



埼玉県の商店街活性化に 有効な「まちゼミ」のすすめ



主席研究員
間藤 雅夫

はじめに

ライフスタイルの変化、郊外型商業施設の進出、EC市場の拡大など地域商業をめぐる環境の激変により、多くの商店街は来街者の減少、空き店舗の増加、店主の高齢化、後継者不足など様々な課題に直面し、活力を失いつつある。

衰退する地域商業や商店街の活性化の切り札として注目されているのが、2003年に愛知県岡崎市で始まった「まちゼミ」である。全国で初めてまちゼミを開催した岡崎まちゼミの会の松井洋一郎代表によれば、現在、まちゼミは全国約450地域、約2,000商店街、約30,000事業者が取り組んでいる。2022年7月には、さいたま市では初となる第1回岩槻まちゼミ（岩槻まちゼミ実行委員会主催）が開催され、以降、第2回、第3回と継続的に実施されている。

本稿では、商店街活性化におけるまちゼミの有効性について、当財団が立ち上げから関わってきた岩槻まちゼミの取り組みを紹介し、事業者が主体的に活動するまちゼミについて考える。

埼玉県の商店街数の推移

「商店街はなぜ減びるのか 社会・政治・経済史から探る再生の道」（光文社新書、2012年）の筆者である新雅史氏（流通科学大学商学部・マーケティング学科講師）によれば、そもそも商店街は20世紀に発明された近代的商業形態だった。昭和初期のインフレにより都市へ流入した離農者が零細小売業者となり、社会の安定のため、「横の百貨店」として新しい

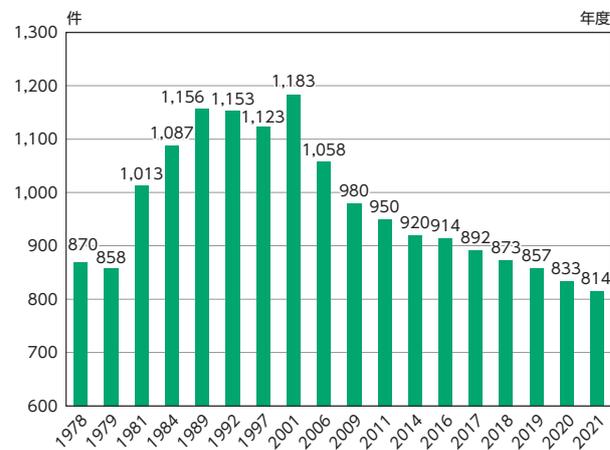
理念とともに発明されたのが商店街である。

中小企業庁の「令和3年度商店街実態調査」によると、全国の商店街の現状は、「衰退している」（36.5%）、「衰退の恐れがある」（30.7%）が全回答の約2/3を占める。また、商店街の抱える問題は、「高齢化による後継者難」が72.7%（複数回答）で最も多くなっており、その割合は年々増加している。

さらに、埼玉県の商店街数の推移をみると、1978年度から1990年度にかけては増加傾向にあり、1990年度以降は概ね1,100件台で推移した。しかし、2009年度に1000件を割り込み、980件となり、その後も減少を続け、2021年度は814件となった。ちなみに各都道府県が把握している商店街数の合計は13,408件である。

埼玉県の商店街が直面している問題は「店主の高齢化」と「後継者不足」となっている。

● 埼玉県の商店街数の推移



資料：埼玉県調査（2011年度までは商店街経営実態調査）

商店街活性化の切り札として「まちゼミ」が登場

商店街は地域活性化の担い手であり、地域コミュニティを形成する場として機能してきたが、年々商店街を取り巻く環境は悪化している。1980年頃から大型量販店やチェーン店が郊外へ出店し、商店街のある中心市街地の空洞化が全国的に進行した。近年では、EC市場が拡大し、リアル店舗とネット販売の競争が激化し、商店街の衰退が進んでいる。その間、各地で商店街活性化に向けたイベントが多く実施されたが、一過性のものが多く、商店街に人は来ても、店への誘客に繋がらず、ほとんど店の売上に繋がらないものが多かった。さらに、本来、商売人は本業の商売に集中すべきだが、イベントへの参加が本業を圧迫し、店の業績が落ちるといふ本末転倒なケースが後を絶たなかった。

