

(福島県)

市 政 ル ポ

サムライシティ会津が大胆に仕掛ける 地域のにぎわい再生・活力再生大作戦！

菅家一郎
会津若松市長

中心市街地の商店街が生まれ変わった

本年3月28日の日曜日、福島県会津若松市の中心市街地一帯（神明通り、大町四ツ角商店街、野口英世青春通り、中央通りなど）で計16軒のショップが一齐にグランドオープンした（街なかテナントミックス事業）。

グランドオープンした各店舗の業態は、飲食店3軒、精肉・総菜店1軒、鮮魚・青果店1軒、服飾店6軒、化粧品・宝飾店2軒、靴店1軒、アンテナショップ1軒、営業所1軒と多岐にわたっている。

これらのショップは新規出店ながら、いずれも商店街の空き店舗を活用しているところが大きな特徴である。

さらにオープンに際しては、間口の3分の2以上を開口部とし、旧店舗にあった店舗シャッターは原則的に廃止。代わりにスポット照明付きショーウィンドーを設置し、ショー

ウィンドー内は夜間もライトアップする。外観の色彩も上品な淡いパステル調の景観基準色を採用するなど、各店舗は統一されたデザインコンセプトの下に改修されている。

こうした外観整備の結果、外側からも多様な商品情報・生活情報が視覚的に得られることで消費意欲が向上することが期待される。

また、誰もが「歩いて楽しい」と思える通りの実現を目指した。

ショーウィンドーにスポット照明を使うことで、夜間に店舗前の舗道が明るく照らし出される効果も狙った。

さらに各商店街で現に営業している既存店舗のうち17店舗も、今回グランドオープンした16店舗と同様の統一デザインコンセプトによる外観改修を行い、3月28日までの約1カ月の間に断続的にリニューアルオープンを行ってきた（ファサード事業）。

つまりほぼ同時期に、会津若松市の中心市街地の商店街には、計33店舗もの統一さ

ことが強く印象付けられるのだ。

「これらの事業の実施に際しましては、平成21年7月に交付された国の地域活性化・経済危機対策臨時交付金の一部と、同じく8月に施行された地域商店街活性化法の中小商業活性化支援補助金を活用させていただきました。

ある一定のコンセプトの下に商業集積を図る、いわゆるテナントミックス事業のカテゴリーに位置付けられる手法ですが、16店舗のグランドオープン（街なかテナントミックス事業）と17店舗のリニューアルオープン（ファサード事業）による今回の本市の事例には、従来のテナントミックスの手法を超えたさまざまな創意工夫が凝らされていると自負しております」

そう語るの菅家一郎会津若松市長である。今回の街なかテナントミックス事業とその関連事業は会津若松市「戦略的中心市街地賑わい再生事業」の一環だが、同再生事業をけん引する会津若松市地域活力再生本部の部長には菅家市長が自ら就任し、陣頭指揮を執っている。

その大きな成果の一つとして、まずは街なかテナントミックスが順調なスタートを切ったわけだが、ここに至るまでの経緯にはさまざまな紆余曲折があった。

ピンチをチャンスに変える 戦略的仕掛け

昭和40年代後半から顕在化し始めた交通体



テナントミックス事業の街なかオープン記念式



スポット照明付きショーウィンドーで統一された街なかテナントミックスのデザインコンセプト（神明通り）

系の変化などにより、ご承知のように全国各地の都市が、中心市街地における店舗の廃業、移転、撤退などで生じる空き店舗（シャッター通り化）対策にこれまで苦慮してきた。会津若松市も事情は同じだった。そこでその現状を克服すべく、中心市街地活性化法が施行された平成10年、市・商工会議所・商工関係者の出資で全国初のTMOとなる（株）まちづくり会津を早速設立した。さらに翌平成11年には「会津若松市中心市街地活性化基本計画」を策定。以後、同基本計画に基づく各種事業を、まちづくり会津や市民との協働で精力的に実施してきた。その結果、中心市街地の代表的な商店街の



