OUKA
The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	商店街活性化における活動主体の継承プロセスに関する研究
Author(s)	依藤, 光代
Citation	大阪大学, 2015, 博士論文
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/52216
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

商店街活性化における活動主体の継承プロセスに関する研究

2015年1月

大阪大学大学院工学研究科
ビジネスエンジニアリング専攻

依藤　光代

論文の要旨

商店街では衰退が問題となっており、その活性化に向けた取り組みを継続的に行うにあたり、担い手の確保や継続的な活動に取り組む体制づくりが課題となっている。その中で活性化しているとされる商店街の事例も見られるようになってきているが、これまでのように活動の結果や組織体制について着目するだけではなく、プロセスマネージメントの観点から、活性化活動が商店街内外の活動主体により継承されていくプロセスを研究することが重要である。また商店街組織の特性として、公式的な権限が存在せず活動主体の役割も明確でないことが挙げられるため、継承プロセスを推進する要素として、主体間のパーソナルネットワークに着目する。このように活動現場での実践知の形式知化を試みることで、商店街での活性化活動やそれに対する支援に貢献できると考える

本研究の目的は、商店街活性化における活動の主体に着目し、その具体的な継承プロセスやプロセスを推進する要素について知見を得るため、次の 2 点とした。一つは、商店街活性化の成功事例を活動主体の体制によって分類し、それをもとに選定した調査対象について、一連の活性化活動を長期的な観点から捉え、中心的な活動主体の継承と、継承のきっかけとなった背景を解釈した。二つには、活動に必要な主要な機能を特定し、それらが中心的な主体により継承される過程、すなわち具体的な継承プロセスを明らかにした。さらに継承プロセスを推進する要素として、主体間のパーソナルネットワークに着目し、商店街におけるパーソナルネットワークの特性を整理した上で、継承プロセスにおけるその働きを明らかにした。最後に、継承プロセスに対する支援について考察した。

なお調査分析の対象は、成功事例における活動主体の体制に着目して整理した 3 つの分類に該当する商店街である、鳥取県境港市の水木しげるロード、奈良県生駒市の生駒駅前商店街、大阪府東大阪市の小阪商店街とし、比較分析を行った。

本研究は、8 章で構成される。

第 1 章では、研究の背景と目的、研究の構成、使用する語句の研究上の意味を示した。

第 2 章では、商店街活性化の活動主体について、商店街組織の特性や外部組織との連携、新規組織の発足プロセス、活動のリーダー等に関して既往研究を整理した。またさらに、まちづくり活動におけるパーソナルネットワークの既往研究を参照し、商店街におけるネットワークの特性を整理した。これらをもとに、本研究の研究課題について述べた。

第 3 章では、商店街を取り巻く環境や活性化の取り組みの変遷を長期的な視点から整理し、様々な社会的背景の変化の中で商店街が活動組織として組織化され、行政による保護等を受けながら繁栄し、その後衰退傾向にあるが有効な手立てが見出されていない状況を把握した。次に、活性化活動の近年の成功例とされている事例を、その取り組みの体制によって 3 つに分類し、その分類にもとづいて本研究で対象にする商店街を絞り込み決定した。

第 4 章では、外部主体連携型の事例として、鳥取県境港市の水木しげるロードにおいて実施した文献調査並びにヒアリング調査の概要を述べ、外部主体と柔軟に連携しながら活動主体が継承

されていく様子、ならびに継承の背景となる要因について、主体間のパーソナルネットワークに注目して解釈した。行政組織内の主体と商店街の主体らがネットワークを形成しながら、新規の活動組織を設立した経緯を明らかにし、この活動主体の継承の背景にはハード整備への要求の高まりや現在の活動への不満の高まりがあると考察した。さらに、商店主に対して実施したアンケートの調査結果を述べ、時代ごとの中心的な活動主体と商店主らの意欲の関係を考察した。

第 5 章では、既存主体連携型の事例として、奈良県生駒市の生駒駅前商店街において実施した文献調査並びにヒアリング調査の概要を述べ、商店街組織の連携によって活動主体が継承されていく様子、ならびに継承の背景となる要因について、主体間のパーソナルネットワークに注目して解釈した。既存組織が連携する体制を整えて以降、活動を担う中心的な主体は長期にわたり大きくは変化していないが、その協力関係や、主体間のネットワークが変化していることを明らかにした。再開発事業による競合の出現という大きな危機が、継承の背景になっていると考察した。

第 6 章では、活動主体拡大型の事例として、大阪府東大阪市の小阪商店街において実施したヒアリングおよび観察による調査の概要を述べ、まちゼミの事業を通して新たに参加した主体間にパーソナルネットワークが形成されていく様子を分析した。事業をきっかけに、前リーダーから若手リーダーへと中心的な主体が移行していた。また事業実施のため開催されたオープンでフラットな会議の場が、これまで商店街活動に参加してこなかった新たな主体の自主的な参加とネットワークづくりに貢献していることを明らかにした。継承の背景は、現状の活性化活動の効果や参加協力店の減少に対する不満がもとになっていると考察した。

第 7 章では、リーダーシップ理論にもとづき、活動に必要な主要な機能を「問題解決機能」「資金調達機能」「ネットワーク機能」と特定し、機能が活動主体によって継承されるプロセス、およびパーソナルネットワークの働きを明らかにした。3 つの類型それぞれにおける継承プロセスやネットワークの働きの特徴を整理した上で、さらに外部主体からの必要な支援、その際に注意すべきことや、継承プロセスにおける課題について考察した。外部主体連携型では、外部と内部の主体間のネットワークが特に重要で、商店街と連携しやすいように外部主体を位置づけることや、外部主体が事業に必要なスキルをその都度身に着けることが必要である。既存主体連携型では、商店街内部のネットワークが重要で、組織の枠を超えて既存主体が連携するためのコーディネートが必要であり、また機能が一部の中心主体に長らく集中するためその継承が課題である。新規主体拡大型では、商店街内部の新たな主体が持つネットワークが重要で、新たに取り組む事業が軌道に乗るまでの資金面・スキル面での支援が必要である。外部主体連携型や内部主体連携型では、新たな商業者の参加を得て担い手を拡大する際に、新規主体拡大型の継承プロセスに取り組むことが考えられた。

第 8 章では終章として、本研究の要約を行い、得られた知見を目的に対応する形でまとめた。これからの活動主体の継承を促す支援についての展望として、新しい商業者などの主体を受け入れネットワークを生成し続けるオープンでフラットな場の重要性、ならびに市民や専門家などの外部主体が積極的に商店街の活動に関わり継承プロセスに貢献できるような、商店街と外部との間のネットワーク形成を支援する仕組みの必要性について述べた。

目　次

第１章 序　章 1
1-1　研究の背景 3
1-2　研究の目的 5
1-3　研究の構成 5
1-4　本研究での語句の意味 7
第１章　参考文献 8

第２章 研究の位置づけと研究課題 9
2-1　はじめに 11
2-2　商店街活性化の活動主体についての既往研究 11
（１）担い手としての商店街組織の特性について 11
（２）商店街と外部との協働について 12
（３）商店街活性化のための新規組織の発足プロセス、および担い手交代のプロセス 12
（４）活性化の取り組みのリーダーについて 13
2-3　まちづくり活動におけるパーソナルネットワークについての既往研究 14
（１）パーソナルネットワークについて 14
（２）まちづくり活動におけるパーソナルネットワークに関する既往研究 14
（３）商店街におけるネットワーク 16
2-4　２章のまとめ 16
第２章　参考文献 18

第３章 商店街の活性化活動の分類と対象地の位置づけ 21
3-1　はじめに 21
3-2　商店街を取り巻く環境と活動の変化について 23
（１）商店街の黎明期 23
（２）商店街の安定成長期 23
（３）規制緩和と商店街の衰退 25
（４）まちづくり三法の時代 25
（５）まとめ 28
3-3　近年の成功事例の内容および主体についての分析 28
（１）活用する事例データベースについて 28
（２）動向の分析 29
（３）考察 30
3-4　活動主体の体制による分類と、研究対象地の選定 30
（１）活動主体の体制による分類 30
（２）対象地の選定 33
3-5　３章のまとめ 34
第３章　参考文献 36

第４章 外部主体連携型における 活動主体の継承についての解釈
～水木しげるロードの事例～ 37
4-1　はじめに 39

4-2　調査対象地の概要 39
4-3　調査方法 40
（1）調査の方法 40
（2）　組織の分類 41
（3）時代区分の設定 41
4-4　商店街活性化活動の変遷 43
（1）行政組織主導時代（時代 A） 43
（2）地元市民組織主導時代（時代 B） 43
（3）新規市民組織主導時代（時代 C） 44
（4）　広域市民組織主導時代（時代 D） 44
4-5　まちづくりの担い手の継承の要因に関する考察 45
（1）変化の解釈 45
（2）考察 47
4-6　各時代の活性化活動と商店主の意欲との関係 47
（1）意識調査の概要 47
（2）意識調査の結果 48
（3）意識調査のまとめ 51
4-7　４章のまとめ 51
第４章　参考文献 53

第５章 既存主体連携型における 活動主体の継承についての解釈
～生駒駅前商店街の事例～ 55
5-1　はじめに 57
5-2　調査対象地の概要 57
（1）地勢 57
（2）歴史 58
（3）駅前商業地域の変遷 59
（4）商店街の店舗構成 60
（5）周辺の大型店舗 61
5-3　調査方法 61
（1）文献調査 61
（2）ヒアリング調査 61
5-4　商店街活性化活動の継承 62
（1）時代区分の設定 62
（2）活性化活動の運営の継承の要因に関する考察 65
（3）考察 71
5-5　５章のまとめ 71
第５章　参考文献 73

第６章 活動主体拡大型における 活動主体の継承についての解釈
～東大阪市小阪商店街の事例～ 75
6-1　はじめに 77
6-2　調査対象地の概要 77
（1）対象地の概要 77
（2）まちゼミの取り組み 78
6-3　調査の概要 79

（1）調査の方法 79
（2）調査対象の分類 80
（3）時期の区分の定義 81
（4）ネットワークの定義等 81
6-4　まちゼミによる参加者間のパーソナルネットワークの変化の解釈 82
（1）まちゼミによるネットワークの形成 82
（2）参加者間のネットワーク形成の要因の解釈 84
6-5　６章のまとめ 86
６章　参考文献 88

第７章 パーソナルネットワークに注目した 活動主体の継承プロセスについて 89
7-1　はじめに 91
7-2　活性化活動のリーダーが担う機能について 91
（1）活動主体の中心的リーダーが担う役割について 91
（2）リーダーシップ理論について 92
（3）商店街組織のリーダーが担う機能について 93
（4）具体的な継承プロセス 93
（5）継承プロセスにおけるネットワークの働き 94
7-3　外部主体連携型における機能の継承プロセスについて 96
（1）調査対象における機能の継承について 96
（2）外部主体連携型における機能の継承プロセスと支援について 98
7-4　既存主体連携型における機能の継承プロセスについて 100
（1）調査対象における機能の継承について 100
（2）既存主体連携型における機能の継承プロセスと支援について 102
7-5　活動主体拡大型における機能の継承プロセスについて 103
（1）調査対象における機能の継承について 103
（2）新規主体拡大型における機能の継承プロセスと支援について 105
7-6　７章のまとめ 107
第７章　参考文献 110

第８章 終　章 111
8-1　本研究の要約 113
8-2　本研究で得られた結果 114
（1）中心的な活動主体の継承とその背景 114
（2）機能の継承プロセスとパーソナルネットワークの働きについて 115
8-3　活動主体の継承を促す支援の展望 117
8-4　今後の課題 117

付　録 付録-1

第１章
序　章

1-1　研究の背景

古くからある商業地、いわゆる商店街は、都市の中心として過去に整備された社会基盤や、歴史的な資産などのストックがある地区であることが多く、また駅前など公共交通によるアクセス性が高い場所に立地し概して利便性も高い。持続的な都市運営をめざすコンパクトシティの考え方では、都市の中心に機能を集中させることが想定されているように、商店街も含め今後も大きな役割を果たすことが期待されている。その中でも、商業機能は市民の生活利便性を支える重要な機能の一つであり、商店街は持続的な発展が望まれる。

しかしながら、市民の暮らしの中で起こったモータリゼーションやライフスタイルの変化は、郊外の大型商業施設へと市民を向かわせ、市民の足を商店街から遠ざける結果となった。また一方で、商店の売上の低下は商店の後継者不足をもたらし、商店街内では空き店舗が増加し、「シャッター街」[1)]と揶揄される商店街が増えた。商店数の減少と後継者不足は、商店街での活動の低下や活動の担い手不足も引き起こしている。平成 24 年度の商店街の実態調査 [2)]では、商店街組織の景況感は「衰退している」「衰退の恐れがある」を合わせると 76.2%と、大多数が衰退を感じている。商店数についても、直近のピークである昭和 60 年からは 38.3%減少し、空き店舗率は 14.62%と、過去最高を更新している状況にある。また地方都市においては、人口減少や高齢化などの傾向も顕著であり、購買力が低下していくことが考えられ、それを理由に大型商業施設が撤退する傾向も今後ますます強まる可能性があり、地方都市の商店街と市民生活の状況はより深刻である。このような商店街の衰退は、「都市の顔」に暗く寂しい雰囲気を与えるとともに、市民生活にとっても不便であり、商店街における継続的な活性化の取り組みが求められる。その大きな課題として、活動の担い手の確保と継承が挙げられる。

これまでの活性化の政策としては、戦後商業調整を行うことによる百貨店等の大型商業施設の脅威からの商店街の保護政策に始まり、「商業近代化地域計画」によりアーケードや街灯の整備などハード面で援助するなど様々な方法で商店街を支援してきたものの、1973 年のオイルショック以降経済成長の伸び悩みとともに商店街の商店の売上低迷も顕著になり、商店街には空き店舗が増加した。1998 年に施行された、「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」では、中心市街地活性化協議会が位置づけられ、その事業には国による手厚い支援が盛り込まれた。しかしながら、商店街など関係団体の代表者からなる協議会では実行力が不足し、また実質の実行部隊として期待されていた Town Management Organization（以下、TMO）も商工会議所など商店街の構成員とは関係のない団体が看板を架け替えたというのが実態で、これも合意形成やノウハウ・資金の不足により事業の遂行ができない場合が多かった [3)]。2006 年に改正された「中心市街地活性化に関する法律」では、TMO の成果に対して厳しい評価がくだされた結果であり、また改正では「選択と集中」が掲げられ、集中的な投資が行われているが、成果を挙げている商店街は依然として

多くない[4]。

一方で、こんにち全国の商店街の中には、商店街の構成員など内部の主体が中心となって、あるいは外部の団体との連携などにより、継続的な活性化活動を展開する事例が見られるようになってきている。中小企業庁による、全国の活性化しているとされる商店街の事例を選定した「がんばる商店街 77 選」「新がんばる商店街 77 選」[5]によれば、近年成功しているとされる事例は、これまでとは異なる発想による新しい取り組みが多く、また主体も旧来からの組織の単独による実施よりは新規組織が中心となるものや他の団体との連携により取り組まれるものの割合が大きい。また、商店街のまちなみの修景や施設整備などのいわゆるハード事業の後には、ソフト事業が継続されて展開されているのも特徴である。これまで商店街における一般的な販促活動と言えば、販売額に応じたポイントの協同発行や協同大売出しなど、恒例の事業が多く、参加する各店の裁量の余地のない事業が少なくなかった。これに対し、例えば商店街活性化の「三種の神器」と謳われる、「100 円商店街」や「得する街のゼミナール」「まちなかバル」は、商店街および周辺の店主らが自発的に事業に参加し、参加店の創意工夫が求められる内容になっており、事業の目的の共有や、多くの店との協調や協力の重要性が増している[6]。また商店街の枠組みを超えたノウハウや人手の共有のため、プラットフォームの形成など、体制面での模索も行われているところである。

このような成功事例の出現に対し、その結果をモデルとして、国が成功事例の連携体制やまちづくり会社設立の仕組みなどを参考に、支援制度をメニュー化してきた。これにより商店街の総意としての計画立案には比較的容易に取り組めるようになっているが、しかしながら法に基づく中心市街地活性化協議会や TMO を設立し、メニューを活用して取り組んできた商店街では、必ずしも活性化したとは言えない状況にある。例えば、計画を策定したものの実行するスキルが主体に不足している、一部の主体のみが活動を実践し他に広がらない、などの問題の発生が想定される。これらを乗り越え活動を実現していくためには、成功事例の活動の内容や組織体制のみならず、その結果に至るまでの活性化活動の「プロセス」に着目し、活動主体の継承プロセスの有効なマネージメントについて知見を蓄積していく必要がある。ここでプロセスマネージメントとは、経営学で用いられる、作業工程を管理するための概念である。これまでは、インプットとアウトプットのみが把握されてきたが、その間のプロセスをマネージメントすることにより、より効率的な工程の管理を行うことをめざすものである。活性化に継続的に取り組んでいる商店街では、試行錯誤を繰り返しながら、より望ましい活動内容や体制についての知識や経験が、個別の実践者に蓄積されていっていると考えらえるため、これらの暗黙知をプロセスに沿って形式知化することを試み、それを今後の活性化活動への支援に活かすことは、ナレッジマネージメントの観点からも意義がある。これらのプロセスについて着目する視点には、これまで既往の研究において見られない。

商店街での担い手不足は、活性化活動の主体にも影響し、活動の停滞をもたらして

いる。具体的には、活動の中心的な役割を担う主体がその役割を次の世代に引き継ぎできないことや、周辺的な役割を担う主体が減り活動への協力が得られにくくなり、活動のマンネリ化や深刻な人手不足を引き起こしている。ここで中心的な役割とは、目標設定や、組織構築、エンパワーメントなど、一般的にリーダーが担うとされる機能を指し、周辺的な役割とはそのような機能は担わないが中心的な役割に協力し活動を進める役割とする。商店街組織の特性として、組織内部に公式的な権限の連鎖関係が存在しないため人事権を持たず[7]、公式には役割を担う立場が存在しない。従って通常、活動における中心的役割を誰がどのように担うのかも共通認識はなく、主体個人の持つスキルや主体間の関係性などによって担うに至っていくと考えられる。この点も踏まえ、継承プロセスの中で中心的主体が機能を分担し継承する様子についても、知見を得蓄積する必要がある。

以上より、本研究は活動主体の個人レベルに着目し、主体らが役割を果たすことで活性化活動が進行し、そして次の主体へと受け継がれていくプロセスを明らかにするものである。

1-2　研究の目的

本研究では、商店街活性化における活動の主体に着目し、その継承プロセスやプロセスを推進する要素について知見を得るため、以下の次の 2 点を明らかにする。

①商店街活性化の成功例として評価を受けている事例を活動主体の体制によって分類し、それをもとに選定した調査対象について、一連の活性化活動を長期的な観点から捉え、中心的な活動主体の継承と、継承のきっかけとなった背景を解釈する。

②中心的な活動主体が担う主要な機能を特定し、それらが継承される過程、すなわち継承プロセスを明らかにする。継承プロセスを推進する要素として、主体間のパーソナルネットワークに着目し、商店街におけるパーソナルネットワークの特性を整理した上で、継承プロセスにおけるその働きを明らかにする。

以上をもとに、商店街の活性化をめざす活動主体の継承を促す支援について展望する。

1-3　研究の構成

本研究は、第 1 章から第 8 章までの全 8 章で構成されている。

第 1 章である本章は、本研究が必要となるに至った背景と、目的について述べた。

第 2 章では、商店街における活動主体、ならびにパーソナルネットワークについて

既往研究をレビューし、本研究の位置づけと課題を明確にする。

第 3 章では、商店街における活性化の主体の変遷を把握した上で、成功事例を活動主体に着目し分類し、本研究の対象地の位置づけをする。

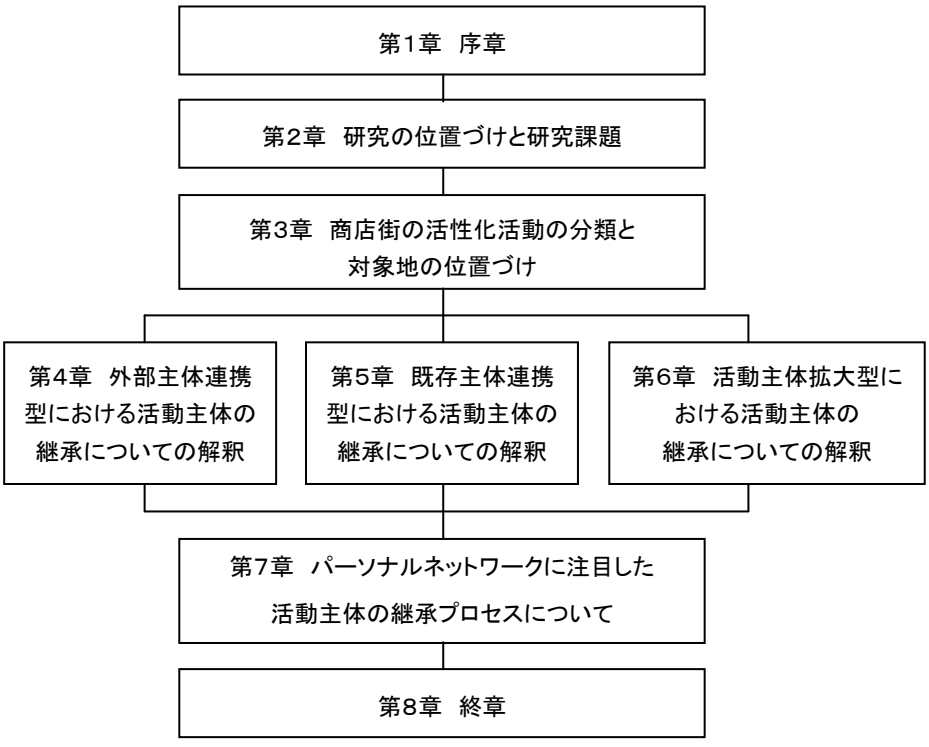
第 4 章では、外部主体連携型の事例として、鳥取県境港市の水木しげるロードにおいて実施した文献調査並びにヒアリング調査の概要を述べ、外部主体と柔軟に連携しながら活動主体が継承されていく様子、ならびに継承の背景となる要因について、主体間のパーソナルネットワークに注目して解釈する。さらに、商店主に対して実施したアンケートの調査結果を述べ、時代ごとの中心的な活動主体と商店主らの意欲の関係を考察する。

第 5 章では、既存主体連携型の事例として、奈良県生駒市の生駒駅前商店街において実施した文献調査並びにヒアリング調査の概要を述べ、商店街組織の連携によって活動主体が継承されていく様子、ならびに継承の背景となる要因について、主体間のパーソナルネットワークに注目して解釈する。

第 6 章では、活動主体拡大型の事例として、大阪府東大阪市の小阪商店街において実施した文献調査並びにヒアリング調査の概要を述べ、まちゼミの取り組みを通して新たに参加した主体間にパーソナルネットワークが形成されていく様子を分析する。

第 7 章では、活動に必要な主要な機能を特定し、それが主体個人間でどのように分担され継承されていくのかをリーダーシップ理論を参照して分析し、商店街活性化における活動主体の継承プロセスを調査対象の分類ごとに明らかにし、そのプロセスを推進する要素としてパーソナルネットワークの働きを考察し、さらに継承プロセスにおいて必要な支援について述べる。

第 8 章は結論として、本研究で得られた知見と提言をとりまとめ、課題について述べる。



1-4　本研究での語句の意味

（１）商店街活性化の活動主体

活動主体とは、商店街活性化を目的として活動を行う組織や個人を指す。他の組織や個人と連携により取り組む場合も想定している。商店街活性化は長期間にわたり持続的に取り組まれるべきものであることから、活動主体となる組織や個人の交代や、連携状況の変化、新しい組織の設立などの変化が起こり得る。

活動主体に変化があればその影響を受け、活動内容の大幅な変化や、取り組み方や体制の変更、新たな取り組みの開始などの変化が現れると考えられる。

活動主体の継承とは、長期間に及ぶ持続的な商店街活性化のための活動において、その中心的な主体となる複数の組織や個人らが、途切れることなく活動を担い続けていくことを言う。

その継承プロセスとは、活性化活動において、主体の継承に至るまでの一連の過程、継承による活動主体や連携状況の変化、継承後の活性化活動の展開、などのことを指し、それは次の更なる継承に至るまでの過程につながっていく。このプロセスには、活動主体の内側の状況のみならず、継承のきっかけとなるような、主体をとりまく外側の状況も含む。

（２）活動主体間のパーソナルネットワーク

活動主体個人の間に形成され、活性化活動に関係するパーソナルネットワークを、次のように定義する。

地縁ネットワークとは、同じ商店街組織に所属する店舗関係者の間に存在するネットワークとする。ここで店舗関係者とは、商店主やスタッフのことを言う。このネットワークは、近隣の店舗であるため日常的に顔を合わせる機会のある者の間や、書類の回覧などを手渡しして顔を合わせる機会のある者の間に形成される。フォーマルなネットワークであるが、同じ商店街に属する店でもネットワークが存在しないことも想定されることから、本研究では組織の会員名簿に名前が記載されているだけで地縁ネットワークを認定するわけではない。

志縁ネットワークとは、店舗関係者や商店街に関係する者が活性化活動に参加協力し、顔を合わせながら活動をする中で形成されるネットワークとする。これは店舗の属性や空間的な近接性にはよらない関係性で、組織の枠を超えても形成される、インフォーマルなネットワークである。

第１章　参考文献

1) 辻井啓作: なぜ繁栄している商店街は 1%しかないのか, CCC メディアハウス, 2013.
2) 中小企業庁：商店街実態調査, 2004.
3) 石原武政：通商産業政策史 1980-2000 第 4 巻，pp.265-270, 財団法人経済産業調査会, 2011.
4) 濱田恵三：まちづくりの論理と実践－都市中心市街地のまちづくり戦略－，pp.7, 創成社, 2011.
5) 中小企業庁: がんばる商店街 77 選, 新・がんばる商店街 77 選, http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/shoutengai77sen/, 2006, 2009.
6) 長坂泰之: 100 円商店街・バル・まちゼミ, pp126, 学芸出版, 2012.
7) 石原武政: 商店街の組織特性，経営研究第 34 巻 4 号，pp1-15，1995.

第２章
研究の位置づけと研究課題

2-1　はじめに

商店街活性化の活動主体に関する既往研究、およびまちづくり活動におけるパーソナルネットワークに関する既往研究を整理し、本研究の位置づけを述べる。次に、本研究の対象である商店街におけるパーソナルネットワークの特性を明らかにする。最後に、本研究の課題について述べる。

2-2 では商店街活性化の活動主体についての既往研究をレビューし、その着眼点を整理する。

2-3 ではパーソナルネットワークに関する研究を、まちづくり活動の分野についてレビューした上で、本研究の対象である商店街におけるパーソナルネットワークの特性について整理する。

2-4 では本研究の位置づけのまとめと、研究課題について述べる。

2-2　商店街活性化の活動主体についての既往研究

（１）担い手としての商店街組織の特性について

石原 [1)]によれば、商店街振興組合は、立地という所縁で結ばれる全員の参加を原則とする組織であることから、構成員の異質性および多様性が大きく、構成員それぞれが直面している問題や、持っている経営資源、経営問題を打開しようとする方向や意欲が異なる。次に、商店街組織は組織内部に公式的な権限の連鎖関係が存在しないため、組織は「人事権」を持つことができない。さらに個人が協同する理由は協同することにより結合利潤が獲得され、それが組織の分配機構を通して参加者に還元され、参加者の個別目的に貢献するというメカニズムを確認できることであるが、商店街の場合は構成員の業種や顧客層が異なるため、結合利潤を具体的に定義することができず、また結合利潤を集権的に分配することもできないため、構成員は結合生産のメカニズムを確認することができない。以上の組織特性は商店街組織が活動する組織になることを困難にするとする一方で、問題を解決するには構成員の異質・多様性を排除するのではなく、それを含んだままで組織を動かすための条件を考えるべきと主張している。

畢 [2)]はこの点を踏まえた上で、環境条件が類似した 2 つの商店街において、商店街組織の活動状況の際に着目して比較研究を行い、長期間の組織体制や活動状況を整理し、活動の差異の発生メカニズムを考察した。インフォーマルな調整メカニズムの理論にあてはめ、組織の諸制度と整備状況が構成員間の相互作用に影響し、それが協調の土台と環境を整理して構成員の協調を生んでいるとし、商店街組織の活動が展開されるプロセスを考察した。さらに活動は組織の諸制度や構成員間の相互の関係に影響するとした。

以上の研究の中では、多様な構成員を含む商店街組織が活動主体となることの難しさが指摘され、それを克服し活動主体となるためには構成員間の相互作用に着目する

ことが重要で、その相互作用には組織が行う活動が影響することが指摘されている。ただし、組織のどのような活動が主体間の関係性にどのように影響を及ぼすのかについては、言及されていない。

（２）商店街と外部との協働について

濱野[3)]によると、中心市街地でのまちづくりの主体としては、商店街内部のキーパーソンや、中核的な組織・集団が橋渡し役となり商業者や外部の NPO などとの協働を促進することが重要とした上で、これらの主体と連携・協働してまちづくりに「共感」をもち自発的に参画する外部の担い手の存在が必要不可欠になるとし、また従来の商店街組織の枠にとどまらず、地域内の個店間連携や若き商業者のネットワークによる自発的・自律的な参画も重要としている。ここで担い手間のネットワークについて、ソーシャルキャピタルの考え方を土台に、外部とのつながりを強化して異なった情報や資源、機会へのアクセスを増加させることによって担い手やアクターの構築に効果的な役割を果たすとして、橋渡し型のネットワークの重要性を説いている。

また協議会による活動の実態と課題について、岡崎ら[4)]の報告によれば、NPO 法人を推進機構として協議会を設立した事例は多くはなく、さらには設立後に活動を展開している協議会は少数であり、またハード事業が行えていた団体を見ると核となるメンバーに都市計画や建築の専門家、行政経験者が存在し、企画書の作成や事業実施に必要な能力を有していたことを明らかにしている。

ほかにも、外部組織と商店街との連携事例に関しては、菅原[5)]、横内ら[6)]など、数多くの報告がある。

以上により指摘されているのは、合意形成を得るための協議会ではなく、活動する主体としての活動組織の重要性であり、その活動の実効性を高めるためには、専門的なスキルを持った主体の関与が必要とされている。そのためには、商店街外部の担い手や、既存の枠にとらわれない新しく参入した商業者の関与を促すことが重要であり、そのためにネットワークに着目する必要性を説いている。ただし、ネットワークを主体個人単位で捉えた研究は見られない。

（３）商店街活性化のための新規組織の発足プロセス、および担い手交代のプロセス

活性化のための活動組織が新たに組織されることに注目し、その設立と展開のプロセス、および要因について研究したものがある。

中心市街地において市民組織が新しく組織され、連鎖的に展開していくプロセスについて、滋賀県長浜市の事例が報告されている。野嶋[7)]らは、市民組織が発足した要因と、組織の活動の展開内容とその要因、背景となるまちづくりの流れと市民組織発足状況の関係に着目した。新規組織の発足のためには、既存組織のようなしっかりとした母体組織から発足することや、行政の職員が関わって推進すること、「黒壁」のようなコーディネーターの存在が必要であることなどを指摘している。さらにまちづくりとの関係では、既存組織からの発足や行政による構想を契機とした発足が中心の時代

から、新規組織が連鎖的に発足する時代へと変遷することを明らかにした。

中心市街地の活性化に向けた新しい活動組織を設立するプロセスについて、26 の事例について中心人物にヒアリング調査を行い、そのプロセスの鍵となる「ファクト」を抽出しようと試みた研究がある。大熊 [8]は 12 のファクトを見出し、危機的な状況が構成員の一部を結び付け、外部の人材ともネットワークしながら新しい組織を設立し、活動を継続することにより安定的な基盤を得るようになり、他組織との連携をするようになるというプロセスを明らかにした。さらにその中で、集団経営組織における意思決定システムの複雑さが新しい組織の設立に向かわせること、こうしてできた新規組織はネットワーキング組織としての役割を担い、そして役割を終えいずれ消滅すること、こうした一連のプロセスがコアメンバーに知識や経験を蓄積することを指摘している。

商店街組織内部の世代交代の意味を持つ担い手の継承については、千葉県栄町商工会青年部の事例が報告されている。倉持 [9]は、青年部メンバーの発言を拾い上げることにより、活動主体の世代交代の要因を解釈した。商工会議所青年部の次世代メンバーが協調して一大イベントを成功させたのは、中心市街地活性化に関する法律の TMO の制度をうまく活用して位置づけや資金を得たことが大きな要因となっており、これまで配下にあった「親会」の影響から抜け出す契機になり、さらに継続性のある基盤を得たと考察している。その活動のモチベーションとしては、「親会の克服」を挙げている。

以上の研究では、商店街の組織あるいは活動が変化または展開していく様子を、時間的に変化するものとして捉えている。その意味で時間的な断面で状況を切り取り、結果に着目してきたこれまでの事例研究とは異なる視点を持つ。特に野嶋らによる長期的に活動の展開を把握する視点は、活動を取り巻く背景となるような商店街内外の状況も考慮することができるため、重要である。ただし、活動が展開する要因の分析は組織単位で行われており、その組織の活動に影響する主体個人レベルの分析が求められる。他の研究については、主体個人の行動や姿勢についても言及されているが、継承プロセスの連続性を捉えきれていない。

（4）活性化の取り組みのリーダーについて

活性化活動において、中心的な役割を担うリーダーの重要性は指摘されているものの、リーダーを研究しようとすると、特定の個人に着目せざるを得ないため、そのような研究は多くはない。

藤井・羽鳥ら [10]は、川越におけるまちづくり実践について、その展開の過程を中心となった人物らそれぞれの「個別解釈」をヒアリングし、それらを研究者の立場から「再解釈」することにより、まちづくりの展開を「物語」として記述しようと試みた。さらにそれらをもとに、まちづくりに資する解釈学的考察を行い、①まちづくりに不可欠な町衆・行政・専門家の存在、②まちづくりにおける真面目なまでの専門性と地元への情念、③自発的ならびに機を見て敏なる行動、④まちづくりを成功に導く謙虚

かつ毅然とした態度が、必要であるとした。

上記の研究では、特定の中心的担い手から主観を含む語りを得て、それを解釈するという手法が提案されているが、活性化活動は中心的な特定の人物だけではなく、その周辺に位置する人物らが協力してこそ成立するものであるため、中心的な主体以外も視野に入れて研究する必要がある。また長期的な視点に立つと、中心的な主体は移り変わっていくという可能性を考慮に入れる必要があり、ある時点で中心的である人物の視点からのみでは、活動主体のダイナミックな変化を捉えきれない可能性がある。

2-3　まちづくり活動におけるパーソナルネットワークについての既往研究

（1）パーソナルネットワークについて

ここでは、パーソナルネットワークの理論について概要を整理し、本研究で用いる定義を述べる。

理論の中心は、行為者間にはネットワークがあり、その関係性の構造が、当人の行為を決定するというものである。関係性の構造の中で、位置に応じた中心性の度合いがあり、その指標は「ノードのもつ紐帯の数」「ノードのあいだの距離」「ノードの媒介性（ハブ）」とされる[11]。本研究では、媒介性の高いメンバーをネットワークのコアと呼ぶことにする。

またネットワークの種別もあり、その形式から「フォーマル」と「インフォーマル」と名付けられている。メンバーが公式に認識されていたり、明文化されているものを「フォーマル」と言い、メンバーがはっきりしないが当人らが認知している関係性を「インフォーマル」と言う[12]。経営組織論では、組織のメンバーの意欲を引き出すことを目的に、有効なフォーマル・インフォーマルネットワークの構造やその操作方法について研究が進められている。インフォーマルな人間関係では、仲間内での評判としての周囲からのプレッシャーが発生するとされ、信頼感や共感を基本としてすぐれたメカニズムとして機能するとされている[13]。また、組織の内側での関係性を「結束型」、組織を超えた関係性を「橋渡し型」とする分類も用いられている。

ネットワークを通して感情などを含む様々な要素が、人から人へ「伝染」するとされ、そのメカニズムとは感情が表情や行動に現れることで直接顔を合わせてそれを読み取ることにより同調が起こるとされている。しかも伝染は、二者間の関係を超えて、三次のレベルでも発生することが確認されている[14]。またパーソナルネットワークは、生成され、そして減退するものである。ネットワークの生成プロセスについてシミュレーションをしている研究はあるが、実際の現場での変化を捉えた研究は多くはない。

（2）まちづくり活動におけるパーソナルネットワークに関する既往研究

まちづくり活動を行い担い手個人が有するネットワークに着目し、ネットワークが果たす役割を考察した研究や、特定のまちづくり活動に焦点を当てて、活動の展開やまちづくり情報の伝播や住民への浸透などを明らかにした研究が、様々なフィールド

で行われている。

都市郊外部の地域コミュニティにおいては、中村[15]が地域住民へのアンケートにより、関係性とその深度、相手の属性や居住地を尋ね、地域出身の夫婦とそうでない夫婦ではパーソナルネットワークがどう異なるかを示し、地域コミュニティにおいて女性がネットワーク形成に果たす役割を考察した。

農山村集落コミュニティにおいては、高橋ら[16][17]が、集落住民全体へのヒアリング調査をもとに集落内のパーソナルネットワークの構造を明らかにした。その中で、情報ネットワークと信頼ネットワークの「入り」と「出」の構造から、集落のリーダーは「現区長」のほかに「古老調整役」と「情報流通役」が担っており、古老調整役と情報流通役は現区長のネットワークを補完するという機能を果たしている実態を明らかにした。さらに、集落に外部からもたらされた 2 つの新しい取り組みについて、どのようなパーソナルネットワークによって情報が広がり住民の協力が得られたのかを比較した結果、情報流通役を介した方が、活動がより広く住民に浸透したことを明らかにした。以上より集落支援の事業をする際には、集落内のパーソナルネットワークを広く有している人物を特定し、この人物と連携しながら進めることの重要性などを明らかにした。

同じく農村集落コミュニティにおいては、岩松ら[18]が、景観保存の取り組みについて研究し、その合意形成のプロセスについて、集落内のアンケートとヒアリングにより、取り組みの中心になった複数のリーダーを特定し、その行動を把握した。リーダーの個人史をも把握することで、リーダーの共通点を明らかにし、より重要なのはカリスマ性というよりは、外部とのネットワークの方であると結論づけた。

ある多主体の連携によるプロジェクトについての研究では、新玉[19]が、コーディネーターとしての機能を果たす個人に着目し、その属性やパーソナルネットワークの状況、行動について分析した。その結果、コーディネーターの機能は、取り組みの将来像をプロジェクトの参加者に示すことができること、専門的スキルを有すること、多様な主体と信頼関係を築くための対話ができること、の 3 つが主要であるとした。

一連の活動の中でパーソナルネットワークがどう生成されるのかという変化をも捉えた研究は多くはない。田代ら[20]は、河川の専門家と市民が協働した事例を取り上げ、その関係性の構築と変化を「観察」することにより個人単位で把握した。協働関係構築のため、専門家が持つべき姿勢や、用意すべき場についての留意点、コーディネーターの役割を担う個人の必要条件などについて考察した。

以上の研究では、活動に参加する個人を特定し、パーソナルネットワークのある時点の状態を把握した上で、それがどのように活動に関係しているかが考察されている。商店街のように、地縁と志縁の異なるネットワークが重なって存在する主体間で、パーソナルネットワークを調査したケーススタディは見られない。またネットワークが変化する様子を捉えた研究は多くはなく、ネットワークが形成されるプロセスに言及した研究は見られない。

（3）商店街におけるネットワーク

本研究では、同じ商店街組織に属する店で、かつ近隣の店舗であり日常的に顔を合わせている店や、あるいは回覧などを回して顔を合わせる機会がある店間の関係は、「地縁ネットワーク」と定義する。これは、結束型のネットワークであり、フォーマルネットワークに近い関係性であるが、ただし同じ商店街に属する店でもネットワークが存在しないことも想定されることから、会員名簿に名前が載っているだけで地縁ネットワークを認定するわけではない。一方で、顔を合わせて活性化活動をする中で形成されるネットワークを、「志縁ネットワーク」と定義する。これは店の属性や空間的な近接性にはよらない関係性で、橋渡し型も含み、信頼や共感を伴うインフォーマルネットワークに近いものである。

商店街という空間的に限られた空間には、個店間の顔の見える関係、すなわち地縁ネットワークが存在している場合が多いものの、店主らが商店街の外に居宅を持ち、商店街に住まなくなってきていることも影響し、地縁ネットワークの衰退が予想される。また商店街は、利益を追求する個店の集まりであり、活動には販売促進への貢献や来街者の増加などの成果が求められる。加えて商店街の構成員は多様であり、業種間や、あるいは何代も続く地域に根ざした店舗と来街者を見込んで新しく出店した店舗との間では、活動に期待する成果のフィードバックの期間も異なると考えられる。

このような複雑な条件のもと、地縁の関係性だけでは、商店主らを活動に誘引することは難しく、商店街の担い手に関する既往の研究から指摘されているように、構成員の交互作用、外部とのネットワークによる刺激も必要と考えられ、地縁以外の志縁ネットワークも重要であると考えられる。

商店街にはこのように、日常的に接する中で形成される地縁ネットワークと、商売繁盛という共通の目的のために協力を促す志縁ネットワークが同時に、そして重複して存在している。それぞれ形成のされ方や働きが異なると考えられるため、分けて捉える考えることが肝要である。またこれら 2 種類のネットワークが、どのように形成されるのかについても明らかにする必要がある。

以上を達成するためには、担い手らを特定し、パーソナルネットワークを仔細に追うことが必要である。本研究は商店街での活性化活動という、限定された空間における限定的な担い手を対象とするものであり、関係するメンバーを特定し、そのネットワークの形成過程をも捉えることが可能である。

2-4　２章のまとめ

本章では「商店街活性化の活動主体」について既往の研究を整理した。また「まちづくり活動におけるパーソナルネットワーク」について既往の研究を整理した上で、商店街におけるパーソナルネットワークの特性を整理した。これを踏まえて、本研究で対象とする研究課題について述べる。

①長期的に捉えた場合の活動主体の継承とその背景となる要因

商店街が活性化する過程においては、活性化に向けた活動が持続的に取り組まれ続けていくことが必要であり、活動主体が長期にわたり継承されていくということは、新しい組織が発足したり活動内容が変わったりと活性化活動の主体や内容が変化することを意味する。また活動が長期間にわたる場合には、商店街を取り巻く状況も変化する。これまでの事例研究では、状況を断面的に捉えてきたため、この内的・外的な変化を捉えきれていなかった。本研究では、この活動主体の変化を活動の継承として捉え、その継承のきっかけとなる背景を明らかにするものである。

なお活動を推進する組織体制や他組織との連携のあり方について多くの研究が進められているように、活動主体の体制は活動に大きく影響するため、活動主体となる組織の体制やその連携状況を分類し、比較研究することにより、活動体制の違いによる継承プロセスの違いを明らかにする。また、活動の中心人物による語りによって活動を解釈する研究方法も提案されているが、本研究ではより客観的に状況を捉えるために、主体によって行われた活動の変化に注目してプロセスを解釈するものである。

②活動主体の具体的な継承プロセス

活動内容や連携状況の変化は、主体個人の考え方や身に着けているスキル、ネットワーク等の役割の変化を一因として起こるものであり、その意味で中心的な主体の入れ替わりや、あるいは環境の変化の影響による主体の考え方やスキルの変化によって引き起こされる。これまでの研究では組織単位で活動の変化を捉えてきたため、以上のような主体個人レベルでの変化について分析できていない。

本研究は、中心的な主体個人が担う機能に着目し、それがどのように継承されているのかをプロセスとして捉え明らかにするものである。

③継承プロセスにおけるパーソナルネットワークの働き

商店街以外の分野では、コミュニティ組織内のネットワークを特定し、その外側に位置する者との組織を超えたネットワークを区別し、活動の推進との関係を調査研究しており、活動推進におけるネットワークの役割について考察している。商店街研究においても、活動組織たる条件として構成員の相互作用が指摘され、また組織外との連携活動には、組織を超えた橋渡しネットワークに注目が集まっているものの、活動主体個人レベルに着目してネットワークを特定した研究は見られず、商店街のような地縁と志縁が重複して存在する空間における研究はない。本研究では活動を担う主体間のパーソナルネットワークに着目し、その形成プロセスと働きを解釈し、主体間の明確な役割分担が存在しないという特性を持つ商店街において、パーソナルネットワークが活性化活動の機能の継承と活動に協力する主体への動機づけに関して、どのような役割を果たしているのかを考察する。

このように個人レベルに着目して活動主体の継承プロセスを研究することで、成功事例に見られる組織づくりや継承に効果的な活動への取り組み方に関する現場での実践知を、ほかの商店街への支援に活かすことができる。

第２章　参考文献

1) 石原武政: 商店街の組織特性, 経営研究第 34 巻 4 号, pp1-15, 1995.
2) 畢 滔滔: 商店街組織におけるインフォーマルな調整メカニズムと組織活動, 流通研究, Vol. 9, No. 1, pp 87-107, 2006.
3) 濱田恵三: まちづくりの論理と実践－都市中心市街地のまちづくり戦略－, pp71-73, 創成社, 2011.
4) 間舘祐太, 岡崎篤行, 梅宮路子: 中心市街地活性化協議会におけるタウンマネジメントの実態と課題-中心市街地整備推進機構として認定された NPO 法人に着目して-, 都市計画論文集, VOL 46, NO.3, 2011.
5) 菅原浩信: 商店街組織と NPO のパートナーシップ, 日本経営診断学会論文集, VOL10, pp108-114, 2011.
6) 横内秀理, 後藤春彦, 佐藤宏亮: 都市計画学会論文集, VOL47, NO.3, 2012.
7) 野嶋慎二, 松元清悟: まちづくり市民組織の発足と展開のプロセスに関する研究―長浜市中心市街地の事例―, 都市計画論文集 36, 7-12, 2001.
8) 大熊省三: 中心市街地(商店街) 活性化事業における実証分析―活性化推進組織の形成プロセスの考察, 技術マネジメント研究 7, 15-36, 2008.
9) 倉持裕彌: 地域振興における担い手の活性化の条件―千葉県栄町商工会青年部の事例―, 日本都市社会学会年報, 第 23 号, 2005.
10) 澤崎貴則, 藤井聡, 羽鳥剛史, 長谷川大貴: 「川越まちづくり」の物語描写研究～「蔵のまちなみ」の保存に向けたまちづくり実践～, 第 2 回公共政策における物語研究ワークショップ資料, 2011.
11) 安田雪: ネットワーク分析, P82-86, 新曜社, 1997.
12) 中野勉: ソーシャル・ネットワークと組織のダイナミクス～共感のマネジメント～, P32-34, 有斐閣, 2011.
13) 中野勉: 上述, P171-172, 196, 2011.
14) ニコラス・A・クリスタキス, ジェイムズ・H・ファウラー: つながり～社会的ネットワークの驚くべき力～, p29, 54, 74, 36-38, 講談社, 2010.
15) 中村昭史: 社会的ネットワークからみた大都市近郊住民の近隣における社会関係-埼玉県鷲宮町旭町地区を事例として, 地理学評論 VOL 77, NO.11, pp.695-715, 2004.
16) 高橋正也, 比屋根哲, 林雅秀: 農山村集落の活動の展開におけるソーシャル・キャピタルの作用-岩手県西和賀町 S 集落住民の社会ネットワークと活動の検証, 農村計画学会誌 VOL31, NO.2, pp.174-182, 2012.
17) 高橋正也, 比屋根哲, 林雅秀: 社会ネットワーク分析による農山村集落の今後を担うリーダーの構造-岩手県西和賀町 S 集落の事例, 林業経済研究 VOL 55, NO.2, pp.33-43, 2009.
18) 岩松文代, 岩井吉彌: 山村集落の活性化に関する合意形成と住民リーダー-京都府美山町における景観保存を事例として, 日本林學會誌 VOL 83, NO.4, pp.307-314, 2001.
19) 新玉拓也: 水環境と社会 多主体が連携した自然保護活動におけるコーディネーターの役割に関する研究-高島市うおじまプロジェクトを事例として, 水資源・環境研究 VOL20,

pp.37-44, 2007.
20) 田代優秋, 鎌田磨人: 地域環境課題の解決を目指した専門家－地域住民との協働継続要因, 人的ネットワーク構造に着目して, 土木学会論文集 B3, VOL.67, NO.2.

