

特集

# 商店街 サバイバル

ライフスタイルの変化や購買チャンネルの多様化によって苦境に立たされている「商店街」。特に新型コロナウイルス感染症は経営環境の悪化に拍車をかけた。逆風吹きすさぶなか、知恵や工夫を施し、活性化に取り組む商店街取材した。

——全国の商店街を取り巻く現状について教えてください。

鈴木 買い物客の減少、店主の高齢化、後継者不足等により衰退傾向にあるのは衆目の一致するところで、シャッターが下りたままの商店、空き店舗、空きテナントが目立つ商店街も少なくありません。1982年の商業統計によると、約170万にのぼるお店が商店街に存在していたようですが、2013年には約103万店舗まで落ち込んでいます。ただ、このデータは少し古いので実態はさら

に少なくなっていると推定されます。最近では新型コロナの影響が商店街と店舗の営業を直撃しており、

経営状況が一段と厳しくなつたという声も頻繁に耳にします。

——コロナ禍はどのような影響を及ぼしているのでしょうか。

鈴木 一つは休業や時短営業に伴う日々の売り上げの減少です。ライフスタイルの変化やコンビニ、大型ショッピングモールの台頭により商店街を訪れる人が少なくなつて久しいですが、コロナ禍により店舗の休業や時短営業が要請されたことで商店の売り上げが輪をかけて落ち込むようになりました。

首都圏の一部の商店街では緊急事態宣言の発出期間中も多くの人出でにぎわっていましたが、これは全国的にみても稀なケース。ほとんどの商店街では時短、休業要請の影響で売り上げが減り、閉店や廃業を余儀なくされたお店も少なくないと聞いています。

もう一つは大規模な集客イベントが開催できなくなったこと。商店街の活気を促すための取り組みといえば、大勢の人が集まる大規模なイベントやお祭りを催すこと



すずき・たかお

1951年生まれ。中小企業診断士。流通業全般の財務・マーケティング・販売促進などを得意とする商店街支援のエキスパート。創業者の支援、店主の教育・アドバイスなど、個店のサポート実績も豊富。商店街研究会の会長を務めるかたわら、一般社団法人地域振興支援協会代表理事、内閣府認証NPOまちづくり協会常任理事、東京信用保証協会企業サポートコーディネーターなどを務める。主な著書に同友館刊『TOKYO +ひとときわ輝く商店街』（編著）など。

が一般的でした。ところが新型コロナの感染を防ぐために「3密」を避ける習慣が根づいたことで、人が密集するような大がかりなイベントは開催しづらくなりました。

——感染対策を万全に行うことでイベントを再開した商店街もあるようですが……。

鈴木 例えば来場者数を制限したり、手指消毒や検温の徹底、人が多く集まりそうな場所に仕切りを設置する、といった対策を施し、開催にこぎ着けた商店街もあります。が、店舗の多くは個人事業者です。自分の店だけでなく商店街全体の感染対策に取り組むとなると、経済的な負担はもちろんマンパワー不足に直面し二の足を踏む

場合がほとんど。スポーツや音楽イベントは続々と再開しつつありますが、商店街の場合はこれらの理由から、イベントの開催に踏み切れないところもいまだに多くみられます。

**「相互扶助」で乗り切る**

——このような状況でも各商店が一丸となって危機を乗り越えようとしている商店街もあります。

鈴木 埼玉県所沢市にある所沢ブローペ商店街では、6月に商店街としては珍しい「必要経費10万円未満までの現金支給」プロジェクトを実施しました。これは商店街振興組合の会員事業者1人につき一律10万円未満の現金を支給すると



いう取り組みで、消毒液やパーテーション、サーキュレーターの設定、マスクの購入といった新型コロナ対策に使うことができます。これらは商店街の予算からねん出されており、まさに「商店街全体で支え合う」ことでコロナ禍を乗り越えようとする活動といえるでしょう。

さらに岩手県盛岡市の盛岡大通商店街では飲食店が中心となって開催している「お弁当、パライス」(P14)が好評を博しており、商店が一丸となり知恵や工夫を施すことで活況を取り戻しつつある商店街も増えています。

### ECの活用に商機あり

——集客に成功している店舗の取り組みについて紹介してください。  
鈴木 インターネットをうまく活用して来店客や売り上げを増やしているお店がいくつかあります。例えば首都圏のある酒屋では店舗とECショップの二段構えで商品を販売しています。とりわけ目を引くのがリアル店舗をソーシャルム化することでその場で試飲ができたたり、店員とのコミュニケーションのなかで自分に合ったお酒を探せる点。ECを活用して販路を

拡大しつつ、リアル店舗でしか体験できない仕組みを取り入れるというリアルとオンラインの良さを両取りした戦略で、集客と日々の売り上げの増加を実現しているようです。

——ECをうまく活用すればリアル店舗の売り上げ拡大といった効果も期待できると。

鈴木 昔は「年輩の人ほどネットでモノを買わない」と言われていましたが、今は年齢に関係なく多くの人がアマゾンやヤフー、楽天市場といったECモールを使ってショッピングしています。たしかに、ネットで買い物をする習慣が



(上) 盛岡大通商店街 (岩手県)  
(下) ハッピーロード大山商店街 (東京都)

根づいたことで商店街の来客数が一段と減ったことも事実です。が、ECを活用することは幅広い年齢層に商品を販売できるチャンスでもあります。ポイントはリアルとオンラインをうまく融合させること。単にECサイトを設けて商品売るだけでなく、店舗に足を運びたくなる仕掛けを施すことでより高いレベルでの集客と売り上げの増加が期待できるでしょう。

——「リアルの店舗に行きたくない仕掛け」とは？

鈴木 オンラインではできない要素をとことん追求することに尽きます。例えば来店客とのコミュニ

ケーション。食品を扱う店であれば「おすすめのレシピや調理法」、雑貨屋であれば「生活用品の意外な使い道」を伝えるなど、来店客と積極的にコミュニケーションを図ることで「また来たい」と思えるような店づくりを意識する必要があります。ちょっとした世間話も十分効果的です。

