

令和5年度大学・地域連携事業報告会
2024年3月18日（月）

1

多摩区の地域資源と地域連携・協働を活かした
商店街活性化方策の検討
実施経過報告

専修大学経済学部
河藤佳彦ゼミナール

1. 課題認識と事業の目的

- ▶ 商店街の活性化には、地域資源を有効活用することにより、多摩区域内のみならず域外からの来訪者を増やすことも重要となる。
- ▶ また、地域経済活性化、まちづくり、観光振興などに取り組む団体との連携の可能性も視野に入れる必要がある。



- ▶ 多摩区の商店街の活性化を、地域資源を有効活用し、地域活性化に取り組む団体と連携することにより推進する方策について、ゼミ活動を通じて検討する。
- ▶ その成果を小論文として取りまとめて報告書を作成し、商業者、地域諸団体、市民、川崎市役所に還元する。

2. 構成要件の具体事例と基本仮説

【構成要件の具体事例】

- ▶ **商店街活性化の具体的な方策例**：共同販促事業、まちバル、まちゼミ、朝市・夕市の開催、軽トラ市の誘致など
- ▶ **活用が期待される地域資源**：多摩区が擁する自然、文化、歴史遺産、観光資源など
- ▶ **連携・協働が期待される地域諸団体**：地域経済活性化、まちづくり、観光振興などに取り組むNPO法人、農業関係団体など



【基本仮説】

- ▶ 商店街の主体的な取組みと多摩区の多様な地域資源を結びつけ、多摩区内外からの誘客を促進する。すなわち、多摩区内の商店街や地域資源、関係諸団体とのネットワーク化である。ネットワーク化による広域連携には、公営バスや自転車の有効活用などの方策も考えられる。

3. 学生や地域住民の参加の手法

(1) 学生の参加方法

- ▶ ゼミ2年生（17名）が4グループに分かれ、各々が独自の調査研究に取り組む。そして、その成果を小論文として取りまとめて報告書を作成し、報告会および報告書により、商業者、地域諸団体、市民、川崎市役所に還元する。

(2) 商業者、関係NPO法人の方々の参加方法

- ▶ 商業者や関係NPO法人の方々には、アンケート調査やヒアリング調査にご協力いただくことを通じて事業テーマについて共に考える機会としていただく。

(3) 地域諸団体、市民、川崎市役所の方々の参加方法

- ▶ 報告会に参加いただくことを通じて事業テーマについて共に考える機会としていただく。また、川崎市役所には報告書を提出し、内容について詳しく説明する。

4. スケジュール

【実施事項】

- ▶ ①事前学習：文献・資料調査（教員・学生）
- ▶ ②アンケート調査項目の作成（教員・学生）
- ▶ ③アンケート調査の実施（教員）
- ▶ ④ヒアリング調査の実施（教員・学生）
- ▶ ⑤地域資源調査の実施の実施（教員・学生各個人）

【実施スケジュール】

- ▶ 4月～5月：事前学習、アンケート調査の準備
- ▶ 6月：アンケート調査の準備、以降で地域資源調査の随時実施
- ▶ 7月：アンケート調査の実施と結果分析、ヒアリング調査先の選定
- ▶ 8月～9月：ヒアリング調査の実施
- ▶ 10月～2月：報告書の取り纏め
- ▶ 3月：報告会の開催、報告書の完成

5. アンケート調査の実施

〔商店街〕

調査期間：調査票7月6日発送・同21日締め切り。

対象：「川崎市多摩区商店街連合会加盟商店会」所属の14商店街
（当初調査予定15商店街、1商店街が解散したことを確認）。

対象検索方法：「川崎市多摩区商店街連合会」ホームページ確認

目的：現在の取組みを知る共に、地域資源活用、学生達がグループ
研究で考案した、地域連携・協働型の新展開の方策を提案し、
その有効性や実現可能性などについて意見を依頼した。

回答：6商店街

質問項目

▶ I. 商店会のプロフィール

- ▶ 【質問1】 商店会の名称 【質問2】 商店会の加入店舗数

▶ II. 商店会の現状と取り組み

- ▶ 【質問3】 商店街の利用者の年齢層 【質問4】 新規に獲得したい客層
- ▶ 【質問5】 商店街の空き店舗の状況について、全体の店舗数の何割程度あるか。
- ▶ 【質問6】 商店街で空き店舗を有効活用している場合、その活用方法。
- ▶ 【質問7】 商店街の特徴や強み。【質問8】 商店会による商店街活性化のための現在の取り組み。【質問9】 取り組みの効果。【質問10】 商店会と他の商店会や団体、市役所などとの商店街活性化のための協働・連携の取り組み。
- ▶ 【質問11】 取り組みの効果。【質問12】 商店会の課題。

▶ III. 学生提案への意見

- ▶ IV. その他、多摩区の商店街の活性化方策についての意見（自由記入）

〔NPO法人〕

調査：調査票7月6日発送・同21日締め切り。

対象：13法人

対象検索方法：NPO法人ポータルサイト（内閣府）より、①主たる事務所の所在地：神奈川県川崎市多摩区、②活動分野：「経済活動の活性化」または「まちづくり」または「観光」を含む法人とする要件を検索条件として確認。

目的：多摩区内において「まちづくり」などに取り組むNPO法人の皆様に、アンケート調査により、事業への現在の取組みについて確認すると共に、商店街との連携方策の可能性についてご意見を依頼した。

回答：7法人（他に1法人休止、事務所廃止1法人を確認）

質問項目

▶ I. 法人のプロフィール

- ▶ 【質問1】 法人の名称 【質問2】 法人の所在地 【質問3】 法人の設立時期

▶ II. 法人の取組みについて

- ▶ 【質問4】 法人が活動において現在、重点的に取り組んでいること。
- ▶ 【質問5】 法人が活動において、今後、重点的に取り組みたいと考えていること。

▶ III. 多摩区内の商店街との連携・協働の可能性についての意見

- ▶ 【質問6】 現在、多摩区内の商店街と協働・連携の取組みを行ってる場合、その内容。
- ▶ 【質問7】 「多摩区の地域資源と地域連携・協働を活かした商店街活性化方策」について、各研究班の提案も参照し、連携・協働の可能性についての意見、課題や必要要件など。

