

柳井町商店街における業種の変遷とエリアマネジメントの試み

A Study on Transition of Dominating Business Category and Trial of Area Management
in Yanaimachi Shopping Street

山口 信 夫 (社会共創学部産業マネジメント学科)・

小 口 夏 葉 (法文学部総合政策学科卒業生)

YAMAGUCHI Nobuo and KOGUCHI Natsuha

1. 問題の所在

1-1. リノベーションへの社会的関心と貸し手側の諸事情

近年、一見、経営不適地であるかに思える衰退商業地が、若手商店主ないしは起業希望者たちの間で注目されつつある。松本・山口(2017)および山口(2019)でも整理したように、地価・家賃相場の低下した衰退商業地は、相対的に資金力の不足しがちな若手の起業準備軍の出店候補地となりうるポテンシャルを秘めている。また、近年、若手商店主たちの間で、古い物件をリノベーションし、自分らしい内装の店舗空間を構築する動きがトレンド化しつつある。この種の店づくりを好む、若手の商店主ないし起業準備軍にとって、店舗用に設計された古い物件が多数残存している衰退商店街は、十分に魅力的な出店候補地といえよう。彼・彼女らにとっては、物件が適度に老朽化しているくらいでちょうどよいのである¹⁾。

こうした視座からは、空き店舗所有者の事情が重要になる。というのも、空き店舗への出店

希望者が存在するにもかかわらず、その所有者と折り合いがつかず、結局、当該物件が空き店舗のままになってしまうケースは、枚挙に暇がないのである。実際、中小企業庁(2016; 2017)の調査では、空き店舗が埋まらない理由として、借り手側都合によるものだけでなく貸し手側都合によるものも相当数あることが報告されている。ちなみに、貸し手側都合の理由として回答数が多かったのは、「所有者に貸す意思がない」である²⁾。つまり、空き店舗問題を解決するためには、持ち主が「貸してもよい」と感じる条件についても、検討していく必要がある。

上記の問題は、商店街に立地する個人商店の多くが、店舗兼住居(職住一致)の物件で商売を営んできたことと、少なからず関係がある。そうした個人商店主が、高齢化によって廃業したのち、当該物件に居住し続けるケースが多い

2) 中小企業庁(2016)によれば、貸し手側都合の理由に関する回答数上位3項目は、「所有者に貸す意思がない」(39.0%)、「店舗の老朽化」(34.6%)、「家賃の折り合いがつかない」(29.2%)となっている。有効回答数は2,144である(中小企業庁, 2016: 60頁)。

また、中小企業庁(2017)では、「空き店舗状態が続いている原因」について、貸し手側都合と借り手側都合を分けずに質問している。それによると、回答数上位3項目は、「商店街のにぎわいが少ないため」(49.1%)、「築年数が古く、耐震工事などの補修・改修を行っておらず貸しにくい」(31.3%)、「所有者に貸す意思がないため」(31.2%)となっている。有効回答数は1,102である(中小企業庁, 2017: 23頁)。

1) 実際、松本・山口(2017)および山口(2019)において検討対象とした松山市三津地区の商店街では、廃業店舗の駐車場化・住居専用物件化が進展し、見た目のうえでは限界商店街の様相を呈していたが、近年、地価・家賃相場の低下や、リノベーションに適した物件の多さなどが要因となり、ワークライフバランス志向の若手商店主の新規出店が増加している。

のである。そうすると、新規出店希望者がその物件に入居することは困難になる³⁾もっとも、実際の居住空間は物件の2階（あるいは1階部分の奥）であることも多い。工夫次第では、店舗スペースだけを出店希望者に貸し出すこともできるはずではあるが、情緒的要因も含めた種々の事情のために、物件所有者（廃業した商店主）と新規出店希望者との間で折り合いがつかないことも多い。空き店舗問題の解決のためには、この「種々の事情」の解明が急務である。

ところで、商店街研究者の中には、田中（2006）のように、空き店舗所有者の事情にまで踏み込むことの難しさを強調する者もいる。「商業者夫婦で長年築いてきた店舗は、閉店したからといって、すぐにそこから離れられる対象ではない。こうした高齢者の心情を無視し、経済合理性だけで問題を考えても、空き店舗問題対策の糸口とはならない」（52-53頁）というのである。また、出店希望者（借り手）と一たび賃貸借契約を結んでしまえば、借り手の側にも営業権が発生することになるため、貸し出しを躊躇する所有者も少なくない（田中、2006: 53頁）。さらに、たとえば、所有物件の売却の機会を窺っている持ち主も、いつ訪れるかわからない売却のチャンスを逃したくないが

ゆえに、貸し出しを躊躇する傾向がある。こうした議論の延長線上で、田中（2006: 56-62頁）は、空き店舗を埋めることに傾注するよりも、残店舗の経営基盤の強化を優先すべきではないかと提起するのである。

1-2. エリアマネジメントへの期待

とはいえ、「行き着くところまで行き着いた」（山口, 2019）商店街には、数えるほどの営業店舗が残存するのみである。そうした店舗の集客力を鍛えることはもちろん重要であるが、次なる展開のために、他の遊休物件を営業店舗化し、街区全体の魅力を高めていく努力はやはり必要であろう。また、所有者に貸し出す意思がある物件は既に営業店舗化されつくされており、次なる展開のためには、むしろ、所有者に貸し出す意思がない物件の営業店舗化を本格的に模索する必要がある商店街も少なからず存在している。残店舗だけでは新たな展開を生み出せない状況に直面しているからこそ、なおさら、商店街活性化関係者は空き店舗所有者の諸事情に耳を傾ける必要がある。さらにいえば、市場が縮小均衡する中、遊休物件がうまく活用されない状況を長引かせると、物件の資産価値はさらに低下し、ひいては地価相場の一層の低下を引き起こす可能性がある。それは、物件の売却を望むがゆえに貸し出しを躊躇している所有者にとっても、かならずしも望ましい帰結ではないはずである。

上記のような課題は、近年、中心市街地ないし商業地の再生手法として注目されているエリアマネジメントの射程の範囲内にあるといつてよい。エリアマネジメントとは、「地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取り組み」（国土交通省, 2008: 9頁）と定義されている。商業地再生および空き店舗問題の文脈に引きつけると、商店街関係者、店舗および空き店舗の所有者、さらには周辺地区住民も含めて、地区の直面している課題を共有し、課

3) この点は職住一致（商住一致）のデメリットの側面として理解することができよう。ちなみに、地域商業研究の領域では、職住分離（商住分離）型の小売商業者よりも、職住一致型の小売商業者の方が積極的に評価されてきた。職住一致型であれば、自らの店舗兼住居周辺地区の生活環境に当事者意識をもって向き合うことができると考えられるからである。他方、職住分離型はまちへの当事者意識を希薄化させやすく、そうした小売商業者の増加が、日本の商店街のあり方に大きな影響を与えてきたのではないかと考えられている（e.g. 吉野, 1994）。ただし、こうした議論においては、ほとんど念頭におかれてこなかった。この点と関わって、石原（2001）は、吉野（1994）の議論に一定の理解を示しつつも、望ましい商店経営のスタイルは職住一致というよりもむしろ職住近接ではないかと提起している。併せて参照されたい。

題解決のためのスキームを導入することで、良好な買い物環境の構築ないし維持、ひいては商店街およびその周辺地区の資産価値向上に結びつけていく取り組みとして理解できる。

商店街活性化の有名事例の内、エリアマネジメントと呼ぶにふさわしいものの代表格は、高松市の中心市街地の一画を構成する高松丸亀町商店街A街区の取り組みであろう。丸亀町商店街の関係者たちは、1990年代前半頃から以下のような危機感を共有してきた。すなわち、郊外化の進展によって中心市街地の人口が減少しているため、おもとしてシニア世代に対して「まちなか居住」のメリットを訴求していく必要がある、というものである。しかし、高松丸亀町商店街の業種構成は地代負担力の高い業態に偏っており、シニア世代が人間らしい最低限の生活を送るために必要な業種の慢性的不足が顕在化している。関係者たちは、上記のような危機感を出発点にして議論を重ね、定期借地権を活用し、土地の利用権をまちづくり会社に集約するスキームを導入した（ただし実際に定期借地権を導入できたのはA街区のみである）。そうすることで、まちにとって必要なテナントを適材適所にちりばめることが容易になったのである（西郷, 2005; 南・矢作, 2017）⁴⁾

もっとも、高松丸亀町商店街A街区のエリアマネジメントは、行政の資金も投下された比較的大規模な再開発事例でもある。したがって、すくなくとも1-2で紹介したトレンド——若手店主たちの間に拡がる遊休店舗のリノベーション——には適合的ではない。先行事例の中で、近年のトレンドに適合的なのは、福岡県北九州市の有志が実践している「小倉家守プロジェクト」であろう（清水, 2014: 94-114頁；

嶋田, 2015）。

このプロジェクトは、北九州市魚町周辺地区において2010年頃から始まった民間主導型のリノベーション事業で、遊休不動産（空き店舗・空きビル）を活用し、都市型産業の集積形成を最終目標としている。その特色は、補助金に頼らない、「民間主導の小さなリノベーションプロジェクト」（清水, 2014: 15-18頁）を面的に展開させることで、まちの活性化に結びつけていこうとする点にあり、大規模な再開発プロジェクトとは一線を画している。また、半年に1回のペースで「リノベーションスクール」を開催し、魚町周辺地区におけるリノベーション可能物件の利活用方法を、全国各地から集まった受講生たちとともに、3泊4日の日程で検討している（清水, 2014: 106-111頁）。スクールから生まれた提案の多くは、「家守（やもり）チーム」と呼ばれる作業グループ⁵⁾に引き継がれ、実際に実行に移されている。一説によると、小倉家守プロジェクトは、開始から「2年あまりで実に200人あまりの起業・雇用者を生み出し」（木下・広瀬, 2013: 182頁）たという。こうしたやり方であれば、老朽化した店舗物件を再活用しながら、補助金に頼らず、身の丈規模で、かつ再開発事例よりもはるかに現代的なエリアマネジメントが可能になる。小倉家守プロジェクトは、市場が縮小均衡する中での商業地再生の指針を示しているといえよう。

とはいえ、管見の限りではあるが、小倉家守プロジェクト関連の文献（清水, 2014; 徳, 2014; 嶋田, 2015）には、リノベーションの対象になった物件の所有者が、すんなりと貸し出しに応じたのか否かについて、明確な記述がない⁶⁾。空き店舗問題に苦しむ地方都市の衰退商店街が、小倉家守プロジェクト的手法に学ぶべき点はもちろん多いはずではあるが、貸し手の

4) 高松丸亀町商店街における定期借地権制度導入の背景には、ほかにもいくつかの思惑があったといわれている。1つは、家賃相場の高騰を防ぎたいという思惑であり、もう1つは、地権者たちが再開発に先だって保有していた従前債務を解消したいという思惑である。別途、整理の機会を設けたい。

5) なお、魚町周辺地区の強みは、複数の家守チームが存在し、それぞれ特色を生かしながら活動していることである（清水, 2014: 114頁）。

諸事情に関しては、やはり、独自の視点に基づく調査から明らかにしていく必要がある。

1-3. 検討課題

本研究では、愛媛県下の衰退商業地を事例にして、エリアマネジメント手法を用いた商業地再生の成立可能性について検討することを、最終目標としている。上述してきた問題意識に基づけば、次のような特徴を備えた地区を事例として選定する必要がある。

