

商業集積と地域の連携事例

大阪産業経済リサーチセンター 主任研究員

竹原康幸

はじめに

近年、商店街などの商業集積において、地域の事業者や住民、学校などと連携して、地域や商店街を盛り上げる動きが見られます。しかしながら、数回開催しただけで、自然消滅してしまうことも少なくありません。そこで、継続的に連携事業が行われている事例を取り上げ、継続できている要因等を探ることで、今後の連携事業の展開の一助となることを目的として、『商業集積と地域の連携事例』（資料2015-4）をとりまとめました。

報告書では、7つの事例を取り上げていますが、ここでは、1事例を詳しく、残り6事例は概要をご紹介しますとともに、これら事例からみえてくる継続できている要因をまとめとして記載します。

「お金をかけず、汗、知恵で「やってみる」小松商店街」

事業（連携）開始の経緯

小松商店街（大阪市東淀川区）は、阪急電鉄上新庄駅の北改札口近くの人通りも多い商店街ですが、店主の高齢化や跡継ぎ問題、空き店舗の増加もみられるなか、商店街や地域の活性化、挨拶の声が飛び交う街づくりをめざして、平成25年6月から、原則偶数月の第四土曜日に、「物産市&フリマ」を開催するようになりました。当初は、商店街の空きスペースにおいて地方の物産を販売することを通じて活性化を図ろうということで、2店舗の出店でスタートしました。その後、活性化に向けた動きが地元で認識されるとともに、

- ・ 地元の地域活動協議会が、備品貸出や掲示板へのポスター掲載許可など様々な協力を行う
- ・ 近くの保育園の園児の父親の会を母体として発展した「オヤジの会」が、メンバーが様々な職業に就いていることを活かし、知識、技術、備品等を使って、フリマへの出店や会場の飾りつけなどを行う
- ・ 地域で核となる青少年リーダーの育成を目的と

し、若者が集まって地域の活性化のために様々な活動を行う「東淀川区ユースリーダー」が、音響機材を持ち込み、歌や落語など「小松オンステージ」を開催する

- ・ 美術品や楽器を専門に運送する大宝運輸が、アートの日常生活への溶け込みをテーマに出店、作品展示等を行い、高知県や東京都からも、美術関係者が来街する
- ・ 商店街など地域の課題を学ぶゼミに属する大学生が、季節にちなんだイベントを企画・実施する
- ・ 物産市への出店者数が30店舗程度に増加するなど、回を重ねるごとに、内容がより一層充実してきています。

また、「～大作戦」と銘打った企画を数多く行っており、大学生と連携して願い事を笹に飾る「七夕・たんざく大作戦」、小型家電を回収しているNPO法人と連携した「小型家電回収大作戦」などを「物産市&フリマ」のなかで展開しています。夏の暑い時期には、商店街の道路に水をまく「打ち水大作戦」も行っています。さらに、「物産市&フリマ」で使う楽器やテーブル、椅子などの提供を求める「楽器をください大作戦」、「会議テーブルが欲しいです大作戦」も展開、早々に楽器やテーブル、椅子の提供がありました。



<物産市 & フリマの様子>

こうした反応の良さも、小松商店街の活動が地域に根付いている証ともいえます。

連携における工夫・成功要因

①知恵を出し、汗をかくことで、できることから始めていく

「物産市&フリマ」の運営に際しては、潤沢な予算が確保されている訳ではなく、お金をかけずに、いかに知恵を出し、自分達で動いていくかということを念頭に置いており、「まず何でもやってみる」という姿勢で動き出すことで、自分の生まれ育った地域を良くしたい、活性化させたいと考えている地域の人達の参加につながっています。

「まず何でもやってみる」ということは、やみくもに動く、あるいは出来ない理由を考えるということではなく、どのようにしたら出来るのかを考え、かつ、無理せず、楽しみながら活動することを意味しています。

また、何を企画し、どのように動いていくのかは、会議という改まった場を設けるのではなく、日常のコミュニケーションのなかで、情報の共有化、意思決定を行っています。後述の「10000人の笑顔大作戦」も、構想時間30分とのことでした。企画に時間をかけたり、前例にとらわれたりすることもなく、やりながら改善していく、失敗しても恥でも何でもないというフットワークの軽さも小松商店街の特徴です。

②興味を引くネーミングや情報発信

「～大作戦」は、往年の人気テレビ番組「スパイ大作戦」から拝借したとのことで、一つひとつをみれば、特に大きな動きではないのですが、こうした命名により、皆が楽しんで参加できる雰囲気



<物産市&フリマでのステージイベントの様子>

気が醸し出されています。

現在、小松地域に関わりのある人の笑顔の写真（画像）を1万人分集め、この企画に賛同したミュージシャンの音楽を入れた動画作品に編集するという「10000人の笑顔大作戦」も行っています。その際にも、「これは1人の力では成功しません。みなさんの力が必要なのです」、「私たちは住んでいるこの地域が大好きです」とアピールし、周りをうまく巻き込んでいます。また、集まった画像を順次編集し、インターネット上（YouTube）で公開したり、DVDの形で配布するなど、情報発信にも努めています。

また、小松商店街のフェイスブックも、「物産市&フリマ」の情報、「～大作戦」の内容紹介、商店街内や近隣の店舗の紹介など、様々な情報を高頻度で更新し、発信しています。

