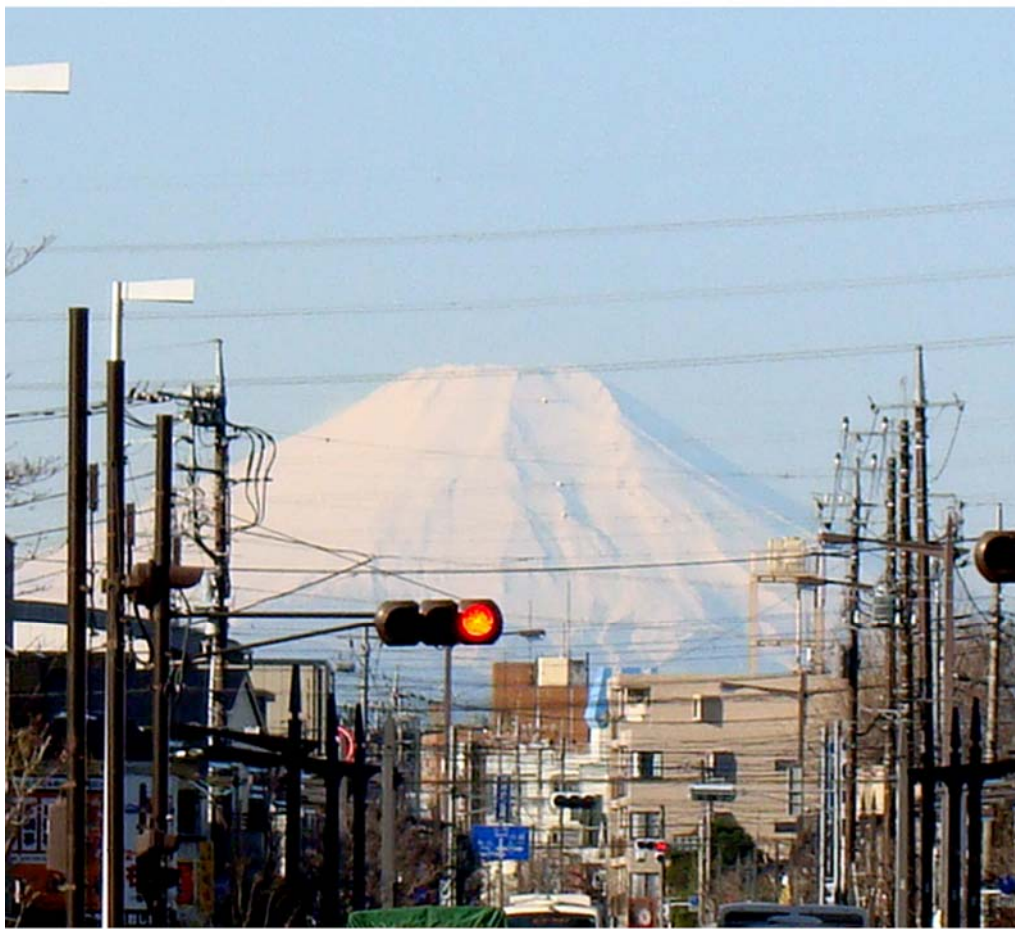


平成 2 2 年度 地域ワークショップ（ふじみ野）

上福岡駅東口にぎわい商店街づくりについて

報告書



平成 2 3 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。上福岡東口は、昔も今も富士見市の玄関口
ふじみ野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」、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。

上福岡駅東口は、和光市～東松山までの東武東上線（埼玉県内）で、川越のクレアモールの次に商店街がにぎわっている。更なるグレードアップはできないだろうか。市の玄関口整備（駅前整備）や中心市街地活性化で、一番必要なのは、商業機能（にぎわい機能）ではないか。

駅前整備や中心市街地活性化で、一番重要な役割を担うのは商店街。
意見を言うだけではなく、行動しなければダメ。本当の市の玄関口整備をするのは、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（ふじみ野）
上福岡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〔ふじみ野〕

日 時:平成 2 年 8 月 26 日(木) 午前 11 時～午後 1 時 30 分

場 所:「竹むら」ふじみ野市上福岡 1-11-5

テーマ 上福岡駅東口にぎわい商店街づくりについて

～駅前から中央公園までを複数の商店街がそれぞれの特色を出し、

魅力と彩のある商店街群として中心市街地のにぎわいを創出する～

課題の協議

(1) ほじめに・・・地域ワークショップ(ふじみ野)を実施する理由

(2) 商店街の活性化

(3) 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～

(4) 上福岡駅東口にぎわい商店街づくりについて

(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

～上福岡東口にぎわい商店街づくりについて～

日 時:平成 22 年 11 月 9 日(火) 午後 1 時 30 分～午後 3 時 30 分

場 所:ふじみ野市商工会会議室(3 階) ふじみ野市上福岡 1-5-14

課題の協議

(1) 第「回ワークショップ、ソブの課題の整理

・商店街を取り巻く環境の変化と商店街の活性化

・ショッピングモールへの転換

(2) 今後商店街で取り組むべき事業のアイディア出しと検討

(3) 商店街のイメージづくりによる活性化の検討

平成 22 年度 第 3 回地域ワークショップ

～上福岡東口にぎわい商店街づくりについて～

日 時:平成 23 年 2 月 14 日(月) 午後 2 時～午後 4 時

場 所:ふじみ野市商工会会議室(3 階) ふじみ野市上福岡 1-5-14

課題の検討

(1) 上福岡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) まちの魅力発見とブランド開発 大國事務所

～既存の街の魅力を活かして商業活性化へ展開する～

(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（ふじみ野）委員

	所 属	職 名	氏 名
委 員	ふじみ野市産業振興課	係 長	貝瀬 晴美
委 員	ふじみ野市産業振興課	主 任	本橋 直人
委 員	ふじみ野市商工会	経営指導員	井上 務
委 員	ふじみ野市商工会商業部会	部会長	星野 貴一
委 員	ふじみ野市商工会商業部会	会 員	片柳 欣
委 員	一番街商店会	会 長	武田 稔
委 員	上野台銀座商店会	会 長	西上 務
委 員	上福岡銀座商店会	会 長	新谷 襄
委 員	サンロード商店街振興組合	会 長	沢田 安雄
委 員	八雲通り商店会	会 長	近藤 政一
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 任	高岡 真友美
委 員	県都市整備部市街地整備課	主 査	牧野 秀昭
委 員	文京学院大学	講 師	松村 邦彦
講 師	大國道夫・都市・建築総合研究所（株）	代表取締役	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	PAM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	主 任	鶴見 節子

3、ワークショップ主旨

3-1 地域ワークショップ（ふじみ野）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。上福岡駅東口は、昔も今も富士見市の玄関口。

ふじみ野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。

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。

上福岡駅東口は、和光市～東松山までの東武東上線（埼玉県内）で、川越のクレアモールの次に商店街がにぎわっている。

更なるグレードアップはできないだろうか。

3-2 駅前整備について

市の玄関口整備（駅前整備）や中心市街地活性化で、一番必要なのは、商業機能（にぎわい機能）ではないか。上福岡西口を見てみよう。駅前広場、駅前道路は整備された。商業機能が、きちんとはりつかないと、魅力的な駅前に見えない。駅前整備や中心市街地活性化で、一番重要な役割を担うのは商店街。意見を言うだけではなく、行動しなければダメ。

本当の市の玄関口整備をするのは、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。

3-3 商店街の活性化について

「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。「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。

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。

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。

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。「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上福岡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

上福岡駅東口にぎわい商店街づくりについて

～駅前から中央公園までを複数の商店街がそれぞれの特色を出し、
魅力と彩のある商店街群として、中心市街地のにぎわいを創出する～

5－1 5つの商店街がそれぞれの特色を出し、一緒に行動する。

(1) 商店街側の都合で、5つの商店街に分かれているだけ。商売をするうえで、
5つにわかれているメリットは何もない。お客のニーズや都合に合わせるべき。

(2) ライフスタイル調査に基づいたビジョンづくり

(3) 5つの商店街の回遊性を作り出すための方策を検討する。

1) ワンストップサービス（5つの商店街で、日常の必要なものは全部そろう）

2) 時間つぶしができる商店街・・・買い物がなくても行きたくなる商店街。

買い物のついでに歩きたくなる商店街。

3) 横丁づくり

4) 回遊動線の形成

(4) 5つの商店街が力をあわせてにぎわいづくりをする。

5つの商店街が合同でイベントを実施する。

1) 中央公園がメイン会場になって行われる、七夕まつり、産業祭のとき、6つの商店街合同で、ナイトバザールのようなイベントをする。

2) 中央公園を会場にした、5つの商店街主催のイベントを実施する。

「このすパーキングバザール」年間12回（金曜・土曜）

「北本あきんど市」毎月第二金曜・土曜

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)の见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

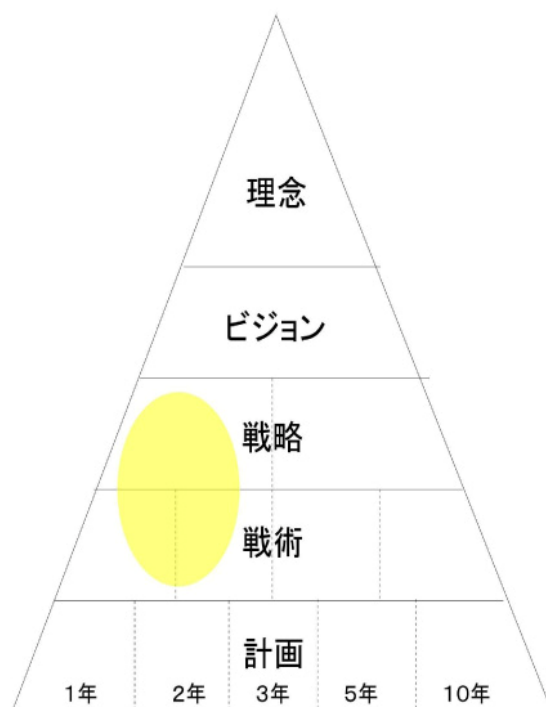
1. グループインタビュー・レポート(発言録)
 2. 調査内容分析
 3. 調査報告書作成
 4. プレゼンテーション資料作成
 5. 報告会開催による情報共有
 6. 調査報告書の共有に基づく街活性化検討会開催
- * 調査報告書例

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

上福岡商店街ビジョン

試案



感動創造商店街
お客様に喜びと幸せを

毎日行かないと落ち着かない商店街
商店街は生活の一部
環境づくり 場づくり 絆づくり

住民から是非必要とされる商店街
ライフスタイル調査
地元学ネットワーク ショッピングモール

アートカフェ 健康と環境 シルバーコンビニ
スクール 個店強化 タウンマネージャー
スローガン イベント 時間消費

理念 : 基本的価値観と目的意識
何のために商店街はあるのか

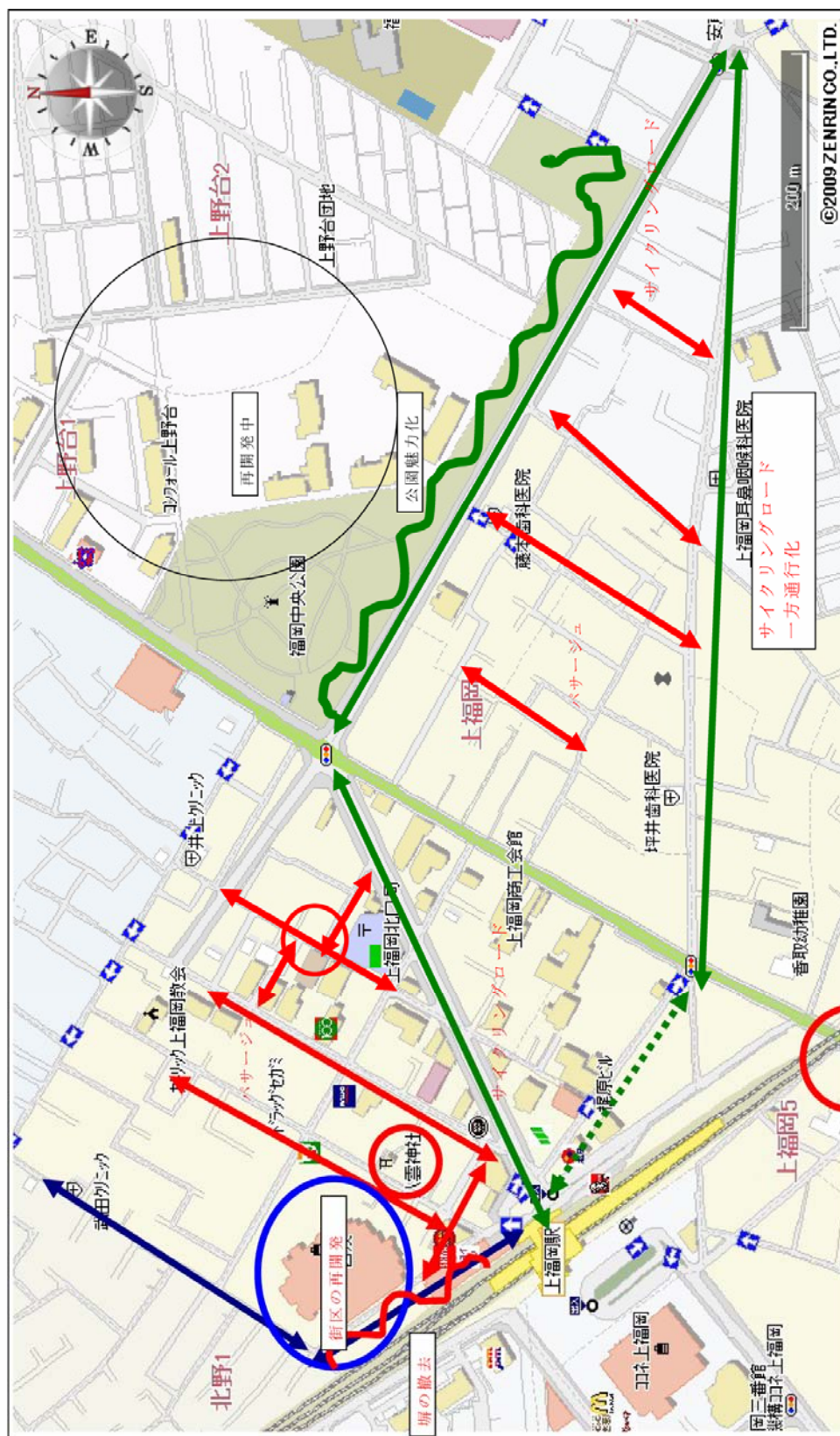
ビジョン : 理念の見える化 未来構想図
未来像をビジブル化したもの
どのような商店街になりたいのか