1. 商業機能消失区画の存在感が大きい商店街であること
2. 空き店舗・空き家などの遊休物件が多数存在する地区であること
3. リノベーションを好む若手商店主が集積し始める兆しも見えること
4. エリアマネジメントの問題意識で活動する主体が存在すること

筆者らが研究フィールドとする愛媛県下において、目下、上記の4条件を満たすと思しき商業地は、松山市三津地区と柳井町地区である。

松山市三津地区においては、廃業店舗のシャッターのみならず、そうした店舗の住居化や駐車場化も目立つようになっており、商業機能消失区画が営業店舗数よりも多くなっている(1の条件)。とはいえ、職住一致で入居可能な店舗物件がまだなお多数残存しており(2の条件)、なおかつ、近年、リノベーション志向の若手商店主が微増しつつある(森本ほか, 2016; 松本・山口, 2017; 曲田, 2017; 山口, 2019)(3の条件)。また、山口(2019)でも報告したように、三津地区に若手商店主が集積する流れの先鞭をつけた店舗(「練や正雪」〔2009年開業〕と「島のモノ喫茶田中戸」〔2010年開業〕)の誕生を考えるうえで、当時の三津浜商

店会長のエリアマネジメント的行動は重要な役割を果たした⁷⁾。また、三津地区において町家バンクの運営に関わるコトラボ合同会社三津浜オフィス(2013年開設)も、移住ないし出店希望者と物件所有者のマッチングに注力している。また、同社は、長らく使われていなかった産院跡地の建物をリノベーションし、サブリースで転貸する事業にも乗り出している⁸⁾。つまり、三津地区は第4の条件にも適合的な商業地といえる。

松山市柳井町も、ここ50年来、商店街の衰退を経験してきた地区といえる。1970年代から1980年代にかけて、60以上あった店舗の数は、2019年現在、25店舗にまで減少している。2019年現在の空き店舗率は32.4%、また、全ての区画に占める商業機能消失区画(空き店舗・駐車場・更地・住居)の割合(閉鎖店舗率)は53.7%にもなる(第1の条件)。ちなみに、柳井町地区は戦争末期に空襲の被害に合っており、戦前から存在している店舗物件はほとんどない(池田, 2002)。しかし、それでも、高度成長期以降に形成された新興の商店街に比べれば、十分に古い部類の店舗物件が多数残存している。当然ながら、そうした物件の多くは、職住一致型である(第2の条件)。また、2013年頃より、新しいタイプの商店主たちによる新規出店が微増しつつあり(表1を参照のこと)、それらの多くはリノベーション物件である(第3の条件)。さらに、柳井町地区の特

7) 具体的にいえば、当時、三津浜商店会の会長であった丸山常一さんが、練や正雪の酒井正雪さんと、島のモノ喫茶田中戸の田中章友さんの求めに応じて、彼らの出店時に、店舗物件を仲介したのである。また、丸山さんは、それぞれの物件の持ち主に対して、地区の実情に合わせて賃料を値下げするよう交渉した。こうした行動は、丸山さん本人が明確に意図していたわけではないものの、エリアマネジメント的な行動と理解することができる。詳しくは山口(2019)を参照されたい。

8) 三津地区におけるコトラボ合同会社の取り組みについて詳しくは、岡部(2015)、森本ほか(2016)、曲田(2017)などを参照のこと。

6) 嶋田(2015: 146-148頁, 156頁)に物件オーナーとの交渉に関するエピソードが紹介されている。ただし、空き店舗所有者(貸し手)が物件の賃貸をためらう諸事情に踏み込んだ議論かといえば、かならずしもそうとはいえないであろう。

表1 直近10年間に柳井町商店街で開業した店舗

開業年	店 舗 名	業 種	事 業 内 容	備 考
2013	うつわ屋 独歩	日用品・電器	食器販売	
2014	町屋サロン 華こるぎ	サービス	エステ	2018年閉店
2014	浮雲書店	本・文具・おもちゃ	古書販売	
2017	rodan caffè	飲食	喫茶/珈琲豆の販売	
2017	カーラ・ラボ	その他	ペット用健康食品の販売	2017年閉店
2017	鶏〇	飲食	やきとり/居酒屋	
2017	chopest	飲食	バー	
2018	毎日のおいしいもの まとか	飲食	レストラン	
2018	おでんと酒肴 た崙や	飲食	おでん/居酒屋	
2019	Artspaceアテナルミエール	サービス	ギャラリー/体験アトリエ	
2019	WHITE/BLUE	日用品・電器	食器販売	

出所 渡部勝平さん・湯川一富さんへのヒアリングをもとに筆者作成

筆すべき点は、エリアマネジメント手法を明確に意識しながら、商業地再生に取り組む活動者が存在することである。「湯川住み方研究所」代表であり、柳井町商店街専務理事も務める湯川一富さんである。本稿第4節において詳述するように、湯川さんの活動は、テナント誘致やサブリースのみならず、オーナー業にまで進出しているという意味において、すぐれて「家守（やもり）会社」（清水, 2014）的かつエリアマネジメント的である。また、この点をふまえると、第4条件への適合度は、三津地区よりも柳井町地区の方が大きいものと考えられる。さらに、三津地区に関する先行研究は既に一定数発表されているのに対し（岡部, 2015; 森本ほか, 2016; 松本・山口, 2017; 曲田, 2017; 山口, 2019）、柳井町地区を事例にした先行研究はほとんど皆無に近い。その意味では、柳井町商店街の事例研究には新奇性も指摘できる。

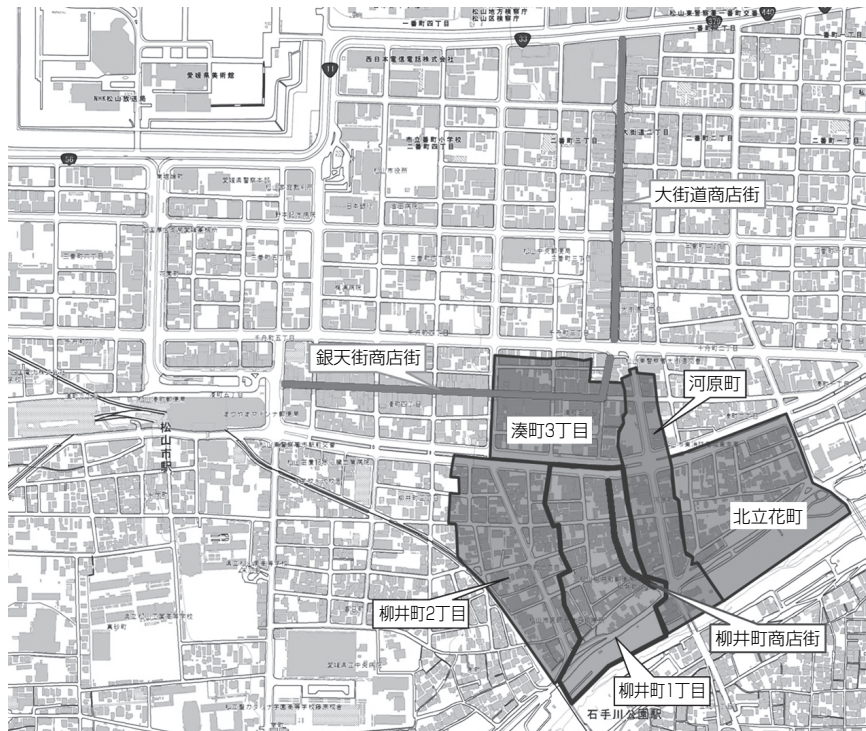
上記のような観点から、本研究では、柳井町商店街を事例にして、地方都市の衰退商業地におけるエリアマネジメントの成立可能性を検討していくことにする。柳井町商店街を事例にすることで、エリアマネジメントを活用した商業地再生に関する現在進行形の取り組みを観察することが可能になる。こうした作業をとおして、現在進行形の取り組みにおける成果と課題を抽出し、地方都市衰退商業地におけるエリアマネジメントの有効性を高めるための、論点

を抽出することが、本研究の最終的な目的である。その意味では、柳井町商店街の事例をいわゆる「成功事例」としてとりあげるわけではなくならずしもない点には、留意が必要である。

とはいえ、本稿において上記課題の追究を全面的に展開することは、現時点での筆者らの力量をはるかに凌駕している。そこで、本稿では、上記の中長期的課題の予備的考察として、次のように課題設定したい。第1に、柳井町商店街の歴史を、上述した中長期的課題の追究に必要な限りで整理しておくことである。とくに、ここ数十年の業種構成の変遷を明らかにしておくことは、柳井町地区および柳井町商店街の直面する地域課題を理解するうえでは必要不可欠の作業と思われる。そして第2に、柳井町商店街におけるエリアマネジメントの現段階的到達点を整理しておくことである。この作業は、柳井町におけるエリアマネジメントの推進者である、湯川一富さんへのヒアリング調査をもとに検討することにした。

本稿では、以下、次のような順序で考察を進めていく。つづく第2節では、柳井町商店街の概要（現況）と商店街活動の沿革を、本稿の議論に必要な限りで確認する。第3節では、本稿の第1課題である、柳井町商店街の業種変遷について整理する。第4節では、湯川一富さんへのヒアリング調査を中心にして、柳井町商店街におけるエリアマネジメントの軌跡を整理す

図1 松山市中心部における柳井町商店街の位置



出所 「地理院地図 | 国土地理院」 (<https://maps.gsi.go.jp/>) のデータをもとに筆者作成。

る。最後に、第5節において、本稿の議論からみえてきたインプリケーションを整理し、議論の締めくくりとしたい。

2. 柳井町商店街の概要

2-1. 現況

柳井町商店街（松山市柳井町1丁目）は、愛媛県の県庁所在地・松山の中心市街地南端に位置する全長220m程の商店街である（図1を参照のこと）。しばしば松山市の中心商店街と位置づけられる大街道や銀天街とは近接している。

柳井町商店街においては、1970年代から1980年代にかけて60を超える数の店舗が軒を並べていたが、その後、衰退が進み、閉鎖店舗の住居化事例も目立つようになってきている。2019年12月現在の店舗数（営業店舗の区画数）は25である（表2を参照のこと）⁹⁾。空き店舗率

は、データ入手できる1980年から一貫して増加しつづけており、2019年現在で32.4%に達する。また、閉鎖店舗率も1980年以来一貫して増加しつづけており、その値は2019年現在で53.7%に達する¹⁰⁾。柳井町商店街も、今治市の中心商店街（cf. 山口, 2014）や松山市三津地区の三津浜商店会（cf. 松本・山口, 2016;

9) ただし、柳井町商店街の公式的なカウント方法によると、2019年12月現在の店舗数は23である（渡部さん・湯川さんへのヒアリングによる）。1つの組織が2区画を利用しているケースがあることと、福祉施設や事務所のカウント方法が異なることなどから、商店街の公式見解と本稿のデータの間には乖離が生じてしまっている。本文中では、時系列比較のためには過去の店舗数と同じ方法でカウントする必要があることに鑑み、表2においては25店舗説を採用している。

10) ここで空き店舗率は、小売商業店舗として利用可能な物件に占める空き店舗の割合である。また、閉鎖店舗率は、商店街内の全区画に占める商業機能消失区画（空き店舗・住居・更地・駐車場など）の割合である。

表2 柳井町商店街の空き店舗率

		1980年	1990年	2000年	2010年	2019年
①	営業店舗	65	48	48	33	25
②	空き店舗	4	6	9	12	12
③	駐車場、更地	1	8	10	12	8
④	住居のみ	2	2	4	1	9
⑤	全体区画数	72	64	71	58	54
⑥	空き店舗率 [(②)/(①+②)] × 100	5.8%	11.8%	15.8%	26.7%	32.4%
⑦	閉鎖店舗率 [(②+③+④)/⑤] × 100	9.7%	25.0%	32.4%	43.1%	53.7%

