

民間主導の中心市街地再開発

【取組の概要】タウンマネージメントで高齢者にやさしいまちづくり

高松市にある丸亀町商店街まるがめまちは、地域を代表する商店街として、400年以上の歴史があり、四国の商人達がいつか店を構えることを目標とする憧れの地域であった。

しかし、1988年の本四連絡架橋瀬戸大橋の開通後、本州から大手資本が参入した影響や社会情勢の変化により、多くの商店街同様、丸亀町商店街でも、来街者数・売上ともに落ち込み、商店街存続の危機を迎えた。そういった商店街の危機に際して、商店街振興組合は、定期借地権方式によって土地の所有と利用を分離し再開発を進めるという抜本かつ大胆な対策事業を推進。再開発事業で、延長470mの商店街をA～Gの7街区に分け、それぞれの街区に特徴を持たせるとともに、市民広場などの公共的な施設を備えた集客施設を市街地再開発事業と併せて整備する計画を立てた。先行して計画を進めたA街区では、2006年の竣工以降既にその開発効果が現れており、これに習おうと次の街区でも整備への意欲が高まりつつある。

こういった商店街開発を主導しているのが「高松丸亀町まちづくり株式会社」(以下、「まちづくり会社」)であり、高齢者にやさしいまちづくりを目指しタウンマネージメントの中核を担うとともに、民間を主体としたまちづくりの仕組みを模索している。



高松丸亀町商店街(A街区壱番街)

1. 高松丸亀町商店街の盛衰

四国の商人の夢「丸亀町商店街」

丸亀町の町名は、1588年、高松城築城の際に丸亀城下(現・丸亀市)より商人を移り住まわせたことからその名がついたとされる。丸亀町は城の大手門から南北にまっすぐ伸びる道筋にあり、いわゆる城下町のメインストリートに位置した。このことから、城主が丸亀城下から呼び寄せた商人たちを特別な存在として高松城下の商業の中心に据えていたことがうかがわれる。

まずは地価の安いところで商売を立ち上げ、じわじわと力を蓄えて店を大きくしてい

「いつかは丸亀町に店を構える」ことが四国の商人達の目標だった。「かつては、『丸亀町に店があるなら間違いなく成功者』と言われるようなステータスの高い商業地が丸亀町でした。それだけに、丸亀町商店街の商店主は皆、商売に秀でていました」と高松丸亀町商店街振興組合の理事長の古川康造氏は話す。

町の100年後を考える

1982年、丸亀町商店街振興組合の前・理事長の鹿庭幸男氏が現在の若手組合員に言った。「開町400年祭は大丈夫やけど、500年祭はできるんか？今のうちに手を打っておかんと、間に合わんど。益々早くなる社会の変化に対応するには、先々を読んで先手を打っていかんと商店街は衰退して100年後にはないかもしれんど」。

当時の丸亀町商店街は、連日大賑わいで商圈は四国全域と言われるほどであったが、前・理事長は、いづれ、商店街が傾いた時に慌てて投資しようとしてもできなくなると、常に危機意識を持っていた。このため前・理事長は、若手組合員をまとめあげ、大規模な、商店街駐車場整備事業（全体で1,000台分）に取り組んだ。1984年には、国の融資制度を利用して、商店街振興組合が運営する立体駐車場（北駐車場298台、南駐車場72台）を建設。同時にアーケードの改装とカラー舗装による路面の整備も行った。総工費は15.5億、国の融資制度で10億、高松市の補助金3億、残りの2.5億を商店街負担で賄った（その後も駐車場は増やしていき、現在は第5駐車場までである）。

駐車場整備に要する自己負担額は大きかったが、狙いどおり需要は高く駐車場運営により、振興組合は大きな収益をあげた。そして、この駐車場運営による収益が後に、丸亀町商店街の様々な挑戦を支えていく原資となる。

