

特集

《7》 商店街の現状とニューノーマル社会における商店街活性化

1 はじめに

3年の長きに渡り続く新型コロナウイルス感染症は、社会に大きな変容をもたらしている。感染拡大防止のため、一時期は国の外出規制等の行動規制が実施されるなど、人との接触を避ける「非接触」が推奨されるようになった。このような経験から、人々の日常生活や社会活動における意識や行動様式も大きく変化した。

特に、テレワークの急速な普及は、人々の行動選択に大きな影響を与えた。テレワークにおいては、職場に出勤する必要がない。在宅でも働くことが可能となり、居住地で過ごす時間が相対的に長くなった。また、働き方の選択肢が増え、働き方を自分の望むライフスタイルに合わせてられるようになった。そして、働く場所の制約を受けずに、自由に居住地を選択することができ、より暮らしやすい、より魅力的な地域に移住する

ことも容易となった。以前にも増して、人々の関心が自分の暮らす地域に向かっているのである。

さて、コロナ禍の初期には、緊急事態宣言を受けた大型商業施設等の休業により、日常の買い物に困った方も多かっただろう。当時、報道で目にした方もいるかもしれないが、東京都品川区にある戸越銀座商店街では、自治体の休業要請の対象とならなかった店舗が多く、買い物先に困った地域住民などで客足が増え、この際には、商店街という存在が一躍注目された。この通り、商店街は身近な買物の場であるが、実はそれだけではない。皆さんが住んでいる地域でも思い返してほしい。例えば、地域の夏祭りやハロウィンに参加した記憶はないだろうか。商店街は、四季折々の行事に合わせたイベントやお祭りを開催し、地域の賑わいやふれあいの場を提供している。また、道路を歩いていると洒落たデザインの

街路灯を見かけないだろうか。実は、その多くは商店街で設置した街路灯で、まちの灯りの確保に一役買っている。また、防犯カメラを設置している商店街もあり、周辺で事件事故があれば、地元で警察に映像を提供している。

商店街は地域の安全と安心にも貢献しているのである。

このように商店街は商業機能だけでなく、人々の暮らしを支える取組を行っている。前述のように、一時的には商店街への客足は増えたが、コロナ禍を通じては来街者や売上が減少し、商店街も大きな打撃を受けている。また、地域社会においても、新型コロナウイルス感染症の影響でますます人とのつながりが希薄化するなど、従前からの課題が深刻化している。表題にもある、「ニューノーマル(New Normal)」と「新しい常態」という意味だが、経済局商業振興課では今後の商店街の活性化に向けて、「コロナ禍のよう

な大きな出来事により、人々の暮らしに変容をもたらされた中でも、これまでに築き上げてきたものを持続させながら、新しい考え方も取り入れていくこと」と捉えている。

働き方の変化等により、人々が地元にいる時間が増えた今、その生活の身近にある商店街は、地域コミュニティの核として、新しい時代の変化に対応しながら、その役割を再認識し、果たしていくことが求められているのではないだろうか。

本稿では、横浜市内の商店街の現状を踏まえながら、ニューノーマル社会における商店街活性化について考察していきたい。

2 横浜市商店街の活性化に関する条例

平成27年4月に「横浜市商店街の活性化に関する条例」が施行された。この条例は、横浜市として、商店街の活性化についての基本理念を定

執筆

佐々木 結花

経済局商業振興課担当係長

宮澤 果歩

経済局商業振興課

め、商店街を取り巻く関係者の責務を明らかにし、市の施策の基本となる事項を定めることにより、商店街の活性化に関する施策を総合的に推進し、地域経済及び地域コミュニティの発展に寄与することを目的としている。その中には、市の責務として、「市民、事業者、商店会、関係団体及び大型店と協働して、商店街の活性化のために必要な施策を総合的に推進」し、商店街及び関係団体の活動を積極的に支援することが定められており、この条例の基本理念や基本方針に基づき、商店街支援施策を講じている。

この条例の特徴は、まず、行政や商店街だけでなく、商店街を取り巻く関係者の責務も明記していること、そして商店街は商業機能だけではなく、地域コミュニティの担い手として役割を果たしていることが明文化されていることである。特に後者においては、商店街の責務として、「地域のにぎわいと交流の場になるよう、市民、近隣商店会、地域活動団体、消費者団体等の多様な主体と連携を図りながら、自ら発意し、商店街の活性化に努めるもの」とし、「消費者の利便性の向上を図るとともに、環境行動の推進及び

