

中心市街地における商業地区の機能活性化への試みについて* 「諫早市永昌東町お茶の間通り商店街」の事例から

藤崎亮一**

About the trial to the function of activated the business district in the center city area.
In case of the Ochanoma shopping street.

Ryoichi Fujisaki

Key Words 中心市街地活性化、商店街、文化的財、文化資本、学習機能システム

はじめに

- 1 長崎県諫早市における商業者たちの活性化への取り組み
 - 1.1 永昌東町お茶の間通り商店街の概要
 - 1.2 商店街活性化事業への取り組み
- 2 商店街におけるイベント
 - 2.1 ヴォジョレー・ヌーボーワイン解禁日に合わせたイベント開催
 - 2.2 過去2回のイベント開催からの分析
 - 2.3 商店街の2つの機能
- 3 文化資本による学習機能システムの構築
 - 3.1 互いのシステム間における行為の学習
 - 3.2 文化的財の特徴
 - 3.3 文化的財の投入と商店街イベント

おわりに

謝辞

はじめに

前報¹までに、中心市街地における商業地区において中心市街地の空洞化や商業機能の低下などが様々な外的要因と内的要因によって引き起こされてきている現状を前にして、筆者らは、地域文化と商業の関係を問い、事例として長崎県諫早市の永昌東町におけるお茶の間通り商店街での取り組みから諫早市の基本計画に即した事業を展開していく上での学習という視点を組み込んだ内的発展のあり方を模索してきた。本稿では、これらをつまみ、本来、商店街が構築し保持してきた機能をみながら商店街が開催したあるイベントを通して文化経済学的アプローチをとりつつ、新たに学習という視点を機能システムとして加える試みを行っている。周知の通り、前報では諫早市中心市街地に求められる地域づくりは、「コミュニティ開発」「人間開発」「生活基盤整備」の三位一体

の「相互律」から生まれる「生活の質の向上」を目指す方向性が望ましいことも指摘してきた。また、基本計画に即した活性化のための各事業を実施していく中での人々の意識、知識、知恵やノウハウなどを学習、共有する場や機会を設ける必要性も指摘してきた。本稿では、更に一歩進めて「財」や「資本」という概念を用いつつ具体的に学習する行為がどのような現象を生じさせる可能性があるのか、筆者らが3年前から関わった商店街におけるイベントを通して活性化の方向性を考えていきたい。

1. 長崎県諫早市における商業者たちの活性化への取り組み

1.1 永昌東町お茶の間通り商店街の概要

永昌東町お茶の間通り商店街は長崎県諫早市のほぼ中央に位置する島原鉄道・JR諫早駅、バスターミナルなどの交通機関が集積する中心市街地に形成されている一商店街である。永昌東町そのものは江戸時代には、脇街道として長崎と小倉間の約230キロを結ぶ長崎街道の宿場町の一つとして形成されてきた歴史をもち、その地理的状況から現在も長崎、島原、佐賀、福岡方面へと向かう交通の要所に位置している町である。

しかしながら、平成3年度から諫早市商工会議所が実施している通行量調査の報告(図表1)をみると、平成5年度、9年度に通行量が一時増加していたものの(図表1:平日)、その後は減り続け、永昌東町お茶の間通り商店街は全国のほとんどの商店街が抱えている問題と同じように市の中心市街地において集客力の弱さが目立っている商店街の一つである。

島原鉄道・JR諫早駅前の約500メートルの通りに並ぶ永昌東町お茶の間通り商店街の各商店33店

* Received January 31, 2007

** 長崎ウエスレヤン大学 現代社会学部 地域づくり学科, Faculty of Contemporary Social Studies, Nagasaki Wesleyan University, 1057 Eida, Isahaya, Nagasaki 854-0081, Japan

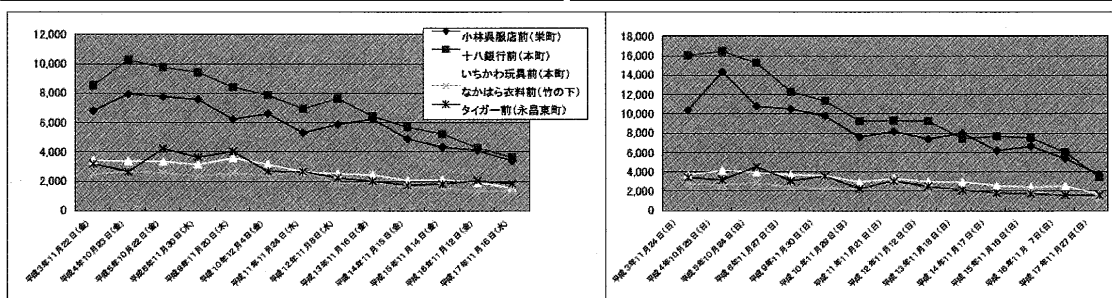
舗のほとんどは、永昌東町商店街組合に加盟（平成18年10月現在）しており、その店舗構成は、衣服、身の回り品、飲食料品等の小売店、卸売り店、

