

活動名： 飛び飛びの商店をコミュニティでつないで、歩いて巡って楽しいを再編集する「トビチ商店街」 一般社団法人Oと編集社

推薦者：辰野町長 武居保男

【共創者】辰野町産業振興課（地方公共団体）・株式会社goodhood（まちづくり会社）・株式会社IRODORI（建物オーナー）

活動の概要

（活動拠点）長野県上伊那郡辰野町

コミュニティの再編集を真ん中に置いて、トビチ商店街という旗を立て、ブランディングを行いながら、不動産を武器に、地域の空き家・空き店舗をリソースとして活用し豊かな暮らしを作るエリアリノベーションを行っています。また、近年は人を見つけてきてマッチングするだけではなく、地域の小さなやりたいを育てる人材育成の講座を開催し、参加者がチャレンジできる場所を用意するなど、空き家・空き店舗というハードの他に、人を重視するソフト事業に力を入れています。

活動内容	新たに創造する地域価値・解決を目指す社会課題等	衰退した商店街のネガティブイメージをチャレンジが生まれるポジティブムードに 鉄道インフラで地域のハブの拠点として栄えた辰野町。特急が止まらなくなり自動車社会へ代わり、ネットの普及によるネットショッピングへと変わる社会に適合できずに衰退した典型的なローカルの商店街に象徴される閉塞感やネガティブなイメージを、新たなチャレンジが生まれる希望感と地域をポジティブに捉える思考へと変化させる。
	先進性・新規性	シャッター商店街を肯定し、飛び飛びの場所を楽しく歩けるように シャッターは全部開けなくてもいいを肯定し、歩いて巡って楽しいをハード・ソフトから再編集し、トビチ商店街という旗を立て、リブランディングしながら既存の商店街エリアを中心にエリアリノベーション実施。人口規模が小さい辰野町(人口1.8万人)のようなローカルの場所では、大きな開発をする資金もなく、大きな投資ができるほどマーケットがない状況なので、逆転の発想で、まだらに点在する空き店舗や空き家を活用し、飛び飛びの状態を楽しく歩けるように小さなトライアンドエラーを繰り返す。
	地域づくり・コミュニティづくりへの寄与	ショッピングストリートからコミュニティストリートへ 多様な目的で商店街で遊べるように。オンラインでも緩やかにつなげる。トビチ商店街は、従来のショッピングストリートではなく、コミュニティで繋がりが、歩いて楽しいを作るプロジェクト。買い物をしにくる人やアートを楽しみたい人、自転車を乗りたい人、多くの人が街で遊び、関わるようになっていく。各々が主体で、情報が交換されていく状態が醸成されつつある。website / Messenger / LINEなどで、各々のお知らせや紹介が勝手に飛び交い、オンライン/オフラインで店主同士が緩やかにつながり、コミュニティが広がっている。 関係性やコミュニティに「トビチ商店街」という名の旗を立てた。 関係性やコミュニティにゆるやかな旗を立て、徐々に認知度を上げていく。大きな縛りは無い。会費なし。会則なし。
活動の成果	<ul style="list-style-type: none"> ・2019年12月7日に「10年後の楽しくなっているトビチ商店街の1日を前借りしてくる」をコンセプトに、トビチ商店街が目指すビジョンを体験する「トビチ market」を開催し、普段人のない商店街に、4,000人以上の来場者が集まった。 ・2017/4~2024/12時点 商店街エリアにおける新規出店事業者が32事業者(18建物)に。 ・経産省の令和3年度・令和4年度地域商業機能複合化推進事業に採択された際に設置したAIカメラ定点観測による人流調査の結果、R4とR5を比較し、1.2倍程度の人の流れの変化があった。 	
特にアピールしたいポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランディングは分散型、多様性を重視したまちづくり 統一のデザインコードをあえて持たず、多様な主体が関われる環境を作り、持続可能な地域づくりを目指す。 ・ハードをつなぐソフトコンテンツの編集 飛び飛びの空き家や空き店舗(ハード)を繋ぐ、回遊させる企画や、回遊させるツールを編集する。 ・「人を見つける」から、「人づくりや育成」に 地域で活動する人を「見つけてくる」から「育成する」フェーズに。今後は、育成した人が使える場所、出展機会を作っていく予定。 ・目指すのは、正しい循環と誰が主催なのかわからない状態。 お店を閉じることが次へのパトタッチになる。チャレンジする人が出てきたら、自ら手放して、また次の面白いことを始める。 	
他の受賞歴等	特になし	





