

# 私的空間の公益化の可能性

## —「ナゴヤ商店街オープン」の挑戦と戦略—

竹本 圭吾

名古屋市職員

### はじめに

本論では、名古屋市が商店街・地域商業政策として取り組んでいるナゴヤ商店街オープン（以下、「NSO」という。）と呼称する事業を通じて、企画から運営まで担当してきた筆者が行政職員として経験したこと、考えたことを下敷きに議論を進めていく。NSOは、広い意味では「リノベーションまちづくり」に分類される。リノベーションまちづくりは「遊休化した不動産という空間資源と潜在的な地域資源を活用して、都市・地域経営課題を複合的に解決していくこと」（清水 2014:12）とされる。NSOもこうした考えに倣って名古屋の都市特性も考慮に入れつつ、商店街内の空き店舗活用を通じて地域に新たな人材を呼び込み、地域コミュニティの再生を目指して取り組んできた。

過去6年間でのNSOの成果として、空き店舗を活用した様々な事例が生まれているが、振り返ってみると、収益を上げることよりも、地域コミュニティ

の中で公益的な役割を果たすような場となることが優先されて出来た店舗が多いことに気付かされる。こうした現象を本論では「私的空間の公益化」と呼ぶことにしたい。そして、なぜそのような店舗が生まれることになったのか、NSOの趣旨や枠組みを検証することで明らかにするとともに、公益化された私的空間がどのような可能性を秘めているのか考えたい。

### ナゴヤ商店街オープンの概要

NSOは2018年度より始まった事業であり、市内の商店街に所在する空き店舗を対象に、まちに必要とされる場所としてどう再生するのか、そのプランづくりから実際の開業に至るまで取り組むものである。

NSOは2年度にまたがって実施しており、1年目は商店街内外から公募した8名程の参加者によるワークショップを通じ、空き店舗の再生に向けたプランづくりを行う。ワークショップは概ね全部で5回行い、まち歩き等を通じた地域特性の把握に始まり、様々な背景を持つ参加者からのアイデアの種をプランに盛り込み練り上げていく。年度の終わりには、地域へのプランのお披露目を目的として、具体的な手段は参加者に委ねられるが、対象の空き店舗でプランの一部を試行することなどが行われる。2年目は1年目に検討したプランを実現させるべく、事業者の決定に始まり、空き店舗の賃貸借契

#### たけもと けいご

名古屋市立大学芸術工学部卒業。学士（芸術工学）。専門分野は商店街など地域商業を起点としたまちづくり。2010年に名古屋市入庁。岩手県陸前高田市役所及び中小企業庁商業課へ出向し、東日本大震災からの中心市街地の復興支援や全国の商店街の活性化支援を経験。2017年に名古屋市へ戻り、商店街担当としてナゴヤ商店街オープンの企画・運営に携わる。

図1 ナゴヤ商店街オープンの実績一覧

商店街名(所在区)	ワークショップ実施年度	開業店舗名
大曾根(北区)	2021	つどいタウン
新大門(中村区)	2020	Teapick
名古屋駅西銀座通(中村区)	2018	喫茶モーニング
堀田本町(瑞穂区)	2019	桜華庵
内田橋①(南区)	2022	Calm 植物店
内田橋②(南区)	2023 (※1)	—
笠寺観音①(南区)	2018	かさでらのまち食堂
笠寺観音②(南区)	2023 (※1)	—
柴田①(南区)	2019	シバテーブル
柴田②(南区)	2021	シバテラス
有松(緑区)	2022	モスアリマツ(※2)
西山①(名東区)	2018	ニシヤマナガヤ
西山②(名東区)	2020	Reading Mug

※1:2024年度に開業予定

※2:NSOで対象にした空き店舗とは別の空き店舗で開業

出所:筆者作成

約、リノベーション工事までを行う。事業者はワークショップ参加者から生まれることもあれば、プランに関心を持ったワークショップ参加者以外の者になることもある。その後の賃貸借契約やリノベーション工事にあたっては、後述するNSOの企画や運営を委託するまちづくり会社が助言を行うとともに、名古屋市からも財政的支援を行っている。2年目は開業する事業者が主体的に準備を進めていく段階だが、行政としてもフォローすることで、確実な店舗開業につなげている。

