

2018 年度社会構築論系

地域都市論ゼミ2 ゼミ論文

魅力「らしさ」を発掘するまちづくり構造  
—民間主体の前橋市の取組みから

主査 浦野正樹教授

早稲田大学 文化構想学部  
社会構築論系 5 年

浦野ゼミナール所属  
1T140554-9  
清水 理穂

# 目次

序章	3
序-1. 研究動機・目的	3
序-2. 地域選定理由 群馬県前橋市	4
序-3. 論文構成・調査方法 文献、フィールドワーク	5
第1章 まちづくりとは	6
1-1. まちづくりの定義	6
1-2. まちづくりの歴史	8
1-3. まちづくり方法の分類と構造	12
第2章 全国の地方都市におけるまちづくりの現状	16
2-1. 地方都市が抱える課題	16
2-2. 「都市らしさ」の背景にある課題改善の姿勢	21
2-3. まとめ	24
第3章 前橋市におけるまちづくりの歴史	24
3-1. 民間の力を発揮した江戸・明治時代のまちづくり	24
3-2. 中心市街地にみる戦後のまちづくり系譜	28
3-3. まちなかのプレイヤー出現期	31
3-4. 前橋ビジョン「めぶく。」の策定とプレイヤーの増加	40
3-5.	
第4章 前橋ビジョン「めぶく。」策定後の動き	46
4-1. 創造性が体験できる活動 クリエイティブ つくる役割	47
4-2. 発信力が発揮できる活動	49
4-3. 浸透性が発揮できる活動	50
4-4. 持続可能性が発揮できる活動	51
第5章 民間主体のまちづくり構造	52
5-1. 前橋市における民間主体のまちづくり構造と効果	52
5-2. 「らしさ」の形成が鍵になる民間主体のまちづくり	54
終章	59
終-1. 論文総括・結論	59
終-2. 論の図示	61
終-3. 謝辞	63
参考文献・参考 URL 一覧	64

# 序章

## 序-1. 研究動機・目的

「まちなか」とは、その地域の顔であり、玄関口である。つまり、外からその地域を訪れた人が一番初めに足を踏み入れる場所であり、良いところだけではなく、他地域と比較した際に特徴があれば、その地域の人々の暮らし方や、見られてほしくないモノやコトが垣間見える場所でもある。良いところが見える「まちなか」、すなわち「魅力あるまち」は一般に、人が集まり（にぎわい）、経済活動が活発に行われる（消費）、という循環のあるところだと言え、それは集客機能が集中した中心部（市街地）を指すことが多い。また元来、地域には、地価が高いまちの中心部にお金を使う、すなわち固定資産税が多い「まちなか」にまちづくりの投資を行うことで、まちの魅力がさらにアップしてにぎわい、消費され、そして地価が上がるという好循環が生まれる<sup>1</sup>しくみがある。

近年、日本では、「地域らしさ」を探し、それを前面に押し出して「まちづくり」を行う地域が増えてきている。これはなぜだろうか。「地域らしさ」は、どのような社会背景から求められるようになったのだろうか。それは、時代の変化とともに人々の欲が変化して生じた結果ではないだろうか。人口増加率が徐々に下がり、人口減少の時代へ、また、高度経済成長期から、低成長、安定成長へと移る過程で、 / 人々の欲が衣食住やモノの豊かさを満たす欲から、生活やコトの豊かさを満たす欲へと変化し、 / 地域がそれらに応えるために「まちづくり」の形が変化せざるをえない状況となったために生まれた手法であると考えられる。人口増加に伴ってただやみくもに住居や仕事を生み出していた「街作り」ではなく、地域が魅力ある「まち」として存続するための取り組み、これこそが「地域らしさ」を発掘する「まちづくり」であり、この担い手は自治体だけでなくNPO、市民団体、地元企業など民間、と多岐にわたっている。特にここ十数年はまちづくり会社による「まちづくり」への参入が多く、「まちづくり」における民間の取り組みが注目されている。また、民間と自治体が協働で、市民と自治体が協働で行う「まちづくり」事例も増えている。

群馬県前橋市では、2016年に公益社団法人・「前橋まちなかエージェンシー」が誕生し、まちづくりの表舞台に名をあげ、商工会議所や商店街振興組合、市政、など他の様々な担い手を繋げる機能を持っている。また同年、行政施策ではなく官民共創で生み出した「めぶく。」というビジョンを発表し、行政推進ではなく、民間が主となりそれを行政が支える形でまちづくりが行われている。

---

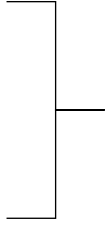
<sup>1</sup> 日本商工会議所地域振興部「民間主導のまちづくりタスクフォース報告書－民間の創意工夫に基づく持続可能なまちづくりに向けて」

このように、「まちづくり」に多種多様な担い手がいることを受けて、地方都市のまちづくりにおいて民間が果たす役割を考えたい。民間はまちづくりにおいてどんな強みを持っているのか。その強みはいつごろからあらわれてきたのか。また、まちづくりは行政の計画の下に、あるいは市民主体で行われるべきであるという考えもあるなかで、それらと民間はどのように連携を取っていく必要があるのか。

民間主導で行う「まちづくり」には強みがある。その4つの強みを以下に示し、本稿ではそれを仮説とする。

#### 仮説：まちづくりにおいて発揮される民間の強み

- ① 創造性（発掘力）
- ② 発信力
- ③ 浸透性
- ④ 持続可能性（継続力）



根本に「経済力」；  
自由に動かせるお金

また、これら4つを踏まえたうえで、

**A 前橋市における民間主体のまちづくりはどのような構造となっているのか**

**B その中で「らしさ」の発掘はどのように行われ、どのように形成されていくのか**

それぞれ上記のAとBの視点からどのようになっているのかの  
の解明も行い、論じていく。

#### 序-2. 地域選定理由 群馬県前橋市

群馬県前橋市は県庁所在地であり、北関東に位置する人口34万人の中核都市である。また、前項目・問題意識では前橋市のまちづくりの特徴として、様々な担い手をつなぎ合わせる民間団体・「前橋まちなかエージェンシー」の存在を挙げた。その他、前橋のまちづくりビジョン策定の提案者「田中仁財団」や、大手眼鏡チェーンJINSの社長を中心に設立した、前橋市内に拠点を置く企業が、それぞれ毎年純利益の1%(最低額100万円)を出し合ってまちづくりに取り組む「太陽の会」も、他のまちにはない特徴であるといえる。戦後、従来のまちづくりにありがちであった行政推進ではなく、民間が主となりそれを行政が支えて行っていく形が、これからの進む人口減少時代に合っているものだと考えている。これからの時代のまちづくりは、私たちの生活と密接な関わりを持っていくであろう。

その中で、調査をしていくうちに明らかになったのは、前橋市は、はるか昔江戸時代から市民が力を持ち、まちに「にぎわい」や「産業の発展」をもたらしていたということである。つまり、約400年前から行政以外にもまちづくりを担える核が存在しており、その持つ力・経済力を最大限に発揮して、前橋は発展してきたのである。これらの特徴が顕著にみられ、それが、前橋市においてまちづくりの核を支えているように推察されるため、まちづく

りのひとつの典型として抽出できる、と考えたことが、前橋市を対象地域として選定した根本の理由である。

### 序-3. 論文構成・調査方法 文献、フィールドワーク

まず、第1章では、文献調査をもとに、本論文における「まちづくり」の定義を行った。まちづくりについて、基礎的な知識が書かれている文献を中心に、広義なまちづくりの中でも、「らしさ」を形成するための活動であることを導き出した。また、第2章では論文の後半で前橋市のまちづくりの構造を描き出すにあたって基本的なものとなる先行研究について述べた。第3章では、前橋市史を中心に文献を読み込み、前橋市では江戸時代から商人の経済力によってまちづくりが行われていたことを述べ、さらに、論文の中核となる、現在の前橋市のまちづくりについて、ビジョンを定めた背景などについてヒアリングを行い、どのような人が中心となってまちづくりを行っているのかについてまとめた。第4章では、前橋市のまちづくりにおいて「らしさ」を形成するために行っている活動について、ビジョン策定前後の状況を研究動機で立てた4つの視点から、それぞれ各項目に分けて論じた。第5章は、第3,4章のまとめと位置付けた。

# 第1章 まちづくりとは

## 1-1. まちづくりの定義

「まちづくり」という言葉は様々な意味を持っている。表記方法には「街づくり」、「町づくり」、「まちづくり」の3つが併用されており、それぞれが別の内容やニュアンスを表現する言葉であると指摘されていた。例えば、ハード的側面を強調する場合は「街づくり」、地域コミュニティを重視する場合には「町づくり」、そして、ひらがなの「まちづくり」は、住民主体の活動を指す場合に用いられていた。また、同一の表記でありながら、各分野によって別の意味を持つ言葉でもあった。生活改善運動や歴史的建造物保全の文脈、地域における産業振興や都市の再開発、大規模なインフラ整備、等がその一例である。これらは、「まちづくり」を行う主体が誰なのかによって大きく変わってくる。このように、「まちづくり」を語る視線は土木関係者、福祉関係者、商業関係者、あるいはそれを客観的に捉える学者、などほとんど無限と行ってよいほど多様に存在しているといえる。<sup>2</sup>

また、「誰が（まちづくりを行う主体）」「どのように」まちをつくっていくかという視点ではなく、「まちづくりとは、常にまちのあり方を求め続けること」であるという考え方もある。<sup>3</sup>これは、まちをつくる活動そのものではなくて、まちをどのようにつくっていくかという、活動をする団体や人の思考そのものを指していると考えられる。物理的な「作る」「造る」ではなく、市民が主体的にまちづくりについて**考えて**いくこと、市民の主体的な活動や、まちに対する関心や愛着を「創る」ことが必要なのである。さらに、それを「創る」だけでなく「創り続ける」こと、「作ったもの」・「創ったもの」を使い、または利用し、まちの中へ外へと、広めて「根付かせる」ことも重要である。

こうした意味の「まちづくり」は近年、様々な手法によって、全国各地で行われている。例えば、「創る」ことを「継続」させて人を全国から集め、「創造的過疎」の町として知られる徳島県神山町や、シャッター商店街をアートで蘇らせた十和田市、宮崎市の青島ビーチパーク、住民以上に観光客が訪れることで「先端地域」と言われている静岡県浜松市の都田町、等が挙げられる。<sup>4</sup>神山町は、徳島阿波おどり空港から自動車です約1時間の徳島県北東部に位置する、人口5,346人（2018年現在）の山間部<sup>5</sup>である。2004年に“日本の田舎をステキ

---

<sup>2</sup> 石原武政・西村幸夫編『まちづくりを学ぶ—地域再生の見取り図』より「はしがき」と第1章の「はじめに」の一部をまとめた。“学者”に関する視点は筆者の視点である。

<sup>3</sup> 山出『まちづくり都市金沢』pp.より抜粋

<sup>4</sup> 『地域ブランドをつくる力、』地域ブランディングの事例全35事例が掲載されている。青森県十和田市 pp.132、宮崎市青島 pp.14、浜松市 pp.38、に掲載。

<sup>5</sup> 神山町 HP 住民課>人口・世帯数 より

に変える”を合言葉に、大南信也が NPO 法人グリーンバレー<sup>6</sup>を設立して以来、「よそ者」から注目されるようになった。また、サテライト・オフィスの開設が相次ぐ町としても有名である。地デジ化のタイミングで徳島県が県下全域に敷いた光ファイバーを導入し、それによる強力なブロードバンド環境があることも影響して、数年で 10 社以上が開設され、今でも毎日のように全国から視察がきているという。2011 年には初めて転入者数が転出者数を上回り、人と町の新陳代謝が活発になっている。<sup>7</sup>これらはすべて、各地域において光が当たっていなかった魅力を再発掘して光を当て、それをスローガンとしてビジョンやミッションを掲げて、官でなく民がプロモーションを行い、全国に名を轟かせているものである。このように、人口が減少し、高齢化していく時代であっても、地域の魅力を認識し直すことで地域ににぎわいを生むことが可能になる。このように、地域に元来存在していたものの中から、地域のブランドに関係するものに焦点を当て、それを中心にまちを再生・活性化していく活動が各地で行われるようになってきているのである。

以上に述べたように、「まちづくり」は各地域で行われているといえる。地域活性化、地域再生、地域ブランディング、シティ・プロモーション、など言い方は異なるが、ただハード的にハコを「作る」・「造る」活動ではなく、活動をする主体の考え方や、地域に対する愛着が基本にあるといえる。

本論文ではこうした考え方を重要視し、「まちづくり」を地域に対する愛着をもとに、その地域「らしさ」を創造・形成するための活動であると定義する。

---

<sup>6</sup> NPO 法人グリーンバレーとは・・・主として神山町民に対して、芸術・文化の発展、国際交流の推進、環境の美化に関する事業を行い、神山町を活力があり、住みよい町にすることを目的とする法人である

<sup>7</sup> NPO グリーンバレー 大南信也理事長の言葉『灯台もと暮らし—これからの暮らしを考えるウェブメディア』より <http://motokurashi.com/feature-tokushima-oominami/20150806>

## 1-2. まちづくりの歴史

次に、「まちづくり」という言葉の歴史を見ていくこととする。石原によると、1950年代にまでさかのぼることができるという。「まちづくり」という用語が今日的な意味で用いられるようになった初出期の文研研究を行った渡辺ほか(1997)によると、1959年段階で刊行されていた都市・地域社会問題関連の有力定期刊行物 11誌を検索した結果、1952年4月の『都市問題』誌に増田四郎が発表した「都市自治の1つの問題点」と題する論文の中に「町づくり」という用語が出てくるのが最初である。<sup>8</sup>その後、1950年代後半から次第に「町づくり」という表現が各方面に広がっていった。この'50年代においては社会福祉協議会や新生活運動<sup>9</sup>の系譜の中で語られることが多く、そのほか「町づくり」や「街づくり」は、1953年から56年のいわゆる昭和の大合併に関連して用いられることもあった。また、農村の生活改善運動を「村づくり」と呼ぶのに対して、都市の地方自治を目指す運動を「町づくり」と呼んでいた。都市計画の分野でも「町づくり」という言葉が用いられることもあったが、その多くは強力な都市開発事業を推し進めるという文脈で用いられており、現代のまちづくりとは性格が全く異なっている。

### (1) 高度経済成長期のまちづくり

1960年にはじまった池田内閣の所得倍増計画等により高度経済成長期に入り、地域は激変の波に洗われた。大都市は無秩序に膨張を重ね、地方都市もまた、都市化の波の中に晒されてきた。至る所で海面を埋め立て、丘を崩し、工場や住宅が建設された。日本は、戦後の復興から、国際的に新興工業国としての位置を確立しつつあった。このため、新しい工業地域の造成を中心とする地域開発の波が全国に広がり、その影響により各地で公害問題が発生したことで、行政を主とする開発の波と住民との関係にも様々な問題が発生するようになった。日本列島の変容はあまりにも急激で、確固とした思想も方法も確立しないまま、巨大事業が進行していった。各地域の自治体は、国の計画をそのまま執行していくという、古い役場的な下請け体質から抜け切れず、自立性に欠けていた。各企業は、工業建設には熱心であっても地域づくりは行政側の仕事だと思っており、また住民は、一部の開発反対運動を除いては、行政の進める地域開拓に対して多くが無関心であった。あまりの急激な変化に、まちの変容を何も考えぬままに受容するしかなかったのではないだろうか。また、この頃の

---

<sup>8</sup> 石原・西村『まちづくりを学ぶ』pp.57より抜粋

<sup>9</sup> 1954年、社会教育審議会が答申として発言した「真にみずからの生活を高め、幸福な暮らしのできる家庭、社会ならびに国家を築き上げるために、地域に、また職域に、共同して生活を改善し、因習を打破し、物質的にも精神的にも豊かな生活を打ち立てようとする動き」…宇ノ木健太『戦後日本の「近代化」と新生活運動 — 新生活運動協会の取り組みを対象として —』より抜粋



まちづくりはハード的側面が強く、各地で行われていた地域開発には、「〇〇総合計画」や「……開発計画」などと、「計画」という言葉が多く使われていた。そのため、決して悪い言葉ではないものの、役所が「計画」というと、役所が一方的に決めたものを住民に従わせようというニュアンスや、法や制度に則った、上からの権力的なものとしての受け取られ方が強かった。

## (2) 商店街の活性化・「地域再生」への準備段階

商業分野では、1971年に日本商工会議所による『商業近代化地域計画報告書』で、地域住民生活の充実と物流機能の効率化などを目指した商業近代化がまちづくりの一環として重要であると初めて述べられた。その結果、それ以降、商店街の活性化がまちづくりの文脈の中で語られることが多くなっていった。

その後、1973年以降2度のオイルショックを経て、1970年代末から1980年代へかけて、地域らしさを取り戻そうとする動きがあらわれ、それを「むらおこし」、「島おこし」、「まちづくり」などの言葉を使って語られるようになった<sup>10</sup>。例えば五十崎や鳥取県の智頭町がそれにあたる。現在の内閣府による国民生活に関する世論調査によると、1970年代末に初めて「心の豊かさ」を求める国民の声が「物の豊かさ」を求める声を上回るようになった。

(田村、 、pp. )

## (3) 自治体中心から協働の「地域再生」へ

1980年代になると、自治体行政全般をまちづくりとして捉えなおし、そのプロセスや基本的な理念をまとめた大枠としての条例を制定する自治体も現れてきた。1981年の神戸市地区計画及びまちづくり協定等に関する条例や、1982年の世田谷街づくり条例、同年の徳島県小松島市のまちづくり条例である。この1980年代の条例制定の動きは、80年代後半以降、全国的に多様に展開されていった。

( ,pp.61)

また、90年代にかけて、「まちづくり」は「地域再生」のための取り組みとして位置づけられるようになった。この頃から「持続可能性」という考え方が重要な視点として捉えられ、また、住民と自治体（行政）の「協働」という言葉が使われ始めるようになった。トップダウンの都市計画や商業政策が、それぞれの役割を分担するなどのボトムアップのまちづくりに転換されていく時代となった。「持続可能性」や「地域再生」などの言葉が生まれたことは、1991年にバブル崩壊が起き、経済界では短期利益追求型のバブル経済から長期利益追求型の社会へと転換が起きたことと関連しているのではないかと考えられる。バブルが崩壊したことで、世論の関心が個人生活の充実よりも社会貢献に向き、さらに都市景観への

---

<sup>10</sup> 田村明『まちづくりの実践』pp.5、『まちづくりの発想』pp.14,15をまとめた

希求も始まった。そのため、美しいまちづくりを謳う条例が全国各地 32 府県<sup>11</sup>で展開された。

また、地域再生の観点でもう 1 つ注目されたのは中心市街地の再生である。1970 年代まで反映していた都市の中心部は、モータリゼーションの普及や人口の郊外分散などから郊外型ショッピングセンターが流行し、80 年代以降、バブル崩壊前にも経済が悪化し始めていた。特に、1990 年代を通じて行われた規制緩和により、郊外への出店が増加し、それと対照的に中心市街地の商店街は衰退していくこととなった。

