

がんばる商店街

~ 商人の創意工夫でにぎわい回復へ ~

今月22日、まちづくり三法の1つで、都市機能の集約と商店街のにぎわい回復を目指した改正中心市街地活性化法が施行された。法改正に向け中小企業庁は「がんばる商店街77選」をとりまとめ、各地のアイデアや成功事例を紹介している。今後、他者の取組も参考にした商店街の一層のがんばりが期待される。

1 小売業を取り巻く状況

我が国においては、戦後、特に昭和30年代の高度経済成長期以降の高速道路等の整備に伴うモータリゼーションの進展などにより、郊外における住宅開発や地方公共団体の官公庁、病院等公共施設の郊外移転が進むとともに、近年、大型商業施設の郊外出店が増えている。

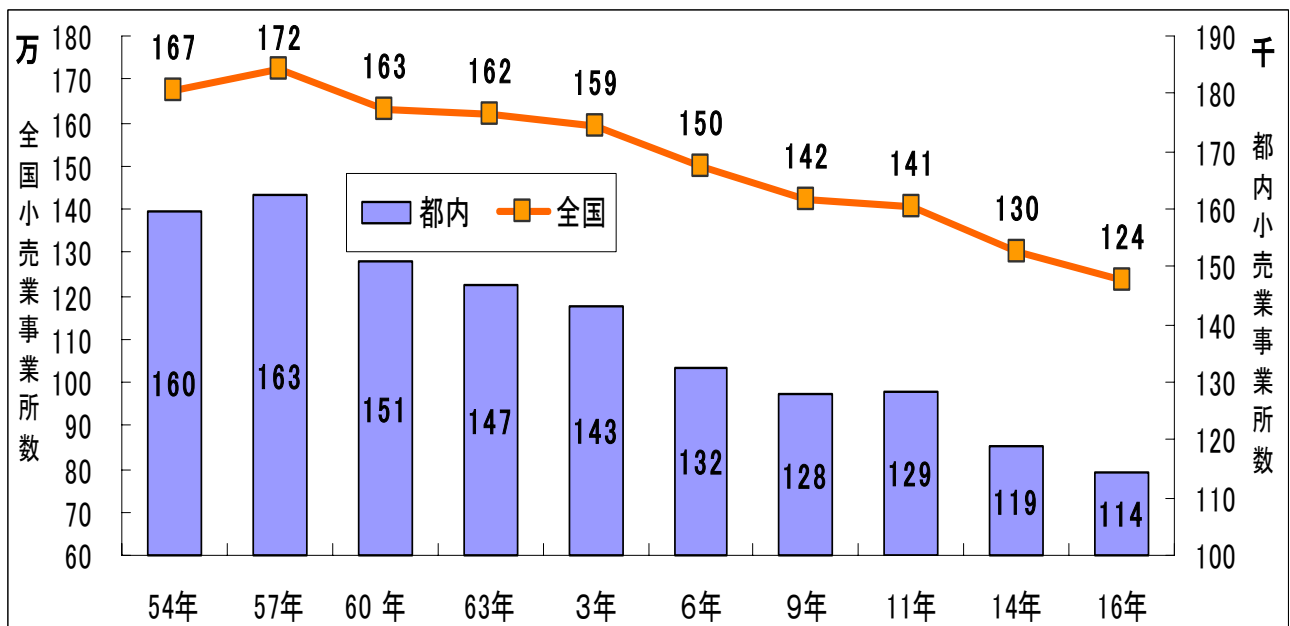
この結果、特に地方都市では駅周辺など都市中心部の商店街が衰退傾向を示す一方で、幹線道路沿いなどに立地された大型商業施設が集客力を増すようになってきている。

平成18年1月に公表された平成16年商業統計（経済産業省）によると、小売業の事業所数（商店数）は、昭和57年に172万1,465事業所とピークを迎えた後、一貫して減少し続け、平成16年には123万8,049事業所とピーク時の約7割にまで落ち込んでいる。

また、事業所数を従業者規模別に見ると、50人以上の大規模事業者は増加し続け、平成16年に1万4,946事業所となるなど店舗の大型化が進んでいる。

その一方で、4人以下の小規模事業者は、ピーク時の昭和57年に約144万8,747事業所（構成比84.2%）であったのが、平成16年には85万2,876事業所（同68.9%）まで減少しており、落ち込みが激しい。

