

高校生と商店街の協働による地域再考と商店街活性化のための取組

主査 森田 直之*¹

委員 廣瀬 公一郎*²

「高校生が商店と商店、商店と住民をつなぎ、高校生は商店街を知る」

現代の高校生もいずれは住居を持ち、その地に住まう。しかし、中心市街地では郊外型大型商業施設の台頭により商店街はシャッター化が進み、東京都内でも活気のある商店街は少ない。高校生にとって起業家とは IT 関連企業というイメージがあるが街に出て、商店街を見渡せば、実はそこには起業家が大挙している。高校生が商店街に出て、商店街を知り、その知ったことで商店街の商店と商店、住民と商店をつなぐためのツールとして、夏休みの自由研究を支援するイベントの開催と店主のインタビューにより作成したポスター展を開催した。本研究では、2つの商店街で実施した高校生と商店街の協働による取り組みについて報告する。

キーワード：1) 商店街、2) 高校生協働、3) 地域再考、4) 地域活性化、5) 商店街再生

MEASURES IN WHICH HIGH SCHOOL STUDENTS AND A SHOPPING STREET COLLABORATE TO REDISCOVER THE REGION AND REVITALIZE THE SHOPPING STREET

Ch. Naoyuki Morita

Mem. Kouichirou Hirose

High school students connect shops and shops, shops and residents, and high school students learn about shopping streets.

Modern high school students will eventually have a house and live there. However, in recent years Tokyo has few lively shopping streets. High school students went to the shopping street to learn about the shopping street, a tool to connect the shopping street, stores, and residents to the store, a free summer vacation survey, and an event to support interviews. We report on the cooperation with the shopping malls being implemented in the two shopping malls.

1. 実践の背景

1.1 実践の社会的背景

本研究は東京都江戸川区小松川地区にある再開発完了地区における地域内商店街（団地内商店街）を起点にして、地域における商店街の活性化に高校生が参画することを目的として行う。本研究の背景として高齢化社会の商店街の維持は「買い物弱者」対策として急務である。すでに東京都港区では再開発地区における買い物弱者問題が2014年には露呈しており、行政として対策が求められる状況となっている。東京都の高齢化率は全国の高齢化率と比較すると緩やかな傾向であるが、2020年には東京都も人口減少が始まり、高齢化が一層進むことが予想されている（総務省資料より）。本研究の対象地の一つである東京都江戸川区小松川地区にある再開発完了地区では2014年には高齢化率が19%を越えており、2005年が

15%であったことを踏まえると高齢化の進行は早いといえる。再開発に伴い、それまで点在されていた商店街が集約されたことにより街はきれいになったが活気は失われつつある状況となっている。商店街の衰退は都心といえども「買い物弱者」を生むことが予想され、商店街の維持が急務となる。高校生が商店街の活性化に参画することによって、(i)「高校生と商店街が地域を再考し、その地域の魅力を発見し地域に発信することによって社会がどのような取り組みをどのような背景で取り組んでいるか実態を捉えながら活動を進めることができる」、また、(ii)「高校生が地域を知り、地域の人が地域を再発見することで、商店街で働く人々、生徒がどのようにして課題意識を構築していくのかの様相を捉えることができる」と考えた。さらに、アージリスら（1976、「組織学習」）のすでに備えている考え方や行動の枠組みにしたがって問題解決を図

*¹ 東京都立科学技術高等学校 教諭・博士（工学）、*² 東京都立田無工業高等学校 主任教諭

っていくシングルループ学習と既存の枠組みを捨てて新しい考え方や行動の枠組みを取り込むことであるダブルループ学習が商店街の人々、参加した生徒に起きると仮説を立てた。これら商店街の課題に対峙する生徒の様相を分析するとともに商店街に高校生が参画することによる地域活性化のモデルとして提案し、高等学校における地域活性化の指導の在り方について検討する。