中心市街地の活性化のためには「商店街が元気であること」が前提となり、商店街地区全体を経営していく立場の組織が必要とされ、現代でいうエリア・マネジメント（当時の用語ではタウン・マネジメント）による「まちづくり」が進められることとなった。この活動の最初は 1985 年、埼玉県川越市で行われたとされる。経営組織としては、合意形成を担う「街並み委員会」と開発を担う「まちづくり会社」が構想された。その他、香川県高松市では丸亀商店街振興組合や丸亀町まちづくり会社が設立され、中心商店街再生のモデルとなった。その後 1998 年には中心市街地活性化法が制定され、地域ごとや商業者だけの問題ではなく、国全体として地域再生を重要視する時代となった。

2000 年以降は、2004 年の景観法や都市緑地法、2006 年に改正された中心市街地活性化法、2008 年の歴史まちづくり法など法制度が整備され、それに伴い、それぞれに適応した NPO 団体が次々と誕生した。特に、2005 年に制定された有限責任事業組合契約に関する法律（通称 LLP 法）は内部自治の組織で、それにより組織の起業が容易となったため、まちづくりの可能性の幅に広がりをもたらした。

#### (4) 情報化社会における「まちづくり」

また、情報通信手段の主役として携帯電話が登場し、爆発的なインターネットの普及がおこったことにより、距離や規模を問わないネットワークの構築が可能になり、様々なコミュニティの形成が展開できるようになった。西村は 2010 年、このことについて「新たな公共性を帯び、まちづくりに新時代をもたらしつつある」と述べているが、このインターネットの普及により、情報交換も容易くなったと考えられるため、各地域で行うまちづくりの発信も、広報誌等で地域内に普及するだけでなく、地域外への発信も容易に行えるようになったのではないだろうか。そして地域外へ発信することにより、住んでいる地域以外への関心を生むことが可能になり、さらに地域の魅力を発見することにもつながったのだと考える。限界集落など人口減少が急速に進む地域への移住や、山の中にある店舗への集客なども、様々な情報が容易く手に入れられるようになったからこそ可能となり、様々な地域で地域再生が行われていることが広まっていったことも、インターネットの力がとても大きいのではないだろうか。

---

<sup>11</sup> 石原・西村『まちづくりを学ぶ』pp.65-67 を参照し数えた

地方自治においては、行政が発議し議会がチェックするという議会制民主主義とは異なり、市民に広く開かれたまちづくり団体を通して意思決定を行うことが増えた。この流れの中で、行政とは別のまちづくり団体を中心となり「官民協調」が達成された。これにより意思決定プロセスの透明化や解放が進むことが可能になり、従来の間接民主主義ではなく、直接民主主義的な場が形成されることにつながっている。実際に、その場の議論を通じて主張をする市民が育っているのである。

まちづくりの歴史を見てきた中で、「住民」と「市民」という言葉がどちらも使われてきた。バブル崩壊前のトップダウン的まちづくりの時代までは「住民」、それ以降、多様に自由な発言をすることが可能な時代になり、主体的な活動が始まってからは「市民」と変化していったのではないかと予測できる。

以上のことから、個人の生活の充実を第一にしていたバブル経済までは、行政による「計画」が中心で、建築家や土木関係者の手によってまちを拓いていく「まちづくり」が行われた。その後、バブル経済が崩壊したことにより、世の中のまち（づくり）に対する一般的な価値観が「個人生活充実のための場所」から「社会貢献を行う場所」、「地域の中心市街地再生」等であると大きく転換され、それに伴ってまちづくりの考え方もそれ以前と比較して対照的になったといえる。このように、行政と市民、あるいは行政と民間、市民と民間が手を組んで行うまちづくりが全国で展開されるようになったのである。

### 1-3. まちづくり方法の分類と構造

#### (1) まちづくりの主体による方法の分類

現在、まちづくりの主体は、大きく行政、民間、市民の3つに分けられると考える。近年、マスメディアからなど日常生活で「行政主体」、「政府主導」、「民間主導」、「官民連携」、「市民主体」などの言葉を耳にすることが多く、それらの言葉から読み取れる主体が行政・民間・市民の3者であるためである。

2015年、政府は石破大臣のもと、内閣府地方創生人材支援制度派遣者によるシティ・プロモーション事業を各地で行った。派遣者の役割として求められたのは「地方創生に関し、市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略の施策の推進を担う」ことであった。彼ら派遣者はシティマネージャーと呼ばれ、1期生69人が各地に派遣された。元々、地方公共団体の総合計画や各種計画の策定をコンサルタントに丸投げした結果、金太郎あめのように全国各地で似たような計画になりがちであったため、国が地方公共団体が主体的に戦略策定をすることを促したのである。その中で、具体的な取り組みは誰にとっても初のことであるために、地方公共団体をサポートする形でシティマネージャーが派遣された。これは、各地方公共団体に寄り添う形ではあるものの、「政府主導」であり政府が始めた政策であるため、「行政」型の一種であると捉えられる。

また、それとは別に「行政→市民」への支援型として知られる例として、東京都世田谷区が挙げられる。1986年に「まちづくりセンター」が設置され、1991年に市民の受胎的な活動を支援する組織になった。これは、財団法人・世田谷区都市整備公社のなかに設けられ、補助金の配分は公開で行うなど市民に開かれた組織であった。同年、住まいや身近な環境の改善や保全に取り組む地域を支援する目的で、民間非営利団体「玉川まちづくりハウス」が設立され、住民とハウスとまちづくりセンターの共同ワークショップでは、「ねこじゃらし公園」というユニークな名前をもつ公園が誕生した。<sup>12</sup>補助金の配分が公開で行われた、という点で当時においては先進性があったと考えられる。

他に、「NPOと市民主導のまちづくり」型と呼ばれる、民間と市民が協働で行うまちづくりもある。1998年には、市民協働の活動を支援し促進する目的で、「民間非営利活動促進法（通称NPO法）」が成立し、まちづくりの実践という点からみると、市民の協働による主体的な活動が必要で、それを法的にも認め支援できるようになった。これからのまちづくりが市民協働ルートで行われるよう、それを可能にする仕組みが必要になるため、その方法の一つとしての活用が期待された法律である。その結果、2000年前後には、このような仕組みが自治体周辺にたくさん生まれた。

その後、前述したNPO法を活用するために、民間の「まちづくり」の専門家と呼ばれる人々が多く関わった。1960年代前半は、民間でプロといわれるような専門家もいなかった。

---

<sup>12</sup> 田村明『まちづくりの実践』pp.169,170をまとめた

<sup>13</sup>「まちづくり」という言葉そのものが新しかった時代であるためと考えれば当然ともとれる。大学が研究として関わることは当時からあったものの、シンクタンクという言葉も組織もなかったため、建築家が「まち」に惚れ込んで活動に関わっていく例が多かった。特に、はっきりと結果が形に現れるという点で建築の設計からまちに関わる人が多かったが、そのなかでも2人、「まち」全体を考え活動する建築家が現れた。

その後、2人のように広く「まちづくり」全体を考える専門家、「まちづくりのプランナー」が登場した。一般的に専門家とは、特定の問題に絞って精通しているものだが、プランナーは一般の性質とは逆で、幅広く総合的な視点をもっている人々のことをいう。全体を俯瞰して問題点を指摘し、必要な提案を行い、その実現に向けての方策もアドバイスし、場合によっては協力する。こうした専門家は建築家のように作品を残すことを目的にしておらず、みんなの力が結集して動き、結果としてよい「まち」が形成されるようにすることを仕事にしたのである。

20世紀終わりごろには、さまざまなプランナー、プロデューサーなどがまちづくりに関わるようになった。決まった土地を愛してこだわりをもつ専門家が各地で育つ一方で、全国を飛び回って活動する専門家も出てきて、今日では多様なプランナーが存在しているのである。

## (2) まちづくりの構造

都市政策プランナー・田村は、「まちづくり」の構造について、ア) 静態的、イ) 動態的の2つの見方をし、捉えている。まず、「構造とは骨格であるから生きているものではなく、この構造を自覚してそこに生命を吹き込むのが「まちづくり」の実践である」ことが大前提の考え方として存在し、本論文でもこの考え方に賛同することとする。

ア)「静態的構造」とは下記の図(図1)に示すものをいい、地域を「まちづくり」を行う舞台としてかんがえ、その地域は風土と歴史の上に成り立っている船のようなもので、そのうえに「まち」が築かれているというものである。風土については、「風」は一か所にとどまることのない例えとして地域外の人をあらわし、「土」は動くことのない象徴として、地域そのものの土地であるという考え方もある。この風土と歴史がつくる「船」により多くの人々を乗せることによって「まち」が形成されるという構造があらわされている。乗船者の欲望を無限に充足させた場合はバランスを崩して船が傾いたり、風土を食い尽くし船に穴をあけて沈没させてしまうことにもつながる。彼は、「まちづくり」を『この船上に、多くのヒトにとって有用な「マチ(道路・住宅・上水・学校などのハードと、それを使うサービスなどの総称の指す)」を全体の関連を考えて「つくる」こと』であると考えた。「ヒト」が人為的に手を加えて「マチ」をつくることで、多くの人々が生活することができるのである。「マチ」の恩恵を受けることも、被害を被ることも、すべて「ヒト」であるため、載ってい

---

<sup>13</sup> 田村明『まちづくりの実践』第6章

る船の大きさや性質により、乗せる「ヒト」や「マチ」の活動を制限することが大事であると述べている。

この図から、まちづくりの中心は「ヒト」であることが読み取れる。

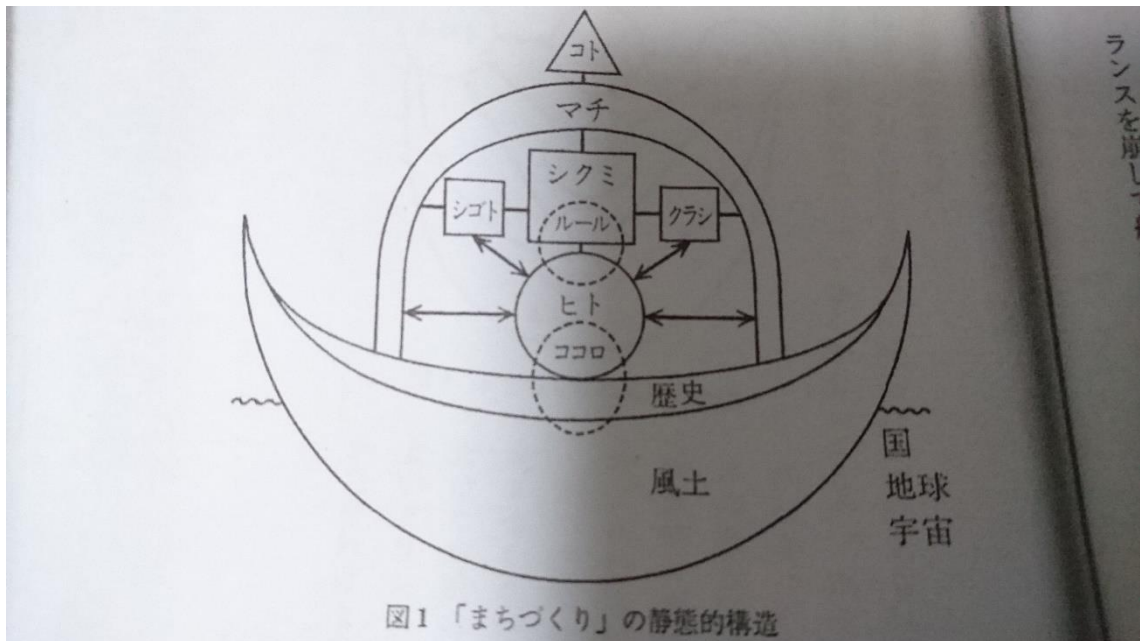


図1 (田村、 、pp. )

イ)「動的構造」とは、多くの主体がそれぞれの役割を持って関わっている関係を模式化したもの(図2)である。この図で一番主要な位置にいるのは市民である。しかしながら、市民は主権者であるものの、選挙以外の活動においてほとんど「まちづくり」に関与してこなかった歴史を持っている。また、この選挙できさえも権利を使わない人が多い。

仮に、この図2から市民を取り去ると、国からの支持を受けた首長や自治体行政と、強力な企業だけが残る構図になる。これを田村は「他治行政」という言葉を使って表し、20世紀の「まちづくり」について、国や首長・自治体が主導あるいは独裁政治のような形で都市や地域を作り、「市民の不在」が実態としてあったことを批判している。そして、この「他治行政」の形から「市民主体」へと切り替えていくことを、望ましい「まちづくり」の動的な姿であると言っている。

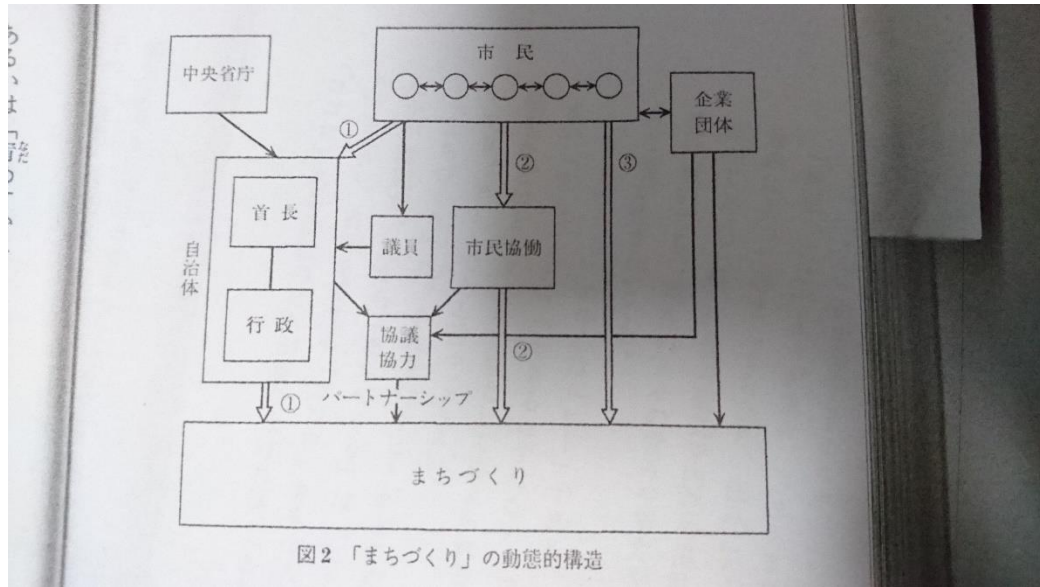


図2 「まちづくり」の動的構造

図2 (田村、 、pp.)

また、市民がまちづくりに関わるルートを選挙によって関わる以外に3つ示している。一点目は①行政への参加や要請、二点目は②の市民協働で主体的に行うもの、三点目が市民一人に関わっていくものである。

この図における②と③について、市民が主体的にまちづくりに関わっていくことの重要性が示されている。しかしながら、「企業団体」がどのようにまちづくりに関わっていくべきかの重要性が示されていない。市民や自治体と協議を行うという矢印や、直線的にそのまままちづくりに向かっている矢印に番号が振られていないことからわかる。

市民がまちづくりに関わるプロセスでは、自治体との協議をするために企業団体の力を使うことが有効であると考えている。企業団体、つまり「民間」がまちづくりに主体的に取り組むことによって、どのような効果があるのかを実験することができ、限られた予算を超えてのまちづくり活動も、時には必要であり、それが実行できる力を民間は持っていると考えられる。

## 第2章 全国の地方都市におけるまちづくりの現状

### 2-1. 地方都市が抱える課題

#### (1)人口減少と少子高齢社会

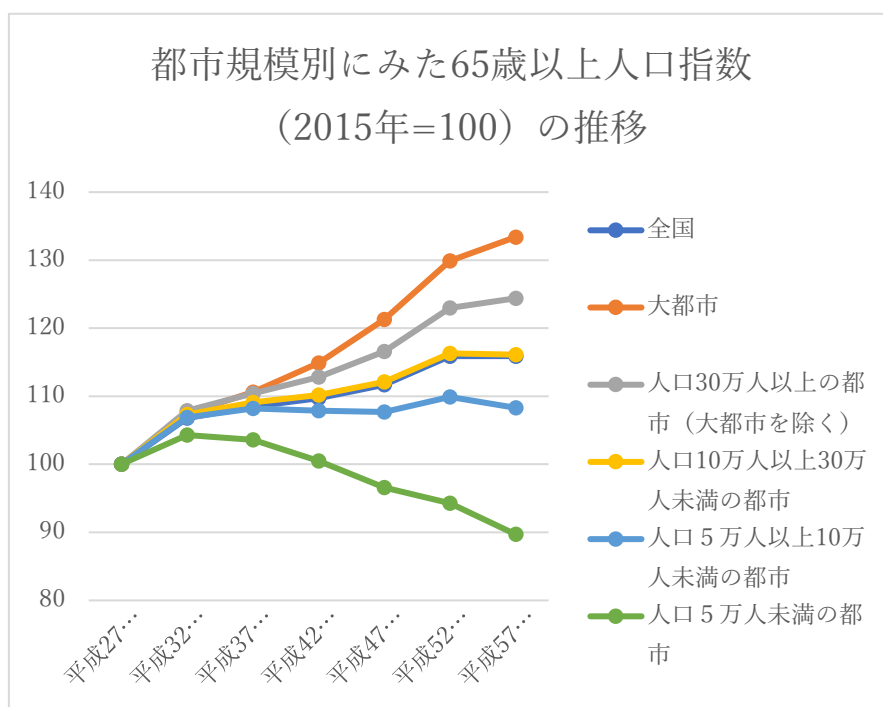
日本はで今日、どの地域でも少子高齢化に悩まされている。それは限界集落やなどに限った話ではなく、中核市や政令指定都市でもほぼ同じく課題となっている。加えて、地域の持続可能性という論点からではなく、IT 技術が発展し全体的な人口減が継続することによって、100年後には半減すると予測されている。この人口減少という問題は、北・西ヨーロッパを発端に、世界人口の半分を覆っているのが現状である。国立社会保障・人口問題研究所（以下、社人研）によると、日本の総人口がピークに達したのは2008年、1億2800万人であった。それが現時点（2017年4月）では約1億2670万人、過去約10年間で120万人減少したことになる。