【多摩区商店街活性化方策案と改訂案の考案】

10

専修大学河藤ゼミ

2023年8月7日

多摩区商店街活性化方策の改訂案

【第1班】

●改訂案

みなさまから頂いたフィードバックを元に、次の提案をさせていただきます。

一つ目は、商店街ツアーの規模とテーマの限定です。地域内外の方を同時に対象に入れてしまうと内容が希薄になってしまうと考えたため、まずは地域内の方にフォーカスを当てて実施を考えております。また、ツアーのテーマを設定し、統一感のある企画にしたいと思います。例えば、各お店の自慢の商品や売り出したいものをピックアップし、それらを目的としたツアーの考案です。また、イベントを軸にしたツアーもよいのではないかと思います。

これから、夏が終わり秋になるかと思われませんが、ハロウィンをテーマに掲げ、テーマにちなんだ商品を持ち寄り、期間限定のハロウィンストリートの展開などです。テーマを変えることで様々なパターンで開催できるため、長期的に取り組めるのではないのでしょうか。

さらに、この活動の広報活動の一端として、SNSの運用を推進するのはそのまま、SNSに馴染みのない高齢者層に向けて、それとは別にパンフレットチラシの作成や掲示板の利用を行うなど、広報の使い分け、範囲拡大も重要だと思えます。

●当初案

商店街ツアーとSNSの活用を提案します。商店街の各個店と多摩区の観光スポットを組み込んだツアーを実施することにより、各商店街の認知度の向上を図り来客数の増加を目指すものです。

このイベントの広報活動の一端として、SNSを積極的に利用し、今後の広報活動のメインになるような運用のモデルケースの形成を目指します。さらに、このツアーに参加することで、地元の文化や歴史に触れ、地域住民にとってはより根強い地元愛を育み、さらには、地域外からの観光客には再来訪のきっかけになるような多摩区の魅力を発信する機会にしたいと考えます。このイベントの企画、運営や円滑な開催のための人員確保の点において、各NPO法人や地域の学校の方々と協力・連携できると考えます。

これらの活動を通して、多摩区の魅力を再認識し、さらに、地域の人々と企業がお互いに寄り添い合う機会になればと思います。また、このイベントを通して、出来上がったSNS広報の基盤や、各個店やNPO法人などの繋がりがイベント以降の多摩区の主体的なまちづくりに貢献することを期待したいと考えております。

【第2班】

●改訂案

【商店街】

・空き店舗の活用にあたって収入が必要とのことだが、最近学習スペースやリモートワークのための設備に若年層をはじめとする比較的若い世代に需要がある傾向なので、サブスクリプション方式(例:1ヶ月〇〇円で利用できる)でワークスペースを導入するのはどうか。

・若年層に向けた店舗の導入には費用がかかるということだが、既存の店舗を改装もしくはリニューアルするなどして若者も興味を持つことができるような外装や内装にすることで若年層の集客が図れるかもしれない。

・若者が来るようなイベントを行うと提案したが、具体的に安さを売りにしたイベントやアニメなどと結びつけたイベントを行うことで若年層の集客に期待できると思う。

【聞きたいこと】

今までの取り組みで、成功例などはありますか？(どんな年齢層をターゲットにしたのかなど)

【NPO法人】

・NPO法人と商店街を結びつける一環として、商店街にカフェを設置し、相談スペースとして活用できると若者の集客が見込めるかもしれない。

・環境について取り組まれているNPO法人KF様と商店街がコラボレーションし、環境について考えられるようなイベントを行うと集客が図れるかもしれない。

また、小学生や中学生などに向けてエコについて学べるイベント(SDGs やリサイクル、フードロスなど)を商店街で開催する。

・NPO法人KS様と商店街がコラボレーションし、スマホ教室などをイベントとして開催すると若年層ではないが、高齢者の集客を図れるのではないかと。スマホ教室は高齢者にとって有益であり多くの参加が見込めると考える。

●当初案

店舗およびイベントの実施について、次のとおり提案します。

○店舗についての提案

・若年層に向けたお店を増やす(周辺住宅の年齢層に合わせた店舗の導入)。

・老朽化した店舗や空き家状態となってしまう店舗を改善し、休憩スペースや学生が利用できる勉強スペースにするなど有効活用する。

・商店街の中で店舗同士が連携を取れるように、クーポンを導入し活性化を図る。

○イベント実施の提案

・若年層が来やすいようなイベントを行う。

・コロナで運動不足が問題とされている高齢者に商店街や地域資源を生かしてウォーキングイベントを実施すれば、両者において利点があるのではないかと。

アンケート調査において、多摩区商店街の活性化方策案を提案し、回答者の皆様からご意見をいただき、そのご意見を踏まえた改訂案を作成し、ヒアリング調査に臨んだ。

6. ヒアリング調査の実施

- ▶ ヒアリング調査実施時期：8月13日16日（水）～18日（金）
（商店街とNPO法人を同一期間に実施）

〔商店街〕

- ▶ アンケート調査に回答をいただいた6商店街に依頼。3商店街から協力を得ることができた。

〔NPO法人〕

- ▶ アンケート調査への回答7法人のうち、研究目的に照らし、アンケート調査を踏まえ、事業内容について理解するため、更に詳細な調査が必要と考えた2法人に依頼したところ、当該2法人から協力を得ることができた。

主なヒアリング項目

- (1) 多摩区内の商店街を巡るツアーの可能性**
- (2) イベントを実施することの有効性について**
- (3) 商店街に交流拠点を創ることの有効性**
- (4) SNSを活用したイベントの情報発信など活動について**
- (5) 他団体との協働・連携の有効性について**
- (6) ポイントカードなどの活用の可能性について**
- (7) 地域通貨の活用可能性について**

7. 地域資源調査の実施

- ▶ (1) ゼミ授業として5月18日に、川崎市立日本民家園において調査を実施した（指導教員およびゼミ2年生）。
- ▶ (2) ヒアリング調査の一環として、8月16日に、「ニヶ領せせらぎ館」を訪問した（指導教員および学生2名）。
- ▶ (3) 指導教員および学生達が、各自、多摩区内商店街などについて実地調査を実施した。
- ▶ (4) 指導教員および学生達が、2024年1月31日に公共施設を中心に地域資源調査を実施した。