第３章
商店街の活性化活動の分類と対象地の位置づけ

3-1　はじめに

本章では商店街活性化の主体について、長期的な観点から変遷を把握し、また近年成功事例とされている事例を分析することにより、活動主体についての大きな潮流を把握する。次に、取り組み体制によって成功事例を分類して、対象地を決定する。

3-2 では商店街を取り巻く環境や活性化の取り組み内容や主体の変遷を、長期的な視点から、表 3-1 に整理し述べる。

3-3 は近年活性化に成功しているとされている事例を分析し、その動向や特徴を明らかにする。

3-4 は活動主体に着目して分類し、その分類に沿って対象地を選定する。

3-2　商店街を取り巻く環境と活動の変化について

（１）商店街の黎明期

新[1)]によれば、1920～1945 年は「商店街の黎明期」とされ、第一次世界大戦と戦後の不況により都市人口が増加し、中小の小売商も都市に増えた。小売業の増加は、物価の乱高下や粗悪品の流通のもとになったとされる。安定した価格で間断なく物資を供給するため公設市場が設置されるに至った。

1923 年の関東大震災を機に、それまで高級路線であった百貨店が日常必需品なども手広く手がけるようになり大衆化が進み、出張販売や無料配送、商品券発行などのサービスを拡大した。その結果、中小小売商との対立が明らかになり、社会問題と認識されるに至った。1937 年には、少数の百貨店が圧倒的多数の中小小売商を凌駕している事実から、百貨店の出店や拡張を許可制にする百貨店法が制定された[2)]。

この時中小小売商は、特段の技能も資力もなくとも開業できる業種と見なされており、経験の浅い中小小売商が大量に生産され、競争が激化して営業時間の長期化や経営の圧迫が発生したとされる[3)]。

百貨店の大衆化の傾向もあり、消費者の需要は変化し、買い物に対して物品の売買だけではない、心の満足を求めるようになったことを受け、商店街の組織化によるアーケードや街灯、街路樹など共同設備の整備や、共同購入、共同宣伝などの取り組みへの機運が高まり、同時に各商店がそれぞれ専門性を身に付けることによる「横の百貨店」をめざすべきとの見解が広まった[4)]。

その後 1937 年の満州事変をきっかけに、1938 年には戦争の長期化に備えて「暴利取締令」が改正され、酒類販売免許制、小売業の強制転廃業などが敷かれ、特定の小売業については地域に一軒のみ配置されるという制度のもと、商店街が形成されていった[5)]。

（２）商店街の安定成長期

1945 年の第二次世界大戦後から、高度経済成長期が終わりを告げる 1973 年までは、小売業が保護により安定して成長した時期である。1945 年以降、物資の不足から物価

の高騰が起こり、日本各地で闇市が乱立する一方、商業組合は配給統制を積極的に担うようになった[6]。また、戦地からの復員や疎開からの帰還者が労働力となったが、その受け皿となる労働機会が確保されておらず、比較的簡単に参入できる小売業が雇用を吸収し、社会的に評価された[7]。

1950 年に勃発した朝鮮戦争などを経て、1956 年には経済白書の中で「もはや戦後ではない」と明言されるように経済の復興が進んだ。その背景には、夫婦と子供からなる核家族が主流を占め、家庭内における加工機能が低下し、商品分野が一気に拡大したことや、全体的に国民所得が拡大されたことも影響しているとされる。そして高度成長が終わるまで、小売業もこの時代の恩恵を受け、中小零細小売商も急速にその販売額を伸ばし、「濡れ手で粟をつかむ」ような状況が現れた[8]。

百貨店は戦後いち早く復興したため、それを規制する動きが現れた。1956 年には第二次百貨店法が成立し、百貨店の新増設が許可制となり、営業時間も規制された[9]。

一方で、中小小売業への参入過多のため、近代化と生産性向上が図られるようになった。商店街独自の根拠法である商店街振興組合法（1962 年）が制定され、商店街のメンバーが結成した組合に対して法人格を与え、金融機関などから団体として融資が受けられるようになり、なおかつ政府が必要と認めた場合補助金が交付されることが明記された。これにより、共同仕入れなどの共同経済事業、アーケードや駐車場建設などの環境整備事業に取り組む商店街が現れた[10]。

このような、商店街保護を目的とした規制が敷かれ、商店街への支援が行われる一方で、社会的には中小小売商の非合理性への批判も高まった。戦後日本は高度成長によって商品の生産量が増え、消費者のニーズも多様化しているにも関わらず、流通組織が弱いままなのは、規制が温存させているという主張である[11]。また新たな動きとしては、1967 年に大阪で最初の主婦の店ダイエーが開店し、「価格破壊」を掲げて多店展開し、1972 年に三越を抜いて小売業売上高日本一に躍り出た[12]。スーパーの急成長により商店街は打撃を受けたものの、消費の拡大によってカバーされ、また中小小売商が戦前より結んでいた電気や化粧品の製造業の大手企業との特約店契約が経営の維持に貢献した。中小小売商はまだ、「絶頂期の延長線上にあった」[13]。

この 1960 年代後半から、商店街および地域ぐるみでのスタンプ発行事業が見られるようになったとされる。1960 年以前にも商店街事業の一つとして、中元や歳末の売り出しで福引券を発行した期間限定的なものや、個々の店で顧客サービスのスタンプカードを発行する動きは一部あったという[14]。

高度経済成長の歩みの中で、公共交通機関の郊外延伸とマイカーの普及が進み、郊外への移動が促進され、中小小売商もまた郊外に住宅を求めるようになった。当時の移動の主流であった鉄道駅の周辺は拠点性が高まり、1970 年度から始まった「商業近代化地域計画」により多くの場合駅前開発が推進された。駅前にはロータリーが設置され、新興のスーパーが核店舗として出店し、アーケードを付設した商店街が形成され、「金太郎飴」と揶揄されるようになった[15]。

（３）規制緩和と商店街の衰退

1973 年のオイルショック以降、日本経済は安定成長期に移り、小売業の世界でも急激な構造変化が現れた。戦後一貫して増え続けてきた小売商は減少し、その多くは従業員 4 人以下の中小小売商であった。これは、戦後に小売業に参入した世代の高齢化に伴う引退時期と重なったとする見方もある[16]。

同年には、スーパーマーケットへの規制のため「大規模小売店舗法」が成立し、抜け道のあった法人に対する規制ではなく、より厳しい建物ごとの規制に切り替えられ、さらに商工会議所が組織する商業活動調整協議会と事前調整が定められた。実質的には、商店街など地元の意向を尊重する仕組みとして運用された。1975 年の、ダイエーの熊本進出では、この仕組みを使った地元商店街による反対運動があり、これが消費者からの反発を受けるに至った。中小小売商による大型店に対する振る舞いや合理性に欠ける経営状態が原因となり、戦前から続く中小小売商保護のための規制の必要性を消費者が理解しなくなったとされる[17]。

1980 年代以降は地方にカネがばらまかれ、中心街から離れた場所に道路や公共施設がつくられ、これがロードサイドショップを誘引し、時を同じくして商店街での空き店舗の増加が見られた。また海外との関係においても、輸出超過による貿易摩擦が発生し、規制緩和の流れが決定づけられ、90 年代商業ビジョンにも明記された。一方でその対策として、商店街のアーケードやコミュニティホールづくりなど、商業基盤施設整備費として商店街支援に予算が計上された[18]。

（４）まちづくり三法の時代

規制緩和の流れの中で 1991 年に大店法が改正され、大型店の出店に関する規制が実質機能しなくなり、ショッピングセンターは大型化しながら郊外に進出した。

この事態に対し、1998 年 6 月には「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」（中心市街地活性化法）、「改正都市計画法」、「大規模小売店舗立地法」（以下、大店立地法）、いわゆる「まちづくり三法」が制定された。石原[19]によれば、これらは商店街を、都市の中心に位置する機能として位置づけ、規制と誘導の両輪で中心市街地を支援するものであった。政策の方針としては、市場における競争のはたらきそのものを制御しようとする政策から、より自由な競争過程に委ねるという方針の転換のもと制定されている。

このうち中心市街地活性化法は、通商産業省、建設省、自治省をはじめとする 13 省庁が共管する法律であり、対象とする範囲の広さが伺える。そのスキームは、市町村が基本計画を作成し主務大臣が認定するもので、その実現に向けた構想などの策定を TMO が進め、認定を受けると国からさまざまな支援を得ることができるものである。TMO には、商工会・商工会議所のほか、特定会社または地方公共団体が出資または拠出している公益法人がなることができるとされた。関係省庁が総力をあげて取り組むものとされ、初年度は総額数千億円～1 兆円程度の思い切った支援措置が実施された[20]。補助金を活用しようとする自治体は競うようにして基本計画を作成し、TMO を立ち上

げていったものの、初期に基本計画を提出した自治体の多くは、すでに存在した事業計画案を各部局から集めてとりまとめたに過ぎなかったとされる[21]。成果をあげた都市もあった一方で、事態が悪化した自治体も多かったのは、「基本計画が都市の相違に基づいて策定されず商業関係部局の計画に終わる都市が多かったこと、事業内容が総花的で精査されていなかったこと、事業主体としてのTMOが人材及び資金面で十分な体制を取り得なかったこと、市民や住民、さらにはNPOなどの多様な主体を巻き込むことができなかったこと」などが原因として指摘されている[22]。

改正都市計画法については、以前は都市計画区域内に特別用途地区を設定することにより大型店の立地誘導が目論まれたが、当時は都市計画白地地域や市街化調整区域にも大型店は進出しており、また農地法のかかった農地も手続きを経て出店の対象となっており、郊外において特別用途地区は影響することができなかった。2000年の改正によって「準都市計画区域」および「特定用途制限地域」が導入され、都市計画区域外の大規模開発はもちろん、都市計画区域内の白地地域の開発をも制限することが可能とされた。しかし、他の法律との兼ね合いもあり運用面で調整も必要で、さらに広域的観点からの適正立地を確保することが困難であったと指摘されている。

大規模小売店立地法は、周辺の生活環境に着目して調整を求めるものである。需給調整的な運用が行われることを封じ、「生活環境」「まちづくり」「交通環境」等について国レベルで議論が重ねられ、具体的な基準が示された。同法の施行に伴い都道府県および政令市に設置された「大規模小売店舗立地審議会」では、環境問題に焦点が当てられたことにより、需給調整の機能が完全に排除されるに至った。

その後、法律を抜本的に見直す機運が高まり国で検討が重ねられ、人口減少・高齢化社会における持続的な自治とコミュニティの維持を基本理念として、そのために郊外ではなく中心市街地にさまざまな都市機能を集約させ、また中心市街地における商業機能の強化や中心市街地のコミュニティとしての魅力向上に向けて取り組むことを車の両輪とするべきとされ、さらに商業に偏ることなくまちづくり全般に関する身の丈に応じた適切な事業の計画の策定を求め、国は選択と集中によって重点的な支援を行うべきと検討は締めくくられた[23]。

これを受け、2006年に都市計画法、中心市街地活性化法が改正され、大型店の立地を広く可能としたこれまでの土地利用の原則が転換され、いったん立地を制限した上で、手続きを経て可能とするものとされた。また政府が一丸となって取り組むため、内閣に中心市街地活性化本部が設けられることとなった。

2009年に中小企業庁による「商店街の活性化のための地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律」（地域商店街活性化法）が成立し、商店街が地域コミュニティの担い手としての自覚を持ち、地域住民のニーズにこたえて実施するハード及びソフト事業の活性化の取り組みについて、支援が打ち出された。支援を受けるためには、まず商店街組織が作成した「商店街活性化事業計画」が国に認定される必要がある。2014年9月の時点で109件の認定がある[24]。都市の中心という大きな役割より、より身近な地域住民に着目し、地域住民の望む機能を商店街自身が備えることが重視され

表 3-1 商店街を取り巻く環境の変化と商店街の状況

年代	社会・都市の状況・背景	行政による政策・規制	商店街の状況・取り組み
商店街の黎明期	第一次世界大戦と戦後の不況 百貨店の台頭、ショーウィンドウ 1923 年関東大震災による大衆化 零細小売業、過多、過小 「横の百貨店」	1930 年以降 免許性と距離制限 行政による小売規制 1937 年百貨店法	電気や化粧品の製造業の大手企業は、戦前から零細小売店は特約店契約
商店街の 安定成長期	1945 第二次世界大戦後、物価の高騰、闇市の乱立 1956 年各種経済指標が戦前期のピークを上回り、経済白書「もはや戦後ではない」 高度経済成長、国民所得を拡大、核家族化 1960 年代中小小売商への批判、非合理性への批判（林周二） 1967 年に大阪で、主婦の店ダイエー、中内功	1949 年「中小企業等協同組合法」 1956 年新百貨店法 1959 年小売商業調整特別措置法 1962 年商店街振興組合法、商店街独自の根拠法、補助金が交付	「濡れ手で粟をつかむ」ような状況 過剰参入へ スーパーの急成長により商店街が打撃を受けたものの、消費の拡大によってカバー 1960 年代後半　商店街および地域ぐるみでスタンプ発行 1970 年度から始まった「商業近代化地域計画」
規制緩和と 商店街の衰退	1973 年のオイルショック 経済は安定期に移行 ショッピングセンターの郊外立地 1980 年代半ば、貿易摩擦とジャパンプロブレム 1990 年日米構造問題協議	1973 年大規模小売店舗法成立、スーパーの規制	小売商店数の減少、戦後に参入した世代が高齢化し引退の時期 商店街には空き店舗
まちづくり三法 の時代		1998 年 6 月に中心市街地活性化法、改正都市計画法、大規模小売店舗立地法が制定 2006 年に都市計画法、中心市街地活性化法が改正 「都市機能の集約」と「選択と集中」 2014 年に都市再生特別措置法が改正、都市機能誘導区域への商業機能等の集約を推進	

ていると言える。

2014 年には「都市再生特別措置法」が改正され、都市計画の面からコンパクトシティ化を推進していく方向性が打ち出された。市町村が「立地適正化計画」を策定し、その中で「都市機能誘導区域」として、商業をはじめとする都市機能を集約する区域を定める。交通ネットワークとも連携した施策が展開されていくことになっており、今後中心市街地に都市機能が誘導されていくことが見込まれる。

（５）まとめ

戦前に商店街が組織された「商店街の黎明期」以降、戦後の「商店街の安定成長期」を通して、中小小売商の過剰参入やスーパーなどの競合の出現などにさらされながらも、行政による保護施策のもと、中小小売商は繁栄を続けてきた。補助金により商店街の近代化が図られ、商店街は組織化されて共同事業としてポイントカード等が発行されるなどの事業が取り組まれた。オイルショック以降は、行政による規制の緩和や、消費者のライフスタイルの変化等の変化などにより、商店街の衰退傾向が顕著になった。まちづくり三法により、商店街は中心市街地に位置する重要な機能として再定義されたが、活性化に成功している事例は多くはない。

社会や都市の状況の変化、行政による政策などに大きく影響されながら、活動主体として商店街が組織され、現在に至る流れを整理した。現在もその取り組み体制や活動内容が模索されている状況にあることを確認した。

3-3　近年の成功事例の内容および主体についての分析

（１）活用する事例データベースについて

中小企業庁が作成した商店街の活性化事例のデータベースである「がんばる商店街 77 選」（2006 年）及び「新・がんばる商店街 77 選」（2009 年）から、地方都市の中心商店街の事例を抽出し、活性化されている商店街の要因について考察する。このデータは、中小企業庁によってそれぞれまとめられたもので、商店街の活性化に向けた活動が行われ活性化につながっているものを選定し表彰するもので、全国の地方公共団体や全国商店街振興組合連合会によって推薦された商店街の中から、合計 154 の事例が選定され収録されている。これらに含まれる事例のうち、人口減少や高齢化などを背景により状況が厳しいと考えらえる、地方都市の事例に着目する。取組みが持続的に行われる程度の人口と商業機能の集積を有する一定規模以上の都市で、かつ人口の流入の少ない「地方中心都市」未満の都市を対象とし、人口 10 万人未満かつ一定規模以上の都市の中心市街地を抽出した。その結果、2 つのデータベースから 40 商店街が抽出できた。

整理の方法は、①取組の中心となっている主体組織の新旧（新規、既存）及び主体組織の数（単独、複数）の二つの軸、②取り組み内容の「旧来型の取組」と「新しい視点による取組」、③活性化に向けた取り組みが開始されたとされる時期、に着目した。

なお、新規組織には、NPO、株式会社、TMO および商店街の商店主などにより新たに発足されたものを分類した。既存組織の複数主体としては、主体組織のすべてが既存組織である場合であり、新規組織が一つでも関与していれば新規組織による複数の活動として分類している。「活性化のために横断的に設置された組織」とは、協議会や活性化委員会などのことであり、制度に則って設置されているものとした。「商店街においてこれまでにも行われてきた活動」とは、2004 年に行われた「商店街実態調査」[26]の内容から、ハード事業では一般的に商店街の多くが行っているといえる「カラー舗装」や「アーケード」を含む「街路施設整備」のことを指し、ソフト事業では「共同宣伝」や恒例の「イベント」を含む「共同売り出し等の販促促進活動」のことを指す。それ以外の活動は、「新しい視点による取組」に分類した。

（２）動向の分析

整理の結果を図 3-1 に示す。組織の新旧に注目すると新規組織による活動が多い。主体組織の数に注目すると、複数・単独は同数程度であるが、単独の中では新規組織が多く、既存組織の単独の取組は 1 割程度となった。

取り組み内容については、ハード整備が 4 割、ソフト事業が 6 割となった。どちらも、「新しい視点による取り組み」が 8 割程度と多い。また、ハード事業後にソフト事業によって整備された空間を活用する取組は、ハード整備を実施した事例のうち 6 割で、新規組織の単独、既存組織の連携、新規組織の連携による事例で見られる。

取り組みの開始時期は、2003 年以降の開始が多いが、それ以前もまんべんなく分布しており、息の長い活動が多いことが確認できた。

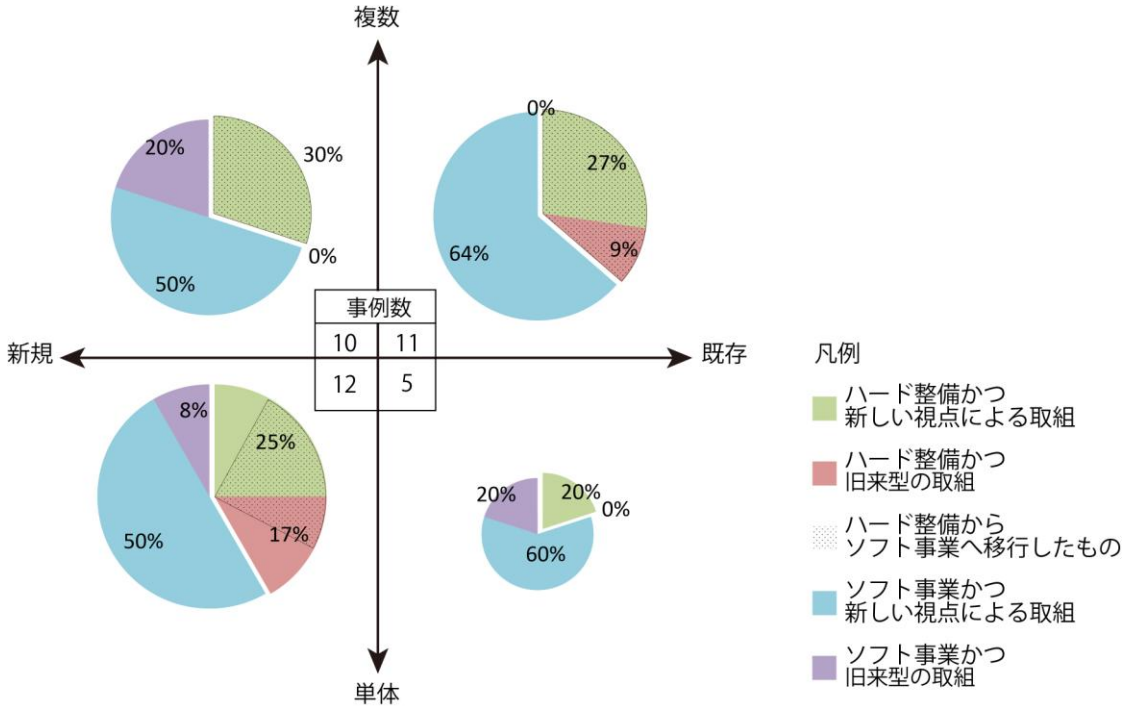


図 3-1　新・旧がんばる商店街 77 選（地方都市のみ抽出）の分類

（３）考察

地方都市では商店街への店舗の流入は多くはなく、商店街の取組の担い手は限定的であるため、限られた担い手によっていかに新たなアイデアを出し、またはハードからソフトへの柔軟な活動の変化を行うかがポイントとなる。事例整理の結果から、①商店街以外の活動グループとの連携による新たな担い手の参加や、②例えば若手商店主などが新規組織を結成することによる新たな担い手の参加、により新たな発想や切り口の取組が行われていることが分かった。これらの体制のもとでは、ハード整備後にソフト事業がすべての事例で行われており、多様な担い手のいる組織では、状況に応じてより幅の広い活動を柔軟に展開できることが分かる。すなわち、多様に変化する状況に対応できるよう、多様な担い手を確保するため、新規組織を発足したり、また組織間の連携がスムーズに行われることが重要である。

これらの点を踏まえ、次項では主体の体制に着目し分類していく。

3-4　活動主体の体制による分類と、研究対象地の選定

（１）活動主体の体制による分類

前節で整理した通り、活性化に成功しているとされる事例では、その活動主体が連携し、さらに新規組織を設立することにより活動に取り組んでいることが明らかになった。活動主体の体制に着目し、事例をより細かく分類する。

分類する事例は、前項で用いたデータベース「がんばる商店街 77 選」「新がんばる商店街 77 選」の事例の全件に加え、近年商店街活性化のための事業として注目され全国的に広まってきている「得するまちのゼミナール」「100 円商店街」「まちなかバル」の 3 つの事業に取り組む事例とする。3 事業の事例は、事業を考案し又は中心的に推進する主体、いわゆるプロデューサーらが、これらの事業について述べた書籍 [27]の中で例として紹介した 4 事例を、事業の普及のさきがけとなった事例として採用する。その結果、分類する事例は 158 商店街・組織となった。

分類の視点は、「商店街組織以外の外部主体が活性化活動に加わっているかどうか」「商業者の中でも新しい担い手個人が加わっているかどうか」とした結果、3 つのタイプに分類できた。①「外部主体連携型」は、例えば行政や NPO 法人が商店街組織や商店街関係者と連携・協力し、活性化活動に取り組むタイプである。②「既存主体連携型」は、いわゆる協議会やプラットフォームなどを組織し、既存の商店街組織どうしが連携・協力し活性化活動に取り組むタイプである。③「活動主体拡大型」は、商業者の中でもこれまで活動に参加してこなかったような個人が協力し、活動主体としての担い手の輪を広げながら協力し活性化活動に取り組むタイプである。分類の結果を表 3-2 から 3-5 に示す。

それぞれの件数は、外部主体連携型は 69 件、既存主体連携型は 32 件、活動主体拡大型は 41 件となり、いずれにも分類されない事例は 16 件であった。このうち外部主体連携型を見ると、連携先に行政を含むのは 24 件、NPO を含むのは 16 件、まちづく

り会社や TMO を含むのは 7 件であった。

表 3-2 外部主体連携型の事例

番号	都市		活動主体	活動の概要
1	北海道	室蘭市	輪西商店街、行政	複合商業施設「ぷらっと。てついち」の開設
2	北海道	白老町	白老大町商店街、NPO白老消費者協会	アンテナショップの開設など
3	岩手県	花巻市	東和町土沢商店街	商店街、花巻市、土澤まちづくり会社、美術館
4	秋田県	大舘市	大町商店街、アート組織ゼロタテ	アートをテーマにした取り組み
5	山形県	鶴岡市	鶴岡山王商店街、NPO団体	ナイトバザールの開催
6	宮城県	つくば市	北条商店街、筑波大	米コミュニティ構想
7	埼玉県	入間市	アポポ商店街、協議会、大学	地域イベントの開催
8	千葉県	千葉市	稲毛せんげん通り商店街、大学、町内会、ガールスカウトなど	地域イベントの開催
9	富山県	富山市	上新町商店街、NPO	高校生によるチャレンジショップの運営
10	富山県	高岡市	高岡市中心商店街、末広開発株式会社、行政な	家守事業、空き店舗再生の取り組み
11	石川県	金沢市	武蔵地区商店街、武蔵にぎわいラボ	再開発事業、にぎわいづくりの取り組み
12	福井県	小浜市	小浜駅前通り商店街、社協など	商店街活動拠点の運営
13	岐阜県	高山市	高山市中心商店街、NPO、市民グループ、行政	子育て支援施設の運営
14	静岡県	富士市	吉原商店街、NPO東海道・吉原宿	高校生によるチャレンジショップの支援
15	愛知県	名古屋市	桜山商店街、大学、地域団体	まちの縁側的な役割を担う取り組み
16	愛知県	一宮市	一宮市本町商店街、NPO、行政	空き店舗を活用した子育て支援施設の開設
17	滋賀県	多賀町	多賀門前町商店街、学生	地産地消のまちづくり
18	京都府	京都市	伏見大手筋商店街、大学	地域コミュニティ核施設コスモスの開設
19	大阪府	大阪市	からほり倶楽部	長屋、町家の再生
20	兵庫県	豊岡市	宵田商店街、地元カバン業者	カバンストリートとしてPR
21	奈良県	天理市	天理本通商店街、実行委員会（学生）	空き店舗の活用、大学のサテライト講義など
22	和歌山県	湯浅町	湯浅町内商店街、TMO、行政	マップ作成、語り部育成など
23	広島県	三原市	三原帝人通り商店街、各種支援施設	空き店舗を活用した子育て支援施設
24	広島県	三次市	三次本通商店街、歴みち協議会	もののけをテーマにした景観整備
25	山口県	山口市	山口道場門前商店街、行政	市民のまちづくり拠点整備
26	山口県	萩市	田町商店街、まちづくり会社	産直、レストランの運営
27	香川県	高松市	3商店街、琴電、アーティスト、大学など	アート系イベントなどの取り組み
28	愛媛県	四国中央市	川之江栄町商店街、行政、NPO	福祉施設の整備
29	高知県	高知市	万々商店街、行政、地元団体、大型店など	お客様感謝デー、スタンプラリーの実施
30	福岡県	久留米市	六ツ門商店街、大学、NPOなど	様々な事業の実施
31	宮崎県	川南町	トロントロン商店街、JAなど生産団体	軽トラ市の開催
32	沖縄県	沖縄市	一番街商店街、行政、専門家、こども	交流拠点「コザBOX」運営、その他事業
33	沖縄県	沖縄市	銀天街商店街、行政	空き店舗活用、イベント事業など
34	北海道	札幌市	札幌狸小路商店街	安全・安心のまちづくりの取り組み
35	山形県	山形市	七日町商店街、各種団体	各施設の整備、運営
36	栃木県	宇都宮市	宇都宮ユニオン通り商店街、大学など	ビジョン作成、イルミネーション事業など
37	埼玉県	川越市	川越市内7商店街、まちづくり委員会、専門家	まちなみ整備
38	東京都	板橋区	ハッピーロード大山商店街、行政	特産品販売、イベント事業など
39	東京都	品川区	中延商店街、NPO	サロン事業など
40	大阪府	大阪市	粉浜商店街	住吉大社と連携したイベント
41	大阪府	豊中市	豊中市内5商店街等、あきんDoクラブ、専門家	商店向け研修会の実施
42	香川県	高松市	高松丸亀町商店街、まちづくり会社、専門家	タウンマネージメント
43	愛媛県	松山市	松山中央商店街、まちづくり会社	大型ディスプレイの設置など
44	熊本県	熊本市	実行委員会（熊本市内6商店街）、行政など	ストリート・アートブレックスの開催
45	鹿児島県	鹿児島市	中央地区商店街、NPO、行政	各種ソフト事業実施
46	沖縄県	那覇市	那覇市国際通り4商店街、委員会	トランジットモール化
47	山形県	新庄市	新庄南北本町商店街等、NPO	100縁商店街の開発、実施
48	福島県	郡山市	郡山市中央商店街、行政	空間整備事業、イベント事業
49	静岡県	沼津市	まちの情報館、行政	情報館の開設
50	愛知県	瀬戸市	銀座通り商店街、NPO（大学生）	大学との連携によるソフト事業
51	鳥取県	鳥取市	鳥取本通商店街、TMO、行政	構想策定、施設整備
52	広島県	呉市	呉市中央地区6商店街、TMO、専門家	空き店舗相談事業
53	福岡県	飯塚市	飯塚市内6商店街、大学生、NPO	テナントミックス事業など
54	佐賀県	佐賀市	NPO法人子どもの本屋ピピン（呉服町名店街）、	交流拠点の開設
55	熊本県	熊本市	上乃裏通り	工務店経営者が中心となった、まちなみづくり、再生
56	宮崎県	延岡市	山下新天街商店街	定期市の実施、学生による交流拠点開設
57	北海道	江差町	江差町歴まち商店街	協議会設立、各種事業
58	北海道	小樽市	小樽運河周辺商業集積、行政	運河や建物の再生、景観づくり
59	青森県	青森市	青森市新町商店街、NPO	こども、高齢者への対応
60	東京都	三鷹市	㈱まちづくり三鷹、中小基盤整備機構、NPO	施設整備、その他ソフト事業
61	長野県	飯田市	㈱飯田まちづくりカンパニー、行政	再開発、テナントミックス事業など
62	長野県	長野市	㈱まちづくり長野、行政	大型店跡地活用、再開発
63	滋賀県	長浜市	㈱黒壁、周辺企業家	古い建物の再生、各種事業
64	滋賀県	彦根市	彦根市内6商店街	ロード整備、各種ソフト事業
65	鳥取県	境港市	水木しげるロード周辺商店街、行政、観光協会、市民団体など	ブロンズ像設置による街路事業、観光施設整備、イベント事業など
66	鳥取県	松江市	松江天神町商店街、行政、社協	高齢者への対応
67	大分県	豊後高田市	豊後高田市内8商店街、行政、商工会議所	昭和をテーマにしたまちづくり
68	宮崎県	都城市	オーバルパティオ、行政	施設整備事業
69	長野県	下諏訪市	下諏訪まちゼミの会、商工会議所	商工会議所との共催による下諏訪まちなか大学の開催

表 3-3 既存主体連携型の事例

番号	都市		活動主体	活動の概要
70	宮城県	石巻市	アイトピア商店街、橋通り商店街	まつりの開催
71	山形県	長井市	本町大通り商店街、まちづくり協議会	青空フェスティバルの開催
72	福井県	越前市	越前市まちなか商店街（4商店街）	まちなかサロンの開設、回遊事業の実施
73	山梨県	身延町	身延駅前しょうにん通り商店街	まちなみづくりの協定
74	長野県	駒ヶ根市	3市町村にまたがる、3商店街	つれてってカード（商店街共通のカード）
75	大阪府	東大阪市	スマイル瓢箪山（4商店街）	宅配事業や地域イベントなどの実施
76	岡山県	岡山市	表町商店街、大型店	イベント情報の相互掲載、協同販促事業など
77	岡山県	津山市	津山市内6商店街、にぎわい商人隊	イベントの実施
78	徳島県	徳島市	徳島中心部商店街、実行委員会	朝市の実施
79	高知県	四万十市	6商店街、女性部	商店街の垣根を越えおかみさんが協力
80	熊本県	熊本市	健軍商店街(4商店街)、協議会	ビジョン策定、施設開設など
81	宮崎県	宮崎市	Doまんなかモール委員会（7商店街、大型店）	各種事業の実施
82	鹿児島県	鹿児島市	宇宿商店街、その他商店街、大学	連携や協働による事業
83	北海道	帯広市	帯広市中心部10商店街等	屋台イベントの実施
84	宮城県	仙台市	仙台市内6商店街	サイト「街ナビ仙台」の運営
85	東京都	品川区	武蔵小山商店街	ポイントサービス事業
86	東京都	世田谷区	烏山駅前通り商店街	スタンプ事業
87	東京都	豊島区	巣鴨地蔵通り商店街	「お年寄りの原宿」をめざした取り組み
88	富山県	富山市	街なか感謝デー実行委員会等、まちづくり会社、市民団体	連携によるイベントの実施
89	岐阜県	岐阜市	玉宮通り商店街、協議会	景観整備、エリマネ
90	京都府	京都市	京都錦市場商店街	「錦市場」ブランド化
91	兵庫県	尼崎市	阪神尼崎駅前13商店街	地元球団を応援する販促の取り組み
92	長崎県	佐世保市	佐世保市内2商店街	きらきらフェスティバルの開催
93	宮崎県	宮崎市	宮崎市内6商店街、大型店	大型店との連携による販促
94	北海道	北見市	北見市内4商店街、協議会	空き店舗活用によるコミュニティスペース運営
95	山形県	酒田市	中通り商店街、委員会	各種イベント事業の実施
96	福島県	会津若松市	七日町通りまちなみ協議会、ｱﾈｯｻｸﾗﾌﾞ	大正浪漫調のまちなみづくり、女性によるまちづくり
97	東京都	新宿区	早稲田大学周辺商店連合会	イベント、特産品開発
98	静岡県	新居町	新居町内商店会	葬儀協同組合の設立、事業実施
99	兵庫県	篠山市	篠山市内15商店街等	TMOの設立、工房づくり、カタログ配布
100	長崎県	諫早市	諫早市内3商店街	空き店舗への店舗誘致、ソフト事業など
101	京都府	京都市	京都市伏見区商店街、TMO	観光スポット整備事業

表 3-4 活動主体拡大型の事例

番号	都市		活動主体	活動の概要
102	青森県	弘前市	下土手町商店街、協議会	リサイクルシステムの構築
103	宮城県	南三陸町	志津川おさかな通り	通り名の新設、水産資源のPR
104	福島県	いわき市	いわき駅前商店街、若手チーム	コンパクトシティの推進
105	栃木県	鹿沼市	まろにえ21（若者、よそものの会）	チャレンジショップ、新名物開発
106	群馬県	館林市	たてばやし下町通り商店街	したまちバオイベントの継続運営
107	東京都	品川区	戸越銀座商店街	戸越ブランドの開発
108	東京都	あきる野市	五日市商和会、ヨルイチ実行委員会	ヨルイチの開催
109	神奈川県	横浜市	鶴見銀座商店街	若手による毎月のイベントの開催
110	新潟県	新潟市	上古町商店街（4商店会）	街なかサロンなど空き店舗解消の取り組み
111	石川県	加賀市	山中温泉南町ゆげ街道	一店舗2業種事業
112	長野県	佐久市	岩村田本町商店街	若手経営者による岩村田寺子屋塾の運営
113	岐阜県	岐阜市	岐阜柳ケ瀬商店街、5委員会	活動の体制づくり
114	三重県	四日市市	四日市市諏訪西商店街	はしご酒スタンプラリーにて参加店舗の拡大
115	京都府	京都市	京都三条会商店街	スタンプ加入全店加入
116	大阪府	大阪市	千日前道具屋筋商店街	商い体験プログラムなどの実施
117	奈良県	奈良市	もいちどのセンター街	もいちどの夢CUBEの開設など
118	和歌山県	田辺市	田辺市内商店街	若手商業者とのコラボ、ポイントカード
119	鳥取県	米子市	元町・本通商店街、おかみさん会	「市」やまつりの開催
120	鳥取県	倉吉市	あいない中心倉	あきない中心倉の設立、福の神の設置
121	佐賀県	大町町	大町商店街、一点逸品研究会	一点逸品運動、サイト運営
122	大分県	別府市	別府市中心部8商店街、NPO	商店、飲食店、旅館、医院が連携して事業
123	岩手県	盛岡市	盛岡市肴町商店街、青年部	各種イベントの実施
124	神奈川県	横浜市	本町エスエス会（若手商店主の会）	景観整備
125	静岡県	静岡市	静岡呉服町名店街、地主	ランドオーナー会議の開催、エリマネ
126	石川県	金沢市	片町商店街、まちづくり協議会（5タウンズ）	動画、フリーペーパー配信など
127	愛知県	名古屋市	大須商店街連盟、実行委員会	若手による電子マネー導入など
128	大阪府	大阪市	天神橋三丁目商店街	商人熟の開催（若手向け）
129	北海道	函館市	函館西部地区バル街、実行委員会	飲食店も参加するイベントの実施
130	青森県	八戸市	八戸屋台村「みろく横丁」、協議会	屋台村への新規出店促進
131	岩手県	奥州市	㈱黒船	ガイドライン策定、独自事業
132	山形県	高畠市	昭和縁結び通り商店街	有志による「昭和ミニ資料館」の取り組み
133	山形県	米沢市	あら町通り商店街、プロジェクトZ隊	テント市、まちなみづくり（ソフト面）の実施
134	埼玉県	秩父市	みやのかわ商店街、青年部	ナイトバザールなどの取り組み
135	新潟県	村上市	村上市中央商店街、あきんど会	人形様めぐり、屏風めぐりなど
136	愛知県	豊川市	表参道発展会（いなり楽市実行委員会）	いなり楽市の実施
137	岡山県	岡山市	奉還町商店街、おかみさん会	施設整備、イベント実施
138	東京都	青梅市	青梅市内8商店街、実行委員会	アートフェスティバルの開催
139	兵庫県	神戸市	神戸市内11商店街等、TMO	特産品開発、体験学習受け入れなど
140	静岡県	岡崎市	岡崎まちゼミの会	岡崎得するまちのゼミナールの開催
141	静岡県	焼津市	焼津まちゼミの会	焼津まちなかゼミナールの開催
142	兵庫県	伊丹市	伊丹まちなかバル	伊丹まちなかバルの開催

表 3-5 その他の事例

番号	都市		活動主体	活動の概要
143	北海道	岩内町	岩内町名店街協同組合	いわない楽座の開設
144	東京都	墨田区	鳩の街通り商店街	アートスポットの運営
145	新潟県	上越市	高田本町商店街	イベントの開催
146	愛知県	豊田市	桜町本通り商店街	景観整備など
147	三重県	伊勢市	伊勢高柳商店街	高齢者対応の取り組み
148	兵庫県	神戸市	新長田地区商店街	新たな地域資源の創造
149	島根県	松江市	松江まちづくり会社	古い旅館の再生、レトロな空間づくり
150	鳥取県	浜田市	紺屋町商店街	宅配サービス、イベントの実施
151	長崎県	長崎市	長崎浜んまち商店街	国際化への対応
152	長崎県	対馬市	対馬市交流センター、まちづくり会社、地元生産者	公共施設とショッピングセンターの一体整備、ソフト事業
153	北海道	札幌市	本郷商店街	YOSAKOIイベントによる魅力づくり
154	長崎県	長崎市	長崎市中央地区商店街	駐車場システムの構築
155	秋田県	鹿角市	花輪新町商店街	高齢者への対応、カード事業
156	石川県	金沢市	竪町商店街	歩行者天国の実施
157	大阪府	大阪市	福島聖天通商店街	聖天さんをコンセプトにした各種取り組み
158	大分県	臼杵市	中央通り商店街	まちなみ整備事業

（２）対象地の選定

以上の 3 つのタイプに沿って、本研究の対象地を選定する。対象地の概要を、表 3-6 に示す。

外部主体連携型に該当する対象地として、がんばる商店街 77 選にも選定されており、行政による道路整備事業や行政との連携による活動などをきっかけに、活性化の取り組みを担う市民組織が新しく発足し、その後も中核となる観光施設が行政により整備されるなど、行政と民間が連携しながら活性化活動に取り組む事例である、鳥取県境港市の水木しげるロードを取り上げる。水木しげるロードは、人口 3.5 万人の地方都市の中心商店街で商業の集積があり、多様な主体組織による活性化活動がみられ、ロードが整備された 1993 年以降継続して活性化活動が行われており、まちづくりの担い手の継承を把握することが可能である。

既存主体連携型に該当する対象地として、複数の商店街が中心になって協議会を設立し 100 円商店街に取り組み継続している事例である、奈良県生駒市の生駒駅前商店街を取り上げる。生駒駅前商店街は人口 12 万人の都市に立地する駅前の中心商店街で、1997 年の市街地再開発等の事業を経て現在まで活性化活動が継続しており、商店街の構成員が中心となって百貨店等の大型商業施設等とも連携しながら活性化活動に取り組んでおり、100 円商店街を関西でいち早く取り入れた。

活動主体拡大型に該当する対象地として、次代を担う若手商業者が協力して得するまちのゼミナール事業に取り組みながら、新たに商業者を活性化活動に巻き込んでいる事例である、大阪府東大阪市の小阪商店街を取り上げる。小阪商店街は一定の商業集積がある都市近郊の駅前商店街で、3 ヶ月という速さでまちゼミの準備を行い実施にこぎつけ、現在も担い手を拡大しながら継続中である。

これらの対象地はいずれも、これまで個別の商店街組織が中心となって活動を行ってきたところを新たな体制に移行し、新たな取り組みに挑戦しながら活性化活動を継承し続けている事例であり、それぞれの事例において継承プロセスを研究することができる。

表 3-6 選定した対象地について

活動主体の体制のタイプ	外部主体連携型	既存主体連携型	活動主体拡大型
選定した対象地	水木しげるロード	生駒駅前商店街	小阪商店街
都市の人口規模と性格	鳥取県境港市 3.5 万人 地方都市	奈良県生駒市 12 万人 郊外都市	大阪府東大阪市 50 万人 大都市近郊（中核市）
商店街の規模	93 店舗 5 商店街	91 店舗・ビル 7 商店街・団体	164 店舗 7 商店街
対象とする活動の期間	1993 年～	1983 年～	2013 年 1 月～
主な主体組織	境港市 観光協会、商工会議所 地元商店街、自治会組織 新規に発足した活性化組織	商店街組織 中心市街地活性化協議会（法定外） 生駒商工会議所	小阪商店街
主な活動【ハード】	シンボルロード整備、ブロンズ像の設置（1993） 妖怪神社の建設（2000） 記念館整備（2003）	駅前南口再開発事業（1993） アーケード整備（ぴっくり通り）（1983） 駅前北口再開発事業（1997） アーケード整備（サウスモール）（1996）	―
【ソフト】	鬼太郎音頭による PR 完成記念イベント 妖怪スタンプラリー 妖怪そっくりコンテスト	アーケード清掃活動 商店街活性化先進事業 商店街フェスタ 100 円商店街	まちゼミ （1 回目 2013 年 4 月、2 回目 2013 年 10 月）

3-5 ３章のまとめ

本章では商店街活性化の主体について、長期的な観点から変遷を把握するとともに、また近年成功事例とされている事例を分析することにより、活動主体についての大きな潮流を把握した。次に、取り組み体制によって成功事例を分類して、対象地を決定した。

本章で得た知見は次の通り。

長期的な観点から商店街活性化の活動や主体の変遷を整理したところ、戦前に商店街が組織された「商店街の黎明期」以降、戦後の「商店街の安定成長期」を通して、行政による保護施策のもと中小小売商は繁栄しており、組織化された商店街は活動主体として、ポイントカードのような共同事業に取り組んできた。補助金により商店街の近代化が図られたものの、オイルショック以降、規制の緩和等の影響を受け商店街の衰退傾向が顕著になった。現在も、商店街活性化のための対策が行政により行われているが、活性化に成功している事例は多くはなく、取り組み体制や活動内容が模索されている状況にある。

そのようななか近年は、活性化の成功しているとされる事例も現れてきており、これらを分析したところ、多様な主体による取り組み、連携による取り組み、新しい内容の取り組みが行われている。さらに取り組み体制に着目して分類したところ、多くは行政等の主体と連携する「外部主体連携型」、商店街内の既存組織らが連携する「既

存主体連携型」、これまで活動に参加していなかった商業者など新たな活動主体を巻き込み連携している「活動主体拡大型」に分類できた。

これらをもとに、本研究の対象地として 3 商店街を選定した。

第３章　参考文献

1) 新雅史: 商店街はなぜ滅びるのか-社会・政治・経済史から探る再生の道, 光文社, 2012.
2) 石原武政, 矢作敏行: 日本の流通 100 年, pp192, 有斐閣, 2004.
3) 同上, pp267-268
4) 新雅史: 上述, pp74-82, 2012.
5) 新雅史: 上述, pp90-93, 2012.
6) 石原武政, 矢作敏行: 上述, pp272-273, 2004.
7) 石原武政, 矢作敏行: 上述, pp282, 2004.
8) 石原武政, 矢作敏行: 上述, pp283-284, 2004.
9) 石原武政, 矢作敏行: 上述, pp 199, 2004.
10) 石原武政, 矢作敏行, 上述, pp 286, 2004.
11) 林周二: 流通革命論, 中央公論新社, 1962.
12) 新雅史: 上述, pp 121, 2012.
13) 石原武政, 矢作敏行: 上述, pp 287-288, 2004.
14) 杉原秀一: 商店街活性化策としてのスタンプ事業の課題と展望, 多摩中小企業振興センター, 日本経営診断学会論集 Vol. 5, 2005.
15) 石原武政, 矢作敏行: 上述, pp 290-291, 2004.
16) 石原武政, 矢作敏行: 上述, pp 291-292, 2004.
17) 新雅史: 上述, pp154-158, 2012.
18) 新雅史: 上述, pp159-177, 2012.
19) 石原武政: 通商産業政策史 1980-2000 第 4 巻, P261-262, 財団法人経済産業調査会, 2011.
20) 通商産業省産業政策局中心市街地活性化室: 中心市街地活性化法の解説, 財団法人通商産業調査会, 264-267, 1998.
21) 石原武政: 通商産業政策史 1980-2000 第 4 巻, pp268, 財団法人経済産業調査会, 2011.
22) 石原武政: 通商産業政策史 1980-2000 第 4 巻, pp275, 財団法人経済産業調査会, 2011.
23) 石原武政: 通商産業政策史 1980-2000 第 4 巻, pp203, 財団法人経済産業調査会, 2011.
24) 中小企業庁, がんばる商店街 77 選, 新・がんばる商店街 77 選, http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/shoutengai77sen/, 2006, 2009.
25) 新雅史: 上述, pp P34, 2012.
26) 中小企業庁: 商店街実態調査, 2004.
27) 長坂泰之, 松井洋一郎他: 100 円商店街 バル・まちゼミ, pp147-188, 学芸出版社, 2012.

