

平成22年度 地域ワークショップ（富士見）  
鶴瀬駅東口にぎわい商店街づくりについて

報告書

平成23年3月

埼玉県南西部地域振興センター

はじめに

毎年、いくつもの商店街がなくなっていくそんな時代でも、残さなければならぬ商店街がある。鶴瀬東口は、昔も今も富士見市の玄関口。富士見市という都市経営をしていく中で、一つは「生活環境の整備充実」、もう一つは、「所得機会の維持・確保」、商店街、特に中心商店街は地域のコミュニティーの核としての役割が求められている。

駅前整備がまだ進んでいない。区画整理も遅れている。これをチャンスにできないか。成熟していない、途上であるということは、まだまだ、可能性があるということ。

駅前整備で一番必要なのは、商業機能（にぎわい機能）ではないか。一番重要な役割を担う商店街が、駅前整備に対して意見を言わなくてはダメ。意見を言うだけではなく、行動しなければダメ。本当の駅前整備をするのは、地主でも行政でもなく、商店主、商店街だということ。そのきっかけづくりをしたい。そのためにワークショップを開催しました。

埼玉県南西部地域振興センター

平成22年度 地域ワークショップ（富士見）  
鶴瀬駅東口にぎわい商店街づくりについて  
報告書

目次

はじめに

1、開催経緯

2、ワークショップ委員

3、ワークショップ主旨

4、現状分析と課題の整理

5、提言

6、実現へ向けての取組み

7、今後の課題

8、ワークショップ資料

9、第3回議事録

10、関連資料

今後への期待

## 1、開催経緯

平成22年度第1回地域ワークショップ〔富士見〕

～鶴瀬駅東口にぎわい商店街づくりについて～

日時:平成22年7月27日(火)午前10時30分～

場所;レストランイブ(2F 富貴) (富士見市鶴瀬東1-11-2)

課題の協議

- ①はじめに…:地域ワーク, ソフト(富士見)を実施する理由
- ②駅前整備と商店街の活性化について ③商店街の活性化
- ④もう一つの商店街活性化の検討  
～商店街のイメージづくりによる活性化～
- ⑤商店街版経営革新計画について

平成22年度第2回地域ワークショップ〔富士見〕

～鶴瀬駅東口にぎわい商店街づくりについて～

日場 平成22年10月5日(火)午後1時30分～3時30分

時所 富士見市商工会会議室(富士見市羽沢3・23・15)

課題の協議

- ①1回ワーク、ワークショップからの課題の整理
  - ・商店街を取り巻く環境の変化の検討・ショッピングモールへの転換の検討
- ②駅前整備のアイディア出し(提案)について(駅前通りの活用の検討)
- ③商店街版経営革新計画で今後取り組むべき事業のアイディア出しと検討
- ④商店街のイメージづくりによる活性化の検討
  - ・キャッチコピー、スローガンを創る
  - ・お金がかからないソフトのイメージづくり

平成22年度第3回地域ワークショップ〔富士見〕

～鶴瀬駅東口にぎわい商店街づくりについて～

日時 平成23年2月8日(火)午後1時30分～3時30分

場所 富士見市商工会会議室(富士見市羽沢3・23・15)

課題の検討

- ① 鶴瀬駅東口にぎわい商店街づくりについて・,・南西部地域振興センター
  - ・にぎわい商店街づくりで商店街が取り組む事業を考えてみる
  - ・課題の整理
- ②人十まち十商店街 鶴瀬まちづくり博覧会(3力年)・・・大國事務所
- ③フリートーキング

2、ワークショップ委員名簿

## 平成 22 年度 地域ワークショップ（富士見）委員

	所 属	職 名	氏 名
委 員	富士見市産業振興課	主 査	佐々木 直己
委 員	富士見市 市民生活部協働推進課	主事補	小坂部 隆寛
委 員	鶴瀬駅東口整備事務所	主 任	高野 陽一郎
委 員	富士見市商工会	経営指導員	大澤 満
委 員	富士見市商工会商業部会	副部会長	斉藤 英雄
委 員	富士見市商工会商業部会	副部会長	横田 昌則
委 員	富士見市商工会商業部会	幹 事	浅見 隆広
委 員	鶴瀬駅前通り商店会	会 長	白須 一郎
委 員	鶴瀬東口駅前商店会	副会長	清水 政治
委 員	県産業労働部産業労働政策課	技 師	山口 有子
委 員	県産業労働部商業支援課	主 幹	宮嶋 和義
委 員	県都市整備部市街地整備課	主 査	木田 和彦
講 師	大國道夫・都市・建築総合研究所 (株)	代 表	大國 道夫
講 師	大國道夫・都市・建築総合研究所 (株)	建築部長	吉田 修
講 師	P A M企画	代 表	福田 博
講 師	A B Cマーケティング	代 表	簗浦 英一
座 長	埼玉県南西部地域振興センター	担当部長	沼 尚司
事務局	埼玉県南西部地域振興センター	担当課長	小森 芳久

### 3、主旨

#### 3-1 地域ワークショップ（富士見）を実施する理由

毎年、いくつもの商店街がなくなっていくそんな時代でも、残さなければならぬ商店街がある。鶴瀬東口は、昔も今も富士見市の玄関口である。富士見市という都市経営をしていく中で、一つは「生活環境の整備充実」もう一つは、「所得機会の維持・確保」、市の税収の9割以上が中心市街地から得ている。民間の事業機会の整備について、どれだけ行政が積極的に関わっていくか、ということが都市の運命を大きく左右する。

#### 3-2 駅前整備について

駅前整備がまだ進んでいない。区画整理も遅れている。これをチャンスにできないか。成熟していない、途上であるということは、まだまだ、可能性があるということである。駅前整備で一番必要なのは、商業機能（にぎわい機能）ではないか。鶴瀬西口を見てみよう。区画整理により、道路、区画は整備された。商業機能が、きちんとはりつかないと、整備されたとは言わない。

一番重要な役割を担う商店街が、駅前整備に対して意見を言わなくてはダメ。意見を言うだけではなく、行動しなければダメ。本当の駅前整備をするのは地主でも行政でもなく、商店主、商店街だということ。そのきっかけづくりをしたい。

中心市街地活性化の目的は「都市機能の整備と経済活力の向上」である。中心市街地の基盤整備は、「商業等の活性化のための施策」に体系的に取り組んでいく中で、当然必要となるもの。駅前整備の必要性にむすびつく。富士見市の玄関口としてどのような駅前整備が求められているか。完成した時の駅前整備イメージ、誰がどのようにいつ整備するのか、駅前整備で既存の商店街が果たす役割を検討する必要がある。

#### 3-3 商店街の活性化について

個店の繁盛は、お客がその店を買い物の場として選択し、繰り返し来店し、買い物をするという状態をつくりだすことで、初めて実現する。買い物はすべて個店の店内、シャッターの内側で行われる。自分たちの商店街をどうしたいか会員同士で話し合おう。商店街版経営革新につながる。

商店街活性化の方策として、商店街を「ショッピングモール」へとそのあり方を転換する。商店街をショッピングモールに転換するということは、自然発生～成長してきた商店群を一つのコンセプトに基づく商業集積へと計画的に転換していくこと。これは、現存する商店街の一店一店をモールテナントへと変身させていくこと。

シャッターの内側の改革から始まる。思い切った「転換」が必要。

「転換」は改善ではない。改善はお店の現状からスタートし、「改善すべき点をチェックし、部分的に手直しするもの。これまでの「経営診断」等の手法「転換」は業種・業態の転換、品揃えの転換などがある。まず、業種・業態の転換から。例えば、フランチャイズシステムへの加盟、御用聞き宅配システム、「家庭内食事の献立材料をワンストップで提供する」スーパーマーケット「市場、問屋を通さない」産直方式など。

### 3-4 商店街のイメージづくりによる活性化

中心市街地や商店街などは、地域の印象やその街のイメージ付けに大きな役割をはたしてきた。地域の顔の喪失は、オリジナルなアイデンティティ（その街の個性）の喪失に結びついていく。商店街にこの好意を持たすためにも、イメージ作りは必要不可欠である。

商店街のキャッチコピー、スローガンを創って、商店街のイメージづくりをしよう。商店街を表すニックネームや愛称をつけるのもよい。例えば、大正ロマン通り商店街、赤レンガ、黒塀、イチマルキューなど。

### 3-5 行政の役割

行政はなぜ、中心市街地活性化、中心商店街活性化に取り組もうとするのか。中心市街地は、長い間、都市のポテンシャルを支えてきた地域である。インフラ整備も相対的に充実している。長年にわたって、高地価に比例した租税を負担してきた。ここが衰退することは、都市の魅力が減衰することを意味する。行政にできる商店街活性化と行政にできない商店街活性化がある。シャッターの外側については、行政が取り組めるが、シャッターの内側のことについては、取り組めない。

### 3-6 中心商店街活性化の方向性

- 1) 商店街の目標として、「広域生活圏で分担する商業集積としての機能」を明確にすること。（郊外型集積との棲み分けを目指す。）
- 2) その具体的な目標は「ショッピングモール」の実現であること。
- 3) 各個店は、モールのテナントミックスへと自己変革を遂げる方向で活性化を実現すること

以上のことをワーキングで検討し、商店街版経営革新計画により鶴瀬駅東口にぎわい商店街づくりの実現を図ることを主旨とする。

## 4、現状分析と課題の整理

4-1 「郊外型商業」全盛という時代環境において、中心市街地の商業はどのようなポジションをとれば、「商業機能」として存続繁栄できるのか。

→ 商業の時代環境は、流れは必ず変わる。今の時代環境、流れに流されて、淘汰されてはダメ。まず、10年生き残ることを考えよう。

4-2 商店街を取り巻く環境の変化： 環境変化の3点セット

### ①お客の変化

「明日への準備」から「今日を楽しむ」へ

生活への期待が変わると買い物への期待も変わってくる。

生活局面と購買行動の多様化：「消費の2極分化」→「切り詰め」と「堪能」

### ②競争の変化

商店街内の個店同士の競争→個店対大型店→個店対郊外型ショッピングセンター  
これからの競争は大きく変わっていく

「商店街」はこれからこうなる。

→ 立地（＝他店の集客力や住宅団地による人口増加）を当てにして出店してきたお店の集合であることが多く、商業集積とよべるレベルのものは少ない。

→ このまま放置すれば、もはや修復できないレベルまで衰退することは間違いないが、どうしたらよいかわからない都市が圧倒的に多い。商店街がなくなってもしょうがないとあきらめてしまっている。

→ 今までの経営手法ではダメなことは分かっているが、何をやってよいかわからないので、10年前の昔と同じことをやっている。というのが多くの商店街の実態である。

→ 「こじんまり」としたお店でやれる、そういう店でないとやれない、という商売がこれから伸びていく消費に対応した商業のあり方である。それをやるには、中心（駅前）商店街はすぐれた立地である。

### ③人の変化

・商店街の店主の皆さん：面白いようにモノが売れた時代を経験している。

・後継者問題：後継者がいるところは、「後継者がいる」ということ自体が問題である。

→ 果たして、将来ともやっていけるか。今さら、転業・転職先も見つからない。後継者がいないところは、「後継者がいない」こと自体が問題である。

→ どうやって、資産を有効活用するか。

・さらに深刻な行政：「都市経営」という役割を持つ行政にとって、中心（駅前）商店街の衰退は大打撃である。中心市街地に大きな空洞が生じる。商店街は都市の顔であり、寂れた商店街は、その都市の経営力、都市全体の



パワーの衰退の象徴となる。

#### 4－3 商店街活性化とは

活性化とは、一体、商店街や個店がどのような状態が生まれることか。

・・・・・・専門家も行政も「商店街活性化」の定義をしていない。

①個店の場合： →計画的に店づくりを進めた結果

- ・業績が好転する。
  - ・改装・改築などの新規投資の意欲がおこる。
  - ・後継者が出てきて、事業の継続が見込まれるようになること。
- お客が満足し、商売が永続し、資産価値が増大する。

②商店街の場合： →活性化計画に基づき街ぐるみで事業に取り組んだ結果

- ・取り組む個店の中から繁盛店が続出し。
  - ・その結果、空き店舗を活用した新規出店が相次ぎ。
  - ・新規投資に向けた合意が形成され、商業集積の充実が実現されていく。
- 名実ともに街が「都市の顔」としてよみがえる。

#### 4－4 活性化の方法

①お客が期待している商業機能としての条件を実現することで、

②そこに立地する個店群が商店街ぐるみで繁盛する状態を作り出す。

個店の力だけで、お客を満足させることが難しい。これからもっと難しくなる。商業集積全体（商店街全体）で「訪街目的」を作りださなければならないが、商店街は果たして「商業集積（ショッピングモール）」＝運命共同体に生まれ変わることができるか。

自分たちの商店街をどうしたいか会員同士で話し合おう。

③多くの商店街では「魅力ある店舗が少ない」ことが最も重要な経営課題であり、「個店改善事業」が必要と考えている。

「魅力ある個店」を作っていく、という時の「魅力」とは何か。

→ それは、お客が感じる「買い物行き先」としての魅力である。

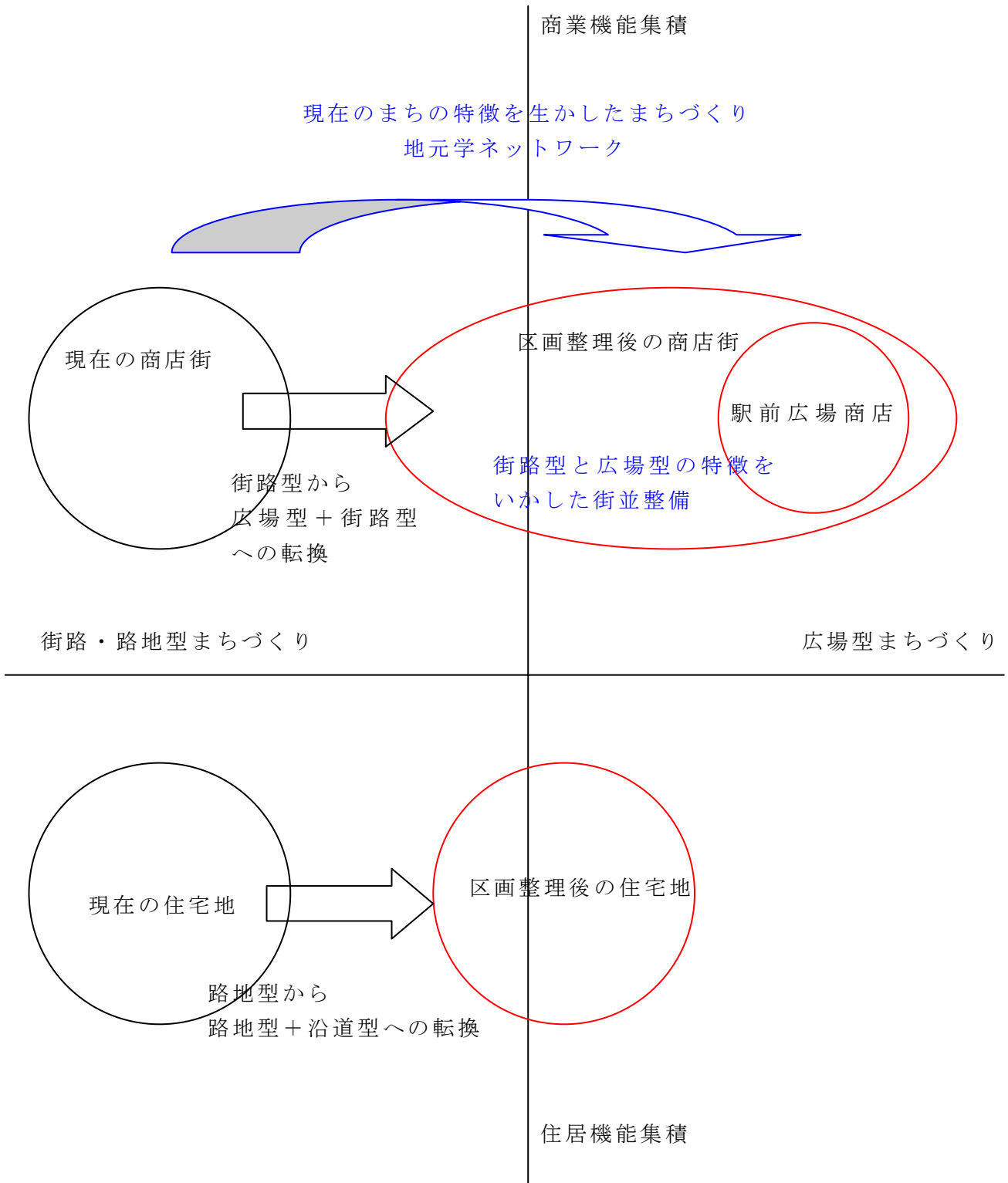
「魅力ある個店」→「買い物行き先としての魅力」→「品揃えの魅力」

5、提言

5-1 既存商店街と区画整理によるまちづくりの融合

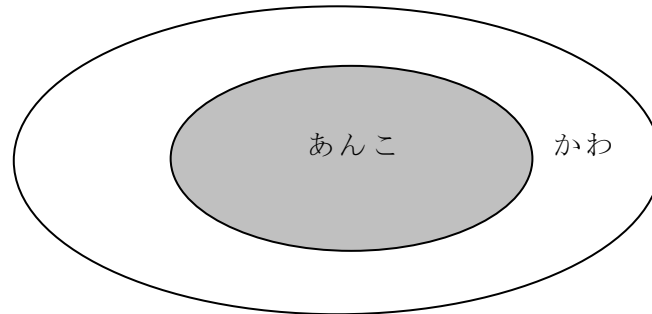
(1) 街路型街並から広場型+街路型まちなみへの転換

街路型街並から広場型+街路型まちなみへの転換



(2) 既存商店街と区画整理区域の関係は「かわとあんこ」の関係

「かわ」がしっかりしないと「あんこ」が生きてこない。  
また「あんこ」が美味しくない「かわ」も生きてこない。  
そのような「かわ」としての既存店舗が寂れては困る。  
今後さらに魅力的な街並をつくりだしていかなければならない。  
そのためには昨年度の地元学ネットワークの手法が使える。



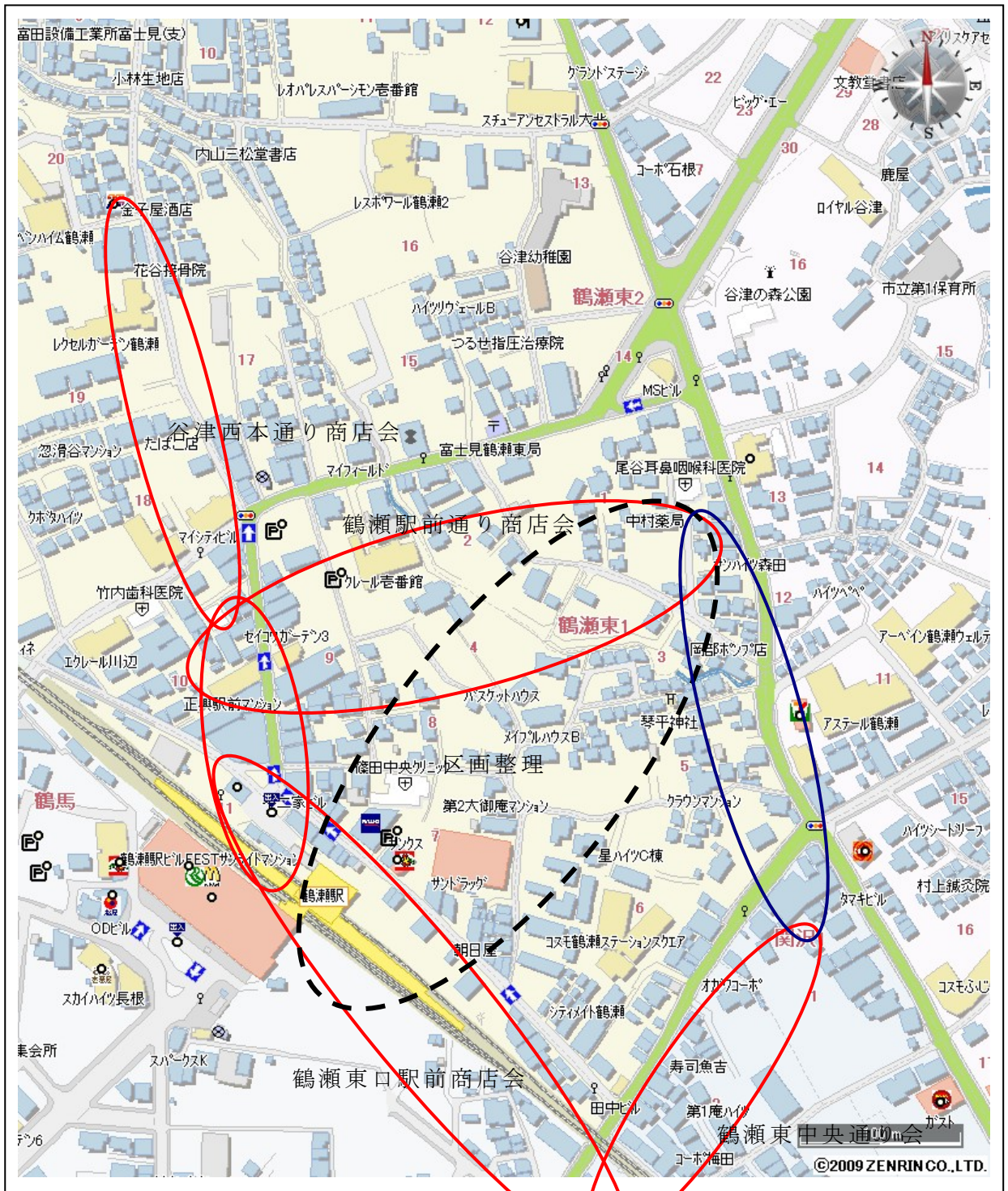
(3) 駅前整備に求められるもの

駅前空間は、まちづくりの「あんこ」としての区画整理のなかの中核であり、「情報発信力の源」である。そのため駅前整備にはソフト、ハードの面からさまざまな要素が求められる。