(1) 地域資源調査 1

教員と学生による調査

川崎市立日本民家園

・伝統工芸館

2023年5月18日

14









稲田堤商店街
2023年8月17日



長沢商店街
2023年8月18日



春秋苑通り共栄会
2023年6月30日

(3) 地域資源調査 3

教員と学生による調査

多摩区内の商店街



よみうりランド駅前商店街(西生田商店会)
2023年6月30日



撮影: 河藤佳彦

ハロウィンイベント(区役所通り登栄会商店街(振))

2023年10月28日

撮影:河藤佳彦



登戸遊園ミライノバ **ハレの日2023**

2023年11月12日

20



ミライのバ ハレの日

2023年11月12日

撮影：河藤佳彦



(4) 地域資源調査 4

教員と学生による調査

- ▶ **目 的**：多摩区の公共施設（美術館・博物館など）の実態を調査し、多摩区の商店街振興方策に役立てるための考察に役立てる。
- ▶ **対象施設**：① 川崎市岡本太郎美術館、② かわさき宙と緑の科学館、③ 日本民家園、④ 川崎市藤子・不二雄ミュージアム
- ▶ **日 程**：2024年1月31日（水）参加者：教員およびゼミ2年生10名

【当日の実施スケジュール】

- ▶ 9：30 専修大学正門の正面2号館 入口前集合
- ▶ 10：00～10：50 川崎市岡本太郎美術館 調査
- ▶ 11：00～12：00 かわさき宙と緑の科学館 調査
- ▶ 12：30～13：30 川崎市立日本民家園
- ▶ 14：00～16：00 川崎市藤子・不二雄ミュージアム 調査

川崎市岡本太郎
美術館(撮影:河
藤佳彦、2024年1
月31日)



かわさき宙と緑の
科学館(撮影:河
藤佳彦、2024年1
月31日)



川崎市立日本民家園 (撮影: 河藤佳彦、
2024年1月31日)



24

川崎市藤子・不二雄ミュージアム (撮影: 河藤佳彦、
2024年1月31日)



8. グループ討論

25

アンケート調査準備討論 2023年6月1日



撮影: 河藤佳彦

グループ研究討論

2023年11月16日

撮影:河藤佳彦



26



グループ研究討論

2023年12月7日

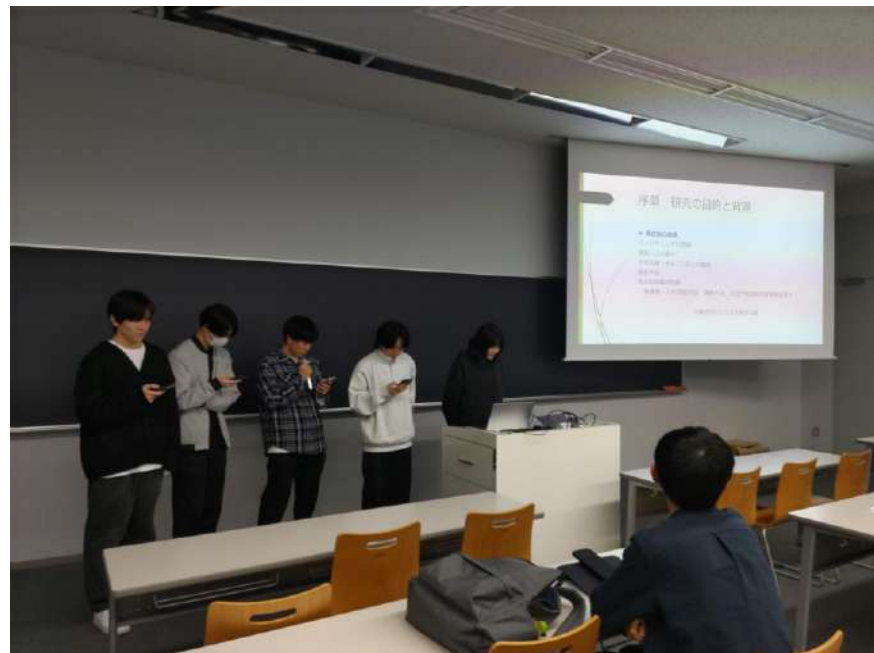
撮影: 河藤佳彦



研究成果中間報告会

2023年12月14日

撮影:河藤佳彦



28



9. 成果報告会（3月13日）

（1）趣旨・目的

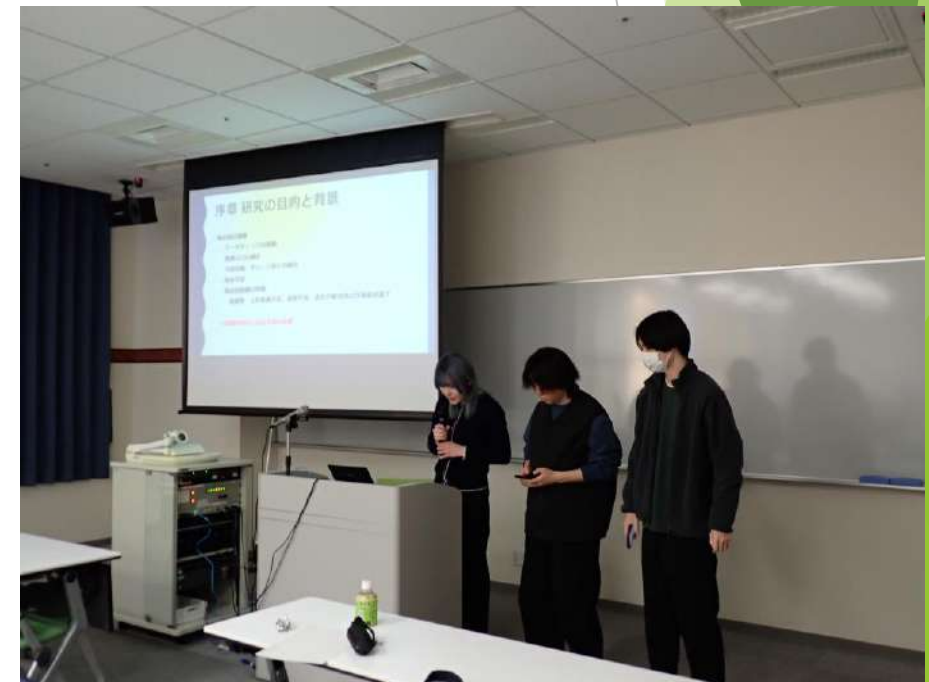
- ▶ 研究事業について、ご協力いただいた多摩区商店街連合会の商業者の皆様方、まちづくりや地域経済活性化などにお取組みのNPO法人の実務家の皆様方を対象とした報告会を実施した。

