

商店街組合情報

街づくり・かごしま



《 CONTENTS 》 平成29年3月

■特集	P D C A サイクルの活用について	1
	会員商店街理事長より「平成29年度の商店街活性化へ向けて」	4
■県振連の動き	人材育成研修会(リーダー育成研修会、後継者育成研修会)	6
	消費税軽減税率対策講習会、商店街活性化研究会(一番街商店街(振)、鹿屋本町一番商店街(振)、天文館商店街(振連))	7
■商店街の動き	新春餅まき、なや通り初商、夜市 DE 旧正月、いぶすきマルシェ、商店街魅力アップ促進会議	9
■全振連の動き	全国商店街青年部指導者研修会 レポート	11
	都道府県振連職員講習会 報告	13
■お知らせ	新たな商店街政策の在り方検討会について、クレジットカードを取り扱う加盟店は IC 対応化が必要です	14

4 商店街振興組合合同の新春餅まきの様子

鹿児島県商店街振興組合連合会

鹿児島市名山町9番1号(鹿児島県中小企業団体中央会内)
TEL 099-223-2801 FAX 099-225-2904

PDCAサイクルの活用について

全国的に人口減少が進み、高齢化が加速するなか、商店街の商圈人口も様変わりすることが考えられます。このような状況において商店街の継続性・持続可能性を確保するためには、10年、20年後の商圈の人口規模、人口構成（特に高齢者数）や、自治体の関連ビジョンなど、その地域の特性を踏まえたうえで、10年、20年後の商店街の将来像を考えることが必要不可欠です。また、長期的な視点に立って持続可能性を確保するためには、自らが考え主導することはもちろん、まちづくりに関わる様々な主体（自治体を含む）を巻き込んだ活動を行い、商店街に関わる様々な主体の評価を得ながら商店街活動の改善を図ることが重要です。

今回は、商店街の将来像を考えるために、PDCA サイクルという手法を紹介します。

1. PDCAサイクルの基礎

PDCA サイクルとは、事業活動の管理を円滑に進める手法の一つです。事業の進捗を、「計画（Plan）」、「実行（Do）」、「評価（Check）」、「改善（Action）」の4段階に分け、それぞれの段階を連動させながら目標に向けて事業の改善を図っていきます。

PDCA サイクルは様々な事業の進捗管理において活用可能ですが、商店街活動においては、次で述べる2つの特徴を踏まえてPDCA サイクルを運用することが重要となります。

(1) 「大きいPDCA」と「小さいPDCA」

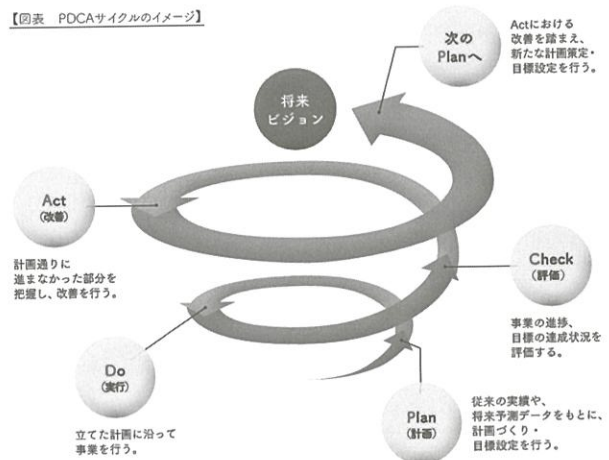
商店街活動におけるPDCA サイクルには、長期的視点での商店街全体のPDCAと、個々の事業レベルのPDCAの大小2つのPDCAがあります。この大小二つの軸を意識しながら将来像を考えることが重要です。

(2) 多様な主体の巻き込み

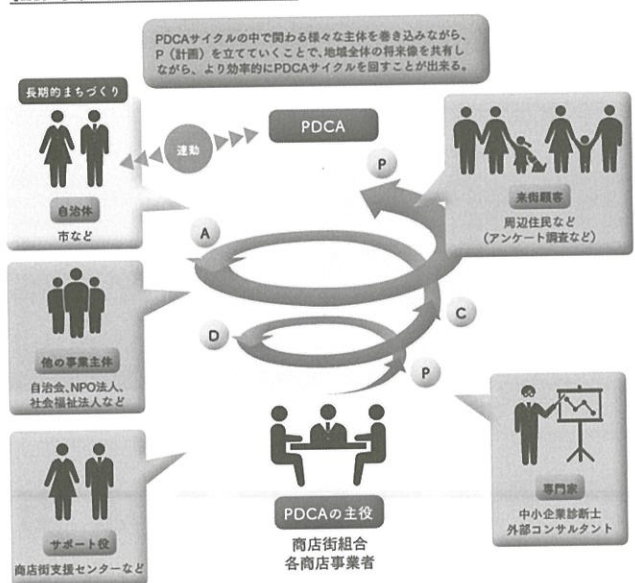
商店街におけるPDCA サイクルの主役は、商店街組合や各商店事業者ですが、それぞれのステップに応じて、様々な主体が関係してきます。このため、最初の「計画（Plan）」の段階から、サイクルを担う主体として、商店街内部の事業者のみならず、行政や専門家（中小企業診断士など）など様々な主体を巻き込み、皆で議論をしながら商店街の将来像を考えることが、非常に重要です。

