

第3章 商店街面談調査および個別商店面談調査

「令和3年度 埼玉県 商店街経営実態調査」に御協力いただいた商店街の中から、景況感や立地エリア等のバランスを考慮して抽出した50の商店街とこれらの加盟店（個店）50店舗を対象として、訪問またはオンラインによる調査員面談調査を実施した。本章では、中でも特徴ある取組を行っている商店街と、それぞれの商店街組織に加盟している個店を紹介する。

< 本章で紹介する商店街の事例 >

【事例1】南浦和商店会（さいたま市）

～神社を起点に、様々なイベントを実施する、地域性を生かした取組

【事例2】氷川本通り商店会（さいたま市）

～通りの清掃活動やゆめまつりへの協賛により、広く周知を図る取組

【事例3】谷塚駅東口商店会（草加市）

～大学新設を契機にリニューアル発足！若者が活躍する商店街を目指す取組

【事例4】アコス通り商店会（草加市）

～アイディアマンの商店会長による、地域の人と人をつなぐ取組

【事例5】所沢プロペ商店街振興組合（所沢市）

～安心安全で、個性ある商店街を目指した取組

【事例6】川越菓子屋横丁会（川越市）

～観光客増加に伴う変化に対応した取組と「らしさ」を維持する難しさ

【事例1】南浦和商店会（さいたま市）

所在地	さいたま市南区	立地環境	住宅地
設立時期	昭和 37 年	商業集積タイプ	近隣型商店街
会長	新保 信義	商店街組織形態	任意団体
店舗数	会員 118	景況感	横ばい
URL	https://elitus.wixsite.com/minamiurawa		

1. 商店街のなりたち

南浦和東口駅前、南大通りと舟山通りを中心とした広域なエリア

昭和 36 年に南浦和駅が誕生し、昭和 37 年頃に団地が完成、初めてその周辺に点在する商店会によって南浦和商店会が創設され、現在の商店会の礎となった。南浦和駅東口駅前、南大通りと舟山通りを中心とした広域のエリアとなっている。主な年間イベントは新年会、ゴルフコンペ、お花見・総会・ハロウィンスタンプラリー、新春開運大売出しと開運さんぽを実施。現在は会員 118 店舗となっている。

2. 商店街の現状と活動内容

最近の店舗構成に大きな変化はない中、小売店の専門化が進む

商店会の店舗構成に大きな変化はないが、小売店の専門化が進んでいる。地域の状況で、南浦和 1～4 丁目の居住者は増加しているが、購買される買回品の種類に大きな変化は見られない。大型店では家族向け、単身向けで商品展示を変えてきている。商店会では、若い世代の方に現在の店舗を知ってもらうことが大事と考えている。

地域や会員への情報発信と会員との密な関係づくり

商店会組織の一番の役割は、地域や会員への情報発信である。会員へは市の補助関係の情報や商店会イベントの情報等を常に発信してつながりを密にして、会員との連絡が途切れないよう努力しているが、業種が多岐にわたるため、会員をつなぎとめるのに難しいところもある。また歳末大売出し、よさこいなど、最近のイベントは近隣の商店会会長とも話し合って実施している。ただし、令和 2 年からコロナの影響でこれらの交流ができていないのが残念である。

3. コロナ禍の商店街

イベントは動画配信と参加店のQRコードにより若年層を取り込み

コロナ禍でも店舗数に大きな変化はない。各店舗とも若者層がQRコード決済を使うようになったので、商店会で実施している 10 月のハロウィンスタンプラリーでもQRコードを活用した。

毎年 10 月に開催しているハロウィンスタンプラリーを、今年は南浦和共栄会と共催して動画配信にて実施した。1,500 枚の商店会マップを作製・配布し、参加店のQRコードを読み取って、お店のPR動画を視聴。動画の中に隠された7つの文字を探し応募すると、抽選で 120 名様に参加店から提供された豪華賞品をプレゼントする形とし、お店のPRとゲーム性のある企画により実施した（昨年も動画配信及びクイズ形式で実施している）。

理事会のオンライン実施により、会員とのつながりを密に

理事会はオンラインで実施している。コロナ禍対応では今まで紙で会員に配布していたものを、LINE（ライン）を使った連絡網により、市補助の情報や商店会イベントの情報等を常に発信することで、会員とのつながりを密にしている。コロナ感染予防対策では、イベント開催について、スタンプラリーを非接触で実施し、また「感染予防対策運動参加店」というステッカーを作り、条件を満たしている店舗に配布した。

キャッシュレス決済導入では、会員向けの講習会を実施

商店会のキャッシュレス決済の導入は3割程度だが、商店会組織としての促進活動はしておらず、個店に任せている。ただし、3年前にPayPayができた時は、導入に向けて会員に情報提供した。また、会員向けに商店会でLINE Payの講習会を実施し、20店舗くらいの参加があった。

4. 商店街の課題

氷川神社を起点とした人のつながり、事業継続性が安定性の根源

地域の特徴として、南浦和駅西口にある大谷場氷川神社が地域の起点となっている。西も東も神社への寄付行為でつながって今日がある。現在40～60歳代が中心になって神社を守っている氷川会という組織があり、商店会の会員、自治会が一緒になって盛り上げている。東西の交流により、結束は固い。また、小売店以外に電気工事店や不動産、製造業など、事業を継続している加盟店があるので商店会会費が安定している。

