

「商店街NEXTチャレンジャー育成事業」

【第2回研究会】 日時：平成30年7月30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》30名

■商店街関係者（19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）、
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）、古賀 和秀（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（4名）

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）

飛田 努（福岡大学商学部 准教授）、杉本 宏幸（福岡大学商学部 教授）

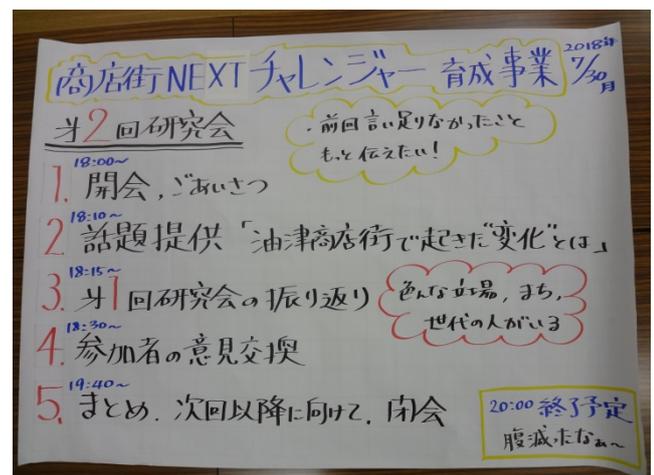
内田 真央（福岡大学商学部）

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：前回の研究会では、もっと意見を言いたい、伝えたいという方もたくさんいましたので、みなさんがたくさん発言できるように進めていければと思っています。

今村部長：この研究会だけでは言い足りないという方も個別に飲み歩いているという話も聞いていますが。



木藤さん：そうなんです。

これまでに2回そのような場を設け、1回目は那珂川の方で、2回目は今回参加している方で東区の方を中心に集まっていただき、個別にお話しを伺いました。まだ全員とはできていませんが、今後も個別にこのような場も作っていきたいと考えています。

今村部長：木藤さんの体が心配ですが、この事業の中だけではなく、みなさんと木藤さんが継続した関係を作っていたきたいと思いますので、よろしくをお願いします。

木藤さん：肝臓を労りながらがんばりたいと思います。

木藤さん：今日も前回同様、グループ分けをし、視点を絞ってみなさんの話を聞き、第3回目以降にもつながらヒントもまとめながら進めていきたいと考えています。前回もですが、サポート役として、福岡大学の先生にも入っていただいています。前は、飛田先生に最後にコメントをいただきました。今回、もうひとかた同じ商学部の杉本先生にも参加いただいています。今回、このように大学の先生方に参加いただいているのは、私はコーディネーターとしてみなさんと対話しながら進めていきますが、私も現場での経験や目線となりますので、客観的な目線で、商店街のあり方などご意見をいただきたいと思っています。油津商店街の話についても、前回みなさんに聞いていただき、それぞれいろいろ感じられたのではと思いますが、大学の先生の立場から客観的に見て、油津で何が起きたのか、みなさんの商店街で何をすれば新しい一歩が進めるのかといったアドバイスは、私だけではなく、外からの目も大事と思っています。



2. 「油津商店街で起きた“変化”とは」(福岡大学商学部 杉本 宏幸氏)

- ・キーワードは変化
- ・流通、マーケティングの分野で大きな変化が起きている。
- ・誰から物を買ったのか、それをどう使ったのか、が重要な時代になっている。
- ・商店街のあの方から買って、こう使ったという経験や状況など消費者の知識が重要になっている。
- ・油津駅も商店街も木藤さんが携わることで、商店街には



油津 Yotten ができ、油津駅は赤くなり、カープの試合も家で見るのではなく、油津 Yotten でご飯食べながらみんなで応援しようといった状況が変わり、そこで経験をするようになり、油津商店街からカープを応援しようが変わっていったのだと理解している。