また、「計画（Plan）」や「評価（Check）」において、長期的・広域的な「まちづくり計画」との連動が重要となります。

【図表 PDCAサイクルのイメージ】



【図表 多様な関連主体の「巻き込み」のイメージ】



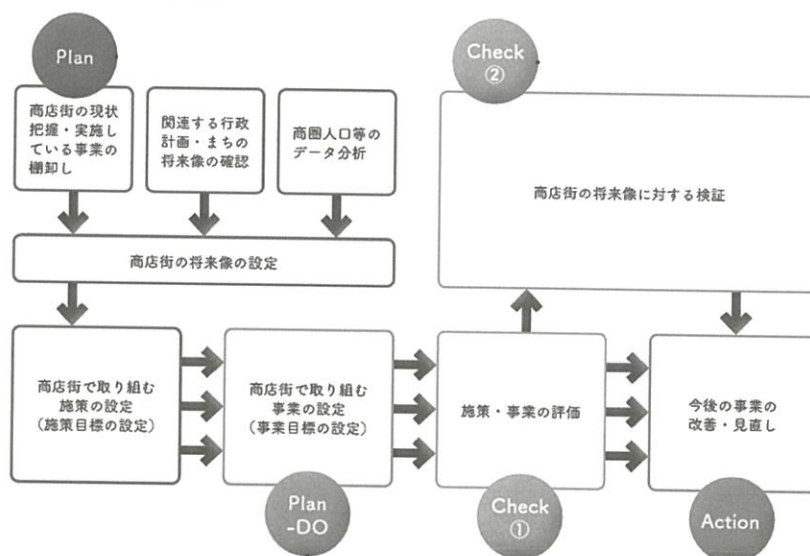
2. PDCAサイクルの運用方法とポイント

「商店街活動におけるPDCAサイクル」を実施しながら、商店街の将来像を描き共有するための有効なツールとして、商店街や地域の現状把握や、将来像実現のための事業体系・評価を見える化した「運用シート」を作成することが有効です。

運用シートを作成することで、今後取り組むべき内容が明確になります。

運用シートは、以下のような構成になります。

【図表 運用シートの構成】



(1) Plan

①商店街の現状把握

運用シート（PDCAサイクル表）の作成に当たって、商店街を取り巻く環境や取り組んできた事業等を把握します。

・立地環境や関係者の把握

市町村地図、自治体情報、まち歩きマップ等を参考に、商店街内の公共施設、歴史的背景・文化資源、観光資源、公共交通等を把握します。

・商店街事業者の状況

商店街の所有資料から、来街者数、商圏人口、商店数、業種構成、開業商店数、廃業商店数、空き店舗数等の現状を定量的に把握します。

・商店街のこれまでの事業・取組の棚卸

商店街の過去資料から、これまでに取り組んだ事業の棚卸を行います。一覧化して商店街関係者が共有できるようにすることで、事業の掘り下げや事業領域の新規開拓を検討する参考となります。

②関連する行政計画・まちの将来像の確認

市町村の総合計画、人口ビジョン、都市計画マスタープラン、包括的な支援・サービスなど、地域の長期的なまちづくり計画において、商店街がどのように位置づけられている

か、どのような機能が期待されているか把握します。

③商圏人口等のデータ分析

商店街周辺のデータには、統計データとして入手可能なもの、商店街独自で調査したものの2種類から、データリストを作成し、将来的な商圏人口や売上高の分析等を行います。

データ分析の手法としては、国土交通省が提供する「国土数値情報 将来推計人口メッシュ（国政局推計）」を活用して、地図上に1kmメッシュで色分け区分（メッシュデータの作成）を行う方法や、RESAS（経済動向分析システム）を活用して、地域の人の流れを年月別、平日休日別、時間別等で把握する方法等があります。

④商店街の将来像の設定と施策の設定

①～③を踏まえ、ターゲットとする客層、商圏を想定し、商店街の将来像を設定します。次に将来像を実現するために必要な施策を体系的に設定します。

既存事業については、施策体系のどこに位置づけるかを検討し、必要と思われる新たな施策は、実施可能性や効果面から取り組む事業を検討します。

⑤事業の重点化、優先順位づけ

必要性や期待される効果、資金面・制度面等からの実現可能性等を勘案して、取り組み事業アイデアの重点化・優先順位づけを行います。

この際、自治体や専門家など、商店街メンバー以外の知見も活用することがポイントです。

(2) Do

商店街の将来像から導き出された施策・事業を実施します。

実施に当たって、施策・事業が適切に実施されたか、実施した結果どのような効果があったかをきちんと把握するため、計画の段階で施策目標の設定を行っておく必要があります。

評価は「商店街(商い) / 自己」と「まち/関係者」の2つの視点から実施し、できるだけ数値化して目標を設定します。

(3) Check

実施した施策の評価・検証を行います。設定目標の達成状況の把握のため、定期アンケート等のデータ収集方法や項目も計画時に検討しておくことが重要です。

調査結果から設定目標と実際の値を比較し、子育て世代や高齢者等の属性別に分析を行って、評価します。

(4) Action

設定目標の達成状況を取りまとめ、商店街の将来像を踏まえつつ、取り組みが妥当であったかを検証し、実施した各施策・事業について、継続、改善・見直し、廃止を協議し、今後取るべき方策を具体化します。

【図表 施策・事業の例】

施策テーマ(例)	施策(例)	事業(例)
安心・安全	安全な通行の実現	防犯灯、防犯カメラの設置 商店街まるごと子供110番、 小学生レスキュー大声コンテスト開催 日常生活に必要な物販の店舗え
	安心な買い物の実現	
経済活性化	コミュニティビジネスの振興	コミュニティスペースの設置 マルシェの開催
	空き店舗対策	空き店舗を活用した事業振興 ポイントカードの相互運用
	大型店との連携	大手スーパーと共同イベント開催
少子・高齢化	街育支援	子育て支援室開設 子育て情報を掲載したミニコミ誌の発行
	子育て支援	まちの駅設置と案内人の配置 見守り携帯電話導入 見守り健康相談室の開設 健康づくり体操教室の開催 メール配信等の見守りサービス
	高齢者の見守り	
人材育成	高校生とのコラボ	各種コラボイベントの開催
	企業家の育成	企業家育成塾の開催
観光振興	楽しく通行できる商店街づくり	大学生のシャッターアート開催 地域の特産品をテーマにしたイベント開催 地域特有の文化、歴史に関する土産物の品揃え 若者向けのカフェの誘致
	「ならでは」のお土産が買える商店街づくり	
	気軽に休憩できる商店街づくり	
環境負荷軽減	エコ環境・環境美化のまちづくり	街灯のLED化、エコステーション設置 エコバック配布
コミュニティ	地域内交流の促進	各種地域内交流イベントの開催