注) 1980年のデータにおいては倉庫1件、2010年のデータにおいては作業場1件、2019年のデータにおいては倉庫1件を空き店舗に含めてカウントしている。

出所 セイコー社(1980; 1990; 2000; 2010)と柳井町商店街店主への聞き取りをもとに筆者作成。

表3 柳井町周辺人口(1990年10月1日現在)

町名	世帯数	人口	男	女	世帯あたり平均人数
柳井町1丁目	211	463	196	267	2.2
柳井町2丁目	367	773	313	460	2.1
河原町	131	261	101	160	2.0
湊町3丁目	85	253	114	139	3.0
北立花町	201	448	195	253	2.2

出所 松山市企画管理部情報管理課(1991)のデータをもとに筆者作成。

山口, 2019)と同様, 「行き着くところまで行き着いた商店街」(山口, 2019)の1つとして把握することができよう。

柳井町商店街の位置する柳井町1丁目と, その隣接街区の世帯数・人口について整理したものが, 表3・表4である¹¹⁾。柳井町1丁目街区には, 2015年現在, 314世帯・490人が暮らしている。また, 1990年の数値は211世帯・463人であった。衰退商業地の周辺地区としてはやや意外なことに, 1990年からの15年間で, 柳井町1丁目の世帯数はむしろ増加し, 人口も微増している。これは比較的若い世代の単身者が増加していることの影響と考えられる。柳井町周辺地区は, 松山市中心部からのアクセスが至便であることも手伝い, 若い単身者の人気を集める居住エリアとなっている。ただし, 同地区に古くから暮らしてきた住民の中には, 配偶者を亡くした独居高齢者も多い。世帯数はそれな

表4 柳井町周辺人口(2015年10月1日現在)

町名	世帯数	人口	男	女	世帯あたり平均人数
柳井町1丁目	314	490	208	282	1.6
柳井町2丁目	366	577	267	310	1.6
河原町	187	282	118	164	1.5
湊町3丁目	138	236	112	124	1.7
北立花町	209	330	149	181	1.6

出所 「平成27年国勢調査 松山市公式ホームページ PC サイト」(<https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/tokei/data/27kokuchou.html>)のデータをもとに筆者作成。

りに増加しているにもかかわらず, 人口が微増に留まっているのは, 高齢世代人口の減少が若い世代の増加を相殺しているからであろう。また, 柳井町1丁目と同様, 若い単身者向けの集合住宅の多い河原町や湊町3丁目においても, 世帯数は増加している。その一方で, 古くからの戸建て住宅が多く, マンションの開発圧力がさほど強くない柳井町2丁目や北立花町においては, 世帯数・人口ともに減少している。このように, 近年, 柳井町商店街周辺地区では, 若い世代の単身者の社会増と, 高齢世代の自然減が同時進行している。

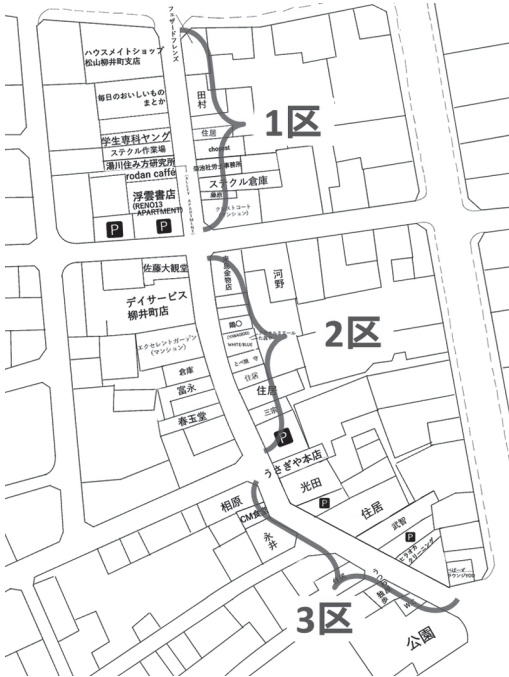
柳井町1丁目街区には, 本通り・北町内会・南町内会の3つの住民組織(町会)が存在する。柳井町商店街の街区は本通りのそれと完全に一致している。そのため, 柳井町商店街の商店街組織は本通りの住民組織も兼ねている。つまり, 柳井町商店街は, 商業組織であると同時に住民組織としての機能も併せもっている。商店街活動に必要な資金は, 一般の商店街においては組合費ないし会費の名目で集金されること

11) ただし, 厳密に言えば北立花町は柳井町1丁目街区に隣接してはいない。南北に細長い河原町街区の東西の幅は70~80m程度になるため, ここでは北立花町も隣接街区に近似するものとして処理している。

になるが、柳井町商店街においては町費の名目で集められることになる。この点は、柳井町商店街の組織運営上の特色の1つといえる。

また、柳井町商店街（本通り）の店主・住民は、各種商店街活動・町会活動の便宜のために、街区を1区・2区・3区の3つに分けて認識している（図2を参照のこと）。北口から来島金物店のある十字路までの区間が1区、その十字路からうさぎや本店のあるT字路までの区間が2区、そのT字路から南口までの区間が3区である。すくなくともゼロ年代（2000年代）の終わり頃までは、商店街の役員（理事）を1区・2区・3区からまんべんなく選出できるよう配慮してきたという。しかし、近年は、理事就任の要請を固辞する店主ないし住民も増加し、上記のような配慮はかならずしも貫徹できていないようである。

図2 柳井町商店街（本通り）の概要



2-2. 沿革

柳井町地区に商店が集積し始めたのは、大正末期から昭和初期にかけてのこととされる（池田, 2002: 122-123頁）。中心市街地の外縁部に

位置する柳井町周辺地区には、俸給労働者（サラリーマン）の住宅が少なからず建設され¹²⁾、彼・彼女らの生活を支える物資を取り扱う商店の集積が形成されるようになった。

また、柳井町地区が松山市中心市街の南端に位置していることも、同地区における商業集積の発展を考えるうえで無視できない。松山市南方の砥部・森松方面から松山市中心部にアクセスするための街道が、柳井町地区南端の立花橋を経由して、松山市中心部に延びてくるのである。砥部・森松方面から松山市中心部を訪問した来街者は、松山市内での用事を済ませたあと、帰り際に柳井町商店街で生活物資を購入して帰ることが多かったという¹³⁾。

このように、松山市中心部のいわば「南の玄関口」として発展してきた柳井町商店街ではあるが、第二次世界大戦末期の松山大空襲（1945年7月26日深夜～27日未明）に際して投下された焼夷弾によって甚大な被害を受け（松山市史編集委員会編, 1989: 280-282頁）、戦後は焼け野原からの再出発を余儀なくされたという。ただし、地区の南を流れる石手川の土手には、戦災者ないし引揚者向けの県営住宅および市営住宅が建設され（松山市史編集委員会編, 1989: 305頁；池田, 2002: 120頁；愛媛県生涯学習センター, 2008: 59頁）、柳井町商店街はそうした人々の需要に支えられて、比較的順調に復興したという。

とはいえ、1960年代から1970年代にかけて、柳井町商店街をとりまく状況にも暗雲が立ち込みはじめることになった。第1に、モータリゼーションの進展と、大規模小売店舗の増加である。松山市南部の消費者たちの多くは、公共交通を利用して松山市中心部にアクセスせずとも、松山市内の様々な商業施設を自由に訪問す

12) 池田（2002）は柳井町のことを「月給取りの住宅地」（121頁）と表現している。

13) また、問屋街である河原町に物資を納品しに訪れた生産者ないし仲買人が、荷下ろしと前後して、西隣りの柳井町を訪問することも多々あったという。

ることができるようになった。第2に、のちに愛媛県内最大手のローカルスーパーに成長するフジが、1972年、柳井町商店街の南端から南南西に400mほどの地点に、立花店を出店したことである（東洋経済新報社、1991: 1340-1341頁）。核店舗であるフジの店舗面積は1947㎡であり¹⁴⁾、この出店によって柳井町商店街の直面する競争環境は一気に激化することになった。上記のような環境変化を受けて、柳井町の商店主たちの間でも対策の必要性が認識されるようになったという。

柳井町の商店主たちが最初に検討したのは、アーケードを設置することによって、商店街の買い物環境を改善し、消費者の支持を取り戻そうという方向性である。こうした問題意識から、柳井町の商店主たちは、1974年に柳井町商店街振興組合を発足させ、1979年に、全蓋式アーケードを完成させた（『愛媛新聞』2004年12月1日9面）。総工費は1億1000万円であったという（『商店街ガイドブック えひめの商店街』: 49頁）。アーケードの完成と前後して、商店街の街路は歩行者専用道路化された。なお、今日に至るまで、松山市内で商店街が歩行者専用道路化された事例は、柳井町のほかに、大街道、銀天街、道後、三津の4ヶ所だけである。

しかし、アーケードの設置によって、事態が劇的に好転したわけではない。柳井町商店街の店舗数は、一時的な増加があったとはいえ、中長期的には一貫して減少し続けた。十分な合意形成のないままアーケードを設置したことによって、商店街活動が低迷したことも遠因の1つと考えられる¹⁵⁾。もちろん、商店街組織もただ指をくわえて見ていたわけではなく、種々のテコ入れ策に取り組んだようである。1996年には、総事業費4500万円をかけて、路面をカラー舗装化するとともに、商店街の入口にア

ーチを設置した。カラー舗装に際しては、同時に商店街のシンボルマークを作成し、路面に埋め込んだという（『愛媛新聞』1996年4月2日11面）。ほぼ同じ時期に、商店街のキャッチフレーズも作成した¹⁶⁾。また、やはりほぼ同じ時期に、商店街振興組合の中に婦人部を設置した¹⁷⁾。柳井町商店街の伝統的しがらみから相対的に自由な視点を有する女性陣は、商店街活動に新たな展開をもたらすことができるかもしれない。当時の理事長が婦人部の発足を推進した背景にはこうした思惑もあったという（Aさんへのヒアリングによる）。さらに、1996年には、松山商工会議所の支援のもと、空き店舗対策事業の一環として、県特産品のアンテナショップ兼イベントスペース（『柳井町ワイワイホール』）を設置した（松山商工会議所、1997: 30-32頁）¹⁸⁾。なお、その翌年度（1997年度）にも、松山商工会議所の支援のもと、空き店舗が交流スペース化されている（『愛媛新聞』1998年3月6日）。また、柳井町商店街は、同じく空き店舗対策事業の一環としてチャレンジショップへの挑戦者を募集し（『愛媛新聞』1996年11

15) ある商店街関係者（Aさん）の証言によると、元々、柳井町商店街のアーケード建設に際しては賛否両論があったようである。しかも、賛否両論があったにもかかわらず、議論を十分に尽くすことのないまま建設に踏み切ってしまったきらいもあり、その後の商店街運営は困難を極めたという。ただし、多分にセンシティブな内容を含んだ議論になるため、本稿において詳述することは控える。

16) ただし、キャッチフレーズに関しては資料によって表記にバラつきがある。たとえば、『松山百点』第202号（1998年）においては「下町のかおり」（43頁）、愛媛県産業情報センター（1999）においては「『下町のかおり』…優しさと温もりと親しみと愛される商店街づくりで、地域社会の好感を得る」（61頁）、『商店街ガイドブック えひめの商店街』においては「優しさ・温もり・親しみ」（49頁）、えひめ産業振興財団（2002）においては「下町のかおり “優しさと温もりと親しみと”」（34頁）と紹介されている。

