

「公民連携×市民協働」による商店街活性化の考察

～ヒト・モノ・カネの好循環を生み出すまちづくりに向けて～



岩手県紫波町 須川 翔太

第1章 はじめに

紫波町は、平成19年から開始した公民連携手法による駅前町有地都市整備事業である「オガールプロジェクト」により、全国から注目を集めている。このプロジェクトは、町のほぼ中央に位置するJR紫波中央駅前の町有地において、フットボールセンター、図書館や飲食店等が入居する官民複合施設、バレーボール専用体育館やビジネスホテル等が入居する民間複合施設、役場庁舎及び民設民営保育所などの施設を一体的に整備する事業である。併せて、区域内には宅地も整備され、交流人口だけでなく定住人口の増加も期待されており、新たな町の中心が形成されつつある。

オガールプロジェクトで一定の成果が見え始めた今、次なる町の課題はこのオガールの賑わいを町内全域に波及させ、町全体で活力あるまちづくりを展開させることである。特に、かつての町の中心であり、町の発展を担ってきた日詰地区の商店街（以下、日詰商店街と言う）がもう一度活気を取り戻してよみがえることは、オガールの賑わいを波及させるための突破口として、非常に重要な意味を持つ。日詰商店街が活性化することで、オガールと日詰商店街が車の両輪となり、町内全域のまちづくりを牽引する推進力となる。

よって、本レポートでは、日詰商店街の活性化に向け、現状分析から課題を明らかにし、今後必要と思われる具体的施策の提言を行う。

なお、本レポートにおいて使用する用語の意味は下記のとおりとする。

- ①公民連携…公共施設の整備にあたって、町と民間事業者、NPO、町民等がそれぞれの役割を分担し、目的決定、施設整備・所有、事業運営、資金調達などを行うこと。
(出典：紫波町公民連携基本計画1-3)
- ②市民…町内に在住し、在勤し、又は在学する者及び町内で活動する者並びに町内に事務所又は事業所を有する法人その他の団体。
(出典：紫波町市民参加条例第2条)
- ③協働…市民と町それぞれが共通の目的のもとに、自主性を基本とし、対等の立場に立ち、それぞれがその能力を発揮し、取り組むこと。
(出典：紫波町市民参加条例第2条)

第2章 紫波町、日詰商店街及びオガールプロジェクトの概要

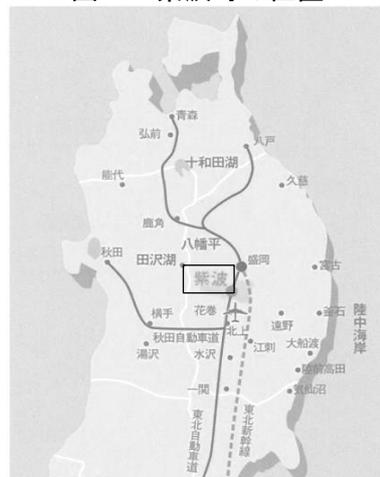
1 紫波町の概要

紫波町は、人口33,669人（H27.12月末現在）、面積238.98k㎡の岩手県のほぼ中心に位置する町である。県庁所在地であり岩手の玄関口でもある盛岡市と、県南の主要都市であ

り空港を有している花巻市の中間で、どちらへも車で約25分の距離にある。さらに、町にはJRの駅が3つあるほか、東北自動車道のICもあるなど、非常に交通利便性の高い町となっている（図1）。

町の形は東西に長く、国道4号、JR東北本線及び一級河川北上川が町の中央を縦断している地形から、中央部は市街地化及び住宅地化が進んでおり、そこから東西に行くにしたがって徐々に田園が広がり農村地帯や中山間地帯となり、西端は奥羽山脈、東端は北上山地に接している。町の基幹産業は農業であり、北上平野の肥沃な土壌で昔から米作りが盛んである。また、東西の中山間地帯では、ブドウ、リンゴ及びラフランスなどの果樹栽培が盛んであり、特にブドウにおいては、県内の生産量の半分を紫波町産が占めている。また、それらの農産物を利用した日本酒やワインの生産も行われている。

図1 紫波町の位置



出典：紫波町中心市街地活性化基本計画

2 日詰商店街の歴史

紫波町は、昭和30年に1町8か村（日詰町・古館村・水分村・志和村・赤石村・彦部村・佐比内村・赤沢村・長岡村）が合併して誕生した。その中でも、特に旧日詰町（現・日詰地区）は古くから発展を遂げ、紫波町の中心的役割を担ってきた。

旧日詰町には奥州街道の宿駅「郡山駅」が設けられて商店街が形成され、領内でも屈指の宿場町、商人町として栄えた。また、商店街のすぐそばを流れる一級河川北上川には河港が整備され、北上川舟運の港町としても発展した。当時の日詰商店街の隆盛を象徴するのが、今後、国の重要文化財に指定される見込み（既に平成27年10月に文化審議会から答申が出されている）の建造物「平井家住宅」である。平井家は、古くから日詰で倉庫業や醸造業を営んでいた豪商で、その居宅・店舗として大正10年に完成した近代和風建築の豪邸は、新築の祝宴の際に当時の首相、原敬も訪れており、現在でも日詰商店街のシンボルとなっている。