- ・油津商店街で人の経験や何かをするという価値が付加されたのが木藤さんのされたことではないかと思う。
- ・商店街にはカープのファンが来るようになり、IT企業ができて、I ターンの方が来るようになって、油津商店街にみんなの居場所ができたのだと思う。
- ・油津商店街にはもともと広島カープの素養があり、近くには球場があり、遠くから人を呼び寄せる超広域の商店街の素養があったから再生できたのではないかと思われるが、そうではない。
- ・木藤さんが変えたのは、油津にゆかりのない広島カープのファンでも広く受け入れられる、日南出身者が広く帰ってこられる、そこに地元の人もコミットできる、みんなの居場所を作ったのが、油津商店街である。
- ・木藤さんは、コミュニティを作り直し、そこでの経験や状況、使用状況を踏まえて、価値を再生し直し、地域ごと油津を作り直した。
- ・油津商店街も3つの商店街からなっていて、商店街、地域を作り直す時に、1つの商店街でやるのか、2つなのか、3つなのか、広さをどこまでするのか、周辺の観光資源との結合や、そこには組織や歴史もあり、それをどうデザインし、地域と商店街の関わりをどう組み合わせ、変化をさせるのか、このことを木藤さんは考え、商店街・地域を変えていった。

木藤さん

- ・油津の話しをするときに、商店街なので、飲食店、物販店などが中心になるが、それだけではないプラスアルファとして、油津 Yotten という自由に使える空間、コミュニティの場所を作ったことで、結果的に人が集まり、商店街に足を運ぶきっかけになっているということは大きいのではないかと思う。
- ・商店街では商圈というのが基本あるが、違う観点でまちにカープのファンの方、クルーズ船による中国人が来て、また、いろいろなものを組み合わせながら、商店街に新しく足を運ぶ人を見つけてきたという側面もある。
- ・杉本先生の話しの中にもあったように、居場所ができ、居場所が新しい価値を生み出して、いろいろな人たちが集まってきているということを感じる。
- ・今回のこの研究会のいいところは、多様な方が参加されているところである。
- ・商店街のことをみんなで考えるといった行政主導のこのような会では、商店街の理事長や会長など役をもった方で行うことが多い。



- ・今回は、役のあるなしに関わらず、若い世代の方など商店街の方。また、これから商店街に出店などを考えている方。さらに、外からみて商店街の魅力やもっとこうすればいいと思っているデザインをやっている方、まちづくりに関心のある方など3つのパターンの方が参加されている。
- ・今日は、年代別に議論をいただこうと考えている。
- ・年代を混ぜて議論することもあるが、経験している時代の背景や、商店街での立場も違うことなどもあるため、今日は年代別にテーブル分けをしている。

3.第1回研究会の振り返り（木藤 亮太氏）

- ・昔の良い頃の商店街に戻ろうということではなく、未来を見据えて、変わっていかないといけない。
- ・参加者のテンション、熱意が高い。
- ・10のキーワードで、発言、意見を出してもらったが、全員が発言できる時間がなく、もっと、言いたい、伝えたいという声が多い。
- ・共通のキーワードとしては「変化」ではないかと感じた。
- ・社会状況の変化に合わせて、商店街も変わらなければいけない。
- ・これから出店を考えている方にとっては、商売や商店街の面白さに自分を変化させ、その場所として商店街を捉えている。
- ・まちづくりの中においては、商店街がいまから変わっていかないといけない。その変化に興味があるといった意見もあった。
- ・行政の支援を受けて取り組んでいるもの、売上、にぎわい、集客イベントなど目先の利益を求める側面もあるが、長期的な視点で何かを変えていかないといけないという感覚もあったのではないか。
- ・その中で、行政との関わり、行政からの支援もこれまでのものから新しく見直すことによる「変化」もあるのではないか。
- ・商店街の未来像をどう描くか。
- ・行政からの支援の新しい形をどう考えるか。



