

第5回検討委員会（第2部会）の意見整理

1. 商店街

（1）強み

●歴史・文化の独自性

- ・ 北区の商店街の強みは、歴史の長い商店街が多い点である。商店街同士の連携もあるように見受けられ、自治体としても連携が取れていると思う。
- ・ 商店街には利便性だけでなく、歴史や人の魅力といった、量販店にはない価値が重要で、そのような価値については以前より見直されていると思う。
- ・ 北区の商店街は温かみがあり、地域密着で歴史があることが魅力である。

●コミュニティ機能・地域密着

- ・ 商店街の魅力は、店舗関係者との交流であり、子どもにとっては、人とのつながりや地域への愛着を育む上で重要である。北区は子育て層が増加しており、教育的観点からも商店街は重要だと思う。
- ・ 価格や利便性ではなく、生活に密着した点に商店街の価値がある。

●立地・顧客基盤

- ・ 北区は埼玉と東京の玄関口であり、多くの人々が訪れる機会がある。ホテルも増加しており、外国人観光客が増えている。
- ・ 北区は地方都市とは異なり、圧倒的に人口が多く、増加傾向にもあるため、マクロ的には資源・条件に恵まれている。
- ・ 十条銀座商店街、スズラン商店街は駅から近く、有名な商店街は非常に活気がある。
- ・ 北区には地元への愛着を持つ人が多く、それが大きな強みである。北区は住宅都市であり、そもそも居住者が多いため、顧客は至る所に存在する。

●生活インフラとしての役割

- ・ 商店街の役割は「生活のインフラ」である。学校給食に食材を卸している生鮮食品店など、お店がなくなると困る関係者も多い。

（2）弱み

●大手・通販による競争環境の変化

- ・ 脅威としては、大手スーパーや飲食チェーンの存在が挙げられる。若者は大手へ流れる傾向にあると思われるが、地域商店街も大手との共生や棲み分け、差別化が必要である。
- ・ 商店街の衰退はこの30年間指摘され続けている。行政も試行錯誤を重ねてきたが、解決に至らない根深い問題である。大手スーパーの出店やインターネット通販の増加により、地域商店街は衰退している。利便性だけでは厳しい。

●ブランド力の不足

- ・ 銀座や渋谷のような有名エリアは、目的なく訪れる街かもしれないが、北区にはそこまでのブランド力や吸引力はないのではないか。わざわざ来訪してもらうための目的が必要である。

●商店街間の格差

- 衰退している商店街も多く、活況な商店街とそうでない商店街との差が大きいという印象を受ける。
- 商店街の中でも豊島や浮間は地盤沈下が激しく、住民のウェルビーイングの観点が難しくなってくるのではないかな。

●内部運営の課題（高齢化・事業承継・閉鎖性）

- 商店街の老朽化、構成員の高齢化の問題や、既存の構成員で運営されている側面もあり、やや閉鎖的な面も見受けられる。商店街の会費は支払っているが、運営していくことは大変ではないか。商店街に店舗を構えているが、距離感を感じる。
- 商店街の一番の構造的な問題は、高齢化と事業承継である。北区の商店街のうち、約 30 の商店街が事業継続が困難である。

●構造的な衰退

- 商店街の衰退は避けられない流れと思うこともあり、最近ではスーパーでさえも売上が減少していると聞く。現在の商店街経営は維持するだけでも精一杯であり、できることから着手していかなければいけないのではないかな。現在活況な商店街であっても、10 年後の状況は不透明である。
- 現在は、商店街の店舗がどんどん住居になってしまっている。

●再開発の影響

- 再開発事業は一步間違えるとまち壊しになる。赤羽でも再開発が行われるが、慎重にやらなければならない。
- 駅前の賃料も上昇しており、再開発がそれに拍車をかけている。入居できる店舗もクリニック系などに限定されがちである。

●インバウンド対応の課題

- 外国人の方が増えているが、外国人の方が楽しめる、安心して観光をしてもらえるような多言語化等に課題があるのではないかな。

(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）

●多様なターゲット層へのアプローチと連携推進

- 外国人の増加はチャンスのため、商店街の多言語対応や、SNS 映えするような、日本の良き文化に触れる場所が必要ではないか。
- 集客の観点からは、高校や大学の通学路を意図的に商店街経由にするなど、商店街と大学等との連携という方法もある。
- 北区は子育て世代が増加しているという特徴があるため、子育て世代×商店街という視点も良いのではないか。
- 商店街からお手伝いの協力を要請しても、若い方の反応は芳しくない印象がある。しかし、「参加型」として何かをやりたい方は実は沢山いるのではないかと感じていて、そうした方々に参画してもらう仕組みがあれば良いのではないか。

