

第4回検討委員会（第1部会）の意見整理

1. 商店街

（1）強み

●地域密着とコミュニティ

- ・ 商店街は車を使わず、徒歩や自転車でアクセスできるのが強みである。
- ・ 商店街は買い物だけでなく、店主とのコミュニケーションを通じたコミュニティとしての側面も持つ。
- ・ 商店街に知人の花屋があり、当社でフラワーアレンジメントを依頼しているほか、年始のお祝いセットとして、門松と鏡餅の手配を花屋経由でお願いすることができる。商店街の花屋と米屋が連携しているようで、商店同士の強みだと思う。
- ・ 既存のサービスにはないような、きめ細やかなサービスが想定できるところが、コミュニティ的な商店街の利点だと思う。
- ・ 商店街はコミュニティの基礎、生活の基盤であると同時に、地域、まちの顔でもある。

●知名度と集客力のある商店街の存在

- ・ 北区観光振興プラン 2023 において、北区で行ってみたい観光先の第一位は商店街巡りになっており、北区は商店街のイメージがかなり強いと思う。
- ・ 十条銀座商店街はテレビ取材や YouTube などでの露出が多いため、知名度が高い。また、赤羽一番街は漫画の影響で知名度が結構ある。LaLa ガーデン・スズラン通り商店街も有名である。
- ・ 十条銀座商店街、赤羽一番街、LaLa ガーデンなどは駅から近く、特色があって店舗数も多く、行って楽しい場所である。

（2）弱み

●市場変化による集客力の低下

- ・ 十条銀座商店街には J スタンプという仕組みがあり、一定数のスタンプが貯まると金券として使用できるが、商店街で J スタンプを発行する店舗が減少し、ナショナルチェーンでは利用できない場合もある。
- ・ 十条銀座商店街は非常に有名で、その他にも有名な商店街は多いものの、あまり知られていない商店街もある。梶原銀座商店街もかつては有名であったが、商店街に住宅が建ったことにより、以前と比べると寂しくなっている。
- ・ 買い物に行こうとなると大型スーパーなどに行ってしまう。車に乗って行くなら川口などになってしまう。

●事業者間の連携不足

- ・ 十条周辺には複数の商店街が存在するが、商店街が違えば十条銀座商店街の J スタンプが使えない。それぞれが個別に事業を実施しているため、連携が望ましい。
- ・ 信用金庫も金融機関として個々の店舗や事業者の支援を実施しており、個々の店舗など、点での支援は十分に行っているが、面、すなわち商店街全体としての支援は、商店街の中で意見をまとめることが難しい場合が多く、課題がある。
- ・ 商店街ごとに孤立しており、横の連携が取れていないのが実情である。
- ・ 赤羽地区では、赤羽商店街連合会の商店街が集まって「馬鹿祭り」を開催しているが、地区内の各商店街によって盛り上がりや温度差が見られる。

●後継者不足と高齢化

- 商店街の会長会に参加すると、70代から80代の会長が多く、商店街の解散に関する報告をよく耳にする。
- 北区の商店街では高齢化が進行し、後継者不足も深刻な問題となっていることが多い。自分たちの代が終わったらテナントビルにして貸したいという方が多く、実際にそのように進んでいる。

●空き店舗・担い手不足など

- 商店街が住宅地化してしまうと、商店街の活気が失われていく。
- 商店街の店舗では2階に店主が居住しており、1階の店舗部分は生活空間につながる構造がほとんどで、動線の問題などから、借り手が見つかりにくい状況である。
- 解散する商店街は駅から離れていてアクセスが悪かったり、経営者の高齢化が進んでいたりする。かつてはイベントを開催して人を呼んでいたが、現在はそのような余力もない状況である。
- 東十条の商店街では、外国人（スリランカ人）が増加している印象があり、商店街の賦課金の支払に非協力的なケースもある。賦課金が集まらなくて商店街自体が思うように動かなくなっている。

（3）想定される政策展開

→政策のカテゴリーごとに①～④にグループ分け

外部要因（周辺環境・市況）			
		O 伸びしろ・チャンス 市場性	T 懸念点、マイナスとなる要素
S 区内の産業政策等や 事業者の強み等	1 【推進領域】	3 【チャレンジ領域】	
	2 【チャレンジ領域】	4 【撤退領域】	
W 区内の産業を 取り巻く課題・ 改善点等			

