

意見交換会の開催

(1) 意見交換会の概要

アンケート調査では、市民や事業者等の回答を個別に統計処理し、回答の多少の点から課題を整理しました。

本計画を策定する上では、市民や事業者と直接対面し、市内の商業振興、特に商店街の活性化に焦点を当て、具体的に意見や要望を聞くことが重要と考え、一堂に会して意見交換会を実施しました。

意見交換会の実施にあたっては、できるだけ多くの市民や事業者に参加してもらえるよう、北部・中央・南部でそれぞれ会場を用意しました。また、地域の垣根を越えた話し合いができるよう、最後は合同の回を設けました。

限られた期間の中で議論を深められるよう、「課題の共有」、「改善策を考える」、「役割分担を考える」の3回にテーマを分けて実施しました。

内容	日程	参加人数	対象地区	会場
＜第1回＞ 課題の共有	平成30年10月30日	4	北部	ポラリス
	平成30年10月29日	4	中央	シリウス
	平成30年10月31日	10	南部	IKOZA
＜第2回＞ 改善策を考える	平成30年11月9日	5	北部	ポラリス
	平成30年11月8日	6	中央	シリウス
	平成30年11月12日	8	南部	IKOZA
＜第3回＞ 役割分担を考える	平成30年11月28日	13	合同	シリウス
合 計		50		

また、大和商工会議所支部長会や事務局、そして市議会議員の各会派を対象として、意見交換会を実施しました。

対象者	日程	参加人数	備考
商工会議所関係	平成30年12月21日	8	会議所支部長会
	平成30年12月25日	4	会議所事務局
市議会議員	平成30年 12月18日、20日	26	会派ごとに実施
合 計		38	

(2) 意見交換会の結果

1) 商店街の課題について

① 商店街の強み

【アクセス・立地】

- ・ 小田急線・田園都市線・相鉄線が通り、交通の便が良い

【まち・環境】

- ・ 集客力のある駅前の公共施設やふるさと館等があり、地域の情報を発信するとともに、多世代が交流できる拠点や場がある
- ・ 中央林間は終着駅として名前が知られ、ドラマのロケ地になったこともあり、北部はまちのイメージが良い
- ・ 南部地区等には地域資源が豊富にある
- ・ 南部地区は農業の生産地でもあり、新鮮な野菜等が近くにある
- ・ 南部地区は区画整理で基盤が整い、これから明るい地区である
- ・ まちづくりの意識の高い人が多く、災害にも強い地盤があり、生活利便施設も充実しており、住むのに良いまち

【商店街】

- ・ 駅近の商店街で歩いて楽しめる
- ・ 中央地区等は飲み屋などが多く、働く人に便利なまち
- ・ イベントが充実している

【個店】

- ・ 昔ながらのお店や専門性のあるお店、新しい個性的なお店等が共存している
- ・ チェーン店ではない店やこだわりのある店がある
- ・ 大型店との共生が図られている
- ・ 北部地区は若い人が多く暮らし、若者や家族向けのお店も集積している

【人・組織】

- ・ 親切で魅力的な店員・店主がいる
- ・ 地域や商店街で活躍しているリーダーや協力的な人がある
- ・ 中央地区等では多くの商店会組織が存続している
- ・ 南部地区は商店が少ない分、商店間や異業種間のコミュニケーションや交流がある

② 商店街の弱み

【アクセス・立地】

- ・ 小田急線・田園都市線・相鉄線が通り、交通の便が良い分、他都市への顧客の流出がある

【まち・環境】

- ・ 中央地区等は、鉄道によりまち・商圈が分断されるとともに、道が入り組む等により、分かりにくく迷いやすい

- 南部地区等は、地域資源は豊富だが、歩行者動線のネットワークが脆弱で歩いて楽しむ魅力に欠ける
- 南部地区等は、イベント等のまちの取組が人口増加につながっておらず、昼間の人や新住民が少なく、商圈人口が少ない
- 行政がまちの雰囲気をつくっていくべきと考えるが、まちの将来像やビジョンが見えない