（2）実施概要

- ▶ (a) 日 時：2024年3月13日（水） 17:00～18:40
- ▶ (b) 会 場：専修大学サテライトキャンパス
- ▶ (c) スケジュール：
 - ▶ 17:00～17:15 事業の趣旨・経過の報告
 - ▶ 専修大学経済学部 教授 河藤佳彦
 - ▶ 17:15～18:15 学生たちからの研究報告（ゼミ2年生・4つの班）
 - ▶ 18:15～18:40 意見交換
 - ▶ 18:40 閉会

成果報告会

撮影：ゼミ生
河藤佳彦
(2024年3月13日)



中心主体の創出による 商店街活性化

専修大学 河藤ゼミナール

1班 佐伯翔斗 小林巧実 若山智哉 川名葵 小林蒼生

目次

- 序章
 - 第1節 研究の目的と背景
 - 第2節 先行研究レビュー
- 第1章 多摩区商店街の現状
- 第2章 瀬戸市商店連合会の事例
 - 第1節 愛知県瀬戸市の概要
 - 第2節 瀬戸市の取組
 - 第3節 活性化事業と成果
 - 小活
- 第3章 油津商店街の事例
 - 第1節 油津商店街の概要
 - 第2節 油津商店街の取組
 - 第3節 油津商店街の成果
 - 小活
- 第4章 多摩区商店街の展望
- 総括

序章 研究の目的と背景

- 商店街の課題
 - マーケティングの問題
 - 商圈人口の減少
 - 大型店舗・チェーン店との競合
 - 資金不足
 - 商店街組織の問題
 - 後継者・人的資源不足、連帯不足、店主や組合員の改善意欲低下
- ⇒活動の中心となる主体が必要

序章 先行研究レビュー

- 福田(2005)は、商店街活性化において、外部資源の活用による流通、地域社会、文化といった諸側面の機能の強化の必要性を論じた。
- 下中・下川(2021)は、街づくり会社などといった公の組織が実施する個人への対策が空き店舗の減少、さらには商店街衰退に歯止めをかけると論じた。

このことから、

- **外部組織との積極的な関係を持つことと影響力のある組織による取り組みが商店街の活性化に求められるということがわかる。**

第1章 多摩区商店街の現状

- ・ 後継者不足による役員の高齢化、活動を主導する組織の中核の不足
- ・ 当初、商店街ツアーや季節行事イベントによる集客を考案
しかし、、、それらを動かす主体がない
- ・ それらを動かす組織の中核の確立、継続するための後継者育成が必要

第2章 瀬戸市商店街連合会の事例

第1節 愛知県瀬戸市の概要

- ・ 愛知県の尾張地方東部、岐阜県との県境に位置
 - ・ 総面積111.40平方キロメートル、人口13万人超え(2023年10月時点)
 - ・ 小高い山々n囲まれ、温暖な気候。自然に恵まれた豊かな町
 - ・ 「やきもののまち」として有名 (2019年4月日本遺産に認定)
 - ・ 「一体感、活気に満ち溢れたおもてなし商店街！」をモットーに商店街を運営
-
- ・ 課題
イベントの実施、情報発信、次世代の担い手の育成、空き店舗の減少

第2章 瀬戸市商店街連合会の事例

第2節 瀬戸市の取組

- ・ 現状

- ・ 店主高齢化・後継者不足等に伴う店舗数の減少
- ・ 顧客の高齢化に伴う客数の減少 ・ 平常時の賑わいの低迷

- ・ 主な取り組み、事業

- ① 人材強化事業

- ② 空き店舗対策事業

- 若者や起業家を募集、空き店舗を拠点とし、商店街との結びつきを促す

- ③ 賑わい創出事業

- 「せとまち情報発信事業(平成30年度・32年度)」

- 「一店逸品事業(平成31年度)」、「地域イベント開催事業(平成32年度)」

第2章 瀬戸市商店街連合会の事例

第3節 活性化事業と成果

- まちづくり株式会社が事務局となり中心市街地商店街活性化委員会を設置
 - ↳ 現状把握、魅力の発信
- 外部講師「まちゼミ」実施、開業希望者の空き店舗ツアー、チャレンジショップ事業による空き店舗への出店促進
 - ↳ 3店舗開業。まちづくり株式会社の事業を活用して15店舗開業
- 消費者、出店希望者のニーズ調査などを委員会で情報共有
 - ↳ 意見をもとにツアーやSNSでの情報発信、来訪者や事業者が増加傾向へ
- 新型コロナウイルスの流行に伴い、インターネット販売を促進するためにSNSの効果的な使用方法を学ぶ勉強会の開催、商店街ICTリーダーに対する相談やセミナー、課題等の抽出のためのICTリーダー会議の開催

人材強化や空き店舗の対策、商店街の賑わい増加に成功

第2章 瀬戸市商店街連合会の事例 小括

- ・ 瀬戸市商店街連合会では、
中心市街地商店街活性化委員会を設置し、意見交換や事業を行う中心となったことで商店街の連携を深め商店街の活性化へつながった



多摩区商店街は活性化を進める主体となる存在の不在が課題として挙げられる

中心市街地活性化委員会の設置という取り組みが有効

第3章 油津商店街の事例

第1節 油津商店街の概要

- ・ 宮崎県南部、総面積535.49平方キロメートル、人口50,848人(令和2年10月1日時点)
- ・ 城下町の歴史と文化が残る商業地域と古くから漁業や海運業を中心とした港町
- ・ 昭和40年代に商業施設の集積が進み本市の商業中心地としてにぎわう
- ・ 2014年には80店舗あった店舗数は28店舗まで減少
- ・ 利用者の減少、収益の減少、店舗の減少
- ・ 「シャッター通り」、「猫も歩かない商店街」