将来の商店会活動を担う人材不足を不安視

現理事会で人材不足の問題はないが、20～40歳代前半の方が役員として入っていないので、将来には少し不安がある。

5. 行政・商工団体による支援について

県による政令指定都市への協力体制を希望

県でも個別に商店会の支援をお願いしたい。政令指定都市に対しても協力する体制をつくってほしい。

6. 商店街のこれから

商店会では街路灯117基、防犯カメラ17基を設置し、安全で安心なまちづくりに貢献している。今後は各商店とも専門店化が進むと思う。浦和駅西口周辺が再開発で大きく変わる中、少し離れた南浦和駅周辺は「昔ながらの商店会であること」、「地域に公園が7つもあること」を活かして、特徴ある南浦和商店会になっていくと思う。



【写真】街路灯の様子

【事例2】氷川本通り商店会（さいたま市）

所在地	さいたま市大宮区	立地環境	繁華街
設立時期	昭和 30～40 年頃	商業集積タイプ	地域型商店街
会長	新井 孝治	商店街組織形態	任意団体
店舗数	会員 36 非会員 34	景況感	横ばい
URL	http://www.moritaya.ne.jp/hikawahondoorishoutenkai/index.html		

1. 商店街のなりたち

武蔵一の宮・氷川神社へ続く商店街

商店街の設立は昭和 30～40 年頃だったと思う。エリアは一の宮通り（氷川参道からの通り）。昔は通りに八百屋、魚屋、肉屋をはじめ、金物屋、菓子屋など、なんでも揃っていた。最近は美容院、セカンドハンドショップが多くなっている。当時は 50～60 店舗はあったと思うが、現在は 36 店舗となっている。

2. 商店街の現状と活動内容

美容院や若者向けの衣料品、メガネ店などが増加

店舗数は 40 件弱、会員比率は 5:5 で大きな変化はない。ただ業種バランスでは美容院が増えてきた他、若者向けの衣料品（セカンドハンド）、メガネ店なども増えてきた。美容院も最近はチェーン店が多くなってきている。5 年くらい前に美容学校もできた。

客層は年配の方から若者へシフトしてきている。空き店舗になってもすぐに次が見つかる状況。繁盛店も若者向け美容院、衣料品などである。店主は一定期間後、別のお店に異動などがあるので、商店会活動にあまり熱心でないこともある。

清掃活動、花の植え替えなどのボランティア活動を通じた人のつながり

清掃活動は商店会主催で「一の宮通り Clean Up Project」として、月の第 1 日曜日の朝に地域の人を交えて取り組んでいる。ボランティア活動の関心のある方は朝霞、岩槻、宮原、日進のほうから来る方もいる。また、春、秋に 2 回、通りのプランターの花の植え替えを地域の人も交えて行っている。この活動は 15 年くらいになる。

市民主体の「アートフルゆめまつり」への協賛、協力による地域の盛り上がり

コロナで縮小していたが、地域の音楽フェスティバル「アートフルゆめまつり」に協賛、協力している。「アートフルゆめまつり」は市民主体で、アートフルゆめまつり実行委員会事務局を立ち上げて、運営をしている。大宮駅周辺の各会場で音楽・パフォーマンス・アート展示、パレードが行われる。ただボランティアで活動しているので、規模を拡大すると事務量が増えて大変になるので、あまり積極的に規模の拡大はしていない。市でも補助金、チラシ配りなどの応援はしてくれている。

3. コロナ禍の商店街

コロナ禍でのイベントは時期や内容、会場数を考慮して実施

コロナ禍でのイベントの開催状況は、令和 2 年は 5 月開催を秋に延期し、さらに従来の展示・ワークショ

ップ・駅コンコースでのパフォーマンス・パレードの実施を見送り、演奏パフォーマンスのみでの開催とし、令和3年は11月3日に「第14回アートフルゆめまつり」を実施。コロナ禍なので例年と異なり、会場数を2会場（大宮小学校と東光寺）に絞って、音楽・パフォーマンスが開催された。

4. 商店街の課題

会員の高齢化や後継者難、無関心

商店街活性化や活動継続の妨げになっている要因としては、会員の高齢化や後継者難、何とかなるだろうという無関心があると思う。

昔からの個店に若い店主が少ない点

商店街活動を担う人材不足の状況として、若い人はチェーン店の店長が多く、昔からの個店では若い人が継いでいない現状がある。



【写真】街路灯の様子(一宮通り)

5. 行政・商工団体による支援について

使いやすさや申請の簡易化などを希望

PayPay 利用のポイントバックや商品券など、企画はいろいろあるが、実際のところ使いにくかったり、市への申請方法が複雑で分からなかったりすることも多々ある。申請の簡易化や、申請に対する丁寧なアドバイスなどを期待している。

6. 商店街のこれから

現在、一宮通りの無電柱化整備をさいたま市が進めている。電柱を地中化し、それに併せて通りも整備している。安全で歩きやすい歩行空間の確保にもつながり、商店街でもこの通りの整備を着実により良い形で実施してもらうことが大切と考える。

