

ニユーノーマル

ニューノーマル社会における
商店街活性化促進プロジェクト

進化する！ ハマの商店街

UPDATE

よこはま



企画・制作

関内イノベーションイニシアティブ株式会社 <http://kii-net.jp>

本誌は横浜市のニューノーマル社会における商店街活性化促進プロジェクトの委託をもとに制作されたものです。
2024年3月発行

Shonangai hayirasshai
商店街
いらっしやい

もくじ

はじめに	02
1. ライフスタイルの変化	04
2. 新たな取り組み	06
3. 事例紹介	
File.01 ひらがな商店街ウエストアベニュー ほか	08
File.02 六角橋商店街	10
File.03 生麦駅前通り商友会	12
File.04 レアールつくの商店街	13
File.05 大神商店会	14
File.06 藤棚一番街・西前中央商店会 ほか	15
File.07 妙蓮寺地区商店連合会	16
File.08 日吉普通部通り商店街	17
File.09 天王町商店街	18
File.10 三ツ境駅前商店会	19
File.11 戸塚宿ほのぼの商和会	20
File.12 仲町台商業振興会	21
File.13 たまプラーザ商店会	22
4. コラム 次世代の商店街の担い手	23
5. これからの展望	24

本誌登場の 商店街 *map*



進化する! ハマの商店街

はじめに

横浜市の商店街は、厳しいコロナ禍の時期を経て進化をつづけ、新たな魅力を創出しています。昔ながらの人と人のコミュニケーションと、最新のツールの融合が、地域の活性化や新たな顧客の増加につながりつつあります。それぞれの商店街が、時代の変化に柔軟に対応し、未来への可能性を広げているのです。

数々の伝統行事に加え、新しいタイプのイベントが商店街を賑わせ、地元住民と企業や学校が一体となって、地域のアイデンティティを醸成しています。これにより、商店街はたんなる買い物の場所にとどまらず、「公共資源」としての役割をはたしています。

市内各地における商店街の進化は、商店街組織単体の存続を支えるだけでなく、地域コミュニティの発展にも寄与しています。高齢化が進む郊外地域においては、市民生活を支える基盤としての役割がより一層求められていくようになるでしょう。

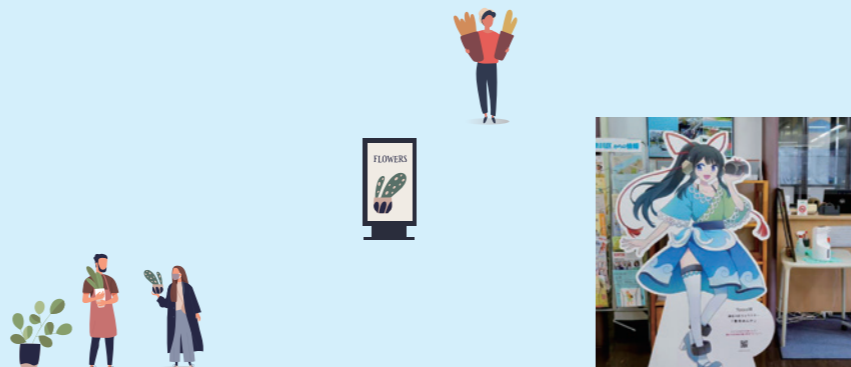
こうした時代の変化を見据え、横浜市経済局では令和3年度(2021年度)、「ニューノーマル社会における商店街活性化促進プロジェクト」を立ちあげました。

プロジェクトの企画及び運営は、商店街支援やまちづくりに精通した事業者(関内イノベーションイニシアティブ株式会社)と協働して行い、市内商店街で日頃から精力的に活動している商店街関係者がプロジェクトメンバーとして参加しました。

商店街支援の専門家による講義、参加者同士の意見交換を含む勉強会や、先進的な取り組みを実践する市内外の商店街への見学などを通じて、商店街が直面している課題や魅力ある商店街づくり、持続的な商店街活動など、ニューノーマル社会における商店街の在り方を、3年間にわたり検討してきました。

本冊子では、プロジェクトの視察先となった商店街の様子や、プロジェクトに参加することを通して新しく展開がはじまった商店街の事例をご紹介します。

コロナ禍以降、横浜市の商店街がどのように進化(アップデート)を遂げているのか、商店街役員の方や関係者だけでなく、これからお店をはじめたい方、商店街でよく買い物をする方など、より多くの方にご一読頂けたら幸いです。



