

あっちにもこっちにも明るい元気な商店街をつくろう
～料理をすることと女性のコミュニケーション力が不可欠～

提案の特徴やアピールしたい点

かつて、魚屋さん、肉屋さん、八百屋さんなど個人商店で形成していた商店街。時代とともにスーパーに変わり、スーパーもなくなりつつあります。とってかわって、コンビニ、ドラッグストアやアパートやマンションが多くなりました。

かつての商店街も住宅街になってしまいました。郊外にショッピングセンターができたためです。

だから、車のない人や年寄りにとって不便になりました。

そこで昔のような商店街をつくりたい、取り戻したい。

住宅街にも生鮮食料品を核とした商店街が必要です。

結 論

賑やかな元気な商店街をつくろう、

家から歩いて通える商店、

食料品、日用品がすぐ買える商店街をつくろう。

そのため

料理をすることと女性のコミュニケーション力が不可欠

また、江戸時代の城下町に多くのヒントがたくさんあります。

あっちにもこっちにも明るい元気な商店街をつくろう ～料理をすることと女性のコミュニケーション力が不可欠～

はじめに

昨年まで、日本は「少子高齢化による急速な人口減少」がキーワードだった。子供の数が減るから、公共機関を通過して高校や大学に通う人も減ってくる。また、高齢者は歩くのも大変になり、また階段の上り下りが大変だから、公共交通機関を使わなくなってくる。でも、デマンド交通が必要だ。しかし、コロナウイルスの影響で、それどころではなくなった。街の中には、「テナント募集」の張り紙が目立つ。また、インバウンド、国内観光は客の減少により、もっと深刻状況である。JR、航空機等、公共交通機関の利用が激減した。バスの利用もテレワーク、オンライン等で減少しており、仙台市では、コロナウイルスの影響でバス不採算路線廃止が決まりました。

ところで以前から、鎖国して 200 年以上続いた安泰な江戸時代の城下町には地域活性化のヒントやアイデアがたくさん隠れている。

今、この状況下の中で日本に住んでいる人たちでどうにかして日本を活気づけたい。そのためにも全国各地に江戸時代のように賑やかな商店街がたくさんあるようにしたい。

江戸時代の城下町について

私の描く江戸時代の城下町のイメージは以下のとおり。

・賑やかで人情がある。粋もある

落語には、下町の多くの人情噺があるから、明らかである。また、江戸後期には、町人が理想とした美的理念「粋」もあった。

・井戸端会議も盛ん

いつの時代、水は必要です。江戸時代、井戸のまわりに女性たちが集まり、毎日洗濯や炊事をし、いろいろな世間話や情報交換をしていました。中には子どもも連れてきたでしょう。このように、男性たちが働いている日中、女性同士、子供同士、そして女性たちと子供たちのコミュニケーション、近所づきあいでお互いの家庭環境を把握して長屋の連携が図られていました。このことが、井戸端会議の語源でもあり、井戸端会議は戦前まで見られたようです。今の世では、子供の送り迎えやスーパーなどがそういった場所で繰り広げられる女性たちの会話でないでしょうか。

・日本各地に多くの生活文化、食文化が生まれ、生活がある。

故郷に帰ることを国に帰るといいます。当時の日本は多くの国に分かれていて、国王(藩主)が国政(藩政)をしていた。つまり、権限は地方にあった。国王が治水、利水をし、国を治めた。そして、お城を構えた城下町にその土地に合ったいろいろな文化を築き上げた。今では観光資源となっており、観光の目的はここにある。

- ・鎖国していたから、食料品から囲碁将棋の遊び、日用品まで自給率が 100%

今の日本の食料自給率は 40%以下。しかし、当時、サプライチェーンは存在してなく、衣食住に関係するすべてのものは、日本独自のもの。つまり、日本で作り日本で消費していた。地産地消、国産国消が当たり前

- ・城下町と城下町との交流はない

城下町と城下町は当時、幹線道路や鉄道はなく、けもの道しかない。峠越をしなければならぬので観光や交流はないと考えられる。だから、その中で城下町はにぎやかで活気があった。

商店街の移り変わり

商店街の多くは、城下町や門前町として賑わい栄えたところです。私は、生まれてから高校卒業まで、かつて城下町としてにぎわったところいで多くの商店が立ち並び、近所付き合いも盛んでした。しかし、今は、商店がなくなり、当時の面影は失われたように感じます。