さらに、人口減少と同時に進行していくのは高齢化である。老々介護という言葉が誕生し、また介護業界の人材不足も全国的に深刻な問題となっている。2018年3月、Z会 Asteria<sup>14</sup>は10代を対象に実施したアンケートによると「今考えるべき社会の課題」として「環境問題」と「少子高齢化」をあげる人が多いことを発表した。2018(平成30)年版の内閣府・高齢社会白書によると、高齢化の状況について、2017年10月の総人口1億2,671人に対する65歳以上の割合（高齢化率）は27.7%である。そのうち、65-74歳と75歳以上に占める割合はそれぞれ約13%と半々である。「団塊の世代」と呼ばれる人々が3年前に65歳以上となり、それ以来、総人口が減少する中で高齢化率が上昇する状況が続いている。日本は世界で最も高い高齢化率で、2017年現在、最も高い都道府県が秋田県の35.6%最も低い県が21.0%で沖縄県となっている。秋田県では3人に1人以上が65歳となっているのである。秋田県は100万人を超える都市ではないが、基本的には都市規模が大きいほど、今後、65歳以上人口である高齢化率の伸びが大きい推計が出されている。

---

<sup>14</sup> Z会の指導実績と最新テクノロジーの融合により実現した学習サービス。教育ICTという効果的な手段・ツールを用いて一人一人に合わせた多様な教育機会を提供している。





<内閣府、平成30年版高齢社会白書(全体版)地域別にみた高齢化「都市規模別にみた65歳以上の人口指数(2015年=100)の推移」、ダウンロードデータより作成>

このように、日本は全国で人口減少と少子高齢化が進行している。まちづくりにおいては、多様な機能を中心に集積し、縮小していくコンパクトシティづくりが各地で進められている。前代未聞の人口推移が、その要因となったのではないかと考える。

## (2) 地方都市の現状と客観的評価

国土交通省では、地方圏について東京圏、関西圏、名古屋圏の三大都市圏以外の地域と定義しており、その地方圏について①地方中枢都市、②地方中核都市、③地方中心・中小都市の3つの圏に分類している。まず、①地方中枢都市圏は、札幌、仙台、広島、福岡・北九州の地方中枢都市と社会的・経済的に一体性を有する地域と定めている。第5次の全国総合開発計画「21世紀の国土のグランドデザイン」では、高次都市機能の集積拠点、広域国際交流圏の拠点として位置づけられており、地域の自立的発展に向けた地方ブロック全体のニーズや連携の可能性を踏まえながら～(中略)～世界に開かれた地域づくりを促進し、広域国際交流圏の拠点としての機能を果たすことが求められている。続いて、②地方中核都市圏は地方圏において県庁所在市である地方中核都市と社会・経済的に一体性を有する地域であるとしている。上記と同様の開発計画「21世紀の国土グランドデザイン」では、地域の自立的発展に向けた道県レベルでの拠点の形成を図る観点から、「道県レベルでのニーズを踏まえながら、業務管理、情報、高次の教育・福祉等の高次都市機能の充実を図る」とともに、「中枢拠点都市圏との適切な機能分担と連携を図り」ながら、広域国際交流圏の「副

次的な拠点」としての役割を果たすことが求められている都市圏である。そして③地方中心・中小都市圏については、三大都市圏以外の地域において人口が約 30 万人未満の都市であり、それらと社会・経済的に一体性を有する地域であると定めている。多自然居住地域の拠点として、都市的サービスの提供とともに個性あるまちづくりを通じた都市の魅力と活力を創造することにより、地域の自立の基礎を形成することが求められている。<sup>15</sup>宮崎市や豊中市、長野市、高崎市、和歌山市、前橋市、秋田市、旭川市、所沢市、郡山市、越谷市はこれにあたる。また、政令指定都市は 2016 年現在、20 都市が定められている。地方自治制度により、人口 50 万人以上で市の申請がなくとも政令で指定される。北海道では札幌市、東北では仙台市、北陸では新潟市のみが指定され、関東地方で指定を受けているのは南関東の都市である。<sup>16</sup>

以上のことを受けて、地方都市とは、政令指定都市をのぞく県庁所在市、および地方中核都市として位置づけられた都市であるとする。

さて、次に地方都市の現状を客観的に把握するために「市民意識調査」を用いる。地方都市が外から見た客観的な指標を最後に用いるため、それとの比較も行う。

群馬県一公共交通機関の要所となっている高崎市で 2007 年に行われた「まちづくり市民意識調査結果（概要版）」によると、「高崎市は暮らしやすいまちですか？」という問いに対して「とても暮らしやすい」が 15.5%、「どちらかといえば暮らしやすい」が 64.1%となっており、両者を合わせると「暮らしやすく」感じているのが約 8 割となっている。その理由については、多い順に 1,694 人中 44.7%が「買い物に便利である」、40.0%が「自然環境に恵まれている」、34.5%が「土地になじみや愛着がある」と回答されている。また、残りの「暮らしにくい」理由としては「公共交通の便が悪い」「病院など医療機関が不十分である」「道路整備が悪く不便である」が挙げられている。

本論のテーマとかかわりの深い「都市・建設分野」の中では「機能的で潤いのある都市空間の創出」「都市景観の形成」「人にやさしい都市づくり」の満足度が低く、一方で「市街地整備の推進」「円滑な交通網の確立」の満足度は高くなっている。また、「地域・自治分野」では「市政への市民参加」「行政改革の推進」「健全な財政の維持」の満足度が低くなっている。

以上のことから、高崎市では「居住地域への愛着が高く、しかしまちづくりへの市民参加率が低い」ことが分かった。また、市街地の発展や暮らしやすさは求めているものの、まち

---

<sup>15</sup> 国土交通省 / 用語解説タ行「地方中枢都市圏」、「地方中核都市圏」、「地方中心・中小都市圏」欄参照。

<sup>16</sup> 総務省 / 地方自治制度＞地方公共団体の区分

[http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/jichi\\_gyousei/bunken/chihou-koukyoudantai\\_kubun.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/bunken/chihou-koukyoudantai_kubun.html)

を参照。（最終閲覧日：2018/11/11）

づくり参加はしておらず、市民参加のしくみが確立されていないか、まちづくりについてどこか「他人ごと」で、常に「受け身」な姿勢を持った人が多い現状があると考えられる。

一方で、筆者の見聞から、高崎市や前橋市において、大学進学を機に地方都市に住み、外から来た学生がその地域に残りたいという人も少なくないことが分かっている。この現象は、地域外の視点から地域を客観的に見た場合に、自分の住んでいた地域と相対的な比較を行い、住み始めた風土に魅力を感じた結果であると考えられる。

### (3)前橋市の魅力度評価と女性の活躍

以上のように、前橋市は全国的に見て地方中核都市としての位置づけがされている。さて、近年では、全国の都道府県や市町村を対象に、様々なランク付けがされている。本項目ではそれらを、地域を客観的に評価する指標の一つであると捉え、群馬県の、あるいは前橋市のランキングについて見ていく。

まず、全国都道府県の魅力度ランキングの2018年調査では、群馬県は第42位である。これは、ブランド総合研究所が、6月25日から1ヶ月間、20-70代の消費者を対象にインターネットで実施し、地域コンテンツの認知度や訪問経験など84項目を調査した結果である。調査方法をみると、外から見た群馬県の魅力について、全国で相対的にどのように考えられているかが表れた数値といえる。

次に、「42中核市の「幸福度」ランキング2016年度版<sup>17)</sup>」では、前橋市が第8位にランクインしている。中核市とは、地方自治法において「政令で指定する人口20万人以上の市」と規定され、規模や能力などが比較的大きな都市の事務権限を強化し、できる限り住民の身近なところで行政を行う都市のことである。2018年10月現在、中核市の指定を受けているのは54市で、これらの地域の居住人口が日本全体の約15%をしめている。中核市は、政令指定都市と同様に、地域全体の活性化や発展の牽引役として重要な役割を果たしている。1993年（平成5年）の衆議院及び参議院の「地方分権の推進に関する決議」から始まった地域分権改革は20年以上が経過し、国から地方公共団体へ様々な権限や事務が移譲されてきた。地方創生が推し進められている現下において、地域の自主性や自立性をより一層高めるためにも、これまで以上に大胆な権限や事務の移譲が期待されている。

これらの背景を認識しながら、2016年版で新たな試みとして行われたのが中核市の幸福度調査であり、基礎自治体の特性を踏まえた指標の取捨選択と追加を行い、基本指標と5分野（健康、文化、仕事、生活、教育）・10領域、計39指標について客観的に分析、ランク付けがされた。39指標総合ランキングでは、1位から順に、1愛知県豊田市、2長野県長野市、3群馬県高崎市、4愛知県岡崎市、5石川県金沢市、6富山県富山市、7千葉県柏市、8群馬県前橋市、9栃木県宇都宮市、10愛媛県高松市となっている。

基本指標と5分野別のランキングについて、前橋市と比較するための参考資料として、1

---

<sup>17)</sup> 東洋経済 ONLINE 2016/09/28 付の記事

位の豊田市と同じ群馬県である高崎市、そして最近まちづくりが注目されている金沢市と富山市の数値を表にした。数値はすべて42市中の順位である。1位の豊田市は自動車産業があるだけでなく、教育分野と基本指標でも1位となっている。「とりわけ仕事分野の雇用領域と企業領域において、ほぼすべての指標が上位一桁台になったのは注目すべきで、自動車産業という強固な産業基盤の実体を的確に表していると言える。3位は高崎市で、どの分野もバランスよく上位に位置し、また、文化分野の「『学術、文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動』を行うNPO認証数」は1位であり、地域住民が積極的に社会的課題を共有し、参画しながら解決へ向かう問題意識の高さが表れている。」と考察されている。

先ほどの魅力度ランキングは外からの評価を数字にしたものであったが、この幸福度ランキングは、仕事・生活・教育という分野があることから、中での実際の生活ぶりも大きく関わっているであろうことがわかる。

39 総合	中核市	基本指標	健康分野	文化分野	仕事分野	生活分野	教育分野
1	豊田市	1	8	33	1	9	1
3	高崎市	16	14	2	12	5	12
5	金沢市	21	16	8	6	16	6
6	富山市	36	29	25	5	1	3
8	前橋市	25	2	6	24	15	9

表1

また、都道府県別に示された「住みよさランキング」群馬県のトップ3は1太田市、2高崎市、3伊勢崎市で前橋市はランクインしていない。太田市のみ関東ブロックでトップ20(8位)に入っている。<sup>18</sup>指標は安心度、利便度、快適度、富裕度、住居水準充実度と総合評価の6つから評価されたものである。

最後に、「前橋市は、全国的に見て「心意気の風格」<sup>19</sup>がトップクラスである」と真淵(「風格の地方都市」pp.150)は言っている。

<図3 (真淵、年、pp.151) >

心意気とは、主に物事に対し積極的でありきっぱりとした態度で向かっていく様のことをいうため、心意気の風格が高いとは、新しく入ってくるものに対し積極的に受け入れる姿勢が高いと理解することができる。

<sup>18</sup> 東洋経済 ONLINE2016年6月25日付(←寺島実郎監修、日本総合研究所編『全47都道府県幸福度ランキング2016年度版』東洋経済新報社 を転載して紹介した記事

<sup>19</sup> 心意気の風格とは・・・「風格の地方都市」の規模の風格と心意気の風格の話をもとめる

図3を見ると、北関東地方において、「規模の風格」では最も低い値になっているにもかかわらず、「心意気の風格」で堂々の1位となっていることが読み取れる。その逆で、過去に県庁所在地争いをしたことのある高崎市は「規模の風格」が北関東地方においては高い値を示しており、「心意気の風格」は最も低くはないがほぼゼロである。そして他県の県庁所在地を見ると、両方の値で宇都宮市の方がやや高い値になっているものの、「心意気の風格」では前橋市の約半分である。<sup>20</sup>このことから、前橋市は歴史的に、様々なまちづくり手法に対して積極的な姿勢で取り組む風土や文化があるといえる。

これまで、前橋市の全国からの客観的な評価指数をみてきた。魅力度ランキング等では、豊田市とか太田市とか上位にいるが、それは自動車産業が盛んであるということを示しており、その効用で、地元での雇用を生み出しある程度の経済力があるということが読み取れる。自動車産業は男性が職に就くことが多く、多くの雇用を生み出し、それがまちを活性化させている要因になっているといえる。

しかしながら、まちをより活性化させるためには、女性の存在も重要なのではないかと考える。「かかあ天下」という言葉は、男性より女性の方が強いことを示している。これにより家庭が守られていくのであれば、その力が結集し地域が守られていくことにつながるのではないかと推察する。また、「空っ風」と並んで上州名物といわれており、妻の経済力が夫より高い家庭が多い歴史があったからだとされている。かつて生糸の町と呼ばれた前橋市は、生糸産業とともに発展した。その際、休日には製糸場で働く工女がまちに溢れ、まちににぎわいを生み、消費が多いことでデパートの誘致等にもつながり、さらに消費につながるといふ好循環を生んだ。

以上のように、女性はたくさんの消費を生む。そのため、女性が多いまちは活性化していくのではないかと考える。

## 2-2. 「都市らしさ」の背景にある課題改善の姿勢

「人口減少を食い止めるための戦略や取り組みは、その危機的状況を脱しない限り永続的である。常に機を見て効果的な戦略を策定し、それを動かしていくことを続けていかなければならない。<sup>21</sup>」2015年、政府も「人口減少」に危機感を持ち、それを食い止め、さらには移住者を増やしていくための方策を考え、実行している。前項で述べた人口減少と高齢化は、国全体で考え、そしてリスクを伴うとしても早急に実行に移していかなければならない状況になっているのである。

しかしながら、全国的に人口減少が起きる中で、すべての都市地域において移住者を増やしていくことを目標にするのは、持続的なまちづくりを行うという点でかなり困難である

---

<sup>20</sup> 真淵『風格の地方都市』より

<sup>21</sup> 内閣府地方創生人材支援制度派遣者編集チーム『未来につなげる地方創生-23の小さな自治体の戦略づくりから学ぶ』pp.4

ことが予測される。そうであれば、移住者を増やすよりもまずは交流人口や関係人口を増やすための取り組みを行うべきだと考える。外国人の流入などを視野に入ればまた話は違って来るだろうが、そうでない場合、すべての自治体において人口を増やすことは不可能であるといえよう。であるからして、どの都市地域も「その地域との関わりを何らかの形で持つ」人口を増やそうとしているのだ。そしてその「地域との関わり」を持つために行われている活動こそが、「らしさ」の発掘であり、発信である。それはどの地域でも「にぎわいの創出」が目標であったとしても、「そこにどんならしさが眠っているのか」によって各地域の魅力が浮き彫りになる。

井上は、地域再生について、

地域を取り巻く社会経済状況の変化に対応し、地域の方向性をそこに暮らす人が決め、より良い暮らしの実現のために実践していくプロセスそのもの

であり、

そうして守ってきた地域を自分たちの子どもや孫につなげていく営みそのもの

ではないかと述べている。また、『自らが住む地域の足元を見ないで、ブームに乗ろうとしたり、他の地域の成功事例を真似るような地に足の着かない浮ついた取り組みであれば、どんなにお金をかけて進めても地域再生にはつながらないだろう。大切なことは、そこで暮らす人が持っているこうあってほしいという「暮らしのイメージ」「地域のイメージ」を皆で共有する作業ではないかと考えている。(中略) 地域再生とは、地域に住んでいる人が「住みつけたい」と思える地域をつくることである。自分の生まれ育った地域にどんな価値があるのかが分からなくなり、自信を失ってしまっている地域があまりにも多い。そこに暮らす住民自身が、地域を愛し、地域に誇りを持ち、そこでの暮らしを楽しんでいなければ、他の地域の人が、その地域を魅力的に思うはずがない。大都市とは異なるが、田舎には田舎の良さがあり、その長所を存分に暮らしに取り入れ、都会の人があこがれる豊かなライフスタイルをその地域でどう展開していくかが問われている。』<sup>22</sup>とも意見している。

(井上、年、pp.)

求められるのは、人口減少をむしろチャンスと捉え、「この機会をまちづくりにとってプラスに転化するにはどうするか」という視点・発想である(〇〇、〇年、pp.191)。

このことにつき、「生活の質は究極的には住民の自治に依存する。空き家が増えていく地区の将来をどうデザインし直すのか。所有権と利用券を分離したうえで、その利用権を空き家の隣人に優先的に譲渡し、住宅の拡充を支援していくのがよいか、それとも空き家は解体し、そこに緑地や小公園、コミュニティセンターなど、公共的な機能を配置していくのがよいか。人口減少で学校や公共施設の統廃合が必要になるケースも増えている。複数の公共

---

<sup>22</sup> 井上健二(東京財団研究員)『地域の力が日本を変える—コミュニティ再生と地域内循環型経済へ』pp.43-44を一部抜粋した

施設の機能を集約した複合施設を建設することとなったが、それをどこに建て、建物にはどのようなケースをもたせるのがよいのか。小学校に機能を集約させる場合、学校機能と地域のニーズを反映させた機能をどのようにすみ分け、一つの建物の中に配置するのか。

「公共施設をどう集約し再配置するのか、空き家やその跡地をどのように利用すべきか、住民の参加をえて意見を出し合い、議論し、時間をかけて合意形成を図っていくしか、解決の方法はない。しかしこれも考えようによってはチャンスかもしれない。これまでまちづくりで住民参加の必要性が何度も強調されながら、結局、真の意味では実現してこなかった。ところが人口減少局面では、否応なく住民参加がまちづくりに必要となる。

ここで重要なキーワードは学習である。住民はこうした合意形成プロセスへの参加を通じて、市民として成熟していくことが分かってきている。つまり、それまでは「統治される側」としての視点だけだったのが、「統治する側」の視点も獲得し、全体を見渡した建設的な発言を行って合意形成を後押しする力量を参加者が身に着けているのだ。こうした市民層の厚みを増していくことが、住民自治の力量を引き上げていくことにつながるのではないだろうか」(pp.198,199)

諸富は、人口減少にふさわしい都市政策・都市経営に打って出る必要があり、それを「成熟型まちづくり」と呼んでいる。必要なのは、戦後初めて与えられた、都市における生活の質向上に向けた空間的余裕をどう再編していくかということである。都市の戦略的縮小「縮退」が必要となるのは、拡大しきった年をそのまま維持すれば、減少していく税収で都市を支えきれなくなるためである。

西村は、まちづくりにおける官と民の関係について、多様な協働関係が展開しつつあることを指摘している。例えば、公共施設などの指定管理者制度や契約による業務委託（前橋市でも市が100%出資して運営されているまちづくり公社は業務委託にあたる）、まちづくりファンドによる支援等である。特に、民間でできるものは民間で、不採算ではあるけれど公共のためにどうしても必要であれば行政で、という流れが定着してきている。この現象は、行政に財政上の余裕がなくなってきたことや、政治によって施策が左右されることの可能性があり、一貫したスタンスの民間に任せられた方がものがスムーズに進む場合があることといった自治体側の事情があるために起こっている。市のまちづくり活動を同じ視点から考え続けていくのであれば、持続可能性という観点においても民間が推進していくことに利点がある。

いかにまちづくりが地域住民からうまれてくるものであっても、行政との一定の協力関係は不可欠である。お互いに意思疎通が不十分な面もあるが、その中で官と民双方が自らの強みと弱みをわきまえ、両者の間に相互協調の関係を築いていこうと努力している様子は十分に読み取れる。

