Top 目次へ

アドミニストレーション　第 19 巻第 1 号　(2012)　ISSN 2187-378X

八代市における中心市街地活性化に関する研究
―中高生に魅力あるアーケードとは―

澤田　道夫

〈内容目次〉

１．はじめに
２．八代中心市街地活性化プロジェクトとは
３．中心市街地の現状と課題
４．調査結果の概要
５．調査結果の考察
６．八代中心市街地活性化のために
７．結びにかえて

１．はじめに

本稿は、熊本県立大学総合管理学部自治行政学研究室（澤田ゼミ）が、八代市の中心市街地において 2011 年度に実施した調査研究プロジェクトについて述べるものである。

現在、多くの都市において中心市街地の衰退が深刻化している。特に、都心部ではなく地方の都市においてその傾向は顕著であり、郊外型の大規模店舗が車での来客を集める一方で、中心市街地はいわゆるシャッター通りと化している例が後を絶たない。中心市街地は本来、商業・文化・娯楽・医療・公的サービス・公共交通などの様々な都市機能が集積された場所であり、車を持たない住民や高齢者等にとっては極めて利便性に富んだ場所である。中心市街地の衰退・消滅は、これらの都市機能の喪失を意味するため、その再生は、いずれの地方都市にとっても喫緊の課題となっている。

2006 年、まちづくり三法（都市計画法、中心市街地活性化法、大店立地法）が改正されて以降、それまで以上に地域住民を主体とする中心市街地活性化の取組が行われてきた。今回、調査研究のフィールドとした八代市においても、2007 年 5 月に策定された「八代市中心市街地活性化基本計画」に基づき、2012 年 3 月までの間、様々な市街地活性化に向けた取組が行われてきた。そして、その取組の中の一部として、八代市・八代市中心市街地活性化協議会との共同研究により 2011

年度に実施したのが、今回の「八代中心市街地活性化プロジェクト」である。

本プロジェクトは、八代中心市街地の周辺の中学生･高校生をその調査研究の対象としている。これらの学校の生徒たちがどのような行動パターンを持ち、どのようなイメージを中心市街地に対して抱いているのかについて、客観的な指標をもとに把握し、それをどのように中心市街地の活性化に結びつけていくかについて考察を行った。この調査の中では、当初予想してもいなかった中高生たちの意外な行動パターンも新たに判明することとなった。今後、本調査研究の成果を活用しつつ、中心市街地と周辺の教育機関との連携を図っていくことが望まれる。

２．八代中心市街地活性化プロジェクトとは

（１）八代中心市街地活性化プロジェクト

「八代中心市街地活性化プロジェクト」は、熊本県立大学が実施する、「自律と自立を目指す学生 GP 制度[1]」の一環として、八代市中心市街地活性化協議会・八代まちづくり株式会社・八代市との協働で実施した、プロジェクト型調査研究である。

熊本県立大学では、2010 年度の文部科学省『大学生の就業力育成支援事業』の採択を契機として、「学生 GP 制度」をスタートさせた。同制度は、地域企業・地域社会から研究テーマを募集し、そのテーマに対し、学生が地域連携型卒業研究として取り組むことで、実社会と学生とを結びつけ、学生の就業力育成を図るものである。2011 年度（H23）には、地域企業等から 11 の研究テーマの提案があり、約 90 名の本学学生が研究に取り組んだところである。

これらの研究テーマのうち、八代市から提案のあったテーマが、八代中心市街地アーケードの活性化、中でも「中高生を対象としたアーケードの魅力づくり」に関するものであった。かつて賑わいを見せていた八代市の中心市街地アーケード街（本町通り商店街）は、郊外型の大型店舗の進出等により、通行量が減少している。商店街側が特に問題視したのが、中心市街地近隣に立地していた高校が郊外へと移転したこと等により、高校生などの若い世代をアーケードで見ることがなくなってしまった、という点である。中学生・高校生などの若い年代は、購買力の観点から顧客としてのメインターゲットにはなりづらいものの、地域の雰囲気を若々しく明るくするものとして、その在・不在が地域の活性化を大きく左右する。八代中心市街地は、これまでも中高生を引きつけるためのイベントを数多く行い、一定の成果を上げてはいるが、これらの取組が中高生に対するアーケードの定常的な魅力づくりにつながっているかどうかについては疑問の余地がある。

そこで今回、地元自治体等にご協力いただき、中学生・高校生を対象とした市街地の魅力の向上策を探るプロジェクト研究を実施することとした。プロジェクトにおける調査研究は、教員 1 名（澤田）、ゼミ学生 7 名で担当した。また、八代市中心市街地活性化協議会には、アーケードの空き店舗を改装したコミュニティ施設「たまりんば[2]」を学生の現地調査用のラボとして提供していただくとともに、現地調査への協力、研究成果報告会の開催等についてご協力いただくこととした。

（２）プロジェクトの背景

そもそも、本学と八代中心市街地との連携の取組は、2010 年度に遡る。当時、本学総合管理学部 3 年生で今里佳奈子教授の指導を受けていた学生グループが、公共政策に関する研究フィールドとして八代市のアーケードを取り上げ、調査研究を実施した。その研究の成果は、2010 年 10 月 23 日に滋賀県・草津市で行われた日本公共政策学会主催の学生政策コンペや、同 10 月 31 日に熊本市で行われた熊本大学政策創造研究教育センターが実施した政策コンペで報告された。この研究成果で提示された提案の一つである「一口店主制」「休憩所・コミュニティ施設」などをヒントとして、八代市と八代まちづくり株式会社、八代市中心市街地活性化協議会等が中心となり、2011 年に空き店舗を改装して設置されたのが、前出の「たまりんば」である。

このように、八代市と熊本県立大学の連携のきっかけは、本プロジェクトの前年度からその萌芽が生まれていた。そして、2011 年度の調査研究については、前年度の調査研究の発展型として、八代市側からの提案を受けてスタートすることとなった。

（３）プロジェクトの目的

本プロジェクトは、八代側からの依頼である「中高生に魅力あるアーケードづくり」について提言することが、その目的である。しかし、一口に「中高生に魅力ある」と言っても、その実態は如何なるものか、それを明らかにすることは容易ではない。

今回、その言葉の持つ意味合いの一端を明らかにするため、まずは中高生が中心市街地アーケードにどのくらいの頻度で訪れ、あるいは通過しているのか、その行動パターンを調査することとした。果たして、八代の中高生たちは、誰もアーケードを訪問していないのか、それとも実際は頻繁にアーケードに来ているのか、その実態を捉えない限り、有効な対策をとることは困難であるため、まずはその部分を明らかに必要がある。また、中高生が中心市街地アーケードに対してどのような印象を持っているかについても、把握することを試みた。中高生がアーケードに対して持つ印象は良いのか悪いのか、実際のところはどう考えているかを明らかにすることも、対策を立てるためには欠かすことができない。これらの二つの点を把握することにより、初めて現在のアーケードと中高生たちの間の立ち位置が明らかになり、「中高生に魅力あるアーケード」に向けた取組を考察することが可能となる。

上記の点を踏まえ、今回の調査研究では、①中高生の行動パターン、②中高生がアーケードに対して抱くイメージ、の二つについて重点的に調査を行い、その結果の分析を行ったうえで、提言をとりまとめることとした。

実際に調査研究活動を行うに当たっては、更に以下の三点に特に留意しつつ実施した。

ｉ）客観的な検証

地域づくり活動の事例紹介にありがちな「かくあるべし」といった「べき論」や、「活気がない（ある）と感じる」といった定性的な判断を避け、客観的なデータに基づく分析によって現状と課題を把握することに努めることとした。

ⅱ）地域実学主義に基づく学生教育

本調査研究活動が、同時に調査を行う大学生の教育につながるよう留意する。本プロジェクトが学生 GP 制度に基づいて行われることに鑑み、実社会の課題と学生の教育を結びつけて、学生の自律と自立に向けた就業力育成を図ることに努めた。

ⅲ）研究成果の地域への還元

研究成果は、それが地域に還元されない限り、地域の発展には何ら寄与しない。その意味で、地域研究における成果の還元は、研究そのものと同程度に重要である。本プロジェクトにおいては、学生に研究成果をとりまとめさせ、それを学生自身で中心市街地の店主の方々等に報告するという現地報告会の機会を設けた。また、地元 FM ラジオ局のご協力により、学生がラジオの生放送で成果を報告するという機会にも恵まれた。このことは、二点目の学生の教育という観点からも、大変意義深い取組となったと考える。

３．中心市街地の現状と課題

（１）中心市街地の活性化

本稿は、八代市の中心市街地について、その活性化に係る検討を行うものである。しかしながら、そもそもこの「中心市街地」とはどのようなものなのだろうか。そして、これまでにどのような活性化の取組が行われてきたのだろうか。まずは、これまでの中心市街地にかかる取組を瞥見する。

中心市街地の活性化に関する法律（平成十年六月三日法律第九十二号）は、その第二条において、措置を講じる対象となる「中心市街地」について、以下のように定義している。

第二条　この法律による措置は、都市の中心の市街地であって、次に掲げる要件に該当するもの（以下「中心市街地」という。）について講じられるものとする。

一　当該市街地に、相当数の小売商業者が集積し、及び都市機能が相当程度集積しており、その存在している市町村の中心としての役割を果たしている市街地であること。

二　当該市街地の土地利用及び商業活動の状況等からみて、機能的な都市活動の確保又は経済活力の維持に支障を生じ、又は生ずるおそれがあると認められる市街地であること。

三　当該市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進することが、当該市街地の存在する市町村及びその周辺の地域の発展にとって有効かつ適切であると認められること。

第二条第一号の要件に基づけば、中心市街地とは、「相当程度の小売商業者及び都市機能が集積しており、その存在している市町村の中心としての役割を果たしている市街地」ということになろう。そして、その中心市街地を活性化する必要があるということはすなわち、第二号の要件に

示される「当該市街地の土地利用及び商業活動の状況等からみて、機能的な都市活動の確保又は経済活力の維持に支障を生じ、又は生ずるおそれがある」状況にあることに他ならない。

それでは、なぜ「機能的な都市活動の確保又は経済活力の維持に支障を生じ」るような状態になってしまったのだろうか。その主な要因は、無計画な都市開発によるスプロール化とモータリゼーションの進展にあると言われる[3]。伝統的に、中心市街地に小売業者や都市機能が集積していたが故に、当該地域における地価の高騰と建造物の密集・狭隘化、生活環境の悪化という状態が生じていた。その結果、郊外に住宅地が開発され、中心部が空洞化するというドーナツ化現象、更には、無秩序な宅地開発によるスプロール化現象が生じた。それと並行して自動車が普及し、モータリゼーション化が進んだことから、居住環境の中心は急速に郊外へとシフトしていくこととなった。モータリゼーション社会において、ひとたび住民が郊外に居住するようになれば、公共交通機関の利便性がよほど高くない限り、必然的に移動手段の中心は車へとシフトする。その結果、道が混雑しがちで駐車スペースも少ない中心市街地は、ますます商業集積地としての地位を低下させていくこととなった。

