

地域の商工業活性化をテーマとした 地域課題解決型教育に関する研究

BL18064 谷口順哉 指導教員 松本慎平
広島工業大学 情報学部 知的情報システム学科

1 緒言

地域商業がまちづくりに果たす役割は多機能に渡るとされている。その中で、商店街の維持や振興は、地域経済の発展を考える上で不可欠なものと認識されている。商店街は、経済的側面だけでなく、地域伝統や文化の継承・発展、都市デザインや景観の維持・改善にも不可欠な存在だと言われている。特に、商店街は地域住民が集まる場所であると共に、催事・イベント・祭りの開催といった役割も担ってきた。よって、地域活性化の担い手や地域コミュニティを形成する場としても、商店街は不可欠な存在と言える。その一方、商店街や中心市街地の衰退は、人口減少や少子高齢化の次に続く地域が抱える課題として全国各地で問題視されている。中小企業庁が行った平成30年度商店街実態調査によると、全国の商店街では空き店舗の割合は約14%であり、53.7%の商店街は今後も空き店舗が増加するだろうと回答している。また、近年のEC市場の急速な拡大や生活様式の変化などの影響を受け、約70%の店舗が景況の衰退を感じている。さらに近年、COVID-19の拡大が大きな経済的打撃を与えた。このように、商店街の業況は今後ますます厳しさを増すことが予想されるため、効果的な対策が望まれている。地域の商工業の活性化を実現するためには、地域社会と教育機関が協働し、これからの地域社会を担う若年者層の地域に対する興味・関心を促進することが重要となる。そこで本研究では、地域振興の学習をテーマとした地域課題解決型教育を調査することを目的とする。

2 関連研究

地域の商店街を取り巻く環境が厳しさを増す中、商店街振興組合や非営利活動法人が商店街の特色を生かした独自の取り組みを推進し、商店街の課題解決や活性化を実現させた事例はいくつか報告されている[2]。例えば、アートをコンテンツとした愛知県豊橋中心市街地、地域外の店舗を呼び込み商店街を活性化させた新潟県三条中央商店街、空きビルを再生し利便性を高め来街者を増加させた福岡県北九州市の魚町商店街、デザイン・ビジネス・スキームの3点を組み合わせ集客を向上させた香川県高松丸亀町商店街、高齢社会に対応した買い物代行や出張商店街を展開し成功を収めた埼玉県秩父市のみやのかわ商店街など、様々な取り組みが実践されている。これらの事例では、商店街の特性や地域性に合わせた活性

化策が立案・遂行されている点で共通が見られる。したがって、商店街の活性化を図るうえで、まず地域性を的確に把握することが重要だと言える。

3 若年者に着目する意義

中長期的な視点で商店街振興を考えた場合、地域性を活かした施策の推進と共に、新規顧客層の開拓も不可欠と考えられる。特に、古くからの商店街の顧客の満足度を維持しながら、若年者向けの店舗や商品・サービスを拡充し、新たな顧客層である若年者層の集客を増やす策が求められる。若年者層の顧客を多く呼び込む仕組みができれば、若年者向けの店舗や商品を取り扱う店舗の増加が期待され、商店街に若い店主を呼び込みやすい環境を整備できる。このことは、店舗の後継者不足への解決にも効果的だと考えられる。店主の若返りは、商店街に活気を与える要因にもなると言われている。また、まちづくり人材の育成・確保といった観点でも後継者の確保は重要となる。以上より、若年者層もターゲットに含めた集客促進の仕掛けは、商店街の長期的な存続のためにも必要だと言える。

4 結言

本研究では、地域振興策の学習をテーマとした地域課題解決型教育を調査するため、地域の商店街の現状を明らかにし、地域性を的確に把握することの重要性を確認した。なお、商店街を維持、存続させるためには、センチメンタル価値を高めることが重要とされている。センチメンタル価値とは、街の歴史や愛着心が形成する心理的価値のことであり、存続する商店街は高いセンチメンタル価値を有するとされている[1]。足立は、行動経済的な視点から商店街の衰退及び顧客の減少を理論的に整理し、商店街の維持、存続にはセンチメンタル価値が重要な要素であることを示した。足立はまた、「地域愛」にはまちづくりへの「行動」を刺激する効果があるとした。したがって、今後は「地域への愛着」に着眼し、顧客と商店との関係構築に焦点を当てた地域課題解決教育の実践例を調査する予定である。

参考文献

- [1] 足立基浩, 上野美咲. 地方都市の商店街再生の方向性: 学生・市民の参加による組織力の強化の可能性. 経済理論, Vol. 382, pp. 1-16, 2015.
- [2] 裕一福川, 哲夫城所. 「まちなか」から始まる地方創生: クリエイティブ・タウンの理論と実践. 岩波書店, 2018.