



# 共創による 商店街づくり

大田区の商店街は  
地域の住民や団体とともに、価値観を共有し  
共に地域づくりに貢献します。



# 調査の背景

## ○大田区商店街の状況

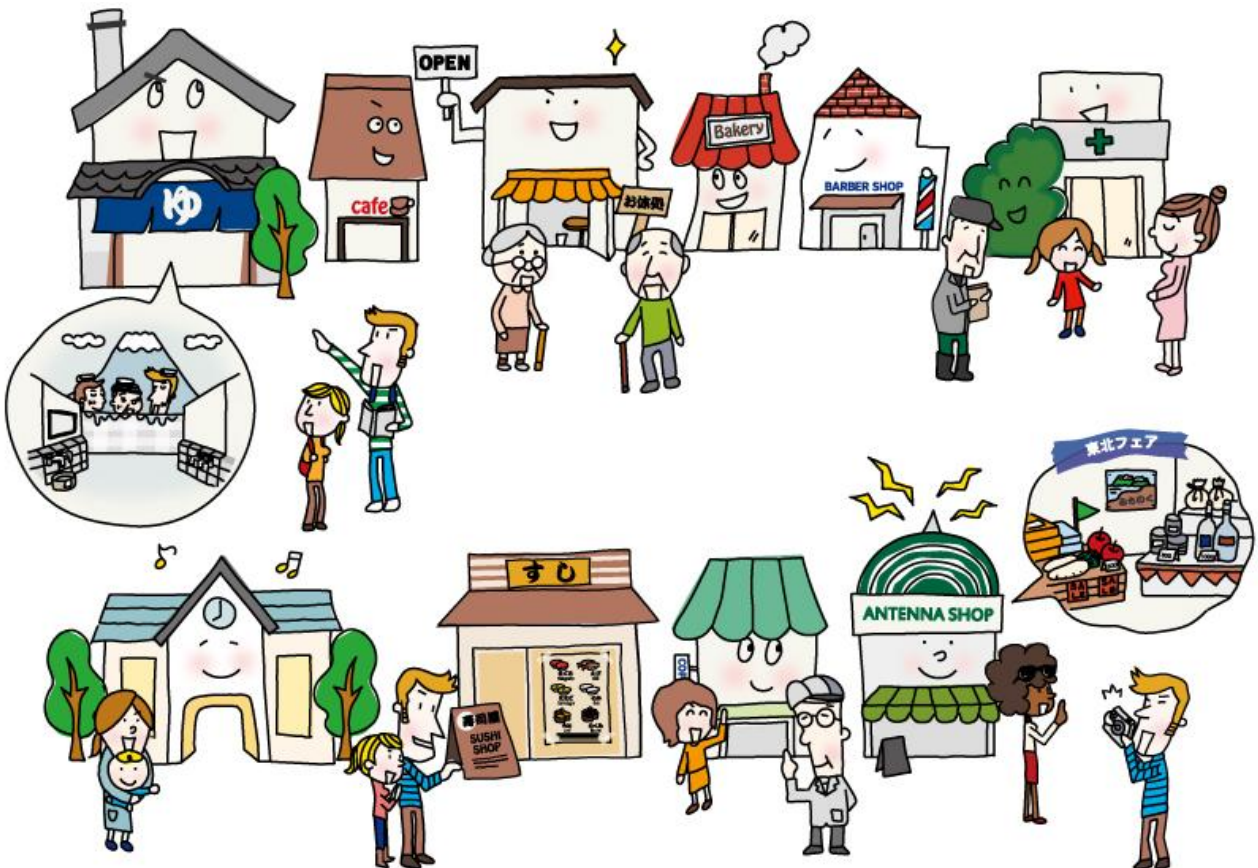
JR蒲田駅・大森駅、東急沿線駅、京浜急行線沿線商店街は、それぞれの顧客に応じた店舗の立地があり、賑わいを確保している場所が多い。一方、駅から少し離れた場所の商店街は、地域住民を顧客とした展開を図っている。両地域ともに、区内商店街では店主の高齢化による廃業店舗の増加や後継者の不在、大型店舗やコンビニストアとの差別化や共存手法の工夫、売上や集客力の低下など、経営基盤を揺るがす問題が山積する。コンビニエンスストアや大手スーパー、生協などの宅配事業、インターネット通販などの購買環境の変化に合わせて、商店街の創意工夫と時代に応じた変化が必要となっている。

## ○商店街が地域住民や地域団体と価値観を共有し

### 『共創』により、にぎわい・つながりを創出

大田区では平成20年10月に「大田区基本構想」を策定し、その中で『地域力が区民を支え、未来へ躍動する国際都市 おおた』を具体的な都市像として掲げている。

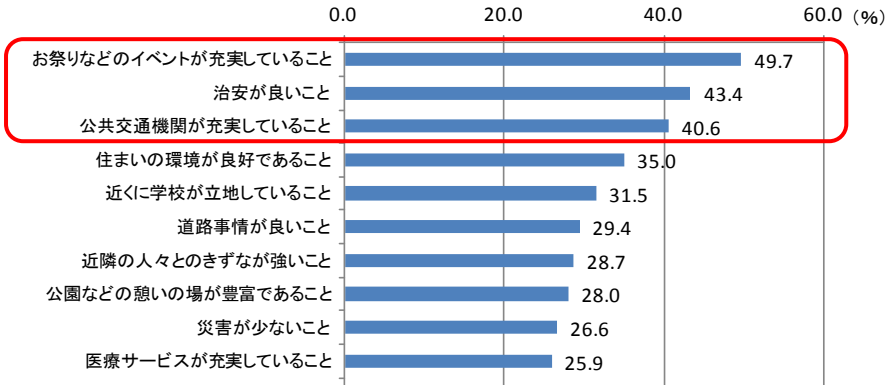
商店街はこのような都市像を実現する上での重要な担い手である。地域住民、企業、学校などと価値観を共有し、変化する地域社会に応じて事業を創造する店舗が集積し、にぎわいを生み出す商店街への変化が必要である。



# 今後の商店街が目指すべき方向性

## 活用できそうな地域の特徴・強み

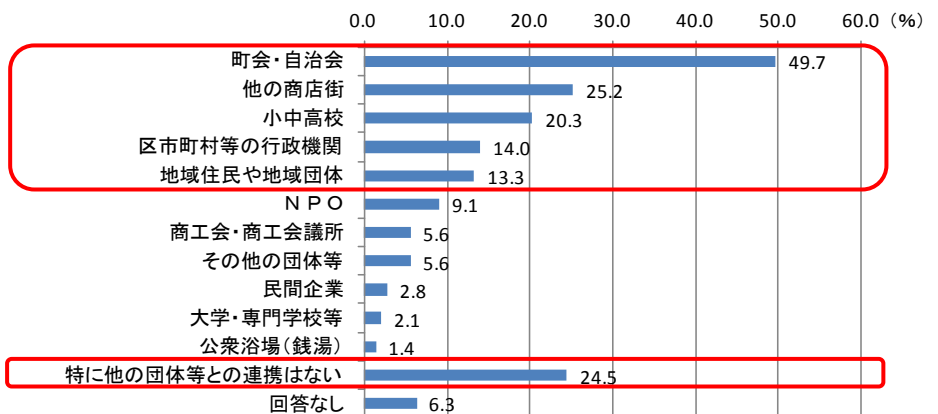
「お祭りなどのイベントが充実していること」が最も多く、全体の半数の商店街が挙げている。次いで「治安が良いこと」「公共交通機関が充実していること」が多く挙げられている。