この傾向に拍車をかけたのが、大規模店舗の郊外への進出である。1990 年代の日米構造協議において、それまで日本が厳しく規制していた大規模小売店舗の出店について、アメリカ側から「自由な小売業の活動を規制している」との批判を受けた。その結果、2000 年に大規模な小売店舗を規制する「大規模小売店舗法（大店法)」が廃止され、代替法として制定された「大規模小売店舗立地法（大店立地法)」では、大規模店舗の出店規制が大幅に緩和されることとなったのである。この規制緩和を受けて、郊外に立地する大規模店舗が急増し、それらの店舗が、郊外に居住し車を移動手段とする購買層を取り込んでしまうことで、中心市街地の衰退はより一層鮮明となることとなった。

我が国におけるまちづくりについては、それを形づける法律として、「都市計画法」、先述の「大店立地法」、そして「中心市街地の活性化に関する法律（中心市街地活性化法)」の、いわゆる「まちづくり三法」が制定されている。先述のとおり、地域の中小店舗を保護することを目的としていた大店法は、日米構造協議を受けて 2000 年に廃止された。その後、地域の実情に合ったまちづくりを行うため、関連法を一体的に推進することを目的として制定（都市計画法は改正）されたのが、「まちづくり三法」である。

制定当初のまちづくり三法（旧まちづくり三法）では、都市計画法については、従来法律や政令で規定されていた特別用途地区の設定について、自治体が条例に基づいて定めることができる体制が整備された。また、中心市街地活性化法については、中心市街地振興に向けた中心市街地活性化基本計画を各市町村が作成し、それを国が認定する体勢が整えられるとともに、同計画を推進するための機関として、タウンマネジメント組織（TMO）が全国に設置され、中心市街地の活性化に向けて総合的に取り組むこととされた。この両者により、市街地の再開発等の整備・改善と、その活性化とを自治体独自で体系的に推進することができる体制が整備されたこととなる。一方で、大店法にかわって制定された大店立地法については、従来厳しく規制されていた大規模店舗の出店に係る要件について、売場面積等の規制を廃止し、渋滞・騒音・廃棄物等の社会的影響を未然に防ぐための指針を示すにとどまった。その結果、広大な売場面積と駐車場を備えた郊外型の大型店舗が急増したことにより、既存の中小小売店舗の経営は大きな影響を受けることと

なったのである。このように、旧まちづくり三法は、関連法を一体的に推進するとは言い条、「一方で大規模小売店舗の郊外出店規制を撤廃し、他方で中心市街地を活性化させることを意図しており[4]」、矛盾を内包したものであった。そのため、制定から 7 年経っても、目に見える効果は少なく、中心市街地の状況は改善を見せなかったとされる[5]。そのような状況を受けて見直しが行われた結果、2006 年、都市計画法と中心市街地活性化法が改正される形で、新まちづくり三法が成立することとなった。

改正された新都市計画法では、これまで大規模商業施設の立地が可能だった第二種住居地域、準住居地域、工業地域といった商業系以外の地域について制限を加えること、市街化調整区域等については出店を原則禁止とすることなど、規制の強化が図られた。また、中心市街地活性化法においては、これまでの中心市街地活性化への取組が中小小売業者優遇策であると捉えられがちだった点を踏まえ、自治体・住民・事業者の連携の重要性を強調するものとなった。更に、中心市街地活性化基本計画の認定は、内閣に設置され首相を本部長とする「中心市街地活性化本部」に移管され、「選択と集中」の仕組みに基づき、実現可能性の高い計画をより積極的に支援していこうとするものとなった。また、TMO の制度を見直し、中心市街地ごとに商工会議所・商工会・まちづくり会社等と中心市街地整備推進機構等が共同で組織する「中心市街地活性化協議会」を設置することとされた。

以上が、我が国におけるまちづくりの基本法としての「まちづくり三法」の概要である。本稿が取り扱う八代市の中心市街地についても、ここで述べた中心市街地活性化法に基づく基本計画が策定され、その計画に沿った様々な活性化の取組が行われてきたところである。

それでは、果たしてどのような地域で何件ほど、中心市街地活性化基本計画が策定され、推進されているのだろうか。それを調べたのが次のページの表である。この表は、2012 年 3 月現在における、各都道府県の市の数と、中心市街地活性化基本計画が策定されている市の数をピックアップし、比較したものである[6]。中央の列左側は、各都道府県における市町村のうち、市の数（A）であり、その右側の列は、それらの市のうち、中心市街地活性化基本計画が策定されている市の数（B）である。また、最も右の列は、基本計画が策定されている市の割合（B/A）を求めた。列の数字のうち、網掛けがかかっているのが、全国平均（13.6%）よりも高い割合の都道府県であり、濃い網掛けについては、特に策定割合が高い（全国平均の 2 倍以上）それである。

この表によれば、全国の都道府県にある市の数は 787、うち 107 の市において中心市街地活性化基本計画が策定されており、その割合は 13.6%となる。この全国平均を上回る自治体が多い（網掛けが多い）のは、北海道（1/1）、東北（5/6）、中部（6/9）、九州・沖縄（6/8）の各地方であり、一方、この割合を下回るのは、関東（1/7）、近畿（3/7）、中国（2/5）、四国（1/4）の各地方となる。基本計画を策定している自治体が東北、九州に集中していることからも、都市部であり人口の多い首都圏・近畿圏から離れるほど、地域の疲弊も進んでいる現状が窺えよう。

なお、中心市街地活性化基本計画の策定は、内閣府へ提出する申請書類の作成や、中心市街地活性化協議会の設置も含めて、それなりにハードルは高い。従って、基本計画を策定している市の数は、裏を返せば、ある程度の事務処理能力が確保できるだけの規模を持ちながら、中心市街地の衰退の顕在化に苦しんでいる市の数であるとも言える。中心市街地に課題を抱えながらも、マンパワーに余力がなく基本計画の策定に至らない中小規模の市の数は更に多いであろうことは

容易に推察できよう。極言すれば、我が国においては、既に大半の自治体において中心市街地が存亡の危機に瀕している、と言ってもよいのではないだろうか。

都道府県における中心市街地活性化基本計画策定数（H24.3 現在）

No.	都道府県	自治体における市の数	計画認定された市の数	%
1	北海道	35	9	25.7%
2	青森県	10	5	50.0%
3	岩手県	13	3	23.1%
4	宮城県	13	1	7.7%
5	秋田県	13	2	15.4%
6	山形県	13	3	23.1%
7	福島県	13	2	15.4%
8	茨城県	32	1	3.1%
9	栃木県	14	2	14.3%
10	群馬県	12	1	8.3%
11	埼玉県	39	1	2.6%
12	千葉県	36	2	5.6%
13	東京都	26	0	0.0%
14	神奈川県	19	0	0.0%
15	新潟県	20	3	15.0%
16	富山県	10	2	20.0%
17	石川県	11	1	9.1%
18	福井県	9	4	44.4%
19	山梨県	13	1	7.7%
20	長野県	19	4	21.1%
21	岐阜県	21	3	14.3%
22	静岡県	23	5	21.7%
23	愛知県	38	4	10.5%
24	三重県	14	1	7.1%
25	滋賀県	13	3	23.1%
26	京都府	15	1	6.7%
27	大阪府	33	1	3.0%
28	兵庫県	29	8	27.6%
29	奈良県	12	1	8.3%
30	和歌山県	9	2	22.2%
31	鳥取県	4	2	50.0%
32	島根県	8	1	12.5%
33	岡山県	15	2	13.3%
34	広島県	14	1	7.1%
35	山口県	13	2	15.4%
36	徳島県	8	0	0.0%
37	香川県	8	1	12.5%
38	愛媛県	11	2	18.2%
39	高知県	11	1	9.1%
40	福岡県	28	4	14.3%
41	佐賀県	10	2	20.0%
42	長崎県	13	2	15.4%
43	熊本県	14	3	21.4%
44	大分県	14	4	28.6%
45	宮崎県	9	2	22.2%
46	鹿児島県	19	1	5.3%
47	沖縄県	11	1	9.1%
計		787	107	13.6%

（２）八代中心市街地の現状

八代市は、熊本市の南約４０キロメートルに位置し、熊本県下第二位の規模を持つ、県南の拠点都市である。2005 年（H17）8 月 1 日、旧八代市と旧八代郡の 7 町村のうち 5 町村の 1 市 2 町 3 村が広域合併し、東西 50ｋｍ、南北 25ｋｍ、約 680 平方ｋｍの広大な面積を有する自治体となった。就業人口別に見た産業構成（H17 国調）は、第 1 次産業が 14.5%、第 2 次産業が 24.7%、第 3 次産業が 60.2%となっている。特に第 1 次産業では、国内の生産シェアの大半を占めるイグサをはじめ、トマト、晩白柚は日本一の生産量を誇る。また、県南における交通の要所でもあり、熊本から鹿児島へと続く国道 3 号線、人吉へ向かう国道 219 号線のほか、九州自動車道、南九州西回り自動車道などの道路がそれぞれ八代市中心部を通っている。更に、鉄道では、全線開業した九州新幹線をはじめ、鹿児島本線、肥薩線、肥薩おれんじ鉄道が、海路では、重要港湾指定を受ける八代港が位置するなど、様々な交通の便がバランス良く発達している。そのため、第 2 次産業においても、日本製紙、興人、メルシャン、ＹＫＫ、ヤマハ熊本プロダクツ等、様々な企業の工場が立地している。

同市の中心市街地は、八代城址の南側の徒歩圏内に位置する。1622 年に八代城が築城されて以来、城下町として栄えてきた市街地であり、現在も、市役所や総合病院、公共施設、福祉施設、そして商店街といった重要な都市機能が多数集積している。そのため、この中心市街地をどのように活性化していくかが、同市における行政・民間共通の大きな課題となっているのである。

今回、プロジェクトの調査対象とした八代市の中心市街地商店街（本町商店街）は、東西約 700ｍに渡る商店街であり、その中に約 150 の商店が立地し、本町 1 丁目、本町 2 丁目、本町 3 丁目という商店街振興組合が存在している。半分以上が庇に覆われたいわゆるアーケードとなっており、全体を総称して「本町アーケード」とも呼ばれる。

（図中の網掛けの部分が、アーケードのおおよその位置を現す。）

八代中心市街地の商店街は、イグサの景気が良好だった時代、周辺地域からの集客により大きな賑わいを見せたていた。しかし、その後、輸入イグサに押されて八代のイグサ景気は低迷、顧客の購買力やその絶対数は大きく落ち込む。その傾向に拍車をかけたのが、2004 年と 2005 年に相次いで出店された二つの郊外型大規模店舗である。八代市においても、熊本県の他の自治体の例に漏れず、通勤や買い物の際、利便性の高い自家用車が利用されることが多い。そのため、無料の広大な駐車場、大量かつ豊富な品揃えの店舗など、車社会における郊外型大規模店舗の持つメリットには、どうしても一歩譲ることとならざるを得ないのが現状である。このため、市や商工会議所は、郊外型店舗と中心市街地との共存共栄の道を探るべく、これらの経営会社と覚書をかわし、シャトルバスを運行することで買い物客の回遊を促すよう働きかけるなど、様々な取組を行っているところである。

