

# 「記憶の継承」への予期せぬ参入者たち

## ～河原町プロジェクト～

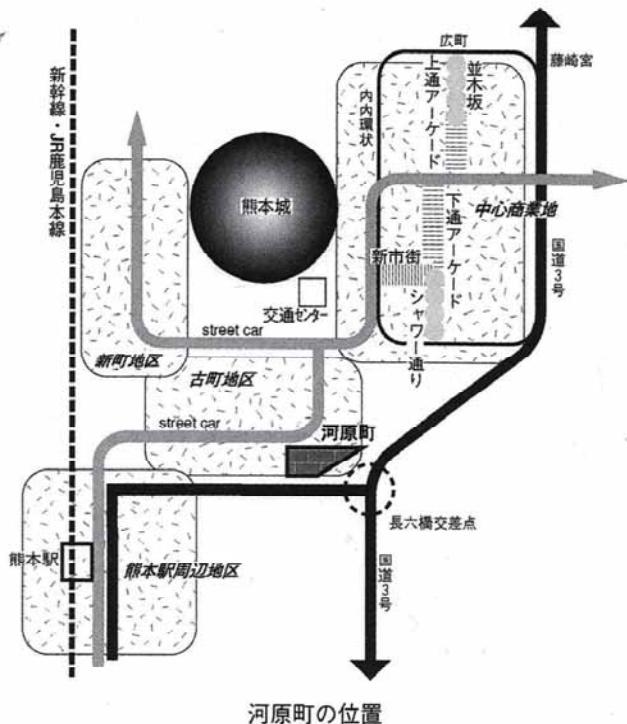
富士川一裕 熊本まちなみトラスト

### 河原町の位置と地区形成史

#### 1. 河原町の位置

熊本市中心市街地270haのうち熊本駅周辺を除く旧城下町の区域は、上通・下通・新市街というアーケード街と2つの百貨店を擁する中心商業地、および、かつての繁華街で現在一般的には衰退地区と見られている新町・古町地区に2分される（各々約100ha）。

河原町は、古町地区にあって、その名の通り江戸時代には白川の河原に接した地区であり、



城下町の縁辺部（フリンジ）に位置している。

#### 2. 河原町の地区形成史

河原町のある古町地区は、400年前に加藤清正によって造られた市街地であり、各街区の中央部に寺を配置した1辺120mの正方形の街区が整然と並ぶ町人町である。寺や細かく分かれた町名（米屋町、呉服町、細工町等、河原町もそのひとつ）は今も往時のままに生きている。明治10（1877）年の西南戦争の際に古町一体は焦土と化したがいち早く復興し、銀行や大店が軒を並べ、すずらん灯に木レンガ歩道の熊本随一の商業地となった。因みに、第二次世界大戦では河原町周辺のごく一部を除き戦災を免れているため、この界隈の人たちが「この前の戦争」と言うと、西南の役のことなどを指す。

大正の末に市電が白川を越えて敷設され、軍用地の一部が中心部から移転したのを契機として、白川を越えて市街地の拡大が始まった。市中心部では、軍用地によって2分されていた商業地がひとつとなり、新市街が造成された。市一番の繁華街が、県庁、市役所、通信局、専売局、貯金支局、放送局等の集積する花畠町方面へと古町から移動したことは、河原町から至近の距離にある現商工会

