商店街まで、徒歩にて急坂を上らなければならず、商店街まで立ち寄ることが少なくなっている。

時間消費型の店舗（飲食など）が少なくなったという「弱み」

阿下喜と言えば、「みつわ屋」のカレーうどんと甘味というような、名物店が閉店してしまい、商店街の時間消費型の店舗が少なくなってしまい、高齢者も昔のような過ごし方が商店街でできなくなっていることは、商店街全体としての「弱み」となっている。

歩いて楽しい空間を活かした活性化

阿下喜の街並みは、高齢者を含め誰もが懐かしく、ほっとできるような昭和の面影を残す、情緒ある風景である。これをテーマに街づくりすることで、商店街活性化の可能性はあるのではないかと商業者は考えている。

高齢者をターゲットとした展開

多くの商業者は、現在の主要顧客である高齢者への親身（フレンドリー）な対応に、引き続き注力し、今後高齢者の仲間入りをする世代の人へも、同様の対応で大規模店との差別化を訴求することを考えている。また、懐かしい街並みの整備と合わせて、新たな集客対象に対応することも考えている。

公共交通による商店街への来やすさ向上が必要

商業者は、阿下喜商店街への公共交通アクセスとして、コミュニティバスのバス停の設置を望んでいる。具体的には、坂下には、温浴施設や病院といったバス停が設置されるはずなので、坂上の商店街入り口にも同様にバス停を設置し、両者の結びつきも強めたいと

考えている。

北勢線に対しては、市内から阿下喜への移動手段というよりは、むしろイベント時の市外からの集客ルートというイメージが商業者には強い。坂下の駅からの商店街までの坂道が、特に高齢者には負担となるので、コミュニティバスの運行と駅との結節性の考慮が必要と考えている。

(3) 中心市街地の活性化に係る事業の概要

中心市街地の衰退を受けて、旧北勢町が平成 15 年に、「北勢町中心市街地活性化基本計画」を策定しており、この中で、特に商業等の活性化に関する事業として、以下のようなものが挙げられている。

魅力的な場所をつくり集客力を高める

事業名称	事業概要	実施時期
地域中心拠点整備事業	周辺地域にない温泉施設を核として、飲食施設やテナントミックス店舗等を整備する。 町民のニーズが高い健康増進施設を併設し、地域内外からの集客を図る。	早期
員弁川河川敷演出事業	員弁川河川敷を利用し、散策空間の演出や河川を活かしたレクリエーションの場の提供、又はイベント等を積極的に展開する。	長期

地域の連携を図り回遊性を高める

事業名称	事業概要	実施時期
商店街環境演出事業	商店街環境整備事業にあわせ、CI事業等と連携したタペストリーの設置や統一ファサード・サイン事業を実施し一体感を創出する。 イルミネーションなどの装飾の充実を図る。	中期
まちなかウォーキングルート設定事業	既存の施設をコース設定等で連携を図り、回遊性の促進を図る。	早期
案内・誘導インフォメーション事業	はじめて来た人が街中を回遊できるよう、要所に案内パンフレットや見所マップ、案内板等を設置する。	早期
花いっぱい運動展開事業	拠点整備や市街地内の街路等を花でいっぱいにする運動を実施し、住民や来訪者の気持ちを和やかにする。	早期
まちかど博物館展開事業	各個店が、自慢の逸品やお宝などを展示するまちかど博物館事業が桑員地域で平成 15 年 10 月から展開され、本地区でも 8 館が開館している。しかし、他にも珍しい品や貴重な品を保有する店舗も多いため更に拡大を図り、個々の個性を PR する。	早期
空き店舗・空き地活用事業	中心市街地に不足する機能や商店街に不足する業種を誘致するため、ショップバンクやチャレンジショップ事業の支援を図る。	中期

地域の賑わいを創出する

事業名称	事業概要	実施時期
商店街等地域共同イベント・祭り開催事業	地域が一体となったイベント・祭りを実施する 一過性のものでなく、継続できるイベントを実施する	中期

事業名称	事業概要	実施時期
地場農作物等販売市展開事業	地元の農業者等が生産した野菜等を朝市のように展開し、空間に賑わいづくりを行う。	早期
地域循環コミュニティバス運行事業	買物等で気軽に利用できる、低料金・低床バスを運行する。拠点施設(温泉施設)には広い範囲からの利用を促すためにバスを巡回させる。	早期
共通買物カード事業	中心市街地商店街において共通で使える買物カードを開発し、運用する。 運用においては、中心拠点施設等との効果的な連携を図る。	早期
商店街CI事業	誰にも親しみやすい商店街の愛称(ネーミング)を定める。 決まったネーミングにあわせ、ロゴマークやキャラクターデザインを制作し、人の視覚に訴求するようなPRを実施する。	中期

人やモノ、地域らしさ、仕組みを育てる

事業名称	事業概要	実施時期
まちづくりワークショップ事業	住民・商業者・関係機関が気軽に議論できる場をつくる。 まちづくりに対する意欲醸成のためにセミナーやフォーラムを実施する	早期
まちの後継者育成事業	チャレンジショップ事業により、創業支援を行う。 学生や子供に商売体験させ、将来の後継者育成を図る。	早期
オリジナル商品等の開発・販売事業	地場産業(綿製品等)や地域資源等を活かしたオリジナル商品の開発を行う。 中心拠点等において積極的な販売を行うと共に、体験等を取り入れる。	中期
コミュニティビジネスの育成事業	商店街宅配事業のシステム開発と実施 地域通貨・エコマネー等の研究	中期
歴史の街並み保存・活用事業	市街地の歴史的な街並みイメージを保存しつつ、まちづくり等に活用する。 特に歴史的価値のある建造物等は「まちの見所」として積極的なPRを図る。	中期
観光資源の活用・発掘事業	周辺の自然環境や古い阿下喜の街並み等、固有の資源について観光を視野においた活用を展開する。 また、新しい観光資源を発掘する。	中期
ホームページ等情報発信事業	街や商店街、観光地等の情報をホームページにて発信する。 将来的にはウェブ上で買物等ができるシステムを構築する。 まちづくりに関する取組みは、定期的に情報誌などで住民に周知する。	中期

注：早期：2年以内の着手、中期：2～5年以内に着手、長期：5年～に着手
資料：「北勢町中心市街地活性化基本計画」より作成

(4) 中心市街地における公共交通の動向

市内における鉄道のネットワークとしては JR、近畿日本鉄道の桑名駅と連絡する三岐鉄道北勢線と近畿日本鉄道富田駅と連絡する同社三岐線の平行する、二本の路線があり、それぞれの連絡が十分でないことが市内の公共交通ネットワーク上の課題となっている。

三岐鉄道北勢線は、軌道幅が 70 センチしかない軽便鉄道と呼ばれる鉄道で、全国的にも珍しく、観光資源としても貴重なものである。北勢線に関しては、一時、近畿日本鉄道による事業が廃止されたが、「乗って残そう北勢線」を合言葉に利用促進運動が展開され、2003 年 4 月からは、三岐鉄道が事業を引継ぐこととなり、存続が決定され、現在に至る。主に、中高生の通学の足として利用されており、住民の日常利用はあまり見受けられない状況である。

また、阿下喜と桑名駅を結ぶバスを三重交通バスが 30 分間隔で運行しており、所要時間は約 50 分となっている。

いなべ市では、中心市街地を含め、自動車による移動が主であり、公共交通機関の利用度は極めて低いものである。

図表 三岐鉄道北勢線と阿下喜駅駅舎



いなべ市は、2003 年 12 月に旧 4 町(大安町、北勢町、藤原町、員弁町)が合併した(2003 年 12 月)直後であり、地域が限定された無料の福祉バス、あるいは自主運行バスなどが旧来のまま運行されている。旧町ごとに散在している公共交通ネットワークを、合併新市として一体化し、公共交通の利便性を向上させることが課題となっている。このような背景から、国土交通省による調査では、合併後の新市における新バス路線(コミュニティバス)の運行計画の方向性等について検討されている。

2. 中心市街地や公共交通に対する市民ニーズ

(1) 市民ニーズ聴取の方法

グループインタビューの目的

本調査では、高齢者や主婦、学生などの地域住民を対象とした市民グループインタビューを開催し、現状における中心市街地の課題及び中心市街地における活動ニーズ、新たな魅力を創出してゆくために必要とされる取組みについて、市民の立場での意向を把握した。

グループインタビューとは

グループインタビューとは、ヒアリング対象となる市民のグループをつくり、グループごとに意見交換を行う手法であり、通常の個別ヒアリング調査やアンケート調査と異なり、以下のようなメリットがある。