戦略 : ビジョン達成のために何をすべきか
大局的方策

戦術 : 個々の具体的術策

計画 : 戦術達成のための行動策定

サイクリングロード+歩行者パサージュ計画



サイクリングロードと歩行者パサージュを整備することにより商店街への人々の回遊性を活発化する。

そのためには福岡中央公園の緑の環境を街中へ積極的に引き込む。駅周辺では解の撤去などにより歩行者パサージュを整備、強化する。



5－2 今すぐ取り組めることを考えてみよう。・・・やる気さえあれば、お金はそんなに必要としない事業

○空き店舗に大宮商業高校のチャレンジショップが開店

○「子供あきない体験」・・・子供たちが学べて、楽しめるイベント

○貝塚大忘年会（寺下商店街振興組合）・・・地域コミュニティーと自分たちが楽しむ

○便利屋さんサービスを行っています・・・昔の御用聞きシステムの復活

○空き店舗の活用、運営・・・「茶房&スペース町屋」

チャレンジショップ「しあわせのえきプラス」

○イルミネーション事業・・・クリスマスイルミネーション・・・草加市、所沢市外・・・夢チャレンジ事業で上福岡銀座商店街

○「まちの灯り再生」～風情ある燈籠が、街を、心を明るく照らします～

○100円商店街・・・反応銀座商店街

5－3 中長期的に取り組まなければならないことを考えてみよう。

・・・ハードも含めた、お金も必要とする事業。・・・だから商店街の理解を得るのにも時間が必要。

○レトロなまち、豊後高田

5-4 商店街を一つの運命共同体とする事業を実施する。

(1) 商店街として、御用聞き事業、宅配サービス事業を行う。

(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。

(4) 商店街で、売れ残り品を店先に並べ、アウトレットモールを開催する。

(5) 商店街と住宅地を結ぶ 住宅地—生産地—商店街・宅配便

ふじみ野市「上福岡 商店街群」及び地域活性化について…具体案「1」

メモ…1

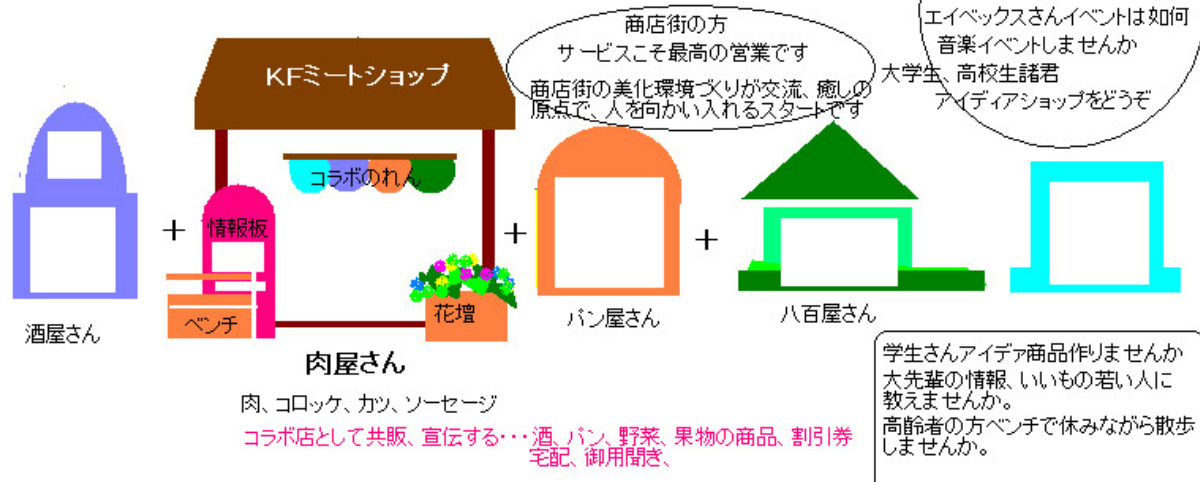
商店街が中心になり地域全体の起爆剤としてスタートする…「街興し商店街」

- ① 上福岡西口商店街は変わります。
- ② 地域の魅力を再発掘します。
- ③ 新しいものをつくり、皆のアイデアを活かします。
- ④ 人々の交流を計る環境を提案します。
- ⑤ 楽しい食卓、癒し環境を提案します。
- ⑥ 街並み環境をきれいになります。

商店街再生プラン「街興し商店街」… 既存商店街「各店舗」が地域の物産、情報をアピールします。
商店街全体が一体となりサービスします。
各店舗は商品の充実に専念し専門店を目指します。
地元のアーティストを応援します。

「例1」

商店街の店舗とコラボ + 他地域商店、生産者とコラボ + サービス



5－5 商店街の特色を生かした事業

(1) 上福岡東口は飲食店が多い、特に上野台銀座商店街は飲食店街が多い

- ・上福岡東口商店街 B 級グルメ王座決定戦
- ・飲食店マップの作成

(2) イチオシ料理、裏メニュー、賄い料理等の紹介、イチオシカクテル、イチオシソフトドリンクの紹介

- ・温泉めぐりならぬ、飲食店めぐり。飲食店めぐり手形。はしご優待券（2 軒目は 1 割引 き、3 軒目は 2 割引き）

(3) カラオケ屋が多い

- ・カラオケ屋で近くの飲食店の料理やドリンクが注文できる。

5－6 商店街の欠点に着目した事業

(1) 生鮮三品のお店がなくなってしまった。

競合するお店がないから、遠慮しないで、よそからお店を誘致できる。

- ・川越市場の仲卸による、出張日曜市場。
- ・地元の農家による、店先での日曜野菜産直市。
- ・地方の農産物、海産物を出張販売する、地方特産品市

(2) 物販のお店が少ない。飲食店ばかりが多い。

- ・上野台銀座商店街に更に飲食店を誘致して、のんべい横町、飲食店街の横丁をつくる。 横浜中華街ならぬ、上福岡うまいもん横丁。

(3) 魅力ある店舗が少ない。専門店が少ない。一番街商店街の自転車屋さんのような専門店が増えないと商店街の魅力が高まらない。値段重視の大衆向けの商品は、消費者はスーパー等の大型店に買いに行く。スーパーと同じような商売をしてもダメ。

- ・商店街を何処にもある商店街ではなく、商店街を専門店街にする。
個店改善事業で、商店街の各個店が個展の魅力をアップ。今の個店を専門店にかえていく。それぞれの個店が地域の一番店になろう

5－7 広報に注目した事業

魅力ある店舗はあるのに、宣伝が充分でなく、お客様に周知されない。

(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作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ホームページ作りを行う。

(3) 学生による経営調査

「社会調査」のうちの 1 コースとして、大学生が地元商店街の市場調査を行なう。各 商店の経営者の年齢、後継者の有無、販売戦略などの基礎データを収集して各商店、 商店街の課題を分析する。さらに、商店街の PR パンフレット作成も行なう。

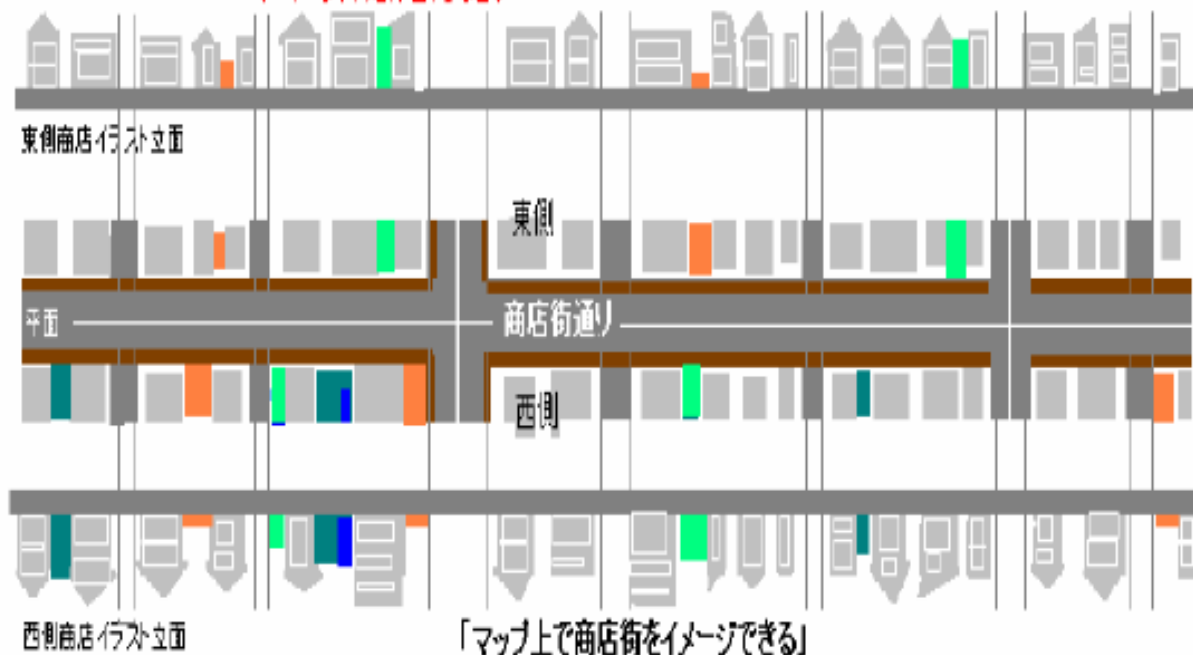
(4) 商店街辛口ツアー

地元の住民を対象に商店街のツアーを行い、個々の店舗で、店主の説明や試食を行い、参加者から改善すべき点の意見やアイデアを聞く。

(5) 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する。

商店街マップ

「商店街マップ作成案」 各店名称、通り名称、公共物、公衆電話、緊急連絡、WC、休憩所、喫煙所、ベンチ、案内情報板、店のアビ
、「イベント、定休日、」など。



5－8 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。

(1) 自然発生し、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自然発生し、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。

・商店街を専門店街にする

今の個店を一つのコンセプトに基づく商業集積（専門店街）へと計画的に転換していく。

(2) 5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。

5－9 コミュニティの場づくりの事業を実施し、商店街がコミュニティ活動の一翼を担う。

(1) 今までは、商店街は物を売る場だったが、これからの商店街は、ものを売る場としてだけでなく、コミュニティーの場、サークル活動の場、市民が交流したりする場として、時には、高齢者の時間つぶしの場になっていかななくてはならないのでは。

(2) まちの駅（空き店舗等を活用）・・・道の駅ならぬ、「まちの駅」・・・本当の駅の機能の役割の一部を分担する。・・・ふじみ野市を散策するときの拠点になる。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。

(3) 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を開催する。

(5) 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の法人、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。

(6) 商店街では、後継者がいないことが大きな問題となっている。今のように稼げない商売では、若い後継者は生まれない。これからの商店街の後継者は、若者ではなく、リタイアした高齢者かもしれない。高齢者の高齢者のための高齢者による商店街。高齢者で組織したNPO等と連携した商店街づくりもあるのでは。

(7) 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、特に買い物弱者のために、空き店舗等を活用し、物販等を実施する。

(8) 自転車をテーマとしたコミュニティカフェ

(9) 地元学ネットワークによる空き店舗活用

「仮称」シルバーコンビニについて Silver convenience space

目的・・・少子高齢化時代の中、退職し第二の人生は如何するか、まだ働きたい、働くスタイルも考えたい、こんな方多いのではと思います。

経験、知識、技術、人材、など蓄積された財産をこれからの人生に役立てる事が出来れば有効です。退職し地元に戻り、住まいから近くの地元産業、地元商店街の、発展の為に役立ち、収益を上げ交流が広がり、高齢者に便利な場所づくりが必要と考えました。