第４章
外部主体連携型における
活動主体の継承についての解釈
～水木しげるロードの事例～

4-1　はじめに

外部主体連携型の事例として、鳥取県境港市の水木しげるロードを対象に、外部主体と柔軟に連携しながら活動主体が継承されていく様子、ならびに継承の背景となる要因について、主体間のパーソナルネットワークに注目して解釈する。さらに、商店主に対して実施したアンケートの調査結果から、時代ごとの中心的な活動主体と商店主らの意欲の関係を考察する。

4-2 では対象地の概要を、4-3 では調査の概要を述べる。

4-4 では長期的な視点から活性化活動の継承を解釈する。

4-5 では 4-4 の継承について、主体間のパーソナルネットワークに着目して要因を解釈する。

4-6 では商店主に対して実施したアンケートの調査結果を述べ、4-7 ではまとめとして締めくくる。

4-2　調査対象地の概要

境港市は山陰地方の鳥取県西部に位置する、弓ヶ浜半島の北端の人口 3.5 万人の地方都市である。明治ごろから交易で栄え、中心商店街は鉄道駅から東に店舗が集積する形で形成された。その後は北側に位置する漁港が発展し、商店街は水産物卸売市場に隣接する立地を生かし発展した。しかし、1982 年に水産物卸売市場が商店街の北側から、東に離れた地域に移設された。関連する施設も共に移動し、商店街の利用客が減少した。

1992 年から 1994 年にかけて、西に位置する境港駅から大正町自治会、松ヶ枝町商店街、本町商店街を貫通する道路の歩道を拡幅し、市の出身である水木しげる氏の漫画をモチーフとした妖怪のブロンズ像 80 体を設置する、水木しげるロード整備事業が実施された（図 4-1）。2010 年現在は 134 体のブロンズ像が設置されている。商店街組織や新規に発足した組織など様々な組織により、自主的なまちづくり活動が持続的に行われている。

1993 年以降来訪者が増加し、1998 年に約 46 万人、2004 年に約 78 万人、2010 年に約 272 万人と、山陰地方でも有数の来訪者の多い商店街となっている。

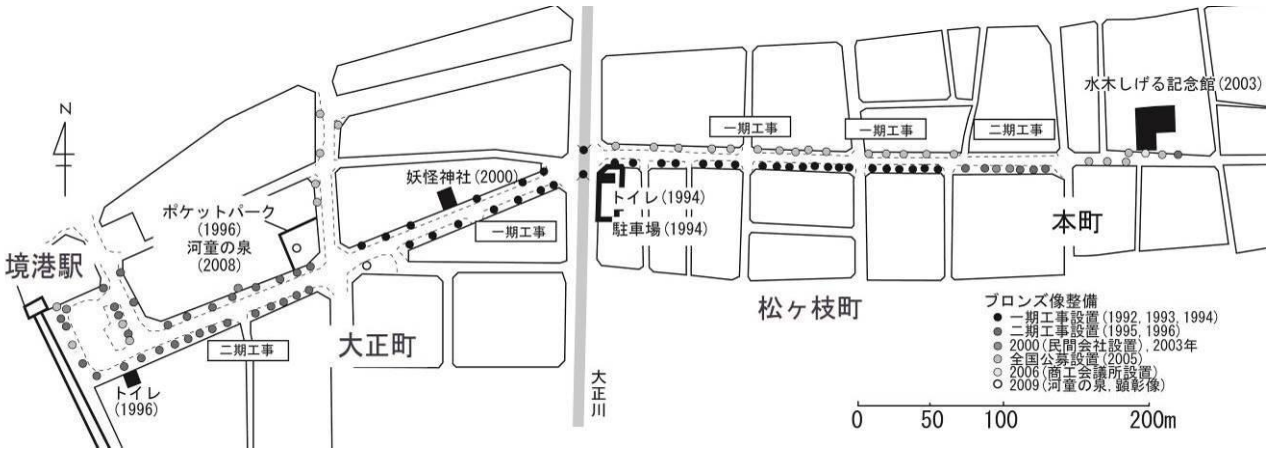


図 4-1　水木しげるロード整備事業(歩道拡幅,ブロンズ像設置)の概要

4-3　調査方法

（１）調査の方法

1993 年前後から現在までの商店街活性化に関する活動について、市役所、観光協会、商店街組織等から、過去に取り組んだ資料を収集し、日時や場所、関わった組織や協力関係等を把握し、データベースを作成した。朝日新聞の記事検索システムで、1993 年以降に行われた活動について調査し、データベースを充実した。さらに詳細に当時の活動の状況を把握するため、活動に関わってきた市役所職員や商店街の商店主、観光協会職員等の、活動の担い手として参加した者や経緯を知っている者に対しヒアリング調査を行い、活動の企画から準備、実施までの詳細情報を得たほか、活動に至った背景や活動の変化した理由など、背景の要素も調査した。

組織を構成する人員の変化については、取組に関係する組織の名簿等を収集し把握した上で、上記のヒアリングの際に調査し情報を補足した。一方で、ロードが整備される前後から現在までのロードに面した店舗構成の変化を、住宅地図により把握し、商店街組織の構成員の変化を把握すると共に、ロードの状況を参考にする材料にした。

ヒアリング調査の対象は 11 組織の主体 17 名に対し、2009 年 7 月から 10 月の 27 日の間に、延 32 回実施した。対象者は表 4-1 の通り。

表 4-1　ヒアリング調査の対象

月	日	ヒアリング対象	加入組織(役職)
7月	16日	a	観光協会（会長）
		b	市貿易観光課（課長）
8月	4日	c	鬼太郎音頭保存会（会長）
		d	元市役所職員
	5日	b	市貿易観光課（課長）
		e	商工会議所
	28日	f	元市役所職員
		g	水木しげるロード振興会（元会長）
	30日	h	水木しげる記念館（館長）
		i	水木しげるロード振興会（会長）
		c	鬼太郎音頭保存会（会長）
9月	4日	j	水木しげるロード振興会（役員）
	6日	k	水木しげるロード振興会（役員）
		l	グッズ卸売業者
	7日	m	水木しげるロード振興会（役員）
	8日	n	水木しげるロード振興会（役員）
		o	商店主
10月	1日	p	水木ロードを育てる会(元会長夫人)
		q	境港まちづくり応援団
		r	ブロンズ像製造関係者
	2日	c	鬼太郎音頭保存会（会長）
		g	水木しげるロード振興会（元会長）
	15日	s	市都市整備課（係長）
		b	市貿易観光課（課長）
	16日	t	境港商店会（元会長夫人）
		u	協同組合境港商店会（解散）理事長
	26日	v	水木しげるロード振興会
		w	商店主
		q	境港まちづくり応援団
	27日	f	元株式会社アイズ（取締役）
		x	妖怪楽園
		y	商工会議所（総務課長）
合計			32回

（２）組織の分類

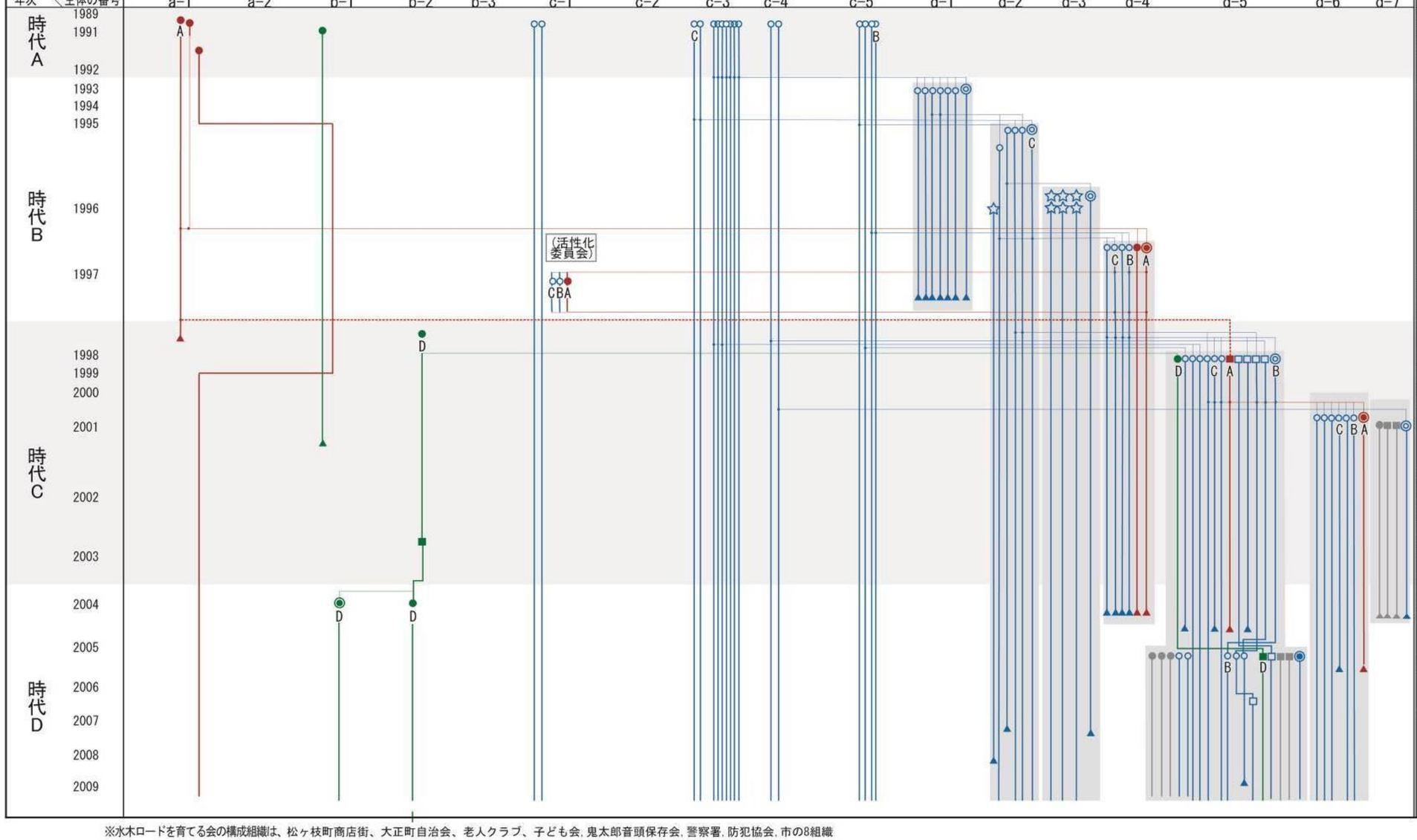
ロードにおける商店街の活性化に関わる組織を、セクター（行政、事業者・市民)、新旧（新規、既存)、空間（広域、地元）の 3 つの軸によって分類し、行政組織、広域市民組織、地元市民組織、新規市民組織の 4 つに分類した。ただし、市民は広い意味で事業者を含むとしている。その分類に基づくと、行政組織として 2 組織、広域市民組織として 3 組織、地元市民組織として 7 組織できた。活動の拠点は、市と広域市民組織は市内であり、地元市民組織と新規市民組織はロード内を拠点としている。組織の概要および分類、ならびに主な活動は図 4-2 の通りである。なお、組織の構成員は多数にのぼるものもあるため、取り組みに関わった主要な担い手を図中に表記している（構成員の人数は上部の表参照)。各時代のまちづくりの中心的な担い手となった主体については、A～D として文中および図中に表記する。

（３）時代区分の設定

活動数や内容(ハード、ソフト)、協働の状態等を参考にして活動の中心的な担い手となる組織を把握し、まちづくりが行われてきた期間を担い手組織の変遷から 4 つの時代に区分する。

時代Aは行政組織がハード整備(水木しげるロード整備事業)を行った時代(~1992)、時代 B は自治会や商店街組織などの地元市民組織が取組を行った時代(1993～1997)、時代 C は市による観光施設（水木しげる記念館）の建設計画中止を受けて、地元市民組織の中から有志が集まり新規市民組織を発足し自主的な活動を行った時代(1998~2003)、時代 D は観光施設の建設が完了し広域市民組織が主に活動を行った時代(2004~)である。

組織の分類		行政組織		市民組織																
				既存									新規							
				広域			地元													
				広域市民組織			地元市民組織						新規市民組織							
組織名		境港市	鳥取県	観光協会	商工会議所	青年会議所	協同組合境港商店会	境港商店街連合会	松ヶ枝町商店街	本町商店街	大正町自治会	共同経営いこいの里鬼太郎	鬼太郎音保存会	水木ロードを育てる会	ゲゲゲのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団		
構成員				市内の事業者、観光関係者	市内の事業者	市内の商業者の後継者	ロード周辺の商店	中心商店街を含む5つの商店街	松ヶ枝町の商店	本町の商店	大正町の商店主、住民	松ヶ枝町商店街の有志(11)	松ヶ枝町商店街の有志(20)	4地元組織, 1新規組織, 警察署, 防犯協会, 市(8組織)※	ロード付近の有志、全国の水木しげる氏の作品愛好家	松ヶ枝町商店街、大正町自治会、本町商店街の商店のうち有志(26)	水木しげるロード振興会のうち有志(7)	ロード周辺の事業者等(10)		
ロード内における主な活動	活動の分類 計画立案	○														○				
	ハード整備			○													○			
	イベント開催			○	○	○	○		○		○		○			○	○	○		
	情報発信	○	○	○											○					
	その他											○		○						
	具体的な活動	ロード整備(1993～1006)、水木しげる記念館建設(2002～2003)、河童の泉整備(2008)	中小商業活性化事業補助金(1996、1997の2度)	ガイドブック発行(1999～)、ブロンズ像追加設置(2004～)、イベント開催(2004～)	県の補助金申し込み支援、イベント開催(2006～)	イベント(1999～)	イベント「妖怪フェスティバル」開催(1997、1998. 中小商業活性化事業補助金活用)	ロード整備の際に市と協議(1991)	ロードのマップを作成(1994)、鬼太郎音頭を踊る活動	イベントに協力(1999～2004)	ロードのマップを作成(1994)、市の委託を受け場所イベントの中心を設営の中心を担う(1994)	共同出資により憩所(飲食兼土産物店)を経営	鬼太郎音頭を披露しロードをPR	防犯活動、ブロンズ像清掃	水木氏のファンに向け情報発信	「商店街活性化基本計画」策定(1998、中小商業活性化事業補助金活用)、イベント多数開催	妖怪神社建立(2000)	イベント開催		
時代と年次	主な活動場所	市内	市外	市内			ロード内													
	主体の番号	a-1	a-2	b-1	b-2	b-3	c-1	c-2	c-3	c-4	c-5	d-1	d-2	d-3	d-4	d-5	d-6	d-7		



凡例
- ●表
  （ ） 内は発足時の人数
- ●図の凡例
  - 活動期間
    新規市民組織の活動期間
  - 構成員の状態、変化

状態	変化
在籍	― 籍を置いたまま別組織に参加
	---- 移籍
	▲ 除籍、組織解散

- 構成員の役職と出身

	商店主	商店主以外	☆ 組織で加入
代表	◎	◉	
役員	□	■	
会員	○	●	

取り組みの概要と主体の番号

- ○市が商店主らに水木しげるロード整備事業の説明会を開催、整備事業実施(a-1)
- ○防犯パトロール、手製土産物(c-3, c-5)
- ○休憩所いこいの館開設(c-3)
- ○ブロンズ像配置案内地図配布(c-3, c-5)
- ○鬼太郎音頭を作曲、振り付けしPR活動(c-3, c-5)
- ○水木しげるロード完成記念イベント開催(c-3, c-5)
- ○水木氏のファンに向けた広報開始(d-4)
- ○観光施設(後の水木しげる記念館)建設計画中止を発表(a-1)
- ○イベント妖怪フェスティバル開催(商店街活性化委員会, c-1)
- ○活性化基本計画作成（d-5)
- ○妖怪スタンプラリー設置(d-5)
- ○イベント妖怪オブジェコンクール実施(d-7, 1999～2004)
- ○妖怪神社を整備（d-6)
- ○民間会社がブロンズ像設置・市に寄付(民間会社a)
- ○8月を霊在月と定め集中的にイベント開催(d-5, a-1, b-1, b-2, b-3)
- ○小規模多発的なイベント開催（d-5)
- ○ジャズイベント開催（民間会社a)
- ○水木しげる記念館整備(a-1)
- ○募金によりブロンズ像を増設（b-1)
- ○妖怪そっくりコンテスト開催（b-1)
- ○募金により妖怪街灯を整備（b-1, b-2)

※水木ロードを育てる会の構成組織は、松ヶ枝町商店街、大正町自治会、老人クラブ、子ども会, 鬼太郎音頭保存会, 警察署, 防犯協会, 市の8組織

図 4-2　組織の概要と構成員の変化

4-4　商店街活性化活動の変遷

商店街活性化活動の変遷を、図 4-2 に沿って述べていく。

（１）行政組織主導時代（時代 A）

1992 年から 1994 年にかけて市が、駅前から商店街に伸びる道路のうち、大正町、松ヶ枝町商店街にかけての区間にて、車道の車線を減少すると共に歩道を拡幅しアーケードを改修する、都市計画道路整備事業を行った。さらに駅前から商店街を貫く上記の道路を市のシンボルロードに位置付け、1992 年から 1994 年を一期工事として、松ヶ枝町商店街の南側歩道の一部に 40 体のブロンズ像ならびに北側歩道に絵タイル 8 枚を設置し、1995 年から 1996 年は二期工事として、大正町の南北の歩道にブロンズ像 40 体を設置した[1)]。上記は水木しげるロード整備事業として一体的に行われている。事前に市から商店街や自治会に対して、十数回を超える説明が行われた[2)]。設置するブロンズ像は、市の出身である水木しげる氏の漫画「ゲゲゲの鬼太郎」をモチーフにし、松江市の彫刻家の手により丹念に仕上げられた。店の前にブロンズ像が設置された者のうち、一部の商店主が像を毎日磨き上げるなどの活動を始めた。

（２）地元市民組織主導時代（時代 B）

1993 年に、設置されたばかりのブロンズ像が盗難やいたずらに遭う事件が連続して発生し、松ヶ枝町商店街や大正町自治会の会員を中心として防犯パトロールを行い対応した。事件発生以降、ロードでの取り組みは地方紙に取り上げられるようになり、市の内外に認知され、観光客が訪れるようになった。

観光客が訪れ始めて土産物のニーズが発生し、1993 年から手製の土産物の制作や開発が行われ始め、1993 年には 13 店舗が土産物を販売[3)]しており、中には近隣の商店や住民が集まって、手芸による土産物の制作を行うグループもあった。同じく 1993 年に、松ヶ枝町商店街の 10 店舗程度が共同で出資し、空き店舗に飲食のできる休憩所を開設した。1994 年には松ヶ枝町商店街、大正町自治会のそれぞれが協賛店を募り、ブロンズ像の配置を案内する地図を制作し、観光客に対して無料で配布するなど、観光客に対応する中で活動を始め、展開している。

1994 年には、ロードとしてオープンした大正町、松ヶ枝町にて、整備事業の完成記念イベントが行われ、市が付けた予算により、松ヶ枝町商店街や大正町自治会の会員が、設営をはじめ出店などの催しを団結して実施し、盛大に開催された。

1994 年から 1996 年の間に、鬼太郎音頭を踊り市内外に PR する活動や、全国の水木氏のファンに向けロードから広報を行う活動などから、新規組織が合計 3 つ発足した。

1996 年ごろになると、市が財政難のため、観光施設の整備計画を中断すると発表した。それを受けて、協同組合境港商店会が 1996 年に、市や商工会議所などの既存組織および新規組織の主だったメンバー23 名からなる、活性化委員会を設置し、活性化の方策を議論した。その結果、県の「中小商業活性化補助金」1,000 万円を活用して、ロ

ードで妖怪フェスティバルというイベント[4)]を1997年および1998年の2回行うことにした。主なプログラムは、妖怪のはりこを制作し、仮装した人々がロードを東から西へパレードするもので、市内外からの参加を募った。

（３）新規市民組織主導時代（時代C）

1998年に、大正町、松ヶ枝町、本町の商店ならびに行政職員を含む28名により、水木しげるロード振興会が発足された。振興会は、商工会議所の認定を得て県の中小商業活性化補助金を1998年に受け、ストリートファーニチャーや観光施設の整備などの今後行われるべき整備事業を、実施主体を明確にして記載した「商店街活性化基本計画」[5)]を策定した。1999年には振興会の会員のうち7名が出資して株式会社アイズが設立され、2000年にはロードに面した大正町の敷地に「妖怪神社」が建設された。続いて、境港駅からロードへの導入部に立地する民間事業所aが、2000年にブロンズ像を1体設置し市に寄付した。

一方ソフト面では、振興会が観光客に対して、肝試し風の「妖怪探索ツアー」やゲタを飛ばして的に当てて競う「ゲタ的当て大会」など、参加体験型の小規模なイベントを通年で多数実施し、開催方法を工夫することにより低予算で持続的な開催を実現した。市や商工会議所など主だった既存組織に呼びかけ、特に観光シーズンである8月を「妖怪霊在月」として、イベントを集中して開催する協定を結んだ。また振興会会員店舗に妖怪をかたどったスタンプを設置し、時期に関係なく楽しめる魅力をつくりだすなど、多様な活動を展開している。ブロンズ像が設置されないままとなっている本町商店街では、1999年からの5年間、周辺住民らが境港まちづくり応援団を発足し、妖怪のモニュメントを制作するイベントを行い、作品を展示した。2002年からは民間事業所aが、駅前の広場でジャズフェスティバルを開催し始めた。

2003年に市が、念願の観光拠点施設である水木しげる館を、本町商店街内に建設した。

（４）広域市民組織主導時代（時代D）

2004年に民営化された観光協会により、本町商店街や松ヶ枝町商店街の北側歩道などの像が長らく未整備であった場所に、35体のブロンズ像が設置された。その費用は、商店街外部によびかけて整備のための寄付金を募り、設置後は市に寄付するという方法により賄われている。2007年には観光協会と商工会議所が、同様の方法にて街灯を整備した。

観光協会は2006年から事務所のある夢みなとタワーにて、目玉となるようなイベント「妖怪そっくりコンテスト」を行い、新聞やテレビにPRを行っている。

ロードでは、振興会がゲタ積み大会などのイベントの他に、混雑時の駐車場運営や歩行者天国の実施など、来訪者への環境的なサービス提供のための活動に重心を移している。

4-5　まちづくりの担い手の継承の要因に関する考察

まちづくりの担い手の継承の要因について、図 4-3 を参照し解釈を述べる。

（1）変化の解釈

市でロード整備事業を担当していた A 氏は、1992 年までに整備事業に関する説明を行うことによって、商店主らと顔見知りの関係となっており、整備後も商店街に足を運ぶ中で、大正町自治会の B 氏や松ヶ枝町商店街の C 氏らとつながりを維持・形成していた。

観光客が訪れ始めた状況を受け、ブロンズ像を使った活動への機運が市や商店街で高まって、商店街組織が主体的にイベントなどの取組みを実施し始めた。C 氏を中心として松ヶ枝町商店街で鬼太郎音頭を作曲・踊る活動などが始まり、A 氏は市職員の立場としてこれらの活動を後押しした。1994 年に開催された完成記念イベントでは、会場設営をさせてくれるようにという B 氏からの申し出を A 氏が受け入れ、地元住民に委託する形で、市が予算を組んでイベントを開催した。1996 年頃になると、A 氏は B 氏や C 氏に呼びかけて、1996 年にゲゲゲのしげる会を立ち上げ、市職員としての立場から商店街の方に一歩踏み出して、商店街を拠点とする活動に加わり始めた。

1996 に市が、観光の目玉となる拠点整備の計画を凍結すると発表した。行政がしないというなら商店街として何かせねばという機運が高まり、協同組合商店会が中心となって、活性化委員会を立ち上げた。A 氏と C 氏は関係団体代表として、B 氏は地域の商店代表として協議に参加した。県の補助金を受けて妖怪フェスティバルというイベントを開催するが、既存の商店街組織は整備事業へ展開するためのスキルを持たず、ソフト事業をしても活用できる資金の限界で 2 回(2 カ年)で終わってしまい、活動が持続しなかった。

そこで、行政として事業や補助金に関するスキルを持つ A 氏が、共に活動してきた B 氏や C 氏に呼びかけ、活性化活動を展開するために、ハード事業を担うことのできる組織を発足した。A 氏は市職員を辞職して、大正町の B 氏と共に、大正町、松ヶ枝町、本町商店街の店舗に対して一軒ずつ説明を行い、賛同を得た 28 店舗と 1998 年に振興会を発足し、振興会を受け皿として県から補助金を得て、計画を策定した。振興会の中から、A 氏を中心として B 氏、C 氏をはじめ時代Ｂで共に活動してきたメンバー7 名で、1999 年に株式会社を設立し、2000 年には妖怪神社を建設し、ブロンズ像設置（1992～1996 年）以来初めての空間整備を成し遂げた。B 氏は振興会会長として、1998 年以降小規模で多発的なイベント事業をロードで行い、持続的なイベント活動を実現した。活動は担い手間の水平的な関係の中で行われた。

民間事業所 a の経営者として、D 氏が 1995 年に市内にやってきた。D 氏は、2000 年に自社の前に 1 体のブロンズ像を設置して市に寄付し、さらに 2002 年から会社としてジャズフェスティバルを企画し、事務局の運営や会場に関して市の協力を得る中で、市とネットワークを形成していた。

2003 年には、観光拠点施設である水木しげる記念館を市が建設した。次の展開として、ブロンズ像が未設置のままになっていた松ヶ枝町商店街北側や本町商店街にブロンズ像を増設し、充実を図りたいという要望が商店主らから高まった。しかしもはや市には資金が残っておらず、新規組織を含めて当時存在した組織には、整備できる見込みがなかった。

市とつながりのできていた D 氏は、経営や企画力の手腕を見込まれて、会社の一線から引退する 2004 年に、民営化されたばかりの観光協会会長への就任を請われた。協会長として、同年には市の内外からブロンズ像設置のための募金を集め、800ｍのロードにおけるすべての範囲にブロンズ像を設置することに成功した。一方振興会では、2005 年に会員ならびに役員の構成が再編され、1998 年以降に新しくロードに出店した商店主らが役員として運営を行い、イベントの数を減らす一方で、駐車場の運営などロードの空間面での管理・運営に活動の軸足を移しつつある。また D 氏を中心として企画・計画されるイベント等への協力が活発化している。

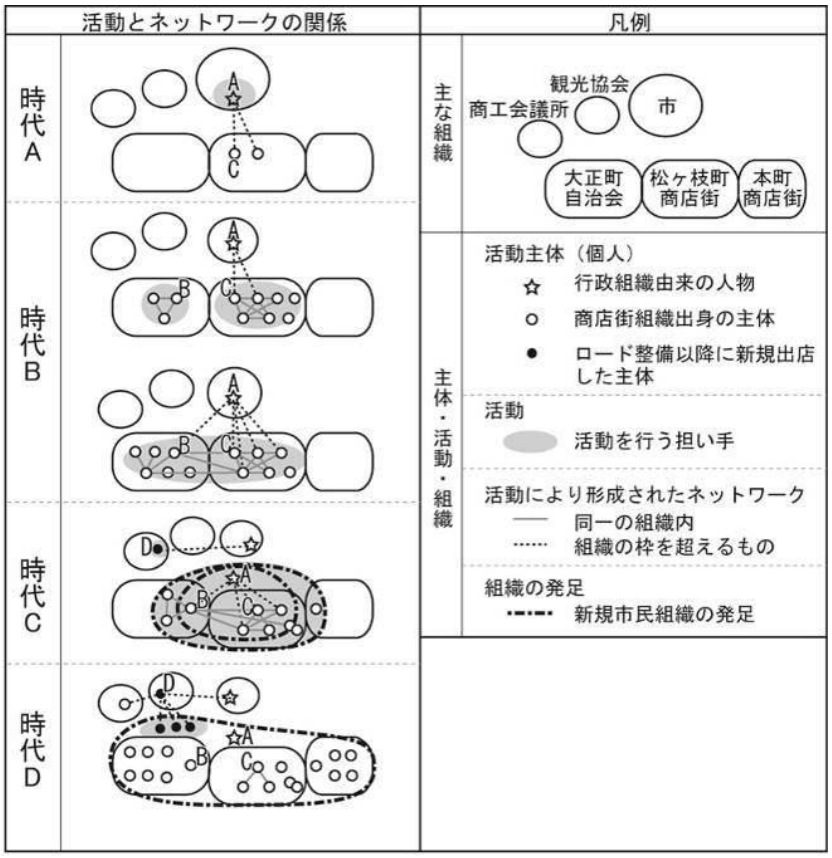


図 4-3　活動とネットワーク

（２）考察

まちづくり活動の担い手間の関係に着目し、活動を解釈した。その結果、担い手が継承されるためには、以下のことが必要であると考えられる。

整備事業を担当した市の A 氏が、事業完了後も商店街に足を運び商店主らと関わり合いを持ち商店街でイベント活動などを行ったように、顔を合わせ共に活動をする中で、担い手となる個人の間にネットワークが形成されていることが必要である。地縁のネットワークもあれば、顔の見える関係の中で活動を行ううちに個人の間に生成されるような、後天的な志縁(1)の関係もある。

市による整備事業が終わり商店街組織が自主的に活動を行う中で､活動資金の不足により商店街組織が活動を持続できないという問題が顕在化し、それを乗り越え活動を担っていこうという方向性が担い手の間で共有されて振興会が発足されたように、問題意識と解決の方向性が担い手となる個人間で共有されることが必要である。そのためには、商店街活性化に向けた活動が展開する中で課題が顕在化するため、まずは活動が行われることが重要である。

当時の課題となっていたさらなる整備事業や持続的なイベント事業を振興会が達成し、さらにブロンズ像の追加設置を民営化された観光協会が行ったように、課題に対処するために必要となるスキルを身につけた個人が、能力を発揮し合うことが必要である。共に活動をする中で志縁のネットワークができ、互いの能力が認識され、課題を解決する活動に結びつく。

本調査対象地においては、市や商店街組織、商工会議所などの公益団体が既存組織として存在していたために、安定した活動の場が確保されていたが、活動が持続的に行われるためには、活動を実施するために担い手を受け入れる器としての組織が存続することが必要である。

4-6　各時代の活性化活動と商店主の意欲との関係

（１）意識調査の概要

対象者は水木しげるロードに面して現在商業を営んでいる者とした。2009 年 11 月 26･27･28 日の 3 日間に、被験者に対して直接手渡しで配布を行った。配布の際には、簡単にアンケートの主旨を説明した。回収は郵送で行った。有効な配布数は 86 部で、回収数は 64 部であり、回収率は 74.4%であった。有効回答数は 54 である。

時代 A～D の時代区分ごとに、意欲の高さの程度および活動への参加の度合いを調査した。質問項目は表 4-2 のように、「活動への参加態度」、「活動への意欲」と「生業への意欲」の 3 項目とし、選択肢を 6 件法で作成した。

表 4-2 質問内容と選択肢の設定

グループ名	概要	選択肢	
活動の関与	水木しげるロードで行われるイベントなどの事業に対して、あなたはどの程度積極的に関わりましたか	時代ごとの6件法	「積極的に関わった」から「全く関わらなかった」まで
活動の意欲	水木しげるロード(商店街)のために、何かしてみようと思いましたか		「強く思ったことがある」から「全く思ったことがない」まで
生業の意欲	生業に対して前向きに取り組むことができているという実感がありましたか		「とても前向きだった」から「全く前向きでなかった」まで

回答者の属性は、松ヶ枝町商店街 21 人、大正町自治会 13 人、本町商店街 20 人となった。

活動への関与の度合いによる意識の変化の違いを明らかにするため、商店主らを分類する。商店主らが自発的に株式会社及び任意組織を発足し活動を推進した時代 C に着目する。設立金を拠出し株式会社を設立して観光の取り組みを推進した 7 名の商店主を「中心群」、任意組織水木しげるロード振興会に加入し小規模多発的なイベントの実施などに協力した 21 人の商店主ら（中心群を除く）を「周辺群」、いずれにも参加しなかった商店主を「無関与群」とする。これとは別に、1993 年以降の同商店街への新規出店は時代 C 以降に多く、これらの商店主はひとまとめに「新規群」とする。これらの商店主らを分類すると、表 4-3 のようになる。

表 4-3 担い手としての商店主の分類

グループ名	概要	回答者
中心群	時代 C で株式会社アイズを設立した者（7 人）	6
周辺群	時代 C で水木しげるロード振興会の初期メンバー（株式会社アイズの設立者除く,21 人）	12
無関与群	中心・周辺以外の者のうち新規群を除く	13
新規群	時代 C 以降に水木しげるロードに新規出店した者	22

（２）意識調査の結果

１）全体の平均値の推移

時代C以降に出店した新規群の回答は時代C以降のもののみ単純集計に含んでいる。

活動の関与の度合いについては表 4-4 に示すように、時代 A から B にかけて高くなり、時代 C で若干低下し時代 D で横ばいとなっている。時代 C から D の横ばいの変化は、各回答者の推移としては、増大の変化と減少の変化を示すものの二極化の傾向がみられる。

活動意欲は表 4-5 に示すように、活動関与と同様の傾向を示し、時代 A から B にかけて高くなり、時代 C で若干低下している。ただし、時代 D で最も高くなっている。

生業意欲も表 4-6 に示すように、同じく時代 A から B にかけて高くなり、時代 C で若干低下し、時代 D で最も高くなっている。時代 B から C にかけては、平均値は低下しているものの、各回答者の推移としては変化がない、もしくは増加が多く、減少しているものは少ない。これは、時代 C 以降に出店した商店主の回答の影響により平均値が小さくなっているためである。さらに、ほかの項目と異なり、時代 D において減

少する回答者が少なく、また A から D を通して、どの項目よりも高い水準にある。

各指標間の相関係数を peason の相関分析によって求めた。その結果を表 4-7 に示す。各指標間に 0.515～0.688 の相関がみられた（α <0.01）。

２）商店主のグループごとの変化

次に、グループごとの推移を表 4-8 にまとめる。

活動への関与について、時代 B 以降に一貫して最も高い水準にあるのは中心群である。グループ間の差をみると、時代 B,C においては中心群および周辺群が無関与群よりそれぞれ有意に高くなっている（α<0.01）。中心群は時代 A から時代 B にかけて、平均値が 2.34 増え、有意に増加している（F=8.96,α<0.01）。その後時代 C にかけて若干増加し、時代 C から D にかけて有意に減少している（F=8.83,α<0.01）。周辺群は時代 A から B にかけて平均値は若干増加、以降は緩やかに減少し、時代 C から D の減少のみ有意な変化である（F=6.26,α<0.05）。無関与群は一貫して横ばいまたは減少の傾向を示している。

活動への意欲においても、時代 B 以降にもっとも高い水準にあるのは中心群で、時代 B,C では続いて周辺群が高くなっている。グループ間の差は有意ではない。中心群は時代 A から時代 B にかけて平均値が 1.83 増加し、以降は減少傾向にある。周辺群および無関与群は横ばいとなっている。

生業への意欲は、新規群を除くグループでは、時代 B 以降は平均値 4.36 以上と高い水準となっており、以降は横ばいとなっている。時代 B 以降にもっとも高い水準にあるのは中心群で、周辺群、新規群との平均値は 1.0 程度異なる。時代 A から B においては、中心群の平均値が 2.0 増加し、その変化は有意である（F=15.7,α<0.01）。中心群においては、他の指標では時代 C から D において平均値が減少しており、活動関与は有意、活動意欲は有意でないものの、生業の意欲は高い水準を維持している。

新規群は、いずれの指標においても、時代 C では中央値より低く、時代 D では中央値より高くなっており、その変化は有意である（F=6.37,α<0.05）。

表 4-4　活動関与の平均値と変化量

		時代A	時代B	時代C	時代D
n		32	30	47	52
mean		3.58	4.33	3.57	3.77
SD		3.79	2.62	3.55	2.72
変化量	+5		3 (10%)	0 (0%)	1 (2%)
	+4		1 (3%)	0 (0%)	2 (4%)
	+3		2 (7%)	0 (0%)	3 (7%)
	+2		1 (3%)	1 (3%)	3 (7%)
	+1		1 (3%)	5 (17%)	2 (4%)
	0		18 (60%)	16 (53%)	22 (49%)
	−1		2 (7%)	6 (20%)	7 (16%)
	−2		1 (3%)	1 (3%)	4 (9%)
	−3		0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
	−4		1 (3%)	0 (0%)	1 (2%)
	−5		0 (0%)	1 (3%)	0 (0%)

表 4-5　活動意欲の平均値と変化量

		時代A	時代B	時代C	時代D
n		32	30	46	49
mean		3.61	4.17	3.77	4.19
SD		2.62	2.67	2.95	2.11
変化量	+5		1 (3%)	0 (0%)	1 (2%)
	+4		1 (3%)	0 (0%)	1 (2%)
	+3		1 (3%)	1 (3%)	1 (2%)
	+2		2 (7%)	0 (0%)	2 (5%)
	+1		3 (10%)	2 (7%)	6 (14%)
	0		21 (70%)	21 (72%)	25 (60%)
	−1		1 (3%)	3 (10%)	2 (5%)
	−2		0 (0%)	1 (3%)	4 (10%)
	−3		0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
	−4		0 (0%)	1 (3%)	0 (0%)
	−5		0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

表 4-6　生業意欲の平均値と変化量

		時代A	時代B	時代C	時代D
n		31	31	45	53
mean		4.23	4.65	4.39	4.64
SD		1.92	1.39	2.87	2.03
変化量	+5		1 (3%)	0 (0%)	1 (2%)
	+4		0 (0%)	0 (0%)	1 (2%)
	+3		3 (10%)	1 (3%)	1 (2%)
	+2		0 (0%)	0 (0%)	2 (5%)
	+1		4 (13%)	6 (19%)	2 (5%)
	0		20 (65%)	22 (71%)	33 (75%)
	−1		2 (6%)	1 (3%)	0 (0%)
	−2		0 (0%)	1 (3%)	3 (7%)
	−3		1 (3%)	0 (0%)	0 (0%)
	−4		0 (0%)	0 (0%)	1 (2%)
	−5		0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

表 4-7　Pearson の相関係数

	活動関与	活動意欲	生業意欲
活動関与	1	.688**	.515**
活動意欲		1	.520**
生業意欲			1

**1%水準で有意

※平均値には時代 C 以降に新規出店した商店主の回答も含めている。

表 4-8 グループごとの、平均値と変化量

		活動関与				活動意欲				生業意欲			
	時代	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D
中心群	n	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6
	mean	3.33	5.67	5.83	4.40	4.00	5.83	5.67	4.83	3.33	5.33	5.50	5.50
	SD	5.56	0.22	0.14	2.64	5.00	0.14	0.22	1.14	3.56	0.56	0.58	0.58
周辺群	n	14	14	14	14	14	14	14	13	14	14	14	14
	mean	4.21	4.79	4.57	3.93	3.93	4.14	4.29	4.15	4.21	4.36	4.57	4.36
	SD	3.35	2.67	3.17	2.68	2.01	2.44	2.72	2.19	1.29	1.45	3.01	2.11
無関与群	n	11	10	11	11	11	10	10	9	10	10	10	10
	mean	2.91	2.90	2.64	2.55	3.00	3.20	3.00	3.22	4.60	4.50	4.70	4.70
	SD	4.08	2.49	2.96	2.43	1.64	2.56	2.80	2.62	1.04	1.45	1.81	1.41
新規群	n	0	0	15	21	0	0	15	20	0	0	13	22
	mean			2.40	4.22			3.00	4.47			3.31	4.47
	SD			2.77	2.62			3.00	1.62			4.21	2.25

３）グループ内指標間の相関分析

表 4-8 を見ると、中心群、周辺群においては、活動関与、活動意欲、生業意欲の各指標間で相関がある（α<0.01）。中心群では活動関与と活動意欲の偏相関係数が 0.68 と特に高くなっており、また活動意欲と生業意欲の相関係数は 0.37 となっている。周辺群では活動関与と活動意欲の偏相関係数は 0.403、活動意欲と生業意欲は 0.37 である。無関与群においては、活動関与と活動意欲の間にのみ相関がみられ（α<0.01）、その係数は 0.70 と非常に高い。新規群では、活動関与、活動意欲、生業意欲の各指標間で相関がある（α<0.01）。

４）考察

生業の意欲の平均値は高い水準にあることが明らかになった。活動の意欲との関係を見ると、中心群は活動の意欲、生業の意欲の間にやや相関があり、ともに時代 A から B にかけて有意に増加した。無関与群は意欲の間に相関はなく、活動の意欲は低いが生業の意欲は高い。周辺群は、意欲間にやや相関があり、活動の意欲は中間値を超え一定水準以上あるにもかかわらず、生業の意欲は無関与群より低く時代 A から D を通して大きな変化がない。地方都市においては商店街と言っても人口の流動が少なく、旧来からの商店主の間にはコミュニティの人間関係が構築されている。そのため時代 B,C においては「遠慮がちなソーシャルキャピタル[6)]」とも称されるような、中心群との人間関係が周辺群の活性化活動への関与を誘発したと考えられる。商店街では本来業種の異なる商店間には競合がなかったが、観光化に伴い土産物の扱いが増え商店同士が競合する関係になるため、「付き合い」や「おたがいさま」で行動を継続することは難しい。このような条件で活動に関与すると、観光客が増加しても生業の意欲が増加しない傾向があることが明らかになった。

活動の関与が時代 C から D にかけて全体的に減少し、特に中心群では有意に減少しているのは、活動の中心的な推進役が中心群らから観光協会等の団体に移ったためである。活動の企画の多くは観光協会や商工会議所などによって行われ、開催される場所が商店街の外に移り、商店主らが関与する機会が減少した。この時中心群の活動の関与や意欲は減少したが、生業の意欲は依然として高い水準を維持している。

地方都市という担い手の数も人口流動も限定的である場では、時代 C 以降に新規に

開店した商店主ら（新規群）も担い手の継承者として期待される。出店した当初の目的は商業であり、活動への意欲は高くないが、増加する傾向がみられる。活動を展開するには、周辺の商店主らとともに活動し、活動する中で意気の合う他者を発見しネットワークするというプロセスが重要であるとの考えに立つと、いかに新規出店者が商店街に根差して活動するかが問われる。

（3）意識調査のまとめ

活動の中心を担う新規組織の発足との関わり等から商店主らを 4 つのグループに分け、商店主らの活動の意欲と生業の意欲の水準を時系列で把握し、活性化活動への関わりと生業の意欲の変化の関係を考察した。

生業の意欲は全体的に高いことが明らかになった。中でも中心群らは、活動に中心的に関わった時代 B にかけて生業への意欲が有意に増加した。時代 C から時代 D にかけて、活性化活動の中心的な担い手が中心群の商店主らから観光協会などの団体に変遷したことに伴い、中心群の活動の意欲は減少したが、生業の意欲は依然として高い水準を保っていることが明らかになった。

周辺群は、時代 B において活動への関与はしているものの、その意欲は他のグループと比較して高いとは言えない。遠慮がちなソーシャルキャピタルと称されるように、人間関係に誘発されて活動に参加しても、生業の意欲は増加しない傾向があることが示唆された。

新規群は時代 C から D にかけて活動、生業の意欲ともに増加している。人口の流動が少なく人材が限定的である地方都市では担い手の継承者として期待されるが、そのためには地域に根ざして活動し他の商店主らとネットワークしていくことが必要となる。

4-7　4 章のまとめ

外部主体連携型の事例における持続的な商店街活性化のため、活動主体の継承を、主体個人のネットワークに着目し解釈した。

1993 年以降活動主体は、行政組織、地元市民組織、新規市民組織、広域市民組織の順に継承されてきた。継承のもとになるような主な課題となったのは、活動のための資金不足の状況、およびその状況下での空間・ハード整備への欲求であると考えられた。

活動主体が継承されるための要因は、地縁・志縁の担い手間のネットワークや、問題意識および課題解決の方向性が担い手間で共有されること、課題を解決するためのスキルを担い手が提供できること、活動の場としての組織の存続が担保されていること、の 4 つが考えられた。共通して重要であるのは、志縁ネットワークが培われるような、実践的な活動が積み重ねられることである。

次に、各時代と商店街の個店の意欲との関係を調査した結果、全体的に生業への意欲は高まっていた。特に活動に中心的に関わった者は、地元市民組織、および新規市民組織が活動主体の時代に、活動への意欲および生業への意欲が高まり、広域市民組織の時代になると活動への意欲は低下したが、生業への意欲は依然として高いまま維持されていた。周辺群は活動に参加協力していたものの、生業への意欲は高まっておらず、「遠慮がちなソーシャルキャピタル」により活動に関わっても意欲が高まらないことが示唆された。これにより、単に参加するという関わりより、より中心的に活動する主体を増やすことが重要であると言える。

第４章　参考文献

1) 境港市: 視察資料『おいしい魚ときれいな海 鬼太郎に会えるまち境港市』, 2009.
2) 境港市: 視察資料『駅前街路等整備を活かしたまちづくりについて』, 2009.
3) 境港商工会議所: 商工会議所ニュース, NO.338, 1993.
4) 協同組合境港商店会: 平成 8 年度鳥取県中小商業活性化事業 生活共感商店街を目指して『境港妖怪フェスティバル』による賑わい創出, 1997.
5) 水木しげるロード振興会: 商店街活性化基本計画－『水木しげるロード』街並み整備計画, 1999.
6) 今村晴彦, 園田紫乃, 金子郁容: コミュニティのちから―“遠慮がちな”ソーシャル・キャピタルの発見, 慶應義塾大学出版会, 2010.