①S×Oの領域（これまでどおり強みを活かす）

●コミュニティ機能の強化

- 商店街は店員や店主とコミュニケーションをとるコミュニティの場となるべきだが、現在はそうした商店街が減少しており、買い物をする場としてだけでなく、心の拠り所、コミュニティの場となることを望む。

②W×Oの領域（課題がありつつも成長性がありチャレンジする）

●商店街間の連携強化

- 商店街の店舗同士が連携して商品・サービスを提供する取組みは素晴らしいと思う。
- 商店街同士の連携は重要である。区民・消費者の立場からすると、商店街が個別にサービスを展開するよりも、エリア全体として活性化することが望ましい。
- 商店街連合会の役割として、個々の商店街を結束させ、うまく連携させていくと、区民の利便性も向上すると思う。
- 高齢者対応や買い物支援といった観点からも、商店街連合会で連携をフォローし、広域連合という形で維持できれば、話が進むのではないかな。
- 商店街単独ではなく、町やエリア全体としての魅力をいかに創出するかが重要ではないかな。

●空き店舗対策とリニューアル支援

- 店舗の動線を変更する工事には相当な費用がかかるため、行政による支援などがあると良い。
- リニューアルを促進するための何らかの施策があっても良いかもしれない。
- 十条銀座商店街では、1週間単位で利用可能なイベント開催スペースが存在する。

●専門家の活用

- 個々の店舗への支援も重要であるが、中小企業診断士などの専門家の力も借りつつ、商店街やエリア全体の魅力を高めていくことが肝要である。
- 商店街のエリア全体の活性化は、商店街のアドバイザーがいたら、よりやりやすいのではないかなと思う。
- 外からのフラットな立ち位置で見て、アドバイスをする専門家が必要だということを感じている。

●情報発信

- 観光協会としてインスタグラムで個店の発信をしているとのことだが、個店のPRをやることは非常に重要で、商店街も昨今はチェーン店が増えがちな現状があるので、個店を取り上げてこそだと思う。

●商店街の担い手育成

- 80代、90代の商店街会長が退任した後、いかにして若い世代の参加を促すかが重要である。
- 10年後のまちの理想像を描き、そこに向けて新しい世代や若い世代も巻き込みながら進めていくことが重要ではないか。

●商店街観光の推進

- 観光施策でいうと、商店街は日本人が普段利用しているところで、体験、文化の一つだと思う。

●インバウンド向け施策の充実

- 商店街はインバウンド向けコンテンツとしても重要である。トリップアドバイザーでは、北区の商店街や飲食店を巡るツアーが3万円するなど、高付加価値なサービスとして提供されている。

※③④の領域はなし

2. 区民

(1) 強み

●住みやすさ・交通利便性の高さ

- まちに対して求めることとして、安心・安全、そして利便性という観点は重要だが、自分が住んでいるところはある程度満たされている。
- 北区は交通の便もよく、住宅費用も少し安く、適度に都会に近いということもあって、非常に単身世帯、学生にとっても魅力的な場所のようである。
- 北区は住みやすい、北区自体が都心で副都心にも近いといった魅力がある。
- これまでの自分の経験からすると、北区は住みやすいと思う。

●地域コミュニティの存在

- 町会という組織があることで、人と人のつながり、安心が生まれる。

(2) 弱み

●外国人住民との共生課題

- 北区においても外国人が増加傾向にあり、そのペースは急速である。外国人との共生社会の観点も重要である。
- 外国人住民によるゴミ出しや騒音問題など、最低限の生活ルールを習得してもらう必要があり、そうした地道な努力の積み重ねが共生社会の実現につながると考える。
- 外国人問題は根深く、シンガポールのような多文化国家においても、共生は依然として難しいテーマである。例えば、中国が将来どうなるか分からないので、中国人の富裕層は、子供を将来日本で育てたい、大学、大学院まで行かせたいので、近隣との無用なトラブルは防ぎたいと考えている。

●地域コミュニティの希薄化と高齢化

- 自分が住んでいる地域は約2千世帯、人口約3千人で、町会への参加率は25%である。単身世帯を除けば、町会参加率は50%程度と推定される。単身世帯の割合が上昇すれば、町会組織は弱体化してしまうだろう。
- 町会で班長を務めているが、その組織運営は商店街と類似している。会長が90代であるなど、運営側の高齢化が著しい。
- 会長が若い方に代わっても町会活動でやることは同じで、各家庭を訪問しての町会費の徴収も、できる人は少なくなっている。
- 現在は共働き世帯も増加し、既存の活動モデルでは参加が難しい層が増えており、新しいことを取り入れて変えていかないといけないのでは。

