

(27. 2. 12)

規制改革会議 地域活性化 WG における論点
事例から

株式会社まちづくりカンパニー・シーブネットワーク代表取締役
西郷真理子

メインストリートを豊かにする丸亀町商店街再開発

元来日本では道路（メインストリート）がまち（都市）の広場であった。丸亀町商店街はメインストリートとして、高松の広場であった。市民は、丸亀町に行くことを「まちに行く」と表現をしていた。商店主は、メインストリート自負と誇りをもっていた。四国の産品が集積し、また、戦後すぐにヨーロッパに買い付けに行きほかにはない舶来品が集積し、高松らしいライフスタイルを実現するショップが集積し、市民が集い、メインストリートとして魅力に満ちあふれていた。

メインストリートには、地域のショーケースとして様々なサービス・商品が集積し売上げることで、雇用、税金など地域経済を牽引する役割を担っていた。

*メインストリート：人が住み、まちが形成されてきたなかで、最も集まりやすい場所として、賑わいが集積している「おへそ」のような場所。地域秩序としての商業サービスと連携しているのでそういった観点でみるとわかりやすい。1000 人で街角の雑貨屋（よろづや）さん、4000 人で小さな店舗が集まった市場、1 万人でお店がつながるストリート、5 万人で回遊性がある面的なプロムナード、30 万人で都会らしいダウンタウン。

都市における公共空間としてもっとも重要な道路（メインストリート）を、人々が集い、寛ぐ場所とするため、空間として機能するようにする。それは、土地の合理的利用・機能更新を促進する仕組みを構築する。同時に、道路を空間として活用するために、アーケード、向かい合う建物をつなぐブリッジ、道路へ張り出したテラスや庇などが有効である。

たとえば、高松市丸亀町では、建物の老朽化、郊外大型店と競合による商業の衰退傾向などの課題を解決し、市民のための広場として、魅力を維持、創造するために、まちづくり再開発に取組みことになった。その場合、商店街全体をひとつのショッピングセンターとしてみたと、道路はモールのように魅力的にするための計画を立案した。

しかし、以下のような課題と直面した。

道幅が本来 8m であるところを両側へ 1.5m ずつ後退することとしたが、その

結果アーケードが道路上と民地にまたがることとなり、アーケードと既存建物が構造上独立していたとしても、既存建物の増築とみなされ、既存建物も含めた確認申請が必要だとする解釈が示された。協議の結果、地区計画によって壁面位置の制限がかかっている、道路境界から 1.5m の範囲については増築にあたらないため確認申請は必要ないとの了解に至った。地権者の協力によって（地区計画などで）道を広げ、アーケードかけることは今後も一般的におこなわれるであろうが、担当者が変わる毎に見解が変わるような実態があり、そのために計画が停滞し、快適な公共空間への意欲が萎えてしまうとしたら問題である。

また、昭和 30 年の「アーケード通達」が、地方分権一括法（平成 12 年）により、技術的助言となり、基準としての拘束力が消失（地方公共団体の判断）となっているにも関わらず、現実には、いまだにこの基準を拠り所とした運用が各自治体でなされていることも問題である。

建物をつなぐ、道路上を利用するブリッジについても行政担当者の見解や意思に左右されがちである。ブリッジは、建物の 2 階以上を有効に使うためにきわめて有効である。知られるように土地が貴重な中心市街地でも上層階が有効に使われることは少ない。そのためにまず共同ビル化して床を拡大し魅力的な店舗や施設を導入することが必要になるが、そのような床に魅力的なテナントが入るためにも、複数の棟をわざわざ通りまで降りなくても行き来できるようにすることが重要なポイントとなる。これは貴重な中心市街地の土地を有効かつ高度に利用するために大きな手段となる。

歩道にベンチをおくことも、できないとの指導を受けたが、地元の粘り強い協議で実現した。

また、この道路では、瀬戸内海の島々の産品の物産展、市民の作品を展示するギャラリー様々なイベントが行われている。イベントでは、丸亀町は実績があり、警察の協力も得ている。月のはじめの届け出で、可能になっている。しかし、こういった状況になるまでには、長い年月がかかっている。

こういった仕組みは、地域主体として丸亀町商店街振興組合、まちづくり会社が担っている。

メインストリートを核に地域再生（創生）を考えている都市は多数あり、私が把握しているだけでも 30 万人～5 万人クラスまで、12 都市がある。メインストリートを豊かにするパッケージとしての政策を期待している。

高松：丸亀町商店街



