

蓮華寺池公園からの旧東海道商店街への誘客促進に関する研究

静岡文化芸術大学 文化政策学部 文化政策学科 都市・地域ゼミ

指導教員：教授 藤井 康幸

参加学生：池田 向陽、池谷 遥花、幸田 流楓、

小林 瑞季、原田 総太、春寄 英斗

1. 要約

来訪者の多い蓮華寺池公園と旧東海道藤枝宿の接続は長年の課題となってきた。旧東海道藤枝宿は典型的な近隣型商店街であり、販売という観点だけでは再活性化の困難な状況にある。本研究は、地元の行政、民間団体、商店街キーパーソンの協力を得て実施し、外部との連携や外部人材の導入、テーマとターゲットを明確に設定した情報発信、地域の商店街組織全体の協調、さらに、商店街の通りのセミモール化にかかる提案を行った。

2. 研究の目的

旧東海道藤枝宿の商店街は、「藤枝市商業振興戦略」改訂版（2011→2020）」において、地域型商業地として地域住民の生活を支える場として位置づけられている。旧東海道から最短距離で約200mの蓮華寺池公園は年間145万人が来訪し、人気のカフェと藤枝市の子育て支援施設も立地しているが、現状では、旧東海道藤枝宿の商店街のつながりは十分ではない。本研究は、旧東海道藤枝宿の商店街への蓮華寺池公園方面からの誘客、並びに、旧東海道藤枝宿の商店街の抱える課題解決策の提案を目的に実施した。

3. 研究の内容

本研究においては、以下を実施した。

- ・文献、統計資料により、旧東海道商店街の現状について分析した。
- ・地元でまちづくり、地域マーケティング等を手掛ける一般社団法人と旧東海道商店街の活性化を担当する地域おこし協力隊によるまち歩きツアーの企画過程と実施されたツアーに参加し、地域の歴史文化ストックの再発見や個店等との接点を通じた商店街活性化について検討した。
- ・商店街キーパーソンへのインタビュー（2商店街の計3名に対して実施）を実施した。
- ・上述の現状分析、地元と連携した検討を踏まえ、課題解決策の提案の参考となる事例について研究し、いくつかの提案を行った。

4. 研究の成果

(1) 当初の計画

ゼミ事業として、街頭インタビューとアンケート調査の実施を検討した。

(2) 実際の内容

「3. 研究の内容」記載の研究を行った。

B 一部修正。藤枝市で進行しているツアー企画、アンケート・インタビュー企画との整合をはかったため。これら以外の当初の計画はおおむね、ゼミ事業内で扱った。

(3)実績・成果と課題

以下の研究の実績・成果と課題を得た。

1) 旧東海道商店街の現状の整理

旧東海道商店街は、市内の10地区の区分では藤枝地区に位置する(図1)。2003年3月時点から2016年3月時点にかけて、藤枝市全体の人口(2009年1月に市町村合併で藤枝市に入った旧岡部町を除く)が2.8%増加した中で、藤枝地区の人口は5.1%減少した。また、2016年3月時点の藤枝地区の高齢化率は26.9%と、市全体を3.7ポイント上回り(図2)、藤枝発祥の地である市内中心部の空洞化が読み取れる。さらに、高齢化率について、市内全206で構成される町内会別にみると、概ね旧東海道商店街に該当する5町内会(上伝馬、千才、長楽寺1、下伝馬、白子)の高齢化率は34.6%とさらに高い数値となっている。

商店街の会員営業店舗率については、旧東海道商店街は、再開発等で商業業務集積の進んだ藤枝駅周辺商店街を大きく上回る(表1)。営業店舗の多くが商店街組織に加盟している点は、組織として事業展開する際の強みとなり得るが、旧東海道商店街では、テナント店舗数、また、店舗の入れ替わりが極めて少ない。また、旧東海道商店街では、空き店舗のうちで貸す意思のある店舗が少なく、商店街インタビューによれば、高齢となり引退した後に、廃業する店舗が多いということであった。



図1 旧東海道商店街の位置図

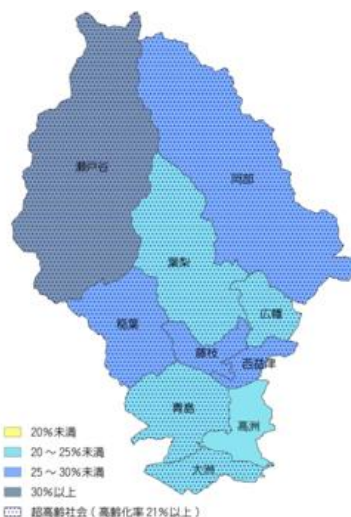


図2 市内の地区別の高齢化率

出所：藤枝市「藤枝市商業振興戦略」改訂版(2011→2020)資料編、2016年3月
(<https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/sangyo/plan/1479268859220.html>)