議所の場所にあった八木デパートが昭和13年に閉店している事実からもうかがえる。

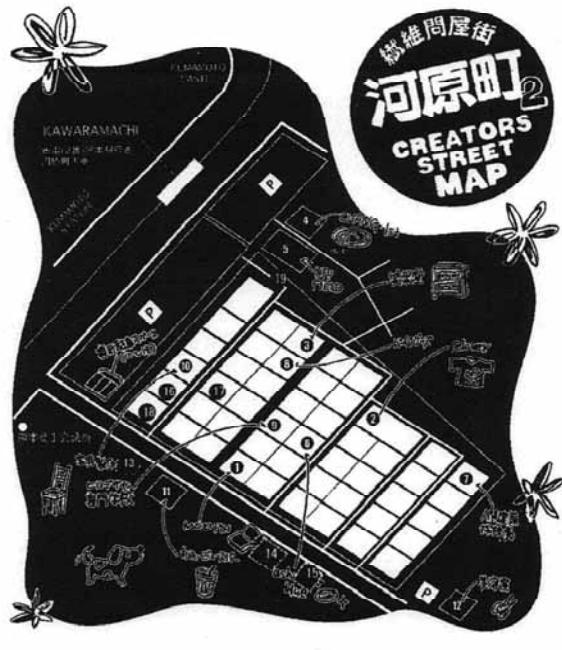
第2次世界大戦後の混乱のなかで今日の河原町繊維問屋街の原型が形づくられる。戦後、市内各地にヤミ市が発生するが、河原町の問屋街も寺の焼け跡にヤミ市として出発する。安さと商品の豊富さで大変な賑わいを呈していたこの地区が、1958（昭和33）年3月4日大火にみまわれ、200店ほどあったバラック建ての店舗の90%を消失した。そのうちの約45店舗は繊維卸商業組合を結成して共同店舗を建設した。残りのうちの約25店舗も長屋形式の連続店舗とし、さらに戸建の店舗も再建された。河原町全体で最盛期の昭和40年ころ（40年前）に100店舗ほどあったこれらの店が現在では20店舗ほどに減少し、繊維卸商業組合共同ビル内の営業者はわずか3店舗となった。

1987年（17年前）調査のアンケートによると、回答のあった54件の経営者のうちの約半数26件が60歳以上の高齢者であり、7割以上が15坪以下の小規模店舗、半数以上が年間販売額5,000万円未満の零細経営店であった。その後の17年間に、婦人服を主体とした繊維製品を、主として熊本県下の郡部の小売店を販売先としていた小規模零細の卸売店が、経営者の高齢化と販売先の激減によって店舗を閉鎖していく様子がうかがわれる。

## 河原町プロジェクトの発端

### 1. プロジェクト前史

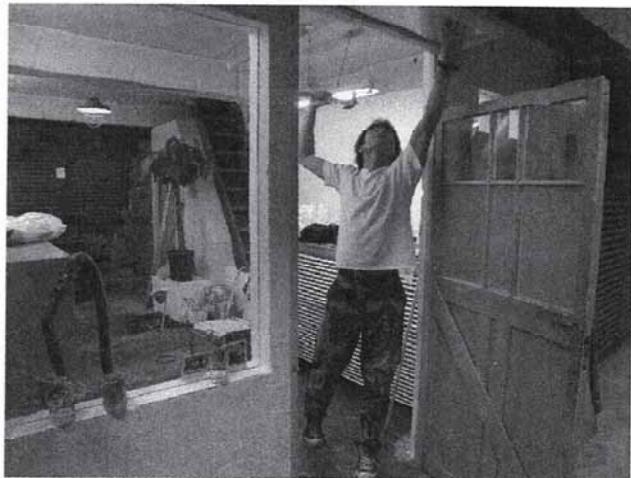
そのような、繊維卸商業組合共同ビルの通路を使って2002（平成14）年4月6日にパーティー



マップ

が開かれた。パーティーといっても、空き店舗のシャッターに挟まれた幅2メートルの通路が主会場であり、ところどころにある共用スペースに何やら作品らしいものが展示され、七輪におでんの鍋がかけてあり、ビールその他の飲み物が用意されている、という趣向である。夜半、折から雨となり破れた屋根からは雨漏りというよりはそのまま雨が降るので傘をさしてビール箱のイスに座り缶ビール片手に談笑する、という状態であった。しかし、しみついた感じはなくアットホームで軽快でポップな雰囲気であったのは、洒落た案内サインと集まった人たちのティストによるものであった。近くのそば屋のおやじを含む熊本まちなみトラスト関係者以外はほとんどが若者だった。