- ・ 行政機関や商業者などが気づいていない中心市街地の魅力や課題について、把握するきっかけとなる。
- ・ 市民が持つ中心市街地に対する意見をより具体的に聴取・把握することができる。
- ・ 自分の意見だけでなく、他の参加者の意見を聞くことで、自分の考えを改めて整理・発言することができる。

本市におけるグループインタビューの実施状況は次表の通りである。

属性（世代、居住地等）	インタビュー対象人数
40～60才代以上・男女 環境を考える市民団体（旧藤原町・旧北勢町）	13名
30～50才代・男女 北勢線と阿下喜の活性化のために市民活動を展開する団体（旧北勢町）	4名
50～60才代・男性 自治会（旧北勢町）	8名
20～30才代・女性 子育てサークル（旧員弁町）	7名
10才代（高校生）・男女 いなべ総合学園生徒会（市内全域）	7名

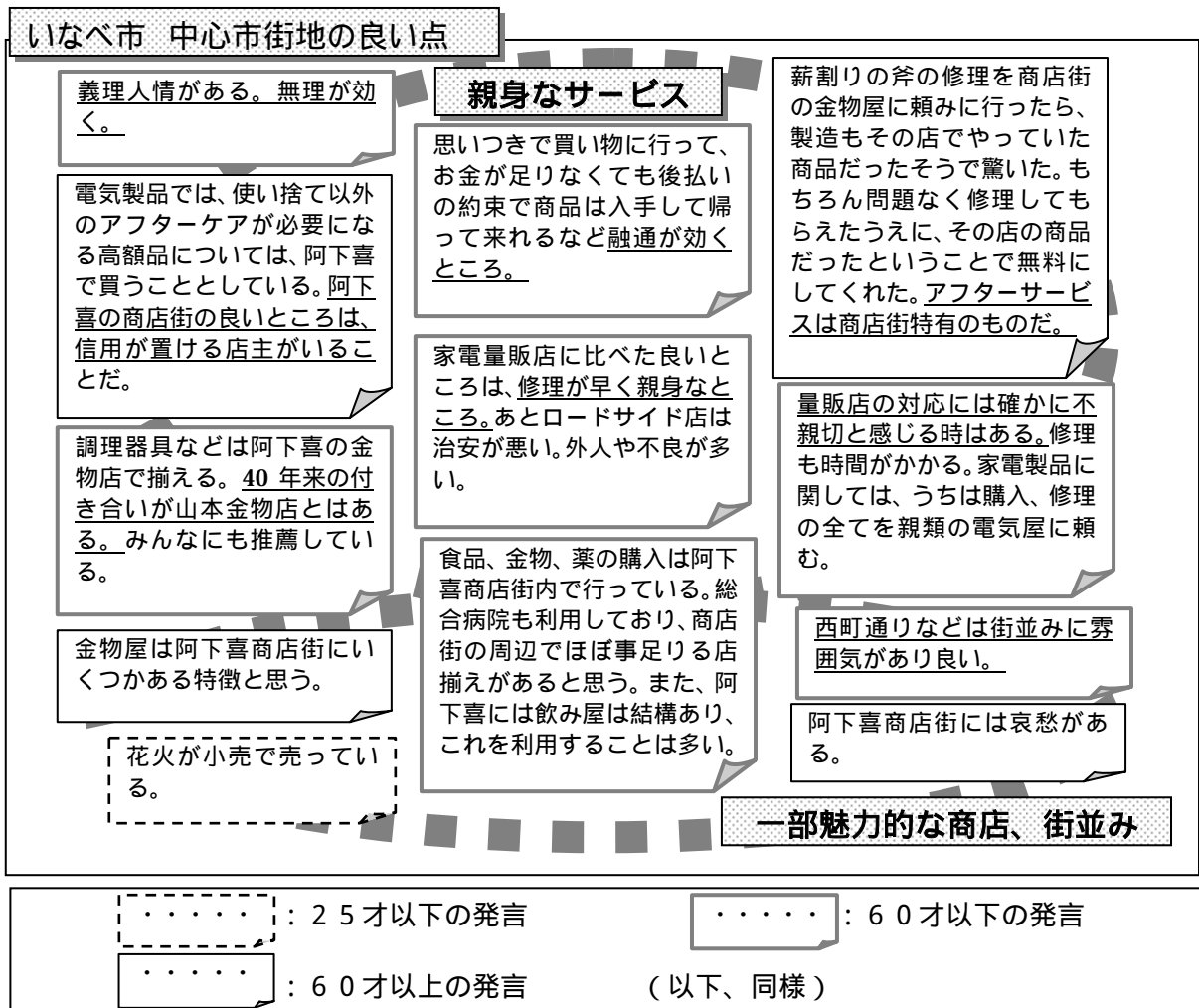
(2) 中心市街地の良い点・悪い点

中心市街地の良い点

グループインタビューの結果から、いなべ市中心市街地の良い点を整理すると、以下の図の通りとなる。指摘の内容からみて、大きく、大型店には見られない商店街特有の親身なサービスに対する指摘と、各商店の商品・サービスに対する評価と、一部の魅力的な商店、街並みに対する評価に区分される。

特に壮年、高齢者から、商店街の親身なサービスに対する評価が多く聞かれた。彼等は、幼い頃から商店街を利用しており、商店街にとっての「お得意さん」となっており、現在も商店街を利用する理由として、商品の修理など手厚いアフターケアがある、融通が効くなど、商店街独特の親身なサービスの存在を挙げている。このようなサービスは、大型量販店にはないと考えている利用者も多く、修理が効く金物店や、商品知識に長けアフターサービスも信用できる電気店などでの買物は、依然として阿下喜商店街で買うことにしている利用者も存在する。

魅力的な店舗として、若年層からは花火を小売する店舗、壮年、高齢者からは、金物屋が阿下喜商店街の特徴であると評価する意見も聞かれた。また、昭和の街並みに哀愁や風情を感じる事ができ、魅力を感じるという意見も多く聞かれた。



中心市街地の悪い点

同様に、グループインタビューの結果から、いなべ市中心市街地の悪い点を整理すると、次ページ図の通りとなる。指摘の内容からみて、大きく、各商店の商品・サービスに対する指摘と、街の環境や一体感に関する指摘に区分される。

1) 各商店の商品やサービスに対する評価

各商店の商品やサービスに関しては、若年、壮年層からは、「商品が流行に乗り遅れていて、ニーズを満たす商品が置いていない」、「鮮度が悪い」などの指摘がなされている。また、若年層からは、「看板も無く、汚れており何の店舗か分からない」という店舗の情報や雰囲気に対する指摘が多く聞かれた。

さらに、壮年層からは、「商店街の中の個人商店は何か買わないとお店から出づらい。気が引ける。」という指摘が聞かれ、利用者が商店街の商店は郊外の大型店と比較して入店しづらいと感じていることが分かった。

また、「良い点」として「親身なサービス」が挙げられていたが、ここでは、「悪い点」として、「昔と比べて心がなくなった」と感じている利用者もいることが分かった。

2) 街の環境や一体感に対する評価

街の環境や一体感に対する評価として、商業以外の施設・機能が欠如していることを指摘する声が聞かれた。具体的には、「子供を遊ばせることができるスペースがない」、「町の目玉がない」、「明かりがない」という指摘があった。また、「郊外の大型店のように、すべてが1ヶ所に集中していないと使いづらい」という商業等の施設の一体感の欠如を指摘する声も聞かれた。

この他には、商店街の立地や沿道環境の悪さを指摘する声が多く聞かれた。阿下喜商店街は坂道に沿って立地しており、「坂道を登るのが大変」、「道路が狭く、安心して買物できない」、「駅から離れている」というように歩いて買物をする利用者からの指摘に加え、「車を駐車したり、車で商店街の中に入っていけない」というようにドライバーからも、道路幅、路上駐車等の道路環境の悪さが指摘された。