八代市では、2000 年代以前の旧まちづくり三法の時代から中心市街地活性化に係る検討を進め、2000 年 3 月には、都市基盤整備、商業の活性化、居住環境の改善、公共施設の整備等を総合的かつ体系的に推進していくことを目的として「八代市中心市街地活性化基本計画」（旧計画）を策定し、同計画の改正までの 6 年間で 100 億円以上の公共投資を行うなど、積極的に中心市街地活性化の取組を行った。これらの取組の結果、中心部の居住人口の増加や、交流人口の増加など、中心市街地活性化に向けた一定の成果が見られたのは事実である。一方で、同計画が進行する期間中に郊外型大型店舗が相次いで開店したこともあり、歩行者・自転車通行量の減少や、空き店舗率の増加などの、市街地の衰退に歯止めがかからない現状を示す負の指標も見られ、抜本的な対策には至らなかった。

同市では、2006 年のまちづくり 3 法の改正を見据え、2006 年 4 月から新たな中心市街地活性化基本計画の策定を目指し庁内プロジェクトを設置、翌 2007 年 5 月に「八代市中心市街地活性化基本計画」（新計画）を策定した。2012 年 3 月までの 5 年間をその対象期間とする新計画では、「中心市街地の賑わいを取り戻す」、「街なか居住の促進」、「中心商店街の活性化」の三点が目標に掲げられた。同計画に従い、八代市や中心市街地活性化協議会、本町商店街各振興組合などを事業主体として、アーケード近隣の住居整備、循環型バスの運行、近隣における公園整備、商業施設とスポーツ・子育て施設が一体となった大規模施設やイベント広場の設置等、中心市街地活性化のための様々な取組が矢継ぎ早に実施された。同計画の満了期限となる 2012 年 3 月において、事業進捗率は 100%を達成しており、これにより、現在でも一日 3000 人近い集客がある商業施設や、様々なイベントにおいて積極的に利用されているイベント広場が誕生したところである。また、ソフト面においても、例年開催されている「城下町やつしろのお雛祭り」、九州新幹線の全線開業とあわせて企画・開催された「IXPO8246」（イグスポやつしろ）、「八代まちなか 100 円商店街　百貨繚乱」や、定常的に実施されている「一店一席一茶」など、多様な取組が行われている。

同計画は 2012 年 3 月で満了したため、今後ハード事業は一段落し、ソフト事業を中心に持続的な取組が行われることとなる。新たなハード整備による投資が伴わない分、商店街自身がどれだけアイデアを出せるか、どれだけおもてなしの心を持つことができるか、そして、それをどのように来訪者の心に伝えることができるかが問われることとなる。その意味では、八代の中心市街地にとっては、まさに今が本当のスタートであると言ってよい。今後、中心市街地活性化を進めるに当たっては、まずは商店街が自らの立ち位置を知り、「どのような商店街でありたいか」を見

つめ直し、明確な将来ビジョンを描くことが重要となる。そうすることによって初めて、行政が主導してきた従来の市街地活性化から、地域が主導する本来の市街地活性化へと、活動を充実発展させていくことが可能となるのである。

４．調査結果の概要

本プロジェクトにおける調査は、アーケードにおけるヒアリング調査と、中高生に対する大規模アンケート調査の二つの方法により行われた。本章では、調査結果の概要について述べ、結果の考察については次章で行う。

（1）ヒアリング調査

ヒアリング調査については、八代中心市街地の現状の確認を主目的とし、学生により商店主や通行人に対する意識調査を行った。その主な回答結果を以下に記す。なお、記述に当たっては、大意の要約や類似の回答の集約を行っている。

【実施日時等】

- 日時：2011 年 9 月 3 日及び 9 月 19 日
- 場所：八代中心市街地アーケード内
- 手法：インタビュー

① 店主ヒアリング

【中心市街地の課題】

- 大型ショッピングセンターに客が流れている。
- 中心市街地は平日の方が人通りが多い。日曜日は、休みの店が多いので静か。
- イベントがあるときは中心市街地に人が来るが、普段若い人が来ない。
- 店がどんどん減っている。人通りが少なく、シャッター街になっている。
- 高齢者にとっても不便なところになっている。
- 店の跡継ぎがいない
- 喫茶店・ファストフードなどの情報発信の場があまりない
- 若い人が来る店がない。食べ物屋も若者が食べに来るようなところが少ない。

【上記の課題の解決に向けた提言】

- シャッターを閉めた店舗が暗く見えるので、まずはシャッターを開けるべき。
- 車をアーケード内に進入できるようにし、車を止めて気軽に買い物ができるようにしてはどうか。
- 中高生の親世代が来る店が増えれば、若者も集まるようになる。
- お年寄り、専業主婦が多い地域なので、朝市を開けば人は集まる。

- １００円商店街とかたまりんばの映画鑑賞などは良い取り組み。
- 商店街と高校との連携が必要。高校生を主体としたパフォーマンス、ファッションショーをしたり、服を売ったりしては。
- 商店街全体で、若い人たちの提案、考え方を受け止めるべき。

②通行人ヒアリング（中学生・高校生）

- 商店街は通学時に通るだけ。
- 普段は大型ショッピングセンターで遊ぶ。
- アーケードで買い物をするという概念がない。中心市街地に買い物などの期待はしていない。
- 可愛い服、アイス、ファストフードなどがあったら良いのでは。

ヒアリング調査の回答内容からは、商店主の中心市街地の現状に対する強い危機感が見て取れる。中でも、店舗の減少、シャッター商店の増加、若者向けの店の少なさなどに対する危機感が強い。また、解決策としては、イベントの開催などの意見が多く見られた。これは、土曜市などのイベント時における中心市街地への集客･盛り上がりを念頭に置いたものと思われる。一方で、シャッターを開けたり車を通行できるようにしたりするなどの日常的取組や、旧来型の商店街に対する意識改革の必要性の訴えなども散見された。他方、中高生の通行人に対するヒアリングの結果からは、中高生が中心市街地に対して持つイメージの希薄さが浮き彫りになった。回答を見る限り、回答した中高生たちは、商店街をほとんど「商店」とは見ていないことが窺える。本プロジェクトは、八代中心市街地側の「若い世代をアーケードで見ることがなくなってしまった」という問題意識から始まっているが、そもそも当の中高生たちが、アーケードに対して何らのイメージを持っていないのであれば、そこを訪れる必要性も感じられず、必然的に姿を見かけることはなくなるであろう。

ヒアリング調査において、中心市街地の抱える課題の数々が明らかになったが、この結果のみで、中心市街地と中高生全体との関係性を論じるのは困難である。中高生にとって魅力あるアーケードとはどのようなものか、という本プロジェクトの研究テーマを考察するに当たっては、実際に中心市街地周辺に生活し、あるいは通学で中心市街地を通る生徒たちがどのような行動パターンを持ち、中心市街地に対してどのような印象を持つか、その把握が欠かせない。そこで、八代中心市街地周辺の 10 の中学校･高校に協力を依頼し、大規模な中高生アンケート調査を実施することとした。

（2）中高生アンケート調査

①アンケート調査の概要

中高生アンケート調査については、八代中心市街地の周辺の中高生と商店街との関係性の把握を主目的に、中学校・高校 10 校に協力を依頼して実施した。

【実施日時等】

- 日時：2011 年 10 月下旬～11 月上旬
- 場所：八代中心市街地アーケード内
- 手法：集合・クラス法によるアンケート調査
- 対象：八代中心市街地周辺の中学校・高校 10 校の生徒

（中学校）県立八代中学校、八代市立第一、第二、第三、第四中学校

（高　校）県立八代高校、八代南高校、八代東高校、八代工業高校、秀岳館高校

【アンケート配布】

- アンケート配布数については、高校、中学とも、対象全校の合計生徒数に対して標本誤差 5%、信頼度 95%、回収率 70%を想定してサンプル数を設定し、各学校の生徒数の割合に応じてクラス単位で依頼した。
- 中学校では、生徒数合計 2,281 名に対し、サンプル数を 470 に設定。一クラス 40 名平均と想定し、県立八代 2 クラス、第一 4 クラス、第二 2 クラス、第三 2 クラス、第四 2 クラスの合計 12 クラス分 480 通を配布。
- 高校では、生徒数合計 3,744 名に対し、サンプル数を 498 通に設定。一クラス 40 名平均と想定し、八代高 3 クラス、八代南 2 クラス、八代東 2 クラス、八代工業 3 クラス、秀岳館 3 クラスの合計 14 クラス分 520 通を配布。
- 調査対象学年、クラス等については、各学年の行事・多忙さ等を勘案し、全て各学校の選定に委ねた。

【回収率等】

- 全回収数：951 通（回収率 95.1%）
- うち中学校：410 通（同 85.4%）
- うち高校：541 通（同 104.0%）[7]

②アンケート調査の結果

本アンケート調査は、合計 1,000 通の調査票配布という大規模なものとなったが、各学校にアンケート用紙の配布・回収を依頼した結果、回収数は 951 通と極めて高い数値となった。これについては、調査にご協力いただいた各クラスの担任の先生方のご尽力の賜物と言える。回収数が示す信頼度から見て、このアンケート結果は、ほぼ正確に八代中心市街地周辺の中高生の意識や行動パターンを現していると考えて良い。今後、中心市街地において中高生との連携を図るに当たっては、これらの数値と傾向を念頭に置いた取組を行うことに十分留意する必要があろう。

調査結果からは、様々な興味深い示唆が得られたが、紙面の都合上、ここでは各設問の項目と選択肢のみ記載する。調査結果のうち、中心市街地と中高生との関係を考えるうえで重要となる点については、次章でグラフを示して述べる。各設問の回答結果のグラフについては、質問票とあわせて以下の URL にて公開しているので､興味のある方はそちらからダウンロードしていただきたい。

「**2011**　八代市中心市街地活性化プロジェクト」

http://www.pu-kumamoto.ac.jp/~sawada-m/r2011yatsushiro.html

【八代市中心市街地活性化に関するアンケート】

問１　あなたの性別を教えてください。
①男　②女

問２　あなたの学年を教えてください。
①中１　②中２　③中３
④高１　⑤高２　⑥高３

問３　あなたのお住まいと八代アーケードの位置関係を教えてください。
①八代アーケードの近くに住んでいる（徒歩圏内）
②八代アーケードを通学等でよく通る
③八代アーケードの近くに住んでいないし、通学等でも通らない

問４　普段、通学等で利用している交通手段を教えてください。
①自転車　②バス　③列車（ＪＲ等）　④徒歩　⑤その他

問５　最近興味や熱中していることはありますか。最も当てはまるものを一つ選んでください。
①テレビ　②音楽　③ファッション　④スポーツ
⑤読書　⑥ゲーム　⑦バイト　⑧パソコン・インターネット
⑨特になし　⑩その他

