

パネルディスカッション「想いが原動力 ～人がつくる商店街～」



- ◆コーディネーター 石原 武政氏(大阪市立大学 名誉教授)
- ◆パネリスト 松田 悌一氏(函館朝市協同組合連合会 事務局長)
- 笠井 英雄氏(NPO 法人まちの研究室 副理事長
／らっしやい・でえご隊 隊員)
- 本杉 香氏(明大前商店街振興組合 理事長)
- 石原 孝一氏(六角橋商店街連合会 会長)
- 東 朋治氏(株式会社商業タウンマネジメント 代表取締役)

※以下、敬称略。

コーディネーター・石原(以降Cと表記)：商店街がなかなか立ち行かなくなってきた中で、商店街を単なる商業空間としてではなく地域の人々が集う場所、つまりは第三の場所へとつくり変えていくべきではないか、商業者もその役割を担うべきではないかということが強調されてきています。(本日まで登壇された)皆さんは、そんな中で取組みをしてられました。それぞれのお話をうかがいますと、「なるほど、こんなきっかけでこの事業に取り組まれたのか」「こういう支援があったから出来たのか」と納得するわけです。どこか他所でやっていたことをヒントにして、それをアレンジしたという例もございます。さて問題は、今日この会場にいる皆さんが、ここで聞いたお話をそれぞれ持ち帰って、それをどれだけご自分のところで参考にさせていただけるかということです。その視点に立った時、今日発表された方々が取組まれていることを、(自分のところで実施するときに)

どうアレンジしたらいいのかわかりたいわけです。(取組みを)今後こうアレンジしたらいいのではないかと、うちはこうしたから出来たけれど、同じじゃなくてもいいんじゃないかと、というようなお話をうかがいたいと思います。松田様は鳥取の取組みをアレンジしたと話していましたが、どうアレンジして、他の地域でもし同じようにやるとしたら、どんなことが難しいか、どんなことが可能か等をお聞かせいただけますか。



松田: 難しいのは、誰が音頭をとるのかだと思います。うちのような(おでかけリハビリ)の取組みを行う場合は、自治体やNPO 団体などにハンドリングしてもらえると、多くの方が参加しやすくなるのではないのでしょうか。商業施設としては、他のところにお客さんが行ってほしくないともあると思うので、商業施設側の人間がキーマンになってしまうと、自分のところで全部抱え込んでしまっただけで事業としての広がりがなくなってしまうかもしれません。一方、介護側だけがキーマンになると、その施設関係者しか優遇されなくなり、また広がりがなくなる。ですから協議会としてはいろいろな方面の人に参加してもらって広げていくというやり方がいいのではないかと思います。

C: 主体が責任をもって担わなければならないと思うのですが、特定の商業団体やカテゴリとなるとそこが抱え込んでしまい、他が事業に入りづらくなるので、いわば第三者的な別の機関をつくって、そこが担っていくということですね。

ところで、笠井さんのところでおっしゃっていた、資源が豊富で建物も含めて歴史的建造物があるという、それが非常にキーかなと思うのですが、やはり観光資源的なものが必要なんではないでしょうか。

笠井: 大子は観光地なんです。以前は年間約 130 万人が訪れ、昔から観光に対する取組みを行ってきた地域で、今は年間 100 万人くらいになっていますが、その中で、コンニャクやりんご、お茶や軍鶏というような資源が生まれてきました。大子の場合はそれらの資源を活用して、それを商店街へ集約するというすごく大事な使命があります。ナショナルブランドを販売するというのでは、なかなか(経営が)難しいので、他所にはないものを商店街で集めて販売していくというのが、大子の商店街の生き残りの道だと思います。

C: 他にないものを街なかを集めてとおっしゃっていますが、今まではそういうものがいわゆる大子の中心部ではなくて、他のところで点在してバラバラとあったという感じですか。

笠井: 例えば、お茶は左貫地区で生産されているのですが、そこに行かないと買えない。道の駅にも置いていますが、そこでも全部買えるわけではないので、もっと専門的なスペースが商店街にあれば、それが販売拠点になり、集客につながる。そして、そのお店に買いに来るお客さんに他のお店も回



っていただけるという相乗効果になっていくんじゃないかなど。このように考えています。

先程、歴史のことをお話しましたが、登録文化財が町内に 5 件ほどあったり、ロケ地として使われた木造校舎があったり、町の中にある古い建物に脚光が浴びていて、そこも拠点になりつつあります。そういう古きを訪ね新しきを知るという歴史的な背景をふまえた場所づくりをしていきたいなと思います。

