

第4章 商店街ヒアリング調査結果

■調査実施概要(再掲)

調査対象：県内 14 商店街、県外 4 商店街

調査方法：訪問面接方式

調査時期：平成 29 年 10 月～平成 30 年 1 月

■掲載商店街一覧

●県内

商店街タイプ	ブロック	市	商店街名	掲載ページ	主な取組	分野							
						若手活躍	空き店舗活用	他団体との連携	地域との交流	イベント開催	情報発信	高齢化対策	環境整備
近隣型	千葉	千葉市	花見川団地商店街振興組合	78	送迎サービス	○		○				○	
	千葉	習志野市	谷津商店街協同組合	80	近隣商店街等と連携したイベント		○	○		○			
	東葛飾	松戸市	東松戸商店会協同組合	81	コミュニティ施設設置				○	○			
	印旛	佐倉市	JR佐倉南商店会	82	近隣商店街等と連携したイベント			○	○	○			
地域型	千葉	習志野市	大久保商店街協同組合	83	周辺大学との連携		○	○	○				
	葛南	市川市	真間銀座会	84	商店街マップ制作	○			○		○		
	東葛飾	野田市	野田市本町会	86	まちゼミ実施	○		○	○				
	印旛	成田市	成田市上町商店街振興組合	88	店舗外観整備	○		○		○			○
	長生	茂原市	茂原榎町商店街振興組合	90	NPO法人等と連携したイベント		○	○	○	○	○		
	夷隅	いすみ市	大原中央商店街協同組合	92	ポイントカードシステムの導入				○	○		○	
	海匝	銚子市	銚子銀座商店街振興組合	94	軽トラ市開催					○	○		
広域型	君津	木更津市	木更津一番街商店街振興組合	95	青年部を活用したリーダー育成	○				○			○
	千葉	千葉市	千葉銀座商店街振興組合	96	循環バス運営			○		○			
	葛南	船橋市	船橋市本町通り商店街振興組合	97	小学校との連携			○	○	○			

●県外

商店街タイプ	県	市	商店街名	掲載ページ	主な取組	分野							
						若手活躍	空き店舗活用	他団体との連携	地域との交流	イベント開催	情報発信	高齢化対策	環境整備
地域型	福島県	会津若松市	会津若松市役所通り商店街振興組合	100	店舗外観整備	○	○	○	○	○			○
	新潟県	南魚沼市	兼続通り商店街	102	地域資源を活用した情報発信	○	○	○	○	○	○		○
広域型	高知県	高知市	京町・新京橋商店街振興組合	104	チャレンジショップ運営		○	○					
	香川県	高松市	高松丸亀町商店街振興組合	106	再開発循環バス運営			○	○			○	○

I 県内の商店街の動向

高齢化に対応して三輪自転車による無料送迎サービスを展開

花見川団地商店街振興組合(千葉市花見川区花見川)

○立地：住宅団地 ○タイプ：近隣型 ○会員数：23人

○周辺：花見川団地商店街は、約1万3千人(7千世帯)が居住する花見川団地のほぼ中央に位置し、南北2つのブロックが陸橋でつながれた形状となっている。

○客層：分譲、賃貸とも団地住民の4割が70歳以上であり、来街者は高齢者が中心。賃貸には外国人の居住者も多い。

商店街内に郵便局や銀行、ケアセンター、クリニック等があるほか、周辺に市民センターや保育所等があるため、休日より平日のほうが人通りがある。

○景況：昭和50年代には約2万3千人が居住し商店街にも約60店舗が立地していたが、現在は29店舗まで減少。特に書店、薬局、すし店等があった北側のブロックで空き店舗が目立つ。現在営業している店舗も後継者がいない店が多い。

居住者数が減少したことに加え、高齢化により住民1人あたりの購買量が低下したことが、商店街の売上減少の要因。

👉ここがポイント

- ☑無料送迎サービス事業の企画に関する専門家派遣や三輪自転車の製作費について、市の補助金を活用。
- ☑商店街のイメージダウンにつながる空き店舗を積極的に活用。
- ☑現在、企画中の「御用聞き事業」でも、公的支援をうまく活用するとともに、入念な事前調査を実施。

■事業の経緯

高齢化に対応して三輪自転車による無料送迎サービスを実施

花見川団地は、約50年前に整備された団地であり、人口減少と高齢化が著しく進行していることから、商店街の人通りも年々、少なくなっている。

住民の高齢化に伴い、商店街内には千葉市あんしんケアセンターやデイサービス事業者の拠点など、高齢者向けの施設が整備され、高齢者の実態を目の当たりにしていた商店街では、平成25年、高齢者のひきこもり防止や来街者の増加を目的に、電動アシスト付三輪自転車による無料送迎サービスを開始することとした。



無料送迎サービスで利用する
電動アシスト付三輪自転車

■事業の展開・成果

サービス開始に当たり、公的支援制度を積極的に活用

(1) 三輪自転車による無料送迎サービス

当商店街では、三輪自転車による無料送迎サービスの開始に当たり、公的支援制度を積極的に活用している。事業の企画に当たり、市の支援制度により専門家の派遣を受け、勉強会を開いた。お客2人が乗車できる電動アシスト付三輪自転車は、市内の車いすメーカ

一に委託して製作したが、製作費については、市の補助金を活用し、総額 80 万円のうち半額の補助を受けた。

三輪自転車は、月、火、木、金曜日の午前・午後各 2 時間運行しており、商店街を利用する高齢者を無料で送迎する。対象範囲はほぼ 500 メートル四方の団地内としている。

ドライバーは 50～70 歳代のボランティアが担っており、そのうち 1 人は 50 歳代の女性である。

この事業は 5 年目を迎えていることから、ドライバーとお客は顔見知りとなっており、ドライバーと会話する楽しみも人気の理由である。今年年間 2,400 人が利用し、花見川団地の高齢者にとって欠かせない足となっている。

(2) 空き店舗の活用

当商店街では、空き店舗が商店街のイメージダウンにつながると考え、積極的に活用を図っている。北側のブロックの空き店舗を、コミュニティスペース「商店街プラザ」とし、「おもちゃ修理工房」や「英語教室」に利用している。

毎週土曜日に行っている「おもちゃ修理工房」は、航空会社や造船会社等を退職したエンジニアの団体が行っているもので、活動拠点を探していた団体側とにぎわいを創出したい商店街側の利害が一致し、来てもらうことになった。技術料 200 円と材料費だけで、おもちゃだけでなくゲーム機や時計等の修理にも対応することもあって、市外から修理を依頼に来る人もいる。なお、技術料等は、東日本大震災や熊本地震災害の義援金として日本赤十字社に寄付している。



商店街プラザ内の壁には「おもちゃ修理工房」のメニューが写真入りで掲示されている

また、お休み処「えがお」のスペースは、家主である UR 都市機構から格安で借りており、買い物客や小中学生の憩いの場等として利用されている。

(3) 若手リーダーによる各種イベントの展開

当商店街では、組合の副理事長である若手リーダーが中心となり、100 円商店街やビアガーデン、歳末の福引等の様々なイベントを実施している。

中でも、100 円商店街では、東京情報大学と連携しており、学生が 100 円で名刺の作り方やタブレット端末の使い方を指導する講座は、高齢化の進んでいる住民のニーズに合っており、大変好評であった。

■課題・今後の事業展開

次なる高齢者対策は「御用聞き」

花見川団地商店街では、平成 30 年 9 月に 50 周年を迎えるのに合わせ、「御用聞き事業」を始めることを検討している。

御用聞き事業は高齢者の孤独死防止が目的で、お客を登録した上で、発注を受け、週 2 回配達する。千葉市産業振興財団からアドバイザーの派遣を受け、勉強会を重ねている。

課題は現金の受け渡し方法やスーパーとの兼ね合い、物販以外の店舗への配慮など多々あるが、県外の商店街に視察に行き、実施できそうな手ごたえをつかんだ。

三輪自転車による無料送迎サービスに続き、御用聞き事業が実現すれば、当商店街の高齢者対策は、さらに充実することとなる。

来街者が減少する週末に多彩なイベントを実施

谷津商店街協同組合 (習志野市谷津)

○立地：駅前 ○タイプ：近隣型 ○会員数：30人

○周辺：京成谷津駅南口前の約200メートルの街路に53店舗が営業する商店街で、入口付近には谷津保健病院が立地。

○客層：近隣マンション居住者のほか、病院やバラ園、谷津干潟への来訪者が中心。

○景況：近隣の大型店やネットショッピングの影響により、人通りが減ってきており、土・日曜日は特に寂しい。

店主の高齢化により廃業する商店が増えているが、飲食業を中心に新規出店もある。昨年、鮮魚店が廃業したが、八百屋、肉屋なども複数店舗あり、地域密着型の商店街。

👉ここがポイント

☑来街者が減る休日に、近隣商店街や地元大学生と連携してイベントを実施し、にぎわいを創出。イベントを通して商店街をPRし、来街者の増にもつなげている。

■取組の概要等

1 近隣商店街や大学生と連携した各種イベントの実施

[概要] フリーマーケットや星まつり、秋祭り等のイベントを充実させ、来街者が減少する週末のにぎわい創出を図っている。

[工夫] 日曜日に閉店している店舗が多いため、平成28年から毎月第1日曜日にフリーマーケットを開催。出店者は組合員から紹介のあった一般の個人に限定しており、家庭で使わなくなった子供服や食器等を販売している。