問６　あなたの月々のお小遣いはいくらですか？
①1000 円以下　②1000～5000 円　③5000～10000 円
④10000 円以上　⑤必要な時に必要なだけもらう　⑥なし（問 9 へ）

問７　月々のお小遣いを何に使用しますか？　最も多いものから 3 つまで選んでください。
①服装・靴　②雑貨　③食事・軽食　④スイーツ
⑤本・雑誌　⑥参考書・問題集　⑦音楽 CD 等　⑧映画・ライブ等
⑨携帯・インターネット　⑩その他

問８　お小遣いを使うとき、１回の平均的な使用額はいくらですか？
①1000 円以下　②1000～5000 円　③5000～10000 円　④10000 円以上

問９　あなたは何時頃学校から自宅に帰りますか。最も当てはまるものを選んでください。
①16 時前　②16 時～18 時　③18 時～20 時
④20 時～22 時　⑤それ以降

問 10　あなたの放課後の過ごし方（寄り道する場所）について、最も当てはまるものを選んでください。

①クラブ活動　②塾　③友人の家　④八代アーケードの飲食店
⑤八代アーケードの飲食店以外のお店　⑥バイト　⑦ゆめタウン・イオン
⑧まっすぐ家に帰る　⑨その他

問 11　クラブ活動のない休日、普段あなたはどこですごしますか。最も当てはまるものを選んでください。

①自宅　②自宅周辺（近所）　③友人の家
④八代アーケード周辺　⑤ゆめタウン・イオン　⑥八代市内の他の娯楽施設
⑦八代市以外の場所　⑧その他

問 12　あなたが八代アーケードを訪問する（通る）度合いを教えてください。

①ほぼ毎日　②週に 1～2 回　③1 月に 1～2 回　④2 月に 1 回程度
⑤半年に 1 回程度　⑥1 年に 1 回程度　⑦行ったことがない（問 15 へ）

問 13　現在、八代アーケードを訪れる目的は何ですか。最も当てはまるものを選んでください。

①通学のために通る　②平日に、飲食店に立ち寄る
③平日に、飲食店以外の店に立ち寄る　④休日に、飲食店に立ち寄る
⑤休日に、飲食店以外の店に立ち寄る

問 14　あなたが八代アーケードを訪問した際、どのくらい滞在しますか。最も当てはまるものを選んでください。

①30 分未満　②30 分から 1 時間　③1 時間から 2 時間
④2 時間から 3 時間　⑤3 時間から 4 時間　⑥4 時間以上

問 15　あなたが八代アーケードに対して抱いているイメージに最も近いものを、以下の中から 3 つまで選んでください。

①力溢れる市街地　②活気ある市街地
③温かみがある市街地　④古き良き市街地
⑤イベントや催しものが活発に開催されている市街地
⑥存在感がなくなっている市街地　⑦楽しみに欠ける市街地
⑧若い人が少なく、高齢者が多い市街地　⑨活気を失っている市街地
⑩ニーズに応えられていない市街地　⑪その他

問 16　何があったら、八代アーケードに行きたいですか。当てはまるものを 3 つまで選んでください。

①ファストフード　②スイーツの店　③若者向けのブランドを扱った服屋
④若者向けの雑貨屋　⑤コンビニ　⑥携帯ショップ
⑦ゲームセンター　⑧本屋・古本屋　⑨中高生が自由に使える交流スペース
⑩その他

問 17　八代アーケードで開催されている様々なイベントを知っていますか。

①知っていて、実際に行ったことがある（土曜市、ハロウィン、IXPO8246 等）
②知っていて、行ってみたいと思っているが、行ったことはない
③知っているが、行ってみたいと思わない
④知らない

問 18　あなたが熊本市のアーケード商店街（上通り・下通り等）を訪問する度合いを教えてください。

①ほぼ毎日　②週に 1～2 回　③1 月に 1～2 回　④2 月に 1 回程度
⑤半年に 1 回程度　⑥1 年に 1 回程度　⑦ほとんど行かない

問 19　あなたが八代市内の大型ショッピングセンター（ゆめタウン・イオン）を利用する度合いを教えてください。

①ほぼ毎日　②週に 1～2 回　③1 月に 1～2 回　④2 月に 1 回程度
⑤半年に 1 回程度　⑥1 年に 1 回程度　⑦ほとんど行かない

問 20　私たちの研究グループでは、八代アーケードに漫画コーナーとフリー学習スペースを一体にした施設を設けることを提案しており、試行的に運営してみることを計画しています。もしもこのような施設がある場合、あなたは行ってみたいと思いますか。

①是非行ってみたい　②どちらかと言えば行ってみたい
③どちらかと言えば行きたくない　④行きたいと思わない　⑤分からない

問 21　八代アーケードで良く立ち寄る店があれば、具体的に記入してください。

問 22　八代アーケードが中高生にとって魅力的な場所となるためにはどうすれば良いと思いますか。改善のための提言をお願いします（ご意見のある方のみ）

５．調査結果の考察

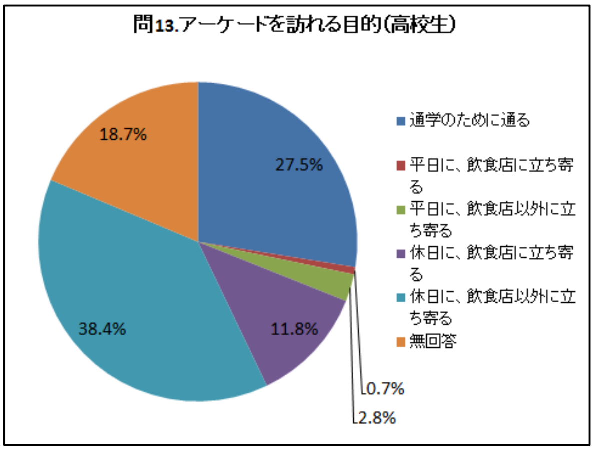
中高生アンケート調査からは、中高生の行動パターンと中心市街地との関連について、様々な興味深い事実が判明した。本章において、中心市街地の活性化にとって特に重要と思われる 5 つのデータを示す。その 5 つとは、中高生に関する「アーケードの通行の有無」、「帰宅時間」、「アーケードの滞在時間」、「イベントの認知度」、そして「アーケードのイメージ」である。そして、それらを個別に検討したうえで、そこから導かれる含意について考察したい。

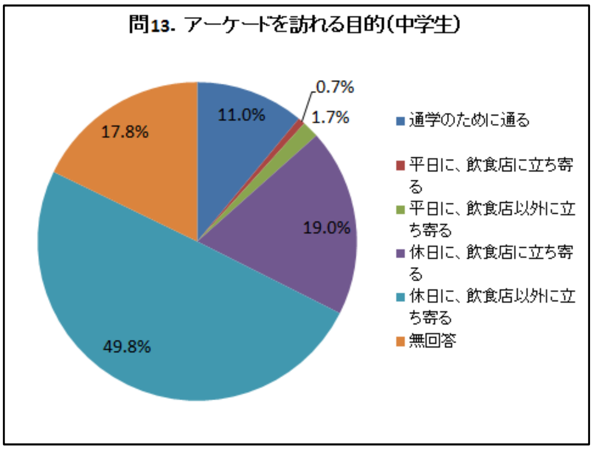
（1）中高生はアーケードからいなくなったのか

改めて、本プロジェクトの当初の問題意識を振り返ろう。本プロジェクトは、「中学生・高校生などの若い世代をアーケードで見ることがなくなり、地域に元気がなくなってしまった」という問題意識から、「中高生に魅力あるアーケードづくり」とは何かを探るために始まったものである。しかし、本当に中高生はアーケードからいなくなってしまったのだろうか。

今回のアンケートでは、問 13 において「アーケードを訪れる目的」を尋ねている。以下が、その結果である。

問 13　アーケードを訪れる目的



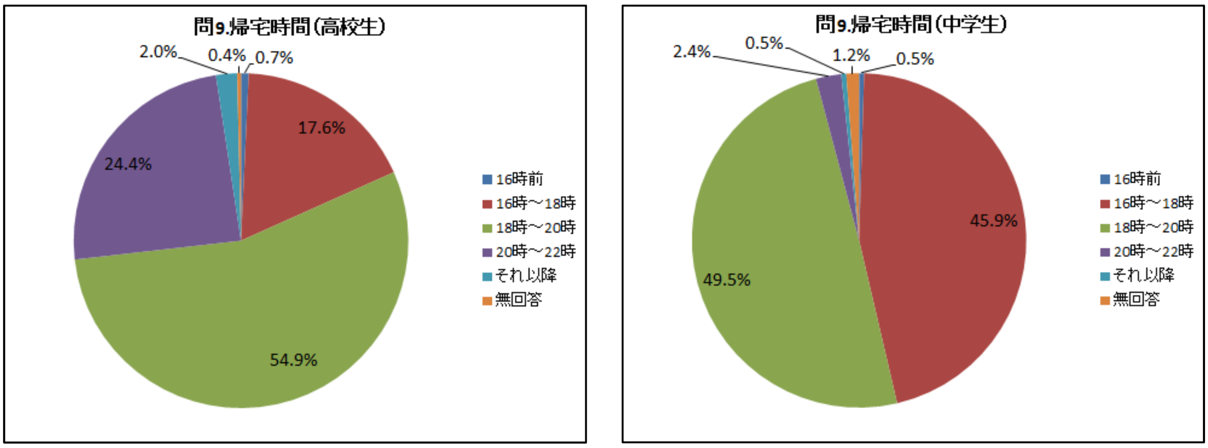


この回答結果のうち、「通学のために通る」と回答している数に着目すると、高校生では全体の 27.5％が、中学生でも 11％が、通学でアーケードを通ると回答している。この割合を対象校の生徒総数（高校生 3,744 名・中学生 2,281 名）に当てはめると、高校生で 1,029 名、中学生でも 251 名が、通学のためにアーケードを通っているという統計的含意が得られる。従って、中心市街地の商店主側の「中高生の姿がアーケードから消えてしまった」という概嘆とは裏腹に、毎日 1,000 人以上の生徒が通学のためにアーケード近辺を通っていることとなる。これは、本プロジェクトの当初の予想を大きく覆す意外な結果でもあった。

（２）中高生の帰宅時間の遅さ

前項のアンケートの結果から、毎日のように多数の中高生がアーケード近辺を通行しているということが分かった。しかしここで、何故に商店主側の認識において「中高生の姿がアーケードから消えてしまった」ことになるのだろうか、という疑問が生じる。無論、生徒たちの登校時間は店舗の開店前の時間帯であるため、登校途中の姿を見かけることはないとしても、少なくとも下校の際には商店主が中高生を見かけるはずではないだろうか。この疑問を解く鍵となるのが、生徒が帰宅する時間を調べた問 9 のデータである。