街なかのどこからも遠望できる会津磐梯山

(福島県)



さまざまなタイプがそろう市内回遊バス

広域圏と共に常に歩む 中核都市としての誇り

会津若松市が実施する戦略的なにぎわい再生、活力再生のための大胆な仕掛けは、そのほかにも多角的に進行中である。キー

空洞化の進む中心市街地の活性化と再開発は、全国各都市の共通した重要なテーマである。しかし、地域性の違いはあるにしても、その決定的な打開策は現在も現れていないというのが、正直なところだろう。

それだけに会津若松市の街なかテナントミックス事業およびその関連事業における「戦略的な仕掛け」の成果については、これからの推移を慎重に見守る必要があるものの、手法のユニークさと大胆な発想の転換において、今後、全国各都市の注目を集めることを予感させるに十分なインパクトが感じられた。



大正浪漫調のデザインで統一された七日町通り商店街

うち七日町通り、野口英世青春通り（この名称も野口英世が学生時代の一時期を過ごした地区ということにちなみ、活性化の一環として新たに公募命名した）の街並みを、「大正浪漫調のまちづくり」をテーマに整備・修景。イメージを従来から一新したこの事業は、初期テナントミックスの成功事例として大きな話題を呼ぶとともに、観光客を交えた交流人口の拡大にも成功して現在に至っている。

だが平成20年末のリーマンショックに端を発した100年に1度ともされる世界同時不況の影響は、各方面に深刻な影響を及ぼしている。特に庶民の購買力が業績を左右する中心市街地の商店街においては、廉価品から高級品に至るまでの幅広い品ぞろえが業態的に

常に求められ、臨機応変な対応や抜本的体質改善を行うのが難しい百貨店などの大規模小売店舗が全国的に苦戦していることは、既に周知の通りだ。

会津若松市の中心市街地でも、平成21年・22年に相次いで大型小売店舗2軒が撤退した。そのために、当該の大型小売店舗2軒を核に立案され、実施されてきた「中心市街地活性化基本計画」に基づく地域活性化事業は方向性の転換を余儀なくされた。

会津若松市における今回の街なかテナントミックス事業は、そうした長年にわたる紆余曲折を受け、まさにピンチをチャンスに変えるための創意工夫を凝らした戦略的な仕掛けだった。

「今回のテナントミックス事業の特徴を端的に言えば、平成22年2月に中心市街地から撤退した大型小売店舗に入店していたテナントを街なかの空き店舗に誘致したことにあります。そのことで実質的に、大型小売店舗撤退の衝撃を和らげ、売上額の市外流出を最小限に防ぐことができます。

さらに長年にわたる悩みの種だった空き店舗が、百貨店にテナント展開できるだけの全国的なブランド力を持つショップで埋まるという、二重三重のサプライズ的な仕掛けを施したところにも特徴があります（菅家市長）冒頭にグランドオープンを紹介した16軒のショップのうち13軒が、平成21年に撤退した大型小売店舗・中合会津店に入店していた

ワードは「会津ブランドをいかにしたまぢづくり」だ。

福島県は太平洋岸に面した「浜通り地方」、県中部の阿武隈山脈のふもとを中心とする「中通り地方」、さらに磐梯山や猪苗代湖から西側の盆地に位置する「会津地方」に大きく分かれる。

会津若松市は言うまでもなく会津地方の中核都市だが、会津ブランドという名称の「会津」には「会津若松市」を指す狭義の意味と「会津地方全域」を指す広義の意味がある。一個の都市（城下町）としての独立した歴史風土に裏打ちされた特性とともに、かつて会津藩の中心地だった歴史を基盤とする会津地方全域の中心地というバックグラウンドが、会津若松市には常に両立してあるのだ。

