

鉄道資料館と商店街の連携とその波及効果： 新潟市新津鉄道資料館と新津商店街の事例から

KANAYAMA, Yoshiaki / 金山, 喜昭

(出版者 / Publisher)

法政大学キャリアデザイン学部

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

法政大学キャリアデザイン学部紀要 / 法政大学キャリアデザイン学部紀要

(巻 / Volume)

13

(開始ページ / Start Page)

43

(終了ページ / End Page)

59

(発行年 / Year)

2016-03

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00012780>

鉄道資料館と商店街の連携とその波及効果

～新潟市新津鉄道資料館と新津商店街の事例から～

法政大学キャリアデザイン学部 教授 金山 喜昭

はじめに

新潟市は新津鉄道資料館をリニューアルするにあたり、資料館を鉄道の文化資源を生かして商店街と連携することにより地域活性化に貢献する文化施設に転換することをはかった。資料館のリニューアルは、地域との交流や地元商店街の活性化を掲げてスタートしたところ、2015年の「がんばる商店街30選」(経済産業省)に選ばれるなど、商店街が活性化しつつある。

本稿は、同館のリニューアル・オープンを契機に、資料館と地元商店街の連携のあり方や、そのことは商店街にどのような変化をもたらしているのか、また商店街という地域コミュニティに、どのような影響を及ぼしているのかについて明らかにすることを目的にする。

そのために、新津商店街や、鉄道資料館の職員、秋葉区の担当職員にヒアリング調査をした。筆者のゼミ生たちによる現地調査(2015年5月1日～3日)のほかに、筆者自身による調査によるものである。

1. 資料館リニューアル以前の商店街

江戸時代の新津は新発田藩領の在郷町として、会津街道、羽越街道が分岐する交通の要衝の町であった。新津駅は、1899(明治32)年に北越鉄道が沼垂ー直江津間が全通すると、その中間駅として開業した。日本海側のルート上、信越本線・羽越本線などの路線は、とくに戦後日本の鉄道による旅客・貨物輸送の重要なルートとなり、新津は日本海側の鉄道輸送の要衝であった。

現在の新津駅は、JR信越本線、磐越西線、羽越本線の3路線が交差する地点である。駅前の商店街は、1970年代には多くの買い物客で賑わった。しかし、その後に上越新幹線が開通すると長距離列車の本数が大幅に少なくなった。さらに全国の地方都市にみられるように、郊外型の大型店が出店してから買い物客が減少するようになり、空き店舗の増加や後継者不足が問題となっている。

新潟市秋葉区産業振興課の水澤喜代志氏（現新津鉄道資料館副館長）によれば、地元住民たちは「鉄道のまち」というプライドがなく、「花や石油のまち」というイメージが強く、鉄道の町という往時の歴史や文化を顧みることはほとんどなかったという。

明治時代に新津丘陵は石油が採掘される全国有数の出油地帯であった。1917（大正6）年には年産12万キロリットルで、産油量日本一となったが、その後は産油量が減少して、1996（平成8）年に採掘は終了した。石油の里公園には石油槽が残り、石油王中野貫一の住宅は中野美術館として、当時の面影を偲ぶことができる。また、新潟県が秋葉丘陵を総合公園「花と遺跡のふるさと公園」として整備し、域内の新潟県立植物園は年間の入園者数18.5万人を集める人気のスポットとなっている。

その一方、新津駅付近の地元商店街は商業の空洞化を止めることができないままになっていた。新津観光協会が新津車両製作所（現総合車両製作所の車両工場）の公開日に合わせて、駅周辺を会場に「新津鉄道まつり」というイベントを毎年行っていたが、一過性の物販販売を目的にしたもので、鉄道カラーはほとんどないものであったという。地元住民に「鉄道」は忘れ去られた過去のものとなっていた。このような中で、新津商店街協同組合連合会理事長の遠藤龍司氏らは、2009（平成21）年に地元住民たちと「新津駅前地区まちづくり勉強会」を始めたが、すぐに成果がともなうものではなかった。

しかし、そのことが布石となり、2011（平成23）年8月に行った「にいつ鉄道商店街事業」は、商店街を活性化させるための一つの転機になった。合併後の秋葉区（新潟市）が企画したもので、その担当者が水澤氏であった。秋葉区のほかに、商工会議所、商店街などをメンバーに実行委員会をつくり、行政と住民が共同した。事前に商店街と話し合うなかで、鉄道資料館から資料を借りて店舗に展示するアイディアが生まれた。これには20店舗ほどが参加した。店