しかし、日本鉄道（現・JR東日本の東北本線）が開通して商店街から約3km離れた旧赤石村に「日詰駅」が設置されると、奥州街道の宿駅だった商店街は急速に宿場町としての機能を失った。また、貨物の運搬も船から鉄道へと切り替わり、北上川舟運の港町としても衰退していった。

そのため、商店街の人々は町の活性化に向けた新たな起爆剤として新しい駅の誘致運動を展開し、平成10年によりやく請願駅として「紫波中央駅」が開業したが、その駅の位置も商店街から約900mと微妙な距離が残る結果となり、現在に至っている。

3 オガールプロジェクトと日詰商店街との関係性

町は平成19年から公民連携手法による駅前町有地都市整備事業である「オガールプロジ

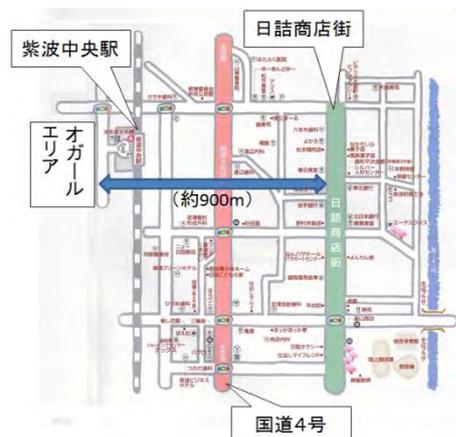
エクト」を始動した。このプロジェクトは、町と「オガール紫波(株) (町と民間企業の仲介役を担う)」が連携して実施しているもので、紫波中央駅の設置と同時に町が購入した駅前の土地 10.7ha において、フットボールセンター (平成 23 年 4 月完成)、図書館や飲食店等が入居する官民複合施設 (平成 24 年 6 月完成)、バレーボール専用体育館やビジネスホテル等が入居する民間複合施設 (平成 26 年 7 月完成)、役場新庁舎 (平成 27 年 5 月完成) 及び民設民営保育所 (平成 29 年 4 月開所予定) などの施設を一体的に整備する事業である。併せて、区域内には宅地も整備されており、町が直接、景観法に基づく景観協定 (一人協定) を定め、建築条件付土地売買による分譲が進められている。

事業の進行に伴いオガールエリアへの来訪者が増え、現在では年間 85 万人もの人がオガールエリアを訪れるようになり、さらには町全体としての交流人口も、平成 21 年度 : 1,842,277 人から平成 26 年度 : 2,103,062 人 (出典 : 第二次紫波町総合計画前期基本計画まちづくり指標より) と増加傾向である。今後は定住人口の増加も期待されており、新たな町の中心が形成されつつある。

ところが、駅から少し離れた位置にある日詰商店街は、開発が進んでいる駅前と線路を挟んで逆側にあり、直線で約 900m と若干距離が離れているため、現状ではオガールで創出された賑わいが商店街に届いていない (図 2)。むしろ、以前は日詰商店街に隣接していた役場庁舎も現在はオガール地区に移転したことから、元々空き店舗が目立っていた日詰商店街だますがますます人通りが減り、賑わいが失われたという声が多く出ている。また、オガールが立地する町の中心部 (都市部) 以外の住民、とりわけ農山村部の住民にとっては、オガールの盛り上がりは「遠くの町で起きている出来事」と他人事のように捉えられており、「自分たちの地域を見捨てられた」という反感さえ抱いている住民も出てきている。

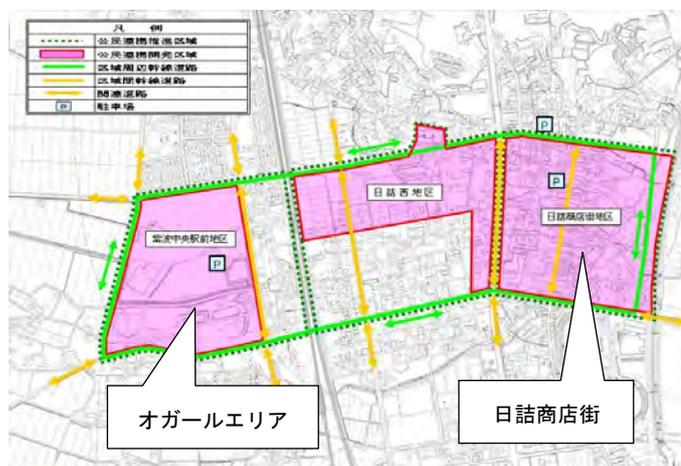
オガールの基本理念は「都市と農村の共生」であり、「中心部 (都市部) と各地域 (農村部) のつながりを重視してオガールの賑わいを町内全域に波及させ、持続的に発展する町を目指す」という目標があるが、現状ではそれが実現しているとは言いがたい。特に、日詰商店街については、オガールプロジェクトを進めるにあたり策定した「紫波町公民連携基本計画」の中で、紫波中央駅前地区から日詰商店街地区までを公民連携開発区域と定め 1 つのエリアとして一体的に事業展開することとしていることから、日詰商店街の活性化は町の課題の一つと言える (図 3)。