このパーティーの呼びかけ人で後にこのプロジェクトのまとめ役となる企画会社代表の前崎弥生さんに熊本まちなみトラスト事務局長の富士川がこの場所を紹介し、「ここで何か



内装工事中



1号店 MOJOPIN

やれないかしら」と思い立ったのが前年の暮れであったから、その4ヵ月後のパーティーであった。ここに出店するような（好きものの）若者がひょっとしたらいるかもしれない、という思いから仲間に呼びかけて通路パーティーを開いたという次第である。

## 2. 河原町プロジェクトのスタート

パーティーでの評判はまずまずで、このような場所を若者たちが「好き」であることがわかり、その後、組合の世話役さんに前崎弥生さんを紹介し、区分所有<sup>\*</sup>で地上げ屋さんも敬遠したという複雑な権利関係を解説する糸口となる地権者の連絡先等を世話役さんから教えていただいた。その地権者の方との交渉がこのプロジェクトの最初の難関であった。

1コマ3坪の1、2階が最小単位である建物は、空き家であるようだが実際には物置などに使われており、今さら人に貸したくない、とい

\*区分所有：土地共有の建物区分所有。共同ビルの敷地約900m<sup>2</sup>は3筆に分かれているが、そのうちの1画地には52人の共有登記がなされ、最大7人の相続人が権利を継承されているところもある。

う返事が地権者の方からオウム返しに返ってきた。しかし、以前住んだりここで商売をしていた人の中には、河原町が元気になってほしいという思いの方もおられ、そのあたりの気持ちを接点に粘り強く交渉し、市外に居住されている建物所有者と先のパーティーに参加していた若者2人組との間で賃貸契約を結んだのが2003（平成15）年2月14日であり、その後2週間で内装工事を終え、店舗をオープンしたのが同3月1日であった。雨の日のパーティーから11ヵ月のことであった。

MOJOPIN（モジョピン）という3坪の店は、彼ら2人が自分の手で施工するという文字どおりの手作りであり、絵本から小物、看板、室内小物まで製作し販売する店、アーティスト・ショップとでも呼んだらいいのだろうか。そのような店のオーナーの一人は建築系大学を卒業後5年間ブティックに勤務、もう一人はデザイン系専門学校卒業後カメラ店に勤務という経歴である。

この1号店の性格が、この街の色を決めたようなどころもある。その後入居してきたショッポーナーのほとんどが何かを作つて売ると

いうクリエイティブな要素のある人たちとなつた。

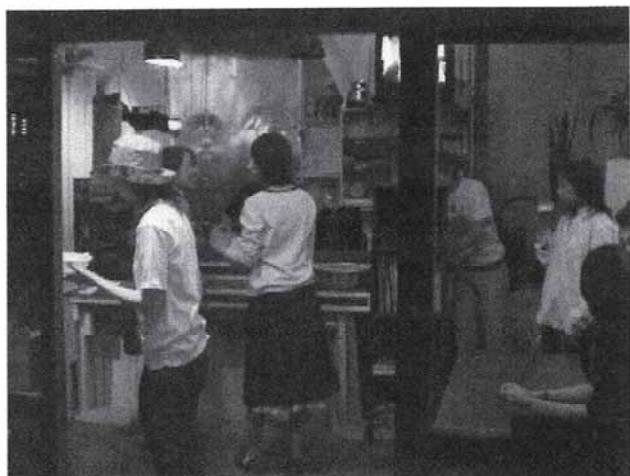
### 3. コーディネーターの前崎弥生さん

1号店MOJOPINのうわさを聞きつけてお客様というよりはお店のファンのような人たちもチラホラ現われ、同様の店を出したいという出店希望の問い合わせも受けるようになつた。この時から先述の前崎弥生さんをコーディネーターとして出店希望者の受付窓口を一本化し、『すでに出店した店の業態、すなはちクリエーターであり販売のプロであるという基準で選考する』という一定のルールができた。もちろん市内外の商業者との交友も広く経験豊富な前崎さんであったからこのような役割りが果たせた、ということもあるが、本業のかたわら「こんな街にしたい」という思いから、楽しみながら手弁当でこの作業に取り組んでいただいたことも、その後この街が伸びやかに育つていった要因の一つかもしれない。また、権利関係が輻輳し簡単には手を出せない物件であったという過酷な条件が、逆に街の活性化を考えない安い不動産投機を阻むことに作用したとも言えよう。