③連携相手との関係、役割分担

「物産&フリマ」は、物品の販売から始まり、その後、ステージイベント開催へと事業内容が拡大していますが、全てを小松商店街で仕切っているわけではありません。ステージイベントに関しては、出演者の交渉や当日の音響機器の設営や運営、司会進行などの全てを、東淀川区ユースリーダーに任せています。また、こうした運営に対しても、商店街は資金負担をしていないとのことで、東淀川区ユースリーダーは無償ボランティアとして活動しています。

これは、資金の授受や依頼・応諾という関係が発生すると、上下関係や利害関係、損得感情が生まれ、楽しめなくなるということから、運営は全て、無償ボランティアとしているものです。また、「物産市&フリマ」への出店や店頭での販売、「～大作戦」への参加は、自発性に任せています。こうすることで、皆ができる範囲で、楽しみながら、自分達の企画として参加しています。

今後の方向性

平成27年8月には、商店街のシャッターや壁面を利用したアート作品を公開制作し、展示するというアートプロジェクトが行われました。近くで展示会を行った芸術家からの申し出に対して、特に注文をつけることなく、二つ返事で承しました。この背景には、「コミュニティの核として商店街が必要であり、新しい出会いの可能性を込め

て何かやろう。」という思いがあります。

また、今後の方向性については、「こうあらねばならない」という考えはなく、また、無理を続けても長続きしないということを踏まえ、「がんばらないけど、あきらめない」という姿勢であり、「いろいろな店の集まった“ごった煮”が商店街であり、商店街が賑やかになるのであれば、活動にもいろいろなものがあるって良い」とのことでした。

こうした思いをベースにした「物産市&フリマ」が、どのように変化していくのか。小松商店街の動きからは、目が離せません。

■ その他の事例

「工夫を重ね、進化を続ける“繁栄ワイワイ市場”」（繁栄商店街：大阪市港区）

繁栄商店街では、商業機能の強化を図るとともに、「昔の市場（いちば）の雰囲気を再現できれば…」と、毎月第一土曜日に、商店街の外から出店者を集めて、「繁栄ワイワイ市場」を開催しています。

「様々なネットワークを活かす宮之阪中央商店街」（宮之阪中央商店街：枚方市）

宮之阪中央商店街では、組合役員のネットワーク、地域との関係などを活かし、「宮之阪七夕まつり」、「みやのさかた市」、「宮之阪サポーター制度」など、様々な事業を展開しています。連携により、商店街単独ではできないことにも取り組んでいます。

「なにわの伝統野菜「田辺大根」を活用した関係作り」（駒川駅前商店街：大阪市東住吉区）

駒川駅前商店街は、諸団体と連携し、なにわの伝統野菜「田辺大根」を活用した、地域との長期にわたる関係作りを行っています。収穫後の12月に開催されている「田辺大根フェスタ」は、平成27年で19回目となりました。

「「やるき」で地域との関係を深める“ララはしば商店街”」（橋波商店連合会：守口市）

橋波商店連合会は、地域と一体となった協議会を設立し、地域の意見や提案を積極的に吸い上げ、実行に移しており、今昔の写真を集めた「守口はしば歴史展覧会」を開催するなど、商店街のみならず、地域の活性化に取り組んでいます。

「目を輝かせた子どもたちが集まる“とんだ和っかディ”」（とんだ和っかプロジェクト×富田商業

協同組合：高槻市）

とんだ和っかプロジェクトと富田商業協同組合では、子どもたち（小学生）に職業体験の場を提供することを通じて、富田の町を活性化しようと「とんだ和っかディ」を開催しています。平成27年11月開催分で5回目となりました。

「商店街活性化につながるハイキングを企画」

（大阪商業大学×四條畷商店会等：四條畷市）

大阪商業大学横見ゼミナールでは、四條畷市の観光振興、商店街活性化を目的としたハイキングを企画・運営しています。ハイキングコースでの商店街の逸品の試食、商店街のレシート提示で参加できる抽選会等で、商店街での購買を促進しています。

■ 事例からみえてくる継続要因、工夫

共通項として以下の5点があげられます。

- ①目先の売上を追うのではなく、「地域や地域の子どものため」、「商店街活性化には、地域の活性化が必要」と地域に対する愛情を持っている。
- ②小さく始めて、支援者とともに改善を加えて大きな事業にしていく。
- ③お金をかけず、創意工夫して手間をかける。
- ④連携相手を尊重する。
- ⑤デジタル・アナログ両面で情報を受発信する。

これらの点は、企業間の連携等においても当てはまることと思われますし、また、地域の商業集積と連携することで、自社のネットワークを広げたり、知名度やイメージの向上につなげることができると考えます。

■ おわりに

今回は、数多い連携事例の一部を取り上げたに過ぎません。自分の住んでいる、あるいは、働いている地域を活性化させたい、地域貢献したいという方、あるいは、連携相手や連携のコツを探しているという方は、商店街など身近な商業集積に足を運んでみてはいかがでしょうか。新たな出会い、発見があるかもしれません。

この報告書は、当センターが実施した他の調査結果とともに、当センターのウェブサイトでご覧いただけます。

<http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/>