

# 「商店街NEXTチャレンジャー育成事業（2期生）」

## 【第8回研究会】

日時：令和2年2月3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》36名

■商店街関係者（10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（2名）

■商店街の活性化に興味がある方（14名）

■メンター（1期生）6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）

谷口 真、呉 基弘、秦 誠二郎、矢野 裕樹

■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）

杉本 宏幸（福岡大学商学部 教授）、飛田 努（福岡大学商学部 准教授）

### 1.開会（木藤さん、今村部長）

木藤さん：今日の発表会はどうなりそうですか？

今村部長：昨年の1期生とは違う視点も入り、  
どんな発表になるのか楽しみです。

木藤さん：自分たちで調査して発表するという作業は  
苦労したと思いますが、これまでに費やした時間、  
考えた時間が大事だと思います。



### 2. 研究会について（木藤さん）

・「商店街NEXTチャレンジャー育成事業」は、商店街の中でチャレンジしていく人材を育てるということでスタート。

・コーディネーターとして私に関わり、福岡大学から杉本先生、飛田先生にご参加いただき、平成30年度に第1期、今年度は、第2期として活動。

・この会は交流や対話を重視し、参加者同士でコミュニティを作りながら、答えを導くのではなく、気づきを重視することで、自分たちの今後の活動に活かしてほしい。

・これまで7回の研究会を行い、各チームがそれぞれ調査を進め今日の発表会を迎えている。



- ・今年度は、この研究会とは別に「商店街のみらいをカタリアウヒトツキ」というイベントを11月から12月にかけて4週連続で開催。
- ・この研究会は商店街を担う人材、商店街でチャレンジできる人材を育てる視点であるが、「カタリアウヒトツキ」に参加している方は、商店街を外側から応援したい、関わってみたいという方が多数参加しており、そのような外からの力をしっかりと商店街に取り込んでいく必要がある。
- ・この研究会を通じて、商店街の中の人材が少しずつ育ち、「カタリアウヒトツキ」からは「商店街を応援したい」という外側の人材が顕在化。
- ・この2つを組み合わせると、私が外部の人間として油津商店街に関わったように、油津応援団のような商店街を外側から応援する組織につながっていくのではないかと感じる。
- ・今後、この2つの軸を掛け合わせる取り組みが必要ではないかと考えている。

### 3.各チーム発表

#### 【N7】

- ・商店街を調査する中で、みんなが集まれるホールが欲しいという話を聞き、ホールがある商店街を調べてみると、唐人町商店街があった。
- ・商店街の中に甘棠館という劇場があり、昨年リニューアルされ、甘棠館を拠点とする劇団により、いろんなイベントが行われている。
- ・劇団の座長は唐人町商店街を盛り上げようとする気持ちを持っている。
- ・劇場を活用することで商店街に人を呼び込み、新しい出店者が生まれる流れができればと考える。
- ・どんなことができるか考えると「甘棠館でのアニメや映画の上映」「専門学校とコラボした子供向けのファッションショー」「唐人町のシンボルマークの活用」「商店街の中での運動会」など、これ以外にもたくさんの意見があり、何か面白いことが商店街でできるのではないかと思う。
- ・甘棠館という劇場を活用するためのキーマンとなる人、そのキーマンに様々な人が関わり、チームとして行動することが必要。
- ・チームを作るために、様々な人や団体が話し合うことが必要であるが、第3者が橋渡しや、つなぐ役割を担う必要があると感じた。
- ・商店街の人に話を聞くと、いろんな活動をしたいという気持ちを持っているが、商店街組織がチームになれていない印象を受けた。
- ・甘棠館や商店街の方が一緒に親睦を深める場を設けることで、何か次につながるヒントが見えてくるのではないかと思う。



