

地域中心商店街の活性化を求めて

— 「伏見大手筋商店街」の現代史を手掛かりに —

梅澤直樹

I はじめに

地球環境問題に関わってコンパクトシティという構想が関心を呼んでいる。クルマに頼らないですむ規模のなかでさまざまな生活機能が果たされうるような町づくりを工夫しようというわけである¹⁾。グローバリゼーションが進んだ現代においては、グローバルな問題が直接に地域に影を落としたり、地域からの行動を求めるといったことも増えている。したがって、地域についての考察も、ひたすら当該地域に視野を局限するものではなく、むしろ地域に即してグローバルな問題を見つめ直したり、グローバルな問題との関わりで地域を捉え返したりすることに通じていく。それはまた、グローバルな問題を生み出している我々のライフスタイルを問い直すこととも結びつく²⁾。本稿は、一面で、こうした問題意識を背景に、京都市南部地域に広がる伏見区の中心商店街である伏見大手筋商店

街（以下、大手筋商店街と略記）の現代史について考察を試みようとしている。

他面で、コンパクトシティという構想は、高齢化社会への転化が加速するなかで誰にとっても暮らしやすい町をつくるという視点からも魅力的である。高齢者にとっては、日常的買い物にせよ、ちょっとした外食やショッピングあるいはしゃれた喫茶店での友人との語り合いといったいわゆるハレの活動にせよ、クルマに頼りたくない郊外ではなく、あるいは電車に数十分以上揺られないと行けない繁華街にでもなく、身近な地域でそれなりに充足しうようになっていないときわめて不便である。日本では高齢者のためのホーム自身、街から離れた丘陵地にぽつんと立地しているケースが少なくない。だが、人生の最期をそれまでの生活の自然な延長線上でふつうに暮らしたい（ノーマライゼーション）という願いを当然のものとして受けとめるとすれば、ホームもまたコンパクトに形成された街の中に溶け込んでいるのが望ましいこと、言

1) コンパクトシティは、地球環境問題に関わって関心を集めたサステナブル・デベロップメントという課題の展開としてのサステナブル・ソサイエティに結びつく概念である。もともと自動車利用によるエネルギー資源消費と廃棄物（とくに二酸化炭素）の削減に主な焦点が置かれていたが、やがて地域の自然環境との調和や社会的公平性（自動車を運転できない人々にもやさしい都市形態）の確保などを含んだ「地域の持続可能性」へと関心の幅を広げた。じっさい、自動車利用を削減しうる都市形態の構想はライフスタイルそのものの変革の提案を必然的に伴わざるをえない。さらに、そうした都市構想は積極的な住民参加抜きには結実しない。この意味では、コンパクトシティ論には、我が町がいかなる町なのかというイメージを市民自身が大切にしてきたヨーロッパの都市の歴史が反映していると言われる。海道清信『コンパクトシティ』学芸出版社、2001年、19-23ページ。さらに、10、13-14、15-18、24、164-171、174ページ以下、253ページ以下などをも参照。なお、ライフスタイルの変革がスローフード運動、スローライフ運動などと相通じながら現代社会のあり方への根元的問題提起に連なってゆくことについては、注3)、5)、8)、57)、59)をも参照。

2) 本稿は聖母女学院短期大学が開設している公開講座「伏見学」を契機としたものである。星宮智光氏とともに伏見・深草学を精力的に担い、育んできながら、3年前に惜しくも急逝した畏友久米直明氏も、こうした問題意識で地域学を捉えていた。拙いものであるが、本稿を同氏に捧げたい。

うまでもない³⁾。こうして、コンパクトシティという構想は、日本社会に差し迫る現代的課題にも深く関わってくる。

のみならず、近年、一方で住民参加や住民に対する説明責任及び透明性を重視する民主主義的動向の拡がり、他方で深刻化する財政危機への対応の両面から、「地域ガバナンス」への関心が高まっている。「お上」としての「公」がすべてを主導するのではなく、地域住民や地域に根ざして活動する企業も参加して、地方自治体とともに当該地域の直面する課題や将来ビジョンを検討し、協働しながらその解決やビジョンの実現に努めてゆこうという考え方である⁴⁾。ドライに利潤を追求する私的、市場的活動のみでは誰もが安心して暮らせる暖かい町は築きたいが、ややもすると硬直的で画一的な施策に陥りがちで、スピードにも欠ける行政による補完にも限界がある。行政は「お上」的体質を脱し

て、地域をよく知り、地域に愛着を抱く住民や企業の知恵や活力を再評価し⁵⁾、彼らの積極的、主体的関わりを求めるべきというわけである。

だが、そうしたさい、住民が個別に参加するのは必ずしも容易でない。そこで、種々のレベルの地域コミュニティやNGO、NPOなどが注目されることとなる⁶⁾。つまり、これまで市場か政府か、民か官かという二極図式で発想されてきたのに対し、市場と政府に地域コミュニティなどを加えた三極で捉え直し、新たに構想を描いてゆこうというわけである。近代化とともに市場（私）と政府（公）の両極から蚕食され、痩せ細ってきた地域コミュニティ（共）の世界の現代的復権と言ってよいであろう。

そうした地域コミュニティの中核として、地域の有力な商店街は小さからぬ役割を果たしうると期待される⁷⁾。逆に言えば、昨今の地域の中心商店街の衰退、いわゆる「シャッター通り」

3) スウェーデンはノーマライゼーション政策の先進国として知られているが、10年前に訪問調査した南部の地方都市リンショーピンのサービスハウス（一画にグループホームを含む）のビルも、街のなかにさりげなく溶け込んでいた。独居の高齢者が腕時計やペンダントにセットされたスイッチで助けを求めれば15-20分以内に近隣の住宅街に住むヘルパーがかけつけるシステムになっていたことから立地状況は容易に想像できよう。ちなみに、サービスハウスの1階にある食堂は近隣の人々にも開放されており、入居者にとっては少しおしゃれをして出かける場所であった。おしゃれを意識することはさまざまな心理的效果を生む好個な刺激であり、町中での立地はそうした機会も創出しうるのである。なお、ノーマライゼーションという概念はもともと知的障害者に対するサービスのあり方の再検討に発しているが、一日の生活からライフサイクルまでを対象とし、また自己決定権や経済的条件の確保なども含めた広大な射程を有している。B. ニリエ著、河東田博他訳『ノーマライゼーションの原理』現代書館、「まえがき」、第5章、第9章など参照。

4) ガバナンスという概念は多面性を有するが、本稿のような用法については、たとえば河原晶子「どう変わる行政と市民の関係」大久保武他編著『地域社会へのまなざし』文化書房博文社、2006年、所収、167、185ページなど参照。さらに、「公」ないし「公共」概念について次の点を再確認しておきたい。すなわち、公は、たとえば「公園」という使用法に明白なように「みんなに開かれたもの」という意味をも本来有している。にもかかわらず、行政的にはもっぱら「お上」として認識されてきた。ここに日本社会の根深い体質の問題点が潜んでいる、と。齋藤純一『公共性』岩波書店、2000年、viii-xページ参照。

5) これは、一方で科学技術の過信、他方での自然至上主義に対抗する第三の道としての「生活環境主義」、すなわち暮らしのなかでその地の自然環境との共生の仕方を学び、培ってきた地域共同体及びそこに息づく伝統的な暮らしの知恵を再評価しようとする環境社会学の一潮流に通じよう。鳥越皓之編著『環境問題の社会理論』御茶の水書房、1989年、第1章、及び嘉田由紀子『生活世界の環境学』農文協、1995年、など参照。

6) とかく「お上」の末端機構的役割に目が向けられがちだった町内会などの伝統的地域共同体組織について、「住縁アソシエーション」をキーワードに、歴史を貫通して存在する普遍的機能と、時々の社会構造に規定されて帯びる歴史的特質との複眼で重層的に捉えるべきことを提唱し、あらためて光を当てようとしたものに、吉原直樹『アジアの地域住民組織』お茶の水書房、2000年、がある。

7) たとえば、東京都足立区の東和銀座商店街の町づくり会社アモールトーワが、「地域社会を支えるコミュニティ活動の一環」として地域の病院の売店やレストランを経営したり、小学校の給食や独居高齢者への宅配ランチサービスを受託したり、積極的な活動を展開してきたことはよく知られている。矢作弘『都市はよみがえるか——地域商業とまちづくり』岩波書店、1997年、227ページ以下参照。

化は、ドライな市場活動を補完し、地域の民主化を推し進めて、誰にも暮らしやすい町をつかっていくための興味深い手法と目される地域ガバナンスの普及に影をさすことにもなりかねない。

とはいえ、昨今の地方都市の中心商店街の衰退傾向は、高度経済成長を通じて「豊かな」社会が到来したことの帰結である。まず、いわゆる記号消費化⁸⁾が進展して消費財に差異化、したがっていっそうの専門性が求められるようになったが、地方都市程度の人口集積規模を基礎にした商店街ではそうしたレベルの専門化に対応しきれない。くわえて、地方都市と中核都市とを結ぶ鉄道網や高速道路網が発達した⁹⁾。また、人々の価値観が変化し、個店でのあるじやおかみさんとの交流よりセルフサービスの気楽な買い物を好むようになった。さらに、マイカーの普及とともに郊外での住宅地開発や郊外での大型商業施設の建設が進んだ。マイカーの普及は、女性の社会進出につれて広がった、買い物を週末にまとめて大型商業施設で行うという慣行をも後押しした。つまり、地方都市における中心商店街の衰退傾向はいわば時代が生み出した構造的変化の帰結にほかならず、そう容易に押しとどめるものではないということである。じっさい、商店街の衰退を地域の衰退と受けとめ、その対策として打ち出された「中心市街地活性化法」(中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律)も、十分に機能してきたとはとても言

えそうもない。

そこで本稿では、次節において、中心市街地活性化政策がこれまでなぜ効を奏してこなかったのかについて鋭い考察を展開したり、今後どのような方向に展望を見出すべきかについて興味深い問題提起を行っている野口和雄氏や伊藤宣生氏の論考をまず簡潔に振り返る。そのうえで、第Ⅲ節以降において、伏見という町についての概観、高度経済成長末期までの大手筋商店街の回顧、それ以降の大手筋商店街の変遷の考察という順序で、時代に翻弄されながらそれなりに対応を試みてきた地域の中心商店街の現代史を追ってみることにしたい。その際には、地域の中心商店街が地域コミュニティにとって具体的にどのような役割を担ってきたか、また現在担おうとしているかにも留目する。また、同商店街がさまざまに試行錯誤しているなかでどのような困難に遭遇しているか、さらにそうした試行錯誤のうちに、コンパクトシティ論に関わってうえて触れたような「時代の課題」への取り組み、すなわちライフスタイルの転換という視点からみて興味深いものはないだろうかといった点についても注目したいと思う。

伏見は現在ひとつの行政区として京都市に編入されてはいるが、第Ⅲ節で見ると、実質的には京都市に隣接し、また大阪市にも近接した地方都市という性格を帯びている。したがって、その中心商店街である大手筋商店街の苦悩は、多くの地方都市の中心商店街の苦悩に共通するところを持つ。かつ、そうしたなか、2000

8) ある商品が他の商品とどのように差異化され、商品世界のなかでどのような位置を占めているか、つまり商品の使用価値より商品に注がれる他者のまなざしに関心が移行した「豊かな」社会の消費スタイルを、J.ボードリヤールは当該物の内実より関係性が決定的意味を持つようになっているという意味で「記号」的であると読み解き、その社会的効果を鋭く分析している。今村仁司・塚原史訳『消費社会の神話と構造』紀伊國屋書店、参照。コンパクトシティの構築は、知的活動をも含めてあらゆるものが消耗品としてすばやく消費され、入れ替えられてゆき、じっくり深められるゆとりのない、こうした社会のあり方に対する挑戦をなすことともなる。うえで現代社会をカッコ付きの豊かな社会と表記した所以である。

9) たとえば、県庁所在地山形市の玄関口に立地する商店街でさえ、高速道路が整備され、バスで約1時間、往復1500円で仙台と結ばれるようになったことで大きな打撃を受けている。バスの乗客曰く「山形には商品が全然なくて選べない、仙台にはいろんなお店があって、気に入ったものが手に入る」と。毎日新聞、2006年5月26日「街はよみがえるか——『まちづくり3法を考える』——」参照。

年には近隣商店街などと連携して中心市街地活性化法の適用を受け、さらに2006年には同じ近隣商店街と一体で中小企業庁によって「がんばる商店街77選」のひとつに選ばれた。しかも、その選出理由に挙げられたソーラーアーケードの設置のみならず、かつての流通革命への対応、あるいは現代の高齢化社会への対応などにも興味深い点がのぞく。現在の取り組みが効を奏するか否か、筆者は決して楽観はしていないが、ライフスタイルの転換という時代の課題とも触れ合う契機を持っており、ちょっと注目したい存在である。

II 「中心市街地活性化」問題が抱える課題

都市プランナーの野口氏は、中心市街地活性化法の特徴として「市町村のイニシアティブ」を重視し、「都市が郊外地へと拡大する『都市化社会』から少子高齢化社会を背景に成熟した都市、すなわち『都市型社会』への歴史的転換」を企図している点を認めつつも、実態は国庫補助金システムをテコに「国の統制下で中心市街地に公共投資を集中して注ぎ込む従来の公共事業のスキームと変わらないものとなっている」と批判する¹⁰⁾。

さらに野口氏は、次のように、中心市街地の衰退化が「都市構造の問題」であり、そうした都市構造を構築してきた「我が国特有の土地利用制度」と「都市政策」、さらに「それによって恩恵を被ってきた市民」の問題であることを指摘する。すなわち、我が国は都市と郊外との区分にメリハリがなく、幹線道路に沿って市街地がずるずると郊外へ延びてゆくいわばのっぺらぼうの都市構造を持つ。したがって、衰退した