公共団体は、事業も質の最低限度を底上げすることは得意であるが、事業の高い質を創意工夫によってさらに高めるということは不得意である。行政は公平が使命であるために、特定の民間組織を応援したり、非難するということが難しい。それに対し、民間は良いものは

良い、悪いものは悪いと率直に評価することはそれほど困難ではない。ここにも官と民の役割分担の契機がある。とりわけ中心市街地の活性化のように商業やビジネスと密接に関わりのあるまちづくり分野においては地域経営のセンスが問われるので、フットワークのいい組織の在り方が決定的な要因となってくる。(pp.252)

これからの時代にまちづくりを行うことについて、行政と民間が互いに協力してまちづくりを行っていくことが重要であるといえる。

## 2-3. まとめ

魅力度ランキング、幸福度ランキング、住みやすさランキングの結果は主に他者評価であり、それはつまり客観性を帯びた評価軸であるといえる。そして、この評価軸を使用すると、ランキングが高い地域は一貫して利便性が高いことが分かる。また、市民アンケート調査によると、いずれの都市においても半分以上の市民が、「まちににぎわいがいい」ことに問題意識を感じ、また「まちににぎわいがあることの重要性」が高いと考えていることが分かった。

しかし、利便性を高めれば魅力度ランキングが上がると思えば、ランキングありきのまちづくりが行われているのではないかと推察できる。成功するかしないかはその都市の力と腕にかかっているが、それはつまり、どの都市でも同じように成功させることが難しいということの意味する。特に地方都市で行うには限界がある。また、人口減少は簡単にくいとめられるものではない。高度経済成長期におこった、急激に人口が増加する時代がもうやってこないことは、社人保の人口推計を見ても明らかである。

そこで、諸富が「人口が減少する中で成長型まちづくりから成熟型まちづくりへの転換が起こり、成熟型まちづくりをしていくことが重要視されてくるのではないかと考えられる」と言っているように、各地方都市の魅力を見つけてそれを深堀することで都市らしさをつくっていくまちづくりが各地で行われているのである。

# 第3章 前橋市におけるまちづくりの歴史

## 3-1. 民間の力を発揮した江戸・明治時代のまちづくり

前橋には、かつて徳川家康から「関東の華」といわれた名城・前橋城があった。築城は15



世紀末頃と言われている。戦国期には越後の上杉謙信や武田勝頼、織田信長家臣の滝川一益、小田原の北条一族の手に渡っていったという。関ヶ原の戦い後、1601年には家康の重臣である酒井重忠（15万石 / 老中・大老）が入城した。この時から酒井氏が約150年間9代にわたり城主を務め、城郭や城下町を整備したことで有名である。しかし、17世紀後半に利根川の洪水に見舞われ、それによって城の崩壊が進んだことが原因の1つになり、1749年に酒井氏は姫路に転封され、それに代わって姫路にいた松平朝矩が入城した。



《前橋城の写真》

その後も城は洪水の被害による川欠けが続き、修復工事が行われたが、工事の18年後（1767年）には松平城主が前橋城を放棄し、川越へ移らざるをえない事態となった。城主が不在になったために前橋城は壊されることになり、1767年～1858年、99年にわたって、陣屋が置かれることとなった。その間まちは寂れていき、街の衰退を嘆いた領民たちは藩主の帰城を画策し、嘆願書を提出するなどしていた。しかし、当時の幕府は城の増改築でさえ認めることは稀であり、移転には莫大な費用と労力を要することから、実現させることは非常に困難な状況にあった。しかしその後、利根川の氾濫に対して治水事業が進んだことから、天保年間には廃城の直接要因は取り除かれていた。その後も町人による有志の嘆願は続き、1862年、ついに前橋藩から城の再築内願書が提出されることとなった。その後もさらに2度にわたって提出が続いた結果、幕府から城の再築と藩主の移城が内諾された。

しかし、この頃の前橋藩松平家は財政的に多難な時であった。そこで期待されたのが領民からの調達金である。いまだ再築許可がおらない頃から町民有志の荒井久七（700両）らから1万両ほどの再築資金があつまっていた。大口出資者は主に生糸商人と米商人であり、かれらを中心に多くの町人たちが全庁を挙げて再築に協力しようとした。その結果、最終的

に7万両あまりが調達されたと言われている。<sup>23</sup>幕末になると1859年の横浜開港にともなう生糸貿易が行われていたため、前橋の経済は活況を呈しており、その影響が大きいと考えられる。<sup>24</sup>1863年に着工した再築前橋城は、3年8か月をかけて1867年には町人などの協力を得て前橋城が完成し、さらに城主松平直克を迎えることを実現した。城を取り巻く要所要所に砲台が設けられるなど近代的な城であったが、時代が大きく転換し、城郭としての機能を果たさないまま翌年に明治維新を迎えることとなった。また、1871年に行われた廃藩置県により、その後城の本丸御殿は県庁として使われることとなった。<sup>25</sup>

自然災害が大きな要因であったとはいえ、前橋は、江戸時代の約3分の1年もの年月、首長がいない状態となり、養蚕や生糸の生産が発展する中で、工女や商人を中心としてまちが産業のまちとして発展していったのである。そしてそれは今日の前橋のまちづくりに取り組む姿勢にもあらわれているのではないだろうか。

2018年に国の重要文化財に指定された「臨江閣」は明治時代につくられた。本館、別館、茶室の3つから構成されており、本館が最初に建てられた。1905(明治17)年、当時の群馬県令・楢取素彦が、高位高官を迎えるために迎賓館建設を提言したことが建設のきっかけと言われているが、建設が現実のものとなったのは、製糸業を生業とする多くの生糸商人・民間の力によるものであった。初代前橋市長・下村善太郎も生糸商人であったため、地元有志による寄付で建設を実行した。また、県庁誘致にも有志とともに立ち上がり、寄付をしたことで県庁が高崎や熊谷ではなく前橋に置かれることとなり、県都としての発展の基礎を築くことにつながったのである。こうした流れの中で、地元民の熱心な協力への返礼として、楢取素彦や県庁職員からの募金で「臨江閣」の茶室が建てられた。<sup>26</sup>



《臨江閣の写真》

---

<sup>23</sup> 前橋市史『第2巻』

<sup>24</sup> 前橋市観光協会『関東の華・前橋城』より前橋城の変遷

<sup>25</sup> 前橋市観光協会『関東の華・前橋城』より再築前橋城の概要

<sup>26</sup> 前橋市広報誌『広報まえばし』2018.11.01発行 pp.2をまとめた

前橋には「前橋二十五人衆」と呼ばれた、下村善太郎を中心とする有力者 25 人がいた。彼らは、明治維新後最初に、高崎に置かれた県庁を誘致する際には、前橋を関東の大都市とするために、いかなる犠牲をも払う覚悟で楢取県令に協力することを約束した。その熱意に楢取県令が感動し、県庁を前橋に移す決心を固める運びになったといわれている。

当時、県庁の誘致には費用として 10 万円<sup>27</sup>が必要であった。明治初頭であったことを考えると莫大な金額である。のちに 1892 年に市長となった下村はそのうち 1 万円を出資したという。彼は 16 歳で結婚し家業である小間物商を継いだ。賭博や米相場に手を出して家業が傾き、妻の兄の紹介を受けて 1850 年に武蔵の国八王子に移り再起を図った。1859 年に横浜が開港した際には、八王子が生糸取引の中継地となったことで、買い付けた生糸を横浜の仲居屋に売り、生糸商として成功した。前橋を出た時に持参した 6 両は、夫婦で奮闘した結果 10000 両以上になったと言われている。父の死後、1863 年に前橋に帰郷し、糸繭商として外国取引を開始し、早飛脚を使い、他の糸商より 1 日早く横浜の糸相場を把握するなどをした結果、大富豪となったのである。川越藩主の前橋帰城に伴う前橋城再築には多額の寄付金をおさめ、1866 年には生糸改所取締りとなり、永年苗字帯刀を許された。

明治維新後も財力で前橋市の発展に貢献した。利根川の架橋や小学校の校舎新築に多額の寄付を行うほか、1874 年の前橋本町大火災にて義捐活動も行った。上記に述べたように、県庁誘致運動では 25 人衆の先頭に立ち、日本鉄道の前橋延長運動にも寄与した。また、第三十九国立銀行の経営危機を救い、臨江閣建築にも寄付を行った。明治 9 年には、渋沢栄一らと蚕種を海外輸出し、生糸の品質を厳格にする生糸改所を共同で設立している。

また日本は、この時代・19 世紀後半から 20 世紀前半まで「絹の国」と呼ばれていた。生糸が輸出品の主力であったためである。1880 年の品別最大産出額は生糸で、全体の 34%、次いで茶が 23%であった。これら 2 つの品の輸出先はイギリス 41%、アメリカ 35%である。一方輸入品は綿糸が 23%、綿織物が 16%、毛織物が 14%であり、湯留学の 53%が繊維品であった。この輸入先はイギリスが約半分を占め、次いでフランス、アメリカが主な国だった。茶の輸出はやがて衰退していくが、生糸については伸びていった。

製糸業は農村部子女の低賃金労働力に依存しつつも、1872 年に導入された官営の富岡製糸場がフランス製の製紙機械を導入するなどして国策で生産技術の近代化が積極的に行われていた。同時に全国の農村に対して「繭」から糸をとる養蚕が奨励され、各府県は「蚕糸課」を設置した。

明治期の『日本の工業生産指数』によると、1883 年における生糸の年産量は 1,712t である。この年を生産指数の 100 とすると、1903 年の生産量は 7,492t で 437、1913 年（大正 2 年）は 14,029t で指数は 819 と急上昇した。この間の工業生産指数はそれぞれ 261、459 であった。これにより、生糸の生産増加の勢いが見える。

---

<sup>27</sup> 一般的給与が月額 10 円程度の時代であった。

第2次世界大戦後についても、産業界では繊維工業のテンポが最も早かった。1950年で見ると、総輸出額では繊維品が全体の46%を占めており、多くの外貨を獲得していた。その後も日本では化繊の技術改革を行い世界の「繊維大国」と呼ばれるまでに成長した。しかし、1970年代に入り、アメリカを始めとして各国で繊維品の輸入制限がかかり、発展途上国の激しい追い上げにあい、日本の繊維産業全体が縮小することとなった。

この全国的な動きに伴って、群馬県の生産指標や産業規模も増減したと考えられる。

これらのことから、江戸の廃城時代～明治時代初期にかけて弱まっていた行政に代わり、それを手助けする形で商人・町人を中心とした民間がかかわり、まちが発展していくこととなった。県庁設置場所に関しても、行政が揉める中、前橋が生糸の町として発展し、地元商人の寄付・つまり民間の経済力があつたからこそ、前橋市が県庁所在市となっている現在があるのである。

### 3-2. 中心市街地にみる戦後のまちづくり系譜

終戦直前、前橋市は大規模な空襲に合い、前橋市街地にある中心市街地もほとんどが空襲で焼け落ち、焼け野原となった。緑茶などを販売する中央通りの「水本園」は戦後すぐ、市から間口約4メートル×奥行5メートルほどの木造のバラックを売り渡された。そこに畳を敷き、月に一度あつた配給のお茶を商品にし、畳の上に並べて販売を行った。種類や量が限られたため、客が20人近く訪れれば1日で売り切れ、次の配給を待つしかなかった。日がたつにつれて徐々に、周囲にもバラックの店ができていった。すべて土間で、寝泊りはできないため、商いを始めた人たちは皆、夜は郊外の親せきの家などに身を寄せていた。水本園の1994年時の店主は、上毛新聞の取材に「焼け跡のにおいが残っているし、商売をするという感じではなかった」と答えており、静岡県産地まで買出しに行けたのは終戦から半年後であった。

1952～3年頃からはバラックを壊して自前の店を建てるどころが目立ち始めた。ネオン灯や街路灯の補助が始まったこともあり、夜が明るくなって22時頃まで店を開けることもあった。商店街連盟ができ、花火大会が復活し、にぎわうようになり、呉服、野菜、薬、お茶等、どれをとっても品揃えで県内一、二を争う店が前橋の中心商店街に集まっていた。ようやくらしさを取り戻した商店街は、1965年頃まで、商店街全体での売り上げが落ちることにはなかった。

1954年には、のちに百貨店となる「スズラン」が中心市街地にオープンし、当時あったにぎわいをさらに加速させた。2018年現在は、これが前橋市唯一の百貨店となっている。その後、1961年に県下初のアーケードが中心商店街の立川大通りに完成し、またその翌年に中央通りにも全蓋型のアーケードが完成した。当時の朝日新聞群馬版では、アーケードでそれぞれの店が一体になった様子を「横のデパート」と表現し、商店街にとっても自慢の存在だった。その他に、中央通りの「赤かんぼん」という衣料品店では県内初のエスカレーターが誕生した。お披露目当日は、開店1時間前に300～400人の客が並び、子どもから大人気となり、遠足のコースに組み込まれることもあった。

前橋市は、戦後より10年ごとに都市総合計画を立て、それに基づいて全市においてまちづくりを行ってきた。特に、戦後すぐの時代では、様々な地域開発計画構想が発表された。国土建設の長期構想を実行するために建設省が計画した①「地域開発計画」、また、いわゆるレインボー・ラインと呼ばれる②「北関東連担都市構想」、鉄道に沿って放射状に拡大する「首都圏」の都市構造について、関東平野を縦断する太い都市軸を中心にしたパターンに再編成しようとする③「北関東巨帯都市構想」、さらに関東4県の開発地域に都市機能分散のための超大規模の新都市を開発しようとする④「首都圏超大規模新都市建設康応（赤城・榛名地区）」、東京大学丹下研究室の⑤「上部広域都市開発基本計画」、赤城山南麓に自然の美と人工の美を調和させた高原都市を建設しようとする⑥「赤城高原都市構想」等があり、かつ各部門別では通産省の「工業開発の構想」をはじめとする幾多の計画構想があった。

（前橋第三次都市計画、1950年、pp.）

ここでは内容の詳細記述は割愛するものとする。しかしながら、多くの計画が並行して構築されたということは、それだけまちを急速に発展させたかったためであると考えられる。一方で、そのままでは、長期的な視点で「何のため」「どのように」発展させたいのかを考える余裕がなく、途中で頓挫してしまった計画が多くなったことにつながったのではないかと考える。

また、スズラン創業から12年後の年にはデパート・”前橋三越百貨店”と”長崎屋”が開店し、中心街はその後も、大型店を歓迎する姿勢を見せていた。大型店は人のいる中心部に立地すべきという視点が主で、郊外に立地させるといった視点はまだなかったためである。この流れは、ニチイや西友が開店した1970年代まで続き、中心街は賑わいを見せていた。1950

から 60 年代にかけて、前橋市の商品販売額が 10 年で 7 倍と、急激に伸びたことからわかる。**←グラフ追加希望**

しかしながら、1980 年代に入ると、商店街はこうした大型店に対して警戒の姿勢を強め、対立するようになる。'84 年に長崎屋が、'85 年に前橋三越百貨店が閉館したことも相まって、翌年には中心商店街若手経営者による「Q のまち」が結成された<sup>28</sup>。商店街のにぎわいを取り戻そうと、1990 年代にかけては大型店に対する警戒の姿勢から一転、大型店を誘致するような動きもあらわれた。しかしながら、この頃にはすでにモータリゼーションの発達や大店法から、大型店は中心部ではなく郊外立地を志向しており、一筋縄ではいかず、誘致は難航した。それを受けて、前橋中心商店街は全商店街の 9 つの通りの協同組合を設立したが、商店経営者の高齢化等から衰退せざるをえない状況になっていった。

21 世紀に入り、中心部にあった百貨店跡地にはホテルや立体駐車場が立ち、また、商店街振興組合を中心として、天候に左右されないアーケードを生かしたイベントを開催するようになった。月に 1 度のお祭りの開催（弁天通り・弁天ワッセ）や、商工会議所発信での、中心商店街のお店でワークショップや講座に参加できる取り組み「まちなかキャンパス事業」などが始まったのである。

このように、2005 年前後には、商工会議所や行政が、小さくなった商店街の組織を支援するべく、協力して事業を行うようになっていた。中心市街地が舞台となる 3 大祭り「七夕まつり」「前橋まつり」「初市まつり」や「花火大会」<sup>29</sup>では市外からも人が訪れるほどにぎわうものの、常連客以外の多くの客が日常で足を踏み入れる場所ではなくなっていった。このような流れの中で、中心市街地に位置する前橋中心商店街はシャッター通りへと変化を遂げた。2000 年代後半には前橋駅前にあったイトーヨーカドーが移転したこともあり、日常において中心市街地を訪れる人を減らすことを加速させた。

しかしながら、それと同時に、客が少なくなった街並みに対し、「このままではいけない」「何か新しい策を」と考え動き出す人々が現われ始めた。商店街に関わる皆が一堂に会して話し合い、一緒にイベント等を行う動きは少なかったものの、商店それぞれが、あるいは市が、商工会議所が、若者が、「前橋をもっと良くしたい」という思いからそれぞれの活動をし始めたのである。

その中で、特に前橋に大きな変革をもたらしたのは前橋出身の、1 代で年商 400 億円の眼鏡店チェーン「JINS」を築いた<sup>30</sup>ジェイアイエヌの田中社長である。彼は、それまでバラバラに動いていた前述の者たちに、彼らの想いを継ぐ市民、若者を思い、地域を思い、同じ方向に向かうための指標づくりを提案した。これがきっかけとなり、2016 年 8 月に前橋ビジョン「めぶく。」が誕生したのである。それまでの前橋のまちなか活性化への各担い手の取

---

<sup>28</sup> 上毛新聞 1994 年 6 月 15 日からの「ある倒産」連載を参考にまとめた。

<sup>29</sup> 2018 年には筆者が参加し、にぎわいを体感した。

<sup>30</sup> 雑誌「日経グローバル」2016 年 10 月号のインタビュー記事の記述より引用

り組み、またさらに、ビジョン策定に至るまでの経緯について、次項目（3-3.）にて辿ることとする。

### 3-3. まちなかのプレイヤー出現期

2010年代になり、特に東日本大震災以降、シャッター商店街の佇むまちなかには、主に3つの、下記に示すプレイヤー集団が出現した。この項目では彼らの動きについて、商店街や商工会議所、行政とどのように連携を図り、活動してきたのかについてまとめ、それぞれがまちづくりに積極的に関わることになった背景・転換点についてはヒアリングを行い、ストーリーを辿ることとする。

- ① [前橋自転車通勤部]→[前橋〇〇部]にかかわる集団 岡田、岡議員、藤澤 喫茶マルカ
- ② コミュニティシェアオフィスなどを展開する[建築家]集団 橋本 前橋工科大？
- ③ [田中仁]社長とともに仕事をしていた人々 田中、渡邊、二口、GRASSA なか又