内容・・・地元生産物のイベント販売。各種情報案内掲示

地元産業の広報宣伝、地域活性化の後押し、他地域とネットワーク化推進。

地元工芸品、アート、芸術家、エンタティナー、等の、広報、販売代理。

店内に地元商店のアンテナショップ「スペース」を設け案内、販売する。

高齢者情報管理サービス。AED設置緊急医療案内板を設ける。

行政業務の補助、協力、代行業務交渉等。

旅行、スポーツ、アルバイト、地域ボランティアなどの情報収集 企画、実行。

地元行事、地元商店街のイベント情報誌、チラシの広告宣伝企画営業。

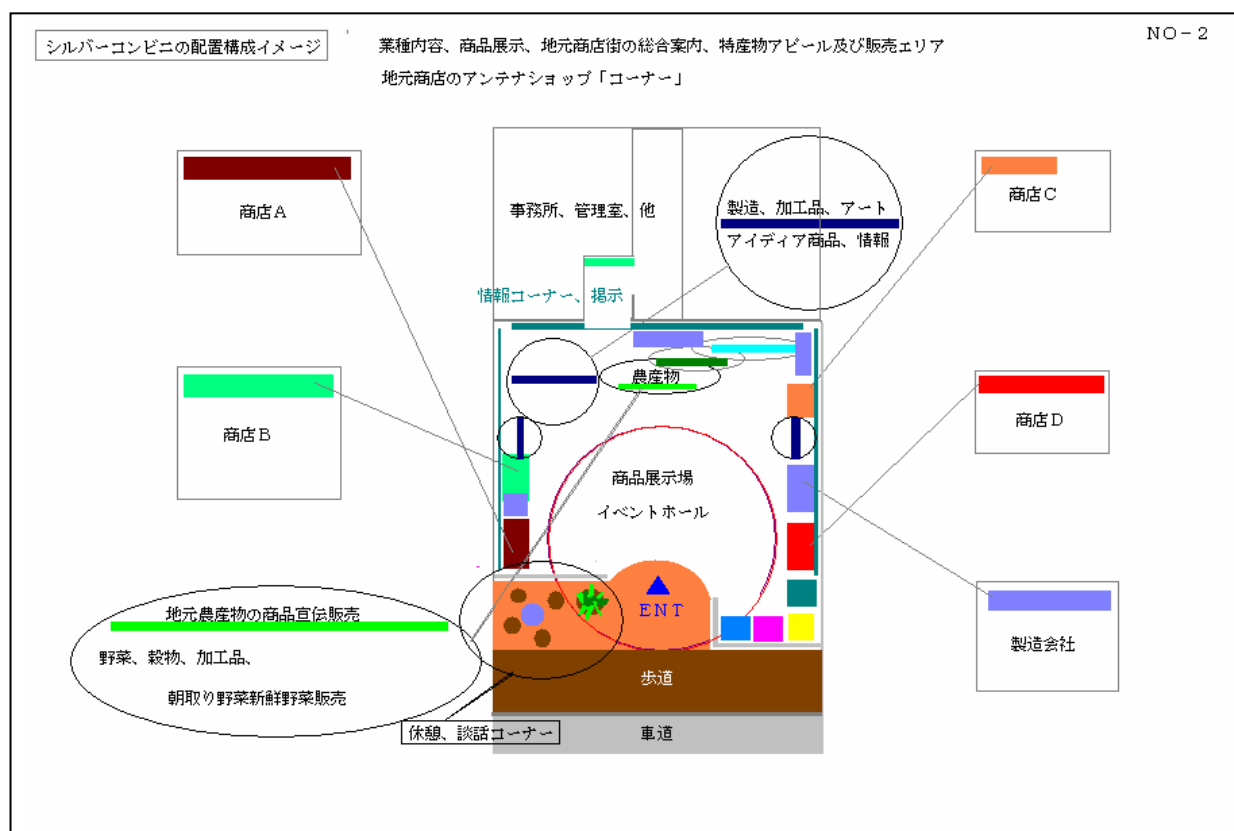
店内の一部に休憩談話コーナーを設け地元なんでも情報を収集する。

地元商店街空き店舗の企画宣伝営業を推進する。

場所・・・地元商店街の店舗「空き店舗を賃貸」

運営・・・目的に賛同する有志、高齢者、地元愛好者の人々で組織し運営する、賛同者の出資、販売売上、宣伝、営業収入で収益を上げる。

配置構成イメージ



インテリア イメージ



自転車カフェ
商店街版経営革新計画概要 案

1. 計画期間（3年間）

2. 商店街の現状と課題

ふじみ野市は65歳以上の人口が本年10月時点で21%を超えて（21.2%）超高齢社会に突入する一方「無縁社会」とも呼ばれる時代に於いてこれからは市民の孤独感を解消する絆づくり、即ちコミュニティの形成が喫緊の課題となってくる。

生活インフラとしての地域社会が強くなり元気になるためには商店街が強くなりコミュニティ形成力を高め市民老若男女の生活力を上げなければならない。

3. 商店街の目指すべき将来像（ビジョン）

生活インフラとしての「商店街は市民生活の一部」として、「毎日行かないと落ち着かない商店街」を目指すことが求められている。商業は地域の文化そのものであり、単なる流通業として捉えるのではなくお客様に喜びと幸せをもたらし、お客様との感動の関係が生まれる「感動創造商店街」としての文化的価値を創出し地域のコミュニティ形成力を高めることがこれからの目指すべき商店街像である。

4. 商店街が取り組む主な事業の概要

コミュニティ形成力を高める方法の一つとしてコミュニティカフェの形成が重要な要素となってきた。

今、自然発生的にコミュニティカフェが全国各地で生まれ地域の絆づくりとして多彩な活動を続け「溜り場」や「居場所」となっており、コミュニティカフェをどんどん作っていけば、コミュニティ形成が出来てくることが分かってきている。ぐるっと埼玉サイクルネットワーク構想とも連携し、自転車保有率日本一を背景に自転車をテーマとしたコミュニティカフェづくりを商店街の中の空き店舗を活用して行い、この場所づくりを「基点・起点・輝点」として商店街の活性化を進める。



コミュニティカフェとは

コミュニティカフェ研究会

1、人と人が交差する自由な空間

地縁、血縁に頼れなくなっている現在、無理のない方法で、気楽に支えあえる地域社会の再構築と様々な人たちが集うことでハード、ソフト両面のバリアフリー化の促進

2、あらゆる情報の交差点

様々な情報を交換する日常における偏った情報だけでなく、あらゆる角度から集まってくる情報により、生き甲斐、やりがい、生涯学習のチャンスにつながる

3、友達を作る(人的ネットワークを広げる)

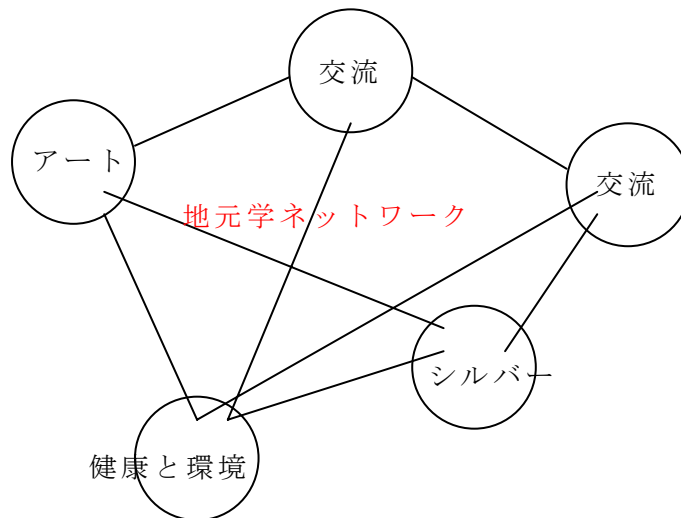
どこからでも参加できる仕組みを作ることにより、狭い地域での濃密な人間関係に陥ることなく、排他的な関係を脱し、広く緩やかなネットワークを作ることにより、居心地のよい人間関係を再構築していく

4、もっと素敵な生き方にチャレンジするきっかけをもつ

様々な背景を持った人たちと出会うことにより、自分自身を改めて見つめなおすきっかけを持つことが出来、また、お互いの経験をもとに相互のカウンセリング機能を持つことにより、再びチャレンジする勇気をもつことが出来るようになる。

地元学ネットワークによる空き店舗活用の実施

- 1) 総合コンセプト 「地元学」 ネットワーク
- 2) 個別テーマ
 - ・アート 「アート感覚カフェ」
 - ・健康と環境 「健康と環境スポット」
 - ・シニア 「シルバーコンビニ」
 - ・交流 「スクール コミュニティーの館」
- 3) 展開イメージ
 - 1) 複数の店舗で展開できる計画とする。
 - 2) まち全体の活性化と結びつける



- 4) 予算 (モデル) (個別事業ごとに再検討)

各プロジェクト	初年度事業費	900万程度と予想
	次年度以降	700万程度と予想

『スクール コミュニティーの館』

【人生は生涯学習 学び 遊ぶ 空間提供】

『アート感覚カフェ』

【「地元学」的発想によるカフェ空間の提供】

『シルバーコンビニ事業館』

【シニア世代が地元で再チャレンジする空間提供】

『健康と環境スポット』

【ウォーキングの拠点とガーデニング教室の空間提供】

5-10 地域資源、観光資源等を活用した取り組みを行う。

(1) 水天宮祭りの復活・・・水天宮は上福岡駅前から少し離れているので、水天宮と結びつけたイベントはなかなか難しいかもしれないが、ふじみ野の歴史や文化とからめた、そんなイベントや事業を行い、話題づくりをしていくことも必要。

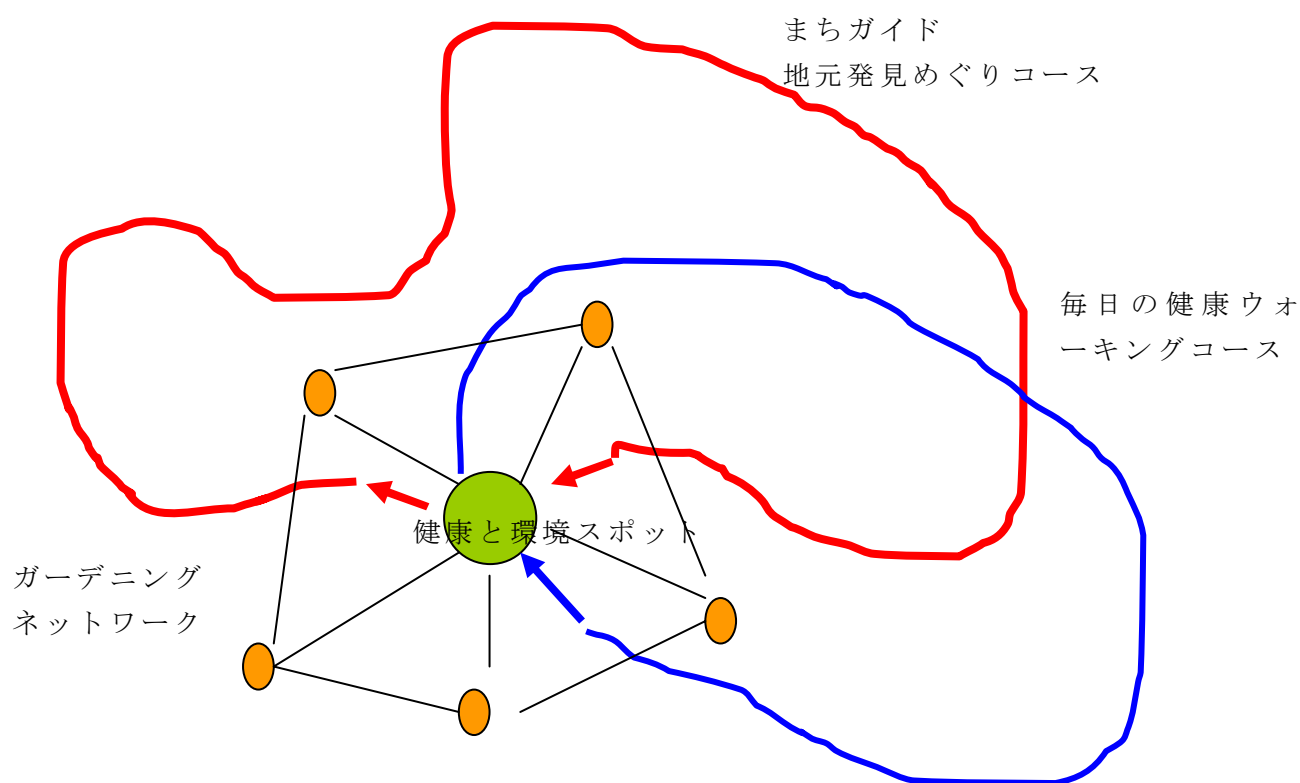
(2) 自転車の駅（空き店舗等を活用）・・・まち歩きという視点で考えてみる必要がある。