頭にSLの「ばんえつ物語号」のヘッドマークを目印に、各店が展示資料にキャプションをつけて公開した。お盆休みを返上して実施したこともあり、県外からも多くの親子づれが訪れて商品が売れた。この事業を契機に、商店街の鉄道に対する意識が大きく変化したという。鉄道をキーワードに商店街に活気が出るという手ごたえをつかんだようだ。ただ、当時の資料館は、公民館職員が兼務するだけの脆弱な体制であった。このことが商店街と本格的に連携する契機となっていく。

2. 商店街の主体的な取り組み

2012年（平成24）、資料館のリニューアルが決まり、その準備が始まると、商店街も若者による自主活動が盛り上っていく。イベントを「したくない人はしない」、「やりたい人がやる」、皆でやるのは負担が大きいため2～3人でも楽しくやることを提案するということをモットーにする。こうして、リニューアルに触発された商店街の人たちがアイディアや知恵を持ち寄り、新光会商店街と中央商店街という隣接する2つの商店街（延長約350m）を中心に展開していく。表1に具体例を示すが、主なイベントは次の通りである。

●**鉄道スゴロク**：新津商店街協同組合連合会が商店街の各店舗内にお客を呼び込もうとするもので、商店街全体を「すごろく」にみ立て、参加費500円で商品券800円分を購入し、各店舗でサイコロを振りながら指示された店ごとが出す課題に挑戦し、それをクリアしながらゴールを目指すというものである。店舗ごとに店主が待ち受けており、簡単なクイズや手持ち商品券の範囲内で商品を購入するなど、参加者に様々な課題が用意されている。ゴールした参加者には抽選で温泉旅行などの景品を用意している。参加定員は200名で毎回、定員に達するほどの人気となっている。

●**シャッターアート**（写真1）：新光商店街の薬局の店主が店舗のシャッターに鉄道車両を描くことを発案した。新潟市内のアマチュア画家が描いた下絵をシャッターに転写したものを、ボラン



写真1

表1

年度	商店街・商工会議所	商店街・商工会議所と資料館との連携事業	新津鉄道資料館
2010 (平22)	7月15日：駄菓子屋 昭和基地 1丁目C57 オープン（商工会議所）		
2011 (平23)	8月：新津商店街マップ作成 8月：にいつ鉄道商店街事業（20年はど以前から実施） 10月：新津鉄道まつり 3月：「鉄道の街にいつ特別委員会」設立総会		
2012 (平24)	5月：鉄道の街づくり事業「各店舗鉄道フォト」 6月：鉄道系アイドル「SLC57」オーディション 7月：新津名物「しごなな焼」販売開始 9月：鉄道系アイドル「SLC57」デビューライブ 10月：新津鉄道まつり 2月：新津商店街「鉄道スゴロク」 3月：駄菓子屋 昭和基地 1丁目C57 来店者 10万人達成	10月：にいつ鉄道商店街開催	4月：新潟市歴史文化課に所管替え 4月：「新津鉄道資料館活性化基本計画」策定 開始 1月：「新津鉄道資料館活性化基本計画」パブリックコメント
2013 (平25)	4月：まちなか鉄道資料館開始・鉄道系アイドル「SLC57」ラストライブ 6月：新津観光ボランティア育成事業スタート 6月：ミニSL購入・管理組織立ち上げ（新津商店街組合連合会） 7月：鉄道シャッターアート事業スタート（新光商店街） 9月：「鉄道の街にいつ」調査報告書（紹介パンフ）第1弾作成 10月：新津鉄道まつり 1月：アーケード支柱旧国鉄色塗装（新津中央商店街） 2月：新津商店街「鉄道スゴロク」 3月：鉄道の街にいつキャラクター・きてき 選定 3月：行き先表示看板設置（新町商店街） 3月：にいつ「鉄道メニユー」販売開始 3月：鉄道の街オリジナルグッズ販売開始	10月：にいつ鉄道商店街開催	5月：200系新幹線先頭車両導入 6月：SL C57-19号機導入 6月：新津駅中サテライト「ていしゃば」オープン・レンタサイクル開始 10月：展示リニューアル作業実施
2014 (平26)	4月：SL C57-149号機動輪設置（新光商店街） 4月～6月：てつちゃん店舗（2店）開設 5月：にいつまご鉄道三昧「鉄道フェスタ」 5月：「鉄道の街にいつ」調査報告書（紹介パンフ）第2弾作成 10月：新津鉄道まつり開催 10月：特急列車停車標識吊り下げ（新津中央商店街） 2月：新津商店街「鉄道スゴロク」開催 3月：「鉄道の街にいつ」調査報告書（紹介パンフ）第3弾女子編作成	4月：商店街開発したグッズを資料館のショップで販売開始 4月：「まちなか鉄道資料館事業」開始 ・SL動輪を商店街の信用金庫前に設置 ・同じ頃、踏切警報機設置（新津中央商店街・三村歯科医院前） 7月：にいつ鉄道商店街開催 11月：鉄道商店街実行委員会と新津鉄道資料館「向谷実の1日館長事業 鉄道お宝トーク＆ライブ」実施 向谷実氏が会場で作曲した曲を新津商店街新規設置放送設備用ジングルに提供	4月：プレオープン 7月：グランドオープン 7月：特別企画展「C57～日本の旅客輸送を支えた名機関車」など各種事業を開始
2015 (平27)	4月：0番線待合室「来て基地・きてきち」（まちなか放送局）オープン 5月：新津第一小学校放送部とまちなか放送局「来て基地」連携スタート 5月：新津鉄道商店街あれこれセミナー 6月：「若だんなが案内する鉄道の街にいつ」まちあるき 12月：新津商店街「鉄道スゴロク」	7月～10月：切符のいい街事業 7月～：1箱鉄道図書館設置（まちなか・サテライトに鉄道関連図書を設置） 10月：新津鉄道まつり：JR・観光協会・市と連携して開催 （向谷実の1日館長：ぶらみのる 実施） 10月：にいつ鉄道商店街「てつどうWEEK」開催	7月～9月：特別企画展「えちご私鉄浪漫」開催 7月：485系特急電車・DD14ディーゼル機関車導入 7月：リニューアルオープン1周年記念事業実施 7月：愛媛県西条市「四国鉄道文化館」との姉妹館協定締結

