



Title	鶴橋商店街の「テーマパーク性」に見る隠岐の島町・西町商店街活性化の方法
Author(s)	村田, 実美子
Citation	平成27年度学部学生による自主研究奨励事業研究成果報告書. 2016
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/54687
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

平成 27 年度学部学生による自主研究奨励事業研究成果報告書

ふりがな 氏 名	むら た み み こ 村 田 実 美 子	学部 学科	文学部 人文学科	学年	3 年
ふりがな 共 同 研究者名		学部 学科		学年	年
					年
アドバイザー教員 氏名	堤 研二	所属	文学研究科文化動態論専攻		
研究課題名	鶴橋商店街の「テーマパーク性」に見る隠岐の島町・西町商店街活性化の方法				
研究成果の概要	研究目的、研究計画、研究方法、研究経過、研究成果等について記述すること。必要に応じて用紙を追加してもよい。				

I. はじめに

日本においては 1980 年代以降、モータリゼーションの進行や大型店の登場により中心商店街や近隣商店街の衰退が顕著である。それらの商店街の活性化が求められる中、大型店との差別化を図り観光地化を進める必要性が指摘されている（小長谷・牛場、2007）。だが、最寄品を扱う商店街は観光地化に耐えうるだけの素材を保持しているのだろうか。そこで本研究では、観光資源を創出されるものと捉え、そのひとつとして「テーマパーク性」に注目し、あるテーマに沿って活性化を行った商店街が、テーマパーク化・観光地化することについて取り上げたい。テーマパーク化に成功したと考えられる生野コリアタウン¹⁾（御幸通商店街、大阪府大阪市生野区）の「テーマパーク性」に焦点を当て、観光地化の手法・過程を具体的に解明し、観光地化を伴う活性化を目指す西町商店街（島根県隠岐の島町）の現況改善方法の模索を目的とする。

生野コリアタウンは 1980 年代以降、「韓国・朝鮮らしさ」をテーマに観光地化に成功し、衰退した商店街から韓国・朝鮮のテーマパークのような空間へと変化を遂げた商店街である。一方の西町商店街が位置する隠岐諸島は 2013 年、世界ジオパークに指定され、自然や文化というテーマに沿った観光の推進が実施されている地域である。よって、西町商店街もジオパークと同一のテーマに沿い、「テーマパーク性」を意識した観光地化が可能であると推察される。

以下、Ⅱ章では西町商店街観光地化における問題点を明らかにし、Ⅲ章では生野コリアタウンがⅡ章で浮上した商店街活性化の問題点を解決した経緯について考察する。Ⅳ章では問題の解決により生野コリアタウンが実際にどのような変化を遂げたのか、「テーマパーク性」に焦点を当てながら考察し、Ⅴ章で西町商店街の「テーマパーク性」を意識した観光地化についてまとめと提言を行う。

II. 西町商店街の課題

観光地化を伴う商店街活性化に取り組む西町商店街であるが、隠岐の島町を訪れる観光客の

西町商店街に対する認知度はかなり低い状態にある。では、**西町商店街の観光地化が円滑に進まない要因として何が考えられ、また、「テーマパーク性」を意識した観光地化を進める上で何が問題となるのでしょうか。**この2点を明らかにすべく、2015年9月、隠岐の島町において隠岐の島町役場・隠岐観光協会・隠岐の島町観光協会・隠岐の島町商工会・西町商店街の商店などを対象に聞き取り調査を主とする現地調査を実施した。その結果、**①観光地化とテーマに対する住民の意識、②行政との関わりによる景観整備、**という2つの課題が浮上した。

①観光地化とテーマに対する住民の意識

『隠岐世界ジオパーク』は「大地の成り立ち・独自の生態系・人の営み」という3つのテーマを掲げ、隠岐の島町もこれらのテーマを踏まえて、ジオパークを観光の原動力として捉えている。中でも、隠岐特有の文化を構成要素とする「人の営み」というテーマは、職人の町という歴史を持ち、古民家も存在する西町商店街にこそふさわしい。実際、「歴史にであい、人情にであう」というテーマを掲げる町歩きツアーの主な立ち寄り先は西町商店街となっている。しかし、「大地の成り立ち・独自の生態系」の2つのテーマと比べ、「人の営み」というテーマへの意識は隠岐の島町においても西町商店街においても極めて低く、さらに隠岐の島町における観光地化への住民の温度差も課題であるとわかった。

例えば、ある商店主が「地質のことがよくわからないので、観光客相手にジオパークについては話せない」と語るように、自然に関するテーマのみが認識され、最も身近であるはずの「人の営み」が意識されていないことがわかる。商店街活性化メンバーも「人の営み」に関して住民への浸透不足を指摘する。また、隠岐の島町観光協会は民謡公演の練習を通して、観光客へ島の文化のアピールを図ったが、住民から騒音の苦情を受け、1年限りの取り組みに終わった。このことは住民の文化や観光への関心の低さを示す。事実、「観光客相手の仕事ではなく、卸が主な仕事だ」と述べる商店主もいる。また、町役場が住民に対し実施したアンケートの結果においても、隠岐の自然への評価が非常に高い反面、文化への関心が劣る傾向と、観光への関心が低い傾向が確認された。