問 9　帰宅時間



上に示した帰宅時間のデータによれば、中学生・高校生ともに、半数以上が 18 時以降に帰宅することとなっている。特に注目したいのが、アーケードを通学のために通る人数の割合が多い高校生の帰宅時間である。高校生のうち 18 時～20 時の間に帰宅する数だけ見ても、54.9％と半数以上になる。更に、20 時～22 時に帰宅する生徒も 24.4％と全体の 4 分の 1 弱を占めており、これらを合算すれば、18 時以降に帰宅する高校生の割合は 80％以上となる。つまり、大半の高校生が夜間の遅い時間に帰宅しているのである[8]。

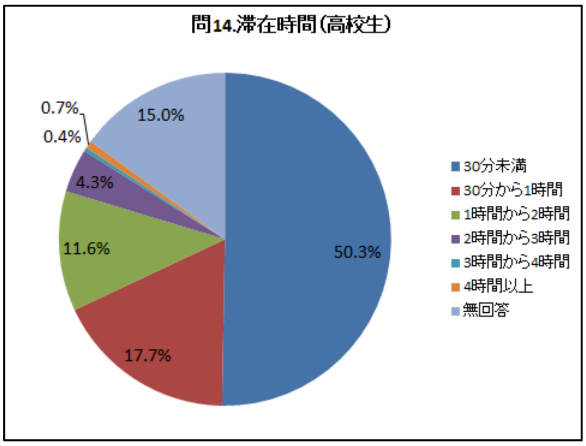
アーケードの店舗の閉店時間が概ね 19 時であることを考えれば、多くの生徒がアーケードを通行する時間帯には、既に店が閉まった後である可能性が高い。そのため、毎日 1,000 人の高校生がアーケード近辺を通行しながらも、商店主側はその姿を見かけることはなく、結果として「中高生の姿が消えてしまった」ということとなるのであろう。

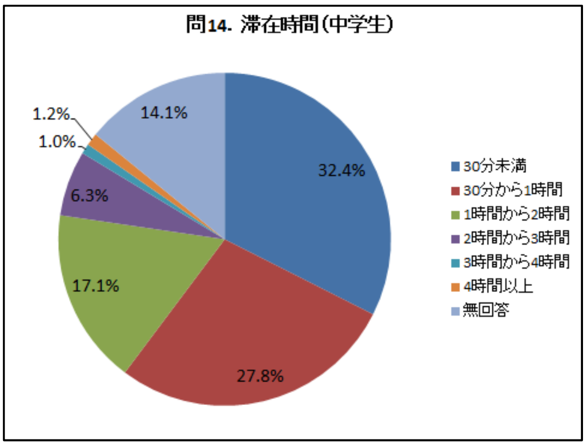
（３）どれだけアーケードに滞在するか

問 14 では、中高生にアーケードの滞在時間を尋ねている。一瞥して分かるとおり、中学生・高校生ともに滞在時間は 30 分未満という回答が最も多く、特に高校生では半数以上がそう回答している。この結果は、アーケードに来訪した多くの中高生が、そこに長時間滞在していないという

ことを示す。中でも高校生は滞在時間が短く、単なる通過点となってしまっている可能性が高い。一方で、中学生のデータに着目すると、確かに 30 分未満という回答が最も多くなってはいるものの、滞在時間 1 時間以内という回答も 3 割近くある。更に、それ以上の滞在時間も合計すれば、中学生の半数以上は一旦来訪すれば、比較的長時間アーケードに滞在していることとなる。このことは八代中心市街地にとっては心強い事実であろう。問題は、これらの中学生が高校に進学した後、アーケードを通過点と見なすようになってしまわないか、という点である。中心市街地に、中高生が「目的地」と見なすような場所をつくり、滞在時間を延ばすようにする方策の検討が急務である。

問 14　アーケードの滞在時間





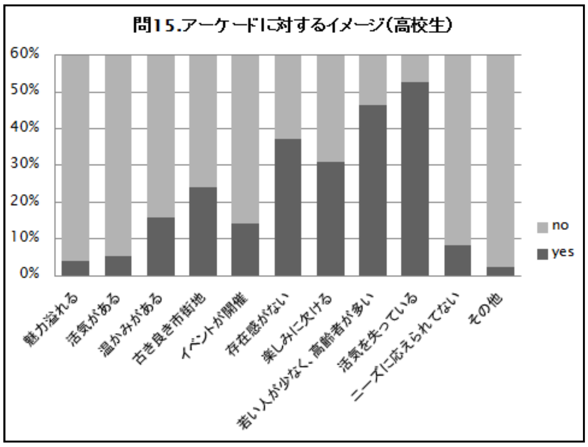
なお、本設問に回答しなかった生徒の数（無回答）も、高校生で 15%、中学生で 14%と、かなりの割合となっている。これら無回答の層は、「アーケードをそもそも訪れない」層である。実際、本設問に回答していない生徒の層は、アーケードを訪問する度合いを尋ねた問 12 に「行ったことがない」と回答している層や、アーケードを訪れる目的を尋ねた問 13 に回答していない層とほぼ整合する。これらの層に限ってみても、対象校の全生徒数に引き直せば 900 人近い人数となるため、このような「アーケードを訪れない」生徒たちに対して、八代中心市街地に目を向けてもらうための方策も重要となろう。

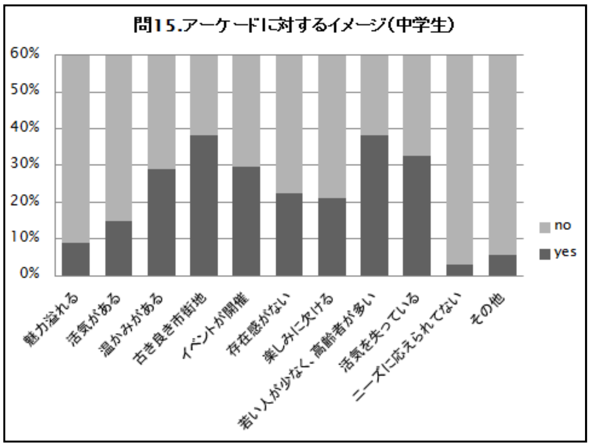
（4）アーケードに対するイメージ

問 15 では、アーケードに対して抱いているイメージを尋ねた。設問の回答項目には、「その他」以外に 10 個の選択肢を提示した（下に再掲）。これらの選択肢の設定に当たっては、比較的ポジティブな選択肢群（①～⑤）と、ネガティブな選択肢群（⑥～⑩）の二種類を提示することとし、中高生たちが八代中心市街地に対して正負どちらのイメージをより多く持つかについて把握することを試みた[9]。

問 15　八代アーケードに対して抱いているイメージ（3 つまで）

①力溢れる市街地　②活気ある市街地
③温かみがある市街地　④古き良き市街地
⑤イベントや催しものが活発に開催されている市街地
⑥存在感がなくなっている市街地　⑦楽しみに欠ける市街地
⑧若い人が少なく、高齢者が多い市街地　⑨活気を失っている市街地
⑩ニーズに応えられていない市街地　⑪その他





アンケート結果から分かるとおり、高校生が持つイメージは、前半のポジティブ選択肢群に比べ、明らかに後半のネガティブ選択肢群の割合が多くなっている。高校生が、八代アーケードに対して抱いているのは、どちらかと言えば負のイメージであると言えよう。ポジティブ選択肢群の中で最も高い割合で回答があった「古き良き市街地」でさえも、高校生のうち約 2 割が上位 3 つに入ると回答したに過ぎない。

中学生の回答結果は、高校生のそれと比して明らかに傾向が異なる。高校生でネガティブ選択肢群の回答割合が高かったのに比べ、中学生の場合、前半のポジティブ選択肢群にも山があり、ネガティブ選択肢群と拮抗する結果となっている。ポジティブ選択肢群の最上位「古き良き市街地」は、ネガティブ選択肢群の最上位「若い人が少なく、高齢者が多い市街地」と同程度の割合で選択されている。このことから、中学生にとっては、八代アーケードのイメージは、必ずしも悪くはないことが窺える。

中学生の時に抱いているこのような正のイメージは、何故高校生になった途端に負のイメージに転化してしまうのだろうか。この理由を探り、そのイメージ悪化を防ぐ手立てを講じることこそが、中高生に魅力あるアーケードづくりを考えるうえで欠かせないだろう。

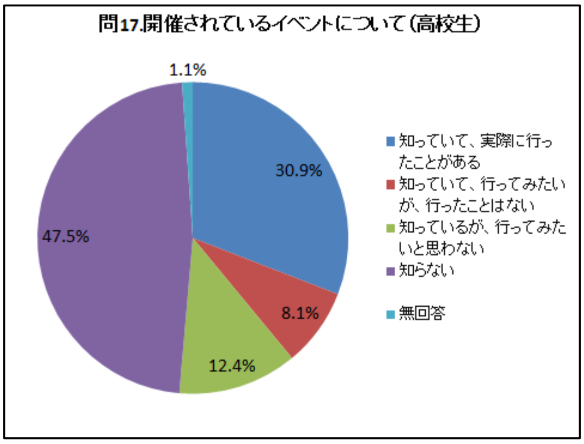
（5）イベントをどれだけ知っているか

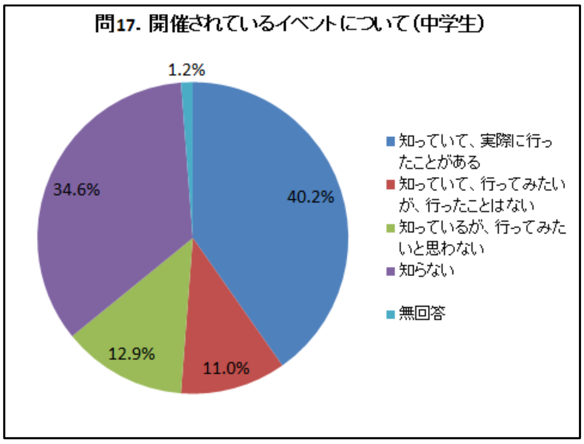
停滞していると言われ続けている地方都市の中心市街地にあって、八代市の中心市街地は、これまでただ手を拱いていたわけではない。むしろ、市の協力のもとで、様々なイベントの開催や施設の整備など、積極的に中心市街地振興策に取り組んできた優等事例の一つと言っても過言で

はない。このことは、若い世代を対象としたイベントにおいても、決して例外ではない。毎年 7 月から 8 月にかけての土曜日に開催され、既に 40 回以上の実施回数を誇る「本町アーケード土曜市」では、アーケード全体でイベントが開催され、通行が困難になるほどの賑わいを見せる。その中では、若年層向けの縁日や出し物も行われ、「八代に住んでいる子どもは必ず来る」と言われるほど、多数の若者がアーケードに詰めかける。また、2011 年 3 月の九州新幹線の全線開業とあわせて企画・開催された「IXPO8246」(イグスポやつしろ)では、高校生によるダンスチーム「IXILE(イグザイル)」が結成された。その活動は、メンバーのオーディション実施の段階から在熊メディアによって広く取り上げられたところである。