中心市街地は「単にかつての中心市街地があった地区」でしかなくなっている。そうした状態をもたらしている最大の要因は、都市計画法によって用途地域が指定されているか否かによって規制の様相が大きく異なる土地利用制度にある。建築規制も含めて厳しい規制が働く都市中心部は、高い開発コストに見合う魅力が保持されなくなれば、規制が緩く、開発ポテンシャルを備えた郊外地に容易にとつかわられるというわけである。また、自治体が中心市街地の活性化を図ろうとしても、「複雑な土地建物の権利関係、細分化した土地所有状況、地権者のエゴ等」が多大なコストと時間を要させるカベとして立ちはだかつてきた。しかも、農家に確かな将来展望を描かせない農業政策が郊外の農地の開発地への転換を誘い、さらに幹線道路等のインフラ整備を推進した自治体の都市政策も郊外の都市的開発を後押しした。くわえて、アメリカからの圧力の下で大規模小売店舗法が大規模小売店舗立地法へと衣替えされ、郊外地への大型店の進出が促進された。最後に、市民、とくに若いファミリー層が伝統的な下町的コミュニティからの解放を求めて郊外へ移り住み、また彼らが享受するクルマ社会は商業施設の郊外への立地を容易にした、と¹¹⁾。

こうして、上記のような構造的要因にメスを加えない限り、中心市街地の衰退を押しとどめることはできないと野口氏は解する。自治体が循環バスの開設や路面電車の見直しといった多少の目新しさを伴いながらチャレンジシヨップなどのソフト施策を支援しようとしても、もはや多くの商店街において「新たな投資をする意欲と余力は残っておらず」、せいぜい「補助金が続く間」はそうしたソフト施策におつきあいするということになるだけというわけである。さ

10) 野口和雄『「中心市街地活性化法」を総括する』季刊『まちづくり』第2号、2004年、学芸出版社、所収、12-13ページ参照。

11) 同上論文、13-15ページ参照。なお、市街地がずるずると郊外へと延伸してゆく我が国の都市構造の特質については海道氏も触れている。前掲書、18-19、254ページ参照。

らに、地域が主体となることをうたう中心市街地活性化法の目玉を成すTMOについても、人材と資金の不足が指摘される¹²⁾。

こうした現状認識に基づいて、野口氏は中心市街地活性化のためには都市ビジョンの再構築が不可避であることを強調するとともに、そのカギのひとつを「有機的なサブカルチャーの創出」に求める。安易な市街地の改造は「地方の豊かなサブカルチャー」を喪失させるだけであり、また「バナキュラーな文化」を古いものとのみ片付けるのは誤りだというわけである。むしろ、富山市や福井市のチャレンジショップは「地元のマーケットを体験的に良く知っている地元の人たちによる努力と発想があった」からこそ成功したと解される。ここには、「中心市街地活性化の支援メニューをどうつかうか、という発想から生まれた取り組み」を脱して「従来の官制の環境まちづくりや防災まちづくりに本質的なアンチテーゼを投げかける」ような市民の誕生、「従来の公共性の概念を転換する新しいまちづくりの主体」の誕生が読み込まれている¹³⁾。こうした野口氏の主張は、一方で近代社会が追い求めてきた価値観ないしライフスタイルの転換、他方で「ガバメント」から「ガバナンス」への転回という2点で、既述の本稿の問題関心と親近的に中心市街地活性化事業を捉えようとしており、きわめて興味深い。

それに対して、伊藤氏は、中心市街地活性化事業が容易に実現されうるものでないことを強調する。まず、1990年代末から2000年にかけて成立ないし改正されたいわゆる「まちづくり三法」、すなわち中心市街地活性化法、改正都市計画法、大規模小売店舗立地法が近年あらためて見直しを迫られているという状況に触れなが

ら、中心市街地活性化事業が効を奏してこなかった根本原因をその前提の甘さに見出す。たとえば、中心市街地活性化法では、「中心市街地が地域の経済及び社会の発展に果たす役割の重要性にかんがみ」、あるいは「中心市街地が地域住民等の生活と交流の場であることを踏まえつつ」というように、中心市街地の地域にとっての重要性を「前提」ないし「当然視」したところから出発している。しかしながら、高度経済成長を経て社会環境が激変してしまったなかで、かつて中心市街地であったところが現在でもなおそうした重要性を保持している保障はない。したがって、むしろその点の冷徹な点検から出発すべきではないかということになる。しかも、そのとき、人々の間に必ずしも容易には合意が見出されないことに気づかれるはずというわけである¹⁴⁾。

この「人々の間の合意の難しさ」という問題点は、中心市街地の活性化に具体的に取り組もうとすればさまざまな局面で現れてくることとなる。たとえば、活性化の「目的」を取り上げても、「まちの顔」の活性化、「集積された社会資本の有効活用」、「商業者の業績の回復」、「コンパクトシティの形成による行政コストの削減」、「高齢者対策を含めた生活と交流の場の充実」といったように多様であり、それらを優先順位づけすることは必ずしも容易でない。また、かつての中心市街地の全体を活性化させるのかその一部のみになお中心性を認めるのかという、中心市街地の「範囲」も争点になりうる。さらに、どのような「資源」に依拠して活性化を図るのかを検討しようとするれば、やはり観光的資源、商業的資源、暮らしやすさに結びつく資源、文化的生活に貢献する資源などと多岐に

12) 野口氏、前掲論文15-16ページ参照。

13) 同上論文、16-19ページ参照。なお、同論文が所収されている季刊『まちづくり』第2号には、野口氏が環境をキーワードとした新しい市民文化創出の取り組みとして論及している、茅ヶ崎における中心市街地活性化の取り組みも詳しく紹介されている。

14) 伊藤宣生『『まちづくり(中心市街地活性化)』の研究と今後の課題について』山形大学紀要『社会科学』第38巻第1号所収、2007年、39-41ページ、参照。

わたっていて、いずれを高く評価するかの認識がわかれよう。そもそも、めざすべき「目的」が異なれば何を「資源」として評価するかも変わってくる。

こうして、植栽やベンチの設置を含めた歩道の改善、歴史的建造物の活用、定期的な朝市やフリーマーケットなどの各種イベント、地域通貨、チャレンジショップなどといった、個別論的な「戦術的方法」のレベルではまだ一定の合意をとれるとしても、まちづくりの「基本方針」を策定し、これに基づいて意識的、計画的なまちづくりを行うという「戦略的方法」のレベルでの合意を得ることはきわめて困難であることが指摘されることとなる¹⁵⁾。

このように、伊藤説は、中心市街地活性化法やそれに立脚したまちづくりの取り組みに潜在した甘さを鋭く衝くなかで、かつての中心市街地を取り巻く社会的環境の変化を冷静に見据えるべきことにあらためて注意を促すとともに、具体的にまちづくりの諸契機に立ち入ってみれば多様に充ちていること、したがってそこには多様な分岐点が存在し、上述の社会的環境の変化を背景に価値観においても多様に分布した多数にのぼる地域住民の合意を形成してゆくのはきわめて困難であることを浮き彫りにしている。野口説と対比させれば、野口説の理念はたしかに美しいけれども、多様で多数の地域住民の意見を統合してゆくことはきわめて難しいという、現実的な判断を強く打ち出しているのが伊藤説ということになる。

伊藤説の現実性は否定しがたい。だが、野口説が時代の課題と触れ合う魅力を持ち、したがって一定の基盤を有していることも事実であろう。それら両説に照らしたとき、大手筋商店街

の現代史はどのように評価されるであろうか。

Ⅲ 「伏見」概観

大手筋商店街の現代史を追う前に、その立地する伏見について概観しておこう。伏見は京都市の一行政区であるが、30万人近くの人口を持つ。これは京都市全体の約2割に相当し、第2位の右京区を大きく引き離して首位に立つ。のみならず、青森市や盛岡市をはじめとして全国のちょっとした県庁所在地と比較しても遜色ない規模である。また、面積的にも、図1のように東西に細長いが中心部では南北にも一定の厚みを有した形姿で展開し、上京区、中京区、下京区、東山区、さらに左京区や北区の一部を合わせた京都市中心部のそれに十分匹敵する。

町の成立ちにおいても、豊臣秀吉が築いた城下町として、さらに豊臣氏滅亡後も大阪と京都とを結ぶ水運の要衝として栄え、幕末史にも坂本龍馬ゆかりの地（寺田屋事件）として、さらには鳥羽・伏見の戦いの舞台として名を刻んだという固有の歴史を持つ。だからまた、明治以降も伏見町、深草村などと、京都市とは別個の行政単位を構成していた。さらに、昭和初期に京都市に編入されるさいにも、わずか2年間のことではあったがいちどは伏見市に昇格するなどの曲折を経た。そして、最終的に編入されるにあたって、固有の都市形成の由来を持った独立した地域として、「単なる京都の一地域にとどまらず、独自の行政区として運営される」ことを根強く願望していたのであった¹⁶⁾。

こうした町の成立ちは住民の日常意識にも長らく反映した。たとえば、京都市に編入されて四半世紀以上を経た1960年頃にあっても、「ど

15) 同上研究ノート、41-47、49-53 ページ参照。なお、伊藤氏には、たいへんご多忙ななか、滋賀大学経済学部経営研究所主催のワークショップ「湖東地域におけるまちおこし」（第5回）に遠方よりお越し頂いて直接のご教示をも得た。あらためてここに記して厚く感謝したい。

16) 石本幸良「伏見区のまちづくり」、聖母女学院短期大学伏見学研究会編『伏見の現代と未来』（京・伏見学叢書第3巻）清文堂、所収、41-46 ページ参照。

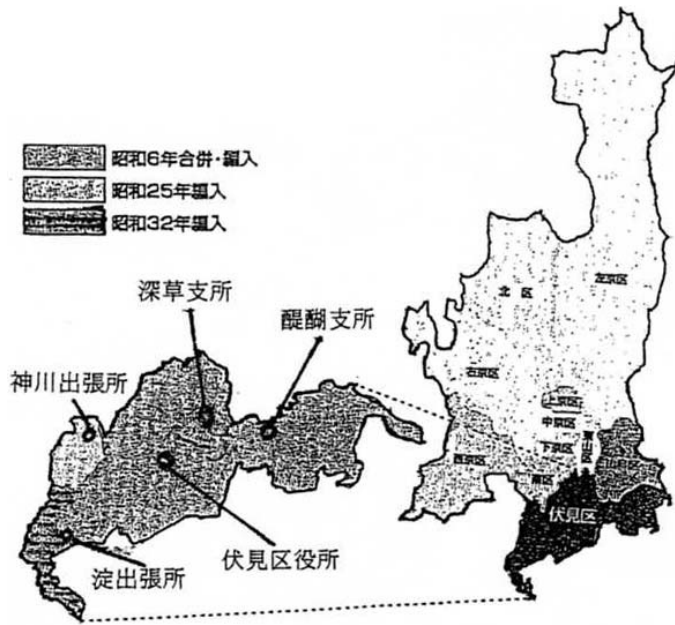


図1 京都市の中の伏見と伏見の中の諸地域
『70th ANNIVERSARY 伏見区誕生70周年記念誌』より

ちらへ？」という道すがらの挨拶に、「四条へ」などではなく「ちょっと京都まで」といった返事がしばしば聞かれたものであった。

だが、他方で、伏見城の築城にせよ、江戸時代の水運の要衝としての再興にせよ、あるいは遡って平安時代からの貴族や皇族の別荘地としての開発にせよ、伏見が固有の町として発展してきたこと自体、京都の周辺部に位置していたからこそのことである。だからまた、伏見には京阪電鉄、近畿日本鉄道、そしてJR西日本と関西の基幹的な鉄道が三本走行しているが、図2のようにいずれも京都と大阪ないし奈良を結ぶという南北方向に並行的に敷設され、しかも中心部の東地域に偏りを見せている。つまり、伏見を縦横に有機的に結ぶネットワークとしては機能していない。

そこには「伏見区」成立の由来が反映している。すなわち、伏見の京都市への編入は醍醐村などやや縁遠い地域を含む8つの周辺町村との合体とセットで実現された。かつ、その後も

羽束師村、久我村、さらに淀町の伏見区への編入が続いたのであって、伏見区にはいわば寄せ木細工的側面がある。上掲の地図(図1)で伏見区が東西に長く展開しているのも、じつはこうした「伏見区」の成立経緯の表れであった。

だからまた、21世紀初頭の伏見区を展望した伏見区基本計画においても、図3が示すように、一方で、東山連峰から連なる丘陵を隔てて旧伏見市と対座する醍醐は、京都市営地下鉄を介してむしろ山科区と結びつく。他方で、西部の久我・羽束師は向日市や長岡市と結合する乙訓圏に含まれている。伏見をあずかる行政当局によっても、伏見区には生活連携圏が少なくとも3つ存在すると認識されているのである。

のみならず、伏見圏とされている地域もほんとうに生活連携圏として成立しているかという点と危ういところがある。たとえば、深草地域の場合、加賀屋敷とか出羽屋敷等々といった町名に名残を留めているとおり、秀吉による城下町建設に際してはこの地域にも武家屋敷が配置さ



図2 伏見区内の鉄道路線図
JTBるるぶ情報版『るるぶ伏見』（1997年）より

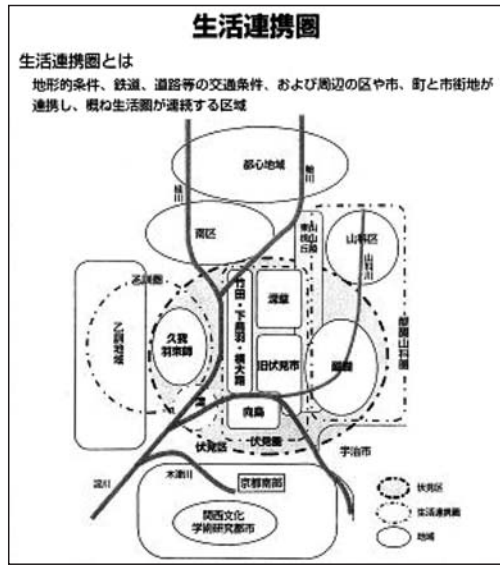


図3 伏見区内の生活連携圏の分布
『伏見区基本計画』（京都市，2001年）より

れた。また、明治末にこの地域に陸軍第十六師団が置かれたさいにも一部の関連施設は桃山方面へ配置されたというように、旧伏見市との一体性はたしかに存在した。そもそもこの地域の一部は伏見九郷の一画であった¹⁷⁾。だが、師団の駐屯を契機とした経済的発展は、この地域の深草村から深草町への昇格を導いたというように、相対的に独立した町の形成をも促した。しかも、京阪電鉄を利用すれば京都市中心部へ行くにも旧伏見市中心部へ行くにも時間的にさほど差異はなく、したがって住民がこの地域の外へ目をやるときには関心は京都市中心部へと向

