

平成 19 年度・第 2 回まちづくり講座 要旨

「商店街の元気がまちの元気に！」

日時：平成 19 年 8 月 1 日（水） 午後 7 ～ 9 時

場所：練馬区役所本庁舎 20 階 交流会場

共催：東京建築士会練馬支部

NPO 法人練馬まちづくりの会

練馬区環境まちづくり本部都市整備部都市計画課

練馬まちづくりセンター

講師

内海康治さん（ウルトラまちづくりの会 / 祖師谷商店街振興組合副理事長）

佐久間浩康さん（ウルトラまちづくりの会 / 地域住民、世田谷区職員）

ウルトラマン商店街についての情報源

http://www.soshigaya.com/ultraman_syoutengai/index.html

<http://homepage2.nifty.com/ACHAMI-NETWORK/2006ulrumachi/uiraman.htm>

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2006/03/20g3d700.htm>

《講師のお話》

区役所の職員研修が発端だった「ウルトラまちづくり」

- ・（佐久間）04 年に私が勤める世田谷区の研修を受けた際に、全国に世田谷区を売り込む企画を考える「世田谷売り込み隊」という課題が出ました。そこで私のグループでは、祖師谷大蔵駅近くに円谷プロの本社があったことに着目して、キャラクターで売り込もうという企画を考えました。ウルトラマンとゴジラのどちらかで考えたのですが、ゴジラはまちをこわすキャラクターで、まちづくりには向かない。ウルトラマンは、親世代から子ども世代まで、つながりがある。決して裏切らないキャラクター。それで、ウルトラマンで行こう！ となったのです。

関係者の思いとタイミングが重なり、研修から実際のまちづくりへ

- ・（佐久間）その後、こうして研修で練り上げた企画を、実際にやってみようということになり、まずは商店街に話を持っていくことになりました。「ウルトラなまちづくり」というコンセプトをどう伝えたらいいのか、はたしてわかってもらえるか、乗ってきてくれるか、とても不安でした。

- ・（内海）その頃、商店街の方はというと、小田急線の高架工事でまちの雰囲気が変わっていく中で、どうかしないといけないとっていて、そこに区役所の研修生がきた。佐久間さんたちが本気なら、やる気があるなら乗ってみよう！と思ったのです。
- ・（佐久間）一方、円谷プロダクションは、会社として地元になんか貢献できないかと思っていたものの、いいきっかけがなく実現できずにいたのだそうです。そこに私たちが「ウルトラなまちづくり」の企画をもっていったということで、円谷プロさんはとても協力的でした。

こうして円谷プロの協力も得、行政・地元商店街・企業の三者が協働してまちづくりに取り組む体制が、約1ヶ月でできてしまいました。そして、05年4月に小田急線祖師ヶ谷大蔵駅周辺の3商店街（祖師谷商店街振興組合、祖師谷みなみ商店街、祖師谷昇進会振興組合）を、「ウルトラマン商店街」と総称し、商店街を中心に「ウルトラなまちづくり事業」が動き出しました。

都の商店街事業の指定を受け活動資金を確保

- ・（佐久間）「ウルトラマン商店街」発足と同時に、世田谷区商業課の協力を得て東京都の「地域連携型モデル商店街事業」の指定を受けたことで、活動に必要な資金を確保できました。ウルトラマン像の建設やイベントの開催、オリジナルグッズの開発、広報活動や勉強会・講習会の開催、意識意向調査など、ハード、ソフト両面で様々なことに取り組んできました。