このように、八代中心市街地としては、若年層を対象としたイベントにおいても、決して手抜かりがあるわけではない。しかしながら、アーケードで開催されているイベントの認知度を尋ねた問 17 においては、中学生で 3 分の 1 程度、高校生に至っては半数近くが「開催されているイベントを知らない」と回答している。中学生に比べ通学範囲が広くなることを勘案しても、高校生の認知度はやや低いと言える。あるいは、イベントの開催自体は知っていたり、実際に参加していたりするにもかかわらず、それが八代アーケードそのもののイメージと結びつかず、結果としてイベントが中心市街地の認知の向上に寄与していないという可能性も考えられよう。

問 17　イベントの認知度





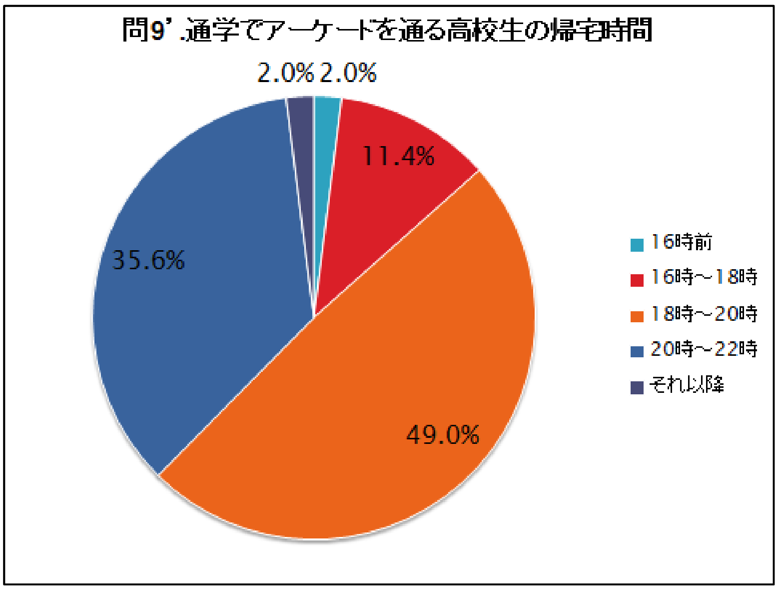
(6)アンケート結果に見られる含意

ここまでの考察で得られた結果を、一旦整理し、棚卸ししてみよう。(1)から(5)までの結果から、以下のことが分かる。

① 高校生の 3 割、中学生の 1 割が、通学のためにアーケード近辺を通行している。
② 中高生の半数以上が、午後 6 時以降に帰宅している。特に高校生は、帰宅時間が遅い。
③ 高校生は、アーケードの滞在時間が短く、通過点となってしまっている。
④ 中学生に比べ、高校生がアーケードに抱くイメージは、より悪くなっている。
⑤ 中学生で 3 分の 1、高校生では半数近くが、イベントを知らないと回答している。

繰り返しになるが、本プロジェクトは、「中学生・高校生などの若い世代をアーケードで見ることがなくなり、地域に元気がなくなってしまった」という問題意識から始まっている。しかしながら、①の結果からは、毎日 1,000 人以上の高校生が、アーケードを通行していることが分かる。このギャップについて、高校生の帰宅時間が遅いため、下校する高校生の姿が中心市街地の商店主の目に留まらないのではないか、との仮説を述べたところであるが、この仮説が成立するためには、「通学でアーケードを通る」と回答した高校生が実際に帰宅時間が遅いと言うことを確かめる必要がある。それを検証したのが、以下のグラフである。

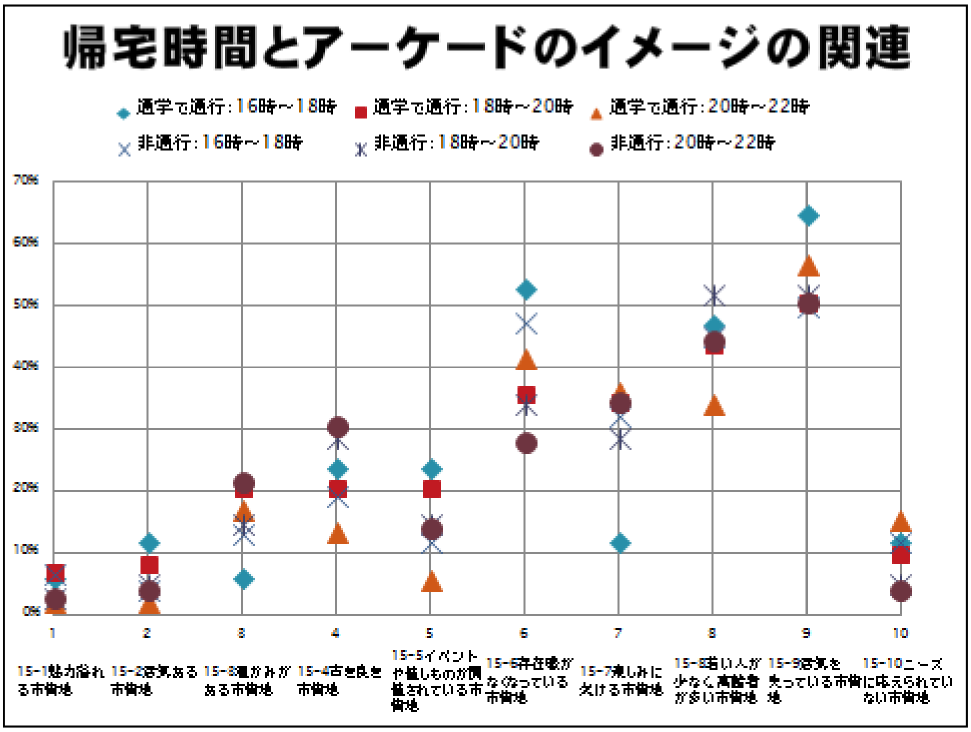
問 9’　アーケードを通行する高校生の帰宅時間



アーケードを通学すると回答した高校生 149 名のみを抽出し、そのグループの帰宅時間のデータを見ると、高校生全体では 18 時以降に帰宅する生徒の割合が 81.3%だったのに対し、アーケードを通学する高校生では 18 時以降の帰宅が 86.6%と、帰宅時間が遅い生徒の割合が 5 ポイント以上増加している。また、20 時という、明らかにアーケードの店舗が閉店した時間帯以降に帰宅する生徒の割合を見ると、高校平均が 26.4%であるのに比べ、アーケードを通学する生徒では 37.6%と、10 ポイント以上の増加となる。実に生徒の 3 分の 1 以上が 20 時以降に帰宅していることとなる。このような、アーケードを通過する高校生の帰宅時間の遅さ（上記②’）という事実を前提とすれば、毎日 1,000 人以上の高校生が通過する（①）にもかかわらず、「若い世代がアーケードから消えてしまった」という感覚となることもまた、宜からぬところであろう。どうやら、帰宅時間が遅いがために高校生の姿が商店主の目に留まらず、その結果、通行自体はあるにも関わらずそれが認識されていない、という仮説は、一定の根拠を持つようである。この根拠はまた、高校生にとってアーケードが通過点となっていること（③）の理由も説明する。八代アーケードにおける多くの店舗の閉店は午後 7 時から 8 時であり、それ以降も開いている店舗はほとんどが飲食店である。従って、帰宅途中の高校生が途中で足を止めることもないまま、素通りすることとなり、その結果、「アーケードは通過点」に固定されてしまうこととなるのである。

また、高校生はアーケードにマイナスイメージを抱いている（上記④）。そのため、中心市街地に興味を持とうとせず、本来多数開催されているはずの若年層向けのイベントについても、認知度が低くなっている（⑤）。

このことについて、アーケードを通過する高校生の帰宅時間の遅さ（上記②’）が、帰宅の際、既に閉店しシャッターが降りた商店街を通行することで、「八代アーケードは活気を失っている」という先入観を植え付け、それが高校生全体のアーケードのイメージを引き下げているのではないか、という可能性についても分析を行った。この仮説を検証するためには、通学のためにアーケードを通行する生徒群と、通行しない生徒群の各々について、帰宅時間とアーケードのイメージに何らかの相関が見られるかどうかについて考察する必要がある。そのデータをまとめた図を以下に示す。



この図は、通学でアーケードを通行する高校生と、通行しない高校生について、問 9 で 16 時から 18 時、18 時から 20 時、20 時から 22 時に帰宅すると回答した生徒のグループそれぞれについて、そのうち何パーセントの生徒が問 15 の①から⑩までの項目に回答したかをクロス集計したものである。これらのデータから、各グループごとにアーケードに対して抱くイメージの傾向があるか否かを検証したが、いずれのグループにも有意な特徴は見られなかった。どのグループも、①から⑤までのポジティブ回答群、⑥から⑩までのネガティブ回答群とも、回答割合はまちまちであり、一定の傾向は見られない。従って、「夜遅くにシャッターの降りたアーケードを通行するから、アーケードに対するイメージが悪くなる」とまでは、このデータでは言い切れない[10]。どうやら、帰宅時間が遅いこととアーケードのイメージには直接の関係はないようである。

一方で、この仮説が否定されたことは、中心市街地側にとっては必ずしも喜ばしいことではな

い。この仮説の否定はすなわち、アーケードを通過するかしないか、早く帰宅するか遅く帰宅するかを問わず、中心市街地周辺の高校生全体の傾向として、アーケードに対するイメージが良くない、ということを示すものだからである。アーケードに来る・来ないに関わらず良い印象を持っていないということは、実際の個々の商店が持つ様々な魅力を認知する機会も無いままに、アーケードに対する負のイメージだけが固定化されてしまうことにつながる。その結果として、アーケード側が中高生向けの様々なイベント等を実施しているにもかかわらず、その対象となる中高生自身が中心市街地に興味を持とうとしなくなってしまうのである。このような事態を招かないためにも、一刻も早く中心市街地のマイナスイメージを払拭し、その魅力と重要性について中高生の認識を新たにすることが、喫緊の課題と言えよう。

６．八代中心市街地活性化のために

これまで考察してきた内容を踏まえて、「中高生に魅力あるアーケードづくり」という視座から見た八代中心市街地の活性化に求められる取組について、若干の提言を行いたい。

八代市周辺の中高生、特に高校生は、毎日 1,000 名以上が通学のためにアーケードを通行している。しかし、平日夜の帰宅時間が遅い割合が多いため、結果的に商店主側に「若い世代をアーケードで見ることがなくなってしまった」という認識が生まれることとなっている。

この両者のギャップは、高校生が放課後に部活等をし、商店が 7 時前後に閉店する限り、解消することができない性質のものである。仮に、このギャップを解消するための策として、多くの商店の閉店時間を 21 時、あるいは 22 時まで延長したとしよう。高校生が、店舗を営業している中を帰宅し、アーケードに対するイメージが若干好転したとしても、そのために必要となる人件費・光熱水費を補填するだけの売り上げは当然に望めない。八代中心市街地のメイン顧客層は、明らかに中高生の親世代以上、中でも高齢者層が中心である。当該世代は平日昼間という既存店舗の主営業時間帯に来訪し、購買力もあるため、この層を顧客としてターゲッティングすることは当然であり、またそうしなければならない。購買力をほとんど持たない中高生に対し、イメージを良くするだけのために赤字覚悟の店舗運営を行うなどということは、健全な経営という観点からも避けたいところである。しかし、だからといって中高生に対するイメージ戦略について何の検討もしないままに放置することもまた、その世代が将来の親世代となっていくことを勘案すれば、良策とは言えない。それでは、中高生にアーケードに興味を持たせ、認知度を向上させるためにはどうしたらよいのだろうか。