【商店街】

- 駅を出て案内が無く、動線もわかりづらいため、商店街の場所がわかりにくい
- 中央地区等は、子どもや女性・若者向けの店が少なく、雑然として治安が悪い印象もある
- 南部地区等では、子育て世代やご高齢の方に喜ばれるような魅力ある商品・サービスが不足している
- まちや商店街・個店の魅力があるが、うまく情報発信できていない
- Wi-Fi アクセスポイントが少ない
- 無料で使える駐車場・駐輪場が無い
- 公衆トイレが不足している
- 南部地区等では、朝や昼間に営業している店が少ない

【個店】

- 時代が変化しニーズも多様化しているが、モノからコトへの移行等へサービスが対応できていない
- かつての映画館のように娯楽サービスを提供する核となる店が無い
- 北部地区等では、幹線道路沿い等の大型店との競争が激しい
- 中央地区等は、物販店が少なく、個店の力が弱い

【人・組織】

- 自店や地域の強み・価値に対する認識が希薄で、他の地区の良さを知らなかったりするなど、事業者の意識が低い
- 商店同士や各種団体との交流・連携、地域の関わり等が希薄である
- 商店主の商店会組織への参加意識が低い
- 土地・建物オーナーのまちづくり・商店街活性化への意識が低い
- 事業者、住民、行政の話し合いの場が不足しており、相互理解が不十分である
- 南部地区等では、事業者が高齢化し後継者もいない状況であり、新規出店者も少なく、事業者の減少が顕著である

2) 課題解決に向けた改善策について

① まち・商店街の将来像について

- ベビーカーを押し歩きしやすく、ご高齢の方も買物しやすい安全な動線環境が整い、まちのイメージも良く、そこにしかないものを売るお店や、おいしく安いランチを出す飲食店があるような、女性が多く集まる商店街にしていく
- エリア毎や昼と夜の時間毎等で異なる特徴をつくっていくことにより、多面性や奥行のあるまち・商店街にしていく
- ぶらぶら歩きや散歩をしながら、生鮮食品やパン屋さんなどを探したくなる商店街づくりを進める
- 魅力的な店主との会話や情報交換を楽しめる商店街にしていく

② 改善の方針・方向性について

- 女性や若者を呼び込む仕掛けとして、お店の雰囲気づくりやプロムナードを活用した空間演出、女性向けのイベント等を行う
- イベントを核とし、日常の集客や売り上げ向上につなげていく
- 商店街だけでは商品が揃わないため、地域の農家の協力を得て商店・商店街と地元農家が連携した商品やサービスを提供する
- ご高齢の方への配食サービス等のコミュニティビジネスを展開する
- 個店同士や商店会同士の連携を深め、イベント拡充や販売促進、駐車場の共同利用等を推進する
- 商店会イベントに高校生等の若者にボランティアで参加してもらったり、自治会と協力して体の不自由な方へのお助け隊を行うなど、サービスを維持拡充する
- 注目される店や人気のある店、意欲のある店を増やすとともに、若い起業家等の新規出店・起業を促す
- 外国人のニーズや意見を商店街づくりに反映し、インバウンド需要を取込む
- 商業者・商店会と大和市を始めとした行政、市民との話し合いの機会や場を普段から持ち、お互いの理解と交流を深める
- 商店会長へのヒアリング等を通じて意欲ある商店街を確認し、個別の活性化計画をつくる等、意欲ある商店街に対して大和市が支援する
- 行政と民間が役割分担しながら連携する

③ 具体のアイデアについて

- デザイン性のある商店街のキャラクターをつくったり、SNS（デジタル）とマップ（アナログ）の双方を活用した情報発信をしたりすることで、女性客への訴求力を高める
- 営業時間を長くして昼と夜の賑わいをつくる
- キャッシュレスの推進や、携帯電話と連動したビーコンで店舗情報やクーポンを受け取れるようにするなど、IoTや新技術を活用する
- お店や商店街を案内するデジタルサイネージの設置や、Wi-Fiの利用・スマートフォンの充電ができる環境を整備するなど、来街者を商店街に呼び込む

