

## - 考える 動き出す 活気付く -



copyright©uka,2008 all rights reserved.

### はじめに

商店街にはそれぞれ秘蔵の写真があります。元気だったころの商店街。お客様同士、肩がぶつかり合うほどの混雑。商店街を行き交うお客様の波で、通り反対のお店の様子がわからない。商店街を舞台とした祭、はちきれんばかりの笑顔、期待に満ちた活気。店先の商品は、陳列する間もなく飛ぶように売れていく。写真のセピア色が、時代を語っています。

世の中が大きく変わりました。これからも変わり続けます。しかし、お客様の声に耳を澄ましてよく聞いてみてください。まちの思い出のある場所、商店街が元気になってほしいとお客様は思っています。商店街に元気がないのは、そうしたお客様の気持ちに、商店街がしっかり応えていないから。

本冊子は商店街のご関係者が手にとって、考え、動き出すきっかけになればと考えて取りまとめました。ご案内するのはヒントです。皆さんは、ヒントから皆さん自身の答えを考え出してください。そうして行動してみてください。何かを変えてみてください。

さあ、皆さんで始めてください。

### 本ヒント集の構成

- ・ 活性化の実践プロセス
- ・ 先進事例に学ぶ
- ・ 解決のヒント

## ．活性化の実践プロセス

山登りは、麓から一步一步踏みしめながら、頂上を目指します。どんな活動でも、始めるとすぐに目標に達成するものではありません。こつこつと努力を重ね、いくつものプロセスを経て、目標にたどり着きます。もちろん、商店街の活性化も同じです。商店街活性化の目標を立てた後は、いくつもの実践プロセスを着実に進めていくことが大切です。

ここでは、商店街のご関係者が、活性化事業に取り組むまでのプロセスを5つに区分して整理しました。皆さんの商店街は今、どのプロセスにありますか。仮に何番目かのプロセスにあるとしても、その前のプロセスを飛ばしているようであれば、必ず飛ばしたプロセスに戻って考えたり、話し合ったりしてください。

### 1．変化を認識する

どんなことでも、まず気付くことが大切です。商店街の変化を感じ取り、危機感を持ってはじめてスタートします。危機感とは自分達を厳しく見直すことです。小さな変化は気づかないうちに大きな落とし穴になっていることがあります。危機感を持つことができれば、よりいろんな対応策を実施することができます。



危機感とかいわれてしまうと、なんかダメって言われているようで…。弱みの指摘ばかりじゃなくて、強みを活かす考えがほしいな。変化は商機！商業者の心意気はここにあると思う。

### 2．問題点を把握する

危機と感じていることを具体的に調べてみましょう。商店街が今どんな状態にあり、何をしなければならぬか。自分達の実際をきちんと知り、だから今何が問題かをはっきりさせる。ここを怠ると、また振り出しに戻ってしまいます。



調べるって、どんな風にすればいいのかわ。ポイントは客観的に把握するってこと。そのためには、数字で考えるのも一案。いろんな統計資料もあるし、過去に調査を受けたことがあればしっかり読み直してみよう。

### 3 . 計画を立案する

問題点をどこまで解決するか。実は問題が発生しても元通りにするのが解決とは限りません。解決にはお金や時間がかかります。手順も考えておきましょう。身の丈に合い、実行できる計画を立てましょう。

計画を立てるとき、はじめは大きく考えてみる。関係者間の意見を自由に出させて、他人の意見を否定しない。まずは、考えていることを全部出してみよう。けっこう、仲間の中でいいヒント、プランを持っていることがある。



### 4 . 実施体制を作る

対応策を誰が実施するか。中心となるリーダーや実施体制を作りましょう。取組むのは商店街全体の問題であり、それを代表して実行する実施体制の仲間を熱心に支援するように努めてください。



仏作って魂入れずって言葉もある。体制作りが目的でなく、具体的にどう動くかを見込んだうえで、体制作りをしたい。組織って動くヒト中心に組み上げていくことが大切なのだ。

### 5 . 方策を実施する

どんなことでも、変化の認識と計画作りだけでは問題は解決しません。実行してはじめて、問題解決へとつながります。最後までやり遂げてください。実行の結果、時としてうまくいかないこともあります。そのときは問題点の把握にさかのぼり検討しなおしてください。動き出すと何かが変わります。どんどん実行しましょう。



## ．先進事例に学ぶ

学ぶことは真似ることから始まります。しっかりがんばっている商店街の事例を知ることにより、勇気が湧き、ヒントを得、目標を考え出すことができるといえます。

ここでは、参考にしていただきたい5つの先進事例を取り上げました。

特別に難しいことを考えたり、実践したりしなくても、基本的なことを、しっかり最後までやりとげることで成功事例は作られていきます。まず考えて、具体的にはじめること、そして結果が見えてくるまでしっかり続けることが大切です。