星まつりや秋祭りでは、組合員の知人による音楽演奏や、東邦大学の学生による「スライムづくり」のワークショップ、干潟センターによる海の生き物の工作教室など、ボランティアの人たちに手伝ってもらい、結果、低予算で実施している。

平成23年、谷津商店街のマスコットキャラクターを制作するため、全国からデザインを募集。「谷津」と「ハッピーなまち」を合わせて「やっぴー」と命名した。イベント時には着ぐるみが活躍し、一緒に写真を撮るなど地元の子供に人気。



ゆるキャラの「やっぴー」が来街者を迎える

[成果] イベント開催時は多くの来街者でにぎわうため、イベントは商店街を知ってもらう良い機会となっている。

■課題・今後の事業展開

[課題] 近隣マンション居住者の高齢化が進展しつつあるが、個人商店が多く、配達等の高齢者対策事業がなかなか進まない。

[事業展開] 習志野市の商店会連合会が中心となり、平成30年2月に市内の他の3つの商店会と連携して、習志野市で初めてまちゼミを実施する。谷津駅北口のサンプラザ商店街とは、各種イベント等で連携する機会が多い。(過去に商店街マップを連携して作成)

多目的のコミュニティ施設は人が絶えない交流拠点に

東松戸商店会協同組合(松戸市東松戸)

- 立地：駅前 ○タイプ：近隣型 ○会員数：55人
- 周辺：JR及び北総線の東松戸駅周辺はマンションが立ち並び、駅に近いエリアのマンションの低層階には、食品スーパーや美容室、飲食店、クリニック、学習塾等が入居している。
- 客層：30～40歳代の周辺住民が中心。
- 景況：東松戸は区画整理によって誕生した新しいまちで、平成24年に換地処分が完了し、住所は「紙敷」から「東松戸」に変更された。従来、周辺に個人商店がなかったことから、組合員に個人商店はほとんどおらず、空き店舗もない。

👉ここがポイント

- ☑コミュニティ施設を多様な目的に使用できる拠点とするとともに、多くのイベントを実施することにより、にぎわいを創出している。

■取組の概要等

1 まち開きイベントの実施

【概要】新しくできたまちである「東松戸」のPRや新旧住民の交流を目的に、ミニコンサートやフリーマーケット等を行う「東松戸ふれあいフェスタ」を毎月開催した。

【工夫】地域の特産品であるネギをモチーフに、商店会のマスコットキャラクターを制作し、イベント時等で活用した。

【成果】「東松戸ふれあいフェスタ」は多くの人でにぎわい、好評を得た。この経験を活かし、平成25年に「東松戸音楽祭」を開始し、平成27年までの2年間に8回開催した。

2 コミュニティ施設の設置

【概要】地域住民の交流や農産物の販売、イベント等、多くの目的に活用できる拠点としてコミュニティ施設を設置(中小企業庁「地域商業自立促進事業」として採択)。地域住民の交流が行われている。

【工夫】駅前のマンションの1階部分に設置したコミュニティ施設は、多目的に利用できるよう、カフェスペースと防音スタジオで構成することとした。ほぼ毎日、ライブ、ワークショップ、フリーマーケット、カラオケ、将棋等のイベントを行っている。

【成果】1日平均40～50人の来訪があり、様々な活動が行われる中で、地域住民の交流が図られている。



正面にカフェ、奥にスタジオを配置したコミュニティ施設

■課題・今後の事業展開

【課題】コミュニティ施設の経営を改善させることを目指している。

【事業展開】来年度からスタジオの使用料を引き下げ、利用者を増加させる。

近隣商店街と連携したジャズイベントで地域住民と交流

J R 佐倉南商店会 (佐倉市大崎台)

- 立地：駅前 ○タイプ：近隣型 ○会員数：15人
- 周辺：J R 佐倉駅南口の周辺に位置する。
- 客層：地域の住民や近隣の医療機関等への訪問者が中心。
- 景況：当商店会は17年前に設立したが、昨年まであまり活動していなかったこともあり、設立当初40店以上あった会員が、現在は15店に減っている。

👉ここがポイント

- ☑近隣の商店街との連携し、イベントに面的な広がり生まれた。
- ☑従来の商店街活動に捉われず楽しみながら活動しその活動がまちおこしへ。
- ☑ジャズというテーマを設定して取組に一貫性を持たせている。

■取組の概要等

1 ジャズフェスティバルの開催

[概要] J R 佐倉駅北口にある表町商栄会と共同で、昨年、ジャズフェスティバルを開催。

[工夫] 商店街内のカフェで以前から月3回程度、ジャズライブやスクールを開催しており、ジャズフェスティバルには、カフェでライブを行っている世界的サックス奏者や、エイベックスのキッズダンサーなどに出演してもらった。また、飲食等の出店も充実させた。商店会で従来の売出などを無理してやるより、自分たちが楽しみながら活動していく。



表町商栄会と共同で開催した JAZZ Festival

[成果] 商工会議所会頭のほか、市長や駅長も開会式に参加し、南会場は1,000名、北会場は300名が来場し大盛況であった。

■課題・今後の事業展開

[課題] 商店街は駅前のロータリー周辺と大通り沿いに広がっているが、前者はいやしの空間、後者は買い物の場にしたいと考えている。会員は金融機関やホテル、車のディーラーなどが多く、地場の個人店舗が少ない。他の商店街とは会員の構成が異なるため、後継者問題が少ない反面、入会のメリットがないと会員になってくれない店舗が多い。

今は、2軒あるホテルの宿泊客を商店街に回遊させることが課題。

また、商店主が1人で経営している店舗も多く、商店街の会合などに出席しづらい等活動が難しくなっている。商店街活動は、以前のようにみんなで渡れば怖くないではなく、各個店の努力も必要。多くの人にもっと協力してもらうためには、まちづくりのビジョンが必要。ビジョンは商店街だけで作るのではなく、商店会・行政・地域住民が連携して策定していく必要がある。

[事業展開] 昨年、駅前の環境整備の一環でロータリーにイルミネーションを設置したが、今後は草取りや花植え等環境美化の実施を検討している。また、会加入のメリットとなるよう、来年度、商店会HPの作成やSNSの活用などの情報発信強化を検討している。

ホテルは2軒ともレストランがないため、周辺飲食店のマップを作成し、客室に設置してもらうことで、宿泊客を商店街に誘導したい。ジャズフェスティバルは地域住民との交流や商店街の情報発信の場として有効であることから、引き続き近隣の商店街等と連携しながら取り組んでいきたい。

周辺大学との連携により商店街活動を活性化

大久保商店街協同組合(習志野市大久保)

- 立地：一般商店街 ○タイプ：地域型 ○会員数：78人
- 周辺：京成大久保駅から北側に約600メートル続く商店街で、周辺には日本大学や東邦大学、東邦中学校・高等学校が立地している。
- 客層：来街者の中心は学生や地域住民で、学生の利用を見込んだ飲食店や美容室等が目立つ。
- 景況：商店街内の店舗が閉店し、跡地にマンションが建設されることによって住民が増えている。
店舗の6～7割は店主に子供がいても店を継がせず、テナントにしている。
空き店舗が数店あるが、貸さなくても経済的に困らない人は貸さずにそのままにしている。また、商売をやめて駐車場にするケースも増えている。

👉ここがポイント

- ☑商店街周辺にある大学と連携し、学生の若い力を活性化につなげた。
- ☑空き店舗を活用したコミュニティスペースでは、地域の需要を踏まえて運用をしている。

■取組の概要等

1 周辺大学との連携

[概要] 周辺の大学(東邦大学及び日本大学)との連携により、商店街活動を活性化している。

[工夫] 当商店街、東邦大学(習志野キャンパス、大森キャンパス)、市民プラザ大久保をテレビ会議システムでつなげたことで、大学とのコミュニケーションが取りやすくなっている。

[成果] 学生ボランティアによる商店街内のゴミ拾いや、イベントでの相互協力などといった連携体制が構築できた。

2 空き店舗を活用したコミュニティスペースの設置

[概要] 商店街内の空き店舗を活用し、「お休み処」を設置している。「お休み処」には、トイレや休憩スペースなどとともに、地域の歴史を紹介するコーナーなどもある。

[工夫] 商店街内に青果店がなかったことから、「お休み処」内で、近隣の店舗から委託を受け、野菜やお茶、菓子等の販売を行っている。

[成果] 1日に約100人が来店し、売上は3～4万円に上る。委託販売の方法を取ったことで、仕入れの手間や売れ残りのリスクがなく、手数料収入を得られるという利点がある。

■課題・今後の事業展開

[課題] マンションの住民には静かな環境を望む人もおり、商店街の思いと相容れない部分もあるため、地域住民と良い関係を構築していくことが課題。

[事業展開] 商店だけでなく、周辺の史跡なども載せた商店街マップを作成したが、今後も定期的に更新し、商店街のにぎわい創出につなげていきたい。



周辺大学の看板が設置されたアーチ

店主等のポートレートを掲載した商店街マップを制作

真間銀座会(市川市市川)

