

第4章 商店街ヒアリング調査結果

■ 調査実施概要（再掲）

調査対象: 県内8商店街、県外2商店街

調査方法: 訪問面接方式

調査時期: 令和4年 11 月～令和4年 12 月

■ 掲載商店街一覧

I. 県内の商店街

商店街タイプ	所在地	商店街名	掲載ページ	見出し
近隣型	佐倉市	佐倉城下町商店会	78	商店会が循環バスを運行。ユニークなイベントを多数開催しにぎわいを創出
	船橋市	芝山団地商店会	80	若手主導で商店会を再結成。「100 円商店街」など様々なイベントを展開
地域型	いすみ市	大原中央商店街協同組合	82	ICポイントカードの利便性向上による地域活性化
	東金市	東金商店街連合協同組合	84	若手が創り出すにぎわいや文化財の残る街並みが新規出店を促す
	千葉市	千葉銀座商店街振興組合	86	28 年以上続く「フリーマーケット」で地域のにぎわいを創出
	野田市	野田市本町会	88	ブランド化した「まちゼミ」で地域全体の活性化を目指す
広域型	柏市	柏駅前通り商店街振興組合	90	歩行者天国におけるイベント開催を促進し、来街者増加を図る
	柏市	商店街振興組合柏二番街商店会	92	「アートのみち柏」を意識した取組でイメージの向上を図る

II. 県外の商店街

商店街タイプ	所在地	商店街名	掲載ページ	見出し
広域型	静岡県沼津市	沼津仲見世商店街振興組合	96	商店街のECサイトを設置。業種・商品数の充実とともに売上が増加
	新潟県新潟市	上古町商店街振興組合	98	デザインを活かした「ワクワクする」取組で若い経営者を呼び込み、活性化を図る

I. 県内の商店街

商店会が循環バスを運行。ユニークなイベントを多数開催しにぎわいを創出

佐倉城下町商店会（佐倉市）

■商店街概要

- 立地：一般商店街 ○タイプ：近隣型 ○会員数：42人
- 周辺：市の図書館や美術館、金融機関等が立地。令和5年春には商店街中心部の旧印旛支庁跡地に図書館機能や子育て支援サービス機能等を備える「夢咲くら館」が開館予定で、来街者の増加が期待されている。
- 客層：近隣住民が多いが、イベント開催日には高齢者を中心に、より広域から来街がある。
- 景況：来街者が減少してきていたが、コロナ禍により更に減少。感染収束に伴い、イベントを少しずつ再開しており、イベント開催時には人通りが大幅に増え、にぎわいが創出されている。

📍ここがポイント

- ☑商店会が駅と商店街を結ぶ循環バスを運行し高齢者の買い物をサポート
- ☑様々なイベントを企画・運営し商店街を活性化

■事業の経緯・内容・成果

(1) 商店会が「お買物循環バス」を運行

「金毘羅縁日ふれあいマーケット」で循環バスを運行

佐倉城下町商店会（以下「同商店会」という。）の店舗が軒を連ねる成田街道沿いは寺社が集積しており、代々、佐倉藩主を務めてきた堀田家の菩提寺である甚大寺には金毘羅尊が奉られている。毎月10日の縁日には、甚大寺や周辺の寺、佐倉新町おはやし館等を会場として、「金毘羅縁日ふれあいマーケット」が開催されている。15年余り続くこのイベントでは、来場者のために京成及びJRの佐倉駅と会場を結ぶ循環バスを運行してきた。

循環バスを年金支給日にも運行

イベントの運営に関わってきた同商店会の会長が、縁日以外の日も来街者を増やそうと企画したのが「お買物循環バス」である。年金支給日（原則、偶数月の15日）に、京成佐倉駅、商店街、JR佐倉駅を循環する無料のバスを1日に7便、運行している。京成、JRの両駅から商店街に行くには、いずれも急な坂道を登る必要があることから、利用客には好評だという。元々、同商店会の来街者には高齢者が多く、高齢者は年金支給日に用事を済ませることが多いと聞いたことから始めた取組だが、商店街の中に金融機関が立地していることもあって順調に利用者を増やしている。お買物循環バスの主な経費は運行会社に支払う数万円（1



寺の境内等を利用して行われる「金毘羅縁日ふれあいマーケット」



佐倉新町おはやし館前で客を降ろす循環バス



佐倉城下町商店会

日あたり)のみであり、イベントのように人手がかかることもないため、商店街の集客手段としては費用対効果が高いという。

(2) ユニークなイベントを多数開催

スタンプラリーを近隣の商店会と合同開催

同商店会では、新規顧客の獲得や既存客の来街頻度増加を目指し、市の助成金等を活用しながらユニークなイベントを多数開催してきた。

令和2年12月に実施したスタンプラリーの「カムロちゃんを探せ！Go To 佐倉城下町」(がんばろう！商店街採択事業)は、参加者が各店舗内に隠されている「カムロちゃんプレート」(右写真、店舗によっては店外に設置)のQRコードを専用アプリをダウンロードしたスマートフォンで読みこむか、「マップシート」に各店舗のシールを貼ることによりスタンプを獲得し、スタンプ数に応じて賞品がもらえるもので、JR佐倉駅前表町商栄会と合同で開催した。



カムロちゃんを探せ！

「カムロちゃんプレート」

クラシックカーのイベントや城下町ならではの催しを実施

堀田家の第11代当主堀田正恒伯爵が欧州からバラとスポーツカーを持ち帰ったという史実にちなみ平成26年から行っているのが「新町{暮らシック}Car まちなか博物館」で、クラシックカーのまちなかへの展示やパレードを行う。開催経費は市内の事業者等の協賛金やクラシックカーのオーナーからの出展料等により賄っており、車や人の誘導など運営面ではボランティアを活用している。

このほか、商店街にある古民家を利用して着物に着替えた来街者が商店街を巡る「城下町きもの散歩」や、商店街の店先にひな人形を飾るとともにお茶とお菓子をサービスする「雛めぐり」といった城下町ならではの催しも行っている。

これらのユニークなイベントの多くは、主に会長が着想し、副会長と二人三脚で具体的な内容の検討や、行政や商工団体、地域の事業者・団体等との調整といった、企画・運営に関わる様々な業務に精力的に取り組んできた。