このような枠組みで2023年度までに、市内の9つの商店街で延べ13回実施してきた(図1)。2023年度にワークショップを実施した2回は現在開業に向けた準備を進めているが、それ以前の回については開業に至るプロセスは多様であるものの、それぞれの商店街に新たな店舗が生まれるとともに、エリアの活性化を担う新たな人材が地域に定着している。

## ナゴヤ商店街オープンを始めた経緯

ここでは、NSOの着想の元となった名古屋市西区に所在する円頓寺商店街の取組みについて触れておきたい。円頓寺商店街は名古屋駅から東へ徒歩15分ほどに位置している。名古屋駅から至近であるにも関わらず、他の多くの商店街と同様に2000年代の中ごろまで店舗数は減少の一途を辿り、シャッター商店街の様相であった。しかしながら、2010年ごろを境に変化が生まれる。これまで商店街にはなかったような、スペインバルや高感度なギャラリーが開業し、徐々に街の雰囲気に変化していった。その後も、喫茶とゲストハウスの複合施設、ボルダリングジム、アーバンワイナリーなど個性溢れる店舗が次々と開業し、老舗とも混じり合いながら、魅力的な街並みを形成するに至っている。

こうした変化の発端となったのは、2007年に発

足したまちづくり団体の「<sup>なごや</sup>那古野下町衆」、団体発足から2年後に団体内部の空き店舗対策チームが独立して発足させたまちづくり会社「ナゴノダナバンク<sup>1</sup>」の存在である。ナゴノダナバンクの中心人物は建築家の市原正人と言い、元々は外部から商店街やこの地域に関わっていた。市原たちの成功要因は端的に言えば、商店街内部と外部の橋渡しを行う良質な仲介役となったことにある。仲介役にはコミュニケーションを十分に図りながら地元との関係性を構築することが求められる。市原は自身の店舗を商店街に構えたことで地域からの信頼度が格段に上がり、空き店舗所有者との交渉などが進めやすくなったと述べている。また、商店街の活性化に必要な魅力ある店舗や人材を外部から呼び込むネットワークを有していることも求められる。じっくりと、相性のいい人材を連れてくる戦略が肝要となる。こうした仲介役は、リノベーションまちづくりやエリアマネジメントの文脈では「現代版家守」(清水 2014:60-61)と呼ばれ、まちづくりの重要な役割を担う。本論ではこうした役目を果たす人々を「まちコーディネーター」と呼ぶ。

こうした円頓寺の動きを知るにつれ、ナゴノダナバンクのような存在が他の商店街でも生まれることで、商店街再生に繋がられないかと考えるようになった。NSOの手法は前章で述べたが、市原が自身の店を商店街に構えたことで活動が進めやすくなったように、NSOでも拠点となるような場づくりを通じて、優れたまちコーディネーターが地域に根付いてほしいという思いが、その背景にはあった。