第3章 油津商店街の事例

第2節 油津商店街の取り組み

- **課題:来街者数の減少、商店主の高齢化、来街者数の減少、空き店舗の増加**
- **市「テナントミックスサポートマネージャー（サポマネ）」全国公募**
目標4年間で商店街に新規テナント20店舗誘致
- **「(株)油津応援団」設立**（サポマネ、商店主など約40名の市民出資）
- **官民連携で交流拠点などの新機能の導入、空き店舗活用やイベント事業等の実施**
（同社直営のカフェ、市民交流施設、IT企業誘致など）
- **若者のチャレンジを後押しする「創業支援型」の新規出店サポート**

⇒**雇用の創出、新たな商店街の形（日南モデル）を構築**

第3章 油津商店街の事例

第3節 油津商店街の成果

- ・「サポートマネージャー」等の主体組織の誕生



- ・ 取り組み開始後から新たに29のテナントが進出
- ・ 企業誘致の一環で商店街の出店・店舗と企業を結びつけ、官民が連権した体制の構築
- ・ 起業、開業支援を強化し、カフェや無人書店、学生の会議室等の新たな機能を持つテナント増加

「2016はばたく商店街30選」にも選出される！

第3章 油津商店街の事例

小括

油津商店街では、

- ・ 「サポートマネージャー」という外部人材の活用
- ・ 「(株)油津応援団」という活動交流拠点の設立

これらにより、事業の推進力が向上

商店街の活性化には推進主体の創出が必要である



- ・ 人的資源不足や組織の連帯不足などの問題を抱える多摩区商店街では
外部人材の導入や活動拠点の設立が有効である

第4章

事例を踏まえた多摩区商店街の展望

- **サポートマネージャー、外部の組織の導入**
 - ⇒新たな風をもたらし更なる発展を遂げる
 - ⇒現代のニーズに合わせた手法で実行、若い世代に焦点を置いた取り組み
- **商店街の連携を行いやすくするために委員会を設置、意見交流の場を設ける**
 - ⇒外部から見た商店街の課題、商店街側は内部から見た商店街の課題
 - ⇒子育て世帯や大学生、ファミリー層の新規顧客獲得を願う多摩区商店街の今後にも繋がり、課題である役員や顧客の高齢化やの解決にも繋がる
- **課題：必要な財源の確保、市民出資が必要不可欠**

総括

- ・ 第1章 組織の中核の確立と後継者育成の必要性
- ・ 第2章 愛知県瀬戸市商店街連合会の事例を参考に、新たな中心的主体の設置による取組体制の構築の有用性の確認
- ・ 第3章 宮崎県日南市の油津商店街の事例を参考に、サポートマネージャーという形で外部から人材を呼び、外部視点の取り込みの有用性の確認
- ・ 第4章 第2、3章を踏まえ、外部との交流が不足しているとし、委員会の設置や外部人材の招聘による外部交流の活性化の必要性

外部力の強化により商店街がもとより期待する大学生やファミリー層の新規顧客獲得にも繋がると考察。しかし、そのためにはそれらを実施するための財源の確保が必要。協力者を募るためにも、まず地域のアピールポイントを外に発信することから始めるのが有効であると結論付けた。

移動販売サービスの展開による 商店街活性化方策

第2班

佐藤 龍一 大矢 真碧 常田 央都 弓削 真太

構 成

- ▶ 序 章
- ▶ 第1章 多摩区の概要と問題点
- ▶ 第2章 移動販売の展開
- ▶ 第3章 移動販売等の成功事例
- ▶ 終章

序 章

第1節 本論の目的と背景

- ▶ 人口減少や少子高齢化の進行を受けて商店街は全国規模で衰退化。
- ▶ 多摩区、特に登戸・向ヶ丘遊園エリア区画整理事業が最終段階。
- ▶ マンションや住居などが立地し、多くの人が流入との見込み。

⇒商店街の新たなスタートを迎えられる期待。

一方でマイナスの影響を受けている商店街も存在。多摩区の地域課題や土地的な問題も商店街に対して影響。

- ▶ 更なる商店街活性化のために移動販売の可能性に着目。
- ▶ 移動販売サービスの適用、移動販売における成功事例を紹介する。
- ▶ 多摩区に合った商店街のあり方について、多摩区の特徴などを踏まえた上で検討。

第2節 先行研究レビュー

- ▶ **武市(2000)**：高知県中央部における自動車を用いた移動販売をモデルとして利用者の意識と移動販売の役割。比スーパーマーケットなどが存在する地点でも、公共交通の不便な地域に住む自家用車を持たない住民にとっては移動販売が重要。
- ▶ **赤坂・加藤(2012)**：移動販売は、「潜在的利用者の絶対数が少なく、客単価が低く、居住地域が散在しているような山間部、あるいは高齢化をむかえた大都市近郊などの地域では（中略）事業を継続させることは困難」、「行政による事業補助が行われない限り、地域住民のライフラインを確保することは不可能になる」。
- ▶ ⇒無人小型機ドローンを活用した無人配送や郵送販売などといった他の支援制度も同じ役割を果たせる。
- ▶ **高梨・丸山・相川(2023)**：販売員とのコミュニケーションなど商品購入以外の側面が移動販売の利点。地域生活の現場でのコミュニケーションを活性化することにより、利用者や事業者も自覚していなかったり言語化していなかったりする移動販売の「効用」を生み出すことが重要。



- ▶ **地域生活とのコミュニケーションの活性化の側面から、商店街から見た利点と**
いった観点からの効用を出来るだけ多く検討し、多摩区商店街における移動販売
導入による活性化の方策について考察。

第1章 多摩区の概要と問題点

はじめに

- ▶ 北に多摩川、南には多摩丘陵が広がる自然豊かな街。1972(昭和47)年4月に誕生。都市へのアクセスに恵まれ、開発が進んだ地域。魅力的なスポットも多数存在し。観光業にも力を入れている。
- ▶ 多摩区の商店街活性化政策を考えるにあたって多摩区の概要と問題点、取り組み課題を確認。



- ▶ 商店街を活性化させるには店舗をリニューアルするなどの内部的なアプローチだけではなく、移動販売などの外部的なアプローチがある。後者に重点を置いて地域に根差した商店街活性化方策を考える。

