

## 「商店街NEXTチャレンジャー育成事業」

【第1回研究会】 日時：平成30年6月21日（木）18:00～20:15

会場：福岡商工会議所ビル2階 第2研修室

《参加者》32名

### ■商店街関係者（20名）

吉川 和毅（川端中央商店街振興組合）、渡邊 輝彦（大橋商店連合会）、矢野 俊幸（御供所名店会）  
田崎 浩史（花みずき通り商店会）、吉田 真一（みのしま連合商店街振興組合）、  
渡辺 淳一郎（上川端商店街振興組合）、正木 研次（上川端商店街振興組合）、  
谷 尚史（周船寺商工連合会）、谷 直親（周船寺商工連合会）山田 正昭（若宮商店会）  
仲盛 弘樹（香椎駅前商店街）青柳 ゆうこ（香椎駅前商店街）、松藤 大助（竹下商店街振興組合）  
原田 圭悟（イムズテナント会）、山崎 栄治（新天町商店街商業協同組合）、  
印藤 毅（新天町商店街商業協同組合）、吉村 竜介（名島商工連合会）、  
糸山 貴美子（みなと銀座商店街振興組合）、松尾 健一郎（柳橋連合市場協同組合）  
江崎 明男（柳橋連合市場協同組合）

### ■商店街への出店・創業を目指す方（7名）

石原 由理子、吉田 由紀子、後藤 英次郎、齋藤 真悟、秦 誠二郎、呉 基弘、矢野 裕樹

### ■商店街の活性化に興味がある方（5名）

斉藤 康平、谷口 真、天野 加奈、羽田野 眞弓、高木 健太

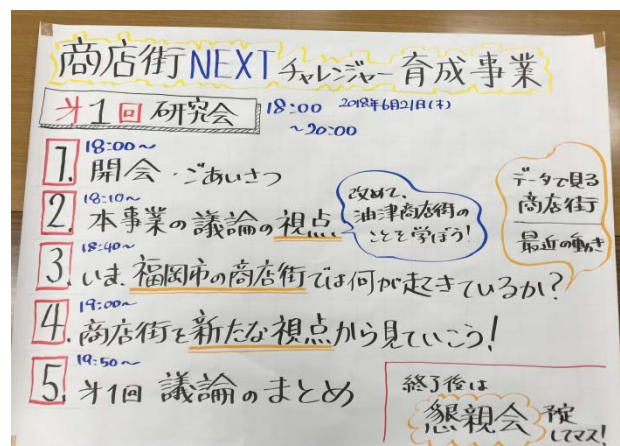
《コーディネーター等》 木藤 亮太（(株)ホーホウ 代表取締役）、荒巻 優子（(株)ホーホウ）  
飛田 努（福岡大学商学部 准教授）、松岡 慧吾（福岡大学商学部）  
内田 真央（福岡大学商学部）

## 1.開会・ごあいさつ

（コーディネーター木藤 亮太氏、福岡市経済観光文化局中小企業振興部長 今村 寛）

木藤さん：これまで講演はいろんな場所でしてきましたが、  
参加者と話し合うというのは、久しぶりです。

今村部長：「商店街NEXTチャレンジャー育成事業」では、  
木藤さんをコーディネーターとして、市内の商店  
街の活性化について、参加者の皆さんといろいろ  
と議論できればと考えています。



木藤さん：私が取り組んだ宮崎県日南市の油津商店街は、  
日南市の人口が約5万人です。その中のひとつの  
商店街を再生するというものでした。  
福岡市の商店街は約130もあって、その商店街を  
福岡市としてどうするのか、これは油津商店街の  
状況とは異なります。

今村部長：この事業の中で、商店街で新しいことにチャレンジ  
したい人を応援する枠組みをつくれなにかと思っています。

木藤さん：この研究会は、全9回を予定していますが、9回の  
内容は、これから皆さんと意見交換しながら、一緒  
に組み立てていきたいと思っています。

このように会議室で意見を出し合うほか、実際に  
どこかの商店街を見に行ったり、または、外部か  
ら人を招いて話を聞くことも考えています。

今村部長：この事業の中で、みなさんから今後こんなことをや  
ってみたい、チャレンジしてみたいといった意見が  
でてきて、それが実行に移せるような場にしたいと  
考えています。また、その実現に向けて、行政の支  
援のあり方も考えていければと思っています。

これまでの既成概念に捉われず、新しいチャレンジをみなさんと一緒に考えていきたいと考  
えていますので、木藤さんよろしくお願いします。



## 2.事業の議論の視点（木藤 亮太氏） 【配布資料①】

### ◆油津商店街の再生の取組み（説明概要）

- ・人口が減少する時代の中で、地方創生が謳われ、  
商店街への興味や関心が薄れてきている。
- ・かつての人通りで溢れている状況の中で物を売る  
ということではなく、今の時代だからこそできる、  
人や興味の集め方を考え、商店街がどう変わるこ  
とができるかを議論してきた。
- ・新しい流れに変化させていく中、それを誰がやる  
のかということが不在のままで、これまでは議論  
されてきていた。
- ・油津商店街の再生の取組みは、4年間で20店舗を誘致するというので、日南市が公募し、月90万  
円で市から雇用されたところであるが、誰がやるのかということが一番大事にしていた。



