

岡崎市 中心市街地活性化事業 会派視察 吉田つとむ

商店街活性化と個店の繁盛（愛知県岡崎市連尺商店街個店の現地視察記）

徳川家康の生誕地として有名な愛知県岡崎市を視察しました。中心市街地にある連尺商店街を訪ねました。立派な建物の店舗もありますが、近隣の場所にできたスーパーの超大型ショッピングモール（郊外とは言えないほどの中心市街地から数キロの地点に、イオンモールがあります）によって顧客を奪われている光景がここでも目立ちます。

そうした状況に対して、商店街の通りに人の通行量が減ったことが商業衰退の原因だと、商店街では駐車場の確保が十分になされていないことが言われますが、果たしてそれで顧客が減少した理由となるのでしょうか。こうした問いをもって、この視察となった次第です。

まず、市議会会議室において、行政担当者より、中心市街地活性化事業の説明を受けました。活性化のさまざまな事業によって、中心地である康生周辺地区においては歩行者・自転車の通行量の増加や、中心市街地の定住人口の増加する実績が得られていました。また、市街地のまちバスの利用者の定着も見られるところでした。

それらは、行政施設の設置や市街地マンションの増加、中心部バスの運行などで目標に添った数字が達成されたとみられます。

* 上記、あるいは下記の記載内容に関して、関心が深い方は、添付の「岡崎市中心市街地活性化ビジョン（康生・東岡崎周辺地区）」（平成23年3月 岡崎市）を参照してください。

しかし、これらの施策が、旧来から存在している商業集積地である商店街の顧客増加や販売額の増加につながっているわけではないと言う課題があるようでした。

そのことは、活性化事業に追加指標が設定されたことで確認することができました。その中で、特に、年間小売販売額（商業地別）と空き店舗数・商店数が設定されたことが特徴的でした。

行政が注目している事業で、私も関心を持つ事業に下記のものがありました。

それは、上記の康生地区の一角を占める連尺商店街における、個店活性化、繁盛店を生み出す事業の取り組みでした。

問題意識は、「イベントで人を集めても商業は活性化しない」、「魅力ある個店の集積⇒魅力ある商店街」とされ、「個々の商店の購買スキル、販売スキル等の向上が原点」となっていました。

私たちが日ごろ耳にすることが、アンチテーゼとしてとらえられることに注目する次第

です。

具体的には、この連尺商店街では活性化の手法に、「おかざき商人塾」を作って意識ある個店がまず改善して顧客と販売を拡充する方法が採用されていました。つまり、「点」としての個店の改善取り組みを優先させるものでした。

職種に添った商品群に絞り込んだ店内展示を変え、もてなしスペースを拡充した陳列スタイルに変更するものでした。

お願いして、そのおかざき商人塾に参加する個店をいくつか紹介いただき、インタビューを行いました。

一つは、竹田漆器店でした。古くからの店舗ですが、近年本舗の改装を行ったとのことでした。名称の通りに「漆器」を基本にした商品構成でした。この商人塾に参加して陳列などの勉強を改めて行ったとのことでしたが、本来、この勉強会の取り組みを知った上で店舗の改装がもっと変わっていたであろうとのことでした。

商品の絞り込みと抹茶サービスのおもてなしが基本となっていました。

もう一つは、「モードショップ ひまわり」を訪ねました。2代目の店長が経営の第一線で頑張っておられましたが、大社長も店内に広く取ったおもてなし空間で顧客を相手に談笑されていたところでした。

店長の説明によれば、よそ行きに着るようなエレガンス商品と、気軽な感じのおしゃれな商品を取り混ぜた商品を主力にし、60歳から80歳までを対象にした服を中心にしていますが、これからは50歳代も対象にしているとの話でした。2代目の若店長の意気込みが感じられました。試着室を含めて余裕ある陳列でしたが、商品自体は幅広いメーカー品をそろえているとのことでした。伝統あるモードショップと言う名称を大事にされています。

いずれも、低額商品はほとんどなく、ラグジュアリーの考えが底流にある店舗の雰囲気でした。

ただし、これらの店舗を見ると、徐々に改善は見られますが、すぐに総花的な展示構成に戻る誘惑もあるように見えました。

上記の大型ショッピングモールで買い物をする消費者が一般的な中で、商店街の店舗が生き抜くにはこうした商品の限定した高級品化と、顧客サービスの濃厚さが必須なのではないでしょうか

上記の記載内容に関して、関心が深い方は、添付の「岡崎市中心市街地活性化の概要 岡崎市長官舎再構築の背景」を参照してください。

平成 25 年 8 月 9 日視察 町田市議会 志政クラブ 吉田つとむ