## 全国都市再生モデル調査の導入

### 1. 導入の時期

2003（平成15）年9月に全国都市再生モデル調査に選定されたという通知を受けた時は、先の1号店に続いて6月7日にClover（子供服を中心に服飾関連製作販売）、8月15日にCHANG 1st（自家製カレー店）の3店舗が開業してい



店内1



店内2

た時期であり、入居希望者が急速に増え始めたときであった。

問題点は2つあった。ひとつは、店が足りない、ということ。空き家は多いのだが、決定権を持つ管理者が不明なところが多く、判明したところも「安い家賃で今さら面倒な賃貸人を抱えたくない」というところばかりであった。もうひとつは、とにかく家賃が安いので入居したいという希望者が多く、とても継続的な事業は困難と思われるような希望者や、経営面では問題は無いがこの街のテイストに合わない希望者からの問い合わせをどうさばき、適正な（この判定がなかなか困難なのだ

が) 入居者をいかに得るかという問題である。

## 2. 導入の効果(2つの外注とひとつの研究事業)

モデル事業の導入によって、それまで手弁当のボランティアではなかなか進まなかった不動産関係の調査を専門家に外注することができ、複雑な権利関係が、登記変更されていない物件の相続人まで含めて明らかになった。それと、もう一つ、建築・設備に関する調査を外注することができ、最低限必要な設備の改修点や入居時に必要な設備の装備内容（場所によって業種によって異なる）などが明らかになった。これらの2つの外注による調査事業と、（後に入居者が増えた時点で）街全体の情報発信の手法を研究することができた。

これらの調査によって作業にはずみがつき、2003（平成15）年12月には、契約済の入居者の数が12人に増えた。

輻輳した権利関係の整理や建築・設備に関する調査は、専門的な知識を必要とする面が多く、事業を初めて手がける若者の「とにかくやってみよう」という意欲を萎縮させ、独立開業の壁となることが多い。このような調査は、市場に委ねたなかで行われればよいという見解もあるが、①輻輳した権利関係の調査をバラバラではなくまとめて行うことでの時間とコストを節約した効率的な調査ができる、②この種の調査は適正な市場を成り立たせるための基礎的な情報インフラ考えられること、③土地や建物は利用されることで初めて街の活性化に寄与することなどに鑑みれば、民間の活動を引き出し、街の活性化という公益に資する取り組みとして大きな意義があるであろう。



タウン誌掲載写真1



タウン誌掲載写真2

さらに、間接的な効果として、報道機関によるインフォメーション効果も見逃せない。「全国」と名のつく地区に選ばれたということに世間の耳目が集まり、新聞社やタウン誌、TVニュースや特集などでよくとりあげられるようになり、そのことは入居希望者の増加と、家主さんの理解を深めること、すなわち借り手、貸し手双方の発掘に寄与するところとなった。ただし、前者すなわち入居希望者については、実質的にこの街に適合するような人材の確保にはあまりつながっていない。人材の発掘は、既入居者の紹介等による直接つながりのほう

が確実であった。一方、家主さんの信頼感を得るには大いに役に立った。高齢のある所有者などは、もともと極めて安い家賃なのだが、彫刻科に在学する学生の入居者に対して「君ががんばるのであれば譲ってもいい」というような言葉も聞かれた。

