

「商店街NEXTチャレンジャー育成事業（2期生）」

【第6回研究会】

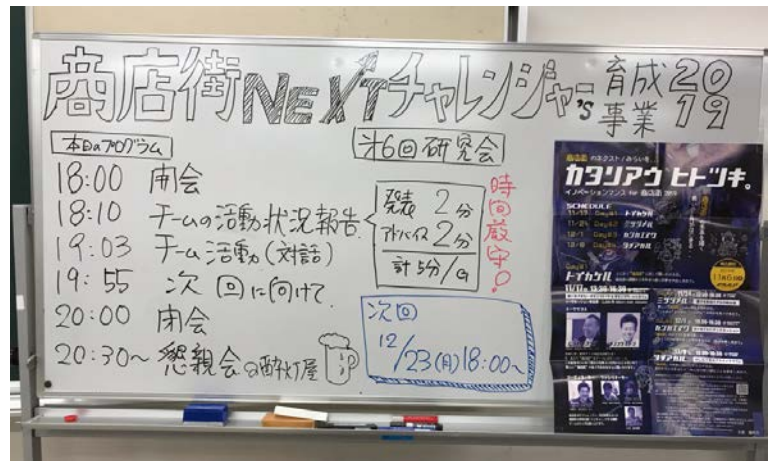
日時：令和元年11月25日（月）18:00～20:00

会場：福岡商工会議所ビル2階 第2研修室

《参加者》31名

- 商店街関係者（6名）
- 商店街での出店を考えており商店街の活性化に興味がある方（1名）
- 商店街の活性化に興味がある方（16名）
- メンター（1期生）5名
吉川 和毅（川端中央商店街振興組合）、
谷口 真、呉 基弘、矢野 裕樹、秦 誠二郎
- コーディネーター等《
木藤 亮太（(株)ホーホウ 代表取締役）、松木 治子（(株)ホーホウ）
飛田 努（福岡大学商学部 准教授）

1.開会



木藤さん：11/17と11/24で商店街のミライを「カタリアウ ヒトツキ」を開催した。

今村部長：このNEXTチャレンジャー事業の参考になるものが見つかると思う。

木藤さん：12/1には福岡大学でDay3を開催します。これまでに参加できなかった人も、Day3からの参加もできますので、是非参加してほしい。

2.今後のスケジュールについて（木藤さん）

- ・ 次回の第7回研究会は12月23日に開催する。
- ・ 第8回研究会は2月3日開催で、調査したこと、研究したことを発表する場になる。
- ・ 今日と次回の研究会で発表に向けてまとめていく段階としてほしい。
- ・ 昨年の発表会の概要も配布しているので、参考にしてほしい。

3.各チームの活動状況を報告

「勢 ～IKIOI～」

- ・ 儲かる商店街をテーマに調査。
- ・ 儲かるという定義は金だけに絞られず、土地の魅力を備えるという点もあるのではないかと。
- ・ 「共有する何かがあるから儲かるのではないかと」という仮説を設定。
- ・ 六本松のロクヨンストリートを視察し、アンケートやインタビューを行った。
- ・ ロクヨンストリートは、道路に面してお店がいくつかあるが、お店が連なる商店街ではない。
- ・ インタビューをしてみて、「共通する価値観を持った人が集まっている場所」ではないかと感じた。



「N7」

- ・ 唐人町商店街を視察、インタビュー。
- ・ イベントをする人が足りない、一人で営業しているお店が多く、イベントへの参加も難しい、との意見。
- ・ 商店街の立地する自治協議会や甘棠館という劇場、まちづくり協議会にもインタビューした。
- ・ それぞれに話を聞くと違った視点があった。
- ・ 昔の考え方のまま進み、そのままみんな年をとっている、という話も聞いた。
- ・ 若返りが図れず、それぞれの組織の関係性も難しい面もあるようであった。
- ・ 商店街との関係性を良くすることを望んでいるという声や、もっとイベントをしてほしい、日曜日にも営業してほしい、といった声もあった。
- ・ 商店街は人が足りないと言っているが、実際には「人と人のつながりができていない」とも感じました。