「ウルトラまちづくりの会」のメンバー構成と活動内容

- ・ 商店主のほか、大学生やまちづくりに関心のある地域の人も集まっています。
- ・ 商店街の理事さんも青年部のメンバーや若手が出てきて、同年代が事業に携わってきています。
- ・ 主な活動内容としては、以下のような取り組みがあります。
 - 広報誌づくり：2ヶ月に1回のウルトラ通信の発行
 - イベントの開催：握手会など（800人から1000人が来訪）
 - オリジナル商品づくり：ウルトラマングッズの開発、ショップの開設など
 - コミュニティマートの運営：空き店舗を活用して、ワールドカップ観戦、ライブなど。
 - 清掃隊：祖師谷大蔵駅前のウルトラマンシンボル像の周辺を、毎月第4日曜日に清掃。
 - 勉強会：ウルトラな商品開発と共に、一店逸品の勉強や地域防災なども勉強している。

活動の課題と解決策は？

- ・ まず意識づくりの面で言うと、商店街が商店街活動以外のこと(=まちづくり) をするという事についての理解が、まだ足りないように思います。
- ・ また、具体的な事柄としては、商店街と地域住民と一緒に活動するという事で、例えば会合の時間設定の難しさがあります。店主は午後 8 時半とか 9 時でないと会合に出ることができません。しかしそれ以外の人は、平日に午後 11 時まで会議に出るのはむしろかしい。時間帯をいつに設定するか、どうやって一つのテーブルに座って話ができるか？ なかなか難しいところです。
- ・ そこで、自分たちから町会に出かけて行って、こんなことをやっていると伝えたりして、地域とのコミュニケーションづくりに努めるようにしています。また、せっかく集まって話したことを無駄にしないように、しっかり議事録を作ってメールで送って見てもらうようにして、同じ話を繰り返さないように、また、出られない人にも話を伝えるように心がけています。

様々なところとの新たなつながりが生まれた

- ・ 「ウルトラなまちづくり」を始めたことで、地元の大学や企業、あるいは遠く離れた地域との新たなつながりが生まれました。
日大の商学部：HP を作りながら商店街の研究をしてみない？ と声をかけて、つながりができた。
小田急電鉄：祖師谷大蔵駅でグッズ販売、今でもいい関係ができています。
ホーム・コンコースには、ウルトラマンのパネルを設置。
福島県須賀川市：円谷さんの生まれたまちと交流。

今後の方向性 - ウルトラなまちをめざして -

- ・ 私たちのまちづくりは、祖師谷のまちを「ウルトラなまち」にしていこうというものです。「ウルトラなまち」というのは、すごい！やるじゃん！っていうまち、ウルトラな人がいるまち、ということです。
- ・ ですから、ウルトラマンは本来は単なる入り口であって、ウルトラなものを作っていこう、見つけていこうという取組みを、一店逸品運動と絡めてこれから本格的に行っていこうと考えています。

《質疑応答》

ウルトラまちづくりに取り組む前と後で、商店の売り上げは変わったか？
正確なところは調査していないのでわからない。一部売り上げが増えた店もあるが、変化がない、あるいは減った店もある。各店の商売に結び付けて行くことは、これからの課題。

まちに来る人の数は増えたか？

マスコミの取材が多いので、来街者は増えている。ウルトラマン好きな人も来ている。お店によっては全然変わらないが、まちの活気は出てる。不動産屋は顧客に「ウルトラマン商店街」をアピールしているようだ。

後継者のいる商店はどのくらい？

商店街の550店舗のうち約1割は、息子・娘が店をやっている。ただし、そうした若手の人たちがまちづくりに協力的かといえ、必ずしもそうとはいえない。

商店街の空き店舗の状況は変わったか？

空くとすぐに入るので、空き店舗はほとんどない。最近の新規転入は飲食店チェーンが多い。平均して月に2店舗ぐらいずつ入れ替わっている。

3商店街と地域住民等の協働ということだが、運営が難しいか？

商店街にとって、まちづくりというのは取っ付きにくい。最初はコンサルを入れる予定だったが、予算が厳しく、手作りでやってみようということになった。事務局は10人、正味は5,6人。まちづくりの会も10名ぐらいが動いている。運営は大変。資金が足りないから、会報はメールか回覧板で回している。