八代中心市街地では、中高生との連携を深めることを目的に様々なイベントも行っていることは既に述べた。しかし、これらの単発のイベントがアーケードの認知度の向上に必ずしも結びついているとは言えないことは、データが示すとおりである。必要とされているのは、商店主側の過大な負担を避けつつ、ある程度継続的に中高生に訴求するような取組であろう。そのための方策として、「中高生が集まる店舗の設置」と、「定常的イベントによるイメージの向上」の 2 つの角度から、中高生に魅力あるアーケードづくりについて提言したい。

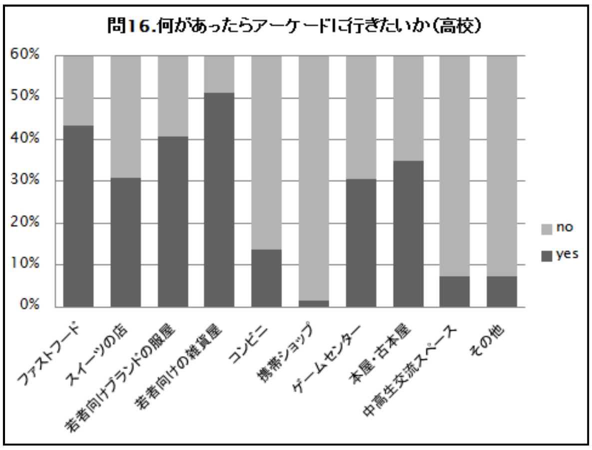
（1）中高生が集まる店舗の設置

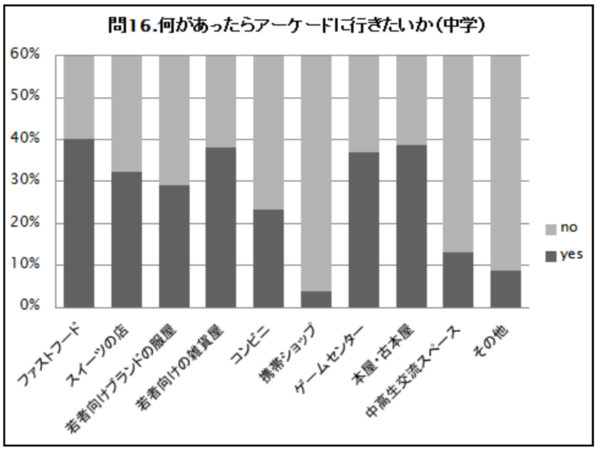
中高生に対して認知度を高めるための方策の一つは、中高生が集まる店舗をアーケード内に設置するというものである。この手段をとることによって、中高生の中心市街地の滞在時間を延ばし、認知度を高めると同時に、「若者が集まるまち」として商店主側にも活気を生み出すことが可能となる。

この方策においては、「既存企業の誘致」と「独自店舗の運営」の二種類のアプローチが考えられる。まず、既存企業の誘致については、中高生に人気が高い、もしくは中高生が集まる店舗を運営する企業に働きかけ、中心市街地アーケード内に出店してもらうというものである。

今回、中高生アンケートの問 16 において、どのような店舗があればアーケードに来たいかということについてもアンケートを行っている。以下にそのデータを示す。

問 16　アーケードに欲しい店舗





アンケート結果では、中学生・高校生ともに、ファストフード・スイーツ・若者向けブランド服・若者向け雑貨・ゲームセンター・本屋などが多くあげられた。しかし、これらの業種については、既存の店舗と競合する部分もあり、必ずしも誘致に馴染むとは言えない。また、スイーツ・服・雑貨など、多数の中高生から回答のあった項目で、既に同種の店舗がアーケード内に存在するものも多数あげられており、図らずも中高生のアーケードに対する興味の低さ、認知不足について別の側面から検証するような結果となったことも否めない。既存企業の誘致に当たっては、このような表面に現れるニーズだけに着目したアプローチでは、思ったような効果を上げられずに終わる可能性もあろう。

それでは、どのような企業が誘致対象として望ましいのだろうか。中高生が集まる店舗としてはむしろ、ある程度の規模を持つ学習塾のような、中高生を対象とした教育業種を対象に考える方が望ましいかもしれない。このような業種は、既存の店舗とのバッティングなしに進出可能であり、かつ多くの中高生を中心市街地へと誘導することが可能である。学習塾が立地することで、土日を含め定常的に中高生を誘引できるようになることにより、周辺店舗への好影響や巡回バス

の稼働率の向上なども期待できよう。また、中高生やその保護者をターゲットとした新たなサービスを行う企業の進出など、側面的な効果も期待できる。無論、送迎のための駐車場や駐輪スペースの確保など、様々な課題は存在すると思われるが、このような手法にも一考の余地があるのではないだろうか。

外部からの企業を誘致せず、既存の資源を用いて中高生を誘引することを考える場合は、採算ベースではなく「滞在時間の延長」を基本として考える必要がある。現在の問題は、アーケード内に中高生の居場所がなく、結果的に滞在時間が短くなり、やがては通過点となってしまうというところにある。従って、アーケード内に中高生がある程度の時間、安心して滞在できる場所を設置することが望ましい。若者に、そこを目的地として集まってもらうような「場」を設けるのである。このような場としては、中高生が座って本やマンガを読んだり、グループ学習をしたり、おしゃべりをすることができる交流スペースなどが考えられよう。前出のコミュニティ施設「たまりんば」はこれに近いが、店舗型で入口がある分、どうしても中高生が入るのに敷居が高くなってしまう。これを防ぐためにも、できるだけ店頭開放型の店舗構造とするとともに、アーケード内にもテーブルを出してのオープンカフェ形式をとることが望ましい。おしゃべりをする生徒はオープンカフェで、読書やグループ学習をする生徒は店舗内で、というようにスペースを分離すれば、互いに気兼ねなく利用することが可能となる。また、オープンカフェ形式とすることで、「アーケード内で若者の姿を見かける」ことにもつながり、商店街にも活気が生まれることにつながろう。また、施設の利用に当たってのゴミ捨てや片付け、争論の禁止などの利用ルールについては、むしろ厳格に適用した方が、アーケード側にとっても利用する中高生側にとっても安心できるものとなるだろう。

このような交流スペースを設置することにより、そこに集まる若者が軽食や飲み物を購入することで、周辺にも若干の経済的効果は生まれる可能性はある。しかし、その点は副次的なものと考え、あくまでも「居場所をつくり滞在時間を延ばす」ことを中心的な目的とする必要がある。居場所をつくることにより、中高生の中で八代中心市街地のプレゼンスが高まり、アーケードに来ることが日常行動の一つとなる。そのような環境で成長した若者は、大人になった後もアーケードに親近感を持ち、気軽に来訪するようになるだろう。

当該店舗を誰がどのように運営するか、最低限必要となってくる経費をどのように負担するか、その場所でいじめや犯罪等が起こらないようにどう管理するか等、こちらの方策についても検討すべき課題は多数存在する。しかし、このような方策を講じて中高生をアーケードに誘引しなければ、ますます若者の中心市街地離れが加速することともなりかねない。どのようにすればアーケード内に中高生の居場所をつくることができるか、自治体及び商店主側の十分な検討が望まれる。

（２）定常的イベントによるイメージの向上

もう一点、イベントの開催によるイメージの向上についても触れておきたい。八代中心市街地では、若年層を対象としたイベントも多数開催されていることについては既に述べた。しかしながら、そのイベントが中心市街地アーケードのイメージと結びついておらず、「開催されているイ

ベントを知らない」中高生の割合がかなりの数値となっている。これについては、どのように考えればよいのだろうか。

そもそもイベントとは、「計画された日時や場所において、経験の創造及び／またはメッセージの伝達がされる集まり」であると定義される[11]。それは、直接的な利益の追求を第一義としておらず、あくまで何らかの目的を実現するための「手段」の概念であり、開催それ自体を目的としないものである[12]。これまで八代中心市街地で行われてきた様々なイベントは、土曜市にせよIXPO8246にせよ、「八代中心市街地を活性化する、知名度を上げる」という目的のために企画され、開催されてきたものであろう。その意味では、これらのイベントが一定の成果を上げてきたということは疑いない。しかしながら、中高生に対する知名度の向上という一点に限って言えば、あまり効果が見られていない。その理由は様々考えられるが、一つにはこれらのイベントが期間を区切った単発のイベントであることがあげられよう。単発のイベントは、日程を決めてスケジュールを組み、そこに向けて諸力を結集することで、大きな宣伝効果と訴求力を生み出す。そのため、何らかの大きな節目においてこのようなイベントを実施することが、商店街や地域の振興に大きな重要性を持つことは論を俟たない。しかし、その反面、イベント自体のマンネリ化やその時だけの賑わい創出など、一過性への構造的課題が根強く存在する[13]。アーケード側にとって更に問題となるのは、開催されるイベント自体の印象が強すぎて、肝心のイベントの目的の方が埋没する可能性である。「新幹線開通記念」・「震災復興支援」・「〇百年の伝統行事」等、目的によほどの由来があれば別だが、そうでない限り、イベントが大きければ大きいほど、イベントの印象による記憶が強くなりすぎ、本来の目的が記憶に残らなくなってしまうのである[14]。八代中心市街地で行われているイベントが、中高生のアーケード認知度向上に結びついていないのも、これと同様な現象が起こっている可能性がある。例えば、クラスメートや友人が高校生ダンスチームの「IXILE（イグサイル）」に参加している高校生がいたとする。彼（女）は、当然友人が「IXILEに参加して、ダンスを踊る」ことを知っている。また、「IXPO8246（イグスポやつしろ）のステージでダンスを踊る」ことも理解する。更に「IXPO8246 は新幹線全線開業記念のイベントである」ことも知るかもしれない。しかしながら、「それは八代アーケードで開催されているイベントである」というところまでくると、もはやそのことが記憶に残らなくなる場合が想定され得る。このような場合、イベントに参加してアーケードに来ているのに、「アーケードで開催されているイベントを知らない」と答えることとなってしまう。

しかしながら、間隔を置いての単発イベントではあまり中高生に訴求しないからと言って、それではとばかりにこのようなイベントを頻繁に行うことは難しい。そのようなことをすれば、アーケード側が「イベント疲れ」を起こし、店舗の通常経営に支障を及ぼすだけである。そのような過重な負担を避けつつ、効果的に中高生にアーケードに興味を持たせ、中心市街地に対するイメージを高めるためには、どのような方策をとればよいのだろうか。