第５章
既存主体連携型における
活動主体の継承についての解釈
～生駒駅前商店街の事例～

5-1　はじめに

本章では、既存主体連携型の事例として、奈良県生駒市の生駒駅前商店街を対象に、商店街組織の連携によって活動主体が継承されていく様子、ならびに継承の背景となる要因について、主体間のパーソナルネットワークに注目して解釈する。

5-2 では対象地の概要を述べ、5-3 では調査の概要を述べる。

5-4 では長期的な視点から活性化活動の継承を解釈し、主体間のパーソナルネットワークに着目してその要因を解釈する。

5-5 ではまとめとして締めくくる。

5-2　調査対象地の概要

（１）地勢

生駒市は奈良県の北西に位置し、大阪府、京都府との境界に接する都市である。面積は 53.18 キロ平方メートルで、地形は市域の西に存在する標高 642m の生駒山により大阪府と隔てられ、また東に存在する矢田丘陵により奈良市と隔てられており、谷の地形が市域を明確にしている。

広域交通としては近鉄奈良線、地下鉄中央線、および第二阪奈有料道路が、大阪市と本市、奈良市をつないでいる（図 5-1）。本商店街は近鉄奈良線、地下鉄中央線が結節する生駒駅前に立地し、近鉄生駒線も南方向に延びている。近鉄生駒線では、急行・快速急行が 10 分に一本程度出ており、生駒駅から大阪中心部までの所要時間は 30～40 分程度である。生駒駅の平成 22 年の乗車人員は 8,084,721 人である。

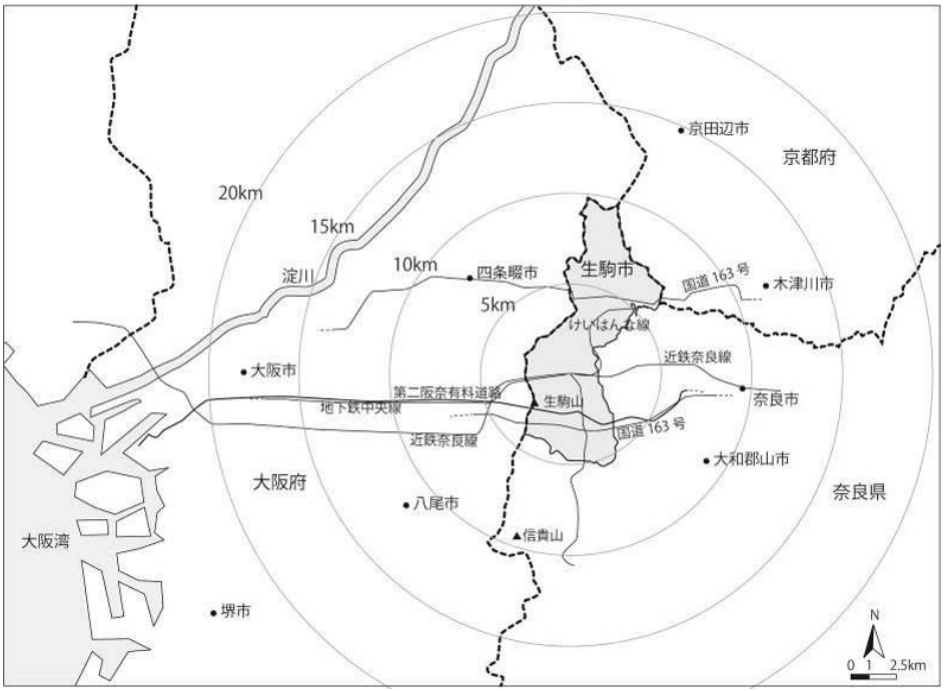


図 5-1　広域の位置図

（２）歴史

本商店街は、生駒山山麓に位置する宝山寺に訪れる多数の参拝客が通る地として栄えた場所である。1910 年代に現在の近鉄奈良線の上本町から奈良区間が開通し、さらにまた宝山寺への参道に並行して走るケーブルカーが整備された。この頃から、これらの接続する地点である近鉄生駒駅周辺に小売店や旅館が集積し始めたのが現在の集積の基盤となっている。1960 年代に新生駒トンネルが開通し、近鉄奈良線による大阪へのアクセスが強化された。大阪市とのアクセス性の向上により、大規模な住宅団地が相次いで開発された。1980 年代後半には、市の北部が関西文化学術研究都市として開発されている（図 5-2）。

人口は国勢調査によれば、1980 年（昭和 55 年）には 70,461 人、1990 年（平成 2 年）99,604 人、2000 年（平成 12 年）112,830 人、2010 年（平成 22 年）117,887 人と、急激な住宅開発のため大きく増加している。

図 5-2 生駒駅前商店街の位置と大規模小売店舗の分布

（３）駅前商業地域の変遷

生駒駅周辺に、宝山寺への参拝客のにぎわいとともに商店が集積し、商店街組織が発足していった。まず、個人商店主らからなる任意の連合組織である「商栄会」が駅南側に発足し、北側には「北栄会」が組織された。その後、昭和 58 年および平成 8 年に実施された市街地再開発事業をきっかけに、これらの組織は解散した。

市街地再開発事業は、1980 年代以降急激に進展した人口増加を背景に、商業環境の充実や駅前である中心市街地周辺の基盤整備が求められ、生駒駅周辺で二度にわたって実施された[1)2)]。まず駅南側で昭和 47 年から昭和 57 年にかけて実施された事業は区域は 0.8ha で、事業費は 3700000 千円である。権利者数は、土地所有者 1 人、土地建物所有者 4 人、建物所有者（借地権者）11 人、借家権者 23 人の、計 39 人となっている。公共施設として、駅前広場 0.2ha、都市計画道路谷田大路線、歩行者専用道路が整備された（図 5-3)。施設建築物としては、グリーンヒルいこまと名付けられた鉄筋コンクリート造の地下 2 階地上 4 階のビルが、敷地面積 0.23ha（建ぺい率 89.7%、容積率 392.5%）で建設された。なお、地下 1 階、地上 1～3 階が物販のフロアとなっており、3 階には飲食店、4 階にはサービス業もテナントとして入居している。地下 1 階、地上 1 階に核テナントとして近商ストアが入っている。権利者数 39 人のうち、権利変換者は 24 人（61.5%）である。

駅北側では、大和都市計画生駒駅前北口第一地区第一種市街地再開発事業として、昭和 62 年に施行区域 1.4ha が定められていたものの、関西文化学術研究都市の具体化および近鉄東大阪線（大阪市営地下鉄相互乗り入れ）の延伸計画等により、施工面積が 3.9ha と拡大された[2)]。事業期間は平成 4 年から 9 年である。区域は 1.6ha で、事業費は 36808 百万円である。権利者数は、土地所有者 56 人、借地権者 35 人、借家権者 25 人の、計 116 人となっている。公共施設として、駅前広場 0.3ha、駅前北通り線、駅前東線、松ヶ丘通り線、生駒 2 号歩行者専用道が整備された。施設建築物としては、アントレいこま 1（A-1 棟）、アントレいこま 2（B-1 棟）と名付けられた 2 棟のビルが整備された。アントレいこま 1 は地下 3 階地上 7 階のビルで、敷地面積 0.6ha（建ぺい率 82.3%、容積率 549.5%）で建設された。延床面積は 4.2ha で、主要用途のうち商業は約 50%となっており、核となるテナントは近鉄百貨店である。またアントレいこま専門店街と称する路面店舗が 0.1ha ある。アントレいこま 2 は地下 2 階、地上 11 階のビルで、敷地面積 0.09ha（建ぺい率 77.5%、容積率 544.0%）で建設された。延床面積は 0.5ha で、主要用途のうち商業約 13%、住宅約 34%となっている。権利者数 116 人のうち権利変換者は 58 人（50.0%）である。

現在駅南側には、図 5-3 に示すように、本通り商店街（ぴっくり通り)、南通り商店街（サウスモール)、さくら通り商店街、参道筋商店街の 4 つの商店街、小売店が集合化されたビルであるいこまショッピングセンターと、再開発事業により整備されたグリーンヒルいこまが存在している。駅北側は、再開発事業により整備されたアントレいこま専門店街がある。同じく再開発事業に伴い新たに出店した、大型店舗（百貨店）

が駅北側に存在している。上記 4 つの商店街、2 つの専門店街、および大型店舗が、現在の生駒駅前商店街連合会（中心市街地活性化協議会）を形成している。

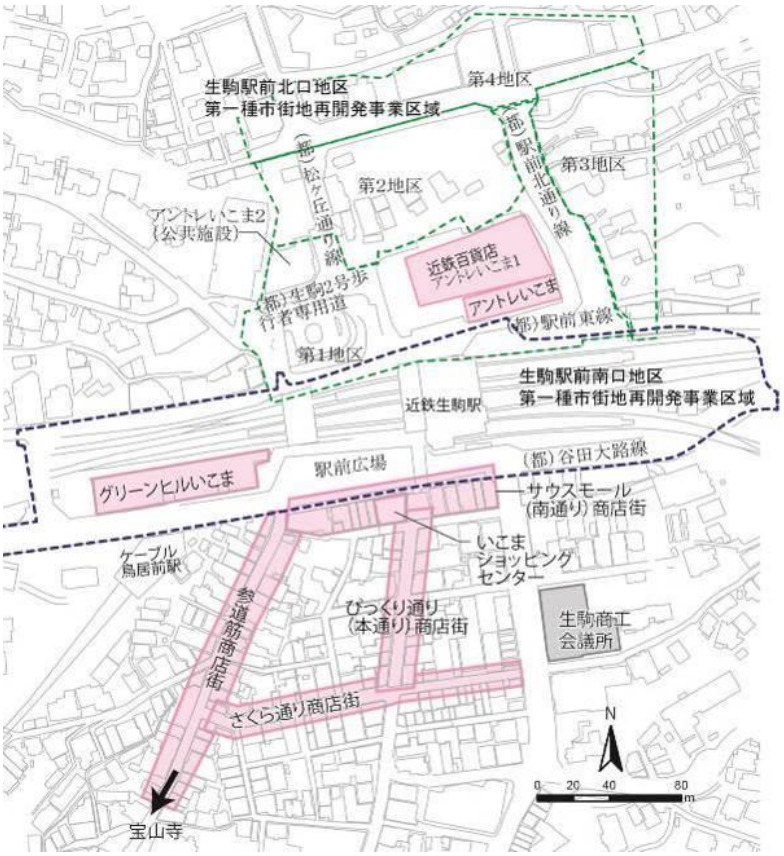


図 5-3 商店街の名称と再開発事業区域

（4）商店街の店舗構成

住宅地図の表記から、商店街を構成する個店の数を表 5-1 のように業種ごとに整理した。商業ビルの場合、テナントの詳細な情報は入手できないため、表中の「不明」に分類している。また、駅北側は一つのまとまりとして集計した。

2011 年現在での店舗・ビル数は 91 であり、その数が最も多いのはエリアの範囲が広いさくら通り商店街となっている。業種の内訳を全体で見ると、サービス業が 36 店舗と 4 割を占める。

表 5-1 商店街ごとの店舗構成

業種	サウスモール（南通り）商店街	ぴっくり通り（本通り）商店街	さくら通り商店街	参道筋商店街	駅より北側の商店の集合	合計
小売業（最寄品）	2 (18%)	4 (22%)	2 (6%)	5 (28%)	1 (8%)	14 (15%)
小売業（買い回り品）	(0%)	5 (28%)	5 (16%)	1 (6%)	1 (8%)	12 (13%)
サービス業	1 (9%)	5 (28%)	15 (48%)	8 (44%)	7 (54%)	36 (40%)
不明	8 (73%)	4 (22%)	9 (29%)	4 (22%)	4 (31%)	29 (32%)
計	11	18	31	18	13	91

（５）周辺の大型店舗

市内に立地する、店舗面積 1,000m² 以上の小売店は、平成 22 年全国大型小売店総覧によると表 5-2 の通りである。生駒駅に近く商店街に影響を与えた店舗としては、昭和 48 年に駅から北東に 0.4km のところに出店した、店舗面積 1.1ha の大規模小売店舗であり、平成 21 年に閉店した。平成 10 年代後半に、大型店が相次ぎ出店している。

表 5-2 市内の大型小売店舗一覧（平成 22 年時点）

店舗名	店舗面積（m^2）	延べ面積（m^2）	開設年	駐車場容量（台）
イオン奈良登美ヶ丘店	27,571		2005	1200
アントレいこま（近鉄百貨店）	18,875	42,224	1997	340
ホームセンタージョイフル南生駒店	5,417	7,171	1993	300
マックスバリュー生駒店	3,827	5,502	1999	163
グリーンヒルいこま（近商ストア生駒店）	3,547	9,101	1982	40
ジョーシン東生駒店	3,271	4,092	1989	145
グルメシティ北大和店	2,660	3,325	1995	150
ザ・ダイソー生駒小瀬店	2,525	3,321	1996	52
ホームセンターコーナン生駒店	2,324	2,950	1996	120
ヒルステップ生駒	2,149	3,216	2000	161
オークワ生駒菜畑店	1,942	2,809	2004	85
いそかわ新生駒店	1,812		1996	170
しまむら・ジップドラッグ東洋生駒南店	1,613		2006	78
万代菜畑店	1,580		2005	95
スーパーマーケットKINSHO白庭台	1,396		2005	71
中村屋東生駒店	1,302	2,032	1997	200

5-3 調査方法

（１）文献調査

市街地再開発事業が実施される前後の商業活性化のための取り組みについて情報を収集するため、生駒商工会議所が毎年とりまとめる事業報告書、および補助金を活用した事業ごとにまとめる報告書を参照し、実施時期や関係者、取り組みの内容を整理した。また商工会議所内の役職にあたった商店街関係者等を把握した。生駒駅周辺における整備事業については、それぞれの再開発事業の事業報告書を参照した。さらに生駒商工会議所が発足するまでの経緯については、生駒市史を参照した。

（２）ヒアリング調査

商業活性化のそれぞれの取り組みについて、関係した組織および個人、またその役割についての情報を補足するために、商店街関係者、生駒商工会議所、生駒市に対して計 15 回のヒアリングを行った。ヒアリング調査の概要について、対象の個人名は伏せ、表 5-3 に示す。

表 5-3 ヒアリングの実施概要

NO	年月日	ヒアリング対象	所属	場所
1	2012年5月10日	A	駅前商店街連合会会長，中心市街地活性化協議会会長，サウスモール商店街会長	経営店舗内
2	2012年5月14日	K	生駒商工会議所専務理事	商工会議所
3	2012年5月22日	L	生駒市環境経済部	生駒市役所
4	2012年5月31日	B	ぴっくり通り商店街会長	商店街内
5	2012年6月2日	I	アントレいこま専門店街関係者	経営店舗内
6	2012年6月2日	J	アントレいこま専門店街関係者	経営店舗内
7	2012年6月2日	C	グリーンヒルいこま会長	経営店舗内
8	2012年6月2日	H	サウスモール商店街関係者	居宅
9	2012年6月8日	M	生駒商工会議所総務	商工会議所
10	2012年6月8日	D	参道筋商店街会長	経営店舗内
11	2012年6月21日	N	生駒市開発部	生駒市役所
12	2012年6月23日	F	いこまショッピングセンター関係者	経営店舗内
13	2012年6月23日	E	さくら通り商店街会長	経営店舗内
14	2012年7月20日	A	駅前商店街連合会会長，中心市街地活性化協議会会長，サウスモール商店街会長	経営店舗内
15	2012年7月28日	G	南通り商店街協同組合副会長	経営店舗内

5-4 商店街活性化活動の継承

生駒駅前商店街における活性化活動の主体の継承プロセスを、活動の内容や担い手の変化から 4 つの時代に区分する。主な活性化活動については表 5-4 に、その主体となる組織と構成員の変化については表 5-5 に、活動を通して形成された担い手間のつながりについては図 5-4 に、活動とつながりの関係については表 5-6 に示す。

（1）時代区分の設定

活性化活動を行う主体及びその内容の変化により、4 つの時代に区分する。

時代 A は生駒市が中心となり二度の市街地再開発事業を実施し、二つの既存商店街において協同組合が立ち上げられアーケードが設置された時代である。

時代 B は中心市街地活性化協議会が生駒商工会議所内に設置され、商工会議所を中心として、生駒駅周辺の商店街や商業施設の活性化に向けた、各種調査や大学との連携による事業等が行われた時代である。

時代 C は協議会のメンバーである各商店街の役員が中心となって、イベントや寄席などの商業活性化事業の企画・調整・運営を行う時代である。

時代 D は商店街役員が中心となりつつ、商店街の個店の多くを巻き込みながら、関西で初の開催となる 100 円商店街（写真 5-1）に取り組む時代である。

表 5-4　主な活性化活動

時期区分	A以前	A									B						C			D		
昭和（年）		48～58	58	1	3	4	4	4～9	8	8	10	11	12	12	13	15	17	15	18	20	20	20
活動内容 ○■ハード整備事業，ソフト事業，軽微な施設整備（共同看板設置等）	○商業振興の種々の共同事業（歳末大売り出し、ガラガラ抽選、合同チラシ等	■駅前南口再開発事業	■アーケード整備	○夏祭り	■「商店街活性化事業実施計画」策定	■駅南口県道横断デッキ整備	○（宝山寺に合わせた行事）大根炊き	■駅前北口再開発事業	■アーケード及び歩道清掃活動	○花づくり活動	○地域振興券の発行・共同看板の設置	○合同チラシ3，000部発行	○商店街活性化先進事業	○大学連合と連携し商店街等活性化事業実施計画	○笑いにいこま寄席	○商店街フェスタ開催	○万燈会	○商店街活性化講習会	○100円商店街に向けた現地指導	○100円商店街開催
活動主体	商栄会	生駒市役所	ぴっくり通り	ぴっくり通り	商工会議所	市役所	グリーンヒルいこま	市役所	サウスモール	サウスモール	サウスモール	グリーンヒルいこま	商工会議所（商店街役員）協議会	商工会議所協議会（商店街役員）	商工会議所	商工会議所	協議会（商店街役員）	協議会（商店街役員）	グリーンヒルいこま	協議会（商店街役員・個店）	協議会（商店街役員・個店）	協議会（商店街役員・個店）

写真 5-1　ぴっくり通りの様子（100 円商店街実施時）

表 5-5 活動組織と担い手の変化

組織分類	行政	市民											
		広域	地元										
組織名	生駒市	生駒商工会議所	商栄会	北栄会	いこまショッピングセンター	ぴっくり通り商店街（本通り商店街協同組合）	サウスモール商店街（南通り商店街協同組合）	参道筋商店街	さくら通り商店街	グリーンビルいこま	アントレいこま	近鉄百貨店	中心市街地活性化協議会
組織形態	—	—	任意	任意	商業ビル	協同組合	協同組合	任意	任意	商業ビル	商業ビル	商業ビル	連合（任意の協議会）
位置	—	—	南側	北側	南側	南側	南側	南側	南側	南側	南側	北側	商工会議所内
組織の変化	—	—	解散	解散	新設	協同組合化	協同組合化	新設	新設	新設	新設	新設	新設
変化の要因・経緯	—	—	構成団体の協同組合化（解散）	H9年駅北側再開発事業	S58駅南側再開発事業の区域内の商業者が共同で移転	S58アーケード架設	H9アーケード架設	100円商店街事業	100円商店街事業	S58駅南側再開発事業	S58駅南側再開発事業	H9年駅北側再開発事業	8つの商店街および大型商業施設の代表からなる協議会 H9駅北側再開発後
主な活動	・再開発事業の実施（駅南側：S48〜58、駅北側：H4〜H9） ・駅南口県道横断デッキ整備（H4）	・中心市街地活性化協議会運営事務 ・商店街活性化先進事業 ・大学連合と連携した事業等	・ガラガラ抽選 ・歳末大売出し ・合同チラシ配布　等	・歳末大売出し　等	・100円商店街	・アーケード架設 ・夏祭り ・100円商店街	・アーケード架設 ・アーケード清掃・花づくり ・100円商店街	・100円商店街	・100円商店街	・宝山寺の行事に合わせ、大根炊きや万燈会を実施 ・100円商店街	・100円商店街	・100円商店街	・商店街フェスタ ・笑いにいこま寄席 ・100円商店街主催

時代と年次

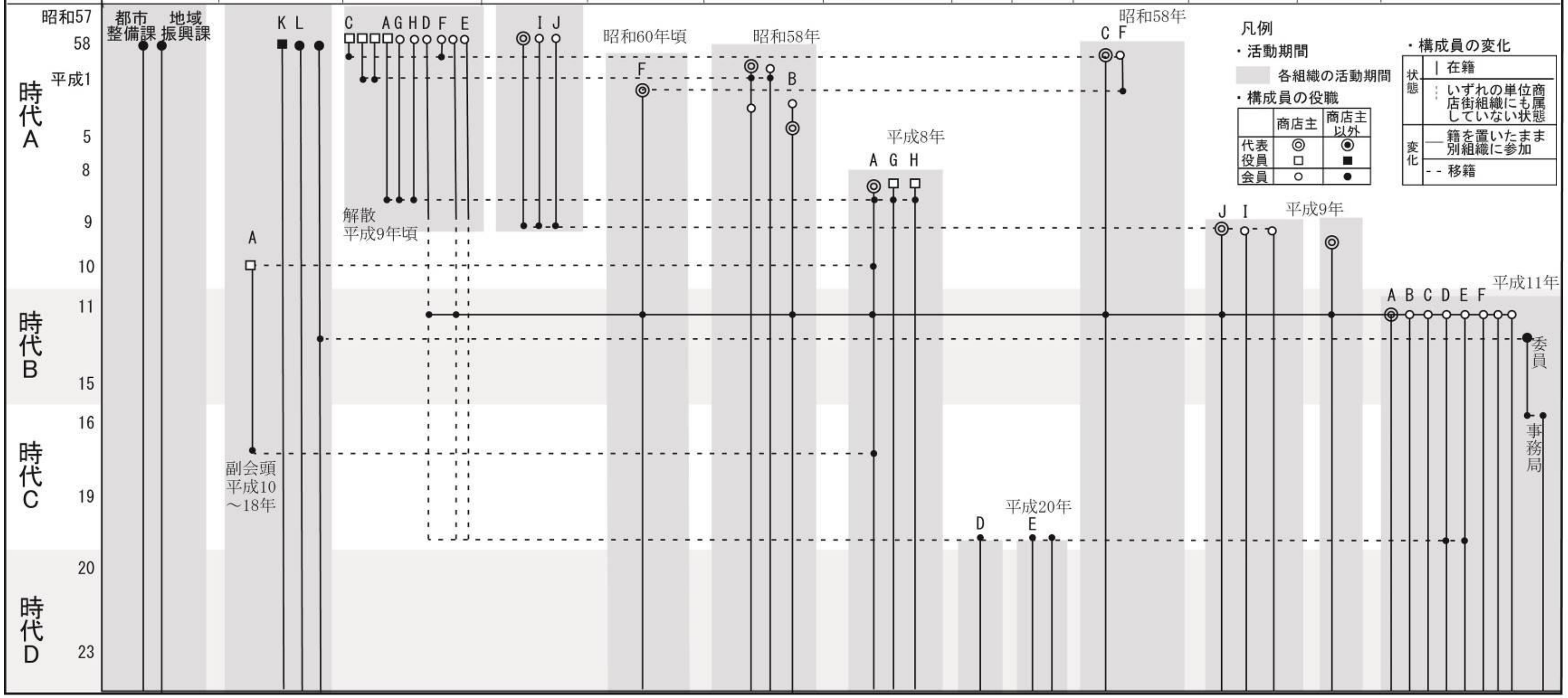


表 5-6 活性化活動の主体と，活動内容及び期間

主体	活動	時期A	時期B	時期C	時期D
		S58 H1 2 4 6 8	10 11 12 13 14 15	16 17 18 19	20 21 22 23 24
商栄会	○歳末大売り出し	→			
	○ガラガラ抽選	→			
	○合同チラシ	→			
ぴっくり通り	●アーケード設置	→			
	○夏祭り	※ →			
	○100円商店街			→	
サウスモール	●アーケード設置		→		
	○アーケード及び歩道の清掃活動		→		
	○花づくり活動		→		
	○100円商店街			→	
グリーンヒル	●市街地再開発事業	→			
	○大根炊き（宝山寺の行事に合わせたイベント）		※ →		
	○花づくり活動		→		
	○万燈会（宝山寺の行事に合わせたイベント）			→	
	○100円商店街			→	
商工会議所	○共同看板の設置		→		
	○合同チラシの配布		→		
	○IT等を活用した事業		→		
	○大学連合と連携した事業		→		
活性化協議会（商店街の連携）	○商店街フェスタ			→	
	○笑いにいこま寄席			→	
	○100円商店街（講習会，現地指導含む）			→	

	組合施行等によるハード整備事業	ソフト事業の実施期間
活動内容	●	○
実施期間	➡	→

※　文献等による詳細な開始時期は不明であるが、ヒアリング等から推定した

（２）活性化活動の運営の継承の要因に関する考察

各時代の活性化活動の概要を表 5-6 に沿って述べつつ、担い手間のつながりの変化の観点から、活性化活動の活動主体の継承プロセスを解釈する。活動組織と担い手の変化を表 5-5 に、活性化活動により形成されたネットワークの変化を図 5-4 に示す。

１）ハード整備中心の行政主導期（時代 A）

時代 A に入るまでは、戦後長らく、駅北側と南側の商店主らによってそれぞれ、北栄会と商栄会という任意組織がつくられ、安売りチラシの配布や歳末大売り出し、ガラガラ抽選などの共同事業を実施していた。これらは役員が中心となって実施しており、主要な商店主らの間にはつながりができていた。また、これらの役員の多くは商工会議所の議員を長年務めており、年中行事等で顔を合せる関係にあり、地縁的なつながりが形成されていた。

昭和 40 年代後半ごろの生駒市では、北部で開発が進んでいたため地下鉄の延伸による生駒駅乗り入れの計画もあり、人口が大きく増加している時期であった。その一方で、生駒駅周辺の市街地は、宝山寺の参道という立地もあり、小売店舗が自然発生的に立地する密集市街地となっていた。特に駅までのアクセスが悪く、都市の顔としての駅周辺の整備が急務となっていた [1)]。そこで生駒市が、昭和 48 年から 58 年にかけて駅南側で市街地再開発事業を実施した。昭和 58 年には、新たに整備される大型商業施設への対策として商店街のハード面での環境を整えて対抗するため、ぴっくり通りにおいて協同組合が設立され、全蓋式アンケートが設置された。これらの整備ののち、

平成 3 年には商工会議所が駅南側の商店街の活性化に関する商店街活性化事業実施計画を策定し、その計画に記載された駅と南側の商店街を結ぶ 2 階高さのデッキを平成 4 年に市が整備した。

平成 4 年から 9 年にかけて駅北側で生駒市が再開発事業を行った。平成 4 年に始まった駅北側の市街地再開発事業では、駅から北方向に延びる道路に面した商店のうちいくつかが事業区域内にあたり、再開発ビルアントレいこまへ移転した。

駅南側での事業では、区域内にあった店舗を営む者は、権利を売却し区域外へ出るか、事業によって整備された商業ビルであるグリーンヒルいこまに移転して商業を営んだ。その後、グリーンヒルいこまへ移動した商店のうち数店舗が、区域に隣接する建物を共同で購入し、いこまショッピングセンターとして、店舗を移転した。

一方、駅南側の商店街「サウスモール」では、平成 7 年に生駒商店街活性化講習会と題して、国の活性化アドバイザー派遣制度を活用し、片側アーケードを設置するための組合設立に向けた勉強会が開始された。組合設立に向けた合意形成のため、後に組合会長となる A 氏が中心ととなり、通りに面した店舗の二名と一緒になって、視察や説明会を行いながら、関係店舗への個別説明や説得に何度も取り組んだ。その後平成 8 年には南通り商店街協同組合を設立した。

サウスモールやぴっくり通りでは、利害関係のある中での調整を乗り越え、一連の取組とアーケード架設を経て、商店主らの間に一体感や志縁的な強いつながりが生まれた。二つの通りで協同組合が設立され、独自に活動を始めたため、駅周辺の商店の集まりであった商栄会は解散し、役員の間に形成されていた関係は弱くなった。

また、北側の一帯の再開発事業のため、北栄会も解散となった。

このように時代 A においては生駒駅周辺の再開発事業とそれに伴うアーケード等のハード整備が進み、商業の担い手の組織も商栄会、北栄会が解散し、それぞれの地区でまとまりのある商業組織が生まれていった。

２）ソフト事業中心の商工会議所主導期（時代 B）

ぴっくり通りでのアーケード整備後、B 氏が市外からやってきて後継ぎとして商店主になった。当時若手がぴっくり通りの役員に起用される風潮があったため、すぐに会長に就任した。その関係で、商工会議所の商業部会の役員を務め、同じく部会に入っていた A 氏や他の商店街の役員らと、部会や商工会議所の行事、総会などで顔を合せ、地縁的なつながりができた。

再開発事業で整備された商業ビルや、協同組合を設立したサウスモールやぴっくり通りでは事業後、B 氏や L 氏へのヒアリングによると、整備を通じて形成された強い志縁的なつながりが弱まりつつあった。

しかしながら、サウスモールにおいては次に示すような商店街清掃の定期的な取組により、アーケード架設後に地縁的なつながりが形成され始めた。サウスモールでは月に一度、アーケードの清掃を会員全員で行った後、そのまま喫茶店で朝食を共に採りながら交流する取組が続けられている。さらにその後、アーケード下の歩道にフラ

ワーポットを設置し、市から供給を受けている花の苗を植える活動を行い始めた。2 か月に一度、アーケード清掃に合わせる形で定期的に実施している。またこの取組により、新規に出店した商業者等との新たなつながりも形成されている。

また、ぴっくり通りの商店主らの間でも、アーケード架設を経て車両通行禁止になっていたことを活用して、次に示すような取り組みを実践することにより、地縁的なつながりが形成されていった。アーケードの下の商店街の空間で、年に一度夏祭りを開催し始めた。この行事は、ぴっくり通りの商店主らが夜店を出店し、地域住民らが多く訪れる地域の行事的なイベントである。

グリーンヒルいこまでは、宝山寺への玄関口となるケーブル駅があることを活かして、宝山寺の行事に合わせてイベントを開催し始めた。また、七夕に合わせたイベントなど、定例的なイベントを実施した。この中で、新しく出店した商店主も含めて、地縁的なつながりを形成していった。

サウスモールやぴっくり通りでは、再開発事業によって出店した百貨店への対策のためアーケード架設等を実施したものの、各商店街の個別の取組だけでは商業振興の連携に限界があった。平成 11 年に地域振興券の配布事業が持ち上がった際には、この機会を有効に活用するため、百貨店の消費者の吸引力をうまく活かす必要があった。そこで、商工会議所内に、中心市街地活性化協議会という法に基づかない任意の協議の場が設置され、概ね月に一回程度の定例的な会議が開始された。協議会のメンバーは、駅周辺の商店街および百貨店を含む商業ビルの役員や代表者 8 者である。

これは、当時商工会議所の副会頭であった A 氏が、駅周辺の商店街や商業ビルなど全体のことを協議する場として、商工会議所内に設置したものである。大型商業施設の代表に副会頭として直接働きかけ、協議会への参加を得た。また、それまでの商工会議所の活動や商栄会の事業を通して形成されていたつながりから、各商店街の役員である B 氏や C 氏らに対して参加を呼び掛けた。

その後平成 12 年には、駅周辺の商店街や商業ビルなど全体の分布を示す大型看板の設置や、同じく合同チラシ 3、000 部の発行などが、補助金等を活用しながら行われた。平成 13 年には、商工会議所が国・県・市から補助金を受け、「商店街活性化先進事業」を実施し、IT やインターネット等を活用した商業振興事業を試行する取り組みを行った。平成 15 年にも商工会議所が中心となって、商店街活性化事業実施事業を、奈良県内の大学連合との協力体制の下で実施した。国・県・市から補助金を受けており、協議会のメンバーである各商店街の役員らは、商店街の個店との調整等の面で協力した。事業での主な取組内容は、休憩所や公開講座の開設等の空き店舗を活用した事業、パフォーマンスや祭り等のイベント関係事業、共同のホームページを試行的に開設運営するなどの IT を活用した事業、そのほか各種調査や、大学生の商店街関係者への取材等によるミニコミ誌の発行などである。奈良女子大学の学生によるミニコミ誌の発行のみ、平成 16 年度も引き続き実施された。

商店街の役員らは、協議会設立後の一連の事業への関与を通して、既存商店街対再開発事業により整備された商業ビルという図式を乗り越え、共に事業を進める側とし

ての認識を徐々に共有し、構成員としての地縁的なつながりを形成した。

事業後に個店に対して行われた事後評価のアンケートでは、商店街共同のホームページ開設事業については、個店が参加した理由では「商店会から要請があったから」が多く、今後の継続的な取り組み意向は「資金協力がないのなら継続」が多いなど、商店街や外部の支援に頼る傾向が現れている[3]。また、大学生との共同事業については、主催・共催側である商工会議所と大学、商店街役員の間では目的意識が共有されいたものの、一般の商業者や大型店との間では共有が十分できなかったと評価されている[4]。

これら一連の事業は、先進的な技術を用いた事業や、商店街外部との連携の事業ではあったものの、商店街の商店主らとは馴染みの薄い分野の取組みであったため、各個店からの理解が得られず、かつ事業主体である商工会議所への負担が大きく続かなかった。一連の商工会議所主体の事業は平成 15 年が最後となり、以降は協議会の事務局に徹し、商店街役員らの取組を支援することとなった。

３）商店街役員ら主導期(時代 C)

その後は協議会メンバーである商店街役員らが中心となって、商店街への来街者を増やすためのイベントを開始した。一つは平成 17 年から開催されている「笑いにいこま寄席」事業で、駅周辺で年に 1～2 回寄席を行い、その企画・調整・運営・打ち上げまでの一連の活動を商店街役員らが行うものである。もう一つは、同じく平成 17 年に開始された「商店街フェスタ」である。企画や調整を商店街役員らが行い、主なプログラムである商店街周辺でのウォークラリーについて、その景品や当日の人手の一部を商店街の商店主らから提供を受けるものである。

これら、商店街役員らが自主的に取り組む事業を通して、商店街活性化の担い手としての意識が共有され、志縁的なつながりが結ばれていった。

この間もサウスモールやぴっくり通り、グリーンヒルいこまでは、清掃活動や夏祭りの開催、年中行事イベントを継続して行っていた。こうしてこれらの通りでは、新しく出店する店舗を巻き込みながら、地縁的なつながりが継続されていた。

一方で、平成 10 年代後半には市内で大型小売店が相次ぎ出店し、商店街を取り巻く状況は厳しさを増した。

商店街フェスタを 3 年間実施したものの、来街者はイベント当日に一時的に増加するがその後の集客効果につながらないこと、個人経営が多い個店にとっては当日の協力が負担であること等の理由から、個店の間で不満が聞かれるようになった。個店にとっては、商店街フェスタは商店街の活性化に向けた有効な取組としては認識されず、イベントの継続が難しい状況になった。

４）商店街役員ら及び個店主導期（時代 D）

この問題点を解決する、商店街活性化のための新たな取組として、平成 20 年に 100 円商店街を開催した。平成 20 年以降、3 か月に一度開催し続けられており、平成 21 年 1 月に開催された第 2 回 100 円商店街では、76 の店舗やブースが参加・協力してい

る。

この取組については、平成 20 年 3 月に A 氏から協議会に提案があった。他の商業振興事業とは異なり、各個店がそれぞれの店舗の 100 円の出し物を企画し、準備調達、当日の運営も行う事業であるため、個店との事業の目標の共有や趣旨についての個店の理解は不可欠である。担い手としての意識を共有していた商店街役員らは、100 円商店街を開催すべく、個店への呼びかけを行うことにした。まずは平成 20 年 6 月に、協議会の企画により、活性化アドバイザー制度を活用し、新潟県新庄市で 100 円商店街の取り組みを主導している NPO 法人 AMP の代表を招き、個店に向けた商店街活性化講習会が開催された。講師による現地指導も 2 回行われた。さらに、100 円商店街への取組は、メディアにも取り上げられる機会があり、その度に役員を通じて報道の情報が個店へ伝えられ、個店の意識醸成が図られた。

それまで各商店街で行われてきた、定例的な行事や環境維持活動等により形成された地縁的つながりを基に、役員から個店への呼びかけを行い、これらを通して、事業の目標や意義などが少しずつ役員と個店との間で共有された。

当初講演会を開催した時は、参加者は役員ら以外は少数であったが、第 1 回目の開催までに 100 円商店街参加希望店は増えた。100 円商店街には、百貨店も参加している。回を重ねるうちに、地元自治会からも屋台の出店等による参加者が現れるなど、商店街だけの活動にとどまらず周辺への波及が見られる。

月に一度の定例の協議会において、100 円商店街についての状況の共有や、他市での開催の情報のやりとりが行われ、また企画・運営面でのやりとりが行われており、商店街役員らの担い手としての志縁的なつながりは継続している。また、100 円商店街開催の度に、役員と個店との間で手続き面などでのやりとりや情報のやりとりが行われ、志縁的なつながりが存続している。

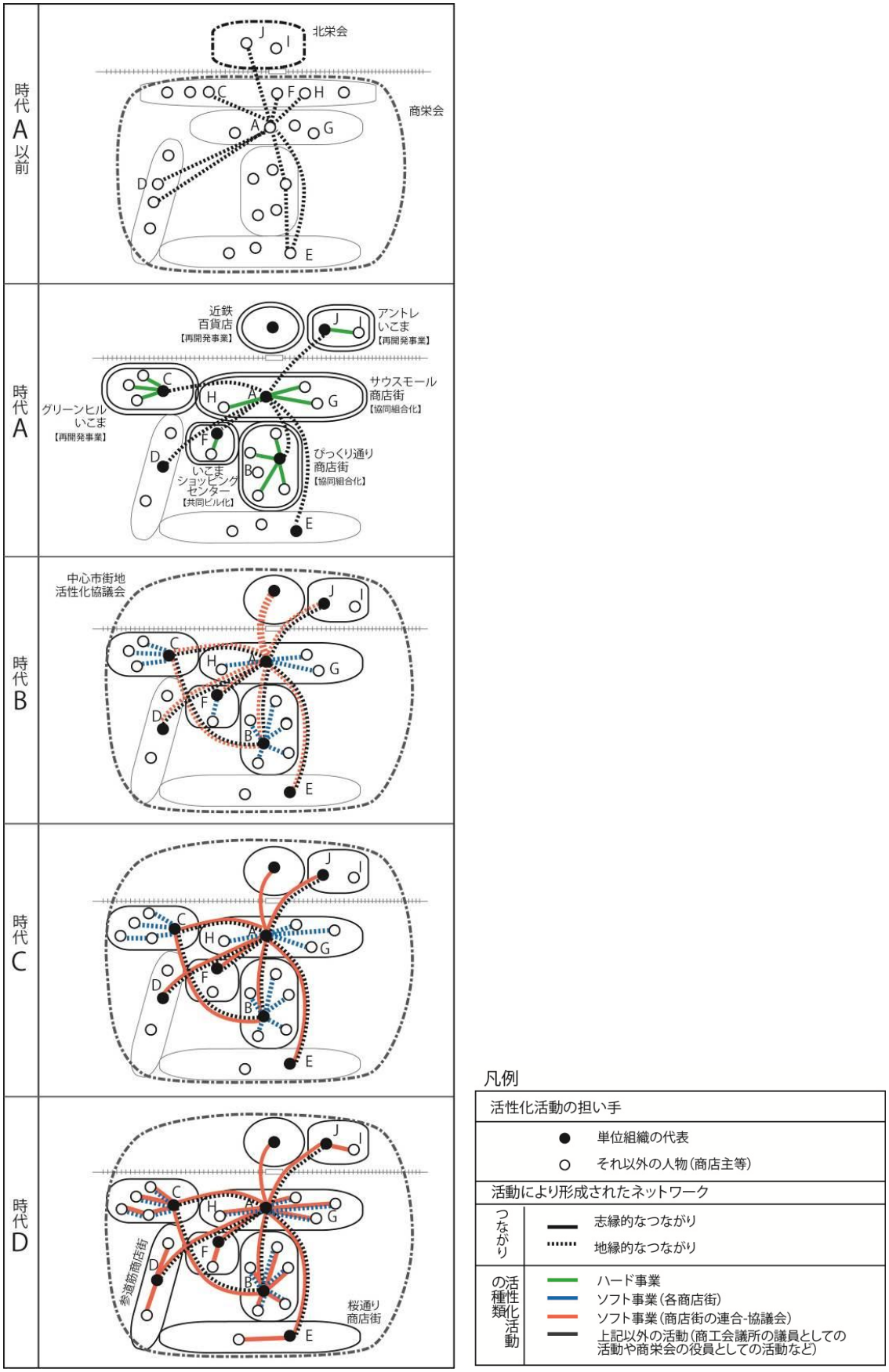


図 5-4 活性化活動により形成されたネットワークの変化

（３）考察

ハード整備に向けた取組においては、その利害関係の調整等を通して、地縁の関係を超えた志縁のネットワークが形成される。しかし、再開発事業ではそれまでの組織の構成員は変化し、さらに店舗の配置等が変更されてしまうため、それまでの地縁及び志縁のネットワークはいったん解消されるか弱まってしまう。またアーケード整備事業においても、整備において培われた志縁の関係は、整備が終われば継続せずに弱まっていく。そこで、ハード整備事業後に、アーケードの維持管理や花育て等の商業者間で分かりやすく共有しやすい目的のもと、ソフト面での取組を商店街の個店らが集まって定例的に続けることで、役員と個店、個店と個店の間に地縁的なネットワークを創りだし、維持することができる。この定例的な活動はまた、流入する新たな店舗との地縁的なネットワークをも形成する機会となる側面も持っている。役員と個店、個店と個店のこれらの地縁的なネットワークは、新たな商店街活性化活動についての目標等の共有を促し、個店を活動に巻き込むための基盤として重要であると考えられる。

各組織や団体がネットワークするプラットフォームである協議会での取組のうち、協議会メンバーである各商店街の役員が、自ら企画・運営等を担うような取組では、事務局任せにするのではなく自分たちの手で協力して役員どうし共に実践する中で、活性化の担い手としての意識を共有し、利害の対立を超え、志縁的なネットワークを形成していく。この単位組織を超えた担い手としてのネットワークは、新たな活性化活動に向けて始動するきっかけとなるものであることが示唆された。

5-5　５章のまとめ

既存主体連携型の事例として、奈良県生駒市の生駒駅前商店街を対象に、活性化活動の継承プロセスを把握し、その要因を主体間のパーソナルネットワークの観点から考察した。

一連の活性化活動は、活動の内容及び主体によって、4 つの時代に分けられた。時代 A はハード整備事業が中心の行政主導による運営で､それ以降はソフト事業に比重が移り、その運営の担い手が、時代 B は商工会議所主導、時代 C は商店街役員主導、時代 D は商店街役員及び多くの個店主導と継承されてきた。

ハード整備が行われた後に、活性化活動に結びついていくためには、分かりやすく共有しやすい目的のもと、ソフト面での取組を商店街の個店らが集まって定例的に続けることにより、基礎的な地縁ネットワークを維持形成することが重要であると考えられた。現在、アーケードの維持費の観点から撤去に踏み切る商店街も多くなっているが、生駒駅前商店街のようにアーケード整備や再開発事業により歩行空間の環境が改善されたのをきっかけとして、店舗間のネットワークを強化する活動を始めること

が次の活動を始める基盤となることが示唆された。また、駅北側の大型店舗と商店街が連携することにより、駅前商業組織としての一体感を生み出し、多くの協働的な取り組みが実践されていることも明らかになった。

商店街の主体らが、主体的に企画、実施する活性化の取組の実践を重ねていくことで、利害の対立や組織の壁を超えた志縁的なネットワークが形成され、新たな活性化活動に取り組む原動力となることが示唆された。

第５章　参考文献

1) 生駒市: 大和都市計画事業生駒駅前南口地区第 1 種市街地再開発事業の記録,1984.
2) 生駒市: ようこそ生駒へ―生駒駅前北口第一地区第一種市街地再開発事業誌―,1998.
3) 生駒商工会議所: 商店街活性化先進事業報告書, pp.62, 2002.
4) 近畿経済産業局: 中心市街地・商店街の活性化に向けた産学連携事業に関する調査研究事業報告書, pp.13, 2006.

第６章
活動主体拡大型における
活動主体の継承についての解釈
～東大阪市小阪商店街の事例～

6-1　はじめに

本章では、活動主体拡大型の事例として、大阪府東大阪市の小阪商店街を対象に、活動主体が継承される過程として、まちゼミの取り組みを通して新たに参加した主体間にパーソナルネットワークが形成されていく様子を分析する。

6-2では対象地の概要を述べ、6-3では調査の概要を述べる。

6-4では新たな取り組みによる、主体間のパーソナルネットワークの形成過程を分析しその要因を解釈する。

6-5をまとめとして締めくくる。

6-2　調査対象地の概要

（１）対象地の概要

東大阪市は大阪府にある人口約 50 万人の中核市である。市内には、鉄道 3 社局による計 5 本の路線が通っており、1967 年に布施市、河内市、枚岡市の 3 市が合併する以前から鉄道駅周辺に商業施設が集積し、アーケード等を整備した商店街や再開発事業によるまとまった規模の商業地が形成されていた。そのため、合併後も市としての中心市街地は明確に定められていない。現在は市の商業振興ビジョン [1)]の中で、13 の商業集積地が支援の対象とされており、調査対象地の小阪商店街もそのうちの一つである。

小阪商店街は、商店数 164、年間商品販売額 104 億円、売り場面積 12,363 ㎡の商業地 [1)]であり、近鉄奈良線河内小阪駅の、南側に 4 つの商店街（スカイドーム小阪、サザンモール小阪、サンロード小阪、さいわい通り商店街）、駅北側に 2 つの商店街（メルシィ街商店会、きらっと小阪商店会）、高架下に 1 つの商店街（レッド小阪テナント会）の立地する、計 7 つの単位商店街の総称である（図 6-1）。公設市場を中心として商業集積を形成し、駅前という立地を生かしながら発展してきた。各商店街はそれぞれ、アーケードや街灯の整備や再開発事業等のハード事業を行ってきたほか、現在は季節のかざりつけなどのソフト事業を中心に実施している。全体をとりまとめる組織として、単位商店街の役員から構成される決定機関である小阪商店会連合会という連合組織が存在し、商店街を超えて行う「夜市」などの恒例行事、スタンプ IC カード「こさちゃんチップ」の発行・運営のほか、近年では「JAZZ ストリート」や「フェイスブック研究会」など、商店街の活性化のための事業を立ち上げ取り仕切ってきた。

対象地では、2013 年 4 月に、第一回目のまちゼミを開催し、10 月に二回目を開催した。

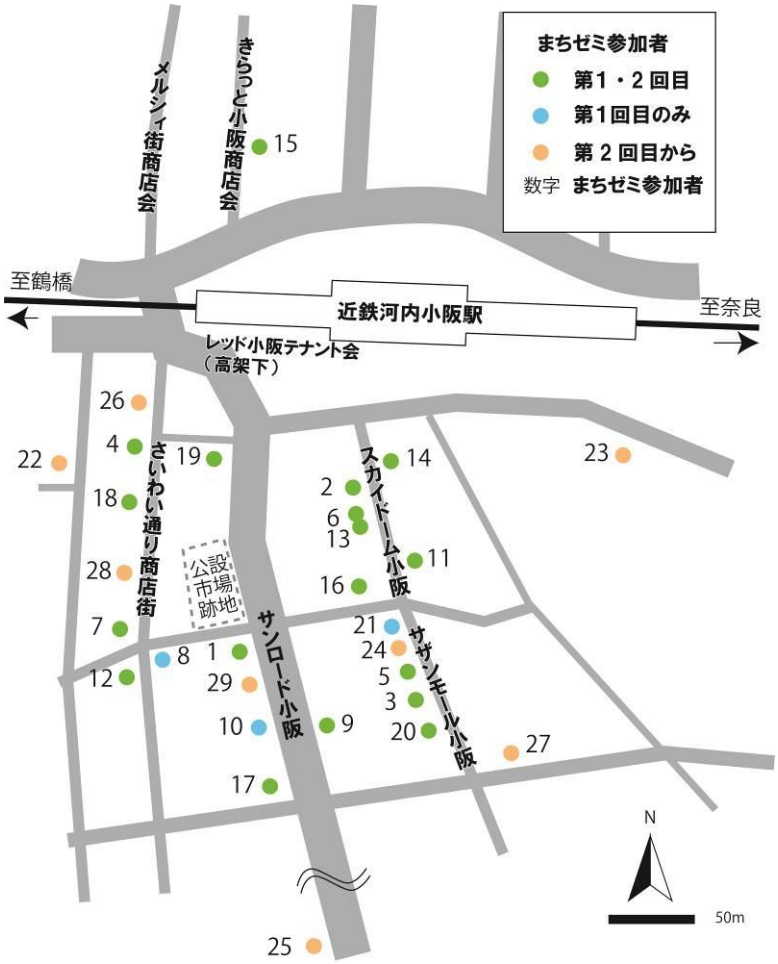


図 6-1　まちゼミ参加者の分布

(1) まちゼミに取り組む主体の番号は、表-2 に対応している
6 と 13 は、同一店舗において異なる 2 つの講座が実施されており、参加者は 2 名である

（２）まちゼミの取り組み

まちゼミとは商店主やスタッフが講師となり、専門的な知識や技術を無料で、予約された少人数の受講者に対して、ゼミナール形式で講義する取り組みである。1 時間程度の時間を商店主と客が共有する中で、店の得意分野や、商店主の人となりを受講者に知ってもらい、リピーターを増やしていくことを目的としている [1)2)]。まちゼミの開催に向けた取り組みを、表 6-1 に示す。2012 年度に東大阪市から助成を受け、商店街の今後の取り組みの方向性について検討するワークショップを 2012 年秋から冬にかけて 3 回、コーディネーターの支援のもと実施した。コーディネーターから商店街活性化の取り組みについての事例紹介があり、それを参考に会員店舗が集まり話し合う中で、まちゼミに取り組みたいとの意見が出たことを受け、2013 年の 1 月に連合会の非定例的な打合せの場で、連合会の若手役員 3 人が中心となってまちゼミを開催することが決定した。事業は連合会としてではなく、実行グループを新たに立ち上げて取り組むことになり、3 人の中で会長などの三役の役割を決めて体制を整えながら、各商店

街に案内を回して参加者を募集し、また個別に声をかけ勧誘を行った。

2 月以降は、4 月の第 1 回目開催に向けて本格的に準備が開始された。参加者を対象とした説明会や、まちゼミに関する外部の講師を招いての勉強会などを含む会合を計 4 回開催し、まちゼミのタイトルや実施方法を検討・確認し、また折込チラシの準備を行った。第 1 回目は、4 月から 5 月にかけての 1 ヶ月間開催し、期間中は参加者がそれぞれ設定した日時に、無料の講座を開催した。その後 6 月に参加者が再度集まり、結果の報告や反省点の共有などを行った。

第 2 回目に向けた準備は 7 月から始まり、実行グループの会長など役員が中心となって、商店街近くに立地するまだ参加していない店舗や新しくできた店舗を勧誘し、新たな参加者を募った。新しく参加する者のため実施方法を再度確認するため、あるいはチラシ原稿を作成するため、計 4 回会合を開催した。さらに第 2 回目では、まちゼミ開催 1 週間前に参加者のうち有志が集まって、駅前で通勤者に対しチラシを手配り配布した。計 2 回実施した。10 月に第 2 回目のまちゼミを 1 ヶ月間実施し、その 1 ヶ月後にあたる 12 月に結果報告会を行った。

表 6-1 小阪商店街でのまちゼミに関する取り組み

時期		まちゼミに関する活動
段階A	2013年1月	連合会役員の打ち合わせで、まちゼミの実施が決定 実行グループとしてまちゼミの会が設立され、会長、副会長、書記が決まった 参加店募集の案内や、個別に勧誘
段階B	2月～3月	参加者による会合を計4回開催し、その中で外部講師を招いての勉強や、チラシ作成などの準備
	4月	第一回「小阪くらしの学校　得する街のゼミナール」開催（4月15日～5月15日）、参加者21人（20店舗）、30講座
	6月	結果報告会、打ち上げ
段階C	7月	第二回目に向けた準備を開始 まちゼミに参加していない店や、商店街組織への非加盟店舗を勧誘 会合を4回開催、チラシ作成などの準備
	10月	商店街周辺で、参加者有志が通勤者に対しチラシを手渡し配布し、まちゼミの広告
	10月	第二回「小阪くらしの学校　得する街のゼミナール」開催（10月11日～11月8日）、参加者26人（25店舗）26講座（うち、新規参加8人）
	12月	結果報告会、打ち上げ
	2014年1月～	月1回定例的に、参加者が集まって話し合いの場を持つことが決定

6-3　調査の概要

（1）調査の方法

小阪商店街で行われた商店街活性化のためのワークショップやその後のまちゼミの取り組みに 2012 年 7 月から 2013 年 3 月まで外部コーディネーターとして関与し、打ち合わせや会合、作業の場に立会いながら、現場の様子や商店街内のパーソナルネットワークの変化を観察し、2013 年 3 月以降も会合の場に立会い継続して観察を行いながら、ヒアリング調査を実施した。調査対象は、まちゼミ第 1 回および第 2 回の参加

者である。

調査項目は、①まちゼミに関わる会合や活動への参加により顔を合わせた回数、②参加前後の商店街活動への参加状況の変化、③まちゼミに参加した理由やきっかけ、勧誘された人などのまちゼミに参加するに至った背景、④参加前後の参加者間のつながりの変化、⑤まちゼミ前後の参加者を取り巻く状況の変化などの効果の実感、の 5 点とした。

①は筆者の観察により把握した。②から⑤は基本的に第 1 回目参加者へのヒアリングにより把握し、④については観察により情報を補足した。②は、商店街活動に詳しい参加者番号 1～6 に確認し、その中でまちゼミ前後で活動への参加状況が変化したという情報のあった第 2 回目からの参加者に対して、改めてヒアリングで確認した。ヒアリングは 2013 年 6 月から 2014 年 4 月までの間に、第 1 回目参加者のうち協力が得られた 18 人と、前述の第 2 回目からの参加者 2 人の、計 20 人（表 6-2）に対し、延べ 21 回実施した。

これらをもとに、参加者個人間のネットワークや当時の個店の状況などの情報を基に、参加者のネットワークを図表化した（図 6-2）。

（２）調査対象の分類

これまで商店街の取り組みに関与してきたもののうち、中心的な役割を果たしてきた者を「中心群」、商店街の取り組みに協力・関与してきた者を「周辺群」とし、商店街の取り組みに関与してこなかった者のうち、2 代以上続く店舗の後継者または出店後 10 年以上経過する者を「無関与群」、出店してから 1 代目の者を「新規群」とした。分類すると、中心群 6、周辺群 4、無関与群 6、新規群 13 となった（表 6-2）。なお、周辺群のうち 3 人は、第 2 回目の参加はなく、新規群のうち 8 人は第 2 回目からの参加であった。中心群のうち、参加者番号 4 から 6 は連合会の三役として中心的に活動に取り組んできた商店街の担い手であるのに対し、1 から 3 は連合会の会議に「出席」しながら単位商店街レベルの事業に主体的に関わる 30 代から 40 代の若手の担い手である。

表 6-2 を見ると、参加者 29 のうち所属商店街は、スカドーム小阪 6、サザンモール小阪 5、サンロード小阪 6、さいわい通り商店街 6、きらっと小阪商店会 1 であり、商店街に所属していない者は 5 でいずれも第 2 回から参加した者である。参加者の多くは会合に 1 回以上参加しており、会合に一度も参加していない者は第 1,2 回を合わせて 6 人いる。これらの参加者のうち、まちゼミ参加後の他の商店街活動への参加状況を把握したところ、新たに他の活動に参加し始めた者は 5、まちゼミ前から継続して参加している者は 10、他の活動には参加していない者は 14 と、新たに参加し始めた者が存在していることが把握できた。なおここでは、歳末大売出しなど商店街加盟店のほぼすべてが参加する催し以外の、自主的な参加を判断できる催しを対象としている。