UPDATE



ライフスタイルの変化



ニユーノーマル



↑ひらがな商店街ウエストアベニューのイベントに参加する、下町編集室「okashi」の学生たち

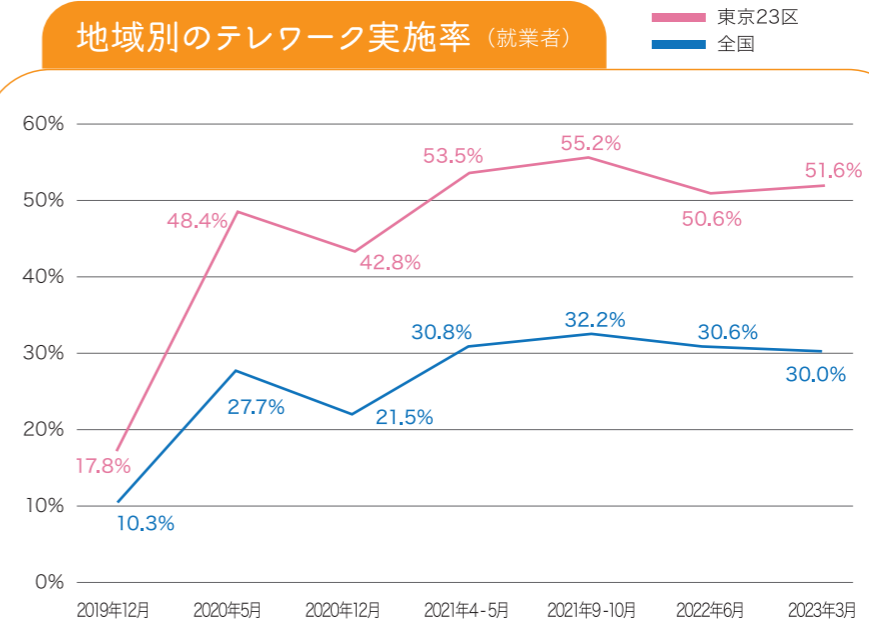
横浜市を中心として都市部のライフスタイルはここ数年間で大きく変化しました。まず、テレワークが一般的になり、多くの企業が柔軟な働き方を導入したことがあげられます。これにより、通勤時間の削減やオフィス外での仕事が増加し、都市住民は新しいワークライフバランスを模索するようになりました。

また、コロナ禍による外出制限により、オンラインショッピングやデリバリーサービスの利用が拡大しました。消費者は遠出を減らし、自宅や近隣での生活を重視するようになり、これが小売業者や飲食店にとっては新たな課題となりましたが、同時にこの地元回帰の流れが、新しい施策やプロモーションをかける好機にもなりました。さらに、健康志向の高まり、心身のウェルビーイングを各自が追求することも増えました。



公共施設や娯楽施設では感染予防策が強化され、人々は屋内での大規模なイベントや集まりを控えるようになりました。一方で、リアルなコミュニケーション・実体験・対面での雑談への要求は高くなり、公園など屋外でのアクティビティや近隣店舗への訪問機会が増えました。

地域別のテレワーク実施率（就業者）



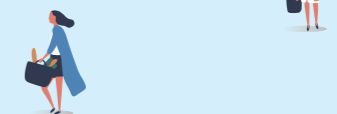
内閣府「第6回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」より



ニューノーマルは「新しい常態」という意味で、社会に起こった大きな変化が新しい常識として定着することを指します。コロナ禍によるテレワークの普及はその代表例で、内閣府が行った調査からも、テレワーク実施が定着化していることがわかります。また、オンラインで情報をやりとりするSNSや、決済・販促アプリもこの数年でかなり一般化しました。

経済産業省の令和5年(2023年)3月発表の「キャッシュレスの将来像に関する検討会」報告書によると、スマートフォンユーザーの66%がQRコードの決済アプリをインストールしています。

こうした社会的な変容は、店舗と顧客や、商店街会員どうしのコミュニケーションにも大きな変化をもたらしました。



トニシタ

新たな取り組み



UPDATE

横浜市経済局がまとめた、令和2年度(2020年度)「緊急商店街関連調査」*によると、横浜市内商店街の主要顧客層は「70代」が40.9%と最も高くなっています。しかし、商店街に来街してほしいと思うターゲット層では「30代」が29.7%と最も高くなっており、現実と理想に大きな乖離があります。

さらに、令和5年度(2023年度)の「商店街実態調査」*によると、商店街が抱える悩みとして最も多いのは「売上・来街者の減少」(43.6%)で、次いで、「商店街活動を担う人材の不足」(41.1%)、「経営者の高齢化」(35.3%)、「後継者の不足」(34.0%)となっています。コロナ禍によって主要顧客である70代以上の来街者は大きく落ち込んでいますが、テレワークの普及で30~50代の来街者が増えた商店街もありました。

来街者を増やし、魅力ある店舗を誘致し、商店街活動を担う人材を呼びこむためには、ニューノーマル時代に合わせた、新たな視点で戦略・施策が必要不可欠です。

この点、市内の商店街では、すでに各商店街が新たな視点で取り組んだ結果、具体的な変化が生まれている事例がいくつもあります。

本冊子ではそのなかから13商店街の取り組みをご紹介します。

新たな視点の例

顧客対応

- 外国人観光客への対応
ひらがな商店街ウエストアベニュー
- 高齢化への対応
たまプラーザ商店会



地域連携

- 商店会同士の広域連携
仲町台商業振興会/日吉普通部通り商店街/戸塚宿ほのぼの商和会
- 教育機関との連携
六角橋商店街/生麦駅前通り商友会/大神商店会
- 大型店(総合スーパー)との連携
天王町商店街
- 近隣住民の参加・まきこみ
仲町台商業振興会



新店舗開設

- リノベーションで新規店が開店
ひらがな商店街ウエストアベニュー/六角橋商店街/藤棚一番街/妙蓮寺地区商店連合会
- シェアできるコミュニティスペース
藤棚一番街/レアールつくの商店街/三ツ境駅前商店会

イベント

- ほかにない個性的なイベント
ひらがな商店街ウエストアベニュー/六角橋商店街
日吉普通部通り商店街/レアールつくの商店街



商店会新設

- 商店会自体を新設 大神商店会

また、新たな視点に気づき具体的に変革を起こすためには、周囲を引っ張っていくリーダー的存在が不可欠となります。そのリーダーの視点や人柄が大きな影響をおよぼすため、本冊子では事柄だけではなく人の魅力にも注目して紹介しています。

変化をもたらすリーダーは商店会の会長であるケースが多いですが、それだけではありません。商店会の一会員や一役員である例もあれば、地元の不動産会社や建築家が商店街に変化をもたらした例もあります。