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。

(3) となりまちのと連携エコツーリズム

エコツーリズム

【ウォーキングの拠点とガーデニング教室の空間提供】



6、実現へむけての取組み

6－1 「にぎわい商店街事業」

- (1) 名店街では23年度県の補助事業の「にぎわい商店街事業」に手を上げています。今年度この事業でやった商店会の特徴はどんなものか教えてください。
- (2) 今年度は7つの商店会でこの事業をやってもらっていますが、ほとんどが、青空市、野菜の産直販売です。今年は、初年度なので、応募者も11商店街と少なく、審査も緩かったと思いますが、来年度は、2年目になり、申請予定が多く競争倍率も高くなるだろうし、審査も厳しくなり、今年と同じような野菜の産直だけでは採用されないかもしれない。
- (3) 今回のにぎわい商店街づくり事業では、いろんなことに取り組みたいと考えている。野菜の直売等の物販だけでなく、ギャラリー機能、サークル活動や会議室としてのレンタル事業、サークル活動と連携した事業、例えば、今週は、写真サークルによる展覧会、今週は絵画同好会による展覧会、今週は手サークルによる展示販売、また、料理サークルによるワンデーシェフみたいなものまで、いろんな取り組みにチャレンジしてみたいと思っている。
まずは、スタートすることが大事だと考えている。
- (4) にぎわい商店街補助金は初年度、400万円(県200万円、市200万円)、2年目は200万円、3年目は100万円となっており、このような事業は継続性が大事なわけだけど、補助金が年々減っていく中で、2年目、3年目と継続性が保てるか心配している。
- (5) 現在、空き店舗の所有者と交渉している関係から、いつ頃、補助金の採択がいただけるか、事業を始めることができるか、教えてほしい。できれば、6月ごろから事業を始めたいと考えている。
- (6) (県・商業支援課) 今年度は9月に交付決定となったが、23年度はもっと早い時期になると思う。できるだけ、事務手続きを早くしたい。
- (7) あんまり細かく厳密なヒヤリングを受けてそれが必ず採用されるのであれば我慢もできるが、文句を言われて、落とされたのではがまんできない。
- (8) にぎわい商店街づくり事業の話がありましたので、この事業について、少し説明します。この事業には3つのコンセプトがあり、一つは、地域のニーズにあわせた事業であること。もうひとつは、収益事業であること。三つ目は、常設事業であること。です。
二つ目の収益事業であることというのが一番難しいことだが、補助金がなくて

もやっていける、商店街のビジネスとしてやっていけるということが大事だということです。

6-2 店舗の賃貸

- (1) 最近では、何年も空き店舗のままになっている物件もある。空き店舗を長期間保有することは、固定資産税のこともあり、所有者にとってもきついのので、交渉次第で、割安に貸してくれる場合もあるのではないかと思います。また、市なり、商店会が絡むことで、所有者も安心して貸すことができるのではないかと。
- (2) 市をかますことは、2つのいい点がある。一つは、市は、所有者が返してほしいと言えば、いつでも無条件で返還するので、所有者としては安心して空き店舗を貸すことができる。二つ目は、固定資産税がタダになることです。
- (3) 一番街も最近どこどかと、空き店舗が増えた。空き店舗が増えると、人通りがすくなくなるだけでなく、商店街のイメージも悪くなり、空き店舗に入ろうかなと考えている人が商店街を見ると、入るのをやめてしまうような、新たな店舗が入るイメージすらなくなってしまう。
- (4) 何とかしなくてはいけないということで、商店街の真ん中にある空き店舗を活用し、フリースペースにできないか、所有者と掛け合ったり検討してみたが、空き店舗を活用するための電気設備や改装費がかかりすぎてなかなか難しい。銀行とも掛け合ってみたが、思うような支援はなかなか得られそうになかった。
- (5) 先ほど、大手スーパーとの連携という話があったが、一番街には、西友が立地しており、七夕祭りの時なんかは、協力を求めたりしている。西友に「七夕祭りのとき駐車場を露天商のスペースにできないか」とかいろいろな提案をしたりしてアプローチしている。今後もあきらめずに毎年、働きかけをしていきたい。
- (6) 一番街では、ホームページをつくった。これをもっと充実させていきたいと思っている。
- (7) 例として空き店舗対策として出店希望者に店舗改装費の2分の1を限度に年間400万円を補助している。随時申し出があるため今年度からは1件当りの限度額を100万円として募集を年1回から数回に変更している。補助金を出した店舗については成功している店舗経営者等によるしっかりとした成功に導くフォローが不可欠である。

- (8) 店舗誘致を専門にしている不動産屋さんは無く、その街に必要な店舗は街が探してくる努力をしなければならない。どのような店舗が必要かはライフスタイル調査で住民のニーズを掴むことが肝要である。出店情報を最も早く握っているのは内装業者であり随分お世話になった。

6-3 タウンマネージャー

- (1) タウンマネージャーのようなものが必要だと思うし、できたらありがたい。商店街には、いろいろな年中行事があって、会長の負担も大きい。商売のこともあるので、心的負担も大きい。そういう部分を一手に引き受けてくれるタウンマネージャーのようなものができたら本当にいいと思う。
- (2) タウンマネージャーについては、先ほど、商工会の職員をという話があったが、商工会の職員がやるのは難しいと思う。できれば、市の産業振興課の職員にやってもらえるとありがたい。
- (3) 役人がそういうタウンマネージャーをやれるかというとなかなか難しいと思う。商店街をまとめていくとなると、商才のようなものや手腕も必要だし、何よりも役人は、2〜3年で異動してしまう。市が専門家に委託して、商店街にタウンマネージャーを配置するということはある。
- (4) 市の職員もギリギリのところで仕事をしているので、市の職員がという話は、なかなか難しいと思う。
- (5) 経営指導員の方は企画は出来るが実際の店舗経営の経験が無いと数字指標による先生的指導になり繁盛店を作ることは難しい。
- (6) シルバーコンビニのタウンマネージャーは地元商店街の皆様が手を挙げ、推薦し、協力要請しスタートする。当初はシルバーコンビニスタッフ数名が活動出来るスペースを設ける。具体的には人、場所、業務内容を次のようにと考えます。
- ① 人材・地元をよく知っている方、不動産、企画、営業、販売、広報宣伝、商売、行政など経験ある方々数人でスタッフを構成する。
 - ② スペースは出来れば空き店舗を通常の家賃で賃貸する、最初は準備期間として相談場所を決め打合せする。事業化を目的とした戦略を打ち出す。
 - ③ 業務内容は地元情報収集、事業企画、人材交流、広報宣伝業務、地域サービス事業。
- 上記の業務が常に街のどこかで進行していれば、アイディアは沢山出ています、一時的なイベントだけでなく、これからの地域、商店街に必要な事業は多くあると思います。

6-4 イベント

- (1) 水天宮は、この商店街からはたいへん離れているため、難しいと思うが、上福岡の駅前には八雲神社がある。大きさも大きくなく、ちょうどいい大きさだと思し、古い感じ、レトロ感もあって、とてもいい。この神社は昔は「天王様」というのがあってお店が出たりして子どもたちが集まったものだ。八雲神社とB1とか、お菓子とかを組み合わせ、年に何回かイベントができたらと思う。八雲神社の氏子総代は、商店街連合会の役員さんなので、やろうと決まれば、出来るのではないかなと思う。
- (2) 八雲神社の話が出たが、確かに、小さくて、ひなびてて、目立たなかったりするが、逆に、そういうところを利点にして、観光などと絡めていけば、面白いのではないかなと思う。
- (3) 上福岡には、長宮光神社という神社があって、年中行事等も何もない神社だったが、7年前から、節分祭、豆まきを始めた。最初の1、2年は、そんなでもなかったが、今では定着し、すごい人出があり、100キロの豆をまいている。それと、神がかりだとお金が集まるんですね、昔、神社の改修をすることになって、6000万円のお金を集めなければならなくなったことがあったが、その時、お札を売ったり、寄付を求めたりしたが、神様のこととなると、みんな協力してくれて、お金が集まり、1000万円も多く集まったことがあった。
- (4) カラオケ大会をにぎわい商店街づくり事業でやったらどうだろうか。上福岡駅前の商店街には、カラオケ屋さんが数多くあり、昼間からにぎわっているようです。それから、第2回のワークショップで配られた資料に、富士見市の寺下商店街の忘年会事業がありましたが、上福岡駅前の商店街は飲食店が多いので、商店街で市民忘年会をやるのも面白いのではないかなと思う。
- (5) 地域資源を活用した商店街の活性化とうことが話題として取り上げられていたが、これをやれば全国どこの商店街でもうまくいく、活性化できるみたいなものはないので、いくつかの事業を組み合わせ、複合的に取り組む必要があるように思う。
- (6) 今、コンパクトシティーという考えがあって、今までのように、郊外、郊外へと開発して、大きくしていくのではなく、既存の中心市街地を再整備してこうということのようだ。
コンパクトシティーを実現するには4つの要件があり、一つは、交通体系、公共交通機関がある程度整備されていること。二つは、地域コミュニティがある程度できていること。三つ目は、ある程度観光資源があること。四つ目は、地域の文化というものがないとうまくいかないということだった。

(7) これからは、若い人の感性をどのように取り入れ活用していくかが大事だということも言っていた。若い人の意見を取り入れることで、今でなかった環境整備が誘発され、それにより若い人の集客力がたかまったりしている。もう一つは住民の満足度と顧客満足度の両方がないとダメだということを話していた。

(8) 子どもとウサギ（小動物）とのふれあいみたいなものをやったらおもしろいと思う。今年の若宮光神社の節分祭で、ウサギとふれあう広場をつくったら、子供たちがかわるがわるウサギを抱いて、かわいいと非常に受けた。名店街に今年生まれたウサギを寄付するので、今年は、ウサギ年でもあるので、ぜひ、やってみてほしいと思う。

(9) 名店街でも、以前、ヤギを連れてきて、子供たちとのふれあい広場をしたことがある。確かに、子供たちには人気があった。

(10) イベント等を実施するときは、いろいろな工夫が必要。それと、商店街で、みんなで、今度は何をしようかと、いろいろなネタ探しをしたりするのも、先ほど、ウサギの話で盛り上がったように、楽しくなる。みんなで楽しく取り組むことも必要。そして、やることが決まったら、安心して取り組める、そういう環境をつくることも必要。

(11) 上福岡のまちには魅力がいっぱいあります。なによりも現在のまちの魅力を活かすことが大事だと思います。岡崎市のまちゼミの事例を紹介させていただいていますが、現在の商店で自らの商品の使い方を自らのお店で紹介する講習会を開いて、お客様を店に来ていただくという試みです。また商店街の品物を自宅まで届けるサービスも広まっています。

さらにこれまで説明してきたアートのまちづくりなどによる集客効果も期待できると思います。上福岡の街並を描いたり、写真いったりしてその魅力を店頭に飾るといった試みです。これからは商店街の魅力を発掘し、点から線、面へ広げていく努力が必要ではないでしょうか。

6-5 個店

(1) の各個店の取り組みと負担だが、金銭的な負担はみんな嫌がる。1円でも出したくない人ばかり。全員参加なんてとても無理。3分の1参加してくれればいい方だ。人手についてもそうだ。役をやっている人がやる以外にない。だから、うちの商店会で出せる人では、2〜3人だろう。最近は個人主義というか、個人として生きているという人が多くなった。

6－6 活性化

商店街の活性化については、ターゲットを絞る必要があると思う。郊外型店舗とは差別化をし、競合しないようにする必要がある。また、交通弱者の方や高齢者の方が中心市街地の商店街の利用者になるのではないかと思うので、そういう方にターゲットを絞ったコンセプトでやっていかないと難しいのかなと思う。

6－7 行政の取組

(1) ふじみ野市のように「商店街を何とか活性化したい。支援していきたい。」と行政の方から積極的にアプローチしているところは少ないと思う。高畑さんが商店街の皆さんの応援で市長さんになって、市長さんの「商店街を何とかしたい。」という強い思いを感じる。商店街としても、このせっきくの市長さんの思いを大事にしてもらいたい。

(2) このワークショップでは、上福岡駅前の5つの商店街がまとまって、一つの事業に取り組もうとするもので、市としても積極的にバックアップしていきたいと思う。来年度は、県の専門家派遣事業を積極的に活用していきたいと思っているが、2回～3回専門家を派遣してもらって、話を聞いただけでは実が出るものではない。それを、根づかせる、恒常的なものにどうやって持っていくかが課題だと思う。

(3) 1, 2回専門家を派遣するようなのではなく、商店街の会長さんの代わりになって、売り出しやイベントを企画、実施したり、会長さんに代わって、商店街活動を行う、恒常的なそういう専門家を派遣する事業がこれからの商店街の新たな支援施策ではないか。今までのような、街灯整備やイベント支援から、タウンマネージャー派遣事業のようなものが、これからの商店街支援施策になっていくのではないかと思う。

6－8 ビジョンの必要性

ふじみ野市は全国の中で比較しても活気のある街です。

埼玉の中心として東京方面のベッドタウンであり、農産物の生産地、工業の生産工場があり、多くの人達が行き交う街です。街の魅力も歴史的建造物、憩いの自然水辺空間、広い緑地田園田畑など、市民、街を訪れる人々の散策、サイクリングコースも含め魅力いっぱいの街です。