きがちとなっている。さらに、竹田地域も今では地下鉄を介して京都市中心部への交通がすこぶる便利となっていて、やはり旧伏見市への関心は薄れている。それに対して、下鳥羽や横大路地域は、京都市中心部のみならず旧伏見市中心部へさえ公共交通機関での移動はかなり不便という状況である。

こうして、生活連携圏ひいてはコンパクトシティとの関わりを意識するなら旧伏見市地域、それも板橋学区、南浜学区、桃山学区などで構成される中枢部をさしあたり¹⁸⁾ 念頭に置くことになる。これだと人口はおよそ十数万人であ

17) 室町時代、伏見は久米村、舟戸村、石井村など9ヶ村から成っていたと伝承されているが、そのうちには現在の深草大亀谷付近にあたる北内村や北尾村が含まれている。三木善則「伏見のあゆみ」『伏見の歴史と文化』（京・伏見学叢書第1巻）所収、27-28ページ参照。

18) あくまで「さしあたり」のことである。深草地区には地域の中核的医療施設である独立行政法人国立病院機構京都医療センターが立地しており、また、京都教育大学、龍谷大学、聖母女学院短期大学といった高等教育機関が点在していて、地域の知的拠点となるとともに公開セミナーなどさまざまな市民向けサービスをも提供しているというように、伏見のトータルな街づくりを構想するうえで、この地域をいかに有機的に組み込むかは重要な課題である。また、竹田地区は京都市の長期構想の中で現代的新産業育成の拠点を目指す高度集積地区に指定されている。生活の大切な一環である仕事の場を身近なところで豊かにするという観点からすれば、伏見のトータルな街づくりを構想するうえで竹田地域を欠かすことはできないし、この地域を高度集積地区としていかに活性化させてゆかかも重要な課題となる。

る。さらに、伏見区は京都市の周辺部ゆえに昭和末期頃まで人口流入の著しかった地域であり、人口構成は相対的に若いと思われがちであるが、早期に流入してきた人々が今や高齢期を迎えるようになっており、65歳以上人口は2000年で15%弱に達し、2015年には25%を超えると予想されている¹⁹⁾。以下、そうした地域コミュニティの核としてその中心商店街がどのような役割を果たし、どのような試練にさらされ、またそれとどのように取り組んできたか、さらにその取り組みに展望はあるのか、それは時代の課題とはどう関わっているのかといった観点から、大手筋商店街の現代史を追ってみる。

Ⅳ 高度経済成長末期までの 大手筋商店街

大手筋商店街は、京阪電鉄伏見桃山駅から大手筋通り沿いに西へ約400メートルにわたり展開された、130余の加盟店を有する商店街である²⁰⁾。すぐ東には近鉄桃山御陵前駅、さらに伏見九郷の産土神であった御香宮神社を挟んで少し東にはJR桃山駅がある。また、西端では、北から南へと延びる伏見風呂屋町商店街、納屋町商店街と交差し、後者はさらに竜馬通り商店街、柳町繁栄会、中書島繁栄会へと、つまりかつての水運の要衝であった地区へと連なってゆく。ちなみに、竜馬通り商店街は南納屋町商店街が改称されたもので、淀川三十石船の発着場に近く、坂本竜馬が定宿としていた寺田屋がすぐ近傍にあることに由来する。また、納屋町は規模こそ小さいが、かつては京都の錦市場に擬されたほど食料品等の買い物客で賑わった商店街である。

大手筋通りという名称が伏見城の大手門に由来することからもわかるように、このあたりは伏見のまさしく中心街にあたる。それが単に桃山時代にはそうであったという歴史のエピソードに留まらないことは、伏見区役所をはじめ、伏見を冠する警察署、中学校、郵便局、電報電話局等といった現代の行政機関ないし公共機関がいずれもすぐ近隣に立地していたことによって裏付けられる²¹⁾。

また、大手筋商店街には日本の5大都市銀行のうち4行が支店を構えていた。くわえて、有力地方銀行が支店を有し、さらに伏見を冠した信用金庫の本店も立地していた。わずか400メートルほどの商店街にこれだけの金融機関が軒を並べていたこと自体、伏見にとってのこの商店街の重みを押し量らせよう²²⁾。

さらに、大手筋商店街には老舗も多い。1977年に同商店街振興組合によって編集された『大手筋百年——その回顧と展望——』によれば、100店舗のうち17店舗が「明治又は明治以前」に創業されている。なかには江戸時代初期や中期に遡る茶舗、油舗（現在は酒店・酒房）や和菓子舗も見出される。もっとも、この通りは名称が示すように伏見城に通じる主要路であって、もともとは武家屋敷が多く立ち並んでいたわけで、往時は一筋南の油掛通りのほうが商店街として栄えた。大手筋通りが洛南の中心商店街として注目を浴び始めたのは明治末から大正にかけてと言われ²³⁾、うえに触れた店にも油掛通りから移転してきたものが含まれている。

ちなみに、大手筋商店街の東端付近には、徳川家康によって日本最初の銀座が設けられた。京都の両替町に移る以前、慶長6年から13年までの短い期間であるが、今でもこの東端で商店

19) 京都市伏見区役所区民部企画総務課『伏見区基本計画』2001年、32ページ参照。

20) 伏見大手筋商店街振興組合刊行のリーフレット「伏見大手筋商店街 2007」による。

21) 但し、警察署、郵便局は現在では他所へ移転している。

22) 都市銀行の再編により重複した支店が整理されて今は3行となった。また、信用金庫は、本店を移転したのち、近年の金融界再編過程で吸収合併され、もはや伏見を冠した名称では存続していない。

23) 大手筋商店街振興組合『大手筋百年——その回顧と展望——』1977年、15-16及び137ページ参照。

街と交差する街路に銀座の名を残している。かつ、この銀座 1-4 丁目は同じ通りに展開する両替町 1-15 丁目の間にその 5 丁目から 8 丁目に代わって割り込むかたちとなっている。このあたりが広く金融街として発達していたことをうかがわせる²⁴⁾。

のみならず、大手筋商店街はこうした歴史を誇る商店街に甘んずることなく、果敢に新しい取り組みにも挑戦してきた。たとえば草創期の 1923 年（大正 12 年）には、寺町四条下ルについて京都で 2 番目に豪華と言われた街路灯、すなわち約 30 基の鉄製の「すずらん灯」を建設した。また、未だ戦後の混乱期を完全に抜けきっていなかった 1952 年には、全国的流行に合わせて各店にネオン看板を設置するとともに、その点灯記念に島原より大夫 3 名を招いて大夫道中を催した。娯楽に飢えていた人々に、中書島芸妓連の協力をも得て豪華絢爛の大夫道中を提供

し、空前の人出を呼ぶとともに大手筋商店街の心意気を示したということである²⁵⁾。

その後も街路灯の斬新な蛍光装飾灯への切替え（1957 年）、カラー舗装の導入（1978 年）など改革が積み重ねられるが、特筆されるべきはソーラーアーケードの建設であろう。アーケードの建設自体は既に 1950 年代半ばに論議され、京都市にも働きかけられていた。だが、昭和初期に決定された都市計画拡張予定線が最大の障碍となってなかなか陽の目を見ず、地方都市の末端商店街にさえ遅れをとっていると焦りを募らせることとなる。そうしたなかで、1971 年漸く初代アーケードの建設が実現をみた。そのアーケードが古くなったと中堅組合員層から強く改革を求める声が上がったのが 1992 年、そしてそれから 5 年後の 1997 年ついに環境問題への積極的取り組みを象徴し、大手筋商店街の先進性をアピールするソーラーアーケードが完成した²⁶⁾。



写真 1 東端から見た大手筋商店街



写真 2 アーケード上のソーラー施設

24) 銀座跡には石碑とともに、東京の銀座から先達に敬意を表して送られたヤナギが植えられている。朝日新聞 2003 年 11 月 29 日夕刊参照。また、出口勇蔵『京都わが心の町』風媒社、1989 年、30-33 ページには、両替町や銀座町の風情が軽妙な筆で鮮やかに描出されている。参照されたい。なお、同書によれば、両替町の一画が銀座と呼称されるようになったのは明治になってからである。

25) 『大手筋百年』前掲、24-25、46-47 ページ参照。

26) 同上、48、115 ページ参照。

アーケードには暈約 160 枚分に及ぶ大小の太陽パネル電池が搭載され、1 時間に最大 30 キロワットの発電が可能とのことで、アーケード内の夜間照明や 2 基のからくり時計の電源として利用されている。さらに、従来 80 本弱あった電柱が撤去されアーケードの上に電線が通されるときともに、アーケードを支える柱も電柱の 3 分の 1 近くへと大幅に削減されて、すっきり開放的で明るい雰囲気が醸し出されることとなった²⁷⁾。

アーケードの建設コストは 12 億円だったとのことであるが、半分は国や地方自治体からの助成金で賄われたので、商店街自体の負担は 6 億円であった。さらに、そのうち 1 億円を都市銀行等が拠出した。こうして一般の店舗は、店の間口によって異なるが、大凡のところを言えば加盟店 100 余りとして各店あたり 500 万円を 20 年年賦で負担することとなった。伏見の中心商店街として都市銀行等の支店が軒を並べていたからこそ一般店舗の負担が平均 100 万円軽減されたというのは、中心商店街というものを再評価させるエピソードとしてちょっと興味深い。だが、各店にとってかなりの負担にはちがいない。じっさい、次節で見ると、この商店街にも時代の波は激しく吹き寄せており、業種によっては明るい将来展望が描けず、それだけの負担は重荷という店もあった。そうした店を含め、商店街自身の価値を守ることができるなら、仮に自店は閉じても他の事業者が店舗を貸すという対処が可能となるという理解が図られたという。こうして、ソーラーアーケードの建設は、この商店街が描く将来戦略を垣間見させた点でも、注目すべき挑戦であった²⁸⁾。

こうした改革の取り組みは社会的にも評価を得ている。たとえば、中小企業庁発表の「がんばる商店街 77 選」(2006 年)では、「まちづくりと一体となった商業活動部門」に TMO 伏見夢工房を核として既述の近隣商店街と連携した京都市伏見区商店街として選出されている。そのなかで大手筋商店街については、ソーラーアーケードの設置、銀行 POS の導入、おかみさん会による個店クリニック(接客サービス研修)など「全国でも先進的な取り組みを常に行っている商店街」と紹介されている。また、韓国から中小企業庁や在来商店振興組合が視察・研修に繰り返し訪れたというように(2007 年)、海外からも関心を呼んでいる²⁹⁾。

さて、このように伏見の心臓部にあり、歴史を有し、かつ積極的に改革に取り組んできた大手筋商店街は、地域コミュニティの核ないし求心力としてどの程度機能していたであろうか。本節では先行研究や既述の同商店街編集の資料に依拠しつつ、業種及び商圏の 2 面から元来のこの商店街の性格を確認し、それが近年いかに変貌してきたかは次節であらためて検証することとしたい。

まず、業種について言えば、『大手筋百年』によると、高度経済成長期を経て商品の質への要求水準が高まった 1970 年代でも、100 店舗のうち衣料品関係が 1 割を超え、靴や履物店も 5 店を数えた。また、薬や化粧品を扱う店も 7 店存在した。さらに、家具店が 3 店見出されるほか、時計・貴金属、時計・メガネ、呉服、服地、袋物(バッグ)、寝具、敷物、陶磁器、家電、楽器・レコード、スポーツ用品、カメラ・写真場、文具・画材、茶舗、和菓子などと専門性のやや

27) 前掲リーフレット「大手筋商店街」及び JTB『るるぶ伏見』1997 年、4-5 ページ参照。

28) 主として大手筋商店街振興組合理事長奥田雄一郎氏からのヒアリングに基づく。聖母女学院短期大学の伏見学の企画に暖かな理解を示され、多忙な時間を割いて二度にわたるヒアリングに懇切に応接くださった奥田氏はじめ、本稿作成にあたってはさまざまな方々にお世話になった。ここにあらためて厚く御礼申し上げるとともに、ヒアリングに基づく叙述に誤りがあるとすれば筆者の責任であることをお断りしておきたい。

29) 中小企業庁ホームページ www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shotengai77sen 参照。また、韓国からの訪問視察については大手筋商店街振興組合事務長奥野幸男氏に教示を得た。

高い店、いわゆる買回り品の店がかなりの比重を占めていた。映画館も存在していたし、食堂・飲食店が6店、喫茶店（ケーキや菓子店との兼営含む）が4店あったことも注目してよい。他方で、4店の青果店をはじめ食料品店がやはり10店を上回るというように、日用品を扱う店が少なくなかったことも看過されるべきでないであろう³⁰⁾（後掲、表7参照）。

こうして、上田作之助氏が表1、表2（次ページ）の作成を通じて明らかにしたように、大手筋商店街を含む「中央部地区」は伏見の他地区の商店街とはたしかに性格を異にしていた³¹⁾。すなわち、表1の1966年についてみると、どの品目をとってもこの地区の販売額が伏見で最大の比重を示すが、「織物、衣服、身の回り品」や「家具、建具、什器」でとくにそれが著しく、伏見全体の販売額の7割ないし8割近くを占めていた。それに対して、「食料・飲料品」では5割を切って、第2位の深草地区と隔絶しているわけではなかった。

地区により人口規模が異なることを顧慮し、各地区が伏見において占める人口比率で販売額比率を除いたものが表2である。したがって、数値が1であれば人口比に照応した販売額が達成されていることを、1を上回れば人口比以上に当該品目の販売がその地区に集中していることを、1を下回ればその地区の住民の購買力が流出していることを意味する。そこで、同じく1966年について見てみると、1を上回っていたのはほぼ中央部地区の諸品目のみである。とく

に「織物、衣服、身の回り品」及び「家具、建具、什器」は、販売額比が人口比の2倍を超えていた。それに対して、「食料・飲料品」は中央部地区では最低値を示していた。逆に、深草地区では後者の数値がもっとも高く、ほぼ1を示していた。すなわち、伏見第2の商業地区であった深草地区の住民は、日用品に関する限り身近な商店街で賄っていたというわけである。