○立地：駅前 ○タイプ：地域型 ○会員数：60人

○周辺：京成市川真間駅前及び周辺に位置する。

○客層：地域の住民が中心だが、買回り品店には遠方からの来客もある。

○景況：商売をやめた店舗の跡地にマンションが建設されることが多い。

また、JR市川駅まで徒歩5分の立地のため、商店街内の物販店の減少とともに、買い物客はJR方面に流れている。ただし、空き店舗はほとんどなく、現在、シャッターが閉まっている数店も、既に入居者が決まっている。

👉ここがポイント

- ☑2人の副会長が他団体との交渉において役割分担を行うことで、スムーズな連携体制を構築。
- ☑学生や、地域の人々からなるボランティアとの連携により、他の商店街にはないユニークな商店街マップを制作。
- ☑商店街の各店舗の店主やスタッフの写真をマップに掲載することで、安心感・親近感のあるマップとした。
- ☑ローカルな媒体を使用することで、効果的な情報発信をしている。

■事業の経緯

若手リーダーが商店街に新風を吹き込む

真間銀座会では、2人の商店会副会長のうち1人を、女性の若手リーダーが担うことで、これまで商店街になかった視点の取組を実施している。

女性副会長は、実家の雑貨店の経営を引き継ぐとともに、商店会の活動にも積極的に関わるようになり、副会長となった最初の年に、県の「ふさの国商い未来塾」や地域の商業塾を受講した。様々な商店街活性化施策を学んだ上で、真間銀座会に必要な事業として、まず商店街のマップ作りに取り組むこととした。

マップ作りは、近隣でカフェを営む女性副会長の友人やまちおこしサークルを主宰する学生らが手伝い、もう1人の副会長は、市や商工会議所との交渉等を担当し、女性副会長が動きやすいよう、後方からサポートした。

■事業の展開・成果

若い感性でマップを制作。その工程がケーブルテレビで放送される

(1)顔の見える商店街マップの制作

マップ作りを進める中で、近隣商店街の真間駅前通り会も参加することとなり、マップには、2つの商店会の会員80店舗が掲載されることとなった。企画・編集作業は真間銀座会が行い、真間駅前通り会は事業費の半額を負担した。

店ごとに店主やスタッフのポートレートを掲載したのが特徴で、「顔の見える商店街マップ」となっている。「市川真間商店街の肖像」というサブタイトルを付した写真は、商店街に事務所を構える写真家がモデルの店主等にポーズを付けて撮影したもので、1枚1枚が

「作品」の域にある。

女性副会長の友人や学生らが、ボランティアとしてデザインや編集作業に携わってくれたことで、他の商店街にはない、若者の感性が活かされたマップとなっている。

1万5千部作成したマップは、市川市民まつりへの来訪者や新築されたマンションの居住者に配布したほか、市の福祉・交流施設の「アイ・リンク」や、駅、図書館に置いてある。マップ片手に商店街を歩く外国人のグループを見かけたこともあるという。

(2) ローカルメディアを活用した情報発信

マップ作りは、その工程を地元のケーブルテレビ会社に撮影してもらい、ドキュメンタリー番組として放送してもらった。番組を見た地域の方からの反響もあり、商店街の取組を効果的に情報発信することができている。

真間銀座会では、その後も自分たちの活動について、自らケーブルテレビに売り込み、取り上げてもらっている。ケーブルテレビ会社側にとって、商店会がまちづくりに真摯に取り組む姿は魅力的な素材であり、発信してもらえることが多いため、真間銀座会では、他の商店街にもローカルメディアの活用を薦めている。



顔の見える商店街マップ

■課題・今後の事業展開

ひな人形展示イベントでにぎわい創出

真間銀座会には100店舗以上が立地しているが、このうち会員は76店舗にとどまっているため、商店会の組織率向上が課題となっている。

今回作成した商店街マップについては、外国人観光客の需要も見込めることから、今後、多言語化を検討したいとしている。

そして今、最も注力しているのが、商店街内の店舗にひな人形を飾るイベントで、桃の節句の時期に行う予定で準備を進めている。「おひなさま回遊スタンプラリー」のチェックポイントに、人形展示店舗のほか、周辺にある「郭沫若(かくまつじゃく)記念館」やギャラリーを設定し、来訪者が長時間まちなかに滞在することで、商店街での消費が増えることを狙っている。

また、地域で有名な画家の絵を使用したポストカードをスタンプラリーの景品にするなど、地域との連携も深めていく予定である。

“ふさの国商い未来塾”とは？

全国各地の最前線で活躍する商店街やまちづくりのキーパーソン等を講師に招き、商店街活性化に向けた成功の秘訣等を学ぶとともに、先進的な取組を行う商店街等への視察等を通じて、次代の商店街等を担うリーダーとしての実践的なスキルを養成する。

20年の歴史を持つ本講座は、これまで327名の修了生を輩出しており、それぞれが各地で活躍している。

質の高い「まちゼミ」を実施し、新規顧客を獲得

野田市本町会 (野田市野田)

- 立地：一般商店街 ○タイプ：地域型 ○会員数：53人
- 周辺：東武線愛宕駅から約300mの愛宕神社周辺に位置し、周辺にキノエネ醤油やキッコーマンの工場があるほか、「櫨のホール」（図書館、公民館、市の出張所、商工会議所等が入る複合施設）がある。
- 客層：客層は近隣の50～60歳代の主婦や高齢者が中心。
- 景況：醤油工場の自動化に伴う従業員減少や「櫨のホール」の場所にあった市役所の移転により、人通りが減少。
空き店舗が増加しており、最近、商店街内の一等地にあった洋品店も閉店。空き店舗は住居兼用であったり、水回りが1階にないなどの理由で、テナントに貸し出されることはほとんどない。

👉ここがポイント

- ☑各商店会にまちゼミの理念や意義を浸透させたことにより、講座の質が確保され、受講者の支持につながった。
- ☑まちゼミの理念を守りながらも、独自の工夫を加えることで集客力を向上。
- ☑若手が多く参加する「野田まちゼミの会」が市全体の商店会活動をリード。

■事業の経緯

「まちゼミ」を商店街再生の突破口に

野田市本町会は野田市の中心的な商店街であったが、郊外型大型店の進出や、周辺工場の従業員減少、商店街内にあった市役所の移転等により、徐々に来街者が減少していった。

そこで、こうした商店街の停滞状況を打破するため、全国商店街支援センターの事業で、まちゼミの生みの親で「岡崎まちゼミの会」代表の松井洋一郎氏からまちゼミについて学び、当商店会の代表を会長とする「野田まちゼミの会」を結成。野田市でもまちゼミに取り組むこととした。

平成26年2月に実施した、第1回「まちゼミ」では、当商店街以外の店舗も含め、33店舗が参加した。その後、参加店舗は増加し、昨年の第8回では、43店舗が50講座を実施した。

■事業の展開・成果

理念を浸透させ質の高い講座を展開するとともに、独自のまちゼミを開発

(1) 入念な準備を行うことにより、まちゼミの理念や意義が参加店舗に定着

まちゼミの成功のためには、参加店舗がまちゼミの理念を理解する必要があったため、第1回を開催するまでに、事前準備に約1年をかけ、市内の各商店会にまちゼミの理念や意義を浸透させた。

それにより、質の高い講座を開くことができ、受講者からは、「まちゼミをきっかけに今まで入りづらかった店に入ることができた」「店主がその分野の専門家であることがわかり、相談に乗ってもらった」等の声が聞かれるなど、好評を得た。

参加店舗においても、まちゼミの実施により新規顧客を獲得できており、まちゼミとは別に独自に講座を実施している店舗もある。

また、事務局となった野田商工会議所の存在も大きい。野田商工会議所では、参加店や受講者に対してアンケート調査を実施し、その集計・分析を担っており、参加店は、アンケート結果をもとに、次の講座の企画を検討している。

このようにPDCA(plan-do-check-act)サイクルを回すことにより、まちゼミの質がさらに高まり、受講者の満足度向上につながっている。

(2)野田独自のまちゼミを通じて、若手が活躍できる環境を形成

野田まちゼミの会では、会員が楽しんで事業に取り組んでいることが自慢であり、何事も「まずやってみる」がモットーである。たとうまくいかなかったとしても、課題解決の方法を考え、その後の改善につなげている。

例えば、第8回まちゼミでは、新たな試みとして、外国人向けに生け花や和太鼓、折り紙等の講座を設定した。インバウンド対策には、国も力を入れており、野田市にも多くの観光客が来ていることから実施した取組であったが、結果的には外国人受講生はなかなか集まらなかった。

まちゼミの会では、今回の失敗の原因をPR不足と分析し、今後改善を加えた上で、再挑戦したいと考えている。

ほかにも、年間6講座を受講すると、まちゼミの際にメモを取るのに使えるノートがもらえるスタンプラリーを開催するなど、野田市独自の取組を実施している。

それらの取組は、若手のアイデアから出たものも多く、**新たなアイデアを否定することなく実行する商店会やまちゼミの会の姿勢は、新たな顧客の開拓のみにとどまらず、地域の有望な若手商業者の育成にもつながっている。**実際に、野田市本町会では若手が精力的に活動しており、役員の世代交代も進んでいる。

