

15. 那覇『ウキ・ウキ・ウキシマ大作戦』

沖縄県建築士会那覇西支部まちづくり研究会
(沖縄県那覇市)

I. 活動の背景と目的

1. 背景

・戦後復興と空洞化

那覇の中心地に位置し周辺の幾つかの通りから構成された商店街は、戦争で焦土と化した沖縄の中で「マチグラー」と呼ばれ戦後復興の先駆けとして発展してきた。1972年祖国復帰以来「国際通り」は、那覇市の都市交通体系上メインストリートとなり沖縄の復興のシンボル的存在として「奇跡の1マイル」などと呼ばれた。現在では観光客の“お土産ストリート”色の強い通りになっている。又「平和通り」は、車を排除した歩行者専用のアーケード付きの通りに変貌し隣接するアジアティックな公設市場と共生した通りとして地元客と観光客に支えられ今日まで存続してきた。

一方我々の活動の通りである「浮島通り」は歴史的に他の通り同様商店街として発生、発展はしてきたのだが通りの知名度は、観光客はおろか地元の人々にも今一つ知られていない状況で通り周辺に住む人々と遠方から来る馴染み客に受け入れられてきた程度であった。その上、周辺の通りからの進入・通過交通の動脈的道路となり一方通行の通りは、道路幅員が6Mと狭くて車の一時停車状態の買い物すら落ちついて出来ない状況である。また他府県の中心都市同様、那覇の中心地の地価高騰から大型店舗は地

価の安い周辺市町村へ進出している。電車のない沖縄では車社会が必然である。あえて混雑が十分予想できる中心商店街での買い物を避け、できるだけ店舗の多様な広い郊外型店舗へと出かけるようになり、かつての中心商店街は今日では空洞化が進む状況におかれている。

・店主の特色

現在国際通り側から全長580mの約1/3には若者あるいは観光客を狙った店舗が増えつつある。業種もブティック・喫茶店・ガラス工芸店・エスニックカレー店等様々である。店主も20~30代と比較的若く土地・建物の所有者ではなくいわゆる店子の関係にある。その出店の特徴として賃料が中心街にしては他の通りに比べ安かったり、時代を感じさせる雰囲気の建物とハイセンスでヤングの感覚の店がうまくマッチして通りの魅力となっている。そして安価（自己製作）で改修を行い、店の特徴・店主の個性を十分發揮



人の訪れを拒絶する表情の「浮島通り」入口

した店も多くある。一方残りの2／3には、金物屋・豆屋・ふとん店・薬局など周辺の居住者と密接に結びつき互いに共生関係を維持してきた。そのような店主が中心になり「通り会」が存在している。

2. 目的・・・通りの活性化

我々沖縄県建築士会の有志が中心となった研究会は年齢が20～30代と比較的若く、当初「浮島通り」の存在や通り名さえ知らない者もいた。那覇市都市計画部長が建築士会の理事職にあり、その方を通して現在の浮島通りのおかれている状況を聞く機会があった。それは、通りで商いをしている人々からは道路の拡幅要請や商工会議所の活性化支援事業として大駐車場を備えたショッピングモール建設の計画があり、しかしその計画は周辺地の買収や莫大な予算のねん出などで難航をきわめ当然ながら実現には20～30年かかる様子で計画はいっこうに先に進まない状況で我々建築士仲間に話が持ち込まれた。そしてそのサークルを「まちづくり研究会」として2年前に設立し活動名を『ウキ・ウキ・ウキシマ大作戦』とした。建築士を中心に行政・通りができた頃から商いを続けてきた人々（通り会）そして近年新しく通りに出店してきた若い店子等、様々な職業の人々と共に新しい通りの活性化を模索する事になった。

II. 活動の内容

1. シンポジウム

通りの歴史的背景を文献等で調査する事とした。ところが通りは、戦後の荒廃の中から建ち並んだ商店街は歴史が浅いことなどから図書館での資料等はほとんど無くてそこから情報を得る事はできなかった。そこで、戦後間もなく通りで商いを始めた人々から当時の状況を伺う機会をつくり公開シンポジウムを開催することにした。そこで通りの成り立ちや全盛期、そして商圈の変化から客の流れが変わり今日に至る経過を生き証人の言葉として詳細にうかがい知ることができた。

2. 視察

次に現在の通り状況調査及び県内・県外（長崎）視察を行った。
県内視察として県第二の人口を抱える沖縄市（旧コザ市）で「浮島」同様郊外大型店舗に客を奪われ、通りに歯の抜けた状態で空店舗が増えてきた状況を活性化するために立ち上がった「コザ十字路商店街」があった。そこでは、通り会と商工会議所が主体となり県産業公社から助成金をうけ、空店舗対策事業に乗り出していた。その中でもユニークな試みは通り会のリーダーが中心となり有志や市民が出資して「沖縄そば屋」を出店させている。そこは、通りの中でも様々な商談の場所であったり地域の公民館的存在として通りに溶けこんでいた。その結果この商店街では社会的な話題性によって出店希望者が殺到したり最近まで閉店していた店主が新たに商いを始めるなど大きな相乗効果を生み活性化事業が成功している思いがした。

