

はじめに

全国の商店街の多くが、郊外立地の大型店などによる競争環境の激化、中心市街地の居住人口の郊外移転や高齢化の進行などによる商圈の縮小、モノよりコト支出の増加が進む消費環境の変化など、停滞あるいは衰退せざるをえない外部環境悪化の状況の中にある。

また、商店街自身も、競争力を喪失した物販・飲食業の空き店舗化、経営採算性の悪化した店舗での後継者難、停滞ムードが支配的な中での街づくり活動の低迷など、内部崩壊の危機に遭遇している。

こうした逆境の中にある商店街には、今後、持続的に成長が見込める方向は何一つ見あたらないのであろうか。これまで商店街が成長・発展してきたのは、地域社会の中で必要不可欠な買物空間として、地域の人々から強い支持を受けてきたからである。買物目的の「生活の場」として、商店街は大きな役割を果たしてきた。

実は、売り場・買い場としての「生活の場」の提供により、地域社会と信頼の絆で結ばれていた商店街には、多様な「生活の場」を提供する公共空間でもあったはずなのである。主婦の井戸端会議の場、子供達の楽しい遊びの場、老人達の現役時代の仕事を語り合う場、我が町の勢いをほかの町に示す夏祭りを祝い賑わう場なのであった。いつしか、地域の人々は消費の多様化・個性化・高度化などにより、買物目的にあった商業施設を選ぶようになり、身近な存在だけの商店街には行かなくなってきた。そして、商店街に来街する地域の人々や商業者自身も、買物空間以外に多様な人間が交流する「生活の場」であるということをおぼろげに忘れてしまい、売買の場の機能の低下が、ほかの地域コミュニティ機能を提供する「生活の場」としての機能も一緒に低下させてしまっていたのである。

このような状況を少しでも改善するには、地域コミュニティ機能を取り組み、新たな地域社会の建設にむけて、商店街の街づくり機能を再編成する試みも、有効ではないかと考えている。そのためには、NPO 法人などの市民セクターの人々が行政の支援を受けて、多様な公益的活動を商店街にて展開できる仕組みを考えることも重要である。

これからの商店街には、非営利組織の市民セクターの人々と連携し、街に活力を与え、新たなコミュニティを築いていく社会的責任を担っていくことが大切である。

この調査研究では、そのような商店街のあり方、そうした街づくり活動に取り組んでいる事例の紹介、全国の商店街で公益的活動を実践している状況をアンケート調査により把握した実態分析やバランス・スコア・カードを使ったモデル商店街の診断技法などを通じて、持続可能な商店街の方向性を提案したいと考えている。なお、診断士グループによる本報告書は、加藤が第1章及び第5章、園及び水野が第2章、笹山及び春日が第3章、加藤及び水野が第4章を担当している。