日常生活の困りごとを聞いたり助言するというコミュニケーションを継続することがお店の魅力づくりにつながり、ひいては商店街全体の魅力を形成します。店主はいわゆる「その道のプロ」と呼ばれる人たちで、商店街は「プロの集団」。生活上の疑問やアドバイスを気軽に話し合える関係性を構築すれば、多くの人々が商店街に足を運ぶきっかけになることでしょう。

——「GOTO商店街」事業もまもなくスタートする見込みです。見通しは？

鈴木 この事業は、新型コロナ対策はもちろん商品の販促費やイベント開催にかかる諸経費などに使えるため、商店街活性化の大きな後押しになるとみえています。とはいえ場当たりに使い道を決めたり、補助ありきのイベントを打ち

出しても商店街の振興にはつながりません。「GOTO商店街」を有効活用するには「何のために使うのか」「どのような成果が得られるのか」、イベントを催すのであれば「GOTO事業終了後も持続可能か」といったことを商店街全体でしっかりと議論しておく必要があります。

### 地域の生活を支援する

—— ずばり、商店街が活況を取り戻すためのポイントは？

鈴木 各商店がそれぞれ当事者意識をもって商店街の運営に参画することが重要だと考えます。しかし、先ほど述べたとおり店主は自分の店の経営で手いっぱい、商店街の運営に消極的な姿勢を示すことが多いのが実情です。商店街の発展に自発的に関わるための



高松丸亀町商店街では高松丸亀町まちづくり株式会社が商店街のマネジメントを担う

仕組みをいかに確立するかが今後の課題と言えるでしょう。

—— 店主が商店街の運営に積極的に携わっている実例などはありますか。

鈴木 例えば、香川県高松市にあ

る高松丸亀町商店街では、店主や地元住民などが出資者となり商店街の景観保全やテナントミックスといった商店街のマネジメントを行う組織（高松丸亀町まちづくり株式会社）を設立し、特定の誰

かに負担が偏ることなく、商店街の運営に参加できるスキームを確立しました。会社設立前は空き店舗や空きテナントが商店街のいたるところにありましたが、今ではそれらの「空き」は埋まり、集客と収入面の両方でV字回復を実現しています。

—— これからの商店街のあり方についてお考えを聞かせてください。

鈴木 単にモノを売り買っている場所ではなく、地域コミュニティの核となり、住民のくらしに寄り添いながら「地域の生活を支援する」という発想が求められます。

そのためにも商店街を構成する各店舗がそれぞれの強みを発揮しつつ、当事者意識を持って商店街の発展と地域住民の生活に密着する姿勢がより重要となるでしょう。

インタビュー・構成／本誌・中井修平 ◎

# お探しの本は ここにあります。

インターネットで簡単注文！  
オフィス・ご自宅にお届けします。  
領収書としてもご利用できる  
コンビニ決済をはじめ、各種クレ  
ジットカードのご決済が可能です。

## インターネットで 本を買うメリットは？

- たくさん買っても重くない
- 豊富な在庫点数
- 最短でご注文日当日にお届け

オンライン書店hontoは、TKC  
戦略経営者メニュー21/e21  
まいスターに搭載の「玉手箱」  
からご利用ください（TKC会員  
事務所はProFITから）。

上記のTKCサービスからhonto  
をご利用の場合、全てのご注文が  
《送料無料》となります。

※当サービスに関するご質問等  
は、TKC会員事務所におたず  
ねください。

# honto

本と電子書籍の  
ハイブリッド書店

◎盛岡大通商店街

# 「お弁当パラダイス」で集客力と結束力を高める

9月27日、薄曇りの日曜日。JR盛岡駅から東へ、南部藩盛岡城址方面に歩くこと10分、盛岡大通商店街がある。正午過ぎの歩行者天国。幅10メートルの商店街口

に長さ約300メートルにわたって弁当販売の29店ものワゴンがずらりと並ぶ。盛岡大通商店街協同組合が今年6月から月に1回開催している「お弁当パラダイス(第4回)」だ。

驚くべきはその人混みである。ざっと見渡しただけでも数千人はいるだろうか。10〜20人の行列ができていくワゴンも珍しくない。和食、洋食、エスニック、居酒屋、カフェなどの多彩な「お弁当」……。農家が出店する産直マルシェも印象的だ。クラフトビールも楽しめる。本部前の「縁日」コーナーからは子供たちの嬌声(こせう)が上がり、いかにも楽しそう。

正直、想像以上の活気に驚いた。ぶらぶらとワゴンのをぞいてまわっている年配の女性に話を聞くと、「目当てのお弁当が売り切れていて残念。もっと早く来ればよかつ

た」とのこと。実際、オープンから30分で完売したワゴンもあった。**3時間半で1500個を販売**

盛岡大通商店街はこのところ逆風続きだった。昨秋、岩手医科大学が近隣から移転し、人通りが減少。そして今年に入って突然のコロナ禍に見舞われる。

盛岡大通商店街協同組合の中村正樹事務局長は言う。

「4月に丸乃タイルの内館茂社長(理事)とお弁当パラダイス副実行委員長)の提案で各店舗にアンケート調査を行った結果、やはり飲食店へのダメージが深刻であることが分かりました。これを受けて、真っ先に声を上げたのが菅原靴店の菅原誠社長(理事)同実行委員長)でした」

当時、各飲食店は売り上げ減を補うために個別にテークアウトやデリバリーに取り組んでいた。それを見た菅原社長は「入ったことのないお店の弁当を注文するのはハードルがある。実際にモノを見て、比べてから購入したいとい



右から中村正樹事務局長、菅原誠理事・実行委員長、内館茂理事・副実行委員長、上田裕樹理事、小林靖理事

うニーズが絶対にあるはずだ」と主張。他の理事もこれに賛同し、まずは、組合の所有する「リリオ」という施設に特設会場を設けて弁当の販売会を開催することにした。「参加してくれる店舗さんがあるのか、お客は集まるのか、そもそもこのコロナ禍に人を集めていいの