【事例3】 谷塚駅東口商店会（草加市）

所在地	草加市谷塚	立地環境	駅前
設立時期	昭和 26 年	商業集積タイプ	地域型商店街
会長	山本 好男	商店街組織形態	任意団体
店舗数	会員 62 非会員 18	景況感	やや繁栄している
URL	なし		

1. 商店街のなりたち

前身は昭和26年設立、近隣での大学開設を契機に令和2年6月リニューアル発足

東武スカイツリーライン谷塚駅前にある店舗が加盟する商店会であり、昭和 26 年に設立された「イエスロード商店街」が前身である。設立当初は田畑が広がる地域であったが、1980 年から 2000 年にかけて駅前には大型のマンションができ、駅前ロータリーも整備されるなど都市開発が進んだ。駅前マンションには、大型スーパーや大手ドラッグストアなどが併設されている。

イエスロード商店街の加盟店は十数店舗まで減少していたが、近隣に文教大学東京あだちキャンパスが新設（令和 3 年 4 月）される動きを背景に、令和 2 年 6 月より心機一転、「谷塚駅東口商店会」として活動を開始した。以前よりも対象エリアを広げる拡大路線をとり、現在は 60 店舗を超える会員が加盟。新たに加盟したいという店舗からの申込が今も増えている。



【写真】 谷塚駅前の様子

2. 商店街の現状と活動内容

老若男女皆に楽しんでもらうための活動を

近隣に新しく大学が設立されるということで、若い人の往来が増えることが予想されるが、商店会としては若い人はもちろん、主婦の方、近隣で働く方など老若男女皆が楽しめることをしたいと考えている。神社でキッチンカーを呼んでイベントを開催しようというアイデアもあったがコロナ禍で実現は難しく、商店街の来街者のみなさんに喜んでいただけるスタンプラリーを企画した。スタンプラリーは商店会加盟店の合意を得やすいという側面もある。スタンプラリーを達成した方へのプレゼントを「もれなくもらえる」形にして、店舗をめぐる人が増えるようにした。

※商店会長である山本氏は長年にわたり蕎麦屋を営むとともに、埼玉県内の蕎麦屋組合の理事長として活動を担っていた。この活動の中で、県内の蕎麦屋 530 店舗をめぐるスタンプラリーを企画・実施した経験があり、谷塚駅東口商店会でのスタンプラリーにはこうした経験が十分に活かされている。



【写真】 大学生歓迎ポスターを掲げる商店会長の山本氏

文教大学の学生中心にフリーペーパーを作成、 商店街マップを掲載し1万5千部発行

文教大学国際学部の学生たちが、谷塚駅東口商店会と協同して、地域の活性化をテーマとしたフィールドワークを企画している。商店会では「ヤツカノキザシ〜ちょうどいい暮らしがここにある」というタイトルでフリーペーパーを不定期に発行しているが、「谷塚東口駅商店街マップ」を掲載した号は文教大学の協力を得て作成したもので、計1万5千部を発行した。このフリーペーパーは草加市内に拠点を構える「つなぐば編集室」(シェアアトリエつなぐば内)が編集を担当。若さ溢れるさわやかで美しいデザインに仕上がっており、手に取ってみたいくなるフリーペーパーである。



【写真】商店会発行のフリーペーパー

3. コロナ禍の商店街

キャッシュレス決済導入は1割程度、導入促進には若い人の力が必要

谷塚駅東口商店街がリニューアル発足した令和2年6月は新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言下であったため、人々が集まるイベントの開催実績はない。令和3年4月に大学が開学されても、学生はリモート授業が中心だったようで、大学生の往来はそれほど増えていない。

感染対策の一環として、キャッシュレス決済は今後推進していく必要がある。商店会でのキャッシュレス決済の導入状況は、加盟店全体のおよそ1割程度。キャッシュレス決済は数多くの事業者によるサービスが提供されており、それぞれ仕組や手数料が異なる。キャッシュレス決済に対する考え方も店舗によって異なる。そのため、個店ごとの判断によりキャッシュレス決済の導入が進められているのが現状である。

自分(会長)がかつて営んでいた蕎麦屋でもキャッシュレス決済を導入していたが、その設置にあたっては学生アルバイトの協力を得ることができた。自分自身、スマートフォンは使えても、キャッシュレス決済の導入は技術的なハードルの高さを感じていた。こうした新しい仕組を理解できる若者がもっと活躍できるように、世代交代が図られることを期待している。

4. 商店街の課題

子どもが継いでも厳しい経営環境が課題、空き店舗の解消には市役所が積極的に動く

自分は数年前まで蕎麦屋を営んでいたが、後継者がおらず長年続いた店を畳んだ。一方で、子供に継がせる店舗も商店会内には見られる。バブルの頃はどの店舗でも稼ぐことができたが、これから店舗を継ぐ若い人はこうした時代を知らず、苦労も多いのではないかと懸念がある。

空き店舗については、駅前という立地も功を奏して、空きが出ても次の入居者が決まりやすいようである。業種では、歯医者や美容室が増える傾向にある。今後、大学生をターゲットとして店舗を出したいという人が出てきそうであるが、学生がどれだけお金を使ってくれるかは未知数。空き店舗と入居希望者との橋渡し役として、市役所が非常に熱心に取り組んでおり、商店会の会長として同行することが多い。土地を貸すことに積極的でない地主との間で調整を行うケースもある。