イベント情報の発信は質の高いチラシ類やSNSを活用

同商店会のイベントのチラシ類は、質が高く、商店会のブランド力向上に貢献しているが、制作しているのはデザイン会社を経営する副会長である。また、イベント情報の発信は、FacebookやTwitterなどのSNSも活用している。

■課題・今後の事業展開

空き店舗が増加する中、イベント開催等によりにぎわい創出へ

明治維新後は軍都として、さらに戦後は県の印旛支庁や裁判所などが置かれ、官庁街として栄えてきた佐倉だが、同商店会では来街者が減少しており、徐々に空き店舗が増えていることが課題である。そのため今後も集客力のあるユニークなイベントを企画し、イベントの開催等により、にぎわいを創出したいと考えている。



副会長が制作した「新町{暮らシック}Car まちなか博物館」のチラシ

若手主導で商店会を再結成。「100円商店街」など様々なイベントを展開

芝山団地商店会（船橋市）

■商店街概要

- 立地：住宅団地 ○タイプ：近隣型 ○会員数：16人
- 周辺：芝山団地商店会は、UR都市機構が管理する芝山団地内にある商店街で、会員は同機構から店舗を借り受けて経営している。1996年に東葉高速鉄道が開業し、徒歩圏内に飯山満駅が設置されて交通利便性が向上した。近隣には郵便局や船橋市芝山出張所があるほか、飯山満駅と芝山団地の間に、食品スーパーやドラッグストア、衣料品の大手チェーン店が入居する大型商業施設が立地している。
- 客層：芝山団地は1970年代に整備された総戸数約2,200戸の住宅団地で、来街者は団地に居住する主婦や高齢者が中心。
- 景況：同商店会の空き店舗は15年程前は7～8店舗あったが、デイサービス事業者等の出店によりゼロ（満室）となった時期もあった。コロナ禍以降、クリーニング店及び雑貨店が撤退したため、現在、空き店舗は2店舗。

📍ここがポイント

- ☑️パン店の後継者の主導により解散した商店会が復活
- ☑️100円商店街等のイベント実施によりにぎわいを創出

■商店街の概要

商店会の再結成後、空き店舗が減少

芝山団地商店会（以下「同商店会」という。）は、一時期、解散状態にあったが、父親が経営してきたパン店を継いだ現在の商店会長が、他の店舗に働きかけ平成19年に再結成した。地元出身で同商店会と共に育ってきた現在40代の会長は、子どもの頃の活気があった商店街を取り戻したいとの思いで、活性化に取り組んできた。

再結成当時、同商店会の18区画のうち、7～8店舗が空き店舗となっていたが、平成24年に団地内の食品スーパーが閉店した際には、会長が食品スーパーに入居していた鮮魚店を訪れて同商店会への移転を依頼し、実際に出店してもらうなど、店舗を充実させるために積極的に行動してきた。その後、デイサービス事業者や福祉用具店、レストラン等の出店もあり、同商店会に空き店舗がなくなった時期もあったという。コロナ禍以降、2区画が空き店舗となったため、現在の同商店会は16店舗である。



UR都市機構の団地内にある芝山団地商店会

■事業の内容・成果

5千人超の来場者がある100円商店街を実施

再結成された同商店会が、平成24年に新たに取り組んだイベントが「100円商店街」である。100

100円商店街とは、商店街の店舗の軒先に100円の商品を並べ、商店街全体を100円ショップに見立てるイベントで平成16年に山形県新庄市で初めて開催された。集客力が高く、周辺の住民に商店街や各店舗を知ってもらいきっかけになることから、実施する商店街が徐々に全国に広がっている。

同商店会では、東葉高速鉄道に鉄道グッズ販売のブースを出店してもらったり、近隣の高校の協力を得て高校生のボランティアに手伝ってもらったりするなど、地域と連携して100円商店街を開催しており、毎回5千人から6千人もの来場者があるという。コロナ禍によりしばらく中止していたが、令和4年12月に3年ぶりに18回目となる100円商店街を開催した。

会長が様々なイベントの企画・運営を牽引

同商店会では、ほかにも様々なイベントを実施している。「愛の芝山祭」は、選挙の際、投票後に投票所で申請して発行を受ける「選挙来場者証」を提示すると、同商店会内の店舗や特設ブースで割引などの特典が受けられたり、福引に参加できたりするというものである。

また、イベント後も継続的に同商店会を訪れてもらうために、後日利用できる割引券を配布するという工夫もしている。このイベントの開催により、同商店会への来街者が増えるのはもちろんのこと、地域の投票率が上がるといった効果も出ているという。

また、近くの幼稚園の園児に同商店会が用意した画用紙に絵を描いてもらい、それを灯ろうに仕立てて同商店会に展示する取組では、同商店会で使える商品券を園児の保護者に配布している。ふだん、同商店会を利用しない保護者も子どもの絵を見ようと来街し、買い物をしていくため、各店舗では売上増加につながっている。

こうしたイベントは、会長がセミナーや他の商店街との会合に参加して得た情報等に基づいて企画している。看板やのぼり、福引抽選器等の備品の準備や、関係者との調整、資金調達等も、会長が行っているが、同商店会の他の店舗がイベントのチラシ類を作成してくれるようになったりするなど、協力者が増えている。

また、昨年の100円商店街では、高校生の時に100円商店街を手伝い今は社会人となった若者たちが、ボランティアとして運営を支えた。同商店会は、会長の情熱とリーダーシップ、周囲の支援により、往時の活気を取り戻しつつある。



100円商店街の様子



園児が描いた絵を灯ろうに仕立てて商店街に展示

I Cポイントカードの利便性向上による地域活性化

大原中央商店街協同組合（いすみ市）

■商店街概要

- 立地：駅前商店街 ○タイプ：地域型 ○会員数：65人
- 周辺：JR大原駅西側の県道大多喜・大原線沿いの南町・仲町・北町及び東側の新田に位置する。
- 客層：周辺住民が中心だが、専門店には市外からも来訪がある。近隣にある大原高校の生徒にも利用されているほか、小・中学校の児童・生徒も通る。
- 景況：商店街内に金融機関が4つあり、周辺には学校もあるので平日は人通りがあるが、土日は少ない。商店街内の事業者の後継者不足が課題となっている。