このように両表からは、中央部地区の商店街が他地区のそれらと異なっていたいわゆる買回り品の販売に特色を持っていたことが確認される。と同時に、表1の1976年の数値を1966年と比べると、小売業全体における中央部地区の存在感がやや薄れるとともに、上記2つの買回り品品目でそれぞれかなり比重を低下させていることに気づく。もっとも、「織物、衣服、身の回り品」では比重はなお7割を超えていた。さらに、表2ではいずれの品目でも数値を上昇させている。つまり、表1における比重の低下は西地区をはじめとした他地区における人口増とそれに伴う地元商店街の発達に影響されたものと推察される。表2からすると、この時代まで中央部地区は向島地区など周辺の人口増を取り込みながら、伏見区の他地区との比較で言えばむしろ健闘していたともみなされる。しかしながら、下の表3を見ると、そうした買回り品の販売に有していた特色は京都市全体の中では影を薄くしつつあったことも歴然としてくる。伏見地区の中では相対的に健闘していたといつてすまされる問題ではなさそうである。

30) 『大手筋百年』前掲、141ページ以下。

31) 上田作之助「都市化の進行と商業の推移」、同氏編『京都市南部の経済と住民生活（龍谷大学社会科学叢書IV）』同朋社、1981年、所収、164-165ページ参照。また、表3も同論文156ページ収載の表に依拠している。同論文は豊富なデータを含み、教えられるところ多かった。但し、論文標題にあるように、「推移」に焦点が当てられ、「古い歴史をもつ独立した都市」として「独自の商圈を擁する商業中心地」であった伏見が「交通の発達、購買慣習の変化、都市部の顧客吸収力の増大によって独自性が少なからずすれ、人口急増の大都市周辺地域としての一般的傾向をつよめている」ことの解明に力点が置かれており（154、169-170ページなど）、1960年代末の状況にそれとして注目したい本節と若干問題意識を異にする。なお、「中央部」には大手筋商店街のほか、その周辺の商店街や丹波橋地区の商店街なども含まれるが、大手筋商店街と比してその買回り品比率は圧倒的に低く、「中央部」の特質は基本的に大手筋商店街に由来すると解してよい。

表1 伏見6地区の販売額構成比(%)

| | | 深草 | 中央部 | 醍醐 | 向島 | 西 | 淀 |
|-----------------|-----|------|------|------|-----|------|-----|
| 小売業 | 66年 | 28.5 | 58.2 | 2.3 | 1.6 | 4.8 | 4.6 |
| | 76 | 22.5 | 50.4 | 6.3 | 3.3 | 12.5 | 5.1 |
| 織物, 衣服 身の回り品 | 66 | 16.6 | 78.5 | 1.0 | 0.2 | — | 3.7 |
| | 76 | 18.8 | 71.8 | 2.1 | 1.5 | 0.1 | 5.2 |
| 飲食料品 | 66 | 34.9 | 48.3 | 3.6 | 2.8 | 4.9 | 5.4 |
| | 76 | 31.1 | 33.9 | 12.2 | 6.7 | 6.5 | 9.7 |
| 飲食店 | 66 | 24.1 | 52.3 | 1.7 | 0.9 | 15.2 | 5.8 |
| | 76 | 30.3 | 44.9 | 7.3 | 3.8 | 8.7 | 5.0 |
| 家具, 建具 什器 | 66 | 21.8 | 73.4 | 1.3 | 0.3 | — | 3.2 |
| | 76 | 22.5 | 61.3 | 7.0 | 3.6 | 1.8 | 3.8 |

(出所) 上田作之助「都市化の進行と商業の推移」より

表2 伏見6地区の小売業の実力

(地区別販売額構成比/地区別人口構成比)

| | | 深草 | 中央部 | 醍醐 | 向島 | 西 | 淀 |
|-----------------|-----|------|------|------|------|------|------|
| 小売業 | 66年 | 0.80 | 1.69 | 0.36 | 0.28 | 0.52 | 0.64 |
| | 76 | 0.77 | 1.96 | 0.32 | 0.45 | 1.14 | 0.73 |
| 織物, 衣服 身の回り品 | 66 | 0.46 | 2.20 | 0.15 | 0.04 | — | 0.52 |
| | 76 | 0.64 | 2.75 | 0.11 | 0.20 | 0.05 | 0.75 |
| 飲食料品 | 66 | 0.97 | 1.35 | 0.58 | 0.50 | 0.53 | 0.75 |
| | 76 | 1.06 | 1.32 | 0.68 | 0.90 | 0.59 | 1.40 |
| 飲食店 | 66 | 0.67 | 1.67 | 0.25 | 0.16 | 1.63 | 0.81 |
| | 76 | 1.03 | 1.74 | 0.37 | 0.52 | 0.79 | 0.72 |
| 家具, 建具 什器 | 66 | 0.61 | 2.06 | 0.21 | 0.09 | — | 0.44 |
| | 76 | 0.77 | 2.38 | 0.36 | 0.49 | 0.16 | 0.55 |

(出所) 表1に同じ

表3 京都市における伏見区商業の実力

(伏見区の商品販売額構成比/伏見区人口比)

| | 1966年 | 1976年 |
|------------------|-------|-------|
| 総額 | 0.21 | 0.20 |
| 卸売業 | 0.12 | 0.09 |
| 小売業 | 0.57 | 0.55 |
| 織物, 衣服, 身の回り品小売業 | 0.68 | 0.50 |
| 飲食料品小売業 | 0.83 | 0.66 |
| 飲食店 | 0.27 | 0.30 |
| 家具, 建具, 什器小売業 | 0.82 | 0.63 |

(注) 人口は1965年及び1975年

商品販売額は1966年及び1976年

(出所) 表1に同じ

ついで、商圈を確認してみよう。次ページの表4、表5が示す通り、1970年代半ばにおいてなお、大手筋商店街は伏見区のみならず、宇治市や久御山町といった京都府南部域にまでそれなりに広く顧客を有していた。宇治市について見れば、呉服・反物、洋服・服地、寝具、家具、さらに靴・カバンや運動具と幅広い買い回り品について10%台半ばから20%に達するシェアを確保するとともに、アクセサリ等、時計・メガネなどでもある程度健闘していた。さらに久御山町になると、うえに挙げたような買い回り品についてのシェアがほぼ軒並み20%台半ばを超え、なかでも寝具、家具などは京都市中心部のシェアを凌ぎ40%近くに達していた。表5では割愛したが、生鮮食料品や一般食料品についてさえ地元のシェアは50%強で伏見が約13%を

占めていた。宇治市とは対照的に書籍・文具、電気製品、あるいは衣料品、化粧品や台所用品等、さらに理容・美容での伏見のシェアもまた高かったことと併せ、未だ宇治市ほどに地元商店街が発達していなかったことの如実な反映をうかがわせる。

また、ヒアリングでは、京阪沿線の八幡、さらに橋本あたりまでも商圈が広がっていたという。橋本は京都府八幡市に属するとはいえ、隣の駅は大阪府枚方市の樟葉であり、そこには1970年代初めにいち早く大型ショッピングモールが開設された。にもかかわらず、橋本は府立高校の校区としては京阪伏見桃山駅を利用する桃山高校に属していたこと、また伏見は相対的に医院の多いところであって、そうした面からも子供の頃から伏見になじみを有した人々が

表4 宇治市住民の主な買物先（650人のアンケート調査、%）

| | 呉服・反物 | 洋服・服地 | 寝具 | 肌着・シャツ | 靴・カバン | アクセサリ等 | 時計・メガネ | 楽器・レコード | 運動具 | 家具 | 書籍・文具 | 電気製品 | 医療品・化粧品 | 台所用品等 | 贈答品 | 外食・喫茶 | 理容・美容 |
|------|-------|-------|------|--------|-------|--------|--------|---------|------|------|-------|------|---------|-------|------|-------|-------|
| 宇治市内 | 8.4 | 9.7 | 30.5 | 31.5 | 11.3 | 3.7 | 5.7 | 21.4 | 23.7 | 30.4 | 62.0 | 50.9 | 76.3 | 76.1 | 14.6 | 18.4 | 82.9 |
| 京都市内 | 58.5 | 50.6 | 28.4 | 17.8 | 53.0 | 69.4 | 55.6 | 45.6 | 38.5 | 34.7 | 1.0 | 2.2 | 8.3 | 3.9 | 71.4 | 65.9 | 10.9 |
| 伏見地域 | 15.5 | 17.7 | 14.4 | 20.2 | 15.3 | 12.5 | 13.9 | 12.1 | 14.8 | 20.1 | 3.7 | 0.7 | 4.0 | 4.1 | 5.0 | 6.4 | 1.0 |

(注)「南山城北部地域広域商業診断報告書」1974年3月による

(出所)表1に同じ

表5 久御山町住民の主な買物先（100人のアンケート調査、%）

| | 呉服・反物 | 洋服・服地 | 寝具 | 肌着・シャツ | 靴・カバン | アクセサリ等 | 時計・メガネ | 楽器・レコード | 運動具 | 家具 | 書籍・文具 | 電気製品 | 医療品・化粧品 | 台所用品等 | 贈答品 | 外食・喫茶 | 理容・美容 |
|------|-------|-------|------|--------|-------|--------|--------|---------|------|------|-------|------|---------|-------|------|-------|-------|
| 久御山町 | 2.5 | 1.1 | 5.3 | 3.3 | 1.3 | — | 8.8 | 1.6 | 1.8 | 1.3 | 9.6 | 27.5 | 13.7 | 33.3 | 17.4 | 13.8 | 42.5 |
| 京都市内 | 43.5 | 33.7 | 19.7 | 11.0 | 36.8 | 54.5 | 32.7 | 40.6 | 26.3 | 30.3 | 21.9 | 25.0 | 12.3 | 3.7 | 55.1 | 43.1 | 13.7 |
| 伏見地域 | 27.5 | 24.2 | 36.8 | 39.6 | 27.6 | 22.7 | 26.5 | 21.9 | 33.3 | 39.5 | 28.8 | 20.0 | 23.3 | 22.2 | 11.6 | 15.5 | 26.0 |

(注)「南山城北部地域広域商業診断報告書」1974年3月による

(出所)表1に同じ

多かったといったことがあって、ショッピングモール開設後も大手筋商店街の商圈であり続けたという³²⁾。商店街が単に買い物の場というばかりでなく、まさしく町の一部として他の諸機能と融合した存在であることを物語るエピソードとしてきわめて興味深い。

こうして、往時、大手筋商店街は単なる日用品を扱うありふれた商店街というより、一定の専門性が求められる買回り品を扱う商店街として、また単に伏見のみならず、宇治、奈良方面へあるいは大阪方面へと延びる鉄道沿線沿いに京都府南部へも商圈を展開した商店街として存在感を発揮していた。

じっさい、1960年代後半アーケード建設が模索されていた頃、大手筋商店街にはそれを契機に京都の副都心として発展してゆきたいという意気込みがみられた。のみならず、当時、京都市の中小企業担当者も、「住宅ブームによる商店街周辺、京阪沿線の人口急増」に後押しされて大手筋商店街は買回り品を扱う商店街としての性格を強め、「外観上も、売上高の点でも『京都市の超一流商店街』としての地位を確固たるものにした感がある」と認めていた。

だが、その市職員も、1960年代半ばの調査で売り上げが前年を下回った店舗が31%に達して前年を上回った店舗の比率より5%多いことを指摘し、その要因のひとつとして、周辺地区でも商業施設がある程度充実し始めて「生活必需品は地元で、それ以外は都心(百貨店を含む)へ」という傾向が強まっているという推定を挙げて、先行きに楽観は許されないことを指摘していた。うえに触れたような買回り品を扱う商店街としての特色は、日用品を買うために大手筋商店街や納屋町商店街へと足を運び、それに伴って大手筋商店街の買回り品にも関心を向け

た人々がいたという周辺地区の事情に支えられたところがあったのであって、大手筋商店街の専門性が秀でていたからでは必ずしもなかったというわけである。こうして、大手筋商店街が真の意味での買回り品商店街ないし「横の高級デパート街」として発展しうるか否かにとって、専門性をいかに洗練させうるかが大きなカギとして浮上していたこととなる³³⁾。

この点、大手筋商店街から依頼され、1967年6月のある日曜日に商店街来訪者の街頭調査を行った都市銀行も、最寄り商店街として利用している人が4分の3を占め、買回り品商店街として利用している人は約半数に留まること、しかも買回り品の購入動機も「近い」ないし「安い」が圧倒的であって「品揃えの豊富さ」などを挙げる人は少なく、むしろ「本当の意味での専門店の出現」を望む声が多いことなどを指摘し、買回り品商店街へと脱皮してゆくには「相当の努力を要する」と結論づけていた³⁴⁾。

しかし、大手筋商店街の業態は、先に確認したように、日用品を扱う店をも少なからず混在させていたのであって、商店街全体のイメージとして洗練された専門性を強くアピールできる体制にはなかった。やはり先に見たように、1970年代にかけて社会がますます豊かになるにつれて、大手筋商店街の買回り品を扱う商店街という特色は京都市全体のなかでは影を薄くしていたわけだが、やむをえざることだったのかもしれない。

ともあれ、叙上のように、大手筋商店街は伏見の心臓部に位置し、他地区商店街とはたしかに異質な性格を有していた。そのことは商圈が南に向けてかなりの広がりを見せていたほどであったことから裏付けられる。こうしたこの商店街の特性からすれば、地域コミュニティの

32) 奥田氏からのヒアリングに基づく。

33) 『大手筋百年』前掲、160-161ページ参照。なお、「京都の副都心」も「横の高級デパート街」も同書にある表現である。163、164ページ参照。

34) 同上書、125ページ以下、とくに134-135ページ参照。

核としての力を十分に備えていたとみてよい。しかしながら、豊かさが社会に浸透してゆくなかでそうした力を維持するには、いささか中途半端な専門性に甘んじていたことも事実のようである。こうした弱点はその後どのようにこの商店街を変貌させていったかを追跡することが次の課題となる。だが、その考察に移る前に、中心商店街がまさに地域コミュニティの求心力としてどのような機能を果たしうるものかという論点に即してこの商店街を検証し、本節を締め括ることとしたい。