- 電子マネーやクレジットカードが使える支払・決済環境を普及させ、外国人が利用しやすい環境を整える
- プロムナード側に店舗を向けるための改修や老朽化した建物施設のリニューアルに対し、行政が補助をする
- 車を使わずに来店できる飲食店等の強みを活かしたり、シャトルバスで大型店と商店街を結ぶ等により大型店の従業員を顧客に取り込むなど、大型店と差別化・共生する
- 同じ業種等でフットワークの軽い組織をつくり、若い世代が商売をしたいと思ってもらえる状況に変えていく
- 商店会が行っている街路灯や防犯カメラの設置事業等の取組を市民に PR する
- 土地・建物所有者に対し、商店街を住宅化させないよう、空き店舗を解消するよう、意識啓発や働きかけを行う
- クラウドファンディング等の外部資金を活用し、まちづくり・商店街づくりを進める
- 鉄道の高架化や駅前へのランドマーク的施設の整備等により、駅を核としたまちの中心部をわかりやすくし、求心力を高める
- 公共事業等を進めて定住人口・昼間人口を増やし、商圈規模を拡大する

3) 改善策の実行・実現に向けた役割分担について

- ① 多様な主体を巻き込み連携を強化する
 - 行政と商業者・商店会が密にコンタクトする機会・場をもっと増やしていきたい。
 - 滋賀県長浜市のように、第三セクターやまちづくり会社を設立し、商店街を活性化した事例があるので参考にしているかどうか。
 - 地権者や不動産会社の商店街活性化への理解・協力が必要ではないか。
 - 若い血を入れていく必要があるのではないかと。市外からの新規出店に奨励金を出しているかどうか。
 - 第2回の意見交換会までに貴重な意見が出そろった。自力でできることと他力に頼ることに改善策を仕分けしていったらどうか。

- ② まちづくりとの連携を強化する
 - まちづくりと一緒に商店街活性化を考えていくことが重要と考える。
 - 政策分野を越えた行政の横の連携がもっと必要ではないか。
 - SDGs[※]（持続可能な開発目標）などの世界的潮流と歩調を合せていくことが重要ではないか。
 ※国連加盟国が2016年～2030年の15年間で達成するために掲げた目標
 - 成功事例を紹介して共有していくのがよいのではないかと。
 - 前計画で何ができて何ができなかったか、明確にした上で、方向性や施策を考えていく必要があるのではないかと。

- ③ 個別の商店街活性化計画をつくっていく
 - 市全域だとスケールが大きいため、駅周辺の単位で商店街の活性化を検討していくことがよいのではないかと。
 - 商店街毎の個別の活性化計画をつくっていく必要があるのではないかと。

- ④ 時間軸の意識を強くしていく
 - 各地区のビジョンを持ちながら、市共通の理念・ウリをつくっていく必要があるのではないかと。
 - 中長期のスパンで商店街活性化を考えていく必要があるのではないかと。
 - 社会実験やモニタリングなどを通じ、計画を更新・継続していくことが重要ではないかと。

(3) 意見交換会のまとめ

1) 商業者・商店の減少が顕在化しつつあります (課題2に対応)

昔ながらの老舗がある一方、商業者が高齢化し後継者もいない状況であり、新規出店者も少ないことから、商業者の減少が顕著になりつつあります。

また、既存の商店が住宅に変わるのを抑制したり、空き店舗が商店に再生したりするよう、土地・建物所有者への働きかけや意識啓発が求められています。

2) 女性や親子連れでも楽しく安心して買物できる商店街への転換が求められています (課題3に対応)

夜の飲食店が多い一方、子どもや女性・若者向けの店が少なく、雑然としている印象があります。また、子育て世代やご高齢の方に喜ばれるような魅力ある商品・サービスが不足しているとの指摘もあります。