いなべ市 中心市街地の悪い点

商品・サービス

【商品の魅力】

薬屋とか本屋は商品にほこりがかぶっている。目新しいものがなく、流行に乗り遅れている。

【商品の魅力】

寂れていて、ニーズを満たしてくれるようなものがない。何か新しいものができるかなければ行こうとは思わない。

【サービス】

商店街は昔に比べて「心」がなくなった気がする。

【サービス】

店員の対応が悪い。

【商品の魅力】

寂れているし、商店街は物が高い。賞味期限が切れているものもおきっぱなしになっていたりしている。

【商品の魅力】

食品の鮮度の面で大型店に見劣りがする。

【販売の形態】

商店街の中の個人商店は何か買わないとお店から出づら。気が引ける。その点、SCであればそんな気兼ねはなくて済む。

【店舗の魅力】

行きたいような飲食店がなくなってしまった。

【店舗の雰囲気】

看板がない。または汚くて何のお店かわからない。

【店舗の雰囲気】

商店街のお店はやっているのかよく分からない。何のお店かもわかりづらいのが嫌だ。

街の環境・一体感

【多目的スペースの欠如】

子供の遊び場がないのも悪いところ。子供を安心して遊ばせておくスペースがないと、ゆっくり買い物が出来ない。

【街の一体感】

大型SCのように、すべてが1ヶ所に集中していないと使いづらい。阿下喜は図書館も離れていて不便である。大安町は図書館と駅が一体となっており、非常に使いやすい。

【街の環境】

藤原町には「自然」という目玉があるが、阿下喜には目玉になるようなものがない。

【狭い道路幅】

道路が狭く、以前歩いていて、車にぶつけられた。

【狭い道路幅】

自家用車が駐車したり商店街の中に入っていけないような道幅の阿下喜は不便だ。

【急な坂道】

坂になっているので、自転車ではきつい。

【狭い道路幅】

阿下喜の商店街は道幅が狭い上に歩道がなく、子どもを連れては歩けない。

【狭い道路幅】

昔からの銀行、郵便局が本町通りにあるものの、駐車場がないし、道幅が狭く路上駐車も憚られる。

【急な坂道】

坂ばかりで不便であること。

【街の雰囲気】

街灯がなく、街全体が暗い。店も暗い。

【駅からの距離】

商店街は、駅前から離れていることに加え、坂道を登らなくてはならない。

立地場所や沿道の環境

(3) 市民が求める中心市街地での過ごし方

グループインタビューの結果から、市民が求める中心市街地での過ごし方を整理すると次ページ図の通りとなる。指摘の内容から、「悪い点」で指摘された「商品・サービス」に対して、若年層からは新たな商業施設、壮年、高齢者からは新たなサービスや販売方法を求めていることが分かった。

また、中心市街地に対して物を買う以外の機能として、集まる・過ごすというような機能を求める声もあり、中心市街地の一体感を向上させるための商業以外の施設、新規の施設を求める声や、街中を回遊したいとの要望が聞かれた。

1) 買う場としての中心市街地

若年層からは、新規の商業施設として、ドーナツ屋、カラオケ屋、スポーツ用品店、コンビニエンスストアを求める声が聞かれた。

また、壮年、高齢者からは、「悪い点」として指摘されたように「個人商店は入りづらい」と感じており、既存の商店内における販売形態に拘らず、駅での出売り、露店の出店等、オープンで柔軟な販売形態、またインターネットの活用等、利用者に便利で工夫のある販売形態を求めていることが分かった。この他にも、一次産品を販売することで新たな付加価値を創出すべきとの声も聞かれた。

2) 集まる・過ごすための中心市街地

消費行動だけでなく、集まる・過ごすといった交流の場としての中心市街地を期待する声があった。

具体的には、映画館、ゲームセンター、商業施設が一体となって、家族で過ごすことができる施設、子供を遊ばせることができる施設、温浴施設などを求める声が聞かれた。また温浴施設等の整備により、阿下喜の街を回遊したいという意見も聞かれた。

この他には、駅の近辺に、商店街をまとめ、象徴となるような施設や取組みを展開や阿下喜の古い街並みを活かしたフィルムコミッションの展開など、文化的な活動を求める声も聞かれた。

また、八幡祭りやあじさい祭り、市民団体 ASITA（北勢線とまち育みを考える会）が行っている、商店街での餅つきイベントや草木染めの体験講座などなどには、多くの集客があり、同団体の市民からは、これらをより盛り上げていく必要があるとの声が聞かれた。

市民が求める中心市街地での過ごし方

買う

【新たな商店】

ミスタードーナツやモスバーガーがほしい。それからコンビニもほしい。

【新たな商店】

スポーツ用品店がマイカル桑名にしかなく、あったらいいと思う。

【新たな商店】

西町通りなどは雰囲気がある街並みなのだから、駄菓子屋などが並んでいたりすると、子供を連れて遊びに行きたい。

【新たな商店】

北勢町のカラオケ屋はボックス形式でかなり汚いので、新しいお店があればいいと思う。

新たな販売サービス

【露店の出店】

昔の阿下喜は夜店が出ていて、出かけるのが楽しい街だった。お寺や神社などがお祭りなどイベントをやって、そのときに露店が出たりして、ライトアップしていれば出かけても良い。

【インターネットの活用】

インターネットが発達し、第一次産業を中心にしても付加価値を上げることが可能になってきたと思う。この付加価値をつけたもの、あるいはここでしか手に入らないものを商売の道具として活用すべきである。例えば無農薬のものを無店舗で販売するなど。

【駅前での出売り】

生協のように宅配サービスの方が、子育てをしている者にとってはありがたい。駅前まで商品を販売にくる、といったサービスも重要なのではないだろうか。

【文化的な活動】

フィルムコミッションのような、景観を活かした地域活性化の具体的な取り組み。

【街を回遊】

昔は、歩いて楽しい街だった。温浴施設ができれば、そのように歩いてぶらぶらする人も増えるのだろうか。

【商業以外の施設】

温泉施設などもいいかもしれない。

【祭りイベントの開催】

市民団体 ASITA では、域外からの集客が必要と考えており、北勢線を利用して阿下喜への集客を増やすためのイベントの企画を行っている。

【新たな施設】

ゲームセンター、ショッピングモール、映画館が併設されていて、帰りがけに家族で食事を楽しむことができるような施設であれば人は集まると思う。

【商業以外の施設】

子どもを遊ばせられるようなところ。

【祭りイベントの開催】

八幡祭りの人気イベントに仮装大会がある。これらは、遠方からの集客を画している。

集まる・過ごす

【新たな施設】

駅から近い北勢ショッピングセンターのところに何か新しいものができないだろうか（施設に限らず）。商店街がひとつにまとまる必要があると思う。

(4) 中心市街地を取り巻く交通環境に対する評価

中心市街地を取り巻く交通環境（駐車場の利用環境を含める）に対する市民の評価を整理すると次ページ図の通りとなる。大きく、自家用車の利用環境である「駐車場」に関する指摘と、公共交通機関全般に対する指摘に大別される。

公共交通機関に対する評価

公共交通全般については、今後の高齢化社会を見越して、その位置付けが高まると指摘する声がある。若年層からは、免許を取得すれば、車に乗るであろうが、鉄道は無くても困るものとして評価を受けている。

バス交通に関しては、以前は阿下喜商店街の中にバス停があり、阿下喜駅や駅前の三重交通バスセンターから坂を上らないと商店街に行けないということは無かった。以前のように、バス停が本通り商店街の途中にあれば、今よりはバスで阿下喜の商店街には便利になるとの声は多い。

鉄道に関しては、子育て世代からは、子供にとっては、鉄道に乗ること自体がイベントであるというように、娯楽の対象として評価されている。また、軽便鉄道は全国的に珍しく、観光資源として活用可能であるとの声も聞かれた。このように、鉄道については、日常生活での活用以外に、イベントや集客に絡めた活用が可能であるとの評価を受けている。

サービスや運行の面では、子供の安全の確保のために、優良でも良いから福祉バスに乗せて欲しいとの意見も聞かれた。この他にも、鉄道の運行間隔が長いことから、駅において待ち時間をつぶすことのできるサービスや施設が必要との指摘がある。

駐車場に対する評価

駐車場に関しては、商店街の中の駐車場は少ないと評価されており、これに対応するために病院等の既存施設の駐車場を有効活用することを望む声が聞かれた。

また、大泉駅等で展開されているパークアンドライド用の駐車場を阿下喜駅前に整備すべきであるとの指摘がある。

中心市街地を取り巻く交通環境に対する評価

【駐車場】
阿下喜の商店街は車が止められない。

【駐車場】
パークアンドライドとして、阿下喜駅周辺にもっと駐車場を整備すべきである。

【駐車場】
病院の駐車場を日曜日に開放するとか、既存施設の有効利用を考えてはどうか。

【駐車場】
商店街の中に車で入るにも、入りにくいほどの道幅であるし、加えて駐車場がない。

駐車場の 利便性

【高齢化と公共交通】
高齢社会が本格化し、運転できなくなったり、できても安全上不安があるようなドライバーが自家用車に頼った生活を余儀なくされることが、とても社会的に問題があると感じる。バス路線が商店街を通らなくなったことについて、とても不便になったと感じている。

