

公開ミーティング「商店街復権会議」の記録

開催日時：平成23年11月1日（火） 午後7時00分～9時05分

開催場所：八日市場公民館大会議室

参加者：ミーティングメンバー26人、傍聴者23人

出席委員：（学識経験者）渡辺新

（団体推薦者）宇野充紘、鈴木和彦、越川八代枝

（一般公募者）大塚榮一、林暁男、八木幸市

（7人／名簿順）

欠席委員：（学識経験者）鎌田元弘、木村乃

（団体推薦者）安藤建子、萱森孝雄、越川竹晴、橋場永尚

（一般公募者）岡田陽子、永野亮太

（8人／名簿順）

市出席者：（事務局/企画課）木内課長、大木副主幹、勝股副主査、富井副主査

（4人）

1 開 会

2 主催者あいさつ（渡辺新委員長）

企画してから1ヶ月も経たずに会議の開催となりました。事務局と皆さんの熱意に感謝します。傍聴者は一人もいないのではないかと考えていましたが、始まる前から熱気があり非常に緊張しております。

この戦略会議ですが、昨年11月に第1回の会議を開催しまして、それ以降月1回のペースで行っています。この手の会議は、年に数回行って、事務局が用意した資料のとおり結果となることが多いのですが、そういう形式的な会議は廃して、徹底的な議論を行っています。できる限り市内の実態を把握した上で議論を行い、まちづくりの仕組みを作っていきたいと思います。それを実際に施策化するのには行政の方でやればよいことで、戦略会議にはそこまでの権限はありません。

今年の夏ぐらいから会議室だけではなくて、市民の皆さんともっと接触したほうがいいのではないかと考えて、会議室からまちへ出て来たわけです。その

第1回目として、9月に「里山・檀林ふおーらむ」を飯高地区でやらせていただきました。その記録はホームページ上で公開されていますので、ぜひご覧ください。

主催者あいさつということですので、商店街に対する私なりの考え方を述べさせていただきます。

まず、今回の会議を企画するにあたって、非常に驚いたことがあります。それは、私は普段、匝瑳市内に住んでいないので、予備知識を得るために商店街に関する資料を集めようと事務局に収集を依頼したのですが、何も出てきませんでした。行政側が商店街を調査した資料はありませんし、商工会にもそれらしきものはなかったそうです。言葉は悪いかもかもしれませんが、行政側は商店街をまちづくりの一環としてどうにかしようと本当に考えているのか、あるいは商店街の人はこのまちを何とかしようと本当に思っているのか、正直なところそういう疑念が湧いてきました。それが一番最初に感じたことなので、本当に今日の会議をやっていいものかどうか、私自身の中で危機意識を持ってしまったのですが、逆に考えればやった方がいいのかもかもしれません。結果はどうなるかわかりませんが、皆さんで議論していただくなかで、少しでもまちづくりへの市民の関心・意識を醸成できれば、それだけで成功したと言えるのではないのでしょうか。

さて、商店街を取り巻く状況を二つ指摘させていただきます。

一つは、大型店の進出を挙げざるを得ません。旧来の商店街はどうやってできたのかを考えてみると、駅、役所、学校などに向かって延びるメインストリートがあって、その周辺に商店の集積として自然発生的に街ができていきます。そのメインストリートは、おもに国道だったり県道だったりするわけですが、今は旧道と呼ばれています。その旧道の外側にバイパスができて、それが現在幹線道路になって、そこへ大型店が進出するというのが全国でよくみられるパターンです。匝瑳市でも同じようなことが言えると思います。

この大型店は1970年代から出店し始めていますが、規模を拡大し始めたのは1980年代からで、特に現在のようないろいろな店舗を入れて重層化するようなことは1990年代以降です。つまり、1991年にいわゆる大店法（大規模小売店舗法）が改正されて、その後一気に大型店が進出することになります。シャッター通りが増えてくるのは、ちょうどその頃からです。

小売店の店舗数は1987年がピークだったと思いますが、それ以降は減り続けています。1990年代以降、大型店の進出が増える一方、（小売店は減っているの

に) 小売業全体の売り場面積は減っていないと思います。それは、郊外の地方都市でそういう傾向がみられ、大型店の進出により売り場面積は増えているのですが、個人の商店は減っているため、結果として売り場面積自体があまり変わらないからです。売り場面積が変わらずに大型店が入ってくるというのは、毎年、数万店という小売店が日本で店を閉めているという状況があるわけです。これに何とか対処していかなければならないということだと思います。

ただし、大型店が進出しても、活気のある商店街は必ずあります。また、シャッター通りになってしまっている商店街の中にも活気のある商店は必ずあります。それをどう見たらいいのかが大変重要なことです。

もう一つは、商店街が活気を取り戻すには、二つの要素があると思います。一つは、個人商店の経営の問題があります。もう一つは商店街の町並みです。少なくとも八日市場そのものの文化や伝統が、あの商店街には凝縮されているわけです。このままシャッター通りになっていって「あの商店街がなくなってもいいのですか」と、逆に私は皆さんに問いたいくらいです。

文化や伝統というのは、言葉では簡単に言えますが、今も続いているから伝統であって、今いる人たちが何らかのかたちで生かしていかないと伝統とは言えません。しかも、文化や伝統は里山と同じで、ある程度人間の手が入らないと保存できないものです。里山のように、完全に人の手が入ってしまうとダメになってしまうものもありますが、里山の場合には、ある程度人の手が入らないと荒れてしまいます。同じように、伝統や文化も人の営みですから、ある程度意識を持って関わっていかないと、朽ちていくものだと思います。そういう意味で商店街の場合、個店の問題とまちとしての景観の問題、この二つの問題があるのだろうと考えています。

後は、中心市街地活性化法という法律は皆さんご存知ですか。これに大店法と都市計画法を加えた三つの法律を「まちづくり3法」と言います。市のマスタープランや総合計画を見させていただきましたが、商店街をもった地域で、中心市街地活性化法などの法律を意識したマスタープランや総合計画はあまり見たことがありません。

