

## 【助成事業：商店街活性化イベント事業】

### ポイント

## 大型店の谷間で地域コミュニティが息づく人情商店街

周辺には売り場面積日本一のアウトレットや、複数の大型スーパー、モール等に囲まれる首都圏のベッドタウンの商店街。高齢化が進む中で地域のコミュニティ団体等との連携や子育て世代を取り込むイベントで集客を図るほか、出張商店街で大型店閉店地域の買い物難民の支援を展開、地元密着の人情商店街として多くの人々に親しまれている。

### 商店街情報

所在地：埼玉県所沢市和ヶ原1丁目114-20

地域の人口：343,993人 158,066世帯

(所沢市 平成30年3月現在)

商店街の類型：近隣型商店街

組合員数：39名

店舗数：45店舗(主な業種構成：飲・食料品、家電製品、衣料品、生花、和菓子、飲食・サービスなど)

TEL：04-2948-1606 FAX：04-2948-2806

URL：http://wagahara.net/



商店街の風景

## 商店街の概要と近年の環境変化

首都圏の西部、埼玉県所沢市の西武池袋線狭山ヶ丘駅から徒歩5分ほどに位置する近隣型商店街。池袋まで急行で40分ほどの位置にあることから、都内等への通勤者が多く住まう地域でもある。当商店街の愛称『トコロード』は、駅から所沢商業高校への通学路でもあることから『所商通り』として親しまれて来たことに由来する。商店街の成り立ちは比較的新しく、昭和40年代になって地域一帯が住宅地として開発されるに伴い多くの人が移り住み、生活に必要な小売店が開店して商店街を形成。人口の増加とともに利用する消費者が増加し、当時は“埼玉のアメ横”と言われるほどに大勢の来街者で賑わった。

しかしその後、国道463号線の開通など道路網の整備と車社会の本格化とともに大規模なスーパーが周辺に相次いでオープンしたほか、日本一の売り場面積を有する大型アウトレットモールが2kmほどの至近に開店するなど商業環境が激変。さらに、高齢者のみの世帯が増えるなど地域消費者の高齢化が急速に進み、来街者は大幅に減少している。

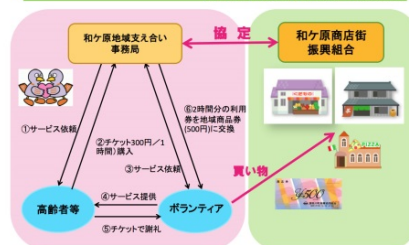
商店街組織としては昭和46年に任意組織の商店会を設立、さらに平成元年に商店街振興組合として法人化し、商店街組織の強化を図った。組合では共同駐車場の整備のほか平成25年に交流施設「トコロードコミュニティーセンター(和ヶ原支え合いセンター)」を設置、商店街イベントや地域のコミュニティ活動に利用され、商店街活動の拠点としての機能を発揮している。また、販売促進手段としてポイントカードの「トコちゃんカード」を運営、地元客の8割程度がカードを保有しており、これを利用した抽選会やバス旅行などを実施している。



和ヶ原支え合いセンター

### 和ヶ原地域支え合い事業

～ NPO法人日本カルチャーヨガ協会 ～



左 当商店街イメージキャラクターのトコちゃん  
右 商店街内の加盟店で使用できるトコちゃんカード

## 助成事業の概要とその成果

当商店街では、従来から賑わいづくりと集客・販売促進のためのイベントを積極的に実施してきた。特に、高齢者対応を意識した「お彼岸セール」や「トコロード遊びの日」「歳末感謝祭」等を実施してきたが、助成事業では地域団体や地元高校生のアイデアを活用し、コミュニティスクールやハロウィン等の事業を強化するなど、地域の子供達や子育て世代をターゲットとした新たな要素を加えて実施。さらに平成26年度事業では、所沢市との協議に基づき買い物難民対策という社会的要請への対応を図った。

また、イベントの運営は若手と女性組合員が加入する「若手経営塾」のメンバーが中心となって企画・運営に当たった。

### <平成25年度事業：歳末大感謝祭事業&地域交流サロン事業>

#### ①歳末福得抽選会と西武ライオンズ握手会

従来から実施していた歳末抽選会の規模を拡大するとともに、新聞の折込み広告等のPRを強化して集客を図った。また、所沢市に本拠地がある西武ライオンズの選手を招いて握手会を開催。抽選会の商品券の発行枚数が例年の1.5倍になるなど、多くの来街客で賑わった。