- ・人と人のつながりをどうやって作るのか、また、それがどのように商店街の活性化につながっていくのか今後検討する。
- ・地域の子供会の活動は活発なようであるため、上手く連携することで、つながりをつくることなども検討のひとつと考えている。

●木藤さん

- ・いろんな団体にインタビューされているように、商店街のみでなく、それだけ街に多様な主体が存在している。
- ・それぞれ向いている方向、目指している方向が一致しているか言えば、そうではないこともある。
- ・昨年、箱崎の商店街を調査したチームも、いろんな立場の団体との関係性をどうしていくのか、といった視点での発表があり、重要な視点である。

「つこーてよかじえ」

- ・高宮商店街を調査。
- ・フィールドワークと商店街組合にインタビュー。
- ・当初は「場所をシェアリングする」という発想であったが、「情報をシェアリングする」視点に変更。
- ・50代、60代の女性が商店街に来てもらうことで商店街が活性化するのではないか、という仮説をもっていったが、インタビューをして、そこに対する困り事はあまりないようであった。
- ・インタビューの中で、「空き店舗ができた場合に、まちの人が欲しがっているお店が呼べていない」といった話があり、この言葉に今後の可能性を感じた。
- ・商店街組織が情報の中継になることで、商店街の活性化につながるのではないか、という仮説に変更した。
- ・「まちの人の声をシェアリング」することで、新しく出店する店舗は、「まちの人が求めていないものを出店する」というリスクを避けることができるのではないか。
- ・今後、商店街の利用者や個店、出店希望者、不動産オーナーなどに、この仕組みについてアンケートをとってはどうかと考えている。
- ・仕組みとして、ユーザーから情報を収集し、ユーザーにクーポンを渡す。その情報を出店希望者に提供する。
- ・商店街のユーザーにとってまちの価値が向上することにつながらないかと思う。



●飛田先生

- ・アイデアは面白い。
- ・アンケートよりも、そこに住んでいる人にインタビューした方がよい。
- ・そのときに無くて欲しい物は、本当に欲しいものなのかどうか検証できない。
- ・お客さんの声を聞いて、無いもので埋めていくこともひとつの方法であるが、類似するお店があり、そこで競争するという方法もある。
- ・SNSやサイトを使うのはよいが、ユーザーに何かをさせるということが結構難しい。
- ・LINEを活用して、商店街をエントリーさせ、情報を流す仕組みを作るといった案もある。
- ・クーポンではない方法でお客さんを呼び込める方法をもう少し考えてほしい。
- ・安いからそこで買い物をするということだけでなく、商店街では大型店にはできない質の良さをウリにすることもひとつの方法と思う。
- ・高宮で50代、60代の困り事がないということは、そのような人が買い物をしている可能性がある。
- ・男性しかインタビューできていないのであれば、女性にも聞いてみるなど、もう少しいろいろな人にインタビューしてみるとよい。
- ・「こんな仕組みで情報共有できれば」といったものを作って、商店街に意見を聞いてみるのもひとつの方法である。



●木藤さん

- ・油津商店街の場合、テナントリーシングのようなことはあまりしていない。
- ・まちの未来に興味がある人、真剣にこのまちを一緒に考えたいという人に入ってもらった。

「E X - P」

- ・商店街のある意義は何かということから考え、そこに商店街の生き残っていくための何かがあるのではないかな。
- ・何を仮説とするのかが見つからず、まずは、みのしま商店街と吉塚商店街をヒアリングしようということになった。
- ・なぜ、その商店街に出店したのか、出店した理由を聞くことを考えている。
- ・新規出店者は何等かの要因があって、そこに店出されたわけで、その理由を探ってみようかと話している。



●木藤さん

- ・「商店街らしい」といった言葉は、何をもって「商店街らしい」と感じるか、人それぞれ違いがあり、そこにみんなモヤモヤしているところもある。
- ・チームとして何をもって「商店街らしい」と考えるか、そこを掘り下げることとはどの班も共通するところでもあると思う。

「タウンバリューアップーズ」

- ・銀天町商店街にインタビューした。
- ・これまで長年商店街に関わっていた方が亡くなったことで、その方が知っていたこと、やっていたことなどが、上手く受け継がれていないといった課題もあるように感じた。
- ・商店街の内部でも若い人とのつながりが少ないといった話もあった。
- ・若い人とのコミュニケーションの不足、これまでの歴史を知っている人がなくなったことの影響も大きいと感じた。