- ①総合的な情報発信力
- ②交通機能
- ③商業機能
- ④自然環境整備
- ⑤街並デザイン
- ⑥街全体を引っ張る魅力

これらを実現するためには総合的なタウンマネジメントが必要である。

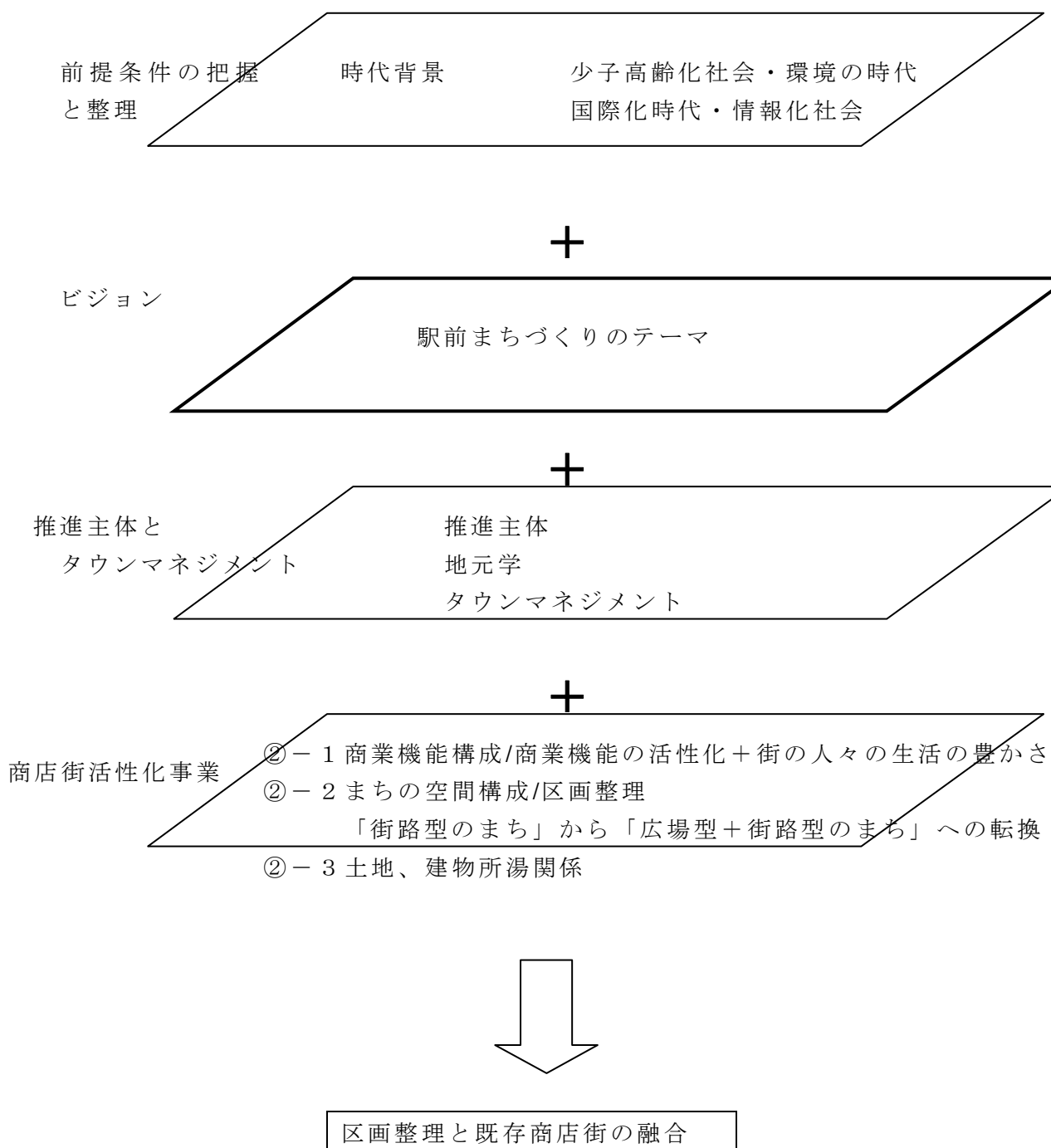
既存商店街と区画整理エリアの関係図



## 5-2 段階的まちづくりと将来ビジョンによる商業活性化

### (1) 段階的まちづくり

ライフスタイル調査により時代背景を把握し、現在何が望まれているかを抽出し、まちの将来ビジョンに基づき、地元と行政、関係機関、専門家、タウンマネジャーなどとの連携による推進主体により商業活性化事業を実施する。



## (2) ライフスタイル調査

### ライフスタイル調査

#### I 調査目的

1. 個店や商店街の見込み客の顔が見えているか？
2. 顔(ライフスタイル)の見えていない見込み客の見える化
3. 見込み客のライフスタイル(衣食住遊等の生活実態)調査
4. 見込み客の本音を聞き出す定性調査
5. 見込み客情報を共有し個店や商店街のあり方を考える
6. 見込み客の満足度を高める品揃えや環境づくりに生かす

#### II 調査方法

1. 調査対象地域の既存資料収集、整理、分析
  2. 代表見込み客の抽出 1グループ5人程度
  3. グループインタビューによる本音聴取 約2時間
  4. 本音に応える期待感の醸成 調査は最強の販促活動
  5. ライフスタイルの見える化資料収集(写真等)
  6. 録音からのグループインタビュー・レポートによる臨場感
- \* グループインタビュー風景

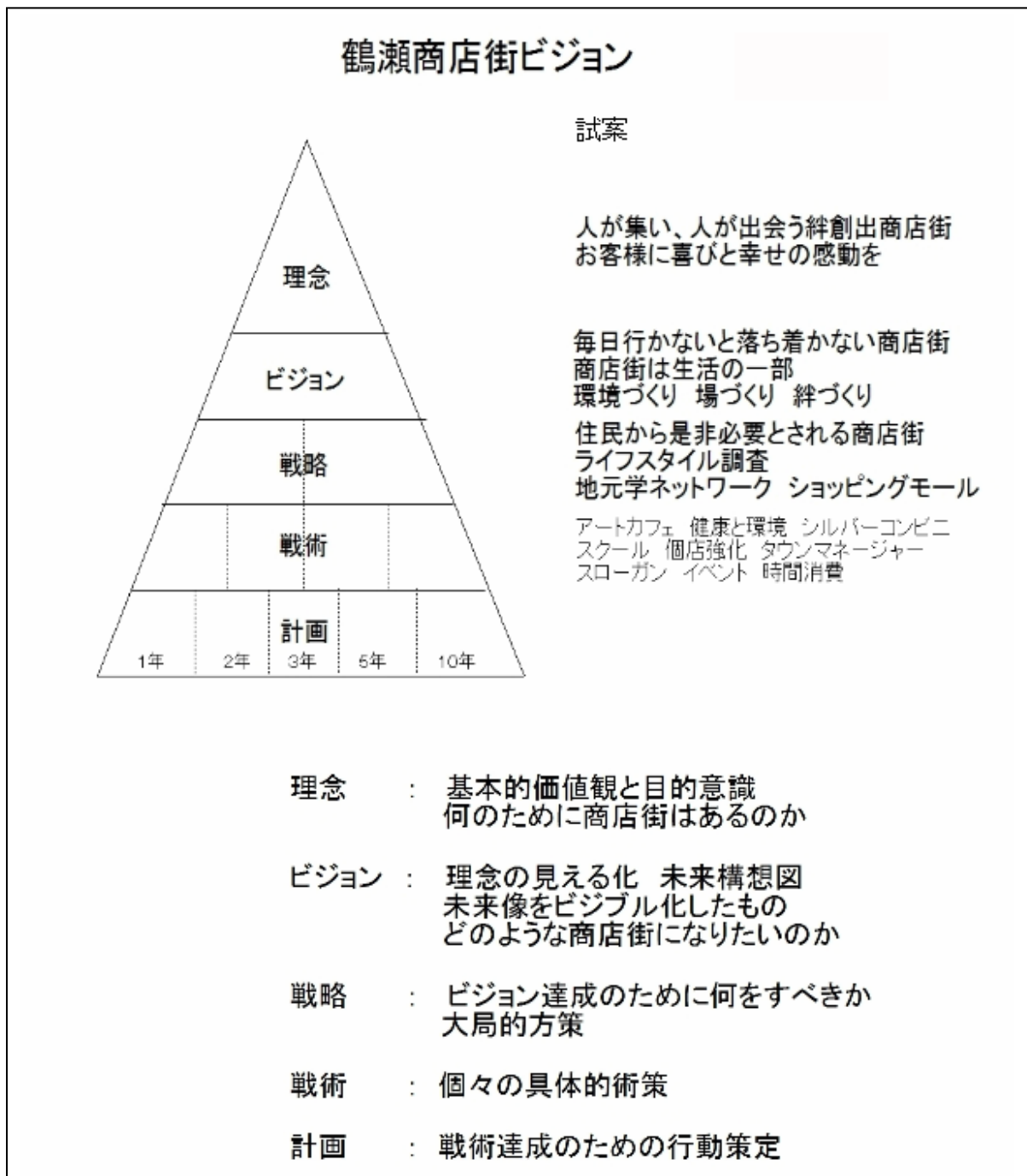
#### III 調査報告書

1. グループインタビュー・レポート(発言録)
  2. 調査内容分析
  3. 調査報告書作成
  4. プレゼンテーション資料作成
  5. 報告会開催による情報共有
  6. 調査報告書の共有に基づく街活性化検討会開催
- \* 調査報告書例

#### IV 活用事例

1. 「街づくり」の基本座標が見えてくる
2. 中心市街地への集客検討課題が抽出される
3. 中心市街地の問題点が明確化される
4. 空き店舗活用と市民ニーズのマッチング
5. 今後の商店街のあり方の検討基礎資料
6. 個店の品揃えやサービスの見直し資料

(3) 将来ビジョン



### 5-3 商店街活性化 推進主体とタウンマネジメントの実施

#### (1) 推進主体

- ・ 商店会
- ・ 街づくり協議会
- ・ 活性化委員会
- ・ TMO
- ・ 街づくり会社
- ・ NPO など

#### (2) タウンマネジメント

個店の力だけで、お客を満足させることが難しい。これからもっと難しくなる。商業集積全体（商店街全体）で「訪街目的」を作りださなければならない。商店街が「商業集積（ショッピングモール）」＝運命共同体として活動するためにタウンマネジメントを実施する。

- ・ タウンマネージャーの設置
- ・ 事業企画
- ・ テナント誘致
- ・ イベント実施
- ・ 街のデザインガイドライン策定
- ・ まちの美化
- ・ 街の広報
- ・ まちのガイドマップ作成 などの実施推進

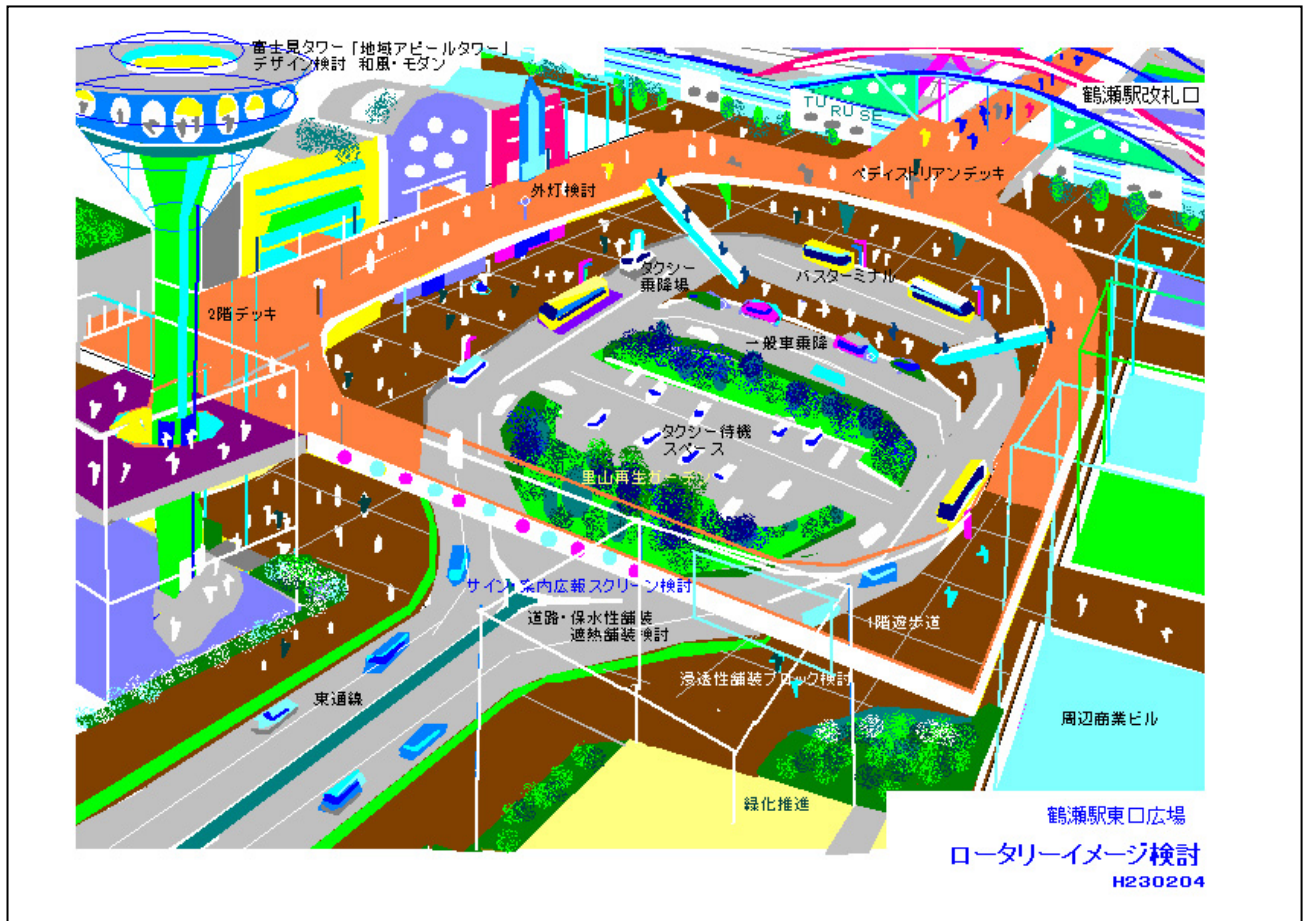
#### (3) 行政による指導、支援

行政による様々な支援が考えられる。個別の相談から商店街全体、街づくりとの関連。特に区画整理の進捗にあわせてまちづくりの方向付け、商店街版経営革新計画、「にぎわい商店街づくり支援事業」による支援など人的、財政的支援がある。



## 5-4 駅前整備と一体となった商店街づくり事業

(1) 駅前をペディストリアンデッキとして整備する。



(2) 駅前のロータリー部分に、市が駅ビルを建設する。

- ・ 駅ビルの中に、観光案内所、保育所、市の出張所等の住民サービス機能。

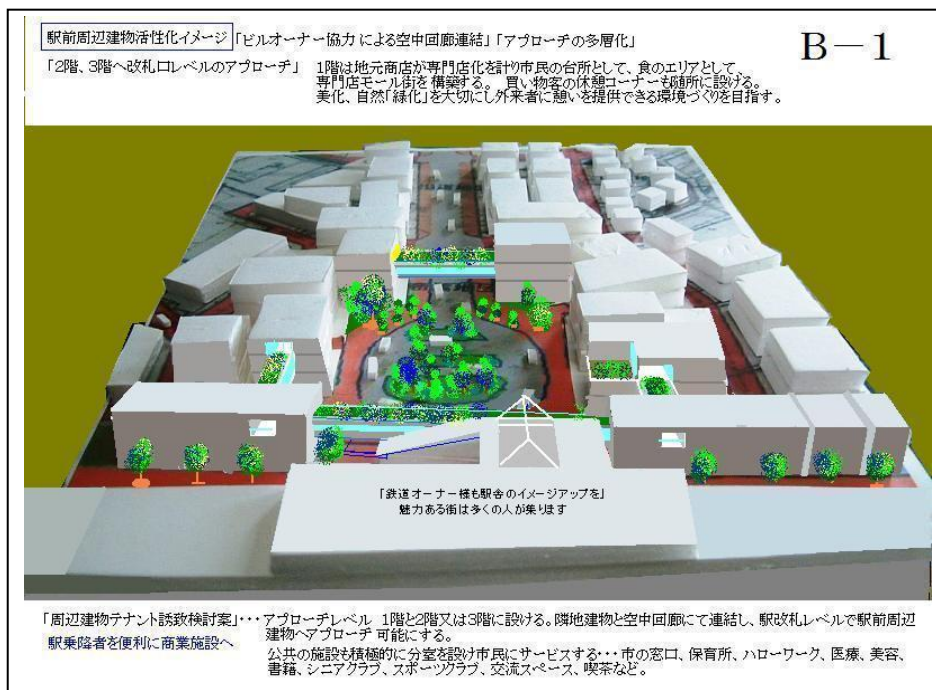
(3) (仮称) 富士見タワーの設置

- ・富士山が展望できるようなタワーを駅前に設置する。



(4) 交通結節機能の改善

- ・駅前広場については、電車からバスやタクシー、自家用車への乗り継ぎがスムーズにでき、大型バスも安全に回転できる空間を確保しつつ、できるだけコンパクトにできないか見直した上で整備する。



## 5-5 駅前広場を活用した事業

- (1) 駅広場をもてなしの空間として再生
  - ・シンボルツリーの植樹・花の植栽・ベンチの設置
  - ・ストリートファニチュアの設置・車両の進入を制限
- (2) 広めの歩道部分を活用したイベントの開催
  - ・朝市、夕市・フリーマーケット・路上ライブ、楽器演奏
- (3) 駅を拠点とした回遊ルートの整備
  - ・デザインの統一・案内板の設置