📍ここがポイント

- ☑ポイント還元イベントの実施による購買意欲の向上
- ☑カード利用客のデータを分析し、販促活動に活用
- ☑ポイント付与端末設置によるコミュニティの場の創出

■事業の経緯・内容・成果

発行枚数2万枚超のポイントカードのシステムを更新

大原中央商店街協同組合（以下「同商店街」という。）は、共通商品券の導入やポイントカード「ほらやっさカード」の導入、ゆるキャラの「ホットくん」の制作、コミュニティスペース「おらげ」の設置、近隣の大原高校との連携など、様々な商店街活性化施策に取り組んできた。

平成8年に導入した「ほらやっさカード」は、発行枚数が2万枚を超え、利用客にも各店舗にも定着していたが、端末が老朽化し、不具合が生じることが多くなったことから、令和2年に近隣の夷隅商店会の「キングカード」とシステムを共通化させ、「いすみiCARD」に移行した。移行後は利用エリアを拡大させ、利用可能店舗は、大原中央商店街40店舗、夷隅商店会20店舗となっており、利用客の利便性の向上を図っている。

令和4年現在では「いすみiCARD」は、約13,000枚を発行しており、いすみ市の人口の3分の1以上が保有しており、同商店街のほとんどの利用客が、いすみiCARDを利用している。

■事業の成功に向けた工夫

ポイント還元イベントの実施による利用者の購買意欲の向上

「いすみiCARD」は、登録店舗で利用することでポイントが付与され、そのポイントを利用して商品を購入することができる。また、貯めたポイントは、各店舗での買い物以外にも、同商店街が企画する日帰り旅行や観劇ツアーなどで使用できるなど、利用範囲は広い。



「いすみiCARD」



大原中央商店街

同商店街では、いすみ市からの補助金を活用して、クリスマスや年度末など、カード利用を促す様々なイベントを開催しており、その中でも年に2～3回開催する「買物マラソン」は、参加店舗3店舗以上の買い物で特別ポイントがプレゼントされることや高い当選率で景品が当たることなどを理由に、利用者の中で好評となっている。

カード利用客のデータを分析し、販促活動に活用

各個店の利用客の属性や購入頻度などのデータは、「いすみ iCARD」の事務局である、いすみ市商工会で集計される。各店舗は、自店舗の利用データを受け取り、品揃えの変更などの販促活動に活用することができる。また、利用者がカードに住所と名前を登録していれば、店舗から顧客に対し、DMを送付することができる。



「買物マラソン」のチラシ

ポイント付与端末の設置によるコミュニティの場の創出

同商店街内にあるコミュニティスペース「おらげ」には、「いすみ iCARD」をタッチすると、毎日1回1ポイントが付与される端末が設置されている。「買物マラソン」などのイベント期間中では、抽選で1,000ポイントが当たるキャンペーンを実施するなど、同商店街の人通り増加に一役買っている。



「おらげ」に設置されている端末

また、端末の周りにはテーブルやいすが置いてあり、同商店街に買物に来た利用客が、帰りに端末にタッチしたり、乗り合いバスを待つ際の休憩場所として利用されたりするなど地域住民にとってコミュニティ形成の場となっている。

■課題・今後の事業展開

いすみ iCARD の利用エリア拡大・機能追加で地域住民の更なる利便性の向上を図る

「いすみ iCARD」を利用できる店舗の更なる拡大を図ることが今後の課題である。拡大に向けた一つのハードルとして、ポイント発行料の事業者の負担や端末導入費用の負担が大きいことがあるが、店舗にポイントカード利用によるメリットを周知するなどして、カード利用端末の設置等を促していきたいと考えている。

また、カード利用者への利便性向上のため、市内を通る公共交通機関(バスやタクシーなど)に端末が設置できるようにいすみ市とともに検討しており、今後は、いすみ市や近隣商店街との連携を特に図っていききたいと考えている。

若手が創り出すにぎわいや文化財の残る街並みが新規出店を促す

東金商店街連合協同組合（東金市）

■ 商店街概要

- 立地：一般商店街 ○タイプ：地域型 ○会員数：65人
- 周辺：JR東金駅西口周辺及び県道119号沿いに立地する商店を中心に組織された商店街で、金融機関や郵便局も立地。周辺には桜の名所として知られる八鶴湖や3つの高校（東金、東金商業、千葉学芸）、裁判所等がある。
- 客層：客層は店舗によってまちまちである。車で来街する人が多い。
- 景況：高校生を除くと人通りはまばらであるが、商店街には、家電販売店や畳店、印刷会社など、店頭における販売に加え、客先での施工や法人向けの仕事が多い業種も少なくない。飲食店ではコロナ禍により売上が大幅に減少したが、現在は概ねコロナ禍前の8割程度にまで回復している。

📍ここがポイント

- ☑文化財の建築物を再生し、商店街活性化の拠点として活用
- ☑商店街イベントや地域の魅力づくりに商店街の若手が躍動

■ 商店街の概要

3つの商店街を統合

JR東金駅西口周辺の地域は、江戸時代、徳川家康の鷹狩りのために「御成街道」が作られ、宿場町として、また九十九里の海産物等を扱う問屋街として発展してきた。

昭和48年、駅の東側に国道126号線が開通すると、東金市役所や大型商業施設等が東口に整備された一方、駅西側では来街者が減少し、移転や

廃業をする店が続出した。会員数減少に伴い解散する商店街は少なくないが、東金駅西側の上宿商店街協同組合、岩崎商店街協同組合、新宿商店街協同組合の3商店街では、昭和53年に組織を統合し、平成14年に東金商店街連合協同組合（以下「東商連」という）となった。

現在、東商連に加盟する店舗は、創業100年を超えるような老舗と、空き店舗を賃借して移転開業や起業をした店舗が混在している。イベントなど東商連の事業を牽引しているのは40代前半の理事長を中心とした若手の役員であるが、老舗の会員も執行部に入り、若手をサポートするなど、互いに手を取り合って商店街の活性化に取り組んでいる。