5. 行政・商工団体による支援について

市役所との連携、商店会連合会での横の連携が強固な草加市

空き店舗問題を含め、市役所は商店街の活性化に積極的に取り組んでいる。商店街では、市の補助金を活用して宝探し大会を来年度に行うことを企画している。今後も市役所と連携して、商店会の活動を展開していく方針である。

商店会の運営面では、マンパワー不足が課題としてあり、事務的な業務を担うスタッフのサポートがあれば、商店会活動をより円滑に展開することが可能となるであろう。

市内にある商店会の連携は、他の市に比べて強固であり、商店会連合会の会長が市内 25 の商店会をうまく取りまとめている。

6. 商店街のこれから

学生と商店会とで共同経営の店舗を出せたら面白いと考えている。資金を集めて会社を設立してもよいが、お金を借りるには 10 年スパンでの計画が必要。10 年、20 年先を見据えた創業は商店会長にとって年齢的に難しく、若い人で創業できる人が求められる。将来、若い人の活躍する場になることを願っている。

〔谷塚駅東口商店会の個別商店の紹介〕

●とんかつ お刺身「はなぶさ」(飲食業)

新型コロナウイルスの感染拡大がやや落ち着いた令和2年10月に開店。谷塚駅から徒歩数分程度の好立地にあり、平日は近所の会社員や学生、休日は家族連れの来店が目立つ。草加市内はもちろん、越谷市や八潮市などからも来店客がある。経営者は草加市内外各地で複数の飲食店を営んでいる。

令和3年も営業時間が短く酒類の提供もできない厳しい状況が続くが、テイクアウトでの提供や仕入食材の調整などで乗り切っている。キャッシュレス決済も他店に先駆けて導入している。

コロナ禍の事業展開

コロナ禍の新事業として、テイクアウトを始めた。お弁当の注文が多く、予約なしでテイクアウトのみで来店する方もいれば、電話で注文される方もいる。また、店舗に食べに来た方が、お土産を持ち帰るケースもある。お弁当販売は利益率が低いが、コロナ禍での食品ロス問題の解消につながる点がメリット。コロナ禍では食材の仕入が非常に難しく、新規感染者数のニュースに日々左右されている。「はなぶさ」を含め複数店舗を営んでいるため、店舗間で仕入れた食材を柔軟に調整することができるが、生ビールなどは余れば捨てなければならないなど限界もある。



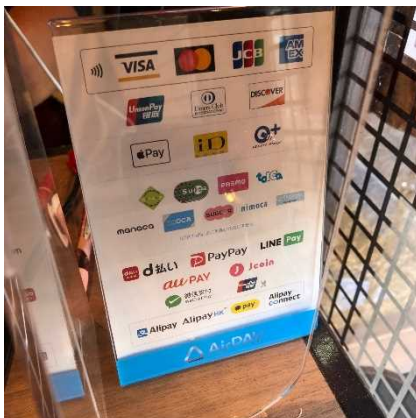
【写真】「はなぶさ」店頭

キャッシュレス決済への対応

クレジットカードや交通系ICカード、その他電子マネー、QRコードなど、ほぼすべてのキャッシュレス決済を導入済である。ランチの時間帯はキャッシュレス決済の利用率が高く、現金支払は5人に1人程度である。一方、夜の時間帯は現金が多い。経営者自身が現金決済を面倒と感じているので、キャッシュレス決済の導入は他の店舗に比べて早かった。利用されるキャッシュレス決済の種類は人によって異なるが、ひとつのシステムで運営することができている。手数料はかかるが、現金売上の金額を数えるなどの経理事務の削減ができるため、メリットは大きいと考えている。



【写真】豊富なメニューが魅力



【写真】キャッシュレス決済も多種



【写真】検温・消毒で感染対策

生活者支援の取組

常連客が中心ではあるが、足の悪い方限定で宅配配達サービスを行っている。他店でもともと出前を行っていたこともあり、今後は宅配配達サービスを本格的に展開していくことを検討している。

個店の後継者問題

経営者が若いため、後継者の問題は当面はない。複数の飲食店を経営しているメリットを活かして、自店で育てたスタッフに新規出店時の店長を任せるなど、段階的な人材育成に取り組んでいる。

個店の経営からみた商店街活動

商店会発行の商店街マップやスタンプラリーを携えて来店する客も見られ、また、マスメディアの注目度も上がった。地元の新聞に掲載され、40～50歳代の女性客が増えた。

商店会には若手の育成を期待したい。一方で、若者が新しいことをしようとしても、谷塚で長年暮らしている人々との兼ね合いで実現が難しいこともある。イベント企画では騒音や照明などの問題の解決が必要。

支援の活用状況や今後求められる公的支援

人々が外食しないことに慣れてきている。夜の時間帯は街にほぼ人がいない。コロナ禍で減った外食習慣を再び促進する施策や、夜に安心して外に出られるような施策を期待したい。

【事例4】 アコス通り商店会（草加市）

所在地	草加市高砂	立地環境	駅前
設立時期	平成4年	商業集積タイプ	地域型商店街
会長	谷古宇 隆一	商店街組織形態	任意団体
店舗数	会員14 非会員10	景況感	横ばい
URL	http://akos-street.blogspot.com/		