“まちゼミ”とは？

得するまちのゼミナール、略して「まちゼミ」は、平成15年に愛知県岡崎市で始まった、商店と顧客のコミュニケーション向上を図る取組。

具体的には、店主やスタッフ自身が講師となり、自店を教室として、受講者(お客様)にプロならではの専門的な知識や情報などを伝えるゼミナールを通じて、店主の人柄やお店の雰囲気を知ってもらうというもの。

自店舗に入るきっかけを作り、お店の存在・店主の人柄等を知ってもらうことで、「お客様とお店の信頼関係づくり」を推進し、新規顧客獲得による売上アップが見込める。

最小限の費用負担で高い効果を得られ、地域貢献にもつながるため、平成29年までに、全国295か所で実施された。



野田市のまちゼミのチラシ(抜粋)

■課題・今後の事業展開

「まちゼミ」のネットワークを活かし、まちづくり会社の設立へ

商店街活性化のための相談を行う場づくりとして、まちゼミで培った市内の商業者のネットワークを活かし、まちづくり会社の設立を検討している。まちづくり会社を設置することで、将来的に、市や商工会議所と協力し、市内の商店会で大きな問題となっている空き店舗へのテナント誘致を実現させていくことが目標となっている。

歴史的な風情ある街並み形成により商店街の魅力向上

成田市上町商店街振興組合（成田市上町）

- 立地：門前参道 ○タイプ：地域型 ○会員数：45人
- 周辺：成田駅から成田山新勝寺に通じる参道沿い及びその周辺に位置。
- 客層：7～8割が新勝寺への参拝者。各種のイベントを増やしてきた（毎月実施）ため、メディアで取り上げられる機会が増え、来街者も増加。商店街を訪れる外国人は外資系の航空会社や機内食製造会社等の従業員が中心だが、中国人等の観光客も見られる。（外国人が増えたが、スマートフォンで翻訳ができるので、コミュニケーションにはそれほど苦労していない。）また、LCCが成田に発着するようになり、日本人の利用客も増えてきた。
- 現況：ロードサイドへの大型店出店の影響により、地域住民向けの衣料品店やドラッグストアが閉店したほか、病院や金融機関も移転した。商店街が観光地化しており、高齢者の日常生活における買物の利便性が低下している。商売をやめた店舗はテナントを入れたり、駐車場にするケースが多く、空き店舗は少ない。入居するテナントは観光客相手の飲食業が多い。

📍ここがポイント

- ☑歩道の設置、景観に配慮した店舗外観の改修により、歴史的な風情ある街並みが形成された。これにより来街者の滞留時間が増加。
- ☑祭りなどを通して培った若手商業者の結束が強くなり、チーム力で商店街活動をけん引している。
- ☑地元市や観光協会などもまちの活性化に熱心。

■事業の経緯

表参道を安全で楽しみながら歩けるものに

成田駅から成田山新勝寺に通じる参道は、幅員が狭く、歩車混在の一方通行となっていたため、歩行者の安全性向上が課題となっていた。

一方、「歴史ある門前町」という地域資源がありながら、これを十分に活かし切れていなかったことから、新勝寺への参拝客等が楽しめるまちづくりを行うことにより、来街者を増加させることが求められていた。

そこで、成田市上町商店街は、隣接する花崎町及び仲町の商店街と連携してまちづくり協議会を結成した上で、店舗のセットバックによる歩道の設置と景観に配慮した店舗外観の改修に取り組むこととした。

■事業の展開・成果

「和」のテイストで彩られたまちで若手商業者が躍動

(1) 歩道を設置するとともに店舗外観を改修

歩道の設置や店舗外観の改修には、多額の資金を要すると見られたため、商店街では千葉県中小企業団体中央会の支援を受けて法人化を行った上で、国の補助金を活用した。また、成田市はセットバック部分を買上げることにより支援した。

この事業は各商店にとってはリスクを伴うものであり、二の足を踏む店が多かったため、

上町商店街の役員が率先してセットバックや店舗の改修に取り組むこととなった。

白壁、和瓦、木製看板の店舗が少しずつ増えてくると、徐々に景観形成に向けた機運が高まりを見せ、事業に取り組む店舗が広がっていった。

店舗の改修に加え、広々とした石畳の歩道に、モニュメントとして干支の石像を設置するなど、まち全体を「和」のテイストで彩り、歩く楽しさを醸成している。街路灯をLEDに切り替える際も、門前町の雰囲気を変えないよう、暖色系の電球にするなど、**魅力的な景観の維持・向上に努めている**。

こうした取組の結果、歴史的な風情のある街並み形成されるとともに、歩行者が安全かつ快適に散策できる環境が整備され、**来街者の商店街内における滞在時間が長くなっており、各個店の売上増加につながっている**。

また、平成17年に国土交通省の都市景観大賞「美しいまちなみ優秀賞」を受賞し、注目度が高まったため、視察に訪れる商店街も見られる。



街路や店舗の外観が整備された街並み



歩道には干支の石像を設置

(2) 各商店街の若手が連携してイベントを準備

このように、景観形成等によりにぎわいを創出してきた表参道沿いの商店街では、若手の後継者も育成されている。商店街内で何か**大きな制度改革を行うときには、若手にも会議に出席してもらい、意見をもらうようにしてきた**。また、地区ごとの区長を40歳代後半の人材に任せることもあり、商店街の役員も平均50歳程度と若い。こうした風通しの良さが若手商業者の活躍につながっている。

土地柄、祭りを通して若い商業者のネットワークが形成されており、後継者同志の連携も良い。成田市では、観光協会や商工会議所、市がまちの活性化に熱心で「太鼓祭」や「紅葉祭り」、「酒フェスティバル」など、多彩なイベントを開催しているが、その準備作業等は若手が商店街の枠を超えて取り組んでいる。

■課題・今後の事業展開

大型店には顧客との結びつきで対抗

同じ商店街内でも、参道に面しているかいないかで人通りが異なるため、商店街全体を魅力あるものとし、にぎわいが広がるようにしていくことが課題となっている。周辺に立地する大型ショッピングセンターは、価格も安く、車で移動できる人には便利であり、真っ向から対抗はできないので、商店街の個店では、人と人との結びつきを大事にすることにより、来店者を確保していきたいと考えている。

NPO法人と連携して地域コミュニティを形成

茂原榎町商店街振興組合(茂原市茂原)

- 立地：一般商店街 ○タイプ：地域型 ○会員数：42人
- 周辺：JR茂原駅の南西約400メートルに位置。
- 客層：周辺住民が中心だが、買回り品店には、市外で長生郡内の町村や夷隅郡から来店する固定客もいる。
- 現況：郊外型大型商業施設の増加や周辺地域の人口減少により廃業する店舗が増加し、平成20年に55名だった会員は、現在42名にまで減少している。
空き店舗数は28。商売をやめた店舗は、経済的に困っていないことや住居兼用店舗も多く、他人に貸したがらないところが多い。
土地区画整理事業の進捗が遅れており、将来的に移転の可能性がある土地ということで、長期に貸せず、出店を躊躇されてしまう面がある。

👉ここがポイント

- ☑NPO法人等と連携することで大規模イベントの実施が可能となっている。
- ☑不足業種を補うため、組合が生鮮品等を扱う複合店舗を設置。
- ☑各種イベントをメディアに取り上げてもらうことで効果的に情報を発信。

■事業の経緯

空き店舗にNPO法人が入居

関東三大七夕祭りの1つである「茂原七夕まつり」は今年で64回目となるが、茂原榎町商店街は、この祭りが最初に行われた歴史のある商店街である。

しかし、当商店街が立地する地域においては、区画整理事業が施行中で、土地区画整理法による建築行為等の制限のため建物の新築や改築等が困難な状況にあるが、事業が遅れ気味である。

こうした状況に加え、市経済の景況悪化もあって、当商店街では店主が高齢になると事業継続に向けた取組が行われることは少なく、後継者難から商売をやめる商店が徐々に増えていった。

そうした中、平成15年、茂原市内に活動拠点を探していたNPO法人の「ナルク茂原いちごの会」が、茂原市の仲介を経て、商店街内の空き店舗に入居することとなった。

■事業の展開・成果

NPO法人による空き店舗を活用したコミュニティ施設運営

(1) NPO法人との共催で「子どもあそびひろば」を実施

ナルク茂原いちごの会は、高齢者の介助・送迎や地域の清掃、子育て支援等を行っており、商店街活動との連携が期待されたことが、入居の決め手となった。

開設されたコミュニティ施設は、店舗の改装や設備に係る費用は県が助成したほか、家賃の一部は市と商店街が負担している。

「榎町つどいのひろば」と名付けられたコミュニティ施設は、高齢者や子育て世代の交流の場となっているほか、各種の習い事や教室に活用されており、最近では高齢者向けパン

コン教室の人気の高い。

また、当商店街とナルク茂原いちごの会の共催で、平成17年から子供に昔の遊びや工作を教える「子どもあそびひろば」を行っている。このイベントでは、商店街内に300メートルに渡ってテントが張られ、子供がコマやメンコ、おはじき、お手玉等の昔遊びや、木の実や枝を使った工作等を体験できる。