目次 agenda

自己紹介

赤羽孝太のこと
辰野町のこと

活動の概要

ゆるい旗を立てる

活動の内容

活動のきっかけ「お前のところ、いつ閉める？」
シャッター商店街をポジティブモードに。
シャッター街を肯定し、飛び飛びの場所を楽しく歩けるように。
ショッピングではなく、コミュニティストリートへ。

活動の成果

「トビチmarket」町にビジョンを共有
5年間で32事業者（18建物）がオープン。
地域から自主的なイベントが開催される

アピールポイント

ブランディングは分散型、多様性を重視
ハードをつなぐソフトコンテンツの編集
「人を見つける」から、「人づくりや育成」に
目指すのは、循環と主催者不明の状態。



あかはねこうた

赤羽 孝太

長野県空き家利活用推進アドバイザー 総務省地域力創造アドバイザー(地域人材ネット登録) 一般社団法人〇と編集社 代表理事
合同会社トビチカンパニー 共同代表社員 コミュニティアーキテクト/一級建築士/宅地建物取引士

1981年長野県辰野町生まれ。神奈川大学建築学科、同大大学院(修士)を卒業。2014年に都内設計事務所を経て独立。2016年から2019年3月まで辰野町集落支援員に就任し、拠点を辰野町へ移し首都圏と辰野町の二地域暮らしをしながら、空き家・空き店舗を活用した地域づくり、まちづくり、エリアリノベーション活動を行う。2018年、企画・デザイン・建築という手法を使って地域づくりを推進する、「(一社)〇と編集社」を設立。自主事業として空き家を中心とした不動産事業、地域づくり事業、行政からの受託事業(移住、関係人口、観光関連事業等)を展開。2023年5月から、長野県空き家利活用推進アドバイザーを務める。「町の文化を育む、土壌を耕す。」を理念に活動をする。



新宿から

2.5 時間

日本の地理的中心
長野県のほぼ真ん中

人口約

18000人

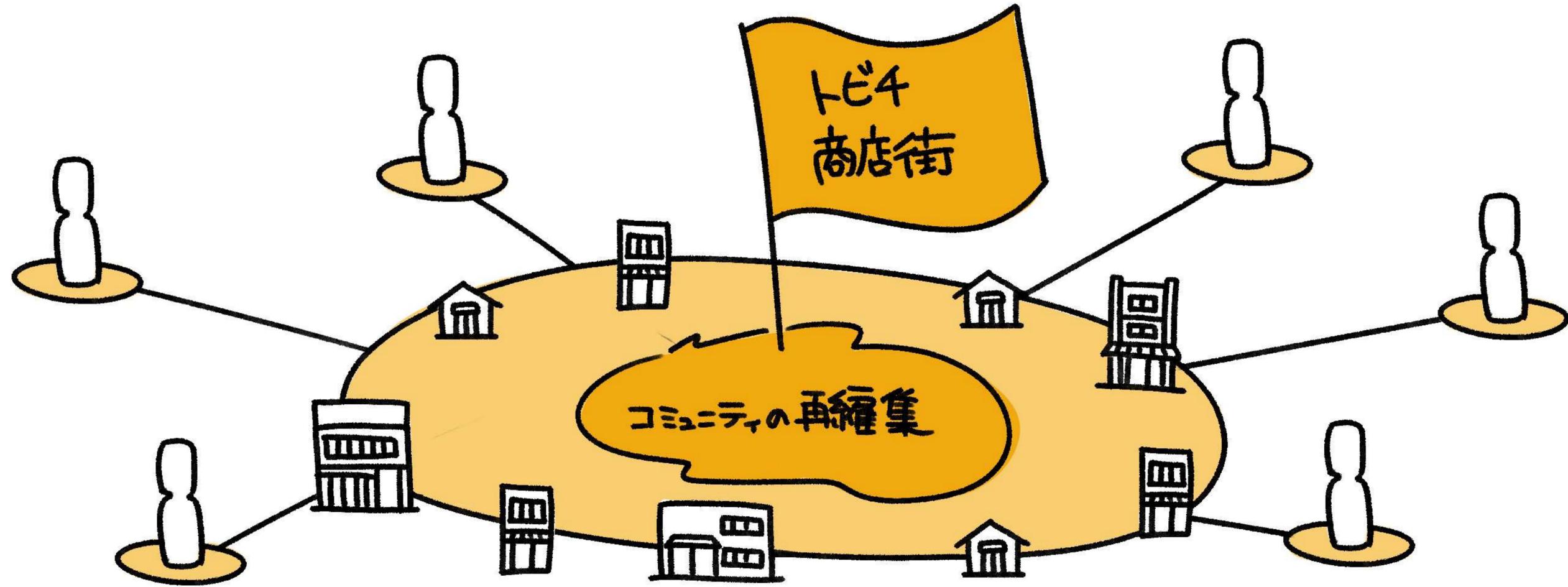
18,156人 7,577世帯
(令和6年4月1日時点) ※高齢化率34.46%