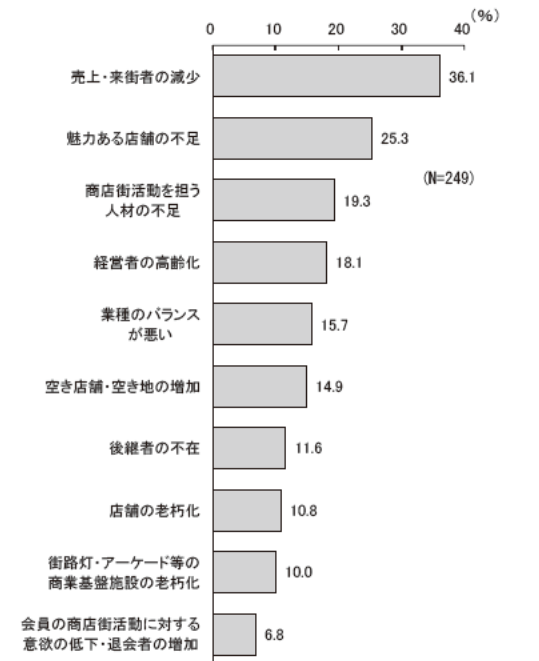
3 令和2年度緊急商店街関連調査

防犯・防災活動等の地域社会への貢献に努めるもの」と定めている。ただし、これについては、条例の制定以前から現在に至るまでも、市内の商店街は地域コミュニティの核として様々な活動を通して、地域に貢献している。

本市では、商店街振興施策の基礎資料とするため、市内商店街の実態や、市民の購買行動及び商店街に対する意識を把握する調査を定期的に実施している。令和2年度には新型コロナウイルス感染症の状況等を踏まえ、平成21年以来、約10年ぶりに「経営実態調査」及び「来街者調査」を実施し、2年ぶりに実施する「商店街実態調査」及び「消費者購買行動意識調査」と合わせての4つの調査を一体化した、「緊急商店街関連調査」を行った(表1)。その結果から、市内商店街の現状を分析したい。

また、《商店街が抱える悩み》として、「売上・来街者の減少(36・1%)」、「魅力ある店舗の不足(25・3%)」、「商店街活動を担う人材の不足(19・3%)」、「経営者の高齢化(18・1%)」、「業種のバランスが悪い(15・7%)」、「空き店舗・空き地の増加(14・9%)」、「後継者の不在(11・6%)」、「店舗の老朽化(10・8%)」、「街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化(10・0%)」、「会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加(6・8%)」が上位10項目としてあがった。商店街が新型コロナウイルス感染症の影響を大いに受けていることが分かる。

また、《商店街が抱える悩み》として、「売上・来街者の減少(36・1%)」、「魅力ある店舗の不足(25・3%)」、「商店街活動を担う人材の不足(19・3%)」、「経営者の高齢化(18・1%)」、「業種のバランスが悪い(15・7%)」、「空き店舗・空き地の増加(14・9%)」、「後継者の不在(11・6%)」、「店舗の老朽化(10・8%)」、「街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化(10・0%)」、「会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加(6・8%)」が上位10項目としてあがった。商店街が新型コロナウイルス感染症の影響を大いに受けていることが分かる。



出典：令和2年度緊急商店街関連調査「商店街実態調査」(横浜市)より筆者が作図

図1 商店街が抱える悩み上位10項目(3つまで選択、無回答除く)

調査名	商店街実態調査	経営実態調査	来街者調査	消費者購買行動意識調査
調査対象	市内全商店街(300商店街) ※商店街向け	市内商店街加盟店舗(12,725店舗) ※個店向け	市内300商店街から選定した124エリアの来街者(24,907人)	市内在住の20歳以上(15,000人) ※無作為抽出
調査方法	・郵送(配付・回収)	・郵送(配付) *調査員が回収 ・Web調査	・調査員による街頭調査 ・Web調査	・郵送(配付・回収) ・Web調査
実施期間	令和2年11月～令和3年1月	令和2年11月～令和3年2月	令和2年11月～令和3年1月	令和2年11月～12月
有効回収数(回収率)	249件(83.0%)	7,905件(62.1%)	24,907件	5,631件(37.5%)