## ナゴヤ商店街オープンの成果を通じた「私的空間の公益化」の考察

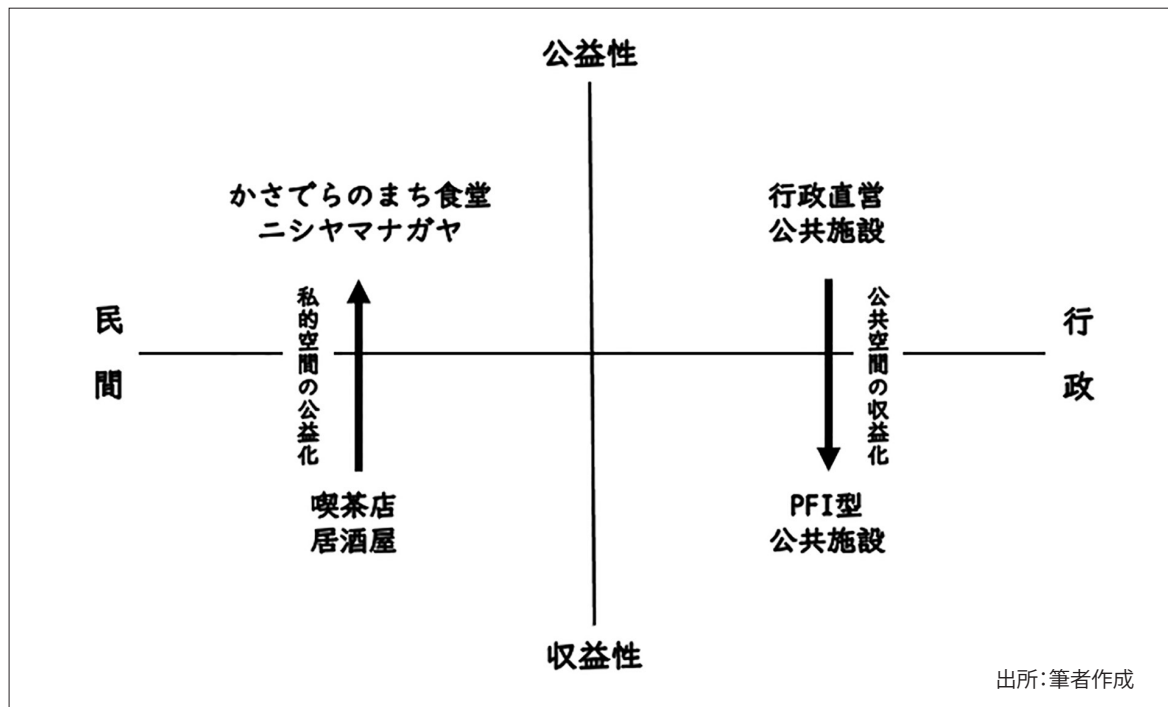
NSOでは、開業した店舗を契機として、商店街や周辺の空き店舗所有者への波及効果、多様な人材の巻き込みや育成といった、様々な成果があったと感じているが、ここでは、店舗という私的空間の公益化がNSOによってどのように起こり、それが地域コミュニティでどのような役割を果たすかに絞って考えてみたい。

前提として、NSOに取り組んできた商店街は、名古屋駅や栄地区といった都心部の商店街ではなく、その周縁的な場所に立地することが多かった。したがって、どちらかと言えば、外から集客するようなエリアというより、地域に根ざした近隣型の商店街であって、かつては衰退していたとはいえ、名古屋駅と栄地区の間に挟まれる円頓寺とでは再生の方向性が異なることを、筆者も事業に取り組む過程で気付かされることになった。

前々章で触れたように、NSOには大きく2つのフェーズがあり、①多様な属性が参加するワークショップを通じた空き店舗再生のプランづくり、②プランを基にした空き店舗の再生(開業)に分けられる。この組み立ては元々、空洞化が進む商店街の再生のためには、単に一つの空き店舗に一人の事業者が入居することに留まらず、空き店舗の再生を通じてその地域に愛着を感じ、継続して商店街の活動をコーディネートしてくれる人材(まちコーディネーター)も併せて取り込みたいというエリアマネジメント的な発想があったこと、そしてプランづくりで終わってはまちに変化が生まれまいであろうという予感から構想されたものである。

しかしながら、この2つのフェーズを単純に組み合わせることは、少し想像を巡らせれば分かることだが、事業の遂行に困難さが伴う。店をつくるには他者との差別化といったことを施し、収益性を確保することが必要だが、他者の意見に耳を傾け調整を図っていくワークショップでは、そうした差別化をつくり上げることは容易ではない。さらにプランづくりの先には、リスクの伴う事業化のフェーズがあるため、様々な発言を許容することで可能性を広げるようなワークショップと、事業化に向けて事業候補者や出資者などに発言者が限定されてしまうような議論を、なるべく綻びが生じないように接続することが求められる。この困難さゆえ、事業のノウハウを確立できていなかった初期は特に、参加者に負担を掛ける場面が多くあった。NSOを長く続けてこられた背景には、こうした参加者や受け皿の商店街のNSOに対する共感や協力があったからに他ならない。