1.2 試行実践の目的

試行実施として東京都江戸川区小松川地区にある再開発完了地区における団地内商店街の活性化に高校生が参画することを目的として行った。



図 1-1 研究対象地と本校の位置 (Google Map より作成)

研究対象地である東京都江戸川区小松川地区 (図 1-1) は、1980 年 3 月から 2009 年 3 月にかけて市街地再開発された地区である。本研究の背景として高齢社会において商店街の維持は「買い物弱者」対策として急務である。すでに東京都港区では再開発地区における買い物弱者問題が 2014 年には露呈しており、行政として対策が求められる状況となっている。

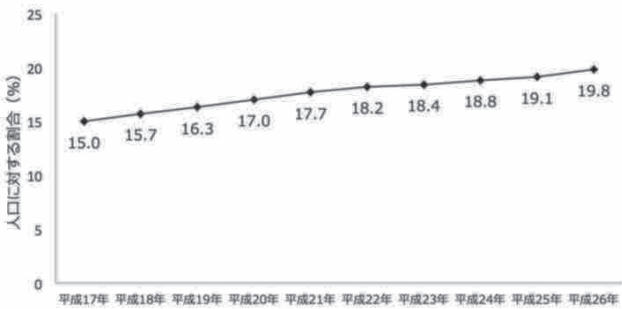


図 1-2 江戸川区小松川地の高齢化率
(江戸川区町丁目別世帯と人口・年齢別人口報告)

東京都の高齢化率は全国の高齢化率と比較すると緩やかな傾向であるが、総務省の資料によると 2020 年には東京都も人口減少が始まり、高齢化が一層進むことが予想されている。本研究の対象地である東京都江戸川区小松川地区にある再開発完了地区では 2014 年 (平成 26 年) には高齢化率が 19% を越えており、2005 年 (平成 17 年) が 15% であったことを踏まえると高齢化の進行は早い

といえる (図 1-2)。

再開発に伴い、それまで点在されていた商店街が集約されたことにより街はきれいになったが活気は失われつつある状況となっている (写真 1-1)。そのような状況で近隣に生鮮食料品を扱う商業施設は 500m を越えており、徒歩圏内とはいえ、高齢者にとって生活していく上での大きな不安のひとつとなっている。農林水産省による買い物弱者の定義では、「買い物弱者とは、自宅から半径 500m (徒歩圏内) に生鮮食料品 (肉・魚・野菜) を扱う店舗がない」こととされている。東京都内ではあるが、近年「買い物弱者」の問題が表面化するのは時間の問題といえる (図 1-3)。



写真 1-1 再開発前後の同じ通りの変容
(パル・プラザ商店会提供資料・昭和 58 年)



図 1-3 東京都内商店街数の変化
(2018 年度東京都商店街実態調査報告書)

1.3 研究の手法

慶応義塾大学の加藤らが行っている“Camp”という先行事例がある。このプロジェクトでは、学生が地域に出て、地域を取材し 1 枚のポスターに仕上げ、地域の人々にプレゼンテーションし、地域の再発見を行うというものである。先行事例では、学生が 2 泊 3 日の合宿を行い、地域の取材とポスター作成、ポスター展開催まで行うものであり、加藤らも高校での実施例はあるものの、短期間で行うことや高校生の意識に課題があり、高校生では満足のいく結果にならなかったという報告がされている^{文 1)}。先行事例を参考にして、高校生と商店街が地域を再考し、その地域の魅力を発見し、地域に発信していく方法を考えた。高校生が商店街にどのようにしたら貢献できるかを考えた。本研究では、高校生が商店街に出て、

商店主にインタビューを行い、そこから紡ぎ出された言葉を使ったポスターを作成し、商店主にポスタープレゼンテーションを行い、商店街のスペースでポスター展を開催し、「高校生が地域を知り、商店主が商店主を知り、地域住民が商店主を知る」機会となる仕組みにした。ポスター展は目的ではなく、商店が商店を知り、地域が商店を知り、高校生が商店を知るためのツールという位置付けにした（図 1-4）。また、高校生は大学生、大学院生とは異なり、取り組む時間が限られているため、実施期間、作成時間の設定を短期間ではなく、長期間に設定し、さらに、意識に差があるため、全員実施や授業内で実施という設定は取らず、校内で公募することとした。