大手筋商店街が地域コミュニティの求心力としての機能をも果たしていたことを端的に示す事例として御香宮神社の花傘行列が興味深い。まず、御香宮神社について少し敷衍すると、先にも触れたように伏見九郷の産土神であり、もともと御諸神社と称されていたが、平安時代(862年)に境内から「香」の良い水が出たことに因んで清和天皇から「御香宮」の名を賜ったという社伝を有する、豊かな歴史を備えた神社である。秀吉により伏見城鬼門除けの神として城中に勧請されたり、家康により元の地に本殿を造営されて社領三百石を献じられたり、さらには鳥羽伏見の戦いの際には官軍(薩摩藩)の屯所となったりもした。現在の表門は伏見城の遺構(大手門)と伝えられ、重要文化財に指定されている³⁵⁾。

そうした御香宮神社において、毎年10月初旬、伏見九郷の総鎮守の祭礼でもある神幸祭が執り行われる。神幸祭までの9日間、近鉄桃山御陵前駅の目の前の大鳥居あたりから大手筋通



写真3 大手筋商店街をパレードする花笠

りに沿って、さらに境内一杯にと展開される露店の賑やかさも目を引くが³⁶⁾、室町時代から伏見九郷がそれぞれ風流傘を競ったことに由来する花傘行列が大きな特徴をなし、花傘祭りとも呼ばれる洛南の大祭である。最盛期の1950年代後半には、神幸祭の夕刻、氏子区内を渡御してきた御輿を迎えるべく大手筋通りで繰り広げられた花傘行列は百数十本に及んだ。大手筋商店街が、鳥羽伏見の戦いに因んで時代祭の少年版を意識した鼓笛隊を編成し、稚児行列の先頭を行進したことも相乗し、たしかに見物^{みもの}であった³⁷⁾。現在でも町内会毎の花傘の他、地元の幼稚園や小学校の子どもたち、さらにマンション団地の参加も得て30弱の団体による花傘や神輿

35) 御香宮社務所発行の『伏見桃山御香宮略記』やリーフレットに拠る。なお、御香宮については、宗政五十緒「名所図会」と伏見『伏見の歴史と文化』(京・伏見学叢書第1巻)所収、にも詳しく紹介されている。195ページ以下参照。

36) 食品の屋台を筆頭に特定の業種が増え、見せ物小屋なども設けられていたかつてに比べると単調化している趣もあるが、金魚すくい、射的、輪投げなどの伝統的なゲームも出店している。三木善則司宮によると、地区外に転居した人々が子どもや孫を伴って訪れるなど、人出はむしろかつてより増加しているとのことである。

37) 『大手筋百年』54ページ参照。ちなみに、筆者は大手筋商店街から少し離れた氏子地域で育ったが、鼓笛隊に参加していた同級生をまぶしく見つめ、また隣町が花傘行列に参加しているのをうらやましく思ったものであった。後述のように、たしかに花傘行列は町内を強く意識させ、基礎的地域コミュニティの求心力を再生産してゆくひとつの貴重な契機であったと思う。

のパレードや演技が繰り広げられ、来訪者を楽しませている。とくに、とあるマンションのパレードには外国人メンバーも加わり、きわめて華やかである。

こうした花傘行列は、その由来からも明らかなように、町内の結束を作り出す恰好の契機をなす。じっさい、大手筋商店街にとっても、毎年、他の町内会に負けない豪華な花傘を作るために夜遅くまで奮闘することが戦後の青年会行事のいちばんの中心であったという。また、現代では子供中心のパレードとして参加する町内会も多いが、そのさいにはパレード自体に多数の母親が加わるし、裏方として差配・協力する町内関係者も不可欠である。さらに、花傘を揺らしながらの独特の跳ね踊りを子どもに実地に伝承している微笑ましい風景を目にしたりもする。近年では若い女性の参加も目立つが、同じグループの若者どおし、パレードの高揚感のなかで楽しそうに交流している姿も見られる。こうして、準備期間をはじめとした協働、体験の共有を媒介に、世代や性別を超えて地域コミュニティの基礎的単位の求心力が毎年再生産されてゆく。ちなみに、先に触れたマンションの場合、年間に数度こうした住民間の絆を紡ぐイベントを催しているそうであるが、そのことは高齢者も安心して暮らせる環境を作り出して当該マンションの住みやすさを高めているという世評を生み、マンションの経済的評価にも寄与しているとのことであった³⁸⁾。

しかしながら、こうした花傘行列も一時は消滅しそうになったことがあった。高度経済成長が人々を豊かにしてゆくなかで、町内会のような伝統的地域組織の意味が薄れ、空洞化していった。つまり、花傘行列を支える母体そのものが解体の危機に瀕したからである。そうしたな

か、子供時代の貴重な思い出をつくれる機会を次の世代にもきちんと残したいと立ち上がったのが大手筋商店街の青年会であった。彼らはちょうど鼓笛隊が組織された頃少年だった世代を含み、夏休みから練習を繰り返して本番に備えた記憶があるだけに思い入れもひとしおだったことであろう。ともあれ、彼らは花傘コンクールを組織し、景品を提供して、花傘行列への関心をもういちど喚起しようと努めた。その甲斐あって、1960年代後半には消滅しかけた参加団体数も70年代前半から少しずつ回復し、80年代後半にはほぼ現在の数字で安定するようになって³⁹⁾。

このように、大手筋商店街は地域の中心商店街として地域コミュニティの維持や活性化の核となるという機能をも果たしてきた。豪華な花傘を作ったり鼓笛隊を編成したりして、地域全体の祭礼を盛り上げることにより、住民の地域への帰属意識や愛着を培ったり確認したりする機会を活性化し、地域の求心力を再生産することに貢献してきた。さらに、そうした機会が危機に瀕したときには自らイニシアティブをとって再生へと導いた。しかも、そのことは町内会や団地といった地域コミュニティの基礎的単位の維持、活性化にもつながっているというわけである。のみならず、こうしたことは中心商店街としてそれなりの経済力と名望を有していたからこそできたことであった。換言すれば、中心商店街の衰退はこうした機能を果たしうるひとつの重要な存在の消滅にもつながることを、私たちはこの事例からあらためて確認することができるのである。

38) 聖母女学院短期大学が毎秋開催されている公開講座「伏見学」でかつて講演させていただいた折、受講生の方から頂いたコメントに拠る。記して感謝したい。

39) 主として三木宮司からのヒアリングに基づく。なお、地域の名士等が居並ぶ席の前で演技を行うという慣行は今もみられるが、景品の提供は一度のみで十分役割を果たしたということであった。

V 「豊かな」社会の到来がもたらした 大手筋商店街の変貌

伏見は都の周辺地であったからこそ発展を遂げえた。だが、周辺地としての苦渋も味わってきた。第Ⅲ節で見たような町のあり方がそうであり、またそれなりの歴史遺産を有しつつ遠来の観光客を集めきれないのも、京都というあまりにまばゆい存在が近すぎるからである。このことは宿泊施設やレストランなどの発達を妨げ、仮に竹田が高度集積地区としてビジネス客の訪問を受けるようになってもその波及効果はやはり京都市中心部にさらわれることを、つまり竹田と伏見区中心部の相変わらずの分断をも危惧させる。さらに、横大路、淀あるいは醍醐と、清掃工場、埋め立て地、下水処理場といった都市生活の末端での負担を多く担わされてきた⁴⁰⁾。こうした周辺地であることの両義性は大手筋商店街の現代史にも次のようなかたちで刻印されている。

すなわち、一方で、伏見は周辺地として桃陵団地、向島団地など早期に住宅団地が建設された地域であった。前節で見たように、これらは大手筋商店街の京都市内屈指の商店街への発展を後押ししたわけである。だが、他方で、社会が豊かになるにつれ人々の欲求水準は上昇し、製品の差別化、いっそうの専門性が求められるとともに、人々の行動範囲も広がった。その結果、買回り品については諸店舗の集積が進んで

より多様に選択できる京都市の繁華街へと目が向けられるようになった。

のみならず、周辺地であるゆえに大型スーパーマーケットの早期進出という試練にも直面した。参考にしうる他の商店街の経験もなく、行政にも頼れず、どう対応してよいのか戸惑うしかないといういわば無防備な状態で1960年代後半、商店街周辺への3つの大型スーパーマーケットの進出という暴風に曝されたのである。大手筋商店街を少し外れたところに最初の大型スーパーマーケットが開店したときには、商店街のなかにまで延々と行列ができたが、店に入ってくるのは人混みが生む埃ばかり、業種によっては売上げが8割も激減したという。

しかしながら、まさにそのように大型スーパーマーケットの進出を受け入れるしかなかったがゆえに、消費者の視点からは事態はどう受けとめられているか、それを踏まえて商店街として何をすべきか、何ができるのかと、むしろ前向きに事態に対処していこうという姿勢も生まれた⁴¹⁾。この点には最終節であらためて立ち戻ることにしたい。

さらに、世界資本主義の考察に適用された中心-周辺という分析枠組みは、この構造が入れ子型に重畳していること、つまり周辺地域の中にまた中心-周辺構造が生み出されることを明らかにしていた。この観点から見たとき、大手筋商店街は周辺の中心部ということになり、たしかにそうした存在として巷にありふれたそれらとは性格を異にする商店街として発展することが

40) 上田氏も、観光客を誘致する「文化観光都市」づくりを目指して「戦後京都市は一貫して北部と中央部に重点をおいた整備事業を進め」、伏見区をはじめとした南部は「このような施策に伴う都市活動の「終末処理」地帯」とされてきたと感じる人々が多いこと、とくに伏見区の住民にはその意識が強いことを指摘している。前掲論文、183ページ。じっさい、伏見区誕生70周年記念事業実行委員会編『70th ANNIVERSARY 伏見区誕生70周年記念誌』2001年、に収録されている年表によっても、1960年代末の青少年科学センターの設置といった先行事例が見出されないわけではないが、80年代に入ってようやく、上記終末処理施設を活用した運動公園や余熱利用センター（温水プール、図書館、老人保養センター）の開設、埋蔵文化財収蔵庫や京都府総合見本市会館の設置など積極的施策が目につくようになり、90年代後半以降の「界わい景観整備地区」への指定や「中心市街地活性化法」の適用に展開していつている。

41) 奥田氏からのヒアリングに基づく。なお、大手筋商店街周辺が京都市でもいち早く大型スーパーマーケットの進出にさらされたことについては、上田氏の前掲論文174-179ページ、とりわけ174-176ページをも参照。

表6 宇治・城陽・久御山在住の京都府消費生活モニターアンケート (1994年, 55名)

| | | | | | | | |
|-------------------|------------|-----------|------------|-------------------|----------------|------------|---------|
| 大手筋への 来訪頻度 | 週に2回 1名 | 月1回 7名 | 年数回 21名 | しばらく訪れていない 17名 | 訪れたことがない 4名 | | |
| 購入商品 (延べ102品目) | 食料品 25 | 衣類 19 | 日用雑貨 9 | バッグ等 5 | インテリア 5 | 食器・陶器 4 | 菓子 4 |

(出所) 京都商店街振興組合連合会・伏見大手筋商店街連合会

『商店街振興組合における空き店舗の動向とその対応策について』

できた。だが、豊かな社会の到来とともに周辺地域の中心部であることは大きなハンディに転化することともなった。

すなわち、豊かな社会の到来はクルマ社会への転換を伴った。しかるに、大手筋商店街はクルマ社会以前に建設された都市構造の中心部に立地するだけに、クルマでアクセスするには道路事情が悪く、また大規模な駐車場を設けるのも困難という難問に直面したのである。かつ、文字通りの中心地であればクルマでアクセスできなくとも充実した公共交通網が補ってくれよう。だが、大手筋商店街の場合、東西の公共交通網が既述のように不備で、さらに最寄りの京阪伏見桃山駅は急行通過駅というように⁴²⁾、クルマに代わる交通手段も貧弱なのである。

こうした結果、1990年代半ばの調査によれば、表6のようにもはや宇治市や久御山などから顧客を集めることも難しくなっている。ちなみに、先に言及した大型スーパーマーケットもやがて郊外に立地した大型複合商業施設や量販店に押され、撤退を余儀なくされた⁴³⁾。

と同時に、諸店の構成もこの数十年で次ページの表7のように変化した。すなわち、同表は大手筋商店街が1960年代ないし70年代初頭から近年にかけてどのように変貌したかを示した

もので、大手筋通りに沿って展開する諸店を通りの北側エリア、南側エリアそれぞれにつき高度経済成長末期と現在とを対置して表わしている。各エリアの左欄が数十年前の姿、右欄が近年の姿というわけである⁴⁴⁾。

こうしてみると、駅に近い一番街ではずいぶん変化が激しいことに気がつく。じつは、この街区は2003年からの5年間だけでもかなり店が入れ替わっている。すなわち、北側エリアで理容、美容室や全国ブランドのコーヒー喫茶等になっているところは5年前には消費者金融や賃貸住宅紹介の店であった。ちなみに、さらに5年遡るとそこには紳士服のチェーン店が支店を構えていた。

また、南側エリアでは、古くからあった婦人服店のみでなく、消費者金融や薬局がひとつ消え、携帯電話店も別のブランドに入れ替わっている。と同時に、ファーストフード店やチェーン喫茶や居酒屋、あるいは携帯電話店や語学スクールといった駅前でなじみの風景が展開する一方で、二番街をも含めて美容、理容店が数多く進出しているのも目を引く。

それに対して、二番街、三番街は老舗が点在し、大手筋商店街の中心をなす街区で、数十年前と変わらぬ店も多い。そうした店の場合、雰

42) 隣接する丹波橋駅と中書島駅が近鉄電車との接続駅あるいは本線と宇治線との分離駅であってそれらには必ず急行電車を停車させなければならないという事情の他、歴史の所産として大手筋通りと油掛通りの間隔が狭くて多数の車両を連結した急行電車はその間隔におさまらず、近鉄電車のように高架化しないかぎり、停車させるとその間油掛通りを遮断してしまうといった問題を抱えている。