ティアがペンキで彩色する。現在は8枚（2015年5月現在）描かれている。下地を塗装店に依頼するが、あとはボランティアが制作する。資料館で展示されている上越新幹線（200系）や蒸気機関車（C57）のほかにも地元ゆかりの列車が描かれている。そのために、同商店街を鉄道美術ゾーンという言い方をする。

●**グッズ開発**：「鉄道の街にいつ」にふさわしいグッズを作ろうと商店街の店主たちが発案し、作製している。お菓子や文具類のほかに、鉄道の街にいつのキャラクター「きてきち」グッズや新津鉄道資料館にある実物車両を取り入れたグッズもある。なかには文房具店が飴を、カメラ店がせんべいや文具類を開発するなど、店舗の職種にとらわれないユニークな発想のグッズもある（2015年12月現在：18種類43品目）。

●**鉄道メニューの開発**：飲食店のなかからも鉄道にちなむメニューを開発するようになった。最初は3品から始まったが、その後に少しずつ広がっている。弁当店は「鉄弁」、「SLばんえつ物語弁当」、イタリアンレストランの「SLピッツア」、「煙もくもくSLパスタ」、「C57パスタ」、「イカスミSLピザ」、すし店の「SLちらし寿司」のほかに、食堂でも「石炭コロコロからあげ」、「SL五目炒飯」、「しごなな焼き」、「C57定食」というメニューもある、また菓子店でも「SL石炭サブレ」、「SLクッキー」、「SLドーナッツ」、酒屋では「酒酒ポッポ酒ポッポ」というように、店柄に合わせて19品目のメニューを用意している（2015年5月20日現在）。

3. 鉄道資料館との連携

以上のように、商店街が自主的に動き出したのは資料館のリニューアル準備が始まった頃からである。両者の連携は、それから本格的に始まるようになる。地域の課題解決を図るために同館にできることは何か。商店街と連携することにより活性化に寄与するために、同館と住民との協働による地域課題を解決する取り組みが始まる。

一つは、商店が開発したグッズを資料館で販売するようにしたことである。先述したように、グッズのアイディアは各店が考案した。商店街連合会の役員会に、水澤氏も自ら参加して意見交換に加わったところ、グッズの販売コー

ナーを資料館に設置することができないか、という意見が持ち上がった。商店と資料館のそれぞれが検討することになったが、ポイントは売上金の取り扱いに関することであった。双方が話し合った結果、資料館と商店が相対の関係にならないようにする。資料館と商店街連合会のマージンをそれぞれ5%とし、各店が残りの90%を得ることで合意した。商店街連合会が得るマージンは、連合会による関連事業の活動資金にあてることになった。