表1 令和2年度緊急商店街関連調査の概要

に対して、どのように考えているのだろうか。市内に在住する20歳以上の人を対象とした「消費者購買行動意識調査」では、「商店街が地域のにぎわいづくりのためのイベント、街路灯や防犯カメラの整備などの活動を行っていることを知っているか」という質問に対し、「全く知らなかった」が約4割と、商店街の地域への取組についての認知度は高いとは言えない結果となった(図3)。一方で、「商店街に期待する役割」として、1位の「身近な買い物の場(63・8%)」、2位の「訪れて楽しめる場(34・8%)」に続き、3位に「暮らしやすい街づくりを進める一員(30・9%)」が回答としてあがっている(図4)。なかなか商店街の取組が十分には認識されていない状況はあるが、地域の人々が商店街に対し、暮らしや生活を支える存在であることを期待していることがうかがえる。

4 ニューノーマル社会における商店街活性化促進プロジェクト

市民の日常生活を支える商店街が、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、新

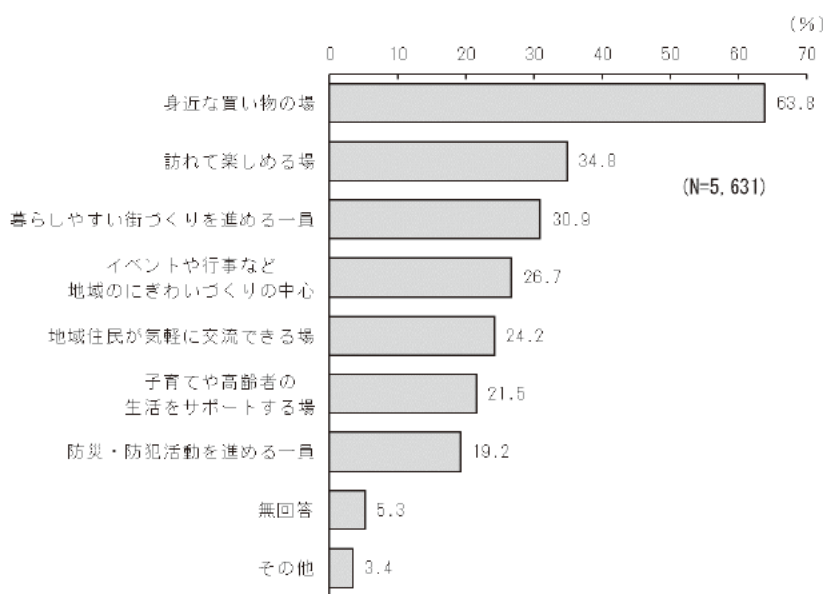
しい生活様式を踏まえ変化するニーズに応え、ウィズコロナ社会においても、商店街が地域経済の活力を維持・向上させ、地域コミュニティの核としての役割を果たせるよう支援していく必要があった。そこで、令和3年度にニューノーマル社会における商店街活性化について検討する「ニューノーマル社会における商店街活性化促進プロジェクト」を立ち上げた。

プロジェクトの企画及び運営は、商店街支援やまちづくりに通じた事業者と協働して行い、市内商店街で日頃から精力的に活動している商店街関係者がプロジェクトメンバーとして参加している。商店街支援の専門家による講義、参加者同士の意見交換を含む勉強会や、先進的な取組を実践する市内外の商店街への見学などを通して、商店街が直面している課題や魅力ある商店街づくり、持続的な商店街活動など、ニューノーマル社会における商店街の在り方を検討している。

参加者にとってこのプロジェクトは、これまでの商店街活動を見つめ直し、商店街の魅力や強みを再認識するきっかけとなり、これからの活動のヒントを得られるものとなっている。また、どの参加者からも、地域のために貢献したいという想いや、学校や自治会町内会、その他地域団体などと連携し、地域をより良くするために取り組んでいきたいという意向が共通してあげられた。さらにプロジェクトを通じて、他の地域の商店街とのつながりや、今後の商店街活動に生かせるノウハウを得られたという声が参加者からあがっている。