ゲンジボタル

20万匹

日本一の発生数
(多い日で2万匹)

「トビチ商店街」というゆるい旗を立てる



コミュニティの再編集を真ん中に置いて、トビチ商店街という旗を立て、ブランディングを行いながら、不動産業を武器に、地域の空き家・空き店舗をリソースとして活用し豊かな暮らしを作るエリアリノベーションを行っています。

商店会にて「お前のところ、いつ閉める？」



全てのお店を開けることは無理だと確信し、別のアプローチを目指した。

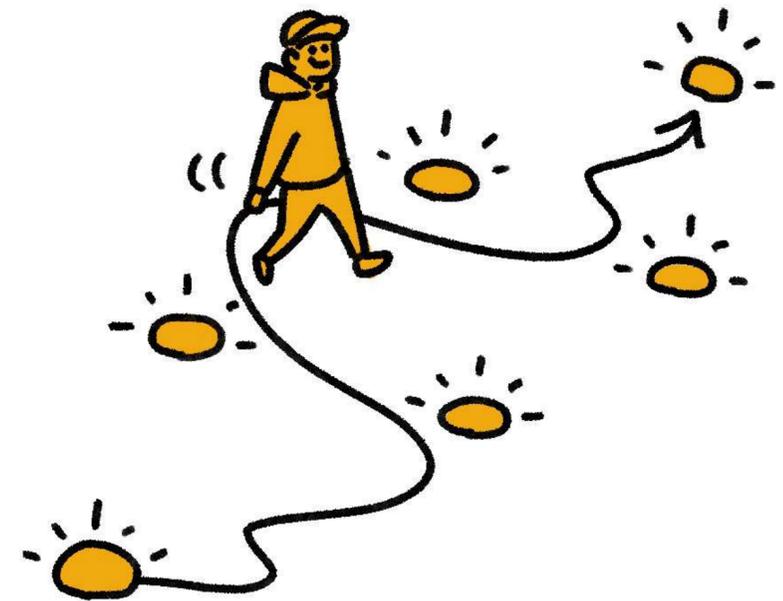


2016年10月に辰野町にUターンし、拠点借りた赤羽。地元の商店会に顔を出し挨拶したところ。そこで繰り広げられている会話は「お前のところ、いつまでお店やるの?」「来年閉めようと思う。すまんね~」

一緒にやるのは無理かも...