1. 商店街のなりたち

駅前再開発ビル後、再開発エリア対象外の路面店が集い設立

もともとは「草加東口駅通り商店会」として駅前ロータリーから多くの店舗で構成されていたが、平成4年5月に駅前再開発ビル「アコス」の開店に伴い、残った再開発エリア外店舗で再編成した組織が「アコス通り商店会」である。

商店街会員店舗数が最も多かったのは平成17年で16店舗が加盟していた。現在の会員数は14店舗であり、設立以降に加盟店舗数の大きな変動はない。

2. 商店街の現状と活動内容

コロナ禍以前は複数の商店会や企業等と協同して定期的にイベントを開催

コロナ禍以前は、複数の商店会や企業等と協同して定期的にイベントを開催していた。

毎年秋に「草加市商店連合事業協同組合－街グル in 草加」を開催。草加市の特徴あるメニューを募集し、小学校の校庭を活用して開催していたグルメイベントである。同時期に、商店会加盟店舗の宣伝を目的として、道路を通行止めにして各商店会が出店する「商店街フェスティバル」も開催していた。

6年前からは5月に「草加駅東口周辺活性化協議会－草加 Welcome Festival」を開催。草加を訪れる人、新しく草加の住民になった人、新学期で新たに草加駅を使い始めた人をターゲットとしたイベントである。大型店と商店会が一緒になってイベントを開催した方がにぎやかになるのでは、というアイデアから始まった。草加駅前で開催するイベントであるため、周辺の大型店との調整が不可欠であった。ミス獨協大学に1日草加駅長に就任してもらう企画では、東武鉄道の駅長に制服の貸し出しができるかどうかの交渉を行った。商店会の加盟店は、イベント時に駅前ロータリーに出店した。このイベントではテーマソングと30秒CMを作成した。

このほか、「式丁目町会－八幡神社祭礼」や「今様草加宿－宿場まつり」、「草加市－太鼓橋ロードレース大会」、各種スタンプラリー、音楽イベントへの協力など、さまざまな活動に参画してきた。



【写真】アコス通りの様子



【写真】商店会長の谷古宇氏

団地建替後の空きスペースを有効活用、野外映画祭などで盛り上がり

近隣の草加団地（現 UR コンフォール草加）の大規模な建替の際、大きな残地ができたので、参加しているまちづくり団体（高砂・住吉・中央地区まちづくり市民会議）で、草むしりをするを条件に UR から年 3 回イベントに使わせてもらった。数年にわたりグラウンドゴルフ・凧揚げ大会・野外映画祭を開催してきた。映画祭では、地元の商店の動画 CM を作って上映することで資金調達を行い運営資金の足しにした。普段見慣れた地元商店の CM はローカル色が出て大いに盛り上がった。現在は、この活動から必要な空き地と認められ、草加市が取得し、防災広場として整備活用されている。

3. コロナ禍の商店街

スタンプラリーの実施やプレミアム付き商品券の発行などを継続

新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言下では、商店会として各種補助金等の情報や申請方法を加盟店に伝達する役割を果たした。補助金の申請については、各個店に多少連絡が入っているようではあったが、情報の漏れもあったようで、案内をして回るのに労を要した。

コロナ禍で多くの人が集まるイベントの継続は難しくなったが、草加市産業振興課や商店連合事業協同組合が中心となって、スタンプラリーの実施やプレミアム付き商品券の発行などは継続した。

4. 商店街の課題

加盟店が少なくイベントの単独開催が困難、

会社組織の店舗(チェーン店)が多く商店街活動への参加に制限

商店街活性化や活動継続の妨げになっている要因としては、加盟店が少ない商店会であるため、マンパワー的にも予算的にも単独でのイベント開催が難しいことが挙げられる。また、イベント開催時等に道路使用の許可を取ることが難しく、県道部分を中心に賑やかにしにくい面がある。

会社組織の店舗（チェーン店）が多いため、後継者不足の問題はあまりないが、店から離れて行う商店街活動への参加が難しい店舗が多い。そのため、自店にいながらにして参画が可能なイベントを考えるようにしている。

問題となるような空き店舗は現状存在せず、商店会として対策をとる必要性は生じていない。

5. 行政・商工団体による支援について

行政の許認可手続の簡素化、商店会連合会による商店会支援の増強

道路使用許可をはじめとして、行政の許認可手続が簡素化されるとよい。

草加市では、市内の商店会が集まって「草加市商店連合事業協同組合」を構成している。この協同組合の活動で得られた利益を有効活用して、各商店会への支援を増強するとよいのではないかと考えている。同協同組合は市立病院内に売店を持っており、この店舗経営から得た利益をイベント開催費用に活用している。

6. 商店街のこれから

商店会を合併して対象エリアや加盟店数を広げることにより、加盟店の販売促進につながる魅力ある商店街活動が出来るようになることを望んでいる。現在、隣接商店街との合併を検討しているところであり、若い世代に商店会長を継がせたいと考えている。