もちろん、全国には力を入れている自治体はあります。行政で作った総合計画というのは、どこの自治体に当てはめても通用してしまうような、逆に言えば、その地域の個性が感じられないようなものが多くあります。そういうものを廃して、特に商店街で言えば旧八日市場の実態から出発した新しい計画を、ぜひ匠瑤

市で作ってもらいたいと思います。そういうものを作るときも、全て行政に任せるのではなく、最近流行の言葉で言えば、市民と行政がコラボレーションする市民協働のかたちで作っていくのが一番だと考えています。

最後に私が言っておきたいことは、匠瑛市で八日市場の商店街のマスタープランを作るべきだと思います。もちろん行政も参加して、市民の皆さんが積極的に作ればいいのだと思います。

あいさつというよりも、自分の見解を申し上げてしまいましたが、これであいさつに代えさせていただきます。

3 出席者自己紹介

各団体ごとに、一人ずつ自己紹介を行った。

4 ミーティング

- ・テーマ：「商店街の再生とJ T跡地の有効活用」
- ・コーディネーター：新生匠瑛戦略会議委員長 渡辺 新
- ・ミーティングメンバー：匠瑛市商工会（1）・同青年部（4）・同女性部（4）
八日市場青年会議所（5）
まちづくり元気隊（3）
新生匠瑛戦略会議（6）
- ・オブザーバー：林 勉 氏（寝具店経営）
太田 奈津栄 氏（理容室経営）

[コーディネーター]

特にシナリオはありません。しかし、現在、八日市場の商店街がどうなっているのかということを私自身が一番知りたいと思っています。実際はどうなっているのか、その後はどうしたらいいのか、それからJ T跡地をどう利用していったらいいのか。現在、J T跡地では単発のイベントをやっていますが、今のままでは単発で終わるしかないと思います。そういう意味で、Aさんは古くから八日市場でいろいろ事業をやっているし、商店街のことはよくご存知だと思います。口火を切っていただけますか。

[戦略会議A]

私は富谷というところに住んでいまして、今年の夏に町内のコミュニティセンターで、昭和8年頃の八日市場の中心商店街を描いた鳥瞰図を見ました。近隣の皆さんが八日市場に集って、商店街がにぎわっている全盛期の時代だと感じました。先ほど、コーディネーターから街の商業活動ということでお話がありましたが、昭和8年から戦中戦後、高度経済成長、オイルショック等を経て、昭和50年代にバイパスへお店が並ぶわけですが、そういった中でも商店街はそれほど影響を受けなかったと感じています。

その後、専門店や大型ショッピングセンターの時代になり、コンビニ、通販、テレビショッピング、ネット販売など、流通スタイルが大きく変化し、我々のエリアでも数の力というのが支配するようになりました。商店街からもバイパスに出店された人もいますが、ここ2～3年は大変厳しい状況になっています。そういう中で、ここから復権というのが始まる気がしています。現状については以上です。

[コーディネーター]

Aさんの中で一番状況がひどくなったと感じたのは、ここ数年ですか。

[戦略会議A]

そういうふうを感じています。大型スーパーの進出と同時期くらいだと思います。市民意識調査を見ても、65%くらいの方は大型スーパーを利用しているようですので、大型店の出店は非常に影響が大きかったと認識しています。

[コーディネーター]

そういう中で、商工会の方では調査や新しい商店街のあり方などを検討されたことはありますか。

[商工会B]

あまりないですね。

[コーディネーター]

それではCさん、先ほどのAさんの発言では大型店の影響が大きいというお話でしたが、そのへんはいかがですか。

[商工会青年部C]

今日は商工会青年部ということで招集がかかりまして、実際に私は本町通り商店街に加盟していますので、この会議は非常に重要なことだと思い参加しました。

確かに、一緒に頑張ってきた仲間たちが少しずつお店を閉めなければいけない状況が続いています。大型店の出店とともに、そういう状況と比例して閉店が続

いていることは間違いないと思います。

私は地元に戻ってきてまだ10年くらいですが、傍聴席にいらっしゃる先輩方はもっと広い目で見えていらっしゃると思います。この会議も急に呼ばれたもので、意見と言われても少し困ってしまうのですが、生意気言わせてもらおうと、実は本日、本町通り商店街でも勉強会を開いている最中で、そういうところで市の方とうまく連携がとれていない気がしています。そういう状況ですので、今のところどんなことを話していいのか、まだ自分なりにつかめていないというのが正直なところです。

[コーディネーター]

確かに、こういうタイトルで一体どんな会議をやるんだらうって思っていますよね。今の商店街の実態を正直に話してもらえればと思っています。個人の商店の話になるとプライベートな部分が出てくると思いますので、そのへんは注意していただいて、話せる範囲でかまいません。Dさんいかがですか。

[商工会青年部D]

商売をやっている家に生まれたので、商売人の気質でここまで来たような気がしています。商売人と会社員の方を比べると、近所づきあい、人づきあいの多さは商売人の方が多いと思います。そういう部分で、私たちは大型店ではなく、なるべく商店街で買い物をするようにしていますが、会社員の方は地元に対する郷土愛というか、そういう気持ちが少ない気がしています。

[コーディネーター]

この問題で、私が指名するよりも挙手して発言していただけると助かります。では、オブザーバーのEさん、理容業界でも同じような問題を抱えていますよね。千円カットなどの大手資本がバックについたチェーン店が進出してきていますが、そのへんについていかがですか。

[オブザーバーE]

先ほどのDさんの言うとおりの、私の店は私で四代目で、先代の頃までは近所づきあいで、皆さんよく寄っていただきました。全国理容生活衛生同業組合連合会も、過去には14万店舗という組合加盟店舗数がありましたが、今は7万店舗を切っている状況です。その一番の原因は千円カットなどのディスカウント店の進出です。