写真 1-2 インタビューする生徒の様子



図 1-4 本研究のプロジェクトイメージ

1.4 ポスター展試行開催

試行実施として 2018 年 2 月に東京都江戸川区小松川にあるパル・プラザショッピングセンター（会長：石毛茂雄、店舗数 20 店舗、実施時 4 店舗が空き店舗）でポスター展開催を目的としたプロジェクトを開始した（写真 1-2、写真 1-3、写真 1-4、写真 1-5）。参加店舗数は全 20 店舗中 14 店舗が参加した。参加生徒は校内で公募を行い、25 名の生徒が応募し、実行した。スケジュールを表 1-1 に示す。

表 1-1 試行実施のスケジュール

2017 年 12 月上旬	商店街と打ち合わせ（教員）
2017 年 12 月下旬	校内の公募
2018 年 1 月上旬	都市計画などの学習
2018 年 1 月中旬	商店街散策・インタビュー
2018 年 1 月下旬	ポスター作成
2018 年 2 月	店舗へのプレゼン・ポスター展



写真 1-3 店舗へのプレゼンテーションの様子



写真 1-4 ポスター展示会場準備の様子



写真 1-5 ポスター展示会場（店舗内イートインスペース）



1-5 都営地下鉄東大島駅構内の告知ポスター



図 1-7 ポスター作品例 (セキネサイクル)



図 1-6 ポスター作品例 (ヴォン・ド・メール)



図 1-8 ポスター作品例 (すずき美容室)

1.4 試行実施の結果

ポスター展を見学したお客様からの「パン屋さんをよく利用するが、どの人が作っているのか知ることができた」という言葉は最大の成果であったと考えている。普段、店内にいる作り手がどのような人かを知る機会となり、「この人が作っている」という情報を提供できる機会として重要な位置づけにできた。また、高校生が大人である商店主と具体的な方法についてミーティングする機会は教育現場として提供することは難しく、本研究のような取り組みによって政策として商店街を考えていかななくてはならないということに気づく生徒も現れ、将来の進路として「建築または地域」と進路希望に書く生徒も複数名現れたことでキャリア教育にも繋がったと考えている。

1.5 試行実施を受けて商店街を視察

試行実施で露見したのは、全店舗が参加しないということの現実である。その原因は様々ではあるが、平成27年度の中小企業庁地域商業自立促進事業モデルに指定された香川県高松市の高松丸亀町商店街へ代表生徒が視察を行い、本事業の生徒へフィードバックすることを試みた(写真1-6)。高松丸亀町商店街の理事の方から①民間による再開発、②銀行による支援の仕組み、③利権交換の仕組みなどの説明を受け、試行実施で行った地域が行政主体の再開発であり、民間主導の再開発とは根本的に異なることを学んだ。また、住民合意形成を目指す上で、その事業に参加することでどのような利点が得られるかを提供しなくてはならないということに気がついた様子であった。そのため、本研究では、商店街全体のつながりと効果の波及を目的に進めていくという課題を明確にできた。



写真 1-6 高松丸亀町商店会理事との懇談

2. 実践の拡大

2.1 商店街とのつながりと現状

試行実施の結果、パル・プラザショッピングセンターで開催したポスター展を見た近隣の商店街から問い合わせもあり、地域活性化のツールとして広がりを見せた。しかし、商店街の実情でもあるが合意形成が取れない状

況となり予定していた商店街での開催は中止となってしまった。本校の保護者で大田区役所に勤務する方から梅屋敷の商店街がとても興味を持っているということから本研究につながった¹⁾。