■ 事業の経緯・内容

歴史的建造物を活用してイベントを実施

商店街のある県道119号線沿いには、明治時代に豪商が建てた歴史的な建物や土蔵が残ってい



商店街の入口ゲート



商店街のランドマークとなっている歴史的建造物(カフェが営業中)及び隣接する駐車場(建物右側)

る。

東商連では、若手の店主が中心となって、旧東金税務署(国登録有形文化財)の前にある洋館風の建物を活用しようと、ボランティアと連携して清掃や修繕を行った。この建物は東商連の会合や様々なイベントの会場として利用しており、商店街活性化の象徴的存在となっている。また、建物右側の店舗跡地は、ふだんは駐車場であるが、イベントスペースとしても活用している。

東商連が毎年、開催しているイベントが、春と秋に2週間に渡って行う大売出しで、コロナ禍の中でも感染防止対策を徹底して継続してきた。特に秋の大売出しは、平成 28 年から「東商連 秋のハロウィン大売出し」と銘打ち、最終日に「東商連お店めぐりウォークラリー」や「KIDSダンスコンテスト」のほか、「仮装コン

テスト」などのハロウィンに関するイベントを同時に行っており、商店街のみならず山武地域の風物詩として定着し、昨年の大売出し最終日の来街者は千人を超え、大いににぎわった。



「東商連お店めぐりウォークラリー」の様子を動画(YouTube)で配信。旧東金税務署前の駐車場には、商店街内外からキッチンカーが出店した

■ 事業の成果

新規出店が相次ぎ、会員数が回復

東商連では、八鶴湖畔に建ち、長年、割烹旅館「八鶴館」として利用された建物(国登録有形文化財)を守る活動を主導したり、ご当地アニメ「とーがね! おまつり部」の制作やイベントに関わったりするなど、商店街の枠組みを超えて地域の魅力づくりにも注力してきた。

こうした取組やイベントによって創出されている商店街のにぎわいや、文化財が残る街並みに惹かれて、商店街内の空き店舗には、コロナ禍以降、約 10 店舗が新たに新店が出店した。また、駅東側や市外の商店が、東商連に入会する動きもあり、一時 50 人程にまで減っていた会員数は、現在 65 人まで回復している。時代の波にもまれ、紆余曲折を経て独自の商店街を形成してきた東商連は、老舗・新規参入者、高齢者・若者、店舗の立地場所等に関わらず、様々な人が集結し、新たな発展への道を着実に進んでいる。



ご当地アニメ「とーがね! おまつり部」は東金駅西側を盛り上げようと若者が奮闘する物語。令和 4 年 4 月から、チバテレの「NEXT TV チバドコロ」内で放送された

28年以上続く「フリーマーケット」で地域のにぎわいを創出

千葉銀座商店街振興組合（千葉市）

■商店街概要

- 立地：一般商店街 ○タイプ：地域型 ○会員数：78人
- 周辺：JR千葉駅と千葉県庁の間に位置する。以前は商業地域だったが、オフィスが減り高層マンションが増えたことで、居住人口が増加している。
- 客層：以前は平日のビジネスマンが主な客層だったが、ここ最近では、高層マンションに住む主婦や高齢者も増えており、ランチタイム後や休日でもにぎわう光景が見られる。
- 景況：千葉パルコの閉店の影響は大きいですが、千葉三越の閉店、千葉駅ビルの開業の影響はほとんどない。新型コロナウイルス感染症の感染拡大により商店街の大多数を占める飲食業が営業自粛となり、近年の景況は悪化したが、ここ最近は戻りつつある。

☞ここがポイント

- ☑近隣イベントとの同時開催や来場者が楽しめるイベントを実施し、集客力を向上
- ☑新しく来た地域住民にも受け入れられるために、住民からの意見にすぐに対応できる体制を整備
- ☑露天商などの出店者側からも高い参加ニーズがある

■事業の経緯・内容・成果

平成6年より続く「いい街ちばフリーマーケット」により、商店街のにぎわいを継続的に生み出す

千葉銀座商店街（以下「同商店街」という。）は、毎月（雨天時を除く）の第4日曜日に商店街内の道路を歩行者天国にして、「いい街ちばフリーマーケット」（以下、「同イベント」という。）を開催している。

平成6年から現在まで28年間続く同イベントは県内のフリーマーケットの先駆けとなっており、毎回多くの店舗が並んでいる。

また、同イベントの運営に当たっては、特定非営利活動法人まちづくり千葉（以下「同法人」という。）

と連携して行っている。同商店街は場所の提供や道路の占有に関する手続きを担い、同法人は出店者の募集や運営業務を担っている。

長年にわたり毎月1回程度の開催を継続してきたことで、同イベントは地域住民に愛着のあるイベントとして定着し、商店街のにぎわいに大きく貢献している。



千葉銀座商店街の街並み

■事業の成功に向けた工夫

近隣イベントとの同時開催や来場者が楽しめるイベントの実施し、集客力を向上

同イベントを開催する際は、近隣で開催されるイベントと同時開催にするなど、他のイベントと連携することで集客力を向上させている。また、来場者にとって一種のお祭りとして楽しんでもらえるように、会場の一部のスペースに大道芸人を誘致するなど、同イベントの魅力向上に努めている。

新しく来た地域住民にも受け入れられるために、住民からの意見にすぐに対応できる体制を整備

近年、同商店街周辺では、居住用の高層マンションが多く建設されていることから、最近新しく来た住民も多い。同商店街では、住民たちに本イベントを受け入れてもらえるよう、苦情があればすぐに対応できる体制を整備しており、本イベント実施中は、運営本部席を必ず設け、現場責任者や苦情対応者などを常駐させている。また、大きな音が出る取組については、住民の迷惑になりづらい時間帯で実施しており、例えば、本イベント内の和太鼓の演奏では、午前 11 時と午後 1 時 30 分の計 2 回で各 30 分間としているなど、住民の生活に配慮したイベントスケジュールとしている。

露天商などの出店者側からも高い参加ニーズがある

このような集客力向上の取組や周辺地域にも配慮した体制の整備などにより、本イベントには地域住民をはじめとして毎回多くの来場者がある。このため、本イベントに出店することで一定の利益を上げられると考えている露天商なども多く、高い参加ニーズがある。中には、毎月第 4 日曜日は「いい街ちばフリーマーケット」のためにスケジュールを空けて、毎月参加してくれる露天商もいるという。