上福岡商店街は全体的に飲食店が多い感じがしますが、昭和時代の歴史も感じる業種店舗雰囲気も多く残る街並みです。

魅力ある店舗配置、交流の場など、買い物散策したい街並みにしたいですね。この変革の時代の中で、コンセプトを創り、転換し、魅力特色ある、住みたい、

行きたい街づくりの必要があると感じます。

魅力ある街へのイメージとして、街並みビジョン、交通体系整備ビジョン、街連携活性化ビジョン、広域連携ビジョンなど、商店街の特色を生かした構想が必要と思われます。

6－9 自転車カフェ

(1) 埼玉県は自転車道の整備を進めていることや一番商店街会の武田会長が自転車店経営者でもあることから自転車カフェの提案をさせて頂いた。自転車で来店した人には様々なサービスをする等により賑わいづくりが出来ると思われる。

(2) 埼玉県は自転車購買数、保有台数、保有率などが全国1位ということで、自転車道700キロ整備事業、もっと安全快適ぐるっと埼玉ネットワーク構想、コンビニエンスストア利用の自転車の駅構想など、環境問題を考えるとますます自転車需要が強まると思います。県南西部では自転車地域振興の一環として自転車道を生かした観光マップ作成にとりかかっているとのこと。

6－10

(1) その商店街にお客が行こうというのは、その商店街にお客を引き付ける魅力なり、売るものなり、何かがないとダメですよ。そういうものを、具体的に作っていかないと、その商店街にわざわざ行ったのにと、がっかりさせてはダメですよ。

(2) 逆に、お客にわざわざでもその商店街に行ってみようと思わせる、商店街の魅力づくりが必要。商店街の魅力は、売ってるものだったり、品揃えだったり、いろいろあると思うのだけど、商店街の魅力は、一つの個店でつくるものではなく、みんなの店の集まりの魅力、今日配った、「ジモトのおやつ、ふじみ野パック」のように、商店街の魅力はみんなで創っていくもののように思う。

7、今後の課題

(1) 5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) 誰が5つの商店会をとりまとめ、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。

安くあげるのであれば、商工会を積極的に活用すべき。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 西友、東武ストアー、イトーヨーカドー等の協力を得られないか。

タイアップできないか。草加市の新田駅前では、イトーヨーカドーと地元の商店街が一緒になって、イベントを実施している。昔は、スーパーと商店街と言えば、対立、商売敵であったが、今は、協力、連携してお互いがウィン、ウィンの関係をつくる時代では。にぎわいを創出することは、大手スーパーにとってもメリットはあるし、社会貢献、地域貢献も求められている。・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。

8、ワークショップ資料

第1回 地域ワークショップ（ふじみ野）

1、はじめに・・・・・・地域ワークショップ（ふじみ野）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。

・上福岡東口は、昔も今も富士見市の玄関口

・ふじみ野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。

→ 公団の建て替えで、中心市街地の人口が若返っている。

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うしかない。

（2）上福岡駅東口は、和光市～東松山までの東武東上線（埼玉県内）で、川越のクレアモールの次に商店街がにぎわっている。

更なるグレードアップはできないだろうか。

（3）市の玄関口整備（駅前整備）や中心市街地活性化で、一番必要なのは、商業機能（にぎわい機能）ではないか。

・上福岡西口を見てみよう。駅前広場、駅前道路は整備された。商業機能が、きちんとはりつかないと、魅力的な駅前に見えない。

・駅前整備や中心市街地活性化で、一番重要な役割を担うのは商店街。

意見を言うだけではなく、行動しなければダメ。

本当の市の玄関口整備をするのは、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、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。→ 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あげば、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нда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нда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（ふじみ野）

I 第1回ワークショップからの課題の整理

1 はじめに・・・・・・地域ワークショップ（ふじみ野）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。

- ・上福岡駅東口は、昔も今もふじみ野市の玄関口・・・・・・玄関口が寂れると、富士見市が寂れてしまったように見える。
- ・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」
- ・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）は、和光市～東松山までの東武東上線（埼玉県内）で、川越クレアモールの次に商店街がにぎわっている。更なるグレードアップはできないだろうか。

（3）市の玄関口（駅前）や中心市街地活性化で一番必要なのは、商業機能（にぎわい機能）ではないか。

- ・上福岡駅西口を見てみよう。駅前広場や駅前道路は整備された。商業機能が、きちんとはりつかないと、魅力的な駅前に見えない。

→ 上福岡駅東口（ふじみ野市の玄関口）が衰退すると、ふじみ野市自体が衰退し、寂れているようなイメージを与える。

にぎわいづくりが、市の魅力をアップする。住む人、来る人を増やすことができる。

- ・駅前整備や中心市街地活性化で、一番重要な役割を担うのは商店街。意見を言うだけではなく、商店街として、具体的に行動しなければダメ。ふじみ野市の玄関口のにぎわいづくり（中心市街地の活性化）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年先を行くアメリカでは、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 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。

→ 商業の時代環境の流れは必ず変わる。今の時代環境の流れに流されて、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、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、現状維持では、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ぬが、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。
- 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。

3 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あげば、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。

4 上福岡駅東口にぎわい商店街づくりについて

～駅前から中央公園までを複数の商店街がそれぞれの特色を出し、
魅力と彩のある商店街群として、中心市街地のにぎわいを創出する～

- (1) 5つの商店街がそれぞれの特色を出し、一緒に行動する。

○商店街側の都合で、5つの商店街に分かれているだけ。商売をするうえで、5つにわかれているメリットは何もない。
お客のニーズや都合に合わせるべき。

- (2) 5つの商店街の回遊性を作り出すための方策を検討する。

○ワンストップサービス（5つの商店街で、日常の必要なものは全部そろう）

○時間つぶしができる商店街・・・買い物がなくても行きたくなる商店街。

買い物のついでに歩きたくなる商店街。

○横丁づくり

- (3) 5つの商店街が力をあわせてにぎわいづくりをする。

5つの商店街が合同でイベントを実施する。

→ 中央公園がメイン会場になって行われる、七夕まつり、産業祭のとき、6つの商店街合同で、ナイトバザールのようなイベントをする。

→ 中央公園を会場にした、5つの商店街主催のイベントを実施する。

「このすパーキングバザール」年間12回（金曜・土曜）

「北本あきんど市」毎月第二金曜・土曜・・・・・・黒おび通信

- (4) 今すぐ取り組めることを考えてみよう。・・・やる気さえあれば、お金はそんなに必要としない事業

《黒おび通信から》

○空き店舗に大宮商業高校のチャレンジショップが開店・・・・1P

○「子供あきない体験」・・・子供たちが学べて、楽しめるイベント・・・・3P

○貝塚大忘年会（寺下商店街振興組合）・・・地域コミュニティーと自分たちが楽しむ

○便利屋さんサービスを行っています・・・昔の御用聞きシステムの復活

○空き店舗の活用、運営・・・「茶房&スペース町屋」

チャレンジショップ「しあわせのえきプラス」

- イルミネーション事業・・・クリスマスイルミネーション・・・草加市、所沢市外
・・・夢チャレンジ事業で上福岡銀座商店街
- 「まちの灯り再生」～風情ある燈籠が、街を、心を明るく照らします～
- １００円商店街・・・反応銀座商店街

(５) 中長期的に取り組まなければならないことを考えてみよう。・・・ハードも含めた、お金も必要とする事業。・・・だから商店街の理解を得るのにも時間が必要。

- レトロなまち、豊後高田

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について
 - ・５つの商店街で取り組むことを決めて、概要版（案）をつくってみよう。
(補助金の受け皿は、３つ作ろう)

- (２) 経営革新計画（案）について

II 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

- (１) 商店街を一つの運命共同体とする事業を実施する。
 - ・商店街として、御用聞き事業、宅配サービス事業を行う。
これからの商店街活性化のキーワードは「地域密着」では。
 - ・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。
 - ・商店街で、売れ残り品を店先に並べ、アウトレットモールを開催する。
- (２) コミュニティーの場づくりの事業を実施する。
 - ・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。

- ・ C S O 活動拠点を商店街に設置する。

(3) 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。参加する学生は埋もれている観光資源をチェックしながら実際に商店街を歩いて実地調査を行うとともに、商店主に取材を行い、店のセールスポイントや特徴をまとめていく。

(4) 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作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ホームページ作りを行う。3～5人からなるグループで各店舗の取材活動を行い、ホームページを作成し、経営者が気に入れば商店街のホームページに実際に掲載される。

(5) 学生による経営調査

「社会調査」のうちの 1 コースとして、大学生が地元商店街の市場調査を行なう。各 商店の経営者の年齢、後継者の有無、販売戦略などの基礎データを収集して各商店、 商店街の課題を分析する。さらに、商店街の PR パンフレット作成も行なう。
学生が地元商店街を身近に感じるきっかけとしてのねらいもある。

(6) シルバーサロン、休憩所の設置

シルバーサロンにはギャラリー、パソコン体験コーナーとパソコン教室、囲碁や将棋の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。また、高齢者向けの商品を揃える店舗において、休憩スペースを設け、お茶の無料サービスを行う。

(7) シルバーカードによる高齢者割引

60歳以上ならば、誰でも会員になれるカードで、会員を対象に、割引や催し物を行う。

(8) まちの駅

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。会合やパーティーに使えるスペースやギャラリー、観光情報提供、観光物産販売所も設置する。さらになんでも相談所として、住民への各種案内サービスも行う。

(9) 出張商店街

地域の介護施設などで「出張商店街」を行う。あらかじめ介護施設と交渉し、

介護施設の多目的スペースなどに商店街のほうから各商店のふさわしい商品を運び、各商店からの商品を並べ「出張商店街」を行う。

（介護されている高齢者のほとんどは、外出ができず、買い物はひとまかせにせざるを得ず、あれこれ商品を比較して選ぶショッピングの楽しみが奪われてしまっているので、出張商店街が来てくれることは嬉しく思う。よって出張商店街は盛況となる。

「出張商店街」を契機として（その心意気に感謝して）、介護施設側が日用品・補充品などを商店街から購入してくれるという派生効果が出る場合もある）（"待ち"の戦術から、自ら外へ出かけてゆく戦術へ、ということ）。

（１０）１００円均一イベントの開催

月に１度、商店街の全店の店頭で「１００円均一」のイベントを開催し、潜在顧客の開拓を図る。１００円にする商品は、アイデア次第。例えば、味噌屋では通常１kg単位のところを、少量の２５０g程度を単位として、安めの１００円に設定し、量り売り。美容室では眉毛の手入れが１００円。クリーニング屋ではネクタイ（のクリーニング？プレス？）が１００円などなど。

（１１）コミュニティーホールの設置

空き店舗に椅子やテーブルを置いて、買い物の合間に休めるような場を作る。野菜市、絵画展、着物の着付け教室等の定期的な開催も行う。

（１２）ギャラリーの開設と販売

中心市街地活性化事業の一環として、消費者と商店街が市内在住の芸術家の協力を得て、ギャラリーとアートショップを開設。陶芸、書、絵画などを展示販売する。

ギャラリーのネーミング、店舗デザイン、ディスプレイには商店会の女性からなる委員を組織して行う。

（１３）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、個々の店舗で、店主の説明や試食を行い、参加者から改善すべき点の意見やアイデアを聞く。消費者の立場からの意見をもとに、商店街の改善の努力を行う。この取り組みは商店街のPR効果も持っており、商店街を身近に感じてもらうことで、顧客の確保につなげる目的もある。

Ⅲ イメージづくりによる活性化の検討

- １ 大國事務所からの提案
- ２ 商店街サイドからの提案
- ３ 行政サイドからの提案

9、第3回議事録

平成22年度第3回地域ワークショップ（ふじみ野）

開催：平成23年2月14日（月）午後2時から

～上福岡東口にぎわい商店街づくりについて～

1. 上福岡駅東口にぎわい商店街づくりについて

（沼）

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。
ネタ探しです。

①5つの商店街が一緒に行動する。5つの商店街が一つになれる事業
手っとりばやいところではイベント事業

- ・朝市、夕市 ・ナイトバザール ・大売り出し
- ・100円市、100円セール→ニゴジュウ市（200円、500円、1000円セール）
- ・フリーマーケット、蚤の市
- ・各個店の売れ残り品を持ち寄り、空き店舗でアウトレットモールを開催。
- ・地方の物産市を空き店舗で毎週開催する。
- ・川越市場の仲卸による出張市場
- ・七夕まつり、産業祭に合わせたイベントなど

