



中小企業診断士がおすすめする書籍のご紹介



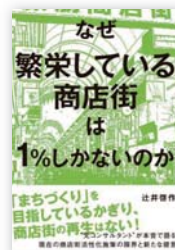
■日本でいちばん元気な商店街
やる気変わる!地方の商店街復活への道

全国的に注目を集めている長野県佐久市岩村田本町商店街の取り組みを通して、全国の商店街が元気になる方策を探り、まちづくりの在り方を明らかにする。

出版社 ほおずき書籍

著者/編集 加瀬清志

価格 ¥1,365



■なぜ繁栄している商店街は 1%しかないのか

“元コンサルタント”が本音で語る、現在の商店街活性化施策の限界と新たな提言。中目黒、大久保、中野、南堀江、三条通、玉宮通り、上乃裏通り…元気のある街の共通点とは?

出版社 阪急コミュニケーションズ

著者/編集 辻井啓作

価格 ¥1,575



■TOKYOキラリと光る商店街
専門家が診るまちづくり成功のポイント

50の商店街を、「ブランド・逸品」、「外観・雰囲気」、「高齢者にやさしい」等のカテゴリ別に分類し、まちづくりに成功した20~25の商店街に絞り込んで、まちづくりのポイントとまち歩き楽しさを紹介。

出版社 同友館

著者/編集 東京都中小企業診断士協会商店街研究会

価格 ¥1,575

※価格はすべて税込です。

12

中小企業診断士がアドバイス!

経営トレンドニュース

MANAGEMENT TREND NEWS VOL.12

商店街活性化について学ぶ



中小企業診断士がおすすめするwebサイトのご紹介



街作り情報サイト
【街元気】

国が行う中心市街地活性化のための様々な支援、各種調査の情報など様々なまちづくりに関する情報を提供。

<https://www.machigenki.jp/index.php>



中小企業庁
【頑張る商店街77選】

商店街の活性化に向けて日々頑張っておられる皆さまの取り組みの参考として、全国の商店街や地域の皆さまのアイデア事例を紹介。

<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/shoutengai77sen/>

●お求めは信用のある当社で



Canon キヤノンマーケティングジャパン株式会社

〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON STOWER

2013年12月現在

Ver.1.0 20131215



「高齢化によって駅前商店街が見直されています。」

宿場町として生まれた街道沿いの商業地域は、鉄道の普及と同時に駅前商店街にとって代わり、人・もの・お金を集めて栄えてきました。しかし自動車社会に時代が移ると、商業の中心地は幹線道路沿いに移り、駅前商店街も元気がなくなります。シャッター通りと呼ばれるような閑散としたエリアが広がってしまいました。ところが現在、また駅前商店街が注目されてきています。その理由は急激な高齢化です。

生活インフラが郊外に散らばったままでは車での移動を余儀なくされ、高齢者にとっては不便になることが考えられるためです。

行政も高齢者に便利なサービスを提供するため、病院や公共施設とともに商店街もコンパクトにまとめるべく、都市計画や法律の見直しを始めています。

一時は空き店舗の増加で危機的状況に追い込まれた商店街も、周辺住民のインフラとして機能することで活性化を図ろうとしています。

「商店街活性化」を成功させた事例を見てみると、自分たちの役割を見直して、商圈の住民に合わせた町づくりをしていることがうかがえます。



商店街活性化の成功例 (※中小企業庁「がんばる商店街77選」より抜粋)

埼玉県秩父市【みやのかわ商店街】

みやのかわ商店街は、秩父鉄道秩父駅前通りおよび駅前交差点の左右200メートルを中心とした商店街です。約20年前に商店街の活性化について研究会が結成され、消費者の生活行動が夜型に移行していることに着目。以降、地域の伝統祭である「秩父の夜祭」にヒントを得て「ナイトバザール」を実施するようになりました。

このナイトバザールは過去の222回、同じ出しものは一度も行わず、つねに新しいイベントを展開し続けています。節目の200回記念では「全国商店街交流」を開催。各地の商店街で抱えている問題点や解決策が話し合われ、「高齢社会・買い物弱者のための買い物代行(御用聞き)」や「出張商店街」などの企画が立案されました。