## 5-6 歩行者にやさしい回遊性のあるまちづくり

### (1) 回遊性のある商店街づくり

賑わい、回遊性のある、歩行者優先の商店街とする

自動車交通はできるだけ一方通行として車と歩行者の分離整備

歩道 自転車道 緑の路の整備検討

水と緑の憩いの空間 ベンチ 交流空間設置

水と緑の散策ルート砂川堀 富士見江川へアクセスゾーン検討

歴史景観ルートへのアクセスゾーン検討

### (2) イベント広場を利用した催し物

農作物の直売朝市 夕市

産業市 逸品市

各種イベント 祭り開催

### (3) パークアンドライド計画

駐車場配置は県道東通線 ふじみ野朝霞線近くに配置

駐車場と鶴瀬駅ターミナル シティゾーンを結ぶ散策コース

### (4) サイクリングコース活用による地域づくり計画

駅前商店街県道東通線とサイクリングロード国道富士見川越バイパス、新河岸川びん沼川を經由、各市を結ぶサイクルネットワークの整備

### (5) 富士見市鶴瀬観光ガイドマップ作成

歴史街並み 水と緑のウォーキング散策ガイドコース

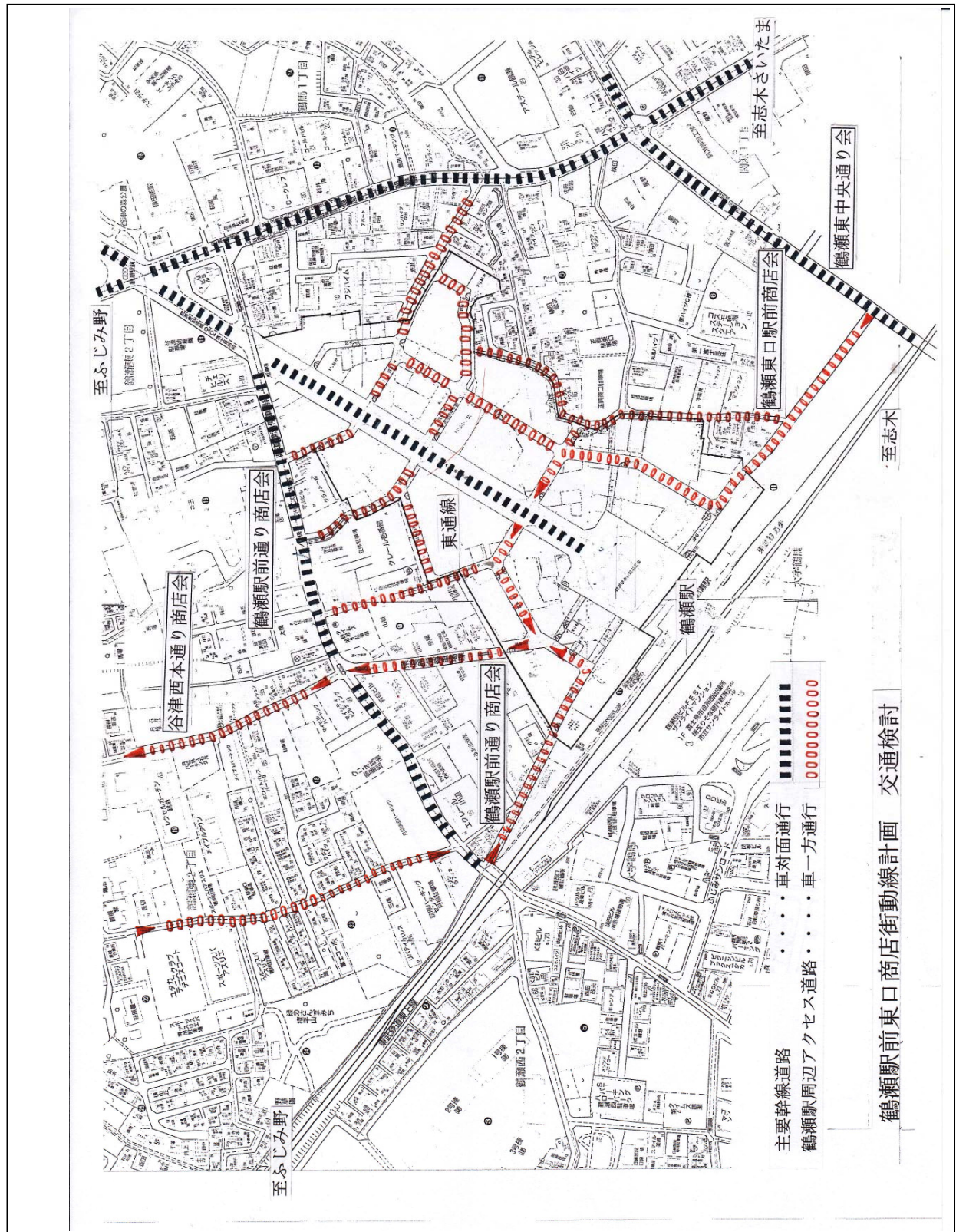
ふじみ一店逸品 特産品販売店ガイドコース

商店街立ち寄り処 ガイドコース

観光スポットを巡るサイクリングコース

埼玉サイクルネットワーク構想

# 回遊動線の検討



5-7 2つの商店街が協力して実施する事業

(1) 商店街として、御用聞き事業、宅配サービス事業を実施。

(2) 地方の物産市を毎週、毎月開催する。

(3) →100円市、100円セールのようなものを実施する。

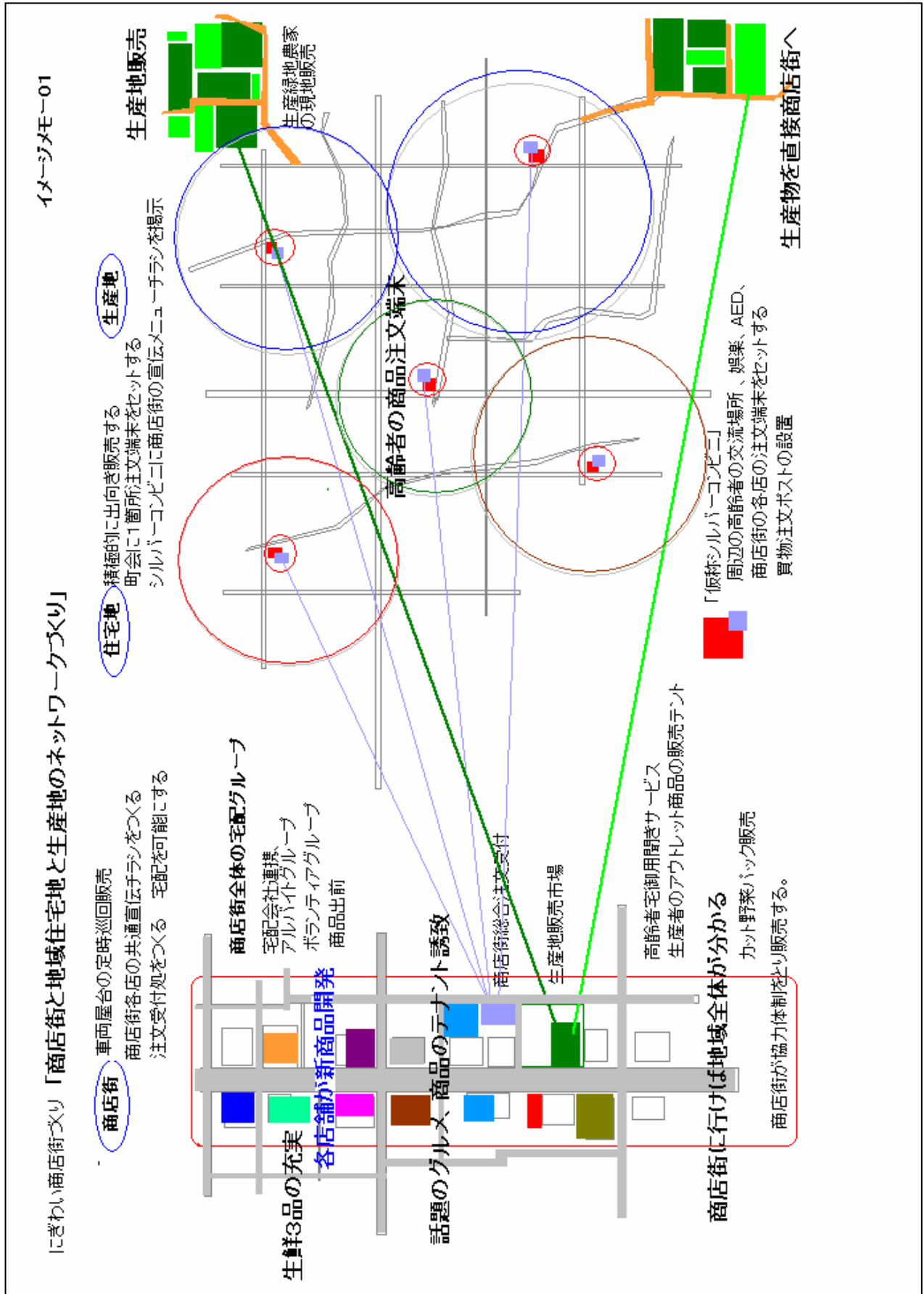
(ニゴジュウセール； 200円、500円、1000円均一セール)

(4) 商店街の各個店の売れ残り商品を空き店舗に持ち寄り、アウトレットモールを開催する。

(5) 2つの商店街がタウンマネージャーを配置する。

・市の補助金等で設置する。

タウンマネージャーは、商店街の必要な計画を立案し、関係者を団結させ、具体的に成果を出していく。



## 5-8 コミュニティーの場づくりの事業

### (1) まちの駅（空き店舗等を活用）

- ・高齢者に限らず住民、観光客などにも利用されるような場所として設置する。会議やパーティーに使えるスペースやギャラリー、サロン、観光情報提供、レンタサイクル、観光物産販売所等も設置する。

### (2) シルバーサロン、休憩所の設置（空き店舗等を活用）

- ・シルバーサロンには、ギャラリー、囲碁・将棋やカラオケ等も楽しめる喫茶コーナーを備えて、高齢者の交流の場となっている。高齢者向けの商品も備えて、物販も行う。

### (4) コミュニティホールの設置（空き店舗等を活用）

- ・多目的に活用できるスペースを商店街が運営する。産直野菜市、絵画展、カルチャースクール等を定期的で開催する。

### (5) 朝市、夕市を毎週、毎月、定例的に開催する。

### (6) 商店街の空き店舗を活用し、地元農家と連携して農産物直売所を開設する。

### (7) 市民社会組織（CSO）の活動拠点を商店街に設置する。（空き店舗等を活用）

- ・NPO法人、ボランティア団体、サークル団体等の市民社会組織（CSO）の活動拠点を設置する。

### (8) シルバーコンビニ（空き店舗等を活用）

- ・高齢者の高齢者による高齢者のためのコンビニ
- ・高齢者等で組織するNPO法人、ボランティア団体等が、地域の高齢者、特に買物弱者のために空き店舗等を活用し、物販等を実施する。

## 5-9 商店街の宣伝に着目した事業

### (1) 商店街マップづくり

- ・商店街が、大学でまちおこしの手法などを学ぶ学生とその先生に協力を依頼して、協働で周辺の観光スポットも併せて紹介するイラストマップを作成する。

### (2) 高校生による商店のホームページ作成

- ・高校の授業の一環で、生徒が商店街からホームページづくりを請け負う会社を運営するとの設定で、地元商店街の商店の紹介を行う。

### (3) 商店街辛口ツアー

- ・地元の住民を対象に商店街のツアーを行い、参加者から改善すべき点の意見やアイデアを聞く。



### 5-10 地域資源、観光資源等を活用した取組み

#### (1) 自転車の駅（空き店舗等を活用）

- ・コーヒーを飲んだり、軽食を取ったりできる。土産物なども買える。地元の見所や観光案内もある。

#### (2) ・空き店舗を活用して、朝霞市の「ホッと茶屋あさか」や志木市の「かっぱふれあい館」のようなものをできないか。

（観光案内、ギャラリー機能、小中学生の絵画展示、飲食の提供）

#### (3) ウォーキングとお宝探しツアー

### 3-10 高齢化社会に対応した取組み（買物弱者対策）

#### (1) 高齢者向けの商品を揃えた店舗の開設

#### (2) 御用聞き、商品宅配サービス事業

#### (3) 商店街バリアフリー化（電柱移動）とバリアフリーマップ作成

### 5-11 商店街のイメージづくりによる活性化事業

#### (1) 商店街を表すニックネームや愛称を付ける。

- ・例えば、大正ロマン通り商店街、赤レンガ、黒塀、イチマルキュー。

#### (2) 商店街のキャッチコピー、スローガンをつくって、商店街のイメージづくりをする。商店街の各個店の連帯感を醸成する。

#### (3) シャッターの外側のイメージづくり。

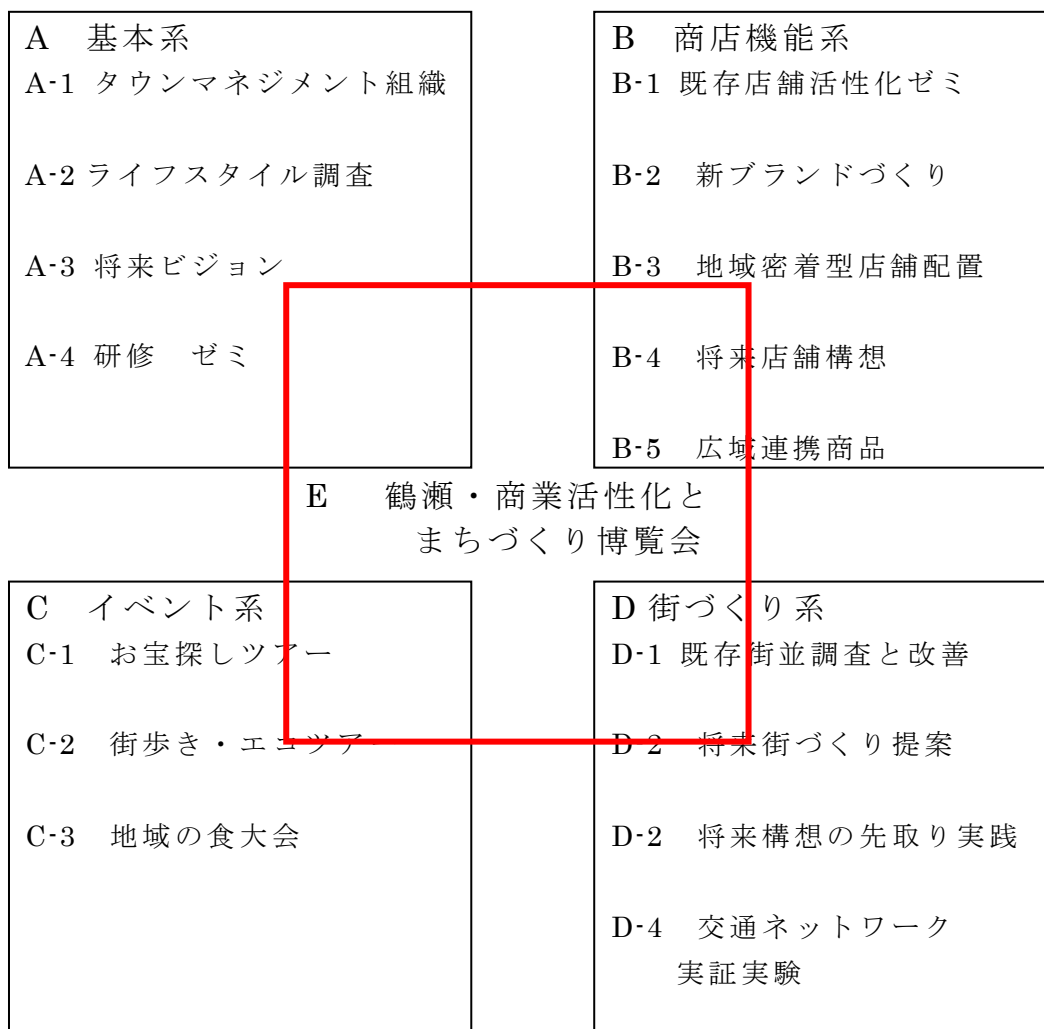
- ・例えば統一した看板や日よけ、外装やアーケード。

## 5-12 鶴瀬・商業活性化とまちづくり博覧会

### (1) 主旨

- ・ 拠点は駅前のミスタードーナツの上の空き店舗などを活用
- ・ 商店街が共同してまちづくりの提案を行う博覧会委員会を設置
- ・ 将来の街づくりビジョンを作成し、街並模型を作り展示室で公開する
- ・ ミーティン・将来のグタウンマップを作り配布し、意見を聞く
- ・ 定期的な情報誌をつくる
- ・ 将来の顧客となりうるファン倶楽部を立ち上げる
- ・ 将来の商店誘致作戦
- ・ 空き地でプレイベントを実施

### (2) テーマ構成



(3) 展示イメージ

**「街の魅力を」**




- ① 区画整理、計画道路と既存道路の回遊性を考え街全体の魅力をつくる。
- ② 駅前広場、ロータリー部は街の顔として環境美化情報発信等、利用者サービスするエリアとする。
- ③ 電車利用者に対する街のイメージアップ検討「駅周辺の緑化等」
- ④ 東通線のシンボルロードとして街に方向性を
- ⑤ 街のイメージキャラクター「住民公募」住民に意識キャッチコピーネーミングなど。

⑦ 「高齢者が安心できる街」便利買い物システム等街の魅力をアピールする。若者とシニアの思いやり祭り、活動など。

⑧ 駅前商店街と周辺商店街を散策ルートで結びポケットパーク、休憩所、川辺のベンチ、ミニ菜園生産地売店など楽しみ回遊ルートをつくる。「地元名物を楽しみ、地元散策、買物運動感覚で楽しめるコースなどつくる」

**鶴瀬駅前、周辺イメージメモ**

「駅前広場周辺活性化イメージ」…自然を大切にする街  
 周辺建物1階は…食生活充実の為の生鮮3品「青果、鮮魚、精肉」を中心に関連食品3エリア+スイーツエリア+交流エリアをリンクさせる。  
 2階は…書籍、美容、スポーツクラブ、市の出張所、子供支援センター、ハローワーク、シニアクラブ等配置する。



**提案メモ**

- 1 …駅前ロータリーを里山「緑化」とする。
- 2 …歩道の遮熱「遮り返し防止策」、保水性舗装或いは遮熱塗料施行歩道とする。
- 3 …市役所入口の東口駅前として、エコ環境を取り入れ、人に優しい玄関広場を目指す。
- 4 …ロータリー周辺、バス、タクシー、送迎車の停留、待合スペースの利便性を考慮する。
- 5 …緑化部分の雨水貯水の散水、夜間フライトは太陽光利用、LED照明による身障者安心誘導ライト、サインなど
- 6 …建物壁面緑化、流水壁面、壁面映像による市民情報スクリーン、など。

四季のうつろいを感じて集い 触れ合い 語り合う — 住み・働き・憩い・買物を楽しむ快適環境の街 —



自動車対面交通 歩行者共存イメージ



整った街並み商店街イメージ



一方通行 歩行者共存イメージ



歩行者専用商店街イメージ

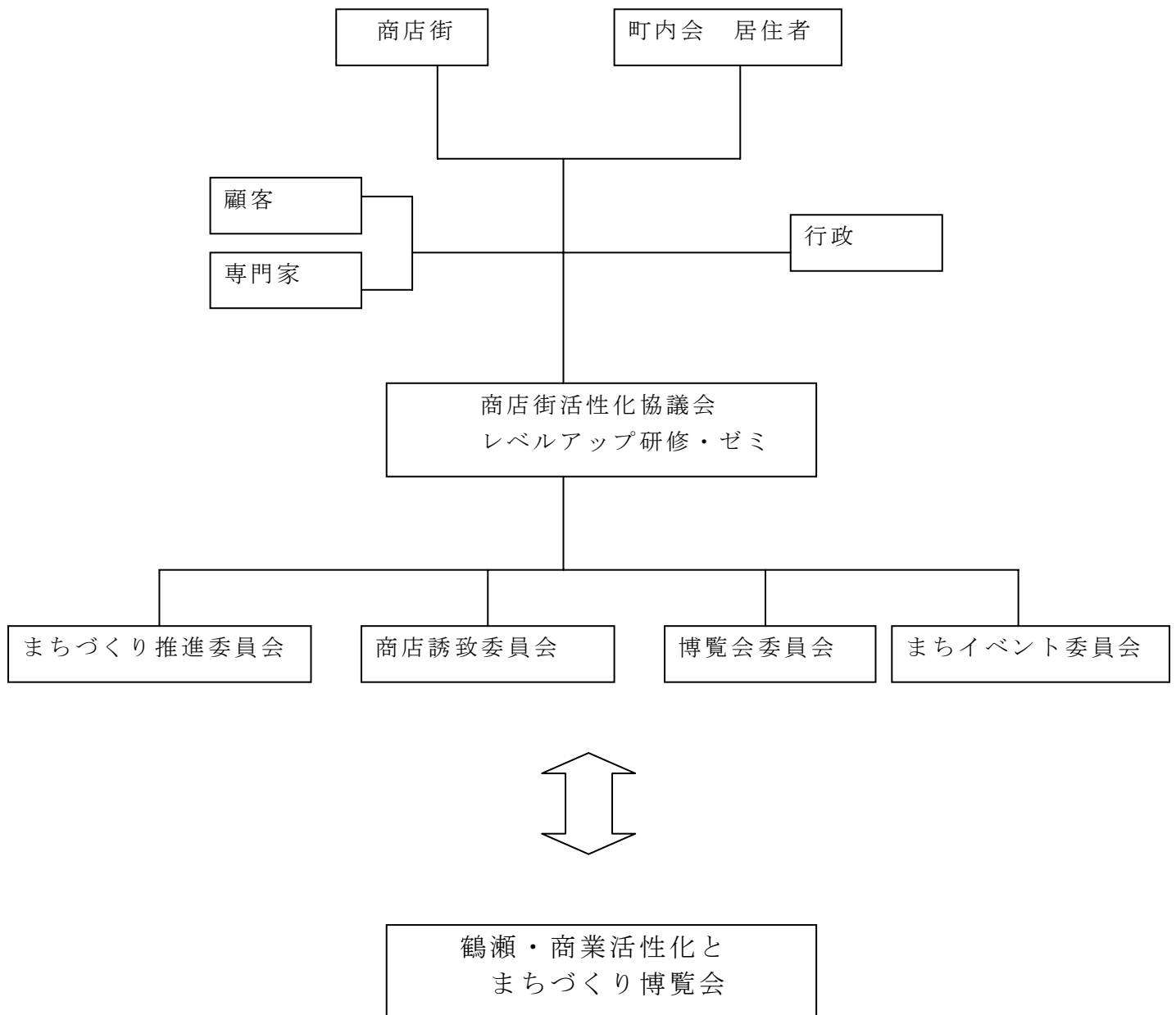


東通線サイクリングロードイメージ



一方通行 歩行者共存イメージ

(4) 街づくり博覧会 タウンマネジメント組織



## 6、実現へ向けての取組み（ワークショップの意見交換から）

### 6-1 取組み方

- (1) 一緒にやろうと取り組んでくれる店舗が果たしてどのくらいあるのかというのがわからない。ネームバリューのあるところを引っ張るとか何とかしないと、今のままの現状では、何とかできるのかなという不安はある。行政とか他からの支援がないと難しいのではないかと思う。
- (2) ワークショップをやって、その成果として、ほんとうのきっかけづくりにならないと意味がない。
- (3) 自分たちの商店街だけで全部やろうとするんじゃなくて、地元にある資源と言いますか、地元の力というか、人の繋がりの方とか農協とか不動産屋さんの方だとか、市の力だとか、いろんな力を有効に活用することが大事だと思う。
- (4) 東口の整備ということで、そこに住む地域の方々のお話をお聞きして、西口と東口にある町会等とも連携して、こういった意見をなるべく反映できるようにすれば商店街も盛り上がってくるのではないかと思う。
- (5) 気軽に挑戦できるようにするためには有限な責任全部最終的には会長さんが責任とれとか言われそうな雰囲気では挑戦はできない。気軽に挑戦する、チャレンジをするということがないとなかなか今の現状から飛躍したり前に進むことができない。

