

## 環境民権運動について（高知市）

### 1 高知市の概要

- (1) 人口 339,945人（男：158,352人 女：181,593人）
- (2) 世帯数 158,462世帯
- (3) 面積 309.22km<sup>2</sup>
- (4) 予算額 1,290億円（平成22年度一般会計当初予算）
- (5) 議員数 44人（条例定数34人、法定上限数46人）

※市町村合併特例により、平成23年5月まで）

\*数字はすべて平成22年4月1日

### 2 施策の概要

「環境民権運動」は、高知市で行われている、温室効果ガス削減に向けた施策を推進するための全市民的啓発活動である。

事業名称の由来は、高知市が北に急峻な四国山地を背負い、南は雄大な太平洋を一望できる地勢から「天然のコンパクトシティ」として自然環境に恵まれた地であるところと、明治維新の志士を輩出し、自由民権運動の発祥の地であるところから、「環境維新《土佐から始まる環境民権運動》」からネーミングされたものである。

#### (1) 取組みの経過

高知市では、温室効果ガス削減に向け、平成21年3月に「高知市地球温暖化対策地域推進計画」を策定した。

この計画は、単に温室効果ガスの削減だけではなく、高知市の強みである豊かな「環境」と「食」を軸に据えながら、民の力を計画推進の大きな原動力とした「環境維新・高知市《土佐から始まる環境民権運動》」を旗印として、地場産業の振興、観光振興等の取組みを総合的に推進し、高知市の地域活力の向上・活性化にも資するものとしている。

計画では、温室効果ガス削減目標を、2012年度までに2004年度対比で13.9%の削減を、2050年度までに半減を目標値に設

定している。

目標達成に向けて、市民や事業者が日々の生活や事業を通じて環境に配慮した取組みを実行していくため、「土佐E C O人づくり」「よさこいE C Oライフ」として、「環境民権運動」を通じた全市民的啓発活動を平成21年度から開始した。

(2) 具体的な取り組みと効果

ア マスコットキャラクター「ケーちゃん」決定

平成21年9月、「市民の鳥」であるセグロセキレイをモチーフにし、高知市のKと、環境のKから命名された「ケーちゃん」が決定した。考案者の方を招き、表彰式とマスコミ発表を行った。



イ 環境にやさしいお買い物キャンペーン実施

平成21年10月、市内量販店、市民団体との共同で、「環境民権運動」のノボリ旗を立て、レジ袋等の削減や地産地消の推進のキャンペーンを実施した。

ウ 土佐から始める環境民権運動推進協定

森林の再生について協働する事業者やレジ袋等の容器包装廃棄物の排出抑制に努める事業者など、積極的な環境保全活動に取り組むあらゆる分野の事業者を対象に、高知市とエコ活動にかかわるパートナー協定を結び、事業者のエコ活動に関して、マスコミへのニュースリリースや各事業者のホームページへのリンクを高知市ホームページに掲載するなどの支援をしている。

平成21年11月、高知市と市内量販店14店舗、5つの市民団体が協定を結んだ。協定締結14事業所で、平成21年10月から12月にかけて、レジ袋約197万枚が削減された。59,057kgの二酸化炭素が削減された。



〔高知市議会委員会室にて〕

事業活動報告書は高知市のホームページで公開し、事業所のPRにもなっている。

## エ よさこいECOライフチャレンジ100

エコライフのきっかけづくりとして、自治会・コミュニティ組織・事業者・一般公募による市民からチームをつくってもらい、削減目標設定の上、100日間、個人部門では炊飯器などの保温をしない、冷蔵庫の設定を「弱」にするなど、事業者部門では契約電力の見直し、ノー残業デーによる夜間電気使用量の削減などの「エコライフ」にチャレンジしてもらう。

優秀な成績やユニークな取り組みを行ったチームには市長表彰を行うなど、顕彰制度も設けている。

平成21年7月から12月にかけての2ヶ月間で、17,784.4kgの二酸化炭素を削減し、平成22年5月、成績優秀団体を表彰した。

## オ 平成22年夏休み企画、親子でスーパーマーケット大冒険を開催

市内小学生とその保護者が参加した。開店前の店舗の見学、温暖化防止に向けた高知市の取り組みと店舗の取り組みを学んだあと、マイエコバッグを作り、そのエコバッグで買い物を体験した。