### やる気をお店にぶつける

お店にどれだけ打ち込めるか。お客様にどれだけ心地よく応じられるか。あなたのやる気がそのままお店の表情として現れます。基本だけど、一番大事。すぐに実行できる、成果が現れる。まずはやってみましょう。

<事例> 青森県八戸市 八戸屋台村みろく横丁

八戸屋台村みろく横丁は単なる屋台村ではありません。お店に対する情熱と冷静なビジネス計画が認められて初めて出店できます。開業してからも、厳しく指導されます。出店者はそうした試練に打ち勝つように努力を重ねます。出店者はみんなやる気にあふれて、元気にがんばります。誇りを持って仕事をしています。だから、お客様も、喜んでいきます。



### 成果はなによりの栄養素

商店街は、徐々に大きくなった店舗の集合体。無理せず、時間をかけて計画を進めていくのが一番。でも努力を重ねるだけでは飽きてしまいます。一段一段ステップを上げるごとに、より楽しい景色が開けたら続けて登っていく気持ちになるはず。努力の結果としての成果は、努力を続けるうえでのなによりの栄養素なのです。商店街の仲間と、成果を味わって次の活動につなげましょう。

<事例> 東京都品川区 特定非営利活動法人東海道品川宿

北品川商店街では、若手有志がNPOを設立し、商店街活性化のために、空き店舗を利用して居酒屋を運営しています。計画を着実に進めるために、有志のうちお一人が仕事をやめて専従で経営に当たっています。毎年1店舗ずつ、着実に開店していくこと。身の丈にあった計画を立案し、具体的に実践し続けています。今では居酒屋が3店舗。子育て支援施設も開設しました。



## 商店街は地域育ち

商店街は人通りの多いところにお店を出し、それがより多くの人をひきつけ、もってどんどんお店が増えてついには商店街としてのまとまりができるようになります。まさに地域に支持されて誕生し、成長したお店の集合体、集積です。これからもいかにして地域に支持され続けることができるか、しっかり考えてみましょう。

<事例> 大阪市北区 天神橋筋商店街  
東京都板橋区 中板橋商店街

大阪天神橋筋商店街は街商人（まちあきんど）精神を打ち出した商店街。地域の歴史、文化を商店街に取り込み、ついには寄席「天満天神繁昌亭」を開設しました。

東京中板橋商店街は、青年部が活動し、オリジナルの祭（へそ踊り）や大学との連携など、常に地域を巻き込んだ新しい動きをしています。地域の中で商店街がどう関わっていくか、しっかり考え、そして具体的に実行し、お客様を呼び戻した事例です。



天神橋筋商店街HPより

## 憧れをまねて力をつける

それぞれが頭の中で考えていることを、形に表すことで、より一層具体的な検討が可能となります。でも一からプランニングするには相当なノウハウ・スキルが必要です。まずは憧れる商店街をみんなを選び出し目標としてください。なりたいものを目指す時、みんなの力はまとまるものです。ゴールテープを切るイメージをみんなで持ちましょう。

<事例> 大分市 五番街商店街

大分五番街商店街は横浜元町商店街をまねて街路整備をしました。商店街の名前もニューヨーク五番街になぞらえました。憧れをまねる時、より憧れに近づけるように本気でまね続けてみると、商店街の力がついてきます。五番街商店街は、整備後、若手商業者が数多く参入し、既存商業者と相互に刺激しあって賑わいを見せています。



## 「どうやるか」から発想する

計画作りが目標になっていませんか。計画ができて安心していただけのでは、何も変わりません。なにごとともやりたいと思うから行動する。やりたいことができるようになるために計画があるのです。商業者らしい積極さで何事も行動につなげていきましょう。この活力が商店街の活性化につながります。

<事例> 秩父市 みやのかわ商店街

みやのかわ商店街のナイトバザールは商店街活動の成功例として取り上げられることが多く、すっかり有名になりました。ナイトバザールの成功にとどまることなく、その後も、買い物代行事業を行ったり、空き施設を商店街の休憩場に転換したり、いろいろな事業を次々と打ち出しています。発想は今何が求められており、「どうやるか」から始まります。計画立案の段階から既に実践状態にあると考えましょう。



秩父商工会議所HPより

## . 解決のヒント

### お店の力をしっかりつけよう

商店街とは、お店の集まり、集合体。商店街全体のまとまりも大切だけど、商店街として力を発揮するには、ひとつひとつのお店がしっかり力をつけてがんばっていることがなにより大切。強い野球チームは、やっぱりいい選手が揃っている、そんな感じです。