そういうディスカウント店は、大手資本が株を持っていたりしますので、個店ではとても対抗できない経営者が母体ということです。そういう状況の中で、私

たちも組合加盟店舗数が5万店舗を切ってしまうと大変危機的な状況がありまして、しかしこの不景気の中、ご近所といえども千円カットの方に移ってしまう現状もあります。

おそらく、どの店舗も収入は2分の1から3分の1くらいに減っていると思います。そういう中でどうしたらいいのかということですが、私は千葉県理容生活衛生同業組合女性部長と関東甲信越理容組合の女性部の代表を務めています。現在、青年部・女性部が中心となって、後継者育成と営業支援という二つのテーマを掲げてやっていますが、後継者育成については営業支援が成り立たないとできないということもあり、まずは女性理容師の活用に着目し、女性の視点を大切にしています。

千円カットと私たちの違いは何かと言えば、例えば千円カットは10分くらいの時間でカットして終わりというのがほとんどだと思います。私たちとしては、理容師免許というのは必ずしも髪の毛をカットするためだけにあるのではなく、公衆衛生の向上のために持っているものなので、原点に立ち返って活動を始めています。そこで、公衆衛生の大切さを消費者にどのように訴えるかということが重要になってきます。

以前、子どもたちの間で「頭じらみ」が流行していた時期がありましたが、例えば、歯医者さんへ歯科検診に行くのと同じ考えで、シャンプー一つをとってもただ洗髪というだけでなく、予防や駆除といった側面からとらえることが大事で、実際にそういう技術を私たちは持っているわけです。頭じらみなどの問題は非常にデリケートな部分で子どもたちのいじめにもつながるので、そこで教育委員会とタイアップして、皆さんの知らない知識をこちらから働きかける意味で講演会を開催したり、女性ならではというところで理容師が行える技術の一つであるシェービングにエステも加えるなど、千円カットではできない「癒し」という部分に注目し、力を入れて活動しています。

[コーディネーター]

大資本のチェーン店が出てきたことにより、改めて自分たちの域を考えさせられたということですか。

[オブザーバーE]

そうですね。今までは技術だけにこだわり、技術コンクールなどにも力を入れて参加するなど、どちらかというと髪のカットやセットに力を入れていました。

しかし、私たち理容師というのはただ単にカットするためだけではなく、理容

師法第1条に書いてあるように「公衆衛生の向上に資すること」という一つの役目を担っています。そこで、もう一度消費者にしっかり目を向けた活動をしようということで、やはり私たちは消費者あつての活動ですので、人対人という部分を大切にしようと組合全体で考えています。

[コーディネーター]

後継者育成や営業支援は、商店街全般に通ずる問題だと思います。また、原点に立ち返るとするのは非常に大切なことだと思います。

[オブザーバーE]

私たちも瀬戸際で、組合加盟店舗数が5万を切ってしまうと、いま私たちに与えられている業務独占の部分についても危うくなってしまいます。先進国の中で、営業するために理容師・美容師という正式な国家資格が必要なのは日本だけです。アメリカなどは、早くから規制緩和の中で自由化になり、免許がなくても営業できるようになりました。

しかし、そういう中で当然競争もありますから、徐々に料金も値下げしていくことになるわけですが、それで結局自分たちの首をしめることになってしまいました。

公衆衛生の部分については、しっかりとした組織がないとできないことだと思いますので、そういう意味で原点に立ち返ろうという活動をしています。

[コーディネーター]

ちなみにEさんは、休みの日はどこに買い物に行きますか。

[オブザーバーE]

子どもたちがいると大型店などに行くことはありますが、私も商売の中で育ったので、ご近所づきあいというものを大切に、商店街でも買い物をさせていただくことがあります。

[コーディネーター]

でも、やはり大型店には行くわけですね。

[オブザーバーE]

そこだけで用が足せないという事実が、商店街にあるのは確かだと思います。

[コーディネーター]

青年会議所の皆さんはいかがですか。

[青年会議所F]

今日は商店街復権会議ということですが、まず商店街の人たちが復権したいの

かどうか、そこが重要だと思います。私は野栄地区に住んでいますが、八日市場の商店街で買い物をした記憶はありません。品ぞろえが豊富で、便利で安いとなると、やはり大型店の方へ行ってしまうというのが現状です。復権と言っても昔の町並みを取り戻すのか、それとも町並みは変わってもにぎわいを取り戻すのか、そのへんも含めて考えるべきだと思います。

[コーディネーター]

商店街の人たちはやる気があるのかないのか、そういう話が出ましたが、私もそれは聞きたかったことです。ただ、会議の冒頭でその話題に触れてしまうと会議が詰まってしまうのではないかと思い、遠慮していました。

先ほどFさんから、「商店街がにぎわいのなら、町並みあるいは業種が変わってもかまわないのか」という話が出ましたが、これについてはいかがですか。例えば、大型店が進出しても活気のある商店街はあるという話をしましたが、活気はあるのですが中の業種は少し変わってきています。コンビニや100円ショップが入ったりしていますが、でも商店街の景観は保っています。このことについて、青年会議所のGさんいかがですか。

[青年会議所G]

同じ青年会議所のメンバーとして、理事長の意見を否定するのは問題だと思いますが、やはり商売はうまくいかなければ始まりませんよね。私も匝瑳市ではありませんが小売店に勤めておりまして、ホームページで売っている他の業者の値段が、うちの店の仕入れ値と一緒になんていうことは日常茶飯事です。結局どうすればいいのかというところで、私が考えることは二つあります。

一つは、商売で勝つことです。大型店に太刀打ちできるような商品やサービスを提供できるかどうかで、先ほど理容店のお話がありましたが、やはり差別化や付加価値をつけるというのは大事だと思います。

もう一つは、商店街で買い物をするということのメリット、市民にとっての利益は何かということです。それを考えること、そしてそれを皆さんにアピールすることが大事なのではないかと思います。例えば単純な話ですが、大型店がもうかると、雇用という面では地元にはメリットがありますが、その利益の大部分は本社にいつてしまいます。そうすると、本社が匝瑳市にあればいいですが、なければ匝瑳市の中でお金が回らないということです。市税や消費という面ではマイナスになってしまいます。そう考えると、商店街で買い物をすることが、我々市民にとってプラスになるというアピールをすることも、一つの手段になる

