

真田坂

特集●真田坂=松尾町

- 1面/巻頭言「今、なぜ発刊なのか」
- 2面/特集「真田坂=松尾町」
- 3面/銘店探訪「但馬軒」
- 4面/真田坂的料理「パンプディング」
売れ残りミュージアム①
「ドイツ・キンツレの置時計」
空き店舗情報
- 5面/商店主図鑑 ポンはぎわら店主 萩原秀樹氏
コラム「町おこしを考える」
「フリーペーパー発刊企画で見えてきたもの」
- 6面/今月の特選商品
やまぎわ薬局推薦「コンクレバン」
アロマブルーム推薦「オイルバーナー」
街歩きエッセイ①「何これ？」
- 7面/ストリート・インタビュー 専門学校生 神津亜衣さん
暮らし百科「ラーメン鉢の選び方…」



創刊号●巻頭言 今、なぜ発刊なのか

「真田坂」といわれても、誰も知らないだろう。上田駅前ロータリーから北進するメインストリート300mほどの松尾町商店会の坂道のニックネームである。

上田市の中央商店街のアーケードがなくなり、電線が一部地中化され、イメージが一新されたのが長野五輪直後の1999年のこと。松尾町商店会では、これを機に、21世紀の商店会の再生を賭け、また、商店会のブランド化を目指して愛称を市民に公募、2000年4月、「真田坂」と決定、ロゴマークを作った。ところがこの「真田坂」、5年も経っているのに、いまだ広がりを見ない。しかも、五輪景気の後、もともと賑わいが少なかったとはいえ、買い物客数は下降の一途なのである。

松尾町商店会では、賑わいの衰退を、決して量販店などのせいにはせず、5年、10年、30年先を見据えた商店会活性化を議論し、上田市の中央商店街の中でも、独自で先進的な方策を企画・展開しつつある。

そんな中、「訪れるお客様と店主の距離感が分からなくなり、結果、離れているのでは」という意見が出てきた。

そこで、この半年、広告代理店や出版社に頼らず、商店会活性化をコンセプトに、自らの手でフリーペーパーが発刊できるかを研究してきた。松尾町商店会は専門店が多く、個性豊かな店主たちがたくさんいる。買い物客や読者が参加でき、オーナーの顔が見える紙面作りを目指して、専門店が持つ様々な知識や情報を発信し、量販店に馴れてしまった消費者に「暮らしの知恵」を伝えることができな

いだろうか。幾度もの会議を経て、松尾町フリーペーパー「真田坂」がついにカタチになることになった。商店会活性化策のツールなのだが、お客様と店主たちをつなぎ、「未来という坂」を登っていく大切なメディアとなり、「読者が」「松尾町商店会のファン」になることを願い、今、発刊するのである。

特集●真田坂II松尾町

お客様と真田坂をつなぐフリーペーパー「真田坂」が、未来という坂を登る

松尾町の母は鉄道？

松尾町の誕生は、明治21年、上田に鉄道が開通して以降の話である。当初、新田の辺りに駅をつくる予定だったが、蒸気機関車の煙害を心配した農民らの反対で、荒地だった今の上田駅の場所に停車場を定め、急ぎよ海野町から停車場まで崖を削って道を通した。これが停車場新道で、古地図を見ると、その後すぐに松尾丁に改められる。この「丁」が「町」の略字か「通り」の意味か判然としないが、短期に町並

みが整えられていった様子がかうかがえる。ちなみに、松尾町の名だが、真田昌幸の配下に松尾氏がいて、今の松尾町の近くに居を構えたことに由来するといわれている。

県下随一、商都の玄関

鉄道の恩恵で、松尾町は急速に発展する。明治の終わり頃、上田はすでに県下随一の商業都市であった。駅前商店街の松尾町は、機敏に時代の先端を取り込む上田の表玄関であった。