表1 旧東海道商店街(藤枝地区)と藤枝駅周辺地区の商店街の比較

	営業店舗数	会員の 営業店舗数	会員営業 店舗率	空き店舗数	空き店舗率	空き店舗の うちで貸す意 思のある店 舗の割合
旧東海道商店街 (藤枝地区)の5商店街	168	144	85.7%	33	16.4%	30.3%
藤枝駅周辺地区の 5商店街	432	209	48.4%	44	9.2%	79.5%

注：対象とした商店街は、旧東海道商店街(藤枝地区)が上伝馬、千才、長楽寺、白子(藤枝名店街)、下伝馬、藤枝駅周辺地区が、駅南、駅前日の出、喜多町、富士見町通の各5商店街。

出所：藤枝市資料(商業観光課調べ、2018年3月時点)より作成。

2) まち歩きツアーとの連携を通じた課題の検討

蓮華寺池公園そばに事務所を置き活動する一般社団法人 SACLABO と旧東海道商店街の活性化を担当する地域おこし協力隊の企画・実施する“ひとめぐり”と題されたまち歩きツアーに参加した。2018年12月には、岡部宿において一般参加者の参加も得て2回のツアーが実施され、地元のいくつかの匠の店舗と寺院を巡った。藤枝宿においても同形態のツアーが検討中で、2019年3月に延べ3回の実施が予定されている。

旧東海道商店街（藤枝地区）には、江戸時代の街道の経緯に関連し、市内の寺院の約半数が立地している。また、一つひとつが個店であることもあり、市民に十分知られていない面もあるが、旧東海道商店街には、ユニークな店舗の集積があることを知った。旧東海道商店街は、商店街活性化手法として全国的に知られる“まちゼミ”や100円商店街（100円商店街を実施している白子商店街では、顧客との対面会話を重視し”100円笑店街“と呼称）も実施している。様々な人や店を訪ねるという性質上、1回あたりのまち歩きツアーの規模は、10名未満と少人数であるが、一般市民が、地域の歴史文化を背負った人や店舗と接点を持つという有意義な事業といえる。ウェブやSNSなどの様々な情報発信の手段のある時代であり、今後の課題は、より広範な情報発信を通じた幅広い市民への訴求にあると考える。

3) 商店街キーパーソンインタビューを通じた課題の検討

商店街キーパーソンインタビューを通じて、次を旧東海道商店街の課題として整理した。

① 事業環境の厳しさ

旧東海道商店街は典型的な近隣型商店街であり、物を売るという点では、大規模事業者に対抗することは難しい。2000年に施行された大店立地法の影響は大きく、その前後であれば、商店街として様々な工夫を凝らした活動を展開していたが、当時こうした活動の先頭に立っていた事業者は高齢化し、活動の意欲を保つことさえ難しいとあった。

② 活気ある蓮華寺池公園との落差

蓮華寺池公園は、公園そのものの魅力に加え、近年では、人気のカフェと市外からの来訪者も多い子育て支援施設も加わり賑わっている。蓮華寺池公園と旧東海道商店街は最短距離で200m、この200mについて桜並木になぞらえた“藤棚トンネル”が提案されたこともあったが実現には至っていない。藤祭りの駐車料金分が旧東海道商店街での買い物券になるという方策もとられているが、認知度、利用度はまだ低いようである。蓮華寺池公園の2箇所の駐車場のうち、旧東海道商店街に近い南駐車場だけでも約300台なのに対して、一方の旧東海道商店街は、商店街ごとの共同駐車場が数十台単位で数カ所であり、蓮華寺池公園の訪問者を旧東海道商店街に引き込むに難しい構造がある。

③ テナント店舗、店舗の入れ替わりの少なさ

旧東海道商店街ではテナント店舗が少なく、かつ、店舗の入れ替わりも少ない。外部から、ユニークな店舗や事業形態が入ると、活性化につながるが、そうしたことがなされていない。高齢化した事業者は、日々暮らすのに困っているわけでもなく、積極的に貸そうとすることは無いということであった。

(4) 今後の改善点や対策

ゼミ生の現地訪問日程の確保が当初の見込みより難しく、現地訪問回数が少なくなった。

商店街アンケートは2018年度から2019年度にかけて、市によって企画されていたこともあり、ゼミ事業としては実施しなかった。

5. 地域への提言

以上の整理、検討を踏まえて、次のような地域への提言をなす。

1) 商店街の周辺人材との連携

藤枝では、おんぱく（温故知新）による地域活性化に取り組み、その中心団体の SACLABO は蓮華寺池公園に拠点を置く。組織の中核人材は旧東海道商店街にもつながりがある。こうした人材は、年代的にも、大店立地法前後に商店街再活性化に取り組んだ層よりも若く、商店街組織が、商店街のすぐ近くにいるこれらの人材、とより連携することが有効であると考えられる。