のではないのでしょうか。

[コーディネーター]

単純ではなく、すごく重要なことだと思います。湾岸エリアの幕張にはビルが立ち並んでいますが、東京の湾岸エリアにはかないません。なぜなら、本社機能がないからです。

さて、「商売で勝つ」または「差別化する」ということですが、どうしたらいいのでしょうか。先ほどEさんは「原点に戻って理容師本来の目的を重視する」ということでしたが、八日市場の商店街が大型店に勝つにはどうしたらいいのでしょうか。

[青年会議所G]

大型店に商品ごとのスペシャリストがいるかという点、そうではないと思います。それに対して、商店街のお店はもちろん取り扱う商品については、それぞれスペシャリストだと思いますので、専門性と豊富な知識をアピールすることが一つの方法だと思います。

[コーディネーター]

専門性とは少し違うかもしれませんが、商店街にも八百屋さんや魚屋さんという専門性をもったお店がありますよね。それに対し、最近の大手スーパーは契約栽培で畑をまるごと一つ買い上げ、産地直送で販売したりしているので、ひょっとするとスーパーの方が鮮度が高い場合があると思うのですが、これについてはいかがですか。

[青年会議所G]

そこで地産地消が生きてくると思います。地元で作ったものを地元で消費するという、まさにふれあいパークはそのかたちですよね。それを商店街でやってもいいのではないのでしょうか。

[コーディネーター]

戦略会議のHさんは、イオングループでソムリエという専門性を持っている方ですが、今の地産地消についていかがですか。

[戦略会議H]

まずは、大型店の仕組みについて勉強してみることで。大型店にできないことは必ずあるわけで、そのできないことを自分たちの商売に結びつけてみるのが一つのヒントになると思います。

地産地消については、言葉が先行している部分があると思います。特に地消に

関して言えば、もう少し消費の仕方、例えば、地元の野菜を使ったおいしいメニューの研究やそのPRなど、生活スタイルが変化している中で、そういう調理方法などはあまり昔から進歩していないので、そのことが地消にうまく結びついていないという問題があるのではないのでしょうか。

[コーディネーター]

地産地消も含めて、大型店に勝つには差別化が必要だという意見が出ていますが、実際にはこれが一番難しいところですよ。つまり、市内の大型店が繁盛しているということは、人の流れは来ているということなので、その流れを商店街に持ってこられるかどうかですよ。差別化に成功して、商店街に魅力ある店ができれば、その流れを引き寄せることは可能ではないかと私は思っているのですが、いかがでしょうか。

[商工会青年部C]

大型店の話が出ていますが、昔と比べて商店街というところが便利ではなくなってしまったという現実はあると思います。一度に全ての買い物ができてしまうという便利さがあることにより、皆さん大型店に行くわけで、かつての商店街もお店がしっかり並んでいた頃は、そこへ行けば何でもそろっていて便利であったことは事実だと思います。

大型店の進出により、経営が苦しくなり閉店が続いている現状だと、一ヶ所で買い物を済ませることができないので、お客さんを取り戻すには、やはり便利な商店街でなければならないと思います。

例えば、各お店に駐車場がないので、市から補助をいただき、さらに組合員も負担して確保するなど、頑張ってはいますがやはりお店の前に駐車できた方が便利なんですよ。それでも、大型店の駐車場は確かに広いですが、広い分、商店街と比べたらけっこうな距離を歩くことになります。そういうことを考えると、駐車場というよりは、全ての買い物を一回で済ませることができないという不便さが、大きな問題なのかもしれません。

[コーディネーター]

今の商工会の意見について、商工会女性部の皆さんいかがですか。

[戦略会議I]

今までのお話は非常に身近な問題だと思います。商工会には、サービス券会さん、商業協同組合さん、本町通り商店街さんという3つの組合がありますが、皆さんそれぞれが頑張っているんで、そこがうまくかみ合えばいいと思います。

そのへんの現状については、女性部のJさんがよく知っていると思います。

[商工会女性部J]

これは本当に難しい問題だと思いました。商店街にお肉屋さんや魚屋さんなどがないということで、便利さがないというのは正直なところですよ。私たちも商店街の一員としてサービス券や商品券などを使ってまちを盛り上げていますが、いずれにしても人口が減っている、若い人が減っている現状はあります。

そこで、商工会女性部では少しでも人口を増やそうと、婚活支援事業としてカップリングパーティーを11月に開催する予定です。このように、商工会でもいろいろな活動は行っているのですが、どこに欠点があるのかということを見出すのは非常に難しいことです。私たちも今日は急に呼ばれたもので、なかなか意見がまとまりませんが、実際に活動している商店街の店主たちも集めて、その方たちの意見を聴く機会があってもいいのではないのでしょうか。

[コーディネーター]

もしその後には会議を行うようでしたら、出席させていただきますのでぜひ呼んでください。

商店街で、実際に肉屋さんや魚さんはなくなっているのでしょうか。

[商工会青年部C]

本町通り商店街にはありません。

[コーディネーター]

そういう中で、お菓子などのお店は残ることが多いです。例えば、坂本さんには落花煎餅や初夢漬けがあります。これは一種のブランドで、お菓子だとかこういうブランドみたいなものは作りやすいですよ。やはり食べ物に関しては、おいしいものであればお客さんは入る気がします。

[商工会青年部C]

少し話がずれてしまうかもしれませんが、一昨日、まちの先輩とお話しする機会がありまして、そこで来年1月にオーシャンマートが閉店するというお話を聞きました。そうすると、オーシャンマートに入っていたお店は、商売する場所がなくなってしまうことになるので、商店街の空き店舗をそういう人たちのために安く貸し出すことができないのか、という話をしていました。

商店街の人たちも自分たちのことだけではなくて、まちをもっと良くしていこうと努力していることは理解していただきたいと思います。空き店舗では税金も取られているので、少しでも収入のプラスになればいいと思いますし、若い人が