「いい街ちばフリーマーケット」の様子

■ 商店街の課題と今後の展開

地域住民に求められるイベントを実施し、魅力向上を図る

最近のブックオフやメルカリといったフリマアプリの利用増加といった、フリーマーケット以外の販売手段が多様化している。このため、同商店街では、フリーマーケットは下火になりつつあるため、地域住民に求められ、愛されるイベントを企画し、更なる魅力向上を図っていきたいと考えている。

新たな取組みの一つとして、千葉県の農作物を購入できるファーマーズマーケットを開催しており、利用者からは「新鮮な野菜が買える」と好評となっている。

住民のニーズをとらえ、商店街を変えていくため、近隣の様々な主体との横の連携を強化したい

同商店街の周辺環境が変わってきている中、今までの商店街の事業形態では継続は難しいと感じており、商店街の活性化のためには、新しく入ってきた住民も含め、住民のニーズをとらえ、そのニーズに応じて商店街が変わっていく必要があると考えている。

そのため、同商店街では、近隣の商店街や行政など、横の連携強化を図り、商店街の魅力向上を進めていく意向である。

ブランド化した「まちゼミ」で地域全体の活性化を目指す

野田市本町会（野田市）

■ 商店街概要

- 立地：一般商店街 ○タイプ：地域型 ○会員数：60人
- 周辺：東武線愛宕駅から約300mの愛宕神社周辺に位置し、周辺にキノエ醤油(株)やキッコマン(株)の工場、「櫛のホール」(図書館、公民館、市の出張所、商工会議所等が入る複合施設)がある。
- 客層：近隣住民の40～80歳代の主婦(夫)や高齢者が中心。
- 景況：後継者不足による廃業で商店街内に空き店舗が増加。

📍ここがポイント

- ☑参加店舗が「まちゼミ」の理念や意義、参加メリットを深く理解
- ☑参加者の属性・ニーズを把握・分析することで講座内容をブラッシュアップ
- ☑商店街内で挑戦しやすい環境を整備

■ 事業の経緯・内容・成果

来街者減少の対策として地域に根付く取組「まちゼミ」を推進

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

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

平成26年2月に実施した、第1回「まちゼミ」では、同商店会以外の店舗も含め、33店舗が参加した。

当初は、同商店会事務局から商店街内の各店舗に「まちゼミ」への参加を依頼していたが、開催を経るにつれ参加店舗は増加し、現在では店舗側から自然に手が上がるようになった。

令和4年11月実施の第18回「まちゼミ」では、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により1講座当たりの参加人数を3名に制限するものの、41講座を開催。参加申込の受付開始後すぐに多くの講座で参加者が定員に達するなど、「まちゼミ」は野田市の1つのブランドとして市内外に認知されている。



野田市本町会



野田市「まちゼミ」案内

■事業の成功に向けた工夫

参加店舗がまちゼミの理念や意義、参加メリットを深く理解

野田市の「まちゼミ」が第 18 回まで継続した要因として、参加店舗がまちゼミの理念や意義、参加メリットを理解していることが挙げられる。参加店舗の理解促進のために「まちゼミ」の取組を始める際、同商店会が中心となって市内の各商店会にまちゼミの理念や意義を念入りに説明して回った。また、参加店舗には、「まちゼミ」に参加することで、直接販促活動は出来ないが、店舗の認知度が上がり、地域住民からの信用を得られることで、結果、集客につながるという参加メリットを深く理解してもらった。

参加者の属性・ニーズを把握・分析することで講座内容をブラッシュアップ

「まちゼミ」の講座内容をブラッシュアップするために、事務局である野田商工会議所と連携して、参加店や受講者に対してアンケート調査を実施し、その集計・分析結果を参加店舗へフィードバックしている。参加店舗は、そのアンケート結果をもとに、参加者の属性や買物行動、講座で知りたい内容などを理解したうえで、参加者のニーズに沿った講座を検討し、実施することができる。

このようにPDCA(plan-do-check-act)サイクルを素早く回すことで、「まちゼミ」の質が高まり、参加者の満足度向上につながっている。

商店街内で挑戦しやすい環境を整備

また、風通しがよく、積極的に様々な取組ができる環境があることも野田市本町会の強みである。

例えば、野田市本町会では、商店街内の事業者だけでなく、地元住民も会員として加入できるようになっており、実際に一般企業を退職した個人が会員になるケースもあり、新たな意見を取り入れる体制が整っている。



野田市本町会員が集まる
「ギルドハウス野田」

また、商店街内にある「ギルドハウス野田」で、商店街の取組について頻繁に話し合いを行い、会員同士が顔を合わせる機会を創出することで、会員間の連携強化を図っている。

最近では、新たな取組の1つとして、同商店会が中心となって、令和4年に商店街内の空き店舗減少を目的とした「野田まちなかわく沸くプロジェクト」を発足させた。野田市の中心地区を対象に、空き店舗所有者とテナントとの家賃交渉などの仲介や、テナントへの事業計画書作成のサポートなどを行っている。また、全国各地から空き店舗対策の専門家を呼んで、月1回、本プロジェクトを効果的に推進するためのアドバイスをもらい、本プロジェクトの自走化に向けて取り組んでいる。

■課題・今後の事業展開

「まちゼミ」の講座開催数を100講座開催へ

今後は、引き続き野田市の一つのブランドとなっている「まちゼミ」を推進して講座開催数を増やしていき、1回の「まちゼミ」で100講座の実施まで規模を拡大し、地域の活性化を促していきたいと考えている。

歩行者天国におけるイベント開催を促進し、来街者増加を図る

柏駅前通り商店街振興組合（柏市）

■ 商店街概要

- 立地：駅前 ○タイプ：広域型 ○会員数：80人
- 周辺：柏駅東口から東南に延びる一方通行の道路沿いに建つビル群で構成される商店街。駅に近いビルは7～8階建てで金融機関等が入居。駅から離れるにつれて低層のビルが増え、商店街中心部のイトーヨーカドー柏店を過ぎると2～3階建てのビルが多くなり、歩行者通行量も少なくなる。
- 客層：近隣居住の主婦や高齢者のほか、通勤・通学に柏駅を利用する会社員や学生も多い。
- 景況：高層マンションの建設もあって柏駅周辺は人口が増加傾向にあるのに加え、駅前に立地していることから商店街の通行量は安定している。

