



平成22年4月
四日市商店街
振興組合
TEL 33-4420
隔月発行

商店街活性化の

中身を考える

理事長 安部 敏雄



一、四日市商店街の最盛期は昭和三十年代だと聞く。その後の車社会の到来と官庁の移転、相次ぐ中・大型店の進出等により全国の大多数の商店街と同様に四日市商店街も衰退の一途をたどってきた。私は、平成十一年の四日市商店街振興組合結成以来、事務局長を三年、理事長を八年務めさせてきたが、何とかこの状況を打開すべく努力を重ねてきた。

遅れていたハード面の整備にまず全力を傾けた。この点については関係者の協力を得て確実に成果をあげつつある。もう一つの最重要課題として私の頭から離れなかったのは、商店街にいかに関わりをとりもどすかという事であった。そのために私達は「ふん」と議論をし、又、努力を重ねてきた。東西別院を中心とする観光資源を活用してよそから

客を呼び込む事についてもあれこれと検討をし、一部実際に実行もしてみた。又、宇佐市七夕夏祭り、お取り越し、ひな祭りの三大イベントをはじめ、毎月第二土曜日の門前町よか市のミニイベントと、集客を見込んだいろいろなイベントもやってきた。しかし、集客にはほど遠い結果でしかなかったのが現実である。

二、ところで四日市商店街の現状を見るとどうしても悲観的になりがちである。しかし、他と比べると必ずしもそんなに悲観的にはばかり考えるのもどうかと感ずる。

大分市では相次ぐ郊外大型店の進出で中心商店街が厳しくなりサテイが撤退し、パルコも撤退が決まったようである。竹町通りなんかは昼歩いていても気

持ち悪いくらい人が通っていない。別府の商店街のさびしさも尋常ではなく、ゆめタウンの進出でそれに拍車をかけている。中津でもジャスコとゆめタウンの進出で中心商店街は目を覆うばかりである。

去る一月二十五日、大銀経済経営研究所の研究員三名が当振興組合の活動及び商店街の実態調査に訪れた。県内のあちこちの商店街の調査活動をしているとの事である。私は率直に商店街の現状と組合の活動について話をした。その中には当然成果と同時期に当組合がかかえている課題や問題点も含まれていた訳であるが、最後の方で驚いた事に「いやー初めて元気の出るいい話を聞かせていただいてありがとうございます。よそはみんな嘆き節ばかりでこちらも気持ち暗くなるだけでした。本当にありがとうございます。」と礼を言っていた。私はそんないい話だけを話したつもりは毛頭なかったので本当にびっくりしてしまった。

又、前回紹介した全国商店街支援センター主催の個別経営研修事業最後の研修会終了後の懇親会(三月九日)の中で講師の方が四日市商店街ほどやる気とまとまりがあるのは他にはあまりないのではないかと語っておられた。社交儀礼上の言葉として少し割り引いて聞くとしても、私達の商店街が厳しい状況にあるのはまちがいないが他の商店街に比べて特にひどいというわけではないのではないかとも思われる。

三、このような中で先日実施された個別経営研修事業の研修内容は私達に新たな視点を与えてくれた画期的ともいえるものであった。ポイントは次のような点である。

東京のある商店街は駅前にとっても立地のいい所である。一日に数万人の通行量がある。しかし、商店街はさびれているというのである。客を呼びこめる個店が少ない事が理由だそうである。そういえば、宇佐市七夕祭りは二日間二万人近くの人を呼び込んでいり上げるが、その人達が商店にも立ち寄り売念ながらそういう話はあまり聞かない。要するに、人を呼び込むためにどんなイベントをやり、又、観光客を東西別院近辺に集める事に成功したとしても、自動的に各個店の売り上げが伸び、繁盛し、商店街が活性化するという事にはならないという事である。

四、このように考えてくれば、今、私達が考えなければならぬのは、商店街の活性化とは商店街にたくさん人を集める事ではなく、魅力ある個店をいくつ作り出せるかという事になるのではなからうか。各個店の繁盛なくして商店街の活性化なし、という考えてみれば当たり前の結論に戻った訳である。

しかし、この事は実を言うとうと今まで気付かなかった訳ではない。あの店、もう

少し接客態度をどうかして欲しいとか、照明が暗いな、とか、商品構成を時々少しぐらい変えたらいいのにな、とか思っていたにしても、人の経営内容に立ち入るのは遠慮があった。これは商店の関係者はお互いに同じ思いだったと思う。でも今回の個別経営研修事業はこの点に突破口を開いてもらった。やる気のある個店が自らすすんで自分の店をもっとよくするにはどうしたらよいか議論をし始めたからである。

五、だからといってイベントは全く不必要という訳ではないと思う。日頃お世話になっているお客に対する御恩返しとして、又、商店街の魅力アップの為に四日市に定着しているイベントはこれからも必要ではなからうか。ただ、これまでのように人が集まってくれば商売もなるとかなるのでは、という考えではなく、日頃からいかに「個性あるキラリと光る店」作りに努力しているかが大切であり、そのように日頃から努力している店であればイベント等で人を寄せた時に売り上げアップという事になるのである。

最後に再度まとめると「商店街の活性化とはいかにキラリと光る個店を作りそしてそれを増やすか」ということであり、「商店街にいかにかに人をたくさん集めるか」という事ではない、という事であろう。