### 3. 入居者同士の話し合い

2003（平成15）年の暮、「入居者も10人を超えたなら世話役や代表者が必要なのではないか」という趣旨で、熊本まちなみトラストから呼びかけて、はじめて12人の入居決定者全員が一堂に会した。会場は、12月6日に開業したばかりのUP FIELD（オーナーの名前が上野というアメリカンバー）の2階である。「国の支援」などということに縁遠い人たちに、まず、熊本まちなみトラストの説明、つぎに「全国都市再生モデル調査」の解説をすることには骨が折れた。特に、何も義務が発生しない支援であることに皆、半信半疑であった。

当方からの提案は、モデル事業を文字通り「モデル」としてみんなで活用してほしい。つまり、人数が多くなると共用部分の管理や、入居者の決定など共同で意志決定したり、共同で外部に当たったりすることが必要になるので、今進めているモデル事業を発注者になつたつもりで取り組んでみてはどうか。については、世話役を決めてほしい、という内容のものであった。都合2回の会合で、施設担当世話役・運営担当世話役・代表世話役の3人が選出され、3回目からは、世話役の呼びかけで会合が開かれることになった。

### 4. 河原町プロジェクトの「その後」

その後、店舗の数は増え続け、2004（平成16）年10月現在で20店舗ほどになっている。

全国都市再生モデル調査が終了した今年4月以降開かれた2回のイベントも、大規模化している。6月のイベントは、駐車場に面した壁面に1週間ほどかけて大壁画を描き（3人のアーティストの共同制作）、絵の完成した日曜日にその前でコンサートとバザーを開くという趣向であった。2回目は10月3日（日）、前面の市道を歩行者天国にしたフリーマーケットであり、その後月1回で定例化している。

昨年、出店者がまだ数店舗であった時に開かれたイベントは手作りのパーティーであり、出店者同士がお互いにお客様を紹介しあっていることがよくわかるものであった。それに比べるとその後のイベントは規模が大きくなり外向きのインパクトは強くなったが、「手作り」にこだわるこの街のテイストは少し弱まり、普通の商店街イベントに近づいたかな、という感がないでもない。そのように筆者が感じるくらいであるから、河原町に集まってきた20人のショップオーナー達の意識の差は大きく、共同事業に取り組むための組合の設立をめぐっては現在のところ合意が成立していない。個性の強い人たちであるから意見の衝突は予想されるが、しかし反面近所づきあいなどは上手で、現代的な若者らしい面もあり、衝突を回避しているようなところも見て取れる。

店の集まりである「街」の原型モデル（彼らには失礼な言い方だが）として観察を続ける筆者には、これらの複合と対立がホンモノの街になっていくプロセスのように見える。

「この街が好き」ということでは一致していることをより深く確認しながら、そのことを足がかりに「強い街」になってもらいたいものである。

## 検証：河原町プロジェクト

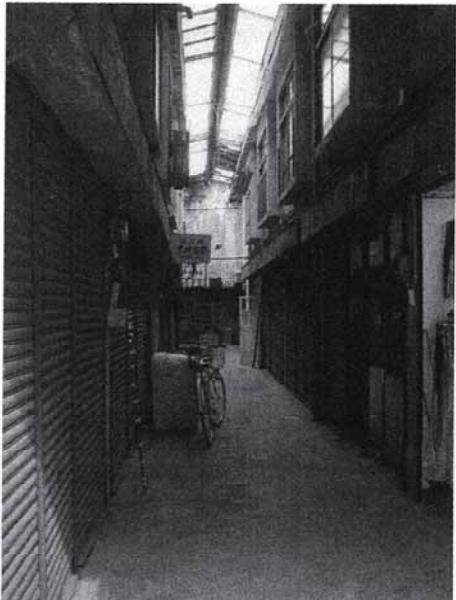
### 1. 熊本市の中心市街地における先行事例との比較

熊本市では、シャワー通りと上乃裏という2つの特筆すべき先行事例がある。前者は70年代に下通アーケードの隣接地でインポートファッショントリートが集積していった地区で、雨が（普通に）降りこむので「シャワー」通りと呼ばれるようになった通りであり、後者は、90年代に上通アーケード裏手のゾーンに古民家改造成型の飲食店や雑貨店が集積していったゾーンである。両地区とも100店舗以上の個性的な店舗が集積し、様々な変遷を経ながらも衰えることなく若い人たちの支持を集めている。河原町に出店してきた若者たちも先輩たちが歩んできたこれらの商業集積を意識しているし、ストリート感覚のある個性的な地区が形成されてきた活性化事例として、学ぶべき点が多い。