また、城西国際大学の学生による手話コースや茂原樟陽高校の生徒によるバルーンアートなども披露されており、2日間で2千人もの来場がある。このようにナルク茂原いちごの会の活動や「子どもあそびひろば」は、地域コミュニティの形成に大きく貢献している。



「子どもあそびひろば」では、様々な主体がブースを設ける

(2) 商店街が生鮮品の複合店舗を設置

商店街では、生鮮食料品店が不足していたため、平成9年に青果店、鮮魚店、ドラッグストア等の複合店舗である「ライフ」を開設し、現在も青果店と鮮魚店が営業中である。

(3) 各種イベントの開催

茂原七夕まつりは、当商店街から市内の他の商店街に広がっており、現在は「茂原七夕まつり実行委員会」が主催している。平成27年に同委員会が県の補助を受けて当商店街で行ったのが、「世界一長いロールケーキ作り」で、地域の子供たちが参加して、大いに盛り上がった。この取組は、見事に成功し、ギネス記録として認定された(当時)。

また、商店街では、榎町商店街通りと商店街に隣接するN T Tの鉄塔の愛称を全国から募集するというユニークな取組も行っている。商店街の利用者に親しみを持ってもらい、活気のある商店街をつくることを目的に行われたこの企画には、合わせて694通の応募があり、「たなばた通り」と「もしもしタワー」が選定された。

ロールケーキ作りも愛称の募集も、多くのメディアに取り上げられており、商店街が元気に活動している様子を広く発信することとなった。



組合が設置した青果と鮮魚の複合店



世界一長いロールケーキ作りの様子

■課題・今後の事業展開

「榎町つどいのひろば」を公民館活動の拠点に

茂原榎町商店街では、空き店舗の増加に伴い、買い物の場としての機能が低下しているため、他団体と連携して、「榎町つどいのひろば」を拠点に、様々な公民館活動を実施したいと考えている。

買い物以外の目的で商店街を訪れたとしても、商店街の各店舗を知ってもらう良い機会であり、商店街内での消費につながることも期待している。

I Cポイントカード導入により顧客ニーズを「見える化」

大原中央商店街協同組合 (いすみ市大原)

- 立 地：駅前 ○タイプ：地域型 ○会員数：70人
- 周 辺：JR大原駅西側の県道大多喜・大原線沿いの南町・仲町・北町及び東側の新田に位置する。
- 客 層：周辺住民が中心だが、専門店には市外からも来訪している。近隣にある大原高校の生徒にも利用されているほか、小・中学校の児童・生徒も通る。
- 景 況：商店街内に金融機関が4つあり、周辺には学校もあるので平日は人通りがあるが、土日は少ない。理事会は年に2～3回だが、情報化事業やイベント等のための委員会を年に30回以上行っており、商店街活動は活発である。

👉ここがポイント

- ☑新たなポイントカードシステムを導入するに当たり、地域の他の商店街でも使用できるように、汎用性の高いシステムとした。
- ☑I Cカード化によって顧客ニーズの把握や、見守り機能などの各店舗や近隣住民に役立つ機能拡充が実現した。
- ☑近隣の学校と連携し、学生の社会奉仕の場を提供することで、地域と商店街の結びつきを強化した。

■事業の経緯

発行枚数2万枚超のポイントカードのシステムを更新

大原中央商店街協同組合は、共通商品券の導入やポイントカード「ほらやっさカード」の導入、ゆるキャラの「ホットくん」の制作、コミュニティスペース「おらげ」の設置など、他の商店街に先んじて、様々な商店街活性化施策に取り組んできた。

平成8年に導入したポイントカードは、発行枚数が2万枚を超え、消費者にも各店舗にも定着していたが、端末が老朽化し、不具合が生じることが多くなったことから、今回も商店街に息づく進取の精神を発揮し、新たなシステムへの更新に取り組むこととした。

■事業の展開・成果

市内の3商店街全てで利用できるシステムを開発。大原高校との連携も進む

(1) I Cポイントカードを導入

システムの更新に当たり、顧客利便性の向上や、ポイントカードを活用した事業をより円滑に実施するために、I Cカードを利用することとした。

I Cポイントカードのシステムは、業者に商店街側の様々なニーズを伝えて一から開発したオリジナルのもの。消費者にカードの普及を図るべく、いすみ市内の3つの商店街共通のポイントカードとして、「いすみiCARD」と名付けた。

しかし、3商店街全てで同時にI Cカード化システムを導入



新たに導入したI Cポイントカード用の端末

入することは困難であったことから、大原中央商店街が先行して実施することとなった。

ICカードのメリットとして、**どういう人が自店で買ったかを把握できる**ため、顧客の特性やニーズに応じた品揃えや店づくりが行えるということがある。また、高齢者などに向けた見守り機能を備えており、店舗で買い物をしてポイントの付与を受けたり、「おらげ」に設置してある端末にタッチ(ポイントが付与される)したりすると、その情報から外出頻度の異変を検知し、家族に送信できる設計になっている。

ポイントカードで貯めたポイントは、各店舗での買い物に利用できるほか、商店街が企画する日帰り旅行や観劇ツアーなどで使用できるなど、利用範囲を広げている。

ICカードのこれらの利点が評価され、当商店街では、従来、カード事業に参加していなかった店が新たに4店舗参加している。

(2)大原高校との連携体制の構築

大原中央商店街では、役員が大原高校に設置してある「開かれた学校づくり委員会」にメンバーとして参加していることもあり、**同校との連携に積極的に取り組んでいる**。

例えば、同校で社会奉仕に取り組んでいるインターアクトクラブや生徒会に所属している高校生が、商店街のイベントに協力している一方、商店街の店舗も高校の文化祭に出店するなどの協力をしている。

こうした協力関係を起点にして、**今後は他の分野での連携も模索している**。

例えば、商店街のにぎわい創出のために、美術部が「おらげ」の隣にある空き店舗のシャッターに絵を描くことが決定している。いずれは、高校生が空き店舗でチャレンジショップを開く事業を検討したいと考えている。



コミュニティスペース「おらげ」(左)と大原高校美術部が絵を描く予定の店舗(右)

■課題・今後の事業展開

いすみ市全体に新カードを普及させる

現在、商店街では、従来の「ほらやっさカード」からICポイントカードの「いすみiCARD」への切り替えを進めているところであるが、これを円滑に進めるとともに、**新カードの利用者を増やすために、新たな取組を検討している**。

例えば、従来の商品券や他のギフト券等を新カードに入れて活用できないか、また、交通機関等で新カードのポイントや事前に入金した金額を使用できないか等について、関係各所と調整することも検討している。

さらに、貯めたポイントを使って参加する旅行や観劇等については、近年、参加者が固定化されてきているため、より多数の顧客のニーズに合った企画を検討することも課題となっている。

こうした取組により、新カードの利用者を増やすとともに、商工会や市とも連携しながら他の商店街に対して新カード導入を促し、いずれは、3商店街のみにとどまらず、**いすみ市全体にICポイントカードを普及させていくことを目指している**。

軽トラ市で活気あふれる商店街

銚子銀座商店街振興組合(銚子市新生町)

- 立地：一般商店街 ○タイプ：地域型 ○会員数：32人
- 周辺：銚子駅から1.5 kmほどの飯沼観音に通じる道路沿いに位置。銚子市漁協の卸売市場にも近い。
- 客層：顧客は地域住民が中心だが、飯沼観音への参拝客も見られる。
- 景況：近年、商店街の近隣に大型店が出店し、さらに商店街内にあった食品スーパーが平成25年に閉店したため、商店街の人通りは減少傾向にある。また、後継者がいない店が多く、特に飯沼観音に近い東側エリアは空き店舗が目立つ。

👉ここがポイント

- ☑軽トラ市を定期的で開催し、商店街の名物イベントとして定着させ、集客力を強化。
- ☑Instagramを活用した情報発信により、若者世代への取り込みを図る。

■取組の概要等

1 銚子観音・門前軽トラ市

[概要] 平成23年から開催。毎月下旬の日曜日の10時から14時に実施。農家やイベント業者、一般の方など、約30店舗が出店。

[工夫] 毎回、「銚子の春キャベツ」や「銚子いわしまつり」などのテーマを設定し、商店街のホームページでPRしているほか、軽トラ市専用のInstagramを設置し、集客や出店者募集に活用している。

[成果] 軽トラ市は、ハワイアンサークルや子供のダンス等の発表の場としても利用されており、市内で行われる他のイベントと同時開催することによって多数の来場がある。

[その他] 食品スーパー閉店により買い物に不自由している地域住民や高齢者らの利用を見込み、平成25年11月から毎週金曜日に「銚子銀座金曜市場」を開催。野菜や干物、雑貨等を販売しており、特に高齢者には重宝されている。

■課題・今後の事業展開

[課題・事業展開] 組合への加入率が低下していることから、フェイスブックやInstagramを活用した店舗紹介などで、加入のメリットを伝えることにより、入会の促進を図っていきたいと考えている。



にぎわいを見せる軽トラ市



青年部が後継者・次世代リーダーの活躍のステージに

木更津一番街商店街振興組合(木更津市大和)