## カ 環境やごみ減量に関する出前講座

いつでもどこでも話が聞ける、地球環境の保全やごみの減量についての出前講座を行っている。小学校や地域団体などに利用されている。

平成21年度は、町内会や自治会に29回、小学校児童に4回ほか計58回開催されている。

## キ ECO人づくり

小学4年生を対象にしたゴミのリサイクルに関する副読本を教材に、学校教育を行いECO人づくりに取り組んでいる。

## ク 環境民権運動だより

高知市域における、さまざまな環境保全取り組みについて広報誌として、現在、高知市環境政策課のホームページに掲載し、啓発している。



〔高知市議会委員会室にて〕

## (3) 今後の課題

「土佐から始まる環境民権運動」は全市民的啓発活動なので、啓発

を始めるターゲットとして、市民と市内量販店から取り組み始めた。

市内量販店では、レジ袋削減の有効な手段である有料化については、厳しい経済状況を背景とする市民生活を考慮すると直ちには実施できない。経済状況に左右されない地道な活動の継続が重要である。

また、市民への啓発事業について、まずは見てもらう、知ってもらうため、分かりやすい周知方法を模索している。今後は、地元メディアへのアピール力が高い点を活かし、どれだけ多くの市民や事業者等をまきこめるかなどが課題である。

### 3 委員・会派の所感

- 高知市では、中山部、田園部、臨海部、都市部が揃う、自然のコンパクトシティー「小さな日本」に想定して、市域内での生産と生活を重視した資源循環な都市構造を目指し、併せて地球環境保全のために温室効果ガスの削減に向けた温暖化対策推進計画を策定し、市独特の強みである豊かな環境と食を軸に、民の力を原動力にした「環境維新、高知市」土佐から始まる環境民権運動を進め、地場産業の振興、観光振興を推進し地域活力の向上、活性化に努めている。

具体的には、全学校の環境学習と連携し社会人の研修、生態系保護啓発活動、土佐から始まる環境民権運動の市民啓発の大運動による人づくり、環境保全運動に貢献する市民や事業主の顕彰を行う、森林整備、バイオマスタウン構想実現の為に自然エネルギーを導入、促進しエネルギーの地産地消を目指す、路面電車等公共交通や自転車利用を促進して歩いて暮らせるコンパクトシティーを目指す、森林の整備によるCO<sub>2</sub>の吸収を促進し、木製品の供給、有機農法環境保全型農業の食のブランド化、大学研究チームとタイアップしたECO地場製品の協力開発供給をめざしている。

こういった高知市の温室効果ガス削減に向けての取り組みは、大変高く評価する。我が江戸川区も上記、施策を取組みながらエコタウン江戸川の目標達成の参考にして行きたいと考える。

- ①「環境維新・高知市」の持続可能な循環型社会形成に向けて、どのように取り組み、その思想を同市民に生かしていくのか。

②高知市の恵まれた資源、すなわち海、川、森などを有しており、再生可能なエネルギーの利用について、どう取り組んでいるのか。

③歴史的な、環境に配慮した「路面電車」など、公共交通機関について、今後のコンパクトエコシティ実現に向けてどう生かしていくのか。

④レンタサイクルの取組み状況と今後の展開についてなどについて、質問した。

いずれも、今後の課題として、前向きに、取り組んでまいりたい、とのことであった。特に再生エネルギーについては、厳しい財政から、検討しつつ支援を考えていくとのことである。

本区にとっても、「海拔ゼロメートル地帯」で、地球温暖化による海面上昇や、気候変動による集中豪雨などの危機を抱えている地域である。

平成20年2月に地域あげて地球温暖化対策を進めるため「エコタウンえどがわ推進計画」(地域エネルギービジョン)を策定し、本区の大きな支柱となっている「地域力」「豊かな水と緑」「活力あるまち」という特性を生かして、持続性を考えて、着実に推進して、温室効果ガス削減に取り組み、循環型社会形成に向け、取り組んでいくことが求められていることを改めて痛感した。