## 【勢 ～IKIOI～】

- ・「儲かる商店街」をテーマに調査。
- ・中央区の六本松4丁目に「64 ストリート」と呼ばれる通りがあり、いくつかの店舗にインタビューを実施。
- ・「その場所の空気感」や「住んでいる人やお店の人の温かさ」といったキーワードがあった。
- ・不動産については、住んでいる人がどんなお店を求めているのかを把握したうえで店舗を入れられている。
- ・お店が別のお店を紹介することで、小規模な経済圏ができ、それが今の「64 ストリート」になっているという話も聞いた。
- ・魅力的な個店は、こだわりのある作り手がこだわりを持って販売し、お客さんの満足度が上がることでファンが増え、また人が集まることで出店が増え、その魅力が蓄えられ、この循環が「儲かる商店街」につながるのではないかと。
- ・「お店同士の関係性」も魅力であり、お店とお客の交流ができることで、結果としてお金の流れができ、それが儲かるということにつながっていくのではないかと。
- ・魅力とは、個性的なお店、店主のキャラクター、そこに住んでいる住民、そこに価値を見出し訪れてくれるお客さんであり、これらが財産であると言える。
- ・これからの商店街にとって大切なことは、個性的なお店同士の横のつながりや、その街に住む人の安心・やすらぎにつながるお店づくりや環境づくりではないかと思う。



## 【タウンバリューアップーズ】

- ・銀天町商店街を調査。
- ・戦後、物流の拠点として物が集まることで、そこに人が集まり商店街として発展。
- ・しかし、ロードサイド店舗や郊外の大型店等により商店街への需要が減少。
- ・銀天町商店街はアーケードがあり、昼間は歩行者天国であり、周辺の人口は増加、最寄りの西鉄やJRの駅の乗降者数も増加しており、これらは強みである。
- ・商店街の方の話では、昔は活気があり、各店舗がイベントに人を出すことができていたが、現在は、お店が減りイベントに人を出すことができなくなっている。
- ・店主同士のコミュニケーションが希薄になったことで、商店街全体の活気も薄れていくようになっているのではないかと。
- ・商店街を盛り上げるためには、シンプルに「人が集まること」が必要であり、人が集まることでお金の循環も生まれる。



- ・商店街に『客寄せ「パンダ」となる存在』、まちを盛り上げるためのコンテンツとして、魅力的なお店が必要。
- ・しかし、実際に商店街にお店を構えるには、出店経費が必要で、売上の見込みも不透明など、ハードルがあるため、キッチンカーが活用できないかと考えた。
- ・キッチンカーは、空いたスペースや土地に出店することができ、グルメだけでなく、アクセサリーやファッションも営業でき、地域の需要に応じて移動ができる強みがあり、SNS映えするコンテンツでもある。
- ・今回、実際に商店街の空きスペースを活用し、キッチンカーを呼んでイベントを実施したところ、予想以上の売上があり、既存の商店街のお店も売上が上がったお店もあった。
- ・今後の可能性として、昼と夜では客層が異なるため、ターゲットに合わせてキッチンカーを変えることや、キッチンカーがいろんな商店街をローテーションすることができないか考える。
- ・キッチンカーを活用することで商店街に人を呼び込み、商店街を盛り上げるきっかけになればと思う。

#### 【EX-P】

- ・商店街と新規出店者のマッチングアプリができないかと考えた。
- ・チーム内で意見交換する中、「商店街のリアルな状況が外側からは見えにくい」「それぞれの商店街の個性って何」「商店街に出店することが難しそう」「実際に出店した人が商店街に定着するのが難しそう」といった意見があった。
- ・そこで、吉塚商店街と美野島商店街で最近出店された方にインタビューを実施。
- ・出店の決め手となっているのは「家賃や立地条件」との声が多いが、もっと商店街ならではの情報があるのではないかと考えた。
- ・既存の商店街の情報としては、福岡県の宅建協会のホームページ内の「あ・きてん福岡」に商店街の紹介や空き店舗の情報が公開されている。
- ・しかし、もっとわかりやすく、商店街の個性を伝える情報があってもいいのではないか。
- ・商店街が求める業種や、どんなサポートがあるか、商店街のイベントへの参加頻度など、出店して欲しい側（商店街）と出店したい側がもっと手軽にお互いを知ることができる仕組みがあれば、お店が商店街に定着し、商店街の発展にもつながるのではないかと思う。