香川県高松市【高松丸亀町商店街】

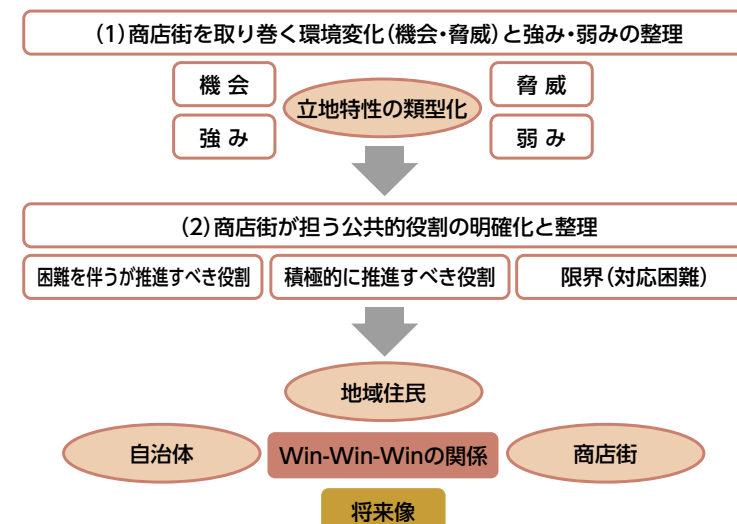
丸亀町商店街は香川県の県庁所在地・高松にある商店街で、約150店舗が軒を連ね、最盛期の1992年には通行量一日3000人に達しました。しかしその賑わいとは裏腹に、1980年代に入った頃から通行量には減少の兆しが見え始めていたのです。郊外に次々と建設されるショッピングセンターと比べると、商店街は回遊しながらゆっくり時間を過ごせる空間になっておらず、「このままでは衰退する」という危機感が組合員に生まれ始めます。その後、1990年に青年会が中心となって再開発委員会を発足。他府県の商店街などの視察や調査を繰り返し、議論を重ねました。そして商店街活性化のために導き出された答えは、商店街全体をひとつのショッピングセンターと見立て、個店の配置を改善する「ゾーニング」でした。中小商業者が生き残るには、個店の努力とともに街全体を合理的に利用し、集積のパワーを生み出していこうという結論が導き出されたのです。



商店街では改革案に対して「総論賛成各論反対」が実情です

活性化がうまくいかない商店街にはどんな課題があるのでしょうか。商店街は「街を明るくしましょう」とか「きれいな街にしましょう」などの総論がまとまりやすい傾向にあります。しかし、個店ごとの各論はなかなか一致しないのが実情です。ある店では「後継者ができたので、来店客を増やすために道路を舗装したい。」と考えていても、ほかの店では「店主が高齢になり跡継ぎがないため、自分の代で店を閉めるつもりでい

る。」ということもあります。投資して商店街を変えたいと考える店と、自分の代で引退するから投資はしたくないという店に温度差ができてしまうのです。商店街の意思統一を図ることは、とても難しい課題と言えるでしょう。しかし商店街活性化を達成するには、先の成功例にある通り、個店ひとつひとつが強くなるとともに自分の店が街全体をどう引っ張っていけるかを考えることが肝心なのです。



「商店街活性化」を成功させる3つのポイント。

中小企業診断士 東條裕一

「街は時代にあわせて変化を遂げてきました。今後は高齢者が住みやすい街がキーワードになるでしょう。駅前商店街にはたくさんのインフラが揃っていて、車がなくても不自由なく生活できます。上手に活用すれば、新たなビジネスチャンスがたくさんあります。」

「各店舗の「やる気」や「チャレンジ精神」などの個の力が最も大切です。各店が強くなければ商店街はよくなりません。」

「店主の高齢化や後継ぎ問題でチャレンジすることができないなら、チャレンジしたい人にその権利を提供してあげてはどうでしょうか?家賃等を得ながら、街の再活性化を支援することも一考です。」