C: ありがとうございます。本杉さんは、あっという間に民間交番が全国と EU にまで広がって、ということなんですが、定着はしているのでしょうか。

本杉: なかなか難しいですね。やはり維持していくのが難しい面があります。明大前の次に出来た東京の町田市では、民間交番が残念ながら閉鎖してしまいました。いわゆる詰所があればパトロール隊の継続性が保てるのですが、無いとなかなか続かない。経費や人員の確保の問題から、なかなか詰所を守っていくのは難しいですね。

C: 先程も話題になっていましたが、持続する力がおそらく皆さん共通の話題だったのですが、ボランティアではなかなか持続できないということがありますよね。

本杉: 私どもは 18 年目に入りますが、当初と同じ活動量で続けております。月～土曜日まで、夜は 2 人以上でパトロールしています。1 組～2 組でだいたい 5 キロくらいを 1 時間でパトロールします。小学校の見守りについては、朝 7:50～8:30 まで 4 人ぐらいが各交差点に立ち、下校時には、女性隊員による見守りを 18 年間続けております。

C: 冒頭の桑島社長の言葉を借りれば、民間交番の運営費は 300 万円。もし行政が交番を一つつくったら 1 億 5,000 万円かかるといわれます。それが 300 万円だということは、ボランティアでやっておられるわけですね。それが同じ活動量としてずっと続いているのですね。やる人は新しく入れ替わっているのですか。

本杉: 入れ替わりもありますけど、ずっと続けている人がいますね。近県からよく講演依頼を受けますが、「どうして明大前ピースメーカーズはそんなに長く続けていられるのですか。うちはもうすぐ潰れてしまそうだから、長く続く秘訣をぜひ教えてください」という依頼が多いのですが、いくつか秘訣があるんです。

C: それを聞かせてください。

本杉：まず、成果を数値化するという事です。当初 527 件の犯罪がありました、それを 1 年間のパトロールで 330 件減らしました。犯罪統計によると、犯罪 1 件あたり損害被害額は約 285 万円だそうですから、初年度で、約 8 億円近く被害額を減らすことができたということです。これをまちの人たちに広く伝えました。「我々はパトロールで皆様方の大切な財産を 8 億円以上守りました。ぜひ、そのお金を商店街でお使いください」と。今は年間に 10~12 件ぐらいしか犯罪は起きていません。それから、地価が上昇しました。犯罪率が 1 割下がるとその街の地価は 1.7%上がり、逆に犯罪率が 1 割上がるとその地価は 1.7%下がるといわれています。それによって私どものところはだいたい 16.5%ぐらい地価が上がっております。明治大学は約 3 万坪あるので、大学に「パトロールのおかげで地価がいくら上がっているか計算してみてください」と聞いたら、「そう考えると 100 億円ばかり上がっています」と言っていました (笑)。

また、先ほど乗降客数が増えたと申し上げましたが、鉄道に対して商店街の力というのは大きいのです。京王線は地下化も高架も遅れていて、開かずの踏切が世田谷の中で 7 駅あるのですが、ここに 15 商店街、1600 店の商店があります。何とか早く開かずの踏切を解消しようと京王線一体化推進協議会を一緒に立ち上げ、商店街の力を結集したら、当時、国交大臣に「京王線は 50~60 年先になるよ」と言われていたのが、11 年で着工に至りました。商店街が一所懸命東京都と国に働きかけた結果です。

C：ありがとうございます。次は、石原さんです。先程ビデオを見せていただきましたが、六角橋での取組みは他のところでも出来るかなという感じもあるかと思えますけど、いかがでしょうか。

石原(孝)：「ドッキリヤミ市場を真似してやりたい」という商店街には、そのやり方をお教えしていますが、なかなか続かない。六角橋がサブカルチャーをキーワードにした理由のひとつは、神奈川大学が近くにあり、一見学生街に見えるこの地域には、深夜や朝までやっているバーや居酒屋があったり、単身者向けのアパートが多いことから、そういう土地には、実はミュージシャンとかアーティストもたくさん住んでいるんです。私は何となくそれに気が付いて、その何人かにコンタクトを取ったところ、そこからどんどん友達ができ、「わあ、この街には、何百人もアーティストたちがいるじゃん」ということになったんです。それが実は地域資源だったんですよ。もう一つは、六角橋の街自体の狭くてぼろくて、というところ。それがコンプレックスでもあったんですけど、それをそのまま「売り」にすることができたんです。結局は、自分の商店街の特性に根付いていると非常にうまくいくのかなと。