ホテル等のサービス、銀行等の金融・保険等の店舗からなっている。

諫早市商店街通行量調査

更新:H18.1.11

(平日)	小林呉服店前(栄町)	十八銀行前(本町)	いちかわ玩具前(本町)	なかはら衣料前(竹の下)	タイガー前(永昌東町)	(日曜)	小林呉服店前(栄町)	十八銀行前(本町)	いちかわ玩具前(本町)	なかはら衣料前(竹の下)	タイガー前(永昌東町)
平成3年11月22日(金)	6,404	8,126	3,014	2,062	2,790	平成3年11月24日(日)	9,765	15,433	3,083	2,085	2,790
平成4年10月23日(金)	7,532	9,850	2,960	2,269	2,235	平成4年10月25日(日)	13,730	15,847	3,510	2,029	2,530
平成5年10月22日(金)	7,358	9,347	2,944	2,143	3,809	平成5年10月24日(日)	10,173	14,648	3,327	2,203	3,903
平成6年11月30日(水)	7,157	9,007	2,728	1,936	3,225	平成6年11月27日(日)	9,890	11,663	3,061	1,790	2,445
平成9年11月20日(木)	5,819	8,004	3,167	2,138	3,617	平成9年11月30日(日)	9,161	10,718	2,977	1,660	2,935
平成10年12月4日(金)	6,200	7,452	2,736	1,976	2,256	平成10年11月29日(日)	6,978	8,644	2,335	1,645	1,633
平成11年11月24日(水)	4,900	6,534	2,229	2,290	2,243	平成11年11月21日(日)	7,559	8,679	2,695	2,279	2,422
平成12年11月8日(水)	5,454	7,221	2,103	1,437	1,823	平成12年11月12日(日)	6,779	8,632	2,355	1,418	1,863
平成13年11月16日(金)	5,811	6,015	2,012	1,510	1,583	平成13年11月18日(日)	7,389	6,813	2,341	1,627	1,494
平成14年11月15日(金)	4,475	5,262	1,653	1,179	1,328	平成14年11月17日(日)	5,584	7,066	1,944	1,077	1,176
平成15年11月14日(金)	3,926	4,824	1,708	1,166	1,396	平成15年11月16日(日)	6,016	6,893	1,813	1,402	1,124
平成16年11月12日(金)	3,699	3,865	1,494	885	1,632	平成16年11月7日(日)	4,737	5,378	1,886	919	956
平成17年11月16日(水)	2,965	3,214	1,141	960	1,414	平成17年11月27日(日)	3,100	2,822	1,087	664	977



図表1：「諫早市商工会議所通行量調査報告書」から抜粋

1.2 商店街の活性化事業への取り組み

諫早市では永昌東町お茶の間通り商店街の商業者に限らず、各地区別の商業者たちが中心になって「まちづくり」のワーキング活動を平成5年(1993年)頃から日常的に行なってきた経緯があり、この活動と話し合いの積み重ねの中からでてきた成果を基に諫早市の「中心市街地活性化基本計画」がまとめられている。諫早市の「中心市街地活性化基本計画」は以下のようなものである。

<中心市街地活性化のテーマ>

「諫早公園と本明川を核としたヒューマンスケールの快適都市空間づくり」

国の天然記念物に指定されている諫早公園の豊かな緑と区域を縦断する本市のシンボルでもある本明川の水辺環境を生かし、人間優先の人と自然にやさしいまちづくりを目指します。

<活性化の基本方針>

- 本市の中心市街地に残る緑と水辺環境を生かしたまちづくり
- 人と自然にやさしいヒューマンスケールのまちづくり
- 県央地域2市10町の拠点地区にふさわしい都市

機能と商業機能の強化

- 市民、行政、商業者が一体となって進めるコミュニティや交流あふれるまちづくり
- 歩いて楽しい回遊性のあるまちづくり
- 地域での話し合いを重視し、地域性と歴史性を生かした一体感のあるまちづくり

上記の「中心市街地活性化基本計画」を取りまとめていくうえで、中心的な役割を果たした機関が諫早市商工会議所(以下、会議所と表記)であるが、基本計画を推進していく上でも会議所が大きな役割を担っている。諫早の「まちづくり」の始まりは、20年前の1987年に諫早市と会議所による「諫早地域商業近代化地域計画」を策定したのが始まりであるとされている。この策定された「諫早地域商業近代化地域計画」をもとに各商店街において、今後の商店街のあり方や「まちづくり」についての説明会、意見交換会を開催したのが会議所であった。「諫早地域商業近代化地域計画」は実現こそしなかったが、計画の策定にあたって会議所が積極的に関わったことで商業者、特に若手のグループの活動の活発化やその後の活性化事業での会議所と商店街商業者グループとの協同体制の下地ができていった。そのため「中心

市街地活性化基本計画」下で行なわれる主な事業は、「商店街まちづくり協定制定事業」や「アーケード整備事業」などがあるが、それら事業のほとんどは、商店街商業者グループの協力を得ながら比較的スムーズに事業が進んでいる。

2 商店街におけるイベント

2.1 ヴォジョレー・ヌーボーワイン解禁日に合わせたイベント開催

永昌東町お茶の間通り商店街では、組合が運営の中心となり商店街の活性化を目指して季節ごとの商店街イベントを企画・開催しており、筆者も3年前から11月に開催するイベント「ヴォジョレー・ヌーボーワインで乾杯！」の企画と運営に第1回目から携わる機会を得た。もともと、11月に何かしらの商店街イベントを開催しようとする目的は、12月のクリスマスにあわせた「ガラポン」という抽選会を中心にしたイベント実施までの間、肌寒くなってくる季節に消費者の商店街離れをくい止め、自分たちの店舗や販売している商品に興味関心をもってもらおうという意図があった。そして11月に商業者と消費者が共通の話題となるもの、とりわけ、商業者と消費者が一体感を覚え距離感を近くしようとするイベントとして、「ヴォジョレー・ヌーボーワイン」の解禁日に合わせたイベントを実施する企画案が商店街組合のイベント会議の中で数名の商業者から提案された。