かなど、不安でいっぱいでした」(中村事務局長)というなか、「現状を打破するには動くしかない」とばかりに企画を進め、プレスリリースを発信するとテレビをはじめ地元メディアが殺到。ふたをあけてみると、弁当はあつというまに売り切れた。緊急事態宣言が解除される5月末まで毎日(日曜除く)、3週間続けて開催するうちに、当初、5店舗だった参加店舗も15軒まで増加。店主たちのコミュニケーションも増していく。さらに、この取り組みが終了するとの情報を聞いた利用者から「次も開催してほしい」との声が相次いだ。当然の成り行きとして、「毎週日曜日の歩行者天国を利用してもっと大々的にやってみたらどうだろう」という雰囲気醸成されていく。

こうして6月21日に開催されたのが「第1回お弁当パラダイス」。結果は大成功となった。3時間半というわずかな時間で、約1500個の弁当を売り上げることができたという。リピーターの獲得効果はもちろんのこと、やったこと



① 今回で4回目を数えるお弁当パラダイス ②10~20人の行列ができる店も ③子ども向け縁日も開催、歓声がひびく ④盛岡大学附属高校の生徒たちによる「さんさ踊り」 ⑤馬場葉子さんによるジャズパフォーマンス



のない「お弁当」という分野に挑戦することで、参加店舗の経験値と業務の「幅」は確実に広がった。さらに、「このイベントを続けていこう」という若い組合理事たちの意欲は高まり、当然のごとくその後の継続開催が決まる。

「当組合では以前から、執行部の若返りが課題でした。今回、若手の理事が協力し合いながらイベントに取り組むことにより、従来にはなかった「まとまり」できてきた。この状況を生かし、当商店街のみならず地域の活性化につなげていきたいですね」（中村事務局長）

### 郊外から顧客を取り戻す

同商店街は組合員52名で、賛助会員や協力店を含めると120名ほどの組織。近年、長らく勢力を誇っていた物販店舗の多くが、近隣のショッピングセンターに客足を奪われて閉店し、近隣住民やオフィス街のサラリーマンを主な顧客とする居酒屋やレストランなどの飲食店が取って代わりつつある。「比較的新しい飲食店さんは、組合に加盟していないところも多く、これらの店舗が、お弁当パラダイスを通じて組合活動に興味を持ってくれる良いきっかけになればと

思っています」（中村事務局長）

イベントに出店するには、組合員である必要はない。このいわば「寛容な」方針によって「あまり交流のなかった」店主さんたちとのコミュニケーションが深まった」と中村さんは言う。多くの店舗が協力し、知恵を出し合って集客戦略を練り上げれば、郊外に向けた人の動線をいくらかでも取り戻すことも可能はず、というわけだ。さて、9月27日に戻ろう。

12時半、地元の「うたばん流し」として活躍するポールふじむらさんが各所に出没。歌声と歓声が聞こえてくる。13時、盛岡城にほど近い商店街の東端に、何やらざわめきが起こった。盛岡大学附属高校の生徒たちによる「さんさ踊り」の実演が始まったのだ。8月に予定されていた恒例の祭り「盛岡さんさ踊り」がコロナ禍で中止され、発表の場を失った生徒たちのリベンジの場だ。そして、イベントも落ち着きを見せ始めた14時、本館前でジャズピアニスト・馬場葉子さんの華麗なパフォーマンス……。ファイナル間近の気配。心地よい音楽のリズムに後ろ髪をひかれつつ帰路に就いた。

（本誌・高根文隆）

## リアル交流事業の促進でファンづくりをまい進

東京都内有数のアーケード街からなる「ハッピーロード大山商店街」(板橋区)。スローガンは「生き生きあひします」。和菓子店、衣料品店、雑貨店などバラエティーに富む商店がひしめき、近隣住民が行きかう生活密着型の商店街である。時節柄、マスクを店頭で販売している店も少なくない。

「われわれの商店街には逆風と追い風が吹いています」と石川政和ハッピーロード大山商店街振興組合理事長は複雑な表情を浮かべる。食品スーパーやドラッグストアは



ハッピーロード大山商店街振興組合  
石川政和理事長

堅調であるものの、飲食店の業況は依然きびしい。新型コロナの影響で、インターネット通販の利用にいつそう拍車がかかった。通信販売を行っていない店舗には逆風となる。「市場ニーズとのずれ、ネット通販対応……従来抱えていた課題が一举にあぶり出されました」(石川理事長)。

一方の追い風。日中、商店街を歩きかう人々がじわじわと増えているという。特に目立つのは30〜40代で、在宅勤務者の増加が背景にある。昼ときにはテイクアウト需要に応えるべく、弁当を販売する飲食店も現れはじめた。

「国のルールが見直され、今後は期間限定でテラス営業も認められるようになります。来客層や生活

様式の変化に柔軟に対応していかなければなりません」

動画チャンネルの開設や、近隣6商店街と連携した「板橋バル」の共催など、顧客開拓に向けた新たな試みも始まっている。

## シエアキッチンへ再生

東武東上線大山駅南口改札直結のアクセス至便なアーケード街を5分ほど歩くと、亀のロゴマークをあしらった真新しい建物が見えてきた。「KAMEYAKITCHEN」(かめやキッチン)のネオンサインが異彩を放つ。10月にオープンしたてのシエアキッチンだ。冷蔵庫、ガスコンロ、冷蔵ショーケースなどの設備を備え、16席の飲食スペースもある。

「以前は、かめやという80年以上つづく履物店が営業していました。自分の代での引退を検討していた店主から組合に相談があり、シエアキッチンとしての活用を提案しました」(石川理事長)

畑違いの業態への衣替えに際して中心的役割を担ったのが、まち

づくり大山みらい株式会社である。ハッピーロード大山商店街振興組合が100%出資する法人で、石川理事長が代表を務める。石川氏は店舗の活用策について、空き家活用事業を展開する企業と協議。近隣店舗の状況調査と住民へのヒアリングを経て、飲食店開業を志す人々が利用できるシエアキッチンへの改装が決まった。店内は木の柱がならび、古民家風の一つりになっている。