そこで新しい商売を始めることで、今まで来たことのないお客さんを呼べるのではないかと、という提案もされていました。

しかし、店舗も長く使っていないと空調設備が壊れたり、内装工事をしないと人に貸し出せないということがネックになっています。私たちも商店街や商工会の方たちと、長野県へ視察に行ったことがありまして、そこでは住民の方が大家になって、若い人たちに安い賃料でお店を貸し出していました。そこで成功した人は、もっと大きな店舗を安い賃料で借りられるという、とてもいい循環でまちが動いていました。

お店の便利さという部分では、すぐにそこへ到達することはできませんが、空いている店舗・スペースをどんどん利用できるような仕組みができれば、何か変わるのではないかと思います。

[コーディネーター]

空き店舗を利用するということですが、実際に利用することができるのであれば、業種は変わってしまうとしても需要はあると思います。しかし、それはショッピングセンターなら可能だと思いますが、例えば、店舗の2階が住居になっていたりする商店街の空き店舗を借りることはできるのでしょうか。また、実際に利用希望者がいた場合、貸しますか。

[商工会青年部C]

長野県で実際に貸し出している地域があって、そこでは必ずしも住居と店舗が一緒になっていないところがあったので、一つの例としてそういう話をしました。

[コーディネーター]

匝瑳市では可能でしょうか。

[商工会青年部C]

私たちが住んでいる地区でそういう話がありました。

ここで商店街の話をするにあたり、皆さん商店街の資料やデータを持っていないので、話がうまくかみ合わないのはそのせいなのかもしれません。

[コーディネーター]

空き店舗の貸出先は同じ市内の人ですか、それとも全く違った地域の方ですか。

[商工会青年部C]

視察先では、その地域に住んでいる方かどうかまではわかりませんが、住民の方ではありませんでした。その商店街は、近くに大手スーパーが進出してきたところで、その空き店舗に出店した人は20代の若手で、小物を取り扱うお店を開い

ていました。

[コーディネーター]

空き店舗に出店している人は、成功しているかどうかわかりませんが、若い人が多いですね。

Kさんは、匝瑳市に移り住んできて、まちづくり元気隊などでも活動されていますが、匝瑳市の商店街をどう思いますか。

[まちづくり元気隊K]

匝瑳市民になってまだ1年3ヶ月ですが、もったいないというのが正直な感想です。都会の人が移住を考える場合、仕事がないというのが最大のネックになっていますので、空き店舗が借り易くなる仕組みを整えば、仕事を生み出すチャンスを与えることができます。借りる際のハードルをさらに下げるために、公的機関による補助などで賃料がもっと下がれば、ますます新規参入しやすくなると思います。

[コーディネーター]

KさんはNPOを立ち上げていますし、参入しそうですね。

[まちづくり元気隊K]

具体的な案はまだありませんが、仕事を作り出すという活動は今後もやっていきたいと思います。

[コーディネーター]

先ほどGさんが言っていた差別化というのは、ある意味個性を出すことだと思います。そこに話を戻しますが、先ほどEさんも大型店に行ってしまうという話をしていましたが、便利だけを求めていたらコンビニやスーパーには勝てませんよね。一人のお客さんがコンビニで買い物をする時間は、平均5分だそうで、長い時間いる人ほど客単価は低いそうです。そのへんはいかがですか。

[オブザーバーE]

例えば、子どもをもつ母親や高齢者の立場からすると、匝瑳市の商店街は駐車場はあるにしても、道路幅は狭いし、車の往来がけっこうありますよね。

私は昨年、香川県高松市にある丸亀町商店街という有名なアーケード街に行ってきました。そこは市民が中心となって再生したところで、空き店舗を活用する際、土地や店舗等の権利関係についても弁護士が間に入って整備したそうです。

アーケードの歩行者天国についても、時間帯で自転車も入れないようにしっかりルールが決められているので、子どもも高齢者も交通事故の心配がありません。

店舗のレイアウトについても、写真屋の隣りに結納を扱っているお店があつて、その隣に美容室、衣装屋などが並んだり、ある程度部門ごとにまとめられているので、目的を持って買い物に行けるような通りになっています。車を止めて雨に濡れずに買い物ができるという利点と、買い物客（特に子どもたち）が車の心配をすることなく安心して買い物ができるという二つの利点があります。

消費者の立場からすると、車で買い物に行けなくなった高齢者を対象に、商店街のお店が協力して自宅まで届けてくれるようなサービスも、大型店ではやっていないことだと思います。丸亀町商店街をみたときも、地域の人と行政がうまくコラボレーションして考えた商店街ですが、全国には同じような成功例はいくつもあると思います。

先ほどのGさんの発言にもありましたが、これからは大型店にはないもの、例えば配達サービスなどの新たなシステムを確立することで、大型店との差別化を図っていくことが必要だと思います。

[コーディネーター]

駐車場の話が出ていますが、確かに前よりは増えています。ただ、駐車場が増えることで、お客さんは増えましたか。

[商工会青年部C]

駐車場が増えてお客が増えたかという、そうは思いません。増やした駐車場も維持管理が難しいので、少しずつ少なくなっています。なので、集客について駐車場の数というのはあまり関係ないと思います。

[コーディネーター]

商店街の近代化というと、店をきれいにするか、駐車場を整備するか、この二つなんですが、これだけではGさんの言うような差別化にはなりませんよね。

[青年会議所G]

自分で発言しておいて恐縮ですが、差別化といってもそんなに簡単なものではありませんよね。商店街の皆さんにおかれましては、そんなこと百も承知だと思われていると思います。

私も商売をやるにあたって差別化を考える場合、やはり相手はできるけど自分たちはできないこと、逆に相手はできないけど自分たちにはできること、これ考えることが一つのきっかけになるのではないのでしょうか。商店街の素晴らしいところは、各分野の専門家がいることと、経営者の集まりだということだと思います。そういう人たちが協力し、みんなで差別化の方向を検討していけば、きっといい

アイデアが生まれると思います。

[コーディネーター]