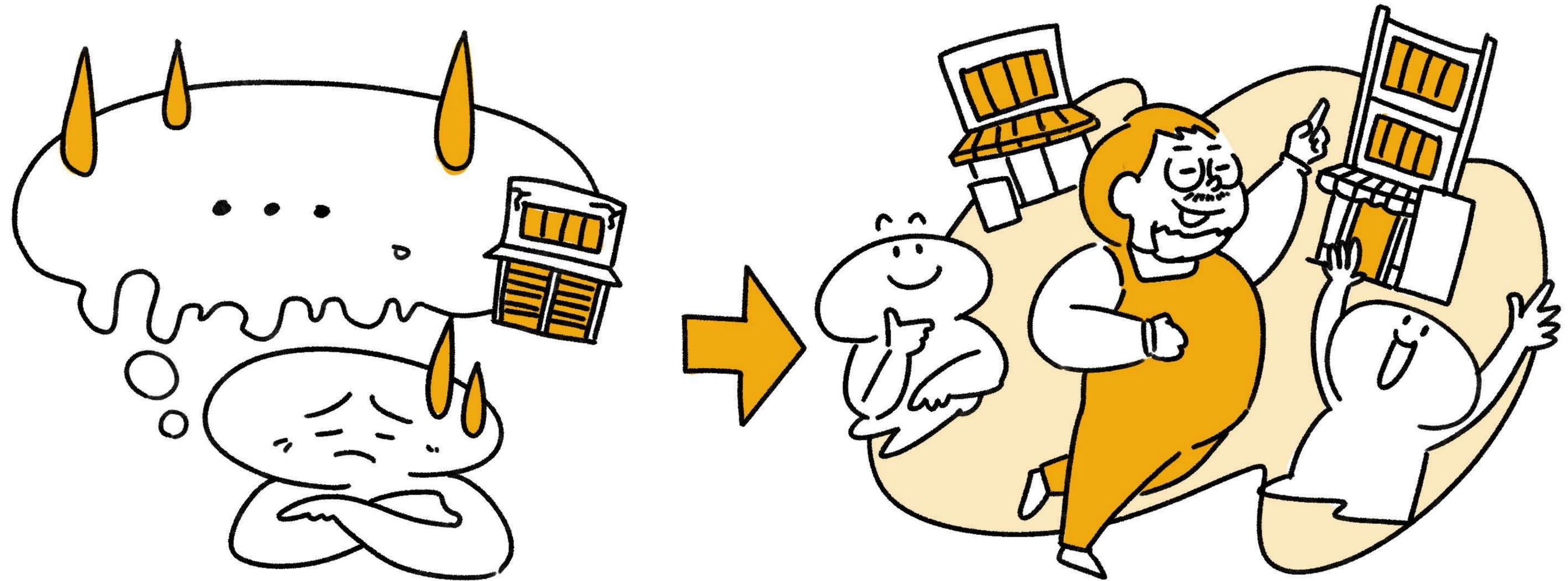


無理やりシャッターを開けさせるわけにもいかない。一丸となるのは無理だと、早々に確信。楽しくないから人は来ない、商店街が賑わっていた頃の楽しさはどこに…?



イオンモールは楽しい、ぶらぶら歩ける。ぶらぶら歩ける楽しさは昔、商店街にあった。歩いて楽しいは本来商店街にあった。シャッターは全部開いている必要はないのではないか。

活動の内容 1 衰退した商店街のネガティブイメージを、挑戦が生まれるポジティブムードに。



鉄道インフラで地域のハブ的拠点として栄えた辰野町。特急が止まらなくなり自動車社会へ代わり、ネットの普及によるネットショッピングへと変わる社会に適合できずに衰退した典型的なローカルの商店街に象徴される閉塞感やネガティブなイメージを、新たなチャレンジが生まれる希望感と地域をポジティブに捉える思考へと変化させる。