またリーダーがことを進めるには仲間が必要です。街の未来を担う若手の仲間を増やすことで、商店会の機動力があがったケースが複数あります。

次ページからはここ数年に起きた変化とそれをリードした人の両方にスポットをあてて、市内13商店街の具体的な事例をご紹介します。

*各種調査について
横浜市では商店街振興施策の基礎資料とするため、市内の商店街の実態や、市民の購買行動及び商店街に対する意識を把握する調査を定期的に行っています。令和2年度については、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、「緊急商店街関連調査」として約10年ぶりに「経営実態調査」及び「来街者調査」を実施し、「商店街実態調査」及び「消費者購買行動意識調査」と合わせての4つの調査を一体的に行いました。さらに令和5年に「商店街実態調査」の最新調査を実施しています。



→詳細はこちらをご覧ください

市内13商店街の事例紹介へ



ひらがな商店街ウエストアベニュー ほか

中区 石川町

外国人観光客を意識して

商店街を超えてエリアマネジメントへ



JR石川町駅南口周辺のひらがな商店街とひらがな商店街ウエストアベニュー。昔ながらの商店や諏訪神社がある地域に、個性的なお店が点在するのが特徴です。スタイリッシュなビストロやカフェ、アート教室やギャラリーなどユニークなお店が多い商店街です。

駅から元町へ続くひらがな商店街ではたくさんのイベントが開催されています。

商店街合同イベントの「裏フェス」や「AMERICAN HOLIC DAY」など、アメリカンカルチャー色豊かなのが特徴。チラシにそんな特徴が溢れています。



↑「AMERICAN HOLIC DAY」の様子

仕掛けの中心的人物がひらがな商店街ウエストアベニューの商店会会長を務める飯田峰子さん。子連れでもくつろげるお惣菜カフェ「HanaUta cafe」の店長です。

飯田さんをはじめとする石川町の若手オーナーたちは、みなとみらい線開通によって石川町の地位が低下してしまうことに危機感を感じ、2014年に有志でフードフェスを初開催。大好評だった一方で、ゴミや警備、資金の面で課題が発生。これに対し、町内会や商店会が若手を応援しようと協力を申し出てくれました。このことを機に飯田さんはまちづくりへの意識が高まり、周囲に押されて商店会会長の役目を担うことになりました。



アメリカンな
デザインの
ちらし

→ウエストアベニュー
商店会長の
飯田峰子さん



数年の変化

PICK UP

商店街が中心となった
子ども食堂、英会話教室、
起業家育成塾といった取り組み

ここ数年は既存の商店街のイメージにとらわれず枠を広げて、果敢に仕掛けをしています。一つは商店街が中心となり、子ども食堂、英会話教室、起業家育成塾といった取り組みをしていることです。地域の一員として必要だと思ったことはやってみる、というスタンスで機動力をもって動いています。

PICK UP

一般社団法人・商店街・民間企業が連携しながら事業を展開

もう一つは、商店街活動を超えて、エリアマネジメントの領域に活動が広がってきていることです。

「一般社団法人 横浜まちクリエイティブ」ができたことで、一般社団法人・商店街・民間企業が連携しながら事業を展開中です。



PICK UP

遊休不動産の有効活用



ここ数年でブックランドリー、ゲストハウス、コワーキングスペースにシェアカフェなど、次々に街に新しいスポットができています。ハブとなる施設として石川町の駅そばに「マーケットテラスカフェ」もオープンしました。いずれも石川町の遊休不動産をリノベーションして、新しい場所として命をふきこんでいます。こうした流れをみて期待を寄せる人々も増え、空き家の状況は常に寄せられているそうです。

特に、最近では外国人観光客の対応に力を入れています。中華街にも都内にも行きやすいという立地で、ゲストハウスに泊まる外国人宿泊客は増えています。泊まるだけでなく、商店街の店でごはんを食べたり買い物をしてもらえるように、アプリを開発することがこれからの目標です。

町の個性や立地を最大限に活かし、積極的な取り組みを続ける石川町ひらがな商店街から目が離せません。



六角橋商店街

神奈川県



東急東横線白楽駅沿い旧綱島街道に架かる六角橋商店街。アーチ間約300mの両側と、並行するアーケードのあるふれあい通りと、ファミリー通り入口までにある約160店舗で成り立っています。昭和の面影を残すレトロな商店街で、生鮮食品から飲食店、雑貨店等、幅広い業種のお店が並んでいます。六角橋商業協同組合、六角橋中央商店会、六角橋興和会、六角橋商和会の4商店会で連合会を構成し、数々のイベントを企画・運営する元気で活気のある商店街です。

六角橋商店街のシンボルイベントが「ドッキリヤミ市場」。4月から10月の第3土曜日、19時スタート。ライブパフォーマンスに大道芸、フリーマーケット、飲食販売と夜の街がにぎやかになります。JAZZが流れ、お酒を飲んで大人の横で、子どもたちが楽しそうに戯れているのは、ほかに見られない光景です。

このイベントは1997年シャッターの閉まった空き店舗対策として、シャッター前スペースを利用して始まりました。東南アジアのナイトマーケットをイメージして「カオス」な雰囲気大切に育て、今や名物イベントとなりました。商店街の空き店舗は減り、家族連れや学生の来街者も増えました。

これだけではなく、今では全国に広がった「商店街プロレス」を最初に始めたのも六角橋。2004年のことでした。

こういったイベントを運営できる要因の一つが運営する事務局のセンスとチャレンジ精神です。

中心となっている商店会長の石原孝一さんは薬局の店主であり、同時に無類のサブカル好き。ニッチな音楽にも詳しく、数々のアーティストと親交があります。売り出し中のミュージシャンに対するアンテナや愛情は人一倍。石原さんのパイプスに惹かれて、六角橋にやってくるアーティストも多いといえます。