### 6-2 にぎわいと企画

- (1) にぎわいを作らなければどうにもならない。
- (2) やれるものから出発していったほうが良いような気がする。
- (3) お金を富士見市内で落としてもらおうようにしないと、やはり、外から来た人が、富士見市内でお金を落とすだけのような企画というか、そういうものがないと、なかなか商店街が育っていかない。
- (4) 都内では吉祥寺とか、下北沢、高円寺というところがあるが、若者がものすごくいる。その人たちが何を求めているかを。実際、そういったファッションタウンとして成り立っているのかとみてみると、まったくそうではなくて、中に入ってみると、本当に普通のお豆腐屋さんであったりとか、焼鳥屋さんであったりとか、地元の商店街の方々も一生懸命頑張っている。そういったところが価値というか、そういったものをどのようにお互い、行政側と商店街側で話

し合っていくかが大切だと。

(5) 高齢者の方々にも目を向けることも大事だと思う。

(6) まちの博覧会ではないですけど、どういうふうに鶴瀬が変わっていくんだというイメージが見えてくると、みんなもそれに向かいやすくなると思う。駅前整備をどうするかというような、イメージが見えてくる、夢のある話をしてほしい。

### 6-3 行政の役割

(1) 富士見市も商店街を何とかしなくちゃいけない、商店街に何かをしてあげたいと思っているけど、何をしていいかわからない。

鶴瀬の駅前は、今、区画整理を実施しています。これが駅前商店街を活性化させるチャンスとすれば、本当にいいチャンスだと思う。

(2) 行政が何をしなければいけないのか、何ができるのかということを考えなければいけない。たぶん、富士見市だけじゃなくて、大部分の市町村で行われている、商店街に対する支援というものは、大きくは金銭的なもので、これは商店会に対して補助を出すものである。また、個店に対しては、金銭的なものではなく、人的支援がある。

(3) 単純に活性化のために商店街が祭りをやるから補助金を出すというような発想ではなくて、その祭りから生まれるものはなんなのかということ在地元と話し合っ、その祭りが、商店街の活性化等の次につなげられるようなものになるように指導していくことが重要だと感じている。

(4) 行政と商店街との関係は、こういった場で話し合っ、こういう事業をやらうと決まったら、市は責任を持って予算化し、商店街は事業を実行するという立場、市と商店街で協働の取り組みをするというか、それぞれがそれぞれの立場に立った役割分担をしながら、一緒に産業振興、商店街振興を進めていくことが重要なのではないかと。

(5) 協働推進課とういところが、町会とか市民活動とか、そういったことをやっている課ですので、商店街だけではなくて、その街に住んでいる人達のニーズをどのように聞いていくのかということもやはり大切なことだと思います。

(6) 商店街の活性化センターでは助成制度の紹介をしている、さらに申請書の書類作成のための指導員を派遣してくれる。申請書類の作成も商店会で行くとになると、なかなか大変なので、是非、県の方でもそういった方策をつくっていただいたらと思う。

(7) 補助金の申請書類の作成が大変だという話がありましたが、商店会への補助金は、市の補助金、県の補助金とも、そんなに大変ではなく、処理しやすい。商店会から、本音のところを、ざっくばらんにこういうことをやりたいんだということをぶつけてもらえれば、市でもお手伝いをするし、そんなにハードルは高くないと思って欲しい。

(8) 商店街の活性化は、いろんなアイデアがあると思う。にぎわい商店街づくり事業だけやっているわけではなくて、いろいろなソフト事業、ハード事業制度的にはいろいろ取りそろえている。ただ、予算は年々減っている。その中で要望される商店街にご支援させていただくことはなかなか難しいかもしれないが、いいアイデアを出していただいてご要望・ご相談いただければ有り難い。

#### 6-4 タウンマネージャー

(1) タウンマネージャーの配置は本当に真剣に考えるべきなんだろうなと感じています。タウンマネージャーがいれば、三役人事も難航しないのではないかと。

(2) 責任や企画立案等の労力や精神的負担は、タウンマネージャーに分担してもらって、商店街が気軽に取り組めるようにしなければいけないと思う。しかし、タウンマネージャーのような、事業を進めてくれる方がいれば、商店街の役員も、なんとなくついていけば、全部やってくれちゃったよ（お金さえある程度出せば）ということであれば、うちの商店街でも、新たな事業に具体的に取り組めるのではないかと、今日は、そういうイメージがわきました。

(3) ある程度大きい流れができて、その中に参加してみないかということであれば、うちの商店街も一緒に参加することができるのではないかと。そういう気持ちには皆さんなって来るんじゃないかと思いました。

#### 6-5 空き店舗

空き店舗を固定資産税の2倍の賃料で貸してくれないかという話があったが、逆に家賃がかせげるだけのものを、何かアイデアでできないか、補助金で空き店舗対策をしていくのは難しいと思う。

#### 6-6 商店街の法人化

(1) 富士見市内の商店街は法人化しているものはない。

法人格がなくても、そういった助成が受けられたりするような措置がとられれば、徐々に商店街が活性化していけるのかなと思う。



- (2) 県の補助金は法人化している、していない関係なしで受けられます。  
商店会連合会の名前で申請すれば、国の補助金も受けられます。  
また、国では、今年度、新たに買物弱者対策事業をやっているが、(この事業は、  
3分の2の補助を受けられるが) 法人格を持たなくても、個人名でも大丈夫な  
補助金もある。

#### 6-7 区画整理

- (1) 区画整理事業をしているわけだから、いいチャンスとして、これをうまく活用していかなくてはいけないと思う。  
90億円の費用対効果、いい駅前ができただけでなく駅広げができただけでなくプラスアルファがなかったら面白くない。  
だからもっと富士見市とか鶴瀬という富士見市の玄関口をもっと発信していかないといけないと思う。
- (2) 鶴瀬駅東口は区画整理の道ができる、ここが玄関口になって、開発されるかされないかで、その後の土地の値段も住宅の売れ方も全て変わってくる。
- (3) 区画整理21年の完成予定だったところが10年期間を延伸させていただきまして、平成31年に完成予定で事業を進めているところでございます。
- (4) 平成24年度に区画整理の真ん中を通っている東通り線に幹線道路(歩道部分は電線共同溝といって、地中化する予定があるため、事業者間の調整に時間がかかり完全にはできないが。)は、車も人も何とか通れるようにしたいと考えている。
- (5) 駅前広場も半分ぐらいの面積を使って、市役所側から来た車がグルーっと回転して帰れるような、整備をしたいと考えている。  
駅前の真ん中に大きな幹線道路(都市計画道路)が通ることによって、人の流れですとか車の流れも大きく変わってくるのではないかと、市ができるハード事業の効果として期待しているところである。
- (6) 都市計画道路の沿道に地権者の方が土地利用を進めていただければ、非常にありがたいと思っている。しかし、地権者さんの話を聞いてみると、今の景気の状態もあり、様子見かなという方もいらっしゃる。そのあたり、どうなるかわからないが、今、市のハード事業としてすぐできることとして、都市計画道路を早期に整備するを第一に進めている。
- (7) 併せて駅前広場の整備の方ですが、用地の確保がまだ100%できていない状況なので、これからどういう駅前広場にするかということは、正直まだ決まっておられません。これから皆さんの意見を伺いながら、いわゆる基本設計、詳

細設計に入っていくのかなと考えている。ちょっとまだお時間をいただくと思いますが、そのような現状です。

(8) 鶴瀬駅東口は、区画が狭いので、大型店が入ってくる心配はない。また、高齢化が進み、自転車や徒歩で買い物をする人が増えている。大きなお店ではなく、200戸ぐらいを商圈とするような小さなお店が求められている。住みやすいまちの玄関口として、そういうニーズに対応した駅前商店街をつくってほしい。

(9) 区画整理事業については、地権者の方、商店街の方、鶴瀬駅をご利用の方等からいろいろご意見をいただいております。期待もされています。市長の地元ということもあり、予算は多めについている。(西口を含め)なるべく早めに市としてできるハード事業をやっていかなければいけないと思っている。今後も、皆さんのご意見をお聞きしながら、期待にこたえていきたいと思っている。

#### 6-8 「にぎわい商店街づくり支援事業」

(1) 今回のワークショップのきっかけは、商店街版経営革新計画（にぎわい商店街づくり事業）に、来年度チャレンジしてみようということです。

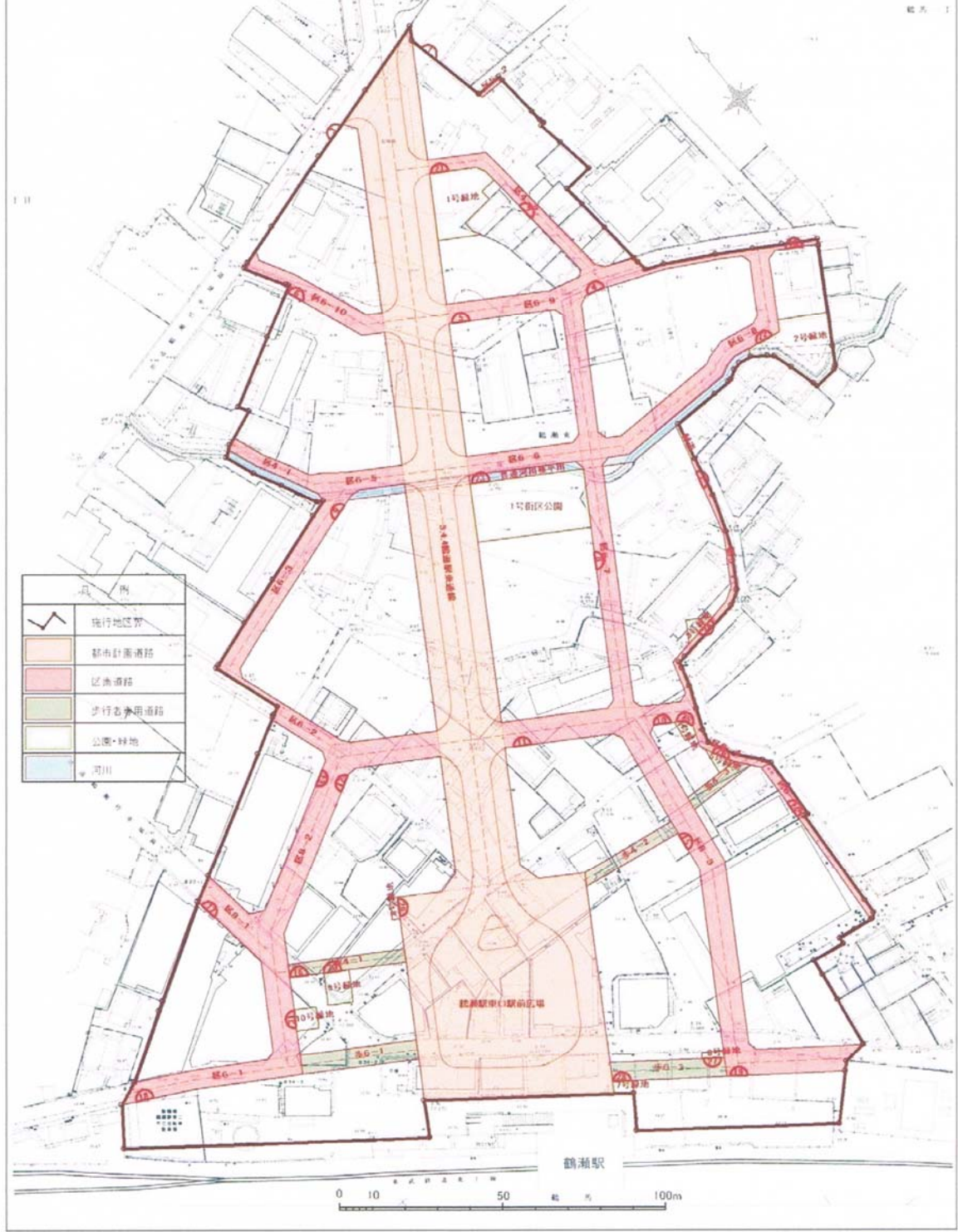
(2) 県が「にぎわい商店街づくり支援事業」の立ち上げたのは商店街として継続的にお金を稼いでもらって、お客さんを呼び込む。そんな事業を継続的にやってもらって力を付けてもらいたい。という考え方で作ったものである。

(3) 朝市、夕市事業なども良いと思うし、御用聞き事業、宅配サービス事業などは、高齢化社会の進展に伴い、買物難民の問題が、今、大きな問題となっていますので、こういった事業を取り組みながら、お客様を集めて、商店街が生き残っていくというのは方策としては良いと思う。

(4) まちの駅ですが、今年度、採択された7事業の中にも、取り組んでいるのが1件あります。

(5) 「にぎわい商店街づくり支援事業」では、商店街が合同、又は連合でやっていただいても構わないが、ただ、名義については、補助金を交付する関係から、責任の問題がありますので、共同申請していただくことになると思うが、その時、また、具体的に相談していただきたい。

# 鶴瀬駅東口土地区画整理設計図



## 7、今後の課題

7-1 2つの商店街が協力して、「にぎわい商店街づくり事業」に取り組むことはできるか。

7-2 鶴瀬駅東口土地区画整理事業が遅れており、ハード事業と一体化した商店街整備は本当にできるのか。

7-3 誰が2つの商店会を取りまとめ、事業をやっていくのか。  
タウンマネージャーを真剣に考えるべき。

7-4 空店舗の借り上げについて

- ・空店舗はあるが、所有者が商店街に安い賃料で貸してくれない。
- ・商店街で空店舗を活用するには、安い賃料でなくてはできない。  
（固定資産税×2）ぐらいの賃料で貸してくれるところがあるか。
- ・空店舗を商店街が活用する場合、市は固定資産税を減免することはできるか。
- ・所有者が市に空店舗を無償貸し付けし、商店街は市から無償貸し付けを受ける。  
商店街は所有者に（固定資産税×2）を謝礼として支払う。

7-5 各個店の取り組みと負担

- ・商店街の各個店がどれくらい協力してくれるか。どれくらい参加してくれるか。  
各個店がどれくらいだったら金銭的な負担をしてくれるのか。毎月の会費も大変な人もいる。

7-6 駅前には店舗が少ない、いかに店舗を増やしていくか

- ・区画整理事業（駅前整備と駅前通りの整備）にあわせて、新たな店舗の誘致や受け皿整備はできないか。せっかくの地区計画制度（駅広、道路に面した1階は住居はダメ）を十分に活用すべき。
- ・チェーン店やスーパーなどの資金力や人手を当てにすることも必要。東武ストアなどとの連携した取り組みも必要。

## 8、ワークショップ資料

### 第1回 地域ワークショップ（富士見）

#### 1 はじめに・・・地域ワークショップ（富士見）を実施する理由

(1) 毎年、いくつもの商店街がなくなっていくそんな時代でも、残さなければならぬ商店街がある。

- ・鶴瀬東口は、昔も今も富士見市の玄関口
- ・富士見市という都市経営をしていく中で、  
一つは「生活環境の整備充実」・・・安心安全に生活できる。昔は子育て中心。学校整備や教育の充実。

→ 超高齢化社会では、何が求められているか。

もう一つは、「所得機会の維持・確保」・・・市の税収の9割以上が中心市街地から得ている。

民間の事業機会の整備について、どれだけ行政が積極的にかかわっていくか、ということが都市の運命を大きく左右する。

→ これからは、都市間競争の時代、自分の食いぶちは自分で稼がなくてはならない時代。都市間競争に負けた都市は、財政再建団体になるか、近隣の都市に合併してもらえない。

(2) 上福岡駅東口（ふじみ野市の玄関口）と鶴瀬駅東口（富士見市の玄関口）の差はなんでだろう。・・・東京に近いのは鶴瀬駅なのに。

- ・駅前整備がまだ進んでいない。区画整理も遅れている。これをチャンスにできないか。成熟していない、途上であるということは、まだまだ、可能性があるということ。

(3) 駅前整備で一番必要なのは、商業機能（にぎわい機能）ではないか。

- ・鶴瀬西口を見てみよう。区画整理により、道路、区画は整備された。商業機能が、きちんとはりつかないと、整備されたとは言わない。
- ・一番重要な役割を担う商店街が、駅前整備に対して意見を言わなくてはダメ。意見を言うだけではなく、行動しなければダメ。本当の駅前整備をするのは地主でも行政でもなく、商店主、商店街だということ。  
そのきっかけづくりをしたい。

(4) 国では、『中心市街地の商業全体を一個の「ショッピングモール」と見立てて、テナントミックスの充実、景観整備、核施設の設置等の施策を講ずる』という方向が提言された。・・・「ショッピングモールへの転換」  
県では、『にぎわい商店街づくり支援事業』を平成22年度の新規事業として実施  
・・・商店街版経営革新計画

- (5) 日本の10年先に行くアメリカでは、従来のショッピングセンターの時代が終わり、ショッピングモールの時代になっている。  
.....日本でも、10年後には商店街の時代が来る。

## 2 駅前整備と商店街の活性化について

### (1) 駅前整備の必要性

- ① 中心市街地活性化の目的 → 「都市機能の整備と経済活力の向上」  
② 中心市街地の基盤整備は、「商業等の活性化のための施策」に体系的に取り組んでいく中で、当然必要となるもの。  
→ 中心市街地の基盤整備とは、「商業等の立地条件の整備」ということ。  
→ しかし、現実には、中心市街地の基盤整備により、既存の商店街が衰退していく。

### (2) どのような駅前整備が求められているか（富士見市の玄関口）

- ・ 完成した時の駅前整備イメージ

### (3) 駅前整備は、誰がどのようにいつ整備するのか。

### (4) 駅前整備で既存の商店街が果たす役割

## 3 商店街の活性化

- 「もの余り」「店あまり」という環境において、中心市街地の商業機能が果たすべき役割は、一体何なのか。
- 「郊外型商業」全盛という時代環境において、中心市街地の商業はどのようなポジションをとれば、「商業機能」として存続繁栄できるのか。
- 「商業の活性化」が他の「都市機能の増進」と異なるのは、他が施設（例えば道路）を整備すれば、一応機能が整備されたことになるのに対して、商業の場合は、「事業の結果」が消費購買客から支持されなければ、活性化を果たしたことはない。  
その意味で、「商業の活性化」は、終わりのない都市経営の営みであり、そのようなものとして、商業者の自助努力を中心に関係各方面の一致団結した取り組みが不可欠である。

### (1) 商店街活性化の目的は、事業の結果、商店街に繁盛店が続出するという事。

- ① お客が期待している商業機能としての条件を実現することで、  
② そこに立地する個店群が商店街ぐるみで繁盛する状態を作り出す。  
→ 特定の店舗だけが繁盛してもダメ。商店街ぐるみで、みんなが繁盛しなければダメ。特定の店舗だけが頑張るのではなく、みんなが頑張ることが重

要。

○個店の繁盛は、お客がその店を買い物の場として選択し、繰り返し来店し、買い物をするという状態をつくり出すことで、初めて実現する。

・買い物はすべて個店の店内、シャッターの内側で行われる。→ 商店街が繁盛するかどうかは、個店のシャッターの内側にかかっている。

→ 個店のシャッターの内側のことを商店街（みんな）で話し合うことができるか。→ シャッターの内側の問題は商店街の会合などで話し合うことはあり得ない。なぜなら、そこは店主にとって触れてほしくない部分であり、触れることをタブーにしているからだ。

(2) 自分たちの商店街をどうしたいか会員同士で話し合おう。

→ 商店街の将来像をみんなで考えよう。

→ 商店街版経営革新につながる。

○商店街活性化の方策として、商店街を「ショッピングモール」へとそのあり方を転換する。

→ 商店街をショッピングモールに転換するという事は、自然発生～成長してきた商店群を一つのコンセプトに基づく商業集積へと計画的に転換していくこと。→ これは、現存する商店街の一店一店をモールテナントへと変身させていくこと。

この場合、郊外型ショッピングセンターとの関係をどのように構想するか。

「競合」か「棲み分け」か。→ 「競合」という選択はない。

○自分たちの商店街をコントロールすることはできるか。

・自分たちでできるコントロール。

・地主や建物所有者を巻き込まないとできないこと。

(3) 個店の活性化

○ 多くの商店街では「魅力ある店舗が少ない」ことが最も重要な経営課題であり、「個店改善事業」が必要と考えている。

→ このように、商店街の問題として「個店」がクローズアップされるようになったのは、最近のことである。今まで、「シャッターの内側」というのは西域で、「店主の経営権にかかわること」として、誰も触れてはならないことになっていた。→ 実際は、商店会も商工会も行政も誰も店内の改革する能力はなかったという現実もあった。

○ 「魅力ある個店」を作っていく、という時の「魅力」とは何か。

→ それは、お客が感じる「買い物行き先」としての魅力である。

「魅力ある個店」→「買い物行き先としての魅力」→「品揃えの魅力」

○シャッターの内側の改革から始まる。思い切った「転換」が必要。

「転換」は改善ではない。→ 改善はお店の現状からスタートし、「改善すべき点」をチェックし、部分的に手直しするもの。これまでの「経営診断」等の手法

○「転換」は業種・業態の転換、品揃えの転換などがある。

→ まず、業種・業態の転換から。

例えば、フランチャイズシステムへの加盟、御用聞き宅配システム、「家庭内食事の献立材料をワンストップで提供する」スーパーマーケット  
「市場、問屋を通さない」産直方式

(4) 行政はなぜ、中心市街地活性化、中心商店街活性化に取り組もうとするのか。

- ・中心市街地は、長い間、都市のポテンシャルを支えてきた地域である。
- ・インフラ整備も相対的に充実している。
- ・長年にわたって、高地価に比例した租税を負担してきた。ここが衰退することは、都市の魅力が減衰することを意味する。