第1章 多摩区の概要と問題点

概要

- ▶ 生田緑地には自然だけでなく多数の観光施設があり、内外から多くの観光客が訪れる。
- ▶ 1988年から開始されている区画整理事業により、登戸・向ヶ丘遊園エリアの再開発が行われている。
- ▶ アンケート調査の結果から、多摩区商店街における空き店舗はないということが判明。



全国的に商店街は衰退化傾向にあり空き店舗が発生するケースが多いが、多摩区は空き店舗がないことから強みであると認識。

第1章 多摩区の概要と問題点

問題点

- ▶ 地域における諸課題の中で、高齢化とそれに伴う支援の必要性が挙げられる。
- ▶ 高齢化による事業やコミュニティの継承問題
- ▶ 区画整理事業による商店街における店舗の減少。
- ▶ 道路整備率の低さが生活利便性の低下につながっている。豊富な緑地面積や坂道によって、都市計画道路の整備の障害となっている。



自治体による適切な情報提供や資金援助、**移動販売などを通じた商業活動の持続的な発展を支援する施策が必要。**

第1章 多摩区の概要と問題点

小括

- ▶ 多摩区の概要と深刻化する地域課題について確認。
- ▶ 区画整理事業によって人口流入などのプラスの面と、商店街への影響であるマイナスの面があることを認識。
- ▶ 商店街の存続・発展のため、高齢化の進展や道路整備率の低さなどの課題を包括的に対処する戦略が求められる。

地域自治体や地域住民の協力と協働によって、地域の商業活動や生活環境が改善され、地域全体の持続的な発展が促進される。

第2章 多摩区域における移動販売サービスの適用

はじめに

- ▶ アンケート結果からは若い世代の客層を獲得したいという回答が多数。しかし、商店街に足を運ぶことのできない高齢者層の再獲得も必要。
- ▶ 今後増加が見込まれる高齢者層をターゲットに新たな施策を行うことが利益にもつながると考えた。



高齢者の買い物を支援し、生存・健康確認や地域コミュニティーを提供できる移動販売を行うことを提案する。

第2章 多摩区域における移動販売サービスの適用

第1節 買い物弱者支援サービス

- ▶ 買い物弱者支援サービスは地方各県に多くみられるが、多摩区は郊外でもあるため、地方各県のシステムを流用できる可能性。
- ▶ 買い物弱者支援サービスには「移動販売」「買い物代行・宅配」「出張販売」「店舗設置」の4つに分類される。
- ▶ 移動販売は店舗ごとに売りたいものを持ち寄り販売する形式のため、ハードルが低い。



即効的な利益獲得は難しいが、継続的に拡大することで大きな利益につながるのではないかと。

第2章 多摩区域における移動販売サービスの適用

第2節 買い物弱者支援サービスと商店街活性化の結びつき

- ▶ 買い物弱者支援サービスは利益獲得だけでなく、地域に根付いた商店街の温かさをもたらしたり、地域のニーズに対応することができる。
- ▶ 高齢客層の再獲得とともに地域の安全性の向上、高齢者の生存・健康確認など利益以上の効果を得ることが可能。

第3節 NPO法人との協力

- ▶ NPO法人の部分的介入によって販売しながらコミュニケーションをしたり、イベントなど、より効率的な活動を行える可能性。

第2章 多摩区域における移動販売サービスの適用

小括

- ▶ 買い物弱者支援サービスの展開は、地域のニーズに対応した地域密着型の事業であり、全国規模で拡大。
- ▶ 地域の安全や治安維持など利益以外のプラス効果も得ることが可能。
- ▶ 高齢者の心の面をケアしたり、支援する活動を行うNPO法人と協力することで新たなコミュニケーションの創出を図る。



買い物弱者支援サービスの展開は多摩区の課題や特性を踏まえた上で最適な施策であり、商店街のみではなく移動販売を通じて更なる活性化をもたらすことができる。

第3章 移動販売等の成功事例

はじめに

- ▶ 移動販売の取り組みは全国各地で成功している事例が多く存在する。それぞれ地域の特性に合ったやり方をとっており、また目的やターゲット層によってそれに応じた施策を行う。



多摩区においても土地の特性や高齢化の進行から、移動販売を通じた買い物弱者支援サービスが適用できる。

第3章 移動販売等の成功事例

第1節 新町宅配商店街

- ▶ 幹線道路で町が分断され、商店街の利用が困難になる中、商店連盟が新たに宅配事業を開始した。
- ▶ 高齢者はもちろんのこと、子育て世代にも利用者が広がるよう事業の拡大を進めている。

第2節 中百舌鳥駅前通商店街振興組合

- ▶ 住宅で高齢者が孤独死してしまったことから、買い物弱者支援サービスにおける宅配事業で孤独死を防ぐという目的のもと、様々な支援制度を利用し成功した。

第3章 移動販売等の成功事例

小括

- ▶ 移動販売の成功事例について確認。
- ▶ 多摩区に適応したシステムを構築するには多くの時間を要する。将来を見据えた準備を進めていくべき。
- ▶ プロジェクトを実行するには商店街内の店舗の協力が必要不可欠。



買い物弱者支援サービスは全国各地で地域に合った取り組みで成功を収めている。多摩区においても商店街の協力のもと地域に根ざしたサービスを提供できる可能性を認識した。

終 章

- ▶ 多摩区では生田緑地や魅力的な施設、多摩川など地域資源に恵まれている。
- ▶ 区画整理事業のプラス面とマイナスの影響が存在している。



商店街と地域住民をつなぐ多摩区商店街のあり方の一つの政策として移動販売による商店街の活性化を考案。

- ▶ 第2章では買い物弱者支援と商店街活性化の2つの側面から考察。
- ▶ 第3章では成功事例をもとに多摩区へのサービス適用が可能かを確認した。



多摩区商店街での移動販売を実施することで商店街活性化につながるのではないか。



商店街の活性化方策

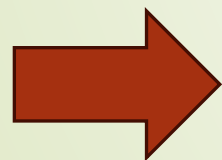
3班 齋藤大宙 黒川絢香 矢野舞桜 清水柊斗



商店街の現状認識

(ヒアリング調査・アンケート調査により)

