

1. 委託事業名： 清水駅前銀座商店街の改革活性化プロジェクト
2. 委託事業者名： 委託先団体: 特定非営利活動法人まちづくり考房 SHIMIZU
連携団体: 清水駅前銀座商店街振興組合・静岡県中小企業団体中央会
連携大学: 法政大学大学院静岡サテライトキャンパス政策創造研究科
政策創造専攻 坂本光司教授

3. 研究成果概要:

[I] はじめに

近年、わが国商店街が総じて衰退傾向が著しいのは、商店街及びそこに集積している小売商店を取り巻く経営環境が、かつてとは根底的に変革かしているからである。つまり、近年の商店街や立地場所の如何を問わず、小売商店の問題の本質は、景気の変動がもたらす一時的・一過性的な変化・問題ではなく、過去には戻らない、いわば構造的な変化・問題が発生している。

商店街や商店街を構成する小売商店などが、時代変化に目覚め、市場や生活者が求める商店街や小売商店に、自らが主体的・自律的に変化することをおいて、その活性化はもとより存続すら危うい時代になっているといっても過言ではない。

商店街及びそこに立地集積する小売商店などの存立基盤に重大な影響を与えている環境変化は多々あるが、それらを含め、商店街に内包する各種課題を整理し、商店街活性化の視点・方策を検討する。

[II] 事業の目的

全国の活性化に成功した中心市街地商店街のフィールド調査を実施することで、それらの活性化成功へのモデルを抽出し、清水駅前銀座商店街の今後の将来ビジョン構想の策定を図り、もって中心市街地商店街活性化に向けての政策の創造に資することを目的とする。

- (1) 当該商店街の将来ビジョンを構想の策定を行う。
- (2) 個店・商店街に求められる方策を全国の活性化に成功した商店街からモデルを抽出し、商店街活性化の具体案を策定する。

[III] 商店街活性化のための基本的視点

商店街が生活者の高い評価を受けるために、商店街及び個店、その支援機関が認識すべき基本的視点

- (1) 魅力的個店が立地集積する商店街づくり
- (2) ショッピングが楽しめ、便利な商店街づくり
- (3) 交通便利な商店街づくり
- (4) 情報発信する商店街づくり
- (5) 地域住民最優先の商店街づくり
- (6) 個性的な商店街づくり

(7) 商店街の魅力的な組織づくり

[IV] 個店のあり方

商店街の問題は外ではなく、内にある。魅力的な商店街とは、そもそも魅力的個店の連続した街並みを意味するからである。商店街を構成するそれぞれの個店が、時代変化に目覚め、生活者にとってなくてはならない魅力的な個店になることをおいて、商店街の再生は今や困難といえる。

そこで以下では、魅力的個店になるための方策を 11 点に絞り示す。

- (1) 高い志の保有・中長期ビジョンの策定
- (2) 人財、特に後継者の確保・育成を図る
- (3) メーカーではなく生活者のための小売店を目指す。
- (4) メーカー的小売業を目指す。
- (5) 自立連携型小売店を目指す。
- (6) インターネットの活用を積極的に行う。
- (7) 大型店との共生を図る。
- (8) 情報を定期的に発信する。
- (9) データベース・マーケティングの充実と強化
- (10) 地域貢献に積極的に取り組む。

[V] 商店街組織・マネジメントのあり方

- (1) コンセプトの明確化
- (2) 求められる商店街組織、マネジメントのリーダー

[VI] 商店街事業のあり方

魅力的な商店街づくりのために商店街が取り組んでいる事業は、ハード事業とソフト事業に大別できる。双方とも重要ではあるが、特に商店街が取り組むべきなのはソフト事業の方である。予算面での制約もあり、大型店等との比較において、規模や総合的な経営力に劣る現実を直視すれば当然である。

ここでは、商店街が限られた予算と経営資源の中で、取り組むべきハード事業とソフト事業を示す。

- (1) ハード事業
 - ① 商店街に不足する業種の立地促進
 - ② イベント広場の確保と整備
 - ③ 来街者の利便性を高める施設も拡充
 - ④ 買い物バスの共同運行