ここで外部援助者²としての立場から筆者ら³が指摘したことは、永昌東町のお茶の間通り商店街と称するこの商店街において、なぜフランスのワインの解禁日を祝わなければならないのかということであった。商店街地区も含む中心市街地の活性化において、その基本計画が「活性化の基本方針」として掲げたのは商業機能の強化ももちろん含まれるが「コミュニティ」や「交流」という言葉で表されるように中心市街地における「社会的な機能の活性化」も意味している。筆者らは商業者が単に集客だけを目的として商店街のイベントを実施し、それを「活性化」と称するよりも、商業者としての永昌東町という町で商売をすることの意味と商店街イベント活動を通して中心市街地の「活性化」を行なうことの意義、簡略すれば商業者が自分たちの社会的な活動を通じて「まちづくり」を行なう意味を考えてもらいたいと思いついた。外部援助者としての筆者らの指摘後、イベント会議では永昌東町の成り立ちから、かつてこの地が長崎街道の25宿のひとつを構成していた

宿場町「永昌宿」であったことが導き出された。西洋の文物や文化が長崎街道を通り日本全国に広がっていった歴史的な事実と、ワインに関しての文献記載はないが「永昌宿」があったこの町を、その昔、人々の往来と共にきっとワインも運ばれていったものと仮定した。そして、この地において現在往来する人々と共にワインで乾杯しながら永昌東町の町の成り立ちを祝うというイベント実施のコンセプトがまとまり、2年続けて毎年11月に「ヴォジョレー・ヌーボーワインで乾杯！」のイベントが開催されたのである。

2.2 過去2回のイベント開催からの分析

永昌東町商店街（お茶の間通り商店街）組合が企画・開催する商店街イベントは賑わいを創出し、中心市街地の活性化を図るためにイベント開催目的として以下の2点を設定している。

- ①商店街における商業者と消費者の一体感の醸成
- ②商店街における商業者と消費者の非日常的体験の共有

過去2回実施された「ヴォジョレー・ヌーボーワインで乾杯！」（以下、「ワインで乾杯！」と表記）イベントも上記の2点に加えて、町の成り立ちをワインで乾杯しながら祝うということを開催目的にしてイベント内容が組み立てられた。しかし、商店街が本来もつ、おそらくは最も重要な商店街の役割機能の一つである「商品の販売」、すなわち「各店舗における物品又はサービスの販売促進」には全くつながらなかったイベントとして商業者たちには受け止められた。実際、お茶の間通り商店街で開催されるイベントは、「ワインで乾杯！」だけではなく、夏期には「永昌東町夏祭り」、冬期にはクリスマスや年末年始にあわせたイベントを開催しており、その度に①と②を目的としながら商業者と消費者との関係性構築に力を入れている。どのイベントにおいても「ワインで乾杯！」と同じように「各店舗における物品又はサービスの販売促進」には結びついていないが、とりわけ「ワインで乾杯！」が各店舗の商業者たちにとって上記のように認識されてしまった原因は、以下のようなものが考えられる。

1. 商店街イベントとしては開催回数が少ないこと（過去2回実施）
2. ワインという一品に特化したイベントである

ため、ワインを販売しない店舗にとっては自店の商品やサービスが消費者との関係構築に結びつけがたいこと

3. もともとこのイベントが「イベント先にありき」の企画で開催されてしまったために、「ワインで乾杯する意味の共有化」が各店舗の商業者たちに図られていなかったこと

である。更に詳しく分析すれば、1については、ヴォジョレー・ヌーボーワイン解禁日の祝事は、報道ニュースや一部マスコミによって大々的に取り上げられてきたブームはすでに終わっており、夏祭りやクリスマス、年末年始に行なうイベントと比べれば消費者にとって物珍しさはあるが、ただワインを手軽に商店街で飲むことができるイベントに参加しているという観があった。商業者が消費者に毎年11月のワイン解禁日には、永昌東町のお茶の間通り商店街においてワイン乾杯のイベントを開催し、町の成り立ちを祝うという認識をもってもらうためには毎年継続的に実施していく必要があり、現時点での開催回数ではイベントの開催自体そのものが消費者からの支持が得られているものなのかどうかという判断はつけがたいだろう。

2については、お茶の間通り商店街に酒店が一店舗存在しており、酒店にとってはワインがそのまま物品販売につながった。しかし、酒店以外の店舗にとっては来店した消費者が必ずしも店内にある物品を購入する目的で来店したのではなく、イベントによって集客され、商店街にある各店舗内で用意されたワインを飲みはしたものの店舗内の物品を購入することは稀であった。そのために商店主としても物品購入の目的で来店したのではない消費者とどのような関係を構築すればよいのかという戸惑いが生じた。