やはり基本は、魅力ある商店の個性化づくりしかないのだと思います。匝瑳市で買い物をするときは、私も大型店に行くことが多いです。しかし、おみやげなどを購入するときは、商店街の坂本さんで落花煎餅を買ったりもします。いま改めて考えてみると、最近、車に乗ってもあまり商店街を通っていないような気がします。人や車の流れが変わってしまったことが、商店街に大きな影響を与えているのだと思います。

以前、戦略会議でも話したことはありますが、やはり人の流れというのは影響が大きくて、千葉市がその典型的な例です。今の市民会館のあたりに千葉駅があって、まっすぐ県庁に向かっていたので栄町がにぎわっていたのですが、駅が移って人の流れが変わったら栄町がさびれてしまいましたよね。

そうすると、古くからの商店街があって、そこを含めた大きな視点でのまちづくりに関わってくることになると思います。これは難しい話なので、後で議論します。

Lさんは市内に住んでいて、完全に消費者の立場ですよ。

[戦略会議L]

そうですね、この会議のメンバーの中で、私が一番消費者の立場に近いと思っていました。最近一週間で買い物をした記憶をたどると、メインはやはり大型店です。さらに1ヶ月さかのぼると、商店街では眼鏡屋、クリーニング屋ぐらいでしょうか。家族を見てみると、スポーツ用品店、飲食店ぐらいだと思います。他のお店にはなぜ行かないのかというと、特に必要がないからです。

ところが、大型店に行くと、必要な物を買ったにもかかわらず他の物も買ってしまふんですよ。商店街の眼鏡屋さんに行くときは、他の物を買ってしまふということはまずありません。

冒頭にAさんからお話がありましたが、昭和初期の商店街がにぎわっていた時代は、おそらくついでに他の物も買っていたと思います。これが本来あるべき商店街の姿だと思いますが、こういう時代ではそうはいきません。

先ほどから同じ意見が出ていますが、「これを買うにはあの店しかない」「あの店に行けば丁寧に説明してくれる」というような目的があって、それで行くお店になっているのだと思います。ただ、私たち消費者の立場になってみれば、なくなっただけは困るというお店がいくつかあります。

では、どういうふうにしたら皆さんが商店街へ買い物に行くのかということですが、先日、販売価格1万円で1万1千円分の買い物ができる匠瑳プレミアム商品券が販売されていました。昼にはすでに完売していましたが、そこで商品券が使えるお店をよく確かめてみると、大型店もそこに入っているのです。「あれ、いいのかな」と私は思ってしまったのですが、いかがでしょうか。

[コーディネーター]

大型店は、消費者にとって確かに便利です。よくワンストップショッピングとありますが、一ヶ所で買いものを済ませることができます。いろいろな商品が置いてあるので、消費者はいつの間にか多くの商品情報を得ているわけです。だから、ついでにいろいろな商品を買ってしまうわけで、いい例が「甘栗むいちゃいました」です。これが売れ始めるのも、コンビニのレジ脇に置き始めてからですが、目に入るところに置くというアイデアですよ。

大型店の持つ品数と便利さには、かつての商店街は勝てません。そこで、結局どういう魅力を出すかというところにまた戻ってきてしまうわけですが、いかがですか。

[青年会議所M]

商売で考えた場合、商品があつて、営業・戦略があつて、集客があるというこの三つがあれば商売は成り立ちます。匠瑳市の商店街を考えた場合、それぞれのお店で戦略を練っていると思いますが、それがリンクしていないというのが現状だと思います。集客を考えた場合、商店街の通りに全ての銀行が集まっているので、必ず一度は商店街に行くんですよ。

ただ、銀行に行ったあと、大型店に寄っていくという流れになっているので、この流れが商店街に向かえばいいのだと思います。中学校、高校もあるので、ある程度ターゲットを絞っていくと、成功する要素はあるのではないのでしょうか。

[コーディネーター]

私はよく知らないのですが、商店街の中でライバル意識や競争意識というものはあるのでしょうか。ちなみに、大型店同士の競争はものすごい激しいものです。そのへんはいかがでしょうか。

[商工会青年部C]

競争という部分にはよくわからないのですが、先ほどMさんからお話のありました部分について言えば、ちょうど今、商店街で行っている会議が「一店逸品運動」（各店舗が独自のサービスや商品を提供して、差別化戦略で消費者にアピールす

る運動) についてです。やはり、一つひとつの商店が頑張らないと商店街にはなれません。

そこで、まずお店が元気にならなくてはいけないのですが、それは各店舗の努力に関わってきます。個店の話ではなく、今日は商店街の議論なわけですよ。

[コーディネーター]

いや、商店街と個店の両方です。

[商工会青年部C]

しかし、ここでそれぞれのお店について語り合うわけにはいきませんので、頑張ってもらうしかありません。商店街として考えた場合、やはり元気なお店が集まるしかないのだと思います。

先ほど宅配サービスの話がありましたが、商店街の若い人の集まりではそういう話をしたことがあります。しかし、実際には手が無いというのが現状です。自分のお店を犠牲にしてまでそのサービスが提供できるかということ、20数軒の組合の中で若手は10人もいませんし、今はインターネットで全て配達してくれる時代ですから、非常に難しいことだと思います。

正直なところ、今日の会議は皆さんの率直な意見を聞いて、持って帰った方が手っ取り早い気がします。せつかくの機会ですので、いろいろな意見をお聞きしたいと思っています。

[コーディネーター]

私も少し遠慮していたところがあったのですが、少しスタンスを変えていきましょう。

いま宅配の話が出ましたが、匝瑳市にも「買い物難民」は間違いなくいますよね。宅配も一つの手段で、戦略会議でもこの話が出ましたが、やはり商店の側でアイデアを出すしかないと思います。

今日の仕掛け人の一人でもあります、Nさんいかがですか。

[戦略会議N]

各商店に「大型店に負けないように頑張ってくれ」と言うのは簡単です。閉店していくお店が増えていくなかで、例えば、坂本さんのようなそこにしか売っていない商品があるというのは一つの強みです。まるでお客が入っていないようなお店でも、インターネットの世界ではとても有名だったり、個店の経営問題としてとらえると、抜け道はいろいろあると思います。

