

第2節「商店街がつなぐ街と人」

豊後駿

1. 日本の商店街の現状

現在日本では、都市内の開発が進み、それに伴い大型ショッピングモールや大型レジャー施設などがどの都市においても普遍的にみられるようになった。しかし、その反面、都市内あるいは都市近郊では商店街などの伝統的な商業施設が衰退していく現状も多くみられる。中小企業庁の調べ（平成21年度）では、商店街の現状について「衰退している」と回答した人は「衰退の兆しがある」と回答した人を含め、約78%にのぼる。対して、「繁栄している」「繁栄の兆しがある」と回答した人は約3%に満たない¹。本稿では、そういった日本の都市における商店街の衰退に反して、本来の商店街の機能を維持しようとする“都市”の商店街に注目し、その活動の主体と取組みに焦点を当てる。また商店街の維持に欠かすことのできない要因であると考え、地域住民とのかかわりという点からも考察をしていく。そして最終的には、そこから発展して双方の商店街の今後をも見ていこうとするものである。今回は具体的な事例として、東京都板橋区大山町にある、大山ハッピーロードという商店街の取組みと、私の生まれ故郷である山形県新庄市に位置する、「南北本町商店街」NPO法人AMPという商店街を支える主体に着目していく。ハッピーロード大山商店街は東京都の23区に位置し、近くに池袋などの大型の商業地域を持つなかでの課題と工夫が見て取れる。

2. ハッピーロード大山商店街の概要

ハッピーロード大山商店街は東京都板橋区大山町に位置する商店街である。アクセスは池袋駅から東武東上線に乗り、約5分程度で都心からのアクセスが非常によい。560メートルのアーケードがあり、1日の来場者は約3万4千人に上る。東武東上線大山駅を中心に半径約1キロメートルの商圈がある。いわば、近隣型商店街²である。おおよその店舗は朝10:00開店、夜8:00閉店する。火曜日定休が多い。午後1時から夜間9時までが歩行者天国になっている。2014年6月1日現在、アーケード内に隣接の店舗を合わせ現在211店舗が加入している。また、商店街での活動が評価され、様々な表彰を受けている。平成18年には経済産業省主催の全国「がんばる商店街77選」に選出される。また、同年11月には東京都中小企業振興公社主催東京商店街グランプリ、第2回商店街グランプリ活性化部門にて「グランプリ大賞」を受賞している。

歴史的には、1946年（昭和21年）、大山駅（現在と同じ位置）側に「大山銀座駅前通り商店会」が結成される。また、1956年には（昭和31年）商店街に平行するように走っている、川越街道側に「大山銀座美観街」が結成される。そして、1977年（昭和52年）にはふたつの商店街が合併し、翌年に初代のアーケードが完成する。ここで初めて、「ハッピーロード大山」が誕生する。1983年には商店街管理の主体の名前を「ハッ

¹ 商店街実態調査報告書

<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2010/download/100331SJCG.pdf>（最終閲覧2014年7月11日）

² 最寄品（消費者が手軽に、頻繁に購入する商品）が中心で、地元主婦などが日用品を歩き、自転車で買い物を行う商店街。

ピーロード大山商店街振興組合」に正式に名称変更する

3. 大山商店街の取り組み

ハッピーロード大山商店街では、近年様々な取り組みが評価され、メディアの引っ張りだこであるという。私が調査を行った日も既に3件の取材が入っていた。ハッピーロード大山商店街では「一生づきあいます」というスローガンのもと、お客さんとの距離が近い商店街づくりを目指している。もとは商店街振興組合事務所そのものがある駅から離れた西側の地域は、もともと板橋区所有の遊休地であったらしく、そこを商店街組合が借地し、ある程度の顧客の誘致も考えて、上記のスーパーマーケットを誘致した。このように、空きテナント、空き地の有効活用も重視して行われている。また、先の自転車に乗っている人がいないことや店頭の商品がきれいに陳列されていたのも、この商店街がいかにお客さんに快適に、ハッピーに買い物してもらえるかを考えて、定めた“規則”であった。その一例として、自転車マナーの向上、アーケード内の自転車を押して歩いてもらう呼びかけ、さらに巡回パトロールを実施しており、商店街の女性部を中心にプラカードなどを持って啓蒙活動などを行っているという。また、店頭のはみ出し防止のため、各店舗にはマナーラインと呼ばれるラインがあり、色も街路はグレーであるが、マナーラインまではオレンジで分かりやすく線引きされている。また、数年前にアーケード照明のLED化を実施し、電気使用量70%~80%を実現し、また、これによって保守経費³も大幅に削減し、環境面での配慮と無駄なコストの削減も欠かさない。

こういった、取り組みは毎月1回の理事会を開催することで、事業を進めているという。商店街振興会は理事長以下役員15名、また総務部、財務部、事業部、環境部の4部制と、青年部、女性部の2部制をとっている。事務局は事務局長・職員4名で成り立っている。その下部に、横断的に各委員会を設定し財務委員会、町づくり委員会、IT委員会、アーケード管理委員会、売り出し委員会、環境整備委員会などがある。