羽田神社例大祭

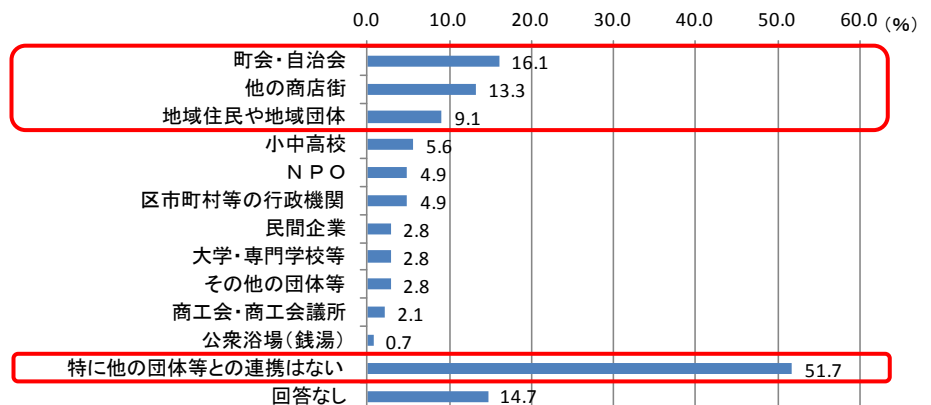
## 現在、連携している他の団体

現在、連携している他の団体としては、「町会・自治会」が最も多く49.7%、次いで「他の商店街」が25.2%、「小中高校」が20.3%、「区市町村等の行政機関」が14.0%、「地域住民や地域団体」が13.3%と続く。



## 今後、連携していきたい他の団体

今後、連携していきたい他の団体としては、「町会・自治会」が最も多く16.1%、「他の商店街」が13.3%、「地域住民や地域団体」が9.1%と続いている。



全国鶴の木まつり

(商店街どうしの連携事例)



東京実業高校・プラスバンド

(小中高校との連携事例)

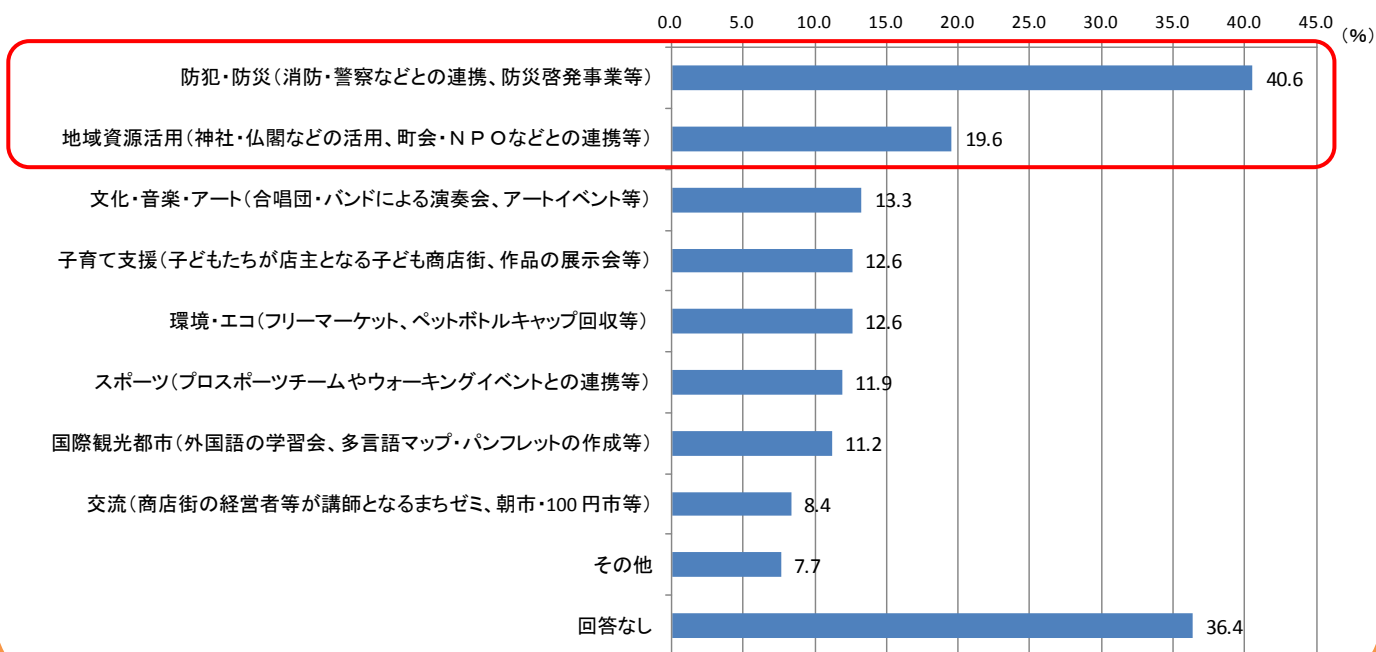


防犯パトロール

(地域団体との連携事例)

## 商店街として取り組んでいきたい活動

「防犯・防災（消防・警察などとの連携、防災啓発事業等）」が40.6%で最も多く、「地域資源活用（神社・仏閣などの活用、町会・NPOなどとの連携等）」が19.6%と続く。



TVドラマ等を活用した商店街のPR



TVドラマと連動した和洋菓子店での商品開発



地域の自治会・町会や学校、NPOと連携した  
商店街内の花壇の管理



おおたオープンファクトリーにおける  
町工場の見学ツアーの様子  
（工業と連携した商店街への集客）

# 商店街調査から見た「今後の商店街活性化の方向性」

- 「地方や外国の商店・飲食店等のアンテナショップの誘致」の割合が最も高い。
- 次いで「空き店舗等を活用した公益的機能（休憩所、情報拠点等）の整備」「オリンピック・パラリンピックの開催イベントの企画」「託児所や児童館などの子育て支援サービスの商店街への誘致」の割合が高い。