(2) ソフト事業

- ① イベントの開催
- ② 商店街としての情報発信
- ③ 商店街の個店の人財育成
- ④ 地域などの住民サービス

(3) 商店街事務局の充実強化

(4) 商店街の組織率の向上

[VII] 地域との連携のあり方

(1) 自治体・行政との連携

(2) 他の商店街との連携

(3) 教育機関との連携

- ① 就業体験の場の提供
- ② チャレンジショップの提供
- ③ 青少年の健全育成のための教職員とともに安全パトロール隊の結成
- ④ 教育機関のイベントへの協力や同時開催
- ⑤ 産学交流などによる新商品の共同開発

[VIII] 当該商店街の概況

当該商店街は古い歴史を誇り、造船業・港湾関連事業の繁栄を背景として、その従業員や家族及び地元住民に愛され、かつては隣接する旧静岡市に存する各商店街以上の賑わいを誇っていたが、このところ商店街の来訪者は減少している。業態は衣料品を扱う店舗が多く、近年はアーケード及び店舗の老朽化が進んでいる。郊外幹線道路沿いへの大型ショッピングセンターの進出やロードサイド型の各種専門店の登場、隣接する旧静岡市の発展によって、中心市街地からの買い物客の流出が激しい。

車利用の買い物客対策として駐車場設置も行われているが、小規模駐車場が散在するのみで有効な対策となっていない。また、大型百貨店の撤退も中心部の人通りを少なくした一因となっている。このような状況を踏まえ、特色のあるイベント等を何度か開催し、マスコミにも取り上げられるなど、一定の効果は上げたものの、当該商店街の来訪者数の減少を食い止めるには至っていない。また、中心市街地の復活を目指して、ハード面では JR 清水駅前周辺の事業プロジェクトが進行中であり、その動きは活性化しつつある。更に、ソフト面で全国の商店街の成功事例を参考にし、新たな対策を実施することが求められる。

[IX] 当該商店街のマクロ環境

(1) 清水区（旧清水市）老年人口割合（静岡県 HP 統計資料 住民基本台帳より算出）（％）

（ア） H15：20.2 H16：20.9 H17：21.6 H18：22.7 H19：23.5 H20：24.4 H21：25.4

- (2) 人口 1,000 人当たりの売り場面積（中小企業統計（各年 6 月 1 日現在）（㎡）
（ア）H19：280 H14：320
- (3) 従業員 1 人当たりの小売販売額
（ア）H19：12 百万円 H14：13 百万円
- (4) 売り場面積 1 人当たりの小売販売額
（ア）H19：0.55 百万円 H14：0.61 百万円
- (5) 流出入係数（静岡県統計資料 住民基本台帳 9 月末時点の人口を基に算出と前述の商業統計の数字を使用）
（ア）H19：0.58 H14：0.63
（イ）商業統計は 6 月 1 日時点、人口の発表資料は 9 月末時点

[X] 当該商店街活性化のための基本的な考え方

高齢化社会への対応・中心市街地の居住空間・ゆとり空間の創造・商店街による賑わいの創出をコンセプトとする。

(1) 住民と商業者との一体化した体制の構築

- ① 大型店や地域住民と協力して、集客のために買物環境の整備に努め、活気がある商店街への発展を目指す。
- ② TMO を設置して、テナントミックスや個別のプロジェクトを管理し、計画的に街づくりを行う。

(2) 中長期的な対策

- ① 環境保護への取り組みや、高齢者に対する身近な購買機会の提供を目指すことによって地域社会に貢献する
- ② 地域住民の交流の場、伝統文化の保存の場と位置付けて、郷土芸能など誰もが参加できるイベントを開催する。
- ③ 輸入衣料品、雑貨やキャラクター商品など若者向けの業種を集積させることによって、来街者を増加させる。