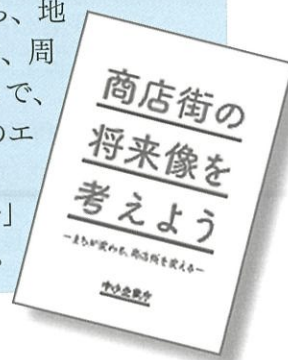
【図表:アンケート調査項目例(住民向け)】

分野	設問
回答者の属性	●性別、年代、職業、居住地、居住年数、世帯人数
買い物の場所	●最もよく行く買物場所 - 商店街までの交通手段 - 商店街を利用しない理由 ●最もよく利用する買物場所に行く理由 ●品目・サービスごとに最もよく行く店の場所、 商店街で充実してほしい品目やサービス
商店街について	●商店街に対する印象 ●商店街での買物の頻度 ●商店街に関する情報の入手元 ●魅力ある商店街になるために必要なこと
商店街の活動	●商店街の各事業の必要性、取組への評価状況 ●商店街への意見、要望、方向性や将来像についての提案

商店街の将来像は、PDCA サイクルを一度運用すれば達成されるものではありません。計画したことを確実に実行し、その結果を適切に検証評価したうえで、次の計画に向けて改善を行うという不断のサイクルを継続し、スパイラルアップしながら、将来像の実現に向けて常に良い商店街の運営を続けていくということこそがPDCA サイクルの本質です。

継続した取り組みを維持するためには、商店街内外の関係者全体で、一つの目標に向かい、一歩ずつ段階のステップを上っていくという意識を共有することがとても重要です。そのためには、「多様な主体の巻き込み」が大切なポイントとなります。商店街の最初の計画づくりの段階から、地域の自治体や中小企業診断士などの専門家、自治会やNPO法人などの他の事業主体、周辺地域に住む住民など、商店街を取り巻く様々な主体と連携し、議論を重ねていくことで、その後も継続して皆で商店街の将来像を考え、PDCA サイクルを運用していくためのエンジンとなります。

中小企業庁「商店街の将来像を考えよう～まちが変わる、商店街を変える～」
(平成29年1月)より抜粋。



会員商店街理事長より 平成29年度の商店街活性化へ向けて

(県振連役員、組合設立日の順で掲載しています。)



河井 達志 氏(宇宿商店街振興組合 理事長、県振連 理事長)

変化への対応力強化：知恵出し、工夫し、素早い行動、地域と面で接する超地域密着型商店街へ宇宿は動き出します。今年度もよろしくお願ひ申し上げます。

樋口 弘文 氏(天文館本通商店街振興組合 理事長、県振連 副理事長)

街にとって安心・安全に心掛けるのは基より、街にベンチなどを設置してゆっくり、また休憩をしてもらえるヒト味を考え実行していきます。



庵下 龍馬 氏(一番街商店街振興組合 理事長、県振連 副理事長)

各商店街と大型事業者間の交流活発化と、駅周辺地域の特性を生かした個性と魅力ある街づくりの活動を行っていききたいと思ひます。

俣野 公宏 氏(天神おつきや商店街振興組合 理事長、県振連 専務理事)

ハード面では照明のLED化、カラー舗装の変更に向けての検討をしており、ソフト面では千石天神縁起市の充実を図ってまいります。



有馬 勝正 氏(天文館商店街振興組合連合会 理事長、県振連 理事)

一燈照隅、各々の事業所がいかにして輝くか、それが商店街活性化の基本にならないといけなひ。街づくりはいかにしてコンパクトな中での多様性を持てるかだ。この視点で活動したい。

田淵 健二 氏(いづろ商店街振興組合 理事長、県振連 理事)

時代の変化に柔軟に対応する「新鮮な老舗」商店街として、いづろで働く「人」の声を聴き、お客様にも満足いただける活動を展開します。「まちゼミ」をソフト事業の柱として事業者の意識改革を促し、稼げる持続可能な商店街を目指します。



瀬尾 昭一郎 氏(金生通り商店街振興組合 理事長、県振連 理事)

いづろ・名山・金生の3通り会で、昨年初めて「まちゼミ」を開催。今後もお店のファンを創るため、後押し活性化していきます。

大脇 唯眞 氏(納屋通り商店街振興組合 理事長、県振連 理事)

商店街が一体化した、お客様も通り会会員の皆様も共に喜んでいただける、明るくて元気な商店街活動・運営に寄与できる一年を目指します。



有村 裕晶 氏(天文館にぎわい通商店街振興組合 理事長、県振連 理事)

本年度は天文館地区の再開発・明治維新150周年・大河ドラマと鹿児島全体の活性化に向け商店街として協力していく所存です。

安田 正和 氏(都通り商店街振興組合 理事長、県振連 監事)

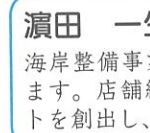
中央駅前の再開発を控えており、工事の影響について話し合っていきたい。また、完成後の街づくりについても同じく地域一体で考えていきたいと思ひます。





久木田 弘 氏(鹿屋本町一番商店街振興組合 理事長、県振連 監事)

商店街外部の若い集団によるまちづくりなどが近年行われており、その実績が空き店舗を開店させています。商店街だけでなく外部組織との連携などによる活性化に取り組んでいきたいと思っています。



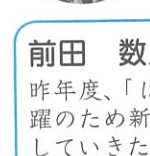
濱田 一生 氏(指宿中央通商店街振興組合 理事長)

海岸整備事業が進められ、指宿駅前から砂蒸し風呂までのまちづくりが地域一体で考えられています。店舗経営者の高齢化、後継者問題をはじめとする課題解決に努め、賑わいづくりのイベントを創出し、新たな魅力を発見していきたいと思っています。



古川 雅康 氏(中町ベルク商店街振興組合 理事長)

中央地区の再開発など明るい話題もあり、外国のお客様も増えています。この機会に日本の魅力を鹿児島から発信することを熱望します。



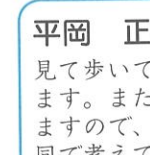
前田 数郎 氏(北田・大手町商店街振興組合 理事長)

昨年度、「はばたく商店街30選」に選定され、記念すべき年となりました。本年度は更なる飛躍のため新しい企画にチャレンジし、地域の皆様に支持していただける商店街となるべく努力していきたいと思っています。