その地位は昭和40年代まで続く。昭和30年代に、上田初のデパート「ほていや」が登場。商業都市上田の最盛期だ。休日には皆着飾って「街」に繰り出した。デパート屋上の遊園地には子供たちの歓声があふれ、昼時はどこのレストランも盛況。いわば街全体がテーマパークであった。

とりわけ松尾町は流行に敏感で、肉屋の「伯馬軒」がいち早くハンバーグを売り出したのもこの頃。当時のハンバーグは網脂で包まれていて、そのままフライパンで焼けばよかった。「ピーコック」「泉万」といったスーパードが開店したのも昭和30年代であった。ところが昭和50年代に入ると、上田の中心商店街は少しずつ衰微してゆく。

今春、上田情報ビジネス専門学校が八十二銀行松尾町支店だったビルをリニューアルし3号館を開校。左奥には「ほていや跡地」に建設が進む穴吹工務店の分譲マンション。中央商店街の街並みはどんどん変わっていく。

中央商店街の地盤沈下

自動車の普及や生活スタイルの変化で、郊外の大形店に客をとられ、いわゆる駅前商店街の地盤沈下が始まる。これは全国的な現象だが、上田についていえば、ピークに登場した「ほていや」が、昭和58年に中心部から撤退、まさに商店街衰微の象徴的な出来事であった。その後、バブル景気があったが平成不況の向かい風は吹き続けている。

真田坂のどん底から

坂道はアップとダウンの道である。現在、松尾町商店街は『どん底』にある。「真田坂」の一番下に立っている。いや、今をどん底としなければいけない一番下に立っているなら、上を見上げるだけである。上に向かって「真田坂」を登ってゆかなければいけない。

マンションの住民たちが商店街の魅力を発見できる雰囲気づくり、また、通学する学生たちも喜ぶ賑わい再生の方策等を考える必要がある。





厳選された肉をはじめハム、ソーセージ、高級オリーブオイル等も取りそろえている。



若者に人気のコロケパン、メンチカツパンと、グルメ通に愛されるコロケや各種フライ

銘店探訪 ● 但馬軒

創業80年という肉屋である。但馬軒の名は、初代が但馬牛で有名な但馬(兵庫県)で修行したことによる。越後、但馬、信濃、と歩いた末、当時の上田の土地柄、人柄に魅せられ永住を決意。現在は3代目店主の佐藤高和氏が切り盛りする。老舗らしく派手な看板はない。ガラスタアに「但馬軒」とだけ。レトロな洋食屋さんといった風情である。実際15年ほど前までは食堂を営業していた。食堂は、「おいしい肉を食べて欲しい」という肉屋としてのこだわりから始めた副業で、本業はあくまで肉屋。今はその本業に専念している。

老舗は老舗だから客が来るのではない。老舗の伝統と格式を維持する苦勞は並大抵ではない。不況と商店街の地盤沈下に加えて、あの狂牛病騒動に見舞われた。だが、1人もリストラすることなく踏ん張り続けて、往時の90パーセントほども売上げは回復した。「やっぱり、おいしいお肉は但馬軒さんでなくては」という多くの客に支えられていることは言うまでもない。スーパーでは肉を買わず、子供に学校帰りに但馬軒で買物をお願いしているお母さんもいる。客にそういう気持ちを起こさせるのは、店の姿勢が見えている。

からである。店主や店員の仕事振りや人柄が消費者に伝わっていて、長年にわたる信頼関係があるのだろう。親から子へ、子から孫へと3代続いた「お付き合い」が、但馬軒の財産となっている。りんごで育った信州牛と、開業当時から変わらない手づくりコロケが自慢である。衣はさつくり、中はほくほくの揚げたてコロケは病みつきになる。5年前から手づくりコロケを使ったコロケパンも売り出し、若者にも好評だ。牛肉以外、豚肉、鶏肉、羊肉と、客の求めに応じてすべて取りそろえている。