このため、女性が集まる商店街へ転換することが提案されています。また、エリアや商店街毎に多面性や奥行きがあり、ぶらぶら歩きや散歩をしながら魅力的なお店を探したくなる個性豊かな商店街が指向されています。さらに店に入れば、店主との会話や情報交換を楽しめるような、人を売りにした個店・商店街づくりが必要とされています。

3) 大和の地域資源や経営資源を活用した新サービスの提供が重視されています (課題3に対応)

大和の貴重な地域資源である都市農業や小売以外の異業種との連携により、限られた経営資源でできる限りオリジナリティのある高付加価値型の商品を開発・提供することや、地域課題の解決に寄与するコミュニティビジネスの展開、外国人等のインバウンド需要を取り込むなど、新しいサービスを提供していくことが今後重要になると展望されています。

4) 駅前の公共施設やプロムナードとの連携による好循環への期待があります (課題4に対応)

ポラリスやシリウス、I K O Z A等の集客力や情報発信力のある拠点が駅前に立地していることは、商店街にとっても強みとして認識されています。また、プロムナードを活用した空間演出や女性に訴求するイベントの開催、プロムナードに顔を向けた商店街の街並み形成等を進めることにより、まちの回遊性から滞留、商店街への立ち寄り、個店の売上向上へと連鎖することが期待されています。

5) 商店街ならではの魅力をつくり大型店と差別化しつつ共生を探ることが重要です (課題5に対応)

商店街の強みの一つとして、駅近の好立地のため徒歩で行ける便利さがあり、回遊する楽しさがあると、認識されています。また、エリア毎に特徴があったり、昼と夜で異なる顔を持ったりするような、多面性と奥行きのあるまちや商店街にしていく提案がありました。これらの背景として、大型店やインターネット空間との差別化が意識されています。

そぞろ歩きしながらチェーン店ではないこだわりの店を探し当てる楽しみがあり、一步店

の中に入ると個性的な店主との会話や情報交換を楽しめるような、個店の集合体としての魅力を打ち出していきたいと考えられています。

さらに、すでに大型店との共生に取り組んでいる商店街もある中、商店街と大型店をシャトルバスで結ぶ等により、大型店の従業員を顧客に取り込むなど、商店街と大型店の共生を推進していく提案もありました。

6) 買物しやすい環境づくりが求められています (課題6に対応)

まちや商店街を安全に安心して歩けるよう、ベビーカーを押しやすく、ご高齢の方も買物しやすい歩行者空間が求められています。まちづくりとの連携強化も望まれており、大和市等の行政が買物しやすい環境づくりを支援していくことが望まれています。

7) 商店街に来てもらい、個店での買物を楽しんでもらうための情報技術の活用が求められています (課題7に対応)

豊富な地域資源、魅力ある個店や商店街があり、個性的な店主が活躍しているにもかかわらず、まちや商店街の魅力が十分発信できていないことが弱みの一つに挙げられています。また、商店会が行っている街路灯や防犯カメラの設置等の地域貢献事業は、市民に認知されていないとの意見もありました。このため、デジタルとアナログを融合させたデザインに配慮した情報発信により、女性等に訴求していくべきとの意見がありました。また、デジタルサイネージを活用した商店街の案内で商店街への誘導を図るとともに、支払・決済のキャッシュレス化やスマートフォンと連動など、新しい買物サービスや情報を提供していくアイデアも出ました。

8) 多様な主体を巻き込み連携を強化することが求められています (課題8に対応)

商品の質の向上やサービスの持続的提供を図るために、個店や商店会同士の連携はもとより、地元農家の協力を得たり、高校生にボランティアとしてイベントに関わってもらったりしていくことが望まれています。このため、市と商業者、商店会、市民とが密に話し合い協働する機会や場を増やしていきたいと考えられています。

また、商店街として商店等の連続性を確保するために、住宅化や空き店舗化を防ぐためには、土地・建物所有者への働きかけや意識啓発が望まれています。

さらに、NPOやまちづくり会社と連携して、商店街のマネジメントをしていくことを検討することが重要と考えられています。