< 図1 全国・都内小売業事業所数（商店数）の推移 >

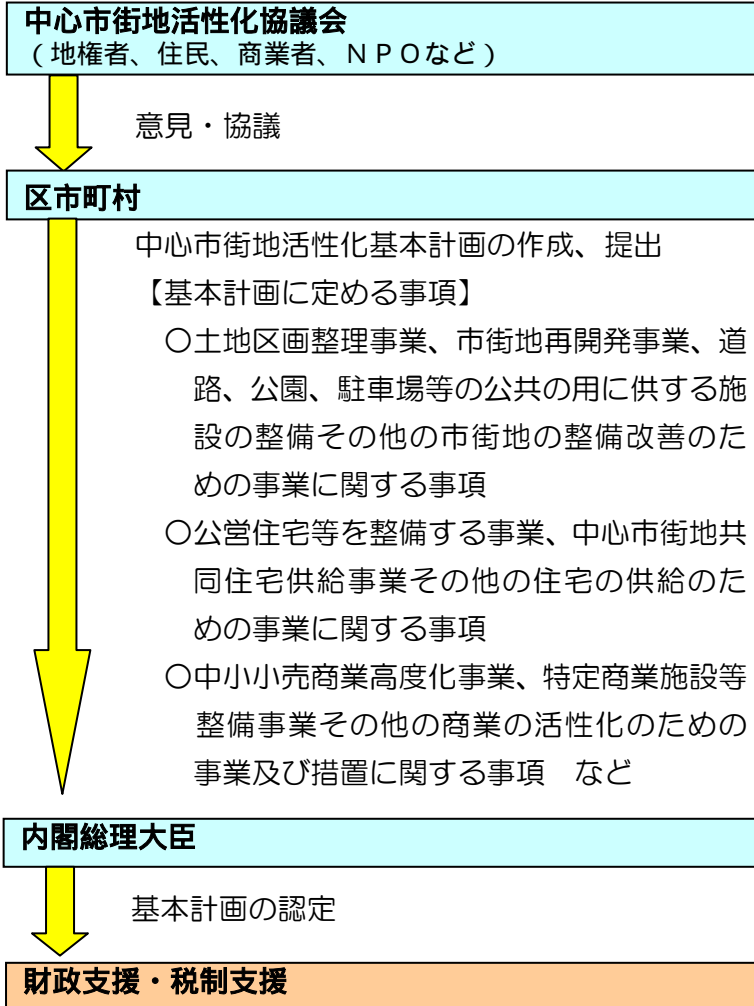


出所：経済産業省「平成16年商業統計」平成18年1月20日公表

2 まちづくり三法の改正

中心市街地活性化法（中活法）、大規模小売店舗立地法（大店立地法）、都市計画法の総称がまちづくり三法。今回、相当数の小売商業者と都市機能が集積する中心市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的・一体的に推進するため、中活法が改正された。同時に、自治体のまちづくりに関係する土地利用規制を定めた都市計画法が改正された。

改正中心市街地活性化法の概要（流れ）



改正都市計画法の概要

立地規制の厳格化

- ・延床面積 1 万平方メートル以上の大規模集客施設（商業、アミューズメント、スポーツ施設など）の立地可能地域

市街化区域 立地は近隣商業、商業、準工業*地域に限定

白地地域 原則立地不可。ただし、開発制度促進区として設定すれば可能

広域調整の仕組みの整備

- ・都道府県が市町村の都市計画決定に対する協議同意を行う際に関係市町村から意見聴取が可能

公共公益施設の中心市街地への誘導

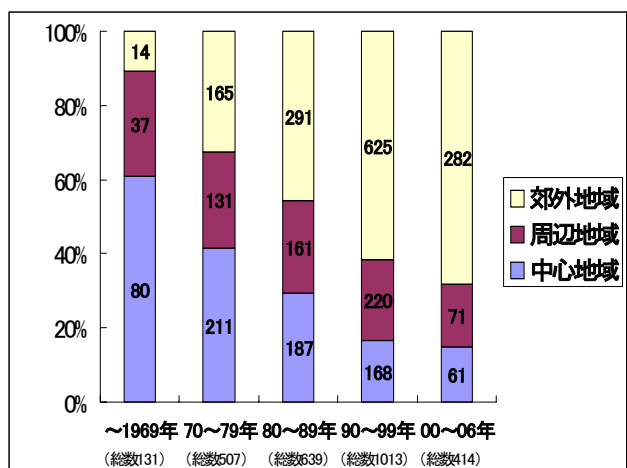
- ・庁舎、学校、病院等の公共公益施設にも開発許可取得義務付け など

*ただし、地方都市においては、改正中心市街地活性化法の認定を受けようとする場合、準工業にも大規模集客施設の立地は不可

開発しやすい郊外に商業施設や住宅、公共施設などが移転した結果、中心市街地の空洞化が進み、車に乗れないお年寄りなどの交通弱者が生活に困窮する、という事態が全国で発生している。これを中心市街地という既存のインフラの再活用で是正する。これが、法改正でうたう「コンパクトシティ」である。