C：世間的にみると負の資産のように見えているけど、考えようによってはそれがプラスになる、そういうことなんですね。狭くてぼろくても出来たのか、狭くてぼろいから出来たのか、どちらなのでしょう。

石原 (孝) :「から」できたんです。六角橋は東横線沿線で、可愛い街とか格好いい街では絶対に上から一番にはなれないんですけど、下の方からだったら一番になれるぞと。東横線の中で六角橋は圧倒的に下町です。それは、この街の人たちにとっては、どちらかといえば格好悪いから隠しておきたいコンプレックスの部分だったのですが、だったらその格好悪いところをダイレクトに「売り」にしてしまおうと考えたのです。



C : 「自分たちには何もないわ～」とってしまったら本当に何もないけど、それをもう少し何とかしようと思うとそれが「売り」に変えられるかもしれない。それをどう探すのか、ということなんですよ。会場の皆さんにも、今日お聞きいただいたことをお持ち帰りいただいて、何とか自分のところではアレンジできるかな、と考えてほしいですね。では、今日登壇していただいた方で、お互いの話を聞いて、ひょっとしたら、自分のところでアレンジできるかもしれないなと思われた方はいますか。

松田 : 2 つほどあります。まずは本杉さん (明大前) の治安の改善というところで、朝市では周辺の路上駐車が大変横行していました。誰がしているかという、実は店の人がはじめに車を停めていて、それが青空駐車化してしまっていたんです。そこに観光客が来て、ここは停めてもいいところなんだ、と思って停めてしまい、警察のパトロールが入ると結果的に観光客の車を取り締まることになってしまっていたのです。そうすると、せっかく朝市に遊びに来ているのに、心証が悪くなって、観光客はもうここには来たくないということになる。それでは困るというのは皆わかっているのにどうしても路上駐車が横行したままだったのです。でも昨年、「路上駐車禁止。防犯カメラ作動中」と書いたパイロンを 20 個設置したら、車を止めなくなりました。この前の台風のときにパイロンを飛ばされないように片づけて、その後すぐには出さずに様子を見ていたのですが、そこには止めちゃダメだという感覚が皆に残っていて、今では路上駐車は解消されています。ですから、本杉さんのお話を聞いて、継続的にパトロールをやっているとのことでしたが、我々も同じで、継続すると改善する。継続なしには改善しないということですね。

あと、ヤミ市 (六角橋) についてですが、以前、朝市でも夜にナイトマーケットをやらないのかと言われていたんです。高齢の店主の方が多いので朝から仕事して、夜もやるというのは難しいと思っていたのですが、3~4 年前から 2 月の閑散期に駅前で行う花火イベントに合わせて、1 日だけ朝市でも夜市をやりたいということになって。ワンコインのどんぶりや商品を用意したり、ゴス



ペルなどのライブや、じゃんけん大会のような朝市のカニや農産物が当たる大抽選会を始めたんです。初年度は観光客向けに企画したんですが、そこに地元の方が来てくれて、2年目からは、夜市があることをわかっていて地元の人が集まってくれたんです。六角橋のヤミ市のお話を聞いて、自分たちの夜市を今年度、来年度とやっていく上で更によくするための大変良いヒントになりました。

笠井: 明大前さんの話を聞いて商店街も決して安全ではないということなんですが、実は、太子商店街も女性が夜歩くのが怖いと言われていることもあり、安心安全に向けてもう少し取り組む必要があるのかな、そうするとお客さんも増えたりするのかなと思いました。

それから、六角橋さんのヤミ市での出店から空き店舗がどんどん埋まっているというお話ですが、太子も、去年から5店舗ぐらい空き店舗が埋まっているのですが、それでもまだ空き店舗問題があります。こちらが意図する人に出店して欲しいところがあり、そのように仕向けていくイベントのやり方もあるのだと、すごく参考になりました。うちでも出来るのではないかなと思いました。

本杉: 函館さんや太子さんにも何回か行かせてもらいました。六角橋さんのほうは3年ほど前に我々世田谷区の商業者がバス一台で先進商業地として行かせてもらって、色々教えていただいたのですが、ちょっとロケーションが違いすぎて、うちで実施するのはちょっと難しいかなと。我々は、来街者を増やそうと一番に考え、明治大学や京王電鉄との連携を深めています。