活動の内容 2 シャッター商店街を肯定し、飛び飛びの場所を楽しく歩けるように。

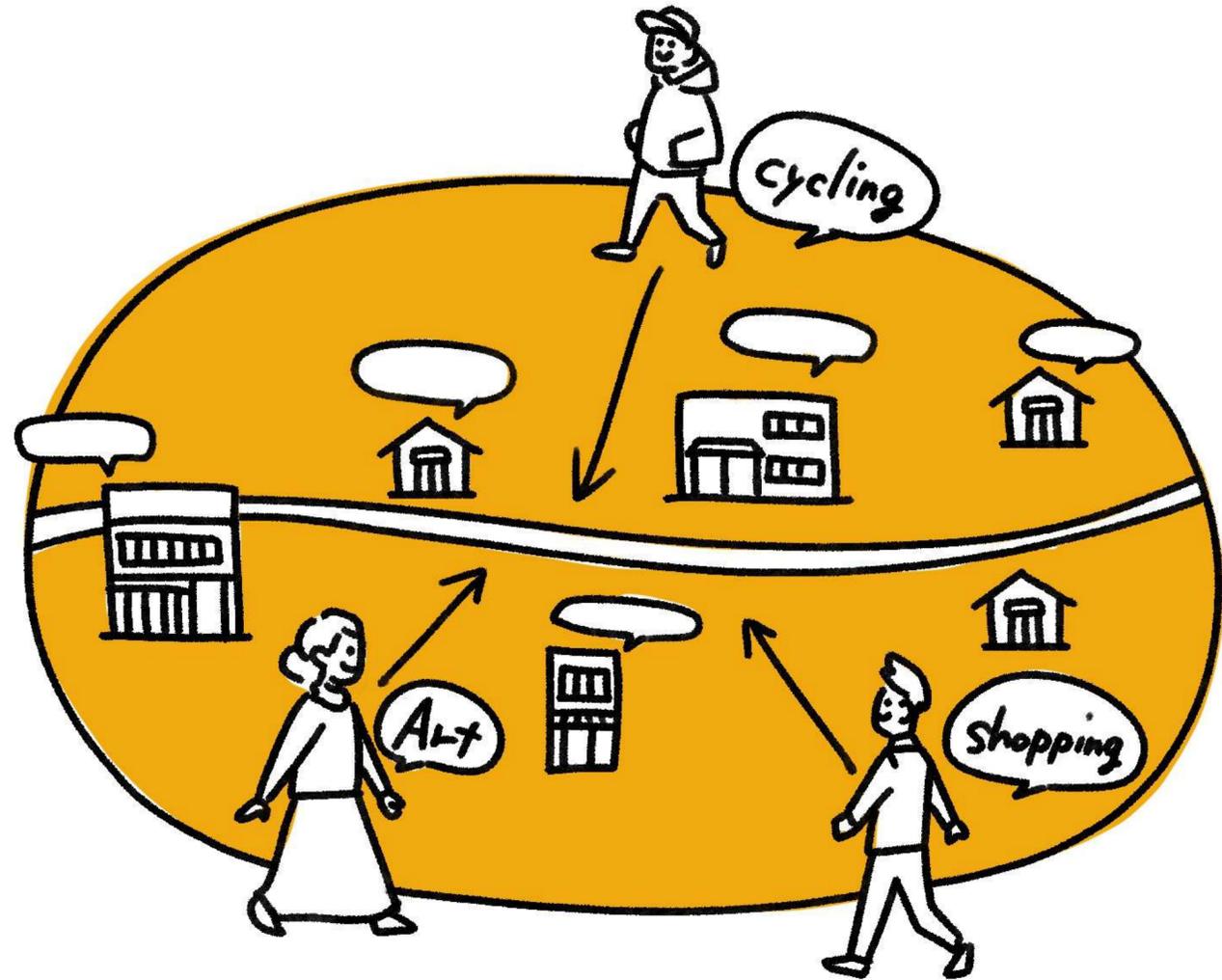


シャッターは全部開けなくてもいいを肯定し、歩いて巡って楽しいをハード・ソフトから再編集し、トビチ商店街という旗を立て、リブランディングしながら既存の商店街エリアを中心にエリアリノベーション実施。人口規模が小さい辰野町（人口1.8万人）のようなローカルの場所では、大きな開発をする資金もなく、大きな投資ができるほどマーケットがない状況なので、逆転の発想で、まだらに点在する空き店舗や空き家を活用し、飛び飛びの状態を楽しく歩けるように小さなトライアンドエラーを繰り返す。

活動の内容 3 ショッピングではなく、コミュニティストリートへ。

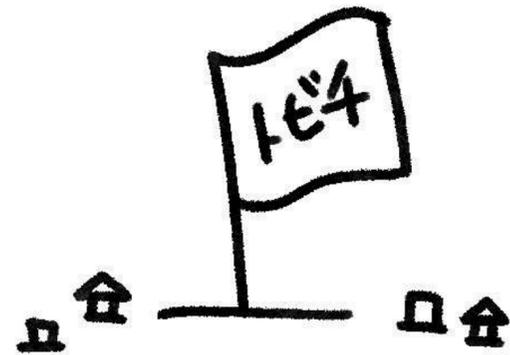


多様な目的で商店街で遊べるように。オンラインでも緩やかにつなげる。

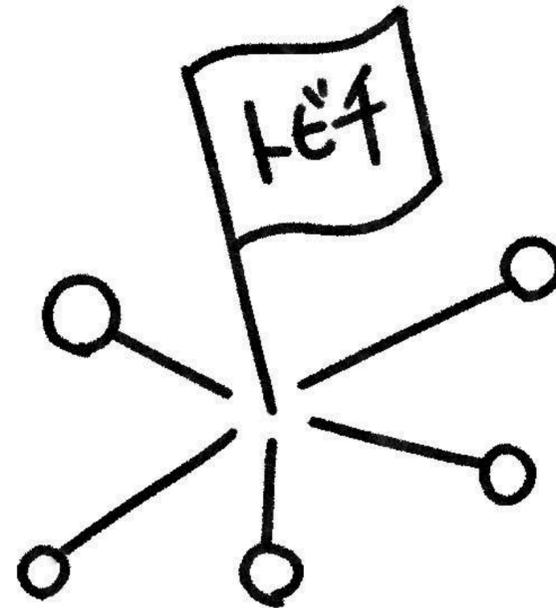


トビチ商店街は、従来のショッピングストリートではなく、コミュニティで繋がり、歩いて楽しいを作るプロジェクト。買い物をしにくる人やアートを楽しみたい人、自転車を乗りたい人、多くの人が街で遊び、関わるようになっていく。