「改装時に天井のボードを取り外したところ、昔使用していた電灯のコードが収まっていた。来店客に建物の歴史を感じてもらえるよう、あえて梁をむき出しの状態にしています。お店のロゴマークも以前とほとんど同じ。かめやの店主だった方も喜ばれています」

これまで入居した店舗はプレオープン時も含め、カフェやクレープ店、弁当店など多彩な顔ぶれ。キッチンの用途以外にも、料理教室や食育イベントなど、コミュニティースペースとしての需要も見込む。さらに定期開催が決まった



560メートルのアーケード街に200以上の店舗がならぶ



イベントもある。「かめやキッチン起業塾」は、飲食業界で起業に挑む人を対象とした連続講座。中小企業診断士などを講師に招き、事業計画の立案や店舗運営、マーケティングをテーマに、開業に必要な知識を習得できる。

夕方にさしかかり、食材を求める人々でひとときわにぎわっていたのが、全国ふるさとふれあいショップ「とれたて村」。商店街振興組合の直営店で、全国9市町村から直送された特産品を購入できる。「各地の百貨店で開催されている物産展をヒントに、農山漁村との交流による活性化を図るため開設されたお店です。銀座などにアンテナショップを開設するよりも、割安な費用で販売スペースを設けられます」

運営面の特色は、とれたて村参加市町村と活発な交流事業が行われているところ。産地訪問ツアーや修学旅行生の販売体験、区内小中学校給食への食材提供等、ふれあいづくりに余念がない。また、商品別の売り上げデータを月次で市町村にフィードバックするなど、出店後のフォローもきめ細やか。売れ行きにアンテナを張っている市町村は、データを参照して品ぞ

ろえに反映させている。

### 新たなにぎわい創出へ

昼夜、人通りの絶えない商店街にあつて、シャッターを閉めた店舗がならぶ一角がある。一帯で大がかりな再開発計画が進んでいるためだ。大山駅周辺では東武東上線の高架化をはじめ、駅前広場の整備、高層マンションの建設など、複数のプロジェクトが目じろ押し。なかでも商店街に最も大きな影響

を及ぼしているのが、都市計画道路の整備事業。都道の開通により、アーケードの中央部分が撤去される。ハッピーロード商店街の実に3分の1に相当する距離である。その古きよき魅力はそがれてしまふのか。

「移転して営業を継続したり、閉店を余儀なくされた店舗は30店ほどのぼります。まちづくり事業の影響は甚大ですが、周囲に地上20階をこえる高層マンションが

複数建ち、人口増加が見込まれるのも確か。近辺になかった緑地公園や、駅前広場も整備されます。一層の活気が生まれるはずですよ」

防災面の課題もあった。商店街の北側には、木造住宅が密集する「木密地域」が広がる。火災や災害時、避難経路の確保がままならない路地も多い。不燃化特区として、老朽化した住宅の建て替え支援がすでに実施されている。

整備計画は2015年に事業認可され、未開通区間は近辺では、ハッピーロード大山商店街を含む400メートルを残すのみとなった。21年3月には、商店街と都道の交差する「大山町クロスポイント周辺地区」で建築工事が開始される。線路の立体交差事業も含めると、まちづくり事業の息は長い。石川理事長は将来をこう見据える。「われわれはまちづくり委員会を立ち上げて商店街の将来像を討議し、30年ビジョンを昨年策定しました。コンセプトは、多種多様な人の集う緑と賑わいのまちへみんなの居場所です。『大山でよかつた』と多くの人に感じてもらえるよう、足を運びたくなる商店街づくりに取り組んでいきます」

(本誌・小林淳二)



①② コミュニティスペースとしても活用できる「かめやキッチン」③④ 近隣再開発のため、移転して営業を続けている「とれたて村」

## リノベーションを推進し二つの課題解消に挑む

JR岐阜駅から北へ徒歩約15分。周囲300メートル四方に広がる

のが「岐阜柳ヶ瀬商店街」だ。立地上、買い物や飲食など、何らかの目的を持ってやってくる人がほとんど。ビジネスパーソンが接待の場として利用する飲食店も多く、歓楽街としての一面もあわせもつ。

商店街のルーツは古く、人々が一帯に集まりはじめたのは1900年代初頭から。繊維産業の発展とともに、映画館や飲食店が次々と出店。昭和の最盛期には歌謡曲でも歌われるほど、東海地方有数の歓楽街としてにぎわった。やがて繊維産業が衰退すると、駅前一帯の間屋街も閑散とした佇まいに。柳ヶ瀬商店街は離れ小島のようなロケーションとなり、客足は次第に郊外の大規模商業施設へと向いていった。

## スクール出身者がけん引

逆風にあおられる商店街にあって目を引くのが、リノベーションによる活性化の取り組みである。かじ取りを担っているのは、岐阜

柳ヶ瀬商店街振興組合連合会の林亨一理事長だ。

「商店街では商店の後継者難と、閉店による遊休不動産の増加という、二つの課題を抱えていました。これらの課題に対する打ち手として、リノベーションを活用した新規出店の促進に取り組んでいます」（林理事長）

レトロな外観が特徴の商業ビル「ロイヤルビル」は、その象徴的存在だ。もともと映画館などが入居



していたが、築40年以上が経過し、空き店舗が目につくようになっていた。2016年にビルのリノベーションが行われ、テナントを募集。インテリアショップや雑貨店などが出店し、「ロイヤル40」という名前がよみがえった。新旧さまざまな業態が醸し出す独特の雰囲気から、商店街の名物となっている。

ビルの2階にはイラストレーターのショップ兼アトリエや、シルクスクリーン印刷を体験できる店舗が入居し、1階と異なるおもむきを見せる。

「開業希望者から、商店街には間口の広い建物が多く、手ごろな物件がなかなか見つからないという声を耳にしていました。ロイヤル40の2階は五つの区画に分かれていて、若い店主が店舗運営にチャレンジしやすい環境になっています。店主のなかには、リノベーションスクールで学んだ方もいます」