SL動輪（写真2）と踏切の警報機（写真3）を商店街に設置したことも主要な連携事業である。商店街からの鉄道のモニュメントになるものを表通りに設置したいという依頼に応じて、まちなか鉄道資料館事業としてSLの動輪と警報機をそれぞれの商店街に貸出した。

最初は、新光会商店街が信用金庫の敷地（歩道）に動輪を設置した。以前は花壇であったところを信用金庫が無償提供した。運搬や設置などに80万円がかかったが、商店街連合会が1/3を負担し、2/3を商店街活性化補助金として市からあてることができた。中央商店街でも、隣の商店街ができたのならウチもやりたいということになり、資料館から踏切の警報機を借りて歯科医院の敷地に設置することができた。そのあたりの経緯については、メンバーの一人、呉服店の村木政寛氏から話を聞くことができた。



写真2



写真3

「(私たちの商店街)も欲しいよな、欲しい欲しいって言って水澤さんに、ご相談にあがって警報機を紹介していただいて、うちの町内に嫁いでいただいた」というように、日頃から資料館の職員とコミュニケーションがとてもよい関係になっていることがうかがえる。

また、「あれ(警報機)を移動するにあたって大きな経費がかかったでしょうね、って皆さんがおっしゃるんですが、土地は歯医者さんから無償提供、例えば撤去するときは原状復帰、運搬も商店街ですといろんな商売をされている方がいて、土建屋さんもいるので、破格のお値段で済みました。運搬費や柵、キャプションを含めて2万5千円ぐらいでしたね。皆さんが鼻根に感じてくださって、ほんとに必要な最小限の経費でできました」というように、歯科医院をはじめ商店街の人たちが力をあわせて警報機を設置したことが分かる。

さらに興味深いことに警報機を可動させることにも成功する。「イベントの時とかですね、小学生がああ(警報機)前に立ってカーンカーンカーンなんてやっているんです。これ電気つかないかと思ひまして、最初は姑息なことをしたんです。(警報機の)うしろから懐中電灯で照らしてみたり、でも本格的に点滅させたいとなったときに、歯医者先生が、電気系統のお仕事なんかが大好きで「なんとかなんないかね」って言ったときに「よし」って言って、水澤さんに回復手術していいでしょうかって言ったら、「なじょうもなじょうも(いかにも、いかようにもって意味)」って言ってくださった。(警報機を)開けたらどうも直りそうだっていうので球を入れ替えたんです。イベントごとにカーンカーンカーンと鳴ると、子どもさんは非常に喜んでくださいますし、国鉄OBの方とか大人も喜んでくださるんですよ」というよう具合に、商店街の人たちの役割や、資料館との連携もうまくいっている。

こうして、資料館がリニューアル・オープンしてから、両者の連携は具体的に動き出したことになる。数店から始めた鉄道グッズの販売は次第に増えて8店舗を数えるようになった(2015年12月現在)。資料館で販売するグッズも初年度は265万円の売り上げになったが、翌年は332万円(2015年11月現在)と前年を上回り好評である。資料館のホームページでもグッズや鉄道メニューを紹介するなど、商店街に対して積極的な支援や協力をしている。

4. 商店街が活性化する

資料館がリニューアル・オープンしてからは、商店街からさらなるアイデアが生まれ、次々に実行されようになった。主なものをあげると、次のとおりである。

●まちなか鉄道資料館（店舗）（写真4）：呉服店の村木氏が始めたもので、各店のショーケースに鉄道資料の展示コーナーを設置する。地元住民が所有する鉄道資料を展示する。画用紙1枚分のスペースの提供を各店にも依頼したところ、10店舗ほどが参加する。



写真4

●列車の停車位置を示す標識を吊り下げる：特急列車の停車位置を示す、ホーム上の標示板を模した看板を4店舗ほどの店先に吊り下げる。看板は、縦40センチ、横20センチの亚克力製。商店街の名称や店名のほかに、「寝台車」「急行」「3号車」といった鉄道に関する文字が書かれている。鉄道愛好家で鉄道シミュレータ開発者として知られる向井実氏が資料館の1日館長として地元に来るのに合わせて時計店の店主が発案した。

●0番線待合室「来て基地（きてきち）」：鉄道の街にいつのキャラクターにちなんで名付けられた、空き店舗を活用した放送室で、2015年4月にオープンした。商店街の店舗の宣伝やイベントの案内、地域の情報を放送する。地域の防火や防犯情報を伝えることや、毎週小学校の放送部の児童が生放送すること