石原(孝): 今日拝聴していた中で、特に高齢者の人が朝市に来てリハビリ活動をする取組みは、今「オレンジプロジェクト」をやっている中で、いわゆる当事者（認知症の方）が参加するプログラムを実施するうえで、すごくいいヒントになりそうです。おおもとは鳥取なんですね。帰ったら調べてみようと思っています。

かれこれ20年以上、神奈川大学の学生さんたちと一緒にいろんな作業をしています。今、商店街でボランティアをしてくれているのは、神奈川大学の学園祭の実行委員会です。神大も学生運動の影響で寮も学園祭も無くした時期もあったのですが、その後に文化祭を立ち上げた学生たちが面白い子たちで、最初5~6人だったのが、ずっと一緒に作業をしていく中で、今年20年目で200人ぐらいになりました。イベントの際は毎回「何人必要ですか？」みたいな感じで、その200名のうちの40~50人が手伝いに来てくれるんです。特に東日本大震災の後は、若い人たちの意識が変わってきたように感じています。自分たちより誰かのためになることをやることに喜びを感じる子が多い。その意味では、彼らは日本人として進化している。進化系の日本人だと思います。学生たちは「ただの労働力で参加するのは意味がない」とも考えていて、今年で3年目になるオレンジプロジェクトも「このプロジェクトは何のためにやるのか」というコンセプトを最初に考えるところから、私たちと一緒にやってきているんです。彼らが何をどう達成していきたいかについてミーテ

イングした時、オレンジプロジェクトはタイトルこそ「高齢者」のことになっていますが、最終的には、他者との違いを許容して、どうやったら一緒に生きていけるのか、つまり、障害だけでなく国籍、人種、宗教についても同じことで、どうやったらその違いを乗り越えていけるのか、ということが本質なのだという話になったんです。

彼らと活動していると、この新しい方向に日本人が進んでいけば、あらゆる問題が解決するのではないかと感じます。ひょっとしたら、ウルトラ高齢者問題というのは、日本人に変わるきっかけを与えてくれているのではないかと、そういう実感するくらい、学生たちに触発されています。

- C: ありがとうございます。今の若い人は、頭ではなく実体験から理解していると感じますね。大変良いことおっしゃっていただきました。大学含めて高等学校あるいは小学校というお話もありましたが、学校はそういう地域の他の団体との連携を非常に重要視しているんですね。つい一昔前までは、それこそボランティアは安い労働力で、ただ「手伝ってちょうだい」というのが主でしたが、今は、商店街は、学生にとっての学びの場、人間形成の場となることで初めて大学との付き合いが出来るということを経験の方にはご理解いただきたいなと常々思います。
- ところで、今日は商店街フォーラムということで、各種の取組みで、どんな形でそれぞれの地域の売上や集客などにつながっているのか、というのをお聞かせいただければと思います。
- 松田さんは、ずっと地域貢献が目的だとおっしゃっていましたが、そこをもう一つ超えたところでいかがでしょうか？

- 松田: (おでかけリハビリの) 目的は、「(朝市に)遊びに来ていただきたい」というところにあります。外出の目的が、買物や食事であったりするわけですから消費は必ず伴いますよね。でも私たちは、お金のある金額以上使ってもらいたいというところではなく、分母の(参加者の)人数を増やしていこうというと考えています。去年1年間で通算24~25回実施し、参加者に来ていただき、100万円の売上が上がったところです。元々、始めたきっかけが、地元の方が全然来ないから来てもらいたいと、ゼロベースから開始したので、基本的には取組みとしては何をやってもプラスだろうなというところもありました。成果としてまだ世にほとんど認知されていない状況の中で、このような結果が出ています。金額だけでなく、利用者の高齢者の方たちが本当に久しぶりに外出して、自由に買い物をしたとか、そういうことも大切なのではないかと。また、百貨店でも取組みを実施しているのですが、女性の方で、ハンドバックを買って4~5万円使ったということもありました。高齢者だから少ししかお金を使わないんじゃないかと考えるかもしれませんが、自由に買い物ができる状況をつくってあげることで、若い世代の方と変わらないお買い物の仕方をされていますよ。狙ったわけではありませんが、そういった効果も出てきています。



C: よく、買い物難民とか買い物弱者の問題が出てくると、じゃあお届けしましょうか、となりますがそうではなくて街に来ていただくことに意味がある。来ていただいたついでに、こちらが考えていた金額の何倍も買ってもらえるという感じですかね。ありがとうございます。
笠井さんのところは、いかがですか？