図 2 日詰商店街とオガールの位置



出典 : 紫波町協働支援読本ゆいっと

図 3 公民連携開発区域図



出典 : 紫波町公民連携基本計画

第3章 日詰商店街の現状と課題

前章の現状を踏まえ、日詰商店街は現在どのような問題を抱えているのか、統計調査、ヒアリング調査及びアンケート調査により課題を明らかにする。

1 小売業及び卸売業の事業所数の減少

「岩手県商業統計調査報告書」の結果によると、町内の小売業及び卸売業の事業所数が減少の一途を辿っていることがわかる。平成11年の時点では406事業所だったが、平成19年には328事業所となった。少し古いデータだが、町内の状況を見る限り、現在もこの傾向に大きな変化は無いものと思われる（別添資料：表1）。

一方、「岩手県広域消費購買動向調査」の結果によると、近隣市町村と比較して紫波町民は町内で買い物をしている傾向がある。「市町村別にみた地元購買及び流出の状況（品目総合）」の地元購買率は、盛岡広域管内の市町村で比較すると、紫波町は72.6%と旧盛岡市（平成18年の合併前の盛岡市）に次いで2番目に高い数字となっている（別添資料：表2）。小売店が年々減少している状況下にあっても、紫波町民は地元で買い物をしている割合が高いということになる。

また、同調査の結果によると、紫波町民は郊外・バイパス沿い店舗の選択割合が高い。「品目別にみた『郊外・バイパス沿い』の店舗選択割合の大きい地区」では、ほぼ全ての品目において紫波町の名前が入っており、その数は盛岡広域管内の市町村で比較すると最も多い（別添資料：表3）。事実、紫波町には国道沿いを中心に多くの大型ショッピングセンターが建設されており、食料品や日用品など生活に必要な物のほとんどを買い揃えることができる。

このことから、紫波町民の近年の傾向として、比較的地元で買い物をしてはいるものの、個人商店等が集まる日詰商店街を選択せず、郊外にある大型ショッピングセンターに足を運んでいるという状況が明らかになった。

2 空き家・空き店舗の増加

事業所数の減少を空き家・空き店舗という視点から考察する。総務省「住宅・土地統計調査（H25）」によると、紫波町の空き家率は6.9%であり、全国平均の13.5%、岩手県平均の14.4%と比較しても低い数字となっている（別添資料：表4）。

しかし、町内の内訳を見てみると、個人商店等の事業者が多い日詰地区の空き家率は高い。町総務課が実施した「空き家調査（H26）」の結果によると、日詰地区の4つの行政区が空き家率の上位にランクインしている。特に日詰1・6・7区は商店街の付近だが、日詰商店街の商店は「店舗兼居宅」という構造の建物が多いため、空き家だけでなく空き店舗の問題が深刻化していることが推察される（別添資料：表5）。

3 商店街店主へのヒアリング調査

それでは、実際に日詰商店街で商売を営んでいる方々は現状をどのように捉えているのか。考えを伺うため、商売を営んでいる3名の方（日詰商店会の会長、前会長及び空き店舗の所有者）に対し、自宅（店舗）訪問によるヒアリング調査を行った。聞き取りをした内

容は、日詰商店街の歴史、現在抱えている問題及び今後考えていることなどを中心としながらも、出来るだけご本人の率直な思いを伺うよう努めた。

調査の中で特に印象的だったのは、「商店街の人たちは役場に対して反感を抱いている人も多い」という言葉だった。それは、「役場はオガールプロジェクトにばかり力を注ぎ、同じく『公民連携開発区域』に指定されている商店街を置き去りにした」という思いからくるものだった。さらに、「そもそも紫波中央駅を誘致するきっかけを作ったのは商店街なのに、その商店街は全くオガールの恩恵を受けていない」という思いも上乘せされていた。また、「実感として空き店舗は増えているが、商店街の人たちはあまり他人に貸したがない。新しい人が入ってくることを極度に恐れていて、疑心暗鬼になっている」という意見もあった。しかし、反対に「どこか1つでも目に見える形で活用事例が生まれれば、商店街の人たちも心が変わるだろう」という声も多かった。

そして、「昔は、商工会、農協、役場の若者同士で飲み会をやったが今はそれも無くなって残念だ」という意見もあり、日詰商店街と役場のつながりが希薄化していることが明らかとなった。日詰商店街と役場は、約900mという物理的な距離以上に「心の距離」が離れてしまったのかもしれない。

4 一般利用者へのインターネットアンケート調査

続いて、一般利用者の声を広く集めるため、「Facebook」を活用したインターネットアンケートを行った。回答者は、筆者のFacebook上での「友達」などが中心であり、紫波町に何らかの縁のある人が多いと思われる。計165名から回答を得た。質問は、選択方式と自由記入方式の設問を用意した（別添資料：インターネットアンケート調査内容）。