様々な国にいる人脈を活用して世界の今の情報をウォッチしており、今後の草加市の街づくりのヒントにつながれるとよい。人と人をつなげる活動を行っていきたい。

【アコス通り商店会の個別商店の紹介】

●ポーラザビューティー草加駅前店（エステティック業・化粧品小売業）

店主の尾上氏は昭和 54 年 4 月に株式会社ポーラにセールスとして入社した後、昭和 58 年 6 月に独立。独立当初は訪問販売が中心で、部分的にエステをマンションで営んでいた。7 年前より店舗でエステ中心の事業に移行。現在は 2 店舗を経営。主要顧客は近隣住民や在勤者、年齢は 20～80 歳代と幅広い。土日は会社員、平日は家事専業や自営業の方が多く、若い人は、成人式などで来店されてその後リピーターになる方、親子 2 代で化粧品を使ってくれる方が目立つ。



【写真】「ポーラザビューティー草加駅前店」店頭

平常時(コロナ禍前)の事業展開

令和 2 年 4 月までは、販促活動は自店舗スタッフによるポスティングやフリーペーパーへの掲載が中心であった。

コロナ禍前より、衛生面についてはコストをかけて徹底した取組を行っていた。機材の消毒はもちろん、シーツからタオルまで都度洗濯、消毒し、最後はランドリーで乾燥することにより、高温での殺菌効果やタオルなどがふんわりと仕上がる。

コロナ禍の事業展開

コロナ禍前の経営は順調に推移していたが、コロナ禍で厳しい状況となり、令和 2 年 4～5 月はエステの営業を中止した。緊急事態宣言の解除後、客は戻ってきているが、コロナ禍以前に比べると少ない。エステで使用するベッドを 1 台減らして営業して、概ね予約が埋まっている状況である。

コロナ禍での販促活動では、引き続きフリーペーパーでの情報発信とともに、インスタグラムや LINE などの SNS の活用を重視するようになった。この効果が今現れてきている。一方で、今でもポスティングやチラシ（月に 1 万枚作成）、フリーペーパーを見ての電話もあり、これらに力を注いでいなければ現状は厳しかったかもしれない。令和 2 年 9 月からは日曜も常時オープンにしたことで客足が増えた。

衛生面では引き続き従来の取組を徹底するとともに、床・椅子などの消毒と、エステの施術中でお客様がマスクを外している時はマスクとシールドを着けるようにしている。

キャッシュレス決済への対応

クレジットカードとデビットカードの利用が可能。手数料が高い点がネックだが、最近では若い人の 8 割はキャッシュレス決済を利用する。

生活者支援の取組

ご高齢の方は、ご家族の方に送り迎えをしていただいで来店されている。来店が難しい方には、化粧品などをお届けしている。

個店のこれからについて

この先も引き続きこの商売を継続していくし、将来的な後継者の目途も立っている。新規顧客を増やすとともに今までの顧客をフォローしていきたいと考えており、もう少しゆとりをもてるようにするためにも良い人材を確保したい。人材育成が課題である。

我々の店舗は立地条件が良く、駅に向かう方などお店の前を通って見てくれる方が多いが、一方で賃料は

高い。現在は女性客のみであり、今後は男性客も対象としていきたいが、設備などへの対応が課題である。

個店の経営からみた商店街活動

コロナ禍前は魅力的なイベントも定期的に行われており、駅前的大型店と一緒にしていた。5月の「Welcome Festival」では駅前ロータリーに臨時出店してハンドマッサージを提供しつつ販促活動を行った。また、町会のお祭りやイベントでチラシを配ることもあった。イベントがあると人が来てくれるので、また開催されるようになることを願っている。

【事例5】 所沢プロペ商店街振興組合(所沢市)

所在地	所沢市	立地環境	駅前
設立時期	昭和 52 年	商業集積タイプ	近隣型商店街
代表理事	木下 健介	商店街組織形態	商店街振興組合
店舗数	会員 107 非会員 57	景況感	やや衰退している
URL	https://www.prope.or.jp/		

1. 商店街のなりたち

昭和 52 年に所沢駅前名店通り商店街が所沢駅前名店通り商店街振興組合を設立。昭和 55 年に所沢駅前名店通り商店街が「所沢プロペ商店街」に名称変更。

2. 商店街の現状と活動内容

業種バランスの変化や周辺エリア変化による客層の変化

現在、店舗数が最も多い状況にある。以前は生鮮三品を始めとする物販を行っている店舗が多かったが、現在は飲食店が増加している。飲食店の増加に伴い、若い世代の来街者が増加している傾向にあるが、若い世代の来街者の増加は、近隣にタワーマンションが増え、生活道路として商店街が使われていることの影響もあると考えられる。



【写真】所沢プロペ商店街のシンボル入口アーチ

恒例イベントと単発のイベントによる集客

毎年実施しているイベントは、ところざわまつりとイルミネーションの点灯。そのほか、単発では女性向けのセミナー「素敵ママフェス」や所沢プロペ商店街公式ゆるキャラ「アンリちゃん生誕祭」などを開催し、多くの方に参加をいただいている。イベントでは、会員店舗のクーポンを配布し、商店街の集客につなげている。

近隣の商店会や学校との連携、外部理事の登用

近隣商店会と連携して、近隣の小中学校なども参加したイベントや交流会を年 2 回実施していた。

また、4 年ほど前からまちづくりの専門家をアドバイザーとして外部理事に迎えている。外部の方を組織に入れることに抵抗がある方もいるが、広い知見で新しいアイデアを提案してもらっている。

