

米国メインストリートプログラムが街なか商業地を活性化に導く方法論 ネームブランドを基軸にしたダウンタウン再生

研究代表者 明石達生 （東京都市大学都市生活学部 教授）

共同研究者 松本博之 （㈱ぶぎん地域経済研究所 取締役調査事業部長）

[研究報告要旨]

メインストリートプログラムは、米国の中小都市のダウンタウン活性化に広く活用されている方法論で、大きな成果を上げてきたことが知られているが、そのアプローチはとてもユニークで、日本の中心市街地活性化には見られないものである。それは、非営利・非政府団体の「**National Trust for Historic Preservation**」が保有する登録商標「**Main Street®**」の使用権を軸にした仕組みであり、商業地の活性化に取り組む地元の団体が、自らの団体名やその活動に「メインストリート」の名を冠するためには、一定の方法論に則って活動が行われる体制が整っていることについて、審査を受けて許可されなければならない、許可を受けた後も定期的に適合性をチェックされるといったものである。

このような、審査に合格しなければ認められないし、認められたところで国からお金が来るわけでもないといった仕組みは、一見、ハードルが高すぎ、得にもならないと思われるかもしれない。しかし、それがブランド力というものだ。メインストリートを名乗っていることが、クオリティを保証された活動であることを示しており、だからこそ人的にも資金的にも求心力を得て、質の高い取り組みを持続することができるようになる。

このような独特の仕組みは、日本の中心市街地活性化の関係者らにこれまで伝えられなかったわけではないが、日本の関係者らの想像の範囲を超えているためか、専門家の間にさえ誤解ないしは無理解な認識が広まってしまっているように感じられる。そこで、この研究報告では、日本の関係者らに、米国メインストリートプログラムの独特の仕組みを詳しく紹介することで、日本とは異なる方法論の存在を理解する一助となることを目的とした。

メインストリートプログラムは、全米レベルのナショナルセンター、中間で大きな役割を担っている推進機関（コーディネーティングプログラム）、地元で活動するまちの活動団体（ローカルプログラム）の3段階で構成されている。この報告書では、ベストプラクティスのひとつと評価されているアイオワ州をケースにとり上げ、仕組みと運用の実像を詳しく紹介している。