②行政との関わりによる景観整備

一方、西町商店街が観光地として認識されにくい要因として、店舗の連続性の欠如や、商店街であることを示すものが存在しないという景観面の問題が挙げられる。「人の営み」というテーマに沿い、商店街らしい景観を示すためには、看板設置、空き店舗へのテナント誘致などが効果的と考えられる。ただ、商店街が単独でこれらを遂行するには限界があり、**商店街と行政機関とが連携を強化した結果としての補助金獲得が不可欠**であろう。しかし、この連携が円滑に進行しているとはいえず、**行政機関と商店街の双方が相手の動きを期待するといった受け身姿勢であることが明らかになった。**町役場や観光協会は使用可能な補助金を探すことが仕事であるとしながらも、そのためには住民からの企画提案が必要であるとの姿勢をとる。一方、商店街は補助金の有無や種類の把握、及び申請書作成が困難であるという理由で、行政機関によるヒアリングの実施を求める意見もあった。結果として、**補助金の活用が進まず、景観整備への取り組みが困難な状況にある。**

III. 生野コリアタウン「テーマパーク化」の経緯

前章の①・②で示した**西町商店街の観光地化を妨げる2つの問題点を生野コリアタウンの事例ではどのように解決し、観光地化に成功したのである**だろうか。この点を明らかにするため、2015年12月、生野コリアタウンを構成する3つの商店街組織の代表者や代表経験者、商店街の各商

店への聞き取り調査を実施し、文献資料を参照しながら考察を行った。

①観光地化とテーマに対する住民の意識について

御幸通商店街（通称：生野コリアタウン）は、総人口の 4 分の 1 を在日韓国・朝鮮人が占める大阪市生野区に位置する。そのため、在日韓国・朝鮮人による商店が多く、コリアタウン化がなされた 1980～90 年代、その商店数は約半数を占めた。**他の商店街との差別化を図るため、「韓国・朝鮮らしさ」をテーマに据えて、アーチ・街路灯・路面のカラー舗装といった景観整備**がなされた。活性化の必要性を感じる商店が多かったことも追い風となり、コリアタウン化への賛成は比較的得やすかったようである。しかし、否定的な意見も確かに存在した。そこで、中央商店街（御幸通商店街は西・中央・東の 3 つの商店街により構成される）では当初「タウン」という表現を控え、「コリアロード」と名付けることで折り合いをつけた。「韓国・朝鮮らしさ」を推進する範囲は「街」ではなく「通り」として反対意見との妥協点を見出したのである。また、「韓国・朝鮮」というテーマに対し、自らは無関係であるとして協力姿勢を示さない日本人経営者も多かったという。そこで、韓国・朝鮮と日本の両者が融合する「共生の街」というテーマを掲げたイベントを開催するといった工夫がなされた。こうした努力が実を結び、日本人経営者からも協力が得られるようになったという。生野コリアタウンでは、**多様な住民意識に配慮したテーマ設定を行うことによって商店街としての目指すべき方向性が明確**になり、**活性化が円滑に進んだ**と考えられる。

②行政との関わりによる景観整備

生野コリアタウンにおける景観整備には大阪市と大阪府からの補助金、および商店街組織の会費が充てられた。生野コリアタウンでは ④ **連盟等の商店街組織に所属すること**、⑤ **行政との相談を重ねること**、⑥ **申請書類作成のスキルを身につけること**、の 3 点によって補助金の獲得が可能になった。例えば、生野区商店会連盟に所属すると、さらに上階層の大阪市商店会総連盟にも所属することとなり、そこから補助金に関する情報が得られたという。特に東商店街は、1993 年に任意団体から商店街振興組合に組織変えを行い、大阪府商店街振興組合連合会に属することで、大阪市からだけでなく大阪府と国からの補助金を得られる組織となった。また、行政との関係については、行政から補助金を受けるというより、行政と共にまちづくりを行うという視点を持ちながら相談・交渉を重ねた経緯がある。ここでも、まちづくりに際してその方針となるテーマを持つことが重要であったと考えられる。2010 年には生野コリアタウンを含む周辺の商店街マップ作成を生野区から提案された。このような事例からも行政と商店街がテーマに沿って共に取り組みを行ったことがうかがえよう。補助金申請書類作成に関しては、当初苦労したとの意見もあったが、上層組織からの情報を得ることにより作成が容易になったようである。商店街の活性化は、**商店街の組織を固め、商店街の側から積極的に行政に働きかける**ことをきっかけとした、**行政との協力**の中で実現していくといっていだろう。