(3) 想定される政策展開

→政策のカテゴリーごとに①～④にグループ分け

		外部要因（周辺環境・市況）	
		O 伸びしろ・チャンス 市場性	T 懸念点、マイナスとなる要素
S 区内の産業政策等や 事業者の強み等	1 【推進領域】		3 【チャレンジ領域】
	2 【チャレンジ領域】		4 【撤退領域】
W 区内の産業を 取り巻く課題・ 改善点等			

①S×Oの領域（これまでどおり強みを活かす）

●地域内消費の促進

- 飛鳥山公園などの集客スポットと商店街を結びつけ、地域経済の活性化につながる仕組み作りが重要ではないか。
- 毎年9月下旬に開催される「北区花火会」では、赤羽側だけでなく、対岸の川口側にも観覧席が設けられ、開催日には地域での消費額も大きくなる。
- シビックプライドが醸成され、それが高まって初めて波及効果として地域内消費の促進や新たな層の誘致にもつながると思う。
- 北区には住みやすいエリアが多く、飛鳥山公園への来訪者をいかに周辺地域へ誘導し、経済効果を波及させるか、そのための動線設計、エリアづくりが重要である。

②W×Oの領域（課題がありつつも成長性がありチャレンジする）

●若者・子育て世代の定住促進と地域活動への参加

- 子育て世代の誘致や若年単身世帯へのアプローチも重要な検討事項ではないかと思う。
- 北区には東洋大学があり、学生が地域活動に参加し、地域との接点を持つことが重要である。学生は、資金力はなくとも活力があるため、様々な地域活動への参加を促すことも重要であろう。
- 若年層を地域に取り込むことは、将来的な子育て世帯の確保につながる可能性もある。若年単身世帯を取り込むことで、彼らが結婚後も定住する可能性が期待できる。
- 学生の間で地元就職志向が非常に高まっており、居住地の近くで働きたいと考える者も多い。北区に通学する学生や区内在住者を採用するケースもあるため、職住近接という視点は重要である。

●地域コミュニティの再構築

- 難しいかもしれないが、商店会や町会に入るのであれば、会費の支払等について一定程度強制力のあるルールを作ることができれば、参加者が増えるのではないか。
- 町会組織におけるコミュニティのあり方は、見直しを検討すべき時期に来ているのであろう。組織づくりのときに結婚していることをメンバーシップの条件にしてみようと、条件を満たせる人がいない可能性もある。

●回遊観光コンテンツの推進

- イベントに関しては、イベントの日だけは出店している事業者はそれなりに儲かっていると思うが、それを点と点で結んで回遊させることが重要である。
- 現在、荒川河川敷でかわまちづくりが進んでいて、北区観光協会が昨年イベントを開催し、そこでドッグランを実験として行った。区民の方が「あったらいいね」という内容をやってみることが大事だと思う。

③S×Tの領域（強みを活かして外部脅威に立ち向かう）

●外国人支援と共生社会の実現

- 少子高齢化が進む現代において、外国人材の活用は重要な視点である。そうした中で「共生」の視点は必要である。
- 北区においては、外国人向けの日本語教育の基本的な部分は提供されているようだが、外国人との共生は今後必須になると思う。北区には日本語学校も存在するため、それらの機関との連携も重要である。
- 企業経営の観点からも外国人材の活用は重要であり、従業員本人だけでなく、その家族も含めた支援が必要ではないか。
- 大阪市では、外国人住民向けの、日本で生活していくためのセミナーを開催している。
- 1980年代にベトナムやカンボジアから難民を受け入れた際には、事前に国が適切な教育を実施したことにより、大きな摩擦は生じなかったようである。
- 外国人材の活用は難しい側面があり、どの層に焦点を当てるかについては、慎重な議論が必要であらう。これは産業振興の方向性にも関わる部分である。
- 外国人従業員だけでなく、その配偶者や子供に対する支援も重要であるが、産業振興策としてどこまでを対象とするかは判断が難しい。今後10年間を見据えた場合、これは重要なテーマであると考ええる。