青年会の調査結果「物販以外の機能強化が必要」

鹿庭前・理事長の「100年後を目指したまちづくり」という理念を具体化するため、青年会は今後のまちづくりについて有識者を交え、研究を進めていき下記のとおり研究結果をまとめた。

- 物販に特化しすぎた丸亀町が今後100年間、市民の支持を受け続けることは絶対にできない。
- 物販以外の機能強化が必要であり、導入すべき機能としては、市民広場、都市公園、イベントホール、駐輪場、駐車場、休憩施設、公衆トイレ、レストラン等の飲食機能、生鮮市場または食品スーパー、ホームセンターなどの生活雑貨店、マンション等の居住施設、（電車は困難なため）バスターミナル等々である。
- モノを買うだけのまちから時間消費型の街に作り変えることが、丸亀町が今後存続するためには必要条件である。
- 居住者いかに増加させるかが課題である。

1988年瀬戸大橋開通

1988年に開通した瀬戸大橋は、四国地域の人々にとって念願であり、「陸路で結ばれ便利になる」、「本州から観光客がやってくる」、「企業誘致がし易くなる」と、多くの人が瀬戸大橋に大きな期待を寄せていた。

しかし、「間違いなく危機が来る、人口の流出と、大手資本の参入がある」と鹿庭前・理事長は、瀬戸大橋がもたらす影響に危機感を持っていた。当時好調だった商店街では、前・理事長以外の皆全員が「何を言ってるんですか、そんなことあり得ないですよ」と瀬戸大橋開通の影響を楽観視しており、行政も「商店街は整備もできており、通行量も多く、皆さん隆々と商売しているので全く問題ない」と考えていた。

「根拠があったわけではないけれど、なんとなくいやな感じがしたと言うんです。前・理事長の商売人としての勘だったのではないのでしょうか」（古川理事長）。

瀬戸大橋が開通するまでは四国への交通手段は船しかなく、物資の安定供給体制が構築できないことから、小売の大手資本は参入してこなかったが、1988年に瀬戸大橋が開通すると、大手資本が参入し、丸亀町商店街の売り上げはピーク時の年間270億円から10年で一気に120億円まで落ちこんだ。高松市内の総売り場面積は30万㎡といわれていたが、大型店舗の参入により、わずか10年で倍の60万㎡を越えることになる。

2. 土地の所有権と使用権の分離へ

中心市街地の空洞化と商店街の弱体化

瀬戸大橋開通後に訪れたバブル経済のピーク時、高松市の中心市街地では地価が高騰し、居住者が郊外へ流出、丸亀商店街の通行量は徐々に減少し中心市街地が衰退していった。中心市街地の空洞化が進んでいくことに危機感を覚えた商店街振興組合では、こういった社会情勢の変化を踏まえて、商店街の現状分析、マーケット調査を実施。その結果、かつては商手以外の各店舗の2階住居に1,000人ほどが暮らしていたが、調査時点では、高齢者を中心にわずか75人しかいないことが判明。商店街に店があっても住むのは郊外という職住分離現象が、若い商店主間では進行し、丸亀商店街における中心市街地の空洞化が明白になった。

商業の一等地である丸亀町商店街には、よそに土地を流出させないという、丸亀町の誇りがあった。商店街が隆盛を誇っていた頃は商店主（＝ほとんどが地権者）は土地を売る必要がなく、バブル経済で土地が高騰しても、商店街の土地がよその地権者に渡ることはなかったが、バブル経済崩壊後は、倒産などによって商店主が土地を手放さざるを得ないケースが続出したため、危機感を抱いた商店街振興組合は、駐車場整備事業の収益を活用し、その土地を全て買い上げ、地域の土地所有権の分散を防いだ。