☞ここがポイント

- ☑商店街を歩行者天国にして他団体が開催するイベントを支援
- ☑柏市では若手事業者が地域商業を牽引

■ 商店街の概要

ナショナルチェーンが多い駅前商店街

柏駅前通り商店街（以下「同商店街という。」）は、イトーヨーカドー柏店が顧客吸引の中心となっており、駅に近いことから飲食店が多いほか、金融・不動産、理美容、医療、サービス、物販など様々な業種の店舗等が立地している。同商店街には全体で約100軒の店舗があり、ナショナルチェーンの店舗が8割を占める。



来街者としては近隣に居住する主婦や高齢者のほか、通勤・通学のために柏駅を利用する会社員や学生も目立つ。朝から夜まで人通りが途切れることはなく、空きテナントが発生してもすぐに新しい入居者が決まることが多いという。

■ 事業の内容

歩行者天国でのイベント開催を促進

休日には同商店街が立地する一方通行の道路を日曜日及び祝日の10時から18時まで、歩行者天国として開放しており、様々なイベントが開催されている。ここ数年はコロナ禍により多くのイベントが中止となっていたが、令和4年の春頃より徐々に再開されてきたという。多くのイベントは、同商店街とは直接関係のない市民団体やNPO、自治体等が主催するものであり、同商店街の理事長は「歩行者天国を様々な団体にプラットホームとして利用してもらいたい」と考えており、同商店

街としては環境整備や運営の支援に注力しイベントの開催を促進することで、来街者を増加させることを目指している。

同商店街には意匠を凝らした街路灯が設置されているが、イベント開催者はこの街路灯の設備から電力供給を受けられるようにしてある。また、電線や関連施設は地中に埋設されているため、見通しが良く来街者が歩きやすいのに加え、空いたスペースには街路樹が植えられるなどしている。



街路灯や街路樹が設置されている柏駅前通り商店街。電線等が地中に埋設されているため見通しが良い

さらに、同商店街の事務局が商店街の会員やテナントにイベント開催の周知をしたり、歩行者天国の開催時間等を示す看板や三角コーンの設置などを行い、イベントの円滑な運営を支えるとともに、外部の団体が主催するイベントについても、同商店街のホームページや Facebook 等で情報発信し、集客にも協力している。

◆ 歩行者天国で開催されたイベントの一例(令和4年 11 月及び 12 月に開催されたもの)

- ・手づくりの市 & ジモトワカゾー野菜市(ストリートブレイカーズ)
 - ・洪さ知らズ 解放区 in Howdy Mall 2022(柏駅前通り商店街振興組合、商店街振興組合柏二番街商店会)
 - ・柏市民活動フリーマーケットぽかぽか市 2022(柏市民活動フリーマーケット実行委員会・柏市)
 - ・かしわ de 国際交流フェスタ(NPO法人柏市国際交流協会)
 - ・ウラカシキャラバン@柏駅前通り(ウラカシ百年会)
- ※カッコ内は主催者

■ 今後の展望

柏市では若手事業者が躍動

コロナ禍による消費不況にも耐え、景況が堅調に推移している同商店街だが、今後はコロナ関連融資の返済開始に伴い、テナントとして同商店街内のビルに出店している中小規模の事業者等が撤退することを警戒している。



料理のデリバリーサービス「ウチめし柏」の注文サイト

一方、同商店街では会員の世代交代が進んでおり、役員の平均年齢は 48 歳と若く、商店街活動の中心は次の世代に移っている。また、同商店街の外に目を向けると、柏市では若手事業者による新たな取組が見られる。「ウラカシ百年会」は、従来の商店街とは異なり、立地するエリアにとらわれず、市内の若手商店主が立ち上げた商店街で、歩行者天国でイベントを開催したり、会員店舗を紹介する情報誌を作成したりするなど活発に活動している。また、市内飲食店の若手有志は、コロナ禍への対応として、柏市の支援を受けて料理のデリバリーサービス「ウチめし柏」を立ち上げている。同商店街の理事長は、こうした若い力に加え、柏駅周辺のまちづくりに取り組む「柏アーバンデザインセンター(UDC2)」や商工会議所、柏市等とも連携しながら、まちの魅力を高めることにより、今後、予想される難局を乗り越えていく意向である。

「アートのまち柏」を意識した取組でイメージの向上を図る

商店街振興組合柏二番街商店会（柏市）

■商店街概要

- 立地：繁華街 ○タイプ：広域型 ○会員数：40人
- 周辺：柏駅南口に直結するアーケード商店街。業種構成は小売やサービス業がメイン、柏モディドンキホーテやサンドラッグなどの買回り品を取り扱うナショナルチェーン店が並ぶ。近隣には地上27階、地下1階の高層複合ビル「Dayone（デイワン）」があり、1～2階に商業施設、3階に柏市文化・交流複合施設「パレット柏」、4～27階は住宅施設となっている。
- 客層：主な客層は主婦で、電車を利用して来街する客も多い。日中は主婦や高齢者が多いが、柏駅東口につながる導線があるため、朝や夕方は通勤通学する会社員や学生が多い。
- 景況：商店街活動や集客イベントなどにより、景況はやや繁栄しており、空き店舗はない。

📍ここがポイント

- ☑手作りを意識した個性的なイベントの実施（アートラインかしわ）
- ☑学生が主役のイベントにより、同商店街への愛着を醸成（かしわワンダーパレード）

■商店街の概要

同商店街のイメージ向上のため様々な取組を実施

商店街振興組合柏二番街商店会（以下、同商店街）は、柏駅南口に直結するアーケード商店街である。業種構成としては小売やサービス業が中心となっており、京北スーパーやドンキホーテ、サンドラッグなどの買回り品が購入できる店舗が充実しており、ナショナルチェーン店が多く出店している。



柏二番街商店会

同商店街では、「来街者を増やすためにはまちのイメージがとても重要であり、良いイメージを作る努力が必要である。」という方針のもと、「柏に来ればワクワクする」というイメージを持ってもらえるよう、「アートのまち柏」を意識した様々な取組を行ってきた。