藤枝市と SACLABO の企画で昨年度より実施されているまち歩きツアーひとめぐりは、市民、地域活性化等を手がける民間団体、行政、商店街等の事業主を結びつけるもので、意義深いものと評価できる。まち歩きツアー自体の人数を増やすことは難しく、まち歩きツアーに派生した活動、事業実施、情報発信などに展開されていくことが望まれる。

2) 外部人材を導入する仕組み

旧東海道の商店街組織は、空き店舗を借り上げて、日替わり弁当等の販売店舗、貸しギャラリーと活性化に取り組んでいる。賃借等を通じて利用可能な空き店舗は決して多いとはいえない。こうした状況下で、外部人材との接点を増やす方策として、掛川横須賀ちっちゃな文化展の方式を提案する。ちっちゃな文化展では、空き店舗や空き住宅のみならず、現役店舗や現役の住宅、総数約 70 棟が例年秋の 3 日間の会期中、掛川内外のアーティストの作品展示の場となっている。

展示のために商店街店舗等を利用することは、不動産賃貸契約なしにでも可能であり、外部人材との接点を容易に持つことができる。旧東海道商店街の場合には、ちっちゃな文化展のように芸術だけをコンセプトとせず、地域の歴史文化や新商品の展示、また、近隣の学校と連携した活動や、異業種が生鮮食品を店頭で販売している事例に見られるような高齢者の生活支援事業なども考えられよう。外部の新しいアイデアがもたらされることで、商店街関係者の動機付けとなり、後継者探しにもつながることが期待される。

3) 食のテーマ商店街化

藤枝はお茶どころであり、スイーツの店も多い。藤枝商店街で誕生したサッカー最中も知られるところである。餡や抹茶をモチーフとした新商品開発がなされれば、蓮華寺池公園を訪れる子育て世代の女性の誘客につながることを期待できる。

店舗や商品の情報発信方法は重要であり、スマホ世代に訴求し、来訪を促すものとする必要がある。商店街においては、従来型のチラシ、イベント等については市の広報誌といった従来型の広報がとられるが、インターネット、SNS やテレビといった広がりを見込むことのできるメディアを意識することが有効であろう。

4) 旧東海道商店街全体の協調

以前は、旧東海道商店街全体で活性化に取り組む「やらざあきんどの会」などの動きもあったが、現在は下火になってしまったという。個々の商店街が個別に事業展開するのでなく、旧東海道商店街で一体化として取り組むことも、来訪者の認知度を高めるためには必要となる。スタンプラリーは手軽に始めることのできる共同事業であり、時間制利用となっているスマイルホールの利用者を商店街に呼び込む工夫と組み合わせられるとよい。さらには、藤枝地区の商店街が連合した組織が組成され、そこに、様々なスキルを持つ外部人材が、時に有償、時にボランティアで関与するという仕組みができると有効であると思われる。

5) 旧東街道商店街のセミモール化

旧東街道商店街は道路の両側に商店等が立ち並ぶが、商店街としては道路幅員が広く、歩行を楽しむという環境にはなっていない。現実的には将来的な話となろうが、西側は上伝馬商店街、東側は白子商店街の旧東海道約 1.3km の区間について、車道蛇行並びに植樹帯と歩道を拡幅するセミモール化を提案する。幸い、本区間の南 500～700m には国道 1 号が通り、現在の旧東街道の自動車交通量の受け皿となることが見込まれる。

セミモール化された商店街には、高齢者や障がい者の利用するパーソナルモビリティにとってやさしい空間となるとよい。歩行者や憩いの空間が広がることで、外部空間でイベント実施や販売がしやすくなる。

6. 地域からの評価

本市の課題の一つである、「蓮華寺池公園からの旧東海道商店街への誘客促進」につきまして、調査研究を行っていただき、ありがとうございました。

このたびの研究では、課題を整理したうえで、立地特性を生かしたデータ分析やヒアリング等によりハード、ソフトの両面から活性化策をご提案いただきました。

「外部人材の導入」や「ターゲットを明確にした情報発信」、「組織全体の協調」等のキーワードは、今後の商店街活性化策に向けて、買い物の場はもとより交流の場として、大変重要な提案であると認識したところであります。

今回の調査結果は、今後の商店街活性化施策の参考とさせていただくとともに、この研究をきっかけに、商業振興戦略の目標像である「活力と賑わいが続き可能性と魅力があふれる藤枝」の実現に向けて、更にご協力いただければ幸いです。

(藤枝市産業振興部商業観光局商業観光課兼商店街活性化推進室)