○立地：駅前 ○タイプ：地域型 ○会員数：53人

○周辺：JR木更津駅東口の大通りの南側に広がる商店街。

○客層：金融機関が多く、客層はビジネスマン・OLが中心で、ほかには主婦や高齢者、学生など。

○現況：現在、商店街には53店舗あり、物販店が減少する一方、飲食店が増えている。飲食店より粗利率の低い物販店は存立が難しい。

👉ここがポイント

☑️青年部を設置し、若手の親睦を図るとともに、イベント等の場面で活躍させることで、後継者や次世代のリーダーの育成につなげている。

■取組の概要等

1 青年部・女性部が商店街運営やイベント等で活躍

[概要] 商店街では、青年部・女性部を設置し、彼らの親睦を図るとともに、商店街や、イベントの運営などの場面で活躍させることで、商店街の後継者を育成している。

[工夫] 各店舗の後継者等で構成する青年部や、女性部設置。イベント等では準備から運営まで様々な場面で青年部・女性部が活躍している。

青年部には予算を付けて、定期的に懇親会を行えるようにしており、互いに刺激を受けながら、仲間づくりができるようにしている。また、「街並み活性化委員会」や「販促委員会」などの委員会を設け、各自に役割を与えることで、組織の活性化を図っている。

[成果] 毎年春に実施している「矢那川桜まつり」や「かずさYOSAKOI 木更津舞尊(BUSON)」(よさこい祭り)などのイベントは、青年部の活躍により、活気のあるものとなっており、多くの来街者がある。



様々な団体の演舞が披露される「かずさYOSAKOI 木更津舞尊(BUSON)」

2 安心・安全な商店街環境づくり

[概要] 商店街が、駅前の大通りに面していることから、防犯カメラを設置し、カメラとその映像を商店街が管理することで、安心・安全な商店街としている。

[工夫] 防犯カメラの映像を、商店街が一括して確認することができるようにしているため、事故・事件等の際にも迅速に対応できる。

[成果] 当商店街の防犯カメラは、データの確認に手間がかからず、一括して確認できることから、警察等からの評判もよく、安心・安全な商店街環境づくりに貢献している。

■課題・今後の事業展開

[課題] 商店街内にはチェーン店等も立地しており、様々な便益を享受しているはずであるが、商店街の会員にはならず、商店街活動にも協力しないため、それらの店舗の組合加入と地域への貢献を促進するよう、関係団体等に要望している。

[事業展開] 安全・安心な環境づくりを促進するために、今後、街路灯のLED化などの取組を進めていく予定。

他の商店街と連携した循環バスによりまちの回遊性を向上

千葉銀座商店街振興組合(千葉市中央区中央)

- 立地：一般商店街 ○タイプ：広域型 ○会員数：81人
- 周辺：JR千葉駅と千葉県庁の間に位置する。以前は商業地域だったが、オフィスが減りマンションが増えたため、居住人口が増加している。
- 客層：平日はビジネスマンが多く、パルコが閉店して飲食店が減ってから当商店街の飲食店はランチ需要でにぎわっている。夜は駅に近い飲食店に客が流れている。
- 景況：千葉パルコの閉店の影響は大きい。パルコ閉店後の土日の人出は3割減ほどで、特に日曜日の人出が減ってしまった。千葉駅ビルの開業の影響はあまりない。

👉ここがポイント

- ☑️周辺の商店街と連携し、市や商工会議所の支援のもと、循環バスを運行し、中心市街地の回遊性を高めた。
- ☑️定期的にイベントを実施して近隣住民に定着させることで、にぎわいを創出。

■取組の概要等

1 中心市街地循環バス「C-bus」の運行

[概要] パルコ閉店により中心市街地の空洞化が懸念されたことから、周辺商店街や商工会議所と協議会を結成し、市の支援のもと、平成29年4月より、循環バス「C-bus」の運行を開始した。

[工夫] 複数の商店街が連携し実施したことで、1周2.8kmのルートを形成した。また、商店街だけでなく、千葉神社や、千葉市中央区役所、美術館等を結んだことで、それらの施設の利用者が来街しやすいようなルート設定を行った。

[成果] 毎日、午前9時半から午後7時半までの間に16便を運行。集客力のある千葉市美術館の訪問者には、C-busを利用して美術館まで行き、鑑賞した後、商店街内で飲食する人も見られる。



中心市街地を循環するC-bus

2 イベント(フリーマーケット)の実施

[概要] 毎月第4日曜日に商店街全体を歩行者天国とし、フリーマーケットを開催。

[工夫] 運営をNPO法人に委託したことにより、商店街の運営負担を減らし、平成6年から現在まで月1回の開催を継続できている。

[成果] 毎月1回の実施を続けてきたことで、近隣の住民にフリーマーケットが定着してきており、商店街のにぎわいにつながっている。

■課題・今後の事業展開

[課題] マンションが増えていることによって、土日にイベントを行いつらくなってきている。地域住民と共存していくためにどうするかが今後の課題である。

また、役員の平均年齢は53歳と若いですが、後継者がおらず、自分の代で閉店し、その後はテナントを募集しようと考えている店主が多い。

[事業展開] 今後は特徴のある飲食店や文化ホールなど、コト消費の場を充実させたい。空いている駐輪場を活用した自転車シェアリングや農水産物等を販売する軽トラ市の開催を企画しており、実施する上での課題解決に向けた検討を行っている。

子供たちが商店街をキャンバスに描き、街を活性化！

船橋市本町通り商店街振興組合(船橋市本町)

- 立地：一般商店街 ○タイプ：広域型 ○会員数：120人
- 周辺：JR・京成船橋駅から南に約300メートルに位置し、海老川以西の本町通りに面して東西約900メートル続く商店街。
- 客層：地元住民が中心。周辺はマンションが増えており、イベント時には親子連れが多く来街。また、近隣に語学学校があり、近年外国人の通行が増加傾向。
- 景況：平成30年2月末の西武船橋店の閉店が決定し、その影響を懸念。

👉ここがポイント

☑️地元小学校やNPO法人等と連携し、子供たちを対象とした絵画制作やワークショップ等の多彩な取組を実施することで、来街者の増加につなげている。

■取組の概要等

1 小学校との連携

[概要] 小学校での学習の一環として、昭和34年当時の商店街の地図を教材として活用してもらうほか、商店街をテーマとした絵画を描くことで関心を持ってもらい、子供たちやその保護者の来街につなげる。

[工夫] 「夢のお店 未来の商店街」というテーマで児童から絵画を募集し、描かれた絵画は、商店街の店頭等に展示している。

[成果] 絵画の展示により店頭が明るくなったり、来街者の増加等の効果が得られた。



商店街の店頭に児童の絵画を展示

2 イベント(きらきら夢ひろば)の実施

[概要] 音楽やダンスの発表や、子供たち向けの絵画や工作のワークショップのほか、野菜の販売、ストリートカフェ、クイズラリー等を行うイベントを年2回開催。

[工夫] 商店街単独では大きなイベントの開催が難しいが、NPO法人との連携により、多彩なイベントを実施できている。

[成果] 子供たちをはじめ、地域住民が多数来場することで、商店街に関心を抱いてもらい、来街の動機づけとなっている。

■課題・今後の事業展開

[課題] 地域活性化につながるイベント事業は商店街が果たすべき役割と考えているが、子供向けのイベントは個店の売りに直結しづらいため、子供の保護者が商店街内を回遊する仕掛けを考えたい。

また、役員の平均年齢が上がり、かつ商売をやめる人も増加しており、役員の担い手を確保することが難しくなっている。

[事業展開] 親子連れの来街者が多いこともあり、防犯カメラの設置等、来街者が安心して買い物できる環境づくりを行っていきたい。

Ⅱ 県外の商店街の動向

歴史的建造物の市役所旧館を借景に会津らしい景観を形成

会津若松市役所通り商店街振興組合 (福島県会津若松市)

■商店街概要

- 立地：一般商店街
- タイプ：地域型
- HP：
<http://www.shiyakusyo-street.com/>
- 会員数：40人

■会津若松市概要

- 人口：121,925人
(平成29年10月1日現在)
- 面積：382.99km²
- 人口密度：318人/km²

👉ここがポイント

- ☑店舗の外観（ファサード）改修を行い、統一的な景観を形成。
- ☑復活させた青年部が商店街のけん引役になり、アイデアを出し合う。

■事業の経緯

「飲食をするなら市役所通り商店街」と認知されることを目指す

会津若松市役所通り商店街は、JR会津若松駅から約2kmの市役所前に立地する40店舗で構成されており、その6割を飲食店が占めている。

JR会津若松駅と鶴ヶ城を結ぶルート上にある上、会津若松市役所や大手企業が拠点を構える中心市街地に位置するという立地条件であるが、近年では郊外の大規模店に押され、家具店や衣料品店等の物販店舗が徐々に減少し、空き店舗となるなど、商店街の活性化が課題となっていた。

そこで、当商店街では飲食店が多いという特徴を活かし、「飲食をするなら市役所通り商店街」と認知されることを目指して活性化を図ってきた。チケット制の食べ歩きイベント「路地裏ナイトバル」を開催するなど、地域の住民やオフィス勤務者の来街促進に努めた。

さらに平成26年には、各店舗の外観を歴史的建造物である市役所本庁舎旧館のイメージを踏まえた一体感のあるデザインに改修することにより、さらに商店街の発信力を高める取組を開始した。