奥山 直博 氏(天文館はいから通商店街振興組合 理事長)

社会的変化に対応し、このまちに求められている事を感じ、地域特性を活かした魅力ある商店街として取り組んでいきたいと思っています。



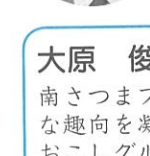
平岡 正信 氏(中町コア・モール商店街振興組合 理事長)

見て歩いて楽しい・買い物をして更に楽しくなる通りを日々目指して通り会活動に勤しんでいます。また、ここ数年商店街の財務面強化を図ってきており、その実績が少しずつ出始めているので、それらを今後どのように各商店また商店街に活かすことが出来るのかを、執行部一同で考えて参りたいと思っています。



黒木 祥輝 氏(照国表参道商店街振興組合 理事長)

「おしゃべり歩き照国表参道」では、今年度も映画館をはじめとする約100店舗のお店が、天文館に来街して頂いたお客様をおもてなしさせていただきます。



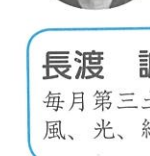
大原 俊博 氏(加世田本町通商店街振興組合 理事長)

南さつまフェスタや133年の歴史のある加世田歳の市、第45回七夕まつり等のイベントを新たな趣向を凝らして開催し、商店街に地域コミュニティとしての機能の充実を図る取り組みを町おこしグループ等の協力を頂きながら取り組みたい。



徳山 貴広 氏(名瀬中央通りアーケード商店街振興組合 理事長)

今年度はより多くの来街者を目指すために、年4回を目標に通り独自のイベントを開催していきたいと思っています



長渡 誠一 氏(天文館一丁目商店街振興組合 理事長)

毎月第三土日に、青空テント市を業者に任せず通り会の皆と協働し、10年以上継続しています。風、光、緑溢れるオンリーワンの通りに向けにぎわい創出致します。



仮屋 立夫 氏(太平橋通り商店街振興組合 理事長)

昨年に引き続き、プレミアム商品券事業や年々盛んになっているハッピーハロウィン秋祭り等着実に継続実施します。

人材育成研修会

I. リーダー育成研修会



長島町 副町長(地方創生担当)
井上貴至 氏

昨年12月19日、ホテルレクストン鹿児島において、長島町副町長(地方創生担当)井上貴至氏を招へいし、「地方創生・まちづくりのためのリーダー育成～人も地域もダイヤモンド～」と題して人材育成研修会(リーダー育成)を開催した。

井上氏は、現場第一の考え方を貫いており、総務省に入省後、全国を巡り、地域の祭り等にも積極的に参加した経験を活かし、「地方創生人材支援制度」を提案し、自身が第一号として長島町へ派遣されている。

地域には技術や知識は豊富でも販路開拓ができない農家や漁師が多く、誰でもいつでも集まれる空間を作ること、農家、漁師、デザイナー、金融機関、企業、観光客、行政職員等が集って色々と賑やかに話し合う中で人と人とが有機的に結びつき、新たな取り組みが生まれると考えている。

さらに、「ぶり奨学金」に取り組む際には、原資として町民や企業等の民間からも出資金を集めており、まちづくりにおいて「自助・共助・公助」のうち「共助」が大切である。

地域との関わり方は様々であり、地域に住む人だけでなく、ふるさと納税による支援者や長島町を訪れる観光客など、全ての人に応援団であり、リーダーの素質としては、人脈や経験を活かして、人と人、中と外、組織と組織を横断的に繋げることが重要である。

また、相手の懐に飛び込んで、投げられても受け身を取って何度でも飛び込んでいくという柔道の姿勢がまちづくりにおいても必要であり、繰り返すことで強固な信頼関係が形成されると考えている。

商店街の活性化についても、理事だけでなく、若手、女性、外部の人間など色々な人が関わり合い、コミュニケーションをとれる仕組みを作る人材育成を行う必要がある。



II. 後継者育成研修会



博多まちづくり推進協議会
事務局長 中嶋敬介 氏

2月7日、ホテルタイセイ2号館において、博多まちづくり推進協議会事務局長 中嶋敬介氏を招へいし、「次代へつなぐ! 鹿児島のまちづくり～博多駅周辺のまちづくりとJR九州が目指すもの～」と題して人材育成研修会(後継者育成)を開催した。

講師は、博多と福岡の歴史、博多まちづくり推進協議会の設立の経緯、実施事業等について説明された。

同協議会は、平成26年に福岡市や地域の自治会等と連携して作成した「博多まちづくりガイドライン2014」をまちづくりの指針としており、アクションプランとして「歩いて楽しいまちづくり」「美しく安全なまちづくり」を目指して事業を実施している。

特に、一企業や商店街では手が届かない、周辺地域を巻き込んだソフト面のまちづくりを行う役割を担っており、イベントの実施、コミュニティの形成、防災セミナー、地域組織への参画等を通じて、積極的に地域との関わり合いをもち、地域と一体となって成長していける仕組み作りを行っている。



消費税軽減税率対策講習会

2月7日、(株)吉田経営 高橋雷太氏を講師に「消費税軽減税率と中小商業税制等について」と題して講習会を開催した。

まず、消費税軽減税率や適格請求書保存方式について説明した後、中小企業経営強化税制や所得拡大税制等の中小商業税制について説明した。

また、近年問題となっている事業承継に関して、ヒト・モノ・カネの3つが大きな問題であると述べ、事業承継を一つの事業と捉え、相続税等が負担とならないよう数年に分けて資産贈与する等が必要であると述べた。

さらに、相続時精算課税制度や、事業承継税制等について説明した。



活性化研究会

1. 一番街商店街振興組合



商店街振興組合柏二番街商店会
理事長 石戸新一郎氏

昨年12月14日、中央町公民館において、一番街商店街(振)を対象に「ペディストリアンデッキの活用による商店街活性化について」をテーマに商店街活性化研究会を開催した。

講師として商店街振興組合柏二番街商店会 理事長 石戸新一郎氏を招へいた。

柏市は、首都圏のベッドタウンとして発展し、昭和48年には柏駅前に歩行者専用嵩上(かさあげ)式広場(ペディストリアンデッキ)が日本で初めて竣工し、ダブルデッキの愛称で親しまれている。