改正中活法による中心市街地の振興と、改正都市計画法による郊外への大規模集客施設の立地規制強化を一体的に推進し、コンパクトシティを全国各地に誕生させる計画である。

図2 ショッピングセンターの地域別立地割合



出所：日本ショッピングセンター協会「我が国のSCの現況」

3 東京都におけるがんばる商店街の事例

中小企業庁は本年5月、各地で活性化に向けた取組が進められ、中心市街地活性化法の改正が実効性あるものになることを目指し、全国の商店街におけるアイデアや成功事例を紹介した「がんばる商店街77選」をとりまとめた。東京都では8の事例が取り上げられている。

成功のポイント

- ①明確な「問題意識」
- ②行政・民間の一体的な取組み
- ③関係者間の情報の共有
- ④「賑わい」創出のための「仕掛け・テーマ」
- ⑤リーダーの存在

(1) にぎわいあふれる商店街

板橋区：ハッピーロード大山商店街（交流都市のアンテナショップ事業）

空き店舗を活用した交流都市のアンテナショップでの特産品販売により来街者が増加

事業の概要

板橋区と交流のある9つの市町村の特産品販売や観光情報を発信するアンテナショップ「とれたて村」を運営。

特産品の販売…四季折々の特産品約600点を販売

町のPR・観光情報の発信…9市町村の観光情報を提供

多彩なイベント事業…現地スタッフによるふるさとイベント開催。

板橋区と参加市町村との交流事業支援…体験バスツアーなど、相互交流の仲立ち。



アンテナショップでの特産品販売

品川区：中延商店街（高齢者をターゲットにした街中サービスが好評）

空き店舗を利用した高齢者向け「街のコンシェルジェ」、「街中サロン事業」等による地域コミュニティ形成への寄与

事業の概要

「高齢者にやさしい街づくり」を目指し、地元のNPOバリアフリー協会と事業を共催。

「街のコンシェルジェ」…高齢者のちょっとした困りごと（電球交換、庭木手入れ、買物補助等）を登録有償ボランティアが支援。

「街中サロン」…高齢者向け商品の紹介や、血圧、脈拍等の測定サービスの実施などの提供スポット。

「楽習教室」…個店で扱っている商品を使った料理教室、美容教室、健康教室。



街のコンシェルジェ



楽習教室 街のレストラン

品川区：武蔵小山商店街（ポイントサービス事業で固定客大幅増）

ポイントサービス事業を実施することで、イベント売上げに顕著な変化。今後はLANシステム活用へ

事業の概要

○買い物券、各種イベント券、旅行券などと交換可能なポイントサービスと3つのキャンペーンによる販促活動

「買物の前にカードを持って」…ワゴンによる新規会員募集キャンペーン

「貯める楽しみ」…毎月ポイント2倍セールキャンペーン

「使う楽しみ」…毎月2倍セールに合わせて「ポイント別先着プレゼント」や「500ポイントで抽選」のイベント実施。抽選は500ポイントで最低500円の買い物券とした等価交換方式。

○LANシステムを構築し、顧客・商店街会員の利便性向上を図るとともに、LAN設備を活用して、防犯カメラ24台を設置し、安全な街づくりを促進。



世田谷区：烏山駅前通り商店街（スタンプ事業の全国モデル“烏山方式”）

スタンプ事業の先駆け、日本一の実績。貯まったスタンプは商店街での買い物だけでなく地域金融機関での預金も可能。

事業の概要

スタンプ事業

昭和40年、大型スーパーの出店を契機にスタンプ事業を実施。加盟店は組合よりスタンプシールを購入し、買い物客の購入額に応じてスタンプを提供。貯まった台紙は商店街での買い物、預金、観劇等のチケット交換等に使用可能。