2.2 対象商店街の概要

本研究の研究対象地である「梅屋敷」は、江戸時代には梅林が広がる農村であった。現在の第一京浜は東海道の休憩所としていくつかの店が立ち並び、海苔、梅干し、わら細工などの名産品が売られていた。「和散中」という菓屋が作った梅園が人気を博し、将軍や後の天皇も訪れる名所となった。これが現在の梅屋敷公園である(図2-1)。明治時代に京浜急行の梅屋敷駅が開業すると多くの店舗が並ぶようになり、昭和初期には梅屋敷梅交會が設立された。東京大空襲で打撃を受けるも復興し(写真2-1)、昭和56年には、地域密着の温かみを評価され、東京都「マイタウン構想」の一環である「モデル商店街」の第一号に指定された。



図 2-1 研究対象地の位置 (Google Map より作成)

コミュニティセンター、カラー舗装、アーチ、街路灯、放送設備などを整備し、地域コミュニティの中心となった商店街は、人が通れないほどの賑わいをみせ、以降、今に至るまで多くの方に親しまれている。梅屋敷駅から東邦医大通りまでの全長550mに140店舗が営業している。店舗構成として、食材・惣菜29店、飲食店24店、その他販売27店、サービス46店となっている。



写真 2-1 梅屋敷商店街 (S25) 梅屋敷駅 (S28)
(ぶらもーる梅屋敷 HP・商店街の歴史)

2.3 タイムスケジュール

加藤らが行った高校での先行事例でも時間管理につい

ては言及されており、また試行実施の際にも事前にインタビューの時間や訪問時間を商店街から連絡されていたにも関わらず、不在またはクレームがあった。そのため、本研究では、この課題を踏まえ、生徒が動きやすい夏休み期間中を実施期間に設定した（図 2-2）。

東京都立科学技術高等学校 アレドジャズ・プロジェクト スケジュール						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
6/30	7/1	2	3	4	5	6
	知能授業 西武池袋線	音楽発表①	音楽発表②	音楽発表③	知能授業 キックオフミーティング	上野駅東の 体験入学①
7			音楽発表④	音楽発表⑤	知能授業 (AM) シブチ・健 (PM)	13
14	15 海の日	16 知能午前授業	17 知能午前授業	18 知能午前授業 インタビュー① 14:00~	19 音楽式	20
21	22 インタビュー② 10:00~	23	24 ポスター・作成説明 7/23~24 (※ パソコン室 9:00~19:00)	25	26	27
28	29	30	31	8/1 ポスター・提出・修正・校正	8/2 ポスター・印刷 (AM) フレーム入り作業	3
4	5	6	7	8	9 ポスター・プレゼン	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19 海の日	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

図 2-2 生徒に配布したスケジュール

しかし、図 2-2 に示すように夏休み期間中も学校行事等があるため、本研究では表 2-1 に示すように作業を 3 段階に設定して段階的に実施することとした。商店街との事前打合わせは教員主体で行った。その後、生徒の商店街散策を組み込むことで商店街を高校生が知り、商店街も高校生を知る機会を提供することで、試行実施の課題となったクレーム等には繋がらないと考えた。高校生が行うということを商店街全体に連絡してもらったことで商店街全体が企画を行うという告知にもつながった。