笠井: はい、わが町も、先ほどお話したように美味しいものが結構あるんですが、そういう商品を商店街で売るだけではなくて、我々自身が、商店街でしか買えない商品を開発しようということで、焼きそばパンや、アップルパイのスティックを開発して、食べ歩きやお土産にしようということをやっています。結構それが浸透してきて、「これありますか」と問い合わせされて、お買い求めいただけるような方向に向かってきているので、商売には結びついているかなと思います。地域資源をブランド化してパッケージ含めて考えていくのが、これからの方向性かなと思っています。

C: ブランド化をされて、外から多くのお客さんが来て、外部の発信も結構やっておられるでしょう？
太子町の人の意識や行動を変えたということはあるですか？

笠井: そうですね。毎年 9 月に開催している丘の上のマルシェというイベントがあります。手づくり品をつくって販売するというイベントですが、毎年 1 回 150 店舗くらいが出店する大きなイベントです。これはもともとの太子のイメージになかったおしゃれなイベントで、太子の文化を変えたいのインパクトがありました。今までは、パッケージとか何でもいいよ、美味しければ何でもいいよ、という感じだったのですが、これをきっかけに見た目やデザインもおしゃれなのが必要だね、と意識が変わってきました。これからかなりクオリティが高くなっていくんじゃないかなと思っています。

C: 本杉さんのところでは、それだけ乗降客を増やせば、一人当たり 400 円しか使わなくてもいいよ、ということでもよろしいですかね (笑)。



本杉: まあ、商店街はかなり潤っているなという感じがあります。ものが売れなくて困るというのは、最近あまり聞いてないですね。ただ地価が上がった関係上、家賃も高くなってしまってます。つい先日も、地元の世田谷 FM でのインタビューを受けていまして、「明大前は安全になった」と言ったら、子どものいるお母さんから局に電話が入って、「安全・安心のまちで子育てしたいから、ぜひ明大前に引っ越したい。明大前にいい不動産屋さんありますか」と反応があったんです。それを聞いて嬉しかったのですが、ちょっと家賃が高くなりすぎてしまっていて。私どもがパトロールを始めた平成 13 年には、地場の不動産屋は 6 店しかなかったんですが、それが今は、全国ネットの不動産屋さんが全部出て来て 37 店もあるんです。それで、明大前より安い物件ありますよって、どんどんよその街へ引っ張っ

ていかれて、それがちょっと難儀ですね。

石原 (孝) : うちの地域ですが、今の購買の動向でいいますと、特に業種店と言われるタイプの物販店は厳しい状況になってきています。でも品物自体をよく見ていくと、結構店主のこだわりもあって、例えば産地と提携して売っているお茶とかあったりするんですけど、全然発信されてないのもったいない感じがします。物語をインターネットに載せたら、きっと売れるんだらうな、と思うようなものもあるのに、そこがまだ十分にできていないのかなと。

若い人で新しく店を始めるのは、実は既にネットである程度売上があって、店舗販売を始めた時点で、既に売上はゼロではないですね。だからその人たちについては割と心配はいらないんです。むしろ元々商売をやっていた人たちが時間とともに、どんどん前年割れしているなという感じです。皆さんご高齢なのでなかなか自分たちの売り方が変えられないんですかね。

C : そうですね。我々世代になると、もう変えるのが非常に難しい。

石原 (孝) : やっぱり、新規のお客さんが取り込めなくなっていますよね。だからお得意さんが減っていくと自然と売上げが減る。元々のお得意さんは高齢者が多いです。いろいろな事情で、だんだん買い物に出られなくなってしまうたり、亡くなってしまうたりすると、お得意さんの数が減っていきますよね。だから常に新規の人が取り込めていないと、お店は成り立たないわけです。上手くいっている店は、すごく上手くいっていますが、昔から商売していて店主が高齢化してしまっているお店はなかなかうまく対応できなくなっています。

C : お話にあったように新しく出店される若い人は、既にネット販売していたりで、かなり基礎的売上をお持ちなんですよ。だから、我々が、空き店舗をなんとかしようとして商店街に行ったときに「ここで商売できているのかしら」と思うようなところが、結構売り上げているというのが実情なんです。そういうのができる人じゃないと、やっていけないということなんですかね。



