

B面作戦でいこう！

大学生に商店街活性化策提案の課題を与え、調査した商店街についてレポートさせました。その結果を要約すると下表のようになりました。さて、あなたはA、Bどちらの商店街で買い物をしたいですか？ それぞれの商店街をどう活性化しますか？

| A 商店街 | B 商店街 |
|-------------------|------------------|
| 段差だらけの路面 | 歩行者天国（車は進入禁止で安全） |
| 店が閉まるのが早い | 早朝の仕入れに備え、早仕舞い |
| 跡継ぎがない店が多い | 夫婦元気で店に立つところが多い |
| 店主が高齢化していて投資意欲がない | 空き店舗に主婦の惣菜店など立地 |
| 実は年金で食べている | 小銭勘定の楽しみが長生きの秘訣 |
| 駐車場がない | 百円パーキングと提携の店あり |

誰でもBの商店街に行きたいと思うでしょう。Aの方は、「もう手の打ち様がない、安楽死させるしかない」と言いたくなる。で、それが、わが町の商店街そのものであると、多くの人のため息をつく。

種明かしをすると、実はこれは意地悪問題で、「A商店街もB商店街も同じ商店街。調査した学生がAさん、Bさんで違っていたので、結果が全く異なるものになってしまいました」というお話です。トトハウスの事務所がある子飼商店街を2つの視点で見ると、こんなにも違う結果になります、という例です。商店街や地域は、今日と明日で大きく変わったりはしません。1年後も2年後も今と大差ありません。しかし、着眼点は、すぐに変えることができます。着眼点が違うと課題設定も違ってきます。

課題をいかに設定するかというのは、とても大事なことです。特に、住民参加型のまちづくりで、自分たちができることをやっていきましょう、という話し合いをする場合、Aのような視点で課題を設定すると、解決策は容易には出てきません。跡継ぎ問題など、他人がどうこうできる問題ではありません。一方、Bの場合だと、「お年寄りの経営者だけど、夫婦仲良く来年も再来年も店を続けていけるように商店街として何をしてあげればいいですかねえ。お客さんにも協力してもらいましょう。本人たちには何を頑張ってもらいましょうかねえ。それを皆で考えましょう。」という課題設定ができます。「主婦の惣菜店が繁盛するように、あるいは第二第三の主婦の店や日替わりママ・シェフの店が成り立つには、何をすればいいですかねえ。先進事例を視察してみましようか。」という話にも発展しそうです。

昔のレコードには、B面に結構良い曲がありました。地域づくりを考えると、B面に着目することが大事です。B面は、Bright sideです。Look at Bright sideで課題設定するのがB面作戦です。もちろん根本的な問題としてA面があり、これに正面からぶつかっていかねばならないのですが、それには、まずB面作戦で実績をあげてから、がよいようです。