表 2-1 スケジュールの 3 段階の概要

1st STEP

7/5 キックオフミーティング・概要説明

7/9 商店街散策

2nd STEP

7/18 第 1 回インタビュー 14:00~

7/22 第 2 回インタビュー 10:00~

3rd STEP

7/23~26 ポスター作成

8/1 ポスター提出・修正・校正

8/2 ポスター・印刷・フレーム入れ

Finial STEP

8/9 ポスター・プレゼンの日

@仙六屋カフェイベントスペース

8/10-18 第 1 回ポスター展

@仙六屋カフェイベントスペース

8/19 ポスター撤収作業・商店街への贈呈

9/19-30 第 2 回ポスター展

@東邦大学医学部附属大森病院 2 階ギャラリー

校内で夏休み前に公募し、16 名の生徒が応募した。また、試行実施経験者は 4 名である。商店街散策後、全 140 店舗ではあるが、商店会加盟店舗 60 店舗を商店街が本研究への参加を取りまとめたところ、40 店舗が参加を表明した。そのため、40 店舗を対象に本研究を実施することとなった。しかし、1 店舗はインタビューの日に不在であったため、39 店舗での実施となった。生徒には事前・事後アンケートを実施し、効果の測定とした。また、商店街から大田区のケーブルテレビである J:COM 大田より取材依頼があり、本研究の密着取材となった。

2.3 ポスター展の開催

2019 年 7 月より開始した本研究では、商店街を散策して商店との関係性を構築してから、実際のインタビューを行うようにした。街歩きをしながら、対象とする店舗回りをを行い、事前にインタビュー対応可能時間を調整した（写真 2-2、写真 2-3）。



写真 2-2 商店街の店舗の位置の確認する生徒の様子



写真 2-3 商店街で実際に買い物をする生徒の様子

生徒たちの中には、実際には「ぷらもーる梅屋敷」のような賑わいのある商店街を居住地に持っていない生徒もいたことから、賑いのある商店街が新鮮であった様子である。しかし、商店会加盟店であっても、「時間がないからうちはいい」「やっても意味はない」と断られることもあり、商店街に潜在的に存在する温度差を感じていた。このような賑わいのある商店街であっても、合意形成を作る難しさを学んだ様子であった。



写真 2-4 店舗へのインタビューとケーブルテレビの取材



写真 2-7 「焼肉ご縁」へのポスターの説明



写真 2-5 店舗へのインタビューと店主の撮影



写真 2-8 「なみき」へのポスターの説明

ポスター展は予定通り 8 月 10 日～18 日で開催されたが、前日の 9 日は作成したポスターの店舗へのプレゼンに設定されていた。しかし、前日に当初予定していた会場から、実施できない旨の連絡があるというトラブルに見舞われたが、梅屋敷駅高架下で梅屋敷プラットフォーム事業を展開している仙六屋イベントスペースを使って良いとの連絡が入り、急遽会場変更となった(写真 2-6)。生徒たちは、仙六屋の茨田さんと協議しながら、会場設営を行い、ポスター展示会場が完成した。その後、時間差で、各店舗の代表者が会場を訪れ、担当した生徒が店舗へポスターにある言葉の理由と趣旨、写真を選んだ理由などをプレゼンテーションしながらコミュニケーションをとった(写真 2-7、写真 2-8)。特に店舗ごとの横のつながりに貢献できた様子で、「こんなこと考えて仕事していたんだ」というような声も聞こえてきた。