お店の力をしっかりつけるにはどうしたらいいのでしょうか。難しく考えることはありません。まずは商売の基本を見直し、きちんと実践する。お店の基本は、きれいに整理されていること。お店の人の基本は、きちんと挨拶できること。できていそうで、できていないのが、整理整頓と挨拶です。

そして、商売に誇りとやる気を持つこと。店主の気持ちはそのままお店の表情に現れます。がんばった分だけ返ってくるのが商売です。お客様に、商店街の仲間に、やる気を見せましょう。

### 身の丈にあった計画づくり

どんな事業でもリスクがあります。リスクをきちんと理解して、リスクが発生したときでも、しっかり持ちこたえられる計画作りが必要です。商店街の計画も同じです。リスクに耐える計画、つまり身の丈にあった計画が求められます。

身の丈にあった計画作りでは、自分自身(商店街・お店)の状況を正しく、詳しく理解することが大切です。計画を実施し期待される成果を明らかにして、その成果を果たすためにふさわしい規模の計画を考えます。そのとき、お客様がどのようなことを期待しているか、しっかり計画に織り込んでおかなければなりません。

計画は商店街全体で一体となって実行すること。節目ごとに関係者で成果の内容を確認すること。成功を喜び、失敗を反省して、意欲を持って続けることが大切です。そうすると身の丈もだんだん大きくなっていきます。

### まちとの関わりを見つめ直す

商業はまちとの関わりの中で成長します。どのように関わるか。関わりの中から、どんなチャンス、どんなヒントをつかむことができるか。まちをしっかりと観察することが大切です。

商店街やお店が、お客様のいる「まち」からどのように見られているか、どのような役割を期待されているかをしっかり理解することも大切です。「まち」との間にどのような信頼関係を作ることができるか。まさに商店街が強みとする、地域コミュニティの基本となるものです。

商店街は地域のまちづくりの中心となります。期待されています。この期待にどのように応えていくか。お客様だけでなく、広く市民の方々全体と一緒に考え行動して行きましょう。商店街が元気になると地域全体が元気になり、地域が元気になると商店街が一層元気になる。プラスの展開を拡げていきましょう。



## 結果・効果をあらかじめ実感する



計画を立て、実行に入るとき、あらかじめ成果や効果が実感できると「がんばる」気持ちはより大きくなります。憧れを目標にし、目標を達成する自分自身を想像してみましょう。高校球児であれば甲子園、歌手であればワンマンショーかもしれません。そのときの自分をイメージすれば、どんな努力を、どのくらいしなければならぬかが分かります。

商店街やお店も、同業者として憧れる商店街を目標にしてみましょう。目標と比較することで、自分達の商店街やお店の良いところ、悪いところ、そして「がんばる」部分が見えてきます。計画の内容がより具体的で、実効性の高いものとなります。

目標を見つけ出すためには、いろいろな商店街を見、多くの人から話を聞き、仲間と一緒にしっかりと考えることが大切です。目標を見つけ出すことそれ自体も大切な意味があります。



## 活動の舞台 = 商店街



「街は劇場、通りは舞台」というコピーがあります。まさに名言です。商店街は、お客様にとっても、商業者にとっても、来街者にとっても、賑わいを感じる舞台であり、劇場でありたいものです。

舞台装置（店舗）、シナリオ（計画）、観客（お客様）だけでは芝居はできません。演者（商業者）が演じてはじめて芝居ができます。商店街が活動の舞台なら、商業者はどんどん演技（商業活動）をしなければなりません。

やる気があり、計画を立てても、実行しなければ何も始まりません。商店街の活性化は、活動開始が本当のスタートです。動き始めるとき、先頭を切ってがんばるリーダーをしっかりと支援してください。小さなこと、やりやすいことからはじめても大丈夫。とにかくやり始めましょう。そして、必ず結果がでるまでやり続けてください。計画 - 実行 - 成果、このサイクルを繰り返し続けると、必ず商店街に賑わいが生まれてきます。

いかがでしたか。本ヒント集は、気軽に手にして、さっと読み通していただけるように取りまとめてみました。商店街の関係者が考え、動き出すきっかけになればと願っております。

表題に掲げた「考える 動き出す 活気付く」のうち、もっとも大切なのは、「動き出す」です。動いてみると、何かが変わりだします。商店街は、今、動いて変わることが求められています。

お客様を元気にしてこそ商業であり、商店街です。さあ、がんばってみましょう。

平成19年度 中心市街地活性化普及啓発事業

発行：経済産業省 北海道経済産業局（平成20年3月）

委託先：株式会社NTTデータ経営研究所