✓ **個店との比較：**

「専門性を持った診療所・介護サービスの商店街への誘致」への関心が低い。

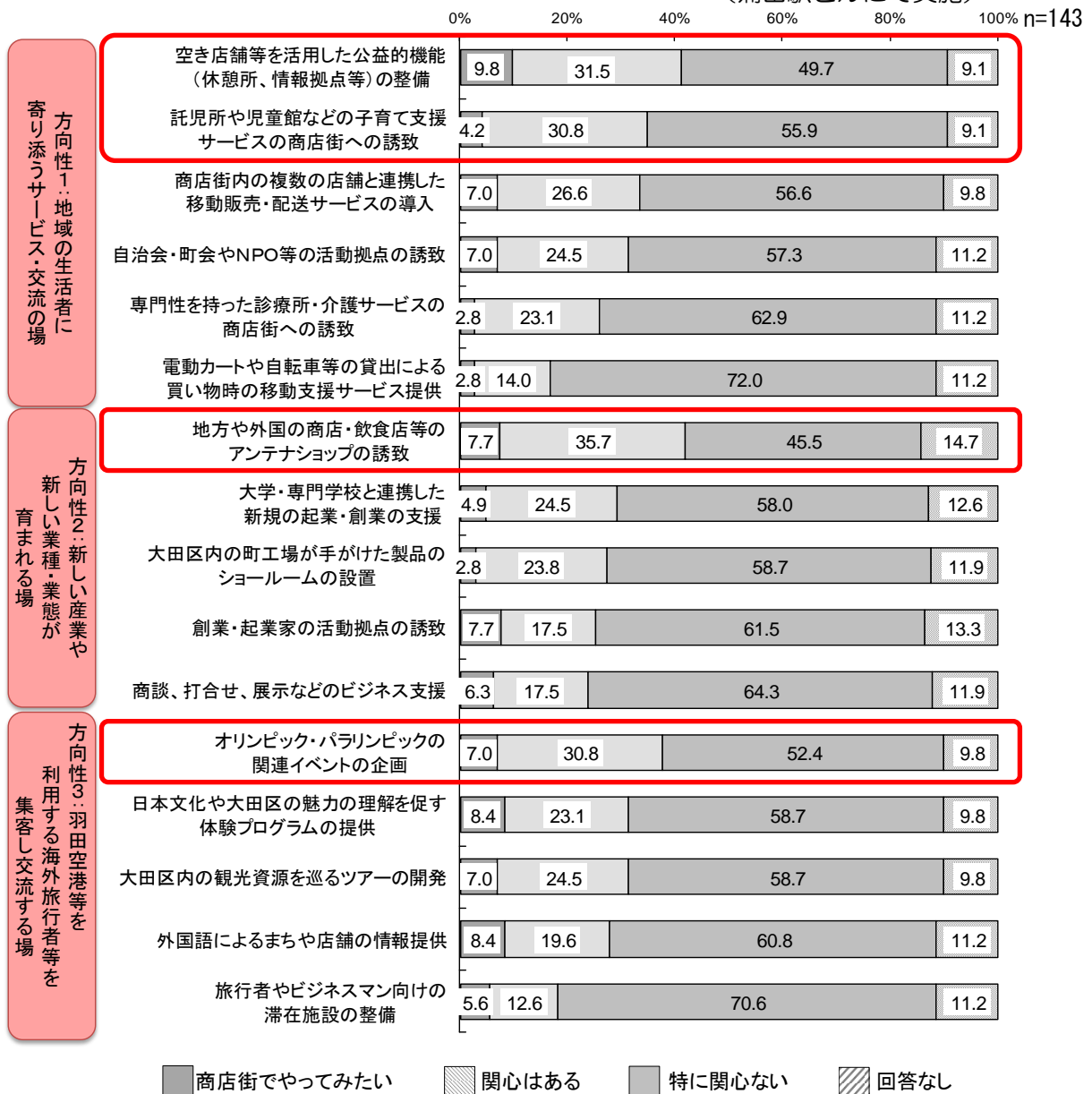
✓ **区民との比較：**

「商店街内の複数の店舗と連携した移動販売・配送サービスの導入」と「創業・企業家の活動拠点の誘致」への関心が低い。



(出所) 東松島市ホームページ

宮城県東松島市の物産展の様子  
(蒲田駅ビルにて実施)