- ・商店街の中に油津応援団という株式会社を作り、カフェの経営から始めたが、この株式会社には、ほとんど商店街の人は関わっておらず、商店街の外からの応援の力を集めた形である。
- ・国の補助金等もあったが、自分達の会社で借入を行うなど、リスクを負って実施したことで、市民からの出資もいただくことができたと感じる。
- ・クルーズ船の着岸、広島カープのキャンプなど、特需としてにぎわいはあっても、通常の商店街はどうかという中で、若い人の働ける場、オフィスやIT企業の誘致など、雇用を商店街の消費へつなげていこうとした。
- ・働く場ができると、そこで働く子どものいるお母さんのための保育園ができた。学生が運営するゲストハウスができると、学生や外国人が来るきっかけにもなる。
- ・油津商店街は『再生された』、『再生したわけではない』という記事がある。かつての商店街は、八百屋、魚屋、肉屋など、昔のライフスタイルに必要であったお店が並び商店街となり、それぞれにニーズがあり、人が買い物に来てそれが人通りとなっていた。これがもとの商店街であったと思う。
- ・ライフスタイルの変化、消費行動の変化を受けて、ニーズが変わり、お店が閉店し、今は、カフェができ、ゲストハウスができ、IT企業ができ、保育園ができ、もともと商店街になかったものができたが、実は、このまちが本当に必要としているものができあがっている。
- ・再生という言葉だけを切り取ると、昔のよかった頃の商店街に戻ろうという発想があるが、今求められているのは、そうではなく、これからの商店街、これからのまちの姿をどうやって、改めてデザインするのかというのが大事であり、その形をつくったのが油津商店街の評価されているところと感じている。
- ・商店街の課題を解決しようということだけに捉われると、空き店舗のシャッターを開けるために何かしよう。商店街には店舗が並ばないといけない。人通りを増やさないといいない。という議論だけになってしまうが、本当にそれが今求められているのか、ということも皆さんと一緒に考えながら意見交換していきたい。
- ・人口が減っていく中で、もっと視点を広くし、地域の課題は何かを考えると、シャッターを開けることだけでなく、いろんな機能が必要であるといった話や、そのために今の商店街で何ができるのか、ということを考えることもできる。
- ・商店街で買い物をする。欲しい物を買う。ということだけではなく、商店街に来て面白い体験ができれば、人通りだけではない、新しいまちの繋がり方が生まれると思う。
- ・若い人がチャレンジすれば、それを応援しようという動きができ、人が集まり、面白いことをやっているまちとしてブランディングしていくことで、訪れてみたい、自慢できる商店街ができあがるのではないかと発想でやってきたのが、油津商店街の取り組みである。
- ・商店街の中だけで考えることも大事であるが、外からの意見、外からの視線を意識して、それを取込みながら、新しい力に変えていくことをやってきた。





- ・新しい流れに変換していく中で、今の若い人達から見ると、商店街に対する見方が少しマイナスになってるかもしれないが、いかに良く、新しく見せていくかが大切かと思う。
- ・油津応援団という民間の企業が、商店街の中にでき、商店街の方は関わってはいないが、コミュニケーション、話し合いをすることで、いろんな方の共感を生んだのだと思う。

### 3.いま、福岡市の商店街では何が起きているのか？【配布資料②】

(福岡市経済観光文化局中小企業振興部 地域産業支援課長 小山 隆より)

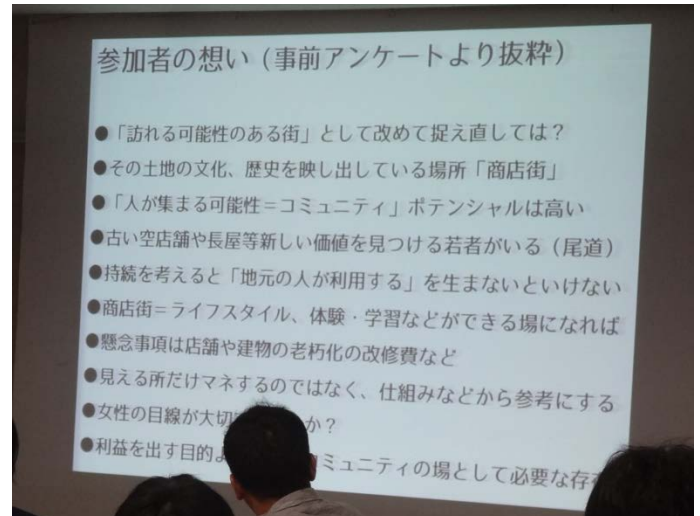
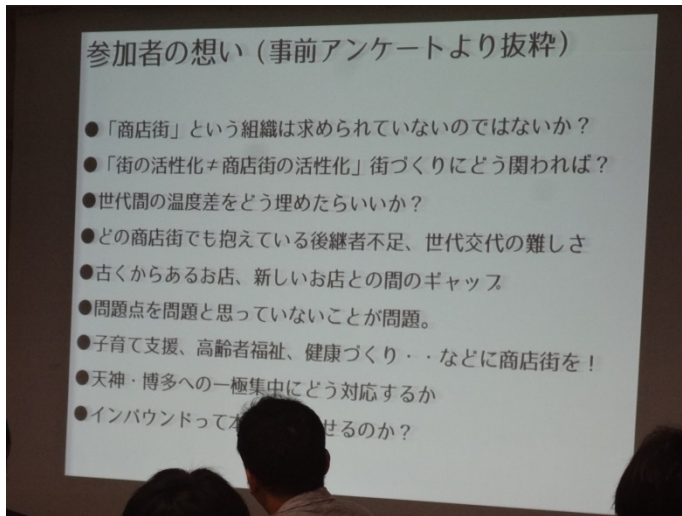
(説明概要)