そんななか、2003年に愛知県岡崎市で始まったまちゼミは、他の商店街活性化イベントと一線を画すもので、“来街者”ではなく、多くの店舗で“来店者”を増やす取り組みで、商店街活性化の切り札として全国に広がった。まちゼミは、始めるまでの手順や基本的な様式が統一されており、さらに開催マニュアル等が岡崎まちゼミの会に用意されているので、まちゼミを初めて実施する地域にとって、始めやすいというのも魅力の一つである。

「まちゼミ」は、“三方よし”の事業である

◆まちゼミとは

店のオーナーやスタッフが講師となり、プロならではの専門知識や情報・ウンチク、使用のコツなどを無料で受講者に伝授する少人数制のゼミである。店の存在や特徴をお客様に知ってもらうとともに、店とお客様とのコミュニケーションから信頼関係を築くことがまちゼミの目的である。

◆まちゼミのコンセプト

店や商店街の最大の魅力は「ヒト」である。まちゼミは、ヒトの魅力を最大限活用し、お客様に喜んでほしい、店・地域のファンづくりを行う。

◆まちゼミの内容

- ①様々な店が専門性を活かした講座を設定
- ②店主やスタッフが講師となり、1~1.5時間で楽しい学びの場を創出
- ③3名~7名程度の少人数制が原則
- ④受講料は無料(材料費のみいただく場合もある)
- ⑤事前予約の上、店舗でまちゼミを受講
- ⑥店の人との出会いの場であり、講座中の販売行為は禁止(唯一のまちゼミの決まり事)

◆まちゼミは、「お客様」「店」「まち」の“三方よし、の活性化事業

まちゼミは、お客様に満足・感動してもらい、店と商店街のファンになってもらう事業で、下記のとおり、お客様、店、地域にとって、メリットをもたらす“三方よし”の事業である。

●まちゼミはお客様・お店・地域“三方よし、の活性化事業

- | |
|--|
| <p>①お客様にとって(お客様の満足・幸せアップ)</p> <ul style="list-style-type: none">・無料で知識が得られる・普段悩んでいたことを解決できる・得た知識で普段の買い物力が向上する・新しいお店の開拓、信頼できるお店が見つかる <p>②お店にとって(新規顧客・売上アップ)</p> <ul style="list-style-type: none">・お店を知ってもらうチャンス、結果新しいお客様につながる・お店の専門性や特色をアピール、その分野の専門性が向上する・商品を知ること、お客様にその分野に関心を持ってもらえる・ライフスタイルの提案ができる・お客様の声を直接聞くことができる・普段から相談に行ける間柄になれる(信頼関係づくり) <p>③地域にとって(まちの発展・活性化)</p> <ul style="list-style-type: none">・地域内のお店が紹介でき、買い回りにつながる・お店とお店の繋がりが強くなる・地域全体のイメージアップにつながる・安心・信頼できる街をPR、行きたくなくなる街になる |
|--|

資料:岩槻まちゼミ実行委員会説明会資料より当財団で作成

なぜ岩槻で「まちゼミ」なのか

住民基本台帳によれば、さいたま市岩槻区の人口は112,445人(2023年8月1日現在)。岩槻は人形産業の集積地として長い歴史をもつポテンシャルのある地域であり、「人形のまち」としての認知度は全国区である。さらに日本で初めての公設の人形博

