

④ 商店街の公益活動と福祉のまちづくり活動

市川俊明

1 組合のアウトライン

当商店街は、昭和三十五年頃より相模鉄道株式会社商店を誘致するために開発しランダムに個人が購入し開業して、徐々に商店街としての体を成し、昭和三十八年頃には、二俣川銀座商店会としての任意団体組織が出来上がった。

当時は、親睦会的要素が強く、又、水曜日に休業する店が多い為に気の合った仲間同士で水曜会と言うグループをつくり、野球やゴルフコンペ等を行い、一方、二十日会という無尽会を開催してコミュニケーションや情報提供及びその収集の場としていた。

又、忘年会や旅行会、時にはカラオケ大会等を実施して家族や従業員の触れ合いの場としたり、隣接する商店会（商栄会）と夏の売り出しや歳末売り出し等の共同イベントを組む等、積極的に商い活動を行っていた。

昭和六十三年頃までは、商店街の売り上げは右肩上がり、景気も良かった為か会員同士のコミュニケーションも良く取れ、結束力も強かったが、バブル崩壊後は、どこの商店街も同様に不況に見舞われ、販売は落ち込み危機感と言うよりも、むしろ脱力感、無気力状態に陥り、結束力も乱れがちになってしま

った。

平成三年に、商店街と二俣川駅を結ぶ中間点に大型ストアが建設される計画が持ち上がった。

2 新しい商店街を模索して

当然の如く二俣川銀座商店街会員は道路にピケを張ってでも工事車両の進入や工事区域内の街路灯の撤去を阻止する等の猛烈な反対運動を開始した。

しかし、この反対運動は地域の住民や消費者の賛同を得られずほとんど盛りあがらなかった。地域の住民や消費者意識は、自分達に便利な大型ストアの売場に賛成であり、商店街の死活問題とは別のカテゴリーであったからである。

私達は、そのことに気が付かなかった。しかし、このことがその後の組合活動に大きな影響を与える結果となっていったのである。

大型ストアの売場が本格化した平成五年頃の二俣川銀座商店街の現況は、道路はアスファルト造りで、所々に穴が開いていたり、一部は崩れ、又、下水道はU字溝で上蓋が無く、内部が露出して汚臭が漂う時もあった。街路灯は、約十年前に再設置したが照度は低く街

全体が暗く音も無い老朽した雰囲気であった。

このままでは、お客さまを全部大型ストアに取られてゴーストタウンになってしまふ。なんとかサバイバル出来る方法はないだろうか。毎日、夜半一〜二時頃まで激論を続け、これが高まって喧嘩腰になることさえあった。

当時の街づくりは、都会的、若者の発想がメジャーであり、原宿や渋谷そして横浜駅西口や元町のヤングをターゲットとした展開であった。しかし、二俣川に視点を移した場合、ローカルな街であり、原宿や渋谷、元町と同様な街づくりでは、立地、商店の種類、来街者の年齢や客層を取っても不可能なことであった。ローカルな街ならローカルカラーで対抗するより方法はない。一体どんな手法でオリジナリティーを出して行けば良いのだろうか。

もう一度原点に戻って商店街を取り巻く地域環境や社会構造の変化を考え直して見ることにした。

① 当商店街を取り巻く住環境は、主として成熟した住宅街である。

② 近隣には、視覚障害者のリハビリテーションとコミュニケーションであるライト

- 1 組合のアウトライン
- 2 新しい商店街を模索して
- 3 勉強会の実施
- 4 出来ることから実行しよう
- 5 地域住民や消費者の参画意識の高揚
- 6 商店街組合員の意識の変化
- 7 終わりに

センターやがんセンター、並びにいくつかの神奈川県公営施設があり、障害者や病氣を持った人、並びにその家族も商店街を利用する。

③ これからの人口構造は、高齢化、少子化社会である。

④ 地域の住民や消費者に共感を抱かれるような「街づくり」をしなければ成功しない。など、大まかなアウトラインが見えて来た。

そして、最後に辿り着いた方向が「障害者や高齢者にやさしい街」すなわち「福祉のまちづくり」というコンセプトであった。コンセプトは決まったが、どの様に「まちづくり」をしていったら良いのか皆目見当がつかなかった。この様なコンセプトをもって活性化に成功した商店街は、どこにも見当たらなかったからである。