(5) 行政にできる商店街活性化と行政にできない商店街活性化

- ・シャッターの外側については、行政が取り組めるが、シャッターの内側のことについては、取り組めない。
- ・個店を保護することはできない。→ 「私利のための商店の活性化をなぜ公費で支援しなければならないか。」
- ・「商店街は補助金漬になっており、自発的な努力をしない。」という批判もある。

(6) 活性化事業＝施設整備＝来街客の増大実現 という「暗黙の了解」

・「商店街の活性化とはなにか」という事業の目的をしっかりと掲げる。

→ 商店街がいくら施設整備に力を入れ、買い物以外のサービスを充実し、イベントを打ったとしても、肝心の売り上げにはつながらない。

○中心商業地が取り組む活性化のための事業は、その立地で成り立つ（郊外立地と棲み分けできる）商業集積を構想し、この商業集積を実現するための手段として、「市街地の整備」と「商業等の活性化」を推進する。

→ 漫然と区画整理や再開発で店舗その他の建物をリニューアルすることではない。

○中心商店街活性化の方向性

1) 商店街の目標として、「広域生活圏で分担する商業集積としての機能」を明確にすること。（郊外型集積との棲み分けを目指す。）

2) その具体的な目標は「ショッピングモール」の実現であること。



3) 各個店は、モールのテナントミックスへと自己変革を遂げる方向で活性化を実現すること

#### 4 もう一つの商店街活性化の検討

～商店街のイメージづくりによる活性化～

中心市街地や商店街などは、地域の印象やその街のイメージ付けに大きな役割をはたしてきた。地域の顔の喪失は、オリジナルなアイデンティティ（その街の個性）の喪失に結びついていく。「何となく、つまらないイメージの街」の増加につながっていく。

(1) イメージは人間の勝手な思い込みで簡単にできてしまう。簡単だからこそ、このイメージを利用し、商店街のイメージを作ろう。

○経済学者のポールディングは、「イメージが行動を規定する。イメージが良ければ好意もでき、好意がなければ無関心になる。」と言っている。商店街にこの好意を持たすためにも、イメージ作りは必要不可欠である。

(2) 商店街のキャッチコピー、スローガンを創って、商店街のイメージづくりをしよう。

☆スローガンを創れば、イメージができるのではない。そのスローガンに近づくために、どのような行動を起こすか、努力をするかが重要。何もしなければ、ただの文章。

→ 商店街を表すニックネームや愛称をつけるのもよい。

例えば、大正ロマン通り商店街、赤レンガ、黒塀、イチマルキュー

(3) 商店街全体のイメージづくり・・・ハード事業によるイメージづくり

・シャッターの外側のイメージづくり。例えば、統一した看板や日除け、外装やアーケード

(4) 個店のイメージづくり・・・ソフト事業によるイメージづくり

・シャッターの内側のイメージづくり。商品の陳列や品ぞろえ、販売方法や商人と消費者の間のコミュニケーション

→ 個店のイメージの統一性と個店・商人同士の親密性

→ 商店街のイメージを創り出すには、商人同士の距離があってはならない。

→ セール活動、イベント、お祭りなどによって、消費者との距離を縮めることにより、イメージは徐々に出来上がってくる。

→ 商店街のイメージを創るためにコミュニケーション活動を頻繁に取ってあげれば、消費者に商店街のイメージは簡単に形成されていく。

・ボランティア活動や地域清掃は地域住民によいイメージを与える。

→ 人と人とのつながりが個店の活性化につながる。

- (5) 個店の活性化 . . . . 商店街の抱えている問題は会員同士で本音で話そう
- ・マーチャンダイジングの改善は、個店の最も重要な部分であるが、店主としても手をつけにくい部分でもある。
  - ・マーチャンダイジングの問題は商店街の会合などで話し合うことはあり得ない。なぜなら、そこは店主にとって触れてほしくない部分であり、触れることをタブーにしているからだ。

## 5 商店街版経営革新計画について

- (1) 商店街版経営革新計画の概要版（案）について
- ・概要版（案）をつくってみました。
- (2) 経営革新計画（案）について
- ・経営革新計画（案）をつくってみました。

## 第2回 地域ワークショップ（富士見）

### I 第1回ワークショップからの課題の整理

#### 1 はじめに・・・ワークショップを開催する理由

(1) 毎年、いくつもの商店街がなくなっていくそんな時代でも、残さなければならぬ商店街がある。

- ・鶴瀬東口は、昔も今も富士見市の玄関口
- ・富士見市という都市経営をしていく中で、一つは「生活環境の整備充実」、もう一つは、「所得機会の維持・確保」
- ・商店街、特に中心商店街は地域のコミュニティーの核としての役割が求められている。

(2) 上福岡駅東口（ふじみ野市の玄関口）と鶴瀬駅東口（富士見市の玄関口）の差はなんでだろう。・・・東京に近いのは鶴瀬駅なのに。

- ・駅前整備がまだ進んでいない。区画整理も遅れている。これをチャンスにできないか。成熟していない、途上であるということは、まだまだ、可能性があるということ。

(3) 駅前整備で一番必要なのは、商業機能（にぎわい機能）ではないか。

- ・鶴瀬西口を見てみよう。区画整理により、道路、区画は整備された。商業機能が、きちんとはりつかないと、整備されたとは言わない。
- ・一番重要な役割を担う商店街が、駅前整備に対して意見を言わなくてはダメ。意見を言うだけではなく、行動しなければダメ。本当の駅前整備をするのは、地主でも行政でもなく、商店主、商店街だということ。そのきっかけづくりをしたい。

(4) 国では、『中心市街地の商業全体を一個の「ショッピングモール」と見立ててテナントミックスの充実、景観整備、核施設の設置等の施策を講ずる』という方向が提言された。・・・「ショッピングモールへの転換」

県では、『にぎわい商店街づくり支援事業』を平成22年度の新規事業として実施  
・・・商店街版経営革新計画

(5) 日本の10年先に行くアメリカでは、従来のショッピングセンターの時代が終わり、ショッピングモールの時代になっている。

- ・・・日本でも、10年後には商店街の時代が来る。

#### 2 駅前整備と商店街の活性化について

##### (1) 駅前整備の必要性

- ① 中心市街地活性化の目的 → 「都市機能の整備と経済活力の向上」
- ② 中心市街地の基盤整備は、「商業等の活性化のための施策」に体系的に取り組んでいく中で、当然必要となるもの。

- 中心市街地の基盤整備とは、「商業等の立地条件の整備」ということ。
- しかし、現実には、中心市街地の基盤整備により、既存の商店街が衰退していく。

(2) どのような駅前整備が求められているか (富士見市の玄関口)

- ・ 完成した時の駅前整備イメージ
- ・ 住民が期待する駅前整備・・・誇りと愛着を持てる  
・・・来街してもらえる。人を呼べる駅前整備
- ・ にぎわいのある駅前・・・商店街が生き生きしている。
- ・ 人に自慢できる駅前・・・見どころがある。来街者を案内できる場所がある。

(3) 駅前整備で既存の商店街が果たす役割

3 商店街の活性化

○「もの余り」「店あまり」という環境において、中心市街地の商業機能が果たすべき役割は、一体何なのか。

○小売業の役割は変わらないが、時代環境が変われば、力点の置き方、目の付けどころが変わらなければならない。

「必需品不足の時代」→「新製品普及の時代」→「製品差別化の時代」→  
→「生活編集の時代」

\*生活編集とは： 限りある時間とお金を上手に使う、出来るだけ自分に相応しいと考える生活を実現すること。

《お客から見て「わざわざ出かけていきたい」という来店目的を作ることが繁盛の絶対条件》 → (品揃え)(サービス)(快適な買い物環境)

○「郊外型商業」全盛という時代環境において、中心市街地の商業はどのようなポジションをとれば、「商業機能」として存続繁栄できるのか。

→ 商業の時代環境は、流れは必ず変わる。今の時代環境、流れに流されて、淘汰されてはダメ。まず、10年生き残ることを考えよう。

○商店街を取り巻く環境の変化： 環境変化の3点セット

①お客の変化

- ・ 生活の変化：
- ・ 生活への期待の変化： 「明日への準備」から「今日を楽しむ」へ
- ・ 買い物に対する期待の変化： 生活への期待が変わると買い物への期待も変わってくる。  
→ (価格と筆を比較する買い物は終わりつつある。) → 買い物の満足はどこから生まれるか
- ・ 生活局面と購買行動の多様化：「消費の2極分化」→「切り詰め」と「堪能」  
→ 人によって「切り詰め」と「堪能」の区別は様々である。

→ 「堪能」の質・程度も人の経験や知識の程度により様々である。

②競争の変化：商店街内の個店同士の競争→個店対大型店→個店対郊外型ショッピングセンター

- ・これからの競争は大きく変わっていく → お客から見た「機能充実」＝（訪店目的から見て店づくりがどれだけ充実しているか）ということをめぐる競争が中心になっていく。
- ・市街地に立地する大型量販店の撤退ラッシュがこれからつづく。  
→ 大型量販店の空き店舗は埋まらないし、埋まったとしても商店街のプラスにはならない。
- ・「集積間競争」の始まり：〈お客の「買い物目的」をどう充実させるか〉ということが競争の中心課題になってくる。  
→ 個店の力だけでお客を満足させることが難しい。これからもっと難しくなる。
- 商業集積全体で「訪街目的」を作りださなければならないが、商店街は「商業集積（ショッピングモール）」に生まれ変わることができるか。
- ・お客から「あってもなくても構わない」と思われている「集積（商店街）」は、どんどん衰退していく。  
→ 衰退する「集積（商店街）」の魅力を個店の力で回復することはことはできないから、ダメな「集積（商店街）」に立地している個店は自力だけで業績を上げることはとても難しい。
- いずれ郊外には、お客から見捨てられた店舗の墓場＝廃棄されたショッピングセンターが増えていく。
- ・「郊外型ショッピングセンター」はこれからこうなる。  
→ ダイエー、ジャスコなどの量販百貨店が核となっているが、その基本性格は「中位の商品・中位の価格・売れるものなら何でも売りたい」ということであり、そのような安易なコンセプトに合致する購買行動をとるお客は激減しており、今後も減ってゆく。量販店の集客力は日に日に落ちていく。
- 核はテナントに頼り、テナントは核の集客力に頼る。という相互依存体質であり、先行きは、はっきり没落である。
- ・「郊外型独立大型店舗」はこれからこうなる。  
→ ほとんどの店舗が「時間とお金の節約」を基準とした買い物客を狙っており、パワーセンターやアウトレットモールとの競争が始まれば太刀打ちできなくなる。単独立地から撤退し、集積へ参加するという傾向が大勢になる。
- ・「商店街」はこれからこうなる。  
→ 立地（＝他店の集客力や住宅団地による人口増加）を当てにして出店してきたお店の集合であることが多く、商業集積とよべるレベルのものは少ない。

- このまま放置すれば、もはや修復できないレベルまで衰退することは間違いないが、どうしたらよいかわからない都市が圧倒的に多い。商店街がなくなってもしょうがないとあきらめてしまっている。
- 今までの経営手法ではダメなことは分かっているが、何をやってよいかわからないので、10年前の昔と同じことをやっている。というのが多くの商店街の実態である。
- 「こじんまり」としたお店でやれる、そういう店でないとやれない、という商売がこれから伸びていく消費に対応した商業のあり方である。それをやるには、中心（駅前）商店街はすぐれた立地である。

### ③人の変化

- ・ 商店街の店主の皆さん：モノ不足～差別化の時代に商業者等という職業を選択した。面白いようにモノが売れた時代を経験している。
- ・ 後継者問題：後継者がいるところは、「後継者がいる」ということ自体が問題である。
  - 果たして、将来ともやっていけるか。今さら、転業・転職先も見つからない。後継者がいないところは、「後継者がいない」こと自体が問題である。
  - どうやって、資産を有効活用するか。
- ・ さらに深刻な行政：「都市経営」という役割を持つ行政にとって、中心（駅前）商店街の衰退は大打撃である。中心市街地に大きな空洞が生じる。商店街は都市の顔であり、寂れた商店街は、その都市の経営力、都市全体のパワーの衰退の象徴となる。
- ・ 関係機関（商工会・市）等の担当者：商店街の活性化を担当しているが、実現できるか確信が持てない。というより、どうにもならないとあきらめてしまっている。→ なにから、どう手をつけていいのかわからないし、他都市の実例を参考にして、とか考えているうちに、配置が換わる。異動までの辛抱。何か大きな問題が発生しないように、じっとしているのが良い。前任者も何もしなかった。自分だって、何もしないで、次の人にバトンタッチしたって、自分だけが悪いわけではない。→ せっかくの経験が蓄積されない。

○活性化とは、一体、商店街や個店がどのような状態が生まれることか。

・・・・・・専門家も行政も「商店街活性化」の定義をしていない。

①個店の場合： →計画的に店づくりを進めた結果

- ・ 業績が好転する。
- ・ 改装・改築などの新規投資の意欲がおこる。
- ・ 後継者が出てきて、事業の継続が見込まれるようになること。
- お客が満足し、商売が永続し、資産価値が増大する。

②商店街の場合： →活性化計画に基づき街ぐるみで事業に取り組んだ結果

- ・ 取り組む個店の中から繁盛店が続出し。
- ・ その結果、空き店舗を活用した新規出店が相次ぎ。
- ・ 新規投資に向けた合意が形成され、商業集積の充実が実現されていく。
  - 名実ともに街が「都市の顔」としてよみがえる。

○今ある商店がなくならないようにするだけでは、商店街の活性化とは言わない。  
新規出店や店舗数が増えなければ、活性化したとは言わない。

→ しかし、生鮮3品で、新規出店してくれる人は誰もいない。どのように新規出店を増やすか。

(1) 商店街活性化の目的は、事業の結果、商店街に繁盛店が続出する、ということ。

①お客が期待している商業機能としての条件を実現することで、

②そこに立地する個店群が商店街ぐるみで繁盛する状態を作り出す。

→ 特定の店舗だけが繁盛してもダメ。商店街ぐるみで、みんなが繁盛しなければダメ。特定の店舗だけが頑張るのではなく、みんなで頑張ることが重要。

→ 個店の力だけで、お客を満足させることが難しい。これからもっと難しくなる。商業集積全体（商店街全体）で「訪街目的」を作りださなければならないが、商店街は果たして「商業集積（ショッピングモール）」＝運命共同体に生まれ変わることができるか。

○個店の繁盛は、お客がその店を買い物の場として選択し、繰り返し来店し、買い物をするという状態をつくり出すことで、初めて実現する。

・ 買い物はすべて個店の店内、シャッターの内側で行われる。→ 商店街が繁盛するかどうかは、個店のシャッターの内側にかかっている。

→ 個店のシャッターの内側のことを商店街（みんな）で話し合うことができるか。

→ シャッターの内側の問題は商店街の会合などで話し合うことはあり得ない。なぜなら、そこは店主にとって触れてほしくない部分であり、触れることをタブーにしているからだ。

(2) 自分たちの商店街をどうしたいか会員同士で話し合おう。

→ 商店街の将来像をみんなで考えよう。

→ 商店街に新規出店をしてもらい、商店街の店舗数を増やすにはどうしたらよいか。・・・新規出店、店舗数の増がなければ、活性化したとは言わない。

→ 商店街に新規出店する人の当てはあるのか。今後、商店街に新規出店する見込みがないとしたら、商店街の活性化などできない。

新規出店する可能性のあるのは、個人の店舗ではなく、資本力のあるチェ

ーン店等か。

- そのためには、繁盛店が続出し、商店街ぐるみでみんなが繁盛するにはどうしたらよいか。→ 具体的にどんなことに取り組んだらよいのか。
- 商店街版経営革新につながる。

○商店街活性化の方策として、商店街を「ショッピングモール」へとそのあり方を転換する。

- 商店街をショッピングモールに転換するということは、自然発生～成長してきた商店群を一つのコンセプトに基づく商業集積へと計画的に転換していくこと。→ これは、現存する商店街の一店一店をモールテナントへと変身させていくこと。

この場合、郊外型ショッピングセンターとの関係をどのように構想するか。「競合」か「棲み分け」か。→ 「競合」という選択はない。

○自分たちの商店街を自分たちでコントロールすることはできるか。

- ・自分たちでできるコントロール。
- ・商店街が一つの運命共同体になれるか。
- ・地主や建物所有者を巻き込まないとできないこと。

### (3) 個店の活性化

○お店が繁盛しない理由

その1：お客がいない（店の現状、特に品揃えを支持するお客がいない）

その2：店が知られていない（店づくりはいいが、お客に周知されていない）

その3：お客の目から見て、自店より良い店がある。

○多くの商店街では「魅力ある店舗が少ない」ことが最も重要な経営課題であり、「個店改善事業」が必要と考えている。

- このように、商店街の問題として「個店」がクローズアップされるようになったのは、最近のことである。今まで、「シャッターの内側」というのは聖域で、「店主の経営権にかかわること」として、誰も触れてはならないことになっていた。→ 実際は、商店会も商工会も行政も誰も店内の改革を指導する能力はなかったという現実もあった。

現在も能力はないのでは。

○「魅力ある個店」を作っていく、という時の「魅力」とは何か。

- それは、お客が感じる「買い物行き先」としての魅力である。

「魅力ある個店」→「買い物行き先としての魅力」→「品揃えの魅力」

○シャッターの内側の改革から始まる。思い切った「転換」が必要。

- 「転換」は改善ではない。→ 改善はお店の現状からスタートし、「改善すべき点」をチェックし、部分的に手直しするもの。これまでの「経営診断」等の手法



○「転換」は業種・業態の転換、品揃えの転換などがある。

→ まず、業種・業態の転換から。

例えば、フランチャイズシステムへの加盟、御用聞き宅配システム、「家庭内食事の献立材料をワンストップで提供する」スーパーマーケット  
「市場、問屋を通さない」産直方式

(4) 行政はなぜ、中心市街地活性化、中心商店街活性化に取り組もうとするのか。

- ・中心市街地は、長い間、都市のポテンシャルを支えてきた地域である。
- ・インフラ整備も相対的に充実している。
- ・長年にわたって、高地価に比例した租税を負担してきた。ここが衰退することは、都市の魅力が減衰することを意味する。

(5) 行政にできる商店街活性化と行政にできない商店街活性化

- ・シャッターの外側については、行政が取り組めるが、シャッターの内側のことについては、取り組めない。
- ・個店を保護することはできない。→ 「私利のための商店の活性化をなぜ公費で支援しなければならないか。」
- ・「商店街は補助金漬になっており、自発的な努力をしない。」という批判もある。

(6) 活性化事業＝施設整備＝来街客の増大実現 という「暗黙の了解」

- ・「商店街の活性化とはなにか」という事業の目的をしっかりと掲げる。  
→ 商店街がいくら施設整備に力を入れ、買い物以外のサービスを充実し、イベントを打ったとしても、肝心の売り上げにはつながらない。

○中心商業地が取り組む活性化のための事業は、その立地で成り立つ（郊外立地と棲み分けできる）商業集積を構想し、この商業集積を実現するための手段として、「市街地の整備」と「商業等の活性化」を推進する。

→ 漫然と区画整理や再開発で店舗その他の建物をリニューアルすることではない。

○中心商店街活性化の方向性

1. 商店街の目標として、「広域生活圏で分担する商業集積としての機能」を明確にすること。（郊外型集積との棲み分けを目指す。）
2. その具体的な目標は「ショッピングモール」の実現であること。
3. 各個店は、モールのテナントミックスへと自己変革を遂げる方向で活性化を実現すること

(7) タウンマネージメント

○タウンマネージャーの必要性

- ・・・・商店会の会長が片手間にやるようなものではない。

- ・中心商店街を一個のショッピングモールとして再構築していくために、商業理論、商業をめぐる様々な問題に精通し、必要な計画を立案し、関係者を団結させて仕事に集中させ、具体的に成果を上げていく手腕をもったタウンマネージャーが必要である。

→ 行政（市の職員）がタウンマネージャーを行う。市の職員にその能力がないなら、専門家に業務委託する。

#### 4 もう一つの商店街活性化の検討

～商店街のイメージづくりによる活性化～

中心市街地や商店街などは、地域の印象やその街のイメージ付けに大きな役割をはたしてきた。地域の顔の喪失は、オリジナルなアイデンティティ（その街の個性）の喪失に結びついていく。「何となく、つまらないイメージの街」の増加につながっていく。

- (1) イメージは人間の勝手な思い込みで簡単にできてしまう。簡単だからこそ、このイメージを利用し、商店街のイメージを作ろう。

○経済学者のボールディングは、「イメージが行動を規定する。イメージがあれば好意もでき、好意がなければ無関心になる。」と言っている。商店街にこの好意を持たすためにも、イメージ作りは必要不可欠である。

- (2) 商店街のキャッチコピー、スローガンを創って、商店街のイメージづくりをしよう。

☆ スローガンを創れば、イメージができるのではない。そのスローガンに近づくために、どのような行動を起こすか、努力をするかが重要。何もしなければ、ただの文章。

→ 商店街を表すニックネームや愛称をつけるのもよい。

例えば、大正ロマン通り商店街、赤レンガ、黒塀、イチマルキュー

- (3) 商店街全体のイメージづくり・・・ハード事業によるイメージづくり

・シャッターの外側のイメージづくり。例えば、統一した看板や日除け、外装やアーケード

- (4) 個店のイメージづくり・・・・ソフト事業によるイメージづくり

・シャッターの内側のイメージづくり。商品の陳列や品ぞろえ、販売方法や商人と消費者の間のコミュニケーション

→ 個店のイメージの統一性と個店・商人同士の親密性

→ 商店街のイメージを創りだすには、商人同士の距離があってはならない。

→ セール活動、イベント、お祭りなどによって、消費者との距離を縮めることにより、イメージは徐々に出来上がってくる。

- 商店街のイメージを創るためにコミュニケーション活動を頻繁に取って  
けば、消費者に商店街のイメージは簡単に形成されていく。
- ・ボランティア活動や地域清掃は地域住民によいイメージを与える。
- 人と人とのつながりが個店の活性化につながる。