4.参加者の意見交換

木藤さん：商店街の未来，方向性を考えていく中で，商店街の何が好きか。どこに魅力を感じるか，何に可能性を秘めているか。という視点で，今日は世代別に意見を出し合っていたきたい。

商店街NEXTワークショップ2回 書き込みシート 2018年7月30日

私は商店街の

が好き。
が魅力だ。
に可能性がある。

名前 _____
所属 _____



《キーワード》

- ・ 会話, 人の人・店と店のつながり, 地元 (ローカル) なつながり, 人情味, いろんな世代が集まる
- ・ 各業種のプロがいる

(プロ意識に応えるのが店主, 専門店の集まりという自負, 細かなニーズへの対応)

- ・ 個性 (お店, 自由なお店づくり)
- ・ 場所, 空間, 文化

(徒歩, 自転車で行ける, 子供と親と一緒に。小さな商店に可能性がある, 人が集まる環境, 思い出, 路地, 洗練されていない所, ディープな感じ, 古い (レトロ) な雰囲気, ノスタルジックなイメージ, 天神・博多にない魅力)

《各テーブルでの意見》

- ・ (お客様から見た時) 親身になってくれそうというイメージがある
- ・ お客さんとの距離が近い (気軽な声かけ等がさかん)
- ・ デベロップメント会社が入っている訳ではないため, 自分のやりたいようにお店を運営できる
- ・ 口コミの力が非常に発揮される
- ・ 物を買う時に人が見える, 値段だけではない
- ・ なぜ, スーパーではなく, 商店街なのかということを考えるべき。
- ・ 業種によって, ライバルとの競争, 戦いである。(例, 鮮魚店では, 道の駅がライバル)
- ・ 商店街にチェーン店ばかりが並ぶとそれは, もはやショッピングセンターであり, 対抗する相手はショッピングセンターではない。
- ・ 都心では, 出来合いの総菜を購入する人が多い⇒店側もパック販売をするなどの変化もしている。
(暮らしの変化への対応, 商店街の周辺環境の変化)
- ・ 対面販売が商店街の売り。スーパーでは会話がな。
- ・ 百貨店, チェーン店には決められたマニュアル, マナー, 売り方がある。商店街には, おまけができたたり, マニュアルがないところが魅力, 良さと言えるかどうか。
- ・ 店主をいい意味でいじることができるお客が減っている。
- ・ お客さんとのつながり (Face to Face) があるところ
⇒ お客さんからすれば, 昔から知っている人 (店員) がいることで安心感がある。
- ・ お店どうしのつながり, 異業種のお店とのつながりがあるところ
⇒ 何かに取り組もうとするときに, つながりがあるので連絡を取ることができる。
- ・ 周辺地域との距離感が近いところ
⇒ 何かするにしても, 商業施設とは異なり, 地域の方との距離感が近いところ
- ・ 昔から育った人にとって懐かしい場所であるところ
- ・ 地元密着して, 地域の方が訪れることに加え, 旅行者も訪れ混在しているところ