また、古いものも新しいものもごちゃまぜにして、ほかではやっていないことをやってやるという心意気があります。そこには、六角橋がどのような立場で発信していくか、ブランディングの視点があります。と同時に、怒られても良いから、とりあえずやってみよう!のチャレンジ精神が光っています。



もう一つの要因は大学との連携です。神奈川大学が白楽駅から六角橋商店街を抜けた先に位置しているため、かかわりは深いものがあります。

特に大学のサークル「神大フェスタ実行委員会」は神奈川大学横浜キャンパスで行われている大学祭を企画運営する団体で、総勢150名を超える学生が「学生主体」「地域密着」を理念として、2年生を中心に活動を行っています。このメンバーが35～40名体制で「ドッキリヤミ市場」の交通整理や裏方にあたり、イベントを成り立たせる上で欠かせない戦力となっています。



数年の変化

PICK UP

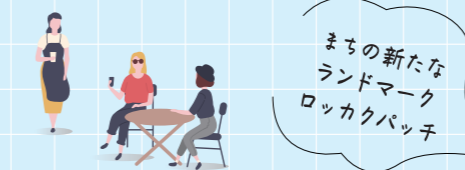
文化や歴史を次世代に引き継ぐプロジェクト



↑ヤマムロの山室興作さんと珈琲店店主

2023年にオープンした「ロカックパッチ」。商店街から一步入ったところにある、元質屋をリノベーションしたプロジェクトです。2階建てのビルにはワークスペースやラウンジ、コーヒーショップがあり、蔵はギャラリーとして利用されています。ラウンジは道ゆく人が腰掛けて誰でも休憩できるようなつくりになっています。

周辺の土地の管理・更新を行う有限会社ヤマムロによる「六角橋プロジェクト」の一環で、街の文化や歴史を次世代に引き継ぐ狙いがあります。



また、2023年以降、イタリアンなど若い店主が営むおしゃれなお店が続々オープン。中には都内からわざわざ六角橋を選んで移ってくるケースもあります。

このように商店街と地域のプレーヤーが一丸となり、古いものをいかしながら新しいものをおりませ、六角橋らしさを紡いでいく動きは、地域の魅力度アップに大きく貢献しています。



生麦駅前通り商友会

鶴見区



小学校と連携で
ハッピーが広がる

レモンスカッシュ
誕生

京浜急行の生麦駅から徒歩140mほど続く商店街。周辺に単身世帯が多く生鮮食品よりも飲食店が多いのが特徴です。生麦には日本の歴史を変えた「生麦事件」の石碑や、江戸時代から続く「蛇も蚊も祭り」という伝統行事があり、歴史的な資源が多い街です。商店街でも生麦事件にちなんだ「生麦de事件DA!」を開催しています。

商店会で会計を担当している松野良明さんはハッピーバーマツノという理容室を家族で営んでいます。髪の毛はいつもカラフルで生麦のHIKAKINを名乗り、元気に地域を盛りあげます。お店の人が講師となり専門知識を伝える「まちゼミ」をほかの地域から学んで、生麦でもスタートしました。企画から広報まで積極的に動いています。



数年の変化

PICK UP 世代交代

2023年に商店街の役員が替わりました。70～90代の高齢の方が多かったのですが、30・40代の方が約半分に減りました。「横浜市の商店街空き店舗活用事業」を利用して改装した店舗に入居した接骨院店主が、今は理事となり、一緒に動く仲間となりました。

PICK UP レモンスカッシュ誕生

岸谷小学校と連携し、2022年にはレモンスカッシュができました。学校で栽培したレモンを使い、市内業者が加工、パッケージシールは子どもたちが考えました。学校連携は、最初に学校が事業計画をつくり、商店街側に相談をもちかけるところから始まります。商店街はもてる資源を活かし、商品開発アドバイスをしたり、取扱店舗を紹介したり、イベントで販売会を行ったりと通年で伴走しています。

親が来店するので集客につながりますし、商品をつくり販売する体験に子どもたちも笑顔になります。この商品はハッピーバーマツノやほかの飲食店で取り扱いをしています。

商品づくりが
街をつなぐ



レールつくの商店街

鶴見区



関わりしるを生みだす

マルシェやシェア本棚

JR鶴見駅西口から徒歩8分。全蓋式のアーケードが400メートルほど続く商店街。70ほどの商店があり、スーパーや肉屋・魚屋などの生鮮品店や花屋があり人々の日常の買い物の場です。午後は歩行者天国となるためゆったりした雰囲気。天候に左右されない利点を活かしテレビやCMのロケ地としてもよく使われています。



数年の変化

PICK UP 人気イベントが復活

2023年夏、コロナ禍で中断していた七夕祭りと盆踊り大会が復活しました。当日は待っていただけと言わばかりに大勢の人出があり、出店は大行列で賑わいました。

PICK UP イベント「つくまる」

2023年からつくまる実行委員会による「つくまる」が隔月で開催されています。さまざまな団体が食べものや雑貨をマルシェ形式で販売し、当日は商店街のお店も回れるスタンプラリーを実施。この日は普段よりも若い客層が集まり、家族づれがスタンプラリーの台紙を片手にそぞろ歩きをしています。「つくまる」の原型は2017年に空き店舗で始まったミニマルシェで、コロナ禍で地元での出店ニーズが高まった結果、規模が拡大しました。「商店街を面白いと思う人たちと街との関わりしるをつくりたい」とつくまる実行委員会の木村郁子さんは考えています。