- (5) 個店の活性化 ・ ・ ・ ・ 商店街の抱えている問題は会員同士で本音で話そう
- ・マーチャンダイジングの改善は、個店の最も重要な部分であるが、店主としても手をつけにくい部分でもある。
- ・マーチャンダイジングの問題は商店街の会合などで話し合うことはあり得ない。なぜなら、そこは店主にとって触れてほしくない部分であり、触れることをタブーにしているからだ。

## 5 商店街版経営革新計画について

- (1) 商店街版経営革新計画の概要版（案）について
  - ・概要版（案）をつくってみました。
- (2) 経営革新計画（案）について
  - ・経営革新計画（案）をつくってみました。

《第1回ワークショップの課題の整理・・・大國事務所バージョン》

## II 富士見市鶴瀬東口 にぎわい商店街計画

### Ⅲ 駅前整備のアイデア出し（提案）について

1 大国事務所からの提案

2 商店街サイドからの提案

3 行政サイドからの提案

### Ⅳ 今後、商店街で取り組むべき事業のアイデア出しと検討

1 大国事務所からの提案

2 商店街サイドからの提案

3 行政サイドからの提案

### Ⅴ イメージづくりによる活性化の検討

第3回 地域ワークショップ（富士見）  
＜鶴瀬駅東口にぎわい商店街づくりについて＞

1 にぎわい商店街づくりで商店街が取り組む事業を考えてみる。

(1) 駅前整備と一体となった商店街づくり事業

→ 駅前をペディストリアンデッキとして整備する。

- ・ 商店街については車両を気にすることなく改札口から接続できる。
- ・ 集い・交流の機能が十分発揮できる。

→ 駅前のロータリー部分に、市が駅ビルを建設する。

- ・ 駅ナカ、駅ビルショッピング。
- ・ 駅ビルの中に、観光案内所、保育所、市の出張所等の住民サービス機能。

→ (仮称) 富士見タワーの設置

- ・ 富士山が展望できるようなタワーを駅前に設置する。  
富士見市にちなんだ、玄関口にふさわしい、シンボル多環があったらいい。  
東武東上線の他の駅にはないものをつくり、差別化を図る。

→ 交通結節機能の改善

- ・ 駅前広場については、電車からバスやタクシー、自家用車への乗り継ぎがスムーズにでき、大型バスも安全に回転できる空間を確保しつつ、できるだけコンパクトにできないか見直した上で整備する。

(2) 駅前広場を活用した事業

→ 駅広場をもてなしの空間として再生

- ・ シンボルツリーの植樹
- ・ 花の植栽
- ・ ベンチの設置
- ・ ストリートファニチュアの設置
- ・ 車両の進入を制限

→ 広めの歩道部分を活用したイベントの開催

- ・ 朝市、夕市
- ・ フリーマーケット
- ・ 路上ライブ、楽器演奏

→ 駅を拠点とした回遊ルートの整備

- ・ デザインの統一
- ・ 案内板の設置

(3) 2つの商店街が協力して実施する事業

→商店街として、御用聞き事業、宅配サービス事業を実施。

→地方の物産市を毎週、毎月開催する。

→100円市、100円セールのようなものを実施する。

(ニゴジュウセール； 200円、500円、1000円均一セール)

→商店街の各個店の売れ残り商品を空き店舗に持ち寄り、アウトレットモールを開催する。

→2つの商店街がタウンマネージャーを配置する。

- ・市の補助金等で設置する。

タウンマネージャーは、商店街の必要な計画を立案し、関係者を団結させ、具体的に成果を出していく。

(4) コミュニティーの場づくりの事業

→まちの駅（空き店舗等を活用）

- ・高齢者に限らず住民、観光客などにも利用されるような場所として設置する。会議やパーティーに使えるスペースやギャラリー、サロン、観光情報提供、レンタサイクル、観光物産販売所等も設置する。

→シルバーサロン、休憩所の設置（空き店舗等を活用）

- ・シルバーサロンには、ギャラリー、囲碁・将棋やカラオケ等も楽しめる喫茶コーナーを備えて、高齢者の交流の場となっている。高齢者向けの商品も備えて、物販も行う。

→コミュニティホールの設置（空き店舗等を活用）

- ・多目的に活用できるスペースを商店街が運営する。産直野菜市、絵画展、カルチャースクール等を定期的で開催する。

→朝市、夕市を毎週、毎月、定例的に開催する。

→商店街の空き店舗を活用し、地元農家と連携して農産物直売所を開設する。

→市民社会組織（CSO）の活動拠点を商店街に設置する。（空き店舗等を活用）

- ・NPO法人、ボランティア団体、サークル団体等の市民社会組織（CSO）の活動拠点を設置する。

→シルバーコンビニ（空き店舗等を活用）

- ・高齢者の高齢者による高齢者のためのコンビニ
- ・高齢者等で組織するNPO法人、ボランティア団体等が、地域の高齢者、特に買物弱者のために空き店舗等を活用し、物販等を実施する。

(5) 商店街の宣伝に着目した事業

→商店街マップづくり

- ・商店街が、大学でまちおこしの手法などを学ぶ学生とその先生に協力を依頼して、協働で周辺の観光スポットも併せて紹介するイラストマップを作成する。

→高校生による商店のホームページ作成

- ・高校の授業の一環で、生徒が商店街からホームページづくりを請け負う会社を運営するとの設定で、地元商店街の商店の紹介を行う。

→商店街辛口ツアー

- ・地元の住民を対象に商店街のツアーを行い、参加者から改善すべき点の意見やアイデアを聞く。

(6) 地域資源、観光資源等を活用した取組み

→自転車の駅（空き店舗等を活用）

- ・コーヒーを飲んだり、軽食を取ったりできる。土産物なども買える。地元の見所や観光案内もある。

→・空き店舗を活用して、朝霞市の「ホッと茶屋あさか」や志木市の「かっぱふれあい館」のようなものをできないか。

（観光案内、ギャラリー機能、小中学生の絵画展示、飲食の提供）

(7) 高齢化社会に対応した取組み（買物弱者対策）

→高齢者向けの商品を揃えた店舗の開設

→御用聞き、商品宅配サービス事業

→商店街バリアフリー化（電柱移動）とバリアフリーマップ作成

(8) 商店街のイメージづくりによる活性化事業

→商店街を表すニックネームや愛称を付ける。

- ・例えば、大正ロマン通り商店街、赤レンガ、黒塀、イチマルキュー。

→商店街のキャッチコピー、スローガンをつくって、商店街のイメージづくりをする。商店街の各個店の連帯感を醸成する。

→シャッターの外側のイメージづくり。

- ・例えば統一した看板や日よけ、外装やアーケード。

## 2 課題の整理

(1) 2つの商店街が協力して、「にぎわい商店街づくり事業」に取り組むことはできるか。

→ 2つの商店街がまとまって事業をすることは、今まで、年末大売り出しなど行ったことがあるが、・・・。

→ 2つの商店街が力をあわせて、鶴瀬駅前のにぎわいを創出し、商店街を盛り上げようなどとかっこいいことを言ってもダメ。商店街の活性化は、各個店の努力しかない。今の商売をあきらめてしまっている人もいる。

→ 2つの商店街の各個店がみんな事業に参加してくれるか。全員参加でなくては意味がない。商店会入ってくれない人もいる。そんな人は参加してくれないのでは。

・自分の代で商売をやめようと思っている人などは、我が商店街をみんなで盛り上げようなんて気持ちはなくなってしまっている。なかなか参加してくれないのでは。

(2) 鶴瀬駅東口土地区画整理事業が遅れており、ハード事業と一体化した商店街整備は本当にできるのか。

→ 区画整理事業の完成年次が10年延びて、平成31年になった。本当に平成31年度に完成するかもわからない。ハード事業と一体化した商店街整備なんて本当にできるのか。10年先に自分の店が営業しているかなんてわからない。

→ 区画整理事業で駅前整備がされても、そのとき、駅前商店街がなくなっていたら、何のための駅前整備かわからない。駅前整備（区画整理事業）も商店街の活性化、駅前のにぎわいづくりなどとトータルで考えないとダメ。

(3) 誰が2つの商店会を取りまとめ、事業をやっていくのか。

商店会の会長が片手間にやるような話ではないし、会長の負担が大きすぎる。自分の商売がおろそかになってしまう。



→タウンマネージャーを真剣に考えるべき。

→安くあげるのであれば、商工会を積極的に活用すべき。市は商工会に1,100万円の補助金を支出している。商工会の役割も変わってきている。経営改善普及事業や記帳指導などからタウンマネージャーのような仕事へ。

#### (4) 空店舗の借り上げについて

- ・空店舗はあるが、所有者が商店街に安い賃料で貸してくれない。
- ・商店街で空店舗を活用するには、安い賃料でなくてはできない。  
(固定資産税×2) ぐらいの賃料で貸してくれるところがあるか。
- ・空店舗を商店街が活用する場合、市は固定資産税を減免することはできるか。所有者が市に空店舗を無償貸し付けし、商店街は市から無償貸し付けを受ける。商店街は所有者に(固定資産税×2)を謝礼として支払う。

#### (5) 各個店の取り組みと負担

- ・商店街の各個店がどれくらい協力してくれるか。どれくらい参加してくれるか。各個店がどれくらいだったら金銭的な負担をしてくれるのか。毎月の会費も大変な人もいる。  
商店会に入っていない人がいると、不公平感が生まれる。事業の負担金は商店会に入っていない人からも徴収しないとイケない。・・・でもそんなことはできない。

#### (6) 駅前には店舗が少ない、いかに店舗を増やしていくか

- ・駅前の商店の数が少ない。にぎわいをつくるには、店舗を増やし、商店の集積を図る必要がある。商店群、ショッピングモールのようなものが必要。空き店舗に1店、1店誘致するのではなく、できればまとめて誘致したい。誘致するには、それなりの受け皿づくりが必要。
- ・区画整理事業(駅前整備と駅前通りの整備)にあわせて、新たな店舗の誘致や受け皿整備はできないか。せつかくの地区計画制度(駅広、道路に面した1階は住居はダメ)を十分に活用すべき。
- ・チェーン店やスーパーなどの資金力や人手を当てにすることも必要。東武ストアなどとの連携した取り組みも必要。

#### (7) その他

## 9、第3回議事録

### 平成22年度第3回地域ワークショップ富士見議事録

＜レジメの説明：沼部長＞

- 第3回のレジメを作っていく中で思ったのは、レジメには、いろいろな商店街で取り組む事業の例示をしていますが、これからこれを具体的に実施しようと思うと、色々なハードルを超えなくちゃいけない。

商店街が本当にそういうハードルを越えられるのか。本当に取り組めるのか、そういうことを実証し、検証していく。そういうふうな形で検討していかないとどうにもならないし、次につながらないし、具体的に取り組むこともできない。

そこで、レジメの6ページ以降に課題の整理という形で、今後、検討しなければいけないことを書かせていただいている。事例紹介だけでなく、課題の整理を併せて行いながら簡単に説明させていただく。

- 1 にぎわい商店街づくり事業で商店街が取り組む事業を考えてみる。  
1回目のワークショップの時に商店街版経営革新計画をつくろうということで、こちらで勝手に作った（案）を配って、説明しましたが、この事業の審査をする県の商業支援課の宮嶋さんの目でみると、「こんな稚拙なものではダメですよと、そんな簡単には400万円の補助金は手にはいりませんよ。」と言われてしまった。今日は具体的にどんなネタだったら商店街で取り組めるか、そして県の審査もパスできるかを具体的に皆さんと議論しながら検討していきたい。

#### （1）駅前整備と一体となった商店街づくり事業

せっかく富士見市は駅前整備をやっている。駅前整備はできたけれど、それだけで終わってしまった。では意味がない。駅前整備というのは、東京へ通勤、通学する人の交通利便のためだけでなく、富士見市の玄関口として自信を持って人を富士見市に招くことができる。賑わいのある、いい駅前だと、住民が自慢できたり、誇りに思ったり、住民一人一人が夢を描ける、そういう駅前整備でないと意味がない。

そして、駅前整備で必要となってくるのは、駅前ににぎわいづくりであり、それは、駅前商店街のにぎわいづくりだと思う。しかし、鶴瀬駅東口の商店街を見ると、空き店舗が増えて、商店の数が少なくなっている。鶴瀬駅前ににぎわいをつくるには、今よりも、もっと商店を増やして、集積しないと、富士見市の玄関口の駅前の賑わいをなかなかつくりだすことができない。空き店舗を1店、1店、埋めていくのはなかなか難しい。それよりはまとまってショッピングモールみたいなものを作ってしまった方がいいのではないかというのもある。

→ 駅前をペディストリアンデッキとして整備する。

→ 駅前ロータリー部分に、市が駅ビルを建設する。

・ 駅中、駅ビルショッピング。駅ビルの中に観光案内所、保育所、市の出張所等の住民サービス機能。

鶴瀬駅の東口は富士見の玄関口ですから、単なる駅中、駅ビルショッピングだけでなく、富士見市の観光拠点となるような、住民サービス機能もある、いろんな機能がいっぱい詰まった駅ビルだとか駅前整備になったらいいと思う。そうすることで、駅前整備というハード事業も生きてくる。

→ (仮称) 富士見タワーの設置

・ 富士山が展望できるようなタワーを駅前に設置する。

せっかく、駅前整備をするのに、富士見市にちなんだ玄関口のシンボルタワーがあった方がいいのではないかと。東武東上線の他の駅にはないものをつくり、差別化を図る。

→ 交通結節機能の改善

6 ページの課題の整理の(2) 鶴瀬駅東口土地区画整理事業が遅れており、ハード事業と一体化した商店街整備は本当にできるのか。このハードルをどうやって越えていけばいいのか。

→ 区画整理事業の完成年次が10年延びて、平成31年になった。本当に平成31年度に完成するかもわからない。ハード事業と一体化した商店街整備なんて本当にできるのか。10年先に自分の店が営業しているかなんてわからない。

→ 区画整理事業で駅前整備がされても、そのとき、駅前商店街がなくなっていたら、何のための駅前整備かわからない。駅前整備(区画整理事業)も商店街の活性化、駅前のにぎわいづくりなどとトータルで考えないとダメ。

やっぱり駅前整備はにぎわいづくりがなかったら殺風景だし、なんのために駅前整備に90億円かけたかわからない。これは商店街の問題というよりは行政サイドの問題なので、これはまた後で具体的に皆さんと議論したい。

## (2) 駅前広場を活用した事業

駅前整備を活用した事業と言いながら、駅前整備が遅れて、活用できない。

そこで、空き店舗を活用した事業という視点についても、あわせて検討する必要がある。

→ 駅広場をもてなしの空間として再生

- ・シンボルツリーの植樹                      ・花の植栽                      ・ベンチの設置
- ・ストリートファニチュアの設置              ・車両の進入を制限

→ 広めの歩道部分を活用したイベントの開催

- ・朝市、夕市                      ・フリーマーケット                      ・路上ライブ、楽器演奏

→ 駅を拠点とした回遊ルートの整備

- ・デザインの統一                      ・案内板の設置

植樹をするとか、花いっぱいををするとか、ベンチをセットするとかの事業は、割と簡単に組み組める事業だと思う。

また、朝市、夕市みたいなもの、フリーマーケットをするとかも、農協や農家、NPOや市民団体等と連携して組み組めば、そんなに費用もかからず、実施可能ではないかということで、挙げさせてもらった。今年度、県で採択された7つのにぎわい商店街づくり事業を見ても、空き店舗を活用して、野菜の直売とか、青空市とか、朝市、夕市をやるとういのがほとんど。

地方の富士見市の姉妹都市等に協力してもらって、地方の物産市なども、空き店舗を活用した事業として、商店街として組み組めるのかなというふうに思う。ただ、朝市、夕市をやるより、地方の物産市なども併せて実施すれば、事業の魅力アップにもつながり、それなりの集客も見込める。

去年、上福岡の駅前で12月20日から4日間、ワークショップの実験店舗として、地方の物産市をやった。時期が年末だったので、茨城から正月の野菜、レンコン等を持ってきて売ったが相当売れた。

その時、思ったのは、富士見市もそうですけど、富士見市の住民は土着の地元の人よりは地方から出てきている人の方が多いと思う。だから、地方の物産市があると、それが自分の出身地のものでなくても懐かしく感じたりして、見たくなる、買いたくなるというのがあるように思う。

商店街で朝市、夕市をやる時は、商店街単独で取り組むのではなく、農協との連携、農家との連携、あるいはサークル、NPOや家庭菜園との連携等、いろいろあると思うが、そういう連携を積極的に取り組むことが重要である。個店1人ではどうにもならないことでも、商店街でまとまって、みんなで力をあわせればできるということもあるし、商店街だけの力ではなかなかできないことも、農家や農協と連携すると割と簡単にできるということもある。

### (3) 2つの商店街が協力して実施する事業

6 ページ課題の整理を見ていただきたいが、商店街活動に取り組む時、超えなくちゃいけないハードルがいろいろあります。

一つ目は、(1) 2つの商店街が協力して、「にぎわい商店街づくり事業」に取り組むことはできるか。ということです。

→ 2つの商店街がまとまって事業をすることは、今まで、年末大売り出しなど行ったことはあるが、難しいのでは・・・。

→ 2つの商店街が力をあわせて、鶴瀬駅前のにぎわいを創出し、商店街を盛り上げようなどかっこいいことを言ってもダメ。商店街の活性化は、各個店の努力しかない。今の商売をあきらめてしまっている人もいる。

→ 2つの商店街の各個店がみんなで事業に参加してくれるか。全員参加でなくては意味がない。商店会入ってくれない人もいる。そんな人は参加してくれないし、協力してくれないのでは。

・ 自分の代で商売をやめようと思っている人などは、我が商店街をみんなで盛り上げようなんて気持ちはなくなってしまっている。そういう人は、なかなか参加してくれないのでは。

もう一つのハードル、(3) 誰が2つの商店会を取りまとめ、事業をやっていくのか。

商店街の活性化のための活動は、商店会の会長が片手間にやるような話ではないし、会長の負担が大きすぎる。自分の商売がおろそかになってしまう。自分の商売がうまくいってないと、会長さんでもいられなくなってしまう。

→ タウンマネージャーを真剣に考えるべき。2つの商店街がタウンマネージャーを配置する。

商店会会長さんの代わりになって、商店街活動をしていく、そういう人が必要ではないか。商店街の個店の経営者は、会長さんを含め、自分の商売に専念すべきだと思う。煩わしい、商店街運営の事務はタウンマネージャーに全部やってもらって、商売に専念できる環境をつくるべき。

県も含め行政は、「商店街が元気なところは、会長さんのリーダーシップでうまくいっているんだ。商店街の活性化には、会長さんのリーダーシップが重要。」と、よくいうけど、元気のない商店街は、会長さんがしっかりしていないからだということか。商店街が活性化しないのを、会長さんのせいにされても困る。

新しい事業に取り組んで、うまくいかなかったとき、会長さんが責められたり、責任を取らされることはないだろうけど、どうしても、うまくいかなかったときは、会長として責任を感じるわけです。

そういう精神的な負担があると、会長さんも新しい事業に取り組むことに躊躇してしまふ。会長さんが、労力的にも精神的にも負担がなく、安心して取り組めるようにする必要がある。そのためにも、タウンマネージャーみたいなものが必要である。

しかし、タウンマネージャーを置くには、当然、財源が必要になってくる。市の補助金等で設置するとか、タウンマネージャーを「にぎわい商店街づくり事業」を活用して、配置してみるというのも一つの方法である。しかし、県の補助金は一回こっきりなので、補助金頼みの事業では、継続性に問題がある。

→ 安くあげるのであれば、商工会を積極的に活用すべき。市は商工会に1,100万円の補助金を支出している。商工会の役割も変わってきている。商工会の経営指導員の経営改善普及事業や記帳指導などからタウンマネージャーのような仕事へ変わってくるのでは。

→ 商店街として、御用聞き事業、宅配サービス事業を実施。

ベットタウンとして発展した地域では、高齢化社会の急速な進展に伴い、都市部でありながら、「買物難民」、「お店過疎」というような問題が起きている。買物弱者対策として、富士見市においても御用聞きサービスみたいなものは必要ではないかと思う。

昔は酒屋とか米屋とか、御用聞き、宅配サービスなどは、当たり前に行っていたんだけど、今は、経営者も高齢化し、なくなってしまった。

でも、酒屋さん、米屋さんが、それぞれ、別個に宅配サービスをするのは困難でも、みんなで協力して、商店街みんなの御用聞きみたいな形で、一人で御用聞きをするのは大変でもみんなでやればできるというのはあると思う。

それと、これからは高齢者を積極的に使うということが非常に大事だと思う。もしかすると、これからの商店街の担い手は若者ではなく、リタイアした元気な高齢者ではないかと思う。

→ 地方の物産市を毎週、毎月開催する。

→ 100円市、100円セールのようなものを実施する。

(ニゴジュウセール； 200円、500円、1000円均一セール)