リノベーションスクールは、岐阜市の手がける事業。参加者は合

宿形式の研修を受講し、まちづくりや遊休不動産活用アイデアを立案する。昨年8月に初めて開催され、建設・不動産関連事業者やデザイナー、クリエイターなど32名が参加した。

メンバーはユニットを組み、まち歩きやグループワークを通して、実際の物件の活性化策を討議。最終日の3日目には、ビジネスプランをプレゼンテーションする実践的な内容になっている。今年は新型コロナウイルスの影響で開催が危ぶまれたが、11月に第2回が開かれる予定だ。

「スクールの開講前に、各地でまちづくりに携わっている方を講師に招いた、事前講演会を行っています。昨年は2回実施し、のべ200名をこえる人たちに参加いただきました。スクール出身者の創業した店舗がロイヤル40に増えるにつれ、若い客層が目立つようになるなど、世代交代が少しずつ起こりはじめています」

ロイヤル40は、14年9月に始まったまちおこしのイベント「サン

「デービルディングマーケット」の会場でもある。同ビルと日ノ出町通りをメイン会場に、毎月第3日曜日に開催されており、雑貨店、飲食店が軒を連ねる。愛知県や滋賀県など、近県からの出店者も少なくない。3月にいったん中止を余儀なくされたものの、空間が密にならないよう出店者を制限して間隔を広げるなどコロナ対策を施し、6月から再開している。

## アンケートに2千名が応募

サンデービルディングマーケット以外にも、近年は趣向を凝らしたイベントを定期的に開催し、集客を図っている。「柳ヶ瀬ジュラシックアーケード」もそのひとつ。動く恐竜ロボットを複数展示し、商店街の中にジュラシックパークを再現した。

「ジュラシックアーケードは特に家族連れに人気で、例年3万人以上の人が訪れていました。われわれは従来、商店街を密にするのを目標に取り組んできましたが、コロナで流れが真逆になってしまった。人出の予想されるイベントは、すべて中止にせざるを得ませんでした」(林理事長)

ただ、予期せぬ感染症の拡大は、



①② インテリアショップなどが入る「ロイヤル40」。親子連れの来店客も ③ 創業希望者を集めて開催されたリノベーションスクール ④ 「サンデービルディングマーケット」は県内外からの来場者でにぎわう

ターネットによる応募なら人同士が接触することなく、より若い世代の声も聞けるのではとの期待感もありました」

2週間の募集期間中に寄せられたアンケート総数は、2420件にのぼった。商店街利用者の目線に立った要望や、イベント再開を待ち望む声などが多数寄せられた。また結果を詳細に分析したところ、週に1度、あるいは月に1度訪れる、30〜40代が主要顧客層である点も判明した。リアルの活動が停滞したコロナ禍にあつて、インターネットを活用した交流にかける期待は大きい。

「携帯電話もインターネットもない昭和のころ、人々は情報を調べることなく、商店街に足を運んでいました。しかし今はネットで情報を収集してから買い物する時代。ネット上での関係性の構築がカギになると考えていましたが、コロナの影響でより切実な問題になったと感じています。さまざまツールを活用し、地元の人々との関係を深化させていきたいです」

これからもリアルとネットの利点を生かし、若い世代の人々が創業しやすいまちづくりを目指す。

(本誌・小林淳二)

足元を見つめなおす機会でもある。同商店街では8月末に「100・100柳ヶ瀬キャンペーン」と銘打ち、インターネットによる大々的なアンケート調査を実施した。この企画は地元住民から商店街に対する意見を聞き、100名に総額100万円をプレゼントするというもの。抽選による当選者には、

柳ヶ瀬商店街協力店で利用できる1万円分の商品券が贈呈された。柳ヶ瀬が増えたらいいなと思うものの、柳ヶ瀬商店街活性化のアイデアといった設問が盛り込まれた。「商店街にゆるやかなにぎわいを生み出す方法として思い浮かんだのが、以前にも実施したことのある商品券の配布事業でした。イン

◎川南町商工会

◎特集—商店街サバイバル

# 月1回の「軽トラ市」で町内外1万人の呼び込み成功

全国約140カ所で開催されている「軽トラ市」。軽トラックを乗りつけるだけで幅広い客層に商品を販売できる手軽さから、地方都市を中心に取り組みが広がっている。なかでも宮崎県川南町の「トロントン軽トラ市」は170回近く催されてきた名物イベントで、町の経済振興に大きく貢献している。川南町商工会の宮崎吉敏会長と軽トラ市担当の井尻祐子マネージャーに聞いた。(取材日・9月29日)

——川南町の特色は？

宮崎 宮崎県の中央部にある人口1万5000人規模の町で、東側は日向灘に面し西側には九州山地がそびえています。農業や畜産業といった1次産業が盛んで、イチゴ、ブドウ、マンゴー、ブタ、トリ肉、伊勢エビ、マグロ……と挙げだすとキリがないほどの食料生産地としても知られています。

1年を通して気候が温暖で、町全体が豊かな自然に囲まれているため生活しやすいのも川南町の特徴です。

——「軽トラ市」が開催されているトロントン商店街について教えてください。

宮崎 町の中心部にある600メートルほどの商店街で現在は約60の事業者が店を構えています。飲食店、電気屋、ガソリンスタンドなど業種は多岐にわたり、町役場商工会、文化ホール、保健センターなどの公共施設も隣接している

ことから町民の生活基盤として長く愛され続けてきました。

しかし、最近では若者の都会志向やショッピングセンターの台頭もあり、以前に比べて店舗数は少なくなりつつあります。

井尻 トロントン商店街には120ものお店が軒を連ねていた時期もありましたが、郊外型のショッピングセンターが出店したことをきっかけに来訪者数が伸び悩む



左から宮崎吉敏会長、井尻祐子マネージャー

ようになり、そのおおりの受け、店舗数は最も多かったころの半分程度まで落ち込みました。このような状況のなかで、かつての活気を呼び戻そうと取り組んでいるのが商店街のメインストリート会場に行っている「軽トラ市」です。