【バス停の整備】
バスベイのような離合に便利な空間を整備してもらいたい。

【バス交通】
阿下喜商店街には以前はバスが通りに入ってきていたが、今は阿下喜駅前にしか停車せず、商店街までは急坂を登らなければならず不便になっている。

公共交通 の利点

【鉄道の必要性】
鉄道はなければ困るもの。免許が取れる年齢になれば、車には乗ると思うが、両親を見てみると、お酒を飲むような時は鉄道は便利そう。

【福祉バス】
福祉バスはもっと小さいサイズでよいと思う。その代わりに阿下喜の商店街の中を通って商店街の利用をしやすくしてほしい。

路線・ バス停

鉄道施設 の活用

【観光資源としての鉄道】
「ナローゲージ」の鉄道は、特別な意味を持つ産業観光資源ではないか。地元の住民利用では、冷房がないなど不便なことが強調されるが、観光資源としては一級と考えている。

【サービスや運行形態】
本数が少なく、使い勝手が悪い。待ち時間、一人でいる時に時間がつぶせなく苦勞している。何か時間をつぶすことのできるものがあれば良いと思う。

【娯楽としての鉄道】
日常の生活として鉄道を使っていないので、鉄道は、「遊び」「娯楽」のための施設ではないかと思う。

【サービスや運行形態】
お金がかかってもよいから、福祉バスの子供たちを乗せて欲しい。

運行 サービス

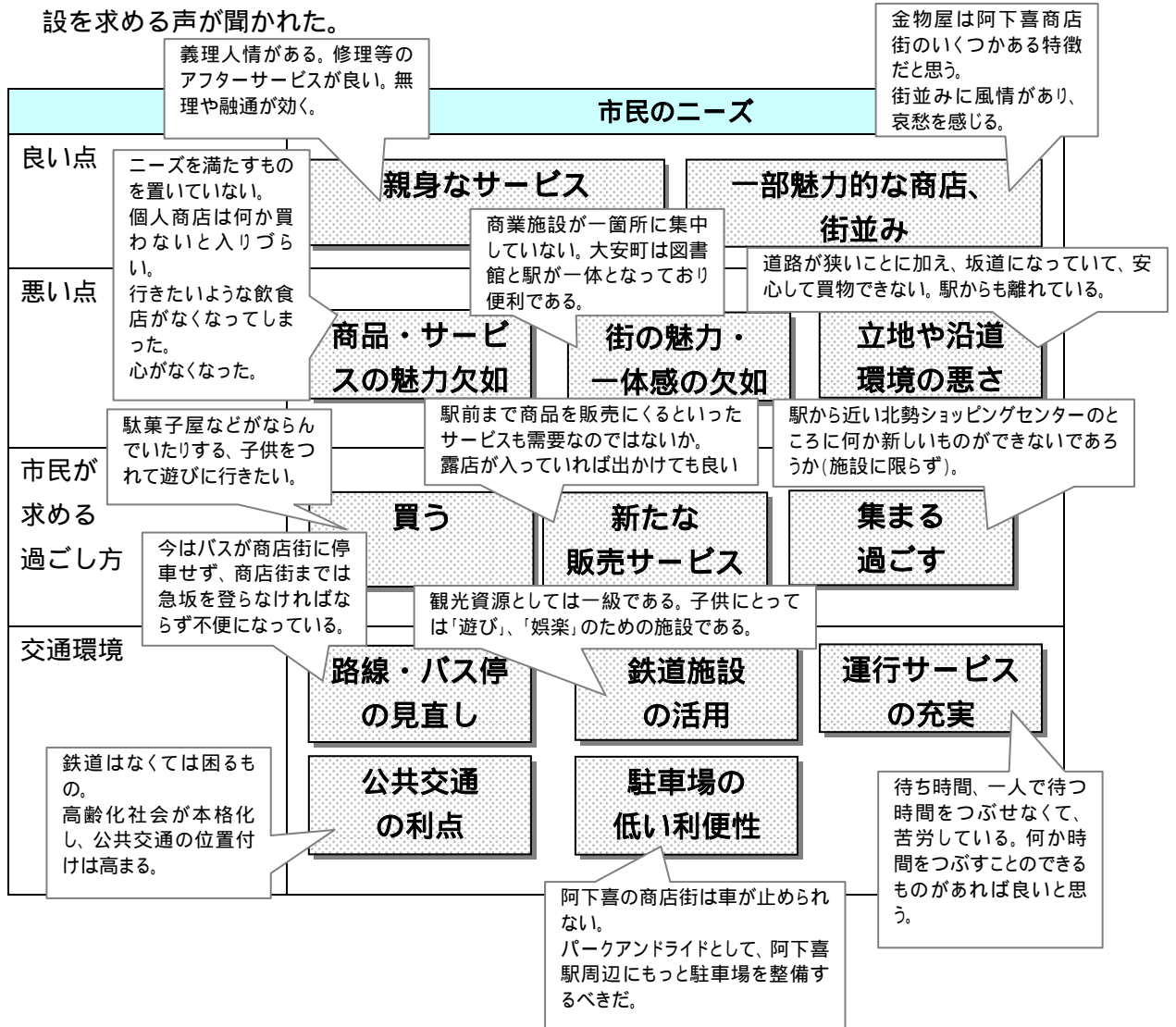
(5)まとめ

市民の中心市街地に対する評価及びニーズを整理すると下表の通りとなる。

市民が求める中心市街地での過ごし方、求めるものとしては、新たな店舗を求める声も聞かれたが、これよりも、新たなサービス、販売方法を求める声が多かった。具体的には、子育て世代から、生協のような宅配サービスを駅前で実施する、イベントや祭りのような露店の出店、インターネットを活用した一次製品の販売等、商店で利用者を待つ販売形態ではなく、積極的に商業者が販売に出て行く姿勢が求められている。

交通アクセスの面では、自動車によるアクセスに関して駐車場の未整備が指摘され、既存施設の駐車場の有効活用や、阿下喜駅前でのパークアンドライド用地の確保を求める意見がある。

一方、公共交通全般について、商店街利用者は、今後の高齢化社会を見越して、その重要性が高まると考えていることが分かった。バスについては、商店街に停車しないことを不便に感じる意見が多数ある。鉄道については、日常の活用より、集客・娯楽のツールとして活用すべきとの意見が聞かれた。また、待ち時間をつぶすことができるサービス・施設を求める声が聞かれた。



3. 商業者意識と市民意識との比較

商業者アンケートにおいて、多くの商業者が「弱み」として認識している、「アクセス面での不便さ」、「ゆっくりとした時間の過ごし方」、また「強み」として認識している「親身なサービス」について、市民が有する意識との合致点やギャップの有無を確認するとともに、これを踏まえた上で、中心市街地に対応が望まれる項目を整理する。

(1) 商業者意識と市民意識との一致 ~ アクセス面での不便さ ~

商業者聞き取りアンケートでみた通り、商業者の多くは、中心市街地の弱みを、道路が狭い、駐車場が未整備、バスが停まらない等、交通アクセスが悪いことであると考えている。商業者は路線バス、福祉バスが商店街のメインストリートである本通りを通らなくなったことが商業的な痛手であるとの評価している。これについて、何らかの対応を必要と考えている商業者も多い。

公共交通で来訪する利用者は、以前はバスが商店街に停まっていたが、現在は停まらなくなり、阿下喜の駅から坂道を登らなくてはならないのでアクセスが不便になったと感じている。自家用車で来訪する利用者は、道路幅が狭く、自家用車で直接商店街に入ることができなく不便であると感じている。また、商店街が坂道に沿って立地していることから、歩いて買物をするには不便で、これを理由に商店街での買物を避ける市民もいることが分かった。これについては、商店街の立地は改善しようのないことであるので、店舗内での販売に拘らず、新たな販売サービスを求める意見も聞かれた。

