

山梨県若者海外留学体験人材育成事業 (大学生等コース)

県政の課題 (テーマ) 報告書

平成 31 年 2 月 20 日

山梨県知事 殿

氏 名 遠藤 美来
 留 学 先 オーストラリア メルボルン
 留学期 平成 30 年 2 月 23 日
 間 ~平成 31 年 2 月 3 日

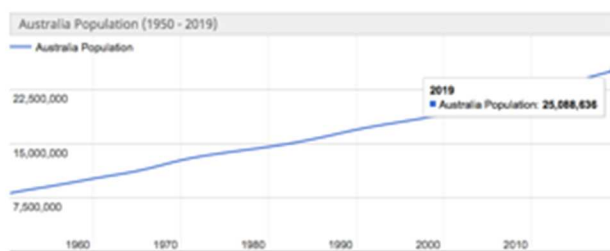
1 研究の課題 (テーマ)

商店街活力再生のために必要な取り組みについて

2 概要

与えられた県政の課題 (テーマ) の解決に導く考え方及び対応策等

英紙エコノミストの調査部門「エコノミスト・インテリジェンス・ユニット(EIU)」は世界 140 都市を政治・犯罪・医療など様々な角度からの点数付けによって「世界で最も住みやすい都市を毎年発表している。2018 年度は 2 位だったものの 2017 年までの 7 年間は連続でメルボルンが一位に選ばれている。オーストラリアの人口は日本の約 5 分の 1 であるが、移民政策を中心に現在も人口増加が続き、今後も引き続き増加されることが予想されている。特にメルボルンでは、オーストラリア政府統計局(ABS)が発表した統計によると過去 12 カ月間のメルボルンの人口が 12 万 5,000 人以上増加し、国内の主要都市としては最高の増加率となったことが分かった。しかし国内人口の 5 人に 2 人がメルボルンまたはシドニーの 2 大都市に集中しているといわれる大都市への人口集中の問題、それに伴う地方部の人口流出の問題は、日本が抱える問題と共通するところもあると考える。



Position	City	Population Density
1	Melbourne	453/km ²
2	Adelaide	404.205/km ²
3	Sydney	400/km ²
4	Perth	317.736/km ²
5	Canberra	173.3/km ²
6	Brisbane	145/km ²
7	Hobart	124.8/km ²
8	Darwin	44.976/km ²

出典

<https://www.worldometers.info/world-population/australia-population/>
<http://www.population.net.au/melbourne-population/>

メルボルンのあるビクトリア州の地方も訪れたことがある。その特徴として施設の集積度や中核性が高いことが挙げられる。まちの中心部(Central Business District)にスーパーマーケット・レストラン・カフェなどの施設が集まっているのを感じられた。特定のエリアに同様な店舗が集まってい

る。CBDにまちの人々が集まるように作られているようだ。また、スーパーマーケットには駐車場が十分にあり、露店にある個人店舗の前にも一定時間駐車されることが許可されている。自動車社会に合わせてまちがつくられているのを感じた。その人口はおよそ3万人と非常に少ない小さなまちだったが、週末になるとCBDのカフェや路上はまちの人々で賑わっていた。多くの人々がまちに出ているため実際の人口規模よりも多く、賑わいも感じられた。

メルボルン CBD も同じように比較的エリアの限られた中で生活ができ、人々がCBDに集まるシステムが構築されているといえる。メルボルンを中心としたビクトリア州のCBDの街並みは店舗ごとの密度、市街地の利用頻度が高い。また公共空間が十分に取られている。また、市街地の移動が容易だという特徴が挙げられる。

山梨県は平成21年には232店舗あった空き店舗も平成30年には159店舗まで減少した。また近年では若い世代が出店を担い新たな営業を開始した。さらには甲府駅周辺の商店街でイベントが開催されるなど近年の商店街、特に甲府の空き店舗は市や県の取り組みが活発化している。また昨年度中心地に大型マンションが完成され、それに伴い今後の人口増加が期待される。



↑ オーストラリアの地方の CBD

↑ メルボルン CBD の小道

年 度	全体店舗数	空き店舗数	営業店舗	空 き 店舗率	空 き 地数	時間貸 駐車場数	時間貸 駐車台数
平成 21 年度	1,396	232	1,164	16.62%	22	86	3,988
平成 22 年度	1,374	223	1,151	16.23%	24	86	3,846
平成 23 年度	1,352	225	1,127	16.64%	26	91	3,604
平成 24 年度	1,284	217	1,067	16.90%	34	102	3,518
平成 25 年度	1,273	231	1,042	18.15%	33	109	3,407
平成 26 年度	1,251	193	1,058	15.43%	26	114	3,441
平成 27 年度	1,233	182	1,051	14.76%	28	121	3,184
平成 28 年度	1,228	170	1,058	13.84%	35	124	3,222
平成 29 年度	1,216	167	1,049	13.73%	31	132	3,458
平成 30 年度	1,193	159	1,034	13.33%	35	137	3,533
対前年比	△23	△8	△15	△0.40	4	5	75