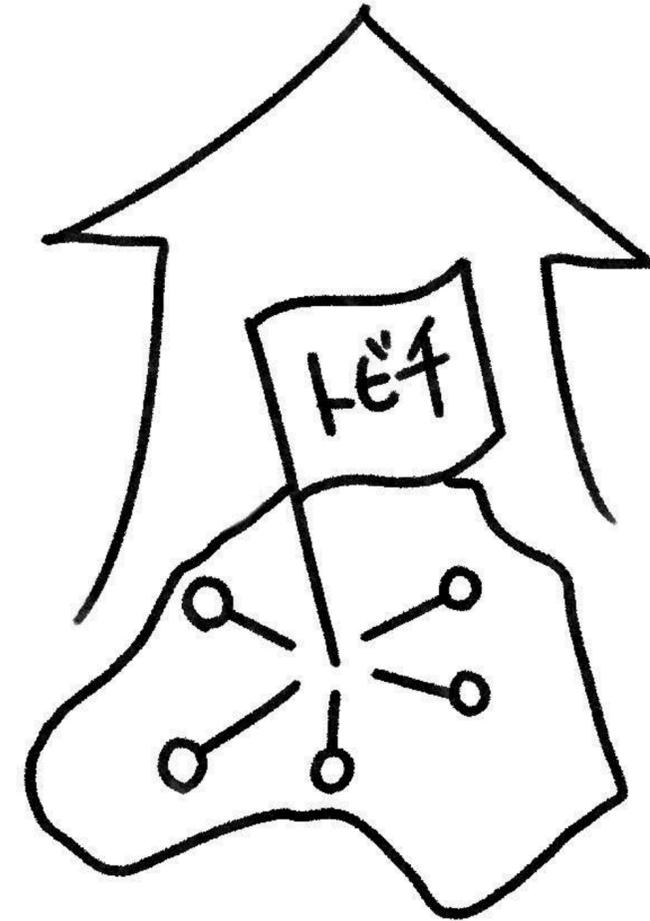
各々が主体で、情報が交換されていく状態が醸成されつつある。website / Messenger / LINEなどで、各々のお知らせや紹介が勝手に飛び交い、オンライン/オフラインで店主同士が緩やかにつながり、コミュニティが広がっている。



旗を立てる



エリアリノベーション



**旗の名前が認知され
価値が上がっていく**

関係性やコミュニティにゆるやかな旗を立て、徐々に認知度を上げていく。大きな縛りは無い。会費なし。会則なし。messenger/LINE/websiteの情報共有のみ。「トビチ商店街」という旗がだんだんと認知されていく。

「トビチmarket」 町にビジョンを共有、4,000人以上の来場者。



2019年12月7日に「10年後の楽しくなっているトビチ商店街の1日を前借りしてくる」をコンセプトに、トビチ商店街が目指すビジョンを体験する「トビチmarket」を開催し、普段人のいない商店街に、4,000人以上の来場者が集まった。

トビチマーケットや街歩きをきっかけに、5年間で32事業者（18建物）がオープン。



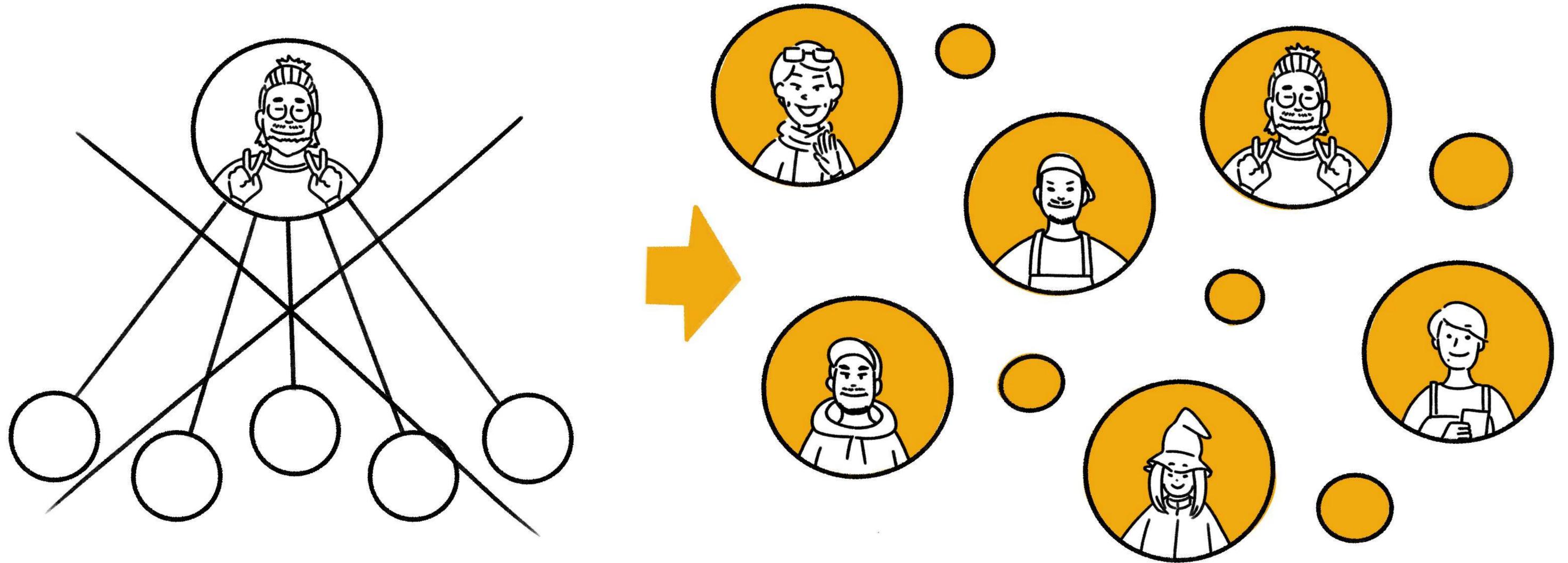
商店街エリアにおける新規出店事業者が32事業者（18建物）に（2017/4～2024/12時点）。経産省の令和3年度・令和4年度地域商業機能複合化推進事業に採択された際に設置したAIカメラ定点観測による人流調査の結果、R4とR5を比較し、1.2倍程度の人の流れの変化があった。