県外視察（長崎）では、3種類の異なる形状の通りを調査し道路幅員・通過車両・人の流れの関係性を検討する事ができた。

3. 誤解

我々は当初、長い歴史のある「通り会」には経営者ほとんどが加入しているものと思いこんでいた。活動を始めた頃各店舗に懇談会の開催のお知らせを配布したものの会議の出席者の多くは「通り会」の会員がほとんどで、その会員でも初代の方々が多かった。その後さらに呼びかけを行い2代目との懇談会を開催することができた。その議論から現在の通りにおける問題点がおおよそ浮かび上がった。ところが新しく通りに出店した若い店子は「通り会」に所属している店主が少なく連帯性も薄いことから何度かのチラシ配布でも同一席で懇談会をもつことすら難しかった。しばらくして店主同士で付き合いのあるグループと接点をもつことができ12名程の店主と懇談会を持つことができた。会議の冒頭に、我々に1つの質問が投げかけられた。それは、『皆さんまちづくり研究会の職業は、建築設計関係者が多いようだが工事業者との癒着の関係にあるのではないか?』などという大きな誤解を持たれる有様であった。そのあたりからの誤解と通りの活性化の想いを理解してもらう事からの出発であった。幾たびか会合を重ねやっと以前から存続する「通り会」役員の方、2代目の比較的若い店主そして新しい店子そして我々研究会のメンバーとが同一の席で懇談会を開催できた。そこで通りの抱える問題点とか「浮島」の出店の動機、通りの魅力など拡大議論となつた。



通りの経営者との白熱した議論

4. 議論

通り会・新しい店子と懇談会を幾たびか重ねた。通り会の多くは古くから商いをしてきた店主がおおかたを占めていて、幾人かは2代目の時期にきている。その大勢は、ハード部分の解決が活性化の糸口であるという意見が多くあった。ところが、若い店主の多い新しい店子は「再開発ビル計画」とか「道路拡張」とかにはさほどこだわりはなくむしろ通りが歩行者に優しく色々な店舗のある多様性のある通りであってほしいとの意見が多かった。1992年に那覇商工会議所と浮島通り商店街が策定した「浮島通り商店街再開発計画事業報告書」に経営者(世代別)に対しての意識調査のアンケートに興味深い結果がある。「顧客吸引のための原動力はなにか?」という問い合わせがある。第1位に「交通の利便性」で第2位は「駐車場の多さ」となっている。これは車社会を反映した結果である程度理解できる。ところが第3位は「各店舗の魅力」であった。しかし世代別では30代では平均を40ポイントも上回りその割合は高齢の世代につれて減少している。逆に「駐車場の多さ」は高齢の世代ほど高ポイントとなっている。又「イベントの開催」についても若い世代ほど关心が薄く高齢の世代は比較的積極的であると予想できる回答となっている。この結果からわかるのは、前述の懇談会での意見とほぼ共通することである。

つまり若い経営者(新しい店子)ほど車依存の商いでなく各自の個性を生かした魅力的な店舗をめざして地道な経営を望んでいるのに比べ高齢の経営者ほど交通機関と再開発計画の依存性が高く一過性のイベントに集客の期待をかけていることがうかがえる。

5. 古い魅力

ここで我々は、次のような提案をする事にした。

軌道のない沖縄において車社会の重要性は理解できない訳ではないが、それが必ずしも活性化の解決策ではないということである。つまり郊外型店舗が必ずしも駐車場が完備されているから若者が出かけるのではなく、そこには多種多様の店舗が集中し建物自体が一つの都市になっているからである。幅員の大きな道路が整備され駐車場が整えば人が集まるという考えは主客転倒の論理で駐車場は目的でなくあくまでも手段であるという事である。那覇市内にも再開発ビル「パレット久茂地」が現在存在している。しかしそこでは、地権者が少なく利権関係もさほど複雑でなかった。そして近隣の道路が都市交通の利便性にある程度対応可能の上に成立している。「浮島通り」の場合歴史的にも小さな商店（マチャグア）の集合体として通りがてきていた。その地域にはその歴史・文化そして社会のニーズに対応できる解決法が必要であろう。自然発生的に成立してきた通りに新しく出店してきた若い店子の人々のセンスが融合した通りとして、かつて沖縄にはなかった通りになるように我々は次の計画を提案することにした。

