店並み、営み、保護対象に

柴又3商店街周辺エリア「重要文化的景観」選定へ

葛飾区の京成柴又駅から、映画『男はつらいよ』の寅さんの銅像を過ぎて約200㍍ほどの参道を帝釈天題経寺へと向かうと、「葛飾柴又国の『重要文化的景観』に選定へ」との横断幕が目を引く。門前町の通り沿いには、土産品などを扱う対面販売の店舗が軒を連ねて下町人情たっぷりにおもてなし。まもなく都内第１号として「風景の国宝」とも言われる「重要文化的景観」に選定されるとあって、地元では街を挙げての祝賀ムードで盛り上がりを見せている。

参拝客、映画ファンに加えて店の魅力で集客しようと取り組む

【柴又地域景観地区　運用基準】（一部抜粋）
○参道に面する建築物、帝釈天の背景となる建築物　周囲の環境と調和したものとし、蛍光色、鮮やか過ぎる、暗過ぎる色は使用しない
○自動販売機　周辺の街並み景観の形成に配慮するとともに、帝釈天参道に面するものは、参道沿道の建築物の推奨色に
○看板、広告板、広告物等　江戸川の土手から見た柴又地域の風景や街並みを保全するため、
・看板等の屋上への取り付けを禁止。屋上手すりの高さを超えず、かつ、屋上手すりに設置するものはこの限りではない
・高輝度かつ激しい点滅をする照明を禁止する
・地の色が、鮮やか過ぎる色や蛍光色を禁止する

このほど重要文化的景観としての選定を受ける「柴又地域景観地区」は、柴又神明会・柴又中央会・柴又親商会を含む柴又1・3～7丁目、金町3丁目の約132・24㌶。帝釈天題経寺とその門前通り、周辺の農村地区の旧家や大正時代からの金町浄水場なども含まれて、とくにその「重要構成要素」として沿道の約30店舗も指定される。

この「重要文化的景観」が通常の文化財指定と異なるのが、店舗の建築物などハードのみならず、そこで営まれる生業の継承も含めた保護を謳っている点だ。柴又神明会・柴又中央会通り沿いには老舗の飲食店や土産物店などが軒を連ね、時代に応じてそれぞれに業種・業態、様相を変えつつ参拝向けの営みを続けてきた。そんな歴史ある店並みの空間・営みについても「文化的景観」と定義して、国がその魅力を維持するための修理・修景を支援していくとのスキームだ。今後、重要構成要素となった店舗については、店舗外観などに厳しい規制が敷かれる一方、固定資産税の有利な取扱いや修理・修景費補助なども見込まれる。

■　■

同地区の街並み景観への取り組みは、昭和63年に地元商店街等による「門前街並み委員会」が、区の支援も得ながら紳士協定として街並み保全にかかる基準を策定したことに遡る。その後、区の都市計画マスタープラン▼文化的景観　「地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地で我が国民の生活又は生業の理解のため欠くことのできないもの（文化財保護法第二条第一項第五号より）」とある通り、文化財の一種で、風土に根差して営まれてきた地域の皆様の生活や生業のあり方を表す景観地のこと。なかでも特に重要で保存のための措置が講じられているものについては、「重要文化的景観」として国が選定する。全国で約50件が選定されている。

や東京都しゃれた街並み条例重点地区指定などの後押しも得て、また地区計画では用途地域見直し等で高さ制限も規定。平成20年にはその集大成となる、「柴又まちなみ景観ガイドライン」を策定している。

こうした景観にかかるルールおよび組織づくりの一方で、駅前広場への寅さん像・さくらさん像の設置、参道アーチなども着々と整備。ソフト面では、平成18年に都の地域連携型モデル商店街事業として「柴又レトロ宵灯り計画」も開催。参道のライトアップや各種イベントなどを盛り込んだもので、その後も継続的に実施している。

■　■

こうした取り組みの後押しとなったのが、平成7年に映画『男はつらいよ』が終了した後、集客数が最盛期の400万人規模から半減したことへの危機感だ。そこで地元商店街などが一致結束して、10年前にNPO法人「柴又まちなみ協議会」を設立。「帝釈天や寅さんに頼るのではなく、店舗こそが集客の核になろう」と取り組みを始めた。

柱に掲げたのが、第一に「変えない開発」（石川宏太　同協議会理事長＝柴又神明会会長）。区とともに、4年がかりで地区の歴史的建築物等について調査。これを踏まえた昨年3月の景観地区計画には、建築物の形態意匠、色彩ルールなどをきめ細かく規定している。昨年7月には葛飾区景観地区条例も施行され、同地区については看板などの店舗工作物へのルールも新たに盛り込まれている（左上の【柴又地域景観地区　運用基準】参照）。

加えて、同協議会がもうひとつの活動の柱としたのが個店支援だ。「参道としての集客力に甘えて大量生産・大量消費型商売に陥っている」との反省に立ち、店頭での手焼きなどで各店商品の付加価値を高めるとともに、人情あふれる寅さんのいる街としての各店頭での〝おもてなし〟支援にも取り組んできた。先代からの地域資産を守り、店並みと商いを着実に次の世代へと継承していく、柴又地区商店街の今後の取り組みにも期待できそうだ。