「本業は肉屋です」と前置きしたうえで、「将来もう一度、食堂を再開したいです」と、佐藤氏。老舗但馬軒の食堂復活を待望する声も高い。



3代目店主の佐藤高和氏

上田市中央2-6-2
営業時間/10時から18時30分
定休日/日曜日
電話/0268-22-0118

真田坂的料理 第1回 パンプディング (パークドフルーツパン)



意外と簡単に作れるパンプディング。とっておきの紅茶で味わいたいスイーツだ

パンプディングは、ともといギリスのクリスマス菓子だが、今では季節を問わず、世界各地で食べられている。その味

- 材料
- | | |
|----------------------|-----------|
| ドライフルーツ | 2カップ |
| レモンの皮 | 1コ(すりおろし) |
| バター | 100グラム |
| ブラウンシュガー(砂糖) | 1/2カップ |
| たまご | 大2コ |
| 薄力粉 | 1/2カップ |
| パン | 1カップ |
| (細かくちぎって、キュウキュウに詰める) | |
| ベーキングパウダー | 大さじ2 |
| くるみ | 1/2カップ |
| にんじん(すりおろし) | 中1/2本 |
| りんご(すりおろし) | 1/2コ |
| シナモン | 小さじ1/4 |

- 作り方
1. ブラウンシュガー(砂糖)とたまごをボウルに入れ、白っぽくなるまでよくかきまぜる。
 2. 残りの材料をボウルに入れ、かきまぜて1日寝かせておく。
 3. 2を型に入れ、天板にお湯を張ったオーブンで、160度、1時間半焼く。このとき、途中2度ほど天板にお湯を継ぎ足す。

協力/幻灯舎・カフェミント 増田篤子さん
上田市中央1-3-1
電話/0268-21-7280

パンを使って簡単プディング

今月の先生は、カフェミントの増田さん。増田先生は、近所の玉井商店のドライフルーツに目をとめた。「これで素敵なお菓子をつくりたい。地元信州産のりんご、にんじん、くるみも使って、上田風プディングを...」

を上田の人たちにも手軽に楽しんでもらおう。そこでできあがったのが重厚感ある甘さと、食べ応えがあつて、クリスマスでなくても幸せな気分になるお菓子。幸せになりたい人も、誰かを幸せにしたい人も、さっそく試してみよう。そうそう、彼氏の心をわしづかみにしたい貴女も、是非...



売れ残りミューンアム①ドイツ・キンツレの置時計

シンプルながら堂々としたデザイン。両側に延びている本体は、オルゴールの音を深く美しくする共鳴箱の役割を果たしている

ウェストミンスターの音色が懐かしい

イギリスのウェストミンスター寺院の鐘のメロディは、学校の予鈴などで馴染みのある人も多いはず。あのメロディを15分ごとにオルゴールで奏でるのだ。

時計に内蔵された小さなハンマーが、小さな鍵盤を叩くのである。それが木製のボディで反響し増幅する。これはもう立派な楽器である。

1960年代のドイツ製。ドイツ製品というと、確かなクラフトマンシップに裏打ちされた名品を思い浮かべるだろう。1822年創業のキンツレも、ドイツのクラフトマンシップの伝統を誇る置時計の名門だ。

電子音の氾濫する現代だからこそ、古き良き時代の調べに心が癒される。その妙なる音色を耳にしたら、この時計にひと目惚れ、いやひと耳惚れすること請け合いた。

困ったことに、時計店の店主がその恋の病に罹ってしまった。売れ残りというより、売りにたくないまま時間が過ぎて、ついに非売品に昇格(?)してしまった逸品である。ただし、希望者にはお見せすること。興味のある人は、恋の病に陥ること覚悟でご来店あれ。

お問い合わせ先/コエダ時計店
上田市中央1-2-119
電話/0268-22-0838

空き店舗情報

今回、紹介する物件は、既に競売で落札された中央1丁目の「ますや上田ビル」である。先月、上田裁判所による競売で、2300万円程度でかけられ、松本市の某企業が落札した。落札額は約2900万円とのこと。