※④の領域はなし

3. その他の分野（スポーツ産業、地域プレイヤーの発掘・育成）

（1）強み

●スポーツ関連資源の豊富さ

- ・ 北区は「トップアスリートのまち」を標榜しており、スポーツイベントについては幅広く議論されている。
- ・ スポーツイベントは広報誌などで幅広く告知されており、すでにある程度充実している分野であると認識している。
- ・ 北区は女子サッカーの東京ヴェルディベレーザの本拠地であり、プロスポーツから生涯スポーツ、さらにはナショナルトレーニングセンターの存在など、有利な条件が揃っていると言えるだろう。

（2）弱み

●スポーツと地域経済の連携不足

- ・ 欧州などでは、スポーツチームが核となり地域の「城下町」が形成される例も見られるが、北区はまだその段階には至っていないであろう。

（3）想定される政策展開

→政策のカテゴリーごとに①～④にグループ分け

外部要因（周辺環境・市況）		
	O 伸びしろ・チャンス 市場性	T 懸念点、マイナスとなる要素
S 区内の産業政策等や 事業者の強み等	1 【推進領域】	3 【チャレンジ領域】
W 区内の産業を 取り巻く課題・ 改善点等	2 【チャレンジ領域】	4 【撤退領域】

①S×Oの領域（これまでどおり強みを活かす）

●スポーツ産業の振興

- 産業振興の観点からスポーツ産業は重要であるが、その推進方法については検討する必要がある。
- スポーツイベントも多いが、そうしたイベントと地域商業を繋ぐことも重要である。
- 「スポ GOMI」のような、スポーツを楽しみながらゴミを清掃する取組みは、街がきれいになって区民間の連携も深まる。人がより集まるイベントになれば商業のチャンスも出てくると思う。
- スポーツ産業の種はたくさんあるので、それらをいかに育成していくかが重要であろう。
- 行政が積極的に情報発信を行わなければ、スポーツ産業としての存在感は薄いままではないか。
- 北区を「アスリートのまち」として売り出していくことに対し、地域が大きく反対することはないのではないかな。

②W×Oの領域（課題がありつつも成長性がありチャレンジする）

●地域キーパーソンの発掘と育成

- 地域のプレイヤー発掘に関して、北区観光協会はこれまで様々なイベントの企画・運営を行ってきたが、今後はそのようなイベントの担い手を発掘することにも注力していく。
- 飛鳥山公園の活用については、火気使用や騒音に関する規制を緩和した結果、イベント開催を希望する民間事業者も現れるようになった。その他にも様々なイベント開催に関する相談を受ける機会があり、そのようなプレイヤーを発掘することは重要である。
- 「北区みらい塾」の参加者は、既に地域で活躍している人物が多く、新たな才能をいかに発掘するかが重要であると考えている。例えば、学生などを対象に飛鳥山公園のプロモーションに関するアイデアコンテストを実施し、その担い手となるプレイヤーも併せて発掘するのも一案であろう。
- 地域企業に北区で働くことの意義や北区の魅力を語ってもらうことで、新卒などの若年層に地域を知ってもらうこともよいのでは。そのような場に参加できる環境ができると、地域のプレイヤーは増えていくのではないかな。

※③④の領域はなし

4. まとめ

		商店街	区民	その他
強み		● 地域密着とコミュニティ ● 知名度と集客力のある商店街の存在	● 住みやすさ・交通利便性の高さ ● 地域コミュニティの存在	● スポーツ関連資源の豊富さ
弱み		● 市場変化による集客力の低下 ● 事業者間の連携不足 ● 後継者不足と高齢化 ● 空き店舗・担い手不足など	● 外国人住民との共生課題 ● 地域コミュニティの希薄化と高齢化	● スポーツと地域経済の連携不足
想定される政策	S×O	● コミュニティ機能の強化	● 地域内消費の促進	● スポーツ産業の振興
	W×O	● 商店街間の連携強化 ● 空き店舗対策とリニューアル支援 ● 専門家の活用 ● 情報発信 ● 商店街の担い手育成 ● 商店街観光の推進 ● インバウンド向け施策の充実	● 若者・子育て世代の定住促進と地域活動への参加 ● 地域コミュニティの再構築 ● 回遊観光コンテンツの推進	● 地域キーパーソンの発掘と育成
	S×T		● 外国人支援と共生社会の実現	

以上