

特集 城下町活性化の新戦略

古民家再生と開業者誘致と観光を結びつけたエリア・マネジメントの発想

谷垣友里さんは、平成21年に結成された空き家活用プロジェクトチームの地域調整役として、この難問に挑戦した。そして、平成22年度中に3者が本格開業し、平成23年にはさらに2者が開業、24年にも2者が開業するという結果につながった。

今、20~30代の女性をターゲットにした関西圏の雑誌では、「ちょこっと旅」の人気スポットとして、篠山の古民家を活用した新店舗が頻繁に紹介されている。

城下町ではじめる、古民家ではじめる



篠山の城下町で開業するメリットは、住民やNPOによって再生された重伝建地区の美しい町

なみが観光客を惹きつける点にある。デメリットは、商店街としての活力が低下した町では来店者を確保できない点、革新的な店舗展開をするには、既存店や地域との合意形成に時間がかかる点があげられる。

また、古民家で開業するメリットは、レトロな雰囲気や落ちつける空間を活用して、手作りの良さ、本物の良さ、ナチュラルさをアピールできる点がある。デメリットは、所有者が近隣との人間関係を配慮して売却や賃貸を避ける傾向にあり物件が流動化しないこと、改修に人手と時間と費用がかかることなどがあげられる。また、自分の店だけでなく、近隣との調和や連携が求められることも特徴として挙げられる。

みんなではじめる

平成21年に発足した空き家活用プロジェクトチームの構成員は、篠山商工会空き店舗対策係、篠山市政策部帰ろう住もう係(移住定住促進)、篠山市の歴史文化施設の運営管理や農村集落の再生などのまちづくりを行う一般社団法人ノオト、開業実績のある合同会社、古民家再生を手がける建築家である。これらの機関や団体は、それぞれに活動するよりもチームで情報を共有し役割分担することによって、より効果的に動けるようになった。

チームは、最初に、基本となる「地域力」(町の歴

史、地域資源)の把握を行い、めざす活性化の方向を確認した。次に、商店会の調査や退会届から空き家のデータを把握し、開業希望者の発掘、募集、誘致に取り組んだ。商工会が開業希望者リストを作成、その中から出店してほしい開業希望者を選び、お試し出店の機会としてササヤマルシェを10月に開催した。これで手ごたえをつかんだ希望者には、ノオトと建築家等と一緒に空き家の改修を実施し、地域調整役が所有者と開業者のマッチングや、地域住民、既存商店主、自治会などへの説明を行い、合意を形成していった。

「暮らしの町」であることを第1に



城下町の商店街では通年で様々な地域活性化イベントが開催される。そのたびに、歩行者天国にしたらどうか、という意見が出る。しかし、歩行者天国は、観光客には有利だが、自動車を使う地元客や住民には不便になり、生活者相手の店と観光客相手の店の意見が分かれ、結論がでないままになっていた。

生活の町に観光客を受け入れていく難しさを見た彼女達は、「暮らししている人」を第1に、住民自身が未来を自らの力で描けるよう支援することを優先した。そして、地域に推薦できる開業希望者を選択する方式を採用した。

すなわち、開業希望者には、町なみ保存に取り組む住民や商店街の意向を理解して協力できる(外観などの調和に配慮できる)ことを求めた。また、店舗イメージの視点から



は、本物を創っている、またはセレクトしている店主で自分の言葉でそれを伝えられる人を、新たな顧客創造の視点からは、本物志向の20~30代女性を惹きつける魅力のある人を望ましい開業者として選んだ。

エリア・マネジメント

篠山の実践のもう一つの特徴が、「エリア・マネジメント」だ。チームは、通過型観光の現状に対して、篠山の美しい町なみを積極的にPRし、「町あるき」へと誘導することをめざした。そのためには、町なみ

の中に素敵なお店を点在させて、ガイドブックとマップで誘うしかない。

慎重な観察の結果、観光市場のパイオニアである20～30代の女性達は、「Richer」「SAVVY」などの雑誌で紹介される、その土地ならではの個性的な店を訪ね、おいしいもの、話題性のあるもの、同世代の共感できる店主との会話に惹かれていることがわかった。そこで、チームは、空き家をマッピングし、この場所にこのような店舗が望ましいという理想図を作成した。そして、エリアの特色にふさわしい、地元の人々に受け入れられる商店主に開業を勧め、開業後は、ターゲットとする若い女性に伝わるように雑誌やテレビ番組などに積極的なプロモーションを行った。



イベントではじめる

開業希望者にとって、実際に古民家での店づくりがうまくいくかどうかは大きな問題である。そこで、チームは、ものづくり市「ササマルシェ」で、お試し出店の機会を作った。重伝建地区の「河原町妻入商家群」で、住民が実際に暮らす町屋の土間や一間を借りて、1日単位で最長1ヶ月まで、お試し出店ができるようにした。京阪神からの集客を図り、会場ではマルシェマップを配布、手作り感あふれる斬新なストリート・ディスプレイで誘導して、町あるきとお店めぐりを楽しめる工夫を凝らした。

ササマルシェは、10月の毎週末に開催し7日間で8,700人の来場となった。お試し出店者は14組であった。この成功の背景に、河原町商店会、上河原町自治会、下河原町自治会の全面的な協力があったことは注目に値する。

篠山で開業する

ササマルシェで手応えをつかんだ開業希望者は、11月に2組、さらに2月にかけて1組が本格的に開店した。木の手作りおもちゃ・沖縄雑貨のお店「ナチュラルバックヤード」、武家屋敷エリアで開業した高級中国茶と飲茶の店「岩茶房 丹波ことり」、20～30代をターゲットにしたデザイン性の高い雑貨と若者が集える店「プラグストア」だ。

なかでも、「岩茶房 丹波ことり」は1軒も店舗がなかった武家屋敷エリアでの開業で、地元住民からは、店ができると観光客が来て家の中をのぞかれるので困るなどの意見があったが、最終的に店主の人柄が信頼され、開店につながった。



空き家を「個人」資産から「地域」資産へ

古民家の賃貸は、貸したがる家主が少ないうえに、改修に多くの手間と時間と費用がかかる。

このため、篠山では、一般社団法人ノオトが古民家の賃貸物件を掘り起し、家主と話し合い、家主負担なしで改修して新しい商店主にサブリースする方式を採用している。これは、空き家を「個人」資産から「地域の共有」資産として活用するという考え方で、公的資金で改修することから家主とは10年間の賃貸借契約をほぼ無償で結び、10年後の満期時に返還する。

この事業スキームでは、改修費を極力抑える必要がある。ノオトとともに活動しているNPO法人町なみ家なみ研究所では、プロの職人の指導を受けながらボランティアの手によって最低限の改修を行っている。ノオトは国・県・市の補助金1/3～2/3のほかは改修費用を自社調達してまかない、自社調達分をサブリースした店主からの10年間の家賃で回収する。なお、設備の導入は店主の負担だ。(次ページへ)