→ 青空市、朝市、夕市、農産物の直売は、割と簡単に取り組むことができる。
今年、採択された7つの「にぎわい商店街づくり事業」のほとんどが、農産物直売の青空市。

②商店街の特色を生かした事業

→ 上福岡東口は飲食店が多い、特に上野台銀座商店街は飲食店街が多い

- ・上福岡東口商店街B級グルメ王座決定戦
- ・飲食店マップの作成

→ 「イチオシ」料理、裏メニュー、賄い料理等の紹介、イチオシカクテル、イチオシソフト ドリンクの紹介

・温泉めぐりならぬ、飲食店めぐり。飲食店めぐり手形。はしご優待券（2軒目は1割引 き、3軒目は2割引き）

→カラオケ屋が多い

- ・カラオケ屋で近くの飲食店の料理やドリンクが注文できる。

③商店街の欠点に着目した事業

→生鮮三品のお店がなくなってしまった。

競合するお店がないから、遠慮しないで、よそからお店を誘致できる。

- ・川越市場の仲卸による、出張日曜市場。
- ・地元の農家による、店先での日曜野菜産直市。
- ・地方の農産物、海産物を出張販売する、地方特産品市

→物販のお店が少ない。飲食店ばかりが多い。

・上野台銀座商店街に更に飲食店を誘致して、のんべい横町、飲食店街の横丁をつくる。 横浜中華街ならぬ、上福岡うまいもん横丁。

→魅力ある店舗が少ない。専門店が少ない。一番街商店街の自転車屋さんのような専門店が増えないと商店街の魅力が高まらない。値段重視の大衆向けの商品は、消費者はスーパー等の大型店に買いに行く。スーパーと同じような商売をしてもダメ。

- ・商店街を何処にもある商店街ではなく、商店街を専門店街にする。

個店改善事業で、商店街の各個店が個展の魅力をアップ。今の個店を専門店にかえてい

く。それぞれの個店が地域の一番店になろう

→業種・業態の転換、品揃えの転換。

一人で取り組むのは怖いけど、みんなで取り組めば怖くない。

→魅力ある店舗はあるのに、宣伝が充分でなく、お客様に周知されない。

- ・商店街マップづくり

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

- ・学生による経営調査

「社会調査」の一つとして、大学生が地元商店街の市場調査を行う。各商店の経営者の年齢、後継者の有無、品揃え、販売戦略、地域の購買力などの基礎データを収集して、各商店、商店街の課題を分析する。

- ・高校生による商店のホームページ作成

④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。

→自然発生し、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
→自然発生し、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。

- ・商店街を専門店街にする

今の個店を一つのコンセプトに基づく商業集積（専門店街）へと計画的に転換

していく。

- ・ 5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コミュニティの場づくりの事業を実施し、商店街がコミュニティ活動の一翼を担う。

→今までは、商店街は物を売る場だったが、これからの商店街は、ものを売る場としてだけでなく、コミュニティの場、サークル活動の場、市民が交流したりする場として、時には、高齢者の時間つぶしの場になっていかななくてはならないのでは。

・ まちの駅（空き店舗等を活用）・・・道の駅ならぬ、「まちの駅」・・・本当の駅の機能の役割の一部を分担する。・・・ふじみ野市を散策するときの拠点になる。

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。

→朝霞の「ホッと茶屋あさか」、志木の「かっぱふれあい館」も、まちの駅であり、シルバーサロンであり、街中ギャラリーである。これらを立ち上げるとき、空き店舗の所有者の了解を得るのに非常に苦労した。所有者の了解が得られると、とんとん拍子で、実施できるようになった。

- ・ 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を開催する。

- ・ 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の法人、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。

→商店街では、後継者がいないことが大きな問題となっている。今のように稼げない商売では、若い後継者は生まれない。これからの商店街の後継者は、若者ではなく、リタイアした高齢者かもしれない。高齢者の高齢者のための高齢者による商店街。高齢者で組織したNPO等と連携した商店街づくりもあるのでは。

- ・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、特に買い物弱者のために、空き店舗等を活用し、物販等を実施する。

⑥地域資源、観光資源等を活用した取り組みを行う。

- ・水天宮祭りの復活・・・水天宮は上福岡駅前から少し離れているので、水天宮と結びつけたイベントはなかなか難しいかもしれないが、ふじみ野の歴史や文化とからめた、そんなイベントや事業を行い、話題づくりをしていくことも必要。

- ・自転車の駅（空き店舗等を活用）・・・まち歩きという視点で考えてみる必要がある。

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。

⑦商店街のイメージづくりによる活性化

- ・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する。

2 課題の整理

①5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。

→5つの商店街がまとまって事業をするなんて、今までしてきたことがないし、5つの商店街、それぞれいろんな事情を抱えているのでできない。

→5つの商店街が力をあわせて上福岡駅前のにぎわいを創出して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、各個展の努力しかない。今の商売をあきらめてしまっている人もいる。

→5つの商店街の各個展がみんなで事業に参加してくれるか。商店会に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もいる。自分たちの商店街をみんなで盛り上げようなんて気持ちは、もう、なくなってしまうている。

→市は、「にぎわい商店街づくり事業」の裏負担の予算化をしている。せっかくの市の商店街に対する厚意を無にしていけないのか。

②誰が5つの商店会を」とりまとめ、事業をやっていくのか。

商店会の会長が片手間によ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2,300万円ぐらいの補助金がいってくる。

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市道などからタウンマネージャーのような仕事をする。

→会長さんの労務負担や心的負担を軽減し、安心して取り組める状況をつくらないと、商店街が新たな取り組みに踏み出すことはできない。

→にぎわい商店街づくり事業でタウンマネージャーを設置してもよい。

③空き店舗の借り上げについて・・・空き店舗の所有者が安い賃料ではなかなか貸してくれない。・・・安い賃料でなければ、空き店舗を活用した事業が難しい。

- ・空き店舗はあるが、所有者が商店街に安い賃料で貸してくれない。

- ・商店街で空き店舗を活用するには安い賃料でなくてはできない。
(固定資産税額×2) ぐらいの賃料で貸してくれるところがあるか。

- ・空き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。

- ・所有者が市に空き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(固定資産税額×2)を謝礼を払う。・・・市を中に入れることにより、所有者の不安(一度貸したら返してくれない。)の解消にもなる。・・・本当の借り手が見つかれば、いつでも返還する。・・・市も、商店街も本当の借り手に入居してもらいたい。

→空き店舗の借り上げについては、所有者の同意を得られるように、いろいろな工夫をしないとだめ。空き店舗を安い賃料で借りられることができれば、9割がた、成功、実施可能である。

④各個展の取り組みと負担

- ・商店街の各個店がどのくらい協力してくれるか。どのくらい参加してくれるか。

各個店がどのくらいだったら金銭的な負担をしてくれるか。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、入っていない人からも徴収しないといけない。がそれはできない。

→イベント事業を行えば、商店会に入っている人も入っていない人も同じように反射的利益を得る。負担は反射的利益を得るみんなではないと、不公平感が出る。人的負担についても、会長さんや役員ところに集中するようなやり方はダメ。人的負担もみんなで負担し、会長さんが安心して取り組めるようにしないと、事業に踏み出せない。

⑤西友、東武ストアー、イトーヨーカドー等の協力を得られないか。・・・

タイアップできないか。草加市の新田駅前では、イトーヨーカドーと地元の商店街が一緒になって、イベントを実施している。昔は、スーパーと商店街と言えば、対立、商売敵であったが、今は、協力、連携してお互いがウィン、ウィンの関係をつくる時代では。にぎわいを創出することは、大手スーパーにとってもメリットはあるし、社会貢献、地域貢献も求められている。

- ・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。

3 意見交換

これから各委員からご意見を聞きたいと思います。

(星野)

- ・名店街では23年度県の補助事業の「にぎわい商店街事業」に手を上げています。今年度この事業でやった商店会の特徴はどんなものか教えてください。

今年度は7つの商店会でこの事業をやってもらっていますが、ほとんどが、青空市、野菜の産直販売です。今年は、初年度なので、応募者も11商店街と少なく、審査も緩かったと思いますが、来年度は、2年目になり、申請予定が多く競争倍率も高くなるだろうし、審査も厳しくなり、今年と同じような野菜の産直だけでは採用されないかもしれない。

- ・先ほど、沼さんから説明があったが、うちでも、空き店舗を借りる相談で、苦勞している。商店街で借りるのだから、普通の賃料ではなくて、少し安く貸

してほしいと思うのだけど、なかなか難しい。明日も所有者と交渉するのだけど、賃料は、相場ということで交渉している。

・今回のにぎわい商店街づくり事業では、いろんなことに取り組みたいと考えている。野菜の直売等の物販だけでなく、ギャラリー機能、サークル活動や会議室としてのレンタル事業、サークル活動と連携した事業、例えば、今週は、写真サークルによる展覧会、今週は絵画同好会による展覧会、今週は手サークルによる展示販売、また、料理サークルによるワンデーシェフみたいなものまで、いろんな取り組みにチャレンジしてみたいと思っている。

・これもダメ、あれもダメとダメなことばかり探していてもはじまらないので、これならできる、こうすればできると、できることを探して、とにかくやってみようと、まずは、スタートすることが大事だと考えている。

・にぎわい商店街補助金は初年度、400万円(県200万円、市200万円)、2年目は200万円、3年目は100万円となっており、このような事業は継続性が大事なわけだけど、補助金が年々減っていく中で、2年目、3年目と継続性が保てるか心配している。

・現在、空き店舗の所有者と交渉している関係から、いつ頃、補助金の採択がいただけるか、事業を始めることができるか、教えてほしい。できれば、6月ごろから事業を始めたいと考えている。

(県・商業支援課) 今年度は9月に交付決定となったが、23年度はもっと早い時期になると思う。できるだけ、事務手続きを早くしたい。

(沼) 県は経営診断士等の専門家を含め審査会でプレゼンを商店会の会長さんにさせているが、このプレゼンが大変で、専門家の先生はいろんなことを厳しく、細かく言うので、本当に大変でだったと、以前、他の補助事業に出た商店会長がいていた。

(星野) あんまり細かく厳密なヒヤリングを受けてそれが必ず採用されるのであれば我慢もできるが、文句を言われて、落とされたのではがまんできない。

(片柳)

・最近は何年も空き店舗のままになっている物件もある。空き店舗を長期間保有することは、固定資産税のこともあり、所有者にとってもきついのので、交渉次第で、割安に貸してくれる場合もあるのではないかなと思う。また、市なり、商店会が絡むことで、所有者も安心して貸すことができるのではないかな。

(沼) 市をかますことは、2つのいい点がある。一つは、市は、所有者が返し

てほしいと言え、いつでも無条件で返還するので、所有者としては安心して空き店舗を貸すことができる。二つ目は、固定資産税がタダになることです。

(武田)

- ・一番街も最近どこどかと、空き店舗が増えた。空き店舗が増えると、人通りが少なくなるだけでなく、商店街のイメージも悪くなり、空き店舗に入ろうかなと考えている人が商店街を見ると、入るのをやめてしまうような、新たな店舗が入るイメージすらなくなってしまっている。

- ・何とかしなくてはいけないということで、商店街の真ん中にある空き店舗を活用し、フリースペースにできないか、所有者と掛け合ったり検討してみたが、空き店舗を活用するための電気設備や改装費がかかりすぎてなかなか難しい。銀行とも掛け合ってみたが、思うような支援はなかなか得られそうになかった。

- ・先ほど、大手スーパーとの連携という話があったが、一番街には、西友が立地しており、七夕祭りの時なんかは、協力を求めたりしている。人手を当てにして、西友にお願いしたことがあるが、大手さんになると、正社員がほとんどいなくて、ダメだった。また、七夕祭りみたいな行事の時は、人出は多いが、西友の売り上げは、逆に減少するようで、あまり嬉しくないようです。一番街では、西友に「七夕祭りのとき駐車場を露天商のスペースにできないか」とかいろいろな提案をしたりしてアプローチしている。今後もあきらめずに毎年、働きかけをしていきたい。

- ・一番街では、ホームページをつくった。これをもっと充実させていきたいと思っている。

- ・タウンマネージャーのようなものが必要だと思うし、できたらありがたい。商店街には、いろいろな年中行事があって、会長の負担も大きい。商売のこともあるので、心的負担も大きい。そういう部分を一手に引き受けてくれるタウンマネージャーのようなものができたら本当にいいと思う。

(西上)

- ・水天宮は、この商店街からはたいへん離れているため、難しいと思うが、上福岡の駅前には八雲神社がある。大きさも大きくなく、ちょうどいい大きさだと思うし、古い感じ、レトロ感もあって、とてもいい。この神社は昔は「天王様」というのがあってお店が出たりして子どもたちが集まったものだ。八雲神社とB1とか、お菓子とかを組み合わせ、年に何回かイベントができたらと思う。八雲神社の氏子総代は、商店街連合会の役員さんなので、やろうと決まれば、出来るのではないかなと思う。

(4) の各個店の取り組みと負担だが、金銭的な負担はみんな嫌がる。1 円でも出したくない人ばかり。全員参加なんてとても無理。3 分の 1 参加してくればいい方だ。人手についてもそうだ。役をやっている人がやる以外にない。だから、うちの商店会で出せる人では、2～3 人だろう。最近は個人主義というか、個人として生きているという人が多くなった。

(牧野)

・商店街の活性化については、ターゲットを絞る必要があると思う。郊外型店舗とは差別化をし、競合しないようにする必要がある。また、交通弱者の方や高齢者の方が中心市街地の商店街の利用者になるのではないかと思うので、そういう方にターゲットを絞ったコンセプトでやっていかないと難しいのかなと思う。

(高岡)

・にぎわい商店街づくり事業の話がありましたので、この事業について、少し説明します。この事業には 3 つのコンセプトがあり、一つは、地域のニーズにあわせた事業であること。もうひとつは、収益事業であること。三つ目は、常設事業であること。です。