- 高知市の地球温暖化対策地域推進計画では、単純に温室効果ガス削減ではなく、環境や食、産業振興なども含め総合的に取り組むもので、E C Oに対する意識を高める人づくりも進めていくということである。また企業や町会も参加する運動推進のための協定も結ばれている。

高知市の温室効果ガス削減目標に対する取り組みの効果についてお聞きしたところ、市全体の努力というよりは、大阪セメントが生産を中止したために、50万トンから60万トン減ったということである。このことから企業の生産活動が温室効果ガス発生の大きな要因になっていることを見ることができる。

他の取組みでは、事業所と協定してレジ袋を減らす、日常の市民生活の中で小さなことを積み重ねて、温室効果ガス発生を抑える努力をしていること。

子どもたちへの環境教育では、ごみについて書いた本を作っている、出前教育や、子どもたちが各ごみ処理施設をまわって

学んでいるということである。環境問題は学び考え実践することが大切で、子どもの時からしっかり身につけることが必要と思った。

高知県の環境民権運動については、いろいろと工夫されているが、大きく成果が出せるのは今後の運動にかかっているのかと思う。

- 高知市の取組みの中で最も進んでいるのが、量販店、市民団体等、高知市との間で締結された「土佐から始まる環境民権運動推進協定」であり、この中でレジ袋削減に向けた取組み、リサイクル、そして食材の地産地消の推進等の取組みを実行していくことが取り交わされている。事業者の活動実施を公表することで市民の理解と協力を広めている。

高知市の海と山に取り囲まれた地勢的な条件から自然との調和なども環境対策に盛り込まれている。

先にあげた活動の中では、江戸川区においても環境対策のさらなる推進において事業者の協力をさらに仰いでいき、協定締結などを進め、その結果を詳細に公表することで区民への理解と協力をさらに進めていけるのではないかと感じた。

- 地場産業を営む事業者と提携を図り進めるリサイクル・ごみ削減事業については、まだ着手したばかりのようであり、数値化して削減目標が達成されてはいないようである。まだまだ市民にはこの運動が周知されていないのが今後の課題のようだ。

今後、全小学校での環境教育を実施するとのことであるが「天然のコンパクトシティ」ならではの、地域の自然をじかに子どもたちが感じ、自然を失うと二度と戻ってこない大切さを身をもって理解することに期待する。高知の森林や河川、海は地球の財産である。

森林荒廃問題が叫ばれる中、民間企業（地方銀行）に寄付を募り里山保全をする試みはまさに官民「協働」による事業である。公共施設や土産品などでも積極的に高知杉を活用していた。間伐材の有効活用を「見える化」することで住民意識を高める企図には大いに学ぶものがあった。雇用につながることも視野に入れているという点も大いに評価できる取組みであった。

\* 報告書の作成にあたっては、高知市提供の資料を参考にしました。

## 高松丸亀町商店街の活性化事業について（高松市）

### 1 高松市の概要

- (1) 人口 425,876人（男：204,860人 女：221,016人）
- (2) 世帯数 181,942世帯
- (3) 面積 375.09km<sup>2</sup>
- (4) 予算額 1,428億1,000万円（平成22年度一般会計当初予算）
- (5) 議員数 51人（条例定数40人、法定上限数46人）

※市町村合併特例により、平成23年5月まで）

\*数字はすべて平成22年4月1日

### 2 高松丸亀町商店街の活性化事業の概要

A～Gの7つの「街区」にゾーニングしている高松市の市街地再開発事業により、平成18年12月、A街区の再開発ビル「壺番街」がオープンした。これを皮切りに、平成21年12月から平成22年3月にかけて、B街区に「弐番街」、C街区に「参番街」がオープンした。この結果、売上が対前年比330%、通行量が150%の増加があった。

他の地区では多くの店が閉じ、衰退する商店街がほとんどの中で、商店街の活性化に成功を収めている「高松丸亀町商店街の活性化事業」について調査を行った。

#### (1) 高松丸亀町商店街の概要と課題

高松城築城とともに開発された商店街であり、400年の歴史を持ち、約150店舗からなる高松市最大の商店街である。

現在の店舗構成は、ファッション関係が43%、趣味・インテリア関係が17%、日用品関係が10%、飲食関係が11%、金融関係が3%、その他16%となっている。

最盛期の平成4年には270億円の売上、1日3,000人の通行量があったが、瀬戸大橋の開通を機に、中央の大手資本が流入、平成7年から郊外大型ショッピングセンターの建設が始まり、売上及び通行量ともに急速に減少した。この結果、地域内の経済循環が弱まった。