例えば前項で紹介した会津若松市の中心市街地活性化の成否は、会津若松市のにぎわいの問題であるとともに、会津地方全域の経済活性化にも結び付く大きな意味合いがある。

「会津地方の17市町村は歴史風土のきずなで結ばれた、ある意味では運命共同体とも



会津伝統工芸品の一つ「会津絵ろうそく」が雪景色に揺らめく会津絵ろうそくまつり(2月上旬)

いえます。本市が平成16年の北会津村との合併、翌平成17年の河東町との合併を果たした際にそれぞれ策定した『新市建設計画』のサブタイトルは、『会津ブランドをいかにしたまぢづくり』でした。

その際に定義した会津ブランドの意味は『会津ならではの誇れるもの』であり『他地域に通用するもの』、すなわちいろいろな意味でのクオリティーの高さと深さです。

このクオリティーの高さと深さを常に目指す姿勢を芯にして、魅力的かつ活力に満ちたまちづくりを行い、付加価値の高い地域資源の創造を図る。その原動力は強固な財政基盤の確立と市民協働によるまちづくりにありますが、本市の視野を常に会津地方全域に置き、会津地方の中心的な役割を担うことを前提とした、中核都市としてのクオリティーの高さを目指している。それが本市におけるすべての地域活性化事業に



野口英世が青春時代を過ごしたことにちなむ野口英世青春通りは観光客の人気の高い



江戸時代に会津を領有した松平家代々の墓が集まる院内御廟は新たな観光資源としても期待される

(福島県)

鶴ヶ城をモチーフにしたゆるキャラ・お城ポくん(笹川ひろし作)



お城ポくん

Copyright © tsuruga.jp



城内に甲冑姿のスタッフを配する「鶴ヶ城サムライ演出事業」

さまざまな魅力がある。具体的には漆器、酒造、自然、食、さらには武士の故郷の末裔としての会津若松市が持つ、現代都市としての魅力をも含めた「会津若松の丸ごとの魅力」である。

それを国内外に発信するに際しての統一イメージ、それがサムライシティというキャッチフレーズには込められているのだ。

「サムライシティ観光戦略」のコンセプトは平成21年の秋に立案されたばかりであり、具体的な事業展開は目下、今後の本格化を待つ段階だが、平成21年11月には鶴ヶ城天守閣をモチーフにした「ゆるキャラ・お城ポくん」のキャラクターを決定。本年1月には「SAMURAI CITY」の商標登録も完了している。

今後は平成27年の天守閣再建50周年に向けた整備への寄付金募集を通して、広く全国的



鶴ヶ城は「武士の郷」会津若松の精神的支柱

共通する大きな特徴といえます(菅家市長)

会津若松市を中心とする会津地方では、平成18年度から「極上の会津プロジェクト」という名称の下、広域観光キャンペーンを行っており、福島県内でも屈指の人気観光コースを形成してきたが、平成21年に放映され人気を博したNHK大河ドラマ『天地人』ゆかりの地として、会津地方がさらに脚光を浴びるようになった。

また、これと機を同じくして、大河ドラマ

「天地人」で描かれた上杉家がかつて支配した地という共通項を持つ米沢市との連携(会津・米沢地域観光圏整備促進事業)にも注力しているほか、城下町・会津若松を単独で全国発信・海外発信することを目的にする「SAMURAI CITY」(以下、サムライシティ)会津プロジェクトも実施中だ。

これらの多角的な観光振興プロジェクトに共通する目玉は、数百年間にわたって培ってきた会津地方の歴史的遺構や食文化(食材・料理)、自然の残る美しい風光などといった、まさに会津若松市の新市建設計画にあった「会津ならではの誇れるもの」「他地域に通ずるもの」ばかりだ。

「さらに広域的に連携することで、新たな素材の掘り起こしや魅力の創出、全会津が一つとなって誘客宣伝することによる連帯感の向上と観光振興の相乗効果が得られます。ゆくゆくは全会津を象徴するようなイベントを創出するの面白いでしょう」(菅家市長)