17) 婦人部設置の正確なタイミングについては定かではないが、参考までに、1997年3月に松山商工会議所がとりまとめた空き店舗対策事業関連の報告書（松山商工会議所、1997）には、婦人部長の名前の記載がある。遅くともこの時期には、柳井町商店街の婦人部は発足していたものと推察される。

14) ただし、東洋経済新報社（1991）に記載されているデータである。

月1日), 竹製品と健康食品の販売店舗を誘致することに成功した(『愛媛新聞』1996年12月5日; 松山商工会議所, 1997: 33頁)。1996年度から1997年度にかけて実施された空き店舗対策事業は, 新規出店者の呼び水になり, 事業を実施する直前期に7件あった空き店舗が, ひとまず全て埋まったとの報告もある(『愛媛新聞』1998年5月18日)。さらに, 1998年からは, 約30年間途絶えていた「延命地藏まつり」を復活させたという(『愛媛新聞』1999年8月27日)¹⁹⁾。このように, 1990年代後半は, ハード環境の再整備(カラー舗装), 組織体制の見直し(婦人部の設置), 各種イベント施策の実施など, 柳井町における商店街活動が活発化した時期とみることができる。

しかし, それでも衰退に歯止めをかけることはできず, 後述するように, 2000年代に入ると, 営業店舗数は全盛期の半数程度にまで減少した。参考までに, えひめ産業振興財団が2001年度に実施した商店街実態調査に際して, 柳井町商店街の代表者は悲痛なコメントを残している。「当商店街では, 後継者不足と不況で何年か先には商店街としての機能を果たせないのではないかと考えています」(えひめ産業振興財団, 2002: 37頁)。

こうした状況下で, 2004年, 台風が立て続けに愛媛を襲った²⁰⁾。この時, 柳井町商店街のアーケードも, 複数箇所, 破損したという。柳井町の商店主たちに, 修理のための費用を集め, さらにその後の維持管理のための費用を支払い続けるだけの体力は残っていなかった。熟

慮の末, アーケードは撤去されることになった(『愛媛新聞』2004年12月1日; 2005年2月28日)。なお, アーケードの撤去に伴い, 商店街振興組合も解消されることになったという。ちなみに, 撤去されることになったアーケードの支柱の半数は, 街路に残され, 街路灯の支柱として再活用されている(『愛媛新聞』2006年1月5日)。

その一方で, ゼロ年代(2000年代)中頃より, のちに柳井町商店街内に店舗を構え, 商店街の理事長に就任することにもなる渡部勝平さんを中心とした若手まちづくりグループが, 柳井町商店街と協働する機会を増やしていった。渡部さんたちは, 2005年, 当時20代の若者たちによるまちづくりグループ「ステディークルー」を結成し, 以降, 柳井町商店街商店街内でのイベント企画や, 買い物環境改善のための活動に注力した(『愛媛新聞』2006年6月30日; 『日本経済新聞』2011年10月27日)。最初に取り組んだことの1つが, アーケードを撤去して寂しくなった柳井町商店街の街路に, カラフルな風車を設置する活動であったという(渡部さんへのヒアリングおよび『愛媛新聞』2006年6月30日による)。この風車は, 現在でも, 定期的にメンテナンスされ, 柳井町商店街のシンボルの1つになっている。

その後, 渡部さんたちのグループは, 2007年に柳井町商店街内部に事務所を構え, 同年12月に県内産野菜の販売施設「地参地笑市」をオープンさせた(『愛媛新聞』2008年12月9日)。販売する野菜は大洲市の肱川町や河辺町の生産者組合から仕入れたという(『朝日新聞』2007年12月9日)。また, その翌年には, 「地参地笑市」の隣接物件を借り上げ, 惣菜店「あげ☆あげ」をオープンさせた。その後, 渡部さんは, 2009年12月に「ステディークルー」を法人化し, 2010年7月からは, 同社に籍を置いてフルタイムで活動することを決めた(『愛媛新聞』2012年3月12日)。

なお, この間, 2009年11月19日に, アーケ

18) 1996年11月から翌年3月までの事業期間中に, 記録に残っているだけで15のイベントを実施し, 総計で5385人の利用者を集めたという(松山商工会議所, 1997: 30-32頁)。

19) 柳井町商店街の南端に位置する延命地藏尊にちなんだイベントである。なお, 途絶えていた期間については約40年間であるとの報告もある(『松山百点』第202号)。

20) この年, 四国に上陸した台風は観測史上最多の6を数えたという(『愛媛新聞』2004年12月24日)。

ードの完成以来、30年にわたって実施されてきた自転車の乗り入れ規制が解除された（『愛媛新聞』2009年11月20日）。

渡部さんは、2008年頃理事入りし、2010年に発足した前任理事長体制で専務理事を務めたあと、2012年1月に後任の理事長に就任した（『愛媛新聞』2012年3月12日）。その後、2019年現在に至るまで、柳井町商店街の理事長を務め続けている。

渡部さんが理事長に就任してから2年後、2013年に、不動産業を営む湯川一富さんが、柳井町商店街に立地する中古マンションを購入することになった。湯川さんはこのマンションを改装し、「RENO13 APARTMENT」と名付けた。2014年に、渡部さんは湯川さんを、柳井町商店街の専務理事に推薦した。渡部さんが湯川さんを推薦した理由は、理事のなり手がなかったことに加えて、理事会に不動産業者が入ることによって商店街活動に新たな展開が生まれることを期待したからである（渡部さんへのヒアリングによる）。以来、2019年現在に至るまで、湯川さんが柳井町商店街の専務理事を務めている。

柳井町における湯川さんの活動の特筆すべき点は、エリアマネジメント的問題意識を念頭におきながら事業展開していることである²¹⁾。湯川さんは、改装した「RENO13 APARTMENT」1階に、テナントとして古書店（浮雲書店）を誘致することに成功した（2014年）。また、「RENO13 APARTMENT」隣接区画の土地を購入し、「ALLEY APARTMENT」を建設した。その1階にはテナントとして「rodan caffè」が入居することになった（2017年）。さらに、湯川さんは、空き物件となった薬局跡地を一括して借り受け、リノベーションを実施した後、サブリースで転貸する事業にも乗り出している。当

該物件（「YANAGIDO」）には、居酒屋の「おでんと酒肴 た菟や」（2018年）、「Artspace アテナルミエール」（2019年）、砥部焼を中心とした器のセレクトショップ「WHITE/BLUE」（2019年）が入居することになった。湯川さんが活動拠点を柳井町に移して以来、彼の関わる物件に入居するテナントだけで、実に5店舗（既に撤退したものも含めれば6店舗）の新規出店事例を生み出しているのである。また、自ら所有ないしサブリースしていない空き物件に、柳井町のテナントミックスを魅力的にできるような店舗を誘致する活動（リーシング）にも積極的で、こうした活動の結果、出店を決めた店舗に「毎日のおいしいもの まとか」（2018年）がある。

このように、不動産を所有するリスクや、一棟丸ごと借り上げるリスクを負うことのできる湯川さんの登場によって、近年の柳井町商店街においては、遊休不動産を利活用し、まちの魅力を高めていく気運が盛り上がりつつある。この経緯については、第4節で改めて詳しく確認することにした。

近年の柳井町商店街においては、「カモン夜市」が夏（7月末）の恒例イベントとして定着しつつある。柳井町商店街の若手理事を中心とする実行委員会によって独自に企画する夜市（よいち）であり、標準的な緑日の出店（でみせ）とは一線を画した、高いクオリティの出店者たちが軒を並べ、商店街内の店舗と一緒にあって、飲食物、雑貨、古道具などを販売するイベントである²²⁾。参考までに、2019年の「カモン夜市」においては、普段は商店街外部で活動している26の出店者（出店団体）が出店（でみせ）を設置し、商店街内部に立地する10の店舗と一緒に、ハレの空間を演出した。なお、2017年の開催日は7月29日（土）、2018年の開催日は7月28日（土）、2019年の開催日は7月27日（土）であった。また、イベント当日の来街者数は、2017年に3000人、2018年に3200人、2019年に4512人を記録している（渡部さ

21) ただし、柳井町商店街が組織をあげてエリアマネジメントを推進しているとみなすことができるかについては、議論の余地もある。この点については、第5節で改めて議論することにした。

ん・湯川さん提供のデータによる)。「カモン夜市」のねらいの1つは、イベントの成功実績を示すことによって、まちづくり活動に理解を示す周辺住民を増やすことである。また、柳井町商店街に店舗を構える可能性のある事業者に、柳井町の魅力を訴求し、将来的な出店行動に結びつけることも、もう1つのねらいであるという。さらに、「天神市」と「宵の市」の「遺伝を引き継ぎ」(松村, 2017: 6頁)ぎ、出店者の選定にこだわる姿勢を打ち出したことによって、松山市民の間では、「大街道や銀天街の夜市とは一味違う、品質のよいものを取り扱う夜市」との評価が確立されつつある。その意味で、「カモン夜市」は、柳井町のブランディングにも一役買っているとみてよいであろう。

2019年に柳井町商店街は、経済産業省(中小企業庁)から「はばたく商店街30選」に選定された(中小企業庁編, 2019:415-416頁; 『愛媛新聞』2019年6月5日)。上述したエリアマネジメント的取り組みによる新規出店事例の微増と「カモン夜市」の成功が評価されてのことである²³⁾

以上のように、柳井町商店街は、長らく松山市中心市街南端の衰退商業地として認知されてきたものの、近年、若手理事たちが中心になって推進しているエリアマネジメント的取り組み

により、新規出店者を微増させており、松山市内外の消費者や商店関係者の間で注目を集めている。

3. 柳井町商店街における業種構成の変遷

本節では、柳井町商店街における業種構成の変遷を確認していく。データとして用いたのは、精工社(1970)およびセイコー社(1980; 1990; 2000; 2010)発行の住宅地図である。ただし、住宅地図には、店舗の屋号は掲載されているものの、業種に関する情報は掲載されていない。したがって、過去の住宅地図を用いるのみでは、業種構成を明らかにすることができない。そこで、柳井町地区住民への聞き取り調査を追加することによって、過去の住宅地図に掲載されている店舗の業種に関する情報を補った。なお、直近(2019年)の業種構成については、筆者らの直接的観察によってデータを抽出している。

表5および図3は、柳井町商店街における業種の変遷を、数値ベースで示したものである。なお、図3のグラフの縦軸は、店舗の実数を示している。ここから確認できることは、以下の諸点である。

第1に、店舗の総数は、1970年から1980年にかけて微増しているものの、その後は一貫して減少している。1980年の時点で65あった店舗が2019年の時点では25にまで減少しており、最盛期の4割程度まで店舗数が減少している。

第2に、「衣類・寝具」をとりあつかう業種

22) 「カモン夜市」には前身となったイベントがある。2015年1月、4月、10月に、井手神社(松山市北立花町)の境内を会場にして開催された「天神市」と、同年7月に柳井町商店街を会場にして開催された「宵の市」である(『愛媛新聞』2015年4月27日)。いわゆるテキ屋ではなく「クオリティの高い店」を集めることに徹したコンセプトが、感度の高い消費者の支持を集め、開始から1年足らずの内に、イベントの知名度はまたたく間に上がった。とりわけ、会場を柳井町商店街に移して実施した「宵の市」には、6000人もの来街者が殺到したという(松村, 2017: 4-5頁)。なお、「天神市」および「宵の市」の企画グループである「いろは企画」のメンバー4人の内、浮雲書店店主の武井裕章さんを除く3人は、柳井町商店街の構成員ではない。「いろは企画」のメンバーの内、松山市中心部でバー「ROPPONGI」を経営する阿達美和さんが、「カモン夜市」の実行委員会にも招かれ、出店者のブックを担当することになった。