表 6-2 まちゼミ参加者一覧 まちゼミ参加状況

参加者番号	所属する単位商店街(1)	ヒアリング調査の実施者	活動との関わりによる分類	会合等への参加回数(2)		まちゼミ後の商店街活動への参加(3)
				第1回目まちゼミ	第2回目まちゼミ	
1	サンロード	○	中心群(若手)	5	6	○
2	スカイドーム	○	中心群(若手)	5	5	○
3	サザンモール	○	中心群(若手)	5	5	○
4	さいわい通り	○	中心群	5	4	○
5	サザンモール	○	中心群	5	4	○
6	スカイドーム	○	中心群	5	3	○
7	さいわい通り	○	関与群	5	3	○
8	サンロード	○	関与群	0	—	○
9	サンロード	○	関与群	3	—	○
10	サンロード	○	関与群	5	—	○
11	スカイドーム	○	無関与群	5	3	△
12	サンロード	○	無関与群	5	5	△
13	スカイドーム	○	無関与群	3	5	△
14	スカイドーム	○	無関与群	5	3	◎
15	きらっと小阪		無関与群	5	5	△
16	スカイドーム		無関与群	3	3	△
17	サンロード	○	新規群	4	2	◎
18	さいわい通り	○	新規群	4	3	△
19	さいわい通り	○	新規群	5	1	◎
20	サザンモール	○	新規群	5	6	△
21	サザンモール		新規群	0	0	△
22	非加盟	○	新規群	—	6	◎
23	非加盟	○	新規群	—	2	◎
24	サザンモール		新規群	—	3	△
25	非加盟		新規群	—	3	△
26	さいわい通り		新規群	—	0	△
27	非加盟		新規群	—	0	△
28	さいわい通り		新規群	—	0	△
29	非加盟		新規群	—	0	△

(1)所属商店街:単位商店街名は、スペースの関係で一部を省略している。
(2)会合等への参加回数:「—」はまちゼミに参加していない状態。「0」は参加しているが会合等に出席していないことを表す。
(3)まちゼミ後の商店街活動への参加:「○」以前から参加、「◎」新しく参加、「△」参加なし。

（３）時期の区分の定義

ネットワークを把握する期間を、まちゼミの準備や実施の時期に合わせて、3 つの段階に区分する（表 6-1)。段階 A は第 1 回まちゼミの開催が決定してから本格的な取り組みが始まるまでの事前準備期間、段階 B は、準備や会合を経て第 1 回まちゼミが開催され反省会が終わるまで、段階 C は同じく第 2 回まちゼミの準備・開催・終了までとする。

（４）ネットワークの定義等

まちゼミの取り組みにおける参加者間のネットワークは、顔を合わせてやりとりを交わす中で個人間に形成され、その強さはその回数が増えるにつれ強くなると仮定し、段階 A～C のそれぞれごとに会合やチラシ配りのため互いに顔を合わせた回数によって、ネットワークの強さを図 6-2 の凡例のように 4 段階で表現する。なお、対象地で

はフェイスブックといったソーシャルネットワークサービス等を用いたやりとりも行われているが、すべてを把握することが難しいため、図の作成に当たっては数には含めず定性的に把握し解釈の参考とするにとどめる。

6-4　まちゼミによる参加者間のパーソナルネットワークの変化の解釈

(1) では、まちゼミによるネットワークの形成過程を数値と図から明らかにし、(2) ではヒアリングによって把握した参加者の参加の背景や状況の変化等を参考に、ネットワークが広まっていった背景を解釈する。各段階の期間中に変化したネットワークの数をグループ別に集計したものを表 6-3,6,9 に、パスの強さの変化を集計したものを表 6-4,7,10 に示す。各段階の期間の終わりのネットワークの状況を表 6-5,8,11 に、その構造を図 6-2 に示す。

（1）まちゼミによるネットワークの形成

1）段階 A:まちゼミの事前準備期間

パスの強さの変化に着目すると、1 から 2 への変化が 8.9%と最も多く、1 から 4、1 から 3 への変化が 0.7%と続いて多くなった（表 6-4)。ノードに着目すると、変化したのは中心群との関係のみで、中心群-中心群間が 35.7%と最も多く、続いて中心群-新規群間が 26.2%、中心群-無関与群間が 23.8%となった（表 6-3)。つまり、まずは中心群と中心群、中心群と周辺群、中心群と無関与群、中心群と新規群の間で、それぞれネットワークが形成されている。

段階 A では、まちゼミの開催が連合会の役員会の打ち合わせの場で決定され、若手の中心群 3 人が中心となって取り組んでいくことになり、まちゼミの開催時期などが話し合われ、事前準備が進められた。何度も打ち合わせが重ねられ、若手の中心群の間につながりができた。並行して、案内文書が作成され、商店街ごとに、回覧や手渡しによりまちゼミの案内が行われた。その案内に対して手が上がった者に対しては、役員から個別に説明があった。これらを通して、中心群の内部でのつながりと、中心群とそのほかのグループの間でのつながりが形成されていった。

2）段階 B:第 1 回まちゼミの準備・実施・結果報告会

パスの強さの変化に着目すると、1 から 2 への変化が 20.2%と最も多く、続いて 1 から 3 の変化が 15.5%と多くなった。さらに、2 から 3 の変化も 5.4%見られた(表 6-7)。ノードに着目すると、いずれの群についても関係性に変化があり、中心群-無関与群間の 19.8%、中心群-新規群間の 18.0%に続き、無関与群-新規群間が 14.4%、さらに周辺群-無関与群間なども一定の変化が見られた（表 6-6)。周辺群、新規群の一部にネットワークの弱い者が見られるものの、中心群以外のグループ間でもネットワークは広がっていった（図 6-2)。

時期

ネットワークの状況と変化

段階 A まちゼミの事前準備期間

段階 A でのネットワークの変化

表 6-3　グループ間

ノード		実数	割合
中心群	中心群	15	35.7%
	関与群	6	14.3%
	無関与群	10	23.8%
	新規群	11	26.2%
関与群	関与群	0	0.0%
	無関与群	0	0.0%
	新規群	0	0.0%
無関与群	無関与群	0	0.0%
	新規群	0	0.0%
新規群	新規群	0	0.0%

表 6-4　パスの強さ

変化前	変化後	実数	割合
1	1	364	89.7%
1	2	36	8.9%
1	3	3	0.7%
1	4	3	0.7%
2	2	0	0.0%
2	3	0	0.0%
2	4	0	0.0%
3	3	0	0.0%
3	4	0	0.0%
4	4	0	0.0%

段階 A の終わり

表 6-5　段階 A の終わりでのネットワークの状況

ノード		パスの強さ 4	3	2	1	合計
中心群	中心群	3	3	9	0	15
		20.0%	20.0%	60.0%	0.0%	100%
	関与群	0	0	6	18	24
		0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	100%
	無関与群	0	0	10	26	36
		0.0%	0.0%	27.8%	72.2%	100%
	新規群	0	0	11	67	78
		0.0%	0.0%	14.1%	85.9%	100%
関与群	関与群	0	0	0	6	6
		0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100%
	無関与群	0	0	0	24	24
		0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100%
	新規群	0	0	0	52	52
		0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100%
無関与群	無関与群	0	0	0	15	15
		0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100%
	新規群	0	0	0	78	78
		0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100%
新規群	新規群	0	0	0	78	78
		0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100%

段階 B 第 1 回まちゼミの準備・実施・結果報告会

段階 B でのネットワークの変化

表 6-6　グループ間

ノード		実数	割合
中心群	中心群	9	5.4%
	関与群	17	10.2%
	無関与群	33	19.8%
	新規群	30	18.0%
関与群	関与群	3	1.8%
	無関与群	18	10.8%
	新規群	12	7.2%
無関与群	無関与群	15	9.0%
	新規群	24	14.4%
新規群	新規群	6	3.6%

表 6-7 パスの強さ

変化前	変化後	実数	割合
1	1	219	53.9%
1	2	82	20.2%
1	3	63	15.5%
1	4	0	0.0%
2	2	14	3.4%
2	3	22	5.4%
2	4	0	0.0%
3	3	3	0.7%
3	4	0	0.0%
4	4	3	0.7%

段階 B の終わり

表 6-8　段階 B の終わりでのネットワークの状況

ノード		パスの強さ 4	3	2	1	合計
中心群	中心群	3	12	0	0	15
		20.0%	80.0%	0.0%	0.0%	100%
	関与群	0	12	8	4	24
		0.0%	50.0%	33.3%	16.7%	100%
	無関与群	0	24	12	0	36
		0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	100%
	新規群	0	12	26	40	78
		0.0%	15.4%	33.3%	51.3%	100%
関与群	関与群	0	1	2	3	6
		0.0%	16.7%	33.3%	50.0%	100%
	無関与群	0	8	10	6	24
		0.0%	33.3%	41.7%	25.0%	100%
	新規群	0	4	8	40	52
		0.0%	7.7%	15.4%	76.9%	100%
無関与群	無関与群	0	6	9	0	15
		0.0%	40.0%	60.0%	0.0%	100%
	新規群	0	8	16	54	78
		0.0%	10.3%	20.5%	69.2%	100%
新規群	新規群	0	1	5	72	78
		0.0%	1.3%	6.4%	92.3%	100%

段階 C 第 2 回まちゼミの準備・実施・結果報告会

段階 C でのネットワークの変化

表 6-9 グループ間

ノード		実数	割合
中心群	中心群	0	0.0%
	関与群	0	0.0%
	無関与群	1	1.5%
	新規群	18	27.7%
関与群	関与群	0	0.0%
	無関与群	0	0.0%
	新規群	4	6.2%
無関与群	無関与群	0	0.0%
	新規群	23	35.4%
新規群	新規群	19	29.2%

表 6-10　パスの強さ

変化前	変化後	実数	割合
1	1	157	38.7%
1	2	56	13.8%
1	3	6	1.5%
1	4	0	0.0%
2	2	93	22.9%
2	3	3	0.7%
2	4	0	0.0%
3	3	88	21.7%
3	4	0	0.0%
4	4	3	0.7%

段階 C の終わり

表 6-11　段階 C の終わりでのネットワークの状況

ノード		パスの強さ 4	3	2	1	合計
中心群	中心群	3	12	0	0	15
		20.0%	80.0%	0.0%	0.0%	100%
	関与群	0	12	8	4	24
		0.0%	50.0%	33.3%	16.7%	100%
	無関与群	0	25	11	0	36
		0.0%	69.4%	30.6%	0.0%	100%
	新規群	0	15	40	23	78
		0.0%	19.2%	51.3%	29.5%	100%
関与群	関与群	0	1	2	3	6
		0.0%	16.7%	33.3%	50.0%	100%
	無関与群	0	8	10	6	24
		0.0%	33.3%	41.7%	25.0%	100%
	新規群	0	4	12	36	52
		0.0%	7.7%	23.1%	69.2%	100%
無関与群	無関与群	0	6	9	0	15
		0.0%	40.0%	60.0%	0.0%	100%
	新規群	0	12	34	32	78
		0.0%	15.4%	43.6%	41.0%	100%
新規群	新規群	0	2	23	53	78
		0.0%	2.6%	29.5%	67.9%	100%

図 6-2 の凡例

パスの線種		パスの色	ノードの種類	
パスの強さ	関係性（顔を合わせた回数）		ノード	グループ名
弱 1	接する機会なし（0 回）	赤　前の段階からパスの強さに変化のあったもの	◉	中心群
2	会合や結果報告会等に参加し顔をあわせている関係（1~4 回）	黒　前の段階からパスの強さに変化のなかったもの	○	関与群
3	会合や結果報告会に加え、チラシ配り等の活動に参加し、より顔を合わせている関係（5 ～ 8 回）	グレー塗は単位商店街で、塗から外れたノードは非会員を表す	△	無関与群
4 強	上記に加え、まちゼミ運営のための打ち合わせなどで顔を合わせている関係（9 回以上）	ノードの配置は店舗の概ねの位置関係に合ったもので、パスの重複を防ぐために少し調節した	■ ■	新規群（第 1 回から参加）（第 2 回から参加）

図 6-2　参加者間のネットワークの構造

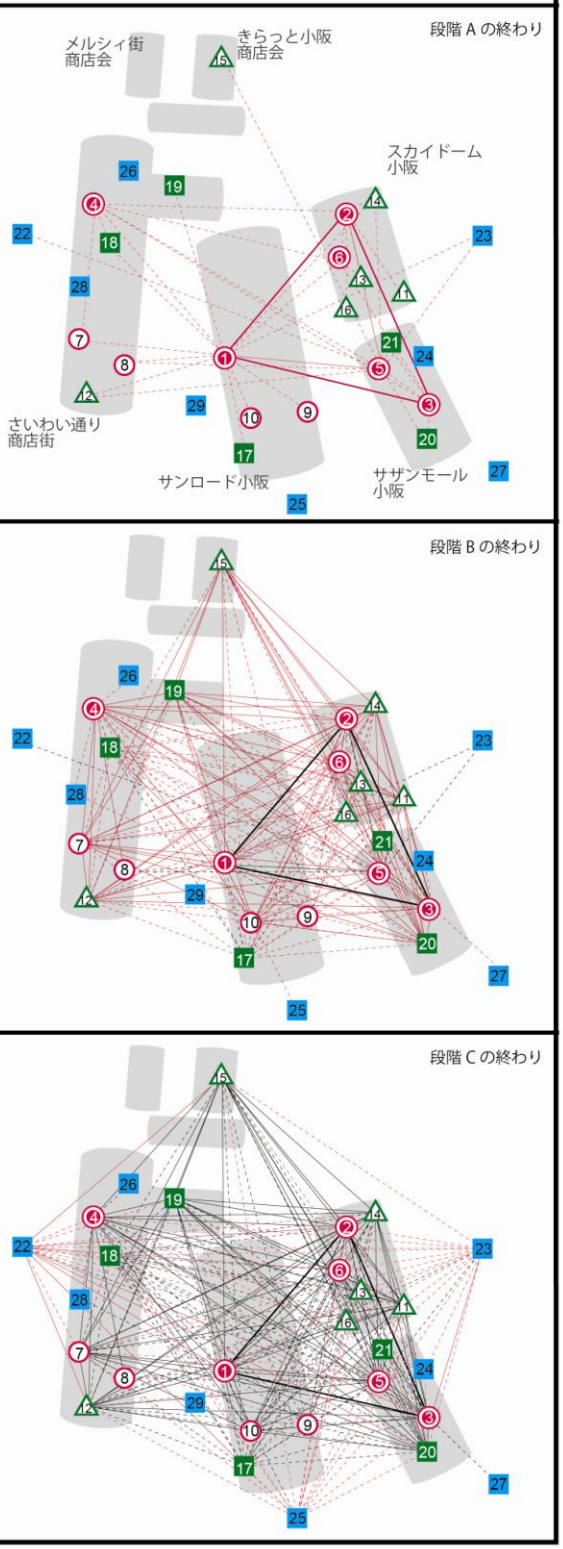


図 6-2　参加者間のネットワークの構造

表 6-3～6-11　ネットワークの変化と状況

段階 B では、若手中心群からの案内や勧誘によって参加することにした 21 人（役員含む）は、4 回の会合に集まった。若手中心群による進行のもと、まちゼミの目的と趣旨を中心に説明があり、実施期間やチラシ作成の段取りについてはその場への出席者へ投げかけることにより、話し合いによって決められていった。参加者が互に自己紹介を行い、また自らが実施するゼミの構想、タイトルなどを発表し合い、互いのことを知ることで、参加者間につながりができていった。

３）段階 C:第 2 回まちゼミの準備・実施・結果報告会

パスの強さの変化に着目すると、1 から 2 への変化が最も多く 13.8%で、続いて 2 から 3 への変化が 0.7%と多くなった（表 6-10)。ノードに着目すると、無関与群-新規群間の変化が 35.4%と多く、中心群-新規群間の変化が 27.7%、新規群-新規群間が 29.2%と続くなど、新たに参加した新規群とのネットワークが形成されている（表 6-9)。同時に、新たに参加した新規群の中にはネットワークが形成されない者も存在している（図 6-2,表 6-11)。段階 C では、新たに 8 人が加わり、第 2 回目のまちゼミ実施のための準備や話し合いが第 1 回目と同様に行われた。会合の中で、より積極的に取組の広報を行うアイデアが話し合われ、第 2 回目では駅前での有志によるチラシ配りをすることになり、2 回にわたって実行された。それぞれ参加した者は 9 人と 6 人である。予約ゼロの講座が発生しないように、予約状況が芳しくない講座を、他の参加者が顧客に対して優先的に紹介する取り組みが行われた。共同でフェイスブックを立ち上げ、全員で記事を作成し投稿した。

会合での話し合いに加え、新たに始めた取り組みもあり、第 2 回目からの新たな参加者とその他の参加者の間でネットワークが形成された。一方で、参加者が広がるにつれ会合に参加しない者も増え始めた。

（２）参加者間のネットワーク形成の要因の解釈

１）段階 A

若手の中心群 3 人はまちゼミに取り組むまで、それぞれの単位商店街で役員として活動に参加協力していたものの、連合会の会合で顔を合わせるだけの関係であった。若手の中心群は、それぞれ役員として活動する中で商店街を引っ張っていく役割をいつか果たすことを意識しつつ、一方で商店街の活動をより効果的にするための意見があっても言い出せない商店街組織内部の閉鎖的な雰囲気や、役員に特別な負担のかかるこれまでの活動の方法に限界を感じていた。ワークショップで出たまちゼミに取り組みたいという意見を受け、連合会の役員のみの打ち合わせの場で、まちゼミへの取り組みに若手の中心群の 3 人が名乗りを上げ、まちゼミの取り組みをスタートすることになった。ここで、それまでつながりのあまりなかった 3 人を引き合わせ、なおかつ商店街組織の枠を緩やかに捉え直し会員店舗以外も参加できることとする解釈を示すなど、様々な相談に乗りながら活動のスタートを後押ししたのは、連合会のそれま

での中心的な担い手であった役員であった。

若手の中心群 3 人で何度も話し合いを重ね、開催時期やチラシの段取りを一から組み立てていった。これまでの取り組みのように既に決められたことをこなすのではなく、話し合いながら一から積み上げていく体験は、中心群間の関係を強くした。

単位商店街の各店舗、さらには商店街の枠を超えて知り合いの商業者に対しそれまでの活動への参加実績に関わらずまちゼミへの参加を勧めた（図 6-2,上段）。また第 2 回目からは商店街組織の会員以外にも広く声をかけたため、これまで参加したことのない無関与群や、会員・非会員の新規群も参加することになった。それは若手の中心群が、これまでの商店街内部の関係にこだわらず、自分たちの問題意識のもと幅広くまちゼミを案内し声をかけたことにより実現した。

まちゼミに誘われた各店舗のうち、周辺群はこれまで商店街活動に協力してきたものの、自分の店へのその恩恵を感じることは少なかった。若手の中心群が立ち上げたまちゼミの取り組みには、商店街活動の大きな流れの変化を感じ、参加を決めた。無関与群の中には、これまで先代が商店街活動への参加を担ってきており自らは関係がなかったところに、様々な個別の事情により店舗内の世代交代の時期を迎えており、商店街活動に対しても世代を交代して若い担い手が参加することとなった。新規群の中には、閉鎖的な商店街組織のあり方に馴染めず、また商店街の人通りの減少や前向きに協力していけそうな店舗が通りに見当たらないことに危機感を募らせており、新規群も分け隔てなく勧誘のあったまちゼミに参加することにした。

２）段階 B

会合は参加者が集まりやすい立地の、若手の中心群の店舗で定期的に開催された。若手中心群から、実施の日時や折込チラシの実施日などについて参加者全体に相談があり、参加者はそれぞれ自由に意見を言い合った。中心群や周辺群からの発言が比較的多かったが、無関与群や新規群からも積極的な発言もあり、その場に居合わせた誰もが了解することにより物事が決定され進められていったので、一方的に説明を受ける進め方とは異なり、参加者全体が主体的に参加する形となった。

居合わせた参加者間の他愛ない話の中で、業種を超えて互いの店舗運営についての考え方を知る機会があり、参加者どうしの刺激となり、ネットワークが親密になっていった。

また同じく、これまで商店街の活動を実質的に担ってきた中心群や周辺群の発言から、これまでの商店街活動や役員が行ってきた努力について、断片的に明らかになっていった。無関与群の中には、一部の担い手に商店街活動を任せきりにするのではなく、自らもできるところから少しずつ手伝うことに決め、単位商店街の活動の一部を手伝い始めた参加者もあった。

このような会合における話し合いの中で、参加者の発言をきっかけに、他の多くの参加者から意見が出ることで、まちゼミのめざすところについても議論が深まる場面があり、これが繰り返されることにより、小阪商店街一帯の店舗としてめざすべきまちゼミの目標

が、少しずつ共有されていった。

３）段階 C

定期的に会合を重ねる中で、第 2 回目開催の直前における駅前でのチラシ配りが提案された。有志で協力して実施することに決め、自主的に集まり実行した。このような主体的な取り組みなどによって、互いに意欲的な参加者を認識し合っていった。

意欲的な参加者の発見は、それまで商店街内の他の店のことを知る機会のなかった新規群にとっては特に意外な発見であり、他の店舗と協力して新たな取り組みに挑戦できるという希望を与え、一部の新規群のうち商店街に多数存在する空き店舗を問題視している者はそれを解消するための取り組みについて若手中心群に相談し、また同じく別の新規群の一人は、それまで温めてきた他の店と連携との連携による販促のアイデアを若手中心群に打ち明けた。

新規群や無関与群の中には、まちゼミに参加したことによりできたネットワークにより、商店街の別の活動への誘いがあり、そちらにも自主的に参加し始めた者があった（表 6-2）。

6-5　６章のまとめ

活動主体拡大型の事例である小阪商店街において、まちゼミの取り組みを通して参加者間のネットワークが広がるプロセスを、参加者へのヒアリングおよび観察によって明らかにした。

まちゼミは参加者が顔を合わせる中で、目標や情報を共有しながら取り組みの継続に必要となる参加者間の結束を強めるとともに、それまで商店街の活動に参加していなかった無関与群や新規群に広く参加のきっかけを与えるものである。さらに形成された意欲的な参加者間のネットワークは、無関与群や新規群に対して他の活動への関与を促す。このことから、まちゼミはこれまで参加していなかった者を巻き込みながら、若手の中心群が次なる商店街の担い手として、活動に取り組んでいくための土台となるネットワークを新たに形成する機会ともなることが明らかになった。

そのためには、より多くの参加者を募る必要があり、取り組みの中核となる中心群は、普段の活動や回覧などの営みにおいて、より多くの店とネットワークを有しておくことが重要である。またこれまで商店街活動に参加してこなかった者は、商店街組織の閉鎖的な体質を快く思っていない場合があるため、広い参加を得るにはより開放的で自由な発言の場とすることが重要である。以上より、まちゼミに取り組むための場については①参加者が顔を合わせる継続的な場を持つこと、②参加者の主体的な参加をうながす自由な発言な場とすること、③重要なことはその場で協議し合意の上決定することの 3 点が重要であると考えられた。

また、回数を重ねまちゼミへの参加者が広まるにつれ、会合に出席しない者が増え

る恐れがある。ネットワークが形成されにくくなり、顔を合わせる中で共有される取り組みの目標も共有されにくくなり、取り組みが継続されにくくなる可能性が高い。そのため、中心群から新たな参加店に対し取り組みの趣旨を十分説明し、会合への参加を促すなどの工夫が、取り組みの継続において重要になってくると考えられる。

６章　参考文献

1) 商業界：まちゼミ徹底研究, p.82-103, 商業界, 2013.

2) 長坂泰之：100 円商店街・バル・まちゼミ, pp.148-188, 学芸出版, 2012.

3) 東大阪市：東大阪市商業振興ビジョン, pp.30, 別冊, pp.15-21, 2010.

第７章
パーソナルネットワークに注目した活動主体の継承プロセスについて

7-1　はじめに

本章では、リーダーシップ理論にもとづき、活動に必要な主要な機能を特定し、それが主体個人間で分担され継承されていくプロセスを示す。次に類型ごとに、活動主体の継承プロセスおよび、そのプロセスを推進する要素としてパーソナルネットワークの働きを明らかにし、必要な支援について考察する。

7-2 では商店街の活性化活動を取り巻く状況を整理した上で、リーダーシップ理論を参照し、活性化の活動のリーダーが担う機能を整理し、一般的な継承プロセスとパーソナルネットワークの働きについて述べる。

7-3 から 7-5 では、3 つの類型それぞれにおける機能の継承プロセスと、パーソナルネットワークの働き、必要な支援について考察する。

7-6 はまとめとして締めくくる。

7-2　活性化活動のリーダーが担う機能について

（1）活動主体の中心的リーダーが担う役割について

商店街で取り組まれる活動に関する状況は、内面的にも環境的にも変化してきている。というのは活動の内容については、これまでは商店街組織として会員店舗から会費を徴収し、定期的に販促事業を実施するのが商店街の一般的な活動であったが、第 3 章で近年取り組まれている活性化活動の事例を整理した通り、もはや成功が約束されているような典型的な事業は存在せず、各商店街が創意工夫を凝らした事業を行うことが求められている。また商店街組織については、会員店舗での後継者不足や商店主の高齢化による実質的な人手不足に陥っており、事業の遂行が困難になっている場合が多い[1)]。その一方で、商店街を取り巻く制度や規制など社会的な背景の変化や、周辺地域の住民の状況や買い物スタイルの変化など、活性化活動が対応するべき状況は絶えず変化している。

このような状況の中で、商店街組織やそれを母体とする新規組織などの構成員を活動主体となるよう動機付けながら、変化する状況に合わせて活性化活動を柔軟で迅速に対応させていくことが求められる。

組織とその活動を、変化する状況に合わせて誘導や変革を行いながら運営する方法に関する理論としては、リーダーシップ理論がある。この理論を参照し、活動主体として活動を中心的に担う個人、すなわち活性化活動のリーダーに着目する。

（２）リーダーシップ理論について

組織を取り巻く社会の変化や技術改革のスピードが速くなる状況の中で、長期的に健全な組織活動を運営していくために必要なリーダーシップについて、ジョン・P・コッターによる理論[2)]を参照する。

これまでのような安定的な組織運営では、公式的な組織の体制や仕組みの中で、実施計画の策定や予算の確保など、実務的な対応をしていればよかった。しかしながら組織運営上の問題が発生しそれを解決しなければならないような場合には、組織が進むべきビジョンを示す戦略の部分から見直さなければならず、また多くの困難を乗り越え実現していくためには、非公式で個人的なつながりを通しての情報共有や調整、またさらには動機づけなども行っていかなければならない。安定的な組織運営に必要な役割をマネージメント、問題解決に必要な役割をリーダーシップと区別している。IT技術の進化や、社会のグローバル化により、組織は短い期間の中で問題への対処や改革を行う必要に迫られるようになってきていることを踏まえ、今日ではますますリーダーシップの重要性が高まっていると強調している。

問題解決に至るまでの主要な段階として挙げられているのは、①構成員が危機意識を持つ、②ふさわしい戦略を定める、③戦略を組織全体に周知する、④構成員が戦略の遂行に向けて行動するように動機付ける、⑤懐疑的な社員を納得させる、⑥活動に勢いをつけ次の課題に取り組む下地をつくる、⑦新しい行動様式を組織の文化として根付かせる、という流れであり、これらは縦や横、あるいはフォーマルやインフォーマルの複雑なネットワークを操りながら達成されるとしている。また、段階を経るスピードを速めようとすれば、巻き込む主体範囲は狭まることを指摘している。

これらのプロセスの中でリーダーが担う役割をまとめると、①ビジョンと戦略を策定すること、②戦略にふさわしい人員を結集するとともに障害を克服しビジョンを実現するために社員にエンパワーメントすること、さらに③必要な計画と予算の策定、組織編成、人員配置、統制などの運営、であるとしている。①と②はリーダーシップに関わる役割、③はマネージメントに関わる役割であるが、ここではこれらを区別せず、組織を率いる者すなわちリーダーの役割として整理した。

ただしこれらはあくまで、問題解決に対処するタスクを割り当てられた者が、その他の者を巻き込みながら取り組んでいくという、企業組織を前提とした視点から研究されており、そもそも誰がどのような経緯から戦略を定め他者を動機付ける役割を担うに至るのかについては言及されていない。商店街組織のように、役員であっても他の会員への命令の権限を持たない組織とは異なることに注意が必要である。

ここで、リーダーシップに関して論じたもののうち、特に非営利組織などの「社会セクター」に着目した理論によれば、社会セクターの組織運営は通常、権力が分散しているがゆえに仕組みが複雑で、「執行型」のリーダーシップが実際には使えない状況にあると指摘されている。その上で、執行型だけでなく「立法型」のリーダーシップも組み合わせて考えるべきとしている[3)]。立法型とは、説得や政治力、共通の利害や関

心に頼って適切な決定が下される条件を整えていくというものであり、企業組織よりも社会組織においてより重視されるべきとしている。また活動資金源について詳細に検討されているように、それ自体が利益を追求しない非営利の組織では、その資金源の確保が一般的に問題になる[4]。

（３）商店街組織のリーダーが担う機能について

商店街において活性化活動に取り組むためにはまず、現状の活動で問題になっている点を理解し、それを乗り越えるための方向性とその戦略を示す必要がある。これは企業の経営でいうビジョンに等しい。またこれを実現するためにはスキルが必要であり、戦略の検討はそれを実現するスキルの確保とセットで進められる。この両者を「問題解決機能」とする。このスキルを商店街内部の担い手が持ち合わせていない場合は外部との連携により補うことが考えられる。

次に一般的に事業には資金が必要である。商店街組織は資金源を会費に頼っており、変革時に新たに取り組みをスタートさせるために必要となる資金は、別途調達するなどして確保する必要がある。商店街連合会などの既存の組織が有する資金を活用することや、行政の補助金や助成金の仕組みを活用する方法が考えられる。これを確保する機能を「資金調達機能」とする。

最後に、商店街組織は、多様な構成員により成る集団であり、その利害や関心が一致しない場合が多いとされ[5]、さらに活動に関する命令の権限が存在しないため、関係者に活動に協力させるために、より一層「動機付け」が重要になる。これには設定された戦略なども影響するが、最も重要であるのはメンバー間のコミュニケーションにより築かれた、ネットワークである。通常の安定的な組織運営はフォーマル的な地縁ネットワークを通して行われるが、活動の継承プロセスはインフォーマル的な志縁ネットワークがより大きく関係すると考えられる。この、構成員とのネットワークを形成し活用する機能を「ネットワーク機能」とする。

以下では、上記の 3 つの機能が、活動主体の継承プロセスの中でいかに分担され継承されているかを見ていく。

（４）具体的な継承プロセス

各事例の間で、問題解決機能や資金調達機能、ネットワーク機能を担う主体の立場や担われ方・体制に違いはあったものの、その継承プロセスには共通点が見られた。その共通点をリーダーシップ理論に当てはめると、図 7-1 のようなプロセスになる。

実践活動を行う中で活動の問題点が認識され、その解決策が考え出され戦略が定められる。同時に、そのために必要な資金について確保が検討され、戦略との間に軌道修正などの調整される場合がある。これらの機能を担うリーダーが中心となり、その他の関係者への動機付けを行っていく。具体的には、戦略を広め共有し、活動へ参加協力するように動機付けを行い、抵抗する者があれば説得したりとりあえず活動の対象から外すなどの対応を行う。そして賛同する主体らで、実践活動へと移る。

このプロセスを繰り返すことで、活動主体が継承されていくと考えられる。新たな実践活動を行うことにより活動を取り巻く状況は新たな局面を迎えることになり、それが次なる継承プロセスへとつながっていく。

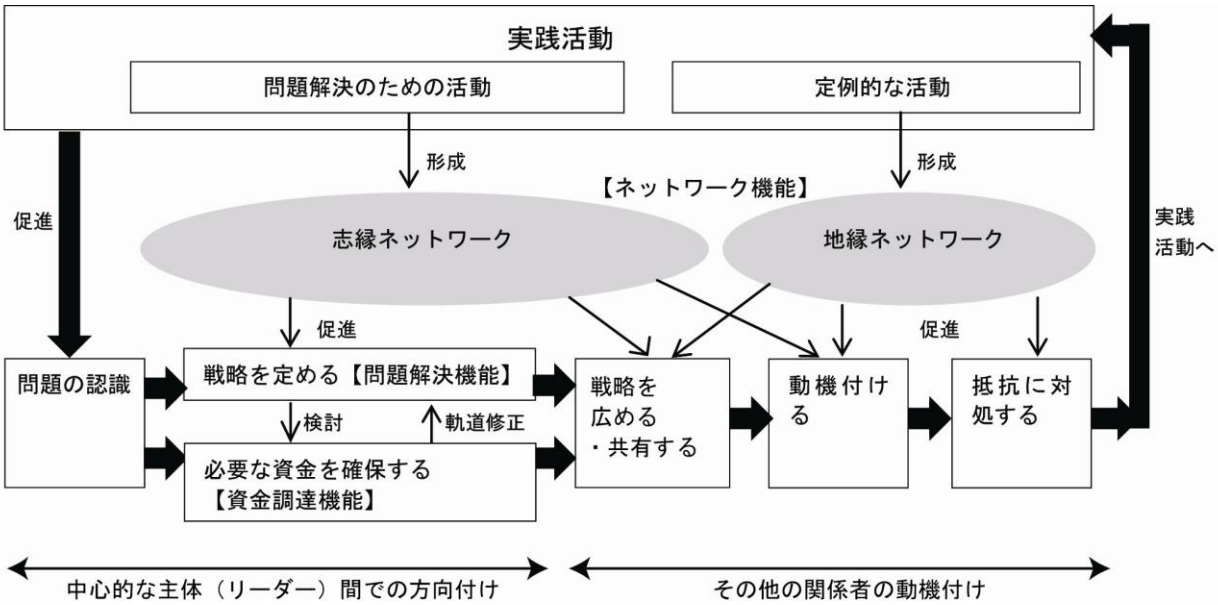


図 7-1 活動主体の継承プロセス

（５）継承プロセスにおけるネットワークの働き

図 7-1 に示したように、主体間のパーソナルネットワークが商店街活性化における活動主体の継承プロセスを推進する働きをしていると考えられる。企業組織における継承プロセスとは異なり、商店街組織においては主体間の立場の上下や命令の権限、明確な役割分担が存在せず、従って継承プロセスを誰が担うかが判然としていない。そのような状況の中で主体間のパーソナルネットワークは、主体間の機能の分担を調整し、中心以外の主体らを動機付ける役割を果たしている。

実践活動を通して認識された問題点が、志縁ネットワークでつながっている主体らの間で共有され、その解決策が検討される。その際に、問題解決のスキルを持った主体（問題解決機能）が中心となって模索しながら、必要な資金も志縁ネットワークを辿って提供が可能な者（資金調達機能）へとつながることで確保され、そして戦略が定まる。その戦略は、地縁ネットワークのコアと志縁ネットワークを持つ者（いずれもネットワーク機能）から、その他の商店主などの関係者へ広められ、動機付けられ、また抵抗する者に対しても説得などが行われる。前半の、中心的な主体間での方向づけの段階では、志縁ネットワークが主要な役割を果たし、後半の、その他の関係者の動機付けの段階では、地縁ネットワークも関係してくると考えられる。

活動へより多くの主体の参加を呼び込もうとする場合、商店街で形成されてきた地縁ネットワークを通じて呼びかけを行なうことが有効である。この動機付けの際のネ

ットワークの働きについては、第４章で見たように、地縁ネットワークの強い場所では「遠慮がちなソーシャルキャピタル」のような消極的な協力を引き出す場合も考えられるが、より積極的な協力でなければ意欲の向上や活動の定着につながっていかないという問題がある。普段からの定例的な活動によって形成される地縁ネットワークだけでなく、問題や目的から共有されることにより形成される志縁ネットワークも両方がある関係の中で協力者を募るのが理想的である。これらのネットワークは、いずれも実践活動に参加するなど、顔を合わせる中で形成されていく。

次節では、各分類について活動主体の継承プロセスと必要な支援について分析・考察する。

7-3　外部主体連携型における機能の継承プロセスについて

（１）調査対象における機能の継承について

水木しげるロードにおける活動主体間の機能分担の変化について、図 7-2 に示す。

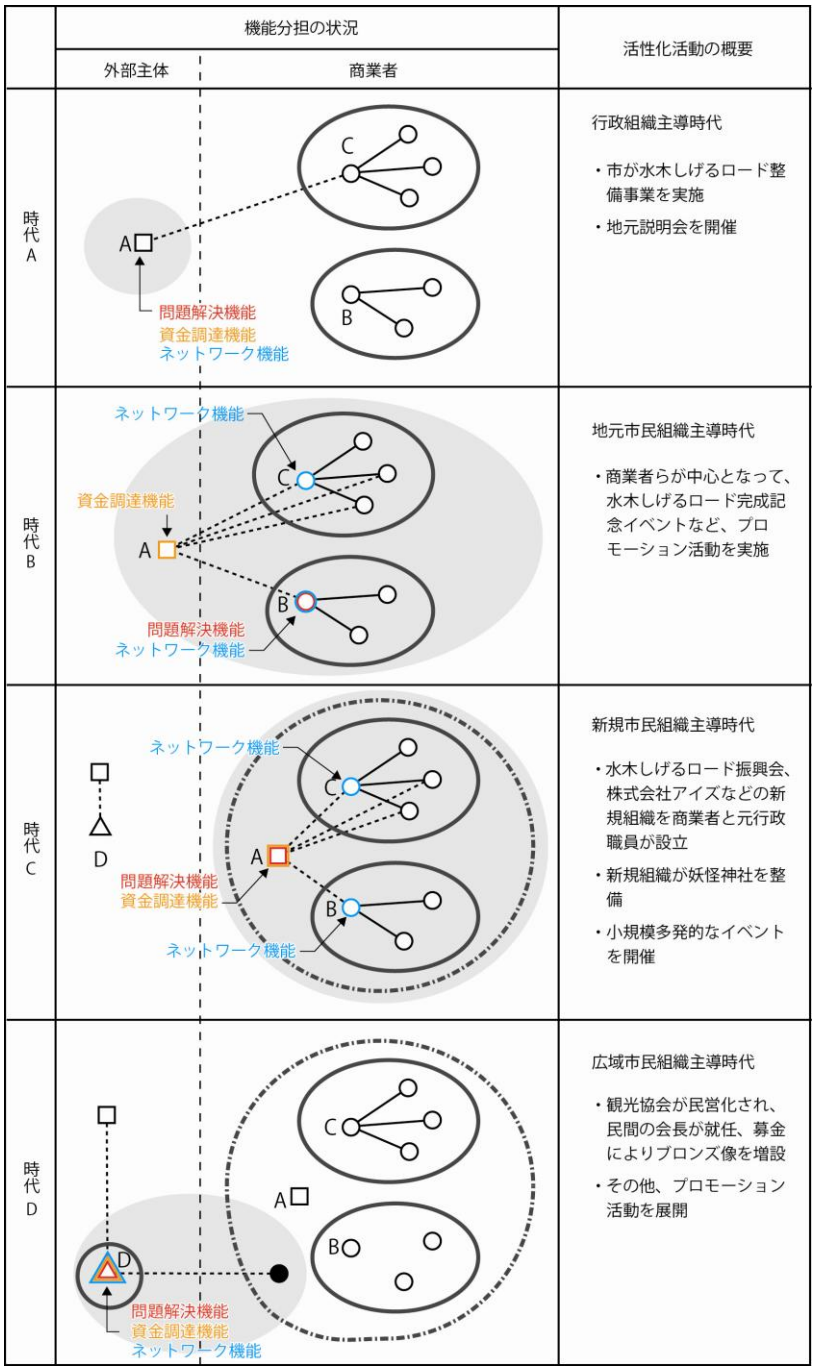
時代 A では、市職員として A 氏が商店街をシンボルロードと位置づける計画やその実現化の事業としてブロンズ像を設置する整備事業を計画・実施した（問題解決機能、資金調達機能)。整備事業にあたっては、A 氏が B 氏を含む商店街関係者への説明を繰り返し、ネットワークが形成された（ネットワーク機能)。

時代 B では、水木しげるロードとして商店街の道路の一部がリニューアルしたことを受け、商店街組織や地元自治会が維持管理や PR のための取り組みを展開した。商店街の B 氏は、自治会の関係者らが主体となって準備・実施するオープニングセレモニーを計画し(問題解決機能)、事業として市から自治会や商店街へ委託するよう A 氏(資金調達機能）に働きかけた。実施に向けて地域の総力を上げるべく、B 氏や C 氏の地縁ネットワークを通じて多くの関係者の協力を得た（ネットワーク機能)。その後、商店街の連合組織（商店会）により関係者を集めた活性化委員会が設立され、そこで計画されたイベント事業が 2 年間補助金を受けながら開催されたが、補助金の期間が終わると活動は継続しなかった。また商店街をとりまく状況として、市の財政難により当初計画された観光施設の計画が凍結されたが、商店街組織や自治会では対策を講じることができなかった。活性化委員会にも参画していた A 氏と B 氏は、活性化のための活動が途絶えることを共に問題視した。

時代 C では、A 氏と B 氏がこの状況を打開するために話し合う中で、戦略を共有した。戦略とは、商店主らが出資して株式会社を設立し観光施設を整備するもので、A 氏が市職員として有する補助金や計画策定のスキルを活かしたものである（問題解決機能、資金調達機能)。出資を募るための呼びかけは、A 氏と商店主の間にある志縁ネットワークによって、また B 氏や C 氏の地縁ネットワークを通じて行われた（ネットワーク機能)。ソフト事業を主に担う、任意組織も並行して設立された。こうして新たな活動が開始されたが、観光施設の整備を終えソフト事業も開催したものの、状況が大きく変わる中で A 氏と B 氏の間で戦略の共有ができなくなり、組織運営が滞るようになった。また一方で、ブロンズ像の増設への要望が商店街組織内で高まった。

時代 D では、一人の商店街関係者としてブロンズ像の寄付等を行ってきた D 氏が、民営化された観光協会の会長に就任すると共に、ブロンズ像の増設のための案を提示して実行に移した（問題解決機能、資金調達機能)。その後もプロモーションのための事業を観光協会として実施している（ネットワーク機能）が、商店街内部の主体とはネットワークがあまりないため、活動が商店街内に広まらない状況にある。

時代 A、B および時代 D では、外部主体により問題解決機能や資金調達機能が担われている。ただし時代 B ではネットワーク機能が商店街内部の主体によって担われており、この時商店街内部の主体の活動への参加協力の範囲が広い。B 氏と C 氏はそれ



凡例

活動に必要な機能	ネットワーク機能 問題解決機能 資金調達機能			
ネットワーク	-----	志縁ネットワーク		
	——	地縁ネットワーク		
活動の状況		着目した活動における活動主体の範囲		
主体の属性	商業者	○	商店街組織	
		●	不所属	
	外部主体	□	行政	
		△	それ以外	
組織の区分		⬭	既存組織	
		⬭	時代A以降にできた新規組織	

図 7-2　水木しげるロードでの活動のリーダーの継承プロセス

ぞれ、商店街組織内に形成されている地縁ネットワークのコアであり、この地縁ネットワークが多くの店主に活動への参加を促していると考えられる。

行政が商店街組織などの市民組織と協働しようとする場合、まずは補助金申請などで届け出られている代表者に相談を持ちかける場合が一般的であると考えられるが、しかし本事例では時代 B や C の活動主体のリーダーとなった B 氏や C 氏は、商店街振興組合をはじめとする組織の代表からはリーダーと認識されていなかった（ヒアリングによる)。このようなアプローチの方法では、積極的なリーダーとなり得る人材を発掘できない可能性が高い。

（２）外部主体連携型における機能の継承プロセスと支援について

外部主体連携型では、物理的な整備事業で事業計画の立案を伴う場合や資金調達が難しい場合などにおいて、問題解決機能や資金調達機能が外部主体によって担われる。商店街全体を巻き込んだ事業が行われる時は、商店街内部の主体が持つネットワーク機能が活かされる。外部主体と商店街内部の主体の密な意思疎通、連携が必要不可欠であり、組織を超えた志縁ネットワークが非常に重要である。

外部に専門的スキルを持った主体が存在し、問題解決機能や資金調達機能を提供できることが前提であるが、例えば街路整備や施設整備などの空間的・物理的な整備事業、その後の空間活用・運営などソフト面での事業、同じくソフトなブランド化やプロモーションのための事業では必要なスキルが異なり、展開される活動の内容によって求められるスキルは変化していく。

活動や事業の内容によっては、内部の商業者の協力が不可欠なものもあり、より多くの参加協力者を募る場合には、商店街内部の主体のネットワーク機能を活用する必要がある。またその場合、内部の主体はネットワークのコアである方が広く参加を募ることができるため、このような内部主体と外部主体とが連携する必要がある。行政職員と地元商業者の間のネットワーク形成については、例えばハード整備事業のための住民説明会やプラットフォームの場などで、個人的なネットワークを形成することが考えられる。

プラットフォームの場や組織を設けるとすれば、その目的の一つは外部の主体と内部の主体が密なネットワークを形成し連携の活動ができる場にすること、二つには外部主体が専門的なスキルを発揮した事業を実施したり資金を調達する際にその組織が受け皿となることが考えられる。

課題としては、外部主体が商店街の活動に継続的に関わるための仕組みが挙げられる。水木しげるロードでは観光協会会長に民間からスキルを持った人材を登用したように、外部主体にスキルを発揮することができるような位置づけを与えることが望しい。例えば、守山市[6]ではまちづくり会社が「タウンマネージャー」として専任職員を雇用し、また伊丹市[7]では NPO 法人いたみタウンセンターが中心市街地に関わる人材を確保し、これらの人材が商店や飲食店、市民と関わりながら活動のアイデアを見出

し関係者をネットワーキングしている。このようにスキルを持った人材に役割と権限を与えることは、商店街内部の主体と連携を密に取りながら活動に取り組むために重要と考えられる。また、活動や事業の変化に伴い外部主体に求められるスキルも変化するが、その度に外部主体を置き換えることは人材確保の面でも商店街内部との間に形成するネットワークの面でも現実的でない。そのため、活性化活動の動向や有効な仕組みなどのノウハウを外部主体に提供する仕組みが必要である。現在でも中小企業基盤整備機構や全国商店街支援センターにより、TMO や商店街組織が行う事業に対し専門家を派遣する制度が設けられているが、長期的に商店街に密着し支援する外部主体を育成する観点から、意欲的な TMO などが事業に取り組む際に不足する知識や経験を補いつつ、計画策定や事業推進のプロセスに関するノウハウなど、その後の事業展開において活用していけることを意識した、専門家によるアドバイスや支援が求められる。

7-4　既存主体連携型における機能の継承プロセスについて

（１）調査対象における機能の継承について

生駒駅前商店街における活動主体間の機能分担の変化について、図 7-3 に示す。

時代 A では、再開発事業による競合店舗の出現という危機に際し、A 氏が協議会の設立という競合商業施設を味方につける戦略を発案した（問題解決機能）。それまでに形成されていた地縁ネットワークを通じて（ネットワーク機能）各商店街組織の参加を得て、また競合する百貨店の代表も説得し協議会を設立した。