また、現在は、地域でのボランティア活動などにもポイントを付与できる新カード（ICチップ付き）を導入予定。

ハード整備事業

電柱地中化、街路灯、カラー舗装、街路樹整備とともに駐輪場を設置。

商店街PR活動

平成17年度には、商店街の活動をドラマ仕立てにして情報を掲載した冊子を作成し、事務局や店舗で配布。



商店街の様子

豊島区：巣鴨地藏通り商店街（巣鴨は「お年寄りの原宿」）

歴史と文化を大切にした、ふれあいのある、人に優しい街。コンセプトを明確にした「お年寄りの原宿」。

事業の概要

4の日

4の日の縁日には200軒近くの露店が出店。

どんがら市（春・秋）

昭和49年から続くイベント。各店頭にてその日限りの破格値で商品を提供。

菊まつり

とげぬき地蔵尊境内・真性寺境内に多数の菊を展示。

ミニみに縁日（8月29・30）

とげぬき地蔵高岩寺境内で、実施している夏休み最後のお楽しみ縁日。

すがも商人まつり（4月下旬の土日）

巣鴨地域の6商店街に七福神を設定し、地域を巡るスタンプラリーや豊島区との友好都市の観光物産展を開催。



(2) アイデア商店街

新宿区：早稲田大学周辺商店連合会（全国に広がったエコステーション）

エコステーションの仕掛け人。地域と連携し、環境・リサイクル、震災対策、情報化、地域教育等の多角的なまちづくり。

事業の概要

「エコステーション」…商店街の空き店舗を借りて、空き缶回収機とペットボトル回収機を設置。回収機に空き缶を入れるとラッキーチケット（商店街の参加店で使える商品券、値引き券）が当たる仕組みで、リサイクル事業と個店への集客を結びつけた取り組み。その他、生ゴミと一緒に処理機に投入しても分解する買い物袋作成など。

「早稲田地球感謝祭」…様々な切り口から、地域の多くの人々が参加できるイベント。

「震災疎開パッケージ」…商店街発の震災対策に取り組み、「震災疎開パッケージ」を販売（被災時には、連携している地域へ疎開できる仕組み。平常時には特産品のプレゼント、連携地域への下見ツアーなど）。

その他…アトム通貨（地域通貨）、ワセダカラーの街路灯の設置など。



エコステーションのラッキーリサイクル空き缶回収機

(3) まちづくりと一体となった商業活動

青梅市：青梅市内 8 商店街（フィールドミュージアム「おうめまるごと博物館」構想）
「昭和の町」として整備を始めた商店街に、青梅のまち全体が博物館という新しい概念（フィールドミュージアム）で活性化。

事業の概要

活性化部門…青梅駅周辺地域を特性ごとに3つのフィールドに分け、地域資源を活かし、まち全体を博物館化。

- ・町屋まるごと博物館・昭和まるごと博物館・匠まるごと博物館

ソフト部門

- ・地域ブランドづくり事業…青梅の代名詞創出。
- ・シンクタンク「商行宿」事業…次世代の青梅宿に向けた専門家と商業、行政、市民の連携
- ・イベント事業…青梅宿「歳時記フェスティバル」の開催。・ガイドブック作成事業



来街者で賑わう青梅宿アートフェスティバル、特設舞台を設けた昭和レトロ商品博物館と青梅赤塚不二夫会館

三鷹市：(株)まちづくり三鷹（生活と産業が共生したまちづくり）

SOHOなど都市から新産業を創出するとともに、市民、事業者、大学とのコラボレーションによって中心市街地を活性化

事業の概要

中心市街地の活性化事業

「三鷹電子商店街事業」…「地域密着型の電子モール」を構築し、24時間、全国にネット販売。共同決済、共同配送、市内無料配送。

「三鷹産業プラザ1期2期の建設整備」…地域から新たな産業を創出するため、インキュベーション（新産業創出支援）施設として平成12年に第1期三鷹産業プラザを建設整備。その後、まちづくり三鷹単独でテナントミックス事業として第2期三鷹産業プラザを建設。

SOHO CITYみたか構想の推進

「コーディネート相談事業」、「ビジネスプランコンテスト」、「ベンチャーカレッジ」開催等
都市型産業の育成事業

「地域新生コンソーシアム事業」…産官学連携による光工学関連の製品開発や人材育成。



SOHO ユニット

出所：経済産業省ホームページ <http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/shoutengai77sen/index.htm>

4 今後の課題

商店街は、地域コミュニティの核という重要な機能を担っている。行政は、今後も情報提供や助成・人材育成等の支援を継続していく必要がある。一方、商店街自らの努力も重要である。他の成功事例や各種支援メニューを活用して、付加価値の高いサービスをいかに提供しにぎわいを回復していくか、各商店街の一層の創意工夫が必要と考えられる。