43) 但し、ひとつの店舗の1階は食料品店として存続している。

44) 『大手筋百年』(前掲)、大手筋商店街振興組合から提供を得た1980年頃及び2003年の商店街マップと筆者が確認した2008年の状況とを対比した。さらに、1997年発行の『るるぶ伏見』(前掲)にも、当時の商店街を構成する各店舗が地図とともに詳しく紹介されており、参照した。なお、大手筋商店街のホームページによると、この2年間でもさらに若干の変動が生じているが、論旨に大きく関わる変動は見出されなかった。

表7 伏見大手筋商店街の変遷

| | | | |
|--|--|-----------------------|---|
| 京都(北) ← | | → 宇治・奈良・大阪(南) | |
| 高度成長末期 | 2008年 | 高度成長末期 | 2008年 |
| 都市銀行A 同左 | | 京阪伏見桃山駅 | |
| 銀座1丁目 | | 両替町4丁目 | |
| 地元信用金庫本店 食堂 パチンコ 喫茶 居酒屋(おでん) 果物 洋品・雑貨 | 労働金庫, 保険(2F, 3F) ハンバーガー(チェーン) 同左 理容(1F), 美容(2F), リサイクル ルンヨップ(B1F) コーヒー喫茶(チェーン) 同左 同左(婦人服) | 大 一 番 街 | 玩具 荒物・金物 青果 同左 同左(リビング用品) 携帯電話, 和風料理(2F) |
| 新町5丁目 | | 新町4丁目 | |
| 菓子・砂糖 靴 文具 酒店 畳・敷物 家具 袋物 花 洋品・雑貨 金網・金物 洋菓子(チェーン) 美容院 文具・画材 飲食店(麺類) | 和菓子支店, 歯科医 同左(昔風菓子) 院(2F) 洋菓子, 美容室(2F) 同左 パン・洋菓子(支店) 同左(カーペット, カーテン), 和風料理(2F) 美容室, 飲食店(焼肉 2F) 同左(カバン, バッグ) 同左 同左, 美容室・理容室(2F) 飲食店(2F), 音楽教室(3F) ドラッグストア 同左, dining & ハンバーガー(チェーン), bar(2F) 子育て支援等(振興組合)他 喫茶(チェーン), 同左, 献血ルーム(2F) | 手 二 番 街 筋 | 映画館 パチンコ 洋品・雑貨 茶舗・茶道具 陶器・ガラス食器 甘党喫茶 毛糸・化粧品 酒・漬け物 衣料品(ミニスーパー) 家具 建築金物・家庭金物 電機・ラジオ 荒物・金物 時計・メガネ 持ち帰り(お好み焼き) 食料品スーパー メガネ 同左 同左 パン(支店) 同左(お好み焼き) 100円ショップ, JTB(2F) 同左 和菓子(支店), リラクゼー ション(2F) 同左 同左(2F), 惣菜・弁当(1F) 同左(家電) 同左(家庭金物) 同左 |
| 瀬戸物町 | | 御堂前町 | |
| 都市銀行B レコード・楽器 薬・化粧品 川魚 写真場 飲食店(寿司) 陶磁器 婦人・子供服 菓子・飲料(天輪焼) 地方銀行 都市銀行C | 同左 携帯電話, 学習塾(2F), 幼児教室 (3F) ドラッグストア(1F), 募集中(2F) 同左 募集中(1F), 消費者金融, リラ クゼーション(2F) 同左 同左, 学習塾(1F, 2F), コン タクト(2F), 貸オフィス(3F) 同左 同左 同左 同上地方銀行 | 三 番 街 通 | 家具 呉服 寝具 履物 時計・貴金属 薬 ベビー用品, 子供服 茶舗・茶道具 酒・食料品 印刷・文具・事務機 紳士用品 パチンコ パン・たばこ 和洋菓子・喫茶 同左(インテリア) 同左(2F), コンビニ(1F) 同左 同左(靴) 同左(宝石・時計・メガネ) 菓子, テナント募集(2F) 同左, 不動産賃貸(2F) 同左(酒+酒房) 同左(文具・印刷) 同左 同左 同左(たばこのみ) 同左(和菓子) |
| 南部町 | | 伯耆町 | |
| はんこ 時計・メガネ 飲食店(寿司) 玩具 洋品・雑貨 薬・化粧品 書店 靴 紙・文具 履物 飲食店 靴 衣料品 服地 化粧品 菓子・喫茶 | 同左 同左 薬・健康食品 飲食店(ぎょうぎチェーン) 家電製品(チェーン) 整骨院(1F), 美容(2F) 同左 同左 同左(オフィス用品) 同左 喫茶(チェーン) 同左 飲食店(お好み焼き) 同左 同左 同左 飲食店(中華料理) | 四 番 街 り | ミシン 婦人用品 毛糸 電話・電気具 青果 男子服飾品 帽子・スポーツ用品 紳士用品・雑貨 カメラ等 袋物・カバン 洋菓子 食堂 既製服(Gパン) 結納用品 衣料リサイクル 洋服修理 靴下・婦人肌着 同上 同左 靴下・婦人肌着 不動産賃貸(チェーン) 同左(帽子) 紳士用品 空店舗 同左 婦人服 同左 コーヒー豆店 同左 同左 |
| 風呂屋町商店街 | | 納屋町商店街 | |
| 都市銀行D | 同左 | | |

囲気を明るく現代的にするのみでなく、扱う商品になんらか個性を打ち出す工夫をしばしば凝らしている。たとえば、伏見は灘と並ぶ酒どころと言われつつも全国的によく流通しているのは数種のブランドのみである。その他のブランドでも全国的に知られたものもあるが、小さな酒蔵では問屋も取り扱わないものがあったりする。かつ、そのなかに万人向きではなくとも魅力ある個性を持った酒もある。そこで、28ある伏見の酒蔵のすべてを足繁く廻って、小さな酒蔵のものを含めて80種以上の伏見の酒を取り揃え、カウンターで提供するとともに好みのものを購入してもらうという、伏見の地域性をうまく取り込んだ酒舗が登場している。また、伝来の京菓子を大切に継承しているところもあれば、老舗としての蓄積を生かした茶舗もある。さらに、ブランドメーカーと提携して個性化した靴店も見られる⁴⁵⁾。とともに、明るく現代化した店のなかに、とくに北側エリアでは、ビル化して上階にテナントを入れている店も目立つ。

のみならず、一定の専門性を有し、商店街振興会の三役を務めてきたような名門店がいくつか閉店したり、自らの店は2階に設けて人が出入りしやすい1階は貸し出すといったスタイルをとっていることが注目される。業種によっては工夫を凝らしてもなかなか時代の波に抗いがたく、専門店としてはやってゆきづらくなっている店も必ずしも少なくないことをうかがわせるわけである。じっさいこの10年で見ると、二番街、三番街だけで5店の婦人服、子供服、あ

るいは服飾雑貨を扱った店が閉じている。レコード・楽器店(近年はCD、ビデオ店)が消えたのもこの時期である。四番街にまで目を向ければ、この5年間でやはり名門の紳士服店が姿を消し、カメラ店が閉じている。さらに、10年前に存在した宝飾店も見当たらない。豊かな社会の到来、ないしJ.ボードリヤールが言うところの「記号消費」の時代、すなわち差異化をキーワードとし、いっそうの専門性を求める高度消費社会の到来とともに苦戦を強いられることとなった少なからずの専門店が、90年代以降危機にさらされはじめ、時の経過とともにその危機が深まっているのではないかと、換言すれば、時代の波との闘いはいわばボディブローのようにじわじわと店の体力を消耗させ、子どもに店を継がせるだけの明るい展望もなかなか切り開きたいといった契機も加わり⁴⁶⁾、残念ながら幕引きの時代を迎えつつある専門店も増えているのではないかと推測される。

こうして、大手筋商店街を特徴づけていた、一定の専門性を備えた買回り品の店が大きく二分ないし三分されつつあることが看取される。まず、店舗の雰囲気や現代化したり、巧みに個性を打ち出して時代にうまく適応できているグループ。第二に、ビル化して自店の他にテナントを入れながらサバイバルを図るグループ。但し、ビル化とともに自店の現代化を実現している店も少なくなく、これらふたつのグループは截然とは区別しがたい。そして最後に、退出するグループ(自店を閉じてテナントに貸し出す

45) 『るるぶ伏見』(前掲)、11ページの店舗紹介を参照。

46) 大手筋商店街振興組合の調査では、後継者に現業種の継承・発展を期待する組合員が半数強、異業種との組み合わせや業種の転換を含めて時代に適応した発展を期待する組合員が4分の1弱、後継者未定という組合員が5分の1強であった。現業種の将来性への不安ばかりではなく、子どもの年齢や性別によっても後継者未定という回答がなされようから、この数字は決して高くないのかもしれない。じっさい、調査結果の分析において、いまや過半の商店街において後継者未定という回答が5割を超えていることが指摘されている。ただ、そうした一般の商店街の状況はこの業界がいかに将来への不安にさらされているかを如実に示しているとも受け取れる。また、異業種との結合や業種転換を許容した回答と後継者未定という回答を合わせるとほぼ5割に達するということからすれば、大手筋商店街も必ずしも安閑とはしておれないと意識されているようにも解される。京都商店街振興組合連合会・伏見大手筋商店街振興組合『商店街振興組合における空店舗の動向とその対応策について』(2004年)2、157ページ参照。

ケースを含む)である。となると、地域コミュニティの核としてその求心力を維持してきたこの商店街の特質そのものが解体しはじめているようにも解される。

だが、ビルのテナントとして新しく加わったり、入れ替わって参入した店が、時代に適応して個性化し、一定の専門性を備えているとすれば、業種は変化しても買回り品の店がそれなりに広範に展開する商店街という特質そのものは維持されていることとなろう。そこで、本節の締め括りとして、どのような店舗が新しく加わったのかを確認してみる。すると、ここでも2つの潮流が混在していることに気づく。

すなわち、一方で、数多く進出してきた美容室あるいは飲食店やレストラン、さらに和菓子支店やチェーンの喫茶店のなかに、著名なブランドや専門性を有した店が含まれている。旅行業店もそのなかに数えられよう。また、2階、3階と二つのフロアを占有する規模の居酒屋も加わった。ちなみに、かの美容室は大手筋商店街が実施した消費者アンケートで要望の多かった店を積極的に誘致したものである⁴⁷⁾。

他方で、惣菜・弁当、食料品スーパーマーケット、100円ショップ、コンビニ、ドラッグストアなど、日用品的な価格でアピールする店も少なからず見出される。四番街に登場した衣料品店もリーズナブルな価格でなかなか健闘しているように見受けられた。

くわえて、リラクゼーションや整骨院が散見されるのが目を引く。健康志向の浸透、とりわけ高齢化社会の深まりを反映しているところがあるのだが、そのあたりは次節であらためて取り上げたい。

ちなみに、ビル化したところに参入したテナントの入れ替わりもかなり激しい。たとえば、二番街の和風料理店もレストランも業種は同じだが、店は5年前と交替している。

VI 結び

1960年代後半、日本が高度経済成長期の頂点に近づいていた頃の大手筋商店街は、伏見の中心商店街としてそこそこ幅広く買回り品の店をも揃えて、巷によくある商店街とはひと味異なる個性を有し、商圈も京都府南部域にまで広がるほどであった。そうした意味では、地域コミュニティの核となる商店街としての力を十分に備えていたと思われる。換言すれば、その頃伏見はまだそうした商店街を持ちうる程度に自立性を保持していたわけである。

しかしながら、「豊かな」社会ないし高度消費社会の到来は、より大規模な集積力を基礎とした諸専門店の差異化、いっそうの専門化を求める方向に人々の消費スタイルを変化させた。さらに、クルマ社会への移行のなかで、大手筋商店街の場合、一方でクルマ社会以前の都市構造を持った周辺地域の中心部に立地するがゆえに適応がままならず、他方で周辺地域の中心部に留まるがゆえに公共交通機関網による補完も不十分であった。こうした結果、高度消費社会が成熟してゆくとともに専門店としては苦戦を免れない店も少なからず生み出された。また、そうした店に代わり参入してきた店に目を向けてみると、おしゃれな雰囲気や専門性をアピールする店が少なからず見出される一方で、リーズナブルな価格に訴える店もまた少なくなかった。こうして大手筋商店街は、1970年代から現代にかけて、専門性の高い買回り品の商店街というイメージをより強める方向へうまく移行していったようには見えない。むしろ、高度消費社会が成熟してゆくなかで、都心の繁華街と真っ向から競合するタイプの副都心的商店街を目指すのは難しくなっていると思われる。

それはひとり大手筋商店街の問題ではなかつ

47) 同上調査報告書、97、119-120ページなど参照。ちなみに、アンケートで名前の挙がった諸店への打診の結果では、他にも出店を積極的に検討してよいという回答が数店存在したそうである。同上119ページ以下参照。

たことをもあらためて確認しておこう。伏見規模の人口集積を基盤にしてはなかなか成り立ち難いレベルの専門店の差異化、洗練化を要求した記号消費という消費スタイルの広がり、及びクルマ社会の到来とともにむしろ制約に転じてしまった中途半端な「中心部」性という大手筋商店街が直面した二つの壁は、多くの地方都市の中心商店街に共通するものである⁴⁸⁾。

と同時に、前節では大手筋商店街が決して時代にただ取り残されていきつつあるわけではないことも見た。では、そのためにどのような努力が払われていたであろうか。そこに上述の壁を乗り越えるための手掛かりは潜んでいないかという問題関心を念頭に置きつつ、そうした努力を再確認してみよう。

まず、さまざまに工夫を凝らして個性を打ち出し、時代に適応していつている専門店の存在がある。さらに、新規参入店のなかにはブランド性や専門性の高いものも含まれていた。しかも、それは消費者アンケートの結果に従って人気店を誘致するといったこの商店街の努力の成果でもあった。のみならず、大型スーパーマーケットの早期進出という洗礼を浴びたことがかえってこの商店街を他の商店街と異なる方向へいち早く歩み出させたところがある。

すなわち、大手筋商店街は大型スーパーマーケットの進出を押しとどめえなかったがゆえにむしろ後者との共生を図った。たとえば、後者がチラシを撒布するときには大手筋商店街としては採算的に撒布が困難なエリアを組み入れることを後者の経営者に要請するなど、後者の集客力を利用する戦略を打ち出したのである。しかも、こうした戦略に対して大型スーパーマーケットの地元進出に反対している京都市内の他の商店街からは融和的過ぎるといった批判を浴