また、商店街振興組合の結束を固める仕組みも、昔から商店街の中に組み込まれていた。

商店街振興組合の中には45歳までの若手店主が活動する青年会があり、商店街での様々なイベントを担ってきた。振興組合からは年間3,000万円程度の予算が青年会に与えられ、若手店主たちは協力し合ってイベントを開催。協働で事業を成し遂げていくということを学んできた若手たちは、振興組合本体でも協働する。こういった組織の取り組みが代々続いてきたため、「基本的に地権者同士は仲がいい」と理事長は言う。

ところが現在は、青年会の会員数が減少し、以前のように活動が展開できなくなっている。1970～1980年代は団塊世代が若くて元気だったため、会員数は多く、活動も活発だったが、団塊世代が卒業すると、50名以上いた青年会は12名まで減少した。また、各店舗の売上が減少し、店主にもイベントを開催する余裕がなくなるなど、以前のような仕組みで、商店街の結束力、推進力を維持することは困難となった。

商店街再生に向けた究極の一手 ～土地の所有と使用の分離～

居住人口が減少し、郊外型の大型ショッピングセンターに顧客が流れたため、瞬く間に商店街の通行量は減少した。中心市街地の人口が減ったことから、生鮮食品や日常雑貨を扱う店舗が無くなり、商店街は洋服店ばかりに偏ってしまった。そういった洋服店にも、大手資本によって郊外店舗に、安くて流行の商品が押し寄せるようになったため、時代の流れに沿った商売ができない店舗は売上が減少、後継者がいないという店舗が次々とあられた。

「皆がどうしていいのかわからなくなってしまった。商店街の靴屋は、郊外に進出してきた靴屋とどう戦えばいいのかわからず、対策ができなかった」（理事長）

以前は隆盛を誇っていた丸亀町商店街の店舗がこのように一気に売上が下落させるとは、誰も想像していなかった。かつて「丸亀町に土地を持っていれば生活していける」と言われた時代が急速に遠い過去になっていった。

商店街の理事長ら中心メンバーは、商店街を取り巻く閉塞感から脱却するためには、抜本的に商店街を改革するしか打つ手はないと判断。専門家の協力を得ながら、検討を繰り返し、商店街の再生に向けた計画を作り上げた。計画は偏ってしまった業種のバランスを整え、魅力的な都市空間を作り出し、商店街全体を一つのショッピングセンターと位置づけたうえで、全体のレイアウトを再構築するというものであった。

そのためには、商店街の土地利用を柔軟にし、不足している業種を導入できるように土地の所有権と使用权を分離するとともに、商店街全体が納得する4つのルールを作る必要があった。

- ① 地権者の全員同意による定期借地権方式を導入すること。
- ② 第3セクターによるまちづくり会社で全体の運営を行うこと。
- ③ 出店者による共同出資会社を設立すること。
- ④ 土地を取得するための証券化を進めること。

危機感の共有が土地問題を解決させた

振興組合では青年会がまとめた研究結果を基に、1990年に開発事業に着手し、高松市や商工会議所、その他関係者を交えて再開発についての協議を重ねた。1998年7月に中心市街地活性化法が成立、1999年に高松市の中心市街地活性化計画と高松商工会議所が策定したTMO構想に基づき、振興組合を核として進めてきた再開発計画の事業運営全般を担う組織として、第3セクター方式のまちづくり会社が設立された。

再開発の構想は進み、延長470mの商店街をA～Gの7街区に分け、まずはA街区の計画が策定されていった。A街区は、南北に伸びる丸亀町商店街と、丸亀町商店街から東に伸びる片原町西部商店街と西に伸びる兵庫町商店街の交差点にあたり、交差点の北には有名百貨店が立地し、A街区の再開発は百貨店の協力も得ながら高級感を持つイメージで進められた。

商店街の再生に向け、理事長は地権者会議で再開発事業（商店街の土地の所有と分離）について説明を行った。A街区の地権者は借家権者、借地権者を含め総勢67名であったが、全員の合意をとる作業は言葉で言い表せないほど困難な作業であった。会議では地権者同士の争いになることもあり、仲が良かったはずの店主でも、話し合いは一向に進まず、また、地権者会議と並行して行われた行政関係者、建築、設計業者、金融機関など多数の関係者との調整作業も困難で、思ったように進まない状況が続いた。

