

しんさやまきたぐちしょうてんがい

# 新狭山北口商店街(すかいロード)

## (新狭山北口商店会)

埼玉県狭山市新狭山

### 企業城下町から脱却し、地域住民に愛されるコミュニティへ



#### 取組の背景

#### 地域に密着した商店街だからこそその取組

新狭山北口商店会は、大手自動車メーカー工場の生産規模の縮小および近隣住民の高齢化により、以前より賑わいは減少したが、近隣の戸建住宅には子育て世代を中心とする若い世代が住んでいる。もっとも、これらの世代は食品スーパーの利用以外は商店を利用していないのが実情であり、これらの若い世代にいかに来街してもらい、商店を利用してもらおうかが課題となっている。

また、新型コロナウイルスの感染拡大で不要不急の外出や人と人とが触れ合う機会が減少したことで、地域住民の身近な買い物や地域コミュニティ形成の場としての商店街の価値が再認識されている。当商店街におい

ては、働く世代の食を支える食品スーパーはあるものの、たとえば地域住民同士が交流できるカフェのような、地域コミュニティを形成できる店舗が不足していることから、それを実現できる場の提供が求められている。

そこで、令和元年度から埼玉県「NEXT商店街プロジェクト事業」を活用し、地域コミュニティ形成の場の提供と、持続可能な商店街の実現のため、地域住民とのコミュニケーションを通じて購買の機会が生まれる場の提供に取り組んでいる。単に空き店舗を埋めることやイベントの実施だけではなく、商店街のブランド価値を向上させることで、商店街の活性化にとどまらず、地域住民に愛され、その生活をより豊かにする場とすることを目指している。

#### 取組の内容

#### 地域に愛され、人と人とが繋がるコミュニティへ

地域に愛され、地域コミュニティ形成の場となることを目的として「シンサヤママーケット」、「シンサヤマミュージアム」の二つの事業に取り組んでいる。

「シンサヤママーケット」は、商店街周辺に住む20～30代の女性をターゲットにして質の高い商品(クラフト作品、オーガニック野菜、グルテンフリーの菓子等)を扱い、商店街の公道を通行止めにして行うイベントである。商店街周辺に住んでいながら商店街で買い物をしない層の誘客を目指し、マーケットの運営等に携わる建築家の鈴木美央氏、狭山市内の米粉マフィン店の女性経営者のほか、地域住民の声をもとに、細部までデザイン・空間の設計・出店者の質に拘っている。また、当商店街ではカフェ等の気軽なコミュニケーションの場が不足しているため、マーケットが地域のコミュニティ形成の場となるように、より長く滞在できる空間設計をしている。加えて、既存店舗も新規顧客獲得のため、工夫を凝らした質の高い商品を軒先で販売する。

「シンサヤマミュージアム」は、商店街区内のシャッターに絵を描いていく事業である。拘っているポイントは、物件オーナー自身がキュレーターとなり、アーティストと密にコミュニケーションを取りながら何を描いてもらうかを決めるという点である。また、アーティストが絵を描く際は、シャッターの前に誰でも座ることのできるベンチを置き、アーティストと地域住民とが気軽にコミュニケーションをとれるようにしている。



多くの人で賑わう「シンサヤママーケット」

## 取組の成果

## 人と人が繋がり、新たな来街者が生まれる

第1回のマーケット開催時には、これまで見られなかった「遊ぶ」「座る」「製作する」「写真を撮る」「知らない人に話しかける」「友達を作る」活動が自然に発生した。商店街に特別な空間を作り出す努力が功を奏し、地域住民のコミュニティ形成の場ができつつある。その結果、既存店舗のなかには、マーケット開催時に普段より売上が50%以上増加した店もある。

また、普段商店街を利用しない若い女性層が多く来街

したことから、若い世代向けの商品開発に取り組む店舗もある。今後も定期的なマーケット開催を計画している。



住民とアーティストが触れ合う「シンサヤマミュール」

## 実施体制

商店会以外に、行政、外部専門家、市内商店等がサポートにあたっている。商店会の最終責任のもと、行政はマーケット出店者との連絡調整等を担い、市内商店や外部専門家からは必要なノウハウの提供を受けている。それ以外にも、まちづくりに興味を

持つ有志の狭山市職員や、近隣にある西武文理大学の学生も意欲的にマーケットの運営を支えている。

広報については主にSNSを活用している。商店会のFacebookとInstagramのフォロワーのみならず、マーケット出店者の開設するSNSからも情報が広まることから、費用のかからない広報体制が確立されている。

## キーパーソンからのコメント

## 地域にマーケットの文化を根づかせて「持続可能な商店街」を実現したい

店主やお買い物に来られるお客様の高齢化、商店の後継者不足、空き店舗の増加といった現状に直面する商店街において、それでも新狭山で働いたり住んでいる人の生活を支える場として、商店街の機能を持続させていくためにできることは何だろうと考えた結果、取り組み始めたのが地域に根差したマーケットを立ち上げることでした。シンサヤママーケットを実施し

てみると、そこには日常の商店街ではなかなか見ることができなくなっていた、若い主婦や子どもたちが楽しそうに買い物をする姿が。これからも「新狭山北口商店街＝地域に愛されるマーケットがあるまち」として、この光景が日常となるように、店主、学生さん、埼玉県、狭山市で協力して取り組みを進めていきたいと思っています。



新狭山北口商店会 会長 田口博章(左)

## 商店街の概要

新狭山北口商店会は1972年に設立され、近隣の大手自動車メーカー工場等の川越狭山工業団地関係者の生活を支える商店街として発展を遂げてきた。しかし、同自動車工場の生産規模縮小や住民の高齢化、商店の担い手不足等による廃業にともなって、空き店舗が増加している。また、来街者は主に徒歩圏内に住む高齢者であり、近隣には若い世代も多く住んでいるものの食品スーパー以外の商店の利用には至っていない。このような状況を踏まえ、現在、企業城下町というイメージからの脱却と、若年世帯に愛着を持ってもらうための新たな価値創造に取り組んでいる。

所在地 埼玉県狭山市新狭山  
人口 約15万人(狭山市)  
電話 04-2953-1729  
FAX 04-2953-1623

URL facebookページ「新狭山NEXT商店街プロジェクト」  
会員数 61名  
店舗数 61店舗(小売業13店、飲食業23店、サービス業10店、  
金融業2店、不動産業2店、医療サービス業9店、その他2店)

商店街の類型 複合型  
主な客層 高齢者、主婦  
／70歳代、60歳代