

東京支部

商店街にぎわいづくり成功マニュアルに関する調査研究

本報告書の作成目的は、生活者の生活インフラや「街の顔」としての機能を担ってきた商店街を活性化していくための支援ツールを作成していくことを狙いとしている。ご承知のとおり、最近の東京の商店街に関する調査結果をみても、商店街数の減少はもとより景況感でも横ばい、ないし衰退と回答している割合は90%を超えている。

また、商店街活動の活動状況も「活発である」と回答している商店街は14%で、空き店舗に関する調査でも6割以上の商店街で空き店舗が発生しており、平均的な空き店舗数は4～5店舗となっている。

このような状況の中で、商店街の活性化が叫ばれて久しいが、活性化の手法がそれぞれの商店街で手探りや思いつきで行われたり、場合によってはどこから手をつけたら良いか、手をこまねいているケースも想定される。

そこで、本報告書は商店街活性化への仕組みや手法を整理して、活性化への筋道をつけていくことを試みた。具体的に本報告書の構成は、以下のとおりである。

- | |
|------------------------------|
| 1章 「商店街のにぎわい」は「地域のにぎわい」から |
| 2章 「にぎわいづくり」の準備 |
| 3章 「にぎわいづくり」の原点 |
| 4章 タイプ別商店街「にぎわいづくり事業」事例紹介 |
| 5章 マスコミに取り上げられた「商店街にぎわい事例」一覧 |
| 6章 「にぎわいづくり」への提案 |
| 7章 「にぎわい」事典 |

そこで、よく使われる「活性化」という言葉に代えて「にぎわいづくり」という表現を使用している。また、商店街が単独で活動をするのではなく、地域のさまざまな団体等との連携をすることによって無理なく継続的に「にぎわいづくり」を創出していくことを提案している。

おりしも、国では街づくり三法が改正されようとしている。また、福島県では条例による「街づくり条例」が施行されようとしている。諸外国に比べてわが国の法律の規制が緩く、大型店の郊外への出店で商店街の衰退が加速された側面はあるが、規制のみで商店街のにぎわいが戻るほど単純ではない。

われわれ商店街研究会では毎月、首都圏の商店街の視察や外部講師を招いての研修会を通じて「にぎわいづくり」の手法を検証してきた。本報告書は、各委員が多忙な中、時間をやり繰りして調査・分析・執筆を行い、まとめ上げた。まだ十分とは言い切れないが、読者各位のご批判を受けたい。