●飛田先生

- ・これまでの歴史を呼び戻すことをするのか、これからの違う歴史を作っていくのかという視点になると思う。
- ・銀天町商店街の価値をどこに見出すのかということを考える必要がある。

●木藤さん

- ・そこに商店街ができた歴史があり、その歴史を継承しながらも、どうやって未来につないでいくのか、残していくのかといった視点は重要で、どのような方法でそれができるのかについては興味深い。

「こねくと」

・高宮商店街をモデルに点在型商店街のあるべき方向性について研究。

・個店へのインタビューをしているが、まだあまりできていない。

・空き店舗は少ないと感じていたが、インタビューの中で、「空き店舗が増えている」「駐車場が少なくなっている」「店を誘致したいが土地がない」などの意見があった。

・駅前にアミカスという施設があり、集客できるものはあるため、もっと活かすことができるのではないかと考えている。



●木藤さん

・商店街の組織と個店との距離間、加盟している人と加盟していない人、商店街組織に近い人と遠い人という関係を前回も話しており、そのあたりも関係性も分かれば面白いと思う。

●今村部長

・「カタリアウ ヒトツキ」は、1カ月かけて、商店街の未来を考えるという場で、グループで座り、途中で席替えをしながら、同じテーマでいろんな人と話す「ワールドカフェ」という方法で意見交換をしている。

・ワールドカフェのテーマは、「2030年の私の商店街のありたい姿は？」としている。

・参加者には商店街の方、商店街で商売をしていない人もいるが、みんなどこかの商店街で商売をしているという前提で話をしてもらっている。

・自分の商店街が2030年にどんな姿になってほしいか、なっていてほしいか、あるべき姿を考えようということで、Day1, Day2で意見交換をした。

・今がどうか、過去はどうだったかということよりも、これからどうなりたかという未来を描いて、どうそれを実現していくのかを考えることが現実的であり、我々にできることはそれしかない。

・過去や現在を分析することも大事であるが、未来どうなりたいかということを考える材料のひとつでしかない。



- ・ Day3 では、考えた未来に対して、それをどうやって実現していくのか、深掘りしていくということで実施する予定である。
- ・ Day3, Day4 に参加してもらおうと、この研究会の発表の役に立つと思う。
- ・ 参加できない方でも、当日の様子を木藤さんが動画にまとめているため、是非見てほしい。
- ・ どんな議論がなされ、どんな未来が描かれ、それに対して何をしていくべきかを共有することができる。
- ・ この会の発表に向けて、「カタリアウ ヒトツキ」の作業やプロセスは、すごく役に立つと思う。

4.各チームでディスカッション

●飛田先生

- ・「コミュニケーション」や「商店街らしい」など、分かりやすい言葉で表現することは、そうだと自分と決めつけ、自分を納得させてしまい、思考を停止させてしまう。
- ・今、各チームで考えている中で、それをさらに分解していくと、見えていない部分が見えてくると思う。
- ・分かりやすい言葉にまとめようとするのではなく、その分かりやすい言葉はどのような状況なのかを考えてほしい。



<10/10>

常時「選考」済りの。
仮定 支店に何の 支店あり
アクト → 仁徳。 支店の
価値感

<N?>

高人の 高人の
要の法?
Taita人手不足 / 19年前と同じ
仲とせしむ 高齢化 衰退
日曜も開けたい 人の減少
* 本外!?

一見

わかり易い言葉は

<7/25/2>

江利江 場町 → 4階
(高) 情報AP 送受信 (Eメール)
アクトの 仁徳 支店 = 支店
LINEの 情報Eメール? (高)
アクトの中 仁徳 対象Eメール?

<EX-P>

立場 理由
仮説 現時点での状況
Eメールの 支店
店と顧客の Eメール 不足!
入口は?!

因数分解す!

<7/11/2-3/11/2>

仁徳の 現場に 支店
Gu 現場 支店
若くは 現場
現場の 支店
若くは 現場

歴史Eメール?
新しい歴史Eメール?

<2/10/2>

高
空店舗 駐車場 支店
アクトの 現場?
(田舎 現場)