■事業の内容

手作りを意識した個性的なイベントの実施（アートラインかしわ）

アートラインかしわでは、毎秋、商店街内をはじめ、様々な場所にアート作品を展示し、鑑賞ツアーなどを開催している。主催は「JOBANアートラインかしわ実行委員会」であり、同商店街は共催として商店街内の場所を提供している。



商店街の様々な場所にアートを展示

柏駅と同じ常磐線沿線の取手駅には、東京藝術大学の大学院が立地しており、同大学院の学生が柏駅周辺で活動することも多く、自分たちの作品を発表する場が欲しいと考えていた。本イベントは、このような学生たち芸術家のニーズと同商店街の「アートのま

ち柏」を意識した取組方針が合致したことにより、平成 18 年からスタートした。

同商店街は、魅力的なイベントにするために、商店街内の通路沿いや施設内のスペースにアート作品を展示するなど、商店会の個性や手作り感が出ることを意識した工夫を行い、来街者に商店街内の周遊を促している。

また、同事業の人気のイベントとして、画家 30 人が隣接する柏ハウディモールの路上に並び、1 日で絵を描くというものがある(近年はコロナ禍のため中止)。画家 30 人が絵を描いている様子や絵が出来上がるまでの経過を見られるのは大変好評であり、イベント開催時には多くの人を訪れている。

学生が主役のイベントにより、同商店街への愛着を醸成 (かしわワンダーパレード)

本イベントは、同商店街が中心となって実施しており、県内の高校(10 校前後)の演劇部が商店街内及び駅周辺各エリアを巡って屋外で演劇を行っている。決められたタイムスケジュールで 5 か所のステージを各高校が巡り、学生が商店街内で演劇している姿が見られるため、当日は出演する学生の家族など多くの来街者がある。

同商店街では、近年、柏のまちを知らない学生が多くなっている現状に危機感を感じていた。そこに、日体大柏高校の演劇部の先生から「商店街内で即興の演劇をやりたい」との話があり、学生に柏のまちのことを知ってもらえる良い機会と考え、平成 30 年より開催している。

同商店街では、「イベントに参加する学生の青春の思い出になるとともに柏に愛着が生まれ、いつか大人になった時に戻ってもらえれば」と考えている。



商店街内で演劇を行う学生たち



観劇するひとたち

■ 商店街の課題・今後の展望

家族連れの来街者を増やしたい

同商店街の課題の1つとして、小さな子どもと夫婦の家族連れの客層を増やすことがある。柏駅周辺は歩道の勾配がきつく、ベビーカーを押す家族連れが歩きにくい場所が少なくない。柏駅周辺は子ども連れにとってやさしくない場所だと感じる人が増えていると聞く。同商店街では、このようなイメージ改善のため、同商店街の HP でママさんフレンドリー店舗(子どもが騒いでも大丈夫なお店)の紹介などの取組を行っている。

商店会運営を担う若手を増やしたい

同商店街のもう1つの課題として、商店会を運営する人材が不足していることが挙げられる。ナショナルチェーン店が多数を占める同商店街において、昔から個店を経営する事業者は少数であり、役員のおほとんどが 60 歳以上になっている。

同商店街では、今後の商店街の方針を定める「ビジョン 2025」の検討会に若手経営者を参加させるなどして、若手経営者が運営に参加することを促し、人材育成に努めている。

II. 県外の商店街

商店街の E C サイトを設置。業種・商品数の充実とともに売上が増加

沼津仲見世商店街振興組合（静岡県沼津市）

■ 商店街概要

- 立 地：一般商店街
- タ イ プ：広域型
- H P：
<https://www.numazu-nakamise.jp/>
- 会 員 数：63 人

■ 静岡県沼津市概要

- 人 口：190,096 人
(令和 4 年 9 月 30 日現在)
- 面 積：186.82 km²
- 人口密度：1,018 人/km²

📍ここがポイント

- ☑ EC サイトでは実際の商店街と同様に、業種や商品数を充実させることにより集客力を向上
- ☑ 商店街内で成功事例を共有し、更なる出品者数増加及び品揃えの拡充を目指す

■ 事業の経緯

「Yahoo! ショッピング」上に商店街の E C サイトを出店

沼津仲見世商店街（以下「同商店街」という。）では、個々の店舗がそれぞれに EC（electronic commerce、電子商取引）サイトを設けていたが、業種及び品揃えの充実による集客力の向上を狙い、個店ごとのサイトと並行して同商店街全体のサイトを設け、各個店が出品することとした。同商店街には比較的若い経営者が多く、活性化に向けた取組が活発に行われており、事務局の体制も充実していたため、EC サイト立ち上げは円滑に進み、平成 26 年度に「Yahoo! ショッピング」上に同商店街の EC サイトである「エヌ・ショッピング Yahoo! 店」を出店した。



「エヌ・ショッピング Yahoo! 店」

■ 事業の展開

EC サイトに出品する店舗が年々増加

「エヌ・ショッピング Yahoo! 店」に出品している店舗は年々増加しており（令和 5 年 1 月時点で 16 店舗）、商品数は合計約 3,700 品に上る。業種は衣料品店や宝飾品店、食料品店といった物販店のほか、飲食店（冷凍食品等を販売）もあり、ネット上で実際の商店街と同様に複数の店舗で買い物ができるようになっている。

個店と事務局が連携して E C サイトを運営

EC サイトの運営は組合の事務局と個店が連携して行っており、事務局はサイトの作成や受注事

務等を担い、商品の発送は個店が行う。個店がサイトに商品を出品する際の手料をサイトの運営経費に充てており、事務局が商品の写真撮影に協力した場合は商品販売額の15%、個店が自ら撮影した場合は10%を受け取っている。

■事業の成果

ECサイトの販売額は増加基調

サイト開設以来、「エヌ・ショッピングYahoo!店」全体の売上は増加基調にあり、近年は年間500万円を超えている。成功の要因としては、実在する商店街が運営していることによる安心感が、サイト訪問者の購買意欲の増進につながっていることが考えられる。さらに、「エヌ・ショッピングYahoo!店」では、実際の商店街と同様に、多くの店舗が様々な商品を並べ、サイト全体として品揃えが充実しており、1万円以上購入すると送料を無料としている。これにより、「ハンドバッグを購入した客が一緒にお茶も買う」など、「買い回り」の効果が現れていると言える。