<大震災前後にまちなかに現れたプレイヤー>

◆2010年～2011年

①前橋市にUターンしてきた1人の青年がまちなかで活動を始めた。彼は、すでに“前橋ににぎわいを生み出したい”という熱意を持っていたため、仕事を探しながら、飲み屋が入っているビルのワンフロアを自力で借りて、前橋祭りの日にスナックを開いた。当時は東京でスタイリストとして働いており、25歳の頃、友達に「前橋ダサイ」と言われ、それに対し、「お洒落な仕事をしていたのに、出身地だけでダサイという目で見られる」「それは仕方がない、なぜなら自分も含め、市民が前橋のことを知らないし好きじゃないから」

「これは元から変えていくしかない」

と、感じたことをきっかけに、帰省することを決めた。そして、初めは東京に住みながら前橋で活動をしていたが、地元のコミュニティラジオ開設の話を目にし、自ら役員と会って、ラジオ局の社員として前橋で働き始めた。当時の心境について、「設立準備室みたいな名前でも、やっと活性化みたいなのができると思って、今の自分にすごくぴったりだなって思った。ラジオ局に入ったら取材ができるから、ほかに活性化をしているキーパーソンを探せるチャンスだと思った。」と話していた。

翌年2月、月1の頻度で「前橋自転車通勤部」という5分番組が始まった。それを聞いた彼が、「内容も面白いのにもったいない」から、番組をやっていた岡田と、通勤部の活動内容を主なコンテンツとしたフリーペーパーを作ることになった。

②2018年12月現在・一般社団法人前橋まちなかエージェンシーの橋本理事は、2011年3月、東日本大震災のボランティアとして東北で活動をする中で、東北の人々が今できることを探し復興していく姿を見て、地元・群馬県での活動を始めようと決意した。

#### ◆2012年

①2月に前橋自転車通勤部の活動の一環で冊子を作り、その報告会兼飲み会を開催していた際、当時デザイナーとして独立したばかりの藤澤がそこを通りかかり、通勤部の活動に大いに共感した結果、「前橋〇〇部」が発足した。これは、寂れてしまった前橋中心商店街を舞台に、同じ趣味を持つ仲間が集まり、部活を行うものである。Facebookを駆使した奇想天外なシステムで、「誰でも気軽に始められる」という言葉をコンセプトに、いつでもはじめられて、いつでも辞められる。この〇〇部発足をきっかけに、まちなかには、まちづくり活動をしていた人だけではなく、普通の主婦や学生が訪れる機会が増えるようになった。また、この活動の広がりによってNHKが注目し、取材したことで、全国に活動が広がっていった。

全国メディアの力はとても大きいことがわかる。



②このころ、前橋市営の美術館「アーツ前橋」の立ち上げ準備に携わり始めた橋本理事は、〇〇部を発足したメンバーとも会うようになり、中心市街地は少しずつ、「いろいろな人が仲良くなれるまちなか<sup>31</sup>」へと変化していった。

③2018年現在、前橋まちなかエージェンシーの副理事を務める二口が、転機を迎えた。大学卒業後から10年務めた大企業の広告代理店から「独立したい」という意志を持ち、仕事を辞めたのである。当時、大学時代の親友として慕っていた、ナニラニというデザイン集団の村瀬社長から、会社を大きくしていく段階で、加わってほしいという声かけがあり、独立前に経営を学ぶいい機会だと思ってその話に乗った。渋谷を中心に戦略を練るデザイナー集団だったため、タイミングも良く、週4でそこで働き、残った時間で自分のやりたいことをしていった。ナニラニは、多くのクライアントを持っていたが、その中で一番のお得意先がJINSであった。2008年頃、経営が傾いていた際に村瀬社長がデザインしたロゴが現在のものであり、そこから二口副理事は仕事で田中社長と深く関わるようになった。そして、田中社長の付き人であるかのように、広告代理店や就活指导向けに講座を始めた。また、田中社長が講演をする機会が多かったため、そのためのプレゼン資料作成を手伝うこともあった。

秘書室もなかったため、その中で前橋にも同行し、群馬イノベーションアワード<sup>32</sup>の立ち上げやビジョン策定にも、ドイツのコンサルティング会社との通訳者として、大きくかかわることになったのである。

#### ◆2013年

②橋本理事をはじめとする建築家集団は、高崎市にある古い染物屋をリノベーションして、「MOTOKONYA」というコミュニティスペースを建てた。全国各地で染物屋のまちは紺屋町と呼ばれていた時代があり、その場所もその昔染物屋として繁栄していた背景を持っていたため、「元紺屋町」という意味で名付けた。今でこそリノベーションという概念も行動も当たり前になったものの、当時の群馬県では先進性のある取り組みであり、昼間はカフェを始めたい人向けのチャレンジスペースとして、日替わりで運営し、夜には宿泊できる場所として開放した。

また、「先ほどのコミュニティスペースをオープンした時期と、美術館・アーツ前橋の開館時期が偶然重なったのだが、これにより、自分を取り巻く環境が急変しました。アーツ前橋が、開館するにあたって多くの人に来てもらうために、前橋市にゆかりのある人物を招いて今後の未来を語るトークイベントを企画したんですよ。『地元の若者』と『ゲスト』の対談という形で実施することになり、そこにゲストとして指名されたのが、前橋市出身でJINS

---

<sup>31</sup> 橋本理事の言葉より引用

<sup>32</sup> 群馬イノベーションアワードとは、

の社長である田中仁さんだったんです。そして、僕が『地元前橋で活動する若者』として対談することになりました。このトークイベントが、僕と田中さんとの初めての出会いでした。彼との出会いが、僕を前橋市のまちづくりに本気で取り組もうという気にさせたんです。」

この経験が今の前橋での活動の根本にあると橋本理事は言う。つまり、田中社長は前橋のまちづくりプレイヤーを誕生させる起爆剤にもなったといえる。

また、2018年現在におけるアーツ前橋のコンセプトは、「創造的であること creative」、「みんなで共有すること share」、「対話的であること dialogues」とし、アーツ前橋が誰にとっても必要な場所になることを目指している。開館の前後期間に作成したコンセプトに、「創造」や「つながり」という言葉を用いていたことから、当時すでに、地域においては「何かを創造すること」や「たくさんの人とつながること」がまちづくりではないところでも、課題の中核としてとらえるべきだという意識があったことが考えられる。

そうして橋本理事と田中社長にトークイベントの開催が決定したために、前橋市において、創造をしてくれそうな「よそ者・Uターン者」と「若者」をコラボさせたことに合点がいく。このように、世界を相手にするビジネスで成功した田中社長と、行動力があり、つながりを作り出すコミュニティを創造し始めた橋本理事が出会い、前橋市において新しい価値が創造される時代が到来することとなったといえる。

③ビジョン策定への具体的な動きの始まりは、2013年秋であった<sup>33</sup>。前橋市の山本市長や市職員がジェイアイエヌの本社を訪れ、外から見た前橋の印象などについて意見交換が始まった。当時、行政は様々な民間企業と意見交換をしており、その一環としてジェイアイエヌを訪れたのである。

## ◆2014年

### <一商店街とまちなか再生室>

2014年3月始め、前橋中心商店街弁天通りから1本の路地に入った先にある呑龍商店街の全体会議が行われた。その結果、今後、商店街として新たな取り組みをしていこうという話がされ、具体的には呑龍商店街のホームページが誕生し、また「呑龍辞典」という呑龍商店街の手引きも作られた。それは、2014年前後で、一度入居したものの、商店街に対する新規参入者の理解不足や、商店街としての秩序の乱れが原因となり、僅かな期間で退去していく店主が多くいたことが関係していると一店主が考察している<sup>34</sup>。

さて、2013年時点では、前橋市商工観光部にぎわい商業課が、前橋中商店街内に「まち

---

<sup>33</sup> 日経グローバル 2016年10月号田中社長のインタビューでの発言。

<sup>34</sup> 前橋市呑龍商店街ヤギカフェのマスター・ママが運営するヤギカフェ日記を参考にした。

なか再生室」という事務所を構えていた。この分室は、主に中心市街地の産業振興の手伝いを行い、また、その界隈のイベント情報などを紹介する「まちなか新聞」を発行していた。しかしながら、2017年3月に閉室し、前橋元気プラザ 21 内のにぎわい商業課産業振興係に振替となった。

またこのころ、降りてしまった店舗のシャッターはなかなか上がらないものの、ロケ地としての利用<sup>35</sup>が増えた。

③複数回話し合いをするなか、14年始めに、田中社長が行政に対して、まちづくりの方向性を示すビジョンが必要ではないかと提案した。それをきっかけに、ビジョン策定に向けた検討が始まった。まずは第三者の目から前橋の現状を分析してもらうため、社長が前橋市に設立した田中仁財団<sup>36</sup>を通してドイツのコンサルティング会社「KMS TEAM」に分析を依頼した。

## ◆2015年

2015年秋に KMS の社員が前橋市内を訪れ、経営者や経済界の代表者らから前橋の魅力や課題を聞き取り分析を始めた。この時に二口副理事が語彙力を買われ、翻訳をするために取材等に同行した。

### <行政>

前橋市は、「まえばしプレミアム付き商品券」を4月より発売した。これは、消費者がある一定額でこの商品券を買くと、発行した地域限定で、税金で何十パーセント分の助成金（プレミアム）を上乗せした金額の買い物ができるお得な商品券のことである。前橋市は、1万円で1万3千円分の買い物ができる商品券を10万セット（13億円分）限定で発行した。様々な業界の賃金の上昇や雇用の増加を実現し、国民の生活が豊かになることを目指した環境づくりの一環で、地方の隅々にまでいきわたらせるために、「地方への好循環拡大にむけた緊急経済対策」という話し合いの中で以下の3つのような大まかなお金の使い道が決められた。

- ①現下の経済情勢を踏まえた生活者・事業者への支援に1.2兆円
- ②地方が直面する構造的課題への実効ある取り組みを通じた地方の活性化に0.6兆円
- ③災害復旧・復興加速化など災害・危機などへの対応に重点を置いたものに1.7兆円

その中で、このプレミアム付き商品券は、2500億円分があてがわれている①の「地域消

---

<sup>35</sup> 呑龍商店街・・・AKB48「心のプラカード」ミュージックビデオ撮影。2014.08  
オリオン通り（ブラビ通り）・・・ブラックビスケッツがロケを行う。2013年ごろ

<sup>36</sup> 田中仁財団とは・・・

URL（最終閲覧日：2019年2月28日）

費喚起・生活支援」のお金に関係するものとして発行されることとなったのである。この2500億円は人口や財政力などによって決まった額を各自治体に渡される交付金で、使い方もそれぞれの地域の実績によって自由とされていた。しかし、国は「渡したお金でプレミアム付き商品券の発行事業をしてほしい」という用途を提示したために、各地の多くの自治体がこれに従う意向で前橋市もそれに準じることとなった。目的は、地域での消費喚起であり、日本が目指している環境づくりのために、多くの人に今まで以上にお金を使ってもらおうことであった。

この商品券が実際にどれくらいの人々にどのくらいの期間で利用されたかの記録はないが、行政が、右肩下がりの方財政や経済の回復のためにとった1つの手段だということができる。

③田中社長は、「前橋はいいところ、でもどこがいいのかを語れる人がいない」ことに課題を感じ、前橋がいいところであるということが市民の経験になっていないのだと考えた。そうしたことから、2015年11月に、その経験ができるプラットフォームをひとまず作った。それが前橋中央通りにある「まちなか研究室」である。そこから、まちづくりに関わるなら本気でこのまちのことを知ろう、と考え多くの人を呼んで話を聞いた。その中で、多くの人が様々に活動しているけれど、彼らの活動の意味や意義について、何一つ言語化できない。どこを目指しているのか分からない現状があった。「だからこのたくさんの方の活動の点を一つに集約することが必要だ。同じ方向を向かなければならない。ビジョンなく活動しても意味はない。」と考えるようになったという。

ビジョンがわからないということは、地域への愛着や誇りが低下する要因になり、市長が変わるたびにスローガンやコンセプトが変わっていき、活動の混乱やとん挫を招く原因にもなる。その理由はそのスローガンが市のものではなく、市長のコンセプトであるからである。

そうした経緯で、まずはビジョンを策定しようという動きが始まり、JINSのブランディングに関わっていたという縁で、それをドイツのコンサルティング会社・KMSに依頼に依頼した。チーフマネージャーくらいの方が数名来て、まず「前橋のDNAをさぐる」ために、市役所や地元の大学関係者、商店街の方々をはじめとするステークホルダーへのインタビューと3,000人の市民を対象にアンケートを行った。

## ◆2016年

KMSが行った中間報告を基に、田中社長をはじめとする前橋市のプレイヤーがもう一度練り直した結果、「めぶく。」というビジョンが完成した。策定にあたっては前橋出身のコピーライター、糸井重里が英語を日本語に翻訳する段階で協力してくれた。

8月3日には、市民向けに大規模なビジョン発表会を行った。「平日の夜であったにもかかわらず4,000人以上の聴衆が集まったのには驚いた。関心の高さを物語っている。ただ現

状、賛否両論とは言わないがビジョンの必要性をまだ理解していない人、何となく良いなと思う人が半分だと思う。ビジョンの効果を理解する人はまだ少数にすぎない。企業ビジョンを社員に浸透させる以上に、市民への浸透には時間が必要だと感じている。」と田中社長は言っている。

太陽の会の監事であり、地元前橋市に本社を置く渡邊社長は、  
“2010年頃から動いていた①前橋自転車通勤部、②フラスコのクリエイター集団、③岡を中心とする前橋 CITY エフエム、の大きく分けて3つのプレイヤー集団をうまく調整・再編して役割分担をしたのが田中仁。”

であると話し、「元々、“私がリーダーをやりたい”という人たちばかりで結構ぶつかわる感じだった」とも言っていたことから、経済力が最小限であった集団同士のプレイヤーの中に、経済力のある田中仁が前橋市にもたらしたものは大きいだろうと考える。

#### ①Maebashi45days

45 企画 45 日間のお祭りとして、前回よりもわかりやすく、企画者を選んでそれぞれに対して予算をつけていき、それぞれ場所などを交渉した。一番良かったのは45人のよこのつながりができたことであり、そこではじめて実行委員を自分で選べる権限を得た。また、コミュニケーションが生まれるなどいいことは起きたものの、行政の縛りも出るし立場を変えたいという思いが出てきたことで、ラジオ局の他の社員や役員と方向性のかい離が起こった。元々「地域活性化がやりたい。ラジオは好きだけど、ラジオを使って地域活性化をやるのが目的」であったため、「ラジオの社員なんだからあまりまちに絡むな」という考えであった役員と小規模な対立が起きた。

「東京など大都市ではできないようなことをやりたい、やらなければいけないのに、、、。」という思いが募り、ラジオ局からは半独立し、給料は全部出来高制となった。それで自由には動けるようにはなったものの、一人で動いていた分思いが強くなり、4人になっていた部署は崩壊した。しかしながら、彼らが行ってきた活動は客観的に見ても前橋市全体の貢献にもなるものであり、「まちなかにラジオ局ができてよかった」と商店街も思ってくれていた。公私混同も多く、ブライスレスで活動していた部分も大きかったために、「遊んでるようにしか見えてなかったんだろう」とも話していたが、それは彼が議員になるための天気でもあったといえるだろう。

#### ②KMS TEAM による前橋市の強みの調査

ドイツ人に依頼した理由は、日本人だとすでに持ち合わせている、東京都の距離や家賃相場、群馬全体の印象などのバイアスがかかってしまうためである。日本や東京を知らない、それらがゼロの人に考えてもらうべきである。KMSは「強みを確実に伝え、可能性を引き出すために、ビジョンというのは今すでにまちが持っている強みと今後の可能性を掛け合わせて定めるべきだ。そしてかつ、永続的に市民の心に残るものにすべきだ」と考え、アン

ケートやインタビュー結果を集計した。しかし、抽出してもこれといった個性はなく、何も残らなかった。ただ、前橋はどこに注力しているのか聞いた結果、教育と医療と答えた人が多かった。つまりこれがもともとやってきたことの DNA になっているのだ、と彼らは言った。具体的に、前橋は全国的に見てもお医者さんがすごく多く、それぞれの町内や区域にいろんな診療所がある。総合病院にいかなくても近所でまかなえたりする。また、②充実した教育環境がある。群馬前橋は、公立の学校が多い。東京だと公立は生活社会的な水準がさがってしまったり格差が生まれてしまったりする中で、前橋は中学生くらいまではある程度同じヒエラルキーのなかで生活する。社会に出ると、教育現場でどう育ってもある程度はいっしょくたになっちゃうんだから、子どものうちもそれを経験したほうがいいんじゃないかという姿勢でいる。そこにすごく外国人の彼らは魅力を感じた。教育水準がどんどんあがっていくと、お金持ちにならないとそういった教育は受けられないみたいなことになっちゃうし、はたしてそれは良いことなのか。前橋市はそれが平坦のまま、その分競争力が弱いって言われることもあるけども、そういった意味で環境としてはすごくいいんじゃないかということだった。これらをまとめると、「いいも悪いも少しずつ点在していて、でもこれといった個性はありません。だから DNA 抽出したけどこれに絶対個性はない。だけど、どこかにフォーカスしなきゃいけない。」で、前橋の予算のなかで比較をしてみようということになった。高崎と前橋を比べてみたら、前橋はどこに力を入れているのかが見えた。高崎で一番大きいのは商工費と、土木費。商工費にあたっては、高崎は前橋の倍、土木費、これは再開発とか道路のことだとか、そういったもので、高崎の方が三倍くらい。で、じゃあ前橋は何にお金かけているのかっていうと、教育ですね、教育費、あと衛生費ですね、だからやっぱり教育とか医療、そういったところに前橋はお金をかけているということが分かったんですね。で、なんとなく前橋がもともと持っている DNA とか、もともとやってきたことの中の DNA が抽出されつつありました。」

### ③ビジョン発表

前橋市は、ビジョン策定について「都市魅力アップ共創（民間協働）推進事業」として位置づけ、連携して取り組んだ。ビジョンの策定に向けた具体的な作業は、前橋に偏見のない外部の視点で分析するために、田中仁財団がポルシェやアディダスなどのブランドを手掛けるドイツのコンサルティング会社「KMS TEAM」に依頼した。そしてその結果、2018年2月の中間発表で「Where good things grow（良いものが育つまち）」という分析結果となった。この英文による分析の翻訳を糸井重里に依頼し、最終的に「めぶく。」という表現になった。

一般財団法人田中仁財団（2016年設立）から前橋市政への提案を発端として始まった前橋ビジョン策定への動きは、前橋まちなかエージェンシーや太陽の会、風の会などの新しい民間団体を発足させ、さらに中心市街地にある前橋中心商店街振興組合や商工会議所など