- ・平成 29 年度の「商店街実態調査」の結果によると、市内には 138 の商店街がある。
- ・138 の商店街の内訳として、法人格のある商店街振興組合が 12 団体、協同組合が 15 団体ある。  
また、任意の団体として 100 団体あり、複数の商店街で構成される連合組織が 11 ある。
- ・商店街のタイプとして、近隣型、地域型、広域型、超広域型があり、アーケードのある商店街、店舗が点在している商店街、大型店舗のテナント会など形態も様々である。
- ・商店街は、地域住民の身近な買い物の場を提供する「地域経済の担い手」としての役割や、地域の安全安心のための防犯カメラや、街路灯などの設置、高齢者などの買物弱者対策としての宅配サービスなど、地域の期待に応えながら、「地域コミュニティの担い手」として地域に貢献されている。
- ・平成 29 年度の「商店街実態調査」によると、空き店舗のある商店街、空き店舗数の平均の減少、商店街の景況も改善の傾向が見える。
- ・このような中、商店街の約 7 割は会員の平均年齢が 50 歳代以上となっており、役員の平均年齢が 50 歳代以上の商店街は、約 8 割ある。
- ・役員の平均年齢は、全国の結果と比較すると若いですが、商店街の抱える問題点として、「役員の担い手が不足している」「次世代を担う若手がない」といった人材に関する問題が多い。



#### 4.商店街を新たな視点から見ていこう！（木藤 亮太氏）

##### ■参加者の想い（事前アンケートより）



- ・組織をどう見直すか、リセットして新しいものに変えていくほうがいいのでは。
- ・まちを活性化することと、商店街（商売）を活性化することとがイコールになっていないのでは。
- ・まちづくりというと、商店街（商業）以外のものもたくさん入ってくる。商売をしている人、商店街の関係者としてどのように関わっていくべきか。
- ・世代の問題、若い世代、担い手がいないというのもあるが、一方で若い世代の方も商店街に在るわけで、これまで商店街を担ってきた方と、これからの商店街を担う方との世代間の温度差。
- ・後継者不足、世代交代をどうやっていくのか。
- ・昔から商売しているお店と、最近ははじめた新しいお店との間のギャップ。
- ・問題点を問題とっていないことが問題といった、日々商売をされ、商店街の中において、問題が問題として見えていない、気づいていないという問題。
- ・商店街が商売の空間であるが、子育て支援、高齢者福祉、健康づくりのような、商売だけではないことに活用できるのではないかな。
- ・天神、博多に市の商業が集中し、その中にある商店街もあるが、周辺はどう対応していくべきか。
- ・外国からのインバウンドが本当に活かせるのかどうか。実際どう商店街に活かすのか。
- ・買い物、食事に来るだけではない、別の目的で訪れる可能性をもっと見直ししてもよい。
- ・商店街の歴史、文化、昔からあるということをきちんと活かすべき。
- ・コミュニティとしてのポテンシャルは高い。
- ・空き店舗、長屋、古い建物とか、尾道を例に挙げてあったが、リノベーションブームで昔から残されている建物、ストックのようなものを、いかに価値を見出し、新しくしていくか。
- ・一方で、老朽化、使いづらさのようなものもある。
- ・持続性を考える中で、イベントをやって一時的に集客を増やすというのがあるが、イベントをやるのが目的になってしまう。そのときだけになってしまいがち。最終的にしっかりと地元の人々が利用するというのを生まないといけない。

- ・学習，体験というような商店街だからできるような，特に若い人，こども達も含めてだと思いが，そのような場になれば。
- ・改修費の問題。古い建物は魅力的であるが，お金がかかる。どこかのタイミングで，スクラップして，建て直しを考えないといけない。そのときのお金の問題。
- ・油津の話はひとつの事例であるが，表面上のマネ。他にも商店街の面白い事例はたくさんあると思うが，仕組みみたいなものを，しっかり参考にしてはどうか。
- ・女性の目線が大切ではないか。
- ・利益をだすことが商売であるが，それ以外の目的も必要。

## ■商店街からの聞き取り事例紹介

木藤さん：みのしま商店街の理事の方とお話をさせてい

ただき，また，商店街にゲストハウスができていて，新しく参加された方もいる。

話を聞いていると，商店街に関わる方の想いは，みなさん方向性は近いものがあるが，それぞれに考えがあると感じた。

結果的には同じような方向を向いているが，そのギャップをどう埋めていったらいいのか。ということを感じた。

みのしま商店街は理事長が若く，いい意味で世代交代が進んでいるが，そのような悩みもお聞きしている。



木藤さん：名古屋の円頓寺商店街では，面白い取組みをしている。

建築・デザイナーの方でもともと商店街は関係のない方が，商店街の魅力にひかれ，応援したいということで，商店街の中で活動をされている。

また，ゲストハウスを商店街の中でされている方も，もともとは外の方で，外からの方が商店街に関わっている商店街である。

もともと商店街になかったデザインや，建築の話し，外から人を呼んでくるという話で，商店街の外の方と，商店街の中の方がうまく融合してやられていることを話を聞いて強く思った。油津でもそうであったが，外からの力をしっかりと中に受け入れることが大きいのかなと感じた。