■事業の展開

店舗の外観改修で明るくなった商店街には空き店舗への出店も続く

(1) 空き店舗解消に向けた取組

市及び県には空き店舗に商店街が選定した業種の店舗を誘致した場合に、商店街に対し店舗賃借料の一部を補助する制度があり、市役所通り商店街では、この制度を利用して4店舗を誘致した。

(2) 街並みを「黒塀」風に改修

国の認定を受けた「商店街活性化事業計画」に基づき、商店街内の8店舗が外観の改修を行ったほか、フェンス類を「黒塀」風にした。

また、市の補助金を活用し、店頭ポケットパーク（ベンチ、灰皿、フリーWi-Fi等設置）を設け、来街者の回遊や滞留の促進を図った。市の制度では、商店街活性化事業計画に基づく取組は補助率が通常の2倍（3分の2）であり、各商店は経費のうち3分の

1を負担した。

なお、本事業実施に当たり、市商工課の職員が先頭に立って商店街をサポートすることにより、商店街活性化事業計画の策定や各事業が円滑に進捗した。商店街では市職員の働きを「金融面の支援よりも大きな意味があった」と評価している。



(3) 子供たちもまちづくりに参加

平成29年には県の「ふくしまの子・ふるさと商店街プロデュース事業」の一環で、地元の子供がワークショップを行い、当商店街にどんな店舗がほしいかアイデアを練った。

賃借料補助制度を利用して出店した居酒屋
外観改修の補助金も活用している

子供たちのアイデアを基に、商店街内の空き店舗を「駄菓子カフェ」に改装、約2か月間運営したところ、近隣の子供たちが多数来店し、大変なにぎわいを見せた。

■ 成果

- ・外観改修等により明るくなった商店街には、飲食業を中心に出店希望者から商工会議所や市に空き店舗に関する照会が入ることも少なくない。
- ・空き店舗の賃借料補助を活用してこれまでに14店舗の出店した4店舗の業況はいずれも好調で、補助期間の3年間を経過した店舗も継続して営業しているなど、商店街の活性化に大きく寄与している。

■ 課題・今後の事業展開

復活させた青年部が商店街活性化のけん引役に

市役所通り商店街では、近隣の神明通り商店街との連携にも積極的に取り組んでおり、共同で商店街内の寺にあった「おさすり地蔵」を再建立した。「おさすり地蔵」は体の悪いところをさするとその痛みを和らげてくれるご利益があるとされていて、来街者の回遊性向上を狙ったものである。実際、来街者が地蔵をさすっていたり写真を撮る姿を見かけるという。

このように、市役所通り商店街では様々な事業に取り組んでいるが、周囲には市役所やオフィスが多く立地するという特性上、平日と比べて土・日曜日の人通りが少ないことが課題である。

そのため、イベント開催等により、にぎわいを創出したいと考えており、3年前に青年部を復活させ、「路地裏ナイトバル」等のイベントの企画・運営を任せている。

青年部には商店街の若い理事のほか、その友人など商店街に直接関係のない人も加わっており、様々な知恵を出し合うことが、イベントの盛り上がりや円滑な運営につながっている。青年部が商店街活性化のけん引役となっていることも、市役所通り商店街に明るさをもたらしている。

「戦国」をテーマに若手商業者グループでにぎわいを創出

兼続通り商店街(新潟県南魚沼市六日町)

■商店街概要

- 立地：一般商店街
- タイプ：地域型
- HP：<http://kanetsugustreet.com/>
- 会員数：45人

■南魚沼市概要

- 人口：57,734人
(平成29年9月30日現在)
- 面積：584.55km²
- 人口密度：99人/km²

👉ここがポイント

- ☑「戦国」という一貫したテーマを設定し、これに広がりを持たせたこと。
- ☑若手グループの結束が強く、チーム力が大きな原動力となったこと。
- ☑周辺商店街や小学校など、地域をうまく巻き込んだ取組がされていること。

■事業の経緯

NHK大河ドラマ「天地人」以後のにぎわい継続に向け若手グループが奮闘

平成21年、NHK大河ドラマ「天地人」が放映されると、主人公・直江兼続の生誕地である南魚沼市は兼続ブームに沸いた。「天地人」放映前は、地元では兼続がそれほど人々を引きつける魅力があることを認識しておらず、多くの観光客が押し寄せて初めて兼続がまちおこしに活用できる地域資源であることに気付いた。

兼続とその主君・上杉景勝の居城があった坂戸山の麓にある当商店街では、ブームを一過性のものに終わらせることのないよう、若手が中心となって、兼続や戦国時代を一貫したテーマに設定し、これに広がりを持たせた。

■事業の展開

立像設置、商店街紹介冊子作成、イベント開催など矢継ぎ早に事業を展開

(1) 戦国武将の立像を設置

商店街では、まず商店街名を「兼続通り商店街」と改称。次に地域にシンボルが必要だと考え、兼続をはじめとする戦国武将の等身大像を商店街内に設置することを市に提案。商店街の若手が「北斗の拳」や「うる星やつら」などに夢中になった30～40歳代のアニメ世代であったこと、また、商店街に若者を呼び込みたいという狙いから、立像のデザインはフィギュア風のものとした。

製作コストや立像のデザインが問題視され、各所で立像設置に反対する声が上がったが、年々、人通りが減りにぎわいが失われていく商店街の現状に危機感を募らせていた若手が立像の必要性を粘り強く説いてまわった結果、合意形成が図られ、製作決定にこぎつけた。

立像の製作・設置にかかる経費は市が負担することとなったが、製作を手掛ける大手玩具メーカーやデザインを依頼した人気漫画家との調整、設置場所の選定・各種手続き等は商店街の若手が担った。若手はもともと青年部や消防団と一緒に活動をしていたこともあり、チームワークがよく、東京からUターンしてきた者も多い。このため、40～50歳代の後継者の若手も多く、これらの若手商業者のチーム力が大きな原動力になったものと思われる。



フィギュア風の5体の立像は商店街内の金融機関の前などに設置

(2) まち歩き冊子の作成

立像設置で得た経験や出会いを活かし、イラストで商店街を紹介する町歩き冊子を作成した。文章よりも店主の似顔絵や店内の様子イラストに多くのスペースを割いているのが特徴で、商店街の親しみやすさが伝わってくる。プロの漫画家が商店街内の34店取材して制作した。



商店街紹介冊子は、ハムスターと3人娘のキャラクターが案内役となって各店舗を訪ね歩く想定

(3) イベントの開催

テレビアニメで兼続役を務めた声優を招き、トークイベントや握手会等を実施。この事業は市民会館のほか商店街内の空き店舗を改装したコミュニティスペースで開催しており、400人余の来場者を集めた。また、商店街で四季ごとに「春の陣」～「冬の陣」と題して、イベントを実施したり、地域の歴史や兼続を題材とした「兼続検定」や、兼続が兜の装飾に用いた「愛」の字をデザインするコンテストなど、アニメや兼続を絡めたプロモーション事業をたて続けに行い、にぎわい創出につなげている。

(4) 地域との関わり

立像を近隣小学校の集団登校の集合場所としたり、立像の写生や「愛」という字の習字、作文コンテスト等の開催などを実施している。

■成果

- ・「天地人」放映から7年経過したが、戦国武将が様々なゲームやアニメに登場し、キャラクターとして親しまれるようになる中、武将像が「インスタ映え」するスポットとして認知されつつあり、今でも若い女性やカップルを中心に月40～50人が像を目当てに訪れる。
- ・大きな経済効果を生むには至っていないが、地域・子供を巻き込むことで、徐々に認知され浸透している。

■課題・今後の事業展開

戦国武将を打ち出した情報発信強化に加え、他商店街のPRツール活用も模索

各店舗で「愛・兼続飯」など兼続にちなんだ商品を開発しており、今後、観光客向けに、武将をモチーフにしたおみやげグッズを開発する計画もある。また、情報発信の重要性を身をもって学んだことから、他の商店街や自治体のPRツールも研究しており、成功事例を積極的に取り込んでいく。

空き店舗を活用したチャレンジショップで創業者を育成

京町・新京橋商店街振興組合 (高知県高知市はりまや町)

■商店街概要

- 立地：一般商店街
- タイプ：広域型
- HP：<http://withpr.net/kyoumachi/>
- 会員数：52人

■高知市概要

- 人口：332,387人
(平成29年10月1日現在)
- 面積：309.00km²
- 人口密度：1,076人/km²

👉ここがポイント

- ☑行政・商店街・商工団体の役割分担により、チャレンジショップの円滑な運営と独立後のサポートを実現したこと。
- ☑出店者のコストを必要最小限に抑えることで、出店のハードルを低減したこと。

■事業の経緯

月1万円強で出店できる高知県のチャレンジショップ

高知県では、商店街活性化や創業支援を目的として、平成23年度に国の補助を受け、県内3か所(高知市、四万十市、四万十町)に商店街の空き店舗を改装したチャレンジショップを開設した。高知県のチャレンジショップでは、開業を目指す人のほか、業種転換を検討している事業者も対象で、高知市の場合、約6坪のスペースを1年間、月11,500円で借りることができ、光熱費などは県・市の補助で賄われている。