びた際、大手筋商店街は次のように切返した。あなた方は自らのことばかりではなく、大型スーパーマーケットの進出が消費者にはどのように受けとめられているかほんとうに真摯に考えたことはあるか、反対運動で進出を食い止めている間に商店街として消費者のためにどれだけの努力を重ねてきたのか、と⁴⁹⁾。つまり、大型スーパーマーケットの進出を受け入れるしか選択肢がなかったがゆえに、かえって冷静に消費者の視点に立てば事態がどのように見えているかに思いをめぐらすことができ、それを踏まえて事態にどう対処すべきかを考えていったというわけである。

先に触れた消費者アンケートで要望の多かった業種、企業に積極的に働きかけてその誘致を図ったのもこうした姿勢の一環であろう。さらに、消費者にとって魅力ある商店街であるために積極的な設備投資を惜しんでこなかった。カラー舗装(1978年)やその補修(1990年)、あるいは四層式ガレージ建設(1986年)などが想起されるわけだが、なんといってもソーラーアーケードの建設はその白眉であろう。

しかも、この積極的な設備投資には2つのことが読み取れる。まず、既に触れたが、時流に抗し得ず自店は閉じることになっても商店街が活力を保っていればテナント店舗の貸し出しといった活路を見出せるという、ある種割り切った考え方である。時代とともに業態を柔軟に変化させるのはやむをえないし、また商店街としては必要という合理的感覚がこの商店街には存在している。

のみならず、積極的な設備投資には、「街づくりのために商店街を残したい」という、本稿としてより注目したい想いも込められていた。だからまた、大手筋商店街には、地域子育てステ

48) 注9) 参照。なお、コンパクトシティとの関わりでは、海道氏も、「わが国の都市地域の構造は、近代になってからも、自動車が普及するまでは、かなりコンパクトで環境循環的な姿を保っていた」と、クルマ社会の到来がもたらしたインパクトの大きさについて注意を促している。前掲書 18-19 ページ参照。

49) 奥田氏からのヒアリングに拠る。

表 8 大手筋商店街への要望

(1) 宇治・城陽・久御山在住の京都府消費者モニターアンケート (1994年, 55名)

| | |
|---------------|-------------|
| ① こんなお店があればよい | ② 娯楽施設や環境整備 |
| 大型書店 8名 | 駐車場 20名 |
| ブティック 6 | 映画館 16 |
| 手芸洋品店 5 | カルチャーセンター 6 |
| 各種専門店 4 | コンサートホール 6 |
| (玩具, 子供服等) | 広場 6 |
| ファーストフード 4 | 公園 6 |
| 自然食品 3 | 道路 6 |
| 輸入食品・雑貨 3 | イベント広場 5 |

(2) 伏見区12地区婦人会アンケート (1994年, 110名)

— こんなお店があればよい —

| | |
|----------------|--------------|
| ファーストフード 47名 | ケーキ・菓子 14名 |
| 喫茶・コーヒー 41 | 大型書店 10 |
| 寿司・そば・うどん 37 | (+大型レコード店 4) |
| 衣料品 31 | 高級料理店 10 |
| 和・洋・中華レストラン 23 | 専門総合食料品店 |
| 履物 19 | 自然食品等 8 |
| レジャー・スポーツ用品 16 | |

(出所) 表6に同じ

ーション「ばおばおの家」が商店街振興会の運営する文化センターとして設置され、授乳、オムツ交換などに便宜が図られるとともに、保健師による育児相談が開催されるなど、公共的役割へ関心が払われている。車椅子貸し出しサービスもそうした一環であろうし、もうひとつの文化センター「ひまわり」による「健康マージャン」の普及活動も、高齢化社会が深化していくなかで社会的に何が求められているかを考えてのものである。

すなわち、しばしば指摘されるところだが、病院の待合室は高齢者にとって一種の社交場ともなっている。大手筋商店街もまた、近隣の整骨院の診療開始時間近くになるとその門前に少なからずの高齢者を目にした。そして、現代に

においては高齢者が他者との交流を求めながら、家族をも含めてそのニーズを充たしてくれる他者が少ないことを痛感した。昼間に、お金を賭けず、タバコの煙とも無縁の健康的なマージャンの席を提供しようとしたのは、高齢者のこうした切実なニーズに応じて、女性も含めて誰もが近づきやすく楽しい憩いの場を提供することを意図したものというわけである⁵⁰⁾。

さらに、商店街振興組合による運営ではないが、献血ルームも設けられ、年間延べ約1万人の献血者によって利用されている。近年京都駅前にも設けられたが、かつては四条通りとここだけだったそうで、伏見が現代においても京都市中心部とは少し離れた地域の拠点として着目される存在であることを、つまりコンパクトシ

50) 奥田氏によれば、東京への視察の際に健康マージャンについて示唆を得られたということである。開設には紆余曲折を経たが、会員数も600名(2007年)を超えるまで成長している。店長の木村守氏からもヒアリングさせていただいたが、その折にも女性の来訪者が見られたし、ハンディキャップを負った人へのきめ細かいケアが実施されるなど設立の意図を生かした取り組みがなされ、京都市北部にまで来訪者が広がっているとのことであった。但し、商店街から少し外れたところに立地していて、この企画を商店街の活性化にどう結びつけられるかについてはまだ手探りのところも認められるようである。

ティに通じる意義をなお保持していることを示唆している点でも興味深い⁵¹⁾。

この点は、大手筋商店街にどのような店や施設があったらよいかという近年の消費者アンケートからも確認できる。すなわち、表8(前ページ)のように、宇治市や城陽市、久御山町に住む人々からも伏見区内に住む人々からも異口同音に、大型書店や輸入食品店、自然食品店などが挙げられている。その他、ブティック、手芸洋品店、レジャー・スポーツ用品など、要するに一定の専門性を求められる買回り品の店に対するニーズは依然としてかなり存在しているのである。また、映画館へのニーズは高く、カルチャーセンター、コンサートホールといった文化施設もそこそこの比率で要望されている⁵²⁾。

たしかに、大手筋商店街の近傍を含めて、伏見区内で京阪沿線に住む人々にとっては京都市中心部の繁華街も決して遠い存在ではない。だが、横大路や下鳥羽は言うまでもなく、旧伏見市内でも市バスのほうが利用しやすいエリアに居住する人々にとって、あるいは京都府南部地域に住む人々にとって乗り換えに要する時間をも含めたとき、京都市中心部の繁華街までの外出はそう気軽というわけにはゆかない。とくに高齢者にはそうである。

こうして、この地域に数多の商店街とはひと味異なる商店街、いわゆるハレの場を体験できる商店街を求める声は現代でも必ずしも少なく、そのゆえんも理解しうる。それに応えるには、ハレの場であること、したがってウインドウショッピングをも含めた華やぎや楽しさを

意識させる核となる一群の店やエリアが求められる。また、高度な専門店やおしゃれな雰囲気の喫茶店、レストランのエリアと日用品のエリアというような棲み分け、メリハリをいっそう強めることも必要とされよう。

さらに、大手筋商店街へ行けばどのような華やぎ、楽しさに出会えるのかを明確に訴える、商店街としての「統一コンセプト」がどこまで確立されているのかも問われることとなる。たしかに、先述のように、地域性や歴史性をうまく活用しながら日本酒や茶を「個性」として打ち出し成功している専門店がある。酒は伏流水(伏水)に通じるが、生花店が地下水を巧みに利用していたりする。また、からくり時計に地酒のミニ樽が利用され、地方銀行のウインドウにもそうしたミニ樽が飾られているように、既にこうした方向での一定の努力は重ねられているとみてとれる。だが、静岡市の呉服町名店街をはじめ、商店街として組織的に秀れた商品を選定、開発してアピールしてゆこうという「一店逸品」運動が全国に広まってゆくなかで、富山県高岡市末広町商店街のように街の歴史を生かしながら商店街として統一テーマを持って新商品を開発し、活性化を図ろうとするようなところも生まれている。こうした努力もどこまで持続的に成功するか必ずしも定かでないが⁵³⁾、せっかくの恵まれた地域性、歴史性を商店街として組織的にどう生かすか検討の余地はあろう。

この点、若干敷衍すれば、現代のサービス産業界は「ディズニーランド化」時代に入っているとされる。遊園地のみでなく、ショッピング

51) 献血ルームの職員の方から教示を得た。

52) 前掲調査報告書『商店街振興組合における空き店舗の動向とその対応策について』参照。

53) 鶴野礼子『元気な商店街7つの秘訣』ダイヤモンド社、2003年、第3章参照。但し、同書によれば、末広町の場合、初年度は「(大伴家持→)万葉」、次年度は「瑞龍寺」と続いたが、3年目は「べっぴん」が統一テーマとされ、4年目の2001年でひとまず終幕している。つまり、土地柄を継続的に強く打ち出そうとしたものに至りえない試行に留まった感がある。とはいえ、参加諸店の意識改革という点では大きな成果を挙げたと鶴野氏は評価している。ちなみに、インターネット上での地元チューリップテレビ(TBS系)のニュース(2009年6月17日)の紹介によれば、2002年以降下降傾向にあった人通りも2008年は1日3千人台に回復した。だが、空き店舗もかなり存在し、高岡市開町400年に同市を訪れる観光客を迎える高岡市の玄関口にふさわしい商店街の景観とすべく、空き店舗5つに前田家由来の梅鉢をあしらったのれん3種が飾られたとのことである。

グモール、ホテル、レストラン、さらに博物館などまでが、それぞれに統一されたテーマを備えて雰囲気を出し、意外な組み合わせで楽しませてくれるハイブリッド消費を提供し、さらに土産や思い出づくりにロゴをつけた商品を溢れさせつつあるというわけである。ショッピングモールについて言えば、ディズニー化、テーマパーク化には次のような意味を見い出せる。まず、いまや買い物という行為は欲しいものを買うための「手段」としての行為ではなく、ショッピングという行為自身が娯楽であり、「目的化」する度合いを強めているということへの対応である。さらに、記号消費＝差別化を推し進めていったとき個々の商品単体での差別化では限界に到達しても、異分野と思われていた消費対象と組み合わせることで新しい差別化の領野を切り開くことができる。そのさい、その組み合わせを後押しする背景としてテーマ化が貢献する。のみならず、消費者がその場に長く留まってくれればくれるほどお金も落としていってくれるということからすれば、長く留まってもらうための工夫、その場を楽しんでもらう工夫が必要となる。テーマ化、それに伴う演出がそうした工夫にほかならないことはことわるまでもないであろう。要するに、現代の消費のあり方は、もはや個々の商品の記号化という段階を超えて、全体としての消費の「場」そのものが

問われる段階に到達しているということなのである⁵⁴⁾。

ハイブリッド消費としての活用をも視野に大手筋商店街の共有テーマ候補をさらに探れば、ソーラーアーケードに託した「環境にも人にもやさしい商店街」という理念もまた浮上してくる。京都市中心部の繁華街と真っ向から競合しないものを目指すとするれば、ニッチを開拓して個性を打ち出すことが求められる。先に紹介した酒舗の工夫も取次店のニッチをうまく衝いたものにほかならないが、そうした工夫は「環境にも人にもやさしい」かたちで追求できる可能性をもっているのではというわけである。

じっさい、現在でもリサイクルショップがいくつか登場してきているが、ヒアリングでは、名古屋を拠点とするあるショップを参考に、ファッション製品やAV機器などのセカンドハンドを大規模に取り扱うビジネスへの関心をうかがえた⁵⁵⁾。たしかに、一方で記号消費社会として流行品が次々と使い捨てられ、他方で資源を大切にす環境にやさしい生活が求められるなかで、バッグ、アクセサリあるいは衣料品であれ、パソコンやカメラであれ、セカンドハンド商品への抵抗感は薄れてきている。とくに大学生や高校生にとって、あるいは主婦や熟年女性にとっても、手軽な価格でおしゃれなものが幅広く選べる商店街は魅力的であろう⁵⁶⁾。

54) A. ブライマン、能登路雅子監訳『ディズニー化する社会』明石書店、2008年、とくに14-15、20-21、40-41、76、114-116、145-147、150-152、282-286、300-302ページなど参照。なお、同書では、ディズニー化の不可欠の要素として「パフォーマンス労働」に、さらにテーマパークにおける「管理と監視」という興味深い論点にも、立ち入った考察が展開されている。また、日本のマーケティング業界をリードする主体のひとつ電通も、1960年代のモノの大量消費の時代から70年代のモノを自らのテイストで選び取ろうとするスタイル消費（＝ライフスタイルのアピール）の時代を経て、80年代には「非日常性を演出してくれるさまざまな『空間』や『場』、さらには「非日常的なシーンにキャスティングされている自分の姿に酔いしれる」ことを求めるシーン消費の時代へと、消費社会が変遷していったとみている。電通ヤング&ルビカム・アパス（株）マーケティング局編著『セツナ・さ・世代！』ダイヤモンド社、1990年、44-53ページ参照。スタイル消費の時代については、それを牽引した渋谷パルコや池袋西武デパートの広告について当事者が論じている、辻井喬、上野千鶴子『ポスト消費社会のゆくえ』文春新書、2008年、88-91、98-99、102-105、108-112ページなどをも参照。

55) 奥田氏からのヒアリングに基づく。

56) 聖母女学院短期大学における伏見・深草学の講義に際して、大手筋商店街をもっと若者に身近な街にする方をレポート課題として設けた折に、衣料品のセカンドハンドの店があればというアイデアを提供してくれた学生がいた。単なる思いつきではなく、じっさいに大手筋商店街を探訪したうえで、したがってこの商店街の雰囲気を实地に見聞したうえで若い女性からの回答として、尊重に値しよう。