3については、商店街組合が賑わいの創出や中心市街地活性化を念頭におきながらも、先に記したように11月にイベントを開催しようとしたそもそもの目的が次のイベントを開催するまでの間の消費者の商店街離れをくい止めることにあったために「なぜ永昌東町においてワインで乾杯をするのか」という外部援助者の筆者らの問いかけに対する理由づけが商業者間でよく認識されていなかったことにある。こうしてみると1、2、3の理由はそれぞれ独立した問題であるようでいて実は一つの共通性がある。それは、商業者にとって「中心市街地の活性化」「まちの賑わい」という言葉

は、「商業の活性化」であり「各店舗における物品又はサービスの販売促進」においての「まちの賑わい」であるという認識が強いということである。木村⁴は「商業者の本来の事業は営利活動である」として、商店街は中心市街地において様々な担い手として期待されている一方、「各商業者の生業が成り立たなくては商店街そのものが存続できない」⁵ものであることを指摘し、商店街がもつ本来の事業を「専門処理システム」として商店街の有する一つの機能として捉えている。

永昌東町お茶の間通り商店街で過去2回開催された「ワインで乾杯！」のイベントとその開催目的として設定された①、②は言い換えると、商業者間においては、商店街におけるこの「専門処理システム」を活性化させるためだけの目的設定となり、なぜそのイベントを開催するのかという理由づけが共有されなかったために、結局のところイベントによる集客も重なって「各店舗における物品又はサービスの販売促進」が強くと期待されることになった。しかしながら、消費者は必ずしも商店街における「専門処理システム」を強く望んで集まったのではなく、イベントを開催した商業者にとって集客はあったが「ワインで乾杯！」のイベントを行なっても「自分たちの売り上げには結びつかない」という想いを強くしたのである。

2.3 商店街の2つの機能

木村によれば、商店街には上述した「専門処理システム」の他に「相互扶助システム」というもう一つの機能がある(図1)。これは、商店街が昔から地域社会に対して果たしてきた役割機能を「専門処理システム」に対比するシステムとして捉えた直したものである。商店街は昔から単に物品の販売をする場所だけではなく、人が集まることで人の交流に加え、「物」「人」に付随する情報の蓄積や発信、文化、祭りの継承、また次世代の育成などその地域を核に様々な役割を果たしてきた場所であった。木村は、これらを商店街の一つの機能である本業としての営利活動「専門処理システム」と比べ、「目先の営利は度外視して地域貢献をする地域団体、という顔」⁶と表現している。そして地縁性を基盤にした既存組織とのネットワークをもつ「相互扶助システム」が「専門処理システム」を合わせることで、商店街が多様な資源の窓口になりえると指摘している。

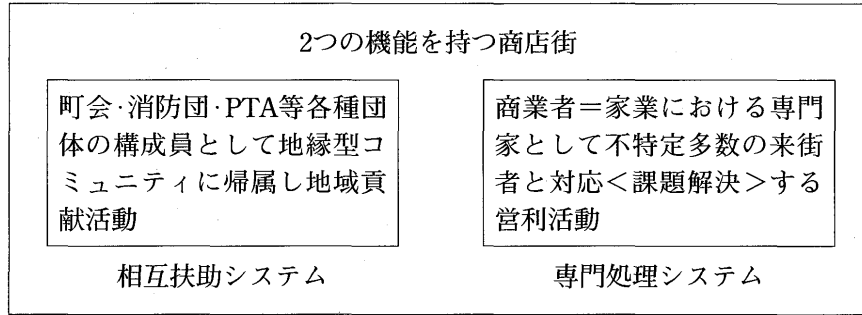


図1 木村裕美「商店街の公共空間性とパートナーシップ」p235図4-3-1 2つの機能を持つ商店街（倉沢[2002]を参考として作成）から

永昌東町お茶の間通り商店街における「ワインで乾杯！」において、外部援助者である筆者らが指摘した「なぜ永昌東町で「ワインで乾杯！」イベントを開催するのか」という問いかけに対する理由づけは、木村の言葉を借りれば「目先の営利は度外視して地域貢献をする地域団体、という顔づくりを商店街において商業者に投げかけた形となった。その問いかけは「永昌東町の蓄積してきた歴史を振り返ってみる」きっかけとなり、理由づけによって町の成り立ちを認識する機会を得ることになったが、これは各店舗の営利活動である「専門処理システム」に直接結びついた問いかけではなく、「蓄積してきた歴史」を振り返ることが、むしろ、「専門処理システム」と対比した

「相互扶助システム」に直接結びつき、商業者自身にとって本来の営利活動を度外視した問いかけと理由づけになった。したがって、上述したように「専門処理システム」の構築を強く認識する商業者間にあつて、「相互扶助システム」の構築を示唆するイベント開催の目的の共有化は難しく、商店街の有する2つの機能である「専門処理システム」と「相互扶助システム」を構築することで多様な資源の窓口となる商店街を核にした地域づくりを考えれば、2つのシステム間を結ぶ、あるいは2つのシステム間の触媒と成り得る何らかのもう一つの機能システムが必要になってくるように思われる。(図2)