→ 商店街の各個店の売れ残り商品を空き店舗に持ち寄り、アウトレットモールを開催する。

(4) コミュニティーの場づくりの事業

→ まちの駅（空き店舗等を活用）

高齢者に限らず住民、観光客などにも利用されるような場所として設置する。会議やパーティーに使えるスペースやギャラリー、サロン、観光情報提供、レンタサイクル、観光物産販売所等も設置する。

まちの駅をやるときに一番問題になるのが、人件費（店番をする人）である。次に問題になるのは、空き店舗を使ってやる場合、貸してくれるかどうか、そして、賃料の問題がある。これらの全てについて調整ができないと、空き店舗を活用した事業はできない。

→ シルバーサロン、休憩所の設置（空き店舗等を活用）

・ シルバーサロンには、ギャラリー、囲碁・将棋やカラオケ等も楽しめる喫茶コーナーを備えて、高齢者の交流の場となっている。高齢者向けの商品も備えて、物販も行う。

→ コミュニティホールの設置（空き店舗等を活用）

・ 多目的に活用できるスペースを商店街が運営する。産直野菜市、絵画展、カルチャースクール等を定期的で開催する。

→ 商店街の空き店舗を活用し、地元農家と連携して農産物直売所を開設する。

→ 市民社会組織（CSO）の活動拠点を商店街に設置する。（空き店舗等を活用）

・ NPO法人、ボランティア団体、サークル団体等の市民社会組織（CSO）の活動拠点を設置する。

→ シルバーコンビニ（空き店舗等を活用）

・ 高齢者の高齢者による高齢者のためのコンビニ  
・ 高齢者等で組織するNPO法人、ボランティア団体等が、地域の高齢者、特に買物弱者のために空き店舗等を活用し、物販等を実施する。

→ 喫茶、サロン、お食事処の飲食の部分については、調理教室の生徒さんによるワンデーシェフや実習を兼ねた料理教室を実施する。

→ 物販については、商店街の各個店が輪番制で店番をする。当番のときは自

店の品物を持ちこみ優先的に販売する。(売り場を変えると売れたりすることもある。)

→ 地元農産物の直売については、生産農家の人に協力してもらう。家庭菜園の野菜を持ち込んでもらい販売する。

→ ギャラリーは、富士見市の小中学生の絵画等を展示する。(志木市のかっぱふれあい館では、壁に1週間ごとに張り替え、全小学校の生徒の絵画を展示している。)

手芸サークルの作品等を展示販売するのもよい。

→ まちの駅の運営については、積極的にNPOやボランティアを積極的に活用する。市民がこの事業にいろんな立場で参加できるようにする。(全員参加のまちづくり)

○ 次に課題の整理の(4)空店舗の借り上げについて

- ・ 空店舗はあるが、所有者が商店街に安い賃料で貸してくれない。
- ・ 商店街で空店舗を活用するには、安い賃料でなくてはできない。  
(固定資産税×2) ぐらいの賃料で貸してくれるところがあるか。

・ 空店舗を商店街が活用する場合、市は固定資産税を減免することはできるか。

・ 所有者が市に空店舗を無償貸し付けし、商店街は市から無償貸し付けを受ける。商店街は所有者に(固定資産税×2)を謝礼として支払う。

朝霞のホッと茶屋でも、志木のかっぱふれあい館でも、所有者が空き店舗を貸してくれるかどうか事業の分かれ目になった。

(5) 商店街の宣伝に着目した事業

どういう形で我が商店街を宣伝していくかというのを考えないといけないし、こういう宣伝は、個店、個店でやるよりは、みんなで一緒にやった方が宣伝効果が高まる。

→ 商店街マップづくり

・ 商店街が、大学でまちおこしの手法などを学ぶ学生とその先生に協力を依頼して、協働で周辺の観光スポットも併せて紹介するイラストマップを作成する。

→ 高校生による商店のホームページ作成



- ・ 高校の授業の一環で、生徒が商店街からホームページづくりを請け負う会社を運営するとの設定で、地元商店街の商店の紹介を行う。

→商店街辛口ツアー

- ・ 地元の住民を対象に商店街のツアーを行い、参加者から改善すべき点の意見やアイデアを聞く。クレームは宝。クレームの中に商店街活性化のヒントがある。

(6) 地域資源、観光資源等を活用した取組み

→ 自転車の駅（空き店舗等を活用）

- ・ コーヒーを飲んだり、軽食を取ったりできる。土産物なども買える。地元の見所や観光案内もある。

- ・ 空き店舗を活用して、朝霞市の「ホッと茶屋あさか」や志木市の「かっぱふれあい館」のようなものをできないか。

（観光案内、ギャラリー機能、小中学生の絵画展示、飲食の提供）

(7) 高齢化社会に対応した取組み（買物弱者対策）

→高齢者向けの商品を揃えた店舗の開設

→御用聞き、商品宅配サービス事業

→商店街バリアフリー化（電柱移動）とバリアフリーマップ作成

(8) 商店街のイメージづくりによる活性化事業

→ 商店街を表すニックネームや愛称を付ける。

- ・ 例えば、大正ロマン通り商店街、赤レンガ、黒塀、イチマルキュー。

→ 商店街のキャッチコピー、スローガンをつくって、商店街のイメージづくりをする。商店街の各個店の連帯感を醸成する。

→ シャッターの外側のイメージづくり。

- ・ 例えば統一した看板や日よけ、外装やアーケード。

○ 次に7ページの課題の整理の（5）各個店の取組みと負担について

- ・ 商店街の各個店がどれくらい協力してくれるか。どれくらい参加してくれるか。各個店がどれくらいだったら金銭的な負担をしてくれるのか。毎月の会費も大変な人もいる。

・ 商店会に入っていない人がいると、不公平感が生まれる。事業の負担金は商店会に入っていない人からも徴収しないとイケない。(ただ乗りは良くない。) . . . . . でもそんなことはできない。

○ 次に、課題の整理の(6) 駅前には店舗が少ない、いかに店舗を増やしていくか

・ 駅前の商店の数が少ない。にぎわいをつくるには、店舗を増やし、商店の集積を図る必要がある。商店群、ショッピングモールのようなものが必要。空き店舗に1店、1店誘致するのではなく、できればまとめて誘致したい。誘致するには、それなりの受け皿づくりが必要。

・ 区画整理事業(駅前整備と駅前通りの整備)にあわせて、新たな店舗の誘致や受け皿整備はできないか。せっかくの富士見市の地区計画制度(駅広、道路に面した1階は住居はダメ)を十分に活用すべき。

#### <意見交換>

横田： 今、感じることは、いろいろ、いいことを説明してもらったり、事例を紹介してもらったが、現実問題として、今、駅前商店街は店舗数が少なくなってしまっていて、もし、やるとして、一緒にやろうと取り組んでくれる店舗が果たしてどのくらいあるのかというのがわからない。

もし、商店街で「賑わい商店街づくり事業」をやるんだったら、それこそ店舗を誘致するというか、どっかから引っ張ってこないと、ネームバリューのあるところを引っ張るとか何とかしないと、今のままの現状では、何とかできるのかなという不安はある。

どういう方向性かはわからないが、ある程度整えて、どうするかと言うことを考えなくちゃ行けない。それが見えていない現状から考えると、今の商店街の中で進めるのは厳しいものがある。行政とか他からの支援がないと難しいのではないかと思う。

斉藤： にぎわいを作らなければどうにもならない。にぎわいをつくるにはどうするか。今、東口は区画整理をしているわけだから、買物をしやすくするような整備をすとか、人を呼び込めるような形をまず作って、そこから人が来てくれて、初めて、元気が出る。そういうこともあるのではないか。

確かにこのままの状態では、何をやるにしても非常に難しいことが多過ぎちゃって、難しい。どっちの順番になるかわからないが、今やっていることに対して、やれるものから出発していったほうが良いような気がする。

沼： 3回ワークショップをやって、その成果として、ほんとうのきっかけづくりにならないと意味がない。せつかくみんなで議論したんだけど、いろいろ議論したね、いい思い出になったね。ということでは意味がない。

それともう一つはふじみ野市もそうだが、富士見市も産業振興にあるいは商店街の振興にお金を出したいというふうに思っている。その証拠に富士見市は外灯の電気代は100%ですよ。だけど、100%電気代だしてもらったって商店街は賑わない。

市の方としては、商店街を何とかしなくちゃいけない、商店街に何かをしてあげたいと思っているけど、何をしたいかわからない。今、市にできることは、電気代を100%補助することぐらいしかないのが本当のところでは。

鶴瀬の駅前には、今、区画整理を実施しています。これが駅前商店街を活性化させるチャンスとすれば、本当にいいチャンスだと思う。このチャンスを本当にチャンスにするには、商店街としても、それなりの努力なり、なんなりをしていかないと、棚ぼたのように、何もしないで、商店街が活性化するようなことはないだろう。

でも、先ほど話したように、商店街が新たな事業に取り組もうとすると、いろんなハードルを越えていかなければいけない。そのハードルが大変だと思うと、そうすると最初にあきらめちゃうというところがあります。

私は、毎年、商店街訪問をしていますと、何とかしたいという思いはあっても、どうにもならないと、最初からあきらめちゃってる商店街もある。

個店の中には、いつここから逃げるか、もっといい場所へ行くか、この商店街で商売を続けるのではなくて、別のいいところがあったら、いいところへ行っただ方がいいとか、あるいはどっかのスーパーの専門店に入った方がいいとか。自分たちのこの商店街を元気にしようというよりは、どっかいいいところへ行っちゃおう。自分だけ助かりたいというのものもあるかもしれないが・・・。

白須： 今、レジメに沿ってご説明いただいたのは、まさしく、我々商店街で、私、個人的にも会長をさせていただいてるものですから、ストレスになっているものは、みんなお陰様で載っていて、非常に勉強にはなります。が、その後が問題として、ここにタウンマネージャーの配置という興味が引かれる提案がございしますが、これは、本当に真剣に考えるべきなんだろうなと感じています。

うちの商店会は3年が1期で、今度の4月から役員が変わる予定なんですけど、それに際しまして、会長人事、副会長、会計、特に三役はなり手がいない。私がやりますとって手を挙げてくださる方が本当にいなくて、難航するんです。そういうとき、こういうタウンマネージャーがあると本当にいいなあと思う。タウンマネージャーがいれば、三役人事も難航しないのではないかと。

今日は、レジメの課題の整理の中に、私が、日ごろ、ストレス感じていることが全部ヒントとして出させていただいている。これを実際に実務として具体的に進めていくのに、本当にタウンマネージャーが必要だなと思います。私個人と

しては、本当に、いっぱいいっぱい商売をしているので、商売を真剣に取り組まなければいけないし、もちろん商店会にお世話になっているので、そちらにも恩返しもしたいが、なかなかパフォーマンス的に具体的にどンドンぱっぱっと進んでいかない。

そういうジレンマをいつも感じている。そういう意味でもタウンマネージャーの配置というのは、現実に補助金等いただいたり、自分たちで財源を捻出したりしながら是非、具体化できればなあと感じました。

沼： タウンマネージャーは他のところで取り組んでいるところはあまりないんですけど、例えば東武東上線沿線の大山商店街では、商店街で、専門の人を雇っています。

大山商店街は、すごく稼いでますから会費だけでも億単位で集めまてすから、そういったところとは、また別でしょうけれど、タウンマネージャーみたいなものを市から派遣してもらおうとか。市のお金で、少なくとも電気代100%もらうよりは、その半分のお金でタウンマネージャー派遣してもらった方が、商店街のためにはなるという気がする。

商店会に加入しない理由の一つに、何年か先に役員が回ってきたらやだなだとか、月2千円のお金が惜しい訳じゃなくて、なんか役待たせられたり、なんか行事をするときに、出させられたりするのがヤダという人もいるのではないかなと思う。

そういうレベルでは商店街の活性化はできっこない。商店会は親睦会だと割り切ってしまうなら、それはそれでいいと思う。しかし、みんなが力をあわせて商店街を活性化しよう、何か取り組もうというというときには、そんな考えではどうにもならない。

浅見： いろいろアイデアが沢山盛り込まれている。確かにこういうことがやれたらいいなということがたくさんある。やれること、やれないこと、いろいろあると思うが、やれないことばかり考えていても前に進まないのだから、やれることからやっていったらどうかと思う。

商店街のイメージづくりとかニックネームを付けるとか、高齢化社会に対応した仕組みとか、まちの駅なんかも、何となく商店街の人が協力すれば、お金もそんなにかからずできそうなことでもある。また、物産市とか、朝市、夕市の開催という、実際に富士見市では、いろいろ婦人マーケット等で農工商連携とか、させてもらっているものがあるので、これをもう少し回数を多くしたり、具体化していけばできそうな気がする。なんとなく、ちょっとした小さい、できそうなことを沢山やれることからやっていくと、やれないことにたどり着いていくのかなという気持ちはある。

先ほど、空き店舗を固定資産税の2倍の賃料で貸してくれないかという話があったが、家主さんは、ちゃんと賃料もらいたくて待っているわけで、うめるのをあきらめているわけではない。安い賃料で貸してしまったら、もう次の人に

貸せませんから、良い賃料で借りてくれる人が出てきても、返してもらえないので。空き店舗を安く借りようというのではなく、逆に家賃がかせげるだけのものを、何かアイデアでできないか、補助金で空き店舗対策をしていくのは難しいと思う。

自分自身、富士見市内であまりお金を使っていない、消費していないと思う。お金を富士見市内で落としてもらうようにしないと、やはり、外から来た人が、富士見市内でお金を落としていただけのような企画というか、そういうものがないと、なかなか商店街が育っていかない。駅前商店街で、できることからやっていく、そして、そのイメージづくりが一番大事じゃないかなと思いました。

沼： 空き店舗の契約期間の問題、家賃の問題ですが、朝霞のホット茶屋は3年契約です。いろは商店街のかっぱふれあい館は1年契約です。確かに、長期では貸してくれません。かっぱふれあい館は1年限定で1年だけ貸してくださいよという話なんです。

期間限定、そういう形でないと、なかなか貸してもらえないのです。期間限定とか、いつでも返してもらえとか、所有者が安心して貸すことができるようにしないと、安い賃料では、なかなか了解がもらえない。しかし、空き店舗は、借り手がいなくても固定資産税は毎年、取られるわけで、安くても、マイナスよりプラスの方が良いわけで、そこら辺が、所有者との交渉のポイントのようです。

もう一つ、言いたいのは、自分たちの商店街だけで、自分たちの力だけで、何かをやろうといっても、なかなか難しい、うまくいかないように思う。地元のいろんな人の力を借りる、行政の力を借りる、そういうことが大事。

自分たちの商店街だけで全部やろうとするんじゃなくて、地元にある資源と言いますか、地元の力というか、人の繋がりとか農協とか不動産屋さんの力だとか、市の力だとか、いろんな力を有効に活用することが大事だと思う。

大澤： いろんな事例等の説明をしてもらい、これができれば商店街の活性化ができると思う。タウンマネージャーと言う話が出たが、しかしながら、富士見市内の商店街は法人化しているものはない。国とか商店街の活性化センターとか商店街の活性化をお手伝いしていただけたところもあるが、そういったところから支援を受けようとするとな法人化していないと受けられないという問題がある。

商店街も会員さんが減ったり、空き店舗が増えたり、なかなか元気が出ない部分があるとは思いますが、ある程度リーダーシップを持った方が引っ張っていただいて、法人格がなくても、そういった助成が受けられたりするような措置がとられれば、徐々に商店街が活性化していけるのかなと思う。

沼： 県の補助金は法人化している、していない関係なしで受けられます。今までは国の補助金は法人化していないとなかなか受けられなかった。今でも国の補

助金は、法人化していないと受けられないというのが多い。

ただ、法人格を持たないと、国の補助金は受けられないかというのと、そうではなくて、商工会という名前で、商工会の中に法人格は持っていないが、商店会連合会という組織があるが、その商店会連合会の名前で申請すれば、国の補助金も受けられます。

また、国では、今年度、新たに買物弱者対策事業をやっているが、(この事業は、3分の2の補助を受けられるが) 法人格を持たなくても、個人名でも大丈夫な補助金もある。

佐々木： 果たして、行政が何をしなければいけないのか、何ができるのかということをお考えなければいけない。たぶん、富士見市だけじゃなくて、大部分の市町村で行われている、商店街に対する支援というものは、大きくは金銭的なもので、これは商店会に対して補助を出すものである。また、個店に対しては、金銭的なものではなく、人的支援がある。

私は、20年前に産業振興課おり、商店街のことを担当していたんですけども、昔と、全然、変わってはいない。いかに行政というものは、商店街が何を望んでいるのか、そういうことの把握が本当にへたくそなんだなという感じがしている。

こういう会議の中で膝を交えて、商店街と本音を話し合っ、今、商店街はこういう現状なんだということをお、行政はきちんと理解しなければいけないと思う。そういった中で活用できるもの、どういったところへ支援を商店街は望んでいるのかということをおきちんと受け止める必要がある。単純に活性化のために商店街が祭りをやるから補助金を出すというような発想ではなくて、その祭りから生まれるものはなんなのかということをお地元と話し合っ、その祭りが、商店街の活性化等の次につなげられるようなものになるように指導していくことが重要だと感じている。

行政と商店街が一緒に考えていくスタンスがこれから必要だと痛感しました。自分で言っ、自分で反省をしているということがありますが、そのように感じました。

沼： 市として何ができるか一生懸命考えているんだけど、逆に商店街の方に市に「何してもらいたいのか」具体的に言っ、よ。と言っても出ないのが現実。商店街としても、今、商店街に何が必要なかわからないでいるのが実情では。だから、市に対して、あれを欲っ、これをして欲っ、というのを具体的に言えないのではないのか。市に金を出してくれと言っても具体的にネタがないと、市も出すことはできない。ただ、市にお小遣いくれではダメ、具体的なネタが必要。

佐々木： 行政と商店街との関係は、要求とかギブアンドテイクとかいう関係は良くないと思う。一緒に、こういった場で話し合っ、こういう事業をやろう

と決まったら、市は責任を持って予算化し、商店街は事業を実行するという立場、市と商店街で協働の取り組みをするというか、それぞれがそれぞれの立場に立った役割分担をしながら、一緒に産業振興、商店街振興を進めていくことが重要なのではないか。

高野： 区画整理の話が沼部長さんから出ましたので、この場を借りて、現状はどのようなかというお話しをさせていただければと思います。当初、21年の完成予定だったところが10年期間を延伸させていただきまして、平成31年に完成予定で事業を進めているところでございます。

ただ、ご案内のとおり、駅前は、非常に病院ですとか銀行さんですとか富士ビルですとか、大きな建物もありますので、31年に、本当に100%完了するかと、この場で言えといわれたら、確約はできないというのが正直なところです。しかし、市も国からの新しい補助を使ったりとか、市もなるべく早期に完成させるよう事業を進めていく予定です。

現在の市の当面の目標と致しましては、議会等でもいろいろとお話しをさせていただいているんですが、平成24年度に区画整理の真ん中を通っている東通り線に幹線道路(歩道部分は電線共同溝といって、地中化する予定があるため、事業者間の調整に時間がかかり完全にはできないが。)は、車も人も何とか通れるようにしたいと考えている。

駅前広場も半分ぐらいの面積を使って、市役所側から来た車がグルーっと回転して帰れるような、整備をしたいと考えている。駅前の真ん中に大きな幹線道路(都市計画道路)が通ることによって、人の流れですとか車の流れも大きく変わってくるのではないかと、市ができるハード事業の効果として期待しているところである。

都市計画道路の沿道に地権者の方が土地利用を進めていただければ、非常にありがたいと思っている。しかし、地権者さんの話を聞いてみると、今の景気の状態もあり、様子見かなという方もいらっしゃる。そのあたり、どうなるかわからないが、今、市のハード事業としてすぐできることとして、都市計画道路を早期に整備するを第一に進めている。

併せて駅前広場の整備の方ですが、用地の確保がまだ100%できていない状況なので、これからどういう駅前広場にするかということは、正直まだ決まっておられません。これから皆さんの意見を伺いながら、いわゆる基本設計、詳細設計に入って行くのかなと考えている。ちょっとまだお時間をいただきたいと思います、そのような現状です。

小阪部： 先ほど、いろいろなお話しが、商店会側からもあったんですけど、外部の人からお金を落としていただくのが商店街の活性化につながると思う。

それでは、外部の人で、どういう方々がお金を落としていただくかってず〜と考えていたんですけど、若者たちのお金の使い方というか、言葉は悪いんですけど、若者たちは平気で何でも買っていったりする。

もちろん地元密着の商店街は大切だが、それよりも賑わうという形で見てみると都内では吉祥寺とか、下北沢、高円寺というところがあるが、若者がものすごくいる。その人たちが何を求めているかを、別に、商店街は意識してやっているわけではないが、流行りとかいうチープな言葉で片付けてはいけないんでしょうけれど、その人たちが好きそうな食事処であるとか、カフェとかそういったものも併設されている。

しかし、実際、そういったファッションタウンとして成り立っているのかとみてもみると、まったくそうではなくて、中に入ってみると、本当に普通のお豆腐屋さんであったりとか、焼鳥屋さんであったりとか、地元の商店街の方々も一生懸命頑張っている。

そういったところが価値というか、そういったものをどのようにお互い、行政側と商店街側で話し合っていくかが大切だと思いました。

あと、うちの協働推進課とういところが、町会とか市民活動とか、そういったことをやっている課ですので、商店街だけではなくて、その街に住んでいる人達のニーズをどのように聞いていくのかということもやはり大切なことだと思いました。