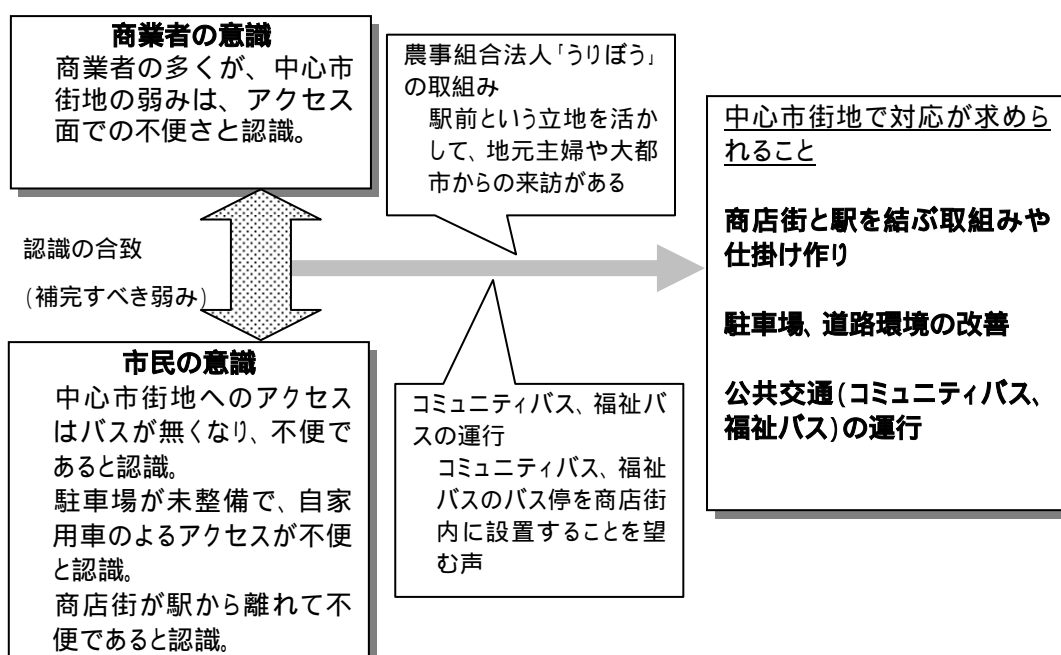
上で述べたとおり、阿下喜商店街は駅から離れ、かつ坂道に沿って立地しており、これが来訪を妨げる要因となっていることが考えられる。これに対応するためには、コミュニティバス等のバス停を商店街内に整備するといった交通環境の改善や、駅周辺での出店や露店の出店など、駅と商店街を結びつける何らかの仕掛けを作り上げることで、アクセス面での弱みを補完することが来訪を誘発する上で必要であると考えられる。

駅と商店街を結びつける仕掛けの一つとして、駅での出売りが考えられ、この参考となる取組みとして、北勢線大泉駅で展開されている物産直売所「うりぼう」という取組みがある。「うりぼう」は、駅前というアクセス性が高い場所で、地場農産物や工芸品を販売する取組みで、地元の主婦などだけではなく、名古屋など大都市からの来訪もあるとのことである。

農事組合法人「うりぼう」の取組み（ヒアリング調査結果より）

- ・ 近年、各地で取り組まれている地産地消の一環として始められたものである。行政（いなべ市 農林商工課）、鉄道事業者（三岐鉄道）、住民の三者の協働で行われている。
- ・ 土地と建物は市の所有である。
- ・ 平日は主婦の方の利用が多いが、土日になると年齢や性別に関係なく人が訪れている。
- ・ 現在では、遠く名古屋からの来訪者もある。
- ・ うりぼうは、元々、いなべ市の楚原庁舎の隣にあったが、より便利な場所への移転を検討していたようで、駅前ということで大泉駅に決定した。
- ・ うりぼうは、組合の規約に合意し、会員、準会員になれば、誰でも販売商品を持ち込めるというシステムである（会員：いなべ市民、準会員：市外住民）。ただし、取組みの目的の一つとして、地産地消の推進を掲げているので、電化製品やレトルト食品のような既製品の販売は認められない。
- ・ 鉄道を利用してうりぼうで買物をした人に対しては、駅員に切符を渡して「うりぼう券」をもらい（駅員がいない時は切符を回収箱に入れずにうりぼうへ）、買い物の際に券を渡すか、定期券を見せることで、購入金額 500 円ごとに 1 ポイントが貰えるサービスである。20 ポイントで 500 円分の買い物券と引き替えることが出来、「うりぼう」の全商品に対して使用することができる。

図表 「アクセス面での不便さ」に関する意識の比較と求められる対応



(2) 商業者意識と市民意識との一致 ~ 風情ある昭和の街並み ~

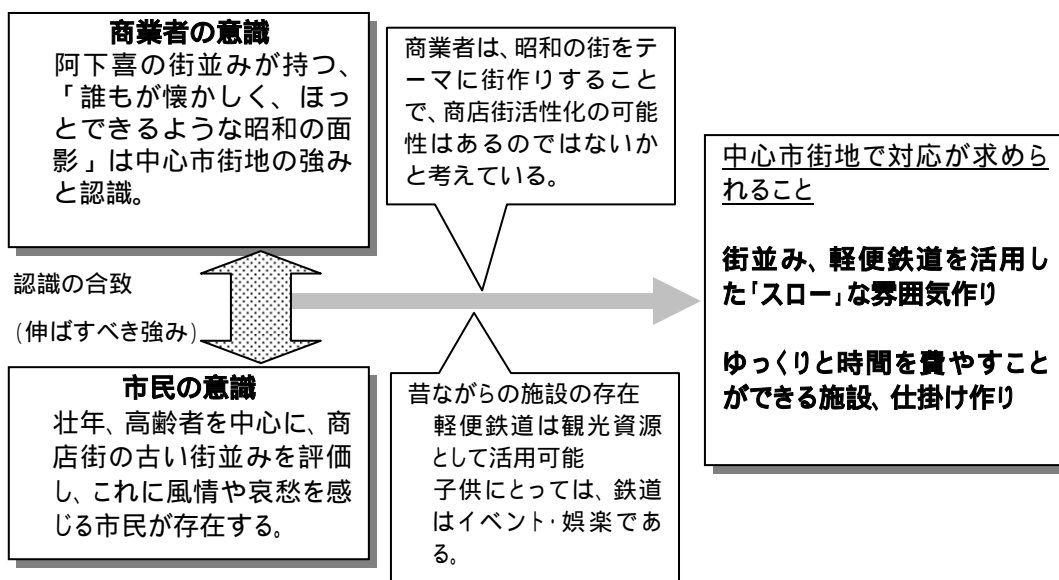
商業者は、「風情ある昭和の街並み」を中心市街地の強みとして認識している。

同様に、市民も「風情ある昭和の街並み」を評価している。特に、高齢者、北勢線活性化のための活動を行っている市民団体等は、阿下喜商店街の街並みが有する、ほっとする景観や雰囲気といった潜在能力を認知し、これを重視している。

商店街の街並みには対しては一種の郷愁を感じている利用者も多く、加えて、中心市街地には全国的にも珍しく歴史資源になりうる軽便鉄道（三岐鉄道北勢線）が走っている。三岐鉄道については、子育て世代から、子供にとっては鉄道に乗ること自体がイベント・娯楽となっていること、壮年世代からは、軽便鉄道は古い時代を伝える産業観光資源として活用すべきといった、日常の活用だけではなく、娯楽・観光資源として活用することを望む声が聞かれた。

古い時代のものや施設が残る阿下喜において「スロー」な時間を費やすことのできる雰囲気を作り出すことは、既存の利用者への新たなサービス提供というだけでなく、新規の集客につながる可能性がある。このように、「軽便鉄道」、阿下喜商店街周辺地区の「昭和の街並み」は、中心市街地の大きな資源、伸ばすべき強みと考えられ、街並みや軽便鉄道を積極的に活用し、一体的で風情のある雰囲気を演出する取組みが求められる。

図表 「風情ある昭和の街並み」に関する意識の比較と求められる対応



(3) 商業者意識と市民意識との一致 ~ゆっくりとした時間の過ごし方~

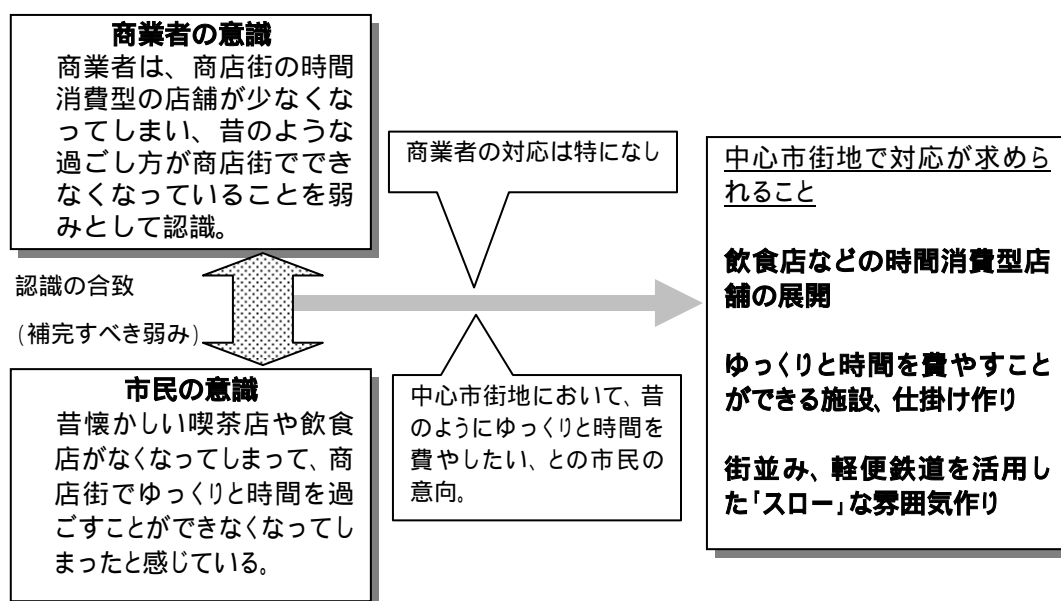
阿下喜と言えば、「みつわ屋」のカレーうどんと甘味というような、名物店が閉店してしまい、商店街の時間消費型の店舗が少なくなってしまい、高齢者も昔のような過ごし方が商店街でできなくなっていることは、商店街全体としての「弱み」となっていると商業者は認識している。