●補助制度の拡充

- 商店街の事業承継計画への補助制度や、空き店舗活用補助制度をさらに拡充することが重要である。地域連携、若手助成事業の補助金も積極的に利用してもらえると良い。
- 事務運営、議事録の作成、イベントの企画をサポートする人材を団体や個人で雇うときに、商店街を補助する制度を作ってはどうか。

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）

●商店街の機能拡張と魅力向上

- 商店街は利便性だけで勝負するのではなく、サービスを増やすなどの別のアプローチが必要で、地域のハブとして位置付けて交流を活性化させることを促進した方がいいのではないか。
- まちづくり的にはウォーカブルな街（歩きたくなる街）というムーブがあるので、そのような動きと商店街がリンクすることが大事だと思う。
- 商店街は買い物だけでなく、イベントやワークショップなどを実施するスペースとして用途を多角化させることで、間口も広がるであろう。
- 商店街と趣味を掛け合わせ、新たなイベント（体験教室など）を創出するなど、参加しやすいきっかけがあると良い。
- キーワードは、商店街を地域のハブにする、代謝を進めていく、業容を拡大するような仕組みを作っていくべきであり、それに向かって、損益分岐点が低くなる仕組みを作り、集客を上げていく方向性と理解した。

●連携・体制づくりと地域人材の育成

- まちづくりにおいては、王子や赤羽の再開発が進展する中で、開発が終わった後も周辺地域と商店街がリンクしてともに発展できるという視点が重要。王子でエリアプラットフォームが設立されているが、そうしたプラットフォームと地域・エリアが連携することが重要である。
- 再生する商店街は、家賃の低下により新規参入者が増え、活気が戻り、それがさらに新たな人々を呼び込むという好循環が生まれる。こうした流れをプロデュースする人材、地域人材の存在が重要である。そのような人材は、内部と外部をつなぐ重要な役割を果たし、商店街に人が循環して強くなっていくのではないかな。
- 商店街活性化の施策として、住民参加型団体と連携して事業展開するという方法が考えられる。

●事業承継の推進

- 川越の商店街では、子育て世代と連携した取り組みや、地域イベント（クリスマス・ハロウィンなど）との連携を通じて、商店街の活性化を進めている。そうした商店街と周辺住民を巻き込むことで、新たな動きにつながる。
- 埼玉の志木市では、これまでの理事クラスが若手店主をサポートしながら新たな展開を実施しようとしている。
- 商店街版の事業承継は構造的に実施できているところがないが、北区は実施していく必要があると思う。商店街の事業承継が会長の個人的な問題になってしまっており、政策的に他の人に委ねることを考えなければならない。

●空き店舗の戦略的活用

- 豊島区では、空き店舗活用とリノベーションをセットで実施しているケースもある。補助金を出すだけではなく、マッチング事業、パッケージにした空き店舗活用の補助制度ができれば良いと思う。
- 空き店舗活用で成功しているところは、時間帯や顧客の選択と集中を図っている印象を受ける。また、商店街の店舗も「副業」という観点から、週末のみ店舗を活用してもらうケースもある。

●貸し手（オーナー）の意識改革と円滑なマッチング

- 商店街の空き家の構造的な問題は、貸す側の問題、貸す人達的意思決定がとれないことが一番多い問題だと思う。商店街の継続には、貸し手の意識改革が必要で、施策でどのようにアップデートできるかが重要
- 地方ではリノベーションカフェなどが流行しているが、そういったケースはオーナーが安価で貸しても良いと考えている場合が多い。オーナー側がパトロンの場を提供するといったケースが多いが、その循環は大事だと思う。
- オーナー側に空き店舗活用の重要性を説明しつつ、貸し手と希望者をマッチングすることも必要である。
- 出店の持続性も重要であり、3年以上など長期的に事業を継続してもらうのが良い。貸し手の意識を変える必要がある。
- 丸亀町の事例では、地元の人には貸すが「よそ者」には貸さないという側面もあった。まちを変えたいと考える人に貸す姿勢が理想的である。北区には地元への愛着を持つ人も多いため、適しているのではないかな。