やがて、商店街の通行量が激減し、郊外の大店に客を奪われてしまう状況が続くと、地権者の誰もが「このままでは間違いなく商店街が死んでしまう」と実感。最終的には、商店街存亡の危機を地権者全員が共有することで、全ての関係者の合意・調整が可能となった。

結果的に1990年に協議を始めてから2006年までの16年間、1,000回程度地権者会議を開催（平均して週に1～2回開催）したことになる。そういった準備期間を経て、丸亀町商店街再開発事業A街区の「高松丸亀町壺番街」は2006年12月にオープンした。理事長はこの時にやっと「光が見えてきた」と感じたという。また、地権者にとってもオープンの日は感動的で記念すべき日になった。

A街区の再開発成功を踏まえて他の街区の開発が進められる中、「商店街の店舗構成は、過去の大きな歴史的な契機に変わってきました。明治維新とか、終戦とか。そういうのをきっかけに、店舗がガサッと入れ替わっていましたが、戦後60年、そのような新陳代謝が止まっていたんです。それが衰退する大きな原因だった。今回は大幅な店舗の入れ替え策を、合理的に、合法的に、ルールとして作っていったんです」と理事長は、語る。

3. 商業者と住民の新たな関係づくり

丸亀町のタウンマネジメント

「テナントリーシング(※)だけでこの町ににぎわいを作る、ということは考えてないんですよ」。以前、理事長はどうやって外貨を獲得するかということばかりを考えていたが、実はテナントに頼ったまちづくりではなく、賑わいをいかにつくるか？賑わいさえ出来れば、テナントはほっといても集まってくる、ということに気づいた。「何もしないでしたら、ますます人口減少が進みます。これから私たちは住宅整備をして、この町に住む人たちを増やしていきたい。そして、その人たちが快適に暮らすのに必要な施設と業種を正しく配置していく。つまり、これからの私たちのベースとなるお客様は、このエリアの居住者たちなんです」

そうして、丸亀町商店街振興組合の方針は、従来の外貨を獲得するために外から顧客を引っ張ってくるという方針から、地域でいかに経済循環を起こしていくか、という方針に大きくシフトしていく。

再開発事業の先行モデルとしてのA街区壱番街がオープンして、その起爆剤として最高級ブランドの店舗を配置したが、これから先のB街区やC街区の開発では最高級ブランドがずらっと並ぶわけではない。テナントで客を引っ張るということではなく、いかにここに暮らす人が快適に生活を送れるかということは今後は重視して、タウンマネジメントを展開する。

(※)テナントリーシング

空き店舗や共同店舗に新しいテナントを探して、誘致すること。
不動産賃貸契約を行うこと。

まちづくり会社の運営体制

商店街振興組合は、タウンマネジメントをする組織として、1999年に第3セクター「高松市丸亀町まちづくり会社」(資本金1億のうち市が5%、残り95%を進行組合)を設立した。タウンマネジメントの観点から商店街全体をマネジメントし、まちに必要なとされる適正なテナントミックス(業種編成)を行う。利益は、民間企業のデベロッパーと異なり、地元で再投資して経済循環を作り出していく(テナントミックスを含めた商業ビルの運営管理、まち全体の販売促進企画、デベロッパーとしての役割等)。また、5時間まで無料の駐輪場設備や100円循環バスなどは、振興組合が運営。行く末はまちづくり会社に移管していく予定である。新鮮で安全な食材を流通させる市場や福祉施設を整備するとともに、メディカルモールやシネコンなども含めて、このまちで生活ができるよう施設を正しく配置し、地元商業者を含めた高齢者が住みやすいマンションを安価な定期借地権方式で建設する。