木藤さん：ここ最近の商店街での出店・創業の事例を紹介したいと思います。

ひとつは、西新に3年前に出店された「グリチネ」という飲食店で、本日、参加していただいているので、どんなお店かご紹介をお願いします。

参加者：西新の商店街で、洋風そば食堂「グリチネ」という、そば屋をしています。

木藤さん：もともと商店街で生まれ育ったわけではない中、なぜ西新にお店を出店したの？

参加者：学生時代に遊んでいたまちが西新商店街でした。

次郎丸で生まれ育つ中で、遊びに行くのが西新であった。よく知った場所で創業しました。

木藤さん：飲食店であれば、天神、博多ということもあると思うが。

参加者：一番の理由は、お金がなかったこと。2番目は、どんな人がそこで生活し、どんな人がお客さんで来ているのかをよく理解できていた。

木藤さん：それは昔から通っていて、まちの状況を知っていると。そういうことが強いと。

参加者：そうです。

木藤さん：あるいみリターンの感じもある。

参加者：そうですね。プチリターンの。

木藤さん：女性にも人気があり、そばを洋風でされるお店で、周りのお店からするとちょっと異質的な感じもありますが、こういった新しい動きがあります。



木藤さん：もうひとつは、箱崎商店街です。

商店街のエリアからは少し離れていますが、駅前に食堂と併設してゲストハウスをオープンされています。

お店の紹介と、箱崎商店街の現状をお話いただければ。

参加者：今年、まちカンパニー(株)というのを立ち上げ、先週ゲストハウスをオープンしました。地元が箱崎なので、箱崎の建築や箱崎のまちを



盛り上げるということをやっていく中で、木藤さんに触発され、いろんな議論を重ねながら、まちカンパニーという会社を立ち上げ、ゲストハウスをオープンさせました。

このゲストハウスは、JR箱崎駅の目の前にあって、不動産屋さんの建替えを設計させてもらう中で、駅前ということもありテナントも入れてはどうかという提案をさせてもらい、1Fに箱崎駅前食堂、2Fに「HARE to KE(ハレトケ)」というゲストハウスをオープンしました。

木藤さん：なぜ箱崎かというと、地元だから？

参加者 : そうですね。

木藤さん : ゲストハウスという、外からお客さんと呼んでくるものですが、商店街の近くに立地することのメリットとかどのように感じていますか。

参加者 : 駅前であり、商店街に入ってくる玄関口として、インフォメーション機能も持たせられたらいいと思っています。

木藤さん : オープンしたばかりですが、お客さんの感じはどうですか。

参加者 : 週末数名きていただいて、まだこれからという感じです。

木藤さん : 箱崎という、九大が移転して、これから新しいまちができようとしています、商店街の方は、どのように感じていますか。

参加者 : まだ何ができるか決まっていない状況なので、まだこれからという感じです。

木藤さん : 商店街にとってはチャンス？脅威？

参加者 : 今はまだそんなに気にしていない感じです。まずは今の商店街を楽しくしようという感じです。

木藤さん : HARE to KE(ハレトケ)の近くには、デザインオフィスがありますが、あれはどういった経緯でできたもの？

参加者 : もともとは居酒屋さんでしたが、出店される方が寺社仏閣が好きで、筥崎宮の近くに住みたいということで、あの場所にできました。

木藤さん : 外から入ってきた方と、もともと商店街にいた方とのコミュニケーションって実際どんな感じですか？

参加者 : 僕らが繋げていったという面もあると思う。また、ちょうどできた頃が、結婚のタイミングであり、商店街の方がお祝いしてくれて、最初から受け入れていただきました。

木藤さん : すごくなじんでいる感じですね。

木藤さん : まだまだ事例を調査しきれていないのですが、このような感じで、ご紹介をしていければと思っています。

## ■油津商店街の話

木藤さん : 油津の話しの中で、復活した、再生したという話をしてきましたが、その後の話しに少し触れたいと思います。

油津商店街は、4年間の間に29もの新しいお店や、IT企業のオフィスができ、それからもう1年以上たっています。

今どうなっているのかというと、1つ布団屋さんは廃業され、私が誘致したお店も2つ撤退しています。

2つの撤退したお店は、売り上げの問題から撤退しました。

2つのお店には共通点があり、どちらもフランチャイズでした。

親会社があり、雇われた店長がいるお店は、なかなか、お店を変えようとか、お客の顔を見ながらメニューを変えたりできず、ニーズに合わずに廃業しました。

布団屋さんは60歳前の方で、体調も悪くなり、廃業されました。



油津商店街の理事長をされてあった方で、最初、店を閉じる話を聞き、一緒にやってきた仲間として、ショックを受けました。

息子さんのところに引っ越しをされ、今3階建てのビルが空いている状態です。

ここにIT企業さんが入るという話があり、今月中に再オープンすることになっています。

布団屋さんが廃業するということで、まちの人、周りの人たちはショックを受けていましたが、布団屋さんご自身は、勇退をされ、自分が大切にしていた店舗もこれからのまちづくりに活かされ、プラスアルファで言うと家賃収入もいただきながら生活されるわけです。

周り人は不幸だとか思っている訳ですが、幸せな部分もあるのではないかという気がします。

廃業することを促進するわけではないですが、しっかり次を考えてあげることも大切なのかなと思います。

誘致したお店の2つが撤退しましたが、その後3つの新しいお店も増えています。

これは、補助金などを受けずに、油津に参加したいという人たちがいて、それぞれ空き店舗の中に入ってもらっています。

油津も4年間たった時点がゴールでも、正解でもなく、ずっと動き続けるというのがまちです。

このような出店や撤退の出入りを、油津商店街の場合は、油津応援団という会社で応援できる機能があります。

油津は先進事例として紹介されますが、実際商店街の人は戸惑っていますよという記事があります。

今まで商売されていた年配の方の声が載っていて、「行政は人集めにしか興味がない」「町が変わり、人通りが増え、若い人が増えたけれども、私たちの商売には変化がなかった。」という記事です。

素直な気持ちとして、まちが変わったという事実と、自分達の商売との間にギャップを感じている。ということがあるんだということがよくわかりました。

一方で、まちが変わったのであれば、商売も変わらないといけないという考え方もあるのではと思いました。

もちろん、古くからの商売を簡単に変えられるかということ、そうではないと思いますが、人通りが変われば、それに対してどう商売するのかというのは、常に商売には付きもので、それをいかに考えるかというのもすごく大切です。また、このようなギャップは生まれるものと思ってやるしかないと思います。