- ➡ 金銭面
- ➡ 滞留させたい
- ➡ サードプレイスが欲しい



これらの現状認識から仮説を立てた



仮説

- サードプレイスの導入
- 観光資源の活用
- SNS・アプリの活用

サードプレイスの導入

➡ 休憩、読書、おしゃべりなどができる憩いの場の空間デザイン

愛媛県松山市二大商店街「大街道・銀天街」を事例に

➡ ノウハウが蓄積された団体が運営することやビジョンを共有することで利用者のニーズに対応できる体制が構築できる

山形県山形市七日町商店街を事例に



観光資源の活用

▶ まち歩きマップ

和歌山県田辺市を事例に

- ・ 生田、登戸を通る江戸時代からの道である津久井道を再現したマップ
- ・ フィールドワークをするまで気付かなかった場所などを伝えるのに有効



SNS・アプリの活用

SNS

- ▶ FacebookとTwitter、ホームページを併せて利用する
(ホームページへの信頼が高いという意見も)

アプリ

- ▶ スマートフォンに特化し、ファミリー層をターゲットにする情報発信強化策として開発する

橋本アプリ、がんばれ商店街・はばたく商店街を事例に

- ・ 告知や同アプリを活用したスタンプラリーイベント
- ・ ユーザーの画像アップロード機能により双方向のコミュニケーションが可能



参考文献

- 片岡亜紀子, 石山恒貴 (2017) 「地域コミュニティにおけるサードプレイスの役割と効果」 (法政大学地域研究センター) 『地域イノベーション』 第9号、pp. 73-86
- 片岡亜紀子 (2021) 「目的交流型サードプレイスとライフキャリア」 『日本労働研究雑誌』 第63巻第7号、pp. 44-56
- 佐々木陽一・寺田昭一 (2020) 「歴史活用による地域活性化戦略」 (政策シンクタンクPHP総研) pp. 1-34
- 鈴木祥平・倉田陽平 (2015) 「観光協会によるソーシャルメディア活用に関する調査分析」 (首都大学東京大学院都市環境科学研究所) 『観光情報学会第11回研究発表会講演論文集』 pp. 1-4
- 石原武政・渡辺達郎 (2018) 「小売業起点のまちづくり」 『碩学舎』
- 齋藤勝洋 (2013) 「商店街の地域性を生かした活性化政策としてのSNSの可能性」 (関西国際大学研究紀要) 第14号、pp. 131-145
- 熊坂敏彦 (2013) 「山形市七日町商店街の「まちづくり」から学ぶこと」 (筑波経済月報 2013年10月号) pp. 1-13

地域通貨の活用による 商店街活性化のための 具体化方策

4班 相河 凜音
山口 颯太
奥田 倫太郎
大角 太郎

序章

第1節 研究の目的と背景

- ・ 川崎市多摩区

→人口225,192人(川崎市、2024)

大学や藤子・F・不二雄ミュージアム、岡本太郎美術館などの多様な地域資源を持っているが、それを区の活性化に生かせていない

- ・ この課題を解決するためにアンケートとヒアリングを実施

→結果から客層が固定化されているということ、店舗ごとの利用が多いので商店街全体としての特徴を活かしていないことが挙げられた

序章

第1節 研究の目的と背景

- ・アンケート、ヒアリング調査の結果から地域通貨「たま」を活用することが多摩区商店街の活性化につながるのではないかという仮説を立てた

→地域通貨を活用することによって、新たな利用者層である若い世代や子育て世代を増加させることで商店街の活性化につながる

地域通貨を利用することによって商店街にしかない強みを作ることができる

- ・これらの点から地域通貨「たま」の活用が活性化につながる

序章

第2節 先行研究レビュー

丈島(2011)：地域通貨を継続させるうえで重要なことは市場との接続を持つこと、既存の地域コミュニティと商店街の関係を良好に保つこと、政府や自治体と共同して普及促進活動に取り組むことが必要

→これらを踏まえた取り組みが必要

孟・植田(2020)：地域通貨は「ある地域あるいはコミュニティの中でのみ流通する価値の媒体である」とであり、地域通貨導入の目的としては、新規客層の獲得や恒常的な利用の促進によるコミュニティの活性化がある

→客層が固定化されていることの解決策として、地域通貨が有効な手段

1章 1 節 地域通貨たまとは

地域通貨「たま」とは、多摩区内を循環する感謝の気持ち
を基盤に、人、地域、地球に良い影響をもたらす活動
の促進を目指すツールである。

1章 2節 現状と課題

利用者側にとって

- 利用率の低さ
- 導入されている店舗が少ない
- 入手方法が複雑

店舗側にとって

- ビジネスのメリットが不透明な点
- 導入のリターンが不確かな点

1章3節活用方法

認知度向上、利用店舗拡大、入手方法の簡略化、メリットの明確化、そしてコミュニティの結束強化が不可欠

2章 さるぼぼコインの取り組み

1節 さるぼぼコインの概要

さるぼぼコインは飛騨信用組合が発行する電子地域通貨で、高山市、飛騨市、白川村で使用可能である。専用アプリで現金や口座預金をさるぼぼコインに交換し、1パーセントポイント還元がある。加盟店ではQRコードで支払いができ、税金支払いも可能である。利用者はスマートフォン上で管理しやすく地域活性化や経済循環に寄与する。

2章 さるぼぼコインの取り組み

2節 さるぼぼコインの成功要因

さるぼぼコインは地元の金融機関の飛騨信用銀行が北郊の主体であるため、地域への信頼性と組織的な視点に基づいた体制が構築されている。

- ・ 長期的かつ安定的な運営が可能
- ・ 地域住民や事業者が安心してサービスを活用できる

また、近しい例であるPaypayのように専用アプリを通して現金や預金を電子通貨に変換し、

チャージする仕組みがあり、利用者がシンプルにかつ迅速に活用しやすくなっており、スマホ上での管理も容易なものになっている。

チャージ金額の約1%がポイントとして還元されるシステムもさるぼぼコイン利用者にとっての大きな魅力になっている。

2章 さるぼぼコインの取り組み

小括

本章ではさるぼぼコインの概要と成功理由について確認したが、これは神奈川で利用される地域通貨「たま」にも利用可能な通貨システムである。

地域通貨「たま」との違いとして、地域通貨の利用で税金を支払えることが地域への納税を電子的・効率的に行えるメリットにもつながることで利用者の増加が見込める。

サイトのみならずアプリとして導入することで利用者の利便性を向上させられる

ここで生じる課題として、若者とは対極に、高齢者のネットに対する知識不足の解消や、地域住人の声を反映することを重点に置き、市や地元の事業、サービスと相互に利益をとれるように協力していくことが重要である。