図2 公共的な機能を持つ場所の分類



このように、エリア再生の契機となるような拠点づくりと、まちコーディネーターの獲得を一举に目論んだ組み立てゆえに、NSOは構造的な困難さを抱えながら事業を進めていくわけだが、その報いなのか、当初は想像さえしなかったが、地域コミュニティのハブになる可能性を秘めた拠点を、効果的に生み出せる取組みかもしれないことが分かってきた。それを可能にする要点は、困難さとして述べた、様々な発言が許容されるワークショップで練り上げたプランを実際に事業化させるというプロセスにある。具体的には、ワークショップでは収益性を一旦脇に置いた議論になることが多く、例えば「私設図書館」といった住民の交流拠点になるような公益性の高い機能がアイデアとして次々に出てくる。その後、こうしたアイデアを元に出来上がったプランを事業化していくのだが、公益性の高さゆえに収益性は低くならざるを得ず、その場を経営していくのにどう最低限の収益を確保していくのか逆算して収支計画をつくっていくことになる。後から（最低限の）収益性を検討することもポイントだと考えており、お金を稼ぐには当然に消費してもらえだけの魅力的な空間やサービスが必要であり、そのことが、ともすれば公益性の高い施設に起こりがちな、

空間としての魅力の欠如を防ぎ、人々が行きたいと思える居心地のよい場づくりを生んでいるのではないかと感じている。こうした経緯から生まれた場所は、店舗のような私的空間が、最低限の収益性を確保しながら、公民館といったような場所が持つ公益性を志向するようになったと考えられる。こうした変化が「私的空間の公益化」である。

抽象的な議論が続いたので、NSOの事例を2つ取り上げ、具体的な成果を確認する。一つは、西山商店街（名東区）の「ニシヤマナガヤ」というカフェ、焼菓子店、花屋、建築設計事務所、キッチン付きレンタルスペース等から成る複合施設である。この施設の特徴は様々な機能が同居していることにあり、適度に共有スペースを備えることで、施設のコンセプトでもある「街のリビング」として、様々な目的の人々が行き交う空間となっている。特に2階にあるレンタルスペースは、隣り合う設計事務所との間仕切りがなく僅かに床面の色を変えている程度だが、それによって、開いても閉じてもない空間の中で地域住民の様々な活動が行われ、結果として住民同士の連携が生まれたり、新たな活動が展開されたりする起点となっている。このようにニシヤマナガヤは、空間を巧みにシェアすることで、私的



間の公益化がなされた事例であると言える。もう一つは、笠寺観音商店街(南区)の「かさでらのまち食堂」という、シェフが日替わりで料理を提供するシェア型食堂である。ニシヤマナガヤが空間のシェアであるのに対し、こちらは一つの空間を時間でシェアすることに特徴がある。シェフは公募されており、将来の開業を見据えてお試しで出店する人もいれば、趣味の延長線として、単純に誰かに美味しいと言ってもらいたいからなど、動機は様々である。また、食堂の運営は実行委員会形式を取っており、地域住民など複数人で業務を分担することで副業的に食堂を運営していることも特徴的である。開業を目指す人にとっては、食堂はまちのインキュベーターとしての役割を果たしており、地域に関わる人を増やす機能を持つ点で、私的空間の公益化がなされている<sup>2</sup>。

NSOでの事例を通じて、公益化された私的空間の具体的なあり方を見てきたが、もちろん、喫茶店や居酒屋、八百屋などの小売店といった既存の商店街店舗に公共性が全くなかったわけではない。商学者の石原武政によれば、「かつて、小売業が小さな商店によって構成されていたときには」店頭に立つ商人は、「時には、商品の売買とはまったく無関係な話題に花を咲かせることもあった」のであり、「さらには、商人が地域における生活情報の結節点となり、コミュニティの舞台回しの役割を担うこともあった」(石原 2006:39-40) ののである。このように元より店舗は公共性を有していたが、コミュニティの舞台回しの役割は、「売買と不即不離の関係にあり、外部から売買の成立を規定する要因」(石原 2006:40) であるとされ、それはあくまで商売の副次的なものであった。この点において、本論での私的空間の公益化によって生まれた店舗は異なると考えている。すなわち、公益化された私的空間では、コミュニティの舞台回しの役割は商売の副次的なものではなく、それが第一にまたは優先的に志向されるという点で違いがある。