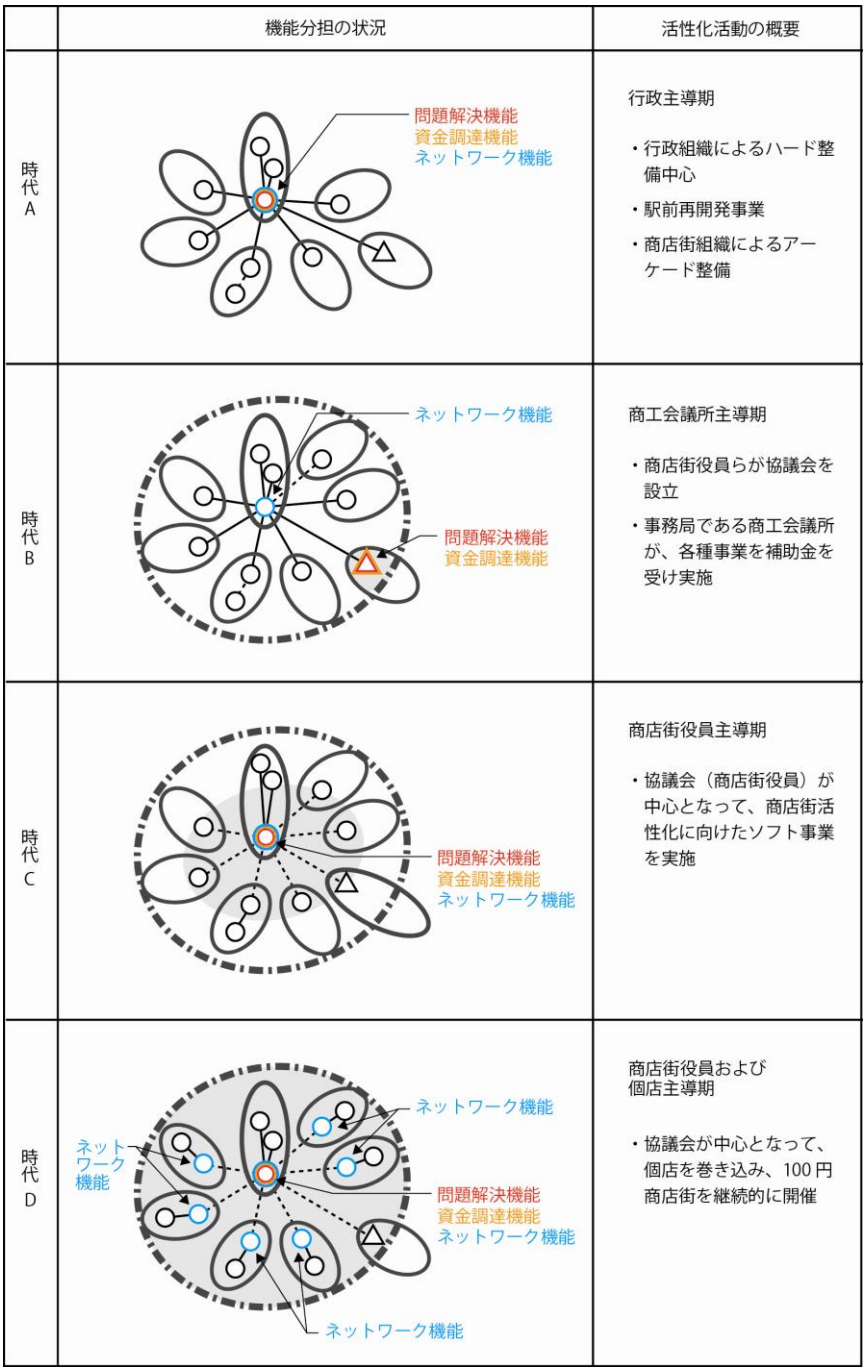
時代 B では、事務局として協議会を運営支援する立場にあった商工会議所が、補助金を受けながら（資金調達機能）戦略を立て（問題解決機能）、単独で種々の事業を実施した。ただし商業者らの実践活動を伴わなかったためネットワークの増強ができなかった。また店舗の IT 化戦略など、当時の商店主らの感覚や問題意識との間にずれがあり、戦略への理解が得られず、事業は継続できなくなった。

そこで時代 C では、活性化活動を継続するため、A 氏が中心となり活動の内容を検討し（問題解決機能、資金調達機能）、協議会の主体ら、すなわち各商店街組織の代表らが実践した（ネットワーク機能）。これらの主体間では志縁ネットワークが形成されたが、それ以外の商店主らには広がらず、また戦略への理解も得られなかった。この時の他の商店主らからの批判は「一過性のイベントでは店の利益につながらない」（A 氏談）という内容であり、戦略の問題が認識されるとともに、それまでの活動は終了した。

時代 D ではこの批判に対処するため、A 氏が個店の売上に貢献する事業を検討して「100 円商店街」の導入を立案し（問題解決機能、資金調達機能）、中心的な主体間で共有するとともに、その中心的な主体らが分担して自らの地縁ネットワークを通じて参加店を募った（ネットワーク機能）。その後、20 回以上開催が継続している。

時代 B で外部主体が事務局として活動の計画・準備・実施を担った時期には、内部主体らは実践活動に取り組まず、従ってネットワークの維持増強もスキルの蓄積もすることができなかったと考えられた。

A 氏が時代 D で 100 円商店街に取り組む際に活用した、中小企業基盤整備機構の商業活性化アドバイザー派遣制度は、時代 A で商店街のアーケート設置の際にも A 氏が中心となって活用した経験のある制度であった。このように活動を積み重ねる中で、制度活用などのスキルがリーダーに蓄積され、問題解決機能を担う基礎力が身につけられることもあり、それが長期的に活動の中心を担う主体の形成を助けると考えられた。



凡例

活動に必要な機能	ネットワーク機能 問題解決機能 資金調達機能		主体の属性	商業者	○ 商店街組織 ● 不所属
ネットワーク	-----	志縁ネットワーク		外部主体	□ 行政 △ それ以外
	——	地縁ネットワーク			
活動の状況		着目した活動における活動主体の範囲	組織の区分		⬭ 既存組織 ⬭ 時代A以降にできた新規組織

図 7-3　生駒駅前商店街での活動のリーダーの継承プロセス

（２）既存主体連携型における機能の継承プロセスと支援について

既存主体連携型では、既存組織の中心主体らが持つネットワーク機能を生かし、問題解決機能および資金調達機能を担い活動を展開していく。既存の商店街組織が存在しており、それぞれの内部で地縁ネットワークが形成されている場合に取り得る体制である。中心的主体らは、問題解決のための活動アイデアや情報を内外から積極的に収集し、その情報を中心間で共有し、商店街組織の構成員を地縁ネットワークで動機付けながら、活動を試行錯誤していく。

問題解決のためのアイデアや情報については、外部主体から提供することも考えられる。また必要な資金についても外部から調達することが考えられ得るが、内部主体が活動を安定的に継続していくためには、補助金等に頼らず参加店舗が参加費を支払うことで運営するような身の丈に合った活動に取り組むことが望ましい。

実践活動を続けることで中心主体間のネットワークは維持され情報共有や活動に取り組むネットワークが確保されるとともに、問題解決や資金の調達方法などのスキルやノウハウが中心的主体に蓄積されていくため、外部主体が支援する際には情報提供等にとどめるのが理想的である。そのため、既存主体連携型に求められるのは、事務局的な役割を担う外部主体ではなく、商店街が問題解決のために求める情報を提供できる専門性を持った外部主体である。商店街活性化の成功事例と言われる事業は、商工会議所等の機関が推進力となり、事業の枠組みと資金援助をセットにした支援パッケージとなって様々な商店街に持ち込まれ広められる傾向にある。しかしながらそのように着手した事業は、問題認識を前提とした戦略のないまま安易に取り組むことになり、中心的主体らも戦略を参加店舗に説明できず、結果として事業の本質への理解が得られないまま実施となりかねない。既存組織の連携による活動の場合には、各機能を商店街が担うことが基本である。

プラットフォームの場や組織を設けるとすれば、その目的の一つは中心主体間の情報共有と志縁ネットワークの維持強化、二つには新たに出現する競合商業施設を協議・実践の場に取り込み連携相手にすることが考えられる。後者の場合、第三者によるコーディネートが必要になる場合があり、商工会議所や行政などが橋渡し役となることが考えられる。国の施策であるコンパクトシティ化、立地適正化の流れの中で、今後集客力のある商業施設などの施設が中心市街地付近に集約されていく見込みである。これらの地区では、新たに出現する商業施設を単なるライバルではなく協力者として活動主体に取り込むことができるかどうかが商店街の活動にとって大きな意味を持つようになるため、その仕組みを用意しておくことも必要になると考えられる。

課題としては、次の内部主体への機能の継承が挙げられる。機能が中心的主体に集中するため、組織としては安定して長期的に運営することが可能であるが、その分次の担い手への継承については容易ではない。その場合、新規主体拡大型のように、部分的に少しずつ機能を引渡しながら継承していくことが考えらえる。

7-5　活動主体拡大型における機能の継承プロセスについて

（１）調査対象における機能の継承について

比較的短期間での機能の継承やネットワーク機能の拡大について分析するため、小阪商店街における活動主体間の機能分担の変化について、図 7-4 に示す。

段階 A 以前では、商店街の前リーダーらが中心となって、活性化のための戦略を立て（問題解決機能）、補助金を活用するなどして（資金調達機能）事業の道筋をつけ、若手の主体も巻き込みながら（ネットワーク機能）実践してきた。意義が明確な活動については中心的な主体以外からも理解が得られ、商店街全体で取り組むことができたが、そうではない活動では理解が得られなかった。また協力する商店主らは、高齢化などの背景もあり減少する傾向にあった。このような状況を背景に、中心的な主体の一員として活動に参画してきた若手の主体らは、活動への参加者が減る現状を問題視していた。

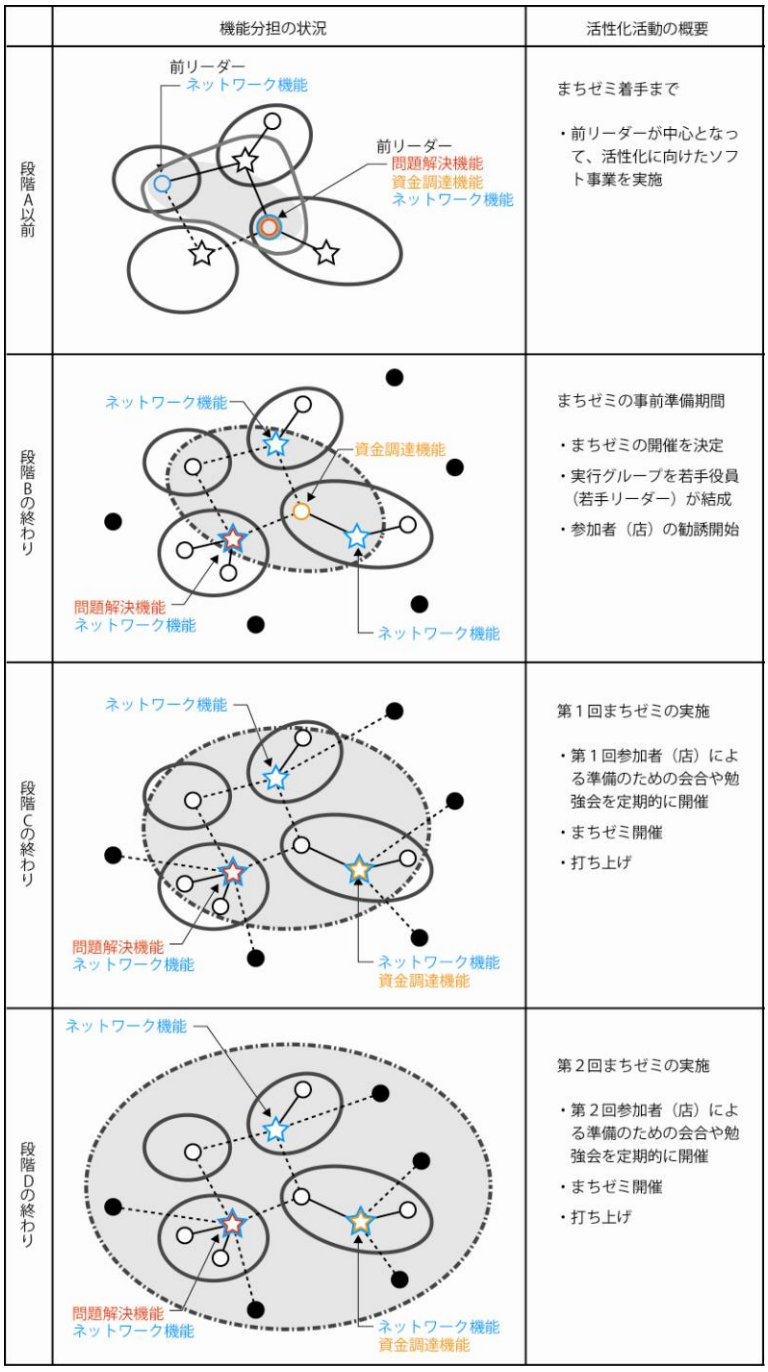
段階 A では若手の主体である A 氏が、意義目的の明確な成功事例とされる活動「まちゼミ」に着眼し、商店街組織の枠を超えて参加者を募ることを提案した（問題解決機能）。前リーダーらはそれを支援するため、その活動に参加を表明するとともに、当面必要な資金を商店街連合会の資金から支援することを決めた（資金調達機能）。また A 氏に負担が集中するのを避けるため、B 氏や C 氏に声をかけ、活動への中心的な参加を促した。

段階 B では、若手の主体らが中心となって、まちゼミの戦略を説明しながら店舗を回り、戦略への理解を得て、参加者を広げていった（ネットワーク機能）。同時に、商店街周辺の、商店街組織に加入していない店舗について、活動への参加意向などの情報の収集も進めた。そして開催に向け参加者を集めた会議を開きながら準備を進め、第 1 回目のまちゼミを開催した。

段階 C では、第 2 回の開催に向けた準備を進めた。商店街に加入していない店舗も受け入れるという方針を決め（問題解決機能）、まちゼミの戦略を説明するために商店街周辺の店舗に出向いた（ネットワーク機能）。そしてまた会議を重ね、第 2 回のまちゼミを実施した。

主体のスムーズな世代交代のためには、最初のまちゼミの開催（段階 B）では資金調達機能が前リーダーにより担われたように、活動の実現のために不足した機能の補充などの支援が重要となる。また前リーダーらが、A 氏と B 氏、C 氏を引き合わせグループに仕立てたことで、新リーダーらの中で役割分担ができ、協議しながら方向性を決めていくので安定した運営をすることができた。いわばこのような、人材のコーディネート機能も、これらの若い主体と活動を共にしネットワークを持ち、状況をよく知っている前リーダーが担うのが望ましい機能であると考えられた。

当初のまちゼミでは商店街組織に属する店舗に限り参加を募ったことにより、事業



凡例

活動に必要な機能	ネットワーク機能 問題解決機能 資金調達機能				
ネットワーク	·····	志縁ネットワーク	主体の属性	商業者	商店街組織	◎ 前リーダー ☆ 若手のリーダー ○ 上記以外
	——	地縁ネットワーク			上記以外	● 不所属
活動の状況		着目した活動における活動主体の範囲		外部主体		□ 行政 △ 上記以外
				組織の区分		既存組織 時代Ａ以降にできた新規組織

図 7-4　小阪商店街での活動のリーダーの継承プロセス

の素早い実施につながった。第 2 回目以降は、商店街組織の枠を超え、加入していない店舗の参加も受け入れ、参加店を拡大してきている。このように、参加店の多さや理解を得る範囲の広さは、実現までにかかる時間とトレードオフの関係にあり、その都度重視すべき戦略に従いいずれかを優先することになる。初回は素早い実行を目指したとしても、その後より多くの参加を得られるような戦略をとることが重要であると考えられる。

筆者の観察によれば、参加者が顔を合わせる会議を重ねる中で、活動の目標や戦略に関わる質問や発言もあり、これまで商店街の活動に関わったことのない新しい参加者の間でも戦略に関する認識が深められていった。このように、顔を合わせて自由活発に発言できるような会議や実践活動の場は、新しい参加者との間で戦略の理解と共有を促進すると考えられる。

（2）新規主体拡大型における機能の継承プロセスと支援について

新規主体拡大型では、新たな中心的主体が持つアイデアや新たなネットワーク機能を生かしながら、これまで商店街組織の活動に協力してこなかった主体らを参加させ新たな活動主体をつくりだしていく。特に新規店舗が流入しているような更新の激しい商店街では、新たな店舗を巻き込んでいくことは大きな課題である。新たな内部主体がネットワーク機能を発揮して活動への参加協力者を増やしていくことは、中心的な主体の世代交代のきっかけともなり得る。活動の機能を主体間でスムーズに継承する、すなわち実際に譲り渡すのは、この新規主体拡大型のみである。

新たな主体が問題解決に取り組もうとする場合、隣接する商店街の主体のことを知らないか、または存在は知っていても協力して機能を分担するに至ることが難しい場合があるが、中心主体は複数で機能を分担する方が安定的に活動を展開していくことができるため、中心的な主体が複数となるよう主体どうしを引き合わせるコーディネートが必要である。この支援は内部の担い手の状況をよく知る前リーダーから行われるのが望ましく、前リーダーは商店街の活動を通して多様な主体と地縁・志縁のネットワークを形成しておくことが求められる。また新たな主体にとっては活動の初期には資金の調達が難しいことが考えられるため、資金調達機能の支援が必要である。外部主体が支援するか前リーダーが既存組織の資金から支援することが可能であるが、その際に新たな中心的主体が意欲的に問題解決機能を担うことができるように、前リーダーは方向性の検討や意思決定に介入しないなどの配慮が必要である。

新たな活動の実践を通して内部の主体間のネットワークを強めながら、活動の担い手としての定着を図り、またその体験を通して必要なスキルが内部の中心的主体に蓄積されていくため、内部主体らが自らの手で企画・準備・実施に取り組むことが重要である。

プラットフォームの場や組織を設けるとすれば、その目的の一つは新しい中心的主体間の志縁ネットワークづくりおよび商店街組織に属していないような新しい活動参

加者とのネットワークづくりの場、二つに前リーダーから新しい中心的主体への連携・支援を円滑に行う場とすることが考えられる。

課題としては、活動主体を継承するような次なる担い手の育成である。そのためには、商店街内の定例的な活動に参加させることにより、地縁ネットワークをつくっておくことが必要である。ただしこのような次なる担い手が存在しない、あるいは商業者間のネットワークが存在しない商店街も少なくない。このような場合には、外部主体が商業者らをつなぐ役目を果たし、継承のきっかけづくりを支援することが考えられる。例えば伊丹市[7)]では、商店街周辺の飲食店を集めて「まちなかバル」を継続的に開催しており、その主体は実行委員会形式で、参加店舗への声かけなどのネットワーク形成は市民ボランティアやタウンマネージャーが担い開催に至った。以上のように、より多様な外部主体により機能が担われる例も見られるようになってきており、これらを商店街が受け入れ連携を図ることが重要となる。

7-6　7章のまとめ

リーダーシップ理論を参照し、中心的な主体が担う機能を「問題解決機能」「資金調達機能」「ネットワーク機能」と特定し、それが継承されていく一般的なプロセスと、その推進に関わるパーソナルネットワークの働きを示した。次に、本研究で対象とした分類ごとの継承プロセスと、プロセスに対する必要な支援について考察した。

現状についての問題認識が中心主体間で共有され、問題解決機能と資金調達機能が担われると活性化活動の方向性が定まり、より多くの参加協力者を得るためネットワーク機能が発揮される。この時、中心的主体の間には志縁ネットワークが働き、主体間での役割の分担や調整が行われる。また中心的な主体と周辺的な主体との間には地縁・志縁のネットワークが働き、活動への動機付けが行われる。それぞれのネットワークの形成、また中心的主体間での問題認識の共有のためには、実践活動が必要である。

外部主体連携型では、専門的な能力や経験を有する外部主体によって、問題解決機能や資金調達機能が担われ、内部と外部の連携による活動や事業が行われる。この時、内部・外部の主体間には強い志縁のネットワークが必要である。また商店街の内部主体の協力が必要な活動の場合は、内部のネットワークのコアと外部主体が連携することが必要である。プラットフォームの場を設立する場合、上記のように、内外のネットワーク形成や外部主体を位置づけることが考えられる。

活動の変化によって、求められる専門的スキルも変わるため、そのスキルを持った外部主体を商店街と連携しやすいように位置づける必要がある。例えば行政やまちづくり会社が、問題解決および資金調達を担うことのできる人材に、タウンマネージャーといった役割を与えることが考えられる。またさらに、外部人材が求められるスキルの変化に対応できるように、新たなノウハウの習得や情報収集を支援する仕組みも有効であると考えられる。

既存主体連携型では、既存組織の中心主体らが持つネットワーク機能を生かし、問題解決機能および資金調達機能を担い活動を展開していく。既存の商店街組織が存在しており、それぞれの内部で地縁ネットワークが形成されている場合に取り得る形態である。中心的主体らは、問題解決ための活動アイデアや情報を内外から積極的に収集し、その情報を中心間で共有し、商店街組織の構成員を地縁ネットワークで動機付けながら活動を試行錯誤していく。

活動アイデアは外部からの提供も考えられるが、内部のネットワークの状況などを踏まえた上でのアドバイスをする必要がある。また安定的に活動に取り組んでいくために、参加店舗から参加費を徴収するなど身の丈に合った方法を検討することが望ましい。活動の実践の中で中心的主体へのノウハウの蓄積や、ネットワークの維持増進が行われるため、作業や調整などの事務局的な支援は避けるべきである。プラットフ

ォームの場を設立する場合、中心主体間の情報共有や志縁ネットワークの維持、また新たに出現する主体を組織に取り込み連携の体制をつくることが考えられる。都市の機能が中心市街地に集約されていく今後の政策の中では特に、後者の連携の体制づくりのための、橋渡しのコーディネートの仕組みが求められる。

中心的主体に長期にわたり機能が集中するためその継承が課題であり、新規主体拡大型のプロセスに取り組むことで、段階的に機能を継承していくことが考えられる。

新規主体拡大型では、ネットワークの拡大が必要な商店街において、商店街内部の新たな中心的主体が持つアイデアや新たなネットワーク機能を生かしながら、これまで商店街組織の活動に協力してこなかった主体らを参加させ新たな活動主体をつくりだしていく。中心的な主体の世代交代のきっかけともなり得、活動の機能を主体間でスムーズに継承する、すなわち実際に譲り渡すのは、3 つの類型の中でこの新規主体拡大型のみである。また他の類型においても、主体を拡大する際には本類型の継承プロセスに取り組むことが考えられる。

商店街の中心的主体は、複数で機能を分担することにより活動をより安定的に行っていけるため、複数人が中心的主体となるように前リーダーがコーディネートすることが望まれる。継承のきっかけとなるような活動アイデアの提供は外部主体が行うことも考えられ、また新たな主体らには活動のノウハウや財政基盤がないため、活動が軌道に乗るまでは商店街内部の前リーダーや外部主体からの適切な支援が必要である。

ネットワークがほとんど存在しない商店街の場合は、市民や専門家が中心となって商業者に声をかけ、実行委員会などのプラットフォーム兼実践活動組織を設立してネットワークづくりに取り組む事例も見られる。このように、より多様な外部主体が機能の一部を担うことができるように、受け入れと連携を後押しするような支援も考えられる。

外部主体連携型の中にも、問題解決機能および資金調達機能を外部主体が担う方法のほかに、資金調達機能のみを外部主体が担い問題解決機能は内部主体が担う体制が考えられ、それぞれ内部との連携の方法も異なると考えられる。また既存主体連携型の中にも、内部主体が基本的には機能を担うとしても、外部主体による機能への支援の方法によっては連携の方法が異なる。新規主体拡大型においても、支援の主体が内部の前リーダーか外部主体かによって、その継承プロセスが変わると考えられる。以上のように、機能の担い方を詳細に見ると本研究で対象とした事例以外の方法も考えらえるため、それらについてはさらなる検討が必要である。

表 7-1　7章のまとめ

	外部主体連携型	内部主体連携型	新規主体拡大型
継承プロセスの特徴	• 外部が問題解決・資金調達機能を担う • 内部の中心が周辺との地縁ネットワーク(動機づけ)を担う • 外部と内部の間には、強い志縁ネットワークにより連携できる体制がとれる	• 内部で問題解決・資金調達機能、ネットワーク機能を担う • 中心がアイデアを収集、志縁ネットワークにより中心間で情報共有、周辺を地縁ネットワークで動機づけ	• 内部の中でも、問題解決・資金調達機能、ネットワーク機能が、前の中心から新しい中心へと継承される • 新しい中心主体が、自らの新しいネットワークをつかって、これまで参加してこなかった新しい担い手を活動に呼び込んでいく
支援について	• 求められる活動の内容によって、外部主体に求められるスキルも変化していく	• アイデアの収集、資金の調達については、場合によっては外部からの支援もあり得る • 内部主体が安定的に運営しようと思えば、資金は補助金に頼らず資金を調達するような、身の丈に合った活動が望ましい	• 新しい中心主体の結成のための人的コーディネート、世代交代のきっかけとなる活動アイデアを与える、財政基盤のない新しい主体に資金を提供する、などの支援が考えられる • 内部をよく知る前リーダーが担うのが望ましい
支援における注意	• 外部と内部が密な連携をとれるようなネットワークづくりが必要 • 活動によっては、内部の商業者の協力が不可欠なものもあり、その際に動機づけができるかどうかがポイント	• 経験値やスキルの主体への蓄積と、ネットワークの維持強化のため、なるべく内部の主体が機能・活動の実践を担うことが、安定した組織運営のために必要	• この活動を通じて、担い手間のネットワークづくり定着を図るので、主体間で協力させて実践させること • 新しい主体にはスキルがなく運営に慣れていないので、外部主体は必要に応じてノウハウなどを提供
プラットフォームの場について	• 目的は、外部と内部の主体を結ぶネットワークづくり・連携の場、外部主体が専門的スキルや資金調達のノウハウを活かすこと	• 目的は、中心主体間の情報共有と志縁ネットワークの維持、新たに出現する主体を取り込んで名実共に仲間にすること	• 目的は、新しい中心主体間の志縁ネットワークづくり、新しい活動参加者・担い手の定着、前リーダーから新リーダーへの支援体制づくり
課題	• 外部主体が継続的に関わることができるような、例えばタウンマネージャーなどの位置づけや仕組みが必要 • 必要な専門的スキルを持つ外部主体の確保、または外部主体が知識と技術を身に着けるための支援が必要	• 機能が一部の中心主体に長らく集中するため、次の主体に機能を継承することが課題	• 新たな中心候補者をつくっておく必要があり、そのためには日頃からの地縁活動に巻き込んでおくことが必要 • 商業者間にネットワークが存在しない場合、伊丹市のように市民が参加店舗間をつなぎ、商業者のネットワーキングに貢献する例もあり、多様な主体を受け入れ連携する仕組みが必要
その他	• スキルを持った主体が外部にいれば外部主体連携型、内部にいれば既存主体連携型となる • 既存主体連携型は、情報共有・動機づけができるネットワークがあることが条件 • 部分的に徐々に継承することを目的とした新規主体拡大型のような活動が必要になる時もある		• より短いスパンで見ると、他の類型においてもこのプロセスが見られる

第７章　参考文献

1) 中小企業庁: 商店街実態調査, 2004.

2) ジョン・P・コッター：リーダーシップ論，ダイヤモンド社，2012.

3) ジェームズ･C･コリンズ : ビジョナリーカンパニー～特別編～，日経 BP 社, pp.28-36，2006.

4) ジェームズ・C・コリンズ：同上，pp.52-57.

5) 石原武政：商店街の組織特性，経営研究第 34 巻 4 号，pp.1-15，1995.

6) 石原武政：タウンマネージャー，学芸出版社，pp.15-31，2013.

7) 石原武政：同上，pp.57-78，2013.

第８章
終　章

8-1　本研究の要約

商店街では衰退が問題となっており、その活性化に向けた取り組みを継続的に行うにあたり、担い手の確保や継続的な活動に取り組む体制づくりが課題となっている。その中で成功を収めているとされる商店街の事例も見られるようになってきているが、それらについて活動を担う主体と主体間のパーソナルネットワークに着目し、具体的な活動主体の継承プロセスを詳細に分析することが必要である。こうしたプロセスに着目することは、現場での実践知を活性化活動やそれに対する支援に有効に活かしていくために重要である。

本研究では、商店街活性化における継承プロセスについて、次の 2 点を明らかにした。一つは、一連の活性化活動を長期的な観点から捉え、その活動主体の継承と、継承のきっかけとなった背景を明らかにした。二つには、活動に必要な主要な機能を特定し、それらが継承されるプロセスと、継承を推進する要素としての主体間のパーソナルネットワークの働きを分類ごとに明らかにした。さらに、機能が継承されるために必要となる支援について展望した。

本研究は、8 章で構成される。

第 1 章では、研究の背景と目的、研究の構成、使用する語句の研究上の意味を示した。

第 2 章では、商店街活性化の活動主体について、商店街組織の特性や外部組織との連携、新規組織の発足プロセス、活動のリーダー等に関して既往研究を整理した。またさらに、まちづくり活動におけるパーソナルネットワークの既往研究を参照し、商店街におけるネットワークの特性を整理した。これらをもとに、本研究の位置づけと研究課題について述べた。

第 3 章では、商店街を取り巻く環境や活性化の取り組みの変遷を長期的な視点から整理し、様々な社会的背景の変化の中で商店街が活動組織として組織化され、行政による保護等を受けながら繁栄し、その後衰退傾向にあるが有効な手立てが見出されていない状況を把握した。次に、活性化活動の近年の成功例とされている事例を、その取り組みの体制によって分類し、その分類にもとづいて本研究で対象にする商店街を絞り込み、選定した。

第 4 章では、外部主体連携型の事例として、鳥取県境港市の水木しげるロードにおいて実施した調査の概要を述べ、外部主体と柔軟に連携しながら活動主体が継承されていく様子、ならびに継承の背景となる要因について、主体間のパーソナルネットワークに注目して解釈した。さらに、商店主に対して実施したアンケートの調査結果を述べ、時代ごとの中心的な活動主体と商店主らの意欲の関係を考察した。

第 5 章では、既存主体連携型の事例として、奈良県生駒市の生駒駅前商店街において実施した調査の概要を述べ、商店街組織の連携によって活動主体が継承されていく様子、ならびに継承の背景となる要因について、主体間のパーソナルネットワークに

注目して解釈した。

第 6 章では、活動主体拡大型の事例として、大阪府東大阪市の小阪商店街において実施した調査の概要を述べ、まちゼミの取り組みを通して新たに参加した主体間にパーソナルネットワークが形成されていく様子を分析した。

第 7 章では、リーダーシップ理論にもとづき、活動に必要な主要な機能を特定し、機能が活動主体によって継承されるプロセス、およびパーソナルネットワークの働きを明らかにした。3 つの類型それぞれにおける継承プロセスやネットワークの働きの特徴を整理した上で、さらに外部主体からの必要な支援、その際に注意すべきことや、継承プロセスにおける課題について考察した。

8-2　本研究で得られた結果

商店街活性化における活動主体の継承プロセスおよびプロセスを推進する要素について、本研究の目的 2 点に対応する形で整理する。

（1）中心的な活動主体の継承とその背景

商店街活性化の活動を長期的に捉えれば、活動主体が移り変わりながら継承されているという実態を明らかにした。

外部主体連携型の場合、行政組織、地元市民組織、新規市民組織、広域市民組織の順に継承されていた。その背景となったのは、活動のための資金不足の状況、その状況下での空間・ハード整備への要求であった。既存主体連携型の場合、行政組織、商工会議所、商店街役員、商店街役員と多くの個店の順に継承されていた。既存主体の連携の背景となったのは、再開発事業による競合店の出現という、共通の危機であった。活動主体拡大型の場合は比較的短期間の間に、商店街内の前リーダーらから若手リーダーらへと継承されていた。その背景になったのは、活動へ参加協力する商店の減少傾向に歯止めがかからない、既存の活動への不満であった。

以上のように、継承の背景となっているのは危機や活動への新たな要求であり、これらの危機や要求に対し、現状の活動では解決や対処しきれなくなった場合に、主体の継承へとつながっていた。

活動主体の継承のためには、中心的主体間の志縁ネットワークと、中心的主体とその他の主体との地縁ネットワークが必要と考えられた。地縁ネットワークは、商店街やアーケードの清掃・美化活動など、定例的に行われる活動において顔を合わせる中で形成することができる。志縁ネットワークは、商店街活動の問題を解決するために、意欲的な主体らが組織を超えて協力しながら活動に取り組む中で形成することができる。また、これまで商店街組織の活動に参加してこなかった新しい担い手との間にネットワークを形成する際には、ある活動の達成に向けて定期的に集まり顔を合わせる開かれた場を設けること、自由な発言を促すフラットな場とすること、などが重要であると考えられた。

（２）機能の継承プロセスとパーソナルネットワークの働きについて

リーダーシップ理論を参照し、活動の中心的な主体が担う機能を特定し、それが継承されていく一般的なプロセスと、その推進に関わるパーソナルネットワークの働きを示した。次に、本研究で対象とした分類ごとの継承プロセスと、プロセスに対する有効な支援について考察した。その結果、以下の内容を明らかにすることができた。

活動の中心的な主体が担う機能は「問題解決機能」「資金調達機能」「ネットワーク機能」と考えられる。その継承プロセスは、商店街活動の現状についての問題認識が中心的主体間で共有され、問題解決機能と資金調達機能が担われると活性化活動の方向性が定まり、より多くの参加協力者を得るためネットワーク機能が発揮される。この時、中心的主体の間には志縁ネットワークが働き、主体間での役割の分担や調整が行われる。また中心的な主体と周辺的な主体との間には地縁・志縁のネットワークが働き、活動への動機付けが行われる。それぞれのネットワークの形成、また中心的主体間での問題認識の共有のためには、実践活動が必要である。

外部主体連携型では、専門的な能力や経験を有する外部主体によって、問題解決機能や資金調達機能が担われ、内部と外部の連携による活動や事業が行われる。この時、内部・外部の主体間には強い志縁のネットワークが必要である。また商店街の内部主体の協力が必要な活動の場合は、内部のネットワークのコアと外部主体が連携することが必要である。プラットフォームの場を設立する場合、上記のように、内外のネットワーク形成や外部主体を位置づけることが考えられる。

活動の変化によって、求められる専門的スキルも変わるため、そのスキルを持った外部主体を商店街と連携しやすいように位置づける必要があり、例えば行政やまちづくり会社が、問題解決および資金調達を担うことのできる人材に、タウンマネージャーといった役割を与えることが考えられる。またさらに、求められるスキルの変化に対応できるように、新たなノウハウの習得や情報収集を現場の外部主体に対して国等が支援する仕組みも有効であると考えられる。

既存主体連携型では、既存組織の中心主体らが持つネットワーク機能を生かし、問題解決機能および資金調達機能を担い活動を展開していく。既存の商店街組織が存在しており、それぞれの内部で地縁ネットワークが形成されている場合に取り得る形態である。中心的主体らは、問題解決ための活動アイデアや情報を内外から積極的に収集し、その情報を中心間で共有し、商店街組織の構成員を地縁ネットワークで動機付けながら活動を試行錯誤していく。

活動アイデアは外部からの提供も考えられるが、内部のネットワークの状況などを踏まえた上でのアドバイスをする必要がある。また安定的に活動に取り組んでいくために、参加店舗から参加費を徴収するなど身の丈に合った資金調達の方法を検討することが望ましい。活動の実践の中で中心的主体へのノウハウの蓄積や、ネットワーク

の維持増進が行われるため、作業や調整などの事務局的な支援は望ましくない。プラットフォームの場を設立する場合、中心主体間の情報共有や志縁ネットワークの維持、また新たに出現する競合商業施設などの主体を組織に取り込み連携の体制をつくることが考えられる。都市の機能が集約される今後の政策の中では特に、後者の連携の体制づくりのための、橋渡しのコーディネートの仕組みが求められる。中心的主体に長期にわたり機能が集中するためその継承が課題であり、新規主体拡大型の活動に取り組むことで、段階的に機能を継承していくことが考えられる。

新規主体拡大型では、ネットワークの拡大が必要な商店街において、商店街内部の新たな中心的主体が持つアイデアや新たなネットワーク機能を生かしながら、これまで商店街組織の活動に協力してこなかった主体らを参加させ新たな活動主体をつくりだしていく。中心的な主体の世代交代のきっかけともなり得、活動の機能を主体間で譲り渡すのは、3 つの類型の中でこの新規主体拡大型のみである。また他の類型においても、主体を拡大する際には本類型の継承プロセスに取り組むことが考えられる。

商店街の中心的主体は、複数で機能を分担することにより活動をより安定的に行っていけるため、複数人が中心的主体となるように前リーダーが内部主体をコーディネートすることが望まれる。継承のきっかけとなるような活動アイデアの提供は外部主体が行うことも考えられ、また新たな主体らには活動のノウハウや財政基盤がないため、活動が軌道に乗るまでは商店街内部の前リーダーや外部主体からの適切な支援が必要である。

ネットワークがほとんど存在しない商店街の場合は、市民や専門家が中心となって商業者に声をかけ、実行委員会などのプラットフォーム兼実践活動組織を設立してネットワークづくりに取り組む事例も見られる。このように、より多様な外部主体が機能の一部を担うことができるように、受け入れと連携を後押しするような外部からの支援も考えられる。

8-3　活動主体の継承を促す支援の展望

中心市街地のような人の集まる場はにぎわいを喪失していると言っても依然として、商売・生業の場として商業者に選ばれることがあり、店舗の流入のある商店街も存在する。あえて商店街の会費等の費用を覚悟してでも商店街に出店するということは、商業者の横のつながりによる様々な活動の展開を期待する面があってのことと考えられる。しかしながら活動の機能が長らく継承されていない商店街では、各機能が活かされていないことが少なくない。このように活動が停滞すれば主体間のネットワークも維持されず、新しい情報も手に入らず、新しい活動に挑戦することはより困難になり、悪循環に陥ってしまう。そうなると組織の外側からは、新しい意見を受け入れない、決まりきった行事を繰り返すだけの旧く閉鎖的な組織に映り、敬遠するべき存在になってしまう。

このような状態を打開するためには、外部主体のコーディネートにより、組織の内外や組織内部に新たなつながりをつくりだすことが必要となる。そのための場としては、新しい商業者などの主体を受け入れ、ネットワークを生成し続けるオープンな場、そのネットワークを機能させるフラットな場であることが重要であり、今後の商店街組織のあり方の、一つのモデルになり得るであろう。

もちろんいま連携の体制やネットワークが存在し機能している場合には、これらを活かすことが重要である。その場合にしても、よりグローバルな影響を受け社会の変化が激しい状況を考えると、情報の収集や活用などについては商業者による努力だけでは限界があり、専門家や市民、行政などの外部主体との関わりが今後より重要な要素となると考えられる。都市の顔である中心市街地にあるにぎわい機能であるということ、地域に根ざした商業機能であるということは、単なる商業者の生業の場という意味を超えて、市民やその他の主体にとって大切な、愛着や誇りや活力の拠り所であるべきである。よって、市民や専門家などの外部主体が積極的に商店街の活動に関わり、健全な継承プロセスに貢献できるような、商店街と外部との間のネットワーク形成を支援する仕組みの構築が求められる。

8-4　今後の課題

活性化の活動主体の体制によって、3 つの類型に分類し、分類に従い一つずつ対象商店街を選定してフィールドワークすることによりそれぞれの相違点と共通点を明らかにした。主体間の機能の分担方法については、本研究の対象とした事例以外の分担方法も考えられるため、今後さらなる検討が必要である。

商店街活性化の活動主体の継承プロセスを明らかにし、主体間のネットワークの働きと、そのネットワークを形成する要因として、実践活動が有効であることを明らか

にした。この実践活動の取り組み方については、参加者のより積極的な姿勢を引き出すためにはよりオープンでフラットな場とする必要があることを確かめた。それがどのような活動であるかについては、今後他の事例についても調査を進め、精度を挙げて研究する必要がある。

一般的にパーソナルネットワークは、形成のための取り組みや活用をしなければ減退すると考えられる。実際に商店街組織においては、担い手不足を理由に活動の頻度を減らすことにより関係性も薄れてしまっている例や、新規に設立された市民組織が解体される例も見かけられる。ネットワークの強さの減退を考慮に入れることで、商店街内のパーソナルネットワークの複雑な挙動を理解することができると考えられる。

継承プロセスにおける活動の主要な機能を担う主体は、商店街と利害関係を持つ関係者が多いほど、潜在的に多く存在することになる。そのため、都市規模や商店街の立地場所なども、継承プロセスのスムーズさに関係する要素である可能性がある。このような都市規模や商店街の立地場所についても考慮に入れて検討していく必要がある。

付　録

●第４章

付 1-1　水木しげるロードにおける活動の一覧

付 1-2　アンケート調査票と案内文

●第５章

付 2-1　生駒駅前商店街における活動の一覧

付 2-2　100 円商店街チラシ（生駒商店街にて実施）

（第 1 回、第 24 回）

●第６章

付 3-1　得するまちのゼミナールチラシ（小阪商店街にて実施）

（第 1 回、第 2 回）

付1-1　水木しげるロードにおける活動の一覧

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							場所
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	
1	1988		「緑と文化のまちづくり委員会」発足（境港市役所内）	空間整備	計画	まちづくりを協議する場（市役所内）の設置。アンケート実施。																	―
2	1989		緑と文化のまちづくり推進協議会委員会が、「アメニティタウンへのアプローチ」計画を策定	空間整備	計画	企画広報課：事務局。有識者と共に緑と文化のまちづくりをテーマにしたまちづくりの方向性を																	―
3	1991	4	境停車場線（都市計画道路：水木しげるロード）協議会で、商店街活性化のため、道路整備について検討	空間整備	計画	都市計画道路の整備について協議する場の設定			参加		参加（歩道拡幅・アーケードについて検討）		参加（歩道拡幅・アーケードについて検討）	参加	参加（移転について検討）								市内
4	1991		駅前土地区画整理事業開始	空間整備	整備	土地区画整理事業実施																	市内
5	1992		都市計画道路整備開始	空間整備	整備	歩道幅員両側3mを、3・5m（松ヶ枝町）、4・4m（大正町、本町の西部分）に拡幅。本町西部分では17軒が																	大正町・松ヶ枝町・本町の一部
6	1992		水木しげるロード整備事業一期開始	空間整備	整備	都市計画道路整備と並行してブロンズ像を設置。アーケード改築、オブジェ6体、サイン1塔																	松ヶ枝町
7	1993		水木しげるロード整備事業一期工事継続	空間整備	整備	オブジェ17体制作、絵タイル8枚、看板政策1基、大正側歩道橋整備。オブジェ23体を松ヶ枝町南側に設置。																	松ヶ枝町・大正町
8	1993		加盟店で鬼太郎カード発行	空間活用	魅力づくり						協力要請・広報												商店街（水木しげるロード周辺も含む）
9	1993	7	水木しげるロードオープン式典・除幕式	空間活用	魅力づくり	セレモニー開催・段取り																	松ヶ枝町

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
10	1993	7	鬼太郎音頭作曲、練習、式典で披露	空間活用	魅力づくり	「緑と文化のまちづくり」基金から作曲費の半分を負担							鬼太郎音頭を練習し披露										松ヶ枝町・大正町
11	1993	8	鬼太郎ハガキ販売	空間活用	魅力づくり	市民課窓口で販売																	市役所
12	1993	9	鬼太郎列車	空間活用	魅力づくり																		JR境線沿線
13	1993	8	山陰路観光連絡会：キャンペーンに鬼太郎イラスト採用	PR,広報	PR,広報																		山陰全域
14	1993	8	PRのため東京で鬼太郎音頭披露	PR,広報	PR,広報	県が依頼										東京で披露							県外
15	1993	8	盗難対策として、自治会でアーケード照明点灯延長、夜間見回り	空間活用	空間の管理								自治会でアーケード照明延長・見回り										水木しげるロード（松ヶ枝町）
16	1993	12	共同経営いこいの館鬼太郎オープン	空間活用	魅力づくり								共同出資、ボランティアで店番										水木しげるロード（松ヶ枝町）
17	1993		商店主が自主的にブロンズ像をライトアップ(最大時で11)	空間活用	空間の管理									N氏が施工									水木しげるロード（松ヶ枝町）
18	1994		水木しげるロード整備事業一期工事継続	空間整備	整備	オブジェ17体制作、トイレ建設、駐車場整備。オブジェ17体を本町に																	大正町
19	1994	1	「ゲゲゲの鬼太郎に逢える港町」作成	空間活用	魅力づくり								商店街内の寄付でブロンズ像マップを作成。店頭で無										水木しげるロード（松ヶ枝町）
20	1994	7	水木しげるロード完成式典（一期工事完成）	空間活用	魅力づくり	ABCD							E	DE									水木しげるロード（松ヶ枝町・大正町）

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							場所
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	
21	1994	7	小学生妖怪絵画展・もちまき	空間活用	魅力づくり								ABCDE										水木しげるロード（松ヶ枝町）
22	1994	7	妖怪の着ぐるみ製作・有志で着用してにぎわい演出	空間活用	魅力づくり	式典の資金で製作								有志で製作・着用									水木しげるロード
23	1994		大正町も含めた地図製作	空間活用	魅力づくり								寄付出し合う										水木しげるロード（松ヶ枝町・大正町）
24	1994	7	郵便局：妖怪消印（7月）																				水木しげるロード（大正町）
25	1995	2	境港駅リニューアルオープン	空間整備	整備	計画実行。区画整理の一部。																	境港駅
26	1995	7	手づくり郷土賞（建設省）（7月）																				
27	1995		水木しげるロード整備事業二期	空間整備	整備	オブジェ31体設置（駅前）。アーケード改築。																	水木しげるロード（大正町）
28	1995	10	鬼太郎音頭の普及活動開始	PR,広報	PR,広報	着物（制服）は市ががが制作、会員に貸し出す。練習にしおさい会館提供		観光協会（市）が水木プロに許可をとった					（この時までは自治会のはっぴや浴衣で踊っていた）			発足。年間20回以上踊り出演							水木しげるロード（松ヶ枝町・大正町）
29	1995	10	ブロンズ像盗難防止のためのパトロール	空間活用	空間の管理												よびかけ、段取り						水木しげるロード（松ヶ枝町・大正町）
30	1995	10	「水木しげる記念館」建設決定			97年完成予定。総建設費6億円。（建設部か）																	
31	1995		「水木しげるロード」ブロンズ像ガイド作成	空間活用	魅力づくり									一店舗の寄付による									水木しげるロード（大正町）

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織								
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
32	1995	12	市報「さかいみなと」に妖怪ガイドブックはさむ	空間活用	魅力づくり	ガイドブックを作成・市報にはさむ																	市内
33	1995		個人が「ようこそ境港」と書いた立て看板を作製	空間活用	空間の管理								T氏が制作										水木しげるロード（松ヶ枝町）
34	1996		水木しげるロード整備事業二期	空間整備	整備	オブジェ9体設置（本町）。レリーフ5基設置、ポケットパーク、トイレ整																	本町
35	1996		第七次総合計画	空間整備	計画																		—
36	1996	7	鬼太郎高速バス、観光バス																				周辺
37	1996	8	水木しげるロード全体完成式典（二期工事完成）	空間活用	魅力づくり	式典準備																	水木しげるロード（松ヶ枝町・大正町・本町の一部）
38	1996	8	第一回世界妖怪会議（完成式典の翌日）	空間活用	魅力づくり	ABCDE												E					文化ホール？
39	1996	7	ゲタ飛ばし大会（みなと祭）	空間活用	魅力づくり	CD				ABDE													駅前広場
40	1996		「賑わいのある商店街づくり補助金」で立て看板を作る	空間活用	空間の管理	賑わいのある商店街づくり補助金を出す							立て看板作製や空き店舗にペイント										水木しげるロード（松ヶ枝町）
41	1996	11	商店会が活性化委員会組織。将来について話し合う	空間活用	空間の管理	鳥取県中小商業活性化事業（県）						話し合いの場を設ける											商店街のレストラン（東府屋？）
42	1996		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	県がハワイの祭典をもちかける。市が同行。練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭り・ハワイで踊る							市内外（ハワイ）

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織								
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
43	1996		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加											清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード（松ヶ枝町・大正町・本町の一部）
44	1997	3	鳥取県中小商業活性化事業「生活共感商店街を目指して」計画	空間整備	計画							計画の策定				計画策定委員会に参加		計画策定委員会に参加					水木しげるロード
45	1997	4	みなとさかい交流館完成（鳥取県が計画）	空間整備	整備																		駅前
46	1997	7	「鬼太郎ワンダーシアター」（「夢みなと博覧会」）	空間活用	魅力づくり	ABDE	C																竹内団地
47	1997	7	妖怪フェスティバル（目玉おやじ市）（商店会計画の一部として）①	空間活用	魅力づくり		B			E		ACDE											水木しげるロード（松ヶ枝町・大正町・本町の一部）
48	1997	8	第二回世界妖怪会議	空間活用	魅力づくり	ABCDE												E					博覧会会場
49	1997	11−12	県外に5回、宣伝隊を派遣	PR,広報	PR,広報	ロードPRに予算計上。																	県外
50	1997		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
51	1997		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加										参加	清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード（松ヶ枝町・大正町・本町の一部）
52	1998	3	「水木しげる館」の建設を見送り			建設見送り判断																	—
53	1998	5	水木しげるロード振興会設立																				大正町

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織								
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
54	1998		中小商業活性化事業「商店街活性化基本計画」（水木しげるロード街並み整備計画」を策定（妖怪神社、河童の泉含む）（99.3発行）	空間整備	計画				振興会を商店街組織に認定、推薦状を書く			計画策定委員会に参加						計画策定委員会に参加	計画策定				水木しげるロード
55	1998		妖怪スタンプ設置	空間活用	魅力づくり														スタンプ作製・会員店舗に設置・台紙も制作				水木しげるロード
56	1998		「水木しげるロードGUIDE」作成	空間活用	魅力づくり														ガイドマップ作製				水木しげるロード
57	1998		「妖怪ガイドブック」作成	空間活用	魅力づくり			ガイドブック作成															水木しげるロード
58	1998	7	妖怪フェスティバル（目玉おやじ市）	空間活用	魅力づくり		B		協力												ロード		水木しげるロード
59	1998	7	妖怪フェスティバル（目玉おやじ市）（商店会計画の一部として）②	空間活用	魅力づくり		B			E		ACDE											水木しげるロード（松ヶ枝町・大正町・本町の一部）
60	1998		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
61	1998		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加											清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード
62	1999	3	「境港市観光ガイドHP」リニューアル	PR,広報	PR,広報			HP作成															—
63	1999	4	妖怪音楽祭①	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード（大正町）
64	1999		ゲタ飛ばし大会①	空間活用	魅力づくり					ABCDE													駅前広場