↑つくまる実行委員会の木村郁子さん

PICK UP シェア本棚や子ども食堂



2023年、本とアートの実験室「ラムリア」ができました。60ほどの本棚が並んでいる木のぬくもりがある空間。本好きの人たちが店子となって本棚を借り、自己表現をしています。地域の人たちにとっては本があるコミュニティスペースになっています。また「喫茶ラズベリー」では「かえで子ども食堂」を実施。子どもたちが集まりにぎやかに食卓をかこんでいます。それぞれの個店がユニークな取り組みを続けることで、商店街に新たな人の輪を生み出しています。

大神商店会

神奈川区

新しい商店街が仕掛ける

多世代交流のスマホ教室



大口エリアで、2020年コロナ禍で落ち込んだ地域を盛り上げるため、新しく立ち上がった商店会です。

通称「オオカミタウン」、主催するイベントは「オオカミフェスタ」。

大口・神之木・入江・松見・西寺尾・子安地区で個人商店だけではなく、企業や学校、施設、個人の賛助会員やボランティア会員を募り、現在30程度の会員がいます。

発起人であり会長の小野寺知恵さんは、入江のトータルケアサロン・オアシスデラーナの代表。

大口通で子育てや商売を行う中で、地域と人との繋がりの大切さを感じてきました。コロナで元気がなくなっている地域をみて奮起し、商店会を立ち上げました。



PICK UP

地域のデザイナーとコラボで商店街の公式キャラクター作成！

男女ペアの子どものオオカミをモチーフにしており、デザインには大神商店会や地域の歴史等の特徴を反映しています。



数年の変化

PICK UP 多世代交流のスマホ教室

2021年から始まったスマホ教室が人気です。若者が高齢者にスマホの使い方を教えています。当初は商店会のメンバーが講師をしていましたが、現在では近隣の専門学校が生徒たちがボランティアで大活躍。高齢者にはテーブルごとにこまやかな質問ができる、若い子とおしゃべりできて楽しい、と好評です。

学生にとっても、何かやってみたいというチャレンジの場になっています。学生には大人からフィードバックを返しています。商店会はスマホ教室をつうじて、地域の多世代交流をすすめるとともに、商店会にかかわる人を増やしています。

この土地で子育てと商売をしてきた小野寺さん。「街で生きることを子どもにみせたい」と意気込んでいます。



藤棚一番街・西前中央商店会 ほか

西区

新しいお店が呼びこんだ

若い世代のお客さん



横浜市西区の京急急行戸部駅および相鉄線西横浜駅より徒歩約10分のところにあります。

東側から西前中央商店会、藤棚一番街、藤棚商店会、サンモール西商店会、久保町ニコニコ商店街の5つがつながっており、全長約1.1kmの商店街は通称「藤棚商店街」と呼ばれています。

その昔、商店街の中心には横浜市電の駅がありました。今の藤棚商店街は和菓子屋、蒲鉾屋、カフェにパン屋、2015年には日本最小のフィルム映画館ができ、多様で個性的なお店が点在する商店街です。

数年の変化

PICK UP コミュニティスペースが定着

横浜市の「空き店舗コンサルティング事業」を活用し2018年にできた「藤棚デパートメント」は街の変化のきっかけを作りました。

シェアキッチンと設計事務所、書店を兼ねた地域のコミュニティスペース。YONG architecture studioの永田賢一郎さんの建築家としてのセンスが光ります。

もともと周辺は30代・40代の住民も多い地域でしたが、これまで商店街との接点は薄いものでした。藤棚デパートメントのような新しい店ができたことによって若い世代と商店街との接点が生れました。



↑藤棚デパートメント



↑鵜飼青果店の鵜飼会長



西前中央商店会では「405 COFFEE ROASTERS」がこの商店街にひかれて、複合テナントの物件に世田谷区から引っ越してきました。世界各地のコーヒー豆を自家焙煎して販売している専門店で、商店街で「405」と数字の入ったコーヒーカップをよくみかけます。最近では鵜飼正雄会長が建てた店舗物件で自家製酵母のパン屋がオープン。朝から並んで待つ人がいるほどの人気店となりました。

個性的な店の出現によってさらに新しい人たちが商店街にひきつけられていく。よい循環が街に生まれています。

妙蓮寺地区商店連合会

港北区



妙蓮寺ニコニコ会、池の畔商店街の2つの商店街を中心に、東急東横線の妙蓮寺駅の駅前から広がっています。商店街には八百屋、肉屋、パン屋、金物屋などの日用品店から、小料理店や隠れ家的なバルまで粒ぞろいに軒を連ねています。

周辺は閑静な住宅街で、地元の住民の日常生活を支えています。



数年の変化

PICK UP 本屋が街の引力に

駅近くにある石堂書店は雑誌、文庫、コミック、参考書など商店街の本屋として幅広いジャンルを揃える老舗です。

経営が厳しいなか、街に本屋を残そうという意思で始まったのが「まちの本屋リノベーションプロジェクト」。不動産建築会社「住まいの松栄」と、菊名にある出版社「三輪舎」と、石堂書店3代目の石堂智之さんが一緒になって2019年に始めました。なお「住まいの松栄」代表の酒井さんは妙蓮寺ニコニコ会の副代表も務めています。

クラウドファンディングで資金を集め、書店の2階をリノベーション。出版社が入るワークスペースや本を中心にしたスペースにしました。向かいには「三輪舎」の中岡祐介さんが発起人となり、「本屋・生活綴方」という姉妹店をつくりました。詩集やエッセイを中心に厳選された本をおいています。

今、「本屋・生活綴方」はアートの展示会や、リソグラフで印刷し新しい本を出版する出版部や、お客さんの店番など、実験的な試みの拠点になっています。一方、石堂書店2階のスペースは地元の人々の居場所として活用されています。