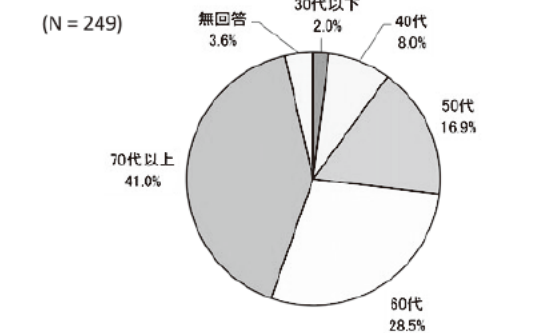
このプロジェクトでの検討結果を踏まえ、ニューノーマル社会における商店街活性化には、商店街が「買い物をする場」だけでなく、「豊かな暮らしを支える場」としての役割も求められているということが導かれた。そして、今後の商店街を活性化するため必要な次の3つの指針を見出した。①来街者にとって商店街に来る理由をつくること(魅力向上)、②新規顧客に価値を伝える手段を増やすこと(ツール導入)、③地域の人たちとの関係性を築くこと(パートナーシップ)。

この3つの指針を踏まえ、参加者が実践している取組やプロジェクトで見学先として訪問した中で、ニューノーマル社会にも対応する商店街の先進的な事例を紹介したい。



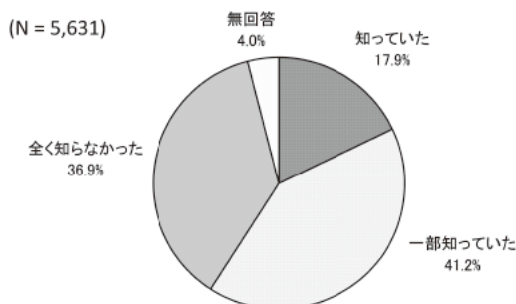
出典：令和2年度緊急商店街関連調査「消費者購買行動意識調査」(横浜市)より筆者が作図

図4 消費者が商店街に期待する役割



出典：令和2年度緊急商店街関連調査「商店街実態調査」(横浜市)

図2 商店街の代表者の年齢



出典：令和2年度緊急商店街関連調査「商店街実態調査」(横浜市)

図3 商店街が地域のにぎわいづくりのためのイベント、街路灯や防犯カメラの整備などの活動を行っていることの認知度

5 ニューノーマル社会にも 対応する商店街の事例

(1) モノの提供からコトの提供へ（石川町周辺の商店街／中区）

中区にある石川町は、飲食

店イベント「裏フェス」でも有名なエリアである。この「裏フェス」は、横浜高速鉄道みなとみらい線元町・中華街駅の開業による、J R石川町駅の乗降者数の減少に危機感を抱いた周辺商店街の若い店主らが協力し、石川町のブランド価値を向上させるために平成26年に始めた。しかしながら、イベントによる集客は一過性なものにとどまり、恒常的な来街促進の取組が必要で



シェアキッチン「cotomono café&space」

あると痛感した。そこで、石川町周辺の商店街が連携し、空き店舗や空き家を活用し、コミュニティカフェ、コワーキングスペースやゲストハウスのなどの施設を整備し、人々の暮らしを支え地域の交流を促すような「コト」を提供する取組に進化していった。

中でも、シェアキッチン「cotomono café&space」で

は、調理をする際に必要な機材や機器がそろえられており、趣味や特技を生かして週末限定のレストランや料理教室を開いたり、飲食店の開業を検討している人が店舗を構える前の出店体験をすることができる。加えて、創業者向けの個別説明会やセミナーを開催するなど、創業者支援も行っている。また、コミュニティスペースとしての機能も備えており、定期的にこども食堂も実施されている。シェアキッチンの運営を通じて、地域の人が石川町でチャレンジできる場を提供し、地域と創業者をつなげ、新たな担い手の呼び込みを行っている。このように、石川町周辺の商店街では、地域で豊かに過ごせる体験を提供することで、買い物以外に商店街に来る理由を作り出している。商店街が地域の人々の暮らしに

新しい価値を提供するとともに、そのことが商店街の持続的な発展にもつながる。石川町周辺の商店街はコロナ禍以前からこのような役割を認識し、こうした取組を地道に続けており、ニューノーマル社会でも地域コミュニティの核として魅力を発信し続けている。