物館が2020年2月にオープンした。近年、東武鉄道の岩槻駅には急行が停車するなどアクセスが向上し、駅舎の橋上化・自由通路が完成し、岩槻駅西口から東口への相互移動が容易になった。現在、岩槻駅西口は大規模開発され、若い世代の住民が住み始めている。一方、岩槻駅東口エリアではリノベーション事業が動き始めており、若い世代の出店が見られる。

こうした岩槻ではあるが、まちとしての魅力をうまく発信できていないという問題があった。イベントの種類は豊富で、それぞれ定着しているが、まちなかでの日常的な交流や賑わいが少ない。

商店街をはじめとする既存組織が、高齢化、消費者行動・ニーズの多様化、EC市場の拡大等の環境変化から、その力を失いつつあるなかで、岩槻の若手商業者は、岩槻の「まちなかエリア」を、自らが主体となり、自ら学び、まちなかエリアの活性化策に取り組んできた。しかし、「ひな市」など一定の成果が出た事業はあったが、地域の事業者を巻き込む力に欠けていて、新しい取り組みをしても、参加メンバーがなかなか広がらないという問題を抱えていた。

ちょうどその時期に、岩槻の若手商業者は、岡崎まちゼミの会の松井洋一郎代表と意見交換をする機会を得て、①まちゼミはこれまでの一過性のイベントではなく、個店売上に直結する事業であること ②商店街の最大の魅力は店主やスタッフなど「ヒト」であり、まちゼミはその魅力を活用する事業であること（お客様とのコミュニケーション事業） ③事業者1人ひとりが主人公で、当事者意識をもつ活動であることを知った。まちゼミを通じて、地元岩槻で頑張る店や人をより多くの方に知ってもらいたい。そして、お客様と店の信頼関係を育みながら、岩槻という地域をさらに活性化していきたいとの思いが強くなった。

さらに、まちゼミは、商業者自身が自分の店や事業の魅力に改めて気づき、地域に必要とされる店になるという商業者の意識改革にも有効であり、岩槻の

商業を活性化したいという岩槻の若手商業者の想いを乗せ、岩槻まちゼミの準備が始まった。

岩槻まちゼミの開催(第1回～第3回)

まず、岩槻まちゼミの実務を担う団体として、「岩槻まちゼミ実行委員会」を立ち上げた。実行委員会の主体は商業者であるが、まちゼミに係る説明会や結果報告会、チラシ等の作成・配布、参加者の募集等は、さいたま市、商工会議所、地元金融機関などの協力を得た。

第1回岩槻まちゼミは、下記のスケジュールで示した通り、2022年1月の岡崎まちゼミの松井洋一郎代表によるまちゼミ講演会を皮切りに、5月の参加店舗説明会、6月の事前説明会を経て、7月29日(金)～9月11日(日)に実施した。

第1回参加店舗の反応がとても良く、要望もあったため、急遽、2022年度内に第2回を開催することとなり、第2回は2023年2月17日(金)～4月7日(金)に開催した。そして、直近の第3回岩槻まちゼミは2023年7月28日(金)～9月3日(日)に開催した。

まちゼミは事業終了後に結果報告会を実施している。第1回の反省(受講者に60歳代以上が少ない)から、岩槻区内小学校でのチラシ配付に加え、地域情

●2022年度第1回岩槻まちゼミのスケジュール

1月	28日	商店街活性化セミナー等まちゼミ講演会 (講師:岡崎まちゼミの会松井洋一郎氏)
5月	6日	参加店舗説明会、参加店募集開始 (参加者募集期間約1か月)
6月	10日	参加店募集締め切り=申込書提出期限 (チラシのゲラ作成)
6月	27日	事前説明会、最終(チラシの校正等) (チラシの印刷)
7月	5日	チラシ完成、チラシ配布開始・プレスリリース (まちゼミ開催2～3週間前)
7月	22日	受講者受付開始、チラシの新聞折込開始 (まちゼミ開催1週間前)
7月		まちゼミ開催 7/29(金)～9/11(日)
9月	29日	結果報告会