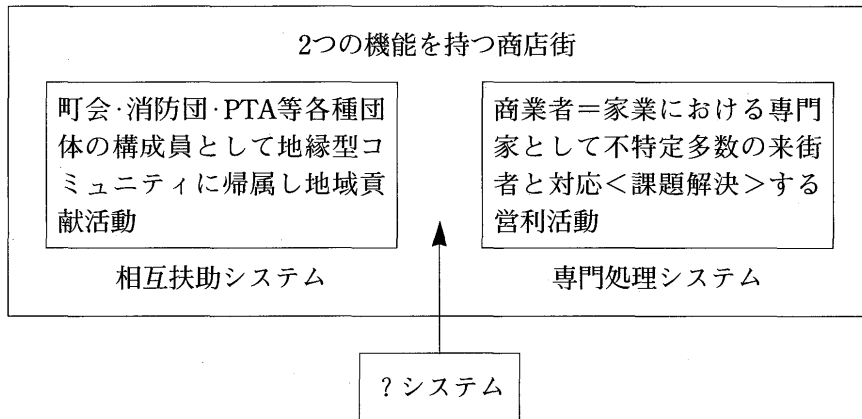


図2

永昌東町お茶の間通り商店街では、「ワインで乾杯！」イベント開催以前から、経営コンサルタントを招いて各店舗の魅力創出と売り上げ促進を目的に「一店逸品運動」に力を入れ始めていた。これは周知の通り「一村一品運動」の商店街版であるが「一品」を「逸品」としたのは、各店舗の魅力となる商品は必ずしも一品ではなく複数あり、他店舗の商品より逸脱した商品を販売するこ

とによって商品販売の促進につながるということ、また商品販売だけではなく、サービス業の店舗は物品販売ではないので「逸品」とした方が、より多くの店舗がこの魅力創出と売り上げ促進運動に参加できると考えられたからである。「一店逸品運動」は実際には「逸品」に限らず、店舗の構え、ポップの書き方、消費者との接し方、関係づくりなどその目指すところは多岐にわたり、一

ヶ月間に1~2度の割合で経営コンサルタントを囲み販促会議を開いて検討、改善の努力を試みてきた。そして2回目の「ワインで乾杯！」イベント終了後の3月に「一店逸品フェア」として「一店逸品運動」に取り組んでいる11店舗がイベントを開催した。

図3は、消費者に配布されたその時の「一店逸品フェア」のチラシである。「一店逸品フェア」に参加した店舗とその店主の顔写真を入れ、各店舗のキャッチフレーズを掲載している。店主の顔、キャッチフレーズを掲載することによって

親しみやすさを強調し、消費者に各店舗のことを知ってもらうことを目的として作図されている。しかしながら、そのキャッチフレーズは抽象的な表現が多く、顧客である消費者に対して具体的な「逸品」を提案するまでには至っていない。「専門処理システム」を構築するための「一店逸品運動」、そしてイベントとしての「一店逸品フェア」であったが体系的に「専門処理システム」を構築するには至っておらず、イベントとしての「一店逸品フェア」も集客できずに終わってしまった。



図3 一店逸品フェアのチラシ 表面と裏面

平成18年（2006年）、商店街組合のイベント会議では9月から10月にかけて何度も会議が開催され、11月に第3回目の「ワインで乾杯！」のイベントを開催するかどうか協議された。「ワインで乾杯！」を開催しても前述したように集客はあっても販促には結びつかず、かと言ってなんらかのイベントを行なわなくては集客する力がない。集客さえ可能であれば販売、サービス提供を消費者に行なう自信はあるが、肝心の「逸品」となる具体的な物品（商品）、サービスを創出するには至っていない。お茶の間通り商店街の商業者は、前2回の「ワインで乾杯！」と「一店逸品フェア」から以上のような教訓を引き出し、協議は難航した。更にお茶の間通り商店街の2店舗が閉店することになり状況の打開策が強く望まれた。

筆者が外部援助者の立場から検討したことは、商店街のもつ機能である「専門処理システム」と「相互扶助システム」の再構築である。前2回の「ワインで乾杯！」と「一店逸品フェア」の前述した分析から、筆者はどちらか一方のシステム構築に偏らない2つのシステムを同時に構築する方法を検討し、2つのシステム間を結ぶ、あるいは2



つのシステム間の触媒と成り得る何らかのもう一つの機能システムの構築、またはそれに必要な何らかの「財」となり得るものがないのか検討した。

3 文化資本による学習機能システムの構築

3.1 互いのシステム間における行為の学習

2つのシステムを構築する（または2つのシステムを高める）にあたって、システム間を結ぶ、あるいは2つのシステム間の触媒と成り得る何らかのもう一つの機能システムとは何か、またはそれに必要な何らかの財となり得るモノがあるとしたら一体それは何でどのような特徴、性質をもつモノであるのか。前述した2つのイベントの流れと各システムの持つ特徴から考察すれば、まず、筆者らが問いかけたイベント開催の理由づけの結果、「永昌東町の蓄積してきた歴史を振り返る」また「永昌東町の成り立ちを認識する機会」から町のアイデンティティや目先の営利は度外視して地域貢献をする「相互扶助システム」構築へと向かうベクトルが存在するだろう。一方で「商業者本来の事業である営利活動」また「各店舗にお