- ・それぞれの商店街で、地元ならではの特色に出会えるところ ⇒食べ物、雰囲気、方言等
- ・文化（ex.祭り）があるところ ⇒商業施設にはないため
- ・アーケードがあるところ
⇒雨がしのげるため、人を集めることができ、雨からお店とお客さんを守ることができることに加え、アーケードでお買い物を楽しむことができる。
- ・お店が点在しているところは、商店街と認識されていないが、周辺のお店を探すところ
- ・商店の規模（良いサイズ感が多い）、長期的に更新しやすい（サイクルが早い）
- ・商業施設にはない個性的なお店が魅力。
- ・商店街のイメージ=マーケティングしやすい=可能性
- ・古いものの魅力は新しい店には出せない。
- ・古い（年配）お店の所に、新しいお店（若い人、リノベーション）が良い。
- ・昼間、人がいない中で良い商店街をつくっても集客できない。
- ・興味をもってもらうところから始める。（知ってもらうきっかけを面白く、真剣にふざける）
- ・商店街のスタンスを変える。
- ・昔から来ているお客は今も来てくれる。
- ・現在の60代~70代の方は、なわばり意識が強い⇒他の人を受け入れない、頑固
- ・最近の店主は、情報交換をして、お互いにwin-winな関係を目指している
⇒ ex) インドウミュージックとタワレコ、スーパーと八百屋等、お互いに不足しているところを補うことで、良好な関係性を築いている
⇒ 売り上げ重視から、お客様目線でのサービス精神が高まってきている
- ・商品だけでは売れないため、商店街は、「商品+人」がセットで価値があるという感覚
- ・百貨店ならば店頭に並ばないもの（商品）がある。
- ・個性を持っているオーナーが多い。（日本一とか）
- ・潰れそうで潰れない店舗がある。
- ・衣食は何でも揃っていた。
- ・顔がわかる関係があり、世代を超えて繋がる場所。
- ・わがままを聞いてもらえる。
- ・（信用があるから）安い肉でも安心して購入できる。
- ・気安く買うことができる。
- ・店の人と顔なじみになり、コミュニケーションが取れ人との関わりが持てる場所。
- ・現在地元でなくても、わざわざ地元の店に行って気安く店に入れる。アットホームさがある。
- ・専門店の安心感がある。
- ・店舗前に商品が並んでいるところがよい。
- ・新しい住人は車でどこにでも行く。近くの商店街を認識していない。
- ・飲食店は土日に開いていない。開ければ繁盛するのでは。

- ・人との距離感が近い
- ・客を特別扱いしない。
- ・店の人がいいから買う。結局は「人」。
- ・同業種が商店街内にあることで買う側の選択肢が広がる。
- ・無理や融通が聞いてもらえ安心して買える。人の顔が見える。
- ・商店街内で対抗意識はなく一緒に儲かろうという雰囲気がある。
- ・商店街には場所的に個性的で自由なイメージがある。
- ・人が良く、人に関われる面がある。
- ・生活感があり、他にはない雰囲気がある。
- ・新しい店と古い店が混在しているところがよい。
- ・人との繋がりが持てること、人の幅が広がる繋がり方ができる。大きな店にない魅力がある。
- ・人の顔が見えるから安心感がある。
- ・細かなわがままを聞いてくれる。
- ・古いものを活用した新しい店がいい。
- ・商品以外のところに商店街の魅力がある。
- ・常連さんが我が物顔をする一見さんが店に入れず、ルールがわからない。コミュニケーションが強すぎてもダメなところがある。
- ・人との繋がりで、店に踏み込むきっかけがあるとよい。敷居を低くする努力が必要。
- ・歴史があり、良い・悪いを知っている。大きな店舗にない個性や生活感がイメージされる。
- ・商店街で良い時、悪い時を経験した。博多駅の移転、天神開発、リバレイン、キャナルシティ、車社会、郊外大型店舗（モール）、インバウンドなどで、今まで波があった。それでも続けていくことで人に呼び止められることが魅力。
- ・高齢化による担い手不足、廃業、シャッター街といった衰退があるが、商店街の合併で状況を変えたい。客との繋がりがあからこそ商店を続ける。儲かる時代は終わっている。会費の使い方も考える必要がある。
- ・人とのコミュニケーションが大切である。若人にはそれが魅力と捉えられている。
- ・学生などの若い人には敷居が高く感じられるのか。
- ・コミュニケーションの強すぎの弊害が一見さんにはあるのでは。
- ・年齢に応じてアプローチが異なるのでは。
- ・インバウンドでは商店街としての対策は実施するが、最終的には個店の受け入れ態勢が必要。

《各世代の意見を聞いての感想》

木藤さん：各世代で移動しながら意見を聞いていただいたので、各テーブルで意見を聞いて、「共通」だったところ、違ったところ「相違点」をまとめていただき、話をしていただきたい。