#### ②地域交流サロン事業

コミュニティ施設を活用して、14日間に亘ってパソコン・タブレット講座、健康づくりのためのヨガ講座、フラダンス講座を開催。高齢者から育児中の女性や来街が初めてという人も参加し、新たな顧客層の開拓につながったほか、講座の定期的開催を望む声が多数寄せられた。

### <平成26年度事業：商店街活性化イベント事業>

#### ①地域コミュニティと連携した販売促進等の事業

通常のお彼岸セールに加え、地元野菜を使った体を温めるスープづくりと健康体操講座を開催。また、ガラポン抽選会や地元野菜を販売する歳末大感謝祭に合わせて地元NPOとの連携による「出産・こそだて準備祭」を実施。子育て映画の上映や子供の似顔絵づくり等を行って若い世代にアピールした。

#### ②集客等のイベント

毎年10月に実施する「トコロード遊びの日」に加え、青年部が中心となってハロウィン仮装パレードを実施。子供だけでなく大人も仮装して参加し、子育て世代に好評であった。また、11月15日の県民の日に合わせてイベント(埼玉県商店街振興組合連合会の声掛けイベント)では、100円商店街とスタンプラリーを行った。

#### ③買い物支援事業

近年の商業環境の変化等により、所沢市からも買い物弱者支援策として要請を受けていた事業で、スーパーが撤退した地域である近隣のフラワーヒルの住宅地で出張商店街を試験的に2回実施した。組合員が商品を持ち寄って車で運び、現地で販売を行うもので、助成事業後は定期的に開催することとした。

### <助成事業による成果等>

子育て世代など新たな顧客層の開拓により、多くの顧客に商店街を知ってもらえたほか、地元のNPO等との連携で地域コミュニティ活動を強化することができた。また、買い物支援事業では、出張商店街を実施した地域から商店街ツアーとして当商店街に足を運んでもらう方法も講じて新たな顧客の開拓を進めることができた。



上 平成25年12月「歳末福引大売り出し」  
西武ライオンズ握手・サイン会に並ぶ人たち  
下 平成26年1-2月 地域交流サロン  
iPad(タブレット)講座の様子



上 平成26年12月「出産・こそだて準備祭」  
バルーンパフォーマーによる風船アートも  
下 平成26年11月 埼玉県民の日イベント  
同時開催された100円商店街の風景

## 助成事業以降の商店街活動

平成28年になって、それまで商店街の核店舗的存在であった地元スーパーが撤退したため歩行者通行量が大幅に減少、組合員店舗への影響も大きなものがあつた。このため商店街では集客と販売促進のためのイベントを積極的に開催したほか、近隣にある所沢商業高校との連携で賑わいの創出に力を入れた。

### ①販売促進・集客イベント

5月には商業祭、7月はお中元福引抽選会、8月の夏祭りとお化け屋敷、9月は秋のお彼岸セール、10月トコロード遊びの日、11月埼玉県民の日のイベント、12月は恒例の歳末福引抽選会、3月春のお彼岸セールと年間を通じてイベントを実施し、地域からの顧客の誘引に努めている。

### ②こども食堂とキッズイベント

月に2回、コミュニティセンター（和ヶ原支え合いセンター）において地元の主婦たちと連携してこども食堂を実施している。また、これに合わせて読み聞かせ等のキッズイベントを行っており、若い層の来街に結び付けている。



こども食堂での一コマ  
主催は地域で見守り子育てをすることを推進している団体

### ③所沢商業高校との連携イベント

夏のイベントであるお化け屋敷と秋のハロウィンは、近隣の所沢商業高校の生徒の協力を得て開催。高校生たちのアイデアで多くの来場者を得ており、今後も校長先生との話し合いで事業を継続するほか商品企画等も検討を進めている。また、ハロウィンは子供だけでなく大人も仮装して参加する方式で、毎年大きな盛り上がりを見せている。