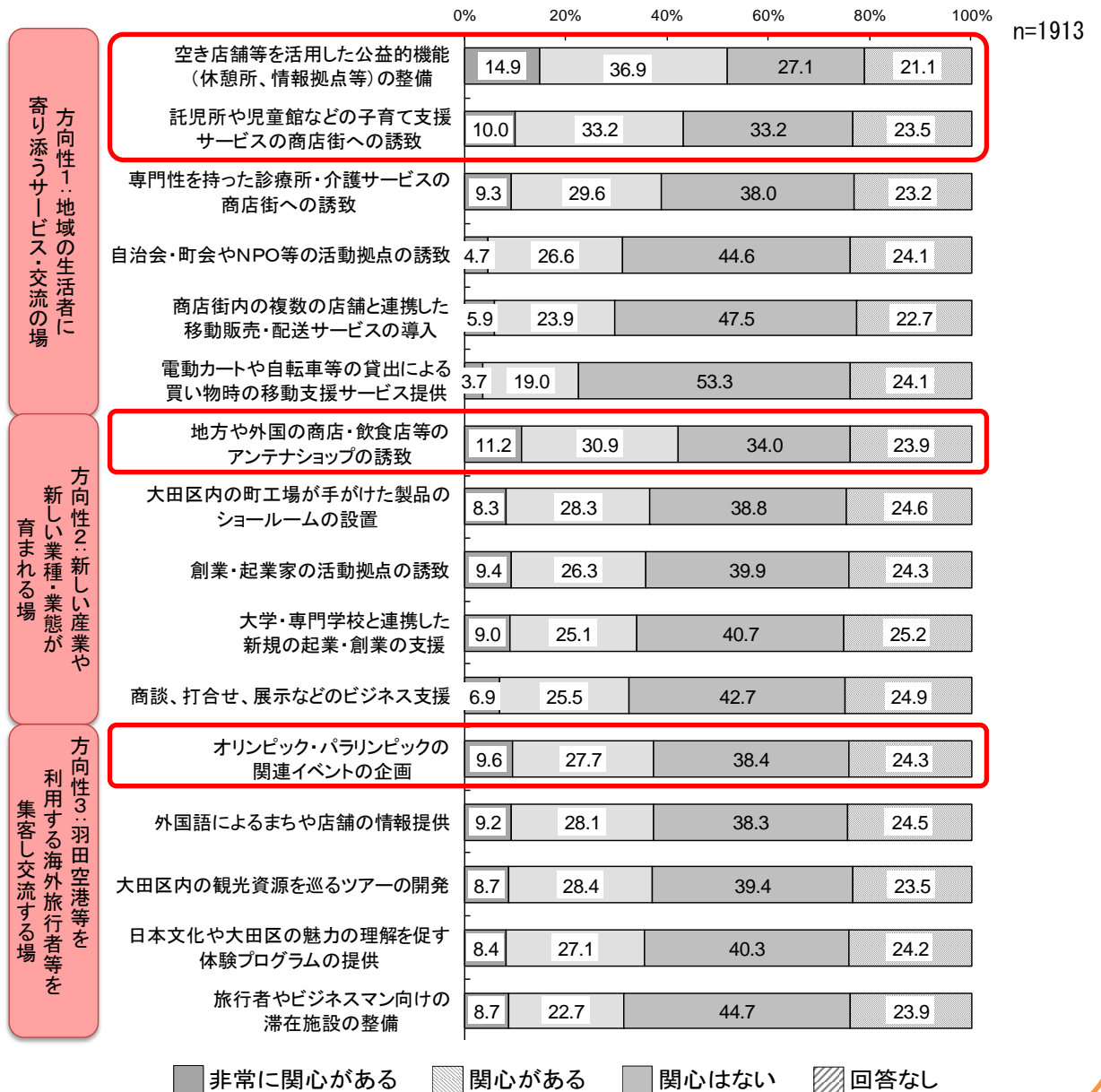
# 個店調査から見た「今後の商店街活性化の方向性」

- 最も関心が高かったのは「空き店舗等を活用した公益的機能（休憩所、情報拠点等）の整備」で、全体の半分が「非常に関心がある」「関心がある」と回答。
- 次いで、「託児所や児童館などの子育て支援サービスの商店街への誘致」「地方や外国の商店・飲食店等のアンテナショップの誘致」への関心が高かった。

- ✓ **商店街との比較：**  
「専門性を持った診療所・介護サービスの商店街への誘致」への関心が高い。
- ✓ **区民との比較：**  
「商店街内の複数の店舗と連携した移動販売・配送サービスの導入」と「創業・企業家の活動拠点の誘致」への関心が低い。



子育て支援施設（キッズな洗足池）の様子



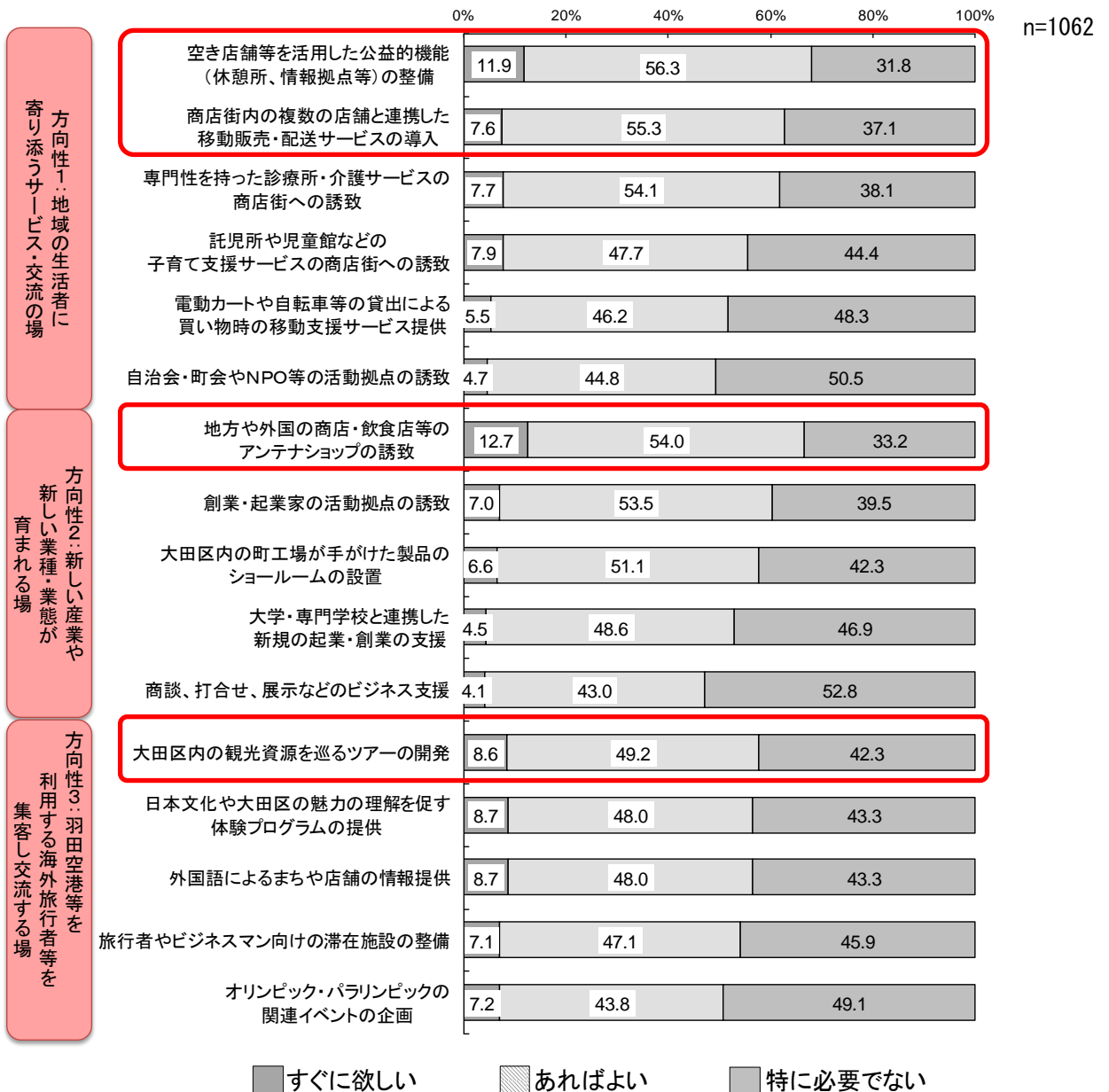
# 区民 Web アンケート調査から見た「今後の商店街活性化の方向性」

- 最も関心が高かったのは「空き店舗等を活用した公益的機能（休憩所、情報拠点等）の整備」で、全体の7割が「すぐに欲しい」「あれば良い」と回答。
- 次いで、「地方や外国の商店・飲食店等のアンテナショップの誘致」「商店街内の複数の店舗と連携した移動販売・配送サービスの導入」となった。

- ✓ **商店街との比較：**  
「専門性を持った診療所・介護サービスの商店街への誘致」への関心が高い。
- ✓ **個店との比較：**  
「商店街の複数の店舗と連携した移動販売・配送サービス」と「大田区内の観光資源を巡るツアーの開発」への関心が高い。



