

NEXT商店街プロジェクトから見えた 商店街活動20の格言

👉【ステップ1】人材育成・発掘、チーム作り

1 地域内外のプロを巻き込め

商店街のまわりには意外に「その道のプロ」がいる。例えば、デザイナー、建築家、マーケットの専門家。「プロ」のアイデアや知見は他地域との差別化になる。

具体的な事業は検討中でも、コンセプトをイラストにするだけで伝わりやすく、士気も上がる。

2 地域を愛する人を探す

多少のリスクを負ってでも商店街や地域を振興させよう、という覚悟を持った人たちが必ずいる。商店街が活動をしていくためには、このような「人材」がとても重要。

簡単にはこのような人材は生まれない。まずは、地域を愛する人、地元が好きの人を探すこと。

3 若いメンバーの意見を聞くこと

活性化への第一歩目は、とにかく「話をする」こと。

「若い世代」の意見は未熟であるかもしれない。でも話を聞かなければ、始まらない。

4 人のつながりから新たな人を発掘

協力者を見つけたいときは人に聞く。活動上の悩みがあるときも人に聞く。聞かれた人が分からなくても、その人が、また人に聞いてくれる。そして、思わぬ協力者が発掘でき、問題解決につながることもある。いい情報は人のつながりから生まれてくる。

5 商店街は最高の「インキュベーション施設」

確かに商店街の活力が失われているかもしれない。
ただし、一方で創業希望者にとっては、商店街は魅力的な場所に写っている。彼らの活力をうまく取り込みたい。

6 文句がでるのがあたりまえ、ぶつかって対等になる

基本的に本気であるから、ぶつかる、もめる。そもそも、商店街は一国一城の主の集まり。
ただ、ぶつかるからこそ、対等の話ができるようになる。

7 儲けの話をする、むしろ、引かれることも

よく言われる言葉がある。「商店街活動は個店の繁栄につながる」、「商店街組織が賑わいをつくり、個店が取り込む」。
しかし、現実はどうか。「まちを盛り上げたい」この一言で人が動く例も多い。

👉 **【ステップ2】活動する**

8 小さく始める

小さく始めよう、と言われる。しかし、何をしてよいか、わからない。少人数で何ができるのか、わからない。

こんな時は、「真似」が一番。商工団体や県に事例を聞いてみる。専門家への相談を申し込んでみる。

皆、相談してくれることを望んでいる。

9 「他人事」から「自分事」化へ。ポイントは成功を見せる

活動に「参加しない人」は「反対している人」とは限らない。

本気で取り組む人や、取組が成功する光景をみて、「他人事」ではないと共感してくれる仲間が必ずいる。

10 全員賛成は難しい

新しいことをやろうとする時、商店街の会員の皆さんが「全員賛成」という例は稀。

まず、できる人たちで、できることをやる。

11 「イベントの出店ドタキャンOK。」ゆるくやろう

例えば、地域の人たちも参加できるようなマーケット。

基本、うるさいことは言わない。出店しやすくすれば、当然、出店者も増える。出店者が増えれば、賑わいが大きくなる。そして、商店街も元気になる。

12 どこで立ち止まる？ 何を見てる？ 笑ってる？

商店街を歩く人たち、イベントに集まる人たち。じっくりと観察したことはありますか？

思いもしなかったところに足を止めたり、目を向けたり、今後の店づくりや商店街づくりの種が見つかるかも。

笑顔を生んでいる商店街なら◎。

13 個人の生活、個人の趣味

イベントの開催を通じて、地域の人たちが個人の生活、個人の趣味を表現する自由な広場にしていく。商店街を舞台に人が集まり、コミュニケーションが生まれる。もちろん、モノを売る側にもチャンスが広がる。

14 「商店街にある様々な空間」にはチャンスがたくさん

商店街にある空間を活用してみよう。

商店街には、道路、空き地、公園、空き店舗などたくさんの空間がある。これを使って「人を立ち止まらせたり、集めたりする仕掛け」をつくってみる。

👉【ステップ3】活動の継続に向けて

15 小さな成功の連続が、賛同者を増やす

最初から大きな取組はできない。まず、小さな取組からやってみる。きっと、人が集まる。本来、賑わいが嫌いな店主はいない。継続するうちに、一番の反対者が一番の味方になることがある。

16 「0から1」このステップが一番、難しい

新しい一歩が一番、時間がかかる。見方を変えれば、時間がかかることは、あたりまえ。焦らない。

1から2、2から3には、さほどの時間は要しない。

17 商店街の取組を「本業」？

商店街で実施する取組は、店主からしてみれば、もちろん「副業」。ただ、発想を変えて「本業」とする人がいたらどうか？活動の幅が広がり、皆の負担も軽くなる。

「本業」として取り組む人に任せてみる。

18 継続するために「お金の循環」を追求

イベントは無理せず、出店料やレクリエーション参加料等の収入の範囲内で実施する。背伸びせず、収入に見合った規模としていくことが継続のコツ。

19 疲れないこと。うまく手を抜け

イベントは継続できてこそ、商店街の存在が認知され、賑わいも生まれてくる。ただ、毎回、疲れてしまっては続かない。

例えば、広報から工夫してみたらどうか。チラシは刷らずに電子データでまく。来街者やイベント出店者にも発信してもらおう。

20 行政・商工団体・地域住民が一丸となる。そして、商業者はそれに応える

持続した商店街活動が行われている地域では、行政・商工団体・地域住民が一丸となっている。一丸となるキーワードが「まちづくり」。しかし当然ながら、主役は商業者。「応援団」に感謝し、しっかり応えていく。