※③④の領域はなし

2. 区民

(1) 強み

●子育て支援の充実と良好な生活環境

- 北区は子育て支援が手厚く、保育園も待たずに入れ、医療費控除も高校生まで対象である。出生時の祝い金もあったと記憶している。
- 北区には飛鳥山公園や旧古河庭園、渋沢邸など、歴史ある街並みや公園、拠点が多く、また、スポーツ施設も充実している。
- 北区は交通の便が良い、地価の安さ、自然が多い、運動設備が整備されているなど、暮らしの質が高いと考える。
- 以前は23区で最も高齢化率が高かったが、その後、認証保育園の増設などの施策を通じ、子育て世代も増加しており、そこは北区の強みである。
- スポーツを通じた子供達の育成は今までの視点にはなかったもので、面白いのではないかな。

●創業・ビジネスに適した環境

- 起業の観点からは、交通の便が良く、都内というブランドにもなっているので、創業はしやすい。創業支援内容も埼玉県に比べると、東京都の方が手厚い印象がある。区の支援制度も充実している。

●多様な人材と活発なコミュニティ

- 赤羽の商業施設（ビーンズ赤羽）と連携してイベント事業を実施しているが、アクティブシニアからの出店希望が多く、非常に驚いた。
- 北区には多世代の方々が居住していることが強み。また、再開発事業の進展による新しい住民の増加も活力創造につながるであろう。
- 滝野川地区には東京で唯一のフランス人学校があり、通学途中の商店街にフランスの本や雑貨を扱う店舗も出現している。日本人と外国人の交流という観点も良いのではないかな。
- シニアの中には、元エンジニアで特殊技能を持つ人や、読み聞かせを仕事としてしたい人など、様々な人材がいる。
- 北区は青年会議所やロータリークラブなどの活動も他区より活発だと思う。地域企業間の連携も広がっていると思う。
- アクティブシニアが多いので、その能力を有効に発揮できたら地域の活力になるのではないかな。

(2) 弱み

●多文化共生における課題と治安への懸念

- 外国人住民の増加もあり、他の地域では分断や外国人との軋轢が生じている。北区でも心理的、文化的な分断が懸念される。
- 最近では外国人住民が増加している印象である。もともと想定していたよりも増加が早まっているとのことで、不安に思っている住民も多いと思う。
- 北区ではネパール系の住民や商店主が増加しているようであるが、生活文化や慣習面での軋轢も生じている。

●地域住民の高齢化

- 東京都の中でも北区は高齢化率が高いと思う。人口が増えてきて少しずつ高齢化率は低下しているが、あまり変わっていない状態である。
- 町会も高齢化して、なり手がおらず、町会に何故入会するのかも分からない人達が多い。地域のお祭りは町会が主催しているので、町会をどのようにして維持していくかも重要である。

●創業・就労環境におけるミスマッチと機会不足

- 北区は創業面での利点が多いが、創業件数が多いわけではない。イベント、連携、発信力が足りないのではないと思う。

●買い物難民

- 地区によっては買い物難民なども増加している印象である。

●新住民と地域コミュニティとの接続課題

- 北区は利便性が高いので転入してくる。新住民の流入は重要であるが、商店街・町会への加入は敬遠されがちで、地域商店街やコミュニティへの接続が重要である。
- 弱みという点では、世代間の分断が起きていること。

(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）

●コミュニティビジネスの促進

- ・ 豊島の中でランドリーサービスを営む店があった。その経営者は北区のビジネスコンテストに出場して創業したと聞いた。地域の生活に根差したコミュニティビジネスであるが、ランドリーサービスだけでなくスペース貸しもしており、拠点づくりの仕掛けをしていた。コミュニティビジネスの好事例であるが、成功モデルが一つでは不十分で、そういった事例が2～3つ現れると良い循環が生まれるであろう。
- ・ コミュニティビジネスを行うにしても、地域のニーズと支援者を結びつける「つなぎ手」の存在が必要である。コミュニティビジネスが持続的に活動できるような仕組みが必要である。
- ・ コミュニティビジネスの良いところは、区民が創業して顧客も区民だと信頼関係が築かれてコミュニティとして発展すること。コミュニティビジネスを活発化していけば区民の支持は得られるのではないか。

●大学や地域コミュニティとの連携強化

- ・ 北区は大学が多いのがチャンスだと思うので、商店街や地域コミュニティとの連携など、もっと活用すべきである。大学としても、商店街や地域コミュニティをフィールドとして活用することは良いのではないか。
- ・ 地域のキーパーソンを可視化する取り組みとして、100人会議を実施している自治体もあるが、そうしたキーパーソンが集まる機会を設けてはどうか。特に、40代くらいの現役世代の横の連携は重要であろう。