■事業の展開・成果

6年間で23店舗が出店

(1)京町チャレンジショップの概要

平成24年3月から開始した「京町チャレンジショップ」は、高知市の中心市街地の京町商店街内にあり、近隣には土産物店や飲食店、ブティック等が立ち並ぶ。

出店期間は当初、半年間だったが、出店者から「事業を軌道に乗せるには短い」という声があったため、平成26年からは1年間に変更した。チャレンジショップは毎年3月に開業するが、前年の秋頃から出店者の審査・選定を行い、出店者が出店に向けた準備期間を十分に取れるようにしている。

これまでの6年間に23店舗が出店し、業種の内訳は、雑貨10店舗、サービス(整体院、ネイルサロン等)7店舗、ファッション5店舗などとなっている。設備上、飲食業はできず、小売・サービス業のみ出店可能となっている。

(2)フロアをシェアすることで、出店者同士のコミュニケーションを促進

京町チャレンジショップは1つのフロアを3店舗で分けて使う形であるが、衝立や壁等はなく、オープンスペースとなっている。

1つのフロアを3店舗で分け合う形には、メリットとデメリットの両方がある。メリットとしては、お客さんが全てのお店を見渡すことができ、相乗効果が期待できる。また、



京町チャレンジショップは全蓋アーケードを持つ京町・新京橋商店街にある。営業時間は10時30分から19時までで、水曜定休

休憩時等に相互に店番を頼むなどすることで、出店者同士のコミュニケーションが図れること、防犯上、安心であることなどがある。その結果、出店者同士が、チャレンジショップを通じて親睦を深め、共同で店舗を運営する計画を立てたという話も聞かれた。

一方、デメリットとしては、表通りに面して2店舗、その奥に1店舗という配置のため、奥の店舗にはどうしても来店者が入りにくいことが挙げられる。また、業種特性が異なることによる調整や、出店者同士のトラブルなどが生じることも考えられ、その際の仲介をするのが事務局の大きな役割となっている。

(3) 行政・商店街・商工団体の役割分担によるサポート体制

チャレンジショップの運営に当たっては、チャレンジショップの店舗を運営するための光熱費や家賃などは県・市の補助で賄われている。また、チャレンジショップの事務局機能は商店街振興組合が担っており、募集や審査(書類及び面接)、出店後の指導等を行っている。このように、商売や経営に精通する商店街が事務局運営を行い、行政が資金面を支援するという役割分担をすることで、円滑な運営が可能となっている。

さらに、チャレンジショップへの出店前に、希望者は、商工会議所から事業計画作成等の指導を受けることができ、出店後に空き店舗を活用して開業する場合は、県や市の補助制度を活用できるなど、サポート体制も整っており、出店者は、出店前から独立開業まで、様々なサポートを受けることが可能となっている。

■課題・今後の事業展開

出店者の半数が独立開業を果たす

これまでにチャレンジショップに出店した23店舗中、19店舗が独立開業を目指し、そのうち12店舗が実際に開業をしている。このように、チャレンジショップの取組は、空き0.店舗活用や創業促進の面で大きな成果を上げており、独立開業した事業者からも高く評価されている。

しかし、京町商店街は、百貨店やブランド店が立地する、市内でも有数の繁華街にあるため、家賃相場が高く、チャレンジショップ出店者が商店街の中の店舗で開業することが難しい。実際、現在、営業中の独立開業店8店舗のうち、3店舗は商店街内で開業していない。また、ここ数年はチャレンジショップへの出店の応募が少なくなっている。出店する3店舗を確保するためには多くの応募者が必要であることから、事務局や県、市では、さらなるPRの強化を図っている。

【独立事業者の声】

- ◇ 「チャレンジショップ出店により、顧客ニーズを把握できたほか、店舗運営をシミュレーションすることができたため、出店する決意がついた」
- ◇ 「商店街の雰囲気わかり、人間関係も構築できたので、スムーズに出店できた」
- ◇ 「チャレンジショップ出店中に事務局等に様々な相談をすることにより、独立開業の計画を立てることができた」



チャレンジショップでの経験を活かして独立開業を果たした事業者の店舗。「プライベート・ラボ」(左)と「トゥインクル・ドール」(右)はともにブティック

住民の中心市街地回帰を目指した再開発で商店街を一新

高松丸亀町商店街振興組合 (香川県高松市丸亀町)

■商店街概要

- 立地：一般商店街
- タイプ：広域型
- HP：<https://www.kame3.jp/>
- 会員数：102人

■高松市概要

- 人口：428,872人
(平成29年10月1日現在)
- 面積：375.52km²
- 人口密度：1,142人/km²

👉ここがポイント

- ☑「高齢者」にターゲットを絞り、基本コンセプトを明確にしたこと。
- ☑「医・食・住」の全ての生活機能を備えた商店街を形成したこと。
- ☑商店街全体をコンセプトに沿って再開発するために、土地に関する権利の整理をしたこと。

■事業の経緯

医・食・住の充実した「高齢者が住みたいまち」をつくる

高松丸亀町商店街は、高松三越を核店舗に約250の店舗を擁し、かつては四国全域の400万人を商圈人口としてにぎわったが、昭和63年の瀬戸大橋開通を契機に、昭和から平成にかけてのわずか10年で衰退の一途を辿った。その要因は、大手資本の大型商業施設が相次いで四国に進出したことや、バブル期に商店街周辺の住民が郊外に転出したことである。平成2年、危機感を持った商店街では「丸亀町再開発委員会」を発足させ、再開発計画を策定。郊外に流出した人口をまちなかに取り戻すことを目指し、「医・食・住」を整え、高齢者が「ここなら住みたい」と思うまちをつくることを基本コンセプトとした。



北側入口のドームは商店街のシンボル

■事業の展開

「再生」ではなく商店街を丸ごと新しくする「進化」を追求

(1)土地の所有権と利用権を分離し、住民ニーズに合ったテナントミックスを実現

当時、商店街内には、ファッション関係の店舗が多かったため、「医・食・住」の揃った商店街にするためには、まちなかで生活するのに必要な店舗を誘致することが不可欠で、商店街全体で最適なテナントミックスを実現することが求められた。「再生」ではなく、商店街を丸ごと新しくする「進化」が必要であったため、土地の所有権と利用権を分離させる手法を採った。

この手法では、地権者である店主の共同出資による会社が、地権者から60年間の土地利用権を譲り受けるこ



南側の複合ビルにはホテルやマンションを併設

とで、土地の所有権は地権者に残したまま、再開発ビルを整備し保有することを可能とした。整備した施設の運営やテナント誘致を担うまちづくり会社を別に設立し、この会社にも地権者が出資する(高松市も5%出資)。地権者が商売を継続したい場合は、施設保有会社から地代収入を受け取る一方、家賃を支払ってテナントとして入居するが、売上が一定水準に達しない場合は、地権者といえども退去を求められる。こうした仕組みが商店街に新陳代謝をもたらしているのに加え、まちづくり会社の社員にテナント誘致の専門家を採用したことで、優良な店舗が増え、商店街は活気づいている。

一方、再開発により商店街内の建物の延べ床面積は増えたが、商業床の面積は変化していない。再開発ビルにマンションや診療所等の生活利便施設を整備しており、商店街の内外に住む人が増えた。

(2)「まちなかループバス」の運行

また、商店街では、近隣に住む高齢者の足を確保するため、循環バス「まちなかループバス」を運行している。当初、高松駅と商店街を結ぶ南北軸のルートで運行していたが、利用者数が伸びず、年間500万円の赤字を計上していた。大学の協力を得て調査を行ったところ、東西軸に高齢者が多く居住していることがわかり、平成27年にルートの変更を行った。その結果、利用者は増加しており、独自財源での運行にもかかわらず、赤字は出ていない。まちなかループバスは商店街が運行しているので、利用者のニーズに即した最適なルートを設定することができ、利用者の増加につながっている。



「まちなかループバス」は住民の足

■成果

利用者のニーズに合わせ、「高齢者が住みたいまち」を追求した結果、高齢者だけにとどまらず、来街者や定住人口の増加を実現し、商店街には人通りが尽きない。これらの成果により、現在では、コンパクトシティの先進事例として全国の商店街や自治体からの視察が後を絶たない。

■課題・今後の事業展開

売場面積1千坪の本格的な生鮮市場開設を計画

商店街では、平成24年に行った地域住民を対象とした調査において、生鮮品の直売所を求める声が多かったため、生鮮市場「丸まるマルシェ」を開設した。計画づくりにあたっては、県外2か所の農産物直売所を視察したほか、兼業農家の経営安定を図りたい県の農政部と連携。「医・食・住」を整えるというコンセプトに基づき、体にやさしいオーガニック食品を中心に扱ったところ、多くの消費者から支持を得た。

売場面積50坪の店内では、生鮮品のほか、グロスアリーや総菜、弁当を販売。ランチ営業を行うレストランも併設し、売れ残った生鮮品をこのレストランや商店街内の飲食店で利用することにより、ロス率の低下を図っている。

高松丸亀町商店街では、丸まるマルシェで得たノウハウを活かして、商店街内に売場面積1千坪の本格的な市場を開設する計画であり、「高齢者が住みたいまち」のさらなる進化を図っている。



オーガニック食品が並ぶ
「丸まるマルシェ」