駅ビルやデパートは別として、商店街というゾーンで「福祉のまちづくり」を実施することは仲々困難だし、第一に暗いイメージがある。新しい「まちづくり」だから明るいイメージが大切である。「明るくて、元気があり、思いやりのある、人を大切にしたい街づくり」をしようという発想で出発した。

先ずしっかりと組織をつくり、会員に積極的に参画してもらおう。組織には、総務、渉外、広報各担当で主に商店街の内部的業務を遂行する部門と交通対策、モール化、イベント、法人化、福祉、個店整備、まちづくり協定、女性の会各担当で主に実務を遂行する部門を設けて各担当理事を置き、大部分の組合員が各部門に参加するように企画した。

その上で、この組織が有機的、効率的、効

果的に運営される為には、各担当理事並びに組合員も共に「福祉」をよく理解し、同じ識見を持って行動しなければならぬ。特に各理事はそろって学習することとし、それを組合員にオリエンテーションする。これによって、理事も組合員も共に組織への参画意識を高揚出来ると考えた。

3 勉強会の実施

ライトセンターや視覚障害者福祉協会及び横浜市で主催している「福祉のまちづくりフォーラム」等に出席し、徐々に学習が始まった。特にライトセンター、視覚障害者福祉協会の皆様からの意見、指導、要望は貴重な物であり、日常気づかなかったことを沢山指摘された。(下表参照)

4 一出来ることから実行しよう

問題点や指摘された内容を各担当理事に振り分け解決、実行することとした。

① 街路灯の整備

ア 目の位置にライトを付け、弱視者に街路灯の位置や場所が分別出来るようにした。
イ スピーカーを付けて、二つある商店街路に異なった音楽を流し、視覚障害者の通行の目安にしよう。

ウ 照明は蛍光灯と電球を組み合わせ、明るさと暖かさを演出する。

エ アンブは蓄電式を採用し、災害時には三人の理事に預けてあるワイヤレスマイクで

災害の内容や援助物資の配給場所など必要な情報を地域住民に提供できる情報発信基地となる。

② 歩車道の整備

ア 段差と傾斜のない歩車道を造る
イ 一方通行にして、歩行者の安全を確保する。

ウ 雨の後でも滑り難く、女性のハイヒール等がひつからぬ素材と設計を考える。

③ おもてなしマニユアルの作成

ア 釣銭の渡し方を工夫して、誰でも分かりやすくする。

イ おもいやり、やさしさ等のいわゆる声かけ運動を実行する。
ウ 盲導犬に対して再認識をし、盲導犬同伴可のステッカーを店頭貼付する。

④ イベントの工夫 障害者体験コーナー

勉強会で得られた意見等

- ライトセンター並びに視覚障害者福祉協会から
- ① ライトセンターに通所している視覚障害者のうち、全盲と言われる人は全体の20%で80%の人は弱視者である。
- ② 弱視者には、全盲に近い人から大きな字なら理解できる程度まで大変幅が広い。
- ③ 視覚障害者は日常生活を営む上で音が大切な手段の一つである。
- ④ 現在ある街路灯は目立たなくて危険である。近づいたら分別できるようにしてほしい。
- ⑤ 盲導犬をつれて、他地区の店で買い物をした時に嫌な顔をされた経験がある。
- ⑥ 誘導点字ブロック上に駐車、駐輪、看板などが在って危険である。
- ⑦ 親切に注意してくれるのは有り難いが「あぶない」では、なにが危険でどうすればいいのか混乱する。「止まって」とか「左によって」と具体的に言ってほしい。
- ⑧ 釣銭を渡される時、まとめて渡されると自分で確かめなければならず、又、確認する時に落としてしまうこともある。渡す時には、釣銭額とその種類を一枚ずつ渡してほしい。
- ⑨ 自動販売機(駅の切符販売、ジュース販売)や自動改札機は視覚障害者にとって大変不便である。(何処に何が在るのか判断がつかない)
- ⑩ スクラムル交差点は、混雑時どこへ向かって歩いているのかわからなくなってしまう。
- ⑪ バスや電車内の待車場所や駅名のアナウンサーが聞き取り難く、降りられない時がある。
- 身体障害者から
- ① 車イスで通行するには、歩道が狭すぎる。
- ② 歩車道に段差があると通行が困難である。介護者やボランティアにとっても負担が大きい。
- ③ 歩道が傾斜していると車イスが倒れそうになり、危険である。
- ④ 店頭のドアが狭く、店内通路も狭い。
- ⑤ 必要な商品の配置が高すぎて、見にくかったり手で取りにくい。
- ⑥ スーパー等のレジを車イスで清算順番を待つのが苦痛である。
- 高齢者から
- ① 買った商品が重いので宅配してほしい。
- ② 商品の選定には時間がかかる。ゆとりを持って待ってほしい。
- ③ 商店街の中に休憩用のベンチやパラソルがあると良い。
- ④ トイレを気安く借りれると良い。
- ⑤ 価格を大きな文字で書き見やすくしてほしい。