また、昭和60年から平成3年ごろのバブル期の地価高騰は、郊外への居住者の転居をもたらした。商店街でもかつては1,000人ほどの居住者がいたが、100人に満たない高齢者のみが残りと、居住者が少なくなると、生鮮食料品、日用雑貨品の店舗が消え、衣料品業に偏った商店街となった。

## (2) 事業の経過

昭和58年、「100年後を目指した街づくりが必要だ」との、当時の商店街振興組合理事長の意を受け、青年会を中心にした再開発委員会が発足し、街づくりの研究を開始した。1年間の検討の結果、物販以外の機能強化をし、時間消費型の街につくり変えることが丸亀町商店街の存続の必要条件との答申が出された。

昭和59年から答申に基づく街づくり事業が開始され、アーケード、カラー舗装の新装と町営駐車場の建設を手始めに、ポケットパーク、町営テレビガイドの設置、カルチャー館やイベントホールの建設、高松中央商店街共通駐車サービス券、ポイントカードの実施、クレジットカード（タウンカード丸亀町）の発行などに取組み、想定以上の成果をあげてきた。

平成2年からは、商店街再開発事業に着手した。

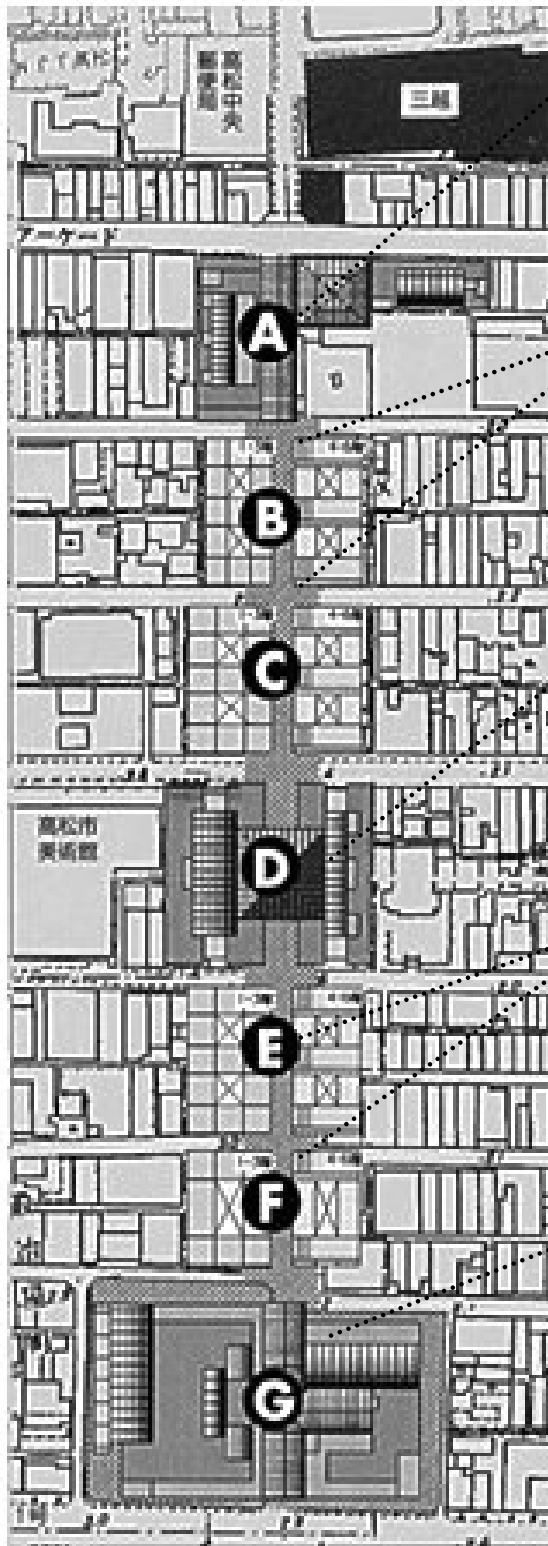
開発コンセプトは以下のとおりとした。

- ア 市民が集う、にぎわいの広場を中心とした、都心にふさわしい商業機能の充実
- イ 不足業種（飲食、生鮮、雑貨等）及びコミュニティ施設の導入
- ウ 都心居住を促進する階上住宅の建設