23) なお、筆者ら(愛媛大学法文学部総合政策学科地域・観光まちづくりコース山口信夫研究室)も、2017年から2018年にかけて、柳井町商店街周辺地区の地域情報を発信するミニコミ誌『やないすと』を発行した(『やないすと』実験的創刊号; 第1号; 第2号)。こうした情報発信の取り組みも、「はばたく商店街30選」の選定に際して考慮要因の1つになったという(cf. 中小企業庁編, 2019: 415-416頁)。

表5 柳井町商店街の業種変遷

	1970年	1980年	1990年	2000年	2010年	2019年
衣類・寝具	19	18	13	10	8	1
	30.6%	27.7%	27.1%	20.8%	24.2%	4.0%
靴・傘	2	2	2	1	1	0
	3.2%	3.1%	4.2%	2.1%	3.0%	0.0%
医薬・化粧品	5	4	4	4	2	1
	8.1%	6.2%	8.3%	8.3%	6.1%	4.0%
家具・アウトドア	3	1	1	1	0	0
	4.8%	1.5%	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%
日用品・電器	6	8	7	7	5	5
	9.7%	12.3%	14.6%	14.6%	15.2%	20.0%
食料品	8	7	7	7	4	1
	12.9%	10.8%	14.6%	14.6%	12.1%	4.0%
本・文具・おもちゃ	1	1	0	0	0	1
	1.6%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%
メガネ・時計・宝石・カメラ	1	0	1	0	0	0
	1.6%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%
サービス	5	6	2	5	5	5
	8.1%	9.2%	4.2%	10.4%	15.2%	20.0%
飲食	9	14	8	7	3	6
	14.5%	21.5%	16.7%	14.6%	9.1%	24.0%
その他	3	4	3	6	4	5
	4.8%	6.2%	6.3%	12.5%	12.1%	20.0%
不明	0	0	0	0	1	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	0.0%
合計	62	65	48	48	33	25
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

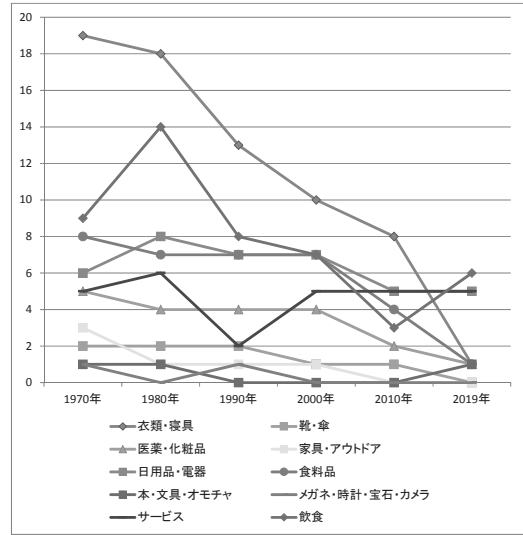
出所 精工社（1970）、セイコー社（1980；1990；2000；2010）のデータ、柳井町商店街店主への聞き取り調査をもとに筆者作成。

の存在感の希薄化を指摘できる。衣類・寝具をとりあつかう業種は、1970年には、数にして19店舗存在し、割合ベースでは全体の30.6%を構成していた。しかし、その後、実数・割合ともに、一貫して減少し、2019年にはわずか1店舗を残すのみになっている。

第3に、「衣類・寝具」とは対照的な動きを見せている業種として、「飲食」が特筆される。元々、「飲食」は、柳井町商店街において「衣類・寝具」の次に存在感を放っていた業種といえる。1970年の時点で、数にして9店舗、割合ベースで14.5%、さらに1980年になると、数にして14店舗、割合ベースで21.5%を占めるまでにシェアをのばした。その後は、2010年まで一貫して減少し続けることになったものの、2010年代に入って微増し、2019年の時点で6店舗、割合ベースで23.1%を占めるようになっている。

第4に、「サービス」業の相対的健闘も指摘できる。1990年に2店舗まで落ち込んだことを

図3 柳井町商店街の業種変遷



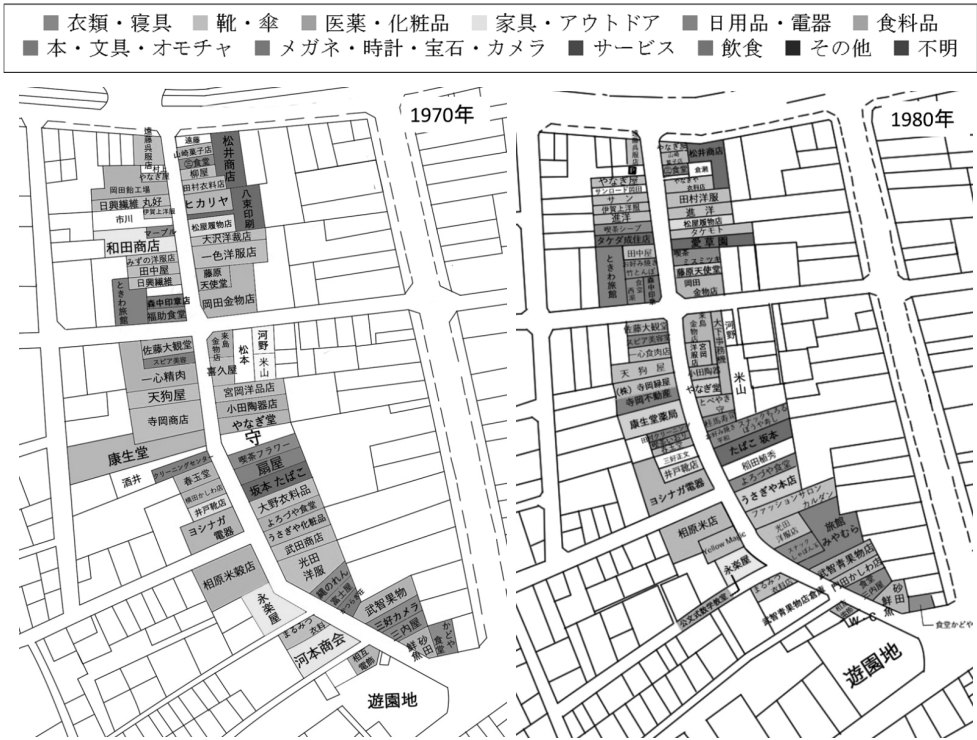
出所 精工社（1970）、セイコー社（1980；1990；2000；2010）のデータ、柳井町商店街店主への聞き取り調査をもとに筆者作成。

除けば、あらゆる年代を通して、5から6の店舗数をキープしている業種といえる。ただし、この業種には、より詳細にみれば、旅館、不動産仲介業、美容室、ネイルサロン、エステサロン、デイサービス、ゲームセンター、クリーニング、学習塾など、多様な店舗が含まれるため、分類の難しい業態を集めた雑多なカテゴリーともみなしうる。

第5に、「食料品」店の減少を指摘しておきたい。元々、「食料品」店は、1970年の時点で、「衣類・寝具」、「飲食」に次いで存在感のある業種であった（8店舗〔12.9%〕）。しかし、精肉店、青果店、鮮魚店など、往時、柳井町周辺地区住民の食卓を支えた古くからの商店の多くが、2000年頃を1つの区切りとして廃業し、現在は菓子店1店舗を残すのみとなっている。

最後に、上述した衣類・寝具、食料品のほかに、「靴・傘」、「医薬・化粧品」、「家具・アウトドア」、「本・文具・おもちゃ」、「メガネ・時計・宝石・カメラ」といった業種も、柳井町商店街内にまったく立地していないか、あっても1店舗のみになっていることも、指摘しておきたい。

図4 1970年、1980年の柳井町商店街の業種変遷と店舗数の変化



出所 精工社 (1970)、セイコー社 (1980) をもとに筆者作成

図5 1990年、2000年の柳井町商店街の業種変遷と店舗数の変化



出所 セイコー社 (1990; 2000) をもとに筆者作成

図6 2010年、2019年の柳井町商店街の業種変遷と店舗数の変化



出所 セイコー社（2010）および観察調査をもとに筆者作成

図4、図5、図6は、各年代における店舗の業種構成を、地図にプロットしたものである。一見してわかるのは、時代の経過とともに、柳井町商店街が商業機能を喪失させてきた歴史である。また、松山市中心部から最も遠いところにある3区から、商業機能の空洞化が始まったこともわかる。逆にいえば、松山市中心部に近い1区は、相対的には健闘してきたエリアである。ただし、近年では、店舗として利用されていない物件が1区にも散見されるようになっていく。

4. 柳井町商店街におけるエリアマネジメントの軌跡

本節では、おもとして「湯川住み方研究所」代表の湯川一富さんの活動に焦点を当てながら、柳井町商店街におけるエリアマネジメント活動の軌跡を整理する。なお、本節の記述のほ

とんどは、湯川さん本人からのヒアリング調査に依拠したものである。以降の議論においては、湯川さん以外の柳井町関係者へのヒアリングに依拠している箇所や、その他の資料に依拠している箇所のみ、参照情報を記すことにしたい。

愛媛県今治市出身の湯川さんは、今治の民間企業でサラリーマンを経験したのち、2004年、30歳の時に松山市で不動産賃貸業社として起業した。当初は、戸建て住宅や区分所有マンションなどを中心に、取り扱い物件を増やしていった。個性的な空間を提案したいとの意図から、取り扱い物件の改装作業に力を入れるうち、根本的に新しい居住スタイル（「住み方」）を提案するためには、新築物件を自ら企画する必要があると思い至った。そこで、2010年頃、初めて新築プロジェクトの企画に着手し、2013年2月、賃貸物件「SPIRAL」（松山市木屋町）を竣工した²⁴⁾この新築プロジェクトの企画過

程で、2011年頃、屋号を「湯川住み方研究所」に改めた。

2013年に、湯川さんは柳井町商店街内の賃貸マンション「レーベンイケダ第8ビル」(1997年竣工；5階建；13戸；1テナント)を購入することにした。ただし、この時点で柳井町地区に特別の思い入れがあったわけではなく、条件の良い物件がたまたま同地区に立地していただけであったという。湯川さんは、この物件に「RENO13 APARTMENT (リノサーティ・アパートメント)」と名付け、当時1室あった空室の内装にリノベーションを施した(2014年完了)。ところが、物件情報を不動産仲介業者に伝達する段になって、どういった点をアピールポイントにすべきか思案する必要性に駆られた。物件の築年数は25年を超えており、設備が新しいわけでもなければ、部屋が広いわけでもない。この時、とっさに思いついたのが、「このマンションに住むと、もれなく商店街がついてきます」との売り文句であったという。以降、「商店街の魅力を高めることが、物件の魅力を高めることそのもの」との着想から、活動方針を考えるようになったという。

「RENO13 APARTMENT」1階のテナントスペースに興味を示した出店希望者は3人存在したという。その内の1人が、古書店「浮雲書店」の武井裕章さんである。湯川さんによれば、3人の内、最も商売人らしくないと感じたのが武井さんであるという。湯川さんは、武井さんのキャラクターに惹かれて、彼と賃貸借契約を結ぶことにした。こうして「浮雲書店」の入居が決まった(2014年5月開店)。