ただ、こうしたビジネスは、たしかに資源を大切にしようという時代の風を体現したものであり、またかつてのやや暗いイメージを脱却したセカンドハンドビジネスを見直していちはやく取り組むという意味ではニッチを衝くものと言えるが、使い捨てる消費スタイルを前提にして、むしろそれを補完する役割を担うことともなりえよう。現代の消費スタイルそのものを見直し、真に環境にやさしい消費スタイルを切り開くのであれば、使い捨てる消費スタイルとともに広がった、「商品を楽しむだけの消費者の創出」ないし「生産者と消費者との徹底的な分離」とそれが随伴する消費者の能力の退化を打破するような、ニッチを衝くビジネスもありうるのではないだろうか⁵⁷⁾。先に触れた消費者アンケートにも手芸用品店への要望が見出されたが、手芸教室などと組み合わせ、さらに作品の展示ルームとそこでの手芸愛好家の交流の機会も提供しながら、自らセーターを編み、だからまた編み直しによる再生をなす能力をも備えた消費者を取り戻してゆくといった店舗が考えられる。食材や調理器具を扱う店舗共同で

の料理教室、あるいは玩具店で子ども対象の手づくりの遊び講習会などにも広げてゆけよう。

さらにまた、「環境にも人にもやさしい商店街」として、高齢者にとっての憩いの場、触れ合いの場を提供する商店街という選択肢もありうる。これは、先に触れたように健康マージャンの普及活動というかたちでこの商店街自身が模索している方向性のひとつでもある。また、近年いくつか登場してきているリラクゼーションの店とも結びつきうるであろうし、健康志向という点では従来からこの商店街を彩ってきた薬局、さらに健康食品を扱う店などとも相乗効果を期待できる。

のみならず、やはり消費者からの要望が見出された自然食品の店は、環境と健康とをつなぐ環にもなりうる。しかも、それは自然食品を素材とするメニューを提供するレストランや飲食店、喫茶店と連携してもよい。さらに言えば、地域で採れた食材を生かした地域文化としての食を楽しむ場になれば、スローフード運動⁵⁸⁾に連なるわけである。

また、環境にやさしく、安全な農産物の提供

57) I. イリイチは、産業社会において消費財が商品として生産されるようになるとともに、その商品を消費できるように準備する仕事(店で購入し、家庭まで運び、調理するなど)が付随的に発生、拡大していったことに注目し、シャドウ・ワークという言葉を造語した。そうした活動が、表の活動としての生産活動に「影法師」のように付随し、かつ「わずらわしい時間のロス」をなすものであることに着目した造語である。「わずらわしい時間のロスをなすもの」という見方は、そうした労働が商品として提供された規格品を、クルマや電気製品といったやはり商品として提供された規格品を駆使しながら利用するというかたちで内容を外部的に規定され、産業化以前の「生活の自立と自存をつくりだす」労働とは対照的に、「ますます孤独で、ますます生気のない、ますます非人格的な、ますます時間濫費的なもの」となっているという認識に基づいている。現代において、商品化はますますニッチへと浸透して、たとえば調理といった最終加工部面の労働をますます割愛できるように「便利な」世の中をつくりだすようになっていく。だが、それは本来人々が備えていた「生活の自立と自存をつくりだす」能力を萎縮させていっているという意味では、イリイチがシャドウ・ワークの拡大に見ていた危惧に相通じる。イリイチがシャドウ・ワークに対抗して取り戻そうとしていた「ヴァンキュラーな」活動、土地に根付いた、居住者の「生活の自立と自存」を支える活動への関心を本稿もまた共有する所以である。玉野井芳郎訳『ジェンダー』岩波書店、1998年、93-95、107-108ページ、さらに玉野井芳郎、栗原彬訳『シャドウ・ワーク』、岩波現代選書、1982年、3、11、42-43、46-49、68-72、118、120-121、192-194ページなどを参照。

58) スローフード運動を活発に唱道している島村業津氏は、この運動がいかに広大な射程を内包したものであるかを、スローフード運動の発祥地イタリアのバルで目にした光景を素材に巧みに訴えている。すなわち、マニュアルに縛られた日本のファーストフード店と対比しつつ、メニューにない一見「無茶やがな」と思わせるような注文にでも機転を利かせて応じるイタリアのバルの柔軟さに、予期せぬわがままな注文がかえって店員の想像力をかきたて、ファンタジーを育む効用を見出し、「自分で考え、フレキシブルに自分で判断を下せる人間が真ん中にいる」システムの居心地のよさを見事に描出している。同氏『バル、コーヒー、イタリア人』光文社新書、2007年、70ページ以下参照。

に関わって、消費者と生産者とが直接に交流できる場を創り出すことも興味深い。いろいろな工夫や苦勞をしながら農産物をつくっている農家と消費者とがカオの見える関係を築き、率直にそれぞれの要望や抱える問題をぶつけあい、相互理解を深めながら、品質や価格の合意点を見出してゆくことで、人にも環境にもやさしい農業経営の安定化を図り、さらにいっそうのレベルアップをも期待できよう。この点、京都市の周辺地として農地を残す伏見に大手筋商店街が立地していることはむしろ強みとなる⁵⁹⁾。

最後に、この商店街の活性化は、行政やTMO夢工房などと連携しながら、地域の力を結集して取り組んだときいっそう大きな成果を期待しうる十分な可能性を持っていることに触れておこう。すなわち、地域資源という点では、龍馬通り商店街を少し外れたところにきわめて興味深い地区が存在している。たとえば、かつての酒蔵を利用した飲食店が経営されて人気を呼んでいる。また、その近傍にはやはり大手酒造メーカーが自らの発祥の地の酒蔵を改装して伝統的の酒造用具等を展示し、酒造りの工程を見学さ

せてくれる記念館を設けている。さらに、夢工房がかつての十石舟を復元して運行し、観光客を誘致しているといった具合である。こうした地区と連携できれば、大手筋商店街の個性の明確化、華やぎや楽しさの演出におおいに寄与しよう。

こうして地域全体と力を合わせて大手筋商店街が個性ある商店街として集客力を高めてゆけば、大型書店や、封切りではなくても名画を低価格で提供したり、マイノリティ向けだが良質の映画を上映する映画館を持つことにも近づいてゆける。大型書店は、それ自身が集客力を有するという面からも魅力的である⁶⁰⁾。また、団塊の世代が元気な高齢者の仲間入りをしようという今日、うえのような映画館へのニーズは従来以上に高まってゆこう。

このように、地域コミュニティの核として大手筋商店街のいっそうの活性化を模索することは必ずしも基盤のない話ではない。また、京都市中心部の繁華街と真っ向から競合するタイプの中心商店街を目指すのはもはや難しいということも悲観的にのみ受けとめる必要はない。う

59) 本来、コンパクトシティという構想には、郊外に歯止めなく広がってゆく都市のあり方に対するアンチテーゼという側面があり、農村は農村らしく保全しようと考えている。と同時に、都市と農村とが近隣コミュニティとして交流を深め、支え合うことをも期待している。じっさい、コンパクトシティの擁護者は、単に商業的にぎわいや活力があるだけでなく、美の都市、エコロジカルな都市、多様な都市でもあること、さらには「ほっとして、生きる価値を見いだせる」ことを志向しており、そうした要素の一部は近隣の農村との交流を深めることのうちにこそ求められるところであろう。コンパクトシティを厳格にクルマに依拠しないで暮らせる規模の都市と捉えたとすれば、農村はあくまで近隣コミュニティに留まるが、自らの志向の一部を農村にこそ求めるのであるとすれば、また農村の側でもハレの場として都市的要素を不可欠なものとするであろうから、もう少しゆるやかに「さほどクルマに依存しない、コンパクトにまとまった地域社会」といった程度に捉えて、相互に独立したコミュニティ間の関係としてよりも、同じコミュニティの一員としてトータルなコミュニティ像がどうあるべきかを忌憚なく議論し合える関係を築いたほうがよいのではなからうか。大手筋商店街を核とするコンパクトシティを構想する場合、筆者としては、横大路や下鳥羽といった農村的要素をなお残した地区をも一体としてイメージしたいと思う。なお、狭義のコンパクトシティについては、海道氏、前掲書、27、164-166、169、253、255ページなど参照。また、コンパクトシティが本来、現代のライフスタイルに対しての多岐の側面にわたる、まさしく総合的な問題提起であることについては、注1)、3)、4)、5)、8)、18)、57)、58)を参照。

60) 撤退したスーパー跡のビルには上階に100円ショップが設けられていた。奥田氏によれば、上階に顧客が入りやすい店があれば途中階にある諸店に目が向けられる機会も増えるといういわゆる滴下効果を期待してとのことであった。だとすれば、行政からの支援やNPOの協力を得た文化ホールなどと一体で大型書店をこうしたビルの上階に誘致するといったことも考えられなくはない。ちなみに、映画館について言えば、かつて存在したそれは成人映画中心に向かい、大手筋商店街の全般的顧客層を考えれば商店街のイメージを損なうことにもなっていたと思われるが、前掲の『るぶ伏見』誌によれば商店街が企画した名画の上映会(利休、love letter)は大入り満員となり、遠くから足を運んでくれた人々もあったという。同誌9ページ参照。

えに挙げてきた選択肢のどれを選び、またそれらをどう組み合わせながらどう洗練させてゆくかにも依存するが、ピンチはチャンスなのでもあって、真っ向から競合するのではなくニッチの開拓を求めるからこそ、現代社会をかたちづくる経済成長パラノイアと記号消費社会の生活スタイルから少しズレて、地域とその歴史に根を張るといふ生活環境主義を体現しながら、環境にも人にもやさしい街づくりを地域ぐるみで先進的に追求することもできる。つまり、野口説と響き合うかたちでの活性化を追求する可能性は存在していると解されるのである。

だが同時に、上述のところはこのチャレンジが決して容易なものではないことをも示唆している。伊藤説に照らせば、大手筋商店街には、都心部のそれとは競うべくもないとしてもそれなりのハレの場として、さらに地域コミュニティの中核として存立して欲しいというニーズはある。また、いくつかの注目すべき資源も備えられている。だが、それら諸資源間には相互矛盾も見出される。ディズニー化の時代に適応しようとするハレの場としての性格を強めようとするれば、少なからず存在する日用品を扱う諸店の利害と衝突する。また、テーマ化を進めるとしても、どうした年代の顧客をターゲットにするかで、例示した上述の選択肢間でも矛盾が生じうるといふ具合である。そもそも、どのような性格の中心商店街を目指すのかというところで、地域にとっての生活拠点であることを第一とし

てそこそこの集客力でもよしとするのか、むしろなにより集客力、賑わいに焦点を当てるのかというように対立が生じる。しかもそれは、人気はあるがこの地域にしっかりと根を下ろして地域の一員になろうという意志は必ずしも強くないかもしれない店、たとえばチェーン店の支店を外部からテナントとしてどの程度招致すべきなのかといった戦術面にも波及する⁶¹⁾。ここには、前節で垣間見たように、自らの店を将来どのように運営してゆこうかという各個別事業主の思惑も絡んでくるであろうから、合意形成は容易でない。まして、どのような棲み分けをおこなうかという点で利害衝突を孕んだ周辺の商店街と調整を進めてゆくとなると、合意形成のためのきわめて粘り強い議論を重ねてゆく組織を構築できるか、関係者相互の信頼関係はあるのか、あるいはまとめあげるリーダーシップといずれの関係者からも信頼性を兼ね備えたリーダー候補は見出せるかといった難しい問題に直面することとなる。ここには、行政が公、共、私三者の対等な一員というスタンスを保ちつつどれだけ真摯にこの合意形成プロセスを支え、またいわゆる社会資本の整備を含めた外部条件の整備に力を注ぐかも、きわめて重要な契機として関わってこよう⁶²⁾。かつ、後者は京都市が伏見地域をどのように位置づけようとするかにも依存する。

こうして、大手筋商店街の地域コミュニティの核としての活性化、ひいては伏見のコンパクト

61) テナントがチェーン店の支店の場合、商店街が全体としてなんらかのプロジェクトに取り組もうとしても、支店の責任者は、当地の事情について熟知していないし、深い関心も持たない本店の指示をまたないと、そのプロジェクトにどのような姿勢で関わるかを決めかねるといったことが生じうる。なお、奥田氏は、振興会の理事候補が相対的に限られてきていることに懸念を示されていた。

62) 市民の自主的取り組みという点で類似の性格を持つ環境NGOやNPOも、日本の社会風土の中で財政的にも組織運営を支える人材面でも窮屈にやりくりせざるをえない実情にある。そうしたなか、環境NGOに対する筆者のヒアリング経験においても、厳しい状況のもとでメンバーの求心力となって組織を持続させてゆくうえできわめて重要な役割を果たしていたのがリーダーの人格と的確なリーダーシップの発揮であった。また、行政の関わり方については、たとえば、前出の経済経営研究所主催ワークショップ(第1回)における彦根市の4番町スクエアプロジェクトの事例が示唆的なところをもつ。講演くださった彦根市都市計画課長寺田修氏にあらためて深謝するとともに、その紹介については別稿を期したいと思う。

トシティ化⁶³⁾という夢のプロジェクトにとって、21世紀初頭の日本が抱える時代的課題に対してどれほど魅力的、説得的、かつ現実的な構想を提示できるか否かこそ大きな鍵をなすことがあらためて確認される。そうした構想があってこそ、京都市の、さらにまたさまざまな個別利害を抱えた周辺地域や個別事業主の協力を得られようからである。その意味で、このプロジェクトはそれ自身、この地域が関係者の粘り強い議論を経てそうした構想を見事に生み出しうる力量を持つか、換言すれば、野口氏の言う新しい市民を担い手として真に地域ガバナンスを実現する力を培ってきたか、ひいてはコンパクトシティをめざす資質を備えているのかをはかる格好の試金石であり、またそうした力を鍛える格好の場でもあるということになろう。

63) 本稿で伏見のコンパクトシティ化をイメージする場合、注59)に記したようにゆるやかに捉えている。また、注18)をも参照。

A Consideration on Reconstruction of Shopping Districts in Local Cities

Naoki Umezawa

As global environmental issues are becoming more seriously and Japanese society is suffered from rapid aging, there is a growing concern for the concept of “compact cities”. Shopping districts should play essential role in this concept. However, in small cities shopping districts continue to decline.

This paper, of which subject is Otesuji shopping district in Fushimi Ward, a southern suburb of Kyoto City, follows the track of its change and challenges during past several decades. It also tries to verify what an ideal shopping district should be like in the present and if the Otesuji shopping district has any prospects for the near future.