合意形成のうえでも、100店舗あって、100店舗納得した形でまちづくりをするかということ、そうではないと思っています。

油津商店街も、4年間何もしなければ良かったのかと思うと、私はそうではないと思っています。

世代のギャップ、商売上のギャップのようなものは、私は生まれるものだ、もともとあるものだと思って、まちづくりをやらないといけないと思ったところです。

■テーブル毎に自己紹介、これまでの話しを聞いての感想の共有





## ■視点の共有（意見交換）

木藤さん：商店街のことを議論するときのキーワードとして、10個挙げています。

10個のキーワード以外にも、別の視点もあれば、出していきたいと思います。

みなさん、どこに興味・関心がありますか。



参加者：私は、デザイナーをしており、空間・デザイン・ブランディングに関心があります。

幼少期、吉塚商店街で育ちました。

子どものころは、ワクワクするような、迷路みたいな大きな商店街でした。

最近行くと、規模が小さくなり、店も入れ替わっていて、テナント募集中もありました。

周りにいろんな商業施設ができ、便利だから、みんなそっちに行っている。

ブランド認知みたいなものが、商店街が負けていると思います。

吉塚は、新しくマンションも建っていて、暮らしのできる商店街というブランドを作っていくことが求められていると思う。

木藤さん：「暮らしのできる」って具体的にどのような感じ？

参加者：そこで買い物や食事をし、油津商店街のように、保育園や人が集う場所があればいいと思う。

木藤さん：他のキーワードでご意見はないですか？

参加者：私は郵便局の局長をしており、現在は、商店街の副理事長をしています。

「組織のあり方」というキーワードですが、商店街には、加盟している店舗、加盟していない店舗がある中で、各個人商店はどこも高齢化が進んでいます。

個人の店舗では、何かやる時に体力もなく、暇もない状況です。

そこで、各店舗が協力して、みんなで作り上げることができる「組織」は、必要ではないかと思います。

また、商店街を守っていくため、全員で協力してやっていく必要があると思っています。

木藤さん：これに関しては、いろいろな意見があるのではと思うので、ほかにありませんか。

参加者：私は、いい意味で、再生するために商店街を潰した方がいいと思っています。

商店街の歴史が長くなると、昔からやってるから今年もやる。来年もやるという。そういう流



れが続いている中で、新陳代謝ができていないように感じます。

でも、まちはどうかというと、昔ながらのお店はなくなり、新しいお店ができ、まちは新陳代謝する中、組織は変わっていません。

まちと商店街の距離感がどんどん広がっている気がします。

今後、商店街の人材不足もある中、新しい人をどんどん取り込んでいこうとした場合に、新しく来た人たちに受け入れてもらえるような組織にならないといけないと思う。

そのために、もう一回、商店街って本来どういう組織なのか、なんで商店街があるのか、もう一度、みんなで見直す時期なのではないかと思います。

参加者：私の商店街も、昔は 100 店舗もの加盟店がありましたが、今は 45 店舗程度に少なくなり、何をやるにしても人手がいない。

近隣の商店街と一緒にクリスマスセールをやっているが、参加されている店舗は、「去年のままでチラシに掲載して」といったような、昔からの付き合いでやってるだけということを感じました。そうであれば、スクラップ&ビルドで、近隣の商店街を吸収合併しようではないかとなっている状況です。

吸収合併して、名前も変えて新たにやろうということで、今年 1 年かけて検討する予定で、合併協議会を作り、来年年号の変更にあわせて変えようとしています。

木藤さん：合併しようという動きは、本当にそれでいいのかといった意見や、周りの方はどういう反応ですか。

参加者：合併される側の商店会の人は、どうぞ、そちらの主導でやってくださいという感じで、合併する方向で話すが進む予定です。

木藤さん：ほかの視点でご意見のある方は。

参加者：商店街でヨガスタジオをやっています。私は、職業柄、健康が第一と思っています。

私の商店街にはたくさん飲食店があり、若い飲食店の方と関わり、イベントを実施して盛り上げています。

私は飲食店ではありませんが、実行委員会の中に入ることで、普段まちを歩いていても、みんなで声を掛け合うなど、いいまちだと思っています。

みんなで運営している安心感もあって、もっと、まちづくりに私がどう関わっていけばいいかと考え、公園などに健康器具を置き、健康を導くことができないかと思っています。

そこで、鉄棒を作ることを組合の方に相談しましたが、誰が作るのか、お金の問題、事故の際の責任の所在などの意見を聞き、行政との関わりなど、どのように進めていけばいいのか、どうすれば実現できるのかと思い、今回参加させていただきました。

木藤さん：個店の動きだけではなくて、少し公共的な部分に対してどう関わるかといった話ですね。具体的にどこに設置を考えている？

参加者：広場があるので、そこに作り、誰でもぶら下がるようにしたい。

木藤さん：今の話を聞いて「行政との関わり」のキーワードになるのかなと思いました。

個店で様々な要望を言ってもなかなか行政も動きませんが、商店街などの組織がしっかりあれ

ば、組織として行政と話ができる。そのためには、組織が必要という話に繋がってきます。  
個店として外から入られた方は、組織とどのようにコミュニケーションをとっていくのかというのも、最初はすごく難しかったと思います。  
それをどう上手く進めていったらいいのかといったところかなと思います。

木藤さん：ほかにご意見などないですか。

参加者：私は、商店街で八百屋をしています。「不動産」のことで、みなさんにお聞きしたい。

私は、生まれてから商店街を見ていますが、昔は、20件ぐらいの八百屋があり、生鮮のまちと言われていましたが、今は3店舗ぐらいしか八百屋がありません。

世代交代も若い世代に交代していますが、古い店舗が空き店舗になっている中、空き店舗を借りて、他の店舗を誘致しようとしても、大家さんからは、「古くて危ない」「危険なので貸せない」と返事が返ってくるが多い。