大型量販店の進出に対する危機感から、地域イメージと街づくりを考えるシンポジウムを開催したことを機にまちづくりに対する機運が高まり、平成10年に柏駅周辺イメージアップ推進協議会を設立した。

ストリートミュージシャンや若者によるまちづくり、街の案内と情報発信の場として「かしわインフォメーションセンターの開設」、裏柏マップ(ウラカシマップ)の製作などに取り組んでいる。

ペディストリアンデッキは、都市再生推進法人である柏市まちづくり公社が管理運営を行っており、道路使用許可があればオープンカフェなどのイベントを行うことが認められている。

商業環境は常に変化しており、ソフト事業だけでは太刀打ちできない。イメージアップ戦略による賑わいの創出に加え、都市デザインを重視したまちづくり戦略にシフトする必要がある。新たに柏駅周辺地区まちづくりビジョンを策定し、ランドデザインを行うことによって柏駅周辺の価値向上を目指している。

まちづくりにおいて、人・物・金のマネジメントに加え、地域を創造し、育て、成熟させるエリアマネジメントが必要である。そのためには、商売の基本を熟知し、街のイメージ戦略の重要性を理解し、景観・環境・公共空間のハード整備も含め戦略・戦術・覚悟を持って行う必要がある。



II. 鹿屋本町一番商店街振興組合



春日井市商店街連合会
副理事長 青山博徳 氏

2月20日、ホテルさつき苑において、鹿屋本町一番商店街(振)を対象に、「アトム通貨による地域コミュニティの形成と街の活性化」をテーマに商店街活性化研究会を開催した。

講師には、春日井市商店街連合会 副会長 青山博徳氏を招へいた。

アトム通貨は、「感謝の気持ちを伝えるため」の通貨として、高田馬場西商店街(振)や(株)手塚プロダクション等の協働事業として開始された。通貨には、手塚治虫氏の漫画「鉄腕アトム」のデザインが施され、10馬力、50馬力、100馬力、500馬力の4種類を、1馬力=1円で換算する。

流通期間は、アトムの誕生日である4月7日から翌年2月末までで、期限を設けることで次年度以降に準備金を繰り越さない仕組みとなっている。

地域通貨は、限定された地区やコミュニティでのみ流通するため、地域外へのお金の流出を防ぐことができることがメリットの1つである。

また、清掃活動や奉仕活動等の謝礼として、直接現金を渡すことが憚れる場合にも、アトム通貨であれば比較的受け入れられやすいとのことで、教育委員会等からも好評を得ている。

しかし、法的な知識や管理の煩雑性などの課題もあるため、導入する場合には行政・商工団体・商店街等が一体となって取り組む必要がある。



III. 天文館商店街振興組合連合会



株式会社黒木本店
代表取締役 黒木敏之 氏

2月21日、ホテルレクストン鹿児島において、(株)黒木本店 代表取締役 黒木敏之氏を招へいし、天文館商店街(振連)を対象とした活性化研究会を開催した。

(株)黒木本店は、「百年の孤独」等のヒット商品を製造している焼酎メーカーである。宮崎県高鍋町の中心市街地である立花商店街の中で先祖代々130年以上焼酎を製造しており、商業者の集まる商店街の中において、「さずかった人生、さずかった場所で一生懸命に生きなければならない」と考え、商店街に貢献する方法として、来街者の癒しの場所となるべく「鎮守の森構想」を計画した。会社の敷地内に植林することで商店街に緑を増やし、ここに会社があつてよかったと思われるような取り組みを行っている。

高鍋町は古くから高鍋藩の城下町であり「歴史と文教の町たかなべ」を街づくりの基本と考えている。個店経営においても、街づくりにおいても、最も大切なことの一つに「ブランディング」が挙げられる。ブランドとは「価値あるもの」の意で、決して高級品のことではない。

①個性・オリジナリティがあり、②個性を言葉で明確に表現でき、③内部の社員が仕事に誇りを持ち、④チャレンジし続けていることこそがブランドである。

同社では「土づくりからリサイクルまで」を個性として、最高の原料・技術のもと妥協を許さない誇りある焼酎をつくり、「伝統は革新の連続である」と考え、常にチャレンジを続けている。

自身の店においても、商店街においても、個性が何かを考え、その個性を言葉で表現し、従業員が誇りを持っているか、チャレンジしているか、改めて見つめ直す必要がある。



商店街の動き

●新春餅まき



天神おつきや商店街(振)
理事長 俣野公宏

4商店街振興組合合同の餅まきは今年で3回目になりますが、新春らしく賑やかにしたいと思い始めたのがきっかけです。各商店街でも様々な新春イベントを併催し、餅まきの後には三番神輿も出て天文館中を練り歩くなど、一日中賑やかでした。

私も神輿を元気に担ぎましたよ！

1月2日の初商に併せて、天文館本通商店街(振)、天神おつきや商店街(振)、天文館にぎわい通商店街(振)、照国表参道商店街(振)が合同で、恒例の「新春餅まき」を開催した。

同催しは、1年の商売繁盛を祈願して行われており、今年で3回目となる。

また、天文館本通商店街(振)では「千両箱ティッシュ振舞い」、天神おつきや商店街(振)では「絵馬祈願&ワイン振舞い」、天文館にぎわい通商店街(振)では「オリジナルグッズ」振舞いも開催され、多くの来街者で新春の商店街は賑わった。



4商店街振興組合合同の新春餅まきの様子

●なや通り初商



納屋通り商店街(振)
理事長 大脇唯眞

太鼓は、年の初めの景気付けと来街者の皆様の元気がみなぎるようにとの願いを込めて叩きました。獅子舞は、護国神社を活動拠点とするボーイスカウトの協力で行われ、無病息災、悪疫退散のご利益があるようにとの願いが込められています。数年前、振る舞い酒をシャンパンにしたところ、大変好評だったため、今では納屋通りの正月の風物詩となりました。