(2) オンライン×対面の可能性（戸塚宿ほのぼの商和会／戸塚区）

「戸塚宿ほのぼの商和会」は、戸塚駅西口を中心とする半径2キロにわたる、比較的エリアの広い商店街である。戸塚区役所移転の影響で人通りが少なくなることや、平成

19年に立ち上げられた。商店街の目指すビジョンとして、「子どもも高齢者も障がいのあるひと、誇りと居場所と出番を感じられる地域」を掲げ、地域と協力しながら活動に励んでいる。

そんな笑顔とやさしさがあふれる商店街も、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、例年開催している「ほのぼのフェスタ」の開催方法について悩んでいた。毎年、地域に賑わいをもたらしてきた

イベントであるため、商店街の強い思いもあって、令和3年度はオンライン配信により、イベントを継続した。地元出身のアーティストによるオンラインライブや、オンラインチャットによる参加者同士の交流も行われ、地元だけでなく全国からの参加もあった。一方、「ほのぼのフェスタ」の関連イベントである「マイタケプロジェクト」では、地元高校の敷地内にある竹を活用し、地域住民や地域の子どもたちとともに竹灯籠を制作し、商店街の会員店舗に点灯して展示した。こちらは、従来通りの対面による人のつながりの良さを生かしたイベントとなった。

また、同時開催した「ほのぼの川柳コンテスト」では、



子ども・高齢者・障がいをもった人も誇りと居場所と出番を感じられる地域「ほのぼのフェスタ2021」のオンライン配信

地域住民から川柳を募集する際に、オンラインフォーム方式と、商店街の会員店舗に設置した応募箱から応募できる方式を併用した。また、応募作品の選定にも、オンラインフォームを活用して、審査員によるオンライン審査を行い、入選作品の発表には、商店街の会員店舗で掲示するという、ハイブリットの手法を取り入れた。

人との接触が難しいコロナ禍では、オンラインツールを導入することで、年代や居住地に関係なく、多様な人々をつなぐことができる。一方、対面では、昔から変わらない「人と出会う・触れ合う体験」ができる商店街の良さを生かすことができる。商店街活動へのオンラインの導入は、SNSなど商店街や地域の魅力を伝える手段を増やすとともに、事務の省力化による持続的な商店街活動を実現する。さらに、オンラインと対面を融合したハイブリットは、それぞれの良さを生かすことで相乗効果を生み出し、人のつながりが希薄化した今、地域をつないでいく有効な手法である。「戸塚宿ほのぼの商和会」の取組は、掲げたビジョンに込められた地域への想いを忘れずに、ニューノーマル

社会における商店街活動の新たな可能性を広げた事例といえる。

(3) 地域課題への挑戦(あざみ野商店会協同組合/青葉区)

東急田園都市線急行停車駅、横浜市営地下鉄ブルーライン始発駅である、あざみ野駅エリアに位置する「あざみ野商店会協同組合」では、地域の多様なパートナーと連携し、「認知症の人によさしい街プロジェクト」に取り組んでいる。

以前から商店街では、「あざみ野ちよい呑みフェスティバル」で働き世代、「あざみ野まつり」でファミリー層をターゲットに地域のつながりを深めるイベントを展開してきたが、次の取組として地域の高齢者とのつながりを考えるに至った。地域ケアプラザとの意見交換から認知症を取り巻く課題に着眼し、地域住民が支え合い、認知症の方や高齢者の方が住みやすい「やさしい街あざみ野」になると、また、商店街としても地域の方が認知症になっても安心して外出し、買い物を楽しめるようにという想いを持って、関係者が集まり、令和3年3月に「やさしい街あざみ

野実行委員会」を立ち上げた。実行委員会の立ち上げに至るまでに、先行事例である「六角橋商店街連合会」の「お年寄りにやさしい街六角橋オレンジプロジェクト」を視察し、先駆者の良いノウハウを取り入れていった。

プロジェクトの活動に先立ち、近隣大学の学生と協力して、地域住民と商店街会員を対象に「青葉区あざみ野地域アンケート調査」を実施した。調査では、認知症の方への意識や高齢者の方の生活状況などを把握し、取組に生かした。