る物品又はサービスの販売促進」(一店逸品運動)から「専門処理システム」構築へのベクトルが存在する。「相互扶助システム」を永昌東町お茶の間通り商店街において構築、また高め「専門処理システム」への「営利活動」と「物品・サービスの促進」とに何らかの形で結びつけ、あるいは触媒と成り得るモノのもう一つの機能システムの特徴を仮定してみれば「歴史の蓄積と振り返り」、「町の成り立ちへの認識」と結びつくための何かであり、必要な何らかの財となり得るモノがあれば同じような特徴をストックしているモノだろう。一方、「専門処理システム」を同じように永昌東町お茶の間通り商店街において構築、また高め「相互扶助システム」への「歴史の蓄積と振り返り」、「町の成り立ちへの認識」とに何らかの形で結びつけ、あるいは触媒となり得るモノのもう一つの機能特徴を同じように仮定してみれば「本来の営利活動」、「物品・サービスの促進」と結びつく何かであり、必要な何らかの財となり得るモノがあれば、この「本来の営利活動」、「物品・サービスの促進」をフローさせるモノだろう。

永昌東町お茶の間通り商店街における「相互扶助システム」の「歴史の蓄積と振り返り」、「町の成り立ちへの認識」、同じく「専門処理システム」の「営利活動」と「物品・サービスの促進」から2つのシステムを何らかの形で結びつけ、あるいは触媒と成り得るモノのもう一つの機能システムの特徴を抽出すれば、それは「互いのシステム間における行為の学習である」と言うことができる。「歴史を振り返る行為」、「町の成り立ちへの認識の行為」は共に学習行為である。また「営利活動」「物品・サービスの促進」においてもいかに商業における専門技術を習得して追及し、その営利な活動行為を洗練、促進させていくかという目的をもった学習行為である。したがって永昌東町お茶の間通り商店街においては、どちらか一方のシステム構築に偏らない2つのシステムを同時に構築する、また2つのシステム間を結ぶ、あるいは2つのシステム間の触媒と成り得る何らかのもう一つの機能システムの構築としては「学習機能のシステム」が必要であろう。(図4)

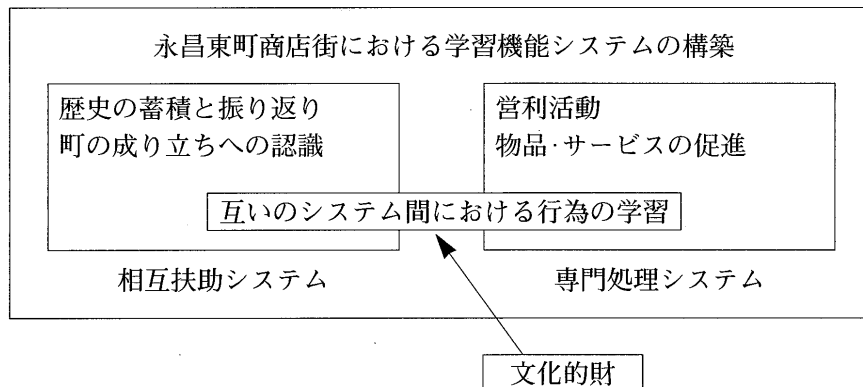


図4 永昌東町にある文化的財を利用する学習機能システムの構築

では、「学習機能システム」すなわち、「互いのシステム間における行為の学習」という知的な特徴をもち、「相互扶助システム」においては「歴史の蓄積」と「町の成り立ち」をストックし、「専門処理システム」においては「営利」と「物品・サービス」をフローする必要な何らかの財となり得るモノは何であろうか。

3.2 文化的財の特徴

象徴的な意味を含む人間の学習行為や精神的活動、少なくともそれらの学習行為によって触発され何らかの創造性に富み、知的財産権が及ぶ生産活動、またその活動が生み出す生産物は文化にか

かわる財として通常の財とは区別され「文化的財」と呼ばれる。⁷

永昌東町お茶の間通り商店街に必要な2つのシステム間の学習機能システム、すなわち「互いのシステム間における行為の学習」は、「歴史の蓄積」と「町の成り立ち」について町のアイデンティティや町の顔をつくる象徴的な意味を含んだ知的活動であり、「一店逸品」というオリジナルな商品やサービスはその商品、サービス自体がオリジナルであればあるほど何らかの創造性を含んだある種の知的財産権をもつ生産物と捉えることができる。通常、何かしらの目的をもち、その経済主体が消費と生産に関わる活動に必要な財を求め

る時、様々な財が考えられるがD.スロスビーによれば、財の中でも前述した特徴を含む財は「文化的財」とよび、それに関係する活動や生産物から3つの性格づけを行なっている。それは以下のようなものである。

- 関係する活動は、それらの生産において何らかの創造性を含んでいる。
- 象徴的な意味の生産やコミュニケーションに関係する。
- それらの生産物は、少なくとも潜在的には、ある種の知的財産を盛り込んでいる。⁸

永昌東町お茶の間通り商店街における「学習機能システム」を構築する目的に必要な財が存在するとすれば、その行為、活動の特徴から文化的な要素を含む「文化的財」が望ましいだろう。そして、その「文化的財」によって2つのシステムを結びつける「学習システム」が構築され、「専門処理システム」と「相互扶助システム」双方によって長期にわたり何らかのサービスを生み出すことができれば、その「文化的財」は「文化資本」として経済的価値だけでなく文化的価値をも生み出すことになる。⁹それは、多様な資源の窓口として期待される商店街が存続していく上でも最も必要な価値の生産であろう。