沼： これからは年寄りの暇つぶしが大事になってきている。図書館とか公園が高齢者でにぎわっているようですが。若者が来てくれるというのは、それが一番いいのかもしれませんが、鶴瀬の駅前に若者が来てくれるかということ、なかなか難しいところがありますよね。

小阪部： 確かに高齢者の方々にも目を向けることも大事だと思う。私は、都内の商店街へよく行くんですけど、そういった中で、商店のお母さんというんですかね、店主の方というか、働いている方は高齢者の方が多いんです。

そういった方というのは、私たち若い世代にも、(若いと言っていいのかわからないが、) 暖かい感じがして、そういった雇用の仕方も魅力的であると感じた。

宮嶋： 第1回目のワークショップの時、案として、事務局から配布された「商店街版経営革新計画」は計画の内容を拝見させていただいて、まずタウン誌の発行とかイメージづくりとかファサード整備とかが事業としてあったのですが、タウン誌の発行とかチラシの発行とかいう事業は、商店街のソフト事業として、従前からどこの商店街でもやっているだろう。また、ファサード整備についても、従前から、いろいろな商店街で結構やっているところが多い事業手法であるということで、ちょっと新規事業で立ち上げた、にぎわい商店街づくり事業にはそぐわないかなと言わせてもらった。

もともと、県が「にぎわい商店街づくり支援事業」の立ち上げたのは、商店街が困っている状況で、月々1000円、2000円の会費を集めて、街路灯の電気代を集めてやっていくのが精一杯だという状況の中で、商店街として継続的にお金を稼いでもらって、お客さんを呼び込む。そんな事業を継続的にやってもら



って力を付けてもらいたい。という考え方で作ったものである。

今年、7 つほど、商店街の計画を認定させていただいて、補助をさせていただいているが、やっぱり、言われるように農産物の直売をやっているところが結構多い。

やりやすいという面もある。また、街中で生鮮三品を売るところがなくなってしまった中で野菜を直売すると、結構、売れるということで、農産物の直売が多くなっている。

事務局で作った、資料の17の企画書。この中にも、いい事業だと思う事業がたくさんある。朝市、夕市事業なども良いと思うし、御用聞き事業、宅配サービス事業などは、高齢化社会の進展に伴い、買物難民の問題が、今、大きな問題となっていますので、こういった事業を取り組みながら、お客様を集めて、商店街が生き残っていくというのは方策としては良いと思う。

また、まちの駅ですが、今年度、採択された7事業の中にも、取り組んでいるのが1件あります。農産物の直売以外の事業については、本当に事業として、ビジネスモデルとして成り立っているのか、制度設計がきちんとできるかというところがあります。

どれだけの規模の商店街でこの事業をやればペイできていくのか？補助金3年間なくなった後も継続的にやっていけるのか、よく考えていただいて、きちんとビジネスモデルとして設定できるものであればいい計画として、事業として成り立っていると思う。

「にぎわい商店街づくり支援事業」では、商店街が合同、又は連合でやっていただいても構わないが、ただ、名義については、補助金を交付する関係から、責任の問題がありますので、共同申請していただくことになると思うが、その時、また、具体的に相談していただきたい。

空き店舗の借り上げはなかなか難しい問題で、今年度の採択したところでも、実際に借りる段になったら、所有者の方と折り合いがつかないでストップしてしまったという事例もありましたので、その辺の調整がどうできるかが問題だと思う。

#### <大國事務所資料説明>

大國：テーマ・・・鶴瀬まちづくり博覧会

総合コンセプトとして「人＋まち＋商店街 鶴瀬まちづくり博覧会」の開催を提案します。商店街活性化には将来ビジョンに基づいたテーマの決定、地元中心のタウンマネジメントの実践、空き店舗活用などの個別課題への取り組みが必要である。特に鶴瀬駅前には区画整理の進行と既存商店街の活性化とが同時に求められている。そこで駅前の将来像を共有しながら、将来のまちづくりのテーマを現在のまちで先取りして実験的に実践することと、現在のまちの魅力を発掘して将来の街づくりへ活かすという双方向の実践が現在と将来のまちを活性化させるために効果的である。そのためその実験の場として街づくり博覧会を提案します。

内容はタウンマネジメントやライフスタイル調査などの基本的事項、新ブランド作り、将来店舗構想などの商店機能に関する事項、まちあるきなどのイベントによる活性化、交通ネットワーク構想や荘らいの街づくり提案など街づくり系などによって構成する。これらの実践組織得をタウンマネジメント組織に位置づける。

- ・拠点は例えば駅前のミスタードーナツの上の空き店舗などを活用
- ・商店街が共同してまちづくりの提案を行う博覧会委員会を設置
- ・将来の街づくりビジョンを作成し、街並模型を作り展示室で公開する
- ・ミーティン・将来のグタウンマップを作り配布し、意見を聞く
- ・定期的な情報誌をつくる
- ・将来の顧客となりうるファン倶楽部を立ち上げる
- ・将来の商店誘致作戦
- ・空き地でプレイベントを実施

既存店舗の魅力を発掘する事例として岡崎市の「まちゼミ」がある。

まち歩きツアーの事例として飯能の事例などがある。

博覧会の事例として柏の葉などで実践されているデザインセンターの事例がある。まちおこしイベントのじれいとして別府オンパク、ジャパンオンパクの事例がある。これらを参考にしながら是非実践へつなげていただきたい。

簗浦： 3点お話しをさせていただきます。

1点目はお客さんが商店街に何を望んでいるか？お客さんのライフスタイル（衣食住）が見えているか。即ちお客さんの洋服ダンスの中、冷蔵庫の中、室内が見えているかということです。見えずして商売をすることは闇夜に鉄砲のようなものです。ライフスタイル調査は商店街では費用的にも難しく商工会とか市がやらねばならないことです。

2点目はどういう街にするかというビジョンを持つことが必要です。区画整理が完成するのが予定では平成31年とのことですが、明確なビジョンを作成し皆が共有してこれから8年の間ぶれずに開発を進めてゆくことが肝要です。

3点目は成功している街づくりに共通しているのは「若者、バカ者、よそ者がいる」とよく言われます。我々はよそ者ですが、バカになって街づくりに取り組む人が出てこなければなりません。又街づくりには若者のエネルギーが必要不可欠です。

加えて一つ紹介したい記事があります。以前に10年以内に再び商店街の時代が来ると申し上げましたが、1月27日の日本経済新聞に小さな記事が掲載されていました。全国の中小スーパー1800店への商品供給や経営指導を手掛ける全日本食品が都心で小型スーパーの展開に乗り出すということです。既に過疎地に住む高齢者向けに小型スーパーを展開しているが、都心でも買い物に不自由している高齢者は多いと判断し年内に5～6店出店する方針です。イトーヨーカドーでも300坪の小型店舗の展開を始めており、徒歩圏半径300メートル、自転車圏半径500メートルのシェアを100%確保するコンパ

クトな競争時代が既に始まっており、これから商店街がこの動向にどう対応してゆくかを真剣に検討しなければなりません。

#### <フリートーカーキング>

沼： 今回のワークショップのきっかけは、商店街版経営革新計画（にぎわい商店街づくり事業）に、来年度チャレンジしてみようということですが、センターの所長からもふじみ野はやると言っているが、富士見は大丈夫か、本当に取り組んでもらえるかと言われていまして、この後、白須さんに聞かなくてはと思っている。

もう一つ言っておきたいのは、商店街が新たな事業になかなか取り組めない。新たな事業に取り組もうとするとき、必ず、成功することが約束されていればいいが、うまくいかない場合だってある。そんな時、会長さんが事業に対する責任も取らされるということはないが、やはり、責任は感じてしまう。そういうことを考えると、会長さんとしては、なかなか新たな事業に取り組めない。先ほど、タウンマネジャーの話をしました。責任や企画立案等の労力や精神的負担は、タウンマネジャーに分担してもらって、商店街が気軽に取り組めるようにしなければいけないと思う

白須： 事業を実行していく実行部隊がいないと、なかなか事業が前に進まない。内部の調整に時間がかかったりして。うちの商店街も店によっては、売り上げが激減したりしており、今、商店街としても何かしなければいけないが、何もできないでいる。歯がゆいというか、情けないというか。

しかし、タウンマネジャーのような、事業を進めてくれる方がいれば、商店街の役員も、なんとなくついていけば、全部やってくれちゃったよ（お金さえある程度出せば）ということであれば、うちの商店街でも、新たな事業に具体的に取り組めるのではないかと、今日は、そういうイメージがわきました。

横田： 私のところは、物販が私を含めて3店舗ぐらいしかない。何か一緒にやろうとしても実際には無理。うちの商店街だけで、何か新しい取り組みをするのはできないが、ある程度大きい流れができて、その中に参加してみないかということであれば、うちの商店街も一緒に参加することができるのではないかと。そういう気持ちには皆さんなって来るんじゃないかと思いました。

斉藤： 商店街として、いろいろ計画は考えてはいるが、なかなか煮詰まらない。そういうことで、なかなか新たな事業に取り組めないというのがある。商店会で何をやるかをある程度決めてやったときに、会長や役員に責任をいくのかなと思ったときにそうでもないと思う。ただ、会長さん一人だけでやることはできないので、手助けしてくれる人がいれば、結構、いろんなことができるので

はないかと思う。

あと、今、区画整理事業をしているわけだから、いいチャンスとして、これをうまく活用していかなくてはいけないと思う。

沼： 90億円の費用対効果、いい駅前ができただけでなく駅広げができただけでなくプラスアルファがなかったら面白くない。

せっかく時間も10年のところ20年かけているわけですから、時間もお金もかけただけの果実がないとさびしい感じがする。

鶴瀬駅は古い駅でありながら、富士見市の玄関口でありながら、あまり知られていない。東武東上線で東京に通っている人でもおりたことのない人が多いという。もしかすると、埼玉県に住んでいて鶴瀬駅を知らない人もいたりする。だからもっと富士見市とか鶴瀬という富士見市の玄関口をもっと発信していかないといけないと思う。

市は予算的には商店街の活性化ということで枠で予算を取っている。そんな取り方をしているところは他にはないと思う。市の方から積極的に商店街にアプローチしている。そういう市の思いに商店街も応えてもらいたいと思う。

佐々木： 商店街の活性化は市としても重要課題だと思っているので、必要であれば、予算をつける。そういう勢いでいます。ただ、まずは話し合える関係を築くことからまず始めていくのが重要だと思う。

沼： 浅見さんの方は地権者代表ということで、所有者が空き店舗をなかなか貸したがないという話もあったが、誘致はどうしたらいいのか、不動産屋さんとして提案的なものは何かありますか。

浅見： 鶴瀬駅東口は区画整理の道ができる、ここが玄関口になって、ここから市役所までの間というのは一番富士見市のなかでは中心街にならなくてはいけないところである。ここが玄関口で開発されるかされないかで、その後の土地の値段も住宅の売れ方も全て変わってくる。

さきほどのまちの博覧会ではないですけれど、どういうふうに鶴瀬が変わっていくんだというイメージが見えてくると、みんなもそれに向かいやすくなると思うが、なんか各論になりすぎてしまって、区画整理でも、自分の土地がどっちに移るんだという、そういう話にばかりになりすぎてしまっている。もっと、駅前整備をどうするかというような、イメージが見えてくる、夢のある話をしてほしい。

鶴瀬駅東口は、区画が狭いので、大型店が入ってくる心配はない。また、高齢化が進み、自転車や徒歩で買い物をする人が増えている。大きなお店ではなく、200戸ぐらいを商圈とするような小さなお店が求められている。住みやすいまちの玄関口として、そういうニーズに対応した駅前商店街をつくってほしい。

大澤： 商店街の活性化センターでは助成制度の紹介をしている、さらに申請書の書類作成のための指導員を派遣してくれる。申請書類の作成も商店会で行くとすると、なかなか大変なので、是非、県の方でもそういった方策をつくっていただけたらと思う。

佐々木： 先ほど、補助金の申請書類の作成が大変だという話がありましたが、商店会への補助金は、市の補助金、県の補助金とも、そんなに大変ではなく、処理しやすい。商店会から、本音のところを、ざっくりばらんにこういうことをやりたいんだということをぶつけてもらえれば、市でもお手伝いをするし、そんなにハードルは高くないと思って欲しい。

高野： 区画整理事業については、地権者の方、商店街の方、鶴瀬駅をご利用の方等からいろいろご意見をいただいております。期待もされています。市長の地元ということもあり、予算は多めについている。(西口を含め)なるべく早めに市としてできるハード事業をやっていかなければいけないと思っている。今後も、皆様のご意見をお聞きしながら、期待にこたえていきたいと思っている。

小阪部： とても勉強になった。東口の整備ということで、そこに住む地域の方々のお話をお聞きして、西口と東口にある町会等とも連携して、こういった意見をなるべく反映できるようにすれば商店街も盛り上がってくるのではないかと思う。

私どもは、町会活動等を担当しているので、自分たちが持っている情報と商店街を活性化させていくような方法があれば、様々な情報を皆さんに提供させていただきたいと思う。

福田： 「シルバーコンビニについて」

ワークショップに参加させて頂き、色々な立場の方の意見を聞き感じた事を記します。商店街活性化は全国で問題になり色々な形で実行されています、補助金を利用したイベント、農産物直売、交流処など期限付事業が多いと思います。「シルバーコンビニ」は基本的には「商店街・地域の企画処」「交流、情報の場所」としてまず街に存在する事が重要と考えています。

地元には色々な能力持つ方が居ると思います、経験、知識、技術、人材交流など地域の為に活かしたらと思う方、ボランティアだけでなく、仕事をして収入を利益を上げたい、このメンバーが商店街、地域活性化を目的として事業を推進する。グループとして地元に着する。そして鶴瀬駅前の活性化目標を打ち出し、市民に話題を提案し広報する事からスタートし、地域の魅力、必要なものを掘り起こし事業企画する処が必要です。資金は宣伝費、企画料、会費、補助金、出資、借入れなど検討する。街の総合企画宣伝営業部として、行政、商店会、商工会、住民の情報交流処としての役割と活性化事業を企画・宣伝・営業・販売と段階を経て「地域の財産を素材とし」「事業化を目的」として推進

していく。一時的なものではなく、持続可能な事業として活動する処「シルバーコンビニ」の設立を提案します。

次に駅前デッキ構想について富士見市役所への玄関口に位置する鶴瀬駅東口は地域へのイメージが影響する場所です。駅前には人々に愛着、誇りを感じさせる空間が望まれます。人と車の分離で便利で人に親切なロータリープラン、改札口から直接ペディストリアンデッキにより各店舗へアプローチができる、駅周辺建物には役所の出先ショップ、生鮮3品のお店、託児所、書籍、シニアクラブなどデッキで結ばれベビーカー、車椅子歩行、自転車、自家用車、タクシー、バスなどの利用が1階2階で機能し、人々に優しい空間をつくり、駅前から谷津の森公園までの東通線は緑化環境づくりには最適なシンボルロードとして駅前広場、デッキ上へと緑化を連続させる要素となります。電車利用者に対する駅舎、街のイメージアップも大切だと思います、線路周辺に樹木など緑化、駐輪、広告など配慮し外来者に対する街の印象も大切です。また物産など駅前、車内で地域の特性を感じることも発展につながると思います。新しい駅前街区が誕生する訳ですから、地元の魅力を再発掘し産業、文化芸術溢れる街で人が来たい、人に優しい、安心、癒しを感じさせる鶴瀬駅東口が活性化と価値ある未来へ向きます。

吉田： 鶴瀬駅前商店街は富士見市の中心駅鶴瀬とともに栄えたようですが、市の発展とともに、南にみずほ台駅、北にふじみ野駅ができ街は発展を続けている。市の中心である鶴瀬駅は現在東口土地区画整理事業の真最中で新市街と旧市街の街全体を今後どのように融合していくのか整理事業の整備改善期間も、長いスパンで難しい課題である。

駅前広場、東通線から街全体がいかにか放射状に賑わい街づくり環境が創れるか。駅を拠点に街並みができた商店街が大きくなつながら持つような土地区画整理をやっていただきたい。街並みを創るイメージづくりが大切である。

現況は商店街が放射状に伸びているが、駅から離れるほど空き店舗が多い状況ではあるが、街の発展とともに伸びてきた商店街は、住民会話の場であり台所でもあったはずです。

先ほどの賑わい商店街提案事項にもあるとおりで、これからはその議論提案検討の中で、実行、実施、挑戦できるものから、個人、商店会、各団体を問わず賛同者とともに行動を起こすことが先決であると感じます。

行動するためのタウンマネージャーが必要かも知れません。

東武東上線沿線富士見市は、全国の中で比較して活気のある人口も多い街です。富士見市は埼玉の中心として東京方面のベッドタウンであり、東は農産物の生産地、西は三芳町とあわせ工業生産工場があり、多くの人達が行き交う街です。街の魅力も歴史的城址公園、貝塚公園、自然の水辺空間、広い緑地田園田畑風景など、市民、街を訪れる人々の散策コース、サイクリングも含めて魅力いっぱい街です。

この変革の時代の中で、コンセプトを創り、転換し、特色魅力ある、行きたい住みたい街づくりの必要があると感じます。

魅力ある街への将来イメージとして、新旧の街が融合できる街並みビジョン、魅力ある土地区画整理事業ビジョン、交通体系環境整備ビジョン、街全体連携活性化ビジョン、広域連携名産工芸品づくりビジョンなど、商店街の特色を生かした構想が必要と思われまます。

ワークショップにて多くのことが提案討議されてきた内容の中から、まずできることから手をつけ実行しなければ何も始まらない感じがします。その選択議論をしながら実行に移して行こうではありませんか。その中で当事務所も参画しお手伝いできることも掴まえていきたいと思ひます。

宮嶋： 大澤さんがおっしゃっていたように、補助金の書類作成、確かに私ども相談に乗らせていただきますがまず、市町村に書類の作成等ご指導いただきまして、地域振興センターも同じように相談のっていただければいいのかなと思ひます。また、ワークショップの中でも皆さんいろんなアイディア出されたと思うんですけど、商店街の活性化は、いろんなアイディアがあると思う。私どもももにぎわい商店街づくり事業だけやっているわけではなくて、いろいろなソフト事業、ハード事業制度的にはいろいろ取りそろえている。ただ、予算は年々年々減っている。その中で要望される商店街にご支援させていただくことはなかなか難しいかもしれないが、いいアイディアを出していただいてご要望・ご相談いただければ有り難い。

沼： 私なんか思うのは 90 億かけてるわけですから、90 億に見合った夢を市民の皆さんが感じられたらいいなと思う。チャレンジとか挑戦することは商店街にとって必要なのかもしれない。

気軽に挑戦できるようにするためには有限な責任全部最終的には会長さんが責任とれとか言われそうな雰囲気では挑戦はできない。気軽に挑戦する、チャレンジをするということがないとなかなか今の現状から飛躍したり前に進むことができない。

これで、第3回ワークショップ富士見を終わりにしたいと思ひます。長い間ありがとうございました。このワークショップで、皆さんと議論したことは、報告書という形にまとめて、みなさんのところにお届けしたいと思ひています。どうもありがとうございました。

10、関連資料

富士見市 鶴瀬駅東口土地区画整理事業  
現況撮影 2010年6月15日



区画整理事業 東通線（県道）整備事業工事中



鶴瀬駅東口







鶴瀬駅前通り商店会



鶴瀬東口駅前商店会



鶴瀬東中央通り会





鶴瀬駅前通り商店会



谷津西本通り商店会



扇田商店会



参考事例

所沢駅西口 プロペ通り商店街



浦和市 北浦和駅西口 ハッピーロード商店街





浦和駅西口 仲町商店街



## 今後への期待

このたび東武東上線鶴瀬駅東口にぎわい商店街づくりのワークショップに参加させていただきました。西口はすでに区画整理が完成し、これから住宅や商店が進出して、まちができてつあるところであり、東口では今まさに区画整理の最中で、これからのまちづくりと既存のまちとの融合が期待される状況となっています。まちの皆さんは区画整理の進捗に非常に期待しており、行政の方からスケジュールなどについて丁寧な説明があり、それならば将来構想を皆で描こうでないはないかという認識ができたのではないかと思います。現在の商店街は昨今の社会経済状況の変化の中で空き店舗も出てきており、なかなかきびしい状況にあるのも事実であります。しかしながらワークショップの中で行政の方々からの問題提起や事例研究、地元の商店街の方々の熱意ある議論の中から、個別の商店ではできないことも商店街が一致協力すればテナント誘致や町の美化、イベントの実施、新たな経営の実現などの可能性があることがわかってきました。現在の顧客ニーズやライフスタイルを把握し将来ビジョンを皆で共有することも最初のステップと言えらると思います。そのなかで商店街のモール化や将来の街づくりとの関連を実験的に先取りしてみることもひとつの方法だということです。それらを実践するためには行政や専門家、ボランティアの方々の力を借り、タウンマネージャーをお願いすることも一つの方法であることがわかってきました。今後はこれらの成果を実践に移し、区画整理と既存の街が融合したすばらしいモデル都市を実現していただきたいと思っております。そのためには私共も微力ながら応援させていただきます。貴重な経験をさせていただき、座長の沼尚司様始め皆様に感謝申し上げます。

平成23年3月

大國道夫 蓑浦英一 福田博 吉田修

報告書作成

大國道夫・都市・建築総合研究所株式会社

〒160-0022 新宿区新宿 1-3-8 YKB 新宿御苑 4F

tel 03-5919-3457 fax 03-5919-3458

Email michio-okuni@omlab.co.jp

URL <http://machi.omlab.co.jp/>