はじめに、選択方式の設問の集計結果から明らかとなった傾向は、まず、紫波町在住の人は全員が日詰商店街を訪れたことがあるが、訪れる頻度は「月1回」が圧倒的に多い。そして、その理由は訪れる目的が「金融機関に行くこと」であり、買い物などではなかった。また、あれば良いと思う店は、「カフェや喫茶店」「定食屋や料理屋」「居酒屋」という飲食系が上位を独占していた。

次に、自由記入方式の設問で多かった意見は、「若者や女性が集まりやすく人と情報が交流する場所がほしい」というものや、「空き店舗を活用するなど若者がチャレンジできる場所や雰囲気生まれれば良い」というものだった。また、「オガールと商店街をつなぐ取り組みが必要ではないか」「商店街はオガールと差別化を図り別な方向を目指すべき」という意見も多かった。

5 調査結果から見えてきた課題

1~4の調査結果を踏まえ、日詰商店街における今後のまちづくりの視点をまとめる。

まず、1点目として大前提になるのが「日詰商店街と役場の『心の距離』を縮めること」である。商店街店主へのヒアリング調査から明らかになったように、日詰商店街と役場は目に見えない「心の距離」が離れてしまっている可能性がある。このままでは、どんなに良い施策であっても円滑に進めることは困難なので、まずは役場側がそのハードルを乗り

越える努力が必要となる。

この前提を踏まえながら、2点目として挙げられるのは「日詰商店街にしか無い価値の追求」である。第2章で述べたように、日詰商店街の最大の魅力は、紫波町の発展の礎を築き、古くから町の商業を担ってきたその「歴史」にある。この長い歴史の中からにじみ出てくる様々な要素が日詰商店街にしか無い価値であり、これが活性化の大きなポイントとなる。そして、この価値を追求していくことは、同時にオガールとの差別化を図ることにもつながる。

続いて、3点目は「空き店舗の活用」である。担い手不足等による空き店舗の増加は間違いなく進行しており、商店街側は誰か良い人がいれば貸したいと思っているし、一般利用者側も空き店舗を活用して若者がチャレンジしやすい環境が生まれれば良いと思っている。やはり、空き店舗を活用してどのように新たな人材を確保していくかが重要なポイントとなる。この点については、よそ者に対する抵抗感に加えて、先行事例が無いということに起因する不安感が障害となっていると思われるので、いかに早く、目に見える形で成功事例を作れるかがポイントとなる。

最後に、4点目は「オガールと日詰商店街の一体的な取組み」である。オガールと日詰商店街がまちづくりのエンジンとなるためには、その2つが一体となり車の両輪を成す必要がある。この点については、今までの紫波町には無かった新たな視点でのまちづくりが求められるだろう。

第4章 現在の町の取組み

具体的施策を提言する前に、行政側の現状を把握するため、町が行っている取組みを調査し、内容を整理する。

1 日詰リノベーションまちづくり

増加を続ける空き店舗を活用するため、町では平成27年度から「日詰リノベーションまちづくり」に取り組んでいる。「リノベーションまちづくり」とは、遊休不動産を活用して町に賑わいを生み出し、新たな雇用を創出し、エリアの価値を向上させようとする取組みである。今年度は、講演会や地元住民への説明会から始まり、リノベーションスクールなどを開催した。今後は「日詰リノベーションまちづくり構想」を策定し、行政としてのビジョンを明確化しながら、さらに事業を具体化していく予定である。現時点では、実際の空き物件のリノベーションは行われていないが、今後、民間事業者による家守会社の設立が期待されている。

2 地域づくり活動補助金

この補助金は、住民の柔軟な発想による地域づくりや課題解決に取り組む活動及び公益団体の組織づくりに対し財政的支援をするものであり、平成20年度から実施している。対象者は、町内のNPO法人または営利を目的としない任意の市民活動団体。補助金の種類は2種類で、スタートアップ補助金は事業費の全額で上限10万円、ステップアップ補助金は事業費の3分の2以内で上限30万円となっている。ここ数年では日詰商店街に関係する事業

の申請は無く、地域ボランティア系の事業が多くなっている。

第5章 具体的施策の提言

前章までの内容を踏まえ、今後、必要と思われる具体的施策を提言する。施策の基本方針は、『公民連携×市民協働』により、日詰商店街ならではのまちづくり手法で新たな商店街の姿を目指すこと」である。

前述したとおり、町はオガールプロジェクトという公民連携手法によるまちづくりの1つの成功モデルがある。しかし、オガールプロジェクトは元々さら地だった町有地で行われた事業なのに対し、商店街では民間の既得権が設定されていることなど、オガールと日詰商店街では前提条件が大きく異なるので、オガールのモデルをそのまま日詰商店街に適用させることはできない。町は、かねてよりまちづくりの重要な柱として「循環型のまちづくり」と「協働のまちづくり」を掲げており、その後新たに「公民連携のまちづくり」が柱の1つに加わった。今、日詰商店街において求められているのは、町の強みである「公民連携のまちづくり」の中に「協働のまちづくり」の要素を織り交ぜ、日詰商店街と役場の「心の距離」が近いまちづくりを地道に進めることだと考える。すなわち、「公民連携×市民協働」の具現化である。