また世界遺産の日光東照宮を擁する日光の地と、東照宮に祭られている徳川家康の創始した徳川幕府を最後まで守ろうとした会津の地を結ぶ「日光×会津観光軸元気再生プロジェクト」がある。これに対しても、単なる地の利的な意味での連携以上のバックグラウンドを感じてしまうのは、旧会津藩以来の歴史に培われた「武士道のふるさと」とも言うべき会津および会津若松市のプラ

な関心を高めつつ、サムライシティを統一イメージにしたさまざまなキャンペーンを実施する予定だ。

また商品展開版の会津ブランドづくりとしては、「会津野彩」「会津漆器」「会津地鶏」などの会津ブランドの確立と事業展開を多角的に図っている。そのための手法として会津ブランド推進委員会との連携を基軸とする企業交流会、地域産品の厳密な認定、モニタリングツアー、各種PR事業などを行ってきた。その結果、平成22年2月現在で64の地域産品認定と43事業所の参画が得られ、経済効果も徐々に高まりつつある。



生産者の共同組織・会津地鶏ネットが飼育する会津地鶏は福島県のブランド認証産品

これらの事業にも会津ブランドとしてのクオリティーとネームバリュー、オリジナリティなどに加え、いかに効率的かつ効果的な販売展開を実施していくかなど課題は多いが、今回の取材で飼育現場を見学させていただいた会津地鶏のクオリティーと事業としてのポテンシャルは、すでに歴史的な高評価を得ている会津漆器や、品質の高さが全国で注目を集めつつある会津野彩と、同様の将来性を感じられた。

「地鶏を標ぼうする品種は全国に数多くあ

極上の会津ブランドとサムライシティ会津

「極上の会津プロジェクト」や「日光×会津観光軸元気再生プロジェクト」など広域圏を想定した観光振興プロジェクトに対し、「サムライシティ会津」は鶴ヶ城を中心に築かれた城下町・会津若松そのものの魅力を国内外に発信するための戦略プロジェクトだ。

「会津若松というと幕末の京都で守護職を務めた松平容保公の徳川家への忠誠心あふれる働きぶり、さらには京都守護職預かり(配下)となった新選組につながるイメージ、戊辰戦争での鶴ヶ城を巡る攻防戦と白虎隊の悲劇のエピソードなどを連想する人が多いことでしょう。」

実際、そうしたイメージの原風景を求める観光客の皆さんが、外国人も含めて例年、本市にはたくさん訪れてくださいますが、反面、幕末を中心とした歴史遺産に興味が高まって集中する傾向がありました。そこで国際的にも若者向けにもアピールしやすいサムライシティというキャッチフレーズを軸とする観光戦略を立て、城下町・会津若松の魅力を総合的にPRする事業を始めたのです(菅家市長)

会津若松には鶴ヶ城や白虎隊のみならず、中世から現代に至るまでの歴史の中で、強固な武士道精神文化の背景として培ってきたりしますが、会津地鶏は450年以上の飼育歴を誇る、本物の純系地鶏の血筋を引いています。食用用の会津地鶏の飼育は平成4年からとまだ歴史が浅いものの、一時は絶滅寸前だった純系地鶏が見事に復活したことは、本市にとっても本当に幸運でした(菅家市長)

会津ブランドの新たな切り札として期待される会津地鶏は肉だけでなく、卵も高級ブランドとして、現在、近い将来の全国展開をにらんだ慎重なマーケティング活動が一方で行われている。

本物の地鶏の血統だけが持つ、会津地鶏の上質な肉のうまみと卵のコクは、市制110周年を迎えたばかりの会津若松市が多角的に展開する高度に戦略的、なおかつ質の高い地域活性化事業全般に通底する基本理念を象徴するかのよう、一頭地を抜き出ている印象である。(取材・文 遠藤 隆)



会津ブランドの象徴であり、城下町・会津の歴史と伝統の粋ともいうべき会津漆器(写真は時絵付け)