二つ目の収益事業であることというのが一番難しいことだが、補助金がなくてもやっていける、商店街のビジネスとしてやっていけるということが大事だということです。

(星野)

タウンマネージャーについては、先ほど、商工会の職員をとという話があったが、商工会の職員がやるのは難しいと思う。できれば、市の産業振興課の職員にやってもらえるとありがたい。

(沼)後で、市の本橋さんからあると思うが、私は、役人がそういうタウンマネージャーをやれるかというとなかなか難しいと思う。商店街をまとめていくとなると、商才のようなものや手腕も必要だし、何よりも役人は、2～3 年で異動してしまう。市が専門家に委託して、商店街にタウンマネージャーを配置するということはある。

(本橋)市の職員も、毎年、かなり減らされており、ギリギリのところで仕事をしているので、市の職員がという話は、なかなか難しいと思う。

(本橋)

・空き店舗対策について、23 年度、モデル事業として、力を入れて、にぎわい商店街づくり事業に取り組むこととしている。市としては、金銭面のことが心配で、先ほど、西上さんの方から商店街が金銭的負担をするのが難しいとい

う話がありましたが、県と市の補助金だけで全部できればいいでしょうが、そういうことにはならないので、足りない部分を商店街がみんなで負担するということができるのか、心配している。

(沼) 商店街が何の負担もなく、タダでできるということでは、無責任になるから良くないと思う。わずかずつでも、みんなで負担し、汗をかき、商店街がみんなでまとまって事業に取り組むということが重要だと思う。

(沼) ふじみ野市のように「商店街を何とか活性化したい。支援していきたい。」と行政の方から積極的にアプローチしているところは少ないと思う。皆さんの仲間であった高畑さんが商店街の皆さんの応援で市長さんになって、市長さんの「商店街を何とかしたい。」という強い思いを感じる。商店街としても、このせつかくの市長さんの思いを大事にしてもらいたい。

(貝瀬)

・このワークショップでは、上福岡駅前の5つの商店街がまとまって、一つの事業に取り組もうとするもので、市としても積極的にバックアップしていきたいと思う。先ほど、市の職員がタウンマネージャーとして、人的支援をという話がありましたが、商店街活動や商売のこととなると、市の職員では、知識や経験もなく、勉強不足のところもあり、レベルが追いつかない面もあり難しい。市としては、来年度は、県の専門家派遣事業を積極的に活用していきたいと思っているが、2回～3回専門家を派遣してもらって、話を聞いただけでは実が出るものではない。それを、根づかせる、恒常的なものにどうやって持っていくかが課題だと思う。

(沼) 1, 2回専門家を派遣するようなのではなく、商店街の会長さんの代わりになって、売り出しやイベントを企画、実施したり、会長さんに代わって、商店街活動を行う、恒常的なそういう専門家を派遣する事業がこれからの商店街の新たな支援施策ではないか。今までのような、街灯整備やイベント支援から、タウンマネージャー派遣事業のようなものが、これからの商店街支援施策になっていくのではないかと思う。

・先ほど八雲神社の話が出たが、確かに、小さくて、ひなびてて、目立たなかったりするが、逆に、そういうところを利点にして、観光などと絡めていけば、面白いのではないかと思う。

(井上)

・カラオケ大会をにぎわい商店街づくり事業でやったらどうだろうか。上福岡駅前の商店街には、カラオケ屋さんが数多くあり、昼間からにぎわっているようです。それから、第2回のワークショップで配られた資料に、富士見市の寺

下商店街の忘年会事業がありましたが、上福岡駅前の商店街は飲食店が多いので、商店街で市民忘年会をやるのも面白いのではないかと思います。

(沼) 商店街の活性化の目的は、ふじみ野市の玄関口である上福岡駅前のにぎわいをどう作っていくかということです。ふじみ野市の玄関口の上福岡駅前の様子で、駅前商店街がにぎわっているかいらないかで、ふじみ野市がにぎわっているとか、寂れているとかの評価されてしまう。しかし、駅前のにぎわいは、商店街のにぎわいでしかなく、駅前商店街に頑張ってもらうしかない。

(沢田)

・サンロード商店街では、街路灯の電気代を市が100%補助してくれるようになったので、現在、会費を取っていません。会費も3分の1ぐらいの人しか払ってくれなかった。商店街で、なかなかお金を集めることはできないので、七夕とかはできるけど、ほかの事業については、うちの商店街が一緒に取り組むことはできないと思う。

(武田) うちの商店街では、市で電気代を100%補助してくれるようになったので、お金に余裕ができて、そのお金で、LEDを買おうとか、ないか事業をやろうということになっている。うちでは、電気代の具タンがなくなった分、会費を下げるようなことはしていない。会費を下げると、その後上げようと思っても、なかなか上げられない。

(松村)

・今年の1月17日に経済産業省の方で、中心市街地活性化をテーマにセミナーが開催された、資料を回すので、参考に見てもらいたい。このセミナーに出たが、出席者の半分以上が行政の人だった。国もリーダーシップをとって、商店街の活性化に積極的に取り組もうとしているようだが、これからの商店街活性化のキーパーソンは、行政ではないかと感じた。

・地域資源を活用した商店街の活性化といことが話題として取り上げられていたが、これをやれば全国どこの商店街でもうまくいく、活性化できるみたいなものはないので、いくつかの事業を組み合わせ、複合的に取り組む必要があるように思う。

・今、コンパクトシティという考えがあって、今までのように、郊外、郊外へと開発して、大きくしていくのではなく、既存の中心市街地を再整備してこうということのようだ。

コンパクトシティを実現するには4つの要件があり、一つは、交通体系、公共交通機関がある程度整備されていること。二つは、地域コミュニティがある程度できていること。三つ目は、ある程度観光資源があること。四つ目は、

地域の文化というものがないとうまくいかないということだった。

・これからは、若い人の感性をどのように取り入れ活用していくかが大事だということも言っていた。若い人の意見を取り入れることで、今でなかった環境整備が誘発され、それにより若い人の集客力がたかまったりしている。もう一つは住民の満足度と顧客満足度の両方がないとダメだということを話していた。

(大國)

様々なご意見が出て話題も出尽くした感があるので、資料説明ではなくそれぞれ専門の立場から所感を述べさせていただきます。

(簗浦) 街或いは路地は一つの店からでも変る。熊本市は路地裏が面白く賑わっているが、その陰には人通りが少なくて賃料の安い路地裏の空き家古民家を改装し若くて店を出したい人を育てている工務店の名物主人が存在する。その店が出来ると人通りが生まれ路地が変る。既に100店を超える店を作っているが成功しても決して若者が奢ることの無いよう厳しく指導している。

10年近く経営指導員のタウンマネージャーと仕事をしてきたが、経営指導員の方は企画は出来るが実際の店舗経営の経験が無いと数字指標による先制的指導になり繁盛店を作ることは難しい。私がお手伝いしてきた市では空き店舗対策として出店希望者に店舗改装費の2分の1を限度に年間400万円を補助している。随時申し出があるため今年度からは1件当りの限度額を100万円として募集を年1回から数回に変更している。補助金を出した店舗については成功している店舗経営者等によるしっかりとした成功に導くフォローが不可欠である。

(沼) 今の話は、商店街に新規立地するときは、市が400万円を限度に2分の1の補助金を出すということですか。今は、商店街にお店を呼んでくるのに、タダでは来てくれないということですか。富士見のワークショップでも、地主代表で参加してもらっている地元の不動産屋さんに、「鶴瀬駅前の空き店舗に物販のお店を呼んでくることはできますかね。」と聞いたところ、「飲食なら呼んでこれると思うが、物販は100%無理。」と言っていた。

(大國) 丸の中で最良のオフィスビルを経営し、テナントもウエイティングしていることもある三菱地所でさえもバブル崩壊後空き室が多くなった時があった。テナント誘致は簡単ではなく担当者が努力してさまざまな会社へ訪問することもあった。商店街の誘致もただ待っているだけではなく、自ら誘致に出かけなければ良い店は出展してくれないであろう。そのためにもタウンマネジメント組織を活用し専属のメンバーが店舗誘致を行うことも必要であろう。

(簗浦) 店舗誘致を専門にしている不動産屋さんは無く、その街に必要な店舗は

街が探してくる努力をしなければならない。どのような店舗が必要かはライフスタイル調査で住民のニーズを掴むことが肝要である。出店情報を最も早く握っているのは内装業者であり随分お世話になった。

(吉田)

今回まで2年間かけ、課題を出し合い検討を重ね、各地の多くの参考類似例、今後の商店街での取り組み、事業アイデア、地域資源の活用、商店街の事業イメージづくりなど話し合いがもたれました。先ほどの賑わい商店街提案事項にもあるとおり、これからは議論提案の中で、実行、実施、挑戦できることから、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。

確かに上福岡商店街は、活気のある商店街ですが、駅から遠くなるに従い閉店の目立つ商店街など、時代の流れ、いろいろいきさつがあるようです。

毎度話題に出るように、毎日お世話になる生鮮製品の店が少ないのも現実です。街の発展とともに伸びてきた商店街は、住民の台所であり会話の場であったはずです。ふじみ野市は全国の中で比較しても活気のある街です。

埼玉の中心として東京方面のベッドタウンであり、農産物の生産地、工業の生産工場があり、多くの人達が行き交う街です。街の魅力も歴史的建造物、憩いの自然水辺空間、広い緑地田園田畑など、市民、街を訪れる人々の散策、サイクリングコースも含め魅力いっぱいの街です。上福岡商店街は全体的に飲食店が多い感じがしますが、昭和時代の歴史も感じる業種店舗雰囲気も多く残る街並みです。魅力ある店舗配置、交流の場など、買い物散策したい街並みにしたいですね。この変革の時代の中で、コンセプトを創り、転換し、魅力特色ある、住みたい、行きたい街づくりの必要があると感じます。魅力ある街へのイメージとして、街並みビジョン、交通体系整備ビジョン、街連携活性化ビジョン、広域連携ビジョンなど、商店街の特色を生かした構想が必要と思われます。

今までのワークショップにて多くのことが討議されてきた内容の中から、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、参画お手伝いできることを掴まえて生きたいと思います。

(大國) 八雲神社は、魅力のポイントだと思います、八雲どおりのマークもレトロで面白いですね。

(片柳) 先ほど八雲神社の話が出たけど、上福岡には、長宮光神社という神社があって、年中行事等も何もない神社だったが、7年前から、節分祭、豆まきを始めた。最初の1、2年は、そんなでもなかったが、今では定着し、すごい人出があり、100キロの豆をまいている。それと、神がかりだとお金が集まるんですね、昔、神社の改修をすることになって、6000万円のお金を集めなけ

ればならなかったことがあったが、その時、お札を売ったり、寄付を求めたりしたが、神様のこととなると、みんな協力してくれて、お金が集まり、100万円も多く集まったことがあった。

(福田)

皆様の色々なお話を聞いていまして、ますます第1回地域ワークショップ「ふじみ野」で提案しました「シルバーコンビニ事業館」的な組織が地元商店街の中に必要だと実感しました。当初シニア世代が地元で再チャレンジする場所を空き店舗を利用して出来ないかと思い経験、能力、人材など豊かな人たちがリタイアするのは「もったいない」何か地元還元、お役に立てないかとボランティア的発想でした。タウンマネージャーの必要性のお話も出ていますが、生意気なようですが、私は地元商店街の皆様が手を挙げ、推薦し、協力要請しスタートする。当初はシルバーコンビニスタッフ数名が活動出来るスペースを設ける。具体的には人、場所、業務内容を次のようにと考えます。

① 人材・地元をよく知っている方、不動産、企画、営業、販売、広報宣伝、商売、行政など経験ある方々数人でスタッフを構成する。

② スペースは出来れば空き店舗を通常の家賃で賃貸する、最初は準備期間として相談場所を決め打合せする。事業化を目的とした戦略を打ち出す。

③ 業務内容は地元情報収集、事業企画、人材交流、広報宣伝業務、地域サービス事業。上記の業務が常に街のどこかで進行していれば、アイディアは沢山出ています、一時的なイベントだけでなく、これからの地域、商店街に必要な事業は多くあると思います。

人と地域と情報が結びつき活性化が生れると思いますスタートしましょう。

(沼)

・ 商店街の活性化というのは、会長さんが片手間にやることでもないし、商店街の活性化を会長さんの責任や役割にされても困る。今、商店街に必要なのは、商店街活性化のための事業を企画立案する部門、企画立案する人、そういう専門家ではないか。

もう一つは、会長さんが安心して、新たな事業に取り組める、アクションが起こせる、そういう環境づくりが必要ではないかと思う。何かをやろうとするとき、会長さんも、うまくいかなかったらどうしようと、不安だろうと思うのです。うまくいかなかったら、責任を取られるということはないけど、会長さんとしては、やはり責任を感じるわけです。

会長さんのそういう心配をなくしてあげないと、なかなか、新しいことに取り組めない、にぎわい商店街づくり事業に、思い切って取り組んでみようということにはならないのだろーと思います。

