■（２７２）全国に通じる被災地の商店街の再建問題

東京･青梅の商店街が１９日、店の軒下などに掲げてきた映画看板を取り外しました。昭和の名作のポスターを題材に泥絵の具で描いた作品で、多くの見物客も訪れました。作家の映画看板師が春に亡くなったのと、台風被害で作品の一部が壊れたため安全を考えて撤去となりました。

商店街の振興策として一時は注目を集めました。都内とはいえ、青梅はすでに人口減が始まっています。その衰える中心商店街をどうするか、は全国の地方都市と同じです。大型店に流れる消費者をどう呼び込むか、なかなか特効薬はありません。多くの商店が津波で壊れてしまった東日本大震災の被災地はさらに深刻です。まず、店を再建しなければなりません。そのうえで、商売を始めるための商品の購入などの初期投資も必要です。国などの補助があるとしても、ゼロからの出発です。さらに、地域の消費者も被災して、余計な買い物をする余裕はありません。それでも、知恵を絞って立ち上がるしかありません。そこで岩手県釜石市は「変化球」を選びました。

中心商業地の核として大型店を誘致したのです。その集客力で周辺の商店を復興させようという狙いです。それは良薬か劇薬か。来週の朝刊・てんでんこ欄で考えようと思います。（山）