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
65	1999		妖怪オブジェコンクール①	空間活用	魅力づくり	B									ABCDE				ABCDE		ABCDE		本町アーケード商店街
66	1999		妖怪着ぐるみ隊事業	空間活用	魅力づくり	県の緊急雇用創出特別基金事業として、観光地美化事業																	水木しげるロード
67	1999		観光地美化事業	空間活用	空間の管理	県の緊急雇用創出特別基金事業として、観光地美化事業																	水木しげるロード
68	1999		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
69	1999		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加											清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード
70	1999		スタンプラリー実施（毎日）	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を会員に卸す											会員がスタンプを管理・毎日設置				水木しげるロード
71	2000	1	妖怪神社建立	空間整備	整備															計画を実行。資金調達、建設。			水木しげるロード（大正町）
72	2000	3	妖怪ポスト設置	空間活用	魅力づくり																		駅前
73	2000	4	妖怪着ぐるみ隊事業開始	空間活用	魅力づくり	着ぐるみ作成・人員確保																	水木しげるロード
74	2000	8	鬼太郎イラスト列車	空間活用	魅力づくり																		JR境線沿線
75	2000	4	妖怪音楽祭②	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード（大正町）

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
76	2000		ゲタ飛ばし大会②	空間活用	魅力づくり					ABCDE													駅前広場
77	2000	8	妖怪オブジェコンクール②	空間活用	魅力づくり	B									ABCDE				ABCDE		ABCDE		本町アーケード商店街
78	2000	9,10	ベニズワイガニのカニ汁を大鍋で炊き出し、ふるまう（6回）	空間活用	魅力づくり			ABCDE															本町アーケード商店街
79	2000	8	8月を霊在月と制定	空間活用	魅力づくり	国民文化祭開催に合わせて制定（国民文化祭推進室）		実行委員	実行委員	実行委員									実行委員				妖怪神社
80	2000	10	郵便局：鬼太郎に手紙を書こうキャンペーン	空間活用	魅力づくり																	ABCDE	水木しげるロード（大正町）
81	2000	11	ゲタ祭り	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード、妖怪神社
82	2000	12	鬼太郎の塔	空間整備	整備																		駅前・海陸運送敷地
83	2000		妖怪着ぐるみ隊事業	空間活用	魅力づくり	県の緊急雇用創出特別基金事業として、観光地美化事業																	水木しげるロード
84	2000		観光地美化事業	空間活用	空間の管理	県の緊急雇用創出特別基金事業として、観光地美化事業																	水木しげるロード
85	2000		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
86	2000		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加											清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
87	2000		スタンプラリー実施（毎日）	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を会員に卸す											会員がスタンプを管理・毎日設置				水木しげるロード
88	2001	1	妖怪神社で年越しイベント	空間活用	魅力づくり														ABDE	ABCDE			妖怪神社
89	2001	3	妖怪壁画	空間整備	整備																		駅前・海陸運送敷地
90	2001	3	妖怪ひな祭り①	空間活用	魅力づくり			ABDE											ABCDE				本町アーケード商店街
91	2001	4	桜まつり「健康ウォークスタンプラリー」①	空間活用	魅力づくり			ABCDE											ABDE				水木しげるロード周辺
92	2001	4	妖怪音楽祭③	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード（大正町）
93	2001	7	妖怪ふるさと祭り	空間活用	魅力づくり															ABDE			海陸運送倉庫
94	2001	8	妖怪灯篭①	空間活用	魅力づくり			ABD					CE						ADE	AE			水木しげるロード
95	2001	8	妖怪探索ツアー①	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
96	2001	8	目玉おやじ市①	空間活用	魅力づくり			D											**ABCDE**				水木しげるロード
97	2001	8	ゲタ的当て大会①	空間活用	魅力づくり														ABCDE				駅前広場

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							場所
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	
98	2001		ゲタ飛ばし大会③	空間活用	魅力づくり					ABCDE													駅前広場
99	2001	8	妖怪オブジェコンクール③	空間活用	魅力づくり										BC						ABDE（11チーム30人参加）。		本町アーケード商店街
100	2001		妖怪ガイドブック五版	空間活用	魅力づくり			発行															水木しげるロード
101	2001		水木しげる記念館着手（2002竣工）			総合計画実行（地域総合整備事業）																	本町アーケード商店街
102	2001		妖怪着ぐるみ隊事業	空間活用	魅力づくり	県の緊急雇用創出特別基金事業として、観光地美化事業																	水木しげるロード
103	2001		観光地美化事業	空間活用	空間の管理	県の緊急雇用創出特別基金事業として、観光地美化事業																	水木しげるロード
104	2001		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
105	2001		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加											清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード
106	2001		スタンプラリー実施（毎日）	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を会員に卸す											会員がスタンプを管理・毎日設置				水木しげるロード
107	2002	1	妖怪神社で年越しイベント	空間活用	魅力づくり														ABDE	ABCDE			妖怪神社
108	2002		妖怪目玉市②	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
109	2002		妖怪ひな祭り②	空間活用	魅力づくり			ABDE											ABCDE				本町アーケード商店街
110	2002	3	印鑑証明、住民票の透かしに妖怪使用	PR,広報	PR,広報	公的文書に妖怪のデザイン使用																	市内
111	2002	4	桜まつり「健康ウォークスタンプラリー」②	空間活用	魅力づくり			ABCDE											ABDE				台場公園出発、ロード
112	2002	8	境港妖怪ジャズフェスティバル①（霊在月の位置づけ）	空間活用	魅力づくり	ABCDE																民間会社(E)	駅前広場
113	2002	8	妖怪探索ツアー②	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
114	2002	8	妖怪灯篭②	空間活用	魅力づくり			ABD					CE						ADE	AE			水木しげるロード
115	2002		ゲタ飛ばし大会④	空間活用	魅力づくり					ABCDE													駅前広場
116	2002		妖怪オブジェコンクール④（妖怪フェスティバル）	空間活用	魅力づくり	ABD									BC						ABDE		妖怪倉庫
117	2002	10	世界妖怪会議開催（国民文化祭の一部）	空間活用	魅力づくり	ABCDE												E					市民会館
118	2002		ゲタ的当て大会②	空間活用	魅力づくり														ABCDE				駅前広場
119	2002		妖怪着ぐるみ隊事業	空間活用	魅力づくり	県の緊急雇用創出特別基金事業として、観光地美化事業																	水木しげるロード

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
120	2002		観光地美化事業	空間活用	空間の管理	県の緊急雇用創出特別基金事業として、観光地美化事業																	水木しげるロード
121	2002		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
122	2002		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加							参加	参加			清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード
123	2002		スタンプラリー実施（毎日）	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を会員に卸す											会員がスタンプを管理・毎日設置				水木しげるロード
124	2003	1	妖怪神社で年越しイベント	空間活用	魅力づくり														ABDE	ABCDE			妖怪神社
125	2003	1	カニ感謝祭①	空間活用	魅力づくり	abcde	abcde												e			境港水産振興協会(abcde)	妖怪神社
126	2003		妖怪目玉市③	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
127	2003		妖怪ひな祭り③	空間活用	魅力づくり			ABDE											ABCDE				水木しげるロード（松ヶ枝町空き店舗（戸田さん所有））
128	2003	3	記念館開館記念にブロンズ像3体設置	空間整備	整備	企画、発注、設置																	水木しげる記念館
129	2003	3	水木しげる記念館開館	空間整備	整備	式典準備																	水木しげるロード（本町アーケード）
130	2003	4	桜まつり「健康ウォークスタンプラリー」③	空間活用	魅力づくり			ABCDE											ABDE				台場公園出発、ロード

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
131	2003		ゲタ的当て大会③	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード沿いの駐車場
132	2003	8	境港妖怪ジャズフェスティバル②（霊在月の位置づけ）	空間活用	魅力づくり	ABCDE																	駅前広場
133	2003	8	妖怪探索ツアー③	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
134	2003	8	妖怪灯篭③	空間活用	魅力づくり			ABD					CE						ADE				水木しげるロード
135	2003		ゲタ飛ばし大会⑤	空間活用	魅力づくり					ABCDE													駅前広場
136	2003		妖怪オブジェコンクール⑤	空間活用	魅力づくり										BC						ABCDE		水木しげるロード（本町アーケード）
137	2003	12	妖怪結婚式	空間活用	魅力づくり														ABE	C			妖怪神社
138	2003		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
139	2003		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加											清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード
140	2003		スタンプラリー実施（毎日）	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を会員に卸す											会員がスタンプを管理・毎日設置				水木しげるロード
141	2004	1	妖怪神社で年越しイベント	空間活用	魅力づくり														ABDE	ABCDE			妖怪神社

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
142	2004	1	カニ感謝祭②	空間活用	魅力づくり	abcde	abcde												e			境港水産振興協会(abcde)	妖怪神社
143	2004		妖怪目玉市④	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
144	2004		妖怪ひな祭り④	空間活用	魅力づくり			ABDE											ABCDE				水木しげるロード（松ヶ枝町空き店舗（戸田さん所有））
145	2004	4	桜まつり「健康ウォークスタンプラリー」④	空間活用	魅力づくり			ABCDE											ABDE				台場公園出発、ロード
146	2004		ゲタ的当て大会④	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード沿いの駐車場
147	2004	8	境港妖怪ジャズフェスティバル③（霊在月の位置づけ）	空間活用	魅力づくり	ABCDE																	駅前広場
148	2004	8	妖怪探索ツアー④	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
149	2004	8	妖怪灯篭④	空間活用	魅力づくり			ABD					CE						ADE				水木しげるロード
150	2004		妖怪オブジェコンクール開催⑥	空間活用	魅力づくり										BC						ABCDE		水木しげるロード（本町アーケード）
151	2004		ゲタ飛ばし大会⑥	空間活用	魅力づくり					ABCDE													駅前広場
152	2004	11	妖怪ブロンズ像全国公募	空間整備	整備	寄付を受けて管理		ブロンズ像整備の費用を募る			名を連ねる								名前を連ねる				水木しげるロード

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
153	2004		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
154	2004		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加											清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード
155	2004		スタンプラリー実施（毎日）	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を会員に卸す											会員がスタンプを管理・毎日設置				水木しげるロード
156	2005	1	妖怪神社で年越しイベント	空間活用	魅力づくり														ABDE	ABCDE			妖怪神社
157	2005	1	カニ感謝祭③	空間活用	魅力づくり	abcde	abcde												e			境港水産振興協会(abcde)	妖怪神社
158	2005		妖怪目玉市⑤	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
159	2005		妖怪ひな祭り⑤	空間活用	魅力づくり			ABDE											ABCDE				水木しげるロード（松ヶ枝町空き店舗（戸田さん所有））
160	2005	4	桜まつり「健康ウォークスタンプラリー」⑤	空間活用	魅力づくり			ABCDE											ABDE				台場公園出発、ロード
161	2005		全国都市再生モデル調査（バリアフリー）	空間活用	空間の管理														調査				水木しげるロード
162	2005	6	「水木しげるロードの妖怪たち」出版	空間活用	魅力づくり			出版															—
163	2005	7	観光路線化事業	空間整備	整備	市、県で駅の飾り付けの費用を分担																	JR境線沿線

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織								
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
164	2005	7	妖怪ブロンズ像入魂式、妖怪大行進、駅前ブロンズ像除幕式	空間活用	魅力づくり	補助？		?															水木しげるロード
165	2005	7	境港妖怪ジャズフェスティバル④	空間活用	魅力づくり																		駅前広場
166	2005	8	妖怪探索ツアー⑤	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
167	2005	8	妖怪灯篭⑤	空間活用	魅力づくり			ABD					CE						ADE				水木しげるロード
168	2005		ゲタ飛ばし大会⑦	空間活用	魅力づくり	B				ACDE													駅前広場
169	2005	11	ゲタ的当て大会⑤	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード沿いの駐車場
170	2005	11	境線観光路線化駅装飾完成・除幕セレモニー開催					E															JR境線（米子駅）
171	2005	12	ブロンズ像完成（ディスティネーションキャンペーンmy妖怪公募事業）																				水木しげるロード
172	2005		妖怪記念切符発売	空間活用	魅力づくり																		JR境線沿線
173	2005		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
174	2005		水木ロードを育てる会が清掃活動	空間活用	空間の管理	参加											清掃活動よびかけ、段取り						水木しげるロード

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
175	2005		スタンプラリー実施（毎日）	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を会員に卸す											会員がスタンプを管理・毎日設置				水木しげるロード
176	2006	1	妖怪神社で年越しイベント	空間活用	魅力づくり														ABDE	ABCDE			妖怪神社
177	2006	1	カニ感謝祭④	空間活用	魅力づくり	abcde	abcde												e			境港水産振興協会(abcde)	妖怪神社
178	2006		妖怪目玉市(内容が変わっても、役割には出てこないのよね～)⑥	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
179	2006	1	鬼太郎フェリー	空間活用	魅力づくり																		水木しげるロード周辺
180	2006	2	「ねずみ男列車」加わる（2月）	空間活用	魅力づくり																		JR境線沿線
181	2006		妖怪ひな祭り⑥	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード（松ヶ枝町空き店舗（戸田さん所有））
182	2006		「水木しげるロード振興会」ののぼりを立てる	PR,広報	PR,広報														会費でのぼりを準備、会員に配布				
183	2006	3	鬼太郎を「とっとり妖怪観光大使」に任命	PR,広報	PR,広報	県が決定																	市内外
184	2006	4	妖怪・健康ウォーククイズスタンプラリー（有料）	空間活用	魅力づくり														ABCDE				海とくらしの史料館スタート
185	2006	4	「水木しげるロードの妖怪たち2」発行	空間活用	魅力づくり			出版															―

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							場所
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	
186	2006	4	「中海八景」決まる	空間活用	魅力づくり			広域で連携															市内外
187	2006	4	「ぶらりひょんマップ」海援隊	空間活用	魅力づくり				費用補助（百周年）														水木しげるロード周辺
188	2006	4	「鬼太郎タクシー」	空間活用	魅力づくり																		水木しげるロード（松ヶ枝町）
189	2006	4	点字ガイドの寄贈を受ける																				ロード
190	2006	4	ブロンズ像に点字シール貼付																				ロード
191	2006	4	ブロンズ像にQRコード貼付	空間活用	魅力づくり																		水木しげるロード
192	2006	5	駐車場管理はじめる	空間活用	空間の管理														管理（以降連休のたびに）				駅前
193	2006	5	歩行者天国実施（関係機関と調整）	空間活用	空間の管理	協力													調整				水木しげるロード
194	2006	6	「妖怪ポスト」設置（観光案内所内）	空間活用	魅力づくり			設置															観光案内所（駅前）
195	2006	6	妖怪そっくりコンテスト①	空間活用	魅力づくり			abcde															夢みなとタワー
196	2006	6	中海七珍を決定					広域で連携															広域観光圏

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
196	2006	7	妖怪たなばた祭り①	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
197	2006	7	「がいな鬼太郎」除幕式			団地の魚市場に石像を整備																	竹内団地
198	2006	7	「ねこ娘列車」（7月）	空間活用	魅力づくり																		JR境線沿線
199	2006	7	「鬼太郎交番」除幕式	空間活用	魅力づくり																		駅前
200	2006	7	鬼太郎着ぐるみ新調	空間活用	魅力づくり	着ぐるみ新調																	水木しげるロード
201	2006		ゲタ飛ばし大会⑧	空間活用	魅力づくり	B				ACDE													駅前広場
202	2006	7	境港妖怪ジャズフェスティバル⑤	空間活用	魅力づくり																		駅前広場
203	2006		妖怪灯籠⑥	空間活用	魅力づくり			C											ABDE				水木しげるロード
204	2006	10	妖怪川柳コンテスト	空間活用	魅力づくり			ABDE	ABDE														郵送
205	2006	10	妖怪検定①	空間活用	魅力づくり			ABDE	ABCDE														境港商工会議所
206	2006	11	ゲゲゲのゲタつみ大会①	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード（本町アーケード）

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
207	2006		飲酒運転防止PRコースター	空間活用	魅力づくり																	交番ABCDE	駅前
208	2006		ねこ娘巡査部長	空間活用	魅力づくり																	交番ABCDE	駅前
209	2006		100周年記念事業「水木しげる氏のブロンズ像」寄贈設置（10月）	空間整備	整備				記念事業としてブロンズ像設置														水木しげる記念館
210	2006		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							市内外
211	2006		スタンプラリー実施（毎日）	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を会員に卸す											会員がスタンプを管理・毎日設置				水木しげるロード
212	2007	1	妖怪神社で年越しイベント	空間活用	魅力づくり														ABDE	ABCDE			妖怪神社
213	2007	1	カニ感謝祭⑤	空間活用	魅力づくり	abcde	abcde												e			境港水産振興協会(abcde)	妖怪神社
214	2007		妖怪神社のお札配布	空間活用	魅力づくり														ABCDE				振興会会員店舗
215	2007		妖怪目玉市⑦	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
216	2007	1	水木しげる記念館企画展示室リニューアル（人生絵巻等）	空間整備	整備	予算つける																	水木しげる記念館
217	2007	1	ゲゲゲのゲタつみ大会②	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード（本町アーケード）

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							場所
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	
218	2007	2	目玉おやじ列車運行開始	空間活用	魅力づくり																		JR境線沿線
219	2007		妖怪ひな祭り⑦	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード（松ヶ枝町空き店舗（戸田さん所有））
220	2007	2	妖怪川柳コンテスト（1月募集）①	空間活用	魅力づくり			ABCDE															郵送
221	2007	3	妖怪人気投票	空間活用	魅力づくり			ABCDE															web上
222	2007	3	妖怪列車4両連結	空間活用	魅力づくり																		JR境線沿線
223	2007	3	映画「ゲゲゲの鬼太郎」試写会を実施、ウエンツエイジら来境																				
224	2007	3	スタンプラリー実施（毎日）・スタンプラリー完走証	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を卸す											スタンプを日々準備。完走証の発行。				水木しげるロード
225	2007	4	ゲゲゲの鬼太郎楽園オープン	空間整備	整備																		水木しげるロード（本町アーケード）
226	2007	4	映画「ゲゲゲの鬼太郎」全国公開																				
227	2007	4	アニメ「ゲゲゲの鬼太郎」（新作第5弾）の全国テレビ放送開始																				
228	2007	5	「水木しげるロードの妖怪たち3」発行	空間活用	魅力づくり			発行															―

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
229	2007	6	イラスト付き街灯をスポンサー公募設置	空間整備	整備			共催の形で名前を連ねる	街灯整備の費用を募る														水木しげるロード
230	2007	7	妖怪たなばた祭り②	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
231	2007	7	鬼太郎列車4両連結運転	空間活用	魅力づくり																		JR境線沿線
232	2007	7	JR西日本「スタンプ＆ウォークラリー」実施（境線観光路線化連絡会）	空間活用	魅力づくり	abcde																	JR境線沿線、水木しげるロード、水木しげる記念館
233	2007	7	皆生トライアスロン（ロードにて）																			トライアスロン協会ABCDE	ロード
234	2007	7	「第一回後世に残したい怪遺産」認定																				
235	2007	8	平日初の歩行者天国実施	空間活用	空間の管理														申請			警察署	水木しげるロード
236	2007	7	境港妖怪ジャズフェスティバル⑥	空間活用	魅力づくり	abcde		abcde	abcde	abcde													駅前広場
237	2007		妖怪灯籠⑦	空間活用	魅力づくり			C											ABDE				水木しげるロード
238	2007		ゲタ飛ばし大会⑨	空間活用	魅力づくり	B				ACDE													駅前広場
239	2007		ビジネスプランコンテスト（8–10月）	空間活用	魅力づくり				ABCDE														商工会議所

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
240	2007	10	妖怪そっくりコンテスト②	空間活用	魅力づくり			abcde															夢みなとタワー
241	2007	10	中国電力がロード内の街頭並びにブロンズ像を清掃活動	空間活用	空間の管理																	中国電力が清掃活動	水木しげるロード
242	2007	10	第7回きたろうカップ境港駅伝（水木しげるロードを初使用）																				水木しげるロード周辺（妖怪倉庫）
243	2007	10	妖怪デザイン自販機設置（10台）コカコーラと企画。夢みなとタワーで除幕式					コカコーラとタイアップ。売上の2割は教会の収入に。															台場公園、大正町に設置
244	2007	11	妖怪の調べ（検定後）																				
245	2007	11	妖怪検定②	空間活用	魅力づくり			ABDE	ABCDE														境港商工会議所
246	2007	11	きたろうゲタ積み大会③	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード（本町アーケード）
247	2007	11	喜ハプロジェクト・コラボ自販機設置																				ロード
248	2007		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							水木しげるロード
249	2007		駐車場管理（連休時）	空間活用	空間の管理														管理運営（連休のたびに）				駅前
250	2008	1	ブロンズ像しめ縄飾り	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
251	2008	1	カニ感謝祭⑥	空間活用	魅力づくり	abcde	abcde												e				妖怪神社
252	2008		妖怪神社のお札配布	空間活用	魅力づくり														ABCDE				振興会会員店舗
253	2008		妖怪目玉市⑧	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
254	2008	1	子年ねずみ男列車乗車記念乗車証配布	空間活用	魅力づくり															C		ABDE	JR境線沿線、妖怪神社
255	2008	2	鬼太郎フェリー「ねずみ男」イラスト完成披露セレモニー	空間活用	魅力づくり					隠岐、境港で話しあい、まとめる													水木しげるロード周辺
256	2008	2	妖怪川柳コンテスト②（11月募集）	空間活用	魅力づくり			ABCDE															郵送
257	2008		妖怪ひな祭り⑧	空間活用	魅力づくり														ABCDE				千代結び酒造本店
258	2008	3	河童の泉	空間整備	整備	整備													維持管理費は市と折半				水木しげるロード
259	2008	3	「妖怪しおりセット」	PR,広報	PR,広報			発行															—
260	2008	4	境港観光ガイドHPリニューアル	PR,広報	PR,広報			HPリニューアル															—
261	2008	5	自衛隊機に鬼太郎イラスト																			自衛隊	周辺

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
262	2008	5	「境港の妖怪ソング」歌詞募集開始	空間活用	魅力づくり			ABCDE	ABCDE														郵送
263	2008	6	記念館常設展示・企画展リニューアル	空間活用	魅力づくり	予算・展示内容変更																	水木しげる記念館
264	2008	7	妖怪たなばた祭り③	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
265	2008	7	JR 境線・ねずみ男ラリー実施	空間活用	魅力づくり	ADE																	JR境線沿線
266	2008	8	妖怪そっくりコンテスト③	空間活用	魅力づくり			abcde															夢みなとタワー
267	2008	7	境港妖怪ジャズフェスティバル⑦	空間活用	魅力づくり	abcde		abcde	abcde	abcde													駅前広場
268	2008		妖怪灯籠⑧	空間活用	魅力づくり			C											ABDE				水木しげるロード
269	2008		ゲタ飛ばし大会⑩	空間活用	魅力づくり	B				ACDE													駅前広場
270	2008	1O	中国電力がロード内の街頭並びにブロンズ像を清掃活動	空間活用	空間の管理																	中国電力が清掃活動	水木しげるロード
271	2008	10	隠岐の島町中村地区に水木しげるブロンズ像建立	空間整備	整備			手を貸す		隠岐青年会議所がブロンズ像整備													水木しげるロード周辺
272	2008	10	「河童の泉」鬼太郎および悪魔君衣替え	空間活用	魅力づくり	費用折半													費用折半				水木しげるロード（河童の泉）

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
273	2008	10	妖怪検定③	空間活用	魅力づくり			ABDE	ABCDE														商工会議所
274	2008	11	ゲタ積み大会④	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード（本町アーケード）
275	2008	11	「境港の妖怪ソング」完成記念寺井尚子ライブ	空間活用	魅力づくり			ABCDE															夢みなとタワー
276	2008	12	鬼太郎列車内声優アナウンス	空間活用	魅力づくり																	ABCDE	JR境線沿線
277	2008	12	妖怪ソングCD化	PR,広報	PR,広報			企画・販売	企画・販売														—
278	2008	12	劇場版「ゲゲゲの鬼太郎日本爆裂！！」全国公開																				
279	2008		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							水木しげるロード
280	2008		駐車場管理（連休時）	空間活用	空間の管理	弥生町の空地を借りる。職員がボランティアで運営。全体で2000台分確													駐車場二個所を管理運営（連休のたびに）仮設トイ				駅前
281	2008	8	歩行者天国実施	空間活用	空間の管理														申請			警察署	水木しげるロード
282	2008		スタンプラリー実施（毎日）・スタンプラリー完走証	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を卸す											スタンプを日々準備。完走証の発行。				水木しげるロード
283	2009	1	カニ感謝祭⑦	空間活用	魅力づくり	abcde	abcde												e				妖怪神社

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
284	2009		妖怪目玉市⑨	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
285	2009		妖怪神社のお札配布	空間活用	魅力づくり														ABCDE				振興会会員店舗
286	2009	1	目玉おやじ列車特別運行記念乗車証配布	空間活用	魅力づくり																	ABCDE	JR境線沿線、妖怪神社
287	2009	1	水木しげる記念館音声ガイドシステム（5ヶ国語）運用開始	空間活用	魅力づくり	実施																	水木しげる記念館
288	2009	2	美保飛行場に「鬼太郎空港」の愛称決定					会に所属															周辺
289	2009	2	アニメ・ヒーローヒロインシリーズ「ゲゲゲの鬼太郎」特殊切手発売																				
290	2009	1	ブロンズ像しめ縄飾り	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
291	2009	3	妖怪ひなまつり⑨	空間活用	魅力づくり														ABCDE				千代結び酒造本店
292	2009	3	水木しげるロードの妖怪切手第二集発売	PR,広報	PR,広報			企画・発売															—
293	2009		妖怪川柳コンテスト③（11募集）	空間活用	魅力づくり			ABCDE															郵送
294	2009		水木しげる氏顕彰像（ブロンズ像）整備	空間整備	整備	企画・整備																	

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
295	2009	3	水木しげる氏顕彰像（ブロンズ像）除幕式	空間活用	魅力づくり	ABCDE		D											E				水木しげるロード（ポケットパーク）
296	2009	4	「ゲゲゲの女房」2010年春NHK連続テレビ小説決定、駅前に記念館番設置																				
297	2009		妖怪灯籠⑨	空間活用	魅力づくり			C											ABDE				水木しげるロード
298	2009	7	妖怪たなばた祭り④	空間活用	魅力づくり														ABCDE				水木しげるロード
299	2009	10	妖怪そっくりコンテスト④	空間活用	魅力づくり	B		abcde															夢みなとタワー
300	2009	7	境港妖怪ジャズフェスティバル⑧	空間活用	魅力づくり	abcde		abcde	abcde	abcde													駅前広場
301	2009		ゲタ飛ばし大会⑪	空間活用	魅力づくり	B				ACDE													駅前広場
302	2009	4	新作紙芝居「鬼太郎対カラス天狗」上演	空間活用	魅力づくり		BC	ABDE															水木しげるロード（河童の泉他）
303	2009	7	ゲゲゲの女房のペナント（のぼり）かざる	PR,広報	PR,広報														ペナントを会費で制作、会員に配布				水木しげるロード
304	2009	10	妖怪検定④	空間活用	魅力づくり	B		ABDE	ABCDE														境港商工会議所、東京会場
305	2009	1O	中国電力がロード内の街頭並びにブロンズ像を清掃活動	空間活用	空間の管理																	中国電力が清掃活動	水木しげるロード

番号	年	月	活動	活動の大分類	活動の小分類	行政組織		広域市民組織			地元市民組織					新規市民組織							
						市	県	観光協会	商工会議所	青年会議所	商店街連合会	協同組合商店会	松ヶ枝町商店街	大正町自治会	本町商店街	鬼太郎音頭保存会	水木ロードを育てる会	げげげのしげる会	水木しげるロード振興会	株式会社アイズ	まちづくり応援団	その他	場所
306	2009	11	ウォークラリー	空間活用	魅力づくり				abcde										abcde				水木しげるロード周辺
307	2009		歌唱コンテスト	空間活用	魅力づくり			ABCDE	ABDE														夢みなとタワー
308	2009		おもてなし事業（着ぐるみ）	空間活用	魅力づくり	県の緊急雇用創出特別基金事業																	水木しげるロード
309	2009		障がい者参画事業（清掃）	空間活用	空間の管理	県の緊急雇用創出特別基金事業として																	水木しげるロード
310	2009		鬼太郎音頭保存会がPR活動	PR,広報	PR,広報	練習にしおさい会館提供										PR活動・みなと祭りで踊る							水木しげるロード
311	2009		駐車場管理（連休時）	空間活用	空間の管理	弥生町の空地を借りる。職員がボランティアで運営。全体で2000台分確													駐車場二個所を管理運営（連休のたびに）仮設トイ				駅前
312	2009	8	歩行者天国実施	空間活用	空間の管理														申請			警察署	水木しげるロード（大正町を除く）
313	2009	通年	スタンプラリー実施（毎日）・スタンプラリー完走証	空間活用	魅力づくり			スタンプラリー台紙を卸す											スタンプを日々準備。完走証の発行。				水木しげるロード
314	2009	12	妖怪神社で年越しイベント	空間活用	魅力づくり			DE						ADE						ABCDE			妖怪神社

イベント開催における役割分担の凡例

記号	イベント事業における役割分担
A	企画・準備
B	資金提供
C	会場提供
D	広報
E	人材提供

付 1-2　アンケート調査票と案内文

平成２１年１１月

水木しげるロード商店街活性化のアンケート
ご協力のお願い

大阪大学大学院　工学研究科
ビジネスエンジニアリング専攻　地球総合工学専攻

境港市水木しげるロード商店街のみなさまへ

晩秋の候、ますます御健勝のこととお慶び申し上げます。
水木しげるロード商店街の皆様の活動は、全国の商店街に対して様々な示唆を与えるユニークな取組として注目されています。
そこで、皆様から活動の経緯やお店の変化についてお伺いし、他の商店街の参考になる研究をしたいと考えております。
つきましては誠に恐縮ではございますが、このアンケートのご協力を賜りますよう、よろしくお願いいたします。

なお、私どもは大阪大学大学院工学研究科の大学院生で、アンケートは集計分析のために使用し、店舗の名前をはじめプライベートに関することは一切公表いたしません。破棄する際も、機密処理扱いによって厳重に処理いたしますので、プライバシーの保護に関してご迷惑をおかけすることはありません。

大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻　准教授　松村暢彦
博士後期課程　澤田廉路
地球総合工学専攻　博士前期課程　依藤光代

＜調査の概要＞
- 代表者の方、もしくは準じる方がご記入ください
- １５分程度で回答できます
- アンケートはB4で合計４ページです
- 同封してある返信用封筒にて、１１月３０日までにポストに投函してください

ご質問は下記までお問い合わせください

大阪大学大学院工学研究科　澤 田　廉 路（さわだ　としみち）
依 藤　光 代（よりふじ　みつよ）
〒565-0871　大阪府吹田市山田丘 2-1　S-1 棟 1 階 123 号室
電話（研究室）: 06-6877-5111（内線 3513）　携帯電話（澤田）: 090-8361-5396
e-mail（依藤）：　myorifuji@civil.eng.osaka-u.ac.jp

商店街の活性化に関するアンケート

商店を経営されている方は、問１から問２０までお答えください。
現在経営をされていない方は、問３、○、○、○、○、○、○をお答えください。

問１　店舗名をお書きください

問２　建物の利用についてあてはまるものをお選びください

①商業・住宅併用　②商業専用　③住宅専用

問３　土地・建物の所有関係についてあてはまるものをお選びください。借家と答えた方は借り始めた時期をお書きください

①土地・建物を所有　②借地で建物は所有
③土地・建物共に借用（ ..... 年から ）

問４　業種についてあてはまるものの番号を右から選んでください。平成５年以降に変化があれば、変化前についてもお答えください

現在の業種 ＿＿＿＿
変更する前の業種 ＿＿＿＿
変更したのは（ ）年ごろ

①食料品（②野菜 ③魚 ④パン ⑤その他）
⑥衣料生活雑貨　⑩酒類
⑦自転車　⑪時計・メガネ・カメラ
⑧家電　⑫書籍文具
⑨薬・化学品　⑬その他サービス業

問５　観光客対象の土産品の取り扱いはありますか。また、いつから取り扱っていますか

① ある（　年から　年まで）
② ない

問６　主な顧客をお選びください。どちらもと答えた方は、どちらの割合が多いかお答えください

① 近隣住民　② 観光客
③ どちらも（近隣住民の方が多い ・ 観光客の方が多い）

問７　従業員の数についてあてはまるものをお選びください

① 家族のみ　② 雇用1～2人　③ 雇用3～9人　④ 雇用10人以上

問８　経営者・オーナーの年齢についてあてはまるものをお選びください

① 20代・30代　② 40代　③ 50代　④ 60代　⑤ 70代　⑥ 80代以上

問９　平成５年以降に、建物を改築・改修された内容と時期をお伺いします
➢ 改築または改修の内容をすべてお選びください

① 改築・改修をしていない　② 建物を増築
⑤ 店舗を拡張　③ 外観を改装　④ 内装を改装

裏面へ続きます

➢ 改築・改修のための工事をした時期をお答えください

----------年ごろ

問１０　経営状態についてお伺いします。平成５年と現在を比較し、直観でお選びください

平成5年と比較して、現在の経営状態は ① よくなっている　② よくなっていない　③ どちらでもない

問１１　後継者が決定していますか。決定していない方は、後継者が必要だと思いますか

① 後継者は決定している　② 現在後継者は決定していない（必要ない ・ 必要である）

問１２　水木しげるロードがオープンして以降にできた組織への加入についてお伺いします

➢ 加入している（していた）組織にしるしをつけ、加入していたおおよその時期をお書きください。
あてはまるものがなければ、その他にご記入ください＊添付の年表を参照

しるしをつけてください	加入していた時期をお答えください
□ 水木しげるロード振興会	（　　）年から（　　）年まで
□ 鬼太郎音頭保存会	（　　）年から（　　）年まで
□ 水木ロードを育てる会	（　　）年から（　　）年まで
その他（　　）	（　　）年から（　　）年まで

問１３　境港、水木しげるロードの一番の魅力は何だと思いますか。３つまでお選びください

① 水木しげるロードの賑わい・楽しさ　② 妖怪ブロンズ像　③ 妖怪関連グッズ ④ 海産物　⑤ 水木漫画妖怪関連イベント（　　） ⑥ レトロな風情と町並み　⑦ 妖怪スタンプラリー　⑧ その他（　　）

問１４　水木しげるロードにあればよいと思うものは何ですか。自由にお答えください

それぞれの時代のあなたの思いや行動についてお伺いします

思い出してお答えください

― 各時代については同封の年表をご参照ください ―

問１５　水木しげるロードへのあなたの関わりについてお伺いします。水木しげるロード（商店街）の振興のために、自分も何かしてみようと思いましたか

➢ 時代Ａの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 A	①思ったことがある　②少し思ったことがある　③どちらでもない ④あまり思ったことがない　⑤全く思ったことがない　⑥その他（　　）

➢ 時代Ｂの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 B	①思ったことがある　②少し思ったことがある　③どちらでもない ④あまり思ったことがない　⑤全く思ったことがない　⑥その他（　　）

- 時代Ｃの頃はどうでしたか，あてはまるものをお選びください

時代Ｃ	①思ったことがある　②少し思ったことがある　③どちらでもない ④あまり思ったことがない　⑤全く思ったことがない　⑥その他（　）

- 時代Ｄの頃はどうでしたか，あてはまるものをお選びください

時代Ｄ	①思ったことがある　②少し思ったことがある　③どちらでもない ④あまり思ったことがない　⑤全く思ったことがない　⑥その他（　）

問１６　水木しげるロード（商店街）で行われるイベントなどの事業に対する、あなたの姿勢についてお伺いします。イベントなどの事業に対して、あなたはどの程度積極的に関わりましたか

- 時代Ａの頃はどうでしたか，あてはまるものをお選びください

時代Ａ	①積極的に関わった　②関わった　③どちらでもない ④あまり関わらなかった　⑤関わらなかった　⑥その他（　）

- 時代Ｂの頃はどうでしたか，あてはまるものをお選びください

時代Ｂ	①積極的に関わった　②関わった　③どちらでもない ④あまり関わらなかった　⑤関わらなかった　⑥その他（　）

- 時代Ｃの頃はどうでしたか，あてはまるものをお選びください

時代Ｃ	①積極的に関わった　②関わった　③どちらでもない ④あまり関わらなかった　⑤関わらなかった　⑥その他（　）

- 時代Ｄの頃はどうでしたか，あてはまるものをお選びください

時代Ｄ	①積極的に関わった　②関わった　③どちらでもない ④あまり関わらなかった　⑤関わらなかった　⑥その他（　）

問１７　水木しげるロードまたは商店街のために、あなたが行っていたことについてお伺いします。当てはまるものがなければ、「その他」にお書きください

- 時代Ａの頃は何をしていましたか。あてはまるものをすべてお選びください

時代Ａ	①イベントなどについて自分で考える　②表にポスターを貼る ③ロードやブロンズ像を掃除する　④花を飾る　⑤その他（　）

- 時代Ｂの頃は何をしていましたか。あてはまるものをすべてお選びください

時代Ｂ	①イベントなどについて自分で考える　②表にポスターを貼る ③ロードやブロンズ像を掃除する　④花を飾る　⑤その他（　）

- 時代Ｃの頃は何をしていましたか。あてはまるものをすべてお選びください

時代Ｃ	①イベントなどについて自分で考える　②表にポスターを貼る ③ロードやブロンズ像を掃除する　④花を飾る　⑤その他（　）

- 時代Ｄの頃は何をしていましたか。あてはまるものをすべてお選びください

時代Ｄ	①イベントなどについて自分で考える　②表にポスターを貼る ③ロードやブロンズ像を掃除する　④花を飾る　⑤その他（　）

裏面へ続きます

問１８　生業（なりわい）（商業など仕事への取り組み）に対するあなたの姿勢についてお伺いします。生業に対して前向きに取り組むことができているという実感がありましたか

- 時代Ａの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 A	①とても前向きだった　②少し前向きだった　③どちらでもない ④あまり前向きでなかった　⑤前向きでなかった　⑥その他（　）

- 時代Ｂの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 B	①とても前向きだった　②少し前向きだった　③どちらでもない ④あまり前向きでなかった　⑤前向きでなかった　⑥その他（　）

- 時代Ｃの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 C	①とても前向きだった　②少し前向きだった　③どちらでもない ④あまり前向きでなかった　⑤前向きでなかった　⑥その他（　）

- 時代Ｄの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 D	①とても前向きだった　②少し前向きだった　③どちらでもない ④あまり前向きでなかった　⑤前向きでなかった　⑥その他（　）

問１９　あなたの経営の方針についてお伺いします。顧客が求めるものを考え、品ぞろえをそれに近づけようと積極的に行動しましたか

- 時代Ａの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 A	①とても積極的だった　②少し積極的だった　③どちらでもない ④あまり積極的でなかった　⑤積極的でなかった　⑥その他（　）

- 時代Ｂの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 B	①とても積極的だった　②少し積極的だった　③どちらでもない ④あまり積極的でなかった　⑤積極的でなかった　⑥その他（　）

- 時代Ｃの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 C	①とても積極的だった　②少し積極的だった　③どちらでもない ④あまり積極的でなかった　⑤積極的でなかった　⑥その他（　）

- 時代Ｄの頃はどうでしたか。あてはまるものをお選びください

時代 D	①とても積極的だった　②少し積極的だった　③どちらでもない ④あまり積極的でなかった　⑤積極的でなかった　⑥その他（　）

最後にお伺いします

問２０　水木しげるロードができてよかったと思いますか

- お選びください

①とてもよかった　②よかった　③どちらでもない　④よくない　⑤全くよくない

- それはなぜですか、理由をお書きください

ご協力ありがとうございました

同封の封筒に入れ、**11月30日**までにポストに投函していただきますようお願いいたします。

付2-1　生駒駅前商店街における活動の一覧

年	月	日	出来事、活動	概要、主体、場所、特記事項など
戦直後（S20）			地元消防団、青年団の活動を通して、商店主間に住民として横のつながりができる	
			駅前が闇市の機能を持ち発展。一角の食堂で最寄品の市場ができる。立ち退く必要が出たため、ショッピングストアに移動。ショッピングストア株式会社化	
S35			商工会組織活動開始、7部会発足	商工会議所
S39			新生駒トンネル開通	
S48			ジャスコ生駒店開店（～H21）、商店街の経営苦しくなる	
S47			駅南口再開発構想を策定	地元から要望を受け、市が策定
昭和48年2月～昭和58年3月			★大和都市計画事業生駒駅前南口地区第1種市街地再開発事業	再開発組合、市。バスロータリー整備、ケーブル駅移設、グリーンヒル建設、近商ストア入店
S58			本通り商店街にアーケード設置（奈良県初）	本通り商店街（ぴっくり通り）、市が舗装に1,000万円程度補助
S60	4		商工会、商工会議所へ発展的移行	商工会議所
S60	8	3	商工夏祭り	県民グラウンドにて開催、初回、商工会議所
S60			生駒商工会議所記念大売り出し企画	商工会議所
S60			機関紙「商工会議所ニュース」の発行	商工会議所
S61	10		大阪市営地下鉄乗り入れ	市
S61	8	2	商工夏祭り	商工会議所、県民グラウンド
S62	8	8	商工夏祭り（第1回生駒市「ふるさとふれあい祭り」）開催	商工会議所から、生駒市主催に変化
S63			商業近代化対策調査実施	商工会議所主体。県・市・学識と調整しながら、買い物行動アンケート、大型店インタビューを実施
S63			商業活動調整協議会設置	商工会議所、大学
S63	8	6	第2回ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H1			生駒セイセイビル一画を市から購入、商工会議所移設	商工会議所
H1			商業近代化地域計画策定事業に関する会議計40回	商工会議所
H1			商業近代化地域計画策定事業（基本計画）市全域	商工会議所、中小企業庁から商業近代化地域計画の指定を受ける
H1			部会を再編成、7部会に(飲食をなくして、観光、文化等を新たに設置）	商工会議所
H1			第3回ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H2	3		商店街等活性化実施計画（地域振興ビジョン）近鉄生駒駅周辺地区駅南口地区	生駒地域商店街等活性化委員会・商工会議所
H2	4	5	オープニングセレモニー	商工会議所
H2	7	18	生駒山麓太鼓打ちはじめ式及び清祓式（会議所青年部）	商工会議所
H2	8	4	第4回ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H2	8～		生駒駅前南北商店街会議　計11回実施	商工会議所
H2	9	23	かがり能宝山寺（会議所協力）	商工会議所
H2	11	25	商工祭り　会議所主催（セイセイビルにて）	商工会議所
H2			生駒駅前地区商業近代化推進計画策定	商工会議所主体。商業近代化基本計画策定事業を流れを受け（県の中小商業活性化基金から助
H2			★近代化事業で提唱した、駅前南北をむすぶペデストリアンデッキ・駅前プラザの築造のため、	商工会議所
H2			大規模小売店舗法改正	ー
H3			「商店街活性化事業実施計画」策定　生駒駅南口地域の活性化策	県中小照合活性化基金、生駒市からの助成
H3	8	3	第5回ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H3	9	23	かがり能宝山寺（会議所協力）	商工会議所
H3			商工まつり	商工会議所

年	月	日	出来事、活動	概要、主体、場所、特記事項など
H4	秋		★駅南口県道横断デッキ完成	市
H4	8	1	第6回ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H4	9	23	かがり能宝山寺（会議所協力）	商工会議所
H4	11	1	商工まつり	市、商工会議所
H4			市幹部と本所役員ならびに商業振興政策委員会委員との懇談会	市、商工会議所
H4	7	26	写生大会	商工会議所青年部
平成4年6月1日～平成9年6月30日			★生駒駅前北口第一地区第一種市街地再開発事業	再開発組合、 市バスターミナル機能が北口に→人の流れが変化
H5			新商業集積整備計画（学研都市建設と整合性を図った商業集積の整備並びに地域と調和した魅力ある北部地域の街づくり計画）	市 北部の開発計画
H5	10	31	商工まつり	実行委員会5回、そのほか関係会議等実施
H5	7	25	写生大会	商工会議所青年部
H5	8	7	第7回ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H5	10	13	市幹部と本所役員ならびに商業振興政策委員会委員との懇談会	商工会議所
H5	9	23	かがり能宝山寺（会議所協力）	商工会議所
H6	1		餅つき大会（青年部）、宝山寺の拝客におかげ餅振る舞い	商工会議所
H6	7	24	写生大会	商工会議所
H6	8	6	第8回ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H6	9	23	かがり能宝山寺（会議所協力）	商工会議所
H6	9	27	市幹部と本所役員ならびに商業振興政策委員会委員との懇談会	商工会議所、市
H6	10	30	商工まつり―市ふれあいひろば・農業まつりと同時開催	市、商工会議所
H6	10	1	10周年記念事業　クルーズ、ゴルフ、文化公園会	商工会議所
H6			会議所ニュース市民版発行開始	商工会議所
H6			生駒商店街活性化研究会	商工会議所内に会を設置
H7	7	23	写生大会	商工会議所
H7	8	5	第9回ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H7	9	23	かがり能宝山寺（会議所協力）	商工会議所
H7	11	5	商工まつり（第二阪奈小瀬料金所付近）―市ふれあいひろば・農業まつりと同時開催	市、商工会議所
H7	12	31	おかげ餅	商工会議所
H7	12		★生駒駅前北口第一地区第一種市街地再開発事業施設建築物A-1棟（仮称）の地元説明会	市
H7			広報調査委員会：インターネット視察	商工会議所
H7			商工会議所が（仮称）生駒都市開発株式会社に2千万円を出資（駅前北口再開発ビルの管理運営目的会社）	商工会議所
H7	6	6	生駒商店街活性化講習会（中小企業庁や基盤整備機構から商工会議所を通して補助を受けて、アドバイザー制度を使って、島中のぼる氏に話を聴く。後半は連合会の面々でお食事会（「商業活性化亜ロバイザー派遣事業））	商工会議所、商店街
H7			★生駒駅南通り商店街協同組合設立、アーケード設置。 通りのビルオーナーに頼みに行って、20人の賛成をそろえ、共同組合立ち上げ。1年半の間に組合設立、合意形成、アーケード建設にこぎつける	サウスモール（南通り）
H8	3		★再開発ビル「アントレ生駒」近鉄百貨店オープン	市、再開発組合
H8			★サウスモール、アーケード完成	サウスモール（南通り）協同組合組織
	1～2ヶ月に一度		1～2か月に一回、早朝のラジオ体操、アーケード清掃、花の世話	サウスモール（南通り）協同組合組織

年	月	日	出来事、活動	概要、主体、場所、特記事項など
H8			インターネット対応パソコンを商工会議所所内に設置、講習会	商工会議所
H8	7	28	写生大会	商工会議所
H8	8	3	第9回ふるさとふれあい祭り（青年部手伝わず）	商工会議所
H8	8	9	かがり能宝山寺（会議所協力）	商工会議所
H8	11	4	商工まつり（高山サイエンス）	市、商工会議所
H8	12	13	おかげ餅	商工会議所
H9			ショッピングストア―建て替え（二度目）	ショッピングストアー
H9			通行量調査	商工会議所
H9			生駒和太鼓フェスタ	商工会議所
H9	7	27	写生大会	商工会議所
H9	8	2	ふるさとふれあい祭り（青年部手伝わず）	商工会議所
H9	9	23	万燈会宝山寺（会議所協力）	商工会議所
H9	11	3	商工まつり（高山サイエンス）	市、商工会議所
H9	12	31	おかげ餅	商工会議所
H9			3年間ほど、市から商工会議所に活動費補助金(年間300万円程度）	市
			県が県道整備	市（商店街から要望）
H10	7	26	写生大会	商工会議所
H10	8	1	ふるさとふれあい祭り（青年部手伝わず）	商工会議所
H10			万燈会宝山寺（会議所協力）	商工会議所
H10	11	1	商工まつり（高山サイエンス）	市、商工会議所
H10	12	31	おかげ餅	商工会議所
H10			中心市街地活性化法改正を受け、通行量調査（去年）を実施、来街者調査、商店主意識調査を実施、活性化の施策を策定	商工会議所
H10			インターネットについて勉強会	商工会議所
H10			サウスモール花づくり開始	サウスモール
H10			グリーンヒルで花づくり	グリーンヒル生駒
H11			地域振興券発行	―
H11			中心市街地活性化協議会発足　月に一回開催	近鉄生駒駅6商店街会長で組織した協議会、定期的に会議、おおむね2か月に一回
H11	4	29	YEGフリーマーケット（高山サイエンスプラザP）	商工会議所
H11	8	7	ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H11	10	31	商工まつり（生駒山上公園）	市、商工会議所
H11	12	31	おかげ餅	商工会議所
H11			環境基本計画と連動して、ISO14001や容器包装リサイクル法、についての講習会、勉強会開催	商工会議所
			資源活用など環境事業に商店街が取り組む←市も「包装紙を使用しない運動」を展開	商店街
H12	12	1	生駒駅周辺6商店街と2大型量販店合同のチラシ発行3000部 生駒駅前商店街連合会　愛称　いこまえきまえハートフルエイト決定	中心市街地活性化協議会「ハートフルエイト」
H12	8	27	生駒駅南夏祭り（実行委員会準備会3回）	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H12	8	5	ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H12	9	7	商工まつり（中活協議会として協賛）	市、商工会議所
H12	12	31	おかげ餅	商工会議所