この前提を踏まえた上で、日詰商店街活性化のために大切なことは、日詰商店街にしかない価値を追求しオガールとの差別化を図っていくことである。では、その価値とは何か。

まず、第2章で説明した「平井家住宅」はその筆頭である。現在は空き家となっており所有者が個人のため、今後の利活用については所有者の意向が尊重されるべきだが、もしまちづくりに活用させていただくことができれば町の大きな資源となる。

また、毎年秋に日詰商店街で行われる「日詰まつり」も大勢の人が訪れるイベントである。このお祭りでは、大きな4台の山車の運行と複数の地元民俗芸能が披露され、盛岡市近郊では特に活気のあるお祭りとして有名である。このお祭りに参加するためにわざわざ遠方から帰省する地元民も多く、日詰商店街にとっても大きな存在意義を持っている。

これらの観光資源を商店街活性化に結び付けるため、従来から日詰商店街のTMO (Town Management Organization) やボランティア団体などが中心となって様々な活動を行ってきた。さらに現在、町生涯学習課では、国の補助事業を活用した平井家住宅と町の民俗芸能をからめた地域活性化事業を計画しており、今後の観光客の増加や歴史・文化の伝承に大きな期待が持たれている。

このように、歴史や文化という点においては、日詰商店街は既に高いポテンシャルを秘めており、利活用の方法次第で今後のまちづくりの大きな武器になると思われる。

しかし、「空き店舗の活用」や「オガールと日詰商店街の一体的な取組み」という点においては不安材料が残るので、その点に対する行政からのアプローチの手法として、次の4つの事業を提言する。

1 日詰リノベーションまちづくりの推進（空き店舗活用+人材育成）

オガールプロジェクトと日詰商店街の大きな違いは、「町と民間との仲介役」の存在の有

無である。オガールプロジェクトでは「オガール紫波㈱」という仲介役がいたが、日詰商店街ではその役割を果たす組織が存在しないため、商店街全体の合意形成を図ることが非常に難しい。また、日詰商店街では店だけでなく住宅も混在している上、歴史ある商店街ゆえの「昔からのしがらみ」が存在していることなども、さらに問題を複雑化させている。

一方、ヒアリング調査で明らかになったように、どこか1つでも目に見える形で空き店舗の活用事例が生まれれば、日詰商店街の状況が一変するという可能性は大いにあり得る。さらに、日詰商店街近辺には旧役場庁舎や旧保健センターも立地しているため、町は行政としての立場だけでなく「遊休不動産の所有者」という側面も併せ持っている。

このことから、町として既に取り組み始めている「日詰リノベーションまちづくり」をより一層推進していくことが有効と考える。この事業の中核を成すのは、リノベーションスクールや家守塾という「人材育成事業」である。ここで言う「人材」とは、例えばテナントに入って店を経営する事業者ではなく、空き物件を活用して不動産事業を営む事業者、すなわち「現代版家守」（以下、家守と言う）のことであり、オガールプロジェクトにおけるオガール紫波㈱と似たような役割を担う者である。リノベーションまちづくりでは、不動産所有者から物件を借り受けて運営し、地域に求められる魅力的な商いを生み、町を変えていく力を持った家守（家守会社）を育成することを大きな目標としている。

しかし、ここで課題となるのが日詰商店街と役場の「心の距離」の問題である。その点に対して役場が行政として行うべきことは、まずリノベーションまちづくりを日詰商店街に定着させ、TMO や商店会とうまく連携を図り、地元民からの信頼を勝ち取ることだろう。その上で、公共精神と民間ならではの経営感覚を併せ持った家守を地元民と一緒に育成していくことが望ましい。全体の合意形成を図ることが困難な日詰商店街においては、小さな変化を地道に積み重ねていくことが効果的と思われるので、家守を育成してまず1つ空き店舗活用の成功事例を生み出すことがスタートとなる。

2 コミュニティビジネスプランコンテスト（人材育成＋人材誘致）

リノベーションまちづくりが進んでくると、次はいよいよ日詰商店街で起業する事業者の存在が求められる。そこで、紫波町で起業するきっかけを広く提供し、町全体として起業しやすい風土を醸成するために、「コミュニティビジネスプランコンテスト」を行うことが効果的と考える。

この事業は、現在町が行っている「地域づくり活動補助金」を転換させて行うことが望ましく、それにより確保できる財源をコンテストの優勝賞金に充てることが可能となる。現行の地域づくり活動補助金は、例年、申請団体の顔ぶれがあまり変わらずマンネリ化している上、申請団体の活動の内容も、町民の貴重な税金を投入して行うことの必要性に疑問が残るものが多く、補助金のあり方自体を見直す必要があると思われる。それは、対象者を「NPO 法人または営利を目的としない任意の市民活動団体」としていることから、利益の上がるような事業性が高い活動は対象外になるためである。

よって、この地域づくり活動補助金は、対象を非営利活動からビジネス性の高いものに切り替え、コミュニティビジネスプランコンテストに変更することが有効と思われる。対

象者の要件は「制限なし」とし、町外や県外からも応募できることとする。ただし、コンテスト優勝賞金の持ち逃げを防ぐため、コンテスト後 1 年以上は町内で事業を継続するなどの条件は付ける必要があるだろう。また、対象となるビジネスは町の課題やニーズを捉えたものとし、「日詰商店街の空き店舗を活用したビジネス」などとテーマを設定することも想定される。