## 【つこーてよかじえ】

- ・「シェアリングエコノミー」をテーマに考えた。
- ・消費者からの目線で「商店街で購入するものがあまりない」という意見があり、スマホで購入できる時代に「小売店舗の価値は何か」も考える必要がある。
- ・商店街にヒアリングすると、「イベントが形骸化している」「イベントの手伝いが大変」「組織に加盟するメリットを感じない」といった声があった。
- ・それぞれの置かれている立場が異なり、店舗同士でも様々な意見がある中で、商店街組織としてはまた別の考えがあるなど、それぞれの思いの乖離が激しくなっているのではないか。
- ・商店街であることに意味があるのであれば、店舗が近接していることによってシェアできる何かを見出すことが必要。
- ・商店街で働く方に「商店街で何を買っているのか」を聞くと、「100円ショップで消耗品」「ドラッグストアで薬」「飲食店での食事」など、今すぐ必要なもの、消費するものが上位であり、ブランド力、品揃え、価格競争力に強いチェーン店が多い。
- ・調査をする中で「住民が望む店舗に出店してほしい」との話があり、ここが重要なポイント。
- ・住民の声や要望をどのようにシェアできるかということが課題であり、消費者の目線に立ち、求められているもので商売し「家や職場の近くに商店街があり便利だ」と感じてもらうことが必要。
- ・そのために商店街が情報をシェアし、各店舗や来街者、地域住民も含めた情報のハブとなり、出店のメリットも明確化することが必要。
- ・商店街のスペースをシェアすることによる店舗同士のつながりや、空き店舗を活用した期間限定のポップアップストアの実施、SNSを活用した住民のニーズの把握など、商店街組織だけでできないことは、広告代理店やデザイナー、クリエイターなどを絡めていくことも必要。
- ・商店街や地域を造るのは、その地域の人であり、一人一人が何ができるかを考えシェアすることで、当事者意識の輪を増やすこと、自分のまちを大切に思う気持ちが必要。



## 【こねくと】

- ・商店街組織について、若い理事長が苦労している話を聞いた。
- ・高度経済成長、バブルを経て、インターネットによる取引やスマホの普及などで、世の中が劇的に変わる中、商店街組織はほとんど変わっていない。
- ・いくつかの商店街の若い理事長にインタビューすると、「商店街組織とは別の組織がイベントをした方がよい」「商店街活動の費用の捻出が困難」「組織の活動に時間を取られ、自分の商売の売り上げが減少した」



「理事長を断ることができなかった」「何かしようとする」と否定される」「理事長になったことで良かったこともあるが苦勞の方が大きい」といった声があった。

・組織の利点として「店舗同士の横のつながり」「イベントのPR」などあるが、「人手不足」「資金不足」「理事長の負担が大きい」など、利点よりも課題の方が大きく、結果的に組織のメリットを感じられていない。

・商店街で商売をしておらず、客観的に商店街を外から見ている人は「商店街組織って本当に必要なのか」という素朴な疑問を感じる。

・理事長としては「自分が組織を解散すれば、その地域で仕事ができなくなる」といった不安から解散することができず、負の連鎖が起きているのではないかと。

・商店街組織として優先度の低い事業は廃止し、本当に必要な活動のみを残し、人手不足については外注する、資金不足については、各店舗でかかるコストを一本化するなど削減の余地があると思う。

