

ここに注目！



有償ボランティア制度の構築と買物弱者支援の実施

ポイント

出張商店街による買い物弱者支援と、地域商品券を報酬とした高齢者による生活支援の有償ボランティア制度を構築することで、地域貢献及び地域経済の活性化につながっている。

【現状分析及び課題抽出】

Plan

高齢化に対応した商店街ができる福祉事業

秩父エリアは、埼玉県内でトップクラスの高齢化率の高い地域で、約 3 万人が高齢者である。このうち約 5 千人が介護認定を受けている。また、郊外への大型店の出店により、街なかでの買い物が困難になっている。更には、高齢化に伴い消費者自身の行動範囲も絞られてしまった結果、買い物弱者が増えている。

このため、身近な人が困った人を助ける共助の仕組みが必要と考え、「ひとを知っている」商店街がこの役割を担うべきという考えで福祉事業を立ち上げた。

【対応策の優位性】

Do

ボランティアの派遣と商店街自身が出張

秩父エリアの約 3 万人の高齢者のうち約 5 千人が介護認定を受けているということは、逆の発想をすると約 2 万 5 千人もの元気な高齢者がいると着目し、元気な高齢者が生活支援を行う有償ボランティア制度「ボランティアバンクおたすけ隊」を結成した。現在では 150 人がボランティアとして登録。事務局で受付、相談内容に応じてボランティアを選別、派遣し、対応している。

また、高齢者施設や山間地域における「買い物がしたくてもできない」買い物弱者対策として、商店街ごと出張して商品を陳列・販売する「出張商店街楽楽屋（らくらくや）」を実施し支援している。

【効果の評価及び改善策】

Check-Action

リピーター、お得意さんづくりの確保・推進

基本データ

みやのかわ商店街振興組合

所在地:埼玉県秩父市宮側町

人口:約 7 万人(秩父市)

会員数:114 名

店舗数:105 店舗(買回品小売店 15、最寄品小売店 15、飲食店 60、サービス店 10、その他 5)

商店街の類型:地域型商店街

主な客層:観光客、主婦、学生・若者

関連 URL:<http://www.miyanokawa.com/>

商店街概要

みやのかわ商店街振興組合は、秩父鉄道秩父駅前通り、及び駅前交差点の左右 200m を中心とした商店街で、種々な商業を営む個店、大型店で構成されている。秩父市の中心商店街として、ふさわしい街づくりを目指し組合を中心に各種イベント等を実施しているほか、自治体の協力を受けつつ、秩父地区全体の活性化を図るため、協働して環境整備等街づくりの活動が行われている。約 30 年前から「ナイトバザール」を実施しており平成 26 年 10 月で 263 回を数えた。「できるものは何でも挑戦する」をモットーに毎年新しい事業を実施している。



買い物弱者に支持される「出張商店街楽楽屋」

ボランティアバンクおたすけ隊の派遣について、開始当初は月に約 10 件程度の派遣だったものが今では約 2 倍に伸びている。また、ボランティアは 2 時間毎に 1 枚の秩父市共通商品券「和同開珎」（額面

1,000円)と交換でき、これを商店街で使用することで、商店街の売上げに寄与している。これにより、定年退職者の地元での買い物につながり、商店としては新たな顧客の取り込みにもつながっている。

出張商店街楽楽屋については、週に3度、高齢者施設や山間地域に出張し、高齢者の方々に非常によろこばれ、中には下着から衣類全てを購入する高齢者もいる。さらに、施設の備品類もみやのかわ商店街で購入され商店・商店街のお得意先づくりにつながっている。

ボランティアバンクおたすけ隊は、埼玉県、秩父市と連携して事業を実施している。受付は事務局である女性が行い、相談内容に見合ったボランティアを派遣している。専門的な内容の場合は、シルバー人材センター等へ取り次ぐなどの対応を行っている。

出張商店街楽楽屋は、役員や商店の後継者が主体となって行っている。



ナイトバザールなど商店街のお得意先づくりの取組

[実施体制等]

若手役員が中心となって商店街事業を推進

平成24年5月に役員改選があり、正副理事長など3役が20歳近く若返った。この3役を筆頭に商店街事業を推進している。今では、若手役員がSNSを活用してHPやFacebook・TwitterでPRすることも始めた。



キーパーソン
みやのかわ商店街振興組合
前理事長 島田 憲一

みやのかわ流 “おまかせ主義”

みやのかわ商店街は会員店舗114、理事20名で構成されています。どこの商店街でも苦労していることは、活動出来るメンバーが何人いるのか、またメンバー全体のコンセンサスをとらないと実行に移せないということだと思います。さらには、理事会等の役員会で決議されないと事業を実行できないということから、やる気の熱が冷めてしまい実行に移らないこともあります。

みやのかわ商店街は「おまかせ主義」で事業を推進しています。会員が企画したことについて批判することは、まずありません。とにかく熱のあるうちにやってみようという精神なのです。ですので、事業を行う前に、都度理事会の承認をとらなくても良いのです。

10人いたとして、本気でやる人はいいところ1~2人、なにを言っても動かないのが2人はいます。では

残りの6人はどうでしょう。おおかた、やる気のある人に付いてきてくれます。一塊の人が動けば、約8割の人が動きます。8割の人がいれば、十分事業を実行することができます。だから、企画で終わらせず、行動に移しているのです。失敗することもあります。ただし、批判はせず、改善して次につなげようという意識でいます。このため、いままでに行ってきた各事業には担い手がいて、ほとんどの事業が継続して実施できているのです。

商店が生き残るためのお得意さんづくり

商店街が生き残るためにはどうすればよいのか。みやのかわ商店街にあるほとんどの個店は、お得意さんで成り立っていることがわかりました。

みやのかわ商店街では、まるごと大家族という事業も行っています。これは、月に一度、商店街内の決められた店舗で町会の人や商店街関係者がみんなで会食をしようというものです。飲食店の売上に貢献すると同時に、これによって町内のひとの顔を知るきっかけとなっています。

商店主の強みは、ひとを知っていることです。これを大いに活用して、お得意さんづくりに日々邁進していくことが商店街が生き残るためのコツだと思います。