実行委員会は、商店街、自治会町内会、学校法人、スポーツチーム、医療機関、地域ケアプラザ、地区センターなど地域の多様なパートナーで構成されているのが特徴だ。それぞれの専門性や資源を生かし、認知症の啓発活動を続けている。認知症のシンボルカラーであるオレンジ色とキャンドルナイトのオレンジ色の灯りを掛け合わせ、牛乳パックで作るキャンドルホルダーのワークショップを通じて、認知症への理解を深めた。また、認知症の人や家族への支援サポーターを養成する「認知症サポーター養成講座」を開催し、プロジェクト関係者や地域の方々をはじめ、広く

全国からも受講者を集めている。商店街の会員店舗では、認知症の方にも安心してお買い物を楽しんでもらいたいという想いから、講座の受講が普段の接客にも生かされている。さらに、地元サッカークラブの協力のもと、「走らない」ことを基本とする、多世代交流型「ウォーキングフットボール」を企画し、認知症当事者も含む「誰でも参加できる」イベントを開催した。

「あざみ野商店会協同組合」では、地域の人たちとともに地域課題に着目し、「インクルーシブ」なまちづくりに挑戦している。また、市内の他事例を参考にし、良いノウハウを取り入れていく風通しの良さやパートナーシップの精神も持ち合わせている。商店街には、運営する側も、参加する側も誰も無理をせず、みんなが「楽しく」取り組めるものにチャレンジしていこうという気風がある。コロナ禍でも人と人とのつながりは強く、希薄化しがちな状況に打ち勝ち、多くの力が結集して地域の魅力を高めている事例である。



多世代交流型ウォーキングフットボール

6 ニューノーマル社会における商店街活性化の展望

新型コロナウイルス感染症の影響により新しい生活様式が浸透し、人々の生活が地元密着となった一方で、感染拡大防止のため、人との接触が減り、つながりの希薄化が深刻化してきている。前述の3つの事例では、それぞれの商店街が、地域コミュニティの核としての役割を認識し、商店街に来てもらうための理由を生み出すこと、その価値を新たなツールで伝えること、そして地域の人たちと関係性を築くことを実践しており、商店街や地域の魅力の向上につながっている。

ニューノーマル社会における商店街活性化とは、これまで以上に商店街が人とのつながりを大切にし、現代社会や人々のニーズの変化に対応しながら、まちとともに未来を描き、成長していくことであると考えられる。その結果、人々の身近な暮らしを支える商店街の魅力が高まり、まちの魅力にもなっていく。まちの魅力の向上は、「住みたいまち」としての価値につながり、人々に選ばれるまち、「選ばれる横浜」を実現させていく

ことができる。多くの人が集うようになる横浜では、商店街の賑わいがより一層増し、地域経済の活性化にもつながっていく。

今も昔も、商店街が人々の暮らしを支え続けていることには変わりない。本稿ではすべての事例は紹介できないが、前述の事例からも分かるように、地域やまちへの熱い想いを持つ商店主が、今の横浜にもたくさんいる。古くから伝えられている近江商人の心得として、「三方よし」という言葉がある。売り手も買い手も満足し、また、社会貢献もできるのが良い商売とされており、現代も変わらず横浜の商店街に根付いている。ニューノーマル社会においても、商店街は地域コミュニティの核として、横浜の大きな活力になっており、行政としてより多くの市民に商店街の熱い想いを伝えていく必要があると考えている。

本市では、地域コミュニティの核として持続的な商店街の発展を支援していく施策を展開している。例えば、商店街に点在する空き店舗に着目し、開業希望者に商店街の魅力や商店街で開業するメリットをセミナーや現地見学会を通じて発信し、空き店舗

の活用とともに商店街活動の新たな担い手の呼び込みを行っている。そして新たに、有識者を交えながら、商店街会員とともに地域や商店街の課題を分析し、今後の活動の方向性を検討していく伴走型の支援を行う。その中には、自治会町内会や学校などの地域とのつながりづくりや、商店街活動に意欲のある会員が孤立しないよう、商店街会員全体に動機付けを行い、持続的な商店街活動と商店街組織の強化につなげていく。

ニューノーマル社会においても、市内商店街がこれまで積み重ねてきた歴史や強みを生かしつつ、人とのつながりを大切に、地域コミュニティの核として、地域とともに未来を築いていけるよう支援を続けていく。

◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆
執筆にあたり、商店街をはじめとし、「ニューノーマル社会における商店街活性化促進プロジェクト」に参加及び協力いただいた皆様にお礼申し上げます。