

# 商いの新しいものさし

（株）創研研究所  
代表取締役

## 松本 大地

第33回

### 賑わいと生活文化をつくる公共空間

本連載にて公共空間のことに触れるのは初めてだが、公共施設である市庁舎が街の集客装置になり、街の活性化に大きく

寄与した新しい商いのものさしを紹介する。

新潟県長岡市は人口28万人の地方都市であるが、モータリゼーションの進行による郊外化に伴い、駅前大通りにあった5軒の百貨店、量販店はすべて撤退し、中心市街地は一気に衰退した。

2007年には新潟県中越沖地震による被災も重なり、平日歩行者通行量は1989年の13万人から、11年には4万人と激減した。震災復興と中心市街地活性化の2つの課題を抱えた市長は、大型店が撤退したビルを分散配置によるまちなか型公共サービス施設にすることに取り組み、要として震災の被害を受けた郊外の庁舎を駅前に移転した。

12年4月、市役所、スポーツアリーナ、そして屋根付きパブリックスペース広場ナカマドが複合された「アオーレ長岡」が誕生した。建築家隈研吾氏の設計によるアオーレ長岡を訪れた人は1年

間でなんと152万人と、長岡市の人口28万人の実に5倍以上を集め、地方都市の中心市街地活性化策の成功事例として注視され、全国の地方自治体や商工会議所などからの視察は763件、1万5000人にも達した。

ナカマドは市民が誰でも気軽に立ち寄ることができ、オシャレで心地良い空間は日常のサードプレイスとして常に賑わいが絶えない。雨や雪でもイベントができるナカマドでは、結婚式、ミニライブ、自動車展示会、ファミリーズマーケットなど様々な用途に使われている。

特筆すべきは、1100人が在籍する市役所職員のための職員食堂をあえて作らなかったこと。地域最大級の事業体である役所には膨大な数の職員が働いており、その職

員の需要だけでも周辺の飲食店に与えるインパクトは相当大きい。合わせて駅直結となったため、バスや電車といった公共交通機関を利用する職員が増え、以前はマイカー通勤が75%だったのが、新庁舎でのマイカー通勤者は20%となった。これにより昼食需要だけではなく、就業時間後に中心部で飲んで帰る職員が増え、空き店舗が目立っていた大通り1階はすべてテナントが入居した。

市役所が継続的、安定的な集客装置になることで、中心市街地活性化につながった一方、市役所総合窓口は新たに設けられたサービス課が日本一の行政サービスを目標し、ホテルや百貨店のようなコンシェルジュの役割を果たしている。

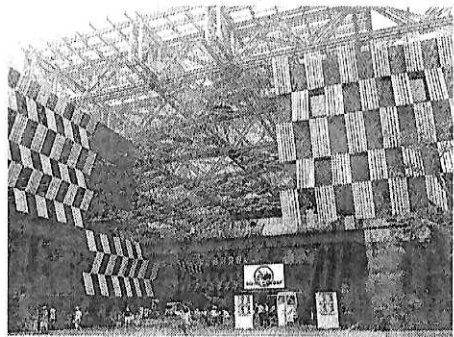
例を挙げれば、婚姻届を提出し終えたカップルがその場で記念写真が撮れるよう、大きなバラの図柄のスクリーンを設置するなど、今までの行政では考えつかない試みがなされている。アオーレ長岡は地方自治体の箱モノ行政、そして意識改革に一石を投じた。

昨今では佐賀県武雄市が、カルチュア・コンビニエンス・クラブを図書館の指定管理者に選定、年中無休の開館とスターバックスを併設した新しい図書館は、街の賑わいと市民価値をつくっている。アオーレ長岡のキャッチフレーズは、「人が出会い、交流が生まれ、絆が深まる場」。それは商業施設だけでなく、公共施設にも謳われるテーマとなってきた。

先般訪れたデンマークの首都コペンハーゲン。その名の由来は「商人たちの港」というだけあって、古き良きヨーロッパの街並みを感じられる。

北欧一の繁華街はデンマーク語で「歩く」「ぶらぶらする」意味のストロイエ。市庁舎前広場から始まり、4つの通りと3つの広場からなる歩行者天国は、人で賑わう最適な買い物通りである。コペンハーゲンに限らずパリの市庁舎広場は人が寄り添う異空間。夏場は砂場をつくり、冬場はクリスマスマーケットに変身する。イタリア語でピアッツァは広場の意味。広場に行き交う人のファッションを眺め、自分のファッションを見せ、お茶やお酒、食事を楽しむピアッツァは大切な生活の一部になっている。

街の中心にありながら、ほとんどが閉じている日本の公共施設だが、街に生活文化スペースを開くことで新しい出会い、賑わいの場となることをアオーレ長岡は見事に実証した。



市民のサードプレイスになったアオーレ長岡