まちづくりの会の構成や人間関係について

最初は商店街の人が中心メンバーで、一般の人が入りづらく、どのように入ってもらうかが課題だった。今は、サラリーマン・主婦などをメンバーに一本釣りして、来る者拒まずの姿勢で一緒にやっている。

ただ、商店街の店主たちは、「まちの人は“お客さん”だから、違うんだよね」と言っていて、地域の人とどう一緒にやったらいいか戸惑っているようだ。会合でも地域の人と一緒にだと、店主たちは言いたいことが言いにくいと感じているようだ。次の世代になったら、変わるかも知れないが。

小田急線の高架化による効果は？

小田急もお金をかけて高架化したので、利用客を増やしたいと考えている。祖師ヶ谷大蔵駅の駅長さんがウルトラマン好きだったこともあって、駅でウルトラマンの音楽をかけましょう、ウルトラマンの制服を着ましょう、パネルを飾りましょう、となって、我々の取り組みに協力的だ。高架化事業が始まると、例えば線路で行き止まりになっていた道路が開通する目処が立ってくる。高架になったらまちが栄えるとは限らない。逆もある。まちが大きく変わるターニングポイント、チャンスとして捉える必要がある。そこにどうまちが乗っていくのかが問われる。まちの人のリーダーシップが必要。行政が引っ張ろうと思っても無理。そこに住んでいないから。高架化に伴う駅前広場の整備事業もあった。事業にあわせて、車止めにウルトラマンのレリーフを入れたり、まちの案内図にウルトラマンの絵を入れてくれた。区の担当課長が我々のまちづくりに理解を示してくれたことで実現できた。人とのめぐり合わせに恵まれたことが大きい。

まちづくり活動への商店街からの出席が少ないようだが、関心が薄いのでは？

出席して自分にプラスになるものがあれば、都合をつけて出てくるようになると思う。必ず議事録を作って回覧し、会合で出たアイデアを掬い上げていくようにしたいと思っている。商店主たちにとっては、まちづくりは奉仕活動というイメージが強いようだ。でもほんとにそうなのかな？ 儲けなくちゃ活性化にならない。自分の商売にも結びつける工夫も必要なのではないかと思う。

大学、学生との関係はどのようにつくったのか？

近隣の大学にはこちらからメールでオファーをしている。無差別に声かけして、ギブアンドテイクのできる部分があれば、やってみようというスタンス。声かけすると喜んでもらえる。大学も、少子化の中で生き残りのために地域とのつながりを模索している。

Eメールでの情報発信は効果ある？

70件ぐらい送っているが、Eメールでまめに呼びかけたからと言って、会合の出席者が増えるといった効果はあまりない。興味があるときに見て、来てくれればと思っている。何がなんでも出てきてくれ、とは言わない。メールやPCを使えない人が多ければ、電話でまめに話をすればいいのでは。結局、直接行くのが一番。

東京都の商店街事業は今年度で終わりとのことだが、来年度以降の展望は？
昨年度と今年度はほとんど資金がないところでやっている。今後は、まちづくりの会と商店街を色分けしていく。お金がかかるものは商店街、かからないものがまちづくりの会に区分けしていく。

商店街合同の事業部を立ち上げ、今後は商店街からの援助に加えて、メンバーからの会費徴収を検討する。

文楽の専門の人がCマートで文楽を演じてくれたりしている。お金がなくても、みんなの専門を寄せ合ってやることもできる。お金の切れ目で、いったん切って自由にしないといけない。そのうえで、ルールをみんなで検討して、続けていける人を募る。人数が少なくなっても、それはそれでいい。

商店活性化 一店逸品運動は？

去年の秋から2ヶ月に1回、会合をもって進めている。今年10月に始める。

まとめ

ウルトラマンが色々な人との接点作りに良い作用をしたのでは。

今回の講座をきっかけとして、世田谷と練馬でつながりをもっていけたら。