1年ほど前まで、1階に日本信販が入っていたので、ご存知の方も多かったろう。

松尾町の活性化には、テナントビルの再生は重要なことだ。今後、どのようにリニュー

アルが施され、利用されるのか見守っていきたい。尚、このコーナーでは、今後、商店を開業したい方、事業所などを開設したい方たちに、空きビル、空きテナント及び店舗などの情報を積極的に紹介していることを考えている。



競売にかけられた「ますや上田ビル」はどのように生まれ変わるのか

商店主図鑑 ● 萩原秀樹氏



ボンはぎわら店主の萩原秀樹氏。昨年の秋から紳士靴コーナーを新設した

近頃珍しい、押し出しのいい親分肌の人である。声も外見を裏切らない。腕組みをしてにらまれたら、かなり怖い。しかし、笑うと子供のような人懐っこい顔になる。そしてまた、よく笑う人でもある。

ボンはぎわらの店主である。婦人靴のボンはぎわらと言ったほうが通りはいいだろうが、実は去年の秋から紳士靴も扱うようになった。前身の「萩原弥六商店」が松尾町に店を構えたのが明治29年。松尾町創生期の創業である。当初は葉煙草の商いをしていたが、やがて下駄、草履、足袋などの履物をそろえるようになった。1950年に萩原商店として会社組織になり、本格的に靴の小売販売を始める。

萩原氏の夢は、市民向けの手作り靴の学校だ。じっくりものをつくる、今はそういう時代ではない。だからこそ、ものづくりの喜びを広めたいという靴を1足つくり上げることで、もの大切さを知る。生活に「ゆとり」が生まれる。ものを大切に作る姿勢は、原点回帰の暮らしである「スローライフ」につながる。そして、専門知識豊富な地元の商店街で納得のいくまで品定めをするようになる。これが町おこしに発展するだろう。

靴屋さんだけに、しっかり足元を見据えている。靴の学校には、フットマッサージのラボも併設したいという。靴の修理といったアフターケアはもちろん、靴を買う前にお客さまには



広々とした店内で、お気に入りの1足をじっくり選べるボンはぎわら本店 上田市中央1-3-7 電話 0268-23-1717

まず自分の足をしっかりと知ってもらいたい。いわばビフォーケアだ。

「売るだけ売って、壊れたら捨ててもらう。そんな靴は売りたいくない」

小売店の姿勢ばかりではなく、消費者の意識改革も必要と考える。売り手と買い手の緊密なコミュニケーションが不可欠だ。それは町おこしの基本でもある。靴の学校がめぐりめぐって地域を活性化し、町おこしにつながるという構想は壮大だが、エネルギーシユな萩原氏のこと、やっつけのけてくれ

うである。

コラム「町おこしを考える」①

フリーペーパー発刊企画で見えてきたもの

昨今、全国各地で賑わいを復活させる様々なプロジェクトが、TMOなどを中心として、店主と住民の手によって進められている。しかし、そのほとんどは全国各地の前例をモデルにした地域史と文化で少々アレンジしたもの。オリジナリティーの少ない似通った企画を見ると、金太郎飴のようにも思え、一過性のものも多いのでは？

ところで、松尾町商店会役員会においてフリーペーパー「真田坂」を討議した中で、様々な「町おこしのポイント」となる話が出たので一部紹介したい。

◎多くの情報が駆け抜けるこの時代。スピードの重要性は分かるが、ある種のスピード・アレルギーになっていないか？こんなご時世だからこそ、商いの基本に戻り、じっくり地域と時代を見据える必要がある。

◎店主は、日々、商いを向上させるため情報を集め分析し研究をしているが、そのほとんどは、問屋や同業種の寄り合いなど業界内のもの。また、店先での顧客とのコミュニケーションは、専門店を必要とする自立度が高い消費者で、得られる情報もある意味で偏っているのでは？