出典

<https://www.city.kofu.yamanashi.jp/shoko/documents/h30akitenpotyousakekka.pdf>

近年の様々な再開発事業が進められ公共サービス・公共施設の集積化及びサービスの拡充は計られている。行政に頼るだけでなく地域・個人一人ひとりの主体的な活動、またそれらを支える人的ネットワーク・コミュニティが街には必要であるとする。本課題解決のためにこれらの都市と山梨県を関連付けて商店街活力再生のために必要な取り組みを中間報告書と合わせた形で提案する。

1) 人々が集まる魅力的なまち

地域コミュニティ形成の提案として質・安全性が高く日常に沿い溶け込む景観づくり・明るくオープンな店舗づくりが挙げられる。私たちは家を生活の拠点に、次に職場・学校を拠点にしている。家を第一の場所、職場・学校を第二の場所としその二つの中間に位置する第三の場所がここメルボルンの人々にとってはカフェなのではないかと感じる。第三の場所は憩い・交流の場として機能しておりこの第三の場所の有無で街の雰囲気・魅力度を大きく左右すると考えられている。カフェでは単に食事をしたりコーヒーを楽しんだりするだけでなく、街や店内の雰囲気、友人知人と過ごす時間、自宅とは違った心地よさが求められる。メルボルンは市内の図書館にカフェが併設されているのはもちろん、オフィスのグランドフロア、警察署にまでさえ併設されている。メルボルンにおいての第三の場所がカフェである。かつてまちにあったカフェ・本屋・バー・ヘアーサロンという人々が気軽に集まり話す場所を取り戻す必要がある。山梨県においてこのような場所を存在させることが一つの解決策となりうるのではないだろうか。カフェや喫茶店だけでなく第三の場所は書道教室でも駅のベンチでも良い。行政に任せるだけでなくまちの人々自らが考え行動する。行動する人が多いほど人々が出会い、社会と個人を繋げる。まち中にこのような場所が増えることで人々が積極的にまちに出、賑わいに繋がるのではないだろうか考える。

2) 空き店舗の活用

メルボルンでは過去に別の用途だった倉庫をカフェとして再度利用されている。梁はそのまま利用され塗装は剥げかかったものも見られる。カフェだけでなくメルボルンは裁判所や図書館を例として歴史的な建物の利用が目立つ。その一つひとつに個性を持つと同時に街全体の統一感を守っている。また多くの店舗は非常に開放的で店内には日が差し込み緑もあり、路上には椅子が並ぶ。カフェが多く立ち並ぶいくつかの小道は車入場が禁止されており、まち歩きを安全に楽しむことができる。ここでは、空き店舗が少ないことによりまちの安心安全が守られている。山梨県においても古民家を利用した新たな店舗があること、歩行者優先の商店街があることは共通項だ。新しいものと歴史あるものの融合は人々にとって魅力あるものだと感じる。単に歴史的なものも利用するだけでなく新しいもの・景観を取り入れるまちづくりが重要視される。店舗が画一的でなくそれぞれの店の魅力が大きいことにより人々が集まり新たな文化の発信地として機能するだろう。気軽に街にくり出すことのできる明るく安全性の高いまちづくり、まちに出るきっかけとなる場所の拡充を図ることで商店街の賑わいが再生されると考える。



↑ 倉庫を利用したカフェ
3) 目的、テーマのあるまち



↑ 1856 年会館のメルボルン州立
図書館

メルボルンはカフェの街として有名でありまちのどこへ行ってもすぐに見つけることができ誰もがコーヒーを楽しむことができる。長い歴史の中でそのイメージと生活が固定された。またメルボルンにはどのような人でも足を踏み入れやすいバーが多く存在する。そこには日本産のものもいくつか並んでいた。もちろん現地のものも強くアピールされており現地人なら誰もが知っているブランドがある。

前年度渡豪前に参加していた「日本酒プロジェクト」は日本酒離れしている若者たちのニーズを調査し今後につなげていくというものだった。多くの人々がどのような日本酒が山梨県にあるのか知らない一方、メルボルンでは地元産のものを地元で消費、また非常に親しみやすい立ち位置にあり、人々にとってその知名度も高い印象を受けた。山梨県はワインをはじめ日本酒やビールも生産しているが地元の人々が積極的に消費しているとは言い難い。そこでワインや日本酒により親しみを持ってもらえるような活動を取り入れる。日中・夜間営業問わず山梨県産のアルコールを取り扱うことのできる店舗、またそれらを積極的にアピールすることのできる店舗の増加によって県産のものを楽しめるまちのイメージができ人々からの関心・知名度向上につながるのではないか。食事あと休憩所のような立ち位置で立ち寄りすることのできる場さらには外に出るきっかけの一つになるだろう。



↑ 十分に揃えられたサーバーの
あるバーが多く存在する

山梨は地域ごとによってコミュニティが強く発達しているように感じる。それを活かしつつ行政だけでなく個人や店舗ごとの意識が山梨のまちの活性化のために大きく関わるはずである。考えから実際の行動に移すのは簡単ではないが今後可能な活動や周りに影響を与えられるような活動を自分自身も行っていきたい。山梨県・大学に戻り外を見る機会が今よりも減ってしまうことも考えられるが自ら意識を外に向け多くのことを吸収し続けるつもりだ。今回の貴重な経験から何か自分にもできることを発信し、また地元地域で開催されている催しには積極的に参加しまちに関わっていきたい。