

トッパス TOPS企画～とやまのまちなかに事件を起こそう！～

富山市青年元気塾 7 期生 商業グループ
飯田、久郷、杉田、中平、堀、松原、渡邊、川東

1 はじめに

「中心市街地ににぎわいを取り戻したい」「まちなかを盛り上げたい、元気にしたい」という思いのもとメンバーが集まり、私たち商業グループは結成されました。

まちなかを活性化させるためにはどうすればいいのか。話し合いを重ねるうちに、そもそもなぜ富山のまちなかに人が集まらなくなったのか、その原因を突き止め、解決策を見出すことがまちなか活性への大きな足掛かりになるのではないかと考えました。


2 まちなかの現状

先日新聞にて、2011 年総曲輪通りの通行量が 2006 年に比べ 59%増加したという報道がありました。これはグランドプラザや総曲輪フェリオのオープン、セントラム環状線の開業等、中心市街地活性化基本計画の成果の表れです。

しかし実際にまちなかを歩いてみると、人通りは依然として少なく、店舗のシャッターは閉まり、閑散として非常に寂しい印象を受けます。これこそが一市民として実感するまちなかの現状です。


富山市中心市街地の現状

閑散として寂しい印象。まちを歩く人が少ない。



人通りを増やすことができないだろうか？

なぜまちなかに人が少ないのか。



3 まちなかに人が集まるためには

当初、まちなかに人が集まらないのは、まちの魅力が市民に十分に伝わっていないためなのではないかと考えました。逆に言えば、情報さえ発信すればそれを受信する市民がまちなかに集まるのではないか。そう考えた私たちは、まちの魅力、情報を発信するツールとして、情報の受信感度が高い 20~30 代向けのフリーペーパーを発行しようと考えました。

そこで編集内容のヒントを得るために、11 月下旬総曲輪通りの「富山まちなか研究所 MAG.net」にて中心市街地の店舗経営者らが集まる「笑店街ネットワーク」の定例会議に出席しました。結果、「フリーペーパーはこれまでも様々なものが発行されているが、どれも成功して

「街に人を引きつけるもの」は何か

情報発信のツール

- ・フリーペーパー、宣伝広告
- ・各店舗のホームページ
- ・ブログ

発信する「コンテンツ」は？

事件を起こす

- ・店舗
- ・イベント
- ・景観

集まる人がいるコンテンツ

街の魅力UP

いない。発行自体が目的になっているものばかりである」「フリーペーパーを発行することが直接まちなかの人通りを増やすことになるのか?」「そもそも人がまちなかに足を運ばない要因は情報発信の不足なのか?」等意見をいただきました。

その後詳しく調べていくうちに、フリーペーパーのほかにも宣伝広告、イベント、ブログなどまちなかの情報発信のツールは多く存在していることが判明しました。しかし、ツールはあっても発信されている情報のコンテンツが充実していないのではないかと。まちとしての魅力がくすんでいるのではないかと。たとえば店舗であったり、イベントであったり、景観であったり、まちとして質の高いパフォーマンスを市民に提供できているのだろうか、という疑問が残りました。

そこで私たち商業グループは、人がまちなかに集まる動機づくりとして、ストリートに“事件”を起こすことを考えました。

4 TOPS (TOyama Performance Street)

事件を起こすとは、まちなかのアーケードやスペース等を利用して、例えば弾き語りやジャグリング、手品、ダンス、BMX、バルーンアートのようなストリートパフォーマンスを繰り広げることです。

このことを私たちは「TOPS」と名付けました。

TOPSとはTOyama Performance Streetの略称であり、西町・総曲輪通り・中央通りなどの中心市街地においてのパフォーマンスを応援し、市民パフォーマンスの場と機会をつくり提供すること。そしてそれ自体を、まちなかで楽しめるコンテンツとしてまちなかから発信することを目的としています。ストリート全体をステージとして展開していくことが、TOPSの特徴の最たるものです。

ストリートパフォーマンスは現在、世界各都市で広く認知されています。東京都のヘブンアーティストやニューヨークの市営地下鉄で行われるミュージックアンダーニューヨークなどは、まちなかで楽しめるコンテンツとして非常に人気があり、これらの例からもわかるように、人をまちなかに引きつけることができるのは、人なのです。

富山のまちなかにパフォーマンスという事件を起こすことで、音楽と笑顔をあふれさせ、歩くだけで楽しいまちを生み出すこと。そしてそれらをフリーペーパーで情報発信することにより、それらを手にとった市民がまちなかを歩いてみたいと思えるようになること。この2つがTOPSの狙いです。



5 TOPS による効果への期待

TOPSをうまく運営させることにより、新しいまちづくりの関係性が生まれるかもしれません。ストリートをステージとして、パフォーマンスがもたらす「驚き」や「賑わい」が歩行者を笑顔にし、商店街には「活気」が生まれる。民間がこの流れに機敏に反応し、行政が後押しすることで、まちなかへの「関心」が生まれストリートは更に盛り上がる…。これがTOPSの理想形です。

6 おわりに

グランドプラザや現在建設中の旧大和跡地の複合施設のような、人を集められるような新しいハコモノをすぐに建設することは私たちにはできません。しかし、閑散としたまちなかに華やかなパフォーマーを集めて、パフォーマンスの場と機会を提供する仕組みをつくり、一市民としてまちづくりに携わるモチベーションを上げるきっかけをつくることは、私たちにもできるのかもしれない。

決して一過性ではなく、持続可能な運営体制を構築し、それを長期的施策として取り組み、まちから発信しつづけるパフォーマンスというコンテンツの付加価値を与えること。そして、それを富山市中心商店街のストリートの魅力として、いま一度市民に発信すること。それこそが TOPS 成功の鍵だと思っています。

TOPS が中心市街地活性化基本計画のように市街地の通行量を増やすこと、ひいては商店街の売り上げを増やすことには直接的にはつながらないかもしれませんが。しかし商業グループはまちなかのパフォーマンスという“事件”が、いずれ市街地活性化に化学反応を起こすことを信じています。

にぎわいを取り戻すまちなかの未来のために、いま私たちにできること。それが TOPS です。