写真 2-6 ポスター展会場の設営

プレゼン終了後、研究協力者の一人である千葉大学の西田直海先生から講評してもらった。その際、次のような会話が展開された(写真 2-9)。



図 2-9 西田先生からの講評

先生：みなさんのプレゼンとポスターを見て、私は街に出てみようと思って商店街を歩きました。初めに立ち寄った場所はどこかわかりますか？

生徒：喫茶店ですか？

先生：不動産屋さんです。なぜかわかりますか？

生徒：わかりません。。

先生：私、みなさんのポスターを見て、梅屋敷に住んでみたくなりました。みなさんは初めて梅屋敷を訪れた人に住んでみたいと思わせる物を作ったんですよ。

というものであった。この言葉には生徒たちも感動していたようであった。

2.4 生徒が作成したポスター（抜粋）



図 2-3 京浜急行梅屋敷構内の告知ポスター



図 2-5 ポスター作品例（川むら）

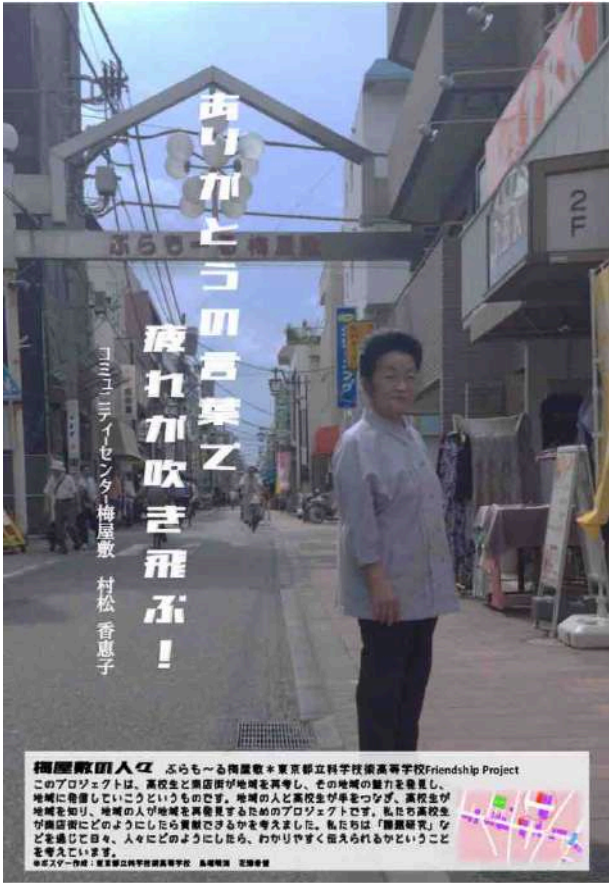


図 2-4 ポスター作品例（コミュニティーセンター梅屋敷）



図 2-6 ポスター作品例（松月庵）

3. 実践の結果

3.1 生徒の実践前後の変容

生徒には本研究の実施前後で商店街に対してどのようなイメージがあり、そのイメージがどのように変化したかをアンケート調査した。その結果を表 3-1 に示す。

表 3-1 アンケートの結果のまとめ

Q1 商店街に対するイメージ	
実施前	実施後
・少し高め（値段） ・シャッターが閉まっている ・静かな感じ ・元気があるところないところの差が激しい ・お年寄りが多い	・商店街で働く人とお客さんのコミュニケーションで作られる街 ・一体感がある ・協力、大家族、地元 ・温かい、人の活気がある ・ゆっくり買い物ができる
Q2 大型商業施設に対するイメージ	
実施前	実施後
・新しい場所 ・多様性 ・必要なものが揃う ・人が多い、キレイ ・幅広い層の人がいる	・商品がすぐに見つかる ・商品目的 ・欲しいものを買うところ ・働いている人の義務感 ・便利さ重視
Q3 将来、商店街で働いてみたいと思うか	

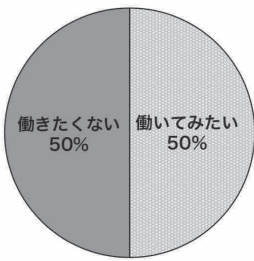


図 3-1 実施前

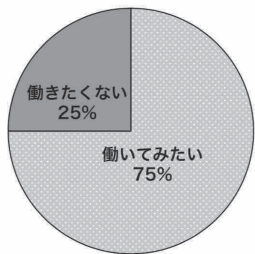


図 3-2 実施後

Q4 実施後の感想

・どのような想いで仕事をしていて、これからどのようにしていきたいかに一人一人の人生のドラマがあり、今後自分が仕事を決める上でとても大切なことを教わった。
・インタビューをしていて大変なことも色々聞いたけれど、商店街の人たちは互いに支え合っていて、生活する上でもいいところだなと感じた。
・店主の方の仕事に対する情熱ややりがいなどを聞くことで、自分の進路の参考になったと感じている。
・お店の方、商店街の方同士の仲の良さや親切に対応して下さる商店街の雰囲気を感じることができました。この雰囲気に勝るものはないのでは？と思うほど何か魅力的なものを感じました。
・とても貴重な体験ができてよかった。地元にも商店街がないので、商店街というも自体が新鮮だった。次は商店街の近くに住んでみたい。
・今まで商店街にあまり親しみがなかったが、今回のプロジェクトで大型商業施設よりも楽しく、ぶらぶら歩きながら見ることができることを知り、地元にも商店街があるか調べてみたほどです。