これらの2地区と比較すると河原町は、圧倒的に立地条件が悪い。先例は3~5万人の通行量（日曜）のあるアーケード街が至近距離にあるのに対して、河原町はそれらの中心商業地から1km離れた、一般には衰退したインナーシティとして知られる地域のなかにある。人通りはまずない。前2地区とは比べものにならないくらいに家賃が安いというリスクが低



河原町地区の現状1

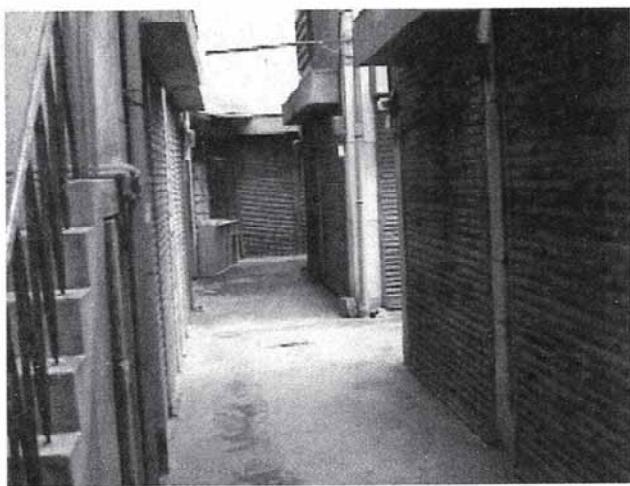


河原町地区の現状2

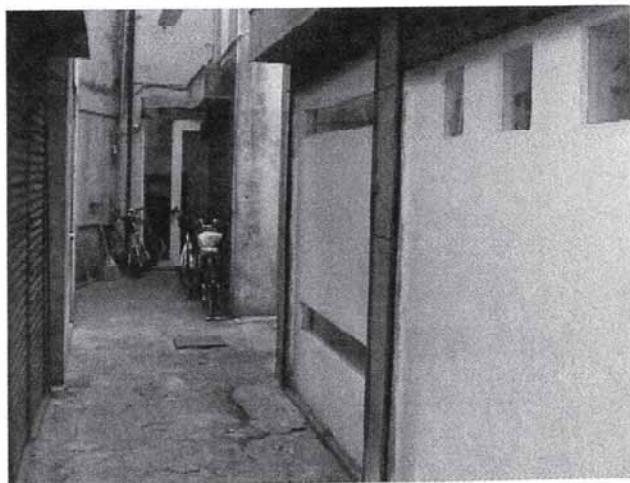
い分だけのんびりしている。ここに集まってきた若者たちは、事情は様々だが、そののんびりした雰囲気を周辺環境も含めて気に入っている。また、人によるが、上乃裏の古民家改造というある種定式化したりニューアル空間よりももっと深いバナキュラリズム（土着の機能美）をこの地に嗅ぎ取っている。