他の商店街ではどうやって、新しい若い世代の人たちを商店街の中に取り入れているのか。

みなさんにお聞きしたい。

木藤さん：古い店舗の活用として、大家さんに聞いても、なかなかいい返事が得られない。

同じように悩んでいる方はいませんか。

参加者：私の商店街も古い店舗、木造が多く、アーケードがあります。

新規に入ってきた組合員さんの中には、「古い雰囲気が好きだ」ということで、出店された店舗もありますが、レトロ感と建物の安全性は反比例する部分があります。

古い構築物をいかに安全面に配慮したものにするのか、というのが一番の課題です。

実際、今空き店舗はほとんどありませんが、空き店舗がでた所は、そこを買われた大家さんが、店舗を崩し、新しく建物を建てられ、テナントを入れています。

古い店舗のまま入ってくる方も、リノベーションや補強をされているのが現状です。

木藤さん：年数で言うとどれくらいのものが多いですか。

参加者：70年、60年くらいの建物が結構あります。

長屋ですので、みんな寄りかかり、支え合っているところもあり、屋根裏に上がってみると、屋根の支えている柱が1本ずっと向こうまであるような感じです。

木藤さん：何か他のキーワードでご意見があれば。

参加者：私は、「行政との関わり」のキーワードで、私の商店街は、福岡市の真ん中、中心地にあり、羨ましがられる立地条件ですが、実は逆の現象もあります。

今、いろんな新しい建物、マンションができていますが、それがほとんどワンルームです。

つまり独身世帯しか周りに住んでいない状況です。

当然、昼間は働いている。帰って来るのは夜遅く。

朝の通勤時間、通学時間はにぎわいますが、実は、まち自体は、昼はほとんど人がいない状態ができあがってしまっている。

実際に地域の幼稚園は、園児がいなくて今から5年くらい前に廃園になりました。

小学校も昔に比べ、クラスも減っています。

商店街を利用される方に家族、ファミリー層が全くいません。

難しい話ではあると思いますが、例えば、ワンルームマンションで何%は家族世帯を入れなければいけないといった条例を作るなど、行政で何かできないものかと思います。

ワンルームは経営面で効率が良いなどの理由で建てられているものだと思いますが、そればかりでは、まちはどうなっていくのかと思います。

仕事をする人が移動するだけの場所になってしまい、生活する場所でなくなっていると感じる。

その中で商売をやっている、業務向けの商売となり、個人に対する消費というのは減る一方です。

我々で一軒家やファミリー向けの建物を作ることはできないので、行政とマンション運営の会社で何かできないものかと感じています。

木藤さん：また別のキーワードでご意見ないでしょうか。

参加者：私の地域では、お寺がたくさんあり、福岡市の博多旧市街プロジェクトの中で、インバウンド関係への対応もでてきています。これは、「行政との関わり」になりますが、行政のプロジェクトということで、それに追随して対応している状況です。

旧市街と思って来られた方に、我々がどう対応していくのか今いろいろやっていますが、そのような中、どうしても受け入れきれない、という古くからの方との折衝で四苦八苦している状況です。

集客面でも、インバウンドの話であれば、たくさんの方に来ていただき、消費してもらうということではなく、地域の方達と軋轢を生まないようにすることに尽力しています。

来られたインバウンドの方に、どう気持ちよく帰っていただくかということを考えています。どのようにして、住んでいる方も、来られた方もハッピーになっていただくかということを重視しており、どちらかと言えば積極的なインバウンド対応というよりも、来られた方々にどう対応していくかということが、課題になっています。

そういった意味では、「集客」「行政との関わり」とも言えるし、「情報発信」のやり方にもなるかと思います。

私の商店街では、お店が広い地域に点在しているので、横の連携がほぼないという状況であり、組織がイニシアチブをとってやっていますが、降って湧いた対策に追われているという状況です。

木藤さん：新しいお客さんを受け入れられない、受け入れられるという、そのギャップはどんな感じですか。

参加者：地域から必要と言って出てきた感じではなく、降って湧いたことで、新しい客さんが来たので、ちょっと遅いですが、慌てて今準備している状況です。

木藤さん：対応が難しい方も中にはいらっしゃるのでしょうか？

参加者：意味もなく怖がられていらっしゃる方もいますので、そういった方のハードルをどうやって下げていくか。今、インバウンド勉強会を実施するなどしている状況です。



木藤さん：他のキーワードで何かないでしょうか。

参加者：商店街の中で宣伝部という立場上、「集客」というキーワードですが、私は商店街の組織に入って10年近くになりますが、先ほど、話でもありましたように従来あるものを、また来年も、また来年もというのがずっと続いていて、その中で、少しずつですが、変えていこうとしています。

いろんなイベントをやってみたり、従来とは違う宣伝方法をやってみたりしています。

たとえば、イベントを実施して、商店街に人が来ても、売上は変わらないということで、やる意味があるのかといった意見もあります。

商店街に人が来なければ、商売もできないわけで、すごく悩んでいる部分もあります。

宣伝部ということで、人を集めるのが役割と思っていますが、うまく商売の方には結びついていないというジレンマがあり、何かヒントを得ようと思い、今回、参加させていただきました。