## 軽トラ市のPRに注力

——「軽トラ市」とはどのようなイベントなのでしょう。

宮崎 毎月第4日曜の午前8時から11時45分まで行われる定期朝市で2006年9月に第1回を開催して以降、これまでに170回ほど催してきました。毎回130台を超える軽トラが商店街に並び、朝採れの新鮮な野菜や食料品、日用雑貨、衣料品など多彩な商品を販売しています。かくいう私も川南町で中古車販売業を営んでおり、かつて軽トラ市で軽トラックを販売したこともあります(笑)。

現在は新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐために開催を休止していますが、コロナ禍のなかでも再び多くの人が安心して来場できるように、出店・来場ルールを明確化するためにガイドラインの策定に取り組んでいます。

井尻 来場者も毎回1万人を超えるなど、動員数は全国の軽トラ市のなかでも日本一を誇っています。そのほとんどが町外からのお客さまで、老若男女問わずリピーターも多いようです。

——「軽トラ市」を定期開催するに至った経緯は？

宮崎 2004年に川南町商工会のTMO(まちづくり機関)が発足し、町や商店街の活気を取り戻すための施策、イベントを企画するようになりました。そのなかで「定期開催の朝市をやる」という意見が上がり、開催方法を検討していたところ、「荷台に商品を積んだ軽トラックが一齐に集まれば多

くの人の注目を集めるだろうし、たとえ売れ残ったとしても商品を積んだまま帰ればいいから後片づけの手間が省けるのではないかと当時のイベント企画委員長がアイデアを出したのです。そこで、詳しく調べてみると、岩手県雫石町の「軽トラ市」が町のにぎわいづくりに貢献していることを知ったので、自分たちもやってみよう……。

軽トラ市は今や全国のいたるところで開催されていますが、当時は斬新な取り組みとして耳目を集めていました。軽トラ市を定期的に開催することで町の名物イベントとなり、商店街、ひいては川南町に多くの来訪客が集まることを期待して月イチで開催するに至りました。

井尻 軽トラ市には多くの軽トラツクが駐車できる広々としたスペースが欠かせません。が、幸いにも商店街の道幅は広く、近隣には町役場や文化ホール、食品スーパー等の駐車場が点在しているため、場所の問題に悩むことなく開催することができました。

——1万人もの集客に成功した秘訣は何でしょう。

宮崎 町内の各種団体や近隣商工



多彩な商品を積んだ軽トラックがずらり

会の協力が得られたことに加えて、メディアを通して軽トラ市を積極的にPRした成果が、多くの来場客の獲得に結びついたと考えてい

ます。

軽トラ市を始めた当初は、取り組みを広くアピールするために、宮崎県はもちろん九州地方のテレビ局や新聞社などを足しげく訪問しました。これらの活動が奏功しニューズ番組や地元の新聞などで取り上げられるようになると来場客や出店者の増加にも拍車がかかり、回を重ねるごとに盛況を収めるようになりました。

井尻 最近ではお客さまどうしの口コミやSNSでの情報発信をきっかけに訪れる人も多くなっています。全国の自治体からの見学依頼も相次いでおり、これまでにのべ221団体2300人の自治体関係者が軽トラ市の視察に訪れました。

——商店街振興にはつながりましたか。

宮崎 買い物客として軽トラ市に参加したり、イベントの盛り上げりを目の当たりにした人が実際に川南町に移住し、商店街に店を構えるというケースも増えつつあります。最近では整体やエステサロン、フィットネスジムといった、これまでになかったジャンルの店が続々と開店するなど、商店街だけでなく町にも良い影響を与えて

います。

### 電子地域通貨を活用する

——新型コロナ対策について詳しく教えてください。

宮崎 出店者と買い物客の接触を極力減らすようキャッシュレス決済の導入を検討しています。川南町には町内の協力店で利用できる「TORON」という電子地域通貨があり、スマートフォンやタブレット端末での決済が可能です。金銭の授受による接触感染リスクを抑えるため、「TORON」による電子決済を軽トラ市にも導入する方針です。

井尻 これ以外にも厚生労働省が公表した「新しい生活様式」の実践を参考に、来場客や出店者にマスクの着用と手指消毒を義務づける、体温が37.5度以上の方の来場を断る、常に2メートル以上の間隔を空けるといった開催ルールを定めました。

宮崎 軽トラ市は川南町の経済と地域の人々の生活を支える重要なイベントです。絶対に感染者を出さない、クラスター感染を起こさないよう最大限の注意を払いながら再開を目指します。

インタビュー・構成／本誌・中井修平

川南町商工会  
所在地 宮崎県児湯郡川南町大字川南13680-1



# 意外と使える！「GOTO商店街」に期待の声

GOTOキャンペーンの「異端児」ともいえる「GOTO商店街」への企画募集が10月に「びっすり」とスタートした。GOTO商店街が特殊なのは、GOTOキャンペーンのうち、唯一、消費者が経済活動をを行う際の補助金ではないこと。

あくまでも事業者がイベント（オンライン含む）等を開催する際の経費を支援するという建てつけだ。

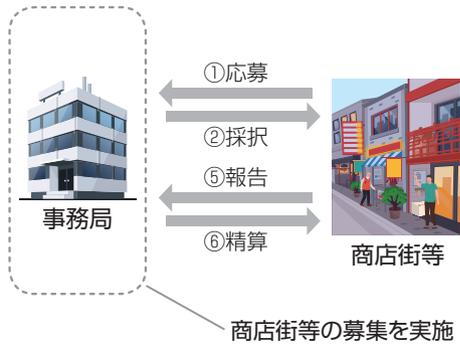
この事業は、3密対策などの感染拡大防止対策を徹底しながら、商店街がイベントや新商品開発、プロモーションなどを実施することで、消費者や生産者が地元や商店街の良さを再認識するきっかけとなる取り組みを支援するもの。応募した取り組みが採択されれば、そこにかけた費用の300万円×申請者数+500万円（上限1400万円）を支援金として受け取ることができる。経済産業省商業課ではこう言う。