その後、29 歳まで仙台市の郊外の住宅街に移りすみしました。しかし、近所つきあいは、会った時のあいさつ程度、商店街のような交流はありませんでした。

現在は、門前町として栄えた商店街に住んでいます。20 年近く立ちますが、以前通っていた 2,3 店舗のスーパーや八百屋さんがなくなりました。その代わり、コンビニやドラッグストアが目立つ。このように全般的に見ると、魚屋、八百屋、肉屋などの商店は集約されて、生鮮食料品店(スーパー)になりました。一か所ですべて買うことができます。さらに、生鮮食料品店(スーパー)がなくなると、コンビニやドラッグストア、アパートやマンションに変わっていく。商店街から商店や生鮮食料品店がなくなることは寂しいことです。つまり、住む人が多くなったのにもかかわらず、商店や生鮮食料品店(スーパー) が激減しています。最近では、スーパーでは、魚市場のように、魚一本で売ることがなくなりました。

しかし、魚屋、八百屋、肉屋、スーパーといった生鮮食料品店、いわば、「庶民の台所」にあります。そこで買い物をします。だから、女性たちの井戸端会議の場にもなります。

そして、子供の食育の役割も果たしていました。そして、それがひいては、皆が健康に生活することにつながります。

私は親の影響で魚が好きです。昔のお買い物の光景は、こういう感じではなかったでしょうか。

親子で買い物すれば、子どもたちははじめてみたものに感動します。ホタテが動いたり、カニが泡をふいていたり、動いているドジョウを見てびっくりしたり、喜んだりする微笑ましい光景を見ると、こちらも笑顔がこぼれます。そして、親は子どもからいろいろ聞いてきたら、やさしく答えてあげる。

そして、家に帰り、親も焼魚や煮魚、三枚におろして刺身、余った頭や骨の部分であら汁をつくる。あら汁は出汁が出でおいしく、魚は捨てる場所がないと実感する。おいし

くて何とか全部食べたい、また食べたいと思います。自然に箸の使い方もうまくなります。

また日頃通っていて、ある日突然、イチゴやスイカ、また、見たことのないものが出でくれば、「初物だね。これは、・・・だよ。もう少ししたら安くなるからその時、買おうね。」などの会話が生まれる。

私は、野菜も1年通して置いてありますが、量が多く安く売っているときに時期のものと感じました。

このように、日々の買い物は季節感も感じられ、都市部、商店街における食育、地産地消の役割も果たしています。自然に地域の食材や、旬の魚介類や野菜などが分かるようになり、臭い、色合い、硬さなどから品定めして、できるだけ新鮮なものを買う。何より、毎日新鮮でおいしいものを口にすることができます。だから、コンビニやドラッグストアができて物足りません。

日本人の平均寿命について

今年の敬老の日現在で国内の100歳以上の高齢者の数は、初めて8万人を超えた。このうち女性は7万975人と、全体の約88%を占めました。また、平均寿命は、男性が81.41歳、女性が87.45歳である。また、夫婦で相手が先だされると、男性は2、3年で亡くなり、女性は10年以上長生きする話をよく聞きます。男性より女性のほうが料理をしてバランスの取れた食事をするからです。また、コミュニケーションをとり、楽しくみんなと食事からです。逆に男性は、外食する機会が多く、酒を飲み、脂っこいもの、好きなものだけ食べる。それが続けば、病気になる。私も納得しました。藤田鉦一郎さんの本にと書いてありました。

商店街の必要性

また、かつて、新興住宅街と言われたところも高齢化になっています。買い物難民の問題もあります。高齢者になれば、買い物もままならない人も多くなります。宅配は近所づきあいをしていいからつまらない。物足りなさを感じます。住宅街にも、歩いて通える商店街も必要である。

また、商店、商店街の通りでは、こういう光景がよく見られました。

商店や道端で知っている人に会えば、挨拶しお互いに近況を報告し、最近見かけない人の近況を聞いたり、心配したりします。店に入れば、楽しい会話が聞こえ、通りを歩けば、知っている人に声をかけたり、かけられたりします。

日頃の近所づきあいも必要です。いい光景ではありませんか。買い物、飲食店、クリーニング店など、いろいろなところで顔なじみ、お得意さんになる。お互い様の気持ちが住みやす

い、通しやすい商店街になります。そう考えると、地域活性化には、男性よりコミュニケーション力のある女性の力が不可欠です。

結 論

賑やかな元気な商店街をつくろう、

家から歩いて通える商店、食料品、日用品がすぐ買える商店街をつくろう。