1月2日、納屋通り商店街(振)の初商が行われた。福袋や初商セールのほか、大脇理事長による太鼓と獅子舞が披露された。

また、毎年好評を得ているシャンパン振舞いも行われ、新年のおめでたいムードに華を添えた。



獅子舞と大脇理事長による太鼓披露

●夜市 DE 旧正月 (名瀬中央通りアーケード商店街(振))



名瀬中央通りアーケード
商店街(振)
理事長 徳山貴広

商店街では昔から旧正月に餅つきを行う風習がありましたが、ここ数年途絶えていました。今回商店街で復活させようという話になり、奄美市からの助成もあって「原ハブショー」等も取り入れて規模を大きくしました。また、夕方から夜の時間帯の来街が減るため夜市にしました。おかげ様で多数のお客様に来ていただきました。

1月28日、名瀬中央通りアーケード商店街(振)が、「夜市 DE 旧正月」を開催した。

奄美には元来旧正月を祝う風習が残っており、これに併せて開催したもので、餅つき、ぜんざい振る舞い、バルーンアート、ミニライブ、生きたハブを使ったスリリングな「原ハブショー」等が催され、大勢の来街者で盛り上がった。



子供たちも餅つきに一生懸命

●いぶすきマルシェ with いぶすきの豆・マメ・まめ祭り

2月12日、指宿駅前通りにおいて、「いぶすきマルシェ with いぶすきの豆・マメ・まめ祭り」が開催された(主催:いぶすきマルシェ実行委員会(指宿中央通り商店街(振)の組合員も一部含む))。

雑貨や飲食店のマルシェのほか、山川高校とのコラボレーションによる青空レストラン、グリーンピースのさや剥き大会などが行われた。

同イベントは指宿海岸整備に伴う「歩いて楽しめるまちづくり」の一環として行われており、来街者に対し今後のまちづくりに関するアンケート調査も実施された。



大勢の来街者で賑わう指宿駅前商店街

●商店街魅力アップ促進会議

2月16日、鹿児島県商工政策課主催の「平成28年度地域商店街魅力アップ促進会議」が開催され、商工団体・商店街・地区町村担当者等約60名が参加した。

国や県の商業環境・今後の施策等について説明が行われた後、商店街の事例紹介として、いぶろ商店街(振) 迫事務局長より「まちゼミ」について、(株)大隅家守舎 川島代表取締役より「街の期待値を上げる取り組み」について発表があった。



いぶろ商店街(振) 迫事務局長のプレゼン

全国商店街青年部指導者研修会 レポート

いづろ商店街振興組合 青年部 川井田 浩一



2月7日、8日の2日間、東京都にて開催された全国商店街青年部指導者研修会に参加しましたので、概要を報告いたします。

1. 「まちと商店街と学生との連携」

- | | | |
|----------------------|---------|----------|
| ▶ 商店街振興組合 柏二番街商店会 | 理事長 | 石戸 新一郎 氏 |
| ▶ 芝浦工業大学 | 非常勤講師 | 佐藤 和裕 氏 |
| ▶ 東京大学大学院 新領域創成科学研究科 | 環境学修士2年 | 中野 卓 氏 |

(1) 商店街と学生の連携

柏市には、東京大学、千葉大学等の5つの大学がある。現在、柏商店街の呼びかけで、東京大学、近隣の東京芸術大学や東京理科大学、芝浦工業大学の学生とともに商店街との連携プロジェクト「まちの課題創出と解決策の立案・実施」を実践している。商店街が学生と連携する理由は「真剣に取り組む学生は、絶対に面白い」「学生は新しい考えを勉強している」「学生達にアウトプットする機会を作る」「新しい物の見方を教えてもらい、まちに活かす」等である。

(2) 連携の概要

千葉県中小企業団体中央会による広域連携制度を活用し、商店街、学生、コーディネーターに加え、行政等も参加して月に1度、2時間程度の会議と夕食会を開催している。主体的に活動する学生個人が参加し、大学や専門は問わない。学生達からの発議、活動報告に対し、参加者全員で議論、ブラッシュアップを行う。大人から学生に対してやってほしいことを注文しないことがルールである。

(3) 学生との連携事例

① 「かしかしわ」

芸大の学生(アーティスト)と研究系の学生(リサーチャー)が「柏のデータ」をテーマにコラボレーションしたアート展示企画である。アートとデータで「柏」を可視化するため、「かしかしわ」と名付けている。

商店街内の空き店舗を無償で借用し、アート作品を展示する。これまでに2回開催しており、展示作品例としては「下水道の研究者×彫刻家＝柏の地下世界」、「広場の人々×図鑑」等の個性的なものもある。

活動の結果、大学の調査/研究フィールドとして、柏を選ぶ人が増加するなど、商店街も想定しなかった効果が生まれている。

② 「さわらぼ」

千葉県香取市佐原地区で、高校生による空き家活用を通じたまちづくりプロジェクトである。東京大学生が佐原高校生を対象に行った「まちに対する意識調査」において、「まちに貢献したい」や「誇らしい」と思わない学生が多いことがわかった。

これに対し、大人達は「このまま放置しては20～30年後が危ない。」と考え、大学生とまちの連携で対策プロジェクトを立案・実施した。

具体的には、行政・NPO・商店街の支援のもと、空き家を将棋同好会や音楽部等の部活動場所として提供するもので、活動場所は自分達で整備(部屋清掃、裏庭の雑草木除去等)することとなっている。住民負担もないことから好評を博し、「さわらぼ」開始から3年経過した頃、佐原初のインターン希望者が現れた。

2. 「明日を築く商店街青年部」～岩村田商店街の場合～

- ▶ 岩村田本町商店街振興組合 理事長 阿部 眞一 氏

(1) 商店街概要

佐久市の人口は約10万人であり、古くから中山道二十二番目の宿場町として栄えていた。昭和40年代には防災建築街区事業が行われ、長屋から近代的ビル建築となり、商店街の黄金期を迎えたが、高速道路開通、長野新幹線の開通・長野オリンピック等を契機に、大型SCの出店が相次ぎ、商店街売上は大幅減となるものの、当時の商店街役員は有効な対策が打てなかった。