また、情報発信の一環として、大山ハッピーロードTVを大山町内へ放映し、またYoutubeやUstream、Facebookなどの情報メディアを利用し、全国へ情報を広めていっている。こういった活動に加えて、商店街公認アイドルなどという取り組みを通じて、若者向けの商店街であるということもアピールする努力も欠かさない。

4. スーパーマーケットと精肉店、八百屋の両立⁴

私自身、現地調査に赴いた際に気になった点があった。商店街の中にスーパーマーケットと昔ながらの八百屋、精肉店など今ではスーパーに統合化されてしまった店が数多く連立していることである。私自身、商店街の衰退の一因がこのようなスーパーマーケットが近郊にできることで商店街の顧客がそこに吸収されてしまうことであると考えていた。で商店街の中にスーパーマーケットを作ってしまうことは、

³ 保守経費・・建物、設備などその機能を維持するための修繕費などを指す。

⁴ 6月22日 ハッピーロード大山商店街での聞き取りから

他の小売店の閉店などにつながりかねないのではないかと感じ、私は「気になった点がありまして、現代風のスーパーマーケットと昔みたいな青果店、鮮魚店を両立させてるんですね」それに加えて、上記のような商店街の衰退の原因はスーパーの新設などにあるのではと自分の考えを伝えた。すると、ハッピーロード大山商店街振興会の事務局長水野隆司さんは「あのね、競争がないところには人が集まらないんですよ。」という。事実、ハッピーロード大山商店街は近年のチェーン店、コンビニエンスストアが点在するのに対して、昔ながらの中華料理屋や、呉服店、先述した青果店や精肉店などが衰退の一途をたどるわけではなく多くが活気を保ったまま残っている。事務局に向かう際、1階で休憩していた、商店街振興組合の阿部さんをはじめ3人にも偶然お話を聞かせていただいた。阿部さん達は商店街の近くに住んでおり、現在は商店街内のパトロール、主に自転車など交通整備などを行っているという。「やっぱり、ここらに住んでいる人はみんな、八百屋さんとかよりも安さとかでスーパーマーケットを使いますか？」と聞いてみると、「いやー、古くから住んでるひとはね、八百屋さんとかそっちで買うんだよ。スーパーは新しく来た人が多いかな。」という。このように、現代風のスーパーと昔ながらの八百屋が共存し、商店街本来の伝統を失うことなく、また時代の流れにも遅れることもない空間がそこには広がっている。

5. とれたて村のとりくみ

アンテナショップと聞くと、都市において、各地の特産品を1店舗に集めて販売するというお店の形を思い浮かべるだろう。東京都内でも各地方自治体の東京事務所を中心に様々なところで店舗が展開されている⁵。しかし、ハッピーロード大山商店街のアンテナショップ「とれたて村」はただの売ってある物を消費者に届けるという役割にとどまらない。もはや、この「とれたて村」の取り組みこそが商店街を象徴するものであるとあっていい。このとれたて村は商店街の新しい魅力づくりの取り組みとして平成17年10月に開設された。事業のきっかけとして、従来のイベントの限界を感じて、デパートの物産展をきっかけに、空き店舗の有効活用なども視野に始められた。活動の内容は提携市町村の特産品の販売はもちろんのこと①ふるさとイベントの実施 ②ふるさと交流ツアー ③学校給食 ④修学旅行生の受け入れなど多岐にわたって活動している。今年に入って、このとれたて村と提携する地方市町村に商店街としては初めて「ふるさと納税」を行った⁶。

6. とれたて村から生まれるつながり

このような、多様な活動を通じて、都市と農産漁村の結びつきは強くなっていく。その過程には、このとれたて村独自の工夫とアイデアがある。①の販売に関しても、生産者の顔が見える商品を重きにおき、生産者との話し合いを通じて名前、包

⁵ Let's enjoy Tokyo <http://antenashop.enjoytokyo.jp/list/> (最終閲覧 2014年7月8日)

⁶ 板橋区 HP http://www.city.itabashi.tokyo.jp/c_news_release/059/059984.html (同上)

装を決める。例えば、名前は「たかちゃんの漬物⁷」など手作り感のするような工夫や、中身がしっかり見える包装で安心を届け、簡単な包装にすることで「ふるさと感」を創出している。参加市町村との情報交換は欠かさず、生産者側が顧客の要望を知ることができるようにしている。商品の運賃もとれたて村が負担することなども含め、農山漁村側の“不利”を極限まで減らす努力をしている。