資料:岩槻まちゼミ実行委員会説明会資料

報誌「ら・みやび」への折り込みの実施や岩槻区内の自治会掲示板へのポスターの掲示を新たに行った。さらに、受講者のアンケート票を改善するなど、毎回改良を加えている。

各回のアンケート結果を見ると、参加店数、講座数、受講者とも増加している。さらに、受講者の満足度や参加店のリピート度を見ると、毎回、前回は上回る結果となっている。

岩槻まちゼミ実行委員会のメンバーは、熱量のある商業者がまちゼミに集まっているとの印象を持っている。そして、その熱を集めて、参加者にもっと自由に活動してもらえば、これまでと違う活性化の展開ができるのではないかと感じている。さらに、まちゼミの成果として、既存の団体ではつながりが無かった事業者、新しい人材(若手や女性)とのネットワークが出来つつあると手ごたえを感じている。

●岩槻まちゼミの開催推移

	第1回	第2回	第3回
参加店数	23	27	31
講座数(枠)	24	29	32
受講者数	302	443	-
受講者大満足割合	73.0%	74.7%	-
次回も参加する店舗割合	90.5%	92.3%	-

資料:岩槻まちゼミ各会終了後のアンケートより
(注)第3回の「-」は本稿出稿時点で未集計

岩槻まちゼミのその先

岩槻まちゼミは、参加店舗や受講者の評判も上々で順調に滑り出した。岩槻まちゼミ実行委員会の母体である「岩槻まちの戦略会議」は、まちゼミの実施がゴールとは考えてはおらず、その成果を岩槻の活性化につなげようとしている。

様々なプレイヤーをまとめ情報を共有・発信することや長期継続できる事業者(特に若い事業者)を巻き込むこと、ウォークアブルなまちづくりのための軒先活用、勤め人が多い岩槻駅西口と東口商店街をつなぐことなど、まだまだ解決・実現できていないことがある。

今年度、岩槻ではまちゼミ発祥の地であり、見習うべき成果の多い、岡崎まちゼミの会から発展してきた(株)まちづくり岡崎と継続的な勉強会(ZOOM)を行っている。この勉強会を通じて、(株)まちづくり岡崎が辿ったまちゼミ実施から現在に至るプロセスを追体験し、自分たちがなすべきことのヒントや学びが得られればと考えている。こうした(株)まちづくり岡崎とつながりが出来たこともまた、まちゼミに取り組んだ大きな成果である。

埼玉県のまちゼミ支援

まちゼミはどんな街でも行うことが可能であるが、まちゼミを実施するにあたり、大事なことがある。まちゼミのルール等、仕組み、運営方法、予算、成功のヒケツ、自主自立した取組方法について、まちゼミ企画前に岡崎まちゼミの会に相談、問い合わせをすることである。出来れば、まちゼミ伝道師でもある松井洋一郎氏を招き、意見交換や講演会を行うことをお勧めする。多少コストはかかるが、全国450地域で実施しているまちゼミのノウハウや経験に基づくアドバイスを得ることができる。

まちゼミ開催のコストに対して、埼玉県では、補助制度を用意している(講演会の謝金なども対象になる)。埼玉県産業元気・雇用アップ戦略(2022~2026年度)を見ると、商店街等が実施する地域商業活性化のための新たな取組等に対する補助制度として「地域商業・商店街活動応援事業補助金」を実施している。にぎわい創出に向けた取組みとして、まちゼミも補助金の対象で、補助対象経費の1/2(上限25万円)以内となっている。

2023年度は、第1回から第4回の応募があり、第4回応募締め切りは7月31日となっているが、予算枠に空きがあれば、それ以降も継続的に募集することなので、まちゼミの実施を考えている商店街や商工団体は一度問い合わせをしてみたいかがだろうか(問い合わせ先:埼玉県産業労働部商業・サービス産業支援課商業担当)。