本屋が存続をかけて始めたプロジェクトは時間の経過とともに魅力高め、街の風景を少しずつ変えつつあります。



↑「住まいの松栄」の酒井洋輔さん



日吉普通部通り商店街

港北区



東急東横線日吉駅西口から放射状にのびる道の一つが日吉普通部通り商店街。緑色の看板が目印です。奥に進んでいくと慶応義塾普通部があります。また市立日吉台小学校もあります。

商店街には学生が好むファーストフードから地元のお店やバーなど飲食店が並びます。ここで古くから飲食業を営む「たつ吉グループ」の代表取締役で女将の島名貴子さんが会長を務めています。



数年の変化

PICK UP 大人から子どもまで誰でも参加できるアートイベント

街のみんながアートでつながる

2020年、日吉の魅力のアートで表現するコンテスト「教えて！日吉の好きなところ」を商店街で開催しました。

絵画・写真・書写・デジタルアートなどジャンル問わず大人から子どもまで誰でも参加できることから、約200点の作品が集まり受賞作品は店舗や駅で展示。地域への愛着が感じられて好評でした。このコンテストはコロナ禍で何かできないかを考え、密を避け外からも楽しめるイベントとして考案されました。

応募者全員に地元商店で使える参加賞が贈呈され、商店街での買い物にもつなげています。



2022年以降からは表彰式をスタートし東急電鉄の人気キャラクター「のるるん」も登場するなど、回を重ねるごとに成長していきました。今では周辺の商店会も参加しオール日吉のイベントに発展。東急日吉駅や市営地下鉄日吉駅も協賛しています。

さらに2023年秋には「日吉アートフェスティバル」が開催され、駅前のサンロードを歩行者天国にして、コンテストの表彰式のほか、日吉出身のプロミュージシャンやアマチュアバンドが出演する音楽ステージも開催。運営はLINEでまめに連絡を取り合うことで会議を減らす工夫をしています。アートの力で地域コミュニティがつながり盛り上がりつつあります。

天王町商店街

保土ヶ谷区



↑天王町商店街協同組合の安田峰雄理事長

大型店と協力しあう

二人三脚の関係づくり

相鉄線天王町駅前から旧東海道沿いに南北に延びる通りと、天王町公園方面に東西に延びる通りに位置しています。

2019年に横浜ケーブルビジョン(YCV)が商店街からネーミングライツを取得して「YCVテレミン商店街」へ名前を変更。ケーブルテレビと連携して情報発信を行っています。

100以上の飲食店・物販店・習い事の教室・病院や銀行が並び、フリーマーケット、子ども縁日、子ども歌舞伎、商店街プロレス、ちよい呑みフェスティバルなどイベントもたくさん開催しています。

ちよい呑みイベントも人気!



数年の変化

PICK UP イオン天王町との連携

この地域では、2022年、イオン天王町ショッピングセンターがリニューアルオープンしました。40以上の専門店がある大型施設です。この動きに商店街も反応し、連携を模索しました。

現在イオン天王町は、商店街の賛助会員になっています。具体的にイオンの広告に商店街の情報を掲載したり、デジタルサイネージにも商店街の案内を提示したり、祭りのときにはスタッフを出したり、といった関係性ができました。



2023年10月には、ショッピングセンターのエントランスを会場に地域の団体が子ども食堂を始めました。周辺の飲食店も協力し、地域のコミュニケーションの場となることを目指しています。大型店と商店街が連携していくことでお互いの売上も上がるという共通認識のもと、二人三脚の取り組みを続けています。



三ツ境駅前商店会

瀬谷区



あったらいいなが実現

大人もつどう駄菓子屋

相鉄線の三ツ境駅の南口付近に広がる商店街。道なりにまっすぐ進むと懐かしいわらびき屋根のお屋敷と長屋門公園まで続き、自然ゆたかな地域です。また、トトロのモチーフのバス停があちこちにあり、ツリーハウスや神社があり、家族や年配の方が散歩を楽しんでいます。

商店会には現在、飲食店・バー・花屋・スポーツ用品店・美容院・整体など幅広いお店が約80店舗ほど加盟しています。会長を務める菅野誠通さんは、次世代にこの商店街を継承したいと2019年に自ら手をあげました。「Cafe&Bar Go」と、社会保険労務士事務所の代表です。

数年の変化

PICK UP

街に駄菓子屋が誕生

2022年、駄菓子屋「ミックル堂」が開業しました。菅野さんが街から駄菓子屋が消えていく現状をみて子どもたちが楽しめる居場所をつくりたいと思ったこと、2021年の横浜市の「ニューノーマル社会における商店街活性化促進プロジェクト」の勉強会にて、周囲から「横浜で一番ジブリを感じる商店街」と評され、「駄菓子屋があると嬉しい」との意見があったことも、開業のきっかけになりました。

ミックル堂では棚に並んだ菓子をながめて何を買おうか真剣に悩んだり、今日あったことを楽しそうに話したりする子どもたちの姿がみられます。

同時に奥には小さなスペースをつくりました。大人たちが商店街の話し合いをしたり、近隣の私立高校のボランティア部に所属する生徒たちが集ったりと、有効に活用されています。



また、駄菓子屋の運営資金は毎月1口千円で「ミックルエンサー」と名づけた支援企業を募って集めています。まちと地元企業のつながりをつくる仕掛けです。菅野さんは駄菓子屋を街に還元する仕組みにしたいと工夫をこらしています。商店街やまちづくりの仕事は、やり始めたらやらない意味がわからないほどおもしろく、やりがいを感じているそうです。



