

商店会のよさ魅力再発見

地域：栃木市 PJパートナー：栃木市役所商工振興課

9班 コミュニティデザイン学科 尾崎 菜々子 熊田 絢
 建築都市デザイン学科 鈴木 賀貴 山口 睦生
 社会基盤デザイン学科 大島 健太

背景 Background

栃木地域の中心市街地である蔵の町大通り周辺は歴史的建造物が残る「蔵の町」として有名であり、中心部の8つの商店街で栃木市商店会連合会を形成している。

のマンネリ化などから賑わいが低下しており、それに従い商店会会員数も減少している。(図1) 一方で、毎年新規出店者がいたり(図2)、ビジネスプランコンテスト(図3)を行っていたりと、賑わいを取り戻す要素もある。

近年では商店会に属する店舗の減少、イベント



図1 商店会会員数の推移

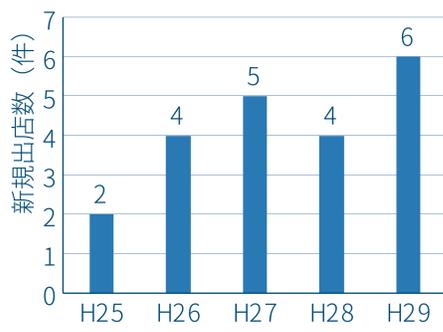


図2 年度別新規出店数(栃木市全体)



図3 ビジネスプランコンテスト

目的 Purpose

魅力的な商店会を作っていくためには、商店会を取り巻く3つの機関(商店会連合会、商工会議所、市役所)の連携が必要不可欠であると考えた。今回の調査では、3機関の関係を明らかにし、現状を把握することを目的とした。

方法 Method

上述した各機関の代表者として、以下の3名の方を対象にヒアリング調査を行った。

- 野中 様 (栃木商工会議所)
- 田島 様 (栃木市商店会連合会 会長)
- 五十畑 様 (栃木市役所商工振興課)

分析結果 Result of analysis

調査結果

ヒアリング調査で各機関の方から得た情報や、見解をそれぞれまとめた。

◎商工会議所

- 商店会のイベントに**集客効果**や**販売促進効果**が期待できるものが必要だと思われる
- 観光地としての商店会より**地元住民に根差した商店会**にするのもよいのでは
- 新規出店の希望者も多いが、事業計画の経済的部分の難しさを感じる
- 新規出店用の**空き店舗**を待っている方もいる

◎市役所

商店会連合会との関係

- 活動に対する**補助金支出**
- イベント時の人的・物的支援
- 使い道に対して細かい指示は行っていない
- 定期総会や新年会等に職員が参加している

◎商店会連合会

- 新規店舗の若い人々はなかなか**イベントに参加しづらい**状況にある
- 顧客獲得、後継者不足の解消、お店同士の交流を目的に「**まちゼミ**」というイベントを去年初めて行った
- お店はやっていないシャッター店はあるが、人が住んでいるため、**貸したいという積極的な声は無い**
- 商店会の全店主が集まる機会は1年に2回ある総会のみ
- 地元住民、観光客向けを両立した商店会を作りたい**

図4 3機関のヒアリングから分かったこと

考察・課題

3者へのヒアリング調査より商工会議所と商店会連合会の意見の共有不足が見受けられ、私たちは少しでも**意見を共有するように努める**ことがこれからの商店会の魅力が増えることにつながるのではないかと考えた。

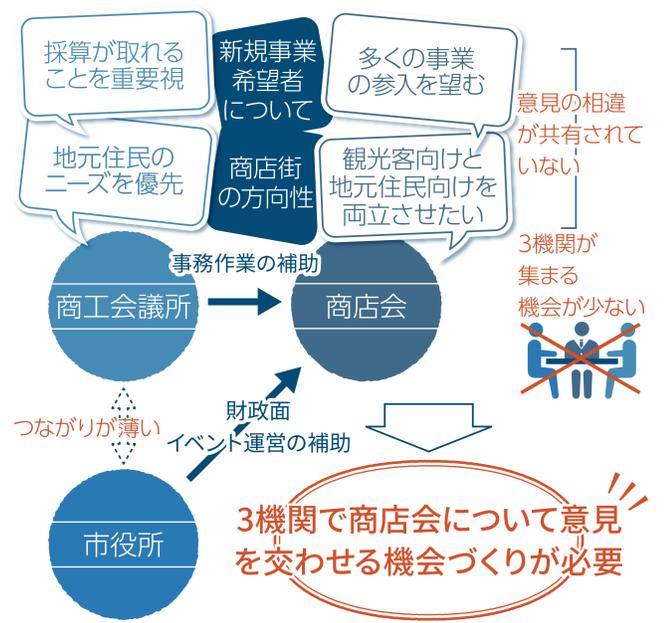


図5 3機関の関係性と課題

提案 Proposal

1. 意見箱

目的 イベントごとにしか3機関が話し合う機会が無いのはこれからの発展につながらない
 → **イベント以外のことに関する意見共有**

方法 各3機関に交代制で商店会に関する議題を考えてもらい、メールや文書などで提示し、それを**匿名で意見を書いてもらい回収**
 ↓
 機関が共通して見れるサイトやメールなどで**掲示**する
 ↓
 必要であれば話し合いの場を設ける

2. 3機関での新事業希望者サポート

目的 新規出店希望者の**スムーズな出店**のため
 新規と古参、店主同士の関わりを増やすことで**仲間意識**を強めるため

方法 今まで通り、新規出店希望者のプランを、市や商工会議所で聞き取りを行うが、**商店会にも情報を共有し、意見を仰ぐ**
 ↓
新規出店希望者が商店会の人にアドバイスや意見を求めたり、相談ができたりするようなシステムづくり

3. 蔵の町商店会ビジネスプランコンテスト

目的 どのようなお店が出店するべきかを商店街に関わる人たちで**意見を出し合う場**をつくるため

方法 現状行われているビジネスプランコンテストとは別に、**対象地を商店街に絞ったコンテスト**を開催
 ↓
 商店会連合会、商工会議所、市役所からそれぞれ**審査員**を選出
 ↓
商店会に必要なビジネスプランを見つける