「RENO13 APARTMENT」のリノベーション

24) 「鉄扉を開けると突然現れる9mもの吹き抜け空間に全高8mの螺旋階段」を設置した3階建ての賃貸物件である(「SPIRAL」住み方マニア湯川住み方研究所)〔<http://yukawa-sumikata.com/works/spiral/>：2020年1月15日閲覧〕。話題性抜群の間取りを採用することによって、「SPIRAL」は、全国ネットの情報番組(フジテレビ「とくダネ!」2016年5月17日放送)にも取り上げられることになったという。

と併行して、2014年より、湯川さんは柳井町商店街の専務理事に就任した。柳井町商店街の魅力を高めるためには、街区内に魅力的な店舗を増やす必要がある。そこで湯川さんは、2014年頃より、閉鎖店舗の持ち主に対して、新規出店者を呼び込むために物件を貸しに出すよう、説得を試み始めた。ただし、しばらくの間は、成果の出ない期間が続いたという。次第に湯川さんは、閉鎖店舗を賃貸物件化する方向性だけでなく、自ら新築物件を企画する必要性も感じるようになった。

時期を同じくして、「RENO13 APARTMENT」の北隣りにかつて存在した寝具店「田中屋」(2014年廃業)の建物および土地が売りに出されることになった。老朽化の激しい「田中屋」を、店舗としてそのまま再活用することは難しい。しかし、新たなビルを建設することは可能と考えた湯川さんは、この物件を購入することにした(2015年11月)。2017年5月、「田中屋」跡地に完成した新たなビルを「ALLEY APARTMENT (アリー・アパートメント)」と名付け²⁵⁾ビルの1階(路面側)をテナントスペースに、1階奥と2階を居住スペースに充てた。この時、居住者向けに「家ではなくまちに住む」というコンセプトも打ち出したという²⁶⁾。

「ALLEY APARTMENT」1階のテナントに魅力的な店舗を誘致することが、柳井町商店街の魅力を高めるためにも必要不可欠であると考えた湯川さんは、伊予市に店舗を構えるコーヒー・ロースター「手焼珈琲 RODAN」店主の西

25) なお、解体工事は2016年の早い段階で完了し、更地となった「田中屋」跡地は、しばらくの間、イベントスペースとしても活用された。この時期に実施されたイベントとして、「FUN SYMPHONY 2016 in 柳井町」(2016年5月)、「路地裏映画館 in 柳井町商店街」(2016年11月)などを挙げる事ができる(湯川さんへのヒアリングによる)。

26) 当該物件の居住スペースは、相対的に狭小であるため、持ち物の少ない賃借人(借主)のライフスタイルにむしろ適合的であるという。この点も「まちに住む」というコンセプトを着想するに至った大きな理由の1つである(湯川さんへのヒアリングによる)。

口輝彦さんに、熱烈なオファーを送った。湯川さんが、西口さんのことを知ったきっかけは、前述した「カモン夜市」の前身イベントである「宵の市」（2015年7月）にボランティア・スタッフとして参加したことであった。「宵の市」の盛況ぶり（一説には来街者6000人）を目の当たりにした湯川さんは、出店者選びにこだわる実行委員たちの姿勢に多くを学んだという。以来、面白い業種であること、既存の業種とバッティングしないこと、店主の人柄が信頼できることなどを重視しながら、テナント誘致を考えるようになったという。とはいえ、西口さんも出店をただちに決断したわけではなかった。「宵の市」への出店を通して、柳井町に対して良いイメージは持っていたものの、「手焼珈琲RODAN」を家族経営で切り盛りしてきた西口さんにとって、2店舗目の出店は容易に決断できることではなかった。湯川さんは何度も伊予市の本店に通い、柳井町の魅力をアピールしたという。結果的には、湯川さんの熱意が通じ、西口さんは「ALLEY APARTMENT」の1階にコーヒースタンド「rodan caffè」の出店を決めた（2017年6月開店）。

「ALLEY APARTMENT」の建設は、湯川さんが、商店街やまちの活性化に向かって本格的に動き出そうと考える契機にもなったという。衰退した商店街に久しぶりに新築物件ができたこと、しかも、リーシング活動が功を奏し、その1階に「rodan caffè」ができたことを、湯川さんが当初想定していた以上に周囲の店主や住民が喜んだのである。周囲から喜ばれる嬉しさを体験したことが、湯川さんにとってのターニングポイントになった。「ALLEY APARTMENT」のプロモーションを考えるに際しては、自分のビジネスを軌道にのせるために「商店街（まち）の魅力向上」という切り口を用いたきらいがあったのに対し、物件の完成後は、自分の不動産物件と商店街（まち）の魅力の両立について、本腰を入れて考えるようになったという。

2-2でも説明したように、2017年7月29日（土）には、「宵の市」（2015年7月）の「遺伝子を引き継ぎ」（松村、2017: 6頁）ぐ形で「カモン夜市」が企画され、商店街内に立地する12店舗に31の出店者（出店団体）を加えた計43の出店者が（松村、2017: 9頁）、来街者3000人の賑わいを演出した。既に述べたように、「カモン夜市」のねらいは、イベントの成功実績を可視化することによって、エリアマネジメントの取り組みに理解を示す地区住民を増やすことと、潜在的出店希望者に対して柳井町の魅力を訴求することであった²⁷⁾。

「カモン夜市」の終了後、柳井町商店街北口に近いゲームセンター跡地の空き店舗が、柳井町商店街の若手理事の間で懸案の話題となった。商店街（まち）の魅力の向上に寄与するようなテナントを誘致したいと考えた渡部さんと湯川さんは、物件の持ち主と交渉し、当該物件の鍵を預かることにした。もちろん、物件の持ち主と取引関係にある不動産仲介業者にも鍵は預けられているため、渡部さんと湯川さんたちが鍵を独占的に利用できるようになったわけではない。しかし、商店街組織として鍵を預かることによって、渡部さんと湯川さんが柳井町に誘致したいと考える出店希望者に、自由なタイミングで物件を内覧させることが可能になった²⁸⁾。ほぼ時を同じくして、渡部さんは、松山市内の

27) 「カモン夜市」の実行委員会には、柳井町商店街関係者だけでなく、商店街組織には所属していない多様な主体が参加している。注22でも触れたように、出店者のブッキングを担当したのは、地区外でバーを営む阿達美和さんであった。また、地元の大学生もボランティア・スタッフとして加わった。この時、ボランティア・スタッフとして参加したのが、松山アーバンデザインセンターの主催する「アーバンデザインスクール」の受講生たちを中心として結成された「YANAI-SHOW-KAI」と、筆者ら（愛媛大学法文学部総合政策学科地域・観光まちづくりコース山口信夫研究室）である。さらに、翌年（2018年）の「カモン夜市」からは、ボランティア・スタッフとして参加する地区内外の社会人も増加した。「カモン夜市」は、柳井町商店街が人的ネットワークを拡張していくための場としても機能しつつあるように思われる。詳細については別途検討することにした。

人気飲食店「SOH SOH」で料理の経験を積んだ栗田麻由さんが、独立開業するための物件を探索中である旨、聞き知ることになった。渡部さんと湯川さんは、栗田さんが開業予定のレストランこそ、柳井町商店街に必要な店舗であると考え、彼女の説得にあたった。

元々、栗田さんは、中之川通り以北、つまり中心市街で物件を探していたが、希望に適合する物件がなかなか見つからず、探索範囲を広げようと考えていた。とはいえ、栗田さんにとって、中心市街から徒歩圏内であることは最低限満たしたい条件の1つであった。というのも、栗田さんは1人で厨房をまわす店舗を計画しており、自らの体力的な問題や、翌日の仕込みとの兼ね合いから、ラストオーダーの時刻を21時に設定したかったのである。ラストオーダーの時刻を早くするのであれば、飲み足りない客が中心市街の店に徒歩で移動できるような立地を選ぶ方がよいのではないかと、栗田さんは考えた(栗田さんへのヒアリングによる)。

栗田さんは、上記のように思案しているタイミングで、かねてより面識のあった渡部さんから、内覧の誘いを受けた。実際に内覧してみると、物件の広さもちょうどよく、トイレも2つあったことが好印象であったという²⁹⁾また、その際、柳井町商店街の雰囲気も、渡部さんが「ステディークルー」として活動を開始したゼロ年代(2000年代)よりも、よくなっていると感じた。とくに、2017年夏に完成したばかりの「ALLEY APARTMENT」および「rodan caffè」が栗田さんにとって魅力的で、柳井町商店

街のその後を期待させるに足るものを感じたという。以上のような諸点が決め手になって、栗田さんは当該物件への柳井町商店街での開業を決意した(栗田さんへのヒアリングによる)。なお、物件の持ち主と栗田さんの間に不動産仲介業者を立てた方がよいと考えた渡部さんと湯川さんは、リノベーションまちづくりに理解のある地元業者の日本エイジェントを紹介した³⁰⁾こうして、2018年1月に、栗田さんのレストラン「毎日のおいしいもの まとか」がオープンすることになった。

2017年9月頃より、商店街中ほど(2区)の遊休物件「やなぎ堂薬局」本店跡の使い道も、若手理事たちの間で盛んに議論されるようになったという。「やなぎ堂薬局」は、柳井町を拠点にして90年以上営業を続けてきた老舗の薬局である。2009年に1区西側の裏通りに新しい社屋(新店舗)を建設し、しばらくの間、本店を漢方薬専門店、新店舗を調剤薬局として運営してきた。しかし、近年、本店の建物がいよいよ老朽化し、店舗を新社屋(新店舗)に集約することになった。そのため、元々本店であった物件が遊休化していたのである。店主の神野悦朗さんは、当初、本店の建物を解体し、駐車場化するつもりであったという。しかし、湯川さんたちは、駐車場化するよりも、テナントビルとして活用する方が、まちの魅力の向上につながるものと確信していた。しかも、本店の建物には、築50年以上の歴史(1965年築)があ

28) 例外もあるにせよ、一般的な不動産仲介業者は、入居する店舗と商店街(まち)との適合性にはさほど関心がなく、家賃や仲介手数料の負担能力さえあればどのような業種の店舗であっても入居させようとする。渡部さんと湯川さんたちが鍵を預かり、テナント誘致を急いだ背景には、こうした問題意識もあったという(渡部さん・湯川さんへのヒアリングによる)。

29) トイレを新設する工事は高額になるため、新規出店希望者にとってトイレ付きの物件は重宝されるという(栗田さんへのヒアリングによる)。

30) 日本エイジェント(本社:松山市湊町)は、不動産賃貸物件の管理および仲介業務を営んできた地元の不動産会社である。2017年2月より、店舗テナント専門の新業態「繁盛店物語」を設置し、テナントの仲介業務と経営支援業務により一層力を入れてきた。その初代店長に抜擢された牧賢一郎さんは、柳井町商店街の渡部さん、湯川さん、武井さんたちとも、個人的な交友関係で結びついており、柳井町商店街のリーディング活動を陰で支えている。また、エリアマネジメントないしリノベーションまちづくりの普及・啓蒙にも積極的で、関連するトークセミナーの開催にも力を入れてきた。牧さんの招聘したゲストとして、青木純さん(株式会社まめくらし代表)や吉原勝己さん(吉原住宅有限会社代表取締役)の名前を挙げるができる。