活動の成果3 地域プレイヤーがイベントを自主的に開催するようになってきた。



令和6年度は遂に地元の住民の中から新規出店者が出てくるなど、新たな場所ができたり、地域との繋がりが広がるイベントが増えている。自らイベントなどを企画する人たちが増え、まちづくり会社が手を加えなくても、まちが面白くなってきた。

ブランディングは分散型、多様性を重視したまちづくり



統一のデザインコードをあえて持たず、多様な主体が関われる環境を作り、持続可能な地域づくりを目指す。

トビチ商店街のトップは赤羽じゃない。各々が自由に色を出している状態で、全員が主体になれる。

アピールポイント2 ハードをつなぐソフトコンテンツの編集



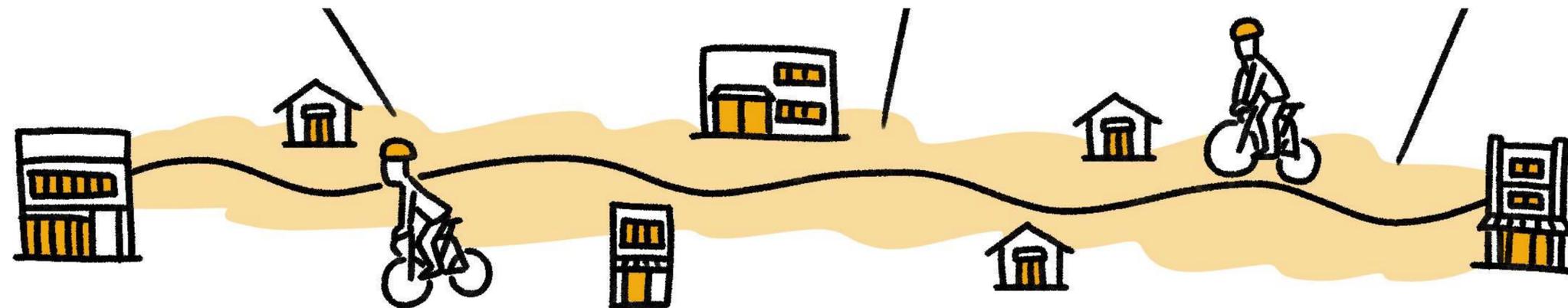
商店街にアートや文化はなかった。商店街エリア全体を美術館に見立てて、アートが町の日常になる風景を目指す。