また、年に約184日おこなわれるという、ふる里イベントは商店街にとっても消費者にとっても魅力的なイベントになる。なぜなら、商店街という都市空間の中に一時的にできる、ふるさとに“帰郷”することができるからである。とれたて村に出品する市町村の他にも多くの市町村を受け入れており、現在では15市町村と提携しているが、その提携市町村周辺などにもこの活動が広まっていき、提携市町村問わず各地から“ふるさと”がやってくる。ふる里イベントの内容は実にさまざまだ。地域特産となるとやはり、山形県尾花沢市のPRのように商店街の人々にスイカをふるまうなど、試食PRが典型的例である。しかし、ここではそれにのみならず、時には商店街に牛が登場し、乳搾り体験ができ、時には商店街に足湯が登場し、大勢の人が商店街で歩き疲れた足を休める。さらには伝統芸能なども披露され、書店街全体がお祭りのような活気に包まれることもある。

これまでは商店街が地方、都市どちらの面においても経済面の貢献が大きいという点についてみてきた。しかし、商店街の持続性ということ語る際、商店街の教育面での貢献は忘れてはならない。ハッピーロード大山商店街では主に2つの活動を通じて教育を支援している。1つ目が食育である。先のとれたて村に集められた各地の食材を板橋区の全小中学校で提供している。2つ目が修学旅行生徒との交流である。これは、地方から東京に来る（主に中学生）学生が地元の特産品また伝統芸能などを商店街の人々に披露する場所と機械を提供しようという取り組みである。水野さんは中学生が地元をPRすることで「郷土愛」の発見にもつながるし、将来的にはここに帰ってほしいということ期待している。こういった商店街の活動はただ東京から学びとるといって修学旅行の従来の経験の形から、自分たちが東京という都市の中で“発信”するという大切な経験を子供たちに与えているのだ。

7. 他県の事例—山形県新庄市—

以上のようにハッピーロード大山商店街にみられる商店街の努力は、多くの活動を企画し、各部署、各機関の連携によって支えられている。各市町村とのつながりもこういった商店街を支える主体のアイデアなどが大きく影響を与えたといえる。その点では以下に紹介する山形県新庄市南北本町商店街の活性化活動の主体であるNPO法人AMPの活動もこれからの商店街維持にとって欠かすことのできないものであると考える。

8. AMP—100円商店街の取組み—

そもそも、AMPという団体名は人々の夢や希望を拡大するもの、つまり増幅器と

⁷ ハッピーロード大山商店街 資料より

いう意味合いからこの名前が付けられたという。スタッフの中心は若者が担っている。そのAMPの主な活動内容として「100円商店街」や、中心商店街資源回収プロジェクト「ちょぺっと」と呼ばれる活動を企画しており、一大イベントとしては新庄祭りの運営にも関わり、商店街に限らず、新庄市自体の活性化を担っている団体である。そういった活動が評価され、今では100円商店街の取り組みは全国的に広まっていつている。そこから、徳島県鳴門市をはじめ、全国の市長村とのつながりが生まれた。

9. 100円商店街

100円商店街はある青年スタッフが、人通りの少ない商店街でつぶやいたことがきっかけでアイデアが生まれる。その後、来客者と参加店の双方の調査（R&D research and development：研究開発と呼ばれる）を重ねることで、本当に求められていることを明らかにする中で、企画を進めた。そうして、できたのが商店街を1つの100円ショップ見立て、各店頭に100円商品を並べ、店内でお会計をするというシステムであった。このように、必ず店内で会計してもらうことにはあるワケがある。それが、R&Dでみつけた「店内に入りづらい」や「店内に入ったら、出てこれない」という住民の声から、商店街のこういった寄り付きにくいというイメージを払拭したいことから見出されたシステムである。また、イベントの開催にかかる費用はチラシの印刷などの広告費のみであり、官公庁からの補助金に頼らないということも大きな特徴である。

10. 資源回収プロジェクト「ちょぺっと」

「ちょぺっと」は山形の方言で「ほんの少し」という意味を持つ。これは商店街の資源回収店に資源を持ち込むとその重量に応じて、ポイントを発行するといったシステムである。ポイントに見立てた、100ちょぺっとをためるとそれを100円として換算し、商店街の買い物に使えるという商店街の活性化、環境保全の両立を実現できるというシステムである⁸。

11. 考察

以上、2つの商店街についてみてきた。2つに共通してみられるのが近隣型商店街などというように、商店街と人の距離が近いことがあげられよう。しかし、ハッピーロード大山商店街や南北本町商店街の活動によって、全国の市町村同士のつながりができていることから見てみると、その関係は“商店街と人”のみのつながりではなく、“人と街”のつながりであるともいえる。人の自分の住む街への愛情、思い、それこそがハッピーロード大山商店街のとれたて村の活動、AMPの原動力であると考え。このように、両者を比較して見えてきた共通点、絶え間ないアイデアの創出とそこからの地域間の連携、また行政から独立した形というもの商店街の活気の維持のための新しい流れなのではないかと考える。これからはこうした取り組みにも注目して見ていかなければならないであろう。

⁸ ストップ温暖化1村1品大作戦 <http://www.jccca.org/daisakusen/area/yamagata/>（最終閲覧2014年7月11日）