年	月	日	出来事、活動	概要、主体、場所、特記事項など
H13	3	26	県・市の補助金により、駅前に「マーコいこま」看板設置	商工会議所、市
H13			H13商店街活性化先進事業実行委員会	商工会議所内に設置
H13			商店街活性化先進事業 デジタルぱーぷるを活用した店舗紹介、情報ステーションの設置、イベント（チャレンジショップ、イルミネーション、クリスマスイベント等）会議所のアンテナショップ	生駒商工会議所（協力：中心市街地活性化協議会ーいこまえきまえハートフルエイト）1,000万円 折込チラシを商店街が提案
			「土日に閉まる店がある」と衝突（商工会議所と店間）	商工会議所
H13	7		中心市街地活性化先進事業（国・県・市補助）計30回の会議	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H13			参道トライアル５４０（青年部）	商工会議所
H13	8	26	生駒駅南夏祭り　生駒駅前南商店街、元町自治会、本町自治会（実行委員会準備会3回）	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H13	8	4	ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H13	10	27、28	商工まつり（生駒山上公園）	市、商工会議所
H13	12	31	おかげ餅	商工会議所
H14			グリーンヒルで大根炊き実施	グリーンヒル生駒
H14	8	25	生駒駅南夏祭り　生駒駅前南商店街、元町自治会、本町自治会（実行委員会準備会3回）	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H14	8	3	ふるさとふれあい祭り	商工会議所
H14			商工まつり（コミュニティセンター）	いこまえきまえハートフルエイト
H14	12	31	おかげ餅	商工会議所
H14			中活委　計１２回、だいたい１２名程度出席、企画会議は６名	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H14			みんなでダンスinいこまへの協力	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H14			イルミネーションフェスティバル	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H14			講習会の実施（奈良県及び生駒市の商業の現状　梅屋則夫氏）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H15	7～		商店街等活性化事業実施計画策定	商工会議所内で策定、中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
～17年			生駒駅前大学事業（計26回）空き店舗活用事業「まーこいIKOMA」と旧奈良信用金庫生駒支店跡）	商工会議所
～17年			商工まつり・商店街フェスタ参加事業	市、商工会議所
～17年	12		クリスマスイベント	商工会議所
～17年			通行量調査	帝塚山大学、商工会議所
～17年			まーこいIKOMA活用事業	帝塚山大学、商工会議所
～17年			現地調査	奈良大学、商工会議所
～17年			コミバス運行案についての調査事業	奈良大学、商工会議所
～17年			空き店舗活用方法についての調査	奈良大学、商工会議所
～17年			車椅子体験コーナー	奈良教育大学、商工会議所
～17年			商店街バリアフリー調査	奈良教育大学、商工会議所
～17年			歩行者追跡調査	奈良教育大学、商工会議所
～17年			パソコン教室	奈良産業大学、商工会議所
～17年			ミニコミ誌「ひょうたんからいこま！」発行	奈良女子大学、商工会議所
～17年	11		商店街一斉清掃	奈良女子大学、商工会議所
～17年			シャッターアート	奈良女子大学、商工会議所
～17年			商店街マップ「いこまるまっぷ」発行	奈良女子大学、商工会議所

年	月	日	出来事、活動	概要、主体、場所、特記事項など
～17年			報告会パネルディスカッション	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H15	8	24	納涼夏祭り	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H15	9		ミニコミ紙「ひょうたんからいこま！」い号発行	商工会議所、奈良女子大
H15	12		ミニコミ紙「ひょうたんからいこま！」こ号発行	商工会議所、奈良女子大
H16	3		ミニコミ紙「ひょうたんからいこま！」ま号発行	商工会議所、奈良女子大
H15	11	22	生駒・商工まつりと商店街フェスタ同時開催（H15,17,18,19）	商工会議所、商店街
H15	8	24	生駒駅南夏祭り　生駒駅前南商店街、元町自治会、本町自治会（実行委員会準備会3回）	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H15	8	3	いこまどんどこ祭り（婦人部のみ）	市、商工会議所婦人部
H15	12	31	おかげ餅	商工会議所
H15			中活委　計10回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H15			クリスマスイベント（聖歌隊・ダンスパフォーマンス）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H15			商店街一斉清掃（ぴっくり・サウス・アントレ）	各商店街
H15			イルミネーションフェスティバル	各商店街
H16	8	22	納涼夏祭り盆踊り大会	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H16	8	22	商店街をパレード	NPO法人テイクオフ生駒21、商工会議所が支援
H16	夏		ミニコミ紙「ひょうたんからいこま！」発行	奈良女子大学、商工会議所
			七夕まつり（グリーンヒル、ぴっくり）	各商店街
H16			万燈会をグリーンヒル・駅前で実施開始	商工会議所、奈良女子大
H16			花のあるまちづくりに向けた取り組み（商店街）	サウスモール
H16	8	22	生駒駅南夏祭り　生駒駅前南商店街、元町自治会、本町自治会（実行委員会準備会3回）	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H16			ふるさとふれあい祭り	市
H16	11	6	商工まつり（高山）	市、商工会議所
H16	12	31	おかげ餅	商工会議所
H16			中活委　計15回　10～15名	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H16			生駒駅前大学　後継者育成講座の開講	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H16			駅前共同看板の改訂	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H17			商店街フェスタ（スタンプラリー、イベント・売り出し、いこまるグッズ）	国県市から年間300万円補助。商工会議所が受け、協議会にメンバーの一人として参加。
H17			商店街マップ「いこまるマップ」発行	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H17			けいはんな線開業イベントの開催	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H17			笑いにいこま寄席	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H17	8	28	生駒駅南夏祭り　生駒駅前南商店街、元町自治会、本町自治会（実行委員会準備会3回）	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H17	8	6	いこまどんどこ祭り（婦人部のみ）	市、商工会議所婦人会
H17	12	31	おかげ餅	宝山寺
H17			中活委　計20回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H17			★本通り商店街協同組合関係（アーケード全面改装）	本通り商店街
H17	8	30	20周年記念事業	商工会議所
H17	8	27	市民・商店街がプランター共同制作（花のある街づくり事業）	サウスモール（南通り商店街）
H17			商店街サミット	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）

年	月	日	出来事、活動	概要、主体、場所、特記事項など
H18	8	27	生駒駅南夏祭り　生駒駅前南商店街、元町自治会、本町自治会（実行委員会準備会3回）	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H18			いこまどんどこ祭り（婦人部のみ）	商工会議所
H18	12	31	おかげ餅	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18			中活委　計15回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18	5	6	プランター点検	サウスモール（南通り商店街）
H18	7	25	商店街TMO視察（7月いけだ、箕面、9月尼崎）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18	10	3	笑いに行こま！寄席	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18	10	20	商店街フェスタ（スタンプラリー、イベント・売り出し、いこまぬり絵展示）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18	11	24	子ども110番の店発足	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18			勉強会「一店逸品運動」	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18			商店街マップ「いこまわらべまっぷ」発行	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18			けいはんな線周辺マップの発行	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18			こども110番の店の登録宣言	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18			キャラクター商品の開発・販売	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H18			★学研登美ヶ丘線開通（それに伴う調査）	市
H19	6	5	笑いにいこま寄席	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19	9	23	宝山寺万燈会に併せ、地元商店街として行灯型プランター設置（花のある街づくり事業）	サウスモール（南通り商店街）、グリーンヒル生駒
H19			商店街マップ・看板の改訂、ホームページ開設	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）、商工会議所
H19			インターネット系の勉強会など	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19	8	26	生駒駅南夏祭り　生駒駅前南商店街、元町自治会、本町自治会（実行委員会準備会3回）	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H19			いこまどんどこ祭り（婦人部のみ）	商工会議所
H19	12	31	おかげ餅	商工会議所
H19	10	27	商店街フェスタ（スタンプラリー）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト） 子どもがうろつくと邪魔と言う批判あり
H19			ウォークラリー（青年部）（継続）市役所⇔宝山寺	商工会議所
H19	11	4	通行量調査	商工会議所
H19	7・8		ならどっとFM出演（商店街からこんにちは！）（7/30～8/3）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19	2	13	笑いにいこま寄席	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19			中活委　計18回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19			【以下　商店街活性化事業の一環として、販促事業への助成】	
H19			開店10周年記念リーフレット（アントレいこま）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19			「ネコ・ねこ・猫カーニバル」（近鉄百貨店）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19			大根炊き（開店25周年事業）（近商ストア）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19			旗差し金具の取り付け、国旗、提灯の購入など（南通り商店街協同組合）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19			商店街サイン工事（ぴっくり通り商店街）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19			奈良女中山研　商店街調査	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19			通行量調査（サーベイリサーチセンター）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H19			ホームページ作成（生駒商店街連合会）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H20	5	9	天神橋筋商店街等視察	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）

年	月	日	出来事、活動	概要、主体、場所、特記事項など
H20	6	19	商店街活性化講習会　AMP代表斉藤一成氏（参加者生駒駅前商店街連合会会員）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H20	6	18	笑いにいこま寄席(162名）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H20	7	19	Kパラ「100円商店街のPR」出演	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H20	8	29	勉強会　講師AMP代表斉藤一成氏（参加者生駒駅前商店街連合会会員）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H20	8	24	生駒駅南夏祭り　生駒駅前南商店街、元町自治会、本町自治会	自治会、商店街、商工会議所（実行委員会）
H20	10	24	勉強会　講師AMP代表斉藤一成氏（参加者生駒駅前商店街連合会会員）	すしや忠兵衛
H20	10	3	活性化委員会	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H20	10	25	第1回100円商店街	市は広報誌に掲載。資金は、商工会議所(事務局)から商業部の看板事業として40万円出ている
H20	10	25	商店主・来街者調査（中山研）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	1	14	100円商店街について　AMP代表斉藤一成氏（参加者生駒駅前商店街連合会会員）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	1	24	第2回100円商店街	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	1	19	笑いにいこま寄席(145名）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	2	23	視察受け入れ	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H20			情報発信事業(ホームページ充実）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
			駐車場回数券発行	各商店街、商工会議所
H21	1	24	生駒駅前100円商店街第2回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	4	25	生駒駅前100円商店街第3回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）、奈良女子大による調査
H21	6	3	本通り協同組合へ市産業振興課から 「店舗の道路はみだしの件」+電気配線・照明器具取り替え工事着工報告（補助金関係）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	6	14	南通り商店街　研修会(親睦会）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	7	3	笑いにいこま寄席(128名）+抽選	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	7	6	本通り協同組合へ市産業振興課から店舗の道路はみ出し(自主規制の報告）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	7	25	生駒駅前100円商店街第4回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）、奈良女子大による調査
H21	8	30	生駒駅南夏祭り　生駒駅前南商店街、元町自治会、本町自治会	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	9	7	商店街活性化講習会（講師　斉藤氏、岩浪氏　ともにAMP）13名参加	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21	10	25	生駒駅前100円商店街第5回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）、奈良女子大による調査
H22	1	18	笑いにいこま寄席(87名）+抽選	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H22	1	23	生駒駅前100円商店街第6回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）、奈良女子大による調査
H21			第3～6回　100円商店街　4,5,6回　中山研調査	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21			全国商店街支援センター長を迎え、意見交換	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H21			商店街HP充実	商工会議所
H22	2		生駒駅前100円商店街調査（アンケート）	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）、奈良女子大による調査
H22			信金中金月報で生駒駅前商店街の研究がおこなわれる	事業診断士協会奈良支部が調査
H22	4	24	生駒駅前100円商店街第7回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H22	7	24	生駒駅前100円商店街第8回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H22	10	23	生駒駅前100円商店街第9回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H23	1	22	生駒駅前100円商店街第10回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H23	4	23	生駒駅前100円商店街第11回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H23	7	23	生駒駅前100円商店街第12回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）

年	月	日	出来事、活動	概要、主体、場所、特記事項など
H23	10	22	生駒駅前100円商店街第13回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H24			生駒駅前100円商店街第14回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H24	4		生駒駅前100円商店街第15回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H24	7	28	生駒駅前100円商店街第16回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H24	10	27	生駒駅前100円商店街第17回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H25	1	26	生駒駅前100円商店街第18回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H25	4	27	生駒駅前100円商店街第19回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H25	7	27	生駒駅前100円商店街第20回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H25	10		生駒駅前100円商店街第21回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）
H26	1		生駒駅前100円商店街第22回	中心市街地活性化協議会（ハートフルエイト）

注　　★は、ハード整備事業
時期が空欄になっているのは、特定が難しかったもの

付 2-2　100 円商店街チラシ

第 1 回開催（平成 22 年 10 月）

10/25(土)
午前10:00～午後5:00
生駒駅前
100円商店街
生駒駅前南商店街
売切れ御免
近鉄生駒駅
イコマサウスモール
文具のいなもり
mi-no
●ブレスレット
●カチューシャ
はんこやさん21いなもり
●ハローキティミニバンク
モスバーガー
●モス店舗使用の玉ねぎ(2個)
花藤寺田花店
●鉢花
●花束
ダイコクドラッグ生駒店
●カルビーじゃがりこ
●エースコック スープはるさめ(お一人4点)
う丼屋
タマキたばこ店
●ライターセット
ケンタッキーフライドチキン
●コーンサラダⓂ
am pm 近鉄生駒駅前店
●パンスト
●フェイシャルペーパー
CAFE MIKASA
●ベイクドチーズケーキ
●チョコレートケーキ
●さつまいものアップルパイ
ジャパンブックス
●竹の耳子入れ
●竹のマドラー
生駒駅前
100円商店街に
ぜひお越しください
100円商店街を
のぞいてみてください
芳徳園
●おいしい煎茶(国内産)60g
●おいしいカリガネ(大和茶)60g
鳥治
●大山どり串焼 1本65円を2本で100円
宝寿司
●自家製だし巻き玉子焼 1パック
宮川電化
●雑貨よりどり2個(かごの中)
政富鮮魚
●マグロジャーキー
●マグロ角煮
●しそわかめ
ぴっくり通り商店街
参道筋
田中薬房
●クレラップ
さかい洋品店
●ショッピングバッグ(不織布)
宝多餅の幾世屋
●黄金餅とみたらし 2本入
(お一人様 1パック100名限り)
ヘアーアルス
●カラーリングヘアー用 シャンプー(50ml) モイストパック(50ml) セットを先着10名様
宮野刃物店
●各種ドライバー(ねじ廻し)
クリーニングぴゅあらんど
●ワイシャツ(色・スポーツシャツ除く)
楠下商店
●お茶缶350ml(2本)
●缶ビール135ml
三浦鮮魚店
●生さんま1皿
中華料理大輪園
●手羽先唐揚げ2本
楽しい生駒駅前
100円商店街！
アン・シーズ
●靴下・タオル・ポーチ
COSME すみれ
●ディシク・フェイシャル 高保湿&美白マスク 体感(20分)
フードショップ 戎屋
●季節の野菜 色々
婦人服 とらや
●シルク100%婦人スカーフ 限定数20枚(お一人様一枚限定)
●ハンガーセット
御菓子司 中村製菓
●焼きたてのみたらしだんご2本
●季節の和菓子いろいろ
さくら通り
Cafe&Kitchen 滋養亭
●ライスコロッケ
きもの ますだ
●足袋(4枚こはぜ)
●腰ひも
お食事処 杉
●もつなべ 一椀
●黄身のステキな半熟たまご3個
西岡呉服店
●白半衿
【裏面もご覧下さい】
中橋時計店
●メガネケース&レンズクリーナー&メガネ用ネジドライバー3点セット
20セット限定 お一人様 1セット限り
オオニシカメラ
●2Lサイズプリント(フィルム・メディア・プリント問わずOK)
●タイムサービス! 14:00～ 10本限定使い捨てカメラ(お一人様 1本限り)
佳フラワーガーデン
●季節のお花 色々
大和信用金庫生駒支店
●似顔絵コーナー
マミーフルーツショップ
●季節の果物 色々
たこ焼き
ニコニコ薬局
●歯医者さん設計の歯ブラシ デントウエル
フードショップ 戎屋
●季節の果物 色々
～1時より販売いたします～
お一人様いずれか1点とさせて頂きます。
ぼくのめがね工房
●サングラス 50本(デザイン・サイズ等には限りがございます)
あらもの おおにし
●キクロン・スポンジ
●ひも付き・ピンチ
●ゴム手袋 M・L
セタ洋服店
●女子紳靴下(22～24cm)2足
●サンリオポケットテッシュ6個
●キャラクタータオルハンカチ
シューズショップ つじの
●ビニールスリッパ
八百与商店
●りんご(3ヶ入)
柿(3ヶ入)・みかん(5ヶ入)

第 22 回開催（平成 26 年 7 月）

第24回
関西初
7月26日土
売切れ御免
午前10時～午後5時
生駒駅前100円商店街
8/2土
第2回いこま駅前会場
いこま どんでこまつり
詳しくは中面へ
100 夏だ!まつりだ!商店街が楽しいよ 100
グリーンヒルいこま
売切れ御免
4F
truth a hair
●洗い流さないトリートメント
手作りの店 華
●ポケットティッシュカバー
●ポーチ・巾着
●髪留め・ブローチ
カルメシ茶屋
●一口生ビール ●グラスワイン(赤・白)
●酎ハイ(6種類)
●食後のコーヒー又は紅茶
●食後のデザート(当日のお楽しみ)
プレステージ(クオリティ)
●アクセサリー、ストーンブレス
●SVアクセサリー・キーホルダー
●ブランドバッグ・小物・時計
うどん処 伊賀
●昔ながらの すっぱい梅干
●店長のお母さんの手造り品
中華料理 花とも
●らんちゅうの稚魚1匹
3F
11:00～16:00まで
鷲太郎
●焼き鳥全品
かみきりや Acquto
●あらかわの桃
生駒駅
ジュエリー YOU美
●ストラップ各種
●手作り小物
●アクセサリー雑貨
モードサロン 菜の花
●白×黒のおしゃれソックス
(流行の部分的シースルー)
2F
ハクジュプラザ生駒店
●貯金箱
陶磁器・陶器石けん
イマジンハウス
天然石 ●パワーストーンブレスレット
●ふた付小鉢 ●唐草取皿
●プランター
●有田焼青磁唐草仙茶
●染付丸小鉢 など
自衛隊コーナー
ミニ制服を着てチビッ子自衛官に変身!
●ミニ制服試着 ●記念品の配付
風船もあるよ!!
警察コーナー
犯罪に遭わないために!
啓発物品の配布を行います
(数に限りあり)
13時～15時
近商ストア生駒店
売切れ御免
1F
●バナナ(税抜)
●塩ゆで枝豆(税抜)100g当たり
●生わかめ(税抜)300g
吉家
●でっち羊羹
●とろけるわらび餅
B1F
大吉
●家庭・台所用品どれでも2点で!!
貫通石のご利益!
心願成就
貫通石とは…
是非、この貴重な石に触れて、
「山をも貫く力」のご縁 をお持ち帰りください!
場所:グリーンヒルいこま 2階 エスカレーター前
近鉄百貨店
売切れ御免
(午前10時～)
●【大 瀬】 かます開き 1枚 限定数200枚
●【大 瀬】 さんま開き 1枚 限定数200枚
●【大 瀬】 あじ開き 1枚 限定数300枚
●【パントリー】幸月 どら焼 1個 限定数100個
●【パントリー】タマヤ 小倉あんぱん 1個 限定数100個
●【パントリー】タマヤ カリカリメロンパン 1個 限定数100個
(午後2時～)
●【マルキン】 濃口しょうゆ 1ℓ 限定数100
アントレいこま
売切れ御免
2F
カフェモナミ
●アイスクリーム(バニラ・イチゴ)コーン
●ゆずシャーベット
1F
ジャッロたこやきやさん
●たこやき6ケ
●たこやき粉
●ガチャガチャ
1等…500円券～5等まで
5等…100円券+1コ
●ポップコーン
●かき氷
(メロン・みぞれ・レモン・ブルーハワイ
ピーチ・マンゴー・コーラ・イチゴ)
すしや忠兵衛
●いなり 3ヶ
●胡瓜巻 1本
8/2土
第2回いこま駅前会場
いこま どんでこまつり
詳しくは中面へ

付 3-1　得するまちのゼミナールチラシ

第 1 回開催（平成 25 年 4 月）

7 あなたに合った眉描きレッスン

4月15日(月)10:30~11:30、14:00~15:00
5月5日(日祝)10:30~11:30、14:00~15:00

自分に似合う眉ってご存知ですか?眉は顔の印象を変える重要なポイント!顔のバランス・骨格から自身に似合う簡単な描き方をお教えします!

◆会場:まねき
◆材料費:無料
◆対象:女性
◆定員:3名
◆持ち物:なし

まねき　講師:平塚泰子・隆司

TEL:06-6721-6189　●受付時間:9:30~19:30
●住所:東大阪市小阪本町1-3-2　●休:木曜

8 プロが教える ファンデーションの選び方

4月16日(火)、5月14日(火)
10:30~11:30、14:00~15:00

自分に合ったファンデーションがわからないってことありませんか?あなたのお肌にぴったりのファンデーションの色・つけ方をアドバイスします!

◆会場:まねき
◆材料費:無料
◆対象:女性
◆定員:3名
◆持ち物:なし

まねき　講師:平塚泰子・隆司

TEL:06-6721-6189　●受付時間:9:30~19:30
●住所:東大阪市小阪本町1-3-2　●休:木曜

9 初めてのゆかた&きもの講座

4月19日(金)16:00~17:20
5月3日(金祝)、12日(日) 14:00~15:20

着物の賢い選び方、サイズの測り方他、着物にまつわるエトセトラをやさしくお教えします。ゆかた&きものを着て"美しく"なりましょう!

◆会場:染と織　京屋
◆材料費:無料
◆対象:高校生以上
◆定員:4名または2組
◆持ち物:筆記用具

染と織　京屋　講師:近藤よしみ

TEL:06-6722-5298　●受付時間:13:00~18:00
●住所:東大阪市小阪本町1-3-2　●休:木曜

10 "甦る"思い出のきもの「再生法&裏ワザ」

4月16日(火)14:00~15:15、21日(日)10:30~11:45
24日(水)16:00~17:15

思い出深いきもの、形見のきもの、体型変化で身に合わなくなったきもの、色が派手になったきもの…、ステキに生まれ変わるチャンス☆です。

◆会場:染と織　京屋
◆材料費:無料
◆対象:18才以上
◆定員:5名
◆持ち物:きもの、ハサミ、筆記用具

染と織　京屋　講師:近藤邦夫

TEL:06-6722-5298　●受付時間:11:00~18:00
●住所:東大阪市小阪本町1-3-2　●休:木曜

11 かわいいガーゼマスクを作ってみよう!

4/21(日)、28(日)　13:30~1500

カラフル!ポップ!キュート!とってもカワイイ子供用マスクを作ってみませんか。当店人気のオリジナル立体マスクを伝授します。

◆会場:染と織　京屋
◆材料費:400円
◆対象:ミシンが使える方
◆定員:2名
◆持ち物:筆記用具、布切りバサミ

染と織　京屋　講師:近藤佐智子

TEL:06-6722-5298　●受付時間:11:00~18:00
●住所:東大阪市小阪本町1-3-2　●休:木曜

12 失敗しない前髪の切り方

4月15日(月)、5月13日(月)10:30~12:00

1度はお子様や自分の前髪を切って失敗した経験ございませんか?そんな方へ!失敗しない前髪の切り方をお教えします!

◆会場:hair salon ODA
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:3名
◆持ち物:なし

hair salon ODA　講師:近藤敏枝

TEL:06-6721-7887　●受付開始日:4月10日(水)　●受付時間:9:00~19:30
●住所:東大阪市小阪本町1-4-24　●休:月曜(第2・第3火曜休)

13 お家でできる癒しのマッサージ

4月23日(火)、4月24日(水)、5月12日(日)
11:00~12:30、14:00~15:30、16:00~17:30 (全9回)

マッサージは、お肌の引き締め、肌あれやニキビ、くすみにも効果絶大です。是非この機会に自分でできる効果的な方法をマスターしてみましょう。

◆会場:コスメティックハウス　エル
◆材料費:1000円
◆対象:18才以上の女性
◆定員:3名
◆持ち物:首のあいた服装

コスメティックハウス　エル　講師:奥田一恵

TEL:06-6722-1540　●受付時間:10:00~18:45
●住所:東大阪市小阪本町1-4-20　●休:木曜

14 お悩み解消メイクアドバイス

4月30日(火)、5月5日(日)、5月7日(火)
11:00~12:30、14:00~15:30、16:00~17:30 (全9回)

目を大きく見せたい、毛穴を隠したい、眉がうまく描けないなど、あなたのお悩みをメイクで解消させちゃいましょう。

◆会場:コスメティックハウス　エル
◆材料費:500円
◆対象:18才以上の女性
◆定員:3名
◆持ち物:普段お使いのメイク商品

コスメティックハウス　エル　講師:奥田一恵

TEL:06-6722-1540　●受付時間:10:00~18:45
●住所:東大阪市小阪本町1-4-20　●休:木曜

15 お口のなんでも談話会

5月2日(木)13:00~15:00

事前に電話とFAXを頂き、一人ずつの内容を基に、専門的にお答えします。また歯科に対する意見要望も自由に語ってもらいたい。

◆会場:中西歯科医院
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:5名
◆持ち物:筆記用具

中西歯科医院　講師:中西幹夫

TEL:06-6726-6262　●受付時間:9:00~9:30
●住所:東大阪市小阪本町1-3-10 2F　●休:隔週土日午後、祝日

16 家庭で作るサンドウィッチのコツ

4月25日(木)　15:00~16:30

だれもが好きな定番、ハムとタマゴのサンドウィッチを作る時のちょっとしたコツと食パンの綺麗な切り方。

◆会場:フランクス
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:5~6名
◆持ち物:エプロン、メモ、ボールペン

フランクス　講師:東野卓仁

TEL:06-6724-6462　●受付時間:9:00~11:00
●住所:東大阪市小阪本町1-1-18　●休:不定休

17 スカーフの結び方教室

4月24日(水)、27日(土)14:00~15:00

☆ストールのアレンジをマスターすれば同じお洋服も新しく変身
☆2013年春、夏ファッション　素敵な着こなしを提案

◆会場:メリサ 本店
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:5名
◆持ち物:あればご自分のストール

メリサ　講師:市川宏美

TEL:06-6725-5473　●受付時間:10:30~17:00
●住所:東大阪市小阪本町1-7-1　●休:なし

18 かんたんコラージュ 手作りアルバム体験

街ゼミ期間中毎週水曜日11:00~12:30

初めてでもかんたん楽しい!マスキングテープやかわいい素材を使って、とっておきのアルバムに大変身!!

◆会場:[illegible]
◆材料費:500円
◆対象:女性
◆定員:2名
◆持ち物:写真L判(2~3枚)

有限会社イナバカメラ店　講師:稲葉仁美

TEL:06-6721-5385　●受付時間:10:00~17:00
●住所:東大阪市小阪本町1-8-3　●休:日曜

19 残ったパンをおいしくリメイク!!(フランスパン編)

4月21日(日)、4月28日(日)11:00~12:00

パンが食べきれなくて余ってしまった時、硬くなってしまった時、そんなパンを美味しくリメイク♪こっそりお教えします!試食あります!!

◆会場:ヴィ・ド・フランス小阪店
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:6名
◆持ち物:なし

ヴィ・ド・フランス小阪店　講師:大西(店長)

TEL:06-6721-1455　●受付時間:7:00~20:00
●住所:東大阪市小阪本町1-7-6　●休:なし

20 残ったパンをおいしくリメイク!!(食パン編)

4月17日(水)、5月15日(水)16:00~17:00

食パンをいつもとは、ちょっと違った食べ方で!簡単においしいスイーツに大変身させる方法をこっそりお教えします♪♪試食あります!!

◆会場:ヴィ・ド・フランス小阪
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:6名
◆持ち物:なし

ヴィ・ド・フランス小阪　講師:大西(店長)

TEL:06-6721-1455　●受付時間:7:00~20:00
●住所:東大阪市小阪本町1-7-6　●休:なし

21 花束をプレゼントしませんか?

5月2日(木)3日(金・祝)4日(土・祝)
6日(月)7日(火)8日(水)　各日18:00~

受付時に花を選んでいただきます。お仕事の都合等で、時間が合わない方ご相談ください。大切な方へ、ぜひ!

◆会場:フラワーショップまつもと
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:4名
◆持ち物:持ち帰り用袋

フラワーショップまつもと　講師:松本[illegible]

TEL:080-5360-0529　●受付時間:10:00~19:00
●住所:東大阪市小阪本町1-7-11　●休:木曜

22 おうちでセルフリンパトリートメント

4月19日(金)、26日(金)、5月3日(金)、10日(金)13:00~14:00

滞ったリンパ液を流してスッキリ!「健康」で「美しく」をテーマに、ご家庭で出来るセルフリンパトリートメントの講座です。

◆会場:FAME GRANDE WEST
◆材料費:500円
◆対象:女性限定
◆定員:10名　※3名以上で開講。
◆持ち物:タオル、ハーフパンツ、Tシャツ

FAME GRANDE WEST　講師:鳥居美千代

TEL:06-6725-2558　●受付時間:12:00~20:00
●住所:東大阪市小阪本町1-6-6　●休:火曜

23 ビールに良くあうおかきをいろいろご試食

4月21日(日)、5月5日(日)14:00~15:00

ビールを飲むのに、良くあうおかきを何種類もご試食して頂きます。

◆会場:手焼きおかきのヤマジン
◆材料費:500円
◆対象:大人のみ、自動車、バイクでの参加不可
◆定員:指定なし
◆持ち物:なし

手焼きおかきのヤマジン　講師:奥 龍二

TEL:06-6721-1104　●受付時間:10:00~17:00
●住所:東大阪市小阪本町 1-6-7　●休:木曜(第2、第3木曜)

24 お茶に良くあうおかきをいろいろご試食

5月2日(木)、5月9日(木)14:00~15:00

緑茶や水出し緑茶をいただくときに、よくあうおかきを何種類もご試食して頂きます。

◆会場:手焼きおかきのヤマジン
◆材料費:500円
◆対象:大人のみ
◆定員:指定なし
◆持ち物:なし

手焼きおかきのヤマジン　講師:奥 龍二

TEL:06-6721-1104　●受付時間:10:00~17:00
●住所:東大阪市小阪本町 1-6-7　●休:木曜(第2、第3木曜)

25 <無料>オリジナルでキッズTシャツ作成

4月18日(木)、25日(木) 13:30~15:00

お子様へのかわいいTシャツをご自分で作ってみませんか?デザインのコツ、お伝えします♪Tシャツ&プリントは当店負担、後日店頭でお渡しします。

◆会場:ココロコ
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:4名
◆持ち物:なし

ココロコ　講師:藤崎在

TEL:06-4703-5216　●受付時間:10:30~17:00
●住所:東大阪市小阪本町1-6-22 あづま中角店内　●休:日祝

26 シルバーブレスレット オリジナル手作り体験♪

4月15日(月)、19日(金)、22日(月)、26日(金)、28日(日)
5月3日(金)~6日(月)、11日(土)、15日(水) 11:00~12:00、14:00~15:00

シルバーの板に文字を打ったり、曲げたりして、あなただけのブレスレットを作っていただけます。誕生石(一部合成石)もお入れします。

◆会場:小阪時計店
◆材料費:2000円
◆対象:指定なし
◆定員:2~3名
◆持ち物:なし

小阪時計店　講師:大井公司

TEL:090-3923-5168　●受付時間:10:00~19:30
●住所:東大阪市小阪本町1-6-8　●休:木曜

27 基礎から分かる【遺言】と【成年後見】

4月16日(火)、25日(木)、5月8日(水)、14日(火)10:30~12:00

遺言を書くにあたっての基礎知識と、基礎から分かる成年後見の説明をさせていただきます。少人数制ですので、不明点など、随時ご質問も可能です。

◆会場:司法書士けやき法務事務所
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:4名
◆持ち物:なし

司法書士けやき法務事務所　講師:前田英輝

TEL:06-6721-1107　●受付時間:10:00~18:00
●住所:東大阪市小阪本町1-6-9　●休:土日祝

28 司法書士による無料相談会

4月20日(土)、5月11日(土)9:00~14:00

相続・遺言・成年後見・自己破産など司法書士による個別の無料相談です。※1組45分の個別相談形式ですので、事前に時間帯の予約が必要です。

◆会場:司法書士けやき法務事務所
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:6名
◆持ち物:なし

司法書士けやき法務事務所　講師:前田英輝

TEL:06-6721-1107　●受付時間:10:00~18:00
●住所:東大阪市小阪本町1-6-9　●休:土日祝

29 残ったワインでLet's cooking♪

4月28日(日)13:00~14:00

残ったワインで今日の晩ごはんに華を咲かせましょう!!
①「フルーツたっぷりマチェドニア」
②「簡単!!ワインパン」を造ります

◆会場:リカージャム小阪
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:4名
◆持ち物:フタ付きタッパー、エプロン

リカージャム小阪　講師:店長 春高勇次

TEL:06-6721-2345　●受付時間:10:00~19:30
●住所:東大阪市小阪本町1-7-13 1F　●休:日曜

30 オリジナルワインバッグをデコしよう(^o^)!

4月29日(月)13:00~14:00

オリジナルのワインバッグを作ってテンションアップ♪エコバッグは弊社が提供します。カワイくデコしてショッピングを楽しみましょう♪

◆会場:リカージャム小阪
◆材料費:無料
◆対象:指定なし
◆定員:4名
◆持ち物:さいほう道具一式(針、糸、はさみ)

リカージャム小阪　講師:春高勇次&春高麻衣子

TEL:06-6721-2345　●受付時間:10:00~19:30
●住所:東大阪市小阪本町1-7-13 1F　●休:日曜

第２回開催（平成 25 年 10 月）

3 おかきの食べ比べ！

10月12日(土)、11月2日(土)10:00～11:00

あらゆるおかきの食べ比べ！

◆会場：五萬石
◆材料費：無料
◆対象：指定なし
◆定員：5名
◆持ち物：なし

五萬石　講師：倉橋一平

TEL：06-6723-5963　●受付時間：9:30～19:00
●住所：東大阪市小阪本町1-1-10　●休：日曜

4 花を使ったサプライズプレゼント講座

期間中毎週水・木・土曜日　各日14:00～15:00

フラワーアレンジメントで少し変わったプレゼントをしてみませんか？沢山のお花で"フラワーケーキ"を作ります。講座日時、ご相談下さい。

◆会場：KASUMI　小阪店
◆対象：指定なし
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：3000円(お花代、当日支払い)
◆定員：1講座あたり3名

KASUMI　小阪店　講師：向井秀斗

TEL：　06-6726-8787　●受付時間：9:00～18:30
●住所：東大阪市小阪本町1-2-6　●休：日曜

5 着せかえ体験！「失敗しない旦那様の服選び」

10月11日(金)、12日(土)、11月8日(金) 19:00～20:00
10月15日(火)、17日(木)、11月8日(金) 14:00～15:00
10月19日(土)、20日(日)、21日(月)、23日(水)、25日(金) 10:00～11:00

店主やマネキン、同伴の男性などで着せかえ体験を！ちょっとしたコツ、教えます。開催日時など、ご相談ください。コーヒーのサービスも！

◆会場：Peperoncino(ペペロンチーノ)
◆対象：指定なし
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり2組

Peperoncino(ペペロンチーノ)　講師：伏木義人

TEL：06-6725-0280　●受付時間：9:30～19:00
●住所：東大阪市菱屋西3-2-14 小阪ハイツ1F北側　●休：火曜

6 ホイップみたいなアロマ肉球クリーム作り

10月11日(金)、18日(金)　11:00～12:00
10月23日(水)、30日(水)　13:00～14:00

エッセンシャルオイルとふわふわのホイップクリームで、愛犬と一緒に使えるアロマクリームを作成します！好きな香りでリラックス～♪

◆会場：Seventh Heaven(セブンスヘブン)
◆対象：小学生以下は保護者の同伴が必要
◆持ち物：ハンドタオル、犬ちゃん同伴の場合はマナーバンド、リード着用
◆材料・教材費：500円(当日支払い)
◆定員：1講座あたり3名

Seventh Heaven(セブンスヘブン)　講師：水野圭子

TEL：06-6726-1131　●受付時間：10:00～18:00
●住所：東市小阪本町1-1-13　●休：第1・第2日曜、毎週月曜

7 大人も小人も！5分で簡単「お箸の持ち方」

10月10日(木)、17日(木)、24日(木)、31日(木) 14:00～16:00

今さら聞けないお箸の正しい持ち方を簡単5分で学んでみませんか？フランス料理講師として活動するなか食育や日本箸教育講師としても活躍中。

◆会場：ami de kikuya(アミデキクヤ)
◆対象：指定なし
◆持ち物：MY箸
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり10名

ami de kikuya(アミデキクヤ)　講師：吉野

TEL：06-6723-1243　●受付時間：10:00～18:00
●住所：東大阪市小阪本町1-1-14(さいわい通り)　●休：日曜(不定休)

8 大人のやり直し講座「太平洋戦争」

10月24日（木）19：30～21：00

大人になったら、なんとなく知らないことも、そのままやり過ごしていませんか？週刊ひがしおおさかと一緒に学生時代を思い出しましょう。

◆会場：週刊ひがしおおさか編集部
◆対象：指定なし
◆持ち物：特になし
◆材料・教材費：無料
◆定員：5人

週刊ひがしおおさか　講師：前田寛文

TEL：090-6064-8709　●受付時間：11:00～18:00
●住所：東大阪市下小阪1-5-8－202　●休：なし

9 あなたに似合うヒゲとモミアゲ

10月19日(土)、11月2日(土) 19:30～20:30

伸びてくるヒゲとモミアゲのお手入れのコツから、あなたにピッタリのヒゲの選び方まで教えます。

◆会場：hair salon ODA
◆対象：指定なし
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり3名

hair salon ODA　講師：近藤敏枝

TEL：06-6721-7887　●受付時間：9:00～19:00
●住所：東大阪市小阪本町1-4-24　●休：毎週月曜、第2・第3月火連休

10 あなたに合った眉描きレッスン

10月11日(金)～13日(日)、20日(日)～22日(火)、11月1日(金)
11月2日(土)、5日(火)、8日(金) 10:30～11:30、14:00～15:00

自分に似合う眉ってご存知ですか？眉は顔の印象を変える重要なポイント！顔のバランス・髪色から自身に似合う簡単な描き方をお教えします！

◆会場：まねき
◆対象：女性
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり2名

まねき　講師：平塚泰子・隆司

TEL：06-6721-6189　●受付時間：9:30～19:30
●住所：東大阪市小阪本町1-3-2　●休：木曜

11 <無料>きもの・ゆかた着付け～初心者～

10月13日(日)・14日(月)　各日10:30～11:45
10月15日(火)～18日(金)　各日16:30～17:45

自分らしく着る！を目標に、ゼロから学べる着付け講座です。
アフターフォローも全て無料。
確実にステップUPしていきましょう。

◆会場：染と縫　京屋
◆対象：男性・女性
◆持ち物：筆記用具、ゆかたorきもの他
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり2名

染と縫　京屋　講師：近藤よしみ

TEL：06-6722-5298　●受付時間：15:00～19:00
●住所：東大阪市小阪本町1-3-2　●休：木曜

12 「着物再生講座」貴女の着物が甦る！！

木曜日以外 11:00～18:00

思い出の着物、形見の着物、もう着なくなった着物、サイズが合わなくなった着物等、貴女にお召し頂けるように着物のプロが再生術をお教え致します。

◆会場：染と縫　京屋
◆対象：指定なし
◆持ち物：着物(5枚以内)
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり1名または1組

染と縫　京屋　講師：近藤邦夫

TEL：06-6722-5298　●受付時間：10:00～18:00
●住所：スカイドーム小阪商店街　●休：木曜

13 脳も肌も若がえるアロマの効果と活用術

10月12日(土)、15日(火)、19日(土)、29日(火)
11月2日(土)　各日14:00～15:30

認知症に効果的なアロマがあるのをご存知ですか？脳、五感に働くアロマの様々な効果を、アロマオイルと化粧品で体験し、みんなで若返りましょう。

◆会場：コスメティックハウス　エル
◆対象：18才以上の女性
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：500円(当日支払い)
◆定員：1講座あたり2名

コスメティックハウス　エル　講師：奥田一恵

TEL：06-6722-1540　●受付時間：19:00～18:30
●住所：東大阪市小阪本町1-4-20　●休：木曜

14 EO水を使ったお口のお手入れ講座

10月15日(火)、21日(月)、28日(月) 10:00～12:00

電気分解水「EO水」を使って、お口のトラブルを予防しましょう。歯科衛生士による歯磨きの仕方をレクチャー。お口のお悩聞も体験してもらいます。

◆会場：中西歯科医院
◆対象：指定なし
◆持ち物：筆記用具
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり6名

中西歯科医院　講師：中西幹夫

TEL：06-6726-6262　●受付時間：9:30～20:00
●住所：東大阪市小阪本町1-3-10 2F　●休：日曜の午後、祝日

15 「家庭で作るシフォンケーキ。」

10月17日(木)、24日(木) 15：00～16：30

シフォンケーキを家庭で作る為の手順とメレンゲのポイント。生クリームのデコレーション仕上げの体験。

◆会場：フランクス
◆対象：指定なし
◆持ち物：筆記用具、エプロン
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり5名

フランクス　講師：舘長良直

TEL：06-6724-6462　●受付時間：9:00～11:00
●住所：東大阪市小阪本町1-1-18　●休：月曜

16 かんたんカワイイ♡手作りフォトカード体験

10月15日(火)、23日(水)、31日(木)、11月8日(金)
各日2回 11:00～12:00、18:00～19:00

大切な思い出写真をアレンジして、オリジナルフォトカードを作りませんか？仕上がり作品は、来年の年賀状の原稿にもできますよ♪♪

◆会場：有限会社イナバカメラ店
◆対象：指定なし
◆持ち物：写真L判(2～3枚)
◆材料・教材費：100円
◆定員：1講座あたり2～3名

有限会社イナバカメラ店　講師：稲葉仁美

TEL：06-6721-5385　●受付時間：10:00～18:00
●住所：東大阪市小阪本町1-8-3　●休：日曜

17 残ったパンをおいしく食べよう！秋の味覚編

10月20日(日)、27日(日)、11月3日(日)11:00～12:00

食べきれなくて残った食パン、秋の味覚かぼちゃを使ってバンプディングに大変身させる方法をごっそり教えちゃいますﾊﾝﾊﾝ

◆会場：ヴィ・ド・フランス小阪店
◆対象：中学生以下は同伴者が必要
◆持ち物：エプロン
◆材料・教材費：300円(材料費、当日支払い)
◆定員：1講座あたり10名

ヴィ・ド・フランス小阪店　講師：大西（店長）

TEL：06-6721-1455　●受付時間：8:00～20:00
●住所：東大阪市小阪本町1-7-6　●休：なし

18 残りの食パンDEキッシュ作り！

10月16日(水)、23日(水)、30日(水)、11月6日(水) 16:00～17:00

食パンをおもしろい方法で加工して、きのこ、ほうれんそう、ベーコンなど具だくさんなキッシュを作っちゃいましょ～ﾍﾍﾍ

◆会場：ヴィ・ド・フランス小阪店
◆対象：中学生以下は同伴者が必要
◆持ち物：エプロン
◆材料・教材費：300円(材料費、当日支払い)
◆定員：1講座あたり10名

ヴィ・ド・フランス小阪店　講師：大西（店長）

TEL：06-6721-1455　●受付時間：8:00～20:00
●住所：東大阪市小阪本町1-7-6　●休：なし

19 ワインの飲み比べ＆コルクを上手にあけよう

10月12日(土)15:00～16:00
11月2日(土) 19:00～20:00、3日(日)14：00～15：00

赤白ワイン各3種を飲み比べます。プラス、コルクを上手に開ける コツを教えます。ただし、未成年の方、車でのご来店はご遠慮下さい。

◆会場：リカージャム小阪
◆対象：20才以上
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり4名

リカージャム小阪　講師：春高勇次

TEL:06-6721-2345　●受付時間:10:00～20:00
●住所：東大阪市小阪本町1-7-13 1F　●休：日曜

20 ビールやお茶に良くあうおかきをいろいろご試食

10月13日(日)、14日(月)、31日(木) 14:00～15:00

ビールに良くあうおかきやお茶の友に、10種類以上のおかき、おつまみを ご試食して頂きます。★初めての方、優先

◆会場：手焼きおかきのヤマジン
◆対象：大人のみ、バイク、自動車での参加不可
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：ビールご希望は500円 お茶飲み300円(当日支払い)
◆定員：1講座あたり4名

手焼きおかきのヤマジン　講師：奥 謙二

TEL：06-6721-1104　●受付時間：10:00～20:00
●住所：東大阪市小阪本町1-6-7　●休：木曜(第2、第3木曜)

21 あなたも先生!?体の歪み治し方教えます

10月12日(土)　14:00～15:30

体の歪みを治すことは先生しかできないと思っていませんか？ポイントさえわかれば素人のあなたも自分の体も他人の体も歪みを治せます。今回のみ

◆会場：かわち小阪整骨院
◆対象：指定なし
◆持ち物：動きやすい服装
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり10名

かわち小阪整骨院　講師：善村嘉拡

TEL：06-4307-4978　●受付時間：8:30～19:30
●住所：東大阪市小阪本町1-6-7　●休：土曜日午後、日曜日、祝日

22 お気に入りのアクセサリーお手入れ術

10月11日(金)、18日(金)、21日(月)、26日(土)、30日(水)
11月3日(日)　各日11:00～12:00、14:00～15:00

大切な指輪やネックレスは、自分で簡単にお手入れできるんです。永く、美しく保つ方法を、実践してお教えします。

◆会場：小阪時計店
◆対象：指定なし
◆持ち物：プラチナ、ゴールド、シルバー　アクセサリー
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり2～3名

小阪時計店　講師：大井公司

TEL：06-6721-6283　●受付時間：10:00～19:30
●住所：東大阪市小阪本町1-6-8　●休：木曜

23 司法書士・行政書士による無料相談会

10月12日(土)9:00～12:00、17日(木)10:00～15:00
26日(土)9:00～12:00、11月1日(金)、7日(木) 10:00～15:00

家の相続手続、遺言の方法、借金問題、その他お困り事ありませんか？法律の専門家に気軽に相談して悩みを解決しましょう。1組45分の個別相談。

◆会場：司法書士けやき法務事務所
◆対象：指定なし
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：無料
◆定員：1組45分

司法書士・行政書士けやき法務事務所　講師：新田英輝

TEL：06-6721-1107　●受付時間：9:00～19:00
●住所：東大阪市小阪本町1-6-9　●休：土日祝

24 プロに恋愛・結婚相談(婚活支援)

10月11日(金)～11月8日(金) 10:00～19:00

「恋愛・結婚」「結婚相談所」の事を知りたい方を婚活アドバイザーが失敗しない恋愛アドバイスと相談所選びをお伝え致します。

◆会場：関西ブライダル
◆対象：指定なし
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり1～3名

関西ブライダル　講師：アドバイザー(野中、福田、神野)

TEL：06-6728-8434　●受付時間：10:00～19:00
●住所：東大阪市小阪本町1-5-22　堀川ビル2F　●休：火曜

25 「海外特派員の仕事」

10月23日(水)、11月6日(水) 14:00～15:30

新聞社の海外特派員はどのように国際ニュースを発信しているのだろうか。ウィーン特派員を務めた毎日新聞記者が特派員の仕事ぶりを語ります。

◆会場：毎日新聞 小阪販売所
◆対象：指定なし
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：無料
◆定員：1講座あたり18名

毎日新聞 小阪販売所　講師：毎日新聞編集局社会部・おおさか支局長 中尾卓司

TEL：06-6722-9362　●10月16日(水)から 10:00～16:00
●住所：東大阪市小阪本町1-13-28　●休：日曜　※申し込み様

26 ネイルケアアドバイス＆ジェルネイル体験！

毎週水～金曜日、10月29日(火)、11月5日(火) 9:30～13:30

指先がキレイだと気持ちもウキウキ♡お家でのお手入れ方法をアドバイスさせて頂きます♪その後にソフトジェルを体験して貰います♡(単色塗り)

◆会場：スーパーカットN・Y
◆対象：女性限定
◆持ち物：なし
◆材料・教材費：500円
◆定員：1日5名　(ネイル代金、当日支払い)

スーパーカットN・Y　講師：伊勢田悠、谷口希

TEL：06-6725-2487　●受付時間：9:30～20:00
●住所：東大阪市小阪本町1-14-10　●休：毎週月曜、第2・第3火曜