石原 (孝) : まあ、特にふれあい通りのエリア（小さな店舗が並んでいる細い通り）に出店する人は、飲食店かあるいは、セレクトショップみたいな店主の感性自体を商品化しているようなところか、あるいは自分でつくっている名実ともにオンリーワンのオリジナル商品を扱っている人です。

C : そういうお店を出したいという若い人というのは、それぞれの地域によるかと思いますが結構いらっしゃるということですね。あちこちでうかがっていると、どうも我々が心配しているほど、少くないというのが実情のようで。感度のいいところに感度のいい人が集まってくるというのか

もしれません。

東さん、今までの話の中で、どれについても結構ですのでご意見いただけませんか？

東： ご登壇された皆様の全部が違う取組みなんですけれども、最初から商売ありきじゃないんだな、という印象を持ちました。商店街がこれをやりたいというところもあったのですが、どちらかという
と、逆に地元からの要望に応えたといいますか。

先程の地域資源の活用についても、地元にいる人たちは自分たちの資源をなかなか意識することが出来ないもので、誰かに指摘されて、やってみようか、やれるんだ！となることに気づかせていただきました。

函館の取組みについても、お年寄り向けに何かしたいという商店街は日本中にたくさんあるのですが、具体的に何をするか、なかなかアイデアが出ないところが多いなかで、「リハビリ」という分かり易いキャッチコピーでやっています。大子の「デパート」というのも昭和の感覚が伝わって言葉としていいと思います。

それと、明大前ピースメーカーズさんは、意外にどこでもやっているようで、実はものすごくいろいろと考えられて取り組まれているのだなと思いました。普通は自治会レベルで「火の用心」の見回りをやっているところが多いのですが、それとは全然違うと思いましたし、数値化しているということも知りました。六角橋も会長の想いといいますか、ほかの二番煎じになりたくないというお話がありましたけど、苦勞してでも一番最初に、というのがいいですね。明大前もそうでしょうけど、一番最初の先行者利益といいますか、二番目にやるのではしんどいだけでメディアにも取り上げられない。やるなら一番にやらないとだめなんだということに気付かされました。



ありがとうございました。

C： そのまま持って帰って真似はできないけれども、少しアレンジしてここを変えたぞ、うちが一番というのがアリですね。その時に、「うちのバクリヤんか」などとは言わないでくださいね。会場からご質問、ございませんか。

(質疑応答)

質問 1： 私の商店街でもそうなんですけど、うちのところはもういいんだよと廃業しようとしている高齢の店主さんがいます。彼らが引退してしまうと空き店舗も増えてしまいますし、新しい方の指導もできなくなります。そこで、高齢化する店主のために商店街全体で何か取組みができないものかと思ってるのですが、よい方法はないでしょうか。

C: これは非常に難しい問題ですが、どうですか。

東: 商店街の空き店舗対策の一環としてですが、今、私どもも力を入れて取り組んでいるものに、第三者事業承継の取組みというものがあります。最近の例では、製造業などで息子さんへの承継、番頭さんへの承継、娘婿への承継があります。商業の場合は、そもそも後継者がいない地元の人気店がある日突然ぱっと閉めてしまう。ただそれが、もっと事前に察知できていれば、事業をやりたい方とのマッチングもできるのと思っています。実際の成功例もあります。例えば、喫茶店をやりたい方というのはものすごく多いけれど、女性で開業資金がないという方が非常に多い。一方、特に喫茶店は地域のコミュニティの場になっていて、あなたの店を閉められると俺たちは、どこに集まればいいのかというように要望があるときに、上手くマッチングさせることを進めています。

C: ありがとうございます。第三者への継承と言うのは、他のところもいろいろ取組みがあります。後継者の範囲を変えていくということですね。

1時間というのは早いもので、あっという間に経ってしまいました。商店街の活動をそれぞれにお聞きしていて、冒頭にも申し上げましたように、商店街が単なる商売の空間ではないというのは30年前ぐらいから言われてきているのですが、そこで向き合おうとする実際の課題は年を追うごとに変わってきているし、ツールも変わってきているなということを実感しています。それぞれの地域で取り組んでおられることを広く発信していただくとともに、こういう形でせつかく集まって議論していただきましたので、ここでヒントを得て、後でうちでもやってみようかなと思えることを、一つでも地域に戻していただけたらと思います。

今日は商店街だけでなく支援機関とか行政の方が大勢来られているというかがっています。ぜひ、地域の方に本日のことをお伝えいただき、一緒に取り組んでいただけたらありがたいと思います。以上で、この場のディスカッションを終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