戸塚宿ほのぼの商和会

戸塚区



地元の歌手と手をくんで

テーマソングが誕生

JR戸塚駅西口、約100店舗からなる商店会。昔ながらの情緒を残した商店会ですが、歴史は比較的短く、2007年に誕生しました。

きっかけは区役所の移転。「これはシャッター通りになるのではないか」という危機感がつったことで、結束が強まり商店会が発足しました。

約10年が経過し若手に代替わりしたことをきっかけに、「横浜市商店街フィールドサーベイ事業」を活用しワークショップを開催しビジョンを策定しました。「子ども・高齢者・障がいをもった人も誇りと居場所と出番を感じられる商店街」をビジョンとして、バリアフリーな商店街を目指しています。事務局は商和会で「こまちカフェ」を運営する認定NPO法人「こまちぶらす」が担っています。



数年の変化

PICK UP テーマソングが誕生

ほのぼの商和会は「cut studio SPIRIT」オーナーの山崎正博会長を中心に、若いメンバーが多く、イベント、懇親会、youtubeなど次々とアイデアを形にしています。

戸塚はもともとストリートライブが盛んで「音楽の街とつか」として区をあげてPRしているので、ほのぼの商和会でも音楽を生かした取り組みを実施しました。

2022年、シンガーソングライターのかほ*さんと一緒にテーマソング『Sunny day song』を作成。戸塚小学校で行った「ほのぼのフェスタ」というイベントで披露しました。

街に溶け込みみんなをつなぐ曲



PICK UP 「はしご酒ライブ」復活

2023年にはコロナで中止していた「とつかはしご酒ライブ」が復活しました。区内の各商店街が主催し、飲食チケットを販売し、店舗内にライブ会場を用意。これに対し、戸塚ストリートライブ運営委員会がアーティスト50組を派遣する形で、はしご酒ライブが実現しました。チケットはセブンイレブンでも販売され500枚が売れました。たくさんのお客さんがお店を回り立ち見も続出しました。



仲町台商業振興会

都筑区



商店会どうしの連携で

ハロウィンバスツアーが実現

市営地下鉄の仲町台駅周辺に広がるニュータウン駅前型の商店街です。駅前エリアは洋風の建物とおしゃれな石畳が敷かれて洗練された雰囲気です。個人経営の飲食店が多く個性あふれるエリアです。

年々会員数を増やし現在は130ほどの店舗や企業が加盟。横浜市内でも上位の規模を誇っています。



数年の変化

PICK UP 3大イベントが復活

「仲町台の夏まつり」、「乾杯フェスタ呑みコン! 仲町台」、「ハロウィンバスツアー」とコロナで中止していた3大イベントが復活。夏まつりではプロレスも開催して、にぎやかなお祭りとなりました。

PICK UP 商店会どうしの連携

会長の相澤淳也さんは横浜桜並木郵便局の二代目局長。この商店会は若いメンバーが多いこと、区内の商店会どうしの仲がよいことが特徴だといいます。バス旅行や飲み会といった場で意見交換をして事がすすんでいくこともあります。

相澤さんは「ニューノーマル社会における商店街活性化促進プロジェクト」に参加して他の地域と比べて若手が多いという強みに気づいたといいます。区内の4つの商店街(えだきん・中川・北山田・仲町台)をバスで巡る「恐怖のハロウィンバスツアー」のような広域でのイベントが開催できるのは、普段から楽しみながらコミュニケーションがとれていることが要因の一つです。

PICK UP 地域のかかわり

住民の方から、コロナ禍後に「良い意味で変わったね」と言われ、商店会にかかわりたいと声がかかりました。そこで趣旨に賛同してくれた地域住民が5名ほど、準会員としてイベント運営などにかかわっています。商店会としても今後、道沿いに花を植えるといった地域貢献をしていきたいと考えています。



↑会長の相澤さんとバス旅行の様子

たまプラーザ商店会

青葉区



行政・学会・連合会の連携で実現

ポジティブなシニアライフ！

横浜市最北部の青葉区に位置するたまプラーザ商店会は、東急田園都市線のたまプラーザ駅周辺に学習塾、写真館、飲食店、美容室などが軒を連ねる活気ある街の一角です。商店会の活動は、お祭りやイベントの積極的な開催など、地域コミュニティの活性化に向けたもので、その指揮を執っているのは会長の朝香好平さんです。

この地域は東急電鉄の主導で開発され、閑静な住宅地が広がっています。しかし、高齢者の割合が増えており、今後さらに後期高齢者が増加することが予測されます。これに対処するため、商店会は健康づくりを重視してきました。

column

次世代の商店街の担い手

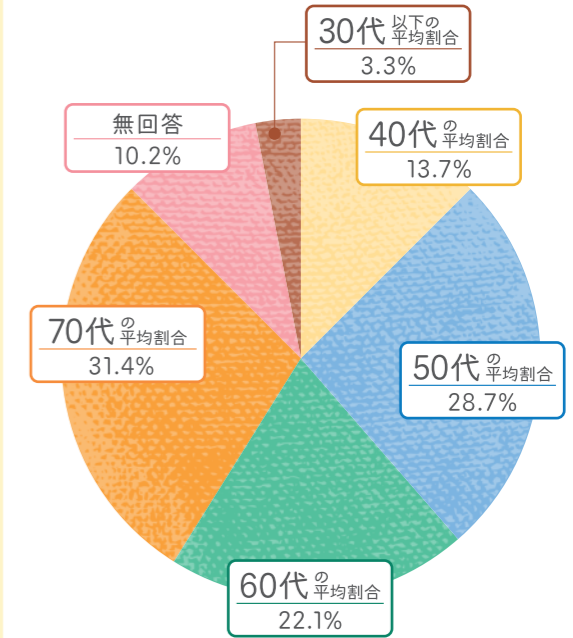
商店街の役員は高齢者ばかりで、なかなか新しいプロジェクトをはじめるとは難しいという声をよく耳にします。