こういったまちづくり会社の運営について、社内には客観的にチェックするためのタウンマネジメント委員会が設置されている。現在は学識経験者、金融機関、自治体を中心となってまちづくり会社の計画をチェックしているが、近い将来には一般市民が中心となって商店街の計画のチェックを行う機関にする予定であり、これまで閉鎖的なイメージがあった商店街を一気に市民に開放していきたいと考えている。

まちづくり会社の業種、施設の再整備の考え方のベースになっているのは、非常に単純と理事長は話す。「自分たちが80歳になって、この町に住むときに何が必要かを考えると、『だったら、介護施設はいるよな』ということ。『自分たちで町を作っておいて、年をとったら山の上の施設に放り込まれるんじゃないよな、だったら今のうちに介護施設を作っておこう』、それだけなんです」（つまり、居住者、消費者の目線で正しく業種、施設の再構築を行うということです）

広場の活用

新しく生まれ変わった丸亀町商店街の象徴とも言えるのが、街路の交差点に作られたドーム型の市民広場である。「A街区では、僕らはどうしてもこの広場が欲しかった。だから、広くこの広場を取ったんです」。この広場は一等地のため、最も家賃を高く取れるところであったが、取って、売り場にはせずに広場を確保。「ヨーロッパの古い町にいくと、例外なく市の中心部に大きな広場があり、それを市民の皆さんがうまく活用しているんですね。そういう核になる広場が、私たちはどうしても欲しくて、あえて建物を後退させて広場を広く作りました。結果として、このことは想定していた以上の効果がありました」。

過去に商店街に行きたくない理由を調べたところ、その筆頭は休憩する場所がないことと、トイレがないことで、特に子連れの客にとって商店街が一番行きたくないところになっていた。そこで新たなまちづくりでは、こうしたパブリックスペースに力を入れ、A街区にはアートを施した休憩スペースや公衆トイレの他に、駐輪場、駐車場、イベントホール、カルチャー教室、レストラン、カフェ、自転車道、歩道と街路樹・花壇・ベンチ等が設置された。

地権者は最初、広場を広く作るために建物を後退させることに反対したが、資産価値を上げることができるだろう、ということで最終的に合意した。

市民イベント

従来、丸亀町商店街振興組合は青年部を中心にイベントを主催。振興組合が町に人を集め、集まった人を売上げに結びつけるのは各店舗の仕事、という狙いであった。

しかし、人は集まっても商店街では買い物をせず、売上げには結び付くことはほとんどなかった。

そこで、まちづくり会社は商店街自身がイベントを企画・実施するのではなく、誰でも

利用できるステージを設置し、市民がイベントを企画実施できるよう方針転換。音響設備や楽器、広報に必要なパソコンソフトやイベント専属スタッフを揃えて、市民広場の設備を充実させ、市民が行うイベントをサポートする仕組みを整えた。現在では、市民によるコンサートや綱引き大会、産業見本市、啓蒙活動などの非営利活動のほか、民間企業の販売活動など年間 200 件以上のイベントが開催されている。

小さなお店

A 街区の壱番街には、面積が 7～8 坪しかない小さな店舗がある。実は、この店舗がこのビル全体で坪当りの売上が一番高い。小さなお店はいかに経営効率がいいか、商店街が以前から、様々な大きさの店舗を運営し実証実験を実施してきた研究の成果である。