◎常連客のみならず次の世代、新しい顧客を育てているのか？ また、開拓しているのか？ 真田坂を通行する若年層にアプローチができているか？

◎IT時代に遅れるな！と作った商店街のホームページは、インターネットの双方向性の特徴を生かしているか？ 情報の更新が少なく、結果、折込チラシのような一方的な情報発信となっていないか？

様々な議論を経て、商店会独自のフリーペーパー発刊企画が進められた。始まったばかりのフリーペーパー。今後、どのように育っていくか、松尾町の未来がかかっている。



コンセントタイプで2~3000円。
ロウソクタイプなら810円から。
エッセンシャルオイルは600円から。
その他、アロマテラピーに関する本も、
一冊1000円程度から、数多く取りそ
えている。

真田坂●今月の特選品



1本 3045円、3本入りセットで 8190円
1日 30mlの服用で3本がおよそ1カ月分

コンクレバン

うつつらしい梅雨に暑い夏と、体調を崩しがちな季節になる。盆地である上田の夏、日中の暑さは相当なもの。規則正しい食事、十分な睡眠が健康維持の基本だ。わかつちやいるけど、なかなか…。

そんなあなたに、やまぎわ薬局の店長が自信をもっておすすめするのが滋養強壮剤「コンクレバン」だ。医薬品なので用法用量はきちんと守らなければいけないが、ノンアルコール、ノンカフェインなので安心して服用できる。

お問い合わせ/やまぎわ薬局

上田市中央1-1-17

電話 0268-22-0185

オイルバーナー

家具やカーテンのように、香りで生活空間を演出してみたいかがだろう。写真のバーナーは金属枠にガラスをはめたもので、部屋のインテリアとしても最適。コンセントタイプなので、小さな子供がいる家庭でも安心だ。小さな電球が入っていて、ルームランプとして、夜のおしゃれな小道具にもなる。陶器製のロウソクタイプも根強い人気だ。初夏から夏にかけては、柑橘系の香りがおすすめ。

お問い合わせ/アロマブルーム

上田市中央1-2-17

電話 0268-27-6668

街歩きエッセイ①「何これ?!」

ここ数年、上田の中央商店街を歩き歩いて驚くのは、城下町の歴史案内や観光案内、ルートサインなどの小さな表示板が、劇的に増え、あちこちに見られることである。

不思議なのは、デザインや素材がバラバラで、全く統一感がないのである。設置の時代が違うのか、もしくは担当する市役所の部局が違うのか、はたまた設置団体が違うのか。こんなことは考えたくないが、残り予算執行のために作っているのでは…とも勘ぐってしまう状況なのである。いづれにせよ、観光客に「やさしい街づくり」は理解できるが、そんなに大きくない市街地に、こんなに必要なのか?もつと計画性を持って実行するべきでは…。

写真は松尾町交差点付近に設置された「街並み歴史案内」と「観光案内地図」、濡縁をイメージさせる「ベンチ」から成る「ハイブリッドなベンチ」とでもいうべき代物である。「代物」と書いてしまったが、実際、坂に忠実な取り付けでナナメになっている。歴史案内はいいとしても、低すぎる位置に取り付けられた観光案内地図は、とても見づらくいただけでない。また、スノコのようなベンチは、座り心地がいいとは決していえないのである。果たしてどこまでプロの意見が設計に反映されているのか。



謎のハイブリッドベンチ。ナナメの座面はお年寄りに大不評

も市民参加のプロジェクトによってできたとしても、機能不具合なのは如何なものか。

専門店のオーナーがご案内する
「暮らし百科」



第1回
ラーメン鉢の
選び方…

ラーメン店に入ると、店ごとに様々なラーメン鉢が出てくる。味はともかく、口部が厚くて汁がたれたり、扁平な器で持ちにくかったりと、鉢の選び方はけっこう難しい。重さや厚さ、形状など、気をつけたいポイントは少なくない。