3. コロナ禍の商店街

コロナ禍は、飲食店の撤退も多く、商店街も寂しい雰囲気になってしまった。コロナ禍初期は、不足していた消毒液やマスクなどの感染対策グッズを会員店舗に配布した。また、感染対策経費を 10 万円まで支給する取組を行った。来街者に対しては、安心して店舗へ来ていただけることを宣伝する取組を行った。

4. 商店街の課題

客引きの増加と対策

3、4年前から客引きが増加しており、来街者からも苦情が出るようになっていた。

客引きについては、埼玉県初の市条例が制定され撲滅運動を行っている。撲滅運動は、地元の警察署も熱心に取り組んでいる。また、所沢市とも連携して、警備会社と3名体制で巡回し、客引き行為の注意を行っている。

ハード面では、客引きの増加に伴い、防犯カメラの設置を2台から10台に増やしている。

客層の若年化に伴う影響

客層の若年化や客引きの問題もあり、高齢の方からは若い人が多いため、商店街に行くのが怖いと言われてしまうことがある。防犯対策等を徹底することが重要と考える。

「所沢プロペ商店街」らしさの薄れと今後の対策

イベント開催時に行ったアンケートでは、チェーン店ばかりで面白くないという意見をいただいた。所沢駅周辺は再開発により活性化が進んでいるが、このままでは駅と駅前の商業施設を行き来するだけで商店街に立ち寄ってもらえないのではないかと危惧している。しかし、店舗のオーナーからすれば、経営が安定しているところに借りてもらいたいと思うため、結果的にチェーン店が多くなるのは仕方ないともいえる。

そこで、商店街を道1本で考えず、面として回遊性が高められないか議論を進めている。横道に個性的な店舗の出店も増えてきており、今後は、市の補助金を活用して、賃料や保証の関係で出店できない店舗に対して商店街が間に入って保証をし、出店のチャレンジをしてもらおう取組を検討している。

5. 行政・商工団体による支援について

商店街の活性化に向けて、安心安全な商店街を目指し、防犯カメラの設置を増やしているが、直接的には商業活性化につながらないため、補助金の対象から外れてしまっている。直接的に商店街の活性化につながらない取組に対しても、何かしらの補助があるとありがたい。

6. 商店街のこれから

西武遊園地がリニューアルしたり、カドカワが本社機能を移したりするなど、所沢というまちが変わりつつある。その波に乗りながら、プロペ商店街の存在意義をどうアピールしていくかが今後重要と考えている。

商店会組織の役員の年齢層は若い世代が多く、外部理事や協力団体もいるため、今後、活動が盛んにできるようになればお客様にも喜んでもらえる商店街になるのではないかな。

客引きの対策もきちんと行い、安心安全を確保しながら、面白い商店街を目指していきたい。



【写真】所沢プロペ商店街の様子

【事例6】川越菓子屋横丁会(川越市)

所在地	川越市	立地環境	路線(バス通りなど)沿い
設立時期	昭和 61 年	商業集積タイプ	—
会長	久保田 淳	商店街組織形態	任意団体
店舗数	会員 23 非会員0	景況感	やや繁栄している
URL	なし		

1. 商店街のなりたち

設立は昭和 61 年。もともと菓子屋横丁はあったが、菓子の製造と卸売を中心とする菓子の工業組合のような組織だった。昭和 61 年頃から川越市が観光に力を入れ始め、菓子の製造に加えて、観光客を対象に小売を行うようになり、菓子屋横丁会も設立された。

2. 商店街の現状と活動内容

観光客増加に伴う商売スタイルの変化

川越市全体で観光客が増加しており、コロナ禍前の来街者は団体客や外国人が多い傾向にあった。食べ歩きができる食品を販売している店が流行っていることから、新たに食べ歩き向けの商品を販売するようになった店舗もある。

また、(公社)小江戸川越観光協会が毎年「小江戸川越春まつり」を開催していたため、それに併せて、菓子屋横丁会でもイベントを実施していた。

ごみの対策

観光客の増加や食べ歩きができる食品を販売している店舗が増加したこと等により、ごみの問題が課題となっている。菓子屋横丁会でごみ箱を設置していた時期があったが、休日は対応が困難なほどごみが集まるため、現在はごみ箱を撤去し、ごみは各自で持ち帰ってもらうよう促している。

近隣小学校・中学校への協力

近隣中学校の初雁中学校では、生徒たちが川越市を訪れた観光客を案内するプログラムを実施しており、菓子屋横丁会もこのプログラムに協力をしている。また、近隣小学校の校外学習で子どもたちが訪問することもある。



【写真】観光客が多く訪れる川越菓子屋横丁の様子



【写真】菓子屋横丁 味マップ

3. コロナ禍の商店街

コロナ禍は、埼玉県の要請に基づき令和2年4～6月の頃は全店舗休業した。営業再開後は、令和2年度の会費を有効活用して感染対策グッズを購入し、各店舗に配布した。

コロナ禍以前は、団体客や外国人が多かったが、団体客には高齢の方が多かったこともあり、現在、この客層は減少している。毎年開催されていた「小江戸川越春まつり」が中止となったため、これに併せて実施していた当会のイベントも中止した。