このコンテストを開催するにあたっての最大の課題は、いかに参加者を確保できるかという点である。町外や県外からでも応募可能としたところで、紫波町の知名度が低く魅力が無ければ参加者数は伸びないだろう。その対策としては、町の強みを生かした「2 種類の情報発信」が有効と考える。まず 1 つは「日詰リノベーションまちづくり」を広く町内外に PR することである。全国的にもまだ事例が多くないリノベーションまちづくりに積極的に取り組んでいる町として認知度を上げることができれば、起業を見据えてアンテナを高くしている起業希望者に興味を持ってもらえることが期待される。これは、首都圏など県外も視野に入れ、様々な手法により情報発信を行っていく必要がある。もう 1 つは、逆にピンポイントで業種を絞った PR である。町の基幹産業である「農業」という強みを生かし、ヒアリング調査及びアンケート調査において最も人気が高かった「飲食関係」に的を絞り、「食」という切り口から農業と飲食関係との異業種間連携を積極的に進めていくことが有効と思われる。これについては、単なる情報発信にとどまらず、積極的な誘致活動が必要になるだろう。

また、想定されるケースとして、「コンテストには挑戦してみたいがその前に学びの場がほしい」というパターンが考えられる。この場合は、紫波町においては盛岡広域管内の市町村で連携して相談窓口や各種セミナー等の起業支援体制を整えているので、そちらと連携しながら起業希望者をサポートしていきたい。

いずれにしても、起業希望者に対してどのようにアプローチしどのようにサポートできるか、行政の柔軟な対応が求められるので、役場内の部署間連携が非常に重要になる。

3 地域おこし協力隊の導入（人材誘致+地域内循環）

上記 1 及び 2 の事業は日詰商店街を中心とした事業なので、その効果を農村部も含めた町内全域に波及させ、地域内循環を促進するためには、また新たな立場の人材が必要と考える。それに加えて、今までに無い町内外の人材交流を生み出すことができれば、地域内循環の環がさらに拡大する可能性がある。このことから、紫波町に関心や思いを持っている UIJ ターン希望者など、全国に潜在する魅力的な人材を呼び込むための 1 つの手法として、これまで当町では取り組んでいなかった「地域おこし協力隊（以下、協力隊と言う）」を導入したい。この制度における地域要件では、紫波町は「一部条件不利地域」に該当し、基本的には 3 大都市圏及び政令指定都市からの受け入れが想定される。

協力隊は 2 名導入することとし、活動拠点はオガールを想定するが、リノベーションまちづくりなど日詰商店街の活動にも積極的に参加してもらおう。協力隊はそれぞれ役割を分担し、1 名は町内各地の集落活動に関わりながら地域と地域をつなぐ仕事をしてもらい、もう 1 名は町外への情報発信や移住相談の窓口などを行ってもらおう。

具体的な活動イメージとしては、例えば、町の農村部の農業者が、「日詰商店街の空き店舗を利用してこういう店を開いてみたいな…」と考えた場合、前者の協力隊がいち早くその情報をキャッチし、日詰商店街とつなぎ合わせることができる。また、町外の起業希望者が、「自分でこういう店を開いてみたいけどどこかに空き店舗がないかな…」と考えた場合、後者の協力隊がそこに上手くアプローチすることができれば、同じく日詰商店街とつなぎ合わせることができる。

さらに協力隊に期待することとして、町民(特に農村部)、協力隊及び行政などで連携し、農山村ツーリズム事業や移住体験事業を実施したい。今まで町としてはツーリズムや移住の分野には力を入れてこなかったが、協力隊の「よそ者の視点」を有効に生かすことができれば、紫波町ならではの農山村ライフスタイルを感じてもらえる魅力的な企画を立案することが可能になると思われる。

このように、役場職員ではなく、日詰商店街のしがらみとも関係無い中間的な立場の人材を確保し、「オガールと日詰商店街」「町の中心部と農村部」「町の中と外」をつなぐことにより、町の中心部から創出される賑わいを町内全域に拡散させることができると考える。それにより、ヒト・モノ・カネの好循環が生み出され、活力あるまちづくりが展開されることが期待される。

第6章 おわりに

「商店街活性化」というテーマについては、商店街が活性化することそのものに意味があるのではない。その町にとって、商店街はどのような存在なのか。そして、その商店街が活性化することにどのような意味があるのか。それは、その町によって全て異なり、単に商店街が賑わえば良いという短絡的なものではない。紫波町における日詰商店街の活性化は、町の中心部の賑わいを町内全域に波及させ、活力ある持続的なまちづくりが行われるための重要な意味を持つ。

本レポートは、商店街活性化を「公民連携×市民協働」で実現したいという思いから研究を始めた。しかし、研究を進めていくうちに気付いたことがある。それは、「『公民連携×市民協働』というのはあくまでもまちづくりの『手段』であり『目的』ではない。本当の目的は、住民が求めている町の姿を住民と一緒に作っていくことだ」ということである。