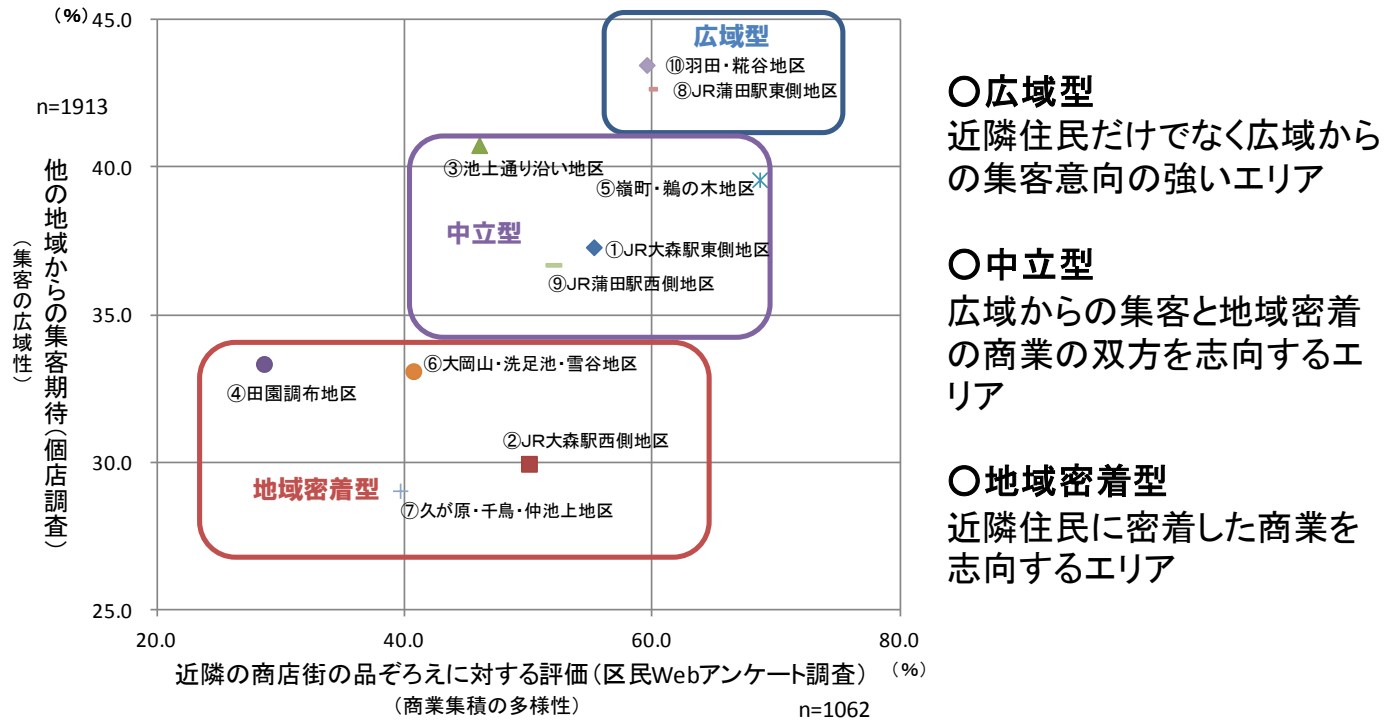
商店街の空き店舗を見学する様子



# 調査から導き出される方向性

以上のような各種調査の結果、大田区の商店街のにぎわい・つながりの創出に向けた方向性として、以下の3つの点が導き出される。

## 1. 大田区の商業集積の類型化



○広域型  
近隣住民だけでなく広域からの集客意向の強いエリア

○中立型  
広域からの集客と地域密着の商業の双方を志向するエリア

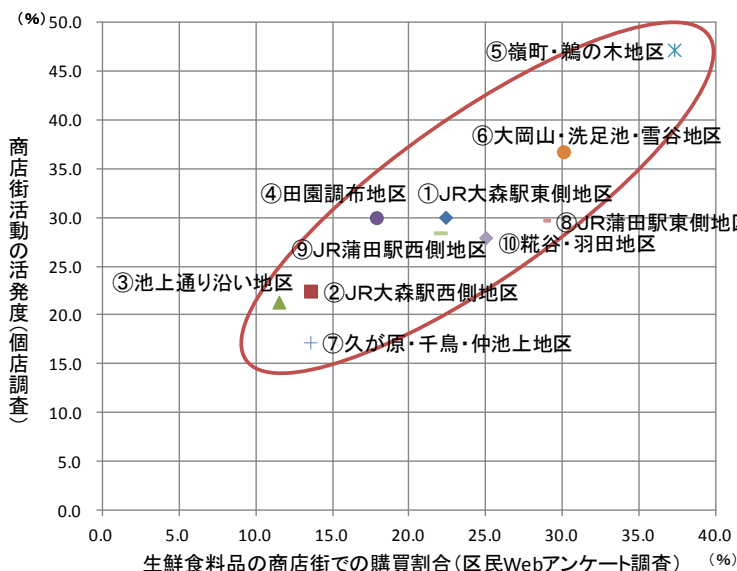
○地域密着型  
近隣住民に密着した商業を志向するエリア

## 2. 商店街・個店・消費者の間で価値観を共有すること(共創)

調査の結果、周辺都市との競合などの外部環境の変化が大田区の商店街に影響を及ぼしている一方で、創意工夫を重ねた商店街活動によって、生鮮三品をはじめとした消費者の購買を、商店街に引きつけていることが明らかになった。

したがって、商店街活動を通じて商店街・個店・消費者の間で、商いはもとより地域づくりに関する価値観を共有していく取り組みを重ねていくことが何よりも重要である。

商店街活動の活発度と生鮮食品の購入における商店街の利用度の関係



### 【使用した指標】

- ✓ 商店街活動の活発度  
所属する商店街における商店街活動の活発度 (個店調査より)
- ✓ 生鮮食品の商店街での購買割合  
生鮮食品の購買を「商店街」で行うと回答した人々の割合 (区民Webアンケート調査より)