木藤さん：宣伝部とはどのような役割ですか？イベントがメイン？

参加者：イベントに限らず、たとえば、セールの新聞広告について、その紙面をどうするとか、ポスターはどのようにするのかといった宣伝に係ること全般です。

木藤さん：情報発信という切り口では何かありますか？

参加者：今年の2月に、インバウンド対策として、フリーWi-Fiの整備や、多言語のホームページ、マップを作り、多言語の案内看板を商店街の中に設置しています。

木藤さん：効果はどうですか？肌で感じる部分は？

参加者：まだ肌では感じていない状況です。

木藤さん：外国のお客さんとか、商店街を通る方は多いですか？

参加者：外国人の方は多い状況なので、2年くらい前から、インバウンド対策ということで、協議会を作り、今年2月にやっと稼動したところです。

木藤さん：他のキーワードで何かありませんか。

参加者：私も商店街で理事で宣伝部をしています。私の商店街は、都心部にあって、みなさん賑わっているという認識があるかもしれませんが、悩みはいろいろあります。

宣伝部の前は、総務部を担当しており、総務部は行政関係との協議などをします。

宣伝部は、新聞社、テレビ局、広告代理店とお付き合いさせていただきますが、総務部も宣伝部も経験して感じたことは、やはり全てがリンクしているということです。

市の商店街支援の補助金を活用させていただいていますが、組織としては、どう販促に活かせるかということに知恵を絞っています。

立地状況から、隣には商業施設がありますので、基本的に、他の商業施設と連携することを主としています。

商店街の立地条件から、ひとつの商店街だけに留まっていると、大きなことはできないので、他の企業の支援も含め、いろんなことを実施するというのを主に考えています。

行政からの補助金も、もっと販促に係る補助金を出してほしいと思っています。

「人材」、「世代」というキーワードですが、私の商店街の理事長は60歳代前半の方で、理事の

一番下の方で 30 歳代後半で、青年会という若手部員の会を作っていますが、人材的にはやはり不足しています。

商店主である方の後継者が、年々廃業される方もいらっしゃるので、組合運営という意味では不足しています。

現在、テナントとしての空きはほとんどありません。

ナショナルチェーンさんとか、年々増えている中、まちに関わらない人が増えている。

まちを運営する人数自体は減っているので、それをどう上手く、新しい組織のあり方として、少人数でも運営できるシステムをつくるかが、課題になってくると考えています。

世代間の軋轢については、私の商店街では、お酒を飲みながらコミュニケーションを図っています。

コミュニケーションの取り方としては、上の方達はお酒が好きなので、お酒の場でざっくばらんから始まり、後はお酒が入ってないときに言いに来いと言われながら、納得してもらうまで話をすることで、コミュニケーションを図っています。

木藤さん：人通りの多い、大きな商店街でも、たくさん課題があるということですね。

コミュニケーションの取り方として、基本的にお酒という話は面白いなと思いました。

木藤さん：本当は、皆さんにお話を聞きたかったのですが、本日は、時間関係上、ここまでとします。

アンケート用紙をお配りしてしまして、言い足りなかったことを書いていただこうと思っています。

次回以降、みなさんの意見を反映させながら、内容も考えたいと考えています。





## 5.まとめ（福岡大学商学部 飛田 努氏，木藤 亮太氏）

飛田さん：私は商店街の専門家ではなく、会計学が専門です。

今日も学生に参加してもらっていますが、学園祭で、学生が出資するだけではなく、知り合いの方に出資してもらい、株式会社形式にして模擬店を出店するという教育をしています。

私自身が商売しているわけではなく、学生にそのような教育をしていること、また、木藤さんの取組みに興味があってこちらに参加させていただきました。

今日の木藤さんの話と、みなさんの話を伺いながら、どういふ話題を提供するのがいいのかと考えていました。

サイモンシネックという人が、すぐれたリーダーがどうやって行動を促すかということで、「ゴールデンサークル」という考え方を提示しています。

これは何かというと、世の中のあらゆる経済活動、マーケティングの活動というのは、だいたい、「What」「How」「Why」で成り立っていることです。

Whatは何をやるのか。Howはそれをどうやってやるのか、Whyはなぜそれをやるかということですが、多くの人は、WhatとHowで止まっているんです。

木藤さんの話を聞いて、油津商店街はすごいで終わってしまうということです。

これは、実際マーケティングの中でも、学生になんでそれ買ったのかと聞いても、カワイイからなど見た目の話しはしますが、なぜそれを買ったのか、なぜ根源的にそれを買いたかったのかを問える人が少ないということです。

そこで、サイモンシネックは、すぐれたリーダーに何をやるのかというと、必ず、なぜから物事を考えるんだと、話しをしています。

たとえば、私たちがスマートフォンを買うのに、何気なくアイフォンを買っていますが、アップルがどうやって商売をしているかというと、「私たちは世界的に革命的なコンピューターを発明しました」からスタートし、それはこういうパソコンです。と言っています。





日系のパソコンメーカーってどうやって販売していたかという、電器屋に行けば、いろんな大手メーカーのパソコンがありますが、全部機能で売っていますよね。メモリは何ギガで、こういうソフトがありますなど。

しかし、お客さんから見たら、それは差別化にならないんですね。要するに、どれでもいいんです。

大事なことは何かというと、この人が教えてくれるのは、「なぜ」がないということです。

目的がないプロジェクトというのは、人にはささりません。

今日もいろんな課題がでてきましたが、今、みなさんの目先の課題というのは、目先にある手段や目的が、どうしてそうなっているのか。なんでそんなことになっているのかということを考えてみるというのは、ひとつ、重要な論点かと思います。

木藤さんが、油津商店街でやったことって、どういうことだったのだろうということを考えてみると、29店舗って誘致は、あくまで具体的に何をしたかということで、みなさん、ここに興味がいくわけです。

木藤さんってすごい、あの商店街に29店舗も誘致してきて、いろんなことをやったすごい人だと思います。

ところが、実際、木藤さんが何やってたかという、油津応援団を作り、自分がここにコミットするんだという覚悟を示され、店舗を作るときには、そこに住んでいる人、地権者との交渉なども粘り強くされてきて、時には、対立されている方の間に立ち、仲介者をするということもされていたんだと思います。