り、リノベーションまちづくり的文脈に照らしても、ポテンシャルのある物件であった。

湯川さんは、物件の解体を思い留まるよう、神野さんの説得を試みた。しかし、神野さんの側にも、湯川さんからの要請を容易には受け難い事情があった。当該物件には、老朽化、とりわけ雨漏りの問題があり、利活用するためには改装費用が必要であった。神野さん自身も、当該物件に愛着は持っていたものの、少なからぬ改装費用をかけてまで後世に残すに足る活用方法は思いつかなかったという。湯川さんは、神野さんの不安を1つ1つ取り除いていった。まず、「湯川住み方研究所」が当該物件を現状有姿のまま貸借することを提案したという。つまり、神野さんの側が、物件の貸与に先だって、修繕の必要な箇所をチェックする必要がないこと、またそうした箇所を実際に修繕する必要もないことの確認である。また、テナントビル化のために必要な修繕とリノベーションの費用は、全て「湯川住み方研究所」が負担することにした。さらに、湯川さんは、リノベーション後の物件名を「YANAGIDO (やなぎどう)」としたい旨、交渉の席で神野さんに伝えた。神野さんによれば、湯川さんの熱意ある説得によって、物件の持つ可能性によりやく気付くことができたという（神野さんへのヒアリングによる）。こうして、当該物件（以降「YANAGIDO」）は、解体ではなく、リノベーションによる再生の途を歩むことになった。

上記のように、湯川さんと神野さんの間で交渉の機会が持たれたのは2017年9月末のことであった。翌月には両者の間で契約が締結され、2018年2月からはリノベーション工事（スケルトン解体）が始まった。「YANAGIDO」ビルは3階建てである。湯川さんは、当初、2～3階を宿泊施設として整備する方向性も真剣に検討したようである。しかし、宿泊施設化のために必要な許認可のハードルが思いのほか高かったことから、1階から3階までをすべて貸しテナントとして再整備することにした。リノベーショ

ン工事が完了したのは2018年11月のことであった。

「YANAGIDO」へのテナント誘致は比較的にスムーズに進んだ。2階には「おでんと酒肴 た菟や」（2018年11月開店）が入居することになった。店主の滝本康太さんは、日本エイジェントの牧賢一郎さんの紹介でリノベーション工事中の「YANAGIDO」を知り、契約に至ったという³¹⁾。3階に入居することになったのは、体験アトリエ教室も主宰するアートギャラリー「Artspace アテナルミエール」（2019年4月開所）である。店主の玉井えりこさんは、湯川さんからの誘いに応じる形で、松山市梅本地区で運営していたアートギャラリー兼教室を、柳井町に移転することにした³²⁾。そして街路に面した1階には、砥部焼ブランド「白青（しろあお）」を展開する株式会社白青のコンセプトショップ「WHITE/BLUE」（2019年5月開店）が入居した。「WHITE/BLUE」を湯川さんに紹介したのも日本エイジェントの牧さんである。

前述したように、湯川さんは、2014年の専務理事就任以来、街区内の空き物件の持ち主に、物件を貸し店舗とする説得を続けてきたものの、簡単に成果をあげることはできなかった。「YANAGIDO」のプロジェクトは、物件の持ち主が湯川さんの説得に応じる形で賃貸借契約を結んだ最初の事例になった。その意味で、2017年は、湯川さんが2014年に専務理事に就任して以来、撒き続けてきた種が一気に芽

31) この経緯については、以下のウェブサイトに詳しい。「おでんと酒肴 た菟や インタビュー」愛媛県松山市周辺のテナント・貸事務所・貸店舗・貸倉庫・オフィスをお探しなら『繁盛店物語』(https://a-heya.com/tenant/interview/restaurant/post_6.html : 2020年1月15日閲覧)

32) なお、玉井さんは、「湯川住み方研究所」として初めて取り組んだ新築プロジェクト「SPIRAL」の最初の入居者であったという。また、2016年に寝具店「田中屋」跡地（現「ALLEY APARTMENT」）で開催された「FUN SYMPHONY 2016 in 柳井町」は、湯川さんと玉井さんに「浮雲書店」の武井さんを加えた3人による共同開催イベントであった。

吹いた年と位置づけることができる。「ALLEY APARTMENT」の完成、「rodan caffè」の開店、「カモン夜市」の開催、「毎日のおいしいものまとか」の誘致、そして、「YANAGIDO」の賃貸借契約など、柳井町商店街における新規出店事例の微増を考えるうえで無視できない出来事の多くが、この年に集中しているのである。

湯川さんによれば、2014年の専務理事就任以来、腐心してきたことは、以下の3点に集約されるという。第1に、遊休不動産の持ち主に対して、利活用の意義を説き、説得することである。思うように成果が得られなかったとはいえ、2017年に入ってようやく、解体されかかっていた物件を賃貸ビル化する事例が1つ誕生したことは、上述したとおりである。第2に、商店街組織（町会組織）の他のメンバーに成功事例を見せることである。「カモン夜市」の賑わいや、湯川さんの手がけた新築プロジェクトなどがそれにあたる。そして第3に、地区住民にまちのあり方について当事者意識をもって考えてもらうための仕組みを整えることである。具体的にいえば、春には「花見会」を、秋には「芋たき会」を開催し、地区住民を積極的に誘った。

最後に、柳井町におけるエリアマネジメントの活動の展望について、触れておきたい。湯川さんは、柳井町商店街南側エリア（3区）にかつて存在した「まるみつ衣料」跡地を購入し、新たなテナントビルの建設を計画している。計画中のテナントビルは、3階建てで、計5店舗のテナント誘致をねらうという。1階には、共用スペースのウッドデッキも配置する予定である。柳井町住民、テナント入居者、そして来街者が交流を図りやすいようにする配慮である。また、渡部さんも、最近、遊休物件の購入に踏み切った。柳井町商店街内で長らく孤軍奮闘してきた電器店「ヨシナガ電器」（2018年廃業）跡の物件を購入し、テナントビル化すべく、目下、改修工事中である。

渡部さんや湯川さんは、今後のリーシングの

方向性についても、これまでと同様、面白い業種であること、既存の業種とバッティングしないこと、店主の人柄が信頼できることなどを重視しながら考えていきたいという。何をもって「面白い業種」とみなすかについてはっきり整理することは難しいが、すくなくともコンビニエンスストアやドラッグストアが立ち並ぶような商店街にはしたくないという³³⁾。今後も、遊休物件の発生状況を、なるべく早く把握し、対応策を考えることが重要であると考えている。

5. むすびにかえて

本稿では、地方都市衰退商業地におけるエリアマネジメントの研究を推進するために、柳井町商店街の沿革および業種構成の変化を確認するとともに、柳井町地区におけるここ数年のエリアマネジメント活動について、詳細を記述してきた。

本稿の貢献は、第1に、柳井町商店街の現況・沿革について、まとまった紙幅を割いて整理したことである。柳井町商店街に関する新聞記事、雑誌記事、その他郷土資料による断片的な記録は枚挙に暇がないものの、網羅的な整理の試みはほとんど皆無であった。本稿の試みはその空白を埋めるものとして把握できよう。第2に、柳井町商店街における業種構成の変遷を、50年近くの長期間にわたって時系列比較したことである。これによって、飲食業・サービス業の相対的健闘、食料品店の不振など、柳井町住民および商店街関係者の間で直観的に理

33) ただし、柳井町商店街は、2009年に自転車の乗り入れ規制を撤廃したとはいえ、自動車の規制は踏襲し続けている。したがって、元々、コンビニエンスストアやドラッグストアが出店しにくい立地であることは補足しておきたい。なお、1-3において紹介した松山市三津地区の商店街も、アーケード撤去後も自動車の乗り入れ規制を踏襲し続けている。この点は、衰退商業地でありながら若手店主たちを集めるポテンシャルを有した地区に共通する特徴といえるかもしれない。別途、検討の必要なテーマといえる。

解されてきた事実には、データの裏付けを添えることが可能になった。第3に、「湯川住み方研究所」代表の湯川一富さんへのヒアリング調査をもとに、柳井町地区におけるエリアマネジメントの試みを、詳細に記述した点である。以下、残された紙幅を活用して、柳井町のエリアマネジメント活動から抽出できる論点を整理しておきたい。

第1に、湯川さんのように不動産を動かすことのできる人材の存在が、衰退商業地におけるエリアマネジメントの有効性を高めるための条件の1つになりうるということである。湯川さんは、「貸し手の諸事情」により賃貸物件化されない遊休不動産が多く存在する柳井町商店街において、まず、「レーベンイケダ第8ビル」（現「RENO13 APARTMENT」）を購入し、1階テナントに魅力的な古書店（「浮雲書店」）を誘致することから、取り組みを開始した。次いで、寝具店「田中屋」跡地を購入し、新築物件（「ALLEY APARTMENT」）の建設に踏み切った。こうした取り組みがある種の起爆剤になって、解体予定であった建物（現「YANAGIDO」）の持ち主が方針を変え、賃貸借契約に応じる事例も誕生した。リスクを負ってまで不動産を購入することのできる人物の存在が、まさに新たな展開を生んだ事例として理解することができよう。ただし、そうした活動を推進するためには、一定以上の資金力と不動産に関する経験が必要になるため、誰でも湯川さんの役回りを果たすことができるわけではない。この点には留意が必要であろう。

第2に、リーシング活動の重要性である。「ALLEY APARTMENT」1階への「rodan caffè」誘致は、湯川さんによる「三顧の礼」とも表現すべき熱烈オファーによって実現した。ゲームセンター跡地に「毎日のおいしいものまとか」を誘致できたのは、渡部さんの情報網に加えて、渡部さんと湯川さんが、物件の持ち主から鍵を借り、内覧希望者を自由なタイミングで案内することのできる体制を構築したからであ

る。さらに、湯川さんは、「YANAGIDO」3階に入居した「Artspace アテナルミエール」の玉井さんとは、元々知り合いであったからこそ、アートギャラリー兼教室の移転を提案することができた。ここまで踏み込んだリーシング（テナント誘致）活動を展開できている商店街は珍しい。もっとも、湯川さんは、不動産を購入ないし一棟借りし、建物を新築ないしリノベーションするために少なからぬ費用を割いている。リスクを負っているからこそ、背に腹は変えられず、積極的なリーシング活動に取り組みざるをえないのかもしれない。その意味でも、リスクを負うことのできる人材の存在は貴重である。

第3に、人的ネットワークの重要性である。「毎日のおいしいものまとか」の栗田さんが、新規開業のための店舗を探索中であるとの情報は、渡部さんの知人からもたらされたという。「Artspace アテナルミエール」の誘致に際しても、湯川さんのネットワークが活用された。また、本稿においては十分に論じることができなかったものの、湯川さんは、元々は、「浮雲書店」の武井さんの人的ネットワークを活用して「rodan caffè」の西口さんとの交渉を開始したという。さらに、「カモン夜市」を盛り上げる歌手やパフォーマーの選定にあたっては、「浮雲書店」の武井さんのネットワークが活用されている。エリアマネジメントないしリノベーションまちづくりに理解を有する日本エイジェントの牧さんも、渡部さんや湯川さんを中心とする事実上の「家守チーム」の一員としての役割を果たしている可能性がある。このように、柳井町におけるリーシング活動の有効性を高める要素の1つとして、関係者たちの保有する人的ネットワークも無視することはできない。ただし、本稿では紙幅の都合から深く掘り下げることはできなかった。今後の課題としたい。