各街区のゾーンコンセプトは、次頁のとおりとした。

この開発コンセプトとゾーンコンセプトを基にして、平成9年までに順次A～Gの7つの街区の事業計画を策定、平成17年にA街区事業の工事が着工され、平成18年12月に壱番街ビルが竣工・オープンし、平成19年6月にA街区ドームが完成した。平成20年からB・C街区が小規模連鎖型再開発の一期工事を開始した。





**A 街区**

ドーム広場&高級ブティック街

スーパーブランド、  
高級ブティック、  
フレンチレストラン、  
大規模書店、マンション

**B・C 街区**

美・健・ファッション街

セレクトショップ、  
インテリア、雑貨小物、  
ヘルシー&ビューティー、  
医療モール、複合介護施設、  
高齢者向けマンション

**D 街区**

アート・カルチャー街

アートギャラリー、  
伝統工芸、地元特産品、  
宝飾品・ジュエリー、  
ホビー&カルチャー  
ガーデニング

**E・F 街区**

ファミリー&カジュアル街

カジュアルファッション、  
ベビー&キッズ、  
アウトドア&スポーツ、  
ファミリー向けマンション、  
コレクティブハウス

**G 街区**

お祭り広場&地産地消街

アートギャラリー、  
市民広場、  
生鮮市場・フードコート、  
高級・輸入食材、  
レストラン・バー、  
温泉・スパ&エステ、  
シネコン

(3) 商店街の具体的な取組み

商店街の存続を目指し、これからの人口減、高齢化社会に対応した100年を見据えた新しいまちづくりへの取組みをしている。

地域での経済循環とさまざまな人たちとの連携、協働のステージづくりが商店街の役割である。

ア 再開発

延長約470mの路線型商店街を、A～Gの7街区に区分し、全体の方針と街区ごとの街づくりの方針を合致させて整備を進めている。

平成17年度に、「高松丸亀町商店街タウンマネジメント・プログラム」として、消費者のニーズに対応できるよう、商店街全体を一つのショッピングセンターとして再構築すること、新たな業種業態の参入による商店街の新陳代謝が可能な条件を整備すること（テナントミックス）、そのために、土地の所有と利用を分離することなど全体方針を構築している。

まちづくり株式会社を設立し、地権者と定期借地権契約を結び、建物の建設・所有・運営を一体的に行い、テナントの売上高に応じて地権者の家賃収入が増減する「オーナー変動地代家賃制」を導入した。このことにより、地権者・テナント・まちづくり会社が売上増加という同じ目標に向かい事業運営している。

商店街の両端に位置するA街区とG街区では、市街地再開発事業により商店街の中核となる施設の整備を図り、B～F街区では共同建て替えなどによって漸進的に街づくりを進めている。

B街区の貳番街は、「食」で商と農をつなぐ、LLP（有限責任事業組合）運営によるフードコートが設けられた。



〔貳番街にて振興組合理事長（中央）と〕

C街区の参番街は、「医療モール」として完成した。まちなか居住者

への回診により、まちなか医療が再生された。

また、地元生産農家と直接契約した「地産地消」市場の開設が準備された。加えて、モノづくりの職人として起業したい方への商店街出店支援をしたりと、さまざまな「人」たちとの連携、協働の場がつけられている。

各街区には階上住宅（マンション）が建設され、まちなか居住者が増えている。再開発により都市機能が集約されたので、高齢者や障がい者に優しい街づくりとして高く評価されている。

#### イ 広場の整備（A街区ドーム）

歴史的な都市の結節点である札の辻を現代によみがえらせたクリスタルドームである。建築面積685.15㎡、高さ32.18m、直径約26mの鉄骨造りである。



〔ドーム広場にて振興組合理事長と〕

市民のための賑わいの広場となっている。イベントから憩いまで、市民が自由に、さまざまに活用している。美術館のようなショッピングモールをテーマにしたギャラリーストリートである。毎週末にはドームイベントが開催されている。