そもそものバックグラウンドとして、設計の専門家であるということです。

油津商店街に行かれた方は分かると思いますが、私も行ったんですが、「油津 Yotten」を見てみると、あれは、建築を分かっている人でないとできないな、と思うことがたくさんあるわけです。

木藤さんという人がどういう人なのか、自分が持っている武器というのが、すごく活かされているプロジェクトです。

そこで、木藤さんに質問なんですが、なぜ、油津商店街を再生できたとお考えですか。

なぜやろうと思ったんですか。

木藤さん：私は、油津の人間でもなく、宮崎の人間でもないです。

商店街の人間でもないですが、私自身が、まちづくりや、地域づくりの専門家をしている中で、ひとつしっかりと結果を出すという、プロジェクトにコミットしてみたかったということかなと思います。

飛田さん：個人的な動機からスタートしているわけですが、今日のこの場は、みなさんの思ったことを口に出す場なんです。そのようにたぶん木藤さんが設計されているんです。

木藤さんがやったことが何かというと、油津商店街の人が本当に何を求めているのか、そこにいる人が本当は何を欲しがっているのか。という課題を抽出するということをしたと思います。

これは普段言えないことを言うだけでなく、実際に喋ってみて、はじめて、自分がこんなことを考えていたんだ。あの人はあんなことを考えていたんだ。というような、無意識であったり、潜在的な課題を抽出したというのが、今日木藤さんのされたことなのかなと思います。

その時に、重要な目線は何かというと、みなさん、ここにいる多くの方は、直接事業に携わっておられる方なので、どうしても、一人称、自分ごととして、商店街を考えがちです。

外から見たときに、自分が働いているこの場所はどのような風に見えるのだろうか、ここに何を求めて来てるのだろうか、ということを考えてみるのが重要だと思います。

実践者としての視点と、観察者としての視点という両方が、この事業をやっていく中でみなさんが、身に付けられるといいことではないかと感じました。

少しマーケティングの話をししますと、この10年くらいで「グッズ・ドミナント・ロジック」から「サービス・ドミナント・ロジック」ということが言われています。

「グッズ・ドミナント・ロジック」というのは、昔は、みんな物を買っていたんですね。

物がない時代なので、物を買うことがステータスだったんですね。

最近の若者は車に乗らないとか言いますが、車が一般消費財になってしまい、移動手段なので、みんな必要ないんです。昔は、いい車に乗ることがステータスだったんです。

しかし、今の学生はそんなことは関係なく、車はレンタカーで十分で、スマートフォンがあればいい。好きなK-POPを追いかけて、自分がやりたいことをやっていれば、それでハッピーなんです。人より何か違うということではなく、自分のオリジナルが何なのということをしごく考える人たちなんです。

そこで、何が必要になってくるかということ、商店街に訪れることによって、みなさんが何を求めているのかということと考え、そのような場所を作ったということが木藤さんがやった仕事だと思います。

そこに行くことによって、経験を買うこともそうです。

もうひとつ大事なことは、お客さんとの関係性をどのような風に構築するかということを設計するということも大事なことではないかと思います。

最後に、みなさんに来月考えていただきたいと思うのは、「商店街って何が売りものなんでしょう」「みんなは何を売っているんでしょう」

どうやって、お客さん、地域の人たち、隣の店主さんとの関係性、コミュニティを構築していきましょう。ということを少し考えていただくと、その時に、自分から他人というものもあれば、他人から見た自分というものもあります。社会から見た自分、お客さんから見た自分、自分とお客さんとの関係、いろんな視点からたぶん自分というのが見えてくるのではないかと思います。

今日、一連の議論を拝見していて思ったことは、みなさんそれぞれが、それぞれの立場で、それぞれのお考えをお持ちであるということは、よくわかりました。

それが起点で、十分すばらしいと思います。それぞれ課題をお持ちである。

一方で、自分がどのような風に見えるのか、ということもちょっと考えてみると、何か将来

のことを考えるヒントが見えてくると思います。

それこそが、目的（Why）というのにぶちあたるひとつのヒントになるんじゃないかと思いました。

木藤さん：今日、十分議論しきれたかという点、まだまだだと思いますので、アンケートにも書いていただければと思います。

できるだけたくさんの方の声をまずは聞き取りたいと思ってやってきましたが、なかなかまだ十分ではなかったのと思いますので、今後もまた議論が続いていけばと思っています。まずは今日、みなさんから、いろいろな意見を出していただき、時間が十分ではありませんでしたが、次回も、いろいろな意見を出していただこうと思っています。

先程、飛田先生がおっしゃったように、まずは、みなさん、それぞれ当事者としての話しをしていただき、今後は、いくつかの実際の現場をみんなで見ることで、少し客観的に商店街というものを視る機会として使えればと思いました。

今日、話を聞く中で一番感じたのは、都心にある商店街で、周りにたくさん商業施設があり、組織の中に宣伝部や青年部などがあるような規模の商店街もあれば、一方で、郊外にあって、小さな組織で商店街として活動しているところあり、現状分析もすごく幅広い中に、みなさんが存在していることがよく分かりました。

課題に対して客観的に見据え、一つの答えを出すということではなく、それぞれのケースによって、最終的にどのようなことができるのかを導けるような分析のようなこともできればと思いました。

次回に向けて、今日いただいた意見を分析して、次回、進め方も工夫し、みなさんとまた一生懸命議論できるような進め方をしたいと思います。

今日お話を聞いた中で、まだまだこういう視点が必要だというのは、次の回にお持ちいただいて、議論できればと思っています。

次回は 7/30（月）18：00 から、今日と同じこの場所ですと考えています。

次回も是非ご参加いただければと思います。