6. 提案・・・遊歩道と路地性（スージ）

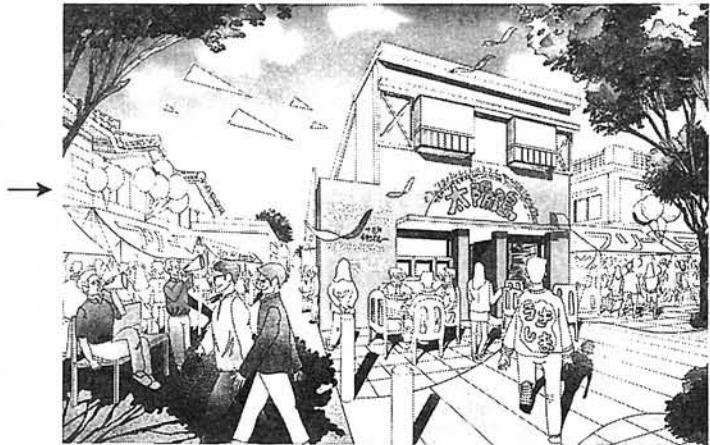
通り全体は現在1班～4班に分けられて呼ばれている。1班と呼ばれている部分には、国際通りを意識した店舗がある。この部分では、通りに面した店舗で用を済ませた客の車両が通行している率はかなり少ない。そこで建ち並ぶ店舗の個性が最大限生かせるように車両通行止めとして歩行者専用の通りにし、中央部に樹木が植えられベンチ、公衆電話ボックス、公衆トイレが設置されて公園的要素の強い遊歩道にする。各店舗は、建て替えは基本的に行わず可能な限りリフォームを行う。それは今まで培われた歴史（自然発生色）のある通りから大きく逸脱しない配慮からである。その際前面道路に対して最低1.5M以上の公開空地を設ける事だけは行う。レストラン・喫茶店等飲食店では前面の通りに迫り出した空間が内部空間と一体になったオープンカフェのスタイルにする。（スケッチー1）

1班と2班の境目には直行する道路がありその角地に1階に公開空地のある高層分譲マンションがある。対面する位置には、現在空地がありそこには簡易テントを張り巡らせたバザール風のフリーマーケットを誘致する。周辺の現存する赤瓦屋根の2階建の木造建築もあり、その雰囲気を生かしたユニークな店舗を開く。そのエリアを通り全体の「へそ」的存在にし、そこに通り内外の有志が出資して飲食店（例えばカレー屋）を開店させ「浮島通り」の公民館的存在にする。昼食、夕食を兼ねながらのミーティングでそこを利用するようとする。



スケッチー1

一方、2班から4班と呼ばれる地域は周辺の住まいに密着した店舗が並び業種的には1班とは異なり全体が居住生活圏として不可欠の状況にある。遠方より買い物に来る客はほとんどが車を利用している関係から通りに点在する駐車場を有効利用ができるようとする。そして狭い道路の駐停車を可能な限り減少させていく。大規模の建築物の建て替えは避けて1.5M前面の空地を確保したリフォーム計画を各店舗が徐々に行うようとする。そのことで通り全体が前面道路に面した多様性のある表情の中にも一定の均整感をつくる。また路地(スージ)を抜けて店舗の裏に広がる住宅街に点在する空地を利用したポケットパークを設ける。これらを生かして通り全体を歩行者が回遊できて周辺の「平和通り」等とも一体性のある循環広域遊歩道空間を実現させる。(スケッチー2)



スケッチー2

III. 活動の効果及び今後の課題

1. ネットワーク

若い店子の「通り会」に対しての誤解も徐々に解け通り会に入会する人々が増えてきている、そして最近店子同士のネットワークを生かしてフリーマーケットが毎週日曜日に通りに点在する空き地を利用して開かれている。通りの所々に店子が手づくりの看板を作り、そして我々メンバーも周辺通りで道ゆく人にチラシを配る手助けを始めだしている。当初、通りの人々は行政とか大組織の開発がなければ街の活性化は不可能と思っていた。ところが我々の研究会の活動によって本来そうではなく、そこに住む各自の努力と街を愛する気持ちによって街は蘇り再生していく生き物であるということを社会が気づきだしている。行政主導から市民グループによる地域の意見が反映されるまちづくりをめざす活動が近年各地で起こり、そのような事例を紹介するために地元紙「琉球新報」が1997年1月からのシリーズを始めた。その掲載のトップバッターにわが研究会の『挑戦』が取り上げられている。

2. 実現化

我々まちづくり研究会は、当初多くの会員が専門とする建築のハードの提案を最終目的と考え進めていたが、幾たびかの会議の中からソフト面の重要さを知らされることになった。1年間の活動を通して商いをする人々の強い結束力と通りの歴史性を尊重した計画なくしては、魅力ある通りにはならないことを気づいた。今後は、周辺道路との通過交通の合理的混雑解消の方向性を含め提案計画をさらに具体的に詰めて各関係機関への調整を経て実現に向けていく予定にしている。そして1年前まで希薄であったネットワークが、我々の微力な架け橋的な活動が少しずつ実り、通りで徐々に確立されつつある。これを活かした新しいスタイルのイベントを今後考えている。