### 2. いわゆる「活性化事業」との比較検討

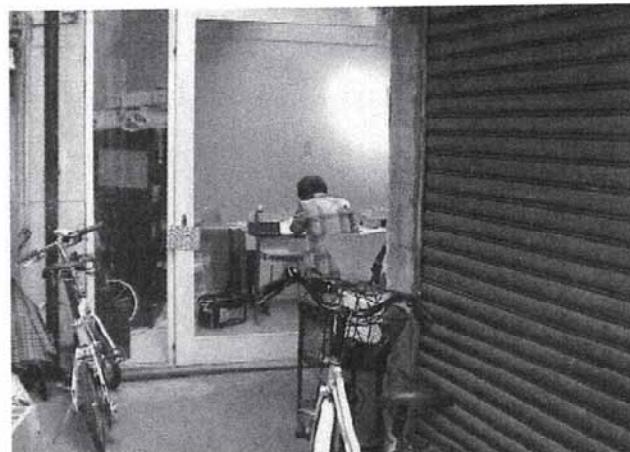
熊本市では、商工会議所によるTMO事業が



路地A従前



路地A従後-1



路地A従後-2

2001（平成13）年から開始された。初年度からの事業の一つに「チャレンジショップ事業」があったが、その事業箇所のひとつとして河原町も候補にあがっていた。しかし、チャレンジャーの試行店舗としてはあまりにも条件が過酷であるという判断でこの地は却下された。上記の2地域の先行事例から河原町の雰囲気が若者達に受け入れられる可能性を感じていたことから、「過酷な条件」を承知の上で、あえて、「全国都市再生モデル調査」に応募した。モデル調査は、従来の行政の制度や事業と異なり、資金の使途に特段の制約が無いので課題に対して柔軟に総合的に取り組めるという利点は確かにある。が、それ以上に「とにかくやってみよう」という発意段階、事業初動期における支援制度として大いに力を發揮する施策であると思われる。

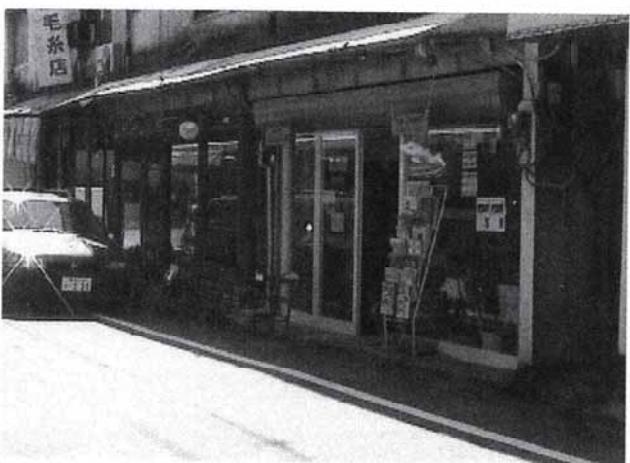
なお、チャレンジショップは、シャワー通りにほど近い空き店舗で3年間運営された。このチャレンジショップ「リトルガレージ」で1年間の試行営業を経たチャレンジャーの半数以上は独立開業しており、まずはまずの成果として評価される。チャレンジショップに応募して

きた若者達と河原町の出店者はよく似ているが河原町のほうがリスクの大きい分だけ、世間をよく知っている人が集まっているようだ。

いずれにしても、街中で起業する場が様々な形で用意されることが、街の活性化には不可欠であり、そのことを理解する家主さん地主さんが多い街は生き残るであろう。河原町の衰退した共同ビルの2コマを利殖の目的ではなく、若者のインキュベーション装置として買い取った近くの住民がおられることを付記しておきたい。



路面店B従前



路面店B従後-1



路面店B従後-2

### 3. 街の活性化とは何か

いわゆる「活性化事業」に限らず、街中の様々な営みが、広い意味では街の活性化に寄与するものと言える。大火の後の急ごしらえで建てられた河原町織維卸商業組合共同ビルの5本の狭い通路沿いに機械的に配置された3坪、50区画の老朽化した店舗が、建設後46年経った現在、若者の夢をかきたてる器となることを建設に関わった人々は予想だにしなかったであろう。これよりもはるかにお金をかけたりっぱな建物が、誰からも「この場所が好き」と顧みられることもなく取り壊されていったであろう。