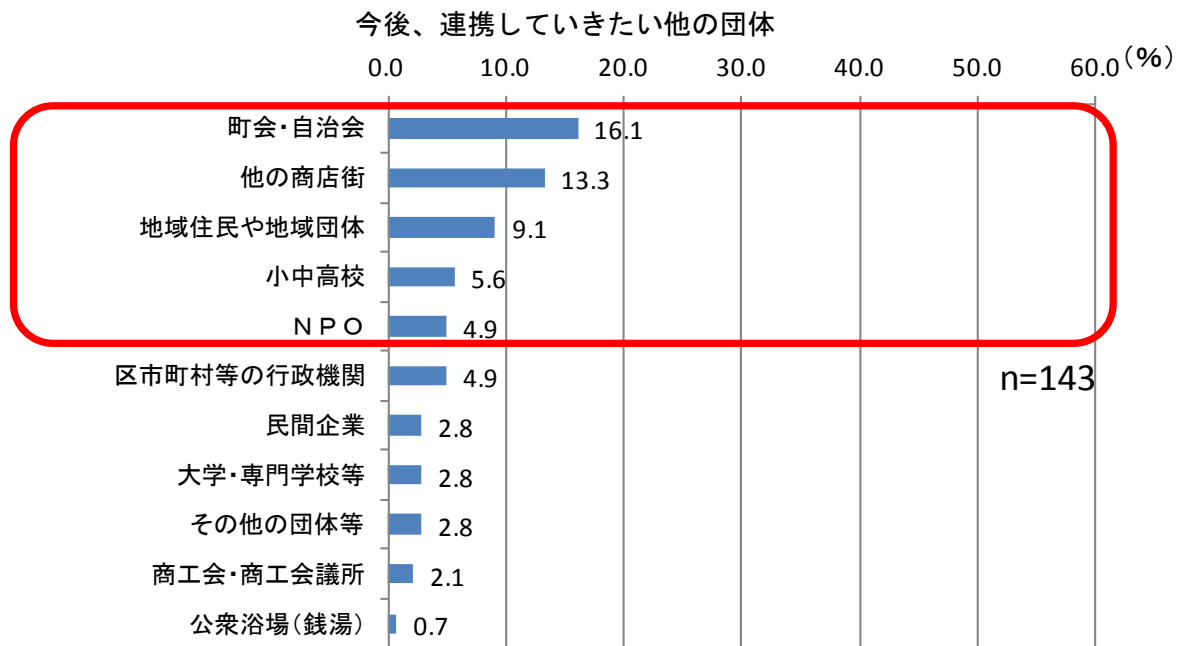


### 3. 商店街・個店の創意工夫と消費者とともに進める地域づくり

調査の結果、商店街は、今後は町会・自治会はもちろん、他の商店街、地域住民や地域団体、小中高校、NPOとの連携する意向を示している。

このような連携を通じて、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、羽田空港を利用する訪日外国人や区外の方も踏まえた集客を目指すことが重要である（観光庁は、2020年代には訪日客数が2,000万人に到達すると見込んでいる）。それを踏まえ、商店街・個店が創意工夫を重ね、にぎわいの創出につなげていく必要がある。

地域に密着したサービスを展開する商店街では、地域の防犯・防災や地域との連携協働による商いの展開が求められる。商店街・個店には、そのための創意工夫を重ね、地域のつながりを生み出す場でもあり、住民とともに創造性豊かな地域づくりを推進していくことが必要である。



#### 共創による商店街づくりの先進事例：アキナイ山王亭(大森柳本通り商店街)

- 「アキナイ山王亭」はウィロード山王商店街（大森柳本通り商店街）のほぼ中央に位置し、地域住民の「お休み処」としての機能に加え、様々な団体が強い目的をもって活動する地域交流の場である。
- 住民と商店街が交流できる場所を目指し、平日は「高齢者見守りネットワーク」の「みまもステーション」、毎週土曜日には「石巻マルシェ」などを開催しており、その運営には地域住民が主体的に携わっている。

アキナイ山王亭の様子（左：普段の様子・右：石巻マルシェ開催時）



# モデル商店街事業への提案（その1）

## 空き店舗を活用した子育て支援に関する事例

### ■おおた未来プラン10年（後期）との関係

- ・ 地域における子育て支援体制の充実（施策番号 1-1-2）
- ・ あきない経営と人材育成（施策番号 2-3-2）

## ○商店街としてのニーズ

- 商店街の周辺にファミリー層が多く住んでいる。商店街は、駅から近いエリアは盛況であるが、駅から離れるにつれて空き店舗が多くなり、近年ではその範囲が拡大傾向にある。
- 民生委員をやっていた経験から、地域に子育てに悩んでいるお母さんが多いことが分かっている。空き店舗が拡大傾向にある商店街の中心部の空き店舗を活用して、子どもを持つ母親世代向けの交流拠点づくりを考えたい。

## ○モデル商店街事業案

### 空き店舗を活用した公益的機能（休憩所・情報拠点など）の整備

区内の空き店舗などを活用して、母親世代の交流拠点となる休憩所や情報拠点・イベントスペースなどを整備する。地域で活動する町会やNPO法人の活動拠点と併設し、休憩所の管理を町会やNPO法人に委託することも考えられる。

#### ■参考事例：品川宿おばちゃんち（品川区北品川）

「NPO法人ふれあいの家-おばちゃんち」が運営する地域の交流施設で、品川商店街にある空き店舗を活用しており、入口付近がコミュニティカフェ、その奥が預かり保育「ほっぺ」のスペースとなっている。



（出所）NPO法人ふれあいの家-おばちゃんちホームページ

# モデル商店街事業への提案（その2）

## 外国人誘客・おもてなし対応に関する事例

### ■おた未来プラン10年（後期）との関係

- ・あきないのまちの基盤整備（施策番号 2-3-2）
- ・来訪者受入れ態勢の充実（施策番号 2-3-4）

## ○商店街としてのニーズ(事例1)

- 商店街の名称を、一般公募で募集を行うとともに、キャラクターも公募により3つ選んだ。
- 現在、名称変更に関連した事業を準備中で、看板設置やマップづくりを進めていく予定である。商店街を外国人向けにもPRしたい。そのため、空港周辺のホテルにもちらしの配布等を通じて、協力依頼をすることも検討している。

## ○モデル商店街事業案(事例1)

### 外国語による商店街周辺や店舗の情報提供

近年、羽田空港の国際線が増便されたことで、大田区を訪れる外国人も増加傾向にあり、商店街の店舗においても外国人のお客様を接客する機会が徐々に増えている。従業員が外国語を話すことができなくても世界各国からのお客様に対応できるように、指差し案内マニュアルや通訳機能を備えたまちあるきのためのスマートフォンアプリ等を作ることが考えられる。

■参考事例：クルーズ船・乗船時に周辺観光スポットの案内を行うスマートフォンアプリ（大阪市）

AR（仮想現実）機能を用いたアプリ機能を備えており、水都大阪の象徴である水の回廊をクルーズ船で体験頂いたときに、周辺観光スポットの魅力を、アプリが多言語で説明する。これにより、海外からのお客様がクルーズ船に乗られた際に、日本語しか話ができないスタッフがいた場合も、言葉の障壁を低くすることができる。



(出所)水都大阪パートナーズ・ホームページ

※AR（拡張現実）機能とは・・・現実環境にコンピュータを用いて情報を付加提示する技術で、例えばAR（拡張現実）機能を搭載したスマートフォンアプリを活用することで、携帯電話を通じて、外国語での案内を含めた町の情報等を伝えることができる。

## ○商店街としてのニーズ(事例2)

- 近隣に立地する大学の留学生の家族のためのホームカミングパーティが定期的に行われていたり、外国人と触れ合う機会は多く、新たな観光施設の整備に向けた動きがある中で、周辺エリアの観光資源について外国人も含めてアピールしていく必要がある。
- 既に大学の留学生と連携して、商店街を巡るツアーにガイドとして同行してもらうなどの取り組みを開始している。