丸亀町商店街では、間口が狭くて奥行きが長い「うなぎの寝床」と言われる細長い長方形の店舗が多く並んでいる。仮に 50 坪の店舗で家賃が 1 坪 2 万円で想定すると、家賃は月額 100 万円になるが、月額 100 万円の家賃を支えられる小売店舗というのは地方都市ではなかなか見当たらない。そこで 50～60 坪のうなぎの寝床の小間割に、再開発により新たに 5～10 坪の小さな店舗も配置し、若い人に入居してもらおうと考えている。「月額 100 万円なら無理だけど、10 坪 20 万円の家賃なら、おれはここで絶対成功する自信はある」という若い人が地域にいるという。そこで、次の街区の整備の際には、若い人のために小さな区画を作ってチャレンジショップを作る予定。ただし、チャレンジショップに出店するためには条件があり、出店できる人は「モノを作る能力を持っている人」に限定。モノづくりをしながら販売することで、丸亀町でしか買えないユニークなモノを作れる人を育てたいという考えだ。こうしたモノづくりの能力を持っていても資金力がない人たちを、起業家支援として、店舗内装、什器整備を含めて、まちづくり会社で支援する仕組みを検討中である。

高齢者にやさしい町をいかに作り上げるか

丸亀町商店街の一角に、若い起業家夫婦が経営するオーガニック野菜の販売店舗がある。夫婦は以前、食品関係の会社に勤めて経営ノウハウを蓄積。仕入については、圃場を全て確認して歩き、野菜の品質を確認している。価格は一般よりも割高であるが、着実に売上を伸ばしている。

この店舗の顧客の大半は、「もう、いまさらお金にはこだわらない。私たちは一食たりともおかしなものを口にしたくない」とまちづくり会社のヒアリングに回答した高齢者

達である。また、店では宅配も実施しており、高齢者は重い商品を持って帰らなくても安心というメリットもある。「昔の八百屋がそうだったように、高齢者にやさしい町をいかに



オーガニック野菜を販売する店舗

作り上げるか。丸亀町に住めば、ものすごく安全で、ものすごく快適で、車なんか必要なくて歩いて暮らせる。そう考えていけば、おのずと魅力的な町ができる（理事長）。

この店舗は振興組合のパイロット店であるが、まちづくり会社ではゆくゆくは大きな市場を作る予定。地産地消を推進するため生産農家と提携して商品を仕入れ、中間卸を排除した新しい流通の仕組みを構築したいと考えている。

県内人口がわずかに 100 万人のところ、郊外にはたくさんのショッピングセンターができ、車を持った住民は利便性の高い買い物ができるようになった。しかし、東京資本のショッピングセンターで消費すれば、収益は東京に流出し、東京で税が徴収されて香川県にはわずかにしか税収が入らない。これからの人口減少と少子高齢化の時代、地域の経済循環は極端に弱まる。野菜だけではなく、いろいろな商品で地産地消を進め、地域内での経済循環を支えていくことが必要と考えている。

成功の連鎖を作っていく

丸亀町では、商店街をA～G街区に分けて、まずA街区から取り組んだ。それは、全体のグランドデザインを総花的に作って、一斉にスタートさせるというのではなく、小さくてもいいからどこかに成功例を作って、連鎖させていくという手法を戦略的に採用したからだった。「本当にできるのか？」と、A街区の取組をこれまでうかがっていた近隣の街区が、A街区の変化を見て「うちはいつやってくれるんだ？」と言わんばかりに態度が変わったという。まちづくり会社が狙った「成功の連鎖」が起こりつつある。

「総花的にやると、勢力が分散してしまう。一つ成功させて、それを連鎖させていくというのが一番効率的で、近道」と理事長はいう。

ただ、周囲への影響として課題が残る。「僕らは丸亀町のグランドデザインというのは持っていますが、まちの中心部の活性化という話になると、丸亀町だけができればいいという話ではなくなります。他の商店街や周辺エリアと今後どう絡めて行くかが課題となってきます」。



B街区・C街区の再開発工事中
のお知らせ

住民争議から住民によるルール化へ！

A街区にマンションができ100人が入居してきたが、商店街に古くから住む75人の住民たちと間には様々なすれ違いがあった。例えば、商店街の人たちは、自分の店の前が汚れていると自分で掃除するというのが暗黙の了解だが、新住民は自分のマンションの前の通路が汚れていても、掃除をしない。「管理者が掃除をするのが当たり前、共益費を払っているじゃないの！」と言う。すぐに争いは治まったが、こういった住民争議が起きたことは関係者を驚かせた。