キャッシュレス決済への対応

当会の会員ではキャッシュレス決済を導入している店舗は少なく2～3店舗程度である。キャッシュレス決済の種類は、主にQRコード決済であるが、クレジットカードが使える店舗もある。キャッシュレス決済の導入促進が盛んだった時期に近隣商店会の協議会でも議論になり、菓子屋横丁でも導入を促したがあまり広まらなかった。

4. 商店街の課題

観光地として課題

近年の主要客層が観光客であるため、観光客の有無が来街者数に大きく影響してしまう。また、菓子屋横丁を含む周辺エリアは、観光地として完成されたものになってきているが、このままでは、どこにでもある観光地になってしまうのではないかという危機感がある。「川越らしさ」や「菓子屋横丁らしさ」を維持する取組も必要と考えている。

「菓子屋横丁」のスタイルを維持することの難しさ

年々、「製造」と「販売」の両方を行うといった商売スタイルの影が薄れてきている。現在は、菓子の「販売」が中心で「製造」も行っている店舗は2～3店舗となっている。

昔から営業している店舗が減少し、支店が増加している。過去に、商売を廃業した地主が会への相談なしに突然店舗を貸し出すケースがあった。借主を決めるのは地主であり、菓子屋横丁らしい業態の店舗に入っただけとは限らない。また、支店として出店されている店舗には商店会の役員を引き受けてもらえることが少なかったり、総会に出席してもらえなかったりすることもあり、支店とのやりとりに課題がある。

「菓子屋横丁」のスタイルを継続していくためには、新しい取組も必要と考えるが、昔から営業している店舗や高齢の経営者は今のままで良いと考えている人が多い。現在は何もしなくてもお客様が来てくださる状況であり、無理をして変化を望まない人も多いことが課題である。

5. 行政・商工団体による支援について

昔から菓子屋横丁で営業している店舗は、菓子づくりを長年続けている職人でもあり、新たなアイデアが生まれにくい。専門家のアドバイスをもらえる機会があるとよい。

6. 商店街のこれから

「菓子屋横丁」であるため、お菓子を作って販売する店が増えることが望ましい。以前は、飴や和菓子を製造・販売している店舗が多かったが、商品の種類にはこだわらずに食品や菓子の製造販売を担う店が増えていくとよい。

〔川越菓子屋横丁会の個別商店の紹介〕

●玉力製菓（和菓子製造・小売業）

手作り飴（あめ）の製造・小売業を営む玉力製菓は大正3年の創業。現在の店主である久保田氏は4代目である。一時、昔ながらの飴作りの技術が途絶える危機もあったが、川越市の後押しもあって継続し現在に至る。創業当時は奉公人を含め結構な人数が働いていたというが、現在は家族3人、従業員3人の計6人で営んでいる。

川越は県内外から観光客が訪れる地域であり、玉力製菓の商圈も幅広い。コロナ禍以前は外国からの来店者も多かった。近隣では、小学校の遠足で来店するケースもある。



【写真】「玉力製菓」外観

平常時(コロナ禍前)の事業展開

5年前は好調であったが、コロナ禍直前の売上や利益は横ばいもしくは微減の傾向であった。近年は食べ歩きが増える一方、お土産の購入が減少傾向にあり、これが売上減少の主因とみている。

コロナ禍前後にかかわらず、昔ながらの仕事を大切に続けている。

コロナ禍の事業展開

コロナ禍に入って売上・利益はともに激減。令和2年4～6月は小売店舗のみならず製造もストップした。足元の令和3年10～11月は、コロナ禍以前に近い状況に戻ってきている。コロナ禍でもネット販売などは特に行っておらず、店頭での販売を継続している。

キャッシュレス決済への対応

QRコード決済のPayPayが開始された頃（平成30年）に同サービスを導入した。設定作業は全てQRコード決済事業者のスタッフにお任せした。QRコード決済の入金管理には、特に不便さは感じていない。QRコード決済の売上金の入金は月に一回であるが、今でも現金で支払う人の方が多いため特に問題はない。

個店のこれからについて

観光客の来店が多いが、地元の固定客を増やしたい。観光客は色合いが良いものを買う傾向が強いが、高齢者などの固定客はのど飴や黒飴を好んで買われる。後者のような商品も継続的に提供したい。

後継者については、できれば息子に店舗を継承してもらいたいが、飴づくりの技術を親族以外の人に託していくことも一つの手かもしれないと考えている。

仕入品の販売でも観光客は来店してくれるが、製造小売の業態だからこそ提供できる品を大切に作り続けていきたい。何かを劇的に変えることはなく、来客が喜んでくれるのであればこのままでよいと考えている。自身は経営者というよりは職人なので、新しいことに取り組むよりも、自分の気に入っているもの、そして顧客に喜んでもらえるものを作り続けたい。



【写真】QRコード決済対応レジ

個店の経営からみた商店街活動

商店会の存在意義はあるとは思いますが、近隣の商店街に比べると個々の店舗間のやりとりは少ない。古くは菓子製造業者の集積地であって、店舗間で競合していたことから、店舗間の仲はそれほど良くはなかったと聞いている。こうした距離感が現在にも受け継がれているのかもしれない。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大前は外から人を呼んでイベントを開催していたが、その日だけ盛り上がるイベントにどれだけ意味があるのだろうかと感じていた。お菓子づくり体験など、菓子屋横丁を多くの人々に知ってもらえるような取り組みをしたい。