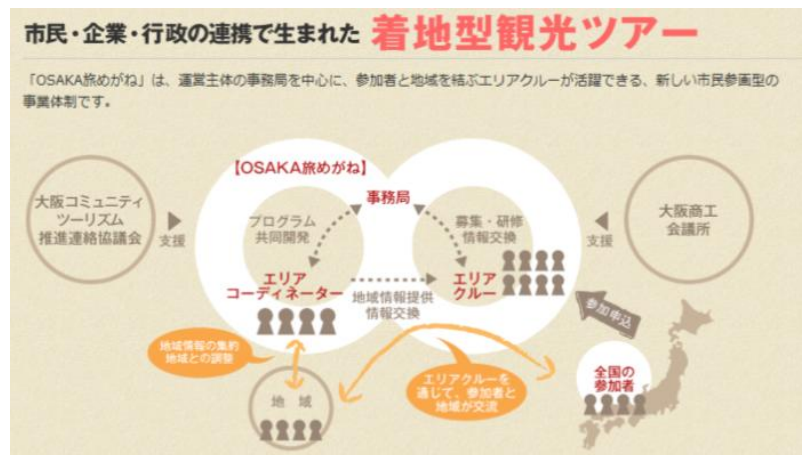
## ○モデル商店街事業案(事例2)

### 大田区内の観光資源を巡るツアーの開発

大田区にも、羽田空港や池上本門寺・大田市場をはじめ、訪日外国人に紹介可能な観光資源が数多く存在しているが、ほとんど知られていないのが実情である。そこで大田区内の観光資源を巡るパッケージツアーを開発し、大田区の魅力を発信していくことが考えられる。

■参考事例：地元を愛する人が案内する観光ツアーづくり  
「OSAKA旅メガネ」(大阪市)

地元住民が企画し案内する着地型観光プログラムを通じて、大阪の真の魅力を再発見し、地域と参加者との交流機会を創出している。地元を愛する人の中からプロのガイドであるまちの案内人を輩出していくことを目的としている。



(出所)「OSAKA旅メガネ」ホームページ

※着地型観光とは・・・従来の旅行会社を中心とした「発信型」の観光型と異なり、旅行先の地域が主体となって、地域の良さをアピールし、旅行プランなどを組み立て、集客につなげようとする観光形態。

## ○大田区の観光資源の例



町工場の見学



池上本門寺



ふるさとの浜辺公園

# モデル商店街事業への提案（その3）

## 移動販売・配送サービスに関する事例

### ■おた未来プラン 10年（後期）との関係

- ・ 地域における子育て支援体制の充実（施策番号 1-1-2）
- ・ あきない経営と人材育成（施策番号 2-3-2）

## ○商店街としてのニーズ

- 商店街を訪れるお客さんの高齢化が進んでいる一方、自転車も多いことから、お客さんが危ない思いをされることも少なくない。そこで、お年寄り向けの商品の配送サービスを商店街でも検討している。
- 既に近隣の体育館のイベント時に、イベントスタッフに商店街内の弁当店が弁当を配送するサービスを展開している（注文の受付は商店街振興組合が窓口になっている）。

## ○モデル商店街事業案

### 商店街の複数の店舗と連携した移動販売・配送サービスの導入

高齢化の進展に伴って、今後は商店街に買い物に出ることが難しくなるお年寄りも増える可能性がある。そこで商店街の複数の店舗が連携して、団地やマンションへの移動販売や配送サービスを導入していくことが考えられる。

#### ■参考事例：介護事業者と連携した配送サービスの導入（横浜市磯子区）

横浜市磯子区の浜マーケットでは10年近く前に商店会として宅配事業を検討したことがあったが、その時は採算や体制の問題で断念していた。

その後、商店街近くにある介護事業者からの申し出があり、これがきっかけで2010年8月から宅配事業に踏み切った。料金は近隣が300円・それ以外が500円。商店街で買い物をして荷物が多いため、などの理由で宅配を頼むことも可能である。



浜マーケット内に設けた宅配の受付・集配所

（出所）一般社団法人横浜市商店街総連合会ホームページ

# モデル商店街事業への提案（その4）

## 創業・ビジネス支援に関する事例

- おおた未来プラン10年（後期）との関係
  - ・ あきない経営と人材育成（施策番号 2-3-2）

### ○商店街としてのニーズ

- 商店街の経営者の高齢化が進んでおり、このままでは商店街に加盟する店舗も減少の一途をたどるのではないかと、という危機感を持っている。
- 商店街の活性化のためにも、商店街で商売を始めたい若手向けに、まずは5坪程度の小さな店を、安く貸すような取り組みを考えてもいいと思っている。

### ○モデル商店街事業案

#### 創業・企業家等の活動拠点の商店街への誘致

大田区には、多くの大学・専門学校が立地している上、羽田空港や東京・横浜へのアクセスも良いため、ビジネスを新たに始める場所としてのポテンシャルが高いエリアでもある。そこで創業・企業家の卵となる人々の活動の場を作り、そこでの経験をふまえて商店街で出店してもらうことが考えられる。

#### ■参考事例：枚方宿くらわんか五六市（大阪府枚方市）

「くらわんか五六市」は、デザイン性に優れた小物やアクセサリーの製作者、安全で美味しい手づくりパンの職人などを集めて開催される手作り市である。

当初は30名の出店者により細々と開催していたが、現在では毎月1回開催され、出店数は約200店舗に達する規模になっている。さらに出店者の中から、商店街に新しくお店を構える人も出てきている。



（出所）「枚方市五六市」ブログ、「商店街活性化事例レポート」全国商店街支援センターHP

#### モデル商店街事業の担い手と商店街との関係

モデル商店街事業は、商店街が主体になり、地域の「にぎわい・つながりの場」として、多様な主体を巻き込み、共創による商店街づくりを展開していきます。

「連携」をキーワードに、区内の民間企業、大学・専門学校、自治会・町会、NPO、地方・外国の自治体などとともに、「地域のにぎわい・つながりの創出」を実現していくこととなります。事業のスタートアップは、商店街と企業や地域住民との仲介役として、地域コーディネーター役を担う人材の活用が有効です。

# モデル商店街事業への提案（その5）

## 商店街と銭湯が連携したスポーツイベントに関する事例

### ■おおた未来プラン10年（後期）との関係

- ・にぎわい・つながりの創出（施策番号2-3-2）

### ○商店街としてのニーズ

- 週末になると、多摩川には野球やランニングなどのスポーツを楽しむ人々が数多く訪れている。
- こういった人々に、少しでも商店街に立ち寄ってもらうきっかけを作るために、商店街の近隣にある「銭湯」と連携した取り組みを考えている。