そこで、平成8年に若手を中心とした振興組合を設立した。世代交代により計画力、企画力、行動力、実践力、団結力などの様々な強みが生まれた。

まず、アーケードの改修に取り組んだが、思ったように集客・売上は伸びなかった。

次に、「日本一に挑戦」をテーマに次々にイベントを行って、全国へアピールした。約7,000人の集客を得るなど人気を博したが、イベント終了後には閑散とした商店街に戻り、売上増加に結び付かなかった。

(2) 新たな方向性、視点からのまちづくり

そこで、個店の繁栄こそ商店街の活性化に繋がると考え、自分達の個店を磨くことにした。

また、まちの住民に喜ばれ、役に立つことが商店街の存在意義であると考え、現状の課題分析を行い、5年後、10年後の目指すべきビジョンを持って、今後のまちづくりのストーリーを作り、しっかりとした事業計画を立案し、それぞれの役割を明確化することが大切だと考え、以下の事業を実施している。

○空き店舗対策事業とコミュニティ作り

- ・地域コミュニティ施設「おいでなん処」(「現代風縁側・井戸端」をコンセプト)
- ・「本町おかず市場」(近隣の消費者の意見を集約した、地域になくてはならない惣菜店)
- ・チャレンジショップ「手仕事村」(若い手仕事職人の出店場所)

○子育て支援事業 会員制「子育てお助け村」「寺子屋塾」(子育て世代の交流場所、短時間託児など)

○地域ブランド創生事業

- ・三月九日青春食堂(古民家を改装した米粉うどん中心の地産地消のメニューを提供)
- ・高校生チャレンジショップ(近隣の高校生が学外活動に利用)

○東北復興支援「岩村田三陸屋」(三陸地方の名産品販売、喫茶スペース)

○情報と地域の皆様の交流の場を作る「岩村田コンシェルジュよろず案内所」

○大型店との共存共栄の道へ 佐久っ子WAONカード(イオン・佐久市商店街の両方で使用可能。)

(3) 地域の皆様に必要とされ愛される「街」を目指して

商店街はあくまで町のお買い物ゾーンであるため、集客力をつける事が必須である。そのために、自分の街が地域密着型、サラリーマン客型、学生客型など、どんな特徴を持つのか見極めて活動する必要がある。「街づくり」とは、定住人口の増加×個店の稼ぐ力×コミュニティである。

また、若者が街に愛着を持って引き継いでくれるよう、新しいイベントは若者の手で実施するなど、若手の意見も取り入れながら、これからの商店街が進むべき道を見出していく必要がある。

3. 中心市街地・商店街活性化

▶合同会社フォーティーR&C 水津 陽子 氏

(1) 中心市街地活性化の成功事例

- ・大分市(駅の再開発により駅・商店街の連携による、動線づくり、魅力づくり)
- ・八戸市(地元住民や観光客ニーズを捉えた施設整備、ビジネスモデル構築)

(2) まち・商店街のコンセプトは明確か?

- ・事例① 遊びココロ満載のJR越後湯沢駅ナカ「ぼんしゅ館」: お酒とお米のテーマパーク
- ・事例② コンセプトは「東京下町レトロ」、谷中銀座は谷根千回遊の起点でありジャンクション
- ・事例③ 別府市「北高架商店街」(寂れた商店街がアートで生まれ変わった)

いずれも、体験・参加型の「コト」が多く、発信力や継続性等の強みがある。地域のホンモノを見せるまちづくりは、暮らす人にも豊かさをもたらす。

(3) 地域に人を呼び込む

- ①集客看板: 自店や地域の顔、代名詞となる看板商品を持ち、知名度アップを図る。
- ②誘客PR: ターゲット・メディアを絞り、ターゲットが飛びつく企画で話題を作り、口コミを誘発
- ③送客動線: 魅力的なご当地ならではの食や体験を「体験型観光」と企画し、旅行会社等に売り込む。

(4) 中心市街地活性化に地域資源を活用する～「源泉資源」有望リスト～

源泉1[定番リスト] 日本人のDNAに刻まれた定番レジャー(祭、花火、花など)

源泉2[鉄板リスト] 観光目的調査で常に上位の鉄板ニーズ(自然、食、温泉など)

源泉3[新鋭リスト] アニメ・ゆるキャラ等の萌え系、ロケ地・スポーツ系、趣味系など

源泉4[復古リスト] 歴史文化を能動体験観光化(集落、街並み、まち歩きなど)

(5) 続々誕生する新たなツーリズム

「SIT(Special Interest Tour)」が人気であり、特徴としては「個人の興味関心で目的地等を選択し、個人手配のフリー旅行が中心」「能動体験型、そこでしかできない特別体験や感動、ユニークなものを求める」といったことが挙げられる。

(6) ターゲットの捉え方と話題作り

明確なターゲット設定のため、セグメント(属性)を意識し、ライフスタイルや思考行動パターンを考察しながら具体的ターゲット像(ペルソナ)を設定することが必要である。

また、メディアなどでの紹介や、口コミを誘発する話題作りの切り口としては、新規性、季節性、記録系、トレンド系、革新系、兆し系、実利系などが挙げられ、観光客もよく利用するSNS時代を意識した発信を行う必要がある。

【研修会を終えて】

従来の我々の商店街活動は、自分達だけでアーケード整備やイベント活動をすることが多かったと思います。今回の研修会を通じて、これからの商店街の進むべき道として、次のような事を学びました。

1. 「自分の地域の現状分析」(地域資源、強み/弱み、現在の客層、商店街・個店の稼ぐ力・魅力度、等)
2. 「明確な目標設定」(ビジョン策定、ターゲット客層、アプローチ法、行政・地域住民・学生との連携)
3. 「目標に向けたまちづくり」(商店街・個店の稼ぐ力・魅力度向上、コミュニティ施設整備・人材育成)

この3つの「実施と改善の繰り返し」を自分達だけでなく、様々な方々と連携して進めていく事が大事であり、商店街や個店の稼ぐ力・魅力度向上には、私共いづる商店街も取り組んでいる「まちゼミ」も有効と思います。