「1申請者当たり300万円ですが、事業者2者以上で広域に展開する場合は、プラス500万円（上限1400万円）となります。たとえば、AとBの振興組合と商工



消費者

## 事業実施スキーム



会が連携してイベントを行った場合、300×3900+500万円（1400万円）の補助金をうけることが可能です」

小売業界専門誌の記者は、「これだけの金額があれば、結構なイベントやプロモーションを実施できる。1商店街で300万の協賛金を集めるのは大変。さらに広域で取り組めばすごい金額になる。こ

んなチャンスはない。緻密に戦略を練った上で利用すべき」と断言する。しかし、一方で「前払いではなく清算システムなので、規模の小さい商店街では資金の調達に苦労するのは」との声も。

補助金の対象となる経費は、地元パフォーマー等の出演日、感染予防用品等の購入費用、アルバイト雇用費用、ウェブサイト等の構築費用、宣伝広告費、テント等の費用、商品開発等のコンサル費用、地域産品を活用した景品・販促品費など、主だったほとんどの費用が網羅されているが、プレミアム付商品券・金券、備品購入、施設整備費用などは対象外なので注意が必要だ（左図参照）。

先行募集は10月2日からスタートし、10月30日で締め切られたが、11月1日から通常募集が開始される。対象は今年12月1日〜翌2021年2月14日に開始する事業。対象となる事業者は商店街振興組合や協同組合はもちろん、民間事業者や法人化されていない組織でも、一定の条件を満たせば応募可能だ。応募はウェブサイトから申

請書をダウンロードして記入、GOTO商店街事務局あてに送付すればよい。基本的には1案件のみ応募となるが、採択されなければ再度応募することも可能だ。

## 幅広いアイデアが採択

近年の商店街、とくに地方の商店街のシャッター化は目に余るものがある。しかし、魅力的なイベントなどで情報発信し続けて健闘している商店街も少なくない。ケーススタディで取り上げた盛岡大通商店街やハッピーロード大商店街、川南町商店街などは代表的な成功例だろう。

とはいえ、ただやみくもにイベントやプロモーションを企画・実施しても経費の無駄遣いになってしまう。前出の記者は言う。

「もちろん、一時的な集客は大事ですが、イベントが終わったとたんに閑古鳥というのはあまり意味がありません。継続的にユーザーを引き付ける、何らかの仕掛けが必要でしょう」

では、具体的にどんなイメージを持って成果が上がるイベントを

企画・実践していけばよいのか。経済産業省が公表している具体的事例を挙げてみる。

□ 買い物コンシェルジュの設置

商店街の店舗や商品・サービスに関することなどを紹介してくれる「買い物コンシェルジュ」を配置。

ユーザーからのさまざまな質問に答えたり、事前に予約をすれば、希望の買い物にあわせて適切な店を案内してくれる。

□ テレワーク対応 空き店舗を開

放し、仕事に集中できるスペースを提供。商店街のカフェや総菜店

が「テレワーク弁当」を提供。

□ 新商品開発プロジェクト 地元

の高校生などと一緒に、商店街の名物となるような新商品を開発。

室の開催、カリスマ販売員を招いての地元商材の実演販売、一日店長体験などを組み合わせたリアルイベント。

□ 商店街オープンテラス事業

コロナ対策における道路占用の許可基準緩和等を利用し、飲食店などが店舗前の歩道の一部をテラスとして活用。新しいコミュニケーションスペースを提供。

主な対象経費

 地元パフォーマー等の出演費	 感染予防用品等の購入費用	 アルバイト雇用費用
 ソフトウェア等のライセンス料	 商品開発等のコンサルティング費用	 地域産品を活用した景品・販促品費
 ウェブサイト等構築費用	 宣伝・広告に要する費用	 テント等のレンタル費用
 広告物等の印刷・製本に要する費用	 デリバリープラットフォーム等への掲載料	 イベント実施に必要な運送料

主な対象外経費

 プレミアム付商品券・金券等	 備品の購入費用	 施設整備費用（ハード事業）
--	--	---

このほかにも「地元」のこわいお化け屋敷」「高齢者優先時間帯の設定」や道の駅ならぬ「商店街の駅」の開設、「親子で楽しむ商店街職場体験プログラム」など、幅広いアイデアが採択されている。詳しくは「GoTo商店街事業事例集」を。また、応募方法など制度の詳細については「GoTo商店街事業者向け」のサイト（欄外QRコード）を参照のこと。



Go To 商店街 事業者向けサイト

## ◎商店街創生センター×セブン商店会

## 商店街と若手人材の「二人三脚」で活性化に取り組む

商店街創生センターは多様なプログラムを通して、京都府内すべての商店街の活性化支援を手がけており、特に若手人材を中心としたプロジェクト（「商店街活性化若手プロジェクト」）によって多くの商店街が活況を取り戻している。長岡京市にあるセブン商店会もそのひとつだ。プロジェクトに関わったメンバーたちの話を交えながら、活性化への道のりをレポートする。

2015年10月、セブン商店会で化粧品販売とネイルサロンの店を構える林定信氏は神妙な面持ちで商店街創生センターとの面談に臨んでいた。テーマは「セブン商店会が抱える課題のヒアリング」。林氏はこの日、訪れたセンターの職員に向かって活性化に懸ける「想い」を打ち明けた。

「長岡京市は京都の中心街にほど近く、多くの人は京都市内で買い物を済ませる傾向にあります。商店街も閑散としていますが多く、『このままでは商店会がますます寂れてしまう。力を貸してほしい』と当時の商店会長に請われて会務に参加したのが15年8月のことでした。いざ入会してみると副会長という重職を担うことになっていて、『話が違う』と思ったのが正直なところですよ（笑）。ただ、どうせやるなら商店街を本気で変えたいと考えていたので、商店街創生センターさんとの面談では思いの