既存の民間団体を巻き込み、前橋市の中心市街地・まちなかを中心に様々な人々が関わる大きな取り組みとなった。

「ビジョンのない活動は無意味だ」という言葉があるように、前橋市の今までのまちづくりには、一貫した方向が定まっていなかった。これが、首長など牽引する人が変わるたびにまちづくりの方向が変わり、再開発などの計画も浮上しては頓挫ことを繰り返していた一番の原因ではないかと考えたのである。このほかにも、予算についての議論が足りない、資金が上手く運べなくなった、などの要因はあると推察するが、どんな活動でも、それを行う全ての人と同じ方向を向いていなければその成功は叶わない。つまり、この場合、市として向かいたい方向に市民の合意があることと、そのうえで方向性を統一すること、そしてそれを共有することが必要だと感じたのだと考える。

さらに特筆すべきことは、前橋に住んでいる、あるいは住んでいたことはある人「ではない」人にブランディングを依頼したという点である。加えて、ただ「前橋市民以外」等という区切りではなく、「前橋が日本のどのあたりにあるのかイメージもつかない人」であることも重要である。例えば、「どんな気候」で「大都市からどれくらいの距離」にあるかなど、都市としての方向性を決める際に前提となってしまう情報はすべてないものとして考える必要があったためにこれを実行したのである。下記の質問回答でも述べられているが、そうすることによって、前橋という都市そのものを客観的に評価することができるためである。

## ◆2016年以降

③ビジネスで成功をおさめて世界アワードで表彰され、1つの節目を迎えた時期だった田中社長は橋本理事が活動していたことについて「地元のために活動をするのはとても素晴らしいことだと思うけれど、お金にならないことをどうしてやっているのか」という疑問を感じて「ある程度稼げるようにしないと次の世代につなげられない」、「活動を続けていくためには拠点やしくみづくりも必要」ということをおっしゃった。」

「彼自身は、元々趣味への興味がなく、スポーツチームのスポンサーもビジネスとしての違和感を持ったためやってこなかった、と言った。そんな中、世界アワードで表彰された際のディナーにて、世界のトップ企業の社長らが積極的に故郷にかかわる姿勢を見て刺激を受けた。自分の主体になっているビジネスの話だけでなく、故郷や会社の所在地域に対して行っている貢献についての話で盛り上がっていた。田中さん自身も何をやっているのかと質問を受けたが、答えようがなかったと言っていた。「そこで初めて、そういえば前橋ってどうなってるんだっけ、なんかやばそうだよな、と思った」と言っていた。そこから田中仁財団や太陽の会を設立して、イノベーションアワードを開催して、地域に無償で資金や人材

などを還元していく活動をするようになった。僕はその話をきいて、「まちづくりを本気でやるなら、遊び半分じゃなくて次のフェーズに行こう」と決めた。」

田中社長は、世界のビジネスマンらが地元への貢献活動をやっていることを知って、いずれは前橋でもビジネスで成功したいという思いを持ち始めたという経緯があるため、このことにより、前橋はまちづくりに関して経済面で大きな支援を受けることができている。

前橋〇〇特区や Maebashi45days の事務局だった前橋 CITY エフエムに勤めていた当時の心境について、岡議員は以下のように語った。

まちなかににぎわいを生むことに対して、もう神頼み的な人たちもいる中で、だれでも主役になれるという〇〇部の活動や〇〇特区のイベント等に対して、街の人たちはとても好意的だった。なぜならまちなかに人が来る機会が以前より多くなった、ただそれだけのことで。嬉しがってくれた。誰だってそうだと思うけれど、僕たちは、嬉しがってくれた方がやる気になった。プレイヤーたちは、ありがたがられることにやりがいがあるし、それは存在価値を認めてもらえるということでもある。いろんな流れがあって今に至っていて、なんとかこの状況になったともいえる。

今も寂しい寂しい言うけど、7年前からしたら明らかに空き店舗は減っているし、プレイヤーも増えてきている。ただ、そうなるの家賃があがってくるから、今まで活動できてた人たちができなくなることもあるわけで、難しいよね。

### 3-4. 前橋ビジョン「めぶく。」の策定とプレイヤーの増加

#### (1) 「めぶく。」とは

「めぶく。」は、2016年に前橋市の企業家を中心となって策定した前橋ビジョンである。将来性を見据えて進むべき市の方向性を示す精神的な指標で、市と連携しながら「様々な活性化の種子を芽吹かせ、育てていこう」という思いが込められている。それまでにはなかった民間の視点から前橋市の特徴を調査・分析し、様々なアクターが関わり策定に至ったことから、「民間主体のまちづくり」として注目されるきっかけとなった。

(前橋市ホームページ 最終閲覧日：2018年11月30日)

ビジョンとは、理念である。様々なアクターがいて、実行する活動が多様であっても、理念は不変的であり続けなければならない。そうでなければまちづくりは時代を超えて統一感がなくなり、景観が崩れていく要因にもなり得るし、首長が変わるたびに計画も変わり、



そのために計画が終息しないまま躊躇半端な状態で放置されることにつながる。前橋市では実際にこのような状況が繰り返し起こってきた。

前橋ビジョン「めぶく。」の全文は下記のとおりである。

**めぶく。**

**Where good things grow.**

その芽は、まだ小さい。  
風に吹かれ、雨を待ち、太陽の熱さにその身を預ける。  
そしていつか、枝をつけ、葉を繁らせ、  
強く太い幹となる日を夢見ている。  
人は芽だ。この地は芽だ。そしてつながりは芽だ。  
いまは幼い芽だけれど、未来の大樹を隠し持つ芽だ。

**Where good things grow.**

この地ではじまる、芽ぐみ。  
ここから、良きものが伸びてゆく。  
いくつもの芽が育ち、やがては大きな森をつくっていこう。

**Where good things grow.**

わたしたちは、この地の芽吹きのために、  
未来に希望の森を見るために、  
厳しくも優しい風になろう。  
慈しみの雨になろう。

このボディコピーを読むと、「夢見ている」、「未来の大樹を隠し持つ芽」などの表現から、KMSの調査団はこの前橋という地に、発展への期待と将来性を感じたのであると考えられる。また、「いまはまだ幼い芽」という言葉にもあるように、このビジョンが発表された当時は、「良いところ」があってもそれを具体的な項目として共通認識するまでは至っておらず、実際に、訪れたことがないのに「良いところ」として「赤城山」と発言した人がある等、「前橋の良いところを体験」した人が少なく、「前橋が良いところである理由」の言語化ができていなかった。

このように、まちなかでは2016年、「何もない」ところにまちの魅力と可能性を見出し、まちの再生に楽しさと面白さを感じ取り組む企業家が、あるいはまちの再生が目的ではないものの、まちなかに出店をしたい、まちなかで活動したい、と考える人が増加したことで、結果としてまちの賑わいに貢献することができているの商店や人も増加し始めているのが現状である。出店した代表店には、2018年3月出店の喫茶店「マルカ」、同年4月のブックバー「月に開く」、同年8月出店で地元食材をたっぷり使ったパスタが売りの「GRASSA」、翌月に和菓子屋「なか又」等が挙げられる。これに関連して、行政は開店支援を行うことで

まちづくりやまちのにぎわいの創出に貢献している。ビジョン制定前にも 2015 年までの 10 年間で 89 件が開店しており、それ以降 2018 年 7 月現在で新たに 38 店舗の開店支援を行っている。その他、飲食店だけではなく工房や、若者の居住を促進する 4 つのシェアハウス、さらに行政の開店支援を受けずに出店をした店舗もある。これらの出店は、「なにもない」という一見ネガティブな言葉を、「なにもない」からこそ自由なコンセプトで出店することができること、また、家賃が東京都心と比較して低く、空き家・空き店舗が多いことにより、多くの出店スペースの中から、各新店舗に合ったスペースを選択できるという点で、出店側にとっての大きなメリットになっているとも考えられる。

一方、2018 年現在、ビジョンの認知度は低いと考えられる。県庁や前橋文学館、アーツ前橋美術館など行政寄りの施設が中心市街地に集まっており物理的距離が近いため、それらの連携が取りやすく、中心市街地としてにぎわいを創出することが容易になるが、それとは対照的に、中心市街地外での認知度は急激に下がることが予測される。

しかしながら、「中心市街地のにぎわい創出を達成できずに前橋市全体でビジョンを普及させていくことはできない」という見方をする人もいる。特に、「民間主体のまちづくり」として前橋市の取り組みが注目されている要因の 1 つに、2016 年に設立されたまちづくり会社・「前橋まちなかエージェンシー」の存在が挙げられるが、前橋市出身であるこの団体の橋本理事がこのような見方をしている。また、前述したように、JINS の田中社長もこのような考え方をもち、ビジョンの策定のために大きく動いたうちの 1 人である。

彼の存在やビジョン策定を受けて、まちなかで活動するプレイヤーはさらに増加していた。具体的にどんな活動があったのかについては次章で詳しく述べることとする。

## (2) ビジョン決定・いいものが育つまち

—「そこから彼らが導き出したビジョンは「Where good things grow」という良いものが育つまち。だから、教育とか医療にすごくお金をかけているってことは、人を育てるっていうのもそうだし、まちとして、育てていくっていう土壌をそもそもつくろうとしているしつくってきてる、ヒアリングもそうでしたし、現実的な予算のデータからも。これが前橋のもっている DNA だし、そこをビジョンにするべきだと。ということで彼らが持ってきたのがこのビジョンですね。」

この「良いものが育つまち」というのは現在の平成 30 年前橋市総合計画のなかにも明記されている。

## (3) 市民への発表（ビジョン発表会）と糸井重里の協力

この「良いものが育つまち」が際立った個性として今現在プレゼンテーションされてない状況が現実的にあり、それを実現に向けていくための対策は自然として、コミュニティをもっと開いて、それを体感できる形にしていくべきだという姿勢がひとつあった。また赤城山もしかりで、同じ市のなかにあるのにそこを体験できるバランスが全くなく、市民自身も体

験してない。という現実があった。地域はどうしても陥りがちだが、「何となく過ごせちゃうし、何となく過ごしやすく生活もできちゃう。そういったところで、なんとなくじゃなくて意識を持ってですね、取り組んでいくべきだと。」（橋本理事）

ビジョンに向けた取り組みを丁寧にやるべきだということを報せるためにこれを発表することを決め、行ったのが8月のビジョン発表会である。

「際立った個性としてプレゼンテーションされてない状況」という説明は、2018年現在でも感じることであり、適切な表現であるといえる。

「ですが英語だとおじいちゃんおばあちゃんとか、子供にはちょっと難しいので、日本語にしましょうということで翻訳を誰に頼もうかってなって、糸井重里さんに。糸井さんも前橋出身だったので、お願いすることに決めました。ただですね、糸井さんは前橋のことが大っ嫌いで。昔、埋蔵金ってのが赤城山に眠ってるっていう話があって、それがテレビでやってたんですよ。糸井重里さんが、その陣頭指揮をとっていて、ここにあるはずなんだと、あちこちをショベルカーで掘ったりして、さんざんやったけど結局なかったんですよ。で、だから騒がすだけ騒がしてみたいな、地元の方とかから、結構糸井さんは言われたらしくて、前橋はもう親から頼まれても何も出ないと、頑なにもう嫌いになっちゃってた。けど、糸井さんももう歳だし、田中さんと僕らが押しかけていってお願いした。そうしたら「あんたらバカだね」、「そんなことしたってまちなんか変わりゃしないよ」って言ったんだけど、でもそういうバカげたことが僕は好きだと、そういう人たちだったら、バカげたことだったら、僕も力になるよと、ということで、糸井さんが引き受けてくれたのが、この where good things grow を日本語にした、めぶくという言葉なんですね。」

「糸井さんには今まで行ってきたような具体的なことはここまで丁寧に説明はしなかったけれど、非常に上手く訳してくれたなあというか、これから先めぶかせていこう、われわれもめぶこうっていう勇気づけにもなるし、ビジョンとしては素晴らしい三文字に集約できたかなっていう感じです。で、これをグリーンドームで発表しました。

「で、文字面だけで説明して、毎回こう一人ひとり、この説明を僕が一人一人にしていくわけにはいかないの、めぶくを表現したというか、前橋の素晴らしい活動だとかを一つのムービーにしたんですね。で、このムービーをつくるにあたって、そのドイツのチームが群馬に来て、ロケハンから撮影にも立ち会って作ったのがこのビジョンムービーですね。

（これ見たことありますか？—あるかもしれないです。 —ムービー鑑賞）

これは一年間、前橋のいろんなところを撮り溜めて一つのムービーに落とし込んだものです。だからまあ初市から始まって花火大会があって・・・、まあ前橋の原風景というか、多分見たことある風景がたくさんあったと思うんですけど、こうやってあらためてみると、前橋って結構素敵だなあって思えると思うんですよ。でも普通に日常的にみてるの大したことなくて、またやってるわーみたいな感じなんですけど、ちゃんとこうやって可視化するっていう。」

このムービーを作成することについて、「可視化」という言葉が出てきたが、これは「言語化」の一つ前段階に位置する行動であると考えている。「めぶく。」という言葉は、市民をはじめとする人々が、何も前橋の良さを言語化できないからこそ芽吹き、それを体験できるプロジェクトをつくっていくために出来たビジョンともいえるだろう。

さて、前項目では、前橋市のまちなかを中心としたまちづくりの動きや流れをまとめたが、それは結果として、前橋市がビジョンを策定する経緯となった。

### 3-5. まちづくりにかかわるプレイヤーまとめ

2010年代、「何も無いなら作ればいい!」という言葉が合言葉のように、それぞれのプレイヤーが動き出した。そのほとんどが前橋市出身者であることは、現時点では出身地を好きだと胸をはって言えないことに疑問を感じている、あるいは出身地に誇りをもちたいという思いがあると考えられる。

そして、彼らがビジョンを策定し、実際にまちの中に風景として形を残すことにつながったのは、下記に示すことが起こったからであると考察する。

まず、「出身地がダサイというイメージを変えたい」等の理由から、1日限定バーを開くという案を思いつくだけでなく、実際に空きビルを貸切るというアイデアと実行力は、1人だからこそ、まちのなかで話題となった。そして彼だけでなく、偶然ではあったものの、それぞれの立場から前橋市にアプローチし続けた人がいたからこそ、今があるのである。

この流れをわかりやすく下記に示している。

アイデア+実行力×若者の奮闘=まちの時間が動き出す

(それを見た街の人々： ↑街が元気になってくれてうれしい、応援)

全国に広がる熱意

→プレイヤーの増加

→それに影響を受けて行政が絡んでくる

↓

市全体として活性化に積極的になる

また、

「Uターン組の僕ら3人は、それぞれの異なる視点から思いつく限り、いろんなアプローチで、知恵を出し合い、仕掛け続け、この街の起爆剤になれたと思います。部活を立ち上げてくれた人たちは、独自に自分たちの活動を始めました。商店街の人たちは街の可能性に気づき、いろんな活動を受け入れてくれ、街に活気が出てきました。行政もデザインや発信の大切さに気づき、他の市町村には無い取り組みを仕掛けてきました。5年前、僕らがUターンしてきた時とは明らかに違う街に変化しました。

(中略)

文字通り、ゼロからコトをを起こしてきた日々の記録。僕ら、岡田と岡と藤沢が、東京から前橋に戻ってきた時は前橋の街は活気がなく、人材も少ない、空虚で、熱量の低いシャッター街そのものでした。観光名所も、名物料理も、新しい文化もまたしかり。ないない尽くしのこの街で何を発信していくか。行きついたのは「人の魅力」でした。話してみれば面白い人ばかり。それこそこの街の、最大の魅力です。

(中略)

前橋〇〇部が示したのは、個々の可能性と面白さです。街は、あなた自身です。街が面白くないのであれば、あなた自身が面白くないのです。

(ゆたろ編集室、2017年、pp.114-115)

<プレイヤーの形成文化>

上記の文章をまとめると、以下のように説明できる。

○明治・江戸時代にでてきた民間人の文化

前橋を大都市として発展させたいという思い

+経済力

の集い

⇒県庁誘致；政治の中心を前橋に置くことに成功

=前橋の発展（100年以上続くそのまちの価値を残すこと）に貢献

“何も無いなら作ればいい”精神

○熱量を帯びた若者の行動が経済力を持つ企業家の目にとまる

↓

縁を大事に、面白い人とつながっていく流れができる。

○「めぶく。」に集結

## 第4章 前橋ビジョン「めぶく。」策定後の動き

では、具体的に人々が「めぶく。」を体験できるものについてはどのようなものがあり、どのようなものが創られてきているのか。「めぶく。」の策定後、主に前橋市の中心市街地において、ビジョンの具体的な取り組みである、様々なイベントやプロジェクトが開催・進行している。以下では、その中でも、ビジョン策定後の前橋市のまちづくりで発揮している強みとして、①創造性、②発信力、③浸透性、④持続可能性の4つがあると考え、それを仮説とする。そのため、これら4つの強みを持つ活動について例を挙げ、まちづくりをするにあたってどのような立ち位置でどのような力を持っているのかについて検証する。

その際、本論文の目的である「まちづくりにおいて発揮される民間の強み」として示した4つの仮説、①創造性（発掘力）、②発信力、③浸透性、④持続可能性を検証することについて、それぞれ序章で示したAとBの視点からどのようになっているのかを解明していく。

さらに、それを踏まえたうえで前橋市の取り組みの特徴として「民間にはどのような強みがあるのか」について論じていく。

#### 4-1. 創造性が体験できる活動 クリエイティブ つくる役割

創造性とは、過去にまちをつくる要素として存在していなかったものをつくっていく、あるいは市民を始め多くの人それぞれが、「初めて体験できるコンテンツを作る”物理的な”創造」と、「すでに存在しているものを新しい価値として再認識し直し、”価値転換を行う”創造」の2つの意味を含んでいるものとする。言い換えると、ゼロをイチにする活動及び、多くの人が、既存のものについて発想の転換を行う創造性のある活動、クリエイティブな活動、ことである。特にこの体験においては「めぶく。」とも大きく関連しており、「何もない」ところから「芽吹かせる、芽吹いた活動」という意味があるということもできる。

以下、2018年現在、前橋市内、主にまちなかで、創造性を生み出す体験ができると考える活動や取り組みについて取り上げ、特になぜ創造性が生まれるのか、

##### ●まちなかキャンパス

まちなかキャンパスとは、前橋商工会議所が、まちなかの空き店舗や公共施設、実際の商店などを活用し、大学の公開講座やコンサート、健康づくりなどの本格的な講座から、趣味・生活提案など子供から高齢者までが学び・語らい・楽しめる様々な講座を毎月提供している取り組みである。2006年（平成18年度）から教育機関の「知」と学生の力、医療機関や商店街など産官民学が連携を図り、中心市街地を「人と人とのふれあいの場」として活性化させることを目的に、多くの人が集まりまちなかを回遊する「きっかけ」をつくる学びの場となっている。商工会議所は、中心市街地の活性化について具体的に「物販だけでなく、そこでしか味わえない体験や空間を提供し、長時間街に滞在させることで中心市街地の新たな価値をつくる」ことと定義し、ショッピングセンターにはない新たな魅力づくりやまちの空間全体を有効活用し各商店の魅力をアップさせることで「にぎわいの創出」につながるのではないかと考えている。また、市民の健康づくりを行うことで「元気で長生きできる街」として、コミュニティの創造を行うことで「高齢者に優しい街」としての一面をもつことにもつながるとも考えている。その中で、世代間交流など人と人との交流を大事にし、生活へ生きがいや潤いを与えることも目的としている。