それと、責任の問題だけではなく、会長さんを含めて、各個店が商売に専念できるようにしなければならない。自分の商売がうまくいってなければ、会長

さんでいられないし、会長さんをしているために商売に専念できず、商売がうまくいかなかったでも困る。

そこで、タウンマネージャーを市が商店街に派遣する、そういう事業が今後求められるのではないか。「にぎわい商店街づくり事業」では、タウンマネージャーの配置もできるようになっているので、この事業をタウンマネージャーを置いて実施してみてはどうだろう。

（簗浦）

レジメの17ページに自転車カフェの提案をさせて頂いているが、欧州では自転車盛んでありロンドンでは自転車カフェが流行っている。日本でもそろそろ出来始める気配があり早くやれば全国的な話題となり視察者が多く訪れる。

埼玉県は自転車道の整備を進めていることや一番商店街会の武田会長が自転車店経営者でもあることから自転車カフェの提案をさせて頂いた。着物を着て来店した人には割引等のサービスをすることにより街づくりをしている城下町があるが、自転車で来店した人には様々なサービスをする等により賑わいづくりが出来ると思われる。

（吉田）

・埼玉県は自転車購入数、保有台数、保有率などが全国1位ということで、自転車道700キロ整備事業、もっと安全快適ぐるっと埼玉ネットワーク構想、コンビニエンスストア利用の自転車の駅構想など、環境問題を考えるとますます自転車需要が強まると思います。県南西部では自転車地域振興の一環として自転車道を生かした観光マップ作成にとりかかっているとのこと。

そこで「自転車ステーション」も1つの事業かもしれません。

・埼玉県は平坦な地形なので自転車を利用するのに最適な県で、車では走りすぎてしまい気付かないことを発見したり、風を感じ、においみたいなものも感じ、いろいろな街を訪ねたい環境にあります。自転車ステーション構想により、市民および県外から街を訪れる人がふじみ野市のいろいろな魅力も知ってもらい街の活性化に繋がっていくことを期待します。

（片柳）

・子どもとウサギ（小動物）とのふれあいみたいなものをやったらおもしろいと思う。今年の若宮光神社の節分祭で、ウサギとふれあう広場をつくったら、子供たちがかわるがわるウサギを抱いて、かわいいと非常に受けた。

名店街に今年生まれたウサギを寄付するので、今年は、ウサギ年でもあるので、ぜひ、やってみてほしいと思う。

（星野）名店街でも、以前、ヤギを連れてきて、子供たちとのふれあい広場をしたことがある。確かに、子供たちには人気があった。

(沼)

・イベントなどを実施するときは、客寄せパンダではないが、そういうことも必要である。志木のかっぱふれあい館では、壁に市内の小学校の子供たちの絵を週替わりで展示して、そうすれば、子供の爺ちゃん、婆ちゃん、父ちゃん、母ちゃんが来てくれるだろうと、そういう集客を考えた取り組みもしている。

・朝霞では、昨年、アートマルシェというイベントを行った。アートによる地域おこしをしようという事業ですが、芸術家の卵の作品を八百屋や雑貨屋の壁に飾ったりして、野菜と一緒に絵画や陶芸を売ったらおもしろいということで、まちなか美術館、街中ギャラリーをやろうというものです。

・イベント等を実施するときは、いろいろな工夫が必要。それと、商店街で、みんなで、今度は何をしようかと、いろいろなネタ探しをしたりするのも、先ほど、ウサギの話で盛り上がったように、楽しくなる。みんなで楽しく取り組むことも必要。

そして、やることが決まったら、安心して取り組める、そういう環境をつくることも必要。

(大国)

上福岡のまちには魅力がいっぱいあります。なによりも現在のまちの魅力を活かすことが大事だと思います。岡崎市のまちゼミの事例を紹介させていただいていますが、現在の商店で自らの商品の使い方を自らのお店で紹介する講習会を開いて、お客様を店に来ていただくという試みです。また商店街の品物を自宅まで届けるサービスも広まっています。

さらにこれまで説明してきたアートのまちづくりなどによる集客効果も期待できると思います。上福岡の街並を描いたり、写真いったりしてその魅力を店頭に飾るといった試みです。これからは商店街の魅力を発掘し、点から線、面へ広げていく努力が必要ではないでしょうか。

(沼)

・その商店街にお客が行こうというのは、その商店街にお客を引き付ける魅力なり、売るものなり、何かがないとダメですよ。そういうものを、具体的に作っていかないと、その商店街にわざわざ行ったのにと、がっかりさせてはダメですよ。

・逆に、お客にわざわざでもその商店街に行ってみようと思わせる、商店街の魅力づくりが必要。商店街の魅力は、売ってるもだったり、品揃えだったり、いろいろあると思うのだけど、商店街の魅力は、一つの個店でつくるものではなく、みんなの店の集まりの魅力、今日配った、「ジモトのおやつ、ふじみ野パ

ック」のように、商店街の魅力はみんなで創っていくもののように思う。

(大國)

いろいろお話が出ましたが、やはり今後は行動に移してみる。たとえ小さなことでもそこから次のステップに進むと思います。

これからも、この4人が商店街になんらかのお手伝いをさせていただきたいと思います。

(沼部長)

それでは、これで、第3回ワークショップふじみ野を終わりにしたいと思います。この3回で、今年度のこのワークショップは終了となります。

皆様には、1年間、このワークショップふじみ野に参加していただきありがとうございました。このワークショップが少しでも商店街の今後の活動に活かされればと思います。本日はどうもありがとうございました。

10、関連資料

(1) 交通実験

川越 交通社会実験の件

日時 2009年12月25日(金) 10:30

場所 川越市

先方 川越市役所 都市交通政策課 河合氏

当方 吉田 (記)

川越 一番街周辺社会実験についての現況について聞きました。

一番街交通計画は、重要伝建群保存地区選定からの懸案事項として検討中
2007年に周辺自治会の要望などにより検討委員会が発足、検討会、社会実験を
行い現在に至っております。

検討委員会 委員長 埼玉大学 久保田教授

周辺自治会(21地区)

川越警察署 道路管理者 バス事業者 等

(事務局) 川越市

一方通行の検討課題 交通調査

交通量 渋滞調査

歩行者へのアンケート調査

住民へのアンケート調査

建物の振動調査

バスの利用者への調査

現在は実験結果を検証中で、議論を重ね今年度中に方向を決定。

方向が出次第、広報、HPに掲載の予定。

以上

川越 交通社会実験の件

日時 2010年8月5日(木) 13:15

電話

先方 川越市役所 都市交通政策課

当方 吉田 (記)

昨年11月に伺った川越、一番街周辺社会実験についてその後の現況について聞きました。・・・・・・アンケート調査結果などはHPに掲載

調査結果を参考に定期的に検討委員会で検証中。

今年前半は、地域住民意見交換会、地域を廻ったりして意向を確認中。

川越市全般の交通体系、パークアンドライド、重要伝建群保存地区街、

その他いろいろの条件を含めて検証中。今年度は意向方針まとめ、方針が固まったらその時期に市長に諮問の予定。

(2) 自転車施策



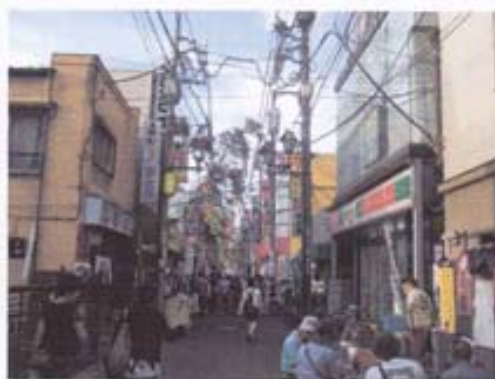
(3) 自転車工房 海外事例



(4) 七夕祭り

上福岡七夕祭り

2010年8月7日(土)



☆ 夏を飾る一大イベント見物の所見

きれいな七夕飾り、露天、郷土芸能、踊り、太鼓など多彩

東口商店街、サンロード、桜通り、西口広場など街をあげて開催

街中一体は交通規制をかけ、道路広場も会場として設定

上福岡本通りで交通分断されるが街の交通事情からいたし方ないか
全体の地元商店街との一体感覚あり

(5) アートとまちづくり

越後妻有 大地の芸術祭の里

晴耕雨読、夏耕雨読 - 四季を通して学び、遊ぶ

世界でも有数の豪雪地である越後妻有では、世界のアーティスト、文化人、研究者、都市のサポーターと住民が協働し、3年大祭「大地の芸術祭」を開催してきました。760km²の広大な大地に約200の現代アートが常設された、この「大地の芸術祭の里」では、晴耕雨読、夏耕雨読の文化交流が、四季を通して行われています。

祭り

3年に一度の「大地の芸術祭」のほか、「大地の祭り」、「雪アートプロジェクト」など多様な催しが、地域の祭りや行事とともに通年で楽しめます。芸術祭以外での年に開催される夏の「大地の祭り」では、常設作品が全て公開され、地域の人々によるあたたかなもてなしが旅人を迎えます。

学びと遊び

まつだい農舞台、森の学校キョロロなどの拠点施設や、空家・廃校を使ったアート作品では、地域の生活文化と芸術・民俗・科学が切り結んだ学びと遊びの体験プログラムが、通年で開催されています。学校や企業の研修にもご利用ください。

イベント・パフォーマンス

世界中の地域に息づく芸能、パフォーマンスが、アートや棚田、自然に囲まれた越後妻有ならではの舞台で鑑賞できます。土地に根ざした表現、身体を極限まで使って生み出される芸能を全身で感じてください。

妻有地域に点在する約200作品のアート作品を巡り、自然や文化と出会い、妻有地域を旅する。食事や温泉、宿泊、買い物、楽しみ方は色々。それぞれの楽しみ方を



越谷市 まちアートプロジェクト

開催 2009年10月4日(日)～11月6日(金)



街を美術館に



越谷絵本館



越谷商工会 MAP



整骨院 MAP



クリーニング店 MAP



プロジェクト代表 鈴木作品

(6) まちのエコツーリズム

事例 飯能エコツーリズム

飯能の歴史、産業を訪ねるぶらり旅 ～高校生の案内するエコツアー～

2月6日(日)
9:30～14:00
雨天実施

飯能のまちなかに残る古い建物には、西川材や絹織物など、まちを育んできた伝統的な産業の香りが漂っています。地元について学んでいる高校生と一緒に、飯能の近代の物語を旅してみませんか。昼食は、地元の食材をふんだんにつかった新名物「飯能すいとん」を味わいます。自然とともに育まれてきた伝統産業をご案内します。

集合場所	西武池袋線「飯能駅」北口
費用	一人 2,000円(ガイド、保険、昼食)
定員	20名
ガイド	自由の森学園高校 飯能地域研究
持ち物	散策できる服装、雨具、飲み物など

お申込み・お問い合わせ

自由の森学園高校(岩田)

TEL/FAX042-972-3131



雛めぐりのたび

2月27日(日)
9:30～12:30

好評につき定員いっぱいとなりました。
ありがとうございました。

春になると行われる「雛飾りお宝展in飯能」、市内のあちこちにお雛様が飾られます。ガイドの案内で丹生稲荷神社にまつわる雛飾りの歴史、店や民家に飾られるお雛様など、飯能ならではのお雛様の文化を訪ねます。

※「雛飾りお宝展in飯能」は2月15日～3月6日まで開催しています。詳しくはこちら(飯能市のHP) [▶](#)

集合場所	飯能市郷土館前
費用	大人1,000円 子ども500円(ガイド、保険)
定員	15名
ガイド	活動市民の会
持ち物	筆記用具、雨具、飲み物など

お申込み・お問い合わせ

飯能市エコツーリズム活動市民の会事務局

(飯能市役所エコツーリズム推進室内)

TEL 042-972-3131(平日9:00～17:00)



今後への期待

ふじみ野市上福岡では2年間にわたりワークショップに参加させていただきました。昨今の社会経済状況の変化のなかで東京近郊の住宅地と駅前商店街のあり方も変わりつつあることをうかがわせていただきました。東武東上線沿線には川越、大山など元気な街、常盤台など緑あふれる特徴のあるまちや和光、朝霞など駅前広場の整備されたまちなど様々なまちが連なっています。そのなかで上福岡は不思議な魅力を持った町だと思っています。日常まちを行きかう人々も多く、特に七夕祭りのときは、おしあいへしあいの混雑ぶりでした。八雲神社のレトロな雰囲気は商店街にもにじみ出ていて、横丁へ入ると店と店が軒を連ねた楽しい雰囲気があります。きっとこのまちの中にはまだまだ隠された魅力があるのではないかと思います。駅前のタバコ屋、サイクリングショップ、西友、東武などの大型店、飲食店など様々な店が人を引きつけています。しかしながら顧客の意識も情報化社会の中でどんどん変わってきていて、店舗の経営にも変化が起きて空き店舗も出てきています。今回のワークショップでは行政の方々の問題提起などにより議論をぐんぐん引っ張っていただき、大学の関係者の方や地元商店街の皆さんの熱意ある議論によって現在のまちの力、魅力を十分にいかした将来のまちづくり、商店街活性化の道筋が描けたのではないかと思います。実際に一步踏み出すことはリスクもありたいへんな決断を要することだと思いますが、ぜひともここを乗り越えて次の段階へ踏み出すことを期待しております。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 簗浦英一 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/>