熊本まちなみトラストは、「記憶の継承」を基本理念として、明日の熊本を語り行動する市民団体であり、主として旧城下町に点在する近代化遺産の活用に力を注いできた。7年間の活動のなかでは、河原町は一見特異なプロジェクトとして映るが、使い手がないとどんなにすばらしい建築も保存することができないこと、別の言い方をすると、建物の使い方しだいで街が変わることを経験則として（骨身にしみて）知りえたことからすると、河原町プロジェクトもほかの、たとえば旧第一銀行支店や旧熊本紡績の活用保存策などと同様、一貫した活動理念の下にあるプロジェクトとして位置づけられる。

街の空洞化が社会問題として意識され始めて久しいが、問題をこれほどまでに深刻化した大きな要因は、街に対する地域住民の意識の空洞化にあり、タウンマネージメントの力点をこの問題への対応策に置くことが求められる。

(ふじかわ かずひろ)

# 全国都市再生への新たな萌芽

## 「平成15年度全国都市再生モデル調査」の実施結果から

内閣官房都市再生本部事務局

都市再生本部（本部長：内閣総理大臣）においては、「全国都市再生のための緊急措置～稚内から石垣まで～」の決定（平成14年4月）以来、全国の都市を対象に身の回りの生活の質の向上と地域経済・社会の活性化に向け、積極的な対策を講じてきた。その一環として、昨年度から「全国都市再生モデル調査」を実施している。

この調査は、課題の設定から実際の活動までの全般について市町村やNPO等の創意工夫に委ね、都市や地域の再生を地域の知恵と工夫によって達成しようとする先導的な取組を支援するものであり、国費10億円を活用し、平成15年度は171件で実施した。

調査結果を概観すると、全国各地で地域に根差した幅広いテーマで取組がなされ、諸々の事情により足がすくんでいた状態を開いたもの、行政だけでなく、NPOや民間企業等多くの主体の参画、支援を引き出すことに成功したものなど意欲的な取組が数多く見られる。

本特集は、（財）都市計画協会の協力を得て、昨年度実施した171件のなかから、今後のまちづくりの新しい方向性の萌芽がみられる取組について現地からのレポートを特集連載（11月～3月）するものである。

連載を通じて、各地のまちづくりを実践す

る者が経験的に蓄積しているノウハウ、実際に取り組んでこそ分かる苦労等が関係者の間で共有され、こうした先導的な取組に刺激されて、全国都市再生の取組が更に大きな流れとなることを期待したい。

### 事例ガイド（第1回）

#### 「難病児支援を核としたまちづくり～病気とたかう子供たちに夢のキャンプを～」（滝川市）

本事例は、「難病児支援」という既存の行政体系では捉えることのできない分野を核にまちづくりに取り組む都市の事例である。その際、難病児を支援する熱意ある者の提案を、難病児支援施設の建設で完結させることなく、家族やボランティアなども含めた交流人口の増加、公園をはじめとする近隣の自然環境の活用等幅広い視点でまちづくりに取り組んでいる事例として注目される。

#### 「「記憶の継承」への予期せぬ参入者たち～河原町プロジェクト～」（熊本まちなみトラスト）

本事例は、荒廃した織維問屋街について、建て替えを志向するのではなく、むしろ古いけれども親密なたたずまいが若者をひきつけ

るのではないかという着想をもとに、にぎわいを再生した都市の事例である。最新の施設や設備ありき、という観念にとらわれず、それとは異なるアプローチで成功した点は、「都市の魅力」を高める方策は実は画一的なものではなく、あらゆる分野、方面に眠っているということを改めて認識させられる。

#### 「川・海と山と町のネットワークによる地域再生 まちづくり～ひょうたんホタル島～」(由宇町)

本事例は、地域間ネットワークを通じて共

有された知恵やノウハウによって、地域の活性化を図っている事例である。東京早稲田の商店会と山口県の小都市である由宇町が、形式的ではない、お互いの重要な情報を共有し、かつ相手に対して親身に助言できる絆を築き上げるにはどのような取組、工夫があったのか。単にITを導入するだけではない、それをいかに有効活用するのか、使いこなす側の戦略、能力こそ重要であることを確認できる事例である。