これについては、利用者からも同様に、昔懐かしい喫茶店や飲食店がなくなってしまって、商店街でゆっくりと時間を過ごすことができなくなってしまったとの指摘がある。

以上のように、商業者、利用者ともに中心商店街には、時間消費型の店舗、施設、雰囲気はなくなってしまったと感じているが、商業者は特にこれへの対応を考えていない。

古い時代のものや施設が残る阿下喜において「スロー」な時間を費やすことのできる飲食店や雰囲気を作り出すことは、既存の利用者への新たなサービス提供というだけではなく、新規の集客につながる可能性がある。

図表 「ゆっくりとした時間の過ごし方」に関する意識の比較と求められる対応



(4) 商業者意識と市民意識とのギャップ ～ 商店街の親身なサービス～

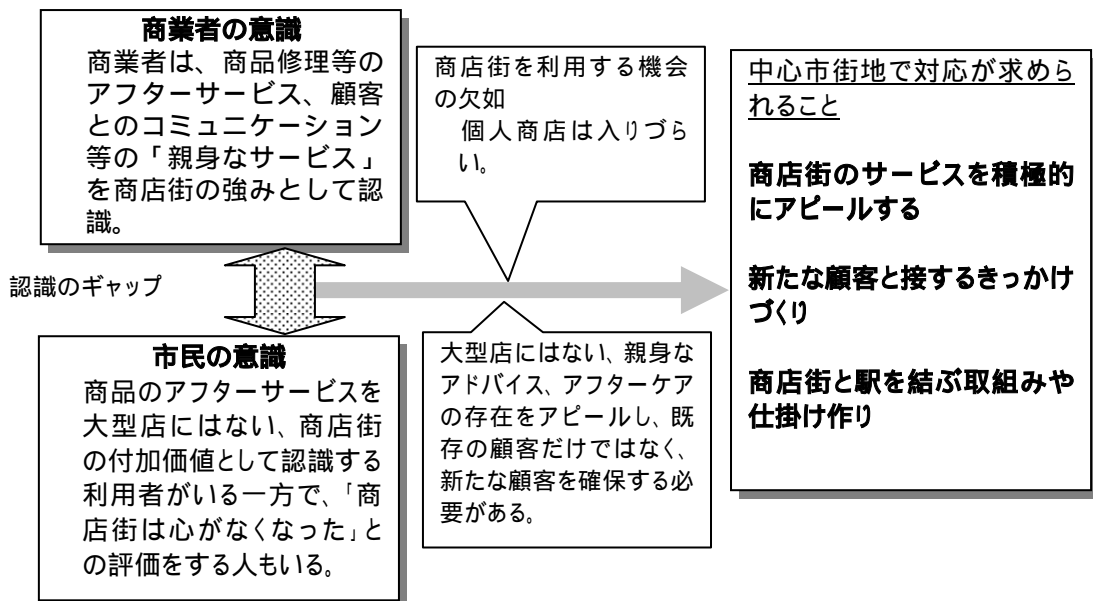
商業者聞き取りアンケートでみた通り、商業者は、高齢の顧客に対する対応力では、商店街に強みがあると認識している。電気店の高額商品などについては、使い方の指導や壊れたときのアフターサービスを心配する方が、特に高齢者に多く、お客さんが必要と考えるだろう機能に十分な製品を勧めることで、信用を得ている。単に売って終わりではなく、買い物以外でも気軽に店に立ち寄ってコミュニケーションし、帰る高齢者顧客もいるとのことである。このように物を売るということではなく、顧客とのふれあい、交流もできるサービス形態が商店街の強みと認識している。

利用者も、高齢者を中心として、商店街の親身なサービスを評価している。商品購入時のアドバイスだけではなく、大型店にはない、購入後の製品修理などのアフターケアが充実していることや、店主の義理人情、融通が効くところ等、大型店でのマニュアル的な接客と比較し、商店街の一对一の販売形態が良いと考えている利用者多い。ただし、これについては、比較的高い頻度で商店街を利用する人々の評価であり、中には「商店街は心がなくなった」、「店員の対応が悪い」との評価をする市民も存在する。

また、市民グループインタビューからは、商店街を利用しない人にとっては、商店街自体に入りづらいと感じていることが明らかとなっている。現在のところ、彼等は商店街の強みである、「親身なサービス」を体験する場が無いが、商店街の来客、売上げが減少している中心市街地商店街にとっては、彼等に対し、既存顧客が評価する「親身なサービス」を提供するきっかけを作ることで、新たな顧客を増やすチャンスでもある。

既存の顧客に対し、今までどおりのサービスを提供することも重要であるが、大型店とは異なる中心商店街のサービスを積極的にアピールし、新たな顧客を獲得するためにも、「待つて売る」だけではなく、商店街を利用しない市民と接するきっかけを作り出すことが必要である。