丈を率直に話しました」（林会長）

くしくも同センターが開設したのは林氏が商店会に加入した2ヵ月後。組織発足のあいさつを兼ねて訪問した職員に対し、林氏はせきを切ったように話し続けたという。面談を担当した神崎浩子氏はこのときの様子をこう明かす。

「林さんの熱意は初対面でもすぐ感じ取れましたし、その気持ち

に何とか応えたいと思いました。

『まず何から手をつけていいかわからない』と話されていたので、

林さんがどんな商店街をつくっていきたいか、そのために何をどう変える必要があるか……と課題を精査することから始めました」（神崎氏）

こうして、セブン商店会の活性化に向けた二人三脚の取り組みが

幕を開けた。

## 若者の新鮮な発想を生かす

商店街創生センターによる支援プログラムの特徴は「外部の視点を積極的に取り入れ課題解決に導く」こと。特に民間の若手人材を中心に結成された「商店街活性化若手プロジェクト」による支援は、新鮮な発想やアイデアが商店街の新たな魅力の発掘、発信につながっていると好評だ。

課題をヒアリングした神崎氏は即座に2人の若手人材をセブン商店会に派遣。同プロジェクトの核メンバーであるタナカユウヤ氏と藤田始史氏だ。タナカ氏は地域活性化や事業開発を手がけるベンチャー企業の取締役、藤田氏は一級建築士の資格を持つ都市計画のプロフェッショナル。2人は職業こそ異なるものの商店街を介して育まれる「ふれあい」や人の「あたたかさ」といった魅力を引き込



(上)「セブンのハロウィン」は商店街を代表するイベント  
(下) 未来予想図委員会では立場を超えたディスカッションが交わされる

まれ、プライベートで商店街の活性化に関わるほどの「商店街フリーク」。このときも、豊富な経験に裏打ちされた知恵やノウハウが遺憾なく発揮された。

「林さんからは『商店街を盛り上げるための取り組みをオープンに議論できる場を作りたい』という要望をうかがっていたので、当日の進行やその後の動きについていくつか提案をさせていただきました。こうして生まれたのが『未来予想図委員会』です」（タナカ氏）

「私たちだけでなく林さんを中心に人の巻き込みを行いました。その成果もあり、初回の未来予想図委員会には商店会員だけでなく未加入の商店、近隣住民、市の職員など30人程度のメンバー集めることに成功。委員会には私たちもオプザーバーとして参加し、意見やアイデア、他の商店街の事例紹介などを行いました」（藤田氏）

その後開催された未来予想図委員会では立場の垣根を超え、自由闊達に議論が交わされた。ここで生まれたイベントは枚挙にいとまがなく、今も継続して催されているものも多い。その一つが「セブンのハロウィン」である。

「商店街が近所の保育園の散歩ル



前列中央が林定信セブン商店会会長、右が前田志津江事務局長、左が神崎浩子氏（商店街創生センター）。後列右より藤田始史氏、タナカユウヤ氏（商店街活性化若手プロジェクト）

ートになっていることもあり、毎年ハロウィーンの時期には個々の商店が仮装した保育園児にお菓子を渡していました。そこで、この取り組みを商店街全体に拡大すれば子どもたちとの触れ合いの場を創出できると思い、全商店を巻き込んだハロウィンイベントを企画したので」（林会長）

音楽隊のパレードやカポチャの切り抜き教室といった親子で楽しめるイベントも合わせて催すなど、「セブンのハロウィン」は回を重ねるごとに規模が大きくなった。今では多くの保育園児や地域住民でにぎわう一大イベントになったが、

今年も新型コロナウイルスの影響もあり規模を縮小して開催する予定だ。

「立ち飲みセブン」も好評を博している。「商店街で立ち飲みがしたい」という委員会メンバーの一言をきっかけに、空きスペースを活用した立ち飲みイベントを開催。生鮮食品、飲食店、酒屋の店主たちが食材や料理などを持ち寄り自慢の料理をふるまった。多くの地域住民も立ち寄り、食事やお酒はもちろん商店主たちとのコミュニケーションを楽しんだという。林氏も『立ち飲みセブン』は商店会の敷居を下げる大きなきっかけになった」と振り返る。

これらの取り組みが奏功し、商店会の加盟店数が約2倍に増加。人通りも増え、徐々に活況を呈するようになった。しかし、「今はまだ活性化の途中に過ぎません。これからもあらゆる意見やアイデアを取り入れセブン商店街を盛り上げていきます」と林氏は気を引き締める。その言葉通り、最近では商店街の店舗を紹介するユーチューブチャンネルを開設するなど、新たな取り組みにも着手している。

## コミュニティの創出にまい進

現在、同プロジェクトは商店街

の連携促進や活動の共有ができる機会をつくり、商店街同士のつながりやコミュニティ創出に力を注いでいる。その一環として京都府内を中心とした商店街関係者が一堂に会し、全国の商店街の活性化事例を学ぶ「京都商店街創生フォーラム」を、2018年以降毎年開催しており、初回のフォーラムでは活性化の事例発表に林氏が登壇し、取り組みの一部始終を紹介した。

「商店街支援に携わるなかで他の商店街の成功事例を共有する機会がないことに課題を感じていました。そこで、商店街が集まり、活性化のヒントを学び自らの活動に取り入れてもらうことを目的に『京都商店街創生フォーラム』を開催しました。あらゆる商店街関係者のほか、商店街を舞台に活動する若手事業者や学生が集まるため、地域の垣根を超えたネットワークの形成やコラボレーション事業が生まれるなど効果も得られています」（前田氏）

「商店街活性化若手プロジェクト」の取り組みには、全国の商店街が活気づくためのヒントが詰まっている。

（本誌・中井修平）

セブン商店会（事務局）  
所在地 京都府長岡京市長岡 2-22-27



商店街創生センター  
所在地 京都府京都市下京区四條通室町東入函谷鉾町 78  
京都経済センター3階 304号室