#### ウ 町営駐車場

昭和59年にアーケード、カラー舗装の新装に合わせ町営北駐車場、南駐車場を建設したのをはじめに、平成5年に第3駐車場を、平成15年に第4駐車場を、平成18年には壱番街駐車場を完成させ、駐車可能台数約1000台としている。

各駐車場は、公衆トイレの設置や運転初心者・女性向けの構内設計、

車高の高いワゴン車対応、託児ルームの運営など商店街利用者のためのサービスを盛り込んでいる。これらの施設の運営に当たっては、地元高齢者団体と契約し、まちなか居住者の就業支援に努めている。また、5カ所の駐車場がもたらす、年間2億円の利益は、街づくりへ再投資されている。

#### エ カルチャー館と町営イベントホール

地域の文化活動を支援するため、平成5年に町営第3駐車場の前面空地を利用してカルチャー館を建設した。現在約23教室が利用中である。

また、壱番街のA街区再開発ビル4階に新丸亀町レッツでは、ホールイベントの開催や、厨房設備付きのカルチャー教室を3部屋併設しており、地域市民が利用している。

#### オ イベント

青年会、婦人部により四季のフラワーポット装飾やストリートワゴン開催、四季折々のイベントの展開を行っている。

ドームイベントは官公庁、事業所、市民の主催によるイベントが数多く開催されている。まちづくり株式会社が用品の無償貸出、進行協力など全面的に支援している。年間200余りのイベントが開催されている。

#### カ エリアマネジメント

町が運行している「まちバス」で、高松駅から商店街への高齢者の足を確保している。年間400万円の損失がでるが、町営駐車場の利益で支えている。将来整備が予定されている、介護や子育て施設、温浴施設やシネマコンプレックスなど、単一事業として明らかに利益が出ない事業も、エリア（町）全体で支えることにより、利益を循環させている。

### (4) 活性化事業の効果

平成19年にA街区ドームが完成し、壱番街全体が開業した。

壱番街の開業効果を以下、参考として取上げた。

(売上) A街区エリア全体の年商（外商を除く店頭販売額のみ）

開業前 10億円

開業後 33億円(従前比330%)

(通行量) 1日当たりの通行量

開業前 1,2000人

開業後 1,8000人(従前比150%)

(税収の増加) 固定資産税(建物のみ)

開業前 400万円

開業後 3,600万円(従前比900% 3,200万円の

増収)

7つの街区の開業により、年間2億円の税収増が予想されている。

#### (5) 今後の課題

丸亀町商店街が、市街地再開発を成功させた要因は、地権者が自分の資産を本気で守ろうとしたことと、地元のコミュニティが団結したこと、地元の土地問題を解決したことにある。

地元のまちづくりは、地元の者でなければ解決できないため、今後もいかにして地元のコミュニティを大切にしていけるかが課題となっている。

### 3 委員・会派の所感

○ 高松丸亀町商店街振興組合理事長は、高松市主導の再開発事業ではなく、あくまでも商店街が自主的に取り組んでいるものであり、全国的には商店街再開発の成功事例とされているがまだまだ進行中だと話す。

街の再開発は、自分たちの手で責任を持ち、リスクも自分たちで負う事も考える民間主導で決定し、街づくり会社を設立した。身の丈に合った、時代に合った開発をして大型店に頼らない開発を考えた。重要なのは、都市間競争ではなく地域の経済状況の自立をいかに行うかの自給自足体制が必要であるとしている。

今後の商店街のあるべき姿は、多種多様な機関との連携が必要で、商店街も百貨店も大学も病院も全てがあつまって何かを作り出すステージのある商店街でなければならない。つまり高齢化社会に対応した街づくりが必要であり、あらゆる機能が集積された街づくりが求められている。

丸亀町商店街の成功例はまれであり、地権者との合意形成をどう作れるかが問題である。全国の商店街が大型店舗の進出によって壊滅状態の

昨今、本区の商店街も同様で、商店街祭りイベントや区内共通商品券など発行しているが、商店そのものの売り上げは上がりず閉店に追い込まれている。本区としても真剣に対応していかななくてはならない。