図表 「商店街の親身なサービス」に関する意識の比較と求められる対応



4. 連携事業の提案

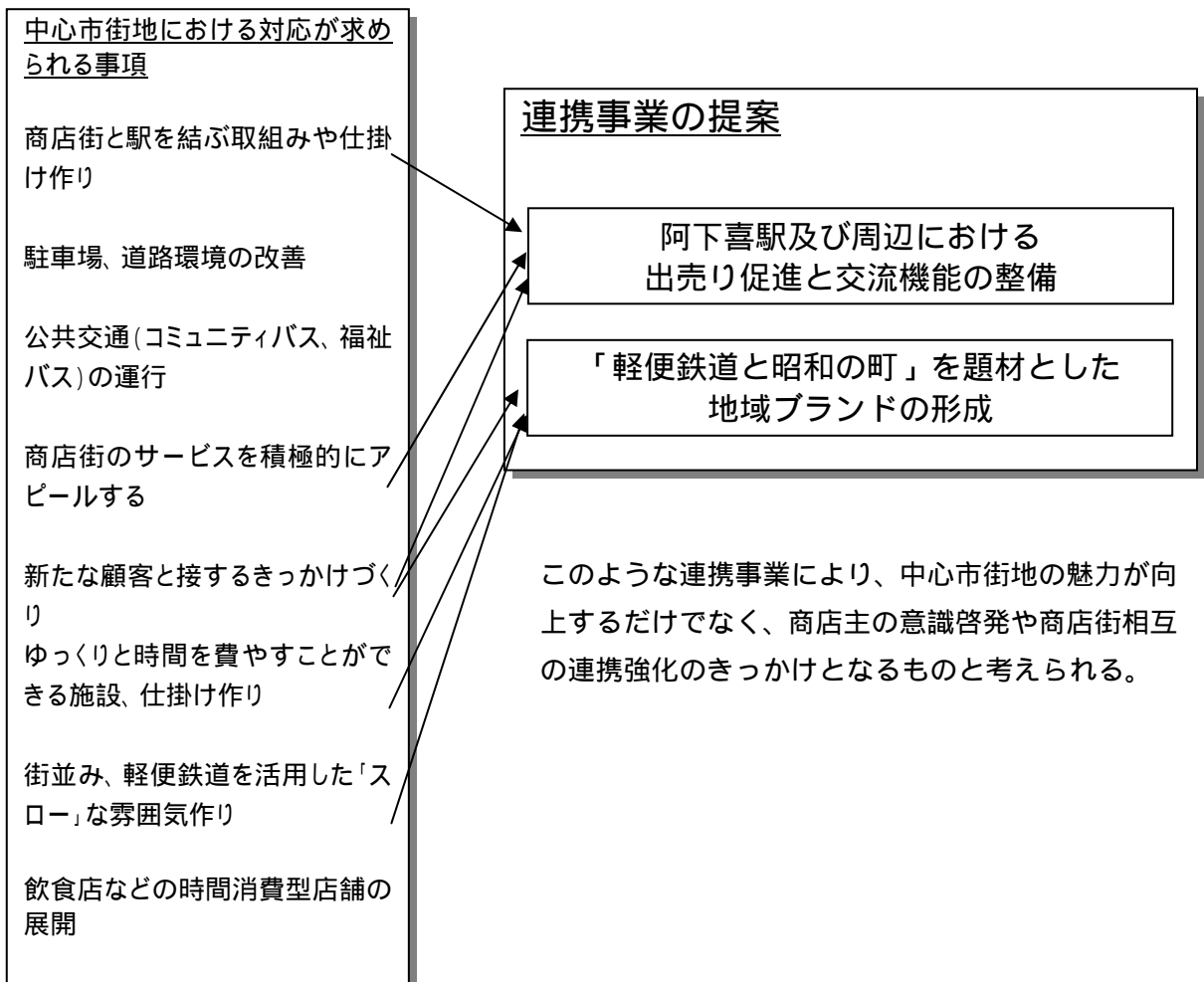
事業者・交通事業者・行政機関等が連携して進める事業として、以下を提案する。

阿下喜駅及び周辺における出売り促進と交流機能の整備
「軽便鉄道と昭和の町」を題材とした地域ブランド形成

(1) 連携事業の導出

前章で検討した、中心市街地の強みを伸ばし、弱みを補完するために対応が求められる事項を踏まえ、いなべ市の中心市街地の活性化に向けて、各個店の魅力を高め、必要な基盤整備を進めるなどの取組みが必要となる他、さらに中心市街地に関わるプレイヤー（事業者・交通事業者・行政機関等）が連携して進める事業（以下、連携事業）が果たす役割は大きい。阿下喜においては、として、下図のような2つの事業が考えられる。

図表 連携事業の導出



(2) 提案事業の概要

提案内容

A：阿下喜駅及び周辺における出売り促進と交流機能の整備

- 阿下喜駅は平成 18 年に改修することが決定しており、これに合せて、「出売り・交流」の場を整備することが考えられる。また、駅前の病院跡地に温浴施設の建設が計画されており、この施設の一部にも市場スペースを設け、商店街からのテナントを募集している。
- 駅前広場あるいは、あるいは温浴施設開発計画で企画される市場スペースにおいて、鉄道事業者（三岐鉄道）及び道路管理者等との協力・調整を得、商店街に留まり来客を待つスタイルから脱却し、新たな顧客層との交流を目指した「出売り」を行う。
- 三岐鉄道北勢線大泉駅では、駅の隣接敷地において、三岐鉄道、いなべ市、農事組合法人が協働で、「うりぼう」という地場産品の直売施設の展開を担当している。
- 阿下喜駅での「出売り・交流」施設の展開にあたっては、北勢町において朝市を担当している「北勢町朝市部会」などとの協力を仰ぎ、さらに「うりぼう」からのノウハウの伝達を受けることが望ましい。また、インターネット版の「ネットうりぼう」への参画も検討に値する。



現在の阿下喜駅舎。平成 18 年の改修が決定している。

「うりぼう」の販売風景。平日は主婦を中心として地元の利用があり、休日は、名古屋等の都市部からの来訪も見られる。



図表 駅前病院跡地に建設が計画されている温浴施設



連携事業に対する交通事業者の意向（ヒアリング調査結果より）

- ・ 阿下喜駅で駅舎等を活用した取組みを行う際には、何らかの提案を行いたい。
- ・ 鉄道の利用客が増加することが見込まれるのであれば、いくらかの負担を考えている。
- ・ 駅舎内に人が集まる施設を作ることは良いことだとは思いますが、駅舎建設には国、行政からの補助金が入っており、かなりの制約がある。何らかの事業者が独自に施設を建設することが望ましい。
- ・ 駅舎での物販の展開については、ある業者に行為を認めると、全ての業者に対し許可を出さなくてはならなくなる。これについては、いなべ市等による調整・仲介を望む。うりぼうに関しても、いなべ市が調整役として機能している。

資料：本調査ヒアリング調査より抜粋

連携事業に対する商業者の意向（ヒアリング調査結果より）

- ・ 駅については、多くの人々が利用する施設であることから、出先販売は検討したい。（北勢町朝市部会の会員の何人かは行う意思があるとのこと）
- ・ また、うりぼうのインターネット版である「ネットうりぼう」への参画も同時に検討したい。
- ・ 駅舎の利用については、占用料等の課題もあると考えられるので、これについては、鉄道事業者、市役所等との協議の場を設けて欲しい。

資料：本調査ヒアリング調査より抜粋

【市民の声】

- ・ 生協のように宅配サービスが、子育てをしている者にとってはありがたい。駅前まで商品を販売にくる、といったサービスも重要なのではないだろうか。
- ・ インターネットが発達し、第一次産業を中心にしても付加価値を上げることが可能になってきたと思う。この付加価値をつけたもの、あるいはここでしか手に入らないものを商売の道具として活用すべきである。例えば無農薬のものを無店舗で販売するなど。
- ・ 駅に待ち時間、一人でいる時に時間がつぶせなく苦勞している。何か時間をつぶすことのできるものがあれば良いと思う。
- ・ 駅前に駄菓子屋が欲しい。
- ・ お寺や神社などがお祭りなどイベントをやって、そのときに露店が出たりして、ライトアップしていれば出かけても良い。
- ・ 駅から近い北勢ショッピングセンターのところに何か新しいものがないであろうか（施設に限らず）。商店街がひとつにまとまる必要があると思う。

資料：本調査ヒアリング調査より抜粋

参考：国土交通省調査における検討

国土交通省による調査では、合併後の新市における新バス路線（コミュニティバス）の運行計画の方向性等について検討されている。この調査の中で提案されたコミュニティバスの概要は以下の通りである。

- ・福祉バスのように高齢者のみを対象とせず、交通弱者全般を対象とする。
- ・地域の幹線公共交通である三岐鉄道北勢線、三岐線のフィーダー交通として活用されるものとする。
- ・市が全てを負担するのではなく、利用者にも負担を求め、バス利用者が一律 100 円を支払う 1 コイン制を導入する。
- ・バス路線は現行路線経路をベースとしながらも、市民が「自分達のバス」と認識できるように、実際に利用者となる地域住民との協働によって、バス停の位置や路線について見直しを行っていく。

このコミュニティバスについては、今後、具体的な運行計画と運営形態について、実施計画を策定することとしている。調査委員会では、委員から以下の指摘がなされ、事務局であるいなべ市もこれを考慮する旨の回答を行っている。

- ・市民や事業者（商業者を含む）意見を採り入れるための検討の枠組みを設置・継続して欲しい。
- ・コミュニティバスの運営については、利用者だけでなく、市内の事業者の意向も踏まえた上で、その主体や形態について検討を加えることが必要であり、市民で支える運営を企画することが望ましい。

以上のように、本事業については、交通事業者及び商業者からの賛同が得られているが、交通事業者からは、行政に対して複数のコーディネートを求める意見が聞かれた。交通事業者としては、駅舎及び駅前に出店する事業者間の調整を行うことが困難と考えている。一方、行政、商業者からは、中心市街地周辺での朝市を担当している北勢町朝市部会との協議・協働の必要があることが指摘された。

今後は、行政、鉄道事業者、商業者、朝市部会が一同に会し、協議を行う場を設けることが必要である。合併後のいなべ市におけるコミュニティバスのあり方を調査した、「創発調査」においても、コミュニティバスの運行経路は今後実施計画を策定する過程で、事業の採算や適正な負担のあり方について検討することとしており、「出売り販売」の取組みと合せて、商店街へのバス停設置等、コミュニティバスの運行計画に係る協議も行政、交通事業者、商業者が一体となって行うことが必要である。

B : 「軽便鉄道と昭和の町」を題材とした地域ブランド形成

- 平成 15 年 11 月策定の北勢町中心市街地活性化基本計画においては、「歴史の街並み保存・活用事業」として中期に実施すべき事業と位置づけられている。
- 本地における軽便鉄道北勢線の産業観光資源、景観としての観光資源としてのポテンシャルは全国区の水準であり、単なる「歴史の街並み」という PR でなく、「軽便鉄道」を含めた PR が有効で、かつ阿下喜の振興にも有効である。
- 実際、子育てグループメンバーの主婦達へのグループインタビューにおいて、「鉄道」は子供の興味を引きつける魅力あるテーマとして評価されていることが聞き取れており、単にノスタルジックな街並みを整備するのではなく、子供と大人がともに訪れて楽しい街にするためには、「鉄道」を含めた地域ブランドの打ち出しが有効である。
- 阿下喜中心市街地に残る昭和の街並みに加え、全国的にも珍しい軽便鉄道である三岐鉄道を活用し、「軽便鉄道と昭和の町」を題材とした地域作りを展開する。
- 来訪者が昔ながらの街並みを感じながら、喫茶店や休憩スペースでゆっくりと時間を過ごすことができる雰囲気を出創する。