そこで、昔から住んでいる人と、新住民との間で共通のルールを作ろうという流れが出てきている。振興組合が丸亀町の地域の要となって、祭やイベントに参加をしてもらうような仕組みも必要とされている。

新住民の中には、自治組織にはできるだけ関わりたくない人がいる一方で、積極的に関わりたいという人もいる。商店街の再開発では店舗構成が変わると同時に、そこに住む住民の構成も変わるため、今、商業機能と住機能を含めた町全体のルールをどうしていくべきかを議論しており、今後は、住民自治を実現する新しい組織も必要ではないかという声も出てきている。

4. 丸亀町と高松市における成果と課題

商店街活性化と市税収入アップ

A街区の壱番街が開業してから1年後、そのエリアの売上は3倍に伸び、通行量も1.5倍に増えた。また、固定資産税額は400万円から9倍の3,600万円に上昇。

まちづくり会社の推計では、全街区の7割程度が仕上がれば関係税金総計で年額10億程度が国、県、市に返ってゆく試算になり、仮に、行政が100億円を投資しても、10年で回収できる計算になるが、行政は行政という性格上、仮に一点集中投資を行うと、それ以外の周辺地域から反発が起こる。だから、丸亀町ではまず民間がリスクを負って立ち上がり、それを行政に支えてもらう民間主導で事業を進めてきたという。

■ A街区（壱番街）の成果

	(開業前)		(1年後)
売上	10億円	→	30億円
通行量	12,000人	→	18,000人
税収(※)	400万円	→	3,600万円

※高松市固定資産税

資料：丸亀町まちづくり株式会社データ

民間主導から、行政と民間の協働へ

事業を進める中で、言い尽くせないほどの問題が噴出したが、何度も行く手を阻んだのが制度の壁だった。例えば、ビルの上は全部緑化して犬が散歩できるドッグランにしたかったが、制度の壁が立ちふさがった。こうした際には、どうしても行政の協力が必要となる。

また、町中全体をどう再生するかということも市と議論する必要性がある。高松市では、「高松丸亀町商店街のタウンマネージメントを、中心市街地の再活性化に向けた流れを創り出すリーディングプロジェクトとして位置づけて、コミュニティと行政が連携したエリアマネージメントにより、連鎖型で再生が進む、にぎわい・回遊性のあるまちづくりを目指している」。丸亀町では、市と連携するために、現在は市と概ね週に1回の定例会を設けて情報交換をしている。

理事長は、「本来目指すのは民間主導というよりも民間と行政の協働だ」と言う。丸亀町の再開発は、民間主導ということで評価されてきたが、「行政が主導すると民間がついて来ない。民間が突っ走ると行政がついて来ない。これから僕達が本当にやろうと思っているのは、民間が立ち上がって行政がそれをしっかり支える、本当の意味での協働です。これからの高松市ならそれができる」。

全国から丸亀町商店街に視察が来るが、行政職員からは「どうやったら地権者が動き出すか？」という質問が一番多いという。土地問題の解決は、市民が自分たちでやっていくしか方法はない。行政がいくら働きかけても、地権者は「いかに自分たちの土地の資産価値が上がるか」が分からないと動かない。高松市の職員は、「商業者同士で話してもらうのが、一番説得力がある。行政職員では、立場が違うから全く説得力がない」と経験を話す。

「行政にして欲しいことは、地権者が最終的に決断し易いような環境を築くことです。つまり、公費を入れることだと思います。それは、行政が投資をするということなのです。そして開発効果（リターン）が街を支えて行く仕組みを作ることです。それでも地権者が動かなければ、あきらめてショッピングセンターを核にして郊外に新たな町を作った方が早いですよ」と理事長は笑った。