3章 アトム通貨の取り組み

1節 はじめに

本章では地域通貨の成功事例の一つとして、地域通貨としては例をみない全国展開を行っているアトム通貨の取り組みについて確認していく。そして地域通貨が広く普及している成功要因や長期にわたって活動が行えている要因を推察し、地域通貨たまに活用できる点があるかを考察していく。

3章 アトム通貨の取り組み

2節 アトム通貨について

アトム通貨とは...早稲田・高田馬場の街で、地域コミュニティを育み、街を活性化させるために生まれた地域通貨である。「環境」「地域」「国際」「教育」の4つの理念を推進している。

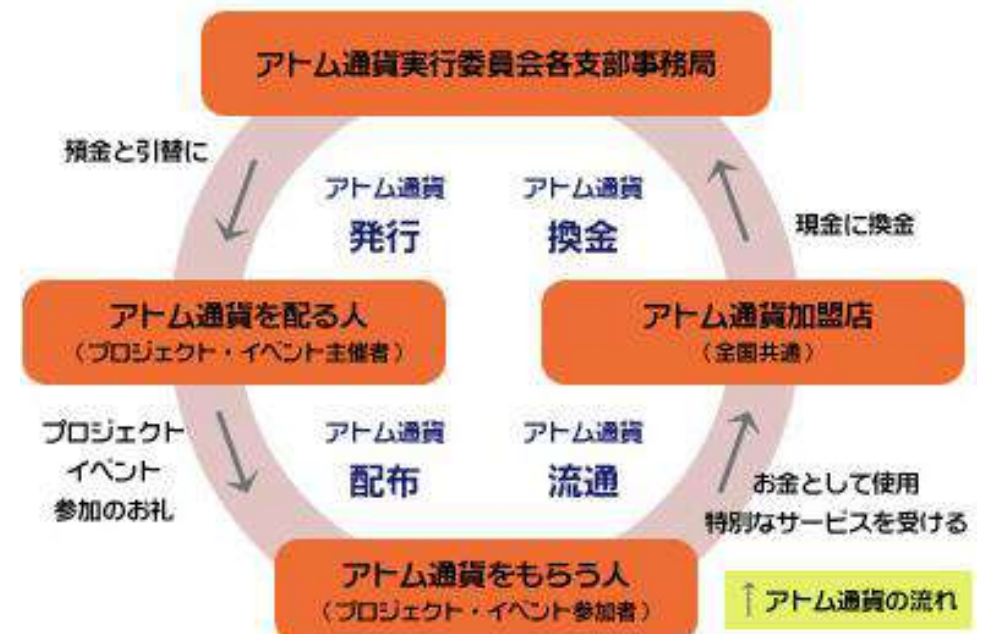
- ・アトム通貨の配布について

→地元商店街、NPO、行政、学校などが4つの理念に基づくプログラムを展開し、参加者に対して通貨が配布される。

- ・アトム通貨の使用について

→使用に関しては地元商店街において1馬力1円相当で使用可能で、商店は使用されたアトム通貨を実行委員会事務局に持参することによって1馬力1円で換金ができる。

図 アトム通貨の流通システム



出典：アトム通貨公式HPより引用

3章 アトム通貨の取り組み

3節 アトム通貨の特徴

- ・他の地域通貨ではあまり見られない、全国展開を図ることで複数の地域で流通が行われていること。現在は4つの支部が存在している。

→メリットは特定の地域で発行された通貨を他の支部がある地域でも使用することができること

- ・アトム通貨に用いられているデザイン

→一般に慣れ親しんだキャラクターを使用することで、本来商店街を利用する中～高年齢の人びとだけでなく若い世代にも地域通貨を手にとってもらえることができるため、幅広い世代に受け入れてもらうことができる。

3章 アトム通貨の取り組み

4章 小括

本章では早稲田・高田馬場で始まった地域通貨アトムの取り組みについて確認した。そこからわかったこととしては、地域通貨の普及と継続的な活動のためには、運営主体と地元商店街、自治体が理念を共有できていることが要因の一つである。地域通貨たまに関しても“参加”と“つながり”をキーワードに暮らしやすい街づくりを行うという理念があるため、その理念を加盟店に共有できている状況が非常に重要である。

また地域通貨のデザイン性についても推察していった結果、新たな世代を取り入れる一つのきっかけとして地域通貨たまにあらたなデザインを取り入れることは有効であると考えられる。

終章

総括

- ・ 多摩区商店街は客層が固定化、商店街としての特徴を活かせていないという課題を持つ

→地域通貨「たま」の活用で解決可能

- ・ たまの課題は使用率の低さ、入手方法が複雑、導入店舗の少なさ
- ・ その解決には地元密着の発行主体、シンプルで使いやすい仕組み、魅力的な特典、効果的な加盟店開拓、協力体制の構築が必要

→常時からのつながりを構築しなければならないという新たな課題あり

参考文献

孟晗・植田憲(2020)「日本における地域通貨の実態と類型」『デザイン

学研丈島崇(2011)「地域通貨の継続性に関する考察：「げんき」の事例を中心に」『関西学院経済学研究』第42巻、pp1-17
究』第67巻第2号、pp11-20

地域通貨「たま」運営委員会、「地域通貨「たま」
」(tamanowa.sakura.ne.jp)、(2024年2月17日取得)

飛騨高山信用組合さるぼぼコイン公式HP
(<https://www.hidashin.co.jp/coin/>)、(2024年2月17日取得)

アトム通貨公式HP「アトム通貨とは」.(アトム通貨とは | アトム通貨
(atom-community.jp)、2024-02-15取得)

菅原.(2014). 発寒北商店街におけるアトム通貨の活用. 北海学園大学経営
論集. 12巻. 2号. pp121-140