3.3 文化的財の投入と商店街イベント

第3回の「ワインで乾杯！」を開催するにあたって、お茶の間通り商店街の商業者が発案したのは「ワインで乾杯！」のイベントに「一店逸品フェア」を結びつけた形での開催であった。「ワインで乾杯！」による集客力と「一店逸品」としての「物品・サービスの販売促進力」に期待してのことである。しかし、それぞれのイベントについては上述したように商店街の2つの機能システムを構築、高めるには至っていないのが現状であるため、筆者は、商店街の2つのシステム間を結びつける学習機能システムを構築するために永昌東町に存在する「文化的財」を探した。「歴史の蓄積」と「町の成り立ち」をストックし、「営利」と「物品・サービス」をフローする「財」である。そしてその「財」はD.スロスビーがいう3つの性格を含んでおり、長期にわたりサービスを生み出し経済的価値だけではなく、文化的価値をも生み出す「文化資本」としての「財」である。更に述べれば、文化資本の特徴から「無形」の文化資本よりも「有形」の文化資本として目に見える形で

それが存在していれば、すでに資本ストックを有しており、資本サービスのフローを生み出すわけであるから目に見えてサービスを生産し効率がよい。以上の点をふまえ、実際に「ワインで乾杯！」と「一店逸品フェア」を結びつけた形でイベントを開催するために「ワインで乾杯！」の開催基本コンセプトである上述した長崎街道の「永昌宿」があった町の成り立ちまで時間軸をさかのぼり、その時代にあった「文化的財」を投入要素として設定してみた。

永昌東町の成り立たった時代の「文化的財」として投入したものの一つは、長崎街道の分岐点に存在していたと言われる街道の道標「永昌追分石」¹⁰である。諫早市郷土館が所蔵していた「永昌追分石」を借り出し「まちの逸品」として商店街組合事務所の入口に設置した。もう一つは同じく諫早市郷土館が所蔵していた明治時代から昭和にかけての永昌東町一帯の風景、人々、生活を中心に撮影された写真類である。これらは、なるべく現在の永昌東町の風景と比較ができるように数枚を厳選し事務所内の壁に張り出すようにした。そして「歴史の蓄積」と「町の成り立ち」を学ぶために地元の郷土歴史家を招き商業者間で学習会を開催し「永昌宿」や「永昌追分石」について理解を深め合った。またこの学習会と並行してイベント開催名を「一店逸品まつり・ヴォジョレーでおもてなし」と決め、それぞれの店舗の「一店逸品」を具体的に表現するようにイーゼルの工夫やイベント内容が組み立てられていった。

図5は、「一店逸品まつり・ヴォジョレーでおもてなし」のチラシである。図3の「一店逸品フェア」のチラシと比較すると、店主の顔写真やキャッチフレーズを入れ込んだ部分は前回と同様であるが、逸品となる商品が具体的に、それに伴いキャッチフレーズもより具体性をおびたものになった。商品に限らずサービス業においても生業としてのサービスを具体的に写真で表現し「逸品」としての具体性を保持している。更にここで注目すべき点は、店舗によっては新商品の開発に取り組み、その商品の紹介や商品名に歴史の意味合いを含ませたものがでてきたことである。学習会を通して「永昌追分石」に「まちの逸品」としての象徴的な意味を持たせ、「文化的財」とすることによって商業者はそこから具体的な商品、サービスを表現するに至り、中には新商品の開発が行なわれたのであった。また、イベント内容においても開催当日、「一店逸品祭り・ヴォジョ



図5 一店逸品祭り・ヴォジョレーでおもてなしのチラシ 表面と裏面

レーでおもてなし」の前に永昌東町周辺の住民、消費者向けに「永昌宿探訪」と称して「まち歩き講座」を実施し、より多くの人々に「町の成り立ち」を学んでもらい永昌東町への認識を深めてもらう社会的な学習活動への取り組みがなされた。この「まち歩き講座」には、イベント当日、30名が参加し地元の郷土歴史家の説明後、組合事務所に設置された本物の「永昌追分石」を鑑賞して、参加者はそのままお茶の間商店街の各店舗へと流れる現象を生んだ。「永昌宿」や事務所に貼られた写真類を話題に店主とワインを交わしながら会話を楽しむ光景が多数見られた。「まち歩き講座」という体験する学習の仕組みを通じて、また「永昌宿」と「永昌追分石」、壁に貼られた「永昌東町の写真類」を通じて商業者と消費者、永昌東町の住民同士に共通の話題がででき活発なコミュニケーションが生じたのであった。そして、各店舗の売り上げはそれほど伴わなかったものの永昌東町商店街（お茶の間通り商店街）組合が賑わいを創出し、中心市街地の活性化を図るためにイベント開催目的である①商店街における商業者と消費者の一体感の醸成と②商店街における商業者と消費者の非日常的体験の共有は達成でき、第3回目を数える「ワインで乾杯！」は、「一店逸品まつり・ヴォジョレーでおもてなし」としてイベント名を変え、イベント内容組み立て段階では商業者を中心とした学習とイベント当日には、住民、消費者を対象にした体験型の学習を実施することによって商業者と消費者間において満足のいくものとなった。