銀座ルールでデザイン協議

建物高さから広告まで

傘下組織として「銀座デザイン協議会」を約10年前に設置し、エリア内の開発事業者等とこれまでに1800件超もの協議を行ってきたのが、中央区銀座地区の銀座通連合会（遠藤彬会長）・地元町会・事業者等からなる全銀座会だ。建物の高さ制限、容積率、壁面後退、屋上工作物、駐車場などを定めた地区計画に加えて、区の市街地開発事業指導要綱で100平方㍍以上の建物等について、「地元にデザイン協議会がある場合は、地元デザイン協議会とも協議すること」と規定。建築確認申請前の地元との協議を義務付けている。

銀座デザイン協議会のデザインルールのコンセプトは、「間口の狭い多様な専門店が連続して連なる街並みこそが、銀座の特徴であり魅力」。協議の場で積み重ねてきたガイドラインについては、「銀座デザインルール」（最新は「第二版」A4カラー120㌻、現在「第三版」を制作中）、「第二版追補別冊」（A4カラー30㌻）にて公開。良いデザイン・望ましくないデザイン等の事例や、デジタルサイネージなど最新の動画表現、音声のルールなども事例を交えてわかりやすくまとめている。

元気な街づくり

都外商店街編

JR関内駅北口から北西へ進むと、海岸へ向かってレトロな赤レンガ通りが約600㍍続く。沿道には明治から昭和初期の建造物が並び、横浜開港当時は外国人が馬車で行き交ったとの由来も持つ。そんな「明治維新の街」としての景観を60年来守ってきたのが、街が誇る「馬車道まちづくり協定」だ。市の認定も得た地域まちづくりルールとして、賑わい維持に寄与している。

150年続く〝明治維新の街〟

賑わい守るまちづくり協定

馬車道まつりでは開港当時の街を再現

1・2階部分は商業用途に限定

同商店街のまちづくり協定で特徴的なのが、地区内の建築物の用途について、階層ごとに細かく踏み込んで規定している点だ。「ハード協定」第16条では、「建築物の用途は物販・飲食・サービス店舗を原則」とし、「業務型店舗や一般事務所、住居としての利用を行う場合は、建築物の3階以上の部分」に制限。とくに「1・2階部分の住居利用は認めない」。

また、店舗の高さや照明、セットバック、広告物についても具体的な数値やイメージ等を細かく規定。加えて、「工場・倉庫・ガソリンスタンド・ワンルームマンション・風俗営業店・ラブホテル・消費者金融・パチンコ店等」の業種・業態は「出店は認めず」。同年に施行した地区計画では「車の出入り口は、原則として馬車道に面して設けない」方針も謳う。

10年で70件協議

同商店街のまちづくり協定の歴史は古く、赤レンガによるモール化事業に先駆けた昭和50年に、まずは紳士協定として策定されたのが始まりだ。その後、時代に合わせて改訂を重ねつつ、10年前には市の地域まちづくり推進条例に基づく「地域まちづくりルール」としての認定も受けている。

この横浜市条例による地域まちづくりルールには、建物などハード面のみならず営業時間などソフト面も盛り込める。地域住民の多数の支持を得て商店街などの地域まちづくり組織が策定したルールについて、「地域まちづくりルール」として市の認定を受けると、ルールに適合しない建築等について市長が要請・勧告するなど、市がともにルールの運用主体となる点が特徴だ。

手続き面では地区内での開発行為について、「新築の場合は建築確認申請の2カ月前、改築・改装の場合は工事着工の1カ月前までに『まちづくり委員会』に計画の届出を行い同意を得る」ことを規定。市のバックアップも得ながら、これまでの10年で70案件以上について、商店街の『まちづくり委員会』が建築行為者とのルールに則っての協議を重ねている。

「ソフト協定」で23時まで明るく

こうした景観ハードを街の賑わいに活かそうと、「ソフト協定」も盛り込んでいる。通り沿いへの植栽・プランター設置等のほか、「23時までは店の前を明るく」すること、街のイベントへの積極参加など。毎年10月末～11月3日の「馬車道まつり」では、鹿鳴館時代の衣装を身にまとった淑女たちの馬車や人力者が通りを行き交い、同時に各店でも協賛商品等で盛り上げる（左上の写真参照）。

道の整備から150年となった今年度は、その記念シンポジウムや各種イベントも展開しており、「歴史文化の漂う、歩行者の楽しめる街」とのビジョンを改めて再認識する機会ともなった。ガス灯、アイスクリームなど〝日本の異国文化発祥の地〟ならではの、ハード・ソフト両面からの新たな商店街活性化策に今後も注目したい。

馬車道商店街協同組合

▽理事長＝六川　勝仁
▽事務所＝神奈川県横浜市中区常磐町4-42馬車道壱番館５階
▽電　話＝045-641-4068
▽活動内容＝「馬車道まちづくり協定」で沿道建物の用途・業種規制をしつつ、ハード・ソフト併せての街並み景観整備に成果を上げている