下記の図は、2006年度から2017年度までのまちなかキャンパスの講座数と参加者数の数値をグラフ化したものである（商工会議所職員提供資料より筆者作成）。

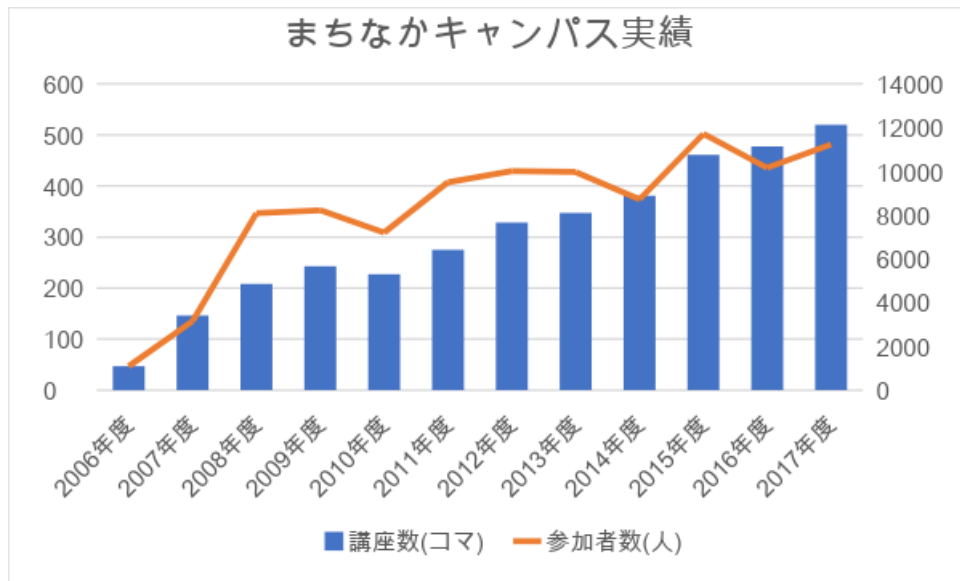


図 3

この取り組みは 2006 年に開始されたことから、ビジョン策定の 10 年前から始まっていたことが分かる。それにより、当時から「まちなかのにぎわいの創出」や「高齢化社会での生きがい発見」がまちづくりにおいて大切な要素であったと考えられる。つまり、当時もまちなかのにぎわいはなかったと言い換えることが可能である。そして、にぎわいのない、そうした状況の中で、商工会議所が率先して、まちなかのにぎわい創出のための役割を担っていたと考えられる。

一方で、この取り組みを通じて「まちなか」に集まる人々は年々増えていることが分かる。また、主に商店街の方々が行う講座数も基本的に右肩上がりとなっていて、年々増加している。中心市街地では年に 1 度、毎年同じ月日に通行量調査を行っており、この数値は、市が「まちが活性化しているかどうか」に使う指標の 1 つとなっている。具体的に、中心市街地活性化基本計画によると 2015 年度の実績は、休日の 10-18 時の 9 か所合計の値(人力測定)が 12,942 人で、毎日 3 か所に設置された通行量カウンターで計測(9:00-23:00)した年間合計値が 2,786,871 人であった。5 年後にそれぞれ目標を設定し、それが達成されたら「まちなかのにぎわい」が創出できたことになるというのである。

「まちなかキャンパス」は主に商店街内が舞台となるため、将来的にまちに雇用を生み出すことにつながる可能性もあると考えられる。

これらのことから、まちなかキャンパスは、「前橋の良いところを体験」し、「前橋が良いところである理由」の言語化を行うことができている体験活動であると言える。

### ●アーツ前橋美術館

アーツ前橋は、第 3 章で述べたように、「創造的であること creative」、「みんなで共有すること share」、「対話的であること dialogues」をコンセプトとし、誰にとっても



必要な場所になることを目指している、芸術文化活動の支援や進行を行う施設である。市が出資して、委託する形で運営されているのも特徴である。

前橋は、アーティストの間では、思い思いに活動できるまちだと聞いたことがある。路上に座り込み壁画などを描いている人を見かけたら、やわらかい視線で、なかには「がんばってね」と声をかける人も多いという。他の町では「絵を描いて生きていこうなんて正気？」などと声をかけられたりすることがあるというから、そういう意味ではアーティストに対する受け入れが上手く行われているのだといえる。

前橋にあるハコの中でも、展示内容の変化があり、常に新しいコンテンツを更新しているともいえる。また、アーティストにやさしいまちといわれる所以ともなっており、アーティストとして活動したい若者が最初に集う場所となっていることで、前橋市に新たな価値を生み出している場所であるといえる。

#### ●白井屋プロジェクト

「白井屋プロジェクト」とは、まちなかの馬場川通りにある旧老舗旅館をまるごと買い取って新しく現代的なデザインホテルに生まれ変わらせようというものである。雑誌・新建築にも取り上げられ、建築界では注目を浴びている。プロジェクト発足時には今年度中に開業予定だったが、2018年9月現在では、来年度の完成が予測されている。注目を浴びている理由は、コンセプトと内装もだが、一番は外観であるといえるだろう。その理由は、公園のように多様な植物を植え、自然の一部であるかのようなデザイン計画があるためである。完成後にまちにどのような変化をもたらすのか、様々な担い手が大変期待しているプロジェクトである。既存の建物を現在の価値観に合ったものに組み替え、新たなまちなかの交流拠点となると予測されることから、このプロジェクト自体が創造的なものを生み出していると言えるだろう。※<白井屋の構想段階の写真を添付希望>

## 4-2. 発信力が発揮できる活動

発信力は、まちの魅力を高めるためにとっても重要な力である。たとえどんなに魅力を感じるモノが存在していたとしても、それを認知している人が少なければそのモノの力は発揮されない。モノやコトはより多くの人の目に触れ、手に渡り、体験が語られることにより魅力を帯びていくものだと考えている。多くの人々が認知するためには発信をしていかなければならない。まち全体にも、そのまち以外にも、どちらにも発信をし続けることでまちに興味を持ってくれる人が増え、それがまちを訪れる人が増えていくしくみにつながっているのである。

行政は、市民に対して平等な存在でなければならない。それが役割であるともいえる。「選択と集中」という言葉を使い、予算の配分などで力をいれるサービスや計画が存在するものの、基本的には市民に対して平等なサービスを提供し、平等な情報発信を行っている。市のホームページや幅広いまちへの視点を持ち、様々な分野で市民をサポートしていることが例として挙げられる。一方で民間は注力する事業を絞れる。市政はまちに1つであるが、民間はそうではない。様々な役割を持った小団体がたくさんいるからこそ、別の主体で様々な事業を並行して行うことができ、効率よくまちづくりを行うことができるのではないかと考える。

#### ●前橋めぶくトーク

前橋めぶくトークとは、JINSの田中社長とゲストで展開されるトークイベントである。前橋ビジョンが発表されてから過去に5回開催されている。ここでは企業家が前橋の地で考える、最先端のまちづくりの話が聞ける。前橋ビジョン *where good things grow* を翻訳した糸井重里や *evernote* ジャパンの元外村会長等がゲストとして登壇し、市の可能性について語り合ってきた。8月に行われた第5回のめぶくトークで米国在住の外村は、配車サービスで急成長した企業「Uber（ウーバー）」による米国の技術革新を例に挙げ、「テクノロジーの変化が産業の常識を変えている。伝統や成功体験を根本から疑うことが大切」と強調し、「都会でない前橋にこそ可能性がある」という考えを示した。<sup>37</sup>

このイベントでは、市民とはまた別の存在を前橋に招き語ってもらうことと、その中でもビジネス等その業界のトップの方々を考えを発信してくださっているという点で、前橋にゆかりがある人にもない人にも注目され、そこから前橋を知っていくきっかけになっているのではないかと考えられる。

### 4-3. 浸透性が発揮できる活動 コネクト つなげる役割

まちづくりを行う担い手が多くいる中で、彼らをつなげる役割もまた、まちににぎわいを生み、つくっていくことにおいて重要な役割である。

#### ●前橋めぶくフェス

前橋めぶくフェスは、まちなかのさらに中心である中心商店街中央通りを舞台に、前橋ビジョンの体現、つまりめぶきの誘発を行うことを目的としたフェスティバルである。その中

---

<sup>37</sup> 上毛新聞デジタル版8月30日の記事より

では①体感できるコミュニティ、②様々な体験のバランス、③意識のある取り組み、の3つの価値観が大切にされ、2018年12月現在まで、過去4回行われている。

様々な出店者がかかわることで、多くの市民が集うことが期待でき、市民一人ひとりがまちに愛着や誇りを持つために重要なイベントであると考えている。

#### 4-4. 持続可能性が発揮できる活動 グロー 育てる役割 長期的なまちづくり

これは、長期的なまちづくりを行うにあたって一番重要な観点である。まちづくりが行えるような人材を育てること、行政に多いトップダウン政策に対して意見できる人材や団体を育てること、育った人材が協力し合えるしくみを生み出すための考え方などを学ぶこと、これこそがまちづくりを行う上で必要である。なぜならまちは市民皆でつくっていくものであるためである。

##### ●前橋デザインスクール

前橋デザインスクールは、前橋まちなかエージェンシー(以下、MMA)が、事業内容・前橋デザインプロジェクトの1つとして今(2018)年度から始めたものである。前橋デザインプロジェクトとは、「前橋に、もっとデザインの力を。」をコンセプトに、前橋中心市街地をデザインの力で活性化する取り組みである。色や形といった表面的なものと捉えられてしまいがちなデザインではなく、「社会の課題を掘り下げ、整理し、本質的な解決策を設計した上で実行する」という包括的なものとしてデザインを定義している。MMAは、まちづくりにデザインの視点や考え方を積極的に取り入れることで、これまでとは異なるアプローチで地域の課題解決に向き合うことを考えている。また、前橋ビジョン「めぶく。」の体現をミッションに掲げ、このプロジェクトを、より多くの人々に刺激や勇気を与え、新たな芽吹きを誘発するものであると位置づけている。この中で、前橋デザインスクールは、「これらのまちづくりに欠かせないクリエイティブな人材を育成する双方向の学び舎」と定義されている。

実際のスクール生は学生、市役所職員、県庁職員、前橋市外の社会人、と平均年齢が30歳前後の若い世代が幅広く学んでいる。主に前橋工科大の先生を講師に迎え、デザインについて、コミュニティデザイン、プロダクトデザインなど様々なデザインを学んでいる。先日は、“MMAをクライアントとして、「まちなかマップ」を共同製作する”という課題が出され、各班によるプレゼン大会・そしてそれに対する評価・順位付けがなされた。さらに、優勝チームとは実際に数年以内でマップ作りを実現させるべくプロジェクトが始動した。

まちづくりに興味関心を持つ人々が一堂に会し学べる機会を創ったことにより、あらゆる価値観に触れ、実際にまちなかやそこでの活動に関わる人口を増やしている活動だといえる。

## 第5章 民間主体のまちづくり構造

### 5-1. 前橋市における民間主体のまちづくり構造と効果

今まで述べてきたように、前橋市において、まちづくり活動の中心はまちなかである。他に、赤城山を含む周辺地域が2018年にスローシティとして認定され、主に観光と移住に力を入れて地域発信を行っている。しかしながら、両者ともに認知度はまだまだ低い。一步まちなかの外に出れば大きな国道があり、車社会が広がっており、「めぶく。」という言葉も

目に入らない。たとえ市民であっても、まちづくりへの無関心人口はまだまだ多いと考えられる。筆者自身も調査を進める中でビジョンが策定されていたことを初めて知り、またそれに伴い「めぶく。」を体現するためのまちづくり会社が誕生していたことの認識もしていなかった。

行政が100%出資して誕生した「前橋市まちづくり公社」やまちづくり会社「前橋まちなかエージェンシー」、1年間に最低100万円以上で、純利益の1%を、まちづくりのために出資する「太陽の会」等、まちづくり活動の担い手・プレイヤーが複数いる中で、まちなかや赤城山を中心として、まちづくりに取り組む場をどうやってつなげていくかが今後の課題となる。

これらのまちの動きは、始まって8年経った。「8年も経った」、あるいは「8年しか経ってない」、どちらの見方も可能であるが、まちはそう簡単に再生するものではない。「8年しか経っていない」という見方をした場合、行政に対して行った田中仁財団のビジョン策定提案から新たにスタートしたまちづくりが進み、まちなかだけでも多くのアクターが関わり合い、少しずつにぎわいを創出できていることには期待を抱ける。

一方で、前橋市は「水と緑と詩のまち」といわれているものの、それを一度に体験できるスポットはまだない。このフレーズの象徴として、広瀬川沿いにある柳の遊歩道と前橋文学館が挙げられることが多いが、市を代表する魅力の風格が備わっているとは言えない。これを新たにできたビジョン「めぶく。」とどのような形で連携させ、価値を創造していくのかについても課題であるといえる。

さて、本章は、第3章と第4章のまとめをしていく。江戸時代から現在のビジョン策定に至るまで、行政の都市計画とその他民間がどのように関わってきたかについて論じた。戦後すぐの昭和期は、まだまちづくりに対する危機感も低く、人口減少についても深刻な問題ではなかったため、また、何か考えずとも中心街に人が自然と集まる時代背景があったため、スズラン以外のデパートの出店などから、民間が力を持って活性化に強化したまちづくりをしなくても、まちなかににぎわいがあったことを述べた。しかしながら、活性化させようと対策を組まなくても、民間の経済力が大きかった影響で、デパートを何件も誘致する力があったのだともいえる。また、その後は、人口減少の深刻化やモータリゼーションの発達等から、まちなかのにぎわいに物足りなさを感じ、様々な機関が独自にアンケートを取り、調査・研究をするようにもなった。そしてその研究から、新たに担い手を広げることにもつながったのではないだろうか。

西村が言った、「いかにまちづくりが地域住民からうまれてくるものであっても、行政との一定の協力関係は不可欠である。お互いに意思疎通が不十分な面もあるが、その中で官と民双方が自らの強みと弱みをわきまえ、両者の間に相互協調の関係を築いていこうと努力している様子は十分に読み取れる。」ことそのものを実践していったのである。

また、独自のアイデアを持ち、それに共感する若者と共有し、まちなかで同時多発的に様々な活動を実行していった民間とは別に、新たに前橋におけるビジネスに参入してきた組織・起業家についても触れた。

「まちづくりには、アイデアと実行力と経済力の3つが必要である。」と橋本理事が話していたが、そのうちのどれか1つも欠けることが許されない、1つでも欠けてしまうとまちは動いていかない、前橋市には2010年代に人生の転機が訪れた若者が同時多発的に登場したから、ビジョンが策定でき、

## 5-2. 「らしさ」の形成が鍵になる民間主体のまちづくり

現在進行している人口減少・少子高齢化は今後も免れることはできない。ならば、「まちづくり」もその現象と合ったものにしていかなければ運営が厳しくなっていく。前橋市では、シャッター商店街を経て、一度まちを出た企業家や若者が問題意識を抱いたことで、民間が主体となってまちづくりを始め、推進し、中心市街地に以前より活気を取り戻すことに成功している。しかしながら、「前橋らしさ」はまだ形成途中であるといえよう。高崎市は、駅周辺一帯のみではあるものの、新幹線が通っている交通の要所を上手く利用し、商業都市として成功しつつある。金沢市は、国内外からまちそのものが魅力的と言われており、観光地としても名高い。富山市はコンパクトシティを目指し、自転車のまちとしての知名度を年々あげている。これらの地方都市とは異なり、前橋市は、現時点において「前橋市は」に続く言葉にキーワード等でも「めぶく。」というビジョン以外に象徴的な言葉を挙げることはできないと考えられる。

また、「めぶく。」の代表として、挙げられるモノ・コトもまだ少ない。前橋めぶくフェス実行委員が主催している「前橋めぶくフェス」が、前橋の中心市街地において「ビジョンの体現」をすること（＝「芽吹き」の誘発を行うこと）を目的として過去4回開催されているが、市外というよりは、市内に向けて「らしさ」の形成を行っている段階であるといえる。それ以外の活動について第4章でいくつか取り上げたが、認知度を考えると、まだ代名詞ではないだろう。

まちをつくっていく方法として「らしさ」を大事にすること、それを発掘するためにそのまちを知らない人に依頼すること、つまり行政ではなく民間に依頼することに関しては、他の地方都市に応用することが可能である。特に、地元の人が客観的にまちを捉えなおすことができるという点で優れていると考える。まちの人が発見した魅力と合わせて、それはそのまちの強さとなるためである。

この、まち「らしさ」は、都市化の道を選択しないことから形成される。真淵は、スターバックスの誘致などの都市化を行うことを、個性を封殺する性質として捉えている。また、彼は「昔からある地元の喫茶店に『愛着』を感じる住民が存在し、そこでコーヒーを淹れる

ことに『誇り』を感じる市民がいる、という関係を成り立たせている風情の中に『地方都市の風格』がある」<sup>38</sup>と述べており、これは無いものねだりをやめることと同義とも言っている。実際に、立地や人口などの都市の規模によりすべての地域において都市化をすることは不可能であり、理にかなっていると考える。

また、都市化をしない選択をすれば「らしさ」が形成されるということであれば、どの地域においてもその地域に元々ある魅力を発掘し浸透させることに注力でき、そうすることで市民の地元への愛着や誇りを育てることが可能になる。この「愛着や誇り」について「シビックプライド (Civic Pride)」という言葉があり、これは都市に対する市民の誇りを意味する言葉で、日本語の「郷土愛」と似ているが、単に地域に対する愛着を示すだけではない。「シビック (市民の/都市の)」には「権利と義務を持って活動する主体としての市民性」という意味があり、シビックプライドは自分自身が関わって地域を良くしていこうとする、ある種の当事者意識に基づく自負心であるともいえる。<sup>39</sup>

すなわちシビックプライドを持つ人々が増えることで、地域の魅力の共通認識や可視化・言語化につながり、地域づくり、つまりまちづくりのプレイヤーが増えることも期待できる。そして、これらの動きがあることによって、様々に発信された情報から、市民やそれ以外の人々の感性が合致し魅力と感じた時、各地域や、その地域におけるまちづくり活動との関係人口を増やすことにつながっていくのである。

最後に、前橋市の近未来について少し考察する。先日、本論文で中心に扱ったまちなかにおけるまちづくり以外に、中心市街地の再開発が始動することが発表された。30年越しの始動に伴い、再開発準備組合が発足している。これまでも計画は立てられてきたが、繰り返すとん挫を経験してきたために、関係者の中には慎重な姿勢を見せている者もいるという。今春より民間主体型の事業として土地の利用に関する検討を重ね、関係権利者32人のうち25人が合意し19日に設立された。今後はこの準備組合のもと、今年度中に業務代行者(ディベロッパー)を公募で選び、2020年度中の着工を目指している。対象地域は2015年に策定された「前橋市中心市街地活性化計画」の重点地域である。<sup>40</sup>