一つのヒントとして、近年注目を集める創造都市（Creative City）の考え方をあげておきたい。創造都市とは、「人間の創造活動の自由な発揮に基づいて、文化と産業における創造性に富み、同時に、脱大量生産の革新的で柔軟な都市経済システムを備えた都市」であり、「二一世紀に人類が直面するグローバルな環境問題やローカルな地域社会の課題に対して、創造的問題解決を行えるような『創造の場』に富んだ都市」であるとされる[15]。都市が、創造性を高めるまちづくりを行

うことで、クリエイティブな人材が集積し、それによって都市全体の創造性・柔軟性の向上が向上し、そこから新しいアイデア・新しい魅力を生み出す、という考え方が、創造都市である。

このような創造都市の理念は、近年の先進国における長引く不況や成長鈍化、グローバル化の進行による製造業の空洞化などを背景として、注目を集めることとなった。人件費の高い先進国が、ものを生産していくためには、「労働生産性を上げる（生産性向上戦略）」か「他の国が作れない商品を作る（差異化戦略）」しかない。しかし、仮に前者の道を選んで労働生産性を上げたところで、需要が大きく伸びない限りは、生産性が上がれば上がるほど就業人口は減少せざるを得なくなる。その点、後者の差異化戦略が可能であれば、様々な需要を新たにつくり出し、産業を興すことも可能となる。ただし、「「差異化戦略」を取るならば、研究開発やデザイン、製品企画など、通常のものつくりとは異なる才能を養成しなければ[16]」ならない。このような、新しい産業・新しい魅力を生み出すことができる創造的人材を集め、育てていくという考え方が、創造都市の根幹にある。

創造都市の考え方の流れには、「クリエイティブな中小都市」と「文化と芸術による創造的風土の醸成」の二種類が存在する。前者の例として、盛んに創造都市のモデルとして引き合いに出されるイタリアのボローニャがあげられよう。ボローニャは、人口 40 万のイタリアの一地方都市だが、著名なスポーツカーメーカーのランボルギーニやマセラティ、オートバイメーカーのドゥカティが発祥した地であり、現在も世界をリードする様々なデザインを生み出し続けている。また、アップルの本社が位置し、シリコンバレーの中心的役割を果たすアメリカのクパティーノ（人口 6 万弱）なども、このようなクリエイティブな都市に当たろう。一方、後者の文化と芸術による創造都市については、ユネスコが主導する枠組みである「創造都市ネットワーク」に 30 以上の世界の様々な都市が登録し、文化や芸術を活かした都市づくりに取り組んでいる。ユネスコ創造都市ネットワークの登録については、文学やクラフト、音楽など様々なジャンルに分かれており、日本においても金沢市、名古屋市、神戸市などが登録を行っているところである。

八代アーケードがこの「創造都市」の考え方から何らかの示唆を得るとしたら、それは創造的なアイデアを歓迎するまちづくりを行い、クリエイティブな人材を育成することで、中心市街地の活性化に新たなブレイクスルーを生み出すことが可能となる、という点であろう。現在、中心市街地が疲弊している状況にあるとしたら、その状況を打破するためには従来と同じことを繰り返すだけでは足りない。新しいことを考え、アイデアを出し、それを実行していくような創造的な取組を行うことで、どこにでもあるものではなく「ここにしかないもの」をつくり出していくことが必要となるのである。そのためには、既存の中心市街地の概念を一歩押し進め、様々な創造的アイデアを推進することでクリエイティブな人材をまちなかで育成していくという、「クリエイティブ・アーケード（創造市街地）」の概念を導入することが求められよう。

そして、この「クリエイティブ・アーケード」という視点において、中心市街地と中高生がつながる点が見出せるのではないだろうか。中高生は、帰宅時間が遅くなる原因でもある部活において、既に様々な創造的活動を行っている。そこで、そのような創造的活動の実践の場、発表の場としてアーケードを開放し、そこで自由に創造的活動を行ってもらうのである。例えば、八代中心市街地でも既に空き店舗となりシャッターの閉じた店は数多い。それを逆手にとり、閉じたシャッターをキャンバスに見立てて各中学校・高校の美術部に自由に絵を描いてもらう。そして、

ここの店は○○中学校、ここは○○高校担当などとして、各校の生徒に責任を持って管理し、定期的に描き直してもらうこととする。閉じたシャッターが多いことを利用することで、アーケードに創造的な雰囲気を生み出すとともに、その作品を見に来る人を増やすことで商店街の活性化につなげるのである。また、空き店舗をコーラス部や吹奏楽部などの練習場所として貸し出すということも考えられよう。幾つかの店舗に分散することで、大きな音を緩和するよう工夫するとともに、アーケード内で自由に集団練習・発表会をしてもらうことにより、それ自体が創造的なBGM となる。中高生側の負担を減らすために、機材や道具等は空き店舗の内部で管理すると言うことも考えられよう。

先ほど、認知を高めるためのイベントは過重な負担を避けて行う必要があると述べた。単発の大規模なイベントには大きな負担が伴うが、このような「常設展示」形式のイベントには、大きな負担は必要ない。アーケード側は場所の提供と取組の周知を担当し、イベント自体の運営を中高生側に任せる形にすることで、互いに無理なく協力関係を築くことが可能であろう。このようにすることにより、中学校・高校側は部活動の成果発表の場を獲得し、生徒の教育目的に役立てることができる。アーケード側は、閉鎖した店舗、閉まったままのシャッターを活用することで、活気のない商店街というイメージを払拭するとともに、本プロジェクトの当初からの問題意識であった「消えてしまった若者の姿」を再びアーケードに取り戻すという、互いに Win-Win の関係を築くことができるようになるのである。

上記の取組はあくまで例示であり、そのほかにも中心市街地と中高生が連携・協力できる場面はたくさん存在する。今後とも八代中心市街地が今後も持続的に維持・発展していくためには、近隣の中学校・高校を含めた様々な主体との連携をより一層高めていく必要がある。そして、このような協力関係に基づいて、中心市街地に創造性豊かな人材を育てることで、新しい価値を生み出すことができるクリエイティブ・アーケードの実現に向かって、一歩近づくことができるのではないだろうか。

７．結びにかえて

本プロジェクトは、熊本県立大学が、文部科学省の『大学生の就業力育成支援事業』の採択を受けて実施した「平成 23 年度　熊本県立大学学生 GP 制度」に基づくものである。プロジェクトの澤田以外の調査メンバーは、熊本県立大学総合管理学部 3 年（当時）の西国栄祐、桑島晴加、齋藤希、坂田彩、竹田翔吾、松永和生、横田和樹である。また、同 4 年（当時）で、現在八代市役所に勤務する内田圭亮は、自ら八代中心市街地活性化をテーマとした卒業論文を執筆する過程で、本プロジェクトに対しても様々な助言・協力をしてくれた。

プロジェクトの実施に当たっては、八代市役所商工観光部商業労政課及び八代市中心市街地活性化協議会から多大なるご支援をいただいた。特に、学生の指導や現地調査の支援等をいただいた商業労政課商業振興係の篠原秀和氏、タウンマネージャーの江崎博美氏には、厚く御礼申し上げたい。また、本プロジェクトでは、中心市街地周辺の中学校・高校のご協力のもと、中高生に対するかつてないほどの大規模な意識調査を実施することができた。大変多忙な中、アンケート

の配布・回収に快くご協力いただいた八代市立第一中学校、第二中学校、第三中学校、第四中学校、県立八代中学校、熊本県立八代高校、八代南高校、八代東高校、八代工業高校、そして秀岳館高等学校の校長先生をはじめ諸先生方、そして回答をいただいた生徒の方々にも感謝を申し上げたい。更に、学生 GP 制度の利用に当たっては、熊本県立大学キャリアセンター内に設置された GP ラボの設備を利用させていただいたことにより、調査結果の分析や研究成果のとりまとめ、成果報告会に向けたプレゼンテーションの作成等をスムーズに行うことができた。学生の指導にご尽力いただいたキャリアセンター特任教授の大園光氏、特任准教授の吉赫哲氏にも、この場をお借りして御礼申し上げる。

なお、今回の調査研究はあくまで、八代中心市街地について周辺に居住及び通学する中学生・高校生との関係のみにおいて捉えたものであり、中心市街地の現状と課題の全てを射程とするものではない。今回の調査結果をもとに、2012 年度には中高生に魅力あるまちづくりについての実践に取り組むこととしており、その意味では、この調査研究は未だ現在進行形の取組である。中心市街地の活性化の問題については、これらの調査と実践の結果を踏まえ、今後更に多面的に検討していく必要があることを付言しておく。

---

1 同制度の詳細については、「熊本県立大学学生 GP 制度」（http://puk-gakusei-gp.jp/）を参照。

2 たまりんばの概要や活動内容等については、「まちなかホームルーム たまりんば」Web サイト（http://www.machinaka.org/tamarinba/）を参照。

3 衣川恵『地方都市中心市街地の再生』（日本評論社、2011）135 頁。

4 同上 139 頁。

5 自民党まちづくり三法見直し検討ワーキングチーム、『まちづくり三法見直しに関する最終取りまとめ』（2005）

6 2012 年 3 月現在、中心市街地活性化基本計画が認定されている自治体は市のみであるため、この表では町村の記載を省いている。また、一つの自治体で複数の計画が認定されている自治体（熊本市等）については、1 としてカウントした。

7 高校については、回収数（541）が配布数（520）を上回る数となっている。これは、アンケートを実施したクラスの実際の生徒数との兼ね合いによるものである。

8 帰宅時間がこのように遅くなる原因としては、部活等の課外活動が考えられる。アンケートの回答でも、「放課後の過ごし方」を尋ねた問 10 では、半数以上の高校生が放課後はクラブ活動をして過ごすと回答している。

9 今回、学生による集計の利便性を考慮し、選択肢に回答上限数（3 つまで）を設定したところであるが、中高生がアーケードに持つイメージを厳密に把握するという観点から見れば、上限を設定することなく自由に回答を選択させるべきであった。その意味では、やや不十分な設問設定であったことを率直に反省したい。

10 なお、帰宅時間帯を限定せずに、通学でアーケードを通行する生徒とそうでない生徒の間でアーケードに抱くイメージに顕著な差が出るかどうかについても検証したが、こちらについても同様に、有意な特徴は見られなかった。

11 社団法人日本イベント産業振興協会「平成 22 年度事業報告書」（2011）2 頁。

12 大西直良『イベントの技術』（長崎出版、2009）165-166 頁。

13 濱田恵三『まちづくりの論理と実践』（創成社、2011）88 頁。

[14] この現象は、人間の認知能力の限界によって生じる。短期記憶が長期記憶（エピソード記憶）として脳内に蓄えられる際、記憶の再構成が行われる。その過程で、当人にとって些末と考えられる情報が脱落していくこととなる。

[15] 佐々木雅幸『創造都市への挑戦』（岩波書店、2012）44 頁。

[16] 塩沢由典・小長谷一之編著『創造都市への戦略』（晃洋書房、2007）4 頁。