また、ECサイトの利用者が実店舗を訪れることもあり、そうした客は固定客となって購買額も増加する。このような相乗効果もあり、合計の売上を増やしている事業者が多いものと考えている。

■課題・今後の事業展開

品揃えの拡充により更なる成長を目指す

「エヌ・ショッピングYahoo!店」立ち上げ以降、出品する店舗数は徐々に増加し、青果店が名産の「寿太郎みかん」を2か月で100件以上販売したり、ブランド品を扱うブティックが全国から注文を受けたりするなど、大きな成果を上げている店舗もある。ただし、最近ではECサイトに関心を持つ店舗の出品が一巡したため、出品する店舗数が頭打ちの状況にある。同商店街では、更なる売上拡大には「エヌ・ショッピングYahoo!店」での商品数を増やし、品揃えを充実させることが必要と考えており、成功事例の共有等により、出品する店舗数の増加を目指している。

■その他の取組

魅力的な店舗の充実

商店街が事務所移転時に購入したビルにテナント(カフェ、英会話スクール、ベーカリー)を誘致したほか、不動産業者から空き店舗情報の提供を受け出店希望者に提供する「マッチング事業」も展開している。



イベント開催

商店街では、「プレゼントセール」や「七夕まつり」など毎月、イベントやセールを開催。

また、沼津市と連携し「街頭紙芝居大会」「街中だがしや楽校」など様々なイベントも開催している。



デザインを活かした「ワクワクする」取組で若い経営者を呼び込み、活性化を図る

上古町商店街振興組合（新潟県新潟市）

■商店街概要

- 立地：一般商店街
- タイプ：地域型
- HP：
<http://www.kamifuru.info/>
- 会員数：95人

■新潟県新潟市概要

- 人口：774,380人
(令和4年11月30日現在)
- 面積：726.28 km²
- 人口密度：1,066人/km²

📍ここがポイント

- ☑️近隣学校との連携により、新しい感覚を取り込む
- ☑️情報発信を強化し、「ワクワクする商店街」のイメージを定着

■事業の経緯

中心市街地の空洞化が進み、平成16年には4軒に1軒が空き店舗に

上古町商店街（以下、同商店街という）は、新潟駅から海側へ徒歩30分、バスで10分の場所に位置する。昔は白山神社の門前町として、上古町商店街が立地する古町1丁目から4丁目までは商業集積地として発展した。昭和以降は、新潟市市街地の人口増加に伴い、郊外に大型ショッピングセンターなどが増加し、中心市街地の空洞化が進行するとともに同商店街の景況も悪化し、平成16年度には、同商店街の4軒に1軒が空き店舗となった。

平成16年より、同商店街では、デザイナーである現理事長が旗振り役の1人となり、商店街のコンセプトを「温古”知新（人に温かいまち、古きよきまち、心知り合うまち、新しいことにチャレンジするまち）」として、同商店街の地図やロゴの作成など、デザインを活用した独自の取組を行ってきた。このような取組により、「商店街の雰囲気に着かれた」、「商店街の雰囲気と店のコンセプトが合う」などとして、市内外の若手経営者による出店が増加し、老舗と個性的な新しい店舗が混在した魅力的な商店街となった。また、同商店街の理事会には20代の理事もいるなど、若手も積極的に商店街活動に参加している。



上古町商店街



商店街内には個性的な店舗が並ぶ



商店街内の様々な場所にロゴが見られる

■事業の展開

近隣学校との連携により、若い感性を取り込む

同商店街では、現理事長の人脈を生かして新潟県内の学校との連携を強化し、積極的に若い感性を取り入れている。令和4年3月には、新潟市内の白山小学校の児童が、災害時に地域に役立ててほしいとの思いから同商店街周辺の避難マップを作成した際には、同商店街と長岡造形大学の学生が協力してマップのデザインを考えた。完成した避難マップは、同商店街の店主に500部配布するなど、商店街の地域防災にも役立っている。

また、令和4年12月には、同商店街にある雑貨店「ヒッコリースリートラベラーズ」(現理事長が代表)にインターンシップに来た開志専門職大学の学生と一緒に、商店街内にある店舗のロゴや看板をステッカーにして、カプセル入り玩具自動販売機「ガチャガチャ」で販売した。カプセルの中にはステッカーの他にその店で使える割引券が入っており、店への誘致を促すほか、「ガチャガチャ」の売上は商店街活動の収入とする予定である。

情報発信を強化し、「ワクワクする商店街」のイメージを定着

同商店街では、新たな取組を行うにあたり、プレスリリースなどのメディアへの情報発信を重視しており、上記の取組の際には、同商店街側から地域の新聞、テレビ局、ニュースサイトなどに対して積極的に情報提供を行った。新聞記事やニュースで取り上げてもらえたことで、同商店街は「ワクワクする商店街」として、地域内外で知名度が向上し、来街者の増加につながっている。

■事業の成果

空き店舗数は減少基調

これらの取組が評価されていることを背景に、市内外から若手経営者が新規出店することも多く、空き店舗数は減少基調にある。また、新しく入ってきた若手経営者を現理事長がサポートしていることもあり、商店街内に溶け込みやすい環境となっている。

長年の取組により、当時の子どもが新規事業者として戻る

デザインを活用した取組を長年継続したことによって、以前、同商店街を楽しんでいた子どもが大人になってから上古町商店街に戻ってきて、新たに事業を始めるという好循環が生まれている。

例えば、複合施設「SAN」の副館長もその一人だ。令和3年12月に「まちのちいさな複合施設 SAN(サン)」を開業し、その運営を任されている。まちのスタート地点として、同施設では商店街に初めて来た人にまちを楽しめる情報を提供することを目的として、インフォメーションセンターやカフェなど様々なサービスの提供しており、イベントを自主企画したり、その他企画の会場としても利用されている。



まちのちいさな複合施設 SAN(サン)

■今後の事業展開

商店街全体の意識の共有化が鍵

同商店街の更なる活性化を図るためには、商店街内の「商店街の活性化」に向けた意識の共有化が必要と考えており、今後も商店街として一貫したビジョンを作っていきたいと考えている。