横浜市の令和5(2023)年度「商店街実態調査」によれば、商店街の役員構成は70代以上の平均割合が31.4%で、50代の平均割合が28.7%、60代の平均割合が22.1%となっています。

30代と40代を合わせると17.0%となり2割弱の割合となります。比較的若い世代にも商店街運営を担っている人たちがいることがわかります。

担い手の年代構成

令和5(2023)年度「商店街実態調査」より



最も多い割合だった年代

最も高いのは、「70代以上の平均割合」で31.4%
次いで「50代の平均割合」が28.7%
「60代の平均割合」が22.1%となっている。

「ニューノーマル社会における商店街活性化プロジェクト」に参加する商店会会長や関係者も40代が最も多く、子育てをしながら商店街運営を行う方も複数名いました。将来に向けて魅力ある商店街をどう残すべきか、次世代の担い手が真剣に議論し、商店街の枠を超えてネットワークをつくっていくことはとても重要です。横浜市内全域に視点を広げることで、商店街を進化させたいという共通の理念をもった仲間に出会えたことは、プロジェクトの重要な成果です。このネットワークは今後も続き、それぞれの商店街で活動する若き担い手の助けとなることでしょう。



数年の変化

PICK UP 健康をより意識

高齢者の増加という地域課題に対して、連合商店会として2017年から健康フェスタを開催してきました。2023年には転倒予防と認知症予防フェスタを開催しました。さらに2024年4月には青葉区制30周年記念企画の一環で、たまプラーザ商店会の主催で「ポジティブエイジングフェス」を開催予定です。転倒や認知症を予防する知識が得られる講座や、懐かしい音楽の演奏や落語上演があるプログラムとなっています。

整体師であり、NPO法人神奈川転倒予防医学研究会の理事長も務める朝香さんは、老いても暮らしていける街にしたいと考えています。

PICK UP 地域全体を見渡す視点

朝香さんは会長に就任した直後から、青葉区商店街連合会の会長の後押しにより、交流の場や講座に参加したり、外部専門家に相談する機会を活用したりと、リーダーとして学び続けています。商店街だけでなく地域全体を見渡す視点を大切に、今後は積極的に地域の団体と連携をしていきたいと考えています。



UPDATE

これからの展望

戦後、横浜市の人口は、1952年に100万人、約30年後の1985年には3倍の300万人を超え、著しい成長を示しました。この爆発的な人口増加に沿うように、市街地も郊外へと急速に拡大し、各駅前や新設された団地内の商店街は大変な賑わいをみせました。

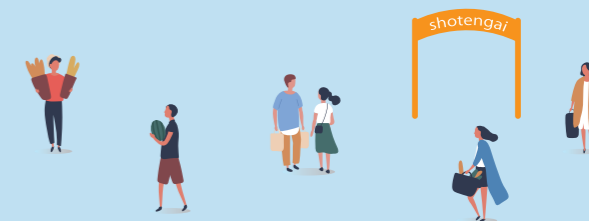
その後の成長はしだいにゆるやかになり、2021年の378万人をピークに、ついに2年連続の人口減となりました。これはかつての震災・戦災による一時的な減少ではなく、将来にわたって人口が減りつづける、経験したことのない時代がはじまったことを意味します。

横浜市におけるニューノーマルとは、コロナ禍によっておきた新常态に加え、長い歴史の中ではじめて迎える人口減少時代という、二つの意味を含んでいると考えるとよいでしょう。

今回紹介した商店街に共通しているのは、商店街をたんに買い物をしに行く場所ととらえてるのではなく、地域コミュニティの担い手としての役割をはたしているということです。

横浜市経済局の令和5(2023)年度「商店街実態調査」によると、「商店街が身近な買い物場であるだけでなく、地域の交流やにぎわいづくりの中心的役割をはたしていると思うか」と尋ねたところ、「そう思う」(42.4%)で、「そう思わない」(15.9%)を大きく上回りました。3年前の数字と比べると「そう思う」の割合は2.7%増えています。

さらに、これからの商店街の役割に対する期待としては、「身近な買い物場」(56.4%)としての役割が最も多いものの、「訪れて楽しめる場」(33.5%)、「暮らしやすいまちづくりを進める一員」(29.2%)、



「イベントや行事などのにぎわいの中心」(29.0%)、となるなど、コミュニティ活動の担い手としての期待は大きくなりつつあります。

そのためには、今後増える可能性のある外国人の観光客や住民、多様化の進む若い世代の価値観や趣向に対してどのように向き合うか、真剣に考えていく必要があります。

商店街が主体性をもって、自らの街の魅力づくりに励んでいくと、サポーターや熱心なファンは必ずあらわれます。急速なデジタル化の波や生成系AIなどのツールの進歩も、うまく活用すればプロセスの合理化につながり、担い手不足の負荷軽減を図ることもできます。

過ごしやすい居場所の提供、そして個人のやりがいを見出すことができる魅力的な店舗の誘致には、商店街を運営する役員のみなさんの「あり方」がカギを握っています。

商店街を主としたまちづくりの活動は、すぐに結果が見えるものではありません。

5年先、10年先を見すえ、地域や若い世代の人たちと連携しながら、着実に進化をつづけていくことが非常に重要になります。

横浜市内には、元気よく、努力を惜しまず進化をつづける商店街がたくさんあります。

この冊子をお読みいただいたことを機に、ぜひいろいろな地域の商店街に足を運んでみてください。

for tomorrow