街歩き観光客が急増

旧東海道品川宿7商店街地区　景観条例で重点地区に

品川区景観条例の重点地区指定を受けて、景観アドバイザーの派遣も得ながら「景観計画の運用指針」（左下に一部抜粋）に則った景観維持・向上を進めている旧東海道品川宿地区。北品川1・2丁目、南品川1～3丁目の沿道7商店街を含む景観計画重点地区エリアを中心に、平成18年の都の地域連携型モデル商店街事業では北品川地区において、また平成21年度からは国のまちづくり交付金等で全域において、街並み景観整備事業を実施してきた。

具体的なハード整備としては、石畳舗装や電線類地下埋設、店舗ファサード統一、街路灯・ゲート刷新など。加えて、道しるべや案内マップの制作、観光拠点の創設・運営など宿場町の歴史を踏まえた観光〝おもてなし〟関連のソフト事業も実施。昨今では国内外から街歩き観光客が訪れるようになり、区の調査では「休日に旧東海道を歩く人の数」が平成20年度～25年度で約25%増との成果だ。

こうした取り組みを担ってきたのが、北品川から鈴ヶ森までの沿道商店街を中心とした地域ぐるみの「旧東海道品川宿周辺まちづくり協議会」（会長＝堀江新三　青物横丁商店街振興組合理事長）だ。地道な活動により地元町会や市民活動団体、行政、事業者等との連携も進み、このほど設立30周年を迎えている。

同協議会の活動の特徴は、20年前に策定した「まちづくり計画書」で謳う通り、「百年後の子供たちに祭りを伝える」ために「〝みこしだこ〟の文化をのこす」とのビジョンを掲げている点。同協議会が毎年9月の最終土・日に開催する「しながわ宿場まつり」では、おいらん道中や品川寺火渡り荒行、江戸風俗行列などが練り歩き、地元市民には欠かせない秋の風物詩となっている（上の写真参照）。

一方で、景観整備とともに沿道建物の更新も進んでおり、店主の高齢化等でテナント店やマンションへと入れ替わる動きも出つつある。新規出店は観光客需要を見越した飲食業種が中心で、市民の日常生活を支える近隣型商店街としての位置付けも少しずつ変化しつつある。新たに流入する居住者らを街づくりに取り込みつつ、宿場通りとして賑わいをいかに確保していくかが、今後の重要な課題と言えそうだ。

おいらん道中の行列が宿場町風情の街並みに映える

【品川区「景観計画の運用指針」　旧東海道品川地区】（一部抜粋）
○旧東海道の歴史に培われた外観意匠の工夫や外壁素材の使用に努める
○周辺建築物と比べ長大となる壁面は、分節化を図るなどの意匠的な配慮を行い、沿道の街並みのスケールとの連続性に努める
○旧東海道および北馬場通りに面して、エアコンの室外機や給湯器等の設備機器を設ける場合には、設備機器の前面に格子等を配置するなどの修景を行う
○旧東海道に面した比較的大規模な敷地では、接道部に「街道松（黒松）」の植樹スペースを設けるように努める
○店舗の1階部分は、旧東海道の宿場町のイメージを伝える和風の庇、庇のイメージのデザイン、伝統色を用いた和風のデザインののれんなどによる演出に配慮する

書籍紹介

『フラノマルシェはまちをどう変えたか』
～「まちの滞留拠点」が高める地域内経済循環～
【著】石原武政・加藤司

本書は人口2万3000人弱の北海道富良野市の中心市街地活性化事業・再開発施設「フラノマルシェ」等の取り組みが、街なかへの来街者を約6万人から100万人へと増加させた取り組みに焦点を充てる。歩行者数や店舗数などの数値目標の達成度のみならず、地価や不動産取引の状況なども調査。中心市街地の賑わい、回遊性確保、市民の暮らしの向上など、多面的なその成果や成功要因を分析する。超高齢社会にあっても、まちづくり会社がディベロッパー的・長期的な視点を持って、地域そのものの価値や経済循環の仕組みを変えていくことの取組みが印象的。学芸出版社、2500円（税別）。

専門家が**商店街の活性化**や**お店の利益向上・お客様満足度向上**をお手伝いします！

こんなお悩みありませんか？？？

【商店街の皆さま】
- 商店街活動について、個別アドバイスが欲しい
- 商店街での勉強会を開催したい

【小売店・飲食店・サービス業　店主の皆さま】
- 売り上げが伸び悩んでいるが、何をしたら良いか分からない
- 商品やメニュー、サービスの魅力を上げたい
- お店の運営方法、ＰＲ方法をもっと知りたい

商店街パワーアップ作戦
商店主スキルアップ事業

ご相談の内容に応じて、各分野の専門家が実践的にアドバイスします！

しかも！**費用は無料**です！

■　**お申込み・お問合わせはこちらまで**
（公財）東京都中小企業振興公社　経営戦略課
若手商人育成事業担当
TEL：03-5822-7237　／　FAX：03-5822-7235
若手商人育成事業 Facebook ページ：
https://www.facebook.com/wakateshonin
E-mail：shonin@tokyo-kosha.or.jp

公益財団法人 東京都中小企業振興公社　東京都産業労働局