市民団体 ASITA(北勢線とまち育みを考える会)では、国土交通省が募集した「美しい日本の歩きたくなる道 500 選」に、阿下喜～楚原駅までの約 9km のウォーキングマップを応募し、選出されている。このマップでは、「軽便鉄道と昭和の町に出会う道」と題している。ASITA では、このような取り組みを地道に、積極的に続けていく意向である。



連携事業に対する鉄道事業者の意向（ヒアリング調査結果より）

- ・ イベント列車の運行については、車両が小さいこともあり、実施が困難である。ただし、新駅の開業等に合せて、一日限定で、車内にピエロを呼ぶイベントを考えている。何か観光につながる取組みはしたいとは考えている。

資料：本調査ヒアリング調査より抜粋

連携事業に対する商業者の意向（ヒアリング調査結果より）

- ・ 阿下喜の街並みは雰囲気良く、定年後の老夫婦に歩いて欲しい。街づくりの方向も若者向けではなく、そのような雰囲気の良い街並みを大切にすることが重要だと思う。

資料：本調査ヒアリング調査より抜粋

【市民の声】

- ・ 産業観光がこれからのテーマと思っている。愛知の万博でも強調されている。「ナローゲージ」の鉄道は、特別な意味を持つ産業観光資源ではないか。地元の住民利用では、冷房がないなど不便なことが強調されるが、観光資源としては一級と考えている。
- ・ フィルムコミッションのような、景観を活かした地域活性化の具体的な取組みには行政も積極的に関与してもらいたい。
- ・ 市の観光パンフレットには、阿下喜駅の軽便鉄道博物館が掲載されておらず、情報提供については少しでも幅広く、全ての地域おこしを画する主体間で連携して取り組むことが重要ではないかと感じている。
- ・ 三岐線の西藤原駅では、毎週日曜日にミニSLを走らせている。三岐線の暁学園前駅の近くには、鉄道模型の置いてある喫茶店がある。こういうところは子連れで行くことができる。子育て世代は、子どものためという意識が強いので、子ども向けのイベントがあると、子どもを連れてみんなで鉄道に乗って出かけることも考えられるだろう。子どもが遊べる、楽しめるということが重要になってくるのではないかな。

資料：本調査ヒアリング調査より抜粋

「昭和の街並み」を強調した街づくりの成功事例は、大分県豊後高田市でもある。豊後高田市での取組みの概要は以下の通りである。自らの街の持つ「特徴」や「良さ」を上手く活用し、集客を促進した事例であり、まずは、街の持つ資源や特徴を、再発見・認識することの重要性がうかがえる。

【豊後高田：昭和の町作り】

- ・ 「昭和の町」作りには、市内 4 商店街（中央通り、新町 1 丁目、新町 2 丁目、駅通り）が参加。通りの総延長は 500m、うち建物は 67 棟。
- ・ 2001 年 9 月の立ち上げ時には、60 店中、12 店が参加。
- ・ 商業者の大半は、中心市街地既存商店街の将来性を悲観し、郊外の大型店近くに共同ビルを建てて商売をするしか生き残り策はないと考えていた。
- ・ しかし、次第に危機感を抱き、商店街の生き残りの可能性として「昭和」というテーマを取り上げ、商店街が元気だった昭和 30 年代の良さを復活させ、新たな魅力を作り出そうという取組みが始まった。
- ・ 豊後高田には、町並みがそのまま保存されていたこと、店主らが昔の建物のまま営業していたことも幸いし、商店街の建物は 7 割以上が昭和 30 年代以前のもので、比較的容易に昭和の町並みが再現できた。
- ・ 定住人口だけをターゲットとしていては商店街が成り立たないと考え、観光の振興を図り、観光客を新たなターゲットとすることとした。
- ・ まず観光客の確保を先に目指そうと発想を切り替え、昭和 30 年代というテーマが観光客に懐かしさと呼び起こし、現在では月 1 万人の来訪がある。駐車場は、商店街の入り口近くに広い敷地を確保し、観光バスで賑わっている（1 日 10 台程度）。
- ・ 取組みに際しては、商工会議所がコーディネーターとしての役割を果たし、行政はハード面の補助金等で支援を行った。



豊後高田市観光協会ホームページより

自地域の資源の洗い出しを行う取組みの参考としては、「瀬戸内しまなみ大学」における「島`んマップ」がある。住民の視点で自らが住まう地域の魅力を再発見し、地域への愛着を醸成してゆくとともに、この魅力をまとめた地図を体外的な情報発信に活用しようとする取組みである。

昭和の街並み、軽便鉄道のような貴重な地域資源がある本地域においては、自治域の資源の棚おろしを行う「島`んマップ」のような取組が必要であると考えられる。

【瀬戸内しまなみ大学：島`んマップ】

- ・しまなみ海道周辺の市町村をキャンパスに見立て、当該地域の資源を用いたプログラムを策定し、地域の特色を活かすことによる、地域振興及び町おこしを目的としたソフト事業「瀬戸内しまなみ大学」(2001年開始)の講座の1つとして実施されている。
- ・「島`んマップ(じまんマップ)」は、しまなみ海道の島をテーマにしたマップである。
- ・この講座は受講学生が、自ら地域を歩き、調査し、資源や地域の特色を探し、参加者全員で編集し、作成するプログラムである。
- ・講座のねらいは、「尾道出身の人でも行った事がない」といった箇所を参加者が探し出し、新たな交流のきっかけを作ること。また、マップに載ったり、マップ作成の訪問を受けた地域の人間が、他の人に自慢したりすることで地域に愛着を持たせることにもつながる。
- ・瀬戸田町などでは、マップ作成がきっかけとなり、講座受講者が中心になり、観光案内所を作るまでに至った。
- ・百島等では作成されたマップを、島から都市へ出て行った人達に配るなどして、Uターンを促す取組みに利用したりしている。



【島`んマップ作り】
島に住んでいる方々や島を自慢したい人々が中心となって、ワークショップを開きながら、それぞれの島毎の自慢できる事柄を掲載した地図を作成する。

以上のように、本事業については、商業者や市民から阿下喜の街並みを資源として活用すること、また、軽便鉄道を産業観光資源として活用することが必要との意見が聞かれ、上述したとおり、街並みを活用して単にノスタルジックな雰囲気を作り出すだけでなく、軽便鉄道と合せた雰囲気作りが効果的と考えられることから、今後は行政、商業者はもとより鉄道事業者、住民を交えた協議の場を設けることが必要である。

事業の実施にあたっては、豊後高田市における「昭和の町作り」、瀬戸内しまなみ大学における「島`んマップ」づくりの事例を参考とすることが効果的であると考えられる。

(3) 連携事業の実現・推進に向けた課題

各連携事業において、この実現に向けてまず実施すべき事項を再度整理すると下表の通りである。

連携事業	連携事業実現に向けてまず実施すべき事項
阿下喜駅及び周辺における出売り促進と交流機能の整備	<p>鉄道事業者から指摘があった通り、商業者と交通事業者が連携し、駅施設において物販を行う際には、行政の調整が必要と考えられる。</p> <p>また、旧北勢町には、阿下喜周辺における、朝市を担当している北勢町朝市部会が存在する。連携事業の実現に向けては、商業者、鉄道事業者だけではなく、行政、朝市部会の参画が必要であり、これらが一同に介し、協議の場を持つことが第一である。</p> <p>さらに、行政、三岐鉄道は農事組合法人と協働で、三岐鉄道北勢線大泉駅において、地元産品の直売所「うりぼう」の展開を行っている。「うりぼう」は、駅施設で物販を行い、広域からの集客を実現している取組みであることから、「うりぼう」から運営・販売ノウハウの提供を受けることが望ましい。</p>
「軽便鉄道と昭和の町」を題材とした地域ブランド形成	<p>豊後高田の「昭和の町」作りで見られた通り、ハード面での行政の支援、商工会議所等のコーディネート、また、自らの町の資源や特徴を棚おろしすることが必要である。</p> <p>自らの町の資源の棚おろしについては、「瀬戸内しまなみ大学 島`んマップ」のような取組みも必要と考えられる。これについては、初期支援を行政が行った上で、地元の市民団体（NPO 法人等）を実働部隊に据えた、資源の整理が求められる。</p> <p>街並みの再現・整備、「軽便鉄道」と「昭和の街並み」の連携について、行政、商業者、商工会議所、住民、鉄道事業者が協議を行う場を設置することが必要である（平成 15 年 11 月策定の北勢町中心市街地活性化基本計画においては、「歴史の街並み保存・活用事業」として中期に実施すべき事業と位置づけられている）。</p>