さらに述べれば、商人がコミュニティの舞台回しの役割を担えたのは、商品が並ぶ商店が背後にあったからであり、同様に、現代のコミュニティの舞

台回しとなる「まちコーディネーター」が地域で活躍していくには、公益化された私的空間が必要なのかもしれない。これは、円頓寺の市原が商店街に店舗を持つことで、活動が容易になったと述べていたことにも通ずる。この仮説に対して、公益化された私的空間が、ハードとソフトの両面でどのような「しつらえ」であれば、まちコーディネーターをコミュニティの優れた舞台回しにならしめるのか、検証すべき課題として引き受け、本章を終えたい。

## おわりに

前章で明らかにした公益化された私的空間が、現在のまちづくりの文脈の中でどのような可能性を提示し得るか、4象限マトリクス(図2)により、行政側の公民館や民間側の居酒屋といった、広い意味で公共的な機能を持つ場所を分類することで考えてみたい。このマトリクスでは、右に位置する行政側では、収益的な事業を公共施設へと取り込み、公共サービスを駆動させる原動力としていく変化を、左の民間側では、石原が述べるようにかつての商業様態が地域から失われる(石原 2006:40-41) 中で、地域コミュニティを維持するために公益的な機能を積極的に導入していこうとする変化を、表している。このように、私的空間の公益化に対照的な現象として、公共空間の収益化があると考えられる。具体的には、公園などの公共施設において、民間の力を活用することで質の高い公共サービスの維持を目指すPFI (Private Finance Initiative) の手法が、それに当たる。ここまで見てきたように、公益化された私的空間は、公共的な機能が優先的に目指され、収益はその機能を果たすために最低限となるよう逆算的に確保されるものであった。そうであるならば、もちろんその適用可能な範囲は限定的なものになるであろうが、公益化された私的空間によって、自治体が直営で担ってきた公共サービスそれ自体を最低限の収益を得ながら維持(代替)することが可能になるかもしれない。議論を性急に進めてしまったが、しかしながら少なくとも、私的空間の公益化の過程で何が起きているか詳らかに見ていく

ことは、PFI型の公共事業の質を高めることに寄与する可能性があるかもしれない。以上のように、ここではPFIという政策との対比の中だけにおいて、私的空間の公益化の可能性について見た。元々、本論の執筆は、公益化された私的空間の担い手はなぜ私的空間でもって公共を支えようとするのか、それについて知りたいという筆者の思いから始まっている。そうした担い手の動機や考えを明らかにしていくことを通じ、さらにより広く、私的空間の公益化の可能性を検証できるのではないかと予感している。

最後に本論の今後の展開に向けた、手掛かりに触れておく。「マイパブリック-自家製公共」の理念を掲げ、私設公民館「喫茶ランドリー」を運営する田中元子の活動である。田中は言う。

さまざまなひとにそれぞれの使い方をしてもらえる場となっているということについて語られるとき、よく「余白」という言葉が使われる。敢えて作りかけにする、隙を残すという意味のようだが、だとしたら根本的に間違っている。わたしは喫茶ランドリーの設計において、隙を「残して」などいない。そう見えるように緻密に計画し、作り込んだ。それは意図的に描いたり置いたりしたものの余りなんかではない。そんなものをひ

とは有意義に使わない。本当の余白は、作り込まれた結果だ。(田中 2022:84)

この引用はハードのデザインに向けられたものだが、こうした一連の姿勢は、本論で課題として述べた、公益化された私的空間に求められる「しつらえ」のあり方を検証するにあたって、有用ではないかと考えている。■

謝辞:ナゴヤ商店街オープンに関わってくださった、  
すべての方に心より感謝申し上げます。

#### 《注》

- 1 ナゴダナバンクはNSOの初期より、委託事業者としてNSOの企画や運営、アドバイザー業務を行なっている。
- 2 ニシヤマナガヤとかさでらのまち食堂の事例はともに経営に多くの人が関わることになるため、運営を維持するには十分な議論とノウハウが必要となることは付言しておきたい。

#### 《参考文献》

- 石原武政(2006)『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣  
清水義次(2014)『リノベーションまちづくり 不動産事業でまちを再生する方法』学芸出版社  
田中元子(2022)『1階革命 私設公民館「喫茶ランドリー」とまちづくり』晶文社