おわりに

中心市街地における商業地区において、木村が指摘する商業地区がもつ2つの機能である「専門処理システム」と「相互扶助システム」を構築、また高めるために2つのシステム間を結ぶ、あるいは2つのシステム間の触媒と成り得る何らかのもう一つの機能システムが必要との仮説の下、永昌東町という特定の地域における商業者が主体となったあるイベント、それとかなり特異なイベントを通じて「学習機能システム」構築の必要性をみてきた。また「学習機能システム」構築に必要な「財」として「文化的財」を投入し、文化資本としての長期にわたりサービスを生産する特質を用いて2つの機能システムを高めることを試みてきた。特定の「文化的財」を用いて商店街がもつ機能システムと新たな機能システムを構築、高めることはその商店街、その地域特有の現象であるかもしれない。その意味で特定の地域である永昌東町のお茶の間通り商店街において開催されたあるイベントにおける「文化的財」を用いた試みは、そのまま他の地域、商店街にあてはまるものではないであろう。しかしながらD.スロスビーら文化経済学の先駆者たちによって「文化的財」「文化資本」の特徴や定義によって説明のつく現象が多くみられ、今後も中心市街地において多様な役割が期待されている商業地区、とりわけ商店街と称される地域における活性化においては、その活性化の意味するところと方向性を示唆してくれている。

事例として取り上げた永昌東町の商業地区、特

にお茶の間通り商店街においては、学習機能システムを構築、高めることによって文化を資本と捉えた便益から経済的価値と文化的価値を今後生み出す可能性があり、そこから中心市街地における活性化に向けた取り組みをより具体的に設定していけるものと考えられる。

謝辞

今回の考察を進めるにあたって、イベントの運営を試みた永昌東町商店街組合の事業者のみなさんを始め、「永昌追分石」や多数の写真を貸し出して下さった諫早市郷土館の先生方に御礼申し上げます。特に関東学院大学名誉教授佐藤和雄先生には「文化的財」に関してご教示いただきました。感謝して御礼申し上げます。

参考文献

- 藤崎亮一・佐藤快信「地域文化の活用—長崎県諫早市の商店街での活動をもとに—」『地域文化研究』第14号 国立八戸工業高等専門学校地域文化センター 2005
- 藤崎亮一・佐藤快信「中心商業地域の地域づくり—諫早市の事例を通して—」長崎ウエスレヤン大学地域総合研究所 3巻1号 2005
- 佐藤滋・早田宰編著『地域協働の科学 まちの連携をマネジメントする』成文堂 2006
- 木村裕美「商店街の公共空間とパートナーシップ」佐藤滋・早田宰編著『地域協働の科学』成文堂 2006
- 金武創・阪本崇『文化経済論』ミネルヴァ書房 2005
- D.スロスビー 中谷武雄・後藤和子監訳『文化経済学入門』日本経済新聞社2002
- 諫早地域商業近代化委員会『諫早地域商業近代化地域計画報告書（基本計画）』1987
- 都市観光を創る会監修『都市観光でまちづくり』学芸出版社 2003
- 和田崇編著『創発まちづくり—動く・繋がる・生まれる』学芸出版社 2005
- 金子郁容『コミュニティ・ソリューション』岩波新書 2002
- 池上惇・植木浩・福原義春著『文化経済学』有斐閣 1998
- 池上惇・小暮宣雄・大和滋編著『現代のまちづくり』丸善ライブラリー 2000
- 地域コミュニティづくり研究会編『自立型地域コミュニティへの道』ぎょうせい2004

- 田村明『まちづくりの実践』岩波新書 1999
- 恩田守雄『開発社会学 理論と実践』ミネルヴァ書房 2001

- 1 藤崎亮一・佐藤快信「地域文化の活用—長崎県諫早市の商店街での活動をもとに—」『地域文化研究』第14号 国立八戸工業高等専門学校地域文化センター 2005
藤崎亮一・佐藤快信「中心商業地域の地域づくり—諫早市の事例を通して—」長崎ウエスレヤン大学地域総合研究所 3巻1号 2005
- 2 事業者組合が主催、運営する活動、またその会議において、事業者を一集団と仮定した上で、少なくとも彼らとは他業種を生業とした集団に位置し、かつ彼らと共通の目標、目的（ここでは中心市街地の活性化）のために協同し必要な助言、提案、援助をする者と定義した。
- 3 筆者並びに長崎ウエスレヤン大学教員（佐藤快信）による。参考文献として、藤崎・佐藤著「地域文化の活用—長崎県諫早市の商店街での活動をもとに—」p73—p85『地域文化研究第14号』国立八戸工業高等専門学校地域文化センター 2005 を参照
- 4 木村裕美「商店街の公共空間とパートナーシップ」p234 佐藤滋・早田宰編著『地域協働の科学』成文堂 2006
- 5 同上 p256
- 6 同上 p234
- 7 金武創・阪本崇『文化経済論』ミネルヴァ書房 2005 p13「文化経済学の定義」
- 8 D.スロスビー 中谷武雄・後藤和子監訳『文化経済学入門』日本経済新聞社2002 p23
- 9 通常、経済学では資本は経済的価値しか生み出さないが、文化資本は経済的価値だけでなく文化的価値を生み出す資本として他の資本と区別される。資本は人的資本や自然資本、社会関係資本などがあるが、ここでは文化資本以外は、すべて経済的価値だけを生み出す「資本」として単に表記した。
- 10 高さ96cmの破損した道標であったが表面に刻まれた文字は判読可能であった。その文字から街道上設置されていた場所は推測可能であるが、実際は特定されていない。今後、事業者、町の住民を交えて設置場所を特定する作業を通じての「学習システム構築」も可能であろう。