3.2 来場者のアンケートによる調査

ポスター展期間中はお盆休みもあったため来場者は 100 名程度であったが、アンケートに 24 名が協力してくれた。その中から抜粋した意見を表 3-2 に示す。

表 3-2 来場者のアンケートのまとめ

40 代・男性	つい数ヶ月前に梅屋敷に引越してきたばかりです。はじめはポスターに店名と名前だけだったので何のお店かなと思いましたが、お仕事を写真から読み取ることができました。食べログといったネットの情報よりずっといいですね。
30 代・男性	街を大切にしてもらっているようで嬉しい。
20 代・男性	商品や料理はさておき、お店の働いている人の方にはあまり意識が向かなかった。働いている人の思いが知れて良い展示だった。
10 代・女性	梅屋敷の人々は一人一人が自分の仕事に誇りを持っていることを知り、商店街に足を運んでみたいと感じました。
20 代・男性	意外と住んでいる街って知らないんだと思いました。すごく良いと思いました。

3.3 参加店舗のアンケートによる調査

参加店舗 39 店舗中 12 店舗が意見を寄せてくれた。多くの店舗から今後も継続して関わりを持って欲しいと寄せられた。その中から意見を抜粋して表 3-3 に示す。

表 3-3 実施店舗のアンケートの自由意見

店舗名未記載	商店街の活性化とは全国的な課題だと思います。では、どうしたら良いのか？様々な取り組みがなされている中、多分最も商店街とは縁遠い若い世代（高校生）に一つ一つお店にインタビューと撮影をし、それを 1 枚の写真、短い文章を添付して発信する、拝見しましたが、どれもその 1 枚だけでお店の全てを理解して頂けるものであったと感じます。あのように長い年月残る素敵な作品を作ってください、感謝とともに私自身、身の引き締まる思いでありました。
焼肉ご縁	素敵なポスターを作っていただいて本当にありがとうございます。これからはずっと残していきたいものが商店街です。みんなが来てくださってお話ができ、このようなプロジェクトとしてやってくださったことに感謝しています。これだけで終わることなく交流を持たせていただきたいと思います。
bupure	ポスターに使っていただいた写真からお店の雰囲気がすごく伝わってきましたし、お客様がご来店されるきっかけにもなると思いますので、大変、感謝しています。そして、私自身、梅屋敷商店街で働いている方々を知ることができましたので、この機会に商店街をもっと散策しようと思いました。
松月庵	今回は若い人たちに私の古い昔話を聞いてもらい、大変嬉しく思います。昔の商店街を知る私としては、人と人の助け合いが一番大切なことであり、あなた方もそのことを忘れないでください。

4. 実践における考察

アンケートの結果からわかることとして、そもそも高校生にとって商店街が商業施設としての認識がなく「さみしい」「シャッター」という言葉の通り、活気のない街というイメージがあることがわかる。しかし、本研究によって高校生たちが店主と直接、「仕事について」「街について」「なぜここで仕事をしているのか」「商店街についてどのように考えているか」を聞いたことで、生徒自身の仕事観に変化が見られた。また、商店街は「住まう」上で重要な要素であり、大型商業施設だけではまかないきれない何かがそこにあることに気がついた様子である。本研究によって、最も大きな効果として、会場を貸していただいた仙六屋さんが開業間もないこともあり、そこに商店街に人々が訪れたことで、仙六屋と商店街をつなぐことができたことである。これは、高校生が本研究に取り組んだことによる波及効果と言える。間もなく理事会で商店会加盟の認可もされるとのことで、本研究によって商店と商店をつなぐことができた大きな成果であった。また、ポスター展来場者の意見にあった「この街に引っ越してきたばかり」という立場の人にも地域が商店街を知るきっかけを提供できたものといえる。その後、このポスター展はぷらもーる梅屋敷の近くにある東邦大学医療センター大森病院内で開催された。入院患者にとって商店街を知ることは退院へ向けてのモチベーション維持になるのではないかとということで波及したものである。高校生が商店街の課題に対峙して商店街に高校生が参画することによる地域活性化のモデルとして十分機能したことが示唆される。また、高校生にとって「住まう」ということを考える機会の提供になったと考えられる。