そのお手本となるのが、プロジェクトAritaが世に出した「究極のラーメン鉢（写真）だ。Aritaとは、伊万里や柿右衛門で有名な有田焼の有田である。薄くて軽い磁器の良さが、このラーメン鉢にも受け継がれている。まず重量が500グラム前後と、従来品より軽い。たつぷり中身の入るラーメンだから、器は軽いくらいがちょうどいい。口部が薄く、腰はやや厚めで、口あたりの良さ

詳しくは「若林陶器」オーナー
若林 実氏へ 電話 0268-22-0800

ストリートインタビュー

専門学校生 ● 神津亜衣さん



亜衣さんが気にしたことがない松尾町はこちら↑

「松尾町ですか？
気にしたことはありません」

亜衣さんは軽井沢在住のお嬢さん。快活そうな明るい人なので、遠慮なく松尾町に注文をつけてもらおうと思つたら、その第一声がこれである。友だちとの会話でも、松尾町が話題にのぼることはない、悪口も出ないという。

「シヨックだな。完全に無視されているのですね？」

「松尾町に限らず、上田ではほとんど買物しませんが。通常の買物物は家のある軽井沢で、高額な買物なら長野か東京まで出かけます」

「気を取り直して、「悪口でいいから何か言つて」と食いがつた。」

「松尾町には駐車場がないでしょう。それに気軽に入れそうなお店が少ない。どこで何を売っているのかよくわからないし」

「若いお嬢さんだけに、当然、ファッションへの関心は高い。その気持ちを惹きつける店が松尾町には見当たらないのだ。あるのかも知れないけれど、気づかせてくれないということである。」

「学校帰りのところ、これからどうするのと尋ねたら、「駅前のアメリカンドラッグで化粧品を買いますよ」という。「上田でも欲しいものがあれば買いますよ」という。古着屋さん、靴下やインナーの専門店があればうれしい。服に限らず、割安感のある店は入ってみたいという気になるそう。亜衣さんのように、通学で毎日松尾町を歩いている若い人は多い。こういう人たちのハートをつかむ工夫をしなければいけない。別れ際「頑張ってください」と励まされてしまった。

Silhouette®



minimalX

Pure Lightness in Full Colour.

www.silhouette.com

(税込み) ¥29,400

編集後記

長年、町おこしプロジェクトにかかわって思うが、松尾町ほど面白い商店会は少ない。取材で感じたことは、老舗の専門店としての誇りと、個性豊かなオーナー、商店会の連帯感である。これらがいい意味で足腰の強い商店会にしている。面白い取材ネタが沢山あるので、皆さん、今後をお楽しみに。取材に快く協力いただいた皆様、感謝いたします。(安藤)

数年ぶりに初夏の上田を歩いた。季節感のない都会から帰ってくると、太郎山の深緑が清々しい。懐かしい松尾町で仕事ができ嬉しかった。(亀村)

発行日●2005年6月15日
発行●松尾町商店会(会長 佐藤高和)
編集委員●松尾町商店会教養部・佐藤隆平・若林 実
企画編集●真田創造工房・安藤州平 取材●安藤州平・亀村 敦
印刷●中外印刷株式会社
ご感想、ご要望は、FAXでお願いします。FAX●0268-72-0222

- 重量1.8gの世界最軽量フレーム。
- 比重1.04の超軽量SPXngは強い耐久性ノンアレルギー性のやさしい素材。
- SPXngの最適な弾力性により、どんな顔にもやさしくフィット。
- 個性あふれる50型のスタイリッシュな玉型、12色のトレンドカラーで当社独自の600バリエーションから自由な選択ができます。



創業大正元年 / 長野県福祉法指定店

メガネのヤジマ

上田市中央 1-4-8 (松尾町通り)
TEL 0268(26)4146(代)
営業時間●AM9:30 ~ PM6:45