から小学校とも繋がるようになり、学校に鉄道クラブも誕生するなど、地域のいろいろな団体と新たな連携が構築されるようになっていく。

2016年1月1日からは、これまでの「中央商店街」を「ゼロ番線商店街」に改名した。全国の鉄道路線が合理化されるにつれてゼロ番線が廃止されているが、新津駅にもかつてはゼロ番線があった。当時のゼロ番線を記憶にとどめようとする商店街の人たちの思いが込められている。

こうした商店街の主体的な取り組みにより、いろいろな効果が出てきている。秋葉区産業振興課によれば、「増えたり減ったりという具体的なデータはないが、他地域から新津に来る人が目立つようになった。最初は鉄道ファンが多かったが、最近ではリュックを背負って街歩きする人たちを見かける」という。呉服店の村木氏によると、人通りが多くなってきたそうである。地元の住民は大型店などで買い物をしていたが、商店街にも立ち寄るようになっていくという。店先に展示する鉄道資料館（まちなか鉄道資料館）を見物する人との会話を楽しむこともできる。敷居の高かった呉服店にも来店してくれるようになり小物が売れるそうだ。

さらに、商店街の人たちのコミュニケーションにも変化があるという。約60世帯からなる中央商店街についていえば、0番線待合室「来て基地（きてきち）」（放送室）が開店してから、地域の人たちが顔を合わせる機会が増えた一方、日常的な連絡や挨拶はSSNを使い、「おはようございます。（商店街の）掃除終わりました」と送信すると、「サンキュー」と返信があり、今まで以上に親密な人間関係ができるようになってきたという。

これまで隣接していても、あまり付き合いのなかった商店街同士が、「鉄道」という地域の資源をキーワードにして、相互交流するようになったことが分かる。そして、資料館との連携を契機にして、2つの商店街が「鉄道による地域の活性化」という目標を共有し歩調を合わせ、主体的な事業運営に取り組むようになった。

5. 連携の構図

鉄道資料館と商店街との連携や、それを契機にはじまった商店街の活動をみてきたが、両者が連携するといっても、誰がやるだろうか。資料館は副館長の

水澤氏、商店街は2つの商店街をあわせて呉服店、酒店、時計店、薬局、花店、果物店などの店主たち10名以内の人たちである。「やりたい人がやる」、皆でやるのは負担が大きいから2～3人でも楽しくやることを提案することのできる人たちである。事業を企画するとそれを実現するために協力する周辺の人たちがそれに加わる。

だから事業ごとにメンバーは入れ替わるし、一定しているわけではない。少なくとも、連合会とか実行委員会という組織が、企画や準備をして実施する体制ではなく、イベントごとに少人数単位で取り組んでいるからフットワークが軽く、次々と新奇な事業を展開することができるのである。既存の組織になると、例えば予算がなければできないということになる。しかし、任意の集まりならば、自分たちの持ち出しでもできる。警報機の設置が好例である。少人数の人たちが言い出したら、商店街の関係者や賛同者が協力して、僅かな経費でやることができたからだ。

それでは、連携によって資料館と商店街は、双方にどのようなメリットがあるのだろうか。まずは、資料館職員と店主たちとの日常的な交流や意思疎通のあることが前提となる。顔や名前も知らず、どのような考え方をしている人物なのかも分からずに、いきなり連携しましょう、というわけにはいかない。

今回の連携の様子を図1に示す。両者の連携の具体的なことは、人の交流や対話があったうえで、資料館に商店が開発して鉄道グッズを販売することのできるようにしたことや、コレクションを商店街に貸し出して商店街のモニュメントにしたことである。

資料館にとってのメリットはいろいろであるが、3点をあげることができる。まず商店街はアクセスの不便さを軽減して誘客をはかることができる。資料館は新津駅から徒歩20分ほど（約2キロ）の距離がある。その対策として、駅に設けた資料館のサテライトで無料の貸自転車を用意している。季節限定ではあるが、土日には無料のシャトルバスも運行している。それでもアクセスの不便さを拭いきれない。商店街は駅からの途中にある。商店街が活性化すると、来館者が食事や買い物などに立ち寄ることができる。商店主が「鉄道資料館に行ってきましたか」と、立ち寄る人たちに声をかけてくれる。不案内な人に道を案内するという。こうしてアクセスの不便さを軽減することになってい