●若者世代の定住・流入促進

- ・ 若者が北区に流入してくるための施策が重要である。再開発の話があったが、まちを壊さないという意味では、リノベーションできれいな場所が増えると北区に住んでみたいと思えるようになるのではないか。
- ・ 「子育てするなら北区」と発信したように、長い視野で創業支援を打ち出して、北区に住みたいという若者を増やすとよいのではないか。
- ・ 地域への愛着があると人は戻ってきて定着率が高いので、20～30代が北区から流出しないように、愛着を育む取り組みは重要である。
- ・ 個店にも若者達が来てくれて、個性豊かな大学生が来ると店が明るくなって楽しくなるので、若者が来てくれるまちとし、北区にもっと定住してくれる施策ができれば良いのではないか。

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）

●アクティブシニアの創業支援

- ・ アクティブシニアの方は、北区に愛着がある人が多いので、何かに役に立ちたいと思っている方が多い。1人で起業するのはハードルが高いが、チームで活躍する場所があるなど、受け皿やサポートがあると、人の役に立つという目標が実現できるのではないか。
- ・ 働くアクティブシニアの活用や就業機会の増加は重要である。例えば、地方の農家民泊事業では、経営者が70代以上である。ただし、高齢者が起業するのは容易ではなく、マッチング制度など、一定の支援が必要である。

- 温泉博覧会という仕組みがあり、趣味の販売という場面で、シニアが活躍しているケースが多い。シニアの強みはこれまでのノウハウであり、そこをうまく活用するのも良いのではないか。
- 創業支援スクールで講師を務めているが、アクティブシニア、50代の受講者が最も多い。これまでのキャリアを地域に還元するという観点から起業を志すことが多いようで、アクティブシニアの創業支援があると良いのではないか。

●働く機会の提供

- ご意見をまとめると、区民の観点から、全員が活躍できていないという問題意識があり、区民が全員活躍するためには、例えば、コミュニティビジネスの創業支援、シニアが働く機会の提供など、働く機会を提供することによって全員が活躍できるようになるのではないか、ということと理解した。

●地域理解の促進

- ご意見をまとめると、スポーツフェスや公園など、地域を理解していくことが新住民に対して動機付けになるのではないか、区民全員が満足するようなプラットフォームが必要ではないか、ということと理解した。

③S×Tの領域（強みを活かして外部脅威に立ち向かう）

●多文化共生推進と相互理解の促進

- 外国人向けの日本語教育や多文化共生イベントの開催によりお互いが知りえる状況になれば、分断ではなく共生ができるのではないか。
- 日本には観光立国推進基本法がある。観光の目的の一つとして、紛争をなくす、相手を理解するということであり、それによって人々の行動にも良い影響が現れる。イベント等を通じて外国人に北区を理解してもらうことは重要である。また、地域イベント、フェス、まち歩き等で区民が区を理解するということも大事で、ペットの散歩など、区民が周遊できるルートがあると良いのではないか。
- 外国人については、文化の違いが大きいので、文化を理解できる機会や交流があると良いのではないか。

※④の領域はなし

3. まとめ

		商店街	区民
強み		● 歴史・文化の独自性 ● コミュニティ機能・地域密着 ● 立地・顧客基盤 ● 生活インフラとしての役割	● 子育て支援の充実と良好な生活環境 ● 創業・ビジネスに適した環境 ● 多様な人材と活発なコミュニティ
弱み		● 大手・通販による競争環境の変化 ● ブランド力の不足 ● 商店街間の格差 ● 内部運営の課題（高齢化・事業承継・閉鎖性） ● 構造的な衰退 ● 再開発の影響 ● インバウンド対応の課題	● 多文化共生における課題と治安への懸念 ● 地域住民の高齢化 ● 創業・就労環境におけるミスマッチと機会不足 ● 買い物難民 ● 新住民と地域コミュニティとの接続課題
想定される政策	S×O	● 多様なターゲット層へのアプローチと連携推進 ● 補助制度の拡充	● コミュニティビジネスの促進 ● 大学や地域コミュニティとの連携強化 ● 若者世代の定住・流入促進
	W×O	● 商店街の機能拡張と魅力向上 ● 連携・体制づくりと地域人材の育成 ● 事業承継の推進 ● 空き店舗の戦略的活用 ● 貸し手（オーナー）の意識改革と円滑なマッチング	● アクティブシニアの創業支援 ● 働く機会の提供 ● 地域理解の促進
	S×T		● 多文化共生推進と相互理解の促進

以上