しかし、現状の商店街を考えると、物を買うという機能は国道のバイパスに移

ってしまっている現実があります。そこで、一つのヒントになるのが J T 跡地の利用方法だと思いますので、そこを絡めて考えてみてはいかがでしょうか。

[コーディネーター]

本来、市から戦略会議に検討を依頼されていたのは、J T 跡地の問題です。もし、商店街が活性化していたら、J T 跡地の利用は私たちが考える前に決まっていたと思います。現在、単発のイベントを開催していますが、このままでは本当に単発で終わってしまうのではないのでしょうか。箱物を造るわけにはいきませんが、利用方法については商店街に元気がないと難しいのではないかと思います。そういう考えがあって、今日の会議を開催することになりました。Oさんいかがですか。

[まちづくり元気隊O]

今まで2回、主催者側でまちづくり駅前市場に関わってきた感想ですが、J T 跡地と既存の商店街をリンクさせるには、国道 126 号線があるので無理だと思います。商店街の歩行者天国は可能かもしれませんが、イベントのPR活動をする中で参加者の反応なども調査してみると、商店街とリンクさせるのは難しいと思いました。

はっきり言いますと、J T 跡地については売却が一番だと思います。余分なものを市が抱え込む必要は全くないと思います。今まで商店街の話を聞いてきましたが、商店主の皆さんのなかで、源から元気が出てくるようなものがなければ、周りがとやかく言っても難しいのではないのでしょうか。そういう活動へ市が補助金を出したとしても、補助金がなくなれば活動もなくなってしまうパターンが非常に多いので、活性化の前に既存店のシャッターを下ろさせないような方法を考えることが先だと思います。

J T 跡地については、当面暫定利用をしていく方向です。財産管理で言えば現在は行政財産になっていると思いますが、首長の判断一つで、行政財産から普通財産に切り替えることで売却はすぐに可能となります。12月議会も近づいていますので、予算措置が間に合わないので議会対策としてこのような会議をやっているのではないかと、私は思っているのですが。

いずれにしても、私の考えでは、間に国道も挟んでいますので既存の商店街とリンクさせることは困難だと思います。

[コーディネーター]

売却かどうかについては、ぜひ市議会で議論してください。戦略会議では議会

対策としては考えていませんし、私自身それをやるつもりは全くありませんので、それだけは誤解のないようにお願いします。

さて、J T跡地の位置は駅の近くですよ。よく駅前の開発の話が出ますが、八日市場駅は匝瑳市の玄関口になっていません。朝、駅で電車に乗る人はいますが、駅で降りて匝瑳市で働く人はほとんどいません。後は車で直接職場に通勤している人がほとんどではないでしょうか。もし、駅周辺を開発するとしたら、駅前を含めた内容で、さらに人の流れを考えた上で匝瑳市全域のマスタープランを作り直さなければいけないのだと思います。

例えば、市役所はかつての蚕業試験場が空いたので今の位置にあるのかもしれませんが、役所や人の集まる施設をどこにもっていくかということは、まちづくりの観点から非常に重要なことです。

かつては、大きな計画もなく今の位置に市役所を建てたのでしょう。それで人の流れはバイパスを通じて、変わっていきますよね。その前は田町に市役所があり、商店街から匝瑳高校の方へ向かう人の流れがあったので、例えば、多田屋さんで明治時代に「アララギ」の第一号が刷られるわけです。江戸時代からの老舗である、いそやさん、灰吹屋さん、坂本さんなどがあって、商店街が八日市場の文化の一つだったのです。

それを考えると、駅前を市全体の中でしっかり位置づけないと、開発しただけでは意味がないと思います。Pさんいかがですか。

[戦略会議P]

私たちが地元の商店に行くときには、やはりそこへ行くメリットがあるかどうかだと思います。うちは農家なのですが、資材や機械を買うときに、もちろん大型店に安いものはあります。しかし、なぜうちは地元の商店で買うかというと、値段はもちろん高いのですが、もし機械が故障したとしても土日でも電話一本で来てくれる、資材がなくなったときにすぐに持ってきてくれる、そういう魅力があるからですよ。

そこで、逆に商店街の方に聞きたいことがあるのですが、シャッターを閉めていない店と閉めている店との違いはどこにあるのでしょうか。特に農業では、もうかっている農家ともうかっていない農家では、努力のレベルが全く違います。

つまり、どうやったらお客さんが来るのかというところが大事だと思いますが、商店街の方はどのように考えているのでしょうか。

[コーディネーター]

素朴な疑問ですが、核心を突いている質問だと思います。農業と商店街は、似たような問題を抱えています。商店はシャッターを閉めているけどお店は手放したくない、農地は手放したくないけど後継者がいない、そういう中で商業にしても農業にしても個人の努力で個性を持たせているところは、シャッターを閉めなくてもいいのかもしれませんが。

どなたか今の質問に答えられる方いますか。少しシーンとなってしまいました。が、行き着くところは個店が他に勝る魅力を出していけるか、そこだと思います。

他にどなたか発言したい方いますか。

[まちづくり元気隊O]

消費者の立場から発言いたします。私も千葉に30年住んでいまして、2年前に匝瑳市に戻ってきました。比較するわけではないですが、市の人口も4万人を切って、さらに商店街もこういう状況だという中で、証券会社が2社ほどあります。商店主の方は、代々築いた富を持って裕福な営業をされているのか、隣の旭市のような積極的な営業は見られません。

商店街を通ってみると、シャッターが閉まっているにもかかわらず、テナントを募集していません。言い方が悪いですけど、私は今の商店街を朝夕の抜け道商店街だと思っています。

いずれにしても、空き店舗で商売できる方、またはチャレンジしてみたい方に貸し出せばいいのではないかと思います。

[コーディネーター]

おそらく、旧来の商店街の店舗を貸し出すということが難しいんですよね。

オブザーバーのQさん、野栄地区から商店街を見ていかがですか。

[オブザーバーQ]