鉄道資料館と商店街の連携の構図

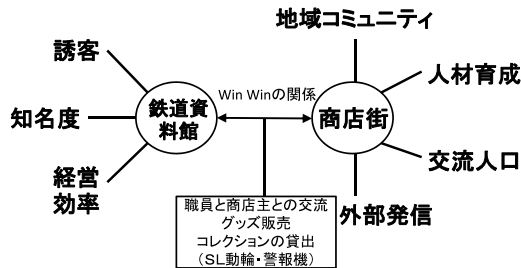


図 1

るのである。

次に、資料館をはじめ新津や新潟市の知名度を上げることに作用している。ユネスコの世界遺産に登録された石見銀山でも、地元の島根県大田市と住民たちの連携による地域づくりのあったことが前提になっていた（毛利2008）。博物館も同じで、この場合は鉄道資料館が保有するコレクションの価値だけでなく、地元住民の支援や協力があってこそ知名度が向上するのである。地域が資料館を守り育てることである。そうすることにより、鉄道資料館が、新津という町のブランド形成に寄与することになる。新潟市にとっても、全国の自治体のなかでも、市の文化行政が認知されるのである。

もう一つは、経営効率が良いことである。リニューアル初年度の平成26年度の入館料収入は765万円、また同年のパブリシティの金額を算出したところ2,637万円である。新聞やテレビの報道のほか、法人などの機関紙、タウン誌、全国版の雑誌や自治宝くじのデザインを広告費に換算した金額である。それに加えてグッズ販売の手数料収入も入る。売上金265万円の5%のマージンは13万円となり、合計すると3,415万円になる。同年の決算額（経常経費）が約5,800万円（人件費込）であるから、収益率は58.9%となる。一般的な公立博物館の収益率は、よくても10%程度なのに比べると、同館は収益率が非常に高く経営効率がよい。さらに、先述したような商店街での口コミや、多くのメディアで取り上げられる効果も集客の後押しになっている。

6. 地域コミュニティが進化する

一方、商店街はどのようなメリットがあるのだろうか。このことに触れる前に、千葉大学教授の広井良典は地域コミュニティについて次のように述べている。コミュニティとは、「人間が、それに対して何らかの帰属意識をもち、かつその構成メンバーの間に一定の連帯ないし相互扶助（支え合い）の意識が働いているような集団」としたうえで、このコミュニティは個人と社会という重層社会の中間空間を立ち位置にする（広井2009）。社会的に「孤立化」する人たちが多く、地域が衰退化しているという地域が抱えている現実の問題に、地域というコミュニティを再生することがもとめられている。

それでは、鉄道資料館との連携により、新津商店街という地域コミュニティはどのように変化したのだろうか。図1に示すように、まずは、これまでの商店街というコミュニティよりも活気が出てきた、つまり、地域コミュニティが成長している。鉄道事業を企画するキーパーソンたちが表れたことや、それを実行するための協力関係が次々に生まれて、商店街同士にも共同体意識が生まれるようになった。そのことは地域に対する自覚と、アイデンティティの形成や帰属意識を高めることになっている。商店街でのヒアリング調査からも、お互いが挨拶を交わすことが多くなったというし、店先に展示している「まちなか鉄道資料館」を見学する地域外から来た見知らぬ人たちとも、日常的にコミュニケーションをとるようになってきている。空き店舗を「来て基地（きてきち）」という放送室にしてからは、打ち合わせや情報交換、交流するためのコミュニティの拠点となっている。

二つめは、「人材育成」がはかられるようになってきている。例えばシャッターアートに参加するボランティアは児童や高齢者まで幅広い年齢層の人たちからなる。自分たちが手掛けた作品をいつでも商店街で見ることができれば愛着が生まれ、さらに地域のために活動する意欲が湧くようになるだろう。「来て基地（きてきち）」（放送室）でも、毎週、小学校放送部の児童が生放送することや、商店街からの声掛けに応じて小学校に鉄道クラブも生まれたように、新津の鉄道の歴史や文化を継承する人材が育つような仕組みもできた。また、地元公民館の主催事業に、キーパーソンたち（呉服店、花店、時計店、果物店、薬局、酒店店主、歯科医など）が「中高年の美容・健康・生きがいづくりに役立

つ連続講座」の講師になっている。そして、何よりも特筆すべきことは、各商店が創意工夫した鉄道グッズやメニューを開発していることである。自分たちが創意工夫してやるという主体性が生まれた証しである。