これは、「らしさ」の発掘と形成を行うだけではにぎわいの創出をするためには物足りないということだろうか。市民の意思とは関係なしに進められていく1960年代に台頭していたような「計画」だと捉えたいくなる。民間主体でまちなかににぎわいを取り戻しつつある前橋市で行われる、民間主体型の事業とはいえ、前橋市のビジョン「めぶく。」のように、ビジョンやミッションを明確にし、「何のための」施設を作るのかということを入念に考える必要があるだろう。仮にきちんと箱が完成し、市民が求めているコンテンツが入り、人が入ったとしても、今度は市街地の中で商店街との対立が起こる懸念もある。また、駅前の旧イトー

---

<sup>38</sup> 真淵勝『風格の地方都市』pp.を参照

<sup>39</sup> どこかのHPを参照

<sup>40</sup> 2018年10月26日付の朝日新聞朝刊参照

ヨーカドー跡地と同じように、空きテナントばかりが目立つ、何も入っていない建物のようになる可能性も視野に入れる必要がある。地元の老舗百貨店・スズランを移転させるなど、具体化は今後とのことであるが、市民がシビックプライドを持てるような体験ができる箱の完成を期待する。

「地方はハコモノが好き」と揶揄を込めていわれることも多い。<sup>41</sup>よいコンテンツが詰まったハコモノは全国から、あるいは世界からも人を呼べるが、はたしてこのまちはそう変わることができるのだろうか。このことに大きく関わってくるだろうと考えられる、見逃せない動きは第4章でも取り上げた「白井屋プロジェクト」である。現代的デザインとして生まれ変わり、まちの中心に土手ができた風景は、まちに集う人々の関係をどう構築していくのか。宿泊以外の機能はどのように付加されていくのか。

前橋市は今後も、民間を主体に市街地全体とまちなか、そして赤城を中心とした地域プランディングを行っていくことになるのであろう。それぞれが個性を持って独自に人を呼び込めるようになることを期待しつつ、その後も、それぞれが何らかの連携をしていくことが重要であり、前橋市が掲げる5年後の目標像「多様な市民が自身と誇りを持って活躍できるまち」、「世界中の人々から『暮らしてみたい』と選ばれるまち」の達成に近づいていくのではないだろうか。

---

<sup>41</sup> DiscoverJapan\_LOCAL 『地域ブランドのつくり方と働き方』 pp.52



<前橋市におけるまちづくり構造まとめ>

○誰もがプレイヤーになれる；風土×文化

県庁誘致  
前橋自転車通勤部から始まった前橋○○部  
「何も無いなら作ればいい」精神 = 熱意の形成



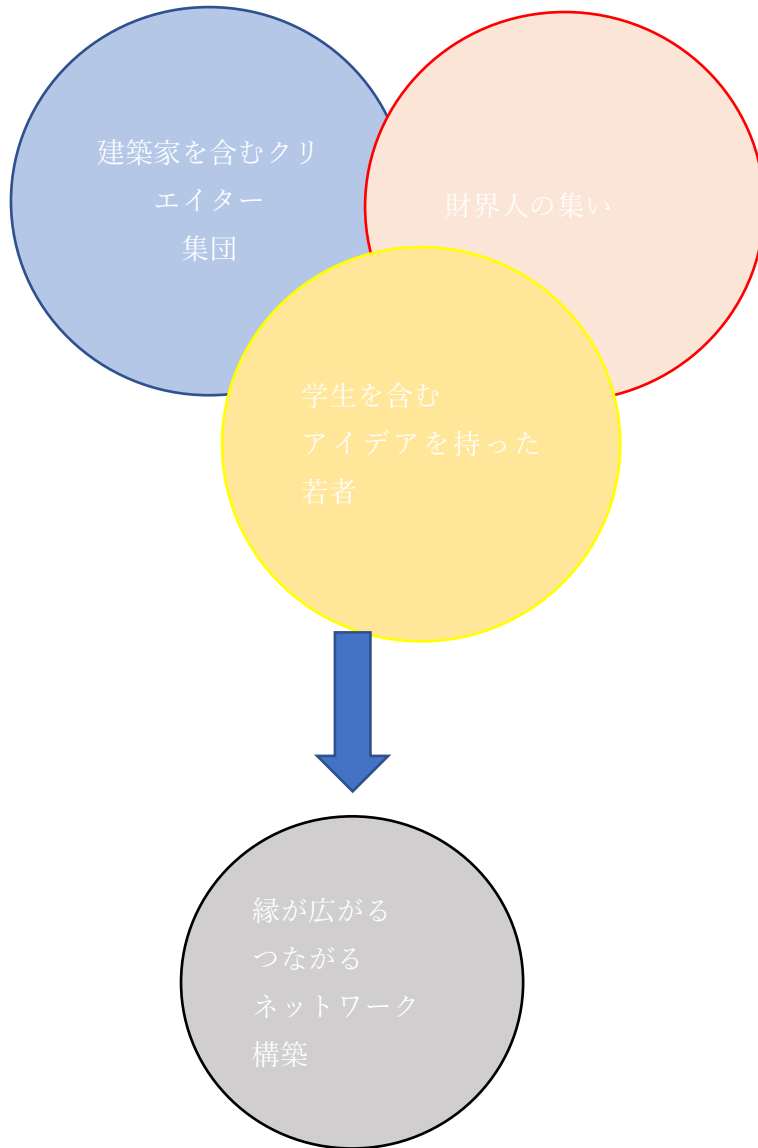
○個々のプレイヤーが発揮する；創造性×発信力 = 各地で起きる個性の爆発



○プレイヤーを支援するしくみ；浸透性×持続可能性

= (行政、経済力・ネットワークを持つ民間)

<前橋市のまちなかにおけるネットワーク構築>2010年度以降



# 終章

## まとめと結論

ここでは、本論文の総括として、前橋市のまちづくりのプレイヤーが変化していく過程を整理し、結論を考察したい。

### 終-1. 論文総括・結論

#### <論文総括>

本論文では、主に日本の戦後のまちづくりの変遷と構造について、前橋市のまちなかで活動するプレイヤーから得た情報を参考としながら、都市「らしさ」がどのように形成されていくのかを明らかにすることを目的とした。

まず、序論では本論執筆に至る動機、本論の目的や地域選定理由を示した。

1章では、本論の大テーマであるまちづくりについて、社会学者田村によるまちづくりの実践体験から基づく定義やまちづくりの背景社会について紹介した。特に、まちづくりとそれを担う人々を分析するには、まちづくり活動とそれを担う人々を結びつけて考えることの重要性を示した。

2章では、1章で述べた田村の研究を参考にしながら、日本の地方都市におけるまちづくりとそれを担う人々に伴う課題について分析をした。

3章では、前橋市が今後50年も100年先も変わらない価値を2年前に策定したことについての背景を述べた。特に、江戸・明治時代からの前橋市の民間（町人・商人・商店街）の動きを軸に、自治体やそのほかの団体がどのような理由から積極的にまちづくりに関わっていったのかを明らかにした。

4章では、前橋ビジョン「めぶく。」の策定後、民間を中心とした活動について仮説で挙げた4つの強みがどのように発揮されているのか考えた。

5章では、3,4章を受けて、民間が主体となってまちづくりを行うことの意義について考察した。

最後に、本章において論文全体の総括と結論の提示、および図式化を行っている。

#### <結論>

ここでは、序章で述べた研究目的への回答として、さらに、それを踏まえたうえで前橋市の取り組みの特徴として「民間にはどのような強みがあるのか」、「今までのまちづくりとはどのような相違点があるのか」について考察を行う。

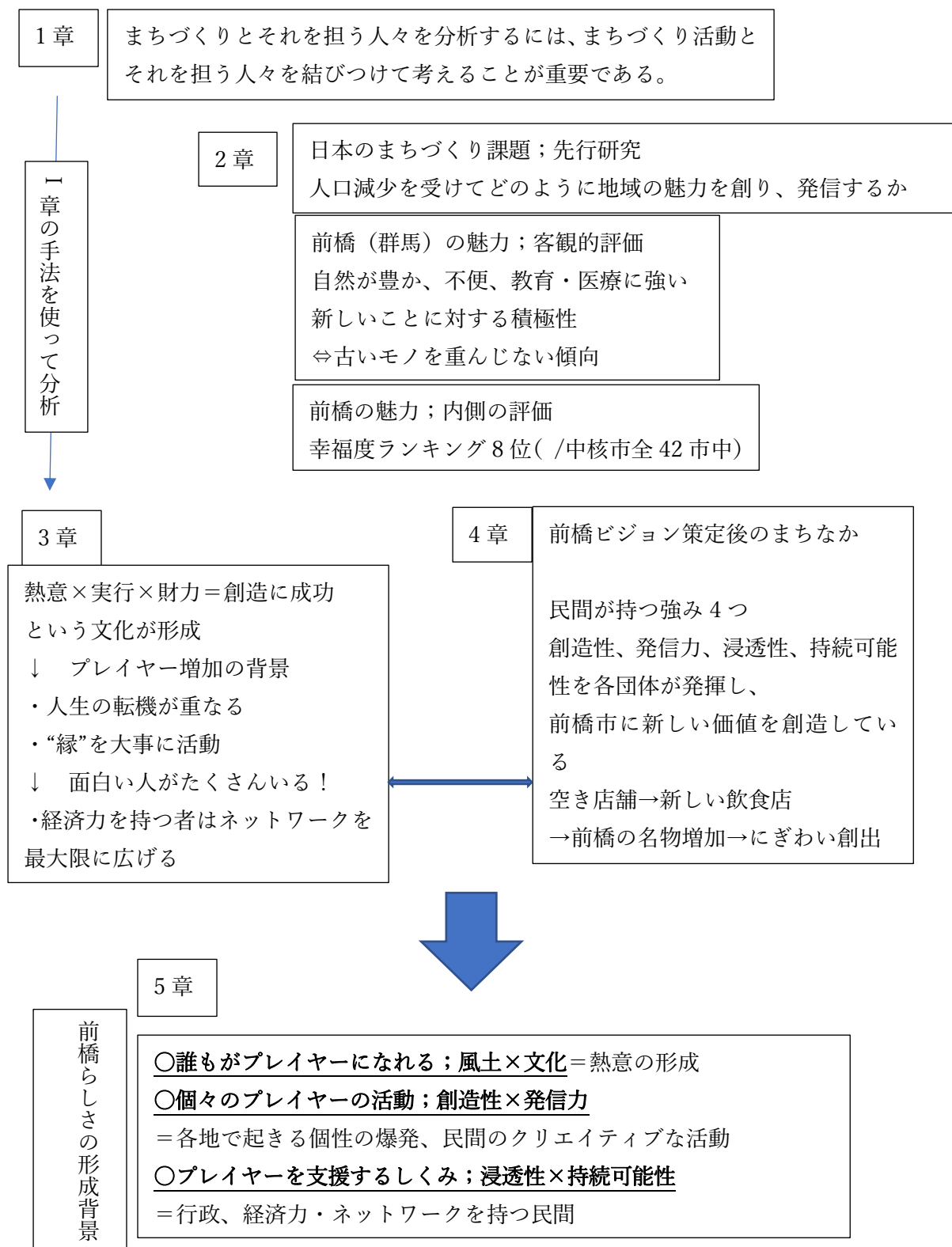
繰り返しになるが、前橋市は、民間主体で「らしさ」を形成するまちづくりを行い、まちなかにぎわいを創出している。「らしさ」は地域内にあるものではあるが、外から来た人の印象や評価によっても形成されていくものである。そのため、行政主体で行おうとしても

上手く進まない。現に、過去 100 年以上にわたってまちの活性化に貢献してきたのは、行政ではなく、商人を中心とした民間の力が大きい。99 年間廃城していた際、行政が近くにいる中で経済をまわしていたのは商業者であり、前橋が生糸の町といわれた所以も、商人の頑張りがあったからである。民間には市の方向性を動かすことが可能な経済力があり、自由に力を入れる事業を選択することができ（創造性）、市民に対し平等である必要もないため、注力した活動を広めていくこと（発信・浸透）や世代が変わっても方針を変えない組織である（持続可能）ために、地域を活性化していくのに最適な主体であるといえる。また、地域でまちづくりを行い、にぎわいを生むには、行政も民間も、同じ方向を見つめて同じ道を進むことが大事である。行政だけではうまくいかない過去を持っているのは、長期的な視点が取れていなかったためである。市長が変わるごとに、市政としてまちの目指す姿が変化し、それはつまり持続可能性の定義がバラバラであったことを指す。仮に長期的な視点があったとしても、向いている方向や目指す未来像が同じでなければ上手くはいかない。同じ道を重ね歩むのは不可能であるために必要なものの、見ている先を統一しなければ、いつまで経ってもまちづくりが立ち往生する要因となることがわかった。

そして、行政は全体を俯瞰して支援する役割を持ち、民間はそれぞれがひとつひとつの活動に取り組みまちの魅力を高める役割を持ち、それ以外に、ビジョン策定後に新しく表れた民間（MMA、太陽の会）がそれらを繋ぎまちが進む方向をひとつにまとめ、広める役割を持っているといえる。

このように、民間は、様々なアクターがまちに関わり、市民のシビックプライドの形成を行うことができる存在である。全国各地で注目されているのは市民主体のまちづくりも多い。しかしながら、民間の力を借りている地域もあり、行政と協働で行うよりも自由に資金を運用できる経済力があるという点で、民間主体である方が汎用性も高くなると考えられる。

## 終-2. 論の図示





今後、  
少子高齢化が加速する地方都市のまちづくりには、  
民間の力、あるいはそれと同等の力をもつ者の力が必要不可欠

※経済力をどこで手に入れるかが主な課題となるのではないか。

### 終-3. 謝辞

本論文を執筆するにあたり、多くの方々の支えをいただきました。この場を借りて深く感謝申し上げます。

まずは、筆者がまちなかの人々と接するきっかけを作ってくださいました喫茶マルカ店主の村井美子様、お店の業務など忙しい中インタビューのお時間を作ってくださり、資料の提供もして下さった前橋中央通り商店街振興組合理事長の大橋慶人様、そして同じく忙しい中気さくにお話して下さった前橋市市議会議員赤利根派の岡正己様、ありがとうございました。このお三方との出会いは、筆者が前橋市、とくにまちなかに、今後積極的にかかわりたいと思う原動力になりました。そしてそれが、この論文を書く上での力となりました。

また、前橋市役所にぎわい商業課の上田様、株式会社ソウワ・ディライト社長の渡邊様、前橋商工会議所の稲垣様、ヒアリングの際にはお世話になりました。とても役に立ちました。ありがとうございました。そして、前橋まちなかエージェンシーの橋本代表、二口様、スタッフの館様、吉田様には大変お世話になりました。このご縁は今後とも大事にしていきたいと考えております。何卒よろしく願いいたします。

そして最後に、テーマ設定から論文構成に至るまで、いつまでも軸の定まらない私を時には厳しく導いてくださった浦野正樹教授。本当にありがとうございました。正直、きちんとした論文とはとてもいえませんが、それでも私の力だけではとても書き得なかったと思っております。最後まで応援してくれた同期、ありがとう。今まで見守ってくださった先輩方、そして、当初の予定より長く浦野ゼミとかかわることを選択した私を受け入れてくれた後輩たち、ありがとうございました。このゼミナールを選択して、本当に良かったです。いろいろな考え方、価値観に触れられて、とても良い刺激をたくさん受けることができました。

その他前橋中心商店街にかかわるすべての皆様にもお礼を申し上げます。

本論の最後で述べたように、前橋のまちなかが今後、ゆっくりでも着実にまた、発展していきますように。

## 参考文献・参考 URL 一覧

- 石原武政・西村幸夫編『まちづくりを学ぶ―地域再生の見取り図』201009、有斐社
- 井上健二（東京財団研究員）「地域の力が日本を変える―コミュニティ再生と地域内循環型経済へ」学芸出版社、2011年7月
- 小川雅人「商店街機能とまちづくり―地域社会の持続ある発展に向けて―」創風社 2017年4月
- 河野果『人口学への招待―少子・高齢化はどこまで解明されたか』2007年、8月、中央公論新社
- 熊谷文枝『「地域力」で立ち向かう人口減少社会―小さな自治体の地域再生策』20186、ミネルヴァ書房
- 呉宣児・奥田雄一郎・大森昭生編『前橋市の地域づくり辞典―「家に住む」から「地域に住む」へ―』
- 田中道雄・テイラー雅子・和田聡子『シティ・プロモーション―地域創生とまちづくり その論理と実践』2017年5月、同文館出版
- 田村明『まちづくりの実践』1999年5月岩波書店
- 田村明『まちづくりの発想』1987年12月岩波書店
- DiscoverJapan\_LOCAL『地域ブランドのつくり方と働き方』株式会社榎出版、2017年10月
- 内閣府地方創生人材支援制度派遣者編集チーム『未来につなげる地方創生―23の小さな自治体の戦略づくりから学ぶ』2016年10月、日経BP社
- 日本商工会議所地域振興部『民間主導のまちづくりタスクフォース報告書―民間の創意工夫に基づく持続可能なまちづくりに向けて―』2018年3月、日本商工会議所
- 前橋市観光協会『関東の華・前橋城』出版年不明
- 前橋市企画部企画調整課『第四次前橋市総合計画』平成元年3月、前橋市
- 前橋市企画部企画調整課『第五次前橋市総合計画』平成10年3月、前橋市
- 前橋市企画部企画調整課『第六次前橋市総合計画』平成20年3月、前橋市
- 前橋市企画部企画調整課『第七次前橋市総合計画』平成30年3月、前橋市
- 前橋市史編さん委員会『前橋市史第5巻』昭和59年2月、前橋市
- 前橋商工会議所『製糸（いと）の都市前橋を築いた人々』2018年3月、上毛新聞社
- 前橋市にぎわい商業課まちなか再生室『前橋市中心市街地活性化基本計画』2017年3月
- 真淵勝『風格の地方都市』2015年4月、慈学社
- 諸富徹『人口減少時代の都市―成熟型のまちづくりへ』2018年2月、中央公論新社
- 山崎亮『コミュニティデザインの時代』中公新書
- 湯沢昭・森田哲夫編『群馬から発信する交通・まちづくり』2017年3月、上毛新聞社
- ゆたり編集室『地方に暮らすシリーズ3 群馬県前橋市前橋〇〇部 本気で遊ぶまちの部活』



2017年6月、ゆたり出版（時の広告社 出版メディア事業部）

URL

前橋市ホームページ 前橋ビジョン発表

<http://www.city.maebashi.gunma.jp/sisei/473/016/p016728.html>

（最終閲覧日：2018年11月26日）