左 平成28年8月「トコロードお化け屋敷2016」  
集合写真と内部の様子

右 平成26年より開始されたハロウィンイベント  
商店街の各店舗で仮装した子どもたちにお菓子が配られた

### ④出張販売事業

26年度の助成事業から実施している出張販売事業で、買い物困難地域である所沢市内のフラワーヒル地区（約3.5km程離れた地区）で、月3回の出張販売事業を継続して実施。商店街からは生鮮など8店舗ほどが参加しており、地域の高齢者に喜ばれている。またこの縁で、同地区から車の乗り合いで当商店街に買い物に訪れてもらうようにもなり、コミュニティの輪が広がりがつつある。さらに今後は、買い物バスについても検討を進め、他の買い物困難地域への支援等も検討していく予定である。



平成27年1月以降フラワーヒル地区で  
毎週実施されている出張商店街

## 自治体による活性化支援等

### 所沢市

所沢市は首都圏の西部に位置し、人口は34万3千人、埼玉県内では4番目の規模で商業人口としては恵まれた環境にある。しかし近年、人口は横這い傾向にあるほか、購買力は首都圏中心部等に流出している傾向がある。また、住民の高齢化が進んでおり、こうした地域では商店街等によるコミュニティ支援が期待されている。

現在市内の商店街数は42でそのうち法人組織は6となっており、その構成員についてみると、小売りの物販店は減少傾向にある。また、市が実施した商店街に関する調査では、74%の住民が市内の商店街に頑張ってもらいたいと回答しており、とりわけ「トコロード」については『色々活動してくれてとても良い』『お店が色々あり便利』等の声があり高い評価を得ている。

市では、こうした商店街活動を支援するため、市の職員が商店街を訪れて指導等を行うほか、以下のような助成策を講じている(主要なもの)。

- ① 中心市街地にぎわい創出支援事業として、商店街イベント事業等への助成
- ② 魅力ある商店街創出支援事業として、商店街の共同施設や共同事業、街路灯の電気料等について助成(トコロードが実施している買い物難民対策事業については、助成率をアップして支援している。)
- ③ 空き店舗利用・新規創業等による出店への助成
- ④ 商業経営者グループ研究事業として、テストイベントや新たなチャレンジに対して助成等を実施

今後も商店街については、誘客のための繁盛店づくりや歩いて心地よい環境づくりのほか、地域コミュニティの場の提供や共助・協同の仕組みづくり等を期待している。

## 商店街の今後の戦略

### 地域に寄り添うまちづくりを

かつて周辺にスーパーがなかった時代、商店街は“埼玉のアメ横”と言われるほどに賑わい、広い範囲からお客が訪れていたが、現在は大型のスーパーやアウトレットモール等に囲まれて来街客が大幅に減少している。こうした中で商店街では、販促部が中心となって積極的にイベント活動を行うほか、トコちゃんカードでポイントサービスを行っており、多くの方に利用してもらっている。また、近年は住民の高齢化が進み、遠くに買い物に行けない人も多く、こうした状況への対応が必要となっているため、商店街に休憩用の椅子を設けたほか、市の支援を得て買い物困難地域での出張商店街を実施している。こうした結果、“商店街は頑張っている”という評価を頂いており、“コミュニティカフェを設置してほしい”“朝市が欲しい”等の要望も出ていることから今後の検討課題としている。また、直面している課題として、商店主の高齢化に伴う空き店舗問題がある。組合でも話し合いの場を設けるなどして1軒でも店を増やせるよう力を入れていきたい。



～ 仕掛け人 ～

所沢和ヶ原商店街振興組合

右 理事長 宮嶋弘  
左 専務理事 大坂和則

## 取材を通じて明らかになったこと

首都圏近郊のベッドタウンにおいても今や高齢化が急速に進み、購買力が減った地域からは大型店が撤退して商業過疎地域となるケースが増えている。こうした中で当商店街では、イベントや地域の支え合い活動を通じて、文字通り地域の要としてのコミュニティ機能を維持するほか、出張商店街等で新たな顧客づくりに尽力しており、地域とともに頑張る商店街として他の参考となる活動を行っている。また、地域の重要な資源ともいえる地元商業高校との連携による新機軸の展開で若い世代を街に引き込むほか、NPOや自治会等との連携で生活に密着した活動を継続して成果に結び付けている。さらに、こうした活動を束ねる役員と実行部隊としての青年部や事務局の努力に負うところも大きい。高齢化社会の中で、歩いて行ける距離に必要な店があり、かつ人々との触れ合いを提供する商店街活動への期待が一層高まっている。