三つめは、交流人口が拡大していることである。商店街が活性化するようになれば、自然に周辺から人々が集まるようになる。郊外の新興住宅地の住民たちも訪れる。すると、大型店とは異なる雰囲気や商品の品ぞろえ、商店主との付き合いも生まれる。これまで買い物先の選択肢になかった商店街が、新たに加えられるようになるのである。また、域外の観光客も少しずつ増えている。駅と鉄道資料館との往復の途中に、立ち寄る人たちも出ている。こうして交流人口が拡大するようになれば、商品の売り上げにつながり経済効果も期待できる。

四つめは、外部発信である。元来、商店街は外部に開かれた「外の世界」との接点である。商業とはそのようなものである。商店街が開発した鉄道関連の商品やメニュー、イベント、地域活性化の取り組みなどをSNSなどの様々な媒体により発信する。埼玉県大宮市の鉄道博物館の付近の同業者を意識して、呉服店の村木氏は、「我々の民間レベルでいえば大宮の東口商店街という大きな商店街と姉妹提携をとれませんかと提案したり、いろいろなところからたくさんの人たちに（新津に）来ていただきたい」と、抱負を語る。また、メディアの露出度も高くなっている。全国の商店街のうちでも、新津商店街が活性化していることが評判になり、「がんばる商店街30選」（経済産業省）に選出されたことは先述したとおりである。

以上、商店街にとってのメリットは、相互に影響を与えながら効果をあげている。当初は、衰退化した商店街という内向きの考え方で、事業もマンネリ化していた。この場合、地域コミュニティは「閉じられた空間」であったという。しかし、資料館との連携が契機となり、地域を外部に開いていく「開放的な空間」を取り戻すことができるようになった。広井によれば、前者を「農村型コミュニティ」、後者を「都市型コミュニティ」といい、前者と後者はバランスよく調和することが、地域コミュニティを安定化させるためには重要であるという（広井2009）。

全国の地方の商店街が高度経済成長期に賑わっていた当時は、たとえ「閉じ

られた空間」であっても、大型店との競合もなく規制によってある程度は守られていたから、商売はそれなりに成り立っていた。しかし、国の規制緩和による競争社会になると、商店街は一気に活力を失い衰退化してしまった。新津の商店街も例外ではなかった。しかし、これまでみたように資料館との連携を契機にして、自らが主体的になり、地域の課題を解決するために動き出したことにより、コミュニティに変化が現れ、人材育成にもつながるようになり、「閉じられた空間」内部も活性化し、しかも外部発信や交流人口も拡大する「開放的な空間」と重複する、「関係の二重性」が生まれるようになったのである。

それでは、なぜ、地域コミュニティにとって、この「関係の二重性」という空間が大切なのだろうか。「閉じられた空間」＝「農村コミュニティ」と「開放的な空間」＝「都市型コミュニティ」とは、それぞれ性格を異にしている。

前者は、日本古来の農村社会の伝統をもち、共同体や仲間意識が強いながらも、物事の対応や解決が場面に依拠して変化する。一定のルールがなく、その人の年齢や性別や出自などが大きな意味をもっている。小さな社会ならば、自由で柔軟性があるのだが、ある程度以上になると、かえってこのような社会はストレスと強い拘束感を感じるようになりがちとなる。それに比べて後者は、人と人とは基本的に独立しながら、ルールや規範によってつながるような社会である。しかし、それが行き過ぎると、社会は硬直化し、ルールやセキュリティでがんじがらめに縛らなければならない（広井2009）。つまり、どちらか一方に極端に偏るような地域コミュニティは、地域や人の安全保障という意味からも望ましくないからである。両者の適正なバランス関係が地域の安定に欠かせないのである。

7. 博物館が地域と連携する留意点

最後に、博物館が商店街と連携する留意点をまとめると次のとおりである。まず、博物館は地域のニーズをつかむことである。ニーズを受け止めて、博物館はどのようにしてサービスに置き換えて提供することができるのかが問われるのである。

そのために、双方が何のために連携をするのか、そのビジョンを共有することである。あるいは何を共有できるかといってもよい。両者は、「鉄道という

地域資源を生かした商店街の活性化」というビジョンを共有した。資料館のミッションにも「交流人口の拡大と地域の活性化を図ります」と、あるように地域の活性化をめざすことや、「人づくりと地域の連携による事業を展開します」と、いうように人づくりと地域・市民・企業と連携することを裏付けている。