自分自身、日詰商店街は賑わいが無く活性化が課題だという漠然とした思いはあったが、この問題に真正面から向き合うことを通じて、初めて自らのまちづくりに対する姿勢にも向き合えたと感じている。

今回の経験を糧にして、町のために働ける人間になれるようこれから精進していきたい。

【参考文献】

- ・紫波町「紫波町公民連携基本計画」
- ・紫波町「紫波町中心市街地活性化基本計画」
- ・紫波町「紫波町協働支援読本ゆいっと」
- ・岩手県「岩手県商業統計調査報告書 (H11, 14, 16, 19)」

【別添資料：表1】

紫波町の事業所数の推移（小売業・卸売業）

	平成 11 年	平成 14 年	平成 16 年	平成 19 年
小売業	365	326	320	296
卸売業	41	36	35	32
合計	406	362	355	328

出典：岩手県「岩手県商業統計調査報告書（H11, 14, 16, 19）」をもとに筆者作成

【別添資料：表2】

市町村別にみた地元購買及び流出の状況（品目総合）※盛岡広域管内

【単位：％】

市町村		地元購買率	流出率			主な流出先
			県内	県外	計	
盛岡市	旧盛岡市	97.5	2.2	0.3	2.5	
	玉山区	47.0	52.9	0.1	53.0	旧盛岡市 41.7
八幡平市	西根地区	73.2	26.4	0.4	26.8	旧盛岡市 23.8
	松尾地区	3.9	96.1	0.0	96.1	旧盛岡市 24.7、西根地区 70.7
	安代地区	13.5	70.7	15.8	86.5	旧盛岡市 24.5、西根地区 39.6、鹿角市 14.9
雫石町		58.4	41.3	0.3	41.6	旧盛岡市 39.9
葛巻町		24.7	69.9	5.4	75.3	旧盛岡市 17.2、岩手町 24.7、旧久慈市 14.6、旧二戸市 11.2
岩手町		71.4	28.6	0.0	28.6	旧盛岡市 21.8
滝沢市		32.1	67.7	0.2	67.9	旧盛岡市 65.7
矢巾町		64.1	35.8	0.1	35.9	旧盛岡市 31.0
紫波町		72.6	27.0	0.4	27.4	旧盛岡市 18.8

出典：岩手県「岩手県広域消費購買動向調査（H20）」をもとに筆者作成

【別添資料：表3】

品目別にみた「郊外・バイパス沿い」の店舗選択割合の大きい地区※盛岡広域管内分

	70%以上	60%以上	50%以上
紳士服	なし	旧盛岡市(66.5) 紫波町(62.1)	岩手町(50.0)
婦人服	なし	岩手町(66.7) 旧盛岡市(61.6)	紫波町(54.3)
普段着	葛巻町(100.0)	旧盛岡市(66.7)	紫波町(58.3)
下着類	雫石町(100.0)	旧盛岡市(62.9) 紫波町(60.1)	滝沢市(50.0)
くつ・カバン	なし	旧盛岡市(60.2)	玉山区(50.0)
家具・インテリア	紫波町(79.2) 旧盛岡市(73.0)	矢巾町(63.1)	葛巻町(50.0)
スポーツ・娯楽用品	雫石町(100.0) 紫波町(88.9) 矢巾町(75.0)	旧盛岡市(68.6)	なし
書籍雑誌・CD	安代地区(100.0)	玉山区(66.7)	紫波町(50.4)
日用品・台所用品	なし	なし	紫波町(55.8) 雫石町(52.7) 葛巻町(50.0)
家電製品	旧盛岡市(70.4)	雫石町(66.7)	滝沢市(58.3) 紫波町(57.9) 安代地区(50.0)
衣料品・化粧品	なし	紫波町(67.7)	雫石町(54.3)
食料品	なし	なし	なし
外食・喫茶	雫石町(100.0) 矢巾町(72.6)	旧盛岡市(67.4) 玉山区(64.3)	滝沢市(55.6) 紫波町(55.0) 西根地区(51.4) 岩手町(50.0)

出典：岩手県「岩手県広域消費購買動向調査(H20)」をもとに筆者作成

【別添資料：表 4】

県内の空き家率

	住宅総数(戸)	空き家総数(戸)	空き家率
八幡平市	12,210	2,720	22.3%
釜石市	18,760	3,250	17.3%
二戸市	12,130	2,080	17.1%
洋野町	6,890	1,180	17.1%
遠野市	11,400	1,790	15.7%
雫石町	6,210	970	15.6%
久慈市	16,100	2,510	15.6%
北上市	41,320	6,180	15.0%
大槌町	5,420	790	14.6%
盛岡市	145,070	20,900	14.4%
奥州市	47,850	6,750	14.1%
一関市	48,100	6,340	13.2%
宮古市	25,470	3,300	13.0%
花巻市	36,980	4,750	12.8%
矢巾町	11,240	1,310	11.7%
大船渡市	15,890	1,580	9.9%
滝沢村	23,100	2,020	8.7%
金ヶ崎町	5,370	460	8.6%
陸前高田市	7,610	540	7.1%
紫波町	11,310	780	6.9%
山田町	6,100	380	6.2%