### ○モデル商店街事業案

#### 大田区の観光資源を巡るツアーの開発（商店街と銭湯との連携）

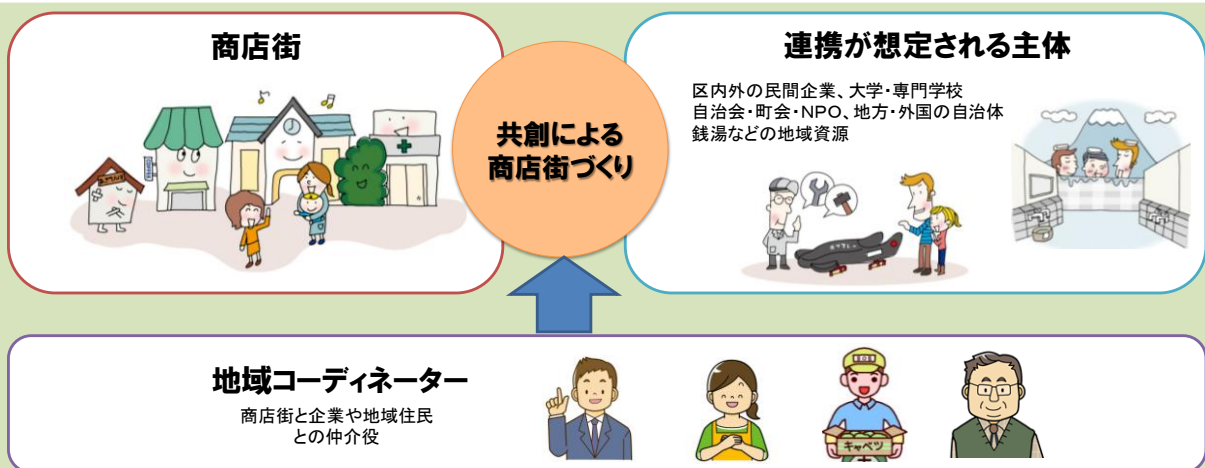
大田区には東京23区の中で最も銭湯が多い上、多摩川などの水辺や体育館やスタジアムなどのスポーツを楽しむスポットも数多く存在している。そこで商店街と銭湯の連携を強めることで、スポーツを楽しむ人々がスポーツ後に商店街と銭湯にも立ち寄るきっかけづくりとなるイベント等を展開していくことが考えられる。

#### ■参考事例：大阪ごちそうマラソン（大阪市）

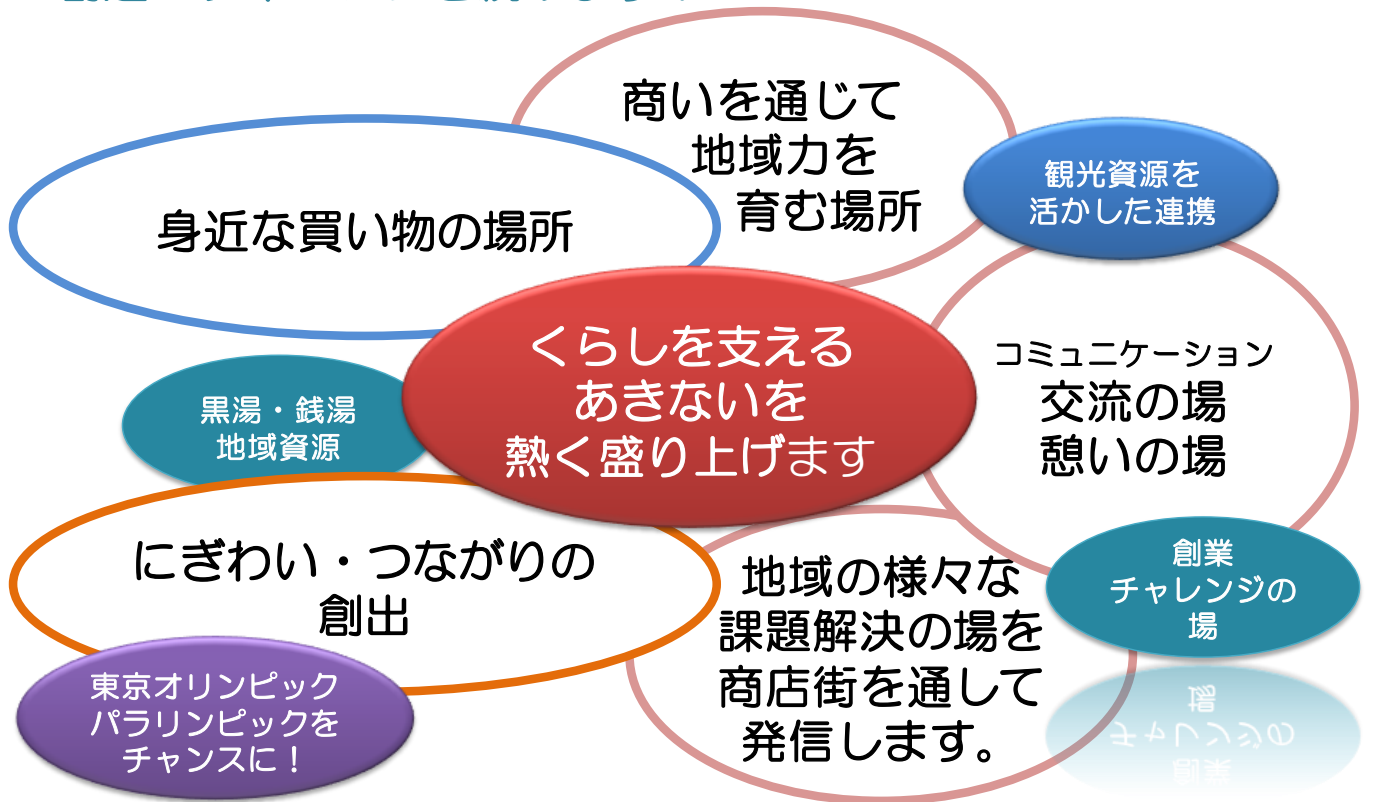
大阪ごちそうマラソンは観光スポットや商店街をめぐる24kmのコースで、「目にごちそう（渡船やUSJなど観光資源を堪能）」「おなかにごちそう（各商店街でランナーにおなかに優しい補給食のもてなし）」「心にごちそう（地域の皆さんの温かい応援）」をキーワードに、「走る人」も「走られる地域」も一緒になって楽しむ手づくりのマラソンである。銭湯とも連携しており、参加者にはマラソン当日に大阪市港区内の全ての銭湯で有効な利用券が配布されている。全国16都府県から350名が参加した。



（出所）大阪市港区ホームページ



時代の変化に対して 商業者は地域の住民や団体とともに  
創造・チャレンジを続けます！



『共創』による商店街づくり！

平成 27 年 3 月

発行： 大田区産業経済部