ハブとなる素泊まり宿泊拠点KOUTEN。飲食は町に出てもらう。町にどれだけ長くてもらうか。時間が長くなれば色々な風景を知ってもらえる。



車社会において、自転車は丁度良いスピード感。徒歩より移動範囲が広く、気になるものがあれば気軽にとめて、町の魅力を発見できるツールになる。



「人を見つける」から、「人づくりや育成」に



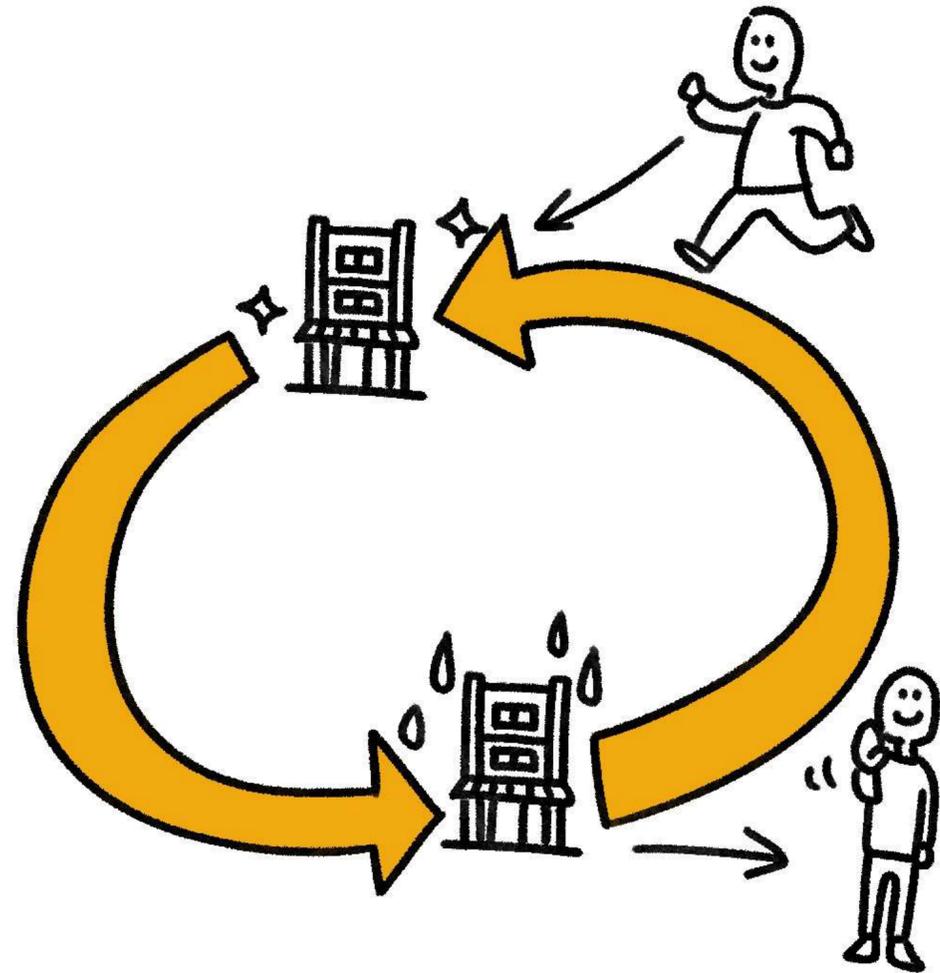
チャレンジする人を仲間に

新たな挑戦をする人を地域づくりの仲間として迎え、共同企画や運営を通じて楽しい環境を創出。

「見つけてくる」から「育成する」に

地域で活動する人を「見つけてくる」から「育成する」フェーズに。今後は、育成した人が使える場所、出展機会を作っていく予定。

目指すのは、正しい循環と誰が主催なのかわからない状態。



**お店を閉じることが次へのバトンタッチになる。
エリアの未来に希望を持ってお店を閉じられる。**

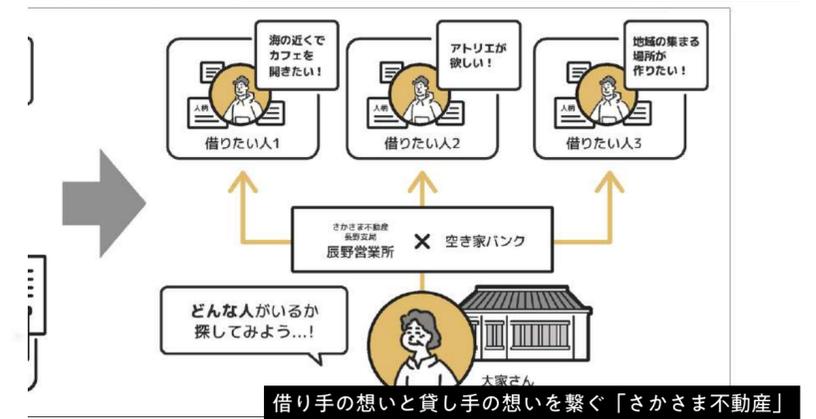
トビチ商店街では、正しい循環が生まれることを目指している。店舗や空間があくことを否定せず、次の挑戦を後押しする。初めやすく、辞めても良い、無理なく新陳代謝が生まれていく状態を目指す。



**チャレンジする人が出てきたら、
自ら手放して、また次の面白いことを始める**

まちづくり会社の手を離れて自立することは、すなわち町が自ら歩き出すこと。辰野町は自主性のある動きが生まれつつある。いずれ誰が主体かわからなくなり、まちづくり会社がいなくても次々に新しい世代が現れ、持続していくことが理想。

まとめ - トビチ商店街の全体像



いろんな街の楽しみ方を見せ、街で遊ぶ人が増えるとエリアの価値が高まり、結果として持続可能な楽しい町になると信じている。



令和6年度は遂に地元の住民の中から新規出店者が出てきて、ポジティブムードの兆しが見えている。

10年後を目標としていたトビチ商店街は、まだ折り返し地点、少しプラスの景色が見えてきた。



最後赤羽は退出し、循環する。

若者達が楽しんでいるところを純粹に楽しむ。