本区の商店街も高松丸亀町商店街の様に地権者の合意形成で一体となったショッピングモールを作り上げるよう自主努力が必要なのではないかと考える。今回この視察は商店街復興のための対策として大変に参考となった。

- 高松丸亀町商店街振興組合の商店街復興の取組みについて、「熱心、真剣、本気」で、将来に向かっての大胆ともいえる計画を実行に移すことができたのは、本気と、地域のコミュニティがあったこと、土地問題の解決を地方の商店街が行ったこと。ここに新たな商店街を誕生したことを強く感じることができた。現地の商店街の状況を視察しながら説明を受けることができ、今後の本区の商店街の活性化に取り組んでいきたいと考える。

本区においても、少子高齢化が進展、かつて栄えた商店街は、徐々に、若者が消え、寂れていくのではないかとの危惧を抱いている人は多いのではないか。もう一度、将来を見据えた商店街の再生を考えた「江戸川区の商店街活性化策」が求められているのではないかと考える。

- 実際に商店街を歩いてみると、一言でいえばきれいな商店街という印象で、アーケードが高く、高価と思われるクリスタルドーム、中心広場はイベントにも利用されていて、買い物の途中ホット一息つける空間が多く造られていることも、私の身近にある生活感たっぷりの商店街とは違う印象を持った。

商店街で職場の昼休みを利用して買い物をしたという上質な洋服と装飾品を身につけた2人の女性に商店街の印象など尋ねてみた。

「商店街には買い物によく来る」、「いい品物がそろっている」、「以前に比べて通行人が増えているが高齢者も多くなっている」、「若い人も通るようになるといい」、「商店街が新しくなったことを良かったと思っている」ことなど答えてくれた。

もともと衣料品中心の商店街だったことを聞いて、気になっていた商店街の店舗構成が理解できた。丸亀商店街に日常の生活の香りが少ないと感じるのは、飲食関係店が11%、日用品関係10%、ファッション

関係 43%、趣味インテリア関係 17%、金融関係 3%、その他 16% となっているからである。その他 16% がどのような店舗構成になっているのか不明だが、日常の食に関する生鮮食料 3 品を扱う店の誘致など、今後、課題となっているのか、示されていなかったように思った。

- 衣食住すべてが身近にあり、車が必要でない生活がおくれるコンパクトシティ高松の将来像を実践している商店街であり、高齢者が不自由なく暮らせる街を目指している。

現状丸亀町商店街のみが一步飛びぬけて、再生、発展を遂げている現状を鑑みると、丸亀町商店街のすべての手法を江戸川区の商店街活性化にそのまま使う事は現状困難であると考えられるが、その中の理念や街のあり方の考え方は江戸川区のような都市部においても活用できるのではと感じられた。

- 行政主導型の再開発事業では、企業ディベロッパーに丸投げをし、ビルを落成したとたん企業は街づくりを離れてしまう。結局行政には運営能力はないわけだから、空きテナントは行政が買うこととなり税金を巨額に投資して税収を得られないという結果となる。丸亀町商店街では、自分自身が身の丈にあったしかし、かつてない斬新な民間主導型再開発事業に着手をした。

年間 1 万 8 千人が視察にくるが商店街からの視察がほとんどないそうで、不思議にも当然にも思える。士農工商の「士」すなわち行政に依存することを期待としている商店街ではおそらく丸亀町商店街は参考になることがないからだ。丸亀町商店街は税金を支払いながら活性化をすることを考えている。税金を導入してもらい商店街をどうにかしようという考えとは正反対の事業である。できないこと探しではなく原因を究明してできることを片っ端から着手する姿勢に開町 400 年の「商人」の気概を感じた。

イベントをうっても人が来ないのはそこに人が住んでいないからだというので居住者を誘致することを考えるも「高齢者」に照準を合わせたことが目新しい。その居住者が、町で 1 日一年を暮らすためのライフサイクルも検討し、介護や医療施設も充実するという創造と想像力にあふれている。

ひとつの町で、暮らし、買い物をして病院もあり、自給自足ができる  
「“商”のコンパクトシティ」の挑戦は日本の疲弊する商店街問題のカギ  
を持つだろう。

\* 報告書の作成にあたっては、高松丸亀町商店街振興組合提供の資料を参  
考にしました。