出典：総務省「住宅・土地統計調査 (H25)」

【別添資料：表 5】

行政区別 空き家状況

	地区	行政区	空き家数(戸)	うち居住できる			うち修繕すれば居住できる			うち取り壊しが必要			世帯数あたり 空き家率
				空家年数 不明	空家年数 5年以内	空家年数 6年以上	空家年数 不明	空家年数 5年以内	空家年数 6年以上	空家年数 不明	空家年数 5年以内	空家年数 6年以上	
1	佐比内	9区	15			5			5			5	37.5%
2	佐比内	7区	9			3			3			3	23.7%
3	佐比内	5区	8		1	4			3				19.0%
4	日詰	6区	14		2	12							18.7%
5	佐比内	2区	4			2				2			16.7%
6	日詰	1区	12	5					5			2	15.6%
7	日詰	20区	10		10								15.4%
8	長岡	5区	4		1	1		1			1		14.8%
9	志和	2区	10		3	2	4			1			11.4%
10	志和	12区	5		1	1			1			2	11.4%
11	日詰	7区	5						2			3	10.9%
12	赤沢	7区	3				2					1	10.0%
13	古館	1区	6		2	1		2	1				9.8%
14	赤石	14区	5		3				1			1	9.6%
15	志和	18区	4		2			2					9.5%
16	赤沢	3区	3			2						1	8.6%
17	水分	8区	3			1			2				8.3%
18	赤沢	1区	4			2			2				8.2%
19	長岡	10区	2									2	8.0%
20	佐比内	3区	3						1			2	7.9%

出典：町総務課「空き家調査 (H26)」

【別添資料：インターネットアンケート調査内容】

岩手県紫波町「日詰商店街」に関する意識調査

1 調査目的

主に紫波町在住者や紫波町出身者の若い世代を対象に、日詰商店街を訪れる頻度、利用目的、求めるもの等について調査することで、若者にとっての日詰商店街の現在の位置付けや、今後の商店街に求められるニーズを把握すること。

2 調査手法

Facebook を活用したインターネットアンケートとする。

3 調査対象者

Facebook の利用者で、主に須川とつながっている人。50～100 人程度を目標。(Facebook の友達は現在 342 人で、多くが紫波町内や岩手県内の人です。)

4 質問内容

次のとおりです。

(日詰商店街について)

紫波町は、岩手県のほぼ中央に位置する人口約 34,000 人の町ですが、その町の中心部には「日詰（ひづめ）」という地区があり、さらにその日詰地区の中に「日詰商店街」というとても歴史のある商店街があります。国道 4 号と一級河川北上川の間に位置し、奥州街道の宿場町として、また、北上川舟運の港町として古くから発展を遂げ、町の経済や文化をけん引する存在でした。しかし、近年では、少子高齢化や人口減少の影響などにより事業者数が減少傾向にあり、空き店舗になっている建物も徐々に目立つようになってきている状況です。

問 1 あなたの性別を教えてください。※回答必須

- ①男 ②女

問 2 あなたの年齢を教えてください。※回答必須

- ①19 才以下 ②20～29 才 ③30～39 才 ④40～49 才 ⑤50～59 才 ⑥60～69 才
⑦70 才以上

問 3 あなたがお住まいの場所を教えてください。※回答必須

- ①紫波町内 ②岩手県内で紫波町外 ③岩手県外

問4 紫波町の日詰商店街を訪れたことがありますか。(単に通過したことがあるだけの場合は「いいえ」でお願いします。) ※回答必須

- ①はい ②いいえ

問5 問4で①と答えた方にお聞きします。日詰商店街を訪れる頻度を教えてください。

- ①行ったことはあるがほとんど行かない ②年に1回くらい行く ③月に1回くらい行く ④週に1回くらい行く ⑤ほぼ毎日

問6 問5で①と答えた方にお聞きします。日詰商店街に行かない主な理由は何ですか。

- ①交通手段が無いから ②距離が遠いから ③用事が無いから ④行きたいお店や場所が無いから ⑤その他 ()

問7 問5で②～⑤と答えた方にお聞きします。日詰商店街を訪れる主な目的は何ですか。

- ①近くに自宅があるから ②通勤 ③通院 ④買い物 ⑤飲食(昼) ⑥飲食(夜) ⑦仕事の用事で ⑧金融機関へ ⑨実家への帰省で ⑩お祭りなどイベントに参加するため ⑪その他 ()

問8 日詰商店街に限らず、「商店街にこれが有れば良いな」とあなたが思う、お店や場所はどうのようなものですか。(複数回答可)

- ①カフェや喫茶店 ②定食屋や料理屋 ③居酒屋 ④食料品店 ⑤生活用品店 ⑥書店 ⑦託児施設 ⑧娯楽施設 ⑨公園 ⑩学習塾 ⑪美容室や理容室 ⑫コミュニティスペース ⑬シェアオフィス ⑭ショッピングモール ⑮観光スポット ⑯特に無し ⑰その他 ()

問9 最後に、あなたのまち若しくは紫波町に、こういう商店街が有れば良いなというお考えなどがあれば自由にご記入ください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