これまで一般的に扱われている「博物館と〇〇の連携」というものは、博物館にとって都合の良いもの、または博物館の生き残りのための手段として、他者に「連携」をもとめてきた風潮がある。そうではなく、双方が＜思い＞を同じくして行った連携の成果は、両者にとってそれぞれ「得るもの」がなければならない。資料館と商店街は双方にとって、「WIN WIN（ウィンウィン）の関係」になることが大きなポイントである。どちらか一方が得をするのでは連携は成立しない。仮にあったとしても継続することは難しいだろう。

連携にとって、もう一つの要件は＜継続性＞がともなわなければならない。単発的な一過性の事業では、双方にとって得るものはあまり期待できそうもないからである。SL動輪や警報機は商店街のモニュメントになっているし、資料館のグッズ販売も定着している。いろいろと手を広げるよりも、「身の丈にあった」ことを継続することにより、連携の成果はより充実したものになっていく。

博物館にとっては、ヒト・モノ・カネの経営資源をどのように配分するのも問われる。博物館や連携先の事情に応じて異なるだろうが、それであっても、もっとも重要なのは＜ヒト＞である。適任となる人材を配置することに成否がかかっているといってもよい。資料館の担当者、商店街の店主たちのヒト同士が、ビジョンを共有し信頼し合い、日常的な交流や意思疎通がうまくいっていたから成功したのである。そのためには学芸員や職員は、地域に「出る」、そして「聞く」ことである。地域で住民から話を聞き、地域のニーズを把握することである。それができれば、あとは柔軟に対応して「やる」ことである。

新津鉄道資料館と地元商店街との連携は、このようにして一定の成果をあげることができたし、それは現在も進行形である。

あとがき

本稿でも述べたように、コミュニティとは、「人間が、それに対して何らかの帰属意識をもち、かつその構成メンバーの間に一定の連帯ないし相互扶助（支え合い）の意識が働いているような集団」とすると、地域コミュニティにおける連携は、地域を住みよくする生活の安定や安全をはかる機関や団体というコミュニティとも相互に成長することをめざすものである。本稿で扱った鉄道資料館と商店街の連携についての分析は、その関係性を明らかにすることができたと思う。

筆者は、2012年に始められた「新津鉄道資料館活性化基本計画」の策定委員会のメンバー（座長）になり、同館のリニューアル計画や実施に携わり、リニューアル後には同館の協議会（座長）として外部有識者の立場から参画していることを付記しておく。

また、筆者が運営の一員となっている野田市郷土博物館（金山2012）でも、地域を観光案内する「ガイドの会」との連携も、今回の分析に照らし合わせると、やはり「ウィンウィンの関係」が成り立っていることを確認することができた。博物館（市民会館と併設）の一室を提供して、そこを拠点に「ガイドの会」が活動している。博物館にとっては誘客の効果があるし、来館者対応にもなっている。一方、「ガイドの会」にとっては、博物館を拠点にしていることにより安定的な運営をすることができている。このように他の事例でも、今後とも博物館との連携のあり方や、地域コミュニティに対する波及効果についても考えていきたい。本稿はそのための糸口を提供するものである。

[引用・参考資料]

新津鉄道資料館（公式ホームページ）<http://www.ncnrm.com/>

毛利和雄2008『世界遺産と地域再生』新泉社

広井良典2009『コミュニティを問いなおす』ちくま新書

金山喜昭2012『公立博物館をNPOに任せたら』同成社

アマルティア・セン2006『人間の安全保障』集英社新書

謝辞：本調査にあたり、新津鉄道資料館の水澤喜代志氏と村木呉服店の村木政寛氏、秋葉区産業振興課にご協力をいただいたことに厚く感謝します。

ABSTRACT

The Cooperation relationship between the Niitsu Railway Museum and the Shopping streets.

Yoshiaki KANAYAMA

The renewed Niitsu Railway Museum started in April 2014 with the mission of regional interchange and revitalization of the local shopping streets. This thesis shows how Niitsu Railway Museum works together with the shopping streets, such as loaning out the collection for locating them on the streets, and sell railway goods at the museum which the stores themselves have created. In addition, more than 10 stores use their showcases for exhibiting railway items. Volunteers drew railway pictures related to Niitsu on the shop shutters. A vacant store is used as a media studio, which broadcasts the local shop and event information.

Two years have passed since the renewal of the museum; now the interaction of the shopping streets increased, and local people rediscovered Niitsu as a “Railway town” that helps to create their identity. Local people voluntarily participate in the projects, which made the shopping streets not only a place for merchandise but also a place for social activities.