

ここに注目！



地域の大学と連携し、総合的な活性化事業に着手

ポイント

地域資源である地域の2大学（愛知学院大学、名古屋学芸大学）、高校（東邦高校）と連携し、総合的な活性化事業に着手。商学連携による商店街理念明文化やシンボルマーク検討、地域ブランド商品開発・販売といった取組により、幅広い顧客獲得につなげている。

【現状分析及び課題抽出】

Plan

地元大学等との関係強化により課題解決

①「愛・地球博」で隣接する長久手市・日進市との交通利便性が高まったことによって、これらの地区にロードサイド型の商業集積が進み、地域住民の利用が高まり、藤が丘中央商店街内の利用が減少している。

②かつて藤が丘地区は、人口転入・転出が活発であり、周辺に際立った商業集積がなく、広域的な商業形態を有していたため地域密着の視点は希薄だった。しかし、定住人口の増加や隣接大規模商業集積との競合が生じた現在は、地区住民との関係強化・顧客化を促進することが課題となっており、周辺の2大学と連携して総合的なまちづくり活動を展開している。商店街は地区機能の一つと認識しており、行政、教育機関等との連携による総合的な地区形成によって、長期的で実効性のある商店街活性化が実現するとしている。

③古い耐震性の低い建築物の更新が必要だが、不特定多数の住民が集まる藤が丘駅周辺では、発災時の避難対応等、ソフト事業による減災取組が必要であり、商店街がその一翼を担うことが課題。

【対応策の優位性】

Do

商学連携事業により、商店街活性化

地域活動・ソフト事業等として、商店街による店舗運営、地元大学と連携した地域顧客との交流手段としての商品開発、商店街まちづくり理念「藤が丘way」の検討・明文化、商店街 CI（コミュニティアイデンティティ）によるイメージデザイン、地元高校による

基本データ

藤が丘中央商店街振興組合

所在地:愛知県名古屋市名東区藤が丘

人口:約 16 万人(名古屋市名東区)

会員数:76 名

店舗数:76 店舗(買回品小売店 11、最寄品小売店 24、飲食店 13、サービス店 13、その他 15)

商店街の種類:近隣型商店街・地域型商店街

主な客層:学生・若者、家族連れ、会社員

関連 URL:<http://www.fujigaoka.or.jp/>

商店街概要

藤が丘中央商店街は、昭和 40 年初頭に地下鉄整備とともに実施された土地区画整理事業によって建設された名古屋東端の地区であり、昭和 51 年 8 月藤が丘商店街振興組合が設立され、その後昭和 58 年 9 月に解散、昭和 59 年 1 月藤が丘中央商店街振興組合を設立した。名古屋市東に開発が進むにつれ、地下鉄と市バス・私営バスの結節点となり、万博「愛・地球博」の開催に際して、東部丘陵線(リニアモーター鉄道)が建設されることによって、名古屋圏域東部(長久手市、豊田市)の交通結節点として、多数の乗降客が通過する商店街になっている。



名古屋東部の交通結節点で多数の乗降客がある

地域キャラクター、マップ、ディスプレイづくりなど総合的なまちづくり活動を推進している。また、ハード事業等として、街路灯の LED 化と防犯カメラの設置、アーケード改修、歩行空間整備、を実施している。

[効果の評価及び改善策]

Check-Action

若者顧客の開拓と安心安全なまちづくり

愛知県商店街振興組合連合会の事業(まちづくりゼミナール)などを活用し、大学と連携した地域ブランド商品開発、イベント運営等が若い世代の顧客開拓につながった。また、ハード事業のほか、防犯キャンペーン、ボランティア展(社会福祉協議会と共催)といった地域の安心安全や社会貢献事業に積極的に取り組むことで、地元の行政・警察・NPO・PTAなどからも支持され、商店街のイベントや事業に対する協力・連携体制が強化された。

[実施体制等]

店主、大学生・教員、住民との密接な連携

商店街の若いメンバーを中心にイベント活動等の新たな取組を実施しているほか、住民の女性会と商店街の女性メンバーが連携して「大規模災害時女性救援隊」

を形成し、炊き出し訓練などを行っている。また、「藤が丘・育みタウン祭り」では、商店街・学生・住民・学識者が実行委員会を結成。様々な団体が連携する活動体制を構築し、事業を推進している。



商店街メンバーと地元大学生との打合せの様子



キーパーソン

藤ヶ丘中央商店街振興組合
専務理事 山田 直之

商店街内外のメンバー参加に悪戦苦闘

藤が丘中央商店街の取組は、商店街メンバー、大学、学生、地区住民の皆さん等、藤が丘地区にかかわる様々な団体や人々の参加・協働によって実現するものです。しかし、参加大学にしても、単に商店街をボランティアとして支援するだけでなく、大学としての学生への教育効果を期待して参加しており、商店街自体とは、異なった目的も含んでいます。

参加する団体のニーズの違いに目をつぶらず、共有する目的と個別の目的をはっきりさせ、それを認め合うことが協働の前提となりますが、忌憚のない意見の交換ができるようになるまでにはある程度の時間と協議が必要でした。協議は、個別の事業ごとに、目的や方法、結果の確認を全員ですることでも実現していきました。

もう一つの苦労は商店街内の若手メンバーの結集

でした。商店街では、若手とそれ以外では、ある程度、意見の相違、組合活動への態度の違いがあります。その中で、次代を担う若手事業者の参加を促すためには、合意形成や活動に、既存の枠を超えた弾力的な運用が必要な場合もあります。それを組合幹部、若手双方に理解してもらい、手を取り合った活動に結びつけるために、双方から直接意見を聞いたたり、間に大学等の第三者的参加団体をはさんだり、かなりの努力と工夫を要しました。

様々な主体が「育みタウン」の一翼を担う

商店街は、地区の顔であり、その地区の「誇り」にならなければ、継続していけないと考えています。

そのためには、私たち商店街をはじめ、地域に関係する団体、人々が、藤が丘中央商店街を含む藤が丘地区をさらに深く知り、誇りを持てるように、多様な活動を展開して地区を育てていく育みタウンの活動が必要です。私たちはそれを「シティ・プライド」とも称していますが、まずは商店街が藤が丘地区の誇りとなるように、商店および商店街の活動を推進していきたいと考えています。

そして商学連携を軸に、より多様な連携活動を推進し、その中から地区のシーズを見出し、ニーズを提供できるオンリーワン商店街となる努力を継続していきます。