参加者：共通点は、人間関係がキーワードではないかと感じた。

相違点としては、商店街という場所、特別扱いされる、優遇される、おまけがあるといった、ショッピングモールとの違い、融通がきく点など、他の世代とは目の付け所が異なることを感じた。

参加者：共通したキーワードは「人」ではないかと思う。人とのふれあい、人との関わり方で、若い子やいろんな世代で関わりを求めているが、一歩踏み込めていないといった現実があり、きっかけがあると、一気に商店街が進む可能性があると感じた。世代が違ってみんな同じことを言っている感じがした。

参加者：全世代で共通してでていたキーワードは、「人とのつながり」で、来街者とのつながり、お店同士の横のつながり「face to face」であった。商店街に求めているものは「ノスタルジー」で、若い世代では「個性」といったキーワードもあった。

40代以上の「人とのつながり」は商店街の運営であったり、来街者との関係が多いが、20代の人々の意見で、「場所、人、生活感」というイメージで言われ、ピンポイントでお店の空間イメージ、店主の個性にあこがれを持ち、商業施設、ナショナルチェーンでは味わえない所が、商店街がまちの中で存在しているといった意見があり、世代として同じ「人とのつながり」でも相違があるところを感じた。

参加者：お客さんからお店を見たときに、「敷居が低い」「ハードルが低い」といったワードも共通



してあった。

「人情味がある」「対面販売」というものに魅力を感じ、お客さんが来ているのではないかとといった意見もあった。

相違点としては、歴史があるということで、良いも悪いも知っているということ、また、伝統や思い、商品から商店街をイメージするという話があった。

参加者：共通してでていたのは「人」。商店街の中の人が好きであったり、その場の空間が好きであったりするところが共通点かと感じた。

相違点としては、若者は個性的であったり、古いものが好きだったりするが、年配の方の意見では、個性とは古ければいいのかといった意見もあって、自分達と認識の違いが大きいのかと感じた。

商店街にあるものは同じであるが、見方、ベクトルの違いがあるのだと感じた。

それをどう活かすか、どうすり合わせていくか、認識を合わせていきたいと感じた。

5.まとめ、次回以降に向けて（木藤 亮太氏）

木藤さん：年代の上の方は、世代間で共通点が同じといった感想で、若い世代は違ったという意見もあり、実際はどうなんだという感じもしました。

各テーブルでの意見はメモもとっているので、事務局で整理したいと思う。

共通してでていた「人」「商店街のイメージ」の話は共通している点だと思う。

もっと、掘り下げると、ギャップや価値観の違いというのも世代間でてくると思う。

「共通」しているところは、それが課題であれば、みんなで解決策を考え、良いところ、魅力であれば、そこを引き延ばしていくということになる。

「相違」では、今日は世代別に分かれたことで、ギャップや見方の角度の違いもでていたと感じる。それぞれ参加者のみなさんのまちが異なる中で、商店街の状況やまちの状況、歴史の違いが大きいのではないかと感じた。

今後、お互いの環境を知るということで、ひとつの商店街を挙げれば、他のみなさんは客観的な目で見ることができる。

今後、お互いの商店街を知るという観点から、全9回の研究会の中で、油津商店街の視察も検討しているが、都心部にあって大きな組織の商店街もあれば、副都心の中規模の商店街、規模の小さな商店街もある。

それぞれのまちをみんなで訪れ、その商店街の状況をもう少し掘り下げ、議論するようなことも考えていきたい。

油津の視察については、参加したいという声も多く、みんなで行ければ良いと思っているが、みなさんの都合で一斉に行くことができなければ、私は月に数回油津にいるので、その時に合わせて数名で来ていただくことでもいいかとも考えている。

まだ、結論がでたり、何か解決策が見えるというわけではなく、モヤモヤした感じもあると思うが、今日の研究会でみなさんがたくさんメモをとっていたことが印象的で、自分とは違った視点を見いだせたのではないかと思う。

次回の第3回研究会は、8月29日（水）18：00～ 今日と同じこの場所で開催します。