IV. 生野コリアタウンのテーマパーク化

前章では生野コリアタウンにおける問題解決過程を述べたが、**実際に生野コリアタウンはどれほどの変化を遂げ、「テーマパーク性」を持つ商店街となったのであろうか**。本研究では、「テーマパーク性」の要素として、**商店の業種と軒先テントの色**に着目した。コリアタウン化完了前である 1990 年の住宅地図と、1990 年 10 月に撮影された御幸通商店街の映像から、約 160 軒について当時の業種とテントの色を採録し、**現在との比較**を行った（表 1）。まず、商店街衰退の象徴ともされる、**シャッターの下りた商店の減少**が、生野コリアタウンの活性化を示して

いる。業種に着目すると、キムチに代表される韓国食材や韓国料理がそれぞれ 10 ポイント近く増加し、K-POP などの商品を扱う韓流ショップは 12 軒が登場した。一方、日常生活との関係が深い薬局やふとんが減少し、1990 年時点では存在した生花、パン、靴、文具といった業種も現在は目にすることができない。このように韓国・朝鮮に関わる商店の増加と、日常的な最寄品を扱う商店の減少が顕著に示されている。また、商店主の国籍についても、1990 年には韓国・朝鮮 51.1%、日本 49.0%であったのに対し、

表1 生野コリアタウンの変化					
		1990年		2015年	
		商店 数(軒)	割合	商店 数(軒)	割合
シャッター		35	21.5%	13	8.3%
赤色のテント		19	11.7%	34	21.8%
業 種	韓国食材	21	12.9%	35	22.4%
	韓国料理	3	1.8%	17	10.9%
	精肉	16	9.8%	15	9.6%
	韓流ショップ	0	0.0%	12	7.7%
	衣料品	8	4.9%	9	5.8%
	住宅	10	6.1%	10	6.4%
	ふとん	9	5.5%	2	1.3%
	薬局	7	4.3%	3	1.9%
	飲食店	7	4.3%	3	1.9%

2013 年では韓国・朝鮮 71.9%、日本 28.1%へと大きな変化を遂げた（八木・谷、2014）。1990 年時点と現在とで同一の商店と確認できたのは 51 軒にとどまり、100 軒ほどの商店に変化がみられることから、テーマに沿った商店の変遷は明らかである。さらに、商店のテントの色について、一般的に韓国・朝鮮を象徴するといわれる赤色の割合が 10 ポイント増加したことは、景観へのテーマ意識の反映と捉えられよう。以上より、街路灯設置等の景観整備を嚆矢としたテーマの明示によって、それに合致する商店が集積し、さらにそのテーマが強められることで「テーマパーク化」が推進されたと考えられる。

V. むすびー「テーマパーク性」を意識した西町商店街の観光地化の方法ー

本研究ではここまで、「テーマパーク性」から見た、商店街観光地化の手法・過程を探ってきた。本章では結論として、西町商店街に対し現況改善のための提言を示すこととする。

まず、「テーマパーク化」の前提となるテーマについては、住民意識に配慮した上で設定することの重要性が明らかとなった。隠岐の島町、特に西町商店街においては、「人の営み」をテーマと掲げた上で、その内容が観光・文化への関心が低い住民をも巻き込むものとなるよう定めるべきであろう。そして、「人の営み」とその内容に関する認知度や意識を高める方策としては、テーマを象徴する景観整備が効果的であると考えられる。観光地としての認識がされにくい西町商店街の現状の打開のため、また、景観整備を伝えるマスコミ報道がコリアタウン化の周知に寄与した事例からも、景観整備の必要性が支持されよう。その実現に不可欠な補助金を得るため、西町商店街は環境整備を目的とする振興組合を設立し、法的組織となることが求められている。実際に、調査の中で西町商店街が組織化されていないため、補助金が制限されるという行政の指摘があった。組織化を行った上で、商店街側から行政に対してテーマを基にした提案を行い、行政とともにまちづくり、ここでは「テーマパークづくり」がなされるのではないだろうか。さらには、生野コリアタウンと同様に、テーマに沿った新たな商店の流入が期待できる。これらの手法・過程の実践によって、西町商店街の「テーマパーク化」が可能となろう。

1) 題目の鶴橋商店街は鶴橋エリアの商店街を指す名称で、本研究は御幸通商店街を対象とした。

*参考文献

小長谷一之・牛場智（2007）「大阪周辺の元気な商店街」、『地理』,52 巻 11 号 38-44./八木寛之・谷富夫（2014）「生野コリアタウンは「韓流ブーム」にのって」,『コリアンコミュニティ研究』,Vol5. 65-82./ゼンリン（1990）『ブルーマップ大阪市生野区：住居表示地番対照住宅地図』./『大阪生野・朝鮮市場 1990 年 10 月一複合文化化が先行する地域社会の映像による記録研究一』（AV 資料）/隠岐の島町（2007）『隠岐の島町総合振興計画に係るアンケート集計結果報告』, 同町