5. 今後の継続について

本研究の継続については、受けて側である商店街の合意形成によるところが非常に大きい。本研究でも当初予定していた商店街では、コアになる店舗の閉店で理事会の合意が得られないといった理由で実施できなかった²⁾。商店街の活性化で重要なのは合意形成であることは間違いないが、特に再開発地区では保留床などにより、商店街にある店舗ごと商店街に対する考え方に温度差が見られる。本実施のぷらもーる梅屋敷でも商店会加盟店舗全店での実施には至らなかった。また、全140店舗もある大型商店街ではあるが、商店会に加盟している店舗60店舗あまりであり、加盟しない理由として最も多い意見は「商店会に加盟することの利点を感じない」ということであった。本研究を定期的に継続していくことは、商店会としての利点につながれば良いと考えている。また、今後、高齢化が進む中で商店街の存在意義は重要になると考えられる。「買い物弱者」を生まないためにも中心市

街地の空洞化は避けるべきであり、対策は急務であるといえる。本研究によって、高校生が商店街を知り、商店が商店を知り、住民が商店を知る機会の提供として、今後も継続的に実施していきたいと考えている。

【註1】

本研究では、試行実施、本実施と2回実施した。どちらの回も校内で公募し、応募した生徒が実施した。2017年実施は2年生と1年生で実施した(1年生18名、2年生7名の合計25名)。この試行実施に参加した1年生が2019年実施の際は、3年生になった生徒が中心となって実施した(1年生8名、2年生4名、3年生4名の合計16名)。この3年生のうち2名が本研究によって地域や都市に興味を持ち、東京都立大学、北見工業大学の都市系に進学を決めた。

【註2】

2017年実施の商店街(パル・プラザショッピングセンター)は再開発地区の商店街であるが、20年ほどであるが高齢化と後継者不足からシャッター化が進んでいる。また2019年実施の商店街(ぷらもーる梅屋敷)は、歴史も古く近隣に大型商業施設もないため賑わいが絶えない。しかし、店舗の多さから住民合意形成は非常に難しかった。両者は再開発地区商店街と既存商店街ということもあり対照的な様相を呈している。これはパル・プラザショッピングセンターには、商店街としての機能を果たす「生鮮三品」が開設当初より揃っておらず、厳しい条件に立たされていたことが要因として挙げられる。しかし、商店街自体は状況を打破しようと様々取り組みを行っているため、今後も継続して支援していきたい。

<謝辞>

本研究を行うにあたり、パル・プラザ商店会長 石毛茂雄さん、ぷらもーる梅屋敷青年部役員 並木隆明さん、東邦大学医療センター大森病院総務課 村磯綾乃さん、有限会社仙六屋 茨田禎之さんにご協力をいただきました。この場を借りて御礼申し上げます。

<参考文献>

1) 加藤文俊：産学官連携における〈自立〉と〈自律〉に関する考察，地域活性学会研究大会論文，Vol.9, pp353-356, 2017.7

<研究協力者>

西田 直海 千葉大学普遍教育センター非常勤講師
大口 莉奈 山形大学農学部(学部生・本校OG)
栗島 由海 慶應義塾大学環境情報学部(学部生)
花村 彩香 株式会社JTB