・行政が「商店街を地域の核」と考えるのであれば、理事長の税金の軽減や損失補償などを行い、継続が難しい商店街組織については解散をサポートしてはどうか。

・商店街組織の事務については、各商店街が費用を出し合い事務員をシェアしてはどうか。

・世の中には、商店街の理事長をしたい人もいるため、そのマッチングをしてはどうか。

・そもそも商店街は、意欲のある人、商売っ気のある人達が集まってスタートし、発足当時の活気を感じるため、その原点に立ち返ることが必要ではないか。

## ●コメント

○飛田先生

・実際に商店街に行って話を聞き、現状から未来を見据えた提案ができている点が良い。

・こんなことをしてみたいと言うだけでなく、それを検証し、本当にそれが実効性のある提案かどうか、仮説と検証が大事である。

・商店街が抱えている抜本的な問題に踏み込むものもあった。

・今日の内容をどうすれば本当に実行に移せるのか、行政も交えてブラッシュアップしていくと、本当に実現できるものがあると思う。

・今日の発表をきっかけに、何ができるのかを考え次のステップにつなげてほしい。



### ○杉本先生

・去年は自分たちの商店街をどうすべきかを主体的に考えることで、その後の自分の商店街でどうするか、組織とどう向き合うか、ということを考える場であった。

・今年には商店街の方ではなく、商店街を客観的に見た人、商店街を外から見た人の意見や視点が強く入っていると思う。

・商店街を外から見ている方が「何で商店街があるのだろう」「商店街がなくてもいいのではないか」という素朴で直球な意見があったことで「組織の解散をサポートする」などの考えが生まれている。

・商店街を外から見ている方の「商店街にこうなって欲しい」という想いが非常に強く表れており、ここで出てきたいろんな議論や提案を各商店街の課題に落とし込み、各商店街で議論が進むことを期待している。



### ○福岡市商店街支援施策等協議会委員

・商店街の人材確保の観点からもマッチングアプリのようなものができれば面白い。

・商店街の理事長を長く務めた方が突然いなくなることが商店街にとって一番大変である。

・商店街の重鎮の方の一声でガラッと変わることもあり、重鎮の方がいるときに道筋を立てることがよいと思う。

・商店街ではない人、第3者が組織や人をつなぎ、みんなが本音を言い合える場づくりは必要。

・商店街が求める店舗や業種に応じた店舗が出店することは、できそうでできていない。

・商店街ではない人が客観的に感じたことを商店街の方を交えて議論する経験は、今後の活動に活かせるものとなる。

・高齢者や車が運転できない人にとって頼りになるのは最寄りの商店街であると思い商店街を応援している。

・若い人が商店街の理事長になり、理事長の考え方で進めることができるように周りが支える仕組みができれば、商店街はもっと可能性が広がる。





#### 4.閉会

○木藤さん

・商店街には簡単に解決できない問題もたくさん抱えている。

・「負の連鎖」というフレーズがあったが、それは商店街の個性なのかもしれない。

・油津商店街では商店街という看板を一旦下ろし、商店街ではない新しい機能もたくさん入れたが、最終的に商店街であるということで、商店街の新しい姿が生まれたという評価をされた。

・商店街という言葉の持つ魅力や力に皆さんの思いも重なったからこそその評価であると思う。

・商店街の魅力はたくさんあるが、逆にその魅力が足かせになっていることもあり、そのような状況の中でも、新しいチャレンジを考えていくことがこの研究会であると思う。



○今村部長

・この研究会とは別に、商店街の未来を語り合う「カタリアウヒトツキ」というイベントを昨年の11月中旬から12月にかけて4週間に渡って実施。

・商店街ではない方の参加が多く、のべ100人程度が参加し、4回全てに参加された方もおり、商店街のことが「ホットケナイ」人たちがたくさんいる。

・このイベントの振り返りを2/12(水)に開催し、どんなことを語り合ったのか、語り合った後、参加者が今何をしているのかなどを共有する場になる。

・是非、商店街のことが「ホットケナイ」人たちと会ってほしい。

・商店街のことを考えるチャレンジャーと商店街のことが「ホットケナイ」人たちが交流することで、新しいものが生まれるのではないかと思う。