私は生まれも育ちも旧野栄町ですが、野栄地区は個人店が点在しているくらいで、商店街というものはありません。30年前くらいに、野手の十字路のあたりに数軒並んでいた程度だと思います。なので、恐れ多くも商店街についてあれこれ言える立場ではありませんが、自分の経験談の中でお話をしたいと思います。

野栄地区では農家や行商をやっている方がいまして、特に行商の方が外で稼いだお金を地元で消費してくれた部分が多くあります。そういう方たちが一番厳しくなったのは、ディーゼル規制が導入されたときです。古い車で行商に出ようという人が少なくなりました。後は飲酒運転が厳しくなったとき、飲食店でお店をたたんだところは多くありました。

そんな最中に大型店の進出がありましたので、小さな商店はどんどん閉店していきました。それにより、独居老人のような買い物難民が多くなってしまいました。ヘルパーさんに買い物を頼んだりしているようですが、車を運転できない上に近くにお店もないという人が増えたことは事実です。

私の商売上の話をすると、野菜地区は八日市場の街中に比べるとさらに田舎なので、布団屋だけでは経営が成り立ちません。布団は一度買えばしばらくはもちますので、そうそう新規の客は見込めません。ですから、布団だけではなく、クリーニングや写真の取次所なども引き受け、いろいろな分野で集客を図っています。特にうちの周りには人の流れがありませんから、うちの店に用があるお客さん以外は来ないわけです。そこで、クリーニングや写真を扱うことで人の出入りが生まれるので、そのついでに布団も見てもらおうことで、少しでも販売につなげようと考えました。

その中で写真の現像料金についてもいろいろありました。最初は1枚35円くらいからでしたが、他の店で30円でやっているということになると、さらに料金が下がり、最終的には5円くらいまで下がりました。もちろん経費を無視した値段設定ですので、当然写真屋も潰れていきます。クリーニングについても同様の現象があって、あるお客さんからは「安いからといって数百円をケチっていたら、最終的には店が潰れて、預けていた服も返ってこなくなってしまった。最終的にはとても高くついてしまったよ」ということを言われたことがあります。

海匝地域の寝具業界も、ここ10年ぐらいの間でだいぶお店を閉めています。一つには後継者問題がありますが、やはりお店に魅力がないので、皆さん普通の企業に就職してしまいます。

先ほど差別化の話がありましたが、例えば家電の場合、型番が一緒であれば店頭でも通販でも同じ商品を購入することができます。しかし、寝具の場合、同じ商品が型番で区切られていないので、柄が一緒であっても中身をどの程度の品質にするかは自由にできます。品質はどうであれ、大型店で安いものを買いたいという人もいるし、中には本当にいいものが欲しい人もいます。

量販店に対し、価格と品ぞろえで勝負したら、まず太刀打ちできません。何で勝負するかといたら、品質の違いをアピールするしかないと思います。ネットや通販は、売ってしまえば後は関係ないというスタンスが多いのに対し、店舗販売ではもちろん変なもの売れませんので、そういう部分である程度信頼していただけるというのが強みになるのかもしれない。

[コーディネーター]

確かに、野栄地区には子どもの頃に行った商店は、もうないですね。そこは今コンビニになったりして、お客さんも入っていると思います。コンビニというのは、だいたい100平方メートルの広さで、取り扱う商品は約3千種類です。今はだんだん品数を減らしているようですが、それでも欲しいものがすぐ手に入るというのはPOSシステムの威力ですね。そういう部分に個店が挑んでも、まずかないません。Qさんの言うとおりに、個性を出したり高品質の物を売っていく以外にないのだと思います。安さ、品ぞろえ、便利さ、これだけで勝負するのはなかなか難しいですね。個店と商店街全体で何かできると面白いと思います。

そろそろ時間になりますので、最後に発言しておきたい方はぜひどうぞ。

[まちづくり元気隊K]

やはりJT跡地も商店街も、商店の方たちにいかに頑張ってもらうかが課題ですが、価格や品ぞろえで勝負したら99%負けると思います。今までの購買基準は、価格、信頼、品質などで成り立っていましたが、新しい動きとして都会では「共感」という基準が出てきています。その共感を生むためには、その人の人柄や人生観に共感して買い支えるという、有機農業の提携のようなことも、一つの要素ではないかと思います。

[コーディネーター]

ありがとうございました。Cさん、今日は商店街で会議を行っているということでしたが、その勉強後にもう一度こういう会議をやりたいですね。

[商工会青年部C]

商店街の人もぜひ呼んでください。私は、今日は商店街の一員ではなく、商工会青年部として出席していますので。

[コーディネーター]

こちらの趣旨が十分に伝わらなかったのかもしれませんが。

[まちづくり元気隊R]

今日は商店街復権会議ということで、私はまちづくり元気隊として呼ばれているのですが、商工会青年部長として発言させてください。

商店街の復権というよりも、市の活性化としてご当地アイドル「S☆cute」という組織を、商工会女性部や市産業振興課の協力を得て立ち上げました。直接、商店街の利益にはつながらないと思いますが、まず匝瑳市自体をアピールする必要があるということで、その役目を青年部の活動として位置づけて、アイドル組

織を立ち上げました。これをきっかけに、商店街が少しでも活性化できればと考えています。

[商工会女性部S]

大型店に個店が勝つには、お客様に必要とされる店になることが一番だと思っています。「商店街にはあのお店がなくてはしょうがない」と言われるような商売をすれば、生き残れると思います。冒頭で、市や商工会の方が復権に関してあまり真剣になられていないと言われたことが耳に残っています。

[オブザーバーQ]

先ほど品数ではかなわないという話をしましたが、それは寝具の他にも食料品や日用品がそろっているという意味で、寝具に限ってみれば個店の方が品ぞろえは豊富です。その点は問題ないと思います。

[コーディネーター]

私の個人的な意見としては、商店街を残してほしいと思っています。個店の経営は大変だと思いますが、商店街の景観はぜひ残してほしいです。

それでは、以上で会議を終了します。本日はありがとうございました。

5 閉 会