(アイマスク、点字作成、盲導犬、車イス)を設置する。

イ 障害者(がん等で声帯を失った人の食道発声)による紙芝居

ウ 地域の老人会や自治会、趣味のグループ及び視覚障害者によるコーラス発表会

エ 地域の住民参加によるバザールやフリーマーケットの実施

5 地域住民や消費者の参画意識の高揚

大型ストア出店反対に失敗した反省として、商店街づくりは、地域住民や消費者の賛同と参画を得なければ成功しない。

商店街の愛称名やキャッチフレーズを地域住民から募集採用し、「私達の商店街」という印象と意識を強く持つてもらおう、そのために、しっかりと商店街のコンセプトをつくりスタンスを理解してもらわなければならない。

私達は、商店街のコンセプトを

- ① 人にやさしい福祉の街
 - ② 音と光のある躍動する街
 - ③ 人と人とがふれあい、出会える街
- として、「愛称名」「キャッチフレーズ」を募集した。百通以上の応募があり、その中から力強く躍進する」という意味をこめて愛称名を「フォルテツシモ」を略した「フォルテ」キャッチフレーズは「笑顔、ふれあい、リズムの出会い」を採用することにした。

同時に、シンボルマークもつくりたいと言うことで、フォルテツシモのfを基調として、家族や夫婦をイメージしたデザインとした。

6 商店街組合員の意識の変化

当初は良くわからなかった福祉について徐々に理解するにつれて、飲食店、衣料品店、八百屋さんとその業種を問わず共通の話題がで上がりコミュニケーションが取れるようになっていった。これに伴い「福祉のまちなら、それらしい内容を検討し実行しよう」と積極的に福祉に係わるようになっていった。何にも増して、地域住民や顧客から好感を持たれていると言う自信と満足感のようなものが商店街会員の中に醸造されていった気がする。

平成十年九月より商店街全体で介護用品のリサイクル運動を開始した。

この運動は、不必要になった介護用品の提供を依頼し、多少のメンテナンスは商店街が受け持ち必要な人に無料で提供する事業である。現在は車イス、介護用ベッド、歩行器、歩行杖など沢山の出し出があり大きな反響となっている。

何よりも、商店街を挙げて取り組む姿勢が大切であり、素晴らしいことである。

7 終わりに

商店街独自のコンセプトを持つことは、活

おもてなしマニュアル

店員のしかた
店員の服装
接客の態度
接客の言葉
接客の動作
接客の表情
接客の姿勢
接客の声
接客の笑顔
接客の目線
接客の視線
接客の視線の長さ
接客の視線の向き
接客の視線の動き
接客の視線の強さ
接客の視線の弱さ
接客の視線の速さ
接客の視線の遅さ
接客の視線の正確さ
接客の視線の誤差
接客の視線のブレ
接客の視線の揺れ
接客の視線の振れ
接客の視線の歪み
接客の視線のゆがみ
接客の視線の曲がり
接客の視線の折れ
接客の視線の折れ目
接客の視線の折れ角
接客の視線の折れ長さ
接客の視線の折れ幅
接客の視線の折れ高さ
接客の視線の折れ低さ
接客の視線の折れ位置
接客の視線の折れ方向
接客の視線の折れ角度
接客の視線の折れ速度
接客の視線の折れ加速度
接客の視線の折れ減速度
接客の視線の折れ増速度
接客の視線の折れ減速度
接客の視線の折れ増速度

二俣川フォルテのパフレット

YOKOHAMA
FUTAMATAGAWA

二俣川フォルテは個性のある
躍動感にあふれた生活空間。

盲導犬ステッカー