第4に、断片的にはあるものの「貸し手の諸事情」に関する論点が得られた。具体的にいえば、「YANAGIDO」プロジェクトにおける神

野さんの見解に関する記述がそれにあたる。本稿のヒアリング調査から得られるイメージは、物件の持ち主が当該物件に愛着を持っている場合であっても、有効な使い道が思いつかない場合には、解体が検討されるというものである。ただし、有意義な使い道を提案できる第三者が存在する場合に、新たな展開に結びつく可能性もある。その意味でも、衰退商業地の再生を考えるうえで、提案力のある人材の存在ないし育成が肝要である。とはいえ、「YANAGIDO」プロジェクトは、「貸し手の諸事情」がクリアされ、結果的には円満に賃貸借契約が締結された事例である。本研究の問題意識に引きつけるならば、最後まで賃貸借契約に応じない持ち主の諸事情こそ重要であろう。そうしたケースを収集し、分析することが、今後の課題になる。

なお、本稿は、柳井町商店街の理事長である渡部さんや、専務理事である湯川さんたちのエリアマネジメント活動を、商店街組織にオーサライズされた活動として基本的には取り扱ってきた。とはいえ、渡部さんや湯川さんたちの活動方針が、柳井町商店街構成員の総意であるかということ、かならずしもそうとはいえ側面もある。また、2019年をもって、湯川さんは柳井町商店街の専務理事を退き、渡部さんも理事としては留任するものの理事長職は退くという。その意味でも、本稿で焦点をあてた渡部さんや湯川さんたちのエリアマネジメント活動が、柳井町商店街の組織的対応といえるかについては、議論の余地もある。

付 記

本稿を2019年6月にご逝去された佐藤亮子先生に捧げます。筆者らは、愛媛大学法文学部総合政策学科地域・観光まちづくりコースにおいて、先生と一緒にたくさんのことを議論しました。教えていただいたことの一端は、本稿の議論にも活かされています。

参考文献

- 池田洋三 (2002) 『新版 わすれかけの街——松山 戦前・戦後』愛媛新聞社。
- 石原武政 (2001) 「小売商人の居住形態」『都市住宅学』(都市住宅学会) 第34号, 9-12頁。
- 愛媛県産業情報センター (1999) 『平成10年度版 商店街実態調査』愛媛県産業情報センター。
- 愛媛県生涯学習センター (2008) 『えひめ, 人とモノの流れ (平成19年度えひめ地域学調査報告書)』愛媛県生涯学習センター。
- えひめ産業振興財団 (2002) 『平成13年度商店街実態調査報告書』えひめ産業振興財団。
- 岡部友彦 (2015) 「横浜寿町から三津浜へ」『住宅』(日本住宅協会) 第64巻第9号, 64-68頁。
- 木下 齊・広瀬 郁 (2013) 『まちづくり: デッドライン——生きる場所を守り抜くための教科書』日経 BP 社。
- 国土交通省 (2008) 『エリアマネジメント推進マニュアル』国土交通省 (<http://www.mlit.go.jp/common/001205669.pdf>: 2019年1月18日閲覧)。
- 西郷真理子 (2005) 「徹底研究 = 高松丸亀町再開発——土地・主体・デザイン」日本建築学会編 『中心市街地活性化とまちづくり会社』丸善, 84-110頁。
- 嶋田洋平 (2015) 『ぼくらのリノベーションまちづくり——ほしい暮らしは自分でつくる』日経 BP 社。
- 清水義次 (2014) 『リノベーションまちづくり——不動産事業でまちを再生する方法』学芸出版社。
- 精工社 (1970) 『昭和46年度 松山市住宅地図』精工社。
- セイコー社 (1980) 『松山市住宅地図』セイコー社。
- セイコー社 (1990) 『K.K. セイコー社の住宅地図 はい・まっぷ松山市』セイコー社。
- セイコー社 (2000) 『K.K. セイコー社の住宅地図 はい・まっぷ松山市』セイコー社。
- セイコー社 (2010) 『K.K. セイコー社の住宅地図 はい・まっぷ松山市 (旧市内全域)』セイコー社。
- 田中道雄 (2006) 『まちづくりの構造——商業からの視角』中央経済社。
- 中小企業庁 (委託先: 株式会社アストジェイ) (2016) 『平成27年度 商店街実態調査報告書』中小企業庁経営支援部商業課。
- 中小企業庁 (委託先: ランドブレイン株式会社)

- (2017)『平成29年度 空き店舗実態調査報告書』中小企業庁経営支援部商業課。
- 中小企業庁編 (2019)『はばたく中小企業・小規模事業者300社／商店街30選 2019』中小企業庁。
- 東洋経済新報社 (1991)『全国大型小売店総覧 [1992年版]』東洋経済新報社。
- 徳田光弘 (2014)「遊休ストックを活用した北九州の都市再生プロジェクト」『日本不動産学会誌』第27巻第4号, 100-101頁。
- 曲田清維 (2017)「暮らしとまちの再生」『日本家政学会誌』第68巻第10号, 554-558頁。
- 松村拓末 (2017)「夜市をあるく——天神市からカモン夜市へ」『やないすと』第1 (2017年夏)号, 4-9頁。
- 松本芽衣・山口信夫 (2017)「ワークライフバランス起業の成功条件に関する探究的研究——松山市三津地区を事例にして」『地域創成研究年報』(愛媛大学地域創成センター) 第12号, 45-68頁。
- 松山市企画管理部情報管理課 (1991)『平成2年国勢調査町丁目別人口概数』松山市。
- 松山市史編集委員会編 (1989)『松山の歴史』松山市役所。
- 松山商工会議所 (1997)『平成8年度商店街空き店舗対策モデル事業報告書』松山商工会議所。
- 南 亮一・矢作敏行 (2017)『商業近代化計画』を超えて——香川県高松市 矢作敏行・川野訓志・三橋重昭編著『地域商業の底力を探る——商業近代化からまちづくりへ』白桃書房, 159-189頁。
- 森本舞香・高見沢実・野原 卓 (2016)「地域再生に向けたストック活用の初動期における展開プロセスに関する研究」『日本建築学会大会学術講演梗概集』, 807-808頁。
- 山口信夫 (2014)「日本における事業者と地域コミュニティの関係性を捉える視点——愛媛県今治市の中心商店街を事例とした探索的研究」『流通研究』(日本商業学会) 第17巻第2号, 3-26頁。
- 山口信夫 (2019)「衰退商業地における新規開業事例に関する研究——松山市三津地区におけるワークライフバランス事業者を事例にして」『マーケティングジャーナル』(日本マーケティング学会) 第38巻第3号, 66-85頁。

雑誌・新聞記事

- 「柳井町商店街歩行者専用道／カラー舗装完成祝い」『愛媛新聞』1996年4月2日11面。
- 「柳井町商店街空き店舗を無料貸し出し／松山商議所」『愛媛新聞』1996年11月1日18面。
- 「チャレンジショップ 空き店舗入居者決定／松山・柳井町商店街」『愛媛新聞』1996年12月5日16面。
- 「買い物客らに休憩スペース／松山・柳井町商店街」『愛媛新聞』1998年3月6日20面。
- 「寂れる県内商店街／空き店舗11%／魅力低下の要因に」『愛媛新聞』1998年5月18日6面。
- 「私の町のそぞろある記 柳井町一丁目／下町のかおり漂う商店街をぶらりと歩く」『松山百点』(松山百点会) 第202号, 41-43頁, 1998年。
- 「活気, 伝統, 夏祭り／松山・柳井町延命地藏まつり」『愛媛新聞』1999年8月27日10面。
- 『商店街ガイドブック えひめの商店街』出版社不明, 2000年2月。
- 「松山・柳井町商店街 アーケード撤去へ／老朽化 台風で破損機に」『愛媛新聞』2004年12月1日9面。
- 「台風に苦しんだ四国／上陸6個・雨量・高潮・高波 観測記録更新相次ぐ」『愛媛新聞』2004年12月24日4面。
- 「苦しむ商店街アーケード撤去へ／老朽化 維持負担重く／明るさ増す景観に活路／雨・直射日光悩みの種」『愛媛新聞』2005年2月28日14面。
- 「レトロな街灯いい感じ／松山・柳井町商店街／アーケード支柱再利用」『愛媛新聞』2006年1月5日9面。
- 「夏の夜の公園灯籠飾ろう！／松山・柳井町／竹製手づくり500個準備／毎週土曜イベント／若者と商店街が計画」『愛媛新聞』2006年6月30日8面。
- 「新鮮野菜販売で地域を活性化／松山・『地参地笑市』開店」『朝日新聞』(愛媛) 2007年12月9日32面。
- 「若者奮闘 商店街に笑顔／松山・柳井町 空き店舗利用産直市／1周年行事にぎわう」『愛媛新聞』2008年12月9日9面。
- 「自転車で購入物に来て／松山・柳井町商店街／30年ぶり乗り入れ禁止解除」『愛媛新聞』2009年11月20日9面。
- 「ステディクルー社長渡部勝平／イベント・商業二刀流」『日本経済新聞』2011年10月27日(地方・四国) 12面。

「リーダーのバランスシートえひめ／弁当・イベント企画『ステディークルー』／渡部勝平（わたなべ・しょうへい）社長（31）＝松山市／地域で集える商店街に」『愛媛新聞』2012年3月12日14面。

「松山の神社／こだわり雑貨や飲食店 27屋台並ぶ『市』にぎわう」『愛媛新聞』2015年4月27日10面。

『やないすと』（やないすと編集部〔愛媛大学法文学部総合政策学科地域・観光まちづくりコース山口信夫ゼミ〕実験的創刊（2017年春）号，2017年3月。

『やないすと』（やないすと編集部〔愛媛大学法文学部総合政策学科地域・観光まちづくりコース山口信夫ゼミ〕）第1（2017年夏）号，2017年7月。

『やないすと』（やないすと編集部〔愛媛大学法文学部総合政策学科地域・観光まちづくりコース山口信夫ゼミ〕）第2（2018年春）号，2018年2月。

「独自の取り組み 地域に貢献／はばたく商店街『柳井町』を表彰／経産省『30選』」『愛媛新聞』2019年6月5日14面。

ウェブサイト

「おでんと酒肴 た毘や インタビュー | 愛媛県松山市周辺のテナント・貸事務所・貸店舗・貸倉庫・オフィスをお探しなら『繁盛店物語』」

(https://a-heya.com/tenant/interview/restaurant/post_6.html : 2020年1月15日閲覧)

「住み方マニア湯川住み方研究所」(<http://yukawa-sumikata.com/> : 2019年1月7日閲覧)

「SPIRAL | 住み方マニア湯川住み方研究所」(<http://yukawa-sumikata.com/works/spiral/> : 2020年1月15日閲覧)

「地理院地図 | 国土地理院」(<https://maps.gsi.go.jp/> : 2020年1月14日閲覧)

「平成27年国勢調査 松山市公式ホームページ PC サイト」(<https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/tokei/data/27kokuchou.html> : 2020年1月14日閲覧)

ヒアリングリスト

渡部勝平さん（株式会社ステディークルー 社長；柳井町商店街 理事長）2018年3月9日（金）於・ALLEGRIA COFFEE 2号 店；2020年1月16日（木）於・菜々草

湯川一富さん（湯川住み方研究所 代表；柳井町商店街 専務理事）2018年12月15日（土）於・湯川住み方研究所；2020年1月16日（木）於・菜々草

神野悦朗さん（やなぎ堂薬局 社長）2018年12月18日（火）於・やなぎ堂薬局

Aさん（柳井町商店街 元理事長）2018年12月28日（金）於・A邸

栗田麻由さん（毎日のおいしものまとか 店主）2019年10月25日（金）電子媒体でのヒアリング