今回の研修会で学んだ事を、自分達の商店街でしっかり分析、立案し、まちづくりの実施を進めていきたいと思っています。

都道府県振連職員講習会 報告

2月23日、24日の両日、東京都で都道府県振連職員講習会が開催され、全国から事務担当者38名が参加しました。概要について報告します。

1. 経営力向上のためによろず支援の活用

▶独立行政法人中小企業基盤整備機構 よろず支援拠点全国本部
地域支援ネットコーディネーター 中野 隆 氏

よろず支援拠点は、中小企業/小規模事業者の無料経営相談窓口であり、都道府県振連が商店街全体を支援するのに対し、よろず支援拠点では各個店の支援が可能である。各個店の現状課題を把握し、あるべき姿(目標)を設定し、現状とのギャップをいかに埋めるかという戦略・戦術を提案することが使命である。都道府県振連とよろず支援拠点の連携による商店街支援を試みたい。



2. 歌舞伎町ルネッサンスとは何か～新しいステージへ～

▶歌舞伎町商店街振興組合 事務局長 城 克 氏

歌舞伎町商店街(振)は、古くは元禄11年に甲州街道の宿場として設けられたのが始まりであり、日本最大級の歓楽街である。平成13年の雑居ビル火災や国内の刑法犯認知件数が戦後最悪となったことを受けて、国・東京都等の治安対策重点地区として歌舞伎町が位置付けられ、歌舞伎町ルネッサンス推進協議会を発足し、迷惑防止条例の厳守などの治安対策や交通至便性の確保に取り組んでいる。

3. 世田谷線つまみぐいウォーキング

▶世田谷区商店街振興組合連合会 副理事長 安藤敏次氏

世田谷線つまみぐいウォーキングは、全長約5kmと短い距離の中に10個の駅がある東急世田谷線の特徴を生かし、11の商店街のうち約90店舗が「つまみぐい品」を無償で提供し、参加者は沿線の店を巡りながら商店街を知ってもらう取り組みである。参加費無料ということもあり毎回2,000人の枠が募集開始から2時間程で定員に達するなど人気を博している。

今後は、地元枠を設けて地元商店街と住民が交流することで日々の買い物へつながり、売上増加へ結びつけることを目指している。

4. 商店街を舞台にしたコミュニティの変質と今後の展開

▶関東学院大学経済学部 教授 福田 敦 氏

1970～80年代は、全員参加による商店街活動が当たり前だったが、1990年代以降の流通規制緩和の中で、経営者の高齢化や後継者問題が顕在化し、商店街の組織力は極端に低下した。

2009年の地域商店街活性化法の制定により、商店街の存在意義として地域コミュニティの担い手として地域課題へ対応することが求められている。

CSV(Creating Shared Value)論とは、地域課題の解決への取り組みを通じて、経済的価値を高める(売上増加へ結び付ける)考え方であり、商店街におけるCSV論のポイントとしては、①地域社会の課題解決のために商店街・個店が提供できるサービスの創発、②商店街・商店の社会価値創造を通じた競争力強化、③地域課題解決支援を通じた、地域と商店街の交流・絆づくりによる魅力向上の3つが挙げられる。

新たな商店街政策の在り方検討会について

国は商店街活性化のためにこれまで法律、補助金、税制、政策金融等の様々なアプローチを行ってきました。しかし、これらの施策を行っても、商店街を取り巻く環境は厳しい状況が続いています。

そこで、既存のアプローチに囚われず、地域経済の好循環の中心となりうる商店街を生み出す新たな商店街政策の在り方を検討するため、中小企業庁において「新たな商店街政策の在り方検討会」が開催されています。

委員として、全振連の阿部副理事長をはじめとする商店街関係者、流通科学大学商学部の石原特別教授、金融機関等が出席し、①商店街の必要性、②求められる商店街、③稼げる商店街、④あるべき支援の姿をテーマに、きたんのない意見交換が行われています。

中小企業庁ホームページに提出資料・議事録等が公開されていますので、ぜひご一読ください。

中小企業庁「新たな商店街政策の在り方検討会」

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/sme_chiiki.html

クレジットカードを取り扱う加盟店はIC対応化が必要です

近年、クレジットカードを取り扱う加盟店において、カード番号等の漏えい事故や不正使用被害が増加しており、政府はカード端末を取り扱う加盟店に対し、カード番号等の情報管理や決済端末のIC対応化等のセキュリティ対策を講じることを盛り込んだ、「割賦販売法の一部を改正する法律案」を国会に提出、昨年12月2日に可決・成立しました。

この改正法は、**2018年6月8日迄に施行**される予定です。

クレジットカードを取り扱う加盟店では、改正法の施行までにIC対応化したクレジットカード決済端末を設置し、磁気ストライプ決済からIC決済へ移行する必要があります。

(1) クレジットカード会社が所有する共同利用端末の貸与の場合

クレジットカード会社からの連絡に沿って対応が必要です。(費用は契約内容による)

(2) 加盟店自らが決済端末を購入し所有している場合

決済端末をIC対応化する必要があります。

なお、消費税軽減税率制度に対応するためにレジを導入し、併せてIC対応の決済端末を導入する場合には、第97号で紹介した**消費税軽減税率対策補助金**(受付:平成30年1月31日迄)が活用できます。

街づくり・かごしま 第99号 (平成28年度 情報提供事業 第3号)

発行人 鹿児島県商店街振興組合連合会 理事長 河井達志
〒892-0821 鹿児島市名山町9番1号 県産業会館5階(鹿児島県中小企業団体中央会内)
TEL: 099-223-2801 FAX: 099-225-2904 Mail: kenshinren@satsuma.or.jp
印刷所 濱島印刷株式会社

鹿児島県商店街振興組合連合会とは……

昭和37年に制定された「商店街振興組合法」に基づき、県内の商店街振興組合が集まって組織化された法人です。県・鹿児島市からの補助金を活用し商店街の人材育成・活性化等の事業に取り組んでいます。現在21会員(20商店街振興組合、1商店街振興組合連合会)で活動しています。

商店街を法人化することで、個店では実施できない活動単位となり、役割や目標が明確化される、アーケードや街路灯等の共同施設整備のための金融機関からの信用力が高まる等のメリットがあります。

